

令和5年度及び令和6年度 かながわ脱炭素推進会議

「脱炭素社会の実現に向けた普及啓発」

プロジェクト報告書

令和7年3月

かながわ脱炭素推進会議事務局

(神奈川県環境農政局脱炭素戦略本部室)

目 次

1	プロジェクトの概要・・・・・・・・・・・・・・・・	1
2	令和5年度の活動・・・・・・・・・・・・・・・・	2
	(1) 令和5年度の実施内容	
	(2) スケジュール	
	(3) 第1回プロジェクト会議	
	(4) 第2回プロジェクト会議	
	(5) 第3回プロジェクト会議	
	(6) プロジェクトの結果	
	(7) 令和6年度に向けて	
3	令和6年度の活動・・・・・・・・・・・・・・・・	6
	(1) 令和6年度の実施内容	
	(2) プロジェクトの委託事業者	
	(3) スケジュール	
	(4) 第1回プロジェクト会議	
	(5) 各企業団体等の課題募集	
	(6) 課題募集の選考	
	(7) 若年層の募集	
	(8) 若年層のグループワーク	
	(9) 第2回プロジェクト会議	
	(10) 若年層のアイデア概要	
	(11) 第3回プロジェクト会議	
	(12) プロジェクトの結果	
4	若年層への普及啓発のまとめ・・・・・・・・	14

1 プロジェクトの概要

- かながわ脱炭素推進会議において、令和5年度及び令和6年度の事業計画については、「脱炭素社会の実現に向けた普及啓発」を設定し、連携・共創の場である「かながわ脱炭素共創プラットフォーム」においてプロジェクトを立ち上げて議論を行った。
- 2050年の脱炭素社会（カーボンニュートラル）の実現に向けて、多様な主体が気候変動問題を自分事化して取り組む必要があるが、2050年に中心となる世代へのアプローチをどうしていくのか非常に大きな課題であるため、普及啓発の対象としては、「若年層」に設定した。
- 令和5年度においては、2050年脱炭素社会の実現に向けた効果的な普及啓発の手法、特に若年層への脱炭素の自分事化や広がりについて、それぞれの立場でできることなどを幅広く議論し、オール神奈川の取組に広げていくことを目指す。
- 令和6年度においては、脱炭素化の取組に係る課題（特に若年層の視点によって課題解決が図れるもの）を有している企業等と若年層が連携する場を設けることで、企業等の課題解決を通じて若年層の脱炭素の自分事化や行動変容を促すとともに、当該事例から導き出される共通課題や効果的な取組等を整理し、県内に横展開することで、オール神奈川の取組として広げていく。

2 令和5年度の活動

(1) 令和5年度の実施内容

ア プロジェクトチーム参画メンバー

- 神奈川県、茅ヶ崎市、横浜国立大学、東京都市大学、東京ガス（株）、東京電力エナジーパートナー株式会社、公益社団法人神奈川県薬剤師会、株式会社アールケイエンタープライズ、株式会社三井住友銀行、明治安田生命相互会社、株式会社横浜銀行、川崎商工会議所

イ 事業内容

- 「主に若年者に向けた、効果的な脱炭素に関する普及啓発の手法について」をテーマに同日開催されている、「かながわ脱炭素次世代ワークショッププログラム」を傍聴し、幅広く議論を行う。
- 「若年者も巻き込んだ脱炭素の自分事化や行動変容につながる普及啓発とは」をテーマに、脱炭素意識の醸成、特に次世代を担う若年者をターゲットとしてアプローチしていく際に、どのような視点が必要か、発信する側（企業側）、受信する側（若年者側）双方の視点から、具体的にどのようなアプローチ手法が有効と考えられるか、県を含め4者の企業、団体から事例発表を行い、かながわ脱炭素次世代ワークショップに参加した若年者の代表も交え、議論を行う。

(2) スケジュール

時 期	内 容
9月15日	・第1回プロジェクト会議 同日開催のかながわ脱炭素次世代ワークショップを傍聴 ワークショップの事例発表をもとに議論
1月11日	・第2回プロジェクト会議 企業による事例発表、意見交換
3月26日	・第3回プロジェクト会議 事後アンケート調査、ワークショップ実施結果とりまとめ 推進会議（運営委員会）に報告、大学や企業、自治体等に周知

(3) 第1回プロジェクト会議

日 時：令和5年9月15日（金）14時00分～17時00分

会 場：かながわ県民センター 303 会議室

○ 同日開催のかながわ脱炭素次世代ワークショップを傍聴

○ ワークショップの事例発表をもとに議論

⇒ 議論が事例発表の具現化に偏ってしまい、広がりやを欠いた。

【ワークショップの発表テーマ】

グループ1：アグリシェアリング ～農地を中心としたシェアリングを通じた循環型地域社会の形成～

グループ2：魅力×未力 ～脱炭素のまちづくり～

グループ3：食 めぐる・つながる・コミュニティファーム

グループ4：まちと自然 ブルーカーボンを観光できるまち 深呼吸できるまち

グループ5：交通 葉山町シェアライドサービス

(4) 第2回プロジェクト会議

日 時：令和6年1月11日（木）10時00分～12時00分

会 場：神奈川県庁東庁舎 11 階会議室

○ 脱炭素意識の醸成、特に次世代を担う若年者をターゲットとして、どういった視点でアプローチすべきか、といったテーマで議論した。

○ 企業（京浜急行電鉄・東京ガス・横浜銀行）から脱炭素に係る取組について事例発表をしていただき、次世代ワークショップに参加した若年者の代表と意見交換を実施した。

⇒ 有意義な意見交換だったとの感想が多かった。

【企業の発表事例テーマ】

京浜急行電鉄：地域とつくるエリアマネジメントと MaaS

東京ガス：オクトパスエナジーの取組

横浜銀行：環境教育プログラム

(5) 第3回プロジェクト会議

日 時：令和6年3月26日（火）10時00分～12時00分

会 場：神奈川県庁東庁舎 11 階会議室

○ 第2回会議の事例発表及び意見交換を踏まえ、今年度の議論の集約を図った。

⇒ 企業、若年者、行政等で議論する場を設けることが必要であり、来年度も同趣旨の取組を継続実施する方針とした。

(6) プロジェクトの結果

ア プロジェクトメンバーからの意見

- 若年層でも意識の高い人や低い人もいるため、どのターゲット層にアプローチするかを明確にすべき。
- SNS から情報を集める若者層に対して、どのように発信していくか、発信力の強化や「刺さる」ツールの研究が必要。
- 今の若者には「貢献」「繋がり」「自己肯定感」がキーワードであり、脱炭素に積極的に関わる若者の SNS 上の言動を関心の薄い層に「カッコいい」と思わせることも大事。
- 意識高い若者を推進会議の活動に取り込むことで、新しいアイデアを形にできる。
- (企業側が) ヒントを与えてあげて、一緒に取り組んでいけば実現できるかもしれない。
- 今の若者は起業に対する意識も高いので、脱炭素に向けた起業を考えている若者を県として支援する、というのもあり得る。
- インフルエンサーみたいな人に発信してもらえば無関心層を捕まえられる。脱炭素正面から行くのではなく、いろんな方面から攻めていく方法論も大事。
- 教育現場である学校等と連携して取り組むことも大事。

イ ワークショップ参加者の意見・感想等

(ア) ワークショップに参加した所感

- 社会人の人と意見交換できたのは自分にとってはいい経験になった。
- 環境問題に取り組むにあたって、企業側のメリット、消費者側のメリットの双方が成り立たないと環境問題の解決策になるのは難しいと感じた。
- 若い世代と関わることで、普段置かれている環境では発想のない考えに触れることができ、刺激を受けた。

(イ) ワークショップ経験を今後につなげるために

- 参加者がそれぞれの地域で企画を開催したい場合のノウハウ支援等を提示いただけると助かる。
- アイデアを実験的にでも形にできるリソース支援があるとよい。
- 様々な立場の方が交わることで、事例としてどんなプロジェクトが生まれたか、など、その可能性を具体的な事例として示せると、連携を模索する上で良い切り口になる。

(ウ) その他感想等

- 脱炭素のアイデアをはじめてから持っていないと、論議が散らばってしまい、より良いアイデアに繋がらないと感じた。
- より専門的な意見を持った企業やサービス提供をしているベンチャー企業などがいても面白いと思った。

(7) 令和6年度に向けて

- 令和6年度もかながわ脱炭素推進会議のプロジェクトとして、企業、若年者、行政等で議論する場を設けることが必要であり、来年度も同趣旨の取組を継続実施することとした。

3 令和6年度の活動

(1) 令和6年度の実施内容

ア プロジェクトチーム参画メンバー

神奈川県、横浜市、神奈川県中小企業団体中央会、神奈川県商工会議所連合会、神奈川県商工会連合会、神奈川県薬剤師会、公益財団法人地球環境戦略研究機関、神奈川県立高等学校PTA連合会、横浜国立大学、東京都市大学、株式会社横浜銀行、株式会社三井住友銀行、明治安田生命保険相互会社、東京ガス株式会社、東京電力エナジーパートナー株式会社

イ 事業内容

- 企業等の課題解決を通じて、若年層の脱炭素の自分事化や行動を促すとともに、当該事例から導き出される共通課題や効果的な取組等を整理し、脱炭素社会の実現に向けた普及啓発へ繋げる。
- 企業と若年層の「共働」を生み出すひとつの「モデル」として、すでに脱炭素に向けた取組をしている企業・市町村・団体等から、自らの取組に係る課題を提示していただき、若年層がその解決に向けたアイデアを発表し、意見交換を実施する場を設ける。

(2) プロジェクトの委託事業者

- Earth hacks 株式会社（東京都渋谷区渋谷3丁目6-15-701）

(3) スケジュール

日程	内容
8月2日	・第1回プロジェクト会議 令和6年度事業計画の進め方等
8月5日～30日 9月上旬	・各企業団体等からの課題募集 ・課題募集の選考
9月中～下旬	・若年層の参加募集
10～11月	・若年層のグループワーク

12月3日	・若年層の発表会 ・第2回プロジェクト会議 若年層の発表会傍聴、意見交換、横展開の検討等
3月19日	・第3回プロジェクト会議 今年度の振り返り、事業の取りまとめ等

(4) 第1回プロジェクト会議

日時：令和6年8月2日（金）14時00分～15時30分

会場：産業貿易センター302号室

- 令和6年度に実施する脱炭素社会の実現に向けた普及啓発について、今後の進め方等について議論した。
- 第1回プロジェクト会議において、今年度においては新たに開始した事業であることに鑑み、以下の企業団体等には委託業者からの提案により、公募とは別枠で幅広いジャンルからモデル的に先行して選定した。

- ・ 団体名：株式会社栄屋製パン（Better life with upcycle）
- ・ 概要：100年つづくベーカリーが、廃棄されるパン耳からクラフトビールやクラフトジンを製造・販売
- ・ 課題：製品のストーリーに基づいた認知度・理解度の向上

- ・ 団体名：鹿島田商店会
- ・ 概要：手軽に楽しくできるエコ活動として、打ち水やオンラインライブ、スタンプラリーなどのイベントを実施し、パネル展示やクイズ大会により脱炭素な暮らし方を発信・実践
- ・ 課題：Z世代が参加したくなる！脱炭素イベント（オンライン Live イベントでの企画コーナー）・コンテンツ、またはイベント会場にあったら絶対体験したい！脱炭素ブース

(5) 各企業団体等の課題募集

- 運営委員会に所属している各企業団体から傘下の企業等に呼びかけ、脱炭素に係る取組をしているが、その取組にまつわる課題（特に若年層での視点によって課題解決が図れるもの）を提案してもらった。

- ・ 課題例：若年層向けのPRや商品プロモーション等
- ・ 募集者数：2者程度

(6) 課題募集の選考

- 募集の選考の結果、応募のあった小田原市を選定した。

- ・ 団体名：小田原市（ゼロカーボン推進課）
- ・ 概要：「小田原駅東口商店街エリア」を脱炭素先行地域エリアとし、商店街の活性化につながる「ゼロカーボン商店街」を推進
- ・ 課題：「小田原駅東口商店街エリア」における中小企業（個人事業主）の脱炭素経営の推進

(7) 若年層の募集

- 課題が出そろった時点で若年者層を募集した。

参加した若年層の一覧

	学年	参加プロジェクト		
		Better life with upcycle	鹿島田商店会	小田原市
1	4年生	○		○
2	4年生	○	○	○
3	4年生	○		
4	4年生		○	
5	既卒 (2024年9月)		○	
6	3年生			○

(8) 若年層のグループワーク

- 若年層が、課題企業とのディスカッションや若年層同士のグループワークを通じて、提示された課題を解決するアイデアを考え、課題企業に対して発表を行った。

グループワークのスケジュール例

Day1	Day2	Day3	Day4	Day5	Day6	Day7
課題企業からの オリエンテーション ディスカッション	→ グループワーク		中間発表 ディスカッション	→ グループワーク		最終発表 ディスカッション

(9) 第2回プロジェクト会議

日時：令和6年12月3日（火）9時30分～12時00分

会場：かながわ県民センター301会議室

- 若年層の課題企業毎にグループワーク・個別発表を行った後、各グループを集めた発表会を実施した。
- 会議では、発表会の傍聴や意見交換をするとともに、併せてそのアイデアに対する横展開等を議論した。

発表会の様子



(10) 若年層のアイデア概要

ア 株式会社栄屋製パン（Better life with upcycle）

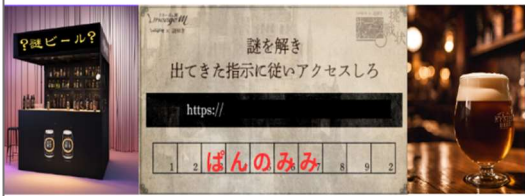
- アップサイクルビールと県特産品（果物等）を組み合わせたビアカクテルが自作できる体験ブースとしてイベントに出店することで、体験を通じて原材料に興味を持ってもらい、滞在時間を長くしてコアファンを創出する。
- 謎ビールとして原材料を明かさず、謎解き形式で販売することで、エンタメ性を加え、顧客の好奇心をくすぐる体験を通じて幅広い層にアプローチする。

ビアカクテル＝クラフトビール×神奈川の特産品



→カクテル作りを通じてビールの原材料に興味を持ってもらう施策

謎ビール×謎解き



謎を解き
出てきた指示に従いアクセスしろ
<https://>
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

謎解きイベントブースでビールを販売すると同時に顧客に謎解きを出題。
顧客は、ブース内で与えられるヒントを参考に、ビールに隠されたストーリーや原材料の謎を解く！

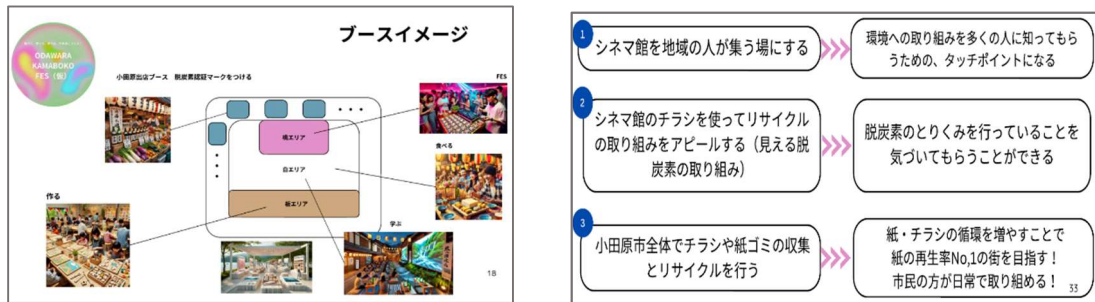
イ 鹿島田商店会

- 商店街を周遊しながら脱炭素と関連した謎解きをするイベントを実施することで、楽しみながら脱炭素について学べ、地域活性化も図る。
- 思い出や魅力を共有し合える書籍のフリーマーケットを開催することで、地域住民と参加者による循環型社会の実現や来街者の増加を図る。



ウ 小田原市（ゼロカーボン推進課）

- かまぼこを環境訴求の象徴とした、様々な体験ができるフェスを開催することで、脱炭素や環境問題への気づきや、小田原かまぼこのファン獲得を図る。
- 地域住民が集うシネマ館でのチラシリサイクルの取組や、市全体での古紙回収・リサイクルキャンペーンを通じて、市民の行動変容と参加店舗への来客増加を図る。



(11) 第3回プロジェクト会議

日 時：令和7年3月19日（水）14時00分～15時00分

会 場：産業貿易センター302号室

- 事務局より、プロジェクト報告書に基づいて取組結果を報告し、プロジェクトの取りまとめを行った。
- 会議では、今年度の取組や報告書に対する意見交換を行った。

(12) プロジェクトの結果

ア プロジェクトメンバーからの意見

(ア) 株式会社栄屋製パン（Better life with upcycle）へのアイデアについて

- ビールイベントなどは、商店街のお祭りの一つの目玉の催しにもなっていると思っていて、商店街振興にも一役買う。
- 横浜国大をはじめ様々な大学と繋がりがある。ビールイベントが実装される際には、学生と共創し、面白くて魅力的なパッケージやプロモーションを行うなど可能性がある。

(イ) 鹿島田商店会へのアイデアについて

- 思い出図書館は、衣類など様々な循環系の分野で、同様のフォーマットで横展開できる。
- 地方の FM 局にラジオ出演している。外部団体の会議に参加して、例えば鹿島田商店会の話をも脱炭素に絡めて伝えることができる。

(ウ) 小田原市（ゼロカーボン推進課）へのアイデアについて

- 小田原のかまぼこイベントについてお酒好きな方と絡めたアプローチも一つの手段。
- 地域の名産品と脱炭素の取組を併せて紹介していけると、地域の魅力アップにつながる。
- 商店会が脱炭素化に熱心に取り組んでいることを発信するのは、とても他の商店街の刺激になる。
- 国産の未利用魚や箱根の間伐材を使っているなど、身近な要素があると訴えやすい。
- かまぼこに使われる食材や製品自体が環境問題にフィットしている可能性がある。食文化を守りつつ環境に配慮している点をアピールできるのは非常に価値がある。
- 三浦市でいえばマグロといった観光資源があるので、イベントなどと環境要素を絡めて同様な取組の実装の可能性がある。

(エ) その他の意見

- 実装段階を迎えられれば、中小企業への経営指導の一環で、先行事例として紹介する余地がある。

- ナッジの活用のような、知らないうちに脱炭素に取り組んでいるという手法は、若年層への普及啓発に向けた着眼点だと感じた。
- 半ば強制的に各店舗をつないで、商店街を活性化させる取り組みは良いアイデア。
- 中小企業などは、脱炭素より売り上げを大事にする。何か連動する取り組みの中で、脱炭素も必須ということをうまく盛り込めると良い。
- 企業をうまく利用する形で原資を貯め、次のステップに進むことが考えられれば、より現実的になる。
- 昨今の PTA は、地域住民（Community）も巻き込み、PTCA と呼ばれたりする。
そのような枠組みの中で、ハブ的な役割で協力することができるかと思う。
- 保護者の見学ツアーを実施し、気づいたら脱炭素について知識を得られるようなイベントがあると良い。

イ 課題企業からの意見・感想

(ア) 株式会社栄屋製パン（Better life with upcycle）

- 発想の部分から世代の違いを感じさせてもらい、我々の有する課題解決の方法として、非常に参考になった。
- タイムなスケジュールであったため、実装部分のすり合わせ等、より具体的な落とし込みが行えると良い。

(イ) 鹿島田商店会

- 若い方たちとの接点が必要。行政の方々が積極的に結びつけてもらい、しっかりと話し合う場を提供してくれるとありがたい。今後もそのような場を作ってほしい。

(ウ) 小田原市（ゼロカーボン推進課）

- 成功体験のようなものを作っていけば、それが自然と先行事例として展開される。優良事例として、商工会議所や商店街連合会などを通じて展開することもあり得る。
- ビールと規格外果物のコラボは環境に貢献している商品同士のマッチアップということで、相乗効果を持って P R でき、小田原市でも取り組める内容だと感じた。

- かまぼこの認証制度については、今回の提案との絡め方など、市として出来る事を事業者と連携しながら進めていきたい。
- 今後は学生の皆様に実装まで見てもらえるような仕掛けがあってもよいと感じた。

ウ 若年層からの意見・感想

- 実際に現地を見たり、実物を体験したりすることで、課題を自分事として捉え、施策を検討する際の参考となった。
- 環境とは直接的な関係がない学部であるが、就職活動の一環としてインターンに参加した。
- 就職活動や季節のイベントなど、若年層が多く関わる活動の中に、自然に脱炭素の要素を組み込むことで、知らず知らずのうちに脱炭素化に取り組めるようになる。

エ アイデアの実装状況

(ア) 株式会社栄屋製パン (Better life with upcycle)

- 夏に企画の自由度が高いイベントが増加するため、夏のビールイベント出店時に、アイデアの一部実装を検討中。

(イ) 鹿島田商店会

- 3月9日(日)に開催されたイベント「かしまだ이스ター」にて、古本ブースの設置、及び古本紹介コーナーのYoutube 配信を実施した。
- 令和7年度において、県補助金を活用してのアイデアの実装を検討中。

(ウ) 小田原市 (ゼロカーボン推進課)

- 2月21日(金)に開催された小田原駅前商店街のゼロカーボン化を目指すワーキンググループにて、市や商店街の関係者等にアイデアを共有した。

4 若年層への普及啓発のまとめ

○ 令和5年度及び令和6年度の若年層への普及について、企業等と若年層が連携する場を設けることで、それぞれの立場でできること等を幅広く議論した。企業と若年層の「共働」を生み出すひとつのモデルとなった。

○ 若年層への普及啓発における要点については、以下のとおり取りまとめる。

なお、今後はプロジェクトメンバーが今回の取組の成果をそれぞれの組織に持ち帰って実施可能な取組を検討するとともに、事務局は推進会議運営委員会に報告し、運営委員が傘下の構成団体に周知することで横展開を図ることとする。

《参考：県での若年層が参画する取組事例》

- ・ かながわ脱炭素フォーラム（令和7年1月11日実施）
- ・ かながわCO₂CO₂（コツコツ）ポイント」事業
- ・ 高校生・地域向け脱炭素普及啓発事業
- ・ 新規採用職員研修 等

若年層への普及啓発における要点

① 若年層が関わる活動の中に、自然に脱炭素の要素を取り込む

- 「脱炭素」だけの切り口だと、意識の高い若年層の参加はあるが、意識の低い若年層に対しては、効果的な手法にはならない。
- そのため、若年層が参加するイベントに「脱炭素」要素を取り入れることで、自然と脱炭素の理解が進むような視点が大事。
例) 商店街を周遊しながら脱炭素と関連した謎解きをするイベントを実施
かまぼこフェスを通じて、脱炭素や環境問題への気づきを与える

② サステナブル=欲しいものとは限らない

- 環境の取組を重要視して、商品やサービスを消費しているわけではない。
- 欲しいもの・いいなと思ったことがたまたまサステナブルだったという文脈。

③ 頑張っていることを応援

- 部活、学業、インターン、就活など彼らが頑張るタイミングで寄り添うと一気に行動変容がブースト。

④ モノ消費よりコト消費！体験できるものを重視

- 若年層は、モノ消費よりコト消費を重視しており、体験できる要素を取り入れる視点が大事。また、値段や質より、その空間や雰囲気のほか、脱炭素に関する意味や何か刺さるストーリー性を絡める視点が大事。
- 自分が体験することで、より脱炭素が身近なものとなり、理解促進につながる。
例) アップサイクルビールと県特産品（果物等）を組み合わせたピアカクテルが自作できる体験ブースとしてイベントに出店

⑤ 「脱炭素の活動」＝「カッコイイ」

- 若年層にとっては、「貢献」「繋がり」「自己肯定感」がキーワードであり、脱炭素に積極的な若年層の行動を、関心の低い若年層に対して「脱炭素」＝「カッコいい」と思わせる視点も大事。

⑥ 見える化し、行動の選択肢を提示する

- 行動をしたいと思うが、約60%が何を取り組んだらいいかわからない。
- 若年者は、自分の消費行動がどの程度脱炭素に役立っているのかわかると行動変容につながるなので、効果を「見える化」することが重要。

⑦ 若年層との「共働」の場を設ける

- 普段若年層と接点のない者（例：中小企業等）にとって、若年層の発想は新鮮である。SNS等の情報発信など、若年層の柔軟な発想は大きな効果を生む。
- 企業側の知見と、若年層の想いをうまくミックスできるとより良い。
- そのため、若年層との接点を行政が設けるなど、「共働」の場を積極的に設ける。