

エコロード・キャンペーンについて

2006年9月28日

国土交通省 道路局

1. キャンペーンの目的

京都議定書目標達成計画策定(2005年4月閣議決定)



運輸部門に割り当てられたCO2排出量の目標値(2010年)は約2億5,000万t
道路政策では、約800万tのCO2削減を目標



CO2削減アクションプログラムの推進

国民との連携が不可欠な施策について
エコロード・キャンペーンの実施



CO2削減施策への国民の参加促進

(行動喚起に向けた機運醸成と情報発信)

- ・エコドライブの推進
- ・高速道路の利用促進
- ・VICS、ETCの普及促進 等

(1)実施主体

主催

エコロード・ キャンペーン実行委員会

（国土交通省道路局、各地方整備局、北海道開発局、沖縄総合事務局、東日本高速道路株式会社、中日本高速道路株式会社、西日本高速道路株式会社、首都高速道路株式会社、阪神高速道路株式会社、本州四国連絡高速道路株式会社）

後援

（社）日本自動車工業会、（社）日本自動車販売協会連合会、
（社）全日本トラック協会、（社）日本バス協会
（社）日本自動車連盟、全国地方新聞社連合会

(2)実施期間(予定)

平成18年10月 から 平成20年3月 まで

3. キャンペーンの内容

国民に幅広くキャンペーンの取り組みへの参加を呼びかけるため、全国で共通のポスター、パンフレット、ステッカーを活用するとともに、HP、マスメディア、各種イベントによる情報発信を行う。

さらに、特に国民と一体となって重点的にCO₂削減の取り組みを実施する「重点地区」（全国14箇所：平成18年度）において、エコドライブの促進など国民と連携した施策を促進する。

全国的な取り組み（実行委員会）

マスメディアを活用した情報発信、キャンペーン&イベント事業への支援を通じて
地球温暖化防止に関わる社会的機運を醸成

キャンペーンの狙い、戦略指針等の共有
（重点PRテーマ、ターゲット設定等）

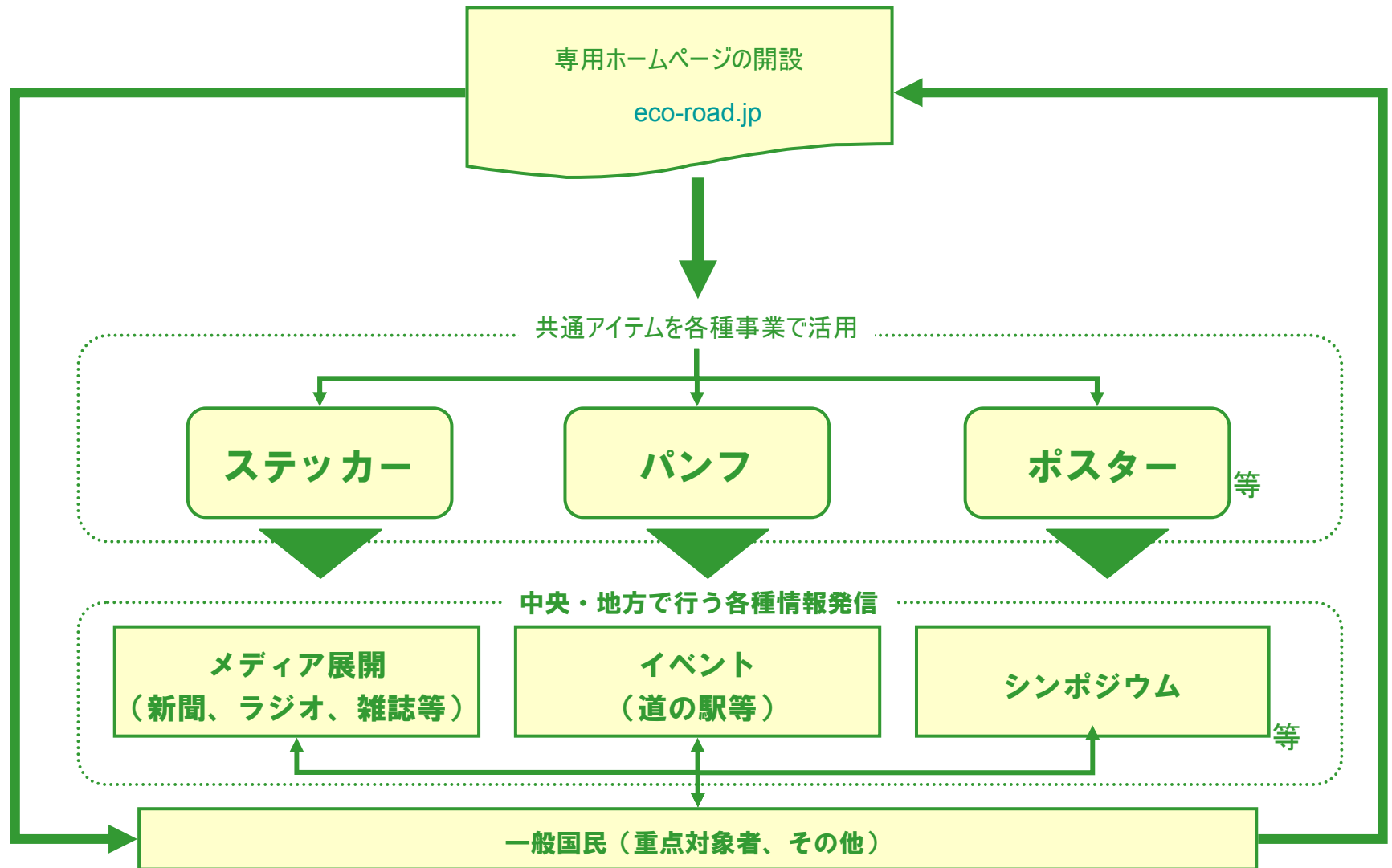
情報発信アイテムの共通化・共有化
（専用ホームページの開設、パンフレット、ポスター、
ステッカー等の共有アイテムの活用 等）

重点地区※における取り組み（自治体等と連携）

イベント&シンポジウムの開催、ポスター・パンフレット等の配布、
地域メディア、アクセスポイントを活用した具体的な情報発信等

※札幌、仙台、三郷、金沢、新潟、豊田、京都、大阪、奈良、広島、福山、高松、福岡、那覇の14地区

4. 具体的な情報発信の方法



エコドライブ10項目の推進

アイドリング・ストップ

エアコンの使用を控えめにする

ふんわりアクセル「eスタート」

等

CO2削減に効果的な施策の推進

高速道路利用の促進

ETC、VICSの普及

重点地区で取組む施策の推進
(例)モビリティマネジメントの推進、公共交通の利用促進

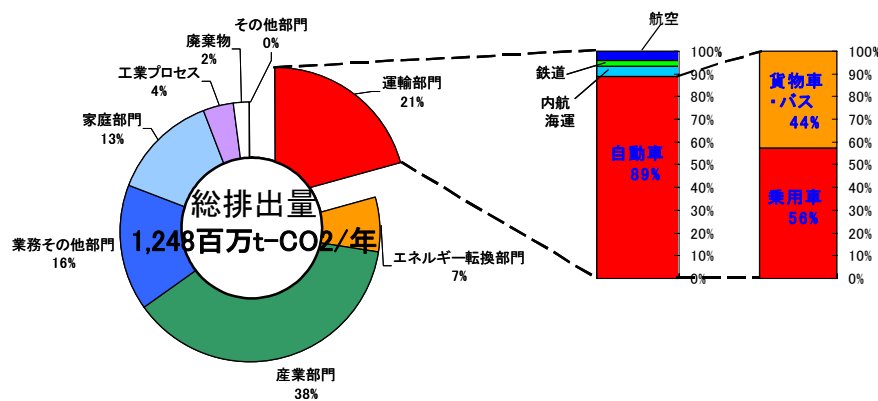
等

【京都議定書の概要】

日本のCO2排出削減目標は、1990年の排出量に対し-6%
(約束期間 2008年～2012年の5年間)

【日本におけるCO2排出の現状】

- ・CO2排出量のうち、運輸部門は21%で、その約9割が自動車
- ・さらに自動車のうち、乗用車が約6割

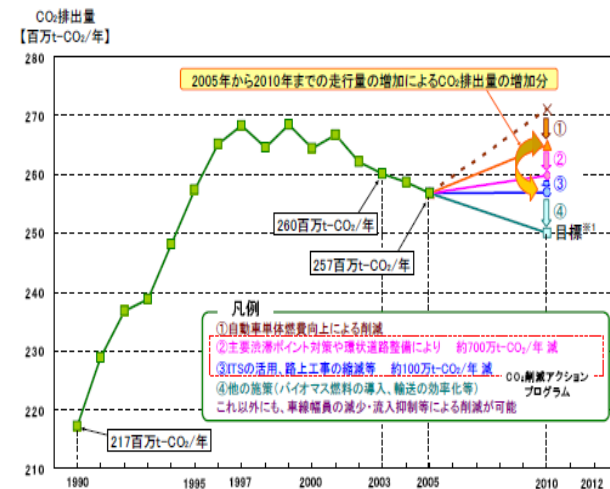


部門別CO2排出量内訳(2002年度) 運輸部門CO2排出量内訳(2002年度)

出典：温室効果ガスインベントリオフィス(GIO)資料より作成

【目標達成計画実現のための道路整備の役割】

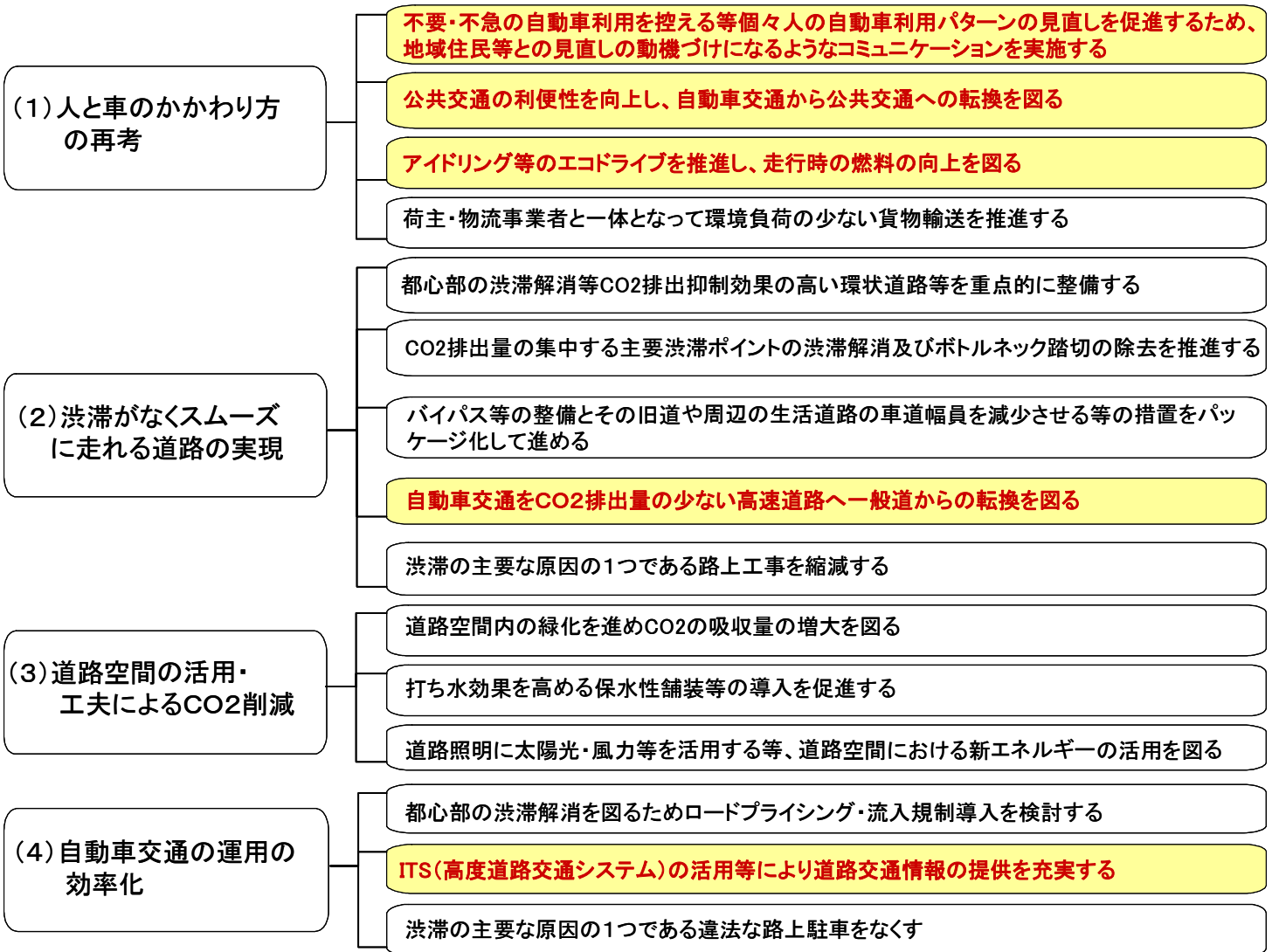
自動車交通需要が増大する中で、目標達成計画(運輸部門の目標:250百万t-CO₂/年)を達成するためには、着実な道路整備が前提条件



【運輸部門におけるCO2排出量の推移と目標】

【施策の体系】

CO2削減には走行速度の向上と自動車の燃費の改善が不可欠であり、交通渋滞を緩和・解消するとともに車の利用方法の改善などを体系的かつ集中的に実施するCO2削減アクションプログラムにより、2008年から2012年の中間年である2010年までに、約800万t-CO2/年を削減する。



※ 黄色で色付けした施策がキャンペーンの対象となる施策である。