

2030年のめざす姿（案）

2030年のめざす姿のキャッチフレーズ

事前聞き取りによる主なご意見

〇〇なまち SDGs 未来都市

持続可能性

ともに創る

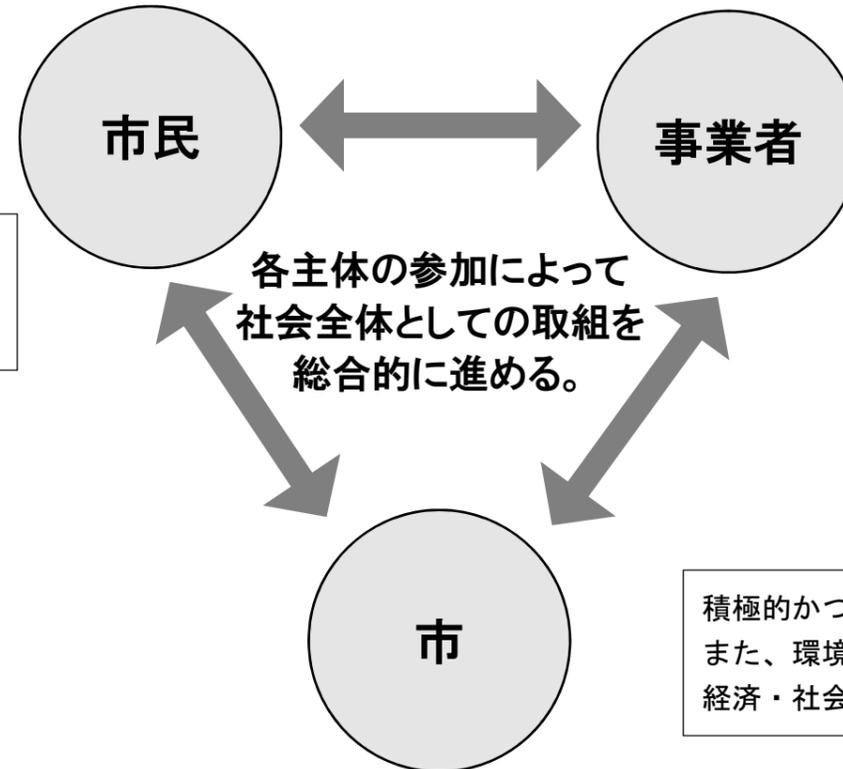
名古屋らしさ

シンプルさ

『 未来へ パートナーシップで創る 都市と自然が調和するまち SDGs 未来都市なごや 』

2030年の各主体の姿

環境への配慮が暮らしに溶け込んだライフスタイルを送っている。また、環境の保全に関する活動を行うなど、環境の保全に自ら努めている。



事業規模の大小にかかわらず、事業活動のすべての段階において環境の保全に配慮した事業を行っている。

積極的かつ幅広く、環境に配慮した行動を実践している。また、環境課題の解決に向けた対策を講ずることにより、経済・社会の課題解決にも貢献している。

事前聞き取り時の主なご意見

2030年のめざす姿のキャッチフレーズについて

- ○○なまち、SDGs 未来都市
 - ・ できていないものも含めてトップランナーを目指すなら環境首都でもよい。
 - ・ 環境首都とは何か分かるフレーズを加えてもよい。
 - ・ 環境都市では弱いので、環境首都でよい。
 - ・ 現実と乖離があるので、環境首都はやめてよいのではないか。
 - ・ 環境首都はやめた方がよい。環境という単語を外してもよいので、ブームでいえば、SDGs 未来都市というのもあり。
 - ・ 世界をターゲットにしてもよいので、「世界に冠たる」でもよい。
- 「持続可能性」を表現
 - ・ 「未来へ続く」や「持続可能な」は表現が直接的すぎる。
 - ・ 若い人も巻き込んで、確実に続いていくことが分かるような言葉がよい。
 - ・ 持続可能性は定着しつつあるので、他都市に先駆けて、その一步先の言葉が出るとよい。
- 「ともに創る」を表現
 - ・ SDGs の基本である多様な人による、様々な考えの中で未来を創っていくことを意識する必要がある。
 - ・ 「ともに」だと誰なのかが見えない。
 - ・ 「ともに創る」では感じる印象が固い。
 - ・ 市民の主体性や、市民にも手が届くような感じが出るとよい。
- 名古屋らしさを表現
 - ・ 名古屋外の人が見て、名古屋らしさを感じるものがよい。
 - ・ 名古屋の、いい意味でコンパクトで、きちんとしているイメージを出していけるとよい。
 - ・ どの都市でも使えるような目標ではなく、名古屋らしさが出るとよい。
- シンプルさ、わかりやすさを重視
 - ・ シンプルなものがよい。せいぜい京都市や静岡市程度の長さまで。
 - ・ 読むのが面倒なものは良くない。わかりやすさや記憶への残りやすさが大切。
 - ・ イメージがしっかりわくものがよい。
 - ・ 外から見ると名古屋は環境のイメージが強いので、外へアピールできるようなものがよい。

2030年の各主体の姿について

- 全体
 - ・ ビジュアライズしたものとよい。
 - ・ もっと近未来感がでるとよい。
 - ・ 2030年には古い考え方になっているかもしれないので、具体的すぎない方がよい。
 - ・ 具体的でわかりやすいものがよい。
 - ・ 主文と副文のつながりがはっきりわかるようなものにした方がよい。
 - ・ 各主体ごとにやるべきことは異なるはずなので、立ち位置や理解すべきこと、目標がわかるようにした方がよい。
 - ・ 市民と事業者を切り離すのではなく、次の関係性を構築し考えていくことが大切。
 - ・ 課題解決に向け、目的意識を持ち、市民と事業者が対等な立場で働きかけ合うのが大切で、市がその間をどう取り持つかが大事。
 - ・ これまで頑張ってきたことをしっかり認めるのも大事。
 - ・ SDGs に関する姿を各主体とも出した方がよい。
- 市民
 - ・ 環境教育は学校教育も生涯教育もある。様々な方法・主体が関わって環境教育が当たり前に行われ、市民が普段の生活で実践しているとよい。
 - ・ 環境の講座に来るのは高齢者ばかりなので、いかに若い世代に広げていくかが大事。
 - ・ 環境保全団体は、共有しあってコミュニティを形成しているとよい。
 - ・ 昔の里山生活のように、環境配慮を意識するのではなく、生活に組み込まれている状態がよい。
 - ・ 自然と近い暮らしをし、自給自足を心がけ、自分でできないものは地産地消を考えて購入している状態がよい。
 - ・ 野菜を育てることで生産者としての立場を理解しているとよい。
 - ・ 交通の便の向上や新しいモビリティシステムの使用、歩行者にやさしい道などもあるとよい。
- 事業者
 - ・ 案は大企業ならすでにやっているもので、中小企業にも広まっているとした方がよい。
 - ・ 夫婦経営などの零細企業にまで知ってもらい、取り組んでもらうことが大切。
 - ・ 事業者の形態が今とは変わっているかもしれない。
 - ・ 環境事業で食べていける企業があるとよい。名古屋らしさも打ち出せるのではないか。
 - ・ 現実的には規制が多く、水素ステーションを増やすのは難しいのではないか。
- 市
 - ・ 市民・事業者の潤滑油の役割が大切。
 - ・ 市はセーフティーネット。しっかりした地盤や体制があることも出した方がよい。

2030年の各主体の具体的な姿（案）

2030年の市民の姿

- SDGs 未来都市市民の自覚ができたので、持続可能な消費・生産を意識したライフスタイルを送っています。
- 子育て世代が、休みの日に郊外の豊かな自然に行くことが増えたので、子どもたちは、自然を大切に作る心や環境への配慮を身につけています。
- ごみの発生抑制の大切さやシェアリングエコノミーが浸透したので、大人から子供まで、ごみあまり出ない生活をしています。
- 車や自転車のレンタル、シェア拠点や、新しいモビリティシステム、歩行者にやさしい道などが増えたので、徒歩や自転車、公共交通機関で移動することが増えています。
- 高性能な省エネ家電や ZEH などが普及したので、買い替えや建て替え、リフォームする際に選択しています。
- 若者主催の環境保全団体が増え、シニア世代の環境保全団体と活動を共有しあっているので、新たにコミュニティが形成され、環境保全活動が盛り上がっています。

2030年の事業者の姿

- SDGs 未来都市事業者としての自覚ができたので、長期的視点に立ち、環境に配慮した事業を行っています。
- ESG 投資が拡大したり、CSR がさらに重要視されるようになったりしたので、中小企業に至るまで、環境保全活動や環境に配慮した事業を行っています。
- AI や IoT の進展により、消費者と事業者の距離が縮まり、意見や要望を収集しやすくなったので、環境に良いサービスや製品の開発に力を入れています。
- オフィスを選ぶ際に環境配慮が重要視されるようになったので、テナントビルを緑化したり ZEB にしたりしています。
- 自動運転が導入されたり、充電スタンドが増えたりしたので、社用車に自動運転車や次世代自動車を多く導入しています。
- 社員一人一人のごみの発生抑制の意識が高まったので、自社が出すごみの削減だけでなく、取引先や消費者が出すことになるごみの削減も意識して事業を行っています。

2030年の市の姿

- SDGs 未来都市になったので、誰一人取り残さないように、環境保全事業に取り組んでいます。
- 環境を取り巻く情勢などが多様化・複雑化するようになったので、環境以外の視点も持ち、柔軟に対応しています。
- ゲリラ豪雨などの増加により、危機管理の重要度が増したので、グリーンインフラを活用した施設整備やまちづくりを進めています。
- 職員一人ひとりの環境に対する意識が高まったので、各局が環境に配慮して施策を行っています。
- 市民や事業者が主体的に環境に配慮した生活・事業をするようになったので、その活動を支えたり、つなげたりする施策に力を入れています。
- 市民・事業者が環境配慮行動に力を入れるようになったので、一事業者・消費者として率先すべく、さらに環境配慮行動に取り組んでいます。