

〈Report〉 Case report of the Introduction of
“National Park Official Partnership” with the
Ministry of the Environment

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2022-02-18 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 富吉, 光則, TOMIYOSHI, Mitsunori メールアドレス: 所属:
URL	https://saigaku.repo.nii.ac.jp/records/1382

This work is licensed under a Creative Commons
Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0
International License.



環境省との「国立公園オフィシャル パートナーシップ」導入の事例報告

富 吉 光 則

1. はじめに

新型コロナ発症から1年あまりが経過した本年3月10日、本学の観光分野における新たな一歩となる「第7回 国立公園オフィシャルパートナーシップ」締結式が行われた。前回第6回目(2020年10月挙行)の締結式までは、霞が関・環境省にて環境大臣との対面による式典であったため、大臣と各社代表者とのパートナーPRボードを挟んでの記念撮影は内外に対し大きなPR素材となり得るものだったが、緊急事態宣言の延長により今回の締結式は全社一律オンラインへと変更された。たった一度の機会を逸したという点では残念であったが致し方ない。当日は情報メディアセンターの協力により埼玉学園大学6階大会議室にオンライン機器を設定し、霞が関・環境省とつないだリアルタイムなセレモニーは滞りなく終了し、この日から向こう5年間のパートナーシッププログラムがスタートした。

そもそも、環境省が国立公園を舞台にした環境整備政策だけにとどまらず“観光促進”を行う背景はどこにあるのかを考えた時、その前段となる政策は5年前にさかのぼる。「国立公園満喫プロジェクト」に記載された趣旨が分かりやすいので引用して紹介しよう。

『環境省では「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき国立公園満喫プロジェクトを推進しています。阿寒摩周国立公園、十和田八幡平国立公園、日光国立公園、伊勢志摩国立公園、大山隠岐国立公園、阿蘇くじゅう国立公園、霧島錦江湾国立公園、慶良間諸島国立公園の8か所の国立公園で「国立公園ステップアッププログラム2020」を策定し、2020年を目標にインバウンド対応の取組みを計画的・集中的に実施し、日本の国立公園を世界の旅行者が長期滞在したいと憧れる旅行目的地にします。』⁽¹⁾ — 環境保護を司る環境省の政策でありながら、観光政策にも大きく踏み込んでいる点が特徴だ。一方、政策の実行には、民間企業・団体等との協力が不可欠となる。そのための官民一体となった政策の推進が、今回本学が手を挙げた「国立公園オフィシャルパートナーシップ」による締結である。「国立公園オフィシャルパートナーシップ締結式(第7回)の開催について」の報道資料では、冒頭で、「環境省では、民間企業・団体と相互に協力して、国立

公園の魅力を世界に向けて発信し、国内外の利用者の拡大を図るため、国立公園オフィシャルパートナーシッププログラムを推進しています。令和3年3月10日（水）に第7回目となる本パートナーシップの締結式を開催します。本パートナーシッププログラムは平成28年11月に設立し、令和3年2月末時点で84社の企業等と締結を行っています。今回新たに21社と締結し、パートナー企業等は全105社となる予定です。」⁽²⁾と公式発表している。まずは私がここに思い至った背景から報告することにしてしよう。

2020年1月に世界中で巻き起こった新型コロナウイルス感染症の爆発的まん延により、日常生活や企業活動が世界規模で大打撃を受け、そのあおりで我が国においても瞬く間に人流は制限され大小さまざまなイベントが中止に追い込まれた。その中で日本にとって最もインパクトとなったものが「東京2020オリンピック・パラリンピック大会」の1年の延期である。さかのぼること2003年のビジットジャパンキャンペーン（略称、「VJC」）以降着実に国の基幹産業として成長してきた観光産業への打撃は大きく、その中でも花形である航空業界の凋落はかつて経験したことがないほどであった。そのあおりは学校教育の現場においても甚大で、オンライン授業という不慣れた授業形態となり混乱を招く。さらに大学教育において忍び寄ってきたのがまさに当該業界全体に影響が及んだ企業の新卒採用の中止や縮小であり、就職氷河期以上の想像もしていなかった現実であった。この数年、国策であるインバウンドの成長と人気にあやかる形で多くの大学で観光系学科の立ち上げやそれに伴う履修科目の増加、それによる観光業界への出口戦略に足並みを揃え成果が出始めたときで、2019年ラグビーワールドカップ日本大会、2020東京オリパラ、2025年大阪・関西万博（第2回目）、それに抱き合わせてIR（Integrated Resortの略、「統合型リゾート」いわゆるカジノの解禁）も実現させて一気に2030年インバウンド6千万人を達成して日本列島全体への雇用の拡大および世界のインバウンド大国へ、の青写真であった。ところが、その華やかな「エアライン」、「トラベルエージェンツ」、「ブライダルビジネス」、「テーマパーク」、といった科目群は色褪せ、教育関係者は納得のできる着地フローを作り上げる必要性に迫られたのだ。政府は、時期尚早ながらも「Go to トラベルキャンペーン」を見切り「発車」し復活のシナリオをまず近場の国内旅行、次いでアウトバウンド（観光目的および業務渡航による海外旅行）、最後にインバウンド、の順に青写真を描くも、新型コロナの前では、感染者の急拡大と医療機関へのオーバーキャパシティによってほどなく中断に追い込まれる結果となった。先の見通しが全く立たない、2020年の夏はそんな背景であった。

2. コロナにより露呈した観光産業のビジネスモデルの不確実性

残念ながら旅行・観光業界ほどコロナ禍では避けるべき「三密」に則ったボリュームビジネス、

つまり数の原理に依存した業界はないだろう。繁忙期、ピーク時、満席、満室、行列といった言葉がある通り、上限の決まったキャパシティに対し、いかに売り上げを最大化させるか、それをどう最小のコストで回せるか、その差分によって利益を確保するビジネスモデルである。つまり稼げるときに徹底して稼ぎ、需要のないときはじっと耐える。この原理を究極まで反映して生まれたのが航空におけるLCC（Low Cost Carrier、ローコストキャリア、格安航空会社）であり、わが国独自のノウハウが詰まったビジネスホテルであり、さらには人気のテーマパークビジネス、である。一方、日本の旅行者の動向は「安近短」と「ピーク時」に一極集中する旅行形態となっていた。それは「働き方改革」として政府が法整備しなければならないほど、欧米の「バカンス・バケーション」とは異文化ともいえる旅行行動になってしまっていた。2020年1月のまさに新型コロナの報道に世界中が注目をする中で運悪く横浜で発覚した豪華客船「ダイヤモンドプリンセス号」船内のパンデミックが、旧来の旅行パターンに起因した産物、といえなくもない。この事件ともいえる出来事を始まりとして間もなく2年になろうとする世界の行動制限は今も継続しており、各国がいまだにその出口の時期・方法を見出せずにいる。日本では三密を避ける新しい生活様式を守り、自然回帰、地方分散、近隣への近場旅行（「マイクロ・ツーリズム」と呼んでいる）に矛先を変えている消費者にとって、発生から6つの季節が過ぎる中、社会生活は停滞し、様々なイベントが中止に追い込まれ、2度のGW・夏休みは移動制限により旅行はおろか帰省さえままならず、人流はほとんど最小化され我慢の連続である。そんな中挙行された無観客による東京2020オリンピック・パラリンピック大会が、成功とは決していえないが、ある意味では記憶には永遠に残るコロナ禍中を代表するイベントになった。メイン会場となった「東京新国立競技場」がさながら世界遺産の負の遺産・記憶遺産として、後年歴史に名を遺すことになるといふ予測は皮肉ではない。

話を2020年夏に戻そう。観光系科目群を主要な学びと位置付けている大学教育では、この状況がいつコロナ前に戻るのか、それとも戻らないのか、将来につながる何かを結論として教授しているのか、これらをしっかり示した上で講義を組み立てたシラバスは残念ながらほとんど見受けられなかった。多くはコロナ前の旅行業界の「こうであった姿」のビジネスモデルの解説とコロナ発症前までのデータを示しているのみ。当然、学生に対し最も大切な将来に対する指針は何も含んではいなかった。政府同様打つ手がないと大学での高等教育が停滞している間に、一部の専門職を目指す学生以外の将来の選択は、他の業種業界に向いてしまうのは必然であろう。コロナ禍でクローズアップされた、アフターコロナ時代に確実に必要とされる観光およびそれに関連するキーワードを集めてみると、

「自然回帰、自然・環境保護、地方分散、分散休暇、閑散期の旅行、車での移動、小グループ、屋外アクティビティ、三密を避ける、感染症対策の徹底、脱炭素、クリーンエネルギー」

である。残念ながら、コロナ前の旅行業界・観光業界には、これらのどれもが将来の理想像でしかなく、現実には手をつけることさえ時期尚早な領域であった。それがあつという間に眼前に表れ、現状のビジネスモデルにとって代わろうとしていたから需要の蒸発以上に尻込みするのも無理はない。

これらを逡巡した結果、スピード感をもって何事かを仕掛け、新しい考え方や方向性を素早く定着させるには、新しくも親しみのある「御旗」を掲げそこに耳目を集約させることが常套手段となる。つまり、誰もが安心して聞く耳を持つ明確なテーマがそこにあり、正しい方向性と中長期的に取り組む価値があること、それを「御旗」と位置付け、ふさわしい対象を探し、成功戦略の糸口を設定することが肝要だと思料した。

3. 環境省の立ち位置と政策

21世紀前半は、持続可能な社会を再構築するために、世界規模で力を合わせて大きな転換期にすることは周知のとおりである。2015年の「パリ協定」を経て、脱炭素への取組み・達成目標なしには人類動植物・大気陸上海洋・都市自然の全てが崩壊に向かう。産業革命から始まった地球温暖化のスピードは加速し続け、このままでは生活の多くの局面が160年前とは想像できない終着駅に向かうリスクを疑う人はいない。そのことに見て見ぬふりはできなくなり、日本政府は2020年12月コロナ禍にあつて初めて明確な方針を打ち出し、かつてない規模の予算を組んだ。コロナ対策の末に倒れた前短命政権最大の功績として評価が高く、それを環境省が推進する形で自治体による「脱炭素ドミノ」をスローガンとして大臣自ら先頭に立ってブームに過昇させている。また、観光促進にも相乗りする形でインバウンドに資する「国立公園満喫プロジェクト」を民間事業者と手を携えて「国立公園オフィシャルパートナーシップ」の名目で新たな動きとし、官民一体となった政策推進としていた。それが2020年インバウンド4千万人達成を目前にコロナにより忽然と実績の積み重ねが蒸発してしまったため、さらに5年間の延長措置をとる。この動きをつぶさに観察していた、まさに延長措置が環境省のテーブルに乗ったタイミングが2020年夏であった。環境省の持ち駒である「国立公園・自然回帰・環境保護」がコロナにより突然ハイライトされ観光への流用が本格的に動くことになるとは、観光関係者の誰もが予測さえできなかった。

ともあれ、平常時では「国立公園」といっても意識することなくやり過ごしていた観光の土俵が、コロナ禍およびアフターコロナにおいては先に述べたキーワードの多くが合致する「御旗」として輝きを放つ素材であることに気付かされた。そしてそれには多くの企業も注目せざるを得ないほど最重要課題であり、大学の学びとしてもさらに大きく発展させることができる。これこ

そ、誰もが分かりやすいストーリーになり得るのではないかという仮説のもとに、ベストケースシナリオを描いてみた。

- ・大学機関として2校目の「国立公園オフィシャルパートナーシップ」の認定を得る。
- ・活動の一つとして埼玉県を含む「秩父多摩甲斐国立公園」でフィールドワークを行う。
- ・学生がこのプロジェクトを深く理解するための「特別授業」を設定し、概要を習得する。
- ・さらに就職活動に向けて武器となる「大学で力をいれたこと」に資する学びにする。
- ・この取組みを埼玉県内大学高校に対し SNS 等で情報発信を行い、広報的役割を果たす。
- ・観光にとどまらない「持続可能な社会」「脱炭素化」につなぎ、継続した学びを高度化させる。
- ・5年間の継続プログラムで1年目の露出は重要、ただし5年のスパンは多くの予期せぬ発展をも生む時間的な猶予がある。理念がしっかりしてブレなければ今後多彩な結果を作り出せる。

最後のポイントを補足すると、多くの人が関与することで予想もしない反応が起こる可能性を秘めていることを指しており、幸い、本学には観光分野だけでなく環境や動物保護に精通した教授陣がおられ、事務局のサポートもしっかりしているのは周知の事実でありがたい。

一方、我が国の環境に対する取組み、特に脱炭素市場においては、これまで先進諸国に大きく後れをとっていた。このままでは、技術力、開発力、資金、人材等のリソースはありながら、それを経済に落とし込む政策がないまま先行する各国の後塵を拝する結果になるという危機感のもと、それに待ったをかけ果敢に挑戦する姿勢を予算で示した前政権は、数兆円のマーケットに成長する確信があつてこそその大胆な決断であった。本題から外れるので詳細は省くが、「国立公園オフィシャルパートナーシップ」の延長線上の進むべき道はこれによりにわか光明が差すこととなる。令和3年度観光庁予算に、「国立公園のインバウンドに向けた環境整備」として49億6千万円の予算がついた。それは、観光予算全408億円のうち実に12%を占める画期的なこと。こうして、名実ともに環境省の守備範囲に観光が結びつく形が出来上がり、その先、環境問題への対応に進化することに疑いはない。五里霧中だった2020年の夏は、半年後の3月にはうっすら道筋が見え始める。これを学生にも語り理解してもらい、学生の賛同を得て行動を起こしてもらおうと方向性を定めた。

4. 本学の取組み

「国立公園オフィシャルパートナーシップ」取組みに関する環境省との摺り合わせは、軸こそブレないが幾度となく修正が行われた。何しろ大学機関の契約は5年ぶりのことで取組みも大きく

異なる。10月からの作業は最終的に成文化されたのが2月の下旬、締結式の約2週間前だ。メーカーでもサービス運営主体でも、まして営利目的でもない教育機関である本学の成果物としての可視化は、それこそ絵餅になってはいけない。ポイントは、民間企業にはない学生の柔軟な発想や行動が成し得るITやデジタルを駆使した情報発信によって首都圏・埼玉県内への波及とPR効果であり、アイコンとなる国立公園「秩父」は埼玉県にある大学が行うべき地理的結びつきである。こう考えたとき、建前としての活動方針は決まってくる。最終的に1年目の活動方針を以下の3点に絞って環境省の承諾を得た。

- 1) 大学教育において、この取組みを取り入れた「特別授業」を行って深く認知させながら、学生への国立公園全般の魅力を学ぶ機会とする。
- 2) 地元メディアやSNS、ウェブサイトを活用して、埼玉県内の他の教育機関・教育者・学生・住民に向けて、広く本事業の理念と本学の活動を発信して広報活動とする。
- 3) 学生の新鮮で新しい発想により、地域連携の観点から埼玉県内にある首都圏から最も近い「秩父多摩甲斐国立公園」を舞台にして、観光面での誘客、ワーケーションや移住、など、環境保全とともに集客の面からも国立公園自体の活性化を図っていく。

令和3年前期において、学生が就活に活用しようとするためには、まず1)において特別授業を行い、「国立公園オフィシャルパートナーシップ」の意義を理解してもらう必要がある。前期の間に、埼玉学園大学・川口短期大学で行われた観光系科目内で2回の特別授業を行った。認定パートナーは利用規約の範囲内でロゴマークやテキスト素材は自由に事前承認なしに使うことができる。教材は、環境省ウェブサイトからの引用抜粋から独自に制作した。次に情報発信。締結式に取材に来ていただいた埼玉新聞のコラムを活用し、5月と12月に活動内容を県内に発信することにし、すでに掲載された5月のコラムでは、導入した背景と学生の学びと発展の可能性を中心に報告とした。また、PR用のツイッター、ウェブサイトから関連する話題を発信した。これにより前期の目標とする活動は一定の水準を満たした。それを内部の自己満足だけにせず、4月に環境省自然公園課に出向いて報告し、さらに関東6国立公園を管轄する関東地方事務所には3月と4月に面会し、活動の報告とともに後期に行う予定のフィールドワークへの協力依頼を打診した。

一方、「国立公園オフィシャルパートナーシップ」は特別授業の実施だけにとどまらず、活動の拡大と高度化が期待できるものとして2点が必然的にハイライトされてきた。ひとつは「志を一緒にする関係事業者や関係団体との交流による発展」であり、もうひとつは「環境問題への意識の高まり」につなげるものである。前者は、このプロジェクトスタートの起源ともなるもので、最も重要である。環境省関東地方事務所への訪問の際、秩父を含む尾瀬、日光、小笠原、富士山箱根伊豆、南アルプスこの6つの国立公園を管轄していることの説明を受けた中で、富士山箱根伊豆は距離的にも近く、なにしろ箱根を始めとした国内有数の温泉地を持つ。観光業界の中で壊

減的な航空および輸送・インフラ・旅行代理店・ブライダルに比して宿泊業はポストオリンピックでは最も新規開業の多い業種である。それはオリパラ1年延期でさえ影響なく順調に開業が続いていき、「ライフスタイルホテル」という新しいサービス形態も含めこれまで日本には少なかった4ツ星、5ツ星グレードのホテルが数多く含まれ、特筆すべきは、その多くが東京・大阪以外の地方都市やリゾート地に開業することだ。2025年の大阪・関西万博（+ IR 開業）を待つまでもなく、日本が得意とするビジネスホテルには寄り付かない富裕層がこぞって利用する高級グレードの開業は1964年の第1回東京オリンピック以来の大きなホテル建設ブームの到来さえ予感させ、またとない就業機会となる可能性さえ見えてきた。その業界への進路を学生に示さずして、単に観光全般を標榜するだけではせっかくの機会を逸してしまうことになりはしないだろうか。多くの大学では、宿泊業界系の専門科目がいくつかあっても、それが学生の武器になるところまで高めたものではないのが現状で、単に宿泊業界を目指せ、だけでは成果にはつながらない。大学・短大における宿泊業界への就活成功の秘訣は、

- ・観光系専門科目の履修
- ・宿泊関連の資格の取得
- ・インターンシップによる現場研修
- ・確かな使える英語力
- ・ホテル演習

この5つが必要条件とみている。この中で、資格の取得は本年3月初めて取り組んだ検定で8名の合格者を出した「ホテルビジネス実務検定・ベーシックレベル2級」を取得しておけば、最低限のホテルのオペレーションに関する基礎知識を習得したと認定される。エクステンションセンターの資格講座にも取り入れていただき、11月、3月の年2回の試験を学内で団体試験会場として実施する体制は整った。英語力は外資系やインバウンドの多いホテルではある程度必須となる。TOEICスコア550点を目標に、卒業までにはそれに近いスコアを取りたい。が、英語が苦手ゆえに業界で通用するための英語力を是が非でも習得したい、という学生が少ないのが現状で、これは今後改善し工夫していく必要が絶対にある。「英語のみで行うサマースクール」などがヒントだろう。そして、インターンシップと演習である。インターンシップは夏休みを契機にしてワンデイ、オンライン形式等の方法で各社行いが、その多くが実態はインターンシップとは名ばかりの会社説明会であり「現場研修」にはなっていない。それでは応募者に優劣の差はつかない。本当に必要なのは、専門科目を学び資格を取った上でさらに現場での研修を受けた実績であり自信である。ところが、この点に関して何も用意していないのが多くの大学・短大の現状で、それでは企業の採用基準にも満たないことは予測可能だ。そこで話が箱根温泉になる。箱根は高級和式旅館を中心にリゾートホテル等104軒の伝統・特徴ある宿泊施設が軒を連ねる。緊急事態宣

言下でさぞ苦戦していると思いきや、固定客を持つ施設が多く盛況だと聞いた。首都東京からも埼玉県からも90分～2時間圏内の首都圏の観光地の一部ともいえよう。今回事前学習をオンライン形式で協力いただいた「箱根DMO」(Destination Management Organizationの略、観光庁が推進する観光協会の株式会社化)のヒアリングでは、慢性的に若い労働力が不足し、繁忙期には御殿場から時給3千円で派遣を雇っており、箱根町の観光における収支としては厳しい状況が続いているとの意見も聞かれた。一方、短大の学生に箱根および和式旅館での仕事のイメージはどうかと尋ねると宿泊業界を目指している学生からは少なからず関心度の高い意見が聞かれた。「秩父」をベースに観光・自然環境を学んでいる本学とリピート率ナンバーワンの箱根温泉とを「国立公園・自然保護」をキーワードにつなげてみよう、これがそもそもの発想である。箱根の宿泊施設を取り纏める団体「箱根温泉旅館ホテル協同組合」の理事の方々がこの提案に賛同の意を示し話は動いた。環境省との契約の締結完了を待って3月の具体的な交渉開始、4月の現地訪問打ち合わせ、5月の骨子作成と学生の選抜、6月の5施設の受入確定(最終的には4施設で実施)。埼玉学園大学・川口短期大学双方で募集する方針はキャリア支援課のサポートによりスムーズに流れ、13名の初年度参加者が決まり、入念な事前学習やガイダンスを経て実行された。現場で2週間または3週間の就労を経験し多くの試練を耐え抜いてきた学生はみな自信に満ち溢れた表情で感謝の気持ち(おもてなし、ホスピタリティ)をたっぷり学んで戻ってきた。お礼のレターもしっかりしたものでこれならどこに出しても恥ずかしくないほどだ。受入施設の本学学生への高評価はここでは紹介しきれないが、学生からの熱いコメントにも負けないくらいに胸を衝かれ不覚にも涙腺崩壊しそうであった。

5. 本当の意味での活動はこれから

こうして5年プロジェクトの初年度の前期が終了した。同時期は就職戦線真っただ中である。幸い、これを武器に就活に臨んだ学生の中からさっそく様々なフィードバックが得られた。ポジティブな側面は他大学との差別化やガクチカの説明に役立った、ネガティブな側面は関心を持った企業担当者から多くの質問を受け突っ込まれて回答に困った、等、紆い交ぜであるが、学生がこれを武器に戦えるという自信になったことと、企業への他校との差別化に役立った、という点で内外に響いたことは間違いない。これをさらに浸透させていく必要があり、そのためには、活動に厚みと関心を持ってもらえるイベントが重要となる。後期では、観光系科目内での「特別授業第2弾」として、「脱炭素社会への取組み」を「COOL CHOICE」⁽³⁾(8月4日に申請済み)に賛同する形で具現化した授業を実施して日常生活に落とし込む。合わせて県内の国立公園である秩父へのフィールドワークを実施する。環境省から紹介を受けた「埼玉県秩父環境管理事務所」担

当者から「三峰ビジターセンター」にて特別レクチャーを受け、今のうちから1年生の理解を深めておこうという目論見である。その結果は大学祭での出展発表につなげていく。2021年度後期の活動内容の計画は、以下のようになる。

- ・「COOL CHOICE」に基づいた「特別授業 第2弾」の実施。
- ・「秩父多摩甲斐国立公園（三峰ビジターセンター）」へのフィールドワーク。
- ・「観光政策論」において海外各国政府観光局による「ニューノーマル」, 「ワクチンパスポート」をベースにした各国の観光復活のシナリオと観光の現状のオンライン授業。
- ・「箱根温泉インターンシップ」本年度活動の総括を行い、次年度に向けてさらに「就職に直結する現地での合同説明会・面接会」実施の可能性や、学内における単位との互換性の検討。

これらを後期の授業や行動目標に設定し、観光促進と環境保護を両輪で学ぶ大学として就活で成果を上げることを明確な着地点としたい。他大学がソリューションを模索している最中、発案者がどれだけ熱量とエネルギーを持ってアウトプットし続けるかが大きく結果を左右すると信じ、これからも自由にスピーディにそして大胆に、学生のためになる政策を打ち出して他大学との学びの差別化を図っている過程である、と報告の筆をとったものである。学内関係各所・各位に感謝しつつ。

《注》

- (1) 「国立公園満喫プロジェクト」は環境省ウェブサイト「環境省では「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき国立公園満喫プロジェクトを推進しています。(中略)「国立公園ステップアッププログラム2020」を策定し、2020年を目標にインバウンド対応の取組みを計画的・集中的に実施し、日本の国立公園を世界の旅行者が長期滞在したいと憧れる旅行目的地にします。」と記されその一部を引用した。<http://www.env.go.jp/nature/mankitsu-project/>
- (2) 「国立公園オフィシャルパートナーシップ」プログラムとは、ニュースリリース『環境省・小泉環境相、民間企業・団体と「第7回国立公園オフィシャルパートナーシップ」締結式開催（2021年3月10日）2016年の「国立公園満喫プロジェクト」発足とともに設立し5年目を迎える「国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム」』。参画している民間企業・団体は本締結式で新たに21社が加わり、全105社へ。』で発表されたものの一部を引用した。
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000007.000071014.html>
- (3) 「COOL CHOICE」は、観光庁サイト『CO₂などの温室効果ガスの排出量削減のために、脱炭素社会づくりに貢献する「製品への買換え」, 「サービスの利用」, 「ライフスタイルの選択」など地球温暖化対策に資するあらゆる「賢い選択」をしていこうという取組みです。』を参照した。
<https://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/about/>

(提出日：2021年9月24日)