

災害被害を軽減する国民運動の推進枠組みに参考となりうる制度（マークを含む）
 【政府等発案型 主なもの】

※ 公開資料・一部ヒアリングに基づいて作成

マーク・関係団体	概要 (制度発足の経緯や趣旨、現在の普及状況)	構成団体等 (加入条件や加入団体等)	マークの使用等 (使用方法、金額)	運営体制 (事務局体制や運営資金)
<p>チーム・マイナス6% (環境省地球環境局内「チーム・マイナス6%」運営事務局)</p> 	<p>【経緯等】 京都議定書が2005年2月16日に発効し、日本は2008年から2012年の間にCO2などの温室効果ガスを1990年に比べて6%削減することが義務づけられた。この削減約束の達成に向け、政府の地球温暖化対策推進本部では、「チーム・マイナス6%」を推進。 ・プロジェクトではCO2削減のための6つのアクションを設定し、国民一人ひとりに具体的なアクションを起こさせるために個人、企業・団体にチーム員宣言を促すことで活動を推進。 ・1人1日1kgのCO2削減を目指す「私のチャレンジ宣言」や低炭素社会づくりを目指した広報活動も実施。 ・平成17年4月28日発足。 【現状】 平成21年3月13日19:15現在の参加者数は3,005,522名、参加団体数は28,161団体。</p>	<p>・チーム・マイナス6%の趣旨に賛同する個人、法人・団体は参加可能。 ・ホームページ上で加入申し込み(チーム員宣言)を行う。 ・個人にはチームパスが発行される。</p>	<p>【マーク使用法】 政府が行う地球温暖化防止に関する各種イベント、行事、広報活動に活用するほか、経済界・労働団体・自治体・NPO・企業・学校・個人等が地球温暖化防止を推進する施策や活動を行ったり、地球温暖化防止に関する情報提供・普及啓発に資する活動を行ったりする場合に積極的に活用される。 【使用料等】 「チーム・マイナス6%」に参加するすべての企業・団体は、チーム・マイナス6%運営事務局に申請書を提出し、承認を受けることによりロゴマークを無償で使用することができる。</p>	<p>【事務局】 環境省地球局地球温暖化対策課国民生活対策室が事務局。 【運営資金】 約30億円(平成17年度～、環境省)</p>
<p>ごはんを食べよう 国民運動 (ごはんを食べよう国民運動推進協議会)</p> 	<p>【経緯等】 本運動は、主食である米を通じて、国民一人ひとりが食料について考え、農業・農村の役割や食生活のあり方の見直しを図らせるため、消費者をはじめ生産者、学識経験者、団体・企業、国や地方公共団体などが一体となった国民総ぐるみによる「ごはんを食べよう国民運動推進協議会」を平成11年4月に設立し、活動を展開しているもの。 ・平成7年の阪神淡路大震災時に様々なボランティア等からおにぎりの供給を受けたことを契機としてスタートした。 ・主な事業は、シンポジウムの開催、普及・啓発活動の実施、情報の収集・提供など。 【現状】 平成20年現在335会員となっている。なお、マークの普及状況は不明。</p>	<p>・運動の趣旨に賛同する団体・企業を推進協議会が会員。 ・主な参加団体としては、農業、米穀流通、農機、農薬、外食、医師会、消費者団体、生協、PTA、全農県本部・経済連等の団体も会員。また参加企業としては食品関連で外食、食品、農薬、肥料、調味料等のメーカーが中心。</p>	<p>【使用方法】 シンボルマーク等の使用は会員、非会員を問わず使用可能である。推進協議会による使用等の承認が必要。 【使用料】無料。</p>	<p>【運営】 推進協議会によって行われており、推進協議会への加入状況は、平成20年6月現在、335会員となっている。内訳は食品業界等を中心に企業175社、団体101、47都道府県、学識経験者12名。 ・推進協議会への会費は無料であるが協賛金を募っている。 【事務局】 事務局は、兵庫県農林水産部のスタッフ75名。</p>

マーク・関係団体	概要 (制度発足の経緯や趣旨、現在の普及状況)	構成団体等 (加入条件や加入団体等)	マークの使用等 (使用方法、金額)	運営体制 (事務局体制や運営資金)
<p>カエル！ジャパン (内閣府・仕事と生活の調和推進室)</p> 	<p>【経緯等】 本運動は、「国民一人ひとりがやりがいや充実感を感じながら働き、仕事上の責任を果たしながらも、家庭や地域生活などというさまざまな場において、また、子育て期や中高年期といった人生のさまざまな段階に応じて、多様な生き方が選択・実現できる社会」を目指すための運動である。 ・キャンペーンに関連しては、平成19年12月18日、関係閣僚、経済界・労働界・地方公共団体の代表により構成される「仕事と生活の調和推進官民トップ会議」において、「仕事と生活の調和(ワーク・ライフ・バランス)憲章」及び「仕事と生活の調和推進のための行動指針」が策定された。 ・平成20年度を「仕事と生活の調和元年」と位置づけ、個々の取組の支援とそのネットワークの構築を推進するとともに、「憲章」と「指針」を一人でも多くの人の理解を得て、社会全体での取組を推進するため、ポータルサイトの開設や連続シンポジウムの開催などを、「国民運動」の一環として展開している。 ・「カエル！ジャパン」というキーワードの下、シンボルマーク・キャッチフレーズを作成し、キャンペーンを実施している。 【現状】 マークの使用率については公表されていない。</p>	<p>・「カエル！ジャパン」キャンペーンに賛同し、仕事と生活の調和の実現に向けた具体的なアクションを起こす意志がある企業、団体、個人であれば、キャンペーンへの参加が可能。</p>	<p>【使用方法】 マーク使用希望者は参加登録を行ったうえで、利用規則に従ってロゴを使用する。 【使用料】 企業・団体、個人がホームページからダウンロードして使用でき、交付料は発生しない。 ・マーク使用者は、マークの利用実績を運営者に提出する。</p>	<p>【運営】 内閣府・仕事と生活の調和推進室が運営している。 【事務局】 担当が1名(他業務との兼務)</p>
<p>若チャレ！ (厚生労働省職業安定局)</p> 	<p>【経緯等】 若者の人間力を高めるための国民運動。 ・社会が大きく転換する今、若者が自立し、いきいきと活躍できる社会を目指して、企業や労働組合、学校、マスメディア、地域社会、政府等が一体となって、若者をとりまく問題をそれぞれの立場で考え、サポートし、その輪を広げていくことを目指している。 ・「若者の人間力を高めるための国民宣言」、「国民運動推進の基本方針」、「国民運動推進の行動計画」を基盤に、企業、学校・教育機関、地域社会、行政機関など、各界に国民運動の推進に協力する取組を促すとともに、ポスターや冊子、パンフレットを通じて社会への浸透を図っている。 【現状】 マークの普及率についてのデータは把握していない。</p>	<p>・経済、労働、教育、地域社会等の各界代表、学識経験者等が議論を行う「若者の人間力を高めるための国民会議」が方針決定を行う。 ・平成20年2月現在、22名の委員が在籍。</p>	<p>【使用方法】 推進ツールはホームページ上からのダウンロードが可能で、ダウンロード時に使用に関する登録はない。 【使用料】 入手する際に費用は発生しない。</p>	<p>【事務局】 厚生労働省「若者の人間力を高めるための国民運動実行委員会事務局」は現在解散している。 【運営予算】 平成18年に1.94億円、平成19年に1.75億円であったが、現在は予算措置は講じられていない。</p>

マーク・関係団体	概要 (制度発足の経緯や趣旨、現在の普及状況)	構成団体等 (加入条件や加入団体等)	マークの使用等 (使用方法、金額)	運営体制 (事務局体制や運営資金)
ビジット・ジャパン ・キャンペーン (日本政府観光局) 	【経緯等】 2010年に訪日外国人旅行者数を1,000万人とするとの目標に向け、日本の観光魅力を海外に発信するとともに日本への魅力的な旅行商品の造成等を行う官民一体のビジット・ジャパン・キャンペーン。 【現状】 キャンペーン開始(2003年)以降、訪日外客数は521万人(2003年)から835万人(2007年)と増えている。 ・また、マークの利用実績は年間約400件程度。	・ビジット・ジャパン・キャンペーンの推進または啓発にかかわる事業、また出版物の刊行等を行う地方公共団体、民間企業・団体等。	【使用方法】 地方公共団体、民間企業・団体等による訪日旅行促進事業、ビジット・ジャパン・キャンペーンの推進または啓発にかかわる事業、また出版物の刊行等について、ロゴを利用できる。 ・使用希望者は利用規則に従い使用対象物や使用期間等について事務局へ申請の上、ロゴを使用する。申請後、e-mail等によるロゴの送付となる。 【使用料】 交付料は発生しない。	【実施本部】 国土交通大臣を実施本部長、(社)日本ツーリズム産業団体連合会(TIJ)会長、国土交通副大臣、(社)日本観光協会会長、日本政府観光局理事長を副本部長とし、官民の関連団体・企業や関係省庁等のトップ計57名で構成されている。 【事務局】 独立行政法人国際観光振興機構海外プロモーション部が実施本部事務局としての機能を担っている。キャンペーンの運営に充てられている資金は不明。ロゴの管理等に関しては事務局3名で対応している。
全国警察(生活安全課)  (一例) 警視庁子ども110番マーク このマークは都内での活動を支援するもの	【経緯等】 ・幼い子どもが誘拐され殺害される事件が相次いで発生し、このような事件を二度と起こさないため、平成17年6月には犯罪対策閣僚会議において「地域ぐるみで行う子供の安全確保」が論議され、平成17年11月以降、警察、教育関係者、保護者やボランティアにより、地域ぐるみで子どもを犯罪被害から守るための取組みが開始された。 ・子どもを守るボランティア活動の一つであり、下校時や公園・広場などで遊ぶ時間に「声掛け・痴漢・つきまとい・おどしや交通事故」などの犯罪被害に遭い、又は遭いそうになって助けを求めた子どもを保護し、警察への通報等を行う「子ども110番の家」についても、地域住民や事業者等の協力要請により、年々その数を増やしつつある。 ・そこで、子供たちが緊急避難の目印として見やすく、助けを求めやすいように、大人のいる商店や事業所など協力してもらった建物、あるいはパトロール車に対し「子ども110番の家」のマークを付与することになった。マークは夫々の設置主体が独自に作製することにしたもの。例として警視庁での統一したシンボルとして、「警視庁子ども110番マーク」が作製されている。 ・子どもたちが安心して通学したり遊んだりすることはもちろん、地域の住人が安全で安心して歩くことのできるまちづくりの一方策として、全国警察では、①希望団体へのマークの配布、②協力者に対する110番通報要領等の指導、③通学路等の安全点検パトロールなどを行い、「子ども110番の家」活動の支援体制を敷いている。また、各地の役所(青少年課など)や教育委員会でも、夫々「子ども110番の家」のガイドブックを作成。 【現状】 公表していない。(マークの発行は各団体に任されており、発行数の把握はしていない)	・全国各地の教育関係者(教育委員会)、役所の青少年課など窓口、PTA・保護者、地域住民・自治会、ボランティア団体、並びに民間企業の自主的な参加形態となる。	【使用方法】 この「子ども110番マーク」は、 ○ マークを作製したいが予算がない ○ 各地域や設置主体により名称やマークが異なっており、子どもにわかりにくいので、統一したマークを使用したい などの事情を有する団体等に対し、各警察署から(無償で)配布される。	【事務局】 マークを発行する主体が担っている。 【運営資金】 各地方自治体からの助成金、補助金から支出、一方、民間レベルでは参加者の会費(町内会費等、活動団体の会費も含める)、事業者の出資などに基づく。

災害被害を軽減する国民運動の推進枠組みに参考となりうる制度（マークを含む）

【民間発案型 主なもの】

※ 公開資料・一部ヒアリングに基づいて作成

マーク・関係団体	概要 (制度発足の経緯や趣旨、現在の普及状況)	構成団体等 (加入条件や加入団体等)	マークの使用等 (使用方法、金額)	運営体制 (事務局体制や運営資金)
 <p>ピンクリボン</p>	<p>【経緯等】 乳がんの早期発見、早期診断、早期治療の大切さを訴えるシンボルマークとして世界中で使われている。例えば、エイボンでは2002年から「乳がんにさよならリップ」やピンクリボンをモチーフにしたオリジナルグッズを販売し、その売上げの一部を寄付している。寄付先は、(財)日本対がん協会、(NPO法人)乳房健康研究会で、マンモグラフィ車設置の助成や乳がん検診に携わる女性医師・技師の育成に役立てられている。 ・日本でのピンクリボン運動が一般的に認知されるようになったのは、2000年代に入ってからである。2000年10月にはエステローダーグループが「グローバルランドマークイミネーション」というアピール活動を開始し、その一環として東京タワーをピンク色にライトアップし、大勢の人へ視覚という形で、ピンクリボン運動の認知度向上に貢献した。 【現状】 世界30カ国以上で使用されている。</p>	<p>・運動参加についての登録等は不要。 ・日本国内では、NPO法人や外資系・国内系企業が実施する啓発イベント等を通じて広がっている。 ・アストラゼネカ、アテニア化粧品、エイボン・プロダクツ、東京海上日動あんしん生命、ワコールなど、協賛する企業、市民団体は多数存在する。 ・また、Yahoo! JAPAN、asahi.comなどのポータルサイトやニュースサイトで広くピンクリボン運動が紹介されている。</p>	<p>【使用方法】 マーク使用についての登録や使用料等についての条件はない。リボンは、企業により自由にデザインして使用できる。 【使用料】 無料</p>	<p>【運営】 ・日本でのピンクリボン運動の活動組織は多数ある。 ・その中のひとつNPO法人J.POSHの例では、個人・法人からの募金、啓発グッズ販売による収益金等を原資に、J.POSHピンクリボン基金を設置している。基金額については公開されていない。 【運営資金】 民間企業がピンクリボン運動の投じている費用は各社方針に依存、また寄付先も企業によってまちまちである。</p>
 <p>ベルマーク (ベルマーク財団)</p>	<p>【経緯等】 1960年(昭和35年)10月24日に、文部科学省の認可を得て、朝日新聞社が中心となって「教育設備助成会」(現・ベルマーク教育助成財団)を設立、スタートした。へき地学校の先生方の訴えもあり、へき地と都会の学校がともに教材備品を整えるのがねらい。 ・2008(平成20)年度事業計画案においても、ベルマーク運動が近年でも大地震が発生するたびに被災した子どもたちへの支援で大きな力を発揮し、2007(平成19)年度からは学校等の防災力強化を重点活動の項目のひとつに取り上げ、対応を強化してきたこと、北海道夕張市のように財政破綻が子どもたちの教育環境に悪影響を及ぼす新たな事態が生じていることに触れ、ベルマーク運動は教育環境に恵まれない子どもたちを助けるという運動の理念を常に訴えながら教育支援活動を一層強力に推進し、地域との結びつきを強めて、心豊かな人づくりと地球規模での教育の機会均等の実現に努めることを宣言している。 【現状】 平成19年4月から平成20年3月までの1年間の集票点数は4億3797万6406点、運動開始以来の累計は229億3389万余点、学校がこの1年間に設備品を購入した金額は5億0204万1249円。累計は2214億8035万0393円。</p>	<p>・本運動に関わる団体としては、財団、協賛企業、助成団体、協力会社がある。 【協賛企業】 マークの対象商品に関係する食品、文房具、日用品等の企業である。平成20年4月1日現在での協賛会社は58社、協力会社は20社。2000年以後は保険会社なども協賛している。 【助成団体】 教育機関や福祉団体のみが助成を受けられる助成団体である。そのため地域住民がマークを集め、マークそのものを学校や福祉団体などに寄付するという運動が行われている場合もある。 ・平成20年3月末現在、助成団体としては、28,503団体がある。運動への参加世帯数は約930万世帯、参加児童・生徒数は約1046万人。 【協力会社】 楽器・自転車製造業者・事務機器メーカー・書籍取次店・スポーツ器具メーカーなどで、助成団体へ設備類を販売する。現在、21社。</p>	<p>【使用方法】 学校や福祉施設が、協賛会社がつけているマークを集めて財団に送付すると、1点1円換算で預金化され、預金を利用して協力会社から設備を購入することができる。 ・教育に直接関係ない商品は購入できない。 【使用料】 ベルマークは協賛会社が商品に付けるため、運営者にマークを付けるための費用は発生しない。</p>	<p>【運営】 ベルマーク教育助成財団が運営している。理事会(14名で構成)、事務局長の下に、総務部(庶務係、学校設備係)、業務部(証票管理係、検収係)、経理部(経理係)、広報部(東京、名古屋、大阪、北九州)を配している。職員は約30名。 【運営資金】 協賛会社は経費負担として分担金(財団の維持費、広報費など)、市場調査費(設備購入の負担金)、万が一の時のための保証金を必要とする。 ・事業活動支出は総計約3.94億円(平成20年3月度決算)で、その内訳は①事業費支出(約1.85億円)、②管理費支出(約2.09億円)である。事業費のうち0.57億円は、国内外向けの教育助成費として使用されている。</p>