

## 第8章 再生可能エネルギー情報提供システムの広報 PR

本章では、再生可能エネルギー情報提供システムの認知度向上に向けた広報 PR について検討し、実施した。また、閲覧数増加に向けた提案を行った。

### 8.1 認知度向上に向けた広報 PR 戦略の検討

#### 8.1.1 広報戦略策定の基本方針

令和2年6月26日に再生可能エネルギー情報提供システム（REPOS）が正式リリースされ、今後 REPOS から再エネ情報を発信していくことが発表された。本ウェブサイトが広く活用されるための広報戦略について、インターネットを日常的に利用する消費者の購買に関する心理プロセス「AISAS」（図 8.1-1）を参考に考える。リリースまもないサイトの広報戦略の立案にあたっては、「注意」および「関心」を引き出し、「検索」につなげることが重要であり、まずはサイトの存在を知ってもらうことに注力する必要がある。その後は有効な「行動」および「共有」を引き出すための戦略を段階的に進めることが効果的と考える。

#### 「AISAS」のプロセス

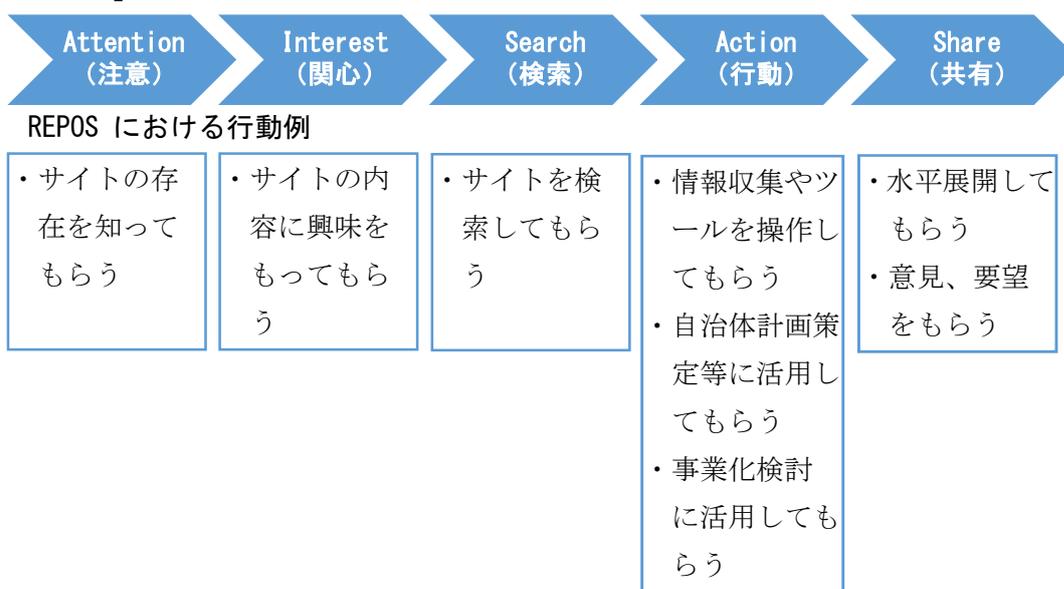


図 8.1-1 「AISAS」のプロセスと REPOS における行動

現状 REPOS が提供する情報は、主に「再エネの導入ポテンシャル情報」、「再エネに係るゾーニング情報」、「再エネ導入実績」、「防災関連情報」であり、今年度は「砂防ダム情報」等が追加される予定である。

現在提供されている情報は、幅広い層に活用される情報とは言い難いため、まずは REPOS が提供する情報を活用できる層に絞った認知度向上を目指した。

### 広報戦略策定の基本方針（案）

- ・今年度は、現在 REPOS が提供する情報の活用意義の高い利用者をメインターゲットとし、認知度向上を図る。
- ・段階に応じた有効な活用方法の周知に努め、利用頻度・活用場面の拡大を図る。

#### 8.1.2 広報ターゲット層の設定

令和 2 年度における搭載情報および搭載予定情報をもとに、メインターゲット層を検討した。現在の搭載情報および想定される主な利用者を表 8.1-1 に示す。

REPOS の今後の情報追加・更新状況によってターゲット層は変化する可能性があるが、当面は現在提供する情報の主な想定利用者である、「地方公共団体」および「再エネ事業者」をターゲットとすることが有効と考えられる。

表 8.1-1 現在の REPOS 搭載情報（予定含む）と想定利用者

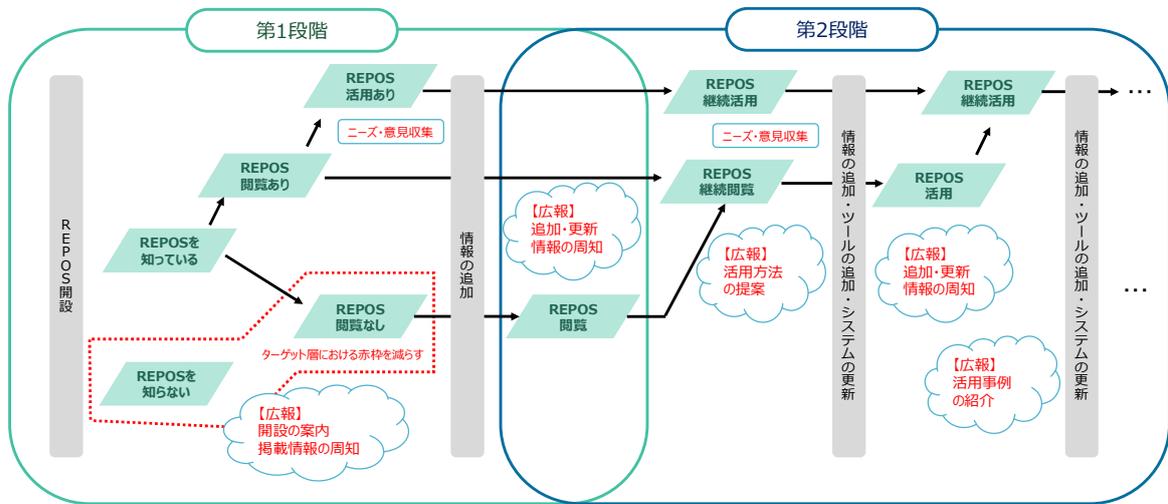
情報名	想定される利用者
再エネの導入ポテンシャル情報	地方公共団体の環境関連部局 再エネ事業者 研究者 コンサルタント
再エネに係るゾーニング情報	地方公共団体の環境関連部局 再エネ事業者 研究者 コンサルタント 環境保護団体
再エネ導入実績	地方公共団体の環境関連部局 地域新電力
防災関連情報	地方公共団体の防災関連部局・環境関連部局 地域住民
砂防ダム情報	中小水力事業者 地方公共団体企業局

#### 8.1.3 広報戦略の検討

広報戦略は、「目指す REPOS の姿」に近づけることを目標として、2 つの段階に分けて検討する。基本方針に掲げたとおり、「当面は、現在 REPOS が提供する情報の活用意義の高い利用者をメインターゲットとし、認知度向上を図る」ことが重要と考え、これを第一段階（1～2 年程度）とし、認知度向上および露出頻度の増加を目指す。

ある程度閲覧数が向上した後を第 2 段階（2～3 年程度）とし、利用率向上、活用方法の拡大に向けた方策を検討する。

図 8.1-2 に 2 段階広報のイメージを示す。



目指す姿：再エネ関連のデータ取得といえは“REPOS”という認識が浸透している

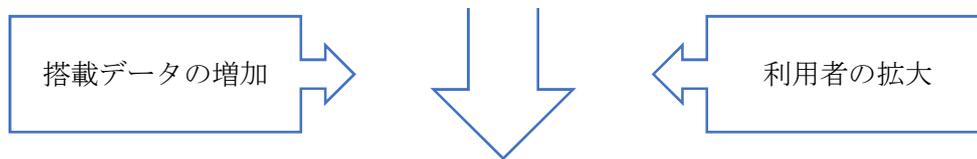
図 8.1-2 2段階広報のイメージ

また、各段階に応じた広報手法（案）について、図 8.1-3 に示す。第2段階では、搭載データに応じ、利用者幅が拡大する可能性があるが、メインターゲットは変わらないものと考ええる。

第1段階で目指す目標：認知度の向上、露出頻度の増加

各段階とターゲット層に応じた広報手法（案）の整理（第1段階）

ターゲット層	Attention (注意)	Interest (関心)	Search (検索)
共通	・環境系雑誌やサイトでの掲載	・環境省イベントにおけるチラシ配布	・GIS事業者や他省庁と相互連携やリンク掲載 ・REPOSリーポスの名称露出を増やす（出典名への愛称掲載必須など）
地方公共団体	・メール配信	・自治体担当者が集う会議体等での講演・チラシ配布	・地方公共団体が活用する環境省管理サイトとの連携（実行計画、SDGsなど）
再エネ事業者	・事業者団体HPでお知らせ	・再エネ関連イベントでの講演、チラシ配布	・SEO対策実施 ・WEB広告掲載 ・論文発表



第2段階で目指す目標：利用頻度の向上、活用方法の拡大

ターゲット層	Action (行動)	Share (共有)
共通	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境省動画サイトへの操作動画の掲載</li> <li>定期的な意見収集期間の設定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サイト活用ガイドの作成</li> <li>シンポジウムの開催</li> </ul>
地方公共団体	<ul style="list-style-type: none"> <li>WEBGIS 操作説明会や再エネワークショップの開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>追加情報となりうる実証事業の実施、結果の共有</li> <li>サイト活用コンペティション開催</li> </ul>
再エネ事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>ツールや情報の更新ニュースの配信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サイトを活用した事業者の取り組み紹介</li> </ul>

目指す姿：再エネ関連のデータ取得といえは”REPOS”という認識が浸透している

図 8.1-3 各段階に応じた広報手法（案）

## 8.2 パンフレットの作成

2020年6月の情報提供システム（REPOS）の開設にあわせて、既存サイトからの更新内容および新たに追加された情報等についてスライド資料を作成した。

作成した資料を図 8.2-1 に示す。

### 再生エポテンシャルシステムのリニューアル

本館では、これまでホームページから提供していた再生エポテンシャル情報提供サイトをリニューアルし、「再生可能エネルギー情報提供システム（REPOS：Renewable Energy Potential System/リーポス）」として新たに開設しました。

**Before** 【環境省ホームページからの提供】

- ✓ マップの操作・活用には個別にGISソフト等の用意が必要
- ✓ 再生エポテンシャルと資源量に関する情報/ソーシング情報との関連がわかりにくい
- ✓ お問合せから提供を依頼する場合、手間と時間を要する
- ✓ 推計方法がわかりにくい

**After** 【REPOSからの提供】

- ✓ WebGIS搭載により、たいてい再生エポテンシャルやソーシング情報も閲覧可能
- ✓ 再生エポテンシャルと資源量に関する情報（施設マップなど）やソーシング情報（国立公園など）もマップ上で重ねて表示
- ✓ 再生エポテンシャル、地域別の再生エポテンシャル、資源量に関する情報などの各種データがサイトからダウンロード可能
- ✓ 推計方法や用語の解説、調査報告書PDFなど役立つ情報を集約
- ✓ 環境アセスメントデータベース（EADAS）との連携により、再生エポテンシャルに関する一部のエリア情報について本サイトからも閲覧可能

### 再生エポ導入ポテンシャルの推計値も更新

同時に、令和元年度調査において精緻化した、太陽光発電、風力発電（陸上・洋上）、中小水力発電、地熱発電の再生エポ導入ポテンシャルの推計値を更新しました。

R1年度再推計結果

再生エポ種別	区分	導入ポテンシャル		シナリオ別導入可能値 <sup>※2</sup>	
		設備容量 (万kW)	発電量 (億kWh/年)	設備容量 (万kW)	発電量 (億kWh/年)
太陽光	住宅用等	20,978	2,527	11,160	1,373
	公共家等	253,617	29,689	29,462	3,668
	計	274,595	32,216	40,622	5,041
陸上風力		28,456	6,859	16,259	4,539
洋上風力		112,022	32,956	46,025	15,584
中小水力 <sup>※1</sup>		890	537	412	226
地熱		815	569	602	422
合計		416,778	73,137	103,920	25,812

※1 中小水力発電の導入ポテンシャルは風力発電発電量を控除  
※2 シナリオ別導入可能値：資源性を考慮した導入シナリオ、表中記載の数値は、最も導入量が多いシナリオの場合

### 昨年の異常気象を踏まえ、防災関連情報を追加搭載

「EADAS」において整備をする防災関連情報および国土交通省が公開する防災関連情報の一部について、「REPOS」において、ポテンシャル情報と重ねて閲覧することもできるようになりました。

**Before** 【ポテンシャルマップのみ】

**After** 【ポテンシャルマップ+防災関連情報（浸水想定区域）】

防災情報名	整備形式は情報元
砂防三法指定区域	EADAS
土砂災害危険箇所	EADAS
山地災害危険地区（長寿村）	EADAS
土砂災害警戒区域、土砂災害特別警戒区域	国土数値情報
浸水想定区域（河川沿道）	国土数値情報
浸水想定区域（津波）	国土数値情報

### ゼロカーボンシティ実現促進システムとして順次機能強化

ゼロカーボンシティ実現に向けて、本サイトにさまざまな機能を搭載していく予定です。

例1）再生エポ未導入エリア<sup>①</sup>地域で眠るエネルギー<sup>②</sup>の可視化

例2）再生エポ導入適地の可視化

図 8. 2-1 REPOS 開設にあわせて作成したスライド資料

### 8.3 広報 PR の実施

#### 8.3.1 実施方法の整理

本年度は環境系雑誌への寄稿に加え、その他 Attention（注意）および Interest（関心）に関して可能な広報活動の実施について検討した。実施方法案を表 8.3-1 に示す。

表 8.3-1 本年度広報 PR 実施方法の整理

No	本年度広報手法	実施方法
1	環境系雑誌やサイトでの掲載	各雑誌のウェブサイト問い合わせにある情報提供フォームより、掲載の可否検討を依頼した。
2	メールによる REPOS 開設の案内	平成 29 年度、平成 30 年度に本ウェブサイトに関する意見収集アンケートにご協力いただいた自治体担当者に対して、開設のお知らせを送付した。
3	インターネット検索への対応	検索結果が上位になるよう、改善策を検討し、可能なものから実施した。

#### 8.3.2 広報 PR の実施

本年度は、以下に示す広報 PR を実施した。

##### (1) 環境系雑誌やサイトでの掲載

前回の打ち合わせ後、表 8.3-2 に示す雑誌の発行所に対して REPOS に関する情報提供と雑誌への掲載依頼をした。依頼した 5 雑誌のうち、「日経グローバル」より取材を受け、9 月 21 日号に掲載された。

表 8.3-2 REPOS 情報提供・雑誌掲載依頼をした雑誌一覧

No	雑誌名	発行所	依頼日	対応
1	環境ビジネス	日本ビジネス出版	7/2	—
2	地球温暖化	日報アイ・ビー	7/3	—
3	RE JOURNAL SOLAR JOURNAL	アクセスインターナ ショナル	7/3	ウェブサイト掲載
4	日経グローバル	日本経済新聞社	7/17	雑誌掲載
5	自治体通信	イシン株式会社	7/17	—



### (3) インターネット検索への対応

#### 1) 現状の分析

REPOS の検索の状況を以下に示す。

- ・ REPOS に最も関連性が高いと考えられる、「再エネ」×「ポテンシャル」という 2 キーワード検索結果において、1 ページ目に表示されない。

その要因の一つとして、これまでの再エネポテンシャル報告書・ゾーニング報告書の引用回数および信頼度の高さから、環境省ホームページが表示されることが考えられる。

#### 2) 対策

REPOS の閲覧数増加に向けた対策について、検討を行った。

##### ●地球環境・国際環境協力サイトから REPOS への自動遷移

「再エネ」×「ポテンシャル」で検索した時に、環境省、地球環境・国際環境協力サイトがトップに表示される状態であった。本サイトの情報はすべて REPOS 上に集約されているため、本サイト訪問時に REPOS サイトへ遷移するよう URL の設定を行った。

●環境省トップページへのバナー掲載検討

環境省サイトの信頼性の高さ、閲覧数の多さより、トップページに掲載されることで認知度が高まる可能性が高い。



図 8.3-2 環境省ホームページのリンク掲載位置

●EADAS との相互リンク（再エネ事業者向け）

現在、再エネ事業者が候補地検討やアセス情報を取得する際、EADAS を活用しており、また EADAS 情報と REPOS 情報は相互補完する関係でもあるため、相互リンクがあることで、事業者への周知が進む可能性がある。

●地方公共団体実行計画策定・実施支援サイトとの相互リンク（地方公共団体向け）

地方公共団体が実行計画を策定する際に活用するため、地方公共団体担当者への周知が進む可能性がある。

●キーワードの埋め込み

REPOS は、「再生可能エネルギー」を使用しているが、検索者は「再エネ」と入力する可能性が高いため、サイト内に「再エネ」を埋め込む。

#### 8.4 今後の広報 PR に関する提案

REPOS の認知度は、徐々に高まりつつあるが、まだ十分とはいえない。今後は、新しいコンテンツが搭載されたときなどの適切なタイミングにおいて、広報していくことが重要である。また、どのような情報が搭載されているのかわからない、効果的な使い方がわからないといった声もきかれるため、ユーザーに向けたセミナーや勉強会を実施することも有効である。