

団体・組織の概要

団体/会社名	特定非営利活動法人 環境圏研究所		
代表者	高木淳二	担当者	高木淳二
所在地	主たる事務所：熊本県球磨郡水上村湯山 2267 従たる事務所：岐阜市近島 5-13-33 【連絡事務所】 〒862 - 0908 熊本市新生 1-1-11 TEL:096-247-7277 FAX:096-247-7255 E-mail:dada@dadajj.com		
設立の経緯 ／沿革	【経緯】 1992年に「水俣環境再生ビジョン」策定作業の中で、水俣病の教訓に立脚した本来の環境問題解決手法として「環境圏」という計画・行動単位に関する着想を得る 【沿革】 1995年：任意団体環境圏研究所を設立し、基礎研究活動を開始 1998年：「環境圏構想に関する研究」を執筆、研究対象を日本及び世界全体に拡大 2004年：NPO環境圏研究所を設立、構想実現に向けた実践活動を本格化		
団体の目的 ／事業概要	【目的】 「環境圏」という水の流れによって形づくられる、風土的に一体性の有る地域に暮らす人々に対して、圏域内における「知恵の連鎖系（ネットワーク）」構築を支援する為の、基礎的な調査研究と応用的試行実験に関する事業を行い、一人ひとりが生まれ持っている創造的資質が十分発揮される豊かで個性的な地域社会の形成に寄与する。 【事業】 環境圏構想に関する基礎調査・研究、環境圏を単位とする持続可能な経済循環モデル構築に向けた研修・試行実験及び情報発信		
活動・事業実績 (企業の場合は 環境に関する 実績を記入)	1995年：「環境圏構想」の提起、モンゴル（ユーラシア内陸環境圏）居住空間研修 1997年：環境圏構想実現のフィージビリティスタディー（不知火環境圏） 1998年：環境圏を単位とする地域の健康診断指標（食糧自給率等）作成を試行 2000年：フラクタル構造に着目した環境圏分析手法の確立 「人吉・球磨の地域構造の捉え方と計画単位の設定手法について」執筆 2001年：「知恵のネットワーク」に関する助成研究(ハウジング&コミュニティー財団) 環境圏研究報告会（八代会議）開催 環境圏分析手法を「ハンディー法」と命名 2002年：「環境圏研究2002」に「ハンディー法」の基礎技術と応用手法を解説 2004年：NPO環境圏研究所設立、環境圏研究所名古屋会議開催 2005年：熊本市内に環境圏構想に関する情報発信拠点（サロン）を設置 長江上流域（四川、チベット）環境圏調査 2006年：阿蘇地域を中心とする放牧和牛育成環境圏プロジェクトに着手 2007年：ハンディー法に基づいた景観計画技法の確立 2008年：バルト海環境圏、黒海環境圏に関する基礎情報収集活動開始 2009年：有明・不知火海環境圏循環型ビジネスモデル研究チーム編成に着手		
ホームページ	www.dadajj.com		
設立年月	2004年 02月 *認証年月日（法人団体のみ）2004年 02月 02日		
資本金/基本財産 (企業・財団)	円	活動事業費/ 売上高 (H19)	3,214,120円
組織	スタッフ/職員数 15名（内専従 2名） ----- 個人会員 20名 法人会員 3名 その他会員（賛助会員等） 5名		

政策のテーマ

「環境圏経済モデル」の構築による「環境自治」の実現

■政策の分野

- ・①循環型社会の構築
- ・⑧社会経済のグリーン化

■政策の手段

- ・⑨組織・活動
- ・⑫情報管理、情報の開示と提供

団体名：NPO 環境圏研究所

担当者名：高木淳二

■キーワード	環境共生経済圏(環境圏)	環境自治	環境意識・防災意識	持続的行動主体	地域特性
--------	--------------	------	-----------	---------	------

① 政策の目的

経済行為と環境行動が表裏一体となる仕組みに適した環境共生経済圏を設定し、その圏域を単位とし圏域特性を反映した政策目標と実現手段をわかりやすく具体的に示すことによって、食生活など日々の営みの中から無理なく循環型社会の構築と社会経済のグリーン化が促進される「環境自治」を実現する。

② 背景および現状の問題点

地球温暖化等グローバルな環境問題解決には、それに立ち向かう行動主体に自発的な協調・協働の精神が不可欠であり、またそれが日常的な経済行為に内在していなくてはならない。しかしながら、協議によって定められたことが実行に移されず、また、時の政権次第で対応策が変動することは珍しくなく、そのような中から生活者の意識を啓発し行動を喚起する力は生じ難い。

こうした状況をもたらす根源的な要因は「現行の国や県などの行政区分がエコロジカルな共生圏と合致しないこと」にあり、「環境意識や防災意識が共有される必然性と持続性の高い行動主体の単位(圏域)」を再設定する必要がある。また、国際的市場経済の行く末が不安視される昨今、それに代替しうる経済の仕組みとして、こうした環境共生経済圏に着目する意義は大きい。

③ 政策の概要

【政策適用の対象】目的とする「環境自治」の実現に向けて、そのモデルとなる環境共生経済圏(以下「環境圏」と呼ぶ)を対象とする。

【モデルとする環境圏】内海、湾、海峡などによって結ばれている集水域(河川流域の集合によって形成される圏域)は、一体的かつ自立的な経済圏域として成立しうる条件を備えており、その典型例と言える「有明・不知火海環境圏」(九州の有明海と不知火海によって結ばれる河川の集水域)、及び「伊勢湾環境圏」(伊勢湾によって結ばれる河川の集水域)をモデルとする。

【モデル圏域の政策目標の設定】低炭素化社会の実現等に関係が深く、身近なところから取り組むのに判りやすい食糧自給率・水自給率・木材自給率などの指標によって目標を再設定する。これに当たっては、既存の行政単位の枠を超えた情報分析作業を行う。

【地域特性を反映した目標達成手段の設定】Co2発生量削減手段等を圏域の気候風土特性の相違を反映して具体的に示す。例えば、住宅建築に用いる主要木材が有明・不知火環境圏ではスギであるのに対して、伊勢環境圏のそれはヒノキであることなど。

【行動主体規模の段階的構成に応じた達成目標値の設定】モデル圏域内の行動主体は「家庭→集落→流域→環境圏」という段階的な単位によって構成される。したがって、それぞれの単位ごとに行動の成果が実感されやすく評価しやすい目標値を設定する。

【政策効果の検証】効果検証は次のような段階を追って進むことになる。

第一段階：日本における二つのモデル圏域の相互比較を2～3年ごとに行う。

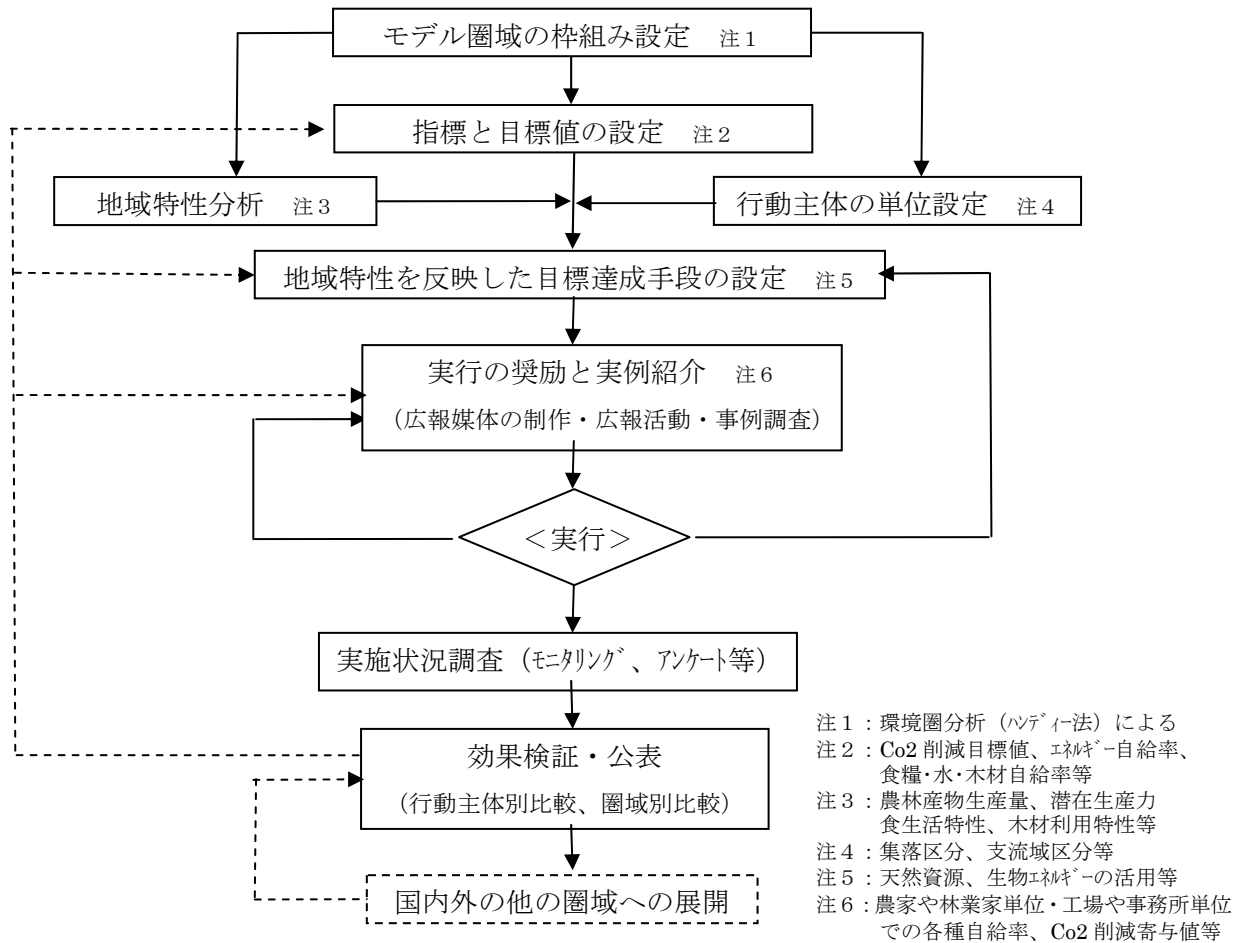
第二段階：日本国内の他の圏域へと展開(例、津軽海峡環境圏など)、国内比較を行う。

第三段階：国外のモデル圏域へと展開(地中海環境圏、バルト海環境圏、黒海環境圏など)、国際比較を行う。

第四段階：世界各地域が参画して環境自治圏による国際協調関係の有効性を検証する。

④ 政策の実施方法と全体の仕組み

以下のフローチャートは、当面モデルとする有明・不知火海環境圏、伊勢湾環境圏を対象とする実施方法を示すが、これは国内外の他の圏域を対象とした場合にも適用できる。



⑤ 政策の実施主体

【実施主体】

- 1) 企画、調査、効果検証設計・分析：NOP環境圏研究所 熊本事務所、岐阜事務所
- 2) モニタリング・アンケート等への参加と実施経過報告：圏域内住民、企業等（注1）

【提携主体】

- 1) 実施状況調査：高木富士川計画事務所（熊本）、社会システム研究所（名古屋）
- 2) 地域特性分析：同上

【協力主体】

- 1) 圏域内基礎データの提供：各圏域内自治体（県、市町村）、商工団体、自治会等（注2）
- 2) 目標値設定根拠データの提供：消費生活コンサルタント等
- 3) 実行の奨励と実例紹介：各圏域内自治体（県、市町村）

(注1) 有明・不知火海境圏：人口約400万人
 伊勢湾環境圏：人口約1,000万人

(注2) 有明・不知火海境圏：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、鹿児島県の当該圏域内の自治体等
 伊勢湾環境圏：愛知県、岐阜県、三重県の当該圏域内の自治体等

⑥ 政策の実施により期待される効果

本政策は以下のような連鎖的効果をもたらすものと期待される。

- 【1次効果：危機意識と連帯意識の醸成効果】地勢的、歴史的に必然性が高く生活感覚に根ざした環境共生経済圏の枠組みが明示されることによって、自身が帰属する圏域の特性と可能性を改めて確認する作業、つまり自発的な環境検証行動が始まる。
- 【2次効果：自己測定・自己診断による課題の主体的認識効果】目標値と達成手段の関係がわかり易く示され、家庭(家族)単位での数値測定・診断(我が家の「食糧自給率」、「CO2削減寄与率」、「省エネルギー貢献度」など)を可能にし、取組む課題の語り口が明らかになる。
- 【3次効果：課題解決に向けた処方箋の発案効果】家庭内や集落内での対話が始まり、足元の資源に目を向け、日々の営みの中で取り組み可能な手段が多様に発想されるようになる。
- 【4次効果：協働作業への動機付け効果】処方箋に沿った処置・対策の実行には、圏域内の身近人々とのパートナーシップが不可欠だとの認識が高まり、仲間探しと連携行動が始まる。その結果、遊休農地の解消や放置された森林資源の利活用等が進み、健全な生態系が回復すると共に、次世代につながる就労の場の維持・創出を可能とし、環境自治圏の基盤が強化されていく。
- 【5次効果：実践効果・達成感の実感と更なる課題の自覚効果】他の圏域との比較・評価によって、次のステップに向けた課題が明確に確認され、コミュニティの連帯感強化につながる。
- 【6次効果：国際協調意識の醸成効果】圏域全体としての可能性と限界の認識によって当該圏域外との補完関係構築に向けた努力が始まる。

⑦ その他・特記事項

【政策対象とするモデル圏域について】

- 1) 二つのモデル圏域は、いずれも自立的な経済圏を営むに足る人口規模を有すると共に、人流、物流の両面において、日常的な往来・意思疎通に無理の無い地理的広がりを持っている
- 2) 伊勢湾環境圏は伊勢湾台風の経験などもあり、台風、津波、地震などに対する高い防災意識、危機管理意識を共有している
- 3) 有明・不知火海環境圏は、諫早干拓、川辺川ダム、水俣病等の社会問題、台風常襲地域であることなどを通して、水環境保全と治山治水に対する高い問題意識を共有している
- 4) 両圏域共に、圏域内での婚姻関係が深く、言語・味覚等も含めて一つの文化圏を形成している

【圏域設定手法の普遍性と本政策の国際的展開の可能性】

環境圏研究所が研究を重ね地域計画等に活用してきているハンディー法(環境圏分析の手法)は地勢のフラクタルな構造に着目したものであり、宅地レベルの微小な圏域から地球全体スケールの圏域にまで適用できる手法である。したがって圏域の大小を問わず、一つのモデルが全世界のあらゆる場所に応用可能である。

【モデル圏域に関するこれまでの準備作業実績】

環境圏研究所では、日本全体、地球全体の環境圏分析作業を2000年に終えている。

また、有明・不知火海環境圏及び伊勢湾環境圏については、その内部構造の分析等一定の作業をすでに終えている。

なお、熊本及び名古屋・岐阜には環境圏研究に従事した経験のある技術者及び当NPOの会員がそれぞれ複数名居住しており、本政策実施主体のメンバーとして参加することができる。

【本政策を必要とする社会情勢】

「グローバル経済(国際市場経済)システムに対峙しうる経済システムとは何か」が問われる中、それが国際的な共感を呼ぶものとなるためには、生態的共生圏と経済的活動圏が重なり合うことが必要かつ最も有効と考えられる。その具体的かつ単純明快なモデルが「環境圏経済モデル」である。

【日本から「環境圏経済」、「環境自治」という概念を国際的に発信する意義】

国際社会において日本が特筆されるべきは、島嶼域の中で自立経済圏を築く必然性と海外交易を営む必要性を併せ持ったクニであることであり、内部循環経済と国際経済の調整に苦慮し続けた歴史を持つがゆえに自立と共生を並存させる知恵が生まれる土壌があるといっている。したがって、内的自立と外的共存の精神を併せ持つ「環境圏経済」及び「環境自治」は日本が世界に先駆けて挑むにふさわしい課題である。

団体・組織の概要

※太枠内、必須事項。その他は、該当する項目を記載してください。

団体/会社名	筑西市明野商工会エコの木プロジェクト部会（連名代表）		
代表者	島田敏	担当者	島田敏・篠崎茂
所在地	〒 300-4517 茨城県筑西市海老ヶ島 1292-1 TEL:0296-52-2511 FAX:0296-52-5397 E-mail: akeshoko@topaz.ocn.ne.jp		
設立の経緯 ／沿革	2006年12月より筑西市明野商工会青年部で始まった地球温暖化防止の勉強会をきっかけに取り組みを開始。2007年8月に、青年部の“エコの木プロジェクト～ハートに植えよう小さなエコの木”として“エコの木プロジェクト”という名称がスタート。2007年5月より、青年部の枠を超えた取り組みが可能となるよう、商工会親会の部会として新設する準備を開始。商工会親会の理事会の承認を得、2007年10月8日、市内金融機関4行を含む12名の部会員で活動をスタート。現在に至る。		
団体の目的 ／事業概要	部会設置の目的は、低炭素社会づくりの地域における展開である。 事業概要は、 ① グリーンな経営 ② グリーンな商品・サービス ③ グリーンな仕事（グリーンジョブ）の創出 ④ グリーンな消費者の育成 の4つの指針に沿って、部会員の勉強と研究の場を提供し、同時に、その成果を地域の生活者とも共有することでグリーンな地域経済を創出すること。		
活動・事業実績 （企業の場合は 環境に関する 実績を記入）	2008年10月8日 エコの木プロジェクト部会発足記念ワークショップ （商工会員、他商工会青年部長、行政、政治、教育、大学等のステークホルダーを招いたエコワークショップ） 2008年12月12日 エコプロダクツ展見学会（部会員のみ） 2008年1月 エコーいばらき環境保全基金より助成金決定 （エコドライブステッカープロジェクト分）2009年度事業		
ホームページ	http://sites.google.com/site/ekonoki/		
設立年月	2008年 10月	*認証年月日（法人団体のみ）	年 月 日
資本金/基本財産 （企業・財団）	円	活動事業費/ 売上高（H17）	100,000円
組 織	スタッフ/職員数 1名（内専従 名）		
	個人会員 8名	法人会員 4名	その他会員（賛助会員等） 名

団体/会社名	城里町商工会「商工会塾・環境問題 WS」（連名）		
代表者	大和田 茂夫	担当者	泊 和太・小林 典子
所在地	〒 3 1 1 - 4 3 0 3 茨城県東茨城郡城里町石塚 1 4 2 8 - 1 コミュニティセンター城里 3F TEL:029-288-2001 FAX:029-288-2029 E-mail: info@shirosato.biz		
設立の経緯 ／沿革	2008年度より、茨城県単補助事業である地域総合活性化事業の一環として、商工会塾を実施し、その中で商工会女性部を中心に「環境問題ワークショップ」を発足した。ワークショップでは環境問題の現状把握とその対策及び先進的事例視察として東海村の視察研修会などを実施した。さらに茨城大学等で行われているサステナビリティのワークショップに参加し研鑽を深めている。また、今後一層の発展を目指し、関係機関（例えば早稲田大学とブリジストンとの共同企画である w-bridge など）と連携を深め事業推進を図る。		
団体の目的 ／事業概要	商工会塾「環境問題ワークショップ」設置の目的は、環境問題の現状把握と対策及び環境問題を新たなビジネスチャンスと捉え、環境ビジネスのあり方と方策を様々な角度から検討するためである。 事業概要は、 ⑤ ゴミ省資源化等に関する調査研究 ⑥ エコバックや環境にやさしい生活用品等の試作・利用促進のための調査研究 ⑦ エコ・チャレンジショップ（例えばリサイクルショップや地産地消を目指した物産店、情報発信プラットフォームなど）運営のための調査研究 ⑧ 域内教育機関（小・中学校等）との連携による啓蒙普及 の 4 つの指針に沿って、地域における高齢化、雇用不安、環境汚染等の課題に対処し、生活基盤の安定と共に住み良いまちづくりを目指していく。		
活動・事業実績 （企業の場合は 環境に関する 実績を記入）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2005年頃から商工会女性部を中心に廃油を利用した石鹸及びキャンドル等の製作を開始する。 ・ 2008年8月の夏まつりにエコキャンドルを利用したキャンドル・ナイトを実演する。 ・ 2008年10月31日「第1回環境問題ワークショップ」開催 テーマ：環境問題の現状把握と対応策 ・ 2008年11月10日「第2回環境問題ワークショップ」開催 テーマ：環境ビジネスへの取り組み ・ 2008年12月10日「第3回環境問題ワークショップ」開催 テーマ：STOP 地球温暖化～生活者の視点から～ ・ 2009年1月15日「環境問題公開講座」開催 テーマ：楽しい非電化～スロー&エコライフのすすめ～ ・ 2009年1月28日「基調講演&パネルディカッション」 テーマ：地球温暖化と私たちの未来～私たちに今できること～ ・ 2009年2月19日「先進的事例視察研修会」実施 研修地：東海村「東海村清掃センター」など 		
ホームページ	http://www.shirosato.biz/ （城里町商工会）		
設立年月	2008年 10月	* 認証年月日（法人団体のみ）	年 月 日
資本金/基本財産 （企業・財団）	円	活動事業費/ 売上高（H17）	円
組 織	スタッフ/職員数 2名（内 専従 名）		
	個人会員 名	法人会員 名	その他会員（熟生） 22名

政策のテーマ

チャレンジ“グリーン”ショップ プロジェクト

■政策の分野

- ・社会経済のグリーン化
- ・環境パートナーシップ
- ・持続可能な地域づくり

■政策の手段

- ・地域活性化と雇用
- ・組織活動

団体名：筑西市明野商工会エコの木プロジェクト
 部会城里町商工会「商工会塾・環境問題WS」（連名）
 担当者名：島田敏（筑西市明野商工会）

■キーワード	グリーンジョブ	グリーンニューディール	低炭素社会づくり	チャレンジショップ	商工団体
--------	---------	-------------	----------	-----------	------

① 政策の目的

グリーン経済には、グリーンな消費者とグリーンな生産活動が同時に存在する必要がある。また、グリーン経済の成長とは“グリーン”というコンセプトについて、消費者・生産者が共に認識を掘り下げ、消費・生産の相互作用を繰り返し誕生・消滅させながら、徐々にしっかりとした消費と生産の関係性と好循環を育て上げていくことに他ならない。このような、消費と生産の相互作用とグリーン経済育成のための試行の場、既存の経済の枠組みにとらわれない、消費者・生産者の新たな関係性の創出と、関係者相互の役割の入れ替えを試行する場を国民が身近で容易に活用できるようにすることがグリーン経済の成長を促進させる上で重要な要素となってくる。そこで、具体的な施策の一つとしてチャレンジ“グリーン”ショップを提案する。チャレンジ“グリーン”ショップは、①国民に“グリーン”というコンセプトを実際に体験してもらう意味でのチャレンジ“グリーン”と、②“グリーン”というコンセプトを好循環の経済活動の場として取り組み人が手を加えながら社会へと広げる意味での“グリーン”ショップ③新しい経済を生み出したり、新たな取り組みを実験するトライアルの場としてのチャレンジショップを組み合わせた造語であるが、同時にこのような役割を有する地域グリーン経済活性化手法となる。本政策は、このようなチャレンジ“グリーン”ショップを、地域商工団体という既存の仕組みを最大限に活用しより速やかに全国的に展開し、足腰の強いグリーン経済を育成することが目的である。グリーン経済は、人間社会と地球との関係性の健全化ははかる経済であるため、グリーン経済の楽しさを国民全体に理解してもらうことで、持続性があり国民から愛される“グリーン経済”が、地域から全国へ次々と発信されることが期待できる。

② 背景および現状の問題点

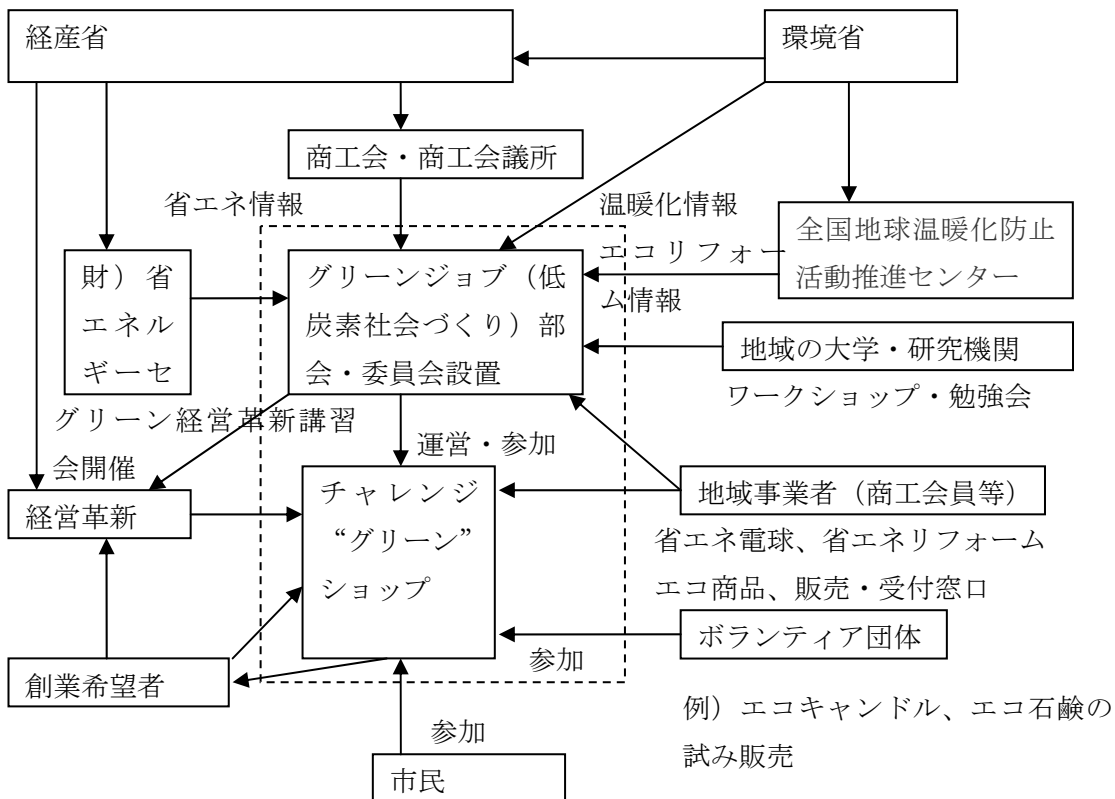
グリーン経済を生み出すためには、“グリーン”という概念が定着することが重要である。“グリーン”とは広義は環境、もしくは環境負荷を低減させたり環境そのものを修復させることを意味するが、実際には、非常に幅広く奥行きが深い概念であるため、必ずしも共通のコンセンサスが得られている概念には至っていない。こういった状況の中で、グリーン経済の創出を、全国のいたるところで加速度的に行っていくためには、グリーン経済の創出のためのより現実的でより実践的な政策を展開する必要がある。

③ 政策の概要

既存の地域経済活性化の手法であるチャレンジショップを“グリーン”に適用する。「“グリーン”に関して、何かを始めてみたい人や事業者」、「初めてみるには規模が小さすぎて、まだ採算ベースにはならないビジネス」「とにかくつながりを作って環境につながる何かを始めてみたい」といった人達に、短い期間を設定して共同で始められる一店舗の場を提供する。“グリーン”な商品やサービスを主力事業としただけでは、当初は必ずしも採算性がとれるものではないが、地域の農産物直売所形式のように、組合員が一人数品の“グリーン”な商品やサービスを持ち寄ることで一つの店舗を運営していけるもの、または、一定のパーセンテージ以上の“グリーン”な商品・サービスの販売を中心に据え、“グリーン” + “通常の商品・サービス”により採算性の取れる店舗運営を行ってみることも可能としたり、地域のイベントを活用したフリーマーケットのように臨時の出店を提案することなどで、チャレンジ“グリーン”ショップに参加できる人の幅や機会の幅を広げるようにする。

“グリーンな商品・サービス”の基準設定は、人間社会と地球との関係性の健全化を図ることというより幅の広い定義を採用することで、古着やリユースの道具、フードマイレージの少ない地場産物、マッサージなど健康回復によって地球の一部である私達自身の心と体を回復させるサービス、住宅の断熱改修サービス、太陽熱温水器の取り付けサービス、太陽光発電の取り付けサービス、カーボンオフセットした旅行を売る旅行代理店、フライパンの汚れを取り除き水系への負荷を少なくするハンドスクレーパー、布団の打ち直しサービスの取扱所、かけはぎや繕い物のサービス、省エネ電球及び省エネ電球への交換サービス、ミミズコンポスター、ダンボールコンポスト、廃油石鹸、廃油ロウソク、自然と共生する釣具、自転車販売、電気自動車販売、カーシェアリングサービスの登録所、省エネナビの販売取り付け、家庭の残飯で育てる小屋付き採卵鶏の販売サービス等々様々な発想を取り入れていくことで、チャレンジショップ参加者の幅と楽しさを広げ、幅広い層に取り組みを広げていく。

④ 政策の実施方法と全体の仕組み（必要に応じてフローチャートを用いてください）



例) リユース衣料品、リサイクルグッズ、手作りエコグッズ販売、少量仕入れグリーングッズ、菜園農産物販売

例) エコキャンドル、エコ石鹸の試み販売

⑤ 政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

本政策の具体的な実施主体は、地域の商工団体（商工会・商工会議所・工業会等）と考えている。それらの団体は、既存の地域経済組織、チャレンジショップ等の事業の窓口となっている国内の組織、全国的なネットワークの活用も容易な団体組織である。組織の配置の状況としては、全国すべての市町村をカバーしており、青年部等、幅広い世代に対しての組織化も行われている。さらに、地域における既存の役割、人的構成も考慮すると、地域のイベントの運営や空き店舗の情報、行政との連携、PTA、消防団など地域社会を支える様々なネットワークを有しているなど仕事を等を考慮しても最も適当な実施主体の一つであると考えられる。

運営は、地域の商工団体を窓口として、可能な限り下部組織として、低炭素社会づくり委員会もしくはそれに相当する部会・委員会を設置し、それらの組織が主体となって本事業を運営するようにする。チャレンジ“グリーン”ショップ事業の運営は、“グリーン”というコンセプトを運用する必要があるため、それぞれの団体の中に組織を設け、情報や手法が蓄積していく仕組みづくりと情報発信をここで行っていく。地域の中小企業活性化の窓口となってきた商工団体に“グリーン経済”という新しい役割を分担してもらうことで、地域商工団体の活性化とあらたな起業を含めて地域経済の活性化を引き起こしていくことができるため。窓口と組織の仕組みづくりをしっかりとしておくことで、育成後のグリーン地域経済の発展を加速化することが可能となる。

筑西市明野商工会では、既に地域での低炭素社会づくりを展開するための部会であるエコの木プロジェクト部会を発足している。また、城里町商工会では、商工会塾環境問題ワークショップにてエコ・チャレンジショップの研究を開始している。これらは、それぞれ独自の取り組みとして始まったがこれらの2つの組織で開始された取り組みから得られた知見を効果的に組み合わせた結果として、チャレンジ“グリーン”ショップというアイデアが誕生した。既存の仕組みを、上手に活用することで効率的に“グリーン経済”を全国すみずみの地域経済に誕生させ、育成し、同時に地域経済と地域社会の再構築に役立てることができると思う。

⑥ 政策の実施により期待される効果（具体的にお書きください）

① “グリーン経済”を実際にやってみることで、“グリーン”という概念について体感的に理解する人が増える。

② チャレンジショップという仕組みを使うことで、一人一商品を持ち寄ることで、消費者を含めて、生活者同士が集まって小さな店舗を運営でき、“グリーン経済”を生み出すための幅広い種まきができる。（農産物直売所のグリーンショップ版）

③ 例えば、大工さん、設備屋さん、建具屋さん、電気屋さんなど、グループでチャレンジショップを運営することで、地域に根ざしたエコ改修を行う“グリーンチャレンジショップ”を創出したり、チャレンジショップのコミュニティーを通して相互の“グリーン”の勉強を行うことで、大企業だけではなく社会の幅広い層への“グリーンな技術”の浸透がはかれる。

④ 新規のグリーンな商品やサービスを事業としてスタートさせるためのハードルを低くすることができる。

⑤ 地域のグリーンチャレンジショップによって生まれる地域のグリーンコミュニティーによって地域の既存文化と融合した新しい地域文化が再構築されていく。（グリーンが、既存の地域社会を飲み込んでいく）

⑦ その他・特記事項

団体・組織の概要

※太枠内、必須事項。その他は、該当する項目を記載してください。

団体/会社名	NPO 法人 環境情報ネットワークエコネット		
代表者	若生幸成	担当者	若生幸成
所在地	〒 105 -0004 東京都港区新橋 2-16-1 ニュー新橋ビル 1026 号 TEL:090-3518-6255 FAX: 03-5157-3782 E-mail:info@npo-econet.com		
設立の経緯 ／沿革	<p>いま、環境をテーマとして、生活者と企業のそれぞれの意識や行動をリンクしていくことが大きなコアになっている。21 世紀は環境を強く意識した商品・サービスを提供する企業のみが存在意義を認められて生存できる、と言っても過言ではない。そこで、問われているのが、より質の高い「環境コミュニケーション」活動である。企業の環境への努力を生活者に正確に伝え、生活者が環境先進企業をしっかりと選択することができるように「環境コミュニケーション」の役割はますます重視されている。企業が生活者からの意見を適切に取り込み、反応していく『双方向コミュニケーション』が重要であることはもちろんだが、生活者に対して環境に関する知識だけを提供するだけでなく、情報提供以上の深い、行動力を喚起するような、本質的な意味での「環境コミュニケーション」活動がさらに重要になっている、といえよう。</p> <p>このような背景を鑑みて、過去十数年にわたり高度の技術と専門的な知識を駆使し、企業のコミュニケーション活動の企画・制作に携わってきた広告・販促のプロが環境のプロと手を組み、「環境コミュニケーション」の普及と発展を切に願い、その支援活動に邁進するために設立されたのが「エコネット」である。</p>		
団体の目的 ／事業概要	<p>■ミッション（活動目的）環境コミュニケーションの中でも、「生活者のエコ意識を啓発し、エコ行動を喚起することを意図し、工夫されたコミュニケーション」を『エコ・コミュニケーション』と捉え、その活動を啓発、促進させることで、未来に明るい、有意義な「エコ社会」づくりに貢献していきたい、と考えています</p> <p>■活動スローガン 「広告に“エコの視点”を！販促に“エコの視線”を！」</p> <p>■活動内容（1）PROPOSAL（企画立案）（2）LIBRALY（情報提供&情報交換）（3）EDUCATION（人材育成）の3つキーワードをベースに活動を展開</p>		
活動・事業実績 （企業の場合は 環境に関する 実績を記入）	<p>（1）PROPOSAL（企画立案）—ゼブラの「リサイクルプロジェクト」コミュニケーション活動すべてを支援。カーボンオフセット付き産直品「えこころ品」企画を百貨店協会に提案・ローソンのエコバックを活用した「地球へのありがとう」プロジェクト企画、英国生まれのエコキャラクターを活用した豊島園イベント企画立案他（2）LIBRALY（情報提供&情報交換）—エコネットホームページ「環境先進企業」取材記事にて紹介・エコ販促品紹介・メルマガにて最新環境コミュニケーション情報発信など（3）EDUCATION（人材育成）—2009年4月から学生・若者の「21の指標」環境報告書評価・分析プロジェクト「ECO REPORT WAY21」始動</p>		
ホームページ	http://npo-econet.com		
設立年月	2006年2月	*認証年月日（法人団体のみ）2006年7月7日	
資本金/基本財産 （企業・財団）	0円	活動事業費/ 売上高（H19）	150,000円
組織	<p>スタッフ/職員数 3名（内専従 1名）</p> <p>個人会員 6名 法人会員 1名 その他会員（賛助会員等） 5名</p>		

産学民コラボレーションプロジェクト
 政策のテーマ 「CSR・環境報告書」を通して、企業が次世代の環境リーダーを育成する
 環境教育『ECO REPORT WAY21』

■政策の分野

- ・地球環境問題への対応・環境経済のグリーン化
- ・環境パートナーシップ

■政策の手段

- ・調査研究
- ・環境教育・ESDの推進 ・組織・活動
- ・人材育成・交流 ・情報管理、情報の開示と提供

団体名：NPO 法人環境情報ネットワークエコ
 ネット
 担当者名：若生幸成

■キーワード	産学民コラボ レーション	次世代環境リー ダー（学生）	CSR・環境報告書	就職という視点 21の指標	環境教育
--------	-----------------	-------------------	-----------	------------------	------

① 政策の目的

- (1) 次世代の主役となる 20 代の若者（学生）たちが「CSR・環境報告書」を通して、企業活動を環境配慮という視座でとらえ、さらに環境オリエンテッドな企業群を推進し、近い将来には就職先の実社会で環境リーダーとして活躍することを願う人材育成プロジェクト。
- (2) 企業の環境コミュニケーションツールのひとつである「CSR・環境報告書」を“企業の活動を映す『鏡』”として、読みやすく、わかりやすい情報発信ツール”とするために、若者・学生たちが企業に新しいアイデアを提案するプロジェクト

② 背景および現状の問題点

「CSR・環境報告書」は、企業が毎年実践している環境活動の成果・報告のツールとして紙媒体、およびホームページ上で公表されている。しかし、一般人（生活者）の目にはかなり特異なツールと映っているのが現状。2008年に実施された goo リサーチの「第9回環境・社会報告書に関する読者の意識調査」結果では、環境報告書を「読んだ」「読んだことはないが目にしたことがある」という一般人の合計は 36.0%、過去2回の結果とほとんど変化が見られず、報告書の認知・浸透が進んでいない。加えて、報告書の問題点として、「各社の内容や書式が異なり、企業間比較ができない」（43.8%）「よいことばかりが書かれていて客観的ではない」（41.9%）「専門用語が多すぎてわかりにくい」（41.4%）「数値データを示されても評価できない」（41.1%）と、現存の「CSR・環境報告書」に関しての評価は厳しいものとなっている。

③ 政策の概要

『ECO REPORT WAY 21』は、「CSR・環境報告書」を通して、次世代の環境リーダーを育成する「環境教育」プロジェクト。

『ECO REPORT WAY 21』は、企業から提供された「CSR・環境報告書」を次世代の主役となる 20 代の若者（学生）たちが読み解き、「21 の指標」のもとに分析・評価。そして、「CSR・環境報告書」を“企業の活動を映す『鏡』”として、読みやすく、わかりやすい情報発信ツール”とするために、学生たちが企業に新しいアイデアを提案するプロジェクト。

「21 の指標」評価基準は、「将来働きたい企業であるか」という『就職』の視点。

学生向けの就職説明会にて環境保全や社会貢献を意識した企業活動を紹介する企業が増えている。レジェンダ・コーポレーションが昨年8月に2009年4月度に入社を予定している大学生・大学院生にアンケート調査をしたところ、40.9%の学生（男性 35.1%、女性 46.6%）が、企業の環境問題への積極的な取組みが応募の動機になる、と回答している。

『ECO REPORT WAY 21』は、企業と学生が『WIN-WIN』の関係を築ける先進のプロジェクト。

いま、企業が展開している「環境活動」を積極的に情報公開することが優秀な人材を確保する重要なファクターになってきている。また、企業が未来に向けて「環境意識の高い人材」を育むことは、「人」に焦点を当てた、『CSR』の一つでもある。『ECO REPORT WAY 21』は、将来中核となる優秀な人材を希望する企業と、将来自分が持つ能力を存分に生かせる企業を探している学生たちが『WIN-WIN』の関係を築ける先進のプロジェクト。

④ 政策の実施方法と全体の仕組み

(活動スケジュール)

第1STEP 2009年版「21の指標」開発 (2009・5月～8月)

●「大学生ネットワーク」の構築

武蔵野大学・筑波大学の学生たちが中心となり、東京・神奈川・埼玉・千葉の大学に在籍している学生たち(100人～150人)と“ゆるやかなネットワーク組織”を構築

(武蔵野大学・筑波大学他の参加予定大学)

- ・ 一橋大学・早稲田大学・明治大学・法政大学・明治学院大学・芝浦工大・麻布大学等

●20代の若者(学生)の視点から「CSR・環境報告書」を分析・評価する2009年版「21の指標」を開発。

●5月企業のCSR&人事担当者と学生たちとの交流会「就活CSRフォーラム」開催

第2STEP 「分析・評価レポート」の作成 (2009・9月～11月)

協賛する企業の最新の報告書、およびホームページ上の報告書を詳細に分析。報告書に明記されていない活動、および報告書に書かれている活動の詳細・疑問点等に関しては企業の担当者への取材を行い、その結果を踏まえた「分析・評価レポート」を作成。

第3STEP 「分析・評価レポート」の提出・報告会 (2009・12月)

完成した「分析・評価レポート」を持参し、協賛企業の担当者と「報告会」を実施。「報告会」は、学生たちから「分析・評価レポート」の説明等と学生ならではの斬新な視点でのアイデアや提案をするプレゼンテーションの場。

第4STEP 「エコプロダクツ2009」に活動報告・活動内容公表 (2009・12月)

昨年度15万人が来場した世界最大のエコイベント「エコプロダクツ」展にブースを展開。ブース内では2009年度の活動内容を展示。同時にプロジェクトに参加した学生たちが来場者に活動に関してプレゼンテーションを行う。

(その他 予定している活動プログラム)

■「CSR・環境報告書を読む会」－企業の「CSR・環境報告書」担当者と学生たちとの勉強交流会

■「えこにこ会議」(仮称)－企業の役員クラスの方たちと学生たちの意見交流お茶会

■「環境コミュニケーションセミナー」－企業の「環境」をテーマにした「コミュニケーション活動」の最新事例を企業担当者・制作担当者を“講師”に招いて紹介。

■情報ツールの発信

①情報紙「ECO REPORT WAY21」発行(隔月刊行)

②「ブログ」－Webを活用した企業の担当者と学生たちのコラボレーションブログ

■その他

●企業の環境活動を視点にした「入社案内・企業案内」(紙・Web版)開発に協力

●「エコインターシッププログラム」の依頼

⑤ 政策の実施主体(提携・協力主体があればお書きください)

プロジェクト企画・プロデュース NPO法人 エコネット

プロジェクト運営・管理 ニッセイエプロ株式会社

監修 武蔵野大学 環境学部 矢内教授

協力 各大学 大学所在地の行政(港区・千代田区・新宿区・江東区など)

⑥政策の実施により期待される効果

企業にとっては－

① 次世代を担う若者から意見・アイデアを直接聞ける機会ができる

② 「環境報告書」の分析・評価レポートから若者・学生から見た企業の「現状評価」がわかる

③ 将来を背負う「優秀な人材」の発掘の端緒となる

④ CSR活動の取り組み事例として「CSR・環境報告書」等にて発表することで、「企業の価値創造向上」の一助となる

⑤ メディアへのPR、「エコプロダクツ2009」での企業名公表等を通して、一般消費者に対しても多大なるイメージアップ効果が期待できる

⑥ 学生からトモダチ・家族への口コミ効果による企業の好感度アップが期待できる

学生にとってはー

- ① 協賛いただいた企業の担当者や多くの関係者との交流等を通して、人間形成の一助となる
 - ② 「企業の真の姿」を垣間見ること、本当に将来自分たちが働く会社を選定する材料となる
 - ③ 企業で働く人々から「生の声」が聞くことで、ビジネスノウハウの基本を知ることができる。
 - ④ 企業の「環境」をテーマにしたコミュニケーション活動を通じて、企業の経営戦略の一端を知ることができる
- ⑦ その他・特記事項
- 昨年2008年にテストケースとして武蔵野大学の環境プロジェクトの中で「21の指標」を開発し、7社から「CSR・環境報告書」の提供を受けて、評価・分析をし、レポートを作成。
 - その成果（レポート）は、2008年12月開催された「エコプロダクツ2008」のNPOエコネットブース内にて発表された。

団体・組織の概要

※太枠内、必須事項。その他は、該当する項目を記載してください。

団体/会社名	(市) ぱん・ぱん・ぱんぷきん		
代表者	松浪 智子	担当者	松浪 浩之
所在地	〒080-1189 北海道河東郡士幌町中士幌西2線80-4 TEL:01564-7-4030 FAX:01564-7-4507 E-mail:panpukin@cpost.plala.or.jp		
設立の経緯 ／沿革	中士幌児童ステーションとぱん・ぱん・ぱんぷきんが協同開発した子育て支援カー「ぱんぷきん号」の完成と同時に有珠山が噴火し、支援カーの最初の仕事が被災地の子ども達の支援でした。その時の呼びかけに応じ、ボランティアとして集まった面々が、支援カーを取り巻くサポーターとして結成したのが会の始まりです。支援カーによる巡回子育て支援活動は、その後、学校週5日制の移行に伴う土曜日対策、巡回児童館活動へと発展し指導員として活動しています。会の結成以来、活動のもう一つの柱は、畑作に由来する地域水環境への取り組みでした。緑化事業に始まり、河川の浄化運動、サケの幼魚の放流事業、地域環境レンジャーへと進み、「環境保護なくして子育てなし」の理念のもと、子育て及び環境学習を目的に5,100㎡の敷地に「遊～遊～村」を建設し、築90年の古民家を移築し、村の中核施設として「ふるさと子育て伝承館」を拠点に遊～遊～村という「るつぽ」で子育てと環境学習が融解し、融合した事業をおこなっています。現在、村づくりには、小学生276名、大人72名が村人として住民登録して村づくりに励んでいます。さらに、地域の歴史と文化を伝える50数年前のグランドピアノを修復し「ふるさと子育て伝承館」に備え付け「ピアノ物語」の創作アートに取り組んでいます。		
団体の目的 ／事業概要	0歳から青年期までの一貫した子育て支援と子ども時代から一貫した環境保護及び環境教育を実施し、生まれて良かった、住んで良かったという、ふるさとづくりを会の目的とする。		
活動・事業実績 (企業の場合は 環境に関する 実績を記入)	<p>①東京23区がスッポリ入ってありあまる士幌町の子育て支援を稼働するために、高規格車、子育て支援カーを開発し、そのもてる機動力と広域展開力で全町の巡回子育て支援体制を確立した。</p> <p>②平成14年度から導入された、学校週5日制により、土曜日に浮遊する小学生を対象に、全町8小学校区を巡回する移動児童館「巡回児童ステーション事業」を開始し、年間36講座、1講座平均60名の事業を実施している。</p> <p>③平成15年より地域環境学習センター「遊～遊～村」を5,100㎡の敷地を住民登録してくれた村人と共に協働して建設中。</p> <p>④平成16年より地域固有の畑作に由来する水環境の問題を解決する「親水塾」を開始。</p> <p>⑤平成17年より地域水環境問題の源となっているアグリの改革を目指し低農薬、有機農法の「はたけ塾」を開始。</p> <p>⑥平成19年に雪氷と太陽光発電をハイブリット化させた、地産地消の冷熱エネルギーを利用した「ゆきんこ冷房システム」を開発。</p>		
ホームページ			
設立年月	2002年 4月	*認証年月日(法人団体のみ) 年 月 日	
資本金/基本財産 (企業・財団)	43,000,000円	活動事業費/ 売上高(H17)	円
組 織	スタッフ/職員数 23名 (内 専従 1名) 個人会員 23名 ; 法人会員 名 ; その他会員(賛助会員等) 2名		

政策のテーマ

グリーン・フロンティア

■政策の分野

- ・⑧社会経済のグリーン化
- ・⑩環境、パートナーシップ

■政策の手段

- ・②制度整備及び改正
- ・⑧環境教育・EDSの推進
- ・⑪地域活性化と雇用

団体名：ぱん・ぱん・ぱんぷきん

担当者名：まつなみ こうし
松浪 浩之

■キーワード	限界集落	用地買収	カーボンオフセット	未来への投資	公的資金の投入と返済
--------	------	------	-----------	--------	------------

① 政策の目的

未曾有の経済状況化、国の新しい経済政策としてグリーンニューディールを目指す上で、山間地限界集落の維持という政策を転換し、維持に要する後向きのコストを、限界地を買い上げ、これまで整備した道路等の社会インフラを活かし、かつて繁茂してたであろう豊かな森を創る方向に振り向けることによって、カーボンオフセットを活かした低炭素社会を目指し、社会のグリーン化による新たな雇用を創出し、ひいては、国民の健康の増進に寄与することを目的とする。

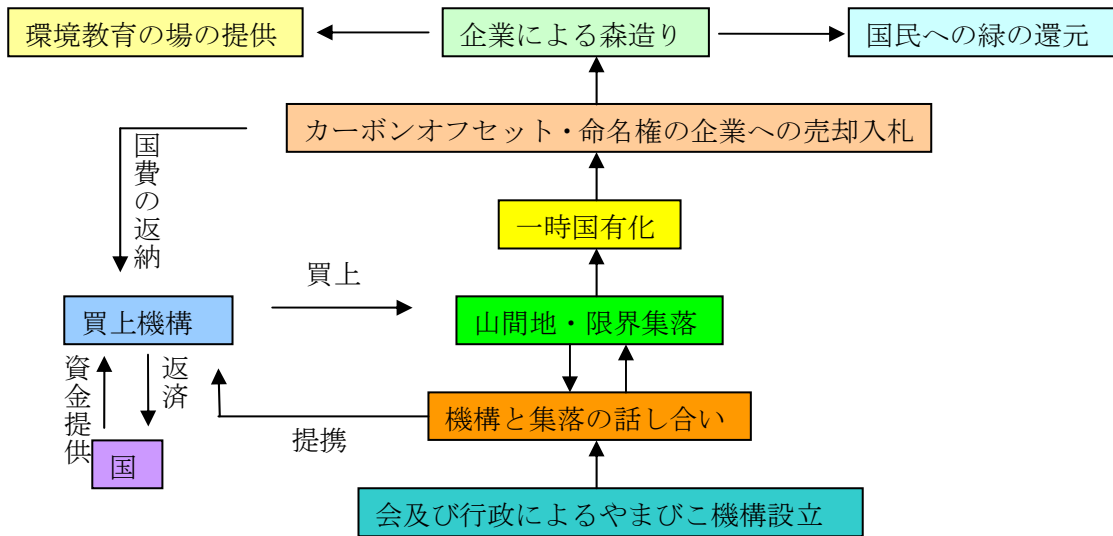
② 背景および現状の問題点

歴史を巻戻してみると、山間地に人の手が入ったのは、その多くは食料の自給自足経済の必要性が生み出した産物で、その非生産性と住居不適正を温存させてきたのは戦後の農政と変わろうとしない社会構造です。しかし、限界集落を点滴によって延命させようという政策は早晩行きづまると思われます。現行の未曾有の経済状況をチャンスととらえ、限界集落の維持という後向きの発想を転換させて、政策的に土地を買い上げることによって、それまで投入した道路等のインフラを活かし、開発前の森に戻すことによって、造林及び森の維持というグリーン雇用を生み出しカーボンオフセットの自給自足と国土の緑化と国民の健康の増進に寄与する。

③ 政策の概要

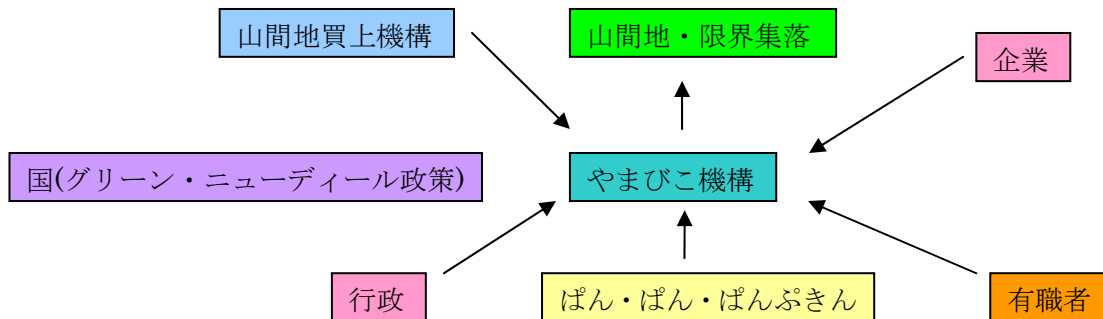
- ① 少子高齢化の洗礼を真っ先浴びる、地方の過疎山間地の限界集落を、コストをかけて維持するという政策を転換し、世界不況の真っ只中にある日本経済の再生の一翼を、限界集落を政策的に買い上げることによって、既存の道路等のインフラを活用し、集落跡地にカーボンオフセットの森を造成し、新たな緑の公共事業を起こす。
- ② カーボンオフセットの自給自足という政策を掲げることによって、国内に於ける国土の緑化による低炭素社会の実現と国民の健康の増進に寄与する。
- ③ 買収に投じた公的資金はカーボンオフセットを必要とする企業に命名権とセットで売却することによって投入した公的資金の返済に回す。
- ④ 過疎山間地からの撤退による森の造成は、限界集落の維持という必要性を失った地域への時間をかけた安楽死的な政策より、緑の増加とグリーン産業の振興・雇用の創出という積極的で前向きな希望のもてる政策となる。
- ⑤ 環境教育の実践の場を提供し、体験的環境教育によって、子ども時代から一貫した環境教育を実現する。
- ⑥ 「グリーン・フロンティア」はグリーンニューディールの一翼を担う政策となる。
- ⑦ その為のモデル地区を選定し、政策実現の可能性を探る。

④ 政策の実施方法と全体の仕組み（必要に応じてフローチャートを用いてください）



	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
国のグリーン・フロンティア政策決定												→
山間地買上機構												→
会・行政によるやまびこ機構設立								→				
予定地の選定												→
グリーン・フロンティア事業の広報												→
カーボンオフセット購入企業公募												→

⑤ 政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）



⑥ 政策の実施により期待される効果（具体的にお書きください）

- ①限界集落の維持という実現の可能性の低い政策を転換し、これから限界集落の維持にかける経費を限界集落の買い上げ費に転換し、跡地に森を造成し、低炭素社会の実現という未来に投資する。
- ②森造りは、持続可能な日本社会を創る為の政策は、国民的コンセンサスが得やすく、限界集落を去る者にも大義名分がたち、何よりも今後国が向かっていく方向が提示できる。
- ③グリーンニューディールという新しいグローバルスタンダードにかなった政策であり、国産のカーボンオフセットの自給自足が可能になる。
- ④カーボンオフセットを海外で購入しても、国民の理解はなかなか得られないが、国内であれば企業努力が報われる。
- ⑤不況を 出す為の国内 要を喚起する政策の1つとして、政策的土地の買収とカーボンオフセットと命名権の売買によって、国費の投入がリターンされる。
- ⑥カーボンオフセットと国民の健康とグリーン産業という雇用の創出は、グリーンニューディールの理にかなっている。

⑦ その他・特記事項

世界的経済不況を するには、国内 要を喚起する必要がある。グリーン・フロンティア事業は、従来型の土木中心の公共事業の基盤を活かしつつ、新事業を起こすことに、この政策の特 がある。

世界不況によって、 れ去った従来の経済システムに変わる新しい産業の創出と、何よりも国民に過疎地、少子高齢化等の国内問題を含め、環境をキーワードに国は大きく を切るというメッセージを伝えるシンボルの事業になる。