

団体の概要 (NGO/NPO用)

団体名 NPO 法人 EnVision 環境保全事務所

所在地	〒060-0807 札幌市北区北9条西4丁目5-2-202 TEL:011-726-3072 FAX:011-726-3072 E-mail:yobu14001@env.gr.jp		
ホームページ	http://www.env.gr.jp		
設立年月	1997年 月 日 * 認証年月日 (法人団体のみ) 2004年5月14日		
代表者	金子 正美	担当者	吉村 暢彦
組織	スタッフ 12名 (内専従 5名) 個人会員 名 法人会員 名 その他会員 (賛助会員等) 名		
設立の経緯			
団体の目的	自然環境についての新しい技術開発や政策提言を通じて自然環境の保全に役立つこと		
団体の活動プロフィール	<p>EnVision は、1997年に任意団体としてスタートしました。これまでに主として北海道や環境省などの野生動物保護管理に関わる調査・研究およびデータベース作成業務などに携わり、地域の自然環境行政に貢献して参りました。</p> <p>EnVision (エンビジョン) とは、"En"vironment (環境) と "Vision" (展望) を掛け合わせた造語で、「環境について新しい展望を切り開き、提案する」という私たちの意志を表しています。そしてその活動を通じて自然と人間の良好な関係を築いていきたいという願いを込めてきました。</p>		

活動事業費 (平成17年度) 円

政策のテーマ

地域環境情報案内人制度

- 政策の分野
- ・環境パートナーシップ
- 政策の手段
- ・情報管理、情報の開示と提供

団体名：NPO 法人 EnVision
担当者名：吉村 暢彦

政策の目的

地域の環境に関する科学的な情報の流通と、それを通じた人材育成を目的とする。Think Globally act locallyではなく、しっかりと地域を考えることができるような基盤づくりと、広く活動できる人材育成（Think locally act Globally）を目指す。

背景および現状の問題点

現在インターネットを活用して、環境に関する統計情報、地図情報等の公開が進んでいる。しかし、インターネットでは、使用環境やスキルがないユーザーでは利用できない、情報が公開されていること自体の周知不足などから一方通行の情報発信になりがちである。

特に、流域全体の情報等、広範囲の自然環境や社会環境の科学的な情報については、地域の環境を議論する「ベース」として重要であるが、このような情報利活用には、ある一定以上の知識や技術、資金が必要であるなどハードルが高い。

政策の概要

ねらい

環境情報案内人を通して、植生図や土地利用図や衛星画像といった**俯瞰的な地域の環境情報を地域で活用できるようにする**。また、地域間の情報交流を促す。

体制

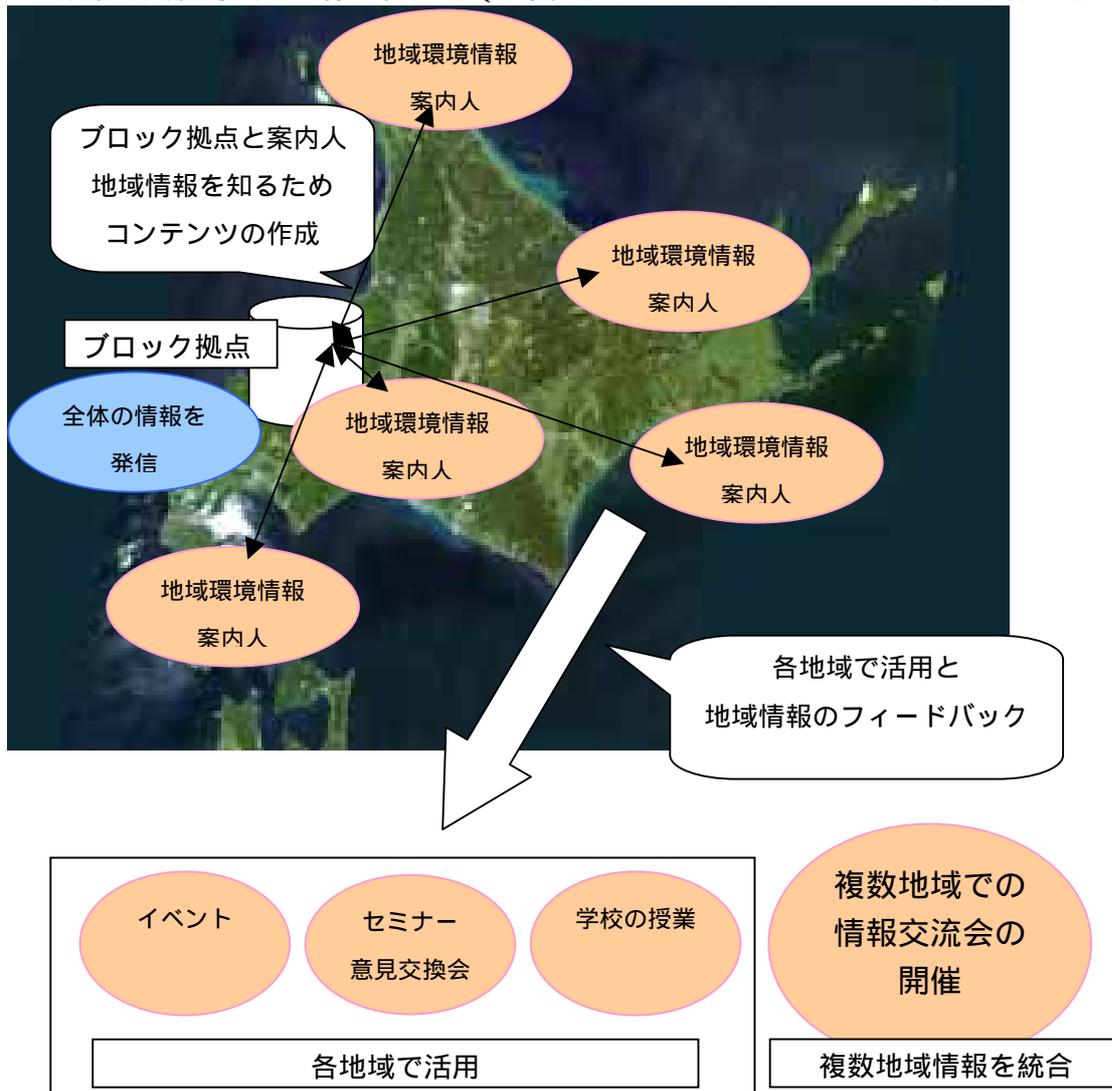
1. **ブロック拠点**（EnVision）：統計情報や地図情報等を管理し、データの加工や利活用についてのアドバイスを環境情報案内人に行う。
2. **環境情報案内人**：既存の指導員や学校の先生、地域の大学生、NPO、NGO等。現在の活動の中に、地域の環境情報を活用する。

内容

環境情報案内人を各地域で依頼し、ブロック拠点が各地域の状況を知るためのコンテンツを、案内人とともに作成する。案内人は、現在の活動の中でコンテンツを活用するなど、地域の環境情報の流通を促す。コンテンツは基本的に紙ベース。

環境情報案内人とブロック拠点は、ミーティングやメール、インターネットでやりとりし常に、地域の情報を交換する。ブロック拠点は、ここで知り得た情報を、インターネットで広く発信する。様々な地域の案内人が集まり、他地域との関係性を知るためのイベント等も開催する。

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）



政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

ブロック拠点：（北海道の場合）NPO法人Envisionや道の試験研究機関、大学

地域情報案内人：各種指導委員、教員、大学生、NPO、NGO等

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）

効果

- 1．これまで蓄積された地域の情報を地域で活用することができる。
- 2．人と人とのコミュニケーションを通して情報提供ができる。
- 3．地域のことを知る機会を作ることができる。
- 4．地域環境情報案内人などが地域の環境の担い手として活躍するきっかけになる。
- 5．各地の議論がスムーズになる可能性が高い。
- 6．地域間の情報の交流のきっかけになる

その他・特記事項

ESD的な観点が含まれると思う。

団体の概要 (NGO/NPO用)

団体名 トキの野生復帰連絡協議会 jv 里地ネットワーク

所在地	〒952-0106 佐渡市 新穂潟上 1101 - 6041 1 TEL:0259 - 24 - 6040 FAX: 24 - 6041 E-mail:toki@satochi.net	〒105-0003 東京都港区西新橋 2 - 16 - 2 3 階 TEL:03 - 5404 - 4846 FAX:5404 - 4847 tegami@satochi.net
ホームページ	http://toki-sado.jp/main/	http://satochi.net/
設立年月	平成 15 年 1 月	平成 10 年 2 月
代表者	高野 毅 (担当) 牧下圭貴	代表者 内藤正明 (担当) 竹田純一
組織	スタッフ 4 名 (内、専従 0 名) 個人会員 0 名 団体会員 40 名	スタッフ 5 名 (内、専従 4 名) 会員 800 団体
設立の経緯	環境省トキの野生復帰ビジョン (2002 年) 設定後、市民、企業、大学、行政が連携した協働の場としての団体を設立。以降、年 6 回程度の協議会を設置し、先導的な事業を実施中。	国の環境基本計画における循環、共生、参加、国際取り組みを実現するため、里地研究会が開かれた。この研究会にて、地域社会を先導する実践集団が必要であるという結論にもとづき、全国より人材を募り里地ネットワークを設置した。
団体の目的	1. トキの野生復帰のためのエサ場の創出 2. ねぐらの整備 3. トキの野生への順化 4. 環境教育の実施等 5. 生き物と人が共生する地域社会の創出	1. 里地における循環型社会の構築 2. 里地里山の自然と生活文化の保全 3. 希少種、生物多様性の保全 4. 里地地域の活性化 上記目的を、里地同士の交流、里地と都市の交流、技術、ツーリズム、広報手法等によって実践。先導的な事業を実施し、全国に波及させる。
団体の活動プロフィール	2000 これまでのトキ保護の歴史の確認、生活文化の把握 2001 野浦地区での集落調査の実施、島外における取り組みの把握 2002 餌場づくり作業開始 環境保全型農法の普及を開始 獨協大学の保全作業を実施 2003 トキ交流会館オープン 協議会の設置 2004 協議会の目標設定 協働事業の実施 保全型教育旅行の構築 2005 農家による生き物調査の実施 エサ場マップの作成 2006 粗放型ドジョウ養殖拠点、及び、ソースハピタットの創出	里地セミナー 里地里山保全活動 全国各地での現場指導 (行政関係) 農水省：人と自然のパンフレット 田園自然再生活動コンクール 運営委員・審査委員 福井県：希少生物保全ビジョン 環境省：トキの野生復帰ビジョン 里地里山モデル事業 3 地区 日本の里地里山 30 選事務局 こどもホタルンジャー事務局 神奈川県；里山モデル事業アドバンス出版：「里地」「みなまたの歩き方」「森里川海の自然再生」「コミュニティービジネス」他

佐渡における取り組みに関する活動事業費 (平成17年度) 8,500千円

政策の分野
・自然環境の保全
・環境パートナーシップ
政策の手段 国民の参加促進

団体名：トキの野生復帰連絡協議会 jv.
里地ネットワーク
担当者名：高野 毅、牧下圭貴、竹田純一

政策の目的

身近な自然再生の象徴である「トキの野生復帰」をテーマとして、企業参加型、学校参加型の自然再生ツーリズムを構築する。企業が抱えている「CSR活動、新人研修、定年後の再チャレンジ施策、社員旅行」と大学や高校の研究旅行の需要を喚起し、新たなエコ・グリーンツーリズムのモデルとして、自然再生型のツーリズムを各主体の連携で構築し全国展開を図る。

背景および現状の問題点

トキの野生復帰に象徴される、日本の自然保護に求められている課題は、身近な自然環境の再生であり、伝統的な農業技術や雑木林の管理方法、河川水路溜池等の治水技術も活かした管理が必要である。このような管理は、ボランティアだけでできるものではない。一方、これまで里地里山を管理してきた農家の高齢化は進み、里地里山の放置が急速に進み、限界集落も増えている。

企業の社会貢献活動は、これまで、参加しやすい植樹、環境美化が中心だった。また、社会環境を見渡せば、自殺や犯罪が増加し、自然体験や情操教育の必要性も指摘されている。

以上の要因を整理し「身近な自然環境の再生」を、企業のCSR、自然体験の必要性、企業、学校における成果と達成感、エサ場の充実を図ることで、それぞれの課題を複合的に解決したい。

政策の概要

企業参加による自然再生ツーリズムの構築

1．企業のCSR活動、研修制度、老後対策等を含めた再チャレンジ需要調査

企業の社会貢献活動で高い評価を受けたのは、社員全員が1日棚田の保全活動へ参加した活動だった。この評価は、企業の社会貢献活動として評価されたものであるが、一方で、トヨタ自動車のエコの杜や、ホンダ自動車の森の番人（ハローウッズ）などの企業活動は、福利厚生や定年退職後の人事対策等を勘案して行われるなど複合的な要素を含んでいる。これらのニーズ調査を行い、企業参加による自然環境保全活動を構築したい。

2．企業向け説明会の実施

上記目的達成のため、アンケート等の調査と同時に、東京都内、さいたま市、新潟市における説明会を実施し、具体的な取り組み方法の説明と企業参加の仕組みの検討を行う。

3．自然再生試行ツアーの実施

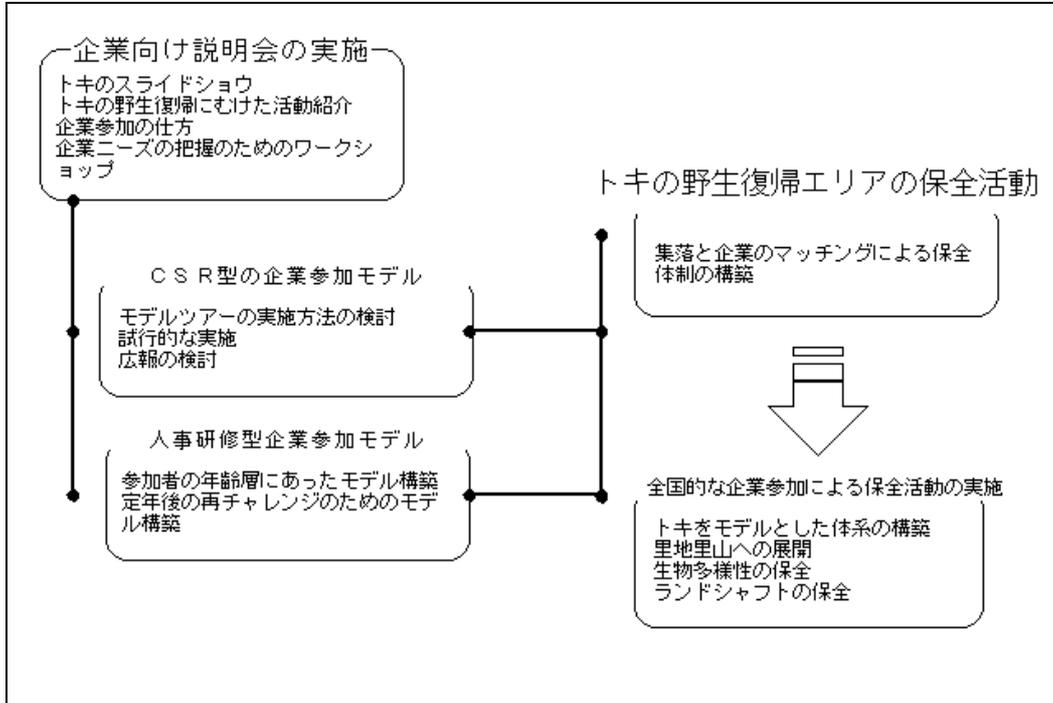
需要調査、説明会等によって、掘り起こされた企業、学校を対象に、企業、教員研修としての自然再生モデルツアーの実施と、企業のCSR活動等としてのモデルツアーの実施を行う。

4．企業のCSR活動への新たな支援方策の検討

上記作業を検証し、メディアへの告知を行うことで、普及啓発を図ると共に、企業、学校による自然環境保全活動を促進するための支援方法の検討を行い、全国的な拡大を図りたい。

政策の実施方法と全体の仕組み

1. 企業説明会の実施（JTB、SMC、トキの野生復帰連絡協議会、里地ネットワーク）
2. モデル保全作業の実施（同上連携）
3. 企業研修制度としての実施（JTB、トキの野生復帰連絡協議会）
4. 実施方法の普及啓発（JTB、SMC、里地ネットワーク）
5. 他地区への展開
6. 企業保全型CSR、研修制度の構築



政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

企業向け、学校向け説明会の開催

- ・ JTB 公益交流グループ：CSRとツーリズム体系構築で協働
- ・ ソニーミュージックコミュニケーションズ：企業のCSR活動の推進で協働
- ・ 新潟県への協力要請：トキの紹介
- ・ 環境省への協力要請：企業説明会への参加と野生復帰の紹介

試行事業の実施

- ・ 佐渡汽船観光株式会社：ツーリズムのサポート
 - ・ 佐渡への航路のある新潟市、関東地方の新潟よりの拠点（大宮、東京）での企業への呼びかけを行うセミナー、シンポジウムの開催 **里地ネットワーク、JTB**
 - ・ 関東、甲信越の企業訪問 **JTB 公益交流グループ**
 - ・ 活動のイメージアップ戦略 **ソニーミュージックとの連携したニュースリリース**
- シンポジウムへの後援、または、共催 **環境省、農水省**

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）

佐渡の自然環境

- ・ トキ野生復帰ビジョンの放鳥エリア内、43集落への企業参加による保全活動の構築

企業のCSR活動

- ・ 企業33社による保全活動の体系化、保全型社会貢献活動の形態創出
- ・ 他地区の自然保護活動への企業参加

佐渡以外への展開

- ・ JTB（公益交流グループ）の機能を、ツーリズムに関わる企業へと展開
- ・ 日本型の保全型ツーリズムの構築

企業の雇用、定年、人材育成政策としてのコミュニティ参加制度の創出

その他・特記事項

- ・ トキの試験放鳥は、平成20年に実施予定であるが、保全作業を行う人材が不足している。
- ・ トキの野生順化計画は、平成27年、自然状態での60羽の定着をめざしている。
- ・ このためには、43集落の環境改善が必要である。
- ・ 上記が達成できれば、人里の生き物を野生復帰させる世界初の取り組みとなる。

- ・ こども達への環境教育は、トキの野生復帰連絡協議会中心に、平成16年度4校より開始し、平成17年度は、20校、平成18年度は、30校（年間2000人）の児童を対象に実施中であるが、児童による体験学習作業の域を出ないため、小佐渡東部一帯の保全をめざす、自然環境の保全には、大人による作業が必要である。

現在までの、島外からの応援団は、下記の組織だが、全体の保全活動には、10倍程度の支援体制が必要である。

- ・ 新潟大学トキプロジェクト：平成14年よりキセンジョウのエサ場整備。常設の演習授業。
- ・ UXテレビ21トキプロジェクト：平成16年より300人～500人が、年に数回、一泊二日の保全活動
- ・ 獨協大学犬井研究室：平成14年より夏期合宿での調査と保全活動、一週間程度滞在、30～60人
- ・ JUONネットワーク：森林整備作業、キセンジョウのエサ場整備。
- ・ 棚田応援団：夏期の一泊二日程度で数名が参加
- ・ 小学校の修学旅行：新潟市内の小学校を中心に、2000人が参加

団体の概要 (NGO/NPO用)

団体名 日本EVクラブ愛知

所在地	<p><事務所> 〒486-0844 愛知県春日井市鳥居松町5-114三和ビル2F TEL:0586-81-7794 FAX:0586-81-7787 E-mail:jevca@gamma.ocn.jp <クラブハウス> 〒470-0207 愛知県西加茂郡三好町福谷字落合33-2 (EV工房の看板あり)</p>		
ホームページ	<p>http://www2.gol.com/users/yutaka (日本EVクラブ愛知) http://www.ev-club.com/ (日本EVクラブ愛知) http://www.jevc.gr.jp (日本EVクラブ)</p>		
設立年月	1995年10月 1日 *認証年月日(法人団体のみ) 年 月 日		
代表者	井戸田幸子	担当者	水野裕司
組織	<p>スタッフ 4名 (内専従 2名) 個人会員 21名 法人会員 3名 その他会員(賛助会員等) 10名</p>		
設立の経緯	<p>日本EVクラブは、1994年10月に、自動車評論家の館内端(現日本自動車連盟理事)が代表となって設立した、市民団体です。1994年秋の第1回EV(電気自動車)手作り教室に、現愛知支部代表の井戸田幸子が参加し、無事卒業。この模様は、NHK衛星放送で放映されました。その後、1995年3月から7月、アメリカのEVレースを見学して帰った井戸田は、フォルクスワーゲンゴルフをEVに改造。鈴鹿の電気自動車レースで3位入賞し、本部から、愛知支部設立を認められました。</p>		
団体の目的	<p>地球温暖化削減をめざし、特にEV(電気自動車)に夢とロマンを持ち、EVや他の低公害車の普及と、21世紀のモータリゼーションの創造を、私たちの問題として考え、メンバー各自が主体的に活動することを目的としています。</p>		
団体の活動プロフィール	<p>1997年トヨタ、ロイヤルサルーンハードトップのEV改造・ナンバー取得(中部初)・日産欧州仕様マーチ改造・等が中日新聞に2回掲載された。その後愛知県よりお誘いを受け、物作りの中部の推進も兼ねて、愛・地球博の誘致に活躍。代表の井戸田は、団体が所属していた「地球市民の会」より推薦されて、愛知万博検討会議の地元代表も勤め、EXPO史上初の公式市民参加の道を開くのに尽力した。開催決定後は、「地球市民の会」(500団体をまとめ、EXPOを支援した)の団体メンバーとして、各種開催盛り上げイベントに協力、また愛知県の委託を受けて「多文化共生事業」として、電動カート手作り教室も開催。また中日新聞に協力して、富山-高山間・EVラリーも実施した。2005年からは、愛・地球博・瀬戸会場にて、市民プロジェクト「集まれ!世界のEV(電気自動車)」を、主に「日本EVクラブ愛知」のスタッフを中心として実施・長久手会場・愛・地球広場にも出演した。これら、一連の実績により、2005年国際博覧会協会会長豊田章一郎氏より、感謝状をいただいた。2006年、各種EXPOアフターイベント参加、「環業見本市」にメッセナゴヤ委員会(愛知県・名古屋市・名古屋商工会議所)より依頼を受け、EXPOテーマコーナーに出展。 2007年11月には、上海市での「中国工業博覧会」出展を依頼している。</p>		

活動事業費(平成17年度)300万円

政策の分野
 ・環境活動の普及
 ・
 政策の手段

団体名：日本EVクラブ愛知
 「環境ブック」政策委員会
 担当者名：水野裕司

政策の目的

- 1・環境に関する関係情報、利用方法と製造販売企業の調査
- 2・書店にて300円ほどの安価で販売できる「環境ブック」シリーズを年間に3～4回程、順次に販売していく。
- 3・「環境ブック」関連事項や紹介リンクをはるホームページ・ブログを開設運営する。

背景および現状の問題点

環境活動について多くのボランティア団体や関連企業などが熱心に講習会やPR活動をしているが一般の市民にとっては、消費者となる為「いったい幾らかかるのか」が気になり、一歩前には経済的問題が付いてまわり、関心を持っている者などへの広がりが出てこない。

国民一人一人がそれぞれ少しずつでも環境商品を手にし、利用する事が、環境の政策には非常に重要な事です。

環境に関する雑誌や資料は専門化されていて以外に読みにくく、手に入りにくい。

政策の概要

この問題を解決するには、環境商品の活用方法、商品価格、施工価格を明らかにする必要があり、それを身近な本屋、スーパー、コンビニ等で手軽な価格で購入できる事が解決への第一歩です。

また、インターネットなどを通じてPRや企業へのリンクをはり環境商品などを開発するベンチャー企業の支援になって行く事も大切です。

先日、環業見本市で参加した企業やNPOは実に多く大手企業もあれば小さなベンチャー企業もあります。

大手企業や行政主体の組織で私の政策提言を推進すれば、小さなベンチャー企業やNPO団体がひとつたまりもなく消えて行くか吸収されていきます。

これを調整しながら育てていく新しい組織政策プロジェクトチームと各社企業、団体、研究者、による研究組織のバック団体が必要になります。

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）

- 1・「環境ブック」制作に当り各企業には、協賛法人会員（会費）になってもらい
- 2・「環境ブック」製作費には会員会費を当てるが、取材や調査費用、交通費、会員募集資料にかかる経費などに初期投資が必要です。
- 3・初版から第3版まで進めば、あとは会員の増加や会社広告費などで運営が自走していきます。
- 4・1版当たり30～50ページで「自家発電ブック（太陽光）・（水・風）・（燃料）」「雨水利用と建物ブック」「田舎暮らしリサイクルブック」等のように各号、テーマ別特集で下記のように

- 1・見開きのメニュー・・・絵や全体利用の写真の様に判りやすく説明をつけて
- 2・研究者へのインタビュー（さわやかな感じの若手の大学助教授や研究者へ）
- 3・テーマに関する小分類と特徴やわかり易く表したデータなど
- 4・各社の商品（利用法と価格とデータ）と施工費用
- 5・裏面とか所々に関連の有料広告を挿入

政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

環境大全集「環境ブック」制作委員会

下記の団体や人物に心当たりがありますのでまずは、そこから手を広げていきます

（ホームページ制作・ミニコミ誌制作会社、環境気象学大学助教授、環境関連NPO団体各種）

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）

環境に関心のある一般の方の環境商品に対する理解度を上げるだけでなく、「環境ブック」が身近な店にあると言うことで若者の立ち読みなどにより生活習慣で意外と環境活動に関心が無かった流れを作り、例えばコンビニで割り箸、ストローや買い物袋を受け取らない流行がおこるかもしれないと！！

その他・特記事項

環境商品や環境技術、研究は日に日に進化していくので1～2年サイクルで同じテーマで出版する事はどちら側（企業・製作委員会・ブック愛読家）にもメリットがある。

団体の概要 (NGO/NPO用)

団体名 財団法人 地球環境戦略研究機関 (IGES)

所在地	〒651-0073 兵庫県神戸市中央区脇浜海岸通 1-5-1 (関西研究センター) TEL:078 - 262 - 6634 FAX:078 - 262 - 6635 E-mail:matsuo@iges.or.jp		
ホームページ	http://www.iges.or.jp/		
設立年月	1998年3月31日		
代表者	森島昭夫	担当者	松尾 雄介
組織	スタッフ 127名 (内専従86名) ----- 個人会員 名 法人会員 名 その他会員(賛助会員等) 名		
設立の経緯	IGESは、人口増加や経済成長の著しいアジア太平洋地域における持続可能な開発の実現を目指し、実践的かつ革新的な戦略的政策研究を行う国際的研究機関として、1998年に日本政府のイニシアティブにより設立されました。		
団体の目的	持続可能な開発のための革新的な政策手法の開発及び環境対策の戦略づくりのための政策的・実践的研究を行い、その成果を様々な主体の政策決定に具現化し、地球規模の持続可能な開発の実現を図ることを目的としています。		
団体の活動プロフィール	<p>1998年の設立以来、3年毎の研究プロジェクトによって、実践的な成果を目指した戦略研究を行っています。第3期研究(2004年4月-2007年3月)においては、気候政策、森林管理、淡水資源管理、都市環境管理、そして産業と持続可能な社会というテーマの下、様々な研究プロジェクトに取り組んでおり、研究成果について国内外の関連機関と連携を取りながら政策提言を行います。</p> <p>なお、今回の応募主体である関西研究センターでは、「産業と持続可能な社会」とのテーマの下、脱温暖化社会の方向性を検討するとともに、そのような社会を構築するための各種障害を同定し、その障害を革新的なビジネスモデルを考案することによって解決すべく、行政機関、企業、NPOなどとの協力を得ながら実践的な研究を行っています。</p>		

活動事業費(平成17年度)60百万円(関西研究センター)

組織の概要 (企業用)

会社名 阪急電鉄株式会社

所在地	〒530 8389 大阪市北区芝田一丁目 16 番 1 号 TEL:06-6373-5031 FAX:06-6373-5241 E-mail:kataoka-takashi39@hankyu-group.jp		
ホームページ	http://rail.hankyu.co.jp/		
設立年月	1907 年 10 月		
代表者	角 和夫	担当者	片岡 孝視
資本金	100百万円	従業員数	約1900名
沿革	1907 年 箕面有馬電気鉄道(株)創立 1910 年 宝塚線と箕面支線の営業開始 (以降順次路線敷設) 1918 年 阪神急行電鉄と社名変更 1943 年 京阪神急行電鉄と社名変更、京阪電気鉄道と合併 (1949 年に分離) 1973 年 阪急電鉄(株)と社名変更 2005 年 純粋持株会社体制に移行(阪急電鉄を阪急ホールディングスに社名変更し、完全子会社である阪急電鉄(株)を設立)		
事業概要	都市交通事業 大阪、神戸、宝塚、京都の各都市間の旅客輸送を担う鉄道事業 不動産事業 不動産売買業、不動産賃貸業、不動産管理業など エンターテインメント・コミュニケーション事業 エンタテインメント事業：宝塚歌劇・演劇など メディア事業：宝塚歌劇、鉄道、沿線情報などを出版・ビデオなどで情報提供 コミュニケーション事業：駅看板・車内広告など リテール事業 書店(ブックファースト)、コンビニ(アスタ)、生活雑貨などの物販事業、飲食事業など		
環境に関する活動実績	環境委員会・推進部会を設置し、各部会で種々の取り組みを実施 都市交通事業本部での取り組み例 1. 省エネルギー・CO2 削減の取り組み 1) 太陽光発電システムを西宮北口駅に導入 2) 省エネルギー車両の導入 3) 省エネ電気設備の導入 2. 沿線環境向上への取り組み 1) 車両の騒音振動対策：フラット検出器の設置、車輪の削正など 2) 軌道の騒音振動対策：マルチタイルによる軌道整備、レール削正 3. 資源リサイクルの取り組み 使用済み切符のリサイクル 4. 環境マネジメントシステム 正雀工場における環境マネジメントシステム (2001 年 3 月 ISO14001 認証取得)		

売上高 (17 年度) 2,313 億円

組織の概要 (企業用)

会社名 阪神電気鉄道株式会社

所在地	〒553 8553 大阪市福島区海老江1丁目1-24 TEL:06-6457-2244 FAX:06-6457-2265 E-mail:waki.y@her.hanshin.co.jp		
ホームページ	http://www.hanshin.co.jp/		
設立年月	明治32(1899)年6月12日		
代表者	坂井 信也	担当者	脇 保仁
資本金	40,633百万円 (平成18年6月30日現在)	従業員数	2,320名
沿革	明治32年 6月12日 摂津電気鉄道設立 " 7月 7日 社名を阪神電気鉄道株式会社に改称 明治38年 4月12日 神戸(三宮)~大阪(出入橋)営業開始(以降順次拡大) 明治42年 9月30日 土地建物賃貸事業開始 大正13年 8月 1日 甲子園球場開設 昭和 8年 5月 1日 六甲高山植物園開園 昭和23年11月 1日 航空代理店業開始 昭和24年11月17日 自動車事業再開 昭和32年 6月 1日 百貨店営業を株式会社阪神百貨店に譲渡 平成18年10月 1日 阪急ホールディングス株式会社と、「阪急阪神ホールディングス株式会社」を共同の純粋持株会社とする経営統合を行う。		
事業概要	1. 鉄道事業(電気鉄道業 45.1km) 2. 自動車事業(バス業 2,231.9km) 3. 不動産事業(販売業、賃貸業、鑑定業など) 4. スポーツ・レジャー事業(野球場、遊園地、植物園などの経営) 5. 航空事業(旅行業)		
環境に関する活動実績	阪神電気鉄道は、当社グループの環境理念に基づき、様々な事業活動から生ずる環境への影響を認識し、環境方針を定めるとともに、当社の事業活動にかかわる各分野において環境の保全と資源の保護のための活動を推進しています。 主な取組 1. 省エネ・CO2削減 ・省エネルギー車両の導入 ・信号機のLED化 ・氷蓄熱空調システム等環境に配慮したビル空調システムの導入 2. リサイクル ・駅ゴミの分別収集 3. クリーン排ガス ・路線バスに圧縮天然ガス車(CNG車)導入 4. ISO14001認証取得 ・尼崎車両基地でISO14001の認証取得(平成14年6月)		

売上高(17年度)85,684百万円

政策のテーマ

コミュニティサイクルシステムの活用を通じた
 末端交通利便性の改善による公共交通機関の利用促進

- 政策の分野
- ・地球温暖化の防止
 - ・持続可能な地域づくり

政策の手段

- 施設等整備、 調査研究・技術開発
 組織・活動、 環境パートナーシップ、 地域活性化と雇用

政策の目的

多数のサイクルポート（駐輪場）を有し、異なるポート間でのレンタル・返却（乗捨て）が可能な進化型レンタサイクル：コミュニティサイクル（以下CS）と、公共交通機関（特に鉄道）とを有機的に結びつけ、公共交通機関の最大の弱点である「Door To Door 性」を大幅に改善し、もって公共交通の利用促進と、運輸（旅客）部門におけるCO2削減を達成する。

背景および現状の問題点

運輸部門（特に旅客部門）におけるCO2排出量の急増

地球温暖化防止への対応が急がれる中、2005年の運輸部門のCO2排出量は、1990年に比べて約18%も伸びている。また、運輸部門の中でも、貨物部門からのCO2排出量が横ばい～微増傾向であるのに対して、旅客部門、特に自家用乗用車の利用に伴うCO2の排出量はこの15年で約50%も増加しており、運輸部門全体のCO2排出増加の主要因となっている。京都議定書の約束期間が迫る今日、この運輸（特に旅客）部門でのCO2削減が急務なのは言うまでもない。

自動車交通への依存

自家用車からの急激なCO2の増加は、自動車の大型化による燃費悪化や、一台当り走行距離の増加と並び、人々の移動手段が公共交通や徒歩・自転車から自動車へシフトしていることによる部分が大きい。実際、全国都市パーソントリップ調査によれば、自動車の機関分担率は、1980年代半ばには約35%であったが2000年頃には約44%に増加し、その分徒歩、自転車、公共交通といった「環境にやさしい」交通手段の分担率が減少、結果として旅客部門のCO2を大幅に押し上げている。このような状況を受けて、2002年の地球温暖化推進大綱や、2005年の京都議定書目標達成計画では「公共交通の利用促進」が運輸部門のCO2対策として位置づけられたが、これまでのところ、残念ながら目だった改善は見られず、人々の移動における自動車への依存は依然として増加傾向にある。

公共交通促進における問題点

公共交通機関の促進を議論する際に問題となるのが、公共交通と自動車を比較した際の各種利便性の差である。とりわけ、自動車が出発地から目的地までダイレクトに移動できる手段であるのに対して、公共交通機関は、往々にして最寄り駅から最終目的地まで徒歩で移動する必要があるなど、特に移動時間、移動労力の面で自動車に劣る。このような「Door to Door性」の欠如が、公共交通機関の主要な欠点である。

CSの活用による「Door to Door 性」改善の可能性と問題点

CSは、複数のサイクルポートを有し、あるポートでレンタルした自転車を異なるポートに返却するという、いわゆる「乗捨て」が出来るもので、従来型レンタサイクルの弱点である「フレキシビリティの欠如」を大幅に緩和した進化型レンタサイクルシステムである。このCSを公共交通の末端交通手段（最寄り駅から最終目的地までの交通手段）として用いることで、最寄り駅から最終目的地までの移動時間、労力を大幅に軽減することができ、先述のDoor To Door 性欠如に関する問題は大幅に緩和される。実際、オスロ（ノルウェー）、ストックホルム（スウェーデン）等の先進的な都市では、公共交通利用促進政策パッケージの一部としてCSが導入されており、一定の成果を挙げつつある。一方、国内においても、CSは近年注目を集めているが、複数のポートが必要である、複数ポート間で自転車を再配置する必要がある（次頁脚注3参照）、等の要因により、一般的なレンタサイクルに比べて運営コストが高く、行政からの財源補助によって赤字運営が続けられるといった一部の例外を除き、多くの試みが失敗に終わっている。

団体名：(財)地球環境戦略研究機関（IGES）
 阪急電鉄 株式会社
 阪神電気鉄道 株式会社
 担当者：松尾雄介（IGES）

政策の概要

既述の背景・問題点を鑑み、CS運営上の障害である採算性の問題を解決し、公共交通機関の末端交通手段として利用できる利便性の高い(簡便手続き、料金は格安or無料)“乗捨て型レンタサイクル”を提供するためのCS、及びCS運用スキームを以下の具体的取り組み・施策を通じて構築する。

鉄道会社、地元商店街、自治体等からなるCS設置・運営委員会の設立

CS実地地域の交通流分析に基づいた利便性の高い場所へのサイクルポートの設置

“誰が、いつ、どのポートで、どの自転車を利用したか”といった情報を一元管理するための情報管理システムの構築

近年充実が図られている鉄道料金支払い用ICカードをCS利用カードとして活用

規制緩和による自転車本体、サイクルポートを媒体とした広告掲載による収入源の確保

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)

鉄道会社、地元商店街、自治体等からなるCS設置委員会の設立

「政策の実施主体」の項で後述するが、CSの設立・運営には、鉄道会社、地元商店街、自治体等の複数の主体の連携、協力が必要である。また、CSはそれら複数の主体に、それぞれ様々な形の利益(後述)をもたらすものである。よって、複数の主体の連携を図るべく、CS実施によるそれぞれの主体への利益や、CS実現に向けそれぞれの主体に求められる役割について共通認識を醸成し、且つ実際のCSの実現に際して主体間のコーディネーションを担当するCS設置委員会を組織する。

CS実地地域の交通流分析に基づいた利便性の高い場所へのサイクルポートの設置

CSの実現には、利用者が様々な場所で自転車をレンタル、返却できるように、多数のポートを設置する必要がある。また、このポートの設置数、設置場所、及び設置密度は、CSの利便性を左右する重要な要因であるため、まずはCS実施地域の交通流の実態を把握し、その実態に即し、利便性の高い立地においてできるだけ高密度でサイクルポートを設置する。

顧客・レンタサイクル情報管理システムの構築

情報管理システムは、利用者IDを管理する情報データベース、各自転車に搭載されたRFID¹、各サイクルポート付設のデータ通信装置、中央管理コンピュータ、から構成され、“誰が、いつ、どのポートで、どの自転車を利用したか”といった情報を逐次一元管理するものである²。この情報管理システムは、自転車の利用状況を随時トレースすることを通じて、A自転車の盗難、放置、破損の防止、Bポート間の自転車需給ギャップ³の調整、というCSの運営に不可欠な2つの機能を提供するものであり、CS運用の「司令塔」として整備する。また、この情報管理システムを活用し、携帯電話等からの自転車利用予約を可能とするサービス機能の付加も検討する。

公共交通利用ICカードの活用

近年、複数の鉄道会社の利用料金を1枚のICカードで支払えるシステムの充実が図られている。これをCS利用カードとして活用し、連携施策を講ずることによりCSの利便性を高め、同時に“CSが公共交通と一体的に利用される末端交通手段である”との認知を広め、利用を促す。

自転車本体、およびサイクルポートを媒体とした広告による収入源の確保

CSの運用コストは従来型レンタサイクルのそれに比べて高く、理想的なケースでも、レンタル収入のみでそのコストを賄うのは極めて困難である。事実、これまでも多くのCSがこの採算性の問題故に実施を断念、もしくは運用の休止を余儀なくされた。また、CSの利便性を高めるためには、高性能自転車の採用、適切な自転車再配置等が必要であるが、これらはCSの運用コストをさらに押し上げる要因となる。つまり、質の高いCSを継続的に運用するためには、この採算性の問題を如何にしてクリアするのが鍵となる。本提案では、この問題を打破すべく、ポートの無人化等によるCS運営コストの削減とともに、自転車本体、及びサイクルポートを広告媒体として利用し、広告収入を獲得するというビジネスモデルをCSスキームの中に組み込む。この広告収入によるCSの運用は、欧州の成功事例で取り入られている手法⁴であり、広告収入という、自転車レンタル収入とは桁違いの収入源を確保することで、CSの質を確保し、かつ無料(or極めて安価)でレンタサイクルサービスを提供することを可能とするものである。

¹ Radio Frequency Identificationの略。数cm程度の電子タグにデータを記憶し、電波で管理コンピュータと通信する。

² 情報管理システムの運用に際しては、情報利用規則制定、セキュリティーシステムの導入等により個人情報の保護には万全を期する。

³ CSでは、複数のポートで随時貸し出し、返却が行われるため、往々にして貸し出しの多いポートと返却の多いポートが存在し、「自転車を借りたいポートで自転車が足りない、返却したい場所が満杯である」という「需給ギャップ」が発生する。

⁴ 公共物に広告媒体を設置する許可を得る代わりに、公共物の設置、運営を、民間がコストを負担して行う「ストリートファニーチャー」と呼ばれる事業形態。日本でもバス停を利用したストリートファニーチャー事業が始まっている。

政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

CSスキームに参加する主体、及びそれぞれの役割とスキームへの参加メリットは以下の通り。

	求められる役割	スキーム参加メリット
CS運営組織	・実際のCSの運営（自転車調達、会員・利用者管理、ポート管理、自転車再配置等）	-
鉄道会社	・駅隣接地へのポートの設置 ・CS運営組織設立のサポート	・鉄道利用者の増加
地元商店街等	・商店街内のポート用地の無償提供 ・CS運営組織設立のサポート	・商店街活性化
地元自治体	・自治体関連施設、及び道路上における用地の無償提供 ・（路上等に設けられた）ポートにおける広告掲載許可 ・CS運営組織設立のサポート	・地域経済の活性化 ・地域内CO2の削減 ・地域内交通手段の充実

上記の表中で、CS運営組織とは、文字通り、CSの運営をその主たる目的とする組織であり、非営利事業、もしくはコミュニティービジネスの担い手として、地元市民有志や、鉄道会社、自治体等の関連主体により共同で設立されることが望ましい。設立に際しては、関連主体が初期段階においてサポートを行うことが望まれるが、一度CS運営組織が設立されれば、組織の維持も含め、全てのCS運用コストは広告収入によって賄うことが可能であり、関連主体には追加的なコスト負担は発生しない。その他の関連主体の役割は上記表の通りだが、特に地方自治体による無償でのサイクルポート用地の提供と、サイクルポートへの広告掲載の許可は、CSの実現に際して重要である。自治体は、平成17年の道路法施行令の改正により、自らが管理する歩道上に駐輪施設を設けることが可能となったことから、適切な立地にサイクルポートを設置することが出来る。また、道路上その他に設けられたポートへの広告塔の設置に関しても、野外広告物条例において許可権限を有する⁵。

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）

旅客部門のCO2削減：今後本格的FS実施を通じ、CS及びCSを含む政策パッケージの効果を定量評価予定。概算では旅客の数%～10%程度の削減（前提により変動）が見込まれる。

自転車圏内における人の活動が活発化することを通じた地元商店街等、地域経済活性化
自転車・サイクルポートへの環境広告の掲載（後述）を通じた環境情報の発信

本CSスキームは、一定程度公共交通が整備されている地域であれば基本的に実施が可能である。自動車から公共交通+CSへの転換という本来の趣旨に照らせば、自動車依存が高い地方都市、大都市のベッタウンなどでの実施が効果的である。無論、CS実施地区の選定段階では、交通流分析等に基づくフィージビリティ調査を事前に実施することは言うまでもない。

最終的な政策目標である公共交通の利用促進を実現するためには、公共交通の総合的な利便性が、自動車のそれより、相対的に高くなるという状況を作る必要がある。このような状況の創出のためには、公共交通の利便性の改善、自動車の利便性の抑制、の両方に対して有効な包括的な政策パッケージ（例：CS、ロードプライシング、モビリティーマネジメント、中心街への自動車乗り入れの制限等の総合的な施策群）を実施することが有効である。本提案におけるCSは、その様な政策パッケージにおいて、公共交通利便性改善を担う重要な柱の一つとなる。自転車本体、及びサイクルポートへ掲載する広告は、「環境関連広告⁶」に限定（もしくはそれらを優遇）する。これは、公共交通・CSが環境にやさしい交通手段であることをPRすると同時に、環境情報の発信媒体とする、CS利用者層は環境意識が高い層と重複し、環境広告の媒体として最適であるとの性質を利用し、広告需要を高める、という副次的効果を狙うため。CSは、欧州において急速に広がりを見せつつあり、既述のストックホルム、ノルウェー以外にも、パリ、ブリュッセル、マドリッド等の主要都市でも大規模な導入が検討されているもの。本提案におけるCSスキームは、世界でも有数の整備状況を誇る日本の公共交通とのより積極的な連携や、自転車予約機能の付加、および広告を通じた環境情報の発信等を通じて、日本独自の新たなCSの展開を目指すものである。

⁵ 道路上の広告設置は、道路法、道路交通法でも規制されているが、平成15年に道路占有施設への広告物添加が条件付で認められた。

⁶ 環境関連製品・サービス等に関する広告。

団体の概要 (NGO/NPO用)

団体名 NPO 法人青森県環境パートナーシップセンター

所在地	〒031-0073 青森県八戸市売市 1-10-19 TEL : 0178-22-1507 FAX : 0178-45-8230 E-mail: info@eco-aomori.jp		
ホームページ	http://www.eco-aomori.jp		
設立年月	平成 14 年 8 月 * 認証年月日 (法人団体のみ) 平成 15 年 1 月 30 日		
代表者	鶴見 実/有谷昭男	担当者	有谷元子
組織	スタッフ 3 名 (内専従 3 名) 個人会員 40 名 法人会員 3 名 その他会員 (賛助会員等) 名		
設立の経緯	<p>NPO 法人としての設立経緯</p> <p>私たちは、青森県を主な活動地域とし、住民・市民活動団体・事業者・行政などに対し、各活動主体が対等な立場で役割を分担し、相互に協力・連携しながら、環境を保全・再生・創造する活動を実践してゆく関係 (以下「環境パートナーシップ」という) の構築に関する事業を行い、環境問題の解決と持続可能な循環型社会の形成に寄与することを目的として、特定非営利活動法人「青森県環境パートナーシップセンター」を設立しています。</p> <p>青森県地球温暖化防止活動推進センターとしての設立経緯</p> <p>県センターの指定に当たっては、環境活動を目的として設立された民法第 34 条法人及び NPO 法人を対象に、4 月 4 日から 25 日までの期間公募しました。その結果、3 団体から応募があり、5 月 9 日に指定審査会を開催した上で、5 月 12 日付けで県センターを指定しました。</p> <p>指定期間：平成 17 年 5 月 12 日から平成 19 年 3 月 31 日まで</p>		
団体の目的	<p>個別の主体が単独では入手しにくい資源や機会を提供して、パートナーシップを担う各主体の力量を向上させる中間支援の役割を果たしていきます。</p> <p>1. 環境の保全を図る事業</p> <p>2. 前各号に掲げる活動を行う団体の運営、または活動に関する連絡、助言、または援助の活動</p> <p>多くの皆様に参加・協力をいただきながら、環境問題を解決し循環型社会を実現するために、進んでゆきたいと思えます。</p>		

団体の活動 プロフィール	2003	産廃と環境を学ぼう
	2004	環境学習実践者データベース 自然と人間のパートナーシップを学ぼう あおもり環境再生フェスタ 北国の環境パートナーシップって？
	2005	100万人のキャンドルナイト エコクイズラリー カーシェアリング 省エネゲーム 買い物ゲーム 省エネラベル 雨水タンク ダンボールコンポスト あおもり地球クラブニュース
	2006	省エネ住宅フェア 環境保護グッズ 自然エネルギーライヴ 企業・学校の視察/交流 環境機器開発 環境学習施設データベース その他共催イベント多数

活動事業費（平成17年度）業務委託費 8,000,000円

政策のテーマ

環境単位情報の表示

- | | |
|---|---|
| <p>政策の分野</p> <ul style="list-style-type: none">・社会経済のグリーン化 <p>施策・事業内容</p> <ul style="list-style-type: none">・事業者の自主的な環境保全活動の推進 <p>政策の手段</p> <ul style="list-style-type: none">・情報管理、情報の開示と提供 <p>施策・事業内容</p> <ul style="list-style-type: none">・環境情報の収集及び提供、開示及び入手、管理等に関する方法 <p>政策の目的</p> <ul style="list-style-type: none">・環境・経済・社会の統合的向上に向けた基盤づくり・品質表示の内訳 環境情報・CO₂排出のプロセスの数値化・廃棄による温室効果ガス排出量の数値化 <p>背景および現状の問題点</p> <p>背景</p> <ul style="list-style-type: none">・市場で購入している商品の環境情報が全く判らない状況にある・全ての分野で、国内で扱われている商品の環境情報を得られる手段が無いこと <p>現状の問題点</p> <ul style="list-style-type: none">・どのようにしたら企業の社会貢献活動の度合いを高めることができるか・どうしたら、協働のパートナーシップを築き、責任ある生活環境を築くことができるか・環境家計簿に見られるように、温室効果ガスの項目及び数字は簡単に入手できる状況にない <ul style="list-style-type: none">・できれば、市場の商品の全ての環境情報が、全ての人に知る方法が必要であること・全ての分野で、国内で扱われている商品の環境情報を得られる手段とすること <p>政策の概要</p> <p>背景および現状の問題点から、市場の商品の環境情報を開示・表記することを制度化することにより、或いは義務化することにより、多くの国民がその環境情報をもとにして、環境問題に取り組む家庭内での「だんらん」が生まれる。又、商品販売する事業間での開示・表記の取組競争が展開されると考える</p> <p>ここに、環境単位情報として、その開示を制度化（義務化）することをすすめる</p> <ul style="list-style-type: none">・請求書明細表示の内訳としての環境情報の開示・表記・品質表示の内訳としての環境情報の開示・表記・CO₂排出のプロセスの数値化・廃棄による温室効果ガス排出量の数値化 <p>開示・表記</p> <ul style="list-style-type: none">・「環境情報」を「環境単位情報」として開示・表記する | <p>団体名：
NPO青森県環境パートナーシップセンター</p> <p>担当者名：
久保田勝二</p> |
|---|---|

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）

実施方法

各請求明細書・品質明細書とは別枠で「温室効果ガス排出明細」として表示する。

ただし、正味、容器（梱包）で分類表示

例	請求明細書・品質明細書	例	表示・発行は各事業者
	電力料金請求明細		電力会社
	水道料金明細書		水道企業体
	ガス料金請求明細		ガス販売団体
	ガソリン・軽油給油明細		ガソリン販売団体
	灯油請求明細		製造・販売業者
	電化製品仕様明細		家電メーカー
	トイレットペーパー品質明細		製紙会社
	牛乳パック品質明細		乳酸製造会社
	新聞購読請求明細		新聞販売会社
	書籍発行責任者欄		書籍販売会社
	ジュース缶・ペットボトル品質明細		清涼飲料会社
	その他、産業別表示		その他、製造・加工会社

例	温室効果ガス排出量明細	例	温室効果ガス使用量換算排出量
	二酸化炭素		、 g - CO ₂ / kwh・L・単
	メタン		、 g - CH ₄ / kwh・L・単
	一酸化二窒素		、 g - N ₂ O / kwh・L・単
	フロン		、 g - CFC・HCFC / kwh・L・単
	フロン		、 g - HFC / kwh・L・単
	フロン		、 g - PFC / kwh・L・単
	フロン		、 g - SF ₆ / kwh・L・単

全体の仕組み

環境単位情報

温室効果ガス排出量明細	単位	環境側面明細			
		製品プロセス		廃棄・焼却プロセス	
		本体（正味）	梱包（容器）	本体（正味）	梱包（容器）
二酸化炭素（CO ₂ ）	g				
メタン（CH ₄ ）	g				
一酸化二窒素（N ₂ O）	g				
ハイド・クロロフルオロカーボン（CFC・HCFC）	g				
ハイドロフルオロカーボン（HFC）	g				
パーフルオロカーボン（PFC）	g				
六フッ価硫黄（SF ₆ ）	g				
	g				

温室効果ガス排出量明細は、上記の該当項目のみの表記とする

3Rの推進として、次のいずれかを明示する 新規性 再生利用可 再使用可 使い捨て

政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

- ・ NPO青森県環境パートナーシップセンター
- ・ 青森県地球温暖化防止活動推進委員（アースレンジャー）

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）

国民が日常生活する上で、また企業が事業活動する上で、仕入れたもの、購入したものは日本で作られた物ばかりではない。他国で生産・製造、又は加工された物。更に、他国で製造された物を日本国内で、更に付加価値を高めるため、加工・製造された物などである。

日本や他国での生産・製造・加工のプロセスで多くの資源・エネルギーが消費され、種々の価値を不可された物を私たちは利用・活用している。

そして、それらの物はいつかは利用価値を失う。利用価値の失った物はゴミとして廃棄処理される。この廃棄処理の段階でも、多くの資源とエネルギーが消費される。

環境単位情報を制度化することにより、今手に持っている物のインプット・アウトプット段階での資源・エネルギーの消費の量を実数値で知ることができる。メーカーも責任ある数字を示すこととなる。

この数値を知り得る状況の中で、次の効果がある。

- ア．環境単位情報を市場の商品に明記されることで、品質明細同様に常時目に触れること
- イ．その事により、環境単位情報もチェック項目となること
- ウ．環境単位情報を環境家計簿に活用できる機会が多くなること
- エ．環境単位情報を市場の商品に明記されることで、学校の環境教育でも活用できること
- オ．環境単位情報が、他の商品にも拡大されること

その他・特記事項

日本国民は、環境問題に対してその危機意識は非常に乏しい。地球温暖化防止推進活動を展開している私たち自身実感していることである。このことは地域性とはまったく関係が無い。各地で活動している各主催団体からの報告でも同様のことが聞かれる。

日本国内で砂山は見たことはあっても、砂漠を見たことのある人は少ない。海外が砂漠を見たとしてもそれは地球のある地域の特定の現象として考えている人が多い。しかし、海外では環境問題を人類の危機としてその危機意識をもって捉え、かつ教育されている。

しかし、日本ではそうではない。教育に携わるトップの人たちでさえ、環境問題とは何かを知ろうとしないし、話し合おうともしない。むしろ拒否される。地球規模での現実を把握されていないのが実情です。むしろ、子ども達は地球環境について知っている子が多い。また、知ろうとしている子が多いこと。

教育する立場の人間が感心を持とうとしない状況では、他の大人達も同様に知る余地すら無いのは当然のことであろう

公務にある人達は尚更に関心が薄い。大変な国であることは確かです。

団体の概要 (NGO/NPO用)

団体名 NPO 法人青森県環境パートナーシップセンター

所在地	〒031-0073 青森県八戸市売市 1-10-19 TEL : 0178-22-1507 FAX : 0178-45-8230 E-mail : info@eco-aomori.jp		
ホームページ	http://www.eco-aomori.jp		
設立年月	平成 14 年 8 月 * 認証年月日 (法人団体のみ) 平成 15 年 1 月 30 日		
代表者	鶴見 実/有谷昭男	担当者	有谷元子
組織	スタッフ 3 名 (内 専従 3 名) 個人会員 40 名 法人会員 3 名 その他会員 (賛助会員等) 名		
設立の経緯	<p>NPO 法人としての設立経緯</p> <p>私たちは、青森県を主な活動地域とし、住民・市民活動団体・事業者・行政などに対し、各活動主体が対等な立場で役割を分担し、相互に協力・連携しながら、環境を保全・再生・創造する活動を実践してゆく関係 (以下「環境パートナーシップ」という) の構築に関する事業を行い、環境問題の解決と持続可能な循環型社会の形成に寄与することを目的として、特定非営利活動法人「青森環境パートナーシップセンター」を設立しています。</p> <p>青森県地球温暖化防止活動推進センターとしての設立経緯</p> <p>県センターの指定に当たっては、環境活動を目的として設立された民法第 34 条法人及び NPO 法人を対象に、4 月 4 日から 25 日までの期間公募しました。その結果、3 団体から応募があり、5 月 9 日に指定審査会を開催した上で、5 月 12 日付けで県センターを指定しました。</p> <p>指定期間：平成 17 年 5 月 12 日から平成 19 年 3 月 31 日まで</p>		
団体の目的	<p>個別の主体が単独では入手しにくい資源や機会を提供して、パートナーシップを担う各主体の力量を向上させる中間支援の役割を果たしていきます。</p> <p>1. 環境の保全を図る事業</p> <p>2. 前各号に掲げる活動を行う団体の運営、または活動に関する連絡、助言、または援助の活動</p> <p>多くの皆様に参加・協力をいただきながら、環境問題を解決し循環型社会を実現するために、進んでゆきたいと思えます。</p>		

団体の活動 プロフィール	<p>2003 産廃と環境を学ぼう</p> <p>2004 環境学習実践者データベース 自然と人間のパートナーシップを学ぼう あおもり環境再生フェスタ 北国の環境パートナーシップって？</p> <p>2005 100万人のキャンドルナイト エコクイズラリー カーシェアリング 省エネゲーム 買い物ゲーム 省エネラベル 雨水タンク ダンボールコンポスト あおもり地球クラブニュース</p> <p>2006 省エネ住宅フェア 環境保護グッズ 自然エネルギーライブ 企業・学校の視察/交流 環境機器開発 環境学習施設データベース その他共催イベント多数</p>
-------------------------	---

活動事業費（平成17年度）業務委託費 8,000,000円

政策のテーマ

環境税の新設

- 政策の分野
- ・ 持続可能な地域づくり
- 施策・事業内容
- ・ 環境配慮型まちづくり、地域活性化
- 制作の手段
- ・ 税制措置
- 施策・事業内容
- ・ 環境税の新設

団体名：
NPO青森県環境パートナーシップセンター
担当者名：
久保田勝二

政策の目的

- ・ 環境・経済・社会の統合的向上に向けた基盤づくり
- 企業と地域社会との排出権取引の促進
- ・ 環境に配慮したグリーン産業と雇用の促進
 - ・ 農林畜水産のライフサイクル形資源循環産業の育成
 - ・ 地域活力推進のため、地域に根付くあらゆる産業分野の地産・地消の促進

背景および現状の問題点

背景

- ・ 近年、企業の社会的責任の重要性の高まる中、海外の企業に比べて、日本の企業の社会に対する係わりが低いと言われていています。中でも、社会的面、環境的面では特に改善を要する面が多々ある。生産活動、なかんずく企業にとっての利益は、人間にとっての健康のようなもので、しかしこれは必要不可欠だが、十分条件とは言えない情勢となっています。企業が社会に役立つ良い仕事をするとはその中で働く従業員も自ずと社会に役立つ働きをしてくれるはず。その事によって、その従業員の住む地域の人々も知らず知らずのうちに協力体制が生まれ、人々の交流が生まれる。

そして、仲間はずれが減少し、地域交流が活発となり、その事が、地域経済の発展へと結びつく。

- ・ 更には、財務的な評価に加え、社会、環境、倫理といった社会的責任を果たしている企業には高い評価を与えて、投資先企業の選択技ともなり得ることを狙う
- ・ また、市民の環境に対する意識の低い状況からも脱却できる可能性を探りながら、環境問題に取り組むことを狙っています

現状の問題点

- ・ どのようにしたら企業の社会貢献活動の度合いを高めることができるか

- ・どのようにしたら市民個々の環境認識を高め、社会貢献活動の度合いを高めることができるか
- ・どのようにしたら、協働のパートナーシップを築き、責任ある環境に配慮した生活を築くことができるか

政策の概要

日本は、四方が海に囲まれていて、かつ見渡す限り緑の山々に囲まれている地域が多い。そのため他国で起きている状況にはさほど気にもとめずに生活しているのが実情でしょう。他国の人々からみた場合うらやましいはず。地球全体でみた場合、日本も大変な状況の中にあるのだということに早く気付いて欲しいものです。そのことから、世界共通の認識を持つ意味でも、環境問題に責任を果たしてもらおう意味から、ここに環境保全（地球保護・人類保護）に対する政策として資金の拠出方法を提言する。加えて、これらが地域の循環型社会の形成ともなり得る可能性があること

・政策の概要

- 一、環境保全拠出基金の制度化 環境税
- 二、電力及び燃料を供して事業を行う全ての生産者に、CO₂排出事業者とみなして、CO₂に換算した量に対する比率をもって、1%の環境税を課する
- 三、CO₂吸収に供する事業を行う全ての事業者はその環境税を還付金として毎年支払う
- 四、CO₂吸収事業とは、
 - ア、林業で、植樹・間伐・伐採で維持管理を行う事業者（森林ボランティアを含む）。
 - イ、農業で、田畑の生産・維持・管理を行う直接事業者。
 - ウ、水産業で、貝や魚及び海草等の養殖を主とした生産・維持・管理を行う事業者。
 - エ、山・川・海で、自然生態系維持のための管理を行う事業者。
 - オ、地産・地消で、その推進及び管理運営団体（県外に本社を置く県内企業を含む）。
 - カ、ただし、海外輸入品は除く

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）

実施方法

- ・税の種類：環境税の新設
- ・徴収業種及び部門対象：企業・事務所・一般家庭などの全ての業種および部門
- ・環境税の対象：
 - 電力
 - 燃料（ガソリン、灯油、軽油、ナフサ、石炭などの化石燃料）
 - ガス（都市ガス、プロパンなどの掘削燃料）
 - 水道、下水、事業者の廃水処理施設からの排水（水道料に換算する）
 - 廃棄物（廃棄処理業者の引き取りによるもの）
- ・徴収方法：従来の請求明細書をもって同時に徴収

- ・徴収方法：従来の請求明細書をもって同時に徴収

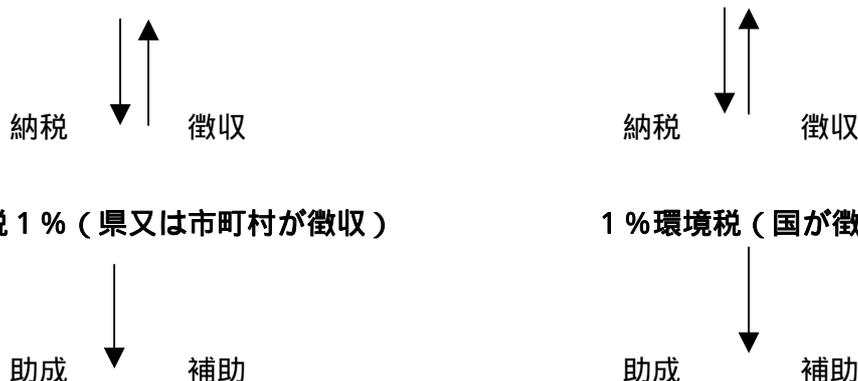
$$\text{利用額} \times (5\% \text{消費税} + 2\% \text{環境税})$$

2%環境税の内訳：地方環境税としての1%、(国への)環境税としての1%

全体の仕組み

温室効果ガス(電気・燃料・廃棄物)及び水の消費により活動をしている事業体

(企業・事務所・一般家庭などの全ての業種および部門)



温室効果ガス吸収効果に結びつく産業体

林業・農業・畜産業・水産業で
資源循環型社会形成に結びつく事業
山・川・海の自然生態系保護事業
地産・地消の活用事業
地球環境温暖化防止促進型産業
環境保全推進ボランティア団体



地方担当行政への事業報告



地方行政による評価

(結果の審査・妥当性の審査・継続の審査)



事業結果を環境白書として公示する

環境保全型の研究・調査・開発・技術支援を主とする事業体

ただし、生産の準備及び開始されたものおよび輸入されたものと海外技術は除く
省資源・省エネを主としたもの
資源循環型社会形成に結びつくことを主としたもの
創資源・創エネ・新エネを主としたもの



中央担当行政への事業報告



中央行政による評価

(結果の審査・妥当性の審査・継続の審査)



事業結果を環境白書として公示する

政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

- ・ N P O 青森県環境パートナーシップセンター
- ・ 青森県地球温暖化防止活動推進委員（あおもリアースレンジャー）

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）

市民（国民）の税金が環境問題解決のために使用されていることを知っていただければ、自
ずと、市民（国民）は環境に目を向けるようになる

そして、環境保全に直結した仕事（活動）をしてくれる

その他・特記事項

日本国民は、環境問題に対してその危機意識は非常に乏しい。地球温暖化防止推進活動を
展開している私たち自身実感していることである。このことは地域性とはまったく関係が
無い。各地で活動している各主催団体からの報告でも同様のことが聞かれる。

日本国内で砂山は見たことはあっても、砂漠を見たことのある人は少ない。海外が砂漠を
見たとしてもそれは地球のある地域の特定の現象として考えている人が多い。しかし、海外
では環境問題を人類の危機としてその危機意識をもって捉え、かつ教育されている。

しかし、日本ではそうではない。教育に携わるトップの人たちでさえ、環境問題とは何か
を知ろうとしないし、話し合おうともしない。むしろ拒否される。地球規模での現実を把握
されていないのが実情です。むしろ、子ども達は地球環境について知っている子が多い。
また、知ろうとしている子が多いこと。

教育する立場の人間が感心を持とうとしない状況では、他の大人達も同様に知る余地すら
無いのは当然のことであろう

公務にある人達は尚更に関心が薄い。大変な国であることは確かです。