

# R 2 - 3 S

## Regional Regeneration by 3-Sectors

3セクター協働の地域活性化  
教育プログラム

# 地域活性化 ニューズレター No. 5



(写真1)



(写真2)



(写真3)

(写真1) アートのまちづくりの中心的存在：全米的に知られる地域劇場Berkeley Repertory Theater (提供 柏木)  
 (写真2) NPOによる観光：NPOアジア交流センターが作った「京のなび音さんぽ」(提供 松田)  
 (写真3) NPOによる商店街活性化：和歌山市のみその商店街の「みそのバル」(提供 鳥淵)

# CONTENTS

050. 3セクター協働の地域活性化プロジェクトのご紹介

051. 観光産業振興のツール、アメリカのTBID：  
三セクターの協働による実践と成果

— 柏木宏 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻教授)

052. 観光客受け入れ環境整備とNPOの役割についての  
— 考察 — 京都の観光地図を事例に —

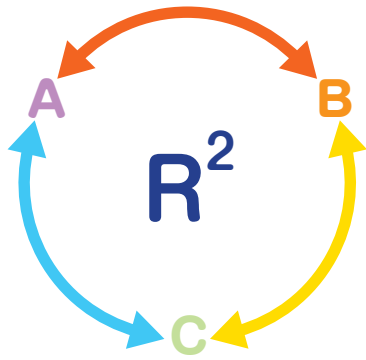
— 松田充史 (近畿日本ツーリスト、修士 (都市政策))

053. NPO商店街 (1)

— 鳥淵朋子 (大阪市立大学大学院創造都市研究科博士(後期)課程)

054. 地域における環境マネジメント活動の可能性  
— 神戸環境マネジメントシステム (KEMS) の取組み —

— 山村和宏 (株式会社創造と協働のまちづくり研究所代表取締役、  
大阪市立大学大学院創造都市研究科客員研究員、博士 (創造都市))



# R 2 - 3 S

## Regional Regeneration by 3-Sectors

### 3セクター協働の地域活性化 教育プログラム

## 050. 3セクター協働の地域活性化 プロジェクトのご紹介

創造都市研究科「特色となる教育体制への支援事業」『3セクター協働の地域活性化 教育プログラム—公共・市民・ビジネス部門連携の地域活性化コーディネート人材育成』プロジェクトの御紹介  
[サイト<http://www.gscs.osaka-cu.ac.jp/regional/> 概要 (抜粋)]

### 【創造都市研究科の概要】

創造都市研究科は、公立大学の使命の一つとして、21世紀型都市再生モデルである創造都市等の研究と、都市地域活性化を目的として設立された社会人向け大学院です。2003年開設の修士課程3専攻(都市ビジネス、都市政策、都市情報学)および2005年開設の博士後期課程(創造都市)において、2014年までに約1300人が入学し、約1000人が課程修了しました。

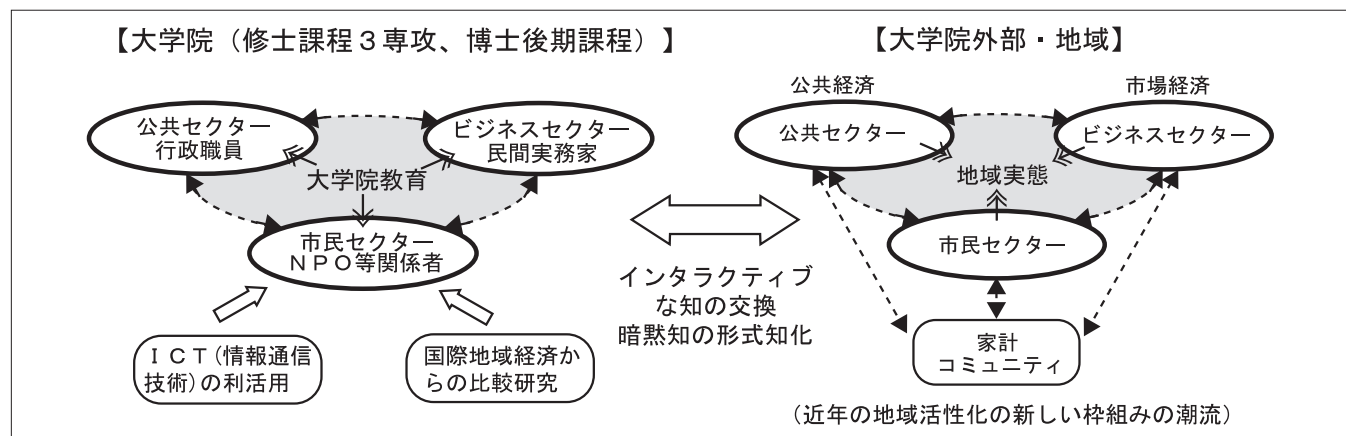
### 【目的】(現状認識)

地域の疲弊が叫ばれ、地域活性化は日本全体の喫緊の課題となっています。地域活性化の分野においては、PFI・指定管理など「公民協働」の方向が現れています。が、(1)本プログラムは更に進んで、従来の公共(行政)対民間の2者関係だけでなく「市民主体

のボランティア経済セクター」を入れた3者の総合的戦略と(概念図参照)、(2)財政自立化のなかで「情報通信技術(ICT)」等を活用した効率良い戦略が中心になりつつあることに注目しています。

当研究科は、地域活性化・地域経営に関する全国の研究科の中でも公共・市民・ビジネスの3セクターの学生が共同で学び、かつ都市情報学専攻があるというユニークな構成をもち、個別の教育研究をおこなってきました。こうした独自性・実績を活かし、個別の取組を更に総合化し、地域/行政/関係機関における公共・市民・ビジネスの3セクターと大学院・研究者の3セクター(最大3×3の組合せ)が協働する融合効果とインタラクティブな知識の環流化により、地域活性化人材を育てる「地域活性化教育プログラム」をおこないます。

### 【概念図】



### 【育成される人材像】

このプログラムで育成される「地域活性化コーディネータ」とは、地域活性化の課題に直面したときに、1) 自らの出自は公共・市民・ビジネスのいずれかの1セクターに属する実務家や研究者であっても、他を含めた3セクターの個々の特性を認識し、その長所を活かして協働をデザイン・コーディネートでき、2) 地域のネットワーク化や情報の共有を効率的に実現するICTを活用する知識を身につけ、3) 現場のコーディネートと同時に暗黙知を獲得し形式知に転換することにより仮設定立・検証をおこなって、現場に応用する力(概念図参照)をそなえ、4) 最終的に体系化・一般化をして成果としてまとめる能力により、みずからのキャリアアップと地域への貢献の両者を達成できる実務的研究者・高度専門職業人のことです。

### 【キャリアアップ】

既存専攻の学生および外部からの人材は、地域活性化プログラムに参加することにより単位履修が可能であり「地域活性化コーディネータ(仮)」の名称を受けることを予定しています。プログラム終了後は、現場の知識を活かし、対立する課題を総合的に調整し

各セクターの長所を生かせる創造的な問題解決能力をもった実務的研究者(大学等研究機関研究者・地域活性化運営者)として活躍が期待されます。

### 【実績】

創造都市研究科は開設以来、研究科および大学重点研究『創造都市を創造する』『創造経済と都市地域再生』などのプロジェクト研究において、大阪市等との共同による国際シンポジウムを通じた世界的な創造都市研究ネットワークを形成、地元である大阪市・大阪府北区地域開発協議会を応援、同商業活性化協会と提携契約を結び地域活性化プロジェクトを9回実施し、地域活性化計画の立案・支援をしてきました。またプロジェクト型の学生共同研究を重視し、開設以来11年で毎年20数件の教員および学生数名の研究グループを組織して教育研究活動の中で大きな効果をあげてきました。本プログラムでは、このような創造都市研究科のプロジェクト型研究の実績を踏まえて、3セクター(公共・市民・ビジネス)の学生が共同で学ぶ構造および関係機関との連携の上に、新たな知識の統合を目標として、総合的人材「地域活性化コーディネータ」の養成をめざすものです。

## 051. 観光産業振興のツール、アメリカのTBID：三セクターの協働による実践と成果

柏木宏(大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻・教授)

### 1. はじめに

2013年6月、安倍内閣が決定した成長戦略では、「観光立国ニッポン」が重点分野のひとつとして位置づけられた。日本だけではない。いまや観光には、世界経済の牽引役ともいえる大きな役割が期待されている。実際、世界旅行産業会議(WTTC)の推計によれば、2006年の観光産業の規模は、世界の国内総生産(GDP)の約10.3%に相当する4兆9638億ドルに達した。また、世界観光機関(UNWTO)は、観光が「21世紀最大の産業」になると予測している。

観光産業の中で特に注目されているもののひとつに、MICEがある。日本政府も2013年6月に閣議決定した「日本再興戦略」において、MICEは今後の日本の観光、さらには経済活性化にとって重要なものと位置づけた。MICE(マイス)とは、企業などの会議(Meeting)、企業などの報奨・研修旅行(Incentive

Tour)、各種団体の大会・会議や学会(ConventionまたはConference)、展示会・見本市やイベント(ExhibitionまたはEvent)の総称であり、ビジネス性の高い会議や旅行全般をさす。国や都市は、このMICEの誘致を競い合っている。

ここでカギを握るのは、誘致活動のための財源だ。この財源との関係で、注目される可能性が強いのが、アメリカの観光産業改善地区(Tourism Business Improvement District、以下TBID)である。筆者は、2013年9月、カリフォルニア州パークレー市のTBIDとTBIDを認可した市の担当者にヒアリングをする機会をえた。以下、その知見も含め、アメリカにおけるTBIDの背景や制度、設立や運営状況などの概要を見た上で、パークレー市の事例の検討を通じて、観光産業の振興におけるTBIDの意義について考えていきたい。

## 2. TBIDの背景と制度、現状

観光産業を振興するための仕組み、TBIDは、全米で統一的に用いられている呼称ではない。観光産業改善地区という呼び名の他、観光産業マーケティング地区、ホテル改善地区、観光改善地区などの言い方がある。いずれも「地区」がついていることに示されるように、特定の地域において観光産業の振興を目的にしている。BIDの略称で知られるBusiness Improvement Districtの一種でもある。

図1のように、通常、ホテルなどの宿泊施設を中心に観光産業の事業者が協議して、事業計画の立案をはじめとした組織化を進め、行政の認可を受け、設立される。行政は、BIDと同様に、地区内の宿泊施設などの事業者からアセスメントと呼ばれる負担金を徴収。さらに、事業計画に基づく事業を受託した非営利組織(NPO)に、徴収した資金を提供する。なお、このNPOは、Destination Marketing Organization(以下、DMO)と呼ばれる観光協会などが多く、NPOといっても、公益型ではなく、税制上、商工会議所などと同じ501c6団体というカテゴリーに分類される。この資金を活用し、TBIDの運営団体となったNPOは、宿泊客の獲得に向けた広報活動などを展開する。

セクター	企業	NPO	行政
<ul style="list-style-type: none"> <li>主体</li> <li>主な役割</li> <li>資金の流れ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊施設事業者</li> <li>TBID組織化</li> <li>アセスメントの支払い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光協会など</li> <li>組織化支援</li> <li>補助金の受給と事業の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地方政府</li> <li>TBIDの認可</li> <li>アセスメントの徴収と補助金の提供</li> </ul>

図1：TBIDにおける企業、NPO、行政の基本的枠組

TBID関係の情報提供を行っている観光地区資料センター(TDRC)によると、2014年1月現在、全米に111のTBIDが存在する。1000を超えるといわれるBIDに比べると少ないが、近年急増している。最も多いのはカリフォルニア州で、全体の約4分の3にあたる83を占める。この他、ニュージャージー、モンタナ、オレゴン、サウスダコタ、テキサス、ワシントンの各州で、あわせて28のTBIDが設立されている。111のTBIDにアセスメントを支払っている宿泊施設は、3784に及ぶ。年間予算は、最小で4万ドル、最大で3000万ドルと規模の格差が大きい。なお、平均は、約190万ドルである。

では、なぜTBIDが広がってきたのか。BIDのコンサルティング会社、CIVITASなどが2010年11月に発表したカリフォルニア州のTBIDの実態調査の報告書“A Study of Tourism Business Improvement Districts in California”(以下、CIVITAS調査)によると、TBID設立の理由のトップは、郡や市などの地方政府による観光予算の削減で、全体の45%を占めた。次いで、地方政府による観光予算がなかったこと(32%)、観光産業において他の地域との競争が激化したため追加予算の獲得の必要性に迫られたこと(18%)などと

なっている。

ここでいう地方政府の観光予算とは、短期滞在使用税と同義と考えてよい。いわゆるホテルの宿泊税のことで、アメリカでは多くの地方政府が導入している。ちなみに、前述の観光地区資料センターによれば、TBIDが設立されている地方政府では、平均で約10%の短期滞在使用税を宿泊者に課している。

しかし、短期滞在使用税は、用途を観光関係の事業に限定しているわけではない。例えば、後述するパークレー市では、ホテルの宿泊費の12%が短期滞在使用税として課税されているものの、その12分の1がDMOへの補助金に充当されているだけだ。近年の地方政府の財政悪化は、短期滞在使用税を観光以外の事業に投入する傾向を強めているといわれており、それは短期滞在使用税を原資とする補助金を受注してきたDMOの経営を困難にさせ、TBIDに活路を求めるといふ動きにつながっているといえよう。

実際、TBIDの組織化を中心的に進めているのは、地域の宿泊施設の事業者やDMOである。CIVITA調査によれば、前者が47%、後者が42%と、このふたつで全体の9割を占める。なお、郡や市などの地方政府が中心になったという例も11%ある。

TBIDの設立までの期間として最も多いのは、半年から1年で65%に達している。一方、半年未満で設立にこぎつけたところ6%にすぎない。このように一定程度の期間を要する背景には、アセスメントの支払いを強要される地域の宿泊施設の事業者へ説得や地方政府の理解の獲得、法的な問題をクリアしていくことの困難さなどがあるという。

TBIDが設立されれば、DMOの予算は増え、広報活動は活発になり、宿泊客は増加、その結果、アセスメントの徴収額が増加するという好循環が期待される。しかし、CIVITAS調査によれば、TBIDへの補助金が増加したところは18%にすぎない。一方、TBIDが設立された地域の観光産業と他の地域と競争状態については、激しくなったという回答が70%を占め、競争が緩やかになったとする18%を大きく上回っている。DMOの広報活動の効果の問題と考えられるが、競争の激化により、TBIDだけで大きな成果をあげることが困難とみることができるといえる。ただし、TBIDへの満足度は94%ときわめて高い。TBID抜きには地域の観光産業の維持発展が困難という認識が強い、と推察される数字だ。

### 3. バークレー市のTBID

カリフォルニア州バークレー市は、人口11万人余り(2010年)と、州内でも52番目という、比較的小さな都市である。産業としては、学生3万5000人、教職員1万3000人というカリフォルニア大学バークレー校(UCB)の存在が抜きん出ている。このUCBは、ノーベル賞受賞者72人という数字に示されるように、全米だけでなく、世界的にみても屈指の高度な教育研究機関として知られている。当然のように、UCBに関連した学会など、MICE関連の観光産業のウエイトも大きい。

しかし、観光面で見ると、バークレー市は、周辺の都市と比較すると大きく見劣りすることは否めない。西にはベイブリッジを挟んだ対岸にはサンフランシスコ、北にはワイナリーで知られるナパ、南には太平洋に面して温暖なカーメルやモントレイ、東には州都のサクラメント、その先にはギャンプルが楽しめるユタ州のリノやリゾート地のレイクタホなど、全米、そして世界的にも知られる観光地が少なくないからだ。しかも、これらの都市は、サクラメントが2000年、モントレイが2006年、サンフランシスコが2010年という具合に、次々とTBIDを設立、観光産業の一層の振興を目指していた。

前述のように、バークレー市は、市内の宿泊施設に短期滞在使用税を課している。これによる年間の歳入は350万ドルと、市の一般財源の3%に上る。しかし、リーマンショックの影響もあり、2009年から10年にかけて、短期滞在使用税による歳入が減少する事態が招来した。こうした中で、2011年秋、バークレー市のDMO、Berkeley Convention and Visitor Bureau(以下、通称のVisit Berkeleyと表記)のバーバラ・ヒルマン事務局長は、市内の宿泊施設の事業者とともに、TBIDの設立に向けて活動を開始した。

カリフォルニア州には、TBIDを含めたBIDを設立するために、ふたつの法律が制定されている。ひとつは、1989年に制定された、Parking and Business Improvement Area Lawである。もうひとつは、1994年のProperty and Business Improvement District Lawだ。TBIDの多くは、1989年の法律に基づき、設立されている。1989年の法律は、1年ごとにBIDの承認を地方政府に求めなければならないのに対して、1994年の法律では最初5年間、その後は10年間の実施が認められる。換言すれば、1994年の法律で設立すれば、長期的に安定した活動のための財源が確保できるのである。しかし、認可をえるまでの手続きが1989年の法律の方が容易なため、この法律が利用されることが多いとみられる。

バークレー市のTBIDは、1994年の法律に基づいて行われた。この法律は、アセスメントの徴収対象となる事業者から、アセスメントの金額ベースで50%以上の賛同をえなければ、市に認可の申請を行

うことができない。ヒルマン事務局長らは、前述のCIVITASの協力を受け、事業者を説得、2012年6月には85%の賛同をえて、市に申請、9月に市議会から認可をえることができた。なお、TBIDの運営は、Visit Berkeleyが指定された。

TBIDの狙いは、地区内の宿泊施設の事業者からアセスメントを徴収して、地区全体の観光産業振興のための広報活動などを行うことである。したがって、どの事業者から、どのように、どの程度のアセスメントを徴収し、どのような事業を行うのが問題になる。バークレー市のTBIDの場合、市内に5部屋以上をもつ宿泊施設24ヶ所が対象になることが決まった。

アセスメントの徴収は、市が短期滞在使用税と同時に行うこととし、金額は部屋代の1%になった。市は、これを毎月徴収し、Visit Berkeleyに提供することになる。なお、アセスメントの額は、バークレーのように部屋代の一定の割合の他、均一の額を設定する場合もある。例えば、カーメル市では、1部屋当たり1ドルとなっている。また、この割合や額は、必ずしも一律ではない。例えば、サンフランシスコでは、市内で観光スポットが多い地域と少ない地域に二分し、多い地域は1.5%、少ない地域は0.75%としている。

こうして徴収されるアセスメントは、バークレー市の場合、年間37万5000ドルに上る見込みだ。その用途は、TBIDの認可の際に申請団体から提出された事業計画に相当するManagement District Planに盛り込まれている。表1は、その概要である。販売ならびにマーケティングとは、広報のことであり、具体的には新聞やテレビ、ラジオなどの広告、観光案内雑誌の発行などの他、観光関係のイベントや会議への参加、電話によるセールスなどが含まれる。なお、徴収コストとして、3750ドルが計上されている。これは、アセスメントの徴収に対して市が負担する人件費などを、市が回収する目的で設けられたものだ。一般的に、BIDでは、アセスメントの徴収のコストは地方政府が負担するが、バークレー市の担当者によると、同市では初めての試みという。

なお、Visit Berkeleyは、TBIDが成立する以前から、市の観光産業の振興のための活動を実施してきた。連邦政府の内国際入庁に提出した990書式と呼ばれる2011年度の報告書によると、2011年7月から12年6月までの歳入は43万7850ドル、歳出は47万1959ドルだった。歳入の大半を占めるのは、政府からの補助金で、その額は36万9592ドルである。これは、市の短期滞在使用税を財源にした補助金と見られる。TBIDによるアセスメントは、従来の補助金による事業にプラスして行われるものだ。設立間もないため、現段階でその成果を検討することはできないが、広報活動は一気に拡大した。

表1：パークレーのTBIDの初年度の予算

費目	割合	金額
販売ならびにマーケティング	75%	28万1250ドル
管理費	20%	7万5000ドル
徴収コスト（市に支払い）	1%	3750ドル
予備費など	4%	1万5000ドル
合計	100%	37万5000ドル

(出典) CIVITAS, April 25, 2012, “Berkeley Tourism Business Improvement District Management District Plan”

#### 4. おわりに

TBIDの資金を活用した事業のひとつに、パークレー市の観光ガイドともいえるVisit Berkeley (2012-13年度版)の発行がある。5万冊を発行したというこの冊子は、パークレーの地図とともに、旅行者向けの交通手段や宿泊施設の案内などを掲載。さらに、ダウンタウンやノースシャタック街、テレグラフ街

などの文化施設やレストラン、商店などが集まっている地域についても紹介している。これらの地域は、TBIDが設立され、ダウンタウンはアート、ノースシャタックはグルメ、テレグラフはUCBに隣接した大学と一体化した街として売り出している。

その意味で、TBIDは、TBIDだけで完結するものではなく、TBIDがセールスポイントとするような、地域のさまざまなリソースを結合させながら、「地区」を売り出していく仕組みとすることができる。本稿の最初に、MICEとの関係でTBIDが注目され始めていることを指摘した。たしかに、サンフランシスコのように巨大なコンベンション施設を中心にしたTBIDは、その通りだろう。しかし、TBIDの多くは、地方の数万から20万人程度の人口をもつ地域で設立されている。そこでは、MICE的なものを期待するのではなく、観光客の確保を少しずつ進めようとしているようにみえる。こうした地道な取り組みにこそ、目を向けていく必要があるのではないだろうか。

## 052. 観光客受け入れ環境整備とNPOの役割についての一考察 — 京都の観光地図を事例に —

松田充史 (近畿日本ツーリスト、修士 (都市政策))



### 1. はじめに

本稿では、京都市における「観光地図」の事例より、観光客受け入れ環境整備における現状と課題を明らかにしたい。京都市では、2006年に観光地図制作を行うが、2012年にその観光地図が廃止される。そこで、存続の為に力を尽くしたのが「特定非営利活動法人アジア交流センター（以下、NPOアジア交流センター）」であった。この事例より、NPOの観光振興における新しい役割を示す状況を提示したい。更に、訪日外国人旅行者の増大を目指すわが国において、今後の観光客受け入れ環境整備のあり方の提言が出来ればと考える。

### 2. 観光地図とは

わが国において精密な地図と言えば、伊能忠敬の「大日本沿海輿地全図」で歴史上はじめて国土の正確な姿を明らかにした。現在では国土交通省国土地理院が作成する地図がある。だが本稿で取り上げる地図とは、測量による正確な地理的情報を縮小して平面に表したものではなく、想定する観光客にとって必要とされる取材された情報が検索でき、なおかつ、

それらの距離感がまとめて感覚的に捉えることができる地図と定義する。なお、本稿の目的は、観光地図の成立及び性質といった歴史文化及び社会的価値を論じることに重点を置くのではなく、観光地図の事例を通して、観光客受け入れ環境整備の地域マネジメント（管理）における現状と課題を提示することにある。

### 3. 京都の事例

#### (1) 京都における観光客受け入れ環境整備の主体

京都は、年間5000万人以上が訪れる日本有数の観光地である。観光客に対する行政機関は、京都府に商工労働観光部があり、外郭組織として公益社団法人京都府観光連盟がある。また、京都市に産業観光局観光MICE推進室があり、外郭組織として公益社団法人京都市観光協会がある。また、京都府市及び京都商工会議所から設立された公益財団法人京都文化交流コンベンションビューローがある。同法人は、京都市が2011年度まで京都国際観光客誘致推進協議会（以下、誘推協）として活動してきた外国人誘客事業を引き継いでいる。

## (2) 京都における観光地図

上記(1)の団体がそれぞれの予算で観光地図を発行している。だが、各団体が個別の事業として独自で製作・発行し、なおかつ限られた予算である為、発行部数も限られており、観光地図が慢性的に不足する現状がある。外国人旅行者が増えてきた2006年頃から、ホテル・旅館・旅行会社などから外国人向けの観光地図の必要性が高まっていった。そこで事実上京都市が運営する誘推協が地図事業に取り組んだ。旅館、ホテル、旅行会社、広告出版会社などの観光関連事業者との勉強会が開かれ、外国人を使ったモニター実証実験などを通し「京都まち歩きマップ」を製作した。この地図は、印刷出版会社Kが製作したサイクリングマップを元に、元ホテル支配人T、旅行会社社員Mが当時の京都市観光課課長(現、京都市都市計画局歩くまち京都推進室長)の下、Kが製作したものであった。その後、Kが京都市の単年度予算の随意契約で発行していたが、2012年に突如、他社製作による地図に取り替えられた。WEBでダウンロードできる地図としての「京歩きマップ」の採用である。在庫及び流通を管理する必要がなく、印刷費用が掛からない。行政担当者の負担が少ない。なお、その観光地図の形状は「京都まち歩きマップ」と酷似している。



【図1】「京都まち歩きマップ」



【図2】「京歩きマップ」

## (3) 観光地図論

「京都まち歩きマップ」の製作コンセプトは次のとおりであった。①京都市内のまち歩きに適した実用的な地図、②B2版サイズ、③二色刷り(黒い色ともう一色)、④対象エリアは京都市内全域で、表面に入りき

らないエリア及び主要な観光地は裏面に拡大地図で表示。市内全域の鳥瞰図も含む、⑤日本語・英語(ローマ字)併記、などであった。

観光地図として、次の点が大切であると上述の関係者は述べる。1)紙媒体であり、二色刷り、つまり見栄えの良いカラー多色刷りでは無く、後に書き込みが可能なもの。これは、観光旅行者と地域住民のコミュニケーションツールでもあり、道を聞き、書き込み、マーキングが可能なものである。2)サイズはB2版。両手で広げられる最大サイズであり、全体を見渡せるものである。3)反映する地図の領域(どこまでの範囲を収めるか)が、表面は中心地から全体が俯瞰出来るもので、必要に応じて裏面を利用する。4)道幅や距離については、実際の縮小ではなく、感覚的にデフォルメする。5)カラーや紙質は経済合理性を考え、同じ予算でより多くの製作が出来る様にする。ホテル、旅館、観光案内所などで配布し、この観光地図を使い、道を聞き、それに答えることを想定していて、ICTなどの技術が発達しても、観光地においては必要不可欠なものであると考えているのだが、K社長は、「WEBでダウンロード出来る様にしても、観光客は観光地で入手する観光地図が必要ではないだろうか」と語る。だが、地図製作には費用がかかり、在庫管理などの業務がそれに伴う。行政の予算で製作しても、その維持管理の課題があった。また、事業予算を広告収入で賄おうと広告スペースを設けても、行政では広告営業が難しかった。

## (4) 特定非営利活動法人アジア交流センター

2009年、NPOアジア交流センターのN理事長が、総務省の地域情報化の推進事業として、京都観光に応用したサービス事業を行うにあたり、「京都まち歩きマップ」の存在を知った。その結果、この地図のコンセプトを認め、音声ペンを使った音声多言語観光ガイド「京のなび音さんぽ」でこの観光地図を使うこととなる。



【図2】「京のなび音さんぽ」

NPOアジア交流センターは、「真の相互交流を考えると経済・文化交流を通じて、アジア諸国との人・もの・情報の多様な交流を活用した産業振興や文化交流の重要性に対する共通認識は、疑うところはありません。多種多様な民間交流も積極的に行われており、より広く、より確実なものとするために我々も共に担うべき役割があるものと考えます。」として京都市で2006年7月19日法人設立登記された。活動概要として、青少年、在日外国人・留学生、国際交流、経済活動の活性化を行い、設立以来の主な活動実績として次のようなものがある。



2004年	近畿経済産業局 関西インバウンドビジネス懇話会&勉強会
2005年	大分県 広瀬知事 地元企業と中国青年国際人材交流中心との温泉会議
2006年～	日中韓青少年交流事業 夏季北京キャンプ交流事業 (日中スポーツ交流年事業、文部科学省公認事業として実施)
2007年	日中国交正常化35周年記念 京都遣隋使1400年記念事 (京都市・京都府・日中友好協会・京都府町村会・京都市長会コラボ事業)
2008年	京都市少年合唱団と中国・杭州市愛楽天使合唱団交流事業(京都市・立命館大学とのコラボ事業)
2008年～	地域活性化事業 アグリビジネスモデル支援事業開始 京丹後市(企業・自治体・農家・農水省との協働事業)
2009年	京都南丹市美山町 市の有形財産の有効活用による地域活性化事業支援
2009年～	産官学連携 京都市観光産業促進支援事業
2009年～	日中緑化交流事業 甘肅省黄河上流生態緑化事業

このNPOの目的(定款に記載された目的)として、「アジア交流センターは、アジア諸国の中で主に日本と中国の青少年を中核に、ビジネス・人材育成・環境保全・国際交流の推進、支援などの活動を行っている民間団体です。これらの分野での活動を通じ、青年交流と相互理解を深め、我が国とアジア諸国の発展、連帯の構築、公益の増進に寄与することを目的としています。」とあり、団体の活動・業務(事業活動の概要)は、次の通りである。

- ①ビジネス:アジア諸国での経済活動に関する行政団体・及び経済団体や民間団体等に対するコンサルティング、企画、代理、運営、後援、共催など行う事業。
- ②人材育成:アジア地域と日本の大学・留学生・研修生の交流を支援する事業。アジア地域と日本の企業への企業研修生等の人材受け入れを支援する事業。
- ③環境保全:アジア諸国の環境保全に関するシンポジウム、セミナーイベントの企画・開催事業。アジア地域の環境改善(緑化推進等)事業及び日本の環境保全事業。
- ④国際交流の推進・支援:上記各項の事業に関する交流ツアーの企画や手配、受け入れ、人材派遣などの斡旋事業。アジア地域と日本の自治体・経済団体・企業間の経済交流や青少年を中心とした文化交流を支援する事業。

更には、情報通信技術地域人材育成・活用事業交付金を活用して内外旅行者が集まる国際観光地でのICT技術を活用した安心・安全情報システム構築を図っている。

NPOアジア交流センターは、日本国内やアジア諸国との人的交流を図りながら国内の自治体をはじめとし、企業や民間団体等とアジアにおける政府関連組織とを繋ぎ、新たな双方の地域経済・環境・文化交流等の促進に貢献し、相互補完ができる深い交流促進を目指して活動している。N理事長は大手旅行会社代理店の旅行会社社長であり、交流を軸に置き、そこから旅行ビジネスを産みだそうとするところが特筆すべき点である。2003年にビジット・ジャパン・キャンペーンが始まり、ようやく日本が訪日外国人旅行者へ関心が持たれるようになった時に、いち早く勉強会などを行った先見の明があると言えよう。これに対し、従来の旅行会社は旅行斡旋業と言われ、主体的に旅行需要を喚起することは少なかった。また、地域経済・環境・文化交流といった昨今の課題を当時から認識していた。

#### 4. 観光地図マネジメント

その後、NPOアジア交流センターN理事長は「京都まち歩きマップ」が存続出来るよう、岡山に本社がある教育・生活事業を展開するB社から、地図製作の協賛を得る。この地図は、京都に来る修学旅行生に配布することを目的として、2014年度に10万部作成される予定である。また、K社長自らの営業努

力により2社からの協賛を得て、合計20万部作成するめどが立った。K社長は、「修学旅行生向けの観光地図の必要部数は、年間約100万人の生徒が訪れる為、5人に1枚用意する必要から20万部は最低でも必要だ」と考える。また、観光地図の流通についても、行政からの正式ルートの要請ではないにもかかわらず、N理事長、K社長自らが掛け合い、各学校への配布や、現場ニーズに応え観光案内所にも置くことが決まった。

更に、「年間5000万人の観光客や、ますます増える訪日外国人旅行者が訪れる京都では、観光地図が最低でも60万部は必要である」とK社長は考える。確かに、「京都まち歩きマップ」以外に発行されている観光地図は存在するので、それなりに需要は満たすのであろう。しかし、「コンセプトを持つ「京都まち歩きマップ」の現場ニーズは高い」とK社長は語る。

#### 5. まとめ

京都において、観光地図は、地域の情報インフラであり行政サービスとして必要であるのか、それとも、受益者負担の情報ツールであるか、といった議論は無い。行政サービスとして必要な事業か否かは、その時の行政担当者およびその管理者の判断にあり、判断はその都度変わるのが現状である。確かに、WEB上で提供すれば、必要な人間が必要なだけプリントすれば良いので、それで行政サービスとしては十分であるという考えもある。だが、観光客の利便性を考えると紙媒体の配布が望ましく、WEBでの提供で観光地図のニーズは満たされるかは未明である。行政の予算があれば観光地図などの印刷物を製作し、無ければ製作しない。「京都まち歩きマップ」の事例は、全国の各都市でも内在する課題ではないだろうか。そこで、NPOは観光地図の存続に大きな役割を果たす可能性があると言えるのではないだろうか。

以上より、本稿では、観光地図を持続的に提供するシステムが、観光客受け入れ環境整備における課題を指摘し、また、京都でその課題に取り組むNPOと観光事業者のケースを示した。

#### 【参考文献】

- 観光情報プロダクト(有)(2013)「京都まち歩きマップ」。京都市印刷物番号第244769号(2013)「京歩きマップ」。
- 観光庁「訪日外国人旅行者の受入環境整備」WEB  
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/ukeire.html>
- 京都観光Navi WEB  
<https://kanko.city.kyoto.lg.jp/download.php>
- CANPAN WEB 特定非営利活動法人アジア交流センター  
<https://fields.canpan.info/organization/detail/1362210468>

# 053. NPO商店街（1）

鳥瀧 朋子（大阪市立大学大学院創造都市研究科博士(後期)課程）

## はじめに

地方都市では、郊外型の大型店におされ、各地の商店街の低迷が益々、深刻になっている。どこも独自の振興策を講じているが、恵まれた環境が整った成功事例はあるものの大多数の商店街が苦戦を強いられている状況である。このたび、和歌山市みその商店街にNPOが集積する現象に着目し、NPOによる商店街の活性化効果について考えてみた。

## 1. みその商店街

「みその商店街」はJR和歌山駅近くに立地していた闇市のあとに、東通り、中通り、西通りから成っている。路面電車が走っていた当時は、交通の結節点という利点も生かし、通勤・通学者で賑わいを見せていたが、現在は閉店時間も夕方7時頃と短くなり、店主の高齢化に伴い空き店舗6割以上のシャッター通りと化した。また、商店街の通りを自動車が通行したり、シャッターの閉まっている店舗前に駐車するなどのマナーの悪さも目立っている。現在、店舗数80のうち13店舗をアソシエーション・社会的企業が運営している。（注：和歌山市内には、和歌山城付近に立地する、ぶらくり丁商店街が中心市街地として栄えてきた歴史がある。繁華街にある「よそゆき」の商店街である「ぶらくり丁商店街」に対し「みその商店街」は「普段着」の地元商店街として差別化してきた）



図1：みその商店街現況図（2013年1月現在）（出所）鳥瀧朋子（2012）

表1：NPO現況図対応表（出所）鳥瀧朋子（2012）

	団体名	みその商店街 進出	法人設立
①	NPO法人わかやまNPOセンター 「紀州まちづくりセンター-きません？」	2007年11月	2002年4月
②	NPO法人和歌山こどもの広場 「こどもの広場」	2009年4月	2010年9月
③	カフェ & 雑貨 絵本ぐるぐる (NPOセンター直営)	2009年4月	2002年4月
④	高齢者生協「みその交流サロン」	2009年11月	1999年12月
⑤	NPO法人紀州レンジャーズ	2010年1月	2008年6月
⑥	NPO法人成年後見紀ノ国サポートセンター	2010年11月	2010年11月
⑦	NPO法人おもちゃばこ 「コミュニティスペース み遊じかる」	2011年1月	2004年9月
⑧	NPO法人和歌山盲ろう者友の会 「SAORIはあと・つう・はあと」	2011年4月	2007年5月
⑨	みそのバル (A氏オーナー・社会的企業)	2011年10月	-
⑩	NPO法人WACわかやま 「ふれあいの居場所ほっこりさん」	2012年1月	2001年11月
⑪	一般財団法人共助のまちづくり協会 「アートサポートセンター RAKU」	2012年6月	2010年9月
⑫	NPO法人野菊の会	2012年7月	2012年12月
⑬	生活協同組合コープ自然派 「コミュニティスペースWA」	2012年9月	2012年3月

## 2. 事例の検証

現在、みその商店街には、12のアソシエーションが事務所・ショップを構え、社会的企業1が立地している。

### (1) NPO集積のプロセス

もともとNPO法人わかやまNPOセンター（以下、NPOセンター）は、和歌山市駅前のビルの3階に事務所を構えていた。「みその」はJR和歌山駅が近く、バスターミナルもあり、交通の結節点として魅力がある。活動をエリアで考えるなら、アクセスの良い現物件が好ましいという決定に至った。NPOセンター事務所の家主は、みその商店街内にいくつかの物件を所持しており、商店街組合理事を通して、NPOセンターとの縁ができた。2007年11月に、みその商店街中通りの角地にNPO法人わかやまNPOセンター事務所「きません？」がオープンした。

2009年4月から今日までに12のアソシエーションが、みその商店街に集積した（図2）。NPOセンター理事S氏はインタビューで、NPOセンターが意識的に集積を仕掛けたわけではないが、中間支援組織としてみそのに集まってきたNPOとは情報共有し、ネットワーク化を図っていると言う。また、NPOセンターの存在がみその商店街に可能性を感じさせる契機となったこと。和歌山駅前にありながら、中心市街地活性化の補助

金を活用できなかったみその商店街でNPOセンターが情報発信イベントを展開していく中で、その可能性を行政も認めるようになってきたことが、みそのにNPOが集積した所以ではないかと指摘する。さらに、JR和歌山駅前だという地の利が良いことを改めて認識したことが大きいと言う。つまり、NPOセンターは中間支援組織としての役割を果たしつつ、NPOがみそのという場に可能性を見出し、行政からの評価も含めてNPOがNPOを生んでいく動きが出てきた結果として集積したと考えられよう。



図2：NPO法人わかやまNPOセンター「きません?」(出所) 筆者撮影

表2：NPOの集積 (出所) 鳥渕朋子 (2012)

年 代	状 況
2007年11月	みその商店街中通りの角地にNPO法人わかやまNPOセンター事務所「きません?」(以下、NPOセンター)が開設。NPOセンターは、2007年に設立された県内NPOの中間支援組織である。和歌山市駅前ビルの3階に事務所があったが、「人の目線に届く場所」を求めてみその商店街に移転した。
2009年 4月	NPO法人和歌山こどもの広場が開設。子どもの居場所、保育サービスを提供している。家主との関係を副理事長A氏がつなぎ、賃貸契約を結ぶ運びとなった。和歌山市の「商店街のコミュニティ機能強化支援事業」に採択されており、NPOセンターがマッチングの労をとった。
2009年 4月	カフェ&雑貨「絵本ぐるぐる」が開設。NPOセンターの直営で同様に「商店街のコミュニティ機能強化支援事業」を充当している。「アートで支える、絵本でつなぐ」を合い言葉に商店街の活性化と作業所・福祉施設の支援に取り組む。1階部は絵本、雑貨ショップ、2階はフリースペースのカフェとなっている。
2009年11月	高齢者生協「みその交流サロン」開設。フロアをシェアしている。家主は、社会福祉法人一麦会関係者が出資し、有限会社アルテロを設立しビルを購入し、2団体に貸している。この動きは全くの偶然である。
2010年 1月	NPO法人紀州レンジャーズがNPOセンターの向かいのビルに入居。2階部は事務所、1階部は、スポーツバーを営業。週1回程度、不定期ではあるが、ストレッチや身体づくりを指導する教室をすることで「商店街のコミュニティ機能強化支援事業」を充当している。立地についてNPOセンターの働きかけはなかった。
2010年11月	NPO法人成年後見紀ノ国サポートセンターが開設。認知症、知的障害、精神障害などの理由で、判断能力の不十分な方々の権利を守り保護し、支援する活動の拠点である。高齢者生協「みその交流サロン」とスペースをシェアする。
2011年 1月	NPO法人おもちゃばこが障害児の居場所である「コミュニティスペースみ遊じかる」を開設。「和歌山県新しい公共の場づくりのためのモデル事業」を充当し、NPOセンターが場所選定のために相談にのり、マッチングした。作業所からのバスが和歌山駅前に着くため、地の利の良さが決めてとなった。
2011年 4月	NPO法人和歌山盲ろう者友の会「SAORIはあと・つう・はあと」が開設。さをり織りの工房を運営。集う場を求めていた団体に対し、NPOセンターが相談にのり、事業を充当して現在の場所に工房を立地するまで、NPOセンターが関わり、支援、協力を続けている。
2011年10月	A氏が個人所有で「みそのバル」をオープンする。店主として地に足のついた活動を開始する拠点となっている。ひきこもりの若者をインターンシップの場として受け入れる社会的企業である。
2012年 1月	NPO法人WACわかやま「ふれあいの居場所ほっこりさん」をオープン。高齢者の居場所として、1日20食限定でコミュニティランチを提供している。「和歌山県新しい公共の場づくりのためのモデル事業」を充当した。
2012年 6月	一般社団法人共助のまちづくり協会「アートサポートセンター RAKU」がオープンした。社会福祉法人一麦会麦の郷所有の建物1階部を賃貸。
2012年 7月	NPO法人野菊の会が開設。成年後見をはじめとして、終活、身寄りのない人のお墓や葬儀の相談業務を行っている。ここは、和歌山県NPOサポートセンター (NPOセンターが指定管理) (以下、サポセン) が立地の相談に乗っており、サポセンの副センター長は、NPOセンター副理事長のS氏が務めている。
2012年 9月	生活協同組合コープ自然派和歌山の「コミュニティスペースWA」がオープン。食の安心・安全を売りにしている。会員向けのサロンだが、イベントの際には広報を含めて情報発信を行っている。

### 3. 商店になじんでいくNPO

みその商店街の地権者は、店舗の上階部居住者と別住居をもつ者で意識が大きく異なり、現在12のアソシエーションに賃貸契約をしている地権者は、すべて商店街居住者ではない。住居を別にしている地権者は、組合に「店舗を貸しても良い」と連絡しており、マッチングが整えば、新参者を受け入れることは可能である。

2010年6月の商店街組合理事改選で、新任理事である46歳のK氏と34歳のA氏がいきなり副理事長に任命された。K氏は和歌山市在住ではないが、保険代理店経営者で祖母、母親の2代が商店街内でボタン屋を経営していた。ファイナンシャルプランナーで「絵本ぐるぐる」の家主でもある。A氏はNPOセンターの副理事長で、訪問理美容ハンズの代表も務める。新副理事長2名は、新人の発想と行動力でどんどん商店街に新風を吹き込んでいった。A氏は、NPOセンターの副理事長でいわばよそ者だったが、後に「みそのバル」となる物件を個人購入したことで組合員となった。飲食店を経営するというので、商店街に複数の店舗を所有する酒屋と取引をすることとなった。酒屋からすればA氏はお客様ということになり、両者の関係性に変化が生じてきた。また、クーラーの設置は商店街内の電気屋に依頼したり、できるだけ商店街の店舗と仕事の持ち合いをできる関係を深め、個人的なつながりを形成していった。A氏はインタビューで「自分もプレイヤーになることで生のやりとりができるようになっていく。お互いさまの関係ができていけば、徐々にではあるが各商店との関係も良くなっていくだろう」と述べている。



図3：みそのバル（出所）筆者撮影

高齢者夫婦経営の生地屋は閉店を決めているが、商品が売り切れるまで営業すると言う。「絵本ぐるぐる」の若い女性職員が購入した生地で作ったテーブルクロスを作り使用する。何度も行き来するうちに、心やすくなり高齢の経営者の寂しい気持ちも孫世代の若いNPOス

タッフがシェアすることで、より信頼感が増し、関係性は深まってきた。「ほっこりさん」のスタッフはほとんどが65歳以上の高齢女性だが、スタッフは自分の衣料を隣の年配の女性向けの衣料品店で買うことを心がけ、世間話をする中で顔なじみとなり交流を図っていった。衣料品店主が「ほっこりさん」にコーヒーを飲みにくることもある。また、「鮮魚店」からは「近海の新しい魚が入った。安くしておくからどうぞ」と声をかけてもらうこともある。「生花店」も「数本おまけしておいたよ」と商店街の一員になりつつある。商店街とNPOとの関係に少しずつ変化が見られるようになってきた。



図4：ほっこりさん（出所）筆者撮影

「紀州レンジャーズ」が始めた「スポーツバー」は、アルコールやソフトドリンクについて、商店街内の酒屋から仕入れてサービスする。ただし、フードについてはキッチンも小さくサービスできないので、「お好み焼き」「さしみ」「焼き鳥」「サラダ」等は、近隣の商店と連携して提供している。単独ではサービスできないが、近隣の助け合いと商売を支えあうwin-winの関係の一つであり、商業の相乗効果でもある。昔の商店街では見られた商店同士の仕事の持ち合いのような姿が少しずつ見られるようになってきた。



図5：紀州レンジャーズ（出所）筆者撮影

NPOスタッフが弁当や総菜を商店街内の商店で購入する機会に言葉を交わすことを続けていくうちに、NPOを横目でみていた店主たちも徐々にNPOへの理解を示し、若い世代が商店街にいることを歓迎する機運が高まりつつある。

NPO同士のつながりも強化してきた。「アートサポートセンター RAKU」は障害者の就労支援をしており、「盲ろう者友の会」と共通のミッションが存在する。「アートサポートセンター RAKU」のオープニングには、「盲ろう者友の会」と共同企画で「世界でひとつだけの織り」作品展が開催された。障がい者の作品を販売するという行為のみならず、マインドを共有することで強い信頼関係を築いている。これらの活動は、エイブル・アート・ムーブメント＝可能性の芸術運動にもつながるものとなっている。

#### 【参考文献】

鳥淵朋子 (2012)「NPOの集積による商店街の再生－和歌山市みその商店街を事例として－」『都市研究』第12号。



図6：はあと・つう・はあと (出所) 筆者撮影



図7：アートサポートセンター RAKU (出所) 筆者撮影

## 054. 地域における環境マネジメント活動の可能性－神戸環境マネジメントシステム (KEMS) の取組み－

山村 和宏<sup>(1)</sup> (株式会社創造と協働のまちづくり研究所代表取締役、  
大阪市立大学大学院創造都市研究科客員研究員、博士 (創造都市))

こうべ環境フォーラムは平成15年11月に設立された神戸環境マネジメントシステム (以下、「KEMS」と言う) 審査登録制度の運営団体であり、行政、事業者団体、企業等によって構成されています。本稿では、こうべ環境フォーラム事務局が作成した資料、神戸市ホームページに掲載されている関連文書等に基づき、こうべ環境フォーラムが推進するKEMSの概要と取組みについて紹介し、地域における環境マネジメント活動の可能性について報告します。

### 1. KEMS設立の背景と経緯<sup>(2)</sup>

今日の環境を取り巻く状況を見ると、法律や条例の遵守にとどまらず、環境に配慮した活動の推進をめざし、活動に伴うエネルギーや資源の消費を自主

的に節減し、その管理に努めることによって、環境への負荷を少なくすることが、企業等の社会的責任として要請されています。そのため手段の一つとして、環境マネジメントシステムがあります。しかしながら、環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001は、規模的・経済的等さまざまな理由から、中小規模の組織にとって、この規格の認証取得にすぐには取組みにくいのが実情となっています。そこで、平成15年11月に「こうべ環境フォーラム」が設立され、「具体的で取組み易く、かつその取組みによりコスト削減などのメリットにつながる」環境マネジメントシステムを行政と民間が協働で創設しました。その仕組みがKEMS審査登録制度です。

## ●KEMSのシンボルマーク



出所：こうべ環境フォーラムホームページ

## ●KEMS創設までの経緯

- 平成15年 2月  
神戸環境マネジメントシステム検討会設立
- 平成15年10月  
神戸環境マネジメントシステム  
審査登録制度検討状況中間報告、  
試験運用開始
- 平成15年11月  
KEMS運営組織である  
「こうべ環境フォーラム」設立
- 平成16年1月  
事務局開設、募集開始

出所：こうべ環境フォーラムホームページ

## 2. KEMS審査登録制度の仕組み<sup>(3)</sup>

KEMSは、企業等の経営にあたって、環境への負荷(エネルギー、原材料、水等の資源の使用や排ガス、排水、廃棄物の排出等)を管理・低減することが可能であり、あらゆる規模・業種の組織(企業、自治体、学校等)が取組むことができる仕組みとなっています。

KEMSはISO14001と比べ、①取り組み易く、取得に要するコストが安い、②組織の実態に応じて取組める2つのステップがある、③KEMSは神戸だけにとどまらず、京都KES等との相互認証制度がある、といった特長があります。

KEMSの2つのステップとは次のとおりであり、組織の業種、規模、環境負荷の大きさ又は外部要求等によってどちらのステップからでも取組むことができる仕組みとなっています。

## ●KEMSの2つのステップ

### ステップ1

- ◇環境問題に取組みはじめて間もない組織
- ◇事業規模が小さい組織又は環境負荷の小さい組織

### ステップ2

- ◇事業規模が中程度以上又は環境負荷が比較的大きな組織
- ◇ISO14001と同程度の活動が可能で移行も容易

出所：KEMSパンフレット

なお、取得にかかる費用は、初回審査でステップ1が56,700～103,950円、ステップ2が154,350～311,850円(事業所の規模による)となっています。

具体的には、次のような活動を通じて、継続的に企業等の環境負荷の軽減に取り組めます。

### 【環境宣言】

環境問題に取り組むことを宣言し、

### 【PLAN】

環境問題に取り組む目標と計画を定め、

### 【DO】

その目標を達成するために実施体制、教育・訓練、運用手順等を整え、着実に実施し、

### 【CHECK】

システムの運用状況や目標の達成状況を確認・評価し、必要な改善を行い、

### 【ACTION】

定期的にシステム全体の評価と見直しを行う。

出所：KEMSパンフレット

## 3. KEMSの活動状況と効果<sup>(4)</sup>

KEMS登録状況は、募集が開始された平成16年度で107件(ステップ1；72件、ステップ2；35件)となっており、平成24年度には累積で696件(ステップ1；602件、ステップ2；94件)に上っています。

このKEMSに取り組むことによって、次のような効果が得られることが示されています。

## ●KEMSの効果

項目	効果
環境負荷の低減・コストの削減	省エネルギー、省資源、廃棄物削減等により環境負荷の低減と光熱水費等の経費の削減を同時に達成できる。
組織の活性化	KEMSは全員参加の活動であり、従業員の環境意識の高揚と全員のベクトル合わせに有効。また管理の仕組み（PDCAサイクル）を業務に生かすと組織の体質が改善され、経営効率を高めることができる。
環境リスクへの対応	環境法令等に適切に対応することにより、環境汚染や事故による環境リスクの未然防止に役立つ。
組織のイメージアップ・競争力強化	環境問題への積極的な取組みは組織のイメージを向上させるとともに、社会的責任を遂行することとして評価される。これは取引先や利害関係者等の信頼を向上させ、競争力強化に寄与する。
取引や資金調達に関するメリット	神戸市の入札優遇制度（5業種）が受けられる。 商工中金、三井住友銀行、みなと銀行などから設備、運転金の優遇融資が得られる。 納入先のグリーン調達基準への対応が期待される。

出所：KEMSパンフレット

KEMS審査登録事業所（平成16年度107事業所、平成17年度112事業所）の初年度の活動による実際の効

果の例（環境負荷の低減とコストの削減の例）を見ると次のとおりとなっています。

## ●取組みによる効果の例

項目	取組み事業数	取組み前	取組み1年後	削減率
電力使用量	169事業所	5,779万kWh	5,387万kWh	約7%
事務用紙	157事業所	5,912万枚（A4換算）	5,329万枚（A4換算）	約10%
自動車燃費	25事業所	761 k l	688 k l	約10%
上水使用量	26事業所	189千 t	170千 t	約10%
一般廃棄量	27事業所	616千 t	423千 t	約31%

出所：KEMSパンフレット、こうべ環境フォーラム事務局資料

神戸市では、積極的にKEMSの認証取得を図っており、全ての市立学校を含め、338箇所（平成24年10月末現在）の市や外郭団体の施設においてKEMS認証取得に至っています。平成16年度から平成22年度の7年間に

KEMSの認証を取得した市関連施設327箇所の認証前年との比較による取組みの効果は次のとおり示されています。

また、神戸市では、市立全ての学校におけるKEMS

## ●神戸市・市外郭団体KEMS認証取得団体における効果

項目	削減量	効果			取組団体数
		CO2削減(トン)	節減額(千円)	削減率	
電気使用量	5,515,970kWh	2,189	93,680	4.5%	291
都市ガス使用量	57,070m <sup>3</sup>	113	6,411	3.2%	216
水道水使用量	76,560m <sup>3</sup>	34	28,680	4.8%	218
合計	—	2,336	128,771	—	—

出所：神戸市ホームページ

の取り組みに力を入れており、平成23年度末までに、全264校でKEMSの認証取得が行われました。平成23年10月から毎年秋にECOコンクールが開催されており、今年も神戸市長よりKEMS環境活動優秀校11校が表彰されています。

### 4. 地域における環境マネジメントシステムの今後の課題

以上、見てきたとおり、KEMSは中小規模の組織にとって、取組み易く、具体的な効果を得ることができる地域における環境マネジメント活動となっています。

KEMSの運営団体であるこうべ環境フォーラムの今後の課題としては、

1. 普及活動の強化
  - 1) 市内中小事業者への普及
  - 2) 製造業をはじめとする大手企業へのグリーン調達の要請
  - 3) 新規分野での普及
2. 取組み内容の充実・強化
  - 1) 審査・コンサル体制の充実
  - 2) KEMS取得企業・団体への支援

等があげられています<sup>(5)</sup>。

これまでに中小企業等が取り組みやすい環境マネジメントシステムとしては、環境省が策定したエコアクション21、KEMSの相互認証機関であるKESやその協働機関をはじめとする地域独自の環境マネジメントシステム等が普及してきました。

KEMSのような地域独自の環境マネジメントシステムが今後も普及促進を続けていくためには、地域における中小企業等の環境マネジメント活動に対する関心が地域住民にとどまらず国民的な広がりを持つこと、同時に、神戸市等の地方自治体が関連する環境マネジ

メント政策を一層推進するとともに、国が地域の環境マネジメント政策を支援することが重要になると考えられます。また、支援のあり方としては、地域の環境マネジメントシステムを中小企業等が積極的に取得するためのインセンティブの付与、中小企業等の環境負荷低減に関連する各種支援制度の実施に伴う環境マネジメントシステムとの関連付け、地域の環境マネジメント政策の実現における環境マネジメントシステムの運営団体等の活用等が考えられます。

### 【謝辞】

本稿の作成にあたり、こうべ環境フォーラムコーディネーター池田敏宏氏に資料提供をはじめとする支援・協力をいただきました。この場を借りて感謝の意を表します。

### 【参考文献】

- 文献1：こうべ環境フォーラムホームページ  
 文献2：KEMSパンフレット  
 文献3：こうべ環境フォーラム事務局資料  
 文献4：神戸市ホームページ

### 【注記】

- (1) 筆者は、KEMSの企画立案段階よりKEMS検討会に委員として参加し、現在、KEMS認証判定委員会委員を務めています。
- (2) 主に文献1より引用
- (3) 主に文献2・3より引用
- (4) 主に文献2・3・4より引用
- (5) 主に文献3より引用

## 地域活性化ニューズレター 第5号

2014年(平成26年)2月15日 発行

大阪市立大学大学院創造都市研究科

「3セクター協働の地域活性化教育プログラム」運営委員会編

発行人：弘田洋二

編集人：小長谷一之

〒558-8585 大阪市住吉区杉本3-3-138 大阪市立大学大学院創造都市研究科