

平成 19 年度 4 月～9 月
北海道環境パートナーシップオフィス運営業務
報告書

目次

1 はじめに	2
2 業務の目的	2
3 業務の概要	2
4 業務の実施状況	2
（1）環境保全・環境政策をめぐる対話の促進事業	2
（2）環境パートナーシップ事業の実践	5
（3）環境パートナーシップの形成に資する情報の収集・発信	1 1
（4）EPO 北海道の周知	1 2
（5）EPO 北海道の運営	1 5

巻末資料

- 資料 1 NPO と企業の協創円卓会議 第 1 回「外食産業の CSR」報告書
- 資料 2 CSR スタディツアー ～株式会社アレフの環境配慮施設見学会～ 開催報告書
- 資料 3 収集した環境パートナーシップ事例の詳細
- 資料 4 EPO 北海道平成 19 年度第 1 回運営評議会 議事要旨

1 はじめに

財団法人北海道環境財団では、平成 19 年度業務計画書に基づき環境省北海道環境パートナーシップオフィス（以下「EPO 北海道」という）運営業務を実施している。本報告書は、平成 19 年 4 月 1 日～9 月 30 日までの 6 ヶ月間の事業内容を報告するものである。

2 業務の目的

平成 15 年 7 月に制定された「環境の保全のための意欲の増進及び環境教育の推進に関する法律」(法律第 130 号)第 19 条において、環境保全の意欲の増進を効果的に推進するための拠点としての機能を担う体制を整備することとされ、また、基本方針（平成 16 年 9 月閣議決定）において、地域のパートナーシップづくりの支援拠点をブロックごとに設置していくこととされている。

これに基づき EPO 北海道においては、市民、NGO／NPO、行政、事業者等、社会を構成する主体の環境保全への意欲の増進と環境保全への取組の推進の基盤形成を促進することを目的としている。

3 業務の概要

本業務においては、以下の 5 つの項目を実施することとしており、これに基づき、所要の事業を実施した。

- (1) 環境保全・環境政策をめぐる対話の促進事業
- (2) 環境パートナーシップ事業の実践
- (3) 環境パートナーシップの形成に資する情報の収集と発信
- (4) EPO 北海道の周知
- (5) EPO 北海道の運営

4 業務の実施状況

(1) 環境保全・環境政策をめぐる対話の促進事業

当期は、企業の社会的責任（CSR）に関する意見交換会を 2 回実施、環境政策に関する意見交換会（計 4 回）についての開催準備を行った。

前者についての概要を表 1、表 2 に示す。参加者、見学先の受入企業ともに、異なる視点から外食産業の環境保全の取組を考える機会を提供することができた。また、地球環境パートナーシッププラザ（GEIC）との共催で東京からの参加者もあり、東京と北海道でつながりをつくることができた。

後者についての概要を表 3 に示す。道内 4 ヶ所で開催する「北海道環境政策コミュニケーションツアー2007 つなげ！道産環境力」として、21 世紀環境立国戦略や平成 20 年度環境省重点施策、NPO/NGO・企業環境政策提言事業等の環境省の施策説明を題材に、意見交換を行う予定である。開催地は、富良野、札幌、北見、釧路を予定している。富良野、札幌は企画の詳細を決定しており、今後、各会場に最終確認後、開催する。北見、釧路については、企画の詳細を決定し広報を進める予定である。

表1 企業の社会的責任（CSR）に関する意見交換会

タイトル	NPO と企業の協創円卓会議 第1回「外食産業の CSR」	
目的	NPO と企業間のパートナーシップ（協働）の取組を支援する	
日時	7月10日（火）18:30～20:50	
会場	東京都：地球環境パートナーシッププラザ	
参加者	40名	
概要	業種毎の先進事例の取組紹介及び、NPO 等の市民セクターと企業セクターが話し合いを行い、市民セクターと企業セクターの協働による CSR の取組の可能性について具体的な事例をもとに考える。初回は、外食産業の取組がテーマであり、北海道に本社を置く株式会社アレフが紹介され、事例発表後に、全体で意見交換が行われた。	
成果	社会と積極的なコミュニケーションを行うことで、新しい価値軸をつくりだし、地域に必要とされる拠点へと進化していく 10 年後の外食産業の取組内容のアイデアを共有した。 また、様々な立場の参加者があり、北海道の企業の先進的な取組を道外にも発信できた。 翌月に開催を予定の現地スタディツアーの広報も行うことができた。	
課題	ディスカッションの内容が多かったのに対して、時間が非常に限られていた。テーマや課題の全体共有に、もう少し時間をかけできればよかった。	
主催・共催	地球環境パートナーシッププラザ（GEIC）、EPO 北海道	

※ 本意見交換会の報告書（詳細版）を資料1として巻末に添付

表2 企業の社会的責任（CSR）に関する意見交換会

タイトル	C S R スタディツアー～株式会社アレフの環境配慮施設見学会～	
目的	NPO と企業間のパートナーシップ（協働）の取組を支援する	
日時	8 月 24 日（金）10:00～17:00	
会場	恵庭市：「えこりん村」と周辺施設・工場	
参加者	21 名	
概要	上記、「NPO と企業の協創円卓会議 第 1 回外食産業の CSR」に続き、株式会社アレフの環境保全に関する取組を実施している現場にて、取組の説明を聞き、現場職員とのコミュニケーションを図り、外食産業の今後について意見を交換した。	
成果	直接活動の現場を見ることで取組に対する理解が深まった。また、少人数で開催することで参加者と株式会社アレフの職員とのコミュニケーションを促進することもできた。 意見交換の時間を通し、受け入れ側であった株式会社アレフ職員も含め、それぞれの立場の参加者が、普段とは違う視点から外食産業の取組について考えることができた。ツアー終了後に行ったアンケート結果からも、今回のような意見交換の場を含む見学ツアーを望む声が多かった。 今回のスタディツアーの前段として東京で開催した「外食産業の C S R」を通して、少数ではあるが東京からも参加があり、地域を越えたつながりも生まれた。	
課題	十分な意見交換を行うために、よりゆとりを持ったスケジュールを組む必要がある。	
主催・共催	地球環境パートナーシッププラザ（GEIC）、EPO 北海道	

※ 本意見交換会の報告書（詳細版）を資料2として巻末に添付

表 3 環境政策に関する意見交換会（以下予定）

タイトル	北海道環境政策コミュニケーションツアー2007 つなげ！道産環境力
目的	道内各地における、環境省、地方自治体、地元市民団体、企業等の間の環境コミュニケーションを促進する。
日時 場所 テーマ	10月16日（火）18:00～21:00 富良野「富良野から始まる環境観光立国」 10月17日（水）13:30～16:30 札幌「日本の環境戦略はどこへ向かっているのか」 11月28日（水）18:00～21:00 北見「つながる環境議論。日本の取組、地域の取組」 11月29日（木）13:30～16:30 釧路「Think locally Act globally 釧路からはじまる」
概要	平成20年度は、京都議定書の第一約束期間のスタート、北海道洞爺湖サミット開催等、大きな節目の年である。これに向けて環境省では、今後の環境政策の方針として「21世紀環境立国戦略」と、それに基づいた平成20年度重点施策を発表し、「低炭素社会」、「持続可能な社会」、「循環型社会」、「自然共生社会」等、目指すべき姿とその具体的な施策が挙げられた。これらを題材に、地域毎にテーマを設定し、意見交換を行う。
期待される成果	1. 富良野・北見はEPO北海道設置の事前検討段階における意見交換を行っておらず、また環境省の施策説明等もあまり行われていない。そのような場所での環境コミュニケーションの場の提供ができる。 2. 環境省及び地方自治体の環境施策への市民意見を伝える場となる。 3. EPO北海道の今後の活動のための地域ニーズが把握できる。
進捗状況	1. 富良野・札幌については、開催の詳細を決定しており、広報を開始済みである。今後は、各会場における最終確認等を行う。 2. 北見・釧路については、企画概要及び関係者間での日程調整が完了。今後、開催の詳細を固め、広報等の諸準備を行う。
主催・共催	EPO北海道、富良野市（10月16日）、釧路市（11月29日予定）、北見市（11月28日予定）、北海道地方環境事務所、財団法人北海道環境財団

（2） 環境パートナーシップ事業の実践

ア 企業の社会的責任（以下 CSR）に基づく環境保全活動の促進及び各主体との連携支援

① セミナーやステークホルダーミーティング等の開催

当期においては、以下の事業を行った。

- ・ 7月9日（月）Panasonic NPO サポートファンド助成プログラム公募説明会
- ・ 7月10日（火）NPOと企業の協創円卓会議 第1回「外食産業のCSR」
- ・ 8月3日（金）ビジネスセミナー「COOLに環境CSR～シロクマさんとのパートナーシップ」
- ・ 8月24日（金）CSRスタディツアー～株式会社アレフの環境配慮施設見学会～

このうちNPOと企業の協創円卓会議 第1回「外食産業のCSR」及び、「CSRスタディツアー～株式会社アレフの環境配慮施設見学会～」については、（1）環境保全・環境政策をめぐる

対話の促進事業と併せて実施した。概要については前項を参照。また、詳細については巻末資料 1、および 2 の開催報告書参照。

Panasonic NPO サポートファンド助成プログラムは、企業が将来のパートナーとしての NPO の組織強化を行う助成事業である。EPO 北海道は、パートナーシップの促進につながる事業として、公募説明会を NPO 法人地球と未来の環境基金と共催した（表 4）。

ビジネスセミナー「COOL に環境 CSR～シロクマさんとのパートナーシップ～」は、札幌市円山動物園と（株）GEL-Design の協働による取組を紹介するものであり、8 月 3 日（金）～8 月 5 日（日）に開催された「環境広場さっぽろ 2007」（主催：環境広場さっぽろ実行委員会）の中で、最も企業関係者の集まるビジネスセミナーのプログラムとして行った。他企業がパートナーシップに対して検討する際の 1 つのモデルとなった（表 5）。

表 4 Panasonic NPO サポートファンド助成プログラム公募説明会

タイトル	Panasonic NPO サポートファンド助成プログラム公募説明会	
目的	NPO と企業間のパートナーシップ（協働）の取組を支援する。NPO の組織力強化。	
日時	7 月 9 日（月）18:30～20:30	
会場	北海道環境サポートセンター	
参加者	15 名	
概要	NPO 組織基盤強化の助成金の公募説明。基盤強化事業例の紹介（過去の採択事例など）、助成金セミナー（助成金申請書の書き方のツボ、審査委員会での論点など）の説明を通して、「組織基盤強化とは何か？」をテーマに NPO の弱点となっている点を共有した。また、終了後に個別相談会も開催した。	
成果	NPO 法人地球と未来の環境基金との協働開催であり、同基金事務局（東京）と地方の活動支援拠点の連携によって事業の展開を図ることができた。この説明会后、北海道からの応募数が 6 件（3 から 6 件）と申込増につながるなど、企業出資の助成金を地域に効率的に展開することができた。EPO 北海道としても、基盤強化のニーズがある団体に、情報提供を行うことができた。	
課題	基盤強化に関心のある団体が少なかった。しかし、潜在的にはその必要性のある団体は多いと思われる。そのような団体の関心喚起が課題である。	
主催・共催	NPO 法人地球と未来の環境基金、EPO 北海道	

表5 ビジネスセミナー「COOLに環境 CSR～シロクマさんとのパートナーシップ～」

タイトル		ビジネスセミナー「COOLに環境 CSR～シロクマさんとのパートナーシップ～」	
目的	CSR 活動におけるパートナーシップ（協働）の取組紹介。パートナーシップのきっかけづくり		
日時	8 月 3 日（金） 14:30～15:10		
会場	アクセス札幌（環境広場さっぽろ会場）		
参加者	37 名		
概要	自社の製品販売を通してホッキョクグマの危機、温暖化防止を訴えている札幌の株式会社 GEL-Design は、ホッキョクグマをモチーフにした保冷機能付ランチボックスの売り上げから、札幌市円山動物園へホッキョクグマの餌を寄付するという取組を行っている。本業を通して、札幌市円山動物園を応援し、温暖化防止の啓発活動に取り組む、スタッフの活動経緯、思い、仕組み等を座談会形式で発表した。		
成果	北海道内での CSR 活動におけるパートナーシップ事例として発信した。CSR 活動において他主体と協働する場合の考え方を参加者に伝えることができた。多様な企業が参加している「環境広場さっぽろ」で行われたビジネスセミナーで発信することで、今まで接点のなかった業種の方にも広く伝えることができた。また、企業と積極的にパートナーシップを組んでいこうとしている札幌市円山動物園の PR の場にもなった。		
課題	パートナーシップ事例の紹介という位置付けで開催したので、NPO や NGO 等、他主体とのパートナーシップに興味を既に持っている方々の参加が多かったように思える。一方で、「ビジネス」という部分の露出が少なかったため、環境ビジネスに特に関心のある方々への関心喚起には到らなかった。今後は、パートナーシップ部分とビジネス部分の両方をテーマとして分かりやすく表現し、パートナーシップに興味を持っていない方の関心喚起を図っていく必要がある。パネラーからは、もっと話を脱線させながら、話を進めていくことができると良かったとの声もあった。		
提供	EPO 北海道		

② CSR 関係の情報の一元化（CSR 戦略会議の開催）

月1回程度、北海道で CSR を推進している関係者（北海道、札幌市、HES、岩井環境プランニングオフィス、財団法人北海道環境財団、EPO 北海道）のミーティングを開催し、それぞれの主体の活動状況等についての情報共有を図った。昨年度までこの分野において直接的な横のつながりが無く、それぞれが単独で企画・実施を行っていたが、定期的に情報を共有できる場ができたことで、より広い視点で CSR のあり様を捉えることができるようになった。公開可能な情報については、CSR に関するサイト「北の CSR」内で公開し、周知を図っている。開催結果については表6のとおりである。

表 6 CSR 戦略会議開催結果

CSR 戦略会議開催日程	
第 1 回	5 月 17 日 (木)
第 2 回	6 月 13 日 (水)
第 3 回	7 月 17 日 (火)
第 4 回	9 月 5 日 (水)

イ 環境政策に対する理解の促進と主体間連携の支援

① 環境政策に関する情報共有化推進

昨年度に引き続き、行政パンフレットをインターネットで収集し、紹介文やキーワードを付加して EPO 北海道のホームページで公開した（表 7）。今期の登録数は、70 部である。また、各省庁等の事業情報や予算情報等についても、道内市町村の環境基本計画の現況調査時にできた市町村、企業、市民などのネットワークを使い、メールや電話等で担当者に周知している。これまで、環境省事業（3R モデル事業、ふれあいマップ事業）、Panasonic NPO サポートファンド、ap bank 融資募集、環境政策コミュニケーションツアー(EPO 北海道事業)等について案内した。できるだけ NPO・NGO とのパートナーシップにつながる案件を提供するようにしている。

表 7 今期パンフレット登録件数

省庁名	枚数
内閣府	5
外務省	4
農林水産省	7
経済産業省	16
国土交通省	7
環境省	31
計	70

② 道内市町村の環境計画に関する調査

平成 18 年度に行った、道内市町村の「環境基本計画」についての現況調査結果を冊子としてまとめ、10 月上旬に道内 180 市町村及び関係者に郵送する予定である。

このほか、「地球温暖化対策地域推進計画」については環境基本計画同様、策定のプロセスや策定、推進に係る課題等についての調査を行った。調査にあたっては、インターンとして受け入れた北海道大学公共政策大学院生のプログラムの一貫として実施した（後述 エ-②参照）。

調査の方法は、道内の策定済み市町村を含め全国 8 市町（札幌市、旭川市、石狩市、富良野市、幕別町、東京都日野市、神奈川県小田原市、神奈川県横須賀市）、策定中 1 町（新潟県聖籠町）、未策定 2 市（千歳市、富山県富山市）、計 11 市町村に対し、電話によるヒアリングにより実施し

た。

この結果、策定時には「環境基本計画」と同様の課題である予算、人員不足を抱えているところが多く、同時に、地域のステークホルダーを含めた地域全体の計画であることから、関係者の意見を集約し一体となって策定することが難しいとの声も上がっている。そのためにも地域のステークホルダーの意見をコーディネートする人材をへのニーズがあることも分かった。

一方で、市町村の取組のなかには参考となる事例もあり、今後再度整理して必要に応じて補足調査を行い、その結果をホームページ等で周知を図る予定である。

③ NGO/NPO・企業環境政策提言に関する支援事業

11月28日（水）、29日（木）に環境省重点施策・政策提言に関する意見交換会を北見・釧路で開催することを予定している。

ウ 持続可能な開発のための教育（ESD）の普及啓発

① 北海道内の ESD の取組について調査、取組事例紹介の情報発信等を通して ESD の普及啓発
環境省の ESD モデル事業のひとつである、当別 ESD プロジェクトに参加し、進捗状況を把握し、内容を EPO 北海道のホームページで公開した。

同プロジェクトでは、札幌市に隣接する農村地帯である当別町で、NPO 法人当別エコロジカルコミュニティが中心となって、地域の市民、農家、行政、NPO、企業、教員が協力し、生産から販売までを子供たちが学びながら関わる「チルドレンズファーム」の実施や、都市と農村の交流による学びの場「ライフスタイルファーマー塾」の開講など、「食」や「農」をキーワードとした「学び合い」事業を実施している。また、同プロジェクトでは、ESD をテーマにした総合的な学習のデザインとその実践を行うため、地元の小学校教員への研修も行った。今後、ESD 推進の拠点となる学校づくりと、それを核にして地域を巻き込むためのプログラムの策定につなげていく予定である。

このほか、道内の ESD 事例として、七飯町大沼地域で行われている、環境、まちづくり、国際協力などをテーマとした「大沼国際ワークキャンプ」（実施団体：大沼マイルストーン 22）を取材した。このワークキャンプは、国内、国外から集まった参加者が、大沼地域で一定期間共同生活をして、地元の方と協力しながら、森林保全活動、大沼水質浄化活動、住民との交流等、様々なボランティア活動を行うものである。

この結果は EPO 北海道のホームページに公開する予定である。

② ESD を実施している団体との連携・協力

道内で ESD をテーマに活動している団体と、年度末を目処に道内の ESD 事例を集めて講演会を開催する予定である。現在、開催に向けて調整中である。

エ その他

① 様々な環境保全活動に対する支援、協力

2008 年 7 月に北海道の洞爺湖町で開催される「G8 サミット」に向け 9 月 21 日に結成された「G8 サミット市民フォーラム北海道」の情報発信内容や、表現方法について同フォーラムと議論し、ホームページを作成した。

※ この「G8 サミット市民フォーラム北海道」は、環境や平和、人権、貧困、開発などの問題を解決するために北海道の各地域で活動する NPO・NGO、あるいはさまざまな団体・個人一人ひとりがゆるやかにつながりながら、力を出し合うための組織である。EPO 北海道としては、情報発信の部分で今後も支援を行っていく予定である。

② インターンシップや共同研究及びボランティア等、大学との連携

北海道大学公共政策大学院では、実務の現場に触れることを通じて多彩な領域で公共政策の実践力の向上をめざすことを目的に、カリキュラムの一貫として学生インターンを 2 週間程度、行政、企業などさまざまな機関に派遣している。

EPO 北海道では、その受け入れ先のひとつとして、同大学院の修士課程 1 年生 4 名を、8 月 1 日～31 日の 1 ヶ月間、インターンとして受入れた。期間は、2 週間では非常に短いため、同大学と学生インターンとの話し合いにより 1 ヶ月間とした。

実習内容は、行政機関の情報収集やイベント実施など EPO 北海道の事業補助の他、4 名それぞれが、最終的に企業や市町村、市民団体等に提供できるテーマを持って調査を行った。

研修の最終日となる 8 月 31 日には、「インターン研修発表会」（表 8）を公開で行い成果を発表した。インターンの行った調査結果については、今後の EPO 北海道の活動の中で、ホームページ等を通して各主体に提供していく予定である。

表 8 EPO 北海道 インターン研修発表会

タイトル	EPO 北海道 インターン研修発表会	
目的	インターンの成果発表と、EPO でのインターンを通じた人材育成の可能性を評価	
日時	8 月 31 日（金）14:00～16:30	
会場	北海道環境サポートセンター	
参加者	10 名	
概要	1. 「企業の環境配慮に関する道内学生の意識調査」（助川洋平） 2. 「地球温暖化対策地域推進計画の調査」（梅田政徳） 3. 「環境に目覚めるきっかけ」（御器谷昭央） 4. 「市民団体は今」（松本政之）	
成果	公共政策大学院生には公務員志望が多く、行政や市民、企業の現状を、社会に出る前に肌で感じられる機会を提供できることは、インターンプログラムとしても効果的であった。また、環境分野にあまり関心を持っていなかった学生から、これをきっかけに意識が高まったとの声もあり、人材育成としても効果的であった。また、活動内容の発表の場を設定し、その中で参加者からの提案や質問が積極的に出たことにより、インターン期間が終わった後の調査内容に対する改善点が整理され、EPO 北海道の人材育成としてもインターン本人としてもこのプログラムからの成果は大きかった。EPO 北海道では初めてのインターン受入となったが、側面的に調査業務の実施そのものや、また諸業務のサポートにおける人材不足を補う効果もあった。	
課題	期間が1ヶ月間と短いこともあって、期間内で実施可能な調査の範囲が限定されてしまうことや、調査内容を深めることが難しいなど、課題が残った。しかし、EPO 北海道としての使命である人材の育成や若い世代とのネットワーク作りは今後の環境保全活動の持続的な発展にとって必要不可欠であり、来年度以降も積極的にインターンの受入を検討していきたい。	
主催	EPO 北海道	

（3） 環境パートナーシップの形成に資する情報の収集と発信

ア 上記（1）、（2）の事業等を通じた、環境パートナーシップの事例や情報の収集

今期は、以下の 4 つの事例についての情報収集を行った。詳細は、EPO 北海道のホームページ「パートナーシップ事例」を参照（※ 以下、①、②、③については資料 3 にホームページの写しを添付。④については今後ホームページに掲載する予定）。

① 富良野種まき塾とコスモ石油株式会社とのパートナーシップ事例

富良野種まき塾は、コスモ石油と協働して、植林活動のスタート地点となる苗の生産をしている。現在は、富良野近郊の植林活動に用いられているが、地域が広がっていくなど

今後の発展に期待したい取組である。

② 日本たばこ産業株式会社の「拾えばまちが好きになる運動」地域との連携事例

日本たばこ産業株式会社（JT）では、「拾えばまちが好きになる運動」として、地域のイベントの際、参加者にごみを拾ってもらう活動をしている。イベント主催者と JT のパートナーシップ、そして、参加者とのパートナーシップによる活動である。

③ 株式会社 GEL-Design と札幌市円山動物園のパートナーシップ事例

㈱GEL-Design では、札幌市円山動物園との協働で、自社の製品を通してホッキョクグマの危機、温暖化防止を訴える活動を行っている。具体的には、ホッキョクグマをモチーフにした保冷機能付ランチボックスの売り上げから、札幌市円山動物園へホッキョクグマの餌を寄付するというものである。

④ 札幌市西区のアダプトプログラム

アダプトプログラムとは、養子縁組の仕組みに見立て「場所」を養子として、企業や市民団体が、養子とした「場所」の清掃等の世話をする取組である。行政、企業、市民団体のパートナーシップの 1 つの形態であり、札幌市西区では、平成 18 年 11 月末現在、19 地区 24 団体の方々が、道路の長さにして約 26.0km もの地域で活動を行っている。

イ 全国 EPO のネットワークを活用した道外の環境パートナーシップの事例や情報の収集

環境基本計画について、推進を効果的に行っている市町村が存在するかどうかを EPO の全国ネットワークを活用し問い合わせた。その結果 EPO 中国から回答があり、中国地方は市町村の合併によって市町村そのものの体制が大きく変化したことにより、この内容についての推進体制の構築はこれからであり、特筆すべき優良事例は無いとのことであった。

このほか、EPO 北海道と GEIC での CSR に関する共催事業の状況や、意見交換会の企画等を発信し、共有を図った。また、GEIC の運営する環境イベントデータベース「環境らしんばん」を活用し、EPO 北海道で企画をしたイベント等についての広報を行った。

ウ ホームページ等様々なネットワークや媒体を通じた情報の発信

環境パートナーシップにつながる様々な情報（各種団体のホームページ、セミナー、イベント情報、助成金情報等）を収集し、ホームページでの公開を行ったほか、北海道環境財団が発行する機関誌「TGAL」やメールニュース、ホームページなどを活用して情報の発信を行った。

(4) EPO 北海道の周知

EPO 北海道を周知するために、①ホームページによる活動状況の発信、②道内各主体が開催したイベント・会議への参加を行った。

ア ホームページによる EPO 北海道の活動状況の発信

ホームページ内に掲載しているニュース等によって活動状況を発信した。

ホームページアクセス数は、平成 19 年 3 月 30 日現在、累計で 103,802 アクセスであったのが、平成 19 年 9 月 30 日現在では、182,215 アクセス（4 月～9 月は 78,413 アクセス、前年同期比 300%：前年度 4 月～9 月 26,054 アクセス）となっている。1 日あたりでは 440 件程度のアクセス数となっており、アクセスは平日が多い。

また、北海道の CSR 情報に関するサイトとして運営している「北の CSR」では、平成 19 年 3 月 30 日現在、累計で 14,673 アクセスであったのが、平成 19 年 9 月 30 日現在では、56,340 アクセス〔4 月～9 月は 41,667 アクセス、前年同期比 2,844%：前年度 6 月 19 日（ホームページ運用開始日）～9 月は 1,465 アクセス〕となっており、1 日 230 件程度のアクセス数となっている。

イ イベント・会議

各地で開催されている環境に関わるイベントに参加し、様々な活動をしている人とのネットワークを広げた。参加したイベント・会議の内容等については、ホームページを通じて発信した。詳細を、表 9 に示す。

表9 参加したイベント・会議等

開催日	イベント・会議名	主 催	会場（開催地）
4月18日	平成18年度 第6回 NGO/NPO・企業環境政策提言 フォーラム	環境省	中央合同庁舎第5号館講堂 (東京都)
5月24日	食品産業トップセミナー	北海道農政事務所	札幌サンプラザ(札幌市)
6月11日	環境基本計画の点検に関するブ ロック別地方ヒアリング	北海道地方環境事務所	KKRホテル北海道 3階「鳳凰」 (札幌市)
6月16日	第17回江別環境広場 2007	えべつ地球温暖化対策地域協議 会内 環境広場実行委員会	野幌公民館(江別市)
6月27日	平成19年版環境・循環型社会白 書を読む会	北海道地方環境事務所	札幌市環境プラザ環境研修室 (札幌市)
6月28日	白書を読んでみよう！農林水産 3白書合同説明会	北海道開発局開発監理部	札幌第1合同庁舎 2階講堂 (札幌市)
7月3日～ 4日	富良野自然塾環境フォーラム	SMBC 環境プログラム C・C・C 富良野自然塾	富良野自然塾フィールド、 富良野演劇工場 (富良野市)
8月3日～ 5日	環境広場さっぽろ 2007	環境広場さっぽろ実行委員会	アクセスサッポロ (札幌市)
8月9日	びっくりドンキーpresents 「21 世紀の視点と意識変革 ～浪費 から再生社会の構築へ～」	株式会社アレフ	ルネッサンスサッポロホテル (札幌市)
9月2日	はこだてエコフェスタ 2007	環境フェスティバル実行委員会	クイーンズポートはこだて前 広場 (函館市)
9月21日	G8サミット市民フォーラム北 海道 キックオフミーティング	G8サミット市民フォーラム北 海道	札幌市男女共同参画センター エルプラザ3階大ホール (札幌市)
9月23日	第4回フィールドデイズ イン ジ ャパン	創地農業21 当別町農村都市交流研究会	ファームエイジ(株) 特設会場 (当別町)

(5) EPO 北海道の運営

ア 業務の実施体制等

- ・業務は常駐スタッフ 2 人で行った。
- ・業務日は原則として月～金曜日とし、土・日曜日、祝日は休業とした。
- ・業務時間は原則 10 時から 18 時とした。
- ・常駐スタッフ、北海道地方環境事務所及び財団法人北海道環境財団の三者で、表 10 に示すとおりスタッフミーティングを開催した。

表 10 スタッフミーティング開催状況

開催日	主な議題
4 月 12 日	1. ESD パンフレットの送り先&部数確認 2. パートナースhip事例について 3. ホームページのスタッフ紹介について 4. 評議会の資料確認 5. 事業計画&予算 6. 報告書等の決裁の廻し方について
4 月 23 日	1. 評議会の振り返り
5 月 9 日	1. 事業の現況報告 2. その他、情報共有
5 月 30 日	1. 事業の現況報告 2. その他、情報共有
6 月 4 日	1. 6 月 17 日見学ツアーの共催 2. CSR の進み具合、財団の CSR の進捗状況は？ 3. 環境基本計画ヒアリング 4. インターン進捗状況と財団との覚書 5. パートナースhip事例集め
6 月 28 日	1. CSR 進捗状況 (1) 株式会社アレフとのスタディツアーの企画 (2) 環境広場さっぽろ 2007 ビジネスセミナーの企画 2. ESD 3. 環境基本計画まとめ送付 4. インターンの受け入れについて 5. 7 月 9 日パナソニック助成金説明会 6. G8サミット
7 月 21 日	1. 株式会社アレフの CSR スタディツアーについて 2. インターンの受け入れについて 3. 7 月 9 日パナソニック助成金説明会報告
8 月 10 日	1. 株式会社アレフの CSR スタディツアーについて 2. インターン受け入れ開始 3. 21 世紀環境立国戦略と重点・政策提言事業について
8 月 30 日	1. 21 世紀環境立国戦略と重点・政策提言事業について 2. ほくでんとの CSR スタディツアーについて 3. 株式会社アレフの CSR スタディツアー報告 4. その他（評議会の外部評価など）

イ ホームページの運用

EPO 北海道のスタッフの活動状況や事業の実施状況、関連情報等を発信した。

ウ 情報の公開・配布

環境省刊行物をはじめとした EPO 北海道の図書資料や掲示情報等は、求めに応じて公開・配布した。

エ 運営評議会

平成 19 年第 1 回 EPO 北海道運営評議会を、4 月 19 日（木）に開催した。参加者は、EPO 北海道評議員 12 名中 9 名、北海道地方環境事務所 4 名、財団法人北海道環境財団 3 名、EPO 北海道職員 2 名の計 16 名であった（表 1 1）。本評議会の議事要旨は、巻末資料 3 を参照のこと。

表 1 1 平成 19 年度第 1 回 EPO 北海道運営評議会

タイトル		平成 19 年度第 1 回 EPO 北海道運営評議会	
目的	EPO 北海道の平成 18 年度活動報告及び評価、平成 19 年度事業計画の意見交換		
日時	4 月 19 日（木）14:00～17:00		
会場	北海道環境サポートセンター		
参加者	16 名		
概要	(1) 平成 18 年度の事業報告について (2) 平成 19 年度の事業計画について (3) EPO 北海道運営評価体制について (4) その他		
成果	平成 18 年度事業については問題無しとの評価を頂いた。 EPO 事業に関しては、助成金情報にニーズがあるなど、具体的な提案があった。事業方針を検討する際に参考となる意見を頂くことができた。平成 19 年度については、もっと具体的な予算関係の情報等、積極的な情報発信を望む声が挙がった。		
課題	資料が多く、議論の論点を少し絞る必要があった。また、平成 19 年度の事業計画については、事務局案としてより完成版に近いものを準備する必要があった。運営評議のあり方について議論があったが、この場ではまとまらず次回持ち越しとなった。		
主催	EPO 北海道		

オ 環境カウンセラーとの協力・連携

北海道地方環境事務所と特定非営利活動法人北海道環境カウンセラー協会との契約に基づき、同協会から、週1回、環境カウンセラー2名の派遣を受け、環境教育やCSR等、様々なアドバイスを受けた。

また、6月17日（日）には、同協会、環境学習フォーラム北海道との共催で、地球温暖化防止をめざす環境学習セミナー「自然エネルギー活用施設の見学会」を開催した（表12）。8月25日（土）には、同協会、環境学習フォーラム北海道、伊達市との共催で、地球温暖化防止をめざす環境学習セミナー「新エネルギーセミナー・視察 in 伊達」を開催した（表13）。どちらも札幌発着の一日バスツアーであり、現場の見学を中心とした内容だった。

表12 地球温暖化防止をめざす環境学習セミナー 「自然エネルギー活用施設の見学会」

タイトル	地球温暖化防止をめざす環境学習セミナー 「自然エネルギー活用施設の見学会」	
目的	最新の技術を駆使した自然エネルギーの活用施設を見学することによって、省エネルギーや地球温暖化対策について考えるきっかけを提供する。	
日時	6月17日（日）8:30～18:30	
会場	沼田町雪科学館・沼田町米穀低温貯留乾燥調整施設「スノークール ライスファクトリー」・苫前町ウインビラ風力発電施設	
参加者	20名	
概要	1日のバスツアーで、地球温暖化防止に向けて自然エネルギーを活用している施設を見学する。現場のご担当の方の説明や参加者同士の意見交換から、施設の仕組みなどについて学ぶ。	
成果	自然エネルギーを活用している施設の現場に行って説明を受けることで、それを導入している地方自治体や企業・地元住民の考え等も共有することができた。また、このような機会であればなかなか足を運ぶことができない現場へ行き情報交換・意見交換できたことで、参加者からは好評であった。	
課題	さまざまなイベントが同じ日に重なってしまったため、参加者が少なかった。また、一般の方への広報をもう少し早い時期に行えたら集客につながったと考えられる。だが、一方で少人数であった分、内容の濃い意見交換もできた。	
主催・共催	NPO 法人北海道環境カウンセラー協会、環境学習フォーラム北海道、EPO 北海道	

表 1 3 地球温暖化防止をめざす環境学習セミナー 「新エネルギーセミナー・視察 in 伊達」

タイトル	地球温暖化防止をめざす環境学習セミナー「新エネルギーセミナー・視察 in 伊達」	
目的	地球温暖化防止に関する普及啓発。伊達地域の環境の取組の紹介。	
日時	8月25日（土）8:00～18:30	
会場	伊達市カルチャーセンター、長和太陽光発電設置施設、木質チップ利用施設、胆振西部森林組合木質ペレット製造施設	
参加者	39名	
概要	伊達市における地球温暖化防止に向けた新エネルギー活用の現状と課題を紹介する講演・セミナーと、木質バイオマスのペレット製造施設と太陽光発電施設の視察見学会から、資源の有効活用や環境にやさしい生活を考えるもの。	
成果	今回のツアーを通して、現場を見ながらそれぞれの立場での温暖化対策として、どのようなことができるかを検討することができた。また、見学先の現場の方と直接意見交換ができたことで、参加者の満足度も高まったようである。開催にあたって多くの団体関わったことで、参加費を安く抑え内容を充実させることができた。	
課題	札幌市と伊達市から参加があったが、札幌市からの移動距離が長く、合流する時間の設定が難しかった。新エネルギーについては関心の高い分野であるため、より多くの方の参加を促せるよう広報に工夫が必要である。	
主催・共催 後援	NPO 法人北海道環境カウンセラー協会、環境学習フォーラム北海道、伊達市、EPO 北海道【後援】廃棄物学会北海道支部、21 伊達市ごみ減量化・リサイクル推進本部	

卷末資料

報告書 NPO と企業の協創円卓会議
第 1 回「外食産業の CSR」 報告書

■ 開催概要

日 時：2007 年 7 月 10 日（火）18:30～21:00

会 場：地球環境パートナーシッププラザ展示コーナー

主 催：地球環境パートナーシッププラザ・EPO北海道

参加費：無料

■ 参加者人数：40 名

■ プログラム内容

趣旨・進行説明：

司会：伊藤博隆（地球環境パートナーシッププラザ）

事例紹介

佐々木隆浩氏（株式会社アレフエコプロジェクトチームリーダー）

質疑応答&コメント

鬼沢良子氏（NPO 法人持続可能な社会をつくる元気ネット事務局長）

グループワーク

『10 年後の外食産業への期待』

ファシリテーター：青木将幸氏（青木将幸ファシリテーター事務所）

■ プログラム概要（Index）

■ 事例紹介株式会社アレフの取組

■ グループディスカッション

- ☐ 生産調達課題
- ☐ 調理・提供・廃棄課題
- ☐ 顧客課題
- ☐ 経営課題
- ☐ その他・社会課題
- ☐ マインドマップから

～株式会社アレフの取組～

■ 食とは人を良くすること

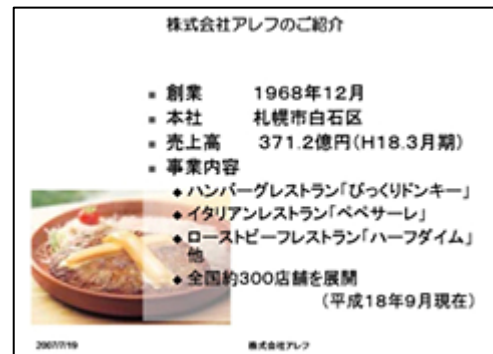
株式会社アレフはびっくりドンキーを主に運営する外食チェーンです。創業から来年で40周年。全国に約300店舗を展開しております。

弊社が環境に取組む理由ですが、その前に外食が外食であるために弊社で大事にしている考え方を紹介したいと思います。

ひとつは「食と書いて人を良くすると読む」という言葉です。外食の至上命題は、「おいしい・安い・楽しい」から「安全・安心・衛生・トレーサビリティ」などお客様のためにより良い商品とサービスを提供するという事に尽きます。

そしてもうひとつ、「社会における企業の存在根拠は、社会の不足不満を解消すること」社会が求めていること、つまり外食に限らず社会が求めているニーズに応えることは企業として当然のことである、という考え方です。

この2つの考え方を重視したときに、どんなことをすべきか、が必然的に見えてきました。「環境の現状を知り、積極的に何かを始める必要がある」ということでした。その必然性を「外食産業に属する企業」という立場からどう整理したのか？ということをご説明します。



■ 限りある資源の中で外食産業はどうあるべきと考えたか？

地球という単位で考えたとき、場所も資源も食料も、人が生きることも企業が活動することも、この枠を飛び越えることはできない。つまり、みんなで場所なり資源なりを分け合って活動しています。陸地は3割しかなく、飲める水、つまり淡水は1%未満。そこから産み出される食料も限界が決まっており、石油を代表とする地下資源にも限りがあります。その地球上に指数関数的に人口が増加していけば、その人口を養っていくために資源の取り合いは必須です。つまり、食材は買ってくればどこかにある、という時代は長くは続かないということです。



そしてもうひとつ、単純に人間が増えるだけでも前述の危機があるのに、目に見えないごみとも言うべき二酸化炭素の増大によって気候が変わり、自然災害が増えるとするならば、取れるはずの作物が取れない、行けるはずの漁に行けない、営業できるはずの店舗が開けられない、といった別角度からのリスクが増えてきます。

つまり、安全安心な商品を安くおいしく欠品なくお客様に提供するということがもしかしたらできなくなるかもしれません。このリスクに対応しなければ、今までと同じ経営はできない、食産業としての存続は維持できない、ということになります。

全てを環境問題のせいだとは言いませんが、変わらなければいけない時期にきていることは明

白であると考えます。

さらに、日本に限って言えば人口が1億人を割り込み、高齢者の割合が増えることが予想されています。とすると、消費者の市場規模が縮小し、お客様の取り扱いのような状況が生まれます。雇用する労働者の確保・取り扱いのような状況が生まれます。そうしたときに、どうやって雇用を確保するか、お客様のニーズにどう応えるか、は重要なテーマです。既に巷で言われているさまざまな環境問題は、言い換えれば社会の不足不満＝お客様のニーズです。それに応えることが企業の存在根拠であるとするならば、環境に取り組むことは非常に重要なファクターです。

外食産業という業界が持続していくためには、持続不可能にならないためのリスク対応と、理念の形成をし、環境面から見ても基盤の強いしっかりとした企業風土を作っていく対応が必要だと考えています。

■ 地域に根差した具体的な取組

弊社の具体的な取組事例ですが、環境取組の歴史は約15年前にさかのぼります。安全な食材供給を迫り、そして農業分野に着手し、そのまわりに存在する土・水・空気・・・そこから環境というテーマにたどりつきました。店で一番目立つごみは生ごみです。実に45%が生ごみ。しかし、この生ごみは常に追求している安全な作物からできたいわば肥料の元。

その元を捨てて、有機肥料を購入する、循環の輪を切っている現状はおかしいと気づき、その輪を閉じることによって循環の形を作ろうとしています。

現在では直営の8割強が生ごみのリサイクルに取り組んでいます。そうした取組があって、別部門がそれぞれ動いていたのですが、3年前に環境行動計画というマネジメントシステムを立ち上げ、全社で一丸となった取組に進化させようという動きが始まりました。ここで初めて、全社の環境に関する取組が数値的にも分かるようになり、また、社会への情報発信をする基礎ができたといえます。ここまでで実に7年かかっています。

この頃から、社内の取組だけでなく、社外への情報発信や地域を巻き込んだ活動が本格化していきました。

環境に取り組むとはどういうことなのか、なぜ必要なのか、何が問題なのか、について、お客様と共に考えるきっかけづくりのためのフォーラムを年1回のペースで開催し、お客様への情報発信、従業員の啓発、に役立てています。そして、地域と一体となった大きなうねりを産み出そうという動きも始めています。そのひとつが生きものも大事にする田んぼです。

外食産業は生産農家にとってみれば消費者であります。ただし、「あなたは作る人、私は食べる人」という関係はもうすでに終わりを告げています。どんな商品を提供したいから、どんな食材がほしいのか、形や味だけでなく、安全や安心も含めて購入したい。外食産業が変わることで、農業をも変えることができる。私たちの身近な関係者であり、お客様でもある農家の方といっしょに行動することで、良い食材の確保・維持につなげ、また人と人とのつながり、理念の共有をする中で基盤を強めていく活動としています。



昨年びっくりドンキーでは省農薬米を導入しました。除草剤の使用を一回以下に抑えたお米です。味も品質もよく、環境にもよい食材、お客様にも農家にも喜ばれる商品を目指しています。そしてふゆみずたんぼはその1回すら無くしてしまおうという取組です。

■ 環境への取組が新たな市場を広げ始めている

こうした取組を広げることは、供給市場を広げるための原動力にもつながります。ここまでで、短期的にコスト削減につなげる取組、長期的に存続するためのリスク軽減、地域密着の活動などをご紹介しましたが、もうひとつ、予想外の効果をお伝えします。それが外部からの評価です。評価の基準、取材の内容、求人の期待、が今までとは変わってきている、という時代の変化を感じますし、弊社を評価してくださる物差しがひとつ加わったんだなという印象を強く受けます。

つまり、コスト管理、リスク管理だけでなく、より積極的な効果も徐々に出てきているということになります。

環境は金にならない、のではなく、環境をてこにして経済につなげればいい、のです。

食を預かる我々は、お客様の命を預かっている。いつの時代でも顔向けできる商品をサービスを提供できるために、アレフも模索しています。アレフはたくさんやりすぎている感は無きにしもあらずですが、考えている時間はないのです。完璧でなくても今動くべきときなのです。

さらに、昨年6月に札幌の隣の町である恵庭市にえこりん村をオープンしました。えこりん村はその名の通り、エコ＝環境に前向きに取組む施設として運営しています。庭と花がウリですが、農業と環境と文化をテーマに謳っています。

この施設を通じて、農業や環境や食の問題に興味を持ってもらう入口として情報発信をしたいとの思いがこめられています。

アレフの事例に対する質疑応答

■社員の参加は、休日なのか？参加率はどのくらいか。

自由参加で、休みの日を利用しています。主に環境への意識づけに力を入れています。40～50人くらいの参加なので、本部の人数から考えると参加率は2～3割くらいではないかと思います。

■CSRの定義をどうとらえているか。

CSRの定義は正式には作っていません。環境についての基本方針は作りました。基本方針と使命にのっとっていけばやろう、という不文律はある。本業・外食にかかわりそうなことをやっているの、たとえば海外に植林に行くというよりも、周りの地域の農家とつきあうようなことを優先して行っています。

■北海道以外では、どこでやっていますか

リサイクルについては、全国の自治体ごとに、考え方が違います。たとえば、生ごみのたい肥化は、関西ではコストが合いづらいので手を出しにくい面があります。菜種のような、マンパワーのいることは北海道だけしかまだやっていません。農業は、減反のことなどもからんでいて、全

国一律にはできない面があり、時間がかかることも多くあります。

■店長の意識はどうか。

びっくりドンキーは、お客さまにとっては、どこも同じ。店によって、違いがないようにという意識を持つように努めている。お客様のニーズがあるので、従業員はそれに応えられないとこれからはやっていけなくなるはずです。

■わくわくとお話をききました。イベントに参加して、社員の意識は変わりましたか？
変わりました。

いい面：店長が、店と自宅の往復だけで、地域を知らない場合が多かった。しかし、イベントで地域の人と知り合い、交流ができて、自分の店→地域の店へと、意識が変わったようです。（あの子にハンバーグを出したい、という感覚）

悪い面：もっとやりたい、と店長から言われて、本部では対応しきれないほど声がたくさんあがっていますが、ただ何でもやればいいということはないので、「やりたいこと」と「やるべきこと」を整理し、できることからはじめていくように気をつけるほうがむしろ大変になってきています。

鬼沢さんより一言

私も、わくわくと聞かせていただきました。

ほかの企業の取組は、なかなか地域の人に見えてこない、外食は、いろいろな可能性を秘めている。地域の人が、大人から子供まで、環境に関心がなくても、訪れる場所。そこでやることで、大きな効果が期待できる。

メニューを通して、何を使っているか、自給や農業の問題に直接結びつけることができる。それを、CSR がさかんに言われる最近ではなく、昔からやっていることが、企業の姿勢として、素晴らしいと思いました。

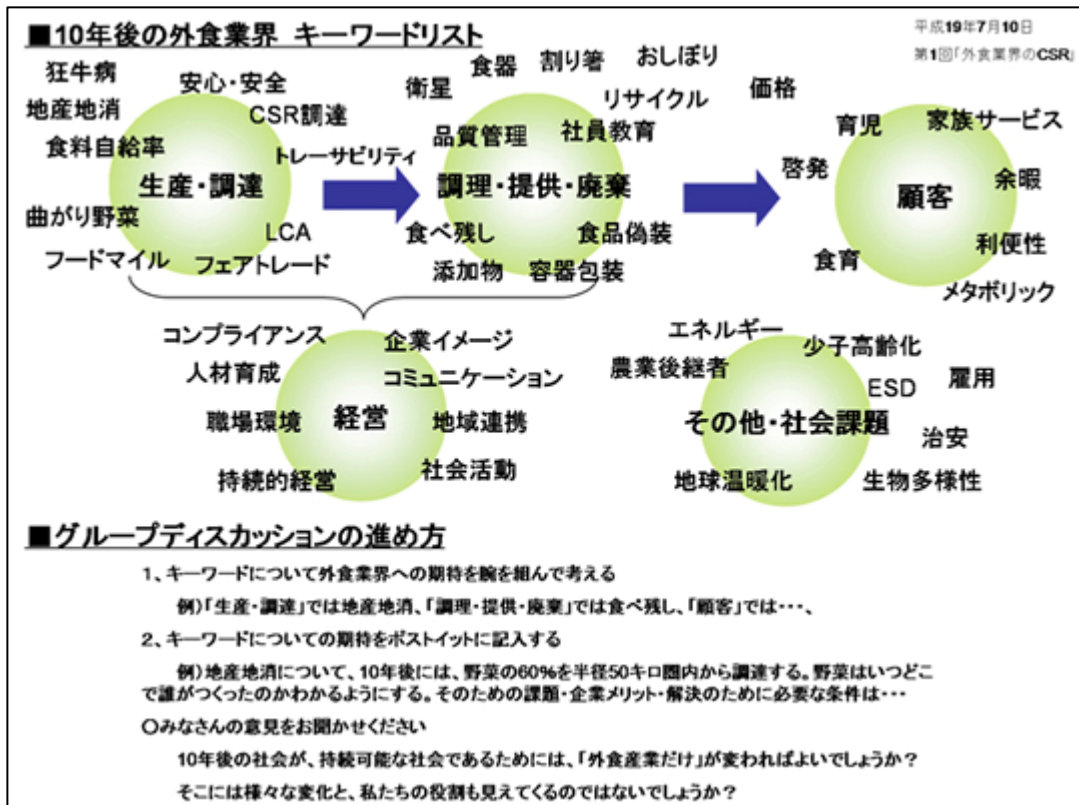
地域の人とのつながり、子供たちへの影響など、全国に広げてほしいし、業界のトップリーダーとなって、業界にも広めてほしい。元気ネットの主催する元気大賞では、「伊万里はちがめプラン」が大賞となった。それをタイで、プロジェクトとしてモデル事業をした。生ゴミ循環、環境教育の面からも、違いのあるリゾート地（オーガニックリゾート）を目指しているという。

食は、地域をつくるうえで、可能性がある。世界にも発信してほしい。

グループディスカッション詳細

(全体ファシリテーター：青木将幸氏（青木将幸ファシリテーター事務所）)

■ グループディスカッションを行うための資料



■生産・調達課題

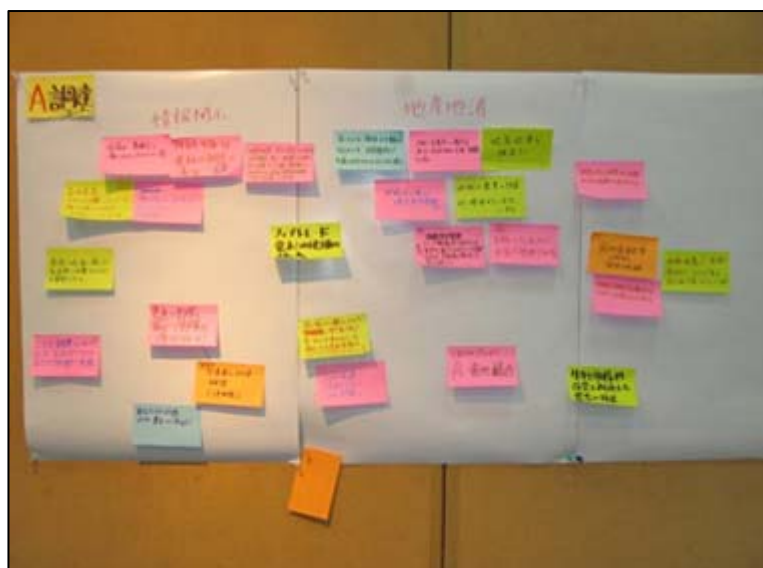
(グループファシリテーター・金子真実：えこたま)

生産・調達の課題では、やはり「地産地消」に関する意見が多く出た。地域で生産された作物を、その地域の外食産業が買い取るというものだ。その背景には、いつ、どこで、誰が生産したものなのか、というトレーサビリティが確保され、“安心・安全でおいしい食べ物が食べたい”という消費者の思いがあった。中には、「国内自給率 100%」を掲げる参加者もいた。さらに、生産するのは農家だけではなく、自分で育てた野菜などを近所のお店で買い取ってもらうことを期待する声もあった。生産過程の透明性を求める一方、その情報開示については、わざわざ開示などしなくてもよい状態、つまり生産者と消費者の信頼関係が築かれ、顔の見える関係である状態が理想的であるという意見が出た。また、後継者不足への懸念から、曲がり野菜などの買い取りによって、生産者の所得補償を支えることも必要であるとの声もあった。



全体として、参加者は地域の中で、地域を支え活性化させる持続的な生産・調達のしくみづく

りを期待していた。



■調理・提供・廃棄課題

(グループファシリテーター・鬼沢良子：GEIC運営委員・NPO法人持続可能な社会をつくる元気ネット事務局長)

調理に関する意見として、地場産の物を使った地域独自のメニューや、野菜本来の味を生かし、味付けも統一する必要はないという意見から、健康、アレルギーに配慮したメニューづくりや食文化や伝統の情報提供の場という意見もあった。また、調理にもグリーンエネルギーを使い、調味料も添加物のないものなどお店のこだわり、特徴を表示して個性あるお店という、格一でないものを望んでいる。特に、食事をするだけでなく、居ごちのいい空間や他の目的で訪れる場所といった日々の暮らしの一部として期待されている。これは、食べることを通じてなら、具体的に未来の生活を想像できる証である。10年先という近い将来の地域像が外食業界への期待を通して見えてきた。



■顧客課題

(グループファシリテーター・洪 仙希：NPO法人持続可能な社会をつくる元気ネットインターン)

顧客グループでは、顧客個人へのサービスというよりも、地域全体へのサービスを期待する声が多かった。地域密着という外食産業の特性を活かして、地域の課題(環境・育児・教育・福祉)を解決する役割を担って欲しいといった具合だ。特にコミュニケーションを生むような、新規サービスやお店作りの要望が強かった。また外食産業のメイン商品であるメニューに関しては、健康への配慮・食べる人の趣向に合わせたメニュー開発への要望があった。



今回のグループワークで、実際に外食産業で働いている方からは現場での悩みや苦勞、学生や企業の方からは「食」の枠を超えた意見を聞くことができた。様々な立場から外食産業の今後について話し合えたことは「協創」の一步に繋がったのではないだろうか。今回の結果を今後、どう活かしていくのか期待したい。



■経営課題

(グループファシリテーター・須藤美智子：GEICスタッフ)

●働きたい業界に

- ・外食業界は、低賃金、長時間労働、休日出勤が当たり前という業界。10年後は、労働環境の改善をあげる人が、どのグループにも多かった。
- ・正社員・パート・アルバイト・取引先が、情報を共有し、また、意見を取り入れるような、風通しのいい企業となること。



・飲食店で正社員として働きたい、という人が増えるような企業風土になる。

●人を育て、農業を支援する業界に

環境保全型農業が、経営的に成り立つ仕組みに貢献してほしい。そのためには、画一的なメニューから脱却し、地域の季節の食材を使ったメニューを考案し調理できるような人材が育っていることも重要。来店するだけで、地域の環境がよくなる店。店があるだけで、何かがよくなる。

●コミュニケーションの場に

店と顧客という1対1の関係だけでなく、世代を超えた地域のコミュニケーションの場となる。食を通した環境教育の場となっている。食べに行く以外の動機でちょくちょく行かれる場になる。店の中だけで閉じないで、周辺サービスの要素をもつ。

↓経営の10年後の目標

行きたい、食べたい、働きたい店 となる。



■その他・社会課題課題

(グループファシリテーター・えこたま 金戸哲)

具体的に挙げたテーマは、エネルギー・食文化・少子高齢化・教育・政策・コミュニティ・人材・NGO と多岐にわたっていた。どのテーマにも共通することは現状分析からの問題提起が中心であり、10年後のビジョンに繋げる意見にまで至るテーマは少なかった。

例えば少子高齢化の場合、高齢化に対応した外食店舗づくり、あるいは朝食の外食化などが挙げられ、食文化については、画一化された食文化の状況を受け、豊かで安全な食文化の維持が目標として挙げられた。具体的に提案されたこととしては、フードマイレージの発展によって、原材料を表示しなくても安心できる食料を提供する環境を創造することであった。教育分野に関しては、核家族化、共働きによる家庭教育の低下やコミュニケーション不足が指摘され、問題点は食育に収束した。



これらの問題は単に外食産業に委託するのではなく、むしろ家族と企業が共に補完し合う関係を創造するべきとの意見で一致した。

政策的観点から挙げれば、保護的な農業政策を競争的な体制へ転換させると同時に、後継者・人財確保をするべきと意見は出たものの、具体的な解決の糸口はでなかった。

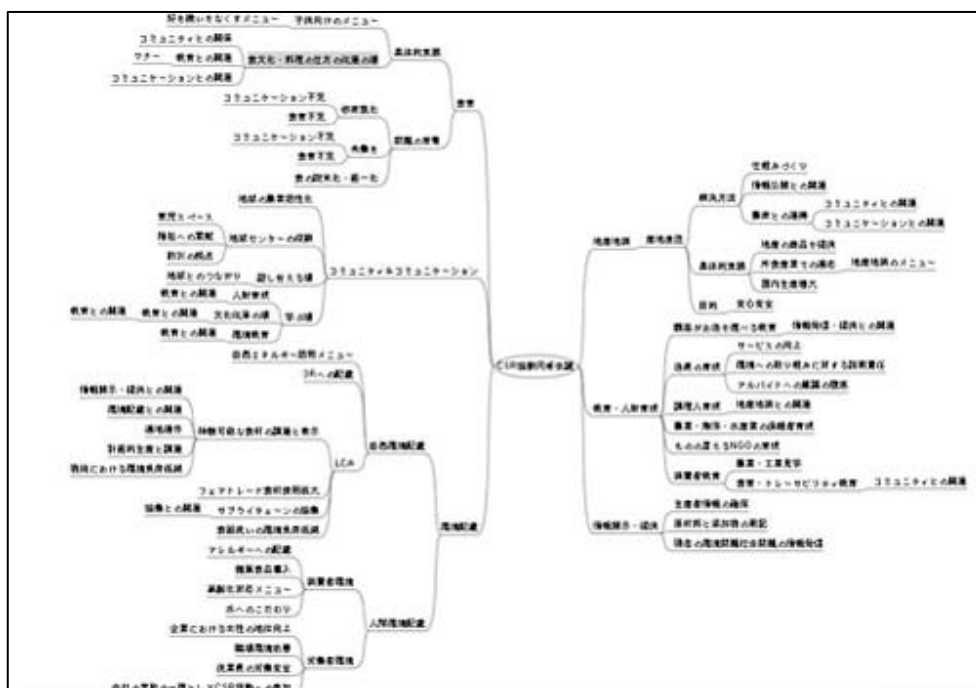
コミュニティに関しては、地産地消・自然保護教育・福祉の充実・防災の拠点・救命救急の機能を備え、地域の特性を活かした場となることが期待されていた。

最後に上記のニーズを実現する上で、物を言える NGO・建設的議論の出来る NGO が地域を繋げ、企業とのパートナーシップを強化するような環境を、10年後の目標として提案された。



■マインドマップから

(円卓会議運営・平田裕之：GEICスタッフ)



参加者からいただいたポストイットを上図のマインドマップに落してみると、「環境への配慮」「地産地消費」に加え、「教育・食育」というテーマに関心があり、さらにはコミュニティという点についての関心が高いことがわかりました。

アレフの取組のなかで、印象に残っているもののひとつに「廃油リサイクル」があります。ふだん、びっくりドンキーを訪れる人は「食事をするお客様」だけだったのが、活動を始めたことにより「廃油がたまったからびっくりドンキーに行く」という新たな動機が生まれました。それらの人の中には「ついでにハンバーグを食べていこう」という人が現れるかもしれません。

社会と積極的なコミュニケーションを行うことで、新しい価値軸をつくりだし、地域に必要とされる拠点へと進化していく10年後の外食産業の姿へのヒントが、ここにあるのかもしれません。

CSRスタディツアー

～株式会社アレフの環境配慮施設見学会～

開催報告書

【主催】 環境省北海道環境パートナーシップオフィス(EPO 北海道)
地球環境パートナーシッププラザ(GEIC)

目次

はじめに	1
1 開催概要	2
2 見学内容	3
2-1 ナタネプロジェクト	
2-2 ふゆみずたんぼプロジェクト	
3 質疑応答	5
4 ディスカッション	5
5 アンケート結果	8
6 総評	13

はじめに

企業の社会的責任（CSR）が注目され、多くの業種・企業により様々な取組が行われている。企業は、環境保全への取組を周知するために「環境報告書」を発行するなど、ステークホルダー（利害関係者）への情報発信をしているが、現在のところ、一般市民の間においてはその認知度は低い。

一方、近年は、CSRの質が問われるとともに、社外からの対話要請を踏まえ、顔の見える関係づくり、直接対話の機会が求められており、最近では、より多くのステークホルダー（利害関係者）との対話を行うために、「マルチステークホルダー・ダイアログ」と言ったステークホルダーを交えた会議が盛んに開催されるようになってきた。

現在のところ、道内企業の中でこうした動きは必ずしも活発ではないが、優れた環境CSRの取組で知られる北海道に本社を持つ外食産業、株式会社アレフの協力を得て、こうした取組を広げていくためのワークショップを試行した。今回は、株式会社アレフが行っている環境に関する取組に焦点を当て、現地見学ツアー（CSRスタディツアー）の形態で開催した。具体的には、環境配慮に関する取組や地域との連携の仕組みの実施現場を見学することによって、事例をもとに、CSR活動について企業、行政、市民が意見を交換できる場をつくることを目的とした。

このツアーは、平成19年7月10日、東京でGEIC（地球環境パートナーシッププラザ）により開催されたセミナー・ディスカッション「外食産業のCSR」（株式会社アレフが事例発表）と一連の企画とし、事例発表で紹介された同社の施設「えこりん村」（恵庭市）やその周辺施設を実際に見学し、スタッフと直接意見交換の場を設けて実施した。

* 株式会社アレフの会社概要

北海道札幌市に本社を置き、全国約300箇所に「びっくりドンキー」などの店舗を持つ外食産業であり、「食は人を良くするもの」をモットーに、品質へのこだわりから、農業や環境との密接な関係を訴えつつ、企業のあり方を追及している。

食品の廃棄物処理や省エネルギー対策には、外食産業の中でもいち早く取り組んでおり、2006年には、恵庭市において自然環境とのつながりを体感できるコミュニティー「えこりん村」をオープンさせた。「えこりん村」では、これまで株式会社アレフが実践してきた環境への取組、文化的な試み、美味しく安全な食の提案などを展開し、人々とのつながりをつくる場となっている。

1 開催概要

【日時】 2007 年 8 月 24 日 (金)

【見学先】 株式会社アレフ BDF精製プラント およびグループ施設「えこりん村」

【募集】 20 名 (要申し込み・先着順)

【対象】 外食産業のCSRに関心のある事業者中心

【行程】 札幌駅～恵庭駅～えこりん村～恵庭駅～札幌駅 (全て貸切バスで移動)

【参加費】 2,500 円 (バス・資料代、昼食は含まず)

【参加人数】 21 名 (企業 5 名、行政 3 名、学生 6 名、一般市民・NPO関係 7 名)

【プログラム】

10:00 札幌駅前出発

10:45 恵庭駅前集合

11:00 「えこりん村」到着

11:00～12:30

① ナタネプロジェクト見学

1) ナタネ畑

2) バイオディーゼル燃料化プラント

12:30～13:30 「銀河庭園」前駐車場で解散、昼休み

13:30～14:30 「銀河庭園」前に集合

② ふゆみずたんぼプロジェクト見学

1) ふゆみずたんぼ実証田

14:30～14:40 バスで移動

14:40～16:00 質疑応答・意見交換・ディスカッション

16:00 アレフ恵庭事務所出発

16:15 恵庭駅前着

17:00 札幌駅前着

2 見学内容

2-1 ナタネプロジェクト

対応：株式会社アレフ／渡邊大介氏

「地産地消」、「自給自足」をテーマにした「アレフナタネプロジェクト」は、2006年9月のナタネの種まきから本格的にスタートした。ナタネ栽培から、(1)休耕地を有効活用すること、(2)食用油として使用できること、(3)使い終わった油を燃料として利用すること、(4)上記を地域と共に取り組むこと、などを目的としている。収穫した種は、搾油され、油は食用に、しぼりかすは「えこりん村」内の家畜の餌や肥料として利用される。また、家畜の糞は堆肥化され、ナタネ栽培の肥料として還元される仕組みになっている。



ナタネ畑にて、「アレフナタネプロジェクト」説明の様子

まだまだ試験段階ということで、ナタネの栽培と利用が株式会社アレフとしても最善策なのかはわからない。ただ、「最善策が明確になるまで行動を起こさないのではなく、色々トライしながら進めていく」というのが同社のスタイルである。また、同じ作物を続けてしまうと病気が発生しやすい、などの理由から、来年はまた違う作物を使って油を精製していくことも検討し、ナタネを含む3年輪作を基本としている。

さらに2007年1月からは、札幌市、恵庭市、千歳市、江別市内のびっくりドンキーを始めとする各店舗において、本格的に家庭から出る廃食用油を回収し始めた。回収された廃食用油は、株式会社アレフ北海道工場に隣接する、バイオディーゼル燃料化プラントにおいてバイオディーゼル燃料(BDF)に転換され、食材の配送用トラックや循環バス等の利用にリサイクルされている。こうして燃料を軽油の代わりに使用し、二酸化炭素の排出削減にも貢献している。



てんぷら油で走るベンツ紹介の様子

このように、「ナタネプロジェクト」は、食料、飼料、肥料、エネルギーなどの資源循環を生み出している。さらに、ナタネ畑が地域の人々とのコミュニケーションの場としても活用され、地域の小学生らが参加して、ナタネの種まきや収穫、生き物調査なども行っている。そこに生息する生き物とのつながりを感じる機会にもなっており、環境教育の場としても大きな役割を果たすようになってきた。

バイオディーゼルに対しては関心を持っている方も多く、特に導入の際の課題やコストの面で、アレフ職員との活発な意見交換や質疑応答が見受けられた。

2-2 ふゆみずたんぼプロジェクト

対応：株式会社アレフ／橋部佳紀氏

「ふゆみずたんぼ(冬期湛水水田)」とは、冬の間水を抜く農法に対し、冬期にもたんぼに水を張り続けることによって、イトミズなど、そこに生息する生物たちに活動の場を与え、豊かな土壌づくりや、害虫や雑草を抑制する効果を狙った農法である。ふゆみずたんぼは、「安全・安心な食べもの」、「省資源型の農業」、「自然回復」、「水の浄化」、「地域づくり、地域再生」、「人間関係の修復」、「教育」など、さまざまな観点から多様な人が関わることができる可能性を持っている。

株式会社アレフでは、2005年9月に「ふゆみずたんぼプロジェクト」を発足させ、「えこりん村」内に、試験的にこの農法を実践するためのたんぼをつくった。取組の方向性としては、(1)この実証田を活用した社員教育や地域貢献、(2)道内の農家との連携によって、「ふゆみずたんぼ」のメカニズムを実際のフィールドで解明し、北海道での環境共生農業のモデルを確立すること、将来的には(3)本業を通じた環境共生農業と自然再生への貢献を目指している。

株式会社アレフの経営する「びっくりドンキー」の店舗では、農薬の使用を本田での除草剤一回以下に抑えた省農薬米を使用している。「ふゆみずたんぼ」の実践によって、将来的には自然の力を最大限に生かすことで、農薬や化学肥料を使用しないお米の可能性を探っている。2006年度には、地域の小学生や従業員、家族など、延べ700名が田植えや稲刈り、定期的な生き物調査に参加した。収量、食味などにまだまだ課題は残るものの、1年目のたんぼにも多様な生き物を見つけることができ、環境教育の一環としても大きな役割を果たすようになってきている。さらに、「ふゆみずたんぼ」に取り組んでいる農家の支援と活動の拡大を目的とし、実際に北海道において稲作を営む農家との連携によって、月に1回ほどの割合で「ふゆみずたんぼ」の勉強会、営農指導、生き物調査なども行っている。

今回はこうしたふゆみずたんぼの説明をアレフ職員から受け、たんぼに生息する生き物を入れた容器を観察してたんぼの生物多様性を体感した後、自由にたんぼ内を散策した。



ふゆみずたんぼの生き物を観察



ふゆみずたんぼの観察の様子



ふゆみずたんぼの前で参加者の集合写真

3 質疑応答

見学終了後、参加者からの質問を受け付ける時間を設けた。その質問内容と、株式会社アレフからの回答を、以下に紹介する。

Q 現在、環境の取組をしていて、儲けはあるのか？

A(橋部氏)： 現在はまだない。収支を合わせていく努力は必要だと思う。

Q アレフの環境への取組の次のステップはどう考えているのか？

A(橋部氏・佐々木氏)： 社のエネルギービジョン等もあり、エネルギーの削減については目標を定めて取組んでいる。前の質問にも関係しているが、環境への取組について、経済的な面のみで評価するべきではないと考えている。効果をどう評価するかが重要なポイントである。営業施設は儲ける必要があるが、ナタネプロジェクトやふゆみずたんぼ等は、これらを通して店舗に来てくれるお客さんや働きたいと思ってくれる人が増えるように、「つながり」をつくっていければ良いと考えており、相乗効果が重要である。

Q 同業他社で環境に積極的な会社はどこか？

A(橋部氏)： ワタミ株式会社やモスバーガーが挙げられる。

4 ディスカッション

参加者 20 名、株式会社アレフの職員 3 名、EPO北海道職員が 3 つのテーブルに分かれ、7～8 人程度のグループでディスカッションを行った。GEICの伊藤博隆氏が全体のファシリテーターをつとめた。

グループ毎での自己紹介に続き、①「10 年後の外食産業のあり方」、②「消費者とのコミュニケーションのあり方」のふたつのテーマについて、ディスカッションが行われた。それぞれをグループで話しあった後に、テーブルファシリテーターを担ったEPO北海道のインターン学生(北海道大学公共政策大学院修士 1 年)3名がグループを代表して話し合いの内容を発表し、全体共有をした。

以下に、それぞれのグループで話し合われた内容を要約する。

【テーマ1. 10 年後の外食産業のあり方】

グループ1(ラクダグループ)：グループファシリテーター：助川洋平

10 年後の外食産業のあり方として、大きく 2 つの軸が挙げられた。まず一つ目は、「安全・安心」という軸である。ここで「安全」とは科学的根拠に基づいたもの、「安心」とはイメージに基づいたもののことを指す。話し合いでは、「安全」はもちろんのこと、「安心」な食材を提供することがより重要になるとの結論に至った。また、もう一つの軸として「地域に根付いたお店」という意見が挙がった。話し合いの結果、「地域に根付いたお店」とは地域活性化の中心となるお店、「食べに行こう」ということに



留まらず、「ちょっと立ち寄ってみよう」と思われるお店、さらには、地域で採れた食材を活用するお店が求められる、という話し合いがあった。地域に根付き、地域で採れた安全な食材を提供し、消費者が安心して食べることができるお店が、理想とする外食産業となるのだろう。

グループ2(ヒツジグループ):グループファシリテーター:御器谷昭央

10年後の外食産業が目指すべき方向として、主に「地産地消」と「環境配慮」の2つが挙げられた。「地産地消」とは、地元の食材を使い、地域と強く結びついていくべきということであり、それが食の安全・安心につながり、食文化を大切にする気持ちも生まれる。また、それには消費者側の意識が変わることも必要不可欠である。ミクロ視点では食べ残しを少なくすることや容器をリサイクルする工夫など、マクロ視点では流通業界の環境配慮やサプライチェーン全体としての環境配慮が必要となることなどが挙げられた。現在は環境に配慮している企業が注目されているが、将来的にはそのような企業が珍しくなくなることが期待されている。以上に挙げた2つの方向を大切にし、消費者に喜びを与えられる外食産業が理想的であるという結論に至った。



グループ発表の様子

グループ3(カエルグループ):グループファシリテーター:松本政之

一番多かった意見は、食材、調理に地域性を活かした店という意見であった。具体的な提案では、地産地消の実践、持ち込んだ食材を調理してくれる、食文化の発信地であること、等の意見が出た。次に多かったものは、消費者に対し説明責任をしっかりと果たしている店という意見。これは、昨今、話題となっている食品産業の不祥事(食品偽装、賞味期限改ざん等)に対しての批判として出された。自分たちが提供している食品について、しっかりと説明することができる企業が残るであろうという意見であった。



模造紙上でグループ内の意見をまとめる様子

また、少数であったが、健康重視の外食産業が生き残るとの意見もあった。近年の健康ブームにつながっている。常連客にたいして健康管理の手助けをしてくれるような店へのニーズの表れととれる。その他、おいしい店、おしゃれな店、自然を感じられる店等の意見が出た。

【テーマ2. 消費者とのコミュニケーションのあり方】

グループ1(ラクダグループ):グループファシリテーター:助川洋平

消費者とのコミュニケーションのあり方として、従業員と消費者との間で会話のしやすい環境を店側が提供

することが重要ではないかという意見が大勢を占めた。また、コミュニケーションは双方向の関係であるため、店側が提供するだけでなく、消費者もそれに応えるマナーを学ぶべきだとの意見もあがった。情報を提供して欲しいという意見もあったが、どのような情報にニーズがあるのかが絞れていないという意見もあった。このような点を、店と消費者間のコミュニケーションで解決しつつ、双方向の関係が築かれていることが基本となるだろう。

したがって、コミュニケーションのあり方としては、まず店側が会話のしやすい環境を提供し、それに消費者が応えるといったことが必要になると言える。将来厳しい競争を生き残っていく外食産業とは、地域で採れた「安全」な食料を提供することにより、消費者が「安心」して食べることができ、消費者と従業員との間に会話が生まれるようなお店と言えるのではないだろうか。

グループ2(ヒツジグループ):グループファシリテーター:御器谷昭央

単身用メニューやメタボリック防止用メニューなど栄養指導を受けたい、自分の好みや量にあわせたメニューが欲しい、レシピを教えて欲しいなど、マニュアル対応ではないサービスが求められた。また、飲食店に公共スペースの様な役割を果たして欲しい、という意見も多く見られた。行政の情報や地域の情報が発信され、地域コミュニティーの一部となる飲食店が理想ではないか。消費者が「喜び」と「癒やし」を得られる外食産業が求められているという結論に至った。

グループ3(カエルグループ):グループファシリテーター:松本政之

一番多かった意見は、独自性を強調した店になること、という意見である。これは、全国的に展開しているチェーン店が、あまりにも画一的であり、地域性などの特徴が感じられないことへの不満と考えられる。具体的な意見としては、新鮮食品の直売所を兼ねている、食材を客と店で協働生産する、年に一回祭りを開く、食事以外の用事を足すことができる、等の意見が出た。

次に多かった意見は、事業者が消費者に対してもっと気を配るべきとの意見である。これは、料理を出すだけでなく、人間的な付き合いも提供してほしいという消費者の思いであると考えられる。具体的には、個人の注文に応じる、顔なじみになれる、癒しと快適な時間を提供する、などの意見である。

また、テーマ1で挙げられた意見と重複するが、食材に関する物語を客に伝える、本社や責任者だけでなく店で働く全員が、提供している料理についてよく知っている等、しっかりと消費者に対しての説明責任を果たすべきとの意見があった。

5 アンケート結果

参加者に今回のツアーについてのアンケートを行った。回収率は、100% (21/21) であった。

設問1 今回の「CSRスタディツアー～株式会社アレフの環境配慮施設見学会～」はどのような媒体で知りましたか？

- 集計結果を図1に示す。メーリングリスト、新聞の記事を通して多く知られていることが分かった。今回のスタディツアーの直前に、食品産業での不祥事がメディアで多く取りあげられていたので、新聞の記事には効果があった。また、その他の中には、「7月10日の東京で開催した『外食産業のCSR』の流れで」、という回答もあり、東京でのセミナーと合わせて開催した成果も見られた。

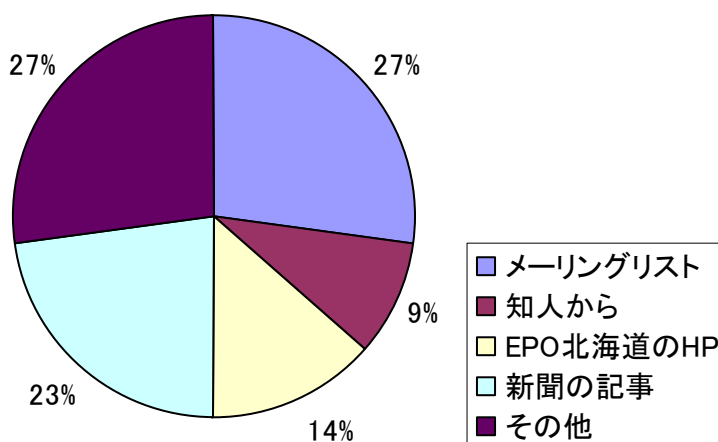


図1. 設問1の回答

設問2 今回の「CSRスタディツアー～株式会社アレフの環境配慮施設見学会～」に参加されたご感想は？

集計結果を図2に示す。回答すべてが「よかった」、「非常によかった」という意見であった。一定程度以上の満足のいく内容であったと思われる。

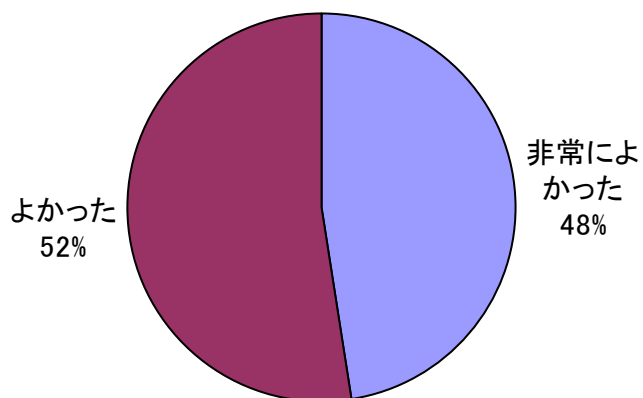


図2. 設問2の回答

設問3 今回のような、1日ツアーの参加費はいくらぐらいが適当だと思いますか？

集計結果を図3に示す。約半数の方が、「2,000 円程度」が適当であると回答している。学生には多少高かったようだが、ある程度の参加費を徴収することについては合意が得られていたようだった。今後は学生料金を設定する、など、若い年代の方々が参加しやすいように参加費を設定していく必要がある。

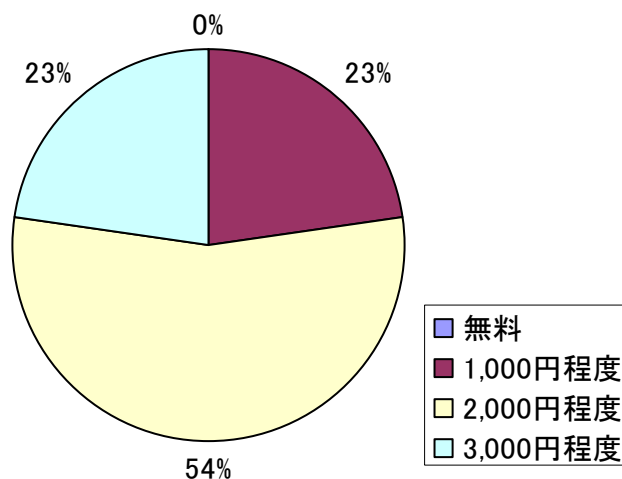


図3．設問3の回答

コメントには以下のようなものがあった。

- あまり高いと参加しづらいのですが、すべてを他人まかせにして参加するのも無責任・・・実費でいかがでしょうか。
- バスの移動は楽なので、交通費は必要だと思う
- 赤字が出ない程度
- 昼食込みで
- 資料代と交通費として出し易い程度
- 学生の立場からだと、すこし難しくなってしまうのもう少し安いと嬉しいです。
- 飲み会セットがあっても良いのでは
- 1,500 円程度、少し高かったのでは
- あんまり高いと、参加の意欲が無くなってしまうので・・・。
- 食事無しなので(高い)
- 今日ぐらいが調度良いと思う
- 移動距離と内容に見合うものであれば

設問4 今回のような、1日ツアーを開催するとすれば、平日・週末どちらの方が参加しやすいですか？

集計結果を図4に示す。平日開催を希望する方が、週末開催を希望する方に比べ少し多かった。事業者、公務員の方は、業務として参加できることから、平日開催を希望する方が多く、また、学生は授業と重ならない週末開催を希望していた。今回は平日の開催であったが、夏休み中だったので学生の参加も比較的容易であったようだった。

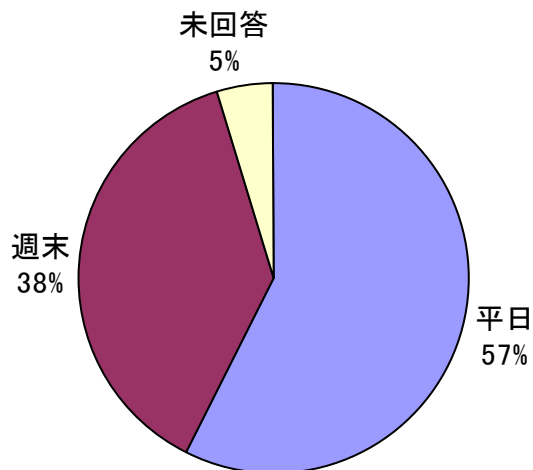


図4. 設問4の回答

「平日」開催を希望する方のコメントを以下に示す。

- ☐ 週末は子どもと過ごすので、子どもと行けるものに限られるので
- ☐ 週末は各種ボランティア活動があり、どちらかというと平日が良い
- ☐ 仕事として参加したい
- ☐ 週末は主催事業のあることが多い
- ☐ 週末は休みたいから
- ☐ 業務として参加できるので
- ☐ 週末は忙しいため

「週末」開催を希望する方のコメントを以下に示す。

- ☐ 皆参加しやすい
- ☐ 会議等が少ない
- ☐ 学校がないので
- ☐ 休み中なら平日もよいが
- ☐ 仕事が休みなので
- ☐ 平日はだいたい学校がある
- ☐ 学校があるので

設問5 CSRに関するイベントを開催する場合、どのような形態が良いですか？

集計結果を図5に示す。今回のような「特定企業の現場見学付ディスカッション」を希望する回答が約半数を占めていた。それに続き、「企業のCSR事例紹介」が続いており、総論よりも具体的な取組を知ることができる内容が求められていることがわかった。また、コメントには「複合的なもの」、「ステークホルダーミーティング」を求める声もあった。

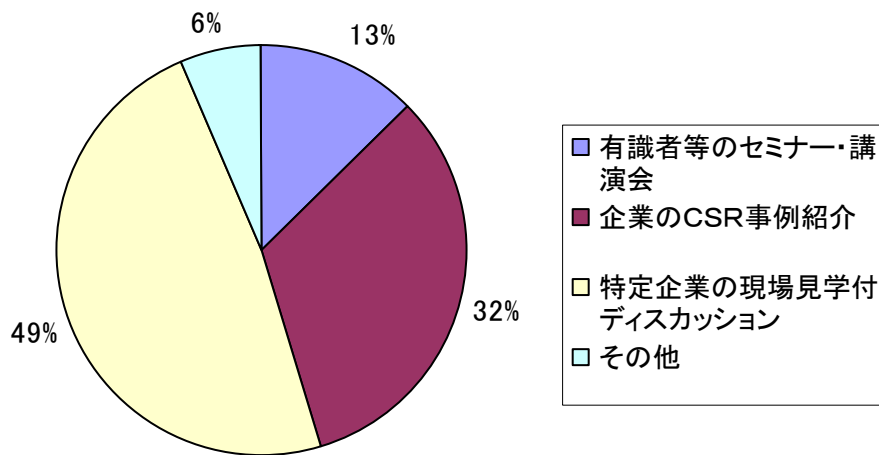


図 5. 設問 5 の回答

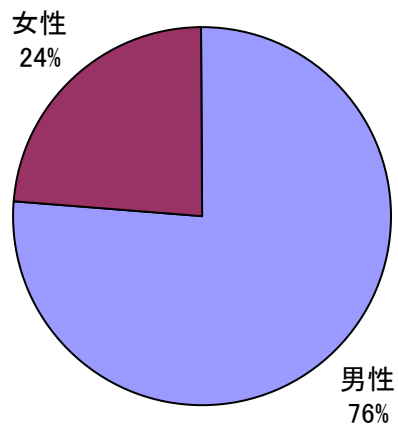
設問6 その他ご感想を自由にお書きください。

コメントを以下に示す。

- インターンの学生さんが頑張っていて、好ましかった。
- ディスカッションでは最後は自分の立場を超えた議論ができました。客観的に自らの業界を見つめ直せて良かったです。
- 来年就職活動ということで、今回、どのような企業がどのような取組をしているのか、知りたかったので参加させてもらいました。楽しかったです。ありがとうございました。
- ディスカッションが良かったと思います。
- 時間がないので別の機会にお知らせします。
- 意外と見学の時間が短く、消化不良な感じでした。次回は 8:30 出発のイメージがいいのではないのでしょうか？
- 楽しかったです。
- たんぼや菜の花畑などを実際に見て、取組の説明を聞けたので大変参考になりました。
- 興味深い内容で勉強になりました。ありがとうございました。
- 今日はありがとうございました。
- グループディスカッションは時間が必要です。

設問7 ご自身についてお聞かせください。

- (1) 性別
- (2) 年齢
- (3) ご職業



集計結果を図6、7、8に示す。男性の参加者が多かった。年代的には、20代～30代の方の参加が他の年代の方よりも少し多かった。

また、職業を見ると、公務員、会社員、学生が多くを占めていた。その他には、NPO関係者の方等が含まれる。

図6. 設問7-1の回答

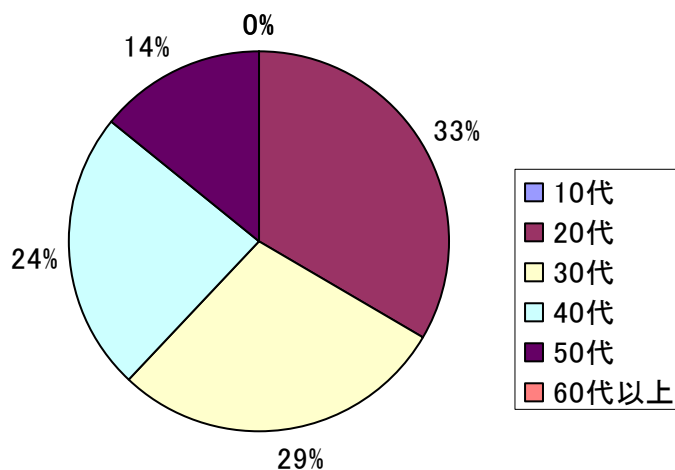


図7. 設問7-2の回答

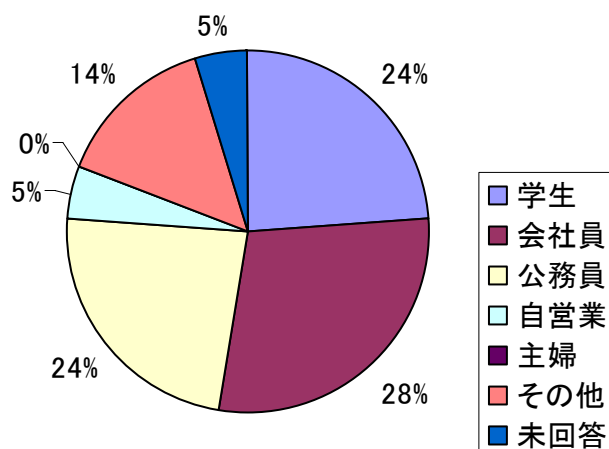


図8. 設問7-3の回答

6 総評

本スタディツアーは、企業の環境に関する取組に焦点を当て、市民・企業・行政などさまざまな方との相互の対話を促進することを目的とした。

昨年度開催した「企業の社会的責任と環境コミュニケーションの今」(平成18年8月～10月、3回シリーズで開催)では、中小企業が多くまだまだ企業における社会的責任(CSR)の取組が進んでいないとされる道内においても、企業のCSRについて興味を持ち、情報を必要としている方が多かったということがわかった。また、昨年度から今年度にかけて、この関心の高まりに応えるように、行政機関や市民団体によってCSRをテーマにしたセミナーや講演会等が開催されてきた。

今回は、セミナーよりもう一步踏み込んだ形で、現場で行われている取組の見学、職員との対話を行い、様々な立場の方が企業のあり方について意見を交換できる機会をつくった。少数で実施することとし、参加者と株式会社アレフの職員だけでなく、参加者同士でもより深いコミュニケーションをとることを狙った。

ツアー実施後のアンケート結果に見るように、企業の対外コミュニケーション活動の場としては十分意義のあるものであったことが窺える。実際に現地で具体的なイメージを持ちながら取組の説明を聞くことができることは、参加者にとって魅力のあるものだったようだった。また一方で、今回のスタディツアーの受け入れ先となった株式会社アレフ職員からも、「客観的に自らの業界を見つめ直すことができた」などという意見も頂き、参加者だけでなく、受け入れ側にもメリットがあったことは評価できる。しかし、ディスカッションの時間が短く、消化不良になってしまったことは否めない。単なる見学会で終わらないようにするためにも、意見交換の時間は十分にとる必要がある。開始時間を早くする等、余裕を持った時間設定が今後必要であろう。

参加費については、移動のためのコストがかかるため、少人数では割高になってしまうことは避けられないが、学生にとっては少し高めであったようだ。今後同様のツアーを開催していく際には、ステークホルダーの一角を担う学生の参加を促すためにも、学生料金の設定といった料金体系の検討が必要である。

本ツアーの開催時には、一般市民にとって非常に身近な食品業界で不祥事が相次ぎ、消費者の信頼が揺らいでいた。そのような中での本ツアーには、企業の現状や信頼回復に強い関心を持っている市民のニーズに届いたのではないかと感じている。北海道新聞でも本ツアーの開催に関する記事を大きく掲載していただき、それを見て参加された方も多かった。だがその一方で、参加者として必ずしもステークホルダーをバランスよく募ることができなかったことは反省点としてあげられる。

事業者との距離が近く、顔の見える関係をつくることのできるような機会をつくることにはまだまだニーズがある。企業の環境に配慮した取組やCSR活動を道内で促進していくためには、消費者をはじめとするステークホルダーの理解が欠かせない。事業者と他主体が密なコミュニケーションを取れるようなツールや機会を今後もつくっていければと考えている。

最後に、本スタディツアーの開催にあたって、株式会社アレフの皆様、関係行政機関の皆様にご協力頂いたことについて、厚く御礼申し上げます。

「CSRスタディツアー ～株式会社アレフの環境配慮施設見学会～」開催報告書

2007 年 8 月

環境省北海道環境パートナーシップオフィス

〒060-0004 札幌市北区北7条西5丁目5番 札幌千代田ビル3階

TEL:011-707-7060 FAX:011-707-7061

URL:<http://www.epohok.jp>

収集した環境パートナーシップ事例の詳細〔4-（③）関係〕

※ 本内容は、EPO 北海道のホームページ上で公開中の内容を転載したものである。

① 富良野種まき塾とコスモ石油株式会社とのパートナーシップ事例

コスモ石油株式会社は、地球温暖化防止を目指し、国内外で様々な活動を展開しています。コスモ石油のエコカードを持っている会員からの寄付金をもとに、エコカード基金活動は、「ずっと地球で暮らそう。」プロジェクトを展開しています。このプロジェクトは、NPO/NGO、地域社会、政府の方々とパートナーを組み、主に地球温暖化防止を目的とした地球環境貢献活動であり、現在9つのプロジェクトが活動をしています。

「富良野種まき塾」は、その中の「エコ」活動参加型環境教育プログラムのパートナーのひとつとして、2006 年度の新プロジェクト「植林のための苗木供給基地プロジェクト」を開始しています。

(この内容は、2007 年 6 月の富良野種まき塾での種まき体験、および理事長の横市氏への取材より作成しております)



● 「苗木の供給基地」として

「富良野種まき塾」は、富良野で活動をするNPO法人「富良野自然塾」の関係者が地域の方と協力をして 2006 年につくったLLP(有限責任事業組合)です。「富良野種まき塾」の主な目的はふたつ。ひとつは、苗木を供給する基地を作ること。そして、もうひとつは環境教育の場を提供すること。

この「苗木供給基地プロジェクト」では、温暖化の原因としてあげられる二酸化炭素の吸収源である森林に注目しています。近年、木材として利用するために植林された森が、国産材の需要の減少などの理由から、放置され、手入れが行き届かなくなった森が沢山見られるようになりました。単一種で植林をされた森はきちんとした手入れがされないと、二酸化炭素の吸収源としての働きは鈍くなり、森は荒廃していきます。

そのため、「富良野種まき塾」では、人の手を借りずに自然循環できる持続可能な森作りを目指して、地域の植生にあった苗木づくりと、人と自然との共生を考える体験プログラムを展開しています。



● 植林体験プログラムと環境教育

体験プログラムでは、木々の種や小さな苗を採取し、それを苗床に移植して1～3年間育成します。ある程度育った苗は、その後、カミネッコンという再生ダンボールで出来たポットに移し変えられて、ポットごと植林されます。カミネッコンは水分調整をしながら苗が育つのを助け、その後自然分解してなくなります。



富良野の苗木供給基地では、約1Haの土地に、年1万本の苗が供給できるようにと活動を進めています。

富良野プリンスホテルのゴルフ場は、平成17年に閉鎖をすることが決まりました。富良野自然塾は、そのゴルフ場を昔の森に還すことを提案し、現在はさまざまな環境活動の拠点として活用されています。その場所で、「富良野種まき塾」体験プログラムの植林も行われており、将来的には広く供給していくことを考えているようです。

● 取組に向けたパートナーシップの構築

「富良野種まき塾」の理事長である横市氏は、コスモ石油とのパートナーシップについてこう語っています。

コスモ石油の基金は、エコカードの会員からの寄付金を活用した消費者参加型の基金であり、企業だけではなく、ユーザーがそこに入って、しっかりした土台を作っている。社会に還元する仕組みをつくっていること、それがパートナーを組む理由。企業がしたいことを優先させたパートナーシップだと、それはただの宣伝の手伝いになってしまう。企業とユーザーのやりたいこと、そして自分たちのしたいことが、一緒になった場合にパートナーシップが可能となる。今ではなくても、未来にマッチするか。その体質を迫及していくところが重要である。



また、企業とパートナーを組む側としても、未来につなげるところが見えないと自己満足になってしまう。企業が、「離れたくない！」と思うような魅力的なプロジェクトを展開し、どんどんパートナーを組んで大きくしていくこと。パートナーシップは強ければ強いほどいいと思われがちだが、それだと周りが入ってこられない。緩やかな繋がりと保ちつつ、地元のホテルやお店とも有機的につながっていくことも大事。また、企業の人も参加しやすいもの、胸をはって言える内容が求められると思う。

このように、パートナー同士が win-win である関係が望ましい形であることが絶対条件となるのでしょう。企業のパートナーになるためにもうひとつ重要なことは、いかにシンプルに表現できるか、ということ。企業を見るということは、株主を半分見ている。そのためにも、企業のパートナーになるためにわかりやすさ、というのは大事。「語呂のいいキャッチフレーズを心がけている」、と横市さん。

ふらの種まき塾のキャッチフレーズは、「みらいにたねまき:未来のココロと大地にタネを蒔く」。

コスモ石油のキャッチフレーズは、「ココロも満タンに」。

一本一本苗を育て、木を植える。気の遠くなるような作業ですが、富良野のゴルフ場に森が蘇えることを心にイメージしながら、プロジェクトは続いていきます。

②日本たばこ産業株式会社の「拾えば街が好きになる運動」地域との連携事例

● コンセプト

『多くの方々にゴミを拾うという実体験を通して、環境美化への思い、ポイ捨ての抑止やマナーの大切さを実感して頂くことを目的としています。この活動を通じて「“ひろう”という体験を通して、“すてない”気持ちを育てたい」「地球環境のためにゴミを“出さない”気持ちを促したい」というのがJTの願いです。』(JT広報資料)とあるように、この活動のねらいは、単にゴミを拾う活動をするということではなく、捨てない気持ち、ゴミを減らす気持ちを育てるところにある。



● 概要

活動は全国各地で行われている。イベント会場の一角に、ゴミ袋やトングを貸し出す「ひろ街」のテントがあり、来場者はそこで一式を借り、会場内やその周辺でのイベントに参加しながら、“ゴミが落ちていたら”拾う。決してごみ拾いのために会場を回ってもらうということではない。帰り際に、再度テントに立ち寄り、拾ったゴミを参加者自身で分別してもらう。参加者は、イベントを楽しみつつも自然に“会場に落ちているゴミ”に注目してしまう。綺麗な会場でも、意外と落ちている。タバコの吸い殻や、紙くず、空き缶等々。普段気づかない街の様子に気づく瞬間が、この活動には必ずある。

● パートナーシップ

北海道では、さっぽろ雪まつりが有名だが、このようなイベントの主催者や「環境」をキーワードに活動している自治体・企業・団体・大学などとパートナーシップを組み活動は展開されている。ブースで何かを伝えるというだけではなく、会場を中心とした“地域”に対して働きかけるには、イベント主催者の理解なくして実現することができない。環境へのメッセージを伝えたい主催者と、JTの想いが合致した結果、相乗効果で、両者の取組に厚みが増す。

一方で参加者も、一人一人がゴミを拾うことで、それ見ている周りの人に捨てない気持ちを伝えている。「捨てない気持ち」のリレーの担い手として、多くの人のつながりが自然と生まれている格好だ。

● 活動の展開

前述の札幌雪まつりをはじめ、小樽の潮まつり、函館エコフェスタ、等で行われている。2007年9月8日現在では、全国で438,201人、744団体が参加し、219.1tのゴミが集められた。その活動の輪は今後も増えていくだろう。

「捨てない気持ち」のリレーがどこまでつながっていくか、活動は続く。

③ 株式会社 GEL-Design と札幌市円山動物園のパートナーシップ事例

地球温暖化によって、北極域の環境が悪化し、早ければ2040年には北極海から氷が消失するかもしれない、ということが言われています。2006年5月に公表された最新版のレッドリストには、ホッキョクグマは絶滅危惧種として追加されました。

札幌市円山動物園は、ホッキョクグマの繁殖に成功している数少ない動物園のひとつです。動物たちと触れ合う場を提供しながら、温暖化防止やホッキョクグマの危機などの環境問題を訴えています。

では、市民や企業はそのためになにができるのか。株式会社 GEL-Design は、保冷機能付ランチボックス「GEL-COOL」などをつくっている北大発のベンチャー企業です。その GEL-Design が、円山動物園応援企画として、限定 2000 頭(単位はあくまでも頭)で、円山動物園の人気ホッキョクグマ、ピリカをモチーフにしたランチボックス、「GEL-COO ま」を作りました。1頭の売り上げにつき、ホッキョクグマの餌となる魚を1匹プレゼントする、という社会貢献の取組を行っています。

本業を通して円山動物園を応援し、温暖化防止を訴える取組は、真摯さの中にも茶目っ気が隠されているユニークなものです。

(この内容は、2007 年 6 月～8月の株式会社 GEL-Design 代表取締役社長の附柴裕之氏、札幌市円山動物園経営管理課経営係長の北川憲司氏への取材より作成しております)

● 札幌市円山動物園の再生ー。

同じ北海道内の旭山動物園が注目される中、札幌市が運営する円山動物園のあり方についても議論が深まるようになってきました。2006年3月、札幌市職員の北川さんは「円山動物園の再生をやってみないか」ー。との話を受け、市役所から動物園に移動。

円山動物園の再生に向けた取組を行う中、動物園でも人気を誇っていた、円山動物園で生まれ育ったホッキョクグマのピリカに注目が集まりました。以前から動物園を訪れるお客さんから「ピリカグッズはないんですか？」と聞かれることもあり、「ピリカのグッズを作ろう！」と、Tシャツの発売が決まりました。

案として出てきたデザインはふたつ。ひとつはTシャツにシロクマの写真をつけたもの。もうひとつは、ピリカの顔をモチーフにしたもの(右図参照)。このピリカの顔デザインを見た瞬間、「いける！」と大きな期待を寄せたものの、写真デザインが採用となりました。しかし、「売れない・・・」。

● 株式会社 GEL-Design のひらめき。



写真提供 札幌市円山動物園

株式会社 GEL-Design は、2006年3月末に、保冷ランチボックス「GEL-COOL」の発売を開始しました。蓋の部分に保冷ジェルが入っており、中身を冷たく保ったまま使えるランチボックスで、9月には、「グッドデザイン賞」を受賞しました。

2007年の「札幌スタイル運営委員会」に参加していた附柴社長は、そこで見た「ピリカデザイン」から、GEL-COOL とシロクマのコラボレーションをひらめき、そこで「名前は GEL-COO ま。来月には販売します！」と決意表明。



株式会社 GEL-Design は、それまでにも下川町の森作りに貢献など、環境配慮や CSR の意識もありましたが、「もっと分かりやすいものを」、「環境配慮は行動とモノで」、という意識が強くありました。その点、「GEL-COO ま」は非常にわかりやすいもの。ですが同時に、旭山動物園が注目されていたので、その尻馬には乗りたくない。また、円山動物園は札幌市の運営なので、中は行政の人。話が通じないのではないかと。

ピード感がないとつらい・・・など、色々な思いを抱いていました。

● シロクマが結んだパートナーシップ

一方、Tシャツの販売後にも事業の展開を図っていた円山動物園では、さまざまな企業とのパートナーシップが考えられていました。北川さんは、企業とパートナーを組んでCSRに取り組む際に大事なことは、①お客さんが共感できること、②やることが事実に基づいていて、真剣であること、③きちんとしたストーリーを持ったパートナーであること、と言います。



附柴さんの決意表明の数日後、「GEL-COO ま」の話を偶然聞いた北川さんは、一瞬で「いける！」と判断。ピリカは2007年の2月で帯広に移動になってしまったものの、「GEL-COO ま」の話は、キャッチーでイメージしやすい。また、北川さんをはじめ、Tシャツ作成の際にボツになっていた「ピリカデザイン」のリベンジ！と、共感する方たちの努力もあり、関係機関との調整の話もまとり、数日でGOサインが出ました。こうして、GEL-Design は、ピリカデザインを蓋の部分に使ったランチボックス、「GEL-COO ま」の販売に向けて動き出しました。オス、メスの2種類が作られ、単位は「頭」。1頭の売り上げで、動物園のホッキョクグマにお魚一匹がプレゼントされます。そしてその中で温暖化や絶滅危惧種について考えるきっかけを、お客様に提供します。

「動物園の最も大きな役割は、ホッキョクグマはじめ絶滅危惧種が生息している環境を保全・回復するために、温暖化などの地球環境問題について考え、私たちにとってもかけがえのない地球を守るために、できることから行動するためのきっかけとなるメッセージを発信することだと思います」(円山動物園ホームページより)

「絶滅危惧種ホッキョクグマを守るために・・・GEL-Design は札幌市円山動物園を応援します」
(GEL-Design ホームページより)

● 2007年7月 販売、そして完売

5月22日。遂にオンラインストアでの発売が開始され、一晩で200頭(個)以上が販売されました。ランチボックスのそれぞれに手書きのメッセージが添えられ、地球温暖化とシロクマの現状が説明されました。更に6月には、一度ボツになっていたピリカデザインのTシャツが遂に発売されることになり、GEL-Design のオンラインストアにて販売されました。

6月30日には、円山動物園で「お魚贈呈式」が行われ、当日は GEL-Design の社員の皆さんは勿論のこと、ピリカデザインのTシャツを着た多くの子どもたちが集まり、ホッキョクグマにお魚がプレゼントされる様子が見守られました。

発売開始から約2ヶ月。7月28日にオンラインショップでは「GEL-COO ま」は完売。
最後は、ピリカが嫁いだ先、帯広のお客様でした。

● 今後の展望は？

株式会社 GEL-Design:「子どもが増える」

今回オス・メスのペアで作った「GEL-Coo ま」の子ども、という意味でも、絶滅危惧種のホッキョクグマの子どもが増える、という意味でも、また更に、このような活動が広がっていくという意味でも、次世代に続くことを期待

している。

札幌市円山動物園:「Zoo を舞台に Eco を！」

円山動物園はいろいろなところとパートナーシップを組んで、活動の展開を図っている。パートナーとの相乗効果が出るような形で、どんどん円山動物園を活用し、環境保全、環境教育の場として活動を展開してほしい。

ピリカデザイン復活のきっかけとなった、同じ目的を持つ企業と動物園のコラボレーション。附柴さんの言うとおり、「次の世代につながる」ように、今後もユニークなCSR活動や環境保全活動が展開されていくことを期待しています。

(文中の写真は、札幌市円山動物園、および株式会社 GEL-Design 提供)



環境省北海道環境パートナーシップオフィス

平成 19 年度 第 1 回運営評議会 議事要旨

平成 19 年 4 月 19 日

環境省北海道地方環境事務所浅野所長の挨拶ののち、事務局から、平成 18 年度 EPO 事業の報告、平成 19 年度の計画などについて説明し、質疑応答、意見交換を行った。

1. 参加者一覧

敬称略

	氏名	所属
運営評議員	宇治義廣 岡崎朱実 春日隆司 金子正美 廣島悠作 福士明 藤田郁男 山本幹彦 横山正芳	札幌市環境局環境都市推進部推進課長 特定非営利活動法人環境活動コンソーシアムえこらぼ代表理事 財団法人下川町ふるさと開発振興公社理事 酪農学園大学環境システム学部生命環境学科環境GIS研究室教授 釧路市民活動センターわっと事務局長代行 札幌大学法学部教授 環境学習フォーラム北海道代表 特定非営利活動法人当別エコロジカルコミュニティー理事長 北海道環境生活部環境室環境政策課主幹
環境省	浅野能昭 竹安一 伊藤正市 花井智也	環境省北海道地方環境事務所長 北海道地方環境事務所環境対策課長 環境省北海道地方環境事務所環境対策課長補佐 環境省北海道地方環境事務所環境対策課企画係長
北海道環境財団	齋藤卓也 久保田学 内山到	財団法人北海道環境財団事務局長兼専務理事 財団法人北海道環境財団企画事業課長 財団法人北海道環境財団情報交流課長
EPO北海道スタッフ	鎌田めぐみ 吉村暢彦	環境省北海道環境パートナーシップオフィススタッフ 環境省北海道環境パートナーシップオフィススタッフ

2. 議題

(1) 平成 18 年度の事業報告について

事務局より、平成 18 年度事業実績について報告し、意見交換を行った。概要は(4)意見交換概要のとおり。

(2) 平成 19 年度の事業計画について

事務局より、平成 19 年度の事業計画について説明し、意見交換を行った。概要は(4)意見交換概要のとおり。

(3) EPO 北海道運営評価体制について

環境省北海道地方環境事務所から、EPO 北海道の運営評価体制について見直しが必要であるとの提案があった。具体的な方針については後日同事務所から提示することになった。

(4) 意見交換概要

①平成 18 年度事業報告について

分野	意見・要望	回答
発信 HP	HP のアクセス件数はどれくらいか？	現在 1 日あたり、「EPO 北海道」の HP は 450～500 アクセス、「北の CSR」の HP は、80～100 アクセスである。
対話 意見交換会	函館など地域に出ていった効果はどのようなものだったか？	これまでなかったところにネットワークがつくれた。今後このネットワークを生かして事業を展開できるだろう。

②平成 19 年度事業計画について

分野	質問・要望	回答
実践 環境基本計画	環境基本計画についても含めて、市町村のニーズにはどのようなものがあるのか？	市町村によってスタンスが異なっている。地方分権型であれば、国に対するニーズは多くないが、中央集権型の考えであれば、計画等トップダウン型の作り方を望んでいる。環境基本計画については、様々な市町村向け説明会を捉えて状況説明を行っていく予定だが、市町村向けということだけでなく、主催者側（各省）にも伝えていくことが必要である。
実践 環境基本計画	本来、環境基本計画の調査などは国がやることでないか？何のためにやっているかを明確に見せた方がよい。	環境基本計画に関しては、その推進に課題を感じている市町村が多いが、一方で、市民との協働が推進のカギとも考えている市町村が多い。その部分に焦点をあててはと考えている。
実践 環境基本計画	環境基本計画の策定率を高くすることと、内容を向上させることの両方を目指してほしい。	内容を向上させることに重点を置くことをまずは考えている。
実践 予算・助成金	助成金に応募をしたいが、条件などが合わないというミスマッチがある。50%補助では続けていけない活動も多い。	事業自体が財産になるものもあるので、100%補助は難しいだろう。50%補助であっても、うまく視点を変えると利用しやすいものがある。（環境省）
実践 予算・助成金	①普及啓発などは財産にならないので、100%の補助も必要だろう。もっと、しっかりしたバックアップがほしい。 ②補助金には連携タイプ（市町村＆NPO、企業）のものも多い。自治体の中にも、50%補助があれば、残り 50%を負担して連携したいところもあると思う。しかし、自治体にはNPOなどとのコネクションがないところがある	助成金や補助金をとおしたパートナーシップ促進という観点では非常に実行力のある方法と思う。情報の収集から始まるが、できるだけ進めていきたい。

	ので、その中継ぎができればよいのではないか。	
実践 予算・助成金	①助成金の申込み件数自体が、北海道ではそれほど多くないのではないかと？ ②助成金等の情報は、HP を中心に発表されているものが多いので、それをバイアスなしで集めて整理してくれると嬉しい。そこで企業と行政→NPO・NGO 等のお見合いをしてもらえるといい。パートナーシップを組む際の信頼関係が、NPO・NGO と企業、行政間に今はない。それをつくるには、NPO が自立しているかがキーワードになる。今はまだ自立していない。助成金の運営や市民との関係性の作り方が重要。 ③単に助成金の情報がほしいのではなく、北海道で使えるものを見つけて、それぞれの団体の活動にプラスになるよう、プッシュした方がよいのではないかと。	上記のように、パートナーシップにつながるように情報収集からはじめていく。その発信の際には、北海道で使える情報となるように進めるつもり。
対話 意見交換会	環境省は政策提言事業を進めているが、提言する側としては、全国で数件しか事業化されないのではモチベーションにならない。より多くの仕事になるような事業をしてほしい。	予算や助成金情報と併せて、進めていきたい。
対話 意見交換会	行政は、NPO や企業の意向を知りたいといろいろなアプローチをするが、それを知った後、地域の環境にとってどう活かされているかを評価することも課題。	フィードバックは重要と考える。環境基本計画の推進等、自治体と NPO や企業の協働、そして、意見交換会等、対話の場において、フィードバックが起こる仕組みを考えていく。
発信 HP	北海道の HP では、新着情報が多いのですぐに見えなくなってしまう。環境だけ集めて長時間表示してもらえるものがあってもよい。	EPO 北海道の HP へのアドバイスとして頂戴する。

実践 CSR 情報の一元化について	CSR の情報一元化のためのスタート会があってもいいのでは？	現在、少しずつ連絡をとっている段階である。関係機関とは積極的に情報交換を進めていきたい。
実践 環境基本計画	下川町でも環境基本計画は策定されていないが、実際町が CO ₂ 削減計画を立てるなど計画に準じた動きをしている。計画策定にはインセンティブが必要。	環境基本計画という体系にとらわれず、「環境に対する取組」として、そのような動きをピックアップしていきたい。インセンティブについては確かにその通りと思う。インセンティブについては念頭に置いていきたい。
実践 CSR	ISO26000 シリーズとして CSR が動き出すので今後、追い風が吹くだろう。「CSR」を考えた場合、北海道には自然等の優位性がある。そのような優位性を地域づくりなどに活かしていくために、行政、企業、民間の連携を強くする必要がある。今は足腰を強くする必要があるだろう。	EMS の情報についての収集と整理を行っていくつもりである。CSR 活動の追い風として、ISO があるとすれば、初期情報として注目すべきであろう。 北海道の優位性という点については、その通りであると思う。北海道の価値を効果的に地域づくりなどに転化するためのキーワードとして CSR を考えることは、企業単体の環境配慮の促進と併せて考えていきたい。
実践 CSR	CSR を、お金が余分にあるからやるもの、と誤解している企業も多い。誤解を解く取組があってもいいのでは。	セミナーや情報発信の視点として、「本業の中での活動」は意識している。今後もその点についてはアピールするつもりである。
実践 CSR	「CSR」というものを、企業からの一方的なアプローチとして考えている場合が多いが、市民サイドからも、CSR を行っている企業に貢献するという運動もやっていくべきではないか？	CSR 調査事例は、本業の中での CSR と他主体とのパートナーシップがある取組を中心にしており、相互の関係をアピールしている。（北海道環境財団）
その他 インターン	インターンは学生にとってもいい経験になるが、規定が定められていない大学も多い。インターンの仕組み自体の整備も必要ではないか。	EPO だけをインターンの受け入れ先として検討してきたが、環境分野に関心のある学生のインターン派遣の斡旋などにも是非取り組んでみたい。
その他 メーリングリスト		評議会のメンバー内でのメーリングリストを作成し、今後の議論はここで行えるような仕組みをつくりたい。

北海道地方環境事務所請負業務

平成 19 年度 4 ～ 9 月 北海道環境パートナーシップオフィス運営業務報告書

平成 19 年 10 月

財団法人 北海道環境財団

〒060-0004 札幌市中央区北 4 条西 4 丁目 1 番 伊藤・加藤ビル 4 階

TEL : 011-218-7811 FAX : 011-218-7812

URL : <http://www.heco-spc.or.jp>
