

平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調書

(1) 取組名	朝からはじめるエコ&ヘルシーで都市と地方の元気再生		
(2) 実施団体名	特定非営利活動法人エコデザイン市民社会フォーラム	(3) 対象地域	名古屋市都心部および愛知県下の市町村
(4) 代表団体名		(5) 推薦団体名	愛知県、名古屋市

<p>(6) 実施した取組の内容</p>	<p><b>取組①</b></p> <p>学びの場につながるきっかけづくり(プログラム提供)</p>	<p>学びの場につながるきっかけづくり(プログラム提供)</p>	<p>実際の取組内容及びその結果</p>
	<p>実施主体</p> <p>特定非営利活動法人エコデザイン市民社会フォーラム</p>	<p>特定非営利活動法人エコデザイン市民社会フォーラム</p>	<p>実際の取組内容及びその結果</p>
	<p>実施内容</p> <p>実施結果</p>	<p>当初提案により予定していた計画</p> <p>実施内容:プログラムの提供                      実施日数:6日間(1ヶ月に2日間×3ヶ月)                      実施地域:都心部2会場                      (栄:市内を対象、名古屋駅:広域を対象とする交通結節点)</p> <p>目的                      子育て世代やその下の世代に以下の2つの取組を通して選択する意思と知識を醸成                      ①食べることの楽しさ、重要性を認識できる場の提供                      ②地産地消の農産物を選択する重要性を認識できる場の提供</p>	<p>実施内容:green program(プログラム)の提供                      実施日時:6日間(栄ガスビル:10/25(土)・11/23(日)・12/14(日)/ミッドランドスクエア:11/4(火)~6(木)の3日間)                      実施場所:都心部2会場(栄ガスビル・ミッドランドスクエア)                      実施概要:地域の料理研究家、野菜ソムリエ、医師を講師として講座の開催                      参加者自らの意思で環境配慮行動をすることの重要性を強調                      事業のテーマ:「<b>あなたの選択が地球をgreenにする</b>」                      実施結果:環境配慮行動に対してpointを付与するEXPOエコマネーの新規参加者の獲得                      参加者に訴求力のある講座の開催 参加者の満足度80%以上                      参加者の意見として、「エコに関する情報が多いが実践にする場がなかつたので役に立った」  <b>新規参加者を対象に学びの場の継続の必要性を認識</b></p>
	<p><b>取組②</b></p> <p>交流の場の創出(朝市・グリーン購入事業との連携)</p>	<p>交流の場の創出(朝市・グリーン購入事業との連携)</p>	<p>実際の取組内容及びその結果</p>
	<p>実施主体</p> <p>特定非営利活動法人エコデザイン市民社会フォーラム</p>	<p>特定非営利活動法人エコデザイン市民社会フォーラム</p>	<p>実際の取組内容及びその結果</p>
	<p>実施内容</p> <p>実施結果</p>	<p>当初提案により予定していた計画</p> <p><b>実施内容①:朝市の開催</b>                      実施日時:6日間 10・11・12月×休日各2日間                      (12時間=2日×2時間×3ヶ月)                      実施地域:都心部(久屋大通公園)                      実施内容:愛知県内で生産された農産品などを生産者が販売                      農産物を使用した朝食やおやつを提供                      音楽やアートとの連携による多様な参加者を獲得                      フードエコポイントの付与</p> <p><b>実施内容②:グリーン購入事業との連携</b>                      実施期間:1月中旬~2月中旬(5週間)の週末                      実施地域:愛知県下の量販店舗(5店舗)                      実施内容:県内生産の野菜・青果に購入にポイントを付与                      フードエコポイントの付与</p>	<p><b>実施内容①:green market(朝市)の開催</b>                      実施日時:4日間 10/25(土)・26(日)、11/6(木)、11/30(日) 24時間 4日×6時間                      実施地域:都市部3箇所(栄地区・名古屋駅地区・金山駅地区)                      実施概要:地産地消、オーガニック、国内自給率向上を目的とした農産物、加工品の販売                      生産者と消費者が直接交流することのできる<b>ダイレクトマーケティングの場の創出</b>                      参加者獲得のためステージイベントやアート、音楽とコラボレーションしたイベントを開催                      実施結果:消費者は<b>環境配慮行動への関心が向上、生産者はやり甲斐・誇りを醸成</b></p> <p><b>実施内容②:グリーン購入事業との連携</b>                      実施期間:H21.1/15(木)~2/14(土)                      実施地域:愛知県下の量販店舗(5店舗)                      実施結果:昨年実績に基づき 約3,000名の参加者が見込まれる</p>
<p><b>取組③</b></p> <p>社会実験の実施(フードエコポイントの発行)</p>	<p>社会実験の実施(フードエコポイントの発行)</p>	<p>実際の取組内容及びその結果</p>	
<p>実施主体</p> <p>特定非営利活動法人エコデザイン市民社会フォーラム</p>	<p>特定非営利活動法人エコデザイン市民社会フォーラム</p>	<p>実際の取組内容及びその結果</p>	
<p>実施内容</p> <p>実施結果</p>	<p>当初提案により予定していた計画</p> <p>実施内容:フードエコポイントの発行                      実施場所:学びの場(取組①)および交流の場(取組②)                      実施内容:フードエコポイントの発行(地産地消(フードマイルージ)のみ考慮)                      エコ商品への交換、植樹への寄付(植樹証発行等)                      フードマイルージ以外のポイント発行メニューの理念整理                      アンケート・ヒアリング調査の実施                      購買行動の変化等の検証</p>	<p>実施内容:green point(フードエコポイント)の発行                      実施場所:学びの場(取組①)および交流の場(取組②)                      実施概要:green pointの発行、交換メニューとして植樹への寄付を会場で受付                      アンケート・ヒアリング調査の実施                      実施結果:買物行動の変化等の検証はグリーン購入で実施したアンケート回収後に検証予定</p>	

(7)実施体制	平成20年度の取組実施における体制・役割分担	取組の実施を踏まえた反省点	
	<p>実施主体: 特定非営利活動法人エコデザイン市民社会フォーラム  推薦団体: 愛知県、名古屋市  ◇学びの場の運営サポート: なごや環境大学、株式会社エ・ム・ズ  ◇交流の場の運営サポート: 株式会社ゲイン  ◇交流の場出展者: JA、個人生産者  ◇事業の広報: 株式会社ゲイン  ◇交流の場の提供: 財団法人名古屋都市センター、名古屋ルーセントタワー  ◇ポイント付与における買物行動変容の分析: 名古屋大学大学院環境学研究科 森川・山本研究室</p>	<p>◆学びの場  運営サポート: なごや環境大学、株式会社エ・ム・ズ  <b>※なごや環境大学と次年度の継続も含め協議を継続</b>  会場提供: 名古屋駅地区街づくり協議会、中部電力株式会社、東邦ガス株式会社、ミッドランドスクエア  <b>※事業内容に協賛いただき、所有する会議室を無償提供</b>  ◆交流の場  出展者: JA(JAあいち中央、JA豊橋、JA知多・JA南信州)、個人事業主・生産者計7社  <b>※事業内容に賛同していただき、当初予定以上に個人生産者が出展</b>  会場提供: 財団法人名古屋都市センター、名古屋ルーセントタワー、ミッドランドスクエア  <b>※事業内容に協賛いただき、所有するスペースを無償提供</b>  ◆事業広報: 株式会社ゲイン、NHK名古屋放送局、中部日本放送株式会社、株式会社ZIP-FM  <b>※多くのメディアに後援いただき、番組・紙面で事業の広報、参加者の獲得に貢献</b>  多くの協賛企業を得ることができた。環境配慮行動への協賛という企業CSRだけでなく、事業取組自体が地域・企業所有の会議室・スペースの周知に繋がり、場所のポテンシャル向上に繋がると判断して頂いたためと思われる。一方で、業務委託や協賛という形のみではなく、協議会などの組織をつくった方が業務をスムーズに実施できたのではないかと感じた。</p>	
(8)取組により得られた成果	○成果1→	新規導入する“フードエコポイント”を通じてEXPOエコマネー事業への新規参加者を約7,000人獲得します	
		H19	H20(当初予定していた目標)
	東海三県一市グリーン購入事業の協賛イベント時に2,300人が新規に参加している。	①プログラム参加者約500人 ②朝市への参加者で約3,000人獲得 ③グリーン購入事業との連携で3,500人獲得	
	H20(実際に得られた成果)		
	<p>①プログラム参加者数 <b>430人【目標の86%】</b>  ミッドランドスクエア: 参加者の意思の醸成や健康・環境に配慮した朝時間に実施、早朝にもかかわらず多くの参加者を獲得、参加人数を獲得できただけでなく、満足度も80%以上。  栄ガスビル: この地域の著名な料理研究家や、医師など多様な講師への依頼が功を奏し、多くの参加者獲得につながった。多様な観点からエコについて考えるきっかけとなり、参加者の満足度は90%。  ②朝市への参加者数 <b>約3,600人【目標の120%】</b>  栄地区: 600名 天候に恵まれず、当初予定の参加者数を獲得することができなかったが、イベントにおける広報の重要性を認識し、以後のmarket参加者の獲得につながった。  名古屋駅地区: 1,000名 昼食時には列が出来るほど多くのビル業者が参加。また、ビルテナントと連携した事業(イベント開催に合わせて地産地消の農産物を使用したメニューを提供+green pointの付与)を実施。  金山駅地区: 2,000名 market会場とステージ会場が若干離れていたが、多くの参加者を互いに誘導するなど多くのmarketで最大の参加者を獲得につながる。  ③グリーン購入事業との連携 <b>約3,000人【目標の100%】※見込み数値(2/15まで実施予定、平成19年度実施結果を踏まえ、今年度の新規参加者を3,000人と想定)</b></p>		
○成果2→	地産地消の商品購入を通してCO2を16日間で1,200kg(1日あたり75kg)削減します。		
	H19	H20(当初予定していた目標)	
グリーン購入事業の協賛イベント時に新規参加者の1割が地産地消商品を購入している。	①地産地消商品購入対象者 6,500人(上記②+③) ②地産地消の商品購入で1,200kgのCO2削減 ※主な農産物の運搬に関わるCO2排出量の平均値200g (参考: 大地を守る会HP <a href="http://www.daichi.or.jp/">http://www.daichi.or.jp/</a> )		
H20(実際に得られた成果)			
<p>①地産地消の農産物購入者 <b>6,500人【目標の100%】</b>  green market参加者【再掲】 3,600名 ナディアパーク 約600名、名古屋ルーセントタワー約1,000名、金山南ビル約2,000名  グリーン購入参加者【再掲】 3,000名 ※昨年実績に基づく算出値  ②地産地消の農産物購入で削減されるCO2量 <b>950kg【目標の80%】</b>  green market参加者3,600人のCO2削減量 4日間の平均値50kg(栄地区で40kg、名古屋駅地区で43kg、金山駅地区で114kg)  グリーン購入の参加者3,000人のCO2削減量 750kg-co2  ※イベントの開催回数を重ねるごとに、削減量の増加がみられることから、徐々にgreen projectの開催意義が伝わっていると考えられる。  ※marketでのCO2削減は、目標値を上回らなかったが、プログラムを通じて、日常の買物で地産地産の農産物を選択することを考慮するようになったとの意見があった。</p>			

<p>(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点</p>	<p>◆green program(学びの場)          ①継続:新規参加者を獲得するためには、訴求力が高く、参加し易い内容である都市部での学びの場は重要であり、また露出度を高めるためには継続的な開催が重要である。          ②発展:農作業・収穫体験、実際に農産物を購入できるmarketでの料理教室の開催等、地産地消の農産物選択に結びつく<b>実感・体験できる講座</b>を開催することが重要である。</p> <p>◆green market(交流の場)          ①終了:都心部でのgreen marketは終了。選択へと繋げるためには農産物の選択の知識・手引き書となる教材が必要である。          ②連携:日常的な買い物のなかで地産地消の農産物の選択につなげるためには、既存marketや量販店と連携することで重要である。          ③発展:生産者は誇りを、消費者は選択の重要性を認識するためには、都心部から農山間地域へと交流の場を発展させる必要がある。同時に、農山間地域における受け手との連携が不可欠である。</p> <p>◆green point          ①継続:新規参加者を獲得するためには、ポイント収集行動の継続のためには露出度を高める広報が重要である。          ②連携:ポイント発行における買い物行動の変容の分析を実証していくことが重要、そのために他事業との連携が有効的である。          ③発展:ポイント収集行動の継続のためには、ポイントを発行するメニューの拡大、交換メニューの魅力化も重要である。</p>	
<p>(10)平成21年度以降の活動の見込み</p>	<p>当初提案に予定していた平成21年度以降の展開</p> <p><b>1. 教育の場の継承・対象者の拡大、人材育成</b>          ・平成20年度に引き続き、子育て世代やその下の世代を対象に、新規参加者を想定した同様のプログラムや、継続受講も考慮した熟度の高いテーマを提供する。          ・本事業に参加する受講者を、まちづくりを担うリーダーとして、また、本事業の担い手として育成していく。</p> <p><b>2. 交流の場の継続、誇り・遣り甲斐の情勢</b>          ・朝市の開催を通して、出品する生産者の発掘や連携を進めるとともに、地産地消を推奨する既存システムやJA、生産者と連携し、自給率の向上や環境に配慮した持続可能な社会を実現する目指し、好循環型システムの構築を目指す。          ・環境配慮行動の可視化として交流の場を地方に拡大し、既存エコツアー等(農業体験ツアー、食材探訪ツアー)と周辺市町村の農家の受け皿としてのマッチングを進める。</p> <p><b>3. フードエコポイントの整理</b>          ・フードエコポイント付与の効果や、環境配慮行動の実施によるイメージアップ等をアピールすることで、生産者や流通系企業の原資負担によるフードエコポイントの段階的導入を図る。          ・有機栽培や生産過程で排出されるCO2等、より環境に配慮したエコフードに対してフードエコポイントを発行する実証実験を実施する。          ・上記実証実験の場として、また参加店舗の拡大としてグリーン購入事業との連携を進める。</p>	<p>今年度の取組状況を踏まえた平成21年度以降の活動の見込みと活用を希望する支援制度</p> <p><b>1. 学びの場の継承・対象者の拡大、人材育成</b>          講座の受講や、教材使用することで農や食に対する知識を醸成し、日常的な環境配慮行動の実施を目指す。また、これらの参加者を農業体験(交流の場)へと導くことで、より効果的な好循環システムの構築を目指す。          (1)講座の開催          ①聴講型講座 年1回程度開催 実施主体:NPO法人エコデザイン市民社会フォーラム・なごや環境大学  <b>【自主財源により実施】</b>          ②ワークショップ型講座 地産地消の農産物を選択することのメリットを実感し、農業体験へ導く(東栄町特産品による料理教室等を検討)          実施主体:NPO法人エコデザイン市民社会フォーラム、協賛企業  <b>【活用を希望する制度:地方の元気再生事業:150万円】</b>          (2)教材の作成          料理研究家、野菜ソムリエ等と連携し、農業と消費者を結ぶ役割を担う教材を作成する。  <b>【活用を希望する制度:地方の元気再生事業 350万円】</b></p> <p><b>2. 交流の場の継続、誇り・やり甲斐の醸成</b>          農や食に感心の高い“学びの場”の受講者を、交流の場への参加、農産物のネット購入へと導くことで、自給率向上や低好循環型システムを構築する仕組みづくりを検証する。          (1)地域間交流の社会実験の実施 農山間地域を受け皿として、以下の交流の社会実験を実施する。          ◆農業体験 生産者の指導のもと、野菜づくりを年間を通して体験          農に関する知恵の伝承や参加者が農業の楽しさを学ぶ場とする          ダイレクトマーケティングや農地オーナーの可能性を検証する。          ◆収穫祭 プロの料理人と郷土料理のコラボレーションによる祭の実施、収穫の喜びを体験する場とする。          ◆ボランティア 日常の農作業や余剰農産物販売を手伝うボランティアを通じて環境配慮行動の重要性を認識する。          ◆農産物購入 地産地消の農産物を購入する手段のひとつとしてネット販売の可能性を検証する。          (2)web構築          農産物を購入する手段としてインターネット上にgreen marketを開設する。選択の意思を醸成するため(2)の教材掲載情報も同時発信する。  <b>※2の交流の場は、『平成20年度地方の元気再生事業受託「ゆいのまちづくり戦略会議』と連携により実施する</b>  <b>【活用を希望する制度:地方の元気再生事業 500万円】</b></p> <p><b>3. フードエコポイントの整理</b>          (1)発行メニューの多様化:既存の都心部marketや都市周辺の農産物直売所との連携や、地産地消の農産物を使用したレストラン等でのgreen pointの発行  <b>【自主財源により実施】</b>          (2)フードエコポイントの段階的導入、実証実験の実施  <b>【自主財源及び他事業:JST(科学技術振興機構)研究開発プログラム】</b>          (3)交換メニューの魅力化:参加のインセンティブとなるような魅力あるメニューとして前述の地域間交流による農業体験・ボランティアを交換メニューとする。  <b>【活用を希望する制度:地方の元気再生事業 上記2の取組に含まれる】</b></p>

◆主な実施取組の内容◆

**取組① 学びの場につながるきっかけづくり(プログラム提供)**  
 実施日時: 栄ガスビル: 2時間×3日×2講座×2回(午前・午後)=24時間  
 ミッドランドスクエア: 1時間×3日×2講座=6時間  
 参加人数: 約430名 栄ガスビル230名・ミッドランド200名  
 実施結果: 環境配慮行動を実践することの重要性を参加者と共有  
 栄ガスビル 属性: 女性9割/30代5割・20代3割 満足度90%  
 ミッドランドスクエア属性: 女性6割/30代4割・40代3割 満足度80%

会場: 栄ガスビル 10:00~12:00/13:00~15:00		会場: ミッドランドスクエア 5F 7:30~8:30	
<b>10・25日 [Sat]</b> 経済で大人気!の「食の仕事を」 講演者: 大友 真一 「自分たちがどうなるか気になる!季節のヘルシースイーツ」 食と健康: 北野美	<b>10・25日 [Sat]</b> 「アテ不調すっきり!」講演者: LOHASドクター 高橋加子 「みんなの元気な生活習慣」 「自分たちがどうなるか気になる!季節のヘルシースイーツ」 食と健康: 北野美	<b>11・4日 [Tue]</b> 「アテ不調すっきり!」講演者: LOHASドクター 高橋加子 「みんなの元気な生活習慣」 「自分たちがどうなるか気になる!季節のヘルシースイーツ」 食と健康: 北野美	<b>11・4日 [Tue]</b> 心学に学ぶ 「この心で健康を夢から探る。ストレス社会における心の働きをめぐって」 心と健康: 今井美香
<b>11・23日 [Sun]</b> 日本の四季を量る江戸っ子「食育インストラクター」北野美の「食の文化を学ぶ」 「自分たちがどうなるか気になる!季節のヘルシースイーツ」 食と健康: 北野美	<b>11・23日 [Sun]</b> 「アテ不調すっきり!」講演者: LOHASドクター 高橋加子 「みんなの元気な生活習慣」 「自分たちがどうなるか気になる!季節のヘルシースイーツ」 食と健康: 北野美	<b>11・5日 [Wed]</b> 「アテ不調すっきり!」講演者: LOHASドクター 高橋加子 「みんなの元気な生活習慣」 「自分たちがどうなるか気になる!季節のヘルシースイーツ」 食と健康: 北野美	<b>11・5日 [Wed]</b> 「アテ不調すっきり!」講演者: LOHASドクター 高橋加子 「みんなの元気な生活習慣」 「自分たちがどうなるか気になる!季節のヘルシースイーツ」 食と健康: 北野美
<b>12・14日 [Sun]</b> 「アテ不調すっきり!」講演者: LOHASドクター 高橋加子 「みんなの元気な生活習慣」 「自分たちがどうなるか気になる!季節のヘルシースイーツ」 食と健康: 北野美	<b>12・14日 [Sun]</b> 「アテ不調すっきり!」講演者: LOHASドクター 高橋加子 「みんなの元気な生活習慣」 「自分たちがどうなるか気になる!季節のヘルシースイーツ」 食と健康: 北野美	<b>11・6日 [Thu]</b> 「アテ不調すっきり!」講演者: LOHASドクター 高橋加子 「みんなの元気な生活習慣」 「自分たちがどうなるか気になる!季節のヘルシースイーツ」 食と健康: 北野美	<b>11・6日 [Thu]</b> 「アテ不調すっきり!」講演者: LOHASドクター 高橋加子 「みんなの元気な生活習慣」 「自分たちがどうなるか気になる!季節のヘルシースイーツ」 食と健康: 北野美



栄ガスビルでの講座の様子



ミッドランドスクエアでの講座の様子

green point  
新規参加者  
7,000人

環境配慮行動による  
持続可能な社会  
の構築  
自給率向上のため好  
循環型システム  
の構築

**取組② 交流の場の創出(朝市・グリーン購入事業との連携)**  
 実施内容: green market(朝市)の開催  
 実施日時: 4日間 10/25(土)・26(日)11/6(木)11/30(日)24時間 4日×6時間  
 実施地域: 都市部3箇所(栄・名古屋駅・金山)  
 参加人数: 計3,600名  
 実施結果: 交流の場を通して、消費者は選択の重要性を認識し、生産者はやり甲斐を醸成  
 トークショー、アート、音楽等を多様な要素を加えることで多くの参加者を獲得

ナディアパーク 10:00~16:00		名古屋ルーセントタワー 11:00~19:00 16:00~19:00	金山南ビル+連絡橋 10:00~16:00
<b>10・25日 [Sat]</b> ■ステージイベント 11:00~ ■ライブイベント 13:00~ ■eat local, think green トークショー ■野菜と産物のお話し 13:00~ ■EXHIBITIONボードには驚かさない ■eat local Lunch BOX! ■ワークショップエリア ■アートエリア	<b>10・26日 [Sun]</b> ■ステージイベント 10:30~ ■ライブイベント 11:00~ ■eat local, think green トークショー ■野菜と産物のお話し 13:00~ ■EXHIBITIONボードには驚かさない ■eat local Lunch BOX! ■ワークショップエリア ■アートエリア	<b>11・6日 [Thu]</b> ■eat local Lunch BOX! ■ワークショップエリア ■アートエリア	<b>11・30日 [Sun]</b> ■eat local Lunch BOX! ■ワークショップエリア ■アートエリア



ルーセントタワーでのマーケット開催の様子



金山南ビルでのマーケット開催の様子

◆取組実施による成果・今後の展開◆

- ①green program 成果: 聴講型講座が新規参加者獲得に有効であることを実証、講座参加者の満足度も高く、講座で学んだ内容から日常的に利用できる教材の必要性を認識した。  
展開: 聴講型講座の継続、ワークショップ講座として農産物を利用した料理教室を開催、農山間地域を受け皿とする農業体験の講座を開催する。
- ②green market 成果: green marketを通して生産者と消費者を結ぶ交流の場の重要性を認識、講師や参加者より交流の場の発展を希望する意見を得ることができた。  
展開: 交流の場を農山間地域へと発展させ、講座を開催するとともに、ボランティアの斡旋、marketとしてネット販売を検証する。
- ③green point 成果: 対象者としていた子育て世代・その下の世代の女性を中心に新規参加者を獲得、環境配慮行動の可視化を実施した。  
展開: ポイントを発行するメニューの拡大、新規参加者獲得のため交換メニューの魅力化、他事業(JST・グリーン購入事業)との連携を行う。

※ 上記①の一部、②取組にあたっては、農山間地域での受け皿として『平成20年度地方の元気再生事業受託「ゆいのまちづくり協議会」』と連携し、事業をすすめる予定である。