

# 平成 23 年度京都市環境保全活動センター委託業務報告書

## 1. 事業報告にあたって

第2期中長期計画初年度としての1年を終えた。十分な検証に基づく計画立案がいかに重要かを痛感する1年であったとともに、そこから得た学びも非常に大きかった。事業分野別に総括的視点から特徴点を挙げ、次年度以降に活かしていく。

### (1) 人づくり事業分野

これまでの課題として挙げられている「様々な対象向け環境学習プログラム開発の不足」に対し、まずは幼児向けと修学旅行向けプログラムの骨子ができたことは評価できる点である。また、人材育成系の事業も、開館来の継続した実施の中で多くの修了生を輩出し、その修了生向けのプログラムを新たに展開し始めたことも、今後に向けて新しい動きといえる。一方で、京エコロジーセンター（以下センター）の根幹を成す、環境ボランティアの養成講座受講者数及びその登録者数は開館来もっとも少ないものとなった。事業が立ち行かなくなる危機的状況であるが、分析結果を元に、次年度の募集に取り組んでいきたい。

### (2) 活動支援事業分野

助成金事業に関しては、新たな助成金の枠組みを完成させ、既に新制度のもとで事業を進めている。また、積年の課題であった事業者との関係性においては、センターが事業者に対して果たせる役割が見え始めるなど、成果が上がってきた。一方で、地域に対する関わりは、特に京都市からの事業受託により、地域との関わりを持つことができているが、言い換えれば、受託事業ありきであり、センターとしての地域に対する関わりのビジョンの無さを露呈している。市民活動総合センターや景観まちづくりセンター、エコまちステーション、区役所、ごみ減量推進会議等、地域との関わりを持つセクターが多く存在する中で、センターの果たすべき役割を整理する必要がある。

### (3) 情報発信・交流事業分野

イベント事業は、多くの初来館者を獲得し、開館来最高の来館者数の獲得に貢献する等、非常に大きな成果を挙げた。さらに、科学センターと連動したイベントの実施等、いままで出来なかった形態のイベントを実現した。一方で、折り込みチラシや地下鉄の中吊り広告、駅の看板広告等を積極的に活用することで、新たな来館者を確保できたことも要因の一つであるが、指定管理費が年々削減される中で、集客のための投資が今後も継続的にできるよう対策をすることも大きな課題である。

### (4) 全体を通じて

全体として、着実に成果を残し始めている。パートナーシップの視点も、パートナーシップを目的化せず、多くの事業で取り入れることができるようになってきた。さらに、様々なパートナーとの協働による事業実施により、より多くの情報が集まるようになってきた。しかしながら、これら情報を活かすためには、職員のスキルアップも非常に重要である。

課題も多くあるものの、十分な検証・検討を踏まえた上での計画立案と、遂行管理、その後の評価方法などのマネジメントシステムが洗練されてきており、着実に解決していく仕組みが整いつつある。第2期中長期計画初年度ではあるが、2012年度以降の4年間で着実にステップを踏んでいく素地ができたという意味において、大きな1年となった。

## 2. 管理運営

### (1) 会議室等の貸出事業

ア 環境活動団体を中心に、事業者、市民サークル活動などに貸出した。

イ 貸出は、1階のシアター、3階の第1会議室、第2会議室、エコ厨房、リサイクル工房であり、貸出時間区分は午前、午後、夜間である。

### (2) 貸出数及び利用者数（経年比）

	貸出部屋数	利用人数
平成23年度	481	4,987
平成22年度	459	5,432
平成21年度	457	5,280

## 3. 各種委員会の開催

(1) 事業運営委員会 3回開催

(2) 中長期計画進行管理小委員会 1回開催

(3) 事業部会（事業分野ごとに3つの部会を設置） 各3回開催

(4) 10周年記念事業実行委員会 4回開催



(京エコロジーセンター外観)

## 4. 事業運営

### ①人づくり事業分野

#### 1-1 館内・館外の環境学習プログラム開発(企画・開発)

##### 1-1-1 プログラム開発・ツール整理

ア 平成22年度作成の幼児向けプログラムの取組実例を京都市教員研修の場でプレゼンテーションを行い、更にブラッシュアップを図り、プログラムを完成させた。また木をテーマにしたプログラム案を作成した。

イ 修学旅行生対象プログラムを作成し、「京都散策乗物ガイド」に広告を掲載した。また修学旅行生対処のフォトコンテストの開催をHPで周知した。(募集期間：平成24年8月～12月)

ウ 京都市教育委員会の協力で環境副読本の活用状況のアンケートを実施した。また平成24年度版環境副読本を作成し、市内小中学校に配布した。



(幼児向けプログラムを受ける幼稚園園児)



(修学旅行生向けプログラムを受ける中学生)

##### 1-1-2 常設展示の保守・改善

ア 1階「エコミックのひろば」に館長マンガを使ったぬりえを幼児向けに用意した。

イ 3階こどもひろばに大型絵本コーナーを設け、低年齢層の親子が過ごしやすい雰囲気を作り出した。

ウ 1階入り口のガラス面に館長マンガキャラクターを貼付し、入館しやすい雰囲気をデザインした。



(1階「エコミックスのひろば」のぬりえ)



(入り口のイラスト)

### 1-1-3 団体見学受入

ア エコ学習を含む団体見学にたずさわるボランティアのスキルアップ研修を延べ10回実施した。

イ 案内対応職員に対する8項目のアンケートを見学者に依頼した結果、総合評価で高い満足度を得た。(サンプル数38：①とても満足37%，②満足58%，③普通2%)

ウ 見学者の満足度アンケート調査で高い数値を得た。(サンプル数200の総合評価：①とても満足36%，②満足48%，③普通11%，やや不満2%。案内評価：①とてもわかりやすい57%，②わかりやすい32%，③普通7%)

エ エコまちステーションのエコバスツアー向けにテーマ別の館内案内コースや体験プログラムを盛り込んだPRチラシを作成し、配布した。

オ 入館者数等(詳細は資料参照)

	入館者数(人)	エコ学習(人)	団体見学(人)
平成23年度	87,434	5,219 (117校)	6,026 (175団体)
平成22年度	68,881	4,013 (96校)	6,714 (219団体)
平成21年度	80,068	5,598 (85校)	5,911 (213団体)



(団体見学にたずさわるボランティアのスキルアップ研修)(エコまちステーションバスツアー)

## 1-2 環境ボランティア育成，支援

- ア エコメイト登録者数〔9～11期生〕55人（22年度：8～10期生61人）
- イ 京エコサポーター登録者数〔1～8期生〕81人（22年度：1～7期生87人）
- ウ 新規エコメイト養成講座は，応募者14人・受講者13人・登録者12人
- エ 団体見学や案内活動に向けたステップアップ研修を13回実施した。
- オ 自主的活動を通じて，ボランティアのスキルアップを促すための，「部」「組」「会」の活動をスタートさせた。〔23年4月現在：団体見学部25人，展示部13人，ボランティア部10人，イベント部25人，エコセンクラブ組17人，地域環境啓発組23人，エコエネ研究会15人，エコロジーカフェの会6人〕
- カ 京都市からの受託事業「エコ学区」事業に係る地域コーディネーターに，京エコサポーターが「くらしの匠」として10人参加し，延べ101人がコーディネート業務に従事した。
- キ エコ学習を含む団体見学に，延べ464人のボランティアが従事した。
- ク ボランティアコーディネーション力検定に事業職員のうち2級2人、3級5人が合格し、コーディネーションについて共通の理解が進んだ。



（ステップアップ研修）



（団体見学の大学生に説明するボランティア）

## 1-3 地球環境保全リーダー養成・研修

### 1-3-1 地球環境保全リーダー養成・研修

- ア 「環境教育リーダー養成講座」は（全6回）31人の参加者により開講した。また歴年の環境教育リーダー養成講座受講者を対象に，2日間の「環境活動ステップアップ講座」を11人の参加者により開講した。
- イ 「自然エネルギー学校・京都」（全5回）を40人の参加者により開講した。
- ウ 「第8回京都・環境教育ミーティング」を，龍谷大学深草校舎を会場に，取組事例紹介77件，330人の参加者により開催した。（平成22年度：会場 京エコロジーセンター，36件 176人）



(環境教育リーダー養成講座)



(第8回京都・環境教育ミーティング)

### 1-3-2 親子エコセンクラブ

ア 食の循環をテーマにプログラムを体験する「親子エコセンクラブ」には38人(子ども23人, 大人15人)が参加して延べ20回開催した。(田植え, 野菜の栽培, 収穫, クッキング)

イ 第8回京都環境教育ミーティングで年間活動を集約した「壁新聞」を使い, 活動報告を行った。

ウ 「親子エコセンクラブ」を経験したリピーター向け連続プログラム「エコメイト・キッズ」を, 食育アドバイザーの協力によるクッキングを含め, 延べ20回開催した。



(親子エコセンクラブ畑の収穫)



(京都環境教育ミーティングで活動PR)

## ●人づくり事業部会長報告：水山光春（京都教育大学）

「人づくり・場づくり・仕組みづくり」関連事業は, その担当する事項の多さ, 幅広さにも関わらず, 2011年度事業が全体的に順調に進行したことを, 部会の総意をもって確認した。今後も着実な事業の発展を望みたい。加えて今後は, 個々の事業をそつなくこなすだけでなく, 開館10周年を一つの節目として, 第二期中長期計画を参考にしながら, センターとしての長期的ミッション(使命)と中期的コンセプトの両面から事業の展開を工夫し, 「エコセンと言えば〇〇」と言われるような特色ある展示等事業を開発していく必要が

ある。その意味では、まだ志なかばにあり、今後の発展に期待したい。

また、そのためには、担当者が実際に事業を構想し実行に移すだけのゆとりを持つとともに、現に展開されている事業のスクラップ&ビルドを大胆に行うことも必要となってくる。その際には、事業部会と事務局との密接な連携のあり方についての検討も必要になるであろう。

## ②活動支援事業分野

### 2-1 地域コミュニティにおける環境保全活動支援・連携

ア 受託事業「低炭素のモデル地区『エコ学区』事業」を市内 2 学区（松尾学区、九条学区）で実施し、11 グループ 168 世帯を対象に延べ 45 回、京エコサポーターをコーディネーターとして派遣した。

イ エコ学区（対象 14 学区）の担当職員 2 人を協働コーディネーターとして派遣し、本部機能の一翼を担った。

ウ ぐらしの匠事業の継続事業として、醍醐西女性会を母体とするグループに対し、独自で運営できるよう支援し、近隣の保育園の協力で地域向け省エネ紙芝居を制作した。

エ 伏見区基本計画に基づく活性化プロジェクトに参加した。また伏見区役所深草支所職員 44 人を対象に 5 年目の研修を実施した。



(松尾学区での会議)



(醍醐西女性会母体グループの紙芝居)

### 2-2 NPOをはじめとする環境保全活動団体への支援・連携

ア 助成制度の一部見直し、活動助成団体として、8 団体の事業（総額 91 万円）を採択し、年度末に取組報告会を実施した。

イ 現行の助成事業の在り方と助成制度について、助成支援検討委員会を立上げ、次年度の助成制度を大幅に見直した。

ウ 助成事業を行う京都市ごみ減量推進会議と活動助成を希望する団体向けの「環境活動スタートアップ講座」を企画し、募集を行った。（実施は平成 24 年度）



(助成事業の取組報告会 1)



(助成事業の取組報告会 2)

## 2-3 事業者、教育機関による環境保全活動への支援・連携

### 2-3-1 事業者が行う環境保全活動への支援・連携

ア 京都工業会、京都商工会議所、京都産業エコ推進機構からの情報収集や京都グリーン購入ネットワーク普及啓発部会に定期的に参加し、事業者とのネットワークの構築を目指した。

イ 京のアジェンダ 21 フォーラムと共催で「事業者向け環境出前講座スタートアップセミナー (27人参加)、フォローアップセミナープログラム企画編 (12人参加)」を実施した。



(事業者向けフォローアップセミナー 1) (事業者向けフォローアップセミナー 2)

### 2-3-2 学生を含む教育機関による環境保全活動への支援・連携

ア 5年目に入った大学コンソーシアム京都と龍谷大学との協働事業「京都発！エコ・デザイン学」を5日間の夏季集中講座として33人の受講生により開講した。

イ 京都教育大学との協働事業「総合演習・環境教育の実践」を13人の受講生により開講し、環境学習プログラムを夏休みイベントとして実施した。

ウ 同志社大学院生の社会実験の企画をサポートし、エコクッキング関連イベントを13人の参加で実施した。また教育委員会の中学生生き方チャレンジ体験の取組で藤森中学校から2人を受入れた。



（「京都発！エコデザイン学」夏期集中講座）（京都教育大学生による夏休みイベント）

### ●活動支援事業部会長報告：田浦健朗（気候ネットワーク）

(1) 中長期計画の見直し後の事業年度として、継続的な活動に加えて新たな視点が加味され、新規事業の試行も行われた。概ね、計画にそった活動が行われ、行為目標・成果目標もほぼ達成されたと評価できる。

(2) 「地域コミュニティにおける環境保全活動支援」として、「エコ学区」との連携による活動（くらしの匠事業）が2つの学区で実施された。これはパートナーシップによる地域密着の活動として評価できる。削減効果などの具体的な成果と、つながりや関係性の強化の成果もあった。これまでもつながりのあったコミュニティとの支援・連携事業が行われた。地域のニーズを踏まえての支援であり、地域の自立を促す方向も目指したものとなっている。今後支援・連携していくコミュニティの増加が求められる。その上でネットワーク化などが進むことも必要である。

(3) 「NPOをはじめとする環境保全活動への支援・連携」においては、8件の活動に対して助成が行われた。それぞれの団体が予定どおりの活動を完了し、報告会で実施報告があった。具体的な成果や新しいつながりもできる等、助成が有効に活用されたと評価できる。また、助成制度の見直しを行い、地域密着の活動からステップアップできるような支援となる制度が一定整備された。引き続き、効果の検証と改善も行いながら、市域全体の環境保全活動の活性化につなげていくことが期待される。

(4) 「事業者・教育機関による環境保全活動への支援・連携」では、事業者に関する調査・検討が行われた。また京のアジェンダ21フォーラムとの協働で、環境出前講座が2回開催された。教育機関に関しても、調査・情報収集と整理が行われた。他の教育機関から今後の具体的な連携の要望等につながった。事業者・教育機関ともに十分な調査とは言えないところもあるが、新しい連携につながる活動でもあった。次年度、これらの事業は1-3（環

境人づくり) 事業に移行する。

(5) 活動支援部会では、「エコロジーセンターの知名度があがったという実感がある」、「多くの事業が実施され、人材輩出の実績は大きい」との意見が委員から出された。成果の情報発信と外部へのアピールをもっとすべきであることや、多様で多岐にわたる団体・人材との連携の難しさなどが課題でもあるが、活動支援に関わる事業が「京都における環境保全のためのソーシャル・キャピタル」の強化につながっていると評価される。

### ③情報発信・交流事業分野

#### 3-1 情報発信・広報対策

##### 3-1-1 広報

ア 開館 9 周年記念事業では京都新聞折り込みチラシ (伏見区内)、京都市営地下鉄 31 駅へのポスター、センター情報誌「えこいべ」その他を活用した。(参加者、チラシ 38%、ポスター10%、えこいべ 3%)

イ 6 月環境月間イベントでは京都市営バス・地下鉄への中刷り広告を掲出した。

ウ 夏休みイベントでは近隣小学校と地下鉄沿線小学校にチラシを配架依頼した。

エ 開館 10 周年事業では、京阪丹波橋駅に電照ボード、地下鉄京都駅・四条駅にフラッグ等を事前周知広告として掲出した。

オ センターの常設広告としては、常設電照ボードを京阪四条駅、藤森駅に掲げ、市営地下鉄の一部の駅に P R 広告を掲出した。

カ その他、商業新聞、ラジオ出演、市民しんぶん全市版・区版、G O G O 土曜塾、ミニコミ誌等を活用した。



(イベントチラシ)



(「開館 10 周年事業」地下鉄四条駅での広告)

##### 3-1-2 外部イベントへのブース出展

ア 出展数 48 件、ブース参加者 11,786 人 (22 年度 45 件 10,928 人) であった。

## イ 特徴的な出展

- (ア) 北野商店街京都議定書発効記念エコ商店街キャンペーンや3 R全国大会に「かえっこバザール」で出展した。
- (イ) K E S 倶楽部ビジネスマッチングフェア、びわ湖環境ビジネスメッセでは、事業者等と連携できる素地を見出した。
- (ウ) 京都市主催のサイドイベントで、センターキャラクター「ちきゅまる」がゆるキャラ・フェスタに出演した。
- (エ) 西京極総合運動公園でサッカー観戦者を対象に「DO YOU KYOTOキャンペーン」として、センター紹介ブースを設けた。



(3 R全国大会でのかえっこバザール) (ゆるキャラ・フェスタに「ちきゅまる」出演)

## 3-2 イベント（プログラム）の企画、実施

- ア 実施数 158 件，参加者 6,383 人（平成 22 年度 141 件，4,017 人）〔添付資料参照〕
- イ 開館 9 周年イベントでは「収納王子コジマジック」ショーを開催（211 人）。
- ウ 6 月環境月間では「エコセン カエルフェスタ」を開催。参加者 1,125 人（京のアジェンダ 21 フォーラム，京都市ごみ減量推進会議と共催）
- エ 10 月に「未来フェスタ京都 科学×エコ」を開催。参加者 1,208 人（青少年科学センター，KBS 京都など 5 者共催）
- オ 伏見エコライフまつり～ふしみっけ エコみっけ 参加者 428 人（区役所等と共催）



(開館 9 周年イベント「収納王子コジマジック」ショー) (未来フェスタ京都 科学×エコ)

## ●情報発信・交流事業部会長報告：原強（コンシューマーズ京都）

この間、大型イベント企画もふくめて、エコセンの館内外で多様なイベントが実施され、そのなかでエコセンならではの出展形態も進化しています。また、それにあわせて他団体や他の組織との連携がすすみ、積極的な広報活動が行われています。これらの活動を担うスタッフの成長も感じられます。その成果を確認しながら、広報活動については「費用対効果」という視点からの評価をおこなうとともに、情報発信という点では全体を通じてエコセンは何を伝えたいのか、どんなくらしや社会を提案したいのかといったエコセンのメッセージがはっきりしていたのか、個々の企画を貫くものがはっきりしていたのかという視点からの評価が必要になっています。裏返していえば、こんごの課題として、何を、誰にたいして、どのように伝えていくかという情報発信戦略を明確にするなかで、個々の企画づくり、広報媒体の活用をすすめていくことが重要になっていることができます。