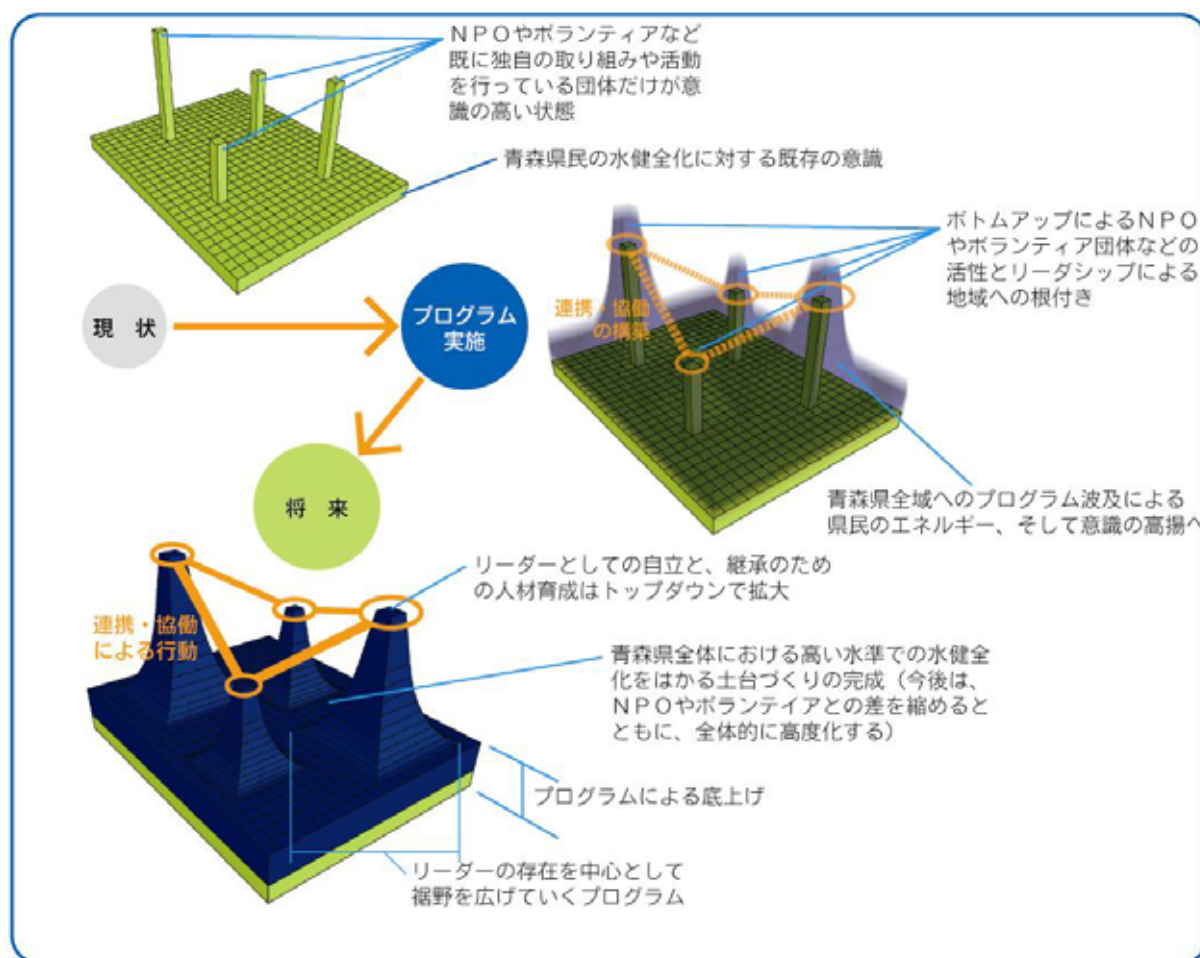


5 推進方策

これまでの取り組みによって、青森県での水にかかわる問題は解消されてきています。しかしながら、未だ解決されていない問題や改善傾向が低迷しているものもあります。これらの問題を解決するためには、青森県全体が一丸となって解決していく必要があります。

その中で最重要課題としてあげられるのが、県民全体の水に対する意識の高揚です。これまでも、行政と県民が協働で取り組んできていますが、県民が水に対する意識を高揚させるまでにはいたっていません。これは、県民の行動に対する動機付けが不明確であることや、相互理解が円滑に行われていないこと、取り組みの生活の場への具体化が不十分であったことや、これらが長期的展望に立って準備・計画・運用がなされてこなかったことが要因としてあげられます。

県民一人ひとりが、現状に気づき、水健全化に興味や関心を持ち、ビジョンに共感し、その価値を理解し、自らが行動を起こすに至るまでのプロセスを支える方策、つまり取り組みのきっかけづくりや取り組みを発展させる仕組みが必要となっています。



水健全化に対する県民意識の高揚のイメージ

目的 1 県民が自ら行動することへ誘う

県民一人ひとりが、現状に気づき、水健全化に興味や関心を持ち、ビジョンに共感し、その価値を理解し、自らが行動を起こすに至るまでのプロセスを支える方策とします。

目的 2 県民が活躍する行動基盤の活性化

県民が自らの行動を起こすにいたった際に、それらを支えるNPOやボランティア等の活動基盤が必要となります。したがって、既に地域に根づいているNPOやボランティア団体などの情報の提供や活性化を同時に図っていく必要があります。そのために、NPOやボランティア団体の協力体制を図り、青森県を網羅するネットワークづくりと信頼に基づく協力体制を図ることも重要になってきます。

目的 3 水健全化と広報展開の評価

これまでの取り組みは継続的な効果を示すことが難しいとされています。これは、継続的に、取り組みと評価に対してチェックとフィードバックの実施が行われていなかったことが考えられます。よって、本計画は、広報と広聴によるチェックとフィードバックを前提とします。

上記の目的を踏まえ、水健全化に対する県民の意識の高揚を図るために、「情報プラットフォーム」、「その他の推進方策」により、取り組みを進めていくための具体的な内容を示します。

5.1 情報プラットフォーム

5.1.1 目的

インターネットによるネットワークを活用して、コミュニケーションと情報の受発信、蓄積(データベース)などの中心的な位置づけとなる情報プラットフォームを構築します。

インターネットは、近年のインフラの整備やハード・ソフトなど技術的な発展と普及率の増加にともない双方向性の情報のやり取りを可能とし、もっとも有効で効率的な広報・広聴媒体です。

行政、事業者、団体、個人の4者を問わず、誰もが水に関することに触れ、水について知り、考えることができ、交流や協働などの具体的な行動(取り組み)を通して人間関係や地域の結びつきを深めることを可能とするホームページをつくり、最終的に青森県全域で、県民の意識を高揚させ、行動までの全てのプロセスをサポートすることを目的とします。

5.1.2 ターゲット(対象)

情報プラットフォームのターゲットは、県民全体です。ただし県民全体に魅力溢れるコンテンツ(内容)を提供することは困難であり、最も効果的な対象を、青森県の社会的な現状、組織や年代や地域を加味した上でターゲットを絞り込む必要があります。

そこで、生活の基礎となっている「家庭の場」を中心として、教育の場、仕事の場、公共の場へと情報プラットフォームを浸透させることとしました。

家庭の中心にいる「主婦」は、子供への教育や生活圏での世間話など、地域の情報交換の中心を担う存在です。よって、家庭の場から水に対する意識の高揚を「主婦」を対象として足場を固めていくことにより、県民全体への波及につなげます。

また、県民の意識が高揚し、行動(取り組み)へとつながった場合、活動基盤が円滑に提供されることが必要です。すなわち、この活動の場を既に有し実践しているNPOやボランティア団体などと結びつけることが必要です。このネットワークづくりと情報提供や意見交換ができる場を情報プラットフォームが有することで、行動までのプロセスを全てカバーすることが可能となります。

したがって、「主婦」ともう一つのターゲットに「NPOやボランティア団体など」を位置づけ、青森の水健全化プログラムを現実的に動かす情報プラットフォームの計画及び設計を行います。

5.1.3 計画

(1) 情報プラットフォームの役割

「主婦」及び「NPOやボランティア団体など」を主なターゲット（対象）とした、情報プラットフォームが機能するためには、情報の即時性や情報の双方向性を持ち合わせたシステムにする必要があり、主に次の役割を担うものとします。

役割1) 新鮮な情報の提供（情報の質）

役割2) 多種多様な情報の提供（情報の質・量）

役割3) 情報の双方向性（参加型による情報の受発信）

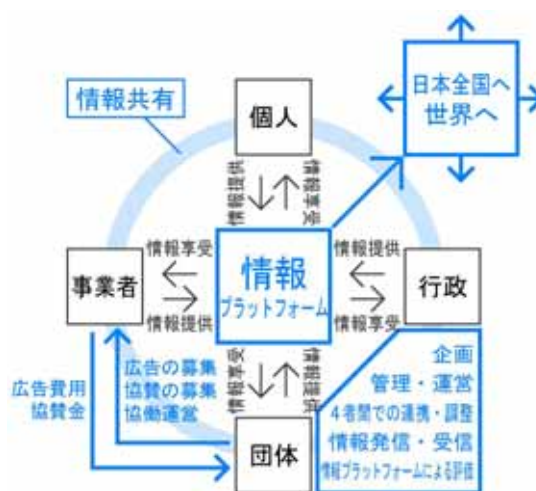
インターネットを用いる場合には、ターゲットが興味をもつ内容をコンテンツとして提供していくことを勧案することが重要です。

(2) 情報プラットフォームの体系

情報プラットフォームを中心として、行政・事業者・団体・個人の4者の関係は右に示す図の通りです。

情報プラットフォームを介して、それぞれが双方向の関係性を見出し、有効な情報を効率的に相互間で運用することができます。

また、運営においても持続的に展開を図るため、広告や協賛などによる運営資金と情報プラットフォーム自体の発展を図る体系を確立しなければなりません。



(3) 情報プラットフォームの仕組み

以下のような仕組みに基づいて実施していきます。

(イ) 全ての県民が参加できる

「青森の水健全化プログラム」は県民総参加の取り組み行動がなされて成果をあげるものです。その県民が認知し、共感し、行動へと結びつける情報プラットフォームの構成及び仕掛けが盛り込まれ、県民の誰もがアクセス（接続）する機会を有するものとしします。

(ロ) 求心力をもつ [意識の統一]

県民が一丸となるために、そのシンボルとなる名称を、県民の視点でつくる必要があります。それは、県民が感覚的に「ステキ」、「カッコイイ」や記憶としてインプットされ易く、気軽に日常会話の中で使われることを前提として名付けます。

サイト名は、素滴（“素敵”とピュア（素）なドロップ（水の滴）を掛けた造語）な青森を次世代に引き継ぐものとして、下記の名称を設定しました。



素滴青森（ステキ アオモリ）



ピュア ドロップ あおもり

(ハ) 2つのポータル（入口）

この情報プラットフォームの第一の鍵を握るのが、県民の中でも、家庭の場からの情報発信の中心を担う「主婦」であり、この視点をもっとも重視した“入り口（ポータル）”が必要です。

さらに、第二の鍵を握るのが「NPOやボランティア団体など」の行動の先駆者たちです。「NPOやボランティア団体など」は、既に地域などのために活躍していますが、これらが連携して情報の発信と交換を行っていくための“新たな行動”へと繋がる“入り口（ポータル）”が必要です。

これら2つのポータルを持つことこそが、県民の意識改革から行動、そして次世代への継承を行うための重要な要素であると考えます。

5.1.4 設計

(1) 方針

上記の計画を踏まえ、構成を考える上での基本的な方針を以下に示します。

方針1：構成は、対象である「主婦」と「NPOやボランティア団体など」に対する意識の差を吸収するために、2つのポータル（入り口）を用意することで違和感なく参加できる構成とします。

方針2：「主婦」を中心とした対象者の意識を気づきから行動までのステップへと誘うための仕掛けを設けます。

(2) 構成（案）

構成として「トップページ」及び対象者が用いる入り口は、2つの「ポータル（入り口）」を用意します。

「トップ」

青森の県民全てを対象とした、情報プラットフォームの顔となるトップ画面

「素滴青森」

「主婦」を対象としたポータル

「Pure Drop AOMORI」

「NPOやボランティア団体など」やそれ以外の県民を対象としたポータル。加えて、「主婦」を中心とした県民が気づきから行動へと成長していく過程で訪れるポータルとして位置づけます。

(3) 内容(案)

下記に情報プラットフォームのサイト・ツリー及び内容(コンテンツ)を示します。



※ PDA
ビュア・ドロップ・あおもりの略

下記に各ページのデザインとその方向性を示します。

Pure Drop AOMORI



ターゲット：

全て（老若男女、一般・行政・民間・その他団体）

役割：

ホームページの事実上のトップページ

期待する効果：

プロジェクトが県民の視点に立った、敷居の高さや感覚的な抵抗感のないものであることを感じてもらう。楽！

素滴青森



ターゲット：

主婦

役割：

いい水を使ったライフスタイル・健康・食・育児・教育などの提案

期待する効果：

身近に水を意識して（気づいて）もらい、生活での関心事項のひとつにしてもらう。

[いい水・いい人・いい青森・みんな] の滴など



ターゲット：

主婦（50%）・県民（20%）・NPO やボランティア団体等（30%）

（ ）のパーセンテージはデザイン性や掲載内容における視点で重要視する割合

役割：

1. 「素滴青森」から流れてくる、意識レベルの高い利用者への情報提供
2. 県民全てに向けた情報提供
3. NPO や協賛企業（企業の協賛は仮）のPRと、県民の行動への足掛かりとしての位置づけ。
4. NPO やボランティア団体などを中心とした、情報ネットワークの構築
5. 県民全ての参加を可能とする双方向性

期待する効果：

「青森の水健全化プログラム」の取り組みを総合的に、県民に情報提供及び収集する青森独自の『情報プラットフォーム』の確立

情報プラットフォームとユーザー（利用者：県民）との関係

素滴青森

Pure Drop AOMORIへの誘い

無関心...



アレ！
なんだろうな？



こんなこと
やってるんだ！



ターゲットの意識の変化



Pure Drop AOMORI



水健全化の行動へ



意識レベルの高揚



参加してみよう！



自分たちでも
できる事をやろう！
話し合ってみよう。



5.2 その他の推進方策

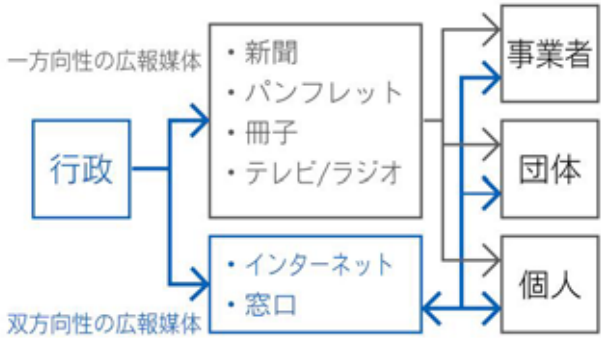

情報プラットフォーム以外にも多用な方策を活用することにより、水健全化の取り組みを持続的に進めることが可能となります。ここでは、本プログラムに適用できる推進方策を示します。

5.2.1 情報共有による推進方策

人々がさまざまな情報を共有することにより、水健全化の取り組みが広く知れわたり、取り組みを活性化させることができます。

PR活動

適時・適当な広報媒体（テレビ・ラジオ・新聞・冊子・インターネット）を用いて効率的かつ効果的な広報展開を行うことで、情報を共有します。また、キャラクターを活用することによってイメージアップやPR効果を高めることができます。

PR活動のしくみ	事例
	<p>県産品PRキャラクター 決め手くん</p> 

ワークショップ

ワークショップとは、近年は企業研修や住民参加型まちづくりにおける合意形成の手法としてよく用いられている、体験型の講座のことです。ワークショップはファシリテーターと呼ばれる司会進行役の人が、参加者が自発的に作業をする環境を整え、参加者全員が体験するものとして運営されます。ワークショップを通じて情報を共有することで、4者の主体の取り組みや活動などへの理解と協力を得ることができます。



5.2.2 対価を活用した推進方策

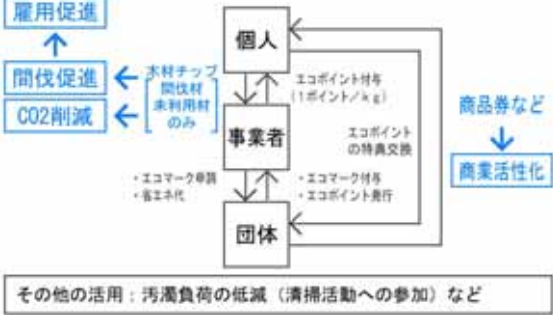
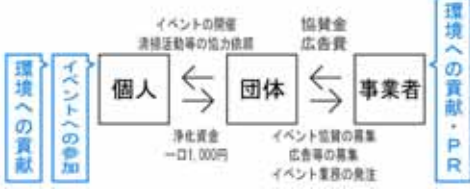
対価という、取り組みの効果を目に見える形で提供することで、取り組みを活性化させることができます。

エコポイント（エコマネー）

エコポイント（エコマネー）とは、普通のお金とは違い、貯めても意味はありませんし、貨幣と交換は出来ません。エコポイント（エコマネー）は得をするから流通するのではなく、使う人々の間に信頼関係が築かれることで流通していきます。無料でも困るし現金を使うには少しビジネスライク過ぎる場合に、このエコポイント（エコマネー）が値段を付けづらい手助けやボランティア活動に対して人間関係の潤滑油の役割を果たすことになります。

エコファンド（エコ基金）

エコファンドとは、環境に良い行動をとる事業者に資金提供をする投資信託のことです。水健全化の取り組みに積極的な事業者に資金提供し、その取り組みを加速させることができます。

エコポイントの事例	エコファンドの事例
<p style="text-align: center;">森林の保全 〔徳島県上勝町〕</p>  <p style="text-align: center;">その他の活用：汚濁負荷の低減（清掃活動への参加）など</p>	<p style="text-align: center;">川を対象としたファンド 〔石川県七尾市〕</p> 
<p>個人が持ち寄った木材チップを事業者が受け入れることで、森林保全及び林業の雇用環境が向上する。 個人は木材チップの量でポイント（地域通貨）がもらえるので、積極的になる。 集まったポイントは地元商店会の商品券になることで売り上げにつながる。</p>	<p>一口 1,000 円の浄化資金の募集をする。 ファンド協力者をチャリティ・イベントなどに招待する。 川の清掃活動、環境学習、河川体験などの開催などに資金の使途となる。</p>

表彰・認定・認証

取り組みへの功績として、表彰・認定・認証による適切な評価を行い、また、その表彰・認定・認証を青森県全域や全国にPRすることで、地域の水に関する意識の高揚を図り、取り組みを活性化させることができます。

例：エコファーマー認定制度

「土づくり」「化学肥料の低減」「化学合成農薬の低減」の3つの農業生産方式に取り組む農業者を知事が認定している。



例：特別栽培農産物認証制度

農薬や化学肥料を使わないか、使用量を通常の5割以下に減らして生産した農産物を「特別栽培農産物」として認証している。書類審査と現地調査を受け、基準を満たして認証された農産物は、特別栽培農産物のマークを付けて販売することができる。



補助金・助成金

環境保全技術や製品の開発を行う事業者や、環境にやさしい農林水産業に取り組む事業者、環境保全活動に取り組む団体などに補助金・助成金を出すことで、水健全化の継続的な取り組みを容易にし、普及や活性化をさせることができます。

5.2.3 社会活動を利用した推進方策

生涯学習・地域の活動

生涯学習とは、健康で豊かな生活を営むことや、生きがいのある充実した人生にするために、生涯を通じて行う学習活動のことです。生涯学習には、あらゆる学習活動が含まれていますが、地元の身近な環境に目を向けた、手づくりの活動、草の根的な活動が、各地域の団体で取り組まれています。これらの、地域に根ざした活動のひとつのテーマとして水健全化を掲げてもらうことで、水健全化の取り組みを生涯を通じて継続的に行ってもらうことができます。

アドバイザー・コーディネーター

有識者や、イベントなどの活動を調整する専門家を積極的に導入し、効率的で効果的な活動成果をあげることで、参加者の満足度を高め、社会や環境に対する人々の意識の高揚を促進することができます。また、知識やノウハウを持つ人をアドバイザーやコーディネーターとして承認することで活動の拡大を図ることができます。

例：ふるさと環境守人

ふるさとの森と川と海の保全及び創造について理解と熱意を有する人が知事から委嘱され、巡視活動や啓発活動を行う。

例：環境マイスター

県の環境マイスターとして登録された指導者を環境学習会などの企画や講師として利用できる。

平成19年4月
青森県 県土整備部 河川砂防課
TEL 017-734-9662