

平成22年度 第一回 吹田地区スカウトフォーラム 議事録

日時：平成22年11月6日(土)～11月7日(日)

場所：吹田市自然体験交流センター

テーマ「Creating a Better World」

参加団：

吹田1団

吹田2団

吹田9団

吹田12団

吹田16団

吹田19団

オブザーバー：

非公開

議事録文責：bachicon

0. 概要

ベンチャースカウト課程では、スカウト運動の原点に立ち返り、スカウトたちの声に耳を傾け、その意見をスカウト運動に反映させていくことを推進している。与えられたテーマでの隊でのディスカッション結果を地区に、地区へのディスカッション結果を都道府県連盟に、都道府県連盟でのディスカッション結果を日本連盟全国フォーラムで話しあい、さらに地区まで決定内容を下ろすことで「青少年の意思決定への参画」をより推進していく目的でスカウトフォーラムは行われている。

今回の平成22年度吹田地区スカウトフォーラムでは与えられた4つのサブテーマ「環境」「国際」「リーダーシップ」「テクノロジー」について各隊からの代表でディスカッションを行い、採択文とアクションプランの策定を行った。

1. 討議事項

環境

吹田地区では環境のテーマに則り、A班とB班にわかれ、以下の議論を行った。

A班では「無駄をなくす」を念頭に置いて、ではどのように無駄をなくすかを議論した。

- ・マイボトルをもつ（ペットボトル→水筒）
- ・マイ箸を使う（割り箸の利用を減らす）
- ・公共交通機関を利用する。
- ・電気のつけっぱなしをなくす
- ・自転車を利用する
- ・電子書籍をつかう（紙を減らす。）
- ・太陽光発電
- ・スペースの有効活用（野菜の栽培等）

B班では環境省が提唱するチャレンジ25キャンペーンへの参加方法と具体的アクションを議論した。

- 家庭では・・・庭・ベランダでの家庭菜園
- 企業では・・・ビルの屋上のグリーンリーフ
- 地域では・・・市役所や公民館の緑化

チャレンジ25キャンペーン※への参加方法

- ・キャンペーンについての下調べ
- ・キャンペーンのイベントへの参加
- ・イベント内容の展示と今後への展開を考える。

※チャレンジ25キャンペーンについては資料編を参照のこと

以上の議論を踏まえ、採択文とアクションプラン、吹田地区代表を決定した。

環境

採択文「ぼくらのエコスタイル 身近なところからムダをなくそう」

アクションプラン：チャレンジ25への参加

代表：非公開 副代表：非公開

国際

国際交流手段として Jamboree On The Internet やインターネットを使って行うなど国際交流手段の紹介があった。

テクノロジー・リーダーシップ

環境技術および国際交流関連技能章の取得を目指し、自分たちのできるるところから知識の拡充を図る。

(取得技能章例：エネルギー、環境衛生、コンピュータ、世界友情)

2. 具体的なアクションプラン

今までのフォーラムは話し合ったきりになっていることが多い。

実際に実践的に何かできないかという提案があった。

(例：紙バックで工作したエコフェスタみたいなものは?)

3. 今後の予定

本件に関する今後の予定を記す。

日程	催事	場所	参加スカウト
12月11～12日	大阪連盟スカウトフォーラム	吹田市自然体験交流センター	非公開

＝資料編＝

チャレンジ25とは

地球温暖化を止める趣旨で企業や個人でのエコ・自然環境改善を促す環境省のプロジェクトで以下の6種が策定されている。

1. エコな生活スタイルを選択しよう（たとえばクールビズ、ウォームビズ、My バックなど）
2. 省エネ製品を選択しよう（よりエネルギー効率の高い製品を選ぶ）
3. 自然を利用したエネルギーを選択しよう（自然界に存在する力を利用する）
4. ビル・住宅のエコ化を選択しよう（住環境をエコに改善する）
5. CO₂削減につながる取組を応援しよう（CO₂削減につながる社会の取組の理解）
6. 地域で取り組む温暖化防止活動に参加しよう（温暖化はみんなの問題→地域で活動）

参照 URL

<http://www.challenge25.go.jp/about/6challenges/index.html>

■上記 WEB サイトで紹介されている実施例

Charengel エコの生活スタイルを選択しよう

- ・夏は冷房の温度を 28℃に、冬は暖房の温度を 20℃に設定しよう
- ・照明や OA 機器等のスイッチオフを心がけよう
- ・出かける際はバスや電車、自転車など環境に優しい交通機関を利用しよう
- ・蛇口をこまめに閉めるなど、節水を心がけよう
- ・環境家計簿やリアルタイムに CO₂ 排出量を見せる省エネナビなどを使って、CO₂ 排出量を確認しよう
- ・シャワーを使う時間を短くしよう
- ・エコドライブ（ふんわりアクセル、アイドリングストップ）を実践しよう
- ・マイバッグ、マイボトルを持ち歩こう
- ・エコクッキング（食材を全部使い切る、中火を上手に使う）を実践しよう

Charengel2 省エネ製品を選択しよう

- ・古い冷蔵庫を省エネタイプに買い替えよう
- ・家庭用燃料電池や高効率の給湯器（CO₂ 冷媒ヒートポンプ型等）を導入しよう
- ・古いエアコンを省エネタイプに買い替えよう
- ・白熱電球を電球型蛍光灯や LED 照明へ買い替えよう
- ・古いテレビを省エネテレビに買い替えよう
- ・ハイブリッド自動車や電気自動車に買い替えよう

Charengel3 自然を利用したエネルギーを選択しよう

- ・太陽光発電を新しく設置しよう
- ・太陽熱温水器を新しく設置しよう

Charengel4 ビル・住宅のエコ化を選択しよう

- ・最新の省エネ基準を満たす断熱材やエコガラスを取り入れよう。
- ・コージェネレーション設備などの最新技術を取り入れよう
- ・太陽光発電を新しく設置しよう

Charengel5 CO₂削減につながる取組を応援しよう

- ・カーボン・オフセット商品や木材利用製品を選択しよう
- ・地産地消の商品を選択しよう
- ・カーボン・フットプリントやフード・マイレージの小さい食品を選択しよう

Charenge6 地域で取り組む温暖化防止活動に参加しよう

カーシェアリングやレンタサイクルを積極的に利用しよう
地域の環境イベントに積極的に参加しよう
パーク&ライドで公共交通機関を利用しよう

■日本の実際の企業や団体での実践事例（要約）

●財団法人日本オリンピック委員会（JOC）

内容：スポーツ界の環境保全運動

「Think Globally Act Locally ～地球規模で考え、足もとから行動する」をスローガンに掲げ環境について考えるイベントとして、ゴミ拾いに競技性を持たせ、楽しみながらエコ活動を体験するのを目的として「スポーツ GOMI 拾い大会」を実施した。ルールは制限時間内に決められたエリアを回ってゴミを拾い、燃えるゴミは100g=10ポイント、燃えないゴミは100g=5ポイント、というようにポイント換算し、そのポイント数をチームで競うスポーツ。



●ウエストグリーンネット

内容：自転車利用のムーブメントを起こし、CO₂の排出削減を推進する。

マイカー通勤者の多い企業に対し、自転車通勤モニターを募集し、マイカー通勤から自転車通勤に転換することによる「CO₂排出量」「健康面」「経済面」の変化について、携帯電話ライフログシステムを用い4ヶ月間計測し、その集計結果をテレビのミニ番組やWEBサイトで楽しく分かりやすく紹介。また、協賛企業等の協力によるバイクビズファッション研究会や、地元タレントによる自転車はこんなに地球環境スグレモノセミナーの開催、テレビ放映等により、自転車の「オシャレさ」「かっこよさ」を訴求した。都市構造を自転車利用者中心の形に変革させることでCO₂の大幅な削減を目指すキャンペーン“自転車復興運動（バイクルネッサンス）in 広島”を推進した。

●京都府立北桑田高等学校

内容：地元産材を使った家具の製作・提供、高校生が取り組む「ウッドマイレージ CO₂」の普及啓発活動
今まで家具には利用されなかった磨き丸太（大半が床柱として使われる）や変形の大きな間伐材・雪害木等の低級材を使い、デザインから取組み実際に完成させ、これらの作品やログハウスの製作販売時にウッドマイレージを計算して提示することとした。



=参考 WEB サイト=

「ストップ温暖化『一村一品』大作戦」都道府県代表事例データベース

<http://www.jccca.org/daisakusen/index.html>

温暖化防止のための国民運動 未来が変わる日本が変わる チャレンジ 25（活動の広がり）

<http://www.challenge25.go.jp/activity/index.html>

■海外の地域をあげた取り組み（要約）

●フィルンハイム市（ドイツ）

内容：住宅対策から始める CO₂ 排出削減

ドイツのフィルンハイムは、ヘッセ州が選出した、総合的・効果的かつ持続的に CO₂ 排出を削減するモデル都市に指定されており、2010 年までに CO₂ 排出を 30%削減することを目標に掲げ、エネルギー効率の高い技術の利用や市民の生活習慣の変化の促進等、地域の持続可能な発展を実現するための以下の取り組みを行った。

- ① ロゴやスローガンでキャンペーンを盛り上げ、それらを使った冊子、ポスター、旗等の様々な手段で地球温暖化防止を訴えることで、イメージを構築した。
- ② 1,000 個の「CO₂」と書かれたカラーボールをガラスの温室に入れて展示する等、キャンペーンシンボルの作成にも力を入れた。このカラーボールは様々な機会を設けて参加者に配布され、10 個ボールが減る毎に 1 本植樹されるというように、更なる工夫が凝らされており、ボールを配布することで、子供を通して家族や友人への波及も目指した。
- ③ 温暖化防止をスタンプにする「GRO スタンプ」の導入や、地域グループへの働きかけなどソーシャルマーケティング手法を使った教育啓発や市民活動への支援に力を入れている。

これらの取り組みにより、市民は地球温暖化防止活動に非常に良いイメージを持ち、93%の市民がその重要性を認識しているという調査結果が出ています。加えてフィルンハイム市がモデル都市であることに誇りを持っていると答えた市民は 66%にのぼり、60%の市民が上記のソーシャルマーケティングキャンペーンを大変良いと評価している。



写真：ボールが減ってきた温室

●ポートランド市（アメリカ）

内容：市民による住みやすい環境づくりと省エネ生活

市民が住みやすい環境に配慮してエネルギー消費の少ない生活スタイルに変えていくことを目的とし、市民に問題解決の方法を示唆したり、必要な情報へのアクセスを助けたりするためのフェアである「フィックス・イット・フェア」の開催を、市の関係部署や機関をはじめ、多くの市民団体との協力を得て行っている。

1987 年から始まったこのフェアは当初、低所得者層を対象にして省エネによる家計の出費を抑えるための教育啓発事業として開催されていたが、次第に対象を一般市民に広げ、それぞれのワークショップから光熱費・上下水道費を削減方法や、換気やカビ、鉛中毒対策、住宅ローン返済の方法など、省エネ重視というよりは、市民の生活に密着した幅広いテーマを扱うようになった。それぞれを実践することで結果としてエネルギー消費の少ない生活スタイルに変わっていくようなテーマが目立つ。

参加団体は水道局や持続可能な発展事務所などの市の関係部署、オレゴン州環境局、電力会社、公募した NPO/NGO 等、合計で 30 から 40 にのぼり、1 回のフェアの来訪者は通常 400~500 人、多い時は 1,000 人を超えるため、参加団体にとっては市民の意見を直接聞くことができる絶好の機会となる。

フェアでは、テーマの選定に加えて、無料のコーヒー・紅茶・ホットドッグの提供やアンケート回答による環境関連グッズの抽選提供、幼児の無料一時預かりの実施等の工夫を凝らし、参加者に対してインセンティブを提供し、集客につなげている。

＝参考 WEB サイト＝

温暖化防止のための国民運動 未来が変わる日本が変わる チャレンジ 25（海外の取組）

<http://www.challenge25.go.jp/activity/world/index.html>