

まちの活性化は人道の整備・充実から

城南支会
高橋 明憲

1. 道の変遷

東京日本橋から京都三条大橋まで旧東海道を歩きその途中の歴史、風土、文化、人々の交流を紹介した「街道てくてく旅～東海道五十三次完全踏破」という楽しいTV番組が4月から6月にかけてあった。現代の主幹線道路が通りJRの大きな駅を有しているところは昔の風情が少なくなり、逆にそれから外れたところは貴重な歴史的価値を色濃く残しているというアイロニーも見られた。

江戸時代の東海道は、砂や砂利を敷いたり街道脇には松や柳の木による並木が作られたが、原則として車輛の運行が禁止されていたので、道によるモノの流通コストは高くつくことになった。大きな荷物の輸送はもっぱら川や海を利用した船舶に依存したわけである。この幕府による施策の結果、各地の地域文化と地場産業の隆盛をもたらすことになった。また、人を介して上方の文芸が関東に伝わり、江戸の政治と財政が西国に伝わる文化の道としても発達したのである。明治になると、商品経済の発達に伴う貨物輸送の大幅な増加に伴い、既設の道路の改修と新道路の建設により人が主として通る人道は大きく様変わりし、もはや東京～京都間を安心して徒歩できるような一貫した道はなくなり、ところどころにその面影を残すのみとなっている。現代に旧東海道という人道がそのまま存在すれば、世界遺産になったものと思われる。成熟した現代にあっては、環境にやさしく健康的で身の丈に合った人道の再現が望まれるのである。

2. 現代の道

「街道てくてく旅」を見ていて感じることは、精神的、肉体的に快適に歩くことができる場所は、一部の町中、田園、川べり、海辺の砂地、並木道、山道に限られていることである。大半は車と一体の道路で車の猛烈なスピードと風圧、騒音、排気ガスにさらされて大変不愉快で緊張した辛い歩行になっている。また、一部の地域では、昔の佇まいに修景して立派な町並みが形成されているが、その前を車が猛烈なスピードで通り抜けるためにゆったりとその雰囲気を楽しむことができない状況を生み出している。

てくてく旅を実感するため、先日、京浜地区の旧東海道の一部を歩いてみた。その沿道は人の行き来が盛んだったので、今でも商店街の中を歩いていることも多い。



写真1：商店街を通る旧東海道

写真1では、商店街の中の道でも人と車が一体となっており、その境界はわずか一本の白い線で示されているのみである。これでは、ぶらぶらしてまちの雰囲気を楽しんだり、落ち着いて買物をするという気にならなくなる。

3. これからの道に向けて

現代の物的に豊かで飽食の時代にあっては、メタボリックシンドローム（内臓脂肪症候群）の自己管理も強く求められ、一日1万歩（約5Km）弱のウォーキングが推奨されている。楽しく歩くという視点に立ってまちを活性化させる提案をしたい。

(1) 人道と車道の分離

人道と車道の間には、植栽帯を設けて四季折々の花壇や並木を備えてできるだけ車が目に入らないように維持管理する。これは、地域住民間の交流も促進させる。

お互いを分離した例を写真2に示す。



写真2：人と車の分離（渋谷・公園通り）

(2) 歩くためのよいルートが発見

地域内で推奨できる安心で安全な道筋、道順を発見する。それには、コンクールを実施して広く市民から提案を募集する。商店街、名所・旧跡、資料館、美術工芸館を取り込み楽しいルートを見つけるわけである。その中にはお休み処を設け交流の場も必要だろう。写真3はその例である。



写真3：お休み処（品川商店街）

更に、歩行を楽しむために新たな道をベースとしたまちのあり方を提案してもらうのもよい。地域で推奨ルートができれば今度は地域間を接続するルートを作り、それぞれの地域を行き来できる新しい東海道のような長距離の道に発展させたい。地域間でどうしても歩いていけない場合は車や電車を利用するようにし、その拠点にはお休み処を設置して歩行者間のコミュニケーションを活性化したい。

(3) よい景観の育成

楽しく歩くためには、よい景観を望みたい。景観緑三法が2005年6月から全面施行され、国民の関心も高くなってきた。

古人は和歌や俳句をよくたしなみ自然に対する感性が優れていたもので、優れた景観の一部を今でも見ることができる。よい景観はこのような教養がないと育たない。そこで、課外授業や特別講座を通して、景観をベースにまちづくりを実行している指導者や識者による実地を含めた教育啓発事業を提案したい。それにより景観やまちづくりの継続性が生まれ、強い地域産業や地域文化が再生する契機となるからである。

道をベースにして、人の視点に立った総合的な景観を今後も追求すべきであろう。

災害時事業継続支援

— 行政によるBCP（緊急時における事業継続計画）支援を —

三多摩支会
井田 勝久

1. 中小企業の災害対策

(1) 頻発する激甚災害

平成7年以降、激甚災害法の指定災害は阪神淡路大震災など6件あり、中小企業ならずとも災害対策は焦眉の急となっている。

(2) 緊急時対策

対策は自助・共助・公助に分類される。

- ① 自助：自らのための支援策。生命の安全、建物の構造保全、二次災害防止、協力企業との連携強化など事業継続への体制作り。
- ② 共助：中小企業でも地域貢献は不可欠。地域住民の安全確保と復旧活動支援など。
- ③ 公助：行政による救助活動で、市町村や消防署・警察署などが担当する分野。

災害多発国の中小企業は台風や地震を天災と諦観せず、BCP（Business Continuity Plan）の確立とそれに基づいた活動が義務であり、行政にはその支援体制が期待される。

2. 商工業者の災害対策

上記のように、地域に密着する中小商工業者には自助および共助の体制作りとその実施機能が責務となる。中小企業庁はHPでBCPについて言及しているが、中小企業単独でのマニュアル化には人材・資金ともに困難を伴う。中小企業でも効率的なBCPを構築し機能できるよう、行政による助

言が求められる。そして、その具体的な作業には診断士の支援活動が効果的であると考ええる。

3. 商工業者の現状と支援事業

(1) 商工業者の現状

むさし府中商工会議所による「府中市商工業における防災対策・ごみ減量対策の実態調査」の一部から、商工業者の現状と行政に求められる支援事業にふれる。アンケートは府中市商工会議所会員を対象に平成17年10月17日から1ヵ月間行われた。紙面の都合上、図表では掲示できなかった部分は文章で示す。

(2) 生命の安全確保

- ① 緊急時の行動計画書の作成（図表1参照）

図表1 緊急時の行動計画書

作成している	16.3%
作成していない	80.4%
無回答	3.3%

緊急時には行動基準のマニュアル化が効果的であるが「作成していない」が全体の80%超で、小規模企業ほど高い数値であった。ちなみに、三菱総研による大企業を対象とした「BCPとIT防災に関するアンケート調査結果」では、「策定済み・策定予定」が8割弱と当市とは逆の結果で、災害を信頼獲得のチャンスとする意欲が伝わる。中小企業が地域住民の信頼を獲得するにはマニュアル化は必至であり、そのための行政による支援が強く期待される。

② 避難訓練の実施 (図表2 参照)

生命の安全確保のために慣習化したい「避難訓練」について、「実施していない」が約6割に及ぶ。実施した最も多い訓練でも「町会や自治会などのに参加」の18.0%にすぎず、他人任せの回答が多い。地域密着型企业としては、自社主導による町会や自治会との共同避難訓練が欲しい。そのために行政に求められることは、必要なノウハウを中小企業に伝え、その活動を支援することである。

図表2 避難訓練 (MA)

実施していない	58.2%
町会や自治会などのに参加	18.0%
定期的実施	8.9%
不定期だが実施	8.5%
今後実施する	7.1%
その他	2.5%
無回答	1.1%

(3) 積極的な事前の対策 (図表3 参照)

「災害を意識した行動」では「什器備品や機器・設備などの転倒防止を施した」など、積極策を講じた企業は1割前後にすぎない。ここでは「建物の耐震診断を行った」の4%未満に注目したい。事前の対策(攻撃)が最大の防御策であることは言うまでもなく、この数値が50%以上になるような行政による支援・指導が期待される。補助金を含む積極的な支援・指導によって、攻撃戦略を容易に講じられるようにして頂きたい。

図表3 災害を意識した行動 (MA)

避難訓練を実施した	12.6%
什器備品などの転倒防止を施した	11.4%
機器・設備などの転倒防止を施した	9.5%
従業員間の災害時ネットワークを作った	6.6%
災害時マニュアルを作成した	5.3%
専門家による建物の耐震診断を受けた	3.8%
地域住民との打合せを行った	3.8%
取引先との連絡網を強化した	2.5%
建物や構築物の耐震補強工事を行った	2.2%
その他	2.9%
特になし	65.2%
無回答	2.5%

4. 提言 防災対策に関する行政への要望

(図表4 参照)

被災時には中小企業の多くが撤退するものと危惧されているが、その理由は「資金の枯渇」である。したがって、ここでは数値的には低い、「復旧支援のための緊急融資制度の創設」を重視したい。そして、被災後の資金的なバックアップだけではなく、災害発生前に「被災事前対策相談窓口」を開設し、「建物の耐震改修支援」など積極策を含む「防災対応促進融資制度」を確立して頂きたい。

図表4 災害時の事業継続のための対策 (MA)

電子データのバックアップ体制	30.8%
災害に対する保険加入	27.8%
商品在庫、現金、重要書類の防犯対策	9.1%
事業所・生産拠点の分散	6.2%
商品・在庫の保管場所の分散	6.0%
紙媒体データ・書類の耐火・耐震施設での保管	4.2%
取引先との応援・協力体制	2.4%
操業再開の基本行動計画の整備	2.2%
その他	1.1%
特にしていない	46.0%
無回答	2.0%

5. まとめ

以上、行政への要望を簡単にまとめたが、その実行に関しては診断士の積極的な参画意欲が必要であることは言を待たない。

ごみ減量での環境対応

— 地球環境問題への対応と、地域の共生意識を高める —

三多摩支会
金 順玉

1. 環境対応とごみ減量の必要性

(1) 環境問題に対する社会的対応

現在ほど企業理念や社会対応が求められている時代はない。また、その中で環境対応が大きくクローズアップされている。

環境対応と一口に言っても、温暖化対策からごみ問題まで多様な広がりを見せている。そのなかで、中小企業でも取り組みやすく、社会に寄与しイメージの向上も図れるのが「ごみ減量」である。

(2) ごみ処分場の限界

毎日毎日排出される「ごみ」であるが、その「ごみ処理」の最終処分場が、後何年くらいもつのか、その限界を知っている人はどれくらいいるのだろうか。

環境省のデータによると、全国平均の一般廃棄物のごみ処分場の残余年数は13.2年（平成16年度末：平成18年7月発表）であり、ここ数年横ばいが続いている。

産業廃棄物処分場の残余年数は、全国平均で約6.5年、首都圏においては2.3年と大変厳しい状況になっている。（平成16年4月1日現在）

一般廃棄物も産業廃棄物も、ごみ処分場の残余年数は少ない上に新設にはさまざまな制約があるため、ごみ減量につとめごみ処分場の寿命を延ばすことが急務になっている。

2. アンケートからみたごみ減量対応

むさし府中商工会議所の17年度事業である「府中市商工業における防災対策・ごみ減量対策の実態調

査」から、ごみ減量対策の一部を紹介し、今後どのようなことに力を注いでいけばよいのかを考えてみる。

(1) ごみ減量の実現方法

事業者がごみ減量を進めていく上においては、自社内での取り組みと、自社以外の関係者を取り込んだ取り組みがある。

① 自社内での取り組み

図表1は、自社内でどう取り組んでいるかに対する回答であるが、「ごみの分別やりサイクル」「リユース」にあたる取り組みが一番多いことがわかる。また、かなり多様な取り組みをしていることもみてとれる。

図表1 自社（店）でのごみ減量の実践（MA）

項目	比率(%)
仕入時の余分な容器・包装・梱包の引取り	32.8
什器・備品は極力修繕し長期間使用する	42.7
コピー用紙等資源の使用を減らした減量	43.4
使えるものはできるだけ繰り返し使う	66.5
ごみの分別の徹底とリサイクルの推進	61.9
紙や事務用品などの極力再生品の利用	33.7
業種柄ごみがでない	5.4
その他	2.0
特にしていない	6.3

② 取引先・消費者へのごみ減量の実践

しかし、自社の関係者を巻き込んだ取り組みになると、急にトーンダウンする。

図表2にあるように、複数回答であるにもかかわらず、「特に何もしていない」という回答が一番多く、実施している取り組みで一番多かったのも「包装・梱包の簡素化、レジ袋の削減」の19.4%であった。

「買い物袋の削減」は、小売業者の大きな関心を呼び真っ先に取り組むべき課題でもある。しかし、このように関心の高い課題であっても、関係者を巻き込んだ取り組みが少ないという現状がある。

図表2 取引先・消費者へのごみ減量の実践 (MA)

項目	比率 (%)
寿命の長い製品の製造や販売	13.9
製造、販売した製品の部品交換・修理体制	14.3
詰め替え可能な製品の製造・流通・販売	9.3
包装・梱包の簡素化、レジ袋の削減	19.4
繰り返し使える通い箱、コンテナなどの使用	12.8
販売商品から発生する資源ごみの回収	15.7
業種柄ごみがでない	16.3
その他	2.6
特にしていない	31.5
無回答	5.0

③ ごみ減量の限界

以上のことから、ごみ減量は自社単独での取り組みでは限界があることがわかる。商品の仕入先、販売先、消費者、地域など自社を取り巻くすべての関係者の協力があって初めて実現するものである。

3. ごみ減量の考え方

では、関係者を取り込んでごみ減量を進めていくには、どのような対応が必要なのだろうか。

(1) 3R

ごみ減量で欠かせない考え方が「3R」である。これは、リデュース (Reduce)、リユース (Reuse)、リサイクル (Recycle)、の頭文字をとり、3つの「R」として「3R」としている。

また、環境に優しい取り組みの順番としては、1. リデュース、2. リユース、3. リサイクル、の順番である。したがって、ごみ減量の効果を最大限にするためには「リデュース」にとりくむことが不可欠である。「リデュース」は、「減らす、節約して使う」という意味で、買い物袋でいえば、レジ袋を2回に一回は断り、「使用後はごみになるレジ袋を減らす」ということになる。また、製品などの省資源化、長寿命化などを通じて廃棄物としての排出を抑制することもリデュースになる。

(2) リデュース (Reduce) の具体例

具体的には、製造業において寿命の長い製品を開

発し製造することやメンテナンスを重要視し、製品の寿命を延ばす修理などに力を注ぐことなどである。

さらに、製品販売の窓口である小売業も、「修理の窓口」を充実させ、修理を受け付ける体制を整えることもリデュースにつながる。

また、台所洗剤やシャンプーなどを、詰め替え用品を多く開発し製造・流通することも「リデュース」になる。消費者が、その詰め替え容器の商品を買うことで、ごみを「減らす」ことができる。

(3) 関係者を巻き込んだ対応

商品開発や消費時にごみを減らすことが重要であるが、最終ユーザーである消費者の協力もあってはじめてごみ減量が可能になる。いくら企業が修理に力を注ぎ、小売店も修理窓口を充実させても、消費者が「修理」を依頼しなければ成立しないし、詰め替え用品を用意してもそれを購入しなければ成立しない。また、昨今話題になっているレジ袋の減量も、消費者の協力が欠かせない。

さらに、ごみ減量のためのアイデアを消費者がどれだけ多く持っても、それを商工業者に伝えなければ、消費者を巻き込んだごみ減量は実現しない。

4. 提言

以上のごみ減量は、商工業者・消費者など関係者全員の協力のもとでの対応が重要である。しかし、現実にはなかなか意思疎通が図れない状態にある。そこで、行政が中心となり、商工業者や消費者とのパイプ役となり、川上から川下まで一貫したごみ減量対策を進めることを提言する。

具体的には、商工業者と消費者とのワークショップ、セミナー、イベント開催などの啓蒙活動を実施する。また今回のように実態調査をすることで、客観的な現状を把握し、利害関係者が共通認識を持つことを促進することも効果的と思われる。