



Title	海岸清掃に関するパートナーシップ
Author(s)	敷田, 麻実
Citation	海岸, 44(1), 9-13
Issue Date	2004-06-28
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/34859
Type	journal article
File Information	1350.pdf



海岸清掃に関するパートナーシップ



金沢工業大学

情報フロンティア学部情報マネジメント学科

教授 敷田 麻実

JEAN（クリーンアップ全国事務局）の昨年の秋のキャンペーンでは、全国で50万個以上の海岸ごみが回収された。漁業関係者や地域独自の清掃活動も含めれば、その量はさらに多くなるだろう。今さらながら、海岸ごみはこんなにあるのかと驚かされる。

しかし、だからといって海岸がごみであふれていることを強調し、今以上に海岸を「きれいに」しようという主張は、もはや説得力を失いつつある。とりあえず目の前にある海岸ごみを片づけたところで、すぐにまたごみで海岸が埋

め尽くされることは、誰もが知る事実になってきたからだ。単純に海岸の美化だけが目的の清掃は、もう十分なのではないだろうか。

もちろん今まで続けられてきた海岸清掃に意味がないと述べているのではない。むしろ清掃しなければ、海岸は汚れたままで、多くのビジターを失望させたに違いない。たとえ一時期でも、ごみのない「望ましい状態」の海岸が手に入ったのは、海岸ごみ清掃に熱心に取り組んできたJEANはじめ、海岸清掃にかかわっている関係者の努力と熱意によることは明らかだ。しかし、こうした一定の成果が上がっている現在、海岸清掃は初期の段階を過ぎて、次のステップに踏み込んだと考えていいのではないか。そのステップとは、海岸清掃を単に「海岸の美化」に終わらせずに、海岸景観なども含めて海岸の価値をより高めることができるスタイルへの移行だ。それに伴って、今までより広い範囲の関係者や仲間に「参加」してもらうことになるだろう。

さて、新たなデザインを考えるにあたって、いくつか考えなければいけないことがある。まず、なぜ参加型の活動として海岸清掃が必要とされるのかという点、次に海岸清掃における



パートナーシップの問題、さらには関係者の役割の問題だ。そして最後に、グループや団体で進めることが多い海岸清掃活動への参加をいかに広げるかという課題がある。それでは、以上の点に関して議論を進めよう。

1. 海岸清掃は何のために

内閣府が2001年に行った海辺ニーズ調査では、約4割の回答者が過去1年間に「一度も海岸へ行っていない」と答えている。また国内の海岸線は、ほぼ5割が人工構造物のある人工海岸になっているが、それに対する強い反対もなく、むしろ人工ビーチの造成を歓迎したりする風潮さえある。漁業者や沿岸域住民をのぞけば、日常生活の中で海岸を身近に感ずる人は意外と少ないのではないかな。

私たちがこうも海岸に対する関心を失ってきた理由として、毎日のように渡る河川と違い、日常生活圏内に海岸があまりないということがまずあげられる。また身近に感じていた海岸も、国や自治体がしっかり管理しているおかげで、「自分たちのもの」から「人のもの」という意識になってしまった。そして私たちは、海水浴で利用したり、ドライブしたりするレクリエーションの場所として海岸を使うユーザー（利用者）になってしまっている。人のものを使うユーザーでは、いつまでたっても「当事者意識」は生まれず、高い意識を持てと言うことの方に無理がある。

このような状況を変えるには、海岸と私たちのかかわりを増やし、その関係を再構築するしかないが、日常生活の中で、海とかかわる機会を作ることは意外に難しい。その点で専門家や管理者ではなくとも参加でき、ごみを片づけるという目に見える活動である海岸清掃は、海岸とかかわる機会を増やす活動として優れている。実際、海岸清掃は海岸をきれいにするための活動ではなく、それを通して今まで付き合いのなかったグループや個人とのさまざまな付き合いが生まれたり、海岸へ行く機会が増えたりする効果がある。海岸清掃活動で海岸がき

れいになることもあるが、むしろ今までの海岸との付き合い方を見直し、かかわりを増やすことで、私たちが当事者意識を持つことを誘発する優れた機会だと考えられる。

もちろんすべての海岸清掃参加者に、高い意識の「当事者」であることを求めるのではない。忙しい現代生活の中で全員が当事者になることの方が、むしろ非現実的であろう。だから、海岸清掃は海岸にかかわりたい人のための、海岸とのかかわり方の練習の機会と認識する方がよい。

一方、管理する側の国や自治体も、今まで経験のない海岸ごみ問題の解決や海岸清掃という分野では、自らですべて解決可能だという自負を捨て、柔軟に協力を求めることが必要ではないか。確かに「防護面」での海岸管理は優れていたかもしれないが、レクリエーション利用を前提とした管理や環境への配慮は、十分な経験や知見に恵まれた分野ではない。むしろ在野のNPOやボランティアなどの市民が豊富な知識や経験を持っている分野だ。そこで、海岸清掃を新たな管理の手法や哲学を学ぶ機会と捉え、片意地を張らずに彼らの持つノウハウを受け入れてみてはどうか。

2. パートナーシップの意味

海岸の管理者である省庁や自治体と海岸清掃にかかわるNPOやボランティアとの間では、すでにさまざまなパートナーシップが生まれている。しかし一言で「パートナーシップ」が大切と言っても、パートナーとなる関係者間でその意味が共有されていなければ、同床異



夢、トラブルと失望の源泉になりかねない。

仲良くするだけの初歩的なものから、共同事務所の経営のようなタイトなものまで、パートナーシップという言葉が指す範囲は幅広いが、海岸清掃の場合には、海岸ごみ問題の解決を相互の共通利益として、お互いが得意な分野で協働することが基本だと思う。その際の相互の共通利益とは、管理上望ましい海岸の状態を実現できること、ごみが無い海岸を利用する機会を得られること、海岸に目を向ける機会を作り出せることなどがあげられる。そして得意分野とは、管理者側ならば長年の管理で培われた海岸についての管理の知識や行政としての機動力であろうし、NPOやボランティアの場合には、多くの人をかかわらせることができることや、一律でないサービス提供ができる柔軟さをあげることができる。

また、その際にはパートナーシップによって、①海岸清掃の社会的コストを下げられるか、②それぞれのパートナーの得意な分野が生かせるか、③パートナー同士の関係がさらに充実するか、が真剣に検討されなければならない。特に3番目のパートナー同士の関係の強化は重要だ。海岸管理者である国や自治体とNPOやボランティアの信頼関係が強まらなければ、海岸清掃という当面の目的を果たすことはできても、海岸に関するほかの問題の解決には至らない。実は、海岸景観や海岸へのアクセスの回復など、海岸にまつわる問題は多くあり、海岸ごみ問題以外にも協働で解決することが求められている課題は多い。海岸清掃を通し



てパートナーシップが生み出せるならば、このような問題の解決は大きく前進するに違いない。逆に、こうした検討がなされないまま、きれいな海岸を手に入れるために、「とりあえず仲良くしてやってみよう」ということであれば、うまくいっても、海岸清掃でしばらくの間だけ海岸がきれいになるにすぎない。

ところで筆者も、海岸清掃に関連した調査で県やNPOとパートナーシップを試みてきたが、必ずしもうまくいったとは言えない。それは、上記のような点に関してしっかりと詰めなかったことに原因があるように思う。とりあえず連携して、海岸清掃に関することをやってみようという発想だったと反省することが多い。このようなケースから得られる教訓は、安易に「握手」する前に、前述したような点、特に自分たちの役割(NPOでは、それは通常「ミッション」と呼ばれている)を見直さなければいけないということだ。

では、お互いがどのような立場や役割でパートナーシップに参加すればいいのだろうか。またどのように関係を充実させてゆけばいいのだろうか。それを考えてみたい。

3. 参加とそれぞれの役割

海岸の管理者である国や自治体は、海岸にごみがあふれていても、国土保全機能が十分ならば、「少々のごみは問題ないだろう」という立場をとっていた。これは言い換えれば、海岸を特定の「機能」だけで評価してしまい、海岸にはさまざまな価値があり、それを多様な人々が享受することを望んでいるということを意識していなかったことの表れだろう。

しかし今日では海岸法が改正され、環境を「管理の対象」として認識するようになった。そこで海岸管理者は、この分野での経験や知見は少ないことを自覚し、海岸清掃への参加を通してノウハウを持つNPOやボランティアと付き合い、そこで実践しながら学ぶことが重要だ。

もちろんその際には、国や自治体の管理の「常識」にそぐわないことも出てくるだろう。今

までしてこなかったことを試みるのだから、失敗することもあるだろう。しかしそこは管理者の「度量」で、慣れるまでの試行錯誤だと許容して欲しい。そして大切なことは、その失敗から学び、付き合い方のルールを生み出すことだ。そのルールこそが、海岸清掃のパートナーシップを維持するカギとなる。

一方、NPOやボランティアも海岸清掃だけが役割と思わずに、清掃した海岸をどう使うとか、どうすれば望ましい状態に海岸を維持できるかなど、管理者の立場に立って、当事者として考えてはどうか。それは海岸美化という海岸清掃の当面の目的から、より高いレベルのかかわりに移行することにつながる。管理者である国や自治体にノウハウ学習の機会を与えるだけがNPOやボランティア役割ではなく、参加を通して海岸の管理のしくみが学べることも多い。

また、単に参加すればいいのではなく、参加の方法や参加に至るプロセスが問題にされなければならない。海岸ごみを回収するために多くの市民を動員する「非自律的な」参加ではなく、少なくとも状況を理解し、義務ではなく、意志を持って海岸清掃にかかわってもらってはどうか。そのような当事者意識が、参加を通して学ぶ機会を生み出すだろう。

4. 参加プロセスと優れた協働のモデル

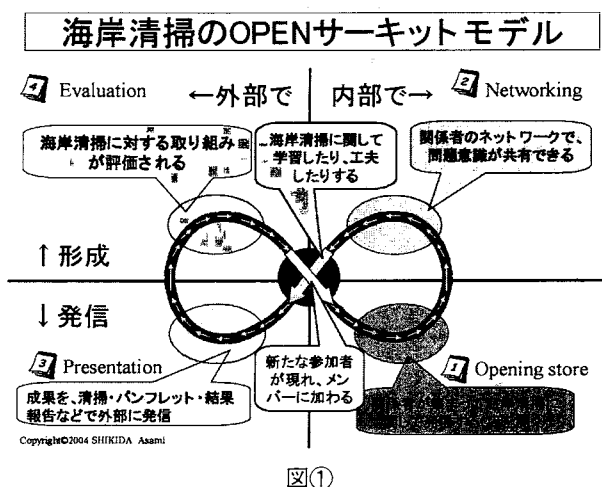
海岸清掃は個人でという例もあるが、一般的には仲間を募り大勢でかかわることの多い活動である。さらにパートナーシップということになれば、自分とは考え方や方法論の異なるグループや個人との協働（最近では「コラボレーション」といわれることも多い）作業を前提にしなければならないだろう。それは今まで比較的同質な集団の中で進めてきた活動とは異なるプロセスになるはずだ。だから負担が増えて困るというのではなく、むしろ、異なる知識や考え方が融合して新たな活動や成果が生まれることを積極的に考えてみてはどうか。

では異質なグループ同士の協働をどのように

広げていったらいいのだろう。そこで、筆者らが提唱する「サーキットモデル」を利用して考えてみたい。このモデルは、複数の「異質な他者」がかかわることによって、新たな成果が創られてゆく、そしてその成果を見て新たな賛同者が現れるというプロセスを描いている。そのためパートナーシップ型の海岸清掃のようなケースには当てはめられることができると思う。

モデルは、「店を開く（Opening store）」、「ネットワークの形成（Networking）」、「成果の発信（Presentation）」、「評価の形成（Evaluation）」の4つのフェーズと、「学習」のコアというプロセスで構成されている（図①）。

そのプロセスを簡単に解説すると、モデルは「店を開く」からスタートする（図の右下のフェーズ①）。店を開くとは、いろいろな意見を持つ個人やグループ（行政もその一つ）が、海岸ごみ問題に関してコミットメントし始めることを示している。このような複数の「店（知識）」が開くと、海岸ごみ問題に関してのネットワークを形成することができるだろう（フェーズ②）。そうすると、ごみ問題に関する意識や得意分野が開いた店（メンバー）間で共有できる。それを組み合わせることで（「学習コア」）、海岸ごみ問題解決のための新たな提案ができる。それを外部（今はかかわっていない他者）に見える成果、すなわち「形」に変換して発信することで、外部からも活動が見えるようになる



(フェーズ③)。これは、呼びかけのパンフレット・ポスター、清掃の結果報告書、マスコミによる報道など、誰でも理解可能な目に見える「成果」だ。その結果、海岸清掃の関係者以外から評価が可能になる(フェーズ④)。海岸清掃のコンセプトに賛同できると考えれば、彼らは新たな参加者として海岸清掃に加わるだろう。そして新たな外部者を加え、一段高い次のサイクルに入る(一段高いレベルのフェーズ①に戻る)。

このサーキットモデルから、①異なる考え方を持つ者を「よそ者」として排除しない、②よそ者を含めた関係者のネットワークから何かを生みだし、それを外部に具体的な形で示す、③清掃だけを目的とせず、モデルの各プロセスを充実させる、つまりネットワークや新たな仲間の登場などを重視する、④仲間内の活動だと思わずに、次に誰かを参加させる工夫を考える、⑤ネットワーキング(仲良くする活動)と成果創造(何かを決める活動)のバランスをとる、ことが重要だということが示唆される。

このモデルに関しては、「そう簡単にうまくいくものか」、「いやそんなことは当たり前だ」という意見もあるだろうが、それに対しては、サーキットモデルのプロセスがうまくいっている、鳴き砂海岸の保全や改正海岸法による市町村での海岸管理で有名な京都府網野町(現在の京丹後市)の琴引浜の事例をあげておきたい。筆者らが詳

しい報告をしているが、さまざまな「よそ者」が、琴引浜の鳴り砂を守る会を中心とした地元関係者と協働して、鳴き砂保全に関する「成果」を生みだし、それを見た新たなよそ者が参加してくるという理想的なサーキットモデルが、琴引浜で回転している。ぜひ参考にして頂きたい。

海岸清掃では、ともすれば終わりが見えない「清掃」に負担を感じてしまうことがある。また海岸管理者も、どこから手をつけたらいいのかわからない、またとりあえず清掃したがそれだけでいいのかなど、悩みはつきないだろう。しかし、こうした隘路に入ることは、海岸とそこにかかわる関係者にとって決してプラスではない。そこで、仲間同士で内向きになりがちな、また海岸管理関係者だけで固まりがちな海岸清掃を、サーキットモデルで外に開こう。そして、さまざまな考え方を持つ関係者のネットワークから具体的な成果を生み出すことで外部に訴えかけて、新たなメンバーの参加を促せばどうだろうか。

最後にもう一度強調したいのは、逆説的だが、清掃だけが海岸清掃の目的になってはいけないということだ。むしろ、海岸清掃を通して海岸の管理の仕組みや関係者を知り、そこから新たな提案や新しい管理のスタイルを生み出してこそ、海岸清掃は優れた活動になり得る。海岸清掃は、海岸にかかわることでネットワークをつくり出し、そこから新たな海岸の管理を創り出すためのステップであり、創造プロセスの実践ととらえたい。海岸清掃に参加している関係者のみなさんはその当事者だ。海岸ごみ問題を超えて、新たな海岸管理スタイル創造の海を見よう。

サーキットモデルに関する情報や琴引浜などでの参考事例、関連する文献は筆者のHPで閲覧可能です

<http://www.geocities.jp/yumebouken2000/index.htm>

および

<http://www.kanazawa-it.ac.jp/shikida/>

