

「企業等と連携した効率的な海岸管理方策ガイドライン」(案)

～ 海岸清掃の充実による良好な海岸環境をめざして～

1 基本的考え方

1 - 1 目的

本取組は、海岸における広告活動等を許可することにより企業等の民間活力を積極的に導入し、海岸清掃をさらに充実させ、良好な海岸環境の維持に寄与することを目的とする。

1 - 2 位置づけ

海岸においては、安全・防災面、環境面、利用面等から、様々な問題が生じている。今回はその中でも、現在すでに地域住民等をはじめとした多様な人々が取り組んでいる海岸ごみ問題を取り上げ、企業等との連携による海岸清掃の充実方策を検討したものである。(次頁参照。)

海岸ごみ対策には、発生後の処理対策である海岸清掃の充実と、発生源対策という大きな2つの柱がある。本取組は、発生後対策としての海岸管理者等による清掃強化やアダプト制度の普及・拡大、各種発生源対策等を組み合わせながら海岸ごみの減少を図っていく中で、アダプト制度の拡大版として位置づけられるものである。

また、本取組に参画する民間企業等に対しては、社会貢献活動の一環としての参画を促進することが重要である。

なお、本取組は全ての海岸において導入しようというものでなく、地域の意向や海岸特性等に応じて、適宜実施されるべきものである。

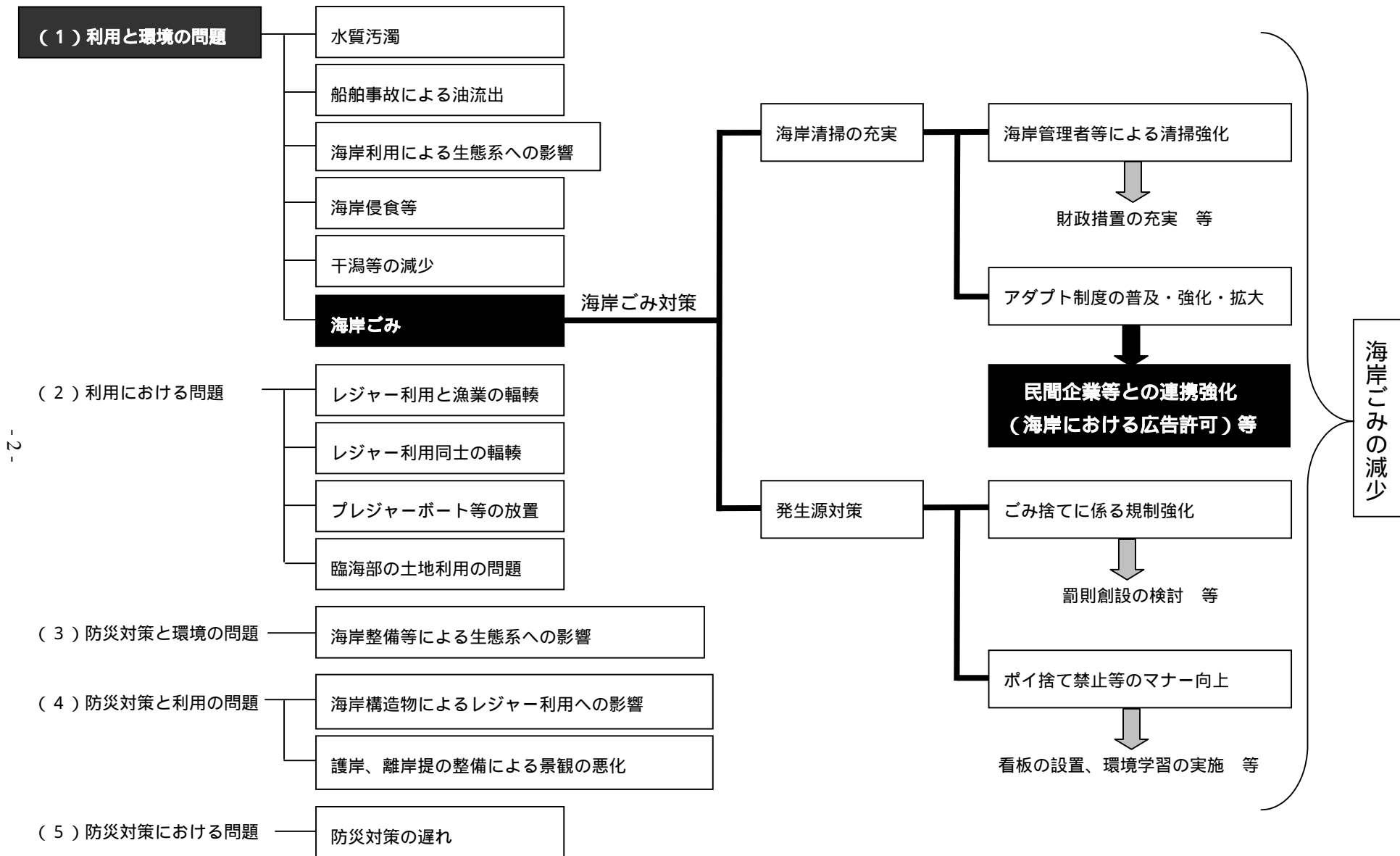


図1 海岸にかかる諸問題と海岸ごみ対策の全体像及び本取組の位置づけ

資料：沿岸域総合管理研究会提言（平成15年3月）

1 - 3 導入の視点と効果

海岸清掃については、地域住民や NPO 等市民団体をはじめとした各種ボランティアによる清掃活動が拡がりを見せている一方、それらの活動を支援・促進する目的で、県や市町村によるアダプト制度の導入も進んできている。このように、地域住民や利用者等の取組と、行政の取組の双方が充実してきている状況を受け、アダプト制度の拡大版として本取組を導入するにあたっては、以下の視点を基本とする。

企業等民間活力の導入による海岸清掃のさらなる充実
海岸空間の有効活用ならびに新しい利活用可能性の発掘
県・市町村・地域住民等海岸関係者のさらなる連携強化

特に、海岸管理においては、行政、企業、地域住民、NPO 等市民団体等の多様な主体による参加と連携が重要であり、本取組の導入により上記の視点を実現するだけでも十分な成果があると考えられるが、各主体においても以下のような効果が期待できる。

海岸管理者・市町村

財政上の負担増加を伴わず、海岸環境を向上できる。

平成 11 年の海岸法の一部改正に伴い、従来の法目的である「防護」に「環境」と「利用」の視点が加えられるとともに、各県が海岸保全基本計画を策定することとなり、さらに市町村による日常的な海岸管理も可能となった。このような状況を受け、本取組は、各県や市町村が地域特性に応じた海岸管理を主体的に実施していく上で、財政面での一助となり得るものである。

民間企業等

新たな手法による広告活動とともに、社会貢献活動としての企業イメージを向上できる。

地域住民・海岸利用者

ごみのない良好な海岸を利用できる。

1 - 4 実施内容

(1) 実施上の役割分担

本取組における主な主体の役割として考えられる実施内容を以下に示す。

民間企業等

- ・ 一定回数の海岸清掃の実施
(業者委託による清掃、社員による清掃等)
- ・ 他の海岸清掃団体への支援
(金銭的支援、物的支援)
- ・ 広告活動の実施
(海水浴場等の海岸の一部区域に対するネーミングライツ、看板設置、イベント実施等)

都道府県(海岸管理者)

- ・ 海岸管理者としての看板設置
- ・ 屋外広告物条例等に基づく広告内容の検証
- ・ イベント実施等にかかる占用許可
- ・ 広報活動
(本取組にかかるプレス発表、海岸清掃実施案内等)
- ・ 海岸清掃と広告活動の監視・評価(主として広告活動)

市町村

- ・ 案内看板等の書き換え(ネーミングライツの場合)
- ・ ごみの回収・無料処理
- ・ 広報活動
(本取組にかかるプレス発表、海岸清掃実施案内等)
- ・ 海岸清掃と広告活動の監視・評価(主として海岸清掃)

(2) 具体施策のメニュー例 (【 】は実施主体を表す。)

ネーミングライツ

- ・海水浴場の名称を変更する。これに伴い案内看板等を書き換える。【市町村】
- ・プレスやテレビCM等のマスメディアでネーミングライツの実施を発表する。
【県・市町村】(「 県に ビーチ誕生」などの広報。)

看板広告

- ・企業名や商品広告等を主目的とした看板を当該海岸に設置する。【海岸管理者】

各種イベントの主催

- ・企業主催による商品販促のイベントを当該海岸で開催する。【企業等】
- ・企業の新商品等に対して当該海岸でモニター調査等を実施する。【企業等】

ビーチスタンプ

- ・ビーチスタンプにより企業名や商品名等の広告や環境美化啓発を行う。
【企業等】
- ・プレスや都道府県広報等でビーチスタンプの実施を発表する。【県・市町村】

自社名入りの海岸清掃機械の作製とそれを利用した海岸清掃

- ・企業が自社名入りのビーチクリーナーを作製し、その機械を使用した海岸清掃活動には当該企業名を付けてアピールする。【企業等、機械使用するその他海岸清掃実施団体】

地元観光協会、市民団体等とのイベント共催

- ・参画企業と地元の観光協会、商店街、市民団体等が共催で、海岸清掃と海岸での祭りをセットにしたイベントを開催する。海岸清掃の参加者には祭りでの特典を付与し、祭りの共催者として企業名をアピールする。【企業等、地域関係者】

海岸清掃(人力)を通じた地域通貨の発行

- ・参画企業が地元企業の場合、住民等の幅広い人々を巻き込んだ海岸の人力清掃を実施し、参加者に対して商店街の利用券や地域通貨を発行する。これにより、参画企業を含めた地元経済を活性化させる。【企業等、地域関係者】

アダプト看板への企業名の明記(環境美化啓発看板に企業名が入る程度)

- ・「この海岸は 会社が海岸清掃を行っています」という趣旨のアダプト看板を設置する。【海岸管理者】

海岸清掃市民団体等に対する支援(企業によるボランティア保険加入)

- ・地域住民や市民団体等の海岸清掃主体に対し、企業がボランティア保険加入費用を負担する。【企業等】

海岸清掃用具の頒布

- ・地域住民や市民団体等の海岸清掃主体に対し、企業が自社名入りごみ袋や軍手等の海岸清掃用具を頒布する。【企業等】

(3) 企業等の活動内容の決定方法

一口に民間企業と言っても、本取組に対する意識やニーズ、参画意欲や目的は様々であり、各企業の参画目的等に応じて、海岸清掃の規模や手法、広告内容等は、大きく異なることが予想される。

また、全国各地の海岸は、それぞれ固有の特徴を有しており、イベント等が頻繁に開催され、集客力の大きい全国的に有名な海岸もあれば、地元住民が主な利用者であるような、地域に根差した小規模な海岸も多数存在しており、海岸管理者である都道府県や地元市町村、地域住民等の意向も地域によって異なることが予想される。

さらに、地域関係者は、企業等の関わり方や広告内容等が明らかでない段階においては、本取組に対する認識も高くないことが考えられ、十分な説明や意見聴取等を行わずに本取組を導入した場合、その円滑な実施に支障が出ることも懸念される。

以上のような企業のニーズ、各地の海岸特性、地域住民の意識等を踏まえると、本取組の円滑な実施を図るためには、以下のような手順で広告活動内容を検討し・決定していく必要があると考えられる。

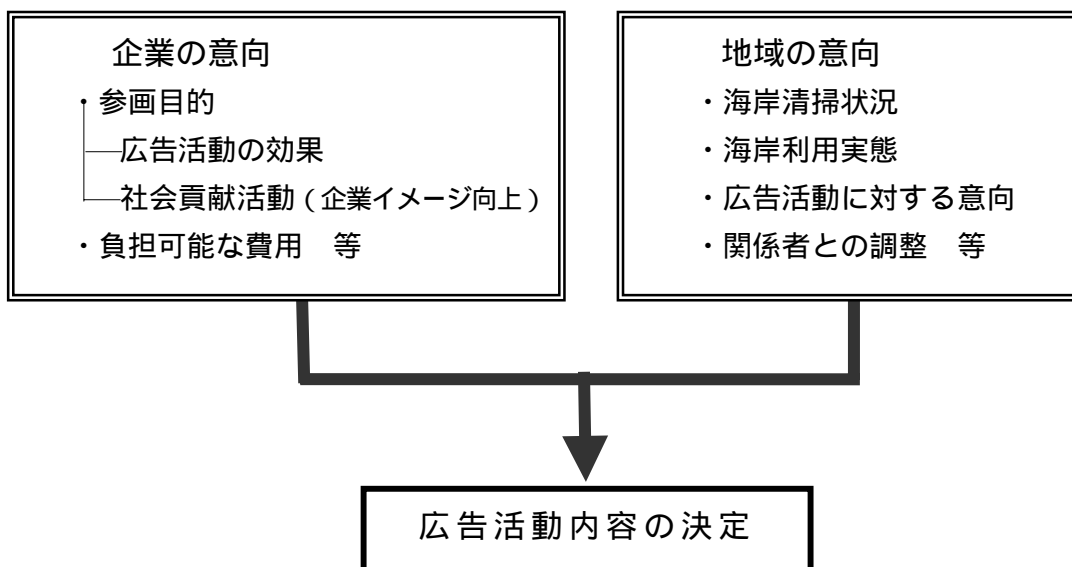


図2 広告活動内容の決定にかかる考え方

2 本取組の留意点

本取組の実施にあたっては、以下の点に留意する必要がある。

(1) 広告活動等許可内容の検討

- ・ 海岸は自然公物であり、かつ公共海岸については自由使用が原則であるため、本取組に参画して海岸環境美化活動を行う企業等による広告活動等が、地域の海岸関係者をはじめとした一般の人々の自由な使用を妨げないよう留意すること。
- ・ 本取組に参画した企業等による海岸の占用申請内容が、海岸環境美化活動に直接関係する行為である場合、例えば、清掃機械や回収したごみの海岸への一時的な仮置き等については、当該行為が海岸環境美化活動の範囲内であることを適切に確認した上で、その目的を十分に考慮して審査すること。その際、海岸管理者は、地域の海岸関係者等の理解を得るよう、十分な説明や協議等を行うこと。
- ・ 海岸管理は海岸法に基づき実施しているが、本取組に参画して海岸環境美化活動を行う企業等に対し、海岸における広告活動等を許可する場合には、屋外広告物条例等との関係も考慮すること。
- ・ 本取組による企業メリット（従来との違い）を明確化すること。

(2) 多様な関係者の合意形成

- ・ 各海岸における企業等との連携強化にあたっては、海岸管理者及び地元市町村が連携・協働し、海岸清掃を実施しているNPO等市民団体や地元住民等、当該海岸に係る多様な関係者の十分な合意を図るよう努めること。
- ・ 本取組の円滑かつ継続的な実施を目指し、必要に応じて海岸管理者、地元市町村が中心となり、多様な関係者の参画した協議の場を構築すること。ただし、協議の場の必要性も含めた形態・内容・性格等については、地域の自主性に委ねる。

(3) 制度設計の検討

- ・ 本取組の実施にあたり、海岸管理者及び地元市町村は、必要に応じて条例の改正・制定等も考慮すること。
- ・ 海岸管理者及び地元市町村は、本取組を迅速に実施できるよう、企業等が参画しやすい簡単な仕組み及びメリットについて検討すること。
- ・ 本取組の円滑かつ継続的な実施を目指し、必要に応じて参画企業等を適宜評価する仕組みについても検討すること。

(4) 積極的な情報公開の推進

- ・ 海岸管理者及び地元市町村は、企業等が社会貢献活動の意識を持って本取組に参画するよう、本取組の趣旨の周知徹底に努めること。
- ・ 海岸管理者及び地元市町村が十分に連携し、当該海岸の現状や課題、本取組の必要性・意義等について、多様な関係者へ積極的かつ広範に発信していくこと。
- ・ 海岸管理者及び地元市町村は、本取組における当該海岸の方向性を広く示し、地域に根差した海岸づくりを促進すること。

(5) 契約（協定）行為等における役割分担の明確化

- ・ 本取組の実施にあたっては、海岸管理者、地元市町村、参画する企業等の各主体の役割分担について十分に検討し、契約（協定）行為等において責任の所在を明確にすること。

3 実施手順

企業等との連携による海岸管理の実施手順は、以下に示すとおりである。

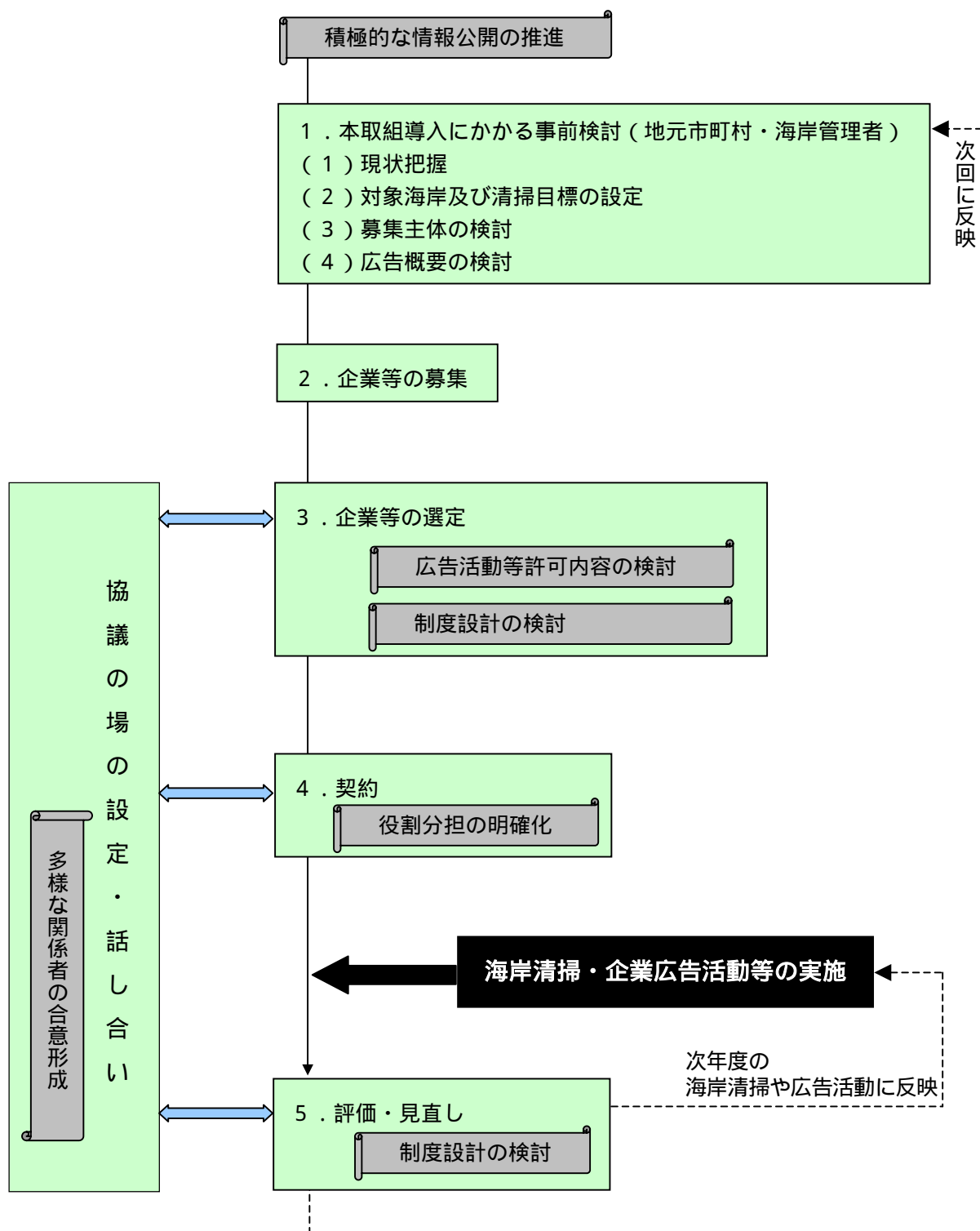


図3 企業等との連携による海岸管理の実施手順

(1) 本取組の導入にかかる事前検討

本取組の導入にあたり、海岸管理者である県と市町村は、以下(1) ~ (4) の項目について両者で協議し、大まかな方針を決定する。なお、海岸管理者が市町村である場合には、基本的には市町村が主体となり(1) ~ (4) の検討を行い、適宜、県と十分な連携を図る。また、海岸管理者である県は、基本的に海岸管理上の問題があるか否かを見極めることに重点を置き、市町村の意欲、意向を尊重する。

1) 現状把握

海岸管理者である県は、地元市町村と連携を図りつつ、各海岸におけるごみの状況や、地域住民、NPO等市民団体、地元観光協会等の多様な主体による海岸清掃活動状況等の現状を把握する。

海岸ごみ及び清掃状況の把握

海岸清掃の実施時期、実施主体、実施面積、ごみ回収量、参加人数等を把握する。(過去1 ~ 2年程度。)

海岸ごみの特性把握

海岸ごみの状況について、季節変動(台風通過後の状況)、発生要因、回収されたごみの組成(プラスチック、海草、流木等の割合)等を可能な限り把握する。

2) 導入対象海岸及び清掃目標の設定

導入対象海岸の設定

本取組の導入にあたっては、(1) の現状を踏まえ、海岸美化の強化が望まれる海岸区域(区間)を選定する。その際、当該海岸の地理的特性、社会的特性等を総合的に勘案し、同海岸が企業等の広告活動等にとって魅力のある場所であるか、十分検討する。また、設定にあたっては、地元市町村と連携し、当該海岸の清掃活動実績を有する各種団体や地域住民等の多様な関係者と十分な合意形成を図る。特に、対象海岸に海水浴場が開設されており、海の家等利害関係者が存在する場合には、県と地元市町村は本取組の導入にあたり十分な調整を行う。

清掃目標の設定

本取組の実施にあたり、県は当該海岸の望ましい清掃目標(清掃回数や清掃方法等)を設定する。その際、県はごみ処理主体である地元市町村と十分に調整し、地域住民等の意見にも配慮する。なお、海岸清掃直後の定量的な

環境目標の設定により、参画企業等の海岸清掃活動を評価することも考えられ、県は取組を進めていく中で、その可能性について長期的に検討していく。

3) 募集主体の検討

企業等募集主体は、基本的に海岸管理者及び地元市町村の2者とする。ただし、海岸管理者が市町村である場合には、市町村単独でもよいものとする。また、海岸管理者が国である場合には、国、県、市町村の3者協議により、募集主体を決定する。

なお、応募窓口や問い合わせ窓口は、無用な混乱を避けるためにも基本的には一本化することが望ましい。

4) 広告概要の検討

県及び市町村は、企業等募集段階で想定される広告内容等を洗い出し、海岸管理等の観点から、その許可内容をあらかじめ設定しておく。なお、検討にあたっては、海岸法及び屋外広告物条例等を十分に踏まえる。

(2) 企業等の募集

募集主体は、募集期間、募集対象、契約期間等の項目について十分に検討した上で、プレスリリース、TV、インターネット等可能な限りの媒体を通じて企業等を募集する。なお、募集にあたっては、効率的な情報発信を図るため、企業の参画意欲や動向等の把握に優れている広告会社等を活用することもあり得る。

(3) 企業等の選定

県と市町村は、企業等の選定にあたり、当該海岸（区域）に係る関係者の意見を聴取するとともに、本取組への理解を深め、円滑な実施を図る目的から、多様な主体と継続的に協議できる場（以降、協議体と呼ぶ）を設定することが望ましい。ただし、協議体の設置が困難な場合には、県と市町村が企業等を選定した後、当該海岸で清掃活動を実施しているNPO等市民団体や地域住民等の関係者に対する説明会を開催し、理解を得るものとする。

協議体の構成員は、県と地元市町村が十分に連携し、自らの責任と選択の下、行政機関、市民団体等NPO、観光関係団体、漁業者、地元住民等の当該海岸（区域）に係る多様な関係者の代表を構成員とする。これらの構成員は、できる限り公平かつ公正な方法で選出することが望ましいが、企業ニーズに迅速に対応する必要性等から、あらかじめ県あるいは市町村が委嘱することも考えられる。その際、協議は公開とし、傍聴も自由とするなど、開かれた会議運営に努める。

なお、協議体の必要性も含めた形態・内容・性格等については、地域の自主性に委ねるものとする。

企業等の選定にあたっては、応募企業等のこれまでの海岸環境美化活動実績、当該海岸で実施予定である海岸環境美化活動内容等に加え、各種広告活動内容等を総合的に判断する。特に、看板広告の場合には、当選した場合に設置しようとする看板デザイン等を、またネーミングライツの場合には、利用予定名称等について十分に検討する。また必要に応じて、協議主体は審査基準を設定する。

具体的な広告許可内容の検討にあたっては、当該海岸の歴史的特性、民間企業等に対するインセンティブ等を総合的に検討する。なお、企業等の選定後、広告内容について当該企業等から別途提案があった場合には、それについて県と市町村とが十分に協議して対応する。その際、県と市町村は、広告会社等が関与している場合には代理店等と、関与していない場合には直接応募企業等と、それぞれ広告内容について調整を行う。また県は、応募企業等の希望する広告内容について、海岸法及び屋外広告物条例や景観条例の観点から問題がないか、詳細に検討する。なお、県と市町村は、広告内容についても協議体あるいは地域住民等関係者の理解を得るよう、必要な説明を行う。

(4) 契約

企業等との契約にあたっては、海岸管理者及び地元市町村が連携しつつ、各主体の役割分担を明確にし、自らの責任に基づいて実施する。

契約者

契約者は基本的に、海岸管理者、地元市町村と、選定された企業等の3者とする。ただし、海岸管理者が市町村である場合には、基本的に市町村と企業等との2者契約とする。また、海岸管理者が国である場合には、基本的に国、市町村、企業等との3者契約とする。なお、選定された企業等が複数である場合には、海岸管理者、地元市町村と、複数企業等との契約とする。

契約項目

県は、アダプト事業の協定書等をもとに必要な契約項目を検討する。項目設定にあたっては、市町村とも十分な協議を行う。なお、本取組においては、企業の広告活動内容により契約内容が大きく異なると考えられるため、関連する知見を有する広告会社等を活用することもあり得る。

- ・実施期間(年 月 日 ~ 年 月 日)
- ・対象区間(延長 m)
- ・広告活動内容とそれに伴う義務
(活動許可内容とそれに伴う費用負担等)
- ・海岸清掃にかかる活動企業等の役割
(活動計画作成及び実績報告、活動計画に基づく清掃活動、
事故の通報等)
- ・海岸管理者の役割
(プレスリリース、各種資料での広報、看板設置等)
- ・地元市町村の役割
(回収された一般ごみの処理、各種資料での広報等)
- ・海岸管理者の権限
(やむを得ない場合における活動停止命令等)
- ・契約解除

【看板にかかる細目】

- ・看板設置後の維持管理について
- ・看板制作上の著作権について
- ・看板設置基準、大きさ、破損に伴う費用負担等

【ネーミングライツにかかる細目】

- ・海水浴場の名称変更が必要な場合における変更届出等(海水浴場開設者)
- ・名称変更に伴う経費(看板書き換え費用等)の負担等

(5) 見直し

本取組をより適切な形で継続していくため、海岸管理者である県と地元市町村が中心となり、多様な関係者と連携しつつ、実施内容全体について適宜検討・見直しを行う。県と市町村は、参画企業等の海岸清掃及び広告活動が適切に実施されているか、現場での検証結果を踏まえて審査し、協議体が設置されている場合には審査結果を報告し、了解を得る。協議体の設置がない場合には、広く地域住民等に審査結果を公開する。是正が必要とされる場合には、県または市町村が、企業等に対し具体的な指導・勧告を行う。

なお、協議体が評価・見直しを行うことも考えられる。

また、県と地元市町村は、当該企業等の海岸清掃及び各種広告活動の評価にあたり、必要に応じて地域住民や利用客に対するアンケート、関係者への意見聴取等を実施し、結果については広く一般に公開する。

表1 評価内容の一例(イメージ)

評価項目	管理者及び地元市町村	実施者	協議体
清掃計画			
地元調整			
企業広告の妥当性			
目標達成度			
アカウントビリティ			
支援体制			

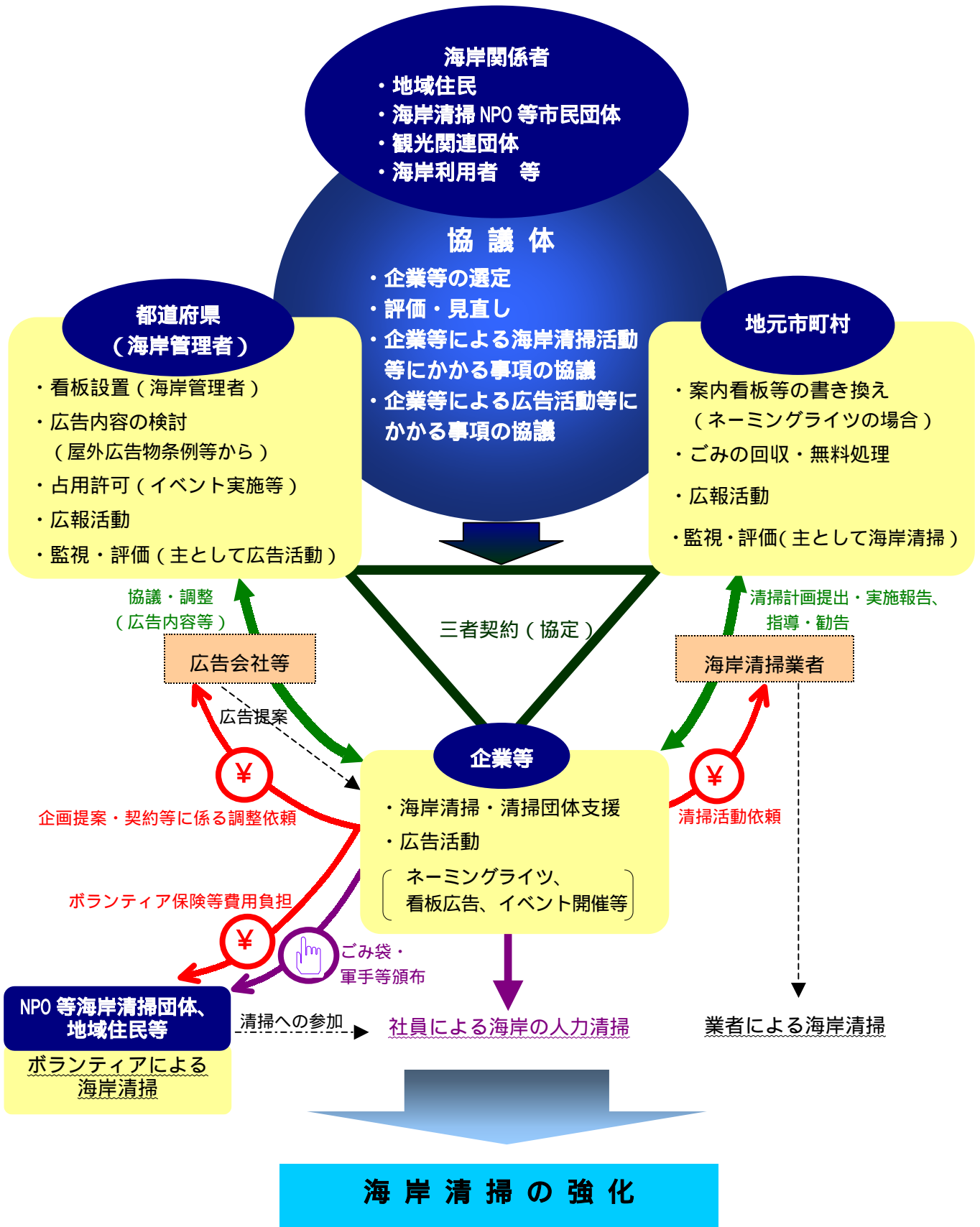


図 4 本取組における各主体の関係図 (イメージ)