

特定非営利活動法人 環境市民 中期目標

目標年度：2012 年
対象期間：2008 年～2012 年

以下は、2008 年度から 2012 年間の本会の活動及び団体運営の方針を示すものである。

5 年後に団体としてめざす姿

日本の NGO が、地球温暖化防止に関する、国の政策に影響を与える存在になり、政策転換を促している。環境市民は、その率先的な役割を担う NGO の一つとなっている。

上記は、これまでの活動で得た情報やネットワーク等を活用し、新たな戦略的パートナーシップを築きながら実現していく。

主な活動分野における 5 年後の目標

●エコシティーを創る

< 中期目標 >

持続可能な社会を地域から創る基盤を形成する

そのため、

- ・環境首都コンテストの成果を生かし、先進的な自治体と戦略的パートナー関係を構築する
- ・環境首都コンテスト全国ネットワーク等の NGO・市民とのネットワークの力を最大限に活かせる存在になっている

< 背景 >

本会はこれまで、複数の自治体との協働での環境基本計画、ローカルアジェンダ 21 の策定及び数多くの職員研修及び市民向けの講座、リーダー養成の企画実施を行ってきた。

また、環境首都コンテスト等の実施により、多くの自治体に切磋琢磨を促し、環境施策向上に効果を上げるとともに、環境に意欲の高い自治体と深い信頼関係を構築することができている。ただ、持続可能で豊かな社会への本格的な流れを創り出すための戦略的なパートナーシップ関係の構築には至っているとは言えない。このような状況下、自治体との戦略性をもったパートナーシップ事業の展開とともに「真の持続可能な地域社会モデル」を自治体・住民と協働で創りあげ、国内に「仕組み・制度」として定着させていくことをめざさなければならないと考えられる。

●経済をグリーンにする

<中期目標>

次のような社会状況を全国の NGO とのネットワーク及び先進的な企業等とのパートナーシップにより実現する。環境市民はそのなかで重要な役割を果たしていることを目指す。

- ・企業の SR を高めるための重要なパートナーとして、環境 NGO が強く認識されるようになっている。
- ・グリーン市場拡大のため、製品開発分野での環境 NGO と企業のパートナーシップが一般化している。
- ・グリーン市場拡大のため、環境 NGO と企業のパートナーシップが、グリーンコンシューマー養成の分野で実現している。
- ・炭素税導入が、環境 NGO と企業、自治体の協働により実現し、省エネ製品、創エネ製品が社会に浸透している。
- ・拡大生産者責任の徹底が、環境 NGO と企業の協働により実現し、リユースが当り前の社会に向け動きはじめている。

<背景>

環境市民は、「経済をグリーンにする」のサブミッションとして、「企業と社会が相互に変わりあえる関係をつくる」「グリーン購入を自治体・企業・学校に広める」の2つを掲げ、その実現のため、CSRやグリーン購入の推進普及に努めている。

環境対応をはじめ、企業のCSRに対する意識や行動はここ数年で大きく前進しているが、社会全体の温室効果ガスが増加の一途をたどるなど、必要とされる成果に結びついていない。また、率先してCSR成果を開示する企業が増えた一方、コンプライアンス（法令遵守）報告にとどまっているものも多く、市民が要求する情報との間にズレも見られる。この状況を改善し、ミッションとする「経済をグリーンにする」の実現に近づくには、事業者・企業だけの実践ではなく、環境 NGO など異セクター間との協働が、今まで以上に重要である。

●エコロジーな次世代を育成する

<中期目標>

- ・NGO とのネットワークや他セクターとのパートナーシップで、環境教育の新しいステージを築く。
- ・「環境」を考えることが、持続可能な社会づくりにつながるという視点をより明確に伝えられるようになる。

<背景>

本会は「環境教育」という言葉を、自然だけでなく人権や福祉、経済、文化といった分野とも関連し、持続可能な社会の実現のために必要な実践的教育という意味で使用してきた。一般的に理解されにくい状況であったが、同義の「ESD・持続可能な開発のための教育」という概念が登場したことで、本会が従来から目指した内容を伝えやすい状況がうまれている。この機を捉えて、環境に限らず、他の団体、分野にも働きかけながら、「環境教育」の幅を広げ、新しいプログラムの開発や学校や地域を巻き込んだ学習機会の創出を行う必要がある。

● 広報分野

< 中期目標 >

- ・環境市民からの情報発信が、社会から注目され社会を変える情報発信拠点となる
- ・社会を変える NGO の広報のモデルをつくる
 - 1) 独自媒体を工夫し（質、量、タイミングなど）、広報力を高める
 - 2) 環境市民からメディアに番組、特集企画を提案するなど、メディアのグリーン化を応援する

< 背景 >

環境市民の広報は「市民の発信で社会を変えよう」をスローガンに、「社会を変える力」となるべく、様々な媒体を通して情報発信をしてきた。その成果もあり、多くの人たち、メディアから注目され、他の NGO や多くの市民から情報が集まる拠点となりつつある。

そこで、今後は、独自媒体を戦略的に活用するとともに、広報体制を工夫し、マスメディアへの企画提案等の働きかけを行うことなどにより、広報力をさらに強化する。

● 団体運営における 5 年後の目標

人事労務：安心して働け、スタッフの専門性が高められる NPO の労働環境をつくる。
スタッフが増え、待遇が向上している。

企業を対象にした活動分野の専門スタッフを有している。

会員拡大：多くの人からの支持、期待を得て、会員数 1,000 人程度となり、さらに年々増加傾向にある。

財務・財政：安定した財政運営が出来ている。その内容として、企業を対象にした活動分野からの収入と、自治体からの事業収入、会費・寄付とのバランスがとれるようになっている。