

第15回 環境ボランティアリーダー海外研修報告書

NPO法人 ナック

宮嶋 啓太

1. 訪問団体の活動やマネジメントなど、どの部分を日本のボランティアリーダーとして生かせるか。

■ラインランド・ファルツ州 州環境情報センター

ドイツの環境の歴史や環境省の担っている役割を20年間もの間環境省に勤めているローランドホーン氏に分かりやすく説明していただく。日本のこともよく調べておられて話題として多くだすプレゼンテーションのやり方は聞き手のことを考えて「相手の心をくすぐり動かす」方法として参考になった。フクシマの原発事故を受けてドイツではすぐに原発を停止、そこから自然再生エネルギーやエネルギーの使い方の節約方法など、どう取り組んでいくかを考えさせることを一度市町村に下ろして考えてもらい、それを実践してもらうという仕組みも日本では考えられないことだが、日本でも市民の心を動かすためには市民から動き出す仕掛けを作る必要があるのだと感じる。市民のライフスタイルが環境問題に直結するので、一番の底辺である市民が考えてどうするかを決めるということは非常に重要で有効だと思われるし、自分達で考えたことは納得がいき責任がうまれる。それを仕掛けるためにNPOやNGOが先導して活躍できるはずだと感じた。

■ドイツ自然保護連盟ラインランド・ファルツ州支部

野鳥保護から始まったドイツで最も歴史のある環境保護団体「NABU」の州支部を訪れ、団体の概要を詳しく教えていただく。驚くべきは会員が45万人もあり、事務局の運営費や人件費は全て会費と寄付でまかなっていることである。政府からお金の援助をもらっていないので、政治とは独立できるために「団体の理念を貫き通す」ことができる。これほどまでに会員が多いということは、どこに行っても会員がいるということで、同じ志を持った人達がこれほどまでに集まると大きな力となって、保護できるエリアの確保やその維持管理がしつかりとできるのは素晴らしいことだと感じた。資金が無くても心を動かすことができれば、活動資金は集められ活動できるのだ。また、ボランティアとして

一般市民はもちろん学識者や研究者など多種多様な人がボランティアとして関わっていて、無償でそれぞれの専門性を活動に奉仕してもらっているという仕組みも参考にしたい点である。団体の理念に共感し、できる範囲で協力する。考えてみれば当たり前の関係かもしれないが、それが多くなればなるほど、とてつもないエネルギーの強さとなって社会を変えることができるのだと改めて感じた。

■ヘッセン州環境省

ドイツでは州ごとに政策が異なる。今回はヘッセン州の取組みを説明していただく。フクシマの原発事故が起きてすぐ、使用しているエネルギーの約半分を担っていた原子力エネルギーの使用を廃止、再生可能エネルギーの使用がメインの社会に一気に変えようと決めたそのスピーディーさに驚くばかりである。参考にすべきはそれらを定める重要な会議に、環境NPOやNGOが多数招待されていることである。政治に対して中立的な立場をとれるからこそしっかりと意見を言える。その関係があればこそ意味のあることだと感じた。説明の中で何度もでてきたキーワードとして「デモクラシー」がある。市民からの考えで動き出す。これがドイツの根底にある考えなのだ。エネルギー対策の方法も州が全て決めるのではなく参加するかどうかも含めて市町村に一度おろして考えさせる。ただ、そのまま放置するのではなくて素晴らしい取組みを発表したところも大々的に宣伝することで他の市町村にも動き出すことを促したり、専門家がいなところは派遣させたり、社会を動かすための仕組み作りが非常に重要であると感じた。

■ファンレイジングアカデミー

ファンレイジングの人材育成をする専門学校にて、ファンレイジングの概要を詳しく説明していただく。資金を寄付によってたくさん集めることができれば団体にとって非常に大きな力となる。自尊心や名誉心など寄付をする人の心理をよく研究し寄付をしてくれた人が満足し、さらなる寄付をしてくれるように仕組み化する。ファンレイジングをする際に重要であると感じた。日本においても企業とのタイアップやロータリークラブやライオンズクラブの会員から寄付を募る取組みはされている。そこで重要なのは寄付をする相手が満足するだけのメリットがあることをしっかり伝えて心を動かすことが重要だと改めて感じた。地元の企業、地元に住んでいる人達、自然保護活動の

必要な経費を寄付からという財源確保の方法は考え次第で非常に大きな可能性を持っているように感じた。

■ドイツ環境保護連盟ラインランド・ファルツ州支部

50万人の会員を要するドイツ最大の環境保護団体の州支部を訪れ、その概要を説明していただく。1970年代に発足し、今やNABUよりも会員数の多い最大の団体となったBUNDの活動の目的は、持続可能な将来を目指すということを目指し、政治とは中立的な立場で、政府が間違った方向に進みそうになれば意見を言ったり訴訟をおこしたりする市民の声を代弁する環境保全全般のオンブズマンのような役割を担うことだ。何かの建設や問題に直面したりすると新聞などのメディアを使ってBUNDの声明を市民が分かるように公表する。市民にとって間違いなく参考にできる物差しの役割を担っていて、そこが会員数の多い一番の秘訣だと感じた。また、事務所自体もそうだが非常に親しみを持ちやすい雰囲気があったり、過激に思われるようなデモ活動もBUNDの青年部が着ぐるみを着たり、楽しみながらお祭りイベントのようにやっていて、それが市民に対する広報活動にもなっている。そのあたりも参考にするポイントではないかと感じた。

■ラインランド・ファルツ州環境ボランティア研修制度

ドイツの若者が参加することができる1年間の環境ボランティア制度がある。日本でもインターンや実習生の受け入れは行っている団体は多数ある。ただ、人材を育成するカリキュラムになっているか、ということを見直す必要があるのではないだろうかと自分自身、自分の団体に問かける機会となった。しっかりと人材を育成し、世の中に送り出す実績を積み重ねることが、行政や企業、地域の協力を得る上で非常に重要であると感じた。

■NABUラインナウアー自然保護センター

NABUラインナウアー自然保護センターにて、洗剤のフロッシュとの取り組みについて学んだ。重要なポイントは「お互いがwin-winの関係であること」。自然保護センターとしてはお金がもらえることで活動ができる、洗剤会社から

すればNABUという40万人もの巨大の会員組織を持った自然保護団体と手を組むことで、会員に対して効果的な宣伝ができ、企業のイメージアップにつながる。お互いにとってメリットのある関係を作り、相手にその重要性を理解してもらえるように提案することが、自然保護のファンドレイジングにとって重要なポイントだと感じた。

■ NABU地域の自然保護活動と広報

広報官は団体としてハイクオリティーに行動しなければならないと改めて感じた。団体やその活動内容をより多くの方に周知してもらうために、新聞を使った広報活動や、家の一部をコウモリやフクロウの住む場所に提供する活動に参加している人を表彰し、参加しているマークを付けてもらおうというような、市民が参加しやすく自然に貢献していることを誇らしくアピールできる仕掛けを作っているだけでなく、地域の住民とコミュニケーションをとって良い関係を築くことが何より重要であると感じた。今回のワイン作りのお店をわざわざ見学させたように、NABUと関係しているからメリットがあるということ、自分達の仕事を紹介できる機会を創ってあげることも関係を強固にする広報官として重要な仕事だと感じた。

■ 「ボイムリング」森の幼稚園

視察した森のようちえんでは、3歳という年齢の時から自分の意見をみんなに伝えること、自己主張をすることを習慣の中で身に付けさせるということを日常化していた。ドイツの教育で大切にしていることを知ることができる機会となった。日本においても子ども達が集団の中でしっかりと発言する機会、また、それを受け入れる経験を幼児期から経験しておくことで、責任感のある人間に育てることができると思う。リーダーとして必要な資質の1つに自身の発言やふるまいに責任を持つということが重要であると感じるので、そのような機会を日常的に創り出す必要があるのではないかと思われる。

■ NABUヘッセン州自然保護区自然保護センター

自然保護センターでは、ゲルハルト州支部長からNABUの概要と自然保護セ

ンターを案内していただいた。概要説明では、会員数や市民の関心のあることや収支など、全てが数値されて分かりやすいグラフになっていた。数字が一番分かりやすい指標。いかに明らかにして伝えることが重要か、ということのを再認識した。自然保護センターの展示は4週間毎に必ず変化をつけてリピーターを喜ばせる工夫をされているという。何度も来たくなる工夫を常に意識する姿勢は見習うべき姿勢だと感じた。

■ ラインランド・ファルツ州自然環境財団

財団が出資をしている宿泊型の森林環境教育施設にて、財団の取り組みを説明していただき、近くの保護地域の説明も現地で行っていただいた。参考にするべきだと感じたのは、財団の現場主義である。出資した団体や保護エリアに積極的に出向き密に連携をとっている姿勢は、信頼関係を築くために非常に重要であると感じた。また、環境調査をシンプルなカタチにして、一人でも多くの市民に参加しやすいようにしているプロジェクトを紹介していただいたが、一般市民が参加することで興味関心を持ってもらえるので非常に重要だと感じた。どう市民に参画してもらうか、それを常に意識し、カタチにすることが普及啓発につながるのだと思う。

■ ファンドレイジング研究所

データベースファンドレイジングという手法をベースに、実践的なファンドレイジングの方法を学んだ。広く浅く実施しても効果はあげられない。誰に、何を、どのタイミングで、どのように実施するのかということをしつかりと戦略立てて考えることが重要であると感じた。相手をよく知り、自分をよく知ることが重要である。自分達の団体が何を使命に活動しているのか、何が強みなのが明確になっていないと、相手に理解してもらい心を動かすことはできない。このことはファンドレイジング以外でも会員を増やすために、イベントの参加者を増やすため、利用者を増やすためにも全てに参考となる考えである。

2. 研修を通して、日本の環境ボランティアリーダーを支援するために、どのような仕組みが考えられるか。

■ ボランティアリーダーのネットワークの構築

それぞれ地域で活躍しているボランティアリーダー達が、1つのネットワークを創りつながることで、ドイツのNABUやBUNDのようによりよい社会を構築する大きな環境団体になり得るのではないかと考える。また、地域ごとに活躍していることが、支部の存在となり地域の意見や地域独自の活動をすることができる。それを中央で集約することで、多様な取り組みの事例の収集と公表や表彰、地域のコミュニティの活性化につながると思う。

■ それぞれの強みを使った研修制度

今回の研修生のように全国では多種多様な活動を行っている環境団体が存在する。それらの団体の強みや成功事例を他の団体に研修してもらうことで、全体の底上げにつながり、結果大きな力となるのではないだろうか。例えばその研修を受けた団体でしか使えないロゴマークなどを作成し、普及させることで社会的な信用を得られる仕組みを産み出すことができるのではないだろうか。

3. 全体を通しての感想

ドイツは環境先進国といわれていてドイツ国民なら誰でも高い意識を持っているのだらうと思っておりましたが、実際に行ってみると日本と大して変わらないことに衝撃を受けました。しかし、原発を停止し、自然再生エネルギーに転換していることや、ペットボトルや瓶のデポジット制度など仕組み作りの点では、日本よりもはるかに前に進んでいます。では、何が違うのだらうかと研修を受けながら答えを探していると、「デモクラシー」と「自由意志」という考えがドイツの人に根付いていることがポイントではないだらうかと感じました。環境保護に対して市民一人一人が考えて決める。自分達で決めたことだから責任を持つ。日本の環境NPOやNGOに必要なことは、市民の声をいかに大きくして国に届けるか、いかに将来のことを考えて行動してもらうようにするかが大事な役目ではないかと感じました。今回の研修では全国から7名の参加者が集まり、それぞれの団体が持つ課題を全員で共有し解決方法を模索したり、研修先で感じたことや疑問に思ったことを時間の限り話し合うことができたのは本当に貴重な機会だったと思

います。

今回は募金をしていただいたお金で本当に素晴らしい体験をさせていただきました。この経験を生かして日本が世界に誇れる環境先進国となれるように、ボランティアリーダー全員が1つとなって社会に貢献していきたいと思っています。