

② 流域からのまちづくりーマーゼー川流域キャンペーンと鶴見川の流域活動

■大澤浩一

平成九年十二月に河川法が改正となり河川法の目的に「河川環境の保全と整備」が、

また「住民参加」が正式に位置づけられた。これに先立ち、平成八年四月に、鶴見川、多摩川、相模川で、「パートナーシップではじめる八い川▽づくり」シンポジウムが行われ、その一年後、パートナーシップによる先駆的な流域の環境改善運動である、イギリスマーゼー川流域キャンペーンの関係者を招き、三河川の市民団体合同で交流フォーラムを行った。鶴見川の流域活動にとって、この交流は大きな成果であった。ここで、このマーゼー川流域キャンペーンを紹介するとともに、鶴見川にとっての意義にふれておきたい。

1ーマーゼー川流域キャンペーンの取り組み

①マーゼー川流域キャンペーンの背景

マーゼー川は英国イングランドの中央部に位置するペニン山脈を水源とし、西に流れマンチェスター南部郊外を抜け、商業・工業地帯を経て、リバプールでアイリッシュ海に注ぐ英国西北部最大の河川である。マーゼー川の流域面積は四千六百八十キロ平方メートル、

域内人口は約五百万人で、流域内の河川や運河の総長は約二千キロメートルにおよぶ。

十八世紀末までは、マーゼー川はきれいで、漁業が重要な地場産業であり、四十キロメートルほど内陸部に入ったマンチェスターでもサケがとれた。しかし、一七五〇年〜一八五〇年の一世紀にわたる産業革命によって、織物、製紙、化学といった産業が流域全域に立地し工場排水が河川に排出され、人口増加による水需要が増え巨大な貯水池が建設された。十九世紀中期までには河川の汚染問題への対策が全国的課題となった。このため一八五〇年代から一九五〇年にかけて、国の法律が次々に制定されたが大した効果は上がらず、一九五〇年以降やっと排水規制が実施され、一九七〇年代によくマーゼー川でも改善の兆しが認められるようになった。マーゼー川流域キャンペーン (Mersey Basin Campaign: 以下、MBキャンペーン) が開始されるまでは、河川の汚染や都市の荒廃は、産業革命の帰結として仕方のないものとして受け入れられていた。しかし、一九七〇年代から八〇年代にかけて国民の意識は大きく変わり、環境の質への期待感は急速に高まった。

②マーゼー川流域キャンペーンの目標

このような背景から、一九八〇年にマーゼー川の河口部のクリーンアップが政府による五年計画で開始され、一九八五年からはMBキャンペーンへと引き継がれることとなった。このMBキャンペーンは、民間企業、ボランティア、地方自治体、政府の結集により、一九八五年に着手、二十五年間に四十億ポンド(約八千億円)を投じ、経済発展優先のために犠牲にしてきたマーゼー川の水質と流域の環境を、産業革命の荒廃から回復させ、最終的に流域を、住む・働く・憩うためのより魅力的な地域とすることを目指した活動である。

図-1 マーゼー川の位置



写真-1 マンチェスター郊外を流れるマーゼー川



1ーマーゼー川流域キャンペーンの取り組み
2ーマーゼー川と鶴見川の流域交流が
目指すもの

MBキャンペーンの目的は、①水質を改善し、すべての河川、運河に魚が住めるようにする、②ビジネスや住宅開発、ツーリズム、文化遺産、レクリエーション、野生生物などに適した、魅力的な水辺環境の形成を促す、③地域住民が身近な川や水辺の環境の価値をしっかりと認識し、大切にしようとする意識を高める、の三つである。

③ MBキャンペーンの運営のしくみ

MBキャンペーンの核となっているのは、次の三つの組織である。(図-2)

MBキャンペーン事務局 (Mersey Basin Campaign Unit: 一九八五年設立/一九九六年Mersey Basin Campaign Administration Limitedに改組) 以下MBキャンペーン事務局)は、公共セクターとの連携(地方自治体、政府)やMBキャンペーン全体のマネージメント、広報活動、マーケティングなどを担当する。また、MBキャンペーンに関わる会議を計画し、研究機関などの関連する活動への資金提供も行う。

マージーベイسن・トラスト (Mersey Basin Trust: 一九八七年設立、以下MBトラスト)は、ボランティア団体及び住民グループ、さらに学校などとの連携を担当し、MBキャンペーンの二環としての助成事業、コミュニティへの支援、学校との協力などにより具体的なプロジェクトを展開する。MBトラストの会員は約六百団体で、ボランティア団体と協力し、様々なプログラムを企画している。代表的なプロジェクトとしては、住民グループによる河川のクリーンアップとケアを

行う「水辺の保全(Stream Care)」、学校と協力して河川の教育的利用を進める「水辺の探偵団(Water Detective)」、企業からの資金を活用した「活動資金の助成(Grant Scheme)」である。

マージーベイسن・ビジネス基金 (Mersey Basin Business Foundation: 一九九二年設立、以下MBビジネス基金)は、産業界、ビジネス界との連携を担当し、企業の参画を促進し、企業から専門知識や財源の支援を促そうと設立された。企業の参加促進や環境パフォーマンス向上のためのプロジェクトを開発する。

図-2 マージー流域キャンペーンの推進組織

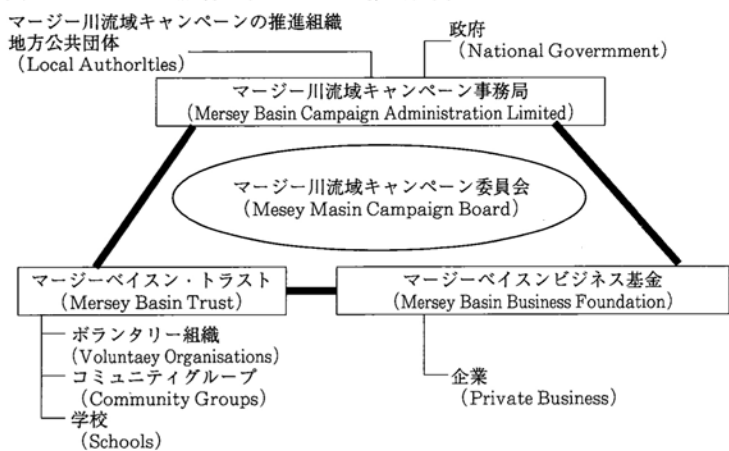
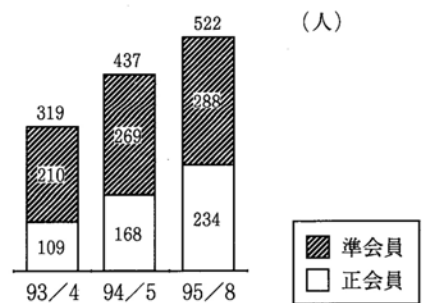


図-3 マージーベイسن・トラスト会員数



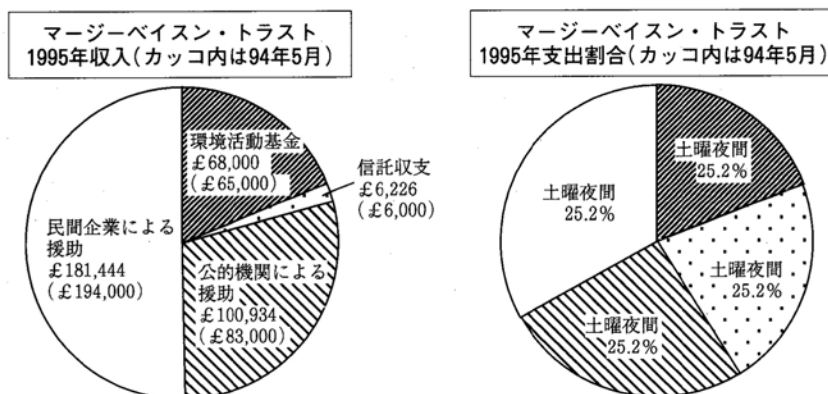
この三つの組織はそれぞれ独立しており対等である。そして、MBキャンペーンの中心となる組織が一同に会し、計画の進展や戦略などについて議論する場として、マージー川流域キャンペーン委員会が置かれている。環境大臣が三年ごとにこの委員会の議長を指名する。議長は月例マージー川流域キャンペーンボード会議の長を務めている。また、三年毎にすべてのパートナーが参加する大会議が開催される。

④ マージー川流域キャンペーンの特色

⑦ 環境改善への「参加」を促すパートナーシップ

MBキャンペーンのねらいは、一九六〇年代、七十年代の対立型キャンペーンとは違い、参画する個々のパートナーの得意分野と能力を活かして、異なるセクターや広い分野の組織・団体との間に建設的なパートナーシップを築き、MBキャンペーンを成功させてき

図-4 マージーベイسن・トラストの事業収支



た。その重要な手法が、改善を「要求」するのではなく、改善への「参加」を促すアプローチをとってきたことである。この結果、参加するパートナーからの投資は他のパートナーからの投資を引き出し、この投資の「付加価値」による相乗効果はMBキャンペーンの重要な魅力となっている。MBキャンペーンは前述の三つの組織が日常的に密接な会合を持ち具体的なプロジェクトを推進している。

④ハード、ソフト、さまざまなプロジェクト群

キャンペーンに参加しているプロジェクトは様々で、「水辺の保全」や「水辺の探偵団」等の市民ボランティアや学校中心となった環境管理や環境学習などのプロジェクトから、小川の整備やサルフォード・キー(Salford Quays)ドックの再開発事業等のハード事業まで、様々なプロジェクトが同等に扱われ推進されており、MBキャンペーンの事業の厚みを創り出している。(写真2・3)

⑤支川流域単位での地域関係者による、よりきめ細やかな総合的取り組み

MBキャンペーンはこれまで、二つのレベルのパートナーシップで推進されている。一つは、前述の三つの組織によるMBキャンペーン全体企画運営におけるパートナーシップである。もう一つは個々の現場のプロジェクトにおける関係者のパートナーシップである。MBキャンペーンが進展するにつれ、一九九三年からは「支川流域プロジェクト(River Valley Initiative)」が始まっている。これは支川流域を単位に、その流域内での地域ボランティア、自治体、流域企業のパートナー

シップによって、地域での改善活動をよりきめ細やかに地域の実情に即して実践することがねらいとされている。その一例として「アルト川二〇〇〇」というプロジェクトでは、アルト川に対する意識を高め、水質改善を着実に推進することや、川へのアクセスを改善し、川辺の環境の魅力を高めることなどを目標にアルト川流域でのMBキャンペーンを押し進めている。ボランティアを含め多くの人が参加できるプランを組み立て、また、スポンサーを加え、多くの組織によってアルト川流域を対象に広いランドスケープの回復作業をおこなっている。(写真4)

⑥企業参加とそのメリット

MBトラストの提案によって企業の資金や活動能力を活用しようと一九九二年にMBビジネス基金が設立された。企業の参画は三年間継続で資金(最低額三万ポンド)を提供することとなっており、また企業人材等の派遣も行っている。この資金によってMBトラストは、およそ二十万ポンド(約四百万円)を民間セクターから支援されている。企業がMBキャンペーンを支援している理由は、①すばらしい環境と地域社会の営みとの共存をめざすことができる、②環境問題に関する専門家の意見や知識に触れることができる、③地域の経済面、環境面での利益を助長する道を開こうとの意図が組み込まれている、④UKでは寄付は免税の対象となる、⑤独立性、信頼性に富み独特の先取り精神があるMBキャンペーンへの参加は、企業にとってよい宣伝にもなる、等である。

一般にUK国内では、企業はもつと環境に

写真一 現在のサルフォード・キードック



配慮すべきであるという社会通念が浸透しており、こうした社会的背景がMBキャンペーンへの企業参加に大きく反映していると考えられる。

⑦次世代へつなぐ長期的社会実験

MBキャンペーンは前述の目標を掲げ二十五年間かけて、マージョ川流域の環境がどこまで回復できるか「参加」者を増やし実践をつみ上げながら取り組んでいく長期の社会実験といえる。MBキャンペーンの最終年二〇一〇年には、キャンペーン開始の頃の子どもたちが社会的に力を発揮できる年齢になり、次の世代の鍵を握る。それまでMBキャンペーン続けようという戦略的意図が組み込まれて

写真二 かつてのサルフォード・キードック



写真三 水辺の改善プロジェクト

