

団体・組織の概要

※太枠内、必須事項。その他は、該当する項目を記載してください。

団体/会社名	株式会社ナイルズ・ウエスト		
代表者	宮本 信敬	担当者	宮本 信敬 吉岡 保
所在地	〒550-0013 大阪市西区新町 1-7-9TAMTAM 四ツ橋 3F TEL:06-6538-2788 FAX:06-6536-0787 E-mail: nileswest@aurora.ocn.ne.jp		
設立の経緯 ／沿革	平成10年9月29日天王寺区にて設立。平成12年10月中央区に移転 平成15年9月現住所に移転 現在に至る。設立以降業績も安定した推移を示している。当社は現代人の生活に不可欠な健康、インターネット、環境の分野を3本柱の事業としたマーケティング企業であり、現在は、健康関連企業を中心にマーケティングに基づいた顧客の販売促進のコンサルタントとして、広告宣伝を含む販促企画全般を通じて、顧客の利益向上に寄与している。又、平成18年より環境ビジネスに関するホームページ「エ・ビ・ス」を運営し環境ビジネスの研究にも取り組んでいる。		
団体の目的 ／事業概要	(1)所在：大阪市西区 (2)設立平成10年9月29日 (3)資本金1000万円 主な事業内容は ①広告、宣伝、印刷およびその企画業務 ②出版業 ③経営コンサルティング業 ④各種イベントの企画立案、実施 ⑤各種情報収集の分析及び提供に関する業務 ⑥コンピューターソフトウェアの企画、制作、販売 ⑦コンピューター間制御によるシステム開発およびコンサルティング ⑧インターネットによる販売促進企画 ⑨環境関連製品開発およびその販売		
活動・事業実績 (企業の場合は 環境に関する 実績を記入)	第4期大阪市民環境調査隊に参画（平成19年7月～12月）し、環境政策提言を行う。 平成18年11月より環境ビジネス研究サイト「エ・ビ・ス」を開設運営。政府レベルから民間レベルの環境に関する様々な話題の紹介、解説を行っている。 アクセス数は一日平均497PV、183IP（12月30日～1月19日） 開設日からの総ページビュー数は約16万5千PV。 総獲得IP数は6万IP。 1月30日現在日本ブログ村アクセスランキング環境部門3位（最高位1位）		
ホームページ	http://blog.goo.ne.jp/ebisu7163/		
設立年月	平成10年9月 *認証年月日（法人団体のみ） 平成10年9月29日		
資本金/基本財産 (企業・財団)	1000万円	活動事業費/ 売上高 (H17)	3000万円
組 織	スタッフ／職員数 5名（内 専従 2名） ----- 個人会員 名 法人会員 名 その他会員（賛助会員等） 名		

政策のテーマ

インターネットによる環境地図

■政策の分野

- ・すべての分野を横断するデータベース

■政策の手段

- ・⑫情報管理、情報の開示と提供
- ・⑬国民の参加促進 ⑧環境教育・学習の促進 ⑩人材交流 ⑥調査研究

団体名：株式会社ナイルズ・ウエスト

担当者名：宮本、吉岡

■キーワード 環境情報 データベース インターネット 地図 市民参加型

① 政策の目的

環境関連の情報を、インターネット上の地図で表すという手法で、データベース化する。作成にあたっての元情報は、各省庁、地方自治体、NPO、NGO、企業、大学・研究所、関連団体、一般ユーザーなどに協力を依頼し、協働で創り上げていく。また一般のネットユーザーの書き込みもオープンにし、ユニークな視点の環境地図も作成し、インタラクティブな地図データベースを構築する。

② 背景および現状の問題点

インターネットの普及により、世界中の様々な情報が24時間・リアルタイムで検索・入手できるようになった。しかし、環境に関する情報は、幅が広く、管轄する省庁や組織が点在し、求める情報がどこにあるかもわかりにくく、情報が大変入手しにくい。また、マスコミから断片的に流れてくる情報によって誤解が生じることもある。環境情報を一括して閲覧するのが難しい現状である。

アル・ゴアの「不都合な真実」の上映によって環境意識が高まったように、全体を見渡せ、しかも細かなデータを集積した環境情報ポータルサイトが必要である。

③ 政策の概要

環境問題や環境関連の様々な地図を掲載するホームページを作成する。

地図を利用して、環境の現状や進捗状況、普及状況などを俯瞰・鳥瞰することによって、日本全体、ひいては世界の環境状況を把握、理解できるようにする。

作成する地図の内容の一例をあげると、

1. エネルギー関連

全国風車マップ、太陽光発電マップ公共施設版・家庭版、太陽熱利用マップ、バイオマス拠点マップ、原子力発電マップ、小水力発電マップ、EVステーションマップ

2. ヒートアイランド対策関連

全国屋上緑化マップ、壁面緑化マップ、全国公園マップ、雨水利用施設マップ、保水性舗装道路マップ、校庭・駐車場など緑化マップ

3. 自然環境関連

全国有機栽培マップ、絶滅危惧種生息マップ、全国里山マップ、全国水質状況マップ、

4. 地方自治体関連（総量及び県民一人当たりの分布図）

都道府県別二酸化炭素排出量、都道府県別別ごみ排出量、都道府県別資源ごみ回収量、都道府県別消費電力量、地域別自然エネルギー導入率、地域別エコカー普及率、県別緑化率、

5. その他

環境関連NPO・NGOマップ、環境関連施設マップ、見学可能施設マップ、環境対策企業マップ、環境関連研究所マップ、環境配慮型商品マップ（リンク集）、エコツアーマップ

各地図には傾向や解説を入れ、また新着情報をわかりやすくする。また、詳細情報へのリンクを貼る。年次推移や総量などのグラフも必要になる。一般からの要望で常に新しい地図を作成していく。地図の種類によっては一般ユーザーにも地図作りに参加してもらう。

④策の実施方法と全体の仕組み（必要に応じてフローチャートを用いてください）

1. ホームページの管理・運営をどこにするかを定める。

ホームページは更新頻度によってアクセス数が変わる。毎日更新されるページは注目率が高い。毎日訪問したくなるような楽しいページでなければならない。

一般からの書き込みをオープンにすると、書き込み内容をチェックする必要がある。

環境省内にページを開設するより、切り離して存在している方が望ましい。

したがって、専属の管理・運営会社の選定が重要になる。

サイト運営者と利用者のルール、サイトポリシーをまとめ、法的にも問題が起こらないようにしなければならない。

2. 地図のアプリケーションを決定する。

地図会社ごとに様々なアプリケーションが存在するが、グーグルアース、Y a h o o ! ワイワイマップのような、すでに一般に普及しているもののほうが利用しやすい。

3. 基本となる地図を作成する。

デザインを決定しなければならないが、更新作業に時間がかかる特殊なものは避ける。

また地図ごとに、傾向や解説、年次推移や総量などの詳細情報を作りこむ。

4. 各省庁、地方自治体、関連団体、企業、NPO、NGO、大学・研究所などに協力を依頼する。

基礎情報については、データを提示してもらい、運営主体が作成するのが望ましい。地図自体の作成を依頼すると時間がかかりすぎる。しかし、更新情報は情報提供元に依頼しないと把握できないので、常にコンタクトしておく必要がある。また、細かい情報更新や訂正は情報提供元でも簡単に作成できるようにし、利用方法をレクチャーしたり、マニュアルを配布したりする必要がある。

管理・運営会社や地図のアプリケーションが決まれば、サイトオープンは難しくない。

したがって、フィージビリティ調査は、まず下記の実施主体、提携・協力主体の選定や、サイトのインターフェイス決定のための調査を行う。

その後、実際にサイトを立上げ、アクセス数や一般市民の参加度合いなどを見ながら調査することになる。ホームページは完成形というものがなく、運営しながら検証・改訂していくのが基本なので、この政策が有効かどうかはホームページを立ち上げてみなければわからなし、利用率が低ければ高まるように変更していく。

⑤政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

実施主体はあくまで環境省であるべきだが、それぞれの分野のエキスパートの提携・協力が必要。どのエキスパートと提携・協力が必要かフィージビリティ調査をしなければならない。

1. インターネット関連

インターネットのスペシャリストがいないと管理・運営はできない。

またインターネット上の地図も各社各様。どの地図メーカーがよいか検証が必要。

●環境地図ホームページの管理運営会社の選定

●インターネットの地図技術の検証

2. コンテンツ関連

すでに一部先行して環境地図の製作をしている団体もあり、それらの団体との連携を検討する。

●グリーンマップジャパン

世界共通のグリーンマップをつくるNPO。

●環境地図教育研究会

環境地図の公募を長年に渡っておこなっており、環境教育の一環として定着している。

なんらかの形で連携できないか検証する。（環境地図発表場所の提供など）

●チームマイナス6%

すでに200万人以上の会員がいるので、当然連携すべき。単なるリンク以外に協働できる所を模索する。（地図作りの参加者を募集するなど）

●各県の環境マップ

すでに地方自治体で独自に環境マップを作成しているところもあり、単なるリンク以外に協働できる所を模索する。

⑥政策の実施により期待される効果（具体的にお書きください）

1. 各省庁、地方自治体などの縦割りのカテゴリーを越えたデータベース、資料性の高い「日本環境マップ」ができる。

また、一般参加を募る事によって、環境省で把握しきれない細かな環境情報を集積できる。行政や研究機関、NPO・NGO、一般市民の交流の場ができることによって、協働意識が高まる。

2. 情報開示はすべての始まりであり、どのくらい進んでいるのか、また遅れているのはどこなのかを把握することから認識が高まる。

環境問題に取り組まなければならないという意識は高まってはいるが、一般市民が環境問題に係わるには、できることがあまりにも少なく「この程度で環境にいいのか?」「誰かがやってくれているから自分はいいだろう」「まだ始めなくてもみんなもやってない」など、参加の積極性が低いところがある。

一人ひとりの参加で全体が大きく変わることが認識できれば、一般市民の環境問題の取り組みが促進される。

日本人の特性として「みんな知っている、やっている」ということには特に参加性が高い。であれば「知らなくて恥ずかしい」と思えるぐらいに情報を配信しておく必要がある。

⑦その他・特記事項

ホームページのコンテンツが充実してきたら、地図帳として印刷物のニーズが高まる。

インターネットの利用者は、まだまだ年齢層の偏りがあるため、出版物との併用が望ましい。ゆくゆくは各年度版の環境地図の出版が必要になる。