

環境大臣賞

阪急電鉄株式会社

阪急電鉄では、セクターを越えたパートナーシップにより、「エコトレイン 未来のゆめ・まち号」の運行を中心とする環境啓発プロジェクトを実施した。本プロジェクトは、阪急阪神ホールディングスグループが推進する社会貢献活動「阪急阪神 未来のゆめ・まちプロジェクト」のシンボルプロジェクトとして位置づけられる取り組みであり、利用客の意識向上とグリーン購入など具体的行動の促進に向け、車両を活用した環境メッセージの発信や参加型イベントなどを通じて8カ月間にわたる啓発活動を展開した。



「エコトレイン」車内に掲出されたポスター

●主要3路線で「エコトレイン」を運行

「エコトレイン 未来のゆめ・まち号」は、列車全体を環境をテーマとした啓発媒体として活用し、利用客に環境に対する理解を深めてもらうとともに、環境に配慮した行動を促すことを目的として運行された。

車体の外部には、「より豊かな自然環境に恵まれた沿線地域の実現」をコンセプトにしたラッピングデザインを施した。車内においては、ポスター（中吊り、ドアの横・上等）、ドアのステッカー、つり革の表示をすべて活用して、地球温暖化防止やグリーン購入などの内容をはじめとする環境啓発を行った。

「エコトレイン」は、2008年12月1日から2009年7月31日までの8カ月間にわたり運行された。関西の主要都市を結ぶ神戸線（大阪梅田～神戸三宮）、宝塚線（大阪梅田～宝塚）、京都線（大阪梅田～京都河原町）の3路線において、各1編成（8両）の「エコトレイン」が毎日異なるダイヤで10～12往復運行し、車両の内外へメッセージを発信した。

「エコトレイン」には、省エネルギータイプの8000系および8300系車両が用いられた。これらの車両は、ブレーキ時電動機の回転を活かして発電を行う回生ブレーキの機能を備えており、30%～40%の電力が架線に戻り、他の加速中の列車の電力として使用されるしくみになっている。



「エコトレイン」外部のラッピングデザイン

●子どもや家族を対象とした参加型企画の実施

本プロジェクトでは、「エコトレイン」の運行に加え、参加型の企画が実施された。その一つに小中学生を対象とした「エコトレインでエコ宣言！ぼくたち・わたしたちの『未来のまち』エコ絵画コンテスト」がある。

この企画は、地球温暖化の進展など地球環境が危機的な状況に向かう中で、子どもたちが暮らす「未来のまち」がどのようなようになってほしいかを絵に描いてもらうというもの。また、「未来のまち」をつくるために「自分ができること、心がけたいこと」を簡単な文章で宣言してもらった。

応募数は500を超え、その中から最優秀賞、優秀賞、佳作、努力賞が選ばれ、受賞者に賞状と図書カードが贈られた。また、優れた12作品をポスターにして「エコトレイン」内に掲出するとともに、102作品を梅田駅のアートギャラリーに展示した。

このほか、ファミリー・ファン向けイベントでの「エコトレイン」見学や環境クイズ（参加者：約5,000名）、沿線の小学校を対象とした「エコトレイン」貸し切り列車による環境学習とISO14001認証の車両整備工場見学（参加児童：約150名）など、参加型の企画を通じて啓発を行った。



「エコトレイン」貸し切り列車による環境学習の様子

●多様な組織とのパートナーシップによる取り組み

阪急電鉄による環境啓発プロジェクトの大きな特徴が、NPO、行政機関、企業など多様な主体との連携・協働により実施されたという点である。

取り組みの企画・監修はNPO法人環境市民が担い、基本コンセプトの検討、ポスターの制作・選定などを行った。また、キリンビール近畿圏統括本部、コクヨ、サントリーホールディングス、パナソニックサイクルテック、三菱地所の協賛、環境省、国土交通省近畿運輸局、(社)日本民営鉄道協会の後援、沿線の19府県・市町の協力のもとにプロジェクトが進められた。自治体では、より多くの人の関心を高めるために、広報誌やウェブを通じた情報発信も行われた。

パートナーシップに基づく取り組みという側面は「エコトレイン」車内に掲出されたポスターにも表れており、阪急電鉄とNPO法人環境市民が制作したもののほか、後援団体や地方自治体が制作したもの、協賛企業が提供したものなど、合計177種類のポスターの掲出が行われた。

ポスターの内容は、地球規模や地域レベルの温暖化の影響、グリーン購入などの環境配慮行動の提案、環境クイズ、「地球環境を守る漫画家の会」による環境マンガ、沿線の環境NPOの活動紹介、環境首都コンテスト参加自治体の先進事例や世界の環境先進都市の紹介、沿線のエコスポットの紹介、エコ絵画コンテストの優秀作品など多岐にわ

たっており、様々な観点から環境への関心を高める工夫をした。

「エコトレイン」1編成に掲出されるポスターは336枚。3路線合計で毎日1,008枚のポスターが利用客にメッセージを届けた。また、乗客が多様な内容のポスターを目にするよう、奇数車両と偶数車両で異なるポスターを掲出するとともに、2カ月おきにポスターを交換した。

●環境啓発活動のさらなる充実を目指す

本プロジェクトでは、毎日多くの人を利用する都市部の鉄道の車両全体をメディアとして活用するというユニークな発想により、効果的な啓発活動を展開することに成功している。また、沿線の自治体、環境NPO、企業、団体など多様な組織との連携・協力を通じて、取り組みの広がりや浸透につなげていること、子どもを含めた広範な層を巻き込んだ企画を展開している点が注目される。

期間中に「エコトレイン」を利用した乗客数は、延べ800万人にのぼると推計される。利用客からは、「環境について考えるきっかけになった」「子どもにポスターの内容について説明を求められ、環境のことをあらためて考える機会ができた」などの声が寄せられており、多くの人の意識や行動に影響をもたらしたと考えられる。

阪急電鉄および阪急阪神ホールディングスグループでは、今回のプロジェクトを契機にCSR・環境活動をさらに充実させていく計画である。2010年春に開業予定の摂津市駅

は、CO₂排出量ゼロを実現する日本初の「カーボン・ニュートラル・ステーション」にする予定だ。また、新駅における情報発信、「エコトレイン」と同様の列車の運行や多様な媒体を活用した継続的な環境啓発を実施していくことを検討している。



多様な団体・企業の協力により制作されたポスター