

海辺における市民参加型環境活動を基盤とした イノベーションに関する研究 —国際環境認証ブルーフラッグ取得地域を題材に

Research on Innovations Triggered by Citizen-participatory Activities for the Coastal Environment

A Case Study of an International Environmental Certification Blue Flag Beaches

海津 ゆりえ*, 片山 清宏**, 菅原 周一*

Yurie Kaizu

Kiyohiro Katayama

Shuichi Sugawara

Abstract

It is already clear that obtaining the Blue Flag will create partnerships with a wide variety of activity groups involved in "environmental education," "water quality," "environmental management," and "safety assurance and services. Are further innovations taking place at certified beaches? Interviews with Blue Flag certified beaches revealed that practices such as 1) corporate donations to the Blue Flag brand, 2) provision of products that lead to environmental protection, 3) development of upcycled products born from cleanup, and 4) school and student participation are emerging. The Blue Flag is a great opportunity for community development. Blue Flag has become a catalyst for innovation in local community development.

キーワード：

ブルーフラッグ、海水浴場、国際環境認証、企業 CSR、イノベーション

1. はじめに

1-1. 研究の背景

ブルーフラッグは1985年にフランスで誕生した歴史ある国際環境認証である。ビーチ（海水浴場）、マリーナ、観光用ボートの3種類を対象として認証基準に照らした審査により、適合していることが認められるとブルーフラッグを掲げることができる。認証機関は、デンマークに本部がある国際 NGO、FEE（Foundation for Environmental Education）である。ブルーフラッグ取得を希望するビーチ、マリーナ、観

光用ボートは、各国にある国別認証機関に審査を申請し、適合すると認められると、同認証機関がFEE本部に申請書を提出し、審査を求められることとなる。ビーチは4つのカテゴリーに基づく33の評価基準が適用され、基準ごとに整備状況が審査される。「環境教育と情報」カテゴリーは6基準、「水質」カテゴリーは5基準、「環境マネジメント」カテゴリーは15基準、「安全とサービス」カテゴリーは7基準が設定されている。日本で最初のブルーフラッグ取得海水浴場が誕生したのは、同認証が誕生して30年

* 文教大学国際学部国際観光学科

** 一般社団法人日本ブルーフラッグ協会

を過ぎた2016年のことであった。ブルーフラッグは、2022年11月現在、世界50カ国、5,066カ所で取得されている。日本では現在、6カ所の海水浴場及び1カ所のマリーナで取得されている（表1）。

表1 ブルーフラッグ取得海水浴場・マリーナ

名称	所在地	申請者	取得年月（初回）
由比ガ浜海水浴場	神奈川県鎌倉市	鎌倉市	2016年4月
若狭和田ビーチ	福井県高浜町	高浜町・若狭高浜観光協会	2016年4月
須磨海水浴場	兵庫県神戸市	神戸市	2019年4月
本須賀海水浴場	千葉県山武市	山武市	2019年4月
片瀬西浜・鶴沼海水浴場	神奈川県藤沢市	江の島海水浴場協同組合	2021年4月
逗子海水浴場	神奈川県逗子市	逗子市	2022年4月
リビエラ逗子マリーナ	神奈川県逗子市	株式会社リビエラリゾート	2022年4月

筆者らはこれまで同認証取得ビーチに着目し、国際環境認証が地域の社会関係資本に与えた影響等について調査を行い、研究成果を公開してきた。その結果、下記の点を把握している。

先行研究論文（2020）では、これまでにブルーフラッグを取得した4カ所の海水浴場について、取得の背景と成果を調査した。その結果、各海水浴場には取得に至った背景が存在しており、その内容に照らして取得の成果や効果を測定していることを把握した。認証取得がゴールではなく出発点であること、これらの地域においてブルーフラッグの取得は未来の海水浴場のあるべき姿を市民に明らかにするものであることが明らかとなった。また、背景にある目的に照らせば、地域にとって、認定取得は一つの通過点に過ぎないことも示唆されたといえる。

先行研究論文（2021）では、ブルーフラッグを取得した5カ所の海水浴場について、ブルーフラッグの取得前及び取得後の段階における取組状況と、ブルーフラッグ取得の地域への影響を調査した。その結果、ブルーフラッグが地域内における多主体連携や環境の保全と利用をつなぐ循環の仕組みを生み出し、海に連なる人々の誇りにつながっているという共通点を把握することができた。一方で、ブルーフラッグ

の取り組みが市域全体や市民全体に波及していないという課題も明らかとなり、ブルーフラッグを地域に波及させるためには、海水浴場関係者の利に留めるのではなく、地域全体に広がる構想を描く必要があることが示唆された。

- ①取得海水浴場では海水浴場に関わる諸課題が存在し、その解決方策として「ブルーフラッグ」を有効に活用しようとする意思が働いている。例えば須磨海水浴場では治安維持など（海津ほか2021）。
- ②各地域とも、ブルーフラッグを取得する段階で、これまでの海水浴場運営に直接関わっていなかった多様な主体とのつながりが生まれている。それは特に「環境教育」「水質」「安全性とサービス」に関わる取り組みにおいて顕著である。例えば、海水浴場のバリアフリー化のためにNPO法人との連携が始まっている、ライフセーバーが水質調査の業務に携わっている、など。（海津ほか2022）

このように、ブルーフラッグが地域内の多様な主体を繋ぐ“架け橋”として機能していること、そして地域が抱えている課題を解決する糸口を提供していることがわかってきた。

認定取得ビーチがメディア等で知られるよう

になるに従い、関心をもつ自治体や海水浴場管理組合等が少しずつ増えてきたが、同時に認定取得が地域にもたらす変化の実態把握が求められるようになった。以上から本研究では、ブルーフラッグ取得によって海水浴場の周辺で喚起した企業の活動や商品開発などについての実態把握を行った。

1-2. 研究の目的と手法

ブルーフラッグ取得海水浴場において、ブルーフラッグをきっかけとして生まれた新たな企業との連携、起業や商品開発の事例調査を行い、ブルーフラッグによる経済循環の可能性を考察する。

研究手法は、2021年度調査結果を参考に、ブルーフラッグ取得海水浴場管理運営者へのヒアリングとした。対象は協力が得られた4カ所の海水浴場である。調査期間は2022年8月の海水浴場設置期間である。具体的な調査日時、対象者は調査結果にて記す。

2. 日本国内におけるブルーフラッグに関する現状

2-1. ブルーフラッグ推進体制の整備

国内のブルーフラッグ認証機関が2022年4月1日に特定非営利活動法人FEE Japanから一般社団法人JARTAに変更されたことに伴い、2022年度以降、ブルーフラッグ取得を希望するビーチ、マリナー、観光用ボートは、JARTAに審査を申請することとなった。また、同日付で、国内のブルーフラッグの取得支援を専門とする一般社団法人日本ブルーフラッグ協会が設立されたことにより、国内のブルーフラッグ推進体制は、認証業務を担うJARTAと、取得支援業務を担う日本ブルーフラッグ協会の両組織の連携体制が整備された。このことにより、国内におけるブルーフラッグの全国への普及促進に向けた信頼性のある推進体制が整ったことになる。

日本ブルーフラッグ協会は、ブルーフラッグ

の取得支援及び普及促進を通じて、日本の海の豊かさを守り、持続可能な社会の発展に寄与することを目的とする団体で、FEE本部へ届出がされているブルーフラッグ取得支援を専門とする国内で唯一の団体である。湘南地域で2011年度からブルーフラッグ推進活動を行ってきたNPO法人湘南ビジョン研究所理事長の片山氏が代表理事に就任し、当研究所のブルーフラッグ支援のノウハウが当協会に引き継がれている。事業内容は、ブルーフラッグに関する情報提供・相談事業、調査・取得支援事業、環境教育事業、研修・人材育成事業、イベント事業、普及啓発・情報発信事業となっている。

2-2. 新たなブルーフラッグ取得の動きについて

2022年4月に逗子市「逗子海水浴場」と「リエラ逗子マリナー」が新たにブルーフラッグを取得した。これで国内では6カ所のブルーフラッグ海水浴場と1カ所のマリナーが誕生した。なお、マリナーでの取得はアジア初である。国内7カ所のブルーフラッグのうち4カ所が湘南で取得されているが、これはNPO法人湘南ビジョン研究所の積極的な推進活動の影響が大きいと思われる。

2023年度に向けて、宮城県気仙沼市「小田の浜海水浴場」、南三陸町「サンオーレそではま海水浴場」、七ヶ浜町「菖蒲田海水浴場」、千葉県勝浦市「興津海水浴場」の4カ所が申請中であり、審査を無事に通過すれば2023年5月にブルーフラッグを取得できる予定である。なお、この宮城県の3つの海水浴場は、観光庁の「ブルーツーリズム推進支援事業」を活用してブルーフラッグ取得に向けた活動に取り組んでいる。

「ブルーツーリズム推進支援事業」は、ALPS処理水の海洋放出による風評への対策として、海の魅力を高めるブルーツーリズムを推進し、国内外からの誘客と観光客の定着を図ることが目的の事業で、2022年度、観光庁にお

いて2億7,000万円が予算化された。具体的には、観光庁がブルーツーリズムを推進する地域（岩手県、宮城県、福島県及び茨城県における市町村、観光協会及び観光地域づくり法人（DMO））を公募し、当該地域における海水浴場等の受入環境整備、海の魅力を体験できるコンテンツの充実、海にフォーカスしたプロモーションの強化、ブルーフラッグ認証の取得に向けた取り組みを支援するものである。

そのほかにも、沖縄県や大阪府、鳥取県内の地域の海水浴場でブルーフラッグ取得に向けた検討がなされており、日本ブルーフラッグ協会に問い合わせが入っていると言う。このように2022年度から国内においてブルーフラッグ取

得を目指す動きが活発化してきており、今後の全国への普及が期待できる状況である。

3. 調査結果—ブルーフラッグ取得海水浴場における多主体連携の実態

調査対象海水浴場（表2）において、対面による半構造化インタビューを実施した。質問内容は、①ブルーフラッグ取得・継続過程で得られた企業との関わりや、そこから創出された商品などのプロダクト、②海水浴場の運営に直接関係しない団体、学校等との連携の実態等である。各海水浴場の2022年度における海水浴場開設期間、および出店した海の家¹の数は表2のとおりであった。

表2 調査対象者

海水浴場名	海水浴場開設期間 (2022年)	調査日 (2022年)	調査対象者
由比ガ浜	7月1日～8月31日	8月25日	由比ガ浜茶亭組合組合長 A氏
若狭和田	7月9日～8月21日	8月6日	高浜町産業振興課 B氏 一般社団法人若狭高浜観光協会 C氏
片瀬西浜・鶴沼	7月1日～8月31日	8月22日	江の島海水浴場協同組合事務局 D氏
逗子	7月1日～9月4日	8月22日	逗子海岸営業協同組合常務理事 E氏

ヒアリング項目は以下の通りである。下記を基本とし、対象に応じて聴取内容を微修正した。

- ① ブルーフラッグがきっかけとなって生まれた新たな活動団体、起業、商品などはあるか
- ② 企業との新たな連携や事業展開はあるか
- ③ ブルーフラッグの取得・維持がきっかけとなって生まれた多主体連携はあるか

(1) 由比ガ浜

1-1. ブルーフラッグを通じた国・県とのつながり

由比ガ浜茶亭組合組合長のA氏は、ブルーフラッグを取得したことによって、「国や県とのコミュニケーションが取りやすくなることのメリットは大きい」という。海水浴場は自然公物であるため法律や条例によって管理されるものではないが、海岸法に基く海岸保全区域¹に

ある場合は、構造物の設置などに際して海岸管理者（都道府県知事）の許可を必要とする。また由比ガ浜は二級河川の滑川の河口でもあるため、河川法を管轄する国土交通省とも日々コンタクトがある。これらのつながりにおいて、ブルーフラッグは良質なコミュニケーションツールとなっている。その果実の一つとして、由比ガ浜を障害者が利用しやすい海水浴場にする上で大きな前進があった。ブルーフラッグを取得

¹ 海岸法の適用範囲は海岸及び海岸と連続性のある区域とされ、干潮位から海側に50m地点から満潮位から内陸に50mまでの範囲を「海岸保全区域」としている。海水浴場の多くはその範囲に設置されるため、利用に際しては海岸法が適用される。

した2016年の3年後(2019年)、由比が浜茶亭組合の予算で海の家をつなぐ「ボードウォーク」を設置し、フランスから「モビマット」を取り寄せてマリンスポーツフェスティバルを開催した。これが呼び水となり、2021年に神奈川県スポーツ局の協力によって「由比が浜みんなのスロープ」の設置が実現したのである。これは国道134号線と海の家前のボードウォークを直接つなぐものである。これによって車椅子でもベビーカーでも訪れやすく、高齢者やハイヒールの客も利用しやすくなった。ブルーフラッグの認証基準のカテゴリーの一つである「バリアフリー」の実装が実現したことになる。その背景にブルーフラッグを通じて形成された国や県の現地事務所との日常的な繋がりがあった。

1-2. 企業とのつながり

由比が浜海水浴場の海の家の中には企業が出店している例や、組合として協賛を得ることもある。企業協賛のキーワードは「SDGs」である。ブルーフラッグはSDGsの実現に貢献することを目指しているため、企業としてブルーフラッグ取得海水浴場に協力することに意味を見出しているようだ。商品のマーケティングや広報拠点として海の家を活用し、利用者をモニターと見立てている。

1) 協賛から協働へ

海の家全体への企業協賛例として「株式会社カネカ」(大阪府大阪市)がある。同社は海中でも生分解されるプラスチックを開発し、「Green Planet」というブランド名で製品化を進めている。この製品は海中で二酸化炭素と水に分解されるため、海洋プラスチック問題を起こすことがなく、生ゴミと分別せずに捨てることができる。由比が浜茶亭組合ではGreen Planet製のフォーク、スプーン、ストロー等を導入しているが、さらに生ゴミと混ぜてコンポスト化を行い、関谷の鎌倉野菜生産者に渡し

て野菜に変え、海の家に提供している。利用者には面白法人カヤックが進めている地域通貨を使って購入してもらおう循環のシステムを考慮しており、コンポスト化のための装置を導入した。また、Green Planetを用いたピックピンを由比が浜、片瀬西浜・鶴沼、逗子の3海水浴場で製作し、組合員に配るなども行っている。

薬品会社のエーザイ株式会社は、飲食店等での使用に適した抗菌化スプレー「イータック」(写真1)を2022年のシーズン中に由比が浜、片瀬西浜・鶴沼、逗子の3ブルーフラッグ海水浴場に無償提供した。このスプレーは1週間長持ちすることがポイントである。コロナ禍の海の家では必需品であるため、各海水浴場で歓迎され、使用された。

また、2022年の夏、クラウドファンディングで開発された鎌倉ビールの新銘柄「ルート134」が由比が浜、片瀬西浜・鶴沼、逗子にのみ卸された(写真2)。このビールはクラウドファンディングを用いて作られたが、ほぼその返礼と海の家への寄付で在庫を使い切った(他所では未発売)。ブルーフラッグを取得した海水浴場であることが他の海水浴場と差別化となり、企業が着目するポイントになっているようである。



写真1 抗菌剤イータック (2022年8月25日撮影)



写真2 海の家限定販売「ルート134」(撮影は江の島海水浴場協同組合にて、2022年8月22日撮影)

(2) 若狭和田

若狭和田ビーチは、由比ガ浜と並ぶ日本初のブルーフラッグ取得地である。日本海に面した穏やかな遠浅の海と、古くからの海浜リゾート地として文人に愛され、かつては別荘が建ち並んだ落ち着いた街並みが、通りを挟んで対峙する。

2-1. ブルーフラッグと高浜町のまちづくり

1) SDGs のテキスト

高浜町は、海の政策としてブルーフラッグを推進してきたが、現在では、町の事業全般の出発点にブルーフラッグを置いている。当初は観光客の増加もブルーフラッグに期待していたが、コロナ禍も相まって目に見える数字にはならないことから、ブルーフラッグの目標を海岸の維持管理やマナー啓発に絞り、町で何かを始める時にブルーフラッグ取得自治体であることの再認識から始めている。ブルーフラッグは、文字通り高浜町のまちづくりのコンセプトとなった。SDGs 政策においてもブルーフラッグが活用されている。高浜町では数年前からSDGs への取り組みを開始しているが、ブルーフラッグはそれ以前(2016年)から活動して

いるため、町民にはSDGsよりブルーフラッグの方が浸透している。そこで学校等でSDGsの話をする時にもブルーフラッグを例証している。また、役場への視察訪問客は、まず若狭和田ビーチに連れて行かれて、ブルーフラッグ海水浴場の現状を見る。ブルーフラッグは町の姿勢を端的に表すブランドとなっているといえよう。

2) 山・浜・海をつなぐブルーフラッグ

若狭湾に面し、山が海に迫る高浜町は、もともと漁業と林業を地場産業としてきた町である。2021年に若狭高浜漁港に設けられた「UMIKARA」(写真3)は、鮮魚と加工品を販売する水産業の6次産業化拠点である。若狭高浜漁業協同組合の移転を機に仲買人や漁協も出資して建てられ、魚を獲る、加工する、商品化する、売る、食べるなど「魚」にかかわる消費・購買のすべてが提供されている。漁港エリアは若狭和田ビーチがある和田地区ではないが、ブルーフラッグ取得をきっかけに「海」に目が向くようになった町民や観光客の立ち寄り拠点となり、水産業の振興に寄与することが期待されている。

海水浴場開設期間に浜に敷かれるウッドロードは、認証基準の1カテゴリーであるバリアフリーを実現することを目的に2021年から設置している(写真4)。現在は福井県産の木材を使っているが、高浜町のシンボルである青葉山の木材をいずれは使いたいと考えている。棚田を有する青葉山は高浜町の山のシンボルであり、ブルーフラッグが核となって林業と海業が活性化することが高浜町の町全体のビジョンでもある。

2.2 外国人観光客の来訪

ブルーフラッグ取得後、高浜町では観光客層の変化を実感している。取得前にはゼロだった外国人個人客が日常的に見られるようになった。バッグひとつで駅から海水浴場へ向かうが、

おそらく京都から足を延ばしているのだろうと推測している。数字の把握はできておらず、今後の課題としている。フランス領事による視察もあり、関心が示されている。外国人客の姿を目にするようになったことから、町民の間に海水浴場をきれいに保つことの大切さへの認識が浸透してきたという感触を得ているとのことであった。

2-3. 企業とのつながり

1) 多主体連携によるアップサイクル

2020年、高浜町内の4事業者²が連携して、ペットボトルを25%配合したサングラス「オーシャングラス」を開発した。海岸で回収したペットボトルを洗浄し、工場へ送って粉碎してペレットにし、他の原料と混合してプラスチックに加工して福井県鯖江市の眼鏡メーカーへ送り、サングラスに仕上げる。連携しているのは高浜町ブルーフラッグアカデミーと高浜町商工会若手メンバー、女性たちによる活動団体アノミアーナ、アクティビティ事業者のシースターズの4者で、増え続ける漂着ゴミを何とか有効活用できないか、という思いから活動が始まった。現実には課題が多く、販売できるほどのロットが確保できていない状況である。例えば、リサイクルに使えるペットボトルを分別する手間や、高浜町のように清掃業者に回収・処理を依頼している場合の分別の方法など、予想しなかった現実に直面しているが、一過性のイベントに終わらずに産業化できる方法を模索したいという意向がある。

2) 商品コンセプトへの応用

ある化粧品メーカーが、内浦地区のレモンの廃棄物を利用してハンドソープを作ったが、その説明にもブルーフラッグのストーリーを取り込みたいとの相談があった。また、京都の古着屋が顧客と一緒に若狭和田ビーチを訪れて海岸

清掃を行い、ペットボトルを仕分けるツアーを有料で行ったりしている。環境保全への参加意思を伝えたい企業の活動理念をブルーフラッグが代弁しているというだけでなく、消費者にとっても、購入を通じて環境保護に貢献する機会を提供していると言える。



写真3 UMIKARA (2022年8月6日撮影)



写真4 ウッドロード (若狭和田ビーチ、2022年8月6日撮影)

² ブルーフラッグアカデミー、高浜町商工会若手チーム、アノミアーナ、アクティビティ事業者のシースターズの4者

(3) 片瀬西浜・鵠沼

江の島の付け根にあり、新江ノ島水族館も隣接する片瀬西浜・鵠沼海水浴場は、湘南のビーチの「顔」と言ってよい。今季で2年目となるが、ブルーフラッグを企業のブランドイメージと結びつけて協力してくれる企業や、ブルーフラッグの維持につながる協賛など様々なつながりが生まれている。

3-1. 企業とのつながり

1) 環境保全に着目した企業協賛

江ノ島電鉄株式会社は、江の島海水浴場協同組合と同じく神奈川県のSDGs パートナーであ

る。地球温暖化対策として、車利用を公共交通機関利用に転換してもらうとして、江ノ電の一日乗車券と海の家の割引セット券を7月21日から夏休み期間に限定して販売した。常時販売している「のりおりくん」(800円)と「海の家利用券(シャワー、ロッカー使い放題)」(1,500円)の合計2,300円を1,950円にしたもので、江ノ電全駅と車内中づりで広報した(写真5)。

ブルーフラッグ取得初年度の2021年に丸紅フォレストリンクス株式会社から提供されたのが、循環型食器“edish”である。2021年は実験的に無償で導入され、2022年は賛同する海の家が購入する形となった。同社のホームページによると、edishは小麦の製粉時に余る小麦

The banner is divided into two main sections. The left section shows a beach scene with people walking and a lighthouse in the distance, with the text 'ENOSHIMA WEST KUGENUMA' and '江の島片瀬西浜・鵠沼海水浴場'. The right section shows a train with the text '江ノ島1日乗車券 のりおりくん 1Day Pass "Noriorikun"'. Below these sections is a large graphic showing the combination of two items: '海の家利用【シャワー・ロッカー使い放題】' (Beach house use [shower/locker unlimited]) and '江ノ電乗り放題【のりおりくん】' (Enoshima 1-day pass [Noriorikun]). The total price is shown as '1,950円' (1,950 yen) instead of the original '2,300円' (2,300 yen). A small logo for 'BLUE FLAG' is also visible.

写真5 江ノ電1日乗車券+海の家セット券 (2022年8月22日撮影)



写真6 循環型食器「edish」(器部分。2022年7月30日撮影)

ブランを原材料として作られ、食器やテイクアウト容器として使用され、回収後に熱風乾燥と粉碎処理で飼料や肥料に再活用されるというものである(写真6)。見た目はリサイクル容器と変わらない。また、同社社員は海水浴場開設期間に毎週開催される江の島海水浴場協同組合と湘南ビジョン研究所の共催で行われるビーチクリーンにも参加した。

2) 海の家への協賛

エーザイ株式会社より、除菌・抗菌作用が一週間続くスプレー「イータック」の無償提供を片瀬西浜、鵜沼海水浴場の海の家全店舗が受けた。これは由比ガ浜、逗子海水浴場と同じ条件である。これを受けて江の島海水浴場協同組合では、取材対応やSNSでの発信の際に除菌を徹底していることをうたい、全店舗に抗菌済みシールを貼った。

鎌倉ビール醸造株式会社は、クラウドファンディングを用いて開発したIPAのビール「ルート134」を湘南のブルーフラッグ取得海水浴場(片瀬西浜・鵜沼、由比ガ浜、逗子)限定で海

水浴場期間の海の家に無償提供した。売り上げは各海の家のもとなる。パッケージも味もオリジナルのもので、組合員から好評を得ていた。同社は2022年には片瀬西浜の海を家の新規オーナーにもなり、店舗を出店した。

日本たばこ産業株式会社からは、海水浴場の喫煙所設置費用の協賛を受けた。海水浴場のごみで目立つたばこの吸い殻のポイ捨てをなくすことが目標である。このほか企業協賛の話はいくつかあったものの、コロナ禍でもあり成立しなかったものも多い。

3-2. ブルーフラッグを支える企業・団体とのつながり

バリアフリーや安全管理に関しては、片瀬西浜・鵜沼海水浴場がブルーフラッグ取得時から協力を得ていた企業とのつながりが続いている。株式会社櫻井興業からはバリアフリーマットの協賛を得ており、株式会社メディケアーからは海の家用の折り畳み式スロープを3台提供してもらった(昨年度は貸与)。このスロープを使えば西浜の海の家には全店舗車いすで入れるため、全店舗バリアフリーとPRできるようになった³。

3-3. 教育機関とのつながり

近隣の学校とのつながりも広がっている。湘南白百合学園中学・高等学校の有志団体から、ごみのポイ捨ての注意喚起の放送をしたいと申し入れがあり、この夏、子どもたちの声によるメッセージが海水浴場で流れた。同校は海水浴場で実施されるビーチクリーンにも参加している。他にも玉川学園はじめ複数の県内高校生もビーチクリーンに参加した。

³ 片瀬西浜・鵜沼海水浴場の鵜沼側の海の家はもともと段差がないため、西浜側の海を家の段差がなくなれば海水浴場全域がバリアフリーとなる。

(4) 逗子

逗子海水浴場は2022年4月に初の認定を取得したばかりの新しいブルーフラッグ海水浴場である。コロナ禍で海水浴場を開設できず、海の家営業もできなかった2020年夏。海浜パトロールやビーチクリーンをしながら、50年後にもこの浜を残すために何かしなければならなかった時に思いついたのがブルーフラッグだったと逗子海岸営業協同組合常務理事のE氏は言う。ブルーフラッグを通じて、環境保全活動を継続していきたいと考えた。2022年7月にはブルーフラッグ認証取得を記念して、逗子市長や逗子市広報大使の石原良純氏も参加するシンポジウムを開催し、市全体で取り組むブルーフラッグであることがアピールされた。

4-1. 企業による協賛

今年の逗子海水浴場では、他の湘南のブルーフラッグビーチ3カ所（由比ガ浜、片瀬西浜・鶴沼）と同様、エーザイ株式会社から除菌抗菌剤の無償提供を受けた。逗子では、トイレやライフセーバーの備品に同製品「イータック」を設置した。

4-2. 認証基準達成に向けた多様なつながり

ブルーフラッグの認証基準を達成する上で、逗子海水浴場は他の海水浴場同様、多様な主体と連携しながら活動している。

1) 環境保全

海水浴開設期間中は、海の家では毎朝早朝からスタッフが自分の店の前の清掃をしているが、毎週土曜日には市民も参加し一緒に街中清掃を続けている。これはブルーフラッグ取得前からのことで、逗子市民に浸透している活動とこのことである。

2021年、NPO法人iPledgeの協力を得て逗子海岸営業協同組合が立ち上げたのが「クリーン&ピースプロジェクト」である。海水浴場開設期間中、来場者にごみについて理解してもら

うために「ビーチエコステーション」を設け、毎週末にボランティアに来てもらい、ごみの分別を手伝ってもらった。今年度も継続されている（写真7）。

同じ2021年、逗子海岸営業協同組合ではSDGsの洗剤教室で、環境に負荷を与えない洗剤について学んでいる。



写真7 ビーチエコステーション(2022年8月25日撮影)



写真8 逗子海水浴場のビーチマット(2022年8月25日撮影)



写真9 リユースカップ (2022年8月25日撮影)

2) バリアフリー

日本財団の助成を受けてバリアフリーマットを購入した(写真8)。湘南バリアフリーツアーセンターから障がい者の来場について問い合わせがあり案内をした。普通に飲食を楽しんでもらっており、今後もこのような自然な利用が増えることを望んでいるとのことである。

4-3. プラごみゼロへの取り組み

2021年から、使い捨てのプラスチックカップの使用を禁止し、日本財団の助成を受けて何度も使用できるリユースカップを使用している(写真9)。目的はプラスチックの総廃棄量を削減することである。

4-4. 連携のための体制づくり

逗子海水浴場は認証取得から時間が経ってい

ないことから、ブルーフラッグそのものへの認知度は高まっておらず、企業協賛等はこれから開拓する段階にある。今後、企業に限らず多様な主体との連携が予測されることから、一般社団法人「& Beach」を立ち上げた。現在は組合員が多いが、いずれは多様な団体に会員になってもらうことで、ブルーフラッグがテーマとする環境関連の活動をしやすくすることを期待している。

4. 考察

4つの海水浴場に対するヒアリング調査を通して、以下の5点が考察された。

①ブルーフラッグの理念に共感し、活用する企業との連携

複数の企業が、ブルーフラッグに関心をもち協賛企業として関わりをもつようになった。それぞれ製品提供という形で海水浴場に協賛をしている。企業側にとっては、ブルーフラッグが目指す理念と企業CSRが一致する故のアプローチと言える。海水浴場側でも企業の提案を1対1で受け取らずに域内循環のサイクルに乗せる例も見られた。例えば、由比ガ浜ではカネカによる循環型カトラリーの処理に湘南地域の農家を巻き込み、企業の取り組みと地域の取り組みを連携させる試みを行っている。

②行政管理部局とのコミュニケーションツールとなるブルーフラッグ

海水浴場の利用に関する許認可等でつながっていた国や自治体との関係が、ブルーフラッグが求める活動でも連携するようになった。例えば神奈川県は海岸法を管理しているが、由比ガ浜の「みんなのスロープ」の設置などバリアフリーの促進についても連携するようになり、パイプが太くなっている。

③SDGsの実践の場となるブルーフラッグ取得海水浴場

SDGsとブルーフラッグが目指すものが同一

であるという理解から、学校や団体、企業がビーチクリーン活動へ参加し、SDGsに参加する活動団体間の連携などが進んでいる。若狭和田ビーチでは、高浜町が取り組むSDGsの先進例としてブルーフラッグが理解され、学校の授業等でもブルーフラッグを例に取り上げて講義がなされている。

④まちづくりの核となるブルーフラッグ取得海水浴場

高浜町では、山の環境（青葉山）、海の環境（若狭漁港）、浜の環境（ブルーフラッグ）を連携させて地域全体の回遊性を高め、山と海の生業を活性化させたいと考えている。ブルーフラッグを町のシンボルとして外国人を含めて集客し、UMIKARAを観光客受け入れ装置として活用したいという考えをもっている。

⑤ブルーフラッグ取得海水浴場、未取得海水浴場間の連携

本調査で明らかになったのは、湘南地域の3ビーチ間での横の連携の力であった。コロナ禍にあった2年間の海水浴場運営を共に乗り切ったために生まれた連帯ともいえるが、その絆によって、一つの海水浴場での試みが他の海水浴場へ波及したり、一カ所を訪れた企業の協賛が他のビーチにも展開したりする例が複数見られた。

5. 結論

ブルーフラッグは、それまで生業や行楽の場として利用されてきた海水浴場に、「環境教育と情報」「水質」「環境マネジメント」「安全とサービス」という4つのカテゴリーに基づく33項目の評価軸を提示し、その対応を求めるものである。それらに対応してきた海水浴場は、その機能の幅の広さや、必要とする主体の多さに直面してきた。このことは前掲論文に記載した通りである。一方で、そのようなブルーフラッグを外から見守ってきた企業や学校、活動団体

は、ブルーフラッグが目指す理念への共感や協働の可能性を見出し、それぞれの手法でアプローチしてきた。そこにはコロナ禍で変化した人々や社会の価値観も介在しているといえよう。コロナ禍を完全に脱してはいない2022年度の海水浴場期間であるためその件数は少ないが、今後もこのような形での連携は進むことが予測される。

このような関わり方を可能とする条件の一つとして、海水浴場が1カ月～2カ月という短期間に出現する時限付きの集客装置であるという特徴が存在すると考える。とくに湘南のように集客力がある海水浴場は、首都圏住民に対する時限付きのアンテナショップの機能を有しており、企業や団体の活動における社会実験場と言える。そこで試されたもののうち汎用性があると判断されたものは市場へと出てゆく。ブルーフラッグ取得海水浴場は、イノベーションやインキュベーションの場である。

本研究では、経済循環の実態を把握することを目的としていたが、調査の結果、それぞれの取り組みはまだ緒に就いたばかりであり育成段階あることが明らかとなった。またブルーフラッグの取得地が各自治体で1か所にとどまっている現状から、当該自治体における他の海水浴場との間に見えない格差を生んでいることが懸念された。ブルーフラッグを取得・維持するためにかかる経済的・人的・社会的コストや、海水浴場個別の課題等が存在することが推測される。これら2点については今後の経過に委ねることとしたい。

以上より、本研究の問題意識としたブルーフラッグの取得・継続による効果として、企業や団体の活動を誘発すること、理念の共感に基づく提案や実験を受け入れる場としてブルーフラッグ取得海水浴場が機能することが把握された。

謝辞

本研究に関して取材を快く受け入れて下さった増田元秀氏、仲野博之氏、高田慎平氏、金子ふたば氏、勝田康司氏、調査にご協力くださったNPO 法人湘南ビジョン研究所の徳田龍太郎氏、西尾英子氏、久保卓氏、伊海田浩史氏に深く感謝します。

引用文献

海津ゆりえ・片山清宏・菅原周一 (2021) 「市民ネットワークによる海辺のまちのSDGsの実現に向けて—国際環境認証「ブルーフラッグ」に関わるNPO 法人湘南ビジョン研究所の活動に焦点を当てて」(『湘南ジャーナル』25号、文教大学湘南総合研究所、91-108)

海津ゆりえ・片山清宏・菅原周一 (2022) 「海辺の環境保全運動と市民ネットワークに関する研究—国際環境認証「ブルーフラッグ」認定地域を題材に」(『湘南ジャーナル』26号、文教大学湘南総合研究所、27-46)

国土交通省 (2013) 「第1回海岸管理のあり方検討委員会資料2 海岸管理の現状について」

<http://www.nilim.go.jp/lab/bcg/siryou/tnn/tnn0619.htm>