

An aerial photograph of a city, likely Kumamoto, Japan. The image shows a dense urban area with a grid of streets and numerous buildings. A large river flows through the center of the city, with a bridge crossing it on the left. In the middle of the image, there is a large green park area with a baseball field and other recreational facilities. The text "熊本市家庭の森づくり事業に関する研究" is overlaid in large, orange, stylized characters across the center of the image.

熊本市家庭の森づくり事業 に関する研究

平成26年11月24日 日本造園学会九州支部 佐賀大会

熊本市都市政策研究所
長 和史、蓑茂 寿太郎

研究の目的

熊本市の民有地緑化施策のひとつである「家庭の森づくり事業」の実態を明らかにし、今後の政策課題を探ることを目的とする。

1.はじめに 家庭の森づくり事業とは

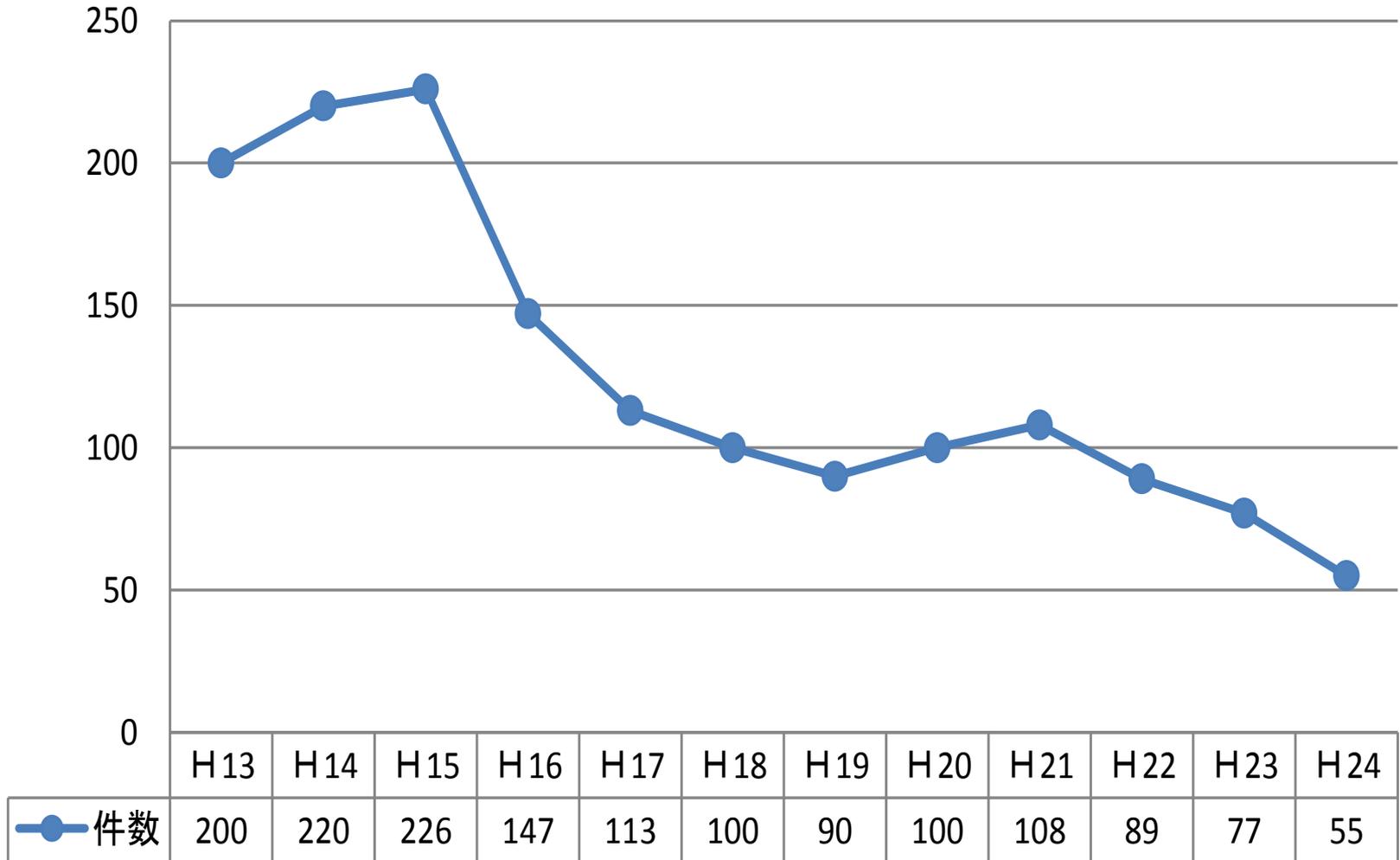
事業名	開始年度	内容
漱石の森づくり事業	家庭の森づくり	H13年度 家庭の庭にシンボルツリー(樹高3m以上の樹木1本)を植栽される方への事業費の50%を補助(限度額2万円)
	緑の街並みづくり	H13年度 道路沿いにあるブロック塀等を撤去し生垣へ植え替え、あるいは生垣を新設される方へ事業費の1/2を補助(限度額 撤去費5万円、生垣設置費7万円)
	事業所の森づくり	H13年度 事業所の敷地内に構造物等を取り壊して緑化、あるいは生垣や樹木を植栽される方へ事業費の1/2を補助(限度額30万円)

街なかの緑創出事業	屋上等緑化等助成制度	H14年度 建築物の屋上等を利用して緑化を行う者に対して、事業費の上限額屋上緑化10万円/m ² 、壁面1万円/m ² 、事業費の2/3(計画区域)、または1/2(市街化区域)を補助(限度額 屋上100万円、壁面20万円)
-----------	------------	--

2.調査方法

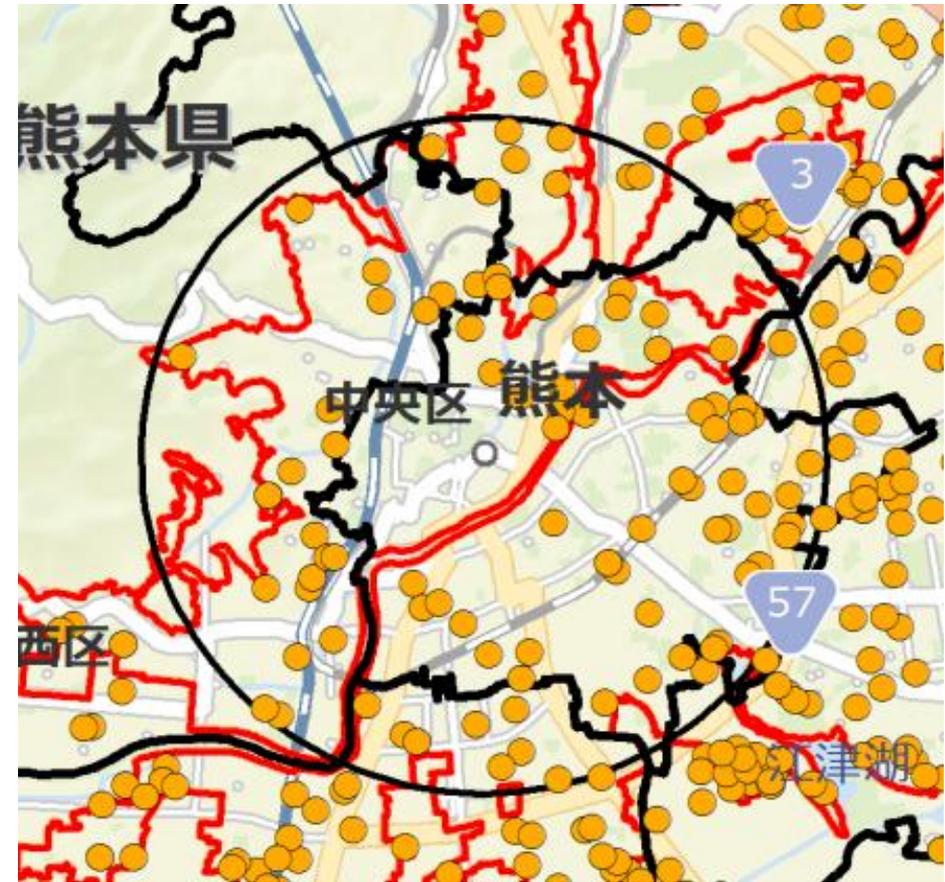
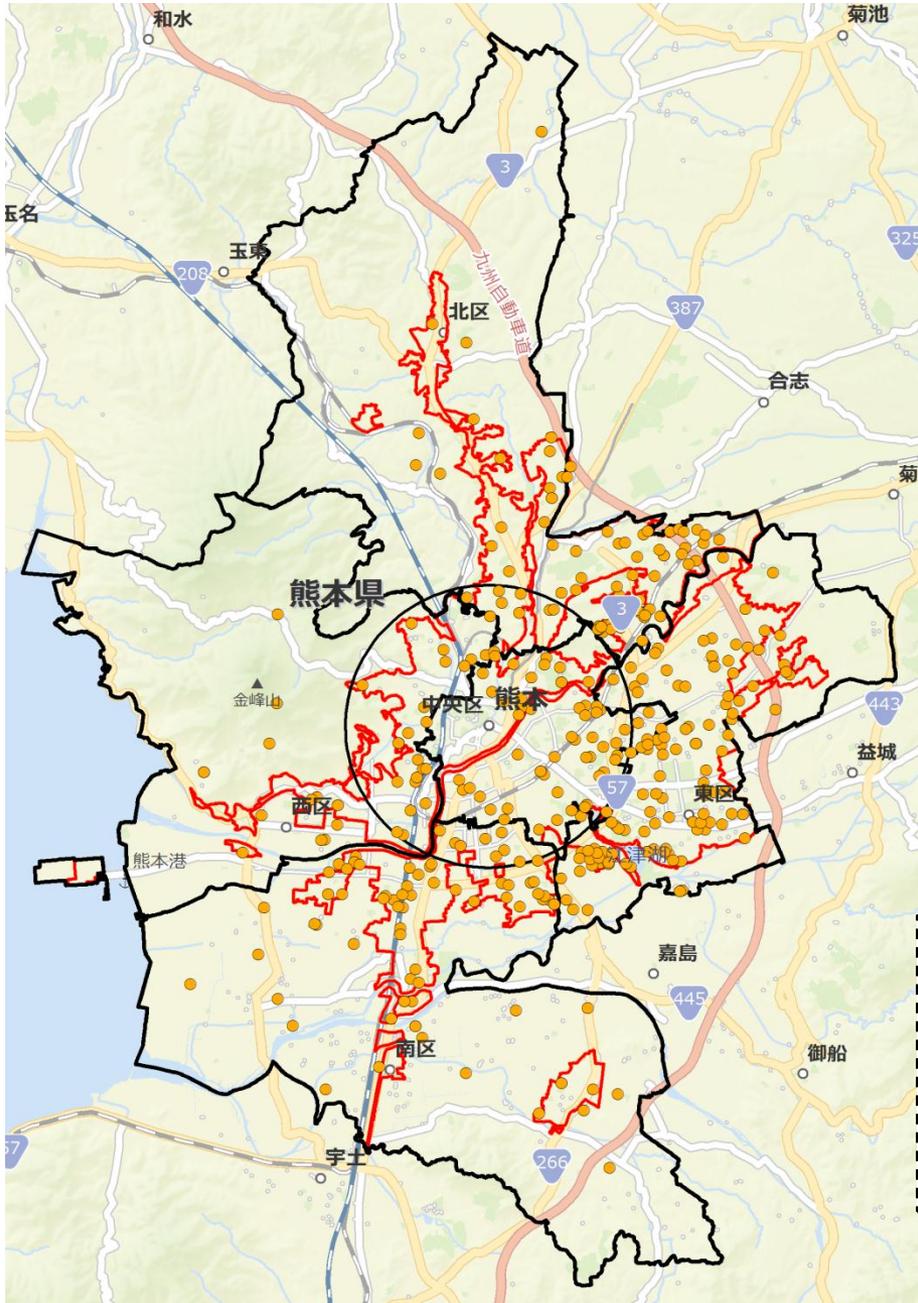
- 家庭の森づくり事業の申請台帳データから、ARC-GIS Ver10.2(地理情報システム)を使用して交付件数と交付個所の分布状況等について実績を調査分析
- 同事業の植栽工事の施工企業のうち上位10社(申請件数)に対し、聞き取り調査を実施

3.調査結果

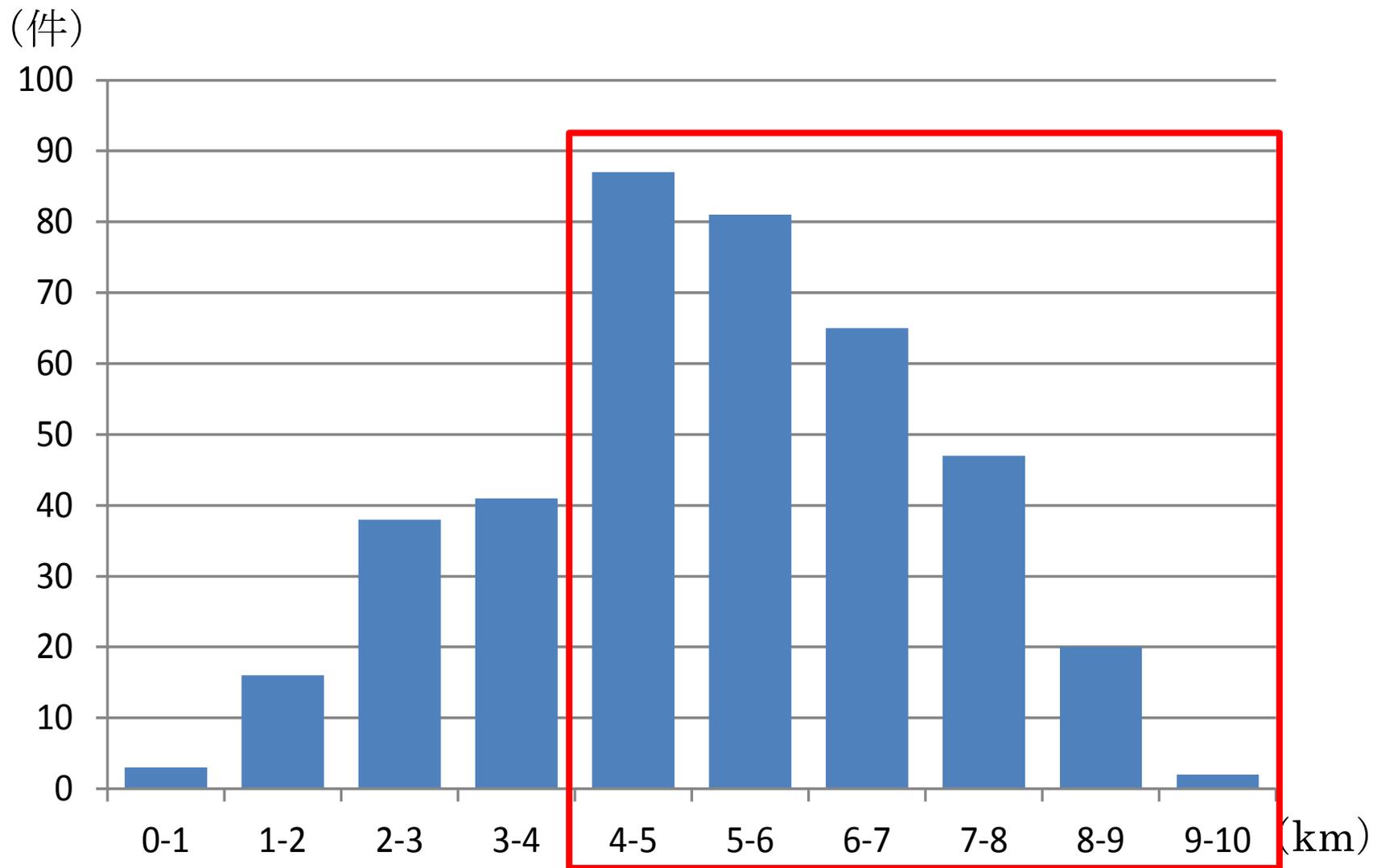


家庭の森づくり事業の補助金交付件数の推移(平成13年度～平成24年度)

家庭の森づくり 補助申請位置図(平成20年度～平成24年度)



- ・半径4km以上に77%が分布
- ・申請の約9割が新築住宅
- ・樹種はヤマボウシ(15%)、シマトネリコ(13%)が多い



熊本市役所を中心とした距離帯毎の件数(平成20年度～平成24年度)

4.考 察

申請件数の減少理由

○広報不足か？

→市政だより、HPをはじめ、各種イベント時に積極的に行っており、事業当初の広報回数と遜色なく、むしろ増加している。

○予算の減少か？

→毎年度予算は残っている。

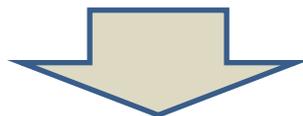
○新築着工件数の影響か？

→熊本市内の新築着工件数は、横ばいないし増加傾向。



直接的な要因ではない

過去5年の申請書類を見ていると
施工している企業の偏りを発見！



最も施工数の多い企業に事情をヒアリング
市民側から制度の活用を望むのではなく、
企業側から制度活用を提案していることから、
施工企業が本事業の重要なプレーヤー
ある可能性が考えられた



過去5年（平成21年度～25年度）の施工件数
上位10社を抽出し、聞き取り調査を実施

聞き取り調査の内容

- 企業の創業年、回答者
- 申請者の特性(年代等)
- 補助活用の提案者(市民OR企業)
- 申請者と請負企業との接点
- 申請支援の状況
- 申請者に対する制度の働きかけ
- 今後の(営業における)補助活用
- 制度の効果
- 制度の改善点

聞き取り調査結果の概要

■事業の認知度

- ・市民はこの事業をほとんど知らない。

■企業の負担

- ・申請支援を企業側が行っており、その申請手間は企業の負担となっている。

■制度の効果

- ・制度活用により樹木の規格を大きくする効果がある。

(イ)グループ(A社・B社)

- ・創業10年以内の建築外構を中心の企業
- ・熊本市の補助制度を一種の営業戦略として使い業績を伸ばす。

(ロ)グループ(C社・D社)

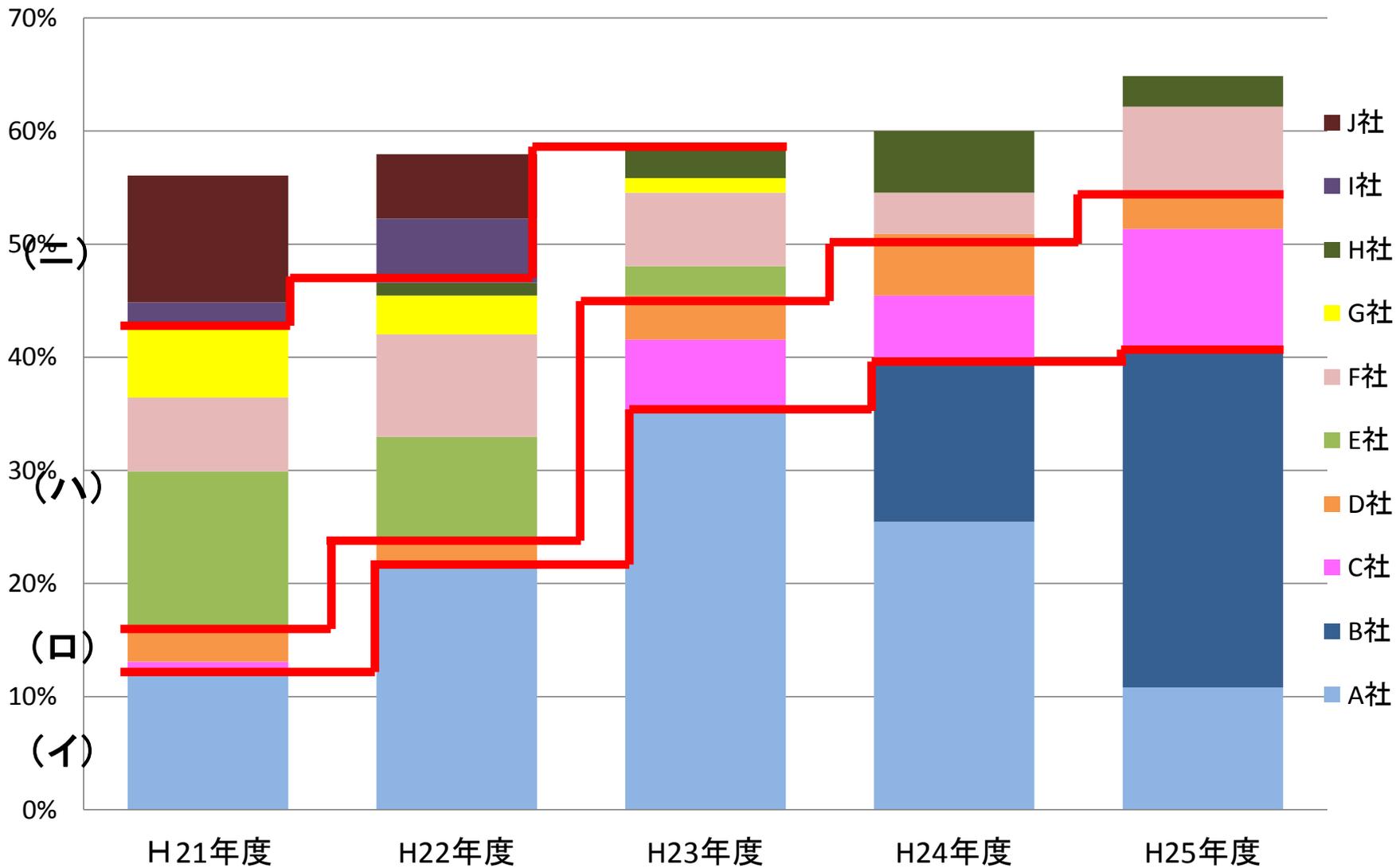
- ・地元で知名度のある住宅エクステリア全般の企業
- ・知名度があるため、客からの問い合わせにより仕事がある。
- ・企業側から補助活用を薦めることはない。

(ハ)グループ(E社・F社・G社・H社)

- ・家族経営で新築外構を中心とする創業10～20年の企業
- ・住宅建築企業からの紹介他で仕事がある。
- ・申請手間は負担であるが、顧客が喜んでくれるので、制度の活用を薦めている。

(ニ)グループ(I社・J社)

- ・公共工事中心の造園会社
- ・固定客およびその紹介者等からの問い合わせ、春の植木市の時に仕事をとっている。
- ・申請の手間は惜しまず、積極的に制度の活用を薦めている。



上位10社の申請総数に占める割合(平成21年度～平成25年度)

5.まとめ

- 補助金の交付件数は年々減少傾向にある。
- 市の郊外部で制度が活用されている。
- 年々施工を請け負う企業が限定されてきている傾向があり、事業推進において施工企業が重要な役割を果たす。



市民、施工企業、行政にとってよりよい制度となるよう、今後の制度見直しの際の現状把握と方向性を示す資料として活用

参考文献及び資料一覧

- 1) 長和史「熊本市の都市緑化政策の評価と仮題」『熊本都市政策』vol. 1, 2013
- 2) 熊本市環境共生課『家庭の森づくり事業補助申請台帳』（平成20年度～平成24年度）

ご清聴ありがとうございました