

④これからの取組について

「滝川風呂敷ルネッサンス運動」（仮称）について（市との共同事業として）

小池環境大臣が「もったいない風呂敷」をプロデュース！

- ・なかなかオシャレである。
 - ・世界に誇る日本文化を象徴するシンプルにして究極のエコグッズである。
 - ・使い方のバリエーションが幅広くいつまでも楽しい。
 - ・価格も手ごろなことからみんなが手に入れることができる。
- などなど風呂敷は魅力あふれるアイテムである。



滝川版の地域密着型ふるしき普及運動が進められないか！

- ・都会のオシャレな空間での風呂敷もアリだが、やはり風呂敷は地方の素朴な風景にこそ馴染むものである。
 - ・風呂敷はデザイン次第で、地域の特色が出せる。
 - ・高齢化社会を迎えるにあたり、風呂敷は年寄りの得意分野。眠っていた風呂敷魂が今、よみがえる！
- などなど地域こそ風呂敷が活用されるべきステージである。



滝川市民に風呂敷携帯習慣を！

- ・「滝川風呂敷ルネッサンス運動」（仮称）と称して、次のような取組を目指す。
 - ◇風呂敷サロンの開設（風呂敷の展示、風呂敷活用の勉強会の開催など消費者協会の新フロアを活用）
 - ◇風呂敷技能の普及→風呂敷の結び方・活用法、文化論などの風呂敷講座の開講
 - ◇風呂敷ショッピングの推奨→商店街やスーパー、コンビニ等との連携強化
 - ◇滝川オリジナル風呂敷の商品化（菜の花風呂敷、ジんギスカン風呂敷、グライダー風呂敷など）
 - ◇「風呂敷+おにぎり=家族の絆」運動の展開。→子供に手作りの地元産米のおにぎりを風呂敷に包んでもたせよう！
- これらの取組により、市民への風呂敷携帯の定着を図り、国民一人あたり年間200枚以上使用するといわれるレジ袋への過度な依存使用量削減につなげるなど、環境にやさしいまちづくりにつなげていきたい。