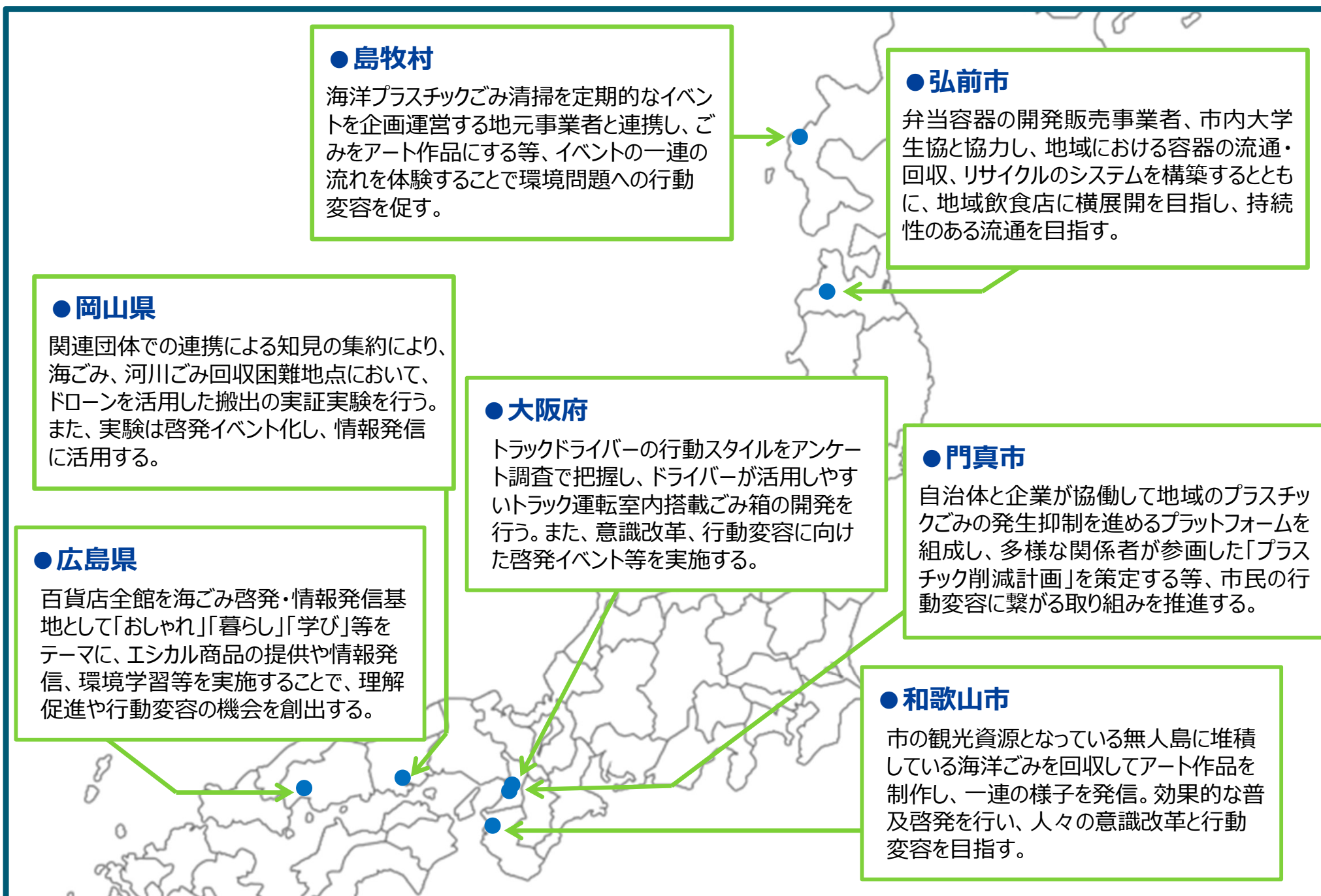
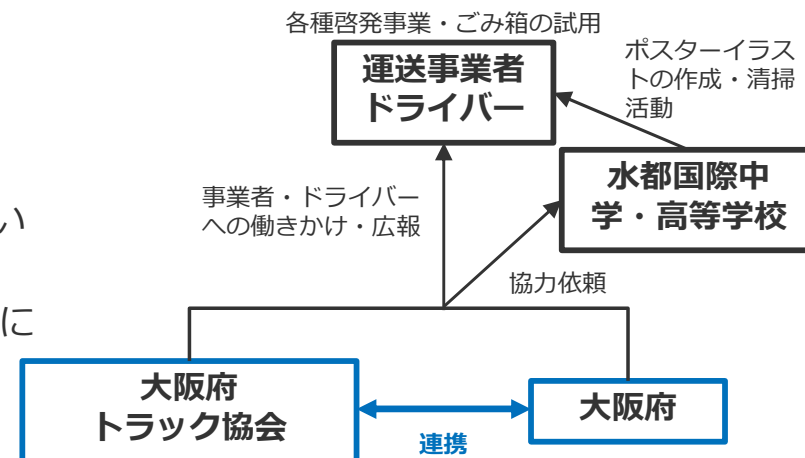




取組の目的

■ **対象** 運送事業者、トラックドライバー、中・高校生

■ **目的** トラック協会と連携体制を構築し、ドライバーが活用しやすいトラック運転室内搭載ごみ箱の配布や、運送事業者・ドライバーへの普及啓発事業を実施し、一部のトラックドライバーによるポイ捨て対策に取り組む。



取組の概要

- **発生抑制** ドライバーへのアンケート・トラック運転室内に搭載可能なごみ箱の作成・配布
- **普及啓発** 地元学生デザインの看板、高速道路管理者等との協働によるデジタルサイネージの掲示等、トラック協会からの情報発信
- **清掃活動等** トラックターミナル周辺での看板設置式及び清掃活動

成果と課題、今後の展開

- **成果** 大阪府トラック協会との連携構築
運転室内搭載ごみ箱の配布や啓発資材の多方面展開
- **課題** トラックは府県間をまたいで移動するため、全国で連携した取り組みが必要
- **今後の展開** 大阪府トラック協会と連携した取り組みを継続。

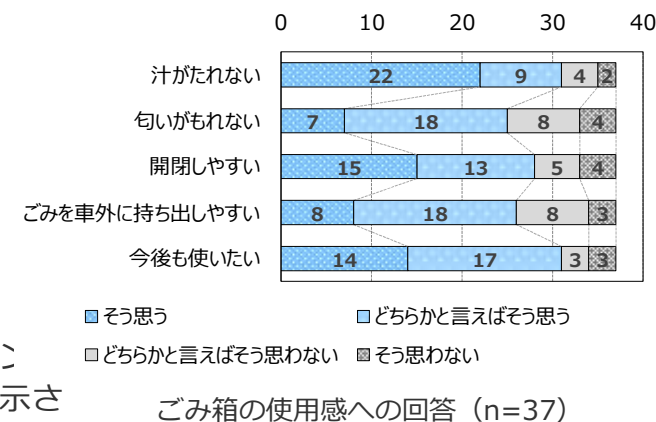


取組のポイント

- **動機付け** 大阪府トラック協会や運送事業者と、大阪府との間でポイ捨てごみ問題の課題認識を共有されている。
- **事業性** 本事業単独では資金獲得に繋がりにくいものの、景観美化や業界のイメージ回復等副次的な効果が期待される。
- **横展開** 全日本トラック協会や他府県トラック協会との課題意識や取組とその効果の共有が期待される。

効果測定

- **方法**
 - ① 運転室内搭載ごみ箱をモニター配布したドライバーへのアンケートの実施
 - ② 上記に協力した運送事業者へのアンケートの実施
- **結果**
 - ① 使用感は概ね高い評価が得られ、今後も使いたいとの回答が8割以上を占めた。
 - ② 「従業員にごみの適切な処理方法について周知を考えている」、「社内ミーティングにごみ削減を考える時間を設けたい」等、事業者としても課題意識があることが示された。



今後の取組イメージ

■ トラック運転室内搭載ごみ箱の普及

自動車メーカーに対して運転室内へのごみ箱装備の働きかけや補助金等を活用した普及可能性について検討する。

■ トラックの荷台貼り付け用ステッカーの作成

ドライバーの署名入りステッカーを車両に貼り、ドライバーの責任を明確にするとともに、ドライバー間での認知度向上を図る（右図）。



ステッカーイメージ

■ 多様な主体との連携と令和4年度事業の水平展開

全日本トラック協会や他府県組織との課題意識や施策効果の共有や、道路部局・企業・学校等と今後の取組メニューを検討する。

取組の目的

■ **対象** 市民（そごう広島店の来店者）、GSHIP参画企業及び団体

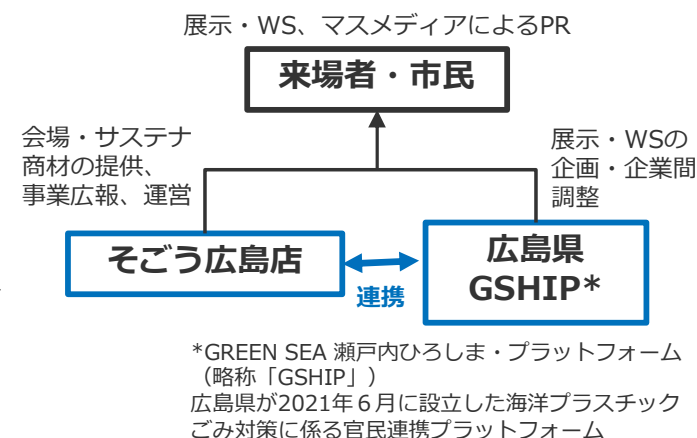
■ **目的** 秋の海ごみゼロウィークに併せて、百貨店全館を海ごみ啓発・情報発信基地として「おしゃれ」「暮らし」「学び」等をテーマに普及啓発事業を展開。エシカル商品の提供や情報発信、環境学習等を多様な市民が集う場で実施することで、海ごみについての理解促進、行動変容の機会を創出する。

取組の概要

- **普及啓発** そごう広島店本館一体での海ごみ問題の啓発（サステナブルウィークス）、その解決に貢献する地域の先進的なサービス・製品の紹介、エシカル消費へ促す機会の提供
- **その他** 自治体・企業・団体等の官民連携体制の構築、訪問客へのアンケート

成果と課題、今後の展開

- **成果** 百貨店の集客力をコアにした大々的な啓発事業の実施とモデル構築
- **課題** 体験型学習及び情報発信力の更なる強化、マネタイズの仕組みの構築化
- **今後の展開** 県内・瀬戸内地域の企業・団体の巻き込み
そごう広島周辺エリア一帯を巻き込む形での啓発事業の実施



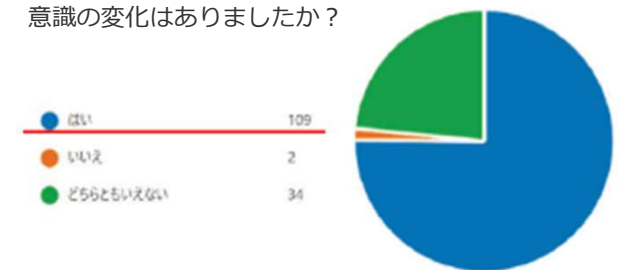
取組のポイント

- **動機付け** 2050年までに新たに瀬戸内海に流出するプラスチックごみをゼロにする目標を関係者間で共有している。
- **事業性** マネタイズの枠組みが必要である一方、本事業のプロジェクト会議が企業間の交流の契機となり、ビジネスマッチングによる波及効果が期待される。
- **横展開** 官民連携の枠組みや今回の取組は、他の自治体への横展開や、百貨店における新たな価値創出が期待される。

効果測定

- **方法** 出展企業別の来場者数やクイズラリー参加者へのアンケートの実施
- **結果** 参加者の約75%が今回のイベントを通じて、海ごみ問題やリサイクルなど、意識の変化があったと回答した。また、あなたができることとして「レジ袋や使い捨てプラスチックの使用を控える」「マイボトルやエコバックの利用」をあげる方も多かった。

今回のイベントを通じて、海ごみ問題やリサイクルなど、意識の変化はありましたか？



クイズラリーでのアンケート結果（n=145）

今後の取組イメージ

■ 直接対話型のイベント展開

ワークショップ形式等、参加型・「動」のアクションをさらに盛り込んだ企画作りを行う。

■ 広島・瀬戸内のPRと関係者の巻き込み

県内・瀬戸内エリアの企業・団体による参加の輪を広げ、そごう広島店の周辺エリア一帯（地域全体）での取組として発展させる。

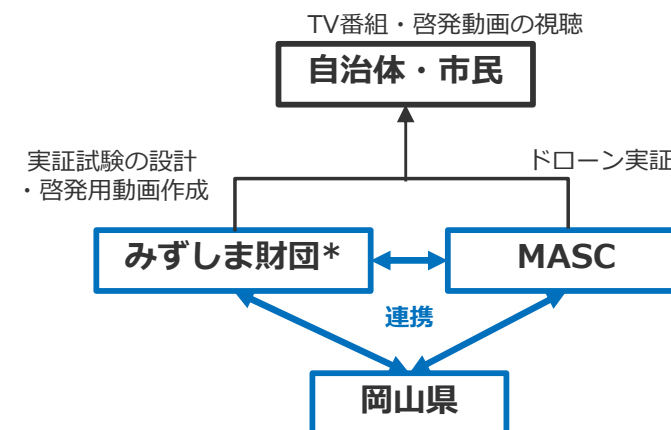
■ 持続可能な仕掛けづくり

マネタイズの仕組みを検討しながら、企業のブランディング価値向上にもつながるよう、企画の充実化を図る。



取組の目的

- **対象** 離島等ごみ回収困難地点を抱える地域及び自治体、市民
- **目的** 海岸漂着物等の回収困難地点におけるごみ搬出方法として、ドローンの活用を提案し、搬出方法の選択肢を増やすことを目指す実証実験を行う。また、ドローンによる実証実験の話題性を活かした情報発信・啓発事業を実施し、海洋ごみ問題の解決方策の提案と普及啓発を同時達成を目指す。



取組の概要

- **ごみ回収** ドローンによるごみの搬出
- **普及啓発** ドローン実証実験のマスメディアによる紹介、実証試験の様子を活用した普及啓発の実施（動画制作・啓発講座）、シンポジウム等での啓発動画放映
- **その他** ドローンによるごみ搬出における法的な整理、ワークショップ等でのアンケート

成果と課題、今後の展開

- **成果** ドローンによるごみ搬出実験の実施
マスメディアを通じた取組のPR
- **課題** ドローン搬出に係るコスト
- **今後の展開** ドローン活用方策の具体化と啓発動画を活用した普及啓発



*水島地域環境再生財団

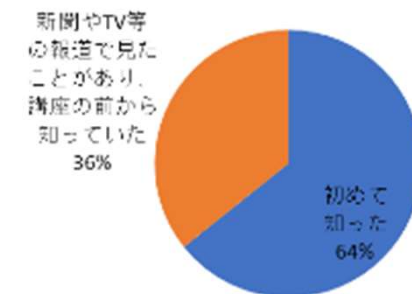


取組のポイント

- **動機付け** 人力では搬出困難な海岸漂着物が身近にある瀬戸内海の海岸で放置されている現状を関係者間で共有している。
- **事業性** 現状の技術ではドローンの価格等に課題があるものの、技術開発を通じた産業振興が期待される。
- **横展開** 車・船での侵入が困難でごみの搬出が難しい地点（国内外の離島等）での活用が期待される。

効果測定

- **方法**
 - ①海ごみ学習講座での取組紹介とアンケートの実施
 - ②啓発動画視聴者へのアンケートの実施
- **結果**
 - ①ドローンの実証試験の受講者認知度は36%と高く、マスメディアへの露出が大きく影響したものと考えられた。
 - ②シンポジウムでのアンケートでは学生の取組が注目されるとともに、多くの方がごみの回収に取組みたいとの意欲が見られた。



問4. 今回の実験は講座を受ける前からご存じでしたか？

実証試験の認知度（n=17、海ごみ学習講座）

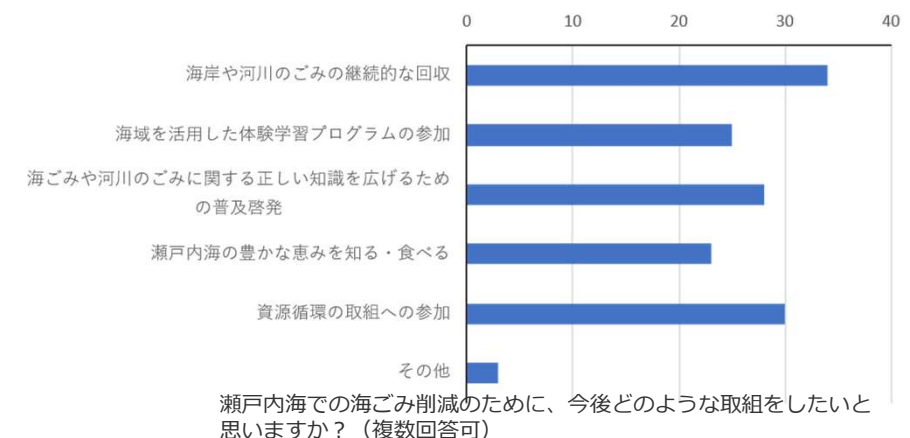
今後の取組イメージ

■ 実証試験のPRによる普及啓発

今回の取組映像を用いた普及啓発動画を様々な場所で放送し、実証試験の成果を広くお伝えするとともに、県民等に海洋ごみ問題の現状と課題について広く知ってもらう機会を創出する。

■ ドローン活用方法の具体化

事業性等費用の観点からメリットのある条件や地点を検討することや、ごみを吊るす等人力が必要な部分の自動化に向けた技術開発が想定される。また、ドローンでの搬出を事業化するために活用可能な支援・補助制度を検討・整備により、ドローンの利活用を進めつつ県内企業の技術力向上にも貢献することが期待される。



シンポジウムアンケートの結果（n=46）

取組の目的

■対象 村民及び村外から訪れるイベント参加者

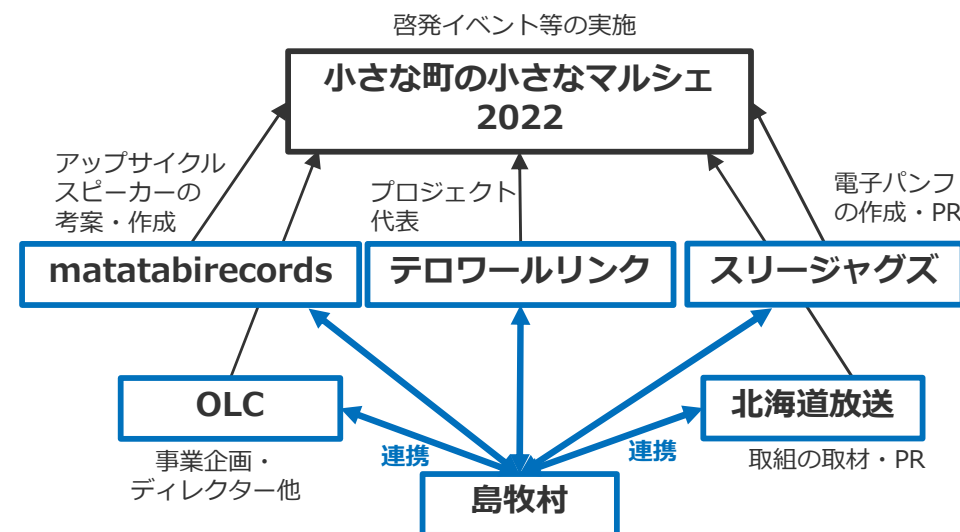
- 目的 イベント参加者及びコミュニティに対して、プラスチックごみからのアップサイクル品作成や地元出身のシンガーソングライターによるオリジナル音楽によって、海ごみ問題への行動変容を促す。これらの取組をマスメディア等の協力のもと広く発信力のあるプロジェクトを目指す。

取組の概要

- リサイクル 海洋ごみ製のアートスピーカー作成
- 普及啓発 「小さな町の小さなマルシェ2022」での普及啓発（スピーカーから海へ向けた音楽とメッセージの発信等）、SNS等を活用した取組PR
- 清掃活動他 一斉ビーチクリーン、地元出身者による地域へのメッセージ・取組の対外発信

成果と課題、今後の展開

- 成果 「小さな町の小さなマルシェ」によるイベント実施
海洋ごみを用いたアート作品の制作と活用
- 課題 海ごみのアップサイクル事業を村内で行う体制づくり
- 今後の展開 アップサイクル品による啓発事業の展開や関係人口の創出



取組のポイント

- **動機付け** 村で受け継がれたものを後世に繋ぐ、環境を守っていくとの共通理念がマルシェ関係者や村内で共有されている。
- **事業性** 制作したアート作品（スピーカー）は村外でも有効に活用されており、アート作品自体の収益化が期待される。
- **横展開** 全国津々浦のイベントにてアート作品が既に活用ないし今後の活用が計画されており、村外での関心も高い。

効果測定

- **方法** ①マルシェ来場者、②PR素材のページビュー数（2023年1月時点）
- **結果** ①約500人（島牧村人口1,300人）
②WEBマガジン | 4840PV
北海道新聞記事 | 購読者数約40,000人
電子パンフレット | 161PV

今後の取組イメージ

■ 全村クリーンナップ運動との融合

例年4月に実施しているクリーンナップ運動に今回の取組を融合させる。

■ 海洋ごみのアップサイクル品の活用

クリーンナップ運動で回収した海洋ごみからアート作品（スピーカー等）を制作し、啓発事業に活用するほか、ふるさと納税の返礼品とする。

■ 村の仮想空間構築

デジタルとオーガニックを融合したメタバース・NFTを導入し、SDGsをテーマとした仮想空間の構築を図る。



ポスター・電子パンフレット（抜粋）

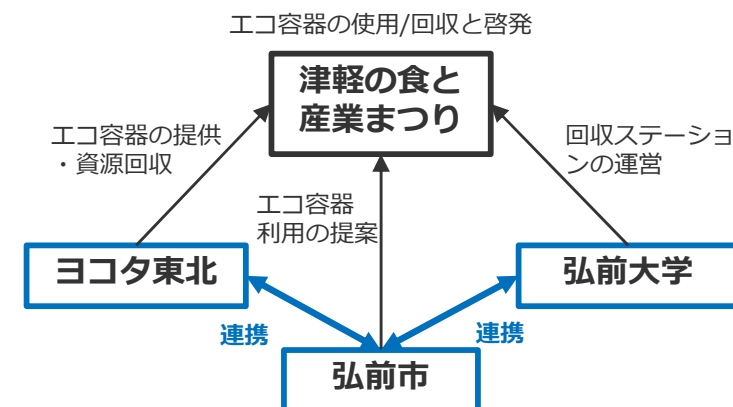


スピーカーの活用

取組の目的

■ **対象** 市内の事業者・イベント参加者（市民及び観光客）

■ **目的** 弁当容器の開発販売事業者や地元大学生協との連携により、エコ容器の流通、回収、リサイクルシステムを地域イベント等へ転用することで、地域のリサイクルシステムを構築し、プラスチックごみの削減を目指す。地元飲食店のテイクアウトでの活用に向け連携を広げ、持続性のある流通を目指す。



取組の概要

- **発生抑制** 大規模イベントでのエコ容器使用とエコ容器回収・リサイクルの試行
- **普及啓発** イベント内リサイクルステーションでの弘前大学生等による取組PR（声掛け、チラシ配布等）
- **その他** イベント参加者・出店事業者・運営に携わった学生へのアンケート



成果と課題、今後の展開

- **成果** 大規模イベントにおけるプラスチックごみの大幅削減
エコ容器のリサイクルシステム構築に向けた需要の創出
- **課題** 事業者の利用促進に向けた仕組みづくり
- **今後の展開** エコ容器の継続使用に向けた事業者等との協力体制の構築
学生中心の情報発信によるPR・普及啓発

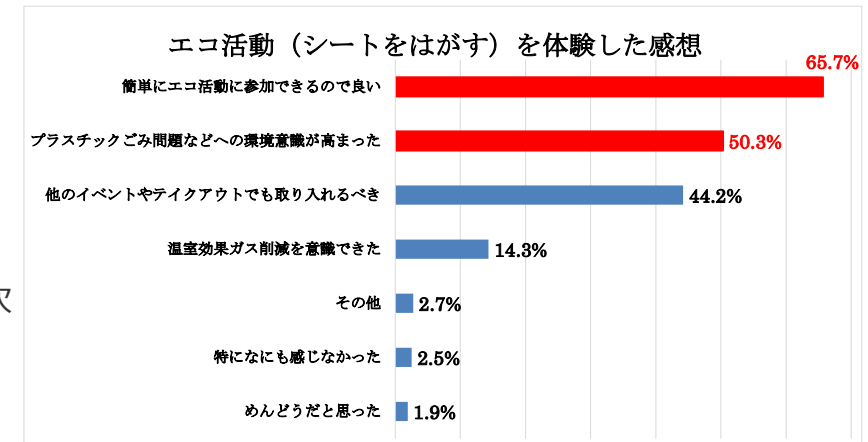


取組のポイント

- **動機付け** イベント開催後にプラスチックごみが大量に散乱、景観を損ねることに対する問題意識を有しており、リユース食器の取組も実施した経緯があるなど、課題に対する共通認識が予め関係者間に浸透していた。
- **事業性** 弘前大学で利用実績があるエコ容器を採用することで、リユース食器では困難であった採算性の課題解決が期待される
- **横展開** 市内・県内への水平展開のほか、リユース食器の利用を断念したイベント・自治体での適用可能性が期待される。

効果測定

- **方法** ①エコ容器回収量、②プラごみ削減量、③CO₂削減量、④アンケート
- **結果** ①3923個（資源回収量として30.74 kg）
②78.46 kgプラごみ削減
③164.77 kg（杉の木約4,000本が1日に吸収する量に相当）
④来場者側には取組の容易さが評価された。出展者側は費用面の負担次第との条件付きも含めて、エコ容器を今後も使いたいと回答した。



来場者アンケートの結果

今後の取組イメージ

■ 事業成果の発信

特に学生等若年層によるSNSやWEBを活用した情報発信の方策について検討する。

■ 環境配慮容器の利用拡大

上記の学生による情報発信によるブランディングに加え、補助事業やデポジット制度、有料化等利用者側の負担軽減方策を検討する。

■ ごみを出さないイベント開催に向けた取組

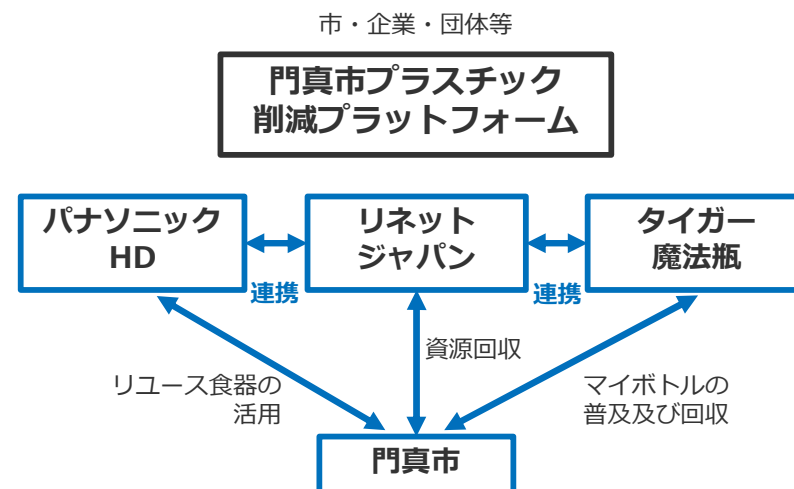
イベントの主催団体や関係団体との協議会の設立など働きかけを通じて、市内のイベントでの横展開を図る。



取組の目的

■対象 市職員、市民、企業、団体

- 目的 自治体と企業が協働して地域のプラスチックごみの発生抑制を進めるプラットフォームを組成し、産学官の多様な関係者が参画した実効性のある「プラスチック削減方針」を策定する等、市民の行動変容に繋がる取り組みを推進する。併せて、本事業の成功事例をベースモデルとして全国の自治体と共有することで、自治体間の連携の輪を広げる。



取組の概要

- 発生抑制 イベントへのリユース食器の提供事業の試行、新たな資源回収ルートの構築
- 普及啓発 プラスチック削減プラットフォームの設立、マイボトル普及率向上に向けた率先行動
- その他 プラスチック削減プラットフォームへの地域企業の巻き込み

成果と課題、今後の展開

- 成果 プラスチック削減プラットフォームの設立
リユース食器の提供、市職員の率先行動の取組
新たな資源回収ルートの構築
- 課題 プラットフォームへの域内企業の更なる参画
- 今後の展開 プラットフォーム参画企業の拡充



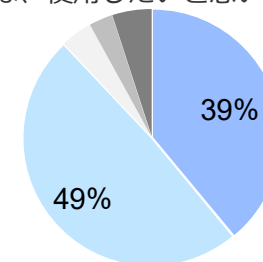
取組のポイント

- **動機付け** 市民・事業者の「ジブンゴト」化や取組の継続性を目的に、関係者が話し合える「場づくり」の議論からスタートした。
- **事業性** 市内の企業が有するサービスを直接市民へ提供する機会を創出したことにより、BtoB企業が直接消費者からの反応を得られる場としても機能しており、マーケティングの一助となっている。
- **横展開** 市内の多様な企業が参画することによる水平展開のほか、流域圏等のより広域的な枠組みの形成も期待される。

効果測定

- **方法** ①リターナブル食器の利用者アンケート
②ステンレスボトル回収量 ③パソコン・小型家電回収量（2023年1月時点）
- **結果** ①今後の利用について約9割の方から肯定的な意見を得た。
②ステンレスボトル35本
③1637.7 kg（市民からの回収、パソコン・小型家電合計）

今後開催されるイベントにおいて、リターナブル食器があれば、使用したいと思いますか。



■ 積極的に使用したいと思う。(30人) 39%

■ 機会があれば使用したいと思う。(38人) 49%

リターナブル食器利用者アンケートの結果



市職員向けポスター

今後の取組イメージ

■ キックオフメンバーとの連携継続・拡大

リターナブル食器の貸し出し事業を市として継続するとともに、参加企業間で連携した取組を模索する。

■ 新規参加者の増加と取組拡大

今年度の取組の情報発信等を通じて新規参加者を獲得し、プラスチック削減プラットフォームの拡大を図る。

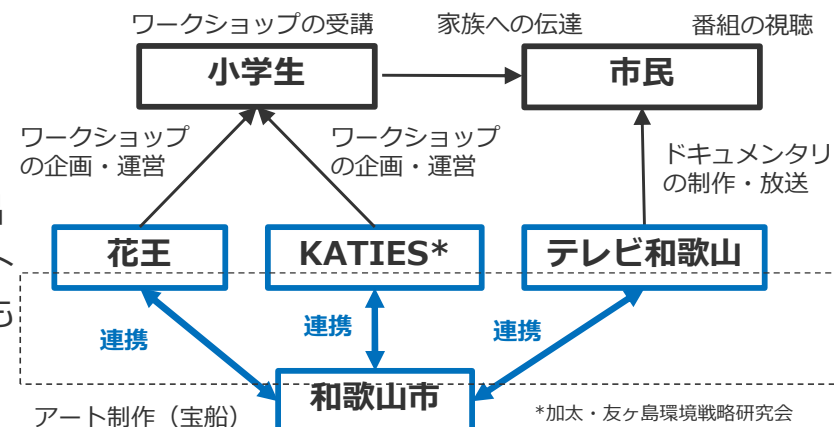
■ 市職員の率先行動

市職員のマイボトル普及率100%を掲げ、市役所から生じるプラスチックごみの削減に努める。

取組の目的

■対象 市民、小学生

- 目的 人々の海洋ごみに対する意識を変革する体験デザインの創出をめざし、アート船の制作プロジェクトと教育プロジェクトを実施。一連の様子をマスメディアで発信。昨年度の成果も活用しながらコンテンツの拡張を図る。



取組の概要

- リサイクル 回収した海洋ごみによるアート作品の制作
- 普及啓発 市内小学生に向けた海洋ごみワークショップの実施とシンボルキャラクター（ウミプラー）との連携、一連の取組をTVにて紹介
- 清掃活動他 地ノ島（無人島）での海洋ごみの回収と啓発用資材・アート資材への活用、ワークショップでのアンケート



成果と課題、今後の展開

- 成果 アート制作と啓発番組の放映
小学生向けウミプラーワークショップの試行
- 課題 教育機関向けプログラムのブラッシュアップによる自走性の確保
- 今後の展開 ウミプラーを活用した取組の普及と深化

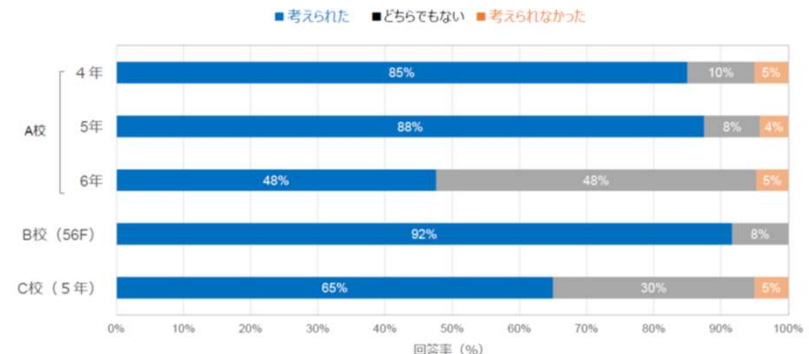
取組のポイント

- **動機付け** 市の観光資源である友ヶ島に堆積する海洋ごみの現状と課題の共有に加え、「ウミプラー」というシンボルの設定や目指したいゴールが関係者間で具体化されている。
- **事業性** 「ウミプラー」コンテンツは市の魅力発信やツーリズムに活用できる可能性がある。
- **横展開** 学習コンテンツの横展開に加え、各地独自の「ウミプラー」の創出による「ウミプラー」をコミュニケーションハブとしたネットワーク形成が期待される。

効果測定

今回の活動をすることで、ウミプラーのような悲しい思いをしているプラスチックをなくすために、自分にできることを考えられましたか？

- **方法** ワークショップに参加した児童へのアンケート
- **結果** 半数から9割の児童に対して日常の行動について考えるきっかけとなったことが示されており、「振り返り学習」や「漂着物の分別」の実施にて誘起されたことが示唆された。



児童へのアンケート結果（実施校別）

今後の取組イメージ

■ 学習コンテンツのブラッシュアップ

関係機関と協力して、学校教育の現場から求められる内容に改善を図り、自走性のある取組とする。

■ 地域間交流の促進と魅力向上

他の自治体と共に運営側も楽しく参画しながら学びの多いコンテンツとして発展させ、地域間交流の促進やツーリズムへの溶け込みによって地域の魅力の向上や発信を図る。

■ 海洋ごみ回収の概念の変革に向けて

海洋ごみに対する新たなモノの見方（意識）を創出し、海洋ごみ回収の概念自体を変えていく仕掛けづくりを継続していく。

