

## ● 広島県

海岸清掃や海ごみによるアート作成・展示などの活動を番組として放送し、海洋ごみ削減に向けた自発性や当事者意識を醸成するための“仕掛けづくり”、“広島”の海へのファンづくり”を行う。

## ● 広島県

地域を巻き込み実施するアクションプロジェクト「スポーツ×海洋プラスチック」を実施、清掃イベントやアップサイクルの見える化を行う。スポーツの要素を加え間口を広げ、プラスチック削減の意識醸成を図る。

## ● 吉富町

小学生及び地元企業関係者を対象に海洋ごみ等を活用したアップサイクルワークショップを実施し理解を深め、町内全体の行動変容につなげる。また、この取組を情報発信し、郷土愛醸成やブランディングを図る。

## ● 京都府

ペットボトルの効率的な回収でごみとしての発生を未然に防ぎ、廃PETを「西陣の織物」にアップ・リサイクルする仕組みの構築し、その普及啓発により一般消費者の意識改革と行動変容を目指す。

## ● 今治市

地域住民と市で協定を結び、その過程で中高生が学び感じたことを発表してもらい、活動の必要性を市民へ伝える。また商工会議所と自治体が地域のために考え行動する枠組みの組成と、その展開を目指す。

## ● 度会町

児童・生徒から資源循環の考え方を各家庭に広げることで、ごみ減量化やプラスチック発生抑制等の推進と、幅広い世代へのに向けた啓発に取り組む。また事業者からの情報発信により、町民の意識醸成に繋げる。

## ● 和歌山市

ウミプラーを横展開するため、堺市と連携し、課題の共有や独自イベント等を実施し、横展開にどのような効果・課題があるかについて検証を行うとともに、ウミプラーを活用した海洋ごみ対策を展開する。

## 取組の目的

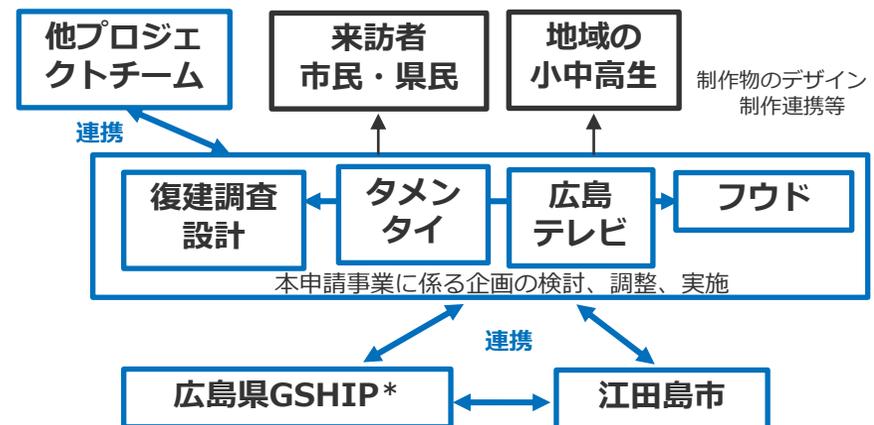
- **対象** 市民・県民、実施地域の小中高生
- **目的** 海洋ごみ問題を可視化させ、発生源と漂着エリア双方向から問題を考える取組の実施により、市民・県民による海洋ごみ削減に向けた自発性や当事者意識を醸成させるとともに、広島へのファンづくりを行う。

## 取組の概要

- **ごみ回収** エンターテインメント性を加えた清掃活動イベントの実施
- **普及啓発** 海洋ごみ回収ボックスのデザインコンテストの実施・制作、ワークショップの開催、ごみの量を「見える化」できるアート制作・展示、一連の活動を番組企画として放送、発信
- **その他** デジタル技術を活用した海流シミュレーション分析により、拾った海洋ごみがどこから流れてきたものかを推測（連携企業のリソースを活かす形での発生源の把握）

## 成果と課題、今後の展開

- **成果** メディアを通じた発信により、海ごみに注目していない県民へ広く面的に認知向上が図れた。アイデア応募者をきっかけに、友人知人や家族等が展示会やアイデア投票など気軽に参加でき輪が広がった。また、地元の漁業者と清掃イベントで初めて連携したことで、今後の継続した清掃活動の土台が築けた。
- **課題** 回収した後のごみの利活用（アップサイクル）までを一体的に見える化・発信できていない。
- **今後の展開** アップサイクルの要素を取り入れた取組の展開、江田島をフィールドにした活動の継続



\*GREEN SEA 瀬戸内ひろしま・プラットフォーム（略称「GSHIP」）  
広島県が2021年6月に設立した海洋プラスチックごみ対策に係る官民連携プラットフォーム



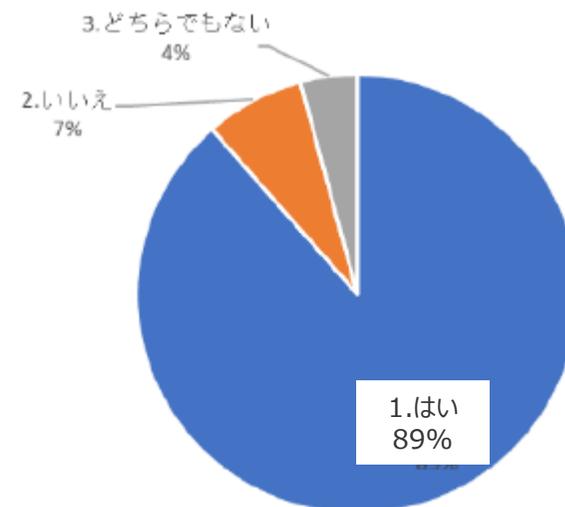
## 取組のポイント

- **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という目標のもと、企業等の垣根を超えた活動が重要という認識を持つメンバーと共に、取組の持続性の観点から「広島の家への愛着」を持ってもらう仕掛けの必要性を共有。
- **事業性** 企業や団体、行政等が相互連携のもと、各主体が有する技術やノウハウ、アイデア等を持ち寄り、掛け合わせながら実施する取組であり、継続的かつ発展的に行っていくプロジェクトである。
- **横展開** GSHIPの枠組みを通じて、県内他地域への横展開が期待できる。また、県外地域への展開では、各地域の地元メディアと活動団体がキーとなるため、地域振興など既にある連携の枠組みを活用しながら、海プラを1つの活性化ツールとして本事業のアプローチ手法やスキーム等を提供すること（ノウハウ移植）により、横展開が見込める。

## 効果測定

- **方法** イベント実施時における参加者数、アンケート調査、テレビ番組放送時の視聴率等
- **結果**
  - ・海づくり展の来場者数 約500名
  - ・海づくり展におけるアンケート調査:海ごみに対する意識変化があった89%
  - ・24時間テレビ（広島地区放映枠） 世帯視聴率12.9%、個人視聴率7.4%

Q.海づくり展に参加して、海ごみに対する意識は変わったか。



海づくり展でのアンケート結果（n=96）

## 今後の取組イメージ

### ■アップサイクルの要素を取り入れた取組の展開

他プロジェクトチームと連携し、海岸清掃で回収したプラスチックごみや店頭回収の生活系プラスチック容器をアップサイクルし、啓発イベントに活用。アップサイクル品のデザインは募集する等、より身近で親しみやすいデザインで普及・問題意識の浸透を進める。

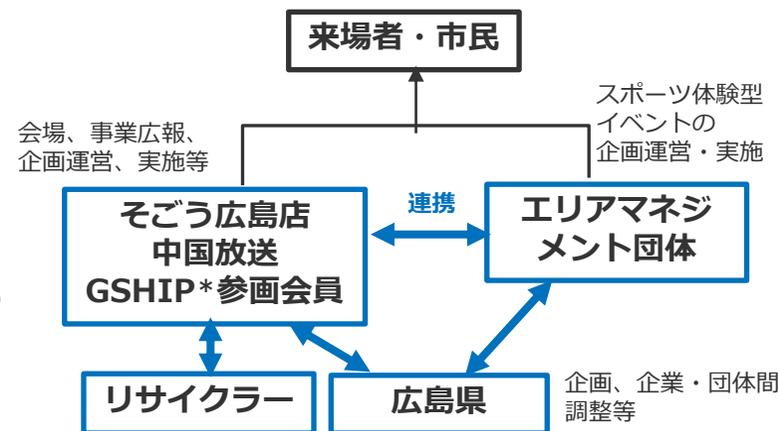
### ■ごみ回収装置のシンボル化、江田島を基点とした活動エリアの拡大

制作したごみ回収装置（スナメリ、優秀アイデア）を軸とした展示・啓発イベントの実施。

## 取組の目的

■ **対象** 市民・県民、エリア一体の企業・団体、GSHIP会員 等

■ **目的** 海洋プラスチック問題へのアプローチに際して、身近にある「スポーツ」の要素を加えることで間口を広げ、楽しみながら意識醸成するとともに、スポーツウェア等の回収・アップサイクルやペットボトルの3分別回収の促進等により、取組を可視化することで、取組への付加価値を高め、さらなる機運醸成を図る。



\*GREEN SEA 瀬戸内ひろしま・プラットフォーム (略称「GSHIP」)  
広島県が2021年6月に設立した海洋プラスチックごみ対策に係る官民連携プラットフォーム

## 取組の概要

- **ごみ回収**
  - ・GSHIP参画会員やスポーツファン等との連携によるスポーツを融合させた清掃イベントの実施 (3月) (清掃場所：紙屋町・基町エリア一体)
- **リサイクル**
  - ・スポーツ体験型イベントの会場等において、スポーツウェア等を回収 (10月)
  - ・回収したスポーツウェア等をアップサイクルしたサンフレッチェ広島とのコラボ軍手を制作し、資源循環の見える化を実現
  - ・ペットボトルのキャップアート制作
- **普及啓発**
  - ・スポーツ体験型イベントやそごう広島店と連携し、スポーツを軸とした海洋プラスチック対策に係る先進事例の紹介、ペットボトルのボトルtoボトル等に係る取組紹介



回収BOXと軍手

## 成果と課題、今後の展開

- **成果** そごう広島店の周辺エリア一帯 (地域全体) での取組として昨年から発展化。加えて、スポーツチームとの連携により、海ごみ問題へのアプローチをスポーツファンにも広げるなど、より多くの県民を巻き込んだ形で実施
- **課題** 持続可能な事業スキームの構築 = マネタイズの仕組み構築化、情報発信力の更なる強化
- **今後の展開** スポーツチームにおける地域密着活動 (交流促進) の一環としても継続的に実施



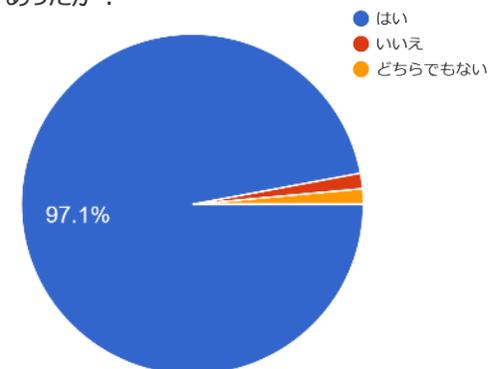
## 取組のポイント

- **事業性** 単に清掃活動をするだけでなく、スポーツをキーワードに取組を繋げ、アップサイクル品等により可視化させていくことで、ストーリー性+メッセージ性を持った取組として実施
- **横展開** 県内外の企業・団体等で構成するGSHIPと、エリアマネジメント団体（地元企業・団体等）、さらには、地域のスポーツチームや県民等の様々なステークホルダーが一体となって取り組む事業であり、そのアプローチ手法やスキーム等を、他の自治体等へ横展開することが期待される。

## 効果測定

- **方法** イベント実施時における参加者数、ごみ回収量、アンケート調査により意識変化の効果等を測定 等
- **結果**
  - ・ 清掃イベント参加者数：120名、回収量：70kg
  - ・ イベント時におけるアンケート調査:海ごみに対する意識変化があった97%
  - ・ 地域一体の取組として、また、県内外の企業や団体等と連携したものであり、海洋プラスチック削減に向けた新たな取組の創出や連携・協働のきっかけに繋がる。

Q. 今回のイベントを通じて、海ごみ問題やリサイクルなど、意識の変化はあったか？



清掃イベントでのアンケート結果 (n=68)

## 今後の取組イメージ

- **環境の日ひろしま大会（6月開催）等のイベントでの継続実施、取組の発展化**

6月に、そごう広島店及び基町クレド前広場等において、県の環境イベント「環境の日ひろしま大会」を開催予定

  - その際、回収→アップサイクル（又は水平リサイクル）等、リサイクル循環を消費者に分かりやすく可視化することで、海洋プラスチック削減への意識醸成を図る企画を実施
  - 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。
- **サンフレッチェ広島×スポンサー企業×GSHIP会員×エリアマネジメント団体等との連携企画**
  - ファン参加型の継続的な清掃活動（イベント等）の実施
  - 持続可能な取組として実施するため、スポンサー企業等を巻き込みながら、海ごみ削減やペットボトル等の資源循環に繋がる取組を企画、実施



## 取組の目的

■ **対象** 府民

■ **目的** PETボトルに焦点を当て、ポイ捨て、ひいては海洋へも流出している現状について知っていただき、さらに西陣の織物へのアップサイクルを通して、資源としての意識付けを図る。

## 取組の概要

■ **普及啓発**

PETボトルの回収活動でPETボトルのアップサイクルについて知っていただくとともに、さらに環境イベントにおいて、海洋プラスチック問題の現状と併せてアップサイクルの成果を実際に見ていただく。

■ **発生抑制**

上記の普及啓発により、ごみとしてのPETボトル排出やポイ捨てによる海洋流出の抑制を図る。

## 成果と課題、今後の展開

■ **成果**

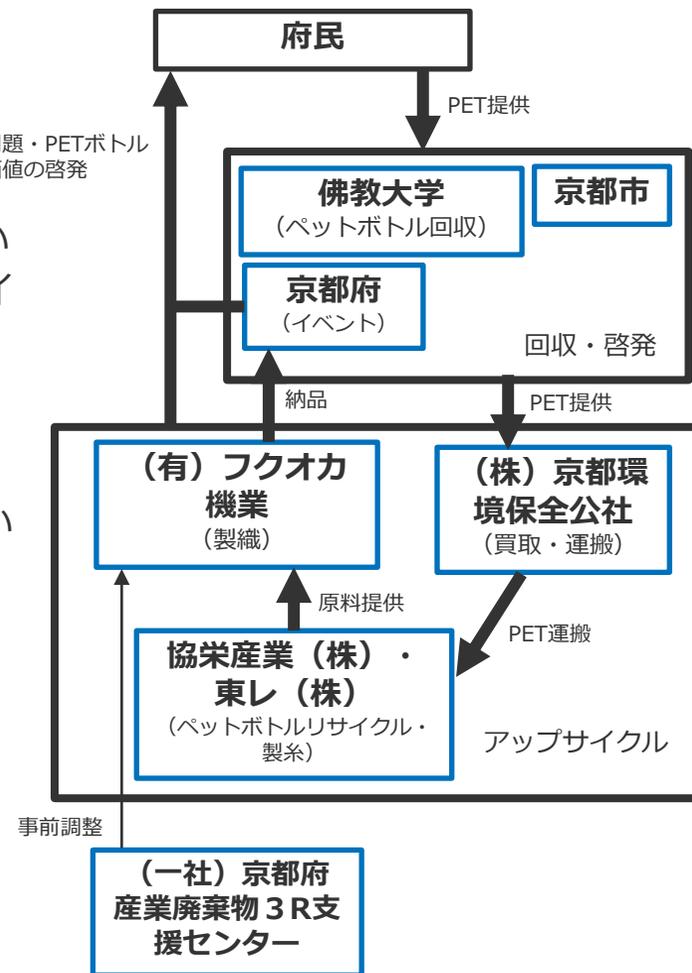
PETボトル回収において、資源としての意識付けを行った。

■ **課題**

海洋流出の問題は陸域を含めた全域で取り組むべき課題であり、継続して正しい排出の仕方を広く訴えていく必要がある。

■ **今後の展開**

本事業を契機とした企業間のつながりによるアップサイクルの継続・発展  
引き続き海洋流出問題やPETボトルの資源価値について、身近な課題として周知を継続



## 取組のポイント

- **動機付け** 淀川水系に散在する、PETボトルを含む散乱ごみについて、大半が京都府域を流れる桂川に起因することが判っており、また、大阪湾に漂着するプラスチックごみのおよそ半分がPETボトルという調査結果もある。正しく排出されていないPETボトルに焦点を当て、ブランド力のある伝統産業の力を借りることで、高付加価値なリサイクルが可能であることを示し、より効果的に消費者の環境意識向上を図る。
- **事業性** 本事業を契機に、それぞれ高度な技術を持つ事業者のつながりが生まれた。
- **横展開** 地域における代表的産業ブランドとの連携事例として横展開を想定

## 効果測定

- **方法** 京都環境フェスティバル来場者への意識調査アンケート
- **結果** PETボトルに高い資源価値を感じると答えた方が61%から90%に増加し、プラごみ問題や海洋ごみ問題について身近な人と話したいという方は36%から69%に増加した。海洋ごみ問題やリサイクルについて、関心の向上が見られた。

## 今後の取組イメージ

### ■ 啓発の継続・多様化

今回協力いただいた各事業者の取組継続を支援していくとともに、府としても、海ごみアート制作やスポGOMIなど既存の取組とも組み合わせながら、啓発事業を継続していく。

取組成果を、インバウンド観光客や修学旅行生などを通じて広く発信していく。

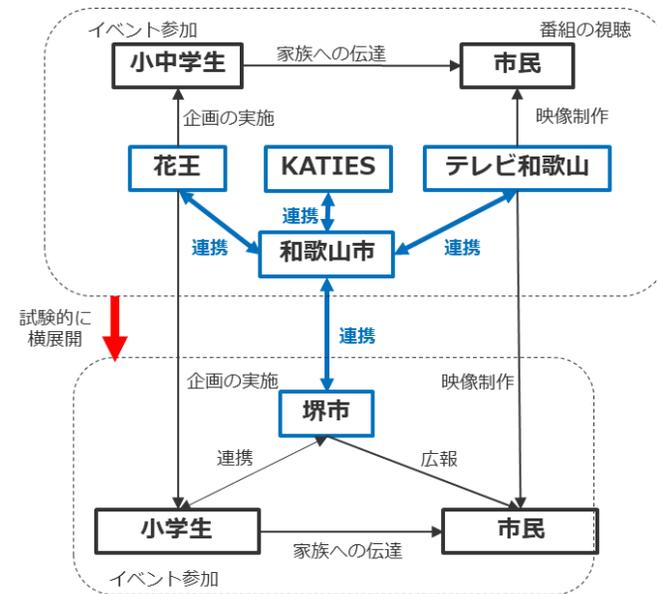


## 取組の目的

- **対象** 堺市及び和歌山市の小学生とその保護者を含む全市民
- **目的** 豊かな海づくりに向けた取組を全国的に波及させることを目標に、「ウミプラー」を用いた教育コンテンツを他自治体へ横展開を進めるため、試験的に堺市へ横展開し効果検証を行うこと。

## 取組の概要

- **発生抑制** 「ウミプラー」を活用した教育コンテンツ（海洋ごみ回収イベントやワークショップ含む）を実施。
- **普及啓発** 一連の取組をテレビ及びインターネットにて動画で紹介。
- **地域間交流** 大阪湾に面しているという共通点を持った地域間交流を通じ、少数では解決できない課題に挑戦する仲間づくり。



## 成果と課題、今後の展開

- **成果** 教育現場で求められる形へコンテンツのブラッシュアップ・充実化を図ることができた。
- **課題** 教育関係者がコンテンツにアクセスし使用できる環境を構築する。また、運用時のサポート体制も併せて整備する。
- **今後の展開** 市内への大阪湾周辺地域にウミプラーの取組を波及させ、普及啓発を加速させる。



## 取組のポイント

- **動機付け** 本市友ヶ島には、瀬戸内海を経て漂着したと思われる海洋ごみが多く存在するように、海洋ごみは広い生活圏に由来することから、地域を超えて取り組む仲間を増やし、回収・発生抑制の実効性を高めることで、豊かな海社会を実現すること。
- **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** 総合学習等の授業において教育コンテンツとして活用いただけるよう、教員向けマニュアルの作成や研修会の開催等により、実施主体を育成することで横展開を図る。

## 効果測定

- **方法** 一連の事業に参加した小学生を対象として、イベントごとに、満足度や意識・行動変容に関するアンケート調査を実施した。
- **結果** ビーチの活動では、現場を見るビーチクリーンや漂着物の分類ワークが有効に働いた。また、ワークショップでは、「すごろく」「ウミプラーの気持ちになりきる」が参加者自身にできることを考えるために効果的なことが示唆された。

## 今後の取組イメージ

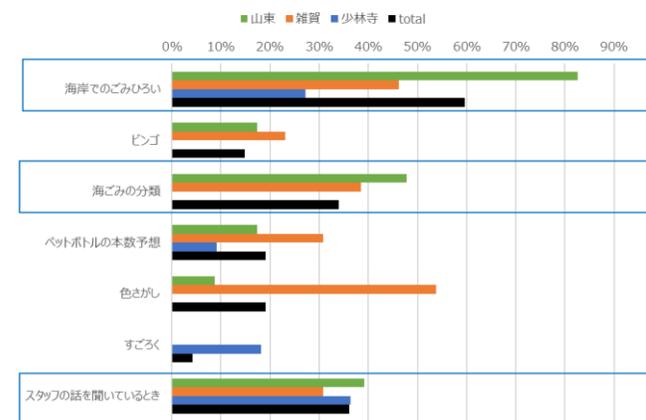
### ■ 教育コンテンツの自走化

教育コンテンツとして教育現場でウミプラーを活用いただくため、先生方が本コンテンツにアクセスできる環境を整備する。

また、本コンテンツが持続的な取組となるよう、実施主体を育成する。



どの活動をしているときに生活とのつながりを考えられたか？



## 取組の目的

- **対象** 今治商工会議所（事業者）、市民、中学生
- **目的** 地域住民が自主的に活動を行っている、湊・大新田アダプトプログラム事業に事業者（今治商工会議所）・市民・中学校が参加し、持続可能な海岸清掃活動の確立

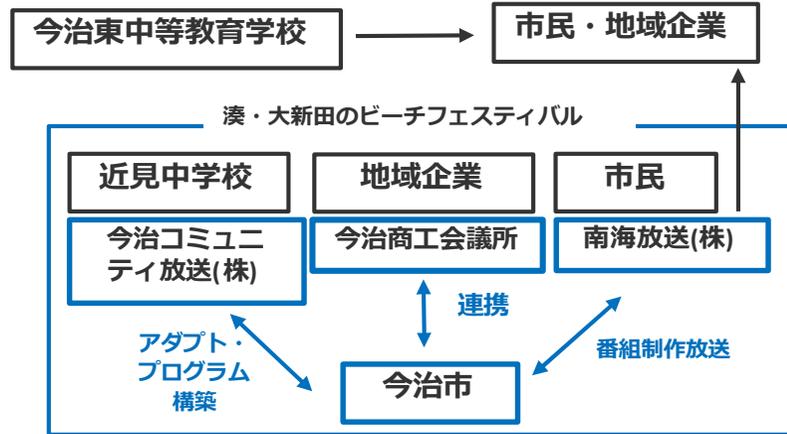
## 取組の概要

- **普及啓発** 市ではプラ軽減・海ごみ問題の啓発を市全体で行っているがまだまだ浸透していない。今治商工会議所の推進する環境アクションプランと連携し、中・高生に学ぶ機会を提供する。  
湊・大新田アダプトプロジェクトを市全体へ波及させる。

## 成果と課題、今後の展開

- **成果** 湊・大新田アダプトプロジェクトをモデル事業として確立  
地域内事業所・中学校への展開方法の確立
- **課題** 海洋ごみに関する企業の意識調査アンケートの結果から読み取った課題
- **今後の展開** 湊・大新田海岸以外への海岸で事業を実施し  
BARISTYLE Clean upを確立する

今治市環境フェスティバルにて海岸清掃活動の発表



## 取組のポイント

- **動機付け** 住民主導による地域の海岸としての意識を育て、市民と行政が協働で進める海岸清掃プログラムの作成
- **事業性** これからの社会を生きていく子どもたちが感じる環境問題を産業界と連携し地域全体に浸透させていく
- **横展開** 産業界との連携を推進するため、今治商工会議所が実施する環境アクションプランと連携

## 効果測定

- **方法** 今治市内を対象とした、海洋ごみに関する企業の意識調査WEBアンケート
- **結果** 海洋ごみ問題に関心がある企業が70%以上あるなか、社員への休日参加の強制は難しい。業務の一部として参加依頼せざるを得ない。社員一人一人の海洋ごみ問題への意識が希薄である。など、社員参加に関する課題がある。地域への貢献感やボランティア休暇の導入など社員参加を高める方法なども読み取れた。

## 今後の取組イメージ

### ■ 企業参加を促す施策の検討

アンケートから見えてきた、企業課題解決に関する取組。

例) 社員によるごみ問題意識の希薄→ボランティア休暇の導入の検討など

### ■ 他の海岸への展開

湊・大新田での取組を違う海岸である、織田が浜（愛媛県管理）にて実施予定。

海岸清掃を実施する団体は多いが、グループ間の交流まで至っていない。

グループ間交流による仲間意識の向上を図り地域連携の礎を構築。

### 海洋ごみに関する企業の意識調査

Q12. 海岸ゴミ清掃活動をする社員を増やすため有効と思うものを教えてください。  
(複数回答可) 必須

- 海洋ゴミを収集する社員には、成果に応じて報酬を提供する
- 海洋ゴミ収集競技大会を開催し、上位成績者に賞品や特典を授与
- 海洋ゴミ収集の活動を行う社員に対して、柔軟な労働時間を提供する
- 環境への影響についてプログラムを提供し、自主的に活動する社員を増やす
- 海洋ゴミ収集に参加するためのボランティア休暇の導入
- 地域のコミュニティと協力し、活動を共催することで、地域への貢献感を強調
- 社内で環境保護賞を設け、海洋ゴミ収集の優れた成果を上げた社員を表彰

Q13. 海岸ゴミ清掃活動を増やすための手段として有効と思うものを教えてください。  
(複数回答可) 必須

- 地域住民や学校、コミュニティに向け海岸ゴミの問題について啓発活動
- 子供たちに向けて教育プログラム導入
- 企業などに対して、定期的な海岸ゴミ清掃イベントを主催し、ボランティア参加を奨励
- 行政と企業が連携した清掃プログラムの構築
- 海岸ゴミが回収された後、それを正しく処理できるリサイクル施設の整備
- 参加者や団体に対して、海岸ゴミ清掃に貢献したことに対する対価・評価
- 特になし
- その他

## 取組の目的

■ **対象** 町民（事業所の従業員と来店者、小・中学生とその保護者、各種団体 等）

■ **目的** 小・中学校、事業所、各種団体など、多方面から分別、リサイクル、海ごみ問題について協力を促す。内陸部である度会町であるが、海ごみ問題を自分事として意識を持ち、行動を起こすことで、ごみ流出を防ぐことを目的とする。

## 取組の概要

### ■ 普及啓発

- ① 児童から保護者へ 養成講座を受講した小学3年生を、資源ごみ分別マイスターに認定。保護者、学校、協力の下、マイスターランクアップに向けミッションへ挑む。
- ② 生徒から保護者へ 中学校全校生徒へ向けた分別、海ごみ問題に関する話題を提供。希望者に対し啓発物品を配布。物品が話題とともに保護者へ渡る。
- ③ 事業所から来店者へ 商工会等を「宣言の店」へ指定し、デザインパネルを店内等へ掲げ、来店者へ分別やリサイクル、マイバッグ・ボトルなどの啓発に取り組む。
- ④ 各種団体から地域へ 各種団体と座談会を実施し、分別やリサイクル、海ごみ問題等を地域の話題として広げる。
- ⑤ SNSでの発信 シンボリックデザインを掲げてもらい、サポーターとして町公式インスタグラムへ登場してもらう。「敷居は低く、レスポンスを高く」

## 成果と課題、今後の展開

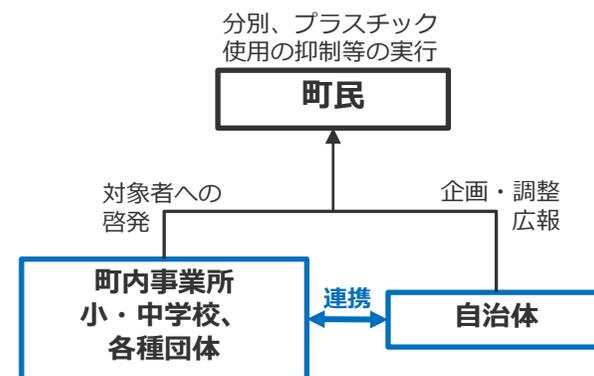
### ■ 成果

アンケート結果から、意識が高くなっていることが分かる。また美化センターに収集されるペットボトルやプラスチック類については、目に見えて分別が進んでいる。

### ■ 課題

連携先（特に町内事業所）の意識が風化しないようヒアリング等働きかけが必要。

■ **今後の展開** 宮川流域市町との連携による、内陸部からの海ごみ対策の波及。



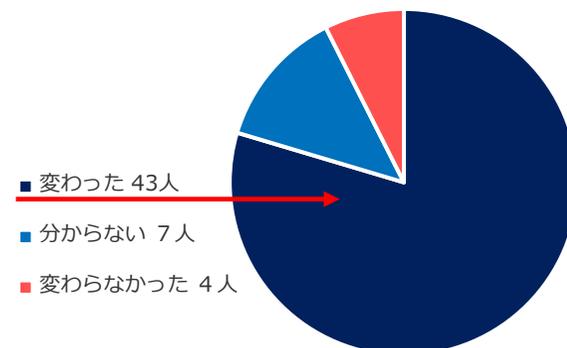
## 取組のポイント

- **動機付け** 令和5年7月に「ごみの減量化・再資源化推進」を宣言し、令和9年度の再資源化率（令和10年度集計）30%超えを目指す。
- **事業性** 子どもたちへの教育の充実と保護者への推進、また事業所から町民への推進により、再資源化率の向上及びごみ処理費用の削減が期待される。
- **横展開** 小学校との連携については、他自治体への横展開が期待される。また、事業所として連携する商工会は全国組織であることから、全国各地へ展開されていくことが期待される。

## 効果測定

- **方法** 資源ごみ分別マイスターとなった小学3年生保護者へのアンケート実施
- **結果** 児童らが自宅で分別を推進したことで、ごみの分別、海ごみ問題、リサイクルなど、意識に変化があったとの回答が多数あった。特に海ごみ問題については、児童と保護者が一緒に動画を見て、宿題として感想を提出するなどしたことから、強く印象に残っている様子が伺えた。

お子さんが資源ごみ分別マイスターとなって、分別やごみについての意識が変わりましたか？



## 今後の取組イメージ

### ■ マイスター支援事業

マイスター制度は今後毎年度の事業としていくが、すでにマイスター認定を受けている児童らに対しても、座談会やワークショップを実施し、再度、分別等への意識高揚を図る。

### ■ 宣言の店支援事業

宣言の店指定を進めるとともに、指定済の事業所における推進への取組が広がるよう、イベント等への人材派遣、また啓発物品の提供を行う。

### ■ 近隣市町との連携

宮川流域市町が連携し、三重県南部が一体となって海ごみ問題へ取り組む地域づくりを推進する。



## 取組の目的

### ■対象 町内 小学生と保護者

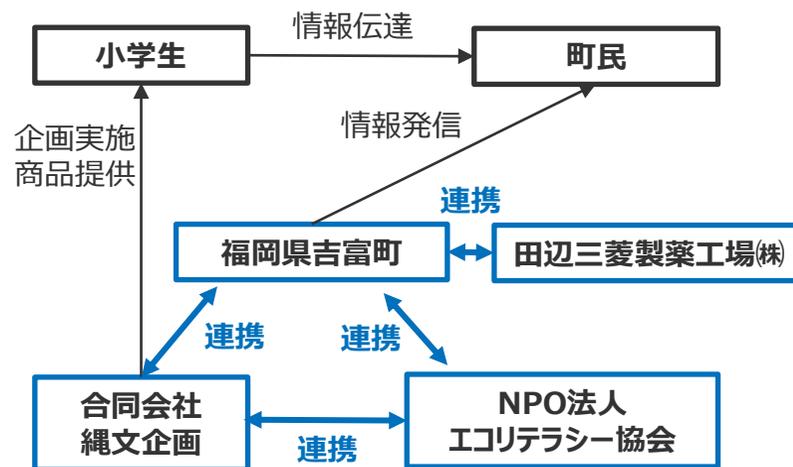
- ### ■目的
- 地域の将来を担う“今の子ども達”へWSを行い、海洋ごみを収集する意味と意義から脱炭素意識を高めるとともに、小学生の学びを通じて、大人の行動変容に繋げることで、町が掲げる「脱炭素日本一」の実現を目指す。

## 取組の概要

- ### ■普及啓発
- 海の生態系に関わる海洋ごみ・マイクロプラスチック問題や町の取組に関する学習  
ペットボトルキャップを使ったアップサイクルWS体験  
清掃活動・WSの広報PR（HP・広報誌・SNS）
- ### ■発生抑制
- WSとその広報活動を通じて、ごみを捨てない考え方や、ごみは重要な資源であるとの意識を醸成
- ### ■清掃活動
- 吉富海岸の北西の風により一番ごみが溜まる場所での清掃活動

## 成果と課題、今後の展開

- ### ■成果
- WSを起点とした児童から大人への行動変容を促すアプローチの構築
  - 自分たちが出しているごみが資源に変わるとの気づきの機会の提供
  - 地元企業を巻き込む地域コミュニティの醸成と共生社会実現に向けたきっかけづくり
- ### ■課題
- 海洋プラスチックごみの弊害と脱炭素の連動と、住民の行動変容への橋渡しの在り方
  - 吉富海岸に日々遊びに来るような仕掛けとブランド化
  - 日々の行動変容の可視化手法の構築
- ### ■今後の展開
- 町内中小企業への波及
  - 2050年CN達成に向けたワカモノの活用（小中学生への教育プログラム化、清掃活動への参加促進）



## 取組のポイント

- **動機付け** 町が2021年10月より掲げている「脱炭素日本一」の実現に向けて、「脱炭素」の理解を町民に浸透させることを目指している。
- **事業性** ごみを資源及び金銭価値に変えていくことで、町の脱炭素の取組に活用していく。
- **横展開** 脱炭素日本一を目指す吉富の具体アクションに寄与するとともに、吉富海岸清掃の町民参加率約10%をさらに引き上げていくなど、モデルケースとしていく。

## 効果測定

- **方法**
  - ・ 参加した小学生向けに、当日アンケート
  - ・ WS終了一週間後、児童の保護者へアンケート
- **結果**
  - ・ 児童にとって、シープラス教室は非常に勉強になったとの評価が得られた。
  - ・ 親は児童が決めたと考えているが、実際は児童は大人の影響を受けていた。
  - ・ 親もシープラス教室を通じて、環境への取組に関心を持つとともに、児童をイベント等に参加させたいと考えていた。

## 今後の取組イメージ

- **企業の巻き込み**
  - ・ 今回協力いただいた事業者に加え、町内の中小企業を巻き込みを図る。
- **教育プログラムの拡充**
  - ・ 小中学生の教育的取組への昇華と教育プログラム化を目指す。

