

アダプト・プログラム

市民と自治体が協働で進める、新しいまち美化システム。



社団法人食品容器環境美化協会

市民と自治体が育む

「まち美化プログラム」

ADOPT



アメリカで生まれ



1985年生まれ●ハイウェイでの散乱ごみ問題が深刻化したアメリカで生まれた、新しいまち美化手法「アダプト・ア・ハイウェイ・プログラム」。1985年にテキサス州がはじめて導入。その後、急速に全米に普及しました。

養子のように…●アダプト(ADOPT)とは「〇〇を養子にする」という意味。市民が公共スペースを「アダプト」し、これをわが子のように愛情をもって面倒を見る=清掃・美化することから命名されました。市民と自治体がお互いの役割分担について協議、そして合意を交わす——この合意にもとづいて継続的に美化活動を進めるプログラムです。



そして日本へ



パートナーシップ●欧米諸国に比べて、日本は公共スペースの清掃・美化のシステムづくりが立ち遅れていると言われています。公共スペースの清掃・美化——これは地域に暮らす「市民」と「自治体」が一致協力し合って取り組むべきテーマではないでしょうか。21世紀、「美しいまちづくり」のキーワードは「市民と自治体のパートナーシップ」。両者の協働で進める「まち美化活動」は、「環境美化」にとどまらず、地域への誇りと愛着を育みます。

そして日本へ●日本ではじめて「アダプト・プログラム」が導入されたのは1998年。以降、急速に普及が進み、2006年3月には全国約270の自治体で50万人を超える市民がこのプログラムに参加しています。美しいまちづくりへの挑戦——各地で地域特性に応じた、独自の「アダプト・プログラム」が導入され、成果をあげています。

全国各地に根づいた

アダプト・プログラム

日本各地で、地域特性に応じた「アダプト・プログラム」が導入され、定着しています。アメリカの「アダプト・ア・ハイウェイ・プログラム」にヒントを得て、これに各地の創意・工夫が加味された「日本版アダプト・プログラム」が、全国にしっかりと根を下ろしています。

基本モデル

「アダプト・プログラム」は市民と行政が協働で進める、新しい「まち美化プログラム」です。アダプト(ADOPT)とは英語で「〇〇を養子にする」の意味。一定区画の公共の場所を養子にみため、市民が里親となって養子の美化(清掃)を行い、行政がこれを支援します。市民と行政が互いの役割分担を定め、両者のパートナーシップのもとで美化を進めます。



一定区画の公共の場所
(駅前、繁華街、一般道路、公園、河川、海浜など)

清掃美化の対象＝養子



市民・地元企業など＝里親

市民の役割＝清掃・美化活動

アダプト

協働

合意



自治体

自治体の役割＝市民の清掃美化活動の支援

- 市民の役割 = 清掃・美化活動、活動報告
- 自治体の役割 = 清掃用具の提供
安全指導(傷害保険への加入)
サインボード(看板)の掲出
ごみの回収
(支援内容は地域によって異なります)
- 合意書 = 自治体と市民団体が調印



清掃者(里親)の名前などを明記したサインボードを掲出することで、里親には自覚とやりがいを、一般市民にはまち美化の啓発となります。

CASE...1

神奈川県鎌倉市……若宮大路さわやかサポーターズ

歴史的景勝地で新しいまち美化の取組み

千客万来、ごみ遠来 ●年間1,800万人もの観光客が訪れる鎌倉。ごみの散乱が多く、商店や住民の悩みのタネであった。そこで、市民団体と鎌倉市がアダプトの共同プロジェクトを設立→実験清掃→本格導入へ。サポーターズの清掃エリアは若宮大路。かの源頼朝によってひらかれた、市のシンボル・ロードである。

県と市と市民の三位一体 ●実験清掃に先立ち実施要領を定める。①保険とサインボードの費用負担は神奈川県(対象が県道であることから)、②鎌倉市が、ごみ処理と清掃用具の支給負担、③里親側は、年4回の一斉清掃と日常的な清掃(任意活動)を請け負う。

「未来」を育てます ●沿道の小学生が「総合学習」の

一環として参加。清掃時にまちの歴史を学ぶプログラムなどのイベント性を加味した。「勉強にもなって楽しい」と大好評で、以後、恒例参加へ。

ワンランク上へ ●下(道路)をきれいにしたら、次は上(樹木)——景観を維持するだけでなく、例えば園芸業者とタイアップして美観をいっそう向上させていきたい——これが次の目標である。



- 開始時期:2000年10月
- 活動内容:①一斉清掃(年4回)
②おはよう5分間清掃(任意)

CASE...2

徳島県名西郡神山町……クリーンアップ神山会議

「町おこし」として、市民が率先

日本版アダプト第一号 ●プログラムの発起人が、米国西海岸でアダプトを「発見」。1997年、徳島県の振興計画に呼応し、市民サイドから県へ導入提案。提案のかたわら、自ら神山町への説明を重ねて、アダプト・プログラムを立ち上げた。以後、全县をあげての美化プロジェクト「徳島OURロード アダプト事業」へと発展していく。

コンセプトは「継続性」 ●「クタブレルことはない」が、神山版アダプトの神髄。清掃区間は1団体2km。実施は隔月に1回(毎月ではクタブレル)。基本活動(清掃のみ)と美化活動の二本立てにし、後者を任意参加とする。また回収ごみは(同町では通常7分類だが)アダプトに限り4分類でOKとした——①燃える、②燃えない、③廃プラ、

④缶(吸殻などが混入した缶は②へ)——等々、継続性をメイン・コンセプトに。

まちづくりの練習問題 ●市民～行政それぞれが、互いにどう働きかけ、連携し、協働できるのか?を、初歩から学んでいくのにピッタリの練習問題——それがアダプト・プログラムに他ならない、と発起人は今あらためて語る。



- 開始時期:1998年6月
- 活動内容:①基本活動(道路とその周辺清掃:年6回)
②付加活動(沿道の草刈・草刈・花の植栽・樹木剪定等:任意)

CASE...3

北海道帯広市……クリーン・キャンパス・21実行委員会

青年会議所と自治体が協働で立ち上げる

ほっかいどう第一号 ●北海道南東部、東京23区に匹敵する広大な帯広市。市内の青年実業家で組織される(社)帯広青年会議所(以下JC)が、道内初のアダプト・プログラムを立ち上げた。以前から帯広JCは、市内の小学生を対象とした環境教育イベントを熱心に推進。2000年9月には、アダプトの前身「クリーンとかち大作戦」を敢行。十勝20市町村によるキャラバン隊が清掃・PRに動んだ。

2000年のハネムーン ●そんな帯広JCが、ISO14001を取得するなど環境問題に敏感な帯広市と、アダプト導入に向けてジョイントしたのは2000年11月。すぐさま協働で実行委員会を発足させる。

本業を犠牲にしても ●帯広版アダプトのユニーク

な点は、あくまで「民間パワー」。里親ハンティングに市内を一軒一軒まわったのも、実行委員会を組織・運営したのも彼らJCメンバー。みな「本業」をもつ身の面々が、なぜ、これほどの時間とエネルギーを注ぎこむのか? その商業的メリットは?——答えはじつにピュアかつシンプル。「街をきれいにすること以外、メリットは一切ありません」と。



- 開始時期:2001年6月
- 活動内容:①一斉清掃(年2回)
②エリア別清掃(月1回以上)

継続・信頼・発展性…

パートナーシップのもとに

●まち美化から、地域の愛着へ、まちづくりへ — アダプト・プログラムの広範な効果 —

▼参加市民団体の声

*2005年8月の食環協アンケート調査より。回答567団体。複数の設問に対する複数回答方式



▼自治体の評価

*2005年8月の食環協アンケート調査より。回答160自治体。複数の設問に対する複数回答方式



アダプト・プログラム 5つのエッセンス

美化効果

- 散乱ごみが減少した
- ポイ捨て防止の啓発効果

まちづくり効果

- まちづくり意識の高揚
- 地域のイメージアップ

継続性

- 市民と行政の合意に基づき継続するプログラム

交流

- まち美化の仲間づくり
- 他の団体や行政との交流

安心

- 自治体のいろいろなサポート

私たち食環協は、アダプト・プログラムをサポートしています。

食品容器環境美化協会(食環協)は、「環境美化」を目的に、全国の飲料メーカー団体が組織した社団法人です。

設立は1973年。以来、約30年間にわたって「ポイ捨て防止」キャンペーンをはじめとする

多面的な環境美化活動を展開してまいりました。

また、「日本版アダプト・プログラム」の情報センターとして、積極的な調査・研究・普及活動を進めています。

活動-1 アダプト・プログラムの研究・普及

食環協がアダプト・プログラムの研究に着手したのは1997年。アメリカの事例調査、有識者を交えた研究会を経て、1999年に「日本版アダプト・プログラム」の提案を開始しました。食環協は全国各地へ情報を提供し、アダプト・プログラムの普及を進めています。合意書・実施要綱・看板(アダプト・サイン)などの書式やデザインの紹介、視察の仲介・紹介、シンポジウムの各地開催、説明会への参画など、普及活動等を展開しています。



アダプト・プログラムの紹介ビデオとパンフレット

活動-2 環境学習支援

①「環境美化教育優良校の表彰」と、②「総合的な学習の時間」のための、先生向け「学習ガイドの制作・提供」を2本の柱として、環境学習支援を行っています。



表彰式



ビデオ

学習ガイド

活動-3 「ポイ捨て防止」の啓発キャンペーン

統一美化マーク(下記)のもと、各種媒体やメディアを通じて、散乱防止の啓発に努めています。駅や車内のポスター・ステッカー、道路沿いの立看板、ポスターの掲出、バスラッピング広告など、目的に応じた方法で、散乱防止を呼びかけています。



ポイ捨て防止の啓発ポスター

活動-4 全国をカバーする「地方連絡会議」

飲料メーカー6団体傘下の企業が一丸となって「地方連絡会議」を設置。食環協事業の推進役として地域の環境美化につとめる一方、各自治体に設けられた「ごみ減量化・再利用推進協議会」などと連携して、地域に根ざした活動を行っています。

46道府県に43の
地方連絡会議を設置



「統一美化マーク」をここに掲げて…

— のんだあとはリサイクル —
あちらこちらでお目にかかるこのマーク、じつは「統一美化マーク」と呼ばれています。昭和56年(1981)以来、食環協から消費者のみなさまへのメッセージとして、新聞・テレビ広告、自動販売機、道路沿いの立看板、のぼり、横断幕…に登場しています。

