

第9分科会 廃棄物・資源循環2(午前)

「生ごみ(食品ごみ)の減量」

【コーディネーター】

京都市ごみ減量推進会議 コーディネーター 齋藤友宣

【話題提供者】

- ① 「おいしいふくい食べきり運動 展開中！」  
福井県安全環境部循環社会推進課資源循環グループ 主任 河岸昭子
- ② 「甲賀市生ごみ堆肥化循環システムについて」  
甲賀市市民環境部生活環境課 主査 田中伸治
- ③ 「生ごみ減量のため、生ごみ処理機・処理容器購入補助の拡大」  
生駒市環境経済部環境事業課 細川真子
- ④ 「みんなで社会実験！まちなかコンポストの取組」  
有限会社ひのでやエコライフ研究所 大関はるか
- ⑤ 「官民連携によるバイオマス技術を用いた生ごみ等の地域内循環」  
㈱アマタ持続可能経済研究所事業開発グループ 循環技術チームリーダー 角新支朗

【会場】コミュニティセンター

齋藤：今日お越しの方は、自治体関係者が約半数、議員の方が3名、市民も少数だがいらっしゃる。まず、私の方から簡単に生ごみ関係についてお話します。私の在籍する京都市ごみ減量推進会議は、市民、事業者、京都市でごみの減量化を推進するためにできた団体。会員は450名ほどで、事業者や市民団体などである。私は3Rや5Rの推進などを担当している。さて、生ごみだが、年間で使っている物資の量は約16.1億トンで、そのうち廃棄物になるのは5.8億トンくらい。その中で2.5億トンが循環利用されている。その中で食品廃棄物だが、材料は8,460万トン、食品廃棄物が1,760万トン（製造業や卸売り、流通業、外食産業—一般廃棄物・産廃両方で）。この中で一般家庭から出ているものが1,000万トンくらいある（そのほかは、だいたいが事業系の廃棄物で、これは比較的再生利用しやすいものになる）。そして、食品ロス

（可食部分）が500～800万トン。その内62万トンが再生利用されているといった状況。これは他国の支援に食料を送っている量（約400万トン）を上回る量であり、日本の米の収穫量が850万トンなので、それとほぼ同量ということになる。



齋藤 友宣

家庭ごみの4割が生ごみとなり、生ごみの内訳は、約6割が調理くず、4割が食べ残し（京都市調査）。

そしてその4割の半分は手付かず食品。さらにその1/4が賞味期限を迎えていない食品である。

その食べ残しだが、4人家族で約80kgで、金額にすると65,000円くらいになる。全国では11兆円くらいとなり、日本の農業・水産の出荷額と同じ金額である。従ってこれらをいかに少なくしていくかということが課題となる。

家庭における食品ロスの内訳だが、重さで言うと購入したものの約4%を捨てていることになる。世帯別に見ると多世帯では比較的少ないが1人世帯ではやはり多くなっている。野菜が多く、肉類、穀類などとなる。外食産業では、食堂、レストランは、食べ残しは少ないが、披露宴、宴会は非常に多くなっている。宿泊施設でも多い。

さて、この分科会のテーマは生ごみの減量なので、出てきたものをいかに減らすかということだが、その前提としてのお話をした。それでは話題提供の方からお話をいただきたい。

### ●話題提供① 河峯昭子「おいしいふくい食べきり運動 展開中！」

福井県の取り組みは生ごみの発生を事前に抑え「おいしく食べきってしまおう」という趣旨の取り組み。これは、大量に排出される食品ロスを抑えるために家庭やホテル、レストランなどで、おいしい福井の食材を使っておいしい料理を作り、それをおいしく食べきってしまおうというもの。残ってしまった料理は、家庭では新たな食材としてアレンジ料理に活用し、外食時には持ち帰って家庭で食べきるということを進めてきた。これは福井県が他県に先駆けての取り組みである。

先ほども齋藤様から話があったように、日本では多大な食品ロスが発生しており、このよう

なもったいない状況をなんとか改善したいと「おいしいふくい食べきり運動」を始めた。

福井県では、平成22年度に改訂した「福井県廃棄物処理計画」で、家庭等から出される一般廃棄物の平成27年度の目標を、予測値から100gの減量化により達成可能な「1人1日当たり840g」に設定している。この取り組みを一層推進していくために平成23年度からおいしいふくい食べきり運動のパワーアップを図ってきた。

当初から地道な活動を展開してきたが、より県民に見えるようにするため、協力店・応援店の推進や消費者へのさらなる運動拡大、おいしいふくい食べきり運動の地域展開、子どもや若い世代への普及啓発などを行っている。食べきり運動協力店(平成27年3月現在1,008店)では、ハーフサイズや小盛りなど、食べ残しが出ない工夫をしたメニューの設定や食べ残しが減るような意識啓発の店内表示、お客様への呼びかけ、お持ち帰りができる料理のメニューの設定、希望によりお持ち帰りパック等を提供、地元食材を使ったおいしい料理の提供などの協力依頼を行っている。食べきり家庭応援店では、生鮮食品の「食べ頃」表示や地産地消コーナーの設置、閉店間際などの割引販売、少量パック、ばら売り、量り売りなどの充実、食材使い切りレシピなどの紹介、その他、無駄のない買い物(食品ロスがでない)を手助けする(食材を使い切ってもら)取り組みなどをお願いしている。

そして、食べきり運動協力店・応援店をよく知ってもらうため(見える化)、協力店等でキャラクター(愛称「のっこさん」)を使ったステッカーやポスターなどを掲示してもらうほか、いろいろなポスター、ステッカー、チラシなどの普及アイテムも活用している。県のホームページでも、協力店・応援店の詳細な情報を掲載するなど、充実を図った。

食品ロス削減のための施策だが、「食べきり

実践チェック表」を作成し家庭に配布している。これは、消費者に買い物の際にばら売り、量り売りを利用して必要な分だけ購入することや買い物に出かける前に冷蔵庫を確認することなど、注意や工夫を促すチェック項目を掲げている。

こうしたことがらを実践できるようにするため、協力店と連携した「食材使い切り料理講習会」を実施している（H25 年度 7 回実施）。節約というだけでなく、おしゃれに使い切るといったイメージで実施した。食品の期限表示（賞味期限や消費期限）についての周知により、食べられる食材を無駄にすることを抑えるような取り組みも行った。



河寄 昭子

また、消費者への注意・啓発として、外食時の留意（適切な注文や食中毒に注意しての持ち帰りなど）をお願いしている。

食品ロスが多く発生する宴会では「宴会 5 箇条」として、適量注文や酒宴の席では食べる時間を作ること、出された料理の分配、幹事さんや司会者からの声かけ、折り詰めによる持ち帰りなどを呼びかけている。

地域一体となった食べきり運動も実施され、「あわら市食べきり運動」では食べきり運動推進協議会を設置し、温泉旅館協同組合・女将の会などの協力（食べきりメニューの設定やカニ

殻の堆肥化など）や、市民団体、教育関係施設、スーパー、商工会・観光協会などが協力し、まち全体で取り組みを進めている。鯖江市でも同様に様々な団体が協力し合い、地域イベントの実施や子どもたちへのPRも強化しており、保育園や幼稚園などで食べきりの紙芝居なども行っている。

子どもや若い世代への普及啓発は大切で、子ども向けに「食べきり運動のうた」を制作し希望保育園に配布することや県連合婦人会との連携により保育園で寸劇やクイズを実施するなどして成果があがっている。

「おいしいふくい食べきり運動」の現状と課題だが、運動の認知度は 24 年度の 40%から 25 年度 51%、26 年度 56%と向上しているの、食べきり運動認知度の向上や若年層への継続した普及啓発、食べきり運動の目に見える効果の把握・数値化、協力店・応援店など登録店舗の取り組み継続などがあげられ、平成 26 年度からは、県連合婦人会による食べきり運動の強化や保育園等での親子学習会などの実施、ホテル等による食べきり運動の促進等を進めている。

#### ●話題提供② 田中伸治「甲賀市生ごみ堆肥化循環システムについて」

まず甲賀市における生ごみ堆肥化の導入背景だが、甲賀市は滋賀県の東南部に位置し、平成 16 年 10 月に旧甲賀郡の 5 町が合併して誕生した市である。この生ごみ堆肥化の取り組みは、旧水口町において平成 13 年から開始され、合併後は甲賀市全域で実施している。

導入の経緯については、増え続けるごみに対し、郡内 7 町で運営しているごみ焼却施設の能力が限界に近いことなどを背景に、生ごみの減量化は有効かつ必須であり、またごみを資源として見ていこうという発想から堆肥化に取り組むことになったものである。

甲賀市生ごみ堆肥化循環システムの仕組み

だが、4つのプロセスに分かれている。まず家庭でのプロセスだが、集積所単位で堆肥化事業に参加申し込みをしていただき、生ごみ処理機を購入していただく。そして、市が配布する種堆肥(牛糞完熟堆肥)を使って生ごみを処理していただく(種堆肥と生ごみをサンドイッチ状に入れていく)。

次に回収プロセスだが、家庭で処理した生ごみは、ごみ集積所に設置してある回収ボックスに投入される。市は収集車でそれを回収し、代わりに空のボックスを置いておくという仕組み。回収は週2回である。

回収した生ごみは、市のリサイクルセンターで種堆肥などを追加し、発酵させて種堆肥を作り、それをまた家庭に配布するという循環システムである。これまでの堆肥化は堆肥を作ってから利用が難しかったわけだが、このシステムは種堆肥に戻して循環利用するというのが新しい試みである。配布の余剰分は家庭菜園などで使う。

導入の検討から全市展開までの経緯だが、事業が推進できた要因は、住民の理解が得られたこと(熱心な住民が率先してくれた)、採算の計算がしっかりできたこと、ノウハウを持つ事業者がいたことがあげられる。特に平成13年の導入検討時点で大きな役割を果たしたのが水口町エコライフ推進協議会。委託事業者から取り扱い方や臭気についての課題が提起されたが、住民の理解と協力により550を超える世帯のモニタリング参加が得られた。モデル地区で試行したわけだが、試行段階ではアンケート調査も実施し、悪臭の抑制などについて良い結果が出たので平成14年10月から水口町において全町展開を実施することができた。

合併後は区域を全市域に拡大し、平成27年3月末での参加世帯数は8,752世帯、平成25年度の総回収量は1,579トンとなっている。

施設と事業費だが、事業主体は甲賀市で、運営は民間業者にすべて委託している。処理能力

は22.2トン/日で、年間運営経費は約8,800万円(平成26年度)、収集委託費が約9,100万円、その他収集ボックスに約130万円となっている。現状としては、生ごみの減量化に効果が出ているので成功していると言えるが、処理の手法や考え方は各自治体で地域に合った手法があるので、参考にさせていただければと思う。



田中 伸治

事業の課題だが、甲賀市の世帯数は約3万世帯なので、参加者は全体の3割程度で、住民の理解・協力に期間を要することもあり、参加者数は伸び悩んでいる。また、同様に回収量も横ばいである。ただ、回収量については人口の増加などの要因もあり、一概に回収量が増加していることが良いとは言えない面もある。そして、収集と堆肥化工程に手間とコストがかかることがあげられる。コストについては、生ごみ処理機の補助などは中止し、堆肥化事業への参加を募っているが手間の問題などもあり、難しい面もある。また、種堆肥が不足気味なことも課題で、これは思っていたよりも収集量が少ないことも影響している。当市は農村地帯もあるので、刈草なども混合して堆肥を作っている。

堆肥化の循環システム事例ということでお話しをさせていただいたが、参加者数の増加などで何か良いアイデアがあったら是非お聞かせいただければと思う。

●話題提供③ 細川真子「生ごみ減量のため、  
生ごみ処理機・処理容器購入補助の拡大」

まず補助のあらましが、当市では昭和 61 年より補助を開始しており、当時は埋め込み式の容器等を対象に補助率は 1/2 となっていた。その後、平成 12 年に密閉式、機械式を補助対象に追加して補助を続けてきた。その間、申請方式は民間を通しての事後申請に切り替えるなど、利便性の向上も図ったものの、補助が減少傾向になったこともあった。

平成 27 年 4 月からの家庭ごみの有料化に伴い(平成 26 年 10 月に補助金交付要領を改正)、補助率を 3/4 に拡大したことや補助対象を増やしたこと(キエーロを追加)、限度額の引き上げなどで、平成 26 年度は従来よりもかなり多くの処理機の購入に結びついた。

ごみの有料化と補助の拡大については、議会での決定後、広報などで市民への周知を図るとともに、販売店でも市民への周知を依頼した。自治会でも丁寧に説明をした。この取り組みは、ごみの有料化による収入(約 2 億円)を生ごみの自家処理拡大に充てること(約 6,000 万円)を目的としたものである。収入は、エネファームや雨水タンク、太陽光発電の補助にも使っている。



細川 真子

今回の補助拡大についてもう少し詳しくお話しすると、補助率や限度額を引き上げた以外に補助対象の拡大で「キエーロ」を加えたことがあげられる。キエーロの採用にあたっては、実際に使用している葉山町にも視察を行い、モニタリングなどの検証も行った。機械式(電気式)や密閉式、埋め込み式は一般的だが、キエーロは微生物分解で堆肥化をするため、におわないことやランニングコストがないこと、水切りの必要がないこと、ほとんどの食材が投入可能なこと、投入を続けてもほとんど土の量が増えないことなどの特徴を持つ。

新しい制度や処理機については、広報やホームページ、出前講座に加え市内の家電取扱店からの案内などで周知を図った。生駒市は南北に長いので、近くのホームセンターなどでも購入できるように配慮したものである。各店舗で積極的なアピールを行い、市民の周知と関心の向上に努めた。市役所でも生ごみ処理実験コーナーや環境事業課の窓口、ロビーでのキエーロ展示などを行っている。

補助の実績だが、平成 26 年は大きく伸びた。補助金額は、平成 25 年度が約 96 万円だったのに対し、5,900 万円と大幅に増加し、特に近年低調だった機械式の処理機が 1,097 件(前年は 27 件)と大幅に増加した。普及率は全体で 3.2%(5 年間の合計)となっている。平均的な普及率は 5%とされているので、今後一層推進をしていくところが必要と考えている。燃えるごみは前年比 80%となっていたので、コンポストの効果も現れていると考えられ、生駒市は住宅都市なので、新築や改築の際に処理機も設置してもらえるように働きかけている。

生駒市の生ごみ減量に係わる事業だが、家庭における生ごみを減量するためのディスプレイの設置補助や市の施設における堆肥化なども推進している。

また、課題としては製品における補助金の差をなくすことや処理機購入後のフォロー、でき

た堆肥の回収と有効活用などがあげられます。生ごみを活用したバイオマス発電なども検討中である。

#### ●話題提供④ 大関はるか「みんなで社会実験！まちなかコンポストの取組」

この取り組みは NPO と協力して実施したもので、都市部における生ごみ処理をテーマにしている。活動のモットーは、「たのしく参加」、「かわいく発信」ということで、かわいらしいチラシも作った。また、大事なことは実験事業なので「失敗も成功も成果！」ということ。そして「自分のライフスタイルに合ったものを見つけるための場」や「生ごみ処理は、都市部の生活者でもできることを知ってもらおう」ということも重要で、「生ごみを燃やすごみに捨てることに違和感がある人を増やす」ことを目的にしている。

「まちなかコンポスト」の告知の工夫だが、まず「ターゲットを絞る」ということである。具体的には30才から40才の女性にしばっている。また、告知の関係でターゲットからずれたとき（例えば年齢が70才代の人など）には、事前に活動の内容や目的をお知らせして思い違いのないように工夫をしている。また資料は、催しの告知としての機能だけでなく、生ごみのことを考えるための保存版資料になるように配慮した。なお、告知には SNS なども活用した。

活動の実際だが、まず「まちなかコンポストオリエンテーション」(事前説明会)を開催した。午前、午後の部合計で49名の参加者があり、「みんなの経験が共有され、広まっていくこと」を目標に、「生ごみは土に還るものであって、燃やすのはなんか変やという人を増やす」ことを目的とし、実験事業なので、「失敗も成功も成果！」ということが重要な旨をお知らせした。その後「エコクッキングと魚あらコンポスト、生野菜くずコンポスト」、「みみずコンポスト」、「ダスクリンくるくる」、「バケツ型、

土のう、段ボール、ビニール袋コンポスト」という4つの活動の場を設け、参加者には好きなものに参加をしてもらった。「畑体験会」や「情報交換昼食会」も実施している。参加者には「つり秤」をお渡しし、とにかく計ってみることを依頼した。



大関 はるか

「まちなかコンポスト」の成果だが、1つは前向きに活動を進めたということがある。「社会実験」を強調したため、通常コンポストで「失敗」といえば、悪臭や虫がわくなど、挫折につながることが多いが、様々な失敗について講師に尋ねて原因をつきとめ、他の参加者に堂々と共有していた。

そして、ごみ減量の効果が出たことがあげられる。秤で計量したので「コンポストの導入により、ごみの重量が軽く、袋の容量は小さくなった」「生ごみ以外のごみの実態や減量の方法についての情報提供があったため、生ごみ以外のごみも相当量減った」ということが実感され、中には、一般ごみの重さが4分の1になった参加者もいた。

また良かったのは、主体性のある参加者と相互の交流ができたということ。毎回定員を超えるやる気のある参加者が集まり、地域や行政など様々な立場の方が関わったことでいつも活気があった。それが、畑の作業や「ベランダ

で太陽光発電しよう」ワークショップなど、その他のエコライフにつながっていったと思う。

この実験でわかったことだが、1つは、読むのとやるのは大違いであり、直接教えてもらうこと、実際にやってみる必要があることを理解できたことだと思う。エキスパートの人に直接教えてもらい、五感で確認し、自分のライフスタイルに合っているか吟味する必要があることを実感したのではないかな。

また、活動に全部参加し、比較することに意味があるということで、全部に参加すれば、理解も深まり、生ごみ処理の本質が分かる。今後、それぞれのライフステージで、その時々合ったやり方を選択し、実践するためには、比較検討することが大切だということ。

まとめとして、「住宅都市で各戸生ごみ処理を広げるために」ということについては、まずターゲットを絞って告知するということがユニバーサルデザインで告知をすることは行政の役割としてとても大切だが、一方で、情報を届ける層を狙い、そこから広げることも戦略として大切だと思う。そして、中立的に紹介する人が必要だということだ。これは、つい自分の実践方法を推したくなるが、ライフスタイルやライフステージに応じたものを見つける場を提供するには、選択肢の自由を提示することが大切だ。また、一定広まるまでは助成が必要ということだと思う。一部の関心の高い人だけでなく、多くの人に挑戦してもらうためには、序盤に行政からの助成が必要だと思う。

#### ●話題提供⑤ 角新支朗「官民連携によるバイオマス技術を用いた生ごみ等の地域内循環」

ここでは官民連携という立場でお話しをしたいと思う。まず、アマタグループの自己紹介をさせていただきたい。会社の理念は、「持続可能社会の実現」ということで、企業や自治体のリサイクルから農林水産業の支援まで幅広く手がけている。京都に本社を移したが、東日

本大震災を契機に、東京一極集中等のリスク対応の一環。事業は企業向けのもの自治体向けのものがある。

さて、今回の南三陸町だが、宮城県の北東部にあり、人口は14,000人ほどである(震災前は約18,000人)。三方を山に囲まれ、海山が一体となって豊かな自然環境を形成している地域で、産業は漁業、水産加工業、観光、農林業が主である。震災によって大きな打撃があり、死者行方不明者は800人以上、全壊建物は全体の約6割にも及んだ。活動のきっかけは、社内ボランティアを継続的に派遣したり、募金を募ったりする中で、町が総合計画を見直し「震災復興計画」を策定した際に「自然との共生」や「エコタウンへの挑戦」、「創造的復興」などがテーマとして掲げられていたことから、会社の事業としてできることがあるのではということになったものである。そこで震災から1年ほど後に町内にオフィスを構え町とやりとりを始めた。



角新 支朗

地域のために何ができるのかを考えたが、南三陸町の特徴(森・里・海・街がコンパクト)や地域課題(震災復興、エネルギー・資源のリスクなど)、社会課題(ごみ処理経費の増大、産業衰退、人口流出など)を調べた結果、「持続可能な地域資源循環モデル」をテーマとし、そのコア事業として「バイオガス事業を基盤と

した廃棄物の包括的資源循環」と「地域内でエネルギーと経済を産む木質ペレット事業」を提案した。

バイオガス事業だが、2012年度に実証試験を行った。これは、生ごみやし尿をバイオガス施設でメタン発酵させ、バイオガスと液肥を生産するもので、バイオガスは発電と熱利用に、液肥は環境保全型農業に使う。モデル地区を設定し、ごみの分別などは地元住民と協力して行い、住民の理解も得ることができた。

事業に前向きな意見が多かったことから、町として「南三陸町バイオマス産業都市構想」を策定し(2014年3月に国からバイオマス補助認定)、事業を推進することになった。この計画は、バイオマス産業を軸とした環境にやさしく災害に強いまちづくりを目指すというもので、震災復興計画の「エコタウンへの挑戦」を実現することでもあり、地域の特徴である森・里・海・街が一体となった地域性を活かし、豊富な生物資源(木質資源や生ごみ、し尿など)を循環利用するものだ。

事業は、公募の結果、町と当社が正式な協定(15年間)を結び、官民連携で実施していくことになった。バイオガス施設は当社が設計、建設、運営をし、生ごみの分別・収集から液肥の利用促進についても豊富なノウハウを活かして支援・実施をしていくものだ(町からの委託事業)。

事業の概要だが、全町(約5,000世帯)の生ごみ(約3.5トン)と衛生センターで処理したし尿の汚泥からバイオガス600kWh/日:約60世帯分と熱利用、液肥4,500トン:農地70ha分を生産するものだ。将来的には、し尿そのものや食品工場等からの有機系廃棄物も扱い、施設を増設したいと構想している。

事業で見込める効果だが、災害復興計画の実現を基本とし、生ごみの資源化、衛生センターの延命、非常時のエネルギー確保、安価で有機質な肥料の提供、新たな産業と雇用の創出など

があげられる。特に生ごみの分別・処理は重要なポイントと考え、細かなことまで支援をしている。

まとめだが、これまで前向きに進められている要因として、「地域の将来ビジョンがある」ことで、住民も本気で取り組もうという気持ちになることや周到な事前の調査、しっかりとした資金面のフレーム、事業主体の明確化などがあげられると思う。官民連携は、民間の投資や創意工夫を呼び込み、経済的な効果も生むところが利点ではないだろうか。

### ●総合討論

田中:外郭団体を中心に「ロコミ」が有効。においなどは確かにあるのでよく説明し、納得してもらって始めてもらっている。一定以上になると伸びは低くなるので、自治会などに依頼することも必要。

細川:補助金を3/4に増加した際に、インパクトのある宣伝を実施した。行事の際にも周知に努めている。アンケートも実施し、意見やニーズを聞いている。

大関:生ごみ=きたないというイメージを変えること(かわいらしいチラシなど)は大切で、実際に実演するとよくわかってくれる。理屈は男性の理解も速い。

齋藤:「失敗が前提」とのことだが、失敗もあったか?

大関:液肥などにはにおいが強烈で、集合住宅などでは難しいところもある。

河寄:外食産業へのアプローチは、健康福祉センターなどの出先機関にお願いして周知をしてもらった。県庁の目標値でもあったので職員も協力的だった。県の婦人会との連携も効果が大きく、自主的に地域で周知を行ってくれた。

齋藤:外食産業(レストラン)や旅館、業界団体は難しいところもあると思うが。

- 河 寄：保健センターは、食品の安全衛生の説明会などを行うので、その際に周知をお願いした。食品衛生組合などからの紹介もしてもらった。
- 齋 藤：甲賀市は、インフラ面での幸運もあったようだが、苦勞された点はどのようなものだったか。
- 田 中：種堆肥をいろいろ試し、においが出ないものなどを選別するなどの努力をした。水口町などは推進協議会もありうまく推進できたが、地域によって格差があり、推進が難しいところもあった。
- 角 新：メタン菌の作用などをよく説明。理解してくれれば協力者も増える。中山間地であり、震災などで状況が逼迫していたこともあった。夢を語れるまちづくりなど、心理面も重要。
- 齋 藤：まちづくりベースでうまく展開できたと感じる。
- 齋 藤：福井県では婦人会と共同でということだったが、どのような工夫があったのか。
- 河 寄：婦人会の組織力を活かし保育園を回してもらおうなどした。食育などとの関係もあり、効果的だった。寸劇は年配の住民も参加してくれ、良いコミュニケーションになった。どこへ展開すれば「食べきり」が根付くかを考えたが、やはり子どもたちに理解してもらおうことが大切で、親子で推進できる家庭が大事だと考える。
- 大 関：宣伝はパンフの配布以外にフェイスブックなども活用して 50 人程度集まった。やや少ないが、「お客さん」という立場ではなく、こちらの提供するものに期待せず、自ら学ぶ意欲を持った人の参加を促している。やる気のある人、関心の高い人を集めることが重要と思う。
- 齋 藤：会場の参加者から何かご意見等あるか。
- 参加者：自治会でもいろいろと努力をしてきたが、啓発だけでは推進が難しく、有料化になって目に見えて市民の意識が変わった。キエーロを使っているが、合わない人もあり、自分に合うものをさがすのが必要なので、市はアンケートもしているが、失敗を含めて情報提供が大切。
- また、南三陸町や甲賀市の取り組みは大変良いと思うが、市民の立場でいうとコストがかかりすぎではないかと感じる。
- 角 新：単純にごみを燃やすよりはコストダウンになり、地域経済の活性化などの波及効果も見込める、と南三陸町では説明されている。
- 参加者：ごみの有料化に反対している議員もいるわけだが、もっと行政が前に出て広めていくべきではないか。この機会に市レベルで広めたい。コンポストは、処理機意外にもいろいろな選択肢があることをもっと周知すべきではないか。
- 齋 藤：処理機については、価格も含め千差万別なので、いろいろなものを紹介していくことが必要だと思う。有料化や処理機の導入などでごみに関心が向いているときに、様々な検討が行えると良いと思う。甲賀市ではコストも含めた考え方はどうだったか。
- 田 中：市役所の考え方として、ごみを削減する上で生ごみの減量化は重要と考えた。それまでごみ袋は統一していたが、有料化に合わせて「小袋」も用意した。分別・リサイクルには当然コストもかかるので、焼却で済むのであればそれでも良いかもしれないが、処理施設にかかる負担もある。市では生ごみの処理に合わせてペットボトルや廃プラの

リサイクルなども行ってきたが、分別を含め市民が「家庭のごみを管理する」という意識を持つことが大事だと考えている。

参加者: ネットなどを利用して生ごみを干して減量化することが効果的。乾燥すれば悪臭もなくなり、焼却するときもよく燃えて焼却炉延命にもなる。虫の発生も気になるが、すぐに発生するわけではなく、乾燥している間に発生することは少ない。

第9分科会 廃棄物・資源循環2(午後)

「共感を得るわかりやすい環境情報発信」

【コーディネーター】

京都市ごみ減量推進会議 コーディネーター 齋藤友宣

【話題提供者】

① 「ふろしきはエコの先生」

ふろしき研究会 代表 森田知都子

② 「容器包装廃棄物の発生抑制の取組『減装（へらそう）ショッピング』について」

NPO 法人ごみじゃぱん 事務局長 小島理沙

③ 「ごみ問題への住民の関心を上げ、実践を促すために—ソーシャル・マーケティングのアプローチ—」

国立環境研究所 資源循環・廃棄物研究センター 特別研究員 小島英子

【会場】 コミュニティセンター

齋藤：わかりやすい環境情報発信、関心ない人、関心あるが行動していない人をいかに巻き込んでいくかということで進めていく。今日はお三方面白い活動をしている。私の自己紹介とこのような問題意識で進めていくという話から始める。私は京都市ごみ減量推進会議から来た。市民・事業者協働でごみ減量に取り組もうという団体。京都市はごみ袋を有料化しており、それを販売している。会員は450人。業界団体、組合、商工団体、市民、消費者団体、環境団体、行政としての京都市が入っている。4つの実行委員会がある。普及啓発実行委員会、地域活動実行委員会など。京都市は250校区ある、地域で天ぷら油回収とか、2Rを進めていこう、リペア、リメイク。京都市内の修理屋を一覧にする。耐久消費財の情報提供。

環境情報の提供が比較的うまくいっている事例を一つ紹介したい。2006年の話。京都ガラス瓶問屋協同組合と一緒にさせてもらった。リターナブル、リユース瓶が減っており、LCA的にもごみの最終処分量減らすにも優位。瓶

ビールが売れない。店の缶ビールのところに「瓶ビールもある」と貼った結果、前年と比較しビールAのびんと缶の比率、缶ビールの比率が下がり、瓶ビールが上がった、本数的にはほぼ同じ。POPの効果ではないかと考えている。

ごみ減量行動、普段の生活を変えてもらうのは難しい。自治体、行政ができるのはせいぜい普及啓発だが、なかなか効果が出にくい。どうしたら関心がない方、関心あっても行動に移せない方に行動してもらうか、啓発しましたではなく、実際に行動してもらう、巻き込む。例で示してあげる。2R行動が生活の中に取り込まれていないので、今までの行動を示して変わってもらうか。

●話題提供① 森田知都子「ふろしきはエコの先生」

ふろしきって使ったことがない、家にもあるかどうかではないか。ふろしき研究会を立ち上げた23年前、1992年ころにはふろしきを見なかった。皆さんの前でふろしきを紹介すること

になろうとは。バブル期を経て、日本文化が置き去りにされていた。危機感を感じてふろしき研究会を立ち上げた。

4月に第90回のふろしきトークを行った。高校の生徒がふろしきのショップ運営をしたい、市民の方が学校祭に来られるので、そのお手伝いをしている。ふろしきファッションショーもしている。会員が260名、北海道から沖縄まで、出前講師をできる人材を育成している。国際交流も行っており、今後も活発になるのではないかと。日本は国際化している、ブラジル、東南アジア、イスラム圏の方からも声を掛けていただいている。

包むという字はお母さんのお腹に赤ちゃんがいる姿、何か命を育むものを表している。古くは正倉院、平安、室町時代に宝物を包む、江戸時代に江戸に銭湯ができて脱衣所で包んだので風呂敷という名が伝えられてきた。語源は湯上りにふろしきを抱えて帰る。商売にも使われていた。私たちはふろしきを昔のままに使われるのではなく、現代の暮らしのものとして使おうとしている。

ふろしきをやっている良かったなと一番伝えたいのは、歴史があること、先人の創意工夫を感じながら今を生きることが出来る、私が今行っていることは未来につながるのだと実感することができる、環境活動のいちばん基本だと思う。

皆さんとふろしきを使ってワークショップをしたい。現代の子どもはふろしきを見たことがない、アニメとかで見ているのか、夜逃げとか泥棒というイメージ、子どもたちはふろしきを見ると喜んでくれる。私たちの遺伝子の中に眠っていて血が騒ぐのではないかと。唐草模様は泥棒さんの柄ではなく、子孫繁栄という意味で縁起がいいので嫁入りの際に布団を包んで持たせた。松竹梅は夫婦の情愛を示している。

皆さんに持っていただいているのは70cmの一番普及しているサイズ。レジ袋に変わるもの

として使ってもらおうと提案している。ふろしきエコバッグとして持とうと1992年から呼びかけてきた。袋物としての活用、ギフトラッピングもしましょうと呼びかけてきた。ただの四角い布が結ぶことで何か役に立つものになる。旅行に行った、日差しが強くなってきた、帽子になる、結び目を中に入れるとベレー帽になる。カタ結び、マ結び、丸結び、と言う。帰りにコンビニで買い物をした、袋になる、用途が一つでない、その時に役に立つものになる。家に帰ったら場所を取らないように、ほどくのも楽。繰り返し使うことをふろしきから学んだ、新しく買わなくてもいいんだと学んだ。今この場にいるのは過去があるから。円を作りましょう。お隣と結んでみましょう。環境活動の基本はこういうこと。1人では何もできないが、大きなことでなくても集めれば大きなことになる。ささやかでいい、できることをちょっとずつでもしていけば大きな力になる。

ふろしきバックの良いところは枠を作らない、スイカとか大きなものも包める、クリーニング、ホームセンター。レジ袋有料化している自治体が増えている。昔の人の知恵が詰まった本包みや瓶包みを紹介して終わりにする。昔は貧しくランドセルをもって通学している子はごくごく少なかったのが教科書を包んで学校へ行っていた。水筒やペットボトル、一升瓶を包む瓶包み。自治体の皆さんは会議の時にふろしきを持って行っていただくと話題になる。ごみを出さない、繰り返し使う、現代を生きる意味、体感してほしい。



森田 知都子

●話題提供② 小島理沙「容器包装廃棄物の発生抑制の取組『減装（へらそう）ショッピング』について」

神戸大学で NPO 法人ごみじゃぱんをしている。容器包装ごみを減らす活動をしている。2006 年からぼちぼち 10 年、容器包装ごみを減らすことをメインテーマに活動している。どのような世の中にしたいのかと考えた。買い物の際に容器包装を考える、買う時にごみのことを考える、そうすると容器を減らす価値を考え選択する、需要が高まることによって容器包装が少ない商品が増えることになり、社会全体で容器包装を減らそうというのが私たちのビジョン。C to B をやっている。

メーカーは容器包装を減らしたいと考えている、しかし売れなくなると困る、容器包装は商品の顔で他の商品に勝てない、いたしかたなく売れる商品づくりをする。商店街などの対面式の販売の時は商品の中身を説明できるから容器包装はいらない。今はセルフ方式でスーパーへ行くと誰も説明しないから商品が自分でアピールしなければ売れない。そのような事情で一般的には容器包装に包まれている。同じ理屈で売り手は売れる商品を作りたい。多くの消費者は何を望んでいるか。家庭から出るごみを減らしたい。自治体にもよるが、基本的に分別をしている。消費者はどうして減らしたらよいか分からない。売れないと困る事業者、売ってくれないと買えない消費者という構造的な要因。

どうやって消費者に伝えるかがポイント。シャンプーも詰め替え用と本体があり、ごみが少ない商品だとアピール。スーパーの商品を片っ端から買い、使い、残った容器包装の重量を図る、中身当たりどれだけの容器包装が使われているかランキングを付けた。「減装商品」として推奨作業が大変。しかしスーパーの商品のランキングだけだと限界がある。

メーカー山崎製パンと話し、ロールパンの袋

を工夫したら 31%軽量化できる。ロールパンやウインナーなどは目立つからこのようにしていた。留め具は保存するときに使う。それを留め具を無くした。累計販売が 3 年間で 540 万個売れて 12 トン削減できた。プラスチックなので CO<sub>2</sub> をかなり減らすことができた（30 万リットル）。売れなくなるのではと心配されたが、誰にとっても良い話でありあまり反対されなかった。



小島 理沙

課題は、推奨方法がいたちごっこ。生活雑貨も四半期ごとに商品が入れ替わるので図り続けるのは持続可能ではない。どう解決するかというと、業界団体から容器包装のデータをいただき基準値を作ろうとしている。消費者への認知方法、それなりに目立つかは気づいてもらえるが、ほとんど気づかないので限界がある。商品にマークを付けられるように取り組んでいる。しかしレジ袋削減の取り組みかと聞かれたり、消費者とのコミュニケーションが課題。仕組み自体も私たちの活動自体もデザインし直したほうが良いのかなと考えている。

齋藤：今日は話に出てこなかったが、減装（へらそう）カフェについて聞きたい。

小島：減装（へらそう）カフェは地域の方に大学へ来てもらい容器包装について深

く掘り下げて聞くことをしている。消費者の深層心理を探るために、容器包装について語る。名古屋のスターバックスではマイボトルキャンペーン、自分のタンブラーを持参したらどれだけ減らせるかというキャンペーンを行った。

●話題提供③ 小島英子「ごみ問題への住民の関心を広げ、実践を促すために—ソーシャル・マーケティングのアプローチ—」

環境省所管の研究所に所属する研究員。市民にどのように働きかければごみ問題への関心が高まり、実践を促すことができるかという研究をしている。今日は、ソーシャル・マーケティングという手法をお話したい。

現在の自治体が提供する廃棄物処理サービスは、住民に対して画一的になっていないだろうか。財政的にも苦しい自治体にとって、住民ニーズに効率的に対応することが必要ではないか。住民がもっと、廃棄物管理に参加しやすいようなシステムをつくれないうだろうか。

ソーシャル・マーケティングとは、社会的課題の解決のために、住民に具体的な行動をとってもらうにはどうしたらいいかということ。マーケティングの手法はいろいろあるが、今日お話しするのはセグメンテーション・アプローチ、住民をグルーピングして、それぞれのグループの特徴を把握した上で、グループに合った働きかけ、アプローチをするということ。グルーピングには、男性と女性、年齢、関心層と無関心層などがあるが、我々の研究では、ライフステージで分けてみた。ライフステージとは、年齢と家族構成を組み合わせもの。全部で10個のグループに分けて、特徴を把握するために川崎市でインタビューとアンケート調査をした。

最初に、人はライフステージの変遷とともにごみ管理に対するニーズが変わっていくという仮説を立て、4つのライフステージを対象に

インタビューを行った。若年独身は利便性重視、関心が低い、ごみ分別少ない方がいい、分別知らないなどの傾向があるが、ごみ問題について情報提供してあげると自分達も行動しなくてはという反応が若干見られた。若年夫婦になると男女ともに分別行動をとる割合が高くなり、男性は奥さんの目がある、女性も自分が家事をしなくてはと頑張る。中年家族は、育ち盛りの子どもがいるのでごみの量が多く、なるべくコンパクトにごみを管理したい、収集ルートが変わるのであれば、何時くらいに収集に来るとバスの時刻表のように表示してほしいという意見があった。高齢夫婦は環境問題にも関心があり、家族の人数が減ってきているからごみの管理の負担が少なくなって余裕もできている。



小島 英子

次に、ごみ問題への関心は年齢とともに変わっていくという仮説を立て、アンケート調査を行った。例えば、今現在60代の人たちのアンケート結果では、子どもの時は親がごみ管理をしていた、そもそも分別自体なかった、生ごみは燃やして自家処理していたという回答が多い。20代はごみ管理を自分で管理するようになった、当時はごみ問題もなく分別なかった。30代からは男女で変わり、男性は仕事で忙しくて奥さんに任せていたり、自治体によってごみの回収が違うので関心持ったという回答が多く、女性は現実的で、結婚をきっかけに関心

をもつようになった、分別が増えてきた、子育て期でごみの量が増えて減らしたいなどの回答が多い。男性は60代になると退職してごみ管理をするようになったり、自治会などの地縁組織にも入り関心が高まる。女性は30～40代で充分関心が高く、高いまま維持している。

ライフステージごとに特徴を踏まえた施策を考えると、まず、若年独身のグループが一番関心が低く自己中心的で、自治体としてはまず関心を高めることが重要だが、若者にアクセスするのは難しい。大学に入学手続きに来た時とか、一人暮らしを始めるために役所に手続きに来た時などを捉えて、情報提供することは考えられる。社会人になる一步手前の高校生を対象にしたプログラムも。

若年家族の特徴は、育児に追われて時間的にも経済的にも余裕が少ないため、関心も知識も低い。男性は分別行動だけは他の男性と比べて高い。最近の若い男性は家事をシェアしているからと考えられる。女性は子どもができたことによって、子どもと散歩をしたり、公園に行ったりと、地域を歩いて回ることが多く、環境や安全に関心をもつようになる。こうしたグループには、育児と絡めたアプローチが効果的で、子どもと一緒に参加できるプログラムを作ることが考えられる。

中年家族は、PTAで集団回収したり関心が高い。男性も子どもの見本になろうと関心がやや高い。男性も女性も子どもの教育と絡めるのが良いのではないかと。ごみ量が多いのがこのグループ。減量アイデアを募集するのも一考である。

高齢夫婦、高齢家族のグループは、子どもの独立や退職で、時間的にも余裕があって担い手として期待できる。若者へのマナーの周知を担ってもらおうときに、「近所にうるさいお年寄りがいる」というのでなく、指導員の腕章を付けるとか、若者に配布する分別パンフレットを作るとか、「この人には自治体のお墨付きが付い

ているんです」と明確にしてあげることで活動がしやすくなるだろう。

まとめだが、住民に働きかける時に、住民をひとくくりにするのではなく、いくつかのグループに分けて、それぞれの特徴を理解することが重要。必ずしもライフステージだけではなく、都市住民と農村部の住民とか、自治体の置かれた状況による。それぞれの特徴を理解することで、各グループに合った様々な施策のアイデアが出てくるだろう。

参加者：セグメンテーション・アプローチだとそうなるんだろうと思うが、今は結婚しても働き続けなくてはいけない。共働きで。奈良県は専業主婦率が高いが。

小島：川崎市では若年グループは必ずしも家庭に入らず共働き率が高い。自治体によって違うので、各自自治体の状況を理解する必要がある。

### ●総合討論

齋藤：色々な取り組みがある中で、聞いておられる職員の中でそんな余裕ないという自治体もあるだろう。どういう風なアプローチをしていくと市民に伝わるか。森田さん、自治体に呼ばれていくこともあるのではないかと。

森田：自治体の環境学習、自治体が支援する消費者団体、きっかけづくり、行政だけでは色々な事業が運営ができないと市民の参画なしでは行政が成り立たない、ふろしきをきっかけに第三者とのパートナーシップでごみを減らそう、環境活動をしようという取り組み、画期的な事業体。ふろしきというツールを通じてもっと市民の意識高揚、きっかけづくりを盛り込みたいと話している。行政と距離感があったが、私自身

が変わった。行政は色々言ってくるばかりと思っていたが、市民がいかに心地よく快適に暮らしていくのか考えていることが分かった。市民が参加するきっかけになればと講習をさせていたでている。

齋 藤：参加される方は、ごみ減量講座とか、関心のない方もくるのか。

森 田：生活学校で勉強している人、行政の料理は無料なので暇つぶしで来る、そういう人にいかに興味をもってもらうか。感じるのは市民の孤独感、疎外感を感じる。高齢の方が疎外感を感じるのかなど。疎外感を排除するか、いかに呼びかけていくかが重要。1人ではできないので、1人が少しでもすれば良い。あなただけすれば良いのではない、あなた自身も情報提供者になる。会話が生まれていくきっかけになれば良い。

齋 藤：私は37歳、私が感じている高齢者とこれからの高齢者は違うと思う。小島さんから見てこれから先の高齢者はどんな感じになりそうか。

小島(英)：高齢者といっても元気な高齢者と、身体的、精神的に衰えが見られる高齢者に分かれる。元気な高齢者は、さらに地域貢献したい高齢者と、自分の趣味に生きる高齢者に分けるとみている。一方、身体的・精神的に衰えてきている高齢者は、ごみ分別やごみ出しを、無関心だからでなく、やりたくてもできなくなってくる。こうした高齢者に対するごみ出し支援の研究もしている。千葉市や新潟市は行政でなく地域のボランティア、自治会やNPOが高齢者のお宅からごみ出しステーションへ持っていく、共助の取り組みもある。災害があった時に、地域で支援をしていると、あそこはごみ出し出来な

い高齢者がいるから見に行かなきゃと色々な波及効果がある。

齋 藤：自治体はもともとアプローチしやすいところには届くが、そうでないところには届かないとかいう話がある。自治体にそんなことは可能なのか事例を聞いてみたい。

参加者：愛媛県内子町は民生児童委員が独居老人の訪問をした時にごみの回収をしている民生委員もいる。後期高齢者75歳以上の世帯も認知が入っていると出す日が分からないという人も訪問しているので、何日が出す日ですよと言うとか、預かって帰る人もいる。

参加者：熊本県水俣市は20年前から高度分別を始めた。新しい問題として分別指導員が定年退職してからやってもらっていたが80歳になる。するとごみが出せなくなる。小島先生がおっしゃった高齢者がごみを出せない、中学生・高校生のごみ出しプログラムが必要ということについては、両方やっている。ごみ出しが難しい高齢者の代わりに中学生がごみを出す。ごみ出しの日は部活動を中止してもらうよう学校に話をし、資源物は夕方が多いので部活動をやめてごみ出しをする。中学生が分別収集を実際に行う。小学校では教育課程に入っている。それから中学生になると実際に高齢者のごみ出しに協力してもらっている。

森 田：小学生の環境教育とごみ対策が一緒になっていて素晴らしい。

小島(英)：中学生が高齢者のごみ出しを手伝うのは、環境教育だけでなく、高齢者との接し方や社会貢献についても学ぶ機会になっている。

参加者：中学生がお礼を言われる。プライバシーに関わるので入りづらいが子どもだ

と入りやすいこともある。月に2回広報紙を配っているが、それと別にゴミ出しの日があれば生きていくと分かるとか付随的にも色々ある。考えたのは私の上司で定年だが部活をさせないとか、なんてことを考えたんだろうと思った。その上司は環境のごみの仕事をしていただけでなく教育委員会の仕事をしていました。

小島(英)：高齢者に、ごみの回収に来るのに近所の人と自治体職員とどちらがゴミ出しを手伝ってくれるのが抵抗がないか聞いたら、自治体職員が回収に来るほうが気兼ねをしなくて良いという結果だった。子どもの場合は、気兼ねもなく、子どもと接することができて高齢者は嬉しいのではないかと。一方、親の理解はどうか。小学生にやらせようとしたときに親からの反発があったという事例があった。

参加者：水俣市は高度分別を始める時に、いろいろな自治体では反対や抵抗があったかもしれないが、水俣市では抵抗がなかった。そういう下地もあったのかもしれない。

齋藤：本当は嫌だけどやろうとなったのか、意識が高いのか。

参加者：意識が高いのは一部で大部分は普通の人だが、仕方ない部分もあると思う。

齋藤：小島英子さん、よく啓発ブースがある、中を向いて声掛けもダメで、あなたに声を掛けていますよと言うと効果があると聞く。うちのごみ減量パンフレットは意識的にここはこの人向けと書いて書いている。これは企業さん向け、これは子育て世代向けと分けて書いている。対象者別に区切った広報を聞いたことがあるか。

小島(英)：自治体では広く公平にということ

で、あまり事例がない。福祉は高齢者、教育は子どもとその保護者など、分野によってターゲットが絞られるが、廃棄物分野は広く住民を対象とするので、そういう手段を取りづらいのかもしれない。

小島(理)：神戸市は若者向けにアプリを作ろうと言っている。単身世帯で入ってくるのでマンションの管理組合とか学生の寮とか。分別しないと持っていけないぞとか。お金もかかるので、関東エリアでは対応しているようだ。高齢者に対しては見回り回収があり、収集運搬の人が介護必要だが、収集する人のモチベーションも上がる。しかしこれからどんどん増えていく高齢者にどう対応するかが問題。

齋藤：アプリはうちでも検討したことがあるが、誰も使わないだろうということになった。ゴミ収集日を間違えたりするので一緒に何か流すようなことを考えたが。

参加者：京都市でもできた。捨てたいものの検索をする、何ゴミか、リユースとか、使い捨てになりがちなビニール傘に対して軽量の傘はという提案をいちいちする。WEBだが携帯からも入りやすいように意識している。

森田：京都市北区に住んでいる。古着などいろんなものを持ってきても良いですよというコーナーがある。年2回、春と秋にある。6月、環境月間に行くとあらゆる層の人が来ていた。高齢者から家族連れまでくるので、イベントもコミュニケーションツールになるのかなと思った。幅広く訴えかけることができる地域の活動として良い。

齋藤：何となく一年間継続して広報しているのとイベントも良い。

小島(理): コミュニケーションはお金がかかる。コミュニケーションという言葉は意味が分からない3大意味不明な言葉の1つ。コミュニケーション、リーダーシップ、マーケティング。コミュニケーションはどういう意味で使っているのか分からないが、ごみじゃぼんではコミュニケーションは「伝えること」と考え、新聞折込、店、駅の広告などあらゆることをしたら効果があり、メーカーも支援したが一過性で継続しないのが課題。減装(へらそう)カフェで話しているときには世代は40~50代の主婦層。調査に答えてくれる方というのは環境意識が高い方なので見えてくる情報はこんな感じかなというもの。ただグループインタビューで答えてくれる方に決まっているからと言うとやるが、知らないとやらない。そんなに簡単なものではない。

齋藤: 知っていればぜひ買いたいと思う。減らそうキャンペーンは博報堂が入っていたと聞く。お金の大量投入以外にはどんな工夫をしているか。

小島(理): 店頭でのPOPの工夫、イメージカラーと逆の色を使うとか。

齋藤: 自治体が取れる広報手法や手段はそれほど多くない。チラシ、民生委員、イベント…この広報をやったら効果があったという例はないか?

参加者: 福井たべきり。飲食店向けは宴会5箇条、家庭向けは使いきりとか賞味期限とか、子ども向けには1年にこれだけのごみが捨てられているとか伝えると分かりやすい。しかしその後どのような効果があったかは分からない。年度終わった後にどれだけ関心を持っているかの調査はしていない。

参加者: 行政からチラシをいただく自治会の立

場。ごみの半減に向けてトライアルとしてやろうとしたとき、反応が良かったのは物と一緒に持って行った時。再生紙で作ったトイレトーパー。それと、全然お金かからないし手間もかからないのは、年に1度集会所で不用品交換会をしている。自治会はそこに立って管理しているだけ。どうしても処分しきれないものは生駒市に処分してもらおう。次々に人が来る。そこに知っておいてほしいことは貼っておく、チラシを配るとかする。

小島(理): お金かからなくて社会課題を解決した例として、オランダの空港の男子トイレが汚かったのを男性トイレの便器の下の方にハエの絵を描いたらそこを狙うので掃除が楽になった、というものがある。私がコミュニケーションで気をつけているのはそういうこと。

齋藤: PR手法は色々開発されている。小島英子さんが首都圏の4市で手ごたえがあった広報とそこの住民の受け取りに差があるという研究をされていたので、紹介してほしい。

小島(英): 廃棄物学会で発表した。首都圏4市で、住民にはアンケート、自治体にはグループインタビューをした。ごみの分別の分かりやすさとか、イベントの開催とか、ごみに関係する20施策を挙げた。住民には、どれが重要だと思いますか、何が満足していますかと聞き、自治体には、どれが重要だと思いますか、どれが住民が満足していると思いますかと聞いた。住民側と自治体側でどれだけ合っているか聞くと、自治体が思っていることと住民が感じていることは違う。住民が一番重要だと思っているのは分別の分かりやすさ、自治体は分かりやすさより分別品目の

設定が重要だと考えていた。きちんと分けるのは住民なので、いかに分かりやすく伝えるか。自治体が住民が満足していると思っていたイベントや環境学習会や出前講座、参加する住民の笑顔を見ているから絶対に満足していると思っていた。しかしそういうイベントに出ている人はごく限られた人なのでアンケートでは一切出てこない。イベントを否定するつもりはないがそこで見えているのはごく限られた人。見えていない人がたくさんいる。住民側で重要だけど満足していないのは集積所の管理と町の美化。ポイ捨てをしないとか、集積所の管理は自治体側からすると住民にお願いしていると考えている。しかし住民側からすると自治体の責任でしょという認識。責任の所在を明らかにすることも重要。

齋藤：イベントは楽しいが、今の話に愕然とした。確かに自分が接しているのは130万人のうちの少数。組み合わせてやることが重要。

森田：京都市は町内会や女性会が強い、それがコミュニケーションの流れを作っている。チラシをつくるとかマス媒体も必要だが人から人への口コミも重要。

小島(英)：どの広報が効いているか分からないとあったが、何が効いているかを解析して、効果的な広報を提案するのも研究者の役割だと思う。ベトナムで国際協力の一環で分別プロジェクトがあり調査をしたことがある。ごみの分別を普及させるために、CM、新聞、小学校での環境教育、自治会のような組織から指導したり、色々な手法をとった。そのうち効果的だったのは、コミュニティリーダーから言われたからということ。顔が見える情報提供は自治

体がチラシをポスティングをする場合の情報量とは圧倒的に違う。地域のコミュニティの中で協力してくれそうな人を捕まえて伝えていくのは有効な手法だろう。

齋藤：最後の一押しは口コミ。小島理沙さんはコミュニケーションで何かあるか。

小島(理)：ブログに書いてくれる人がいる。

森田：行政の人もプライベートでブログをもって発信するとか。

齋藤：質問はあるか。

参加者：自治体職員も地域の住民の1人でもある。小さな自治体なので関係するコミュニティに入っている。会計や委員長になっている、自治会長には不都合があってもなれないが。自治会に入っていることで住民が本音を語ってくれる場合もある。自治会長がこんなことを言っていたと職員間で耳打ちしてくれることもある。実情も語ってくれる、生で聞ける。強制はできないが、お勧めしたい。

齋藤：職員は自治会の役をお願いされる傾向が高いのではないか。

参加者：お願いされる傾向は高い。私も青年会長。

齋藤：どうアプローチするかには工夫が必要。いつものルートばかりでなく違うルートもというのは難しい部分はある。対象者別とかグループ別には難しいと思うが、事業者さんと一緒に進めることも考えられる。