

1 分別ワークショップ実施結果

(1) ワークショップの概要

項 目	内 容
目 的	<p>名古屋市の情報がうまく届いていないと思われる方々に対して、どのような広報手段、広報ツールを用いればよいか、実際にごみを出している方々と一緒に考えていくためワークショップを開催</p>
参 加 者	<p>①一人暮らしの学生：8名 ②外国人：9名 ③一人暮らしの市民：8名</p>
実 施 日 時	<p>平成27年3月16日 13:30～16:00</p>
進 行 役 等	<p>①全体進行役 : 千頭 聡(日本福祉大学教授) ②グループ進行役 : 浅井 久美(環境カウンセラー) 浜口 美穂(3R推進マイスター) ③コメンテーター : 伊藤 光弘(イベントプランナー) 宇佐見 孝(愛知中小企業家同友会 理事・報道部長) 樋口 浩司((株)電通名鉄コミュニケーションズ)</p>
内 容	<p>①名古屋市のごみ処理の現状 ごみ処理に費用がかかること及び埋立処分場の問題を説明 ②ワークショップ グループごとに分かれ意見を出し合った後、全体で意見交換 ・ごみ出しの実態について ・市からの情報提供に対する意見と分別を推進するためのアイデアについて</p>

## (2) ワークショップ実施結果

### ①一人暮らしの学生の主な意見

内 容	意 見
ごみ出しの実態について	<ul style="list-style-type: none"><li>○分別が細かく面倒、苦手</li><li>○朝起きられない</li><li>○ペットボトルや空き缶は量が少なく、大きな袋に溜まるほどではないので、可燃ごみで出してしまう</li></ul>
市からの情報提供について	<ul style="list-style-type: none"><li>○学生向けには、学校から情報が提供されるといい</li><li>○仮にSNS等で情報が流れてきても、興味がない人は見ない</li><li>○ポスターでは、訴えとして弱い</li></ul>
分別を推進するためのアイデア	<ul style="list-style-type: none"><li>○ごみ捨て場に、具体的に種類ごとに区分して表示があると分かりやすい</li><li>○学校で、講習を実施することを義務付ける</li><li>○入居者への説明を、管理会社に徹底させる</li><li>○転入時に役所に行く際、資料を配布するだけでなく説明の時間を設ける</li><li>○処理費の削減効果等の情報提供</li><li>○袋に名前を記入する</li></ul>

### <グループワークの様子>



## ②外国人の主な意見

内 容	意 見
ごみ出しの実態について	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ビン・缶の分別は分かり易いが、菓子袋などは分別するべきか分からない</li> <li>○自国では分別しておらず、全て焼いていた</li> </ul>
市からの情報提供について	<ul style="list-style-type: none"> <li>○分別するための情報が大雑把で分かりにくい</li> <li>○情報はマンションの掲示板やごみ捨て場に掲示されている</li> <li>○大家さん、管理人に教えてもらったこともある</li> <li>○広報などは日本語のみで分からない人もいる</li> <li>○資料だけではなく説明が必要</li> </ul>
分別を推進するためのアイデア	<ul style="list-style-type: none"> <li>○商品に分別の仕方を記すなど分かるようにすべき</li> <li>○転入時に、運転免許更新時のような講習を受けさせるようにする</li> <li>○分別する理由や良さを知らせる</li> <li>○外国人の勤め先等でレクチャー</li> <li>○住宅を斡旋する不動産業者を通じたレクチャー</li> <li>○違反者にはペナルティを課す</li> <li>○収集場所を分かり易く知らせる</li> <li>○「費用のため」、「処分場の逼迫」ではなく、「環境のため」が、始めに来るのが大事</li> </ul>

### <グループワークの様子>



### ③一人暮らしの市民の意見

内 容	意 見
ごみ出しの実態について	○出す場所がわからないので、スーパー等の拠点回収に持ち込んでいる ○菓子容器、弁当容器等はすべて燃えるごみに出している
市からの情報提供について	○どこに捨てるか／どう分けるかの情報がない ○苦労して分別したものは、本当に資源化されているのか
分別を推進するためのアイデア	○動機付けにつながる情報があるとよい ○LINEで強制的に情報を流す ○広報用のポスターはコンビニやスーパー等の不特定多数が立ち寄る場所に目立つように貼る ○コンビニやスーパーでの啓発イベントも有効 ○分別、不法投棄、ポイ捨てに対するペナルティ

#### <グループワークの様子>



#### ④コメンテーターの意見

内 容	意 見
ごみ出しの実態について	○情報は発信しているが届かない／伝わらない。 ○生活者に合わせた広報が必要。 ○ツールはあるが、伝える方法が大切(場所とタイミング) ○「なぜ分別が必要か」が伝わっていないので、そこを広報する必要がある
市からの情報提供について	
分別を推進するためのアイデア	

#### <全体ワークの様子>



## 2 2Rワークショップ実施結果

### (1) ワークショップの概要

項 目	内 容
目 的	消費者の「買物を通して社会を変える」役割に注目し、本市が現在行っている2R施策、他都市で行われている優良事例等をテーマに、消費者目線からの意見・課題を抽出するためのワークショップを開催する。
参 加 者	① 学生:7名 ② 一般人(主婦):6名 ③ 3R活動に取り組む市民団体:6名
実 施 日 時	平成27年6月29日 18:30~20:30
進 行 役 等	①全体進行役 :千頭 聡(日本福祉大学教授) ②グループ進行役 :浜口 美穂(3R推進マイスター) 松野 正太郎 (名古屋大学大学院環境学研究科 特任講師)
内 容	①マイボトル・マイカップの取り組みについて マイボトル・マイカップ拡大のための課題・展開方法等 について議論 ②減装(へらそう)ショッピングの取り組みについて 減装ショッピングを名古屋市で実施するためにはど うすればよいか、その方法や課題等について議論

## (2) ワークショップ実施結果

### ①マイボトル・マイカップの取り組みについての主な意見

内 容	意 見
マイボトルを使用しない理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>○マイボトルは重くかさばる</li> <li>○使った後のマイボトルを洗うのが面倒</li> <li>○お店でマイボトルを使うことが恥ずかしい</li> <li>○空になったボトルがジヤマ</li> <li>○ボトルの容量が足りない</li> <li>○安価なペットボトルを購入することに慣れている</li> </ul>
マイボトル使用者を増やすための課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>○マイカップのレンタル</li> <li>○「マイボトルはお洒落」というイメージ作り</li> <li>○カフェなどでマイボトルに飲み物を入れてもらえること自体を知らない</li> <li>○マイボトルが経済的であることを知らない</li> </ul>
課題への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>○コンビニや大学の学食等で、マイカップ対応給茶器を設置。マイカップ・マイボトル&lt;備え付けのカップと価格設定し、消費者に選択させる。</li> <li>○デザインを重視したマイボトルの普及・PR</li> <li>○ペットボトルは環境負荷が高い(石油で出来ている)ことをPR</li> <li>○アイドル等を活用する等、マイボトルのイメージアップ</li> <li>○マイボトルへの飲料提供店の拡大</li> <li>○マイボトルは「経済的」「値引きあり」をPR</li> <li>○スーパー・コンビニエンスストア等を活用した広報</li> <li>○無料給水スポットの充実(人が集まるところに設置)</li> </ul>

### <グループワークの様子>



## ②減装（へらそう）ショッピングの取り組みについての主な意見

内 容	意 見
消費者の選択行動	<ul style="list-style-type: none"> <li>○商品購入基準は、「値段」と「欲しいもの」</li> <li>○中身が同じで包装だけが違うなら、エコを選択</li> <li>○包装が少ない方がごみも減るのでありがたい</li> <li>○買物時「環境ラベル」は気にしない</li> </ul>
消費者行動を変えるための課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>○消費者に、「ごみが減る」ことをPR</li> <li>○「エコはカッコいい」というイメージ作り</li> <li>○小さなPOPでは見てもらえないが、大きくすると、陳列スペース上問題</li> <li>○次々投入される新商品に対して、ラベリング認定が追いつかない</li> <li>○商品が多様化しており、一律に「減装」の基準を設けることは困難</li> <li>○消費者にも企業にもメリットがある方法であることが大切</li> </ul>
課題への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>○イメージ・内容を訴える</li> <li>○共通のポスター等を作成し、PRに活用</li> <li>○陳列棚にPOP付ける方法は店舗の負担が大きく困難</li> <li>○また、POPは目立たないため、店舗内に「減装」商品コーナーを設置する</li> <li>○リデュースに積極的に取り組む企業が評価される仕組みづくり(エコ事業所認定制度の拡充等)</li> </ul>

### <グループワークの様子>

