

市民参画と協働の為に情報共有の取組実績調査表

資料2 ごみ減量推進課
H26.11.14

1 事業の位置付け

政 策（ 章 ） 名		水と緑の良好な環境の保全と循環型社会の構築		章	6	
施 策（ 節 ） 名		資源循環型社会の構築		節	3	
基 本 方 針		ごみ減量・リサイクルに関する意識を高め、ごみを減らし、リサイクルを推進します				
事 業 名		ごみ減量・リサイクル啓発事業				
所 管 課（かい）名		ごみ減量推進課				
目 的		ごみ減量・リサイクルの推進に関する市民意識の高揚を図り、資源の再利用・再資源化を推進する。				
成 果	成果指標		単位	H20基準値	H25	H30
	家庭ごみのリサイクル率 （再掲）	目標値	%	—	25.4	27.8
		実績値		13.8（H19）	21.4（H24）	—

2 検証対象事業名及び概要、目的など

細事業名	概 要
生ごみ減量対策経費	本市が目標にしている「家庭ごみ20%減量」を達成するためには、「1人1日50g」減量が必要であり、そのうち20gについては燃やすごみの約4割を占める生ごみで減量し、残りの30gについては燃やすごみの約2割を占めるリサイクル可能なものを分別し減量することとしている。 生ごみの減量は発生抑制が重要であり、「買いすぎない・作りすぎない・食べ残さない+ひとしぼり」をスローガンに5月の「ごみ減量・リサイクル推進週間」や10月の「3R(リデュース・リユース・リサイクル)推進月間」を中心に広報活動を実施している。 また、発生した生ごみは、「家庭用生ごみ処理機購入費助成制度」や「くまもとエコレシピ」の普及、「段ボールコンポスト出前講座」の実施によって、更なる減量を目指している。

3 検証対象事業の参画・協働の取組実績

参画・協働 の取組・説明	参画	Aテレビや新聞等のメディアを活用した広報 B段ボールコンポスト出前講座の実施 Cくまもとエコレシピの募集・配布及びくまもとエコレシピを活用した料理教室の実施。
	協働	D家庭用生ごみ処理機や段ボールコンポストによる生ごみの減量 Eくまもとエコレシピの作品募集

4 検証対象事業の情報共有の取組実績

情報発信の時期	○5月の「ごみ減量・リサイクル推進週間」及び10月の「3R推進月間」を中心に広報活動に強化【市民全体を対象としているもの】 A市政だより、テレビ、新聞等のメディアを活用した広報(5月・6月) 【一人暮らしをしている若い世代を対象としているもの】 B若者向けの雑誌に広告を掲載(5月) 【家庭で料理をする機会が多い主婦層を対象としているもの】 C・Eくまもとエコレシピの募集・配布(9月～翌年3月) C・Eくまもとエコレシピを活用した料理教室の実施(通年) 【家庭用生ごみ処理機普及の為の広報】 D市のホームページで生ごみ処理機購入費助成制度の内容を発信(10月) D生ごみ処理機購入費助成制度の実施(通年)
活用した情報媒体	【市民全体を対象としているもの】 A市政だよりの特集記事 ※別添①、市政だより原稿 A家庭ごみ20%減量パンフレット ※別添②、パンフレット A新聞等の広報、情報誌スパイスでの広報 ※別添③、熊日新聞広告・スパイス記事 【一人暮らしをしている若い世代を対象としているもの】 B月間タウン情報クマモト(5月号)に広告掲載 ※別添④、月刊タウン情報クマモト広告 【家庭で料理をする機会が多い主婦層を対象としているもの】 C・E市ホームページでの広報 ※別添⑤、ホームページ(写し) C・Eエコレシピ募集チラシ ※別添⑥、リビング広告 C・E情報誌スパイスでのエコレシピ募集特集記事 ※別添⑦、スパイス記事 C・Eくまもとエコレシピのパンフレット ※別添⑧、かんたんエコレシピBOOK 【家庭用生ごみ処理機普及の為の広報】 D市のホームページでの広報 ※別添⑨、ホームページ(写し) D生ごみ処理機購入費助成制度の説明チラシ兼申込申請書 ※別添⑩、説明チラシ兼申請書
対象者の興味関心を引くための工夫	【市民全体を対象としているもの】 ・子どもから大人まで、生ごみ減量の必要性や手軽さを認識してもらうことを目的として、各種イベントにブースを出展し「スポンジひとしぼりゲーム」を実施した。 ・各種イベントにおける分別ゲーム等を実施した。 【家庭で料理をする機会が多い主婦層を対象としているもの】 ・買い物をするスーパーを中心に「くまもとエコレシピ」を配布した。 ・「くまもとエコレシピ」を活用した料理教室を実施した。 ・「くまもとエコレシピ」のグランプリ作品を掲載したまな板を配布し、料理する際に「生ごみ減量」が目に触れるように工夫した。
事業の目的や内容について、対象者の理解を深めるための工夫や取り組み	生ごみについては、「たった20gの減量」で目標が達成できることを多くの市民に認識してもらうことが必要であった。そこで、各種イベントでの「スポンジひとしぼりゲーム」の実施・各種媒体で広報する際に20gを身近な食べ物で例示する等の手法により20gがどの程度なのか実感してもらった。
事業の目的や必要性が、対象者に浸透していると思われるか	平成25年度2,000人市民委員会アンケートにおいて、生ごみの減量に関する調査を行ったところ、9割の人はその必要性を認識していると回答しているが、4割の人は必要性は認識しているものの実践にまでは至っていないと回答しているため、負担なく実践できる方法やアイデアを広報していく必要があると考えている。また、生ごみ処理機助成制度については、制度を知っているが使用していないと回答している人が多いため、今後の方向性を検討していく必要がある。 ※別添⑪、2000人市民委員会アンケート結果(H25.11実施)

5 細事業における、市民参画・協働による効果について

平成21年度の家庭ごみ有料化後、1人1日あたりの家庭ごみ排出量の減少とともに燃やすごみに含まれる生ごみも減少傾向にあったが、平成25年度については前年比1.31%増加した。

【燃やすごみの分析調査:燃やすごみに含まれる生ごみの構成比率】

○H21年度:55.15% H22年度:48.35% H23年度:43.26% H24年度:36.9% H25年度:38.21%