



様々なコンテンツとの掛け算で、ごみ拾いアクションを促進！

大分県民の海洋ごみ問題への意識は、まだまだ高いとは言えない現状である事が最新の県の調査で判明しており、分析によるとポイ捨て等”投棄系ごみ”がまだまだ多いと推測されている。このような現状を打破するにはごみ拾いを経験した事がある方の絶対数を増やし、海洋ごみ問題の実態を認識してもらう必要がある。そのためには、県民が熱を傾ける”スポーツ”(4つのプロスポーツチーム)や”健康”(大分県健康寿命は男性で日本一、女性で4位と全国トップレベル)、“釣り”(釣りファンからメッカと呼ばれる程人気の磯釣りスポットが数多く存在)をフックに、「ごみ拾いアクション」と「啓発」両面での取組を行いました。

2024年度 実施状況について

その他事業：セブンイレブンとの商品開発、介護予防ごみ拾い企画、スポGOMI甲子園・WCなど

行政連携広域推進モデル 「OITAスポGOMIブロック大会」



概要 昨年「プラごみゼロ宣言」を出した「大分県」と連携し県内を6エリアに分けてスポGOMIを実施！上位入賞チームには賞品と甲子園・WCに無料招待。アスリートも各地に登場。

目的 県民のごみに対する意識を引き上げるには、ごみ拾いというアクションを行ってもらうのが一番と考え、スポGOMIを軸に、アスリートを巻き込んで実施することでハードルを下げての参加を図った。

アピールポイント 県内外のアスリートもスポGOMIにアンバサダーとして参加し、集客に貢献頂いた他、大分県と連携したことで主に告知面で幅広い展開ができた。

効果 指標とした数字：参加者数・意識変化
検証方法：アンケート
見られた成果：99.3%の満足度、97.9%の美化意識向上。94チーム281名の参加、ごみ総重量215kg。

大型イベント連携モデル 「べっだいウォーク×海岸清掃コースでごみ拾い」



概要 参加者に歩きながらごみ拾いをしてもらい、海洋ごみ問題に対する意識向上を図る。ごみ拾いを促進する新ルートを構築し、今後のウォーキングルートでのごみ拾いを促す。

目的 大分県健康寿命は男女共に上位ながらリサイクル率は全国22位と低調。資源やごみ問題についての認識が低いためごみに対する意識レベルを、健康意識のレベルまで持っていききっかけ作りとする。

アピールポイント 別府大分毎日マラソンの付帯イベントであるウォーキングイベントで毎年2000人の人出で賑わう「べっだいウォーク」との連携が実現。健康意識の高い県民性を活かしごみ拾いをPRし、完歩賞としてノベルティをプレゼント。

効果 指標とした数字：参加者へのアンケート

特化型コンテンツ連携モデル 「OITA釣り王国！」連携



概要 OBSラジオの人気番組「OITA釣り王国！」と連携し、毎週テーマを変更しながら、月2回釣り場界隈でのごみ問題やその影響、改善策等を広くPRする。釣り人をメインターゲットに、マナーアップを図る。

目的 大分県は人気の磯釣りスポットが多く、ポイ捨て問題や、ごみに対するマナーアップが求められている。そこで、釣り人を中心に多くの県民に海辺のごみ問題を訴求し、マナーアップを図る。

アピールポイント モデルケースの魅力や注目すべき点を強調。このケースが他のケースと異なる特色や地域性、特に注目すべき成功要因などをピックアップして記入。

効果 指標とした数字：聴取率
検証方法：radiko聴取回数データから算出
見られた成果：リアルタイム聴取者+172.1人/回

海ごみゼロウィーク（清掃活動）



清掃活動参加人数 10,951人 箇所数 12箇所

アピールポイント OITAスポGOMIブロック大会では6カ所を清掃したほか、甲子園・WC、大分駅前、また毎年恒例となった「CHANGE FOR THE BLUE DAY」（大分トリニータHOME戦連携）、べっだいウォーク（2月開催）等幅広く清掃活動を行った。

メディア露出



メディア露出本数 11本

アピールポイント 進撃の巨人の回収BOXの寄贈や、OITAスポGOMIブロック大会の話題の他、海ごみゼロウィーク等県内様々な話題を取り扱っており、ニュースとしての取材も5本と非常に多い数字となっています。

2024年度の課題とこれからの展望

様々なイベント運営、大会実施を通じて、ごみ拾いをしてもらうきっかけ作りは着実に増やせてきていると考える。OITAスポGOMIブロック大会でも大会への参加満足度も99.3%の方がポジティブな回答を、また97.9%の方が環境美化意識の向上に繋がったと非常に成果のある回答を頂けた。今後はよりごみ拾い経験者を増やすべく、様々なコンテンツとの掛け算と企画力で事業を推進していく必要があると考える。