

2021年度 成果

今年度は、すでにごみ拾いに高い意識を持っている層には、より高い知識を持たせ、これまでごみ拾いについて意識をしていなかった層をより獲得するために、参加しやすいごみ拾いへのアプローチを模索した。そのためのベースづくりとして実施している山形県内の陸域から海までのごみの流れを探る学術的観点からのアプローチでは、川が住宅地や商業地のほか、農業用地といった農業県ならではの地形的影響からごみのホットスポットが生まれていることがわかりつつある。また「ごみ拾い×〇〇」の連携を実施。SNSを活用したごみ拾いキャンペーンではより一般層の参加型のイベントを行い、「ごみ問題」を「旅のコンテンツ」として意識したイベントでは地域の団体が旅行商材づくりに乗り出した。「拾い箱」では大企業連携等も行って、2020年度に比べ一般の巻き込みを深める施策を行うことができた。



自治体連携陸から海へのごみの流れエビデンス調査
山形県では実際にどのような場所でごみが発生し、たまり流れるのか。大学、専門機関の他、県の環境、河川、海岸部署が横断的に参加する調査委員会を設置。



「拾い箱」連携モデル
車社会の山形県では、立ち寄り処が少なく、ごみ箱が近くにないケースが多い。そのため回収ボックス設置の意義は高いものだった。「セブンイレブン」及び「地区自治会」と連携。



旅行商材連携モデル
ごみが散乱する海は地元が「隠したい」と思う傾向があった。しかし、あえてそれをコンテンツとして扱うクリーンアップ旅行の模索を行った。活動をきっかけに地元が興味を示し商材を研究中。



県の要請で環境展に出展
山形県が毎年行っている県内の環境事業のトップを紹介する展示会に要請を受け出展。エビデンスづくりと一般化を行う活動に高い関心を示している。

その他：スポーツ連携モデル企画等を実施中

メディア露出



7/22 「Nスタやまがた」



7/7～ 「CM枠ミニ番組」
35回放送



9/4～ 「CM枠ミニ番組」
23回放送



10/30～ 「CM枠ミニ番組」
15回放送

その他：TV1本（ニュース） TV 184回（応援動画）

2021年度の課題とこれからの展望

継続した活動により県民の海洋ごみに対する関心は高まってきている実感を受ける。しかしながら関心を持ったものの、その「疑問」や「思い」を「自発的に形に移す」だけの環境はできておらず、CFBの活動が道先案内人になることが、まだまだ必要と感じる。そこでこれからは「知識を深めたいと思う人」や「どういった活動を行えばいいかわからない人」を行動に直結させるために「山形の現状を伝えるエビデンスづくり」と「周知に留まらない参加型の活動」が重要度を増すと考える。そこで調査事業をもとにした具体的な対策の検証の他、知名度の高い事業との連携の中に参加型イベントを取り込むこと等を行っていく。これによりコア層の子供はもちろん、「老若男女すべての人が均一にごみ問題について話し合える。活動できる」流れを作っていく。