

放送局の垣根を越えて、若い世代や食文化から、魚庭(なにわ)の海を取り戻す！

大阪は“水の都”と呼ばれているが、道頓堀をはじめアメリカ村など繁華街はごみで溢れている。若者が多く集まる街で、海洋ごみ問題やポイ捨てについての意識が低いことが原因の1つとなっている。そこで、アメリカ村一帯のライブハウスをハシゴする音楽イベント“ミナホイール”と連携して、ライブハウスをハシゴしながらごみ拾いをする「ミナホdeごみ拾い」を実施。SNSでも大きく拡散された。また、大阪は“食の都”とも呼ばれており、外食企業や飲食店が多くある。プラスチック容器の削減や、海の魚よりプラスチックごみが多くなるように、“あじびるグループ”との啓発活動や、たこ焼き屋チェーンの“たこ家道頓堀くる”などと「できるだけ紙対応」を実施した。

2022年度 成果

■さんぽdeごみ拾い (ミナホdeごみ拾い)
 <課題・背景>
 若者が集まる繁華街では、海ごみ問題・ポイ捨てへの意識の低く、多くのごみが散乱している。

■できるだけ紙対応
 <課題・背景>
 コロナの影響でテイクアウト需要が高まり、飲食店でのプラスチック容器の使用量が増加。

■企業連携エゴアクション
 <課題・背景>
 企業が社会に与える影響は非常に大きい。海ごみ問題の根本解決に繋がる仕組みづくりが必要。

■イベント・コミュニティ連携
 <課題・背景>
 まだまだ海ごみ問題に対する無関心層が多い。認知し、行動を起こすきっかけを作る必要がある。



・概要：街に点在するライブハウス間を移動中に気軽にごみ拾いができる仕組みをつくる。
 ・目的：イベントを楽しむ一環で街をキレイにし、海ごみ問題・ポイ捨てへの意識向上を図る。
 ・場所：大阪市内（心斎橋一帯、アメリカ村）
 ・連携先：FM802、アメリカ村の会
 ・効果：若者を中心に3日間で6,000人が参加。「行動を起こさずじまいだったけど、これなら参加しやすい」との意見もあり、ごみが散乱している街の状況を良くないと感じている人も多し。公式SNSは、約1,200いいねと300件以上のリツイート。出演アーティストも取組みに賛同し、3,000以上のいいねと約300件のリツイートされる結果となった。



・概要：1つでも紙容器を導入した飲食店を「できるだけ紙対応店」として認定。紙対応店ネットワークを構築して啓発活動を行う。
 ・目的：プラスチック容器・プラスチックごみ削減。
 ・場所：大阪府内
 ・連携先：大阪府内の認定飲食店
 ・効果：大阪府内の32店舗が参加（「焼肉たむら」や「たこ家道頓堀くる」など）。店内に掲出した紙対応オリジナルステッカーに反応するお客さんも増えたと同時に、俳優の窪塚洋介さんの目に留まり、Instagramに掲載されたことで広く拡散された。身近な飲食店から海ごみ問題を発信することで、無関心層も巻き込むことができた。



・概要：企業と連携し、啓発活動だけでなく、消費者を巻き込んだ取り組みを実施。
 ・目的：海ごみ問題を啓発・解決するきっかけを作る。企業として自走できることを目指す。
 ・場所：大阪府内
 ・連携先：あじびるグループ、お好み焼ゆかり
 ・効果：あじびるグループが経営する海鮮お寿司屋「魚心」にて、魚に関心のある層へ向けて海ごみ問題について発信したほか、フードロス削減のための特別メニュー開発にも取り組んだ。また、大阪名物お好み焼屋である「ゆかり」にて、CFBオリジナルお好み焼ソースを販売。ラジオ番組の川柳企画との連動を通して、広くメッセージを訴求した。



・概要：各コミュニティの特性を活かしたごみ拾いイベント・啓発活動を実施。
 ・目的：各コミュニティのファン層を巻き込むことで、活動に対するの深度を高め、自分ごと化を促す。
 ・場所：大阪府内
 ・連携先：ガンバ大阪、OBCラジオまつり、西日本クラブ協会、各学校・自治体など
 ・効果：試合前後に溢れるごみを問題視している「ガンバ大阪」との連携。J2降格阻止を願い、社会貢献するというファンの方もいて、コミュニティの力を感ずることができた。拾ったごみをデータ化できる特殊なトングを使用し、次年度以降ホットスポット調査もできないか検討中。

その他：イベントや各団体・学校などと連携した清掃活動を実施（19団体、9,996人が参加）

メディア露出



9/22 「かんさい情報ネットten.」
 読売テレビ
 “スポGOMI甲子園 大阪府大会”



10/4 「みみよりだんご」
 ラジオ大阪
 “ガンバ大阪×CFB大阪 SDGsmileマッチ”



10/29 「バキバキ☆ビート!!」
 サンテレビ
 “ミナホdeごみ拾い”



3/1 「NEWS×情報 キャッチ+」
 サンテレビ
 “商品開発（お好み焼 ゆかり）”

その他：TV10本 ラジオ10本 放送

2022年度の課題とこれからの展望

“ミナホdeごみ拾い”では若者の意識を変える可能性を感じる成果があった。今後は、影響力のあるアーティストとの連携も視野に入れ、他にも特定のファン層を抱えている、ガンバ大阪やアニメなど幅広いジャンルと連携して、啓発とアクションを行っていかうと考えている。

瞬間風速で終わらないよう、街づくりをする団体と、ごみが出ないための仕組みづくりにも力を入れていきたい。

また、SDGsをテーマにした大阪万博を控えていることもあり、地元企業は環境問題に関心が高まっているので、企業連携にも取り組んでいきたい。