



リュック型ごみ箱「BlueBox」で広げる 京都のごみ拾いムーブメント

京都の観光地は、ごみ箱を置くとすぐ大量のごみであふれ、景観がわるくなってしまおうという実態から生まれた動きやすいリュック型のごみ箱「Blue Box」。自治体との連携を進めるため今年度は宇治市版を作成し、宇治市内の中学校で、海洋ごみの現状について学ぶ事前学習やBlue Boxを使ったごみ拾いを行った。そのほかにも日本三大祭りの「祇園祭」や京都府北部京丹後市のビーチクリーンでの活用や、京都市交通局のキャラクターとコラボしたBlue BoxのPRステッカーを作成し、ごみ拾い活動の大切さや海洋ごみ削減を広く訴えた。



2023年度 実施状況について

その他事業：スポGOMIなど

祇園祭連携モデル



- 概要** 祇園祭でごみ分別、リユース食器活用、屋台一帯の清掃活動
- 目的** 1日で数十万人が訪れる宵山期間中のごみ減量に取り組む。
- アピールポイント** 世界から注目の祇園祭でBlueBoxを活用したごみ拾い
- 効果** 以前は60トン近く発生していたごみが活動により30トン程度に抑えられた。
参加人数：25,000人
ボランティアスタッフ 2,000人
祇園祭パーク来場者 23,000人

京まふ連携モデル



- 概要** 京都市交通局コラボステッカーの配布、Bluebox展示紹介
- 目的** 西日本最大級のマンガ・アニメの祭典で若い世代に海洋ごみ削減をPR
- アピールポイント** 交通局人気キャラクターがBlueboxを背負う可愛いイラスト
- 効果** ステッカー4000枚配布。ステッカーから興味をもってBlueboxを背負う体験をする人も。機動力の高さや清掃活動で街を綺麗にすることの大切さを知ってもらえた

宇治市版BlueBox



- 概要** リュック型ごみ箱「BlueBox」宇治市ご当地Boxの制作。
- 目的** ごみ拾い活動の気軽さなどをPRするとともに、地域での活動を推進する。
- アピールポイント** 宇治市のリサイクル推進キャラと街並みがあしらわれたオリジナルデザイン
- 効果** 宇治市立榎島中学校に協力頂きクリーン活動にてお披露目をした。子どもたちに海洋ごみ問題を他人事ではなく自分ごととして取り組むきっかけ作りになった。

天橋立ワイン 海の京都ロゼ



- 概要** 天橋立ワイナリーとのコラボワインの製作・販売
- 目的** 京都の海を綺麗なままいつまでも残すため、海ごみについて考えてもらう機会を作る。
- アピールポイント** ワイナリーでは、海に流れ着くごみを少しでも減らしたいという思いから、ワインの空きビン为天橋立ワイナリーへ持参するとワイナリーの商品が100円引きになるコラボキャンペーンを実施。

海ごみゼロウィーク



ごみ拾い参加人数 **31,334人** 箇所数 **28箇所**

アピールポイント 海に近い京都府北部の京丹後市、舞鶴市、宮津市をはじめ内陸部の京都市や宇治市など広く清掃活動を行った。高校や大学、地元の団体などにも協力してもらえた。

メディア露出



メディア露出本数 **21本**

アピールポイント 地元の京都新聞で「はだしのコンサート」「スポGOMIワールドカップ京都大会」を取り上げてもらえた。また祇園祭での活動について全国36局ネット放送されているTOKYO FM (ラジオ)で紹介してもらえた。

2023年度の課題とこれからの展望

今年度は昨年度に続き、リュック型ごみ箱「BlueBox」の輪を広げ宇治市版の作成や、祇園祭、京まふなどでの活用を行ったが、まだまだ認知度は低いという実感がある。来年度は、観光客がコロナ前に戻りつつある京都でオーバーツーリズムで課題となっていた「観光客によるごみのポイ捨て」に焦点をあて、年間約1,000万人が参拝に訪れる人気の観光地・伏見稲荷大社やお茶で人気の宇治などで「BlueBox」を使った活動をアピールする。美しい京都の街を守るため、伝統行事や京都市など京都府下の自治体・企業との連携を通じて、オール京都で全力で「ごみのポイ捨て」問題に取り組む。