

CHANGE FOR THE BLUE in 石川

一般社団法人 海ごみゼロ大作戦 in 石川

地域連携の海洋ごみ削減～人が来れば来るほどキレイな海に～

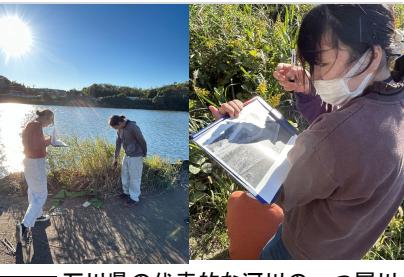
全長600キロにわたる海岸線を有する石川県。美しい景色や水産資源に恵まれ、県民の暮らしは海との深いつながりを持っています。その一方で、海岸や、河川では街なかから流れたごみやポイ捨てなど環境保全が問題になっており、令和5年度石川県で回収された海洋ごみは約870トン、その約9割がプラスチック類でした。「海にごみを出さないために」社会全体の意識を高める取り組みとして、市町村をはじめ各団体と連携強化を進めます。

河川ごみのホットスポットを作らない取り組み「浅野川ホットスポット改善アクション」をはじめ、これまでの調査研究から、これらの取り組みが一過性に終わらないよう、県民に環境問題の解決へのアクションや自分ごと化して行動を起こすよう促します。

2024年度 実施状況について

その他事業: スポ GOMI、海洋出前授業など

犀川ホットスポット調査



概要 石川県の代表的な河川の一つ犀川。この河川のホットスポット調査を学生ボランティア団体と行う。

目的 金沢市の中心を流れる犀川のごみを調べることにより、ごみ削減と市民の生活の関連性を探る。

アピールポイント 学生ボランティア団体と活動することにより、次世代を担う世代に自分事として関心を高める。

効果 指標とした数字: 調査したごみの量と種類
検証方法: 河川ごみの写真撮影、記入票への記入
見られた成果: 一部を除き、人の活動が多い箇所はごみが少ない。

浅野川ホットスポット改善アクション



概要 昨年、ホットスポット調査を行った浅野川。その周辺地区の小学生にごみ削減を考えもらい、行動する。

目的 自分たちの住む街の河川ごみの状況を知り、考え、行動することで自分として意識してもらう。

アピールポイント 実際に調査に参加した学生が小学生に調査結果の報告し、一緒に話し合いながら考える場にした。

効果 指標とした数字: アンケート集計結果
検証方法: アンケートなど
見られた成果: この機会をきっかけに多くの小学生がごみ問題に関心をもつた。

コラボレーション連携



概要 石川県民に親しまれるブランドや環境に配慮した食品とのコラボレーション商品を販売。

目的 生活に身近な「食」や「衣服」から海洋ごみ問題を訴える。老若男女問わない商品で訴求する。

アピールポイント 親子で一緒に着れるデザインで地元で有名なブランド。プラスチック使用しないお米を使用。

効果 指標とした数字: 販売数
検証方法: オンライン販売、店舗販売
見られた成果: ごみ問題無関心層へのアプローチができた。

スポーツアスリート連携



概要 ツエーゲン金沢と連携しスポーツキッズがごみ問題を学ぶ機会を創出。PK合戦のクイズや清掃活動他

目的 子供たちが憧れるアスリートと楽しみながら海洋ごみ問題を学び考える機会にする。

アピールポイント 今年、運用が始まったチームの新スタジアムで実施する。

効果 座学としてごみ問題について学んだことを、憧れの選手と一緒にプレーしながらおさらいすることで、思い出となり、多くの参加者がずっとこの問題は忘れない感想をもつた。

海ごみゼロウィーク(清掃活動)

メディア露出



清掃活動参加人数 2,782人 **箇所数** 21箇所

アピールポイント 例年実施している通常の清掃活動に加え、ランニングと掛け合わせたプロギングやご当地アイドルとの連携した清掃活動を行うことにより、これまで清掃活動に関心のなかった層にも参加してもらうことができた。



メディア露出本数 16本

アピールポイント 清掃活動をはじめとする、各取り組みを取材・放送MROテレビのほか各媒体での露出につながるよう情報提供を行った。

2024年度の課題とこれからの展望

昨年実施した浅野川のホットスポット調査。今年は周辺地域の小学生、学生が一体となり、ホットスポットを作らないアクションへと活動を拡大しました。一方、参加者の中には、海洋ごみ問題への関心が低い人も多くいて、来年度は学生、ランニング愛好家、ご当地アイドルなど新たな層を巻き込んだ活動に広げ、意識を高める施策を展開します。こうした活動の渦を広げることで街なかにごみを出さない(直接的にごみを減らす)ことで海洋ごみ削減に貢献します。