

啓発事業の方向性

1 施設を取り巻く状況の変化

○開館当時と現在との比較

	開館当時【H12】	→	現在【R5】
人口	人口：119,227人 世帯数：50,910世帯 平均世帯人数：2.34人/世帯 老年人口比率：9.9%	→	人口：145,531人(22.1%増) 世帯数：70,646世帯 平均世帯人数：2.06人/世帯 老年人口比率：19.6%
ごみ排出量	家庭ごみ：35,035t (同)1人1日あたり：805g リサイクル率：21.6%	→	家庭ごみ：29,344t(16.2%減) (同)1人1日あたり：551g リサイクル率：24.8%
※1人1日あたりごみ排出量をR10までに更に17.1%削減する目標			
経常収支比率	78.2	→	93.8 (R4)
年間来館者数	138,917人 (H13)	→	85,159人 (38.7%減)
家族の形態	・1人が働き、1人が家事 (専業主婦など)	→	・共働き ・平均世帯人員の減少 (単身世帯の増加)
情報入手手段	・市の広報、新聞、テレビ等 ・インターネットは普及途上	→	・スマートフォンの普及 ・新聞、テレビ等の利用減
民間企業と環境問題の関わり	・環境配慮をうたいつつも実際の行動は一部にとどまる	→	・ESG投資*の広がり ・実店舗やネットでのリユースが増加 (リユースが商業ベースに)

*ESG投資：環境、社会、ガバナンスに配慮した経営を行う企業を優先して投資先に選定すること。

○短いフレーズで変化を考える

- ・人口は増加したが、ごみ排出量は減少。
(ごみ処理広域化に向けて一層の減量化が必要。従って、啓発は引き続き実施する。)
- ・財政の硬直化が進み、事業の費用対効果が強く求められるようになった。
- ・普段の生活の中で、3Rに十分な手間がかけられなくなった。
- ・3R活動に民間部門の参加が進んできた。
- ・高齢化が進んでおり、情報伝達等に一定の配慮が必要。

2 啓発活動の方向性

○考え方の比較（変化を踏まえて）

開館当時【H12】	→	現在【R5】
お金や手間をある程度かけて、ていねいに3Rを実現する。	→	コストがかからず、手間がかからない方法で3Rを深める。
実際にみんなで集まって、対面で啓発する。	→	頻繁に人が集まって活動することは難しくなった。広報やネットの方が情報が届く人数は格段に多い。
常に意識しながら3Rを実践する。 (ゆえに意識啓発が重要)	→	無意識のうちに3Rが実現できる仕組み、仕掛けづくり。
資源枯渇、環境問題の視点から行動していく。	→	資源循環、持続可能な社会づくりの視点から行動していく。 (視点がより広がっている)
3Rは市民と行政が主な活動主体。	→	活動に民間の参加が増え、3R活動に社会的広がりが出てきた。
<p>《変わらないもの》</p> <p>○環境を守る理念 ○住環境と地球全体の両方に配慮する考え方</p> <p>○実践方法の例を紹介する ○個々の市民に届くように伝える</p>		

○リサイクルプラザの設置目的は

循環型社会を形成するための啓発施設である。

(市民に便益を提供するタイプの公共施設とは、位置づけが異なる。)

○今後の啓発の方向性(案)

- ・ コストも手間も余りかからない3R実践方法を主体として啓発する。
- ・ 普段の生活の中で、自然に3Rの実践が続く仕掛けを考える。
- ・ 要所でリアル対面を残しつつ、広報・ネット等の媒体ルートへ移行する。
(例：インスタグラムで情報発信、広報にミニコラムを連載)
- ・ 官民でそれぞれの得意分野を活かした役割分担を考える。

3 方向性を事業へ展開

(1) リサイクルショップ

○現在の事業の分析

良い点	課題
<ul style="list-style-type: none"> ・現物を見ながら生活雑貨を廉価に入手できて、同時に環境配慮行動につながる ・利益目的の運営でないため、相対的に出品費用等が廉価（民間対比） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ヘビーユーザーが利用の中心（利用しない市民に啓発が及んでいない） ・購入者に配慮した運営ルールにしており、出品者からの不満が大きい ・民業圧迫になっていないか

○今後の方向性を考えるヒント

<ul style="list-style-type: none"> ・身近な生活雑貨のリユースは、啓発として意味がある。（売価が安く、ネット売買では送料で費用倒れになる物でもリユースできる） ・現在の形態（常設店舗での委託販売）にこだわる必要があるか。 ・官民連携の協定を活用する方法もある。（新座市・和光市の「おいくら」等）

○方向性の案を比較

案	A	A'	B	C
実施方法	施設内でフリーマーケットを定期開催	A案に加え、個人出品可の販売コーナーも開設	ショップ運営を民間委託	直営ショップを継続、出品は無償譲渡に変更
利点	低コストでリユース啓発可能、イベント相乗効果も期待できる	フリマ出店するほど品物がない人でも出品できる	民間ノウハウで魅力的な店舗づくりができる	リサイクル家具との制度的均衡が図られる
課題	プロの出店を防止する仕組みが必要	個人出品を受付、精算する人員等が必要（無償出品の扱いとする案も）	委託費用が高額になりがちで、民業圧迫にもなる	出品減の可能性あり、他の課題は解決しない
コスト	低	低～中	高	中

※A' 案の委託販売商品の管理は、現在のショップのシステムを流用する案と、もぎり式荷札を利用する案が考えられる。

(2) リサイクル家具類販売

○現在の事業の分析

良い点	課題
<ul style="list-style-type: none"> ・ 現物を見ながら家具を廉価に入手 ・ 粗大ごみの排出量削減に役立っている (推定で年間 11t 程度の削減効果) ・ シルバー会員間で修理技能の伝承あり 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売れ残り家具の発生（令和5年度は販売362点に対して、売れ残りが144点） ・ 自宅引取が大きな手間になっている ・ クリーンセンターに持ち込まれると再生できない（すぐに破碎） ・ 修理、保管、展示には一定のスペースが必要

○今後の方向性を考えるヒント

<ul style="list-style-type: none"> ・ 啓発だけでなく、ごみ減量化に直接役立っている。 ・ 民間の同種事業では、修理まで行う例は少ない。（行政での類似事業例は多い） ・ 新施設では、粗大ごみからピックアップした家具を展示、保管する場所ができる。

○方向性の案を比較

案	A(現状維持)	A'	B	B'
収集方法	自宅引取+プラザ持込		粗大ごみからピックアップ	
展示場所	リサイクルプラザ		新施設	
引き渡し	有償販売			無償譲渡
修理	修理あり			修理なし
対象	朝霞市民	朝霞市民+和光市民		
利点	ごみ減量化効果が持続する（組合負担金の減）	ごみ減量化効果が持続する	自宅引取がなく なる	自宅引取、修理の 人員、場所が不要 になる
課題	現在の課題は解決できない 新施設の家具展示スペース（B'案に近い方式）との事業重複が生じる	和光市民の家具も対象になるため、事業費用分担等が課題 展示場所が悪く、 販売不調の懸念		家具の価値は相対的に下がる ごみ減量化効果が少なくなる
コスト	中	中～高	中	低

※上記のほか、民間サービスへの移行案もある。

(3) イベント等

○現在の事業の分析

良い点	課題
<ul style="list-style-type: none"> ・スクールグッズシェアリングは県から表彰された ・夏休みの子ども向けイベントは好評 ・手間をかけずに継続できる事業もある(不用品情報交換コーナーなど) 	<ul style="list-style-type: none"> ・市民も市も、事業の担い手が十分確保できない ・多様なイベントを企画するのが難しく、一部マンネリ化している ・施設全体の利用効率の低下

○今後の方向性を考えるヒント

<ul style="list-style-type: none"> ・イベント関係は、もう少し市が直接関与しても良いのではないか。(逆に、意欲のある事業者に委託する方法もある。) ・インパクトのある事業に集中して伸ばす方向性はどうか。(幅広く多様な活動を展開することが、啓発として効果的であると言えるか。) ・様々なリソースの効率的な利用を意識すべきではないか。

○方向性の案を比較

案	A	B	C
実施方法	イベント関係は協議会と市の共催形式に移行	イベント関係を民間へ委託	他のイベントへブース出展する方式に移行
利点	持続可能性が高まる	民間ノウハウで魅力的なイベント開催	啓発としての効率が大きく向上する
課題	多様な企画が難しく、開催数が限られる	委託費用が高額になりがち	講座で深く学習する機会が減少する
コスト	低	高	低

※方向性は、択一ではなく、複数案のミックスという選択も考えられる。

(4) 啓発展示

○現在の事業の分析

良い点	課題
<ul style="list-style-type: none"> 施設の立地がよく、集客に向いている（クリーンセンターに比べて） 	<ul style="list-style-type: none"> 啓発展示のある施設がクリーンセンターと2か所に分散している 新施設（建設中の広域処理施設）であれば、施設見学と一緒に啓発展示も見学できるようになる

○今後の方向性を考えるヒント

- 対象範囲を少し広げ、環境を対象にした展示も可能ではないか。
- 新施設との役割分担を明確にして、重複をなくすべきではないか。

○方向性の案

- 分別、リサイクルなど3Rの啓発展示は新施設に集約
- リサイクルプラザは、環境面を中心とした展示に更新

(5) 新たな啓発事業の展開

○方向性を考えるヒント

- 可燃ごみの減量化が急務であり、分別や生ごみ対策の啓発が必要。（広域化関連）
- 毎日、人が集まり続ける状況を作り出すのは、実際には難しい。ならば、集客や営業に強弱をつけてもいいのではないか。
- 人の集まりに「出掛けていく」方式であれば届きやすいのではないか。（新たな試みとして、産業フェアで啓発品を配布して好評だった）

○新たな事業の展開案

- ① イベントに合わせて街頭啓発やブース出展をして、分別やリユースの啓発を行う。（花まつり、ストリートテラス、産業フェア等）
- ② 定期的に複数イベントをまとめて開催し、効率よく啓発を行う。
- ③ インスタグラムのアカウントを開設、複数の担当者を決めて投稿する。

4 変化と方向性（案）まとめ

変 化	→	方向性（案）
3Rに民間の参加が増えてきた	→	リユースなど民間の得意分野は任せる
インターネットの普及	→	対面（講座・イベント）から、ネット・広報など媒体ルートへの移行
3Rに手間（時間）がかかけられない	→	手間のかからない実践方法をミニコラムのような方法で周知
多くの人々が頻繁に同じ施設・時間に集まるのは難しくなってきた	→	既に人が集まっているところへ出掛け る方式に移行
ごみ広域処理施設の建設	→	啓発展示は新施設へ集約
リソース（人、予算、時間、施設など）の有効活用が求められる	→	コンパクトな事業展開で効率よく啓発 を行う