

第11回 グリーン購入大賞 応募用紙

記入日：平成21年7月29日

応募区分	募集テーマ				
	応募区分	テーマ1	テーマ2	テーマ3	テーマ4
		企業や行政のグリーン購入の推進	製品の開発とコミュニケーションの推進	グリーンコンシューマーの育成	食に関するグリーン購入の取り組み推進
	部門	1	2	3	4
	部	5	6	7	8
	大企業	9	10	11	12
	13	14	15	16	
	17	18	19	20	
<p>※応募区分「ひとつだけに○」を付けてください。※複数の区分へ応募する場合は、それぞれ作成下さい。</p>					
応募者のプロフィール	団体名	(フリガナ) ヨコハマシシゲンリサイクルジギョウキョウドウクミアイ 横浜市資源リサイクル事業協同組合 ※プロジェクトでの応募の場合は、こちらにプロジェクトに参加している主な団体名をご記入下さい。			
	応募担当者 連絡先	所在地：	〒		
		部署名：	役職名：		
		氏名(フリガナ)：			
		電話番号：	FAX番号：		
		メールアドレス：			
	ホームページ	http://www.recycledesign.or.jp/			
	資本金(企業のみ)				
	従業員・職員数				
	事業内容：横浜市内リサイクル業者の事業協同組合。設立年月日：平成4年10月1日。組合員数：139社。 リサイクルデザインサポーター：570団体 13,817名(組合活動の市民サポーター) 設立時より「リサイクルデザイン」の概念を基に活動している。これは、再生資源業において「大量の再生資源の発生」が業界の繁栄となるのではなく、「循環型社会の形成」が業界の命題であり責務であるという視点に立ち、再生資源業を自治体と民間の中間事業として位置づけ、組合は公(Official)と民(Private)の良いところを活かし、半公共的な視点から行政支援、民間支援のできる「共(Public)」であるとするものである。本年2月には、活動中期ビジョン「りくみビジョン2020」を策定。静脈産業からの街づくり提案『持続可能な循環型都市ヨコハマ(リサイクルデザインタウン)』づくりをめざしている。(添付資料：①(「りくみビジョン2020」)) ※「リサイクルデザインタウン」とは：循環型社会に向けた社会の変革をふまえ、社会的企業としての組合・リサイクル業界が提案・行動し、市民や事業者、行政と連携・協力し合って循環型社会を担っていく地域社会。 主な事業：古紙等の循環資源物共同販売事業、古紙等の循環資源物共同回収管理運営事業、情報発信事業(リサイクル情報誌月刊リサイクルデザイン毎月8万部発行)、社会貢献事業(小学生への環境絵日記コンクール)普及啓発事業(出前講師&リサイクル施設見学会)				
グリーン購入の 取り組み状況	・当組合の取得しているISO14001のEMSにおいて、グリーン購入(事務用品・OA用紙)を著しい環境側面に特定し、目標を設定しグリーン購入を進めている。				
	・当組合で販売している「りくみのトレペ」および「りくみのティッシュ」はグリーン購入法適合を受けエコ商品ねっとでも掲載されている。 ・当組合で販売している古紙分別梱包用バンドの「小結くん」はエコマーク認定を受け販売をしている。 ・組合事業としてISO14001のグループ認証取得支援をおこなっており、中小企業である組合員の認証取得へのハードルを低減することで、中小企業でもおこなえるグリーン購入の普及に努めている。				

応募内容について (A4版2枚以内で記述して下さい。)

1. 応募する活動の名称・タイトル

「読む・描く・体験する」の3つの活動でリサイクルをデザインする
月刊リサイクルデザイン、「環境絵日記」コンクール、資源とごみの分別体験(出前講師&リサイクル施設見学会)による、古くて・新しい価値観を持つコンシューマー(グリーンコンシューマー)の創出をめざす。

2. 活動の概要

「読む」…「合言葉はもったいない」がキャッチフレーズ:リサイクル情報誌『月刊リサイクルデザイン』の発行

地球環境を守るために、これからの暮らしに欠かせない3R(リデュース、リユース、リサイクル)の考え方を広く読者に伝えることを目的に発行している月刊のフリーペーパー。さまざまな資源物のリサイクルの仕組みの解説や、3Rに関連するイベントの紹介やレポート、環境関連のエッセイなど掲載。平成6年9月に創刊し平成21年7月現在178号を発行(発行部数81,000部)。当組合の多くの組合員は、資源集団回収(町内会・自治体などの市民団体と資源回収業者が実施する資源物(古紙類・布類・金属類・びん類)の回収)を生業としている。発行部数8万部のうち約6万部は町内会・自治体の協力を得て配布していただいている。一方通行の情報発信にならぬように、サポーターやモニター制度を導入し、毎号アンケートを実施し、双方向の情報発信をめざしている。

「描く」…夏休み1万人の子ども達が参加:小学生への『環境絵日記』コンクール

夏休みに市内の小学校の子ども達を対象に『環境絵日記』を募集。平成12年からおこなっているこの取り組みは、平成21年度で10回目を迎える。昨年は9,548作品という過去最多の応募があり、今年は1万作品を超えることが予想されている。コンクール発表会当日の来場者6,365名と市民からも幅広く支持されている本イベントは組合を代表する環境啓発イベントとなっている。

「体験する」…出前講師&施設見学会で年間100講座:市民向け3R普及啓発講座『資源とごみの分別体験』

横浜市では、横浜G30プラン(ごみを30%削減する施策)により、平成16年度から、ごみの分別が5分別7品目から10分別15品目に変更となった。月刊リサイクルデザインの市民アンケートには「なぜ、新聞紙と雑誌は、分別しなければならないのか?」、「そもそも“プラマーク”ってなに?」などの問い合わせが目立つようになった。そんな疑問を対話形式で解決していくのが、市民向け3R普及啓発講座「資源とごみの分別体験」である。日常的に家庭から出てくる資源やごみを、実際に参加者に分別していただいた後にひとつひとつ解説していく。

移動リサイクル教室「出前講師」:日々現場で働いているリサイクル業者(組合員)が小学校や町内会に出向き、リサイクルや環境問題についての話しをする。平成15年度から本格事業化した本事業は年間約40団体(年間合計6,000人)の小学校や町内会からの応募がある。大人向けの講座は、横浜市環境事業推進委員(横浜市資源循環局:横浜市から委嘱を受け、減量化、資源化等の推進に関する横浜市の施策への協力をおこなう)の研修講座にも採用されており、子供向けの講座では、本年から横浜市環境教育出前講座(横浜市環境創造局)とのタイアップ事業もおこなっている。

リサイクル施設見学会:「資源とごみの分別体験」に国際静脈物流拠点「リサイクルポート山ノ内」の施設見学を組み合わせた講座。リサイクルポート山ノ内では、国際的なリサイクルの「環」構築のため、資源を「ヨコハマブランド」として世界に輸出している。平成17年度から本格化した施設見学は年間約60団体(年間合計2,000人)の町内会・市民活動団体からの応募がある。

3. 活動による成果・効果(できるだけ具体的・定量的な内容をご記入下さい。)

※特に「グリーン購入活動による地球温暖化防止の取組」については高く評価します。

高度成長経済への政策転換を機に消費は美德と謳い「大量生産・大量消費」型のライフスタイルを持って嘸し、その結果として今日の「大量廃棄」という社会構造を生み出し、さまざまな環境問題を引き起こした。これを解決するには単に大量廃棄の行き先を大量リサイクルに変えるのでは不可能である。社会の構造を、「持続可能な循環型」に作り直すことができるかがこれからの社会づくりには必要と考え、これを達成する概念(もしくは「考え方」)を「リサイクルデザイン」と定義し、さまざまな活動をおこなっている。

「持続可能な循環型」社会づくりには発生抑制(リデュース)、再使用(リユース)、再資源化(リサイクル)すなわち3Rの推進が重要となる。再生資源の取扱いを本業としている我々は、リサイクルの本質を市民の皆さまに知ってもらうことが、リユースの必要性、ひいてはリデュースの重要性に市民の皆さまが気づき、そして感じてもらう方法と考えている。

しかし、リデュースという概念は市民にわかりづらく理解しがたいものである。そこで我々はリデュースを「発生抑制」→「足を知る」と意識し、「買う前に本当に必要かどうかを考える(グリーン購入)」を提唱している。

そして、古くて・新しい価値観を持つコンシューマー(グリーンコンシューマー)の創出をめざし、3つのアプローチで「買う前に本当に必要かどうかを考える(グリーン購入)」への「気づき・理解・行動」の促進をおこなっている。

(添付資料:②「読む・描く・体験する」の3つの活動の体系図)

リサイクル情報誌『月刊リサイクルデザイン』の発行における成果・効果 (添付資料:③月刊リサイクルデザイン)

月刊リサイクルデザインは毎月様々な角度から特集記事を掲載している。本年6月号(No.177)では、特集記事を『知ってるつもりの環境用語』と題し、3R、ハイブリッドカー、グリーン購入、カーボンフットプリントの4つの用語解説をおこなった。また、毎号おこなっているアンケートの『知ってるつもりの環境用語』の号では、

・「グリーン購入…ってそのマークを集めると、苗木がもらえるのかしら?」なんて思っていたので、恥ずかしいです。

ネーミングがグリーン…なので、単純にそう思っていました。

・「グリーン購入」については、緑のもの(苗木や種)を購入するための資金を集めることだと思っていましたが、本誌の内容でよくわかりました。

などの意見があり、こういった市民からの「生の声」は、次の活動の重要な資料となる。

小学生への『環境絵日記』コンクールにおける成果・効果 (添付資料:④リサイクルデザインフォーラム 2008 活動報告書)

毎年テーマを変えている環境絵日記は、昨年小学校の低学年は「温暖化ストップ」、リサイクル生活」、高学年は「リサイクル生活で温暖化を止めよう」のテーマで募集した。環境絵日記コンクール発表会を開催した。

イベント名称:リサイクルデザインフォーラム2008「地球にやさしいリサイクル～ストップ the 温暖化～」

開催日:平成20年10月26日(日) 開催場所:横浜港大さん橋ホール 来場者:6,365名

会場には全応募作品 9,548 点より「リサイクルデザイン賞」に選ばれた 517 作品の展示、今回のテーマである「地球温暖化」と関係の深い「温室効果ガス」であるCO₂(二酸化炭素)の量を体感するために、会場内に大きな風船(直径 2.4メートル・1.6メートル)を展示した。また、『“ストップ the 温暖化”生活』体験ツアー』を実施、買い物体験・家庭・分別体験の3つのブースを通して、地球温暖化防止のために身近にできる事を知る体験ツアーをおこなった。

買い物体験ツアーでは、買い物をする時にどんなものを選び、どのような買い方をすれば二酸化炭素の排出量を抑制できるかを学んでもらうツアーをおこない、実際に買い物の模擬体験をおこなった。

市民向け3R 普及啓発講座『資源とごみの分別体験』における成果・効果(添付資料:⑤出前講師&見学会実施実績一覧)

環境・地球温暖化問題に関連する講座は、市民の多くには敷居が高く、講座を用いて広く普及啓発をおこなうのは難しい。しかし、日常的に家庭から出てくる、資源の分け方やごみの出し方の解説する講座には機会があれば参加したいと思っている人は数多くいる。本講座では分別の話だけではなく、持続可能な循環型社会づくりのため、3R 推進のためリデュース、リユース、リサイクルの用語解説と3Rの優先順位などをスライドやビデオも使用し説明していく。

市民にはなかなか理解しがたい「リデュース」の解説には、こんな話をしている。

「夕飯の買い物に行く前に牛乳1杯もしくはバナナ1本食べてから行ってください。お腹が空いているとどうしても余計なものまで買ってしまいます。買う前に本当に必要かどうかを考える。これがリデュースです。日本には昔から“足を知る”という言葉がありました。そしてこういう買い物をする事をグリーン購入と言います。」

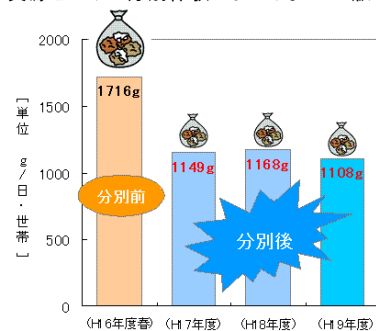
「資源とごみの分別体験」は、結果、口コミで評判が広がり、ひとつの会場の参加者がまた次の会場の主催者となって、昨年は年間100講座を超える回数となった。また、本年4月には講座内容を収録したDVDを発売。経験した参加者が地元の町内会等での講座開催ができるようになったことで、一層の広がりが期待されている。

(添付資料:⑥啓発用DVD「資源とごみの分別体験～よこはまG30版～」)

組合活動における15年度と20年度の比較

	平成15年度	平成20年度
月刊リサイクルデザイン発行部数	21,000部	81,000部
環境絵日記 応募数	3,175作品	9,548作品
資源とごみの分別体験 講座回数	36回	111回
リサイクルデザインサポーター	4,999名	13,817名
資源集団回収による 資源回収量	108,354トン	184,805トン ^{※1}

※1:平成20年度回収量が7/29現在未発表のため平成19年度の回収量を標記



平成16年度から始まったG30プランは、平成19年度に約35%の焼却ごみの削減となった。(横浜市ホームページより)

温暖化防止効果について:資源物のリサイクルによるCO₂削減係数がないので資源集団回収による温暖化防止効果の算出できないが、横浜市発表のG30プランによる環境影響評価によると、平成19年度は平成13年度と比べて約84万トンの二酸化炭素削減効果があると発表されている。

4. 活動に関して、①先進性・独自性、②継続性・発展性についてご記入下さい。(各200字程度)

①先進性・独自性

読む、描く、体験する活動を、それぞれおこなっているところはいくつもあるが、我々は自身の活動を「りくみブランド」と名付け、3つの活動をひとつのブランドでおこなうことで、浸透力の強化を計っている。

また、「りくみビジョン2020」中に「りくみブランド」の8原則を設け、環境貢献、庶民的、便利(利便性)、社会との接点、楽しい、お財布にやさしい、わかりやすい、市民の味方の8項目についての事業検証をおこなっている。

②継続性・発展性

リサイクルデザインタウンの実現のためには、CSR(企業の社会的責任)を経営上の最も重要な戦略として位置付け、社会的企業・業界への脱皮が必要である。そのためには「りくみブランド」を確立し市民に選ばれる企業・業界となること、そして公共サービスを提供する社会貢献ビジネスの担い手となる必要がある。『りくみビジョン2020』中では、3つの活動全てを戦略的CSRの重点項目に位置付け、「りくみブランド」の確立をめざしている。

5. 添付資料について(添付資料がある場合、その内容をお書き下さい)

①「りくみビジョン2020」②「読む・描く・体験する」の3つの活動の体系図 ③月刊リサイクルデザイン No.176:「りくみビジョン2020」、No.177:グリーン購入、No.178:最新号 ④リサイクルデザインフォーラム 2008 活動報告書 ⑤平成20・21年度 出前講師&見学会実施実績一覧、⑥啓発用DVD「資源とごみの分別体験～よこはまG30版～」