

使い捨てごみを減らそう！

プラごみ “ほかさん” 観光チャレンジ 事業結果報告

令和6年2月 2025
大阪府循環型社会推進室資源循環課

キックオフイベント

キックオフイベント

- 実証事業「プラごみ“ほかさん”観光チャレンジ」のキックオフイベントとして、TEAM EXPO 2025プログラム「Hello! TEAM EXPO 2025 Meeting#13～道頓堀からはじめる“ほかさん”宣言」を開催（R5.10.1）
- 実証事業の取組みを紹介するとともに、「大阪・関西万博に向けたプラごみの3R」や「共創でつくる大阪の街」をテーマに、ゲストによるトークショーを実施

【主催・共催】

- ・ 大日本印刷株式会社、日本国際博覧会協会、大阪商工会議所、道頓堀ナイトカルチャー創造協議会、大阪府

【ゲスト】

- ・ 道頓堀商店会会長 兼 道頓堀ナイトカルチャー創造協議会会長 上山様
- ・ (株)くれおーる 代表取締役社長 加西様
- ・ 大阪大学行動経済学研究会 菊池様
- ・ 大日本印刷株式会社 EXP0事業推進・共創本部 本部長 藤川様
- ・ 大阪商工会議所 地域振興部長 兼 万博協力推進室長 玉川様
- ・ 2025年日本国際博覧会協会 審議役兼共創推進課長 大塚様
- ・ 大阪府 環境農林水産部 環境政策監 土屋



ゲスト・ミyakミyak・もずやんによる
フォトセッションの様子



トークショーの様子

出演者のコメント

- ・ 道頓堀商店街でもごみの問題は頭を悩ましている。「プラごみ“ほかさん”観光チャレンジ」が、日本一の観光地であり発信力のある道頓堀で実施され、モデルとなることで、日本中に広がることを期待している。
- ・ 本実証事業は、博覧会協会がめざす脱炭素や資源循環の取組みを掲げた「EXP02025グリーンビジョン」に先駆けた取組みになると期待している。

メディア取材等

- 新聞やラジオ等で「プラごみ“ほかさ”観光チャレンジ」の取組みが発信された
(読売新聞、産経新聞、NHK関西ラジオ など)



- ・ 読売新聞では、実証事業の内容、「くれおーる」におけるリユース食器の取組み、加西社長のコメントを紹介。
- ・ NHK関西ラジオでは、記者が本実証事業を体験し、生放送を通じて、その感想やインタビューの様子が放送された。

NHK関西ラジオによる取材の様子

- ・ 「読売新聞」 <https://www.yomiuri.co.jp/local/kansai/news/20231004-0Y01T50002/>
- ・ 「産経新聞」 <https://www.sankei.com/pressrelease/prtimes/YAID0ZOWAFKK7FKKV2BPATD7U4/>
- ・ 「NHK関西ラジオ」 <https://www.nhk.or.jp/osaka-blog/radiowide/todaysphoto/488824.html>
- ・ 「時事ドットコム」 <https://www.jiji.com/jc/article?k=20231017Pr2&g=jmp>
- ・ 「lifelugger」 <https://lifelugger.jp/news/osaka-hokasan/>
- ・ 「PR times」 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000009.000083729.html>
- ・ 「加工技術研究会 (CTI)」 <https://www.ctiweb.co.jp/jp/news/8040-2023-09-21-dnp.html>

マイボトル利用で“ほかさん” 多言語デジタルマップで情報発信

- マイボトルやマイ容器が利用できる店舗を多言語でデジタルマップ化・ウェブ上で公開（R5.10.1～）
- 取組みに賛同いただいた新規6店舗を含む計7店舗の情報を掲載

掲載店舗（順不同）

- ・ はり重☆
- ・ 鶴橋風月（道頓堀戎橋店）☆
- ・ スターバックスコーヒー（TSUTAYA EBISUBASHI店）
- ・ Pivot BASE☆
- ・ 道頓堀くれおーる本店☆
- ・ たこ八（道頓堀総本店）☆
- ・ 神戸牛和ノ宮（道頓堀本店）☆

☆印は新規の掲載店舗



Dotonbori ほかさんマップ



掲載店舗のコメント

- ・ 使い捨てプラスチックごみ等を多量に排出する事業者として、SDGsの観点からも責任をもって削減対策に取り組みたい。さまざまな店舗と一緒に取り組めたら良いと思う。
- ・ 大阪を代表する観光地として、街の美化の面からもポイ捨ては重要な課題。ごみの発生抑制の取組みを通じて、街の環境や美化に貢献していきたい。

たこ焼食べて“ほかさん” リユース食器を選べるサービスの実施

- 道頓堀くれおーる本店・くれおーるJUNK店の2店舗でリユース食器を導入（10.1～10.15）
- 大阪大学行動経済学研究会と連携し、観光客にリユース食器の選択を促す仕掛け（ナッジ）を導入
- 実施期間中、食べ歩き総販売数のうち約0.3%でリユース食器が選択された

ナッジ

ナッジ（掲示物）



A案：10.1～10.7

B案：10.8～10.15



注文窓口の近くに設置

リユース食器で提供している様子



くれおーる コメント

- ・認知度が低いこともあり、リユース食器を選ぶ人は多くなかったが、課題を整理して次につなげることが重要。
- ・社員のオペレーションに変更が生じる影響は大きい。SDGsへの貢献など、社員に本取組みの意義を理解させることが重要。
- ・使い捨て容器によるたこ焼きの提供は、ごみの排出につながっていると認識。引き続き、削減に向けた取り組みを実施していきたい。できるなら、他店舗とも協力して取り組んでいきたい。

利用者の声（アンケート結果より）

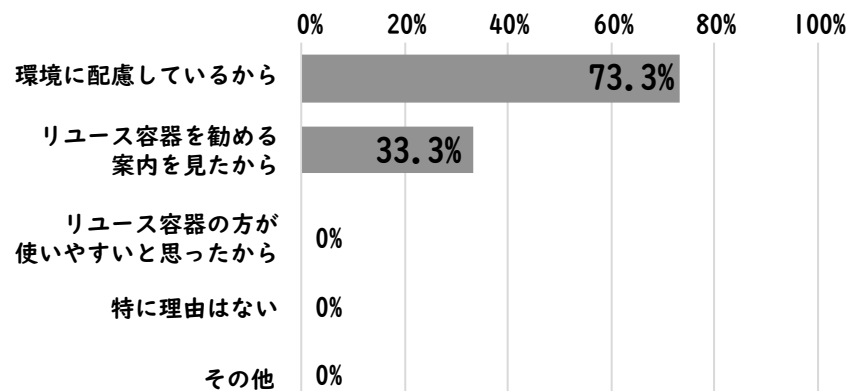
- ・リユース食器を選ばなかった人の約8割が、「選べることに気づかなかった」又は「仕組みが分かりにくかった」と回答。
- ・リユース食器を選んだ人の約7割が「環境に配慮している」ことを選んだ理由としてあげ、6割が次回もリユース食器を積極的に選びたいと回答。

アンケート調査結果（リユース食器を選ぶサービスの実施）

- アンケート実施期間：R10.1～10.15
- 道頓堀くれーおーる本店、くれおーるJUNK店の2店舗にアンケートのQRコードを掲示
- 回答数：33人（うち外国人19人）

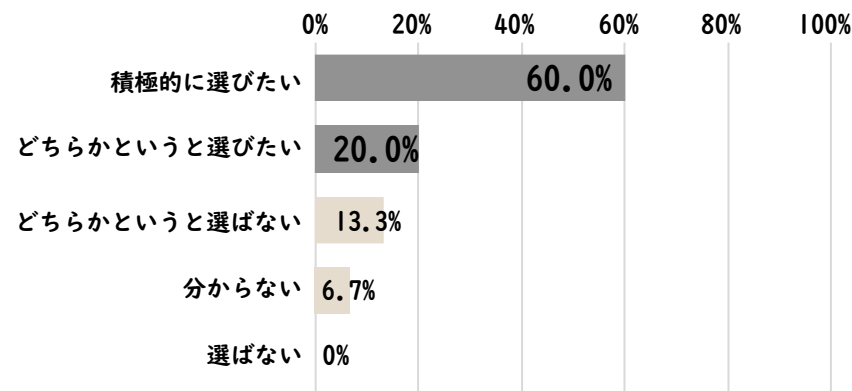
Q1. リユース食器を選んだ理由 ※複数選択

※リユース食器を選んだ人が回答（N=15）



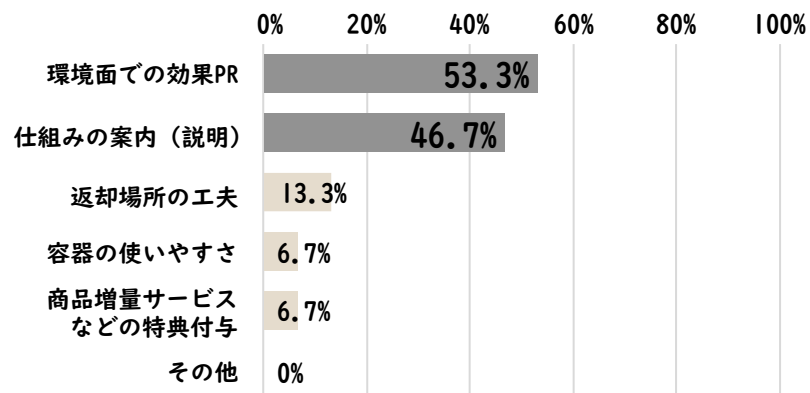
Q3. 次回もリユース食器を選びたいか

※リユース食器を選んだ人が回答（N=15）



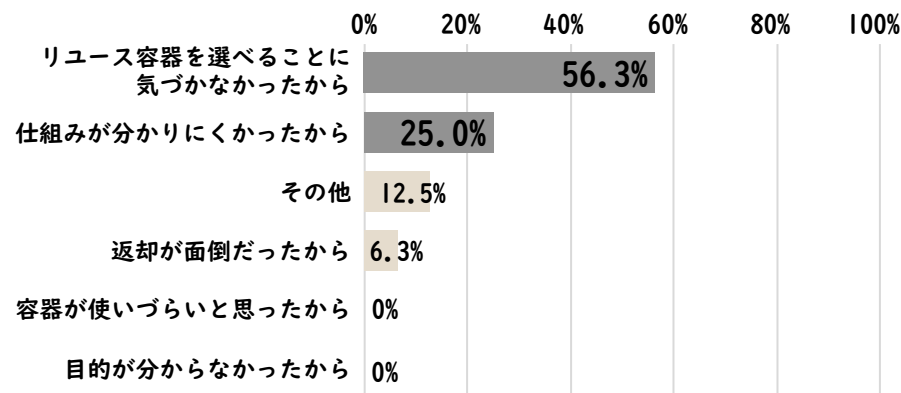
Q2. 改善すべき点 ※複数選択

※リユース食器を選んだ人が回答（N=15）



Q4. リユース食器を選ばなかった理由

※リユース食器を選ばなかった人が回答（N=16）



ペットボトルも“ほかさん” みんなで完全分別・水平リサイクル

- 観光交流拠点「Pivot BASE ～Travel Cafe @Tonbori～」前にリサイクルBOXを設置（10.1～10.31）
- 大阪大学行動経済学研究会と連携し、完全分別（キャップ・ラベル・本体・飲み残し）を促す仕掛けを導入
- 実施期間中に計757本を回収し、そのうち20%（153本）が完全分別（回収物はボトルtoボトルを実施）

ナッジ

ナッジ（リサイクルBOXのラッピング）



A案（左）キャラクターを使用した誘導（10.1～10.7、10.15～10.22）

B案（右）社会規範による訴えかけ（10.8～10.15、10.23～10.31）

結果

ナッジ・期間	総本数	完全分別	未分別
A案・10.1～10.7	171	20（12%）	151（88%）
B案・10.8～10.14	190	33（17%）	157（83%）
A案・10.16～10.21	147	37（25%）	110（75%）
B案・10.23～10.28	202	45（22%）	157（78%）
B案・10.29～10.31	47	18（38%）	29（62%）
合計	757	153（20%）	604（80%）

Pivot BASE コメント

- ・道頓堀商店街は人通りが多く、ポイ捨てゴミがゴミを呼び、散乱してしまう場所であり、今回のケースでも他の異物を入れようとする観光客が多く、日々のメンテナンスに気を付けて運営にあたった。
- ・その点から、この通りではゴミ箱の容量が大きいことも必要であると感じた。
- ・また、観光客の意識向上のため、やはり、リサイクルの意義の周知が必要と感じた。

利用者の声（アンケート結果より）

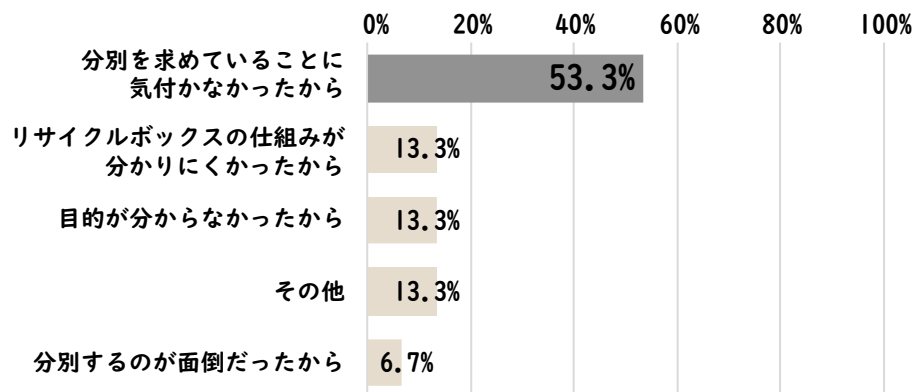
- ・分別しなかった人の約5割が「分別を求めていることに気付かなかった」と回答。
- ・一方で、「目的が分からなかった」、「分別するのが面倒だった」という回答は少なかった。

アンケート調査結果（みんなで完全分別・水平リサイクル）

- アンケート実施期間：R10.1～10.31
- リサイクルBOXのそばにアンケートのQRコードを掲示
- 回答数：68人（うち外国人33人）

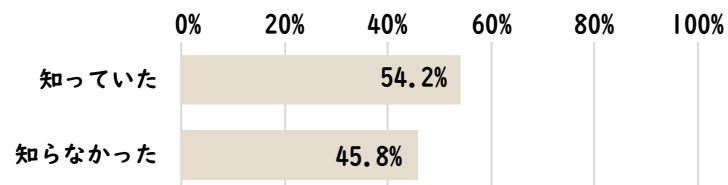
Q1. 分別しなかった理由

※分別しなかった人が回答（N=15）



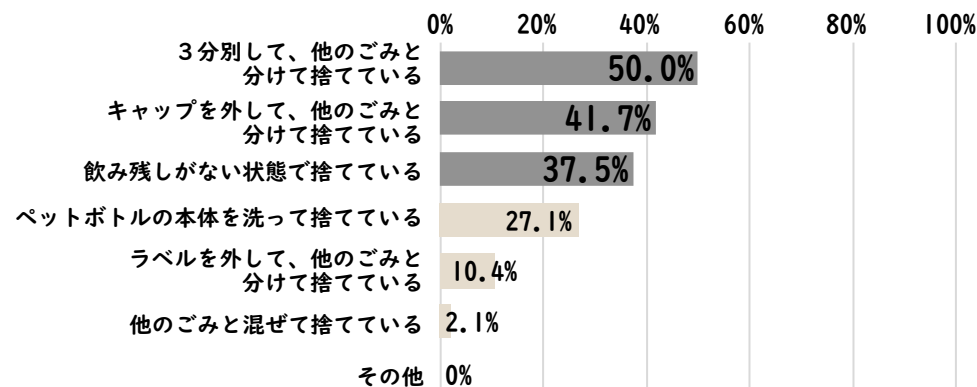
Q2. 分別するとリサイクルされやすくなることを知っていたか

※全員が回答（N=68）



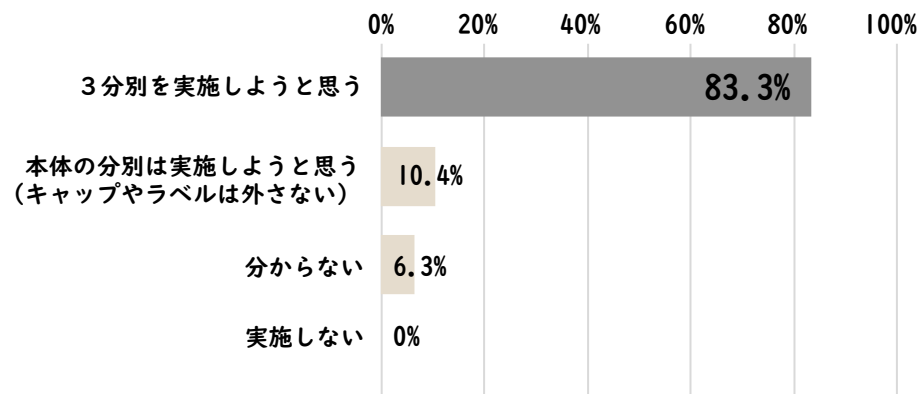
Q3. 普段実施しているペットボトルの分別 ※複数選択

※全員が回答（N=68）



Q4. 今後、ペットボトルの分別を実施しようと思うか

※全員が回答（N=68）



プラごみ“ほかさん”観光チャレンジの考察と今後のプラ削減に向けて

課題と対応

1. マイボトル利用で“ほかさん” 多言語デジタルマップで情報発信

- ・ テイクアウトできる店舗は多いものの、観光客が多く、マイボトル等の対応まで手が回らないという声があった。使い捨てプラスチック削減の必要性やSDGsに対する関心が高い事業者が多いことから、ほかさんマップの取組みへの理解や参加を促していくことが必要と考えられる。

2. たこ焼食べて“ほかさん” リユース食器を選べるサービスの実施

- ・ 今回の案内方法ではリユース食器が選べること自体に気づかなかった人が多かったことから、改善点として案内表示の場所・頻度・強調などの工夫、利用者への直接的な働きかけなどが考えられる。
- ・ 現状はリユース食器の認知度は低いことから、一過性で終わらせず、多くの体験機会を作っていくことが必要と考えられる（対応店舗数の増加や実施期間の拡大等）。

3. ペットボトルも“ほかさん” みんなで完全分別・水平リサイクル

- ・ ペットボトル専用の回収BOXであることが伝わらず、ビンやカン等の異物が投入されることがあった。また、アンケート調査結果によると、分別しなかった理由の約5割が「分別を求めていることに気付かなかったから」との回答であった。以上のことから、利用者へのメッセージをより強調することで、分別状況の改善につながると考えられる。

今後について

2025年大阪・関西万博に向け、引き続き、府民や観光客に対して、プラスチックごみの3Rに関する意識醸成及び行動変容を図っていく。