

討議テーマ一覧と  
アンケートのグループ別集計  
(Bグループ)

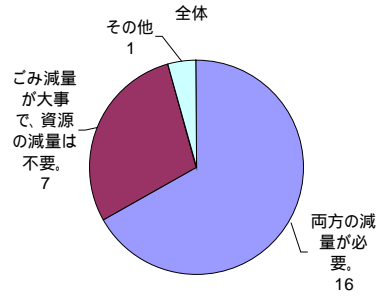
なごや循環型社会・しみん提案会議  
実行委員会

# 討議テーマ一覧

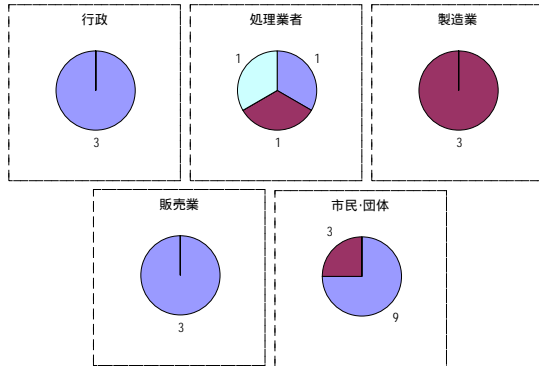
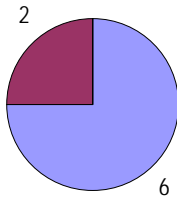
討議テーマ	必須	自由
不要物の削減、ごみ削減	ごみ減量でよいか？資源の減量も必要か？ そのほか、容器のリターナブル化や、レジ袋削減の具体的な方法について	
生ごみ対策	生ごみリサイクルの方法は？	
リサイクルの方向性	プラスチック類のリサイクル方向性は？	
焼却の方向性	エネルギー回収の優先順位も含めた焼却処理のあり方は？	
埋立の方向性	埋立量の“最少化”と“ゼロ”の解釈は？	
費用負担、ごみ有料化など	有料化の位置づけは？“有料”や“得”と意識啓発との関係は？	
意思決定、取組みの場、役割分担	しみんの具体的な役割分担とは？ そのほか、ボランティアからビジネス展開まで、今後の必要となる活動の場について	
教育・人材育成	教育・学習プログラムや体制を充実させるためのポイントは？	
情報・コミュニケーション	より効果的な情報発信・交換とは？（届く情報・盛んな交換とは？）	
価値観・ライフスタイル	なごやで共有すべき価値観とは？普及・実践のための方法は？	

# 不要物の削減, ごみ削減

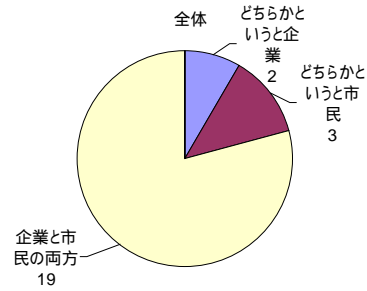
## 問1 ごみと資源の両方の減量



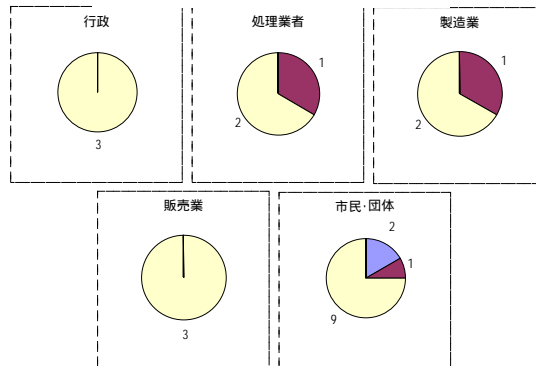
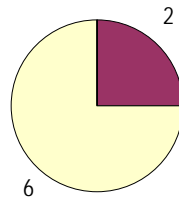
Bグループ



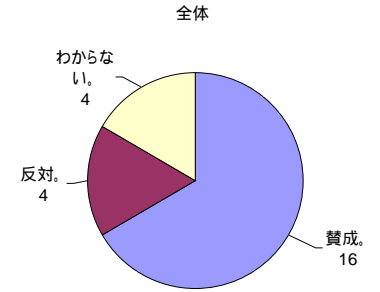
## 問2 発生抑制の推進主体



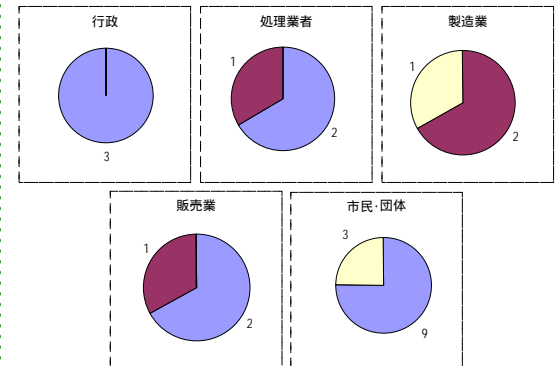
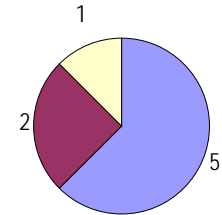
Bグループ



## 問17 EPRについて

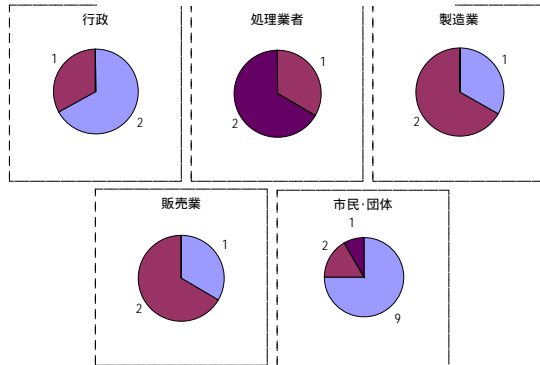
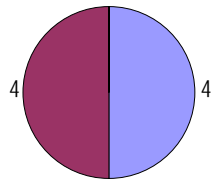
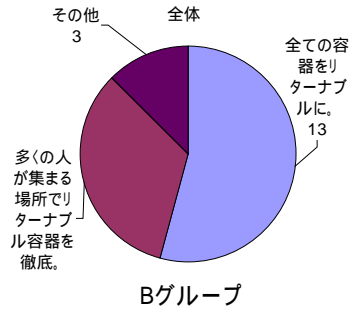


Bグループ



# 不要物の削減, ごみ削減・・・その2

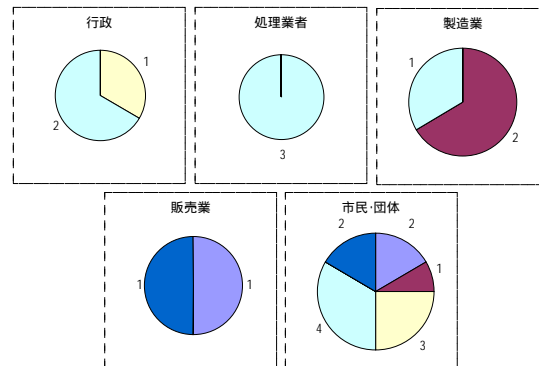
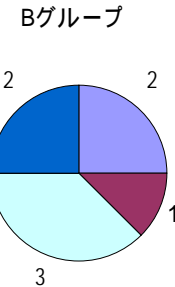
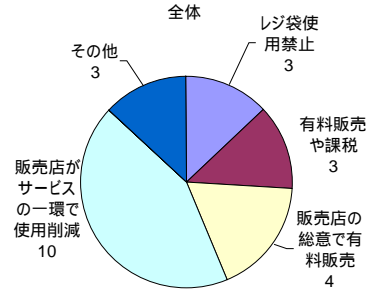
## 問3 飲料容器のあり方



(付帯意見)

こうした所から業者・実行して行くべきと考え直す。

## 問16 レジ袋の扱い



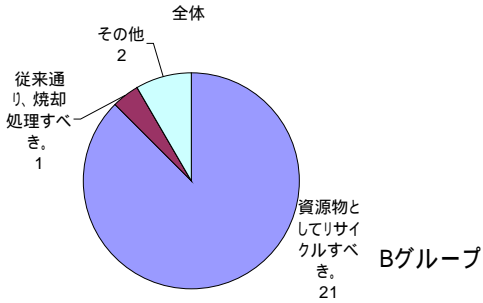
(その他の記述)

画一的に判断すべき問題ではない。しかし、レジ袋辞退者もしくは、逆に希望者については、そうでない人と比べて何らかの特典かペナルティを課すべき。

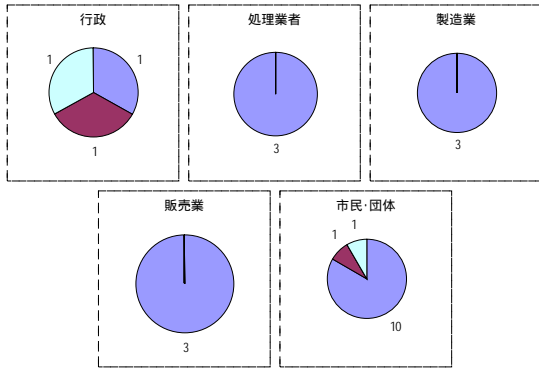
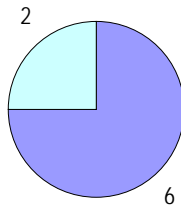
消費者と販売店の選択にまかせる。消費者は販売店の姿勢を選択する事ができるのが望ましい。

# 生ごみ対策

## 問10 生ごみの扱い



Bグループ

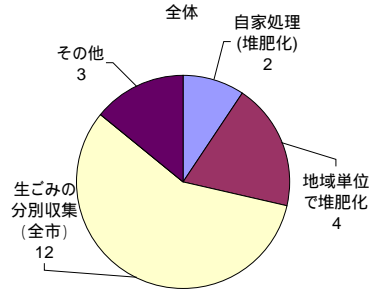


(その他の記述)

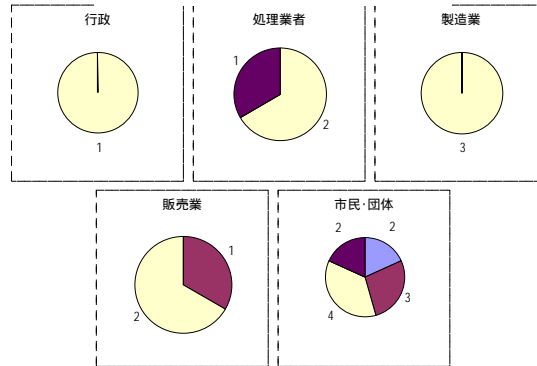
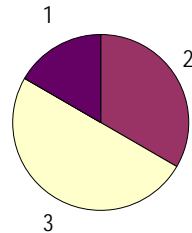
資源物としてのリサイクル化と、焼却処理による熱回収(現状より回収率を向上させ)した場合の環境負荷や経費の比較をして判断すべきと考える。

生ごみとなったものはリサイクルすべきでその前に生ごみを減らす。生ごみの内訳は食べ残し、腐敗、売れ残り等々かと思うが、これからの抑制。食べ残さない食事教育作業、作り過ぎない等々

## 問11 生ごみリサイクルの方法



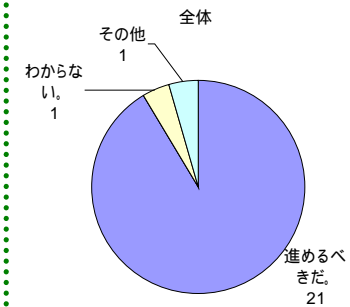
Bグループ



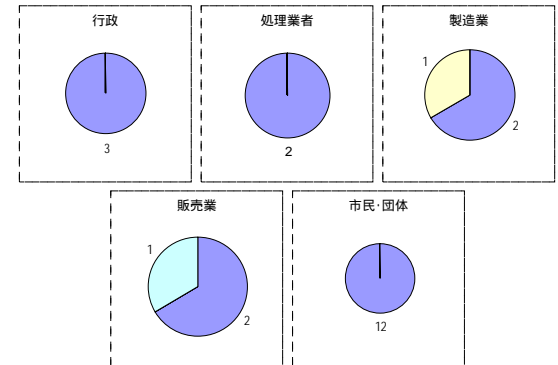
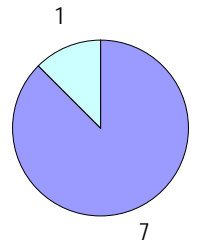
(その他の記述)

「地域単位」と「全市分別収集」のミックス。地域特性や発生源特性に適した手法を使い、全市的に取り組む。

## 問12 生ごみそのものの減量



Bグループ



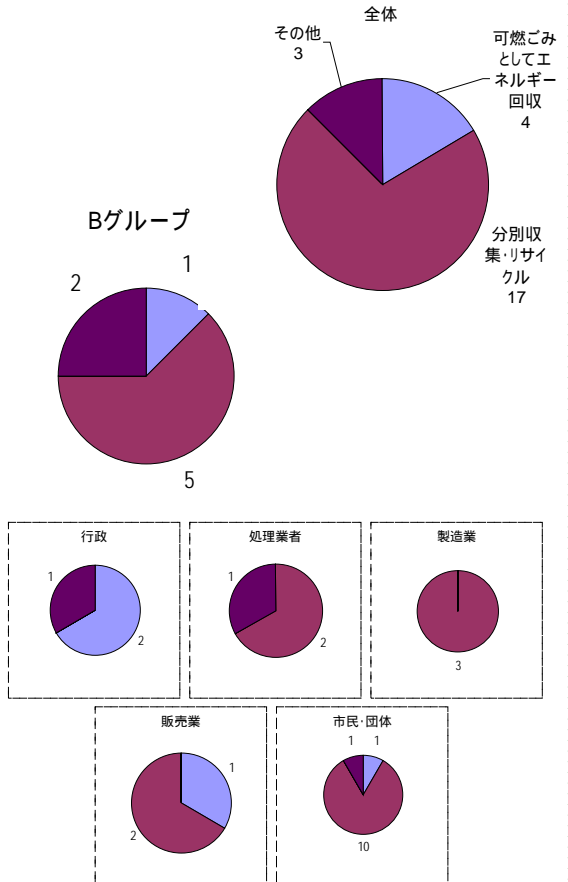
(その他の記述)

あくまでも需要と供給のバランスにまかせるのが原則。しかし、消費者として責任として最低の義務は果たすべき

(付帯意見) 大いに

# リサイクルの方向性

## 問13 容器以外プラ類の扱い

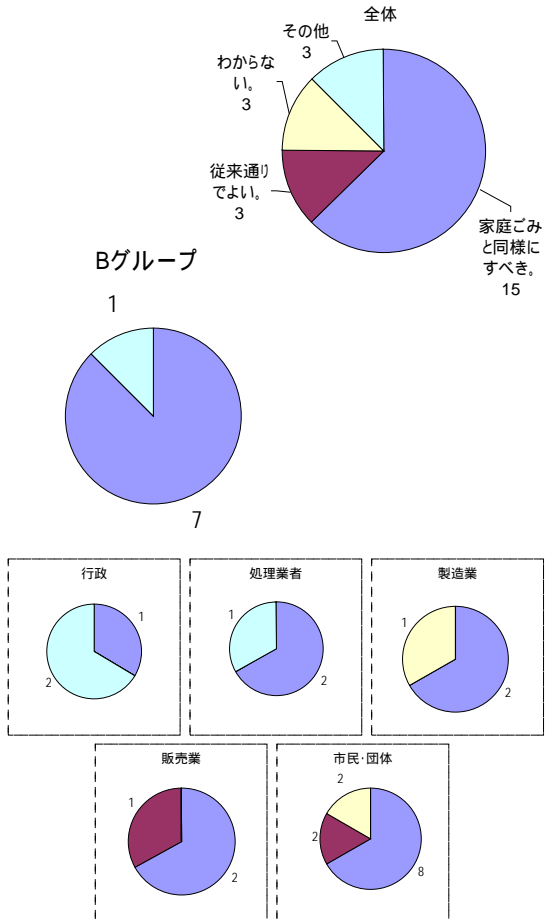


(その他の記述)

容器包装と同じ材質、形状等は容器包装と同じようにリサイクルする。その他のほかのものは、エネルギー回収。

プラ製品は、製造者が回収・処理する。容器包装の対象物の1部拡大(グリーン袋など)

## 問19 事業所からの資源の扱い



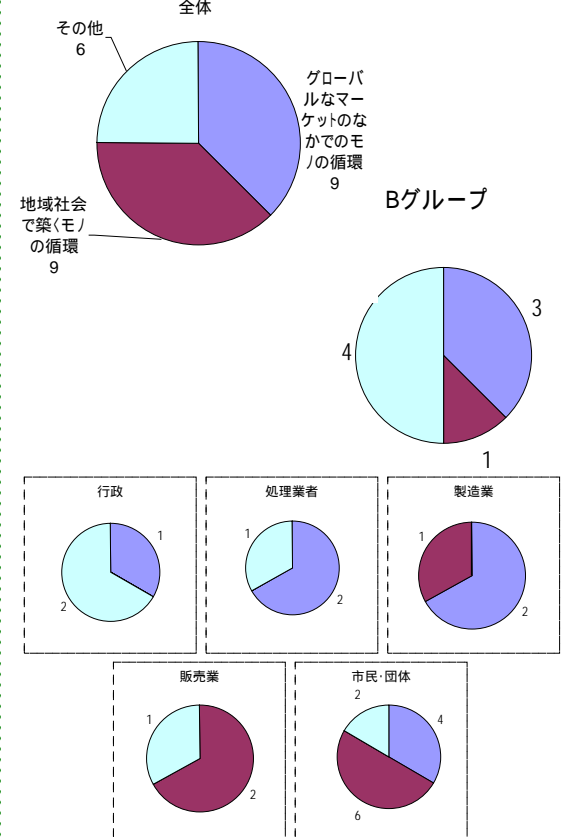
(その他の記述)

事業者にも自己責任で処理(資源化含め)できる業者と、個人商店のようにほとんど一般家庭と同じごみしか出さない業者があり、事業者の能力や排出されるごみの性状にあわせ法律上の整理とは別な整理が必要

(付帯意見)

ただし、有料！！

## 問21 資源物の循環



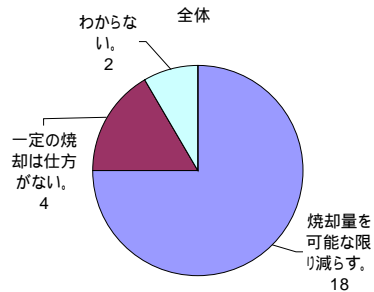
(その他の記述)

グローバル的な取組を進めていくことが必要なものと(例:素材別リサイクル・ビン等のデポジット別等)と、地域の中(市単位)で進めていくことが可能なもの(例:エコーびん等)があり、手法として別々に考えた方がいい。

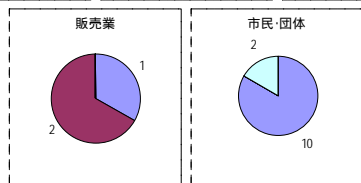
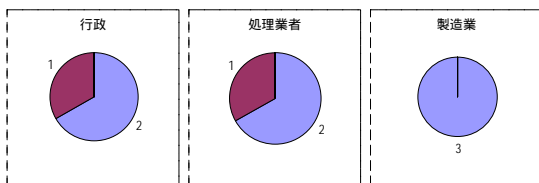
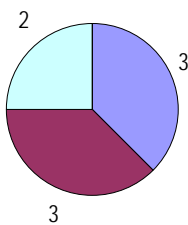
「グローバル」と「地域」の両方。(メーカー等、企業は名古屋という限定での取り組みは難しい為、必然的に1となる。しかし、消費者に関していえば、今回は名古屋限定となる為2となる。) 同様意見ほか2件

# 焼却の方向性

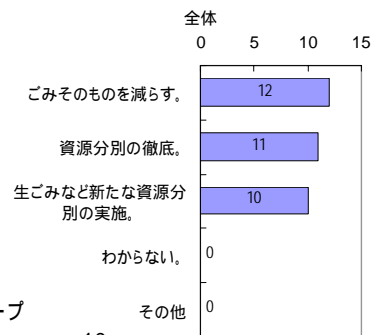
## 問5 焼却処理のあり方



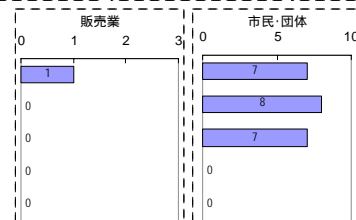
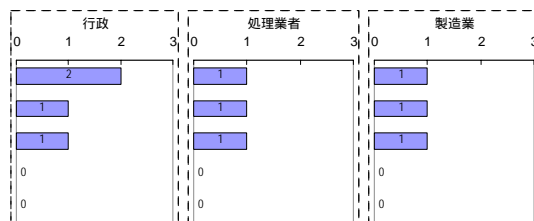
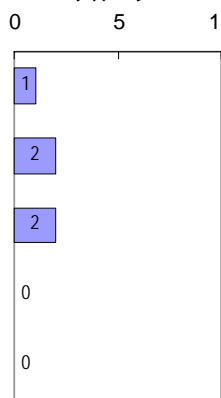
### Bグループ



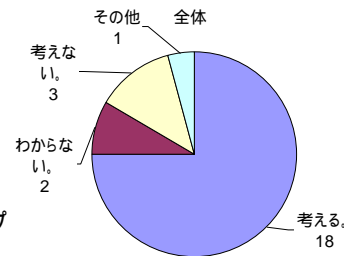
## 問6 焼却量の減らし方



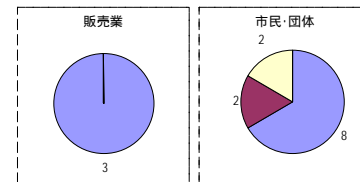
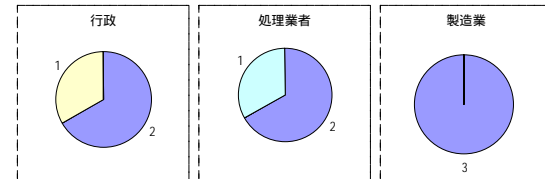
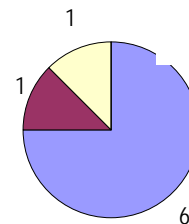
### Bグループ



## 問20 焼却+エネルギー回収を必要機能と考えるか？



### Bグループ



(その他の記述)

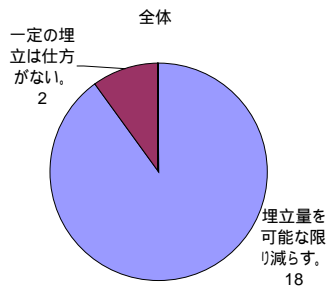
設問の表現が？です。「はい」とすると、「循環型社会づくりのために、エネルギー源としてごみ焼却を行います。」となってしまうのでは？

(付帯意見)

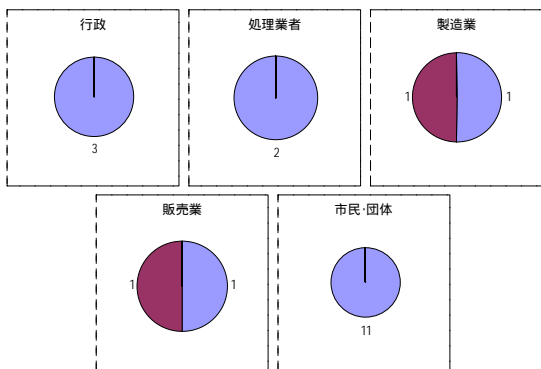
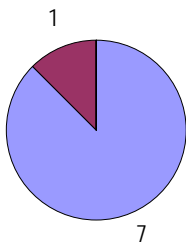
焼却による大気汚染と人体への被害がわからないので。

# 埋立の方向性

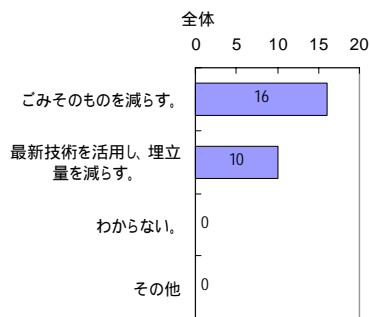
## 問7 埋立処分のあり方



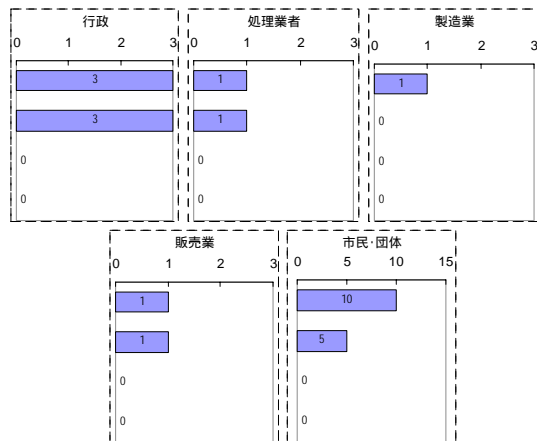
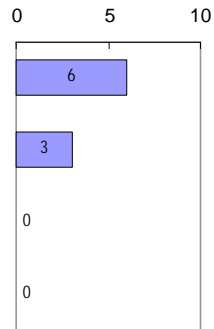
### Bグループ



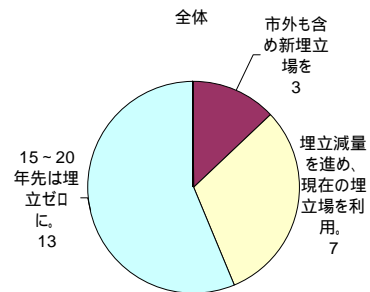
## 問8 埋立量の減らし方



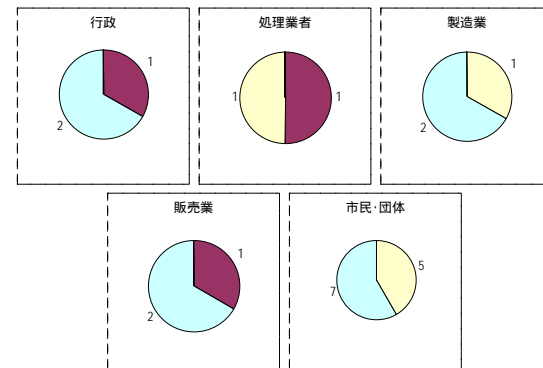
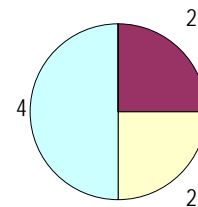
### Bグループ



## 問9 次期埋立場整備について



### Bグループ

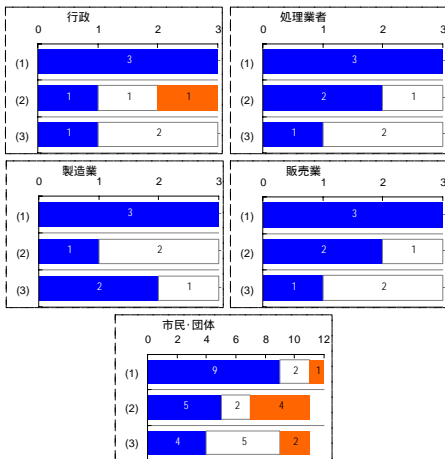
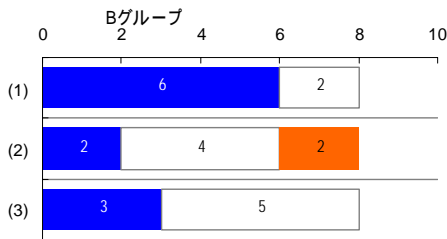
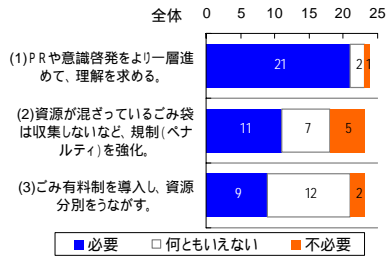


(付帯意見)  
行政単位ではなく日本全体で考えるべき

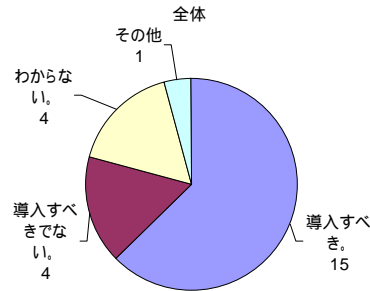


# 費用負担, ごみ有料化など

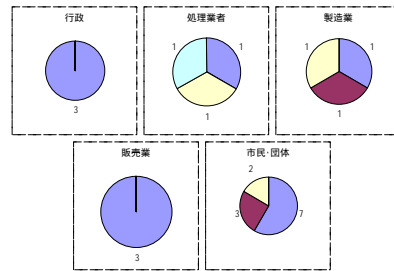
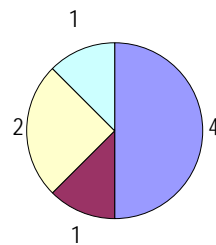
## 問4 非協力者への対策



## 問14 家庭ごみ有料化

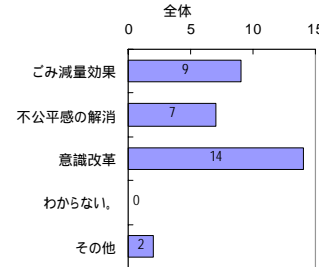


### Bグループ

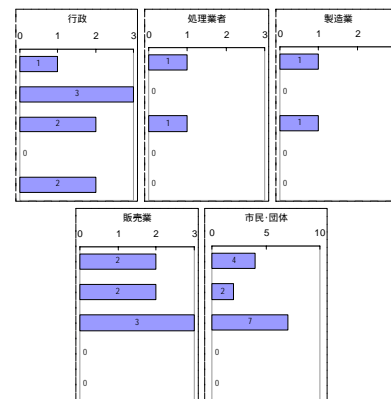
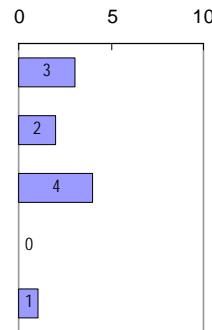


(その他の記述)  
ごみ有料制は、最低限の発生量に対しては、無料(ゴミ袋を支給する) がんばった人は、報われる。

## 問15 有料化の効果

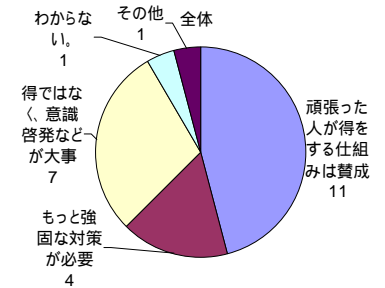


### Bグループ

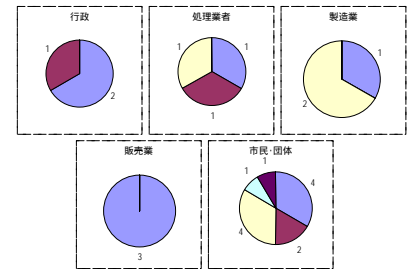
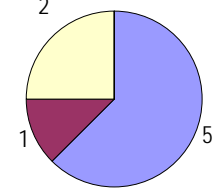


(その他の記述)  
循環型社会構築のための原資として活用できる。

## 問18 得をする仕組み

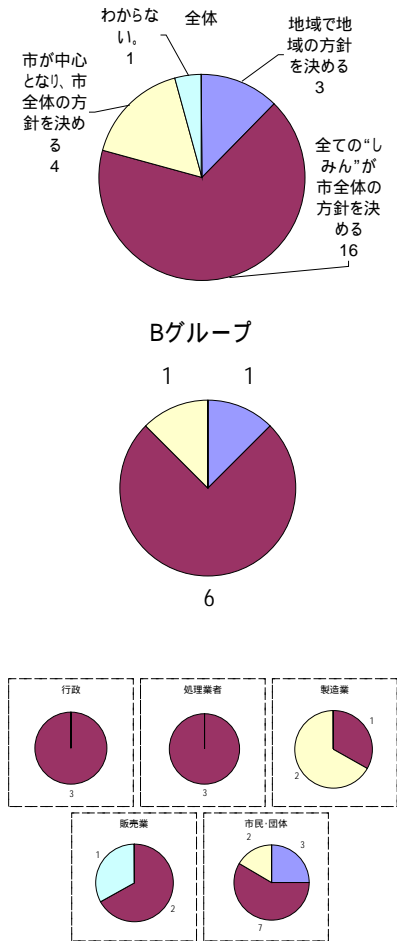


### Bグループ



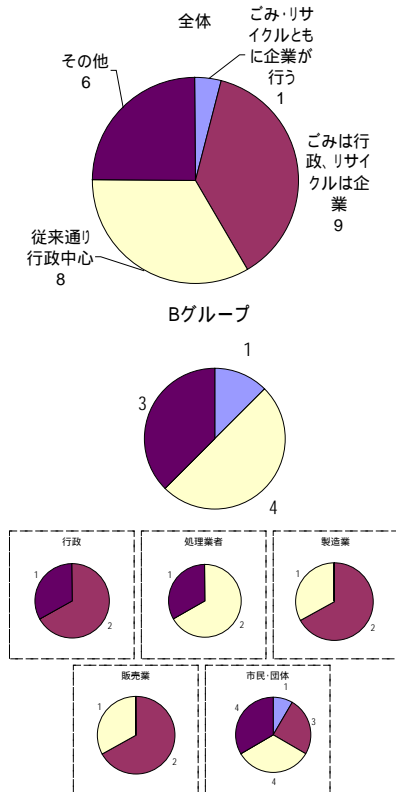
# 意思決定、取り組みの場、役割分担

## 問22 方針決定の方法



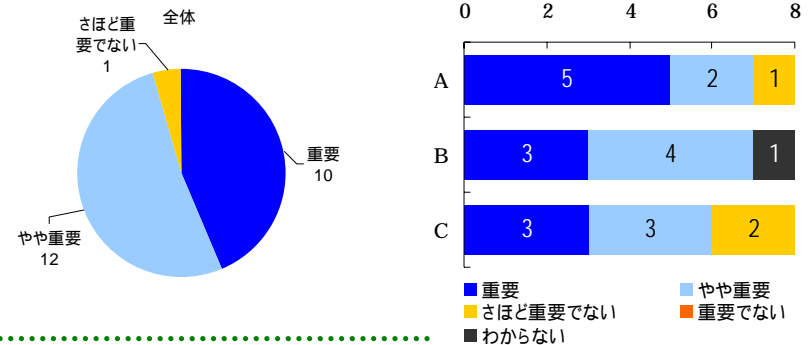
(その他の記述)  
 16区ごとに、各区を構成する全て“し”の指名と自発的な参加により、具体的な政策や行動計画づくりを行い、市が全体を取りまとめる。

## 問23 ごみ・リサイクルの役割分担

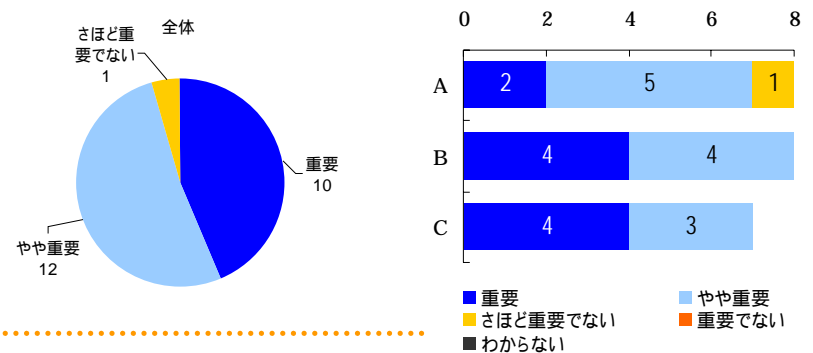


(その他の記述)  
 ごみ処理・リサイクルとともに、行政の役割、企業の役割をあらかじめ明確に分しておくこと(上記3に近いが、行政が企業へ負担を求めるのではなく、生産・販売の段階で、処理・リサイクルにおける企業の負担をあらかじめ決めておく事)  
 ゴミ処理は行政、3Rはメーカーや販売店など企業サイドが行う。  
 学校教育の中に組み入れてゆく(意識づけを最優先し、社会全体で考えゆく。方法論として当分の間2、その後1)

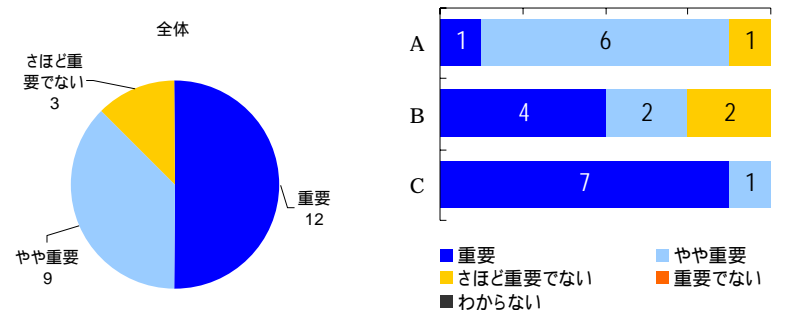
## 問25(2) 中高年・退職組の活動の場



## 問25(3) ごみ・環境のビジネス・雇用

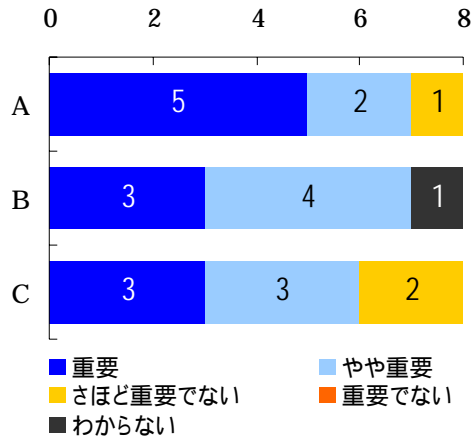
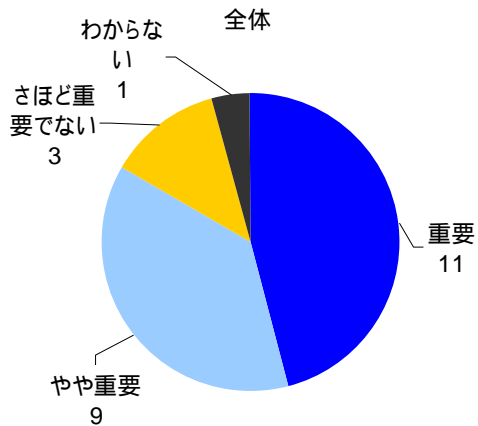


## 問25(4) 異なる世代の交流の場

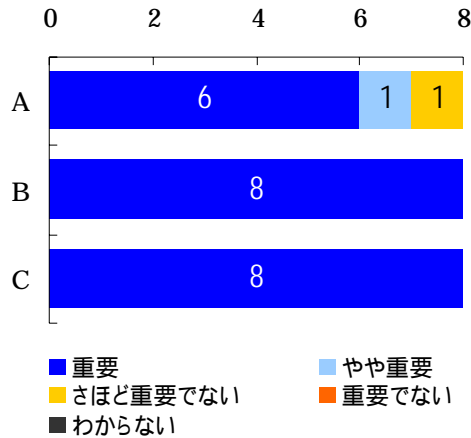
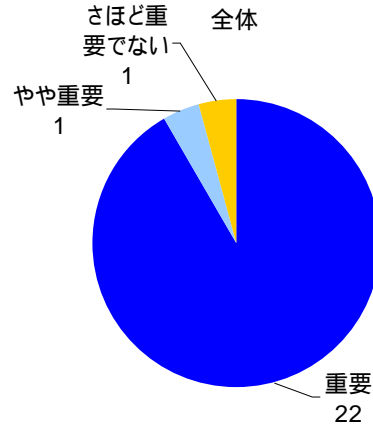


# 教育・人材育成

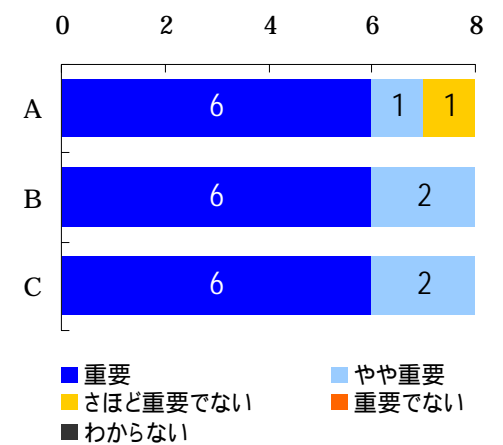
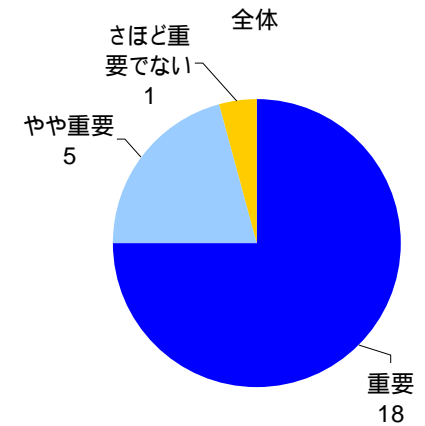
問25(1)地域リーダーの育成



問25(8)実践につながる教育・学習

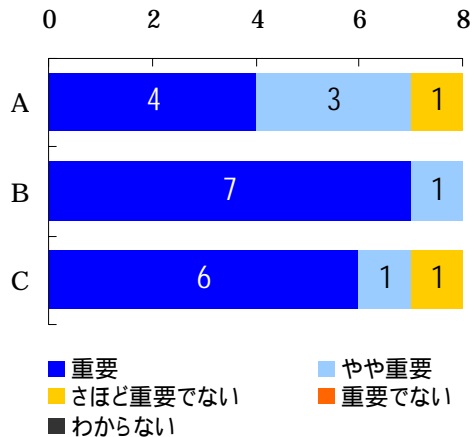
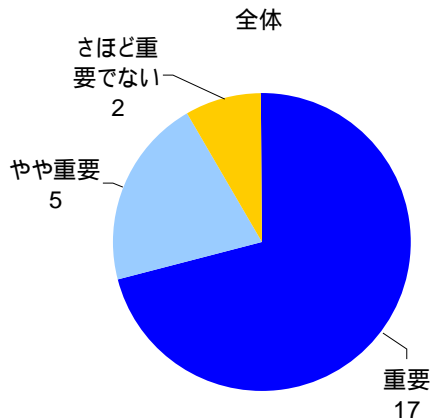


問25(9)大人や企業への教育・学習

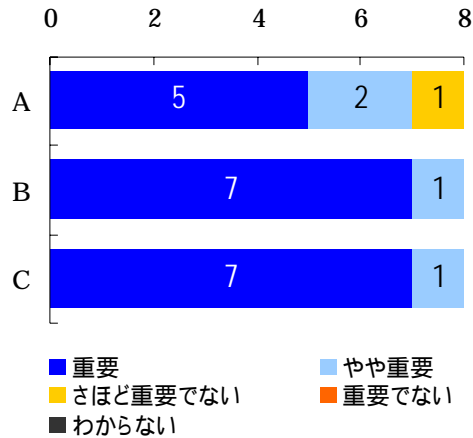
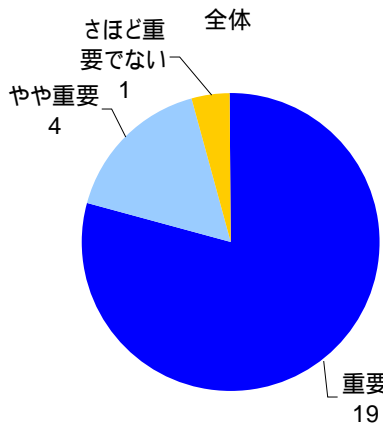


# 情報・コミュニケーション

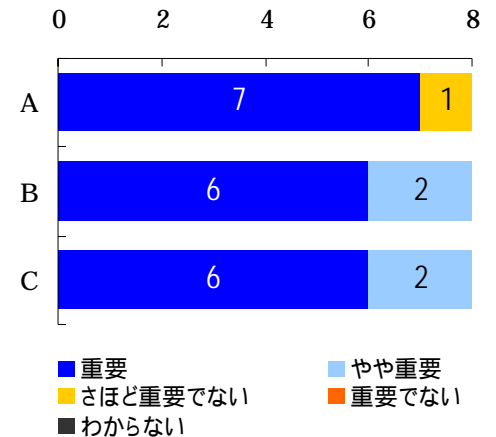
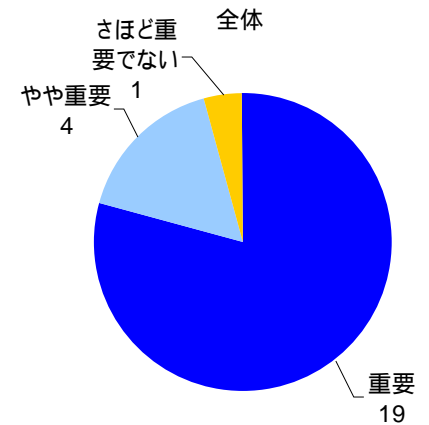
問25(5) 企業と消費者のコミュニケーション



問25(6) ごみ量・費用・負荷の情報

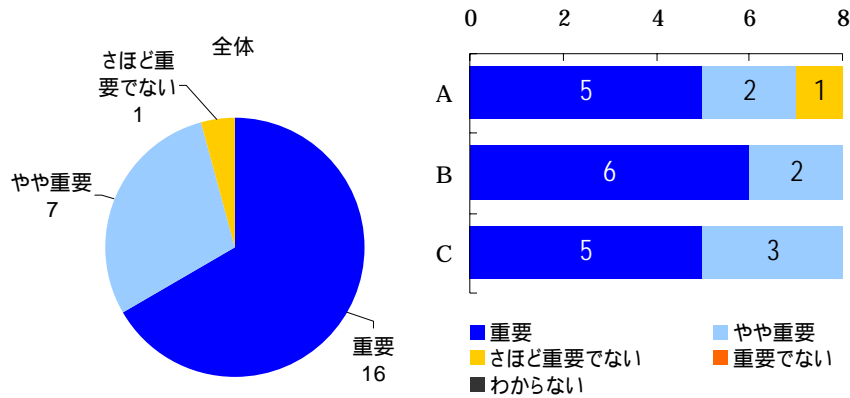


問25(7) ごみ減量効果の情報

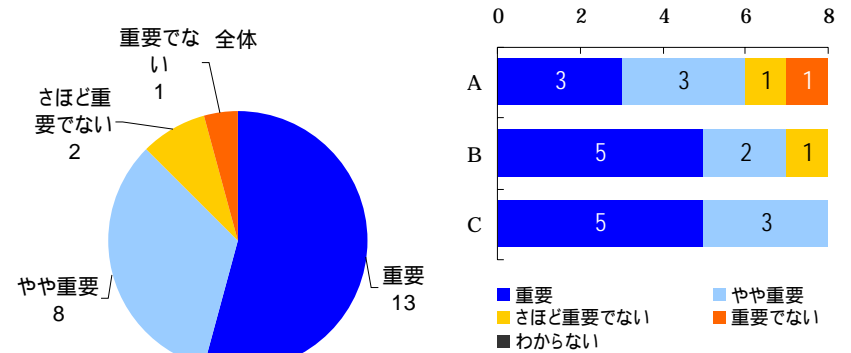


# 価値観・ライフスタイル

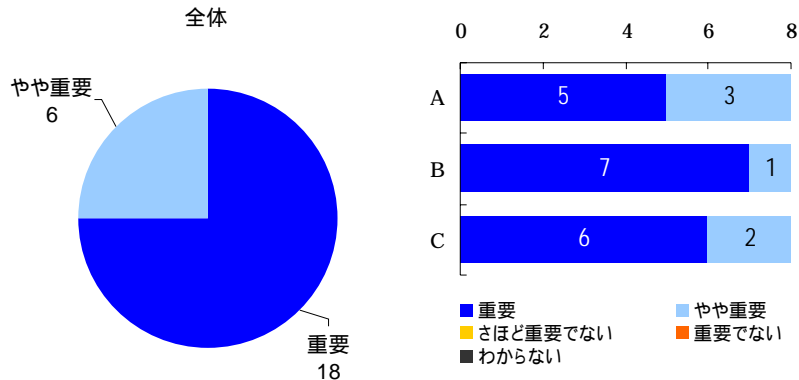
## 問25(10) 環境に価値をおいた買い物・消費



## 問25(12) 不要なモノがゼロになる社会像や目標の共有



## 問25(11) 「もったいない」などの考えの普及と実践



## 問25(13) スローライフなどの価値観の普及と実践

