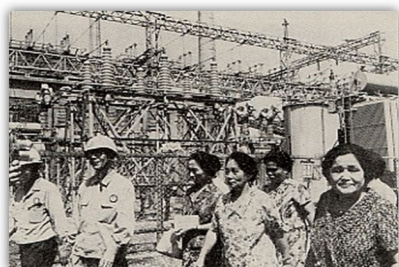


明日の北九州の環境産業ビジョンを描く
～ 北九州循環経済研究会 最終報告会 ～

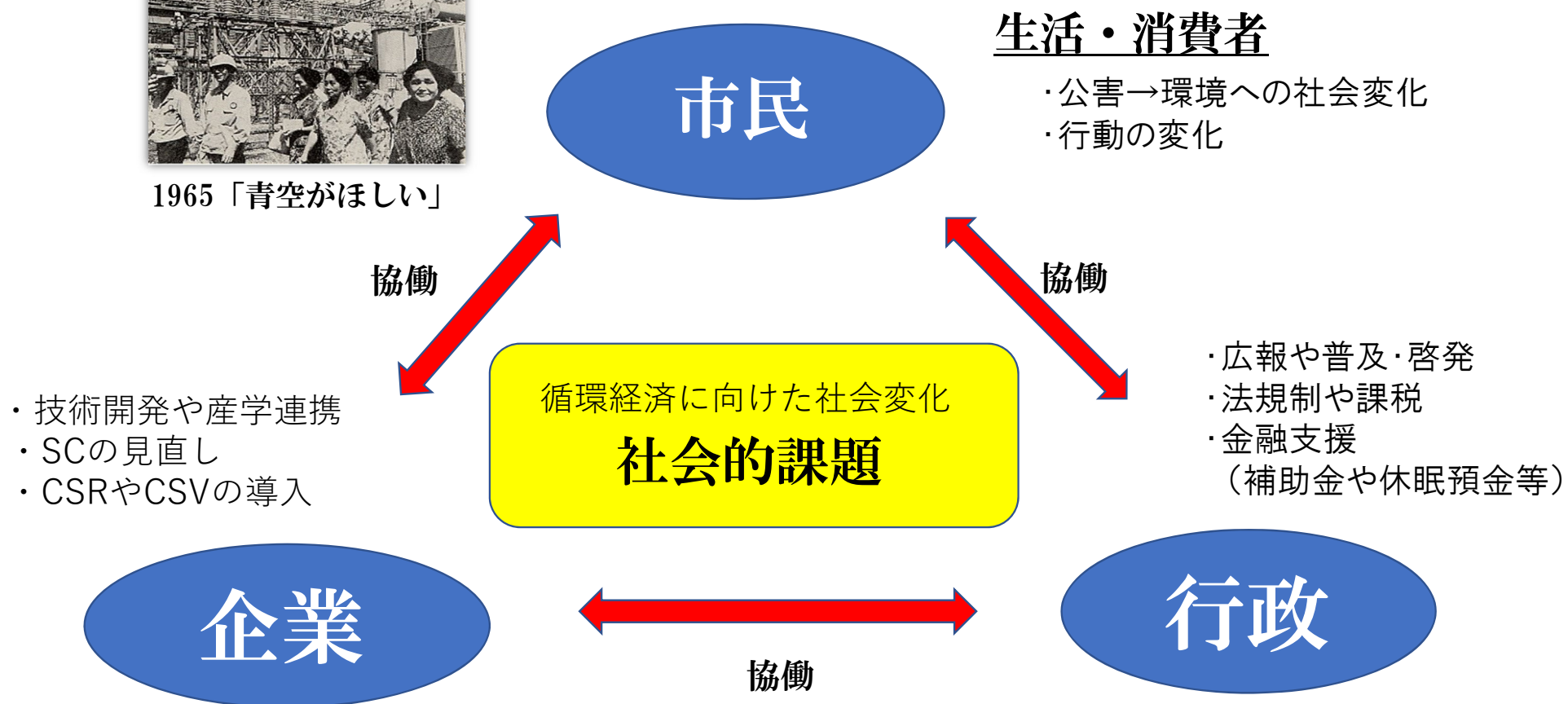
市民資本と多主体連携

(公財) 北九州観光コンベンション協会 事業部長 古賀 敦之

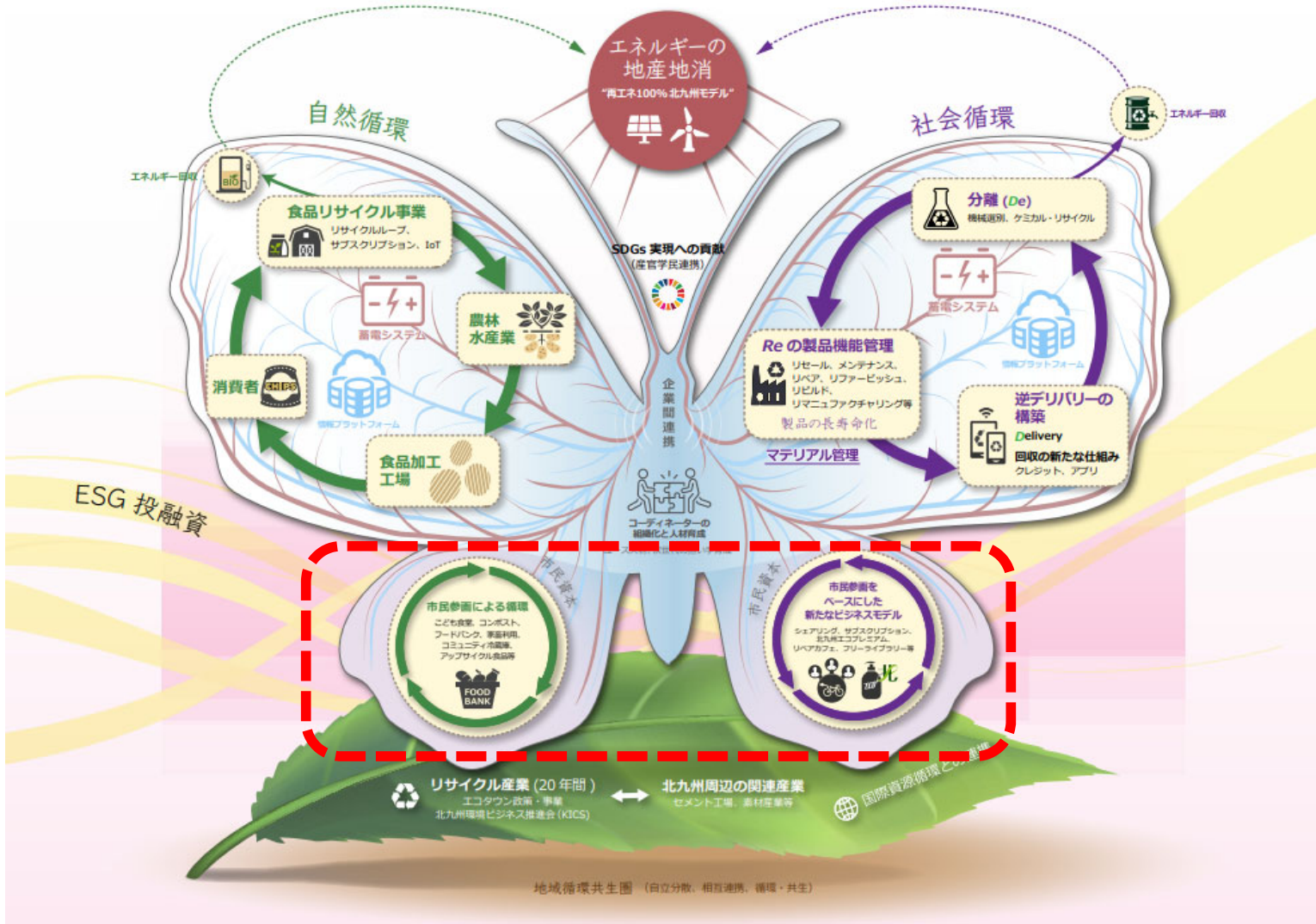
循環経済と主体の関係



1965「青空がほしい」



北九州循環経済ビジョン

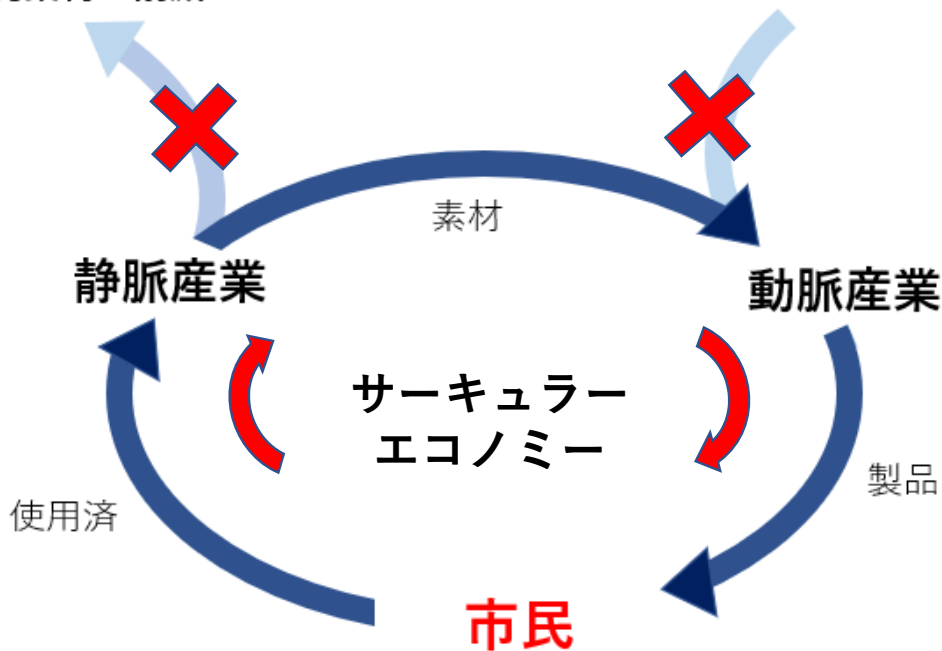


市民資本と循環経済

◎ 循環の環

排出廃棄物の削減

投入資源の削減



サーキュラー
エコノミー

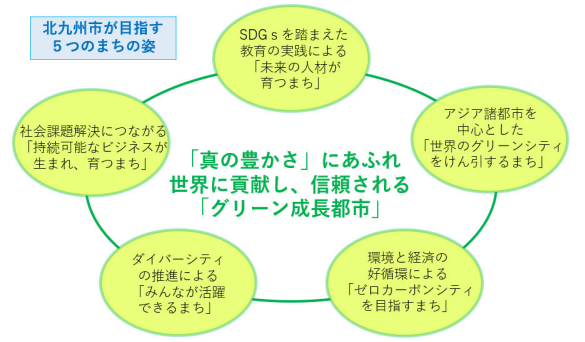
市民

- 環境市民への期待
- ・理解 (学習)
 - ・行動 (共感)
 - ・拡散 (共感)
 - ・出資 (金融)

アプローチ

◎ 行政 (北九州市)

- ・環境首都検定の実施
- ・SDGsクラブの設置



◎ 企業 (市内企業)

- ・(インセンティブ)セブンイレブンジャパン



限りある資源の有効な活用と海洋プラスチックごみ対策を目的としたペットボトル回収事業の実施

- ・(行動変容)日本環境設計(株)



衣料品の販売ルートを活かして、使い古した衣料品の回収(ケミカルリサイクル)

北九州の市民資本

◎ボランティア 小倉城竹あかり



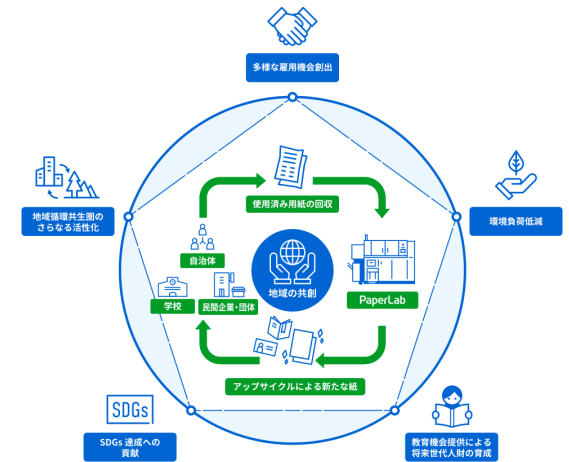
◎市民サービスと協働 NPO法人フードバンク北九州ライフアゲイン



市民出資（市民太陽光発電所）



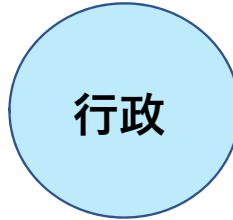
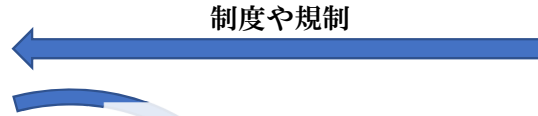
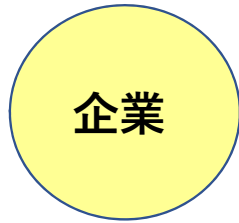
◎企業との協働 KAMIKUAEU (エプソン販売(株)+NPOわくわく)



ペーパーラボ

多主体協働と循環経済

企業の市民化
(企業市民)
(プロボノープロ
フェッショナルボラ
ンティア)



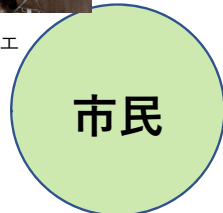
企業理念・本業にあった
CSV・SDGsへの取り組み
による連携



リペアカフェ

市民(顧客)目線の
企画参画・提案
あるいは、オルタ
ナティブの提案

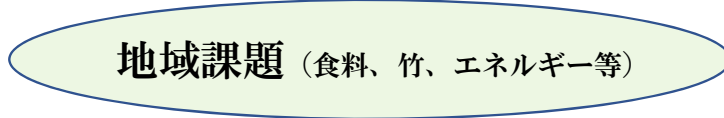
ソーシャルビジネス
(社会課題のビジネス手法に
よる解決)



市民の企業化
(ビジネスマインドを
持ったプロシューマー)

社会を構成する重要な要素
(家庭から排出されるCO2総量の16%)

地域課題に最も近い存在



地域課題 (食料、竹、エネルギー等)

環境市民活動の可能性

- ①環境意識の敷衍
啓発やPR・ネット・SNSなど
- ②環境行動への参加(共感)
環境ボランティア・分別活動など
- ③環境問題の解決
ソーシャルビジネス
(採算が合わない領域のビジネス化)

企業や市民が結びつくことで複合的な取
り組みが行える (企業との協働が重要)

多主体協働の広がり：

- ◎新たな仕組みの導入
 - ・シェアリング
(モノやサービスの共有)
 - ・サブスクリプション
(モノやサービスの継続利用)

先進事例：Plastic Whale (蘭)



◎ペットボトル回収の事業化：運河のペットボトル
回収をプラスチックフィッシングとして観光事業化
(観光+エコビジネス)



THE 'WHALE' TABLE
[Find out more here.](#)



THE 'WHALE TAIL' CHAIR
[Find out more here.](#)

◎企業と協働：回収ペットボトル樹脂による家具
メーカーと製品開発 (高付加価値化)