

幅広い応募内容 今後にも期待される読者発表

本誌編集委員14氏が選考

一 等に大沢正明氏

二 等に佐藤 修氏が決定

月刊廃棄物創刊一〇〇号を記念して行われていた懸賞論文の選考が、十四名の本誌編集委員によって行われ、最終審査に残った六編のうち『廃棄物処理に広告の活用を』と題

した大沢正明氏の論文が一等に決定した。二等には佐藤修氏の『廃棄物問題解決のために何をどうすべきか』が入賞した。佳作については審査が難航し、い

ずれも一長一短があるということ。今回は見送ることになった。しかし、最終審査にまで残った四編についてはその努力に対して記念品を贈ることになった。

大阪編集委員会の審査は五月二十五日、狩郷修氏、高月紘氏、村田哲夫氏、郡島孝氏、本多淳裕氏、神内良彦氏（篠原義幸氏は所用のため欠席、採点表だけの参加）の六氏が参

加され、活発な議論が展開された。

その議論を受けるように五月三十一日、東京編集委員会が開催され、一日、東京編集委員会は開催され、所用で、加藤博明氏は採点表だけの参加、田中勝氏、後藤典弘氏、寄本勝美氏、村田徳治氏、浅野順治氏、浜谷資郎氏の六氏が出席され、ここでも活発に議論が飛び交い、最終的に東西の編集委員十四名が持ち寄った採点表をもとにして前述のような

結論が出されたわけである。

東西両委員会での選考の様子は後程紹介することにして、全般的な意見としては、これまであまり筆をとった機会が少ないと思われる人が筆をとったという点について、一様に高い評価が与えられた。さらに、身近かな問題を自分の生活の場から眺めるという点についても好ましいとする先生方が多かった。

また、これまで情報を流しっ放し、受けっ放しといった関係から、

今回の企画を一つのきっかけとして打破してもらいたいという大変ありたい注文もいたされた。

こうした評価の一方で、論文個々については最終審査に残った六編ともさまざまな意見が出された。

全般的に文章力が今一步のものが多く、読んでもらうということを主に眼に置いて書く必要があるという指摘がほとんどの作品に対してなされた。

また、厳しく言えば論旨が一貫していないものもかなり多く、そのた

め、読み終わってからは、一体何を訴えたかったのかと考えさせられたものも少なくなかったとされる。

このように全体としては、文章的、内容的に問題があったとしてもごみ問題に筆をふるってやるうという人がかなりいるということは大変好ましいことであり、大いに期待でき、今回の企画は各地でさまざまな立場からごみ問題を考えている方々に発表の場を与えるという意味で、大変意義があったという評価がなされた。

大沢氏『広告』が最高点

○ 大沢氏の着目点良かったね。残った六編の中では一番意外性があつたので一気に読めましたね。

○ それに、他のものと比べて、広告のみに集中して書いていたのがいいね。とかく、あれもこれも書いてやるうという気になりがちなんだが、一貫して広告の問題について論述したのは良かったと思う。

○ 私はあんまり高く買っていないんですよ。まず文章が長過ぎるんです。このテーマなら、短い文章で要点をキツチリと抑えた方がよ

いているわけだが、私は広告というテーマがごみ問題の中心になるかどうか疑問なんですよ。

○ 先ほどからユニークな着目であるということでしたが、実は私のところではすでにTVでもこうしたPRを流していますし、他都市でもやっているところはあると思えます。ですから、それほどユニークな着目という気はしないんです。

○ 同じ自治体でも最高点をつけている人もかなりいるわけで、これはやっている自治体とそうでない自治体の差ですか(笑)。

○ とにかく一つの方法としては面白いですよ。願わくば、他の先生方の意見の中にもあつたように文章にメリハリをつけてもらえればもっとよくなつたでしょうね。

大阪では佐藤氏がリード

○ この大沢氏の論文と頭を並べているのが佐藤氏の論文で、他の四編は少し見劣りするような気がしますね。実際十四名の合計点でも

そうなっていますしね(注11、四〇〇点満点で大沢氏一、〇〇四

点、佐藤氏九八二点、他四編は九〇〇点台一点、八〇〇点台二点、七〇〇点台一点となっている)。

○ 大阪委員会では佐藤氏の方が合計点が少しいんですよ。でもね、一位にした委員は大沢

月刊廃棄物100号記念懸賞論文 最終審査選考対象論文(敬称略)

☆大沢正明 「廃棄物処理に広告の活用を」

☆佐藤修 「廃棄物問題解決のため何をどうすべきか」

☆木寺右兵衛 「最終処分地としてのボタ山の価値(効果)について」

☆酒井泰 「廃棄物問題解決のため何をどうすべきか」

☆松藤康司 「ゴミ屋のあした」

☆猪俣光司 「建築廃棄物処理の現状と今後」



大阪編集委員会

(5月25日)

■木寺氏『ボタ山』に議論集中

○ だけど、他の四編もそうだけれど、あまり文章を書く機会の少な

い人がこれだけ書くというのには頭が下がりますね。私なんか、文

- 氏の方が多いということではこれはおもしろい現象ですね。
- おそらく、大沢氏のユニークさをどう評価するかで意見が分かれたと思うよ。
- 私は佐藤氏の論文を推したんだが、二位になってちよつと残念でした(笑い)。これだけ大胆な発言があつていいと思うんだけどね。
- そうなんです。変に小さくまとまっていなくて、しかし、文章の中にキラリと光ることばなんかあつたりして……。早速使わしてもらおうかと思つているんです(笑い)。
- 『廃棄権』とかといった表現で何か？
- それよりも、『心の痛みをもつて廃棄する』なんて表現は今からでも使いたいと思つますね。皆な痛い痛いと言つて廃棄すればごみ問題はすぐに解決しますよ(笑い)。
- 確かに心憎いほどの表現があるわけだが、一本の論文として見た場合、論旨が一貫していないんだよね。
- 見出しと本文が一致していないところがあつたりして読みづらかつた。
- 思い切つた提案であるということだが、こうした議論は以前なされたことがあるんです。だから、今回初めてというわけではないですよ。
- それに、おもしろい提案ではあるが、実現性となると問題だね。もう少し現実を見据えた上での提案であればもっと評価されたと思う。(注11十四名の委員のうち大沢氏を一位にしたのは七名、佐藤氏を一位にしたのは五名)
- いずれにしてもこの二編が光つていることは確かで、希望として今後もう少し文章の骨組みをしっかりとしたものにしてもらいたいというところですかね。

編集委員も心乱れましたよ……





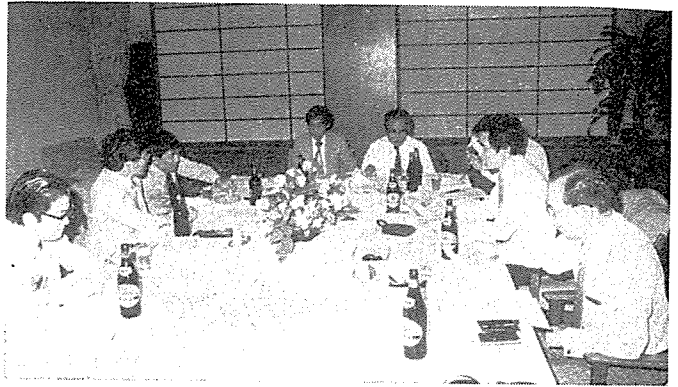
東京編集委員会

(5月31日)

- 章を書くことが半ば仕事なんだが、それでも筆がなかなか進まない(笑い)。
- そりゃ私もですよ(大笑い)。
- 一等、二等はいいとして、佳作は難しいですね。
- 点数では木寺氏の『最終処分場としてのボタ山の価値(効果)について』なんだけど……。
- 一、二等の次は佳作として本文に掲載されるわけでしょう。そうになると、ちよつと問題があるように思うんです。というのは、北九州という地域性を生かしたおもしろいアイディアなんです、技術的な裏付けが乏しいような気がするんです。
- データを駆使した技術論文と、タテ書きの主張論文の、後者の方を採って応募されたようですが、ミックスした形の方が良かった。
- ローカル色豊かであるということはいいんだが、月刊廃棄物の読者は全国にいるんだから、この点で少しひっかかるんです。だから、ローカルな問題を全国的な問題にまで高めていって欲しいと思うね。
- それから、論文としては拙いね。個人を評価したり、後がきなんかはいらないよね。
- しかし、実際問題としてこれが実現できるとなると大変興味がある。大変だとは思いますが、もう一度データを完全なものにして、読みやすい文章にして送って欲しいですね。その時は懸賞論文ではなく、一般原稿でもいいと思えますよ。
- 今、採点表を見ているんだが、総得点では三位になっているんですが、一位に推している人は一人しかいないね。これを見ても、着目点についてはそれぞれ評価しながらも、何かもの足りないという感じがあるんでしょうね。
- 一口で言えば、文章と技術的な問題だと思ふね。だから、かなりおもしろい問題に取り組んでおられるので、もう一度じっくりと手を入れて欲しいですね。そうすればすばらしいものになると思えますよ。



さて、1等候補をどうするか……



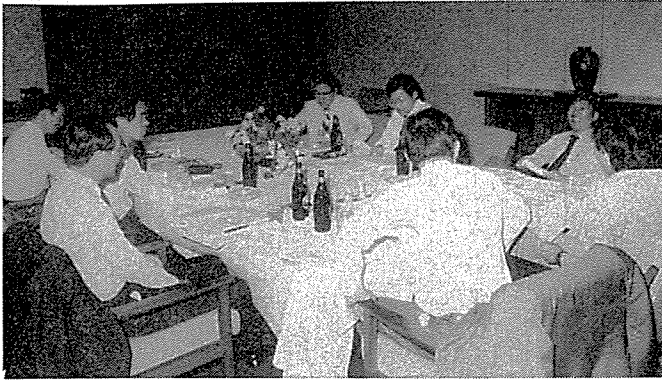
本社河村社長（中央右）も参加

■焦点が決まらないと損をする

- 酒井さんの論文について感じたのは、全体を無難にまとめすぎで主張がないのが残念ですね。
- 清掃工場に務めておられるようで、身辺の問題をまとめられたわけだが、今のお話の通りパンチ不足だね。
- でも、全体の中では一番読みやすかったよ。
- こうした論文が一番困るんですよ。点数がつけにくいんです。優にするにはハツとするような問題提起がないし、といって不可にするほどのミスもない。
- 心穏やかな人は推すでしょうが私は乱れていますので（笑い）。
- とすると、編集委員の多くの方は乱れているわけですね（笑い）。
- とにかく、身辺の問題を取り上げるというとは非常にいいんですが、それに対してもう一足突っ込んだ問題意識が欲しいですね。
- 猪俣氏の建設廃棄物処理についての論文も、日常業務の中から問題をみつけていくという方法はいいと思うんです。しかし、焦点がズレているのが残念ですね。
- 建設廃材は現在も、これからも大きな問題になるわけで、これを取り上げたのは非常にいいと思う。
- さらに、他のことには一切触れずに書いているしね。ただ、産廃の中で最大の発生量を示している建設廃材の中心部に議論が進んでいないんですよ。まわりで議論しているわけで、焦点がズレているという感は否めないですね。
- 私も同感です。同じテーマでもう一度書いて欲しいと思いますね。
- 松藤氏の『ゴミ屋のあした』は気どってしまつて、それがおもしろくないね。
- 内容的にはレベルは高いと思うんだが、散文的に流してしまつたのが良くない。論文として書いて欲しい。
- 凝った形で書いてやろうという狙いが裏目に出た感じですね。

なごやかに選考は進められた
(大阪)





ひとつひとつの論文を慎重審査（東京）

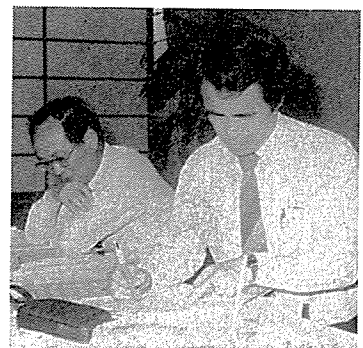
■幅広い応募は今後への引き金に

- 懸賞論文ということで点数を付けたわけだが、このようにごみに書いて書いてくれる人が多くいるということは大変嬉しいことだと思います。
- 全くその通りで、こうした、現場にいる人々がドンドン投稿してもらえそうな雑誌になればいいと思う。
- 採点ではいろいろと文句をつけたが、私も大変ありがたいと思っています。不幸にして選にもれた人にも何らかのものを与えて欲しいですね。先ほども言ったように書くということは大変なことだから。（注II選外の四点については記念品を贈呈することとなった）
- 話すことは誰でもするし、結構いい話が出るんだが、その通りを文章化しなさいと言っても書けないですよ。
- だから、日報さんの方で、こうした機会を定例化していったらどうかと思えますね。そうすると、書いアイデアが浮かんだ時、書いてやろうという気になると思えますよ。
- やはり、目標があった方がいいわけで「今回の入賞作を読んで、あれくらいなら私も」という人が増えてくると思いますよ。こうした広がりがある一番求められているような気がするんです。
- そうですね。ですから、今回の初めての試みは大成功といえるんじゃないですか。
- その割には厳しい意見も出ましたかね（笑い）。
- しやべるだけではだめですね（笑い）。好き勝手にしやべるから……。
- いずれにしても、今回の企画を一つの足がかりにして、直接的な読者とのコミュニケーションを図ってもらいたいものですね。
- そう。より幅の広い人が読み、より多くの人が自由に原稿を書き、投稿してくれるようになればいいですね。

（以上文責・編集部）



ほんとうに疲れましたよ……



熱心な応募にこたえて……

一等 大沢 正明 (表彰状・副賞五万円)

廃棄物処理に広告の活用を

本を読みながら食事をする癖がある。悪い習慣だというのは重々承知の上である。まず行儀が悪い。消化にもよくないだろう。家へ帰れば子供の教育に悪いとガミガミ言われるし、職場では味覚がなっていないのだとばかにされる。それでもやめられない。一種の活字中毒なのだろうが、最近では少し反省して、職場の昼休みに限ることになっている。さしてうまくもない店屋物なのだから、味覚の点で揶揄されることもないだろうというわけだ。

そんなとき手にする本は、廃棄物関係の月

刊誌であることが多い。それも記事を読むのではなく、広告をながめるのである。一般の雑誌と違って、専門誌の場合巻頭と巻末に広告をひとまとめに綴じてあることが多く、食事しながら気楽にながめるにはもってこいである。

一口に広告とはいっても、これが実におもしろいのである。たとえば地方自治体の方々のように廃棄物処理施設を建設する場に立たされている人にとっては貴重な情報資料になるだろうし、私のような一般廃棄物の調査・研究業務に携わる者にとっては、この分野の

時代の移り変わりを把握するための格好の資料になるのである。

最近の広告で特に目につくのは「省エネ」「資源化」という言葉である。先日、ふと思いついて、十年前——昭和四十八年発行の月刊誌を書庫から取り出してみたところ、「省エネ」「資源化」というヘッドコピーを記している広告は皆無であった。わずかにそれに類似したものとして「余熱利用」をセールスポイントにしている会社が「社あるのみで、圧倒的に多いのは「公害防止」である。概略的な数字で移り変わりを比較すると、「公害

一等入賞の大沢正明氏

。昭和23年5月12日生まれ、35歳。
。(財)日本環境衛生センター九州支局勤務

△受賞のことは▽

懸賞論文のことを知ったのは四月上旬で、急いで書き上げました。広告のことについては一年ほど前から、うまく利用すればおもしろいのではないかと考えていましたので一氣に書くことができました。でも一位になるとは思ってもいませんでしたので大変嬉しいです。

「防止」が約四〇%（昭和四十八年）から約二〇%（昭和五十八年）に減少し、「省エネ・資源化」が〇%から三〇%にまで伸びている。つまり、この十年の間に、時代の要求する価値感が「自然を守り、きれいな環境をつくる……」から「ごみは宝である」に移り変わっているといえるのではないだろうか。

こういった広告を見るたびにづくづく思うことは、ごみ処理問題にもっと広告を利用できないだろうかということである。

ごみ処理施設というと、近年その設備の高度化が急速に進み、自動燃焼装置から発電・データー処理までありとあらゆる近代兵器が備えられ、外観はと見ると、まるでホテルと

資料一 入職理由（職場別）

	計	安定が得られる	世の中のため	就職口なかった	能力がのびせる	仕事楽そう	誇りがもてる	地理的条件	転勤が少ない	老後保障	人のすすめ	その他	何とはなしに	NA
総計	100.0	34.8	6.8	11.4	11.5	0.4	5.1	5.9	4.9	1.4	13.2	1.3	2.2	0.8
総務関係	100.0	34.0	5.1	9.5	13.8	0.6	6.5	6.8	3.5	0.6	14.2	1.8	2.8	0.7
企画関係	100.0	26.6	6.5	14.6	7.3	—	9.0	8.1	7.2	1.2	13.5	1.2	3.6	1.2
財政関係	100.0	25.2	6.9	16.7	11.9	2.3	1.6	2.4	5.7	2.3	24.8	—	—	—
税務関係	100.0	33.9	5.3	16.7	6.0	0.6	3.7	5.5	6.4	1.0	17.2	0.9	2.6	0.3
民生(福祉)関係	100.0	30.3	7.9	15.4	8.4	0.4	5.8	6.1	4.1	1.7	11.4	1.7	3.0	3.7
保健衛生関係	100.0	28.3	10.5	11.6	18.3	—	3.0	9.1	4.0	—	9.9	0.8	3.1	1.4
商工・経済関係	100.0	27.5	4.6	24.5	15.1	1.1	2.3	3.3	2.8	—	1.6	2.8	—	—
農材水産関係	100.0	34.9	2.6	8.2	22.9	0.4	6.0	4.8	4.9	1.1	14.2	—	—	—
清掃関係	100.0	53.6	9.0	6.7	5.4	—	3.1	2.0	1.4	4.0	12.8	0.3	1.1	0.5
土木関係	100.0	31.8	5.6	10.3	11.8	0.6	6.6	7.6	8.7	1.4	11.8	1.2	2.5	0.2
教育委員会関係	100.0	27.9	7.6	9.1	20.8	—	7.7	5.1	4.5	0.5	12.5	3.6	0.7	—
その他	100.0	25.2	4.8	6.8	17.1	2.2	1.4	10.8	9.2	—	14.5	2.0	6.0	—
NA	100.0	55.2	26.6	10.6	2.6	—	—	—	—	—	—	—	5.0	—

(出典：清掃職員と“元氣”，月刊廃棄物 Vol. 8, No. 89, 1982-8)

見まぢがうかのような豪華さであるが、かといって、この分野で働く人々の職業意識あるいは世間の人々の見る目に誇りとか尊敬とかいったものが定着したかという点、残念ながらまだまだといったところである。ごみ焼却施設そのものが、まだ「迷惑施設」としての地位を抜けきれず、現に今も全国の数カ所で建設反対運動・操業停止訴訟が行われているところである。また、昨年八月号の月刊廃棄物誌上「清掃職員の入職理由と『元氣』」と題する論文に地方自治体職員の意識調査結果が掲載されていたが、それによると、清掃職員の五〇%強がその入職理由に「安定性」という受動的な理由をあげ、逆に「誇りがもてる」という積極的な理由をあげた人が他の職場の職員に比べて比較的少なかったということである。(資料・1)

このような内外の意識がごみ処理に対する関心を低め、ひいては「水切り」「分別」等に関する自治体の協力要請を軽んじせしめていると思うのである。

こういった固定概念化されたごみ処理の地位・イメージを打破し、先にあげた「水切り」「分別」さらに「資源化」といったごみ処理に関する諸問題を解決するための有力な手段として、広告という媒体を利用できないだろうか。

ここでいう広告とは、もちろん商品を売る

ための広告ではなく、いわゆる意見広告である。広告界も年々その形態が変様し、近年では意見広告といった分野がクローズアップされているときく。現に、私達がよく目にするテレビCMでも、例の「一日一善、人類はみな……」という類のものから、「二十一世紀の子供達のために」という省エネキャンペーンまで種々雑多の意見広告が秒読みで流されている。こういったCM洪水の中に「われらのごみサマ」がひよこつと顔を出す——想像してみただけで楽しくなる話ではないだろうか。

ごみ処理と広告というテーマで思いを巡らせた時、まさきに思い浮かぶのは、一時地方の役場あるいは公園でよく見かけた「護美箱」という、例のやつである。いうまでもなく、ごみを所定のごみ箱に入れて環境を美しく保ちましょうという意味を込めたシヤレである。最近はその字面(じぶ)のどろ臭さのためかほとんど姿を見かけないが、初期の環境衛生という見地からの宣伝の中では傑作の部類に入っているのではないだろうか。もうひとつ、厳密には広告ということはできないだろうが、この時代の特徴を反映した例として、不法投棄を禁じた立看板がある。私の生まれ育った町は人口一万人弱の片田舎なので特にそうだったのかもしれないが、わずか十数年前まで、ごみを裏山とか海岸に棄てていたもの

だが、清掃法が改正されて後いつの頃だろうか、突如「ここにゴミを捨てることは違法行為です」という立看板ができたものだ。そのいたけだかな語調もあいまって、ひどくギョツとしたのを今でも覚えている。

こういった環境を衛生的に保ちましょうという主旨の宣伝活動が「ごみと広告」の原点とするならば、せっかく作ったごみ焼却場がどうも燃えが悪い、維持費がかかり過ぎるということで、広報紙・宅配ピラ等を使って行った水切り運動あるいは分別運動が次の段階になるのではないだろうか。

ところが、これがどうもうまくいっていないようなのである。特に地方の小都市になると、延々と現在でもこれが担当者の方々の悩みの種で、「いくら言っても水切りはよくありませんなあ」という溜息混じりの愚痴を事あるたびに聞かされるのである。スプレー缶の爆発で眉毛を焼いた、やけどを負ったという犠牲者を出された施設もかなり多いのではないだろうか。

水切りに関して興味深いデータがあるのですが、ここで紹介したい(資料・2)。地元住民にごみ処理に関するアンケート調査をしたもので、台所のごみをどういう袋(容器)に入れて排出するかという質問に対する回答である。ちなみに、調査対象地はいずれも福岡県の人口十万人以下の中大都市であって、特

資料一 水切り状況（台所のごみの処理方法）

	A施設	B施設	C施設	市街地	農村地	住宅地
密封したビニール袋に入れる (%)	64.5	64.9	65.3	66.7	58.7	68.6
穴のあいたビニール袋に入れる (%)	9.6	13.8	16.3	12.8	17.3	10.4
紙で包む (%)	10.0	5.7	11.1	13.7	7.0	9.2
その他 (%)	15.9	15.7	7.3	6.8	17.0	11.8

出典：ごみ質の変動要因に関する一考察，
日本環境衛生センター所報 No. 6, 1979

に表中のC施設は水分の年間平均が約六七％という悪質ごみに悩まされており、住民に対する水切り指導にはことさら熱心な施設である。水切りという点から考えると、台所の厨

芥類は穴のあ

いた袋で処理するのが好ましいわけであるが、アンケート調査によると、そうしていると答えた家庭はC施設ですらわずかに一六％にすぎなかった。逆に水切りに最も不都合と思われる密封したビニール袋に入れると答えた家庭は施設を問わずいずれも六五％にも達しているのである。もう一点、この表で注目していたきたいのは、全体を市街地・住宅地・

農村地という三つのブロックに区分けて集計した結果である。これによると、「密封したビニール袋に入れる」家庭は、農村地で五九％であるのに対し、市街地・住宅地では六七・六九％にも達している。

このことは、都市部、特にサラリーマン家庭に対する自治体の広報・指導方法になんらかの問題点を提起していると考えられるのではないだろうか。私達のように比較的世間の感覚と遠いところで業務をなしている者は、とかく専門家意識が生まれ、狭い殻に閉じこもりがちである。これだけ苦労しているのだから、努力しているのだから、従うのがあたりまえだという感覚が私達にないだろうか。ごみ問題はそれに従事する者達だけの問題ではなくそこに住む人々すべての問題である、と確かに私達は考えている。しかし、はたして一般の人々も同じように考えているだろうか。

すこし横道にそれるが、ここに先の統一地方選のうち福岡県知事選挙に関する新聞記事の切り抜きがあるので紹介したい。現代において、公告の占める位置がいかに大きなものであるかを説いたものである。少し長くなるが、私達の格好の教訓材料になると思うので引用してみたい。

△「こんどはかえてみませんか」 題字下

にいつもこのフレーズを刷り込んだ「県民の会」ニュース。……(略)……何万枚となく配られたこのビラの「こんどは……」のキャッチフレーズこそ「奥田勝利の大きな要因の一つ」……(略)……保守側も宣伝ビラは数限りなくバラまいた。が、そのほとんどは「アカ攻撃」。「奥田が勝てば県庁に赤旗が立つ」「県庁はソ連の情報機関に」……(略)……「あれはいくらなんでもアナクロ(時代錯誤)でしたね。かえってマイナスイメージになったのでは」と指摘するのは広告のプロ、電通九州支局第一営業室部長。かくて「革新側のイメージ選挙に巻き込まれた」「あの『こんどは』にやられた。あれで五万、十万は票が動いた」と、保守側のくりごとは続く。……(略)……▽

(毎日新聞 四月十七日付)

時代は刻々と変わってきている。公告がもたらすこのインパクトを、地方自治体におけるごみ処理問題に活用する方法を真剣に考えるべき時がきているのではないだろうか。

ここで、私は、「廃棄物問題地方公共公告機構」の設立を提案したい。

現在、わが国には「公共公告機構」という組織があるという。有志企業・新聞社・放送局・広告会社等で経費を負担して公共目的の広告活動につとめている団体で、昭和四十五

年に設立され、その間、主要新聞、テレビ、雑誌等を通じ、公共心、環境、資源問題、福祉……をテーマに啓蒙活動を行ってきた。

今回、私が提案するのはその地方自治体版である。たとえば、県単位に各市町村が構成会員になり、それぞれさし迫った廃棄物問題の広告活動を実施するわけである。全国規模とした場合はそれぞれの地方間でアピールすべきテーマの格差が激しいだろうが、県単位ならばある程度一つのテーマにまとめることが可能ではないだろうか。幸い、わが国は、どの県でもたいてい一つや二つの民放や地方新聞があり、広告活動の媒体には不自由しないだろうし、また有志マスコミ、関連企業に賛助会員として参加してもらうのも有効だろう。

さて、問題は予算である。役所という所はこういう無形のものに対する予算を捻出しにくい所だとよく。残念ながら、私は自治体、広告業界相方の実情に不案内で、明確な試算を行って得ないのだが、ここに福岡県のある民放の広告料金表があるので(資料・3)、簡単に試算してみたい。今、仮に、人口一人一人に付き年間十萬円の会費とし、配下に三〇〇万人分の構成会員がいれば、年間三〇〇〇万円予算となる。広告制作費をその半額とし、残り一五〇〇万円をテレビ・新聞・車内吊り広告の三つの媒体に均等に振り分けられ

資料一 3 広告料金表 (Fテレビ、「月間番組表」より)

タイム料金表 (58年4月1日より実施)

	A	特B	B	C
30分	1,150,000	805,000	575,000	380,000
25分	1,035,000	720,000	510,000	340,000
20分	920,000	640,000	460,000	300,000
15分	805,000	560,000	400,000	265,000
10分	690,000	480,000	340,000	225,000
5分	385,000	270,000	190,000	130,000

1. 契約期間は6カ月を限度とします。
2. 30分以上の料金は、その超過分につき30分の料率を適用して計算します。
3. 上記の時間はいずれも局が保有するステーションブレイクを含みます。
4. 臨時または単発番組は、基本料金の20%増とします。
5. この料金には、製作費およびネット費を含みません。

スポット料金 (58年4月1日より実施)

	A	特B	B	C
15秒	420,000	210,000	120,000	70,000

- ◎15秒以上の料金は15秒の料率を適用します。
- ◎時間区分の境界時間は、高い方の料金を適用します。
- ◎番組編成上、特別番組を放送する場合、その時間内のスポットは変更又は中止させていただくことがあります。

時間区分 (51年4月1日より適用)

	タイム・スポット共通		12	14	18	19	23:00	24:30
平日	C	特B	B	特B	A	B	C	
土曜	C	B	特B	B	特B	A	特B	B
日曜日	C	B	A	特B	A	特B	C	
	9	13				23:30		

1. 祭日とは国民の祝日ほか正月3カ日です。尚、祝日が日曜日と重なった場合は、翌日を祝日扱いとします。

は、公共広告ということもあり、かなりの効果を期待できるのではないだろうか。

この年会費十万円／（人口一万人）という金額、ごみ処理に要する全体予算からすると微々たるものであるが、自治体の実情からして可能な数値であろうか。また、広告制作費・人件費・放映費・掲載費等についても詳細な試算が必要であろうと思われるので、自治体側ならびに広告業界側からそれぞれ詳細な検討を加えていただければ幸いである。ちなみに、「空カン分別キャンペーン」および「水切りキャンペーン」によって、どの程度の収益あるいは維持費の節減が可能になるか試算してみたところ、人口一人に付き「空カン分別」では九万円／年、「水切り」では一二〇万円／年という結果が出た（資料・4）。このほかにも、いわゆる迷惑施設アレギーの解消、建設反対運動の緩和、職員の意欲向上、地域住民との一体化など、ごみ処理場のイメージアップにも数字で表わせない効果があることを考えれば、決して高い出費とは言えないと思うのだが、いかがだろうか。

さて、次に広告の方法であるが、これまで述べてきたような「水切り」「分別」等直面上している課題を、各県の実情に合わせ、テレビ、新聞、車内中吊りのどの媒体を利用するか、一つひとつ検討をしなければならぬ。

資料-4 キャンペーン効果試算

① 空カン分別

（人口1万人当たりの焼却施設規模を10t/日とする）

$$\begin{aligned} \text{空カン回収による収益(円/年)} &= 10,000 \text{ kg/日} \times (\text{生ごみ中に含まれる不燃物量}) \times (\text{不燃物中に含まれる鉄・アルミ量}) \times (\text{キャンペーンにより回収し得る量}) \\ &\times 5 \text{ 円/kg} \times 365 \text{ 日} \times 0.83 (\text{焼却施設の稼働率}) = 10,000 \text{ kg/日} \times \frac{3}{100} \times \frac{40}{100} \\ &\times \frac{50}{100} \times 5 \text{ 円/kg} \times 365 \times 0.83 \approx 91,000 \text{ 円/年} \end{aligned}$$

② 水切り

（人口1万人当たりの焼却施設規模を10t/日とし、キャンペーンにより節減できる重油使用量を5ℓ/tとする）

$$\begin{aligned} \text{水切りによって節減できる重油量(円/年)} &= 10 \text{ t/日} \times 5 \text{ ℓ/t} \times 80 \text{ 円/ℓ} \times 365 \\ &0.83 \approx 1,210,000 \text{ (円/年)} \end{aligned}$$

資料-5 塩化水素発生濃度

項 目	分 析 値	O ₂ 換 算 値
平均 値 (mg/m ³ N)	460	810
範 囲 (mg/m ³ N)	980 (1,060—80)	1,400 (1,640—240)
最 頻 値 (mg/m ³ N)	300	830
規 制 値 (700mg/m ³ N) 以上(%)	—	68

注) 不検出 (98mg/m³ N 以下) は80mg/m³ N とした。

出典：都市ごみ焼却炉における塩化水素発生要因について 生活と環境、57年12月号

資料-6 揮発性塩素について寄与率

(単位 %)

組 成 別	厨 芥 類	紙 類	布 類	ゴ ム ・ 皮 革 類	プ ラ ス チ ッ ク 類	そ の 他	合 計
寄 与 率	9.12	12.33	2.68	1.34	74.26	0.27	100.00

出典：ごみ焼却炉における塩化水素除去技術の概要 固体廃物, Vol. 26, 1978

まず、バス・電車等の車内中吊り広告であるが、これは狭い範囲に絞ることが可能なので、第一に合成樹脂類分別をテーマにすることを提案したい。昭和五十二年にごみ焼却場に塩化水素の排出規制が適用されて以来、そ

の除去設備を保有するかあるいは増設し得る施設はともかくとして、五〇トン/日以下程度の小規模施設ではその対策に苦慮してきたところである。すでに発表された資料でも（資料・5）、塩化水素除去設備を保有しな

資料一 7 ごみ質

(昭和56年度 福岡県32施設平均)

項	目	平均値	範囲
乾燥後の種類組成 (%)	紙・布類	45.1	26.1~63.4
	木・竹類	5.0	0.8~15.4
	合成樹脂類	17.3	8.7~27.9
	厨芥類	18.7	0~44.6
	不燃物類	7.8	0.7~30.5
	その他	6.1	0.8~18.3
理化学的性状	水分 %	58.9	41.2~73.2
	可燃 %	30.0	18.6~44.7
	灰 %	9.1	4.0~25.3
	乾物発熱量 kcal/kg	4,460	3,380~5,280
	高物発熱量 kcal/kg	1,830	1,020~2,690
	低位発熱量 kcal/kg	1,350	620~2,220
み	かけ比重 kg/m ³	310	200~480

(日本環境衛生センター資料)

い施設にあっては、排出濃度の平均が八一〇mg/m³N、排出規制値を超える施設数は六八%にも達している。これらの施設の大部分は、施設の機能上(たとえば除じん設備がマルチサイクロン方式である等)除去設備を設置することもできず、やむを得ず原因物質の分別に頼らざるを得ないのが現状である。

塩化水素の原因物質については、すでに種類組成別の寄与率が報告され(資料・6)、

それが概ね実施設の排出状況に合致していることも確認されており(資料・8)、合成樹脂類、とりわけ塩化ビニールが主要な原因物質であると考えていいだろう。福岡県内の合成樹脂含有率は、ドライベースで昭和五十六年度平均一七%であるが(資料・7)、これを一二%まで低下させることができれば、塩化水素を規制値以下に保つことが可能になるのである(資料・8)。

「一七%を一二%に」——これを車内中吊り広告の第一点としたい。

テレビ広告では「水初り」をテーマにした。先に述べたように「水切り」は主にバッチ燃焼炉の助燃用重油節減が第一の目的であるが、比較的水分の少ない大都市にあって、収集車の汚水撒き散らしには頭を痛めているのではないだろうか。ごみ焼却場建設反対運動の主要な理由は、排ガス公害というよ

資料一 8 塩化水素理論排出量

理論値(mg/m³N)

$$= \frac{\text{焼却量(kg/時)} \times \frac{100-w}{100} \times \left(\frac{a}{100} \times \frac{4.559}{100} + \frac{b}{100} \times \frac{0.345}{100} + \frac{c}{100} \times \frac{0.153}{100} \right)}{\text{排ガス量(Nm}^3\text{/時—dry)}}$$

$$= \frac{36.5}{35.5} \times 10^6$$

a : 合成樹脂類含有率(%—dry)

b : 紙・布類含有率 (%—dry)

c : 厨芥類含有率 (%—dry)

(出典：生活と環境, 57年12月号)

- ① ① ①
- ごみ質 { 水分 : 59%
合成樹脂類 : 17%
紙・布類 : 45%
厨芥類 : 19% } の場合

理論値(mg/m³N)

$$= \frac{100-59}{100} \times \left(\frac{17}{100} \times \frac{4.559}{100} + \frac{45}{100} \times \frac{0.345}{100} + \frac{19}{100} \times \frac{0.153}{100} \right) \times \frac{36.5}{35.5} \times 10^6$$

$$\div 810(\text{mg/m}^3\text{N})$$

- ② ② ②
- ごみ質 { 水分 : 59%
合成樹脂類 : 12%
紙・布類 : 47%
厨芥類 : 20% } の場合

理論値(mg/m³N) \div 620(mg/m³N)

りもむしろ収集車公害ではないかと考えるものである。

新聞広告は、こういった具体的な意見広告でも、抽象的なイメージ広告でも自由自在であらう。

最後に、具体的な広告例として、昭和五十七年度「宣伝会議賞」の入賞作品のうち、環境問題をあつかった作品を紹介しておきたい(資料・9)。さらに、ついだというのにもあまりにおそまつではあるが、「水切り」について見様見まねで作った私のテレビ広告案も添付した(資料・10)。テレビにごみの広告が流れる……という、私の夢の部分だけをくんでいただければ幸いである。

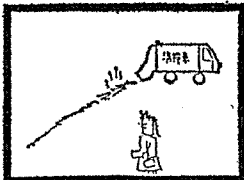
一年ほど前からであろうか、「粗大ごみ」という言葉が一般家庭でも使われるようになった。家に帰れば食つちや寝、食つちや寝の亭主族を指していったものと記憶している。われら亭主族にとっては、はなはだ不名誉な流行語ではあるが、私は逆に歓迎するものである。亭主の価値が下がった分だけ、ごみの価値が上がったとすれば、よしとしなければなるまい。この先、「ほんとにウチの粗大ごみつたら、破砕にかけて、プレスしてやりたいわ」というところまで行ったならば、私の今回の提案は、ほぼ一〇〇%完遂されたことになるのである。

資料—9 環境問題をテーマにした作品例

資料—10

VIDEO

ごみ収集車が道に汚水をこぼしている。主婦が眉をひそめて見ている。



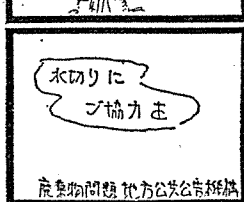
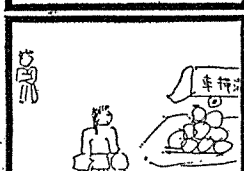
主婦がけわしい表情で探偵社に電話をしている。



コロンボ刑事のようなヨレヨレの服を着た探偵が収集車の通った後を追跡している。



ごみ収集所で電話をかけた主婦がゴミを出している。袋から水がしたたっている。探偵があきれた表情で見ている。



廃棄物問題 地方公共団体

AUDIO.

中年の主婦：「まあ、きたないこと?」

中年の主婦が早口でまくしたてている。「公害」とか、「犯人を探して」とかいう声が断片的に聞えるが、あまり早いのでよく聞きとれない。

探偵：「奥さん、犯人はあなたですよ(あきれた様子で)」

〔空き缶の自然破壊編〕



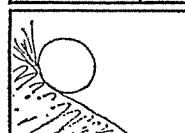
V
富士山の頂上。ひとりの登山客が飲み終ったジュースの空き缶を何気なく投げ捨てます。

A
SE・カラーン



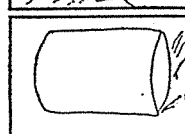
空き缶は斜面をころがっていきます。

SE・カラーン
カラーン

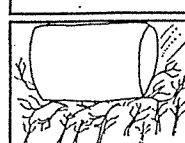


空き缶はころがり落ちながら音だるまのようになくなっていきます。

SE・ゴロン、
ゴロゴロ

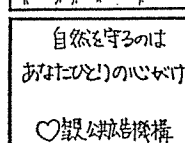


SE・ゴオーツ



ついに巨大になった空き缶がふもとの樹木をブルドーザーのようになぎ倒してしまいます。

SE・ドドッ
グシャ、グシャ



自然を守るのは
あなたひとりの心がけ
♡親女性機構

NA「自然を守るのはあなたひとりの心がけなのです」

(出典：宣伝会議、83年1月号)