

シンボル行事 エコスタイルタウン

事業概要

| | | | |
|--------|------------------------------|------------|---------------|
| 日 時 | 10月14日(土)・15日(日) 10:00~17:00 | | |
| 会 場 | 北九州市役所横広場 | | |
| 出展・行事数 | 10月14日(土)…58件 | 15日(日)…57件 | 来場者数 120,000人 |
| 主 催 | 北九州エコライフステージ実行委員会 | 各団体・スタッフ数 | 979人 |

開催目的

- 市民・企業による環境首都づくりにつながる機会を設ける。
- 来場した一般市民に環境活動・生活のきっかけづくりを行う。
- 参画した各団体や企業の交流を促進する。



事業内容

- 環境活動に取り組む市民団体・企業などが集結し、日ごろ実践している日常生活に密着した環境にやさしいライフスタイルを提案する出展を行い、来場者に体験してもらう。
- 出展は、「温暖化防止」「ごみ減量化」「活動アピール」「食を考える」「自然を守る」「環境学習」「緑の応援団」「メディア」「フリーマーケット」の9つのゾーンに分け、来場者に分かりやすく、親しみやすく、理解しやすいものとする。
- マスメディア協力によるコンサートやトークショーなどのステージイベントを実施し、エコスタイルを実際に体験する場を創出する。
- 一部の出展者に対して、バイオマスプラスチックやリターナブル食器の利用の義務付け、また環境パスポート（カンパス）を実施するなど、来場者と出展者が共に環境意識を高める工夫を凝らす。

成果

- エコスタイルタウンでは、国土技術政策研究所や福岡県地球温暖化防止活動推進センターなど国や県の関係機関から初めて出展があり、「環境の環^わ」が市外にも拡がりを見せ始めている。
- 土木フェア及び小倉城まつり、城下町小倉お宝めぐりのイベントとの同時開催により、市役所、小倉城、勝山公園一帯に賑わいができ、より多くの市民がエコライフを実感できるイベントになった。
- 情報誌、ラジオ、市政だより、ポスター掲示等積極的な広報活動の展開で、エコスタイルタウンの来場者が過去最高の120,000人を記録した。
- 海外9カ国（タイ・インドネシア・ベトナム・マレーシア・香港・韓国・シンガポール・フィリピン・中国）の新聞記者がエコスタイルタウンを訪れることにより、北九州市民の環境意識の高さをPRできた。さらに、シンガポール、フィリピン及びベトナムの記者が、今回取材した記事を現地新聞に掲載してくれたおかげで「北九州エコライフステージ」の情報が初めて海外まで発信できた。

課題と今後の展開

- ステージイベントは、来場者が楽しめる方向で充実してきたことから、今後は、より環境を意識した方向へと充実させていく。
- 来場者が多かったため、会場のレイアウト変更や広い場所の確保等を検討する。
- カンパス、リターナブル食器の利用拡大のためのPRに努める。
- 出展者、来場者の環境意識の向上のさらなる仕掛けを考える。