

2 区を取り巻く現状

(国の方体系と区や東京都等の計画の位置づけ)

<p>国</p> <p>循環型社会形成推進基本法</p> <p>→資源有効利用促進法</p> <p>→廃棄物の処理及び清掃に関する法律</p> <p>→食品リサイクル法</p> <p>→食品ロスの削減の推進に関する法律</p> <p>→各リサイクル法</p> <p>▼整合</p>	<p>東京都・東京二十三区清掃一部事務組合の計画</p> <p>東京都資源循環・廃棄物処理計画</p> <p>東京二十三区清掃一部事務組合一般廃棄物処理基本計画</p> <p>東京廃棄物等埋立処分計画</p> <p>▼整合</p>
---	--

板橋区

板橋区基本構想・基本計画

→環境基本計画

→

板橋区一般廃棄物処理基本計画

ごみ処理基本計画

食品ロス削減推進計画

生活排水処理基本計画

→一般廃棄物処理実施計画（毎年）

→分別収集計画（3年毎）

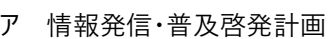
→板橋区災害廃棄物処理計画（令和3年度策定）

(4) 計画期間

- 令和 8 (2026)年度から令和 17 (2035) 年度までの 10 年間
ただし、国の方針等に応じて改定、見直しを行う

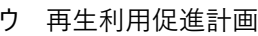
(3) 各計画ごとの主な実績

① ごみ処理基本計画



イ 発生抑制計画

取組の指標	策定当時（参考値）	方向性	実績値
フードドライブの実施回数	1 回（H28）	↗	常設 23 か所、イベント 3 回（いずれも R5）
いたばしエコ・ショップ（ゴールド）認定数	2 事業所（H28）	↗	事業縮小のため中止
リサイクルプラザの来館者数	20,617 人（H28）	↗	26,342 人（R5）



取組の指標	策定当時（参考値）	方向性	実績値
体温計・血圧計等の水銀含有廃棄物の回収ルートの確立	－	実施	実施（不燃ごみ）
高齢者・障がい者などに対する戸別収集件数	850 件(H28)	↗	908 件(R5)
区収集事業系ごみの事業系有料ごみ処理券貼付率	75.9% (H27 アンケート)	↗	83.7% (R6 アンケート)

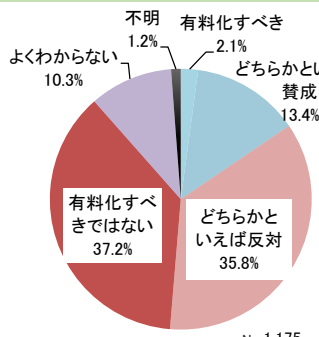
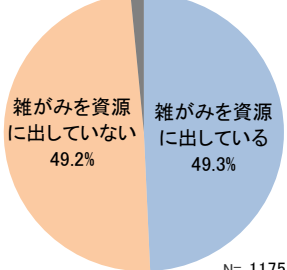
取組の指標	策定当時（参考値）	方向性	実績値
家庭ごみの排出量（可燃・不燃・粗大ごみ）	108,344 トン(H28)	↘	101,016 トン(R5)
事業系ごみの排出量（可燃持込ごみ）	30,012 トン(H28)	↘	28,306 トン(R5)

し尿の収集運搬、及び処分	策定当時（参考値）	方向性	実績値
くみ取り戸数	42 戸(H28)	実施	30 戸(R5)

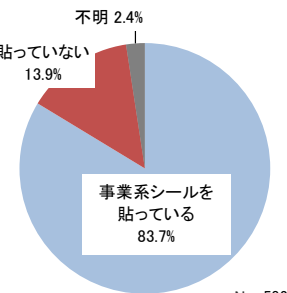
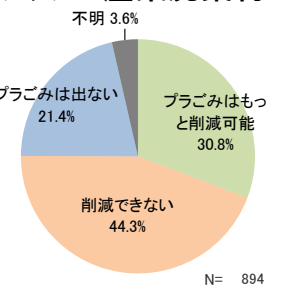
4 区民・事業所アンケートと組成調査結果

調査結果から 集約した キーワード	ごみ・資源の適正な分別	リデュース・リユースの推進	情報発信・コミュニケーション	各主体の役割・連携
	○プラスチック資源 ○雑がみや古布類 ○事業系ごみ排出ルール	○食品ロスのリデュース ○プラスチック類のリデュース ○不用品のリユース・リペア	○ごみ・資源の分け方・出し方 ○減量・リサイクルに関する情報 ○ネットサービスなど新たなツール	○排出者責任・ごみの有料化 ○販売店・メーカー等の責任 ○各主体の連携・協働

(1) 区民アンケート調査（有効発送数：2,109 件 回答数：1,175 件 回答率：55.7％）

ごみ・資源の分別・リサイクルについて		リユースの推進・食品ロスの削減		今後の区の実施等	
プラスチックの分別、プラスチックごみの削減	○プラスチックの分別回収には概ね高い協力が得られている 認知度 87.4％、うち協力 93.4％ ○90.9％がプラスチック削減の取り組みを実施 レジ袋を買わない、詰替ボトルの利用など	リユース(再利用)の取組	○リサイクルショップやリユースショップは 55.0％が利用 ○ネットオークションやネット上のフリーマーケットサービスは 38.9％が利用 ○インターネット・アプリでのリユース方法に関する講座や情報提供については、21.7％が参加・利用希望	家庭ごみの有料化	○家庭ごみの有料化は否定的 肯定的：15.5％ 否定的：73.0％ 
	○ごみ・資源の収集日については現状を望む意見多数 可燃週 3 回希望 80.3％ 資源週 1 回希望 51.9％ 不明 1.5％ ○「雑がみ」の資源としての認知度が低い。約半数が資源に出していない 「雑がみ」知っていた 34.0％ 一部の品目は知っていた 30.8％ 知らなかった 33.4％ 		○食品ロスの削減 ○90.1％が「消費期限」と「賞味期限」の違いを認識 ○92.8％が何らかの食ロス削減に資する取り組みを実践 特に行っていることはない 3.7％ その他 3.5％ ○「料理の持ち帰り」や「量の調整」等を飲食店に希望 積極的に飲食店を利用するきっかけとなるサービスとして「食べ切れなかった料理の持ち帰り」58.7％ 「小盛メニューや量の調整」44.3％ ○フードシェアリングサービス「タバスケ」は 53.0％が「機会があれば利用したい」	区の情報発信・コミュニケーション	○ごみ分別やリサイクルの情報源は「資源とごみの分け方・出し方ハンドブック」が最多 「資源とごみの分け方・出し方ハンドブック」 64.0％ 集積所看板 31.8％ ○情報量・内容ともにより充実させることを希望 情報量・内容共に十分 22.3％ ○情報発信の充実、販売店への働きかけ、不法投棄対策を希望 情報提供・PR の充実 51.7％、過剰包装の削減や店頭回収など販売店に対する働きかけ 34.5％、不法投棄対策 33.7％
ごみ・資源の分別収集					
拠点回収や店頭回収の利用	○回収対象品目であってもごみとして出される割合が高い 古布・古着 可燃ごみ：67.2％ 拠点：10.1％ 廃食用油 可燃ごみ：66.3％ 拠点：5.2％ 小型家電 不燃ごみ：48.8％ 拠点：17.4％			今後の施策	

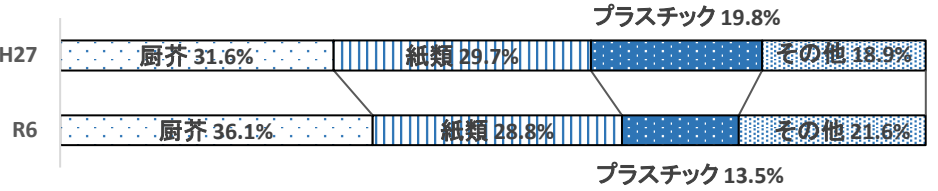
(2) 事業所アンケート調査（有効発送数：2,035 件 回答数：894 件 回答率 43.9％）

ごみ処理の現状		ごみ減量・リサイクルの取組と区からの情報提供		廃プラスチックや食品廃棄物について	
区収集の利用	○65.1％が区のごみ収集、資源回収を利用 ○事業系シール貼付率は 83.7％ 貼っていない理由： ごみが少量 39.5％ 家庭ごみと一緒に排出 46.9％ 有料であることを知らなかった 4.9％ 	ごみ減量・リサイクルの可能性	○今より減量・リサイクルできると思う事業所は 20.0％ ○減量・リサイクルを進める上での課題がある 分別が手間 17.6％ 資源の量がまとまらない 15.7％ コストがかかる 14.1％ ○情報源は、「資源とごみの分け方・出し方ハンドブック」が最多 資源とごみの分け方・出し方ハンドブック 32.7％ 区ホームページ 28.1％ 事業所向けハンドブック 23.3％ ○正しい分け方や適正処理の方法、法制度に関する情報の提供を求める声が多い 特にほしい情報は無い 33.7％ 正しい分け方や適正処理の方法、法制度に関する情報 36.5％ 資源回収業者、再生処理業者に関する情報 22.5％	廃プラスチックについて	○39.8％の事業所が、廃プラスチックが産業廃棄物に該当することを知らない ○事業所内で発生するペットボトルや弁当ガラはもっと削減できると考える事業所が多い 
	○区収集への排出基準（日量平均 50 kg未満）を厳しくすることへの反対意見は少数 引き下げ反対 13.9％ 必要である・やむを得ない 35.8％				○食品関連事業所の 11.9％が再生業者に委託して食品リサイクルを実施 ○食品ロスは消費・賞味期限切れや食べ残し 消費・賞味期限切れ 50.5％ 食べ残し 45.5％ ○タバスケ等区の実施への参加意向は低い 食べ切りチャレンジ参加希望 6.6％ いたばし×タバスケ参加希望 2.0％
民間委託処理	○42.8％の事業所が民間委託処理している ○排出量は一週間あたり 50 kg未満が 60.0％ なし 0.5％ 50 kg未満 59.5％	区からの情報提供		食品廃棄物について	

（３）組成調査

集積所（家庭）ごみ 組成比率

○厨芥の割合が増加、プラスチックの割合が減少。



食品ロスについて

○集積所家庭ごみの中に混入していた未利用食品（100％残存）

- 1 野菜類、豆類、穀類 47.4%
- 2 菓子類 13.6%
- 3 果実類 12.4%

○フードドライブの認知度は 8.3％

賞味・消費期限区分	割合
期限内	3. 6%
1 週間以内	11. 8%
1 ヶ月以内	18. 3%
1 ヶ月超	21. 3%
不明	45. 0%
合計	100. 0%

排出原単位調査（１家庭から出るごみや資源の量）

	単位:g/人日							全体
	1人	2人以上	2人	3人	4人	5人	6人以上	
世帯数	21	84	36	24	14	8	2	105
可燃ごみ(a)	402.3	259.0	297.2	269.2	197.8	210.2	73.0	287.6
不燃ごみ(b)	15.1	5.6	3.9	8.4	3.7	9.3	0.4	7.5
資源(c)	159.4	105.2	134.3	98.6	48.8	102.4	66.0	116.0
可燃・不燃ごみと資源(a+b+c)	576.8	369.8	435.4	376.2	250.4	321.8	139.4	411.2
可燃ごみと不燃ごみ(a+b)	417.4	264.6	301.0	277.6	201.5	219.5	73.4	295.1

○集積所に出される家庭ごみでは、危険物は以下が検出された。

排出区分	種別	具体例
可燃ごみ	スプレー缶	エアコン洗浄スプレー、防水スプレー、整髪料
	ライター	ガスライター
不燃ごみ	スプレー缶	制汗剤、カラススプレー、ヘヤースプレー、ダニ殺虫剤、殺虫剤、整髪料、保湿剤、育毛剤、消臭剤、日焼け止め、育毛トニック、髪染め、消臭スプレー、防カビ剤、化粧水、シェービングジェル
	ライター	ガスライター
資源	スプレー缶	冷却スプレー、制汗剤、殺虫剤、整髪料、エアコン洗浄スプレー、保湿剤、消臭剤
	燃料缶	ガスボンベ

事業系ごみ 組成比率

○飲食サービス業は厨芥の割合が高い。

項目	中分類	建設業	製造業	卸売業・小売業	不動産業	飲食サービス業	医療・福祉	サービス業	その他	全体
可燃物	紙類	61.3%	38.4%	52.8%	54.0%	13.6%	49.7%	46.6%	57.6%	43.4%
	厨芥	3.5%	11.8%	9.0%	7.9%	62.2%	15.5%	2.6%	8.9%	18.6%
	繊維	1.4%	1.4%	1.3%	0.9%	1.4%	1.1%	1.5%	1.4%	1.4%
	草木	0.9%	13.2%	1.1%	11.1%	2.0%	2.0%	2.1%	1.4%	3.4%
	その他可燃物	6.4%	10.8%	6.4%	2.4%	3.1%	14.6%	16.9%	5.5%	7.9%
	プラスチック類	18.6%	12.6%	20.1%	20.1%	9.2%	14.9%	27.5%	17.9%	17.3%
	ゴム・皮革	0.1%	0.4%	2.9%	0.3%	0.3%	0.2%	0.3%	1.0%	1.2%
	ガラス	0.1%	8.3%	1.6%	2.5%	3.3%		0.5%	2.1%	2.6%
	金属類	6.4%	0.9%	3.9%	0.4%	4.1%	1.3%	0.3%	1.7%	2.9%
	その他不燃物	1.1%	2.2%	0.9%	0.3%	0.5%	0.7%	1.7%	2.6%	1.2%
その他	処理困難物	0.1%		0.1%	0.1%	0.3%				0.1%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

単位:g/人日									
	建設業	製造業	卸売業・小売業	不動産業	飲食サービス業	医療・福祉	サービス業	その他	全体
事業所数	11	17	29	6	9	9	11	10	102
可燃ごみ(a)	230.3	297.4	304.7	184.8	888.1	200.7	417.2	224.7	335.0
不燃ごみ(b)	13.6	13.6	15.8	3.0	17.8	3.4	10.8	13.9	12.8
資源(c)	95.4	108.5	247.5	39.6	166.8	60.9	116.7	146.8	148.1
可燃・不燃ごみと資源(a+b+c)	339.4	419.5	568.0	227.4	1,072.7	265.0	544.8	385.4	496.0
可燃ごみと不燃ごみ(a+b)	244.0	311.0	320.6	187.8	905.9	204.1	428.0	238.6	347.8

5 将来像と基本目標

基本理念	人と環境が共生する循環型都市「エコポリス板橋」の実現 ※板橋区一般廃棄物処理基本計画における一貫した基本理念
達成目標	（１）循環型経済社会の実現（できるだけごみにしない生活・事業活動） （２）循環型廃棄物処理システムの構築（適切、環境配慮型処理）
基本方針	（１）「循環型社会」への「優先順位」を意識した仕組みづくり 循環型社会形成推進基本法における処理の優先順位、[1]発生抑制、[2]再使用、[3]再生利用、[4]熱回収、[5]適正処分 を意識した施策・事業の構築や、周知啓発を実施する。 （２）区民・事業者が「自分ごと化」できる明確な目標設定と指標管理 各施策において可能な限り管理可能な指標を掲げるとともに、区民や事業者が「自分ごと化」しやすくなるよう表現・発信を行う。 （３）区民や事業者が「できることから」行う自律的活動の支援 区民や事業者の実態を把握し、世帯・個人等の属性や行動意欲・能力に応じた活動の支援を行う。 （４）環境負荷を低減する分別収集及び収集・処理の推進 地球温暖化や最終処分場対策に資する分別収集の検討及び、DX 化推進も含めた収集・処理体制の効率化を行う。 （５）「オール板橋」のための一体感を醸成するデザイン、コラボ事業 統一デザインの採用や、企業・団体等とのコラボレーション、またストーリーテリングを活用した広報・事業による連携・協働を推進する。 （６）排出者による適正な費用負担 排出者責任に基づく、事業系ごみ、家庭系ごみそれぞれの適正な費用負担を求めていくことを検討する。
計画目標	KGI（重要目標達成指標）と KPI（重要業績評価指標）については今後検討する。

（１）ごみ処理基本計画

○廃棄物の発生抑制（リデュース）

ごみの減量においては、廃棄物の発生そのものを抑える施策が最も重要であり、区民への適正な購入や消費行動を促すほか、事業者へ過剰包装や使い捨て製品の削減を促す。

○再利用・リサイクルの推進(リユース・リサイクル)

再資源化・リユースを促進し循環型社会形成の要となるリサイクル率の向上を図る。また、区民や事業者の意向を踏まえながら、再資源化・リユースのために新たに回収する品目や、効果的なリユース・リサイクル施策の検討・実施・推進を行う。

○廃棄物の適正処理

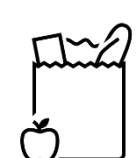
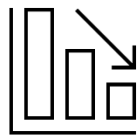
不法投棄・不適正処置の防止とその他の環境への負荷低減に配慮する。また、ごみや資源の種類や量などの状況に応じて適正な収集運搬についての検討を行う。

（２）食品ロス削減推進計画

食品ロス削減の観点から目標を設定し、進捗管理を行う。また、フードシェアリングやフードドライブ等、区民・事業者双方への食品ロスに関する支援策を検討・実施する。

（３）生活排水処理基本計画

生活排水処理の現状を踏まえ、収集運搬・処理処分主体を明記する。



6 ごみ処理基本計画 施策例

1 情報発信・普及啓発計画

情報を「届ける」から、「伝わり、動いてもらい、共につくる」へ

— 板橋発・自分ごとになる啓発へ進化 —

- 1. 多様な区民像（年齢、言語、生活様式）に対応した「伝わる仕組み」へ
紙＋デジタル（SNS、web サイト等）のハイブリッド展開、やさしい日本語・多言語対応の拡充、
行動科学を踏まえた「思い出す」「促す」工夫（例：通知・定期リマインド）
- 2. 「伝える」から「動いてもらう」、区民との共創型情報発信へ
ターゲット別の行動喚起、区民とつくる“ストーリー”（活動の可視化と共有）の展開
- 3. 正しい出し方に「気付ける」仕組みづくり
出し方に迷うもの、処理困難物の適切な排出を支える情報提供

2 発生抑制計画（リデュース）

「もったいない」を、行動へ。

家庭も、事業者も、減らす力を“後押し”する

- 1. 家庭系・事業系別アプローチ
家庭系：水切り、食品管理、コンポスト支援 事業系：飲食店・小売への重点支援
- 2. 行動変容を支える「見える化」と「ナッジ」
デジタルを活用した、成果や望ましい行動の可視化（例：水切り、フードドライブ実績）
- 3. リユースの取組の実施と支援、シェア・サブスクの周知・啓発
フリマ・リユース拠点の支援／周知／回収品の地域内循環、行政主導のリユース品マッチング

3 再生利用促進計画（リユース・リサイクル）

分けるだけじゃ、もったいない。

出し方から、生まれ変わるまでの物語を、“みんなごと”に。

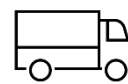
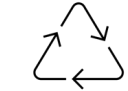
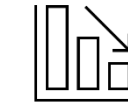
- 1. 品目の拡充と排出ルールのわかりやすさ
拠点回収の柔軟な配置と拡充、排出案内の再構築（紙＋デジタル）
- 2. インセンティブの付与
ポイントを活用した区内経済循環との連動（地域通貨・商店街コラボ）
- 3. 再資源化率の向上と“質の向上”の両立
プラ・紙の分別強化／啓発と協定モデルの拡充

4 収集運搬計画

「安心して出せる」が続けられる社会に。

収集の“これから”は、多様性と強靱性（レジリエンス）の両立へ。

- 1. 多様なニーズに対応する収集方法の柔軟化
高齢者・障がい者世帯等「ごみ出しができない人」に対する支援
- 2. 集積所の環境整備、収集・運搬体制の強化と効率化、環境負荷の低減
DX を活用した集積所管理、収集・運搬体制の最適化
- 3. 時代の変化に対応する収集曜日の設定
ごみ・資源の割合変化、収集の担い手の減少を考慮した収集曜日検討

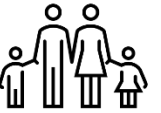


5 適正処理・処分計画

「処理して終わり」から、「未来につなげる処理」へ。

不適正排出の防止と、次世代に備える持続可能な処理体制へ。

- 1. 不法投棄・不適正排出対策の高度化
転入者・外国人等への適正排出支援と啓発の再構築
不適正排出の防止行動の地域連携強化
- 2. 排出者責任の明確化と費用負担の見直し
事業系・粗大ごみ・引っ越し時など、「出す人」の責任明示
負担とサービスのバランス検討（価格・利便性・公平性）
排出抑制への誘導策（リユース回収など）



7 食品ロス削減推進計画 施策例

1 食品ロス削減推進計画

食べ物は、ごみじゃない。

くらし・しくみ・つながりで、「もったいない」を社会の力に。

- 1. 家庭・事業・流通それぞれに対する施策の明確化
家庭系：食べ残し防止／買いすぎ・作りすぎ抑制／食品管理スキルの普及
生活者属性別（単身高齢者、子育て層など）に応じた行動提案型メッセージ
事業系：小売・飲食店での過剰発注・廃棄削減の普及・啓発
フードバンク・フードシェアリングとの業務提携の支援
- 2. 食品ロス量の“見える化”と KPI 導入
家庭・事業ごとの推計モデルの活用（他自治体の先行事例参考）
フードドライブやシェアの成果を量で表示するダッシュボード化
目標例（案）：区内家庭からの食品ロス量を 2035 年までに**〇％削減**
食品ロス削減協力店または削減量増加
- 3. 共感と連携による「もったいない文化」の定着
フードドライブの拠点数増加または提供量増加
若者向けキャンペーン（レシピ動画、もったいない投稿）などの SNS 施策
食育・福祉・防災との連携（ローリングストック支援、こども食堂・福祉連携）



8 生活排水処理基本計画 施策例

1 生活排水処理基本計画

見えない排水が、まちの未来を左右する。

くらしの“あとしまつ”に、環境と備えを。

- ・ 未整備地域へのし尿収集体制維持と効率化

