

経済産業省 産業技術環境局
資源循環経済課 御中

調査報告書

令和4年度補正資源自律に向けた資源循環システム強靱化実証事業委託費
(産官学連携での情報発信の強化によるサーキュラーエコノミー加速化のための調査事業)

2024年3月29日

目次

1. 背景・問題意識	
1.1 資源循環経済を取り巻く環境	4
1.2 我が国におけるこれまでの取組み	5
2. 事業概要	
2.1 本事業の概要・事業内容	7
3. 「サーキュラーパートナーズ」のウェブサイト構築	
3.1 「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のウェブサイト構築報告	9
3.2 分析・調査を通じた効果、抽出した課題	10
3.3 アクセス分析、アンケートの調査結果	11
3.4 次年度に向けた方針案	16
4. 「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のイベント企画・運営	
4.1 ネットワーキングイベント概要	19

4.2 イベント企画・運営における課題点と解決策	20
4.3 分析・調査を通じた効果、抽出した課題	21
4.4 イベント参加者からのアンケート調査結果	22
4.4 次年度に向けた方針案	27
4. 本事業の取りまとめ、次年度のアクションプラン	
4.1 ウェブサイト・イベントのアクションプランサマリ	29

背景・問題意識

サーキュラーエコノミーの実現に当たって、これまでの関係主体に対する情報発信のみでは不十分で、効果的な情報発信体制の構築が課題であった

資源循環経済を取り巻く環境

背景・問題意識

国際 トレンド	■ 欧州において、線形経済から循環経済への移行が先行して進む ■ ISO/TC323におけるサーキュラーエコノミーの標準化に向けた動きの加速化 ■ EUでは、新循環経済アクションプランにおける7つの主要製品における、設計・製造・販売の各段階を横断した資源循環の取り組みが進む	
	経済産業省	環境省
我が国の 取組	■ 2020年5月：循環経済ビジョン2020 ■ 2023年3月：成長志向型の資源自律経済戦略 ■ 2023年9月：資源循環経済小委員会 ■ 2023年11月：CE加速化のための調査分析事業	■ 2023年4月以降「第五次循環型社会形成推進基本計画」の議論を開始
	■ 経済産業省は、2023年9月サーキュラーエコノミーの産官学連携を強化することを目的とし、「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ（サーキュラーパートナーズ）」を設立（環境省は事務局に協力する）	

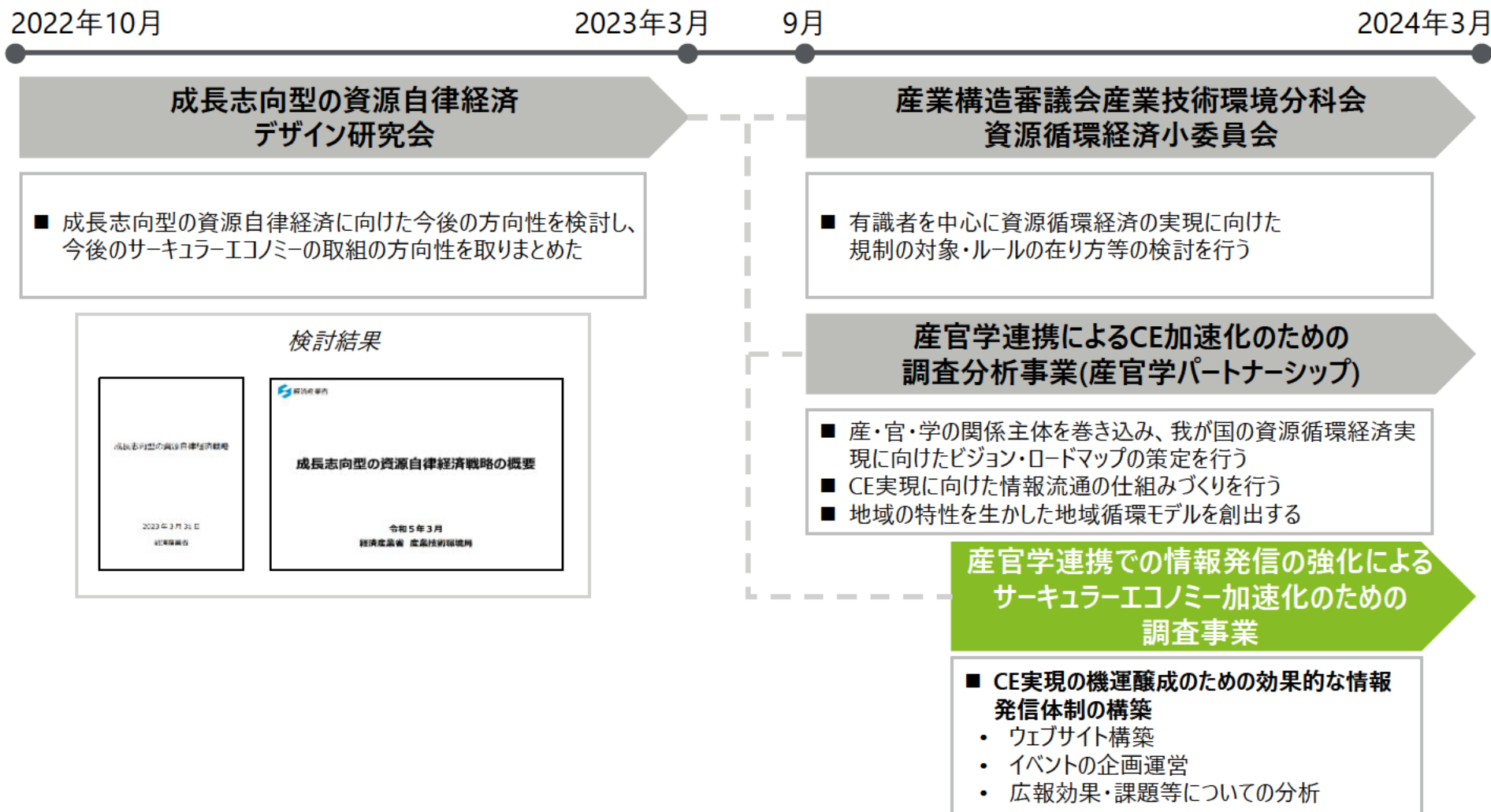
課題認識

- カーボンニュートラルに向けた機運の高まりや、ウクライナ情勢の不安定化による資源エネルギーの供給不安、欧州を中心としたサーキュラーエコノミーへの移行の動きも踏まえれば、今後、資源循環経済政策について、戦略的自律性・戦略的不可欠性を確保しながら経済成長の新たなエンジンとするため、産業政策や経済安全保障の文脈からさらなる拡充や加速化を図ることが急務
- サーキュラーエコノミーの実現に当たっては、関係主体に対する情報発信を強化することで、サーキュラーエコノミー実現の機運を醸成することが重要であるところ、現状の関係主体への情報発信のみでは十分であるとは言えず、効果的な情報発信体制の構築が喫緊の課題

本事業は以前から継続的に行われている経済産業省のサーキュラーエコノミーの取り組みの一部として産官学連携での情報発信の強化に特化した

我が国におけるこれまでの取り組み

背景・問題意識



事業概要

情報発信の強化によるサーキュラーエコノミー加速化のための調査事業では主にウェブサイト構築、イベント企画・運営、課題分析を行った

本事業の概要・事業内容

事業概要

本事業の目的		産官学連携によるサーキュラーエコノミー加速化のため、実際に情報発信を行うことを含む広報を実施し、その効果を測定することで、情報発信における課題等を調査する	
		概要	詳細事業内容
1	「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のウェブサイト構築	サーキュラーパートナーズの事業目的に沿ったウェブサイトの構築	■ サイトデザイン・設計、構築 ■ ウェブサイト掲載用のコンテンツ作成・収集 ■ 新規コンテンツ（インタビュー動画）の作成 ■ 既存のコンテンツを収集、サイトへ掲載 ■ サーキュラーエコノミーおよびサーキュラーパートナーズに関する説明資料を日本語と英語で作成 ■ サイト運用の検討・実行
2	「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のイベント企画・運営	サーキュラーパートナーズの会員用ネットワークイベントの企画・運営	■ イベントの目的・想定効果の設計 ■ イベント開催の準備 ■ 開催当日の運営
3	広報効果・課題等についての分析、報告書の取りまとめ	次年度に向けた示唆を得るためにウェブサイトとイベントに関する事後調査を実施	■ ウェブサイトのアクセス結果の分析 ■ ウェブサイト・イベントのアンケート調査 ■ 調査結果の分析

「サーキュラーエコノミーに関する産官学の パートナーシップ」のウェブサイト構築事 業

貴省協力のもと、複数チームによるAgile開発を実施し、1.5か月の短期間で 会員ポータルサイトおよび顧客管理システムの導入を完了した

「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のウェブサイト構築報告

「サーキュラーパートナーズ」のウェブサイト構築

■構築済ウェブサイト (<https://www.cps.go.jp>)

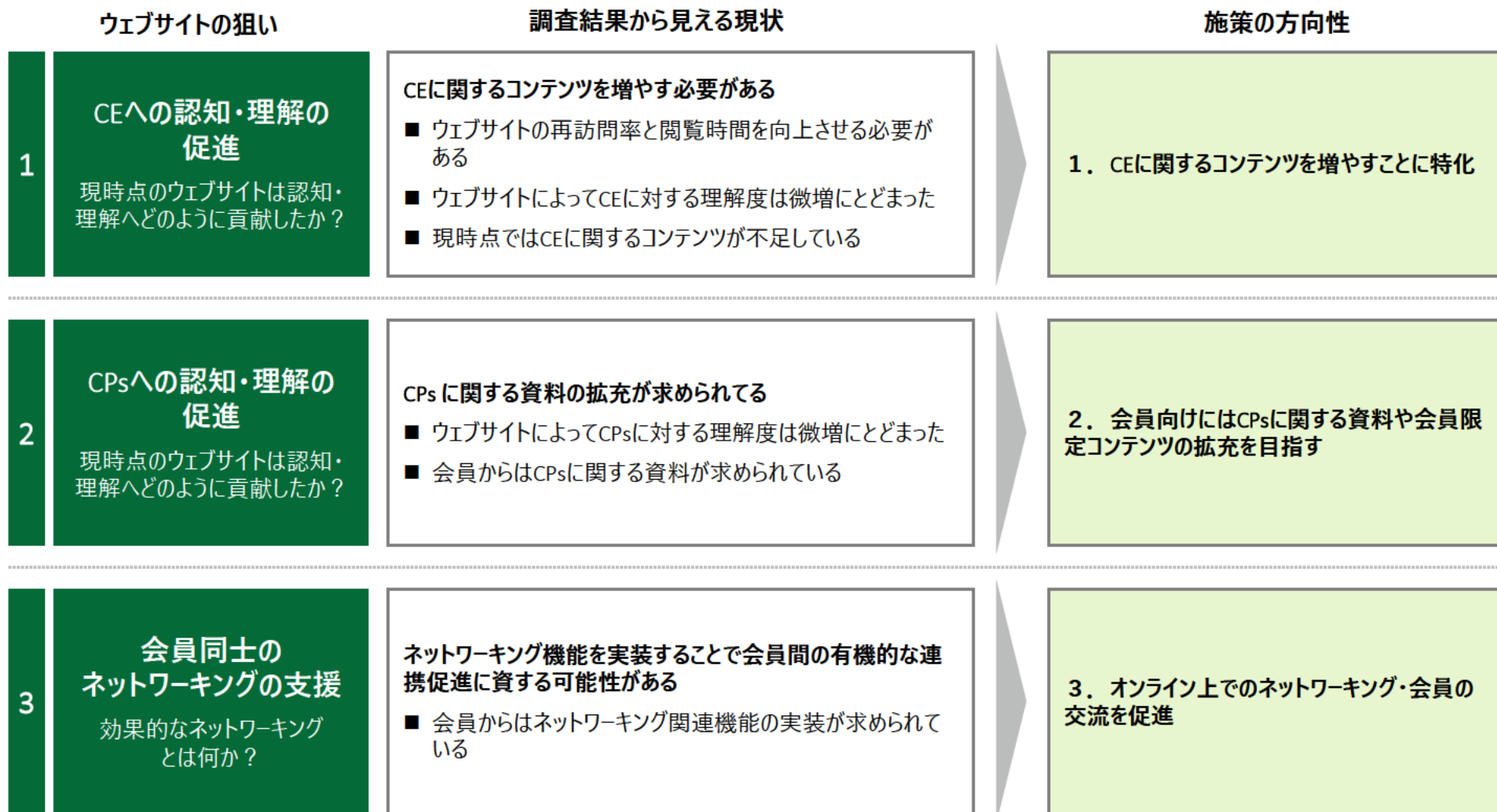


■構築概要

構築対象	公開サイト	サーキュラーパートナーズおよびサーキュラーエコノミーに関する情報の発信および新規参画会員募集のために以下のページ・機能を構築 ・固定ページ：TOP/ABOUT/JOIN US/サイトポリシー等 ・動的ページ：NEWS/ARTICLES一覧、NEWS/ARTICLES詳細、会員一覧等 ・問い合わせ機能
	会員限定サイト	会員向けのコンテンツとして以下のページを構築 ・会員限定記事 ・会員マイページ
	顧客管理システム (CRM)	会員、会員窓口、問い合わせ、会員情報（公開用）等、将来的な機能拡張を踏まえた情報管理設計を実施
利用システム		サイト：Salesforce Experience Cloud CRM：Salesforce Service Cloud
構築工数		期間：1.5か月 人月：6人月
工夫したポイント		➤ 3月中旬のイベント実施前公開を実現するために、Function/Design/Developmentの3チームでScrum型のAgile開発を実施し、1.5か月の短期間で構築 ➤ 事務局の運用負荷を抑えるために、会員情報のセルフメンテナンス機能を構築 ➤ 不正アクセス等のセキュリティリスクを抑えるために、Salesforce社による強固なセキュリティフレームワークに基づく会員サイト構築およびログ監視

今後のウェブサイト構築の課題は、コンテンツの拡充、およびネットワーキング機能の実装である

分析・調査を通じた効果、抽出した課題 「サーキュラーパートナーズ」のウェブサイト構築

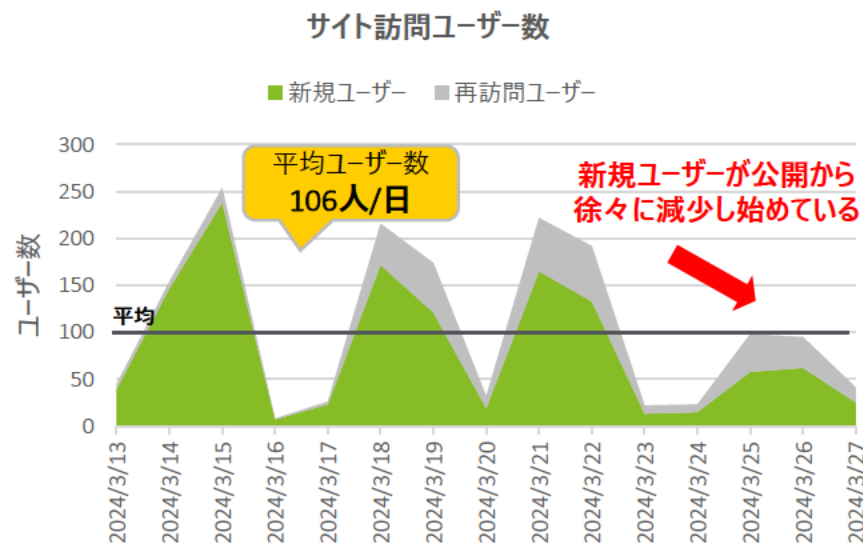


ウェブサイトの使い勝手向上にはまずコンテンツを増やす必要がある

アクセス分析、アンケートの調査結果 「サーキュラーパートナーズ」のウェブサイト構築

現状① アクセス数が減る傾向が見え始めている

ウェブサイト公開後からアクセス数は毎日一定の量を得られているが、新規ユーザーが閲覧数のほとんどを占めている。新規ユーザーの減少傾向がみられる



現状② サイトを長く観る・複数回観るユーザーは少ない

サイトへ複数回アクセスする会員は少なく、滞在時間も短い。リピーターを増やすには定期的にサイトを見る理由を作る必要がある

サーキュラーパートナーズの公式サイトを閲覧された回数を教えてください。



ほとんどの会員は1～3回のみ閲覧



次年度への示唆：今後も新規ユーザーを継続的に増やすことは難しいため、サイトの再訪問率と閲覧時間を向上させる必要がある

ウェブサイトによってCEに対する理解度は少し上がったが、コンテンツによって更に改善できる可能性がある

目的

CEへの認知・理解の促進

CPSへの認知・理解の促進

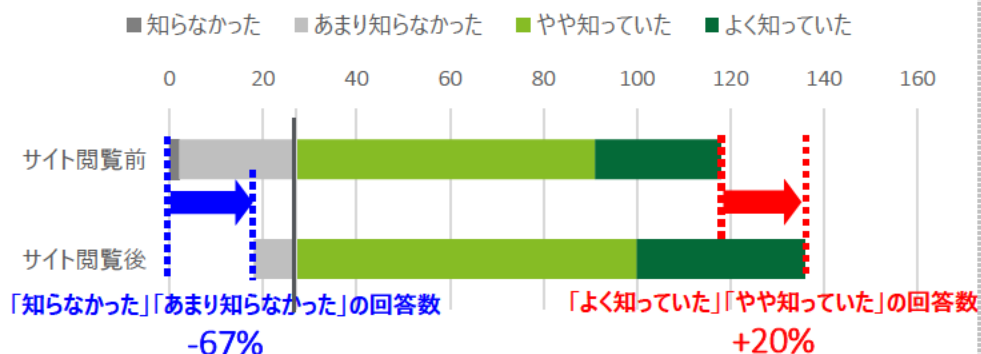
会員同士ネットワーキングの支援

アクセス分析、アンケートの調査結果 「サーキュラーパートナーズ」のウェブサイト構築

現状① ウェブサイトによってCEに対する理解度は微増にとどまった

サイト閲覧前と後では「やや知っていた」と「よく知っていた」の回答数が増えたが、あまり大幅には上がっていないため、改善余地があると考えられる

公式サイトを見る前と見た後のサーキュラーエコノミーに対する理解度を4段階で教えてください。



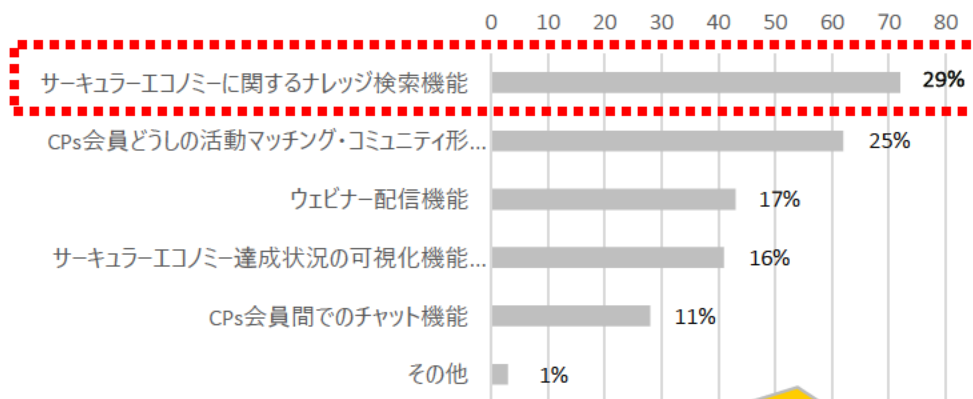
サイトコンテンツ	一般公開	会員限定
CEについて	概要説明	
CPSについて	ARTICLES NEWS 概要説明 参画会員一覧	ARTICLES

理解度が微増にとどまった理由として、理解度を向上させるためのコンテンツが不足していると考えられる

現状② 現時点ではCEに関するコンテンツが不足している

今後ほしい機能として最も多かった回答はCEに関するナレッジ検索機能であった

今後、サーキュラーパートナーズの公式サイトに今後ほしいと思う機能を以下の中から当てはまるものをすべてお選びください。



求めるナレッジの内容は、CEの実現に向けた取組事例(25%回答)、CEに関する研究紹介(21%回答)、専門家へのインタビュー(15%回答)の順に多かった

次年度への示唆：CEに関するコンテンツを増やす必要がある

CPsに対する理解度も微増にとどまり、こちらもコンテンツによって更に改善できる可能性がある

目的

CEへの認知・理解の促進

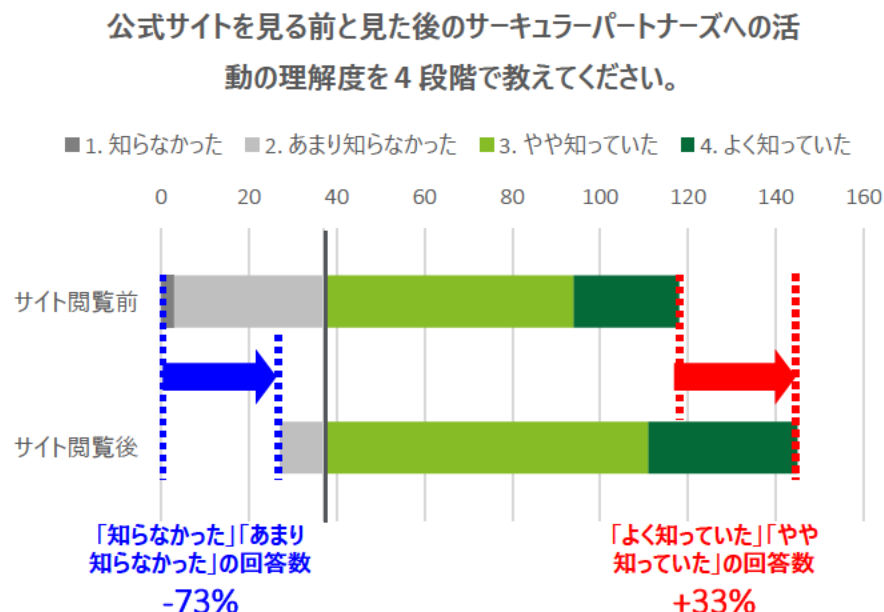
CPSへの認知・理解の促進

会員同士ネットワーキングの支援

アクセス分析、アンケートの調査結果 「サーキュラーパートナーズ」のウェブサイト構築

現状① ウェブサイトによってCPsに対する理解度は微増にとどまった

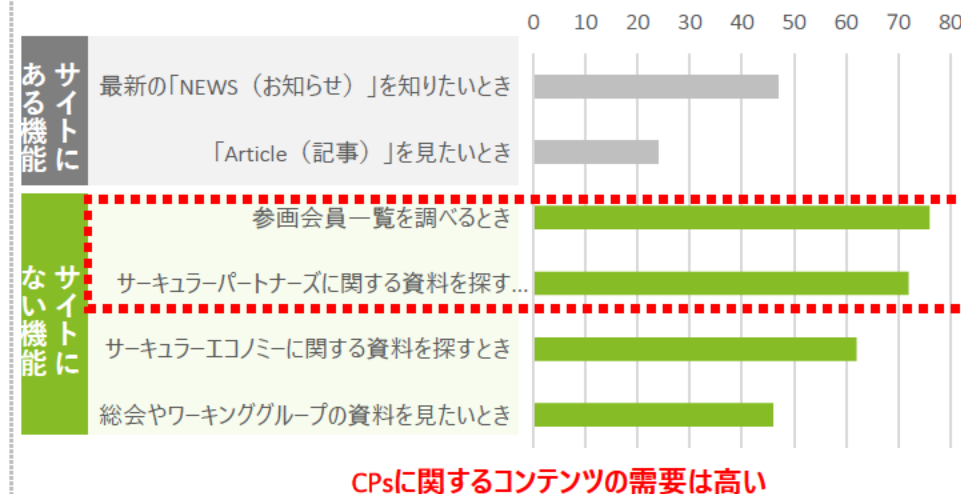
サイト閲覧前と後では「やや知っていた」と「よく知っていた」の回答数が増えたが、あまり大幅には上がっていないため、改善余地があると考えられる



現状② 会員からはCPsに関する資料が求められている

参画会員に関する情報や過去の資料の格納が会員のサイト訪問のきっかけとなる可能性が高い

今後、サーキュラーパートナーズの公式サイトにはどのような場面で訪れることが考えられますか。



次年度への示唆：CPsに関する資料の拡充が求められてる

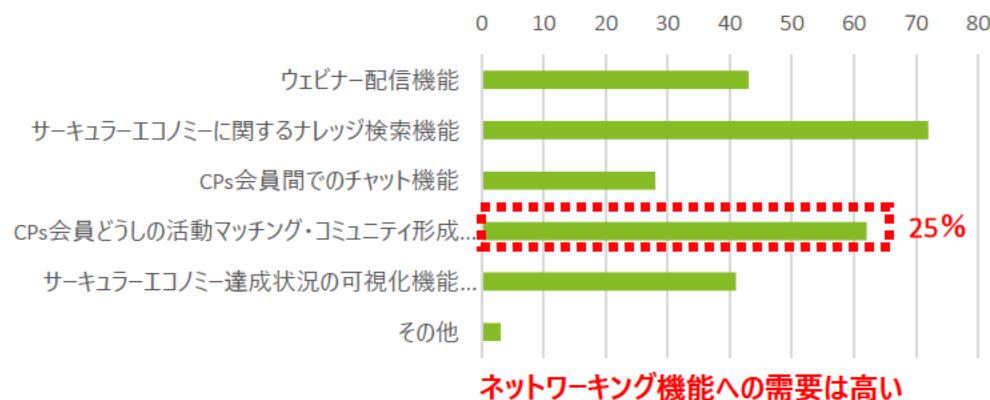
会員からはネットワーキング関連機能の実装が求められている

アクセス分析、アンケートの調査結果 「サーキュラーパートナーズ」のウェブサイト構築

現状① ネットワーキング関連機能は会員から需要が見られる

会員数が増えているにもかかわらず、会員のイベント参加者数と参加率が12月から大幅に向上している

今後、サーキュラーパートナーズの公式サイトに今後ほしいと思う機能を
以下の中から当てはまるものをすべてお選びください。



次年度への示唆：ネットワーキング機能を実装することで、会員間の有機的な連携促進に資する可能性がある

今後のウェブサイト構築の課題は、コンテンツの拡充、およびネットワーキング機能の実装である

P15の再掲

分析・調査を通じた効果、抽出した課題 「サーキュラーパートナーズ」のウェブサイト構築



コンテンツ・機能を含め、施策の方向性をもとに考えられる施策は以下の通り

次年度以降に向けた方針案

「サーキュラーパートナーズ」のウェブサイト構築

施策の方向性	施策概要	想定機能の例
1. CEに関するコンテンツを増やすことに特化	<u>資料のライブラリー化・充実</u> - これまでのCE関連資料を集め、サイトを充実化 - 会員からもナレッジの提供を求め、コンテンツを効率的に増加	- CE事例発信 - CE達成状況ダッシュボード
	<u>サーキュラーエコノミーの現状をビジュアライズ</u> 常に更新されるコンテンツで再訪問率・サイト閲覧時間向上	
2. 会員向けにはCPsに関する資料や会員限定コンテンツの拡充を目指す	<u>サーキュラーエコノミー学習コンテンツ構築</u> - 企業・団体内で展開できるe-learningでサイトコンテンツの拡散を狙う - 学習コンテンツで再訪問率・サイト閲覧時間向上	- 会員アセット・ナレッジ登録・検索 - e-learning - Webinar機能
	<u>CPsサイトでの会員ナレッジの発信・マッチング</u> - 会員によるナレッジ登録・検索 ※ 将来的にはAI等も用いたナレッジやコミュニティのマッチング・レコメンドも必要（ゆくゆく大量となるナレッジ等においては単純な検索ではマッチングが難しい）	
3. オンライン上でのネットワーキング・会員の交流を促進	<u>CPsサイト上でのイベント登録・管理</u>	イベント管理機能
	<u>CPsサイトでの会員間コミュニケーション</u> - 会員（産官学）の活動マッチング⇒コミュニティ形成＋コミュニティ内コミュニケーション（活動募集登録、等） - KOL（キーオピニオンリーダー）による情報発信＋会員コメント	- 会員間コミュニケーション - 活動マッチング/コミュニティ形成 - KOLによる情報発信＋コメント

今回の構築した機能が基盤となり、今後の機能拡張を支える

ウェブサイトの機能高めるための活動

「サーキュラーパートナーズ」のウェブサイト構築

2024年度

2025年度～

サーキュラーパートナーズ公式
サイトの立ち上げ

コンテンツ・機能の構築

サイトの位置づけ：
CEとCPsに関する情報発信の基盤

サイトの位置づけ：
CE関連の取組や会員のオフラインでの
交流を支援するツール

今年度実装済機能：

次年度以降拡張予定機能：

一般公開

CEに関するコンテンツを増やすこ
とに特化

- ARTICLE記事・NEWS記事投稿
- 基礎説明資料ダウンロード

- CE事例発信
- CE達成状況ダッシュボード

会員向け

会員向けにはCPsに関する資料
や会員限定コンテンツの拡充を
目指す

- マイページ関連機能
- ユーザー管理機能

- KX・情報交換
- 会員アセット・ナレッジ登録・検索
- e-learning
- Webinar機能

会員向け

オンライン上でのネットワーキン
グ・会員の交流を促進

- -

- イベント管理機能
- 会員間コミュニケーション
- 活動マッチング/コミュニティ形成
- KOLによる情報発信+コメント

「サーキュラーエコノミーに関する産官学の パートナーシップ」のイベント企画・運営

3月21日にサーキュラーパートナーズの会員向けネットワーキングイベントを開催した

ネットワーキングイベント概要

「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のイベント企画・運営

サーキュラーパートナーズ（CPs）第1回ネットワーキングイベント

日時：2024年3月21日（木）14:00-16:30 開場13:30

会場：東京ポートシティ竹芝 ポートホール（東京都港区海岸1-7-1 東京ポートシティ竹芝 オフィスタワー1F）

プログラム：

第1部：パネルディスカッション（オンライン配信あり）

パネルディスカッション登壇者：

栗生木 千佳氏 公益財団法人地球環境戦略研究機関 持続可能な消費と生産領域 主任
研究員

張田 真氏 ハリタ金属株式会社 代表取締役社長

馬奈木 俊介氏 九州大学大学院工学研究院環境社会部門 主幹教授 総長補佐
都市研究センター センター長

司会：政井 マヤ氏 フリーアナウンサー

第2部：テーブルディスカッション（オンライン配信なし）

設定したテーマに沿って各テーブル（会員6名）でディスカッションいただいた

事前申込数 : 269件

※（申込期間：3月4日～3月15日）

※現地参加申込み（1会員あたり最大3名）

前日時点来場予定者：165名

現地参加 : 173名

オンライン参加 : 140名

※事前登録無し来場者含む

※オンライン配信用リンクは社内へ送付可

YouTubeリアルタイム視聴者数：約150名

本イベントは多くの会員の方に、現地参加／オンライン配信による参加いただき盛況であった

イベント企画・運営における課題点と解決策

「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のイベント企画・運営

フェーズ	内容	課題点	解決策・検討プラン
事前準備	パネルディスカッション	登壇者の選定に時間を要し、開催案内の連絡が遅れる影響が発生した	コンテンツ検討、準備の時間確保のため、会場選定と同時に登壇者の選定、声掛け、確定のタイミングを早める
	開催案内	上記に伴って会員への開催案内が遅れたため、開催までの日程が短期間になり、また開催が年度末であったことが集客に影響を与えたと思われる	Webサイトの会員向け告知機能を活用して、開催案内、日程告知だけは先行して実施する
	申込受付	Formsの仕様の関係で申込完了の連絡ができず、申込が完了していないにも関わらず、申込したとの認識で来場される会員の方がいた	Webサイトの会員管理機能とともにイーコス、イーベ！などのイベント管理ツールの使用も検討
	メール配信	一般のメーラーソフトを使用してBCCにて配信したため、メール不着が生じた	Webサイトの会員管理機能とともにイーコス、イーベ！などのイベント管理ツールの使用も検討
	ネットワーキングの方式/コンテンツ決定	ピッチ形式の決定までに時間を要したこと、追加で展示コーナー設置も行ったが事前準備時間はあまり余裕がなかった	今回の経験を踏まえて次回はネットワーキングの方式、盛り上げ施策を検討する
当日	受付	当日は2窓口を用意していたが、開場後、開会15分前ごろに来訪が集中。来場者による列が会場外にまでできたため、名簿による確認を後回しにし、入場を優先した。 また、現地参加を申込んでいない方や来場者の変更などに柔軟に対応しきれない場面があった	Webサイトの会員管理機能とともにイーコス、イーベ！などのイベント管理ツールの使用も検討 今後の会員増、イベント回数増も踏まえるとQRコードなどデジタルツールなどを活用した受付作業の省力化、簡素化
	パネルディスカッション	パネルディスカッションという形式であったが、登壇者が個別に話すことが多く、登壇者同士でお互いに意見・コメントする機会がなかった	質問を絞って、フリートークパートを設定するなどによりその場にしかない面白さ、興味を引くコンテンツを創出する
事後	Webサイト掲載許諾	事前にWebサイト記事になることを会員に伝えていなかったため、掲載できる写真が限定的になった	イベント時にスクリーンでお知らせする、申込時にチェックを加える

今後の課題は幅広いニーズに合わせたイベントを企画し、企業以外の組織にも参加していただくことである

分析・調査を通じた効果、抽出した課題

「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のイベント企画・運営



第1回ネットワーキングイベントは参加者からの満足度が高かった

イベント参加者からのアンケート調査結果

「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のイベント企画・運営

現状① 今回のイベント参加者は会員の44%ほどであった

会員数が増えたことを受け、参加した会員の割合は前回のイベントよりも下がった

「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」 第一回総会（12月22日開催）

会員数	登録者数	参加者数	参加者/ 合計会員数
310	247	234	75.4%

サーキュラーパートナーズ 第1回ネットワーキングイベント（3月21日開催）

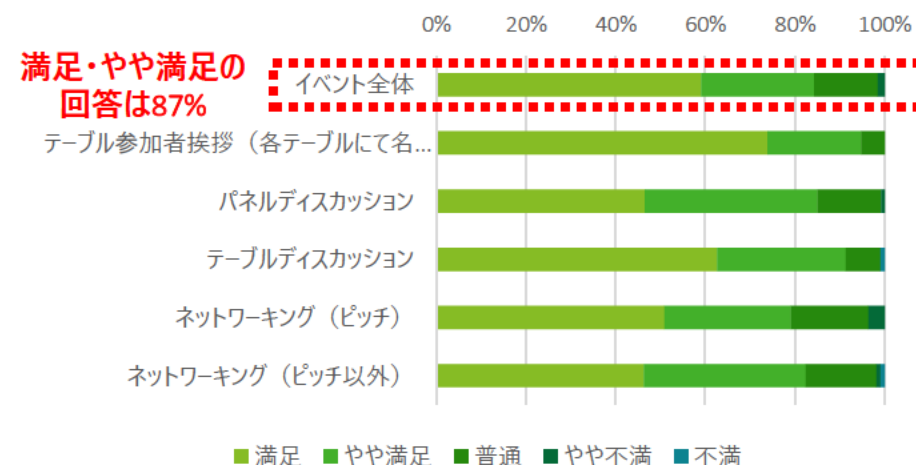
会員数	登録者数	参加者数	参加者/ 合計会員数
393	165	173	44.0%

前回から
参加%
-31%

現状② イベントに参加した会員の満足度は全体的に高かった

イベント全体及び各プログラムで満足とやや満足の回答が多かった

イベント全体および各プログラムの満足度を教えてください。



参加した会員からは満足度が高かった

他の企業とのネットワーク形成を求め、企業・業界団体から多くの方がイベントに参加

目的

イベント参加者の満足度向上

CEへの認知・理解の促進

会員同士のネットワーキングの支援

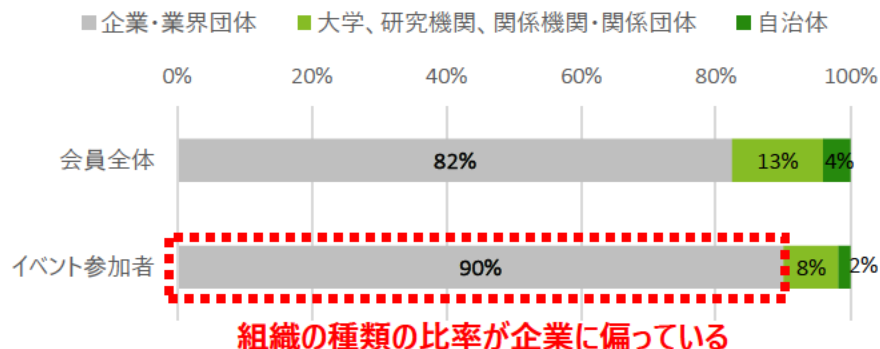
イベント参加者からのアンケート調査結果

「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のイベント企画・運営

現状③ 今回のイベントは企業からの参加が多かった

会員全体の比率に比べ、イベント参加者には企業が多く、大学や自治体の参加は少ない

会員組織の種類



	会員全体	イベント参加者	参加%
企業・業界団体	324	154	48%
大学、研究機関、関係機関・関係団体	53	14	26%
自治体	16	3	19%

企業以外の参加を促すことが課題

現状④ 企業・業界団体からの参加者は、他の企業・業界団体とのネットワーク形成を望んでいる

企業は他の企業とネットワーキングを求めているが、他の組織は企業以外の組織ともネットワーキングすることを求めている

今後機会があれば交流を深めたいステークホルダーについて教えてください。

	企業	関係機関・関係団体	業界団体	自治体	研究機関	大学
CPs会員 (企業・業界団体)	39%	40%	17%	22%	33%	25%
CPs会員 (自治体)	24%	20%	42%	22%	0%	25%
ガバニングボードメンバー・WG委員	15%	14%	8%	22%	33%	25%
CPs会員 (大学、研究機関、関係機関・関係団体)	23%	26%	33%	33%	33%	25%

企業以外の組織の方は
企業はもちろん、自治体や大学、研究機関、関係機関・関係団体と交流を深めたいと考える

次年度への示唆：企業・業界団体以外の組織の会員の参加を促し、業界団体×自治体や自治体×大学、研究機関、関係機関・関係団体のような多様なネットワーキングの形成

今回のイベントによりCEへの理解度は上がったが、今後より会員の理解度を向上させるためには異なるCEへの理解度に対応する必要がある

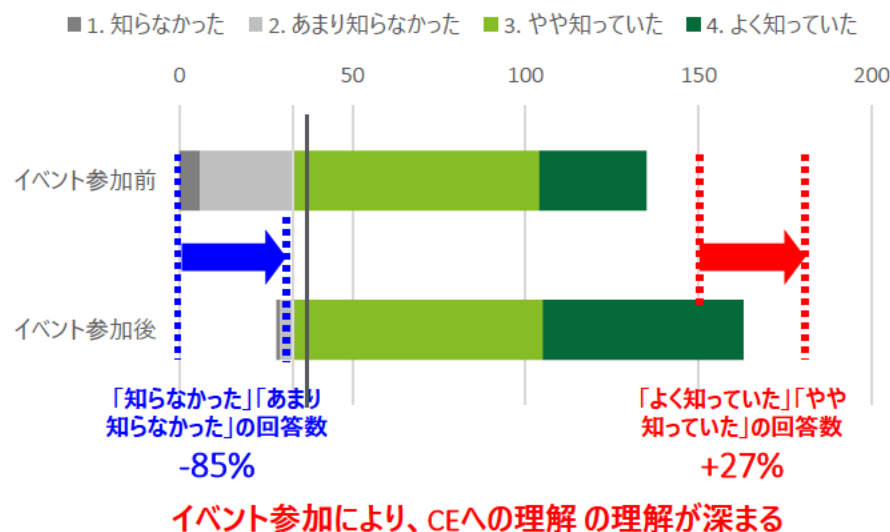
イベント参加者からのアンケート調査結果

「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のイベント企画・運営

現状① イベント参加によってCEに対する理解度が上がった

サーキュラーエコノミーの活動を「知らなかった」「あまり知らなかった」が大きく減少

イベントに参加する前と参加後のサーキュラーエコノミーの活動の理解度を4段階で教えてください。



現状② 企業と企業以外の組織でCEへの理解度が異なる

イベント前は企業以外の組織より企業の方が理解度が低い
イベント参加により企業・企業以外の組織ともに理解度が向上

イベントに参加する前と参加後のサーキュラーパートナーズへの活動の理解度を4段階で教えてください。

		イベント後			
		知らなかった	あまり知らなかった	やや知っていた	よく知っていた
企業	知らなかった	1%	1%	3%	0%
	あまり知らなかった	0%	3%	16%	4%
	やや知っていた	0%	0%	35%	16%
	よく知っていた	0%	0%	0%	22%
		理解度が下がった			
		理解度が上がった 40%			
		イベント後			
		知らなかった	あまり知らなかった	やや知っていた	よく知っていた
企業以外の組織	知らなかった	0%	0%	4%	0%
	あまり知らなかった	0%	0%	8%	0%
	やや知っていた	0%	0%	40%	20%
	よく知っていた	0%	0%	0%	28%
		理解度が下がった			
		理解度が上がった 32%			

次年度への示唆：CEへの理解度に応じたイベントを企画する必要がある

今回のイベントによって会員同士のネットワーキングをファシリテーションすることに成功した

目的

イベント参加者の満足度向上

CEへの認知・理解の促進

会員同士のネットワーキングの支援

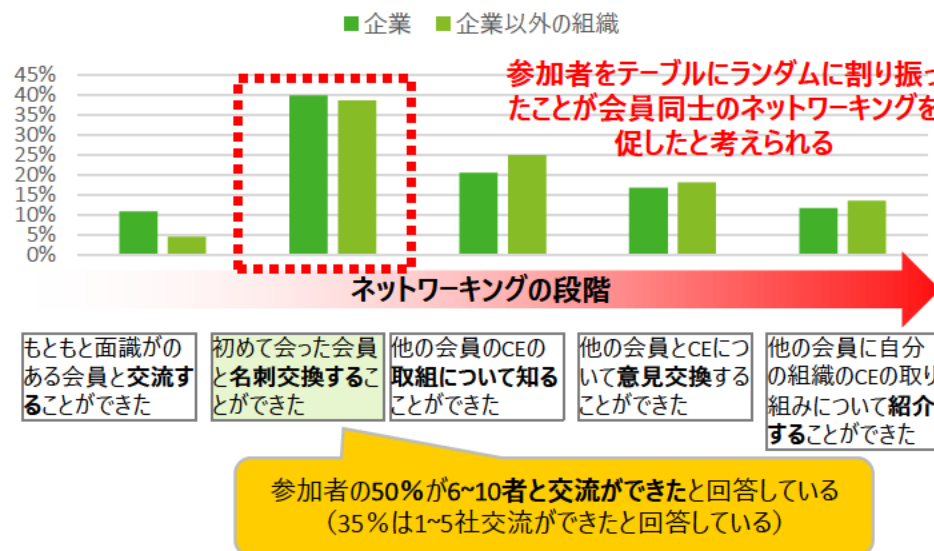
イベント参加者からのアンケート調査結果

「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のイベント企画・運営

現状① 会員同士のネットワーキングを形成することに成功した

今回のイベントは面識のない会員同士の交流のきっかけとなり、多くの会員が初めて会った会員と名刺交換することができた

今回のイベントを通じてCPs会員と交流をどの程度深めることができましたか。



現状② ネットワーキングの段階では、さらに上位を目指せると考えられる

会員同士の交流への需要はあるが、企業以外の組織が求めるネットワーキングは名刺交換以上のものの可能性が高い

今後CPs会員を対象としたイベントを開催する場合、どのようなプログラムを希望しますか。当てはまるものをお選びください。

	企業	企業以外
CPs会員以外の事業者や自治体等のサーキュラーエコノミーの事例や取り組みについて学ぶ	18%	16%
CPs会員以外の有識者による講演やCEに関する取組事例紹介	8%	14%
会員同士のネットワーキング	21%	18%
会員同士でのサーキュラーエコノミーの推進・実現についての議論	18%	22%
CPs会員によるサーキュラーエコノミーに関する自社の取組事例、成果、課題等の共有	19%	17%
CPs会員同士での取組が始まるきっかけとなるマッチングイベント	16%	13%

CPs会員以外との交流より
CPs会員間の交流を求めている
ことが分かる

次年度への示唆：名刺交換より深い交流を促すイベントのプログラム企画

今後の課題は、企業・業界団体以外の組織からの参加者増加と、名刺交換以上の深い交流の実現

分析・調査を通じた効果、抽出した課題

「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のイベント企画・運営

イベントの狙い

調査結果から見える現状

施策の方向性

1

イベント参加者の満足度向上

今回のKPIに対してどれほど達成できたか？

イベント参加者の満足度は高かったが、より満足度を向上させるにはイベントに参加する会員数の拡大、特に企業・業界団体以外からの参加が重要

- 大学や自治体など、企業以外の組織にもご参加いただけるようなイベントを企画する必要がある

1. 企業・業界団体以外の組織からの参加者が増加するイベントテーマの企画

2

CEの認知・理解の促進

今回のイベントを通して会員はどのような理解を得たか？

イベント参加によりCEへの理解度が向上

- 理解度に応じて参加したくなる／参加しやすいイベント企画を用意することで更なる認知・理解促進の可能性

2. 理解度の高い会員向け／理解度の低い会員向けのイベント・参加方法を準備

3

会員同士のネットワーキングの支援

今回のイベントで会員はどのようにネットワーキングを行っていたか？

多くの会員と交流することができた

- 参加者をテーブルにランダムに割り振ったことが会員同士のネットワーキングを促したと考えられる
- 交流は名刺交換どまりのケースが多いが、さらに上位を目指す

3. 名刺交換以上の交流を実現するイベントコンテンツの準備

次年度のイベントでは、CPs会員どうしの交流を基本としつつ、イベントテーマや開催地など会員の参加しやすさを向上させ、「創発」を促す企画を準備することを提案

次年度以降に向けた方針案

「サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ」のイベント企画・運営

■ 今回のイベントは、会員同士がつながる機会の提供という観点で、満足度、参加率ともに高かった

■ イベントに参加した会員は、CPs会員同士のネットワーキング・CEの推進・実現に向けた議論、CPs会員によるCEに関する自社の取組事例共有を望んでいる

→ 来年度はネットワーキング機会を提供しつつも、CPs会員同士のつながりを価値に変えていく仕組みや機会を作る

施策の 方向性	1. 企業・業界団体以外の組織からの参加者が増加するイベントテーマの企画				2. 理解度の高い会員向け／理解度の低い会員向けのイベント・参加方法を準備				3. 名刺交換以上の交流を実現するイベントコンテンツの準備			
	① テーマ別・エリア別分科会				② アイデア創発・事業化促進				③ 現地視察ツアー			
施策例	① テーマ別・エリア別分科会				② アイデア創発・事業化促進				③ 現地視察ツアー			
概要	■ テーマを設定し、少人数制（15-30名）でディスカッションやワークショップを行うイベント ■ 東京以外の重点エリアを対象とした地域循環を促進する役割も ■ 2か月に1回、全6回程度地方開催も				■ ビジネス化、コラボレーションを促進するため、CEに関わるビジネスアイデアの募集や、ビジネスマッチングを行う募集型コンテンツをWebで展開し、イベントで結果発表やビジネスマッチングを実施する ■ 年1回の開催				■ 先進取組み自治体などで行われているCEの現場を実際に見学し、現場の関係者の話を聞くなど、有償で参加できる研修型ツアーの開催 ■ 年1回の開催			
施策の 方向性 との 繋がり	大学や自治体の専門テーマに合わせることで企業以外の組織が貢献する機会を作る				CEに対する理解度が高く、既にCE関連活動に取り組んでいる企業のためにはビジネスを発展させるようなイベントを企画				CEに対する理解度があまり高くない組織でも情報収集から始められる機会を企画			
									継続的に関係を構築させるためには今回と同様のイベントを定期的なものにし、会員が一定の頻度で自由に交流することを可能にする			

本事業の取りまとめ、 次年度のアクションプラン

本事業で明らかになった課題に対する施策は以下の通り

ウェブサイト・イベントのアクションプランサマリ

本事業の取りまとめ、次年度のアクションプラン

施策の方向性		上期実施施策	下期以降実施施策
ウェブサイト	1. 一般向けのサイトはCEに関するコンテンツを増やすことに特化	資料のライブラリ化・充実 取組事例などコンテンツを充実	サーキュラーエコノミーの現状をビジュアライズ CE達成状況ダッシュボードのような常に更新されるコンテンツで再訪問率・サイト閲覧時間向上
	2. 会員向けのサイトは会員の役に立つ資料や情報のアーカイブを目指す	会員によるナレッジ登録・検索 会員自身によるナレッジ・アセットの登録と検索と可能とする	サーキュラーエコノミー学習コンテンツ構築 動画など学習コンテンツを提供、理解促進を目指す
	3. オンライン上でのネットワーキング・会員の交流を促進	イベント管理機能（会員によるイベント登録） 会員間コミュニケーション機能（チャットなど）	会員の活動マッチング⇒コミュニティ形成＋コミュニティ内コミュニケーション（発展） 交流を深めるグループを見つけ、交流いただく KOL（キーオピニオンリーダー）による情報発信＋会員コメントによるディスカッション
イベント	1. 企業以外の組織が議論に貢献しやすいイベントテーマの企画	テーマ別・エリア別分科会 これまでのイベントとは違い、少人数制（15-30名）でディスカッションを行う	
	2. CEへの取組や理解度に合わせた幅広い参加方法の用意	アイデア創発・事業化促進 CEの理解度が高い会員向けにビジネス化、コラボレーションを促進するため、ワークショップを行う	現地視察ツアー CEについてまだ理解を深めている会員向けに議論よりも情報を得ることを目的としたイベントも開催
	3. ネットワーキングイベントの継続的な開催による会員同士の関係構築		全体ネットワーキング 今回同様の全会員を対象としたネットワーキングを中心としたイベント