

リデュース・リユースに関する取組状況(追加資料)

【リデュースの推進について】

1. 環境配慮設計に関する表彰制度(日本パッケージングコンテストについて)
2. 容器包装の機能伝達による消費者意識変化の例
3. ISO 18600シリーズの概要
4. 容り法に基づく小売業事業者に係る定期報告制度の分析
5. 循環型社会形成に関する世論調査(平成26年6月調査)
6. 可燃ごみ・混合ごみ有料化を行っている市町村の割合と都道府県ごとの生活系ごみ発生量(1人1日当たり)
7. 住民1人1日当たりの生活系ごみ排出量の都道府県別の状況

【リユースの推進について】

1. 平成25年度びんリユースシステム構築推進事業(環境省)
2. 「我が国におけるびんリユースシステムの在り方に関する検討会(環境省)」における主な意見
3. 地域におけるリユース食器の導入先進事例

【リデュースの推進について】

1. 環境配慮設計に関する表彰制度(日本パッケージングコンテストについて)

本表彰は、我が国の生活文化に優れたパッケージとその技術の開発促進、普及啓発に資することを目的として、昭和54年から(公社)日本包装技術協会が実施。表彰者の選定は、学識経験者、消費者団体、業界団体、経産省等で構成された審査委員会(委員長:門屋卓神奈川大学顧問)を開催し、以下の各賞のほか日本商工会議所会頭賞等を決定。

- ・経済産業大臣賞:包装として総合的に優れており、特に省資源、環境への配慮が最も優れているもの
- ・経済産業省産業技術環境局長賞:容器包装廃棄物の排出抑制の努力が最も優れているもの
- ・経済産業省製造産業局長賞:包装の適正化への努力が最も優れているもの

平成26年度の表彰案件

経済産業大臣賞

「明治ブルガリアのむヨーグルト900g、480g」
((株)明治・日本テトラパック(株))



産業技術環境局長賞

「アタック高浸透リセットパワーつめかえパック」
花王(株)・凸版印刷(株)



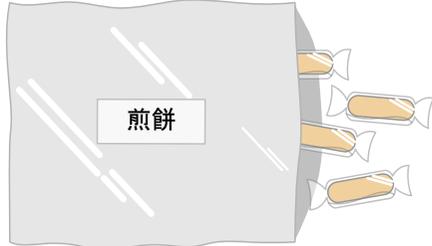
製造産業局長賞

「ワイン6本入り輸送箱」
コムパックシステム(株)

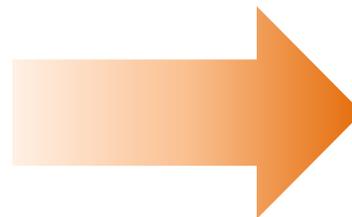


2. 容器包装の機能伝達による消費者意識変化の例①

- 一般消費者から過剰包装と思う商品の投稿を受け付け、容器包装設計の専門家のコメントを付した上で改めて過剰包装か聞いたところ、以下のとおり変化がみられた。

	<p>< 専門家のコメント ></p> <ul style="list-style-type: none"> この種のお菓子では、消費者の食べ方のパターンが様々です。大人数では“一度に食べてしまう”ので、“<u>個包装（ひとつひとつの包装）は</u>いらない“というご意見が多く、<u>一人で時間をかけて食べる場合は“湿けたり、油焼け（酸化）するので個々に包装して”</u>という御要望が多数派です。最近では、一人で食べる人が多くなっているようです。 品質保持の観点からみると、外装（大袋）に、酸素バリア性（酸化防止）機能を持たせて、いったん開けても、クリップなどで再封すれば、個々の菓子は酸化しないように工夫されています。
<p>< 投稿者のコメント ></p> <ul style="list-style-type: none"> 好きでよく買いますが、包み紙がいない 	

一回目			
総数	過剰だと思う	どちらとも言えない	過剰だと思わない
66	27.3%	45.5%	27.3%
<ul style="list-style-type: none"> 包装パターンに2つある 個別の方が鮮度がいいのでは 友人と食べたりとか状況によってどちらがいいかわかる 			

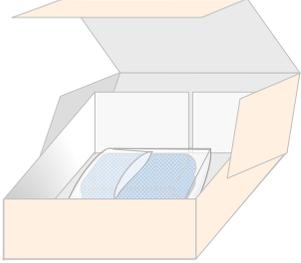


二回目			
総数	過剰だと思う	どちらとも言えない	過剰だと思わない
67	22.4%	43.3%	34.3%
<ul style="list-style-type: none"> <u>個包装タイプは要望に合わせてそうになっている、つまりは「過剰」じゃないんです。この商品に関しては既に企業側が解決を試みているように思います。あとは消費者が目的や好みに合わせて買えば良いと思います。</u> <u>バリア性の袋に高機能な品質保持機能があるのなら、過剰とは言えないのでは。</u> 			

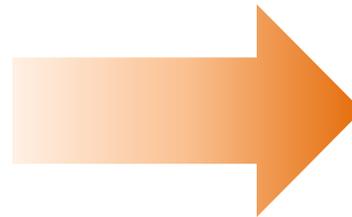
(注) MROC (Market (or Marketing) Research Online Communities) (特定のテーマに関心度の高い参加者を集め、インターネット掲示板等で一定期間議論・意見交換をさせ、消費者のインサイトを抽出する調査手法)により実施。

(出典) 平成24年度経済産業省委託調査(環境問題対策調査等委託費<容器包装リサイクル推進調査(容器包装リサイクル制度を取り巻く情報調査・分析事業))

2. 容器包装の機能伝達による消費者意識変化の例②

	<p><専門家のコメント></p> <ul style="list-style-type: none"> 確かに過剰ですが、販売する側の立場に立つと、コスト（販売、物流）削減、手間削減、は、至上命令ともいえます。多品種・小ロットで商品販売している場合には、ある程度、<u>容器包装は統一化しないと、それぞれの商品の大きさにあったものにするコストアップ、輸送費アップに繋がる可能性があります。</u>
<p><投稿者のコメント></p> <ul style="list-style-type: none"> セーター1枚でもこの大きさの箱です。結構しっかりしている上質な箱ですよ。こんなにいい箱いらぬのに 	

一回目			
総数	過剰だと思う	どちらとも言えない	過剰だと思わない
61	72.1%	24.6%	3.3%
<ul style="list-style-type: none"> プレゼントでもエコのため簡易包装とさせていただいてますって一言あったらむしろ嬉しいかも。 品物、自分用、贈り物で違うかも。 郵便BOXに入るくらいの封筒の方が、いちいち印鑑を押さずに済む。 こんなに小さくなくてもいいと思う。 サイズをできる限り統一して、コストダウンをはかったのでは。 ネット購入でも紙袋かビニールで梱包して欲しい。 リサイクル、エコといった意味ではリサイクルできるような容器ならばいいのでは。 			

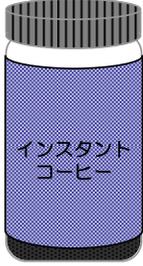


二回目			
総数	過剰だと思う	どちらとも言えない	過剰だと思わない
58	55.2%	31.0%	13.8%
<ul style="list-style-type: none"> このような例は、受け取る側（消費者）にしたらもったいない、とよく思いますが、<u>販売する側のコスト面などを聞くと納得</u>です。 包装の統一化はビニール袋という選択肢も入れていいと思いました。 			

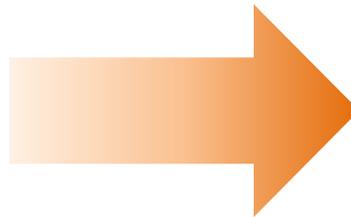
(注) MROC (Market (or Marketing) Research Online Communities) (特定のテーマに関心度の高い参加者を集め、インターネット掲示板等で一定期間議論・意見交換をさせ、消費者のインサイトを抽出する調査手法)により実施。

(出典) 平成24年度経済産業省委託調査(環境問題対策調査等委託費<容器包装リサイクル推進調査(容器包装リサイクル制度を取り巻く情報調査・分析事業))

2. 容器包装の機能伝達による消費者意識変化の例③

	<p><専門家コメント></p> <ul style="list-style-type: none"> • ビン（または缶）は保存容器の役目を担っています。最近ではこのビン捨てないで長く（繰り返して）使用してもらえよう、袋入りの詰め替え製品が用意されるようになり、食品のみならず、洗剤、薬品など多くの製品に普及しています。本体（ビン）に対して詰め替え（袋）を複数回供給するということは、“本体のリユース（再使用）”であるともいえます。 • 一部では、チャック付の詰め替え袋商品も販売されており、こちらを“簡易包装の本体”としてお使いの方も多くなりました。 • ガラスは、重いので高いように感じますが、プラスチックの容器よりも安いです。
<p><投稿者のコメント></p> <ul style="list-style-type: none"> • どうしてビン詰めが必要があるんだろう。殆どのインスタントコーヒーがビン詰めですね。何か特別な理由ってあるのでしょうか？チャック付きの袋でも良いと思うのですが。 	

一回目			
総数	過剰だと思う	どちらとも言えない	過剰だと思わない
58	15.5%	32.8%	51.7%
<ul style="list-style-type: none"> • 詰め替え用のジップ袋も使用したことがありますですがスーパーからこぼれやすく注ぎにくいです。 • 湿気らず風味を保つ為にやはり瓶が最適かなと思います。 • 大きな空き瓶は、何かと重宝しています。 • ジッパー付きのを買ってみましたが、どうしても空気が入ってしまうので瓶より香りが飛んでる気がしました。 			



二回目			
総数	過剰だと思う	どちらとも言えない	過剰だと思わない
55	10.9%	32.7%	56.4%
<ul style="list-style-type: none"> • <u>基本ビンがあつての、詰め替え用だと思うので過剰とは思いません。</u> • <u>プラよりビンのほうが使いまわせるからエコということなのですね。</u>でもスーパーによってはまだ詰め替え用の種類が少なく思います。 			

(注)MROC(Market(or Marketing) Research Online Communities)(特定のテーマに関心度の高い参加者を集め、インターネット掲示板等で一定期間議論・意見交換をさせ、消費者のインサイトを抽出する調査手法)により実施。

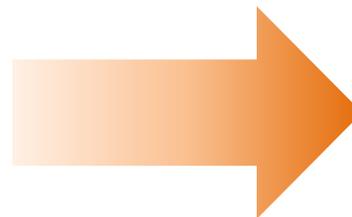
(出典)平成24年度経済産業省委託調査(環境問題対策調査等委託費<容器包装リサイクル推進調査(容器包装リサイクル制度を取り巻く情報調査・分析事業))

2. 容器包装の機能伝達による消費者意識変化の例④

➤ 中には「過剰だと思う」との意見が増加した例もみられた。

	<p><専門家コメント></p> <ul style="list-style-type: none"> （投稿者のコメントについて）ご指摘の通りかもしれませんが、販売サイドの都合でつけられている包装材も多く見受けられます。 <u>販売サイドで、包装紙は、販売時に必要かどうかを確認するコミュニケーションで、減らすことができるように思います。</u>
<p><投稿者のコメント></p> <ul style="list-style-type: none"> 昆布屋さんのお徳用パックです。ご丁寧に包装紙で包装されて袋にも入れられていました。お使い物ではないので、包装紙は不要かなって思ったのですが...やはりデパートで販売されているので、これもありなのではないでしょうか。 	

一回目			
総数	過剰だと思う	どちらとも言えない	過剰だと思わない
67	64.2%	29.9%	6.0%
<ul style="list-style-type: none"> • 気持ちは嬉しいのですが必要のない人もいないのでしょうか？ • デパートなので...しょうがない気がします。 • 塩昆布なんてポチ袋にでも入ってれば十分でしょうよ。自家用なら簡易包装の商品を選んで買い、プレゼント用ならギフト用を買えばいいだけの話じゃありませんか。 			



二回目			
総数	過剰だと思う	どちらとも言えない	過剰だと思わない
59	83.1%	13.6%	3.4%
<ul style="list-style-type: none"> • <u>確認のコミュニケーションは確かに必要ですね。</u> • <u>私の近くのデパートでは「贈り物ですか？」と聞かれます。</u>それ以外はシール(エコにご協力ありがとうございます)を貼って渡されます。 			

(注)MROC(Market(or Marketing) Research Online Communities)(特定のテーマに関心度の高い参加者を集め、インターネット掲示板等で一定期間議論・意見交換をさせ、消費者のインサイトを抽出する調査手法)により実施。

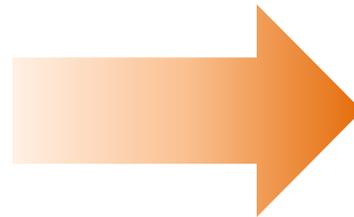
(出典)平成24年度経済産業省委託調査(環境問題対策調査等委託費<容器包装リサイクル推進調査(容器包装リサイクル制度を取り巻く情報調査・分析事業))

2. 容器包装の機能伝達による消費者意識変化の例⑤

➤ 中には変化の無いものもみられた。

	<p><専門家コメント></p> <ul style="list-style-type: none"> 贈答品の包装でよく指摘される問題で、華美、過剰になる傾向があります。 これらを防止するため、行政（政令市、都道府県）や業界団体では“空間率”等を定義して、“生活条例”“過剰包装防止条例”などを定めて監視、改善指導をしています。 販売されている贈答品は、これらの条例には違反しないと思いますが、中身と外箱のバランス（空間率）には工夫の余地があるかもしれません
<p><投稿者のコメント></p> <ul style="list-style-type: none"> こうした贈答品の包装は、幾重にも化粧箱がありますので、かなりかさばります。 	

一回目			
総数	過剰だと思う	どちらとも言えない	過剰だと思わない
57	57.9%	22.8%	19.3%
<ul style="list-style-type: none"> 贈答品としては仕方がないかもしれないが、簡易包装が主流になっているのだから改善が合ってもいい 箱の有効利用を考えては。 ある程度見栄えも必要だが、もう少し抑えてもいいのでは。 受け取る側の気持ちを考えるとやむを得ない、簡易包装だとちょっと寂しいのも事実 			

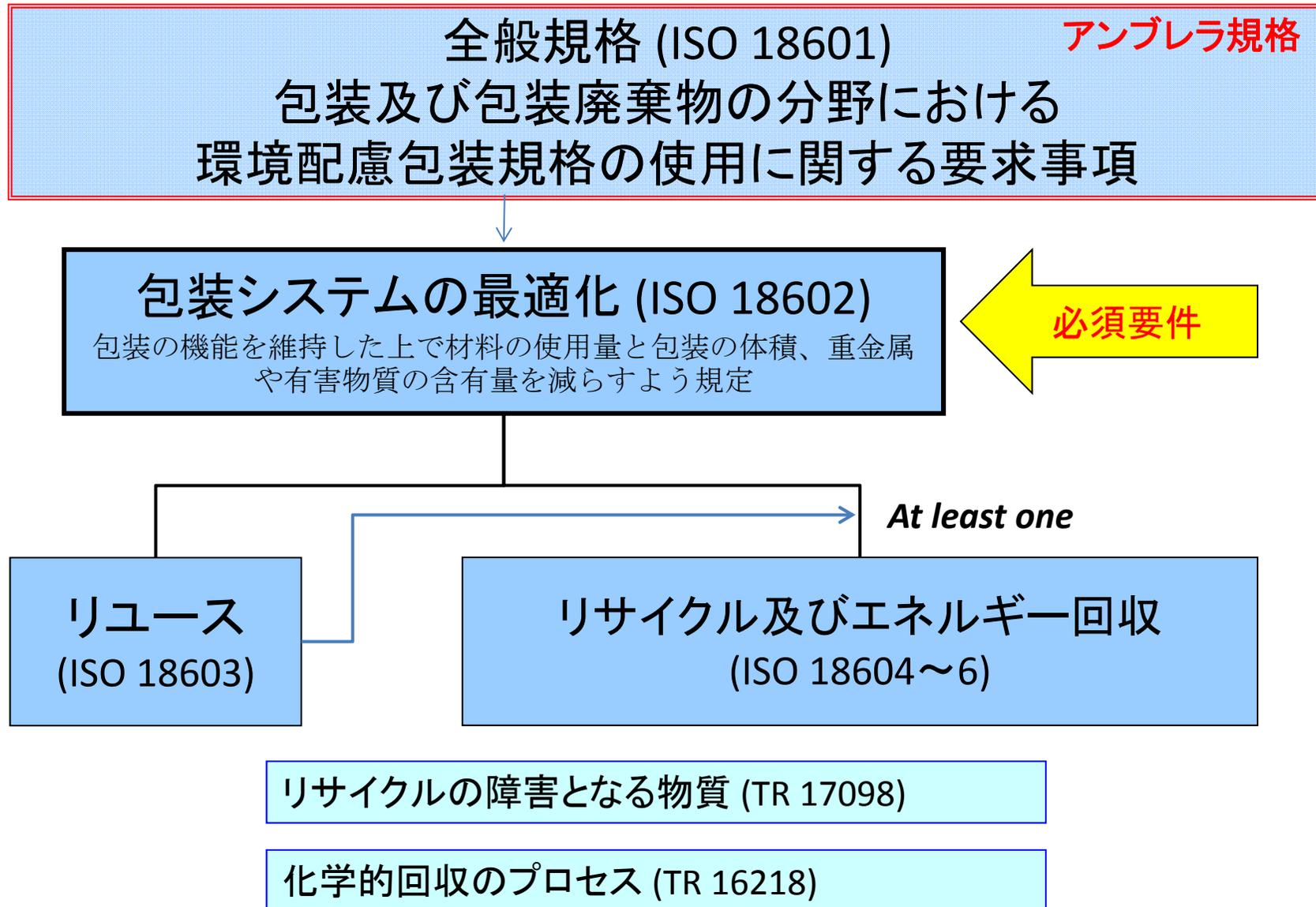


二回目			
総数	過剰だと思う	どちらとも言えない	過剰だと思わない
57	57.9%	22.8%	19.3%
<ul style="list-style-type: none"> 条例があるんですね。初めて知りました エコですからということだけでは通用しない、または<u>失礼に当たってしまうと送付することが逆効果になってしまう</u>恐れがあります。 ここまで頑丈な外箱は必要ないと思います。 「見たくて楽しむ」というのはいい表現だと思います。<u>プレゼントをもらうとき、ただ入れただけのものよりもある程度きちんと包装されていたほうがうれしいのと一緒</u>だと思います。 			

(注) MROC (Market (or Marketing) Research Online Communities) (特定のテーマに関心度の高い参加者を集め、インターネット掲示板等で一定期間議論・意見交換をさせ、消費者のインサイトを抽出する調査手法)により実施。

(出典) 平成24年度経済産業省委託調査(環境問題対策調査等委託費<容器包装リサイクル推進調査(容器包装リサイクル制度を取り巻く情報調査・分析事業))

3. ISO 18600シリーズの概要①



3. ISO 18600シリーズの概要①(序文)

序文

包装は、全ての産業分野、全てのサプライチェーンにおいて大変重要な役割を担っている。適正な包装は製品の損失を防止するために欠くことができないものであり、結果として、環境への負荷を減少させる。効果的な包装は、次のような事項によって、持続可能な社会の達成に貢献をなす。

- a) 内容物保護, 安全性, 取扱い性及び情報表示性に関する消費者ニーズへの適合
- b) 資源の効率的使用及び環境負荷最小化
- c) 流通段階でのコスト抑制

ISO18600シリーズ規格は次の事項を目指すための一連の手法を提供する。

- d) 環境負荷を低減する。
- e) 製品, 包装及びサプライチェーンにおける革新を支援する。
- f) 包装の使用に対する過度の規制を排除する。
- g) 通商に対する障壁及び規制を予防する。

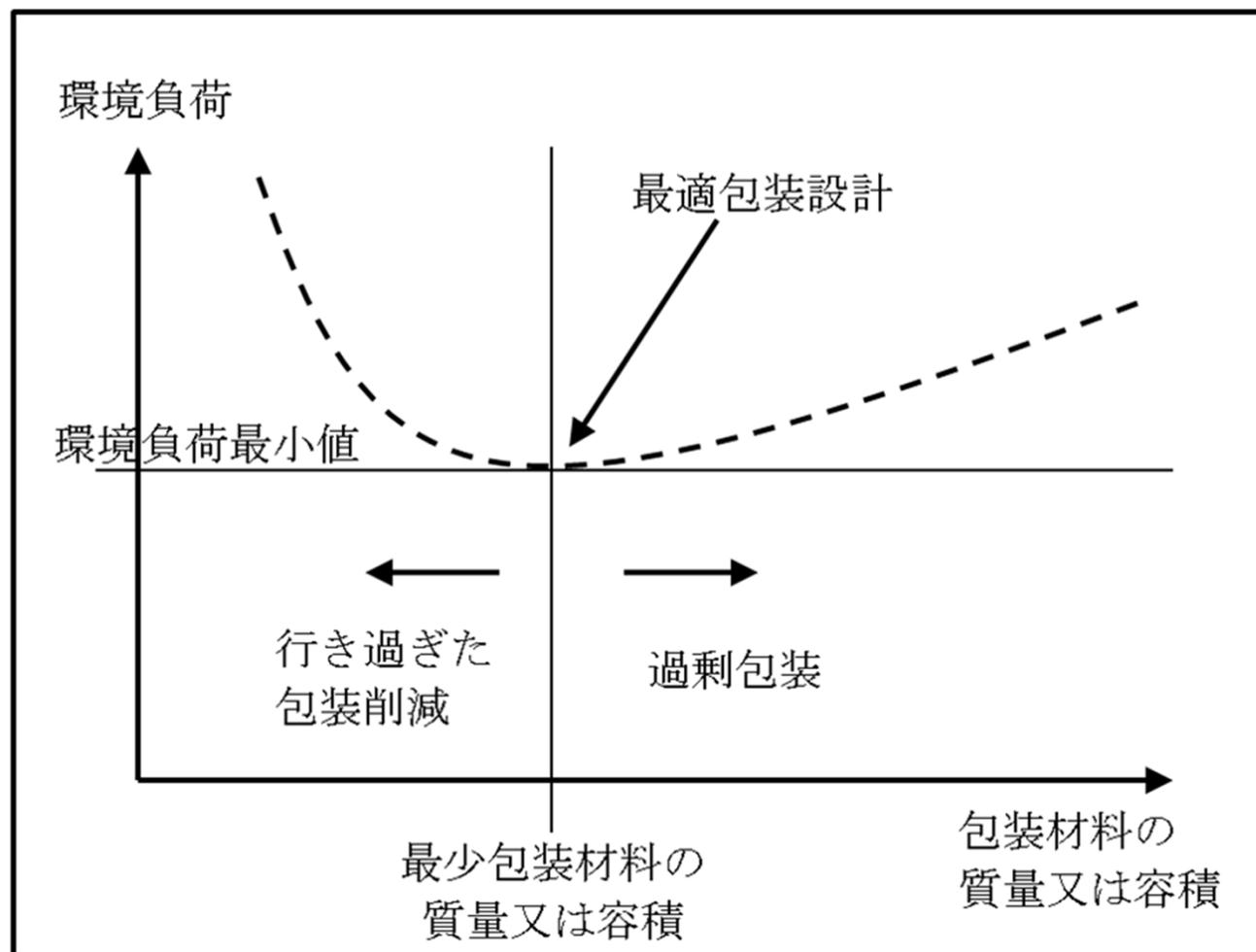
3. ISO 18600シリーズの概要③(ISO18601)

ISO18601 環境配慮包装規格の使用に関する要求事項 － 包装が果たす機能のリスト	
項目	機能
収納	使用できる量の製品の収納
保護	シェルフライフ(shelf life)の延長 破損の防止(機械的, 物理的外力からの保護) 異物混入, 不正改造, 窃盗の防止 バリアの提供
荷扱い及び／又は輸送	売場での陳列性 消費単位への配慮 小売り, 輸送単位 への配慮
保管	倉庫, 集積所, 小売店又は使用者による製品の安全な保管
利便性	小分け 製品の使用性を考慮した準備と提供方法
情報	問合わせ先情報 製品の説明・安全に関する注意事項 使用後の管理法 製品及び包装に関し法的に要求される情報 添加物のリスト 栄養分及び保存法 開封の手引き 宣伝用メッセージ及びブランド名
説明	ブランドの識別 製品の特徴及び便益

3. ISO 18600シリーズの概要④(容器包装の最適化 概念図)

ISO18602 包装の最適化

包装の機能を維持しながら材料の質量又は容積を最適化



3. ISO 18600シリーズの概要⑤(重要領域の判定)

ISO18602 包装の最適化

— 包装と包装中の環境に有害な物質最小化 —
包装の機能を維持しながら材料の質量又は容積を最適化

重要領域の判定

包装の最適化に関して達成可能な限界に影響を及ぼす重要領域を定めなければならない。

- 製品の保護
- 包装の製造プロセス
- 包装プロセス及び充填プロセス
- 物流(輸送, 保管及び荷役を含む。)
- 製品の陳列及びマーケティング
- 使用者及び／又は消費者の受容性
- 情報
- 安全性
- 法規制
- その他の事項

3. ISO 18600シリーズの概要⑥(重要領域の判定:チェックリスト)

ISO18602 包装の最適化

重要領域の判定

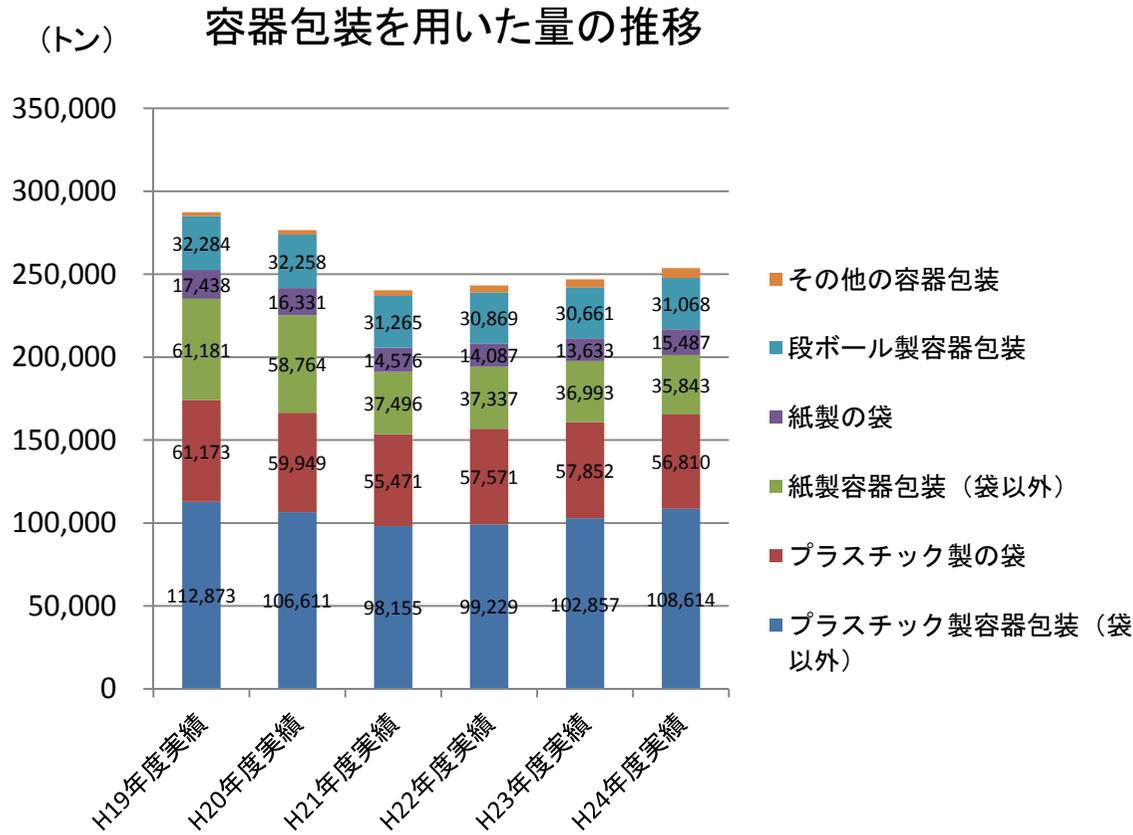
→ 重要領域の規格適合と包装質量/容積最小化

包装の最適化評価チェックリスト

包装:

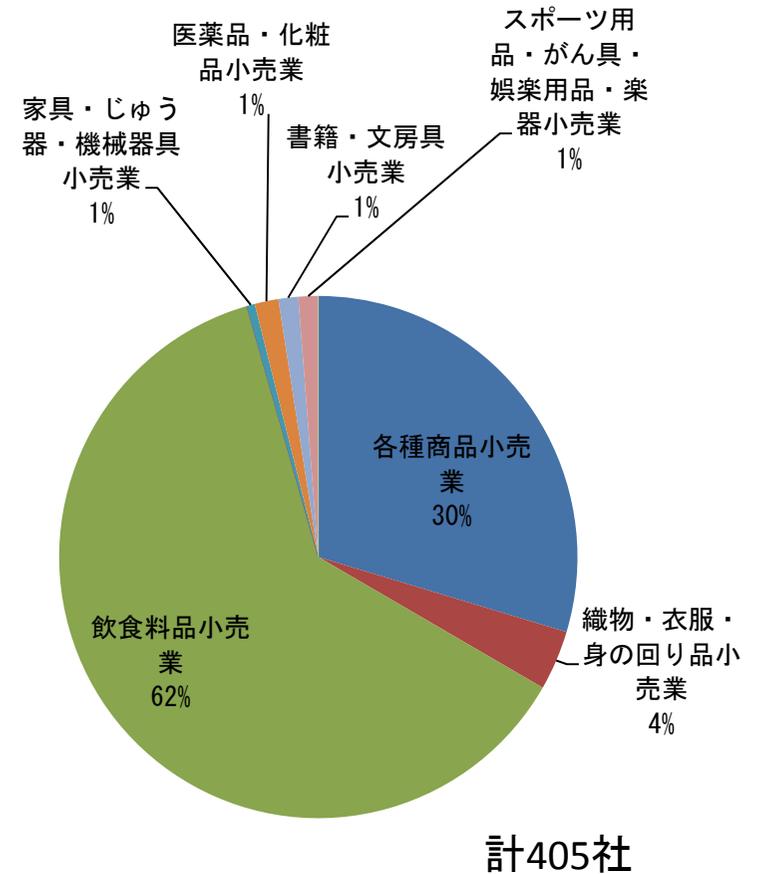
基準	最も重要かつ関係する要求事項	重要領域か Yes/No	注記
製品の保護			
包装の製造プロセス			
包装プロセス及び充填プロセス			
物流(輸送, 保管及び荷役を含む)			
製品の陳列及びマーケティング			
使用者及び/又は消費者の受容性			
情報			
安全性			
法規制			
その他の事項			

4. 容り法に基づく小売業事業者に係る定期報告制度の分析①(容器包装を用いた量の推移)



年度	H19年度実績	H20年度実績	H21年度実績	H22年度実績	H23年度実績	H24年度実績
総量	287,401	276,584	240,333	243,224	246,939	253,745

集計対象者数の業種別内訳



(出所) 定期報告制度より経済産業省作成

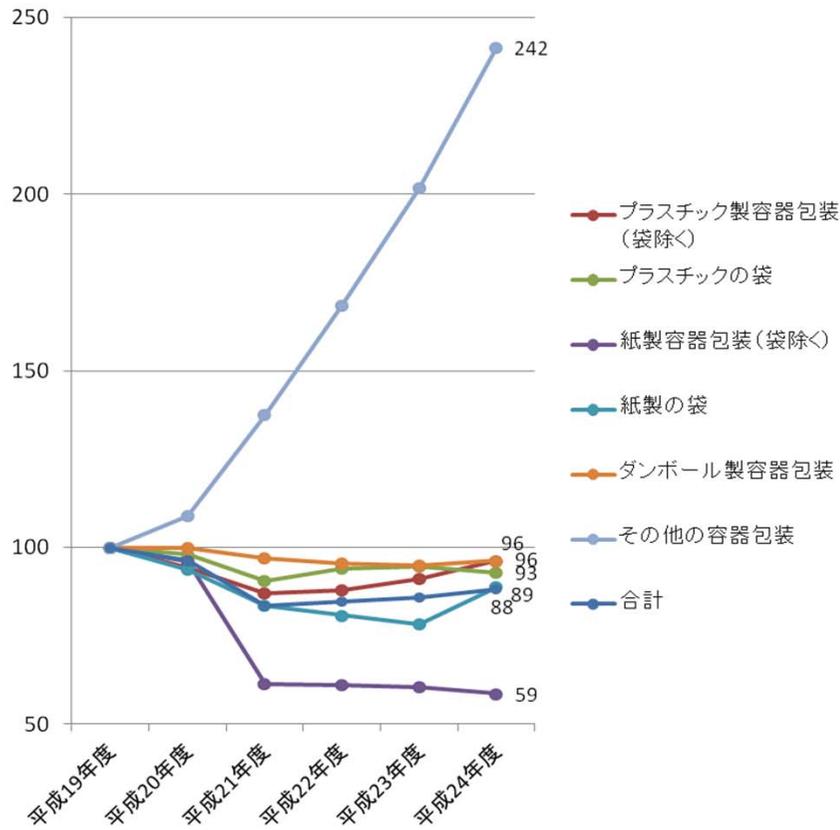
(説明) 6年継続提出事業者で継続比較が可能な事業者(計405事業者)の集計結果。次ページ以降も同様。

なお、定期報告提出事業者数は計761事業者であり、平成24年度実績は、使用総量が約41万トンであり、うちプラスチック製容器包装が約26万トン(うちプラスチック製の袋が約9万トン)、紙製容器包装が約9万トン(うち紙製の袋が約3万トン)、段ボール製容器包装が約5万トン、その他の容器包装が約0.6万トン。

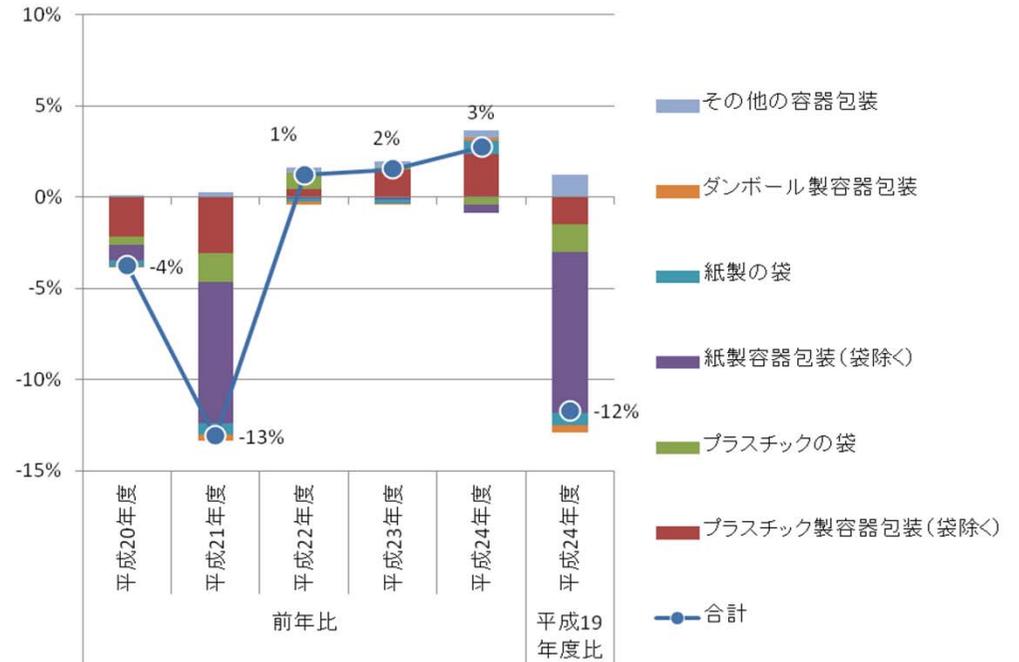
4. 容り法に基づく小売業事業者に係る定期報告制度の分析②(容器包装を用いた量の推移)

素材別容器包装を用いた量の推移

(平成19年度=100)



容器包装を用いた量の推移(寄与度分解)



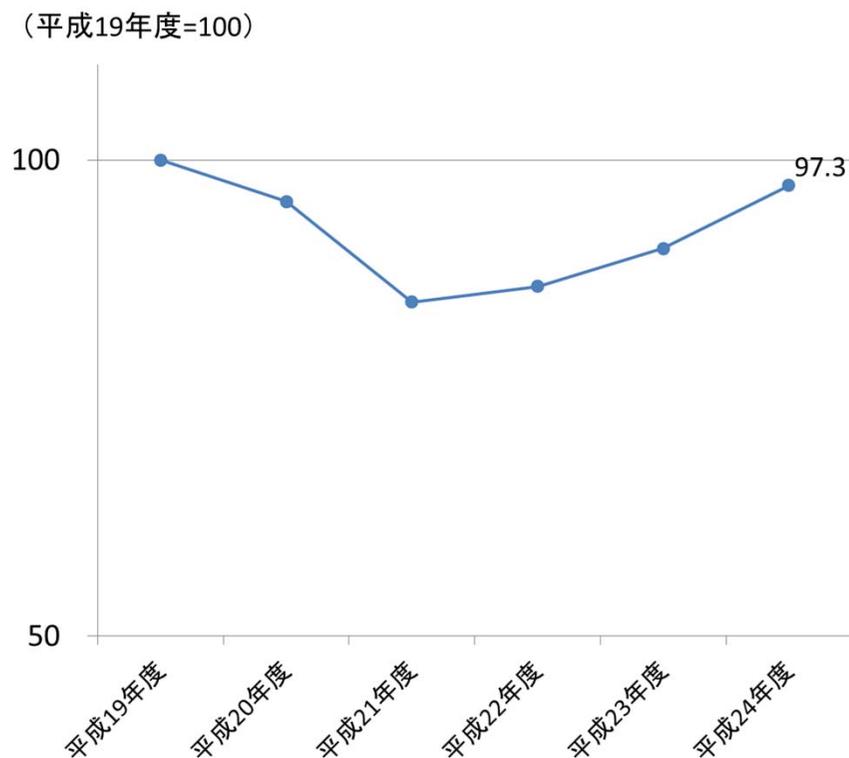
(出所) 定期報告制度より経済産業省作成

(説明) 推移: 容器包装の材質別に平成19年度の実績値を100として指数化

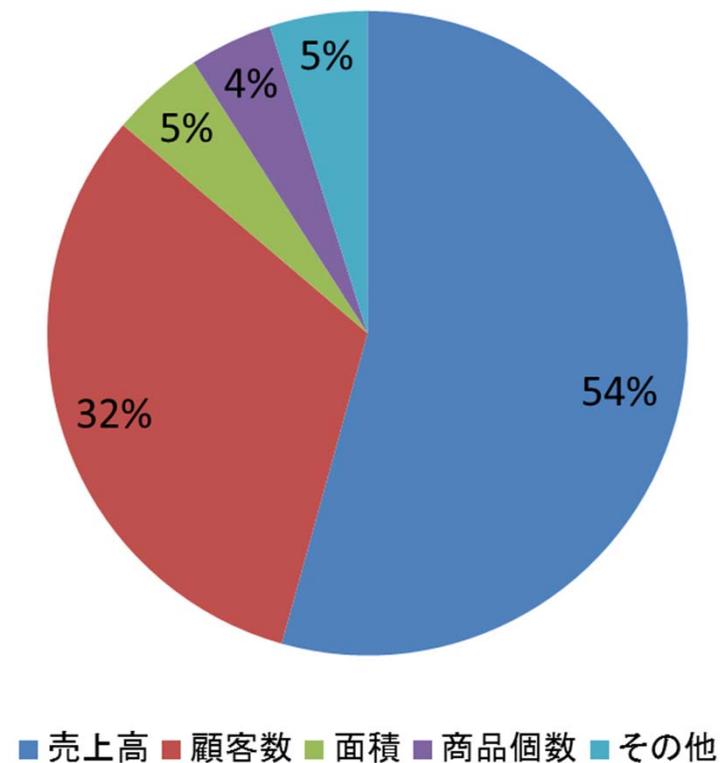
寄与度分解: 前年比及び平成19年度比平成24年度の寄与度分解

4. 容り法に基づく小売業事業者に係る定期報告制度の分析③ (原単位の推移)

容器包装の使用原単位の推移



容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値の構成



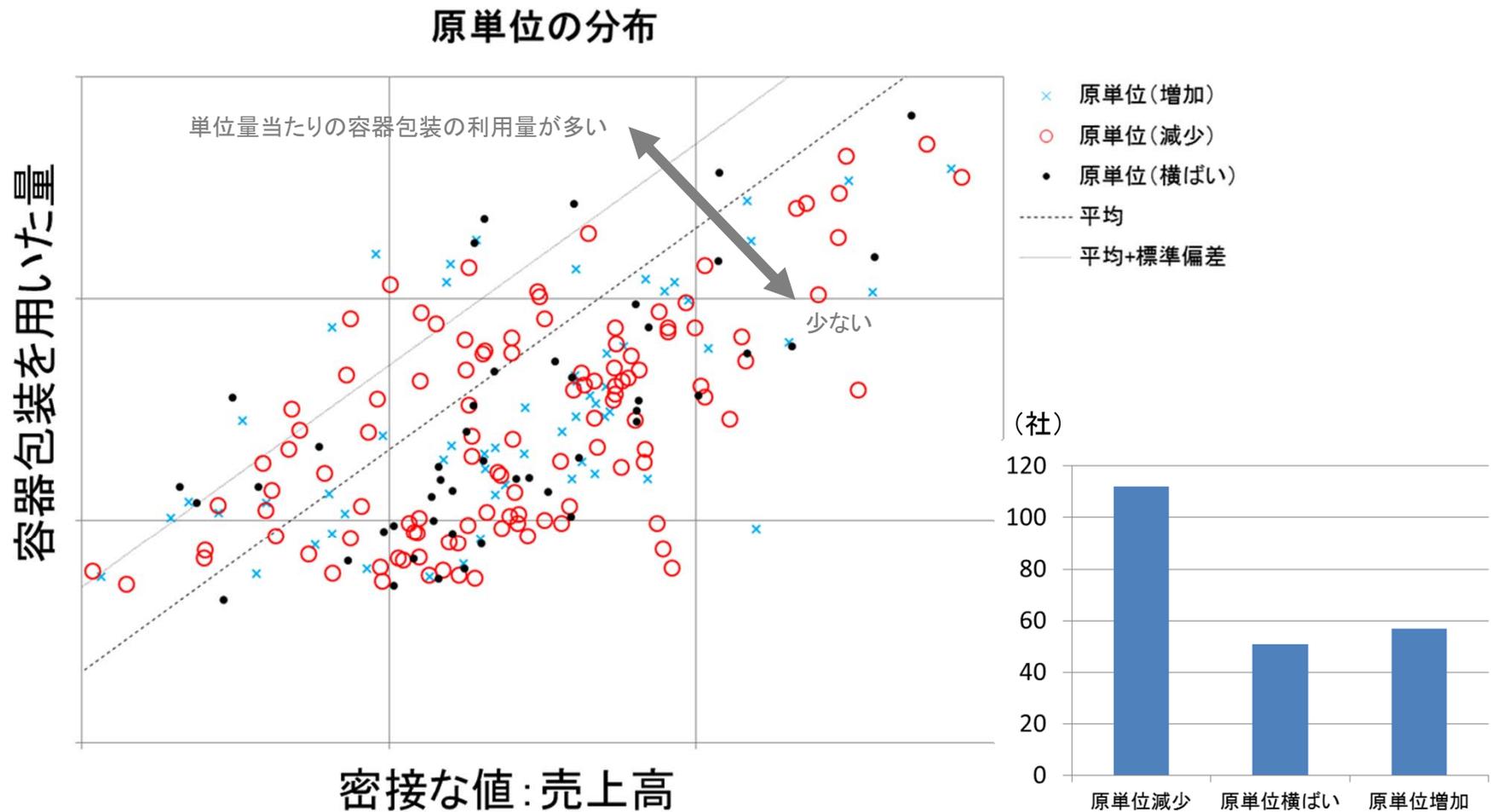
(出所) 定期報告制度より経済産業省作成

(説明) 原単位 = 容器包装を用いた量 ÷ 容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値 (以降「密接な値」という)

密接な値は、売上高、顧客数、店舗面積、販売製品数など、企業毎に定めることが可能。密接な値毎に使用原単位を算出し、指数化を行った後に、容器包装を用いた量で重み付けを行い算出。

密接な値の構成: その他は出荷数、店舗数、持ち帰り客(飲食料品)、特定商品の数、中身重量等事業者によって異なる

4. 容り法に基づく小売業事業者に係る定期報告制度の分析④ (事業者別の原単位の評価、密接な値:売上高)

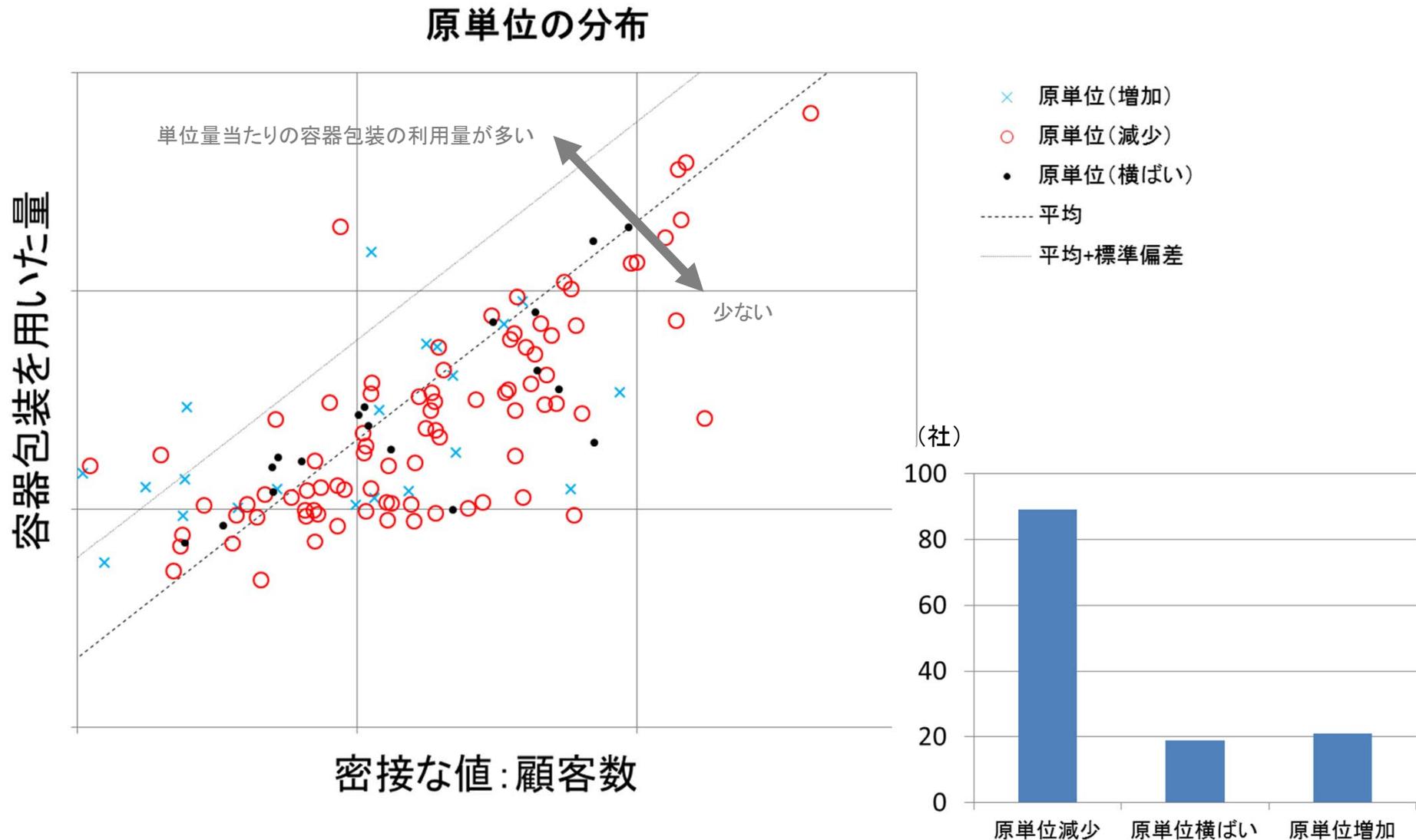


(出所) 定期報告制度より経済産業省作成

(説明) 横軸: 売上高、縦軸: 密接な値の何れも対数表記。密接な値に売上高を用いている220社についてプロット。

平成19年度から平成24年度まで年率±1%未満の事業者を横ばいとした。

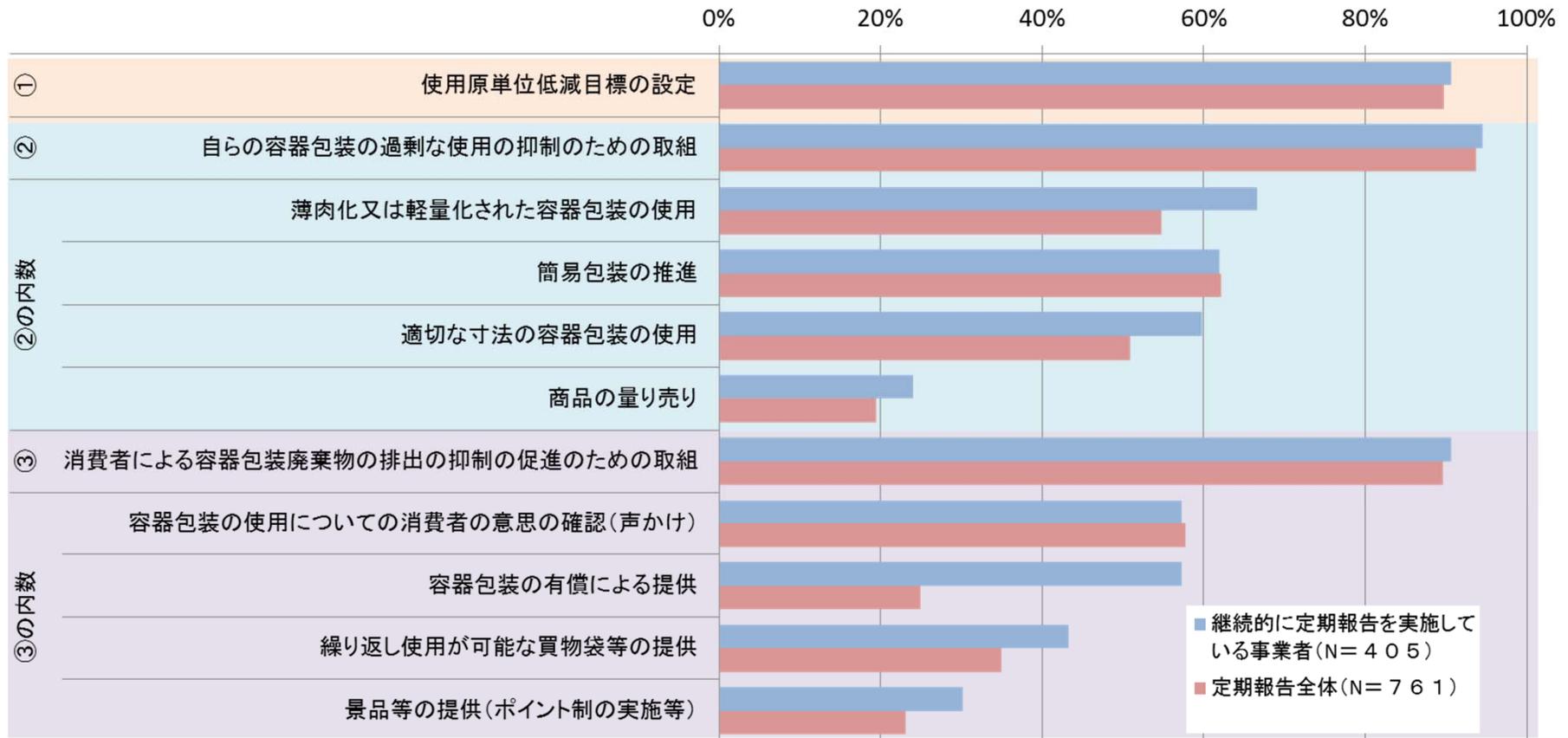
4. 容り法に基づく小売業事業者に係る定期報告制度の分析⑤ (事業者別の原単位の評価、密接な値:顧客数)



(出所) 定期報告制度より経済産業省作成

(説明) 横軸: 売上高、横軸: 密接な値の何れも対数表記。密接な値に顧客数を用いている129社についてプロット。
平成19年度から平成24年度まで年率±1%未満の事業者を横ばいとした。

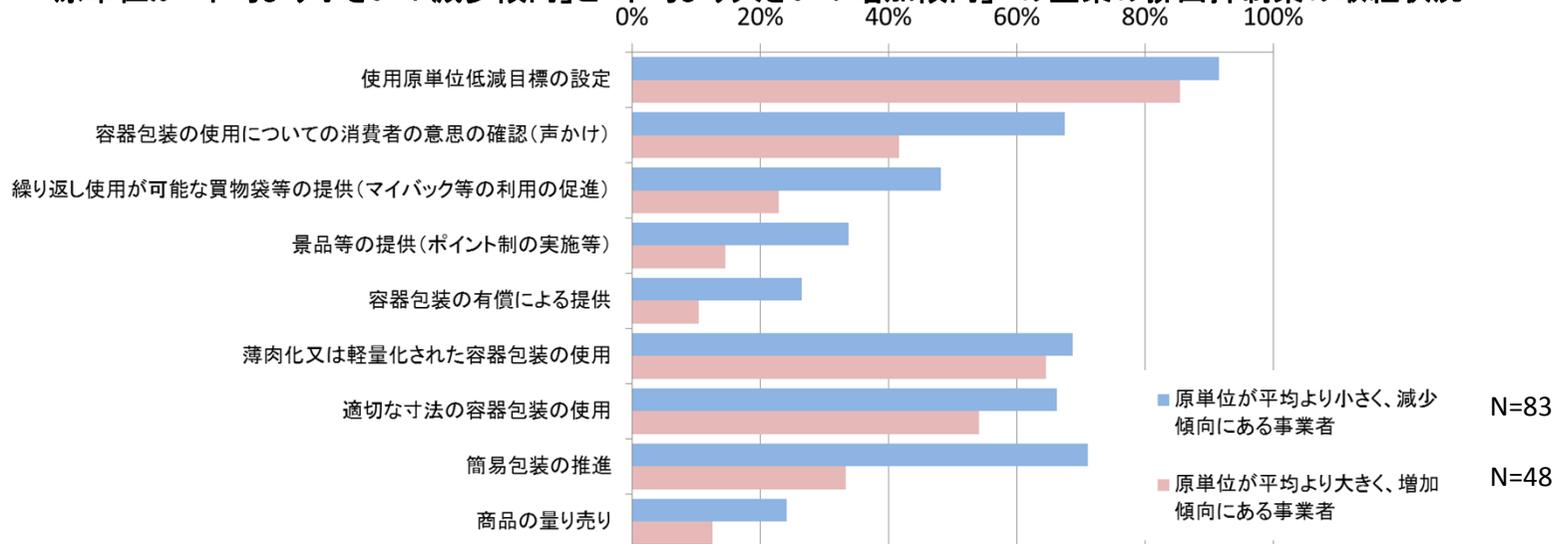
4. 容り法に基づく小売業事業者に係る定期報告制度の分析⑥ (具体的な排出抑制への取組み)



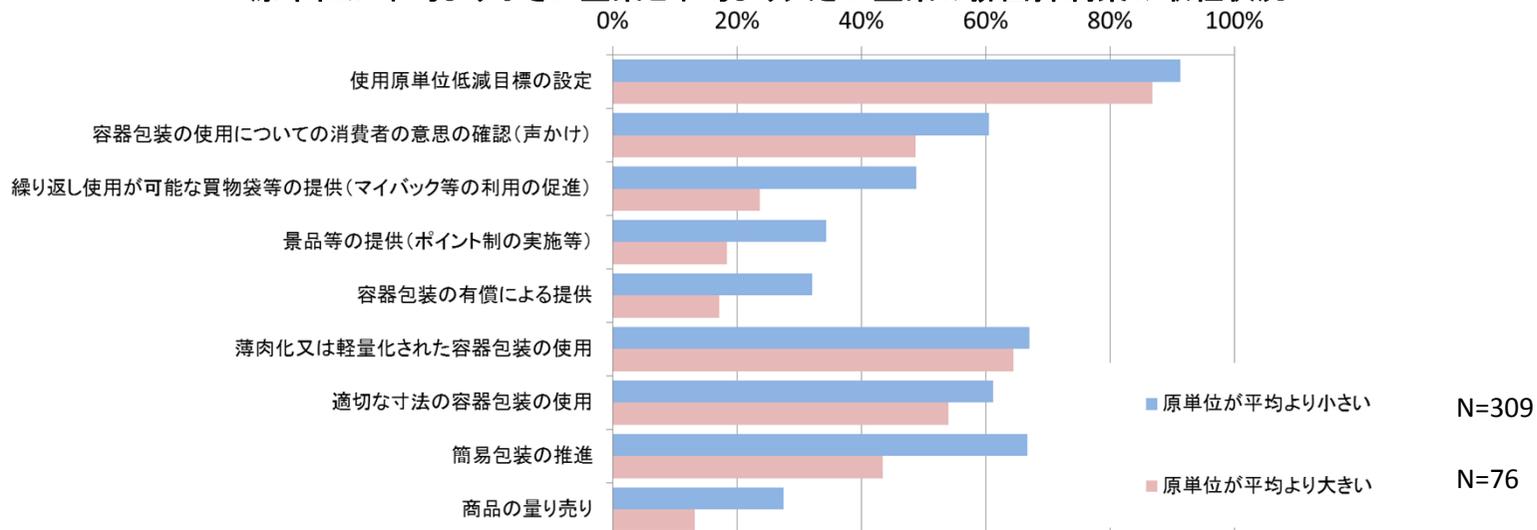
(出所)定期報告制度より経済産業省作成

4. 容り法に基づく小売業事業者に係る定期報告制度の分析⑦ (排出抑制策と原単位の関係)

原単位が「平均より小さい+減少傾向」と「平均より大きい+増加傾向」の企業の排出抑制策の取組状況



原単位が平均より小さい企業と平均より大きい企業の排出抑制策の取組状況



(出所)定期報告制度より経済産業省作成、(説明)連続性のある企業を405社を対象に集計

4. 容り法に基づく小売業事業者に係る定期報告制度の分析⑧(個別事業者の事例)

●目標の設定

- 一人当たりの使用量(質量)を設定。
- 年限を区切って原単位の削減割合を設定。
- 前年比で削減することを設定。
- 目標値の公表。

●排出抑制策(消費者による抑制の促進)

- 商品販売時にレジ袋の要否の確認を実施
- 店舗内放送やポスターによるレジ袋削減活動への協力依頼。
- 声かけと、レジ袋不要カードにより客の意識確認を容易に行えるようにした。
- エコバックの有償又は無償による提供。催事景品にエコバックを採用。
- 無料ギフト包装のサービスを廃止し有料化。
- レジ袋の有料化、持ち帰り容器の有料化。
- 買物袋を辞退した客に対してポイント付与(ポイント強化)
- 客のリユースカップの受入

●排出抑制策(自らの過剰な使用の抑制)

- トレーの薄肉化。
- プラスチック製レジ袋の薄肉化(複数回段階的、用途に応じて薄肉強化)
- 内容物に応じたレジ袋を使用。二重包装の避ける。(社員の教育と実践)
- ばら売り、量り売りの実施。

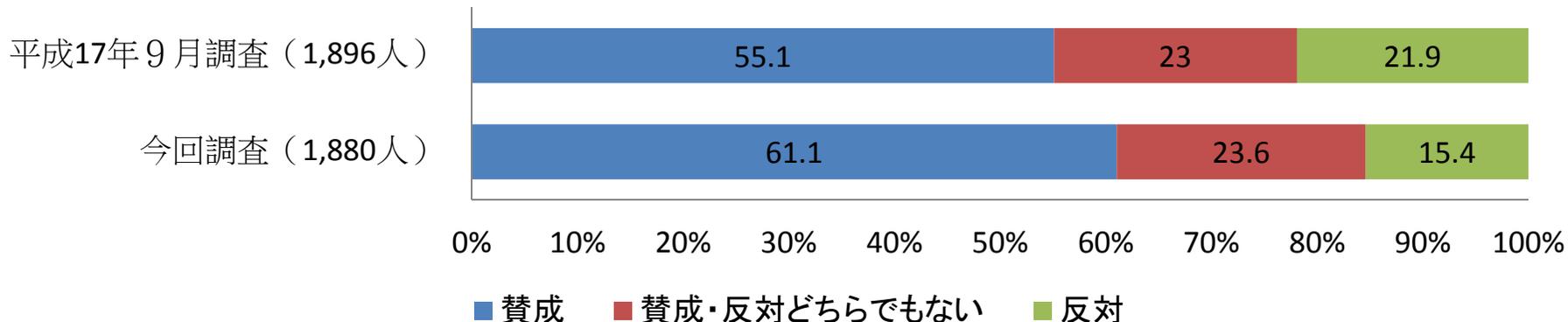
●その他

- 従業員の生活においてもレジ袋に対する意識を醸成
- 声かけの事例集、ロールプレイなどの社員教育・訓練を実施。
- 紙製レジ袋の表面ポリ加工廃止。

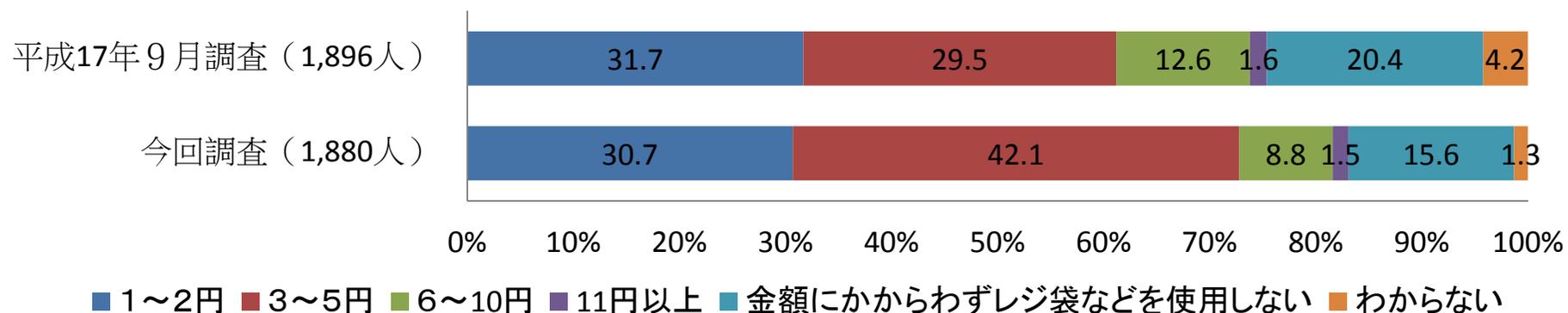
5. 循環型社会形成に関する世論調査(平成26年6月調査)①

【調査対象】 (1)母集団 全国20歳以上の日本国籍を有する者
 (2)標本数 3,000人
 【調査時期】 平成26年6月12日～6月22日
 【調査方法】 調査員による個別面接聴取法
 【回収結果】 有効回収数(率) 1,880人(62.7%)

レジ袋無料配布禁止についての賛否

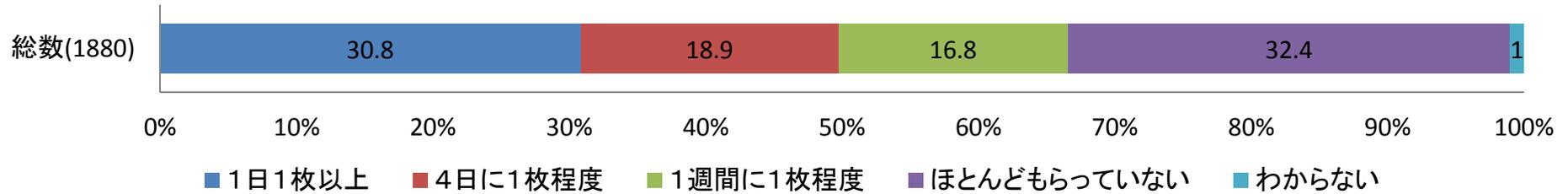


レジ袋のために払ってもよい費用

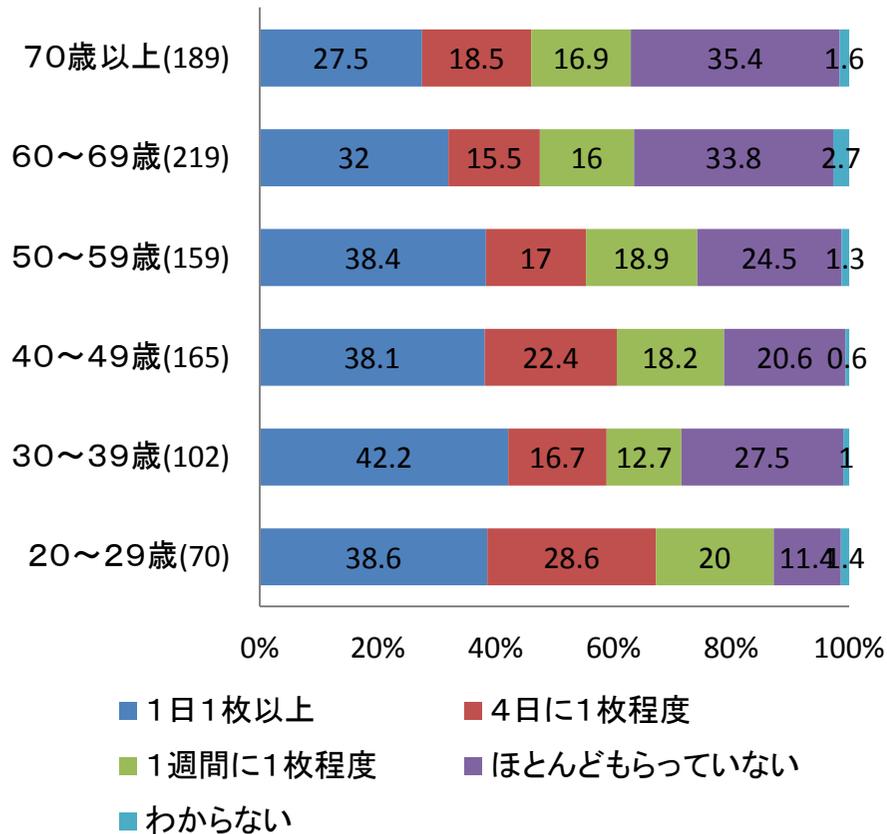


5. 循環型社会形成に関する世論調査(平成26年6月調査)②

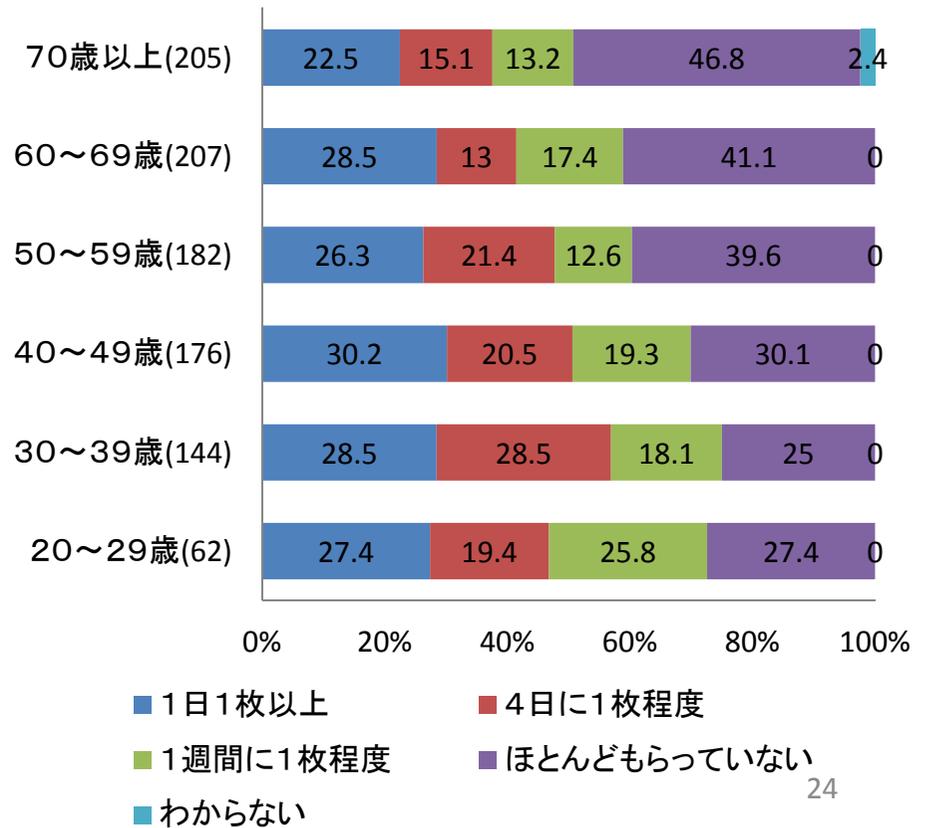
レジ袋をもらう頻度



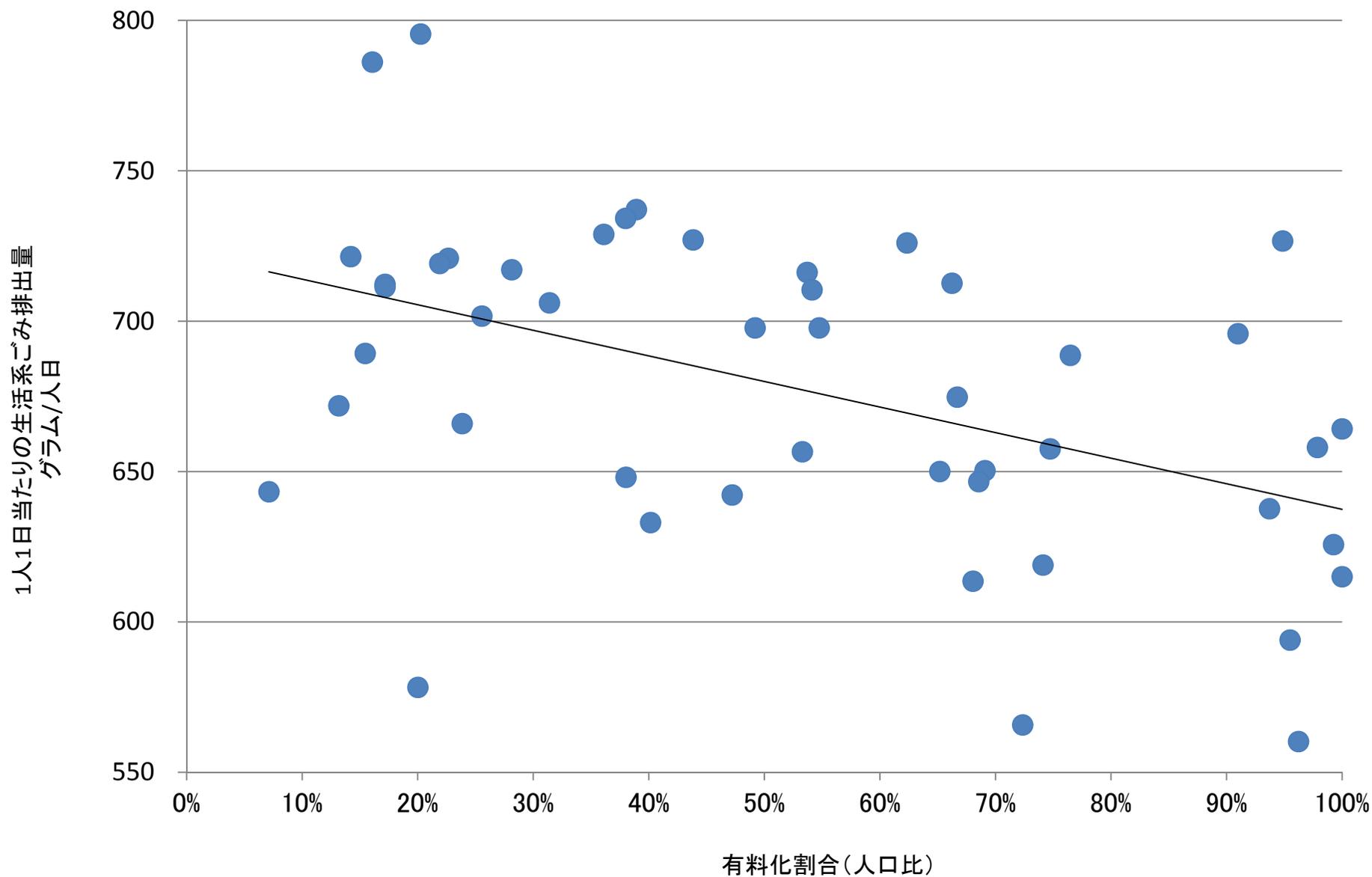
年代(男性)



年代(女性)



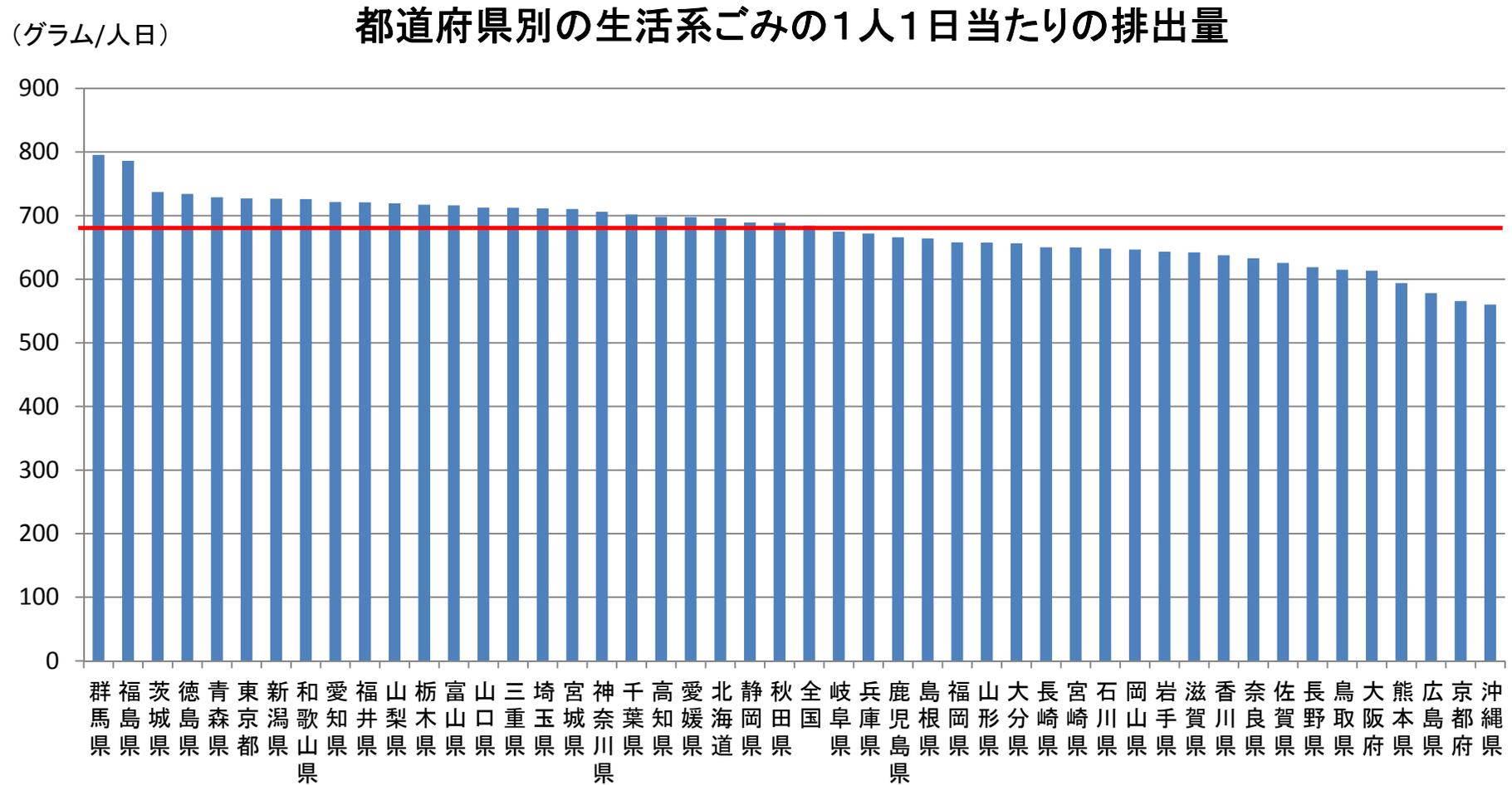
6. 可燃ごみ・混合ごみ有料化を行っている市町村の割合と都道府県ごとの生活系ごみ発生量(1人1日当たり)



(出所) 環境省『平成24年度一般廃棄物処理実態調査結果』を基に作成

(説明) 有料化割合: 各都道府県における可燃ごみ等の有料化を行っている市町村人口の割合

7. 住民1人1日当たりの生活系ごみ排出量の都道府県別の状況



(出典)平成24年度一般廃棄物処理実態調査(環境省)

【リユースの推進について】

1. 平成25年度びんリユースシステム構築推進事業(環境省)

平成23年度、平成24年度に引き続き、検討会で得られた知見を活用しつつ、平成25年度はびんリユースシステムの構築に向けた実証事業4件、学校給食用牛乳びんの導入支援に向けたモデル事業1件を実施した。

<びんリユースシステム構築に向けた実証事業>

	申請代表者・実施地域	事業概要
1	関東連絡協議会 (1都10県(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、群馬県、栃木県、茨城県、新潟県、山梨県、静岡県、長野県))	<ul style="list-style-type: none"> ◆関東甲信越を対象としたびんリユースシステムの構築 ・現状の把握として、関東連絡協議会加盟各組合にびん種調査等の実施。 ・「関東甲信越びんリユース推進協議会」の立ち上げ準備。 ・びんの需要と供給の情報交換を行うことを目的としたウェブサイトの作成。
2	大阪府地球温暖化防止活動推進員3R推進チーム 大阪びんリユース推進協議会 (大阪府)	<ul style="list-style-type: none"> ◆「大阪発リユースびん」の開発事業 ・大阪リユースびん「茶々」を開発し、イベント販売等を中心に普及活動の実施。 ・大阪びんリユース推進協議会を組織し、「茶々」の推進体制を構築。
3	World Seed(ワールド シード) (奈良県)	<ul style="list-style-type: none"> ◆奈良県におけるリユースびんを用いた大和茶飲料普及促進事業 ・びんリユース推進のための協議会設立の準備を行い、奈良県内におけるびんリユース推進体制を構築。 ・ホームページを構築し、びんリユースの取組の発信。
4	NPO団体岡山賢人プロジェクト (岡山県)	<ul style="list-style-type: none"> ◆岡山県産茶葉を用いたリユースびん入り飲料の開発事業 ・「晴・Re・茶」を開発し、岡山県庁等に試験販売、及びリユースびんの普及に向けた課題等についてのアンケート調査の実施。 ・リユースびんのカーボンフットプリント(CFP)の評価、CFPマーク・広報媒体の作成。

<学校給食用牛乳びん(学乳びん)の導入支援に向けたモデル事業>

申請代表者・実施地域	事業概要
びん再使用ネットワーク (東京都を中心に実施)	<ul style="list-style-type: none"> ◆東京都内小中学校で学乳びんの導入を希望する自治体への導入支援事業 ・「学乳びん導入支援プロジェクト」を立ち上げ、学乳びん導入自治体の調査等の実施。 ・「学乳びん導入支援説明会」を行い、導入に向けた課題などを意見交換の実施。

2. 「我が国におけるびんリユースシステムの在り方に関する検討会（環境省）」における主な意見

1. びんリユースシステム構築に向けた実証事業

○地域型で、新たなびんリユースの商品をつくり、流通させ、自立化させ、継続させることは、現在の流通コストを踏まえるとかなり高度な取組。(事業者)

○商品の多様性のある展開(お茶、水、ジュース等)が今後必要。また、マーク等で、見る人にとっても各県・エリアの地域特色が出ていると良い。(学識者)

○一般的な市民への普及として、価格を維持したまま提供できるような価値をもたらすような取組が大事。地域特産を活用した「おいしい」リユースびん製品を高級志向の消費者に向けて情報発信し、リユースの理解を増進させてはどうか。(学識者)

2. 学校給食用牛乳びん(学乳びん)の導入支援に向けたモデル事業

○学校給食で紙パックをびんに切り替えると、国からの補助金(NPO推計で4(銭/本)。)がなくなることや都道府県下の学校給食組織に属さなくなることにより新たな対応が必要になる。東京都日野市、小平市では、保護者や栄養士が声を出し、保護者が積極的にびんを選択し、導入された。保護者が選択できることを市町村がインフォメーションをすることが、重要。(NPO)

3. その他(市町村におけるリユース容器の利用推進の取組)

○市主催の会議では、①短い時間の会議では飲み物を出さない②飲み物を出す場合にはリユース容器の活用の順番で、市長名で通知を出し取組を促進している。リユースびんのデポジットを利用者に返却せず、環境政策への寄付扱いとしている。(市町村)

3. 地域におけるリユース食器の導入先進事例

- ・日本三大祭の一つ、祇園祭の宵山期間(平成26年7月15日・16日の2日間。来場者約62万人)において、リユース食器21万5,000個を導入。
- ・市民の働きかけにより廃棄物処理事業者や露天商組合もリユース食器の導入に協力。
- ・リユース食器は、トレー大・小、カップ大・小の4種類で、212店舗で導入。
- ・リユース食器導入等の費用全額を、市民による寄付、企業からの協賛金で賄う。
- ・2日間でのべ2,000人のボランティアがリユース食器の管理・引渡し、飲食出展者へのリユース食器貸出、資源の分別活動、散乱ごみの清掃活動を行った。
- ・リユース食器の回収と資源(缶、PET、その他)の分別回収、散乱ごみの清掃活動拠点としてのエコステーションを、祭のメインストリートを中心に32カ所設置。
- ・リユース食器の回収率は約80%。使用済みのリユース食器の洗浄は、社会福祉法人や地元のNPOが協力して実施。

情報提供協力: 祇園祭ごみゼロ大作戦実行委員会※

※(参考) 祇園祭ごみゼロ大作戦実行委員会構成団体

美しい祇園祭をつくる会、きょうとNPOセンター、京都環境事業協同組合、京都市、京都府地球温暖化防止活動推進センター、五条露店商組合、地域環境デザイン研究所ecotone、京のアジェンダ21フォーラム



エコステーションでのボランティアによる分別の呼び掛け



エコステーションで分別回収に協力する観光客
(写真提供(いずれも):リユース食器ネットワーク)