

3 R 促進のためのポイント制度等 経済的インセンティブ付けに関する検討会報告 (最終取りまとめ)

循環型社会の構築に向けては、消費者・市民、事業者の3 Rにつながる環境行動(3 R行動)を一層促進することが必要であり、そのための一方策として、ポイントシステムを活用することが考えられる。

今回、「3 R 促進のためのポイント制度等経済的インセンティブ付けに関する検討会」のまとめとして、既存事例や3 Rエコポイントシステムのケーススタディを行った結果を踏まえて、

総論(3 Rエコポイントの概要、3 R分野におけるエコポイントの意義・目的、事業効果定着のための必須要素) 3 Rエコポイントの事業類型、3 Rエコポイントシステムのケーススタディ、課題、3 R分野におけるエコポイントシステム構築に向けた提言

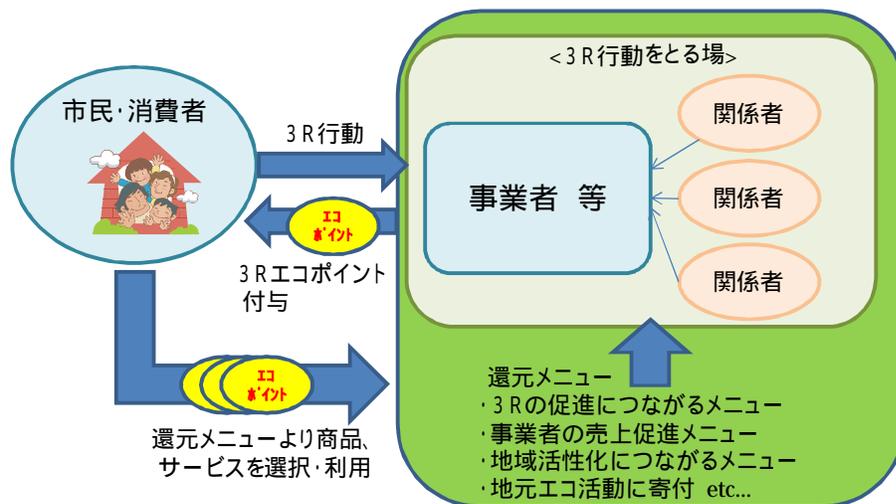
を取りまとめた。各主体により3 Rエコポイントシステムの構築が積極的に進められ、3 Rエコポイントの活用を通じて、消費者・市民、事業者の3 R行動が更に促進されることを目指すものである。

総論

(1) 3 Rエコポイントの概要

3 Rエコポイントシステムとは

「3 Rエコポイントシステム」とは、特定の環境配慮行動(3 Rにつながる環境行動)を促進するため、当該行動に伴いポイントを付与するとともに、獲得したポイントを商品やサービス等と交換する制度全般のことをいう。



多くの人の日常的な活動によって引き起こされている廃棄物問題については、大規模な発生源やある行為の規制を中心とする従来の規制的手法による対応では限界がある面もあるため、その対策

に当たっては表1に示すような、経済的手法や情報的手法、その他の政策手法を組み合わせ、適切な活用を図っていくことが必要である。

3 Rエコポイントシステムは、循環型社会の構築に向けて、表1に示すとおり経済的手法の特徴を活かしつつ、消費者・市民の3 R行動をさらに促進することを目指すものである。

表1 環境保全のための政策手法

手法	概要	特徴	例
直接規制的手法	社会全体として達成すべき一定の目標と最低限の遵守事項を示し、これを法令に基づく統制的手段を用いて達成しようとする手法。	生命や健康の維持のように社会全体として一定の水準を確保する必要がある場合などに効果が期待される。	・大気汚染防止法による硫黄酸化物等の排出基準 ・水質汚濁防止法による排水基準
枠組規制的手法	目標を提示してその達成を義務づけ、あるいは一定の手順や手続きを踏むことを義務づけることなどによって規制の目的を達成しようとする手法。	規制を受ける者の創意工夫を活かしながら、効果的、予防的あるいは先行的な措置を行う場合などに効果が期待される。	・P R T R法による届出制度 ・大気汚染防止法による化学物質の規制等
経済的手法	市場メカニズムを前提とし、経済的インセンティブの付与を介して各主体の経済合理性に沿った行動を誘導することによって政策目的を達成しようとする手法。	持続可能な社会を構築していく上で効果が期待される。	・容器包装等の確実な回収のための預託払戻制度（デポジット）等 ・補助金、税金
情報的手法	環境保全活動に積極的な事業者や環境負荷の少ない製品などを投資や購入等に際して選択できるように、事業活動や製品・サービスに関して、環境負荷などに関する情報の開示と提供を進める手法。	製品・サービスの提供者も含めた各主体の環境配慮を促進していく上で効果が期待される。	・環境報告書 ・環境ラベル ・環境会計 ・L C A
自主的取組手法	自主的取組は、事業者などが自らの行動に一定の努力目標を設けて対策を実施するというもの。	技術革新への誘因となり、関係者の環境意識の高揚や環境教育、学習にもつながるといった利点がある。事業者の専門的知識や創意工夫を活かしながら複雑な環境問題に迅速かつ柔軟に対処するような場合などに効果が期待される。	・経済団体連合会の地球温暖化対策 ・個別企業の環境行動計画等
手続的手法	各主体の意思決定過程に、環境配慮のための判断を行う手続きと環境配慮に際しての判断基準を組み込んでいく手法。	各主体の行動への環境配慮を織り込んでいく上で効果が期待される。	・環境影響評価制度 ・ISO14001などの環境マネジメントシステム ・戦略的環境アセスメント

3 Rエコポイントシステム

行政以外が主導する場合のみ自主的取組手法も該当する。

3 R行動に対するエコポイントの活用場面として、具体的には、

消費者・市民等に対して3 R行動に応じてエコポイントを付与すること

各種ポイントの還元・利用（メニュー化）を通じて消費者・市民等の3 R行動を促進すること

の2つの側面がある。

3 R行動とは

3 R行動は、日常生活のあらゆるところで毎日、実行可能なものが多い。具体的には、買物でのリデュース、リユースに関する取組やリサイクル製品の購入のみならず、分別活動や製品の長期利用等の家庭内での取組、空き缶のポイ捨てや不法投棄の通報など広く想定される。

主体についても、消費者・市民による行動の他、事業者による新たなビジネスモデルの展開や、行政によるグリーン購入の促進など様々に想定される。

表2 もったいない精神に則した3 R行動の対象（例）

	衣服	食	住まい（生活）
リデュース	衣服・靴の補修	食べ物の売れ残りや食べ残しの抑制	レジ袋等の使い捨て製品の自粛や簡易包装製品の選択、マイ食器の利用、カーシェアリング他レンタル・リース制度の活用
リユース	不用品の融通、フリーマーケットでの提供、古着、ハンガーの再使用	びん・ペットボトル等リターナブル容器の再使用	リユース食器の再使用、家具・おもちゃ・陶器・なべ等の生活用品の修理・再使用、自動車リユース部品の利用、解体資材の再使用
リサイクル	使用済衣料品の回収協力	食料容器包装の回収協力、生ごみ・廃食用油の回収、食品トレイ・ペットボトル・卵パック、牛乳パックの回収	割り箸・陶磁器のリサイクル、リサイクル製品の購入、バイオマス肥飼料の利用、使用済製品の回収協力、浄化槽からのリン回収
その他、循環型社会づくりに貢献する行動		生ごみの水切り・乾燥、分別収集への協力	適正処理への協力
	事業者による3 Rに資する新たなビジネスモデルの展開（製品の長寿命化や環境負荷低減に資する原材料・製品やサービスの利用） 行政によるグリーン購入・契約や環境管理システムの導入		

3 R分野におけるエコポイントシステムを検討するに当たっては、3 R行動の特性を踏まえ、システムの対象として促進すべき取組を明らかにし、また、重点化することが必要である。

表3 ポイントを付与することで、促進が期待される3R行動の例

区分	3R行動	概要	現在の状況と目標()
リデュース	外食の食品ロス削減	居酒屋や結婚式場等の外食時における完食や残り物の持ち帰り	食品循環資源の再生利用等実施率 外食産業 22% (2007) 目標率 40%
	中食の食品ロス削減	賞味期限間近の弁当などの食品の購入	食品循環資源の再生利用等実施率 食品小売業 35% (2007) 目標率 45%
	マイ食器の利用	マイボトルやマイ箸、リユース食器等を利用し飲食・食品購入	マイ箸の携帯率 10.2%、再使用可能な容器製品選好率 11.7% (2009)
	カーシェアリング等のサービスサイジング	自動車を所有せず、複数世帯等で共有するシェアリング等の利用	
リユース	リターナブル容器の利用と回収	リターナブルびんやペットボトルの積極利用や回収協力	再使用可能な容器製品選好率 11.7% (2009)
	使用済製品等の回収・リユースへの協力	ハンガー(クリーニング店)、リサイクルショップ等への生活不用品の積極持ち込み	中古品取扱店等での売買選好率 21.0% (2009)
	生活用品の修理・再利用	町の家電屋等への修理目的の持ち込み	破損品の修理実施率 34.7%、不要品の他の目的での使用率 45.4% (2009)
	自動車部品リユース	自動車の修理補修時に自動車リサイクル部品(リユース部品又はリビルド部品)の利用を選択	
	解体時のリユース製品の引渡し	住宅等の解体時における業者への家具・古材等のリユース可能製品の引渡し	
リサイクル	リサイクル製品等の購入	容リプラ利用製品やグリーン購入製品・エコマーク製品等のリサイクル製品等の購入	リサイクル製品の積極的購入率 14.6% (2009)
	エコ肥料の利用	市民農園等での生ごみ堆肥等の利用やエコ肥料を使用した農作物の購入	
	使用済製品等の回収・リサイクルへの協力	インクカートリッジ、小型家電製品・携帯電話、蛍光灯、廃食油、ペットボトル等の回収協力	インクカートリッジ(学校:登録校 10,000校超)リサイクル目的の店頭回収協力率(携帯電話) 20.4 (2009)
	使用済衣料品の下取り	百貨店・服飾店への使用済衣料・靴等の引渡し	
	浄化槽からのリン回収協力	高度処理浄化槽からのリン回収への協力	
その他、 づくりに 貢献する 行動	生ごみの減量	コンポスト・生ごみ処理機を使った生ごみの減量化・堆肥化	生ごみの堆肥化実施率 13.1% (2009)
	ごみの適正処理への協力	ポイ捨てや資源の持ち去り・不法投棄の通報	
	事業者による新たなビジネスモデルの展開	事業者が新たなビジネスモデルに基づく3R事業を展開	

現在の状況は、中央環境審議会循環型社会計画部会資料による

(2) 3 R分野におけるエコポイントの意義・目的

機能

3 R分野におけるエコポイントは、以下の4つの機能がある。

3 R行動として何が行えるか、行うべきかを資源やエネルギーの削減・廃棄物の減量などの観点から具体的に明らかにする「見える化」機能

消費者・市民、事業者の新たな3 R行動を「促進・浸透」させるとともに、既存の3 Rの取組を将来にわたり「持続」させる機能

(ポイント(金銭又は社会的評価)を消費者に付与することで、3 R行動のうち、現状進んでいない、又は更に進めることが望ましい取組を促進・浸透させたり、さらに持続することで、行動を選択しながら柔軟に3 R目標を達成するシステムである)

ポイントの還元・利用方法として3 R行動を対象とした場合には、ポイントの利用を通じた3 R行動など更なる環境配慮活動を「追加促進」する機能

ポイント付与や還元・利用を通じた環境貢献・社会還元、PR効果や集客振興効果のほか、経営や処理コスト削減などの「3 Rとそれ以外の事業活動ないしは社会活動との協調・相乗効果の発現」機能

目標・目的

3 Rエコポイントでは、の機能を踏まえ、行政、事業者、消費者・市民等の関係者間の連携を推進するとともに、特に消費者・市民の高い関心を具体的な3 R行動に結びつけ、循環型社会の構築に向けて市民レベルから貢献していくことを目的とする。

主体ごとの意義・役割(負担)・効果

3 Rエコポイントの主体としては、行政、事業者、消費者・市民、NPO/NGOが考えられる。

個々の事業により異なる部分があるが、主体ごとの意義・役割(負担)・効果については、以下のとおり考えられる。

表4 3Rエコポイントの主体ごとの意義・役割（負担）・効果

主体分類	各主体が行う意義・目的	導入に当たっての役割、 行うべきこと	効果 (メリット)
行政	・ 政策目的（3R推進等） の実現	・ 3R行動の取組実施、 企画・検討 ・ 制度面の確認 ・ 広報（住民に対する説 明）	・ 廃棄物処理コストの縮減 ・ 廃棄物処理サービスの向 上
事業者	・ 3Rの推進 ・ 一部の事業では、廃棄物 の削減	・ 3Rの取組実施、企 画・検討 ・ 3Rエコポイント事業 の運営	・ 販売促進 ・ CSRの実施
消費者・市民	・ 3Rエコポイントの取組 への参加	・ 3R行動の実施	・ ポイント還元 ・ ポイントを活用した環境 行動の推進
NPO/NGO	・ 3Rエコポイントの運営 への協力による環境行動の 推進	・ 3Rの取組の運営への 協力	・ 社会貢献（NPO/NGO の設立目的の普及）

（3）事業効果定着のための必須要素

事業内容に関わらず、3Rエコポイントシステムの導入に当たり、3R行動を促進するための必須要素としては、明確な目標・理念、中心的役割を担う主体、費用負担を含めた関係者の役割の明確化が考えられる。また、関係者の十分な理解の上で、取組の連携を図ることが重要である。

具体的には、3Rエコポイント事業の目的や目標、関係者の役割とメリットなどについて、十分な共通理解が得られた上で、適正な事業規模（事業収支を考慮したもの）、中心的役割を担う主体の確立、実施期間などを考慮し事業を行うことなどが重要である。

3 Rエコポイントの事業類型

(1) 3 Rエコポイントの事業類型

3 Rエコポイント事業を(1)入口、(2)体制、(3)出口に区分して考えると、以下のとおり類型化できる。具体的に事業を検討する場合、各区分で適切なメニューを選択し、組み合わせることで事業を想定することができる。

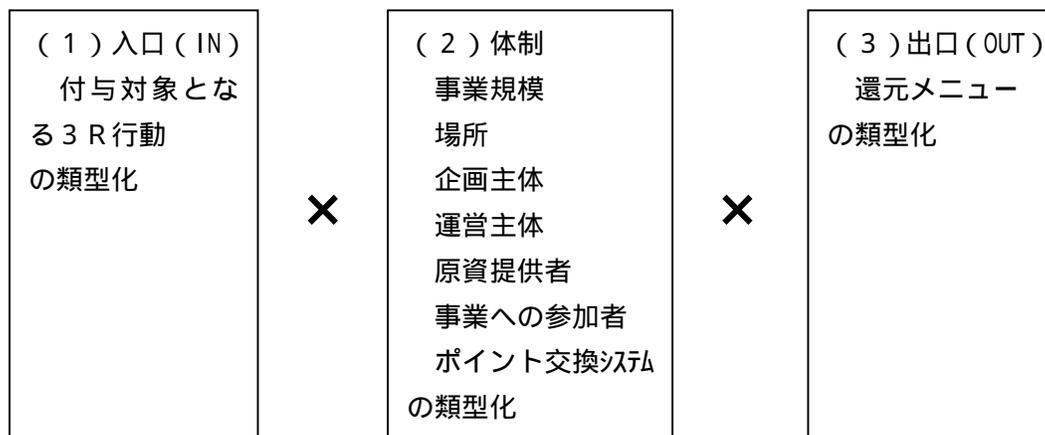


図 3 Rエコポイントの事業類型

1) 入口

3 Rエコポイントシステムは、ポイントという経済的インセンティブを用いて、消費者・市民の3 R行動を促進するものであることから、3 Rエコポイントの事業類型を整理するに当たっても、3 R行動を整理の基準とし、次のとおり事業を類型化した。

3 R区分に着目して事業内容の類型化を行うと、特定の3 R行動促進を促進したいケース(特定3 R行動促進型)と、特定の3 R行動の促進に加えて高次の目的を達成したいケース(多目的型)に類型できる。

特定3R行動促進型（特定の3R行動を促進したい）

1) リデュース目的型

（この類型に当てはまる3R行動例）

- ・簡易包装、レジ袋削減行動
- ・外食及び中食の食品ロス削減行動
- ・マイボトル、マイ箸、マイ食器の使用
- ・カーシェアリング など

2) リユース目的型

（この類型に当てはまる3R行動例）

- ・リユースびんの使用、回収
- ・生活不要品の使用、持ち込み
- ・小型家電製品の回収
- ・自動車部品の使用
- ・住宅解体古家具、古材の使用、持ち込み など

3) リサイクル（マテリアル、サーマル）目的型

（この類型に当てはまる3R行動例）

- ・ペットボトル回収、持ち込み
- ・リサイクル製品の購入、販売
- ・生ごみのたい肥化、たい肥の使用
- ・蛍光灯回収、持ち込み
- ・廃食油回収、廃食油利用製品の使用
- ・インクカートリッジ回収、持ち込み
- ・携帯電話回収、持ち込み
- ・古着、古布回収、持ち込み など

4) その他（ごみ拾い等）

（この類型に当てはまる3R行動例）

- ・ごみ拾い など

多目的型（特定の3R行動の促進に加え高次の目的を達成したい）

1) 複数3R行動同時促進型（様々な3Rを同時に達成したい）

（この類型に当てはまる3R行動例）

- ・小売業活用
- ・外食業（結婚式場含む）活用
- ・イベント活用
- ・修理、リサイクル業活用

2) 地域振興同時促進型（地域振興も同時に達成したい）

（この類型に当てはまる3R行動例）

- ・地域商店街活用
- ・温泉街活用

3) 環境教育同時促進型（環境教育も同時に達成したい）

（この類型に当てはまる3R行動例）

- ・公共施設（学校）活用

4) 特定3R行動類型促進型（特定の行動類型を同時に達成したい）

（この類型に当てはまる3R行動例）

- ・宅配システム活用（回収系行動を一括して）

2) 体制

事業規模

地域の対象範囲（広さ）、 予算・経費、 対象者、 廃棄物排出量、 消費者の購買範囲などの観点がある。

- 1) 地域の対象範囲（広さ）・・・地域商店街・市区町村・都道府県又は全国
- 2) 予算・経費
- 3) 対象者（対象人口、性別、年齢層など）
- 4) 廃棄物排出量
- 5) 消費者の購買範囲

事業の中心となる場所

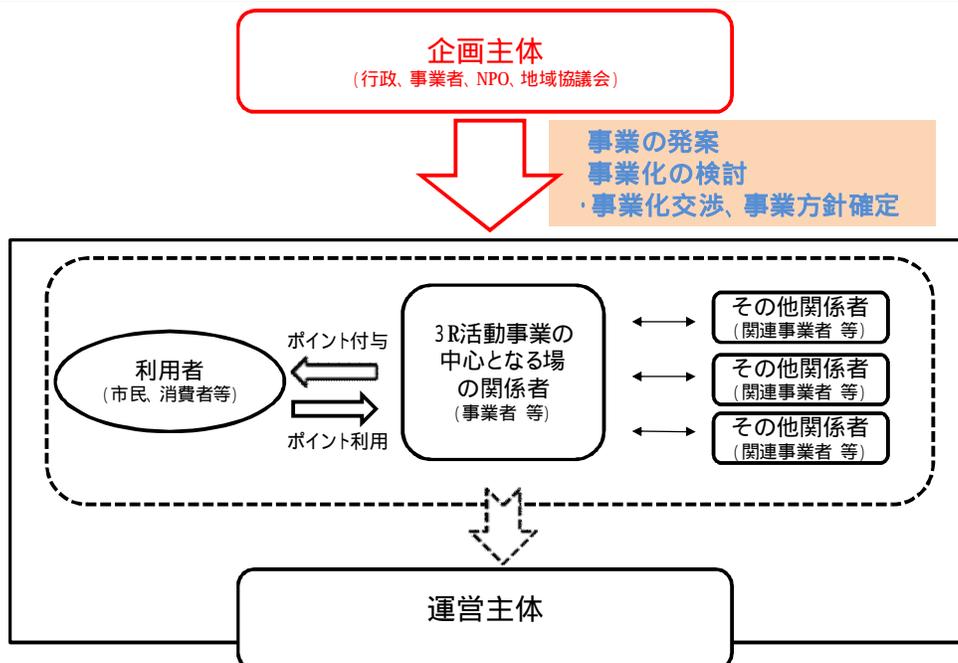
3Rエコポイントの活用の主たる場としては、以下のとおり想定できる。

- ・ 小売店舗
- ・ 工場
- ・ 学校
- ・ 商店街
- ・ 地域 など

企画主体

企画主体として、事業の発案、事業化の検討に関して、次のとおり中心的な役割を担う主体が想定できる。

- ・ 行政
- ・ 事業者
- ・ NPO / NGO
- ・ 地域協議会 など



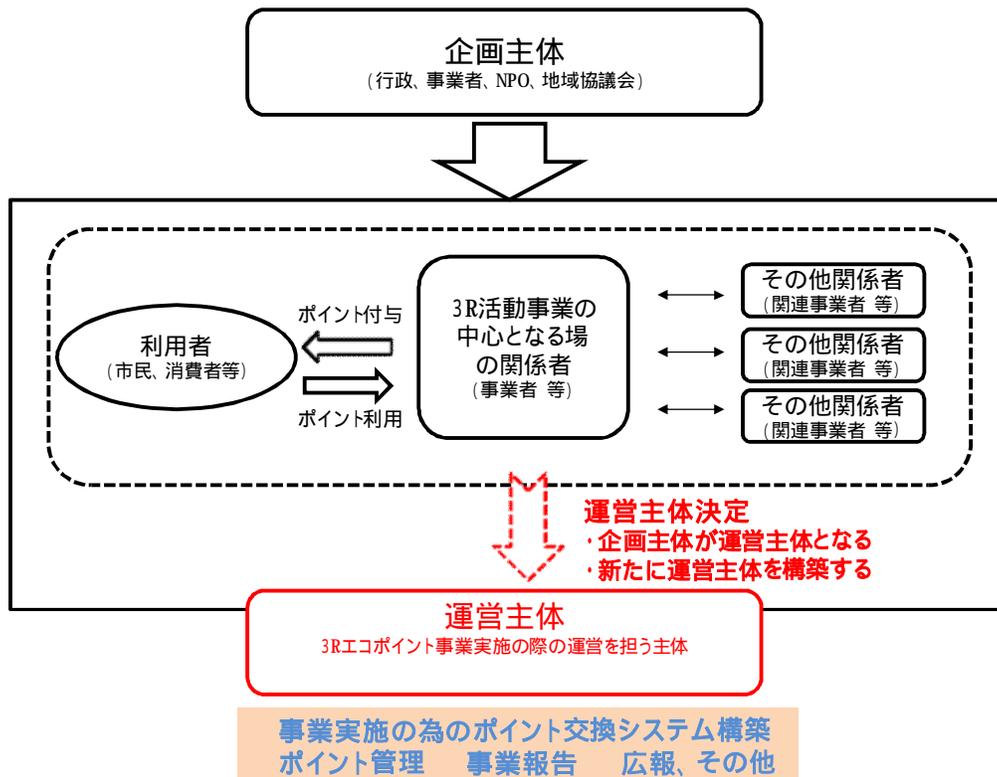
(参考) 企画主体ごとの具体的な例は、下記のケーススタディの該当図を参照願います。

1. 行政；参考資料3「古着リユースリサイクル促進に向けた取り組み」(P38)
2. 事業者；参考資料3「宅配システムを利用した3R促進に向けた取り組み」(P74)
3. NPO/NGO；参考資料3「マイボトル普及に向けた取り組み」(P1)
4. 地域協議会；参考資料3「地域商店街における3R促進に向けた取り組み」(P59)

運営主体

運営主体は、3Rエコポイント事業実施の際の運営を担う主体であり、企画主体が運営主体となる場合と、関係者で新たな主体を立ち上げる場合がある。

- ・ 企画主体が運営主体となる場合、
 - 自ら運営主体となる場合
 - 運営を委託する場合 (NPO/NGO、企業)
- ・ 新たに運営主体を構築する場合 (事業関係者による協議会などを通じて)



(参考) 運営主体ごとの具体的な例は、下記のケーススタディの該当図を参照願います。

1. 自ら運営主体となる場合；参考資料3「宅配システムを利用した3R促進に向けた取り組み」(P74)
2. 運営を委託する場合；参考資料3「小売店舗を活用した資源の拠点回収、リサイクル、リユースの推進」(P45)
3. 新たに運営主体を構築する場合；参考資料3「自動車リサイクル部品等の活用促進によるエコ・ユーザーの育成」(P16)

原資提供者

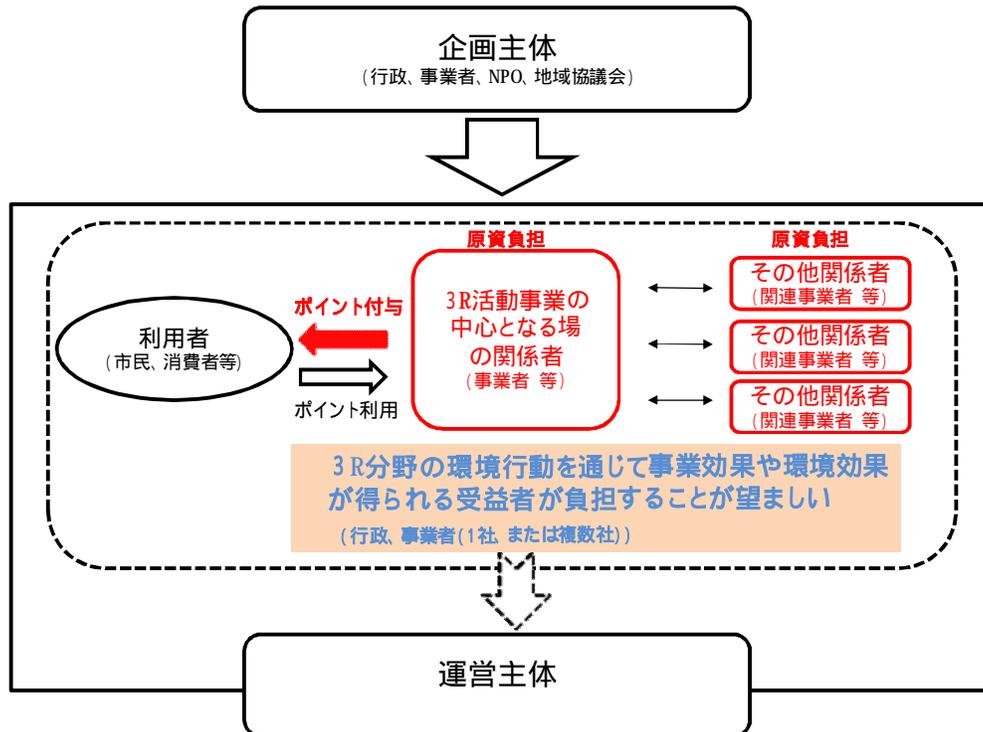
3 Rエコポイントの原資提供者は、3 R分野の環境行動を通じて事業効果や環境効果が得られる受益者が負担することが望ましい。具体的には、行政、事業者が考えられる。

- ・ 行政
- ・ 事業者（1社、または複数社）・・・消費者に転嫁されるものを含む

事業への参加者

参加者は、次の者が考えられる。それぞれの事業分野に応じて複数の事業者が参加することになる。

- ・ 事業者
- ・ NPO / NGO
- ・ 市民
- ・ 大学 など
- ・ 行政



(参考) 原資提供者の具体的な例は、下記のケーススタディの該当図を参照願います。

1. 行政；参考資料3「小売店舗を活用した資源の拠点回収、リサイクル、リユースの推進」(P45)より
2. 事業者；参考資料3「古着のリユースリサイクル促進に向けた取り組み」(P38)より

3 Rエコポイントのポイント交換システム

ポイント交換システムは、ポイント交換のしくみやポイントの蓄積媒体としての役割があり、それらは新規に構築する場合と既存システムを活用する場合がある。さらに、既存システムを活用する場合は、拡充・変更（既存のポイントシステムの統合や改善などを目的とする方法）を行うものと、他のポイントシステムと連携を行う（交通系カード等の性格を異にする他のポイントシステムに算入するなどの方法）ものに区分できる。

- ・ 新規に構築
- ・ 既存システムの活用
 - 拡充・変更
 - 他のポイントシステムとの連携

（参考）具体的な例は、下記のケーススタディの該当図を参照願います。

- 1．拡充・変更；参考資料3「宅配システムを活用した3R促進に向けた取り組み」（P74）
- 2．他のポイントシステムとの連携；参考資料3「他地域のポイントシステムと3Rエコポイントシステムの連携」（P81）

表 カードの種類と特徴

種類	特徴	カード代金 (1枚あたりの 目安金額)	レコーダー代金
接触型	レコーダーに直接カードを接触させるタイプ (例)クレジットカード	500円	PC型端末、CAT端末 (クレジット決済端末) 約10万円 安い端末でポイント利用のみなら2千円から可能
非接触型	レコーダーにカードをかざし、データ通信するタイプ フェリカ方式やマイフェア方式などがある フェリカ方式: (例)スイカ、パスモ、イコカなど マイフェア方式: (例)中国、韓国などの交通機関での利用	100～500円	レンタルの場合: 1.5万円/月 (通信料込み)
リライトカード	文字を印字消去できる書き換え可能なタイプ	20～30円	10万円
バーコード	バーコードを読取・認証する。	10円	6千円～
紙カード	紙製のカードを利用タイプ スタンプ方式やシール方式がある。 (例)小売店などでの利用	30円	約3千円 (スタンプ代)

3) 出口

ポイントの還元・利用メニューは、既存の取組事例を参考に以下のとおり類型化できる。

- ・ 物品交換方式
- ・ 商品購入連携方式
- ・ 金銭交換方式
- ・ くじ方式
- ・ 環境活動参加方式

・ なお、現行のポイント還元・利用メニューについては、表に示すようなものがある。

表 既存のポイント還元・利用メニューの例

分類	還元・利用メニュー
物品交換方式	景品
	贈答品
	おもちゃ
	ごみ袋
	自宅記念花
	オリジナルマイバッグ
商品購入連携方式	商品引換券
	商品値引券
	ポイント分割引
金銭交換方式	プリペイドカード
	他ポイントとポイント交換
くじ方式	懸賞に応募
環境活動参加方式	環境団体・活動に寄付
	環境イベントへの参加
	植樹・植花

(出典：第1回検討会で取り上げた先進的取組事例から抽出)

3 Rエコポイントシステムのケーススタディ

既に取り組が進んでいる事業を参考に、新たなインセンティブ付けをすることで、さらなる取組の促進を図ることを想定し、3 Rエコポイントの導入方法や関係者の役割分担について検討を行う。

また、事業実施効果や3 Rエコポイント制度導入に向けた課題の整理を行う。

1) ケーススタディの具体的内容は、表に示した。

2) ケーススタディに当たっての具体的な考え方、観点

ケーススタディに当たっては、次の考え方に基づき、整理、検証した。

現状と課題

3 Rエコポイントによる具体的な事業促進イメージ

関係者の機能分担イメージ

事業実施に当たり、各主体のメリットと負担を明確にするため、具体的にどのような主体が関係し、それぞれの主体がどのような役割・実務の分担を行う必要があるのか、また、それぞれの主体にとってどのようなメリットがあるのかを整理。

事業化に向けた連携・手続きフロー

事業の導入に向けて、各主体がどのような手続き等を行う必要があるかをフロー形式で整理。

3 Rエコポイントによる事業実施効果

事業実施効果を検証する。なお、具体的な数字例がある場合は記載する。

3 Rエコポイント制度導入に向けた課題と施策の方向性

ケーススタディを行った結果判明した課題と方向性を整理

表 ケーススタディの具体的内容

(1) 入口					(2) 体制							(3) 出口
分類	3R			事業内容	事業規模	場所	企画主体	運営主体	原資提供者	事業への参加者	ポイント交換システム	還元メニュー
	リデュース	リユース	リサイクル									
I 特定3R行動促進型	1) リデュース目的型	○	○		マイボトルの使用	A市内 (人口150万人の一部) コンビニ1店舗	A市小売業(コンビニ)	NPO	委託(NPO)	・事業者(飲料メーカー)	・事業者(コンビニ) (飲料メーカー) (ボトルメーカー) ・行政 ・市民	・参加店舗での買い物補助 ・地元エコ活動に寄付
	2) リユース目的型		○	○	リユースびんの利用・回収	B地域(3県) 参加企業: 約140社	B地域 焼酎取扱店舗	事業者(焼酎メーカー)	委託(事業者)	・事業者(焼酎メーカー)	・事業者(小売店) ・行政 ・市民	・参加店舗での買い物補助 (Rびん飲料の購入補助)
				○		自動車リユース・リビルト部品の利用	全国 リサイクル部品流通13団体、530解体工場が参加 CO2削減量16万t(H20)	自動車整備工場	企業(大学ベンチャー)	新規	・事業者(リサイクル部品供給団体、整備工場、損保会社)	・事業者(供給団体(工場)(損保会社)) ・行政 ・市民
	3) リサイクル(マテリアル、サーマル)目的型			○		生ゴミの堆肥化	C市C区C地域 参加: 100世帯 廃棄物削減量: 4tの生ごみ削減(5ヶ月)	C市C区C地域	行政	新規	・事業者(大型農家、小売店)	・事業者(地元小売店)(大規模農家) ・市民
			○	○	古着のリユース・リサイクル	D市 (人口約30万人) 2店舗	D市 古着店舗	行政	新規	・事業者(店舗)	・事業者(古着取扱小売店) ・海外向け古着ルート ・リサイクルセンター ・市民	・参加店舗での買い物補助
II 多目的型	1) 複数3R行動同時促進型		○	○	ペットボトルの回収、その他	E区 人口約65万人 回収拠点: 30店舗 回収量363トン/年(1037万本)(H20)	E区 小売店舗	企業(設備会社)	委託(企業)	・行政	・事業者(小売店) ・行政 ・市民	・地域商店街共通商品券として利用 ・地元エコ活動に寄付
	2) 地域振興同時促進型	○	○	○	地域商店街における3R事業(食品ロス、レジ袋削減、その他)	F市商店街 (F市人口約6万人の一部) 30店舗	地域商店街(外食業)	地域協議会(商店街組合)	委託(地域協議会)	・事業者(組合員の自己負担)	・事業者(小売店) ・行政 ・市民	・地域商店街共通商品券として利用 ・地元エコ活動に寄付
	3) 環境教育同時促進型		○	○	環境教育	小・中学校	学校	学校	委託(NPO、地域協議会)	・行政 ・事業者(プリンターメーカー)(ごみ収集事業者)	・学校 ・事業者(プリンターメーカー) (ごみ収集事業者) ・行政 ・市民	・地元エコ活動に寄付
	4) 特定3R行動類型促進型		○	○	宅配サービスによる3R事業	実施地域1都8県 参加: 113万世帯	宅配システム流通地域	事業者(宅配サービス会社)	新規	・事業者(宅配サービス会社)	・行政 ・市民	・宅配商品の購入補助

(注) 太枠はケーススタディのために参考とした事例

(3) ケーススタディの評価

ケーススタディを踏まえた評価は、以下のとおりである。

1) 入口

事業内容

- ・特定の3R行動の促進を目的とする事業は、リデュース、リユース、リサイクルのそれぞれに単独で区分できないものが多いが、関係者間では3R行動の目的や効果などの共有が図りやすいという特徴がある。
- ・一方、多目的型の事業については、取組の「場づくり」が重要であり、3R行動の促進が他の目的を達成させるための手段としての位置付けもあることから、3R行動による効果も含めた事業効果や事業継続のための検証などが必要である。

2) 体制

事業規模

- ・3Rの事業内容などの特性、事業の関係者の範囲などにより異なるが、いずれも一般廃棄物の処理を所管する市町村との連携の上で取り組まれているものが多い。一方、大規模地域を対象とするものには、民間事業者による取組が多い。
- ・事業規模は、事業採算性や事業継続性などの観点から十分な検討を行う必要がある。

企画・検討・運営主体

- ・行政の場合には、関係者の連携による3Rの取組促進をテーマに、個別リサイクル法に基づく対応以外の分野として、例えば生ごみリサイクル事業として一般廃棄物処理基本計画に位置付け、市民からの協力を得た上で取組を進めた事例がある。
- ・事業者の場合には、例えば宅配事業を始めとして、顧客の囲い込み、CSRとしての取組、事業効果が高い新たなビジネスモデルの展開などを目指した対応が考えられる。
- ・NPOや地域協議会の場合には、行政と事業者のパイプ役を果たすコーディネーターとしての機能があり、実際には、事業の具体化における役割は大きい。関係主体としては、NPO、大学、事業者（機械メーカー等）などがあるが、既存事例ではいずれも財務面や活動状況について透明性が確保されているという特徴があり、事業者にとってはビジネスチャンスとなり、NPOにとっては、NPOの社会的基盤としての認知度向上というメリットがある。

原資提供者

- ・原資提供者については、事業者及び行政によるケースがある。行政を含め、いずれの場合においても、原資提供に伴う費用対効果が重要である。ケーススタディでは、単独の事業者のパターンが多く見られたが、事業継続性及び受益者負担の観点から、複数の主体による原資負担が望ましいものと考えられる。
- ・行政については、原資やインフラ整備（レンタル含む）に対する負担が考えられるが、事業継続性の観点からは財源の根拠の明確化が重要である。一方、事業の発案の際に、事業者が進めるビジネスモデル調査や実証事業への助成など立ち上げを支援することも考えられる。いずれの場合も、行政は市民、事業者と連携した上で、ごみ処理費用の効率化、合理化を進めるものであり、最大限の積極的な関与が必要である。

ポイント交換システム

- ・カードを利用する場合は、財政面や事業の方向性を考慮のうえで、いずれも選択できる状況である。事業の導入当初は、金銭的に負担の少ない磁気カードや紙カードなどを使用し、市民の認知度を高めることが考えられるが、事業安定後は他事業との連携・拡大（交通系カードとの連携など）、システム拡充が考えられる。

3) 出口

還元メニュー

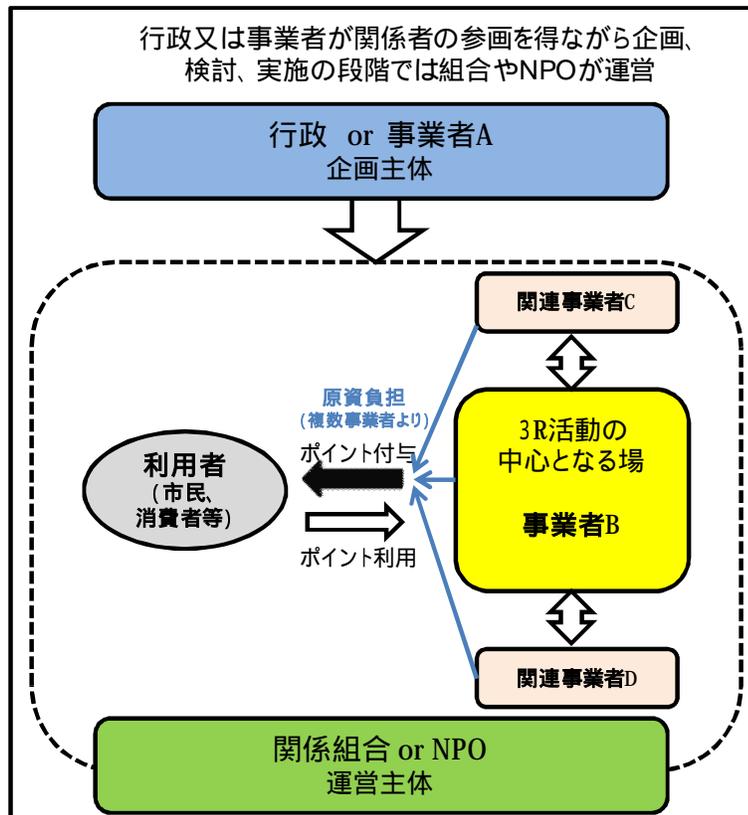
- ・還元メニューについては、買物補助（地域商店街共通商品券含む）、環境活動への寄付、その他地産地消メニュー、他のポイントシステムとの連携などが考えられる。
- ・いずれも、事業主体が、事業参加に伴うメリットを感じられることが前提となるが、ポイントを獲得した消費者が魅力を感じられるメニューを用意する必要がある。

(4) 3Rエコポイントによる推進が期待される事業

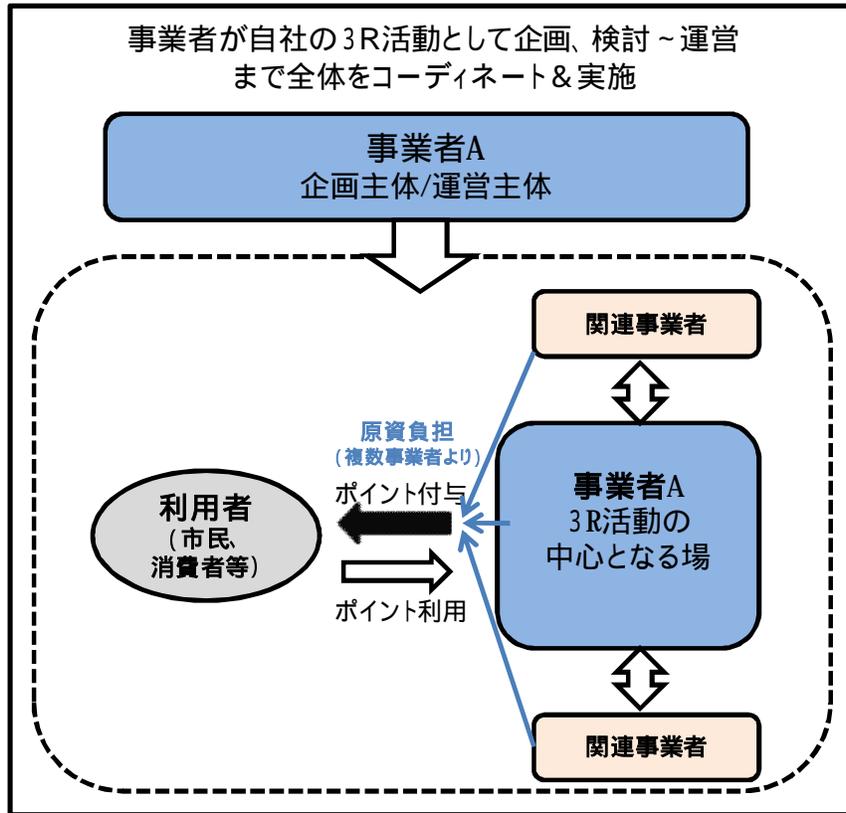
これらの評価及び既存事例を踏まえると、3Rエコポイントによる推進が期待される事業としては、次のようなものが考えられる。

ただし、事業の目的、地域の規模、関係者など様々なケースが考えられ、これに限らず地域の実情に応じた最適な事業がある。

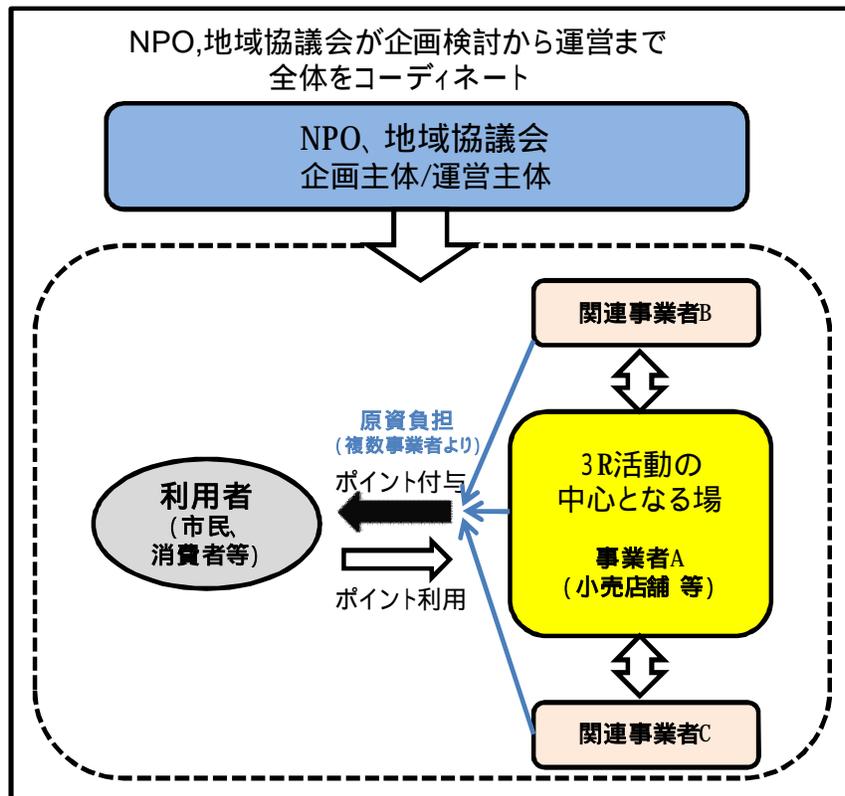
(例1) 行政又は事業者が企画、検討、実施段階では組合やNPOへ運営を委託



(例2) 事業者が自社の3R行動として企画、検討～運営まで全体をコーディネート&実施

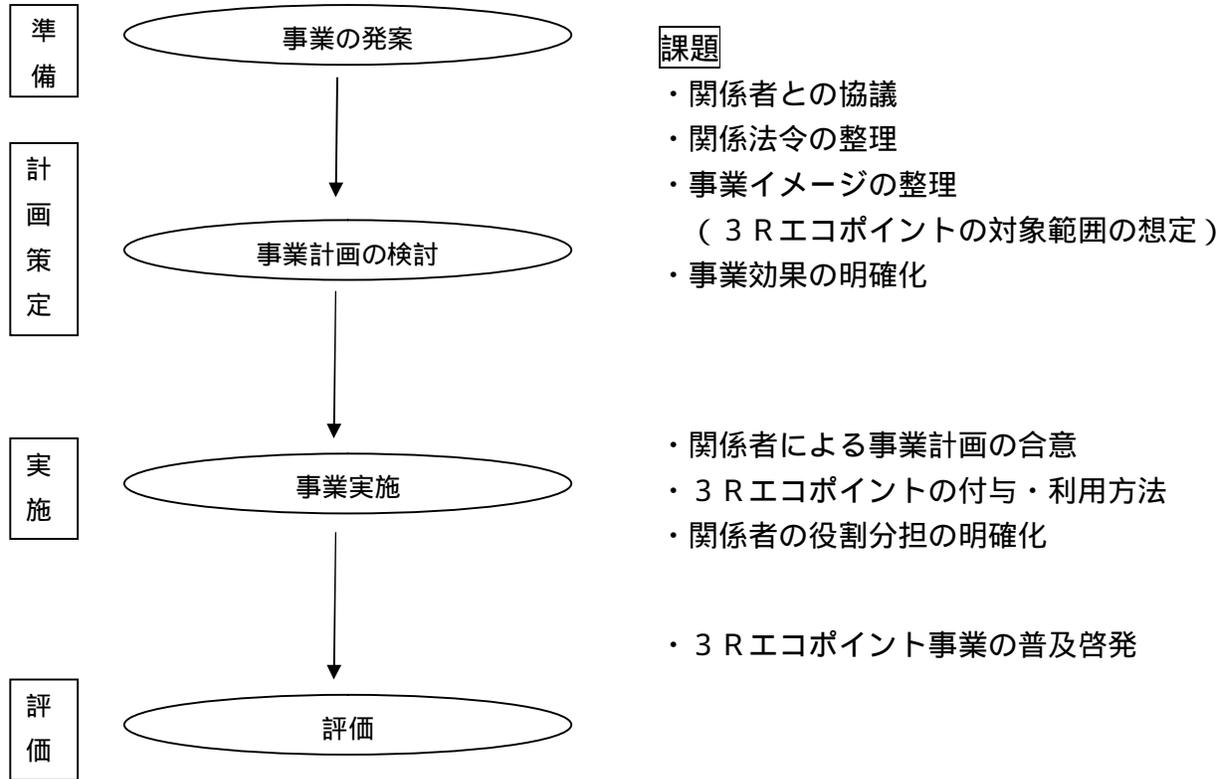


(例3) NPOや地域協議会などが企画検討から運営まで全体をコーディネート



課題

3 R分野におけるエコポイントシステムについては、ケーススタディを踏まえた以下の共通課題を考慮して、具体的なシステム設計や連携構築を図るべきである。



1) 「事業の発案」の段階における課題と方向性

(関係者との協議)

はじめに、3 R事業の目的、内容といった大義名分や目標を掲げ、事業に参加する関係者が連携の上で、事業やインセンティブ付与の必要性について共通認識を深めることが必要である。

その後、インセンティブの方法として、3 Rエコポイントを検討する場合には、その付与方法、還元メニューなどを協議の上で、主体ごとの意義・役割・効果を明確にするよう、定性的な討議を行い、関係者で共通理解を進める必要がある。

さらに、事業化を目標に検討体制を構築し、行政と連携の上で、モデル事業やケーススタディなどに取り組み、課題の整理を行い、事業計画案を作成する必要がある。

3 R分野におけるエコポイントシステムは、地域や事業者で各種の取組がなされている一方、これらの取組の継続・拡充に当たっては課題がある場合があり、未だポイントシステムの対象となっていない3 R行動も多くある。このため、既存のポイントシステムの維持・発展に向けた取組や、地域で未だ実施されていない新規のポイントシステムの構築を行うなどの地域の観点、更にそれをつなげ・広げる全国的な視点から必要な方策の検討が必要である。

(関係法令の整理など行政との相談)

3 R分野は、廃棄物や有価物などの取扱区分や各種個別リサイクル法に関わる法律など制度面の整理が必要な場合がある。そのため、都道府県や市町村の廃棄物担当部署などと事前相談の上で、事業化に当たり必要な許認可などの取得・適法性の確認などを行う必要がある。

一方、行政としては、3 Rエコポイントシステムを3 R分野の効率化・合理化を進める参加型の手法と捉えることができ、インフラ整備や普及に向けた関係主体への啓発・事業の監視などの役割を担い、各種支援を行うことが重要である。

(事業イメージの整理；ポイントシステムの対象範囲の想定)

3 R行動は、日常生活や企業活動、行政事業などのあらゆる場面で様々な取組が期待されるため、ポイントシステムの対象とする取組や主体、地域の裾野は出来る限り広いものとするのが望ましい。

また、連携主体も小売事業者に限らず、市町村や製造事業者、循環関係事業者、NPO/NGO、消費者など幅広い関係者の連携が期待されるシステムであることが望ましい。その際、どの主体を中心として連携することがポイントシステムの円滑化につながるか考慮することが望ましい。

さらに、3 R行動は、毎日の取組が継続的に行われることが重要であるため、こうした取組をポイント対象としていくことが必要である。

一方で、毎日の取組によるポイント取得に関心のない消費者も存在するので、耐久消費財の買替など、不規則な行動もバランスよくポイント対象としていくことが必要である。

また、取組を息の長い習慣としていくことやポイント還元期間が短期であることに端を発する駆け込み的なポイント使用・発生による余分な環境負荷を抑制するため、ポイントは長期間蓄積できること(いわゆる「塵も積もれば山となる」)も重要である。一方、ポイントを付与する事業者等にとってはポイントの会計や税務上の整理、特に、未利用のポイントが年度を跨ぐことにより会計上の負債が累積することにも留意する必要がある。

その他、個々の消費者を対象とするだけでなく、消費者の行動により、一人当たりごみ排出量の削減や集団回収量の増加等に成果が挙げたと認められる自治会に対してポイントを付与する仕組みなども、事業効果を上げる観点から併せて検討すべきである。

消費者の3 R行動を促進する新たなビジネスモデルを事業者が進めることができるようポイント付与対象の3 R行動を固定化することなく、柔軟に対応することも必要である。

廃棄物の処理を効率的に進めるためにも、市町村のイニシアチブで市民と事業者との連携を進めることが必要である。例えば、生ごみのたい肥化に率先して取り組む消費者や企業に対し、ポイントを付与することで取組を促進することも考えられる。

エコポイントという経済的インセンティブを付与するに当たって、3 Rエコポイントを推進する観点から整理すべき制度的課題については、その検討を進めることが望ましい。

(事業効果の明確化)

事業は、関係者による検討目標を設け、事業構想の段階から事業効果の明確化を図る必要がある。

また、関係法規等の確認、基本方針・目標の確認、想定しうる推進体制、事業内容（ポイント付与の行動・ポイント付与計算方法、還元メニュー）など、事業計画の基礎となる事項に関して、ケーススタディなどの検討を通じて関係者の共通理解を得るとともに、原資提供者の明確化を行うことが重要である。

2) 「事業計画の検討」の段階における課題と方向性

(関係者による事業計画の合意)

地域の現状（ごみ・3Rの現状、関係法規等）、基本方針・目標（なぜやるのか、何を指すのか）、推進体制、事業内容（ポイント付与の行動・ポイント付与計算方法、還元メニュー）、収支計画、スケジュール（事業開始後の中間評価等を含む）などを含めた具体的な検討を行い、事業計画を策定することが必要となる。

事業計画の策定にあたり、関係する主体として、事業者、行政のみならず、市民、市民団体、NPO/NGOなどへ参加を促し、計画段階から協力した取り組みを進めることが重要である。

実施方針の確定、事業契約締結、導入先の確定など関係者との調整、合意を得ながら、事業計画の具体化を図っていくことが重要である。

3Rエコポイントシステムの計画を策定するにあたっては、様々な政策手法を組み合わせ、適切な活用を図っていくことも必要である。例えば、家庭ごみの有料化といった直接規制的手法と経済的手法を政策パッケージとして組み合わせることで、持続的かつ効果のある取組となるものと考えられる。

(3Rエコポイントの付与・還元方法)

ポイントの付与方法については、効果によって重みづけをすることや一行動当たりのポイントを平等な量とすること、3R効果とCO₂削減効果の相乗分で重みづけすること等いくつかの方法が考えられるが、いずれにせよ、3R行動による3R・CO₂削減効果を客観的に評価する方法を検討することが必要である。

還元・利用方法については、3R分野への貢献や、植林、カーボン・オフセットなどの環境配慮活動のみならず、3Rを推進する団体への寄付などの社会貢献に寄与する品目の追加、他のポイントシステムと連携した幅広い還元メニューなど、消費者にとって魅力あるものとするよう検討することが必要である（魅力的な還元を行うことで、無駄な消費につながるポイント還元を回避しやすいと考えられる）。

また、その他ポイントの還元方法は金銭的インセンティブのみならず、社会的な評価として、例えばポイント事業者によるポイント取得上位者の表彰など、幅広い観点から消費者のメリッ

トとしてどのようなポイントが望ましいかを検討すべきである。

(金銭的インセンティブ1つ取っても、1ポイント=1円といった均等配布の方法や、一定ポイントを貯めた時点における商品・金銭交換、さらにクジ方式など様々な手法があることにも留意すべき)

一方で、ポイントの還元を幅広くすると、ポイントが通貨と同様の価値を有することとなり、原資の供給が難しくなる可能性がある。ポイントの還元にある程度の制限を設けることが集客効果だけでなく原資の確保に資することを理解し(例えば、航空会社のマイレージで座席を確保することのように、ポイントを付与しても空席率が変化するのみで、実質的な費用負担は少ない。一方、消費者にとっては一席分の大きな価値がある。)、ポイントの還元・利用対象が原資提供者にとって実質的な費用負担が少ないもので、かつ3Rにも資するような還元・利用対象がないかを検討することも重要である。

その他、3R行動に付与されるエコポイント以外の他のポイントシステムについても、還元・利用方法として3R行動が促進されるメニューが加えられるよう働きかけることも望ましい。

(関係者の役割分担の明確化)

ポイントによる事業者や行政側が受けるメリットとして、コスト削減効果、社会還元、PR効果、地域活性化効果等を可能な限り定量的に明らかにすることで、参画に当たっての判断条件を整備していくことが重要である。

例えば、ポイントシステムの対象について、定量的な目標率を定め、事業者の取組みによる寄与(貢献)率をわかりやすい指標として用いることや、自治体の一般廃棄物政策ニーズを示すことにより、事業者や行政の取組を誘導し、参画のインセンティブとなるようなしくみの検討が必要である。

3) 「事業実施」の段階における課題と方向性

(役割分担に応じた実施)

事業計画にのっとり各主体が役割に応じ、着実に実施していくことが重要である。ただし、想定していない事態が発生した場合は、各主体が連携の上で臨機応変に対応することも必要である。

(3Rエコポイント事業の普及啓発)

ポイントシステムの実施に当たっては、効果的な実施に必要な普及啓発や認知方法、また、そのための関係者の連携なども併せて検討が必要である。

また、事業継続にあたり、事業成果をとりまとめた報告会や関係者での意見交換(課題の共有、改善提案)などを行うことが重要である。

4) 「評価」の段階における課題と方向性

事業計画の段階で、目標を明確にするとともに、目標達成に向けた中間評価の時期、評価対象を予め設定しておくことが必要である。

なお、行政が関与する事業については、当該3R行動が市民への廃棄物処理サービスの向上や行政コストの縮減等に結びついているかなどの検証も必要がある。

3Rエコポイントの事業効果について、環境側面からの検証を行うことが重要である。また、関係者の関わりや費用負担状況などを把握した上で、事業継続性の観点からの見直しや取組評価を行うことが必要である。

3 R分野におけるエコポイントシステム導入に向けた提言

3 R分野におけるエコポイントシステム構築に向けて、3 R行動の事業計画、実施の検討を進める主体に向けて、準備、計画、実施、評価の各段階における取組方向を示すとともに、今後のガイドラインの検討にあたっての提言を以下のとおり行う。

(1) 3 Rエコポイントに取り組もうとする主体に対して

1) 「準備」の段階

3 R行動は、行政、事業者、消費者・市民、NPO/NGO、地域協議会などの関係者が連携することで、新たな取組として広がる可能性が高いことから、準備段階では、創意工夫や地元のアイディアを十分に取り入れ、関係者の連携により「小さく生んで、大きく育てる」ことを目指して取り組むことが重要である。

2) 「計画」の段階

事業者・行政等の参画を確保する観点から、ポイントシステムの定量的な成果や関係者の便益等を明らかにし、行政や地域のポイント負担の合理性や必要性などの見える化を行うことが必要である。

地域のポイントシステムを後押しするには、多くのポイントを得た消費者・市民を模範として示すこと（表彰などにより）や、高獲得ポイントに応じた消費者メリットの高い還元・利用メニューを提供するなど、地域の取組の底上げを図ることを検討することが必要である。

さらに、既に3 Rエコポイントシステムを導入している地域においては、3 R分野のポイントシステムをプラットフォームとして活用し、その他の環境分野や、健康・福祉・まちづくり等の他の分野に範囲拡大して利用することを検討することも有用である。

3) 「実施」の段階

消費者のより積極的な参加を促すため、3 R行動の効果やポイント対象であること等、3 R行動の更なる見える化の検討（値札やレシートにマーキングすることや、取組成果のわかりやすい表現など）やポイントの多様化に向けた様々なメリット付与などの検討が必要である。

事業者間のみならず事業者内部においても認識を共有し、事業への参加者が事業目標や各役割に応じた取組を進めることが重要である。

4) 「評価」の段階

環境効果や、取組を通じた負担状況などについて、客観的評価を行うことは、事業継続性の観点からも重要である。

(2) 今後のガイドラインの検討に向けて

3 Rエコポイントシステムの導入に向けては、関係者連携の上で、導入に向けた計画的な取組が必要である。そのため、事業促進に向けては、3 Rエコポイントの事業の発案、事業計画の策定、事業実施計画に至るまで、共通する課題や、それを踏まえた取組視点などについて、事業の関係者に対して分かりやすい、事業効果の測定のための手法も含めたガイドラインを検討することが望ましいと考えられる。

ガイドラインの検討に当たっては、の課題が解決されるように検討を進めることが重要であるが、特に次の点に留意することが重要である。

1) 「準備」の段階

3 Rエコポイントシステム導入のためには、明確な目標・理念、事業の中心的な役割を担う主体、費用負担を含めた関係者の役割分担の明確化が不可欠である。

また、3 Rエコポイントシステムの導入のためには、消費者・市民、事業者、行政、NPO / NGO等できるだけ多くの関係者による連携を支援できるものにする。さらに、消費者・市民、事業者、行政、NPO / NGO等の関係者が話し合う場づくりが必要である。

2) 「計画」の段階

3 R行動の計画や実施に向けては、ライフスタイルの見直しに対するインセンティブ、市民に対する啓発効果、効果に応じた適正なポイント付与等の観点から事業効果の「見える化」が重要である。そのため、3 R行動による廃棄物減量・資源有効利用効果やCO₂削減効果を定量的に評価できる手法の検討が必要である。

また、ポイント制度への事業者・行政等の参画メリットを明らかにするため、事業者・行政の便益効果や負担経費をあらかじめ明らかにする手法の検討が必要である。

さらに、低炭素社会づくりに向けた取組手法の活用についても検討が必要である。

3) 「実施」の段階

国や関係業界、自治体、NPO等との連携により、3 R分野におけるエコポイントシステムに関する普及啓発を行うことも必要である。

4) 「評価」の段階

事業計画の策定に当たり、事業開始後の中間評価・見直しの時期を明記したものとすることが必要である。

3 R行動の評価については、当初は、ポイントの重み付けは廃棄物減量・資源有効利用効果やCO₂削減効果を踏まえつつ事業関係者の自主的判断で行われるものと考えられるが、将来的には、行動を重み付けした上で客観的に定量化した効果の結果を用いたものとする必要がある。

(3) 3Rエコポイントシステムの普及に向けて

策定したガイドラインの活用による3Rエコポイントの導入効果を調査するため、消費者・市民、事業者、行政、NPO/NGO等が連携の上でモデル事業を実施することが有効である。

3Rエコポイントシステム事業主体と様々な事業者が先進的な取組やアイデアを共有し、情報提供しうるプラットフォーム機能を創設することも有用である。

ガイドライン

次のようなものが考えられる。次年度実施する。

3 Rエコポイントシステムの導入のためのガイドライン（骨格イメージ）

（目次構成イメージ）

前提

3 Rエコポイントとは

3 R行動の具体例

3 Rエコポイントシステムの導入の意義・効果

意義

導入のための必須要素（明確な目標・理念、中心的役割を担う主体、費用負担を含めた関係者の役割の明確化）

関係主体別の導入効果

3 R効果測定手法

コスト・ベネフィット手法

CO₂削減効果手法

3 Rエコポイントシステムの導入の手順

導入の進め方

フロー

準備内容

- ・発意
- ・推進体制の構築（中心的役割を担う主体の確立）
- ・関係者（市民含む）の理解促進

事業計画の策定

- 地域の現況 ・ごみ、3 Rの現況 ・関係法規 等
- 基本方針・目標 ・なぜやるのか・何をを目指すのか
- 推進体制
- 事業内容・ポイント付与の行動・ポイント付与計算方法
・還元メニュー
- 収支計画
- スケジュール（導入後の中間評価等を含む）

各主体の役割

どのような事業を構築するべきか。

事業の種類 目的 規模 ~ を踏まえたモデル事業例（必要経費など）

類型別のチェックポイント

事業の類型別の取組方法（特定3 R行動促進型、多目的型）

事例紹介

（類型別に）

参考資料

- ・困ったときは・・・
- ・主な施策 ・各種効果測定方法 ・参考文献

3 R分野においてポイントを付与する取組を既に行っている事例において生じている課題

3 R分野においてポイントを付与する取組を既に行っている事例を対象に、ヒアリング調査を実施した結果、既存の取組においては次のような課題がある。

ポイントの付与・還元事例に係る課題

- ・ポイントの対象となる取組は、当初、レジ袋削減の対応を起源に進められてきており、最近、ようやく対象品目のメニューの拡充がなされつつある。
- ・ポイント還元については、環境配慮商品や、レジ袋の購入などの他、環境配慮行動などが一部で見られるが、現状では市民にとって魅力あるメニューが少ないと言われている。

関係者の役割分担における課題

- ・民間独自の取組については、非日常的な環境行動（イベント等）を拡大し日常的な環境行動の創出に向けた取組みを推進する事例や、国との環境協定・自治体との包括協定などを締結し、消費者等のニーズに対応した積極的な取組みとして進めているものが多く、地域発の取組として拡がりが見られるものの、モデル的な取り組みが多いのが現状である。
- ・一方、行政連携型の取組については、自治体が環境行動、ごみ削減、地域通貨の取組を通じたまちづくりや地域活性化などの目的を掲げ、事業者、市民、NPOなどと連携して進められているものの、自治体の過度な負担となっている事例があり、今後の事業の拡大や継続性の点で課題となっている。事業者、行政、市民がコスト負担等を含む十分な連携がなければ成立しないものと考えられる。

コスト面の課題

- ・民間独自の事業を除き、ほぼ全てにおいて行政による支援が実施されている。支援内容は、システム構築に対するモデル開発費を補助金として助成するもののほか、大半が事業運営費の全てを行政経費で賄う状況となっている。
- ・自治体負担がベースとなる場合には、システム整備、運営・維持管理に要する費用負担には限界があるため、地域性が高いプロジェクトであるにもかかわらず、取引システムなどのインフラ面での整備が十分に確保できず、地域内の一部限定事業に留まっているものがある。
- ・ICカード方式のポイントシステムについては、既存システムの転用が主体であり、3 R分野のポイントを付与するシステムを新規に構築・運用することはコスト面の負担が大きい。

効果の把握上の課題

1) 費用対効果

- ・事業の費用対効果は、行政連携型事業において大まかに推計されている程度であり、客観的な指標が得にくい状況にある。一方、行政による運営費支援については、継続のたびに、会計監査が必要となることもあり、事業存続を考慮した検討が必要となっている。
- ・行政連携型、民間独自の事業を問わず、事業拡充や本格運用に向けては費用対効果の検討が必要と考えられる。

2) 環境効果

- ・環境効果は、行政により一部推計されているが、住民や、企業の環境行動を「ほめる・評

価する」取組の「見える化」は北九州市、名古屋市、新宿区などの一部で取り組まれているのみで、あまり意識的な取組とはなっていない。

3) 事業効果

- ・ 3 R 行動の取組について、行政及び事業者にとって廃棄物処理コストの縮減に結びつく可能性があるものの、取組の定量的な目標、到達点が定められていないことから、各主体が積極的に参画する状況になっていない。

事業者、消費者の参画を得るための課題

- ・ 日常的な 3 R の取組みを評価するためには、レーダーチャートなどでポイント内容や蓄積回数などを「見える化」し、3 R の対象分野の取組を推奨するような仕組み（例；重み付け等）が必要である。
- ・ ポイントを付与する事業メニューや、ポイント還元メニューについては、3 R 分野に関連した事業を意識しつつも、拡張・多様化を図り、関係者に納得して選択してもらえる見え易い環境行動（例：カーボンオフセット等）などをうまく加えていくことなどが必要である。
- ・ 企業の参加のためのインセンティブとしては、国内排出権取引における「CO₂削減カウント」や、CSR活動などにおいて、「ISO規格と連動した地域貢献度の評価」など、企業の積極的な環境行動の見える化による環境広告効果や、環境会計・CO₂削減の取組への効果を評価する方法を検討することなども必要である。

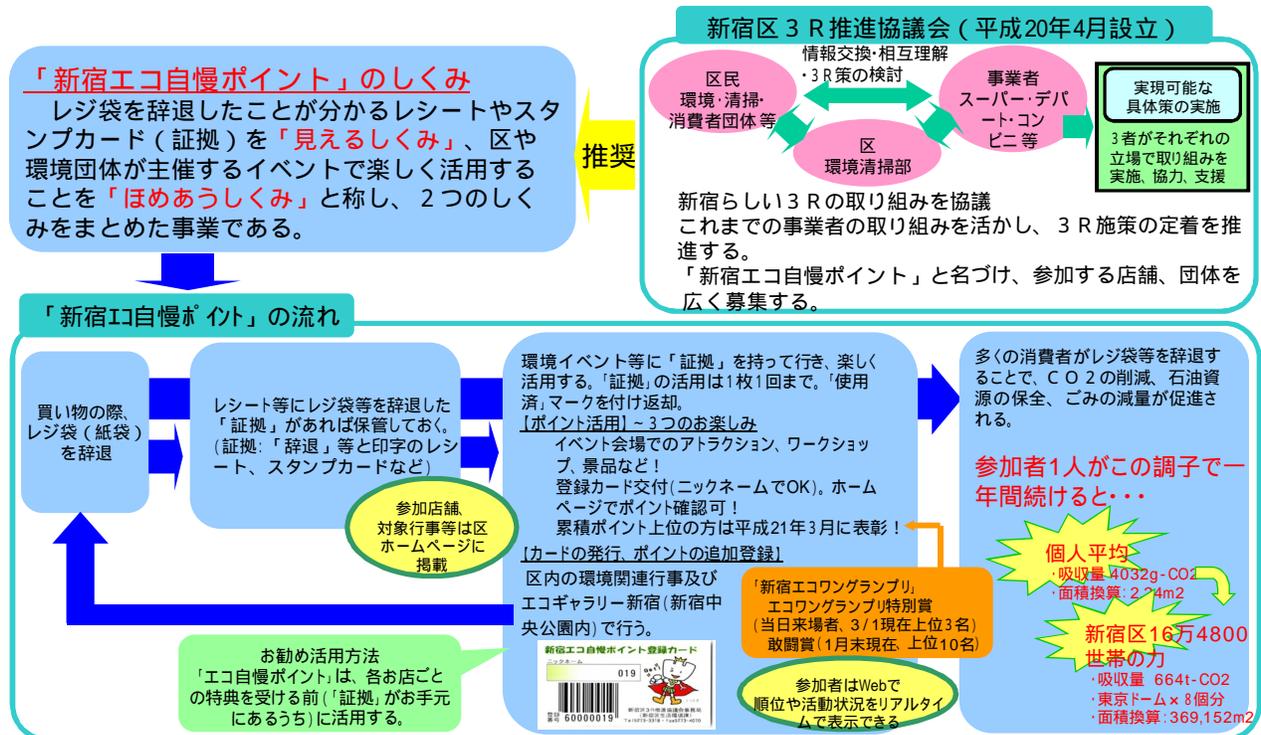
3 R分野においてポイントを付与する取組を既に行っている事例

場所	概要	3 R対象品目	分野	取組内容	規模	協議会等	事業の関係者
新宿区	新宿エコ自慢ポイント	レジ袋	リユース	景品と交換	新宿区（人口 31 万人）の一部	新宿区 3 R 推進協議会	区民、事業者、学識者、新宿区
名古屋市	EXPO エコマネー	レジ袋（H21.4 月終了）、ICMで公共交通利用等	（リユース）	ポイント還元	登録者数約 41 万人		市民、事業者、NPO 法人エコデザイン市民フォーラム、名古屋市
北九州市	北九州市民環境パスポート	レジ袋	リユース	ポイント還元	北九州市内（300 店舗）		市民、環境パスポート運営協議会、北九州市、事業者、NPO
新潟県三条市	地域通貨「らて」を活用したレジ袋削減実証事業	レジ袋、マイ箸、廃油、その他活動	リユース	地域通貨	三条市内（9 店舗）	（実証事業）	市民、事業者（協力店）、市民活動ネットワーク（市民活動団体）、三条市
岐阜県西濃・岐阜地域	レジ袋削減、マイ箸、マイ容器等の容器包装廃棄物の 3 R の取組	レジ袋、マイ箸、マイ容器	リユース	ポイント還元	7 市 1 2 町内（819 店舗）	ぎふ・エコライフ推進プロジェクト実行委員会	市民、事業者、NPO（西濃環境 NPO ネットワーク）、自治体（岐阜県内 7 市 1 2 町）
ローソン	ケータイバッグ運動	レジ袋	リユース	ケータイバッグの普及ポイント付与	店舗顧客（北海道全店、首都圏エリアの一部）	（各種協定；環境省、北海道）	市民、事業者
㈱光生舎（クリーンバッグ・ピュア）	ハンガー、包装削減ポイントサービス	ハンガー、包装袋、クリーニングバック	リユース	ポイント還元	店舗顧客（札幌市内及び近郊）		市民、事業者
新宿区	早稲田商店会レジ袋使い回し大作戦	レジ袋、マイバック、マイ箸、ハンガーリサイクル	リユース	地域通貨	商店街（180 店舗）	アトム通貨実行委員会	市民、事業者（地域商店街）
京都市	百貨店等における 3 R 型販売の導入実験	R 容器	リユース	惣菜と交換	店舗顧客（3 店舗）	（実証事業）	市民、事業者、京都大学、京都市ごみ減量推進会議、京都市
京都市	2 R 型飲料供給システムの構築	R 容器	リユース	飲料を安く提供	市役所周辺（人口 139 万人）	（実証事業）	市民、事業者、NPO 法人地域環境デザイン研究所 ecotone、京都市
川崎市	焼酎、清酒の Rびんリユースシステム導入モデル事業	Rびん	リユース	回収方法検討	商店街（2 店舗）	（実証事業）	市民、新城商店街連合会、（社）環境生活文化機構、川崎市
渋谷区	無料傘の貸し出しプロジェクト	傘	リユース	地域通貨	渋谷区（41 店舗）		市民、事業者、シブカサ、NPO 法人アース・イネ、SOL（シボル・オブ・ライフ）
足立区	あだちエコネット事業	ペットボトル	リサイクル	ポイント還元	足立区（30 店舗）		市民、事業者（小売業）、足立区
洋服の青山	メンズスーツ・礼服下取り推進事業	メンズスーツ・礼服	リサイクル	商品割引小切手の利用	店舗顧客（736 店舗）		市民、事業者

（注）検討会事務局が既存文献をもとに情報収集とヒアリング調査を行ったもの
網掛けは、民間独自の取り組み。それ以外は、行政連携型の取り組み。

新宿区 新宿エコ自慢ポイント～今こそレジ袋・紙袋を断ってエコにトライ！～（平成20年7月開始）	
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・大繁華街を有し、人口の流動性が高い新宿区の特性を踏まえつつ、リデュース、リユース、リサイクルの3Rを効果的に推進するため、区民、事業者、区がそれぞれの立場で対策に取り組むとともに、三者が連携して行動することが重要である。 ・平成20年4月、本区における3Rの推進に向けた連携の核とするため、区民、事業者、区を構成員とする新宿区3R推進協議会を設立した。 ・平成20年7月15日、協議会では、レジ袋等容器包装の削減に向け、「新宿エコ自慢ポイント」の取り組みを提唱した。 ・平成20年10月、3R推進月間には、3R推進キャンペーンとして「新宿発 エコな暮らし」をキャッチフレーズに、容器包装類の削減をアピールした。 ・新宿エコ自慢ポイントとは、レジ袋を辞退したことが分かるレシートやスタンプカード（証拠）を「見えるしくみ」、区や環境団体が主催するイベントで楽しく活用することを「ほめあうしくみ」と称し、2つのしくみをまとめた取り組みである。 ・エコ自慢ポイントの楽しみ方は、買い物する時「レジ袋・紙袋」を断り、レシート等に断った「証拠（辞退等と書かれたレシート、スタンプカード等）」があれば保管、環境イベント等に「証拠」を持って行くと、景品等と交換できるところである。 ・平成21年3月14日、新宿エコ自慢ポイント上位者を表彰。 ・レジ袋辞退率調査の実施。 ・市民エコ活動研究会で各方面の先進事例等を学び、新宿区での取り組みの検討・実施に生かす。
関係主体	区民団体 / 区内小売店等事業者 / 区
全国 / 地域	地域型
規模（市場）	<p>〔カードの発行、ポイントの追加登録〕 区内の環境関連行事及びエコギャラリー新宿（新宿中央公園内）で行う。</p> <p>〔吸収量〕 参加者ひとりがこの取り組みを一年間続けると、東京ドーム8個分の吸収量に相当する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・個人平均（月10回の程度） 吸収量：4032g-CO2 面積換算：2.24m2 ・新宿区16万4800世帯の力 吸収量：664t-CO2・・・東京ドーム×8個分 面積換算：369,152m2

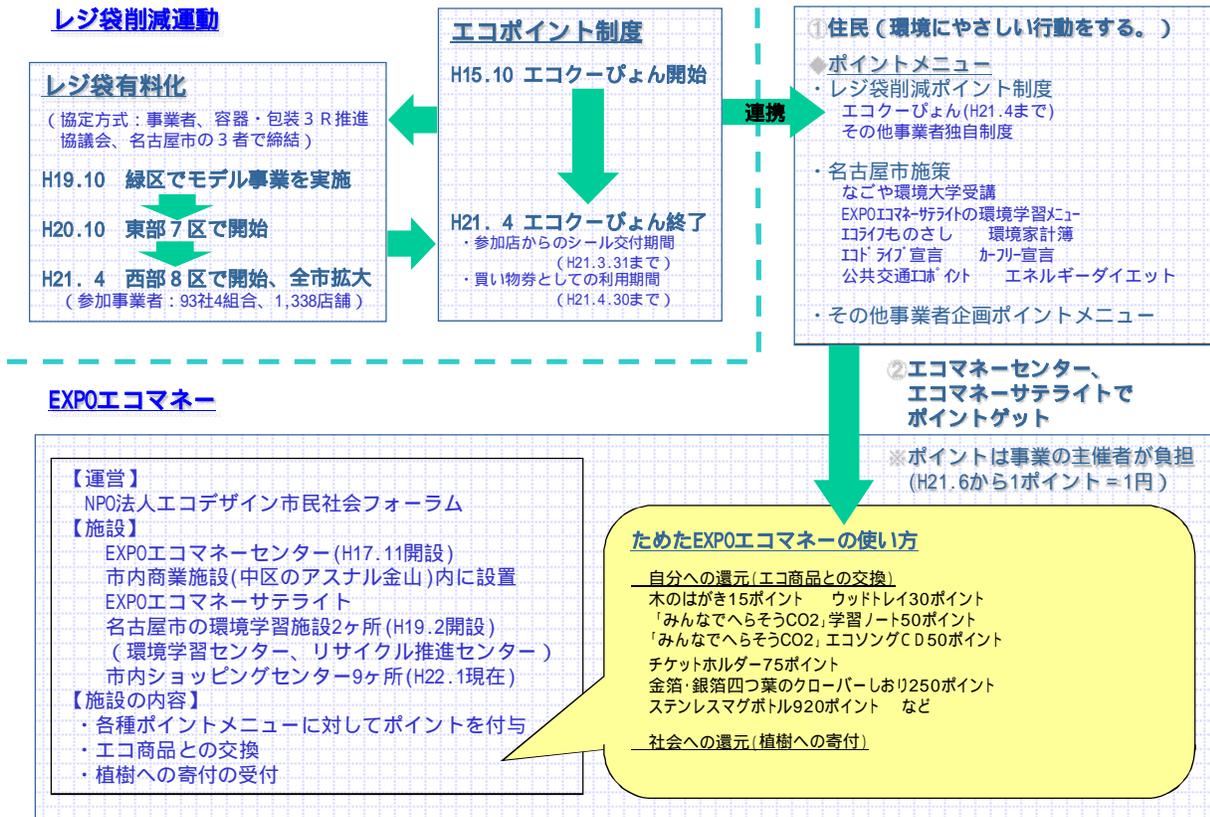
新宿区：新宿エコ自慢ポイント（3R推進協議会）～今こそレジ袋・紙袋を断ってエコにトライ！～



（注）平成20年度実績より作成

名古屋市 EXPOエコマネー	
概要	<ul style="list-style-type: none"> 名古屋市では、H14.6よりレジ袋削減運動が進められ、H15.10からレジ袋を断った市民に「シール方式による共通の還元制度・エコクーポン」を導入し、消費者がレジ袋を断った際に、シールを交付し(1枚2.5円)、消費者が20枚シールを集めると50円の買い物券として利用できる制度である。(H21.4月終了) 「EXPOエコマネー」事業は、2005年に開催された愛・地球博で実施された地球温暖化防止や循環型社会の実現を目的とした新しい社会システムであり、具体的には、「レジ袋を断る」「環境学習に参加する」「エコ宣言をする」「公共交通機関を利用する」などの環境にやさしい行動(環境配慮行動)をした人にエコマネーというポイントを付与することにより、エコライフ行動の促進とエコライフ行動の輪を広げていくことを目的としている。 市内では中区のアスナル金山を中心に、環境学習センターとリサイクル推進センター、ショッピングセンター9ヶ所で展開している。 環境配慮行動でためたポイントは、エコ商品や植樹事業に交換・還元できる。 ICチップの機能を活用し、IDで管理されたデータベース上で EXPOエコマネーを管理。当該事業は、特定非営利活動法人エコデザイン市民社会フォーラムが運営している。
関係主体	市民 / 名古屋市 / NPOエコデザイン市民社会フォーラム
全国 / 地域	地域型
規模(市場)	<ul style="list-style-type: none"> 名古屋市では年間1万トンものレジ袋が使われている。レジ袋1枚には60Wの電球を1時間つけっ放しにした状態であるとされている。 EXPOエコマネーは、EXPOエコ市民人口、EXPOエコマネー総発行数、植樹に寄付されたポイント数、センターで交換されたCO2削減実績、協力店の実績によるCO2削減量(一部推定)が成果としてある(2008年)。

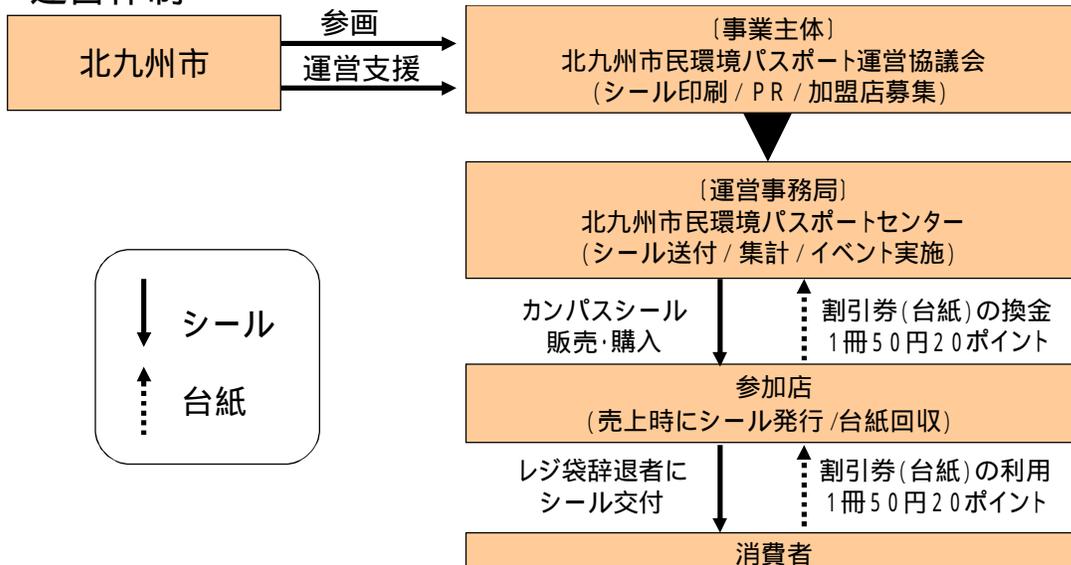
名古屋市：EXPOエコマネー



北九州市民環境パスポート(カンパス)事業	
概要	<ul style="list-style-type: none"> 環境パスポート(略称:カンパス)事業は、市民が楽しみながら環境活動に参加できるきっかけを提供するためのポイントプログラム 環境に配慮した活動をした人が、活動内容に応じたポイントを取得し、そのポイントを得点と交換できる「頑張れば頑張っただけ得をする」仕組み 現在は、ノーレジ袋運動を中心とした「カンパスシール事業」を展開 <p>カンパスシール事業の概要</p> <p>平成18年12月から全市共通ノーレジ袋ポイント事業「カンパスシール」を展開</p> <p>参加店で概ね200円以上の買物をした際に、レジ袋を辞退すると、シールが1枚もらえる仕組み</p>
関係主体	市民 / 事業者 / 行政 / NPO
全国 / 地域	地域型
規模(市場)	<p>レジ袋削減</p> <ul style="list-style-type: none"> 目標を設定し市民に協力をお願いしている。 レジ袋お断り率20%を目標 参加店舗数・・・147店舗(H18年12月) 300店舗(H21年11月現在) レジ袋お断り率・・・9.5%(H18年12月) 21.1%(H21年11月現在) 削減できたレジ袋の枚数・・・H21年11月分までに約5,100万枚の削減。 削減できたレジ袋の枚数から削減できた原油量・・・約933kL 削減できたレジ袋の枚数から削減できたCO2の量・・・約3,060トン カンパスシール参加店 (スーパー約39%、商店街約39%、ドラッグストア約9%、個人商店約7%、他約6%(2009.11現在の内訳))



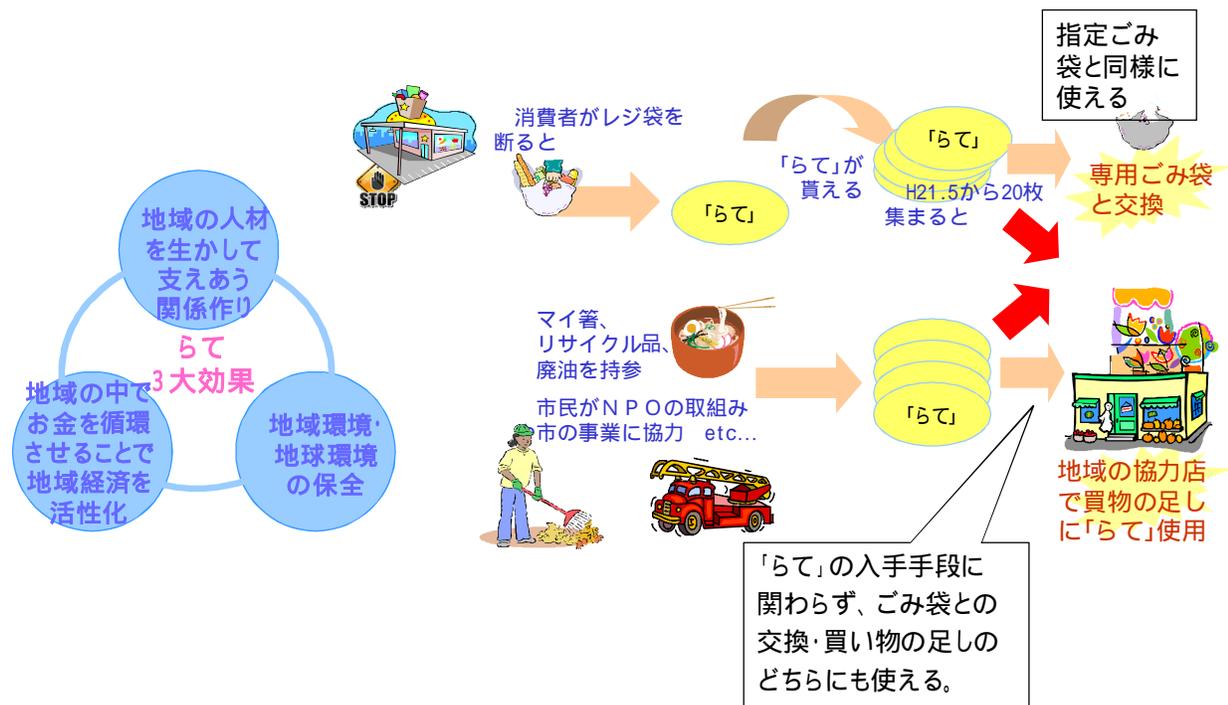
運営体制



市民活動ネットワーク(新潟県三条市) 地域通貨「らて」を活用したレジ袋削減実証実験 (平成20年度地域における容器包装廃棄物3R推進モデル事業)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・レジ袋の削減等を通じて家庭ごみの排出抑制を推進するため、市内の協力店でレジ袋の受け取りを辞退することにより地域通貨「らて」が提供され、一定数貯めると、市指定ごみ袋と交換できる。 ・市民活動団体の取組みに協力することで「らて」を提供。 ・市内のらて協力店(飲食)においてマイ箸を持参 リサイクル品や廃油を持参 ・NPO活動に従事した場合や、NPO活動にたいして寄付した場合にも「らて」が配布 ・市が行う事業などに協力、参加することで「らて」と交換 ・三条市の地域通貨は、ボランティアを通して流通させ、コミュニティの再生や活性化を図ると同時に、ボランティアの代価として受け取った地域通貨を商店で使うことで、地元経済の活性化を目指すもの。 <p>…「らて」の3つの柱(目的) 市民活動やボランティアを活発に 地元のお店で円と一緒に買い物 環境にやさしい行動を応援</p>
関係主体	市民/事業者/行政
全国/地域	地域型
規模(市場)	・レジ袋削減策に関しては、全市でのマイバッグ持参率の大幅な改善(現状約10% 取組実施後約30%)及びレジ袋の大幅な削減を目指している。

地域通貨「らて」を活用したレジ袋削減実証実験

三条市(地域通貨「らて」発行)、市民活動団体:市民活動ネットワーク
(地域通貨「らて」運営事務局)、市民、事業者



**西濃環境NPOネットワーク(岐阜県揖斐川町) マイバッグ、マイ箸、マイパックなどの
容器包装廃棄物3Rの取組(平成19・20・21年度地域における容器包装廃棄物3R推進モデル事業)**

概要	<p>・2002年、大垣市において、市民団体が「レジ袋ないない運動」を展開。協力店舗でレジ袋を断ればスタンプが押され100個スタンプが集まれば一本の植樹ができる、というユニークな仕組みを西濃地域全域に広めるために、2007年、西濃環境NPOネットワークのプロジェクトがスタート。</p> <p>多数のNPOが主体となり、西濃地域や岐阜地域で買い物時に、マイバッグ持参すると消費者へポイントが付与され、100ポイント貯めると植樹が苗木配布、花の種やエコグッズと交換するシステムを構築して普及を図り、大きな成果をあげた。</p> <p>このシステムをベースとして、次の活動に対しても同様にポイントを付加する仕組みを導入。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小売店舗などでの過剰包装の辞退(レジ袋・紙袋・トレイなど)、簡易包装の推進、量り売りなどの活動 ・マイ箸持参や各主体が行う環境に配慮した活動への参加などを消費者が行う <p>普及啓発の効果を定量的に評価し、家庭ごみの排出抑制を図る生活様式の定着を図ろうとするもの。</p>
関係主体	市民 / 事業者 / 行政 / NPO
全国 / 地域	地域型
規模(市場)	<p>行政域を越え、NPOにより、西濃地域(2市9町)、岐阜地域(5市3町)のネットワークで展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総店舗数819店(2010年1月時点) ・主催NPO団体数:32団体 ・主催、主管、共催、協力、後援団体(NPO含む):108団体(参加人数 100,000人) <p>NPO法人が主導することにより、行政枠を越え、各行政の限界をクリア!</p>

ぎふ・エコライフ推進プロジェクト

西濃環境NPOネットワーク

ぎふ・エコライフ推進プロジェクト実行委員会(事業主体)
7市12町と連携・協働して環境行動を実施。

- マイバッグ持参(レジ袋辞退率80%以上)
 - マイ箸: 1ポイント(辞退率まだ低い)
 - マイパック: 5ポイント(H21.1実証実験、今後、本格稼働)
- 容器に仕切りを付ける、大きさの種類を増やすなどの工夫を検討。
- 環境イベント、環境行動の参加: 1ポイント(H20.4から)

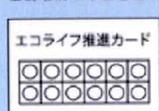
**レジ袋有料化
岐阜県(実施主体)**

- ・レジ袋有料化: 42市町村で実施
- ・参加店舗796店舗(H21年4月現在)

今までに
3,300本の植樹
100,000枚のカード配布

植樹・植花・エコグッズ交換までの流れ

100ポイントたまったら
住所・名前・団体名などと
植樹場所の希望を書いて



各地域の事務局へ

各地域事務局で花の種、
エコグッズなどと交換

事務局
(7ヶ所)

植樹・植花イベント開催(往復はがきで連絡)

植樹・植花場所



自宅記念花



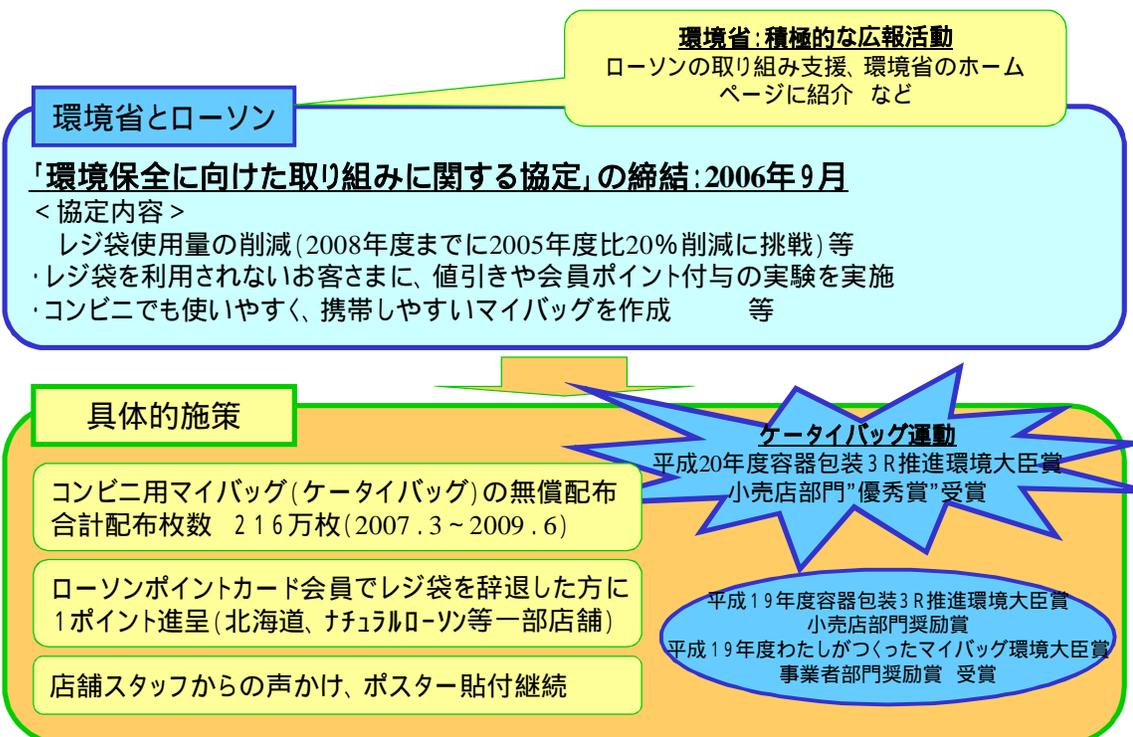
エコグッズ

- 花の種
天然せっけん
箸袋
竹炭消臭剤
ぞうきん・マジッククロス
生ごみから作った土の基

CO2削減効果目標
(H20年度削減:合計57トン)
レジ袋: 45トン
マイ箸: 12トン
H19年度10トンのCO2削減

ローソン “ケータイバッグ運動”の推進によるレジ袋の削減	
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・環境省と「環境保全に向けた取り組みに関する協定」を締結。 ・2007年3月より、お客様と一緒にできる環境保全運動「ケータイバッグ運動」をスタート。 ・無償配布をメインに、デザイン・仕様を公開して、全国から賛同企業・団体を募って普及・拡大に取り組んでいるところ。
関係主体	区民 / 事業者 / 行政
全国 / 地域	地域型
規模(市場)	<p>取り組み内容</p> <p>コンビニ業界ではレジ袋の無料配布中止は難しいとする中、コンビニ用のマイバッグ(ケータイバッグ)の無償配布を実施。自治体との包括協定締結を機に、その自治体のマークを入れたケータイバッグを無償配布するなどして普及に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ケータイバッグ配布枚数 216万枚(2009年6月末日現在) ローソン店舗等での配布数 151万枚 協力企業・団体による作成・配布数 65万枚 <p>北海道全店およびナチュラルローソン等一部店舗で、ローソンポイントカード会員を対象に、レジ袋の使用辞退者に対するポイントの進呈</p> <p>店舗スタッフからの声かけやポスター貼付等の取り組みを実施</p> <p>京都大学からの呼びかけにより、大学内店舗でのレジ袋非有料化方式でのレジ袋削減に協力</p> <p>これらにより、1店舗当たりのレジ袋使用重量 2005年度比 2008年度 7.0%削減 お客さま1人当たりのレジ袋使用重量 2005年度比 2008年度 13.5%削減 レジ袋配布率 2008年度 76.9%</p>

“ケータイバッグ運動”の推進によるレジ袋の削減 (容器包装3R推進環境大臣賞 H20年度:優秀賞)



㈱光生舎 ハンガー、包装削減ポイントサービス (容器包装3R推進環境大臣賞 H20年度小売店部門:最優秀賞)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・エコロジカルな視点・発想を取り入れ、その一環として「ECO推進サービス」を積極的に実施、環境保護の貢献活動を展開。 ハンガー回収 ハンガーを針金からプラスチック製に変更。ECOカードを導入し、ハンガー回収に伴いポイントを付与。 ノー包装(H18.6～開始) H20.4よりハンガー回収と同様、ECOカードにてポイントを還元。 お客様お持ち帰り袋の削減(H20.4～) エコバッグ持参もしくは「持ち帰り袋(クリーニング袋)」を必要としない時は、ECOカードにてポイントを還元。貯まったポイントで自社オリジナルのエコマイバッグとの交換も実施。
関係主体	区民/事業者
全国/地域	地域型
規模(市場)	<ul style="list-style-type: none"> ・クリーニング業では商品の包装は必要不可欠とされてきたが、クリーニング袋の提供辞退者には、ハンガーにかけて仕上がったクリーニング品にビニール袋をかけず渡す取組を実施しているのは、大変先進的と評価されている。 ・マイバッグ持参によるレジ袋削減とともに身近にできる家庭ごみの発生抑制(リデュース)方策のひとつとして、環境に配慮した行動を実践する契機となることを期待。

ECO推進サービス

(容器包装3R推進環境大臣賞 H20年度小売店部門:最優秀賞)

㈱光生舎 クリーニングピュア ECO推進サービス 平成20年度容器包装3R推進環境大臣賞 小売店部門“最優秀賞”受賞

具体的施策



ハンガーリサイクル
ピュアのプラスチックハンガーを持っていく。

・ワイヤルハンガー1本	各1ECOポイント
・ピュア使用のプラスチックハンガー1本	



クリーニングバック不使用
引き取り時のクリーニングバック不使用、又はマイバッグ持参。引き取りの際、「クリーニングバック不使用」とスタッフに伝える。

・クリーニングバック不使用、又はマイバッグ持参	1ECOポイント
-------------------------	----------

地球にやさしいノー包装*
ノー包装(無包装)の協力。「ノー包装に協力します」とスタッフに伝える。

・クリーニングノー包装	1ECOポイント
-------------	----------

*仕上がり品を「クリーニング包装せず」に渡すこと。

大変先進的と評価された施策。

ECO Card

エコカードスタンプ50個
…150円の値引券として利用可能
毎月1回ECOデイ(ポイント2倍)
有効期限なし

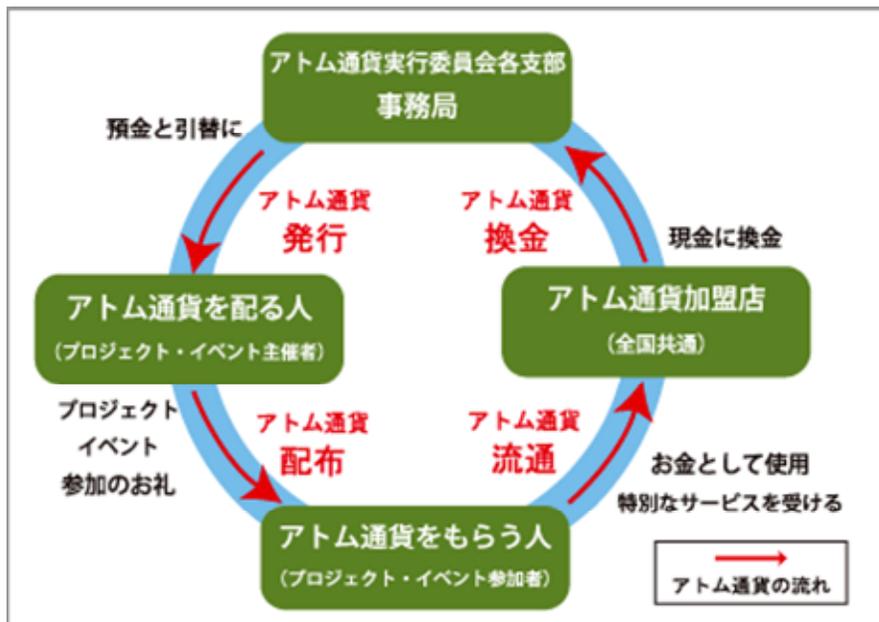


オリジナルマイバッグ(210円)
販売開始。50エコポイントと交換も可能。



早稲田商店会 レジ袋使い回し大作戦(アトム通貨)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・アトム通貨は、2003.9アトム通貨実行委員会設立、2004.4/7第一期アトム通貨を流通した。 ・アトム通貨は、早稲田・高田馬場で使用できる地域通貨で、他の地域の地域通貨と同様に人と関り合うことができるネットワーク作りを支援するもので、環境省が実施しているエコ・アクション・ポイントのモデル事業として、高田馬場西商店会が立ち上げた地域通貨プロジェクトである。 ・「みんなに世界のこと、地域のこと、環境のことを伝えられるようなプロジェクトを開きたい」という店舗のプロジェクトが承認された場合、アトム通貨を配布することができ、これらに協力してくれた方に渡される。 ・「ピッチャーズプロジェクト」：アトム通貨配布プロジェクトに参加してくれた人にアトム通貨を手渡すプロジェクト、「キャッチャーズプロジェクト」：ピッチャーズプロジェクトから手にしたアトム通貨でお買い物やサービスを楽しんでもらうプロジェクト。 ・環境面：myバック、my容器、my箸、国際面：フェアトレード商品(貿易商品)の購入、地域面：おつかいに1人で来てくれたことにもアトム通貨を配布。 ・レジ袋使い回し大作戦は、myバック持参とレジ袋を回収するエコ活動で、myバックで買い物をした場合1ポイント、使用済みレジ袋10枚と引き換えに5ポイント30ポイント貯まったらアトム通貨50万馬力が贈呈される。アトム通貨50万馬力が50円として加盟店舗で利用できる通貨である。 ・平成18年度地域における容器包装廃棄物3R推進モデル事業
関係主体	対象エリア内 / 後援(新宿区) / 賛助団体(手塚プロダクション) / 協力団体(ソーシャルネットワーキングサービス、住友スリーエム等) / 特定非営利活動法人シャプラニール
全国 / 地域	地域型
規模(市場)	<p>早稲田、高田馬場の加盟店、約180店舗。 各種イベントの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第五期アトム通貨オープニングイベント開催(2008.4/13開催) ・オープニングセール開催(2008.4/1～5/1まで)・・・アトム通貨協力店でセールを行う。

早稲田商店街：市民による環境配慮行動を独自通貨に還元・利用



**京都エコ容器包装・商品推進協議会(京都市) 百貨店等における3R型販売の導入実験
(平成20年度地域における容器包装廃棄物3R推進モデル事業)**

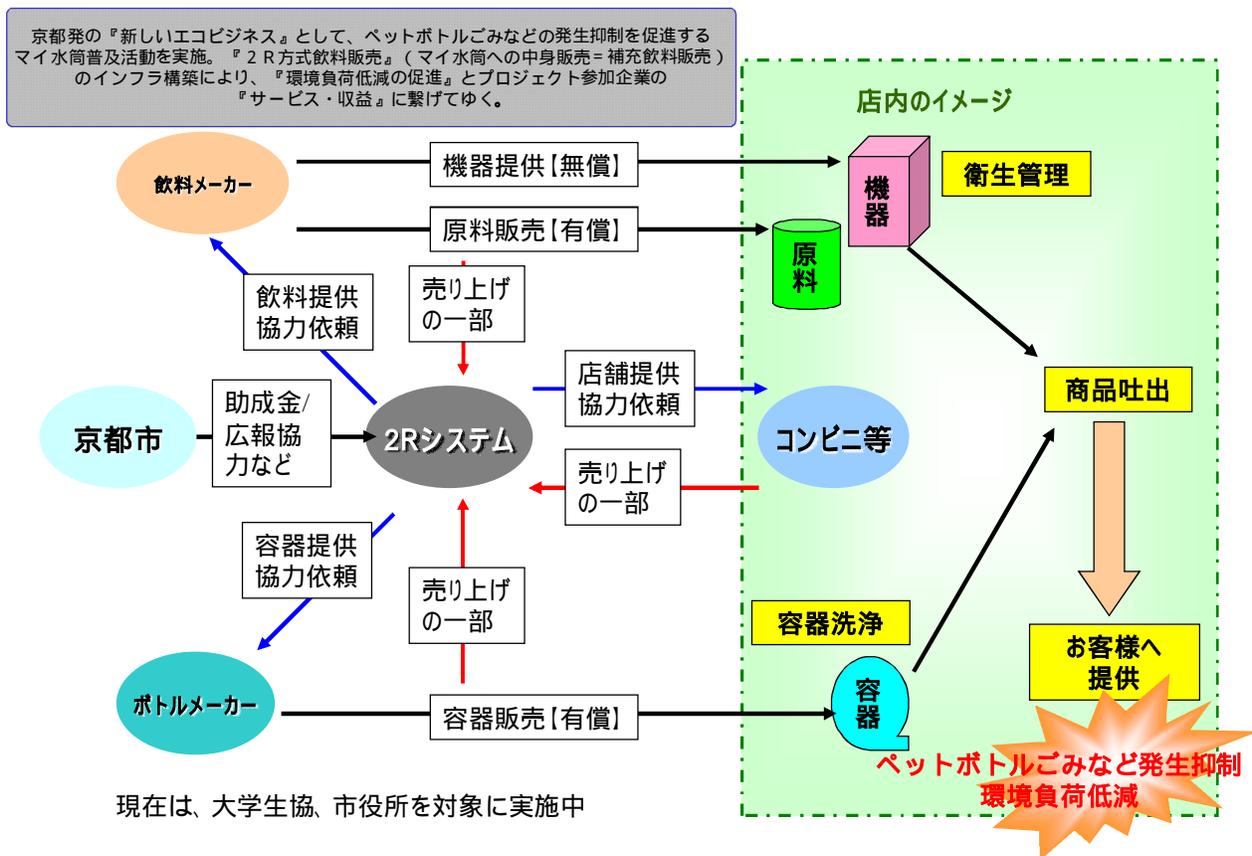
概要	<p>・主に百貨店において、消費者ニーズに対応した簡易な容器包装やロングライフ商品、及びそれらの提供サービスのあり方を検討。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リユース食器での惣菜の販売 ・ギフトや歳暮における簡易な容器包装化(包み方や配送方法の試行等) ・良いものを長く使うロングライフ商品に対するキャンペーンの実施 <p>★リユース食器</p> <ul style="list-style-type: none"> ・京都、東京等3店舗内の惣菜店「RF1」で、再利用できる容器(おかえるプレート)を使った商品販売を全国初で導入実験 ・従来のプラスチックや紙の容器に代えて、特注の磁器容器で特別メニューの「ハンバーグドリア」と「じゃがいもグラタン」を販売。 ・食べ終えた用意を洗って売り場に返却すると、返却時に200～300円相当の商品(パイなどの別の惣菜)と交換してくれる。 <p>上記の取組みを通じて、消費者意識や行動の変化を把握し、百貨店での発生抑制や再使用の取組を効果的に推進する方策を取りまとめるための実験</p>
関係主体	市民/事業者/行政
全国/地域	全国
規模(市場)	<p>・京都1店舗、首都圏2店舗、計3店舗で実験(高島屋)</p> <p>・期間は約3週間</p> <p>・期間中約1,400人が利用、約1,900個を販売。容器の返却率は21.7%</p>

百貨店等における3R型販売の導入実験



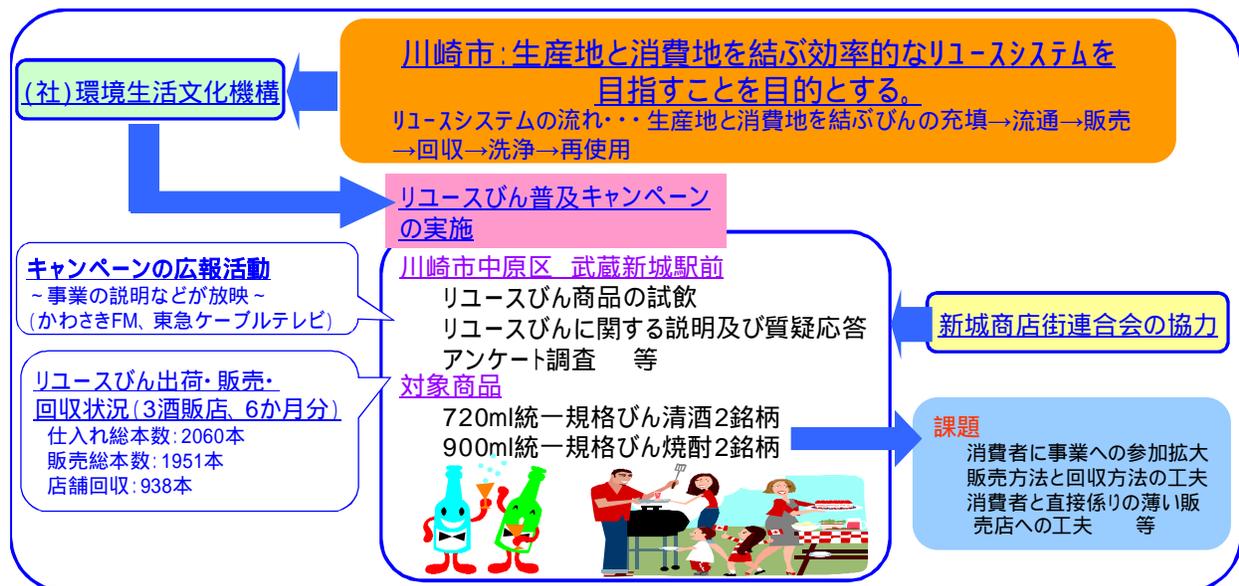
京都市 2 R型飲料供給システムの構築	
概要	<ul style="list-style-type: none"> 京都市では、本市における「脱温暖化社会」「循環型社会」の構築に資する先進的な取組を全国から公募し、最長3年間にわたり最大で1千万円の事業資金を助成する「京（みやこ）の環境みらい創生事業」を平成19年度に創設した。本事業は、第1回目の助成事業の一つである（本事業は単年度のみ助成）。 「Recycle」が社会的・経済的に認知されている一方で、「Reduce：発生抑制」「Reuse：再利用」は、認知度が低く、取組が事業化されている例も少ない。本事業では、この「2R」に焦点を当て、安価で京都らしいリユースボトル（マイボトル）を開発するとともに、コンビニ等の小売店における飲料の中身供給拠点を整備し、現在の大量消費・大量廃棄を見直すための「2R型流通モデル」の構築を目指すもの。 ペットボトルや缶飲料のみならず、新たな飲料提供の選択肢としてマイボトルの利用促進に繋げるのが狙い。更に、「国際観光都市・京都」の特性を生かし「観光」と「環境」をコラボレーションした新たなビジネスモデルを構築し、2R型飲料販売を通じて環境負荷低減とプロジェクト参加企業のサービス・収益に繋げていく。 地球規模での脱温暖化に向けて、ペットボトルなどの空容器を削減することにより、「2R」を念頭に置いたライフスタイルの変革を推進する。 マイボトル（600円程度）とマイカップ（200円程度）を導入し、飲料中身を50円で提供（後に70円に値上げ）する社会実験を実施している。
関係主体	京都2Rシステムプロジェクト(NPO法人地域環境デザイン研究所ecotone / 京都市 / コカ・コーラウエスト株式会社 / 日本コカコーラ株式会社 / 株式会社ローソン 他)
全国 / 地域	地域型
規模(市場)	<ul style="list-style-type: none"> 平成20年11月に、京都大学構内において、マイボトルの販売を通じて、マーケットニーズを把握するための社会実験を約1箇月間行った その他、様々なイベント会場で実験的な取組を展開している。 平成21年6月より、京都市役所内に株式会社ローソン及びコカコーラ・ウエスト株式会社の協力のもと「エコ・コンビニみやこスタイル」を設置。全国初のコンビニにおけるマイボトルの活用(実証)を開始。

京都市：2R型飲料供給システムの構築



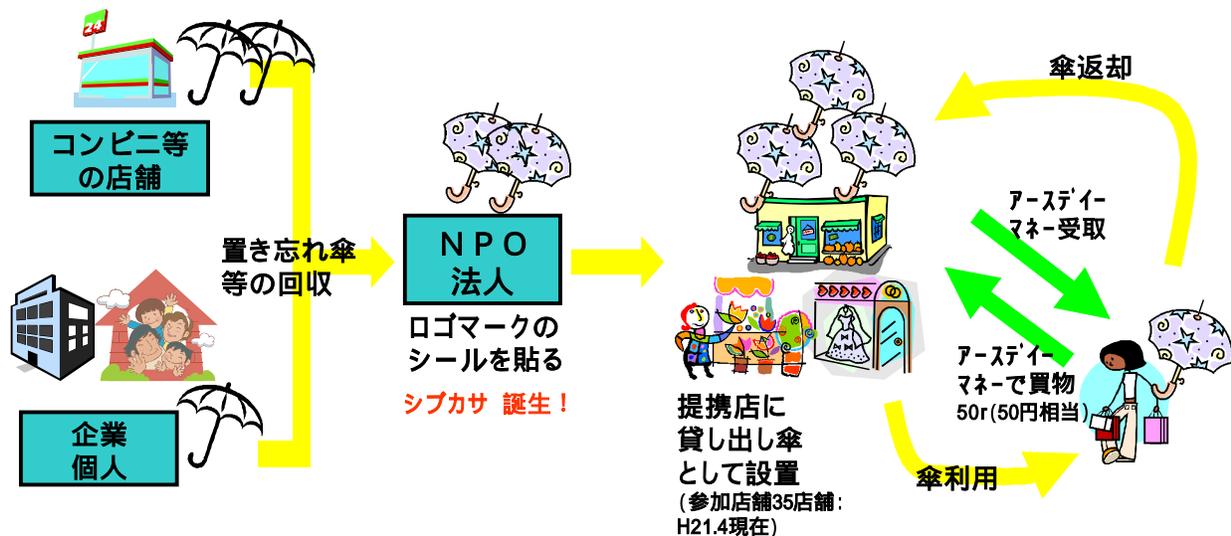
川崎市 焼酎、清酒のRびんリユースシステム導入モデル事業(H19年度環境省)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏近郊政令指定都市における720ml・900mlガラスびんの統一リユースシステム構築モデル事業である。 ・川崎市の商店街において、900ml焼酎びんや720ml清酒びんのリユースシステムを構築するために、事業評価委員会を立ち上げ、学識経験者・酒造メーカー・ガラスびん製造メーカー・川崎市・商店街・地元店舗・びん商の協力を得てモデル事業を行った。 ・JR南武線武蔵新城駅前においてリユースびん普及キャンペーンやパンフレット配布などを行い、生産地と消費地を結ぶびんの充填・流通・販売・回収・洗浄・再使用という一連のリユースシステムを構築した。
関係主体	市民 / 事業者 / 行政 / (社)環境生活文化機構
全国 / 地域	地域型
規模(市場)	<p>対象商品・・・900ml統一規格びん焼酎2銘柄、720ml統一規格びん清酒2銘柄 720ml・900mlリユースびんの出荷・販売・回収状況(3酒販店、6ヶ月分)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・仕入れ総本数:2060本 ・販売総本数:1951本 ・回収総本数:川崎市全域分別収集4925本、店舗回収:938本 <p>普及キャンペーンの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キャンペーンの開催に向けて広報用チラシを作成・配布し、かわさきFM、東急ケーブルテレビを通じ、事業説明の放映を行った。 ・川崎市中原区の武蔵新城駅前で、リユースびん商品の試飲、説明、質疑応答、アンケート調査などを行った。 ・新城商店街へのヒヤリング実態調査の実施 ・商店街関係者にリユースびんの回収状況、ガラスびんリユース・回収・廃棄についてヒヤリング調査を実施した。

川崎市における焼酎、清酒のRびんリユースシステム導入モデル事業(H19年度環境省)

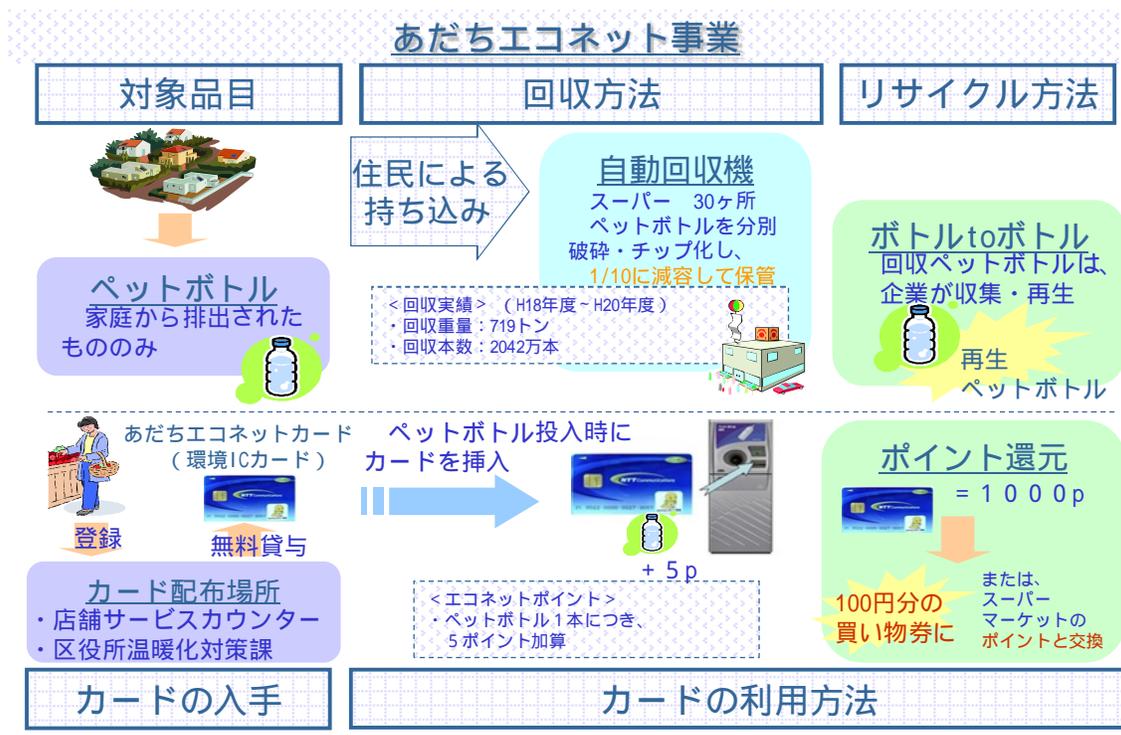


渋谷区 無料傘の貸し出しプロジェクト	
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・まだ使えるのに処分されてしまう傘を企業・店舗・個人から回収を行い、オシャレなデザインを施した後、再び渋谷の街で、無料レンタル傘として貸し出すプロジェクト ・若手社会人グループがつくる「シンボル・オブ・ライフ (SOL)」の始めた、渋谷に無料のレンタル傘を置いて渋谷で雨に濡れることなく動くことができるようにすることと、使い捨てにされがちなビニール傘を再利用することで自分の住む町を大切に作るきっかけにしたいという趣旨の活動。 ・コンビニなどに置いたままのビニール傘を集めてロゴマークのシールを貼り、カフェや飲食店などに置いてもらって無料で貸し出す。 ・コンビニに放置された傘の処分に困っており趣旨を理解してくれるところが多い。 ・借りた傘を店に返すと、渋谷の美化活動に取り組んでいるNPOが発行する地域通貨の「アースデイマネー」を50r (50円相当) もらえる。 <p>* SOLは起業を通じて社会貢献を目指す若者たちが集まったグループで、さまざまな社会問題をビジネスとして解決する「社会起業」をテーマとする人たちが思いついたもの。</p> <p>* アースデイマネーとは、ボランティアや寄付など社会貢献をした方にプレゼントされる地域通貨で、NPO法人アースデイマネー・アソシエーションが発行。</p> <p>* 傘の返却は提携店全店にて可能。</p>
関係主体	・渋谷の街を訪れる利用者 / 事業者 (渋谷区内店舗) / SOL、NPO法人アースデイマネー・アソシエーション
全国 / 地域	地域型
規模 (市場)	<p>・渋谷区内で41店舗が「シブカサ」提携店になっている</p> <p>(年間約6千万本売れ、安い反面、破棄され、ゴミになりがちビニール傘の再利用で街のごみ削減)</p>

渋谷区：渋谷の街に眠っている置き忘れ傘の再利用

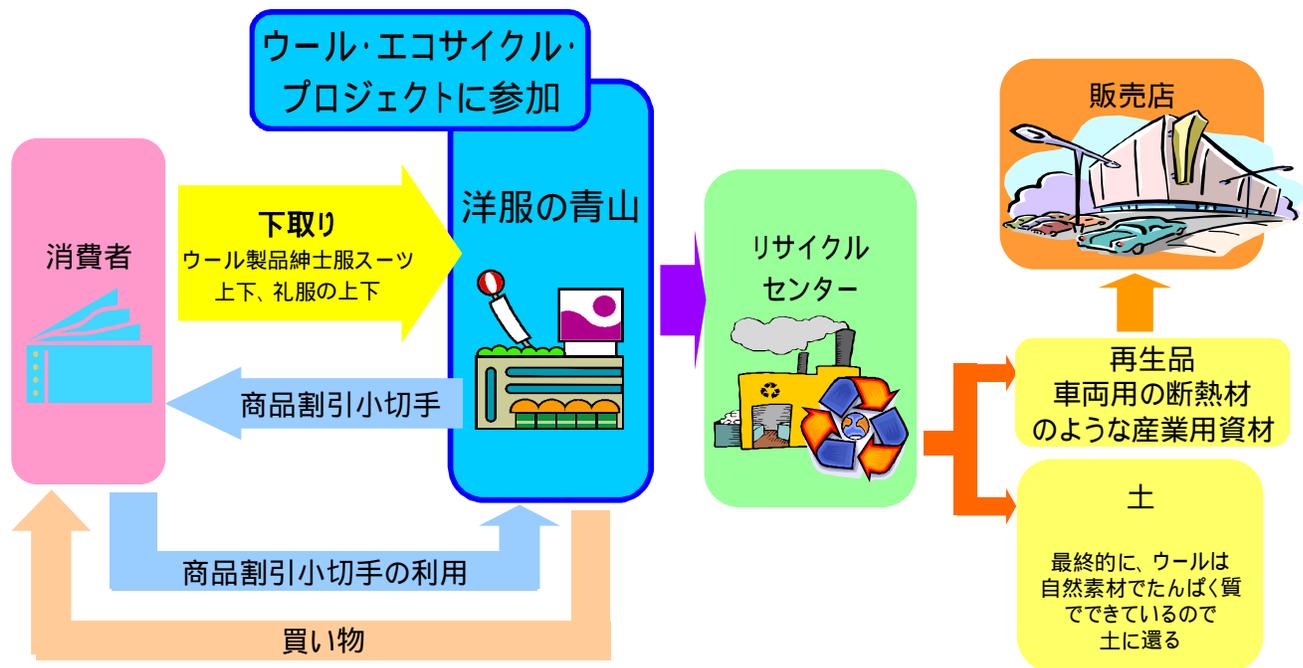


足立区 あだちエコネット事業	
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・「あだちエコネット事業」の一環として、平成18年7月から区内のスーパーマーケットにペットボトル自動回収機を設置し、区民がリサイクルに参加すると、エコネットカード(環境ICカード)にポイントがたまる新回収システムを構築した。 ・H18年度は自動回収機を区内スーパーマーケット16カ所に設置した。H20年度から30カ所の設置となっている。 ・ペットボトルを自動回収機に入れると、利用者のエコネットカードに買い物に使えるポイントがたまり(1本5ポイント)、1000ポイントで100円分の買い物券またはスーパーマーケットのポイントと交換でき、貯めたポイントをスーパー、チェーン店等で利用する。 ・自動回収機は、投入された容器を選別・分別、ペットボトルのみを回収しチップ状に破碎したのち、事業者が効率的に収集し、国内でペットボトルへと再生(ボトルtoボトル)する。 ・ペットボトルは、家庭から出たものが対象。 ・容器包装の発生抑制策と再生(リデュース、リサイクル)。
関係主体	区民/事業者/行政
全国/地域	地域型
規模(市場)	<ul style="list-style-type: none"> ・自動回収機による回収実績(H20.4月からH21.3月まで) 回収重量: 363トン、回収本数: 1037万本 ・回収したペットボトルは、1/10に減容化した後、企業によって効率的に収集し、ペットボトルへと再資源化を行う。 ・ペットボトルの回収率は消費量の約60~70%程度にとどまっている。 ・企業のアイデアを生み出しながら、びん・缶なみの85~90%の回収率と回収コストの更なる削減を目指している。



洋服の青山 メンズスーツ・礼服下取り推進事業	
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・「洋服の青山」は、ウール・エコリサイクル・プロジェクトに参加し、スーツ等のウール製品をリサイクルし、再び有効に活用するシステムづくりに取り組んでいる。 ・現在の取り組みとしては、不要となったスーツ・礼服を店舗で回収し、リサイクルセンターで再生され、再利用されている。 ・メンズスーツ・礼服を上下揃えでもって行けば、「商品割引小切手」がもらえ、「洋服の青山」でお買い物をした時に割引が適用される。
関係主体	事業者
全国 / 地域	全国型
規模 (市場)	<ul style="list-style-type: none"> ・下取りされる商品・・・ウール製品紳士服スーツ上下、礼服の上下であれば、当社以外の商品でも下取りする。 ・メンズスーツ・礼服は1着31,500円(税込)以上で、1取引につき、商品割引小切手1枚利用できる。 ・有効期限は、発効日から1ヶ月。 ・他の割引特典との併用はできない。 ・本人、発行店のみで利用できる。 ・車両用の断熱材のような産業用資材として再利用されている。最終的には、ウールは自然素材でたんぱく質でできているので、土に還る。

洋服の青山 メンズスーツ・礼服下取り推進事業 ウールリサイクル



既に地域で行われている 3 R 行動の促進策（ポイント・助成等のインセンティブ 措置を含む）の例

分類	事例名（ は重複分）	場所	概要	経済的インセンティブの有無
（１）リデュース				
新材使用削減	新宿エコ自慢ポイント	新宿区	買い物をする時「レジ袋・紙袋」を断り、レシート等に断った「証拠」を環境イベント等を持って行くと、景品等と交換できる。	レジ袋辞退時にポイントの還元を受ける。
	市民の環境配慮行動をエコポイント等に還元	名古屋市	大都市におけるレジ袋削減に向けシール方式による還元制度を導入。別途、EXPOエコマネー活用事業も推進。	レジ袋辞退時にシールが交付され、集めると買い物券となる
	ケータイバッグ運動	ローソン	レジ袋の使用を辞退した人に対し、エコポイントとして1ポイント(=1円)付与される。	商品購入の際、レジ袋を辞退した人はポイントの還元を受ける。
	市民環境パスポート（カンパス事業）	北九州市	レジ袋を断る等の環境行動により、シール（カンパスシール事業）が付与される。	レジ袋を断るとシールによるポイントの付与を受ける。
	レジ袋使い回し大作戦	新宿区、川口市他	早稲田商店街において、my バッグ持参の促進とレジ袋の回収を行うエコ活動で、それぞれの行動時にポイントが付与される。	使用済レジ袋回収とmy バッグ持参時に地域通貨として還元される。
	地域通貨「らて」を活用したレジ袋削減実証事業	新潟県三条市	レジ袋辞退や、マイ箸、リサイクル品、廃油持参等の消費者行動に地域通貨「らて」を付与され、ためると地域の協力店で使用することができる。	3 R 行動時に地域通貨が付与される。
	ハンガー・包装の削減ポイントサービス	(株)光生舎	クリーニング店におけるハンガー回収、ノー包装、持ち帰り袋の削減に協力する消費者にポイント還元する。	持ち帰り袋、包装辞退時、ハンガー回収時にポイントの還元を受ける。
	ぎふ・エコライフ推進プロジェクト（レジ袋削減、マイ箸、マイ容器等の容器包装廃棄物の3 Rの取組）	岐阜県西濃・岐阜地域	西濃地域2市9町・岐阜地域5市3町でレジ袋削減などを進め、ポイント還元方法として植樹、植花、エコグッズ交換などがある。	レジ袋など辞退時にポイントの還元を受ける。
	四国・九州アイランドリーグ リユースカップ導入支援事業	香川県、徳島県	市民が4つの球団の試合にタンブラーを持参すると、飲料代金の割引を受けられる。	タンブラーを持っていくと飲料代割引
ノーレジ袋の推進	山梨県	レジ袋無料配布を中止し、レジ袋削減効果を公表。市民はマイバックを持参することでレジ袋削減に寄与	-	

	ノーレジ袋の推進	山梨県ノーレジ袋推進連絡協議会	平成 20 年 6 月に、当協議会、事業者、市民団体、商工団体、市町村、県による協定を締結。協定参加者全体でのマイバッグ等持参率は 83.7% (20 年 7 月現在) レジ袋の削減を通じた容器包装廃棄物のリデュースに大きな成果。	-
	「レジ袋減らし隊」全国運動	全国生活学校連絡協議会	本運動は、消費者がレジ袋を断った証として「レジ袋減らし隊カード」に店の押印を貰う仕組みで、消費者には金銭的な見返りは一切無いが、6,000 店舗を上回る協力店、10 県 6 市 4 区 13 町が本運動に協力して全国で実施したもの。	-
	リユース箸（エコ箸）の全店舗での導入による割り箸の撤廃	(株)松屋フーズ	安全性の確保やお客様の反応など 4 店舗による実験導入の結果を踏まえ、2008 年 5 月、697 店全てでリユース箸の導入を実施。年間 1 億 2 千万膳、530 トンのごみを削減。	-
(2) リユース				
回収・利用	リユース食器のレンタル事業	山梨県	NPO 法人がイベント主催者に有料でレンタル食器を貸し出す。イベント参加者はデポジット代を払い、飲食物を購入、返却時にデポジットの返還を受ける。	イベント会場で飲食物の販売時にデポジット 100 円を上乗せ、食器返却時に返還
	「エコフェスタおかやま」における食器リユースシステム（デポジット制度）の実践	岡山県	エコフェスタに参加した市民は食器のデポジットを上乗せして飲食代を払い、食器返却時にデポジットの返還を受ける。	食器にデポジット 100 円を上乗せし、食器返却時に返還
	百貨店等における 3 R 型販売の導入実験	京都市	惣菜を容器込みで購入した後、容器を持参すると、別の惣菜と交換することができる。	容器返却時に 200 ~ 300 円相当の商品と交換できる。
	無料傘の貸し出しプロジェクト	渋谷区	処分されてしまう置き忘れ傘を提携店において、無料貸し出し傘として活用する。	傘返却時に地域通貨の還元を受ける
	2 R 型飲料供給システムの構築	京都市	マイボトルとマイカップを導入し、飲料中身を 60 円程度で提供する社会実験を実施している。	マイボトル、マイカップを持って行くと、飲料中身を安く購入できる。
	焼酎、清酒の R ビンリユースシステム導入モデル事業	川崎市	生産地と消費地を結ぶ効率的なリユースシステムを構築するため、酒造メーカー、びんメーカー、商店街等が協力し、統一リユースびんの普及を促進。	-
	リターナブルビンの回収・洗浄・販売を通じた、ビンのリユースシステムの構築事業	熊本県	消費者から酒販店や自治体にて瓶を回収し、リユースしたり、工芸品、舗装用骨材にリサイクル。	-

	三重大学の 3R 活動	三重大学	三重大学環境 ISO 学生委員会が中心となり 3R 活動を実践しており、Reuse 活動として、放置自転車の再使用システムを構築。そのほか、オリジナルのエコバッグの作成、大学生協のレジ袋有料化の実施、オリジナルの循環型古紙回収再生利用システムの構築。	-
	3R の全社的な推進-レジ袋の削減運動、リサイクルの推進の取り組み	名古屋勤労市民生活協同組合	ピン牛乳、レンタルモップ、布団の打ち直しなど再利用の取組を推進。そのほか、リデュース、リサイクルに関する取り組みも行っている。	-
修理	廃小学校での 3R 活動	長崎県	市民が衣類・家具をエコプラザに持ち込むことで、修復、再生、譲渡される。	-
	リユースの普及啓発事業	札幌市	市民が家庭で不要となった大型ごみの中で、再利用に耐えられるものを、リユース回収。清掃、修理後、市民に有償で提供。	-
	おもちゃの修理によるごみの減量	富山県	イベントにブースを設け、来場者が持ち寄るおもちゃをその場で修理する。	-
提供	なごやリユースステーション実証事業	名古屋市	市民がスーパー等にある「リユースステーション」に衣類・陶器・なべ・本などを提供。提供されたリユース品を市民に無料で提供	-
	「鳥羽市リサイクルパーク」の設立及び管理運営	三重県	家庭で不要となった生活雑貨の販売を行う。また、市民が生ごみを家庭で堆肥化し、施設で二次処理を行い、利用者に還元。市民がだれでも缶、瓶、ペット等を持ち込めるよう管理。廃食油で石鹸づくり。	-
(3) リサイクル				
生ごみ	大木町有機資源循環事業による循環型社会システムの構築	福岡県	分別した生ごみ、し尿、浄化槽汚泥をメタン発酵し、有機液肥として生成・利用。町民がその液肥を農地や家庭菜園で使用	-
	生ごみ堆肥化、地元への還元事業	長野県	自治体回収による家庭系生ごみの堆肥化を行い、地域内で菜園等を有する一般家庭等の希望者に無料配布。	-
	生ごみ等の分別収集による新たなエネルギー生成モデル実験	京都市	市民(2200世帯)は食べ残しや調理くずなど生ごみを分別排出。生ごみはバイオガス化したうえで発電、また堆肥化を行っている。	-
	花と緑のリサイクル事業	和歌山県	市民が2~5世帯のグループを作り、耕作地を持たない家庭で作られた堆肥を耕作地を持つ家庭で有効に利用	-

	綾町の自然生態系農業	宮崎県	地域から排出されるし尿、家畜の糞尿、家庭からの生ゴミを有機肥料化し、全町的に有機農業を行う	-
	小田原市立報徳小学校生ゴミ資源化事業	神奈川県	給食調理場から出る生ゴミや児童が家庭から持参した生ゴミを堆肥化	-
	レインボープラン	山形県	家庭や給食から出された生ごみを収集し、コンポストセンターで牛ふんやもみ殻を混ぜて堆肥を製造	-
	バイオマス循環システムの構築	栃木県	5種類（牛ふん、生ごみ、落ち葉、もみがら、おがこ）のバイオマスの利活用により良質なたい肥を製造し町内の農地へ還元	-
	学校給食調理残さリサイクル事業	新潟県	給食調理残さを乾燥処理し、豚の飼料として使用。生産された豚肉は学校給食材料として使用	-
	生ゴミ・家畜排泄物・きのこ廃床等のリサイクルループの構築	長野県	生ごみ、家畜排泄物、きのこの菌床栽培をしている農家から出る廃培地を混合し、堆積方式で堆肥化	-
	移動式生ごみ処理システム	福井県	移動式生ごみ処理機を導入し、スーパーや学校などから排出される生ごみを回収、一次発酵後、委託先の農家で二次発酵させ、堆肥製造	-
	生ゴミ堆肥化モデルプラント	島根県	給食センターで発生する生ゴミを堆肥化。地元の協力農家が野菜の栽培に使用	-
	バイオマス資源化	大分県	分別回収した生ごみや豚糞尿、農業集落排水汚泥などの有機物をメタン発酵処理し、発生したバイオガスで発電処理を行う。	-
廃食用油	使用済み天ぷら油を回収した BDF の取組み	富山県	市民は家庭から出るてんぷら油を資源集団回収登録団体に排出。その他に、小中学校、保育園、温泉、病院、飲食店から出る使用済み天ぷら油を回収して BDF に精製、一部を庁用車で使用。	20 円/L の奨励金を団体に交付
	廃食用油の回収・リサイクル	ア レ フ（びっくりドンキー）	北海道及び都内で、家庭で使用済みの天ぷら油を回収し、BDF にリサイクル。	1 yuden = ペットボトル 1 本とし、商品と交換
	ごみ分別 28 品目「スーパーエコタウン大崎町」3R 推進運動	鹿児島県	市民が 28 品目に資源ごみを分別、容器包装廃棄物の洗浄を徹底。家庭から出る廃食用油をせっけん&BDF 化	-
	米代川流域 BDF 製造事業	秋田県	地域の住民、婦人会、町内会、地元市町村と連携し、家庭から出る廃食用油の回収を行っている。小規模分散型で廃食用油の回収から BDF の製造を行う。	-
	使用済みてんぷら油回収事業	京都市	市民は使用したてんぷら油を分別排出する。使用済み油は回収され、事業系の廃食用油と合わせて BDF を精製	-

	産官学民連携による廃食用油からバイオディーゼル燃料製造・利活用推進実証事業	堺市	一般家庭から出る廃食用油を回収し、超音波反応技術を使った製造プラントでバイオディーゼル燃料を製造	-
	知床廃食油循環利用～地域から排出される廃食油を BDF として地域内の公共交通機関に循環利用～	北海道	町民は月に 1 回、廃食用油を分別排出。廃食油から BDF を製造し、公共交通機関(循環バスやスクールバス)で循環利用	-
	使用済食用油による BDF の精製	岩手県	旅館やホテルなどから使用済食用油を有償で買い取り、BDF を精製	-
	金山町・菜の花プロジェクト	山形県	菜の花栽培を行い、菜種油を製造、販売。飲食店や学校給食から廃食用油が提供され、BDF を生成	-
	福祉関係施設との協働による「菜の花 ECO プロジェクト」	鳥取県	加茂川の浚渫により発生したヘドロを改良し、地元農家で菜の花等を試験栽培。廃食用油を回収し、BDF を精製	-
容器包装	あだちエコネット事業	足立区	小売店の店頭で自動回収機を設置し、ペットボトルの回収に協力すると、買い物に使えるポイントがたまり、スーパー等で利用できる。	ペットボトルを回収機に入れると、ポイントの還元を受ける。
	クリーニングカバー・ハンガーのリサイクル	仙台市	市民はクリーニングに行く際にカバー、ハンガーを取次店に持ち込む。	カバー、ハンガーを排出する際、取次店からポイントなどの還元を受ける。
	ごみ分別 28 品目「スーパーエコタウン大崎町」3R 推進運動	鹿児島県	市民が 28 品目に資源ごみを分別、容器包装廃棄物を洗浄。家庭から出る廃食用油をせっけん&BDF 化	-
	食品トレーリサイクル新庄方式	山形県	市民は地域のスーパー等の店頭で食品トレーを持ち込む。NPO が食品トレーを回収、食品トレーをトレーの原料となるペレットに再生し、再生トレーを製造	-
	廃木材と廃プラスチックのマテリアルリサイクル	千葉県	廃プラスチックを繊維化し、廃木材のチップと混合・熱圧・冷圧成型により、建設資材を製造	-
陶磁器	廃食器のリユース・リサイクル運動	奈良県	再生土を 20%含んだ陶磁器菓子容器の製造し、お菓子販売店等と連携して、デポジット運動を行っている。回収された容器は陶器市などでリユース、陶磁器としてリサイクルされている。	店頭で菓子を販売する際、デポジットを上乗せして販売。
	陶磁食器の再生プロジェクト	岐阜県	消費者は、生活の中で壊れたり、馴染まなくなった不用食器を排出。それを粉碎して原料の一部にまぜ、再度成形・焼成	-

洋服	洋服下取り推進事業	洋服の青山	不要となったスーツ等を店舗に持って行くと、商品割引券が付与される。スーツ等はリサイクルセンターで再生され、再利用される。	スーツ上下等を持ち込むと商品購入時に使える割引券が付与される。
割り箸	樹恩割り箸ネットワーク	徳島県	国産材の端材を活用した割り箸を生産し、四国地域の大学生協等で利用	-
	割りばし循環サイクルプロジェクト	香川県	使用済み割りばしを上質紙に再生	-
せん定枝	緑ごみリサイクル(グリーンリサイクル)事業	岐阜県	市民は家庭から出るせん定枝等を市内15箇所の回収拠点へ排出。緑ごみは再資源化施設でチップ化される。	-
ガラスのリサイクル	使用済みガラスびんのリサイクルの取組み	神奈川県	消費者が使用済みのガラスびんを店頭へ返却。工場でカレットにした後、再生利用される。	-
紙のリサイクル	ミックスペーパー分別収集モデル事業	川崎市	市民(10万世帯)はミックスペーパーを分別して排出。トイレットペーパーへとリサイクルされている。	-

(参考: 各種情報収集に基づくもの。一部は平成20年度「地域循環圏等優良事例調査」、「平成20年度容器包装3R推進環境大臣賞」より関連取組を抜粋)

3Rエコポイントを活用した想定事業のケーススタディ

(1) 特定3R行動促進型	①リデュース目的型	マイボトル普及に向けた取り組み	ページ(1)～
(1) 特定3R行動促進型	②リユース目的型	ガラスびんリユース促進に向けた取り組み	ページ(8)～
(1) 特定3R行動促進型	②リユース目的型	自動車リサイクル部品等の活用促進による エコ・ユーザーの育成	ページ(16)～
(1) 特定3R行動促進型	③リサイクル(マテリアル・ サーマル)目的型	生ごみのリサイクル促進に向けた取り組み	ページ(27)～
(1) 特定3R行動促進型	③リサイクル(マテリアル・ サーマル)目的型	古着リユースリサイクル促進に向けた取り組み	ページ(38)～
(2) 多目的型	①複数3R行動同時促進型	小売店舗を活用した資源の拠点回収、リサイクル、 リユースの推進	ページ(45)～
(2) 多目的型	②地域振興同時促進型	地域商店街における3R促進に向けた取り組み	ページ(59)～
(2) 多目的型	③環境教育同時促進型	学校での3R促進に向けた取り組み	ページ(67)～
(2) 多目的型	④特定3R行動類型促進型	宅配システムを利用した3R促進に向けた取り組み	ページ(74)～
その他(ポイント交換システム)		他地域のポイントシステムと3Rエコポイント システムの連携	ページ(81)～

(注) 本検討は、既存の取組を参考に、仮に3Rエコポイントシステムを導入することとした場合に考えられる想定事例(ケーススタディ)であり、実際の事業とは異なります。

3Rエコポイントを活用した想定事業のケーススタディ

(1) 特定3R行動促進型

① リデュース目的型

マイボトル普及に向けた取り組み

(注)本検討は、既存の取組を参考に、仮に3Rエコポイントシステムを導入することとした場合に考えられる想定事例(ケーススタディ)であり、実際の事業とは異なります。

(1)

1. 現状と課題

- ・イベントでは、マイボトルの取り組みは普及しつつあり、日常生活において飲料を購入する際のマイボトルの取り組みが重要。
- ・A市において、NPOのプロデュースにより、行政、コンビニ、飲料メーカーの連携により、社会実験という形で、マイボトル利用モデル事業が行われているが、オープン店舗での普及拡大を目指す段階にいたっている。
- ・実証を通じて、利用者も「マイボトル利用可能店舗の利用」に前向きで、ビジネス面も含め、今後のコンビニ運営の一つのモデルになりうると考えられている。
- ・普及拡大を図るためには、システム構築、運営に係る関係者の連携に基づき、利用可能店舗の拡大を図ることと同時に、利用者がマイボトル購入・利用を習慣的に行うことを促進するためのインセンティブの付与が必要と考えられる。

※規模(参考データ)

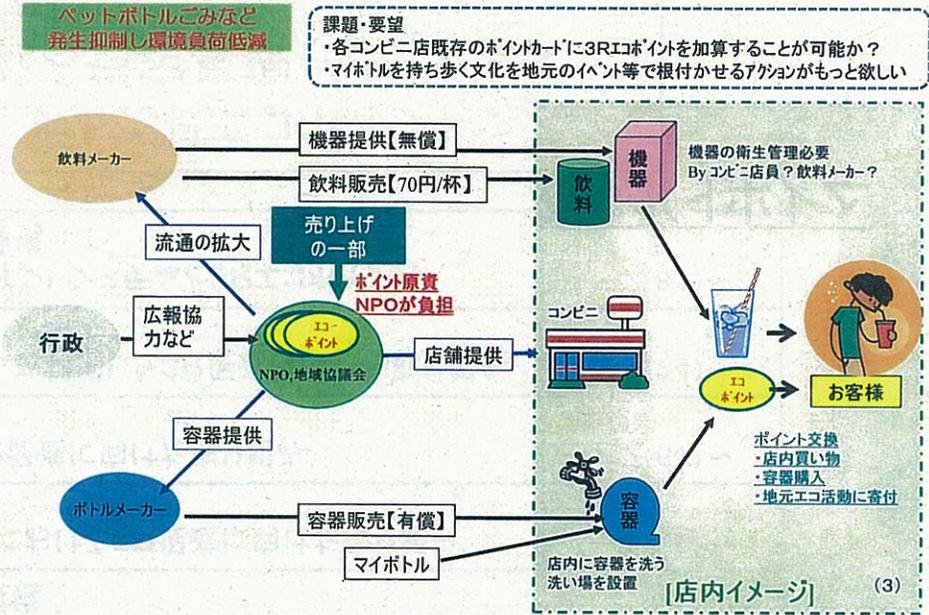
- ・場所: A市役所庁舎内コンビニ
- ・期間57日間・利用者数187人
- ・飲料販売数: 5,944杯(一日当たり104杯)
- ・廃棄物削減量: ペットボトル容器(重量30g) x 2,792本分 = 89.2kg

(2)

2. 3Rエコポイントによる事業促進のイメージ

事業規模: A市

<例: A市小売業(コンビニ)>

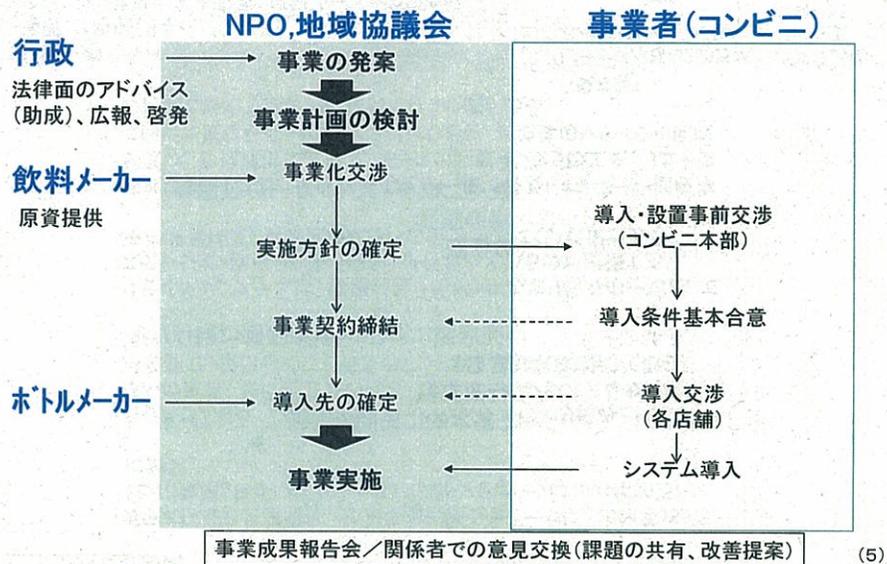


3. 関係者の機能分担イメージ

関係者	役割	メリット
行政	(システム実証への助成) 広報、住民に対する説明、啓発、 法律面のアドバイス	循環型社会の推進 資源の回収促進
事業者 (コンビニ)	飲料の販売 ポイント交換	ごみ発生抑制に貢献 販売促進 機械、ボトル洗い場の設置
消費者	マイボトル持参	ポイント取得 環境意識向上
飲料メーカー	機器提供	ごみ発生抑制に貢献 販売促進
NPO, 地域協議会	関係者連携サポート 他店舗への普及拡大 ポイント原資提供 (飲料メーカーが得た収益の一部がNPOへ)	環境ビジネス拡大
ポトルメーカー	容器販売	販売促進

(4)

4. 事業化に向けた連携・手続きフロー



(5)

6. 3Rエコポイント実現に向けた課題と施策の方向性

・課題

- マイボトル文化の普及・拡大
- コンビニなど協力店舗の普及・拡大(ディスペンサーの設置等)
- 店舗内におけるボトル洗い場の設置
- ポイントの付与と利用方法の検証

・施策

- 行政施策を組み合わせ、小売店舗による2R事業参画に向けた誘導(店舗改装費用の助成含む)
- マイボトルの普及に向けた行政支援
- 3Rエコポイントについては、基本的に民間で実施

(7)

5. 3Rエコポイントによる事業実施効果

- ・マイボトルの普及拡大
 - 店舗数の拡大により、マイボトルの持参による飲料購入が拡大(70円/杯と安い)
- ・経済性
 - 店舗側も飲料保管・冷蔵に係るコストを削減
- ・環境負荷低減
 - ペットボトルの排出抑制による環境負荷の低減
 - ※A市2Rシステムプロジェクト
 - マイボトル飲料5,944杯(57日)→ペットボトル削減量89.2kg
- ・マイボトル文化の醸成
 - A市では、(修学)旅行者に対する観光の街の文化をアピールしうることになる
- ・飲料メーカーの取組評価
 - 社会的なブランドイメージの向上(社会的評価)

(6)

(1) 特定3R行動促進型

② リユース目的型

ガラスびんリユース促進に向けた 取り組み

(注) 本検討は、既存の取組を参考に、仮に3REcoポイントシステムを導入することとした場合に考えられる想定事例(ケーススタディ)であり、実際の事業とは異なります。

(8)

1. 現状と課題

- ・ガラスびんの生産量は、1990年253万トンピークに、2004年150万トンに激減。Rびんは、1980年140万トンピークに2004年30万トンに激減。
- ・ガラスびんリユースは、ガラスびんリサイクルの取り組みと異なり、Rびんの普及、特に家庭系の回収に係るオープンシステムの再構築が必要で、焼酎びんなど特定の飲料容器、地域(B地域)で取り組みが進められている。
- ・リサイクルシステムは、容器包装リサイクルの取り組みの一環としてステーション回収(集積所回収)が行われているのが実情であり、その重量ゆえ、店舗回収などへの協力が得にくい状況がある。
- ・回収手法としては、デポジットなどが一部で普及しているが、回収率が低い。官民連携の上で、リユースの回収インフラの工夫、リユースに向けた更なるインセンティブ付けなどを、自治体のリサイクル回収の抑制と絡めて総合的に検討を行う必要がある。

(参考例)

※規模(参考データ)

- ・場所: B地域(3県)
- ・企業: 240社以上ある清酒、焼酎メーカーの6割が900ml茶びん使用(年間1000万本以上出荷)
- ・出荷量: H16~19年度 680万本をリターナブル瓶で出荷(回収率40%)

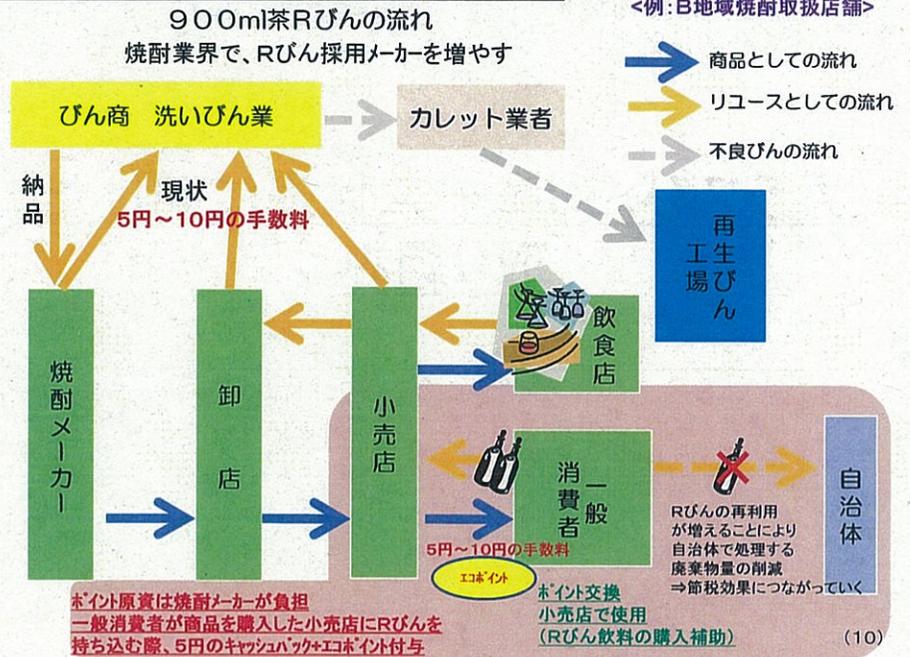
リターナブルびん200万本
ワンウェイびん800万本

CO2排出量
45%程度
抑制可能
(約2千トン削減)
注: リターナブル瓶の使用回数にもよる (9)

リターナブルびん800万本
ワンウェイびん200万本

2. 3REcoポイントによる事業促進のイメージ

事業規模: B地域(3県)

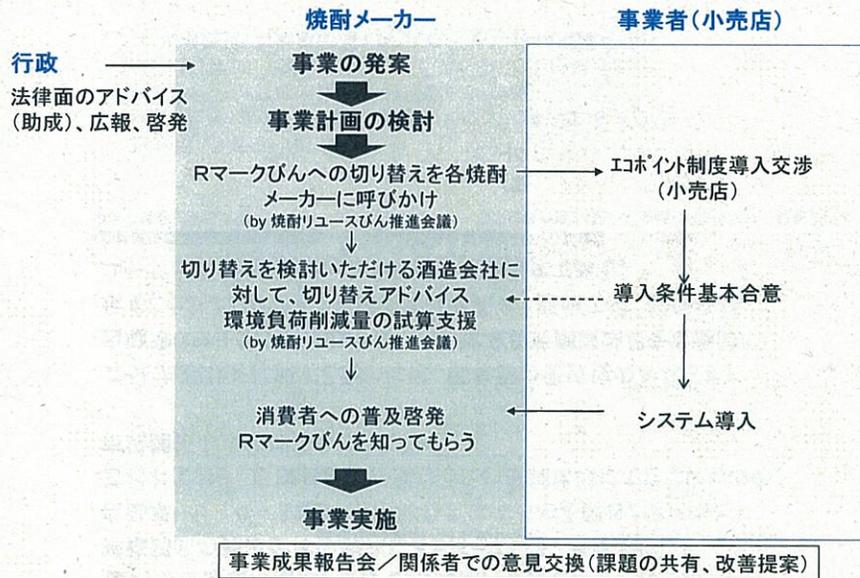


3. 関係者の機能分担イメージ

関係者	役割	メリット
行政	システム実証への助成 関係者の連携サポート (焼酎リユース会議の運営) 広報、住民に対する説明、啓発、 法律面のアドバイス	循環型社会の推進 資源の回収促進
事業者 (小売店舗)	ポイント交換 Rびん飲料の積極仕入れ 回収協力	回収協力 販売促進
消費者	分別排出(持参)	ポイント取得 ごみ発生抑制に貢献 環境意識向上
焼酎メーカー	ポイント原資提供 Rびん利用	販売促進 社会的イメージ、ブランド向上

(11)

4. 事業化に向けた連携・手続きフロー



(12)

リユース事業の効果 900ml茶Rびん採用メーカーのメリット (焼酎メーカーA社)

品名	年間使用本数	単価	びん購入代金
900ml茶現行びん	120万本/年	42円	50,400,000
900ml茶Rびん	120万本/年	45円	54,000,000
リユース洗浄びん(回収率60%)	72万本/年	35円	25,200,000
新びん(補充率40%)	48万本/年	45円	21,600,000
合計			46,800,000

$50,400,000 - 46,800,000 = 3,600,000$ + 作業の効率性 + 環境費の削減

(14)

5. 3REコポイントによる事業実施効果

- ・回収率向上
 - ーRびんの回収率の向上(60%程度が望ましい)
- ・経済性
 - ー集積所回収・リサイクルに比べ、回収・リユースに係るコストが削減 (※次ページ参照;コスト削減の試算例)
- ・環境負荷低減
 - ーリユースによる環境負荷の低減
- ・本格的な普及に向けたインフラの整備
 - ー欧米などと類似した効率的なリユースシステムの構築 (機器導入含む)

(13)

6. 3REコポイント実現に向けた課題と施策の方向性

- ・課題
 - ーRびんの製造・利用の拡大(現在の利用状況は、全びん飲料の5%と少ない)
 - ー中容量(900ml、720ml)焼酎は、居酒屋等の業務用が大半、また、市民の回収協力が必要
 - ー回収・洗浄・充填に係る事業者の協力。リユースびんの導入には、生産ラインの変更が必要なため、導入コスト負担が大きい
 - ーポイントの付与と利用方法の検討
- ・施策
 - ーRびんの普及・拡大に向けた消費者対象モデルの構築
 - ー店頭回収への協力に向けた誘導
 - ー強い促進政策(インセンティブの付与と規制の組み合わせ)
 - ー3REコポイントは、基本的に民間で実施

(15)

(1) 特定3R行動促進型

② リユース目的型

自動車リサイクル部品等の活用促進によるエコ・ユーザーの育成

(注) 本検討は、既存の取組を参考に、仮に3Rエコポイントシステムを導入することとした場合に考えられる想定事例(ケーススタディ)であり、実際の事業とは異なります。

(16)

2. 3Rエコポイントシステムによる事業促進イメージ

- ・ 自動車リサイクル部品の活用が新品部品に比べてどの程度のCO2削減効果が得られるのかを数値化するシステムが産学連携により開発・運用されている。
- ・ このCO2削減効果を「3Rエコポイント」として付与するシステムを構築を検討する。
- ・ 自動車リサイクル部品の普及促進により、直接的なメリットを享受する自動車リサイクル部品供給団体、整備工場、損保各社に加え、自動車ユーザー等を巻き込み、その活用に伴うCO2削減効果の「見える化」による普及啓発およびエコポイントの付与によるインセンティブを確保する。
- ・ エコポイントシステムの設計にあたっては、自動車の整備による燃費改善効果や他のエコポイントの連携を前提とする。

(18)

1. 現状と課題

- ・ 国内中古部品市場は、全体で1,050億円程度と推計されており、補修部品の売上全体の約6%にとどまっている。米国では、自動車リサイクル部品の補修部品全体に占める割合が約40%と言われており、車検制度等が異なるため単純比較はできないものの、市場開拓の余地はあるといえる*。

- ・ こうした現状を打開するためには、価格面の優位性のみならず、自動車リサイクル部品の活用による環境負荷削減効果を定量的に示すことおよびリサイクル部品供給事業者、整備工場、損保各社、ユーザー等が一体となった取り組みが不可欠である。

*産業構造審議会環境部会廃棄物・リサイクル小委員会自動車リサイクルWG
中央環境審議会廃棄物・リサイクル部会自動車リサイクル専門委員会第24回合同会議(2009/07/07) 配布資料より。

※規模(参考データ)

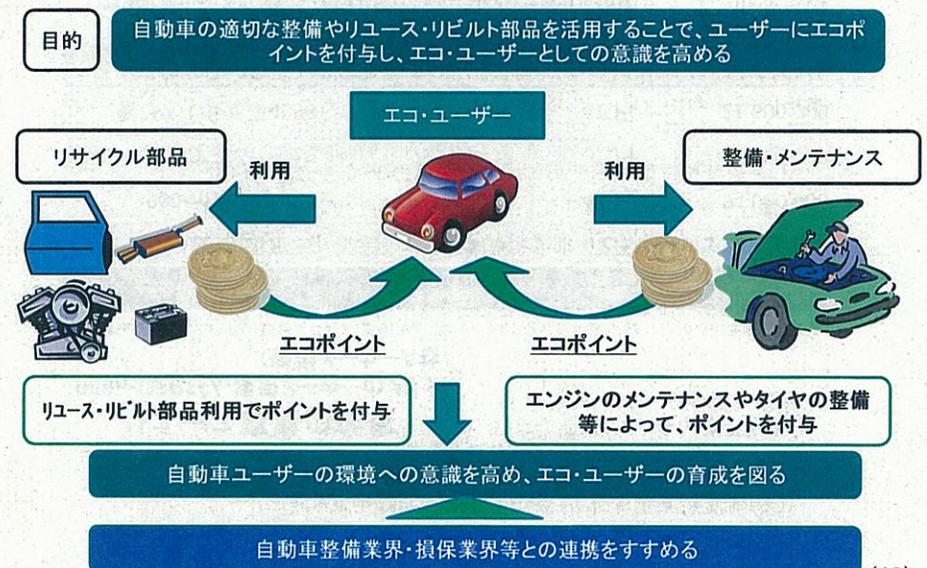
- ・ 参加企業: リサイクル部品流通13団体、530解体工場
(日本全国の供給団体の50%超)
- ・ H20年度リサイクル部品供給で16万トンのCO2削減達成
(CO2削減量: 自動車部品1点でCO2を平均48kg削減可能)

(17)

2. 3Rエコポイントシステムによる事業促進イメージ(1)

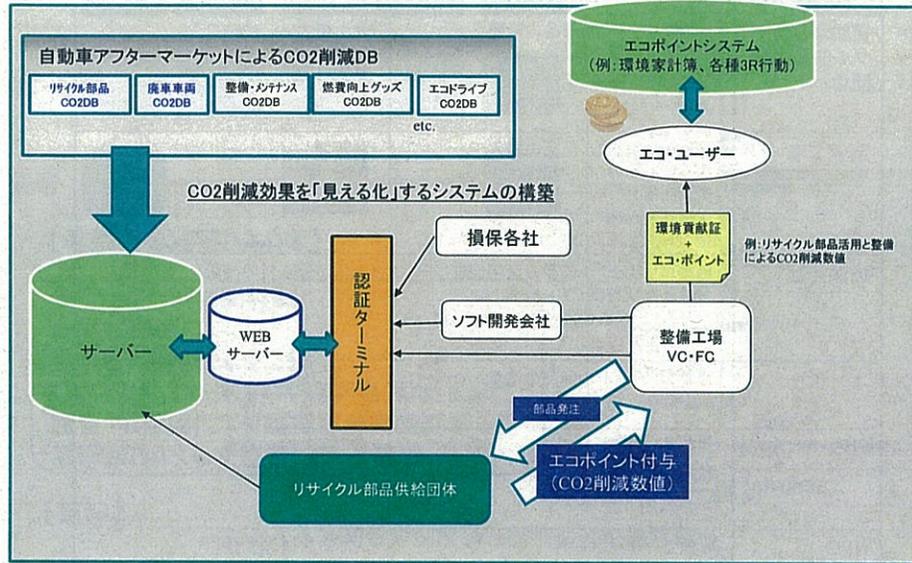
事業規模: 全国

<例: 自動車整備工場>



(19)

2. 3REcoポイントシステムによる事業促進イメージ(2)



(20)

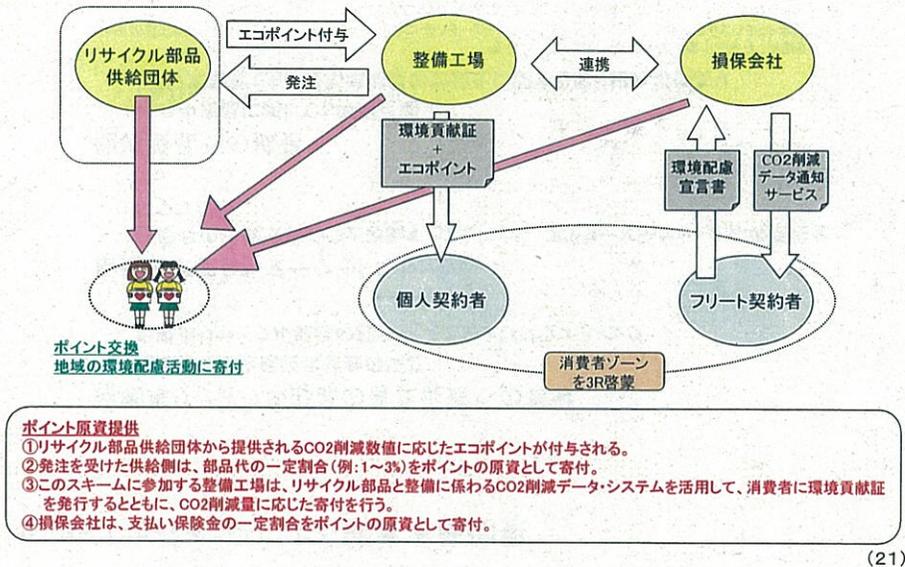
3. 関係者の機能分担イメージ

関係者	役割	メリット
自動車リサイクル部品供給団体	・自動車リサイクル部品の販売 ・CO2削減数値の提供 ポイント原資提供	・売上増大 ・CSR ・ブランド価値の向上 等
整備工場	・自動車リサイクル部品の購入 ・ユーザーへのCO2削減数値の提示 (見積時等) ・ユーザーへのエコポイント付与 ポイント原資提供	・利幅増 ・CSR 等
損保各社	・自動車リサイクル部品の活用促進に関する普及啓発(フリート向け、アジャスターによる活用等) ポイント原資提供	・支払い保険料の削減 ・CSR
ユーザー	・自動車リサイクル部品の活用 (修理時)	・CSR(フリート) ・エコポイントの獲得
行政	(システム実証への助成) ・広報、住民に対する説明、啓発、 ・法律面のアドバイス	・循環型社会の推進 ・資源の回収促進
NPO, 地域協議会	事業コーディネート ポイント交換	システム普及効果

(22)

2. 3REcoポイントシステムによる事業促進イメージ(3)

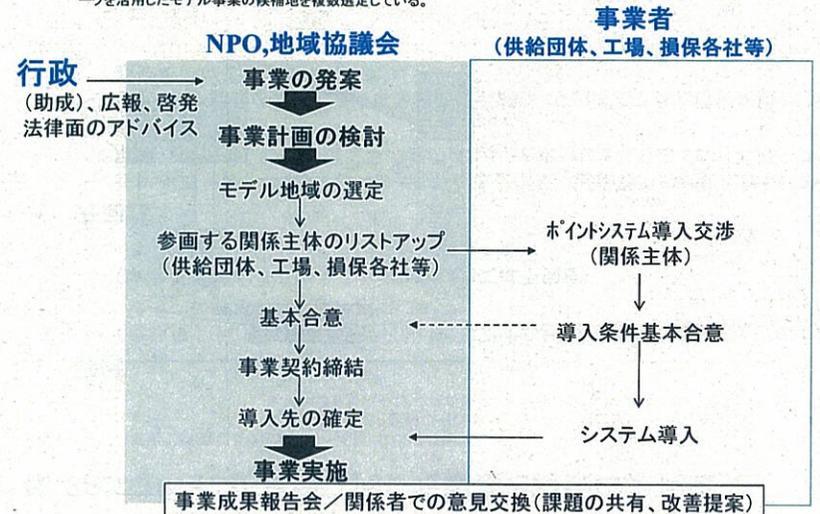
リサイクル部品の活用に関わる複数のプレーヤーから原資を調達するスキームを想定。



(21)

4. 事業化に向けた連携・手続きフロー

現在、リサイクル部品の供給団体が先行的に実施しているリサイクル部品の活用によるCO2削減効果の「見える化」を実現するシステムは、整備工場、損保各社等との連携により先行的に構築する。
3REcoポイントシステムの構築にあたっては、エンドユーザーをいかに巻き込むかがポイントとなる。現在、地域生協のネットワークを活用したモデル事業の候補地を複数選定している。



(23)

5. 3Rエコポイントによる事業実施効果

- 自動車リサイクル部品の普及促進への貢献
 - 循環型社会と低炭素社会の両立
 - 自動車リサイクル部品の認知度向上およびブランディング
- 自動車アフターマーケットの活性化
 - 整備等の燃費改善効果と連動することにより、アフターマーケット全体の活性化につながる。
- 他の製品への拡張
 - 他の中古品についても応用可能
 - オフィス家具でもCO2削減効果の数値化に関する取り組み事例あり

(24)

5. 3Rエコポイント実現に向けた課題と施策の方向性

- 課題
 - 「自動車リサイクル部品の活用」だけに限定すると、消費者の行動頻度としては少ないため、他事業との連携が望ましい
(単独ではポイントを付与するメニューとしては不向き)。
- 方向性
 - 自動車の整備やメンテナンスによる燃費改善効果など自動車の使用に伴う行動や環境家計簿やレジ袋の削減等の他のメニューと複合した形でのエコポイントシステムを構築
 - リサイクル部品の活用による事業者の経済的なメリットを踏まえた原資提供と、負担割合等の精査

(26)

5. 3Rエコポイントによる事業実施効果

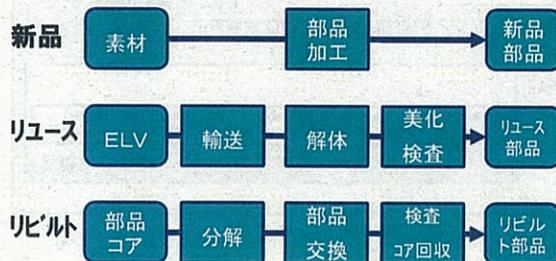
～リサイクル部品の環境負荷削減効果の算定例～

【目的】

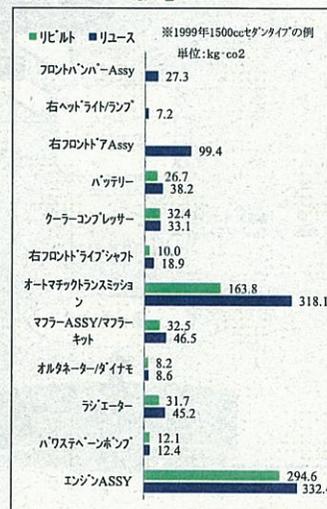
自動車リサイクル部品(リユース部品・リビルト部品)の活用による環境負荷削減効果をLCA(Life Cycle Assessment)の考え方に基づき、定量化すること

- ◆情報開示
- ◆ユーザーの判断材料

【各部品の評価シナリオ】



【評価結果の一例】Ver.0905



(25)

(1) 特定3R行動促進型

③リサイクル(マテリアル・サーマル)目的型

生ごみのリサイクル促進 に向けた取り組み

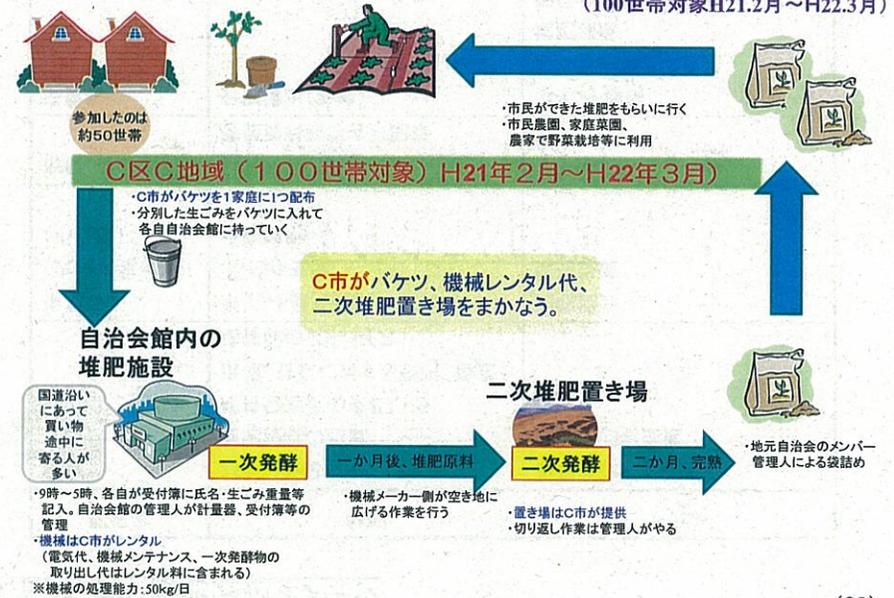
(注)本検討は、既存の取組を参考に、仮に3REコポイントシステムを導入することとした場合に考えられる想定事例(ケーススタディ)であり、実際の事業とは異なります。

(27)

1-1 生ごみ堆肥化の現状

事業規模:C市

<例:C市区C地域>
(100世帯対象H21.2月~H22.3月)



(29)

1. 現状と課題

・生ごみは家庭から排出される可燃ごみの4割を占めており、ごみ減量化を進める上ではリサイクルは欠かせない。世帯単位での減量化・リサイクル機器への助成は進められているが、スペース、維持管理、利用などの制約があるため、普及には限界がある中で、例えば地域性を踏まえた生ごみ持ち寄りによるリサイクルによる取組は普及する可能性もある。



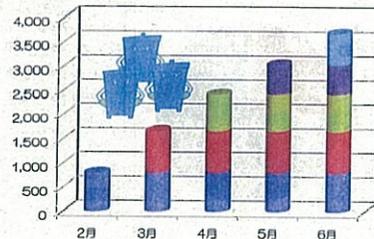
堆肥の原料の取り出し作業

・家庭から排出される可燃ごみはごみ有料化のため、個人においても減量化するメリットがあり、行政にはごみ回収費用の低減などのメリットがある。また、焼却に伴う環境負荷を低減する効果も期待できる。

・市民、事業者、行政が連携して3REコポイントによる社会システムの構築を図ることで、生ごみの回収協力の拡大や地域通貨などによる地域活性化が期待できる取組と考えられる。(市民:生ごみの回収協力・ごみ処理費用の低減、事業者:地域通貨などの活用、行政:インフラ整備と維持管理費の負担)

※規模(参考データ)

- ・場所:C市区C地域(100世帯対象)
- ・期間:H21.2月~H22.3月
- ・利用世帯数:約50世帯
- ・廃棄物削減量:5カ月間で4トンの生ごみを堆肥化装置へ投入



C地域における生ごみの積算投入量

(28)

2. 3REコポイントによる事業促進のイメージ

(例)

原資	方法	課題
① 大規模農家	・できた堆肥を受け取り(無料)、その堆肥からできた作物を生ごみ提供者に安く売る	生ごみ提供者が農家の場合、作物を安く買いにくるという特典はうまみがないのでは?
② 小売店	・100世帯の家庭からでる生ごみだけでなく、地元の小売店(食品関係)にも生ごみ提供協力してもらう。 ・ポイントは小売店で使える(小売店は、地域協力店としてイメージアップ、集客に効果あり) ・できた堆肥は参加者に提供	小売店が原資を負担して、このシステムに参加協力してくれること

(30)

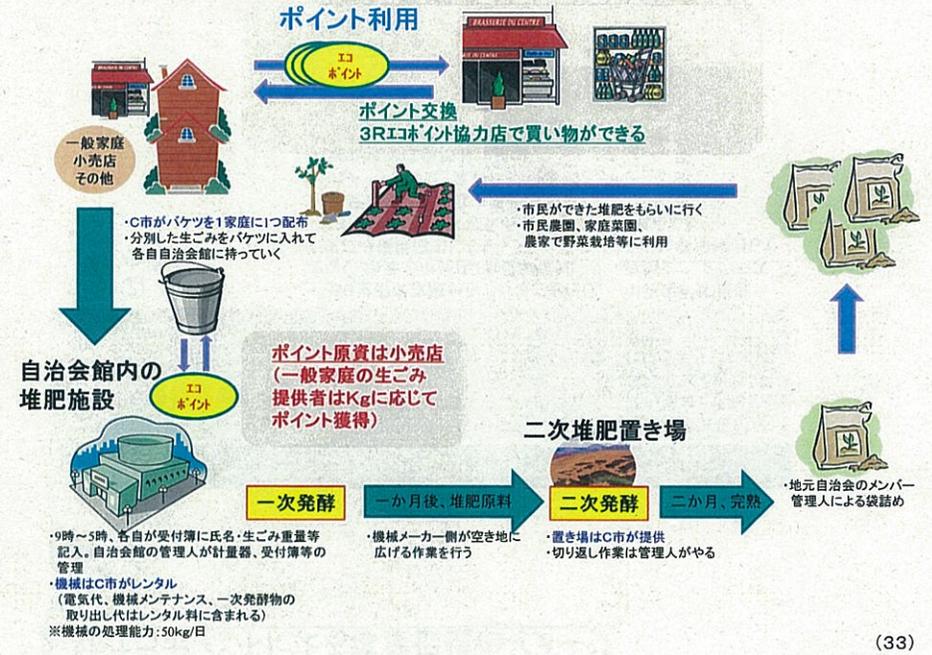
堆肥化設備の外観例(ポイント付与機器付き)

写真提供: Y社



(31)

2-2 生ごみの堆肥化(小売店協力)



(33)

2-1 生ごみの堆肥化(大規模農家利用)



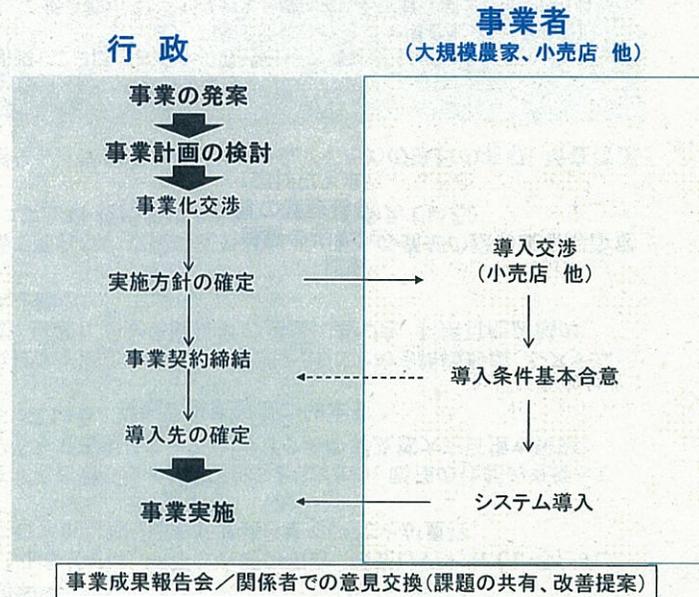
(32)

3. 関係者の機能分担イメージ

関係者	役割	メリット
行政	バケツの配布 堆肥設備の設置 維持管理費の支払い等 広報、住民に対する説明、啓発 法律面のアドバイス	循環型社会の推進 資源の回収促進
事業者 (大規模農家) (小売店)	ポイント原資提供 ポイント交換 堆肥利用	回収協力 販売促進
市民(自治会)	維持管理の負担 啓発資料等の各戸配布	
消費者	分別排出(持参)	ポイント取得 ごみ発生抑制に貢献 堆肥利用 環境意識向上

(34)

4. 事業化に向けた連携・手続きフロー



(35)

6. 3Rエコポイント実現に向けた課題と施策の方向性

- ・課題
 - －市民の回収協力(地域性を踏まえた対応)
 - －行政によるインフラ整備と維持管理費の負担
 - －生ごみの回収拠点、二次発酵場所の確保
 - －ポイントの付与と利用方法の検討
- ・施策
 - －行政による強力な誘導施策
 - －事業者の協力関係の構築
 - －3Rエコポイントについては、基本的に官民連携で実施

(37)

5. 3Rエコポイントによる事業実施効果

- ・回収率向上
 - －生ごみ持ち寄り・回収率の向上(現状では、住民約50%が参加)
- ・経済性
 - －可燃ごみの収集・処理に比べ、回収・中間処理に係るコストを削減
- ・環境負荷低減
 - －集積所の収集車両の削減、焼却回避による環境負荷の低減
- ・事業者の効果
 - －3Rエコポイントによる地域通貨などの普及に伴う、来店客の増加
 - －地域住民と大規模農家の連携による安心・安全な農産物の生産と利用
- ・生ごみ回収拠点及び、二次発酵場所の確保などインフラの整備
 - －拠点整備+3Rエコポイント

(36)

(1) 特定3R行動促進型

③リサイクル(マテリアル・サーマル)目的型

古着リユースリサイクル促進 に向けた取り組み

(注)本検討は、既存の取組を参考に、仮に3REコポイントシステムを導入することとした場合に考えられる想定事例(ケーススタディ)であり、実際の事業とは異なります。

(38)

1. 現状と課題

- ・イベントなどでは、不要な衣類の引取、販売は行われているため、更に日常的な取り組みを充実させていくことが重要
- ・点在する古着リサイクル店舗をとりまとめ、同様の仕組みを使って街ぐるみで古着リユース・リサイクルの普及拡大を目指す段階になっている。
- ・普及拡大を図るためには、店舗をとりまとめる組織形成、システム構築、運営にかかる関係者の連携に基づき、利用可能店舗の拡大を図る
- ・店頭で売れない衣類の海外輸出ルートへの売却の際の業者の選定(マニフェスト提出等によるルート確認を考えている)
- ・衣類から産業用資材にリサイクルするための施設の有無、所在確認

※規模(参考データ)

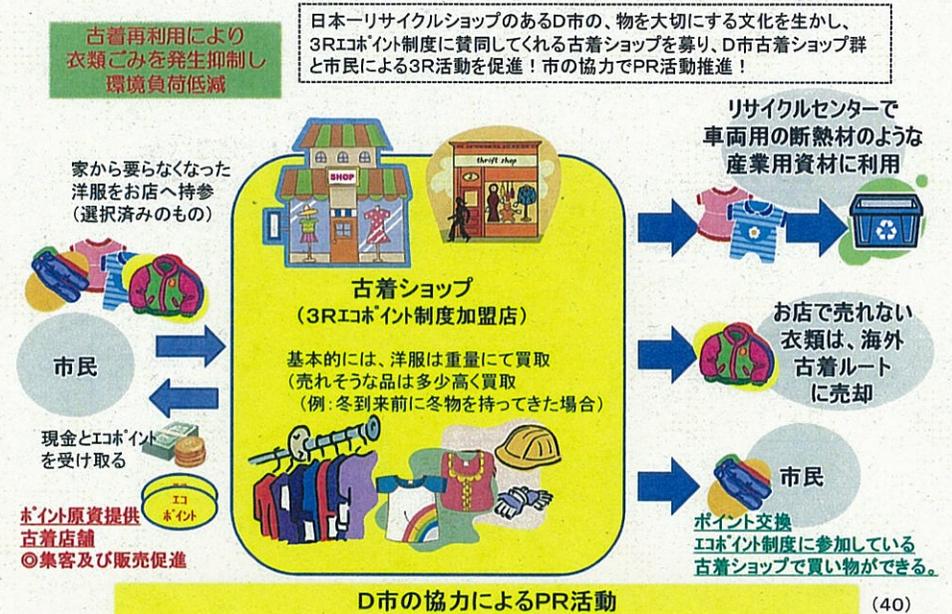
- ・場所: D市 イベント及び古着店
- ・期間: H21 2日間で古着の引取・販売、古着ファッションショーのイベント(協力団体: 9団体、イベント来場者数: のべ500人)
- ・常時、古着買取ポイント付与制度を設けている古着店舗がD市内で2店舗

(39)

2.3REコポイントによる事業促進のイメージ

事業規模: D市

<例> D市古着店舗

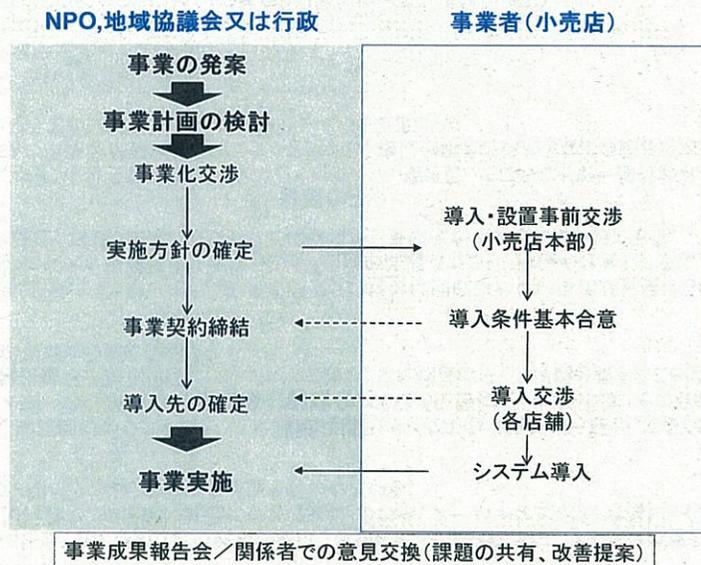


3. 関係者の機能分担イメージ

関係者	役割	メリット
行政	関係事業者の参画誘導 地域の取り組み計画策定 広報、住民に対する説明、啓発 法律面のアドバイス	環境負荷低減
事業者 (小売店舗)	店舗にて衣類の買取、販売 ポイント原資提供 ポイント交換	不要な衣類の回収協力 販売促進
消費者	衣類を洗濯後店舗へ持ち込み	利便性の向上 ポイント取得 ごみ発生抑制に貢献 環境意識向上

(41)

4. 事業化に向けた連携・手続きフロー



(42)

6. 3Rエコポイント実現に向けた課題と施策の方向性

- ・課題
 - －市民の回収協力
 - －古着ショップの参画
 - －古着の衣類以外の再利用用途との確保
 - －海外販売ルートを選定
 - －ポイントの付与と利用方法の検討
- ・施策
 - －行政による強力な誘導施策
 - －店頭買取による、事業者の協同の取組みを推進
 - －3Rエコポイントは、基本的に民間で実施

(44)

5. 3Rエコポイントによる事業実施効果

- ・環境負荷低減
 - －リユースによる環境負荷の低減
- ・市民の環境意識の向上
- ・経済性
 - －小売店舗の販売向上に貢献

(43)

(2) 多目的型

① 複数3R行動同時促進型

小売店舗を活用した資源の 拠点回収、リサイクル、 リユースの推進

(注)本検討は、既存の取組を参考に、仮に3Rエコポイントシステムを導入することとした場合に考えられる想定事例(ケーススタディ)であり、実際の事業とは異なります。

(45)

2. 3Rエコポイントによる事業促進のイメージ

- 市民が家庭から排出するペットボトルを店頭などの拠点で回収し、資源回収協力へのインセンティブとしてポイントを付与することで、びん・缶に比べ回収率の低いペットボトルの回収率向上を図り、一方で自治体のステーション回収の合理化を進めるなど、行政、小売業などの事業者が連携・協働することで、効率的なリサイクルシステムを形成し、課題解決を図る。
- 「エコポイントによる飲料容器の店頭回収」というインフラを整備、そのインフラを活用して、リユースシステムの促進を図る仕組みを作る。
- 店頭での回収が一般的に行われている食品トレイや牛乳パック(紙パック)のほか、飲料缶(アルミ缶、スチール缶)等の資源物の回収アイテムを拡充することにより、ゴミは集積所に出し、資源は拠点に持っていくという市民のライフスタイルを推進、行政による資源回収の負荷を低減し、効率的な社会システムの構築を目指す。
- エコポイント事業の持続的・発展的な運用を実現するには、日常的に利用するメニューづくりが肝要。資源回収への参加は、好適メニューとなる。
- ポイント付与、管理方法には、E区の事例のように、ペットボトル等の回収機器を用いたICカード読み取りのもの、磁気カード・シール・スタンプ等付与するものがある。

(47)

1. 現状と課題

- ペットボトル、缶、びんなどの飲料容器は、市民にとって身近な存在。飲んだ後の空き容器の排出行動で、3R活動に気軽に参加できる。その他、スーパーなどでは、食品トレイ、牛乳パック、卵パックなどの回収が一部で行われている。
- 一方、資源回収のシステムとしては、容器包装リサイクルの取組みの一環として多くの自治体でステーション回収(集積所回収)が行われているが、特にペットボトルは、その容器特性ゆえ輸送効率が悪く、収集コストが総じて高い。また輸送に多くの車両を要することは環境負荷の観点から見て課題である。
- 回収手法としても、単一で、収集頻度が少ない場合は回収率が低い事例が見受けられる。自治体に多大な事業経費を要することが最大の問題点であり、今後の社会システムとして、経済性、環境、民間との連携などの観点から多様化が求められる分野である。
- 現在、ポイント付与付き回収機械が、ペットボトル、空き缶、生ごみなどで一部行われている。また、小売業が資源加工センターを整備し、物流効率化を進めるなどの動きがあり、こうした動きをさらに進めることが上記観点からも望ましい。

※規模(参考データ)

- ・場所: E区(人口約65万人)
- ・ステーション回収ヶ所: 19,000ヶ所が存在
- ・機器設置台数: 30台(H18年度より回収機器を30店舗に設置)
- ・回収量: H20年度年間回収重量363トン、回収本数1037万本
- ・輸送効率: 拠点で一次破碎後収集するため4~5倍の輸送効率(CO2削減)

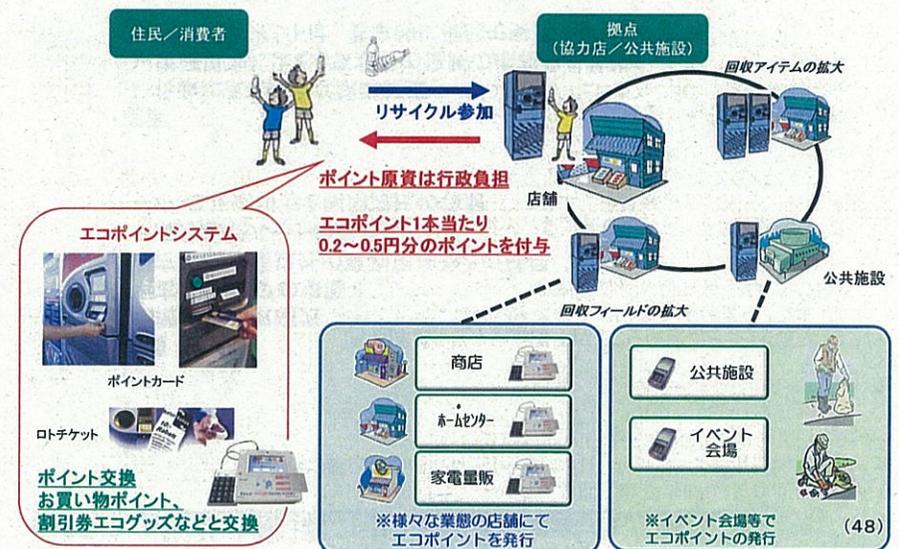
(46)

2. 3Rエコポイント付与のイメージ(1)

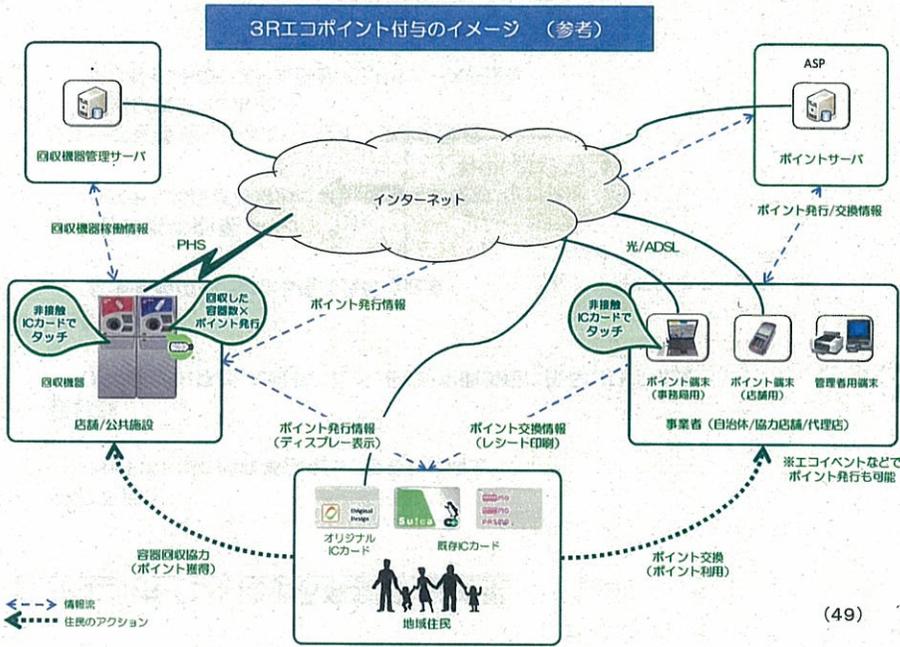
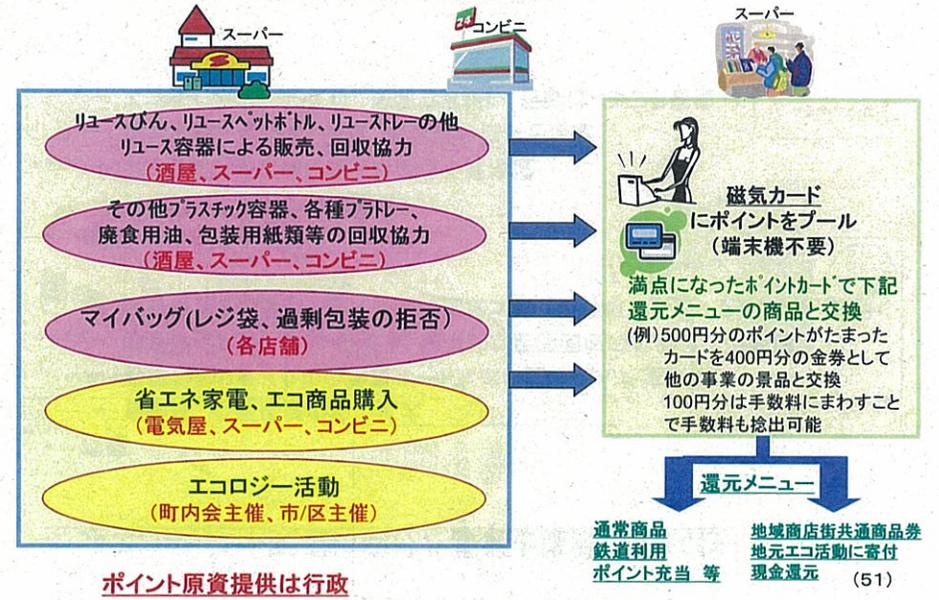
(回収機器、ICカード利用の場合のイメージ)

事業規模: E区

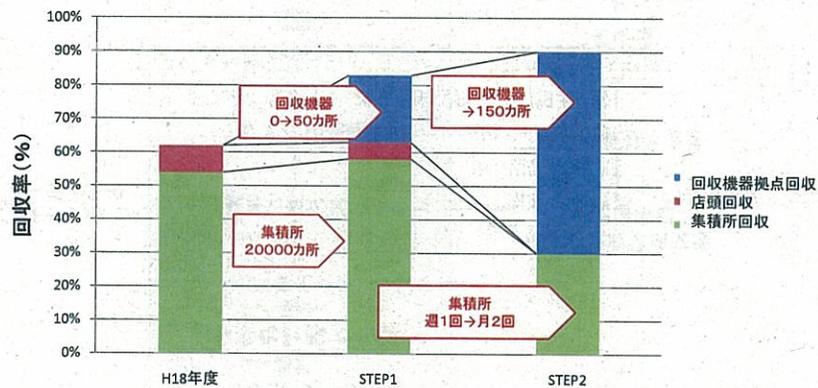
<例: E区小売店舗>



2. 3Rエコポイント付与のイメージ(2) (磁気カードやシールなど簡易な取り組み)



参考:事業の効率化イメージ(回収機器利用の場合)



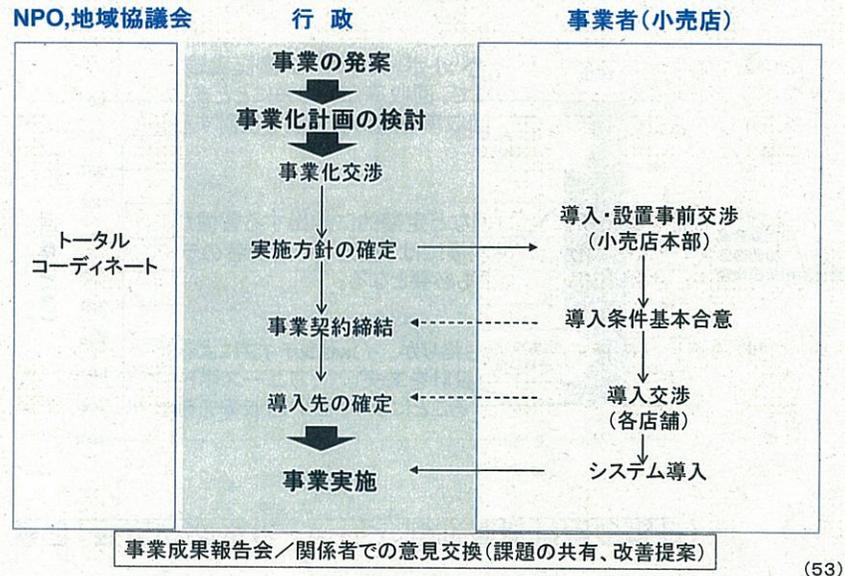
※E区のモデルを想定

3. 関係者の機能分担イメージ

関係者	役割	メリット
行政	ポイント原資提供※ 広報、住民に対する説明、啓発 法律面のアドバイス	循環型社会の推進 資源の回収促進
事業者 (小売店舗)	機器設置場所の提供 機器運用支援 ポイント原資提供※ ポイント交換	回収協力 販売促進 顧客満足度の向上 現場オペレーション改善
消費者	分別排出(持参)	利便性の向上 ポイント取得
NPO, 地域協議会	事業コーディネート 機器設置管理	機器普及効果

※回収システム/ポイントシステムのインフラ整備の負担、ポイント原資の負担については、行政負担とするか、小売負担とするか要検討

4. 事業化に向けた連携・手続きフロー



5(3) 店頭でのリユース・リサイクルシステム

- H20年に環境省にて実施された「ペットボトルリユース実証実験」では、スーパーなどの店頭でのオープンシステムで、回収率が50.6%にとどまり(宅配方式では95.4%)、システムの普及には、回収率を高める方法を検討する必要があるとの結果となった。
- 使い捨て容器を集積所にて週1回など定期的に排出する習慣があるため、リサイクルからリユースへの仕組みの変換には、生活者、消費者のライフスタイルの変換が必要で、社会インフラの変換も必要となる。
- 資源物の拠点への持ち込み、持ち帰りが、インセンティブによる誘導を踏まえ、習慣化され、また、インセンティブの設計を工夫して、リユースボトルの回収を推進するなどの社会システムを構築することにより、高い回収率を確保することが可能となる。

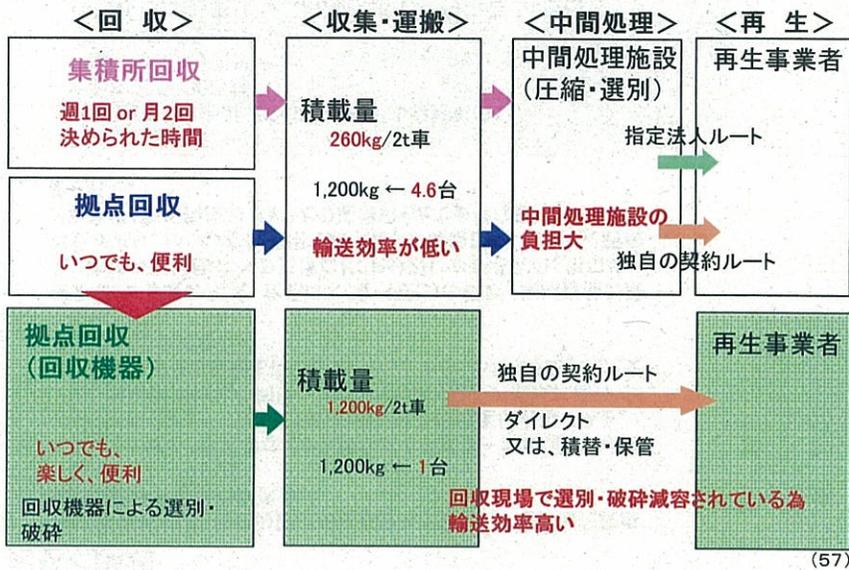
5. 3Rエコポイントによる事業実施効果

- 回収率向上
 - ペットボトルの回収率を、ビン、缶並みに向上
- 経済性
 - 集積所を主体とした回収に比べ、回収・中間処理に係るコストを削減
- 環境負荷低減
 - 収集車両の削減による環境負荷の低減
- 事業者の集客効果
 - システム利用者の増加に伴う、来店客の増加
- リユースを推進しやすい社会インフラの整備
 - 拠点回収+エコポイント
 - エコポイントのシステム設計によりリユースを推進

6. 3Rエコポイント実現に向けた課題と施策の方向性

- 課題
 - 自治体、小売店舗の協力拡大
 - 容器包装リサイクルの独自ルート形成に踏み込んだ施策化
 - 非効率なステーション回収と、効率的な店頭回収の位置付けの整理
 - 既存事業との整合、導入初期の追加コスト(既存事業とのダブルコスト)負担
- 施策
 - 行政による強力な誘導施策
 - システム構築に向けた一時的な予算措置
 - 店頭回収における、行政、事業者の協業を推進
 - エコポイントについては、民間で実施し、行政はインフラ整備

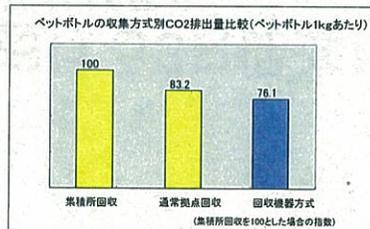
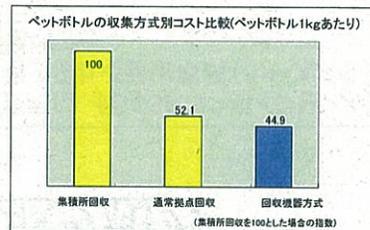
参考: E区における事業例



参考: ペットボトルの回収方法による経済性と環境負荷の比較

前提条件

人口 : 310,000人
 面積 : 16 km²
 拠点数
 集積所回収 : 8,000ヶ所
 拠点 : 180ヶ所
 回収機器 : 52ヶ所
 年間ペットボトル回収量
 拠点回収 : 350 トン
 その他 : 744 トン



(財) 社会経済生産性本部による試算

(2) 多目的型

② 地域振興同時促進型

地域商店街における3R促進に向けた取り組み

(注)本検討は、既存の取組を参考に、仮に3Rエコポイントシステムを導入することとした場合に考えられる想定事例(ケーススタディ)であり、実際の事業とは異なります。

(59)

1. 現状と課題

- ・地域商店街では、独自の販促の取り組みがあり、3Rを含めた環境の取り組みへの期待が大きい。
- ・行政にとっても、商店街などから排出する事業系一般廃棄物の発生抑制、減量化・リサイクルに向けた取り組みの推進は必要である。一方、商店街活性化に向けたユニークな取り組みの醸成に向けては、全国で様々な経験も存在していることから、それらを踏まえた交流促進が重要である。
- ・例えば、レジ袋の削減、食品ロス(食べ残し)の抑制、地域製品の購入、地域の環境団体への支援など3R分野にかかる入口、出口の需要があり、かつ少ない費用で取り組みが開始しうることから、行政と事業者(商店街組合含む)との連携のもとで多様な取り組みが求められる。

※規模(参考データ)

- ・場所:F市商店街 (EAP地域モデル実証事業)
- ・参加店舗:30店舗
- ・期間:H21 2ヶ月間
- ・3Rエコアクション内容
 - 買利物袋持参(レジ袋削減)でポイント付加店 26店舗
 - プラスチックハンガー持参でポイント付加店 2店舗
 - その他 2店舗

(60)

2. 3Rエコポイントによる事業促進のイメージ

事業規模:F市商店街



例:EAPモデル事業(H21)

組合員が行う事

- ・どのような行為に対し、お客様にエコポイントを何ポイント進呈するか、組合に申請
- ・進呈するエコポイントは、組合員の自己負担

組合が認定する行為

- ・レジ袋を辞退し、エコバック利用によるポイント進呈
- ・食べ残しをしないお客様に進呈(判定は各店対応)
- ・リサイクル商品購入でのポイント進呈(商品にポイント進呈+エコポイント)
- ・リサイクルできる品物を持参した場合に進呈(クリーニング店など)
- ・修理サービス(かさ、包丁、その他商品の修理)を受けた方にポイント進呈
- ・書店でのブックカバー辞退によるポイント進呈

(62)

3. 関係者の機能分担イメージ

関係者	役割	メリット
行政	(システム実証への助成) 広報、住民に対する説明、啓発 法律面のアドバイス	循環型社会の推進 資源の回収促進 商店街の活性化
事業者 (商店街組合)	ポイント交換システム構築 関係者コーディネート	商店街の活性化
事業者 (小売店舗)	ポイント原資提供 ポイント交換	回収協力 ごみ発生抑制に貢献 販売促進
消費者	分別排出(持参) マイバッグ持参 その他	利便性の向上 ポイント取得 環境意識向上

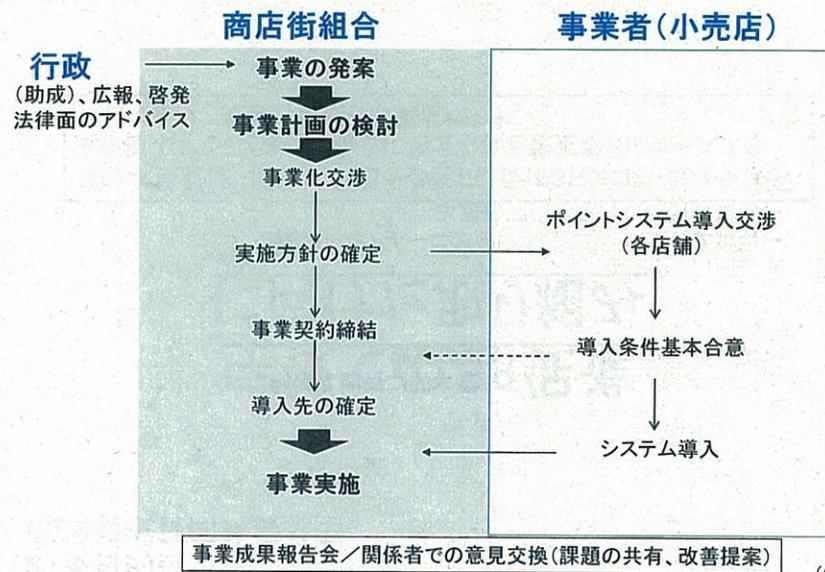
(63)

5. 3Rエコポイントによる事業実施効果

- ・事業系ごみの発生抑制への寄与
－食品ロスの削減、ごみの排出抑制
- ・経済性
－商店街組合を胴元とする持続可能なシステムの構築
- ・環境負荷低減
－事業系ごみの減量化、新材投入抑制などによる環境負荷の低減
- ・地域商店街の活性化
－システム利用者の増加に伴う、来店客の増加
- ・事業系の取り組みの推進に向けた社会インフラの整備
－商店街の協力+3Rエコポイント

(65)

4. 事業化に向けた連携・手続きフロー



(64)

6. 3Rエコポイント実現に向けた課題と施策の方向性

- ・課題
－地域商店街組合と各店舗の協力
－地域でのユニークな取り組みのコーディネート機能
－行政による協力
- ・施策
－地域活性化と絡めた行政支援の実施
－3Rエコポイントについては、基本的に民間で実施

(66)

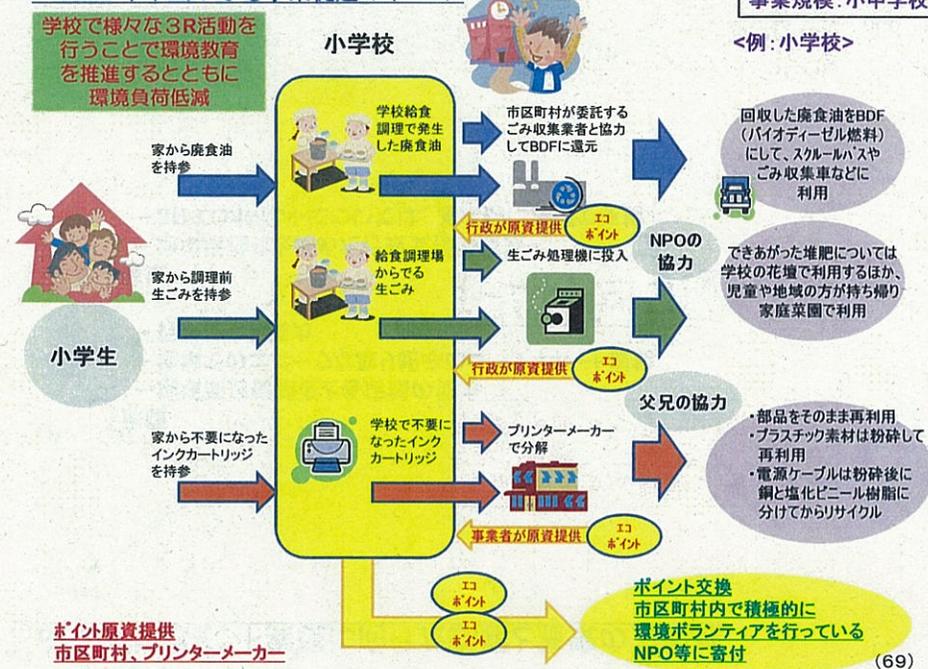
- (2) 多目的型
- ③ 環境教育同時促進型

学校での3R促進 に向けた取り組み

(注)本検討は、既存の取組を参考に、仮に3Rエコポイントシステムを導入することとした場合に考えられる想定事例(ケーススタディ)であり、実際の事業とは異なります。

(67)

2.3Rエコポイントによる事業促進のイメージ



1. 現状と課題

- ・複数の取り組みを行うため、運営主体によるとりまとめは重要だが、学校が引き受ける余力があるかどうか要検討(父兄の協力)(学校と同地区内の環境ボランティア団体等に業務委託)
- ・プリンターカートリッジに関しては全国の小中学校を対象にすでにリサイクルの取り組みを行っているが、回収協力に対してベルマーク運動参加校にはベルマークポイントを付与している。3Rエコポイントとの住み分けを考慮する必要がある。
- ・生ごみリサイクルに関しては、各家庭が排出する生ごみは乾燥処理が必要であり、その機器の設置が必要となってくる。

※規模(参考データ)

- ・カートリッジのリサイクル
 全国8000を超える学校でカートリッジを回収
- ・生ごみリサイクル
 G県(市内122の小中学校)。NPOがとりまとめ
- ・廃食油リサイクル
 H県(I小学校)

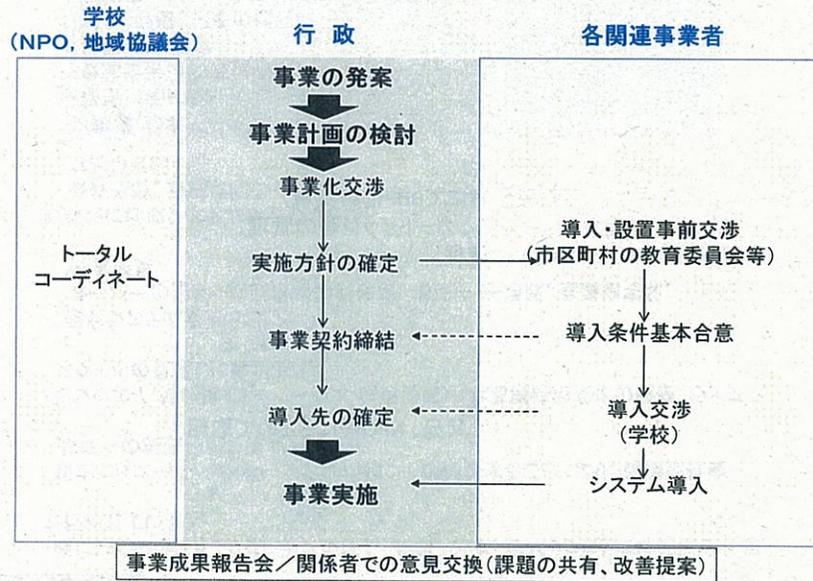
(68)

3. 関係者の機能分担イメージ

関係者	役割	メリット
行政	関係事業者の参画誘導 地域の取り組み計画策定 広報、住民に対する説明、啓発 法律面のアドバイス ポイント原資提供	環境負荷低減
事業者 (ごみ収集業者)	廃食油のBDF化 BDFの利用	環境負荷低減 環境ビジネス拡大
事業者 (プリンターメーカー)	インクカートリッジの分解・選別・リサイクル ポイント原資提供	CSR 資材の再利用
学校	回収協力 複数の3R活動の業務とりまとめ (NPO、地域協議会へ委託)	実践的な環境教育のとりこみ 地域貢献 ポイント→NPOへ寄付
消費者	回収協力	ポイント取得 ごみ発生抑制に貢献 環境意識向上

(70)

4. 事業化に向けた連携・手続きフロー



(71)

6. 3Rエコポイント実現に向けた課題と施策の方向性

・課題

- 市民、学校の回収協力
- 行政の積極的なバックアップ (市区町村委託の収集業者にてBDF化の実現)
- 学校内での廃食油、生ごみ、カートリッジ等の管理、堆肥化プロセス管理者の確保、管理場所の確保等

・施策

- 行政による強力な誘導施策
- 環境教育への協力を先生、父兄、NPO等にもとめて取組みを推進

(73)

5. 3Rエコポイントによる事業実施効果

・環境負荷低減

- リユースリサイクルによる環境負荷の低減

・子供たちとその家族の環境意識の向上 (環境教育)

・経済性

- メーカーの販売向上、CSRに貢献

(72)

- (2) 多目的型
④ 特定3R行動類型促進型

宅配システムを利用した3R促進に向けた取り組み

(注) 本検討は、既存の取組を参考に、仮に3Rエコポイントシステムを導入することとした場合に考えられる想定事例(ケーススタディ)であり、実際の事業とは異なります。

(74)

1. 現状と課題

- 既に、ペットボトル、リターナブルびん、牛乳パック、卵パックなどでは回収が一部で行われている。
- 新たにリユースペットボトルにエコポイントが付与することにより、循環型社会形成への実践行動を促がす。

・ワンウェイ(使い捨て)～ツーウェイ(再使用)による再使用文化の復権、ライフスタイルの見直しに繋がる。

1) 回収システムがあるところ
スーパーの宅配、居酒屋等の料飲店、宅配ネット通販、登録制宅配、外食産業

2) 新たに回収システムが必要なところ
公共施設、野球・サッカー場などのイベント会場、スーパーなどの店舗

※規模(参考データ)

・場所: 1都8県

・参加世帯: 113万世帯

・期間: H20年度

・びん、容器、袋その他回収

回収率 ・リユースびん62.7%(供給量に対する割合)

・ドリンクパック類33.5% ・たまごパック91.4%

・プラスチック袋類35.6% ・商品カタログ、ちらし類73.9%

(75)

2. 3Rエコポイントによる事業促進のイメージ

事業規模: 1都8県

<例: 宅配システム流通地域>



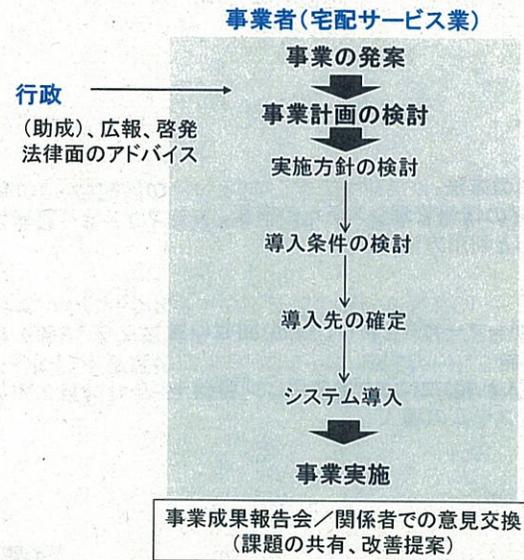
(76)

3. 関係者の機能分担イメージ

関係者	役割	メリット
行政	(システム実証への助成) 広報、住民に対する説明、啓発、 法律面のアドバイス	循環型社会の推進 資源の回収促進
事業者 (宅配 サービス業)	ポイント原資提供 ポイント交換 リユース商品の仕入れ	回収協力 販売促進 顧客満足度の向上
消費者	リユース商品の利用 分別排出(専用容器に返却)	利便性の向上 ポイント取得 環境活動参加で環境意識向上

(77)

4. 事業化に向けた連携・手続きフロー



(78)

6. 3Rエコポイント実現に向けた課題と施策の方向性

・課題

- ーデポジット付与の方法
- ー管理データなどの情報管理システムの構築
- ーポイントの付与と利用方法の検討

・施策

- ーボトルにレーザーマーカを付け、販売・回収の管理データ及び品質管理の実施
- ークレート(容器入れ箱)にICタグを使用し、「容器+クレート」のセットによる管理システムの導入

(80)

5. 3Rエコポイントによる事業実施効果

- ・消費者の環境への意識変革
- ・「社会的ステータス」としての、環境に配慮したライフスタイルへの変換
- ・容器回収による、行政と協力関係強化
- ・リユースが全国的に波及
- ・容器メーカー・充填メーカー・販売者・消費者・自治体・国の新たなコラボレーション

(79)

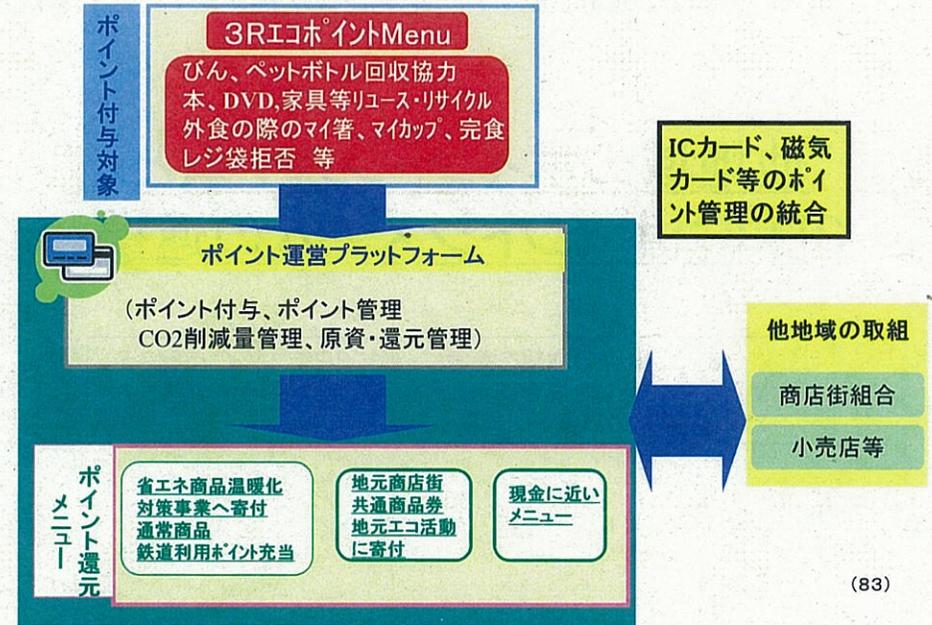
他地域のポイントシステムと3Rエコポイントシステムの連携

(注)本検討は、既存の取組を参考に、仮に3Rエコポイントシステムを導入することとした場合に考えられる想定事例(ケーススタディ)であり、実際の事業とは異なります。

(81)

2. 3Rエコポイントによる事業促進のイメージ

全国共通システムと3Rエコポイントシステムの連携



(83)

1. 現状と課題

- 各地域で行われる3Rエコポイントの取組は、地域の枠内に留まっている。ポイント管理の方法も、ICカード、磁気カード、シール方式など様々であり、各方式間の互換性がない。そのため、3R行動の拡大に向けて、ポイントシステムの統合化の方向が望ましい。
- 全国共通システムと連携することにより、還元メニュー等の拡充や他地域の3Rの取組の連携を図り、全国的な拡がりをもたせることが重要。

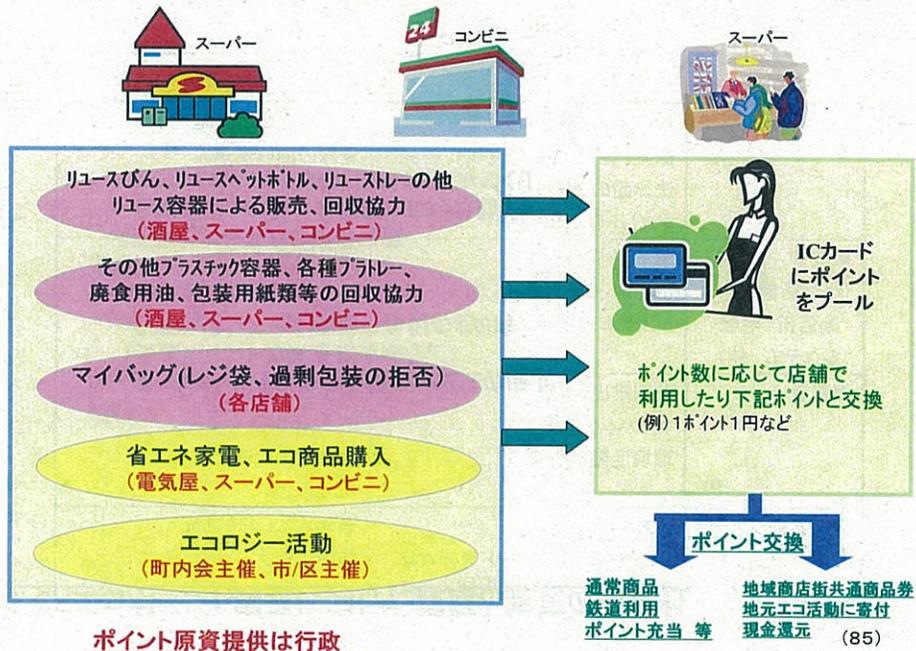
(82)

2-1 商店街での3Rエコポイントシステム



(84)

2-2 小売店での3Rエコポイントシステム

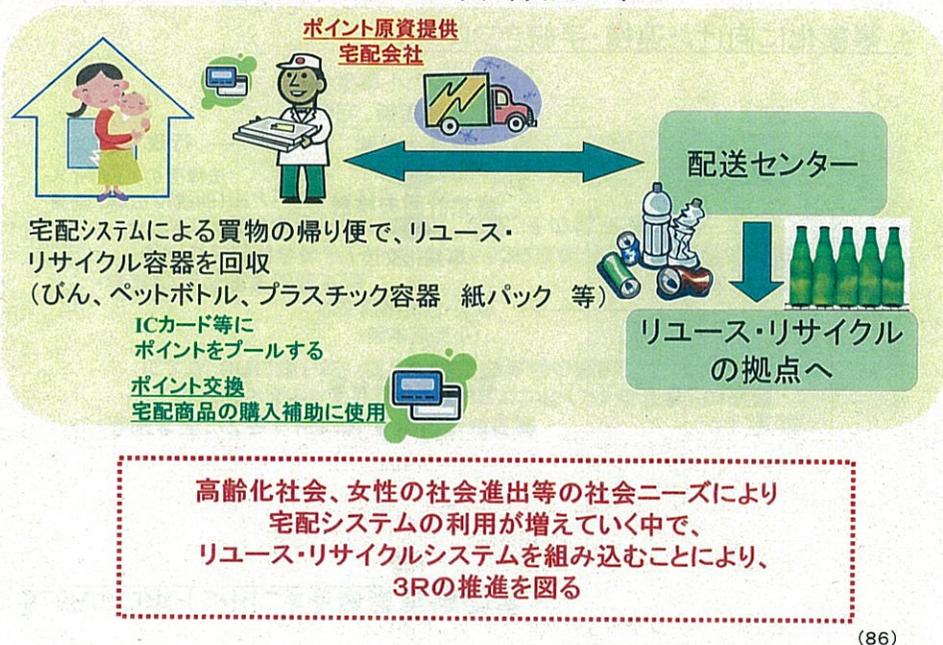


3. 関係者の機能分担イメージ

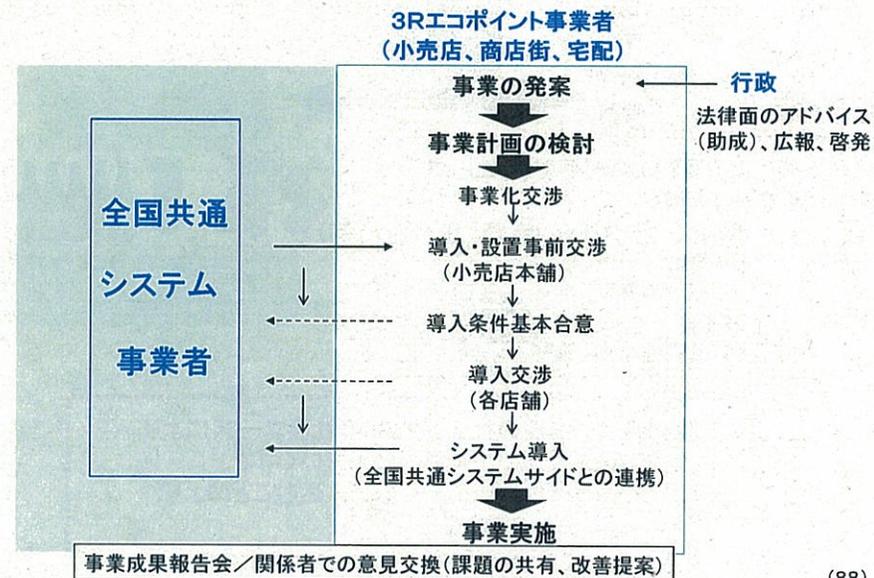
関係者	役割	メリット
行政	(システム実証への助成) 広報、住民に対する説明、啓発、 法律面のアドバイス ポイント原資提供	循環型社会の推進 資源の回収促進
事業者 (小売店舗 商店街 宅配 システム 他)	ポイント原資提供 ポイント交換 システム連携への協力	回収協力 ごみ発生抑制に貢献 販売促進 CO ₂ 削減
消費者	分別排出(持参) マイバッグ持参 環境活動に参加	利便性の向上 ポイント取得 環境意識の向上 CO ₂ 削減
全国共通システム事業者	システム連携 (ICカード、磁気カード等様々な ポイント間の利便性の向上)	還元メニューの拡充 利用者拡大

(87)

2-3 宅配システムを利用したリユース・リサイクルシステム



4. 事業化に向けた連携・手続きフロー



5. 3Rエコポイントによる事業実施効果

- ・全国共通システムと連携した環境負荷低減
 - －全国共通システムを介した他の3Rエコポイント事業者との連携により、3Rに限らない総合的な環境負荷の削減
- ・事業の活性化を側面支援
 - －ポイント利用者のメリット増大に伴う3R取組行動の参加者の増加
 - －他の地域の事業(地域商店街、宅配、その他)と連携した3Rエコポイント事業の活性化

(89)

6. 3Rエコポイント実現に向けた課題と施策の方向性

- ・課題
 - －様々なポイントシステム間の利便性の向上(交換ポイントの共通化方法など)
 - －全国共通システム構築の負担のあり方
- ・施策
 - －行政による強力な誘導施策
 - －全国共通システムの構築に向けた助成
 - －3Rエコポイントの原資提供のしくみづくり

(90)