

## 6. その他の調整事項（計画段階）

	ポイント	該当ページ									
1 出店者・関係者との関係	1 実施主体と店舗が異なる場合には十分に調整しましょう	53		○	○	○	○	○	○	○	○
	2 出店者は適切なオペレーションを考えましょう	54		○	○	○	○	○	○	○	○
2 対象物の検討	1 リユース食器による販売物は多種多様	55		○	○	○	○	○	○	○	○
	2 競合商品の扱いを考慮	55		○	○	○	○	○	○	○	○
3 自治体との連携	1 自治体のごみ削減事業とのタイアップ	56	○	○	○	○	○	○	○	○	○
4 費用負担について	1 経費の大まかなみつもりを立てる	57	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	2 広告費を企業から得よう	57		○	○	○	○	○	○	○	○
	3 企業をサポーターにしよう	58		○	○	○	○	○	○	○	○
5 人員計画について	1 回収に必要な人数を見積もる	59		○	○	○	○	○	○	○	○
	2 食器洗浄関係に必要な人数を見積もる	59		○	○	○	○	○	○	○	○

### 6. 1. 出店者・関係者との関係

#### ポイント

1. 実施主体と店舗が異なる場合には十分に調整しましょう
2. 出店者は適切なオペレーションを考えましょう

#### 1. 実施主体と店舗が異なる場合には十分に調整しましょう



##### ▽主催者と出店者の関係を把握することが重要

例えば音楽イベントの場合、飲料の販売には様々な事業者が関係します。一例としてあげれば、主催者、飲食出店コーディネーター、オフィシャル飲料企業、飲食出展者、販売スタッフ、卸売問屋等です。関係者の位置づけや役割を把握した上で連携をすることがリユース食器のスムーズな導入・実施にあたっては必要不可欠です。調整が煩雑となる場合は、利用可能ドリンク等を絞り込むことや主催者直営の店舗に限ることで飲食出店側との調整も簡略化できます。

##### ▽調整事項の例

主催者直営の店舗以外にもリユース食器を広げる場合、食器の管理（回収や店舗への食器の供給など）やデポジット管理の他、デポジット硬貨の両替手数料など経費負担面でも調整が必要となります。また、実務的な問題として、各店舗へのリユースカップの配布やその管理が求められます。

コスト及び手間等で新たに負担が生じる販売店に対してインセンティブを与えるため、リユースカップレンタル料金を紙コップと同程度とする事例があります。紙コップを購入する場合には1個10円前後が必要といわれていますが、新潟のスタジアムではスポンサーの協力を受けてカップ1個を10円と設定し、紙コップからリユースカップにした場

合でも同程度となるようなインセンティブを与えています。

上記のシステム導入に際しては、委託会社が各店舗の業者に対して訪問の上理解を求めました。

## 2. 出店者は適切なオペレーションを考えましょう



### ▽カップ形状の変更によるオペレーション変化

リユースカップ導入により、営業方法についても通常のオペレーションから変化させる必要があります。特に従来の紙コップとリユースカップの容量が異なった場合、注入量の目安の調整が必要です。また、通常営業時には使い捨てカップを用い、特定のイベント時にリユースカップを用いるといった形で導入する場合は、運営体制がそれぞれ異なるので、店舗スタッフの理解とそれに基づく運営体制の構築がポイントになります。