

4. 食器の回収について（計画段階）

	ポイント	該当ページ									
1	食器回収計画を練ろう	1 回収場所をどうするか知恵を絞ろう	39	○	○	○	○	○	○	○	○
2	回収率向上のための 宣伝計画	1 看板やアナウンスを使う（実施場所）	40	○	○	○	○	○	○	○	○
		2 有名人に呼びかけてもらう（実施場所）	40	○	○	○	○	○	○	○	○
		3 メディアを利用する（実施場所以外）	41	○	○	○	○	○	○	○	○
3	さらに回収率を 上げるには	1 デポジット制による回収率向上策	42	○	○	○	○	○	○	○	
		2 デポジット制以外の回収率向上策	44	○	○	○	○	○	○	○	

4. 1. 食器回収計画を練ろう

ポイント

1. 回収場所をどうするか知恵を絞ろう

1. 回収場所をどうするか知恵を絞ろう



▽新規に回収所を設置する方法・既存の店舗に併せる方法

リユースカップの回収については、大きく分けて2種類の方法があります。1つはリユースカップ専用の回収所を設ける方法です。また、飲食物を販売した店舗でリユース食器を回収するという方法もあります。

▽動線を考えた回収場所の設置

サッカー場のような閉鎖空間では、回収所の複数設置や退場時の動線に配慮することにより回収率を伸ばすことができます。回収所を設置する場合は、予想される来場者数によって設置個所を決めます。横浜の日産スタジアムでは平均38箇所、大分では6箇所程新規に回収所が設置されました。新潟のスタジアムでは、売店が返却場所となっており、新規の回収所は設置されていません。

なお、食べ歩くようなイベント会場の場合は、返却場所まで戻ってこないでそのまま持ち帰ってしまう人も出てきますので何らかの対策が必要です。

▽回収場所設置の場合は目立たせる

一般のごみと一緒に捨てられないように回収所を目立たせる工夫も必要です。筒状の回収食器（ごみ箱と形状が明らかに異なるもの）を準備したイベントもありました。飲食スペースがある場合は、その近辺に食器の回収場所があることが求められます。回収所から離れた場所や回収所が視界に入らない場所にカップが多く放置される傾向があるので、回収場所に導く表示が必要です。また、売店等で回収する際にもその旨のポスターなどがあるといいでしょう。

4. 2. 回収率向上のための宣伝計画

ポイント

- 1. 看板やアナウンスを使う（実施場所）
- 2. 有名人に呼びかけてもらう（実施場所）
- 3. メディアを利用する（実施場所以外）

1. 看板やアナウンスを使う（実施場所）



▽リユース食器のしくみを周知させよう

使用済み食器の回収方法について、小看板や横断幕でPRするところがあります。なお、回収システムについてのポスターやサイン等の掲示物が、ほかの掲示物に埋もれると効果が半減してしまいます。目立たせる工夫（共通ロゴやカラーなど）があるとよいでしょう。また、人が必ず目にするトイレの中などに貼り紙をすることも効果的です。

サッカースタジアムでは、場内陸上トラックにも看板を設置するほか、スタジアム内アナウンスによる周知やハーフタイム中に横断幕を掲げて行進するという目立つ手法もとられています。



東北電力ビックスワンススタジアム（新潟）でのPR事例

2. 有名人に呼びかけてもらう（実施場所）



▽有名人の効果に期待

横浜のサッカー場では、場内の大型ビジョンを使い、横浜Fマリノスの監督や選手がリユースカップやごみ減量に関するPRを行いました。音楽イベントではアーティストから呼びかけてもらうという方法があります。

3. メディアを利用する（実施場所以外）



▽来場前からの周知

メディアを利用した周知が考えられます。媒体としては、ホームページ掲載、新聞、テレビ、ラジオ、市の広報誌があります。

4. 3. さらに回収率を上げるには

ポイント

1. デポジット制による回収率向上策
2. デポジット制以外の回収率向上策

1. デポジット制による回収率向上策



▽さまざまな回収率向上策

リユース食器の回収率を上げるため、大きく分けて2つの方法があります。1つはデポジット制をとる方法です。また、デポジット制によらず、工夫次第で回収率向上を図ることも出来ます。イベントを導入する場所やイベント参加者の動きや動線といった要素に併せて適したものを選びましょう。

▽デポジット制とは何か

デポジットとは保証金のことです。お客はリユース食器を利用する際に預かり金を支払い、返却時に預かり金を受け取る制度です。同じような制度は JR 等が発行する IC カード (Suica、ICOCA、TOICA、PASMO など) でも取られており、カード返却時に預け金が返ってきます。

■事例

- ・ソフトドリンクは売価 200 円に 100 円のデポジットを上乗せ、ビールは売価 450 円に同じく 100 円のデポジットを上乗せして販売した。2 杯目以降の購入 (レフィル) については両方とも 50 円引きとした。
- ・ビールと酎ハイに 100 円のデポジットを上乗せ販売した。2 杯目のおかわりの際は衛生上の観点から新たなカップを使用した。
- ・置き去りのカップで小遣い稼ぎをする大人も子どももいるが、未然防止の協力を場内アナウンスと電光掲示板で告知するなどしてトラブルの発生を防ぎたい。

▽デポジット制の利点

デポジット制を導入することにより、リユース食器の持ち帰りや置き去りといった未回収のリスクを軽減することが可能です。預け金の回収のために使用済み食器を返却するという行動が利用者に期待できるからです。万一未回収の場合でも、食器補充の代金の補填にデポジット金を当てることが出来ます (デポジット額より食器代が低い場合)。

また、デポジットの回収場所を売店にする場合、売店の販売機会が増えるという利点があります。

▽デポジット制導入時の調整事項

デポジット制を導入する場合、回収所をどう設置するかにより計画・準備内容が異なってきます。回収所には大きく分けて、①既存の売店等に併せる方法と②新たに設置する方法とがあります。それぞれの特徴は次のとおりです。

① カップ回収所を既存の売店等に併せる方法（新潟スタジアムなど）

- ・ 飲食物を販売した店舗（＝デポジット金を預けた店舗）がデポジット金を返却するので、利用者にとってはわかりやすく合理的（返却先の店舗は購入時の店舗と異なってもよい）。
- ・ 店がデポジット金の管理を行うので、硬貨をイベントの都度大量に用意したり、デポジット金の管理責任者を新たに配置しなくてよい。
→店のデポジット金が不足する場合に備え、各店をコーディネートする本部が不足金の準備をしている。
→購入時の店舗と返却時の店舗が異なった分のデポジット金差額は月に一度精算している。
- ・ 回収・カウントなど店舗にとっては新たな業務が発生するが、販売機会の増加につながる面がある（利用者が店舗に返しにきたついでに購入）。
- ・ 売れ残った商品を100円に値下げしておけば、カップ返却時に商品とカップを等価交換にすることも可能。
- ・ 店の手間が増えることに対して、使い捨てカップ購入費との差額を設けてインセンティブを与えている。
- ・ 信頼関係の元、各販売店がリユース食器使用数と回収数を把握し、月に一度精算している。

② カップ回収所を新たに設置する方法（甲府のスタジアムなど）

- ・ 回収所を必要数準備できるので、利用者の動線にあった形で回収所を設けることができる。
- ・ 回収所を複数設けた場合はボランティアなどの人員配置が必要となる。
→設置の手間とボランティアの協力が見込めない場合は人員配置のコストがかかることがある。
- ・ 100円硬貨を大量に用意する際に、両替手数料が発生する。
- ・ 土日のイベントの場合は平日からデポジット金を準備する必要がある。
- ・ お金を扱うことになるので、責任者を決める必要がある。
- ・ 回収所を複数箇所に設けた場合、それぞれにいくら準備するかや誰が管理するかが課題となる。
- ・ 回収カップ数と残金の照合の手間が発生する。

▽デポジット制自体に付随する留意点

また、デポジット制度自体に付随する課題点としては、一度に大量の返却者が回収所に押し寄せるサッカー場などでは混乱が見込まれる点があります。日産スタジアム（約7万2千人収容）は安全上の理由からデポジットを見送りました。列が出来てしまうと帰宅を急ぐサポーターから不評を買い、回収率伸び悩みの一因になることがあります。

その他に、デポジット金が単なる値上げとお客に誤解され、店舗の売り上げ減や持ち込み飲料の増加につながらないように、周知を図ることが重要です。

2. デポジット制以外の回収率向上策



▽キャンペーンとのタイアップ

ap bank fes'05、SUMMER SONIC'05・06、SONICMANIA 05 という音楽イベントでは、利用者がリユースカップをレンタルする形（販売店がカップを準備しない形）がとられました。カップ利用後に返却した利用者にはノベルティ（缶バッジ・タオル）がプレゼントされ、それが返却の動機となりデポジット制は必要なかったとのこと。また、結果として99.7%の高回収率を上げています（2005年の事例）。ノベルティについてはスポンサー企業の協賛で用意されました。

▽ごみ箱・エコステーション

閉鎖空間（入退場ゲートがあるところ）では特に有効ですが、分別用のごみ箱の横に「エコステーション」と銘打った回収所を設ける方法があります。飲み残しを捨てるバケツや回収ボックスの他、カップ利用者が自ら簡易的に洗うブースを設けるケースもあります。リユースカップの担当のボランティアが場内を定期的に巡回して回収したり、分別と回収をボランティアが呼びかけた例もあります。

▽呼びかけが功を奏す

サッカー場などでは、監督や選手からのリユース食器返却について呼びかける事例があります。中小規模イベントの場合では、販売時に販売員から一言返却について呼びかけると利用者の理解が増します。また、出口付近でスタッフが回収を呼びかけ、屋外への流出を防ぐサッカー場やライブハウス・クラブがあります。

▽回収率の悪さを他でカバーする

ごみ箱への混入や置き忘れが発生した場合、混入分や置き去り分のカップ回収を清掃業者による通常の清掃過程の仕事に取り込めれば、回収率自体は高水準とすることができます。この方法は日産スタジアムで用いられています。