

平成21年度 2R型エコタウン構築事業活動報告書

～ごみの発生抑制 (Reduce), 再使用 (Reuse) で目指せ!

環境と調和した生き生きとしたまちづくり～

【目次】

- | | | |
|---|------------------|---------|
| 1 | 2R型エコタウン構築事業について | (1ページ) |
| 2 | リペア・リメイク情報発信事業 | (3ページ) |
| 3 | エコ商店街事業 | (9ページ) |
| 4 | 買い物袋持参キャンペーン | (17ページ) |
| 5 | リユースびん事業 | (20ページ) |
| 6 | 買い物でエコキャンペーン | (25ページ) |
| 7 | 2R普及啓発 | (28ページ) |

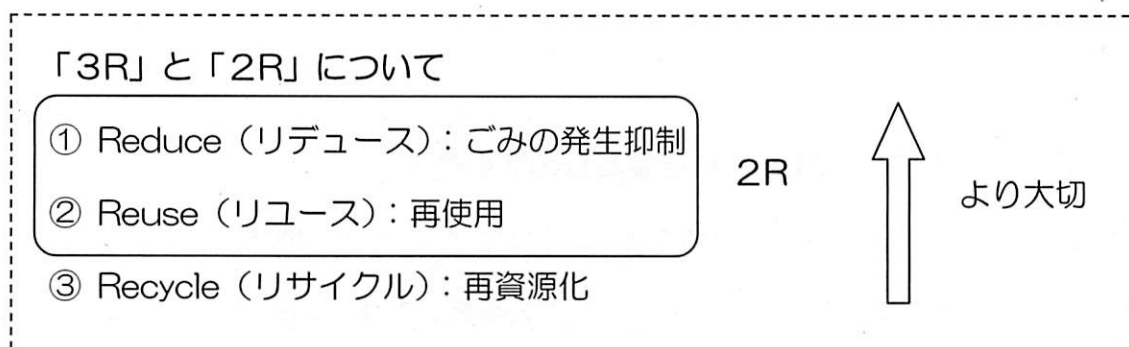
京都市ごみ減量推進会議

1 2R型エコタウン構築事業について

(1) 2R型エコタウン構築事業とは

ごみ問題の解決には、Reduce(リデュース:ごみの発生抑制), Reuse(リユース:再使用), Recycle(リサイクル:再資源化)の3Rが重要です。このうち、リサイクルという言葉はすっかりお馴染みになりました。確かにリサイクルは大切な取組ですが、一旦原料に戻してから再び製品とするために多くの工程が必要ですし、そのためのエネルギーや費用が必要になります。

まずは、ごみの発生そのものを抑える取組であるReduce, そして次に、繰り返して使う取組であるReuseが重要です。Reduce, Reuseの2Rが、リサイクルよりも根本的な、ごみ問題の解決策であり、この2Rに重点を置いたまちづくりが、2R型エコタウン構築事業なのです。



(2) 2R型エコタウン構築事業実行委員会とは

2R型エコタウンの構築を進めるには、物づくりや販売の仕方など事業者の工夫、買い物の仕方やライフスタイルの転換など市民の工夫、その両方が必要となります。また、適切な情報の提供や、より2Rに取り組みやすい制度等の検討など、行政の取組も重要です。さらには、大量生産・大量消費によって豊かさを追求するのではなく、より少ない物とのつき合いや身近な人とのかわりを大切にしながら豊かさを追求していくなど、価値観や社会の仕組みを見直していくことも求められます。こうしたことは、市民と事業者、行政が力をあわせてこそ、実

現できます。そこで、京都市ごみ減量推進会議では、平成19年度に「2R型エコタウン構築事業実行委員会」を新たに立ち上げ、市民、事業者、行政のパートナーシップによる取組を進めています。

2R型エコタウン構築事業実行委員会では、次のような目標を掲げて、事業を進めています。

- ① 2R型のまちづくりに貢献する、実効性ある事業を展開すること
- ② 経済的に自立しうる事業の展開を目指すこと
- ③ 公益性の高い事業展開を目指すこと
- ④ 2R型のライフスタイルの形成、持続可能な社会に向けた文化の形成に寄与すること
- ⑤ 成果を発信し、広く市民に報告していくこと

平成19年8月に開催した第1回の実行委員会では、②について、広報・啓発やキャンペーンなどは除き、事業性のあるものについては、概ね3年を目安にして、取組を進めていくことにしました。

(3) 2R型エコタウン構築事業実行委員会の活動概要

2R型エコタウン構築事業は、平成19年度「リペア・リメイク情報発信事業」「エコ商店街事業」「買い物袋持参キャンペーン」「リユースびん事業」の4つの事業から取り組み始め、平成21年度には、新たに「買い物でエコキャンペーン」にも取り組みました。また、2Rの普及と各事業の浸透を狙った啓発活動にも取り組み、事業の成果報告会を毎年度実施したほか、2Rの意義を伝える冊子やリーフレットの作成などにも取り組んできました。

	リペア・リメイク情報発信	エコ商店街	買い物袋持参キャンペーン	リユースびん	買い物でエコキャンペーン
平成19年度	↓	↓	↓	↓	
平成20年度					
平成21年度	↓	↓	↓	↓	↓

2 リペア・リメイク情報発信事業

(1) 事業の概要

修理産業の活性化や、物を大切にするライフスタイルの普及啓発を通して、家庭ごみを減量し、2R型エコタウンを構築することを目的に、家具や洋服、鞆や靴などの日用品の修理やリメイクに携わっている市内の店舗を、ウェブサイト「もっぺん」を通して紹介する事業などを中心に展開しています。

平成21年度の主な取組は、以下のとおりです。

① みやこ京のお直し屋さん紹介サイト「もっぺん」の運営・管理

(もっぺん <http://www.moppen-kyoto.com>)

② 講座や「もっぺん出張所」等による修理に関する普及啓発

(2) 京のお直し屋さん紹介サイト「もっぺん」

平成20年2月に公開したあと、取材活動を通して掲載店舗を徐々に増やすなど、サイトがより便利で充実したものになるように、取組を進めてきました。

ア 取材活動

店舗情報は、一つ一つお店を訪問したうえで、紹介をしています。平成21年度には、店舗からの掲載依頼が増えたこともあり、依頼のあった店舗を中心に取材し、掲載しました。

平成21年度は新たに13店舗を掲載、廃業された1店舗を削除して、平成22年3月末で掲載店舗数は172になりました。

イ バナー広告事業実施に向けたサイトリニューアル

バナー広告事業の実施に向けて、広告掲載が円滑にできるように、「もっぺん」サイトのページを一括して管理・更新できるようなシステムを導入しました。また、トップページについてもデザインを変更し、バナー広告の掲載ができるようにしたほか、「もっぺん」で紹介し

ている店舗総数の表示や、どんなお店が紹介されているのか、掲載店舗の例示ができるようにしました。また、「もっぺん知恵袋」と題して、掲載店舗の方からいただいた、物を大切に使う工夫や方法等を紹介するページを作りました。



掲載店舗数の表示

もっぺん知恵袋

※掲載店舗から寄せられた、物を大切に使う方法などを紹介するページを設けました。なお、これらの知恵は、冊子「もっぺんお直し手帳」でも紹介しています。

バナー広告の掲載欄

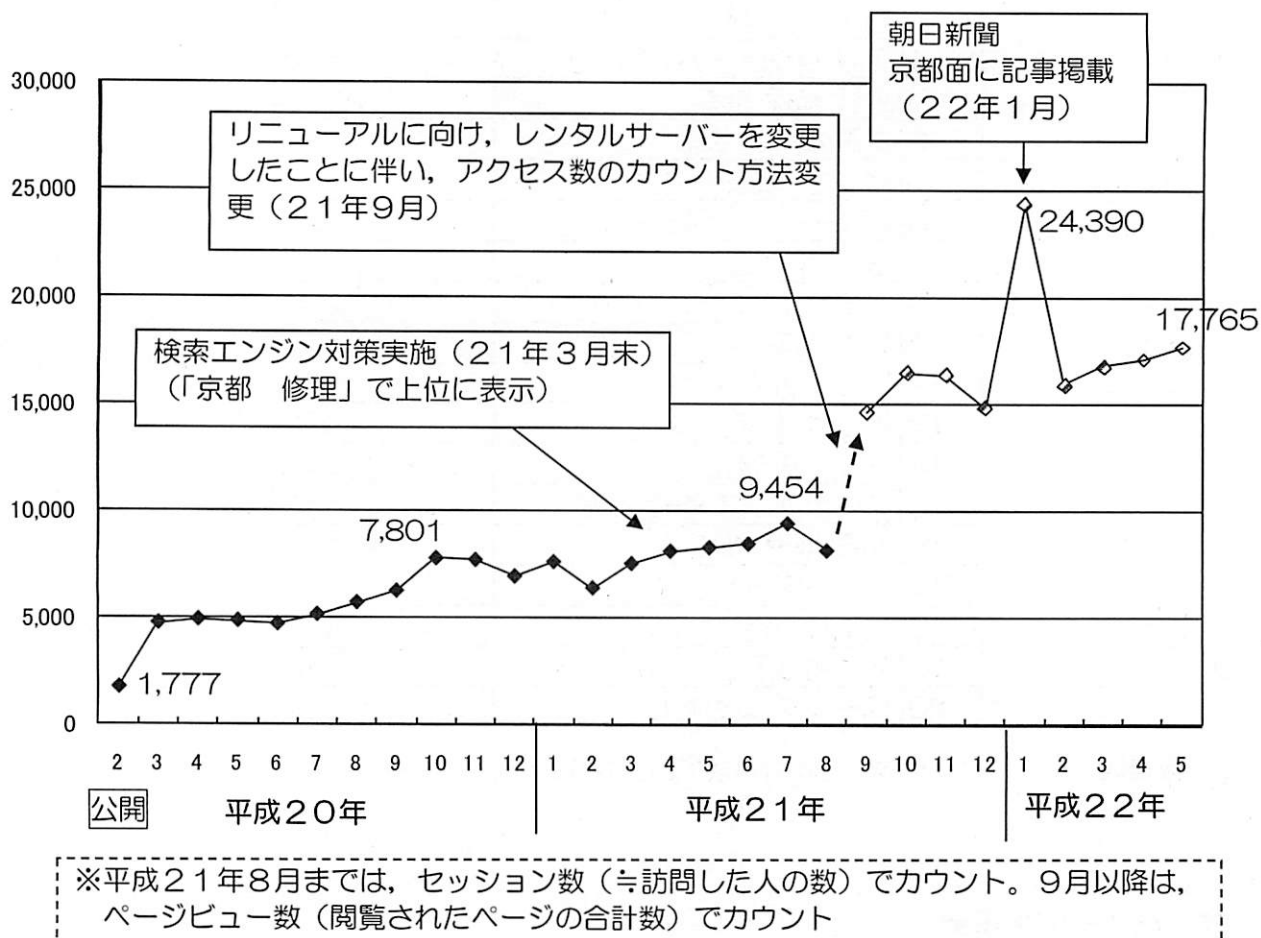
掲載店舗の例示

※アクセスするごとに、表示される店舗が変わります。

リニューアルしたトップページ

ウ アクセス数

新聞やラジオでの「もっぺん」の紹介や、啓発活動、社会的な修理へのニーズの高まりなどにより、アクセス数は増加してきました。



「もっぺん」サイトの月間アクセス数の推移

エ どんな検索キーワードで「もっぺん」を訪問されたか

インターネットの検索サイトで、どんなキーワードで検索し、「もっぺん」サイトに來られたかを調べてみると、「靴」「鞆」「洋服」「時計」などの修理やリメイクのことを調べて、「もっぺん」に來られた方が多いことがわかりました。「もっぺん」や店舗名をご存じでない方の利用も多く、「もっぺん」が修理のお店探しに役立っている様子が伺えました。（平成21年2月に実施した掲載店舗への調査では、掲載店舗の44%が『「もっぺん」を見た方からの問い合わせがあった」と回答しています。）

表 「もっぺん」への訪問の多い、上位20の検索キーワード

	キーワード	セッション数
1	靴 修理 京都	807
2	もっぺん	741
3	鞆 修理 京都	544
4	洋服 リフォーム 京都	425
5	時計 修理 京都	378
6	洋服の病院 京都	299
7	傘 修理 京都	267
8	靴 修理 京都伊勢丹	223
9	服 修理 京都	216
10	国華黒	201
11	洋服 お直し 京都	191
12	洋服の病院	189
13	裾上げ 京都	175
14	もっぺん 京都	148
15	スーツケース 修理 京都	142
16	家具 修理 京都	129
17	シューズアトリエ	122
18	裾直し 京都	115
19	革工房じぶしー	113
20	ジーンズ 染め直し	112

※平成21年9月～平成22年3月までの上位500キーワードを解析、整理した結果

オ バナー広告事業

平成22年5月末には「もっぺん」掲載店舗にバナー広告を募集し、5店舗から応募がありました。今後、バナー広告の収入をもとにした「もっぺん」サイトの運営を目指して、事業を展開していく予定です。

(3) 講座や「もっぺん出張所」等の開催

修理文化の見直しや普及のため、「もっぺん」掲載店舗と連携した講座等を開催しました。

ア 夏休み時計電池交換体験教室の共催

もっぺん掲載店舗「ウォッチ Dr.タキダ」主催による「夏休み時計電池交換体験教室」(親

子で電池交換を体験する講座)を共催しました。

【期間等】7月21日(火)～8月25日(火)

毎週火曜日, 1日2回, 各1時間



電池交換体験教室の様子

イ リメイク講座の開催

リメイク等を気軽に楽しめる講座を開催しました。

●第1回 10月12日(月・祝)

場所: 出町商店街 参加者: 20名

着物のハギレを使った風呂敷等の小物作り



リメイク講座の様子

●第2回 1月31日(日)午前

場所: 京都市役所前広場 参加者: 15名

着物のハギレ, 包装紙等を使ったカードケース作り

ウ 「もっぺん」PRイベントの開催 1月7日(木) カナート洛北

京都市の小型家電リサイクルの啓発イベントと連携して行いました。洋服や鞆の修理前後の写真展示や, もっぺん掲載店舗「国華黒」の店主と利用者へのインタビュー(司会: 谷口キヨコ氏)などを通して, 「もっぺん」の紹介や修理文化の普及を行いました。約100名の方が来場されました。



洋服の染め直し紹介

エ 「もっぺん出張所」の開催

京都市ごみ減量推進会議が月1回開催している「市役所前フリーマ」には, 毎回多くの方

が来場されます。その集客力を活用し、会場に「もっぺん」掲載店舗の出展ブースを設け、リメイク講座や修理の相談・体験などができるようにしました。2回開催しましたが、いずれの回も来場者が絶えず、大変好評を博しました。

●第1回 もっぺん出張所 2月14日(日) 約100名参加

「大東漆木工」による家具の修理相談、「メイズ生活工房」によるリメイク体験講座、「メガネのギルド」による眼鏡修理等の出展がありました。

●第2回 もっぺん出張所 3月14日(日) 約120名参加

「カバンの病院 明石屋」による鞆修理、「桐工房」による家具の修理相談、「布遊館」による着物リメイク体験、「メイズ生活工房」によるリメイク体験講座がありました。



もっぺん出張所の様子

(4) まとめ

京のお直し屋さん紹介サイト「もっぺん」についてはアクセス数が向上、バナー広告事業にも着手することができ、事業開始3年を経て、一部で自立的な展開も見えてきました。また、「もっぺん」掲載店舗との連携により、多彩な普及啓発が可能となってきています。

こうした状況を効果的に活かしながら、修理をより身近なものにできるよう、普及啓発や仕組みづくりを進めていくことが重要であると考えています。

3 エコ商店街事業

(1) 事業の概要

はかり売りやはだか売り、対面販売など、専門店が集まった商店街で見られるこうした販売方法や、商店街の持っている地域力に着目し、その力をごみ減量や環境と調和したまちづくりにつなげていくこと、そのことを通して商店街の活性化を目指していくことが、エコ商店街事業の目的です。平成19年秋に公募によりモデル商店街となった、出町商店街振興組合において、これまで取組を進めてきました。

平成21年度は、次のようなことに取り組みました。

① 出町商店街でのエコスタンプ事業

② 生ごみたい肥化事業（出町商店街で出た生ごみの一部をたい肥化して、地域の京極小学校でグリーンカーテンを育て、あわせて環境教育を実施しました。）

③ 他商店街への普及に向けた取組（エコ商店街ハンドブックの配布やアンケートの実施）

なお、上記のうち「生ごみのたい肥化」は厳密には2Rではありませんが、取組を通して、地域のつながりを深め、商店街における2Rの取組を地域に広げることを目的に実施しました。

(2) エコスタンプ事業

レジ袋やトレイの辞退、マイ箸持参や修理の実施など、商店街で参加各店のエコな取組に協力すると、各店オリジナルのスタンプがもらえ、10個スタンプを集めると特典と交換できる取組です。京都精華大学の学生の手で、1店舗ずつデザインされたスタンプは大変好評で、スタンプを集める楽しさからレジ袋を断る方もありました。

平成20年10月から、期間と参加店舗を拡大しながら試行を重ね、平成21年度は期間を大幅に拡大したほか、景品提供の方法を抽選方式から引き換え方式に変えるなど、商店街での

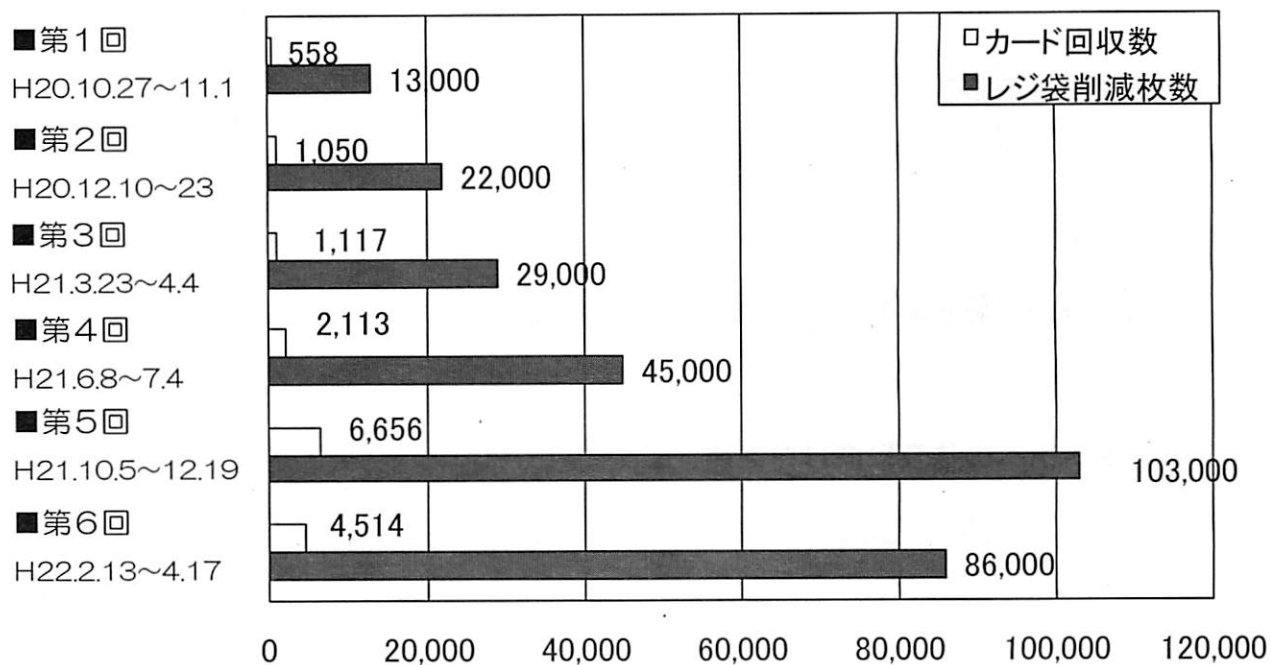


エコスタンプ

継続的な実施に向けた検討を進めました。

ア エコスタンプ事業の結果

平成20年度、21年度のエコスタンプ事業の結果をまとめたものが下の図です。



※スタンプが10個集まったカードについては、第1回～第5回までは抽選によって景品等と交換しました。第6回では、スタンプが10個集まったカード1枚は商店街20円券として使えることを基本に、複数枚で景品と交換できるなど、引き換え方式としました。

図 エコスタンプ事業でのカード回収数とレジ袋削減枚数の推定値

開始当初は、榊形地区（4つの地区にわけられる出町商店街の中でも、生鮮食品店が集中している地区）46店舗が参加して始まったエコスタンプ事業でしたが、最終的には他の地区も合わせ80店舗ほどが参加するようになりました。また、エコスタンプ事業の実施期間中は、概ね3割前後のレジ袋が削減できました。景品等の提供方法については、「引き換え方式」は抽選のための人手を割く必要がなく、今後、商店街での取組の継続にあたっては「引き換え方式」がより取り組みやすい方法であると考えられます。

イ エコスタンプ事業の実施費用の検討

これまでの取組の成果の一つは、継続して実施した場合の経費を推定できるようになったことです。これまでの取組では、1ヶ月のうちに配布されるスタンプカードの数はおよそ1万枚、

表 エコスタンプ事業の年間経費の計算例

必要経費	カード印刷費(※1)	240,000
	20円商品券	480,000
	経費合計	720,000
経費削減	レジ袋代削減効果(※2)	1,056,000
差額		336,000

※1 1枚2円として計算

※2 削減枚数=回収数+(配布数-回収数)×3として計算

回収カード数は2,000~2,300枚ほどでした。上記の表は、レジ袋代を1枚2円、1ヶ月のカード回収枚数2,000枚として、年間の経費を計算した例です。こうした計算も参考にしながら、商店街での継続的な実施について検討を進めました。

ウ 商店街での予算化

事業が定着してきたことや、地域の環境拠点としての役割を果たしたいという商店街の方の熱意もあり、エコスタンプ事業は、出町商店街において平成22年度の事業として予算化されました。実施のための費用については、商店街の予算に加え、スタンプカードへの広告掲載や、商店街の活性化に係わる京都市の補助金を活用するなどの工夫をし、平成22年8月からまずは1年間、エコスタンプ事業が継続して実施されます。この中で、更なる継続のための課題が検討されていきます。

(2) 生ごみたい肥化事業

平成21年4月から、商店街から出る生ごみの一部をたい肥化し、そのたい肥を使って、地域の小学校である、京極小学校でゴーヤのグリーンカーテンをつくる取組を始めました。

この取組の狙いは、商店街と地域に環境をテーマにした新たなつながりをつくること、商店街におけるエコスタンプ事業等の取組が地域に浸透し、地域全体で環境に配慮したまちづくりを進めるきっかけをつくることです。そのため、ゴーヤの成長にあわせて、取組の周知を図る

ためのイベントを商店街で開催しました。

また、京極小学校では、ゴーヤや花を育てるだけでなく、環境教育もあわせて行い、保護者の方に授業や取組の様子を報告する「きょうごくエコ通信」を作成・配布するなど、地域全体への情報発信にも気を配りました。

ア 生ごみの収集とたい肥づくり

4月中旬から、出町商店街の4店舗から出る生ごみを分別回収し、生ごみ処理機でおよそ1ヶ月間発酵させました（一次発酵）。その後、中身を処理機から取り出し、さらに約2ヶ月間、適度に水をやり、かき混ぜながら発酵を進め（二次発酵）、最後にふるいにかけて、野菜の皮などを取り除き、生ごみたい肥を完成させました。

イ 京極小学校での環境教育

事業内容にあわせて、家庭ごみの中に含まれている食べ残しや手つかず食品の問題、地球と私たちの暮らし、そしてごみとの関係などについての授業を実施しました。さらに、ゴーヤの成長にあわせて、グリーンカーテンの効果測定や調理実習に取り組むなど、ゴーヤと生ごみをテーマに、合計8回の環境教育を実施しました。また、保護者向けに授業内容やエコ商店街の取組を紹介する「きょうごくエコ通信」も4回発行し、全校児童に配布しました。

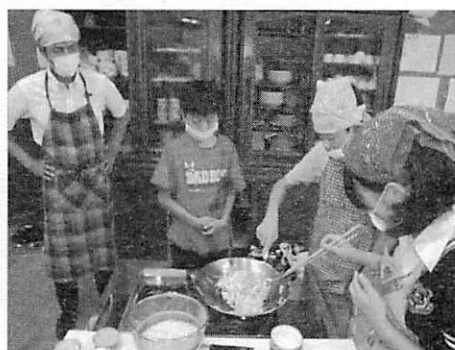
授業の実施にあたっては、タキイ種苗株式会社や株式会社堀場製作所にも協力いただき、植物の成長と環境問題についてより深く学ぶことができる、充実した授業内容になりました。

【授業の実施日と主な内容】（対象：4年生、6年生）

- ・第1回 5月22日（金） ゴーヤ種まき（種提供、指導：タキイ種苗）
- ・第2回 6月10日（水） エコ標語づくり、ゴーヤのまびき
- ・第3回 6月19日（金） プランターへのゴーヤの苗植え（指導：タキイ種苗）
- ・第4回 7月21日（火） 硝酸イオン濃度測定（指導：堀場製作所）

- ・第5回 8月25日(火) グリーンカーテン効果測定(測定器貸出:堀場製作所)
- ・第6回 9月8日(火) 収穫したゴーヤを使った調理実習
- ・第7回 9月25日(金) 復習と授業の感想
- ・第8回 11月10日(火) 後片付け

※第4回と第6回は、6年生のみが対象



授業の様子

ウ 商店街でのイベントの開催

ゴーヤの苗植えと収穫の時期に、出町商店街で取組の周知を図るためのイベントを2回実施しました。(いずれも、エコスタンプ事業の実施期間中)

●ゴーヤ苗植えイベント 6月20日(土)

【内容】ゴーヤの苗植え、エコ標語の掲示、エコ宣言の実施、エコスタンプ事業PRなど

※門川京都市長にも参加いただきました。



●ゴーヤ収穫イベント 10月12日(月・祝)

【内容】おにぎり(ゴーヤみそ入り)やゴーヤ茶の提供、エコ標語の掲示、リペア・リメイク講座の実施、エコスタンプ事業PRなど



イベントの様子

エ KBS 京都ラジオでの放送（取組の周知・啓発）

KBS 京都と連携し、商店街でのイベントの様子、商店街や小学校での取組の様子をラジオで放送してもらうことにより、より多くの方に取組を知っていただけるように努めました。特に、種まきから収穫までのゴーヤの生育や環境教育の様子は、「ご～みゃプロジェクト」と題して、KBS 京都ラジオで定期的に紹介されました。

オ 取組の成果

取組が進むにつれ、地域のイベントで商店街のエコスタンプが活用されたほか、エコスタンプ事業と連携した企画が実施されるなど、出町商店街のエコスタンプ事業は地域に浸透していきました。

京極小学校の児童の感想からは、授業を通して地域や環境などについて、様々なことを学んだことが伝わってきました。また、授業の最後には商店街の方とKBS 京都の方に、お礼の手紙も送られました。京極小学校としても、平成22年度も取組を継続したいと考えていただくことができ、エコ商店街事業が商店街だけでなく、地域の取組に変化していく、一つのきっかけを作れたと考えています。

(3) 他商店街への普及に向けた取組

ア エコ商店街ハンドブックの作成と配布

これまで出町商店街で取り組んできたエコ商店街事業の内容と、全国のエコ商店街についていくつかの事例をまとめた冊子「エコ商店街ハンドブック」（A4判、20ページ）を作成し、平成22年2月、市内の81商店街に配布しました。配布先の商店街からは、「ハンドブックの内容を今後の取組の参考にしたい」といった声が聞かれました。



エコ商店街ハンドブック

イ エコ商店街アンケートの実施

エコ商店街ハンドブックの配布にあわせて、アンケートを実施し、各商店街の「エコ商店街」の取組に対する意識や、取組を実施するにあたっての課題を把握しました。アンケートには81商店街のうち、19の商店街から回答が寄せられました。また、京都市ごみ減量推進会議のエコ商店街事業に特に関心の高かった5商店街については、個別にヒアリングも行い、22年度の取組につなげていきました。

【アンケート結果の紹介（抜粋）】

- 今後、商店街で取り組みたいと考えている、エコに関する取組はありますか。

	回答数
ある	14
ない	5

商店街で「エコ」に関する取組をしたいと考えている商店街は、回答のあった商店街のうち7割以上を占めました。

- どのような取組を行いたいですか。（上記で「ある」と答えた場合に回答）

	回答数
ア 商店街オリジナルマイバッグの作成・配布	4
イ レジ袋辞退者へのポイントの付与	2
ウ トレイ等の回収	1
エ その他	7

「レジ袋辞退者へのポイントの付与」を考えている商店街が、2商店街ありました。また、「その他」としては、商店街の照明のLED化に取り組みたいという回答が多く寄せられました。

●商店街が、エコに関する取組を進める上で、課題であると感じられるのはどんな点ですか。

(あてはまるもの、すべてに回答)

	回答数
ア 商店街組合員の取組に対する理解	12
イ 利用客の支持	6
ウ 取組に必要な予算の確保	11
エ 取組に必要な知識・ノウハウの不足	7
オ 取組に必要な人出の不足	2
カ その他	1
キ 特にない	1

「組合員の理解」「予算の確保」「知識・ノウハウの不足」が、上位の3つを占めました。取組に必要な知識やノウハウを提供しながら、初期費用等について支援すること。さらに、組合員の理解が得られるように、取組をコーディネートしていくことが、エコ商店街事業を実現するにあたってのポイントであると考えられます。また、こうした取組がうまく利用客の支持に結びつくように、地域を巻き込んだ取組が必要であると言えるでしょう。

(4) まとめ

出町商店街でのエコスタンプ事業は地域に浸透し、商店街の方の意欲の高まりもあって、商店街で独自に実施される形ができました。これは、3年間の取組の大きな成果であったと考えられます。

また、取組をまとめた「エコ商店街ハンドブック」を作成し、市内の商店街に配布しました。あわせてアンケートを実施したところ、5商店街から「エコ商店街事業について詳しい話が聞きたい」と回答がありました。今後は、出町商店街での取組が更に地域に定着するように注視すると共に、取組に関心の高かった商店街に対して、エコ商店街事業の開始に必要な知識やノウハウの提供、初期費用等の支援を行うことで、エコ商店街の取組を広げていくことが課題です。

4 買い物袋持参キャンペーン（レジ袋削減に向けた取組）

（1）事業の概要

レジ袋の削減を目指して、商業施設等において買い物袋の持参等を呼びかけるイベントを展開したほか、「レジ袋削減協定（※）」を推進する京都市レジ袋有料化推進懇談会とも連携し、市内のレジ袋の削減を進めるための啓発活動に取り組みました。

※レジ袋削減協定…正式名称「マイバッグ等の持参促進及びレジ袋の削減等に関する協定」。レジ袋の削減を目指して、事業者が「レジ袋の無料配布の中止」などの方法でレジ袋削減に努めることを宣言し、市民団体がそうした事業者の取組を応援すること、京都市が事業者や市民団体のPR活動を支援することを約束した協定。平成19年1月に、全国で初めて京都で締結され、レジ袋削減に大きな効果を発揮しました。

（2）商業施設等での啓発イベントの開催

ア コープかどの四条「地球にやさしい暮らし方を学ぼうキャンペーン」（右京区）

7月7日（火）の14時～16時に開催し、約70名の参加がありました。当日は、啓発パネルを読んで答えるクイズを実施し、レジ袋をはじめとする容器包装ごみの削減をPRしたほか、京のアジェンダ21フォーラムによる「家庭の省エネ相談所」なども開催されました。また、京都生活協同組合でも、七夕のライトダウンやエコライフ募集などが実施され、協働でキャンペーンを盛り上げました。



当日の様子

イ カナート洛北「地球にやさしい暮らし方を学ぼうキャンペーン」(左京区)

11月25日(水)14~16時に開催し、約130名の参加がありました。当日は、地下1階のイベントコーナーで、ごみ減量等に関する啓発クイズを実施しました。また、「家庭の省エネ相談所」(京のアジェンダ21フォーラム)、「買い物でエコキャンペーン」、「京エコドライバーズ宣言」(京都市環境管理課)のブースも設け、これらのうち1つのブースと啓発クイズに参加した方には、抽選で啓発グッズを差し上げました。



当日の様子

ウ アルプラザ醍醐「買い物袋持参キャンペーン」(伏見区)

2月26日(金)14時~16時に開催し、約90名の参加がありました。イベントスペースで、ごみ減量等に関する啓発クイズを実施し、レジ袋削減についての啓発を行いました。また、食品売り場のレジ付近においても、アルプラザ醍醐で取り組まれているマイバッグ持参者に対するポイントサービスを紹介するなど、レジ袋の削減を呼びかけました。当日は、京都市環境政策局のマスコット「エコちゃん」も登場し、キャンペーンを盛り上げました。



当日の様子

(3) レジ袋削減協定の支援・啓発

ア レジ袋削減に関するセミナー

11月15日(日)、レジ袋削減協定に参加している事業者による取組の紹介や、全国のレジ袋削減の動き、課題などを紹介する「CSR セミナー 流通企業の環境責任と、レジ袋有料化の全国的な動き」が左京区の京大会館で開催され、53名の参加がありました(主催:NPO 法人 環境市民)。京都市ごみ減量推進会議は、このセミナーに協賛するとともに、広報などに協力しました。セミナーでは、全国の事例などの報告があり、大変有意義な情報交換が行われました。

イ 「レジ袋削減」「レジ袋削減協定」についての地下鉄広告による啓発

レジ袋削減協定参加事業者の拡大なども狙い、3月23日(火)～3月31日(水)の9日間、京都市営地下鉄の烏丸線と東西線で、中吊り広告による啓発を行いました。この期間に、レジ袋削減協定の締結式が開催され、出町商店街振興組合が新たに協定に参加しました。

**無料でもらった「レジ袋」
でも本当にタダなのですか?**

無料でもらうレジ袋も、お店はお金を払って仕入れています。つまり、利用者の払った代金の一部が使われているわけです。結局、「間接的にはレジ袋を購入している」とも言えます。

家庭ごみの約6%(容積比)を占めるレジ袋。その削減は、ごみ減量の第一歩です。

レジ袋 0.5%

京都ごみの約6%のレジ袋の容積(容積)

京都市ごみ減量推進会議は「レジ袋削減協定」参加事業者を応援しています!

無料配布の中止
イオンリテール株式会社、イズミヤ株式会社、株式会社エムジー、株式会社マイカル、株式会社リカーマウンテン、京都生活協同組合

レジ袋大削減推進
ポイント削減
京都三条会商店街振興組合、京都大学生活協同組合、協同組合ほていや、合同会社西友、出町商店街振興組合、同志社生活協同組合、ハッピー六原、古川町商店街振興組合

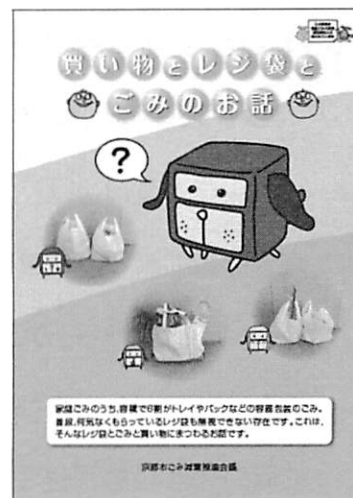
※「レジ袋削減協定」の詳細情報は、<http://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/pages/0000000156.html>をご覧ください。

京都市ごみ減量推進会議 京都市ごみ減量推進会議は、市民・事業者・行政のパートナーシップによりごみの減量に取り組んでいます。

啓発広告のデザイン

ウ 啓発パンフレット「買い物とレジ袋とごみのお話」

レジ袋の現状やレジ袋削減協定の内容、買い物の仕方と容器包装ごみの量の違いについての実験結果の紹介など、レジ袋をはじめとした容器包装ごみの削減をPRするパンフレットを作成・配布しました（A4判，8ページ）。このパンフレットは地域での学習会でも活用し、わかりやすいと好評を得ているほか、他都市等からも「参考にしたいのでぜひ送ってほしい」との要望がありました。



パンフレット

(4) まとめ

これまでの活動で、啓発イベントの開催場所が増えたほか、他団体とも協力したイベントが可能になるなどの成果がありました。一方で、レジ袋削減協定への参加事業者の拡大など、事業者のより積極的な取組が求められている状況もあります。そこで、平成22年度に小委員会を再編し、啓発イベントについては普及啓発実行委員会の「ごみ減量啓発イベント小委員会」で議論を深めることとしたほか、容器包装削減のため、仕組みづくりも含めた検討を行う「容器包装削減小委員会」を2R型エコタウン構築事業実行委員会内に設置することとしました。

5 リユースびん事業

(1) 事業の概要

一升びんやビールびん、牛乳びんなど、洗って何度も使われるびんは「リユースびん」と呼ばれます。こうしたびんは、洗ってまた使われるため、ごみにならず、「リサイクル」に比べて省エネにつながるほか、空きびんを回収・洗浄する事業者（びん商）が存在するため、税金に頼らない回収の仕組みがあるなどの長所があります。しかし、リユースびんの流通量は年々減少し、「びん再使用の仕組み（リユースびんシステム）」も徐々に失われています。

これまで、リユースびんシステムの再構築を目指した取組を展開してきました。平成19年度は、販売店の売り場での表示により、リユースびんを見分けやすくしたところ、消費者の購入意欲の向上などが見られました。また、20年度には店頭で設置された京都市のリユースびん回収ボックスに、リユースできないびん（雑びん）が多く混入し、リユースびんの回収を阻害していたことから、リユースびんをより効率的に集められるようにボックスの形や表示を変えるなどの取組を京都市と連携して行い、雑びんの混入率を低下させることに成功しました。

平成21年度は主に以下のことに取り組みました。

- ① リユースびんの普及啓発の取組
- ② 新規リユースびんの回収実験
- ③ 「リユースびんマップ・きょうと」(<http://www.reusebin-kyoto.com>)の更新・管理

(2) リユースびんの普及啓発

ア リーフレットの配布

リユースびんの特徴や見分け方、平成20年度に計算した「びんのリサイクル費用」の結果などを紹介したリーフレット（A4判、4ページ）を市役所・区役所や各種イベントで配布し、リユースびんの普及に役立てました。

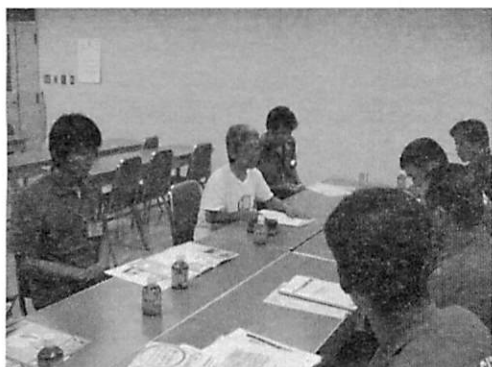


リーフレット

イ 上京まち美化事務所と連携した啓発の実施

9月10日（木）、上京まち美化事務所と連携し、上京区のスーパー店頭で、リユースびんの売り場表示やアンケートを実施するなど、リユースびんに関する啓発に取り組みました。この取組に先立ち、8月11日（火）には、上京まち美化事務所で「リユースびん勉強会」を開催しました。リユースびんリーフレットなどを用いて、リユースびん利用の意義やこれまでの取組について、職員の皆さんと話し合いました。この勉強会を通して、リユースびんの取組は、製造・販売・回収・再使用と、リユースの仕組み全体を見渡しながら進めていか

なければならぬという認識を共有することができました。



リユースびん勉強会の様子



店頭での啓発の様子

ウ その他の啓発

9月10日(木)、シンポジウム「リターナブルびんもっと知ろうよ！大作戦 in 京都」(主催：ガラスびんリサイクル促進協議会)において、これまでの取組紹介を行いました。

(3) 新規リユースびんの実証実験

リユースびんを使った商品が主に酒類であることから、「調味料等でもリユースびんを使った商品が欲しい」との声、これまで取組を進める中でよく聞かれました。そこで、21年度は、酒類以外の商品であること、製造者にびんのリユースの意思と設備(びんの洗浄機)があること、市内での流通量がある程度多いこと、将来的にはびんの回収が経済的に成り立つ可能性があることなどから、村山造酢株式会社の千鳥酢900mLびん(以下；モデルびん)で、新たなリユースびんシステムの構築に向けた実験を行いました。

ア 店頭表示と回収

10月14日(水)から、アルプラザ醍醐、フレスコ丹波橋店(いずれも伏見区)の2店舗で、モデルびん(千鳥酢900mLびん)のリユース実験を開始し、店頭で表示を行うことによって消費者にモデルびんの回収を呼びかけました。また、2月13日(土)からは、出町商店街のマツヤ食料品店(上京区)でも、モデルびんのリユース実験を実施しました。

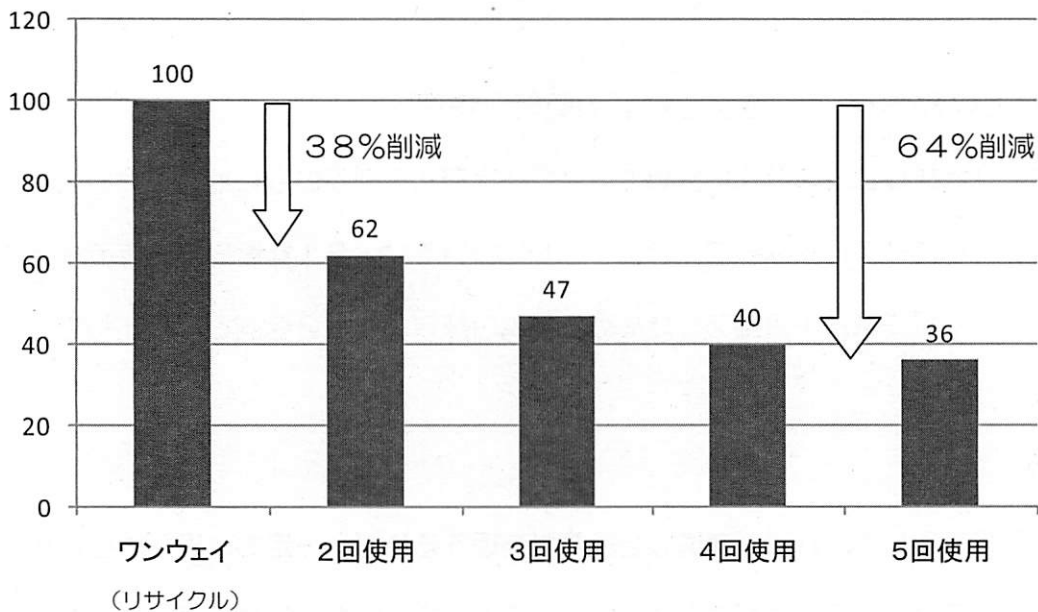


売り場での表示の様子

イ 二酸化炭素の削減効果の計算（リサイクルとの比較）

リユースの社会的な意義を確認するため、モデルびんを市内でリユースした場合、リサイクルと比較して、どの程度、二酸化炭素の排出量が削減できるのかを計算しました。

↓ ワンウェイびんを100とした場合の二酸化炭素の排出量



京都市内でリユースした場合の二酸化炭素の排出量の比較

その結果、1回で使い捨て、リサイクルした場合に比べて、2回使用（1回返却して再使用）した場合、約4割の二酸化炭素が削減できることがわかりました。また、5回使用した場合には6割以上の削減効果が期待できる結果となり、びんのリユースを市内で実施することの有効性を確認することができました。

ウ 実験結果

食酢は家庭での滞留時間が長いこともあり、3月末までに店頭での回収が確認できたモデルびんは2本に留まりました。しかし、実験に協力いただいたびん商の一つである、大阪容器株式会社のびん回収ルートで集まったものと合わせ、期間中に110本のモデルびんを集めることができました。

今回、びんを返却した人に対するポイント付与などのインセンティブは設けませんでした。協力店舗などを対象に、3月に実施したヒアリングでは、「びんのリユースの社会的意義（二酸化炭素削減やリサイクル費用削減の可能性など）を考慮し、取組に協力した消費者や店舗等の事業者に対して、何らかのインセンティブがあってもよいのではないか」といった意見がありました。また、「社会貢献として、取組を継続したい」といった声も聞かれました。

(4) 「リユースびんマップ・きょうと」の更新・管理

他店で購入されたリユースびんも含めて、リユースびんの回収に取り組む小売酒販店等を紹介したサイト「リユースびんマップ・きょうと」については、21年度に廃業等で3店舗を削除しましたが、新規掲載が1店舗あったため、掲載店舗数が152店舗となりました。

(5) まとめ

3年間の取組を通して、行政と連携した啓発が実現するなど、一定の成果がみられました。一方で、リユースびんの販売量が減少する中、店頭でのPRにも一定の限界があることから、これまでとは違った手法でもリユースびんの普及・啓発を図る必要があると思われます。また、

新規リユースびんの実証実験では、消費者への実験内容の伝え方や回収方法の改善が必要であると考えられました。さらに、モデルびんの回収率を高め、再使用を実現するために、リユースに対するインセンティブについても、今後、検討していく必要があります。

6 買い物でエコキャンペーン（平成21年度新規事業）

（1）事業の概要

買い物の時、環境のことを考えて商品を購入することを「グリーン購入」と言います。環境のことを考えた買い物を通して、環境に配慮した商品を増やし、環境と調和した社会をつくっていくことが、グリーン購入の目標です。

「京都グリーン購入ネットワーク」（グリーン購入の普及等を目指し、市民、事業者、自治体が参加して平成16年に設立した団体）主催の「買い物でエコキャンペーン」を共催することにより、地域の方や買い物客の方に、取組がより浸透するように事業を展開しました。

キャンペーン期間は10月～12月であり、この間、以下の4つの取組を実践することを宣言する「環境にやさしい買い物宣言（以下、買い物でエコ宣言）」を集めました。

- | | |
|------------------|--------------------|
| ●近くでとれた野菜や果物を選ぶ | ●ごみの発生の少ない製品を選ぶ |
| ●省エネ性能のすぐれた製品を選ぶ | ●買い物袋を持参し、レジ袋を削減する |

京都市ごみ減量推進会議では、主に以下のことに取り組みました。

- ① 地域ごみ減量推進会議への呼びかけとキャンペーンへの協力依頼
- ② 店頭でのエコ商品の表示と「買い物でエコ宣言」の回収
- ③ 「買い物でエコ宣言」による二酸化炭素削減効果の推定

（2）地域ごみ減量推進会議の取組結果

地域ごみ減量推進会議の皆さんにキャンペーンの呼びかけについて協力を依頼したところ、

10団体から協力があり、うち6団体は団体内で「買い物でエコ宣言」を取りまとめて提出されました。各団体の二酸化炭素の削減効果をまとめたものが次の表です。

表 地域ごみ減量推進会議ごとの二酸化炭素削減効果の推定結果

団体名	二酸化炭素削減効果 (年間)	500mL ペットボトル 換算
北梅津ごみ減量推進会議	71kg	8万本
紫竹地域女性会ごみ減量推進会議	811kg	87万本
聖護院学区ごみ減量推進会議	1,443kg	155万本
出水地域ごみ減量推進会議	3,532kg	381万本
南太秦女性会ごみ減量推進会議	1,971kg	212万本
紫野学区地域ごみ減量推進会議	932kg	100万本

※ペットボトルの換算値は、気温 16℃として体積を計算し、算出しています。

(3) 店頭でのエコ商品の表示・PR

「詰め替え商品」「充電式電池」など、ごみの減量や二酸化炭素の削減につながる商品について、「ジャスコ京都五条店（11月6日（金）～20日（金））」「アルプラザ醍醐（11月9日（月）～12月2日（水））」「カナート洛北（11月16日（月）～30日（月））」の3店舗で、売り場での表示を行い、買い物される方にPRをしました。



売り場での表示の様子

(4) 店頭での「買い物でエコ宣言」の回収

売り場表示を実施した店舗で呼びかけを行い、「買い物でエコ宣言」を回収しました。回収枚数は次の通りです。

- ・ジャスコ京都五条店 11月 6日(金) 14~16時 回収100枚
- ・アルプラザ醍醐 11月 9日(月) 14~16時 回収 53枚
- ・カナート洛北 11月25日(水) 14~16時 回収 49枚



店頭での「買い物でエコ宣言」回収の様子

(5) まとめ

「買い物でエコ宣言」については、区民ふれあいまつりなどでも可能な限り配布・回収しました。キャンペーン全体で3,135枚の「買い物でエコ宣言」を集めることができ、宣言通りに行動したことによる二酸化炭素の削減効果は、年間67トンと推定されました。これは、500mLのペットボトル約7,200万本分に相当します。

また、団体で「買い物でエコ宣言」をまとめて提出されたところには、団体ごとの二酸化炭素削減効果も推定しました。こうした結果を伝えることで、各団体がキャンペーンに参加した意義を、より実感しやすくすることができました。

今後、こうした取組の成果をPRしつつ、取組の裾野をさらに広げ、キャンペーンに対して積極的な協力団体を増やしていくことが課題であると考えられます。

7 2R普及啓発

イベントや情報紙、リーフレット等を通して、2Rの重要性や2R型エコタウン構築事業の取組内容や成果を発信しました。

(1) イベント等での啓発

6月5日(金)に開催された京都市ごみ減量推進会議の第13回通常総会に引き続き、「2R型エコタウン構築事業成果報告会」を開催しました。各事業の成果を報告したほか、制作した2Rについての啓発DVD「ごみとにらめっこ ～2R生活大発見!～」を上映しました。

このほかにも、次のようなイベント等において、2Rの普及や各事業の成果を報告しました。

- 5月16日(土) 北山葵まつり <京都府立陶板名画の庭>
- 9月17日(木) 廃棄物資源循環学会 <名古屋大学>
- 10月12日(月・祝) ラジオデイ ECOES <ラジオ放送>
- 2月 1日(月) KBS京都ラジオ「森谷威夫のお世話になります」
<ラジオ放送>
- 2月10日(水) 循環型社会づくり先進事例発表会(近畿ブロック)
<環境省近畿地方環境事務所>

(2) リーフレット等による啓発

事業の活動報告書を作成・配布したほか、2Rの意義や取組を紹介するリーフレット「2Rのすすめ」を作成し、市役所や区役所、各まち美化事務所のほか、イベント等で配布しました。

また、年4回発行された環境情報誌「Do You Kyoto?」において、毎回1ページ、2R型エコタウン構築事業等についての企画記事を掲載し、取組の普及に努めました。

このほか、漫画家ハイムーン氏の一コマ漫画を通して、2Rの意義などを紹介する冊子「絵解き2R」については、小学校での環境教育でも活用し、好評を得ました。

平成21年度 2R型エコタウン構築事業活動報告書

発行 京都市ごみ減量推進会議

京都市伏見区深草池ノ内町13

京エコロジーセンター活動支援室内

TEL 075-647-3444

FAX 075-641-2971

URL ゴミゲン・ネット <http://web.kyoto-inet.or.jp/org/gomigen/>

京のお直し屋さん紹介サイト「もっぺん」 <http://www.moppen-kyoto.com>

リユースびんマップ <http://www.reusebin-kyoto.com>

京都市ごみ減量推進会議は、市民、事業者、行政のパートナーシップにより、京都市内のごみを減量し、環境と調和したまちづくりに取り組むために、平成8年11月に設立された団体です。