

なごみ日和

京都発！ごみ減量情報誌

捨てられる服に新たな光を！
「株式会社 shoichi」

いろねこ食パンの秘密
「阪急阪神 HD」

服の染め替えを当たり前
『株式会社京都紋付』

なごみ日和 /
海平 和

中村流
捨てない暮らしのススメ

10代～20代に聞いた
レジ袋有料化後、どうしてる？

vol. **85**

ごみにまつわるこの数字なかに？

目標 **2.1** 2030年までに…

答えは Web へ！

*トップページ「よもやま話 ごみ減のごみ袋」
をご覧ください



特集

捨てられる服に、 新たな光を!

株式会社shoichi (ショーイチ) 代表取締役 山本 昌一さん



山本 昌一さん

年間推定18億点以上^{*1}。膨大な量の新品衣料が、一度も着られることなく捨てられているという衝撃のデータがある。海外一流ブランドの在庫処分問題が大きくメディアで報じられ、高い関心が寄せられるようになったアパレル業界の大量廃棄の現実。

一方で、衣料等の余剰在庫を「眠れる宝」と捉え、焼却処分することなく、再び「商品」として光を当てる企業がある。法人専門の在庫処分業のトップランナー、株式会社shoichi (以下、shoichi) だ。余剰在庫再生にまつわるお話を、代表取締役の山本昌一さんに伺った。

アパレルは面白い!

山本さんが、法人を対象とした在庫処分業を始めたのは2004年。衣料の大量廃棄が社会的な注目を集める以前から、衣料等の余剰在庫に新たな命を吹き込むことに大きなやりがいを感じていたという。「僕はアパレルが好き。アパレルに携わる人は、みんな服が好きなんです。なのに、一度も段ボールから出されず捨てられていく服がある。僕は少しでもそんな服を減らしたい。アパレル業界で働く人はみんな、同じ気持ちです。」

衣料品のほとんどは、海外の縫製工場で大規模なロットで製造される。更に、B級品が出ることを見越して、1割程度多く製造される。「衣料の廃棄処分を引き受けるのは、助け合いの意味もあるんです。アパレル産業からは、どうしても余剰在庫やB級品が出てしまう。近年、少しずつ在庫量は減ってきているんです。でもどんなに工夫をしても、在庫をゼロにすることはできない。だったら、それを捨てない方法を一緒に考えていきましょう、これがshoichiの姿勢です。」余って廃棄していた服でも、海外でなら売っても良い、というメーカーは少なくない。なぜメーカーは

廃棄処分を選ぶのか、それはブランドの価値を守るため。ブランドイメージを棄損しないよう、ブランドタグを切り取ったり、自社ブランドのタグに付け変えて販売するなど、メーカー等の販売希望を最優先している。商品の再生のために手数を惜しまない、shoichiが支持される理由だ。

現在、自社が運営する通販サイトに加え、直営店「Colors (カラース)」が国内に11店舗、海外に6店舗^{*2}あり、卸も含めると、年間1,000万枚以上の衣料品を買い取り、二次流通を実現している。



Colorsの海外直営店

リサイクル製品を選ぶ方がカッコいい

日本では、衣料品全体の廃棄量は年間100万t以上と言われ、古着として再流通したり、ウエスやシートの中綿などにリサイクルされるものはその内の2割程度だという^{*3}。この現実を少しでも変えたいと、リサイクルウールからニット製品を創るプロジェクトを始動。商品をいったん原料に戻して作り直す「新しいリサイクルの形」の模索だ。インターネット上で開発資金を募るクラウドファン

ディングを活用し、プロジェクトに賛同してくれる仲間も集まった。

リサイクルウールを作るためには、まず原料に適した在庫商品を集め、色や細かな素材ごとに羊毛を選別、ボタンなどの副資材も全て取り外し、リサイクル可能な素材のみを取り出す。その後、愛知県一宮市にある反毛工場



リサイクルウールを使用したニットワンピース

の繊維に戻され、それを糸として紡ぐ工場に送られる。糸になったリサイクルウールは、大阪泉州地方のニットメーカーに送られ、ようやく完成する。このプロジェクトにはデザイナーの協力も欠かせない。リサイクル製品が他の製品よりも割高なのは、高度な技術や多くの手間がかかり、人件費が販売価格に反映されるためだ。山本さんは、こう訴える。「ヨーロッパでは、人気ブランドがリサイクル製品を作っているんです。品質が格別良いわけでもないし、

他の製品よりも値段が高い。それでもヨーロッパの人たちは、リサイクル製品を買うんです。日本の消費者はそうではない。リサイクル製品を選ぶ方がカッコいい! そういう価値観が育たないと、日本で本当の意味でのリサイクルは広まらない。僕が消費者に伝えたいことは、この1点です」。

余剰在庫の問題は、「より安く、より手軽に」ファッションを楽しみたいという消費者の要求の結果とも言える。衣料品に対する私たちの姿勢が、アパレルの未来を変えていく。

TASUKEAI 0 PROJECT から見えてきたこと

「shoichiさんは、どうして海外でCSR活動をしているんですか?」。大手の企業人からは、よくこんな質問を受けるという。「僕はアパレルが好き。そして、子どもが好き。自分が好きなことは続けられるし、服で子ども達が笑顔になってくれたら、すごく嬉しい」。

そんな想いから、「TASUKEAI 0 PROJECT (助け合いゼロプロジェクト)」が始まった。主に、日本国内で買い取った余剰在庫衣料をマレーシアやカンボジアで販売



し、売上げの一部をアセアン諸国で活動するボランティア団体やカンボジアにあるフリースクールに寄付している。事業として採算が取れる仕組みにすることで、「余剰在庫の廃棄ゼロ」、海外への「衣料



就学・就労支援をしている、カンボジアのフリースクールの仲間たちと

輸送のコストゼロ」を実現。年間100万t以上も捨てられている服を、少しでも子どもたちの将来に役立てたい。活動に携わる企業・NPOの想い一つだ。

これまで何度も足を運んで、現地の人たちと良い関係を築いてきた。しかし、今年は感染症の拡がりによって、思うように海外でのボランティア活動ができない。「早く子どもたちに会いに行きたい」。山本さんの真っ直ぐな想いは、国境を越え、多くの人の生きる希望となっているだろう。

夢は焼却処分ゼロ

山本さんの元には、1日800通ものメールが来るそう。その一つ一つを読みながら、各店舗、各プロジェクトの状況を把握する。それぞれの現場をスタッフに任せるために、プロジェクトごとに毎週1回はミーティングを行い、課題や展望を徹底的に共有する。「手数をかける」それがshoichiのスタイル。

時には、家電や雑貨の在庫処分の相談が持ち込まれる。食品を扱うこともある。どんな依頼であっても、基本的に断ることはしない。何とかして、困っているメーカーを、

そして行き場のないものを救いたい。「夢は、余剰在庫の焼却処分ゼロ。」shoichiの挑戦は、私たち消費者にものとの向き合い方を鋭く問いかける。

※1 「大量廃棄社会 アパレルとコンビニの不都合な真実」仲村和代、藤田さつき共著 光文社新書 (2019年出版) より引用
※2 Colors-本厚木店、Colors-庄内店が新規オープンし、国内店舗数は13店舗 (2020年9月末時点)。海外直営店も7店舗営業している。
※3 論文「衣類のリサイクルはなぜ進まないのか? ~持続可能な社会をめざして~」公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 東日本支部 衣生活部会 佐藤寿美、小西與志子、児島知佐子、林美千子共著 (2019年) を参照

株式会社shoichi

〒541-0054 大阪府大阪市中央区南本町2丁目6番5号 ファースト船場301 TEL: 06-6258-6112

URL: <https://shoichi.co.jp/> MAIL: shoichiya@shoichi.co.jp

※リサイクルウール製品の詳細は、「MARTHA ETHICAL / マーサ エシカル」で検索を。

松村香代子 (2020年7月20日取材)



不要になった織物を再利用したマチ付きのあづま袋

“ごみ”と見なさなければ ごみは減る!

～中村流 捨てない暮らしのススメ～

断捨離やミニマリストといったモノを持たないシンプルな暮らしに憧れ、モノを捨てることに精を出す人。一方で、いつか使うかも、何かに使えるかも、とタンスの肥やしを増やす人……。皆さんも心当たりがあるかもしれない。

そんな中、「モノをごみとして捨てずに活かして使う」ことを実践している人がある。神戸市で家庭のごみ減らしと再資源化に取り組む環境ボランティア「ゴミ減らし通信舎」の世話人を務める中村恵子さん。モノをごみにしない心がけや、捨てる場合のポイントなど、私たちの暮らしのヒントになる工夫が満載。今回はそんな中村流ごみ減らし術を紹介しよう。

不要品を“ごみ”にせず活かして使う

そもそも「ごみ」とは何だろう。辞書には「不要になったもの、役に立たないものなどの総称」とある。だとすれば、不要品を「ごみ」にするかどうかは、一人ひとりの価値判断にほかならない。

「ごみを“資源”として見直すと、ほとんどのものが再利用できますよ」と中村さんは言う。自身が主宰するパッチワーク教室の材料として古着や布切れを集めていたことから、再利用可能なさまざまな素材に注目するようになった。

それがきっかけで、1987（昭和62）年ごろ、教室のメンバーで「廃品回収」ならぬ「資源回収」を始めた。これが「ゴミ減らし通信舎」の原点である。

私たちが“ごみ”として出しているものの中には、まだまだ使えるもの、資源となるものがたくさんあり、分別することでごみが資源に生まれ変わる。「ごみは出さないのが一番。要らなくなったモノは捨てずに再利用する。どうしてもごみとして出す時はリサイクルしやすいよう素材別に分けて出す」。これが中村流ごみ減らしの心得である。

ごみの出し方にひと工夫で高減らし

中村さんの自宅では、太陽光発電、薪風呂、トイレには雨水を利用するなど、エコライフを実践しており、1ヶ月の可燃ごみの量は、Mサイズ（2ℓのペットボトル2本分入る大きさ）のレジ袋半分程度だという。

ごみを減らす第1のポイントは、ごみを出す時のひと手間。水分と空気を取り除けば、同じ量でも嵩（体積）が減り、ぐんとコンパクトになる。その一部を品目別に紹介しよう。

生ごみ 水気をよく切る。袋状に折ったチラシや雑誌のページなどを活用して*水分を吸収すると、乾燥しやすい。さらに冷凍すれば、嵩が減り、臭いも消える。中村さんはコンポストでたい肥化している。

*水分吸収には新聞紙が優れているが、新聞紙はリサイクルの優等生なので、ぜひ資源物回収に。

卵の殻 大きいままだと水がたまるなど臭いものとなるので、つぶして捨てる。貝や蟹の甲羅も同様。卵の殻はガラス瓶などの洗浄にも使える。

豆腐・カップ麺の容器 箱型のは嵩張るので平らにするのが基本。豆腐容器は四つ角に縦にハサミを入れて開く。カップ麺は縦半分もしくは1/4に切って重ねる。

牛乳パック 接着面に沿って手開きで剥がし広げる。この方法なら正方形になるので、乾かしやすく、重ねて保管しやすい。

お菓子の袋 袋類はたたんで中の空気を抜き、細長く折ってひと結びすれば広がらない。

段ボール 平たくして縛るのが基本だが、大きくてサイズもバラバラの段ボールを束ねるのはひと苦労。中村流はひもを使わない。1つの段ボールをトンネル状にし、それを帯にして他の段ボールをはさんでいく。



プラスチックの袋は細長く折ってひと結びすれば、こんなにコンパクトに

「資源回収用にわざわざ荷造りひもを買う人がいますが、紙袋の持ち手のひもをつないだり、荷物に結ばれていたPPバンドを細く裂いて使ったり、在るものを使うのがごみを増やさないコツです」。

中村さんが新たな命を与えた作品たち

ここまでは「私もやっている」という人がいるだろう。しかし、ここからが中村流の真骨頂である。

中村さんは、キルト・アーティストであり、先述のパッチワーク教室の名称「The Re-Create Works」が、まさに作品づくりのコンセプトになっている。「作品を作り直す＝古い布に新しい命を与える」。着古した洋服や着物、ネクタイ、毛布、工場の廃棄布など、本来の役目を終えた布たちが、中村さんの手にかかると見事な用の美に堪えるアート作品に生まれ変わる。「物の命を、捨てるからごみ」。

みかんの皮はリユースの優等生

生ごみに入れると嵩の高いみかんやオレンジなど柑橘類の皮は、乾燥させれば多方面で活用できる。お風呂に入れるのは有名であるが、その他に可愛くカットして（写真左）芳香剤に。細かく刻めば（写真右）、陳皮（スライス）や、土に撒いて動物の忌避剤に。皮の汁には漂白作用があるので白物洗濯にも使える。



端切れでレジ袋入れ

35 × 12cmの布を枕カバーと同じ要領で縫ったポーチ。常に鞆に入れておけば、いろんな場面で役に立つ。レジ袋が有料化されたので、買い物にはストックしているレジ袋を持ち歩きたいという人にもおすすめ。



捨てずに新たな命を与えれば、ごみにはならない」。そんな思いを暮らしの中まで広げたのが中村流のごみ減らしだ。

ここではちょっと真似してみたいくなる再利用のアイデアをご紹介します。



海外の友人が作った作品を愛おしそうに抱える中村恵子さん。着古したTシャツ生地を再利用して作られている

読み終えた雑誌でエコ封筒

読み終わった雑誌のページを使った封筒。型紙で切り抜く作り方ではなく、紙を斜め使いすることで切り落とさなくてもよいので、捨てる部分がないのが中村流。カレンダーや厚手の包装紙、美術館のチラシなども同様に活用できる。



不要な布をつないで減災変形あづま袋



布を縫い合わせてささっと作れる「あづま袋」。こちらはその変形バージョン。

不要になった混綿・毛の着物生地を接ぎ合わせた大判サイズで、肩からかけられるマイバッグとして使える。

また難燃・防水効果のある布を使っているため、災害時には頭を保護する頭巾にも。

「名刺や葉書ぐらゐの小さな紙でもごみ箱へポイと捨てないで、リサイクル可能な紙資源として雑がみに出します。一旦家にやって来たモノはとことん活かしたいと思うので、古くなったモノ、使わなくなったモノも、ごみ箱に入れる前にまず使い道を探しますね。それがごみ減らしの近道だと思っています。『ごみ袋よりも知恵袋』ですね。そう言って笑う中村さん。

ごみの出し方も、再利用の工夫も、ひと手間かかっているのだから、面倒くさそうに感じた人がいるかもしれない。しかし、徹底した分別は、次の段階で作業する人たちの手間や時間、さらには消費されるエネルギーの軽減を考へてのことであり、それがモノの命を全うさせることにつながるのだから。今回の取材を通して、「関わったモノを活かせる美学」を教えてもらった。

藤原幸子（2020年8月4日取材）

Hand in Hand

行きついたのは動物への愛でした

～いろねこ食パンの耳の売りを大阪府動物愛護管理センターへ～

駅や商業施設で、女の子がハートやクローバーのモチーフを持ったマークを見たことがあるだろうか(右図)。それは、小学生向け体験学習プログラム「阪急阪神 ゆめ・まちチャレンジ隊」に代表される「人づくり」や、「1000000人のキャンドルナイト@OSAKA CITY」といった「環境づくり」など、じつに年間約100件の活動を推進する阪急阪神ホールディングスグループの社会貢献活動「阪急阪神 未来のゆめ・まちプロジェクト」のシンボルマークである。今回はそのプロジェクトのひとつ、「大阪新阪急ホテル」の愛のあるユニークな取組を紹介したい。



私たちは、未来へつなぐ「環境づくり」と「人づくり」に貢献します。

いろねこちゃん、かわいすぎ!!

大阪新阪急ホテルの地下1階にあるベーカリー&カフェ「ブルージン」。そこには、ハード系からソフト系までおしゃれでおいしそうなおパンが並んでいる。



そして、ところどころに、猫の手型をした焼き菓子や猫の顔のかたちをした食パンがこっちを見ている!? そう、これらが「いろねこファミリー」とよばれているシリーズ。どれもとにかくかわいすぎ! 特に人気のいろねこ食パンは、2017年の誕生以来、チーズやチョコバナナ、あんこなどバリエーションも増えた。何よりパンにチョコペンで顔が書けるところが、とにかく「映える!」とSNSで拡散され、今ではファミリーの象徴的存在に! 製造量も誕生当時のなんと約8倍。お店の営業時間中であればいつでも購入することができ、1日に200匹は生まれている(笑)とのこと。



パンの耳の売りを大阪府動物愛護管理センターへ寄付

ところで、パンの耳、皆さんはどう思いますか? 食パンの場合、端の耳は切って販売されているのが一般的。いろねこ食パンも同様、これまで耳の部分は切り落とされ、廃

棄されてきた。しかし、これを何かに活かさないかという話が社内で持ち上がり、この耳を販売して、その売上げを大阪府動物愛護管理センターに寄付することを思いついた。販売を開始したのは2018年2月22日(猫の日)。2020年6月30日までの寄付総額は55万8690円にもなる。それだけではない。フードロスの観点からも、いろねこ食パンの場合、年間約1800kgのパンの耳が廃棄されずにきちんと消費されるのだから、まさに一石二猫!?



ホテルならではのエコも実践

今回、大阪新阪急ホテルで販売されているパンをクローズアップしたが、他にもホテルならではのエコ活動も実践されている。例えば、連泊されるお客様にリネンを再使用していただくことで、節約できた洗濯代の一部を環境保全団体に寄付している。これならご協力いただいたお客様にもきっと納得いただけるはずだ。

未来に向かって軌道を走り続ける阪急阪神ホールディングスグループ。その終着駅はきっとシンボルマークのように自然と人が調和し、笑顔があふれているに違いない。

大阪新阪急ホテル

〒530-8310
大阪府大阪市北区芝田1丁目1番35号
取材協力者: 阪急阪神ホールディングス株式会社
人事総務室 サステナビリティ推進部 課長 平野里美氏・山本英実氏、株式会社 阪急阪神ホテルズ 大阪新阪急ホテル 管理部 営業企画 三江早帆氏

高野拓樹 (2020年8月20日取材)

なごみ
日和



KBS 京都 アナウンサー
うみひら なごみ
海平 和

●● 第27回 「思いは変わらず、京都の夏。」 ●●

今年は新型コロナウイルスの影響で、季節の移ろいがあまり感じられないまま、気づけば夏が終わっていたなあという方、多いのではないのでしょうか? 京都の夏といえば、祇園祭に五山の送り火。祇園祭は、毎年多くの観光客が訪れる山鉾巡行や神輿渡御などの行事が中止に。五山の送り火も、点火箇所を減らすという大幅な規模縮小、五山そろって規模縮小で開催されたことは長い歴史の中で初めてだったということです。

ただ、形は変わっても、思い、大切なものは変わりません。もともと疫病退散の神事が起源の祇園祭。そして1200年の歴史

の中で、当初はなかった山鉾巡行が始まったり、前祭と後祭の巡行が合同になったり、また分かれたり、他にもさまざまな変化がありました。その中でも祇園祭の意義や重みは変わることはありませんでした。そして、戦争による山鉾巡行の中止や大火による山鉾町の被害ものりこえ、人々は祇園祭を守り続けてきたのです。今年も、3密を避けながら神事は粛々と行われ、また神輿渡御にかかわる神事が初めての形で行われました。今直面しているこの苦難もきつとのりこえられる、そして歴史は続いていく。私たちの思いは、未来につながっていく。そんな風に感じる事ができました。

送り火は、お精霊さんがお帰りになる道を明るくてらしてくれる灯。そこに込められたあたたかい思いは、今年も同じでした。ただ、来年は例年通りの姿をみたい。そう強く願う、京都の夏でした。



海平 和: 京都市出身、2010年KBS京都入社。テレビ「京スポ」「news フェイス」、ラジオ「柗木寛照熱血説法こころのラジオ」などに出演中。

人と物と。織りなす「もっぺん」物語



第14回

京都の黒染め・染め替え「株式会社京都紋付」

シミや汚れが付いてしまっ、大切にしていた服を泣く泣く捨てる、そんな経験はあると思う。父の形見のコート、母からもらったドレス、初任給で買ったジャケットなど、今までシミなどで諦めていた服も蘇らせる黒染めの会社を取材した。



株式会社京都紋付は100年以上、黒染めを守り続けている。しかし、時代と共に紋付の取扱量は激減し後継者不足にも悩んでいた。このままでは、せっかくの歴史、伝統や技術が失われてしまう。時代の変化と共に、世の中のニーズや在り方は変化する。2013年、長年の黒染めの技術を活かした挑戦、古着の染め替えを始めた*。

光を反射しない深黒(しんくろ)を追求した技術は、世界最高水準を誇る。京都紋付の黒染めの特長は、自宅で洗濯しても他の衣類といっしょに安心して洗える事だ。さらに、撥水性もある。染め替えた服を見て非常に興味深かったのは、黒色に表情があることだった。Tシャツ、ジャケット、コート、ワンピース、デニムなど、それぞれが違う黒色に見えた。生地や素材や、もともとのデザインによって染まり方は多様。まさしく、服が蘇る、いや、元よりかっこよくなると思った。荒川社長は、「服によって染まり方が違うところにも、黒染めの奥深さがある」と語った。

染め替えブランドは、KUROFINEから「K」として再出発を始める。汚れを隠すだけでなく、服の楽しみを2倍、3倍にする染め替え。染め替えが選択肢のひとつになる日を目指して、荒川社長の挑戦はまだ続く。

*同年、WWFとのコラボ「パンダブラック」リウェアプロジェクトも行っている。
<https://www.wwf.or.jp/campaign/pandablack/>

▶ 京都の黒染め・染め替え「株式会社京都紋付」染め替えブランド「K」 HP:<https://www.k-rewear.jp/>
〒604-8823 京都市中京区壬生松原町51-1 電話: 075-315-2961 定休日: 土日祝日 営業時間: 9:00~17:00

岸さゆり (2020年8月7日取材)

地域活動レポート

10代~20代に聞いた レジ袋有料化後、みんなどうしてる？

ついに今年7月1日から全国一律でプラスチック製買い物袋（レジ袋）の有料化が始まった。コンビニエンスストアでもレジ袋が有料となり生活が変わった方もいるのではないだろうか？そこで現役大学生の筆者が、10代から20代の若年層がこれにどう反応しているのか気になり、アンケートを行った。

環境保全を目的に

人間が使ったプラスチックのごみが、動物たちの命、そして地球を脅かしている。2019年、奈良公園では捨てられたプラスチックを食べ、消化できずに死んだ天然記念物の鹿が相次いで発見された。こうした問題は日本のみならず世界中で報告されており、過剰なプラスチックごみ排出を未然に防ぐため、2019年までに少なくとも90カ国が使い捨てプラスチックの使用禁止など厳しい規制をかけている。そして日本でも今年7月1日から、全国一律でプラスチック製レジ袋の有料化が開始された。経済産業省HPによると、有料化は一部の条件をクリアしたものを除く、持ち手のついた全てのプラスチック製買い物袋が対象である。

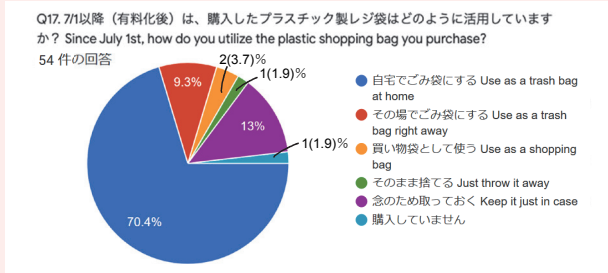
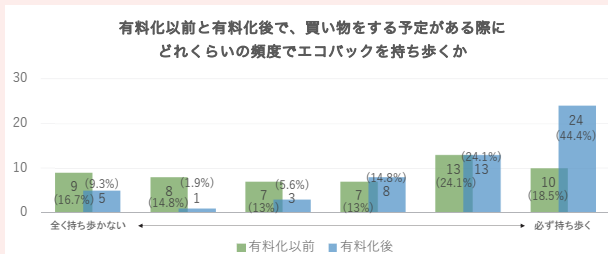
有料化前と有料化後、生活に変化は？

有料化開始後の8月から約1ヶ月間、10代から20代の方を対象にインターネット上でごみやプラスチックへの意識を問うアンケート調査を行った。今回学生や社会人を中心とした54名の方に協力をいただき、レジ袋有料化前と後のエコバッグ使用率や、使用理由または使用しない理由、そしてレジ袋の活用方法といった質問内容を比較し人々の行動の変化を分析した。

有料化開始前の6月30日以前は全体の39%が毎回レジ袋をもらっていたと回答。また、頻度に差はあるものの、1人を除いたほぼ全員がレジ袋を受け取っていたと回答している。有料化以前は買い物時に毎回エコバッグを持ち歩くとの回答は全体の19%、そして買い物の予定がなくても必ず持ち歩くとの回答が6%と低いことがわかる。一方で、レジ袋の活用方法を聞いたところ、全体の85%が自宅でごみ袋に使用すると回答した。筆者も経験があるが、これはひとり暮らし用アパートでは京都市の家庭ごみ有料指定袋ではなく透けて中身の見える袋を使用することも多いからだろう。

しかしながら、有料化以降は人々の動きに変化が見られた。買い物時に毎回エコバッグを持ち歩くという回答は44%と有料化以前の2倍以上で、買い物の予定がなくても必ず持ち歩くと答えた人は22%と有料化以前の3倍以上となり、全体的にもエコバッグを持ち歩く回数が増えた

ようだ。そのうちごみを出さないためと答えたのは26%で、節約のためとの回答が全体の半数を占めた。また、依然として回答者の70%が有料化後に購入したレジ袋も自宅でごみ袋として活用すると回答した。



今回有料化直後に行ったアンケート調査の最後に今後もレジ袋を購入するかと問うてみた。引き続き自宅でもごみ袋としての需要があるが、全体の97%が今後はレジ袋の購入頻度を減らす、または購入しないようにすると回答した。

理由はそれぞれだが、レジ袋有料化が若い世代の意識の変革に一定の効果をもたらしたと言えるだろう。この有料化が、一人ひとりにとって使い捨て製品に溢れる現代の暮らしを見直すきっかけとなれば、今後ごみは自然と減っていくのではないだろうか。

引用：

- ・ 経済産業省
https://www.meti.go.jp/policy/recycle/plasticbag/plasticbag_top.html
- ・ CNN
<https://www.cnn.co.jp/travel/35139823.html>
- ・ Japan Times
<https://www.japantimes.co.jp/news/2020/07/01/national/japan-plastic-bag-charge-consumers-environment/#:~:text=As%20of%20last%20year%2C%20at,by%20the%20end%20of%202022.>

白井音々 (2020年8月執筆)