

平成19年度  
2R型エコタウン構築事業成果報告資料

京都市ごみ減量推進会議

# 平成 19 年度 2R型エコタウン構築事業成果報告資料

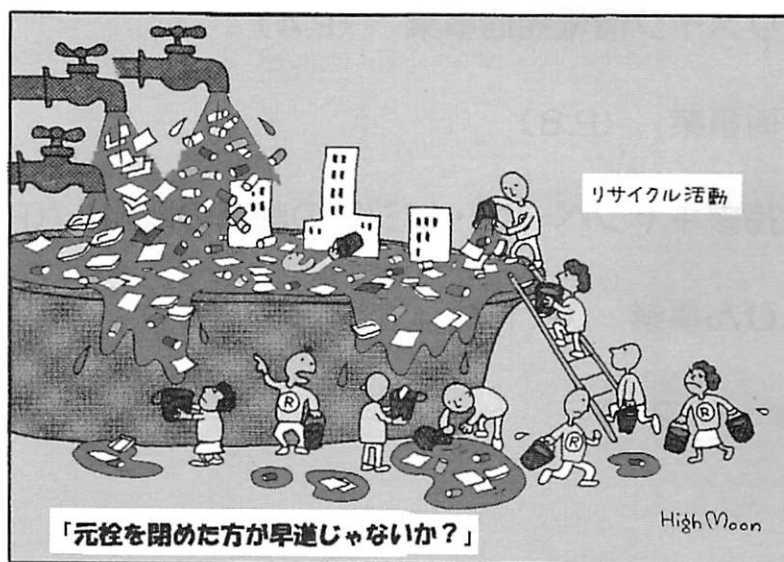
## 目次

- I 2R型エコタウン構築事業について (P.2)
- II 2R型エコタウン構築事業実行委員会について (P.2)
- III リペア・リメイク情報発信事業 (P.4)
- IV エコ商店街事業 (P.8)
- V 買い物袋持参キャンペーン・レジ袋の削減の取組 (P.13)
- VI リユースびん事業 (P.17)
- VII 広報啓発 (P.23)

## I 2R型エコタウン構築事業について

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多くの工程が必要であり、まずは Reduce（ごみの発生抑制）、次に Reuse（再使用）の2Rが、ごみ問題のより根本的な解決のために優先されるべき取組であるといえます。そして、この2Rに重点をおいたまちづくりこそが、2R型エコタウン構築事業なのです。

平成15年に京都市が策定した「京都市循環型社会推進基本計画（京のごみ戦略21）」においても、上流対策（2R）に重点を置いたごみ減量化の促進が掲げられていますが、まだまだ2Rの取組は十分に進んでいるとはいえません。こうした2Rの取組は、ビジネスのあり方やライフスタイルにも深くかかわる問題ですので、その実行にあたっては、市民・事業者・行政のパートナーシップが必要不可欠です。そこで、2Rの取組の一層の推進に向け、市民・事業者・行政のパートナーシップの組織である京都市ごみ減量推進会議に、平成19年度、新しい実行委員会である「2R型エコタウン構築事業実行委員会」が設立されました。

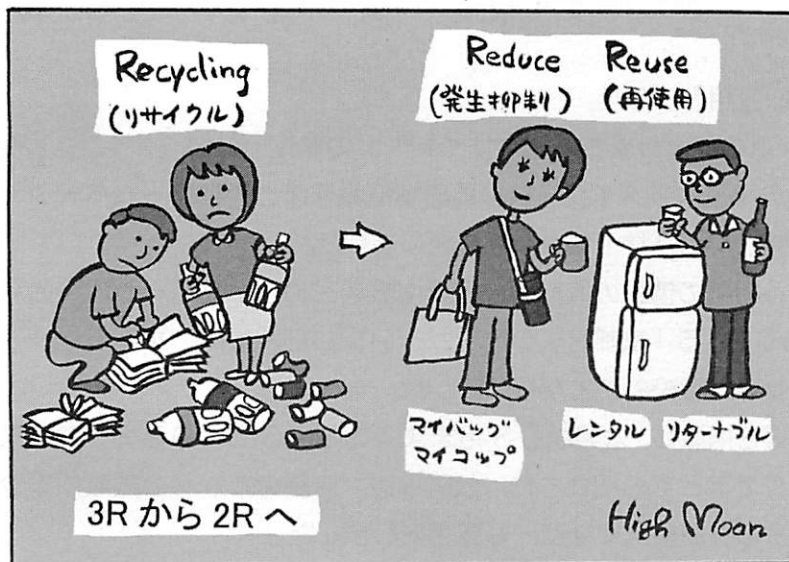


## II 2R型エコタウン構築事業実行委員会について

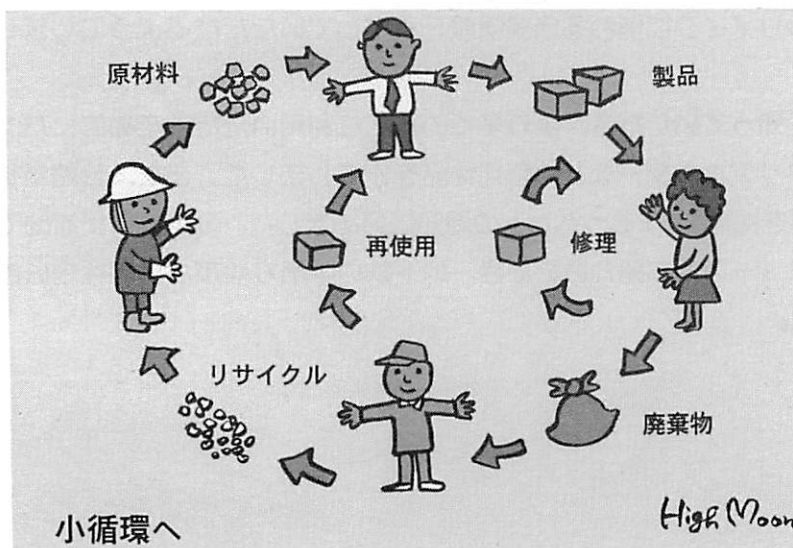
2R型エコタウン構築事業実行委員会（実行委員長：郡嶋孝同志社大学経済学部教授）は、京都市ごみ減量推進会議で取り組む2R型エコタウン構築事業を円滑に進めることなどを目的に設置されました。2R型エコタウン構築事業実行委員会では、次の点に留意して事業を進めることにしています。

- 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・共有していくこと。

平成19年度、2R型エコタウン構築事業実行委員会では「リペア・リメイクの情報発信」「エコ商店街」「買い物袋の持参・レジ袋の削減」「リユースびんシステムの再構築」の4つの事業に取り組み、事業ごとに設けられている小委員会が中心となって取組を展開しました。また、2Rの普及と各事業の浸透を狙った広報啓発や、事業の成果の周知を狙った報告会を企画しました。本報告書もその一環で制作されたものです。



2Rでは、そもそも、ごみそのものをなるべく出さない工夫が求められます。



輪が小さくなるほど、環境負荷も小さくなります。

## Ⅲ リペア・リメイク情報発信事業の紹介

リペア・リメイク小委員会

### 【事業の目的】

洋服や靴、鞆、家具などの日用品が壊れた際に、修理（リペア）をしたり、壊れたものの一部を使って、新たなものを作ったり（リメイク）すれば、大切なものをごみにしなくてもすみます。

この事業では京都市内の全域を対象に、日用品の修理やリメイクに携わっているお店の情報をまとめてホームページで紹介し、多くの方にわかりやすく情報を提供することで、こうした店舗の利用を促し、家庭でのごみ減量に貢献することを目的としています。また、こうした取組を通じて、市内の修理にかかわる店舗の活性化を実現し、2R型エコタウンの構築に貢献することを目的としています。

### 【19年度事業の概要】

19年度には、以下のことに取り組みました。

#### ① ホームページ「もっぺん ～京のお直し屋さん紹介サイト～」の制作・公開

2月9日に、市内の日用品の修理やリメイクに携わる店舗情報をまとめたホームページである「もっぺん ～京のお直し屋さん紹介サイト～」を公開しました。

ホームページで紹介している店舗の情報の取材や、修理体験などのホームページ内容の制作は、市内でごみ減量に取り組んでいる「京都R」の学生が行いました。また、ホームページのデザインは、京都芸術デザイン専門学校の学生が行いました。

3月末までに79店舗の情報を掲載し、公開から3月末までの間に6,569件のアクセスがありました。また、新聞やラジオなどでも紹介され、公開以後、店舗の方からの掲載依頼や市民の方からの店舗情報の問い合わせが相次ぐなど、好評を博しました。

#### ② 「もっぺん」冊子版の発行

3月8日時点で掲載していた64店舗の店舗情報をまとめた冊子版を発行し、インターネットを利用しない方にも修理やリメイクに携わる店舗情報を利用していただけられるようにしました。

#### ③ 広報啓発

「もっぺん」の存在を広く知っていただき、より多くの方にご利用いただくために、パンフレットや携帯クリーナー、クリアホルダーなどの啓発物品を作成しました。また、公開当初に京都リビング新聞に広告記事を掲載し、「もっぺん」の周知に努めました。3月の市民新聞でも紹介いただいたほか、市民ニュースでも紹介いただき、地下鉄の中吊りや市バスの社内広告として一ヶ月間掲示されました。

## リペア・リメイク情報発信事業 (京のお直し屋さん紹介サイト「もっぺん」)

リペア・リメイク小委員会 尾形浩一朗  
(京都R 副代表)

### 背景

- 持続的な社会の形成における、資源利用の効率化と廃棄物の削減の重要性
- 3R→Reduce, Reuse, Recycle
- Recycleに関連した取り組みは多く、一般の認知も高い
- Recycleは下流での対応
- 上流での対応、そもそもごみが出ないようにする取り組みが必要。
- 2R (Reduce, Reuse) > Recycle
- 2Rに主眼を置いた取り組みの重要性

### 目的

- 2Rを一般に浸透させ、ライフスタイルに取り込むことによって、より効率的な資源の利用と、廃棄物の削減を目指す。
- 本事業では、Repair, Remake(リペア、リメイク)をサービスとして提供している京都市内の商店や企業の情報を収集・発信。
- リペア・リメイクに関連する店舗などの情報の入手を容易にし、その利用を促す。

### 京都R(アール)について

- 「ごみ減らし」をテーマとして活動する学生団体。
- 京都大学、同志社大学、同志社女子大学、京都府立大学、立命館大学の学生など15名前後で構成。
- 2003年から活動を開始。
- 2004年度に経済産業省環境コミュニティビジネスモデル事業に採択され、京都市内に点在する「ごみ減らしに役立つ知恵・技術」を持った企業や商店についての情報を収集・発信し続けている。
  - ・ 京路地(みやころじ) <http://www.miyacology.com/>
- 島津製作所やKBS京都との共同などによって様々な成果をあげている。
  - ・ (え〜この京路地すごろく、Yes, Kyoto it!など)



### 成果

「もっぺん」WEBサイトの  
完成と公開

(2008年2月9日)  
<http://www.moppen-kyoto.com/>

京都市ごみ減量推進会議と京都R  
とによる企画・立案をもとに、京都  
芸術デザイン専門学校(CDC)が  
サイトのデザインを担当。

コンテンツの制作は京都Rのメン  
バーの活動による。



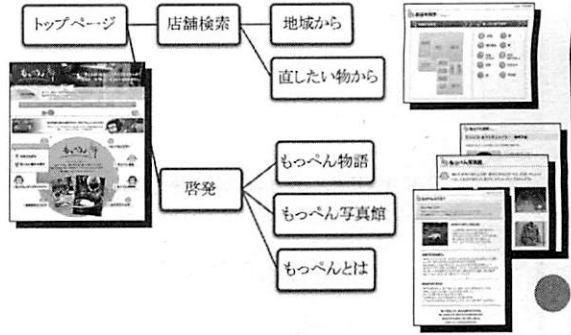
### タイムテーブル

- 5~7月 ごみ減量推進会議と京都Rで企画案を協議
- 7月 HPデザインを京都芸術デザイン専門学校(CDC)に依頼
- 8月 取材開始
- 9月 HPデザイン本格化
- 10月 HPドメイン取得
- 11月 基本デザイン決定  
取材と平行して、コンテンツの作成を行う。
- 1月 HP編集・更新作業をCDCから引継ぎ
- 2月 「もっぺん」公開(8日)

## 「もっぺん」の役割とコンセプト

1. 京都市内のリペア・リメイクに関連する店舗の情報を得るための電話帳的役割。
  2. リペア・リメイクの魅力をアピールし、選択肢として提示する啓発的作用。
- 京都市全体の店舗情報を網羅する。
  - これまで関心の無かった人を取り込む。
  - そのために、誰もがとつきやすいものとする。

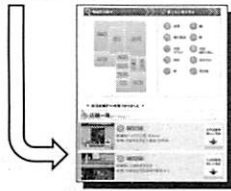
## 「もっぺん」WEBサイトの構造



## 店舗検索機能



①地域、もしくは直したい物のカテゴリを選択



②該当する店舗のリストが表示される



③各店舗の個別情報を表示

## リペア・リメイクの利用啓発ページ



## 親しみやすさを演出するための工夫

### ○イメージキャラクターの設定

- 「も吉」がサイト内の様々な場所に登場。
- 「も吉」とその家族、生活の様子などを紹介するページを設置。



## 「もっぺん」の現状

### ○掲載店舗数

- 4月18日現在、80店舗。
- 実際に取材を行った件数の7割程度。
  - 「手一杯で仕事を増やせない」などの理由で断られるケースが目立った。

地域	右	上	北	左	下	中	西	東山	伏見	南	山科	計
掲載許可	3	11	3	11	9	17	6	2	7	2	8	79
掲載拒否	7	7	4	3	2	6	1	1	0	5	0	36
取材件数	10	18	7	14	11	23	7	3	7	7	8	115
掲載率	30%	61%	43%	79%	82%	74%	86%	67%	100%	29%	100%	69%

- まだ取材件数の少ない地域もある。
- 現状では、掲載許可店舗の割合にも地域差がある。



## 「もっぺん」の現状

### ○掲載店舗数(業種別)

品物	家具	靴	電化製品	靴	洋服	布団	時計	おもちゃ	傘	その他	計
掲載許可	9	8	7	11	36	3	3	1	1	5	84
掲載拒否	4	0	1	5	20	1	1	0	0	2	34
取材件数	13	8	8	16	56	4	4	1	1	7	118
掲載率	69%	100%	88%	69%	64%	75%	75%	100%	100%	71%	71%

- まだ該当業種の店舗が十分に見つからないものがある。
- 掲載許可率には、地域差ほどの差は見られないようである。

- 「もっぺん」公開以降、店舗からの掲載依頼が寄せられるようになっている。

## もっぺんの現状

### ○アクセス数推移

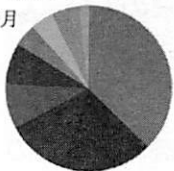
- 2月9日~29日:総数1777件、平均84.62件/日
- 3月1日~31日:総数4792件、平均154.58件/日
- 4月1日~16日:総数2699件、平均168.69件/日

### ○検索キーワードの変化

- サイト訪問者の2割前後はgoogle、yahooなどの検索サイトにキーワードを入力して「もっぺん」に訪れている。
- 検索キーワード1位は「もっぺん」
- 2位以下は公開以降、大きく変化してきている。

## 検索キーワード上位10種の変化

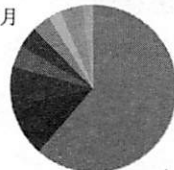
2月



- \*もっぺん
- \*もっぺん お直し
- \*京のお直し屋さん
- \*http://www.moppen-kyoto.com
- \*もっぺん 京のお直し屋さん
- \*国産品
- \*もっぺん〜かのお直し屋さん(フイ)
- \*moppen-kyoto.com
- \*もっぺん 京

PR活動の中で用いられたキーワードが多い

3月

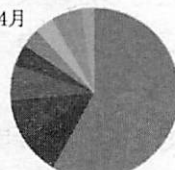


- \*もっぺん
- \*京のお直し屋さん
- \*http://www.moppen-kyoto.com
- \*東京
- \*もっぺん お直し
- \*着物染め直し
- \*京のお直し
- \*伊勢丹 靴 修理
- \*もっぺん 京
- \*もっぺん お直し

「もっぺん」の占める割合が増加。直したい物や内容がキーワードとして登場。

## 検索キーワード上位10種の変化

4月



- \*もっぺん
- \*着物染め直し
- \*リノベーション
- \*リノベーション 染め直し
- \*洋服の直し 京
- \*洋服の直し 京
- \*リノベーション
- \*京の靴の直し
- \*京の靴の直し
- \*洋服のリフォーム

2位から10位までのすべてを、直したい物やサービスの内容、お店の名前などのキーワードが占めるようになっている。

単にホームページを見てみようという人だけでなく、実際に「もっぺん」で紹介している店舗のサービスなどを検索した結果、「もっぺん」にたどり着いたという人が増えている。  
=「もっぺん」の電話帳の役割に合致!

## 今後の課題

- 取材が手薄になっている地域がある。
  - 要因:京都Rのメンバーの日常の行動範囲内では、自然とお店を発見したりして情報が集まってくるが、その範囲外では、生の情報がなかなか入手しにくい。
  - 対策:運営側だけで独自に集める情報には限界があるため、京都市内の各地域の住民に対して、情報提供を募るような働きかけが必要。
- 「もっぺん」に対する客観的な評価が必要。
  - 掲載した店舗の利用状況の変化、「もっぺん」利用者のどの程度が実際に掲載店舗を利用するに至ったのかなど、ある程度の時期に調査を行い、「もっぺん」の価値を冷静に評価する必要がある。

## 今後の展望

- 取材などの過程で、リペア・リメイクの専門家の人たちから、「自分で出来るものは自分でやればいいのに」という声をよく耳にする。
- 実際に、素人である我々が思っている以上に、簡単に直せたりきれいにできたりするものが多い。
- 一方、こうした技術を持つ個人からの「もっぺん」への掲載依頼などが寄せられている。

リペア・リメイクに関わる技術を持つ専門家や個人を講師として、講習会などを開き、自分でも出来ることは一度やってみる。  
「もっぺん」の次は「いっぺん」?



## Ⅳ エコ商店街事業の紹介

エコ商店街小委員会

### 【事業の目的】

平成18年度の京都市の調べでは、家庭から出るごみの重量にして19.4%、容積にして58.8%を容器包装類が占めていました<sup>(※)</sup>。こうしたことを踏まえると、容器や包装が少ない販売方法は、ごみ減量の知恵として注目されるべきものです。

この事業では、はかり売りやはだか売りなどの販売方法や、商店街の持つ地域力を活用した、ごみ減量などの取組の推進や、そうしたことをきっかけにした商店街の活性化を目的としています。さらに、商店街を中心として、地域での2R型の取組を進めていくことも目標としています。こうした取組を、まずは一つの商店街をモデルとして進め、その成果をもとに取組を全市の商店街に広げていくことを計画しています。

### 【19年度事業の概要】

市内の商店街に対して公募を行った結果、出町商店街振興組合をモデルに事業を進めていくことが決まりました。19年度には、以下のことに取り組みました。

#### ① 商店街ワークショップの開催

1月19日（土）に、15名の商店街関係者が出席して開催されました。エコ商店街事業の概要説明のあと、元高島屋環境・社会貢献担当の丸山郁夫氏に「環境配慮が高島屋を救う」との題で講演をいただきました。その後、参加者で今後の事業展開についての活発な意見交換を行いました。

#### ② キックオフイベントの開催

事業の開始を商店街内外に周知することを狙いに、2月16日（土）に「出町でエコに出会う日」と題したイベントを開催しました。イベントでは、出町商店街の大根炊きやみらたらしだんごをリユース食器で提供する企画や、京都精華大学の学生が発案したリユース可能なオリジナルプレート（漆器製）を制作して、商店街ではかり売りやはだか売りがされている食品を自由に盛り付けることができる企画などを実施しました。当日に実施したアンケートでは9割の方が「また参加したい」と回答され、好評を博しました。

#### ③ 商店街ごみ調査

事業を進めていくにあたっては、エコ商店街の取組がごみの減量につながることを評価・検討していくことも欠かせません。スーパーと商店街のそれぞれで、はかり売りやはだか売りを積極的に活用し、容器持参での買い物を実践した場合に、どれだけ容器包装ごみが減るのかを調べた「買い物実験」や、商店街から出るごみの組成調査、レジ袋やトレイなどの使用量調査を行いました。買い物実験では、マイバッグや容器の積極的な持参で、容器包装ごみが半分程度になることが確認できました。

(※) 京都市環境局：平成19年度環境局事業概要（2007年12月）



## エコ商店街事業

エコ商店街小委員会  
 浅利 美鈴(京都大学環境保全センター助教)  
 片木 孝治(京都精華大学建築学科准教授)

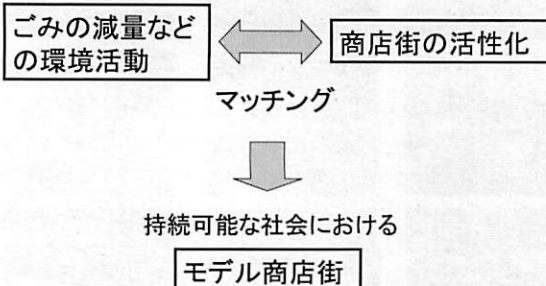
## 商店街の力に着目

- 家庭ごみの容積で6割が容器包装類
- 生ごみの4割は食べ残し

↓ 商店街に秘策があるのでは?

- はかり売りなど、容器を使わない商売の知恵
- 必要なものを必要なだけ(対面販売)
- 商店街が持つ地域力・コミュニケーション力  
 地域への情報発信/地産地消・地域での物流

## エコ商店街事業の狙い



## エコ商店街 3年の計画

1年目(平成19年度)

↓ ごみ等の基礎調査, 取組のキックオフ

2年目(平成20年度)

↓ 取組の具体化

3年目(平成21年度)

モデル商店街の取組の市内での普及・拡大

## 19年度の取組

- ごみにかかわる基礎調査
  - 商店街自体から出るごみの調査
  - 使い捨て容器(トレイ・レジ袋等)の使用量調査
  - 買い物実験によるはかり売り等の効果の確認
- 商店街内ワークショップ(講演&意見交換)  
 1月19日に実施
- キックオフ イベント  
 2月16日(京都議定書発効日)に実施

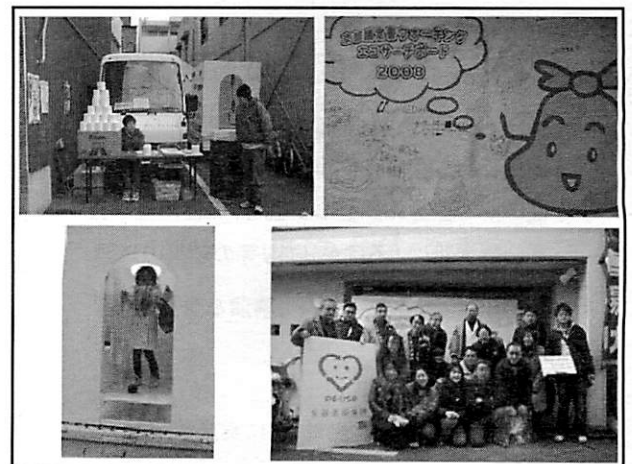
## 「出町でエコに会おう日」(キックオフイベント)

議定書ウォーキング(エコ100選主催)と連動して実施。

⇒ 出町商店街をゴールに。

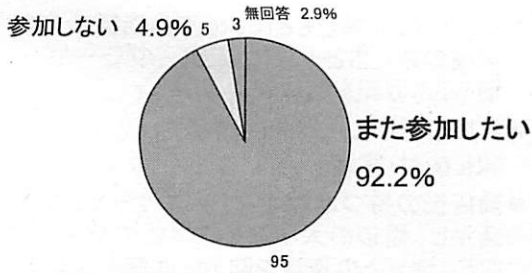
<イベント内容>

- リユース食器で大根炊き&みたらしだんご
- マイプレートではかり売り体験
- 使用済みてんぷら油の回収
- 買い物実験結果の表示
- 京大落語研究会による落語会



### 来場者へのアンケート(1)

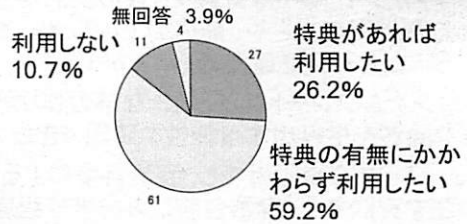
イベントにまた参加したいですか？



■イベントは大変好評であった。

### 来場者アンケート(2)

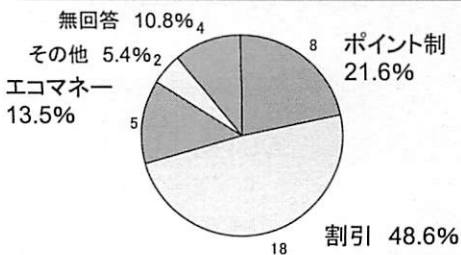
容器を持参しての買い物ができる店があれば利用したいですか？



■容器持参しての買い物への意欲は高かった。

### 来場者アンケート(3)

「特典があれば利用したい」という方は、どのような特典が良いですか？



■特典としては、「割引」に人気があった。

### 買い物実験 ~容器持参のごみ減量効果~

4人家族の1日分の食材をそろえる時に、売り方や買い方でどれくらい容器包装ごみが減るのか、実際に買い物をして実験。

買い物場所

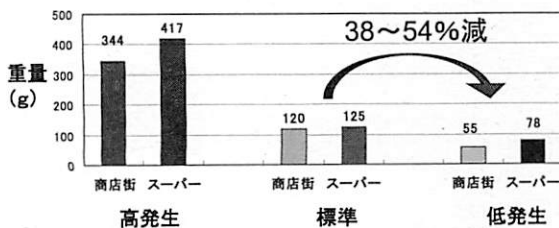
①商店街 ②大型スーパー  
※各3箇所ずつで結果を比較。

買い方

- A 高発生型 個包装・調理済み食材を積極的に購入。
- B 標準型 標準的な買い方を想定。
- C 低発生型 マイバッグ持参・容器持参で、できるだけごみの少ない買い方をする。

### 実験結果(1)

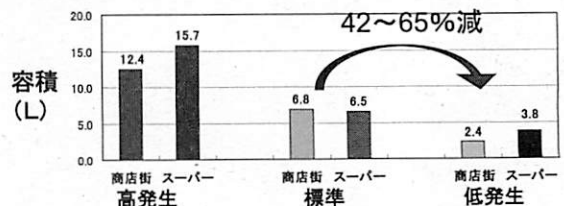
容器包装ごみの重量を比較(平均値)



- 容器の積極的な持参で、標準より38~54%削減。
- 米や豆腐なども容器持参で購入できたため、商店街でのごみの発生量はやや少なかった。

### 実験結果(2)

容器包装ごみの容積を比較(平均値)



- 容器の積極的な持参で、容積でも42~65%削減できた。

## まとめ

- 出町商店街と協働して取り組む足場を築くことができた。
- キックオフイベントは好評で、人の交流が生まれる商店街の良さや、商店街での取組に期待する人たちの声を確かめることができた。
- オリジナルプレートなど、新たな魅力作りが新たな顧客を生み出す可能性を確認できた。
- スーパーでも商店街でも、容器持参による買い物を実践でき、容器包装ごみを半分程度に減らせた。また、一部の品目は、商店街のみで容器による購入が可能であった。

## 今後の展開

- ごみ調査などのデータについては、十分に整理・精査し、ホームページなどでも公開予定。
- 今年度の成果をもとに、出町商店街の方たち、地域の方たちと十分に協議し、プレイヤーを増やし、取組を具体化。
- 特に容器リユース(持参を含む)などの面展開を検討・実践。
- 商店街の持つ地域力・コミュニケーション力を活かし、周辺の大学などの学校や交通機関など、地域との連携を図った取組を展開する。



## V 買い物袋持参キャンペーン・レジ袋削減の取組の紹介

買い物袋持参キャンペーン小委員会

### 【事業の目的】

「京のごみ減量事典」で紹介されているデータによると、レジ袋は家庭ごみの6.5%（容積比）を占めています。また日本全国で、年間300億枚のレジ袋が使われていると言われていています。しかし、マイバッグを持参するという比較的簡単な取組で、余分なレジ袋をもらって、ごみにしてしまうことは避けられます。

この事業は、2R型の行動の入り口として、マイバッグの持参についての普及啓発を行うと共に、こうした取組を通じて、2Rの取組を市内に広く浸透させていくことを目的としています。また、事業者と市民、京都市などで結ばれた「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（マイバッグ持参協定）」の支援などにも取り組んでいます。

### 【19年度事業の概要】

19年度には、以下の取組を実施しました。

#### ① マイバッグ持参の普及・啓発

マイバッグ持参の効果を伝えるポストカード、マイバッグの持参を呼びかけるステッカーを作成しました。また、11月16日（金）にはカナート洛北で買い物袋持参啓発イベントを開催し、レジ袋やマイバッグについてのクイズに答えた方に、マイバッグを進呈しました。また当日は、会場での啓発パネルの展示やレジ袋についてのスライドショーの上映、ステージでのフルート演奏会なども行い、約300人の方に来場していただきました。

#### ② マイバッグ持参協定への参加・支援

4月17日（火）に行われた第2回の協定締結式、10月20日（土）に行われた第3回の協定締結式に参加し、協定に調印しました。また、第3回の協定締結式の当日に「京都からはじまるレジ袋削減シンポジウム」を京都市レジ袋有料化推進懇談会との共催で実施し、協定の意義や参加事業者の取組などについて紹介しました。シンポジウムの参加者は80人でした。

#### ③ マイバッグ持参等に関する市民意識アンケート調査の実施

マイバッグ持参に対する意識や今後の課題、2Rの取組の今後の展開について示唆を得ることを目的に、マイバッグの持参等についての市民意識調査を行いました。5,000部の調査票を市内4箇所に配布し、1,322部を回収しました（回収率26.4%）。アンケートの結果、買い物にマイバッグを持っていく人（「よく持っていく」「時々持っていく」の合計）は95%にのぼりました。マイバッグを持参する理由としては、「環境にいいから」（66.4%）、「ポイントがもらえるから」（60.8%）などの意見が多くみられました。また、「無料でマイバッグをもらったから」との意見も12.8%を占め、マイバッグの配布の効果が確認できました。一方で、マイバッグをもらった経験のある人が半分以上を占める結果も得られ、今後、マイバッグの配布を行う際には、要不要を確認するなどの配慮が必要であると考えられました。

## 買い物袋持参キャンペーン・ レジ袋削減の取組



買い物袋持参キャンペーン小委員会  
宮川 精慈  
(日本チェーンストア協会関西支部 参与)

## レジ袋削減の消費量は？

- レジ袋は家庭のごみの6.5%を占める(容積比)。
- 日本では、年間約300億枚のレジ袋が使われている。
- 原油に換算すると42万KL  
※超大型石油タンカー2隻分



マイバッグを持参すれば、余分なレジ袋は  
もらわなくてもすむ。



## 買い物袋持参キャンペーン

京都市ごみ減量推進会議の発足当初からの  
取組のひとつ。



### 本年度の取組

- 買い物袋持参の啓発
- マイバッグ持参協定への参加・支援
- マイバッグについての市民意識調査



## 買い物袋持参啓発(1)



マイバッグ持参の効果を伝えるポストカードを  
作成し、イベント等で配布。

## 買い物袋持参啓発(2)



ステッカーも作成。

マイバッグは、大切に  
長く使ってこそ効果があることに注意して、啓  
発をしている。

## 買い物袋持参啓発(3)

11月16日、めぐるくん推進友の会とも協働して、  
カナート洛北にて啓発イベントを開催。



- レジ袋についてのクイズを行い、回答者にマイバッグを進呈。
- フルート演奏、パネル展示、回収ボックスの適正利用の呼びかけなども実施。

マイバッグ進呈数は300個。





## マイバッグ持参協定

**事業者** 目標を定めてレジ袋の削減に取り組む。

**市民団体** 事業者の取組を応援。

**京都市** 事業者・市民団体の取組をPR。

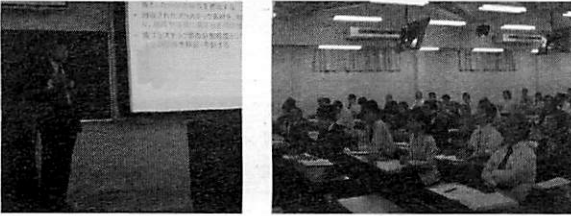
↓ 互いに約束を交わす。

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

- 平成19年1月に第1回の締結。
- 現在8事業者、ごみ減を含む13の市民団体が参加

## マイバッグ持参協定シンポジウム

- 10月20日に同志社大学で開催。  
(京都市レジ袋有料化推進懇談会と共催。)
- 他地域のモデルにもなっている、事業者と市民、行政の話し合いの結果、京都で生まれた協定の姿や、協定締結後の取組などを報告し、多くの参加者で共有。



## マイバッグ・アンケート調査(1)

### 目的

- ・マイバッグの持参がどの程度進んでいるか。
- ・どのような意識が持たれているか。
- ・今後どのような課題があるか。 を把握すること。

東山二条周辺／北野白梅町周辺／大宮三条周辺／  
新町大手筋周辺で、ポスティングによって配布。



**配布数** 5,000 **回収数** 1,322 (回収率26.4%)

※以降、マイバッグの持参や配布に関わる結果を中心に紹介

## マイバッグ・アンケート調査(2)

問. 日常の買い物にマイバッグを持って行きますか？

- |               |       |
|---------------|-------|
| ➢ よく持っていく。    | 81.7% |
| ➢ 時々持っていく。    | 13.1% |
| ➢ あまり持っていない。  | 2.2%  |
| ➢ まったく持っていない。 | 2.5%  |
| ➢ 無回答         | 0.5%  |

マイバッグをよく持っていくという人が82%を占めた。



マイバッグの持参行動が浸透している様子が伺えた。

## マイバッグ・アンケート調査(3)

問. マイバッグを持っていく理由は？ (複数回答可)

<上位4回答>

- |                       |       |
|-----------------------|-------|
| ① 環境にいいから。            | 66.4% |
| ② レジ袋を断るとポイントがもらえるから。 | 60.8% |
| ③ レジ袋が有料になったから。       | 48.6% |
| ④ レジ袋をもらおうと家でごみになるから。 | 40.5% |

- 「環境にいいから」という回答が最も多かった。
- 一方で、レジ袋を断るとポイントがもらえるなど、経済的なメリットも動機になっていることがわかる。
- 「無料でマイバッグをもらったから」も13%あった。

### マイバッグ・アンケート調査(4)

問. マイバッグを持っていかない理由は？ (複数回答可)  
<上位4回答>

- ① レジ袋をもらおうと家で活用できるから。 66.4%
- ② レジ袋が無料でもらえるから。 35.5%
- ③ マイバッグを持っていないから。 24.2%
- ④ マイバッグを持っていくのが面倒だから。 22.6%

●無料でもらえるレジ袋を、家でなんらか利用している様子が伺えた。

※買い物時の再使用、ごみ箱用のごみ袋など。

- 「持参の意義がわからない」との回答はなかった。
- 仕事帰りなど、うっかり忘れる。などの回答もあった。

### マイバッグ・アンケート調査(5)

問. マイバッグを無料でもらったことはありますか？  
またそれを使っていますか？

- もらったことがあり、使っている。 39.4%
- もらったことがあるが、使っていない。 17.2%
- 無料でもらったことがない。 39.9%
- 無回答 3.6%

- 全体として約57%の人がもらった経験があった。
- もらって利用している人も4割いる一方で、もらっても利用していない人も17%ほどいる。

### マイバッグ・アンケート調査(6)

問. もらったマイバッグを使わないのは？ (複数回答可)

- ① すでにマイバッグを持っているから。 53.7%
- ② デザインや材質が気に入らなかった。 48.5%
- ③ サイズが適当でなかったから。 38.8%

デザインや材質が気に入らない。サイズがあわないなど、ニーズに合わないことで、使われていないケースも多かった。

### マイバッグ・アンケート調査(7)

(ごみについての質問1)

問. 普段減らしたいと感じるごみは？ (複数回答可)

<上位4回答>

- ① トレイ・カップなどプラスチック容器 72.5%
- ② ペットボトル 38.0%
- ③ 包装紙 33.5%
- ④ 新聞・広告 32.8%

ごみになるトレイ・カップ類については、減らしたいと感じている人が多く、今後、何らかの対策を取っていくべき対象と考えられる。

### マイバッグ・アンケート調査(8)

(ごみについての質問2)

問. ごみの減量でまず考えるべきことは？ (三者択一)

- ① ごみが出ない工夫をすること。 54.3%
- ② ごみにせず、くり返し使うこと。 11.9%
- ③ 分別し、再び資源として利用すること。 30.3%

「Reduce」にあたる項目が最も重要と考えた人が一番多かったが、「Recycle」が最も重要と考える人が次に多く、3Rの優先順位については、まだ十分に浸透していないと考えられる。

➡ 2Rの重要性を、一層伝えていく必要がある。

### まとめと今後の課題

- マイバッグ持参協定の締結など、マイバッグの持参はかなり浸透してきている。

<今後の課題>

- ①未利用層(仕事帰り等)に対するアプローチ
- ②レジ袋以外の使い捨て容器包装に対する対策の検討(その他)「マイかご利用」「パッチなどの能動的意思表示」など
- マイバッグの配布は、マイバッグの持参率を高めるのに一定有効であるが、配布にあたってはデザインやサイズなど、ニーズにあったものを提供する必要がある。
- マイバッグの持参などの取組を入り口に、2Rの意義や意味などを十分に伝えていく必要がある。

## VI リユースびん事業の紹介

リユースびん事業化活動小委員会

### 【事業の目的】

一升びんやビールびんなど、使用後にお店などに返却すると、洗ってまた容器として使われるリユースびんは、ごみの減量や二酸化炭素の排出量の削減につながります。また、京都ではリユースびんの回収や洗浄、メーカーへの販売などに取り組む事業者である「びん商」も活躍していますので、リユースびん独自の流通システムがあることも大きな特徴です。しかし、近年リユースびんを使った商品の減少が顕著で、リユースびんシステムの再構築が急務となっています。

この事業は、リユースびんの良さを見直し、広くリユースびんの普及啓発を行うと共に、リユースびんシステムの再構築に資する取組を展開することを目的としています。

### 【19年度事業の概要】

19年度には、以下の取組を実施しました。

#### ① 「買って！返して！リユースびんキャンペーン」の実施

市内の大型スーパー5店舗などで売り場でのリユースびんの識別表示などを行うと共に、地下鉄広告などでリユースびんの広報啓発を行うキャンペーンを、京都硝子壺問屋協同組合と共同で展開しました。キャンペーンの期間は、10月15日（月）～11月30日（火）までとじていましたが、一部店舗を除いて、リユースびんの識別表示などは継続しています。また、キャンペーン期間中に、事業の効果を測ることなどを目的にした、アンケート調査やモニター調査、リユースびん使用商品の販売量調査やびんの回収量調査も実施しました。

アンケートの結果、売り場でのリユースびんの識別表示は、リユースびん使用商品の購入意欲の向上などに一定の効果があることがわかりました。また、リユースびんを使った商品を購入したくても、購入したい商品がリユースびんを使っていないとの回答も見受けられました。モニター調査では、売り場での表示をよりわかりやすくするためや、リユースびん使用商品そのものへの表示などについて、貴重な意見が得られました。また、販売量調査では、前年同時時期との販売量の比較が可能であった2店舗では、リユースびん使用商品の販売量の増加がみられました。ただし、店頭で回収されるびんに含まれるリユースびん以外のびんの割合については、特に低下する傾向は認められませんでした。今後は、リユースびんにかかわる課題の解決に向け、リユースびんシステムに関係する主体が集まって意見交換をする場などを作っていくことが重要であると考えられます。

#### ② リユースびん回収拠点マップの更新

小売酒販店との連携のもと、2002年から実施しているリユースびん回収拠点マップの更新作業を行いました。リユースびん回収拠点マップは、「ゴミゲン・ネット」で公開しています。

## 「買って！返して！リユースびんキャンペーン」の成果と課題



リユースびん事業化活動小委員会 遠藤明子  
(環境カウンセラー)

## リユースびんとは？

一升瓶、ビールびんなど、洗って繰り返し使えるびんのこと

### リユースびんの魅力

- ①ごみにならない。
- ②繰り返し使えば、二酸化炭素排出量等が減少  
(ワンウェイびんのリサイクルの4分の1)
- ③税金によらない流通システムを持っている。  
⇒ 京都硝子壺問屋協同組合による回収・販売

## リユースびんの抱える問題

- ・リユースびんの出荷は減少傾向
- ・びんの種類が多い。  
リユースに必要な合理的システムが作りにくい。  
⇒ 統一規格びんが増えていく必要がある。
- ・統一されたマークがない。  
(一般消費者には識別が難しい。)



## リユースびん事業化活動小委員会

- 1999年に、リユースびんチームとして発足
- ・リユースびん入りジュースの商品化
  - ・小売酒販店との連携によるリユースびん回収拠点マップの作成(2002年から継続)
  - ・京都市内のびんリサイクル費用の算出などの取組を実施。

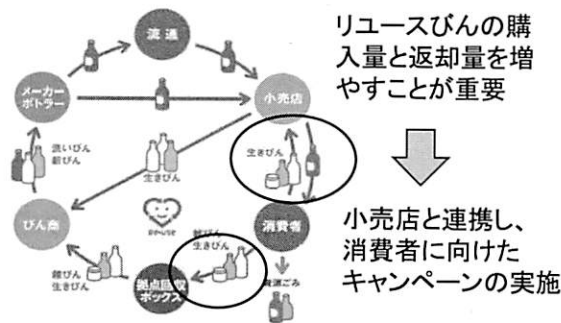


一連の活動の中で、ボトラーがびんのリユースの意思を表明した「リユースマーク」付商品が誕生。



## 本年度事業

リユースびんシステムの再構築には...



## 買って！返して！リユースびんキャンペーン

**期間** 平成19年10月15日～11月末日

- 内容**
- ①リユースびんの広報・啓発  
地下鉄中吊り広告・ラジオ出演等
  - ②売り場でのリユースびん目印表示  
アルプラザ醍醐・イズミヤ六地蔵・イズミヤ高野・カナート洛北・ジャスコ京都五条店の5店舗で実施

- 調査**
- ①アンケート調査
  - ②リユースびん販売量調査
  - ③びん回収量調査
  - ④モニター調査

### 地下鉄広告・ポスター掲示

母ちゃん！  
ビンはぜんぶ資源ごみに出せば  
'環境にいい'と思っただよ！

資源ごみに出しちゃ、もったいない！  
そんな、びんがあります。  
それはリユースびん。  
世代によってまた使われるから、  
リサイクルより環境に負担が少ない。  
あなたのリユースびん入り商品の選択と選択が  
このびんの運命を支えています。

10月15日(金)～11月30日(金)  
買って！返して！リユースびん・キャンペーン実施中！

リユースびんは  
環境にいい、資源ごみ  
減らすのに役立ちます。

リユースびんのメリットは  
① 資源ごみ減らす  
② 環境にいい  
③ 資源ごみ減らす

キャンペーン協力店舗  
アル・プラザ東横  
イスタヤ六甲東店  
カナド東横  
ジャスコ東横東店  
五反田周辺地域の  
スーパー 各店舗

### 店舗表示の様子(1)

ミニのぼり

ポップ

目印シール

### 店舗表示(2)

パネル

回収ボックス表示

リユースびんで、ごみを減らそう！

### 店舗表示(3)

目印シール

### アンケート調査

- 5店舗すべてで実施。
- 対面形式。
- 平日の14～17時。
- 983部を回収。

### 回答者の性別と年齢構成

性別

年齢

無回答, 35, 4%

10代 2%

20代 8%

30代 14%

40代 16%

50代 20%

60代 22%

70代以上, 136, 14%

無回答 5%

男性 17%

女性 78%

n=983

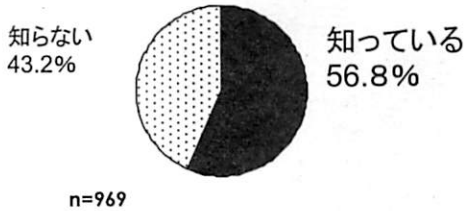
n=983

- 回答者の約8割が女性。
- 50代以上が半分以上を占める(56%)。



### リユースびんの認知率

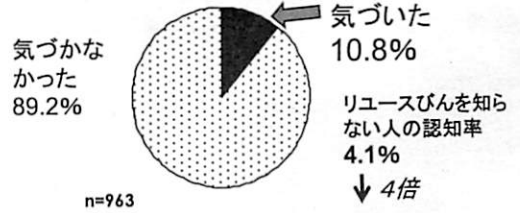
リユースびんとそうでないびんがあるのを知っていますか？



※年代が下がるほどリユースびんの認知率は下がる傾向にあり、20代では35%であった。

### キャンペーンの認知率

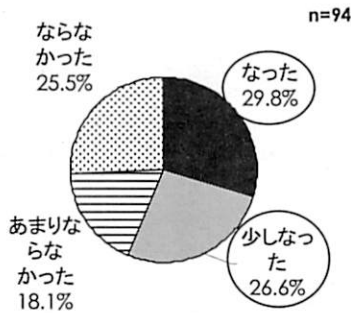
「買って！返して！リユースびんキャンペーン」(売り場での目印表示等)に気づきましたか？



リユースびんを知っている人では**16%**。

➡ リユースびん自体を知らせることが重要

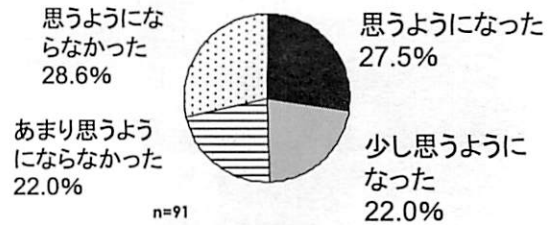
### リユースびんが区別しやすくなったか？



●わかりやすくなったという回答が56.4%を占めた。

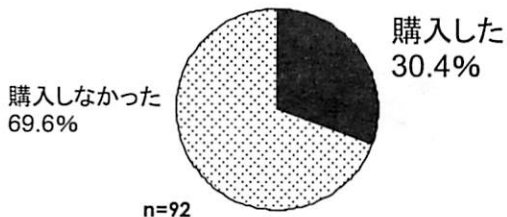
### 購入意欲の変化

リユースびん商品を買おうと思うようになりましたか？



●約半数で購入意欲が高まった。

### 実際に購入したか？



●実際にリユースびん商品を購入したのは、30.4%であった。

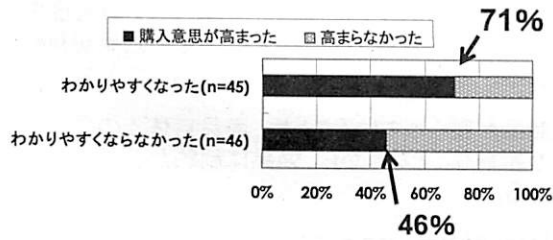
### 購入しなかった理由 (複数回答可)

- ①「購入する機会がなかった」 46.9%
- ②「重いから」 28.1%
- ③「購入したい商品がリユースびんでない」 18.8%



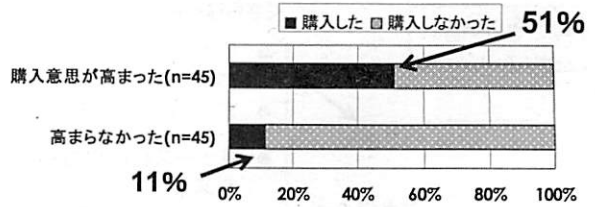
- リユースびん使用商品が限られており(主に酒類)、利用者に選択肢が十分でない。
- 「重い」「われる」という、びんに対するネガティブなイメージを持つ人も一定数いる。

### リユースびんの識別と購入意欲



- わかりやすくなった人ほど、リユースびん使用商品の購入意欲が高まっている。

### リユースびんの識別と購入意欲

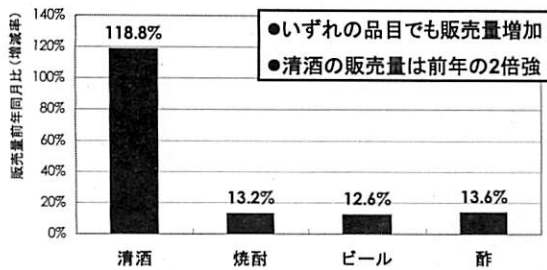


- 意欲の高まった人の半数が、実際に購入している。

リユースびんをわかりやすく表示すると購入意欲の高まりを促し、実際の購入の増加にもつながる。

### リユースびん使用商品の販売量変化 (増減率)

2店舗で前年同時期との売上げ比較を行った。

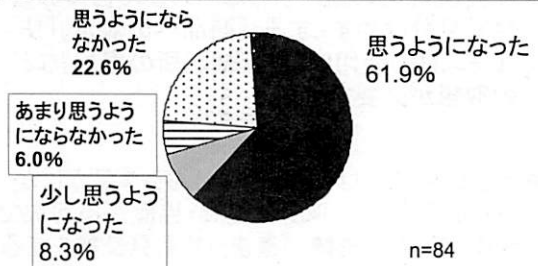


- いずれの品目でも販売量増加
- 清酒の販売量は前年の2倍強

※全国的な酒類の販売量はやや減少傾向であった。

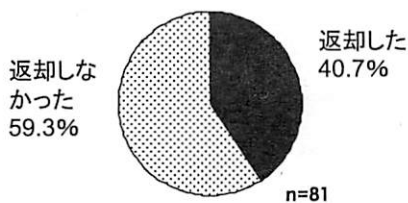
### リユースびん返却意欲 (アンケート結果)

リユースびんを返却しようと思うようになりましたか？



- 7割の人で返却意欲が高まった。

### 実際に返却しましたか？

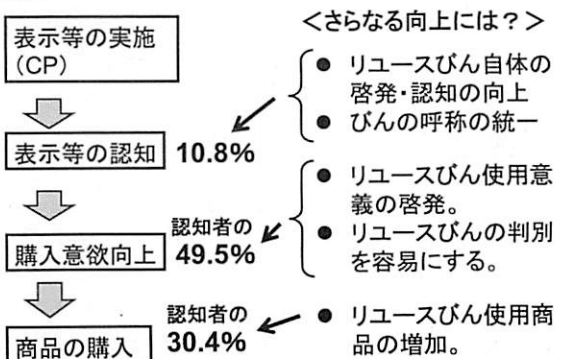


<返却しなかった理由>

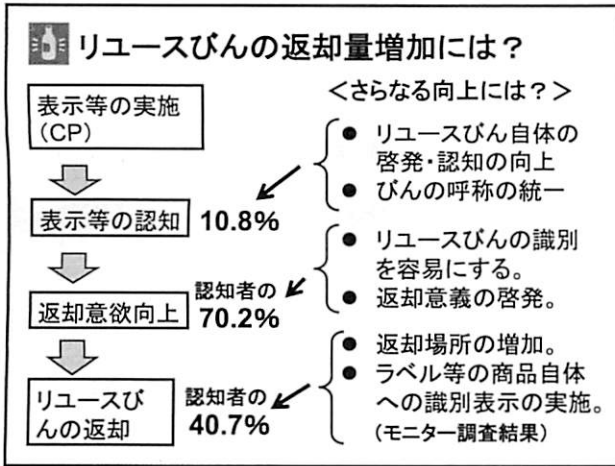
- ① 家に空のリユースびんがなかったから。
- ② 資源ごみに出せばよいから。 など

※②については、誤解であり、資源ごみではリユースされない。

### リユースびんの購入量増加には？







**まとめ**

- リユースびんをわかりやすくすることで、購入量の増加や返却意欲の向上などに一定の効果が得られる。
- 商品が限られていることや、商品自体での見分けが困難なことなどから、効果に制約があった面もある。

※特に、回収ボックスへの雑びんの混入率の低下などは、売り場での表示などだけでは、十分な効果が得られなかった。

**今後の課題**

- 今後、「呼称の統一」「リユースびん自体の啓発」「見分けやすくする」「商品への表示」「リユースびん使用商品・返却場所の増加」などの取組が必要である。
- 課題の解決には、リユースびんシステムにかかわる各主体の連携や協調・協働が不可欠で、今後、こうした主体が集まって意見交換をする場などを作っていく必要がある。

## Ⅶ 広報啓発

3Rもまだまだ十分に浸透していない現状の中、2R型エコタウン構築事業の取組を進めていくにあたっては、2Rそのもの、そして各事業についての十分な周知の徹底が必要です。2R型エコタウン構築事業では、2Rの啓発冊子などの啓発物品の企画や、各事業の成果報告会の企画などを行ったほか、各事業が本格化した時期を狙って、2月中旬から3月上旬にかけて、京都新聞（朝刊）の市民版の紙面にて2Rの企画広告を行いました。企画広告のタイトルについては、ごみ減量の際にイメージされがちな節約といったイメージではなく、2Rの「ものを大事にして、一つ一つをじっくりと味わう」という側面に着目し、「2Rで味わい生活」としました。広告はすべて半5段（横18.5cm×縦16.7cm）のサイズで行いました。広告の内容と時期を下記に示します。

- |                                 |          |
|---------------------------------|----------|
| ①「ごみの元栓締めませんか？」（2Rについて）         | 2月14日（木） |
| ②「エコ商店街事業始めます！」（エコ商店街事業について）    | 2月15日（金） |
| ③「大切に使ってこそそのマイバッグ！」（買い物袋持参について） | 2月24日（日） |
| ④「『もっぺん』使おう！」（『もっぺん』について）       | 3月2日（日）  |
| ⑤「リユースびんに注目！」（リユースびん事業について）     | 3月9日（日）  |

①2月14日（木） 「ごみの元栓締めませんか？」

# 2R

Reduce リデュース〔発生抑制〕  
Reuse リユース〔再使用〕

## で味わい生活!

Vol.1

ごみの元栓  
締めませんか？



「元栓締めた方が早道じゃないのか？」

リサイクル活動  
(再資源化)

### リサイクルだけでは難しい

ごみを集めて、また資源に戻すリサイクル (Recycle) は大事なことです。しかし、そもそもごみの発生を抑える工夫をすること、そしてものをくり返し使っていくことが、今、地球温暖化防止のためにも、求められています。

→

リデュース  
(発生抑制)

リユース  
(再使用)



イラスト=High Moon

キーワードは  
2つのR!

まずは Reduce (なるべく出さない!)

使い捨てのものや不要なものは避け、気に入ったものを大事に長く使う。そんな味わいのある生活が、ごみ減らしの原点です!

次に Reuse (くり返し使う!)

使えるものは、何度も使う! 洗ってくり返し使われる一升瓶はリユースの優等生です。使うほどに味が出る。それがリユース!



も吉  
京のお直し屋さん紹介サイト「もっぺん」キャラクター

※ごみを出さない3つの工夫 [Reduce] [Reuse] [Recycle] は、合わせて [3R] と呼ばれています。また、この順番に環境にいいと言われています。

京都市ごみ減量推進会議は、2R型の事業を展開しています! ●シリーズで、2Rの取り組みを紹介させていただきます。

市民、事業者、行政のパートナーシップでごみ減量

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 <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>

- 23 -

②2月15日(金) 「エコ商店街事業始めます！」

# 2R

Reduce リデュース〔発生抑制〕  
Reuse リユース〔再使用〕


## で味わい生活!

Vol.2

エコ商店街事業  
始めます!

明日

出町で  
エコに会う日!



2月16日(土)12時~17時  
出町商店街にて

商店街で、ごみを減らす知恵と工夫を見つけませんか?

こんな企画も!

- エコ展示  
はかり売りでごみは減るの?等パネルで紹介します。
- 京大落研による落研会@妙音弁財天(出町橋西詰)  
13:30~、15:30~各一時間。
- 天ぷら油でエコマネー 企画:びっくり!エコ100選実行委員会  
使用済み天ぷら油(300cc以上)をお持ちの方に、めぐレット  
ペーパー※と交換できるエコマネー(1みやこ)(当日限り有効)  
を差し上げます。\*めぐレットペーパー  
\*京都府の牛乳パックをリサイクルした/UPを使ったトイレトペーパー


リユース&ばら売り体験で  
商店街を味わおう♪

その1 リユース食器で、  
大根炊き&みたらしだんご!

出町妙音弁財天でご祈禱を受けた招福大根炊き(1杯100円)  
とみたらしだんご(2本100円)を、リユース食器でご提供しま  
す。さらに、抽選で商店街のお買い物券もぜひお楽しみ下さい!  
\*大根炊きは12時半からです。いづれもなくなり次第終了します。  
\*リユース食器は洗ってまた使います。必ずご返却下さい。

その2 商店街をまるかじり!?  
リユースプレートでマイランチ!

コロック、から揚げ、鯖寿司、おはぎ、お造り、生牡蠣...  
ばら売りされている商店街自慢の逸品を、リユースプレ  
ートに自在に盛りつけ!新しい食事の形、自分だけのマイラ  
ンチ or マイ  
デザートをお  
楽しみ下さい。  
\*リユースプレ  
ートは用意してお  
ります。お食事が  
終わったらご返  
却下さい。



【主催】出町商店街振興組合、京都市ごみ減量推進会議 ※イラスト提供: 応用芸術研究所(京都精華大学)

京都市ごみ減量推進会議は、2R型の事業を展開しています! ●シリーズで、2Rの取り組みを紹介させていただきます。

市民、事業者、行政のパートナーシップでごみ減量 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 <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>

③2月24日(日) 「大切に使うそのマイバッグ！」

# 2R


Reduce リデュース〔発生抑制〕  
Reuse リユース〔再使用〕

## で味わい生活!

Vol.3

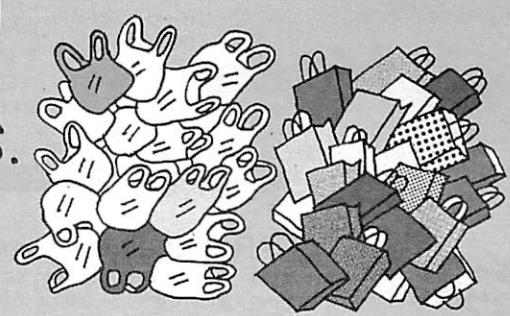
大切に使うその  
マイバッグ!

マイバッグの効果



マイバッグ(布製)  
1枚

VS.



プラ袋  
1,250枚

紙袋  
116枚

イラスト=High Moon

お気に入りのマイバッグで味わい深いライフスタイルを!

日本で消費されるレジ袋は年間300億枚、紙袋は28億枚ともいわれます。  
もしもすべての人がマイバッグを持ち、それを5年間使い続けるとする  
とマイバッグ1枚でレジ袋1,250枚、紙袋116枚の効果になります。

大事に使えば、効果大!  
お買い物には、ぜひ  
お気に入りのマイバッグを!

京都市ごみ減量推進会議は、2R型の事業を展開しています! ●シリーズで、2Rの取り組みを紹介させていただきます。

市民、事業者、行政のパートナーシップでごみ減量 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 <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>

-24-

④3月2日(日) 『もっぺん』使おう!

# 2R


Reduce リデュース〔発生抑制〕  
Reuse リユース〔再使用〕

## で味わい生活!

Vol.4

「もっぺん」  
使おう!

お気に入りの洋服や家具、直したい時すぐ検索  
みやこ  
**京のお直し屋さん紹介サイト「もっぺん」誕生!**




大切なものを直して、「もっぺん(もう一度)」使っていただきたい。そんな思いから生まれたのが、このホームページです。日用品の修理やリメイクに携わるお店を地域ごと、品目ごとに整理して、紹介しています。

—「もっぺん」の特徴—

- 各店舗1ページを使って、営業時間や価格などの情報をわかりやすく紹介しています。
- 周辺地図やお店の写真を載せることで、お店を見つけやすくしています。
- お店の方の一言メッセージや、お店周辺の京都のプチ情報も紹介しています。

アクセスしてね!



も吉

<http://www.moppen-kyoto.com>

or

もっぺん お直し
検索

京都市ごみ減量推進会議は、2R型の事業を展開しています! ●シリーズで、2Rの取り組みを紹介させていただきます。

市民、事業者、行政のパートナーシップでごみ減量  
**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 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

⑤3月9日(日) 「リユースびんに注目!」

# 2R


Reduce リデュース〔発生抑制〕  
Reuse リユース〔再使用〕

## で味わい生活!


Vol.5

リユースびんに  
注目!


お手元のびん、こんなマークは  
ついていますか?



リターナブルびん  
なんども回収・再使用  
Rマーク



丸正マーク




RE-USE  
リユースマーク

ビビンときたら、  
「リユースびん」  
です!

※リターナブルびん、生きびん  
などとも呼ばれます。一升瓶、  
ビールびんが代表例です。

リユースびんの特徴


- ごみになりません!  
洗ってまた容器として使えるように作られていますので、空になったら軽くすすいで、商品購入店または、お近くの拠点回収ボックスにご返却下さい。
- 二酸化炭素の削減につながります!  
例えばリユースびんが20回使われた場合、一回しか使えないびんに比べて二酸化炭素の排出量は4分の1※になるとされています。 ※容器間比較研究会データに基づく
- 独自の流通システムを持っています!  
リユースびんを集める事業者、洗う事業者が存在し、洗ったびんはまた容器として販売されるため、税金に頼らない流通ができます。



拠点回収ボックス  
リユースびんをのみの返却に  
ご協力願います。

売場でリユースびんの  
目印表示実施中

目印は、これ!



リユースびん

アル・プラザ酸館、カナート洛北、ジャスコ京都五条店や市内の小売酒販店など一部店舗で、リユースびんを使った商品の値札等に目印表示を行っています。

ものを使い捨てず、大切に使う、味わい深いライフスタイルへ。京都市ごみ減量推進会議は、2R型の事業を展開しています!

市民、事業者、行政のパートナーシップでごみ減量  
**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 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

-25-



○ 平成19年度成果報告会について

2R型エコタウン構築事業成果報告会については、下記の通りに企画・開催しました。

平成19年度2R型エコタウン構築事業成果報告会

日時：平成20年4月19日（土） 14～16時

場所：コープ・イン・京都 202会議室

<プログラム>

1 あいさつ

京都市ごみ減量推進会議 高月 紘 会長

京都市環境局 循環型社会推進部 循環企画課 瀬川 道信 課長

2 基調講演

「2R型市民事業とは何か ～新しい公共の担い手としての市民～」

郡嶋 孝 2R型エコタウン構築事業実行委員会委員長（同志社大学経済学部教授）

3 各事業成果報告

●リペア・リメイク事業 【発表資料 本紙5～7ページ】

尾形 浩一朗 幹事（京都大学大学院 地球環境学堂 博士課程）

●エコ商店街事業 【発表資料 本紙9～12ページ】

浅利 美鈴 幹事（京都大学環境保全センター 助教）

片木 孝治 委員（京都精華大学建築学科 准教授）

●買い物袋持参キャンペーン 【発表資料 本紙14～16ページ】

宮川 精慈 幹事（日本チェーンストア協会関西支部 参与）

●リユースびん事業 【発表資料 本紙18～22ページ】

遠藤 明子 幹事（環境カウンセラー）

（休憩）

4 パネルディスカッション

「2R型エコタウン構築に向けた課題と展望」

コーディネーター 郡嶋委員長

パネラー 浅利幹事，遠藤幹事，尾形幹事，片木委員，宮川幹事，瀬川課長

平成19年度2R型エコタウン構築事業成果報告資料  
平成20年5月発行

---

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>