

# 平成22年度 2R型エコタウン構築事業活動報告書

～省エネの秘策は、2Rにあり！？ごみの発生抑制（Reduce）と  
再使用（Reuse）の促進を目指した取組の紹介～

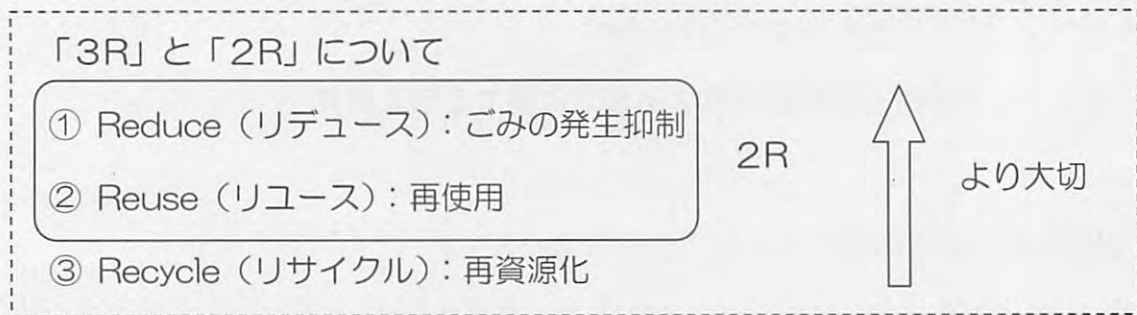
## 【目次】

- |   |                  |         |
|---|------------------|---------|
| 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   | (2ページ)  |
| 3 | エコ商店街事業          | (8ページ)  |
| 4 | 容器包装削減事業         | (14ページ) |
| 5 | リユースびん事業         | (23ページ) |

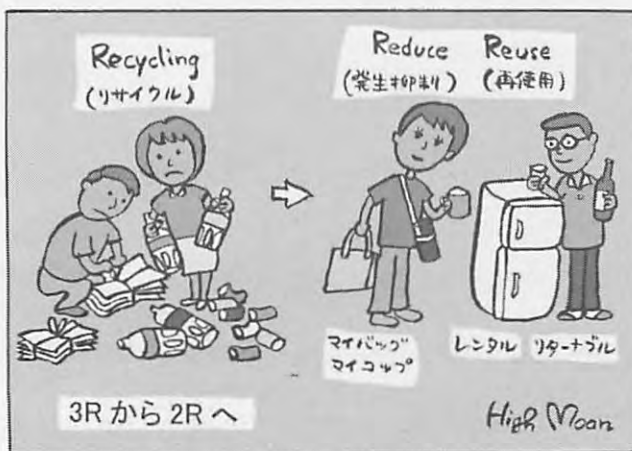
京都市ごみ減量推進会議

# 1 2R型エコタウン構築事業について

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3つのRの中で、リサイクルが特に有名になりました。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、そのためのエネルギーや費用が必要になります。だから、ごみの発生そのものを抑える取組である Reduce、そして次に、ものを繰り返し使う取組である Reuse が、リサイクルよりも根本的な、ごみ問題の解決策なのです。そして、この2Rに重点を置いたまちづくりを進める事業が、2R型エコタウン構築事業です。



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」を立ち上げ、市民、事業者、京都市が協力して、2R型エコタウン構築事業に取り組んでいます。本事業では、成果の発信と共有を目標の一つにしており、毎年、成果報告会を開催しているほか、リーフレット「2Rのすすめ」などを通して、活動内容を広く周知しています。この報告書も、そうした一環で作成したもので、22年度に取り組んだ「リペア・リメイク情報発信事業」「エコ商店街事業」「容器包装削減事業」「リユースびん事業」の4つの活動についてまとめたものです。



3Rから2Rへ



「2Rのすすめ」表紙

## 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、家庭ごみの減量化や、2R型エコタウンの構築を図ることを目的として、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22年度の主な取組】

#### ① 京のお直し屋さん紹介サイト「もっぺん」の更新・管理

(もっぺん <http://www.moppen-kyoto.com>)

#### ② 「もっぺん出張所」の開催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拡大するなど、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。22年7月には、サイトのリニューアルを行い、ページの修正や更新がより簡単にできるようにしたほか、お店を探す際に目的の店舗がより見つけやすくなるように工夫しました。

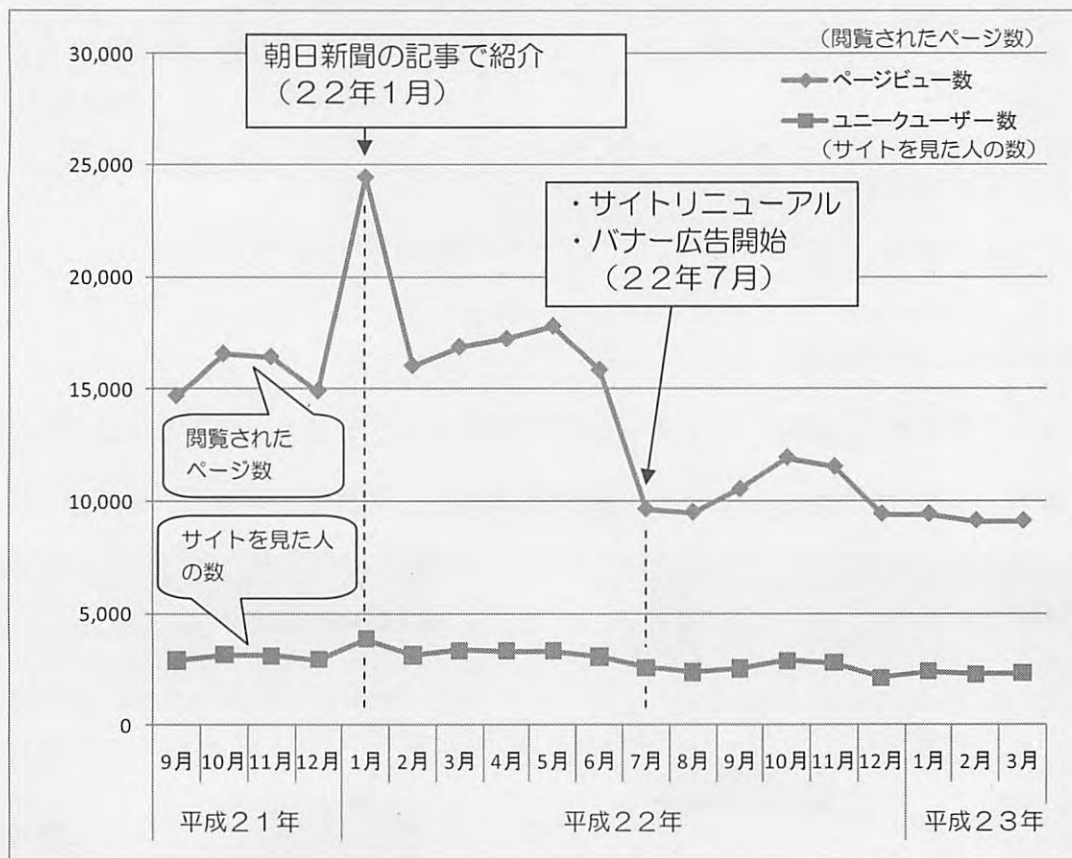
#### ア 取材活動

店舗情報は、一つ一つお店を訪問したうえで紹介しています。平成22年度は、掲載依頼のあった店舗を中心に取材し、11店舗を新たに掲載しました。平成23年3月末での掲載店舗数は183でした。

#### イ アクセス数

平成20年2月の開設以降、新聞やラジオでの紹介や、啓発活動、修理へのニーズの高まりなどから、アクセス数は増加してきましたが、サイトリニューアル（平成22年7月）の直後に減少しました。詳しく見ると、サイトを見た人の数（ユニークユーザー数）よりも、閲覧されたページ数（ページビュー数）の減少率が大きいことから、サイトのリニューアルでお店が

見つけやすくなったことにより、閲覧されるページ数が減ったことが、主な原因の一つと考えられます。



平成21年9月以降の「もっぺん」サイトの月間アクセス数の推移

## ウ バナー広告事業

### 【趣旨】

「もっぺん」サイトのアクセス数が順調に伸びたことから、2R型エコタウン構築事業の目標である、「経済的に自立し得る事業展開」を念頭に、「もっぺん」サイトでバナー広告事業を開始しました。なお、バナー広告とは、画像等をクリックすることで、広告主のサイトなどに誘導する広告のことです。

### 【バナー広告の種類と掲載料金】

広告主が用意した画像を「もっぺん」の全ページに掲載する「画像バナー広告」と、全ページに「広告文」を掲載する「テキストバナー」の2種類を設け、さらに「テキストバナー」については全角で22文字までの広告文が掲載できる「標準」タイプと全角で11文字以下まで



の広告文が掲載できる「短文」タイプの2種類を設けました。

### 「もっぺん」バナー広告の種類と掲載料金

バナー種類	ごみ減会員（月額）	非会員（月額）
画像バナー	2,000 円	3,000 円
標準テキストバナー（全角 12～22 文字）	2,000 円	3,000 円
短文テキストバナー（全角 11 文字以下）	1,400 円	2,000 円

※いずれのバナーも原則として、3ヶ月以上の掲載を条件としました。

### 【バナー広告の表示位置】

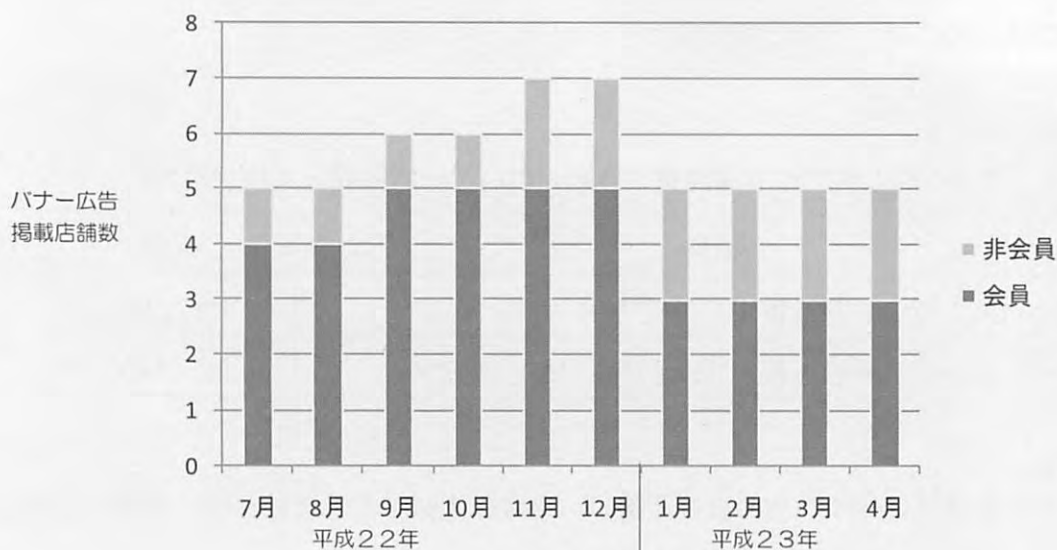
バナー広告の表示位置は、トップページでは円形ナビゲーションの下の部分、その他のページではページの右の部分にしました。また画面構成上、最大表示件数は12件としました。



### 「もっぺん」バナー広告の表示位置

### 【バナー広告の掲載状況】

平成22年5月末から広告主の募集を始め、22年7月から掲載を始めました。これまでのところ、「もっぺん」掲載店舗を中心に、毎月概ね5件のバナー広告を掲載しています。



「もっぺん」バナー広告の掲載状況

また、バナー広告の掲載料金に会員割引を設けたことなどから、バナー広告募集を機に「もっぺん」掲載店舗のうち7店舗（事業者）が、京都市ごみ減量推進会議の会員となりました。

【バナー掲載効果について】

バナー広告を掲載した店舗の中で、2店舗については、広告掲載前後のページビュー数（閲覧された回数）を把握することができました。下の表は、掲載前と後の1ヶ月あたりのページビュー数（PV）を比較したものです。

「もっぺん」バナー広告に伴うページビュー数（PV）の変化

	2店舗の合計 PV（1ヶ月あたり）
掲載前	86
掲載後	113
変化率	32%増

※H21.9～H22.6（掲載前）とH22.7～H23.5（掲載後）の平均で比較

掲載後に1ヶ月あたりのPVは32%増え、バナー広告の効果があったと考えられます。

【バナー広告収入について】

平成22年度に「もっぺん」サイトの更新・管理や取材、掲載店舗への連絡（郵送費）にかかった費用（サイト運営費）と、バナー広告で得た収入（平成22年7月～平成23年3

月)を比較したのが、下記の表です。

「もっぺん」のサイト運営費(年間)とバナー広告収入(9ヶ月分)

項目	金額
「もっぺん」サイト運営費 (H22.4~H23.3)	187,065 円
「もっぺん」バナー広告収入 (H22.7~H23.3)	107,000 円

バナー広告は年度途中からの事業であり、単純な比較はできませんが、今後、広告収入で運営費を賄っていくためには、広告収入をもう少し増やす必要があります。

### (3)「もっぺん出張所」の開催

京都市ごみ減量推進会議が、概ね月に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。出展店舗は、掲載店舗から募集し、以下のように4回開催しました。

「もっぺん出張所」の開催状況

	店舗名	出展内容等
11月3日(祝) 出展：4店舗	ジャノメミシン工業	ミシンの修理受付
	なをし屋	染み抜きの相談・受付
	福田匠庵	人形修理の実演・相談・受付
	メイズ生活工房	洋服のハギレを使った小物リメイク体験
12月5日(日) 出展：4店舗	カバンの病院 明石屋	カバン修理の実演・相談・受付
	ジャノメミシン工業	ミシンの修理受付
	福田匠庵	人形修理の実演・相談・受付
	メイズ生活工房	洋服のハギレを使った小物リメイク体験
2月20日(日) 出展：2店舗*	カバンの病院 明石屋	カバン修理の実演・相談・受付
	メイズ生活工房	洋服のハギレを使った小物リメイク体験
3月6日(日) 出展：4店舗	カバンの病院 明石屋	カバン修理の実演・相談・受付
	ジャノメミシン工業	ミシンの修理受付
	なをし屋	染み抜きの相談・受付
	メイズ生活工房	洋服のハギレを使った小物リメイク体験

\*インフルエンザの影響により、直前に2店舗が出展をキャンセル



「もっぺん出張所」の様子（左：かばん修理，右：ハギレを使ったリメイク講座）

毎回100人以上の来場者があり、好評を博しました。持ち込みによる修理依頼も毎回あり、また、「もっぺん出張所」で店舗について知り、後日、修理を依頼されるケースもありました。こうしたことから、修理職人との直接の触れ合いの中で、修理の促進を図るという「もっぺん出張所」の目的は、ある程度、達成できていると考えられます。

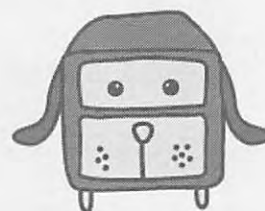
#### （4）まとめ

京のお直し屋さん紹介サイト「もっぺん」のアクセス数は公開以降、順調な伸びを見せていましたが、今年度、初めて減少しました。それでも、概ね月に1万ページが見られており、依然、大きな反響があります。また、掲載店舗との連携も進み、「もっぺん出張所」の開催回数や出展店舗数も増えてきています。こうした取組をさらに進め、修理をより身近なものにしていくことで、修理産業の活性化、2R型エコタウンの構築に貢献したいと考えています。

また、バナー広告事業の開始により、「もっぺん」サイトを通して事業収入を得ることができるようになりました。サイトの運営費確保に向けて、今後、更なる広告収入の増加を目指していきます。

#### 「もっぺん」イメージキャラクター「も吉」

京のお直し屋さん紹介サイト「もっぺん」のイメージキャラクター「も吉」は、サイトを楽しく案内してくれています。「もっぺん」の「キャラクターページ」で、「も吉」の誕生秘話もご覧ください。





### 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ならではの販売方法や、商店街が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、出町商店街において取組を進め、平成21年度末には、市内81商店街に対して、それまでのエコ商店街の取組紹介とアンケートを実施しました。その後、取組に関心の高かった5商店街にはヒアリングも行いました。平成22年度には、その中で特に前向きな回答だった北野商店街で、エコ商店街の取組を始めました。

【平成22年度の主な取組】

##### ① 出町商店街での取組の支援

##### ② 北野商店街での取組の開始

#### (2) 出町商店街での取組

##### ア 取組の概要

出町商店街での取組は、平成19年度からの3年間で着実に定着し、地域の方の支持も得られるようになりました。こうした中、平成22年度には「地域の環境拠点を目指したい」と、エコスタンプ事業\*が商店街独自の事業として予算化されました。更には、エコスタンプカードに広告欄を設けるなど、事業に必要な予算の確保が図られました。京都市ごみ減量推進会議では、スタンプカードの交換景品として、「めぐレットペーパー」（学校給食の牛乳パックをリサイクルして作ったトイレットペーパー）を提供するなどして、事業の継続を支援しました。

##### ※ 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商店街の20円券として利用できる取組です。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

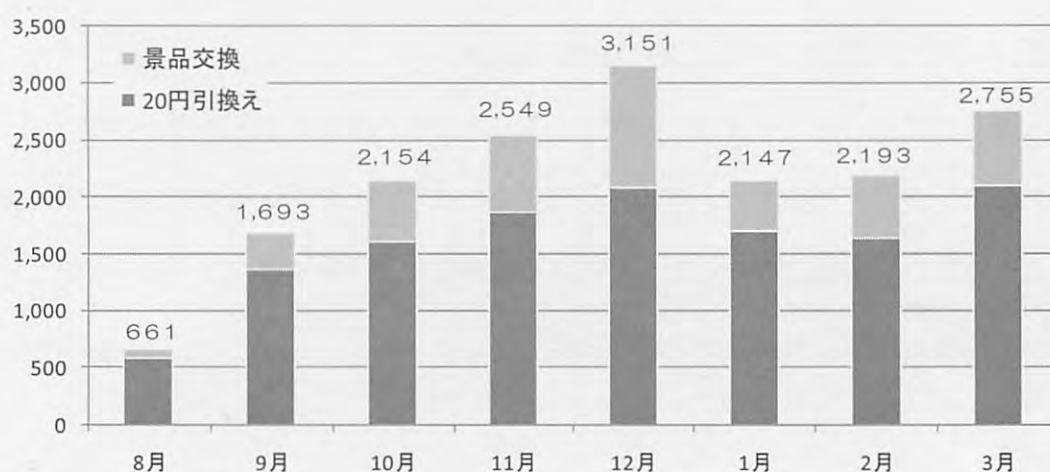


出町商店街エコスタンプ

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るほどです。平成20年10月に初めて実施し、以降、試行を重ねながら、継続的な実施に向けての検討を進めました。

## イ エコスタンプカードの回収数

商店街で予算化されたエコスタンプ事業は、平成22年8月から、まずは1年間の予定で開始されました。10個スタンプが押されたカードは、3月末までに17,303枚回収され、スタンプがすべてレジ袋の辞退で押されたとすると、レジ袋173,030枚が削減されたことになります。カード回収数は月平均2,163枚で、うち20円券での利用が1,621枚、景品交換での利用が542枚でした。およそ4分の1が、景品交換に利用されている状況です。



エコスタンプ事業でのカード回収数

## ウ アルピニスト 野口健氏の訪問 ～「もったいない！OBAKE キャンペーン」～

2月に京都議定書の発効記念事業として、「びっくり！エコ実行委員会」と共催で実施した、「もったいない！OBAKE キャンペーン」（参加各店が、個々に決めた環境に配慮した取組を執行するキャンペーン）の一環として、2月13日（日）にアルピニストで清掃登山活動などに取り組みされている野口健氏が出町商店街を訪問されました。エコスタンプ事業に参加してスタンプを集められた後、アーケード内でミニトークイベントが開催されました。商店街の皆さんの熱いもてなしもあり、会場は大いに盛り上がり、野口氏も感激されていました。

またキャンペーンの取組の一つとして、出町商店街でのエコスタンプ事業をPRする映像を作成し、2月の期間中、商店街内で上映しました。



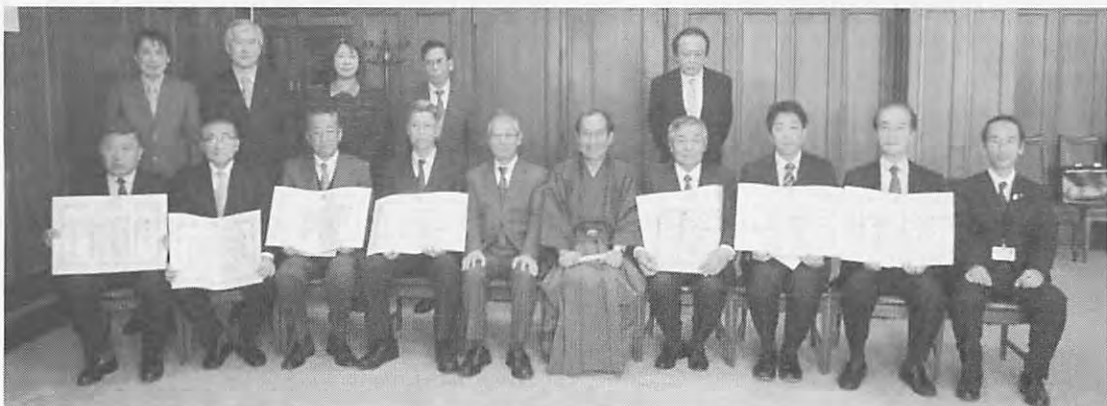
野口健氏訪問の様子（左）とPRビデオの上映（右）

## エ 京極小学校との連携 ～生ごみたい肥の活用～

商店街から出た生ごみの一部をたい肥にして、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育てる取組は、平成21年度に始まりましたが、小学校からの希望もあり、22年度も継続して実施されました。授業は4回実施し、授業で作った「エコ標語」は、7月に商店街で開催された七夕まつりで飾られました。

## オ その他

9月25日（土）に出町商店街が開催した「鴨川公園で中秋の名月を楽しむ会」では、リユース食器が使われ、利用者に当日限定のエコスタンプが押印されました。エコスタンプは、商店街のイベントで活用されるなど、独自の取組として発展してきました。こうした取組の成果が認められ、出町商店街は平成22年度、「第8回京都環境賞 奨励賞」を受賞しました。



2月に行われた京都環境賞の授賞式での記念撮影（前列左：出口理事長，後列左：松村副理事長）

### (3) 北野商店街での取組

#### ア 取組の概要

平成22年6月ごろから取組についての協議を始め、7月の夏まつりでリユース食器を実験的に導入。10月からは、商店街で発生する生ごみのたい肥化にも取り組み始めました。また2月には、「もったいない! OBAKE キャンペーン」と連動し、レジ袋辞退などに対してチケットを渡して、5枚で抽選を行う「北野エコチケットキャンペーン」を2週間開催しました。

#### イ 夏まつりのエコ化 ～リユース食器の導入等～

北野商店街主催の「第28回 北野 夏まつり」において、ごみの減量化のため、リユースカップを使ってビールを提供しました。また、希望者に100円のデポジットで食器を貸し出すコーナーを設置し、お好み焼きや焼きそばの食器として活用してもらいました。返却時にはデポジット金を返すとともに、抽選を行い、エコグッズなどをプレゼントしました。

リユース食器の使用状況

	使用数	紛失数	備考
リユースカップ	515枚	64枚	ビールコーナーで使用。デポジットなし。
カレー皿	60枚	0枚	希望者に提供。デポジット金：100円（抽選付き）
平皿	27枚	1枚	希望者に提供。デポジット金：100円（抽選付き）



北野夏まつりの様子（左：飲食コーナー、右：リユース食器提供コーナー）

リユース食器の導入以外にも、ステージイベントでのエコクイズの実施や、空き缶の分別に



取り組むなど、イベントのエコ化に努めました。

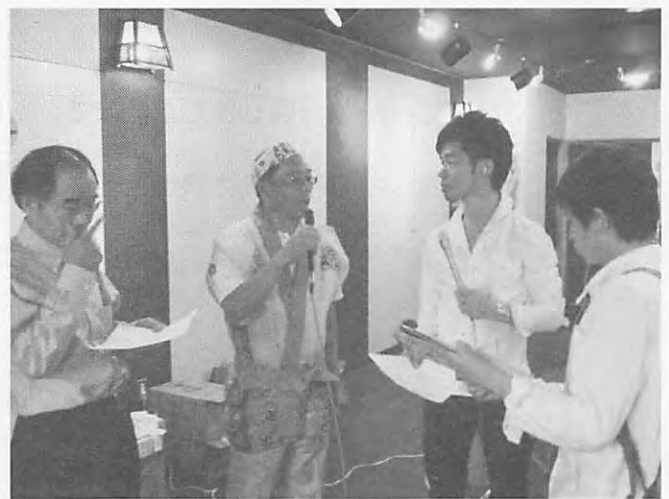
## ウ 生ごみのたい肥化

出町商店街の取組では、商店街で発生した生ごみをたい肥にしたものを、地域の小学校の環境教育に役立てることにより、取組が商店街から地域に浸透していきました。

北野商店街でも、平成22年10月から手回し式の生ごみ処理機などを使って、青果店などから出る生ごみのたい肥化を始めました。完成したたい肥については、地域で活用されるように働きかけを行っています。



手回し式 生ごみ処理機の様子



KBS ラジオ,  $\alpha$ -station での取組 PR の様子

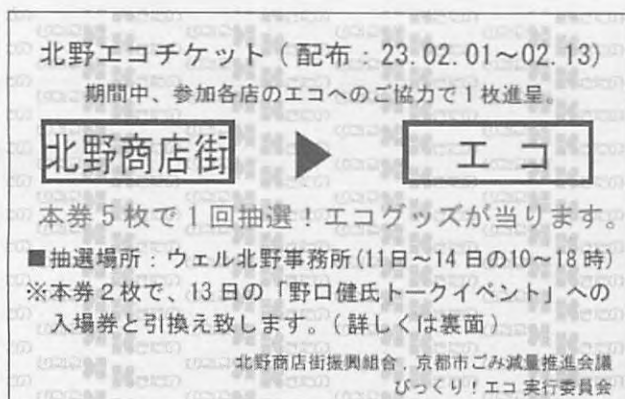
## エ 北野エコチケットキャンペーン

北野商店街は、京都市電ゆかりの地。このことにちなみ、電車の切符に似たデザインのチケットが、レジ袋の辞退などでもらえ、5枚集めると抽選ができる「北野エコチケットキャンペーン」を平成23年2月1日（火）～13日（日）に開催しました（抽選は14日（日）まで実施）。このキャンペーンは、京都議定書の発効を記念して開催された「もったいない！ OBAKE キャンペーン」と連動し、実施しました。

46店舗が参加し、各店舗「レジ袋の辞退」「マイ箸の持参」「ペットボトルキャップの回収」などチケット配布の対象となる取組を店頭に掲示しました。期間中、チケットは約2万枚配布され、抽選回数は1,692回に達するなど、大変多くの方にご参加いただきました。

なお、北野エコチケットの特典として、チケット2枚の提示で、後述する「野口健氏の講演

会」への参加整理券の提供も行いました。



北野エコチケット



キャンペーンの様子 (店頭表示)

#### オ アルピニスト 野口健氏の訪問 ～「もったいない! OBAKE キャンペーン」～

先述の出町商店街と同様に、北野商店街にも「もったいない! OBAKE キャンペーン」の一環として、野口健氏が来訪。エコチケットキャンペーンに参加し、商店街に近い仁和会館で講演会も開催されました。講演会には78人が参加され、野口氏の貴重な体験に基づく話に、皆、熱心に耳を傾けていました。また、北野商店街の取組PRのビデオも作成し、上映しました。



商店街での買い物の様子



講演会の様子

#### (4) まとめ

事業開始から4年目を迎え、出町商店街ではエコスタンプ事業が定着し、商店街独自の事業として成長し始めてきました。今後は、北野商店街での取組を進め、地域への定着を図っていきたいと考えています。また、エコ商店街の取組が更なる広がりを見せるように、その他の地域にも働きかけをしていく必要があります。

## 4 容器包装削減事業

### (1) 事業の概要

平成21年度までの事業を改編し、平成22年度から新たに開始した事業です。レジ袋の削減や容器包装の削減を目指して、主にスーパーマーケット（以下、スーパー）等での取組を展開しました。

#### 【平成22年度の主な取組】

- ①レジ袋削減の啓発・レジ袋削減協定<sup>\*</sup>の支援
- ②「買い物でエコキャンペーン」の実施
- ③スーパー等での容器包装使用状況の調査の実施

※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「レジ袋の無料配布中止（レジ袋有料化）」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、参加店舗でのレジ袋削減に成功。やがて同様の協定を締結する自治体が全国に広がった。

### (2) レジ袋削減の啓発・レジ袋削減協定の支援

「北区を中心としたレジ袋削減の取組（レジ袋学習会の開催など）」、「『レジ袋いりまへん』で、もっと減らそう！キャンペーン」の2つを軸に展開し、年度末にはゼスト御池で、啓発イベント「ハートフルエコフェスタ」にも取り組みました。

#### ア 北区でのレジ袋学習会の開催

レジ袋の無料配布中止に取り組む店舗の割合が最も高い北区（およそ50%）をモデル地区として、地域の方や京都市との連携で、さらなるレジ袋の削減を実現することを目標にレジ袋学習会を開催しました。まずは、レジ袋の現状についての情報や取組の目的を共有するため、レジ袋ごみの排出状況や処理費用、レジ袋削減協定などについて学ぶ「レジ袋学習会」を、各学区のPTAや女性会、地域ごみ減量推進会議などの団体を対象に開催しました。また、学習会の終わりには、レジ袋の無料配布中止に取り組む店舗を応援する「レジ袋積極削減店舗応援

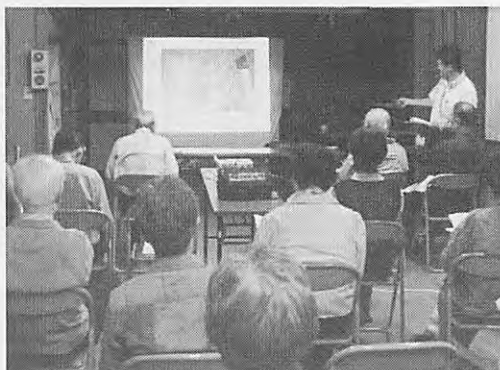
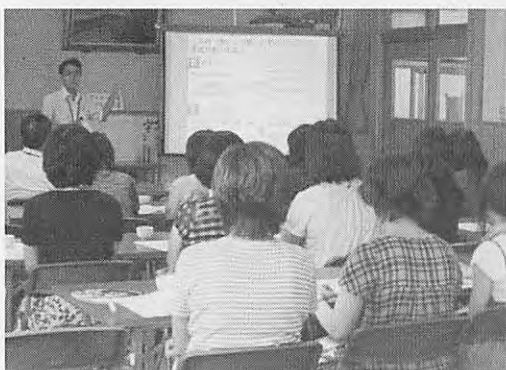
宣言」を集めました。学習会は合計8回開催し、242名が参加。「応援宣言」は567件集まりました。参加者のほぼすべてから、応援宣言をいただくことができ、学習会後に自主的に宣言を集める団体があるなど、参加者のレジ袋削減についての意欲を高めることができました。

レジ袋学習会の開催日程と参加者など

月 日	団 体 名	参加者数	応援宣言
9月 2日	紫竹小学校PTA・見守り隊	28	28
9月 2日	鳳徳地域女性会	26	26
9月 6日	紫竹地域女性会	29	28
9月 9日	鳳徳小学校PTA	75	52
9月15日	大宮小学校PTA	12	217
9月16日	北区地域ごみ減量推進会議	13	8
9月27日	金閣保健協議会	21	21
10月 4日	大宮地域女性会	38	38
10月31日	大將軍ふれあいまつり（宣言募集）	—	54
11月13日	金閣地区まつり（宣言募集）	—	91
合 計		242	567

※10月5日 山科地域ごみ減量推進会議でも開催（参加者：13名、応援宣言：13件）

※大宮小学校PTAでは、学習会開催後に205枚の宣言を自主的に回収



レジ袋学習会の開催の様子

## イ 『『レジ袋いりまへん』で、もっと減らそう!』キャンペーン（レジ袋削減CP）

### 【概要】

レジ袋削減協定に参加し、レジ袋有料化を実施している市内のスーパー等で、マイバッグを



用いて1,000円以上の買い物をされた方に「抽選クジ」を配布し、抽選で環境に配慮した調理器具等が当たるキャンペーンを11月11日（木）～14日（日）に開催しました。これはレジ袋削減協定で約束した「事業者の取組PR」を、具体化した取組の一つと言えます。

【参加事業者】

- ・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
- ・京都生活協同組合
- ・株式会社マイカル
- (社名は取組実施当時のもの)

【主催・協力】

- ・主催：京都市レジ袋有料化推進懇談会，京都市，  
京都市ごみ減量推進会議



レジ袋削減CPのチラシ

【キャンペーンPR】

○キックオフイベント

- ・日 時：平成22年11月11日（木）  
午後4時から午後5時まで
- ・場 所：京都駅ビル室町小路広場（大階段）
- ・内 容：下京渉成小5・6年生によるエコソングの合唱と環境への取組の発表  
アイドルグループ「アイドルリング!!!」によるミニライブとエコクイズ
- ・参加者数：約800人

レジ袋削減CPの協力団体：  
特定非営利活動法人 環境市民，京都R，京都市ごみ減量 めぐるくん推進友の会，京都市生活学校連絡会，京都市地域女性連合会，こぶしの会，特定非営利活動法人 コンシューマーズ京都，聖護院学区ごみ減量推進会議，白川源流と疏水を美しくする会，住みよい京都をつくる婦人の会，ふるしき研究会，京のアジエンダ21フォーラム

○北区での店頭PR

地域ごみ減量推進会議など、レジ袋学習会に参加した地域団体や市内の市民団体と連携し、北区のキャンペーン参加スーパー等の店頭で、チラシを配布し、キャンペーンのPRを行いました。当日は、地域団体等から67人の方に参加いただき、チラシ3,315枚を配布しました。

- ・日 時 平成22年11月9日(火), 10日(水), 13日(日)
- ・参加団体 上賀茂地域ごみ減量推進会議, 金閣学区地域ごみ減量推進会議  
紫竹地域女性会ごみ減量推進会議, 大將軍地域女性会ごみ減量推進会議  
鷹峯ごみ減量推進会議, 柘野地域女性会ごみ減量推進会議  
紫野学区地域ごみ減量推進会議, 大宮地域女性会, 鳳徳地域女性会  
京都市ごみ減量めぐるくん推進友の会, 京都市生活学校連絡会, こぶしの会



キャンペーンの様子

#### 【キャンペーン結果】

キャンペーンには、のべ21万6千人の参加がありました。また W チャンスの賞品である「液晶テレビ」(ハズレくじ 4 枚で応募可能)については、約1,000件の応募があるなど、一定の反響を得ることができました。また、学習会に参加した地域団体とともに、キャンペーンのPRができたことも大きな成果でした。一方で、短期間のキャンペーンでは、周知効果が限られる面もあり、より効果的なPR方法について、検討が必要と考えました。

#### ウ ハートフルエコフェスタ

##### 【概要】

これまで当会議のイベントなどへの参加が少なかった30代~40代の世代に対して、レジ袋削減等について啓発することを狙って、子供服を対象としたフリーフリーマーケット(無料交換会)や子供に人気のキャラクターによるエコクイズ大会、レジ袋啓発ブースなどをまわるスタンプラリーなどを行いました。このイベントは、京都市が取り組む小型家電回収のPRと連携して実施し、フリーフリーマーケットでは、京都市ごみ減量 めぐるくん推進友の会の皆さんにもご協力いただきました。

## 【日時・場所】

平成23年3月19日（土） 午前10時半～午後4時 ゼスト御池

## 【主な内容】

- 子ども服限定 フリーフリーマーケット（無料で持ち込み、無料で持ち帰ることが可能）
- 「ハートキャッチプリキュア」エコクイズ大会・写真撮影会
- ソッポさんのリサイクルエコマジックショー
- 家庭用ゲーム機、デジタルカメラ等の小型家電の回収
- レジ袋削減の啓発ブースや企業ブースなど、環境ブースをまわるスタンプラリー

## 【イベントの様子】

狙い通り、乳幼児や小学生の子供を持つ親の世代の参加が多く、約1,000人の参加がありました。フリーフリーマーケットも大変好評で、「今後もぜひ実施して欲しい」といった声が寄せられたほか、スタンプラリーを通して、レジ袋削減などのごみ減量活動に関心を持ってもらうことができました。



ハートフルエコフェスタの様子（左：エコクイズ大会、右：フリーフリーマーケット）

## （3）買い物でエコキャンペーン

### 【概要】

「買い物でエコキャンペーン」は京都グリーン購入ネットワーク（京都GPN）が平成19年度から取り組んでいる、環境のことを考えた買い物を呼びかけるキャンペーンで、平成21年度から京都市ごみ減量推進会議も協働で取り組むようになりました。このキャンペーンは、「ごみ

の少ない品物の選択」「省エネ製品の選択」「地産池消」「レジ袋の削減」をPRし、これらの取組を実践することを宣言する「買い物でエコ宣言」を募集するものです。また、宣言実施による二酸化炭素削減効果についても試算します。平成22年度は10月1日(金)～12月31日(金)に、京都府内全域を対象にキャンペーンを実施しました。

#### 【地域ごみ減量推進会議への参加募集】

地域ごみ減量推進会議に対して、キャンペーンに取り組む団体を応募したところ、「北梅津ごみ減量推進会議」「松陽学区地域ごみ減量推進会議」の2団体から申込みがありました。

#### 【店頭PRの実施】

スーパー等の利用客へのPRを狙い、店頭で「買い物でエコ宣言」を募集しました。北区でのモデル地区の取組と連携し、10月末から11月初旬にかけて、北区内のスーパー等3店舗で実施したほか、11月下旬にはジャスコ京都五条店(現「イオン京都五条店」)でも実施しました。また、ジャスコ京都五条店では、11月24日(水)～12月6日(月)まで、キャンペーンの趣旨に合う「つめかえ商品、地元野菜、濃縮飲料、リユースびん入り商品、マイボトル(茶葉)、省エネ電球、充電式電池」の7品目をPRするため、売り場での表示も行いました。

#### 実施状況と「買い物でエコ宣言」の回収数

日時	店舗名	宣言回収数	備考
10月27日(水)	コープきぬがさ	59	レジ袋削減CPのPRも実施
11月5日(金)	コープにしがも	81	レジ袋削減CPのPRも実施
11月6日(土)	イズミヤ白梅町店	101	レジ袋削減CPのPRも実施
11月24日(水)	ジャスコ京都五条店	183	売り場表示も実施



店頭PRの様子



店頭表示の様子



## 【キャンペーン結果】

キャンペーン全体で「買い物でエコ宣言」は、2,354枚回収でき、宣言通りの行動を実施したことによる年間の二酸化炭素削減量は147トンと推定されました。

### キャンペーンに参加した「地域ごみ減量推進会議」の結果

団体名	宣言 回収数	二酸化炭素削減効果	500mL ペットボトル換算※
北梅津ごみ減量推進会議	30	1,950kg	約210万本
松陽学区地域ごみ減量推進会議	93	5,443kg	約587万本

※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。

## (4) スーパー等での容器包装使用状況の調査

### 【概要】

レジ袋だけでなく、その他の容器包装の削減を図るため、スーパー等でのトレイなどの使用及び回収の状況、レジ袋にかかわる取組状況などについて、レジ袋削減のモデル地区である北区内の全てのスーパーと京都生活協同組合の店舗（合計22店舗）を対象に調査しました。調査は、レジ袋学習会などにより、容器包装の問題への関心が高まった、北区地域ごみ減量推進会議とともに行いました。

### 【事前学習会】

調査開始前に開催された北区地域ごみ減量推進会議のミーティングの際に、調査・コーディネート担当のNPO法人「環境市民」の堀孝弘氏を講師にお迎えし、容器包装のごみについての現状や今回の調査の目的を共有する時間を持ちました。

### 【調査内容】

今回、調査したのは「青果（23品目）でのトレイの使用、はだか売りの状況」「肉・魚のトレイの使用状況や容器持参での購入が可能かどうか」「びんビールの販売の有無」「水の供給機の設置の有無」「レジ袋削減の取組状況」「資源回収箱（トレイ回収箱など）の設置状況」などです。

【調査結果】（一部を抜粋して紹介）

今回調査した青果23品目

○青果の販売におけるトレイの使用（トレイ売り）、

はだか売りの状況

調査対象とした23品目のうち、多くの店舗で該当商品がなかったものや、店舗によって名称が異なるなど、調査対象が不明瞭であったものなどを除き、19品目についての結果をまとめました。

トレイ売りが最も多かった店舗では、19品目中9品目でトレイ売りが見られました。一方、最も少ない

店舗ではトレイ売りは1品目のみであり、22店舗の平均でみると3.5品目でトレイ売りが見られた計算になりました。今回調査対象とした商品については、全体として、あまりトレイが使われていないという結果でしたが、一部では、トレイ売りが多い店舗も見受けられたことから、こうした店舗では、削減の余地もあると考えられます。

はだか売りが行われていたのは、平均で5.6品目。はだか売りが最も多かった店舗で12品目、最も少なかった店舗で2品目でした。全体として、「じゃがいも」「たまねぎ」「なす」などについて、はだか売りに取り組む店舗を増やせる印象でした。いずれにしても、今回、調査の対象とした品目では、袋売りが主流となっていることが確認できました。

だいこん	かぼちゃ
かぶ	なす
ねぎ	レタス
ブロッコリー	ししとう
ピーマン	おくら
じゃがいも	さやいんげん
たまねぎ	さやえんどう
にんじん	もやし
ごぼう	えだまめ
たけのこ（生）	グレープフルーツ
きゅうり	リンゴ
まくわうり	

※網掛けは、取扱いが少なかったことなどにより集計から除いた品目

青果19品目についてのトレイの使用状況等

	平均	最高	最低
トレイ売り	3.5品目	9品目	1品目
はだか売り	5.6品目	12品目	2品目
袋売り	16.2品目	19品目	13品目

○肉・魚のトレイなし販売、びんビールの販売、給水機の設置の有無

肉・魚については、対面販売コーナーがある店舗や、袋詰めで売られている肉類が数点存在している店舗など、トレイを使わない販売を一部の商品で実施している店舗も見受けられました。しかし、現状ではトレイを使わないで販売されている肉・魚類はごく一部に限られており、

今後のトレイ削減に向けては、肉・魚類での削減が大きなポイントになると考えられました。

また、肉や魚の対面販売コーナーがある店舗では、持参した容器に、購入した商品をいれてもらえるところが多かったのですが、容器持参での購入が可能であることを売り場で明示していないところがほとんどでした。

各取組を実施している店舗数

	あり	なし
肉のトレイなし販売	8	14
魚のトレイなし販売	15	7
びんビールの販売	2	20
水の供給機	5	17

びんビールについては、取扱いは2店舗のみで、リユースびんの流通量が減少している状況が顕著に表れていました。また、水の供給機を設置しているところは5店舗ありました。

### ○資源回収箱の設置状況

トレイ、牛乳パックについては、ほとんどの店舗で回収箱が設置されていました。その他のものについては回収に取り組む店舗は多くなく、最も多かったペットボトルでも、回収箱を設置していたのは4店舗にとどまりました。また、京都市のリユースびん回収ボックスの設置協力店も、同じく4店舗ありました。

資源回収箱を設置していた店舗数

ペット ボトル	発泡トレイ		透明ト レイ	牛乳 パック	アルミ 缶	スチー ル缶	ガラスびん	
	白色	白以外					京都市*	店独自
4	21	20	3	20	2	0	4	1

※ガラスびんで「京都市」としているのは、京都市のリユースびん回収ボックスのこと

### (5) まとめ

地域での学習会の開催などを通して、問題意識の共有化を図ることができ、様々な取組を地域ごみ減量推進会議と連携して実施できるようになってきました。こうしたネットワークを、今後、レジ袋をはじめとした容器包装の削減につなげていきたいと考えています。

スーパー等での容器包装の使用状況調査では、調査の内容や方法を見直しつつ、今後、調査結果を発信していくことを検討しています。地域ごみ減量推進会議などの地域団体と連携しつつ、情報発信と具体的な削減の取組の実施（肉のトレイなし販売等）を働きかけていくことなどにより、容器包装の削減を実現していきたいと考えています。

## 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。

この事業では、リユースびんシステムの再構築を目指し、新規リユースびんルートの構築やリユースびんの普及啓発などの取組を展開してきました。

【平成22年度の主な取組】

- ① 新規リユースびんルート構築に向けた取組（リユース実験・アンケート等の実施）
- ② 飲料容器のごみ問題についての連続啓発講座の開催
- 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) 新規リユースびんルート構築に向けた取組

#### ア 千鳥酢 900mL びんリユース実験

酒類以外のびんでのリユースを新たに進めようと、平成21年10月から取組を開始し、個人商店1店舗での回収や協力びん商の回収ルートなどを活用して、23年3月末までに230本のびんを集めました。22年11月には、それまでに回収した204本のびんについて、洗浄試験を行い、その後、千鳥酢の製造元で



洗浄試験の様子

ある村山造酢株式会社で問題なく使用されました。一定のリユースびんルートを構築できた形ですが、回収量をいかに増やすかが、今後、事業を進める上での課題です。

#### イ 新規ルート構築に向けたアンケート調査

【アンケート調査】

市内で新たにリユースに取り組みめるびんについて検討するため、平成22年8月に市内の飲



料や調味料の製造事業者など63社に、リユースびんの利用状況に関するアンケートを実施しました。15社から回答があり、7社が一升びんとビールびん以外のびんでもリユースに取り組んでいることがわかりました。そのうちの4社からは、市内の流通量等についても回答があり、全体としては3割程度が回収されている状況がわかりました。

#### 利用されているリユースびんとその回収率および回収方法

事業者	びん種	市内流通量 (年間)	回収本数 (年間)	回収率	回収方法
A	おかんびん 180mL	6,600	6,600	100%	納品時に取引先から直接回収・ びん商を通じて回収
B	プリントびん 180mL	25,000	20,000	80%	納品時に取引先から直接回収
B	R300 (透明)	28,000	21,000	75%	納品時に取引先から直接回収
B	R300 (緑色)	10,000	3,000	30%	納品時に取引先から直接回収
C	R720	45,000	7,500	17%	納品時に取引先から直接回収
C	R300	110,000	8,500	8%	納品時に取引先から直接回収
D	R900	8,000	800	10%	納品時に取引先から直接回収・ 顧客による直接持参
合計		232,600	67,400	29%	

※びん種で「ROO」と表記したものは、リユース可能なびんにつけられる「Rマーク」付きのびんで、容量が「OOmL」のものを意味する。例) R900：Rマーク付きの900mLのびん

#### 【ヒアリング調査】

アンケートで市内のリユースびん流通本数について回答があった事業者など、5社にヒアリングを行い、リユースびんの利用促進に向けた課題などを把握しました。一升びん・ビールびん以外のリユースびんの利用状況や利用についての見解は次のようなものでした。

- 1社はすでにリユースびんを使っており、リユースびんの使用に大変満足していました。
- 2社はリユースびんの品質に対する不安感を持っていましたが、新びん（新品のびん）との価格差が十分（10円程度）あれば、リユースびんを採用するという意思を持っていました。
- 2社は価格差にかかわらず、品質に対する不安感からリユースびんの使用に後ろ向きでした。

回収されたリユースびんは工場ですべて十分に洗浄され、品質検査された上で出荷されますが、容

器の傷などに対するクレームなど、消費者の品質への要求が高まっていることなどを背景に、事業者がリユースびんの使用について慎重になっている状況がわかりました。一方で、価格が十分に安ければリユースびんを採用するという事業者もあり、リユースびんの利用拡大を図る上で、価格が大きなポイントになることがわかりました。

一定以上の容量のびんで回収本数が十分にあれば、リユースびんは新びんよりも安くなりますが、新しくリユースに取り組む場合は、当初、本数が集まらないことなどから価格が高くなることも考えられます。リユースびんの利用拡大を図る上では、こうした状況をうまく支える仕組みについても考えていくことが重要だと思われま

### (3) リユースびん・飲料容器のごみ問題についての講座の開催

リユースびんの利用促進には、より多くの方に興味を持っていただくことが必要です。そこで、「自分でお茶を淹れること<sup>い</sup>」や「水道水を利用すること」など、リユースびんとは少し違ったテーマで飲料容器のごみ問題について考える講座を3回開催し、各講座の中で、リユースびんについても紹介しました。いずれも、NPO法人「カラスマ大学<sup>※</sup>」と連携し、参加者はカラスマ大学のホームページでも募集しました。また、NPO法人「環境市民」の協力も得て実施しました。

※京都カラスマ大学は、様々な分野で活躍する著名人や市民を講師に迎えて講座を企画・実施し、興味を持った人が自由に登録・受講する形で、京都の文化や社会教育に関する講演会などを行うNPO法人。インターネット上で授業を紹介し、参加者を募集する形を取っている。

#### ア 第1回「急須で淹れて楽しむ2Rのお茶会 ～おいしいお茶と未来の環境～」

日時：平成23年2月6日(日)午後2時～午後4時

場所：京町屋 さいりん館 室町二条

参加人数：28人(定員：28人)

参加費：1,000円(お茶の試飲, お茶菓子代等含む)

この講座は「容器包装の3Rを進める全国ネットワーク」、NPO法人「FoE Japan」とも協働で開催しました。

最初に「一保堂茶舗」を講師に迎え、お茶の作り方や急須の選び方についてのお話を聞きま

した。さらに、おいしいお茶の淹れ方について、実際にお茶を淹れ、味わいながら教わりました。続いて、「容器包装の3Rを進める全国ネットワーク」による2R紹介のアニメーションの上映、「環境市民」の堀氏によるペットボトルなどのごみの現状紹介、「FoE Japan」による国内外の水道水利用の見直しの動きの紹介などがありました。特に堀氏からは、リユースびんの利用が減る一方で、ペットボトルの利用が増えており、その大きな要因の一つが、「緑茶飲料」「ミネラルウォーター」の消費の増加であることなどを紹介いただきました。自分でお茶を淹れることの意義について、改めて考える時間になりました。



講座の様子

## イ 第2回「水と京料理のおいしい関係 ～水道水でおいしい出汁を～」

日時	：平成23年2月19日（土） 午後2時～午後4時
場所	：ラ・キャリエール・クッキングスクール
参加人数	：60人（定員：70人）
参加費	：無料

最初に、授業の趣旨について京都市ごみ減量推進会議の事務局から説明し、近年、ペットボトルのごみが増えていること、その一因に、ミネラルウォーターの利用の増加があることなどを簡潔に説明しました。

続いて、京都市上下水道局から、京都市の水道水の安全性やおいしい水の条件などについて説明いただきました。その中で、水道水がミネラルウォーターよりも厳しい安全基準をクリアしていることなども紹介いただきました。

最後に、京都にある懐石の老舗「近又」の鶴飼氏から、京都の水が「昆布出汁」を取るのに

向いていることなどを紹介いただきました。おいしい出汁の取り方についても教わることができ、水道水で取った「昆布出汁」「昆布とかつおの合わせ出汁」「鯛のあら炊き」の3種類の出汁について、参加者が実際に試飲する時間もありました。おいしい出汁も味わうことができ、参加者にとって文字通り「おいしい」講座になりました。



講座の様子

### ウ 第3回「京都のお酢とイタリアンの素敵な出会い

～リユースびんってご存知ですか?～

日時：平成23年3月26日（土） 午後1時30分～午後4時30分

場所：ラ・キャリエール・クッキングスクール

参加人数：34人（定員：35人。当日キャンセル1人）

参加費：1,500円（材料費含む）

まず、事務局からリユースびんの現状について説明した後、村山造酢株式会社の村山社長に、お酢の歴史や作り方、またびんのリユースや千鳥酢900mLびんのリユース実験についてお話しいただきました。お酢の味が土地によって違っている理由や、日頃、目にすることがないお酢の作り方についての映像も紹介いただき、参加者にとって新しい発見の時間になりました。

続いて、テレビなどでも活躍されているイタリアンレストラン「イルギオットーネ」のオーナーシェフである笹島氏の指導のもと、千鳥酢を使ったイタリアン2品（「タコと筍、ワカメの冷製パスタ」「パリパリに焼いた鶏肉、ちょっと酸っぱいキャベツ添え」）を参加者全員で調理しました。プロからおいしい調理方法についても教えていただき、調理のあとはおいしい料理に舌鼓。各テーブルでは、リユースびん的话题に花が咲く一幕もありました。若い方から



ご年配の方まで、また男性も女性も幅広く参加していただき、リユースびんの取組について、幅広い層の方に知っていただくことのできる時間になりました。



講座の様子

#### (4)「リユースびんマップ・きょうと」の更新・管理

他店で購入したリユースびんについても積極的に回収する意向を持った酒屋さんなどを紹介するサイト「リユースびんマップ・きょうと」の更新・管理に取り組みました。今回の更新では、新たに京都市が設置しているリユースびん回収拠点についても紹介することにし、酒屋さんと京都市の拠点をあわせると、市内250か所を紹介するサイトになりました。



リユースびんマップ・きょうと

#### (5) まとめ

千鳥酢900mLの回収モデル実験では、実際に204本を再使用することができました。今後は、回収量を増やしていくことが課題です。事業者へのヒアリングの結果から、リユースびんが新びんよりも十分に安ければ、リユースびんを採用する意思を示したところもありましたが、取組を広めるためには、こうした点を十分に考慮しながら進めていく必要があります。

また、一方でリユースびんの選択・返却を支える消費者への働きかけも欠かせませんが、今回実施した企画講座には、幅広い層の方に参加いただき、取組に関心を持っていただくことができました。「リユースびんマップ・きょうと」で紹介している回収拠点も増やし、利便性を高めましたが、今後も、多くの方に参加していただける取組を実施していく必要があります。

平成22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。