



容リ協ニュース

公益財団法人日本容器包装リサイクル協会

The Japan Containers and Packaging Recycling Association



リサイクル探検隊が行く とよなか市民環境展



グリーンコンシューマーの育成に向けた 消費者への情報発信を考える

環境にやさしい購買活動を促すための取り組みや情報発信について、
小売業、メーカー、NPOの皆さんに語り合っていました。

特集 2-7

グリーンコンシューマーの
育成に向けた消費者への
情報発信を考える

ユニー ライオン
ごみじゃぼん

リサイクル探訪 8-11

市町村が担っている役割って？
具体的な仕事の内容は？

埼玉県川口市

3Rの広場 12-13

流通業界をリードする
3Rのトップランナー

日本生活協同組合連合会

トピックス・容リ協日誌 14-15

リサイクル探検隊が行く 第23回 16

①びん“幸せ”プロジェクトの巻 Rびんプロジェクト

No. 71 2016年 2月発行

協会ホームページへは

リサイクル協会

検索

<http://www.jcpra.or.jp/>

本誌「容リ協ニュース」バックナンバーをご覧ください

f YouTube もご利用ください



グリーンコンシューマーの育成に向けた消費者への情報発信を考える

社会の環境に対する関心の高まりに伴い、事業者では環境に配慮した容器包装や新たなリサイクル技術の開発へと積極的に取り組んでいます。

しかし、そうした事業者の努力が一般の人たちの消費行動に影響を与えているかという、限定的という感は否めません。そこで今回の特集では、商品の購入に当たり、できるだけ環境に配慮したものを選ぶ

グリーンコンシューマーの育成に向けた情報発信や啓発活動のあり方について熱心に取り組まれている小売業、メーカー、NPOの方々に集まっていただき、現状や今後の課題について話し合っていました。

鬼 沢

座談会の進行を務めさせていただき鬼沢です。今回は、事業者の皆さまが取り組む環境活動、中でも消費者の環境意識を高めるための情報発信や啓発活動について、一消費者の立場で聞かせていただければと思っています。実は2014年に私どもの行なった「環境配慮商品と消費行動の調査」をみると、まだまだグリーンコンシューマーは育てていないと感じています。それでは、初めに皆さまの自己紹介を兼ねて、各社の環境活動の取り組み状況についてお一人ずつお話しください。



鬼沢 良子さん

百 瀬

全国でスーパーマーケットを展開するユニーは、消費者の生活シーンにとっても近いところで企業活動を展開しています。そのため、私たちの行なう環境に対する施策は、ダイレクトに消費者へと伝わるという意味で、とても重要なのではないかと考えています。

当社が環境対応に関する取り組みの目標として掲げているのは、持続可能な社会づくりで、容器包装の削減もその一つです。仕入れ時における梱包用の段ボール箱は、ほぼ100%再利用しています。売場では野菜や果物はできるだけバラ売りを、精肉などはトレイを使わずラップで包装するなど、簡易包装を進めています。また、お客さまの家庭で発生する食品トレイやPETボトルなど使用済み容器包装を店頭回収してリサイクルしています。スーパーマーケットならではの取り組みであるレジ袋の削減も1980年代よりいち早く始めました。当初はなかなか進展しなかったレジ袋の削減ですが、市町村や消費者との連携が大きな効果を上げました。店頭にて、役所の職員や自治会の人たちがショッピングに来たお客さまに声をかけ、レジ袋を削減することの意義を説明するとともに、マイバッグでのお買い物スタイルを提案。この結果、2006年に年間3億4千万枚のレジ袋が使用されていましたが、2014年には年間約6千万枚となり82%の削減に成功しています。この経験を通じて、小売業の行なう啓発活動は、お客さまである消費

●「環境配慮商品と消費行動の調査」結果概要

グリーン購入を実践している人	15~17%
購入時、使用容器に気をつけている	16%
再生資源を使用した商品の積極購入	57%
環境配慮商品の値段は気にしない	63%
環境配慮商品売り場がない	85%
環境配慮商品普及のための情報がない	85%
表示があれば購入	32%

出展：NPO法人 持続可能な社会をつくる元気ネット



NPO

NPO法人
ごみじゃぱん
事務局長

小島 理沙さん

事業者(製造業)

ライオン株式会社
CSR推進部
環境保全推進室
室長

藤津 雅子さん

事業者(小売業)

ユニーグループ・
ホールディングス株式会社
執行役員
グループ業務本部
グループ環境社会貢献部
部長

百瀬 則子さん

消費者

NPO法人
持続可能な社会をつくる
元気ネット
事務局長

鬼沢 良子さん

者や自治体など関係主体の連携が重要で、そうして初めて社会全体の消費意識を劇的に変えることができるのだと確信しました。

藤津

ライオンも、ユニーさんと同様に環境保全に対する様々な取り組みが評価されて、2008年に環境大臣より「エコ・ファースト企業」として認定されました。「暮らし、まいにち、エコ。」という環境スローガンのもと、商品を購入したお客さまが毎日の暮らしの中で、無理や我慢をしなくてもいつの間にかエコにつながっているということを実感できるようにしたいと思っています。中でも今回のテーマであるグリーンコンシューマーの育成に向けた情報発信でいえば、商品のパッケージに印刷している環境ラベルの存在が挙げられるでしょうか。環境ラベルとは、原材料調達から廃棄までの各段階における環境負荷を定量的に評価するLCAの視点に基づいてエコ基準を設定し、どんな点がエコなのかという理由を記載したラベルです。当社の環境への想いを具現化したのが、この環境ラベルなのです。

小島

ごみじゃぱんは、神戸大学の学生が中心となり、容器包装ごみの発生抑制に取り組む非営利団体です。その活動の核となるのが「減装(へらそう)ショッピング」の推進です。減装ショッピング

とは、スーパーの店頭に並んでいる同じカテゴリーの商品を購入し、容器包装の重量を計測。中身商品グラム当たりの容器包装の重量が少ない商品に推奨マークのPOPを付けるというものです。包装ごみを減らした商品の価値をご理解いただき購入の基準にしてもらうことで、ごみの問題を「捨てる」時ではなく「買う」時から考えるという消費者の意識改革を目的としています。減装ショッピングはユニーさんなど小売店にもご協力いただいていた、これまでに数店舗のお店で商品棚における推奨マークの表示を行なわせていただきました。

鬼沢

皆さまの環境活動についてお話しいただきましたが、ライオンさんの環境ラベルの取り組みは、消費者への情報発信という観点からいうと興味深いですね。消費者からの反応はいかがですか。

藤津

2014年から環境ラベルの表示を開始しましたが、パッケージには、狭いスペースに使用方法や注意表示など記載すべき情報が多くて、目立ちにくいという悩みがあります。また、表示にしっかり目を通すお客さまが多くないという前提に立つと、まずは、気づいてもらうためにはどうすれば良いかというのが苦労している点です。ただ、直接説明させていただくと、お客さまは感心して興味を持っていたため、現在はエコプロダクツ展やユニーさんが

店頭で行なっている環境イベントなどを通じて、できるだけダイレクトにコミュニケーションをとる機会を多くつくるようにしています。

百瀬

ライオンさんの環境ラベルは、エコな理由が書かれている点がとても良いと思います。一時、エコマークを商品につけるのがとても流行りましたね。しかし、エコマークの場合は環境に良い商品だというのは分かるのですが、なぜそうなのかがマークを見ただけでは判然としません。

鬼沢

確かに、環境に関心のある人にとって、ライオンさんの環境ラベルは非常に分かりやすいと思います。ただし、関心のない人には、そのラベルがその商品を選ぶ基準にまでは至っていないのではないのでしょうか。環境ラベルという情報発信が消費者の購買行動に直接つながるためには、今後どんなことが必要になってくるとお考えですか。

毎日の暮らしの中で、無理や我慢をしなくてもいつの間にかエコにつながっている社会をつくりたい (藤津)

藤津

環境を購入動機の基準にするというのは、消費者における価値観の問題だと思います。価値観が変われば、そうしたグリーンコンシューマーが社会の大半を占め、環境ラベルが購入動機の基準になっていくのでしょうか、この価値観を変えるというのはとても時間がかかるものです。特に、当社が扱っている洗剤などの一般消費財は、商品の性能に差がなければ、価格が優先されるので、これを変えるのはとても難しいと感じています。環境イベントをはじめとする地道な啓発活動やスーパーマーケットの店頭での情報発信などを地道に行ない、10年、20年の長いスパンで価値観を変えていくしか手はないでしょうね。その一方で、これから自分なりの価値観をつくっていく子供たちや学生さんたちへの環境学習も同時に行なっていくことが重要だと思っています。環境に良いものを購入するという消費スタイルは当たり前のことであり、カッコいいものだということが知らえれば、未来はグリーンコンシューマーでいっぱいになるはず。それこそ、購入前に環境ラベルを確認することが当たり前になるかもしれません。



ライオン「環境ラベル」事例



ライオン エコプロダクツ 2015



藤津 雅子さん

百瀬

ユニーでも226全店舗で子供たちに対する環境学習を展開しています。子供たち

は、店内を探検しながらリサイクルボックスに牛乳パックを持ってくるとお店の中で使うトイレトペーパーになることを発見。リサイクルの実際を自らの目で見て感じてもらっています。こうした体験を経た子供たちが、大きくなってグリーンコンシューマーへと育てくれるのではないかと期待しています。さらに、環境学習で知ったことを家庭に帰って親たちに話すことで、大人たちに対する啓発活動にもつながっているようです。

鬼 沢

ごみじゃぼんの減装ショッピングの取り組みは2007年から始まったそうですが、その取り組み自体がグリーンコンシューマーを育てる活動といえるでしょう。ご協力をいただいているスーパーマーケットからの評価はいかがですか。

小 島

減装ショッピングに対する評価をお店の方にあらためて聞いたことはないのですが、引き続き応援いただいていますし、理解のある店長さんからは環境イベントに誘ってもらったりもしていますので、それなりの評価をもらっているのかなとは思っています。

藤 津

ライオンの環境ラベルは、スペースの問題もあってあまり大きくは掲載できないため、お客様に気づかれにくいという話をさせていただきました。その点でいうと、減装ショッピングの場合は、パッケージに印刷するのではなく、環境に配慮された容器包装であることをPOPで表示するため、店頭でお客様の目に留まりやすいですね。

小 島

減装ショッピングのPOPをつけた商品は、昨年同時期比で多少ではあるものの、売り上げがアップするという結果が出ています。しかし、その額はスーパーマーケットの立場からすると経営にインパクトを与えるようなレベルには届いてはいないようで、そのことが本プロジェクトのさらなる拡大のネッ

**学生という第三者の立場から、
そのメリットを活かした情報発信を続けていきたい (小島)**



ごみじゃぼん
減装商品の店頭POP



ごみじゃぼん
学生による商品の計量

クになっていると感じています。そのため、対象とする小売業者の範囲を広げたり、製造メーカーにも何らかのカタチで参加してもらうなど、新たなプロジェクトを検討している最中です。



小島 理沙さん

百 瀬

減装ショッピングの手法は、競合メーカーの商品同士を比べて環境への配慮具合を競わせるというのですが、それよりも自分の好きな商品を手にとったら「昨年よりも容器包装を軽くした分だけ環境負荷も少なくなりました」といった情報の伝え方が、消費者には刺さるメッセージになると思うのですがどうでしょう。



ユニー
店舗内に設置されたリサイクルステーション



「エコお店探検隊」

ユニーのレジ袋削減のための取り組み

1989年

お買い物袋
持参運動開始



2001年

マイバッグ
キャンペーン



2007年

レジ袋の
無料配布中止



藤 津

現時点ではお客さまの購入動機はまだまだ商品の性能が優先されるので、ユニーの百瀬さんがおっしゃる方法の方が有効だと思います。一つひとつの商品について、環境に対する負荷が少なくなったといった情報発信の方向にもっていければ、その商品の付加価値を上げることにもつながるし、事業者側も、より協力したいと考えるようになると思います。

百 瀬

減装ショッピングの強みは、学生さんたちがやっているということ。ライオンさんが自社の製品について「容器包装の環境負荷が少なくなりました」というよりも、減装ショッピングの学生さんたちからの情報発信の方が、消費者にとっては何倍も説得力がありますからね。



百瀬 則子さん

環境学習を通じて 子供たちを未来の グリーンコンシューマーへ (百瀬)

小 島

確かに、第三者である学生がやっているというのは、私たちがプロジェクトを遂行する上で大きな強みになっていると思います。今後もそうしたアドバンテージを活かしつつ、優れた取り組みをされている事業者を応援するというスタンスで活動を続けていきたいと思っています。

鬼 沢

先ほど、ライオンの藤津さんは「消費者における価値観を変えるのは難しく、長い時間がかかる」とおっしゃいました。しかし、変わり始めると一気に進むということはあると思います。例えば、自動車。一昔前は、デザインやパワーで選ばれていたのが、今や燃費で選ばれる時代になりました。さらに、スーパーでの買い物にマイバッグを持って行く人もすごく増えています。ライオンさんの扱うような一般消費財でも、こうしたことは起こりえるのではないのでしょうか。

藤 津

確かにそうですね。レジ袋の削減の件で
例えば、初めに聞いた時にはそんなことで
できるのだろうかと半信半疑でしたが、いつの間にかレジ
袋を使わないことが当たり前になっています。逆に、コン
ビニでレジ袋をもらおうと少し罪悪感を覚えるまでに私の
場合はなっているほど。これこそ、消費者の価値観が変
わった良い例ですね。

百 瀬

レジ袋を要らないといった人たちに、次の
ステップとして“容器包装は小さいものを
買う”と、いかに思ってもらうか。それには情報発信の内
容が重要になってくると考えています。商品を買った後
の始末まで消費者の責任であること。そのことをしっか
りと伝えることができれば、買う際に商品の中身だけで
なく容器包装についても気をつけてくれるようになるの
ではないでしょうか。

鬼 沢

容り制度では、これまであまり消費者の
責任について強く言及されてきませんでしたから、情報発信をする上でそうした責任についても
意識してもらえるような内容にすることは、グリーンコン
シューマーを今後増やしていくのに効果的かもしれませ
ん。その意味で多くの消費者と接点をもてるスーパー
マーケットの役割は大きいかもしれませんね。

百 瀬

お店を会場に、自治体や企業、NPOから
消費者も参加する体験型イベントを2007
年から開催しています。通常の環境イベントには関心のある人しか来ませんが、会場をいろいろな人が訪れる
スーパーマーケットにすると、環境に関心のない人にも
お買い物の合間に見てもらえるため、グリーンコン
シューマーの育成という観点でもその効果はとても高
いと思っています。

**将来的には、
環境に配慮されていないものを
誰も買わなくなるのが理想だと思う(鬼沢)**

鬼 沢

いずれにしても、消費者の購買意識に環
境という視点をプラスするには、それなり
の時間をかけて、こうした環境イベントなどの情報発信
を繰り返し行なっていくしかないのかなと思います。目標
は、すべての商品において、環境に配慮されていないもの
は誰も買わなくなること。あと10年もすれば、ライオン
さんやユニーさん、ごみじゃぱんさんの環境学習を受け
た子供たちが消費活動の主役になるはずで、そこにも
期待できるかもしれませんね。今日は長い時間ありがと
うございました。



ごみじゃぱん、
ユニーの連携
「減装イベント」

ユニー、ライオン、キリンの共同企画
「環境にイイこと」

市町村が担っている役割って？ 具体的な仕事の内容は？



今さら聞けないリサイクルの疑問を徹底解説する「リサイクル探訪」。
前号にて取り上げた再商品化事業者に引き続き、
今号では市町村の仕事について徹底解説します。
容器包装リサイクル制度に欠かせない担い手として、
重要な役割を果たしている市町村ですが、具体的にはどんな仕事をしているのか。
現場で働く埼玉県川口市の担当者に、その仕事内容について直接お聞きしました。

説明していただいた市町村

埼玉県川口市

埼玉県南部に位置する川口市の人口は約59万人。
埼玉県内ではさいたま市に次いで2番目に大きな市です。市内に最終処分場を持たないため、早くから分別収集に取り組み、現在は15分別による収集システムを採用。郷土として愛着のもてる緑豊かな環境共生都市の実現を目指し、さらなるごみ排出量の削減やリサイクル率の向上に取り組んでいます。

環境部 廃棄物対策課 環境部 リサイクルプラザ
対策係 係長 副主幹兼技術 係長
中村 将さん(左) 渡辺 真さん(右)



川口市 家庭ごみの分け方・出し方

分別品目	ごみ出し容器等	収集回数	出す場所
一般ごみ	透明又は白色半透明袋	週2回	一般ごみステーション
有害ごみ	透明袋	指定の廃棄日時	市役所・支所・公民館等
電機	専用ボックス	週1回(予約制)	各戸収集
粗大ごみ		月2回	資源物ステーション

問い合わせ
 025-022-0131 戸籍課センター TEL: 048-228-5300
 048-228-5306 環境部 資源課 TEL: 048-228-5306
 048-281-5043 環境部 資源課 TEL: 048-251-1111

資源物

びん
飲料、調味料、化粧品などのガラスびん

飲料がみのみ
飲料がみのみ (ジュース、ビールなど)

紙
新聞紙、雑誌、紙パック

紙製容器包装
紙製容器包装 (紙パック、紙容器)

資源物ステーション

資源物

ペットボトル
飲料、調味料などのペットボトル

繊維類
衣類、毛布など

プラスチック類
プラスチック類 (プラスチック容器、プラスチック製品)

資源物ステーション

資源物

紙パック
飲料用の紙パック

紙製容器包装
紙製容器包装 (紙パック、紙容器)

資源物ステーション

分別収集を実施する!

家庭から排出されるごみの分別収集の実施は、皆さんもご存じの通り、市町村が担っています。収集した家庭ごみは処理施設に運ばれ、資源物に関しては選別・処理した後、リサイクル資源として活用されます。



分別ルールに基づき市民から排出されたごみを収集し、処理施設へと運搬します

収集

市町村では、分別収集した家庭ごみを、その種類により専用の施設へと運搬しています。

現在、川口市の分別収集は、大きく分けて一般ごみ、粗大ごみ、資源物、有害ごみ、乾電池の5分別。さらに、資源物については使用済み容器包装を含め、11品目による分別で収集しています。収集のた

めの人員は、職員だけで約130名を擁し、民間会社にも収集業務を委託しており、その割合は35:65といった状況です。川口市では、プラスチック製容器包装は毎週1回収集、それ以外の資源物の収集は処理施設のキャパシティや処理費用の問題もあって1か月に2回の頻度で実施しています。

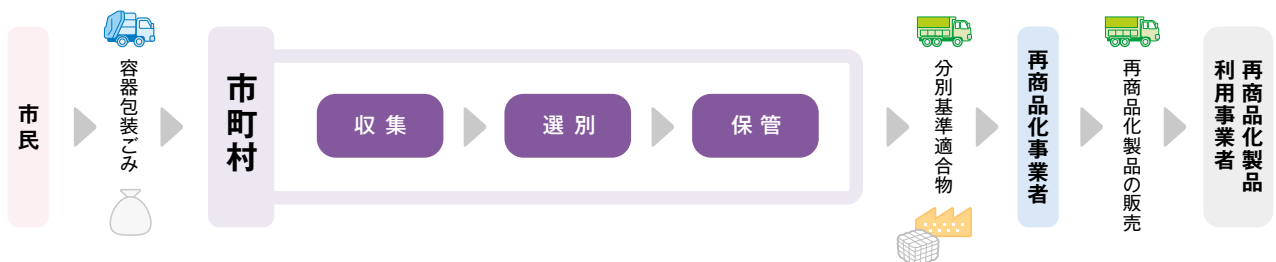
人や機械による選別作業を経て、ごみが資源へと生まれ変わります

選別・保管

分別収集した家庭ごみの中でも、資源物は中間処理施設に運搬されます。そこで異物を取り除く選別作業を行ない引き渡せる形状にした後、保管し、リサイクル業者に引き渡します。

川口市の場合、資源物として家庭から出された分別収集物は、中間処理施設であるリサイクルプラザへ運ばれます。最近では、選別・保管業務を民間会社に委託する市町村も少なくないようですが、川口市のリサイクルプラザは市が直接運営・管理してい

ます。びん、缶、PETボトル、新聞・雑誌など、素材ごとの処理ラインを装備したリサイクルプラザでは、収集物を人の手や機械により選別し、圧縮などの処理を施しヤードで保管しています。その後、リサイクル業者に適宜渡されます。ガラスびん、プラスチック製容器包装、紙製容器包装、PETボトルに関しては、分別基準適合物として容リ協に引き渡し、適正な再商品化が行なわれます。



リサイクルの 品質向上に向けて!

市町村ではリサイクル品質の向上に寄与すべく、
国との連携や市民への啓発活動など、
様々な取り組みを多方面で積極的に展開しています。



リサイクルプラザ

役所内での取り組み

一般廃棄物処理基本計画の策定

法律に基づき、ごみ処理の長期的かつ
総合的な基本方針を策定しています

各市町村には、廃棄物の処理及び清掃に関する法律(以下、廃棄物処理法)に基づき、概ね5年ごとにごみ処理の基本方針を明記した「一般廃棄物処理基本計画」を策定することが義務づけられています。

川口市では、平成25年3月に第6次の基本計画を策定。その中で、1人1日あたりのごみの排出量を23年度の基準値から29年度に50g、34年度にさらに50g減らすという目標を掲げています。さらに、リサイクル率も24%から29年度に30%、34年度に35%にすることを目指し、他の市町村の成功事例を研究している最中です。

特定事業者との取り組み

レジ袋削減の推進

レジ袋の削減に向け、
事業者間の協議を仲介しています

レジ袋の削減は、小売事業者間の競争というファクターもあり、当事者間の協議ではなかなか進まないもの。そこで、大幅な削減を可能にしている地域では、市町村が調整役として協議を開催していることが多いよう



です。実際、川口市でも市が中心となって小売事業者、さらには消費者も巻き込んでの協議を開催。推進のための条例も制定するなど、小売事業者の参加拡大を図り、大きな成果を上げています。

国との取り組み

ごみ処理に関する実績報告

市町村からの実績報告が、
国の基本方針の参考になっています

年に1回、環境省に分別収集の実績報告を提出することも市町村の仕事のひとつです。環境省では、全国の市町村から提出されたこの実績報告を集計することで、ごみ処理の現状を把握しています。そのため、本報告書は国としてのごみ処理政策の方向性に影響を与える重要な資料になっています。

役所内での取り組み

中間処理施設の運営・管理

選別ラインの刷新や老朽化した
施設への対応など、さらに質の高い
処理作業に向けた対策をすすめています



川口市のように、中間処理施設を市が直営しているケースでは、その運営・管理は市町村における重要な仕事になります。川口市の場合、ガラスびんの自動色選別機の老朽化に伴い、ガラスびんが割れてしまうことによるガラス残さ率の増加が課題となっているため、手選別への切替など、その実現性を検討しています。さらに、プラスチック製容器包装のラインでは、手間のかかる破袋作業に対応すべく、専用の機械を導入するなど、施設面からも分別基準適合物の品質の向上に努めています。



受け入れヤード



プラ破袋機



コンベヤ全景

次年度に向けた 容リ協への対応!

容リ協に分別基準適合物を引渡す契約は単年度ごとです。そのため、次年度に向けて、市町村では毎年様々な事務手続きを行なう必要があります。

市民への取り組み

市民への啓発活動

広報から環境学習まで、分別に対する意識を高める施策を展開しています

ごみ処理問題や3Rの重要性について広く市民の皆さんの理解が得られるよう、全国の市町村では各種啓発活動に力を入れています。川口市で行なっている活動は次の通りです。

環境広報紙の発行

公共施設や町会・自治会経由で配布される環境広報紙「PRESS530」を年3回発行しています。ごみ問題や環境問題についての様々な取り組みや情報を掲載。バックナンバーは市のホームページから見る事が可能です。



分別パンフレットの制作

川口市におけるごみの出し方を掲載する冊子です。外国人向けに、6か国語でのパンフレットも制作。さらに、市のホームページ上には分別方法を検索できるページも用意しています。

環境学習の実施

市の中間処理施設であるリサイクルプラザには、リサイクルや環境問題について様々な角度から考え、学べる啓発用スペースを設置しています。ごみの減量化についてのパネル展示や図書、ビデオライブラリーに加え、リサイクル体験教室なども開催。リサイクルプラザ内の処理施設の見学も可能で、個人はもちろん小・中学校単位での見学も受け付けています。

6~7月

次年度引渡予定量調査への回答

毎年作成する一般廃棄物処理実施計画に基づき、次年度に引渡す素材と量を容リ協へ回答します。

10~11月

引渡申込み

容リ協へ分別基準適合物の次年度分引渡し申込みを行なうとともに、引渡予定量や入札に必要な各種情報を提供します。

2~3月

落札事業者との事前打合せ

容リ協の入札選定結果を受け、落札した再商品化事業者と分別基準適合物の引渡しの手はずやスケジュールのすり合わせなどの事前打合せを綿密に行ないます。

3月末

引渡契約・覚書の締結

容リ協と分別基準適合物の引渡契約・覚書を締結し、いよいよ4月からスタートです。

流通業界をリードする3Rのトップランナー

全国各地で店舗や宅配による小売業を展開する生協では、

一般の流通各社に先駆けて3R活動を積極的に推進。

環境に配慮した容器開発などで、業界の環境対応をリードし続けています。

長年にわたり、3R活動のトップランナーとしての役割を果たしてきた

生協の取り組みをご紹介します。



組織推進本部 環境事業推進部 新良貴 泰夫さん

CO-OP

組合員からのボトムアップで いち早く3R活動を推進

生協は、組合員である消費者自らが事業の意思決定や運営に参画する協同組合です。現在、全国各地に131の地域生協（地域を活動の場として、店舗や宅配による小売り事業を中心に行なう生協）があり、その世帯加入率は日本全世帯の36%、組合員数は約2,000万人にのぼります。

「私たちが目指すのは、事業を通して組合員一人ひとりの暮らしをより良くすること。そのため、現代社会の最重要課題である環境問題に生協が取り組み始めたのは、必然でした」と話すのは、日本生活協同組合連合会（以下、日本生協連）で環境事業を担当する新良貴泰夫さんです。日本生協連は、全国各地で活動する地域生協などが加入する全国組織。各生協と協力し、生協全体としての事業の取り組みを進める役割を担っています。

新良貴さんによると、生協における環境保全に対する取り組み、中でも環境に配慮した容器開発の歴史は



組合員の声から誕生した、芯(コア)のない(ノン)ロール

古く、すでに1974年に洗剤の詰替商品の開発実験をスタートさせ、1981年には商品化を実現しています。さらに、1982年には芯なし仕様のトイレットペーパー「コアノンロール」を瀬神戸生協（現コープこうべ）が発売。翌83年に日本生協連が取り扱いを始め、「コアノンロール」は全国へと広がりました。

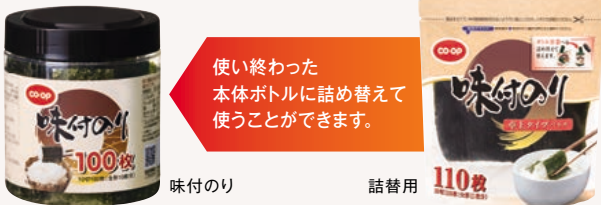
「こうした容器の簡素化を通じた3R活動を、一般の流通各社に比べていち早く推進できたのは、やはり生協が営利を目的としない協同組合だったからでしょう。また、これらの環境配慮商品は組合員の声から生まれたもの。消費者が事業運営に携わる生活協同組合という特色が、生協の3R活動を活性化させる推進力の源になっています」（新良貴さん）

商品から店頭まわりまで、 容器包装のリデュースを実現

生協のプライベートブランド、CO-OP商品の新規開発やリニューアル時には、形状や包装材料の見直しを図ることで、容器包装の軽量化も進めています。食品分野ではパウチ容器の詰替用味付けのりを「容器を毎回捨てるのがもったいない」という組合員の声から開発しました。さらに、分別しやすい容器包装の開発にも着手し、パルメザンチーズでは容器の材質をすべてプラスチックにすることで分別の手間を省き、捨てる際に便利なパッケージへと仕様変更しています。



日本生協連
ホームページ



使い終わった
本体ボトルに詰め替えて
使うことができます。

味付けのり

詰替用

商品パッケージ以外にも、売場まわりでは、食品トレイなどの容器包装の軽量化や裸陳列（バラ積み陳列）の採用など、容器包装の削減も実施。マイバッグの利用促進にも早くから取り組み、有料化以前と比べて年間約4億枚以上のレジ袋の削減を実現しています。

こうしたリデュースへの取り組みを組合員にも広くPRするために、生協の各店舗では組合員向けの啓発活動にも注力しています。

「6月を環境月間、10月を3R推進月間として、リデュースをはじめとする3RについてのポスターやPOPを店頭に設置したり、店員が売場で直接説明するなどの啓発活動を行なっています。さらに、組合員向けの環境学習会を開催している店舗もあります。一人ひとりが環境について学び、意識を高めることが、社会全体での環境負荷低減につながると信じています」と新良貴さんは言います。

今後も自らの取り組みを通じて、 わが国の3R活動を強力に牽引

使用済み容器包装を回収してリサイクルする取り組みも、リデュース同様、組合員の声から始まりました。スタート時は組合員が店頭で立って、「紙パックは洗って、開いて、乾かして…」など容器包装を排出する際のルールを説明していた生協もあったそうです。現在、生協のリサイクル活動は、卵パック、食品トレイ、PETボトル、さらには容器包装に限らず、古着や段ボール、野菜くずや廃油にまで対象を拡大。また、宅配においても回収作業を開始し、配布する商品カタログや商品の内袋を宅配トラックの戻り便で回収する仕組みも実現しています。

さらに、新たなリサイクル活動の動きも始まっています。新良貴さんによると、地域生協の中にはエコセンターと呼ばれるリサイクル関連施設を設置して、回収した資源物を加工することで価値を高め、売却するところも増えてきているといいます。

「すでに9つの地域生協がエコセンターを設置済みで、前向きに検討中の地域生協も数多くあり、交流会を開催するなどしてノウハウを共有しています」

2020年に向けた環境政策の中でも、エコセンターの積極的な設置拡大など、3R活動を今後も積極的に推進することを宣言しています。日本最大の消費者組織のそうした姿勢は、わが国の3R活動を今後もますます元気に、力強く牽引し続けてくれるはずだと。



エコセンター交流会



(上) 回収した宅配カタログ、
(下) 圧縮された古紙

3R推進団体連絡会 2014年度の3R取り組み報告

容器包装に関わるリサイクル8団体で構成されている「3R推進団体連絡会」は、容器包装の3R推進に向けた様々な取り組みを展開しています。「第二次自主行動計画」に基づく2014（平成26）年度の実績（2015年12月発表）の概要を掲載します。（ご参考 ▶ <http://www.3r-suishin.jp/index.html>）

3R推進団体連絡会の構成団体

- ガラスびん3R促進協議会
- PETボトルリサイクル推進協議会
- 紙製容器包装リサイクル推進協議会
- プラスチック容器包装リサイクル推進協議会
- スチール缶リサイクル協会
- アルミ缶リサイクル協会
- 飲料用紙容器リサイクル協議会
- 段ボールリサイクル協議会

リデュース 「容器包装の最適化」を目指した取り組みを進めています

リデュースに関する2014年度実績（2004年度比）

素材	2015年度目標※1(2004年度比)	2014年度実績	2006年度からの累計削減量	備考
ガラスびん	1本当たりの平均重量で2.8% 軽量化	1.4%	179千t	
PET ボトル	指定PETボトル全体で15%の軽量化効果	15.6%	517千t	2015年度目標を10%から上方修正
紙製容器包装	総量で11%の削減	10.1%	1,124千t	2015年度目標を8%から上方修正
プラスチック容器包装	削減率で13%	13.9%	70.3千t	
スチール缶	1缶当たり平均重量で5%の軽量化	6.5%	175千t	2015年度目標を4%から上方修正
アルミ缶	1缶当たり平均重量で4.5%の軽量化	5.0%	58千t	2015年度目標を3%から上方修正
飲料用紙容器※2	牛乳用500ml紙パックで3%の軽量化	1.9%	685t	
段ボール	1㎡当たりの平均重量で5%の軽量化	4.1%	1,667千t	2015年度目標を1.5%から上方修正

※1 各団体の目標値については、必要に応じて見直しを検討する ※2 2005年度比。紙パック原紙の仕様レベルと比較

リサイクル 設計段階から回収、再生利用段階まで多様な取り組みを展開しています

リサイクル率・回収率に関する2014年度実績

素材	指標※1	2015年度目標	2014年度実績	備考
ガラスびん	リサイクル率 (カレット利用率)	70% (97%以上)	69.8% (97.8%)	
PET ボトル	リサイクル率	85%以上	82.6%	
紙製容器包装	回収率	25%以上	23.6%	2015年度目標を22%から上方修正
プラスチック容器包装	再資源化率	44%以上	44.8%	
スチール缶	リサイクル率	90%以上	92.0%	2015年度目標を85%から上方修正
アルミ缶	リサイクル率	90%以上	87.4%	
飲料用紙容器	回収率	50%以上	44.7%	
段ボール	回収率	95%以上	96.7%	計算方法を実態調査に基づき見直した

※1 各団体の目標値については、必要に応じて見直しを検討する

連携のための共同の取り組み

「容器包装3R交流セミナー」の開催

市民や自治体の方々との意見交換の場である「容器包装3R交流セミナー」。2015年は、静岡県、福井市、さいたま市において、「分別収集・再商品化」「事業者の3Rの取り組み」「情報共有のあり方」など多様なテーマで熱心な討議が繰り広げられました。



3R市民リーダー育成プログラム

一般消費者への「3R」の伝え方やイベントなどで使える講座プログラムをレクチャーして、地域の3R市民リーダーを育成しようという事業で、2015年度は越谷市・さいたま市と連携し、3Rに関する学習やイベントにおける発表内容などを検討しました。



容器包装リサイクル制度 研修会の開催

容器包装リサイクルご担当者様向け研修会を、平成27年11月20日(金)に資生堂(株)において開催しました。当日は、資生堂グループ会社から15名ほどの方にご出席いただき、容リ制度に関して解説するとともに、実際の商品の画像などを用いて容器包装に該当するかどうかなどについて説明しました。出席者からは多くのご質問をいただき、大変有意義な研修会となりました。容リ協では、このようにご要望に応じて特定事業者向けの研修会を行なっておりますので、企画広報部までお気軽にお問い合わせください。



エコプロダクツ2015に出展

平成27年12月10日(木)～12日(土)、東京ビッグサイトで開催された「エコプロダクツ2015」に出展しました。4素材のリサイクル推進団体の協力のもと、身近な製品の容器や実際のリサイクル製品などを展示。ブースに設置したモニターには、紙・プラスチックのリサイクル工場内の映像と、容リ協が昨年に制作した禁忌品混入防止を呼び掛けるDVDを放映しました。当ブースには、3日間合計で約1,380名の方に来場していただきました。



容リ協日誌 (平成27年12月～平成28年1月)

容リ協行事	
27年 12月2日	平成27年度第2回定時理事会
7日	平成28年度特定事業者からの委託申込受付開始
10日～12日	「エコプロダクツ2015」に出展
11日	平成27年度臨時評議員会開催
14日～15日	入札説明会 (14日: ガラスびん、PETボトル 15日: 紙容器、プラスチック容器)
28年 1月26日	情報連絡会議*

* 主務省庁、全国都市清掃会議、容リ協の3者による情報共有のための定例会議

ホームページ情報開示	
27年 12月7日	平成28年度実施委託単価、 平成27年度拋出委託単価を掲載 平成28年度特定事業者向け 再商品化委託申込み受付開始
12月16日	入札説明会開催報告、資料掲載
12月25日	評議員会資料(事業報告書、同予算書)を掲載

容器包装リサイクル法に関する審議会*	
28年 1月20日	第15回産業構造審議会・ 中央環境審議会合同会合*

* 容リ協はオブザーバーメンバーとして出席

編集後記

今年は、例年とは違った年越しをしてみようと思い、大みそかは厳島神社へ参拝しました。寒空の下、22時から並び始め境内に入れたのは0時前。なんとか念願だった厳島神社での年越しを迎えることができました。しかし、今年は良い1年になると思ったのもつかの間、おみくじで「平(凶の一つ上)」を引いてしまい、身の引き締まる思いで神社を後にしました。

「容リ協ニュース」においては、皆さまにとってより有意義な情報を伝えられるよう、今年も頑張ってまいります。ご意見・ご感想などがございましたら、企画広報部までぜひお寄せください。よろしくお願いいたします。

リサイクル探検隊が行く

第23回 Rびん「幸せ」プロジェクトの巻

突然ですが...

皆さんRびんってご存じですか?
ではでは早速、ご当人に登場いただき
自己PRタイム〜!!



今回は大阪・豊中での
取材につき、関西弁で
お届けします〜

でも近頃
知らん子も多くなって
無念...

洗あぶ 砕かす
傳はれん...

Rびんとは、洗浄して再使用する
「リユース容器」のこと、カレット
に粉碎して多用途に使用される
「ワンウェイびん」とは違うよ。



自治体の分別回収ルートに乗せず、
直接お店へ返す(その際にびんの
保証金が戻ってくる)。さらに店から
メーカーが直に回収・再充填する
システムよ。

かつては別名「リターナブル
びん」として一世風靡したが、
近年ワンウェイに押されざり。
「その復権を!」と、Rびんの啓
蒙普及に立ち上がった人々
がいる—

Rびんプロジェクト
大阪にて1999年発起。ともすると近年忘れられがちな「リユースという選択肢」に光を当て、「一人ひとりがかんちんと考えて選ぼう!」とのメッセージを発信する市民グループ。生活者へのRびん利用促進や、メーカー・流通との連携も盛ん。



今回取材した「とよなか市民環境展」での活動風景

堅苦しくなく、ときには浪速のノリで
紙芝居やコントなども
織り交ぜながら私たちの思いを
伝えています



聞けば皆さん、ベテラン主婦として長年、分別回収に
励み、悩み、試行錯誤してきた方々。
その実感から「Rびん」に行きついたという。
そして「Rびんは幸せになる選択肢のひとつ」という
信念に目からウロコ、深く、
深く考えさせられた大阪取材でした

知らないで「容器」を
選ばれるか、
知って選ぶか
どちらが人生ハッピー!?
そんな気づきのキッカケに
なれたら...



寒い日だった〜



プロジェクト代表・
西村さん

地区リーダー・三浦さん