

むさしのリユース推進キャンペーン 中間報告

2007 年度事業報告要旨およびフォローアップについて

2008 年 5 月
国際環境 NGO FoE Japan

2007 年度事業報告の要旨

<調査からわかったこと>

- 店内 / 街頭アンケート、意見交換会の結果から、利用者の大半(8 割以上)は、環境配慮やおいしさの観点から店内ではリユース容器での提供を希望していることがわかった。
- ヒアリング、意見交換会から、事業者側からも、リユース容器使用のほうが環境面だけでなく資材費、ごみ処理費等のコストの削減につながるという意見がみられた。
- リユース容器を全面的に使用している店舗では、十分な数の容器の準備(客席数の 1.8 ~ 3 倍)とこまめな回収・洗浄により、少ないスタッフ数でも問題なくオペレーションを行っていることがわかった。今後リユース容器の使用を推進 / 検討している店舗でも、十分な数の容器とストックスペースの確保、回収・洗浄のオペレーションの工夫で、スムーズなサービスが可能になると言える。
- 利用者からの申し出によりリユース容器で提供するサービスについては、自分から希望を伝えるのは難しいという声が多数みられた。大多数の利用者がリユース容器を希望しているというアンケート結果を踏まえると、むしろテイクアウト容器利用者が申し出るか、すべての客にリユース / テイクアウト容器の選択を尋ねるほうが、顧客のニーズを汲み取ったサービスと言える。
- キャンペーンをきっかけにリユース容器の新規導入、利用拡大、利用推進を行った店舗がみられたことから、リユース推進に向けた法制度や自主協定など、しくみづくりの重要性が伺える。

<キャンペーンの成果>

1. 自主協定という手法によるリユースの推進

- 今回の事業では、自治体と事業者(ファストフード・コーヒーショップチェーンの各店舗)との自主協定という手法を日本で初めて実現することができた、店内でのリユース容器使用推進のしくみづくりに向け、大きな一歩となった。
- 事業者が具体的取組みを協定に明記し、行政主体が当該取組みを支援・周知するという、自主協定の手法により、取組み内容の妥当性確保と目標等の達成に向けた実効性の確保が可能となった。
- 容器包装リサイクル法改正によって導入された「事業者の自主的取組み促進措置」を活用し、業界全体のボトムアップを図った。本事業を通じた働きかけにより、各チェーンの本社および店舗で「リユース容器の使用推進」が再認識された。
- 本事業を機に、リユース容器の積極的利用を店舗に指示したチェーンや、店長自らの判断によりリユース容器を新たに導入した店舗もみられた。

- 本事業以前からリユース容器を全面的に使用している店舗でも、リユース容器の使用継続を再確認し、ミニ・ポスターやマップによる店舗利用者への広報・普及啓発が行われた。
- また、本事業への参加をきっかけにリユース推進への意識が高まり、店内飲食の容器だけでなく、マイバッグの持参推進による持ち帰り用袋の節減などの面でもリデュース、リユースを推進する取組みを実施した店舗もあった。

2. 利用者と事業者とのコミュニケーション

- NGOの介在により、利用者アンケート、店舗ヒアリング、意見交換会等、利用者と事業者のコミュニケーションが行われた。

3. 市民のグリーン購入意識の啓発

- アンケートの実施補助、意見交換会への参加などに多くの市民がボランティア参加をした。また、アンケートの中などで、事業の趣旨に共感する声も多く寄せられた。
- メディアの注目も高く、脱・使い捨ての取組みについて広く伝えることができた。

フォローアップについて

広報ツール配布の継続(通年)

各店舗でのミニ・ポスター掲示、および各店舗・武蔵野市内施設での「リユース推進マップ」配布は引き続き行う。マップ残部は4000部程度(2008年4月現在)。

モニタリングの実施(随時)

実施状況を適宜モニタリング

参加店舗の追加募集(9月頃)

秋口に追加募集、改訂版MAPの作成を検討(財源等の状況に応じて)

第2回意見交換会(11月頃)

第1回(2008年2月)に引き続き、開催を検討しています。

追加ヒアリング、アンケート(未定)

必要・希望に応じて、追加のヒアリング、および利用者アンケートを実施。

名古屋との情報交換(未定)

今年度同様の自主協定実施予定の名古屋市と情報交換(フォーラム開催)。

財源等の状況により未定。