

第2回レジ袋削減に向けた意見交換会

速 記 録

平成30年3月28日（水）
都庁第二本庁舎31階 特別会議室26

(午後4時00分開会)

○谷上資源循環推進部長 環境局資源循環推進部長の谷上と申します。

定刻となりましたので、「レジ袋削減に向けた意見交換会」を開始します。

初めに、環境局長から一言申し上げます。

○和賀井環境局長 環境局長の和賀井と申します。

本日は、年度末の大変お忙しい中お集まりいただきまして、ありがとうございます。また、先ほど終了しました食品ロスの会議に続いての委員の方も何名かいらっしゃいまして、長時間にわたって拘束することになりまして、大変申し訳ありません。改めて感謝申し上げます。

本日は「レジ袋削減に向けた意見交換会」の第2回ということで、第1回の際に、細田座長から、様々なビジネス形態があり、多様な購買層がある中で、どうやって連携していくかの知恵が必要だという御指摘を賜りました。そのような御指摘を踏まえて、今回はさらに議論を深めていただき、東京都の来年度の施策に向けて、進め方について、様々なサジェスションをいただければと思っております。

大変申し訳ありませんが、私も年度末で公務が立て込んでおりまして、冒頭の御挨拶だけで失礼させていただきます。どうぞよろしく申し上げます。

ありがとうございます。

○谷上資源循環推進部長 申し訳ありませんが、所用のため、局長はここで退席させていただきます。

(和賀井環境局長退室)

○谷上資源循環推進部長 11月に第1回を行ったときは12名に参加いただいたのですが、本日は大正大学の岡山様が御欠席です。日本チェーンドラッグストア協会は、前は渡瀬様が出席だったのですが、今回は山田様が御出席ということで、11名の出席で進めたいと思います。

以下の進行につきましては、細田座長に申し上げます。

細田座長、よろしくお願いいたします。

○細田座長 皆さん、よろしくお願い申し上げます。

本日の議題は、お手元の次第にもございますとおり、1が「レジ袋削減キャンペーンの内容について」、2が「更なるレジ袋の削減に向けた方策について」となっています。

本日も、忌憚のない御議論をお願いいたしたいと存じます。

早速、事務局から資料の説明をお願いいたします。まず、資料2及び3です。

よろしくお願いいたします。

○古澤資源循環推進専門課長 資源循環推進の専門課長をしております古澤でございます。私から、お手元の資料を御説明させていただきます。

こちらで画面を操作させていただきますので、よろしくお願いいたします。

最初に、本日の出席者名簿がついてございます。

資料2でございます。昨年11月に第1回意見交換会を開催いたしました際の主な意見ということでございます。

議事録につきましては、委員の皆様の机の上に配付をさせていただいております。

その中から主な意見ということで、事務局で勝手ながらピックアップをさせていただきます。

ました。今後さらに議論を深める上でポイントになるのかなという論点を抽出させていただいたつもりでございます。

レジ袋無料配布の中止が推進されるよう、条例化を検討すべきという御意見がありました。

レジ袋削減に取り組む店舗に行政の認証という形のバックアップがあれば取り組みを進めやすいというお話もありました。

小売業界といっても業態にはいろいろな違いがあるし、エコバッグの利用が難しい業態では一律の有料化等は課題が大きいという御指摘もありました。

どの業種も同じルールのほうが消費者の理解を得やすいのではないかと御指摘もありました。

条例に何らかの位置づけをして、そこに基づく協定なりの形で有料化を進めるべきではないかという御意見。あわせて、その際には例外を認めることも必要だという御意見がございました。

どのようなスタートをするにしても、しっかり時間をかけて消費者へ告知をしていかななくてはいけないという御意見もいただきました。

マイクロプラスチックについても、地球の資源保護とか、環境保護という観点で取り組んでいかなければならないという御指摘がありました。

消費者の意識を大きく変える上では、何かきっかけが必要だということです。東京の場合には、東京2020オリンピック・パラリンピック大会をトリガーにして消費者の意識を変えていくことを進めていくべきだというお話がありました。

消費者、事業者、行政の連携なしには進まない。それぞれ多様な業態があり、多様な購買層がある中で、どうやってこの連携をやっていくかが知恵の出どころだという御指摘があったと考えております。

こういった御意見を踏まえまして、今後の論点ということで、資料3に本日御議論をいただきたい2点を書かせていただきました。

1つ目は、消費者の皆さんにしっかり訴えていかななくてはいけないというところがございます。消費者、事業者、行政の連携でレジ袋削減を進める際に、消費者に何をどのように訴えていくべきかというところが1つ目の論点であろうかと思っております。これにつきましては、後ほど東京都で来年度予定をしている事業について御説明をさせていただきます。

2つ目でございますが、これから、どのような制度あるいは仕組みを目指していくことが必要なのか。さらにその検討に当たっては、どのような点に、特に注意、留意すべきなのかというところが大きく2点の論点であろうかと思っております。

資料2及び3につきましては以上でございます。

○細田座長 ありがとうございます。

早速、今の御説明に基づいて意見交換を始めます。

議事1は「レジ袋削減キャンペーンの内容について」でございます。

事務局から資料4の説明をよろしくお願い申し上げます。

○古澤資源循環推進専門課長 お手元の画面に資料4が出たと思っております。こちらで御説明をさせていただきます。

東京都では、レジ袋削減の関連では、来年度予算の中では1,700万円を計上させていただ

いております。あくまでもまだ仮称でございますけれども、「レジ袋 もったいない キャンペーン」を進めていきたいと考えております。早々に準備の作業を進めまして、夏ごろには実施に入りたいと考えております。

キャンペーンについて、大きく3つを考えております。

1つ目は、小売店の皆様いろいろな御協力をいただけないだろうかということで、小売店の店頭で御協力をいただいて、ポスター、チラシ、あるいは最近はデジタルサイネージを置いていらっしゃるお店も多くなっていると思います。それぞれのお店に合わせた形で、消費者にしっかり、こういう議論をしている、レジ袋をもう一回減らしていこうという削減を訴えるキャンペーンを実施していきたいと考えております。

その際に、消費者にどのようなことを訴えるかということなのですけれども、ここは是非、いろいろな御意見をいただきたいところでございます。

ここでは、リデュース、リユース、連携という形の3項目で例をつくってみました。

まずは、レジ袋は断りましょうということですが、この辺の表現はいろいろなパターンがあり得ると思います。

レジ袋は断る、リデュースが一つにはあるかと思えます。

もらったレジ袋は、大切に繰り返して使いましょうというリユースもあるかと思えます。

レジ袋削減で小売店の皆様はいろいろな努力をされている。そういったお店の御努力に協力していきましょと消費者の皆様呼びかける。これは連携とさせていただきますけれども、このような項目で消費者に訴えていくことができないだろうかと考えております。

我々も東京2020大会の推進と、うまくタイアップした形でPRできればと考えております。その点につきましては、大会組織委員会ともしっかり調整をしていかななくてはならないところがございますが、そういった方法も含めてPRをしていきたいと考えております。

2つ目が、オフィスビルの中のコンビニエンスストアさん、コンビニエンスストア以外の店舗もオフィスビルの中には当然あると思いますが、都庁にもコンビニエンスストアが2店入っています。主なお客さんは、都庁の場合には都庁の職員という形でございます。

最近、東京の大きなオフィスビルにはそういったお店が入っている場合が多いと思っております。もちろん外の方が全く入ってこないというわけではないですけれども、ある意味で中心のお客さんの層は限られていると思えます。

業態の違いによって、購買の行動パターンに差があるのだと、前回の会議の際も御指摘がありましたし、例えばコンビニエンスストアとか、ほかの業態もそうですが、オフィスビルの中と町の中ではそれぞれ状況も異なる。それは業態に限らず、どのお店の場合も、立地などによって消費者の行動パターンには差が出てくると思えます。

オフィスビルの中でしたら、例えばオフィスビルの側と、ビルのオーナーさん、ビルに入っているテナント各社、そういった皆さんと共同して、ビルの中で働く人たちにしっかり呼びかけをしていく。店舗とビル側、そして、そこで働く従業員の皆さんを東京都がバックアップをさせていただく形で、三者の連携でビルの中で働いている皆さんにレジ袋削減を働きかける事業を、来年度、モデル的に実施してみたいと考えておりますが、どういった形なら可能なのかも、是非皆さんからお知恵をいただければと存じます。

3つ目は、レジ袋削減について都民の議論を巻き起こすとさせていただいております。

東京都で、レジ袋削減について議論をしている、こうやって皆様にお集まりいただいて意見交換をさせていただいていることについて広く知られていないところもあります。このことをしっかり消費者にお知らせし、様々な御意見が消費者の皆様にもあると思いますので、是非いろいろ意見を寄せていただいて、消費者の皆さんの中で議論を深めていただくことが重要かと思えます。

インターネットあるいは店頭でのアンケート、いろいろな形があり得ると思いますが、いろいろな方法で幾つかのチャンネルを使って、レジ袋削減のために東京都はどのような施策を進めていくべきかということも含めて、都民の皆様から積極的に意見を寄せていただいて、議論をしていただける場づくりをしていければと考えております。

来年度、(1)～(3)の事業を、夏ごろを目途にスタートさせて、展開をしてまいりたいと思っておりますので、皆様から、是非いろいろな御知見をいただければと思えます。

資料4の次のページについては、次の議論のところでお話します。

説明は以上でございます。

○細田座長 資料4の御説明をいただいたということで、ここで御意見、御質問を承りたいと存じます。

名札を立てていただきましたら私から指名させていただきますので、それによって御発言よろしくお願い申し上げます。

恐らく業界としての御意見や団体としての御意見、個人としての御意見、いろいろな立場から御意見があると存じますのでよろしくお願い申し上げます。忌憚のない御意見の交換ができればいい機会になると思えますので、どうぞよろしくお願い申し上げます。

それでは、御意見、御質問賜りたいと思えますが、いかがでしょうか。

増田様、どうぞ。

○増田様 ありがとうございます。

今、御説明をいただきました1のところのキャンペーンなのですが、お話ができる範囲で結構ですが、大体いつごろから、どのぐらいの期間をお考えでしょうか。

○古澤資源循環推進専門課長 契約と準備等に時間がかかりまして、なるべく早くスタートさせるよう努力をいたしまして、夏にはスタートさせたいなど、8月とか、そのぐらいのイメージを持っております。

期間ですけれども、小売店の中でも、店頭でいろいろなキャンペーンを展開されていると思えます。御都合のいい時期もおありだろうと思えます。余り長期というわけにいかないというのも承知をしております。通常ですと1カ月とか、そのようなイメージかと思っております。ただ、こういう時期がいいよとか、効果的だとか、あるいは取り組みやすいというあたりも、是非教えていただければと思えます。

○増田様 ありがとうございます。

○細田座長 ありがとうございます。

ほかに御意見、御質問はいかがでしょうか。

まず、西山様から承りたいと思えます。よろしく願いいたします。

○西山様 日本フランチャイズチェーン協会の西山でございます。本日はありがとうございます。

幾つか御説明をいただきましたが、1つ目の「レジ袋 もったいない キャンペーン」

は、あくまでも仮称ということだと思います。私どもコンビニエンスストアとしては全面的に協力をさせていただきますが、「もったいない」が名称についてしまいますと、資源の有効利用が目的に聞こえます。しかし、ごみの問題や2020年というお話もありましたので、そういうことを考えていくと「もったいない」という表現が適切かどうかは検討する余地があると感じます。この目的の曖昧さがレジ袋削減がなかなか進まない原因のひとつになっているという気がします。

レジ袋の削減目的が、資源の有効利用のためなのか、ごみ削減のためなのか、2020年に海外からお客さんが来られた際にレジ袋の無料配布を見られたくないためなのか、いろいろな目的があると思いますけれども、その目的に応じた対策を考えていく必要があるのではと思います。

CO2削減が目的と言う人もいれば、石油資源の有効利用、またはごみの焼却炉を傷めてしまうからと言う方もいらっしゃいますし、その根拠を明確にしておかないと、議論が深まっていかないし、結果的に周知も進んでいかないのではないかという気がします。

我々としては全面的に協力させていただきますが、コンビニエンスストアについてはたくさんのお店がございますので、東京都の取り組みを、積極的に消費者の皆さんに周知していくという役割も可能かと思えます。たとえば、のぼりやポスターなどを掲示させていただくとか、レジ画面で告知など含めて協力をさせていただければと思っています。以上でございます。

○細田座長 ありがとうございます。

赤津様、お願いいたします。

○赤津様 新日本スーパーマーケット協会所属のベニスーパーの赤津でございます。

1のキャンペーンですけれども、レジ袋を減らそうというのは、様々なところで、様々なレベルでやっております。

今回、東京都でやるのが、何を目的にしているのか、具体的にいうと、何のデータがあって、どういうところまで数字を落としたりとか、何かが増えたら結果としてオーケーなのではないとか、どの程度の効果を期待しているのか。そもそも毎年慣例でやっているから、そういったものの延長線なのか。そういったところで期待する効果の落としどころが、目安がわからないと、なかなか話がしづらいと思います。総花的には大体賛成というのは決まっているわけですから、どういった目的、目標を、みんなと共有するのかといったところがあつたほうが話を進めやすいかと思えます。

2のオフィスビルの件ですけれども、これは事例を積み上げることになると思いますので、実証実験というのは非常にいいと思います。目的と効果がわかりやすいと思いますので、逆にいえば、こういったものは限られた資源でしょうから、集中させながらある程度の効果、期待値を持っていったほうがいいのではないのかなと、この資料を見て思いました。

○細田座長 ありがとうございます。

今のは大方御意見だったと思われそうですが、東京都で何かありますか。

○古澤資源循環推進専門課長 レジ袋削減の目的、それから、これをどこまでという目標についてキャンペーンで示していくというような御指摘が一つはあつたのだろうと思います。

確におっしゃるところは、よくわかります。実はこの辺が、この意見交換会の中でも、こういう目的で取り組もうという整理が十分にできているとは思っておりませんので、是非、このキャンペーンに向けて我々も整理をしたいと思います。消費者の皆さんに訴えるメッセージがクリアでないということが皆さんの御指摘かなと思いましたが、そこをしっかりと整理したいと思います。

今回のキャンペーンで、どこまでの削減効果だというのは正直難しいところもあると思います。先ほど2020年の組織委員会のお話も少し申し上げましたけれども、一つのきっかけに、前回、東京大会をトリガーに取り組むべきだという御指摘もありましたので、そこに向けての消費者への訴え方をしっかりと工夫してまいりたいと思います。

(2)の実証実験の形でございますが、これも是非、いろいろ御協力をいただければなと思いますので、各関係の団体の皆さんとも相談しながら、我々から都内のオフィスビル等に働きかけができていければと思っていますところ。

○細田座長 ありがとうございます。

古橋様、お願いいたします。

○古橋環境部長 私も行政の立場として、3番の議論を巻き起こすというところなのですが、よく我々も計画の素案ができた際にパブリックコメントをやったり、意識・意向調査をやったりするのですけれども、そういうものに答えてくださる方はもともと関心がある方で、日ごろからマイバッグを持ってきたり、できるだけ断るとか、何度も使う。そうでない方たちの意見は待っているだけではなかなか出てこないということが一つ。

意見を集めて、それを統計的に処理して、何かいい意見があれば、それを実現化に向けてやっていくというところはそうなのでしょうけれども、議論を巻き起こすというと、意見を集めて、さらにムーブメントみたいにしていくためにはどうしたらいいのというところはなかなか難しいと思っています。私たちも意見をどうやって区民の中に広げていくかというのは試行錯誤なのですけれども、そのあたりで何かこれだというのはなかなかないと思うのですが、何かお考えはありますか。

○細田座長 都からお願いいたします。

○古澤資源循環推進専門課長 本来は、先ほど御指摘のあった何のためのレジ袋削減なのかというようなことも含めて、都民の皆さんからディスカッションしていただくためのペーパーを御提示しながら、いろいろ意見を出していただくことが考えられるかと思っております。

引き続き、広く議論をいただかなくてはいけないというところの、まずは来年度、スタートを切ろうと思っております。そういった議論のたたき台になるようなものが順次整っていけば、さらに議論を深めていただけるのではないかと思います。そういう意味では、来年度は議論のスタートという感じでおります。

○細田座長 ありがとうございます。

山田様、お願いいたします。

○山田様 日本チェーンドラッグストア協会でございます。

第1回でも、渡瀬からお話させていただいたかと思えます。ドラッグストア業界は、どうしても大量窃盗の問題に非常に苦慮しております。マイバッグ推奨という形になってしまうと、特に化粧品ですとか、医薬品ですとか、高額で小さなものは、マイバッグ持参

ですと、なおさら窃盗、万引きがあった際に認知が難しいということがあります。

協会としては、会員企業の皆様に、行政からの周知依頼ということであれば御案内をすることはやぶさかではないのですけれども、そのことについて積極的に推奨していただきとか、あるいは強制力は持てないというのが正直な実情でございます。

そういったところも踏まえて、ドラッグストア業界が悪者にならないような、要はネガティブなところは問わずに、例えば先ほどのマイクロプラスチックといった環境啓発とか、そういったところはむしろ、もらった人が、削減というよりも、それをごみとして町中に捨ててしまう。それが川に流れていって、海に流れていって、マイクロプラスチックというごみになってしまう。そこの啓発ですとか、そういったところへの注意喚起ですとか、協力要請であれば、我々の業界としても積極的に会員企業の皆様への周知協力もできるのではないかなと感じておりますので、御意見として言わせていただきました。

○細田座長 ありがとうございます。

中井様、お願いいたします。

○中井様 容器包装の3Rを進める全国ネットワークの中井と申します。

3番のムーブメントを起こしていくということは、今、一番大切なことかと思っております。標語をこれから決めていく際に、2020年大会をトリガーにということや、海洋汚染ということなど、レジ袋を削減するための納得がいく理由付けが幾つもあると思うのです。それらを5つぐらい選んで、レジ袋削減活動をしている皆さんも含めて、一般の方たちに投票してもらい、全体の統一標語としてキャンペーンを大きく展開することがいいのではないかと思っております。

これまで私たちもやってきましたが、店頭でチラシを撒いたり、シールアンケートを取ったりと、キャンペーンを大きくアピールするために、のぼり旗や、共通のベストのようなものを着ながら、同じキャンペーンを広げていくと良いのではないかと思っております。

店内放送が、最近はなかなか聞かれなくなってきましたので、各店舗でも店内放送などを是非進めて、できることを一斉にやるというキャンペーンかなと思っております。お互いにできるところを出し合って協力し合うということで進めていけたら良いと思っております。

○細田座長 ありがとうございます。

そのほかにはよろしいでしょうか。

辰巳様は何かありそうですが、いかがでしょうか。

○辰巳様 ありがとうございます。

何か言われると言わなければいけなくなってしまうのですけれども、私は基本的に(1)(2)(3)は、いずれもやるべきだと思えました。是非やっていただきたいと思えました。

消費者に何を訴えるかというお話が大事だと思っていて、前の意見交換会でも申し上げたかもしれませんが、今や当たり前ですね。レジ袋はもらわないようにしていこうというのが。何となく意識の中では当たり前だけれども、そうは言いながらマイバッグを持たないとか、手早く買ったものを入れて渡されるなど結局もらわざるを得ないような形になっているのではないかなと思っております。

そういう状況にあって、何を訴えたら感動して、よし、私もというようになるかというところがすごく肝だなとは思っています。だから、心を動かさないと行動につながらない

のです。私は何で心が動いたのかと言われてたら少し困るのですけれども、マイバッグを持つのが当たり前で、断るのが当たり前というか、もらわないのが当たり前になっています。

無料で配布するという単語自身、すごく疑問を持っています。無料配布でなくて、今は例えばポイントに変えるとか、何かそんな格好で、しかも、大きなお店などでは有料化されているところもありますね。そんな中で、何を訴えるのだというのがわからないままでいたもので積極的に手を挙げられなかったのですけれども、そこがすごく大事だとは思っています。肝だと思っています。それだけです。

○細田座長 ありがとうございます。

西山様、どうぞ。

○西山様 議論を巻き起こすという点は大いに賛同しますが、どうしてもレジ袋だけの議論になってしまいますとレジ袋イコール○か×かという話になってしまいがちです。

幾らレジ袋を削減しても、たとえば、遠くのスーパーまで車で買い物に行くと、CO₂の影響は大きくなります。この場で言うのはふさわしくないかもしれませんが、例えばある小売店でレジ袋を有料にしました。何が起こったかという、会計が終わった後に袋詰めをする場所があると思いますが、ここにあるロール状の半透明の袋の使用量が数倍にはね上がりました。なぜかという、マイバッグの中を汚したくないために、必要以上に使ってしまうからだと思います。ですから、トータルでこの問題を考える議論になればというのが正直な感想です。

数字や科学的な根拠に基づいて、こういう理由なので削減しましょうという共通認識がないと、何となくレジ袋が悪者になって、象徴的な運動で終わってしまい、効果的な結果を導き出せないということを危惧します。

○細田座長 ありがとうございます。

ほかに御意見はどうでしょうか。よろしゅうございますか。

時間がある限り、もう一度この問題に返って御議論いただいても結構だと思いますので、次の問題に行かせていただきます。

議事2の「更なるレジ袋の削減に向けた方策について」ということで、事務局から御説明いただきます。同じく資料4です。お願いいたします。

○古澤資源循環推進専門課長 資料4と参考資料を順次御説明させていただきます。

今、西山様から大事な御指摘をいただいたと思います。例えばレジ袋削減というだけでいくと、違うところでほかの袋が使われてしまうというお話がありました。そうならないような形でやっていかなくてはいけないと思いますし、その際にはキャンペーンというだけではなくて、前回の御議論の中では条例、あるいは協定という御意見もいただいておりますので、どういった仕組みが可能なのだろうということについて、都としても議論を深めてまいりたいと思っております。法的に何ができるのかということもしっかり検討していかなくてはいけないということもありますので、そこはしばらくお時間をいただいて、都の中でしっかり整理をしておきたいと思っております。

ここで例として掲げてありますのが、1つ目がレジ袋削減の協定ということで、後ほどお話いたしますけれども、全国の多くの県で既に進められているところだと思います。

2つ目が有料化を推奨するというのもありつつ、レジ袋の使用量等について報告をしていただいて、それを公表する制度は考えられないだろうかということがございます。

今、小売店の皆さんには、レジ袋に限りませんが、容器包装の使用量の報告が容器包装リサイクル法で義務づけられています。ただ、いろいろ業界のお話を伺うと、必ずしも国の制度で算定の仕方がクリアではない、各社ばらばらな報告になっているのではないかと御指摘をいただいたこともございます。その辺をしっかりと、かつ、いただいた報告について公表していくという制度が考えられないだろうかというのが2点目でございます。これについては、皆さんよく御存知だと思うのですが、全国の幾つかの市町村で条例化をされている事例があります。

3つ目は前回も御紹介をしましたが、有料化の義務化などということで、国内の自治体で事例があるものではありませんけれども、世界的に見ると多くの国や都市で制度化されているものでございます。

ここでは例として掲げさせていただいておりますが、こういったことについて、先ほど御指摘がありました削減の目的と、こういった制度との兼ね合い、それが法的な可能性の一番重要なポイントだと思えますし、いろいろな角度から整理をしていかなければならないと思っておりますので、来年度、我々で、こういったところもしっかりやって、お見せをしていかないといけないと思っております。

その検討を進める上で、いろいろな事例を確認していかなくてはいけないというのがございまして、本日は参考資料1と参考資料2で、各国のレジ袋対策あるいは日本国内の様々な事例について整理をさせていただいております。

参考資料1は、前回も少し見ていただいたものでございますが、改訂をしております。

参考資料1の表では、フランス、イギリス、サンフランシスコ市、ニューヨーク市あるいはニューヨーク州、香港の事例を掲げてございます。

フランスでは、厚さ0.05ミリメートル未満は使い捨てのレジ袋という整理になっていまして、それについては有償・無償を問わず禁止ということが2016年7月から導入されています。ただ、肉ですとか、魚等の食品を直接包装するようなプラスチック製の袋については、生分解性のプラスチックの袋であれば提供できるという仕組みになってございます。

イギリスについては、無償配布を禁止ということで5ペンスの有料化が義務づけられています。ただし、現在は従業員が250人以上ということで、イングランドでは2015年10月から実施されていますが、最近、メイ首相が対象を小規模事業者にも拡大していきたいという方針を発表されています。

サンフランシスコ市は以前から結構有名でございますが、有償・無償を問わず禁止ということですが、ただし、生分解性のプラスチックの袋ですとか、紙袋の場合には禁止の対象外けれども、有料化が義務づけられているという制度でございます。順次対象を拡大して、現在は全ての小売店が対象になっているということでございます。

なお、サンフランシスコ市については、カリフォルニア州全体としての規制も今はできているところでございます。

ニューヨークの動向は我々も気になっておるところですが、2016年にニューヨーク市以外で無償配布禁止の条例が可決された。ただし、州議会で市独自で規制をかけることを禁止する州法が可決された。州での検討に移ったということがございます。クオモ知事がタスクフォースを設置しまして、昨年12月にタスクフォースから報告書が出ております。そこではレジ袋規制に関して8つのオプションが提示されていますが、まだ結論は

出ていない状況になってございます。

なお、ニューヨークについては、いろいろ議論がされている段階と思います。

香港では、無償配布の禁止という形でプラスチック製の袋が禁止されておりまして、2015年4月からは、約10万店、全ての小売店が対象になっているというところがございます。香港の事例なども、有料化義務の対象外とかがかなり詳細に決まっております、こういう場合は対象外だというルールがしっかり定まってPRをされていると思います。

その他、下のほうに書いてございます中国、アイルランド、ワシントンDC、シカゴ、こういったところは有料化。

配布の禁止という形になっていますのは、ケニア、カリフォルニア州、ハワイ州の全郡、シアトル、モンリオールというようなところ。今年の7月からは、オーストラリアのクイーンズランドとか、西オーストラリアも動きがあるというようになっております。

EUとしては、2025年までに、1人年間40枚に抑制するという目標が掲げられております。

ドイツは、こういった規制の制度はないのですけれども、協定が締結されている。各小売業の皆さんが自主的に有料化をされているということもあって、もともと使用枚数が極めて少ないという風土になっているということでございます。

具体的に、どういう制度なのか。我々も情報収集が完全にできているわけではないのですが、幾つかの事例について、あくまでもインターネット上ですけれども、事例の情報収集をしております。

今、見ていただいているページがフランスの事例でございます。

フランスでは、2015年8月に公布をされました「グリーン成長に向けたエネルギーの移行に関する法律」に基づき、レジ袋規制が行われているところでございます。

今、見ていただいているページは、フランスの環境・エネルギー・海洋省が広報資料としてつくっているもので、大変わかりやすい資料が出ております。先ほど御指摘のとおり、何のためだというところを、こういう形で出しているところでございます。具体的な制度の内容は、こうなっていますよということもわかりやすい周知がされています。

次がイギリスの事例でございます。

イギリスの場合、イングランドでは2015年10月からレジ袋の有料化というようになっております。レジ袋の価格は5ペンス以上となっております。例外規定も下のほうに書いてありますけれども、こういう場合は例外ですよということも詳細な規定ができている状況でございます。

対象は、このページの真ん中より少し上でございますが、フルタイム相当の従業員250人以上を雇用している企業または小売事業者または宅配事業者ということでございます。

一番下に検査のことが書いてありますけれども、予告なく買い物客を装って店舗を訪問して検査があるということでございます。

罰則等々も定まっていますし、イングランドと同様の制度は、スコットランド、ウェールズ、北アイルランド等では先行して実施されてきているところでございます。

カリフォルニア州の事例でございます。

カリフォルニア州では、2015年、2016年と段階がありましたけれども、レジ袋規制が行われているところでございます。カリフォルニア州の場合には、住民投票も行われて、こういう規制がスタートしているところです。

販売が可能なものは、リユース可能な袋として認可されたものについては、販売ができるというルールになっております。

対象事業者は、下のほうにあります。対象事業者ではセルフサービス方式で年間売り上げが200万ドル以上あるいは1万平方フィート以上の小売面積という規定がございます。

次のページにありますとおり、罰則等も定まっているところでございます。

国内の事例でございます。国内の都道府県と政令市について整理をさせていただいております。

参考資料2の最初の表で見させていただきますとおり、全国の多くの県で、何らかの協定あるいはレジ袋削減に取り組むお店の登録制度、先ほども少しお話がありましたレジ袋だけでなく、ほかの省エネ対策等々も含めて、それぞれのお店が環境対策に取り組む、それを登録できる制度が実施されております。

その内容については、本当に様々でございます。有料化の協定を結んでいるところもありますし、先ほど申し上げましたように、いろいろな幅広い形で店舗の取り組みにさせていただいて、登録をしていただくというような制度でやっていらっしゃる県もあると思います。また、一部の県では、年間のうちのキャンペーン期間に限って協定を締結して進めていらっしゃるという県もございます。

政令指定都市も、ほとんどのところが協定等の形で既に進められています。

政令指定都市の中で岡山市だけが空白になっておりますけれども、岡山県岡山市は、ウェブサイトを見るところではいろいろ取り組んでこられて、なかなか議論が煮詰まっていないところがあるようで、まだスタートが切れていないという事情だそうです。

全国の都道府県、政令指定都市でも、既にこういった取り組みがあるところではあります。

前回は、一部、具体的な内容について御紹介をさせていただきましたけれども、参考事例のところですが、栃木県では、消費者、事業者、行政による「とちぎレジ袋削減推進協議会」の検討結果を受けて、レジ袋無料配布の中止ということで推進をされているところではあります。平成22年からスタートして、現在、25事業者、71店舗でございます。レジ袋を使用しない人の割合80%以上が目標ということで、こういうマークも定まっております。

長野県は、長野県内で小売業をされている企業について、レジ袋無料配布中止の取り組みを行う場合には登録できるという制度になっております。

少し小さい字になりますが、こちらに登録実施要綱の抜粋を掲げてございます。

第1条が「(目的)」でございます。

第2条が「(対象)」で、レジ袋無料配布中止の取り組みを行う場合、登録店として登録できる制度でございます。

次は、前回も少し御紹介いたしました富山県でございます。「とやまエコ・ストア制度」をやっているところです。

富山県の場合には、今、お話した長野県とはまた違っていて、レジ袋無料配布もあるし、あるいは資源物の店頭回収もある。環境に配慮した空調温度設定等々もあるということで、それぞれのお店で様々な取り組みのバリエーションがあって、それをそれぞれ登録いただけるという制度でございます。登録店は、75社、1,095店舗、6商店街とホームページ上には記載されておりました。このような制度でございます。

石川県の制度も、前回、御紹介いたしました。

石川県では、業種によってマイバッグ持参率の目標数値に変化をつけて協定を締結されてございます。取り組みの方法も、無料配布の中止とか、ポイント付与とか、レジ袋の軽量化とか、様々な方法があるという仕組みになってございます。

大阪市でございます。

大阪市は、7事業者、1市民団体と「レジ袋削減協定」を締結されていらっしゃるところで、これも2つに分かれていまして、まず、レジ袋無料配布の中止以外の取り組みを実施される場所については、レジ袋辞退率30%を目標に、その下に箇条書きで並んでいる取り組みの中から8つのうち3つ以上をやりましょうというのが、この協定の中身でございます。

その下に、既にレジ袋無料配布を中止しています、あるいは今回この協定で無料配布中止をやりますという店舗については、レジ袋辞退率80%以上を目標にしてやっていきましょうというような2種類に分かれた協定になってございます。

次が、前回御紹介いたしました名古屋市と京都市の事例でございます。

名古屋市につきましては、前回、岡山先生からもいろいろ御紹介をいただきましたけれども、平成19年から取り組みを進められてきて、ちょうど1年前の平成29年3月末時点で、57社、3組合、891店舗が参加をされていて、そこでのレジ袋辞退率は約9割という形で進めていらっしゃる。コンビニエンスストアでも「コンビニでもマイバッグ運動」という形で展開をされていらっしゃいます。

京都市は、先ほどの大阪市と似た形です。

京都市の方式は、ステップⅠ、ステップⅡの2つに分かれて、業種も分かれているところでございます。ステップⅠの業種につきましては、目標のマイバッグ持参率30%ということで、以下の取り組みの中から3つ以上。

ステップⅡが、こちらの業種で、マイバッグ持参率80%という形で協定を締結されていらっしゃるというのが京都市の状況でございます。

以上、少し長くなりましたけれども、資料の説明でございます。

戻っていただいて、各国の制度あるいは国内の様々な自治体の制度を参考にしながら、制度化に向けた検討を進めてまいりたいと思っておりますので、前回もいろいろ御意見をいただきましたけれども、改めて率直な御意見をいただければなと思えます。

以上でございます。

○細田座長 どうもありがとうございました。

今の事務局の説明では、各国の取り組みや他県の取り組みも紹介されておりました。これから御意見を賜りますが、資料に関する質問あるいは御意見でも結構ですし、消費者はこうすべきだ、あるいは東京都はこうすべきだという意見でも結構でございますので、自由に御意見を述べていただければ幸いです。

それでは、発言をよろしく願いいたします。いつものとおり、名札を立てて発言の御意思をあらわしていただくよう、よろしくお願い申し上げます。いかがでしょうか。

石井様、お願いいたします。

○石井様 コープみらいの石井と申します。

私どもも既に無料配布を廃止しています。以前から取り組んでいるのですが、その理由

は、レジ袋が取り組みやすい対象だったと思っています。例えばマイバッグをお渡ししたりしながら取り組んでいます、誰もが生活の中で始めるきっかけの一步になるような取り組みではないかと思います。

取り組みはレジ袋を対象にしますが、対象を狭めないで、環境面から暮らしを考えるような、そういうきっかけの中身になればいいのかなと思います。前段の部分で申しおくれたので発言させていただきました。

○細田座長 ありがとうございます。

いかがでしょうか。

辰巳様、どうぞ。

○辰巳様 ありがとうございます。

今、御紹介いただいた海外の例で、フランスの絵は、何のためというのがすごくわかりやすいと思いました。先ほど心にと申し上げましたが、自分がもらったプラスチックの袋が、その後どこに行くのかということを考えるきっかけにもなると思うので、これくらいの説明を、都として情報提供をしてもらって、みんなで減らしていかなければいけないという気持ちを喚起して、先ほどの3番目の消費者との議論というところがいいのかなと思っています。

漫画を見やすく使いながら、ヨーロッパはごみの削減を昔からとても上手に見せられていると思うのですが、自分が行動を起こした結果、どういうことになるというのがわかりやすく見せられるといいと思った次第です。

○細田座長 ありがとうございます。

ほかの方はいかがでしょうか。

岩田様、どうぞ。

○岩田資源循環推進担当課長 多摩市役所の岩田です。

私も、フランスの絵の説明は非常にわかりやすいと思いました。

第1回目のときに御紹介いたしました、多摩市でもエコシヨップ制度というのをやって、その中でレジ袋の廃止ですとか、有料化をやっているところはポイントを与えているのですが、「使い捨てプラスチック袋はおしまい」という形で、なぜレジ袋の削減をしなくてはいけないかというところはPRが足りていないようなところがありましたので、非常に参考になるなと思いました。

東京都さんが2020年に向けていろいろなキャンペーンとか、協定とかをやっていくのにあわせて、エコシヨップ制度も変えていかななくてはいけないかなという感じがしました。

これを見ると、使い捨てプラスチックなので、プラスチック袋自体を否定しているわけではなく、厚いプラスチック袋だったら何回も使えるのでそれはオーケーだとか、とにかく薄いプラスチック袋はやめていこうという趣旨のような感じがしましたので、その辺もアピール度が足りていないところがあるのかもしれないと感じました。

以上です。

○細田座長 ありがとうございます。

ほかはいかがですか。

西山様、どうぞ。

○西山様 フランスの例は、本当にわかりやすいと思いながら拝見していました。

各自治体のお取り組みということですが、私ども日本フランチャイズチェーン協会も、全国の様々な自治体からレジ袋削減の協力依頼を頂くことが多く、地域地域で、それぞれ行政の方と一緒に、店舗を使ったりしながらイベントをやることがあります。

ここにあるように、ガイドラインだとか、いろいろなものが制定されておりますけれども、イベントをやる前とやった後で、どこまでレジ袋の辞退率が下がっているかという検証はほとんどできておらず、効果のほどが定かではないところがあります。なので、ここはきっちり検証して数値化をしていくということがないと、なかなか協力が得られないと思います。

消費者は、ともかく納得性がないものには取り組んでいただけないと思いますので、いかに理論立てて、数字を伴った根拠を示して賛同していただくというステップがないと、何となくイベントをやって、何となくガイドラインをつくってという自己満足で終わってしまわないかということが一番感じています。

○細田座長 ありがとうございます。

ほかに御意見はいかがでしょうか。

中井様、どうぞ。

○中井様 フランスの楽しいイラストチラシも良いのですが、もし海洋汚染のことを説明するのであれば、写真もインパクトがあって良いと思います。東京都が出している「東京のポイ捨てが太平洋の海ごみになっている」というコメントと写真は、非常にインパクトがあると思います。もちろんイラストのチラシがあってもいいと思うのですが、チラシには力を入れていただきたいと思っています。

先ほど、自治体と市民団体と一緒に、店舗前でキャンペーンをした際に、その効果が余り見えないということなのですが、来られた方にアンケートをとるのも一つだと思います。自分は、このキャンペーンを見て、参加して、どう変わったのか。自分としてはどういうことを得られたのかとか、そういうアンケートをとられると効果の見える化ができるのではないかと考えています。

先ほどおっしゃったように、半透明の小袋も含めた使い捨てのプラスチック全体だと思っていますので、レジ袋はその象徴的な、誰でも今すぐできる発生抑制ということで今、取り上げているわけなので、全体的にはそういう流れはもちろん作っていかなくてはいけないと思っています。

以上です。

○細田座長 ありがとうございます。

そのほかの方々、いかがでしょうか。

西山様、どうぞ。

○西山様 条例化ということが、何度か話題になっています。我々としては、全国でチェーン展開をさせていただいている企業が多いものですから、まして最近では、駅や駅のホームにも出店をさせていただいておりますので、次の駅に行ってしまったら有料化とか、道路を挟んで向こう側は有料化みたいなことが実際に起こります。その辺のオペレーションといいますか、課題があるというのはこの場でお知らせしておきたいと思っています。

コンビニエンスストアの特徴からいきますと、我々もマイバッグをできるだけ持ってきてくださいというお声がけもさせていただいておりますが、普通は従業員がレジ袋に商品を

詰めて、どうぞとお渡しします。

では、マイバッグを持ってきたときに、誰が袋詰めするのかということにもなり、お客さんのマイバッグに従業員が袋詰めするのはトラブルになりかねません。とはいえ、お客さんがご自身でマイバッグに商品を入れて頂くとなると、レジでお待たせする時間が増えてしまうということもあって、お店の設計から、考え直すという必要もありそうです。

フランスなどのように、条例化というよりは法律できちんと定めていただければ、コンビニエンスストアのみならず、それ以外の小売店も含めて等しく一緒になって取り組めると思っています。

以上です。

○細田座長 ありがとうございます。

そのほかに御意見はございませんか。

東京都から、どうぞ。

○古澤資源循環推進専門課長 いきなりこのような場でお伺いするのもあれなのですが、先ほど効果というところがございました。どういう形で皆様がデータをとられているのかなということで、是非教えていただければと思います。

例えば日本チェーンストア協会様と日本フランチャイズチェーン協会様は、レジ袋の辞退率ということで数字を把握して公表されていると思うのですが、ああいったものは東京都分とか、そういった集計は可能なものなののでしょうか。実務的にはどういった形でされているのか。突然のお尋ねで申し訳ございません。

○細田座長 西山様からお願いいたします。

○西山様 加盟店は発注システムの上でレジ袋を仕入れますので、どこのお店が、どのぐらいの量を仕入れたかというのは全てわかります。来店客数も全て把握しておりますので、単純に割り算をして算出しています。全国でも県別でも、月別年度別でも算出は可能です。ただし、一部のチェーンでは、お酒のメーカーさんなどが販促の一環としてレジ袋を入れてくださるところもありますので、これはカウントできません。

そういう意味でいうと、先ほどマイバッグの持参率とありましたけれども、この持参率はどうやって出すのだろうということが少し気にはなりました。

以上でございます。

○細田座長 新日本スーパーマーケット協会では把握していますか。

赤津様、いかがでしょうか。

○赤津様 西山様のおっしゃるところと同じで、発注量と来店客数はきっちりと、どこのチェーンであっても、大なり小なり関係なく把握している範囲の話だと思います。

マイバッグに関しては、何を根拠にして数字をとっているかというレジ係次第になってしまうようなところがあるので、こちらのほうが数字とするとあやふやになっているのではないのかなと考えています。

○細田座長 ありがとうございます。

日本チェーンドラッグストア協会の山田様、いかがでしょうか。

○山田様 仕組みとしては小売ですので、ただ、各企業で、そういうことについて意識的にやられているかどうかまで協会として把握していないので、今の段階では即答できません。

○細田座長 日本チェーンストア協会の増田様、いかがでしょうか。

○増田様 数字自体は把握しているのですが、私どもは、都道府県別は持ち合わせていません。各社にはあるのでしょうかけれども、それをいただけていませんので、月に全社で何割ということで頂戴しているのが都道府県別は無理です。

○細田座長 ありがとうございます。

業態によって把握の仕方も違うし、制度も違うということのようですね。

古澤さん、今の状況でよろしいでしょうか。

○古澤資源循環推進専門課長 わかりました。

是非効果を把握しながらというところで、またいろいろ御相談をさせていただいて、もちろん把握をされているのは各企業様でいらっしゃると思いますので、特に大きな企業には御協力をいただいて、しっかりデータを把握しながらやっていきたいと思います。

前回、アンケート調査の数字をお見せして、東京都内は全国に比べると辞退率が低そうだなというアンケート調査をお示しましたけれども、もう少ししっかりした数字を、できれば各社の御協力をいただきながらつくればなと思います。

○細田座長 三井様、どうぞ。

○三井様 スーパーマーケットのコモディイダの三井と申します。

今のお話なのですが、データのとり方としまして、当社の場合は、いわゆるポイントカードをお持ちいただいて、レジ袋は要りませんと言ったお客様については、レジでそういったキーを押して、レジ袋を辞退したお客様というカウントになっております。したがって、当社のポイント会員のお客様を100としたときに、レジ袋を辞退したお客様をレジ袋辞退率として捉えております。

結果的には、ポイント会員ではないお客様もいらっしゃいますので、その部分のレジ袋を辞退したお客様については、集計がとれていないところは実態ではございます。

当社の事例としましては、そういった形で集計をとっております。

○細田座長 ありがとうございます。

ほかに御意見、御質問はいかがでしょうか。あるいは都から、これまでの御意見についてコメントとかはございますか。

西山様、どうぞ。

○西山様 先ほど東京都のレジ袋の辞退率が低いのではないかというお話がありましたけれども、コンビニエンスストアだけのデータですが、東京都は辞退率が最も高いです。むしろ地方が低い傾向にあります。

店舗の使われ方の問題になりますが、コンビニエンスストアをスーパーのように利用して下さっているお店やエリアとは違って、都心部の場合は、買い上げ点数も少なめのことが多いということもあり、コンビニエンスストアの辞退率としては、全国の中でも最も高いのが東京都です。

○細田座長 貴重な御意見をありがとうございます。

基本的なデータですから、こういうことも大事ですね。よろしく願いいたします。

ほかにいかがでしょうか。よろしゅうございますか。

それでは、1番のレジ袋削減のキャンペーンの話題に戻って、あるいは全体的な御意見、御印象あるいは御質問でも結構ですが、何かございますか。

辰巳様、どうぞ。

○辰巳様 雑談のような話し方になって申し訳ございませんが、私が伺うスーパーマーケットの中で有料化されているところもあります。生協さんではなくて、普通のお店でもやっておられます。

見ていますと、マイバッグを持参しないでレジ袋を買っている人が結構多いのです。有料化すると、絶対に削減するとは思いますが。その中で、意外と買っている人が多い。荷物の上にぱっと有料の袋を置いてレジを通る方が結構多いので、有料化も一つだけけれども、根本的な削減につながるのかなと、何となくそんな疑問を持ちながらお客さんの動向を見えています。

先ほど西山さんがおっしゃったように、無料のロールの袋は置かなければいいのではないかと私は思っています。私も見たことがあります、別に荷物を入れるのではなくて、あれを5枚も6枚も持ち帰って自分の家で生ごみを出すのか、何かに使われるのかよくわかりませんが、置くことがいけないのではないかなとすごく思いました。

以上です。

○細田座長 ありがとうございます。

そのほかに御意見はいかがでしょうか。

中井様、どうぞ。

○中井様 半透明のロール袋を置くのがいけないという意見も賛成なのですが、京都大学でレジ袋の有料化を進めてほしいと声をかけたときに、コンビニも入っていて、一斉にはなかなかできないということがありました。そこで京都大学では「欲しい方は声をかけてください、無料で差し上げます」と書いた紙を張り出し、レジ袋もサッカー台の小袋も撤去しました。その結果、95%削減することができたという実績がありますので、コンビニさんには是非それを試していただきたいと思えます。モデル事業としてやってみて、その実績と皆さんの反応や課題も洗い出せると思えます。

先ほどのチラシの件ですが、読む人に合わせて、何種類かのチラシが必要だと思います。子供向けや若い人向け、中高年向けというように何種類かに分けてつくっていただくと、わかりやすいと思っています。

また東京都内には大学がたくさんありますので、大学の生協や、食堂などでも、キャンペーンをアピールできるような連携がとれると良いと思っています。

以上です。

○細田座長 ありがとうございます。

古橋様、どうぞ。

○古橋環境部長 1回目のときにもお話したのですが、東京23区はごみが無料なのです。私どもも、ごみの出し方に関してはレジ袋で出しても構わないと話しています。最近、世帯の人数が少ないので、例えば45リットルのごみ袋はなかなか現実的ではなくて、集積所を見ていると、スーパーのレジ袋でごみを出されている方が多いです。

かつてのように、家ごとにごみバケツのようなものを出して、収集が終わったら自宅に戻すというのは、共働き世帯も多いですし、なかなか難しく、やはり買っている方がいるというのは、はっきり申し上げると45リットルの袋よりも3円のスーパーのレジ袋のほうが安いという消費者心理も大きいのかなと思っていて、なかなかそこは難しい

のかなと思います。私も一消費者として考えたときに、レジ袋をあえて買うときもありますので、なかなか難しいかと思います。

中には、たくさんもらったレジ袋を容器包装プラのときにまとめて大きい袋に入れてぼんと出す方もいるので、こういうものはもらわないとか、そういう心がけで減らしていったほうがいいのではないかと思います。

以上です。

○細田座長 ありがとうございます。

いろいろな知恵が出てくると思いますが、先ほど中井様がおっしゃった、要る人は出してくださいというのはなかなかいいですね。

ちなみに、フランスの映画館では、映画が始まる前に携帯電話のスイッチを切ってくださいとは言わずに、映画が終わったら携帯電話のスイッチを入れることをお忘れなくというエスプリのきいたものが、フランスではそれが受けるのでしょうか。95%の辞退率ということで、言い方によって違ってくるということもありましょう。

最後のロールの袋をたくさんとるというのも、日本人は、おまけとか、サービスがとてもいいものだという感覚が、長い間、伝統としてなじんでいて、私が老いた母親の買い物につき合ったときに、最後に何をするかと思えば、ロールの袋を手取るので、「何をやるのお母さん」と言ったら、「ただなのだからいいではないか。」と。私の論理は、みっともないからやめてくださいということだったのですけれども、そういうのがどこかに残っていて、それも悪いがあるのでしょうかけれども、流れとしては、もうそういう時代ではないのかな。コストはちゃんと払うという方向に行かないと、まずいのかなという気もいたします。

一方で、古橋様もおっしゃったように、うちは私と家内2人しか住んでいないので、食べ物も少ないし、ごみも少ないわけです。ごみ出しであんなに大きい袋を持っていても仕方がないので、スーパーのレジ袋を有料が買って、それに入れて出すということをやっている。それは有料で構わないのですけれども、いろいろな様態があるということで、それを考えないといけないなということが印象として残りました。

東京都から何かございますか。

○古澤資源循環推進専門課長 座長のお話にあったとおり、ごみ袋なり、あるいは一旦もらったレジ袋を繰り返し使われる方もいらっしゃる。レジ袋自体も海外では薄いものみたいなこともありましたけれども、日本で我々が使うレジ袋は、薄いものでも丈夫で繰り返し使えるものがほとんどだと思います。

資源として提供されているもののコストを見える化をしていくというか、メーカーさんもただでつくっていらっしゃるわけではないので、見える化をして、もちろん必要なものは使っていくという考え方も大事だと感じたところでございます。

お店での声かけの仕方というお話もありました。ここは資料4のオフィスビル内での事例、大学も同じようなパターンだと思うのですが、例えばそこで働いていらっしゃる方とか、ある意味で限定された範囲ですので、それが無用のトラブルにつながらないようにPRもやりやすいと思っております。そこで、お店の側ではどういった形でやるのかというのは、この事業を実施する際にいろいろ相談させていただければと思います。

先ほど御紹介があった京都大学の事例みたいなことを、ビルの中のコンビニエンススト

アで取り組んでいただくということも一つの選択肢になるのだろうと思います。これはもちろん、それぞれのビルやお店の御事情もある中で御相談をしていかなければならないなと思っています。

○細田座長 ありがとうございます。

そのほか、何か皆さんから御意見、御質問はございますか。よろしゅうございますか。ありがとうございました。

それでは、かなり御議論も出たようなので、私から多少議論をまとめさせていただきたいと思います。

幾つかポイントがありましたが、大ざっぱに3点述べさせていただきます。

第1点目は、キャンペーンの問題もあります。これからどういう施策をするかどうかを含めまして、都民へのはっきりとしたメッセージを出さなければいけない。その場合、2つポイントがあります。

一つは、説得性、理屈の部分です。これをするとなんがよくなるのかということが、はっきり効果がわかる。それが都民の皆さんに、何かのチャンネルを通じてはっきり示されることが必要だと思います。この辺を曖昧にしまいますと、例えばSNSでこんなのをやったってしょうがない、逆効果だといったキャンペーンをやられてしまうと台なしになってしまいます。そういう意味で、言葉は悪いですけども、理論武装といいますか、都の施策を推し進めるための理論をもう少しきっちり進めていく。効果、目標との関係で、どのようなことをなし得るのか、どういういいことがあるのかということです。この辺が必要です。

メッセージ性というのが、大きな1番目で、理論が細かいところの1です。

メッセージ性の2でいきますと、もう一つはわかりやすさ。中井様、辰巳様から出ましたけれども、情報が提供されても消費者が何を訴えられているのかよくわからないということがあっては困りますので、先ほど京都大学の例がありましたように、こうすると効果が出るようなメッセージがある。

欲しい人は手を挙げてくださいというのと、なかなか手を挙げない。日本人らしいメンタリティーを使ったいいアイデアだと思います。わかりやすさ、説得性を持った聞き方。あるいはイベント、キャンペーンなどでの議論の喚起の仕方。それも理論の部分がしっかりしていると共有しやすい、説得しやすいということがあります。それが大きな第1番目の点です。

2番目の点は、今の点と大きく関わるのですけれども、都あるいは国の環境政策全体の中で、マイバッグ、レジ袋の問題、有料化が位置づけられるのかということが明確にならないと、環境問題をピンポイントで足元だけ考えると、西山様から御議論がありましたように、思わぬところで逆の効果が出てしまうということがあるといけないので、全体の中でどう位置づけられ、それが作用するのかを、もう一回、明確にさせていただければと思います。

3番目の点は、日本の場合は多様性が重要だなと思います。辞退率は、コンビニエンスストアの場合、東京都が高いという、思わぬ、はっと気がつくようなことがあって、それは例えば人々がどういうところに住んでいるか、単身世帯なのか、あるいは何を買うのか、いろいろな属性によって購買形態が違ってくる。販売形態も違ってくる。その中で、日本

がどういうやり方をするのかということが問われていると思うのです。

フランスがやっているからフランスと同じやり方というのは多分ないと思うのです。イギリスがやっているから、同じやり方ではいかず、日本らしいやり方ができるはずなのです。各国でこれだけやっているのに日本は何もしませんというのは多分ないのだと思います。

では、日本はどのようなやり方ができるのか。東京は東京らしいやり方がどうできるのか。東京がやると、国が動くということがありますので、そこをもう一步探る必要があろうかと思えます。

先ほど薬屋さんではマイバッグにすると万引きということがあって、なるほどと思った瞬間に、でも、私の住んでいたイギリスではブーツという大きな薬屋さんがあって、そこでもワンウェイの袋がなくなるとしたら、ブーツはどうやって万引きの対策をしたのか。イギリスは物すごく万引きが多いですから、どうやって対策をしているのか。監視カメラかよくわかりませんが、そういうところもよく研究されて、イギリスでできることが日本でできないわけがないですから、そこを学んで少し取り入れるというやり方で、日本らしいやり方で、都らしいやり方で、最終的には条例かどうかわかりませんが、どうやって持っているかを是非探っていきたいなと思っていますので、その辺は宿題としてよろしくお願ひ申し上げます。よろしゅうございますか。

ありがとうございました。

最後に、事務局から連絡事項として何かございましたらよろしくお願ひ申し上げます。

○谷上資源循環推進部長 本日はどうもありがとうございました。

今後の予定なのですが、先ほど資料4の中で説明したように、東京都としては、キャンペーンを夏ぐらいにはあらかじめ始めたいと思っております、その時期を目途に、もう一回意見交換会を開いて、こんな形でやりたいのだけれども、どうかということでチェックをしていただければと考えております。

キャンペーン自体は、一過性といいますか、せいぜい1カ月ぐらいの間でとなると、継続的に何をやっていったらいいかというところが大事なところになってくると思いますので、先ほどの2つ目の議題でありましたが、例えば協定を結ぶのが妥当なのかとか、そこら辺も含めて、もう一回御提起をさせていただきたいと思っております。

8月近くになりましたら、御連絡を差し上げて日程調整をさせていただきますので、よろしくお願ひします。

以上でございます。

○細田座長 これは当然、都全体での取り組みだと拝察しますが、その際は是非知事のお力もかりまして、キャンペーンをやる場合には知事に出ていただければ大変大きなインパクトも出ると思えます。

○谷上資源循環推進部長 知事も望むところだと思います。

○細田座長 よろしくお願ひいたします。

ほかに何か、最後に一言ございますか。

○細田座長 東京都から何かありますか。

○谷上資源循環推進部長 先ほどは食品ロスの会議でしたので、なかなか頭がついていかなかったのですが、歴史的な経緯もあって、ごみの処理は明治時代からずっとやって

おります。公衆衛生を全面に出していたので、生ごみについては不衛生な部分をどうにかしようということで、焼却施設をつくろうというのが国の方針としても固められましたし、それに向かって自治体もやってきたという経緯がございます。

しかしながら、食品のリサイクルというか、ロスという話も今は結構出てきておりまして、自治体の中ではいろいろな取り組みをしてコンポスト化を進めているところであるとか、まず、生ごみだけを分別しなければいけないので、それは非常に難しいというのもあるのでやっております。

コスト的な面から見ますと、焼却のほうが安いという現実の面がございますので、ある意味、リサイクル、食品ロスの削減を目指していくことに関しては一つの課題であるかなと認識しております。

はっきり申し上げられなくて、申し訳ないです。

○細田座長 焼却の件について、日本の弱みと強みを両方持っているところなのです。焼却は、今、一般廃棄物ですと約8割。これは世界的にもない高さなのです。そのかわり、一般廃棄物のリサイクル率でいうと、EUをはるかに下回っている。日本は、今、少し下がり始めていて21%ぐらいです。

ユーロスタットの古いデータなのですがすけれども、ヨーロッパの都市ごみは大体27%。コンポストで13%ですから、一般廃棄物は40%ぐらいリサイクルしているのです。日本は、はるかに届かない。そのかわり、EUの場合、直接埋め立て率は日本よりはるかに高いのです。日本は焼却している分、焼却灰はボリュームが減りますので、最終処分場のない日本にとってはよかった部分もあるのだけれども、燃やせばいいという方向になっていて、しかも、高性能の焼却設備の場合は、まだ国から2分の1の補助金が出ますということで補助金行政に頼っている。谷上さんが言っていたように、焼却設備の一部は有効に働いたという歴史があるわけです。いいことが、歴史の中で悪いほうに変わることはよくありまして、悪いとは申し上げませんが、足かせになっている部分があるということが歴史の中の部分ではあります。

これからEUは、サーキュラー・エコノミー・パッケージで一般廃棄物を65%、容器包装は75%までリサイクルするという高水準のリサイクルを追求しておりますので、日本はかなりこれからおくれることになる。新しいやり方を、2020をきっかけとして是非つくっていくべきではないか。そのために、皆さんのお知恵を拝借したい。

言い過ぎてはいけませんのですけれども、環境問題をエコファッションみたいにすると、宗教みたいにしてしまうと、おまえが悪いのだ、何でコンビニエンスストアはなどというようになってしまうわけです。これだけはやめたほうがよくて、みんなができる立場なので、ここからスタートしようと言って、輪をつくと何かができる。今回、それを東京都でつくればいいなと思っていますので、是非御協力よろしくお願い申し上げます。

本日は、どうも長い間、ありがとうございました。

(午後5時30分閉会)