

神戸発・CO<sub>2</sub>25%削減社会の実現へ！家庭でできるごみ減量プロジェクト  
**「減装(へらそう)ショッピング 2009-2010」スタート**  
日本初！誰でもごみが少ない商品が選べる**“容器包装ランキングリスト”を大公開**  
容器包装ごみを減らした**「減装商品」394品目を発表！**  
**【期 間】 2009年11月13日(金)～2010年11月14日(日)**  
**【実施店舗】 コープこうベシア、ジャスコつくしが丘店、ダイエー甲南店**

特定非営利活動法人ごみじゃぱん（所在：兵庫県神戸市灘区六甲台町2-1神戸大学内／代表：神戸大学大学院経済学研究科教授 石川雅紀）は、CO<sub>2</sub>削減社会実現のため、包装ごみの少ない商品を選ぶ買い物基準を普及させ、日本のごみを減量するプロジェクト「減装(へらそう)ショッピング 2009-2010」を、2009年11月13日(金)～2010年11月14日(日)の1年間、神戸市内3店舗（コープこうベシア、ジャスコつくしが丘店、ダイエー甲南店）にて実施します。

**1) 食品・トイレタリー12分野から包装削減率が高い上位を「減装商品」としてランキングスタート時より394品目を推奨。「減装商品」を買うと通常商品に比べ包装ごみは約半分に。**

「減装ショッピング 2009-2010」では、3店舗で販売されている商品から、食品（生鮮除く）・トイレタリーを、商品カテゴリーに分類。12分野41カテゴリー約1438品目を、中身あたりの容器包装が少ない順にランキングし、上位の394品目を「減装商品」として推奨しました。年間を通じて順次、推奨する分野を増やしていき、店頭POP等で告知していきます。ランキングは、ごみの少ない商品を選ぶ際の目安となるようホームページ (<http://gomi-jp.com>) などで公開します。スタート時は、①米菓、②チョコレート、③ケチャップ・マヨネーズ、④醤油、⑤ドレッシング、⑥カレー・シチュー、⑦ハム・ソーセージ・ベーコン、⑧食用油、⑨男性用化粧品、⑩住居洗剤、⑪化粧せっけん、⑫シャンプー・リンスの12分野41カテゴリー394品目を「減装商品」としておすすめしていきます。（※推奨商品リストと削減率のランキング別紙参照）

**2) ごみの問題を「買う」時から考えた「減装ショッピング」ができる売り場を全国普及へ！**

容器包装ごみを減らす買い物基準「減装ショッピング」を、日本の小売店の売り場に根付かせて社会全体の標準にすることを目標に、イオンリテール、コープこうべ、ダイエーの流通各社の協力のもと、全国展開にむけた基準・店舗オペレーション開発を行っていきます。1年間にわたり、神戸市内のジャスコつくしが丘店、コープこうベシア、ダイエー甲南店で、多店舗展開をシミュレーションしながら普及プログラム構築や調査等を行います。

**①推奨システムの開発：全国展開にむけた基準・店舗オペレーション開発**

日本の容器包装を生活者の立場から分類・計測・推奨するシステムを開発します。より多くの商品を短期間で推奨できるシステムを作り、情報収集方法や店舗での運用方法を研究し、全国展開にむけた店舗オペレーション開発を目指します。

**②教育システムの開発：「減装マイスター」育成、小中学校で「減装学校」の開催**

小売店、生活者に向けた容器包装に関する知識や現状をより深く知り、減装ショッピングのコアになる人材育成に取り組みます。また小中学校での環境教育「減装学校」の開催や、地域の生活者とともに啓発イベントを実施します。

**③産学連携による研究：「ごみじゃぱん減装研究会」の発足**

今年10月に「ごみじゃぱん減装研究会」を発足、メーカー6社（花王株式会社、日本ハム株式会社、ハウス食品株式会社、株式会社マンダム、レンゴー株式会社等）が参加し、産学連携で社会全体を良くするためのマーケティング開発を行います。また「減装商品」マークをソーシャルブランドに育てたいと考えています。

## 「減装（へらそう）ショッピング 2009-2010」実施概要

- 名称 「減装ショッピング 2009-2010」
- 期間 2009年11月13日（金）～2010年11月14日（火）の1年間
- 実施店舗 イオンリテール株式会社…ジャスコつくしが丘店（神戸市北区筑紫が丘 3-2-10）  
生活協同組合コープこうべ…コープこうべシーア（神戸市東灘区住吉本町 1-2-1）  
株式会社ダイエー…ダイエー甲南店（神戸市東灘区本山南町 8-7-18）（50音順）
- 内容 容器包装が減量化されている商品を「減装商品」として推奨することで、無理なくごみを減らす運動「減装ショッピング」を全国に普及させるため、流通・メーカー・生活者・NPOが一体となった基準作りと店舗オペレーション開発・ノウハウ蓄積に取り組みます。
- 目標 「減装ショッピング」を、社会全体のスタンダードにするには、まず「減装ショッピング」が実践できる小売店を増やすことを重要目標と捉え、今年度は、小売店での店舗オペレーションを開発し2010年度以降に多店舗展開を行う基盤を構築します。
- 実施手順
  - 1) 小売店で販売されている商品から、食品（生鮮除く）・トイレタリーを、使用回数・用途・形状・調理法・活用シーンなどを考慮した商品カテゴリーに分類。
  - 2) 容器包装の重量を測定し、「内容量1gあたりの容器包装量」を算出。  
内容量1gあたりの容器包装量＝容器包装の質量（g）／内容量（g）  
（※商品カテゴリーによっては「1食あたり」「1回分あたり」等の単位で算出）
  - 3) 商品カテゴリーごとに中身あたりの容器包装が少ない順にランキングし、12分野約1500品目のうち、上位の品目の**12分野 41 カテゴリー-394品目を「減装商品」に決定。**（※11/13スタート時。2010年3月・8月をめどに推奨分野を追加予定。）  
**「減装商品」＝中身あたりの容器や包装が少ない商品**
  - 4) 売り場の「減装商品」に推奨POPなど目印をつけて購入を促します。
  - 5) 店頭ではポスターなど様々なコミュニケーションツールを用いて、生活者に、容器包装が少ない＝ごみの発生抑制ができる「減装商品」の情報を伝えていきます。
  - 6) 調査・分析活動を行い、汎用的な運営オペレーションマニュアルを策定します。
- 分析内容
  - ・POPなどで推奨した「減装商品」の売上動向
  - ・情報量の程度による売れ行き動向分析（POPや陳列方法などの効果測定）
  - ・「減装商品」が定番化された場合のCO<sub>2</sub>削減量分
  - ・生活者の意識変化を実験前と実験後で比較。  
環境意識、購入経験、受容度、メッセージ内容の確認、企業イメージ等
  - ・店舗スタッフモチベーション調査

### ※「減装ショッピング」について

ごみじゃぱんが提唱する、普段の買い物で無理なくごみを減らす運動名称。ごみの問題を「捨てる」時ではなく「買う」時から考えていただく意識改革で、中身が同じなら、包装ごみを減らした商品の価値をご理解いただき購入する買い物基準です。

### ※取り組みの背景

日本の容器包装のリサイクルは着実に進み、平成18年度のリサイクル率は19.6%に達し、埋め立て量は10年間で約半減しています。しかし、その処理のために多額の費用を使っている現状があり、日本の容器包装は、内容物の保護以上に目立つ包装が採用される傾向があります。ごみじゃぱんは、2007年・2008年の実験を通じて、生活者が商品選択の際にごみ問題やリサイクルの費用などに気がつけば、より簡易な包装を選択することを実証してきました。

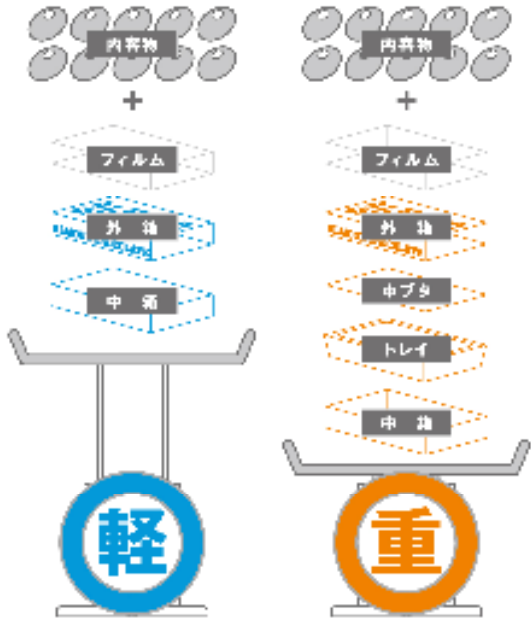
「減装（へらそう）商品」 推奨例



へらそうしょうひん  
**減装商品**  
Gomi-jo

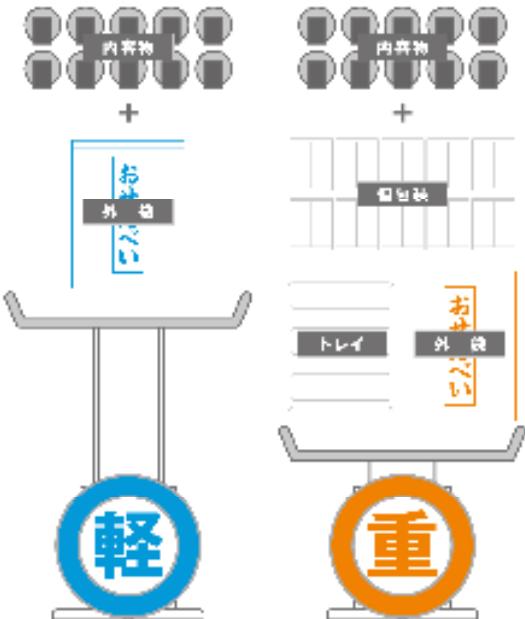
中身あたりの  
容器や包装が軽い商品をおすすめしています。

たとえば、アーモンドチョコの場合



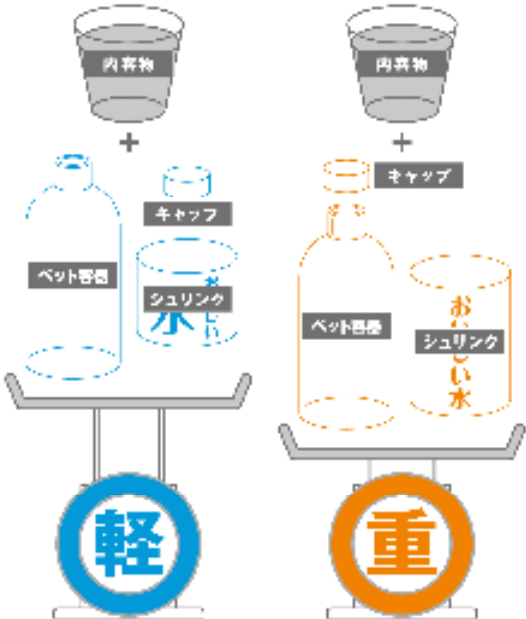
容器や包装が軽い商品をおすすめしています。

たとえば、おせんべいの場合



容器や包装が軽い商品をおすすめしています。

たとえば、ペットボトルの場合



容器や包装が軽い商品をおすすめしています。

## 「ごみじゃぱん減装（へらそう）研究会」について

- 正式名称 「ごみじゃぱん<sup>へらそう</sup>減装研究会」
- 会員 花王株式会社、キリンビール株式会社、日本ハム株式会社、ハウス食品株式会社、株式会社マンダム、レンゴー株式会社（50音順） ※2009年11月13日時点
- 会長 株式会社マンダム 取締役常務執行役員 R&D統括 桃田雅好
- 企画運営 特定非営利活動法人ごみじゃぱん
- 設立 2009年10月6日
- 設立趣旨と目的  
日本の容器包装を減らすという社会課題解決のための研究会で、特定非営利活動法人ごみじゃぱん内の任意組織として設立。  
生活者に対して、産官学民連携で社会全体を良くするためのマーケティング手法を開発していきます。  
容器包装ごみの減量は、容器包装を設計しているメーカーだけでは達成が困難であることを認識。生活者の商品選択基準に容器包装が加味されることで、社会全体で、容器包装を自然に減少させることを達成目標に活動していきます。

### ■主な活動

- 1) 「減装ショッピング」に協力し、実験店舗における売上動向分析や意識調査を実施することで、生活者に対する効果的な情報提供手段を研究・開発。
- 2) ごみじゃぱんが企画・運営し、小売企業と協力しながら、小売店での「減装ショッピング」のオペレーション開発。
- 3) メーカー、生活者、学生の協働によって「減装商品」を開発。
- 4) 特定商品による比較販売実験など、必要に応じて目的達成のための実験・調査等を実施。

## 「減装（へらそう）ショッピング 2009-2010」の普及活動について

期間中は、学生達を中心となって、流通現場や生活者と連携しながら、PRイベント・減装モニター・子供達への啓発活動などを企画・運営していきます。

### ■主な活動

- 1) 「減装ショッピング」を生活者に普及するため、流通現場に携わる店舗スタッフから「減装マイスター」を育成していきます。
- 2) 時候に併せて、「減装ショッピング」店頭フェアを企画。
- 3) 小学校キャラバン「減装学校」や各地の環境イベント等への出展による啓発活動
- 4) 地域連携のPRイベントなどを企画・運営
- 5) 「減装バッジ」キャンペーンを実施、店舗スタッフや賛同いただいたお客様には、「減装ショッピング」マークの缶バッジを進呈し、賛同者の輪を広げ、生活者のうねりを作っていきます。
- 6) 神戸市内の主婦の皆さんを中心に「減装モニター」を組織。

## 特定非営利活動法人ごみじゃぱん

---

- 【設立】 2006年9月25日  
【代表】 石川雅紀（神戸大学大学院経済学研究科 教授）  
【事務局】 ・所在地 神戸市灘区六甲台町 2-1 神戸大学内第2研究室 107号  
TEL:078-803-3005 FAX:078-803-3006  
・事務局長 小島理沙

### 【発足の経緯と活動内容】

2005年10月、ごみゼロパートナーシップ会議がまとめた「簡易包装普及のためのシステム検討委員会平成15年度報告書」で立てられた仮説「ごみ問題を知り、インセンティブが与えられれば、生活者（消費者）の消費行動が変わる＝ごみが少ない商品選択を行う」を実証すべく、有志が集まりNPO法人設立を決定。日本包装学会会長であり、長年に渡ってごみと環境の研究を重ねてきた神戸大学大学院経済学研究科教授・石川雅紀を代表に、社会人及び神戸大学の学生が中心となって発足しました。

発足以降、産官学民の連携で無理なくごみを減らせる社会作りを目指すNPO団体として、社会全体でごみの発生を抑制し、発生したごみは出来るだけ適切に処理していく活動を企画・展開しています。消費者、事業者、教育研究機関及び行政と連携して、簡易包装の普及、ごみの分別とリサイクルの向上、新たなリユースチャンネルの開発及びごみを少なくするための商品の製造・販売等に関わる社会実験を実施し、そこから得られた知見を基に、ごみ問題の抜本的な解決に資する社会的仕組みづくり及び自然環境と調和した都市づくりに寄与しています。



「減装商品」推奨マーク

《本件に関するお問い合わせ先》

特定非営利活動法人ごみじゃぱん事務局 小島 TEL:078-803-3005 FAX : 078-803-3006  
ごみじゃぱん 広報デスク (プランニング・ホート内) 福嶋 TEL:06-4391-7156 FAX : 06-6110-7759  
ホームページ <http://gomi-jp.com>