

神戸発 減装ショッピングの実践－減装ショッピングのこれまでと今後  
2011年度 容器包装の簡素化を考える勉強会

2012/02/06  
札幌エルプラザ2F 環境研修室

神戸大学大学院経済学研究科 教授  
非営利活動法人ごみじゃぱん 代表  
石川雅紀

2012/2/6

©石川雅紀

1

## 減装ショッピングの始まり

平成15年度簡易包装普及のためのシステム検討委員会報告書  
平成16年8月  
ごみゼロパートナーシップ会議

### ごみの元を買わないようにするためのシステム

- ・「消費者ニーズ」，「クレーム」とコスト
- ・事情や状況でばらばらな消費者ニーズ
- ・伝わっていない企業の努力

2012/2/6

©石川雅紀

2

## 減装ショッピングの始まり

### 包装に関する事業者と生活者の認識ギャップ

- ・ 包装をユニークセールスポイントしない事業者  
包装はあくまで付属品  
クレームが出ないように
- ・ 包装とは「商品を包む事」と思う生活者  
買う時にごみなる事を考えない  
ごみを出すときに腹が立つ

## 減装ショッピングの始まり

### 生活者が包装をごみ問題としてとらえない理由

- ・ ごみに関する情報が生活者に届いていない  
ごみ問題に関するコミュニケーション
- ・ 届いているのは分別情報と収集日  
やらされるための「ねばならない」情報
- ・ インセンティブが欠けている

## 減装ショッピングの始まり

### 得られた仮説

- ・生活者にごみ問題に関する情報をわかりやすく伝えれば理解が得られる。
- ・公共的インセンティブを設定すれば、モチベーションが高まる。
- ・市民の購買行動が変われば、メーカーは包装を簡易化する。

この仮説を実証するための社会実験を行うために  
ごみじゃぱん設立  
2006年9月5日

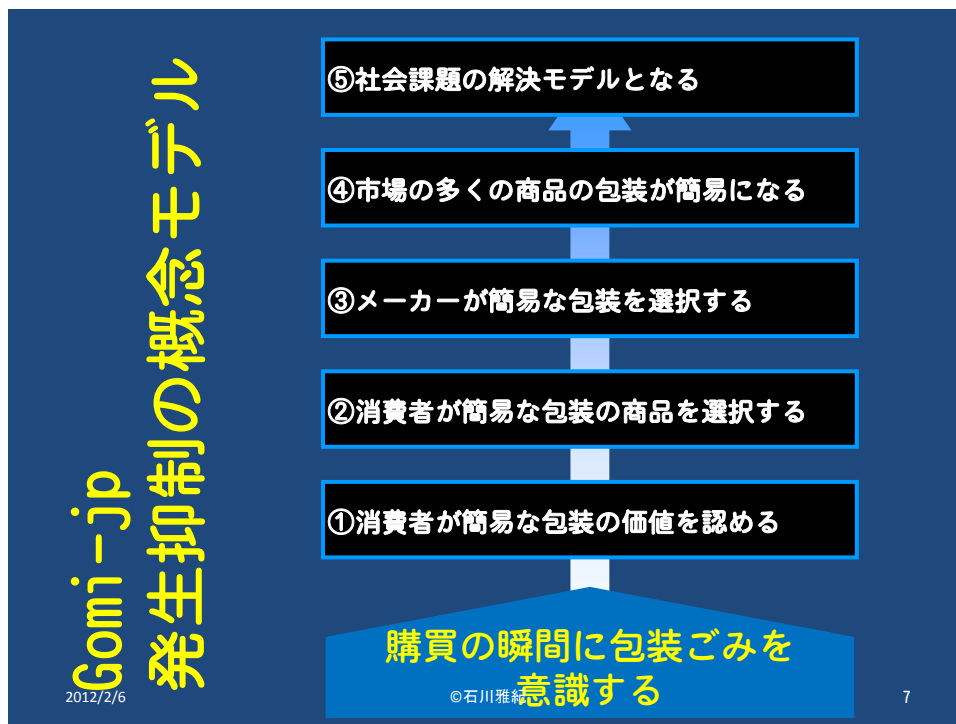
## 解くべきジレンマ

「お店に置いてないから買えない」  
「包装は企業に考えてもらわないと…」  
「包装を簡易化するのは儲ける為でしょ…」

vs.

「買ってもらえないから作れない」  
「包装を簡易化してクレームが出たら困る」

簡易な包装の商品の方が、  
ごみが少なく社会的メリットがあり、  
よく売れるシステムを実証すればよい



簡易包装商品が売れない理由

買う時にごみの事まで思いが至らない

ではどうするか？

### 生活者側の対策

- ・ ゴミ問題を自分事化する
- ・ ゴミ問題をより深く理解する

### 事業者側の対策

- ・ 商品棚で包装ごみの情報を提示
- ・ 包装を簡易化する。

2012/2/6

©石川雅紀

9

## 店頭での販売促進



2012/2/6

©石川雅紀

10

# 減装（へらそう）パトロール



2012/2/6

石川雅紀

11

# 商品棚



2012/2/6

石川雅紀

12

へらしました		プラスチックフィルム	
へらしました		プラスチック容器	
なくしました		外箱	
なくしました		トレイ	
なくしました		個別包装	
その際 変えました			



# オープニングイベント：大型展示棚



# 季節プロモーション：父の日フェア



# チラシ：6万部配布

覚えておいてください。たとえほんのちひなものが減量(へらそう)商品です。

できるだけ、ごみをつくらない生活へ。ごみを減量(へらそう)。

Gomi-jp

へらそうしょうひん **減装**

神戸市 **へらそう** **減装** ショッピング

**洞爺湖サミットもある今年、神戸市の「ごみの現状」もなんとかしなければ...**

ごみの収量額：約74万トン(※2011年度) (スチールスタジアムの約7.5倍分)

市民一人1日あたりのごみ量：1.330g

家庭から出るごみの内、容器包装ごみは1重量で全体の1/5、体積では60%にも及ぶ。

ごみ処理にかかる市民一人あたりの年間負担金額：約17,000円 (※人頭負担約8,000円)

**ごみを減らす習慣、ごみを減らす者と生え、行動する市民の意識改革しが必要です。**

東灘区の皆さん、おチカラを貸してください。

新年最初の六甲アイランドでの実施に向け、今年も「ごみ減量」を推進制度で行います。みんなのお買い物を減らして、ごみ減量(へらそう)商品(へらそう)商品を購入するだけで、ごみは減る、という簡単で、ごみ処理に伴って排出されるCO2などの温室効果ガスの排出削減にもつながります。また処理にかかる費用(税金収入)も少なくなり、その分を別の公共目的に使うことができます。今年もごみ減量(へらそう)商品(へらそう)商品を購入するだけで、ごみは減る、という簡単で、ごみ処理に伴って排出されるCO2などの温室効果ガスの排出削減にもつながります。また処理にかかる費用(税金収入)も少なくなり、その分を別の公共目的に使うことができます。今年もごみ減量(へらそう)商品(へらそう)商品を購入するだけで、ごみは減る、という簡単で、ごみ処理に伴って排出されるCO2などの温室効果ガスの排出削減にもつながります。また処理にかかる費用(税金収入)も少なくなり、その分を別の公共目的に使うことができます。

実施は、私たちがGomi-jp(ごみいりりー)が行います。

2012/2/6

# 車内広告：市バス





## オープニングイベント



120 人の学生のごみ拾いウォーク  
減装ショッピングの街頭宣伝

2012/2/6

©石川雅紀

17

## 分類

例：チョコレート

プレッツェル



マルチパック

純チョコ



中身入り  
チョコレート

バー



スナック  
チョコレート

ナッツ  
チョコレート



板チョコ

2012/2/6

©石川雅紀

18

## 包装指数

$$\frac{23.6\text{g}}{92.4\text{g}} = 0.25\text{g/g}$$

包装総重量  
チョコレート重量

1gチョコレート  
当り包装g

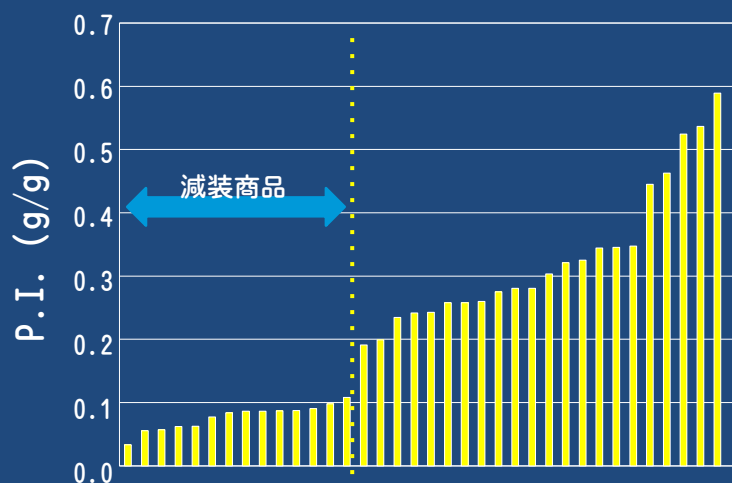
2012/2/6

©石川雅紀

19

## 包装指数の分布

P.I.: Packaging Index, Packaging weight/contents



2012/2/6

©石川雅紀

20

## 推奨された減装商品の例



2012/2/6

©石川雅紀

21

## 推奨された減装商品 2009-2010

減装商品数: ca. 1,200  
 重量測定商品数: ca. 4,000  
 カテゴリー数: 119

減装商品の包装指数は、カテゴリ内全商品

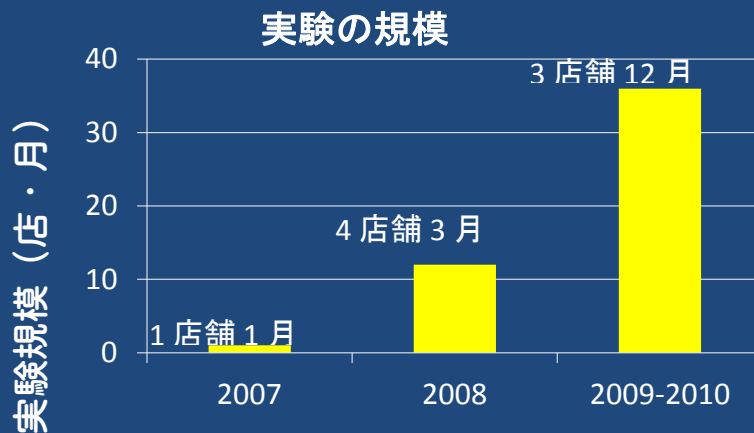
の包装指数の **48%**

2012/2/6

©石川雅紀

22

## 減装ショッピングのこれまで



2011/11/01よりダイエー社神戸市内直営全店舗(22店舗)で減装ショッピングを期限を切らずに展開開始。

2012/2/6

©石川雅紀

23

## 減装ショッピングのこれまで

## 参加流通チェーン数

2007: コープこうべ

2008: コープこうべ, ダイエー

2009-2010:

コープこうべ, ダイエー, ジャスコ

2011: ダイエー神戸市内直営22店舗

2012: コープこうべ, ダイエー, ユニー,  
ドラッグユタカ

2012/2/6

©石川雅紀

24

## 実験で判った事と課題

### 2007年実験

- 仮説：・情報を提供すれば生活者は反応する。
- 結果：・約260の推奨商品の内約1/3の商品が統計的に有意に売上が上がった。
- 課題：・普通の住宅地でも効果が上がるか？  
・生協でなくても効果が上がるか？

## 実験で判った事と課題

### 2008年実験

- 仮説：・普通の住宅地でも情報を提供すれば生活者は反応する。  
・普通のスーパーマーケットでも効果が上がる。
- 結果：・約1,500の商品を推奨し平均的に食品で8.5%，生活雑貨で約14%統計的に有意に売上が上がった。  
・通常の住宅地で，生協でなくても効果が上がった。
- 課題：・学生の関与が無くても効果は上がるか？  
・店舗での日常活動として行えるか？



## 実験で判った事と課題

2009-2010年活動

- 目的：・小売店舗での**日常活動化するための課題と解決策**を見出す。  
 ・**効果的なコミュニケーション手段**を見出す。  
 ・**仮説を実証**する。
- 仮説：・**学生が特別に活動しなくても効果が上がる。**
- 結果：・約1,500の商品を推奨しカテゴリー，時期により，**0%～30%程度統計的に有意に売上が上がった。**  
 ・**学生の特別な活動が無くとも効果が上がった。**  
 ・店舗によっては，**メンテナンス，POSデータの取得の負荷が大きい**ことが分かった。  
 ・**理解から意識購買への構造**の手掛かりを得た。  
 ・**ダイエー社が神戸市内全直営店舗で期限を切らない活動開始**
- 課題：・**流通チェーンで減装ショッピングと経営に取り入れる。**  
 ・**神戸以外の地域に展開**する。

2012/2/6

©石川雅紀

27

## 実験で判った事と課題

### 生活者の声：

- ・「**このお店は減装ショッピングをやっているからいい。**」（2008年実験での覆面調査員が収集した顧客生声）
- ・「**買いに行きたいけど，何処でやってるの？**」（減装カフェ参加者等）

2012/2/6

©石川雅紀

28

## 実験で判った事と課題

### 理解から意識購買の構造：

- ・理解度は、マスメディア，配布物，従業員のTシャツ・缶バッジ等の影響が大きい。
- ・意識購買は，理解度とPOPで決まる。

2012/2/6

©石川雅紀

29

## 次のステップ

### 他地域への展開：

- ・大垣市での実験的展開
- ・環境省からの助成金

### 協力流通の拡大

- ・ユニー，ドラッグユタカ社の参加

### 協力メーカーの拡大

- ・研究会メンバーへの勧誘
- ・中小企業にも参加しやすい仕組み

2012/2/6

©石川雅紀

30

## 他地域展開・参加流通拡大

### 目的：

- ・ 他地域での展開の課題発見と解決  
大垣は神戸とどう違うか？  
新規参加メンバーのインセンティブ調整
- ・ 参加流通拡大と地域拡大による流れの形成  
広報活動重視
- ・ 規模拡大に伴う課題発見と解決  
推奨作業

2012/2/6

©石川雅紀

31

## 大垣での実験計画

期間：2012/2/19-3/3 (2週間)

### 推奨カテゴリー：

生活雑貨	食品
シャンプー・リンス(D)	レトルトカレー(D・U・Y)
ボディーシャンプー(D)	PETボトル飲料 水・お茶(D・U・Y)
液体洗剤(D・U)	ロールパン(D・U・Y)
食品用ラップ(D・U)	レトルトライス(D・U・Y)
ハンドソープ(D・U)	

(D:ダイエー鈴蘭台店、U:ユニークアウォークで展開、Y:ユタカ本店)

2012/2/6

©石川雅紀

32

## 大垣での調査計画と発表

### 意識調査：

- ・事前と事後に3店舗でそれぞれ200票の**来店客調査**（聞き取りによる質問紙調査）
- ・大垣と神戸での定性調査（減装カフェによる**グループインタビュー**）

### 売上動向調査：

- ・**POSデータ分析**による売上に対する影響の分析（過去1年，比較対象店舗含めて，各流通6-7店舗のデータを利用してパネルデータ分析）

### 結果報告：

- ・4月下旬もしくは5月連休明けに**報告シンポジウム（東京）**

2012/2/6

©石川雅紀

33

## 生活者側の活動

### 減装生活実験の概要：

- ・神戸市北区の**生活者110世帯**の参加
- ・**可燃ごみと容器包装プラスチックごみの重量を自分で測定**
- ・**ごみを意識しない1週間とごみ減量を意識した1週間**（2011年10月実施）
- ・**ごみじゃぱんがデータを集計・分析**
- ・事後に**定量調査と定性調査**
- ・2012/2/10 神戸市北区での**減装フォーラム**で**結果報告**とともに，500人の生活者による**減装宣言**

2012/2/6

©石川雅紀

34

## 減装生活実験

### 目的：

- ・生活者が包装ごみを自分事として意識する
- ・生活者自身が包装ごみ削減方策を考える
- ・生活者のごみに対する意識を探る

### 仮説：

- ・生活者はごみを意識するとごみが減る
- ・生活者は減装生活実験に参加する事で、包装ごみ問題を自分事としてとらえる

2012/2/6

©石川雅紀

35

## 減装生活実験

### 可燃ごみの減量

(95世帯、270人)	可燃ごみの 総量	世帯あたり 平均	1人あたり 平均
I ごみを意識しない 生活(kg)	667.91	7.03	2.47
II ごみを意識する 生活(kg)	515.34	5.42	1.91
IとIIの差(kg)	-152.57	-1.61	-0.57
削減比率(%)	22.8	22.9	23.1

2012/2/6

©石川雅紀

36



## 減装生活実験

## プラスチック包装ごみの減量

(102世帯293人)	プラスチック包装 ごみの総量	世帯あたり 平均	1人あたり 平均
I ごみを意識しない 生活(kg)	77.17	0.75	0.26
II ごみを意識する 生活(kg)	59.45	0.58	0.20
I と II の差(kg)	-17.72	-0.17	-0.06
削減比率(%)	23.0	22.7	23.1

2012/2/6

©石川雅紀

37

## 減装生活実験

## 可燃ごみを減らした人の特徴

以下の項目を選択した人は可燃ごみを減らした傾向が強い。

- ・ 容器包装は「紙」が思ったより多い。
- ・ 買い物の時容器包装の少ない物を購入すると効果的。

2012/2/6

©石川雅紀

38

## 減装生活実験

### プラスチック包装ごみを減らした人の特徴

以下の項目を選択した人は  
プラスチック包装ごみを減らせなかった傾向が強い。

- ・ 容器包装プラスチックがこれだけ多いと減量は難しい。

## 減装生活実験

### 定性調査（グループインタビュー）

グループインタビューで、以下の事がわかった

- ・ ごみの削減量が少ないグループは既に減量努力しているので、削減の余地が小さかった。
- ・ 削減量の大きいグループは、トレーなどの容器包装の分別等でごみ量を削減していた。
- ・ 包装ごみの削減では、企業側に包装の簡易化の要望が強かった。

## 減装生活実験

### 定性調査（グループインタビュー）

#### 減装生活実験に参加しての感想

- ・実際に数字という目に見える結果を受け、ごみを減らすことへのやりがいを感じるようになった。
- ・ごみを減らすことで環境や国へ貢献しているという実感が持てた。
- ・ごみに関して意識するようになった。
- ・ごみを減らすには限界があると感じる。

2012/2/6

©石川雅紀

41

## 減装生活実験

### 減装生活実験で分かった事

- ・ごみを意識すると可燃ごみ、プラスチック包装ごみも減らす事ができた。
- ・しかし、減らした方法は、主に分別であり、プラスチック包装ごみの発生抑制に関しては、企業側への期待感が強い。
- ・買う時に包装ごみを意識する等、動機付けできる事がわかった。

2012/2/6

©石川雅紀

42

まとめ：今後の展開

減装ライフスタイルの普及・定着を目指して

減装ライフスタイルの両輪

- ・生活者側での減装生活
- ・事業者側での減装ショッピング