

初めて「減装(へらそう)マーク」を商品に表示してみます!
全国で減装マーク表示商品の販売実験をスタート
容器包装の少ない商品とそれを選択するライフスタイルの普及をめざして!!
■発売開始日:2011年7月1日

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、山崎製パン株式会社と共同で「減装商品」のマークを表示した商品を全国(北海道を除く)で初めて発売し、生活者の反応を調べる実験を開始します。

つきましては、報道関係者の皆さまには是非ご取材いただきたくご案内いたします。

神戸大学の学生らで作るNPO法人ごみじゃぱんでは、容器包装ごみの発生抑制を実現し、低炭素社会に移行するため、包装ごみの少ない商品を選ぶ買い物スタイル「減装(へらそう)ショッピング」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 2011」を神戸市内で実施しています。

容器包装廃棄物を発生抑制するためには、容器包装の減量化が必要不可欠であり、メーカーが容器包装の減量化に取り組む事が必要です。このためには、生活者が容器包装の少ない商品を積極的に選ぶ事が必要ですが、現在の売り場では、より容器包装の少ない商品はどれなのかを選ぶ基準が示されていません。この問題を解決する事を目的として、2007年より神戸市内で社会実験に取り組んできています。具体的には、スーパーで通常販売されている商品の中で、比較的容器包装重量が軽い商品を「容器包装が少ない商品=減装(へらそう)商品」として、値札の横に推奨商品を示すカード(POP)を入れて推奨してきました。

この度、ごみじゃぱんの推奨基準を満たした「新食感宣言 直焼ロール」に「減装商品」のマークを実験的に表示し、全国(北海道を除く)で販売されることになりました。神戸市内で昨年減装ショッピングを実施した実験店舗 3店舗(イオンつくしが丘店、コープこうべシア、ダイエー甲南店 50音順)で現在販売されているテーブルロール 14種類¹の商品の包装とパンの重量の計測を行い、測定した商品の中からパンの総重量当たりの容器包装重量の少ない商品をランキングし、当該商品がごみじゃぱんの推奨基準内にランクインしていることを確認しています。

今回は、商品に直接マークを表示することによる(今までは店頭での棚表示のみでした)生活者の認知、理解、行動がどう変わるかなどを検証する実験です。当該商品が、全国(北海道を除く)で販売されるため、今までの活動エリアと活動エリア外との反応の差を観察・調査することが可能です。実験では、情報の到達度・理解度・行動への意思等を観察し、棚でのPOP表示と商品への直接表示の効果の違いを分析します。

この取組は、生活者とメーカーの容器包装に対する主張の違い(生活者はメーカーが容器包装の少ない商品を作らないから買えないといい、メーカーは簡易包装は売れないから作れないと主張)を解決するべく、適切な情報を与えれば包装が少ない商品でも売れることを実証していくことで、メーカーがより簡易な包装を採用する事に対する障害を取り除き、日本全体の容器包装ごみの発生抑制が進む事を期待しています。そのために、減装マークの認知や情報提供がどの程度生活者に受容され、行動に至るかが重要なキーとなってくるため、メーカーが「減装(へらそう)マーク」を商品に直接表示するインセンティブになるかどうかの一つの挑戦でもあります。この挑戦を社会に定着させるために、減装マークの表示ルールづくりにも同時に着手してまいります。

《本件に関するお問い合わせ先》

NPO 法人ごみじゃぱん事務局 TEL:078-803-3005 FAX:078-803-3006 info@gomi-jp.com <http://gomi-jp.jimdo.com>

¹ 現在の推奨ルールは、実験協力3店舗で販売されている商品の中でのランキングですが、神戸市、京都市、横浜市のスーパーで購入した27種類のロールパンを加えても推奨基準を満たしている事は確認しています

概要

- 発売日 2011年7月1日より
- 製品について 「新食感宣言 直焼ロール」山崎製パン株式会社
- マークについて NPO法人ごみじゃぱんの推奨基準を満たし、容器包装が少なく、ごみの発生抑制につながる商品であることを示します。



マーク説明



新品

旧商品

- 実験について これまでは、神戸市東灘区、北区を中心に社会実験を展開してきましたが、今回は、特別なキャンペーンを行っていない全国（北海道を除く）で商品に印刷されたマークを生活者がどの程度認知するか、意味内容をどの程度理解するか、活動へ共感する程度、購買の意思等を調べます。そして、商品へのマーク印刷制度確立のために役立てます。

「減装(へらそう)商品」(包装ごみの少ない商品)の計測について

チョコレートや食品（生鮮を除く）・トイレタリー約 3500 商品を 113 カテゴリーに分類し、容器包装を測定。中身あたりの容器包装が少ない商品を「減装商品」として推奨しています。

容器包装の重量測定を行い、表示の内容量から「内容量 1 g あたりの容器包装量」を算出。

・内容量 1 g あたりの容器包装量 = 容器包装の質量 (g) / 内容量 (g)



内容量 1g 当たりの容器包装量

$$4.731 \text{ g} \div 236.5 \text{ g} = 0.0200 \text{ g/g}$$

2011年では、新たに5月28日にカップラーメン約200種類の測定を行いました。今後も新品、新カテゴリーの測定に取り組んでまいります。

「減装（へらそう）ショッピング」とは？

■「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です。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。

同じカテゴリーの商品に比べ容器包装の重量が約半分（48%、推奨カテゴリーにおける平均値）の商品を「減装（へらそう）商品」として推奨。生活者が推奨カテゴリー全体で「減装商品」を購入すると、重量で家庭ごみの約20%、体積で約60%を占める容器包装ごみが半分となり、重量12～13%、体積30%を減らせることが推計できます。

現在は、「減装ショッピング2011」を、神戸市内で継続展開中です。

■「減装商品」の推奨方法

- 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カテゴリーに分類。
- 2) 容器包装の重量測定を行い、表示の内容量から「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) カテゴリーごとに、「減装商品」を決定。

「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。

■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21年度のリサイクル率は20.3%に達し、埋め立て量はおよそ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。

■特定非営利活動法人ごみじゃぱんについて

- 【設立】 2006年9月5日（内閣府認証）
【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。

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。