消費者市民研究部会・社会・経済部会合同小集会
「リデュースを実現する販売システムの構築に向けて
～容器包装の発生抑制を考える～」報告

京都府立大学　山川肇

消費者市民研究部会と社会・経済部会は、標記小集会を行った。会場は市民展示会場となった京都大学総合博物館で、一般市民が参加可能な場所で実施した。

初めに司会より、今回の小集会では２Ｒの促進を企業経営やマーケティングの視点も踏まえて考えたいと趣旨説明があった。その後、4名の報告が行われた。

まず平和堂の龍氏より小売業における容器包装の発生抑制について報告があり、自ら包装する商品の包装抑制のほか、PB商品への省包装製品の投入、サプライチェーン・マネジメント（SCM)の観点からNB商品メーカーへの働きかけ、などの可能性が示唆された。

続く消費者市民研究部会の中井氏からは、容器包装リサイクル法の費用負担方法の問題が指摘されるとともに、市民活動によるレジ袋ノーデーの取り組み、全国のレジ袋有料化協定の状況などの報告があった。

次に、NPO法人ごみじゃぱんの小島氏より、減装（へらそう）実験2008の報告があった。ごみじゃぱんは、同等の商品と比較して容器包装の少ない商品（減装商品）の販売促進キャンペーンを実施し、その効果を検討した。その結果、食品で8.5%、生活雑貨で14.4%の減装商品の選択率上昇があった。また併売実験では減装商品の選択率は平均64.5%となったと報告があった。

最後に、筑波大学ビジネス科学研究科の西尾氏より報告があり、「エコロジー行動実践度」は「コスト（労力）評価」（－)、「やりがい感」「仕組受容性」「社会規範評価」の影響が大きいこと、企業の環境対応においては、その成果を目に見える形で提示することが重要であること、企業は環境対応の新しい切り口を「エコカー」のように新しい製品カテゴリーの創造によって示すことができること、などの指摘があった。

パネリスト間では２つの論点について議論した。初めに、レジ袋を有料化しない方針を掲げるチェーン・業態に関係して意見交換を行い、「有料化しない方針の理由は罰則的有料化と企業文化との乖離、売り上げへの影響等」、「地域で決めたことに乗れないことは問題」、「フリーライダーが生じてしまうので、法的な規制下で社会システムを作っていくことも必要」「地域協定は地域力を上げ、重要」等の意見が出され、地域力を上げる協定の良さを活かしつつも、一定の強制力のある社会システム作りが必要とまとめられた。

次に、企業の販売促進力をリデュース促進に向けることについて議論を行い、「SCMの観点からメーカーに働きかけることはこれからの小売の使命だが、売れる商品を作るためにはNPO等との協働が重要」「日本にはキズ＝穢れを忌み嫌うお祓いの文化があり、それが過剰品質要求等につながっているのでは。消費者教育が重要。効果の見える化も重要」「企業は売上低下を懸念するので、NPOが販売促進に努力した。その際、第三者からの情報発信だった点は重要。消費者は店頭で商品情報を得ているというが、測定するとほとんど見ていない。しかし、そこがやはり重要だろう」等の意見が出された。

会場からは「比較販売ではなく、減装商品しかなかったらそっちを選ぶのでは」、「包装削減のコストを企業はどう見ているか」「杉並区のレジ袋有料化があまり進んでいない背景は」「平和堂のリユース容器の導入取り組みがあるのか」等の質問が出され、「今回の結果は比較販売していないものも含めた結果」「大量に販売するところは包装コストも大きい。実験設計にあたっては、win-winになるよう配慮した」「現在、働きかけをしているところ」「平和堂として特別なことはないが、環境省はPETのリユース実験を始めている。食品の安全確保、表面のキズの受容性等が課題」等の回答があった。

まとめとして、店頭での情報伝達、カーボンフットプリントなど商品へのラベル表示などへの期待が語られ、効果情報の見える化が重要なキーワードとなった。またごみじゃぱんのような店舗実験にさらに取り組んでいくことの重要性も指摘された。2009年より廃棄物資源循環学会になり、学会としても２Ｒ研究がより重要になる。さらにこうした分野の研究や行動を進めていくことの必要性が強調されて閉会となった。

参加者は約30名で、アンケートからは、特に小島氏の販売実験に対する関心の高さが伺えた。昨年度は、消費者市民部会は食品廃棄物の発生抑制を、また社会経済部会では２Ｒ研究の方法論的課題をそれぞれ取り上げて議論しているが、今後とも２Ｒに関する有意義な議論の場を提供していく必要性を感じた。