

武蔵野市レジ袋削減会議

第5回議事録（事務局用概要）

実施日時	平成 21 年 5 月 22 日（木） 2時から4時
会場	クリーンセンター見学者ホール
出席者	大江 宏、野田 浩二、川添 勇二、保母 錠治、松井 玉、 濱中 洋子、富岡 光、加藤 慎次郎、白石 ケイ子、 南 みずほ、渡部 敏夫
欠席者	なし
事務局	ごみ総合対策課減量指導係 綿貫、古林、松木 花俣ごみ減量協議会会長 パシフィックコンサルタンツ(株) 米田、君島
配布資料	資料 1…座席表 資料 2…スケジュール 資料 3…実験協力依頼店舗について 資料 4…レジ袋削減実験に関するアンケート調査 資料 5…スーパー各社の状況 資料 6…レジ袋削減実施店舗申込書（案） 資料 7…麦わら帽子実施要領 資料 8…事業者懇談会の進め方 資料 9…レジ袋削減実験と併せた取組（キャンペーン等）について（案）
傍聴者	0
次 第	1.開会 2.（1）第4回会議録について 議 事 （1）事業者懇談会に向けて ①スケジュール確認（事務局） ②実験協力店舗に関する情報提供 ・事業者との調整（業態の整理） ・スーパーの状況 ・フランチャイズチェーンストア協会 ・麦わら帽子 ③事業者懇談会の進め方

	<ul style="list-style-type: none">・当日の進め方・レジ袋削減会議委員の役割 <p>(2) 広報・キャンペーン計画</p> <ul style="list-style-type: none">・案の説明 <p>(3) 今後の日程について</p> <ul style="list-style-type: none">・事業者懇談会 6月19日(金)午後2時～4時・6月の会議日程 6月24日(水)午後2時～4時
--	--

○開会

○確認事項（事務局）

①資料説明

- ・資料-1 座席表
- ・資料-2 スケジュール
- ・資料-3 実験協力依頼店舗について
- ・資料-4 レジ袋削減実験に関するアンケート調査
- ・資料-5 スーパー各社の状況
- ・資料-6 レジ袋削減実験店舗登録申込書（案）
- ・資料-7 麦わら帽子実施要領
- ・資料-8 事業者懇談会の進め方
- ・資料-9 レジ袋削減実験と併せた取組（キャンペーン等）について（案）

②第4回会議録について

議事

■事業者懇談会に向けて

会 長 : それでは議事のほうに入っていきたいと思う。今日、事務局のほうでいろいろと事業者懇談会、実験に向けての議題を盛りだくさん用意してもらったので、なるべくスムーズに進めていきたいと思う。最初にすでに日にちが決まった事業者懇談会に向けて、事務局のほうから説明をお願いします。

事務局 : (資料2、3、4、5、6の説明)

会 長 : 今、事業者懇談会に向けての大きな議題の、これからのスケジュール、実験協力店舗に関する情報提供で資料3、4、5、6、7の説明をいただいた。特にスーパーの状況については、非常に厳しいコメントも出ている。後ろ向きだけにはならず、前向きの姿勢をとりながらがんばっていききたいと思う。今の説明について質問・意見はあるか。アンケート内容、アンテナショップについて等いろんなことも出てきたが。それでは、事業者懇談会の進め方を説明してほしい。

事務局 : (資料8の説明)

会 長 : 19日の事業者懇談会の進め方について検討する。先ほど資料3の実験協力依頼店舗について、スーパー以外の方々にもお願いし、全市をあげての取り組みをしていきたいと多様な参加主体を今まとめている。その上で19日の事業者懇談会は、スーパー中心になるということだ。そこでひとつ前向きの方向が、出てくればいいが、

最悪の場合でも全市的な取り組みの中での役割をやはりスーパー業界に担ってほしいという形で進めていきたい。A委員補足はあるか。

A委員 : 進め方を示しているが、スーパー業界はかなり厳しい状況にあるので、一斉ならで
きる、値引き有料化は難しい、売りに関わるような有料化はできないといった
厳しい意見が出てくると思う。その中でこの委員会、あるいは市としては、最低限
のことはやってもらおうと、行政としては強い意識をもっている。そこで「市および
レジ袋削減会議の方針」(資料 8) の市の方針に沿って「例えば…」とあるがこうい
うことを是非やってほしい。声かけも何もできないという店舗もあるが、何らかの
形で全体に参加してもらおう。行政に向かってかなり質問が来ると思う。3 ヶ月のあ
とどうするか、顧客イベントを行政が協力できるのか、いろいろな意見が出ると思
うので、それは行政が答えていく。是非、委員の皆さんも事業者の立場・委員の立
場と非常に難しいと思うが、その辺を後ろからバックアップしていただくと非常
に嬉しい。

会 長 : 今、全体の説明をいただいたが資料等の中身について、あるいはこういう想定につ
いて、この辺は考えておくべきではないかといろいろな意見があるかと思うので、
出してほしい。

B委員 : スーパーの立場から話す。選択肢が 3 つあり、まずレジ袋の有料化は今の状況では
間違いなく売りが下がる。これは、近隣の片方の店でやって片方の店でやって
ないという時に顕著に表れる。その店が駅前の商圈という問題も出てくるが、それ
をさし引いたとしても、一斉スタートというのは必要になるという理解をスーパー
はしている。3 つある中で声かけだとどうかというと、声かけもお客様にうるさい
思いをさせてお叱りを受けることがあったり、従業員たちが言い間違えたり、いろ
いろな問題があるにしても、比較的やりやすい方法のひとつだ。だから今自由な形
になっているので、答えがこうなっているのだろうと。アンケートをとっても恐ら
く 19 日の回答は見えている。だからもう一回そこで事業者懇談会に入る以前に、
市のほうからある程度こういう傾向だから、例えば有料化は無理にしても、全体の
流れの中を見た中で、最低これをご協力いただけますかと聞くべき。1 回整理しな
いと、答えかねてるところもあると思う。協力するということでもノーという社は
恐らくゼロだ。皆さん協力するという姿勢は持っている。ただ、有料化するよう
になって自分のところだけという状況になってしまうと結論が出しにくい。私ども
の状況で言うと、物理的には円引きをやることはできる。技術的にはやる方法はある。
1 円のキャッシュバックは、しくみがなくてもできる。ただスーパーでやるかどう
かは客数の問題などいろいろ整理しなくては行けないが。もう少し、1 回事業者懇
談会に入る前に流れをおさえて、もう一回スーパー各社にこんな状況だということ

を知らせて、どうですかというように聞くともう少しまとまりが出る気がする。

会 長 :政策的には、スーパー全体が一緒にやれるようなことを考えてほしいということか。

B委員 :それがいいが、有料化はない。円引きという方式を嫌う社があるかもしれない。その会社の中の考え方があるから。私どもの立場で言えば、物理的にはこなせるので、例えば全社が円引きでなくても近隣の、武蔵野市もいろいろな店舗が点在しているからある程度近くの店舗がまとまるだけでも効果はあると思う。吉祥寺の店と緑町の店は恐らくあまり影響はないと思う。市全体でやるのが一番いいが、地区別的に、隣がやってくれるとといえば割りと安心し、実験という位置づけであればまとめられるかなと思う。

A委員 :昨年度の状態だと、今B委員が言われたような形でいけたかもしれない。今年何箇所か回っているが、狭い地域で隣がやればやるという状況ではない。武蔵野市全体がやったとしても、道路一本隔てて小金井や西東京という状況も絡む。そういうところは今は厳しい状況と言っているところもある。

B委員 :それは当然議論になる。あくまでも実験だから。武蔵野市の取り組みとして何か行動を起こそうとした時に、事業者側のほうも乗りやすい環境を作るにはどうしたらいいかということ言っている。もちろんすべてがなればいいことだ。杉並でも十分満足した形になっていない。日野市もそうだ。なかなかうまくいったところがないが、地方のほうはどんどん進んでいる。一部お客様から東京は遅れているというお叱りをうけることもある。そんなところを考えるとリードしたほうがいいと思う。

会 長 :ゾーンごとにとというのは大変おもしろい考えで、かなり有効だと思う。例えば吉祥寺駅前に立地するスーパーをひとくくりとした場合に、あるいは地域を分けたとして、ここではこういうことをやってほしいというようなことは、事務局サイドの主導でいいのか、あるいはまたその中で話しあってもらったほうがいいのか。

B委員 :そういう話し合いをしていく必要があると思う。

会 長 :ゾーン分けというか、吉祥寺駅前周辺という形では分けられるか。

B委員 :各店舗がどういう条件でどう考えているかは、私もわからないところなので、必ずしも正しい考え方ではないかもしれない。ただ間違いなく我々が一番気にしているところは、そういうところだ。その辺を整理する必要がある。

会 長 :アンケートにも出ているが各社がまったくバラバラで、自分のところの決定を出しづらいつらいつらというところか。一社ごと、店舗ごとに協力したいというのは言いづらいつらいつら、もう少しつながりがあって。

B委員 :隣を見ながら、同業を見ながらやることが多い。うまくまとまればいいが。

会 長 :もう1つは、全く同業・隣に関係なくこうだという意見も出ているので、そういうところはどうしたらいいか。声かけはやってもらいたいという形くらいでいいのか、

あるいはそういうところもゾーンの的な。

B委員 : それで整理して、結果的に有料化の店舗がいくつか出た、円引きに対応する店舗がいくつか出た、うちは声かけまでという店舗が出たというのを見た中で初めて、これだったらうちももう少しがんばろうという風になるかもしれない。それが全く独自の判断でどうぞというような位置づけになっているから、まとまりがつかないのではと心配している。

A委員 : 言われたとおりそれができれば一番いいのだが。一斉で有料化、隣がやるからどうかという話のはのってこない、まとめようがない。今このアンケートでも皆さん顔色を見ている。事業者懇談会では厳しい意見がかなり出ると思う。最低限これだけ取り組んでほしいという点は、その場でお願いしようと思っている。隣がやれば、有料化・値引きをやるという話になるかどうか。

B委員 : 実験は、本格実施と同じくらいのレベルになると思う。それをあえて実験というのは、ここにいるメンバーとしては、必要なことだとは思っているがハードルはかなり高い。円引きというのもやり方の問題。私は物理的にできると申し上げたが、うちの今のやっている状況では、厳しい問題がある。今までのスタンプシステムとどう併用するかというようなことが出てくる。必ずしも今ここでできるという返事はできないが、間違いなく有料化よりは、実際に杉並でやっている事例があるから、可能という位置づけで話している。それも各社各社で多分いろいろ判断があるとは思っている。だから協力してくださいという要請をするのはもちろんいいと思うが、全くやらなかったというところも出てくるかもしれない。

A委員 : 今のところそう言っているが、何かをやっていただくと。お客さんが来てもらえるようなことを考えてくれれば、やりますと言っている。ただ一店舗だけというのは当然できない。全体として取り組むしかないので、そのしくみを考えなければいけないと思っている。

B委員 : 1 回事業者の意見をまとめて、市でうまくキャンペーンを中心に協力するような形だったらいいのでは。

A委員 : 資料 9 の、レジ袋を辞退したスタンプで抽選会など、お客さんを呼べるしくみを作ればキャンペーン期間中ならば、参加してもいいという意見も出てくるかもわからない。逆にそういうしくみを考えて、事業者さんの中でこんなことをやったら来るんじゃないかなというアイデアを出してほしい気はする。今のままで有料化、値引きをやってくださいと言っても、皆一斉ならやりますよと言っている。逆にいうとやりませんと一緒に。どこでも実態そうだが、他の自治体でも一斉実施というのはない。特定の店だけでやっているというのが実態。それならば、選択方式の中から協力してもらおうという中で、値引き、有料化が一番いいけれど、その他のキャンペ

ーンなどに参加してもらい、最低限声かけでもいい。ですが、人が集まれば上の二つももしかしたら参加してくれるかもわからないという思いもある。

0 : 47 : 27

会 長 : 一事業所のほうで複数店舗を持っていて複数の地区に分かれた場合、その会社にとって統一はなくなるが、店舗によって分けて実施することは可能か。

B 委員 : 弊社の場合には、同一でやる、そういう場合は。

会 長 : もう 1 つ今、この基本方針として選択の幅の中から事業者を選んでもらい、協力していただきたいというコンセプトだと思う。それについて例えば、手を挙げてもらった上で調整という手もある。なかなか隣が全く違うものが出てきた場合、困るといふのであれば。分からないと挙げられないという状況になっていて、出てこないのではないかと思う。その辺を促すというか、選択してもらうには何が必要か。どの辺が大事か。

B 委員 : 決定打はないが、日野市がどのくらいの日数をかけてどのくらい努力をしたか知らないが、一旦は全員に手を挙げさせた。一社腰がひけたが。そういう流れで少し今中断しているがそこはそういう形でできたので、私はすごく大事なことなのだろうと敬意を表す。弊社でもそういう状況の中で、それなら止むを得ない協力しようという決断を下した。かなり市民団体、市の方がつめた結果だろうと思う。

C 委員 : この 2 回目の事業者懇談会は、各社の方針を順番に発言してもらおうというのは、ほぼ一回目で済んでいる。だから一回目と同じことを繰り返していたのでは、時間が勿体ない気がする。今の発言のように、根回しという点でこういう方針でこういう風にしたいのと事前にお知らせし、意見を伺うというのはどうか。一回目の時は、いよいよ有料化になるのかと緊張した。

副会長 : 状況があまりにも違う。

C 委員 : 根回しというか皆さんの意識調査を事前しておくというのは、大事なのではないかと思う。

副会長 : 具体的に答申を出して。

C 委員 : そうしないとまたここで集まっても、聞いてくる意見を言ってくるので終わってしまうのではないか。

A 委員 : 選択方式ではなくて、こういう方式でいくのでという社内的な調整をして来てくださいということか。

C 委員 : どれなら協力できるかという意識調査というか。ポイントで値引きをやっているからこれ以上できないというお店もあるだろうし。市がなんらかの補助を出してくれるのなら、是非やってみたいというお店もある。

事務局 : 前回、値引き・有料化、その他の手法ということで裾野を広げるために選択性とい

う方針が出たので、それに基づいてアンケートを持って各社を回りその結果が資料 5 になる。前回 1 年前と各社かなり状況が変わっている。有料化でいこうと言っていたところが、この不況では有料化ができないというふうに言っている。資料 8 は、選択性はやはり今の時点では貫こうということで、提案した。実験は、裾野を広げるため底上げをするためには、スーパーだけでなく多くの事業者に参加してもらいたいので、そのためには選択性が高い。その中で各事業者の方針は、資料 5 にまとめたようにある程度わかってはいるが、こういう状況というのは発言をしてもらう。各社の方針を共有したい。武蔵野市の全スーパーが有料化しても隣の市がやらなければならない、全スーパーが有料化してもドラッグストアもコンビニもホームセンターも、全部の業態が参加しないと有料化はできない、値引きもできないと言っている店舗もある状況。そうすると全スーパーが一斉に有料化するとしてもまとまらない。資料 8 は、最低ラインで 3 ヶ月間何か協力はしてほしいという考え方。それでレジ袋辞退率を出してもらい、例えばキャンペーン、声かけをやるだけで辞退率があがるのか検証するなど、3 ヶ月キャンペーン、広報で盛り上げるのでそこで是非事業者の皆さんに参加してもらい底上げを図るということで、何もやらないということにはしたくない。最低でも 3 ヶ月間、市全体でやって参加・協力をいただきたいというところで、こういった案を出させていただいた。

会 長 : 資料 5、5 番の E 社の回答で事業者懇談会後でないとい提出できないというのがあるが、事業者懇談会で何かまとまった方向が出てくれば、それには何でも対応するということか。

B 委員 : そうだろう。事業者懇談会でアンケートの結果を見て、もう一回そこで話し合いまとまれるところはどうかというスケジュールであるなら、それはそれでいいと思う。あくまでも実験ということを強調して、しかも遊びっぽくキャンペーンみたいな市も協力します、お祭りにやってくれというような形でアプローチをしないと、1 回実験してしまうとそのままなのではないかという考えが事業者の中にはあると思う。例えば今どの社が何もできないと言っているか我々もわからないし、どこに位置されているかもわからない。かなり市境の店舗かもしれない。そういうところは実験だから、曖昧な部分を残しながら、10 社中 10 社全部手を挙げなくても、協力を得られないか。

A 委員 : 実験を 3 ヶ月後、実験で行ったことは継続してほしい。お祭りではなくて、最低でもそれは継続してやってほしい。

B 委員 : 我々もやった以上は、相手はお客様だから本当は実験終わったからと言ってやめるわけにはいかない部分もある。支持されているお客様もいらっしゃるし、反対のお客様もいらっしゃると思うが、それを含めて我々のお客様だから。よっぽどのこと

がない限りは、1回実施したらあまり変えたくはない。それならば、実験ではなくて本格実施というほうがすっきりはしている。その代わり時間もかけてきっちりやりましょうというほうがいいという考え方は当然ある。

A委員：事業者懇談会でも、3ヶ月やったあとはどうするかという質問は当然出てくる。その結果を見ながら、底上げをしていきたいのだが、最低でもそれと同じことは継続していただきたい。こういう結果になっているので、やってくださいと言いたい。

B委員：その結果、事業者のほうの収支にも影響がなくて、お客様のほうからも非常に信頼されているという理解を持てば、当然継続できる。

A委員：当然、事業者の皆さんは実験をやっているときの売り上げをいろいろ検証する。

B委員：当然する。

A委員：それによって、こうだったからうちはやらないというところが、もしかしたら出てくるかもしれない。

B委員：それで例えば、今私はそのようなことがないように、皆さんと一緒にやりましょうということを申し上げている。川口市の例もある。今、去年と状況が違い、実際有料化に手をつけた事業者の出てきた数字というのが明らか。やはり我々も萎縮してしまうというのは、正直なところある。

副会長：どうしても今まで有料化した店は、そこだけだから。全体ではないから、そこはもう目立って落ちる。

B委員：それもまだ結果でていない。我々もせいぜい数ヶ月のことだから。確かにその時落ちてもまた回復してくることもあるかと思う。それはまだ分からない。ただ間違いなく始めた瞬間どんと落ちる。

A委員：この3ヶ月は、多少落ちたとする。それがあまり影響ないようなら当然いけるわけか、そのまま。有料化で。

B委員：そういうことになる。

A委員：それをやっていただくということで、今言われたようにキャンペーンやってくださいというのもいいかもしれない。その後、影響なければやるということになるかもしれない。

B委員：結果が悪かったらいつでも退けるという安心感があつたほうが、入りやすい。それで、全社一斉にという点も、本当に全社なのか一社も漏れたら駄目なのか。その辺の少し様子が見えてこない。まずは、「全社手を挙げていただきたい」と誰しもが言う。あとは影響度を考えていくと、取り組んでみようという事業者も少しは出てくるのではないか。

会 長：有料化を導入して確実に利益が落ちることだが、レジ袋有料化に限らず経済状況の中で、何かきっかけが与えられると客に対する影響により売り上げが落ちる

ということなのか。レジ袋についてはこれだけ落ちるといことは、消費者側の責任がかなり大きい問題だ。今これだけごみの問題、レジ袋の問題、環境問題言われていて、ライフスタイルに狙いを定めているにも関わらず、有料化で売上が大きく落ちてしまうのであれば、これは対消費者啓発が不十分ということ。レジ袋に限らず何かきっかけがあったときに、売り上げに響く経済状況だからそうなるのか、あるいは何もしなくても今の経済状況なら少し、売り上げが下がってしまうような厳しいところがあるので、そこにきっかけを与えてしまうことになるからということなのか。プラス要因としてレジ袋を断ってくれば、それだけ経費節減できる部分も出てくるわけだ。あるいはもし客の意識が高まっていれば、そういう支持を受け入れる事業者が長期的に必ず出る。もし今の経済状況の中で短期的に見るならそうだろう。しかしもう少し長いスパンで消費者との協働的な視点をお互いにもてば、長期的には売上げの復活、あるいはプラスにもっていけるのではないか。短期を乗り越えたい。消費者サイドのサポートが必要になってくる。あるいは市民団体のより一層の協力というのが必要かなと思う。今、事業者のほうだけにしわ寄せ、努力を押し付けるのは毛頭ない。行政のほうのごみ減量も含め、3者がみな一緒に努力することが不可欠。もう少し時間的な長い目で見ると、短期的に乗り越える方策を導入しながらというところに、アイデアが出てくると思う。

D委員 : 辞退率の数値、60%を目指す、80%を目指す等。高い数値を目指すものだからどうしても有料化しないと成らない。弊社も20年ぐらい前からポイントカードにしてレジ袋削減に取り組んでいるが、20年かかるとやっと22%。21年度末に30%が目標。20年の歴史があってもやっと全体としては22%。団地の中の店でやっと40%。だからその数値を無理やり上げるのか、10年20年かけるのか、消費者の方にそういう意識になってもらえるのか、その部分。急激に高めようとしたらどうしても有料化になる。有料化実施店は10%の売り上げが落ちている。ただ企業としても確かにこれをやることによって、経費が浮くから、本当はレジ袋の無料配布は中止でいきたいところ。でも一気にやってしまうと売り上げが落ちて利益が取れなくて赤字になってしまう。そのところのバランスが問題。前回の新宿区の会議では、各社で自分で考え方決めてやってくださいと言うことで、弊社としても自分で目標をたてていく話をしてきた。

会 長 : 20年かけて20%ぐらい効果がある。そのトレンドはどうか。ごく最近にきてあがってはきているか。

D委員 : 最近になってあがっていると思う。

会 長 : くだらかにきていたのが最近数年だろう。

B委員 : 11%ぐらいが10年20年と続いたが、ここへきてかなり高い上昇率になっている。

有料化などやらない段階なので、意識は間違いなく高まっている。

D委員 : 20年ほど前だが、駅前立地で駐車場もなく条件の悪い店を利益率が9%、10%のTという店に変えた。最初、袋は無料で差し上げていたが利益が9%ぐらいしかないものだから、経費削減という目的で袋を10円で売った。でもお客さんは商品そのものが安いから喜んで10円出した。でも今のお客さん、わざわざお金出してまで袋は買わない。だからエコバッグを持って来る。今までのスタンプカード方式からカードに2ポイント貯めるという方式に変えたとき実質ポイントが5円から2円になった。その時に本社にクレーム電話が結構きた。

副会長 : 杉並のある有料化スーパーを見に行ったら、レジ袋もらうのが当たり前ではなくて、袋を持っていくのが当たり前。男の方もみんな大きな袋を持って買い物に行っている。それがなんの不自然さもない。ああなるのだろうと思う。踏み出しが今問題なのであって、武蔵野市も私、レジ袋削減活動を10年やっているが、本当に意識が変わったと思う。最初のころはスーパーでも、袋要らないという非常に嫌な顔された。盗品と間違えられるから。それが今では確実にありがとうございますとってくれる。少し前までだとあつという間に入れられていたのが、待ってくれる。雰囲気がいぶん変わった。だから自然体で取り組むということになったら、それほど抵抗はないのではないか。2年前にアンケート調査を独自で5箇所で行った。有料化賛成という方が81%、レジ袋をもらって横で隠れるようにして帰られる方もいたので、60%ぐらいだったのかもしれない。市民の意識は相当高くなっている。若い人は、袋なんか持ってこないと言っても有料化すれば明日から袋持ってくるという男性もいた。抵抗はなくなっていくのだと思う。既に有料化しているあるスーパーも全然抵抗なく1円有料で当たり前のように袋を持って来る。事業者の心配はよく分かるが、消費者の意識は武蔵野市ではかなり高まっていると思うし、そういうことであれば、消費者が協力してくれると思う。

B委員 : おっしゃるとおりだ。ここの中の社も武蔵野市は意識が高いと指摘している。我々も思っている、長いこと商売をしているから。そういう意味の安心感ももちろんあるが、我々が経験したところが、そういう数字を持っているからそれを無視して武蔵野市は大丈夫とは言えない。ロケーションで言えば武蔵野市は杉並よりもやりやすい。住宅地に囲まれたところだから。杉並は高架下の駅前。区境は最悪の状態です。私は意識の高いところと認識している。杉並で心配したのは、スーパーは袋出すのは当たり前、なぜくれないのかというクレームがあるのではないかと心配していた。ところがそういうクレームはゼロだった。杉並区の条例、それから意識の高まりというのがあるからかもしれないが。むしろ、区のごみ袋に対して、スーパーの袋でゴミを捨てていたのに、他のごみ袋を買わせる気かというお

叱りはあった。そういう意味では意識は高い。残念ながら、お店によっていろいろだが、あるスーパーが第一号店やった店舗はやはりきちんと考えてやっている。住宅地の中に置かれたところで。たぶん駅前ではやらなかったと思う。他の店（いなげや）の時間的な例を見ても、昼前の日中の辞退率は 80、90%と 100%に近い。夕方 6 時以降からは、通勤客がみえて、なかなかマイバッグを持っていない。ぐっと落ちるといふ傾向がある。それはさっき先生がおっしゃったように、消費者の責任もあるという話だが、そこはなかなか浸透しきれない。これからの課題だと思う。

会 長 : 60%の達成に期限はつけていない。いつまでというのは入っていないから、実験によってどうなのかというのを踏まえて考えなければいけない。意見はあるか。事業者懇談会で同じことの繰り返しになってしまったら意味がない。前に進めない。どういうふうにやったらいいか。次、広報のほうと併せて考えていきたいと思うので、議題の(2)の広報キャンペーン計画について説明していただきたい。

事務局 : (資料 9 の説明)

会 長 : 何か質問等はあるか。

E 委員 : 実験店舗というのは、店舗登録数に上限はあるか。それとも申し込みがどんどんくればありがたいという感じか。

事務局 : 登録がどんどんくればありがたいという感じで、上限はつけない。市内全ての事業所という形で考えている。

E 委員 : 基本的な市の考え方や方針、方向性はほぼ固まっている。ただ実験をするにあたり各事業者が心配な点というのは、売り上げの減少。他店舗の実績等大手はいろいろなデータを持っていて、減少するのは明らかな感じになっているが、武蔵野市内で実際にどのくらい減少するのかというのは、データがない。そうすると売り上げ減少するという前提よりも実際売り上げが減るのかどうか、一店舗でも多く参加してもらって、実際、中小の店舗がどのくらい減少になったのかというのを検証するのは必要だと思う。少し強引かもしれないが、やるのはもうやるのだと。ただやるについて、実験をしたことで少し調整する部分が出るかどうかを検証するための実験で、原則やるのは、市としてはやっていくのだと強く打ち出してしまったほうが、ある意味事業者も参加せざるを得ないと観念してもらえるのかなという気もする。社会的風潮としては、レジ袋なり環境の問題で削減していかないといけないという基本的なコンセンサスはあると思う。あとは強力にやってしまったほうがいいのかなという気もする。

会 長 : 今の意見、私も賛成するところが結構あるがいかがか。今、売り上げが実際にあったかなかったかという検証を含めてというところは、できればそれも入れないとつまらない。大事だ。武蔵野市内のそれが、例えば横ばいだったとしたらそれはすご

くアピールする形になる。他の更なる展開につなげていけるし、やはりここでも数%減ったということがもし事前事後のところで出てくるのであれば、その後の対策にもフィードバックできる。ひとつの言われているものの裏づけにもなるかと思う。可能か。取り組みとしては、調べられるか。実験店舗で売り上げ。

B委員 : もちろん調べられる。比較の方法はいろいろあると思うが、前年実績など同一期と比べる等。それはいくらでも比較できる。またこういう形で取り組めば、我々もどうなったのかというのをつかまなければいけない。それは恐らく全ての事業者は、やるのだと思う。今のE委員の話だが、私の立場で言いにくいですが、もともと法制化してやってしまえばいいじゃないかという議論も以前あった。杉並区が決している状態とは言えないが、条例というものができてしまって、どうなのだという話があり実施店舗が増えているという事実もある。また、未実施のところでも、条例で決めてくれればという意見を言うスーパーの方もいる。私個人的には、できるだけそういう厳しい部分ではなくて、我々の意見も十分反映していただいた中であることが望ましいと思っている。そうは言っても横並びの図式というのは出ていないから、強力な指導もやはり必要性はある。

A委員 : もともと減らすという主旨はあるが、レジ袋だけと決めるとなかなか決まらない。減らす方向は出ている。条例化も考えられないわけではないが、杉並の条例もやはり理念の条例だ。レジ袋削減の計画を作ってそれができなければ公表するという条例。条例で罰則付きでやっていくのは、実際問題できない。ましてや有料化についても1円、5円取りなさいと決めて言うのは、はっきり言ってできない。自由な商業活動だから、いくらでやれといっても関係ないと言われればそれまで。そういう意味で多くの自治体で条例化はしていない。それで事業者と行政で協定を結ぶ。無料配布中止、有料化方式に決めたとしても、現実問題どうか。これから先もつながっていく方式だ。有料化でいってくださいと言いたいが、去年の状況とかなり変わってきているので、そこは非常に厳しいところだ。去年の時点だと、行政側が方針を決めないでやってしまった。今年は実際にいけるかどうかという心配がある。全体の底上げという意味で選択性にした。どこまで強く出していいのか非常に悩ましい。ある一定の方向を出したらとB委員に言われたがなかなか。

副会長 : (資料) D の社員教育と書いてあるが、私たちが1円でもいいから有料化という底にあったのは、とにかくレジで声をかけてほしいから。声がけを何とかしてもらいたいというのがあって、声がけを声がけをと言っていった。しかしそれは、なかなか難しいということがあって、それなら1円でも有料化すれば聞かざるを得ないだろうというのが最初だった。値引きのスーパーが見ているとどこのレジでも徹底的に声がけしている。それがすごく大きな影響を与えているのではないか。今、持っ

てきた人に 5 円でスタンプをやっているところがたくさんあると思うが、積極的に声かけしていない。だから買い物客のほうから、袋要らないと言ったときには押すが、スタンプ押して 5 円にすることが大きな努力だとは思いますが、レジ係のほうにどこまでいっているのか。今はお客さんに声がけをしていかなないとなかなか削減につながらないことが、わかってもらえるかという、そこが大きな鍵になっていると思う。今のところ、一応社員教育となっているがその期間は、実験前にはなかなか取れない。とにかく実験やってくださいというのが、9 月からということなので。市で開催する講習会の参加、社員を派遣するというのは、具体的に何か考えているのか。

A 委員 : 実験に協力するからには当然、社員には教育をするということある。レジ袋会議なり行政としてこれをお願いするのは事業者にとってどうか。

B 委員 : 教育のしくみの中に落とし込むのは難しいかもしれない。例えば、チェッカーの声かけという部分で反発するというのは、やれる時間帯もやれない時間帯もあったり、人によって違うところがあって、それをきちんとやりなさいというようなマニュアルで縛るとするのは難しいということだ。スーパーのレジは並ぶお客さんも殺気立ち、少しでも時間がかかると怒られてしまうような厳しい時間帯もある。その辺は店の運用、武蔵野店の店長の責任を得る中で、うまく指導できるような機会を作ってほしい。それに対して、市や消費者団体からいろいろなアイデアをもらって、Q & A など教材みたいなものを提供してもらって、そんな形だと思う。

副会長 : 減量協議会の中でどうやってプラスチックごみを減らしていくかということで、スーパーを回りお願いに行った。その時にある店で「うちはそれよりも、まずレジ袋を減らすことだ。ようやくそれに取りかかっている。社員に自らマイバッグを持たせる。それからお客さんにも」と言われて、大変感激した。せっかく外でキャンペーンをやっているけど、レジは相変わらず混んでいて忙しいからということだと、なかなか一体になりきれないところがある。そこをどううまくクリアできるか。

B 委員 : 私が指導担当にレジの声かけはどうかと聞いたが、やはり厳しい反応だ。いろいろなトークが多い中で仕事を増やすとどうかと心配のようだ。反省もあり、レジ員が怒られるのは、少ないからもっと欲しい、もっと大きな袋でないと駄目ということが多い。多目にあげれば安心というような風潮はまだまだ消えていないと思う。最近、レジ袋要らないと言っているのに渡すチェッカーがいて、教育ができていないとお叱りを実際受けている。その辺を我々も目に見える数字ではじけるかわからないが、もう一度社内で整理する必要は十分にある。

副会長 : 今のような話は、仲間内でもずいぶんと出た。マイバッグを持っていったのにレジ袋を入れられたと。

B委員 :そこでチェーンストア協会は、無言のカードを作った。カードをカゴの中に入れてば、声かけませんという。冷たいような感じもするが現実だ。もう一度会社のルールとまではいかないが、店長と個店対応の中で相談し、もう少し注意、意識を高めることは、必要だと思った。もちろん我々もマイバッグ持つように誘導する。

会 長 :他には。

E委員 :さっきの声かけの件で、声かけがレジ員の負担になるということだが、レジ袋辞退カードは良くないのか。

B委員 :それは便利だが、接客のうえで言うとお客様と全然会話しないで、カードがあるからわかるでしょというのは、合理的ではあるが、冷たい。今それをやらざるを得ない状況である。

E委員 :声かけの代わりに、そういうカードで何もできないという店舗に協力してもらうのはどうか。武蔵野市の辞退カードみたいなのをレジのところに置いて。

B委員 :チェーンストア協会で作っているのは、レジ袋が不要な方の辞退カード。逆に有料化になると、レジ袋を欲しいというカードだけを作ってというお客さんもいる。私の実際の買い物の行動の中で、コンビニでタバコや雑誌を買ったときに、袋は要る要らないと普通の会話で成り立っているから、スーパーでもやれたらいいと思う。

会 長 :最後に「ご協力ありがとうございます」が多い。言ってくれる。

B委員 :グリーンスタンプを出してもらおうと、言っているだろう。やはり、こういう運動を盛り上げようという武蔵野市全体の流れの中で、武蔵野店のお店については、店長にもう一工夫がんばってということ是可以する。

会 長 :今の最低限の取り組みのひとつにもあげられる。他には。

D委員 :ここでやっているレジ袋削減の協力のお願いのポスターや、店内放送、レジでの声かけや、レジの辞退率の表示。一週間単位で4月5日現在で何%、一週間たったらまた何日現在何%、と12月くらいから弊社グループはやっている。社員の教育についてもマニュアルに基づいてやっている。恐らく大手スーパーもやっているのではないか。だからこの部分については、大手ではなくて小さい個人経営の店などには非常に有効だと思う。弊社で問題になるのは、レジ袋の辞退カードを出さないお客さん。一応声はかける。お客さんが聞いていないあるいは聞こえないということで、あとで2ポイントついていないと言われることがある。昔のしくみは、精算してしまってもう2ポイントつかない。それでクレームあったから、最近は精算した後でももう一回、精算後のボタンをつくるようなしくみになった。

会 長 :他に何かあるか。(今後の日程について確認。事業者懇談会:6月19日、会議6月24日14:00~16:00に決定)

事務局 :1つ確認だが、事業者懇談会の進め方について、資料8の市およびレジ袋削減会議

の方針の内容で進めるということでもいいか。他に議論が出ているが、こういう形でまとめてよろしいか。

会 長 : いかがか。そこに異論は出てこないような気はするが。進め方、流れがこの通りになるかはわからないが、ひとつの実験キャンペーン参加への合意となんらかの協力はいただきたいというのは最低限の選択。もう少しレベルアップできれば一番うれしいのだが、今いろいろ意見聞いた中で1つの方向にまとめられるかどうか、あるいは、複数の方向を選んでもらえるかどうかは非常に不透明なところはあるが、何らかの方式が得られなかったとしても、各店舗での協力というはあると思うので。この流れは問題はないような気はするがどうか。ただできれば、主体的な線が発揮できればというのは、私どもからの希望ではある。というのも、これは業態ごとの選択肢的な意味合いもより強いのだが、その業態内における企業の主体的な取り組みという意味もあって、自ら選択して、それが結果として高いレベルに落ちつくのが一番理想だと思う。そういう面では、行政の強いリーダーシップで1つの横並びは作れないことはないだろうが、そこへもっていきたくないというのが、私どもの考えなのでその辺はどうなのかと思うが、理解いただければと思う。

F 委員 : 実験結果の想定というのはされているのか。要するに実験をやるというのは、何か検証をしてその結果、思ったより良くなければまた違う方法を考える必要は出てくるわけだ。その想定というのは。

会 長 : どうだろう。実験の想定は大事だ。それも検討しておかないといけない。おぼろげには、うまくいったら継続してもらおうなどいろいろあると思うが、もう少し整理したうえで次回までに出せるようにしておいたほうがいいかもしれない。

F 委員 : それがないと実験のやる意味がない。いきなり本番をやってもあまり変わらないのではないか。

会 長 : そういうことではなくて、そういうふうの流れとしていくケースもあるが、最低限数字的なことが出てくるので、そこよってのフィードバックは当然出てくる。実験前、後の結果をうけてどうするかと整理しておかなくてはならない。ただ、意見を聞いてきて実験が本番とそんなに変わらない努力、準備が必要であるとなると、継続でいくケースも多い。それも想定のひとつだ。

F 委員 : 私が今まで思っていたのは違って、もう少し協力してくれるのかなと思っていた。これを見てかなり道は厳しいなと思った。

会 長 : 消費者団体のほうからクレームがいくのではないかと思う意見もある。どうしてももう少し協力できないかという話になりかねないので、案外短期的な判断かとは思っているのだが、長期的に考えてほしいなとは思っている。

D 委員 : 弊社もそうだが、親会社があり商品供給が大手スーパーからきている。そのトッ

プバリュー商品を値下げしている関係で、粗利益率は 1%下がっている。ということは更に経費をつめていかないと。3 月までは利益が出ていたが 4 月になったら赤字。その理由は、商品単価を下げているからだ。それが一番響いている。親会社が下げているということは、子会社のほうも下がってくるわけだから、各社も当然同じように下がっているのではないか。その部分が個々でてきていると思う。

A 委員 : D 委員の質問、たぶん懇談会で出ると思う。想定は考えておかないといけない。キャンペーンのやり方によって若干変わってくるので、そこはつめていく。

B 委員 : 分析の方法というのは、やり方をまとめておく必要があるのではないか。我々は我々で自分の今ある分析の仕方がある。それを横並びで分析する際に、各社で項目が違うはずだから。前年の売り上げがいいのか、時間帯別のどのようなのがあるのか。そういう基礎的なほしい数字の出し方が各社まちまちだと思う。あるいはどこまでとれる機能を持っているかというのもあるだろう。それを全部やったときの結果分析として比べられるようなものをおいておいたほうがいいと思う。

事務局 : 時間帯で出せるところもあれば、日にちごとというのもあると思うので、出せるなるべく細かいのがいただきたいとは思っている。

A 委員 : 最低限の項目はいただかなければならないので、お願いしたい。比較できないといけないから。

会 長 : 他にあるか。それでは終わりにしたいと思う。ありがとうございました。

○今後の日程

事業者懇談会 6 月 19 日 (金)

今後の会議日程 6 月 24 日 (水) 午後 2 時から

閉 会

以上

武蔵野市レジ袋削減会議

第6回議事録

実施日時	平成21年6月24日(木) 2時から4時
会場	クリーンセンター見学者ホール
参加者	大江 宏、野田 浩二、川添 勇二、保母 錠治、松井 玉、濱中 洋子、富岡 光、加藤 慎次郎、白石 ケイ子、南 みずほ、渡部 敏夫
欠席者	なし
事務局	ごみ総合対策課減量指導係 綿貫、古林、松木 花俣ごみ減量協議会会長 パシフィックコンサルタンツ(株) 雨宮、君島
配布資料	資料1…座席表 資料2…レジ袋使用事業者懇談会各社方針の要点 資料3…麦わら帽子 『マイバッグで1円バックキャンペーン』広報・調査内容 資料4…各業態の状況 資料5…キャンペーン広報・啓発案 ○「マイバッグで1円バックキャンペーン」チラシ
傍聴者	なし
次第	1.開会 2.議 事 (1) レジ袋使用事業者懇談会報告 (2) スーパー以外の各業態の状況 ①麦わら帽子「マイバッグで1円バックキャンペーン」 ②各業態の状況 ③商店会でのキャンペーンの進め方 ④広報・啓発について (3) 今後の日程について

○開会

○確認事項（事務局）

- ・第5回会議録について

議事

(1) レジ袋使用事業者懇談会報告

事務局：（資料2、レジ袋使用事業者懇談会「各社方針の要点」について説明。）

キャンペーンについて何もなしという企業もあったが、今後相談していった具体的なところをつめていきたいと考えている。

（裏面の主な意見について説明。）

会長：資料2の決定事項は4項目あって、特に④の今後もレジ袋削減について懇談会を開催することを確認できた。多くの委員の方に参加していただいた。感想、意見を聞かせてほしい。

A委員：懇談会ではほとんどの方が、否定的な意見だった。レジのソフトの改善の問題についてソフト会社に確認をした。基本的に最近のPOSレジはほとんど設定変更ができ、ソフトを作り直す必要はないということだ。昔のレジを使っているところは難しい。キーの設定が2円引き（マイナス2円）のバーコードを作れば、レジ自体の操作はソフトを変えなくてもよい。問題はストアコンピュータに落とし込むところは、ソフトの組み換えが必要で数千万円の費用がかかるということだ。

B委員：弊社は杉並で有料化している。その際全店でやっているスタンプカードをどうするかという議論になった。最終的になくすのは厳しいが、5円のままで、辞退率が増えてきたらコストも大きくなるので、2円引きという手法をとった。ところがソフトを変更すると、500万円ぐらいのお金がかかる。2店舗でスタートするのに実験でそこまでお金をかけられない。レシートに「2円引き」は表示されるが、合計金額には値引きが反映されない。例えば1,000円の買い物をしてレジ袋は要らないと言ったとき、998円いただくがレシートはまだ1,000円のまま。こういう矛盾点を残したままやっている。それを正式な方法にすると、500万円ぐらいお金がかかるだろうと担当から聞いている。

会長：お客さんは998円払うが、領収証は1,000円になってしまっている。

B委員：2円引きという表示はあるが、引き算ができない。商品として勘定をする部分と経費で勘定する部分と、各社でいろいろやり方はあると思う。レジ袋を販売するとなると、商品として勘定するところと、レジ袋はあくまでも経費で売り上げにはしないと判断する企業もある。その辺が各社どうかかわからないが、現状弊社ではそういう矛盾点がある。

A委員 : 結局は、売上げをマイナスにするか、売上げ外に落とし込むのかというやり方によっては、サーバーのソフト自体を更新しなければならないと莫大なお金がかかるということをおっしゃっていた。店によって違うらしいが、売上げ外に落としたいところが結構多い。特に売上げ歩合で家賃を払っているところが多いようだ。

B委員 : そうだ。思ったよりそういう問題はある。弊社は、矛盾点を承知でやっている。

会長 : 一般的に考えると有料化でなかった場合は、無料配布サービスしていたわけで、そのサービスをしなかったら、経費のほうからマイナス 2 円というのが普通に考えられる気もするがおかしいか。無料配布サービスは経費として普通は計上していると思う。

B委員 : お金の処理としては、もちろん経費処理をしている。今レシートのお話をしているのだが、そこで 998 円という実際にいただいたお金と合わせるために、きちんとしたしくみを作るとなるとそれなりの費用がかかる。実際お客様からクレームをいただいた。なぜ 998 円しかお金を払っていないのに、1,000 円のレシートをくれるのか、会社に持っていったら困るというお叱りもうけた。

会長 : ありがとうございます。他に気づいたことはあるか。

A委員 : 実験の結果だと思うが、皆さん有料化にすると売上げが落ちると言う。逆に 2 円引きをしたときに売上げがあがる可能性があると思う。その辺はどうか。

B委員 : スタンプで 1 枚 5 円のサービス、それが 2 円になったらサービスとしては落ちる。

A委員 : スタンプと現金ではかなり考え方は違う。

B委員 : 2 円引きにしたスーパーの売上げがあがっているという話は聞いたことがない。有料化すること自体で売上げが左右するとは考えていない。皆さん一緒なら大丈夫だろう。今までの失敗の事例は全て、A社はやったけれどB社はやっていない。そうするとB社のほうにお客様が流れてしまって、やったA社が非常に売上げが落ちるのが顕著だということ。

会長 : 川口はどのぐらいのエリアの一斉だったのか。

C委員 : 全部やっていると思う。

B委員 : 弊社の場合は杉並で始めてまだ 3 ヶ月だが、同じような減少がおきている。いくらレジ袋が有料化でもこの店でないと駄目、ここの商品がほしいと来ていただけるよう期待しているのだが、現在の 3 ヶ月の状況をみると厳しい。ライバル店舗は、うちが有料化を始めたらポイントを 10 倍する等販促をかける。そうなるとお客様はそちらに取られる。有料化は一緒に実施しないと、実施した店だけがマイナスとなるという共通の認識を我々はもっている。

副会長 : その時の有料化の額は一緒か。

B委員 : それはバラバラだ。事例は多くないが、先行した事業者は 5 円、弊社は 3 円、特別

な袋は使わない、作らないということで。3円だから5円だからの評価はあとで判断されるかもしれない。ポイントをつけたり、ポイントをなくしたりということも各社さまざまだ。

会 長 : 何か感想はないか。D委員、消費者の立場ではないか。

D委員 : 例えば値引きをすることになり、どこのスーパーでもそれでやってほしいということになればやるけれど、有料化なのか値引きなのかを選ぶという今のままの方式でいくと、違いが出てきてしまう分、やれないということか。

B委員 : そうだ。有料化、円引きというやり方は違う。日野市は明確に無料配布をやめさせようとしている。円引きは本質が違うという理解をしている。杉並区は極端な言い方をすると、21年度までに60%削減していただければどんな方法でも結構だと言っている。はじめはレジ袋の有料化を言っていたが途中で変えた。それは既に円引きしている社が動かないから。そして、2円引きでも有料化でもいい、無料配布を続けても60%を達成してくれればOKで、60%を達成するために各社努力をして、計画書を出してと。今回武蔵野市でのこの実験は、有料化あるいは円引き、あるいはその他の方法、各社選んでやるということで、これはこれで価値のあることだ。有料化あるいは円引きは、比較的客户からの反応が大きく、1つの店舗でスタートするのは難しい。私も円引きの方法はゼロではないと思っている。元々杉並区で60%削減という条例を作ったときに、有料化は間違いなく60%達成できる、恐らく70%、80%という数字になる。ところが円引きだと当時の理解だとそこまでいかない。40%、50%に落ち着いてしまうという心配があった。それからF社では、円引き、有料化と決め付けるのではなく、レジ袋を差し上げるのにお客様の意思を尊重して、要る人には差し上げて要らない人には渡さない点が、よりお客様に目が向いているという理論である。それが進んだときに非常にコストプッシュになるという理解があった。本当は弊社の5円のスタンプにしる2円引き、2ポイント引きにしる、環境配慮へのインセンティブでありありがとうございましたという気持ちで差し上げてたものが、有料化になって9割の人が袋を持ってくるのだったら、むしろ要らないのではないかと外せばいい。しかし今弊社でも外しきれなかったという現状を踏まえると、コスト的な厳しさもあり、有料化という方法を選ばさせていただいているところだ。弊社では一步踏み込んで考えようと思っているが、声かけなどは他社がやってもやらなくても、弊社だけでも取り組めると私は判断している。有料化はそうはいかないが、声かけを一定の期間やろう、一定期間ポイントをプラスしようというようなことは企業の中での判断でやってみようと思う。

会 長 : 他に何か先週の感想、今のお話の関連でもないか。C委員いかがか。

C委員 : 弊社では、無駄を省こうという考え方でお客さんにお聞きし、要らないというお客

さんにはレジ袋をお渡ししない。その代わり、通常だったら以前は 5 円、今は約 2 円かかっているのだがそれはお客さんにお戻ししようという考え。河口湖の店では、要らないというお客さんからいただいたお金は、全額を市に寄付している。だからうちの会社で儲けようなどという発想は一切ない。平等でいいという考えでやってきている。その中で、目標設定にいろいろな数字がでてきているがなぜ 60 なのか 80 なのか、我々スーパーの中でもわかっていない。1 つ弊社で目標としているのは 30%。なぜかという、チェーンストア協会がいろいろなスーパー各社の意見を集めた上で、30%にしよう。弊社でも 21 年度末には 30%を目標に、毎月辞退率を見ている。ただ、30%はなかなか遠い。やっと今会社トータルで約 20%。団地にある店は高いところで 40 数%まで高まってきている。しかし、しくみは一緒だが駅前立地のところは相変わらず 8~10%だ。だから、目標を誰かが無理やり 30~60%に決めたとしても、本当にいくのか。それならば、無理に数字を決めるのではなく、エリアで決めるのではなく、各企業に任せて、それぞれの店舗でできる数字の目標を決めてやったら、一番自然なのでは。スーパーはある程度 30、40%はできるかもしれないが、コンビニ、ファーストフードなど弁当を買って裸で持って行って、食べた後にごみとして捨てる時用に最初からごみ袋を持って歩かなければならない。温かいのをどうやってお客さんに持っていけるのか。各業態ごとに売り方の違い、買ってすぐに食べるという違い等があるので、数字を一緒くたに決めて走るは無理がある。主婦は必要なときには以前にもらっているレジ袋を持って買い物に行くと、ポイントをつけてもらう人もいる。しかしその袋が傷んできたら仕方がないから捨てる。スーパーからもらった袋をすぐにごみ箱に捨てるという行動はとっていない。散歩に行ったときにペットの汚物を入れるのに必要だからもらうという人もいよう。消費者の意識も以前とは違う。だから無理して目標数値を高める必要もなく、でも各社にはどれくらいの辞退率があるか、6 ヶ月後に出させるなどしていきながら、どれだけの削減効果があったかみていくのも大事なことはないか。

会 長 : A 社も B 社もチェーンストア協会の加盟店だ。30%というのは全体で達成しようと思っているのか。個々の店というよりは全体でか。

A 委員 : チェーンストア協会の計算の仕方はどのような方法か。

B 委員 : スタンプカードの話でも恐らく一緒だと思うが、弊社ではお客様が 20 個スタンプを貯めたところで「貯まった」と申し出がある。そうすると 20 個貯まったところで 100 円の買い物券を差し上げている。そこではじめて 20 個を辞退したという理解をしている。

A 委員 : チェーンストア協会はだいたい同じようなカウントか。

B 委員 : 同じようなカウントをしているというのが大勢だった。ところがここ 2、3 年の間

にスタンプは、お客さんも管理するのが大変になった。従業員が押すのも大変だ。使いづらいという側面もあって、ポイントカードに切り替え、それが今後主流になると思う。

A委員 : そしたら高い数字になるか。倍くらいになるか。

B委員 : 倍まではわからない。

A委員 : 店舗によってまちまちな現状があるのか。

B委員 : 今は全社やり方が一緒だ。10~15年ぐらい続けてきている数字。ちなみに武蔵野店の年間の辞退率は21.6%だ。弊社の平均が15.2%だからかなり高い率ではある。もっと多くの方が辞退しているという意見もあるが。小金井では20%を超えているところが6店舗あり、小金井、武蔵野、日野市平山、豊田、西調布、八王子市めじろ台の店舗が20%を超えている。辞退率、マイバッグ持参率の高い店舗である。そういう意味では日野市にしても武蔵野市にしても、長年の意識の改革が相当進んでいると言える。弊社ナンバー1の駅前の聖跡桜ヶ丘店というところは、約16.5%。これが実態だ。カード作ったり、いろいろな経費は別にして400万くらいの経費負担がある。この辞退率が3年前は11%だったから4%すでに伸びている。間違いなく意識は高まっている。ますます辞退率が増えていくと、経費がかなり気になるとB社はおっしゃっていた。

会 長 : そういう意味では辞退率算出方法の件、ポイントカード方式以外の実質的なところで掴めるのは大事なことだ。もっと高く出て達成されているかもしれない。

B委員 : 今までやってきた数字が、各スーパーの話し合いのもと作ったと思うのでそれは揃っていると思う。恐らくポイント付与や有料化にしてレジ袋を売った数というのを基本にした場合には、相当違った数字だろうということで、1回検証の意味も含めてカウントできないかと思う。毎日1ヶ月3ヶ月というのは無理かもしれないが、一定期間で実数値をとらえてみる必要はある。それは削減とは全く違ったことだが。

E委員 : 懇談会の前にお店にヒアリングに伺い、厳しいご意見をいただいていたが、懇談会ではそれほど厳しくはなかった。もちろん、有料化は一斉でないといけないというのは分かる。しかし、キャンペーンに参加できないと言っていた店が参加してくれそうな雰囲気だったので、半歩ぐらい進んだと思う。去年は5店舗のキャンペーンをやった。今年はスーパーもキャンペーンに併せて参加してくれるだろうし、かつ一歩進んでいる店舗には期待して、いい方向に向いていると思う。そういう意味ではスーパーは、この委員会でやっても進まないだろう。これからは商店街だとか、個店を重点的にやり、スーパーはC社やD社に目立ってやってもらう。そしてそこを大々的に宣伝しやらなかったところが損をするということでもいい。やはりスーパーは一斉で、ということがあるので、なかなか進まない。これからは個店、

商店街対応で。商店街の皆さんは協力してくれると言っているの、最低 3 ヶ月、ポスターを貼る等はやってもらう。その他に何が出来るかというのを個店対応したい。麦わら帽子の例が増えてくれば、実際に協力してくれたお店を 100 店舗でも、大々的に宣伝すればそのほうが効果があるだろう。ポスターを貼れば市民の認識があがってくる。今年よりも来年としっかり進めていくしかない。

会長 : レジ袋の話だから基本的には消費者の行動だ。これがまず第一だが、消費者が意識的にレジ袋を断ったりマイバッグを持っていけるかということ。それは市場行動、買物行動を通じてであり、買い手があるときは売り手もあるはずで、売り手と買い手の二つの関係のなかで、目指すところをあるべき姿のほうへもっていきたい。消費者意識があがってきても売り手のほうがどんどん無料で出していたのでは、今までと同じように減っていかない。もう 1 つは、レジ袋それ自体は小さく、プラスチックごみの中で占める割合も少ないが、やはり今の段階になるとシンボリックな意味合いを持っている。消費者が身近なところで環境意識、ごみ意識を高めながら何かしようとしたときに、レジ袋しかも買物行動の中でやる大事な 1 つのシンボル。今、例えばスーパーが不況の時世だからとやめてしまったら他業態もそれをみて、スーパーがやれないのならうちはやれないという話にならないとも限らない。麦わら帽子のような個店もがんばってもらわなくてはならないが、一番今までがんばってきたスーパーが後退した印象を与えるのであれば、それはまたマイナスだ。2 つの買い手と売り手という主体があるのだが、もう 1 つ市民で考えて、行政も入ってくる。行政は、取り組む店をどんどん宣伝し褒め、更に消費者がそこのお店との関わりをもてるしくみをサポートしようということ。その場合、いろいろな形で行政も関わっているの、市場でやっているのだから、例えば杉並で実際に影響ではじめるところに対し、行政も消費者の意識のある団体もそこをサポートしなくては、このしかけの意味がない。そうすると率先して取り組む店、そこがまた幅広く支持されるのがまさにシンボリックなレジ袋の目指すところだ。その上で多くの業態が関わってくれば、本当の底上げの意味になる。選択肢があり、競争を通じて差別化があり、そこをまずサポートする形がないと、列から 1 つ飛びぬけることが難しい、前進させることが難しいのではないか。そういっても強制力はなく、事業者の主体性を最大に発揮する方向でやるしかない。このアンケートの「キャンペーンなど特になし」がアンケートが戻ってくるときには、「特になし」はないようにしてもらい、少なくとも意識の進んでいる武蔵野市でやるという意味も私は大きいと思うので、全事業者さんにかかわりは持ってもらいたい。そういうことを消費者が受け止めなくてはならないので、それが広報の意味になるのだと思っている。

副会長 : 懇談会の際に、とにかく前向きに取り組んでいきたいという意思表示をしてくだ

さった事業者には、委員としては全力で応援していきたいということを申し上げるはずだったが、発言できず申し訳なかった。やはりスーパーの皆さんにきちんとお伝えすべきだったと反省した。参加の皆さんにはがんばっていただいて、私どもも消費者として10年もやってから、大いに力を発揮していきたいと思っている。

E委員 : スタンプ2倍ということは、10円ということか。

B委員 : それは八王子市からキャンペーンでこういう協力はどうかとアイデアをいただいた。八王子の3店舗で長く続けるのではなく、キャンペーンに協力した。

E委員 : スタンプは今のままで、値引きのようなことは可能か。

B委員 : 難しい。

E委員 : スタンプは今までのように5円で、プラス2円引きをする。スタンプ2個よりは、負担は3円少ない。

B委員 : その2円引きのしくみがレシートの表示の問題で、あまりよくないので今どうかということがある。今まで5円のサービスしておいて、2円になってしまう。

E委員 : スタンプ2個だと10円だから大変かなという気はする。

B委員 : 2倍はやめて2円引きをとということか。

E委員 : インパクトは強い。

B委員 : それはそうだが、今問題抱えているところだ。

F委員 : 消費者の立場からすると、何千円も使うスーパーで2円引きというのは少し金額が少ない。コンビニで2円だと大きいと私個人は感じる。コンビニは1円足りなくても買い物はできない。例えばディスカウント店は、1円2円足りない方はご自由にお使いくださいと置いているがスーパーがそれをやると大変なことになる。スーパーで2円返してもらうよりは、スタンプでポイント2つのほうがうれしいかもしれない。

B委員 : このところ急にスタンプのポイント、カードの発行枚数が増えている。お客様からの要望で発注が増えている。それは他社が2ポイントに下げた中で、Cスーパーは5ポイントという点に魅力を感じられているのかと思う。一方では、面倒くさいと言われる。レジ員さんが一番大変だと思う。今は時代遅れだという気もするが、ポイントに切り替えるとまた相当費用がかかるので、やるなら全社一斉でないといけないだろう。スタンプはこれからも続ける。

F委員 : 武蔵野市のE社もエコポイントを付与している。袋を持っていくと買い物の金額に応じ3ポイントカードに付く。それでみんなマイバッグを持っていく。意識が高いと感じる。1ポイント1円だ。コンビニのフランチャイズでも電子カードが普及しだしているが、隣の店舗ではカードの顧客が2,500人いる、一店舗で。1日の来店数は1,000人あればいいほうだ。それに先ほどの話で、各企業にお任せの有料金額

体系に大賛成だ。弊社のようなフランチャイズでも E 社のようにエコポイントがつけられるのではないか。本部の意向は、個店でそれをやられると困るということで、ポスター、声かけなどの協力にしてほしいということだが。個人的には 1 円還元をやってみたいが。

D 委員 : ポイントカードはそれぞれの店で別々になっている。それぞれのお店のサービスだから仕方がないことで、1 箇所にはしか行かない人もいれば、何箇所も行く人は何枚も持っている。周りで聞くのは 1 個に統一してくれれば、それ 1 個を持っていればなくさないし、財布も膨らまない。例えば、キャンペーンの間だけ、参加するお店で共通なのが 1 個あると、2 倍というところの 2 個目を、共通スタンプやシールでやったら、お店に必ず行くということにはならないかもしれないが、消費者からするとどこのお店にも行きやすくなる。

C 委員 : 横浜市栄区の店長から「栄区の駅前でも共通スタンプ方式をやるから参加していいか」と連絡があった。それをやらなかったら普段弊社に来ている人が来なくなるからやりなさいと言った。他社のスーパーのカードを持って私どもの店に来ても（スタンプ）はもらえるということを期間限定だがやっている。

B 委員 : 新宿でもあった。

A 委員 : 小金井はサクラカードというものがあつた。

D 委員 : それぞれのお店で名前が入っているスタンプがあれば、それを押してもらえばいい。

B 委員 : レジを通してポイントにするのではなくて。

D 委員 : どこのお店で買ったかが分かったほうがいいのなら、レジ袋削減協力店スタンプでこの店は何回分のように分かるのではないか。

A 委員 : 小金井市のサクラカードは満点だと 500 円の買い物券になる。どこで使ったかはわからないが、商工会がやっているカード。全部の店ではないがほとんどの店にある。

B 委員 : スーパーは参加していないかもしれない。プレミアム商品券も大型店は使えない。あるいは、%を高く設定して高く払いなさい等。商工会では、大型店は抜かれるかもしれない。スーパーのレジに負担をかけず、システム等を改良しなくてよいから、例えばリーダーに通して計算ということなら可能だろうし、あるいは特殊なスタンプを押すということでも可能だ。

副会長 : スタンプの色別などは簡単でいい。

D 委員 : お店でスタンプがあるところは、そのスタンプを使ってもらってもいいと思う。スタンプがないお店は市で用意することは可能か。

E 委員 : カードスタンプを行政で用意するのは、かなり金額がかかる。しかし、それを地域で作れば地域活性化にもなる。印刷は地域の印刷屋、スタンプは地域のハンコ屋で。

A 委員 (他) : 景品代はどうするのか。

- E委員 : 自分のところで売ってないのに、それをどうするかということになる。
- F委員 : 家庭ごみの有料ごみ袋をバラで売れないか。
- E委員 : ごみ袋は、お店に買い取ってもらっている。バラ売りしてもいいが、お店の負担になる。
- 副会長 : 後で清算すればいい。
- D委員 : カードをお店に集めておいてもらって、市のほうに持っていく。キャンペーンの期間はそれでもいいのではないか。
- G委員 : カードもいいが加盟店を募集するのが大変だ。今からだととても間に合わない。
- E委員 : 中央地区でも「むチュー」というシールをやっているが、それも加盟してもらうのが大変だった。だから間に合わないと思う。
- G委員 : 例えばレジ袋を要らないと言ったらそのシールを何枚かあげるなどはできる。
- E委員 : 今、考えてもらっている。ふれあいスタンプをレジ袋断った時に1枚余分にあげて、いっぱいになったら買い物もできる。台紙に貼って1冊で500円。少しお話を伺ってから話だが。
- 会 長 : 事業者懇談会について他にあるか。それでは、(2)のスーパー以外の各業態の状況を伺いながらまた考えたいと思う。

(2) スーパー以外の各業態の状況

- 事務局 : 資料3 麦わら帽子のキャンペーンについての説明
- F委員 : 麦わら帽子は、どういった年齢層が主に利用しているか、主婦層なのか。質問事項の中に、市内の人か市外の人かというのがあるといい。市内の人はだいたい意識が高いから、マイバッグ持参率も高い。昼間人口のぷらっと入る人は、持っていない確立が高いのではないか。
- 事務局 : リピーターがほとんどだ。
- F委員 : どちらかといえば、主婦系か。
- 事務局 : そうだ。市の野菜も置いているので毎日売り切れる前に人が行く。
- F委員 : そうすると辞退率も高い。その中で近所の人か、遠方から来てわざわざここに来ている人もいるかもしれない。だから、客層は主婦層でマイバッグ層ではないか。
- 事務局 : この間は、マイバッグは多くの人がそんなに持っていなかった。
- H委員 : 今のに関連し、ここでデータを取る目的というのは何か。ここで出たデータをどう使うのかを聞きたい。ここで取ったデータが特殊で、それを一般化して数字を出すということは、少し考える必要がある。
- 事務局 : 辞退率の調査は、他の店舗と同様にキャンペーンの効果をみるというのが大きな目的。意識調査の目的は、キャンペーンの始まりと終わりに聞くのでやはり変化を聞

きたいということだ。実際にマイバッグを持つきっかけや、1円引きの市民の反応を直接聞き取るというシンプルなものだ。

H委員 : 1円が魅力なのかどうかということか。

事務局 : 1円だと「たかだか1円」なのか、「1円でも」なのか、直接お客さんに聞いてみたい。

F委員 : ここのお店は女性客が多いか。男性客もいるのか。

事務局 : 男性もいた。

F委員 : 割合としては女性のほうが多いのではという想像だが、1円バックに関して男の方と女の方では考え方が少し違う気がする。コンビニで1円バックしたら、男性は寄付箱に入れるのではないかという雰囲気もある。

会 長 : 男性はどうだろうか。

C委員 : ポイントが貯まるのなら貯めてもらうが、現金で1円もらったら募金箱へ入れる。ポケットで邪魔になるから。

副会長 : 男の方は、5円や1円は邪魔なようだ。

F委員 : 募金箱に入れるのもいいが、次の1円足りないお客さんのために救援箱のようなものがあったらどうか。

B委員 : 聞き取り内容のところで、なぜマイバッグを持たないのかということをはっきり分かるような質問をしたらどうか。忘れたのか、いつも持っていないなど言われると思うが。主婦や日中の買い物の方はマイバッグを用意されているが男性は持っていないような気がする。データ見ても6時以降の持参率はかなり落ちてくる。その辺を少し改善することが、我々にとっても重要なことだ。

副会長 : どんなマイバッグなら持つかという質問について、特に男の方は何も持たないで歩くというのが今は、当たり前になっている。レジ袋だとたたむとほとんど気にならないのではないか。たたみ方は、レジ袋の運動の中で結構教えている。

A委員 : 最近は、地方土産でマイバッグが結構多い。みんな持っているはずだ。だから持っているものを普段持ち歩けるかどうかだ。

C委員 : 自分が好きで買い物に行く人は持っていると思うが、買い物の嫌いな人間は持ち歩かない。だからたまたまお店で欲しいと思ったら、袋をもらわざるを得ない。買い物に行くという目的がある人は、意識があれば持って行く。

H委員 : 調査で雨の日を避けた日とあるが、調査の都合だと思うが雨の日と晴れの日とというのは影響しないのか。

事務局 : 何かしらあるかもしれないが、物理的に雨だとあの場所ではできない。お店の前が狭い道路で傘をさしての調査は無理だ。他の店舗で機会があればできるかもしれない。

会 長 : 百貨店なんかは聞きやすいかもしれない。それでは「各業態の状況」お願いします。

事務局 : 資料 4、資料 5 の説明。

会 長 : これについて何か質問はあるか。

B 委員 : 具体的な内容については、どのくらいで説明できるのか。9 月からスタートだと 8 月の 1 週間ぐらい前には納品しないといけない。逆算するとポスターやレジ台の P O P の詳細が分かるのはいつか。

事務局 : P O P は、今ここにあるもの。

B 委員 : これで決まりなのか。内容よりも大きさや形式が知りたい。

事務局 : アクリル板が、邪魔ならステッカーを貼ってもらう。

B 委員 : レジに貼るのか。

事務局 : 今も貼ってあると思うが、どういう形が使いやすいか教えていただけるといい。

B 委員 : 各社いろいろだと思う。

事務局 : 事業者懇談会で皆様に配布したアンケートの備考に大きさなど記入していただけるとありがたい。

B 委員 : 例えば、このくらいのサイズでと具体的に提案してほしい。サービスカウンターにはこの大きさ、スタンドは各社で用意してください、あるいは市でスタンドも用意する等。のぼりは、少し危ない部分もあって付け替えるところもあると思う。

事務局 : 市のほうである程度、示したほうがやりやすいか。

B 委員 : それがいいと思う。ポスターも A3 か B2 か。

事務局 : ポスターは A3 だ。

B 委員 : それなら A3 と明示していただいて。

事務局 : ポスターの全体的なイメージは、プチエコキャンペーンのポスターがどこにでも貼れる共通のもの。右側のイメージは、各スーパー、商店街の皆さんとキャンペーン期間中の具体的な日程や場所等を調整した上、掲示していきたい。逆にそちらのほうの調整時間がかかるのかと思う。そちらは、来月あたりから皆さんと連絡を取り合う形になる。

H 委員 : ポスターの形が A3 以上というのはないのか。

事務局 : ないというわけではないが、あまり大きいと貼る場所がないという話も伺ったので、A3 もしくは少し大きいくらいかと思っている。

H 委員 : A1 でも小さいかと思う。1 店舗にこれがいくつも貼られるということか。

事務局 : どれぐらい貼っていただけるかはわからない。

副会長 : 掲示板があると思うが、あの中に A3 がせいぜいだったが、期間が期間であるなら掲示板には大きいのにして、P R するというのはどうか。店舗は無理か。

B 委員 : B2 などのポスターを貼ることもあるが、厳しいだろう。駅や市の施設、大学の大きな掲示板は A3 だと難しいかもしれない。貼る場所によって大きさはよく検討し

たほうがいい。(A3は)売り場の中にあるとほとんど目立たない。

副会長 : これでも貼っていただけるところは、そうないのか。

B委員 : 貼るところが店内の掲示板ということでイメージすると、A3サイズがやむを得ないのだが、以外と近くにいかないと見えない。壁や入り口に一枚どんと貼ることがないわけではないだろう。お正月なんかB2で貼るが。小さな店舗だと貼るものは小さなほうがいいと思う。貼る場所によっては、大きなものも用意してあったほうがいい。

D委員 : レジのところではなく、お店の外にある大きなのぼりのような形はどうか。参加しているというのが入り口からすぐ分かる。

F委員 : 9月は台風の時期なので、出したり入れたり大変だ。

D委員 : 道にあると危ないかもしれない。

B委員 : だから入り口付近だ。

C委員 : 3ヶ月ぐらいの期間を考えると、コスト的にも安くなる紙が一番いい。掲示物を売場に貼ってもお客さんは商品に目がいつているので見ない。買い物を終わったあとのサッカー台の前のガラスに貼るほうがいいと思う。

F委員 : レジのところが一番だ。

E委員 : サービスカウンターか。

事務局 : 荷物を入れる場所の目の前のガラスにA3を貼ったら一番至近距離でいいのではないか。

B委員 : ガラスに貼るのは、あまり良くないが工夫をすればできるし一番いいと思う。

D委員 : そうすると最大A3の大きさか。

B委員 : そうだ。もう少し小さくてもいい。A3が最大になるだろう。杉並区は有料化のときにのぼりも台も用意した。今回はキャンペーンだからそこまでやる必要はない。

E委員 : やってもいいが、先ほど言われたように出し入れが大変なことや人にあたったりと心配があるからどうかと思う。

会 長 : 他にはよろしいか。スーパー以外の各業態に関連して、キャンペーンはこのような形で基本的に進めさせていただく。今後の日程について、7月8月はキャンペーンについて進行状況のチェックになるか。いろいろなキャンペーングッズに関して気づいたことや意見があれば事務局までお願いする。

○今後の日程

今後の会議日程 7月17日(金) 午後3時から

8月21日(金) 午後2時から

閉 会