

武蔵野市レジ袋削減会議

第 13 回議事録

実施日時	平成 22 年 1 月 29 日（金） 2時から4時
会場	市役所 411 会議室
参加者	大江 宏、川添 勇二、松井 玉、濱中 洋子、加藤 慎次郎、白石 ケイ子、南 みずほ
欠席者	渡部 敏夫、野田 浩二、保母 錠治、富岡 光、
事務局	ごみ総合対策課減量資源係 綿貫、松木、古林 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…コンビニでの声かけ実験 資料 2…スーパー辞退率 資料 3…薬剤師会実験 資料 4…マーブル辞退率 資料 5…地域通貨むチューをもらおうアンケート 資料 6…提言書の追加部分
傍聴者	1 名
次 第	1.委嘱状交付 2.第 12 回会議録について 3.議 事 (1) 報告事項 ・コンビニでの声かけ実験 ・スーパー辞退率 ・薬剤師会実験 ・マーブル辞退率 ・地域通貨むチューをもらおうアンケート ・提言書の追加部分 (2) 提言のまとめ ①提言編 1 頁～7 頁 ②その他、提言書全体を通して（全体の構成、参考資料等） (3) その他 今後のスケジュールの確認 ・第 14 回会議 2 月 18 日（金）午後 2 時～4 時 ・提言の提出 3 月 11 日（木）午後 2 時～

○開 会

○委嘱状交付

○確認事項（事務局）

①第12回会議録について

○議 事

(1) 報告事項

事務局：資料2「スーパー辞退率」について説明。

◇9月～11月のキャンペーン中、前後の辞退率の報告

◇京王ストアは、スタンプ2倍の効果が顕著に出ており、キャンペーン前後を比べても伸びている

◇どの店舗も少しは伸びている

◇イトーヨーカドーは12月から値引きに変更されたが4%の伸び

事務局：資料3「薬剤師会実験」について説明。

◇14店舗が辞退率増加という結果になった

◇もともと高かったが、声かけによりさらにアップした店舗もある。ある薬局については、10%台だったものが約70%にあがっている。

事務局：資料1「コンビニでの声かけ実験」

◇最初の1週間は今まで通り、次週は声かけの強化による実験

◇声かけの1週間は高い辞退率がでている結果となった

◇E社H店…声かけ強化週間のほうが辞退率は高い

◇A社M店…以前配布したマイバッグを使用している方が多い
タバコ、缶コーヒーは複数だと袋希望になる。個数によって変化する。

◇B社T店…声かけ強化週間のほうが辞退率は低い

もともと声かけができていた。購入の個数によって変化する

◇E社K店…声かけ週間のほうが下がっている

◇店舗によって増減がある

◇フランチャイズチェーン協会の発注枚数ベース（武蔵野市内加入店）について
武蔵野市は非常に高い（全体平均（2008年度末）27.2%）有料化を推進している
S区より高い→クリーンむさしのキャンペーン等の成果か

事務局：資料4「マーブル辞退率」について

◇12月は14%台に戻っている

◇10月、11月は上昇

◇11/20、12/4は増えている→金曜日は高校生が多く、その影響か

◇辞退率が高い日は、小さい商品が安く出ている日

◇他スーパーでも12月は低い結果となる

事務局：資料5「地域通貨むチューをもらおうアンケート」について

◇キャンペーン中に行ったアンケートの集計

◇9割女性、60代、70代が多い

◇マイバッグを普段から持ち歩いているか…「出かける時は常に」が72%

◇マイバッグを持たない理由…「レジ袋をもらえるから」、「習慣がない」が多い

◇マイバッグを持つようになったきっかけ…「ごみが減るから」、「環境のことを考えているから」等

会長：コンビニでの声かけ実験について、質問等はあるか。

A委員：コンビニは、1月は暇で大学が始まる7日頃から始めた。初日は、4時間で500人の来客、次の日からは普通の客数に。普段と声かけ強化の週は大差ないかと思ったが、徹底的に声かけをすると、あがったという実感。うちの店舗のレジ袋辞退率が高いのは買い上げ点数が低いからだ。学生が多いと商品を多数は購入しない。客数は来ても買い上げ点数が低いから、辞退率高い。グループでおでんを買いに来た学生さんは、鍋を持参してきて感動した。学生の意識が本当に高い。声かけ実験を行った中でも、その店舗の意識の高さが数字に反映されていると感じた。私たち店側の意識が変わることで、お客様にも意識付けをしていくことができる。T市のコンビニは、有料化でなくとも、皆さんマイバッグを持って買い物にきていて、カルチャーショックをうけた。有料化しかないかと思ったが道が開けた。お店全体の取り組み、意識の違いでこれだけ数字が変わることは喜びでもある。ポスターを貼ったり、全員に協力してもらうことは底上げとして大事。

会長：他の店舗はカウントした時間が3時間や1時間だが、A委員の店舗は4時間と大変だった。

A委員：一番客数が来る時間帯。あとは、夕方5時から8時くらいの間が客数も多く、活性化する時間帯。そんな中でやってみたいと思った。午後はまったりとし、夜は買い上げ点数が多いからマイバッグのお客もいるが、やはり袋がほしいというお客も増える。本当は1日中実験を行うと面白いが。意識が変わってくるから、大変だったがやってよかったと思う。家庭で不要の紙袋を使用することもとても効果があり、たくさん買う人は使ってくれるので喜んでいる。少なく買う人は、本当は袋は要らない。八百屋などは袋がないと困るが。小さなところから変えていくと、全体の意識があがるのではないかと。

事務局：他、コンビニ4店舗で実験していただいたが、なかなか難しいということだった。もともと声かけをおこなっているから、あまり成果は出ていないということをおっしゃっていた。

A委員：立地や各店舗の特性にもよる。駅付近の店舗では、大急ぎで買っていくから店員もそれで教育されている。入れざるを得ない意識が店側にあると、どうしても袋ごと渡してしまうのではないか。会長の大学の学生さんはどのような感じか。

会長：よく分からないが、環境の授業で感想を書かせるのを見ると、学生は学んだことをすぐ自分のものとして受け止め、すべきことをいろいろ書いてくれる。それを見ると売り手サイドあるいは買い物をするほうがそのような気持ちでやっていたら、伝播し若い人にも伝わり、反映があると思う。

A委員：コンビニを始めて10年になるが、始めたころは環境について全く考えていなかった。副会長とのご縁でごみ減量に携わらせていただき、意識が変わってきた。うちの店舗のお客さんは、マイバッグ持参率が高い。

B委員：コンビニが出来た頃は、袋に入れるのが当たり前だった。何故かという袋に店名が入っているから。袋を配り、街を歩いてもらう。コンビニは、お客様も売るほうも袋に入れるのが当たり前でスタートした業種だ。駅のキヨスクは、袋に入れないのが当たり前。今は袋を用意してあるかもしれないが、ほとんど袋に入れない。そのスタートの違いが、売るほうも買うほうもそういう風なものと思い込んでいる。

A委員：買う側と売る側の、本当に意識の問題だ。

会長：リピーターが多いと、声かけをされると要らないと言うことも多くなる。本町店はもともと高い。1時間の時間帯の中で30%台はかなりの辞退率だ。

A委員：ここは丁度コンビニの激戦区で7店舗くらいある。直営店と言って社員がまわしている店だ。アンテナショップで、野菜等の一個売りも置いてある。ミニスーパーのようだ。それこそきちんと声かけをしている。A社は中央公園のそば。年配の方が公園に行くときに、たくさん買われるのではないか。各店舗の立地の特性があると思う。B社はお寺の隣。客数が少ないと率を取りづらくなる。

会長：スーパーの辞退率について感想はあるか。

C委員：12月は通常の月より、買い上げ点数が増える。11月に比べると12月は辞退率が一般的には下がる。弊社の店舗はたまたま変わらなかった。

事務局：C社は、4月くらいからずっと18.6%等の数字だったと思う。それがここへきてすごくあがっている。声かけのお願いを強化したのか。

C委員：特別に強化等はしていない。キャンペーンやポスターの枚数が増えたりして、お客さまが袋を持ってきたのではないか。それからH市でも様々な調査をされており、50何%の人がマイバッグを持っているが、実際の辞退率は、35%位。マイバッグは1つ持つが足りずにレジ袋をもらう。今後は、余分にマイバッグを持つようにアピールしていくべきではないか。

会長：それでは提言の追加の部分をお願いします。

事務局：資料 6「提言書の追加部分」説明

◆西友の事例について

- ◇武蔵野店は、昨年 12 月で 54%と高い（全国平均は 50%）
- ◇2 円引きとレジシステムが連動していることが大きい。袋が必要かどうかを聞かないと次に進めないレジシステム
- ◇声がけを徹底している店舗ほど辞退率も高い
- ◇ウォルマートでは、2013 年までに全世界で 33%削減の目標を掲げる
- ◇強制の有料化ではなく、お客様の「気づき」に働きかける「値引き」の方式を選んだ
- ◇社員に強制するのではなく、現場での話し合いを重ね社員にも気づいてもらう
- ◇チェッカーへの働きかけを行っている
- ◇レジ袋の辞退は習慣になると後戻りしないから着実に伸びる
- ◇値引きだけではなく声がけの徹底が辞退率アップにもつながっている
- ◇全体の底上げということで、全社で導入できる 2 円引きで対応した

◆B 委員より「プラザの事例」「声かけの効果」について

- ◇クリスマスやバレンタインの時期は落ちるが明らかに声がけの効果が出ている
- ◇むさし村山ミュー店での声かけ実験について
 - ◆3 周年祭の 10 日間の実験→前半と後半で 17 ポイント上昇した
 - ◆2009 年 4 月～6 月調査→10 ポイントも上昇

B 委員：うちの店舗は、クリスマス、バレンタインは買い上げ点数が多いので、辞退率は急激に落ちる。12 月後半から 1 月は衣料品セールが始まる。夏のセールは、薄いものが多いからかさばらない。12 月のセールはかなりかさばるので袋が必要になる。衣料品全体に言える。2008 年 1 月に調査を行っていないのは、レジ袋のキャンペーンがなかったから。おそらく 1 月も低いと思う。吉祥寺店はかなり高い数字が出ている。

会 長：ありがとうございました。本日、大筋のところは了解いただいて、あと 1 回（2 月 18 日）で最終の了解を得たい。事務局のほうから提言書について説明いただきたい。

事務局：レジ袋削減会議提言（構成案）について説明

- ◇1 ページ～4 ページ…前回出された意見を反映し修正した
- ◇1 ページ…武蔵野市の基本方針
- ◇2 ページ…目標像。「市民・生活者」と「販売事業者」の協働
- ◇3、4 ページ…取組の提案
- ◇5 ページ…スケジュール（ロードマップ）について
- ◇6 ページ…それぞれの役割
- ◇7 ページ…協定書・計画書の例（参考）
- ◇8 ページ…計画書・報告書（案）

事務局：D委員からの意見を伝えたいと思う。システムについてはこれでいいのではないかと
いうこと。協定書については、目標数値を協定書に書き、毎年計画書を更新していくとな
ると実態と合わなくなりやりにくいので、協定書はあくまでも積極的に取組みますとい
う表現にし、詳細はすべて計画書で毎年提出としていく方法がよいとの意見であった。
取り組み内容の部分は、独自の取り組みなど具体的に書けるとよいとご指摘を頂いた。

会 長：前回の案を修正した部分もあり、今回の提案の4ページ以降は気づいた点や質問等出
してほしい。

C委員：2ページ、一番下の目標の図は、マイバックを使う人、レジ袋を断る人の割合が拡大し
たこと、一般の人が見たときに上と下との変化がわかるように「増大」や「割合が拡大」
など表現を追加して工夫したらどうか。4ページ目上部、丸の二つ目で、「コンビニエン
ストアなど個店を啓発し」のほうが解かりやすい。また丸の四つ目の、「市は協定を事
業者と締結し」については、「ごみ減量協議会及び武蔵野市が」としたほうがよい。協定
書を結ぶときにはごみ減量協議会と及び武蔵野市と事業者が結ぶわけですから。7ペー
ジ、協定書案の3行目、「レジ袋の使用削減を」とあるのですが、その前に「マイバック
等の持参促進」を入れるかどうか。8ページの計画書と報告書で、目標でしたら「平成
何年度末」のレジ袋辞退率としないと、「平成23年度」と書いた場合は、どの時点での
辞退率かわかりにくい。平成何年度「末」のレジ袋辞退率の目標数値を25にするのか
30にする等、期末にしたほうがいい。右の実績も同じように「平成何年度末のレジ袋辞
退率が何%で終了した」など。同じところの取り組み内容の一番下で、独自の取り組みは
「その他」でいいのではないか。計画にいろいろ書いてくるわけだから。20ページのと
ころの、1番上の行で、辞退率の文字の変換間違えている。

会 長：ありがとうございました。

B委員：今の「年度末」にしたいというのは、年度末の辞退率ということか。

C委員：どこの数字を書くかだ。22年度の平均値を書くのか終わりを書くのか、書く人もわから
ないと思う。22年度の平均値にするのか、末にするのか。

B委員：末にすると、3月決算だと3月の一ヶ月だけか。

C委員：それなら括弧して年間の平均にするか

B委員：通常のところはどんな風になっているのか。

C委員：うちの会社の場合は、先月より今月、今月よりも来月と少しずつ高めようと目標数値を
書いている。

会 長：月ごとにか。

C委員：はい。

会 長：その場合は年間でどういう風に出すのか。

C委員：年間の通しで見ると当然よくなってくる。

会 長：事業者が出しやすく、あるいは解かりやすくする必要がある。

B 委員：スーパーと百貨店はできるが、町の八百屋だとレジ袋辞退率自体が出せない、難しい。
全事業所参加ということを前提で考えると、数値に出来ないけれどもこんなことをやっているなど、何らかの形で考えなければ。

C 委員：スタンプカード式の所は、スタンプカードが戻ってきて初めて計算できる。スタンプカードを配ったのはいいが、戻らなかったら、辞退率の数字として表れない。私どもの会社のようにレジでボタンを押す場合は、はっきりしているから数字に狂いはない。このあたりは各社さんにお任せの実績数値をお書きいただくしかない。

A 委員：辞退率は、袋の仕入れなどでわかるのではないか。

副会長：それが一番簡単だ。

B 委員：それだと率にしてでないのではないか。今年は何枚で、来年は何枚とそれをオーケーにしてあげれば。お客が少なかった場合などもあるから。

E 委員：どのようにその数字を出したかを書けるようにしておけばいいのではないか。袋の枚数で見たのか、スーパーのようにレジ袋の辞退率かなど。

副会長：そのお店のやり方で、それが続けばそれはそれでいいのではないか。

B 委員：数字を入れて書ける欄があれば。

会 長：そうですね。目標の幅を広げて、たとえば前年の8月と今年の8月を比べて、前年比何アップ、前年比をどれくらいにしたい。あるいは、数字と比率のどちらでも出せるようにしておいたほうがいい。今年度と実績とをポンと出せる店舗は、3月でも平均でもいいのですが。いろいろな書き方で、現状と目標を出せるように。

B 委員：それが1番いいと思う。辞退率60%を目標としてやるのであれば、書けない店もあるので、これで書けなければこういう書き方で、というのがいい。

C 委員：実績を把握していない店は書けない。現状が書けない店は、いきなり目標数値を書いてくださいとしかできない。

副会長：よく温暖化防止の取り組みでもあるが、まず実態を調べていただくことが大事。これからだ。

会 長：そこは業態ごとの書きやすさで、一律ではないものを考えないといけない。

会 長：協定書でC委員のご指摘、「レジ袋の使用削減」の前に「マイバック等の持参促進」を入れる、あるいは「レジ袋の使用削減とマイバック等の持参促進で生活の中での市民の意識を向上させること」。

C 委員：これはセットだ。

副会長：いままでは持ってきても、袋をもらってから入れるということがあった。

会 長：全文の中で、「生活の中で市民意識の関係意識を向上させる」という中にそれを具体的に入れたほうが解かりやすい。最初の2ページも「拡大を目指す」など解かりやすくした

ほうがいいのか。図の重複している円に、「協働」「協力関係」という、共に一緒にというイメージや文字を入れたほうがいい。

F委員：4ページだが、仕組みは非常にいい。4ページの上で「協定を事業者と締結」ということだが、底上げを図るためには、協定を結ぶ事業者、どのくらいの数、募集をして参加して頂くか。それとも、こちらから戸別訪問し締結してもらうのか。その後の6ページの計画書の提出や報告の義務など、実際締結してくれないとまったくパツとしない。今後の青写真でもあるのか。

会長：ロードマップを掲げたので、年度ごとに、あるいは事務局の考えはいかがか。この事業者数の目安など。

事務局：5ページのスケジュールのロードマップで、22年度から次第に太くなっているが、具体的な数は出していない。スーパーマーケットなどから始まっていくであろうことは考えている。そこから広げていく必要がある。底上げが武蔵野市の方針ということで進めているし、22年度に入ってから、スーパーマーケットだけでなく他の業態でも進めていくが、コンビニ、ドラッグストアや商店街、いろいろあり、一度にどこまでできるかは煮詰めていない。今後の進め方、数やご指摘いただいた方法でやっていくのかどうか、具体的なお提案を頂きたい。

F委員：22年度はスーパーマーケットが牽引力となるのか。

C委員：私どもの会社は、K県とも協定を結んでいる。しかし親会社は結んでいない。徐々に少しでもいいから協定書を結び運動を広げていく。次年度になったら、そこに参加するスーパーマーケット、コンビニを増やしていく、という方法しかないだろう。

事務局：全国の事例を見ると、市町村側から要請する場合や、事業者懇談会のような場の活用、市町村によっては募集もしている。募集といっても協議会があつたり、啓発し根回しをする形だ。

会長：この窓口はどうなるのか。

副会長：提言するところの会議を離れる。この図でいくとどうなるのか。ここでは進捗チェックとなっているが。行政とごみ減量協議会か。図では、進捗のチェックだが…。

会長：協定書の計画でみると3者だ。ごみ減量協議会と武蔵野市。ごみ減量協議会も武蔵野市の一部で、…というお話もこれからですかね。本日は、G委員がおられないが、事務局のほうで言えることありますか。

事務局：6ページの下の方の中という、具体的な窓口は行政、市のほうで実際にやりながら、全体の進捗状況の評価というイメージで考えている。

会長：ごみ減量協議会の事務局は市のごみ総合対策課か。

事務局：はい。

会長：ここの点はこれから考えていくところだ。

副会長：レジ袋だけでなく全体の進め方は、作っていただくようになると思う。具体的に進めるのは容易ではない。今回スーパーが実験に積極的に協力していただくことができず、商店街やキャンペーンで協力していただいた。今後、事業者懇談会を開いたときの出方に大きい意味があると思う。この図にもあるが、スーパーが取り組んでいただけるかということも懇談会を開いてみないと容易でない。逆に、消費者と小売店で一緒に進めて行くという形があるかもしれない。懇談会をいつどこでするのかということも非常に気になっている。提言後に懇談会をやるか。

会長：見通して置けるところは見通して置ければいいのだが、うまくいかない部分もあるという課題もこの提言には残っている。市民サイドへの働きかけ、あるいはマイバックに対する具体的な点を大きく出している。事業者だけでなく、両者の協働を生かせる取組みが大事なわけだ。

副会長：D社の例、A委員からの報告にもあったが、いかに事業者がその気になって取り組むかが大きなポイント。もちろん消費者も重要だが、事業者の対応が大きい。

C委員：B委員が言われたようにキヨスクは、最初から商品だけを渡すのが当たり前。スーパーは、セルフサービスでお客さんに袋に入れてもらえるように仕向けるために袋を渡したわけだ。スーパー側が先頭に立って、資源の無駄を止めようと理解、協力をしていただけるようアピールするべきだろう。

副会長：消費者は生活者のなかで、精一杯一緒に取り組むしかない。私たちもいろいろなイベント等に行くと、袋自体を宣伝に使っており、再利用を薦めても使ってもらえない。

会長：レジ袋にお店の名前を入れることは、コストもかかるのか。

C委員：インク代、メーカー名を入れるには60銭かかる。会社のロゴをアピールし、もう一回来てもらう目的がある。

会長：プレーン袋をせめて普及、使うようには出来ないのか。声掛けでもいいし。他に全体を通していかがか。

副会長：協定修正の確認。

会長：報告書計画書の案で、C委員から最後の「独自の取組み」より、「その他の取組み」のほうが良いのではないかと。いかがか。

副会長：あとは目標のところ、基本的には平均とするか。

C委員：もう一つ言葉が入らないと書けない。年度末か、年度の平均か。

会長：B委員のところはどうか。

B委員：レジ袋辞退率だから、年間合計を書くか。しかし、月に一回の調査なので、辞退者の総数をあげる形か。来年も毎月計測するのは大変なので、袋の使用量が何トンで来年は何トンなら、やり易い。東京都には重さで出している。弊社は、ISOで売り上げ100万円当たり幾らと出している。東京都には、総量を数量で何トンと出している。

C委員：総換算するとビニールを薄くしたりする。

B委員：薄くしていいなら、資源も使わずいいのではないか。

C委員：目標数値は辞退率でやろうとしているから、辞退率にこだわらないといけない。

B委員：武蔵野市の事業者のレジで、辞退者数が出るレジは1%ないと思う。スタンプカードは手で集計している。

副会長：値引きでやっているところは出ますよね。

会長：辞退率は言葉も難しい。A委員はどのようなものがいいか。

A委員：目視、細かいチェックしかない。

会長：目標を出すとしたらこれの年に換算できるのか。

A委員：平均で出すしかない。月によって違ってくるので、一年間の平均で割るほうがよい。

B委員：平均をだすのは毎日毎日できない。

会長：枚数でチェックすると客数の把握をしなければならない。

A委員：客数はコンピューターで時間帯ごとに出る。

会長：それは、百人あたりの原単位、百万あたりなど。そのような原単位的な数値のほうがより把握しやすい。

B委員：レジ袋辞退率60%の目標も、何をもって60%となるのか。

C委員：各社の計算方法が違うから、レジ袋辞退率は、各店舗で把握できる範囲での辞退率等にしないとならない。各社が同じ基準で把握できる方法がすっきりしてよい。

会長：行政で60%になるかどうか計算する等にしないと。結局スーパーだけになってしまう。今後は、全くレジ袋辞退率を把握できない小さい店舗も対象にするわけだから、辞退率の検証はこれからの課題だ。武蔵野市としては、どのように把握していくかも含めての取り組みだ。業態が違うわけだから、店が出しやすい形で、ということをつけ加えておくべきだ。

事務局：計画書報告書でいろいろご意見を頂いた。出しやすい形でという言葉を追加すべきということだが、書き方をどうするか。

◇2 ページ：マイバック拡大形の文字（協力、協働）を入れたほうがよいということ

◇4 ページ：営業→啓発に変更。「ごみ減量協議会及び市は」にする

◇7 ページ：レジ袋の使用削減の箇所に「マイバッグ等の持参促進」を入れる

◇8 ページ：年度末にするか、もう少し出しやすい形にする。独自の取り組み→その他にする

会長：次回、今の箇所を修正し、全体を見直して提言という形にしたい。3月11日に提言書提出の予定となる。

事務局：先ほどF委員から頂いた内容だが、締結する際の方法についてご検討いただけるとあり

がたい。いかがか。皆様もご意見いただければと思う。

C委員：どちらにしてもこの提言書ができて、市長に提出した後に、スーパー、コンビニ各社に案内し、協定書の案及び計画書、実績書の説明をしたときに各社からまたいろいろな意見が出る。だから各社集めてから再度仕切りなおしが出るかもしれない。

会長：事業者懇談会はどこで説明する予定か。提言書が出され、それから実際に動きとして「レジ袋事業者懇談会」を早めに行われることになると思うが、その上で協定締結を具体的にを行うのか。

事務局：まだ固まっていないが、チェック機関として、今までのごみ減量協議会の内容と異なる内容の組織を考えている。今月の議論を踏まえ、提言を3月に出していただき、ごみ減量協議会と連携して事業者懇談会を行っていくイメージがある。

会長：提言をだしてから、また検討する側面もある。総合的な進め方を提言で答申してということか。

事務局：はい。

副会長：とにかく協定書締結をお願いすることになるだろう。

会長：曖昧なところも残っているが、基本的なこととして、武蔵野市の取組みをお願いするという形で提言の構成を出していただければと思う。それについて最後のつめをあと1回行っていきたいと思う。ありがとうございました。

以上

武蔵野市レジ袋削減会議

第 14 回議事録（事務局用概要）

実施日時	平成 22 年 2 月 18 日（木） 2時から3時半
会場	市役所 411 会議室
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、松木、古林 パシフィックコンサルタンツ㈱ 雨宮、君島
配布資料	資料 1…コンビニでの声かけ実験（続報） 資料 2…提言書，資料編
傍聴者	なし
次 第	1.第 13 回会議録について 2.議 事 (1) 報告事項 ・コンビニでの声かけ実験Ⅱ (2) 提言のまとめ ①「計画書兼報告書」に記載する指標について（事前配布資料 11～13 頁参照） ②レジ袋辞退率 60%の捉え方（事前配布資料 1 頁参照） ③協定締結までの青写真 ④その他 (3) その他 今後のスケジュールの確認 ・提言の提出 3 月 11 日（木）午後 2 時～

○開 会

○確認事項（事務局）

①第13回会議録について

○議 事

(1) 報告事項

事務局：提言のまとめについて説明

①「計画書兼報告書」に記載する指標について

◇レジ袋辞退率の把握が難しい店舗もあり、辞退率が書けない

→辞退率の把握できる店舗、できない店舗で用紙を分けて、

レジ袋辞退率以外の指標を追加

（新たな案として市民モニターによる声かけ調査を提案）

②レジ袋辞退率 60%の捉え方

◇スローガン、業態ごとの事情を踏まえ市全体の底上げを目指す、市民（生活者）側

も半分以上（60%）は断ろうという目標の3つの意味合いを提示

③協定締結までの青写真について

◇事業者懇談会の実施や協定締結までに必要な事項について

◇ごみ減量協議会→・全体進捗チェック、評価を行う

・22年度中に、市とともに共催で協定を結び、事業者懇談会を開催、評価制度を検討

事務局：コンビニ声かけ実験について説明。

◇E社吉祥寺大通り店

・非常に高い辞退率 ・買い上げ点数が低いことも影響

◇E社吉祥寺東急通り店

・平均 30.5%→29.5%

・コンビニではたくさん買った方には、袋に入れるのが当然という流れがあり声をかけ辛い状況もある。

◇E社吉祥寺東町店

・平均 13.1%→9.0% ・単品買いが少ないかもしれない

◇今回、コンビニ声かけ実験では、8店舗がアップし、4店舗が下がった。

◇コンビニは袋をもらえるのが当たり前という状況もあり、立地や客層の影響もあるようだ。

◇フランチャイズチェーン協会より

・武蔵野市は 33.5%と高い(S区 平成 20 年度 28%、K S 市 平成 20 年度 27%)

会 長：コンビニ実験についてコメントはあるか。店舗によって辞退率に差があるのだが。

A 委員：声かけして、なぜ下がったかわからない。

事務局：店長の徹底の差か。

A 委員：でも同じオーナーの店だ。コンビニは、買い上げ点数が少ないことの影響か。午前中や昼間ではタバコやコーヒー等だから辞退率が高い。夜はたくさん買われるが袋を持ってくる方も多い。

B 委員：声かけモニターについて質問したい。これは辞退率が把握できない店舗に限り、モニターによる調査を行うのか。辞退率が出せるところは、辞退率のカウントで行うのか。

事務局：(11 ページ、12 ページの計画書兼報告書を説明) レジ袋辞退率が取れない店舗には、モニター調査がよい。11 ページのスーパーなどレジ袋辞退率を把握できる店用にも、案ではあるが、声かけ率を入れている。レジ袋辞退率は、スーパーは独自にカウントいただいているが、市民が見に行くことで声かけを見られているという意識から、強化できるのではないか。モニター市民も見に行くときは当然マイバッグを持っていくので、市民・生活者と事業者の両方からレジ袋削減を促進する意味合いで、声かけ率を入れた。案としては、両方に入れたい。各事業者は困る面があるかもしれない。

C 委員：レジ袋辞退率を書く書式の声かけ率は、事業者に数値を書いてもらうのか。

会 長：この場合はそういうフォームになっている。

D 委員：声かけ率の数値を事業者が算定するということなら、難しいなど、事業者から意見は出ると思う。実際に、私も違和感がある。単に目標設定するのか、どのような計画を作ったらいいか、疑問だ。恐らくスーパー事業者側からそのような質問が出る。そのような議論、最終的に収まるかどうかは別とし、今日の段階で委員会としての方向性は決まっているのか。

会 長：決めたいとは思っている。

D 委員：事業者側としては、この計画は難しい。声かけモニターの調査票にしても、一日一定の時間でとったものを営業時間に書けるのか。午前中は 100%やり、忙しい夕方については声かけやらなかった場合、何パーセントになるのか。そのようなことで計画そのものが作りづらいが。

会 長：11 ページのスーパー用の声かけ率は、モニター的に見るか、内部から見るのか、まだクリアになっていない。内部から見る場合なら、率をどう出すか定義が必要だ。率でも量的なものでもなく、定性的に声かけ教育をする等、取り組み内容にできるのでは。率として店舗内部で算出するか、モニターが買い物途中に、5 回行って 4 回声かけてもらった等の外部的なチェックにするか、その辺はまだつめてはいない。

D 委員：内部で事業者が声かけ率を出す方法は、思いつかない。声かけの重要性は認識している。

スーパーの現状で言えば、レジで話すことが少なくないので難しいというのが大方だろう。弊社では、様々な実験をした中で、今までよりもキャンペーンなどプラスアルファすると辞退率が上がることを学習できた。しかし、声かけは、お店の努力としてはいけるが、何パーセントといった具体的な数字が入ってくると非常に難しい。

副会長：例えば、初めは、あまり忙しくない午前中などで、レジ係に「何ヶ月か努力してみましよう」と。それがうまくいくようになったら、もう少し広げるという方法はどうか。協定にパーセントという形でなくてもいいのではないか。

D 委員：それならば、比較的盛り込み易い。

副会長：できるだけやりやすい方向から入り、少しずつそれを深めていく。

E 委員：これはフォーマットだが、弊社ではレジ袋辞退者に対し2ポイント差し上げている。他店では2円引きをやっている。袋を渡していいのか、2円引きにするのかポイントをあげるのかということになったら、原則で100%声かけだ。弊社ではこれはいらぬが、一般の商店の方がこれを利用したらやはりこの部分は必要になってくるのではないか。これはこれでいいのではないか。

副会長：レジ袋辞退率を算出できない店用は12ページにある。

事務局：参考までに、資料編7ページに12月までのスーパーのレジ袋辞退率のグラフがある。A社は12月1日からレジ袋を断った人へ2円値引きを始めた。レジ袋辞退率は、かなり上がっているが35%までは達していない。今後、動きを追えると値引きによる変化が確認できる。

会 長：A社は、声かけはしていたか。

E 委員：声をかけなければ、2円引きをするのか袋を渡すのかわからないからかけざるを得ないのでは。

事務局：私が買い物をしたときには、声かけはなかった。

E 委員：声かけがないということは、袋を自動的に渡しているのか。

事務局：むこうからは、声かけない。こちらから言った。

D 委員：辞退カードをチェーンストア協会で作し、各店に置いている。何故かというと、レジで余計な声をかけない、お客さんも言われたくないから。双方が便利だと作られた。カードを入れているのに袋に入れられたとお叱りを受けることもある。これが声かけのうちに入るのかどうか。

副会長：辞退カードの開始は、まだこのような状況でない段階だった。袋を持っているのにレジ袋に入れられてしまうという声はかなりあり、その辺りが発端ではないか。

D 委員：それに対し、我々のレジ員が、「袋はご入り用ですか」というトークをすれば、そのようなものは要らないが、できない時間帯がある。聞いた話だが、B社がハチドリキャンペ

ーンをはじめたときに、かなり声かけをされた。逆にお客様からお叱りを受けたという話もあるが、それを狙って声をかけたというふうに聞いている。声をかけるということは、四六時中は難しいがある程度意識を持つことは必要だ。

会 長：辞退カードと声かけと私はイコールでいいと思う。

E 委員：イコールだと思う。

D 委員：感じはイコールだ。

会 長：スーパーで辞退カードを置いていないお店というのは少ないのか。

D 委員：弊社の店舗は全店置いている。

F 委員：法政大学生のアンケートで、「レジ袋をもらう理由」の2番目くらいに「断るきっかけがない」と出ている。この会議でも多様な意見があったが、恐らく15%~20%は必ずマイバッグを持って買い物をする人で、逆に約2割の人はレジ袋有料化店でもレジ袋を買い、必ず袋を利用する。残りのグレーゾーンの60%の人に、いかにアピールするかが、最もやらなくてはならないこと。声かけも、カードも、効果は同じなので、イコールとしてみていい。

会 長：きっかけという意味で。

F 委員：グレーゾーンにいる人が最も多い。グレーを黒にしないで白にする、どうしたら白になるかが最も重要ではないか。

会 長：その工夫が、声かけが、スーパー以外の一般店舗でも最も効果的だろう。ただ先ほどのコンビニ実験の結果もあり、業態によって必ずしもそうではない。しかし、声かけしないより、きっかけを作っていることは間違いない。

副会長：早急には結果は出ない。やはり、取り組みのなかで徐々に上がっていくもの。

会 長：そうすると、11ページのスーパー用の声かけ率は、もう少し検討させていただくが掲げておくべき。そうすると説明資料が必要か。声かけを目標に置くと、「声かけ実践」のような括弧書きで何をするかとか、お店の定義で記入してもらう等、考えられる。お店として現在、声かけをしていない場合は、実践していく、あるいは教育を始める等、目標としてそれを掲げることは可能だ。12ページのレジ袋辞退率を出せない店用も定性的な目標が中心となる。そのあり方として、まず現状を把握してもらう。目標として1割減や2割減の大雑把な目標でも例示として出す等。目標としても掲げやすくする必要がある。目標60%はこの委員会として先ほど事務局から説明あったように、トータルの捕らえ方ということによろしいか。協定で締結までのプロセス、流れあるいはかかわる主体の話で何か気づいたことあれば、出していきたい。

A 委員：先ほどの辞退カード、コンビニは、まず辞退カードはない。うちのお店でもよくPOPを作り、パウチッコし多く貼っているが、売れ行きがよくなる。辞退カード、今度、手作りパウチッコで作ってみようかと思った。市で予算が許せば、各店舗に10枚ずつ配れ

ばレジ袋辞退率が上がると思う。さっきの意見で、断るきっかけがない、入れてもらわなくても良かったのと思うことが多い。この前、買い物の際、せっかくマイバック持っているのに、パパッと3枚ぐらい大量に入れられた。コンビニは、余計にしゃべりたくないお客さんがほとんどだから、声をかけてもらいたくないという状況。入れていいのか悪いのかがあるから、辞退カードは暗黙の了解となる。あると全然違うと思う。さっきの30%の辞退率があったのが、倍に上がると思う。予算が許せば何枚ずつかでも配布、協会でも辞退カード作ってくれるとよい。

副会長：コンビニは、基本的にレジ袋有料化はしないが、声かけで2010年までに目標35%だった。(注：日本フランチャイズチェーン協会の目標：2010年度に1店舗の総重量の35%減)

A委員：でも今30%になってきている。

副会長：全体ではなっていない。28年度で27.2%。

A委員：100人に対し27人は断ってくれるから、それを倍に上げるだけでもかなり違ってくるのではないか。半数の人が断ってくれることになるわけで、「辞退カード」は良いアイデアだ。

副会長：武蔵野市からフランチャイズチェーン協会に、申し入れをしてもいい。

D委員：フランチャイズチェーン協会で作っているのではないか。

A委員：私は見たことない。

D委員：私も見たことない。

A委員：お客さんも、スーパーで慣れているから、使い方は問題ない。レジの脇に置いてあってもいい。

事務局：S区の店舗だけやっている。

D委員：区でやっているのか。

事務局：以前、フランチャイズチェーン協会では、S区が始めに条例化し、協会とタイアップした経緯があるが、その後は難しいようだ。

F委員：そんな高いものじゃないのに。

D委員：高いものではないが、フランチャイズチェーン協会も、加盟各社の会費で運営しているので余裕はない。

A委員：そうだ。チラシ一枚も発注だ。銀行ATMの袋も発注。必要なお店は発注して置くようにするだろう。しかし、実験的にやるとよい、若い人は声を掛けられるのをためらう人もいるから。

会 長：今日の資料のフランチャイズチェーン協会の数値ですが、この店舗数の60前後というのは武蔵野市全体の数か。

事務局：そうだ。

会 長：こういう把握の仕方だと、さっきのお店も含まれているし、A委員のコンビニも含まれ、
そういうのは協力しているわけだ。仕入れから使った枚数を報告するのか。

A委員：どこの店が何枚使っているかは、発注が入るから全部把握できる。

会 長：それだとコンビニも全部把握できる。

A委員：店舗数は少ないと思うのだが、武蔵野市内だけか。

事務局：そうだ。

会 長：市内全域で。

F委員：フランチャイズチェーンに加盟されているコンビニ全部か。

会 長：ドラッグストアやスーパーマーケット等は？

F委員：入っていない。コンビニに絞っている。

会 長：そうすると高い。

D委員：弊社のコンビニの例だと、通勤客を相手にするとほとんどレジ袋もっていかない。タバコやジュースなど手で持っていくような感じで、レジも打てずに駅の売店のような状態だ。その時間は、ほとんどレジ袋を使わない。それが客数でカウントされていくから、使用量Aの数値がどのように取られているのかわからないが、もし本当の使用量ならありえる。要らないというお客さんが多いわけだから。ガムや新聞の買い方のお客等みると、スーパーとは違う買い方だ。

会 長：大筋でこのような枠組みで提言していきたいと思うが、他に気づいたことはないか。モニター調査等も、これもクリーンむさしのや環境美化推進員に協力いただいての話だ。こういうこともやってみたいという提案はあるか。

副会長：最初の頃、レジ袋の有料化に絡めて言ったと思うが、家庭用有料ごみ袋は10枚巻きで売られているが、ばら売りを置いていただけると、それも一つのきっかけとして、今日はマイバック忘れたけれどそれを買って入れて帰ろうとなるのでは。

D委員：難しい。

E委員：レジの読み取りは、バーコードで読み取る。

D委員：T市では両方入っている。もちろん登録はする。10袋のバーコードと1枚1枚のバーコードがある。T市ではバラ売りに協力した店には、プラス加点（エコショップ認定の際）になる。通常6%のところ、エコに協力しているところ粗利12%を差し上げるなどある。棚卸の問題などでC社はばら売りが出来ない。消費者のかたはばら売りを望まれている。個人商店は出来ているが、弊社のコンビニも出来るのではないかと試みたが運営上難しく、ばら売りが出来ていない。陳列の仕方や、こちらから1枚ずつ差し上げるなど方法があるが、スーパーのレジでは難しい。サービスカウンターなどで販売するのならいいが。コンビニはカウンターのレジなので、そういう対応も出来るのではと検討させたが、現場では進まない。

会 長：インフラとして、既にバーコードが入っていてもか。

D委員：入っていても。

F委員：K市にばら売りの店があって、レジの前にS管で吊るし、ごみ指定袋をばら売りしている。

A委員：その店はレジ袋が有料のところか。

会 長：有料だ。

A委員：レジ袋を買うよりは、有料ごみ袋を買ったほうが良いということだ。

副会長：それだともものすごくインパクトがある。レジ袋代を払うなら使えるもの（家庭有料ごみ袋）を買う。

D委員：H市でもそういうご意見を頂いた。

G委員：実は、以前、市長と市民のタウンミーティングで、市民から10枚も要らない、大きい袋は特に要らない、ばら売りも検討できないかと言われた。「検討する」と答えたが、やれないのなら検討するなどお叱りも受けている。この会議から、ばら売りの提言があれば、ぜひ前向きに検討したい。また、今の市の指定袋そのものに食べ物を買って入れて帰るのは、抵抗があるのではと思うが。

D委員：お客様のご都合なので、それはかまわないと思う。同時にレジ袋が削減できるので方法としては合理的と考えられる。売り手のほうがそれを販売する仕組みが難しいということ。たとえば、ストアではすべて商品勘定していて棚卸の対象になる。10枚のものをばらして1枚1枚棚卸ができるかどうかは障害では。一方、コンビニは、商品外として取り扱っており、できないかと現場と話したが進んでいない。

A委員：こちらのコンビニ（D社）では、バラはなく、市指定ごみ袋は、雑貨として商品扱いだ。

D委員：ばら売りはしているのか。

A委員：バラは無い。

G委員：現在、市でばら売りは不可だと言っている。セットで売ってくださいと。ばら売りの要望があれば、全部のお店にお願いするのでなく、手を上げてもらった店にだけ売ってもらっていい。

A委員：ただ先ほどのお話のように、お店のレジ袋が有料だったら、家庭ごみ指定袋を買ったほうが良いというメリットがあるのが、タダでくれる袋があるのに、わざわざこっちで持ち帰ることはないのかなと消費者の意識が働くかもしれないし、難しいところだ。

D委員：今、私が言った議論はレジ袋の代替として使うという発想ではなく、ただ1枚のバラで買いたいというご希望があり、T市はそれに答えたということ。

会 長：市がごみ袋の有料化をやっていて、お店がレジ袋を有料化をしていけば最もピッタリする。そうでないとなかなか難しい。

副会長：大きい40Lなどめったに使わない。ばら売りしてほしいというのはすごく解かる。

D委員：弊社は売れている。中と大という表現だが、可燃のたしか40Lだと思う。

A委員：うちも800円が1番売れている。数ではなく総額で。

D委員：3割ぐらいのシェアがあるのでは。販売実績でみると。

B委員：これはレアなケースだが、他市で指定有料袋になって良くなったのは、ごみかごみでないか判別がひと目でつく。以前、レジ袋でごみ出しのときは、商品なのかごみなのかかわからず、こちらはごみとして積んだものが、それは大事なものと苦情があった。いちいち中身を確認しなければいけない。たとえば落としたものだとか、ちょっと置いてただけだとか、正直あった。今は、指定ごみ袋になったから、こちらとしては指定ごみ袋に入っているものは回収して、それ以上の詮索はしない。スーパーで買物し指定ごみ袋に入れて帰られると、家の前に置いといたら回収されたなど、レアなケースだが困ることがあるかも。

副会長：大きく有料ごみ袋という表示の仕方はどうか。小さく、色を薄めにとか。

G委員：ばら売りするにしても、尻尾がついているし、色も暗い感じがする。あれに食べ物を入れていくのはどうか。有料袋と記載し、色を明るくするなど何かしないといけない。

会長：ばらでの売り方の提案は、いろいろ考えて工夫してということだ。他にいかがか。お店、商店会としてはどうか。その辺はいままでの基本線でもよろしいか。

H委員：このような「季刊むさしの」を、明日、支部の会議があるので紹介し、レジ袋の取り組みを話そうと思う。商店会では、レジ袋に関する話題は出ていない。

E委員：東京都の北区から、三日ほど前に電話があり、協定でなく企業からの申込書という形のFAXを返信した。目標数値を二十何%と書き、一年経ったときに結果を報告する形式。あまり難しく考えるより、電話一本で各企業に連絡し、賛同するか賛同しないか、申し込むかしないかというやり方だ。弊社は、毎月数値管理しており申し込んでも支障がないので応えた。K区も出来るところから、やっといこうという動きだ（注：K区レジ袋削減店登録制度）。難しく考えるより、積極的に取り組みスーパーの意識、生活者の意識を高めるほうがいい。

会長：K区は特に全体目標とか掲げていないのか。

E委員：全体目標は一切なく、企業のほうから数値を出すということで。

E委員：K区では、そのような申し込みをし、区のほうでステッカーを作り、店の出入り口に貼ってくださいと。エコのお店ということですね。

副会長：武蔵野市でも考えていけないといけない。この協定書の段階までは難しいが、その先だ。実際に協定を結ぶことになった時に、お店にとっても何か頑張ったら頑張った分だけ何かあるように行政でも取り組むべき。S県（S市）K区などでは、ごみの会議の長に市長がおり、毎年、市長が表彰式に出られて表彰状を渡し、これからもがんばりましょうという意味で出られている。武蔵野市でも青空市や桜祭りとか大きな祭りが2つあるの

で、そのようなこともこれから考えていったらどうか。特にご希望等はないか。

会長：市民サイドからマイバッグ持参率 60%というのは、武蔵野市として必ずクリアされていく。今はわからないが、図っていけばなっていくと思う。事業者と一緒に協働の作業だが、事業者の方からも働きかけがあったら一気に高まって、逆に遅れてしまわないようにしていただきたい。土地柄というのも大きく係ってくると思うので、K区ほどではないが、あるゆるい縛りの中で全体の底上げがしやすい地域・自治体だと思う。その鍵は市民サイドが握っている土地だと思うので、事業者もぜひ積極的にやっていただければその効果がでると感じている。

副会長：武蔵野市には町会がいくつしかない。そういう中でコミュニティセンターというのが地域の核になっており、協議会も含めて 16 ある。今度のごみ減量協議会の中にも入っていただき、市民への啓発を頑張っていただきたいなと思っている。私たち市民側としては、市民の皆さんにとにかく使い捨てのものは貰わないようにしましょう、要らないものは貰わない事にしましょうということを、これから誘導していきたいと思う。ここが事業者さんとも協働していきたいので宜しくお願いしたい。

副会長：まだ十分に時間はありますが、特にないか。

E 委員：これを進めるのは、スーパーは総合的な品揃えで一か所で済む。お客さんがバックを持ってくれば楽。商店街だと魚屋、肉屋、青果屋があつて雑貨屋があり、何軒も何軒も歩く。スーパーだと最後の一箇所ですべてだから自分の大きな袋に入れやすい。商店街だと大変だと思う。また肉屋が袋を渡さないなら、今度から買物しないとなり、景気が悪くなる。特に商店街の事情に配慮をし、目標数値をスーパーより低くするなどが必要だ。行政も、小売は小売であっても商店街とスーパーが違うことに配慮を。

副会長：そこが協定を結ぶときに、とにかく書類を渡してお願いしますねということでは済まないところだ。相手と丁寧な話し合いをしながら、最初は無理のない段階で協定を結んでいただき、少しずつ、いずれは 60%という方向でいくしかないかと思う。

A 委員：先日、ある大学の先生がお店に来て、商店会の実態調査のアンケート用紙を封筒に入ったのを置いていかれた。商店会っていくつあるかと聞いたら、武蔵野市内で 55 の商店街があると。商店街自体が元気がない。私たちの商店街といっても民間の人が入っているのが現状。商売やっていない人たちが構成されてて、そういう人たちがお祭りのときなど一生懸命頑張ってくれ、お互いを知らない。今のレジ袋以前の問題で、顔見知りのところに買いに行くという感じではない。

H 委員：物販店がなくなった。うちの商店会も魚屋、八百屋や肉屋といった生鮮品の店がなく、あるのはスーパー。130 店舗の会員数だが、会社や夜の商売が多く、徐々にまとまりがなくなっている。レジ袋も声をかけるのは、会員より、消費者のほうがいいのではないか。

会 長:スーパーにとっても郊外店舗のアウトレット、モールや大型量販店に客を取られるなど、非常に商業環境が様変わりしている。消費者もそういう郊外店に、車で行く購買行動になってきた。そう言われてしまうと、レジ袋というものが霞むことになるのだが、それとは別に環境やごみの問題が続いていくわけで、減らしていかなければいけない。ひとつのきっかけだ。ライフスタイル作りの位置付けであり、きっかけやシンボリックな取組みというウエイトが大きい。ただ、販売事業者と市民と協働した後は、次のステップはEPR（拡大生産者責任）、川上にさかのぼらないと意味が無い。さかのぼって商品を作るところから、川下に向けて「流通」のどれくらい下からフィードバックできるか。本当は川上からやったほうがいいが、その情報を上につなげてあげないと作る事業者では川下のニーズがわからない。川下の市民も、事業者も、ある面でワリを食ってしまい、コスト等をかけざるをえなくなる。ある面では便利な形だが。それを直していくには、そのメッセージを上にはあげなくてはならない。上に上げていき、レジ袋を減らせる川上でのEPRの取組みとは何があるか。個々のパッケージか何かでわかるのだが、それを包む買物のところまで、フィードバック、逆に上から持ってこようとしたときに難しい。やはりマイバッグというのは、地道なものだけれども実践的な意味を持っているが、難しい問題である。C委員いかがでしょうか。環境の面からどうでしょうか。

C委員:いろいろな業界を巻き込むというのが、最大のうりだと思うので、その辺を強調していけばいいのではないかと。

会 長:一言ずつなにかございましたらどうぞ。なければG委員にご発言いただき終わりにする。一年振り返っていかがでしょうか、I委員どうか。

I委員:ゆっくりだが進んでいけばいい。ごみ袋のばら売りもあればうれしい。いろいろところで聞くが、ごみと間違えるなど話を聞くとこも考えていかないと、いきなりばら売りをはやく始めてとは言えないんだなと感じた。

G委員:一年間、少し延ばしたので一年と何ヶ月になったが、お忙しいところありがとうございます。提言もほぼまとまりつつあるので、これに沿って今後はごみ減量協議会が提言を受けて減量していくということになると思う。武蔵野のいいところはスーパーにやってもらおうというのではなく、全体の底上げということで、みなさんにもお話いただいたので、1番最初に方針が載っているが、市民1人ひとりの環境意識を変えると、後は市全体の底上げ。レジ袋辞退率60%の説明した通りで、その辺のところを考えながら今後いろいろな施策を進めていきたい。今後ともご協力の程お願いします。来月の11日に市長に提言書をお渡しする。それまでに事務局のほうで手直しをして、みなさんに見ていただき、3月11日に市長のほうに提言書をお渡しするような形になる。3月11日の2時だが、ご都合がよろしければ、市役所にお越しいただき委員長・副委員長と一緒に市長のほうにお渡ししたいと思うので、出られる方はご連絡いただきたい。ありが

とうございます。

会 長：その時は市長と話す機会はあるか。

G委員：30分ぐらいあるので、機会があると思う。言いたいことがあればその場で言っていてかまわない。

会 長：それでは少々時間も早いですが、副会長のほうから。

副会長：今回の9月からの実験ではよくご協力いただいて大変だったと思うが、良かったと思っている。スーパーの中にはこの不況のなか協力は無理という会社もあったが、E委員とD委員の店舗も本当によく協力していただき良かった。そのような中で、商店街がよく頑張っていて積極的に取り組んでいただいた。多分、中央地区はカードをそのまま使っていたとおっしゃっている。これからも商店街の理解を得ながら個々にお話をさせていただきながら、一歩でも二歩でも前にいければと思う。今後ともどうぞ宜しくお願いします。ありがとうございました

会 長：それでは、つたない運営でご迷惑をおかけしましたが、一年余にあたりご協力ありがとうございました。終了させていただきます。

以上