

# 議案 2

## 環境にやさしい消費者行動推進事業の概要

平成 16 年度	平成 17 年度	
1 環境にやさしい買い物キャンペーン オープニングセレモニーの実施 街頭・店頭キャンペーンの実施 買い物袋持参デー、環境にやさしい商品特売 ウィークの実施 四国四県共同キャンペーン 市町等広報車による啓発	1 環境にやさしい買い物キャンペーン 2005 } 継続	啓 発 事 業
2 レジ袋を減らそうキャンペーン レジ袋を断わるとスタンプ1個 10 個ためると、抽選で賞品が当たるか、社 会貢献に参加するか、のどちらかを応募の際 に選択させる	2 レジ袋を減らそうキャンペーン 2005 } 継続	
3 再生紙のトイレトーパーを買おうキャ ンペーン	事業の終了	
4 買い物袋持参率全県調査 消費者団体・グループの協力により持参者 のカウント 10/5 に 46 店舗で実施	3 買い物袋持参デー事業（買い物袋持参率全県調査） 調査方法の変更  継続	
5 簡易包装キャンペーン 12 月のお歳暮シーズンに実施 簡易包装協力シールの貼付		
6 省エネ型家電製品普及キャンペーン 11 月～12 月 エアコン・冷蔵庫の 2 品目で実施	4 省エネラベルキャンペーン 2005 名称変更 夏（6～7 月）・冬（11～12 月）の実施  継続	
7 研修会の開催 学校教員対象の研修会 消費者団体・グループ等主催研修会への支援 消費者団体・グループ等会員対象の出前講座	5 研修会の開催 } 事業の終了  継続 地域住民対象の出前講座	人 づ く り 事 業
8 グリーンコンシューマー協働事業 NPO へのアウトソーシング 公募による協同事業の募集	6 グリーンコンシューマー協働事業 } 継続	
	7 ストップ 温暖化・グリーンコンシューマー推進員養成講座 一般公募で募集 新規 20 名の全 6 回連続講座	

# 平成17年度 環境にやさしい消費者行動推進事業計画（案）

## 啓発事業

### 1. 環境にやさしい買い物キャンペーン 2005

#### 概要

「ふだんの買い物から環境を考えた行動を」をテーマに、買い物袋の持参やリサイクル商品の購入など身近な取組を推進し、消費者一人ひとりがごみの減量化や資源の節約、省エネルギーにつながる環境への負担の少ない消費の仕方や環境にやさしいライフスタイルへの転換を呼びかける。

#### 身近な取組

- ・ 買い物袋を持参しよう
- ・ ごみ減量につながる商品を購入しよう
- ・ 環境にやさしい商品を購入しよう
- ・ クリーニング店のハンガー回収に協力しよう

#### 推進方法案

10月の1ヶ月間、消費者団体・グループ及び各事業者の協力のもと、着ぐるみエコちゃんとともに、週末のスーパー等の店頭や夕方の高松駅などでの街頭・店頭啓発を通して、身近な取組を呼びかける。

各消費者団体・グループ、各市町などが行うイベントや地元商店等での街頭・店頭啓発など、独自の取組を支援するため、協議会として啓発物品の提供などの支援を行う。

協議会として10月5日を「買い物袋持参デー」と設定し、県民に広くPRするとともに、エコちゃんカードのダブル押印のほか、各事業者が独自で買い物袋持参者に対する特典の提供を行う。（特典の内容：各事業者の判断）

10月5日の前後1週間程度を「環境にやさしい商品特売ウィーク」として設定し、各事業者が独自に環境商品（エコ商品）の特売を実施する。（期間設定、品目：各事業者の判断）

、 については、県域を跨いで事業展開している事業者があることから、四国4県共同事業として実施する。

10月1日のオープニングにあわせて、県下の各市町が一斉に広報車を運行し、県内一円にキャンペーンの実施を周知する。

#### 意見をいただきたい点

「買い物袋持参デー」や「環境にやさしい商品特売ウィーク」の設定については、15年度から実施し、17年度で3年目となります。各事業者様としては、経費面等それぞれの問題もあると考えますが、17年度も協力ができるかどうか。また、16年度の実施を踏まえて特に改善すべき点や今年度の効果などについて

キャンペーンの盛り上がりを図るための効果的な方法・方策について

協議会として今後アピールしたい環境にやさしい商品（エコ商品）について

実施に当たっての問題点等について

事業内容そのものについて

## 2. レジ袋を減らそうキャンペーン 2005

### 概要

全国で年間 305 億枚使われているといわれているスーパーなどのレジ袋を削減しようと買い物袋を持参しやすいきっかけや雰囲気づくりを図るとともに、容器包装廃棄物への関心を高め、ごみ減量と省資源・省エネルギーを推進するため、県民参加型のキャンペーンとして実施する。

### 実施方法

実施店で買い物袋を持参するなどしてレジ袋を断ると、その買い物 1 回につき 1 個スタンプを押してもらえ、10 個スタンプを集めれば応募できる。応募の際に社会貢献に参加する、もしくは、抽選で賞品が当たる、のどちらかを選択できる。

### 現状

過去 3 年間、実施店共通のエコちゃんカードによるキャンペーンを実施してきた。

しかし、応募しても賞品が当たらないから、キャンペーンには参加しないという声が聞かれ、賞品数を大幅アップしたものの、応募総数は固定化。

(平成 13 年度：32,084 通 平成 14 年度：26,239 通 平成 15 年度：27,100 通)

レジ袋の削減と賞品が当たるという結びつきが、環境への関心に結びつかないという声があり、社会貢献にも参加できるというシステムを導入し、「買い物袋の持参」について、その意義を浸透させるとともに、集めるポイントを 20 個から 10 個にし、県民に広く参加を呼びかける。

買い物袋持参率全県調査の結果、「買い物袋持参デー」の持参率が 5.9% であり、より効果的な実施方策を検討する必要がある。

実施店共通のエコちゃんカードのスタンプ押印システムは確立されているので、何らかの形で継続したいが、これだけに固執することはマンネリ化につながりかねず、新たな事業展開が必要である。

### 推進方法案

従来のエコちゃんカードと同様、レジ袋を断ってスタンプを押してもらう。(従来どおり)

エコちゃんカードにスタンプを 10 個ためて事務局まで応募する。(今年度どおり)

なお、社会貢献に参加する場合は、1 個でも応募可能。(今年度どおり)

応募方法は、各店設置の応募箱への投函又は事務局への郵送とする。(従来どおり)

応募枚数 1 枚を 10 円に換算(スタンプ 1 個あたり 1 円)し、応募枚数に応じて協議会が社会貢献への資金を拠出をする。

各事業者から従来どおり賞品を提供いただけるのであれば、そののみを賞品として抽選を行い当選者を決定する。(協議会も賞品を提供していた従来型を変更)

### 意見をいただきたい点

エコちゃんカードの継続について

賞品の当選数が少なくなり、理念中心の内容で、消費者の賛同が得られるかどうかなど、事業内容そのものについて

今年度は、直島町みどり創生基金に寄付することになるが、社会貢献策への資金について(直島町を継続するのか、他に資金提供するところがあるのか)

事業者においても 1 口 1,000 円で資金拠出をお願いしていることについて

実施に当たっての問題点等について

事業内容そのものについて

### 3. 買い物袋持参デー事業（買い物袋持参率全県調査）

#### 概要

10月5日の「買い物袋持参デー」において、買い物袋持参者に対する啓発グッズを作成し、これを配付することにより買い物袋の持参率調査を行う。

#### 推進方法案

「買い物袋持参デー」における買い物袋持参者に対して、啓発グッズを配布することにより、持参者のカウントを行う。

各事業者の来店者数の提供を受けることにより、持参率を算出する。

#### 意見をいただきたい点

啓発グッズの配付が可能かどうかについて

啓発グッズの内容について

実施にあたっての問題点等について

事業内容そのものについて

### 4. 省エネラベルキャンペーン 2005 夏・冬（夏:6月～7月、冬:11月～12月）

#### 概要

家庭からのエネルギー消費量が著しく増加していることから、家庭でのエネルギー消費の削減と地球温暖化防止への意識高揚を目的に、一般家庭の電気使用量の約4割を占めるエアコンと冷蔵庫を対象に省エネ性能が一目でわかる「省エネラベル」を店頭に並ぶ商品に表示し、消費者に適切な情報提供を行う。

#### 推進方法案

家電製品の売り上げが上昇するボーナス時期（夏・冬）に併せてキャンペーンを実施する。

協議会の家電取扱い事業者及び香川県電機商業組合加盟店、家電量販店で実施する。

県域を跨いで事業展開している事業者があることから、このキャンペーンを四国4県共同キャンペーンとして実施する。

#### 意見をいただきたい点

16年度を踏まえての改善点等について

実施にあたっての問題点等について

事業内容そのものについて

## 人づくり事業

### 5. 研修会の開催

#### 1) 消費者団体・グループ会員対象の出前講座の実施

##### 概要

グリーンコンシューマー運動の趣旨について、県民参画課職員が各地に出向いて各消費者団体・グループの会員の意識を高めるために実施。

##### 推進方法案

環境にやさしい買い物運動の趣旨などについて、県民参画課職員が出向いて講義する。

趣旨が浸透しにくい末端の会員を対象とする。

### 意見をいただきたい点

事業の実施について

## 2) 地域住民対象の前講座の実施

### 概要

環境にやさしい買い物の方法や環境に負担をかけないライフスタイルなどグリーンコンシューマー運動について、県民参画課職員が各地に出向いて地域住民の意識を高めるために実施。

### 推進方法案

グリーンコンシューマー運動などについて、県民参画課職員が出向いて講義する。  
地域住民と対話形式でグリーンコンシューマー運動の浸透を図る。

### 意見をいただきたい点

事業の実施について

## 6. グリーンコンシューマー協働事業

### 概要

グリーンコンシューマー運動をより継続的、発展的な運動にするために、NPO の持つ機動性、柔軟性といった特性を活かしたグリーンコンシューマー運動を推進する事業について NPO に対し、公募を行い、協議会との協働事業として事業展開する。

### 推進方法案

NPO の持つ機動性、柔軟性といった特性を活かした新たな事業展開や啓発活動が期待できる。

### 意見をいただきたい点

NPO にアウトソーシングしなくても協議会の中で事業を考えればよいかどうかについて  
1 事業 30 万円を上限としているがその金額について  
実施に当たったの問題点等について  
事業内容そのものについて

## 7. ストップ温暖化・グリーンコンシューマー推進員養成講座

### 概要

ごみ減量と省資源・省エネルギーなど、グリーンコンシューマー運動や地球温暖化防止に向けて地域で活動するリーダーを養成することを目的に、単なる教養講座ではなく地域住民に向けて自らが啓発・発信できるような人材やグループを地域の中で育成する養成講座を実施する。

### 内容

講座の企画・運営を NPO 環境市民（京都市）に委託し、参加者は一般公募とする。  
講座回数は全 6 回連続で開催し、募集定員は 20 名とします。  
単なる教養講座ではなく、受講生が主体的に活動していくための講座とします。

### 推進方法案

自らが啓発・発信できるような人材やグループの育成を図り、地域におけるグリーンコンシューマー運動が根付くことが期待できる。

### 意見をいただきたい点

事業の実施について

## **意見交換用資料** (17.1.19企画運営委員会)

### 平成17年度環境にやさしい消費者行動推進事業計画(案)について

#### 啓発事業

#### 1. 環境にやさしい買い物キャンペーン2005

##### <持参デー、特売ウィーク>

###### (消費者)

- ・「毎月 日が買い物袋持参デー」とすべき。年間を通じて、10月5日だけを買い物袋持参デーと設定しているが、消費者に対して意識付けを図る上でも、毎月実施日を設定する方が効果的であると考える。

###### (事業者)

- ・持参デーを広く周知できるように、月の後半の日としてはどうか。
- ・メーカー側として、特売ウィーク時に、各事業者に対して、エコ商品(古紙トイレットペーパー)の特売実施に向けて商談を進める。

##### <効果的な啓発方法・方策>

###### (消費者)

- ・街頭・店頭キャンペーンを継続して実施すべき。
- ・行政がパンフレットを発行し、市の事業として実施する。
- ・着ぐるみエコちゃんは子どもに大変人気がある。そのキャラクターをもっと生かしたキャンペーンを展開してはどうか。例えば、着ぐるみエコちゃんの家族をつくり、それでショーをする。
- ・キャンペーンの盛り上げを図るため、方法や方策の基本方針をうちたて、各事業者任せにしない。例えば、ポスター、店内放送、従業員への啓発など具体的な事柄を統一し、最低これだけはしてほしいと訴えるべきではないか。それ以上は店に任せる。
- ・定期的なセミナーではなくニュース性を高めた行動から継続的にグリーンコンシューマーの言葉をテレビにて宣伝してもらう必要がある。
- ・買い物袋を、一軒一軒全戸へ自治会から配付し、買い物に行くときはこの買い物袋を持参するように周知する。
- ・大型商店に重点がおかれているが、商店街に協力してもらえそうな取組みも大切。
- ・各町で実施できると、協力者も多くなるし、町の担当者の協力も得易い。

###### (事業者)

- ・ポスターの内容を具体的に環境破壊した実際の写真を載せる。
- ・NHKの番組「四国にビタミン」などで、キャンペーンの事前に取り上げてもらう。
- ・地域の自治体、PTA等の呼びかけと賛同をいただくことが必要。

###### (行政)

- ・スーパー等の店頭だけでなく、人が集まるイベント行事は、いろんな年代層の方が集まると思うので、そのような行事に啓発活動を実施すれば良いと思う。

##### <環境にやさしい商品>

### (消費者)

- ・洗剤を推進してはどうか。
- ・トイレットペーパー、洗剤やシャンプー等の詰め替え商品。
- ・無添加のポリエチレン製ラップ、石けん製品（洗濯用・台所用・シャンプーなど）、リユース容器入り飲料（ビール・清酒・醤油・酢など）、トレイなしの野菜。

### (事業者)

- ・詰め替えタイプのものなど、普及が見込めるもの。
- ・布、紙等のリサイクル商品の明確な表示。
- ・はだか売り商品、詰め替え商品、再生紙のトイレットペーパーは、推薦が明確ですが、その他の環境にやさしい商品は、どのような商品が本当に環境に良いのか検証し、例えば、非塩ビ系ラップとか、石鹸とかを協議会が特定して、購入を即すような活動を行えば良い。

### <実施に当たっての問題点>

#### (消費者)

- ・行政に携わっている職員の家族の方が事業内容をどこまで認識しているのか。

### <事業内容>

#### (消費者)

- ・環境にやさしい商品は売れないのはコストがかかるからである。同じような商品を高いお金を出して買う人は環境を意識している人であり、そのような意識のある人は少ないと思う。市町がリサイクルにかかる経費をどれだけかけているのか公表するのも一案である。
- ・環境改善にもっと役立つことを優先する必要があると思う。  
例えば、石けん製品への切り替えの推奨、再生可能なものや廃棄しても有害でないパック容器の推奨、P F T Rと合成洗剤やパック容器素材の研修会の開催。

#### (事業者)

- ・当社においても独自でエコロジーカードを実施していますが、息の長い活動が必要と思います。半年、一年で利用率が大きくアップするとは考えにくいですが、継続して行うしかないと思います。そういう意味で、小学校、中学校等の学習に取り入れ、子供から親へ逆に教えるようなことも実施してみてはどうか。
- ・食品のパック素材等、再生可能なトレーを使用することや家庭ごみが出にくい商品包装のウェットを増やし、アピールする。
- ・販促物やポスター等で呼びかけるだけでは効果が薄い。

## 2. レジ袋を減らそうキャンペーン 2005

### <社会貢献策への資金提供>

#### (消費者)

- ・あまり効果が期待できないのではないか。
- ・直島町みどり創生基金への寄付の継続を希望する。
- ・エコちゃんカードは選択制を取り入れて、今後も継続したらよい。
- ・社会貢献策は、「買い物を通じての環境保全活動」に直接結びつくものがよい。

#### (事業者)

- ・資金提供先を検討する必要がある。資金提供先を2~3ヶ所にする。
- ・事業者だけでなく消費者も1円募金を希望する人もいないか。

### <事業者における資金提供>

### (事業者)

- ・趣旨が明確であれば問題はないが、提供先については、検討が必要である。
- ・協力できる限り参加したい。
- ・社会貢献は大切だと思いますが、事業者の資金拠出については、当初の協議会の規約の本筋に沿って、「買い物を通じての環境保全活動」に直接結びつくようなものにしていただきたい。現状は、そのための募金活動とも思えます。

### <効果的な啓発方法・方策>

#### (消費者)

- ・県広報誌のVOICEの下頁の余白部分に毎月「買い物袋持参でごみの減量」を訴える。
- ・レジ袋を減らすことが、自分たちの利益にも還元されることの説明が必要。抽選で賞品が当たるとそれを宣伝するポスターを作る。各店舗ごとにそこで当たった人が分かるように、また、商品はある程度の人が当たって良かったと思う品でレジ袋削減による資金から出すような手当は出来ないか。
- ・エコちゃんカードにレジ袋を断る毎にスタンプを押してもらい、20個集まれば現金で100円返金してもらおう方が効果が上がる。

#### (事業者)

- ・毎週日曜日は2倍押しなど変化をつけても良い。
- ・賞品を当てるのも消費者にとって楽しみだが、賞品をオリジナル買い物袋等にするのはどうか。
- ・既に行われている事業者もあると思われそうですが、グリーンコンシューマー参加会員全員分の専用買い物袋を作成し、全員に配布(購入費は各事業者が負担)。全員がこれを使うようにするとPR効果絶大ではないか。専用袋にはグリーンコンシューマーかがわのロゴマークを目立つようにし、スーパー等の従業員は、昼食を自店で購入する人が多いので、一般消費者の関心を引くことに繋がる。これをキャンペーンが始まる1~2ヶ月前からスタートさせる。

#### (行政)

- ・各店舗によって客層が異なるので、店頭啓発を実施する店舗を交替すればよい。

### <事業内容>

#### (消費者)

- ・従来しているキャンペーン中のみのサービスを改めて、エコちゃんカードは年間を通じて実施する。実施方法としては、スタンプを押すのではなく、レジ横に置いてある「レジ袋NO!カード」を客がレジに渡す。事業者はカード枚数により寄付金額を算出する。その寄付金は、現在している「みどり創世基金」として直島などの環境整備に使う。
- ・レジ袋の削減は、環境保全効果はそう大きいといえず、環境保全活動への参加の象徴的なものとして取り上げられているので、あまり労力を割かれない方がよい。

#### (事業者)

- ・キャンペーン期間としては長すぎる。1ヶ月位が良い。
- ・実施時期を見直してはどうか。全国的な環境月間と併せる。
- ・モノがもらえるからキャンペーンに参加するのであれば根付かない。
- ・消費者に「もれなく」何かをお渡しできる様な仕組みを考えて欲しい。
- ・事業自体価値があるので、継続が望ましい。
- ・一定の目標を達成するまでは、賞品などでフォローは必要ですが、反面、レジ袋は家庭ごみ様に再利用するなど利用が定着しており、必要とされる方もおられ、行政指定のごみ袋の制度を進めるなどの取組みと併せて実施すべき。

### <その他>

### (消費者)

- ・何年も実施しているが成果が上がらずがっかりしている。
- ・レジ袋を有料にすれば良いという意見も聞くが、コープかがわが実施している様に、レジ袋を自らが取り、その代金を支払うシステムはどうだろうか。
- ・コープかがわのようにレジ袋代を少しでもとればよい。
- ・キャンペーン期間中であっても、スーパーによってはマイバックを持っていない人に対し、レジ袋を渡す数が余りにも多くて不愉快に感じたと言っている客がいるよう。
- ・キャンペーンを実施しても関心の無い態度が目につく。
- ・エコちゃんカードにスタンプ押すために、サービスカウンターにわざわざ行かすよりも、レジでスタンプを押した方がよい。そのためには、専用のレジを作った方がいいと思う。スタンプを押すために移動するのはむしろ逆サービスになるのではないだろうか。そして、出来るだけマイバックのキャンペーン実施期間中であるとレジ係りが一言いった方がよい。
- ・エコちゃんカードは例年通り継続し、今年度のように個人の応募と社会貢献の2通りの方法はよいと思う。しかし、店舗によってはカード終了(スタンプ終了)に対し、次のエコちゃんカードを事業者自ら手渡ししていないところも多く、温度差がありすぎる。

### (事業者)

- ・一部の消費者は、今でも理解していないらしく、レジ袋を必要以上に欲しがる。
- ・当社でも応募枚数が、昨年比 250%と大きく増加しました。集めるスタンプ数の引き下げの影響も多かったと思いますが、新たに関心を持たれた方も増加したのではないのでしょうか。店舗によっては、持参率が 10%前後に近づきつつあり、継続することが大切だと思う。

### (行政)

- ・買い物袋を持参しない理由やどうしたら持参するようになると思うか等のアンケートを実施すれば良い。

## 3. 買い物袋持参率調査

### <グッズの配付について>

#### (消費者)

- ・買い物袋持参者にグッズを配布することは良い。
- ・各レジで啓発グッズを配付してもらいたい。
- ・袋持参者に持参をすすめるグッズを配布するよりは、持って来ない人に啓発の方が効果的。

#### (事業者)

- ・グッズの配付は可能である。
- ・配付は難しいと思うが、サッカ台での展開は可能。
- ・グッズの配付は可能だが、数が把握できないので余ると無駄になる。
- ・グッズをつくるより、大きなのぼりを立てる方が効果がある。
- ・新たに始める方よりも継続している方に配付する方が多くなるのでは。そうすると啓発グッズの配布はおかしくなるのでは。
- ・景品が目的でその時のみ持参者となる方が多くなるのでは。
- ・事前の周知をおこなった場合、相当な数量の景品が必要となる。
- ・昼前後の混雑時に啓発グッズの配付、来店持参者数のカウントは難しい。

### <事業内容>

#### (消費者)

- ・平常の状態が把握できるので、平日の調査日が適当である。
- ・市民全体になぜ買い物袋の持参運動を実施しているのかを認識してもらうことが大切である。
- ・持参率調査は今後も継続すべきであると思う。
- ・調査をするときに、ジャンパーを着るとか、強い印象を与える旗を立てるなど、より効果的なパフォーマンスを取り入れることが大切であると思う。
- ・一斉調査に意味があるので、これからも長く続けていくことが大切だと思う。継続が啓発につながる。調査方法に基準は必要なのではないか。レジ袋を1枚でも貰うとダメなのか、マイバックは持っているが入りきらない商品をレジ袋に入れた場合はどう扱うかなど。
- ・買い物袋持参調査は、年2回実施して、その時に啓発グッズを配付しながらお願いをする。

#### **(事業者)**

- ・調査回数(年2回程度)を増やしてはどうか。
- ・一部の消費者団体の一部の方とは思いますが、調査目的を逸脱し、押し付けがましいアンケートを行うケースが毎年発生し、お客様からクレームが出ている。今後このようなことが事態が1度でも発生した場合は、その団体による調査はお断りする。
- ・正確性を期すのなら、調査はやはり事業者が行う方が良いのではないかと。当然チェッカーには負担がかかるので、それを少しでも軽減させるために 繁忙期・日を避ける。コンパクトなカウンターを貸与してもらう等の措置をとってほしい。

#### **その他**

- ・当社において平成17年は、1月、5月、9月の3回持参率調査を実施する。(事業者)

## **4. 省エネラベルキャンペーン**

### **<効果的な啓発方法・方策>**

#### **(消費者)**

- ・ボーナス時期に併せてキャンペーンを実施すれば良い。
- ・消費者にPRして継続すべきである。
- ・家電製品の省エネラベルについては、まだまだ意識も知識も低いと思われるので、ボーナス時期を狙った年2回のキャンペーンは有効だと思う。
- ・情報提供は簡単でわかりやすい方法がよい。
- ・ラベル意味の理解度が不足しているので、お得と併せて宣伝が必要。

#### **(事業者)**

- ・継続すればいいと考えます。

#### **(行政)**

- ・運動がまだよく浸透していないように思うので、もう少し広く宣伝が必要。

### **<事業内容>**

- ・省エネ製品はメーカーがラベルをつけて売込み宣伝をしているので事業者任せ。(消費者)

#### **(事業者)**

- ・家電量販店を見ると商品に沢山のシールが貼付されており、これ以上付けても目立たないし、意図が伝わらないのではないかと。
- ・省エネ型家電製品普及キャンペーンはお客様に支持を得ることができると思う。
- ・消費者に対し、年間を通し省エネラベルが一般的なものになると良い。
- ・家電専門量販店を巻き込まないとあまり効果は期待できない。

## **5 . 研修会の開催**

### **(消費者)**

- ・町内の愛育会や農協等の団体に研修会の実施を呼びかけている。
- ・住民への対話方式の講座を実施したい。
- ・最近、学校教育の場でもグリーンコンシューマーの考えを授業に取り入れ始めているので、各地の小・中学校等にて出前講座を実施する必要がある。そのために学年毎に体験型の買い物ゲームなどを作成し、人材を派遣できるような仕組みづくりが必要。
- ・地域住民への出前講座は、県民参画課職員と消費者団体・グループ会員が合同でそれぞれの得意分野をフル活用してPRしていくべきではないか。
- ・グリーンコンシューマー運動の浸透を図るには、各自治会単位にて講座を開催してはどうか。
- ・事務局と地域の私たちの会員が協力して、子育て支援センターのお母さんやPTAの保護者と子供たちに地域でどのようにお買い物するのかを示していけると良い。
- ・小豆島は、「買い物とくらしのガイド」があるので事務局の方とともに、実際にどうお買い物をするのか分かり易く広める。

### **(事業者)**

- ・実施されている内容が事業者には見えないので効果としては、何ともいえない。食品レジ等での買い物は圧倒的に主婦が多いので、ターゲットを絞って実施するしかないと思う。
- ・消費者団体等に広く呼びかけ、回数等も目標を立てて、多く開催するのであれば有効である。
- ・協議会の運営の推進につながると思います。継続を希望します。

### **(行政)**

- ・消費者団体会員の意識高揚に役立っていると思うので、継続すれば良い。
- ・学校や事業所等多方面にわたって実施すれば良い。

## **6 . グリーンコンシューマー協働事業**

### **(消費者)**

- ・活動資金が出るので何か考えたい。
- ・協働事業として、委託事業を設けてくれたことは新しい試みでNPO活動をしている者にとっては朗報であると思う。来年度も引き続き継続して欲しい。
- ・金額はもう少し多い方がいいのではないかと。一律ではなく段階的な金額を設定しても良いのではないだろうか。
- ・大勢の参加団体が出るようにするためには、時間をかけて審議をすること。
- ・委託者〔県〕は、応募要項・経過等々について各情報機関に広く紹介する方が良いと思う。
- ・事業活動の準備期間等もあるので、期間は一年以上が望ましい。
- ・NPO活動を拡大するため、グリーンコンシューマー活動の質の向上のために、希望するNPO団体には、望ましいテーマであれば契約期間3年を限度として継続しても良いと思う。
- ・協働事業は、これからも継続して欲しい。実施にあたっては、団体の活動に対して助言などの手助けをして欲しいし、事業者との交渉時には、後押しして欲しいと思う。
- ・前年度どんなNPOに、どんな事業を委託したのか、知らせて欲しい。応募内容を公開して、協力できるところを募ったり、内容を検討しあうような仕組みが作れないか。

### **(事業者)**

- ・NPOの参加は一度行ってみるのが良いと思います。新しい視点で新しい発想が期待できます。
- ・NPOの機動性は、運動を進めて行く中で力強いと思う。

- ・今年度の実施効果を検証しておく必要があると思います。

#### (行政)

- ・広範囲で事業を実施することが出来るので、NPOとの協働は良い。

### 7. ストップ・温暖化・グリーンコンシューマー推進員養成講座

#### (消費者)

- ・環境問題は日々問題点が増加していて、法改正の運動も活発である。私たちは常に勉強する必要がある。そこで、前回講習を受けている消費者団体から、1名から2名参加させるべきであると思う。
- ・かつて講座を受講していても、実活動と知識がなかなかドッキングしない場合がある。自ら啓発・発信できるような人材やグループ育成のためには、二度三度と養成講座を受講し、更にフォローする制度を設けることが望ましい。
- ・ごみ減量と省資源・省エネなどの推進員の養成講座の実施は良いが、企画運営を環境市民に丸投げしないで、協議会で実行委員会を作り行う方が香川県の実状に即して行えるのではないかと。講師に上勝町長など実際に各地で実施している方を招聘すれば良い。
- ・地域で推進員を設置し、グリーンコンシューマー運動が根付くことが大切です。

#### (事業者)

- ・リーダーに何をさせていただくのか、何か権限があるのか、具体性が無いので判断できない。
- ・地球温暖化は、政府だけの問題ではなく、市民として人間味のある人材を仲間として増やして欲しい。
- ・京都の講師では経費がかかりすぎる。地元のNPOで実施できないか。
- ・「日常の買い物を通じて環境を考える」という協議会の趣旨と少し異なっているのではないかと思います。

#### (行政)

- ・どのような運動においてもリーダーがいなければ積極的な活動が行われないので、推進員を養成するのは大変良い。

### 8. 平成16年度事業を実施しての感想や問題点

#### (消費者団体・グループ)

- ・昨年の調査よりも少し買い物袋の持参者は増えたように思える。気長く事業を続けて行く必要性はあるが、調査費も県よりいただく倍はかかっている。
- ・持参率調査は、気兼ねしながら立ちっぱなしなので疲れるし、悪いことをしていないのに謝りながらしていることが多い。事業者からは、歓迎されていないようです。
- ・買い物袋持参について県民の意識が高まらないのが悩みである。
- ・レジ袋の有料化が一番減量につながる。
- ・ごみ袋の有料化により、少しはごみが減ると考える。
- ・キャンペーンなど各事業を実施する前に各市町の広報誌に掲載すれば効果が上がる。
- ・店頭キャンペーンの結果から考えると末端地域での意識が低いこと、また、運動に協力する行動が理解されても実践できない生活習慣なのでなかるうかと考える。
- ・活動する人は一生懸命であるが、一般の方は人事の様である。しかし、金銭的にはシビアであるので金銭と結びつけて何か出来ることがあればと思う。
- ・私たちの取組みだけでは目標の達成は厳しいものがあるが、地域のグリーンコンシューマー推進員とともに活動できれば、講座に参加しない方々にも関心を持っていただき、ごみ減量と省資源・省エネ

にも参加していただけたと思う。

- ・地域の皆さんに正しく認識していただくことが大切であるが、若者に参加してもらうことは難しい問題である。企業で働く若者やPTA等への呼びかけは私たちだけでは力不足である。
- ・消費者、事業者、行政の三者懇談会を年2~3回開催して、お互いに話し合う。事業者の協力が何よりも不可欠。
- ・平成16年度の協働事業に参加させて戴いて、計画よりも早く「グリーンコンシューマー1万人宣言」の活動を実施することが出来ました。しかし、準備期間が短かったので、とまどいながらの活動のスタートでした。「グリーンコンシューマー1万人宣言」のアンケートを依頼したグループのリーダーの方が、『グリーンコンシューマーという言葉を知らない人がこんなにも大勢いるとは知らなかった、本当に驚いた。』と私に話してくれた。そのような話をするリーダーが幾人もいました。これからはもっと浸透させなければならぬとつくづく感じた。
- ・年々キャンペーン等を通じて県民への浸透は感じられるが、まだまだ一部にすぎないような気がする。
- ・協力事業者が協力できる妥協点について真剣に話し合う必要があるのではないのでしょうか。
- ・持参率調査や協議会としてのキャンペーンは、内海町内だけだったので、少人数で、また他町からは車のある方だけの参加となった。なるべく大勢の会員が参加した方が、広めようという意欲がわくものなので、各町内での実施が望ましい。

#### (事業者)

- ・エコちゃんカードについては、ある程度普及されつつある様に感じますが、それ以外に目に付く活動は見えていません。
- ・お客様のレジ袋に対しての関心の高さに驚いた。
- ・全体を通じて事業者と消費者の対話の場が少なかったと思います。今以上に関係を強化し、協力しながら、取組みを進める方向で17年度は事業を進められればと思います。
- ・ペットボトルのリサイクル回収に対して、主だった量販店を収集ステーションとして位置づけ、市町単位でペットボトルのリサイクル事業を展開できるように進めて欲しい。
- ・キャンペーン期間が終了すると、とたんにいつも通り買い物袋を持たずに来店する方が多くなるのはどうかと思います。そのために当店では、1枚3円で提供しています。
- ・速効性のある運動ではないことは理解しているため、目に見える形が欲しい。「今年この運動によってこれだけ環境にいいことがあった」と一目で分かるような方法等。数値評価は難しいと考えるが、例えば、「レジ袋の削減によってこれだけの量の原油(CO2)が節約できた」、「植林によってこれだけ緑が回復し、これだけのCO2の吸収効果があった」という表示・発表方法をとった方がいいのではないか。
- ・昨年、香川県では未曾有の自然災害に見舞われ「災害に無縁な県」というイメージが覆った。プラス面でもとらえれば自然や環境・地球温暖化について考える良い機会が訪れたと言える。これをうまく活かしたキャンペーンにしてはどうか。
- ・独自で実施しているスタンプカードの回収枚数は昨年よりも増加している。今後も地域へ周知し事業を浸透させることが重要である。
- ・継続することが重要だと思います。例えば、買い物袋持参についても地域により持参率の差があります。持参率の高い地域でどのような活動がされているのか、調査して他の地域に広げることができたら良いと思います。
- ・活動が始まって5年が経過しています。効果的な活動を行うために、協議会の目的を再認識することが必要ではないかと思います。行政も企業も活動費を増加できる環境に無いはずで、みどり創生基金への寄付が無駄とも考えませんし、人づくりも必要だと思います。ただし、これらは、

規約第3条第5項に区分されると思います。活動範囲を第1項～第4項に絞込み、目的を明確にするとともに、費用を効果的に使って行くことが必要だと考えます。

**(行政)**

- ・行政主導で頑張っているが、各事業所により温度差があるように思われる。
- ・事業を実施するには、事業所の協力が必要であるとともに、市民の意識改革も大切である。