

第16回 さっぽろスリム ネットフォーラム

12 つくもの責任  
つかう責任



# 資源をごみにしない ためにできること

無印良品での取組事例から、ごみ減量や資源の有効活用に向けて私たちができることを考えます。

日時

令和6年 **3月2日(土)** 14:30~16:00 (開場14:00)

## 第16回さっぽろスリムネットフォーラム 報告書



## 目次

- 開会挨拶 2
- 第16回さっぽろスリムネットフォーラム 3
  - ・講演会Ⅰ  
資源循環で「感じ良い暮らしと社会」へ
  - ・講演会Ⅱ  
環境配慮の取組と社会的な協力
  - ・トークディスカッション〔質疑応答〕  
資源をごみにしないためにできること

### 【開催概要】

- 開催日時 / 2024年3月2日（土）14：30～16：00（開場14：00）
- 会場 / 国際ホール（札幌市中央区北4条西4丁目札幌国際ビル8階）
- 主催 / 札幌ごみ減量実践活動ネットワーク
- 運営 / 特定非営利法人 環境り・ふれんず
- 参加者数 / 47名





## さっぽろスリムネットフォーラム 開催にあたり

札幌ごみ減量実践活動ネットワーク  
委員長 寺嶋 忠雄

本日は、お忙しい中をお集まりいただき誠にありがとうございます。

また、皆様には、日頃からごみの減量にご協力いただき、この機会に改めて感謝申し上げます。「札幌ごみ減量実践活動ネットワーク」は、愛称を「さっぽろスリムネット」と言い、平成 17 年3月に設立され、市民・事業者・札幌市が一体となって、札幌市のごみを減らすための仕組みづくりや市民の皆さんへの広報など数多くの活動を行ってまいりました。ごみ減量に関する情報共有や意見交換の場として開催しているこのフォーラムも、おかげさまで 16 回目を迎えたところです。

今回のフォーラムは「資源をごみにしないためにできること」をテーマとしております。資源を循環させることは、ごみの減量のみでなく、限られた資源の有効活用にもつながり、社会的な関心が高まりつつけている SDGs の目標の一つである「つくる責任つかう責任」にもつながる重要な取り組みです。

本日講師として、株式会社良品計画の三浦様と北海道大学 文学研究院 行動科学分野 教授の大沼様をお招きしております。無印良品は私たちに身近なお店の一つですが、提供する商品やサービスを通じた環境配慮の取り組みをお聞きすることで、私たちがどのような形で一緒に取り組んでいけるのか、大沼様には資源循環が求められる社会的な背景や今後の方向性などについてお聞きしながら、皆さまと一緒に考える機会になればと考えております。

最後に本フォーラムの開催にあたり、講師を快くお引受けいただいた三浦様と大沼様に深く感謝の意を表しますとともに、このフォーラムが実り多いものになることを祈念いたしまして、私の挨拶と致します。





## ■講演会Ⅰ 資源循環で「感じ良い暮らしと社会」へ

### 【講師ご紹介】

三浦 秀隆

(株)良品計画営業本部北海道事業部長

(株)良品計画入社後、無印良品 マルイシティ 上野店店長、衣服雑貨部紳士担当 MD、欧米事業部米国担当などを経て、2021年に北海道事業部の事業部長に就任、現在に至る

私は埼玉県所沢市出身で、良品計画入社後、欧米事業部米国担当などを経て、4年前に北海道札幌に来ました。現在は北海道事業部の事業部長を務めています。本日は無印良品のものづくりや会社についてお話させていただきます。

良品計画の設立は1989年ですが、無印良品としては40年以上の歴史を持った会社です。日本だけではなく32の国地域に1000店舗以上展開しております。

お店だけではなく、地域活動や家など、なかなか聞きなれない事業も実は展開していて、本日はこういったものについてもご紹介いたします。

まず無印良品の商品やサービスがどのような理念に基づいて作られているかについて。企業理念は「人と自然とモノの望ましい関係と心豊かな人間社会の実現に貢献する」です。この数年は「感じ良い暮らしと社会」というキーワードを大事にしまして、社会や人の役に立つということ、どう役に立てるだろうかということを考えながら企業活動をしております。特に自然循環や持続可能な社会、こういったものはSDGsやESGといった単語で最近非常に盛り上がっている概念ですが、会社にとっては40年前から当たり前前に続けてきたという自負があり、これらを今後も社会に提供・提案していきたいと思っております。

無印良品が最初に誕生したのは1980年です。「わけあって安い」をキャッチフレーズに、非常



にシンプルな包装材、商品構成で始まっております。この頃の無印良品を知っていただいている方もいらっしゃるかと思いますが、もともとは西友のPBとして1980年にスタートしたのがルーツとなっています。

特にこちらの3つのわけ、「素材の選択」、「工程の点検」、「包装の簡略化」、こういったところの視点を大切にしながら商品を作り続けています。無印良品は自社で工場を持っていないということもありまして、この3つの視点をいかに大切にして商品を作り上げていけるかをサプライヤーさんと一緒に考えていくことが、本当に大切な仕事だと思っております。

初めに「素材の選択」ですが、例えば落ち綿の布巾、これは紡績工場で出た落ちワタを使用しています。もともと捨てられてしまう素材を活用してものを作るという、無駄のない社会を実現するための商品です。

次に「工程の点検」です。無駄の工程を省いておいしいものを安く提供するため、工程の点検を行っています。非常にご好評をいただいている食品シリーズの一つであるバウムですが、焼きムラや凹凸、変形がある部分など、おいしさに関係な



くはじかれていたようなものもそのまま生かしています。また、バターチキンに代表されるレトルトカレーの場合、外箱を作らずにそのままパウチの状態の販売し、余計なごみを発生させない、包装の簡略化が大きな特徴です。

こういった理想の原点には「消費社会へのアンチテーゼ」といった基盤がありました。無印良品が誕生した1980年代は、バブル真っ盛りの時代でした。きらびやかなものやブランドがあふれていて、「これが欲しい」、「このブランドのものが欲しい」という欲望のままに動いてしまうような消費を繰り返す消費構造があったと思います。そういったところからモノ作りの原点に立ち返って、本当によいものを生活に則して安く提供するという視点が無印良品の一番初めてありました。

「無印良品」という名前にも、印がなくても良いものをお客様に届けたい、という思いが込められています。それは質素でありながらも豪華さに引け目を感じさせない、むしろ質素であることが誇らしく感じられる商品のありかたといったものをご提案していくのが無印良品であります。

「これがいい」ではなくて「これでいい」という、納得した理性的な満足感をお客様に持たせていただくことが、無印良品が目指している小売りの姿です。

ここまで、普段皆様に手に取っていただいている商品についてお話をさせていただきましたが、次は皆さまがあまりご存じない無印良品の一面をご紹介します。

40年間活動していく中で、本質的な価値を提供していくことに主眼を置いている無印良品ですが、そういった中で、過疎化していく地域や少子高齢化など、様々な社会課題に着目しています。生活の基本が揃う日用品の専門店として、全国津々浦々に出店を拡大していくことも



一つの使命だと思っています。全国津々浦々にお店を展開するということは、やはり生活を支えていくということになりますが、そのためにはその地域に溶け込んでいって、地域の皆様にとってなくてはならないお店として貢献していかなければならないと思っています。

良品計画の2つの使命として、一つは「誠実な品質と倫理的な意味を持った生活に欠かせない基本商品群、サービス群を誰もが手に取りやすい適正な価格で提供する」ということ。

もう一つの使命として「店舗が地域のコミュニティセンターとして、役割を持って地域に良いインパクトを実現する」という側面も大切にしています。そういった中で地域活動を様々なジャンルで展開しているのですが、「食と農」、「健康安心」、「コミュニティ」、「文化・アート」の順で紹介させていただきます。

たとえば「食と農」です。

無印良品というと生活雑貨や洋服のイメージが強いと思いますが、実は東京の銀座や有明などに、青果売り場を持っている店もあります。農家さんから直接仕入れて良質なものをお届けしています。

また、産直のECサイトも展開していて、無印良品のHPの中の「諸国良品」というページで、その土地の風土から生まれた食品や暮らしに育まれた日用品を紹介しています。形が揃わなかったり、色付けがよくなかったり、生産数が限られていることがありながらも、たくさんのこだわりが詰まっているものに焦点をあてて紹介しています。そこから派生して、千葉県鴨川市には「みんなみの里」という産直施設を併設している店舗もあります。

産業課題を解決する事業も行っています。里山と農業の保全活動として、昔ながらの棚田農業を守っていくために、地元のNPOさんと連携し

てコメ作りをするといったこともしています。

そしてその地域で一緒に育んだ農産物を使った商品開発も実施しています。価格が低迷する飯用米を活用した日本酒や、江戸時代には盛んに栽培されていたものの徐々に姿を消しつつあった難波ネギを活用した商品やふぞろいリンゴの販売などです。食品ロスの削減のため、自治体と連携しながらフードドライブも進めています。

次にコミュニティというジャンルについてですが、商いを通して人と人とのつながりを創出していくということで、移動販売という事例があります。お店がない地域や買い物困難地域に商品をお届けして地域の方々の生活を支えていく取り組みで、北海道でも函館市や森町などで走らせています。人口減少が課題になっている自治体も多いので、移住定住そのものを支援する取り組みも実施しています。最近では Airbnb と包括連携協定を締結し、全国の遊休不動産の共同プロデュースも行っています。その第一弾が北海道清水町の移住体験住宅で、こちらのインテリアコーディネートトリノベーションを実施しています。ほかにも子どもや高齢者などさまざまな方力になれるように、子ども食堂の実施など、日々どういった事業ができるかを考えております。



次に健康と安心です。国内にまだ2店舗なのですが「まちの保健室」という、健康相談ができるスペースを設けている店舗があり、地域の薬剤師さん、看護師さん、管理栄養士さんと連携して、専門的な相談を気軽に行っていただけるブースを設けています。

そのほか、「いつものもしも」という名前で防災に関する事業も展開しており、防災備品を商品化してセットで販売しています。また、防災を楽しみながら知っていただく啓発イベントを自治体とともに実施しています。



また、無印良品が各地域の芸術祭やアートイベントに関わらせていただいているケースがあります。新潟上越市の「ななおえつ うみまちアート」という芸術祭は、作品鑑賞をしながら街を周っていただき、そこから新しい出会いや交流が生まれるという、町の賑わいを作るための芸術祭として開催しました。地域も含めて全体的に賑わう街にしていく、地域の魅力を引き出していこうという思いから、地域の方とともに開催したイベントです。また今年も、札幌市さんともつながりをいただき、札幌国際芸術祭にてイニシアチブパートナーとして活動させていただきました。これらの取り組みでは、それぞれ地域の方々とともに生み出す「文化・アート」活動を一つの切口にして、地域の魅力を再確認するようなきっかけづくりに貢献できればと思っております。

最後に無印良品の資源循環の取り組みについてです。無印良品は1980年のブランド創成以来、地球環境や生産者に配慮した素材を選び、無駄を省いたモノ作りを行っております。

その中で様々な循環型社会の実現に向けた具体的な取り組みを行っています。例えば月額定額サービスです。必要なものを必要な期間だけお使いいただける家具の月額手額サービスを行っております。現在72アイテムあり、これは中古の家具が当たり前を活用・循環される社会の構築を目指しています。もう一つは「もったいない市」です。もったいないという思いから、傷や汚れによる戻り品でもまだ十分使える商品をお買い得な価格で新古品として販売しています。月額定額サービスでお客様が使用した家具も、消耗パーツを交換しながら中古品としての販売もしています。



次に洋服のリサイクルの取り組みです。不用になった無印良品の衣類を新たな資源とするため、現在ほぼ全ての店に衣料品の回収ボックスを設置しています。回収した服は藍色などに「染め直した服」や、洗浄して商品化する「洗いなおした服」、複数の服をつなぎ合わせた「つながる服」などに生まれ変わり、ReMUJIとして約25店舗で販売しています。

また、不用になった無印良品のプラスチック収納などの回収も行っております。回収したプラス

チックは細かく粉碎をして原料に戻し、無印良品の新たなプラスチック収納に生まれ変わります。また、昨年の秋にリニューアルした化粧品敏感肌用シリーズやエイジングケアシリーズのボトルは、再生素材100%を使用しています。プラスチック商品を製造販売する企業の責任として、素材を理解する無印良品が無印良品の商品を丁寧に回収し、100%再利用することを目指しています。実績としてReMUJIの洋服の販売はこれまで30,000着、プラスチックの回収対象アイテムは251アイテム、フードドライブ実施店舗91店舗となっています。これからもますます責任あるリサイクルを推進してまいります。このように無印良品は暮らしを支える企業として、地球規模の理念を見通して考える気配りの集合でありたい、様々な課題に対して課題をよい方に解決するプラトホームでありたいと考えています。



## ■ 講演会Ⅱ

### 環境配慮の取組と社会的な協力

#### 【講師ご紹介】

大沼 進

北海道大学文学研究院行動科学分野 教授

(株)三菱総合研究所、富士常葉大学講師などを経て2003年北海道大学大学院文学研究科助教授、2018年4月同教授、現在、札幌市環境教育基本方針推進委員会会長、NPO 法人環境り・ふれんず理事

今日はプラスチックごみを中心にお話させていただきます。

1997年に容器包装リサイクル法が制定されてから、プラスチックごみの研究を続けておりまして、人の意識や行動を科学的に測るというスタイルで研究しています。

プラスチック資源循環促進法が2022年に施行されたのですが、ご存じの方はいらっしゃいますか。会場では何名かの方はご存じですが、知らない方が多いようですね。

容器包装プラスチックはかれこれ20年ほど前からリサイクルされているのですが、製品プラスチックも回収してちゃんとリサイクルしようという法律ができたわけです。プラスチックは元が石油ですから、燃やすと二酸化炭素になるしかありません。そこから減らしていこうというわけですね。いろいろな調査会社が調べていくと、この法律のことを知っているのは25%くらいとなっています。2週間前くらいのデータですが、独自調査ではもっと少なく、実際は15%くらいの人にしか



知られていないということがわかりました。それで、もっとプラスチックの問題について知っていただきたいというのが今日の趣旨です。



一般的に人間の行動をどのように変えていけばいいのか、というお話をしたいと思います。プラスチックに限ったことではありませんが、よく「リデュース、リユース、リサイクル」と言われます。マイボトルも大分定着してきていますが、良いことだとわかっていても行動が変わるのは難しいと昔から言われています。「では啓発活動しましょう」、「環境教育も早くからやったほうがいい」と言われます。北海道も札幌市も熱心に環境教育をやっているのですが、これが小・中学校までで、高校となるとだんだんやらなくなってきて、大学、社会人になるとすっかり内容を忘れて、という現状ではないでしょうか。そのようなサイクルの中、子どもの数は減る一方です。このような状況から、頭では良いとわかっていても人々がなかなかできないことをどうしていくかを考えていかなければならないわけです。

SDGsもひとつの目標として、よく出されます。12番目の「つくる責任、つかう責任」など目標を作るのはいいのですが、これが実際にはなかなか目標にたどり着かない。具体的にこういう行動をすればいいんだ、例えばマイボトル、マイバッグを持ち歩こうなどと言いますが、これらを個別にやっていかなければなりません。いつどこで何をするか個別のターゲットごとに具体的な場面準備をしなければならないのです。意識の低い人の意識をどう高めるのか、そして、どこでどう行動すればいいのかわかっている人でも、行動変容まではなかなかたどり着かないという問題が

あります。

そこで、行動変容という点について、ポイ捨て抑止の実験をした時のことをお話します。

プラスチックは原理的に水に溶けず、なかなか分解しません。最近は生分解性プラスチックも開発されていますが、限定的です。実際に多量のプラスチックが海洋流出しています。今ではほぼすべての海鳥の胃にプラスチックが入っています。そのプラスチックは80%以上が河川から流れてきています。ポイ捨てをしないようにするために「禁止」と言うだけではなかなか効果がないわけです。そのような中、ポイ捨てしやすい、しにくい場所があるということに気づき、どうしたらポイ捨てしやすい場所がポイ捨てしにくい場所になるのか、実験をしてみました。現場の実験をするとき、私は研究者として関わらせていただくわけですが、行政の方や地域住人の方と関わっていくわけです。地域のことは地域の方がよく知っています。そこで現場で何ができるか、地域の方と一緒に考えながら実験していきました。

実験の舞台としたのは、札幌の東陵高校の近くの河川沿いです。モエレ沼公園やサッポロさくらんどがある方向と言えば札幌の方にはわかりやすいかもしれません。

結構ここはポイ捨てがひどいところで、たばこの箱や空き缶などがたくさん捨てられています。このような場所で、ある介入物を置いてみて、どのくらいポイ捨てが減るか試してみました。この時の介入物として、花や電飾を用意しました。何も置かない状態と介入物を置いた場合にどう違いが出るか、データ収集を行いました。







まず始めに、一斉清掃で草刈りを実施しました。草が生い茂っているとポイ捨てしやすいのです。人海戦術でごみ拾いをして、一日で 50 袋くらいのごみを集めました。

きれいにした後に、花を置いた区画にプランターに杭を立て、ガードレール沿いに並べました。車の窓の目の高さになるように置いて、車の窓からのポイ捨てをしにくいようにしました。

電飾は、夜になると光る LED の電球を並べました。小さなソーラーパネルを利用したものです。置いたところと置かなかったところでのどのくらい違うのか調べ、週 3 回くらい記録して回り、時間軸を置いてその変化を調べました。草刈りをしたあとの 10 日間くらいは本当にきれいで、ポイ捨てが出ませんでした。花や電飾については、撤去するとまたごみが増え始める結果となりました。花を置いたエリアと置いていなかったエリアでのどのくらい違っていたかを見てみると、花を置いたエリアではポイ捨てが増えず、花がなかったエリアはポイ捨てが増えました。

電飾のほうはあまり効果が見られませんでした。実験をした時期が悪く、6 月の夏至の時期



で、夜 8 時半くらいにならないと光らず、朝は早く消えてしまったということもあります。一斉清掃と草刈りは効果が絶大で、これは昔から「ポイ捨てがポイ捨てを呼ぶ」と言われている通りでした。この結果から、ポイ捨てを放置しないことが大事なかなと思います。こういったデータはいろいろな方のご協力がないとできません。皆さまのご協力があってこういった研究が成り立っています。町内会の方は非常に協力的で、ちらしを回覧版で回していただいたり、調査に協力してもらっていた学生に「暑いでしょう」と、飲み物を出してくださったりした方もいました。

ごみについての対策は北海道でも日本中でも展開されています。札幌ではスポごみ大会が開かれたり、歓楽街のススキノでも、ビル内の事業者の方たちが自らごみ収集をしたりするなど、協力者の方たちに活動が広がっています。ポイ捨てした人が一番悪いわけですが、それが海に流れてプラスチックごみを作っていくことを考えると、プラスチック削減の取り組みを上流からもっとやっていく必要があると思っています。そう思っている一方、壁が分厚いとも感じています。



日本はプラスチック使用大国で、容量で見ると、鉄よりもプラスチックを圧倒的に多く使っています。いろいろな国際調査データを調べ、日本とアメリカ、フランスを比較してみると、日本人で、アップサイクルの物を買う、という人は 1 割くらい。アメリカやフランスだと 2 割くらいです。こういった調査をさらに見ていくと、「いずれもやっていない、何もやっていない」という人が日本では 20%、フランス等は数%しかいません。日本人は、何もやっていないという人が 2 割以上いると

いうことです。

エシカル商品という言葉が最近広まっています。途上国で搾取して物を作りやすくなっていないか、途上国など現場の環境をほったらかしにして安いものになっていないかどうか、気をつけながら消費しましょうということです。ベトナムやマレーシアなどアジアでは、エシカル商品、環境プレミアム商品など、労働者や環境にもよいものを買う意識が全体的に高いです。先進国では無関心が30%くらいですが、その他の人は何らかの関心を持って実際に消費しています。関心の無さが突出しているのが日本人で、約40%が無関心。いかに無関心の日本人が多いかということが国際調査で明らかになっています。

プラスチックの調査をしたときに、再生プラスチックを使った商品を買う、と答えたのが30%。リユースや回収サービスを利用するのが20%。つまり80%の人が利用してないということもわかります。国際調査では安くて便利なものを使わずに生活するのが難しいと答えた人が日本人では約50%。韓国やアメリカ、イギリスでは30%がそうだと答えているのですが、逆にそれらの国では70%がそうではないと答えているのです。日本人は安くて便利なものに対する執着が非常に強いと読み取れます。

こうしたことから、日本人の消費に関する意識低く、行動変容が難しい状況にあると感じていて、これをなんとかしたいと思うわけです。

昔から無料だったレジ袋はようやく有料化となりましたが、無料だった時代に、スーパーで店員に「レジ袋いりますか」と聞いてもらう実験をしたところ、1週間で20%くらい利用が減りました。マイボトルの例では、「マイボトルを使ってください」と渡すとその時は使ってもらえるのですが、どうしたらもっと普及できるかをグループで話し合ってもらおう、という実験をしたところ、この、グループで話し合うというのがマイボトルの普及に効果があり持続することがわかりました。このように、マイバッグやマイボトルを普及させるために何が効果的かを探る実験をこれまでずっと続けてきました。

私が次にしたいと考えているのは、消費者を変えることです。消費者を変えるには事業者から、というのが一つの入口と考えています。半年ほど前、たまたま良品計画の社長さんの講演に行き、感銘を受けました。社長さんは「事業者から消費者の意識を変えるんだ」という強い決意表明をしていらっしゃいました。「これは素晴らしい」と感じまして、このような方々と一緒に取り組みができればいいなと考えています。

京都では、無印良品の特設ブースを作るなど、いろいろな調査をしながらの研究がすでに始まっています。こういったことが北海道でも展開できればいいなと思っています。せっかくいいものを作っても売れなければしょうがないので、まずは皆さんに買ってもらうなければならない。そのためにどうすべきか、これからいろいろなデータを取りながら皆さんと一緒にやっていきたいと考えているところです。

本日この場に来ていただいた皆様は熱心な方々だと思うのですが、そうではない方にも、なんらかの形で働きかけながらやっていければいいなと思っています。





## トークディスカッション

## 質疑応答

### <パネリスト>

- 三浦 秀隆さん (株)良品計画営業本部北海道事業部長
- 大沼 進さん 北海道大学文学研究院行動科学分野 教授
- 末永 保範さん 札幌市環境局環境事業部循環型社会推進課長

### <コーディネーター>

- 石塚 祐江 さっぽろスリムネット 副委員長

- 石塚) 「NPO 法人 環境り・ふれんず」という NPO の代表をしています。その拠点である「桑園 SDGs環境ひろば」で市民の方と一緒に環境の気づき(築き)を伝える、お互いに勉強しあえる、そういった活動を行っています。スリムネット副委員長として、学習や啓発活動にも関わらせていただいています。



今日のタイトル「資源をごみにしないためにできること」として、今日は着物をリメイクして作った服を着てきました。講演の先生たちのお話を聞いて、リメイクってアップサイクル

と言えるのかなと思いました。この服は大島紬の生地なんですが、着なくなったら、ただの「ごみ」なわけです。ごみを減らすために生活の中に取り入れられる再利用の例として、紹介させていただきました。

始めに、札幌市から、ごみ減量を推進するポジションである、循環型社会推進課課長の末永さんがいらっしゃっていますので、早速末永さんに伺いたいと思います。企業や事業者との

連携について、具体的にどのような取り組みをしているのかを教えてくださいいただけますか。

- 末永) 循環型社会推進課で活動しております末永と



申します。今の札幌市の民間事業者との連携について、無印良品さんのほうでも先ほどお話があったフードドライブですが、札幌市でもフードドライブは食品ロスを解消する最も効果的な方法であると考えております。皆さんに身近なスーパーやコンビニなどでどんどん実践されることが望ましいと考え、フードドライブ実践マニュアルを作成して提供しております。そのほか広報での協力や、のぼり旗を無料で貸し出すなどの支援を行っておりまして、札幌市では 33 か所でフードドライブを実践し、その情報を掲載しています。今後もこのマニュアルを活用していただき、新たにフードドライブを実施してみたいという企業さんや団体さんに具体的な実施方法を周知し、活動の拡大を図っていきたく考えています。

そのほか、今年の 1 月に地下歩行空間でリユ



ースショップ大手のセカンドストリートと協力し、不用になった衣類や服飾品や小型家電の無料回収を行いました。衣料の買い取りは6日間で555名の方が来て、約4,500点リユースされました。小型家電の無料回収については、4日間で260kg回収されました。セカンドストリートは有名な店ですが、今回初めてセカンドストリートを利用した方の割合がおおよそ半分くらいでした。そういった意味で、これから札幌市と企業さんが協力することで、さらにできることがあるのかなと思っています。札幌市も民間の皆さんと手を組んで、これからごみの減量をさらに進めていきたいと思っています。



- 石塚) 行政が事業者と手を組むというのは、昔はあまり考えられなかったのですが、最近では環境のために、みんなで取り組もうという流れとなり、市民の皆さんもそれを受け入れる、そういう時代になったのかなと感じました。ではこれから、会場の皆様から寄せられた質問カードに時間の限り答えていきます。

まず三浦さんに質問です。「環境配慮について新たな環境事業を立ち上げる時、誰がアイデアを出してそれをどうやって実現していくのかプロセスが知りたい」ということですがいかがでしょうか。

- 三浦) 各部署でも食品開発をする時点から、あらかじめ環境に配慮した取り組みをしています。商品開発だけではなく、各事業者から自立・自発といったところで我々は取り組みを行っていますので、その地域の中でこういったことができるかを常に考えています。たとえば回収といっても北海道では輸送面でもコストがかかりますし、CO2の問題もありますが、でき

れば北海道内でどうにかできないかと、それぞれの部署が主体となって考えているところです。

- 石塚) 一人ひとりが気づいたことをボトムアップ的に、次に会社に提案しているという形でしょうか。

- 三浦) はい、そうです。

- 石塚) 続きましてまた三浦さんへの質問なのですが、「無印良品のさまざまなサステナブルな取り組みのうち、まだ一部の店舗だけで行われていることは今後、特に地方などさらに全国展開していく予定なのでしょうか」

- 三浦) 商品展開や回収は全店舗でできるのですが、商品化できる枚数が限られてしまうのが現状です。それでもできる限り多くの店でできるように考えています。

- 石塚) ぜひ期待していきたいですね。次の質問です。「無印良品の熱狂的なファンがたくさんいると思うのですが、例えばプラスチック製品の回収など、そのような取り組みがされているという認識は彼らに浸透しているのでしょうか」

- 三浦) 浸透していったほしいと思っています。なかなかすべてを伝えるのは難しいのですが、店頭の方で伝えたり、MUJI パスポートというスマホのアプリで情報を発信したりしています。まだ十分ではないので、今後もっと発信していきたいと考えています。

- 石塚) 次の質問です。「プラスチックのリユース、リサイクルは一回のみですが、ビールびんのように、リターナブルびんのデポジットを行うことは考えられていますか」

- 三浦) 現在デポジットの検討はしていませんが、基本的に回収をしてできるだけ100%再生することを目指しています。そういう目的でプラスチックの再生に取り組んでいます。

- 石塚) トップランナーとして企業さんが取り組まれていることは、消費者が応援していかなければ続かないと思うので、私たちも応援していきたいと思います。また次の質問です。「無印



良品さんがこんな素晴らしい取り組みをしていることを初めて知りました。『つながる服』のことを知りたいです」

●三浦) 我々が実際に販売している商品をお買い上げいただいて、サイズが変わってしまったなど、着なくなってしまった商品をほぼ全店で回収し、ある程度の品質を保っているものについては、藍色に染め直してまた販売するということをしています。「つながる服」という事業は、回収した服をつなぎ合わせて1枚に加工して、また販売する事業です。

●石塚) 次に大沼先生へ質問です。マイボトルについての質問なのですが、「マイボトルの利用はコロナ禍など、感染症の対策が完璧ではないと不安ですが、今後どうなるでしょうか」

●大沼) コロナウィルスは昔から人間の近くに存在していながら、ひと昔前まではよくわかっていなかったものですが、界面活性剤にとっても弱いことがわかっています。界面活性剤である石鹼で手を洗う、食器は泡立

つ食器洗剤でしっかり洗うなどすれば大概大丈夫です。それでも心配な方は、月に1回塩素消毒をしていただければ十分だと思います。ウィルスは宿主である人の体に入らずに、木や布などに付着した状態では数日で死にます。ところがプラスチックに付着した場合、2、3週間以上は生き残ります。その意味でも普段からプラスチックを身の回りに置かず、布や木や紙の物を身の回りに置くと、早く死んでくれます。

●石塚) 自然のものを身の回りに使うこともコロナ対策になるということですね。そのプラスチックのことなのですが、「プラスチック製品は必ず『プラ』と明記されているのでしょうか。また、プラとポリの見分けがつかない」という質問が来ています。末永さんお願いします。

●末永) プラとポリは同じものと思っていただいてよいと思います。プラスチックの製品につい

て、「プラ」のマークが付いているかと言いますと、「プラ」のマークが付いているものは容器包装プラスチックについているマークでして、札幌市のごみの区分で「容器包装プラスチック」の日に出せるものです。それ以外に、バケツやプランターなどのプラスチック製品にはプラスチックマークは付いていません。これらは、今の段階では札幌市では燃やせるごみの日に出していただき、焼却することになっています。これを製品プラスチックとしてなんとかリサイクルする道を今、検討しているところです。プラマークがあるものは容器包装プラスチックに出せるものだと思っていただければと思います。

●石塚) 容器包装プラスチックと製品プラスチックの区分については、札幌市のごみ分けガイドに詳しく記載されていますのでご覧ください。

さて、三浦さんにまた質問が届いています。「札幌市でのさらなる計画について教えてください」とのことです。

●三浦) 北海道全体のことについてお話させていただきますね。今年の3月15日に岩見沢に店舗を出しまして、これで20店舗ということになります。2030年までに60店舗体制にしたいと考えております。各店舗が地域のコミュニティセンターとなって、地域に溶け込んだ活動を目指していきたいと考えております。地域の生産者さんと協力し、共同で商品開発をして、それを北海道だけでなく、全国や世界に広げていきたいと考えています。

●石塚) 北海道全体で取り組まれるというのはありがたいですね。

今回、ネットからも参加申し込みの受け付けをしまして、そこにも質問が寄せられてい



ました。大沼先生にお答えいただきたいのですが、「地場の環境関連団体の活動にも興味があります。参加できればいいのですがどうしたらいいでしょうか」ということです。

●大沼) 地場がどちらかわかりませんが、石塚さんは北海道中いろいろなネットワークをお持ちなので、石塚さんに問い合わせただければご案内できると思います。もちろん札幌市さんもいろいろなネットワークがあり、札幌市のエルプラザに行くと、いろいろな団体さんの活動が紹介されていますので、足を運んでいただければと思います。

●石塚) 環境に関わる活動も幅広いんですね。たとえば私のところは、ごみが専門で、自然環境やエネルギー問題はちょっと専門ではないんです。ですから、今大沼先生がおっしゃったように、エルプラザの2階にある環境プラザには、環境に関する活動をしている団体がたくさん紹介されています。北海道全体ですと、北海道環境財団に環境サポートセンターがありますので、是非ご活用していただきたいと思います。

続いて再び大沼先生に。無印良品の社長さんのお話を聴いたと先ほどお話されたからだと思うのですが、「ぜひデポジットのこともっとプッシュしてもらえませんか」とのことです。

●大沼) 面識はさほどなく、お話を聞いて感銘を受けたというだけなのですが、お話を伺って、無印の社長さんは先陣を切って活動されているなと感じました。質問にある無印良品さんは一企業としての例だと思うのですが、他の企業とも、ぜひ協力してやっていきたいと思っています。デポジットの件は、どちらかという行政に関わるのかなと思うんですが、ヨーロッパなどではペットボトルなどをスーパーへ持って行くと、結構良い値段になります。日本ではデポジットはあまり定着していないのですが、レフィル、詰め替えや無印良品さんが実施しているような給水スポット、シャンプーなど液体の詰め替えなどで容器を減らすことや、ボトルの回収もしています。そういった形で循環を進めています。

●石塚) デポジットは預り金保証制度と言いまして、商品を買うときにお金を預けて、容器を

返したときにその分のお金を返してもらう形です。買うときにお金を預けているといっても、その商品の値段が高く感じると消費者の購買意欲が落ちるため、デポジットがなかなか広がっていかないというのが悩みなんですね。皆でデポジットをやろうと声をあげると変わっていくのかなと思います。

また別の質問が無印良品さんに来ています。「無印良品さんで、以前、保冷剤の回収をしていましたが、今後は、やらないのでしょうか」

●三浦) 申し訳ないのですが、保冷剤の回収は、今していません。以前、回収をしてかなりの量が集まったのですが、需要と供給のバランスが取れず、再利用するには多すぎる量となりました。保冷剤は焼却処分となるとCO<sub>2</sub>を発生するので、原点に戻り保冷剤自体を変えて、土に還る素材のものを使用することにより、CO<sub>2</sub>の削減を目指しています。



●石塚) ごみの循環を考えたときに、入口があれば出口があるということで、出口がなければ詰まってしまうんですね。皆さんが出すだけでは循環していきません。皆さんが環境に良いものを買うなど、ごみを出さない生活をしていかないと循環となりません。保冷剤の例のように需要が供給に追いつかないと企業も続けていけないということですね。

最後に皆さんに一言ずつお話をいただきたいと思います。

●末永) ごみはなかなかすぐになくなるものではないので、減らすにしても非常に小さな積み重ねが大切です。事業者さん、行政、皆さんが日々、少しでも意識を持っていただくとリユースやリサイクルが進みます。皆さまのご協力を引き続きよろしくお願いいたします。



●三浦) 私は北海道事業部長をやっておりますので、北海道ならではの事業活動をしていきたいと思っています。これからもご意見をいただければと思います。

●大沼) 身近なところから、自分でできることを一つずつ積み重ねていくしかないかなと思います。例えば、私が今日着ているセーターも無印良品さんの環境に配慮して作られたものです。家族から誕生日プレゼントとしてもらったものなのですが、「包装なし」でもらいました。普段から家族にも環境のことを話していて、私の肌が弱いので、ちくちくしない肌に良いものを追求したら、自然に環境に配慮した製品にた



どり着いたということです。そんなふうに、周囲とコミュニケーションを楽しみながら、皆さんと一緒にやっていきたいと思っています。

●石塚) ありがとうございました。「資源をごみにしないためにできること」。このテーマのヒントを一つでも皆さんが今日、持ち帰ってくださればと思います。

社会を変えるには私たちの消費行動、暮らし方を変える必要がありますし、逆に私たちが変わるにはお店で売っているものが変わっていかなければならない。そういう意味で、一緒に取り組んでいかねばならず、環境に熱心な企業を応援するというのが私たちの今後の取り組みの一つだと思います。こういった取り組みを札幌市がこういった形で今日、皆さんと一緒に勉強されているということが一つの応援の形だと思います。今後も皆さんと一緒にごみ減量を続けていけるように取り組んでいきたいと思っています。今日はありがとうございました。

(おわり)





さっぽろスリムネット