

具体的施策の検討・評価

I	施策の選択と重点施策の絞り込み	1
II	重点施策を中心とする具体的施策の検討	
	・ 2 R 促進策の条例化	2
	・ 家庭ごみの分別ルールを徹底する制度の創設	31
	・ 事業ごみの分別ルールを徹底する制度の創設	32
	・ 事業ごみの資源化可能な紙ごみのクリーンセンターでの受入停止	33
	・ ごみ処理手数料について	34
III	条例の目的・構成の検討	35
IV	ごみ減量効果の見込み	37

施策の選択と重点施策の絞り込み

- これまでの検討内容とごみ減量効果（「Ⅳ ごみ減量効果の見込み」35ページ参照）などを踏まえ、今後新たに実施していく必要のある施策を選択（下表の施策）
- その中から、より大きな減量効果を得るために、特に重点的に取り組む必要のある施策を「重点施策」（■印の施策）として位置付け、これらを中心に検討を深めていく。

	家庭ごみ	事業ごみ
2Rの推進	■【重点1】2R促進策の条例化 （①販売と購入，②食，③ものづくりと、ものとの付き合い方，④イベント（祭り，催し等），⑤おもてなし（観光）） ※ 一部，分別に関する内容も含む（学生等への分別指導の徹底，店頭回収の推進 等）。 ■【重点2】食品スーパーにおけるレジ袋有料化の全市展開に向けた取組の推進 食品スーパー以外の業態についても，レジ袋削減の取組を拡大 （条例化に付随して取り組む重要施策）	
分別排出の徹底	■【重点3】分別ルールを徹底する制度の創設及び資源化可能な紙ごみ（事業系）のクリーンセンターでの受入停止	
新たな分別・リサイクル方策	☐ 古着のコミュニティ回収への参加拡大 ☐ 剪定枝の分別機会の拡大（臨時回収など） ☐ 小型家電，水銀含有廃棄物をはじめとする資源物及び有害・危険ごみの回収の促進	☐ 持込ごみ（木質ごみ）の民間リサイクル施設への誘導
啓発・指導・支援	☐ 地域（地域ごみ減，エコ学区等の団体等）とまち美化事務所・エコまちステーションの連携による，ごみ減量に繋がる戦略的でわかりやすい広報・啓発・支援	☐ 中小事業者への2R・分別指導・支援の強化
経済的手法	—	☐ ごみ減量の状況等を見極めながら，業者収集ごみ搬入手数料の改定及び有料指定袋制の導入の検討
国への政策提言	☐ ものづくり企業への働きかけや，広域的な実施に必要な施策，各種リサイクル制度の改善など，ごみ減量に効果的と考えられるが，市単独での実施に制約がある施策の推進に関する国への提言	

【重点施策】 2R促進策の条例化

基本的な枠組み

- ・ 条例の基本的な理念を明確に発信するとともに（「Ⅲ 条例の目的・構成の検討」33ページ参照），
- ・ 「容器包装の削減に関する新たな枠組みの構築に向けた中間とりまとめ」（平成26年3月）を基に，市民，事業者，本市の基本的責務と取り組むべき具体的施策を条例化することにより，2Rを中心とする減量施策を推進
- ・ 条例の推進に当たっては，市民，事業者が自主的にごみ減量に繋がる行動をとれるような気運を高めていくことが必要

■ 基本的責務

市民，事業者，本市の2Rを中心とするごみ減量の取組に関する基本的責務を明確化するとともに，子どもたちへの環境教育と市民の環境意識の向上の重要性も踏まえ，環境学習の視点も加える。

■ 具体的施策

1 市民，関係事業者等に取り組んでいただく（又は努力していただく）事項を規定

- （1）条例で重点化が必要な取組分野を選定し，
- （2）市民，関係事業者等に取り組んでいただく内容を条例で規定するとともに，市民のごみ減量の取組を促進するため，ごみ袋の使用容量や枚数の削減など，わかりやすい目標を設定する。

2 取組計画及び実績の報告義務

取組の実効性を確保するため，一定規模以上の関係事業者に，以下の報告を義務付け（報告頻度は，年度ごとに1回）

- ・ 当該年度の取組実施計画（各取組項目に該当する事業の有無及び取組の実施計画）
- ・ 前年度の取組実施状況
- ・ 特に課題となっている「レジ袋」の辞退率（前年度分）

3 消費行動や関係事業者の取組状況に関する市民モニターによる調査及びその公表等

- ・ 消費行動や関係事業者等の取組状況を調査するための市民モニター制度を創設
- ・ 関係事業者等の報告内容及び市民モニター調査結果を市が公表
- ・ 取組や報告が十分でない関係事業者等に対する，指導，改善勧告及び勧告内容の公表を規定

4 条例を推進するための支援措置

- ・ 市民，事業者のごみ減量の取組を後押しする効果的な支援措置

5 条例化に付随して取り組む重要施策

- ・ 食品スーパーにおけるレジ袋有料化の全市展開に向けた取組を実施

１（１）条例で重点化が必要な取組分野

① 販売と購入

商品と市民との結節点である小売店において、発生抑制の余地のある食料品や容器包装、使い捨て製品などのごみ減量の取組への市民の気づきと意識向上を促す取組が必要。また、購入時に分別回収への意識付けを行うことも有効。

なお、容器包装は家庭ごみに占める重量比は２割であるが、容積比は燃やすごみ中の５割、資源ごみを含めた家庭ごみ中では６割をも占めている。また、軽量化や薄肉化により収集重量は減少しているが、排出個数は必ずしも減少していない。

【関係主体】販売：小売業者、購入：市民等

② 食

家庭から最も多く排出される生ごみは、家庭ごみの４割、８万トンであり、そのうち食品ロス（食べ残し、手付かず食品）の量は、発生抑制可能なごみの中で最も多い年間３万トン。食料品を提供する小売業者、食事を提供する飲食業者等が排出する事業系の食品ロス（家庭と同じ年間３万トン）の削減のためにも、これらの事業者や市民による、食品ロス削減に向けた一層の取組が必要

【関係主体】食の提供：小売業者、飲食業者、食べる：市民等

③ ものづくりと、ものとの付き合い方（使い捨て製品や容器包装など）＜４～５ページ：（参考）乾電池について 参照＞

使い捨て製品の象徴とも言える乾電池（充電池への転換）と、省エネの観点や水銀条約の採択を踏まえた取組が必要な蛍光灯（ＬＥＤ化の推進）等の水銀含有製品、更には容器包装など、製造段階から発生抑制と資源回収を意識した取組の推進が必要

また、ものとの付き合い方については、製品を購入・使用する際に２Ｒを、廃棄時には分別を意識する必要がある。市民のみならず、事業者も、例えば発生抑制の観点で、ＩＴの活用によるペーパーレス化をはじめとするごみ減量の取組を推進することも必要

【関係主体】ものづくり：家電、容器包装等製造業者、ものとの付き合い：市民、事業者等

④ イベント（祭り、催し等）

京都マラソンや学生祭典、さらには祇園祭から地蔵盆まで、年間１万件を超えるイベント、祭り等が催され、多くの使い捨ての容器包装等が使用、廃棄されていることに加え、適正に分別されていないものも相当あることから、関係者の意識向上が必要

【関係主体】催す：イベント主催者、楽しむ：イベント参加者

⑤ おもてなし（観光）＜６～８ページ：（参考）観光について 参照＞

国際観光都市・京都ならではの課題でもある、観光に関連したごみの削減に向けては、宿泊施設における食事やアメニティの提供、土産物における過剰包装の削減などの改善の余地がある。今後の観光客の増加も見据え、環境先進都市として、市域内のごみを減らすことにとどまらず、市外の方へのごみ減量の取組の発信も意識し、関係者による環境配慮型のおもてなしを推進する取組が必要

【関係主体】もてなす：観光産業関連事業者（ホテル・旅館業者、土産物製造・小売業者）、もてなしを受ける：観光客

⑥ 学生等の単身者による分別

ごみ減量・分別意識が低い（認知度が低い）学生等の単身者に対し、関係者の協力を得ながらアプローチしていくことが必要

【関係主体】啓発・指導：大学（大学生協含む。）、集合住宅管理者、ごみの減量・分別：学生等の単身者

(参考) 乾電池について①

■ 欧州の電池回収先進国と日本の小形電池販売量・回収率の比較（小形の一次電池・二次電池）

- ・ 国民一人当たりの販売量が、スイスは日本の約4分の3となっており、スイスでは充電式への転換などの発生抑制の取組が日本より進んでいると推察される。
- ・ 拠点回収などに持ち込まれた「回収量」を、販売量で除して得られる「回収率」について、スイスと比べて日本は低い。【参考】で記載している「日本（筒型乾電池のみ）」に絞り込んだとしても、回収率は25%にとどまっている。

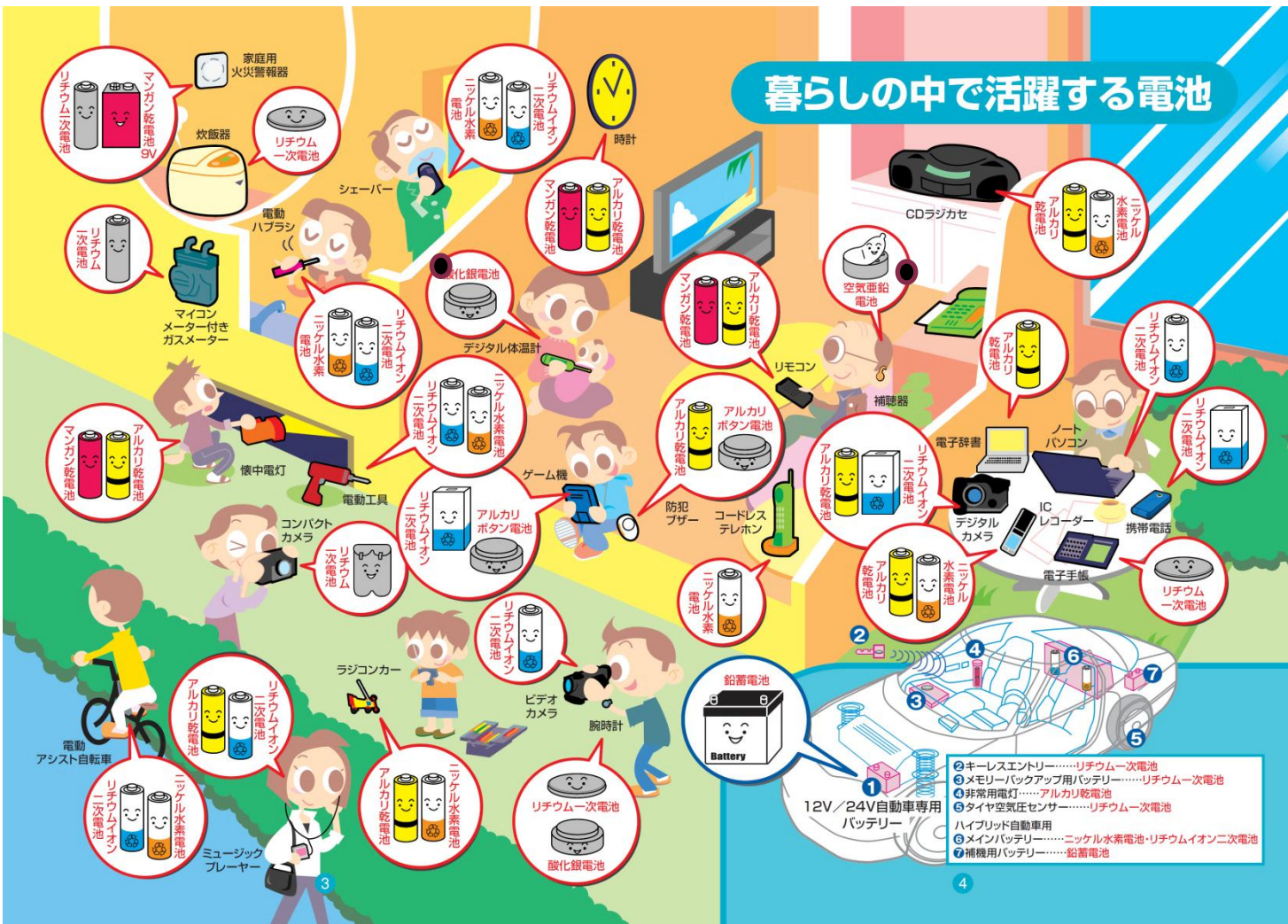
	販売量 (t/年)	人口 (人)	国民一人当たり の販売量 (g)	回収量 (t/年)	回収率	販売量の 実績年次	回収量の 実績年次
スイス	3,535	7,702,000	459	2,374	67%	2011	2011
日本	76,531	126,497,000	605	7,745	10%	2011	2013
【参考】日本 (筒型乾電池のみ)	30,865	126,497,000	244	7,731	25%	2011	2013

(出典)

- ・ スイスの販売量・回収量：田崎智宏・浅利美鈴：欧州における使用済み小形電池の回収・リサイクル制度の調査と国内制度への示唆（廃棄物資源循環学会論文誌，Vol. 24, No. 6, pp. 113- 124, 2013）
- ・ 日本の販売量：経済産業省 生産動態統計年報 機械統計編（一次電池，ニッケル水素電池，リチウムイオン電池の合計）による販売個数及び京都市のごみ組成調査から得られた各電池の1個当たりの重量から算出
- ・ 日本の回収量：京都市の拠点回収量から人口換算により算出
- ・ 人口：World Health Statistics 2013, WHO（2011年実績）

（参考）乾電池について②

使い捨て製品である乾電池及びボタン電池については、「非常・緊急用」，「生体維持等の目的で乾電池使用の代替が不可能であるもの」といった必須目的の製品（以下の図表の●）を除き，充電電池に代替できる可能性がある。



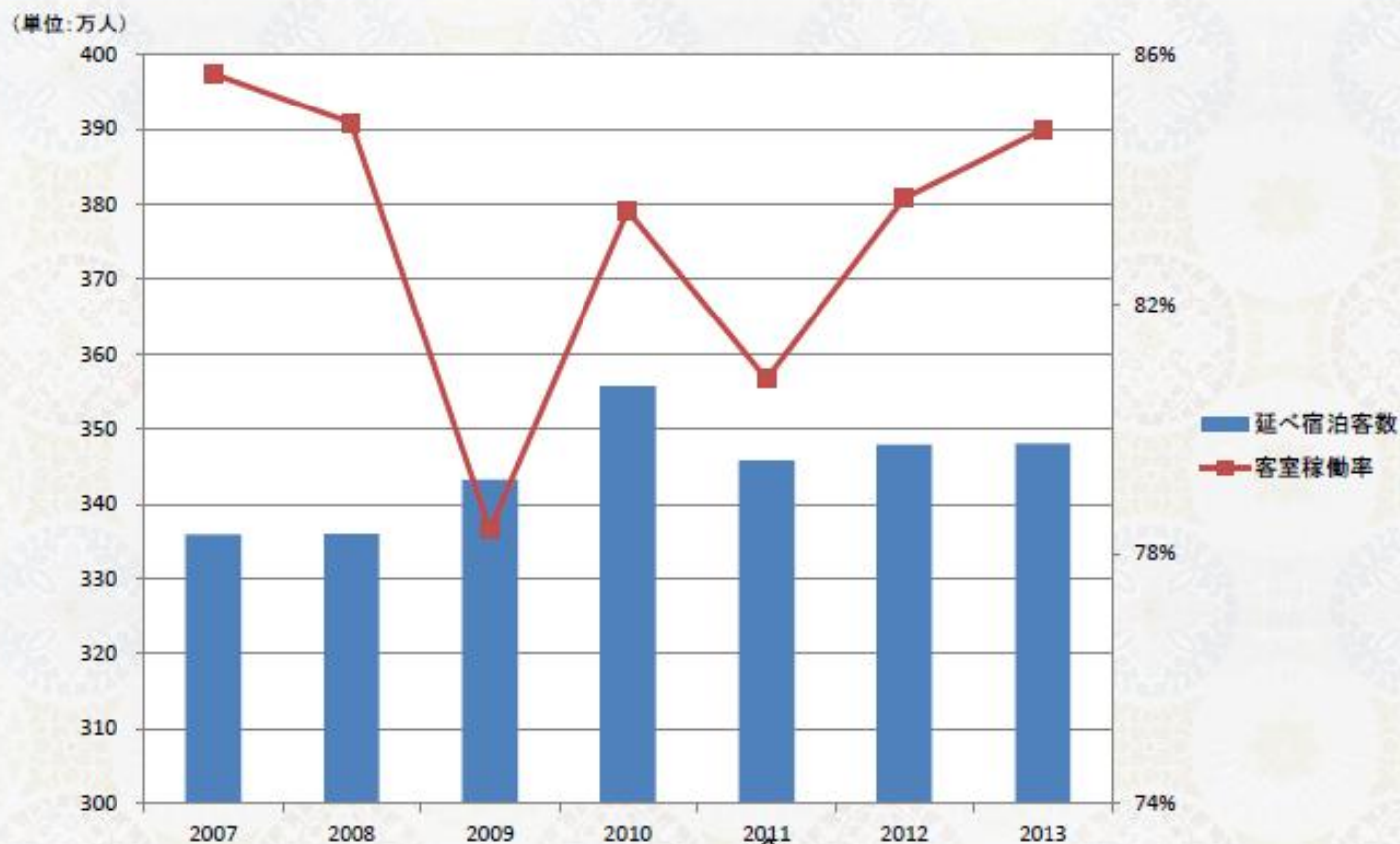
主な乾電池使用製品	代替難
ミュージックプレイヤー	
CDラジカセ	
ポータブルMD・CD	
携帯ラジオ	●
インターフォン	
ポータブルテレビ	
電動のおもちゃ	
ラジコンカー	
電子ゲーム	
強力ライト	
懐中電灯・ペンライト	
PDA・電子手帳	
デジタルカメラ	
掛時計・置き時計	
シェーバー・電動歯ブラシ	
リモコン	
ガス・石油機器自動点火	
電子辞書	
ペースメーカー	●

(図及び表の出典)「WE LOVE DENCHI」(2013年4月改訂 一般社団法人電池工業会)に一部品目を追加(代替困難性の●印は、京都市が追記)

(参考) 観光について

■ 本市の観光客数の推移

京都の宿泊客は東日本大震災以降、堅調に回復。



世界的な景気低迷
新型インフルエンザ

東日本大震災

出典：日本ホテル協会

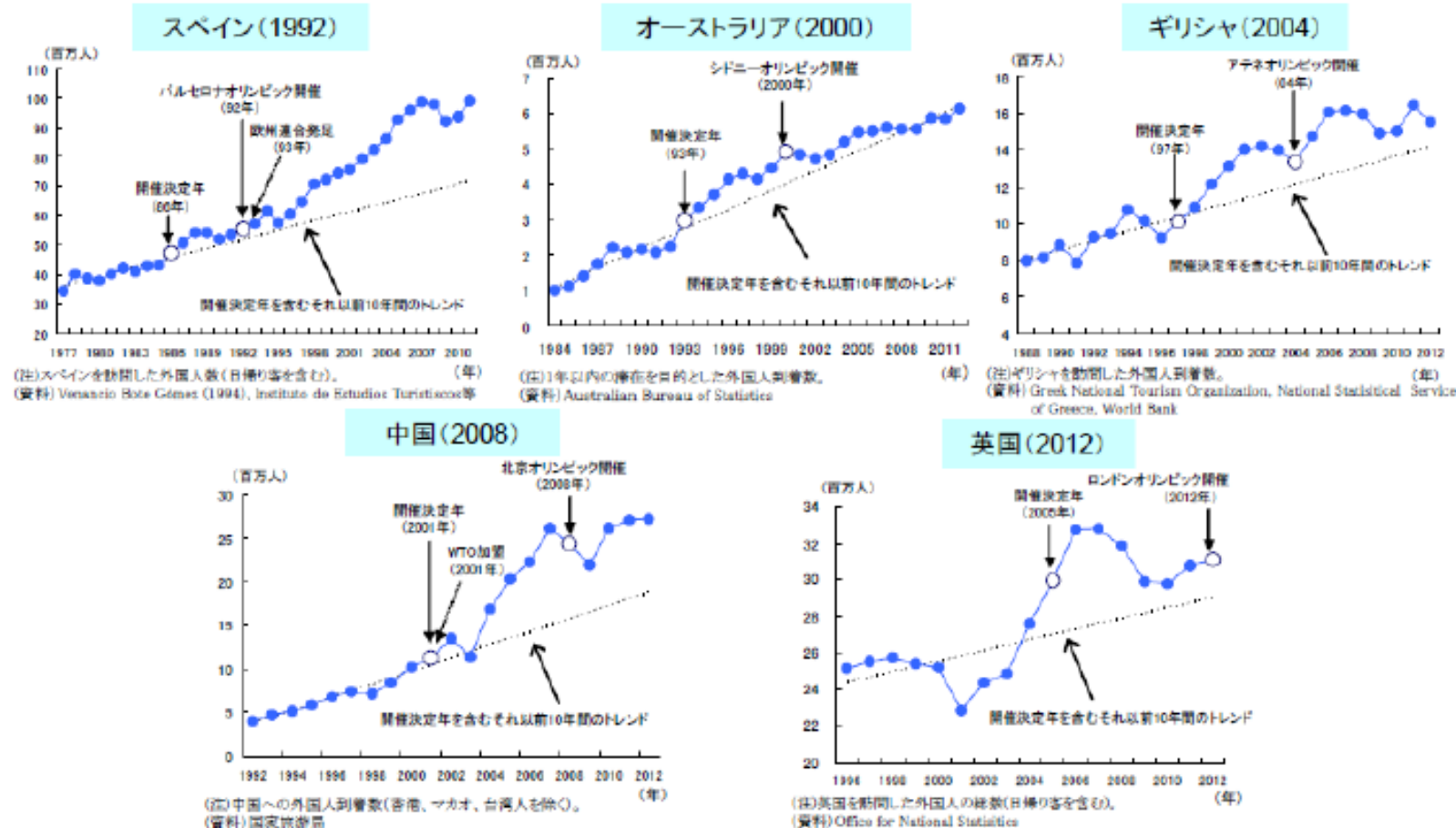
33

(参考) 観光について

■ オリンピック開催国におけるインバウンド観光客数

過去のオリンピック開催国では、オリンピック開催決定後から終了後も海外からの旅行者が長期的に増加する傾向にある。

【 オリンピック前後のインバウンド観光客数 】



(参考) 観光について

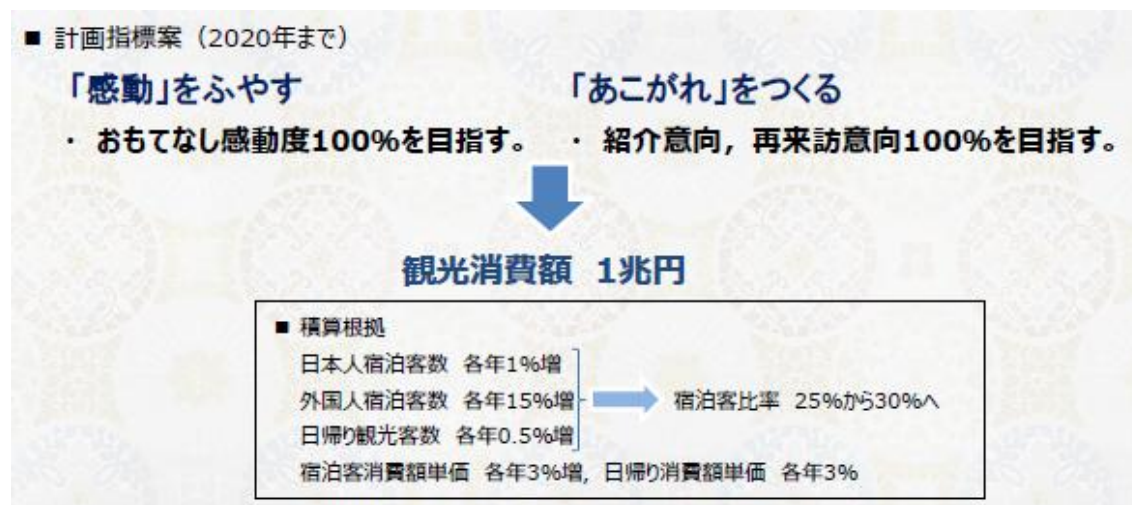
■ 観光立国推進基本計画

目標の分類	観光立国の実現に関する目標	観光立国の実現に係る参考指標
観光による 国内消費の 拡大	国内における旅行消費額 〔平成21年（2009年）：25.5兆円〕 平成28年（2016年）までに30兆円	国内宿泊旅行消費額 平成28年（2016年）までに18兆円 国内日帰り旅行消費額 平成28年（2016年）までに6.5兆円 訪日外国人旅行消費額 平成28年（2016年）までに3兆円

出典：観光庁 観光立国推進基本計画
平成24年3月策定

（出典）第1回京都市観光振興審議会 資料3（平成26年3月）

■ 次期京都市観光振興計画骨子案



（出典）第2回京都市観光振興審議会 資料（平成26年7月）

1(2)ア 市民に努力していただく事項

- 条例で重点化する2Rの行動について、市民に広く取り組んでいただくことが必要であることから、「努力していただく事項」として具体的な行動内容を条例に規定する。
- 行動していただく主体は、市民のみならず、イベント参加者、観光客等も含まれる。
- 加えて、市民の取組を促進するため、ごみ袋の使用容量や枚数の削減など、わかりやすい目標の設定を検討する。

【市民に努力していただく取組例】

■ 購入



レジ袋を
もらわない



量り売りを
利用する



マイボトル
を利用する



資源を店頭
回収などに
出す

■ 食べる



食材、食品
を計画的に
購入する



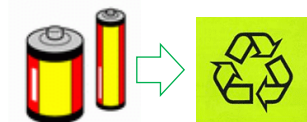
食べ切る



生ごみを
出すときに
水を切る



■ もの付き合う（使い捨て製品や容器包装などを減らす）



乾電池ではなく、
充電電池を利用する



リユースびん
を利用する

■ イベント（祭り、催し等）を楽しむ



リユース
食器を
利用する



資源は
分別する

■ もてなしを受ける（観光）



自宅用のお土産は
簡易包装を選択する

【市民の目標設定例】

目標にしたい1週間分（ごみ出し2回分）の燃やすごみ袋の数

世帯人数	1人世帯	2人世帯	3人世帯	4人世帯	5人世帯
1回目 (4日分)	 10 リットル	 10 リットル	 10+5 リットル	 10+5 リットル	 20 リットル
2回目 (3日分)	 5 リットル	 10 リットル	 10 リットル	 10+5 リットル	 10+5 リットル

※ あくまで目安です。紙おむつなどを出されている場合は、除いてお考えください
※ 民間業者が収集するマンションの場合は、市販の透明袋で出してください



これくらい頑張ったら、ピーク時からごみ半減が達成できるよ。
まずは、これまで使っていたごみ袋より一つ小さいサイズのごみ袋
を使ってみない？

１（２）イ 関係事業者等に取り組んでいただく（又は努力していただく）事項

事業者への意見聴取時にとりまとめた取組項目の試案（資料2-1参照）について、事業者の意見等も踏まえ、各項目の「ＡＢ評価」を行った上で、条例での規定内容について検討する。

【ＡＢ評価】

Ａ：取り組んでいただく事項

Ｂ：努力していただく事項

※ Ａ、Ｂともに、２Ｒの推進に特に重要な事項であるが、中でもＡについては、取組の実効性を確保でき、かつ、関係事業者等への負担も事業活動に大幅な影響のない範囲で抑えることができる見込みが高いと判断して選定した事項である。

【３２の取組項目のＡＢ評価 総括表】⇒ 項目の統合、新設により、評価後の項目数は３１。うちＡ評価は６項目

番号	業種	取組項目（聞き取り時の内容を略して記載）	評価	番号	業種	取組項目（聞き取り時の内容を略して記載）	評価
1	小売	ごみの少ないお買い物・資源物の回収のＰＲ	Ａ	17	イベ	マイバッグ持参等の参加者への呼びかけ	Ｂ
2		量り売りや簡易包装、省容器包装販売の推進	Ｂ	18	ント	リユース食器の使用	Ｂ
3		容器包装の少ない商品のＰＲ（商品棚への表示など）	Ｂ	19	主催者	資源ごみの分別回収の実施	Ａ
4		レジ袋の使用辞退を促す声掛け	Ａ	20	大学	学生への減量方法・分別ルールの周知・指導	Ａ
5		レジ袋有料化又はポイント還元	Ｂ	21		資源ごみの拠点回収の実施	Ｂ
6		マイボトル使用を促す消費者への声掛け	統合	22	集合住宅	居住者への減量方法・分別ルールの周知・指導	Ａ
7		マイボトル持参者への飲料のみの提供	Ｂ	23	ホテル	宿泊者への資源ごみの分別排出環境の提供	Ｂ
8		割りばしなどの利用辞退を促す声掛け	Ｂ	24	・旅館	使い捨てアメニティグッズの提供抑制	Ｂ
9		食料品の小分け販売や量り売りの実施	Ｂ	25	土産物 製造・ 小売業	【製造】自宅用簡易包装品と贈答用品の製造・供給	Ｂ
10		食料品の見切り販売（賞味期限の近い商品の値引き等）	Ｂ	26		【小売】自宅用簡易包装商品と贈答用品の併売及び購入者へのPR	Ｂ
11		食料品の売り切れ理由の説明表示	Ｂ	27		【製造・小売】他都市での物産展における簡易包装のPR（京都のごみ減量をPR）	Ｂ
12	飲食	店頭回収実施（容器包装、家電、電池、蛍光管等）	Ｂ	28	製造業	【家電】乾電池使用製品から充電電池使用製品への転換の推進	統合
13		食べ残さない食事を促進する客へのＰＲ	Ａ	29		【電池】充電電池の使用を促すラベリングやHP等でのPR	Ｂ
14		食べ残し持ち帰り希望者への対応	Ｂ	30		【蛍光管】LEDの使用を促すラベリングやHP等でのPR	Ｂ
15		割りばしなど使い捨て製品の使用抑制	Ｂ	31		【電池・蛍光管・家電】使用後に自治体の分別収集や拠点回収への排出を促すPR（ラベリング等）	Ｂ
16		使い捨て容器の使用抑制	Ｂ	32		【包装】軽量化等の環境配慮ポイントのPR（印字等）	Ｂ
				33	全般	ＩＴ化によるペーパーレス化など、事業活動等で発生するごみの２Ｒ（発生抑制、再使用）の推進	新設 Ｂ

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

項目組	1	ごみの少ないお買い物・資源物の回収を消費者に促進する店舗でのPR（業態に応じた内容のポスター等のPR媒体を、京都市が作成して事業者に提供） 例：マイバッグの持参，簡易包装・省容器包装商品の選択，食品の適量購入，賞味期限の理解促進，乾電池の使用抑制と使い切り・充電電池の利用，LEDの推奨，割りばし等の利用辞退，資源物の回収（容器包装，家電，電池，蛍光管等）の案内 など	
評価	A	ポスター掲示スペースがない，POP（商店などで用いられる販売促進等のための広告媒体）についても可能な限りコンパクトなものであることが必要，内容によっては掲示できない場合があるので個別協議が必要といった課題はあるものの，何らかの形で実施は可能と考えられる。	
業種	- 小売業者（土産物小売業者を含む） - 事業の一部で小売りをを行っている飲食業者，大学（大学生協），ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p2～4（取組項目：1）
課題等	評価欄の内容のとおり。		
対応の方向性	- 業種・業態に応じた啓発手法により，キャンペーン等も交えながら，ごみ減量の必要性和手段を市民に効果的に訴えかけていく。 - 具体的には，レジでのPOPの掲示，店内放送，ポスター掲示，啓発グッズ配布キャンペーンなど，他都市での先行事例も参考にしながら検討していく。 - 乾電池から充電電池への転換を促進するPRは，これらを併売している家電店等への働きかけが必要である。		

項目組	2	量り売りや簡易包装，省容器包装販売の推進	
評価	B	対象となる品目・取組が多種多様であり，「取り組んでいただく事項」として一律に取り組んでいただくことは難しいが，できるだけ広く取り組んでいただく必要があると考えられる。	
業種	- 小売業者（土産物小売業者を含む） - 事業の一部で小売りをを行っている飲食業者，大学（大学生協），ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p5～6（取組項目：2）
課題等	評価欄の内容に加え，量り売りを実施するための人員とスペースの確保が困難な場合がある。		
対応の方向性	- 本市が取組内容・方法を具体的に例示して提供するなど，きっかけ作りを行っていく。 - 店舗内における人員とスペースの制約がある場合が多いが，既存の販売方法と省容器包装販売の併売等にできる限り取り組んでいただく。 - 既に取り組んでいただいている取組を含め，こうした取組の選択がごみ減量に貢献する旨を消費者に発信していくことも必要である。		

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

項目組	3	容器包装の少ない商品のPR（商品棚への表示など）	
評価	B	行政の全面的な支援がなければ実施できない取組であるが、メーカー製の商品の容器包装削減に繋がる重要な取組である。	
業種	- 小売業者（土産物小売業者を含む） - 事業の一部で小売りを行っている飲食業者、大学（大学生協）、ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p7～8（取組項目：3）
課題等	- 評価基準を作成するための調査、商品棚に掲示するPOPの作成・掲示作業など、実務面での負担が大きいことから、店舗が独自に実施することは難しく、行政やNPOによる全面的な支援が必要である。 - 商品棚への掲示がスペース不足で対応できない場合がある。 - メーカー製の商品进行评估し、差別化する取組であり、メーカーへの配慮が必要との理由から、店舗側が取組に踏み込みづらい面がある。		
方向性の対応性	NPOごみじゃぱんが運営している「容器包装の少ない商品」の定量的な評価基準である「減装商品」の活用や、トレイ売りを袋売りに変更した商品のように、簡易に定性的な評価が可能な商品のPRも行うなど、行政が支援をして少しずつ市内の店舗に広げていく。		

項目組	4	<u>レジ袋が必要かどうか（商品をレジ袋に入れてよいかどうか）を確認する声掛け及び市の方針で確認を促していることを案内する表示の精算場所周辺への掲示</u>	
評価	A	声掛けは、お客さんからの苦情の原因になる、万引き防止（レジ袋を使っていたきたい）の方向性と逆行するといった課題はあるが、市民にごみ減量を意識していただくきっかけとして重要な取組であることから、すべての店舗に実施していただく行政主導の声掛け運動であることを明確にして推進していく。	
業種	- 小売業者（土産物小売業者を含む） - 事業の一部で小売りを行っている飲食業者、大学（大学生協）、ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p9～10（取組項目：4）
課題等	- 昼食時などの繁忙時には徹底しきれない可能性がある。 - レジカウンターがない店舗における案内表示方法の検討が必要（バッジなど） - 買い物量などからレジ袋が明らかに必要そうなお客さんにまで声掛けを行うことは難しい（苦情の原因となるため。）。		
方向性の対応性	- 評価欄の内容のとおり。 - ただし、対応が難しい場合の条件等について、運用上のルールづくりを検討していく。		

※ 取組内容について、試案から変更している部分には下線を施している。

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

項目組	5	レジ袋削減効果の高い、レジ袋有料化又はポイント還元（キャッシュバックも含む）の実施	
評価	B	レジ袋の有料化は、客からの苦情や客離れを防ぐために、市の主導ですべての店舗が一斉実施するのであれば止むを得ないとの声が多い一方で、業態特性から実施は難しいという業態もあり、制度として一律に実施するのは難しい状況である。また、ポイント還元については、店舗の利益が減少する上、精算時のオペレーションも負担になることから、有料化以上に難しいとの見解が多い。	
業種		- 小売業者（土産物小売業者を含む） - 事業の一部で小売りをを行っている飲食業者、大学（大学生協）、ホテル・旅館	【事業者からの意見聴取調査結果】 資料2-2 p11～12（取組項目：5）
課題等		- 評価欄の内容に加え、以下のような課題や事例がある。 - ポイント還元を期間限定で実施したことがあるが、労力とコスト負担が増える割に、声掛けやマイバッグ配布キャンペーンと削減効果はさほど変わらない。 - インセンティブという観点であれば、マイバッグを配布するキャンペーンが効果的であった。	
対応性の方向性		- レジ袋有料化又はポイント還元にできる限り広く取り組んでいただくよう努力していただきつつ、キャンペーンなどの啓発を強化していく。 - 条例施行に向けて、一部で取り組まれている食品スーパーにおけるレジ袋有料化について、レジ袋削減協定による市内全店実施を目指し、関係事業者との協議を進めていく。加えて、食品スーパー以外の業態についても、レジ袋削減の取組を拡大していく。	

項目組	6	カフェ、コンビニエンスストア等でのマイボトル持参者への飲料のみの提供及びマイボトルの使用を促す消費者への声掛け（ <u>声掛けの代わりに案内の掲示でも可</u> ） ※ 事業者聞き取り時の試案の6と7を統合	
評価	B	サーバー（機械）がマイボトルのサイズに対応できない場合や、セルフサービスでの提供の場合、注文されたサイズを明確にするために紙コップでの提供が避けられない、といった物理的な制約があることから、一律に実施することは難しいが、既に対応している店舗も多く見られるので（インセンティブを付与している店舗もある）、今後も推進して必要がある。	
業種		- 小売業者（土産物小売業者を含む） - 事業の一部で小売りをを行っている飲食業者、大学（大学生協）、ホテル・旅館	【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p13～14（取組項目：6,7）
課題等		- 評価欄に記載のサーバー（機械）のサイズの問題、セルフサービスでの対応困難性が大きな課題である。 - 持参容器の衛生面について、万一の食中毒の発生が懸念されるため、取り組みにくいという判断をされる事業者がある。	
対応性の方向性		物理的な制約により、すぐに対応することが難しい店舗もあるが、既に対応している店舗も多数あることから、マップの作成やキャンペーンの実施などを通じ、マイボトルサービスの情報を市民に広く伝えることにより、マイボトル持参の機運を醸成し、実施に踏み出せない店舗の後押しをしていくことで、少しずつ実施店舗の拡大を図ることが必要である。	

※ 取組内容について、試案から変更している部分には下線を施している。

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

項目組	8	持ち帰り弁当等の購入時に、割りばしやスプーンなどが必要かどうか又は必要な数を確認する声掛け	
評価	B	間伐材の利用の促進の観点から率先して利用している例がある。また、割りばしのほか、スプーン、フォーク、ストロー、ウェットティッシュなど、多種多様な類似品が取り扱われていることから、一定の基準を設け、一律に声掛けを求めることは難しいと考えられる。	
業種	- 小売業者（土産物小売業者を含む） - 事業の一部で小売りをを行っている大学（大学生協）、ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p15（取組項目：8）
課題等	- 評価欄の内容に加え、昼食時などの繁忙時には徹底しきれない可能性がある。 - お客さんの状況から判断して、明らかに箸等が必要そうなお客さんにまで声掛けを行うことは難しい（苦情の原因となるため。）。		
対応性の方向性	間伐材の利用促進等の観点から、一律に実施していただくことは難しいが、割りばしなどの使い捨て製品の提供抑制を関係事業者に意識していただくことが必要であることから、可能な場合はできる限り取り組んでいただく必要がある。		

※ 取組内容について、試案から変更している部分には下線を施している。

項目組	9	食料品の小分け販売や量り売りの実施	
評価	B	対象となる品目・取組が多種多様であり、「取り組んでいただく事項」として一律に取り組んでいただくことは難しいが、できるだけ広く取り組んでいただく必要があると考えられる。	
業種	- 小売業者（土産物小売業者を含む） - 事業の一部で小売りをを行っている大学（大学生協）、ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p16（取組項目：9）
課題等	評価欄の内容に加え、量り売りを実施するための人員とスペースの確保が困難な場合がある。		
対応性の方向性	- 本市が取組内容・方法を具体的に例示して提供するなど、きっかけ作りを行っていく。 - 店舗内における人員とスペースの制約がある場合が多いが、既存の販売方法と小分け販売・量り売りの併売等にできる限り取り組んでいただく。 - 既に取り組んでいただいている取組を含め、こうした取組の選択がごみ減量に貢献する旨を消費者に発信していくことも必要である。		

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

項目組	10	食料品の見切り販売（賞味期限の近い商品の値引き等）の実施	
評価	B	見切り販売は、スーパーマーケットにおける弁当や総菜を中心に実施されている例が多く、コンビニエンスストアでも、各店舗の判断で実施できることとなっている。しかし、見切り販売は、消費者動向を把握しにくくなる面もあることから（その時間帯を狙う消費者の増加）、納品・販売数の調整が難しくなるという理由で見切り販売を採用しない事業者がある上、実施すべき品目やタイミングなど考え方を統一することも難しいことから、一律に実施することは難しいが、「捨てるのはもったいない」ということが明らかな場合は、できる限り広く取り組んでいただく必要があると考えられる。	
業種	- 小売業者（土産物小売業者を含む） - 事業の一部で小売りをを行っている大学（大学生協）、ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p17～18（取組項目：10）
課題等	- 評価欄の内容に加え、 - 見切り販売が必ずしも廃棄ロスの削減に繋がるとは言えないという事業者の声もある（お客さんのニーズが読みにくくなる）。 - また、品目によっては、在庫処分のように「売れていない感」が出てしまう恐れがある。		
方向性の対応	評価欄の内容のとおり。		

項目組	11	食料品の売り切れ理由の表示など、 <u>廃棄ロスを抑えた販売の実施についての</u> 消費者への説明	
評価	B	聞き取り調査において、廃棄ロスを抑えた販売には広く取り組まれているが、数量限定販売の品物を除いて売り切れ理由の説明表示を実施している例はなかった。売り切れ理由の説明など、事業者による食品ロス削減努力を消費者に伝える手段について、市において有効な実施例を研究し、事業者への情報提供を行うなど、少しずつ普及を図っていく必要がある。	
業種	- 小売業者（土産物小売業者を含む） - 事業の一部で小売りをを行っている大学（大学生協）、ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p19（取組項目：11）
課題等	- 売り切れ理由の説明表示については、消費者への理解を得ることが難しい可能性が高く、その他の説明を含めて廃棄ロス削減努力を伝える有効な手法を検討する必要がある。 - 職員の体制の問題から表示への対応が難しい場合がある。		
方向性の対応	評価欄の内容のとおり。		

※ 取組内容について、試案から変更している部分には下線を施している。

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

項目組	12	店頭回収実施（容器包装，家電，電池，蛍光管等）	
評価	B	店頭回収は，各事業者の努力で様々な品目を対象に行われているが，さらに拡大していくためには，行政による支援が必要である。また，家電量販店において，小型家電リサイクル法の認定を受けて新たに小型家電の回収を行う動きも見られる。	
業種	- 小売業者（土産物小売業者を含む） - 事業の一部で小売りをを行っている大学（大学生協），ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p20～21（取組項目：12）
課題等	回収スペースとコストが課題である。		
対応性の方向性	本市が拠点回収を行っている小型家電，電池，蛍光管等について，回収スペースを提供していただける（回収する意向のある）事業者への回収支援を検討していく。		

項目組	13	食べ残さない食事を促進する客へのPR（小盛りメニューの紹介，本市作成PR媒体の配架・掲示等）	
評価	A	食べ残しの削減を意識していただくことは，ごみ減量の中でも最重要課題であることから，店舗でのメニュー開発やPRには課題があるものの，市のバックアップの下で，何らかの形で実施していく必要がある。	
業種	- 飲食業者 - 事業の一部で飲食業を行っている小売業者，大学（大学生協），ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p22～23（取組項目：13）
課題等	- 食べ残しは，お客さんのメニューの評価に繋がるものであるため（メニュー開発にも生かされている。），お客さんに対して，上から食べ切りを強制するようなニュアンスにならないように特段の配慮が必要である。 - コストの関係で小盛りメニューの設定ができないものがある。 - 食べ残し削減のPR媒体は，店舗によっては雰囲気合わない場合がある。		
対応性の方向性	- PR媒体の掲示が難しい店舗では，ご飯などの小盛り化が可能なメニューについて，メニュー（お品書き）でのワンポイントのPR（市のシールを貼付等）を行っていただくなど，何らかの形でお客さんに見える形での意識啓発を行っていく。 14番の食べ残しの持帰りは，衛生面の課題があり，一律に徹底することが難しいことから，食べ切りを推進していく必要がある。		

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

取組項目	14	食べ残し持帰り希望者への対応	
評価	B	衛生面の課題（食中毒のリスク）があり、一律に徹底することは難しい。	
業種	・ 飲食業者 ・ 事業の一部で飲食業を行っている小売業者、大学（大学生協）、ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p24～25（取組項目：14）
課題等	・ 食中毒のリスクがあり、自己責任で持ち帰られたとしても、食中毒が発生した場合は店舗に行政指導が入ることになり、営業停止や公表など、店舗の損害発生や信頼失墜に関わる事態となる。		
対応の方向性	・ 持ち帰りを推進するためには、食中毒のリスクが比較的少ない揚げ物などを対象に、モデル的な取組を行政のバックアップの下で実施するなどにより、持ち帰りの基準やルールの検討を行うなど、飲食業者が安心して取り組むことができる環境づくりが必要である。		

取組項目	15	割りばし、ウェットティッシュ、ペーパータオルなど使い捨て製品の使用抑制	
評価	B	割りばしについては、間伐材の利用を促進する観点から率先して利用している例があり、ウェットティッシュ、ペーパータオルについても、衛生面やコスト等の関係から、いずれも一律になくすことは難しいが、繰り返し使える製品を使用している事例もある。	
業種	・ 飲食業者 ・ 事業の一部で飲食業を行っている小売業者、大学（大学生協）、ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p26（取組項目：15）
課題等	・ 評価欄の内容のとおり。		
対応の方向性	・ 一律に実施していただくことは難しいが、まずは「使い捨て製品の使用抑制」を関係事業者に意識していただくことが必要であることから、推進すべき取組として市からアナウンスしていく必要がある。		

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

取組項目	16	使い捨て容器（食器）の使用抑制	
評価	B	飲食事業において、使い捨て容器（食器）を使用する業態は、ファストフード店等にほぼ限定されるが、衛生面、コスト面、厨房オペレーションの面から対応ができない業種業態がある。	
業種	・ 飲食業者 ・ 事業の一部で飲食業を行っている小売業者、大学（大学生協）、ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p27～28（取組項目：16）
課題等	・ 評価欄の内容のとおり。		
対応性の方向性	・ 使い捨て製品の使用抑制（取組項目15）と同様に、一律に実施していただくことは難しいが、まずは「使用抑制」を関係事業者に意識していただくことが必要であることから、推進すべき取組として市からアナウンスしていく必要がある。		

※ 取組内容について、試案から変更している部分には下線を施している。

取組項目	17	（イベントにおける）マイバッグ持参等の参加者への呼び掛け（事前告知等）	
評価	B	イベントの場面でレジ袋を使用する機会は少ないが、持ち帰り袋が必要なイベントにおいて、事前告示によりマイバッグ持参率を高めることができた事例などがある。	
業種	・ イベント主催者		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p29（取組項目：17）
課題等	・ イベントの場面でレジ袋を使用する機会が少ない。 ・ イベント主催者のPRグッズとして簡易な袋を渡すケースがあり、そうしたケースへの配慮が必要である。		
対応性の方向性	・ マイバッグの持参が有効と考えられるイベントにおいて、事前告知を行うことなどを促していく必要がある。		

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

取組項目	18	(イベントにおける) リユース食器の使用	
評価	B	導入コストがかかるため、一律に実施することは難しい。	
業種	イベント主催者		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p30 (取組項目：18)
課題等	- 評価欄の内容に加え、 - リユース食器を提供する事業者が少ないことから、規模の大きいイベントでの大量導入は難しい。		
対応の方向性	市で助成制度を運用しており、市主催イベントでは可能な限り使用するほか、民間イベントにおいても少しずつリユース食器の導入が拡大するよう、普及啓発等を推進していく。		

取組項目	19	(イベントにおける) 資源ごみ等の分別回収の実施	
評価	A	環境配慮を意識したイベントでは、分別をチェックするスタッフを配置して分別を行っている例もある。分別箱の使用に係るコスト負担が課題ではあるが、何らかの形で参加者に見える形で分別環境を提供することにより、イベントでも家庭と同様に分別することが当然である雰囲気をつくっていく必要がある。	
業種	イベント主催者		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p31 (取組項目：19)
課題等	- 分別箱などを設置するコストが必要となる。 - 参加者にきっちり分けてもらうためには、分別をチェックするスタッフを配置することが必要である。		
対応の方向性	コストや体制の課題はあるものの、家庭や事業所と同様に、イベントでの分別も徹底していく必要がある。		

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

項目組	20	（大学における）学生への減量方法・分別ルールの周知・指導（市が提供する媒体を入学時等に配布，パンフ配架，ポスター掲示など）	
評価	A	大学において，学生に周知するための時間を捻出できないことが課題ではあるものの，ごみの減量・分別への認知度向上の第一歩として，啓発媒体の配布などの必要最小限のことだけでも実施していただくことが必要である。	
業種	・ 大学		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p32（取組項目：20）
課題等	・ 大学において，学生に周知するための時間を捻出できない。		
対応の方向性	・ 評価欄の内容のとおり		

項目組	21	（大学における）資源ごみの拠点回収の実施	
評価	B	インクカードリッジや電池などの小さな品目を中心に資源回収が行われているが，さらに拡大していくためには，行政による支援が必要である。	
業種	・ 大学（大学生協含む。）		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p33（取組項目：21）
課題等	・ 回収スペースとコストが課題である。 ・ 学生は何らかのインセンティブがないと取り組まないことが多い。		
対応の方向性	・ 本市が拠点回収を行っている小型家電，電池，蛍光管等について，回収スペースを提供していただける（回収する意向のある）大学への回収支援を検討していく。		

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

項目組	22	居住者への減量方法・分別ルール of 周知・指導（市が提供する媒体を入居時等に配布，ポスター掲示など）	
評価	A	自主的に分別方法のチラシを作成し配布したり，分別ルールの指導を行っている事例も多いことから，本市が学生等の単身者にも関心を持ってもらえるわかりやすい啓発媒体を作成し，提供する仕組みをルーチン化していくことが必要である。	
業種	・ 集合住宅管理者		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p34（取組項目：22）
課題等	・ 評価欄の内容のとおり。		
対応性の方向性	・ 評価欄の内容のとおり。		

項目組	23	宿泊者への資源ごみの分別排出環境の提供（缶・びん・ペットボトル，紙ごみ，プラスチック類）	
評価	B	お客さんに分けていただくことを一律にお願いすることは，お客さんの気持ちに配慮すると難しい面があることから，スタッフが分別を実施していることが多い。一方で，「分別しなくてもよいのか」と聞いてこられるお客さんもおられるようである。	
業種	・ ホテル・旅館業者		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p35（取組項目：23）
課題等	・ 客室やフロアの空間に分別箱がなじまない場合がある（お客さんへの配慮）。		
対応性の方向性	・ 分別する意思があるお客さん用に，施設の基本的事項の説明が書かれた冊子に分別に関する案内を記載しておくなどの工夫が考えられることから，お客さんに配慮した形で分別を促進する方法を検討していく必要がある。		

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

項目組	24	使い捨てアメニティグッズの提供抑制	
評価	B	各社において、ホテル・旅館のスタイルに応じた削減努力が図られているが、歯ブラシなどの必要最小限のグッズは必要であり、一律に基準を示して削減を求めることは難しいと考えられる。	
業種	・ ホテル・旅館業者		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p36（取組項目：24）
課題等	・ 評価欄の内容のとおり。		
対応の方向性	・ 優良事例を共有するなど、削減の目安を示して削減を促進することが考えられる。		

項目組	25	同一商品の自宅用簡易包装と贈答用品の製造・供給の実施	
評価	B	関連企業は、既に可能な限り簡易包装に努めているが、土産物は多様であり、統一的な方針の設定は難しく、また、製造ラインを別に作り分けることもコスト面で難しい。	
業種	・ 製造業者（土産物）		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p37（取組項目：25）
課題等	・ 評価欄の内容のとおり。		
対応の方向性	・ 製造業者の努力だけでは難しい部分が多いが、取組の推進に向け、既存の工夫された製品のPRや、新たなアイデアの発掘などについて、市が発信していくこなどが考えられる。		

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

取組項目	26	自宅用簡易包装商品と贈答用品の併売及び購入者へのPRの実施	
評価	B	自社製品でないと選択が難しく、既に包装されている製品が多く、一律に取組を求めることは難しい。	
業種	- 小売業者（土産物） - 事業の一部で土産物の小売業を行っている飲食業者、大学（大学生協）、ホテル・旅館		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p38（取組項目：26）
課題等	評価欄の内容のとおり。		
対応性の方向性	小売業者の努力だけでは難しい部分が多く、土産物製造業者の取組の推進に向けた方向性と同様に、既存の工夫された製品のPRや、新たなアイデアの発掘などについて、市が発信していくこなどが考えられる。		

取組項目	27	他都市での物産展における簡易包装のPR（京都のごみ減量のPR）	
評価	B	PRの実施に当たっては、イメージダウンに繋がらないよう、京都らしさを意識したものとすることが不可欠であるとともに、包装方法等については出展先のデパート等の事業者の方針に従う必要がある。	
業種	製造業者（土産物）、小売業者（土産物）		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p39取組項目：27）
課題等	評価欄の内容のとおり。		
対応性の方向性	府・市の関連団体や、出展先の事業者との調整など、課題は多いが、京都らしさを損なわないよう意識しつつ、ごみ減量についても少しずつ発信できるよう、啓発媒体の作成などを検討していく。		

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

取組項目	28	乾電池使用製品から充電電池使用製品への転換を促すPR	
評価	B	市内外への供給が混在する製造業者に、本市から直接協力を求めることができる内容には一定の制約がある。また、電池メーカー以外の製造業者から見ると、製品の充電電池化はかなり進んでいるようであるが、電池メーカーのホームページ等では、転換よりも、どちらも推奨する傾向である。	
業種	・ 製造業者	【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p40（取組項目：28）	
課題等	・ 評価欄の内容に加え、 ・ 消費者の利便性を追求する志向を考慮すると、メーカーが独自に乾電池から充電電池への転換を推奨することは難しい面があると考えられる。		
対応の方向性	・ メーカーが独自で乾電池から充電電池への転換をPRすることは難しいと考えられることから、PRを進めるためには市によるバックアップが不可欠であり、PR方法等を検討していく必要がある。 ・ そうした方向性の下、取組に協力いただける事業者については、市外の事業者も含めて優秀事業者として市がPRすることなども考えられる。		

取組項目	29	充電電池の使用を促すラベリングやホームページ等でのPR（コスト面、環境面） ⇒取組項目28と同旨のため、統合する。	
評価	—	—	
業種	—	【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p41（取組項目：29）	
課題等	—		
対応の方向性	—		

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

取組項目	30	ＬＥＤの使用を促すラベリングやホームページ等でのＰＲ（コスト面，環境面）	
評価	B	市内外への供給が混在する製造業者に，本市から直接協力を求めることができる内容には一定の制約がある。また，ＬＥＤは蛍光管に比べてコストがかかるため，一般家庭への普及に課題があることから，長い目で見た場合のお得感などをＰＲして普及を推進していくことが必要である。	
業種	・ 製造業者		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p42（取組項目：30）
課題等	・ 評価欄の内容のとおり。		
対応の方向性	・ コスト面でのお得感をＰＲしている事例はすでに存在していることから，そうした事例を関係事業者に共有するとともに，特に優秀な事業者については，市外の事業者も含めて優秀事業者として市がＰＲすることなども考えられる。		

取組項目	31	（電池，蛍光管，家電の）使用後に自治体の分別収集や拠点回収への排出を促すＰＲ（ラベリング等）	
評価	B	市内外への供給が混在する製造業者に，本市から直接協力を求めることができる内容には一定の制約があるが，小型家電リサイクル法や水銀条約など，電池，蛍光管，家電類の回収促進は国を挙げての課題であり，取組項目1の小売店でのＰＲと本取組項目による製造業者への働きかけにより，本市における拠点回収や小売店等の民間事業者による独自回収による回収量の拡大を図っていく必要がある。	
業種	・ 製造業者		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p43（取組項目：31）
課題等	・ 評価欄の内容に加え，新たなコストが発生する。		
対応の方向性	・ 取組項目1により，小売店にもＰＲを求めていくが，実施できる範囲が限定的となるため，より確実な発信方法として，製品自体でのＰＲを製造業者に求めていくことが必要である。 ・ そうした方向性の下，取組に協力いただける事業者については，市外の事業者も含めて優秀事業者として市がＰＲすることなども考えられる。		

Ⅱ 重点施策を中心とする具体的施策の検討

取組項目	32	製品の軽量化等の環境配慮ポイントのPR（包装への印字等）	
評価	B	市内外への供給が混在する製造業者に、本市から直接協力を求めることができる内容には一定の制約があるが、例えば、メーカーと包装資材メーカーは、常に環境配慮を一つの評価視点として持って取り組んでいる素地があることなどから、そうした配慮の消費者への見える化の推進に向けた働きかけが必要である。	
業種	・ 製造業者		【事業者からの意見聴取結果】 資料2-2 p44（取組項目：32）
課題等	・ 評価欄の内容に加え、新たなコストが発生する。		
対応の方向性	・ メーカー間の優秀な連携事例を情報収集し、市外の事業者も含めて優秀事業者として市がPRすることなどが考えられる。		

2 取組計画及び実績の報告義務

【事業者からの意見聴取結果】資料2-2 報告義務：p46～47 自由意見：p54～55

○ 概 要

関係事業者等に取り組んでいただく（又は努力していただく）30項目について、一定規模以上の対象事業者には、

- ① 前年度の取組実績 ， ② 当該年度取組計画 の報告を求めるとともに、小売業を行う事業者には、
- ③ 前年度のレジ袋辞退率の実績 の報告も求める。 ※ いずれも、年度ごとに1回

○ 目 的

- ① 30項目の取組の実効性の確保
- ② 事業者の取組の見える化（例：地域の店舗における取組やレジ袋辞退率の公表⇒地域での啓発に活用）

○ 課 題

大規模店舗やチェーン店では、容器包装リサイクル法や食品リサイクル法、地球温暖化対策、省エネ等に関する国への報告のほか、都道府県や市町村への地球温暖化対策やごみ減量等に関する報告も多数求められていることから、報告内容や様式を簡易なものとするほか、提出先の統一、繁忙期の回避など、事業者への配慮が必要である。

【報告義務の対象】

■ 小売業者（土産物小売業者を含む。）

- ・ 店舗面積が400㎡以上の店舗※1
- ・ 市内のチェーン店の店舗面積の合計が3,000㎡以上の事業者※2

※1 京都市では、大規模小売店舗立地法（店舗面積1,000㎡以上の小売店への規制）に加え、中規模小売店舗設置指導要綱を設け、店舗面積が400㎡以上の店舗に、設置時の届出（建物概要、運営方法等）等を求めている。

※2 京都府の廃棄物の減量及び適正処理等に関する条例において、市内のチェーン店の延床面積が3,000㎡以上の食品関連事業者に廃棄物の排出量等の報告を求めている。

■ 飲食業者、ホテル・旅館業者

- ・ 店舗等の延床面積を基準に規模を検討（例：事業用大規模建築物の1,000㎡又は小売店舗の400㎡を準用、市内のチェーン店の延床面積の合計が3,000㎡以上 など）

■ イベント主催者

- ・ 期間が限定的であり、規模や種類も多種多様であることから、市民モニター制度で対応し、報告義務の対象としない。

■ 製造業者（土産物製造業者を含む。）

- ・ 市内外への供給が混在するため対象にしない。なお、自主的に報告する事業者については、優良事業者としてPRする。

<参 考> 報告義務対象者数の見込み

■ 小売業者

- ・ 1,000㎡以上：161店舗（59%）
- ・ 400㎡以上：301店舗（13%）
- ・ チェーン店：582店舗（12事業者）（9%）

※ %は市内の小売店舗面積に占める割合（カバー率）：計81%

■ 飲食業者、ホテル・旅館業者

- ・ 1,000㎡以上：ホテル、旅館・・・約200事業所
- ・ チェーン店：飲食・・・153事業所（6事業者）
ホテル等・・・32事業所（12事業者）

（参考）本市における廃棄物関係の既存の報告・届出制度の対象件数

- ・ 大規模事業所減量計画書（1,000㎡以上の建築物）：2,231事業所
- ・ 特定食品関連事業所減量計画書（チェーン店）：896事業所（43事業者）
- ・ 業者収集マンション：4,386件 ※チェーン店の報告は本部一括

■ 大学、集合住宅管理業者

- ・ すべての事業者を対象とする。

3 消費行動や関係事業者の取組状況に関する市民モニターによる調査及びその公表等

【事業者からの意見聴取結果】
資料2-2 p48～50

■ 消費行動や関係事業者等の取組状況に関する市民モニターによる調査

○ 概 要

ア 市が市民モニターを委嘱し、関係事業者等に取り組んでいただく（又は努力していただく）30項目について、対象業種のうち、市民が利用する機会が多いと考えられる以下の対象事業者等の取組状況を調査する。

① 小売店 ② 飲食店 ③ イベント ※ いずれも、年度ごとに1回

（他都市の類似制度例）名古屋市：小売店における青果へのトレイ使用状況の市民モニター制度

イ 市民モニター自身の消費行動について、自己診断を行い、市に報告する。

○ 目 的

- ① 優良事例の発掘 ② 報告義務の対象となっていない事業者等の取組状況の確認
- ③ 市民モニター制度の運用を通じた、地域における2Rを中心としたごみ減量活動の気運の醸成

○ 調査内容

- ① 報告義務対象事業者からの報告内容の確認を行うための調査
報告内容に基づき、優良事例のピックアップ、報告内容の実施状況の確認を行い、市に報告
- ② 報告義務の対象ではない事業者等の取組状況の調査
報告対象となっていない小規模の小売店と飲食店、イベントを対象に調査を行い、取組の実施状況を市に報告。

○ 課 題

- ・ モニター結果が客観的な評価となるよう、簡易の手法の検討や市民モニターの研修などが必要
- ・ 報告義務の対象ではない事業者について、調査対象の事業者の選定方法の検討が必要



■ 報告義務対象事業者からの報告内容及びモニター結果の市による公表

- ・ 対象事業者から報告を受けた事業者ごとの取組状況、レジ袋辞退率を公表するとともに、地域別の状況のとりまとめ・公表も行う。
- ・ モニター結果を受け、優良事例の公表、地域ごとの取組状況のとりまとめ・公表を行う。

（事業者から報告を受けている取組が実施されていない場合には、事業者への確認、必要に応じて指導を行う。）

■ 関係事業者等の指導等

- ・ 報告内容や市民モニター結果等を基に、取組や報告が十分でない関係事業者等に対して指導を行う。
- ・ 指導しても改善されない場合の措置として、改善勧告、それでも従わない場合の勧告内容の公表を規定する。



4 条例を推進するための支援措置

【事業者からの意見聴取結果】

資料2-2 支援措置：p51～52 ， 自由意見：p54～55

聞き取り調査の実施に当たってとりまとめた支援例，聞き取り調査で事業者から寄せられた提案などを参考に，市民，事業者の取組を後押しする効果的な支援措置を検討していく必要がある。

■ 聞き取り調査の実施に当たってとりまとめた支援例

- ・ 優良事例のPR，トップランナーの表彰
- ・ 店頭回収等への支援
- ・ ものづくり等のごみ減量に貢献するベンチャー企業への支援，産学公連携による研究開発への支援
- ・ ごみ減量に取り組むためのインフラ整備等への支援（使い捨て製品→繰り返し使える製品 等）
- ・ ごみ減量に配慮した新たな商品化への支援（軽量化，リサイクルしやすい設計 等）
- ・ ごみ減量に配慮したお土産物の認定（自宅用簡易包装，軽量化，食べきりサイズ等）
- ・ 認定された土産物の公表，広報支援（旅行，観光等の関連パンフ，カタログ，ホームページへの掲載等） 等

■ 聞き取り調査で事業者から寄せられた主な提案

- 優良事例のPR，トップランナーの表彰
 - ・ ごみ減量や環境への配慮について積極的に実施している事業者のPR。行政からもらった表彰状を営業時に顧客に見せるなどして積極的に活用しているほか，全国版の社内報に掲載して社員を啓発するなど，活用の途は多い。
 - ・ 京都の企業の先進的な取組事例集があると参考になる。
 - ・ ごみ減量に取り組んでいることを認定してもらい，そのパンフレットを店に置かせてもらえるような制度
- 店頭回収の支援
 - ・ 電池，蛍光灯，小型家電等の店頭回収について，事業者の負担が減るような仕組み
- ものづくりへの支援
 - ・ （土産品など）京都ならではのものづくりをしている事業者を支援し，仕入れの段階から調整して，京都らしく環境にやさしい商品として市内の店舗で販売し，市内外の人に買ってもらえる仕組み
 - ・ 自宅用でも贈答用でも対応可能でごみ削減につながる包装のアイデアを市が募集
- 普及啓発支援
 - ・ レジ袋削減に関する普及啓発への取組について，マイバッグやPOP，お買い上げテープ等の作成
 - ・ 学生の意識の醸成が必要であるが，大学だけの働きかけでは限界があるので，何らかの支援が必要（生協ではSNSなどを活用して，周知啓発を行っている（商品や企画など））
 - ・ 京都に来た観光客は，ごみ減量やまちの美化など，環境にも配慮しなければならないということを市が積極的に周知することで，事業者も協力しやすい。
 - ・ 市民にわかりやすい冊子を配布（自社で，分別したいけどわからないという人が多く，教えるとできてくる。）

5 条例化に付随して取り組む重要施策 (食品スーパーにおけるレジ袋有料化の全市展開に向けた取組)

■ 家庭から排出されるレジ袋枚数の業態別の分布から見た施策の方向性

- 約52%が5リットル以下のサイズの小さなレジ袋である。
 - 排出枚数の割合が全体の5%以上となっている業態は以下のとおり。
 - ・ 5リットル以下：食品スーパー、コンビニエンスストア、その他の食料品店、店舗表示名なし
 - ・ 5リットル超：食品スーパー、日用品店、店舗名表示なし
- ⇒ 小さなレジ袋の使用機会をごみ減量の啓発機会と捉え、レジでの声掛けなどの啓発を徹底していただくことが重要であると考えられる。
- ⇒ スーパーマーケットとコンビニエンスストアが注目されることが多いが、その他の業態や店舗表示名のない袋の割合も少なくないことから、すべての小売店舗に広くレジ袋の削減に取り組んでいただくことが必要である。
- スーパーマーケットの割合が最も高い(合計：約22%) (白地(店舗名表示なし)を除く)。
- ⇒ 条例施行に向けて、一部で取り組まれている食品スーパーにおけるレジ袋有料化について、レジ袋削減協定による市内全店実施を目指し、関係事業者との協議を進めていく。加えて、食品スーパー以外の業態についても、レジ袋削減の取組を拡大していく。

取組項目：4
レジでの声掛け
⇒ A評価

	小型手提げ袋(40cm角以下)			大型手提げ袋 (40cm角超)	合 計
	5ℓ以下	5ℓ超	小 計		
百貨店	1.09%	1.80%	2.89%	0.05%	2.94%
食品スーパー	8.57%	13.54%	22.11%	0.16%	22.27%
コンビニエンスストア	11.35%	1.32%	12.67%	0.00%	12.67%
ホームセンター、家電・家具量販店	0.75%	0.99%	1.75%	0.18%	1.93%
パン、菓子等その他の食料品店	5.19%	4.06%	9.25%	0.14%	9.39%
本、レコード等日用品店	3.26%	5.11%	8.37%	0.75%	9.12%
ドラッグストア、100円均一ショップ	2.23%	2.97%	5.20%	0.00%	5.20%
業態不明(店舗名表示あり)	2.31%	2.84%	5.15%	0.16%	5.31%
白地(店舗名表示なし)	17.62%	13.07%	30.69%	0.48%	31.17%
合 計	52.37%	45.70%	98.08%	1.92%	100.00%

【重点施策】家庭ごみの分別ルールを徹底する制度の創設

プラスチック製容器包装や雑がみなどの分別実施率が低い状況（プラ：36%）を改善し、燃やすごみの削減を図るための取組として、

①分別ルールを条例において明確にし、②ルールを徹底した上で、③市による指導を強化する制度を創設

制度の概要

① 分別ルールを条例において明確化

- ・ 現在「協力」となっている市民の分別を「義務」とする。
- ・ 分別義務の対象：定期収集を行っている「缶・びん・ペットボトル」、「プラスチック製容器包装」、「小型金属・スプレー缶」、

本年6月に分別の仕組みを構築した「新聞・ダンボール・雑がみ」

② 分別ルールを徹底

- ・ 市民しんぶんや回覧板による周知・啓発に加え、
- ・ 収集場所での立ち番、看板の設置や説明会等の実施

※ 併用施策として、「2R等促進策の条例化」により、大学⇒学生、集合住宅管理者⇒居住者への分別指導を、条例に基づき取り組んでいただく事項として規定し、実施状況の報告を条例にて義務化

③ 市による指導を強化

- ・ これまで資源ごみ収集時を中心に行ってきた「分別ルール違反ごみ」のシール貼付・取残しを、燃やすごみについても実施
- ・ 啓発やシール貼付によっても改善されない地域については、燃やすごみの開封調査を実施し、ルールを守らない排出者を指導
- ・ 指導しても改善されない場合の措置として、改善勧告、命令を条例に新たに規定

他の政令指定都市（19市）の事例

- **市民の分別を条例で義務化**：16市（堺、広島、熊本以外）
- **開封調査**：3市（札幌、千葉、横浜）
- **勧告、命令**：8市（札幌、千葉、横浜、相模原、岡山 ほか）
※相模原、岡山は勧告のみ。札幌は勧告内容の公表も規定
- **罰則**：2市（千葉、横浜が過料を規定）

課題と対応の方向性

- **袋の内側を新聞紙等で覆い隠す排出（カラス対策）**
原則禁止する必要がある、カラスネットの貸与を推奨
- **指導の対象となる分別徹底度の基準**
他都市では、燃やすごみ中の2割や3割を基準としている例があるが、本市の実態や目標を踏まえた検討が必要
- **取残しによる収集場所周辺の住民への影響**
ルール違反者の意識改善に繋がる「見える」取組が必要ではあるが、周辺住民だけが迷惑を被るような仕組みにならないよう、運用方法の十分な検討が必要
- **燃やすごみの開封調査における個人情報の取扱い**
ルール違反者を指導するために必要最小限の範囲で実施することを大原則とし、地域の方々に調査を委ねるのではなく、守秘義務が課せられている本市自ら実施することが必要
- **罰則**
過料を設けている都市もあるが、資源ごみ等の「持去り禁止」と同様に、指導強化のために必要最小限の規定を整備すべきとの考えから、本市では罰則を設けずに指導を徹底（指導⇒改善勧告⇒命令）

【重点施策】事業ごみの分別ルールを徹底する制度の創設

排出量が依然として多い産廃の資源物である、缶・びん・ペットボトル及びプラスチック類（計約3.2万トン（業者収集マンション分含む））の分別状況を改善し、クリーンセンターに搬入される事業ごみの削減を図るための取組として、収集運搬許可業者に加え、排出事業者の①分別ルールを条例において明確にし、②ルールを徹底した上で、③市による指導を強化する制度を創設

制度の概要

① 分別ルールを条例において明確化

- ・ 現在「協力」となっている排出事業者の分別を「義務」とする。
- ・ 分別義務の対象：産廃の資源物である「缶・びん・ペットボトル」，「プラスチック類」

※ 現在の廃棄物に関する条例及び規則では、収集運搬許可業者を含めたクリーンセンターへの搬入者への受入基準を定めている（産廃を受け入れないこととしている）が、排出事業者の分別義務を定めていないため、これを義務化する。

② 分別ルールを徹底

- ・ 制度開始について、業界団体を通じた説明会や啓発チラシの送付等により、周知徹底

③ 市による指導を強化

- ・ クリーンセンターにおける搬入物検査を強化
- ・ 搬入物検査でルール違反を特定した排出事業者に対する指導について、現状は、収集運搬許可業者を通じての指導割合が多いが、今後、市による排出事業者への直接的指導を強化
- ・ 指導しても改善されない場合の措置として、改善勧告、勧告に従わない場合は事業者名の公表、それでも従わない場合の命令を条例に新たに規定

他の政令指定都市（19市）の事例

- **排出事業者（又は占有者）の分別を条例で義務化**：16市
- **勧告、命令**：8市（札幌、千葉、横浜、岡山（勧告のみ）ほか）
- **勧告内容の公表**：3市（札幌、千葉、横浜）
- **罰則**：千葉、横浜は過料も規定

課題と対応の方向性

■ 指導の対象となる分別徹底度の基準

産廃は、原則市施設に搬入できないが、分別ルールの徹底に当たっては、本市による分別指導にバラつきがないよう指導することが必要

■ 収集運搬許可業者の負担増の回避

本制度の実施により、排出事業者指導の一端を担っている許可業者の負担が増えないよう、市による排出事業者への直接的指導の充実が必要

■ 罰則

過料を設けている都市もあるが、家庭ごみと同様に、本市では罰則を設けずに指導を徹底。ただし、改善勧告後も改善されない事業者については、その旨を公表（指導⇒改善勧告⇒勧告の旨の公表⇒命令）

【重点施策】事業ごみの資源化可能な紙ごみのクリーンセンターでの受入停止

分別徹底の余地が大きい資源化可能な紙ごみ（新聞・ダンボール・雑がみ。約3.6万トン（業者収集マンション分も含む））について、分別・リサイクルを推進し、クリーンセンターへの搬入量の削減を図るための取組として、産廃の資源物と同様に分別ルールを徹底する制度を創設するとともに、資源化可能な紙ごみのクリーンセンターでの受入れを停止する。

制度の概要

- ① **分別ルールを条例において明確化**
 - ・ 現在「協力」となっている排出事業者の分別を「義務」とする（分別ルールを徹底する制度と同じ）。
 - ・ 分別義務の対象：資源化可能な紙ごみ
 - ・ 資源化可能な紙ごみのクリーンセンターでの受入れを停止
- ※ 現在の廃棄物に関する条例及び規則では、収集運搬許可業者を含めたクリーンセンターへの搬入者への受入基準を定めている（産廃を受け入れないこととしている）が、資源化可能な紙ごみについても同様の扱いとするよう、関連規定を整備する。
- ② **分別ルールを徹底（分別ルールを徹底する制度と同じ）**
 - ・ 制度開始について、業界団体を通じた説明会やダイレクトメールの送付等により、周知徹底
- ③ **市による指導を強化（分別ルールを徹底する制度と同じ）**
 - ・ クリーンセンターにおける搬入物検査を強化
 - ・ 搬入物検査でルール違反を特定した排出事業者に対する指導について、現状は、収集運搬許可業者を通じての指導割合が多いが、今後、市による排出事業者への直接的指導を強化
 - ・ 指導しても改善されない場合の措置として、改善勧告、勧告に従わない場合は事業者名の公表、それでも従わない場合の命令を条例に新たに規定

他の政令指定都市（19市）の事例

- **紙ごみ受入停止**：11市（仙台、千葉、横浜、大阪ほか）
- **排出事業者（又は占有者）の分別を条例で義務化**：16市
- **勧告、命令**：7市（千葉、横浜、岡山（勧告のみ）ほか）
- **勧告内容の公表**：2市（千葉、横浜）

課題と対応の方向性

- **制度開始までの周知期間**
紙ごみについては、既に存在するルールを徹底する産廃の資源物と違い、新たに分別しなければならないことから、産廃の資源物よりも長い周知期間を設け、分別環境を整備することが必要
- **指導の対象となる分別徹底度の基準**
雑がみについては、特に分別の基準の判断が難しいことが多いため、本市による分別指導にバラつきがないようにすることが必要
- **収集運搬許可業者の負担増の回避**
事業ごみの分別を徹底する制度と同様
- **罰則**
事業ごみの分別を徹底する制度と同様（指導⇒改善勧告⇒勧告の旨の公表⇒命令）

ごみ処理手数料について

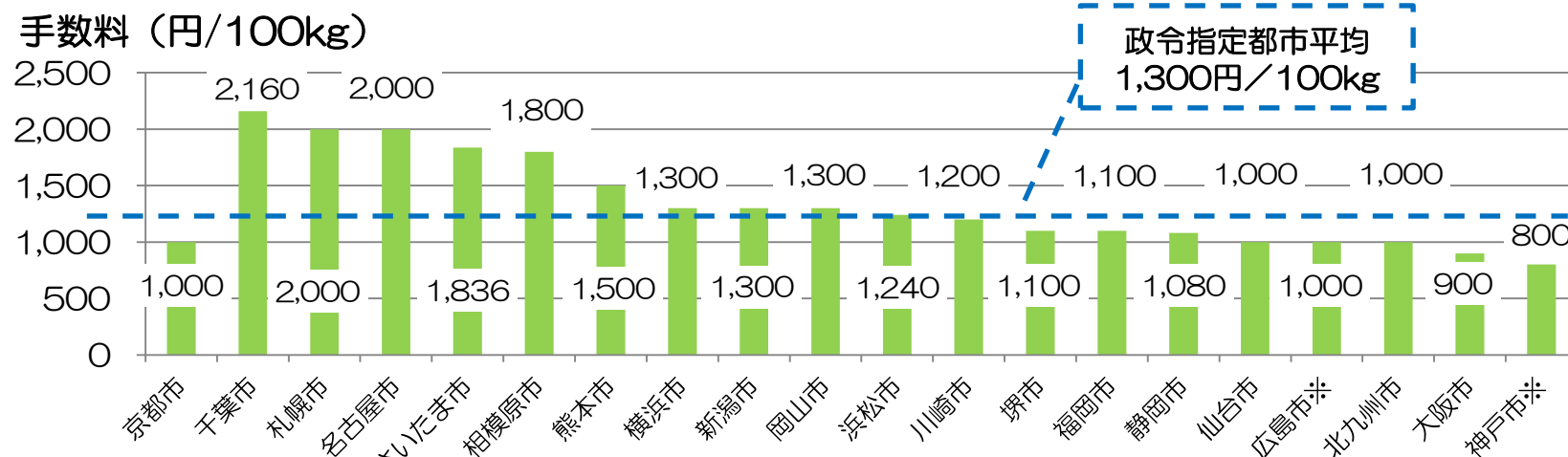
- **持込ごみ（木質ごみ）の民間誘導**については、クリーンセンターでのチラシの配布等の啓発を行っているところであり、木質ごみの潜在的な発生量の約40%は民間施設に搬入され、リサイクルされている（60%はクリーンセンターで焼却）。クリーンセンターへの搬入量のうち、約50%が第二区分※の重量で搬入されており、その場合の搬入手数料は最大でも1,417円/100kgと、民間施設と比べて（1,200円～1,700円）安い。そのため、持込ごみ搬入手数料の改定を含めて新たな誘導策を検討する必要がある。ただし、持込ごみ搬入手数料の第一区分※は、後述の業者収集ごみ搬入手数料と連動していることに留意が必要である。

※ 累進性を導入（第一：～100kg（1,000円）、第二：100～600kg（1,500円）、第三：600kg～（2,000円））（手数料は100kg当たり）

- **業者収集ごみ搬入手数料の改定**については、条例に基づき、平成20年4月、平成23年4月、本年4月の3回に分けて段階的に改定してきたところであり、ごみ減量目標の達成に向けて今後講じていく分別等の施策によるごみ減量の達成状況、更には他都市の手数料の状況等を見極めながら、慎重に検討する必要がある。
- **業者収集ごみの有料指定袋制**については、プラスチック類や紙ごみなどの分別を徹底した後に残るのは大半が容積の小さい生ごみであり、有料指定袋制の導入による減量効果は小さいと考えられる。また、制度を導入する場合、指定袋の製造経費など、年間数億円程度の経費が必要となることも課題である（政令指定都市で導入しているのは、神戸市と広島市の2市のみ）。

政令指定都市の業者収集ごみ搬入手数料

<平成26年5月末時点>



※ 神戸市及び広島市は、有料指定袋制を導入しているため、重量当たりに換算した数値を記載している。

現在の廃棄物の減量及び適正処理等に関する条例の概要

名 称	京都市廃棄物の減量及び適正処理等に関する条例	
目 的	快適な生活環境の保全，公衆衛生の向上， 国際文化観光都市としての良好な都市環境の形成	
主 な 内 容	減 量	☐ 発生抑制・再生利用に関する 市・事業者・市民の一般的責務・努力義務 ☐ 事業用大型建築物関係者・特定食品関連事業者 の減量義務（計画・報告・管理責任者の選任等）
	適 正 処 理	☐ <u>土地等占有者の分別排出の協力義務</u> ☐ 事業系ごみの処理責任 （適正な自己処理又は許可業者に委託） ☐ 市の一般廃棄物処理施設の受入基準 ☐ 資源物の持去りの禁止
	清潔の保持	☐ 事業者・市民の自主的な美化活動の促進 ☐ 公共の場所をごみで汚すことの禁止
	そ の 他	☐ 処理手数料等（有料指定袋制ほか）

＜発生抑制＞

- ・事業者：使い捨て製品・容器等の製造・販売を抑制，包装の簡素化
- ・市 民：使い捨て製品・容器等の使用を抑制，簡易包装を選択

＜再生利用＞

- ・事業者：再生利用しやすい製品を開発，資源ごみの回収体制を整備
再生品を原材料として利用
- ・市 民：再生品・再生利用しやすい製品を選択，
再生可能な製品を販売業者に返却，
資源ごみの集団回収に協力

土地・建物の占有者は，
一般廃棄物処理計画に従い，
適正な分別に協力しなければならない

新たな条例のイメージ（例）

- 新たな条例には、2R促進策のインパクトある打出しが求められる一方、制定に当たっては、現在の「京都市廃棄物の減量及び適正処理等に関する条例」との整合性に十分留意する必要がある(右下★)。
⇒ 2Rに限定した条例を制定するのではなく、現在の条例を全部改正し、基本的な理念を明確に打ち出しつつ、2R促進策等を包括的に規定することを想定
- 2Rの推進に向けたシンボリックなターゲットを明確にした上で、推進施策の実効性を確保するための具体的な手段を定めるとともに、分別ルールを徹底するための義務化や義務違反に対する措置の新設等により、分別ルールの徹底と指導の強化を図る。
- 市民への発信力のある条例となるよう、市民に分かりやすい条例の愛称を募集することも検討

■ 条例の基本的な理念

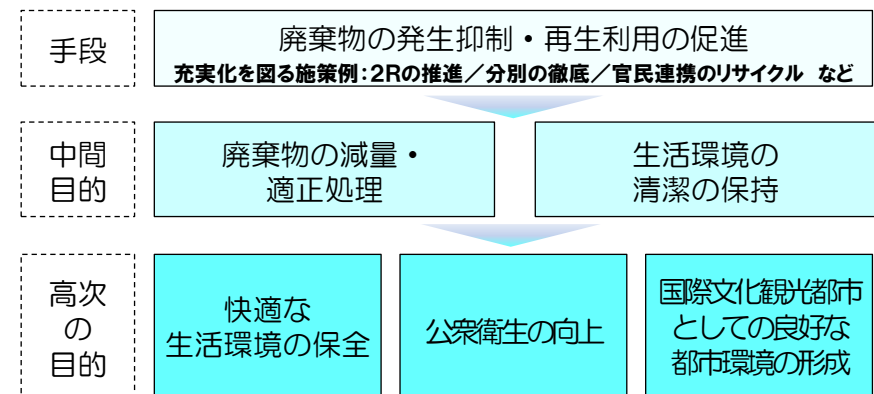
- 市民力・地域力を生かしたごみ減量の推進
- 成長戦略を強力に推進しつつ、大量生産・大量消費・大量廃棄型のライフスタイル・ビジネススタイルから、「しまつの心」や「もったいない」といった環境にやさしい京都ならではのライフスタイル・ビジネススタイルに転換
- 資源・エネルギーの循環的・効果的・経済的な利用、ごみ減量や資源抑制に繋がる生産活動の経済的優位性の向上、焼却施設の長寿命化をはじめとする効率的・安定的な廃棄物処理の確保
→社会経済の持続的発展，最終処分場の延命化等の環境負荷低減
⇒持続可能な社会の実現
- 都市格の向上への貢献
(人づくり，ものづくり，環境先進都市，国際文化観光都市など)

■ 重点事項

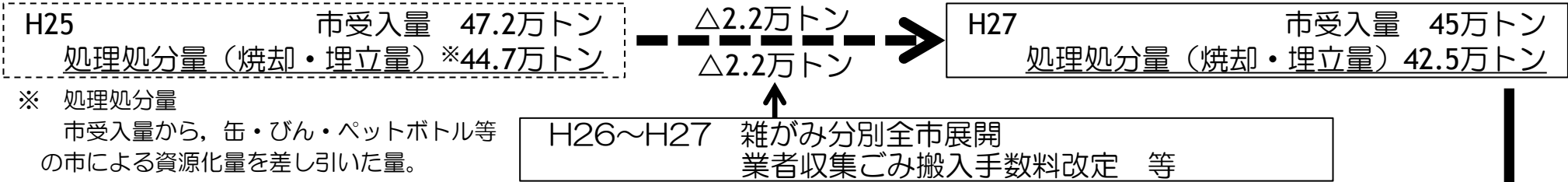
- 2R促進策
 - 分別ルールの徹底策
- これら2点を具体的・実効的に規定

- ★ 廃棄物処理法は、ごみの発生から最終処分までを一連のサイクルとしてトータルで定めている。本市の廃棄物条例も、同様の定め方をしている。
- ★ そのため、廃棄物条例とは別に2Rに特化した条例を作ると、ごみ処理の一連のサイクルを分断して定めることになる。
- ★ ごみ処理のサイクルにおいては、焼却施設の長寿命化のために減量策を講じる、減量のための経済的インセンティブとして処理手数料を改定するなど、連動して施策を展開する必要があるが、このサイクルを分断すると、
そのような施策展開の説明と推進が困難になる。

（参考）現在の廃棄物条例の目的



ぐみ減量効果の見込み



施 策			H28～H32の減量効果（万トン）	
			市受入量	処理処分量
新たな制度・仕組みの創設	家庭ごみ	○家庭ごみの分別ルールを徹底する制度（雑がみ分別実施率向上）	△0.7	△0.7
		○家庭ごみの分別ルールを徹底する制度（プラスチック製容器包装分別実施率向上）	—	△0.4
		○古着、剪定枝等の分別拡大	△0.3	△0.3
		家庭ごみ 計	△1.0	△1.4
	事業ごみ	○事業ごみの分別ルールを徹底する制度（産廃の資源物である缶・びん・ペットボトル、プラスチック類） （中小規模事業所を中心に分別実施率向上） ※ 処理処分量と市受入量の差の△0.5万トンは、業者収集マンションのプラスチック製容器包装分別実施率向上による効果	△1.0	△1.5
		○資源化可能な紙ごみのクリーンセンターでの受入停止（中小規模事業所を中心に分別実施率向上）	△2.0	△2.0
		○持込ごみ（木質ごみ）の民間リサイクル施設への誘導	△0.5	△0.5
		事業ごみ 計	△3.5	△4.0
2Rをはじめとした啓発強化	家庭ごみ	○南部クリーンセンター第二工場に併設するバイオガス化施設による焼却量の削減	—	△1.1
	事業ごみ	○2R促進策の条例化等 （条例化、地域の取組強化等により、生ごみ3キリや、容器包装、電池等の削減にPR施策を一層推進） → 減量意識の底上げと定着 ⇒ 家庭ごみの中で最も多い発生抑制可能物である食品ロスを中心にごみ量を削減	△1.5+△α	△1.5+△α
合 計			△6.0+△α	△8.0+△α

☆ 2R促進策の条例化による食品ロスの削減目標について

- EUは、2014年（平成26年）を「ヨーロッパ反食品廃棄年」と位置付け、2025年までに半減させることを目指している。
- 本市においても、全国初となる食品ロス削減目標の設定を検討していく。

H32
市受入量 39万トン以下
処理処分量（焼却・埋立量）34.5万トン以下