

食品ロス削減等の市民・事業者の行動場面別ごみ減量メニューの検討

1 検討内容・目的＜【参考資料】第57回審議会資料（【資料5】p1）を要約＞

- ・ 市民・事業者の行動場面別に、食品ロス削減等重点的に推進する2Rの取組メニューを検討
- ・ 市民・事業者の主体的な取組を促進するための市の取組を検討
- ・ ただし、2Rの取組は多岐にわたるため、本検討では、「新・京都市ごみ半減プラン」の2Rに関する目標（食品ロス、レジ袋、乾電池）に留意し、例えば、京都の地域特性（観光など）、京都が全国をリードしてきたごみ減量の取組（レジ袋削減協定、乾電池の回収など）など、「京都ならではの」の視点で検討
- ・ 検討に当たっては、市民、事業者が、ごみ減量、資源循環、環境負荷の低減等の目的について、共通の認識を持てるようにすることを特に重視

2 審議会本会における主な意見 ＜【参考資料】第57回審議会摘録を要約＞

- ・ 網羅的な検討は無理があるので、当面の取組と継続課題に分けてとりまとめるべき
- ・ 観光での取組の検討が必要（入口でのPR、修学旅行でのアプローチ、土産物の包装）
- ・ 若い世代やあまり関心のない方への発信を強化すべき（例：アプリの活用など）
- ・ ロンドンオリンピックでの取組、東京オリンピックに向けた検討の考え方を参考にすべき
- ・ 事業者側の視点にも配慮した京都独自の宴会ルール、包装ルールを検討してみてはどうか。その際、食べきりができない方や、できない場面があることを考慮することが必要
- ・ 小売りや外食における消費者との連携（夕方は品切れが多いことを理解する、小盛りを頼める）、消費者への教育的啓発（消費期限など）が必要
- ・ 消費期限や持帰り、裸売りやイベントでの食事の提供に関しては、衛生部局との調整も必要
- ・ ものづくりとの接点での取組検討が必要。例えば、土産物の包装を減らすデザインなどは、京都らしいテーマではないか
- ・ 賢い消費生活をくすぐるような提案が必要
- ・ 人を動かすためには、取り組むことによって、自分と世の中にどういう成果がもたらされるかを伝えることが必要

3 業種別取組事例・関連事例・文献等から得られる知見

(1) 食品ロスの排出状況に関するデータ

① 京都市における業種別食品ロス排出割合（多い業種）

飲食業，小売業に次いで，老人ホームとホテル・旅館の割合が高い。

業 種	飲食業	小売業	老人ホーム	ホテル・旅館	その他
割 合	43.5%	31.8%	5.5%	3.4%	15.8%

（出典）平成23年度京都市組成調査

② 食品使用量に対する食品ロス発生量の割合（外食の主な場面）

一般的な外食と比べて，宴会，宿泊での食品ロス発生率が高い。

場 面	食堂・レストラン	宴会	宿泊施設	結婚披露宴
割 合	3.2%	14.0%	14.6%	19.6%

（出典）平成21年食品ロス統計調査（外食産業調査）（農林水産省）

(2) 業種別取組事例＜【参考資料③】業種別取組事例集＞

- ① 今回の検討で特に重視する「市民，事業者が，ごみ減量，資源循環，環境負荷の低減等の目的について，共通の認識を持てるようにする」観点で，各場面（分野）それぞれにおいて，拡大することが必要と考えられ，かつ，比較的取り組みやすいと考えられる先行事例が存在
- ② しまつのこころ条例の2Rに関する29項目（実施義務：8項目，努力義務：21項目）との関係を見ると，概ね網羅されているが，事例の見られない取組が一部存在する（＝努力義務19：京都のごみ減量の取組の他都市へのPR（物産展における簡易包装のPR等））。



■ 拡大することが必要と考えられ，かつ，比較的取り組みやすいと考えられる取組（①関係）

業種	ページ/No	取組概要
宿泊	p5/1-1	予約サイトのHP，予約者への連絡メール・郵送物等を活用して，ごみ減量の取組内容を伝える（協力を呼びかける。）。
	p5/1-1・2	アメニティグッズの削減（詰め替えボトル式シャンプーの使用等）等ごみの減量を呼びかけるため，フロントに卓上プレート，室内に施設パンフレット等を置く。フロントスタッフが取組を口頭で伝える。
	p8/1-11	分別の呼びかけ。分別専用ごみ箱を設置できない場合は，客室のごみ箱横に資源ごみを置くよう案内。
飲食， 宿泊	p12/2-1	予約サイトのHP，予約者への連絡メール・郵送物等を活用して，ごみ減量の取組内容を伝える（協力を呼びかける。）。
	p12/2-3	小盛りメニュー・ハーフサイズメニューの提供
	p12/2-6	メニューに写真を載せるなど料理のボリュームを伝える。

業種	ページ/No	取組概要
	p15/2-25	お店のルールを丁寧に伝える（例：おかわり自由ですが、食べ残しは遠慮ください。）
	p16/2-29	宴会の際、幹事に食べ残し削減の趣旨説明や、削減行動の実践を依頼
飲食	p17/2-31	持帰りが可能であることの情報提供とともに、食中毒等をおこさないように自己責任であることを説明
小売	p18/3-3	手前の商品から購入してもらえよう工夫（陳列方法等、賞味期限、消費期限が近い商品から購入していただく工夫）
小売・製造	p20/3-13	二次電池の環境面からの優位性、価格比較の情報を発信
小売	p21/3-16	サッカー台のロール袋を過剰に取らないようメッセージを掲示
土産（製造、小売）	p24/3-32	お土産の目的（自宅用、贈答用等）に沿った包装形態の提示と提供
修学旅行	p27/5-1	ホームページで修学旅行に関連する内容を紹介
老人ホーム	p27/6-3	食べ残しの少ない食事の提供（量、嗜好等）と食事環境の創出（団らん、行事等）

（３）関連事例・文献等＜【参考資料④】関連事例・文献等資料集＞

① 全般的「（業種別）事業系ごみの分け方・減らし方」（京都市の既存の業種別ごみ減量啓発資料）＜p1～26＞

業種別に実践ポイントをまとめ＜p6～15＞、広く配布、ホームページに掲載
⇒ 【参考資料③】のような事例をとりまとめて、こうした媒体で市が公表することは可能であるが、関心のある事業者しか見ないことが課題

② 食「京都をつなぐ無形文化遺産」「京の食文化－大切にしたい心、受け継ぎたい知恵と味」＜p27～36＞

⇒ 「京の食文化」が持つ特質として、「食への姿勢」を紹介＜p31＞

- ・ 自然や命、食に関わる人への感謝「いただきます」「ごちそうさま」
- ・ 生活の中から生まれた、食材を無駄なく大切に使う心「始末」「もったいない」など

③ 食「健康長寿のまち・京都食育推進プラン（仮称）」骨子案＜p37～48＞

食品ロスの低減など環境を考えた食生活を実践すること、京都の食文化を正しく理解し、継承することを目指す姿として掲げている＜p43＞。

④ 食「次期京都市 食の安全安心推進計画（平成28～32年度）」骨子案＜p49～64＞

「正確かつ適切な情報の発信」を施策として掲げ、環境への配慮も視野に、料理を作りすぎないことや食品の保存方法等に関する正しい知識を推進することとしている＜p56＞。

⑤ 「食べ残し持ち帰り」に関するガイドライン（「食べ残しゼロ推進店舗」認定制度）＜p65＞（以下、抜粋・要約）

- ・ 食べ残しの持ち帰り行為は、①提供飲食店から衛生上の注意事項を説明し、お客様が同意した場合、かつ、②お客様からの申し出があった場合、行われる。
- ・ 生鮮食品など調理の必要がある食品は（食べ残しの持ち帰りに）提供しない、また、お客様からの希望があっても提供しないものとする。
- ・ 持ち帰った料理を食したことにより、食中毒等が起きた場合、その責任の一切は、お客様による自己責任となる旨、説明責任を負うものとする。

⑥ **長野県の食べ残しを減らそう県民運動と事例紹介（食料・農業・農村政策審議会食料産業部会 第7回食品リサイクル小委員会 中央環境審議会循環型社会部会 第5回食品リサイクル専門委員会 第5回合同会合資料）＜p67～80＞**

- ・ 「宴会食べ残しモニター店」を募集し、宴会における取組を実施するとともに、食べ残し量を計量するモニタリングを実施（10店中9店で食べ残し量が減少）

（とりまとめられた取組ノウハウ）

- ・ お客様とお店の協力がポイント
- ・ 提供する料理内容は周知と相談を
- ・ 計量で実態を知ること大事
- ・ それでも残るのは・・・（お酌することが主となる宴会、立食形式など会話が主となる宴会 など） **<p73>**
- ・ 『宴会たべきりキャンペーン』の実施 **<p77>**
宴会で食べ残しをしないための呼びかけ例を掲載した幹事（たべきり応援幹事）向けのチラシを、飲食店等を通じて幹事に配布

（チラシの主な内容） **<p79>**

- ・ 予約編：参加者の年齢層や男女比、会の趣旨などを店に伝える。
当日注文の場合は、食べられるだけ注文、足りない場合に追加する。
- ・ 当日編：開始時に「残さず食べよう」と呼びかける。
大皿にちょっとずつ残った料理は食べられる人に勧める。
お開き前（中締め前）には、食べきるよう呼びかける。
※ 開始時、お開き前の呼びかけ例を記載

⑦ **食** 宴会等で飲食店等を利用される方にお願ひです！！（横浜市）＜p81～84＞

⑥の長野県と同様の内容＜p81＞とチラシ＜p83＞をホームページに掲載

⑧ **食** ウィークックナビ（パナソニック株式会社）＜p85～86＞

「段取り上手で時短」,「食材使い切り」,「簡単美味しい」をテーマに, 1週間分の夕食の献立を, 料理研究家の先生が考えた美味しいレシピの中から食材のバランスを考えて構成し, その献立を休日にとまとめて効率的に料理する段取りと, 美味しさを損なわない冷凍保存のコツを提供するウェブサイト

⑨ **観光** 京都市の観光客数の動向（平成26年京都観光総合調査から抜粋・加工）＜p87～90＞

- ・ 観光客数は増加しており, 平成26年は過去最高の5,564万人＜p87＞
- ・ 外国人観光客は, 個人旅行が80%弱を占め＜p87＞, 到着前の情報源はインターネットが多く（公式ウェブサイト（Kyoto Official Travel Guide）も3割強が利用）, 到着後は, 観光案内所, ホテル・旅館の比率が高い（各4割弱。インターネットは3割強）＜p88＞。アクセスは, 鉄道又はバスであることから, 京都駅を利用していることが多いと考えられる＜p88＞。
- ・ 国内観光客については, 110万人が修学旅行生として訪れ, 特に中学生は, 全国の対象者数のうち3人に2人が京都市を訪れている（小学生及び高校生は6人に1人）＜p89＞。一般客は, 訪問回数5回以上が8割以上を占めており, リピーターが多い＜p89＞。主な情報源は, インターネット（5割弱が利用）, ガイドブック（3割弱）で, 購入されているお土産物は多種類にわたる＜p90＞。

⑩ **観光** トリップグラフィックス～京都のマナー編～＜p91～96＞

（「京都のトリセツ」第二弾！“京都のあきまへん”）

世界最大の旅行情報サイト「Trip Advisor」を運営するトリップアドバイザー株式会社と京都市が連携し, 外国人観光客に守っていただきたいマナーを掲載したリーフレットを作成。公式ウェブサイト（Kyoto Official Travel Guide）等にも掲載し, 広く周知

（掲載内容）路上喫煙, 畳に土足で上がる, ごみのポイ捨て 等＜p93＞

※（参考）第一弾では, 乾杯条例や, 京の食文化などを紹介＜p95～96＞

⑪ **観光** 京都市まちなみ美化啓発しおり＜p97～98＞

ポイ捨て禁止, ごみの持ち帰りを推奨するしおり等を作成, 配布＜p98＞

⑫ **観光** 京都ブランド名産品公正取引協議会＜p99～108＞

- ・ 関係事業者, 商工会議所等で構成される協議会で,
 - ・ 「観光土産品の表示に関する公正競争規約」（公正取引委員会認定）＜

p103～107>に基づく土産品の認定（認定マークの表示を許可<p101>）

- ・ 同規約に基づき、京都府域の観光土産品の無作為買上による検査を実施 <p99>

・（参考）本協議会による認定は、違反のない適正な商品に付与するものであるが、「グッドデザイン賞」（経済産業省）のように、環境に配慮した包装などのコンテストを行い、表彰することにより、新たな製品開発を支援する制度もある<【参考資料③】業種別取組事例集 p24 3-33>。

⑬ **全般** 海外における食品廃棄物等の2R推進のための取組動向（関係文献を参考に京都市が作成）<p109～118>

- ・ 欧州委員会等が食品廃棄物の削減目標を提案。EU各国が発生抑制目標を設定<p109～110>
- ・ EUが、域内における食料廃棄の5割削減を目指し、幅広いステークホルダーの参加の下、基礎調査から政策提言、ソーシャルイノベーションの促進等を行う「FUSIONS」を立ち上げ、facebookにおける情報発信等、様々な活動を実施<p111>
- ・ イギリスの非営利団体「WRAP(Waste & Resources Action Program)」が立ち上げた「Love Food Hate Waste」では、ウェブサイトを通じ、基礎情報の発信に加え、消費者が無駄をなくし、賢く家計をやりくりできるようなアドバイスやツールを提供<p112>

（例）買い物には、買い物リストを持って無駄な買い物はしない。

- ・ フランスでは、まだ食べられる食品をスーパーマーケットが廃棄処分することを禁じることを法制化したが、憲法評議会で違憲と判断され、政府は大手流通業者との協議を通じて食料品の廃棄物対策を実施する方針をとることとした<p114>。
- ・ レジ袋削減の取組については、EUでは指令によって、各国がEUの定める削減目標を達成するか、無料配布の禁止を選択することとされている。
アジアでは、韓国、台湾が法律によりレジ袋を有料化し、中国では北京オリンピックを契機に、北京市を中心に有料化が拡大中である。
アメリカでは、州単位や市単位で、レジ袋無料配布禁止の法制化が拡大しつつある。 <p115～116>
- ・ デンマークでは、使い捨て食器等の使用に対する事業者への課税が、韓国では、食堂、スーパー等での一部の使い捨て商品の無料提供を禁止している。

<p117～118>

⑭ 全般 2012 ロンドンオリンピック・パラリンピックにおけるサステナビリティの取組<p119~160>

※ p121~144 は、「平成 26 年度特定調達品目検討会プレミアム基準の活用に係る専門委員会（第3回）」（環境省）の資料。p119~120 は、これを京都市が要約したもの。

※ p145~160 は、NPO法人持続可能な社会をつくる元気ネット主催のマルチステークホルダー会議（平成26年10月31日開催）の資料

- ・ 気候変動、廃棄物等に関する公約を掲げたロンドン2012サステナビリティプランを策定（廃棄物の公約例：大会開催中に発生する廃棄物の70%を再利用・リサイクル，あるいはたい肥化する。）<p119 上>
- ・ 公約実現のため，ロンドン2012サステナブルイベントガイドライン等のガイドラインを策定し，3R等の環境に配慮した製品・サービスの調達，飲食物の提供，ごみの清掃，配布物などを規定<p119 下>
- ・ 包装材ガイドライン（3Rに配慮したデザイン，材料の選択等），フードビジョン（食の安全と衛生，環境マネジメント等）も併せて策定<p120>
- ・ 持続可能な社会を目指し，総合力を高めた4つのポイントは，①持続可能性専門チームの設置，②評価基準としてマネジメントシステムの導入・国際イベントマネジメントシステム ISO20121 への発展，③持続可能性基準を関係者に浸透させる研修の徹底，④民間・NGO・市民との共創<p148>
- ・ オリンピックを通じて，関係機関，事業者，市民，NGOが一丸となって，持続可能な都市・システムを創り上げた自負があり，「共に創り上げた成果」をレガシー（遺産）として誇りを持ち活用するとともに，ロンドンの暮らしにもエコライフが浸透<p147, p159>

【国内での“共創”の例】～祇園祭ごみゼロ大作戦～

2014 年から開始した「祇園祭ごみゼロ大作戦」では，繰り返し何度も洗って使用できる「リユース食器」を露店へ約 21 万食分導入。また，延べ 2 千人を超えるボランティアスタッフの協力を得て，烏丸通など主要な場所にリユース食器の回収やごみの分別回収を行う「エコステーション」を配置し，ごみの減量呼び掛け。

こうした取組により，2014 年の両日(7/15・7/16)の来場者は前年度より 24%増えて約 62 万人だったのに対し，全体の廃棄物量は約 25%減少。

⑮ 全般 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を契機とした環境配慮の推進について（平成 26 年 8 月 環境省）<p161~164>

- ・ リサイクルに先立って，2Rを可能な限り推進することを基本とするとともに，いわゆる「都市鉱山」を利用し，地上資源をより一層活用することが求められる<p163>。
- ・ 大会運営に当たって実施されるべき2Rをはじめとする取組は，大会運営にとどまらず，東京都市圏，ひいては全国に波及させることが重要である<p164>。

4 食品ロス削減等の市民・事業者の行動場面別ごみ減量メニューのとりまとめに向けた論点整理（とりまとめのたたき台）

審議会での意見、関係事例等から得られた知見等を踏まえ、ごみ減量メニューのとりまとめに向けた検討を行う。

（１）検討の考え方

ア 対象とするごみの種類・行動

検討の対象とするごみは、「新・京都市ごみ半減プラン」の2Rに関する目標として掲げる「食品ロス」，「レジ袋」，「乾電池」を軸とするが，イの「検討する場面（分野）・取組」において，これら以外にも重要と考えられる品目は，検討対象に取り込む。また，2Rのみならず，分別・リサイクルについても重要な行動は取り込む。

イ 検討する場面（分野）・取組

- 「しまつのこころ条例」において重点的に取り組む6つの分野
（ **ものづくり** **食** **販売と購入** **催事（イベント等）** **観光** **大学・共同住宅等** ）
に留意しつつ，2Rの目標の中で最も排出量の多い「食品ロス」の排出実態を踏まえて場面を選ぶ。
- 京都らしく，かつ，印象に残りやすいターゲットを選ぶ。
- 今回の検討で特に重視する「市民，事業者が，ごみ減量，資源循環，環境負荷の低減等の目的について，共通の認識を持てるようにする」観点で，各場面（分野）それぞれにおいて，拡大することが必要と考えられ，かつ，比較的取り組みやすいと考えられる場面・取組を選ぶ。
- 供給側と需要側（利用側）が連携，コミュニケーションを図り，共に取り組むことが極めて重要であることから，これらの主体が取組を介して「対」になるよう考える。
- なお，前述の考え方でターゲットを絞り込んで検討を行うが，あくまで現時点でのごみ減量メニューの考え方であることから，ごみ減量メニューの更なる拡大も視野に入れつつ，今回検討したメニューを実践していく必要がある。



(ア) 観光

ものづくり 食 販売と購入 催事(イベント等) 観光 大学・共同住宅等

審議会の意見，食品ロスの排出実態（宿泊施設の食品ロス排出量が多く，食料品使用量に対する食品ロス排出率も高い。），観光客の動向を踏まえ，宿泊施設，修学旅行，土産物の製造・販売・購入に関する2Rの取組を検討する。

(イ) 宴会

ものづくり 食 販売と購入 催事(イベント等) 観光 大学・共同住宅等

審議会の意見，食品ロスの排出実態（食料品の使用量に対する食品ロス排出率が高い。），印象に残りやすい特徴的な場面であることを踏まえ，2Rの取組を検討する。

(ウ) 高齢者入所施設（老人ホーム等）

ものづくり 食 販売と購入 催事(イベント等) 観光 大学・共同住宅等

食品ロスの排出実態（3番目に多い業種）と，今後高齢化が進んでいく状況を見据え，2Rの取組を検討するとともに，食品リサイクル法の対象外となっていることから，分別・リサイクルの可能性についても検討する。

(エ) 暮らし（買い物・食事を中心に）

ものづくり 食 販売と購入 催事(イベント等) 観光 大学・共同住宅等

（ア）から（ウ）は，食品ロスの排出実態と京都らしさ，インパクトの観点で抽出した特定の場面について検討を行うものであるが，家庭ごみの減量を一層促進するためには，暮らしにおける行動をしっかりと押さえておく必要があるため，「食品ロス」，「レジ袋」，「乾電池」を中心に，買い物と食事，分別・リサイクルのポイントとなる取組をとりまとめる。

(2) 場面（分野）ごとに重点的に取り組むべき具体的メニュー

(1) イの「検討する場面（分野）・取組」に掲げる視点（8ページ）で検討し、取組を網羅的に検討するのではなく、重要と考えられるものに絞り込み、当面の取組と継続課題に分けて、以下のとおり整理した。

ア 観光

(ア) 当面の取組

取組事例から抽出した下表の取組の拡大を図る。

A 宿泊施設（宿泊客は下表と「対」になる取組を実施）

取組概要
予約サイトのHP、予約者への連絡メール・郵送物等を活用して、ごみ減量の取組内容を伝える（協力を呼びかける。）。 アメニティグッズの削減（詰め替えボトル式シャンプーの使用等）等ごみの減量を呼びかけるため、フロントに卓上プレート、室内に施設パンフレット等を置く。フロントスタッフが取組を口頭で伝える。 分別の呼びかけ。分別専用ごみ箱を設置できない場合は、客室のごみ箱横に資源ごみを置くよう案内。 小盛りメニュー・ハーフサイズメニューの提供 メニューに写真を載せるなど料理のボリュームを伝える。 お店のルールを丁寧に伝える（例：おかわり自由ですが、食べ残しは遠慮ください。）

B 土産物の製造・販売・購入

取組概要
お土産の目的（自宅用、贈答用等）に沿った包装形態の提示と提供、購入

C 修学旅行

小学校及び高校と比べ、中学校の修学旅行生は、京都訪問率が際立って高く、また、京都への観光客は再訪率が高いことから、現在とはもとより将来的なごみ減量効果も期待し、中学校を中心とする本市外の修学旅行生を対象に、アメニティグッズの削減やマイバッグの持参などに取り組んでいただくよう、学校を通じた働きかけを行う。

（イ）継続課題

包装物の環境負荷規範の検討を続けるとともに、包装等の工夫により、土産物の製造・販売者と購入者が、共にビジネススタイル・ライフスタイルの転換にインセンティブを感じていただける取組を検討する。

イ 宴会

（ア）当面の取組

- 長野県などの事例を参考に、食べ残しをしないことが難しい場合があることに留意しつつ、お店と幹事の連携を促進する取組の拡大を図る。

【長野県の例】

宴会食べ残しモニター店の取組を通じてとりまとめられたノウハウ

- お客様とお店の協力がポイント
- 提供する料理内容は周知と相談を
- 計量で実態を知ることも大事
- それでも残るのは・・・（お酌することが主となる宴会、立食形式など会話が主となる宴会 など）

幹事向けチラシの主な内容

- 予約編：参加者の年齢層や男女比、会の趣旨などを店に伝える。
当日注文の場合は、食べられるだけ注文、足りない場合に追加する。
- 当日編：開始時に「残さず食べよう」と呼びかける。
大皿にちょっとずつ残った料理は食べられる人に勧める。
お開き前（中締め前）には、食べきりよう呼びかける。
※ 開始時、お開き前の呼びかけ例を記載

- 加えて、食べ残しを持ち帰る、いわゆる「折詰め」の普及促進も図る。

（イ）継続課題

取組の効果を検証するため、モニタリング調査の実施について検討する。

ウ 高齢者入所施設（老人ホーム等）

- 本業種については、「しまつのこころ条例」の29項目に該当していないことを踏まえ、取組事例から抽出した下表の取組について、**継続課題として位置付け**、拡大が可能かどうかの検討から始める。

取組概要
食べ残しの少ない食事の提供（量、嗜好等）と食事環境の創出（団らん、行事等）

- また、2Rの取組の拡大可能性を検討するとともに、分別・リサイクルを効率的に行う方法も検討する。

エ 暮らし

(ア) 当面の取組

- ・ 取組事例から抽出した下表の取組の関係事業者への拡大を図りつつ、市民への一層の周知を行う。
- ・ その際、消費期限と賞味期限と、欠品等「売り切れ」に対する理解促進を図るため、市民への働き掛けを工夫していく（商品棚の手前から購入してもらう、欠品理由を説明する 等）。
- ・ また、雑がみなどの分別・リサイクルの取組も併せて周知する。

業種	取組概要
飲食	予約サイトのHP、予約者への連絡メール・郵送物等を活用して、ごみ減量の取組内容を伝える（協力を呼びかける。）。
	小盛りメニュー・ハーフサイズメニューの提供
	メニューに写真を載せるなど料理のボリュームを伝える。
	お店のルールを丁寧に伝える（例：おかわり自由ですが、食べ残しは遠慮ください。）
	持帰りが可能であることの情報提供とともに、食中毒等をおこさないように自己責任であることを説明
小売	手前の商品から購入してもらえるよう工夫（陳列方法等、賞味期限、消費期限が近い商品から購入していただく工夫）
	サッカー台のロール袋を過剰に取らないようメッセージを掲示
小売・製造	二次電池の環境面からの優位性、価格比較の情報を発信

(イ) 継続課題

A レジ袋

平成27年10月から、食品スーパーにおけるレジ袋有料化が大幅に拡大されたところであるが、その他の業態についても、「しまつのこころ条例」に基づく「レジ袋の要否確認」を着実に実施していただきつつ、有料化の実施可能性を追求する。

B 乾電池

安価で多本数がセットになって販売されるケースが多く見られることなどからも、消費者の意識転換を促すために、エネルギー効率などデータを活用したインパクトのある啓発内容を検討する。

(3) メニューの実践を促す市の取組

市民、事業者、観光客に、検討した取組メニューを実践していただくために必要となる市の取組を検討し、以下のとおりとりまとめた。

ア 修学旅行

具体的メニューとして、アメニティグッズの削減やマイバッグの持参などに取り組んでいただくよう、学校を通じた働きかけを行うとともに（10ページ参照）、修学旅行生に、京都の取組をPRするエコグッズを提供するなど、地元での発信に繋がる取組も効果的であると考えられる。

イ 高齢者入所施設（老人ホーム等）

2Rの拡大可能性と、分別・リサイクルの実施可能性を検討するためには（11ページ参照）、実態を把握するための調査や、モデル的な分別・リサイクルの取組を行う必要がある。

ウ ICT（情報通信技術）の有効活用

ごみ減量への関心があまり高くない方々の関心を高め、実践を引き出すためには、従来型の紙媒体とホームページだけの情報発信にとどまらず、近年急速に普及しているスマートフォンのアプリなどのICTを活用することにより、「楽しさ」や「便利さ」といった切り口から、ごみの減量に誘導するような工夫も必要である。

その際、教育機関との連携や、人気のあるウェブサイトの紹介・連携、新鮮なコンテンツの継続的な追求など、利用者を開拓し、使い続けていただくよう努めることも必要である。

エ 情報発信

今回検討したごみ減量メニューを、市民、事業者、観光客に、よりわかりやすく伝える必要があることから、啓発媒体等を作成する際には、次の3つのポイントに留意する必要がある。

- ① 市民、事業者、観光客が、共に取り組んでいただくために、ごみ半減をめざす「しまつのこころ条例」になぞらえ、今回検討した取組メニューを「京

のしまつの心得」＜〇〇編＞（〇〇：観光，宴会，暮らし）としてとりまとめ，市内外に積極的に発信していくといったように，京都らしさを醸し出しつつ，インパクトのある発信を行っていくことが必要である。

※ 高齢者入所施設は，他の3つと比べて場面がかなり限定的であるため，対象から外している。

② 観光客への情報発信は，ホームページが中心となるが，特に外国人観光客は，現地入りしてからは，観光案内所，宿泊施設を情報源としていることが多いことから，紙媒体での発信も必要である。また，英語や中国語での発信はもとより，外国人観光客の関心を引くよう，表現の工夫も必要である。

③ 食品ロス削減の取組を発信する際には，「京の食文化を正しく理解し，継承すること」が食育の観点で目指す姿とされていること踏まえ，“京都をつなぐ無形文化遺産”に指定される「京の食文化」に掲げられている「食への姿勢」である，「いただきます」「ごちそうさま」といった生産者など食に関わる方々への感謝の気持ちと，「始末」「もったいない」といった食材を無駄なく大切に使う心を伝えていく必要がある。

オ 継続課題

① 「リユース」等に関するメニューの検討

本検討では，2Rの中でも「リデュース」のメニューが検討の中心となったが，自動車などで拡大しつつある「シェアリング」や，家財道具などの「ストックごみ」への対応など，「大型ごみ」に対象を広げた場合にごみ減量の取組の中心となる「リユース」等（レンタル，リペアなど「リデュース」に該当する取組等も含む。）についても，市民・事業者の取組と，それを促進する市の取組を今後検討していく必要がある。

② 効果の検討，検証，見える化

ごみ減量メニューの実践により，具体的にどのような効果がもたらされるのかを検討（推定）し，その効果を実際に検証することによって，メニューの改善・見直しに生かすとともに，効果の見える化を図ることによって，市民・事業者の取組の促進に繋げていくことが必要である。