

プランの進捗状況

1 ごみ量指標

1-1 ごみ量（市受入量）

1-2 家庭ごみ量

1-3 事業ごみ量

1-4 （参考）経済動向

1-5 ごみ処理量

2 （参考）ごみ処理経費

2-1 総額

2-2 手数料算定基礎額

3 2R・リニューアブル指標

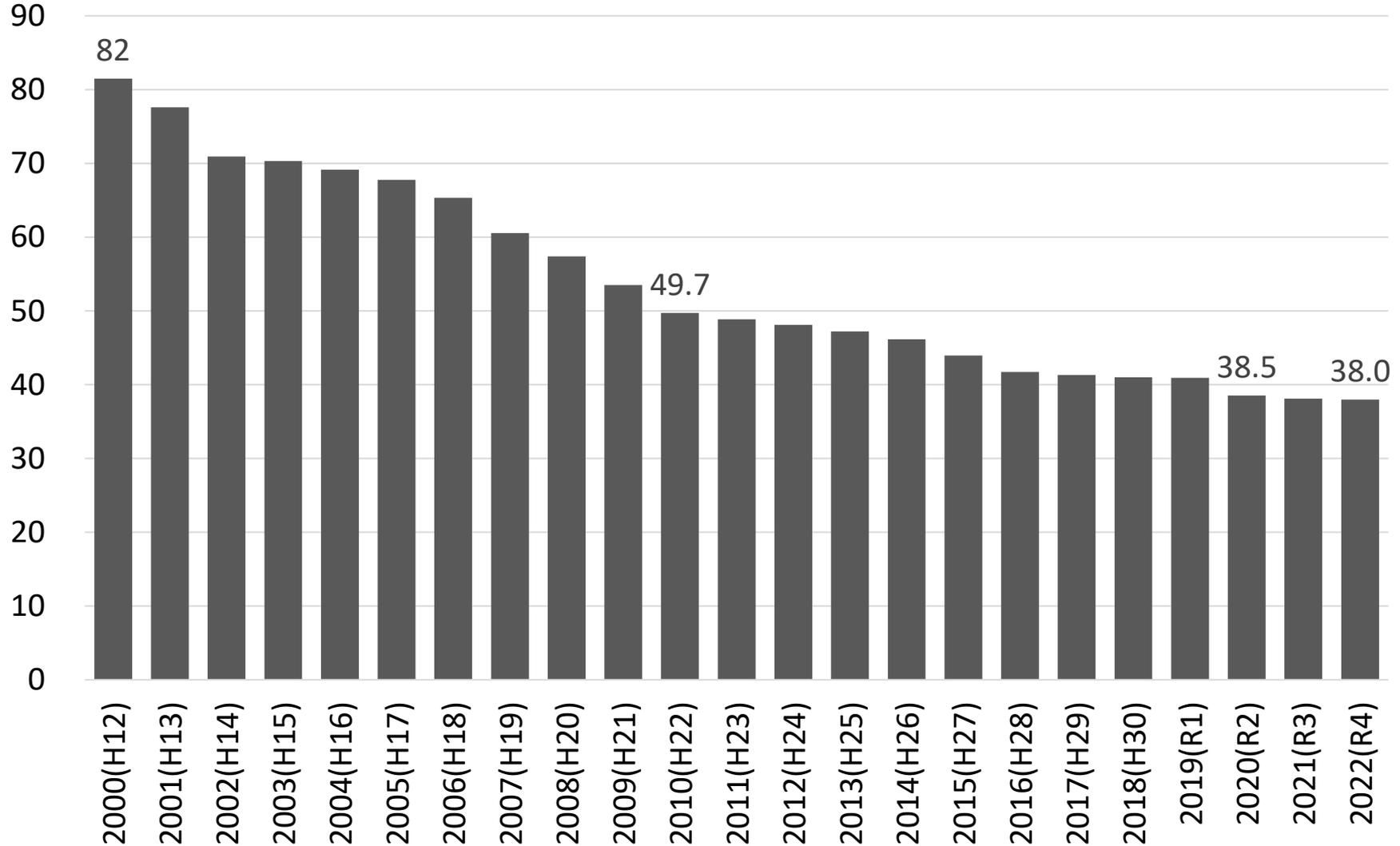
3-1 プラスチック関連
（使い捨て・レジ袋・ペットボトル）

3-2 食品ロス排出量

1-1 ごみ量(市受入量)①

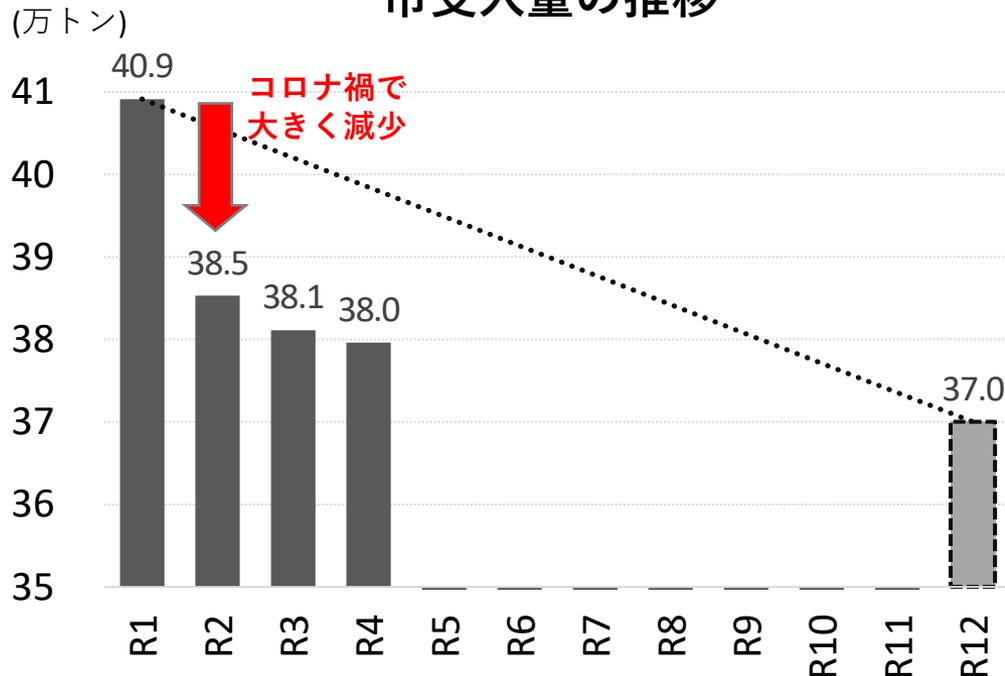
(万トン)

市受入量のピーク時からの推移



1-1 ごみ量(市受入量)②

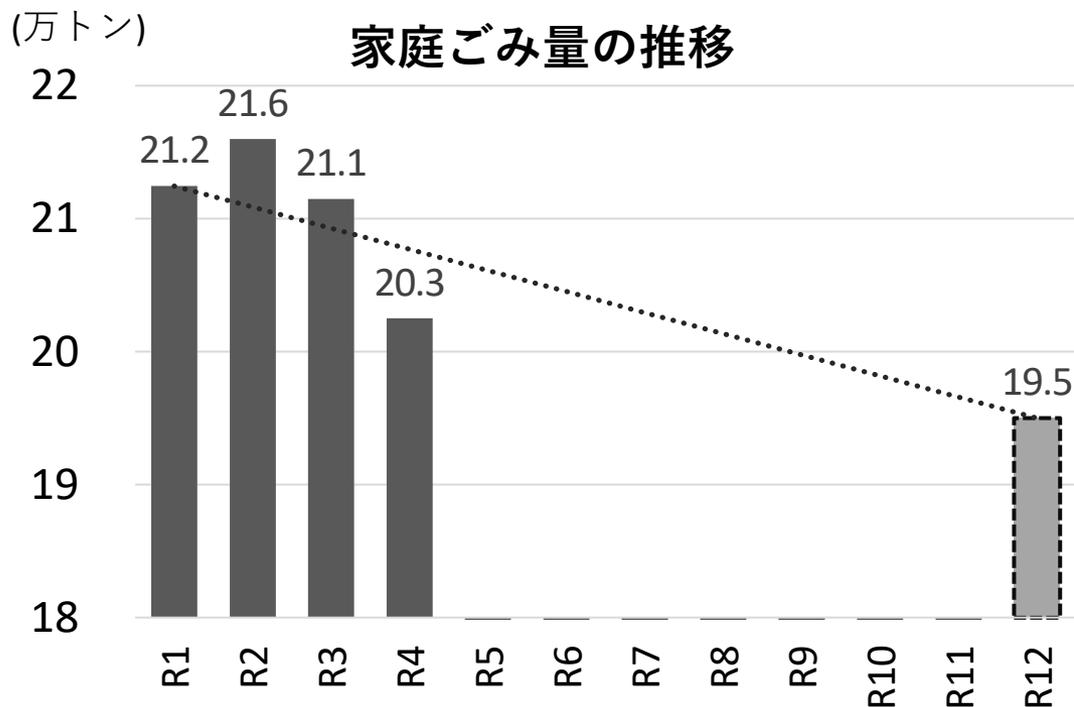
市受入量の推移



- R 2 年度にコロナ禍の影響を受け、大きく減少
- その後、R 3 年度、R 4 年度も減少（ピーク時から 2 2 年連続）
- R 1 2 年度の目標 3 7 万トンまで残り約 1 万トン
- ただし、コロナ禍からの社会経済活動の回復等に伴うリバウンド等に注意が必要

	R 1 年度 【基準】	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 1 2 年度 【目標】
市受入量	40.9万ト	38.5万ト	38.1万ト	38.0万ト	37.0万ト
対基準年比	—	▲5.8%	▲6.8%	▲7.2%	▲10%
対前年比	▲0.2%	▲5.8%	▲1.1%	▲0.4%	—
市民1人1日当たり	762g	721g	718g	718g	700g

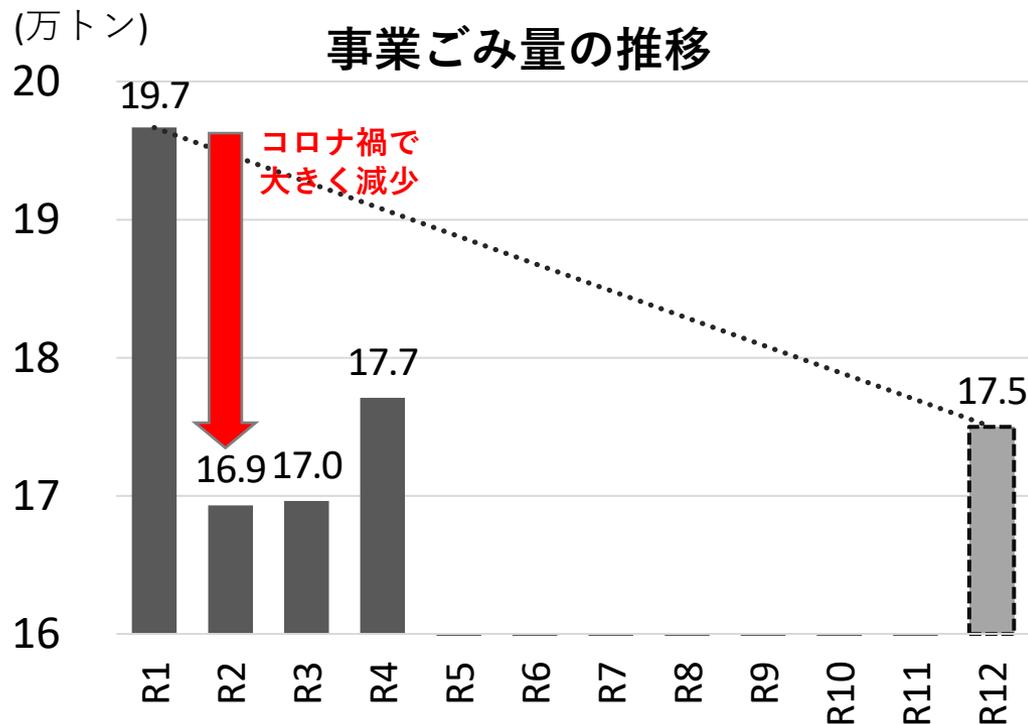
1-2 家庭ごみ量



- R 2 年度はコロナ禍での外出自粛、テイクアウト利用、宅飲み増加、テレワーク対応、片付けごみの発生等で増加
- R 3 年度は家庭へのコロナ禍影響が落ち着き、減少
- R 4 年度は物価高騰の影響もあり大きく減少
- R 1 2 年度の目標 1 9.5 万トンまで残り 0.8 万トン

	R 1 年度 【基準】	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 1 2 年度 【目標】
家庭ごみ量	21.2万ト	21.6万ト	21.1万ト	20.3万ト	19.5万ト
対基準年比	—	+1.7%	▲0.5%	▲4.7%	▲10%
対前年比	▲0.6%	+1.7%	▲2.1%	▲4.2%	—
市民1人1日当たり	396g	404g	399g	383g	370g

1-3 事業ごみ量

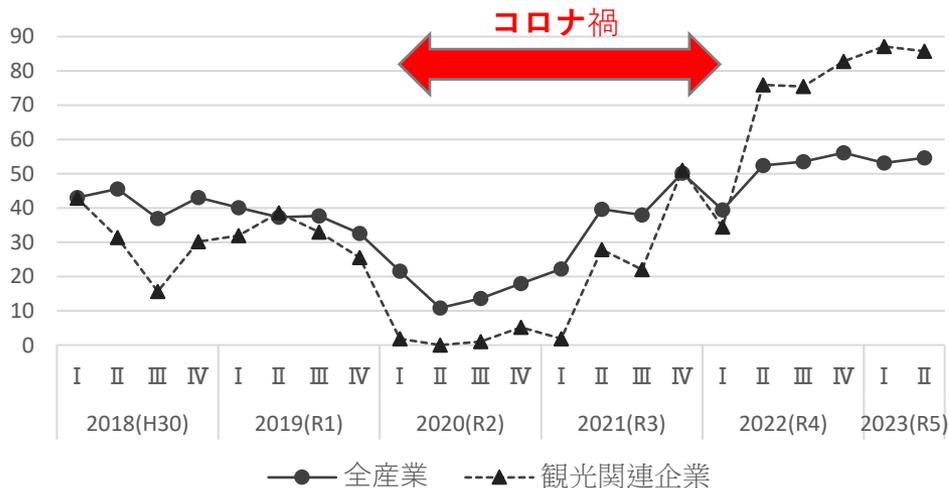


- R 2 年度にコロナ禍の影響を受け、大きく減少
- R 3 年度は引き続きコロナ禍の影響を受け、横ばい
- R 4 年度はコロナ禍からの社会経済活動の回復等に伴って増加
- R 1 2 年度の目標 1 7.5 万トンまで残り 0.2 万トンであるが、社会経済活動の回復が継続するため、注意が必要

	R 1 年度 【基準】	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 1 2 年度 【目標】
事業ごみ量	19.7万ト	16.9万ト	17.0万ト	17.7万ト	17.5万ト
対基準年度比	—	▲13.9%	▲13.7%	▲9.9%	▲10%
対前年度比	+0.3%	▲13.9%	+0.2%	+4.4%	—
市民1人1日当たり	366g	317g	320g	335g	330g

1-4 (参考) 経済動向

市内中小企業の企業景気DI

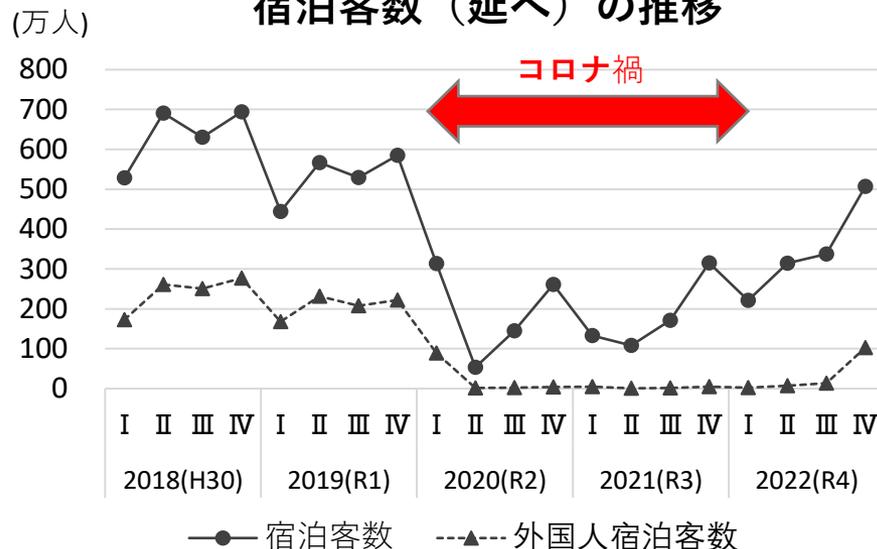


出典：京都市中小企業経営動向実態調査（京都市産業観光局）

DI：増加、上昇などと回答した企業の企業割合から、減少、低下などと回答した企業割合を差し引いた数値。50を基準として、それより上である場合は、上向き傾向を表す回答が多いことを示し、下である場合は、下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示す。

- 中小企業の景気DIはR 4 年春(II)以降、基準値の50を超え、景気回復傾向
- 宿泊者数はR 4 年秋(IV)以降、大幅に増加
- 事業ごみ量は、企業景気や観光客数と相関があることが分かる。

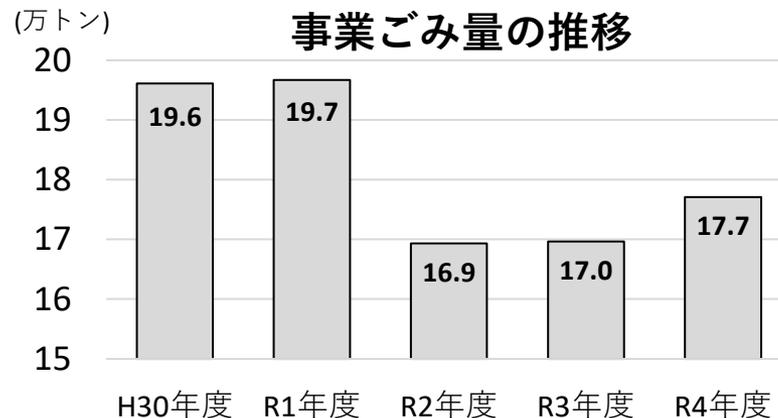
宿泊客数（延べ）の推移



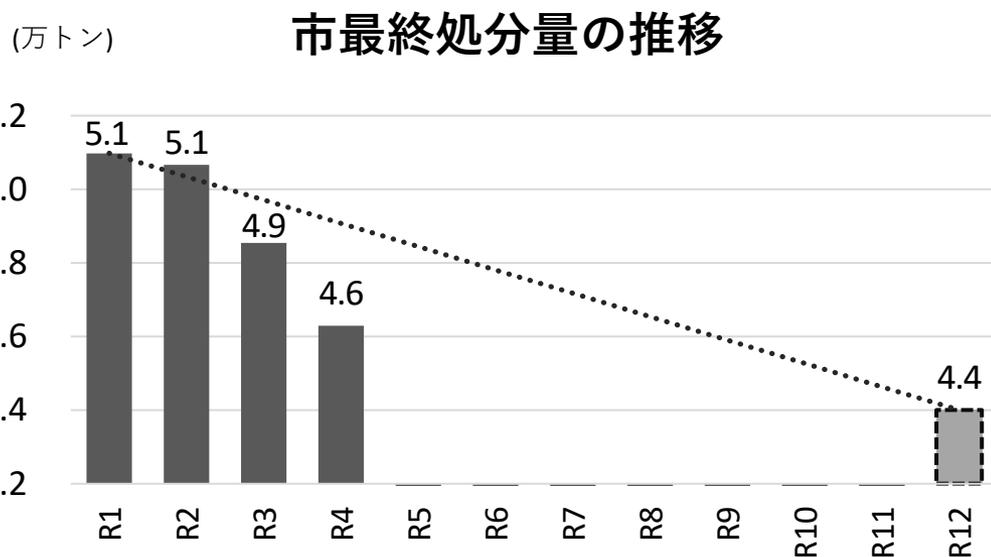
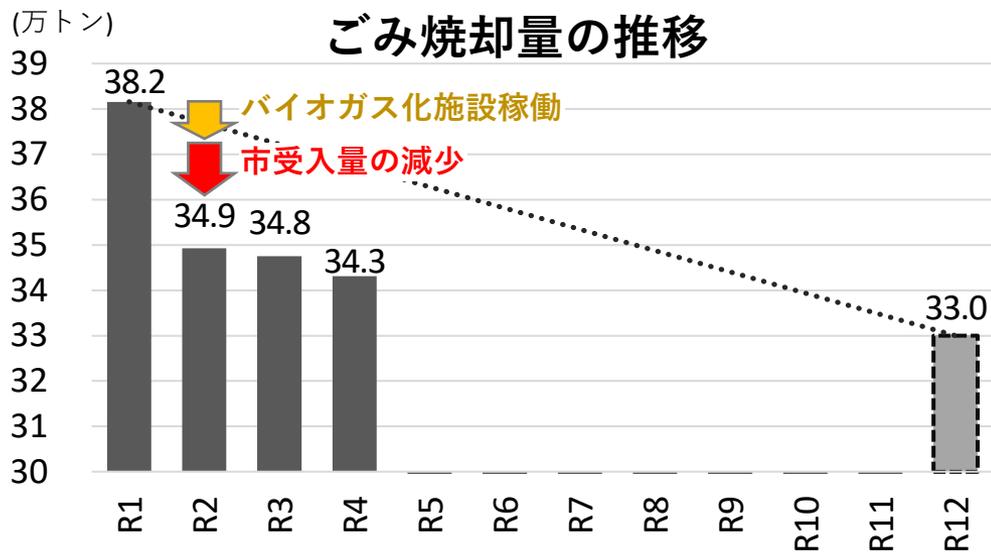
出典：観光客の動向等に係る調査（京都市産業観光局）

(注) 調査手法の変更により、令和元年以降の数値は過去の数値と時系列による比較はできない。

事業ごみ量の推移



1-5 ごみ処理量



- R 2 年度に市受入量の減少や南部CC バイオガス化施設稼働 (R1.10~) の効果によって、大きく減少
- R 4 年度は市受入量の減少やバイオガス化施設投入量の増加によりさらに減少
- R 1 2 年度目標 3 3 万トンまでは残り 1.3 万トン
- R 5 年度は製品プラ回収開始の効果が一見見込まれる。
- R 2 年度はごみ焼却量が減少したが、南部CC第一工場閉鎖及び東北部CC大規模改修に伴って、灰ピット内の灰を全排出したため横ばい
- R 3 年 9 月からは東北部CCでの焼却灰からの鉄分回収を開始し減少
- R 1 2 年度目標 4.4 万トンまでは残り 0.2 万トン

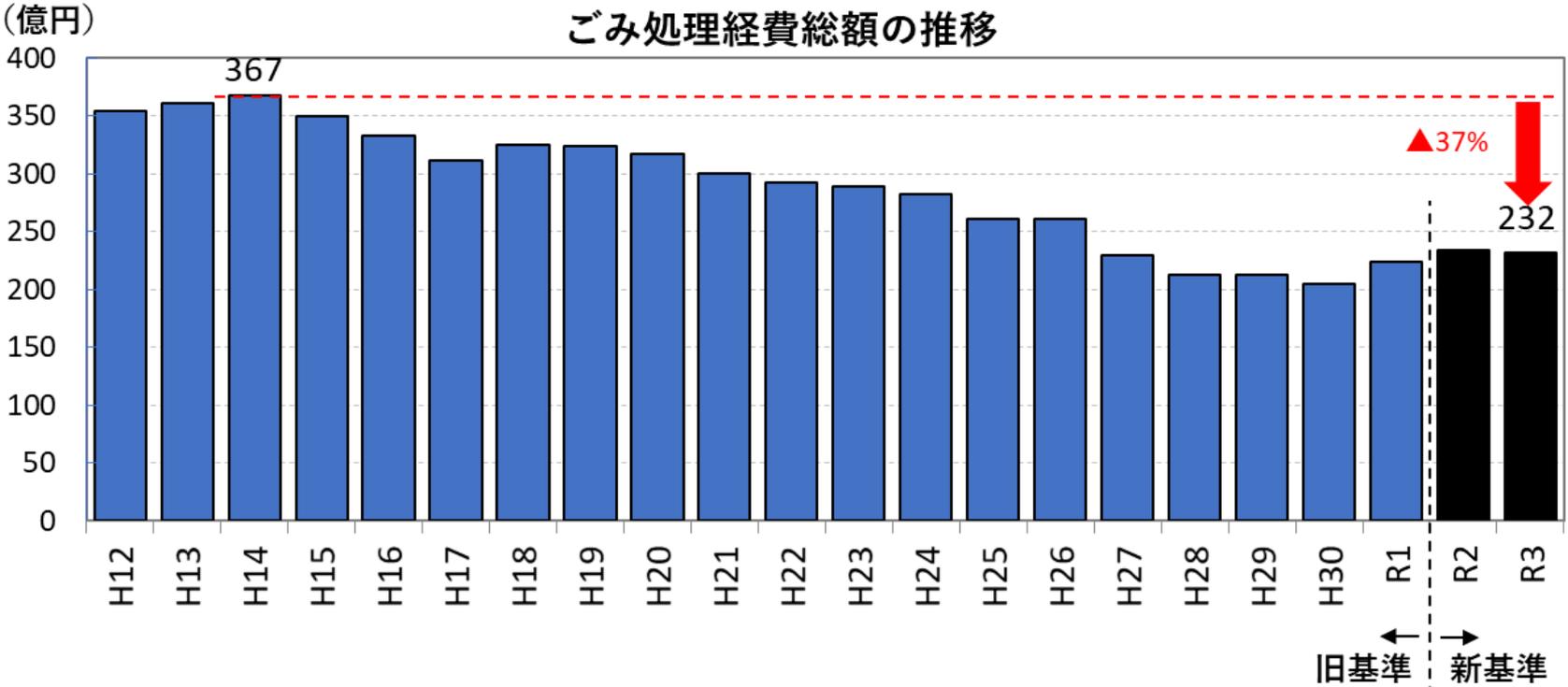
2-1 (参考)ごみ処理経費総額(令和3年度)

<ごみ処理経費とは>

行政の単年度ベースの予算・決算では、施設建設費が施工した年度に集中するため年度間で比較できないことなどから、経費の経年比較ができるよう、ごみ処理経費を算定している。

- 最新値のR3年度は**232億円**
- ピーク時(H14年度)の**367億円**から**▲135億円(▲37%)**

※国に従いR2年度から算定基準を変更している。



2-2 (参考)手数料算定基礎額(令和3年度)

<手数料算定基礎額とは>

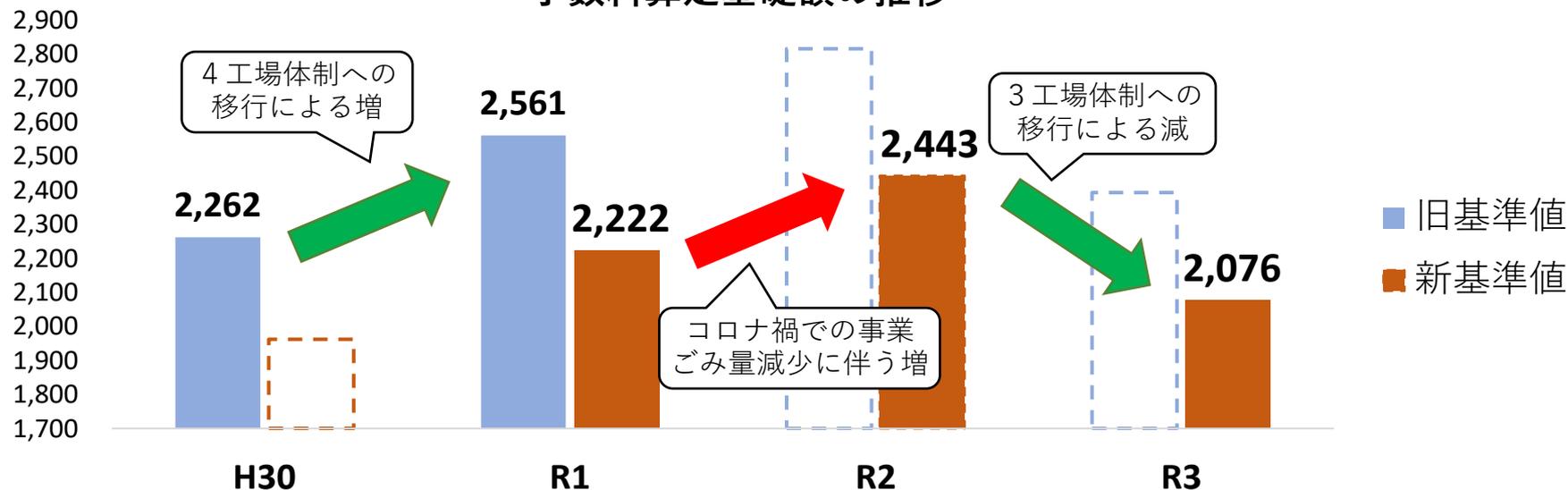
事業ごみの処理に係る収支が均衡する単価水準であり、事業ごみの搬入手数料の設定根拠となるもの。

経費から売電や国補助金等の収入分を差し引いたものをごみ量で除して算出。

- 最新値のR3年度値は**2,076円/100kg**
- R3～4年度に手数料改定について審議した際に見通した算定基礎額**2,000円/100kg**に近い値となっている。
- なお、R3年度は事業ごみ量がコロナ禍によって依然として少ない年であることに留意が必要

(円/100kg)

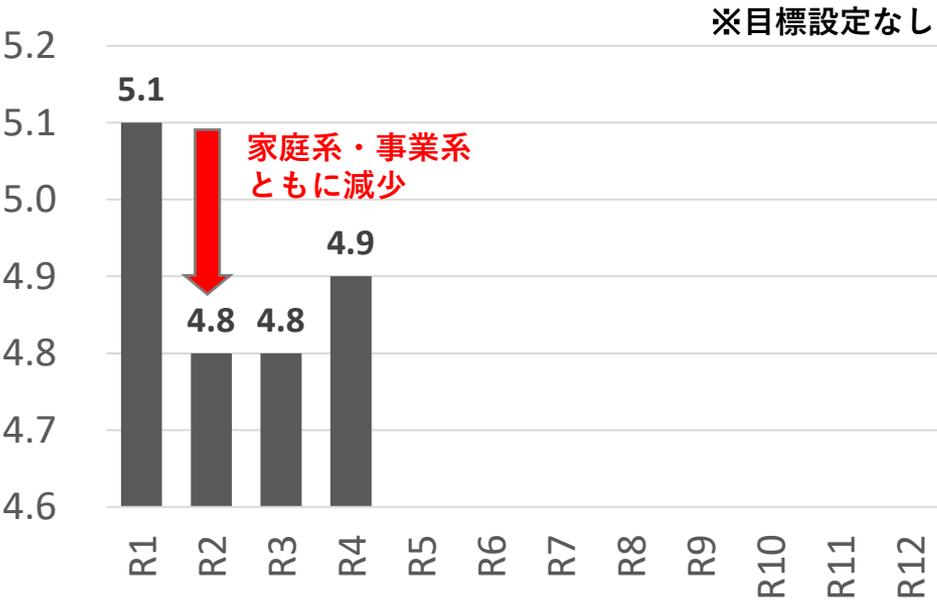
手数料算定基礎額の推移



3-1 プラスチック(2R)関連

【参考指標】使い捨てプラスチック排出量

(万トン) **使い捨てプラスチック排出量の推移**



- 家庭系は、プラ製容器包装の収集量がコロナ禍の影響により、R2年度、R3年度と増加したが、使い捨てプラ排出量としては減少傾向
- 事業系はコロナ禍による経済活動の影響によりR2年度、R3年度は大きく減少、R4年度は増加

使い捨てプラ

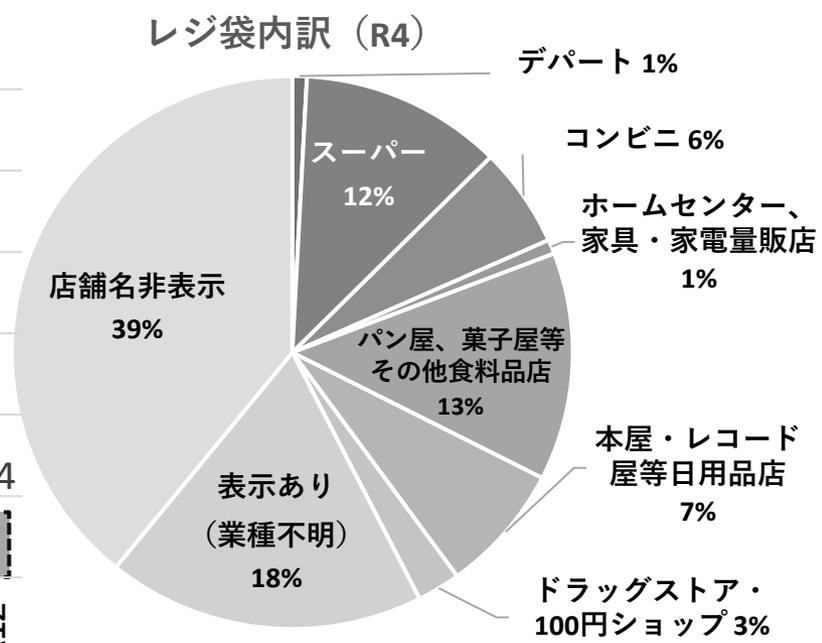
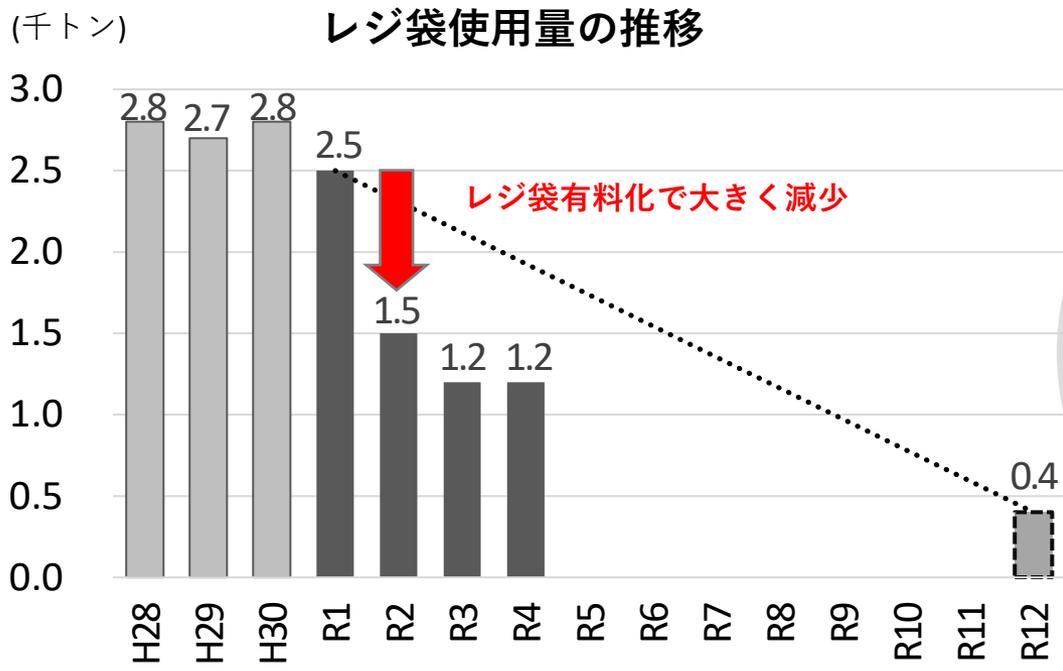
市の処理施設が受け入れている

- ・ 容器、包装材 (ペットボトル含む)
- ・ 使い捨て商品 (家庭用ラップ等)

	R 1 年度	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度
使い捨てプラ排出量	5.1万トン	4.8万トン	4.8万トン	4.9万トン
うち家庭系	3.2万トン	3.1万トン	3.1万トン	2.9万トン
うち事業系	2.0万トン	1.7万トン	1.7万トン	2.0万トン

3-1 プラスチック(2R)関連

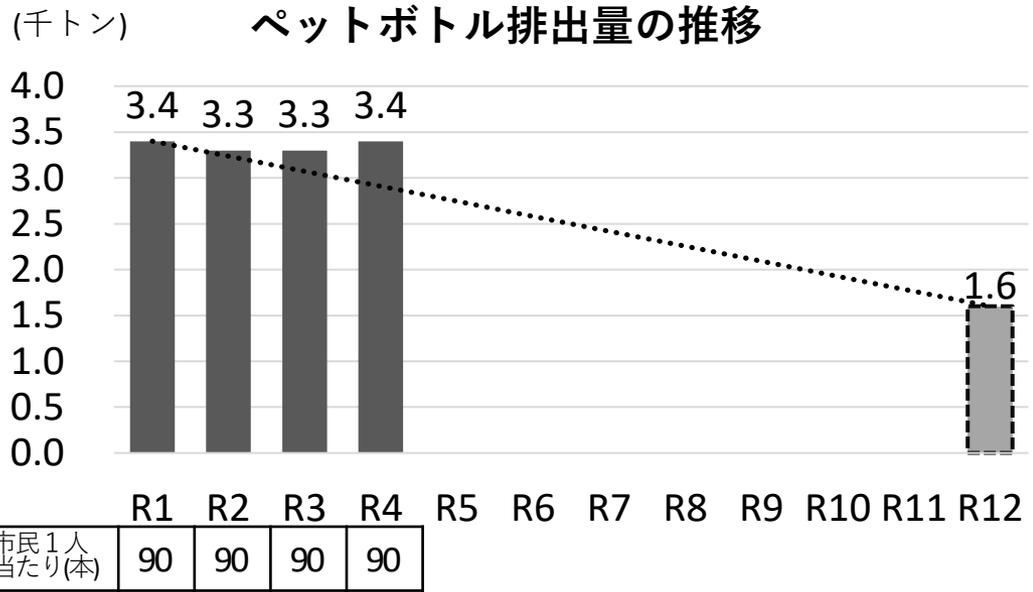
【指標】レジ袋使用量(家庭)



			H12 【ピーク】	R1 【基準】	R2	R3	R4	R12 【目標】
レジ袋使用量 (トン)			5,200	2,500	1,500	1,200	1,200	400
内訳	再使用の状況	ごみ捨て再使用	—	2,000	1,100	1,000	1,000	—
		そのまま廃棄	—	500	400	200	200	—
	店舗名表示の有無	あり(買い物時の受取が明らかなもの)	—	1,900	1,000	700	700	—
		なし(買い物時の受取が明らかなでないもの)	—	600	500	500	500	—
市民1人当たり (枚)			340	220	130	110	110	35

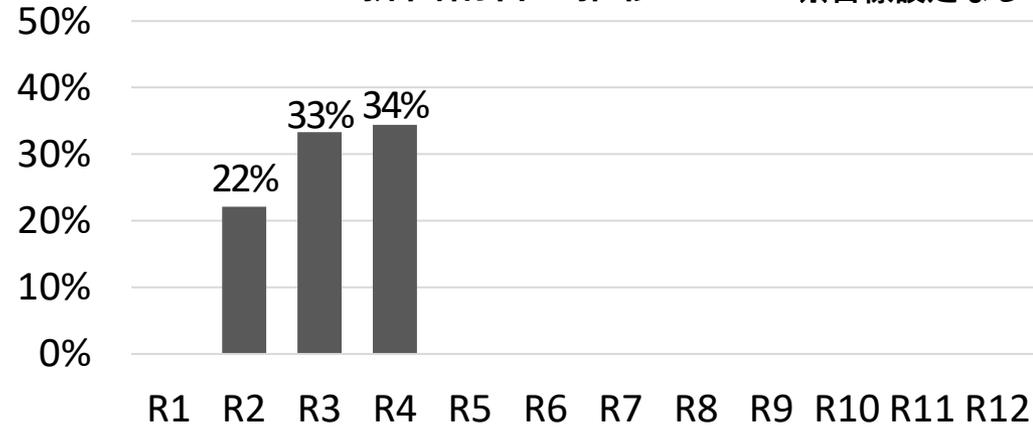
3-1 プラスチック(2R・リニューアブル)関連

【指標】ペットボトル排出量(家庭)／バイオプラスチック製容器包装排出割合



- ペットボトル排出量は横ばい傾向
- 全国の飲料販売において、ペットボトルの割合及び販売量が増加傾向であり、京都市も抜け出せていない状況
- 目標達成に向け、対策強化が必要

バイオマスプラ製容器包装 (レジ袋) 排出割合の推移 ※目標設定なし



- バイオマスプラの使用有無が明確に判別できる品目が現在レジ袋のみであるため、レジ袋のみで評価している
- R2年度のレジ袋有料化においてバイオマスプラ25%以上が有料化の対象外となったため、R3年度までは増加したが、R4年度は微増であり、有料化の影響は落ち着いた模様

3-1 プラスチック(2R・リニューアブル)関連 主な取組とその実績

《プラスチック全般》

- 宅配・テイクアウトに係るプラ削減助成(R2、R3)及び優良事例の情報発信(R4～)
- 特定プラ12品目の使用合理化に関する周知啓発及び取組状況調査 (R4～)
- 各事業 (食品ロス削減に係る啓発など) と連携した啓発の実施
- リニューアブルの取組に対する意識・意向調査及びリニューアブル化の取組状況等の把握 (市民、事業者へのアンケート)

《マイボトル・給水スポット関連》

- マイボトル推奨店の街頭・市HP等での周知啓発 (H27～)
【店舗数】 H27:64店舗 → R3:233店舗 → R4:205店舗
- 民間事業者と連携した市・民間施設への給水機の設置 (R1～)
【スポット数】 R3:824箇所 → R4:847箇所
- 地域イベントにおける給水機の設置及びマイボトル利用の周知啓発
【給水機設置件数】 R3:3件 → R4:9件

《レジ袋関連》

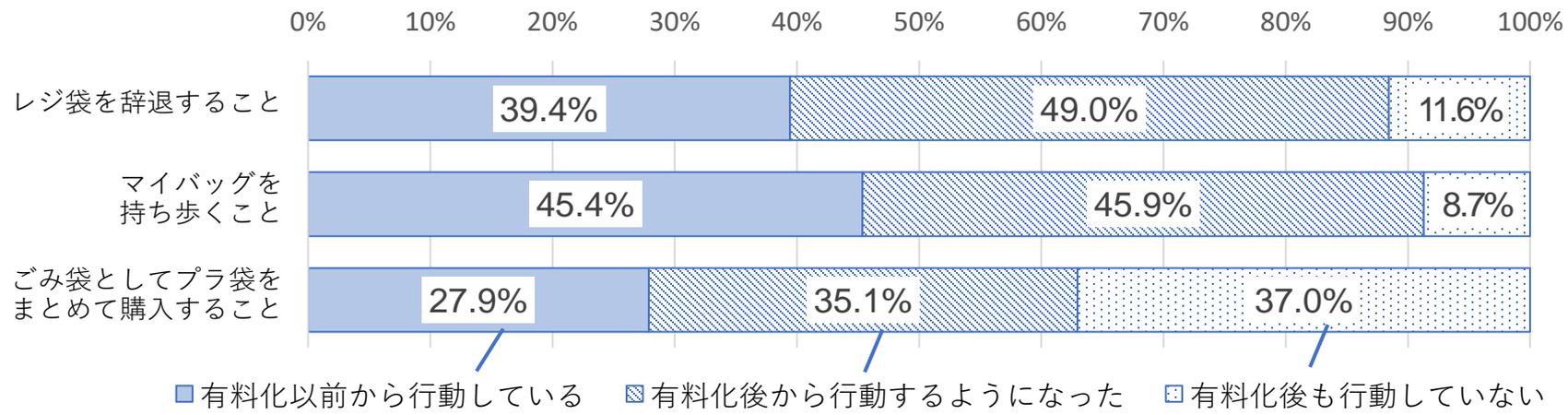
- 市内のスーパーとレジ袋削減協定を締結し、一部スーパーでの有料化やレジ袋削減の普及啓発を開始 (H18)
- しまつのこころ条例の改正 (H27年10月施行) に合わせて、市内の食品スーパー事業者 (市内各店舗の面積が計1,000㎡以上) においてレジ袋有料化を一斉実施
- レジ袋有料化 (R2年7月施行) に合わせて、事業者への有料化周知徹底及びレジ袋削減の呼びかけ

3-1 プラスチック(2R・リニューアブル)関連 アンケート結果

プラスチックごみを減らすために取り組んでいること	R1	R2	R3	R4
マイボトルを持つことで、ペットボトルの購入を控えている	35%	35%	34%	43%
使い捨てのスプーン、フォーク、ストローの利用を控えている	44%	46%	52%	58%
宿泊施設で、使い捨てのヘアブラシ、かみそり、歯ブラシの利用を控えている	—	—	—	22%
クリーニング店などで、使い捨てのハンガーの回収に協力している	—	—	—	34%
洗剤等は、詰め替え商品を利用するようにしている	80%	73%	79%	85%
分別ルールを守ってゴミを捨てている	76%	76%	83%	79%
リユース食器や、植物を原料にしてできた容器を使っているなど、環境に優しい商品を選んでいる	—	—	9%	12%
取り組んでいることはない	2%	4%	1%	1%

出典：京都市のごみ収集業務に関するアンケート調査(n=1,300程度)

R 2年 7月のレジ袋有料化後の行動の変化



出典：令和4年度リニューアブルの促進に向けた調査市民アンケート結果 (n=1,080)

3-1 プラスチック(2R・リニューアブル)関連 まとめ(今後の方向性など)

《プラ全般》

- プラごみ削減に関する消費者意識は徐々に向上しているが、海洋汚染対策や脱炭素化に向けては、プラごみ削減に係る意識向上を加速させる必要がある。
- そのためには、行政からの普及啓発だけでなく、事業者・消費者と協働して具体的な取組を実施していく必要がある。

《マイボトル・給水スポット関連》

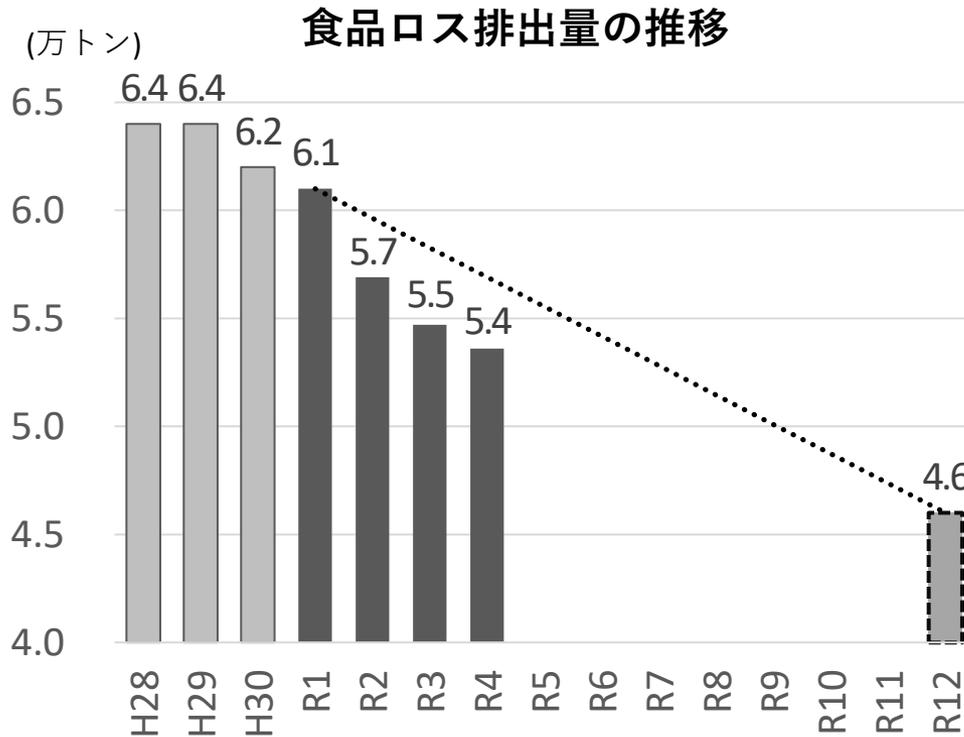
- 大阪・関西万博が開催される2025年に向けて、給水スポットの増加やマイボトル利用への意識向上を図る。

《レジ袋関連》

- レジ袋有料化の効果が一定落ち着いており、更なる対策が必要である。
- 使用量には購入された手提げプラ袋も含まれるなど、実態や削減余地について、引き続き調査が必要である。

3-2 食品ロス関連

【指標】食品ロス排出量



- R2年度にコロナ禍の影響を受け、大きく減少し、R3年度、R4年度も減少
- 事業系は、R4年度のごみ量全体が増加している中で食品ロス排出量は減少していることから、事業者による食品ロス削減の取組の効果が伺える。
- 社会背景として惣菜購入・テイクアウト・出前などの中食が増加しており、それが家庭系の増加、事業系の減少につながっている可能性がある。

	H12年度 【ピーク】	R1年度 【基準】	R2年度	R3年度	R4年度	R12年度 【目標】
食品ロス排出量	9.6万トン	6.1万トン	5.7万トン	5.5万トン	5.4万トン	4.6万トン
うち家庭系	4.0万トン	2.5万トン	2.6万トン	2.4万トン	2.6万トン	2.0万トン
うち事業系	5.6万トン	3.6万トン	3.1万トン	3.1万トン	2.8万トン	2.6万トン

3-2 食品ロス関連 主な取組／アンケート結果

主な取組

- 生ごみ3キリ運動（使いキリ、食べキリ、水キリ）
- 食べ残しゼロ推進店舗認定制度(H26~)飲食店・宿泊施設：1,112店舗
食品小売店：658店舗
- フードバンクの活動支援(H29~)
- 食品ロス削減月間を中心とした啓発キャンペーン（H30~）
- 「販売期限の延長」の推奨(R1~)：小売店で商習慣(1/3ルール)の見直し
- 「てまえどり」の推奨(R3~)（消費者行動の見直し）
- ウェブサイト「お結び広場」（R4~）：食品ロス削減に取り組む事業者同士をマッチング

アンケート結果

出典：京都市のごみ収集業務に関するアンケート調査(n=1,300程度)

食品ロスを減らすために取り組んでいること	R1	R3	R4
買い物に出かける前に冷蔵庫の中身を確認している	58%	61%	64%
陳列棚の手前から食品を取るようになっている	9%	15%	22%
スーパー等で見切り品を積極的に購入している	—	35%	39%
作ったものは食べ切っている	70%	70%	73%
賞味期限と消費期限の違いをよく理解し、消費している	62%	65%	68%
外食時は食べられる量だけを注文している	54%	53%	63%
スーパー等でのフードドライブに食品を提供している	1%	1%	3%
無回答	2%	2%	2%

3-2 食品ロス関連

まとめ(今後の方向性など)

- 食品ロス排出量はコロナ禍の影響もあり、減少傾向で推移しているが、目標達成に向けて、引き続き取組の推進が必要である。
- 食品ロスのほとんどが市民・事業者の双方が関わる消費活動で生じるものであるため、食品ロス削減に係る市民（消費者）・事業者の相互理解をより一層深めていくことが重要。
- 市民の食品ロス削減に向けた行動は広がっているが、更なる拡大に向けて、引き続き事業者と連携し、啓発に取り組む。
- 事業者に向けては、食品ロス削減の優良事例等をより一層、情報発信するとともに、事業者間の橋渡し（マッチング等）によって、シェアリングサービスやフードバンク等の活用を促進する。