

マイボトルの利用促進について

第2回部会で事業者の義務規定の実施状況を確認した中で、努力義務規定の実施率が低い取組の一つであった「マイボトルの利用促進」について、関連施策の状況や取組の効果を確し、今後の方向性を整理した。

1 2 R取組等事業者報告書制度の対象事業者における実施状況（振り返り）

(1) 取組項目

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販売及びマイボトルの使用を促す消費者への声掛け（声掛けの代わりに案内の掲示でも可）

(2) 業種別の実施状況

2 R取組等事業者報告書制度の対象事業者におけるマイボトル持参者への飲料販売を実施している事業者の割合は次のとおり。

- ・ 小売事業者 （平成27年度） 30% ⇒ （令和3年度） 31%
- ・ 飲食店業者 （平成27年度） 10% ⇒ （令和3年度） 30%

2 マイボトル利用による効果

(1) 環境面の効果

使い捨てプラカップやペットボトルが消費されないことによる廃棄物の削減及び温室効果ガスの削減

(2) 費用面の効果

- 〔消費者〕・飲料提供事業者がマイボトルでの飲料購入で割引を実施している場合、費用を削減できる。
- ・給水スポット等で給水する場合、ペットボトル等の飲料購入費用を削減できる。
- 〔飲料提供事業者〕・マイボトルで飲料提供することによって、容器調達費用や、店内で廃棄される使い捨て容器のごみ処理費用を削減できる。

(3) その他の効果

- ・給水スポットが増えることで、外出時に費用負担なく容易に水分補給でき、熱中症対策になる。

3 本市関連施策

本市では、マイボトルの利用促進により使い捨てプラスチックを削減するため、平成27年度からマイボトル推奨店舗事業として、マイボトルで飲料購入が可能な「マイボトル推奨店舗」の認定・PRを行っている。

また、ペットボトル削減に向け、令和元年度から、誰でも無料で給水できる「給水スポット」の拡大として、民間事業者と連携し、本市施設や民間施設への給水機設置を進めている。

(1) マイボトル推奨店舗の状況

- ・ 小規模事業者の参画によって事業者数は増加傾向で推移しているものの、店舗数はコンビニでの減少等によって伸び悩んでいる。
〔事業者数の推移 H27:12 者 ⇒ R5:32 者
店舗数の推移 H27:64 店舗 ⇒ R1:243 店舗 ⇒ R5:183 店舗〕
- ・ コロナ禍での衛生管理やセルフマシン化（コンビニ）を理由に、マイボトル対応を中止した店舗がある。
- ・ 半数以上の事業者が、マイボトルの洗浄サービスを実施。

(2) 給水スポットの状況

- ・ 京都市内の給水スポットは、公園を含めて約 860 箇所（令和 5 年度末時点）
- ・ ウォータースタンド社との連携協定（令和 2 年 1 月～）によるマイボトル用給水機は、本市・民間施設を合わせて約 160 箇所まで増加
（民間施設は大学(15 箇所)、小売業(16 箇所)、ホテル・旅館(15 箇所)、飲食店、不動産店舗など）

(3) 情報発信の状況

- ・ マイボトル推奨店舗、給水スポットをウェブサイト「こごみネット」上のマップで公開。表示回数の月平均は増加傾向で令和 5 年度は約 340 回。
- ・ 「給水スポット」の設置施設一覧をオープンデータ化（令和 5 年 3 月～）。
累計アクセス数は約 17,000 件で月平均は約 1,300 件（令和 6 年 4 月末時点）。
- ・ 京都への観光客向けとして、京都観光オフィシャルサイト「京都観光 Navi」において、熱中症対策と併せて、給水スポットを紹介している。

（参考）民間での情報発信

Refill Japan や Mymizu などの民間団体が、給水が可能な場所について、マップを公開しており、民間団体等の動きも活発になっている。また、他都市や海外でも、給水スポット拡大に向けた取組が広がっている。

4 マイボトル利用等の実態

(1) マイボトル推奨店舗での状況

ア 利用客の状況（令和 4 年度マイボトル推奨店舗へのアンケート調査）

- ・ 「マイボトルを持参する客の割合」について、「ほとんどいない」、「1 割程度」が半数ずつとの回答結果であり、マイボトル推奨店舗（マイボトルへの飲み物提供）であっても、持参客は少数にとどまっている。
- ・ 店舗へのマイボトル持参について、時間帯は朝又は昼休憩に集中しており、客層は男女ともに 20～50 代が多いことから、社会人や学生による出勤・通学前や昼休憩の利用が中心と考えられる。

イ マイボトル推奨店舗でのプラカップへの対策状況

令和5年度にマイボトル推奨店舗のカフェチェーン2社に、飲料提供カップの状況を伺った。

(A社) 店内では陶器製又はガラス製の容器が使用されている。テイクアウトは全体の十数%であり、そのうちプラカップの使用はアイス飲料に限定されている。店舗によっては、アイス飲料でも紙カップへの移行が進んでいる。

(B社) 全体の約半数が店内利用である。店内では約8割がプラカップ等の使い捨て容器であったが、現在は使い捨て容器から樹脂製や陶器製のリユース容器への転換が進んでいる。一方で、テイクアウトは、アイス飲料はプラカップ利用、ホット飲料は紙カップ利用である。

(2) 消費者の意識・行動の状況（令和4年度市民へのアンケート調査）

- ・ マイボトルで、飲料購入の経験が「ある」方は約3割、給水スポットでの給水の経験が「ある」方は約2割にとどまっている。

＜一部の本市施設での利用水量（設置からの日量平均）＞

市役所本庁舎約70L/日、サンサ右京約25L/日、中央図書館約12L/日、烏丸御池駅約13L/日など、施設の規模や性質によってバラつきがある。

- ・ 給水等の経験がある方が少ない一方で、マイボトル推奨店や給水スポットを「今後利用したい」方は9割を占め、前向きな意見が多かった。

5 これまでの状況と今後の方向性（まとめ）

(1) これまでの状況

マイボトル利用に前向きな意向を示す消費者が多いものの、マイボトル利用は十分には浸透しているとは言えない。一方で、カフェチェーンなどの飲料提供事業者では、使い捨てプラ容器から紙容器やリユース容器への転換など、プラ削減の取組が一定進んでいる。

(2) 今後の方向性

カフェチェーン等の一部事業者ではリユース容器等の代替によってプラ削減が進んでいるものの、依然として、飲料消費の機会全体でみると、プラカップなどの使い捨ての容器が使用されているため、引き続きマイボトル利用促進を図る必要がある。

そのため、市民の飲料消費の行動転換に向けて、とりわけ、日常生活において行動変容を促せる可能性が高い会社員や学生等のマイボトル利用の習慣化につながるよう、マイボトルを利用できるスポットの増加及びPRを強化していく。

また、コロナ禍からの観光需要が回復しており、京都観光をサステナブルに楽しんでもいただけるよう、宿泊施設や観光事業者等と連携した観光客向けのPRを進めていく。