

## 第 2 章 実証から見えてきた課題と可能性

前章のとおり、今回のデポジット制度導入実証事業は大きな混乱やカップの大幅な紛失等を生じることなく、おおむね成功裡に終えることができ、さまざまな可能性やメリットを発見することができた。また、実証事業の結果を踏まえた上での、今後の事業継続や普及・拡大を考えた場合に考慮すべき課題や問題点も明確になった。

### 第 1 節 リユースカップによるデポジット制度の導入に関する課題

#### 1. 廃棄物の発生抑制と環境負荷低減への課題

リユースカップの利用は紙カップ等による使い捨て容器に対して、廃棄物の発生抑制やエネルギー消費の抑制につながるが、今回の実証事業においては、実施期間、場所、対象品目が限定的であったため、その効果も限定的なものとなった。

ごみの発生抑制を目指すには実施期間や場所、対象メニューを限定することなく恒常的にリユース容器の利用やデポジットの実施が行われることが効果的であり、それが運営上の調整の簡素化や利用者の混乱の防止にもつながると考えられる。レジャー施設やイベント会場等では飲料、食品とも使い捨て容器の利用が一般的になっているが、より多くの品目へのリユース容器の導入が検討されるべきである。ただし、実施に際しては可能などころから段階的に導入するなどの実状に則した工夫が必要である。

#### 2. 循環型社会構築に向けた意識醸成と制度理解のための課題

実証事業において見られた利用者の行動や意見から、現在では、かつて一般的であったビールびん等のリユース（販売店への返却や返金）など、日常生活の中でデポジットのしくみに触れる機会がほとんどなく、世代を問わずデポジットが何なのかを知らない人が主流となっていることが伺えた。リユースカップによるデポジット制度の導入は、使い捨て社会の到来とともに後退したリユースのしくみを想起させ、環境教育や循環型社会構築に向けての意識醸成などに大きな効果があるといえる。

ただし、導入に際しては十分かつ効果的な広報による制度の周知が不可欠である。具体的には、販売員による口頭での説明など販売時の周知徹底、ポスター等の恒常的掲示、複数の回収所の設置、利用者の動線に配慮したわかりやすい場所への回収所の配置などの対策が欠かせない。

#### 3. 販売・営業面での影響と運営上の課題

収支面においては、現在の使い捨て紙容器が低価格で入手できることと事業系可燃ごみの処理費用が比較的low額であることなどから、リユース容器の利用によるメリットは短期的には現れにくい。さらに制度の理解が不十分であるとデポジット制度やリユース容器の導入が売り上げの低下を招くおそれもある。

また、レジャー施設やショッピングセンターなどでは、施設が直営で営業する直営店舗とテナントとして営業している店舗が混在している形態がよく見られるが、こうした場所

でのリユース容器によるデポジット制度の導入・運営を一体的かつ円滑に行うためには、リユース容器の管理やデポジットの精算等の業務、返金用硬貨を用意するための両替手数料等の経費など、各店舗とデポジット制度の運営者との間での調整業務や経費が発生することも考慮しておく必要がある。

リユース容器の管理とリユースシステムにまつわる全体調整作業については、これらを担う部門や主体が間に入りその機能を果たす方が、よりスムーズに事業を進められることも考えられる。NPOによる山梨県小瀬競技場でのリユースカップ運営の事例や、民間企業への委託運営による横浜国際総合競技場の事例、NGOによる野外大規模ライブでのリユースカップ導入の事例などがその先例として挙げられる（詳細は巻末資料 13 参照）。いずれもまだ課題や問題点を抱えながらの運営ではあるが、販売業者が複数ある興行場にとっては、こうした機能を担う組織の存在がリユースシステム運営の重要なポイントとなる可能性が高い。

経費についても、真に効率的な回収システムの構築がなされれば、削減することが可能であると考えられる。例えば回収率が低い場合はデポジット額を高く設定したり、逆に回収率が確保できる場合はデポジットを行わずにリユース容器を導入したりするなど実状に応じたシステムを構築していくことが重要である。リユース容器への広告スポンサー募集などによるカップの調達経費の捻出を含めた効率的な事業運営と、環境に取り組む企業としてのイメージ戦略、企業の社会的責任の遂行などを考慮すれば、リユースシステムは長期的には経済的にも成立しうるシステムであるといえる。

#### 4. 容器形状等の検討と清潔・衛生の担保

リユース容器を導入しようとする際には、対象とするメニューや利用者の購買動向などを勘案し、容器の容量の多様化や形状、素材をよく検討することが必要である。

また、リユース容器の利用推進とデポジット制度に対する理解の浸透を図るためには、衛生面の担保が不可欠である。衛生面の担保については二つの側面があり、一つは実質的な衛生状態の担保、もう一つは利用者の信頼の担保であり、いずれを欠いてもリユースの取り組みに対する信頼性を失うこととなる。つまり、カップの洗浄状態が誰にもわかる形で提示されることが必要で、事業活動のなかでリユース容器が採用される場合は厚生労働省等による食品衛生の規格等に応じた食器洗浄機等の使用が推奨される。また、イベントなどに導入される場合にも清潔・衛生の確保と併せて洗浄に要する労力の軽減という点からも、食器洗浄機を利用することが望ましい。

多数のリユース容器が使用される場合には、洗浄機器のレンタルや洗浄業務の外部委託が効率的であり、経費削減に有効であるとも考えられるので、これらのシステムの充実も望まれる。

## 第 2 節 鈴鹿サーキットにおける導入可能性の考察

実証に伴う具体的考察は今後の導入を検討する際の参考となると思われるため、当実証事業で把握された課題を踏まえて、鈴鹿サーキットでの実施を例にリユース容器によ

るデポジット制度の導入の可能性についての考察を試みた。

#### 1. 100%の回収率～返却ピーク時が発生しにくい興行形態にメリット

今回の実証事業におけるリユースカップ回収率は連日ほぼ 100%を記録した。これは、サッカー場や野外ライブなど、これまでリユースカップの利用が継続的なシステムとして行われた事例の中では、最も高い回収率となっている。

高回収率の要因としては、大規模遊園地内にあってさらに別途入場料を徴するプールという閉鎖的な空間でのデポジットの実施であったことがまず考えられるが、最も大きな要素としては、1日あたりの利用カップ数がさほど多くなかったことと、返却ピークの時間帯がなかったことが挙げられる。サッカー場やライブハウス、野外ライブなどでは、プールのように開園中に自由に飲食し、時間を問わず返却できるという状況にはなく、多くは試合やコンサートの終了直後、あるいはハーフタイムなどに返却が集中する。そのため、回収所がかなり混雑し、ときには列に並ばなければならない事態となり、デポジットをかけていても「面倒」などの理由でカップを持ち帰ったり、デポジットなしの場合には、ごみ箱や会場の外にカップを捨てていくという状況が発生する。

対象メニューを拡大した場合には、昼食時後などに返却が集中することが予想されるが、サッカー場などに比べれば、問題ははるかに小さいと考えられ、回収所を増やしたり、売店のトレー返却口がカップ回収所を兼ねる等の方法により、対応が可能であると思われる。リユースカップ導入という側面からは、こうした返却ピークが発生しにくい興行形態は、プールや遊園地などのアミューズメント施設の持つ強みであり、鈴鹿サーキット(レース場を除く)においてもこの点で優位性があると考えられる。

#### 2. 導入の可能性とメリット～鈴鹿サーキットの強みを生かす

鈴鹿サーキットならではのリユースカップ導入のメリットとしては、主に以下の四点が挙げられる。

プールから遊園地全体、最終的にはレース場へ ～全体実施となれば効果大

今回の実証事業の実施場所は、遊園地やレース場、ホテルやレストランなど(株)鈴鹿サーキットランドが運営する複合アミューズメント施設の一角にあたる。年間の入場者数は、レース開催時の入場者を含めると、240万人にもものぼる。年間の飲食物の売上額も大きいですが、一部のレストランを除いて、その販売には主に使い捨て容器が用いられており、その分ごみの排出量も 935t と膨大である。今回のプールエリアにおける一部実施では限定的な効果にとどまったが、導入エリアを広げながら、最終的に施設全体にリユースシステムを導入することができれば、非常に大きなごみ減量効果が期待できるだろう。また、会期は短い年間のごみ発生量の相当部分を占めている、F1 レースや 8 時間耐久レース時に導入ができれば、さらにごみ減量と処理経費の削減の効果が期待できると考えられる。

単一の運営主体のもと、段階的な導入が可能

数多くのテナント事業者を抱えながらの運営ではあるが、運営主体としては(株)鈴鹿サーキットランド単体であるため、例えば「プールエリアの 1 直営店での実験的導入」

「プールエリア全体での実施」「園内の他のエリアでの導入」「集客数の一番大きいレース場での導入」というように、試みやすい場所や時期での試験的導入を経て段階的に上げていくことが可能であると思われる。

また、例えば公営のサッカー場では廃棄物の処理責任は通常競技場運営者（主に地方自治体）が有するのに対して、ごみ発生のもととなる食品や飲料を販売しているのはテナント事業者であるというように、販売とごみ処理の段階で主体が異なっている場合が多いが、鈴鹿サーキットにおいては、園内の事業活動全般について、販売からごみ収集・処理にいたるまでを同社が管理していることから、リユースシステムの導入を全体的な視点からとらえられ、経済的観点からも、飲食料の販売とリユースの導入、そしてごみの分別・処理の3側面を一体的にとらえた上で採算性を考えることができる。

地域の中核的興行施設、世界的に有名な F1 サーキットとしての情報発信力

(株)鈴鹿サーキットランド特有のメリットとして、プールやレジャーランド、レーシングコースなど、大人から子どもまで幅広い年齢層が集うレジャー施設であり、地域の中核的な興行施設であることから、リユースシステムの導入にライフスタイルの転換を呼びかけるという啓発活動としての要素を持たせ得ることが考えられる。また、8時間耐久レースや F1 レース会場として国内屈指の集客力と世界的な知名度を持っており、レース開催期間中のメディアへの露出も絶大で、全国的・世界的な情報発信力が期待できる。そこでリユースの取り組みが行なわれることは、同社のイメージアップ戦略の一つとして効果的であるとともに、今後リユースカップ導入拡大の際に発生する運営費用を、環境広告等を通じ企業から協賛金等を募ってまかなうことを考えた場合に、非常に大きな利点になると考えられる。

テナントとの調整・協調体制

鈴鹿サーキットの場合、飲食関係だけでも 100 近いテナント事業者が営業しており、こうしたテナント店舗に対して、年に数回、飲食品の販売形態、衛生面やごみ処理方法等に関する共通の説明会が(株)鈴鹿サーキットランド側から実施されている。こうした説明会を通じ、ここ 4、5 年でごみ出しのマナーなどは定着してきたとのことであるが、運営主体である(株)鈴鹿サーキットランドがテナント店に対し、ごみ出しルールの徹底と同様の感覚でリユース容器の利用を営業時の条件に含めることができれば、制度の導入に関しては、最も理想的かつ現実的な状況だといえる。

例えば大型のコンサート等、臨時あるいは単発的なイベントでは、主催（運営）側と出展者とが、綿密な調整を図る機会が少なく、運営側の意向が伝わらないためルールが徹底できない場合が多いが、既にこうした売店を統括するシステムが恒常的に存在すれば、リユース容器の全面導入に向けた調整がスムーズに進む可能性が高いと言える。

### 3. デポジット制度の必要性

売店関係者への実証事業終了後の聞き取りでは、総合的に見てリユースカップ導入による販売、運営上の負担は当初予想したよりは少なかったという声が聞かれた一方、デポジットを実施せずに済むのであればやはり楽だろうとの声が強かった。今回の実証事業にお

いて「デポジットは必ずしも必要なかったのではないか」という理由として、もともと売店「オーク」では、紙容器入りの食品や飲料を提供する際にも複数ある場合はトレーに載せて渡したり、ラーメン類の販売にはリユース食器を使用しており、これらを売店横の返却口へ利用後戻すというシステムが既にあったということがある。このため、来場者は紙容器類などをごみ箱で処分した後、返却口へトレー等を返却するという動線に慣れている。しかし、デポジットのしくみ、特にデポジットの返金を受けることには慣れていない来場者がほとんどであり、また販売時の周知も十分とは言えない状況であったため、値上げと誤解したり、陳列ケース売りのブリックパックなどに比べ割高感を感じた人も多かった。そしてこのことがリユース飲料の売上げにはマイナス要因となった感が少なからずあった。

さらに、(株)鈴鹿サーキットランド側としても「お客様」に対して、回収所への返却という「面倒なこと」への協力をお願いすることには抵抗感があるのも事実である。デポジットでは加えて 100 円の上乗せ負担と返金受け取りという「面倒」がさらに増えることになり、顧客満足度の低下につながりかねないとの懸念が聴き取り調査から伺えた。

また今後、実施エリアを拡大した場合には、デポジットの実施は返金・回収時の混雑を招くおそれがあり、釣り銭管理や返金のための人件費の負担も増加すると考えられる。担当者からもリユースカップの継続的利用や導入エリアの拡大自体にはおおむね肯定的な意見が聞かれたが、実証時にカップの紛失や持ち帰りがなかったこととデポジットを課さないのであれば釣り銭管理に伴う経理処理も生じないことから、デポジットなしの方式での導入が現実的とのことであった。

#### 4. 運営体制（施設設置者、直営店・テナント間）による導入調整の必要性

鈴鹿サーキットでは、フラワーガーデンプールの区域内だけでも実証事業期間中は最大 5 店舗が営業して飲食品を取り扱っていた。仮にカップの使用をプールエリア内の全店舗で実施するとなった場合には、直営かテナントかといった営業形態、興行主体と売店との協力関係の有無が大きな影響を与えてくる。

プールエリアを含む鈴鹿サーキットの施設全体におけるテナントは、飲食関係だけで現在 120 近く存在している。これらの店での導入を進めるとなれば、その調整作業だけでも専属スタッフが必要になることが予想される。聴き取り調査では、仮に全面的導入を目指すとなった場合でも、まずは直営店舗での導入が当面の目標となるであろうこと、そしてそこでの十分な経験を通じた課題抽出やノウハウ習得を経た上で、次にテナント業者を巻き込むという展開が現実的であろうとの意見が、担当者から聞かれている。

#### 5. 収支面

リユースカップによるデポジット制度の導入による経費面での直接的な効果としては、ごみの減量による処理費の削減、使い捨てカップの調達経費の削減が挙げられるが、リユースシステムの導入が売上げの増加や鈴鹿サーキット全体での利潤増加につながることは、短期的・直接的には難しいと考えられる。しかし、環境保全や循環型社会の構築に取り組む企業としてのイメージアップがもたらす P R 効果等を勘案すれば、必ずしも経済的に成り立たないシステムではないといえる。

サーキット担当者への聴き取りにおいても、リユースシステムの導入による直接の収益増は期待できないものの、使い捨て容器一辺倒の販売状況には少なからず危機感があるとの感想が述べられている。使い捨て容器での販売が中心である現状から、リユース容器と使い捨て容器のベストミックス（最適使用割合）の模索、つまり導入しやすいエリアや飲食メニューへの、追加的費用を極力伴わないような方法とシステムによるリユース導入が、当面取り組むべき課題であり、併せて企業イメージの向上や社会的貢献による効果をも視野に入れたシステムを構築していくことにより、収支面での均衡が期待できるであろう。

また、鈴鹿サーキットランドでは、場内で排出されるペットボトルやビン・缶、食品容器包装ごみを中心とした可燃ごみの6割以上が来場者による場外からの持ち込みによるものであり、それがごみ処理費用を増加させ、利潤を圧迫している。リユースシステムの導入を考える際には、こうした場外からの食品容器包装ごみの量を減らす方策を含め、販売、リユース運営、ごみ処理を包括的にとらえた経営戦略をとることができるかが、リユースシステム導入・拡大の大きなカギとなるであろう。なお、F1をはじめとするビッグレース時等の年数回のピーク時にあわせて多数のリユース容器を所有することは通年では過剰に在庫を有することとなり、非効率的であるため、ピーク時にはレンタル容器を利用して経費を縮減することや、鈴鹿サーキットの情報発信力を活かしてリユース容器を新たな広告媒体として活用し、新たな収入源を確保していくことなども有効であると考えられる。

## 6. その他

### カップサイズ

実証事業を通して、販売側としてもリユースカップのサイズの多様化が、継続実施や導入エリアの拡大、対象メニューの拡大を考える場合には不可欠との意見が聞かれた。これは、本実証事業に限らず、サッカー場や野外ライブなどリユースカップ導入を進めている他の事例にも共通している課題であり、具体的には、ホット飲料に対応可能なカップ（容量 250ml 程度）、子供向けのサイズ（容量 250～350ml 程度）、お茶やソフトドリンク、ビール用のサイズ（容量 400～450ml）などが求められている。また、サイズの多様化やこぼれにくくするための形状工夫などの改善が必要であり、聴き取り調査時にも、継続的な実施や導入エリアの拡大を考える際の課題として指摘されている。

### 洗浄・衛生

導入エリア及び対象メニューの拡大に際してのもう一つの課題としては、洗浄施設の確保と衛生・清潔の担保が挙げられる。担当者への聴き取り調査では、リユースカップの導入・拡大を想定した場合でも新たに施設を設けることは考えにくく、基本的には鈴鹿サーキット内のホテルやレストラン等既存の洗浄設備で対応することを考えるのが現実的との意見であった。ただし、大型レース開催時にリユースカップを導入した場合には、販売規模が格段に大きくなり、既存施設では対応しきれない可能性が高い。そうした期間中には、洗浄を外部に委託するなどの対応を検討する必要も生じ、洗浄業務を請け負う事業者の存在やそれらの運営調整機能を担う主体の存在等も含めて具体的に事業の構築を行うこととなる。

### サーキットレース時におけるごみ発生量と処理

ごみ処理経費については、通常運営から出るごみ（可燃・不燃ごみ、ダンボール等、すべて事業系一般廃棄物）については、年間約 900 万円の処理費用がかかっている。これには F1 等のレース開催時の発生量は含まれておらず、例えば 8 時間耐久ロードレース（毎年 4 日間開催）などでは、期間中のごみ処理費だけで 1000 万円を越えているという。これらのレース期間中の入場者数は約 14 万人であり、1 人当たり 70～80 円のごみ処理費がかかっていることになる。このため場内飲食料の値上げを行うなどの対応が試みられているが、それが場外持込みをさらに増加させ、また利益率が落ちるといった悪循環を招いているという。

F1 等のレース開催時に発生する膨大なごみは、会期後 10 日ほどかけて手作業での分別とペットボトルの破碎処理を行っている。ペットボトルについては、昨年までは北海道の発電所でサーマルリサイクル（逆有償、送料も負担）していたが、今はペレット化し再生原料として 10 円/kg で売却（送料も先方負担）している。部分的にでもリユースが導入されれば、ごみ処理にかかる費用、具体的にはごみ箱の設置数・ごみ回収回数の軽減、発生量の削減による分別作業員・日数の軽減などでごみ処理に要する経費を抑えられる可能性があるだろう。