

グリーンコンシューマー 全国一斉店舗調査 2014 年度 調査結果



目的・ねらい

今日時点のスーパー、生協、ディスカウントストア等における環境、健康、社会的公正に配慮した製品の全国的な取扱状況と、店舗としての環境活動の全国的状況を把握し、消費者のライフスタイルの転換と、流通小売店舗のグリーン化を促進することを目的として実施しました。また、全国的な規模での調査を実施することにより、併せてグリーンコンシューマー活動に取り組む団体や人々の輪を広げることも目的としました。

※ グリーンコンシューマー活動とは……毎日の買い物の際に環境と健康を大切にしたものを選ぶことによって、生活と経済を環境負荷の少ないものとし、より良質な生活を実現していく活動

実施日程

2014年11月20日(木)～26日(水) (一部の店舗調査は、12月3日(水)まで行った)

実施者

全国37都道府県の37団体及び個人(呼びかけ団体：認定NPO法人 環境市民)

対象店舗

全国37都道府県の120社173店舗(北海道・東北30店舗、関東13店舗、北陸13店舗、中部18店舗、近畿43店舗、中国26店舗、四国8店舗、九州22店舗)
セルフ販売方式のスーパー、生協、ディスカウントストアの店舗(コンビニは対象外)

調査方法

調査担当者が店舗に訪問し実態把握

調査結果の概要

環境志向や健康志向等の社会的要請から取り扱いが増えている商品や、盛んになった環境活動がある一方で、さらなる取り組みの拡大が期待されるものも多くあることが明確になりました。

例えば、再生紙100%のトイレトペーパーは7割以上の店舗で販売されていますが、再生紙100%のティッシュペーパーはあまり販売されていません。洗たく用や台所用の石けんの販売は半数程度、石けんシャンプーとリンスの販売は3割程度に留まっていますが、洗浄に使用可能な重曹は7割で販売されています。フェアトレードは、コーヒーで3割の店舗で販売されているように普及し始めていますが、紅茶やチョコレートはほとんどありません。有機、特別栽培、無農薬と明記した米、コーヒー、日本茶、紅茶は5割から6割程度で販売されていますが、そのような野菜果物類の販売は少ない状況です。野菜の裸売りは種類によって大きな差がありますが、ある程度普及しています。ただ肉類のトレイなし販売はほとんどありません。店舗の環境活動としては、レジ袋有料化は6割弱まで広がり、トレイ回収ボックスは9割以上で設置されています。ただ、食品に関する放射性物質情報の店頭表示は極めて少ない状況です。

1 再生紙製品・FSC 製品・間伐材製品の取り扱い

調査のねらい

「森林保全」「生物多様性保全」「ごみ減量」「気候変動防止」

ピュアパルプ製品の大量使用は森林の減少を招き、またその森林を基盤とした生物多様性を破壊するひとつの大きな原因となっている。さらに森林の喪失は気候変動を招き、紙製品の大量使用は廃棄物の増加に直結する。このような観点から、再生紙製品や FSC 認証紙製品の利用を促すため、店舗での取り扱いを調査した。

また、割り箸は間伐材、端材活用として生み出されたものであり木材の有効活用である。しかし、現在は大半が輸入品となっており原産国の森林破壊の一因にもなっている。そのような輸入品ではない国産の間伐材の割り箸の取り扱いを併せて調査した。

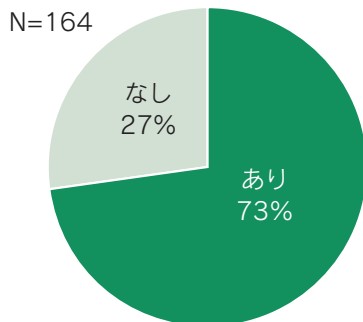
※ FSC ミックス紙は適切な森林管理がされていると認証された森林から生産された木材（パルプ）を使用したもの。再生紙や FSC ミックス紙を選ぶことで、ピュアパルプの使用量や不適切な森林管理の広がりを抑えることができる。

調査結果

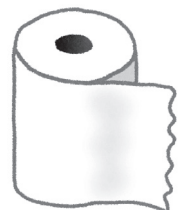
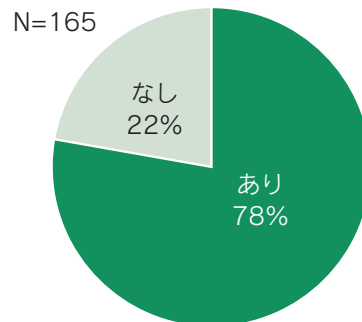
「再生紙 100% のトイレトペーパー」は 7 割以上の店舗で取り扱われている。また二重巻に比べて消費量が減少する「一重巻で再生紙 100%」のものも 7 割以上の取り扱いである。ただ、逆に言えば 2 割以上の店舗では、現在でも再生紙 100% のトイレトペーパーの取り扱いがない。「再生紙 100% のティッシュペーパー」は 2 割強の店舗の取り扱いに留まっている。

「再生紙 70% 以上あるいは FSC ミックス紙を用いたノート」は約半数、「再生紙 70% 以上あるいは FSC ミックス紙を用いた付箋」は 3 割以下の店舗での取り扱いに留まり、「国産間伐材と明示された割り箸」を取り扱う店舗も 1/3 程度に留まることがわかった。

再生紙 100% で一重巻の
トイレトペーパー

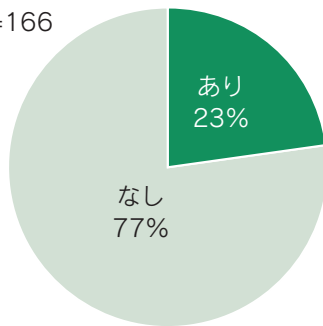


再生紙 100% で二重巻の
トイレトペーパー



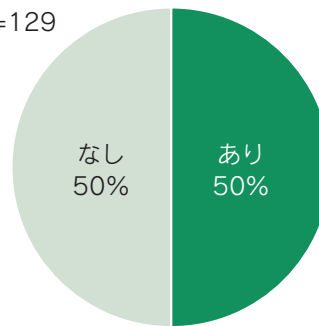
再生紙 100% のティッシュ
ペーパー（箱入り、袋入りとも）

N=166



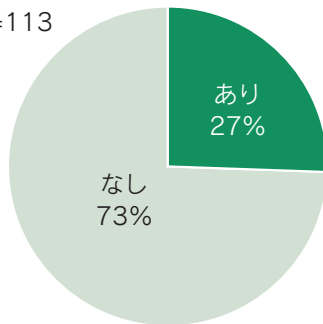
中紙が再生紙 70% 以上あるいは
FSC ミックス紙を用いたノート

N=129



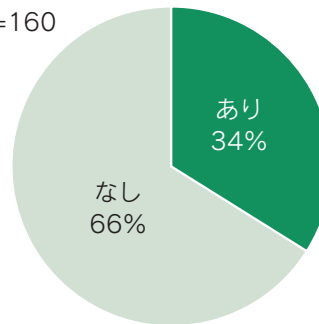
中紙が再生紙 70% 以上あるいは
FSC ミックス紙を用いた付箋

N=113



国産間伐材使用と明示された割り箸

N=160



2 石けん製品の取り扱い

調査のねらい

「河川・海洋保護」「生物多様性保全」「化学物質」「健康」

現在の生活は、一般的には様々な洗剤を使用している。しかし、あらゆる洗剤は、環境中に放出された場合、多少なりとも河川や海洋とその生態系への影響が考えられる。そこで生分解性に優れ、生物毒性が極めて低いとされている、石けん製品の取り扱いを調査した。

また、台所用、住宅用等の洗浄に有効で、安全性の高い重曹の取り扱いも併せて調査した。

※ 石けん歯磨き ほとんどの歯磨剤は、発泡剤として合成界面活性剤（ラウリル硫酸ナトリウム等）を用いている。発泡剤として石けんのみを用いている歯磨剤が「石けん歯磨き」である。

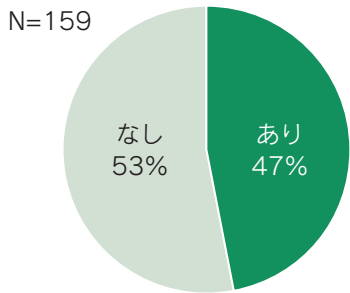


調査結果

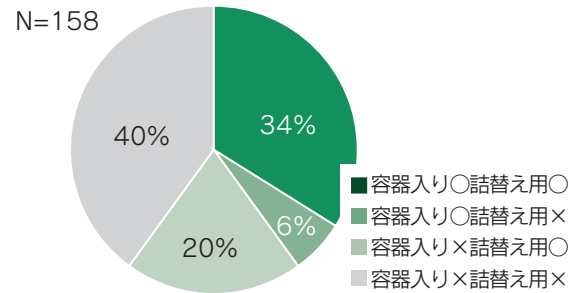
「洗たく用粉石けん」は5割弱、「洗たく用液体石けん」は6割（その中で約9割が詰め替え用あり）で取り扱いがあった。「台所用液体石けん」は5割弱（その中で約9割が詰め替え用あり）で取り扱いがあった。ただ、「石けんシャンプー」、「石けんシャンプー用リンス」、「石けん歯磨き」はいずれも、3割程度の店舗での取り扱いに留まっている。

また、「重曹（洗剤として使用可）」は約7割の店舗で取り扱われている。これは重曹等を用いた様々な掃除洗浄方法が、マスメディア、書籍、ウェブ等で紹介され普及してきたことが反映していると考えられる。

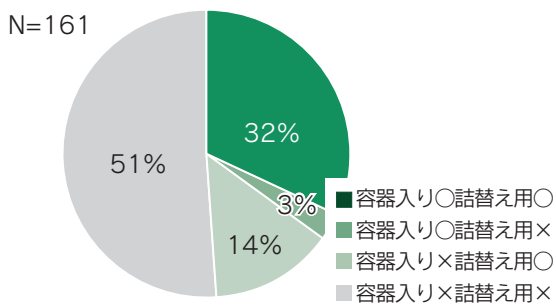
洗たく用粉石けん



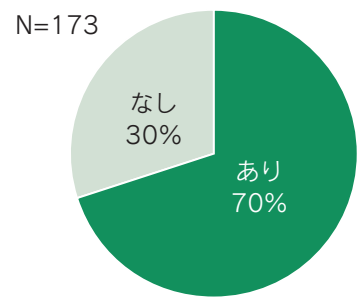
洗たく用液体石けん



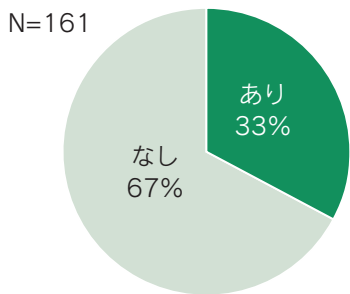
台所用液体石けん



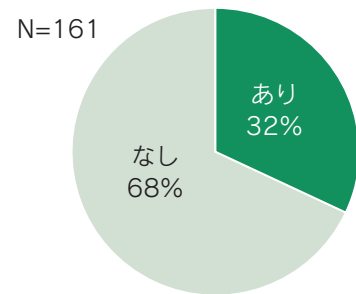
重曹



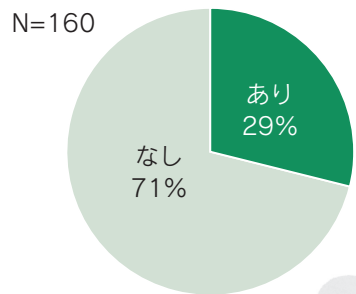
石けんシャンプー



石けんシャンプー用リンス



石けん歯磨き



3 フェアトレード製品の取り扱い

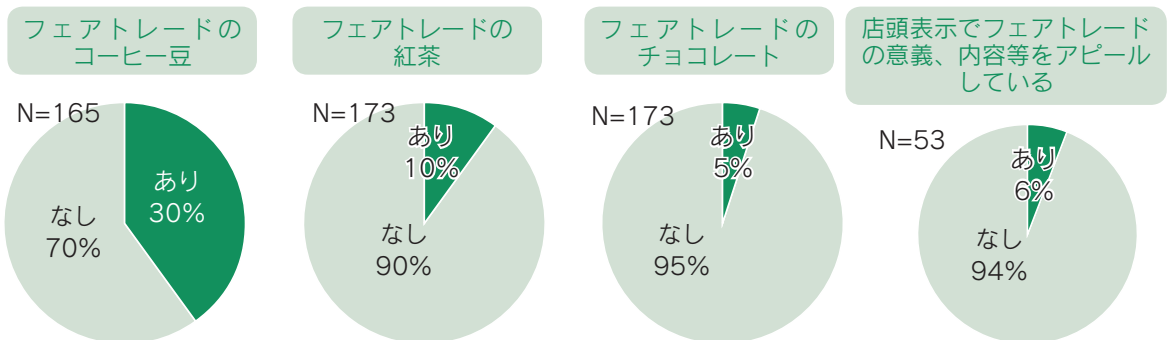
調査のねらい

「社会的公正」「生物多様性保全」「森林保全」「気候変動防止」

現在、需要や市場価格の変動や、多国籍大企業の利益優先によって、開発途上国で生産者が不当な安価で買い叩かれたり、あるいは低賃金労働が恒常化したりすることにより、貧困や児童労働などの様々な問題を引き起こしている。またこのような状況の生産現場は、環境破壊を起こしがちである。フェアトレード（公平な貿易）は、開発途上国の農産物や製品などを、生産者の生活が成り立つように適正な価格で、継続的に取り扱う（流通させる）ことであり、フェアトレードを進めることにより、開発途上国の生産者の自立を支援し、児童労働、強制労働、性差別等の排除、生産現場の労働環境の改善や結社の自由の確保とともに、生産地域の生物多様性保全、森林保全、気候変動防止等にもつながる。そこで、比較的、フェアトレードの取り組みが進み始めているコーヒー、紅茶、チョコレートについてその取り扱いを調査した。

調査結果

フェアトレードと明記した、またはフェアトレードラベルが表示された「コーヒー豆」は3割の店舗で取り扱われていて一定の広がりが見られた。ただ、「紅茶」及び「チョコレート」については1割以下の店舗での取り扱いに留まっている。欧米のスーパーや生協等で、中でも環境の取り組みに積極的なチェーンでは、多くのフェアトレードラベルのついた製品、農産物が取り扱われており、日本との取り組みの差が大きい分野となっている。ただ、日本でもフェアトレード専門店以外においても、少しずつ取り扱いが進んできており、今後、飛躍的な取り組みの拡大が期待される。



4 安全な食品の取り扱い

調査のねらい

「土壌保全」「河川・海洋保護」「生物多様性保全」「危険な化学物質」「健康」

有機農産物や農薬の散布が少ない農産物及び加工品を選ぶことは、消費者自身の健康志向からかなりの広がりを見せている。ただ、これは消費者の健康だけでなく、生産者の健康にも役立ち、さらに化学物質の環境中への放出を軽減し、土壌保全、河川・海洋保護、生物多様性の保全等の環境問題の解決にも貢献できることである。そこで、調査した季節（11月下旬）に旬の野菜、果物及び年中販売されている米、野菜、嗜好品の中から10品目を選び有機、無農薬、特別栽培と明記されているものの取り扱いを調査した。

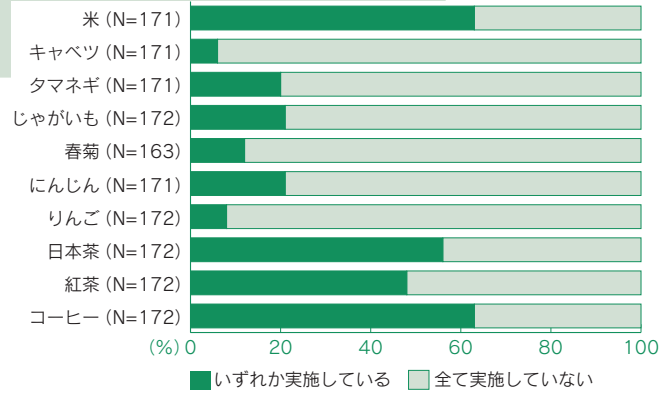
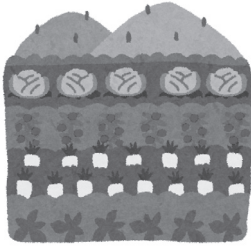
また、併せて防カビ剤不使用を明記した国産レモンの取り扱いを調査した。

※ 有機とは、基準をクリアした農場で一定年数（米や野菜等は2年以上、果物など多年生植物は3年以上）無農薬、無化学肥料で栽培されたもの。認証制度があり、「JASマーク」や「有機の表示」を用いることが認められている。無農薬とは、有機には該当しないが農薬を使用せずに栽培されたもので、化学肥料の使用量は不明。現在は農水省ガイドラインでは特別栽培と表示するように指導されている。特別栽培とは、農薬使用回数と化学肥料の窒素分量が、当該生産地域における慣行レベルの2分の1以下で栽培されたもの。レモン等輸入かんきつ類は、海上輸送時のカビ防止にポストハーベスト（収穫後）農薬が塗布されることが大半である。ポストハーベスト農薬は残留し、消費者の健康にとって良くない。

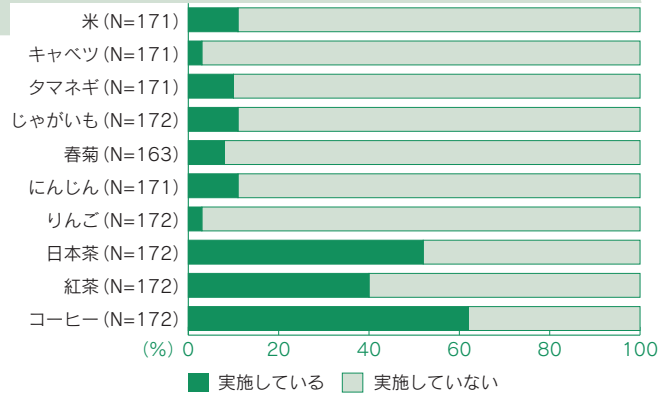
調査結果

「米」「日本茶」「コーヒー」は6割前後、「紅茶」は5割弱の店舗で有機ないし無農薬ないし特別栽培のものが取り扱われている。この中で「コーヒー」「日本茶」「紅茶」は有機栽培の比率が高く、「米」は特別栽培がほとんどであった。反対に「タマネギ」「じゃがいも」「にんじん」は2割強、「春菊」「キャベツ」「りんご」は約1割であった。従前と比べると、消費者の健康志向の高まりとともに、有機ないし無農薬ないし特別栽培の農産物が、一般のスーパー、生協等の店舗でも取り扱いが広がってきていると考えられるが、品目により差があることがわかった。これは栽培の難しさや広がりが必要であると推測される。「防カビ剤不使用を示した国産レモン」は、約2割の店舗で取り扱いがあった。

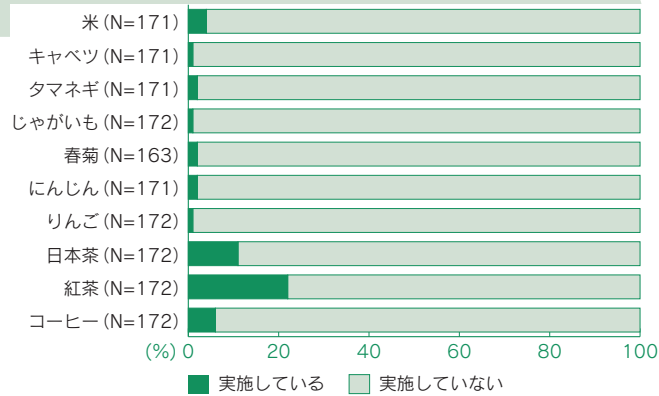
有機・無農薬・
特別栽培のいずれか



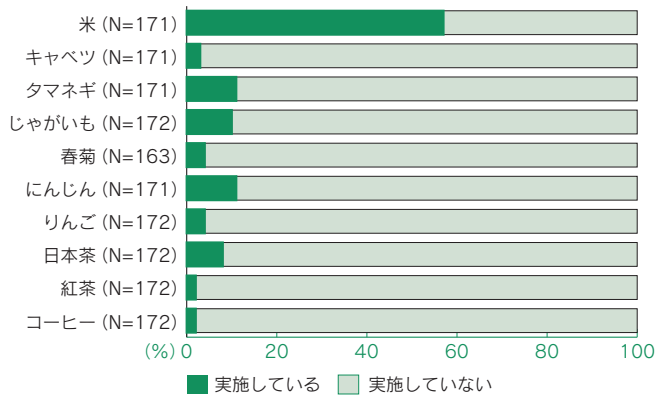
有機



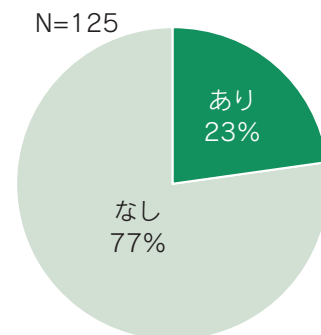
無農薬



特別栽培



国産レモンで、防カビ剤を使
っていないことを明示しているもの



5 裸売り・量り売り

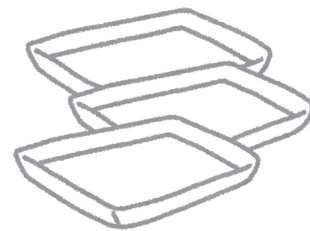
調査のねらい 「ごみ減量」「気候変動防止」「食糧自給」

野菜や果物の裸売り及び肉類の量り売りは、適量購入しやすく、食料品そのものがごみになることを防ぐことができる。また、包装材がない、または最少であることは容器包装ごみの減量になる。家庭ごみの中で最も多いものは、重量比では食料品ごみ、容積では容器包装ごみであり、この2つをリサイクルではなくリデュースするためには、店舗でのこのような販売方法が普及し、多くの消費者が積極的に利用することが求められる。また、このような取り組みは、無駄になってしまう食料品と容器包装材の生産、輸送、廃棄に係る二酸化炭素削減にもつながる。そこで、6品目の野菜・果物の裸売りの有無と、牛肉、豚肉、鶏肉の販売方法について調査した。

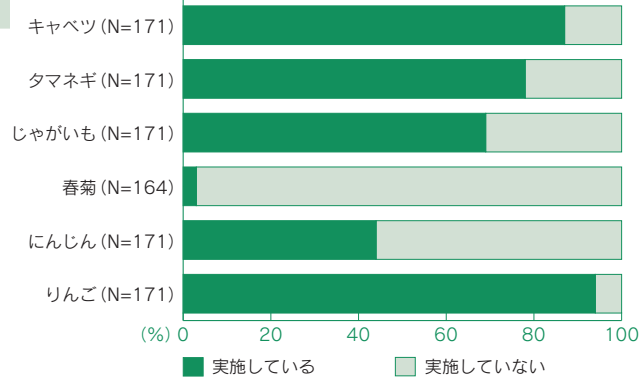
※ ばらばらにならないように、細いテープで巻いているだけのものは裸売りとみなした。なおラップで全体を包んでいるもの、ネットに入っているものは裸売りに該当せず。

調査結果

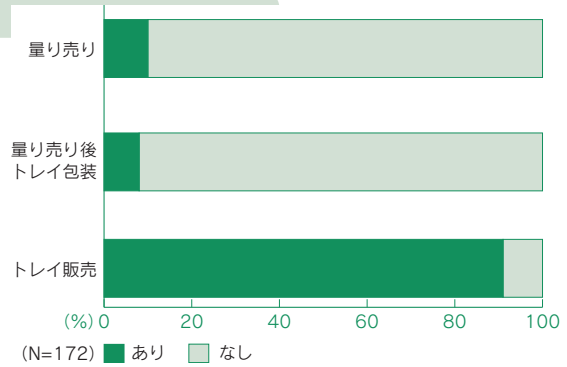
「りんご」「キャベツ」は約9割、「タマネギ」は約8割、「じゃがいも」は約7割の店舗で裸売りが実施されていた。ただ、「にんじん」は4割強での実施に留まり、「春菊」はほとんどの店舗で実施されていない。このように野菜、果物の裸売りは、かなりの広がりを見せてはいるが、まだ品目によっては、取り組みやすさが要因とは考えられるがその差が大きい。量り売り（トレイなし）は「牛肉」「豚肉」「鶏肉」のいずれも1割前後の店舗での実施に留まることがわかった。ただ、量り売り後トレイ包装も「牛肉」「豚肉」「鶏肉」のいずれも1割弱の店舗で実施されている。これは適量購入にはなるが、容器包装の削減にはならない。海外のスーパー、生協等の店舗では、肉類やチーズの量り売り（トレイなし）、野菜・果物のセルフ量り売り（+裸売り）が一般化しており、我が国でも、消費者と事業者、自治体が連携して、もっとこのような取り組みを進めていく必要がある。



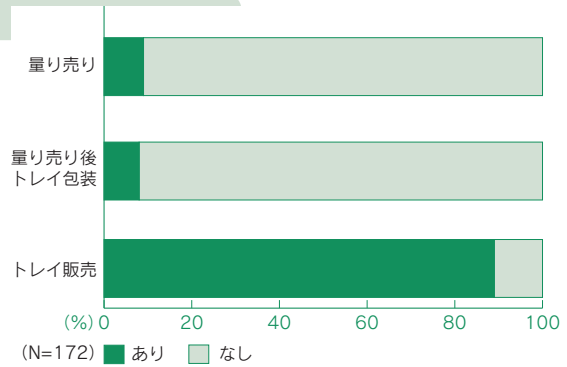
裸売り



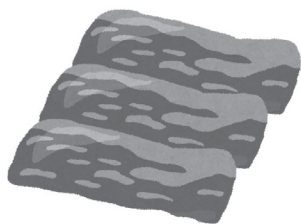
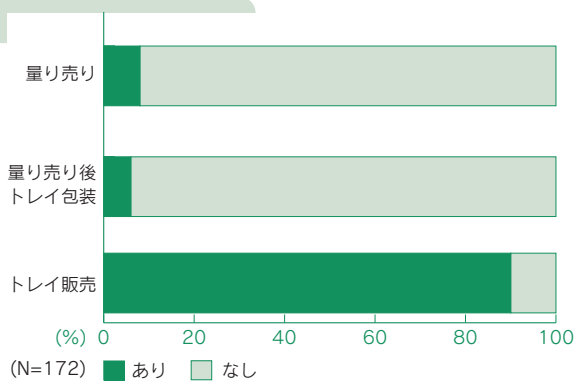
牛肉の販売形態



豚肉の販売形態



鶏肉の販売形態



6 店舗としての環境行動、消費者への環境関連情報の提供

調査のねらい

「ごみ減量」「気候変動防止」「放射性物質の内部被曝防止」「環境コミュニケーション」

店舗として、顧客に協力を求め、また協働で環境負荷の低減に具体的に取り組むことは重要である。また、その前提として、顧客に対して環境情報を分かりやすく提供することが求められる。そこで具体的な取り組みとしてレジ袋の削減（買い物袋の持参）活動と容器包装類の回収ボックスの設置について調査した。これらは、ごみ減量と気候変動防止につながる活動である。また、環境情報の積極的な提供として、法的義務のない食品の放射性物質検査についての店頭表示の有無と、同じく法的義務のないカット野菜・果物及び刺身盛り合わせの原産地表示の有無について調査した。

※ 店頭で食品の放射性物質検査について表示する義務はない。また、カット野菜やカット果物には、水溶性の栄養素が流出しやすい、変色防止等のために洗浄過程で次亜塩素酸ナトリウムなどの添加物が使用されている危険性がある、などの問題点があり、推奨できる商品ではない。ただ、本調査は、原産地表示の義務がないカット野菜やカット果物に対しても、消費者への情報提供として原産地表示を積極的に実施しているかのポイントで調べた。

調査結果

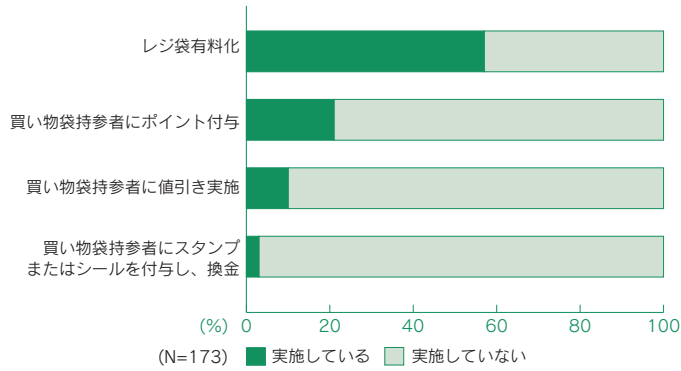
6割弱の店舗では「レジ袋有料化」が実施されていることがわかった。その中で「有料化は地域全体として自治体と協定等を結んで実施している」「フランチャイズチェーンの取り組みとして、有料化している」が各々約1/3あった。反対にレジ袋有料化及び買い物袋持参者へのポイント付与、値引き、スタンプ等、レジ袋削減に関して具体的な取り組みがない店舗が1割強あった。

容器包装類の回収ボックスの設置は、「牛乳パック」が最も多く8割強、「トレイ類」は3～6割であり、何らかのトレイの回収ボックスを設置しているのは9割以上とほとんどであった。これらの設置状況は、店舗のある自治体の分別収集の種類方法によって左右されていると推測される。「牛乳パック」の回収ボックス設置が多いのは、回収する市民活動が盛んであること、比較的良質の古紙資源であること、自治体での牛乳パックのみでの分別収集は比較的少ないことなどが要因だと考えられる。一方、「古紙」「古着」の回収ボックス設置は1割ないしは1割未満であった。これは地域で集団回収や市中回収されることが一般的であるためと考えられる。

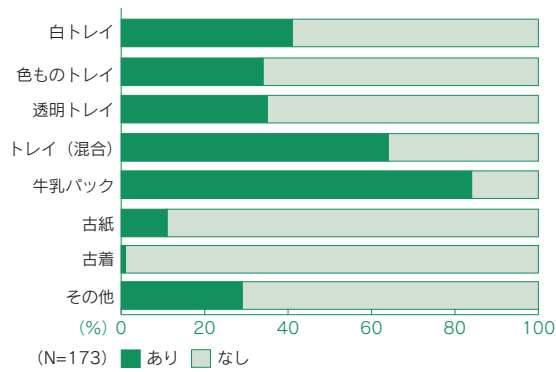
食品に関する放射性物質の店頭表示は、「自主基準値の設定」「検査の取組」「測定結果」のいずれも1割に満たない店舗での実施に留まっている。

「カット野菜」「カット果物」の原産地表示は6～7割の店舗で実施されているが、「刺身盛り合わせ」の原産地表示は2割強の店舗での実施に留まった。

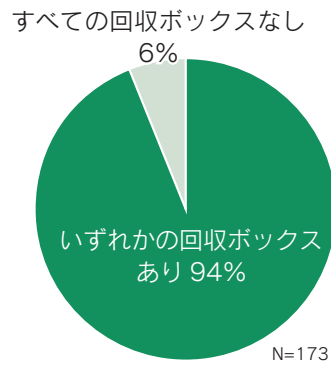
レジ袋削減の取り組み



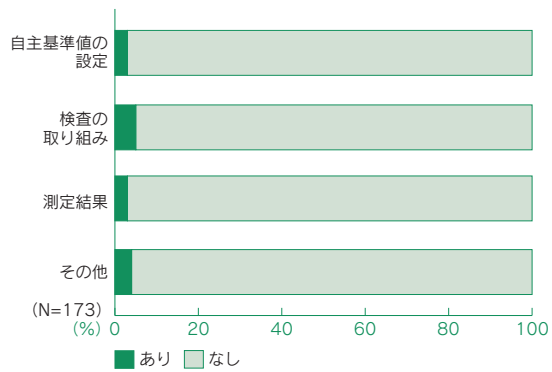
回収ボックスの設置



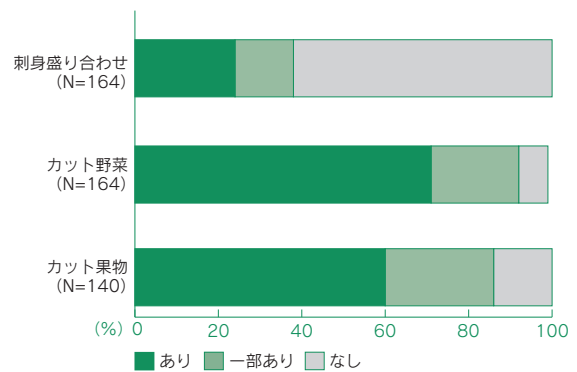
トレイ回収ボックスの設置



放射性物質表示



原産地表示





この調査は、クラウドファンディングサービス「READYFOR?」による83人の方のご寄付及び別に6人の方のご寄付をいただき実施いたしました。深く感謝いたします。また全国120社173店舗には、快く調査にご協力いただきました。深く感謝いたします。

残念なことにイトーヨーカ堂は、行政からの調査依頼を除く、消費者団体やNPOからの調査依頼は全て応じていない、という理由で、正式に調査を断られました。消費者と企業が協働して、環境問題への対応や持続可能な社会づくりをすすめていくことが現在の社会的要請だと考えます。このような観点から、ぜひ次回の調査にはご協力をいただけるよう、再考を強くお願いします。

グリーンコンシューマーの講演、ワークショップを開催されませんか

地球温暖化の防止、ごみの減量、生物多様性の保全など、私たちの未来のために取り組むべき環境問題が多くあります。これらの解決のためにはライフスタイルと経済活動を変えていく必要があることは、世界中で認識されています。その解決のための行動としてグリーンコンシューマーは、誰もがいつでもできて、しかも効果的な取り組みです。そのグリーンコンシューマーを知る講演会、セミナー、ワークショップ（「買い物ゲーム」「クイズ大会」）を環境市民では、提供し、大変好評をいただいています。ぜひ貴社、貴団体、貴自治体でも開催をお考えください。企業向け、市民向け、行政向け等、様々なアレンジが可能です。お気軽に下記まで電話、メールでお問い合わせください。

※環境市民は、1991年に日本で初めてグリーンコンシューマー活動を具体化し様々な活動を展開してきました。（2004年に環境大臣賞・グリーン購入大賞を受賞）。

グリーンコンシューマー活動にご関心のある方へ

環境市民では、全国各地のNPO/NGOと連携しながら、このような調査活動などをさらに展開していく予定をしています。ご関心のある方は、ぜひお問い合わせください。

- 調査票をご覧になりたい方は下記サイトをご参照ください（ダウンロード可能）。また調査結果について詳しいことをご知りたい方は、環境市民にお問い合わせください。

http://www.kankyoshimin.org/modules/activity/index.php?content_id=180



認定 NPO 法人
環境市民

<http://www.kankyoshimin.org>

TEL : 075-211-3521

FAX : 075-211-3531

E-mail : life@kankyoshimin.org

〒604-0934 京都市中京区麩屋町通二条下る
第二ふや町ビル 405

【会員募集中】 ☎ お問い合わせください

調査担当