報告：　第２回「GPN500 万人で取り組むグリーン購入一斉行動」に 440 団体 168 万人が参加

～買い物袋を持って、旬や地場の食べものを選ぶ～

６月の１ヶ月間、「買い物袋を持って、旬や地場の食べものを選ぶ」をテーマに、第２回「GPN500 万人で取り組むグリーン購入一斉行動」を実施しました。期間中 440 団体 168 万人が参加し、レジ袋削減、旬や地場の食材の購入に取り組みました。

第２回キャンペーンポスター

キャンペーン実施概要

○**テ ー マ**：買い物袋を持って、旬や地場の食べものを選ぶ
○**行動期間**：６月１日（日）～６月 30 日（月）
○**行動内容**：◆スーパーや生協、コンビニエンスストア、百貨店、商店街などで買い物をする際、旬や地場（国産含む）の食材を買い、レジ袋を断る
◆レストランや居酒屋、ファストフード店などの外食店で食事をする際、旬や地場の食材を使った料理を食べる

■９割がレジ袋を辞退、７割が旬や地場の食べものを食べる

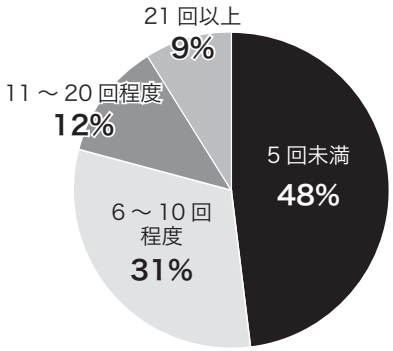
キャンペーン終了後に実施したアンケートでは、回答者の約 90%がレジ袋を辞退し、70%が旬や地場の食べものを買ったり食べたりしたことが分かりました。

【アンケート概要】
① **実施期間**：７月２日（水）～ 25 日（金）
② **実施方法**：ホームページ上に作成したアンケート画面で回答
③ **対　　象**：キャンペーンに参加した個人
④ **回 答 数**：3,460 人
⑤ **性　　別**：男性 74%、女性 26%

Ⅰ レジ袋削減

- レジ袋辞退は、昨年同様 90%の参加者がレジ袋を辞退したことが分かりました。レジ袋を辞退した人のうち 78%がマイバッグを持っている一方で、レジ袋を断らなかった約 40%の人も、マイバッグを持っていることが分かりました。マイバッグを利用しやすい、雰囲気や仕組みを作ることによって、潜在的なマイバッグユーザーを顕在化させることができるのではないでしょうか。
- レジ袋辞退率を性別で見ると、男性が 75%であるのに対し女性は 90%と、女性の方がレジ袋辞退率の高いことが分かりました。
- １人１ヶ月平均のレジ袋辞退枚数は約 7.6 枚でした。これはキャンペーン全体で推計すると、1,148 万枚（月間）のレジ袋を削減できたことになり、534t-CO_2 の削減効果となります。
- マイバッグを持っている人は、過去のイベントやキャンペーンでもらったという人が最も多く、次いで自分で購入した人が多い結果となりました。

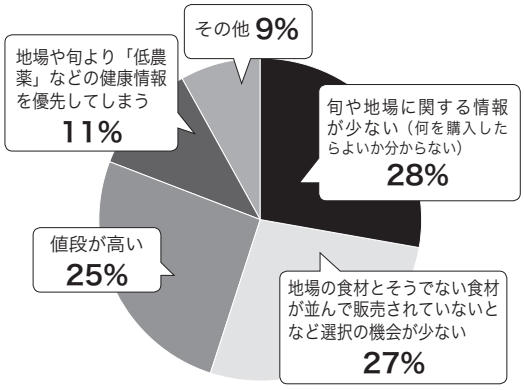
●キャンペーン中のレジ袋辞退率



Ⅱ 旬や地場の食べものを選ぶ

- 期間中約 70%の人が、意識して旬や地場の食材を購入したり、家庭で食べたことが分かりました。逆に外食では、旬や地場の食材を使ったメニューを食べた人は 30%に留まり、外食では取り組みにくい状況が分かりました。
- 旬や地場の食材を購入する際の課題としては、何を購入したらよいか分からない、地場の食材とそうでない食材が並んで販売されていないなど選択の機会が少ない、値段が高い、といった回答が最も多い結果となりました。
- 外で食事する際に、旬や地場の食材を採用することで、季節ごとにメニューが異なることや、形や大きさがふぞろいな食材があること、豊作や不作によって提供できるメニューが変更になる場合があることは、あらかじめ説明があれば許容できる、とする回答が全体の 60%を占めました。

●キャンペーン中の旬や地場産野菜の購入について



REPORT!

参加団体の取り組み

売り場で呼び掛け

大手小売りチェーンの西友では、西友・リヴィン・サニーの全店の野菜売り場、魚売り場でポスターを掲示し、店舗に買い物に来られたお客様にも「旬」や「地場」を呼び掛けられました。また期間中２回新聞の折り込みチラシにもキャンペーン広告を入れられました。

また、イズミヤでも関西を中心に５店舗（学園前店、新大宮店、神戸玉津店、紀伊川辺店、八幡店）で、売り場にポスター掲示をされました。

売り場でのポスター掲示（西友）

イズミヤ新大宮店での
ポスター掲示

社員食堂で特別メニュー

期間中に社員食堂で、旬や地場の食材を使った特別メニューを用意し、キャンペーンに取り組んだ企業には、横河電機、佐川急便、味の素、岡村製作所、セイコーインスツル、大林組などがありました。それぞれ委託業者へ協力を呼び掛け、カレーやジャンバラヤ、ロールキャベツ、ミネストローネ、かぼちゃサラダ等、趣向を凝らしたメニューが提供され、完売する食堂が続出するなど、従業員にも大好評でした。

地場の野菜を使ったロールキャベツ、ミネストローネ、かぼちゃサラダ（岡村製作所）

社員食堂の前にポスターを
掲示してキャンペーンを PR
（味の素）

職場で地産地消「ゴーヤ苗」植栽

富士通川崎工場では、6 月 6 日 (金) に緑のカーテンづくり（省エネ対策）と、地産地消を目的としたゴーヤ苗植栽が実施されました。社員ボランティアによって昼休みを利用して植栽されたゴーヤは、社員食堂に提供し、社員が食べる予定です。また植栽に参加した社員には、家庭でも地産地消を行ってもらえるよう、別途ゴーヤ苗を配布されます。

昼休みにゴーヤを植える従業員（富士通）

地産地消でエコクッキング「ほっとく鍋」でカレー作りに挑戦

大阪府河内長野市では、地球号クッキンググループ（市民団体）からの申し出を受け、市職員に野菜の提供を依頼し「地産地消でエコクッキング～とれとれ野菜カレー教室～」が市民協働で開催されました。参加者からは「地場の新鮮な野菜の甘い味が舌に残り、改めて旬の味を思い出させてもらいました」などの声があがり、旬や地場、エコクッキングを感じる機会としてとても好評でした。

「ほっとく鍋」でカレー作りに挑戦する
参加者（河内長野市）

＊次回一斉行動キャンペーン予告

10 月、1 月も「買い物袋を持って、旬や地場の食べものを選ぶ」がテーマ

今回 400 を越える団体が参加した一斉行動キャンペーン。お弁当を買いに行く昼休み、会社帰りのスーパーでの買い物など、私たちひとりひとりの小さな心掛けによって大きな成果を残すことができました。GPN では、来る 10 月、来年 1 月ともに、今回と同様「買い物袋を持って、旬や地場の食べものを選ぶ」をテーマに一斉行動キャンペーンを実施いたします。

10 月には「環境にやさしい買い物キャンペーン」[※1] や 3R 推進月間などのキャンペーンも行われます。連動させて取り組むことでさらに大きな成果が得られるよう、グリーン購入ネットワークの会員である私たちから、社会に大きなメッセージを発信しましょう！

※１内閣府、経済産業省、環境省、３Ｒ活動推進フォーラムと４７都道府県が共同で実施。「買い物」における３Ｒ行動の実践を呼びかける。