

第6回 消費者から見た情報展2010 ～行動しよう!“主役はあなた”～

目	次
1 . 放射線照射食品はいらない.....	2
2 . 仮想水 (バ-チャルウォ-タ-) から食を考える.....	6
3 . 「医療」と・ぴ・っ・く・す.....	8
医療・医薬品編	
健康食品編	
4 . 「いきいき元気で生涯現役」.....	10
～何時までも地域に住み続けられるために～	
5 . も～う待てない 地球温暖化!.....	12
6 . 包装リサイクルについて.....	16
7 . ふろしき (包み).....	18

はじめに

今回のテ-マは 行動しよう!主役はあなた です。
やらなくては、と思うことが毎日毎日次から次へと押し寄せ
てきます。

何もしなくても出来るのは、ごみの山。

私たちの毎日の消費行動が、商品の内容から包装までを変え
ていることにお気づきでしょうか。

一人一人には何気ない行動も、結果的には民意となって、
社会を動かしています。

もし意図的にレジ袋を辞退したり、家庭での消費電力カット
に動けば、一人では想像もつかない力になって、社会を変え
ることになります。

あなたも、私も、主役になって動かなければ、
ごみの山に囲まれての立ち往生となりそうです。

第4回 消費者から見た情報展2008 ～得する情報 すばやくキャッチ！～

目 次

食品部

- ポテトサラダから食品表示を考える •→試買調査
- 食品表示（良く見ても分からない、誰のためにあるの）
- 冷凍食品の表示 •→食糧自給率39%
- 世界の食糧事情 •→教訓は生かされているか
- 50年前と近年の不祥事を比べる

医療部

- 医療制度改革 •→後期高齢者（長寿）医療制度
- 医療についての意識調査

環境部

- 地球温暖化の危機迫る •→バイオマスってなあに？
- 廃プラスチックの焼却とCO
- 東京都の温暖化対策はどうなっている
- CO₂を吸収する植物

はじめに

今回のテーマは‘得する情報・すばやくキャッチ’です。社会に渦巻く情報も、タッチの差で損をしてしまうこともしばしばありますが、正しい情報を素早くつかむ技を身につけたいものです。それには心と体がりフレッシュして柔軟な神経を持って対処できれば、長寿社会の前途は洋々なのですが、現代社会は余りも、ぎすぎすし過ぎて、加齢世代にいたわりがありません。

私たちは社会の弱者に目を向け、くらしの安全と安心を主張し活動を続けています。それは私たちの権利だからです。

正しい情報を素早くキャッチできるのは、情報の公開が公平にあるかに係っているでしょう。

本日、ご来場の皆様がほっとするような情報はありましたか。一つでもあれば幸いに思います。

第5回 消費者から見た情報展2009 ～つなげよう“情報の輪”～

目	次
1. 食べつづけて安全なの 体細胞クローン牛・・・	2
2. 地産地消は身近な農業体験から・・・・・・・・・・	4
3. 薬事法改正・・・・・・・・・・・・・・・・・・	6
医薬品の販売方法が変わりました	
4. 介護保険を上手に利用するには・・・・・・・・・・	8
いざという時あわてないために 介護予防サービスを受けるには	
5. 改めて 容器包装リサイクル法ってなに？・・・	10
急がれる プラスチック容器包装の再資源化 資源プラスチックのゆくえ ガス化への期待	

はじめに

今回のテーマは‘つなげよう情報の輪’です。

世の中 情報であふれかえっています。

その気になれば読みきれない情報を得ることは容易いことです。

時には、

情報の海に溺れて途方に暮れることも必要でしょう。

が、なんと云っても、情報はやりとりをすることで、
弾みがつきます。

消費者庁ができることになって、

私たち消費者団体の価値は、弾みのついた力強い情報をどれだけ届けられるかということでしょう。

日頃から、機会を逃さず、情報を磨き育てて、みんなのモノにしていくことが、消費者団体としての役目ではないでしょうか。

第6回 消費者から見た情報展2010 ～行動しよう!“主役はあなた”～

目	次
1 . 放射線照射食品はいらない……………	2
2 . 仮想水(バ-チャルウォ-タ-) から食を考える……………	6
3 . 「医療」と・ぴ・っ・く・す……………	8
医療・医薬品編	
健康食品編	
4 . 「いきいき元気で生涯現役」……………	10
～何時までも地域に住み続けられるために～	
5 . も～う待てない 地球温暖化!……………	12
6 . 包装リサイクルについて……………	16
7 . ふろしき(包み)……………	18

はじめに

今回のテ-マは 行動しよう!主役はあなた です。
やらなくては、と思うことが毎日毎日次から次へと押し寄せ
てきます。

何もしなくても出来るのは、ごみの山。

私たちの毎日の消費行動が、商品の内容から包装までを変え
ていることにお気づきでしょうか。

一人一人には何気ない行動も、結果的には民意となって、
社会を動かしています。

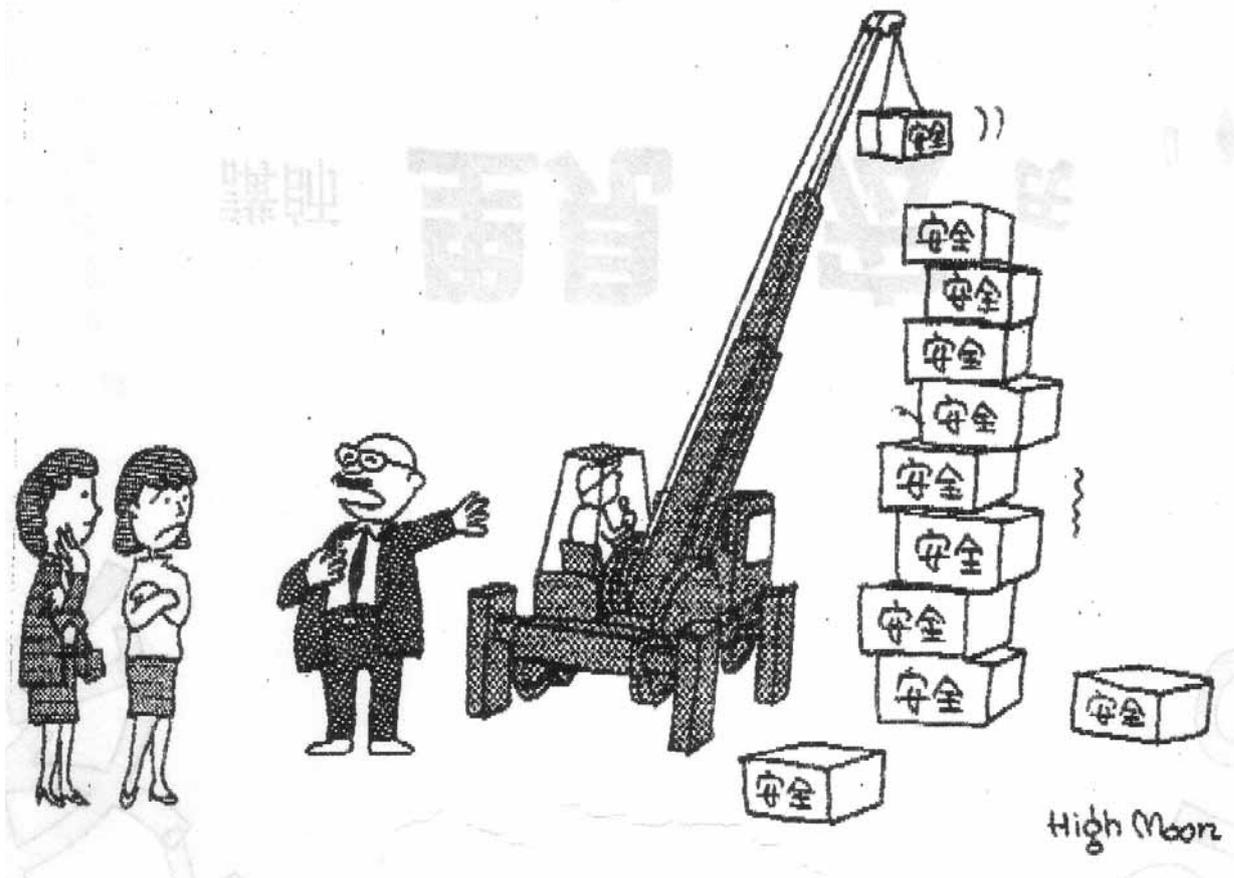
もし意図的にレジ袋を辞退したり、家庭での消費電力カット
に動けば、一人では想像もつかない力になって、社会を変え
ることになります。

あなたも、私も、主役になって動かなければ、
ごみの山に囲まれての立ち往生となりそうです。

第7回 消費者から見た情報展2011 ~ やっぱり安全がいちばん! ~

目 次

1 . 健康食品.....	1
2 . 家賃の更新料はらっていますか?.....	5
3 . 汚染食品 放射能汚染食品の人体に与える影響	7
4 . 人工甘味料 スクラロ - スを知っていますか?.....	11
5 . 選ぼうエコ包装.....	17
6 . 環境に優しい次世代ペ - パ - 「石」から生まれた「紙」. . .	18
7 . 「脱原発」いま私たちにできること.....	19



第8回 消費者から見た情報展2012 ～3.11からみえたものは?～

目 次

1 . 新聞からわかったこと.....	1
2 . 表示の一元化に向けて.....	4
3 . 食品放射線汚染から身を守る.....	6
4 . 警戒区域野生牛筋肉中にセシウム30倍..	7
5 . 原子力発電は安いか?.....	8
6 . 再生可能エネルギー - って何?.....	10
7 . 震災時のトイレ対策.....	12
8 . 介護保険法改正と介護保険料改定.....	14
9 . 介護保険を上手に使おう.....	16
10 . 内部被曝による健康被害.....	18
11 . みんなで進めよう適正包装.....	20
12 . 石の紙.....	21

はじめに

未曾有の大震災には人間の微力さと天災のすごさを今更ながらに味わいました。

また想定外という言葉にも深く考えさせられました。原発のような、被害がそこでは収まらないような人工物に対して近視眼的経済を優先させることの愚かさをしみじみと勉強しました。

安全基準のいい加減さにも、この1年の放射線の場合当たりの基準作りに直面しています。原発再稼働へのストレステスト他には全く信頼がおけません。

優先すべきは、安全なのか、目先の便利さなのか。聞くまでもなく、原発からの撤退を如何に上手に仕組めるかが、国民の喫緊の課題です。

レジ袋辞退調査結果報告

2011年10月25日
 レジ袋減量ネットワーク
 東京都地域消費者団体連絡会

平成23年度レジ袋辞退調査の結果についてご報告いたします。

調査日時 2011年10月5日(火) 午後4時～6時の1時間 雨

調査店舗 都内にあるスーパー 90店で実施

調査方法 食品フロアのレジ脇にて、レジを通った客が、レジ袋を貰ったか、レジ袋を辞退したか、を観察する。

辞退者の数とその割合は次の表のとおり

対象	総数(件数)	辞退者数	2011年 辞退者%	2010年 辞退者%	2009年 辞退者%	2008年 辞退者%	2007年 辞退者%	2006年 辞退者%	2005年 辞退者%	
全体90店	8026	3064	38.2	42.3	41.2	35.5	32.8	17.7	16.6	
有料 6店	285	247	86.7	88.2	83.4	88.8	80.8	87.4	87.8	
無料84店	7741	2817	36.4	38.8	35.4	30.3	25.0	15.4	13.7	
男	2127	596	28.0	34.0	30.1	26.2	23.6	11.2	12.0	
女	5917	2533	42.8	44.8	44.3	39.9	35.4	19.5	17.8	
年代 若 中高	40才まで	2574	912	35.4	38.1	37.1	32.1	29.8	13.4	13.4
	41～64才	3586	1411	39.3	43.1	42.4	37.7	34.1	17.2	17.7
	65才以上	1860	812	43.7	45.3	45.0	36.7	34.6	25.6	18.6

(注:年代は調査担当者の主観)

(注:男女・年代の和が総数に過不足なのは、未記入・複数で来店があったため)

その他の調査結果	2011年	2010年	2009年	2008年	2006年	2005年
	実施%	実施%	実施%	実施%	実施%	実施%
店内に「レジ袋NOデー」のポスターが貼ってあった	24.4	28.1	29.3	40.0	50.2	35.6
店内放送で「レジ袋NOデー」の放送をしていた	6.7	8.0	10.9	16.6	14.3	18.6
レジ担当者がお客にレジ袋の有無を問いかけている	42.2	32.2	46.7	53.3	57.5	8.5
レジ担当者がレジ袋辞退者に感謝の言葉をかけている	54.4	23.7	56.5	73.3	42.3	42.4
辞退者へのサービスを実施していた	95.6	83.9	82.7	98.3	149.8	78.0

- 現金で2円引きの店が増えてきた。
- 悪天候のせいか、高齢者が少ないと感じる調査員が多かった。
- 全体で、約4ポイント、男性では6ポイント下げている。
- 中年で約4ポイント下げている。
- 小型スーパーでの取組が遅れている

レジ袋調査2011 (2011年10月5日午後4時から6時の1時間) 地区別順位付

code	調査店名		順位	総数	辞退者数	%	男	辞退者	%	女	辞退者	%	若 40才代	辞退者	%	中 41-64	辞退者	%	高 65以上	辞退者	%	掲 示	放 送	質 問	謝 辞	有 料	サ ー ビ ス	マイ バ ッ ク
1 1	文化堂	月島	65	111	25	22.5	18	3	16.7	93	22	23.7	45	14	31.1	39	7	17.9	27	4	14.8	3	3	4	5		2	2
2 1	マルエツ	佃	65	71	16	22.5	15	3	20.0	56	13	23.2	19	5	26.3	22	3	13.6	30	8	26.7	1	2	1	5		1	2
3 1	グルメシティ	麻布台	71	163	35	21.5	55	8	14.5	108	27	25.0	52	13	25.0	83	12	14.5	28	11	39.3	3	3	1	1		3	1
4 1	マルエツ	港南ワ-ルドシティ	88	97	4	4.1	35	1	2.9	62	2	3.2	47	1	2.1	48	1	2.1	2	1	50.0	2	2	3	1		1	1
5 2	キューズ伊勢丹	品川	89	93	3	3.2	26	1	3.8	67	2	3.0	31	2	6.5	55	1	1.8	7	0	0.0	1	1	3			1	1
6 1	東急ストア	白金台	63	91	22	24.2	17	4	23.5	74	18	24.3	19	4	21.1	47	9	19.1	25	9	36.0	1	2	2	1		3	2
7 1	京王キッチンコ-	神楽坂	9	57	37	64.9	9	7	77.8	50	31	62.0	9	6	66.7	34	24	70.6	12	7	58.3	1	1	2	1		3	1
8 2	丸正	若松町	64	38	9	23.7	7	0	0.0	32	9	28.1	16	1	6.3	14	5	35.7	8	3	37.5	2	2	3	4		4	2
9 2	三徳	早稲田	76	59	12	20.3	14	1	7.1	45	11	24.4	27	5	18.5	23	2	8.7	9	5	3.0	2	2	3			3	2
10 2	三徳	飯田橋店	49	56	19	33.9	21	1	4.8	35	18	51.4	17	4	23.5	27	9	33.3	12	6	50.0			1	1		2	1
11 2	三浦屋	飯田橋	77	65	13	20.0	8	1	12.5	57	12	21.1	23	1	4.3	23	5	21.7	19	7	36.8	1	3	1	1		2	
12 2	よしや	柳町店	16	54	31	57.4	10	6	60.0	44	25	56.8	12	7	58.3	31	18	58.1	12	5	41.7	2	2	3	4		3	2
13 1	いなげや	新宿小滝橋	53	45	13	28.9	10	2	20.0	36	11	30.6	14	3	21.4	8	2	25.0	23	8	34.8	1	2	1	1		1	2
14 2	西友	高田馬場	30	112	50	44.6	53	15	28.3	59	35	59.3	37	13	35.1	50	23	46.0	24	14	58.3	1	2	1	1		1	2
15 1	大丸ピ-コック	高田馬場	52	110	32	29.1	24	8	33.3	86	24	27.9	33	11	33.3	46	12	26.1	28	10	35.7	3	2	2	1		2	
16 2	コモディイダ	江戸川橋	44	104	39	37.5	35	4	11.4	69	35	50.7	45	14	31.1	47	22	46.8	11	3	27.3	2	2	2	1			2
17 2	三徳	茗荷店	40	120	48	40.0	21	3	14.3	99	45	45.5	43	14	32.6	53	24	45.3	24	10	41.7	2	2	3	1		3	1
18 1	東急ストア	東長崎	47	64	22	34.4	16	4	25.0	48	18	37.5	26	5	19.2	22	10	45.5	16	7	43.8	1		1	1		3	1
19 2	西友	巢鴨	32	166	72	43.4	56	24	42.9	110	52	47.3	77	30	39.0	61	33	54.1	22	9	40.9	3	2	1	3		1	1
21 1	いなげや	荒川西日暮里店	69	45	10	22.2	20	3	15.0	25	7	28.0	16	2	12.5	17	3	17.6	12	5	41.7	2	2	3	4		1	1
22 1	イト-ヨ-カド-	アリオ北砂	48	73	25	34.2	14	5	35.7	59	20	33.9	30	8	26.7	30	15	50.0	13	2	15.4	2	1	1	1		1	2
23 1	ダイエ-	大島	73	44	9	20.5	9	1	31.0	35	8	22.9	17	4	23.5	14	0	0.0	13	5	38.5	2	2	3	1		3	
24 1	イト-ヨ-カド-	大井町	34	75	32	42.7	19	7	36.8	56	25	44.6	19	11	57.9	25	10	40.0	31	12	38.7		4	1	1		1	
25 1	ジャスコ	品川シ-サイド	65	40	9	22.5	9	1	11.1	31	8	25.8	21	4	19.0	16	3	18.8	3	2	66.7		2	1	1		1	1
26 2	西友	大井町	29	86	39	45.3	31	11	35.5	55	28	50.9	46	20	43.5	22	13	59.1	18	6	33.3	2	2	1	4		1	1
27 1	ザ-ガ-デン	自由ヶ丘	87	49	3	6.1	20	1	5.0	29	2	6.9	28	1	3.6	12	1	8.3	9	1	11.1	2	2	3	4		1	1
28 1	ダイエ-	碑文谷	61	45	11	24.4	8	3	37.5	37	8	21.6	24	8	33.3	13	2	15.4	8	1	12.5	2	2	3	4		3	2
29 1	大丸ピ-コック	自由が丘	73	44	9	20.5	5	1	20.0	40	8	20.0	11	3	27.3	17	4	23.5	16	2	12.5	2	2	3	4		3	2
30 1	東急ストア	中目黒	50	74	24	32.4	17	2	11.8	57	23	40.4	12	4	33.3	44	14	31.8	17	6	35.3			2	1		3	2
31 2	丸正	五本木	60	44	11	25.0	16	1	6.3	28	10	35.7	19	2	10.5	23	8	34.8	2	1	50.0	1	3	1	1		3	
33 2	三和	祐天寺	68	49	11	22.4	15	3	20.0	34	8	23.5	14	1	7.1	23	5	21.7	12	5	41.7		1	1	5		3	2
34 1	ライフ	中目黒	57	152	39	25.7	52	9	17.3	101	30	29.7	42	8	19.0	77	24	31.2	34	7	20.6	1	3	2	1		3	2
35 1	大丸ピ-コック	下北沢	51	90	29	32.2	18	2	11.1	72	27	37.5	38	12	31.6	44	13	29.5	8	4	50.0	2	2	3	1		3	1
36 2	オオゼキ	下北沢	84	64	7	10.9	21	3	14.3	44	4	9.1	18	3	16.7	31	3	9.7	15	1	6.7	2	2	3	4		5	2
37 1	イト-ヨ-カド-	四つ木	80	55	9	16.4	17	3	17.6	38	6	15.8	32	5	15.6	16	2	12.5	7	2	28.6	1	1	1	1		1	1
38 1	赤札堂	堀切	90	67	0	0.0	12	0	0.0	55	0	0.0	24	0	0.0	34	0	0.0	9	0	0.0	2	2	3	4			2
39 2	よしや	大山	38	45	19	42.2	10	1	10.0	35	18	51.4	8	0	0.0	22	10	45.5	15	9	60.0	2	2	3			3	2
40 1	イト-ヨ-カド-	赤羽	39	134	56	41.8	28	7	25.0	106	49	46.2	26	12	46.2	69	31	44.9	41	13	31.7	2	2	3	1		1	2

レジ袋調査2011 (2011年10月5日午後4時から6時の1時間) 地区別順位付

code	調査店名	順位	総数	辞退者数	%	男	辞退者	%	女	辞退者	%	若 40才代	辞退者	%	中 41-64	辞退者	%	高 65以上	辞退者	%	掲 示	放 送	質 問	謝 辞	有 料	サ ー ビ ス	マイ バ ッ ク
41	2 西友 赤羽	26	137	66	48.2	44	24	54.5	93	42	45.2	30	17	56.7	71	33	46.5	36	16	44.4	2	2	2	1		1	
42	1 ライフ 渋谷東	81	53	7	13.2	12	0	0.0	41	7	17.1	8	0	0.0	24	6	25.0	21	1	4.8	2	2	3	4		3	2
43	2 キー-ンズ伊勢丹 笹塚	54	59	17	28.8	10	1	10.0	49	16	32.7	19	1	5.3	30	10	33.3	10	6	60.0	2	1	1	1		3	1
44	1 サミット 妙法寺前	5	60	50	83.3	18	10	55.6	42	40	95.2	31	27	87.1	15	12	80.0	14	11	78.6		3	1	1		3	1
45	2 西友 富士見ヶ丘	17	75	43	57.3	29	10	34.5	49	35	71.4	15	8	53.3	46	30	65.2	14	5	35.7	2	2	1	1		1	1
46	2 西友 西荻	37	73	31	42.5	14	4	28.6	59	27	45.8	32	15	46.9	31	14	45.2	10	2	20.0	2	2	1	1		1	2
47	2 キー-ンズ伊勢丹 桃井	7	54	39	72.2	13	8	61.5	46	34	73.9	6	2	33.3	27	22	81.5	19	13	68.4	2	2	1	1		3	1
48	1 イト-ヨ-カド- 阿佐ヶ谷	11	43	27	62.8	10	8	80.0	33	19	57.6	10	5	50.0	17	13	76.5	16	9	56.3			2	4		1	3
49	2 九州屋富士ガ-デン 西荻窪店	23	67	33	49.3	19	8	42.1	48	25	52.1	22	6	27.3	33	21	63.6	12	6	50.0	2	2	1	4		1	2
50	2 西友 阿佐ヶ谷	15	75	45	60.0	18	10	55.6	57	35	61.4	19	14	73.7	46	25	54.3	10	6	60.0	3	2	1	1		1	2
51	2 ヨ-クマ-ト 石神井	40	100	40	40.0	29	6	20.7	71	34	47.9	36	16	44.4	41	13	31.7	23	21	91.3	4	2	3	4		1	2
52	1 サミット 練馬春日町	43	128	51	39.8	33	6	18.2	95	45	47.4	48	17	35.4	51	15	29.4	29	19	65.5	2	2	2	1		3	1
53	2 西友 練馬	31	69	30	43.5	11	4	36.4	58	27	46.6	42	17	40.5	24	12	50.0	3	1	33.3		2	1	1		1	
54	1 ライフ 平和台	46	96	34	35.4	15	2	13.3	81	32	39.5	34	12	35.3	39	16	41.0	23	6	26.1	2	2	1	1		3	
55	2 オ-ケ- 中杉中央	4	64	55	85.9	15	12	80.0	49	43	87.8	32	29	90.6	24	18	75.0	8	8	100.0		2	3	4	6		
56	2 オリピック 中野坂上	55	28	8	28.6	7	0	0.0	21	8	38.1	14	4	28.6	11	4	36.4	3	0	0.0	2	2	3	4		3	2
57	1 コ-プ東京 南台店	6	45	37	82.2	12	8	66.7	33	29	87.9	18	16	88.9	20	14	70.0	6	6	100.0	2	2	3	4	5	5	1
58	1 サミット 東中野	62	230	56	24.3	67	11	16.4	169	46	27.2	106	14	13.2	80	25	31.3	50	18	36.0	2	2	4	3		3	3
60	1 ライフ 中野新井	70	209	45	21.5	60	9	15.0	154	36	23.4	61	10	16.4	110	23	20.9	43	12	27.9	2	2	3	1		3	
61	1 いなげや 牟礼	24	105	51	48.6	34	11	32.4	71	40	56.3	39	16	41.0	51	30	58.8	15	5	33.3	2	2	1	1		1	2
62	1 サミット 三鷹市役所前	27	160	76	47.5	35	9	25.7	125	67	53.6	12	6	50.0	78	33	42.3	70	37	52.9	2	2	1	1		3	1
63	2 オオゼキ 三鷹駅前	83	160	18	11.3	34	3	8.8	126	15	11.9	49	3	6.1	85	11	12.9	26	4	15.4	2	2	3	4		5	2
64	1 東急ストア 三鷹店	56	120	33	27.5	33	3	9.1	87	30	34.5	32	9	28.1	64	17	26.6	21	7	33.3	2	2	2	1		3	2
65	2 グルメシティ 中原店	58	94	24	25.5	37	8	21.6	57	16	28.1	45	11	24.4	39	12	30.8	10	1	10.0	1	2	1	3		3	2
66	1 オダキュウOX 三鷹台店	78	142	26	18.3	22	10	45.5	117	65	55.6	44	19	43.2	59	36	61.0	40	21	52.5	2	2	1	1		1	1
67	1 京王ストア 野崎店	45	42	15	35.7	12	3	25.0	30	12	40.0	12	6	50.0	22	6	27.3	8	3	37.5	1	2	1	1		2	1
68	1 イト-ヨ-カド- 武蔵境	59	143	36	25.2	30	3	10.0	113	33	29.2	46	14	30.4	67	16	23.9	19	15	78.9	2	2	2	4		1	2
69	1 ライフ 仙川	34	110	47	42.7	38	10	26.3	72	37	51.4	54	26	48.1	34	12	35.3	22	9	40.9	2	2	2	1		3	2
70	2 紀ノ国屋 国立	19	70	39	55.7	8	3	37.5	62	36	58.1	10	2	20.0	30	20	66.7	30	17	56.7	3	2	3	4			
71	1 グルメシティ 成瀬台店	79	76	13	17.1	21	1	4.8	58	12	20.7	6	2	33.3	44	8	18.2	26	3	11.5	3	2	2	1		3	1
72	1 いなげや 保谷本町店	14	145	88	60.7	32	15	46.9	113	74	65.5	26	14	53.8	56	32	57.1	63	41	65.1	3	2	1	1		1	1
73	1 いなげや 田無芝久保店	17	75	43	57.3	18	9	50.0	59	38	64.4	17	15	88.2	27	13	48.1	29	17	58.6	1	3	1	5		1	1
74	2 オリピック ひばりヶ丘店	85	48	5	10.4	16	1	6.3	32	4	12.5	12	1	8.3	18	2	11.1	18	2	11.1	1	2	3	4		5	1
75	2 オリピック 田無店	33	63	27	42.9	17	0	0.0	46	27	58.7	16	7	43.8	38	16	42.1	9	4	44.4	2	2	2	4		3	2
76	2 キー-ンズ伊勢丹 ひばりヶ丘店	40	160	64	40.0	33	9	27.3	127	55	43.3	73	34	46.6	55	22	40.0	32	8	25.0	1	2	1	1		3	1
78	1 コ-プ東京 ひばりが丘店	3	40	35	87.5	7	4	57.1	32	31	96.9	18	17	94.4	19	16	84.2	1	1	100.0	2	2	3	4	5	5	3
79	2 ス-パ-ナカヤ ひばりヶ丘北店	86	56	4	7.1	16	2	12.5	40	2	5.0	16	0	0.0	28	3	10.7	12	1	8.3	2	2	3	1		5	2
80	2 西友 ひばりヶ丘店	12	184	115	62.5	44	21	47.7	140	94	67.1	39	23	59.0	82	52	63.4	63	40	63.5	4	2	3			1	3

レジ袋調査2011 (2011年10月5日午後4時から6時の1時間) 地区別順位付

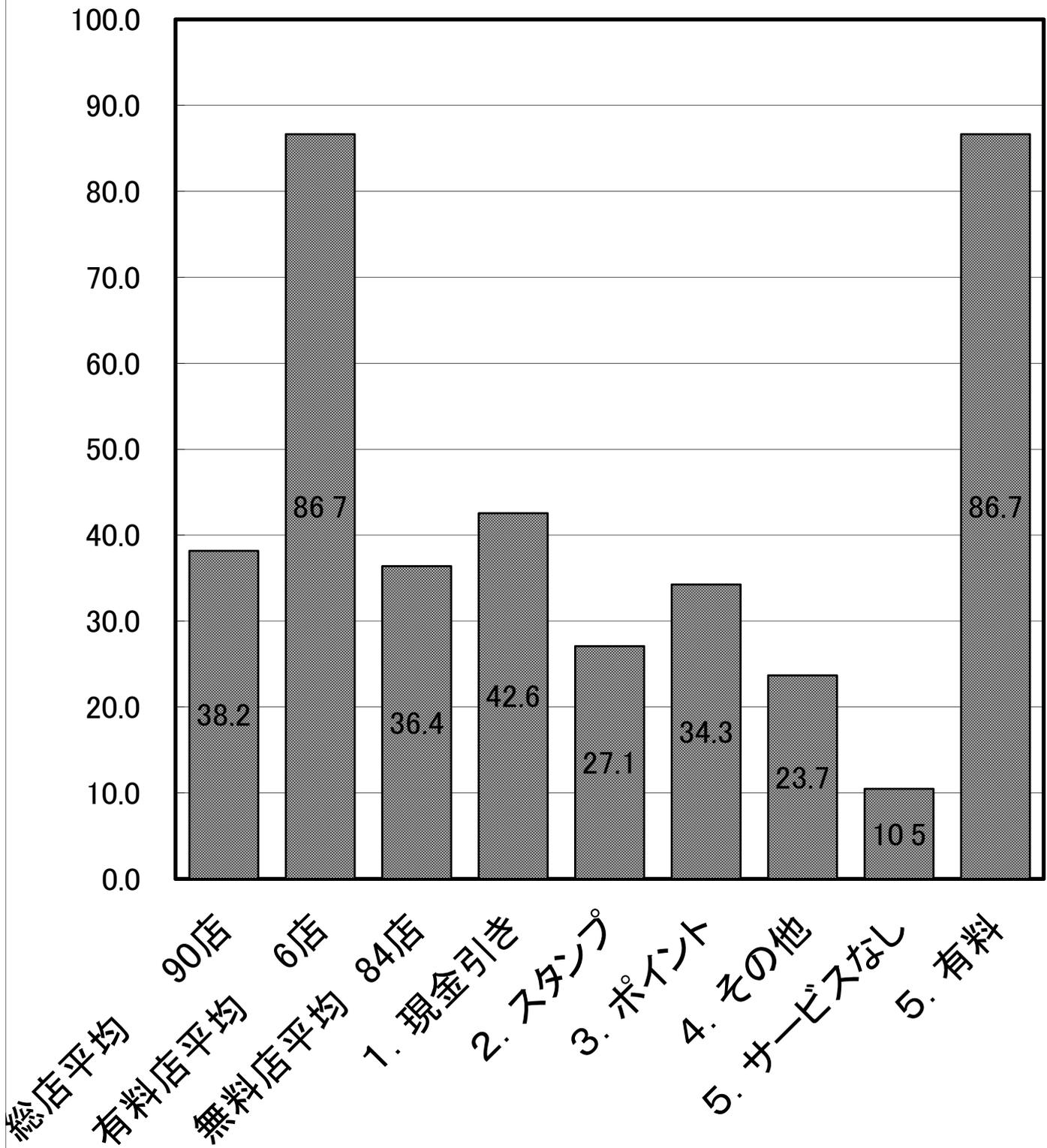
code	調査店名	順位	総数	辞退者数	%	男	辞退者	%	女	辞退者	%	若 40才代	辞退者	%	中 41-64	辞退者	%	高 65以上	辞退者	%	掲 示	放 送	質 問	謝 辞	有 料	サ ー ビ ス	マ イ バ ッ ク	
81	2 西友	LIVIN田無店	22	166	83	50.0	32	15	46.9	125	68	54.4	44	27	61.4	77	35	45.5	36	21	58.3	1	2	1		1		
82	2 西友	ひばりが丘団地店	20	160	85	53.1	46	15	32.6	114	70	61.4	22	13	59.1	87	45	51.7	51	27	52.9	2		2	1		1	2
83	2 西友	保谷店	13	220	134	60.9	68	32	47.1	153	102	66.7	57	30	52.6	128	82	64.1	36	23	63.9	1	2	1	1		1	1
84	2 つるかめランド	田無店	10	31	20	64.5	11	9	81.8	20	11	55.0	10	7	70.0	8	5	62.5	13	8	61.5	2	2	1	4	1	5	2
85	1 ビック・エ -	田無向台店	2	45	42	93.3	26	23	88.5	19	19	100.0	17	16	94.1	21	19	90.5	9	9	100.0	1	2	4	5	10	5	1
86	1 ビック・エ -	西東京谷戸店	1	60	58	96.7	21	20	95.2	39	38	97.4	29	28	96.6	16	16	###	15	14	93.3	2	2	3	4	10	5	2
88	1 マルエツ	保谷住吉店	25	126	61	48.4	37	8	21.6	89	53	59.6	33	13	39.4	74	36	48.6	19	12	63.2	1	3	1	3		1	3
89	1 マルエツ	田無西原店	28	98	45	45.9	17	5	29.4	81	40	49.4	20	7	35.0	45	22	48.9	33	16	48.5	2	2	1	1		1	
90	1 マックスバリュ -	田無芝久保店	34	89	38	42.7	34	9	26.5	55	29	52.7	37	18	48.6	27	13	48.1	25	7	28.0	1	2	1	5		1	
91	2 三浦屋	東伏見店	8	63	42	66.7	11	5	45.5	52	37	71.2	7	0	0.0	27	21	77.8	29	21	72.4	2	2	3	4		3	1
92	2 まなマ - ト	ひばりヶ丘店	82	25	3	12.0	8	0	0.0	17	3	17.6	6	0	0.0	6	1	16.7	13	2	15.4	2	2	2	1		5	2
93	1 サミット	向台町店	21	185	95	51.4	56	24	42.9	129	70	54.3	58	28	48.3	81	37	45.7	46	30	65.2	1		4	1		3	1
99	1 ママズプレ - ト	目黒大橋	72	56	12	21.4	15	2	13.3	40	10	25.0	23	4	17.4	20	6	30.0	13	2	15.4	2	2	2	4		3	1
100	1 文化堂	緑ヶ丘	75	93	19	20.4	31	3	9.7	62	16	25.8	25	5	20.0	51	7	13.7	36	7	19.4	2	2	3	1		3	2
総店平均 90店			8026	3064	38.2	2127	596	28.0	5917	2533	42.8	2574	912	35.4	3586	1411	39.3	1860	812	43.7								
有料店平均 6店			285	247	86.7	92	76	82.6	192	171	89.1	124	113	91.1	108	88	81.5	52	46	88.5								
無料店平均 84店			7741	2817	36.4	2035	520	25.6	5725	2362	41.3	2450	799	32.6	3478	1323	38.0	1808	766	42.4								

調査不成立

77	2 倉喜屋	中止
20	1 ライフ	千川駅前店
32	2 丸正	大橋
59	1 東急ストア	中野
87	2 丸正	保谷

CommandBu

サービス別辞退率



東京都地域消費者団体連絡会からの提言

企 業 に

包装材は回収して
 再使用・再利用できるものを！
 包装材は、有害物質を発生しないものを！
 過剰包装の抑制を！
 包装形態は、消費者に選択肢を！
 袋はサ - ビスでなく、有料に！

行 政 に

過剰包装をなくすために、消費者・事業者と話し合いを！
 そして実行を！
 袋の使用を少なくするために、
 消費者・事業者に啓発・指導を！
 良い包装商品を選ぶために、
 幼児の時から環境教育・消費者教育の充実を！
 包装材に有害物質使用の有無を定期的に調査・点検を！
 リサイクル より
 Reduce リデュ - ス(減らす)！
 Reuse リユ - ス(再使用)！
 Repair リペア - (修理する)！
 Refuse リフュ - ズ(止める)！

消 費 者 へ

買 物 編

いつでも買い物袋(マイバッグ)を持っていき、
 店の袋は断りましょう
 個売りや簡易包装を選びましょう
 1回使用で捨てられるものより、
 何回も使い回しのできる商品を買きましょう
 最終的にゴミになるか、ならないか、
 よく考えて商品を選びましょう。

贈 答 編

「見た目より中身」
 贈る相手にゴミを押しつけるのはやめましょう
 頂くときも簡易包装を受け入れましょう

行 動 編

企業や行政に私たちの意見をキチンと伝えていきましょう。
 子供たちに恥ずかしくない行動をとりましょう。

消費者から見た包装商品展 まとめ

『暮らしの包装商品展 2011 in 新宿』は初めてのオ - プン会場と言えるので、少し緊張気味でした。来場されたお客さまは、偶然通りかかった方が大分で、包装のことを取り上げて考えることに、新鮮な感動を持って見て頂けたようです。私たちの取組にも関心を持って、お付き合いくださいました。

アンケートの回答数は、前回（浜松町）の3分の2ですが、これは3日目の途中で謝礼品の手当が間に合わず、中止したことによります。会場外の人への通りは多いのですが、必ずしも、会場内に流れてくるとは限らず、人寄せは難しいと感じました。特に若い人が少なかったようです。

アンケートというツールを利用して、来場の方々との意見交換するというのは、今回も成功したと思います。ただ、アンケートの対象商品の整備が行き届かず、回答には困惑された方が多かったと思います。困惑される内容は、私たちが商品の整備に手こずっている理由そのもので、それだけに話しの種子につきないというメリットもありました。

アンケートの結果は、自分用の包装には「省エネ」「無駄を省いた」「ゴミの出ない」等々に重点をおくという回答が多くなりました。

贈り物用というくくりが、贈る相手、贈る理由によって、事情が変わってくるのがまだまだ現実で、そこを無視して尋ねていますから、どういう場合を想定して答えるのか、回答者は悩み、考えたことになります。

毎回、贈り物用には価格の高そうな商品が選ばれていますが、今回は、特に伝統的な技術が使われている包装にポイントが集まったようです。贈り物は、キッチンと大切に包装されたものが選ばれています。

今回はタオルを使って、商品をどう贈り物用に進化させていくかという流れにして、その中で有料の包装を浮き上がらせる試みでした。計画倒れになりましたが、消費者にとって、「選べる」ということは大切な権利であることを確認して頂きたかったからです。

消費者にとって、商品の中身は勿論ですが、それを手渡してくれる包装にも関心を寄せることが大事です。私どもは、企業の工夫が詰まった物を収集したつもりでした。工夫が何処にあるか説明すれば納得されますが、気がつかないと、評価されません。「鮮度の一滴」のような包装の広告は、一種の消費者教育になっていたのだと思います。

100点余の商品を集めることは大変で、最終的に、当日の朝になって到着したモノが何点かあり、当初の計画通りにはいかず、混乱しました。そのため、報告書にキッチンとした写真と商品名を載せることができず、報告の価値を半減しています。大きな反省点です。

前回に続いて、今回も冊子にまとめて見ました。ご意見ご批評をお寄せください。