

〔団体の概要〕(NGO/NPO用)

団 体 名	財団法人 地球・人間環境フォーラム		
所在地	〒106-0041 東京都港区麻布台 1 丁目 9 番 7 号 飯倉ビル 3 階 TEL:03-5561-9735 FAX:03-5561-9737 E-mail:LEI07440@nifty.ne.jp		
ホームページ	http://www.shonan.ne.jp/~gef20/gef/		
設立年月	1990 年 5 月 * 認証年月日 (法人団体のみ) 1990 年 5 月 8 日		
代表者	清水 汪	担当者	平野 喬
組 織	スタッフ 45 名 (内 専従 45 名)		事務所 あり なし
	会員制度 (あり・なし)	正会員 名 (内訳: 個人 名 / 団体・法人 名) 賛助会員 10 名 (内訳: 個人 名 / 団体・法人 10 名) その他会員 60 名	
設立の経緯	1980 年代に、当時の国立公害研究所の近藤次郎所長と岡崎洋環境事務次官の間で、地球環境問題に対応できる財団の必要性について話し合われ、国立公害研究所の研究成果を広く社会に PR するとともに、地球環境問題の科学的調査・研究業務を遂行するために設立。		
団体の目的	地球環境問題の調査・研究と普及・啓発。		
団体の活動 プロフィール	・ 国立環境研究所の地球温暖化問題に関する各種調査・研究業務のサポート。 ・ 月刊誌・グローバルネットの発行等による地球環境問題の普及・啓発活動。 ・ 国際環境自治体協議会 (ICLEI=本部・トロント) 等、国際 NGO の支援活動。 ・ 地球環境映像祭の実施、環境テレビトラスト・日本事務所の運営など映像による地球環境問題の情報提供。		
財 政	活動事業費 (平成 13 年度)	約 6 億円	

団体・企業名	(財)地球・人間環境フォーラム	担当者名 平野 喬
--------	-----------------	-----------

〔政策提言の内容〕

* 政策分野・手段の番号は参考資料をもとにお書きください。

政策のテーマ	リユースカップの利用による循環型社会づくり		
政策の分野	番号		持続可能な循環社会の構築
政策の手段	番号		組織・活動
政策の目的			
サッカー場、野球場等では、観客の使う飲料容器として、使い捨ての紙容器が使われている。グラウンドへの投げ込みによる被害防止などのねらいがあるものの、試合終了後には大量のごみを発生させ、問題になっている。 ドイツのサッカー場、万博会場などでは、ポリプロピレン製のリユースカップが利用され、何度も洗っては使うことにより、ごみの発生抑制、エネルギーの節約に貢献している。100 円程度のデポジットがあることから、回収率も高く、ドイツでは5年でビジネスとして成功している。			
提言を行うこととなった背景および現状の問題点			
財団では、かねてよりドイツの成功例に着目し、各方面に協力を呼びかけていたが、今般、給食サービス会社大手で、長野オリンピック選手村の給食業務などの実績のあるエームサービス株式会社（本社・東京都港区西新橋 1-1-15）から、J2 のサッカーチーム「大分トリニータ」のホームグラウンドにて、7 月より、リユースカップの使用を実験的に実施するとの連絡を受けた。 しかし、同社が使用するカップはオランダからの輸入品（1 個 110 円程度）で、イニシャルコストをどこが負担するか、カップに印刷する企業広告がどのくらい集まるか、この方式に日本人が馴染むかどうかなど、本格導入に向けて、さらに調査・研究が必要である。 これを機会に当財団では、J1 の各チーム、さらに愛知万博においてもリユースカップの使用に踏み切るよう、大々的な PR 活動とドイツ事例の費用対効果面からの詳細な調査、日本での実験で追跡調査を行い、報告書にまとめるため、専門家による検討委員会を設置する。			
政策の概要			
ドイツ・フライブルグ市では、1992 年から市の管理する施設、土地でのイベント、市の主催する行事での使い捨て容器や缶入り飲料の使用を禁止し、リユースカップを使用することになった。1994 年には、市内のサッカースタジアムでのリユースカップの導入をサッカー協会にも働きかけた。サッカースタジアムでは、安全上の問題から、缶、ビンが使えず、紙容器、プラスチック製の使い捨て容器が使われていた。 市の要請に応える形で、地元サッカーチームの SC フライブルグは、ポリプロピレン製のリユースカップの使用に踏み切り、60%のごみ減量に成功した。同サッカーチームの宣伝・マーケティング担当だった人物が、その後、リユースカップのリース・洗浄会社を設立し、ドイツ全土への普及にのりだした。 2000 年 8 月時点（当財団機関誌グローバルネットより）で、ドイツのサッカー場の 70%がこの方式を導入。ハノーバー万博やマイケル・ジャクソンのコンサート等でも導されている。 財団では、そのシステム運営している「カップコンセプト社」と連絡をとり、日本への導入の可能性などを探っていたが、前述のエームサービス社が実験的に取り組む準備を進めており、この仕組みを本格的に日本に導入するため、コスト面での研究、自治体等の受け入れ体制、人々の意識などについての調査等を踏まえ、広く PR をする。			

政策の実施方法と全体の仕組み（必要に応じてフローチャートをつけてください） J2 の大分トリニータで 7 月から実験的に実施するのを皮きりに、J1 チームにも働きかける。すでに名古屋市、埼玉県などが関心を示しているほか、チームとしては FC 東京（スポンサーの東京ガスが関心をもっている）に働きかける。 当面、エームサービス社がオランダのカップメーカーから 4 万個のリユースカップを購入し、カップへの広告スポンサー探し、カップの品質管理などに取り組む。なおポリプロピレン製の容器については、環境ホルモン溶出の恐れはないと厚生労働省のヒヤリングは終えている。
政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください） 当面、このシステムを自治体、サッカーチームを支援する企業等にも紹介し、理解してもらう必要があり、実用化までは当財団、エームサービス（株）が共同で実施主体となる。なお、環境保全に熱心なスポーツマンの NPO・グローバルスポーツ・アライアンス（港区赤坂 2-11-15-5）にも働きかけており、共同でキャンペーンを行う予定である。 また、J リーグの川淵チェアマンと当財団顧問の個人的つながりから、同氏にも話しをし、賛同を得たい。
政策の実施により期待される効果 ドイツではサッカー場のごみが 60%も減ったという報告がある。日本の野球場、サッカー場等では、年間数億円のごみ処理費を負担しており、リユースカップが導入されればかなりのごみ減量と経費節減につながる。 また、サッカー場や野球場は、若い人や家族連が多く訪れる場所であり、循環型社会に向けてのメッセージを伝えるシンボリックな場所として、社会に広く影響を与えることができる。 このシステムをドイツで実施したカップ・コンセプト社は、創業 5 年目で黒字を生み出し、国内 7 ヶ所に洗浄工場を設け、年間売上げは約 5 億円のベンチャー企業に成長している。 ドイツのサッカー場では、どこもビールやソフトドリンクの売上げは伸びているという。
パンフレット等添付資料名 ドイツのカップ・コンセプト社のパンフレットのコピー。