

1年を経過した八丈島のデポジット制度

古井 恒

はじめに

八丈島では、島内で販売される缶飲料容器、およびPETボトル飲料容器を対象に、1998年9月1日からデポジット制度が導入されている。対象となっているのは、その容量が500ml以下のアルミ缶、スチール缶および2リットル以下のPETボトルである。清涼飲料水あるいはアルコール飲料といった内容物の種類、または内容の多寡に関わらず、購入時に1本当たり10円の容器預り金が増加され、空容器返却時にそれが返還されるというものである。2000年8月31日までの2年間の試行期間として実施されてきたが、99年の夏、来島者が急増するシーズンを終えて、この飲料容器デポジット制度を巡る様々な現実が目に見える形で現れてきた。ここでは、1年を経過した八丈島のデポジット制度に関して、その取扱実績の推移、地元での評価などについて整理したい。なお、本稿は「流通問題研究 No.33」(1999年8月)でとりあげた「八丈島のリサイクル物流」の続編である。主な記述内容は、1999年11月に八丈島を再訪した時に関係者から伺った事柄を取りまとめたものである。

1. デポジット取扱実績

(1) デポジット協力店の推移

八丈島で飲料容器デポジット制度が開始された98年9月、この制度に協力を申し出た食料品や酒類などを取り扱う小売店、およびホテルなどは65店であった。島内で飲料の販売に携わる商店は、約110事業所程と見られており、この65店の参加というのは事業所数では6割程に相当する。ただし、この数字の中には飲料自動販売機を設置しているのみの公共施設なども含まれており、一般的な商店数とは異なる点に留意する必要がある。スタート当時の協力店の内訳は、「回収のみに協力」が9店、「販売のみに協力」する店数が28店、そして「販売・回収の双方に協力」するものが同じく28店というものであった。

一般的には、飲料を購入し、そこでデポジット分の10円を支払った店舗に空容器を返し、そこで返還金を受け取る形が自然なものと考えられる。すなわち、「販売・回収双

方」という形態である。しかしながら、デポジット制度スタート時点での協力店の構成は、「販売のみ」と「販売・回収双方」が、いずれも28店で同数となっており、やや歪な状態とも受け取れる。このことは、全島あがりの参加ではなく、前述のように約6割の参加・協力という事情とも関連しているのであろう。デポジット制度の開始にあたり、これを推進していこうというグループと、協力に否定的なグループとがあり、98年9月のスタートは多難な幕開けであったことは前号（「流通問題研究」No33）で触れたとおりである。したがって、本来は「販売・回収双方」が自然な形であろうが、当面は「販売のみ」あるいは「回収のみ」の形ででも協力、参加してもらえないかという、町当局の苦しい状況を反映した協力店の構成ということになる。

デポジット制度が始まって半年後、99年2月時点での協力店総数は、開始時とそれほど差のない68店に留まっている。この半年間、新規に協力店として加わった店もあれば、デポジットシール貼付の負担や空容器の回収、保管、預り金返還の煩わしさといった理由から参加協力を取り止めた店もある。これらが相殺されて、この時点では68店という数字になっているのであろう。ただし、ここで注意しなければならないのは、参加形態構成の変化である。99年2月時点においては、「販売・回収双方」が41店（開始時は28店）、「販売のみ」は17店（開始時は28店）、「回収のみ」が10店（開始時9店）となっている。「販売・回収双方」などそれぞれの参加形態の中での新規参加や撤退による増減も考慮すべきであろうが、いずれにしても、「販売のみ」から「販売・回収双方」への転換が相当進み、このような構成の変化をもたらしたものとみることができる。つまり、「ここで買ったのに、このお店ではデポジット分を返してくれないのか」といった顧客の声を受けて、「販売のみ」から「販売・回収双方」へ転換していったところが、相当数にのぼるのではなかろうか。あるいは、「販売のみ」では、デポジット推進のための効果が薄いと考え、自ら積極的に「販売・回収双方」に変身していった店も含まれている。店舗総数には大差ないものの、デポジット制度開始以降の半年間で、飲料を販売する店舗自体にも、また顧客側についても、デポジット制度に対する認識、理解が着実に浸透しつつある現れと受け取ることができる。

99年3月、デポジット協力店数は一挙に75店に跳ね上がり、5月以降の4ヵ月間は80店、そして9月には87店へと拡大している。3月の7店増加の内訳は、「販売のみ」が4店、「販売・回収双方」が2店、「回収のみ」が1店である。また、5月以降の5店の増加には、「回収のみ」参加の4店の加入が大きい。9月にはさらに7店増加しているが、この場合も「回収のみ」参加が5店新たに加わったことが大きく作用している。

デポジット制度開始以降半年間余り、その成り行きを見守ってきた人々が、実際の活動の展開に触れ、また、周囲の動向を勘案しつつ、次第にデポジットへの協力姿勢を固

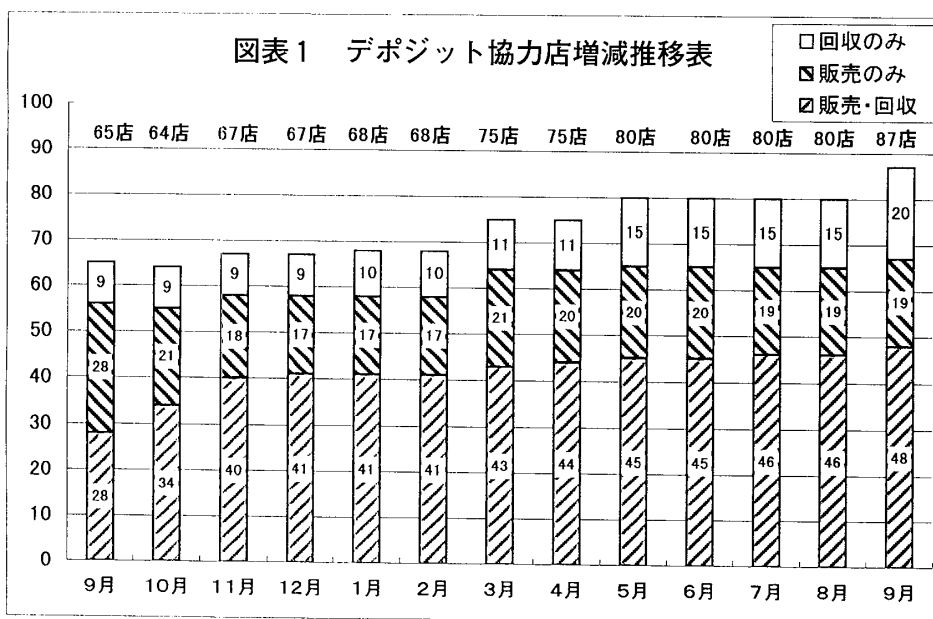
めていった結果が、99年3月の協力店増加であろう。同様に5月、9月の段階的な参加店増加もその延長線上にあるものと考えられる。また、「回収のみ」で参加する協力店の増加の背景として、ひとつにはデポジット活動を展開していく過程で、回収および預り金返還という部分が占める負担の割合が大きいことが次第に明らかになってきたことがあげられる。現行の八丈島の飲料容器デポジット制では、必ずしも全島参加となっていないため、デポジット上乘せ容器とそうでない容器とを識別する必要がある。販売店側は事前にデポジット上乘せ容器にデポジットシールを貼付した上で販売し、空容器の回収時には、このシールの有無を確認して預り金を返還する仕組みである。デポジット制度導入の是非を巡って活発な議論が繰り広げられていた当初、また、制度がスタートして間もないころ、デポジットが軌道に乗るかどうかは、このデポジットシールの貼付作業をいかに軽減しうるかという点に集中していたといわれる。事実、市民グループである「八丈町のゴミと環境を考える会」（通称ごみかん）は、シール貼りを手伝うボランティアの応援隊を結成し、商店などに出向いてシール貼りを行ったりもしている。このようなボランティアの活動もあり、デポジット活動が進められていくにつれ、シール貼り作業自体はそれほどの負担にはなっていないとの認識が広がりつつあるようである。むしろ、これに代わって、空容器の返却、回収さらに預り金返還というプロセスが、消費者、商店側の双方にとって、より負荷の大きな要素として顕在化しているのが、その後の状況という。返却、回収、返還金支払いの煩雑性については、当初から指摘されていたところではあるが、実際にデポジット活動に参加し、時間が経過するにつれて、その負担の大きさを改めて実感しているというのが現状のようである。

このような状況に対処するために、「回収のみ」協力店の増設が図られ、また、空缶自動回収機が増設されている。すなわち、動物病院などといった、本来、飲料販売とは直接的には結びつかないような施設で、「回収所」の旗が掲げられたり、筆者が99年3月に島を訪ねた時は全島で6台だった空缶自動回収機が、99年11月の時点では10台に増えるなど、関係者間で回収に関する消費者、商店双方の負荷軽減を図るための多大な努力が重ねられている。

さらにもう一点、デポジット協力店数が99年3月以降大幅に増加している要因として、ホテル、民宿、ダイバースクール、釣具店などの観光客と直接、関連する事業者の新規加入増加があげられる。八丈島に観光客が集中するのは、7月、8月の夏のシーズンである。後述のように、この夏の2ヵ月間に販売される缶入り、PETボトル入り飲料は、デポジット対象の飲料に限ってみても、その他の月の平均である月間9万本の約2倍、18~19万本という水準である。季節柄、島内住人の消費量も当然大幅に増加すると思われるが、販売量が月平均の2倍に達するためには、観光客による消費も大いに貢献して

いよう。八丈島でのデポジット制度の概要、飲み終えた空缶の処理方法などを来島者に知らせ、空容器の適正回収につなげる場として、観光客が宿泊する施設、立ち寄る可能性の極めて大きな施設などは最適である。

99年春以降、町当局はこのような観光客対応事業者に対して個別に、あるいはホテル・旅館業協同組合などを通じてデポジット活動への理解と協力を求める努力を重ねてきた。その結果のひとつが、デポジット協力店の増加であることは確かである。販売・回収協力店リストに名を連ねたホテルや旅館、民宿には、協力店であることを示すステッカーや看板とともに、空容器を保管するためのプラスチック容器なども備えられた。また、このような宿泊施設では八丈町が用意したデポジットの仕組みを説明した「ちらし」を、プラスチック製のケースに入れて「館内利用案内」などと同様に各室に配備し、観光客への啓蒙にも協力している。なお、今回は参加を見送った宿泊施設に対しても、町は同様の「ちらし」を配付しており、フロントや目に付きやすい場所への掲示などの協力を得ている。(注1)



出所：八丈町資料による

(2) デポジット取扱数量の推移

八丈島で98年9月に飲料容器のデポジット制度が導入されて以来、1年以上が経過している。図表2は、98年9月から99年9月までの13ヵ月間のデポジット取扱数量の推移を示したものである。この13ヵ月間に販売されたデポジットシール貼付の飲料は約142万本である。これに対して回収総量は約105万本であり、13ヵ月合計回収率は74.4%である。

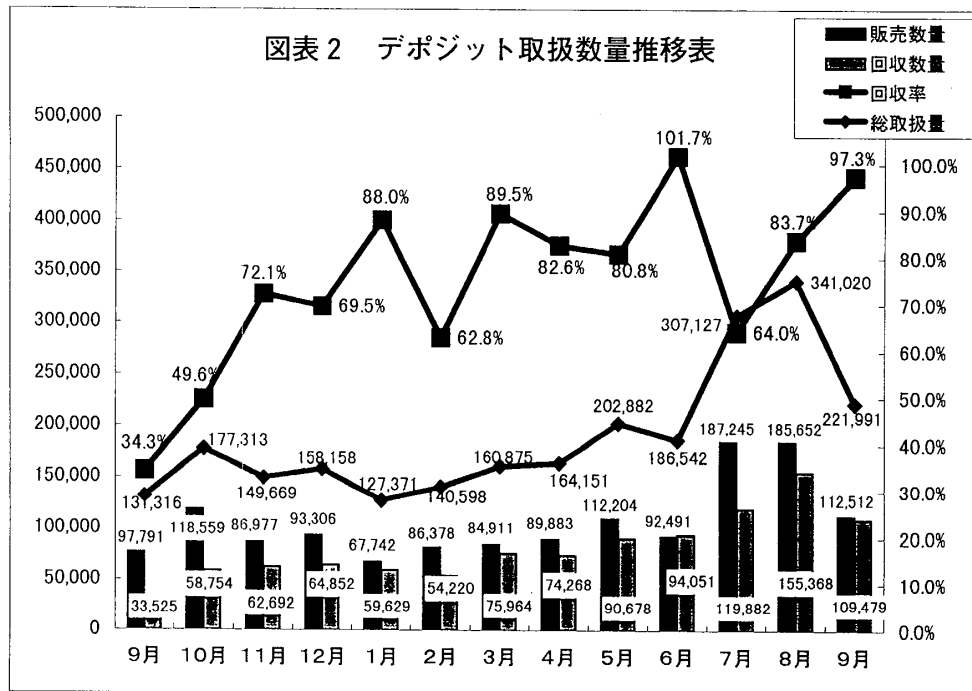
デポジット協力店としては、飲料販売に関連する事業者のうち、全島で約6割程の事

業者が参加しているといわれる。ただし、これはあくまで参加事業者数の割合であり、全島で販売、消費される飲料のうち、デポジットの対象になっているのは、せいぜい4割程度、あるいは3分の1程ではないかという見方もある。したがって、全島的な観点からみた場合、このデポジットで対象飲料容器となっているのは、限られた部分でしかなく、その月別の回収率についても、決して全島的な状況を反映しているものではない点に注意する必要がある。店舗数ではある程度の割合を占めているが、販売量においては、比較的規模の大きい小売店などがデポジットに不参加ということもあり、店舗数の割合ほどにはカバー率が高くないことも事実である。

図表2の月別販売数量および回収数量は、その意味で八丈島全体の飲料の販売量、あるいは空容器の回収量の変化を正確に映しているものではない。参加協力店の増減などの変化要因も加わっている月別の実績である。しかしながら、夏期の7月、8月に島内で販売、消費される飲料の数量が、その他の月の2倍という水準に達している点は、全島的な傾向を反映しているとみてよいのではなかろうか。そして何よりも、この平常時の2倍という飲料容器の出現に対して、若干のタイムラグはあるものの回収が追いついているという事実が重要であろう。7月の場合、19万本近い販売量に対して、回収は約12万本、回収率は64%であった。8月も前月とほぼ同数の19万本程の販売量であったが、回収は15万本を越え、回収率は84%に回復している。そして販売数量が落ち着きをみせる9月は、販売数量約11万本に対して回収数量は11万本弱となり、回収率は97%の高率となっている。すなわち、夏期の飲料販売のピーク時という膨大な数量に対しても、デポジット回収システムは相当程度有効に機能しうることを、そのような体制が整いつつあることを、これらの数値は示していると思われる。8月の回収数量15万本余りというのは、かつて経験したことのないボリュームである。

ところで、図表2においては、各月別の回収率（当月の販売数に対する当月の回収数の割合）が示されている。ただし、飲料の場合、当月に購入しても空容器の返却は翌月というケースも珍しくなく、各月別の回収率がどれほど実状を反映しているかについては疑問もある。つまり、回収率が100%を超えてしまう月もでてしまうといったケースである。そこで、各月の販売数量の累計と回収数量累計とを用いて、各月の累計回収率を試算してみた。これにより、前月分の「積み残し」といった問題がある程度、解消しうると考えるからである。計算結果は図表3に示すとおりである。98年9月のスタート以来、99年9月の最新データに至までの13ヵ月間、デポジット対象飲料容器の回収率は、毎月着実に上昇している。すなわち、八丈島におけるデポジット活動は、急速な進展ということではないが、停滞することなく、一步一步、地に足が着いた形で実績を重ねつつあると判断しうるのである。それと同時に、99年6月以降の累積回収率の動きをみる

と、大幅で急激な飲料容器の発生に対しても、十分に適応しうる体力が既に備わっているものと思われる。



平成10年9月～平成11年9月(13ヶ月)

総販売数量	1,415,651	総取扱数量	2,469,013
総回収数量	1,053,362	回収率	74.40%

出所：八丈町資料による

図表3 月累計回収率の推移

(単位：個、%)

月	販売量累計	回収量累計	累計回収率
98年9月	97,791	33,525	34.3
10月	216,350	92,279	42.7
11月	303,327	154,971	51.1
12月	396,633	219,823	55.4
99年1月	464,375	279,452	60.2
2月	550,753	333,672	60.6
3月	635,664	409,636	64.4
4月	725,547	483,904	66.7
5月	837,751	574,582	68.6
6月	930,242	668,633	71.9
7月	1,117,487	788,515	70.6
8月	1,303,139	943,883	72.4
9月	1,415,651	1,053,362	74.4

出所：八丈町資料より作成

2. デポジットに対する関係者の視点

開始以来1年以上を経過し、飲料容器が大量発生する夏のシーズンも経験した八丈町の町民にとって、このデポジット制度はどのように映っているのでしょうか。残念ながら、八丈町やその他関係団体によるこの問題に関するアンケート調査などは、今のところ実施されておらず、デポジットに対する評価として数字的な裏付けは得られていない。したがって、ここでは町当局の担当者や流通業者、宿泊施設の経営者など限られた範囲ではあるが、筆者が聞き取ることでできた内容を中心に、デポジット活動に関する町民の意識について整理したい。併せて筆者の若干の感想なども付け加えてみたい。

(1) 町当局担当者の見解

八丈町で、デポジットの問題に直接的な関わりを持つ担当課は、健康衛生課である。98年4月1日現在、八丈町の職員数合計は約250人という規模である。このうち健康衛生課には10人の職員が配されているが、97年11月竣工の新鋭ごみ焼却場「八丈町クリーンセンター」や、「ふれあいの湯」、「みはらしの湯」といった八丈町温泉浴場などに関連した業務も多く、実際にデポジット関連業務に比較的時間を費やすことのできる職員は、2～3人であるという。極めて小さな所帯で、全国に先駆けてデポジット制度の推進を積極的に展開しているといえよう。

八丈町における飲料容器デポジット制度は、1998年9月から2000年8月までの2年間を試行期間として実施されているものである。期限切れとなる2000年9月以降、この制度が継続されるかどうかについては、最終的には町議会の議を経て決定される事項であり、確定的なものではない。ただし、担当課としては2000年度の予算編成という現実的な課題もあり、2000年9月以降もデポジット制度継続という前提で、この問題に対処していきたい意向のようである。

具体的な案件としては、PETボトルの圧縮、減容、バンドル装置の導入、空缶自動回収機の増設などがあげられている。PETボトルについては、現在、リハビリの会を中心に、回収されたPETボトルの選別、破碎作業が進められており、フレーク状にして島外リサイクル業者に引き渡されている。しかしながら、2000年度からは、再生PET樹脂の品質向上を図るための措置の一環として、リサイクル業者の手元でより厳密な選別作業が行われる予定であるという。つまり八丈島内では、PETボトルの破碎までを手掛けるのではなく、PETボトルのキャップの除去や色別などに選別した後、圧縮して減容し、一定量にまとめて結束するまでの過程を担うことになるという。従来とは異なる作業工程となるため、作業はリハビリの会にお願いするとしても、新しい圧縮、減容、バンドルのための機械の導入は町の負担になる予定であるという。

また、空缶自動回収機については、99年11月現在、島内で10台にまで増設されている

が、さらに返却、回収の負担を軽減するためにも、今後もその拡充を目指す意向であるという。現在、島内に設置されている大半の空缶自動回収機は、デポジットシール有無の確認、1本当たり10円の返還金の払い戻し、スチール缶・アルミ缶の選別、空缶の圧縮・減容、保管といった複合的な機能を果たしている。このような複数の機能を併せ持つ空缶自動回収機は、現在ではまだそれほどの市場流通性がなく、そのため1台当たりの購入価格は高額である。八丈島の空缶自動回収機はアメリカ製の輸入品であり、1台200数十万円という水準であるという。スチール缶・アルミ缶の選別、空缶の圧縮・減容、保管という比較的単純な構造の空缶自動回収機の場合、国内で量産されていることもあり、その単価は100万円前後といわれている。全島あがりのデポジット活動ではなく、したがってデポジット対象容器であることを識別するためのデポジットシールの貼付が避けられない現行の方式では、空缶自動回収機の増設ひとつをとってみても、シール有無の確認という過程が加わることにより、大きな負担を強いる結果となっている。

町担当課では、今後も飲料容器デポジットの推進に積極的に取り組んでいこうとしている。極めて限られた人員で、また限られた時間の中で、商店や宿泊施設を何度となく訪れ、デポジット制度への理解と協力を求める活動が精力的に進められているのが現状である。現行のデポジットシール貼付方式を、あくまでも完全なデポジット制度普及までの過渡的なもの、「つなぎ」の方式と捉え、その期間を短縮することはできないものであろうか。そのためには、飲料の生産、消費、空容器のリサイクルなどに関わるメーカー、流通業者、消費者、行政それぞれの果たすべき役割を今一度、問いなおしてみる必要があるのではなかろうか。なお、町担当課では、飲料容器のデポジットを通じて、環境に対する町民意識が大いに高まり、クリーンアイランド八丈に向けての町民の気運が盛り上がりを見せている確かな手応えを感じているようである。

(2)流通業者の対応

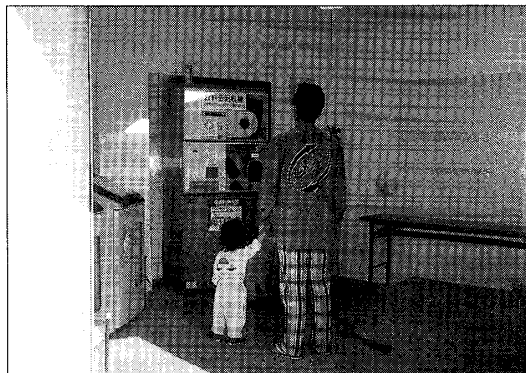
八丈島には、比較的規模の大きなスーパーマーケットが2店ある。そのうちの1店はデポジット制度に協力的であり、他の1店はこの制度に参加していないという対照をみせている。両店とも平屋建てであり、店舗前には広い駐車場、店舗のバックヤードにはストックポイントとしての倉庫スペースを持つことも共通である。島内で人口の集積度が高い三根地区に立地する点も共通しており、食料品が中心という品目構成も類似している。八丈島のデポジット活動に積極的に対応しているスーパーマーケットを訪れた。

当店の出入口に近い一角に、小鳥の頭部を模した小さなブロック造りのブースが、このスーパーマーケットの手により設置されている。この中には空缶自動回収機が1台設けられている他に、回収後減容されたアルミ缶、スチール缶の保管ボックス、缶の中を洗浄したり手を洗ったりするための水道施設、デポジットシールの貼付されていない缶

を入れるための籠などが配されている。屋根には円形の亚克力製天窗が取り付けられており、室内は明るい。

買物に来たついでに、以前購入して中身を消費した後の空缶を持ち寄り、自動回収機に投入して返還金を受け取ることが、日常的な光景として定着しつつあるという。当店では棚や保冷ケースの飲料については、1本ずつデポジットシールを貼付しているが、缶ビールなどの飲料をケース単位で購入する顧客に対しては、販売の都度、そのケースに表示された本数に相当するデポジットシールを台紙ごと手渡す方式を採用している。店側としては、これでケースを解いて1本に1枚ずつデポジットシールを貼る手間が省けることになる。また、空缶自動回収機を設置しているのも、その都度、レジで預かり金を返還する煩雑さからも開放されているという。一方、顧客は、空容器に自らデポジットシールを貼る必要があるが、買物のついでに10本、20本とまとめて自動回収機に投入することにより、現金が返却されること、そして駐車場のすぐそばにブースが設置されており、空容器を車から運ぶことについてはそれほど抵抗がないことなどから、顧客からは特に不便であるなどの声は聞かれないとのことである。

当該スーパーマーケットにテナントとして入居している酒類販売店でも、ほぼ同様の対応がとられているという。棚や保冷ケースの中にある飲料にはデポジットシールを貼付するが、ケース単位のものについては、本数に応じたデポジットシールを台紙ごと手渡すという方式である。空缶の返却については、上記スーパーマーケットの空缶自動回収機が活用されている。なお、この酒類販売店の店頭には回収PETボトル容器の保管ケースが備えられている。つまり、空缶については自動回収機により回収されるが、PETボトルに関してはこのような自動回収機がないため、この酒類販売店でデポジットシールの有無を確認しながら、レジで返還金の支払いを行うという方法である。やはり買物のついでに10本程のPETボトルがまとめて持ち込まれるケースが多いという。



デポジット活動に積極的に対応しているこのスーパーマーケットの現場の観察から、今後のデポジット活動に関して検討すべきいくつかのポイントを指摘しうると考える。

すなわち、まとめ買いを支える車社会、飲料容器とデポジットシールとの分離、PETボトルの自動回収機などの項目である。

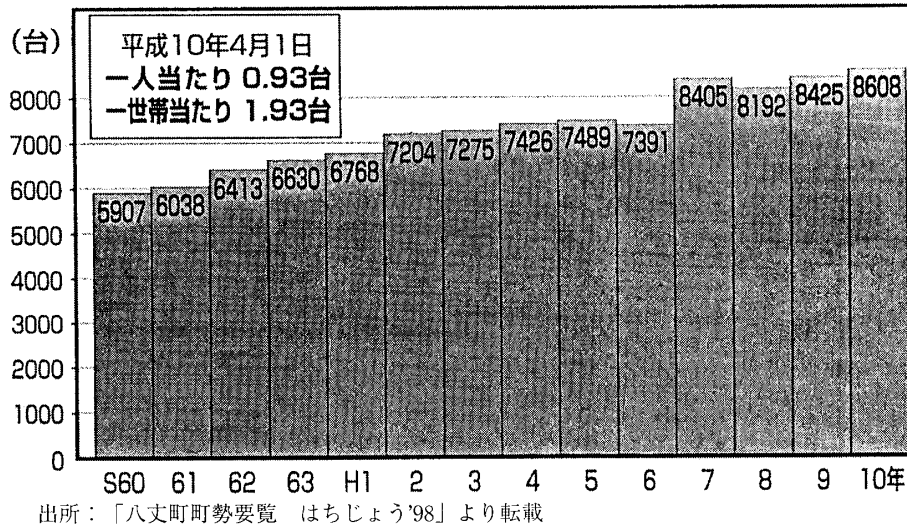
① まとめ買いを支える車社会

上記スーパーマーケットの店舗前面には、70～80台程度収容可能と思われる広い駐車場が設置されている。三根地区の比較的人口集積度の高い場所に立地しており、徒歩や自転車などで買物に訪れる顧客も多いが、それ以上に乗用車を利用して来店する顧客が多いようである。すなわち近隣のスーパーマーケットというよりは、全島を商圈としているスーパーマーケットという色合いが強いと思われる。その一方で、ほぼ毎日立ち寄るというスタイルというよりは、数日分あるいは1週間分をまとめて買物をしていく顧客が、スーパーマーケットまでの距離に関わらず大半を占めるともみられる。豊富に品揃えされた商品をまとめて購入し、乗用車で持ち帰るというライフスタイルが、八丈島においては相当程度定着しているようである。

このような顧客を確保するためには、まず広い駐車場が前提となるが、島内にある従来型の食料品店などでは、駐車場のために割けるスペース的な余裕がそれほどないのが通例である。このことが、比較的規模の大きい、広い駐車スペースを確保しているスーパーマーケット2店舗の集客力を高めているひとつの要因であろう。特に飲料などの賞味期限をそれほど気にしなくともよい商品については、ケース単位でのまとめ買いが一般的なようである。乗用車による買物が常態化しているため、比較的重量のあるこれら商品についても持ち帰り、運搬に対する負担感はそれほどないように見受けられる。空容器の返却に際しても、このことと同様の気軽さで、10本、20本とまとめて持ち込まれているようである。

八丈町の人口は約9500人程である。これに対して自動車の保有台数は、98年4月1日現在、8600台余りであり、1人当たり0.93台、1世帯当たり1.93台という高い普及率となっている。なお保有台数の内訳としては、小型貨物車1321台、小型乗用車2469台などの小型車両の割合が高いことが特徴的である。公共交通機関としては町営の路線バス、民間のタクシーなどがある。しかしながら、路線バスの運行経路の制約、そして何といてもその運行頻度の低さから、路線バスは主に朝夕の通学の足として使われているのが実状であり、買物の足としてはほとんど活用されていないのではないかと思われる。買物にタクシーを利用することも一般的ではなく、また八丈島の傾斜のきついアップダウンの多い道路事情もあり、買物に限らず多くの場合、まさに「足」として乗用車が利用されている。

図表4 自動車台数の推移



② 飲料容器とデポジットシールとの分離

ビールなどの飲料をケース単位で販売する場合、当該スーパーマーケットでは本数に応じたデポジットシールを台紙ごと手渡している。このことは店側のシール貼付作業の軽減を果たすことに留まらず、消費者が空容器返却に際して自らシールを貼付することになるため、消費者が意識的にデポジット活動へ参加する助けにもなっていると思われる。デポジットシールを貼付してもらい、その空容器を返却してもらうことにより、消費者側にもそれなりの責任の一端を担ってもらえる試みとして評価できる。

それと同時に、飲料販売の時点で必ずしもデポジットシールが貼付されていなくとも、回収時にシールの有無が確認できさえすれば、預かり金の返還、すなわちデポジット制度の進行に特に支障は生じない、ということを実証している点でも画期的である。

八丈島の飲料容器デポジットシール貼付方式は、デポジット／ノンデポジットを識別するために、現在、止もうえず採用されているものである。販売価格が例えば1本120円の清涼飲料と、1本につき10円の預かり金に加わって130円となっている清涼飲料が、道をはさんで向かい合う商店でそれぞれ販売されている「一物二価」の現状の下では、返還金1本10円の権利を有するデポジット対象飲料容器には、それなりの目印が必要なのである。この目印の意味を考えてみたい。

デポジットシールは、消費者が飲料購入時に預かり金（＝容器賃貸料）を1本につき10円支払っていることの証である。逆の立場からは、販売者が1本につき10円の預かり金を受け取ったという預かり証（領収書）とみることにもできる。すなわち、重要なことは、飲料容器がデポジット対象の容器であるかどうかではなく、飲料購入者がどれほどの預かり金を支払い、その支払ったことを証明する預かり証（領収書）を持っているか

どうか、ということなのではなかろうか。上記スーパーマーケットの空缶自動回収機に空缶を投入するに際して、事前に空缶に1枚ずつデポジットシールを貼付している消費者は、自動回収機に1本1本投入のつど、まさにその債権を行使していると考えられる。現在、島内に設置されている大半の空缶自動回収機がデポジットシールに印刷されたバーコードを読み取る機能を備えているが故に、空缶にシールを貼付する必要があるのである。空缶を持ち込む消費者の保持する預かり証が、何本分の空容器をカバーするかが明確に確認できれば、必ずしも空缶にシールを貼付して一体的なものとする必要ではない。空缶自動回収機ではなく、商店のレジやホテルのフロントなどに返却される対面方式の場合、受取人は持ち込んだ消費者の持つ預かり証の個数を確認し、相当する空缶本数を回収し、返還金を支払えばよいことになる。さらに一步進めて、返還金という「現金」のやり取りの煩雑さを避けるために、預かり証をスタンプカード化して、回収時にスタンプという債権を消し込んでいくという方法も考えられる。また、飲料販売時の預かり証への新規本数の書き込み、回収時の消し込み作業をより簡便なものとするためには、磁気カード式のポイントカードのようなものの導入も考慮されてよい。このポイントカードの点数を後日何らかの形で精算することはそれほど困難なことではないであろう。あるいは島内共通の商品券、プリペイドカードのような活用方法も考えられる。(注2)

ところで、この「デポジットカード方式」とも呼べる方法については、実際の運用にあたり様々な困難も生じてこよう。その最大の眼目が飲料自動販売機対策であることは自明である。現在の飲料自動販売機の代金決済は、コインまたは紙幣という「現金」であり、何らかの種類のカードを利用できるものは皆無に近い状態である。レシートを自動発行するような機能もついていない。しかしながら、鉄道駅における自動券売機や公衆電話などでは「現金」と「カード」の併用型が大半であり、現金、カード併用型の飲料自動販売機の開発も技術的にはそれほど難しいことではないと思われる。代金決済と同時に購入本数をカードに記憶させ、デポジットの「預かり証」とする方法、現金で購入する場合は、いずれかの時点でカードを挿入することにより購入本数を記憶させる方法（航空各社で現在盛んに行われているマイレージサービスの要領）なども考えられる。飲料容器のデポジット制を全国的に展開しようとする場合、この自動販売機のカード化は、ひとつの大きな鍵になるものと思われる。

八丈島デポジット活動に関しても、自動販売機対策は、今後さらに検討を要する重要課題であることは確かである。但し、自動販売機の件を除いて考えたとしても、上記のポイント制には多くのメリットがある。すなわち、当該空容器のデポジット／ノンデポジットを識別する必要がない、よってデポジットシールの貼付も不要である、返却・回

収時に現金収受が発生しない、島内共通の商品券としての活用が可能、自動回収機も機能として加わるのはカード読み取り機能だけで、場合によってはそれすら必要としないことも考えられ、デポジットシール識別機能は不要となり単価が下がる可能性が大きい、現行のデポジットシール方式と並行的に実施しうる、などの諸点である。

③ PET ボトルの自動回収機

前述のスーパーマーケットにおいては、金属製の空缶については自動回収機での回収が行われているが、PET ボトルについては、入居テナントの酒類販売店がこれの回収、預かり金の返還、そして保管という一連の作業にあたっている。空缶については自動回収機の設置により、ほとんど人手をかけずに預かり金返還の段階まで進み、さらにアルミ缶、スチール缶の選別、圧縮、減容までの過程がセットされている形である。一方、PET ボトルについては、デポジットシール有無の確認、預かり金の返還、空容器の保管までが全て人手で行われており、煩雑で労力を要する手順となっている。ただし、空缶自動回収機が設置されていない商店では、上記のPET ボトルに関する全ての工程が、金属缶回収の場合についてもあてはまることに留意する必要がある。むしろ空缶自動回収機による処理は、八丈島ではまだ例外的なものともみらるべきであろう。

八丈島における空PET ボトルの回収ルートは主に次のふたつである。ひとつは、デポジット協力店の店頭などを經由して回収され、クリーンセンター、リハビリの会などに運搬された後、処理されるものである。もう一方は、ごみ集積所に資源ごみとして出され、あるいは町内会、漁協婦人部などの手により集団的に回収されたものが、同じくクリーンセンター、リハビリの会などに持ち込まれるケースである。いずれにしても、空缶の自動回収機に相当するようなものは設置されておらず、すなわち、途中で圧縮、減容されることもなく、そのままの形で空PET ボトルが輸送されているのが現状である。

八丈島のデポジットで対象となっているPET ボトルは、その内容量が500ml から2リットルまでの容器であり、その大きさ、形状はまちまちである。このことがPET ボトル自動回収機の導入を進めにくくしているひとつの要因であると考えられる。大きさの異なる投入口を複数個設ければ、デポジットシールのバーコード読み取りの精度を高めることもできようが、そのためには本体が相当大きなものになってしまうことが予想される。デポジットシール読み取りという工程がひとつ加わることによって、PET ボトル自動回収機の導入に支障の生ずる可能性が大きい。なお、現在、いずれの大きさのPET ボトルにも対応しうる投入口をもつPET ボトル自動回収機が、既に開発、実用化されていることも事実である。これは投入されたPET ボトルをフレーク状に破碎し、あるいは圧縮して減容処理し、本体の下部に貯える構造のものである。その都度、何本

のPETボトルを処理したかを示すレシート状のものを自動的に発行する装置が組み込まれているものもある。本体のサイズは、現在八丈島で使用されている空缶自動回収機とほぼ同じである。バーコード識別機能の有無を問わなければ、単にPETボトルの回収、圧縮、減容ということであれば、価格はともあれ、実物は既に存在している。ただし、全国的にみても、まだそれほど普及しているとはいえない状況のようである。

容器包装リサイクル法の施行に伴い、最近になってようやくPETボトルのリサイクル、資源化への本格的な取り組みが開始されたという歴史の浅さも、各自治体の試行錯誤的な動きの背景にあるものと思われる。したがって、未だにPETボトル自動回収機の導入などは視野にない自治体が大半であろう。あるいは、PETボトルの処理、再資源化は飲料メーカー、PETボトル容器メーカーなどの責任で遂行されるという法の規定に関連して、模様眺めの状態にあるところが多数を占めている可能性もある。(注3)

さらに、PETボトル入り飲料の購買特性も、空容器自動回収機の設置には、なじみにくい要素となっていることが考えられる。現在、八丈島島内で消費されているPETボトル飲料の大半は、自動販売機以外で販売されたものである。本土では99年夏頃から、缶飲料、PETボトル飲料の両方を販売するタイプの飲料自動販売機が目につくようになってきている。また、500mlのPETボトル飲料専用の自動販売機も、まだ設置台数は少ないもの時々見かけるようになってきた。99年11月訪島時の筆者の観察では、缶・500mlPETボトル併用型の自動販売機を三根地区で1台見かけている。(注4)その他にも設置されている可能性はあるが、現行では多くとも島内で数台規模であると思われる。したがって、500mlPETボトル、そしてもっと内容量の大きなPETボトル飲料についても、大半がスーパーマーケット、一般の食料品店、酒類販売店などで対面方式で販売されているのが八丈島の現状である。

1.5リットルあるいは2リットルといった比較的大型のPETボトル飲料については、大半は家庭内での消費であり、戸外で消費され空容器となる例は稀であると思われる。特に八丈島の場合は、購入に際して6本入りダンボールケースなどでのまとめ買いが主流であり、乗用車を利用して家庭に持ち帰ることが多いとみられる。したがって、家庭内で消費され、順次、空容器となっていくPETボトルは、ある一定期間家庭内で保管された後に、まとめて資源ごみとしてごみ集積所に、あるいはデポジット協力回収店の店頭などに持ち込まれるのが一般的な形である。回収ルート、とりわけ受皿さえ明確に整備されていれば、消費後の大型PETボトル空容器は道端に出現することもなく、適切に回収、再資源化のルートに乗る性格を有する容器である。この一定量の空容器が家庭内にストックされ、まとめて排出されるという性格は、空容器の返却に際して消費者自身にデポジットシールを貼付してもらい、あるいはさらに一歩前進させて前述のデポ

ジットカードの活用を図るという点からも、極めて望ましい、有効に作用する特性と考えられる。究極的にはスーパーマーケットの店頭などに空PETボトル自動回収機を設置することにより、返却に伴う煩わしさは大幅に解消されることが考えられる。しかしながら、現行、定着しつつあるまとめ買い、まとめた適切な排出、返却、さらに回収のプロセスが今後も継続的に進められていくなれば、「ポイ捨て防止」を第一義とするデポジット制度の対象からは、この大型PETボトルをむしろ除外して行く方向も検討されてよいのではないかと考える。

本土ほどではないが、島内の道端や空き地などに、空缶と共にポイ捨てされているのは、500mlの小型PETボトルである。小型でそれほど重量もないこと、きちっとキャップを締めれば途中で漏れることもほとんどないことなど、500mlの小型PETボトルは、飲料の携帯容器として極めて優れた特性を有している。スーパーマーケット、食料品店、酒類販売店、土産物店などどこでも販売されており、入手も容易である。最近はその種類も多く、また同種の缶飲料に比べると割安感もあるため気軽に購入され、販売量の増加は著しい。500mlPETボトルはその手軽さ、利便性の故に鞆などに入れて持ち運ばれ、戸外などで内容物が消費された後、空容器は簡単に手元から離れてしまう。その場所に屑籠などが設置されていれば、屑籠に収容される可能性もあるが、仮にそれがない場合、空のPETボトルを持ち歩くことを嫌う消費者は、無造作にポイ捨てしてしまう傾向が強い。鞆の中よりも、自動車の運転席の居住性が悪いためか、空PETボトルは走行中の車から、あるいは信号待ちをしている最中に窓外へ排出される傾向が強いようである。その結果が道端に散乱する500mlPETボトルの残骸である。

PETボトルに関してみれば、デポジット制により確実に空容器を返却、回収し、再資源化のルートに乗せるべきは、必ずしもPETボトル全般ではなくて、500ml小型PETボトルであることは明らかなのではなかろうか。500ml小型PETボトルは、その購入時から消費されて空容器が廃棄されるまでの間、いわば単独行動がとられている。消費者が空容器を一定量まとめた後、しかるべき方法で回収ルートに乗せるという行動パターンをとることは、この500ml小型PETボトルの場合には、非常に考えずらいのである。大型PETボトルや缶ビールの缶など、内容物が家庭内で消費された後に家庭内に一定量、一定期間保管される空容器とは異なり、大半が戸外で、あるいは車内で空容器となってしまう小型PETボトルの場合には、消費者自身がこれをまとめることがそもそも稀と考えるべきであろう。したがって、消費者が所定の場所に、その都度1本1本持ち込むようにするためには、どのようにすればよいのか、どのような条件が必要なのかを十分に検討する必要がある。その条件のひとつが、飲料購入時に容器の賃貸料として一定額を上乗せして支払い、空容器返却時にこれの返還を受けるというデポジット

制度であろう。何らかの経済的な抑え、返却に対するインセンティブ（動機付け）を与えない限り、空容器の都度持ち込みを果たすことは、極めて困難であると考えられる。家庭からまとめて持ち込まれるのではなく、戸外で行き場を失っている小型PETボトルを所定の場所へ誘導するためには、小型PETボトルについては例外なくデポジットの対象とする位の厳格な対応が求められるのではなかろうか。

八丈島においては、1本いくらという返還金で、金銭で人々の行動を律するのは卑しい考え方である、ポイ捨てをしないようさらに人々のモラルに訴えるべきであるとする声も大きい。本土に比べて小型PETボトルのポイ捨てがそれほど目立たない八丈島では、人々のモラルに訴える方法もそれなりの効果が期待できよう。しかしながら、現に道端に散乱する、あるいは生垣の中に入り込んだ小型PETボトルを散見するにつれ、経済的な動機付けという方法以外に、当面ポイ捨てを防止するために有効な手立てはないのではないかと思われるのである。したがって、小型PETボトル飲料に対するデポジット制度の徹底、ならびに協力店、回収所の拡充が今後、ますます重要となってこよう。小型PETボトルの行動範囲は広く、その空容器は島内の至る所に出現可能である。一度島内に持ち込まれた小型PETボトルは、その空容器が適切な回収ルートに乗らない限り、島内のどこかに堆積されていくのである。単独行動の小型PETボトル空容器を律するためには、モラルの向上はもちろんであるが、経済的動機付けが不可欠であると考えられる。そして、デポジット対象となっている小型PETボトルの回収を徹底させるためには、返還金支払いなどに人手を要しない自動回収機の活用が有効であろう。現に、缶飲料と小型PETボトル飲料との併用型自動販売機がある以上、八丈島で使用されているタイプの空缶自動回収機に若干の改良を加え、空缶ならびに小型PETボトルの併用型自動回収機とすることに、それほど技術的な困難は伴わないのではなかろうか。自動回収機メーカーに是非検討して頂きたい案件である。なお、これと並行的に、より現実的で身近な小型PETボトルのポイ捨て防止策として、島内各所でPETボトル用の屑籠の増設を行い、とりあえずこの場所に空容器をまとめる努力をすることも重要と考える。

(3) 宿泊施設の対応

昭和40年代、折からの「離島ブーム」もあり、観光地としての八丈島は大いに活況を呈していた。しかしながら、昭和48年(1973年)に来島者のピークを迎えて以降、八丈島の観光はしばらく低迷状態にあった。年平均気温18℃という温暖な気候、亜熱帯性植物が全島を覆う緑の島、流人文化をもつという独自性などは、従来から八丈島の観光資源として重要なものであった。近年は、これらに加えて、八丈島周辺海域のもつ多彩な自

然環境に注目が集まり、ウインドサーフィンやスキューバダイビングといったマリンスポーツを楽しむ若者などの来島者が増加しているという。

航空機および船舶を利用して来島する者は、近年年間17万人前後で大きな変化はない。ただし、この数字の中には島内在住者の往来も含まれているため、観光客として来島する者の割合は、このうち8割ほどである。近年、来島者総数に大きな変化はないが、航空機を利用して来島する者の割合は年々高まっている。羽田空港から飛行時間約45分のジェット便が毎日5便（所要時間約1時間のYS-11も1便含む）運航されている他、名古屋空港やその他からのチャーター便もあり、今や旅客の島へのアクセスにおいては、航空機が主流となっている。

図表5 利用輸送機関別来島者の推移 (単位：人、%)

年次	船舶	航空機	(%)	合計
89年	50,374	115,279	69.6	165,653
90年	55,283	122,797	69.0	178,080
91年	52,773	123,098	70.0	175,871
92年	49,240	127,160	72.1	176,400
93年	43,173	123,719	74.1	166,892
94年	36,941	131,295	78.0	168,236
95年	32,340	134,434	80.6	166,774
96年	33,059	142,325	81.1	175,385
97年	32,242	142,740	81.6	174,982

出所：「八丈町町勢要覧 はちじょう'98」より作成

八丈町の資料によると、1998年1月～12月の1年間に八丈島を訪れた観光客数（ホテル、旅館、民宿などの島内宿泊施設を利用した人数）は、実人数で12万3千人余り、宿泊延人員は19万人程であり平均宿泊数は1.5泊である。この年、観光客が島内で消費した金額は約41億円、1人当たり33,000円程と推計されている。なお、1996年は67億円程の観光生産額と推計されており、その年々の増減幅が大きい。1997年の農林業生産額は約28億4000万円、漁業生産額が約13億5000万円程であることから、八丈島にとって観光産業がいかに重要な役割を果たしているかが推察しうる。

1998年度、八丈島では96軒（収容人員3898人）の宿泊施設が登録されているが、その内訳は、ホテル・旅館が15軒（収容人員1939人）、民宿（ペンション含む）が81軒（収容人員1959人）となっている。この他、八丈島にはキャンプ場が2カ所設置されており、その

収容人員は140人ほどである。

図表6 八丈島および青ヶ島の観光客・消費額推計 10年1月～12月

項目 区分	実人員 (人)	対前 年比	延人員 (人)	対前 年比	平均 宿泊 数 (日)	一人当り 消費額 (円)	消費額合計 (千円)	消費額内訳				
								宿泊代 (千円)	食事代 (千円)	土産代 (千円)	小遣い (千円)	施設見学 及び島内 交通費 (千円)
八丈島	123,024	88.5	189,451	99.4	1.5	33,135	4,076,353	1,490,295	433,092	674,945	718,987	759,034
青ヶ島	2,223	105.6	3,435	103.0	1.6	11,461	25,477	18,785	2,892	3,120	不明	680

出所：「事業概要 平成11年版」東京都八丈支庁 より転載

以上、主に八丈町の資料に依りながら、八丈島の観光の概要について簡単に整理した。しかしながら、旅行者個人としての実感からすると、島の観光産業は相当苦しい状況にあるのではないと思われる。そのことは、個人行動で島を訪れる場合と、パッケージ・ツアーの1参加者として訪島する場合との費用の格差が余りにも大きいことに象徴される。すなわち、旅行者の提供するパッケージ・ツアーでは、団体割引の航空運賃が適用され、またホテル、旅館などとの交渉による宿泊代金のディスカウントもあり、個人で同じような行程を辿る場合に比べて、3～4割旅行代金総額が低く抑えられている。集客力に乏しい島内宿泊施設が、わが身を削ってでも集客力のある本土の旅行者に依頼してパッケージ・ツアー客を送り込んでもらうことは、少しでもその施設回転率を高め、薄利多売によってでも生き残りを図ろうとする島の業者にとって避けられないことと思われる。

上記の島内宿泊施設の年間収容能力約142万人・泊(3898人×365日)を分母に、一方98年の年間宿泊延人員数約19万人を分子として計算するならば、この年の八丈島の宿泊施設稼働率(消費率)は、13.3%に過ぎない。宿泊施設数には夏期のみ営業の季節民宿も含まれていると考えられることから、実際の稼働率はもう少し高位にあると思われるが、単純に平均してみると、収容能力の7分の1から8分の1という低率である。旅行者との交渉において少々譲歩したとしても、パッケージ・ツアーを受け入れることにより、ある程度まとまった人数を継続的に確保できることは、八丈島の宿泊施設にとってはその事業経営上、極めて大きな要素となっていることが推察される。

このような割安なパッケージ・ツアーに関しては、不況が長期化しているわが国にあっては、全国的、あるいは海外旅行についても同様の傾向であり、殊さら八丈島に限ったことではない。しかしながら、観光バスを利用しての島内一周観光といっても、昼食を含んだコースでも6時間程で、いわゆる観光スポットを全て網羅してしまう小さな島の場合、割安なパッケージ・ツアーでも十分に満足のいくサービスを提供するとか、あるいは新鮮で豪華な海鮮料理をリーズナブルな追加料金で提供するなど、コストパ

パフォーマンスのよさを強調しなければ、リピーターとして島を再訪する確率は極めて小さいこともまた事実であろう。

一方、釣りやダイビングなど、来島者が自ら何らかの能動的な目的を持っている場合には、旅行費用の多寡よりも、むしろ宿泊施設の親切で温かい処遇などが、再訪の大きな要因として作用してこよう。

いずれにしても、貴重な観光客に島での時間を楽しんでもらい、十分にくつろいでもらって、できれば再び来島して欲しいというのが八丈島の宿泊業者の共通の思いであろう。お客の到着出発時刻に合わせての空港や港湾への送迎、レンタカーの手配、土産品の発送代行、町営温泉浴場への送迎など、お客の利にかなうこと、お客のわがままにひとつひとつ対応しているのが、八丈島の宿泊業者である。したがって、余計な負担、例えば飲料容器デポジット制への協力などを顧客に求めることは、宿泊業者にとっては、できれば避けたい事項に含まれる性格のものであろう。

八丈島で飲料容器デポジット制度がスタートした98年9月当時、ホテル、旅館、民宿などの宿泊施設は、この取り組みにはむしろ消極的であったといわれる。館内に設置された飲料自動販売機で購入された飲料は、大部分が館内で、あるいは客室内で飲まれ、その空缶は館内のごみ箱などに投入されたり、客室に放置されたりしている。従業員がその後かたづけをすれば、空缶が散乱することもない。飲料缶が館内で流動する限り、従来の方法で特に問題は生じてこないであろう。

ところが、お客が宿泊施設以外の商店で、あるいは自動販売機でデポジットシールが貼付された飲料を購入し、これを宿泊施設に持ち込んだ場合には、少々事情が異なってくる。お客は容器の賃貸料として1本につき10円上乗せされた価格で飲料を購入している。飲み終えた後の空容器をそれを購入した商店などに、あるいは回収協力店などに返却すれば、上乗せ分は返還される。しかしながら、平均宿泊日数1.5日の観光客にとって、1、2本の空容器を館外の商店などに返しに行くことは、いかにも面倒である。デポジット制度の意義、仕組みなどをある程度理解している観光客であっても、わざわざ宿泊施設の外へ出向くことには、少なからず抵抗があろう。結果は、デポジットシールが貼付された容器の館内への遺留という場合が少なくない。10円、20円のことではあるが、何か損をした気になる。あるいは適切なルートに還流させえなかったことに対する負い目を感じる観光客があるかもしれない。

宿泊施設が、飲料容器デポジット制に対する考え方を変化させていった直接的な動機として、次のような状況の変化も考えられる。すなわち、館外でのデポジットシール貼付飲料の販売量が増えていくにつれ、客室に遺留されたシール貼付空容器を目にする機会が増すにつれ、お客から当館では回収に協力していないのかと尋ねられる回数が度重

なるにつれ、宿泊施設自身のデポジット制度に対する考え方、取り組みが次第に変化していったのではなからうか。八丈島における飲料容器デポジット制度の実施を知った宿泊客が、果してクリーンアイランド八丈の実現に向けて、できることについては自らも協力しようと意識的に行動しているかどうかについては不明である。しかしながら、宿泊客のそのような動向に気付き始めた宿泊施設が、その後、デポジット協力店として名乗りをあげているケースが多いのではなからうか。すなわち、館外への返却というお客の負担を軽減するという理由から、あるいは当館はデポジットに積極的に参加し、環境にやさしい宿泊施設であることをアピールするためかどうかは別として、宿泊施設が現在、デポジット協力店のリストに加わりつつあるのは確かである。とくに客室数の多い大規模ホテルが積極的に参加を表明している点が特徴的である。

一方、圧倒的に数の多い民宿では、今のところ、このように積極的にデポジットへ協力するという態度をとる所はまだ少ないようである。しかしながら、大規模なホテルなどと同様に人手不足の状況にあり、また、飲料自動販売機に対する宿泊施設、お客双方の抵抗感の少なさから、自動販売機を廊下に、あるいは玄関付近に設置している民宿も多い。小規模な民宿の場合、仮に館内で販売される飲料にデポジットシールが貼付され、その空容器の返却、返還金の支払いという行為がその都度繰り返されることになるならば、事実上、対応は相当に困難と考えられている。空容器を夕食の準備をしている調理場に持ってこられても、衛生上の問題もあり、手を離せないという。デポジット協力店あるいは回収協力店として名乗りをあげたくとも、小規模な、1人で何役もこなさなければならない民宿の場合、それほどの負担感なく、このデポジット制度に協力するためには、さらに一工夫必要のようである。ただし、現行では協力店として幟旗やステッカーを掲示していない民宿でも、その大半では客室や玄関付近の目につく場所に、八丈島のデポジット制度への協力を呼びかけるちらしやポスターが掲げられているのは前述のとおりである。

平均宿泊日数1.5日の観光客に対して余計な負担をかけたくない、島での滞在をエンジョイして欲しいと願う宿泊施設関係者の気持ちは理解しうる。しかし、全島民が9500人余りに対して年間の観光客が12~13万人にも達する観光の島である。島のそこそこに「デポジット運動実施中 すてればゴミ 生かせば資源」の黄色の旗がなびき、観光客が直接手にする飲料容器にもデポジットシールが貼られている事実、観光客も決して無関心ではいられないであろう。そしてその観光客との接点がまさにホテル、民宿などの宿泊施設である。小さな島の大きな取り組みを観光客に理解してもらい、短い在島期間とはいえこれへの協力を得て、クリーンアイランド八丈のイメージをしっかりと定着してもらおう、そのような接点に八丈島の宿泊施設は位置しているのではなからうか。

むすびにかえて

前回、1999年3月の現地調査時、そして今回の11月の再訪に際しても、筆者なりに自分の足で島内各所を観察したつもりであった。飲料容器のデポジット制に踏み切るからには、ポイ捨ての空容器が後を絶たず、そこいらに散乱しているのではないかと考えたからである。しかしながら、前回、そして今回も町の担当者から指摘されるまでは、歩道や空き地などに放置されている空容器をそれほど頻繁に発見できた訳ではない。予想外にそれは少なかったのである。本土の都市部や地方都市の道路沿いに放置されている空缶や空PETボトルを見慣れている者にとって、八丈島は意外なほど美しい島だったのである。ところが、町の担当者の指摘に従ってもう一度沿道を見直すと、確かに隠れたところに次々に空缶、空PETボトルを見つけることができたのである。すなわち、道路に迫る亜熱帯性の濃密な植物の根元にひとつ、ふたつと隠れているそれである。1年を通じて緑に覆われている島では、道端を一步はずれると、空容器の発見は極めて困難となる。確かに一斉クリーンデーの実施などで、草かげにひそむ空容器をある程度撤去することは可能であろう。ダイバーの協力を得て、海底に沈んだ無数の空缶の引き揚げも行われている。しかしながら、このような島であるからこそ、捨てられたものの処理ではなく、ポイ捨ての事前防止こそが重要なのではなからうか。従来から島民の環境美化に対する意識は高く、散歩の途中に道端の空缶などを拾い、近くのごみ箱に入れることなどは日常的な光景であるという。ただし、この緑に目隠しされた空缶を発見するにつけ、やはり捨てないことの重要性を痛感するのである。

八丈島は面積が約70km²、周囲は約59kmあるとはいえ、東京の南東287kmに位置する小さな離島である。ここに生活する約9500人の島民、そして年間12~13万人にも及ぶ観光客の衣食住に関わる物資のほぼ全量が島外から持ち込まれている島である。消費された後に残る廃棄物、例えば飲料の空容器、使用済みとなった自動車や家電製品、道路拡幅のために取り壊された家屋の廃材、現在建て替え工事が進む都立八丈高校の旧校舍取り壊しにより発生する大量のコンクリート塊と鉄筋、これらを全て島内で適切に処理するためには、八丈島は余りにも小さな島なのである。その意味で自浄作用に乏しく、人為的な環境変化の影響から抜け出すためには長年月を要する高山の状況と同様である。ごみになるようなものは持ち込まない、出たごみは持ち帰るという山の原則を、八丈島の場合にも適用する必要があるのではなからうか。

(注1) 98年9月の八丈町デポジット制度スタートに際して、この活動に賛成するも

の、反対するものが激しく議論を戦わせた経緯については、前号で触れた。現在でも参加、協力の姿勢を示す商店などがある一方で、依然として強行に反対の態度を崩さないところもあり、町担当者に対していわば門前払いに近い対応のところもあるという。なお、99年11月現在の参加協力店リストは、以下に示す通りである。

デポジット協力店一覧	
<p>★販売・回収協力店</p> <p>○三根地域 プーランジェリー／八丈ストアー／辻商店／JA 三根支店／ダイケン／七島電機工業／石田光春商店／プリシアリゾート八丈／八丈シーパークリゾート／勤労福祉会館売店</p> <p>○大賀郷地域 吉田南光園／花月堂／マートセブン／磯崎商店／菊池釣具店／平成南原売店／JA 大賀郷支店／ビジターセンター／八丈町商工会／エース釣具／辰栄／西浜売店／支庁内売店／国際観光ホテル／八丈ビューホテル／中村商店／赤間ダイバーズイン</p> <p>○檜立地域 伊勢崎富次朗商店／佐々木榎喜商店／服部屋敷／JA 檜立支店／ふれあいの湯／阪上自</p>	<p>動車</p> <p>○中之郷地域 沖山惣一郎商店／角谷商店／村口商店／JA 中之郷支店／やすらぎの湯／ざ・BOON／佐々木正三郎商店／松代自動車修理工場／佐々木住設／TEPCO 八丈島地熱館</p> <p>○末吉地域 JA 末吉支店／みはらしの湯</p> <p>★販売協力店</p> <p>○三根地域 浅沼卯平商店／鎌倉カラオケBOX／岡馬商店／舟山商店／舟山レンタカー／石野クリーニング／マコト建材／町立八丈病院</p> <p>○大賀郷地域 八丈町企業課／八丈島空港ターミナルビル／モービル／くれよん／山下釣具店／大里商店／八丈島観光協会（底土待合所・ふれあい牧場）／東汽商事八丈商会</p> <p>○末吉地域 沖山荘／末吉自治会洞輪沢温泉</p> <p>○島外 生活協同組合コープとうきょう</p> <p>★回収協力店</p> <p>○大賀郷地域 八丈動物病院／アイルネット／ちょんこめ会</p> <p>★自動回収機設置場所</p> <p>○三根地域 底土待合所／八丈ストアー／町立八丈病院／</p> <p>○大賀郷地域 空港ロビー／八丈町企業課／中村商店</p> <p>○檜立地域 伊勢崎富次朗商店</p> <p>○末吉地域 洞輪沢公衆便所</p> <p>★回収所 三根出張所／檜立出張所／中之郷出張所／末吉出張所</p>

(注2) スタンプカード、磁気カードの活用については、前号（「流通問題研究」No 33）でも若干触れているが、未だ思いつきの域を出ていなかった。

(注3) PET ボトルの再資源化については、各自治体とペットボトルリサイクル協議会とが引受数量を契約によって定め、指定工場にPET ボトルが持ち込まれる仕組みができています。しかしながら、自治体での回収が予定数量を大幅に上回っており、工場引取量の見直しが迫られています。PET ボトル飲料の需要予測が大幅に外れた結果でもある。

(注4) 前号では、条例により島内飲料自動販売機での500ml 小型PET ボトル飲料の販売禁止措置の提案をしているが、八丈島においても新型自動販売機の普及は既に止めようのない勢いを得ているようである。

参考文献

- 1) 「事業概要 平成11年版」 東京都八丈支庁 1999年10月
- 2) 「八丈町町勢要覧 はちじょう' 98」 八丈町総務課 1999年3月
- 3) 「南海タイムス」平成11年11月5日版 南海タイムス社
- 4) 「容器包装リサイクル法 分別収集計画ガイドブック」
厚生省生活衛生局 1996年8月
- 5) 「産業廃棄物処理ハンドブック 平成10年版」厚生省生活衛生局 1998年9月
- 6) 「産業廃棄物排出事業者適正処理ガイドライン」通商産業省 1998年10月
- 7) 「廃棄物処理機材カタログ集'99」日報 1999年5月
- 8) 石川禎昭 著「これからの廃棄物処理と地球環境」中央法規 1992年9月
- 9) 宮嶋信夫 著「大量浪費社会」技術と人間 1994年8月
- 10) 本多淳裕 著「ゴミ・資源・未来」省エネルギーセンター 1995年12月
- 11) 井上護 西塚栄 共著「廃棄物の資源回収－保管 収集 運搬－」
理工図書 1996年7月
- 12) 石井一郎 編著「廃棄物処理－環境保全とリサイクル－」森北出版 1997年11月
- 13) 盛岡通 編著「産業社会は廃棄物ゼロをめざす」森北出版 1998年12月