

ペットボトル「おびひろ極上水」事業の見直しについて

1 ペットボトル事業の目的と経過

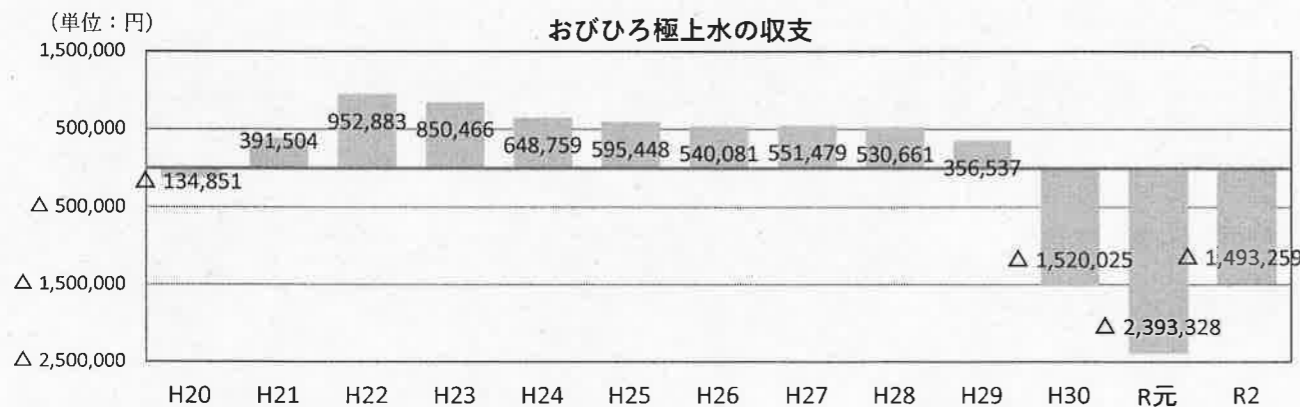
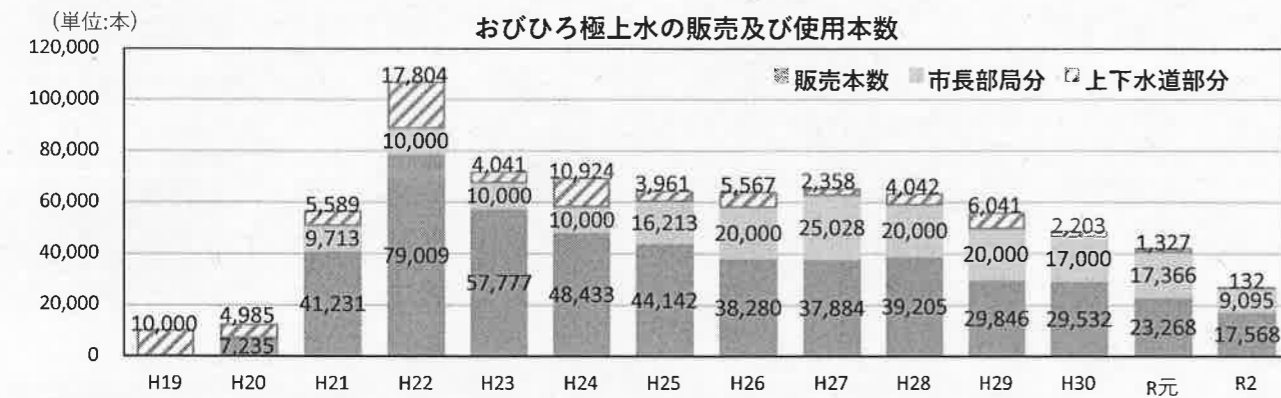
- 平成19年度より上下水道部においてペットボトルウォーター「おびひろ極上水」を試験的に製造し帯広のおいしい水のPR用として活用してきた。
- 平成21年度からは本格的に一般販売を開始するとともに、市長部局において各種全国大会で配布するなど帯広市のイメージアップ、「フードバレーとかち」の情報発信ツールのひとつとしても活用してきた。
- 平成30年度以降は製造単価が卸値を上回り赤字の状況が続いていることからペットボトル事業の見直しについて検討を行った。

製造単価・収支状況の推移

	製造単価	卸値	収支状況
平成21年度～29年度	57.92円～62.19円	70円	357千円～953千円（黒字）
平成30年度	132.52円	70円	△1,520千円（赤字）
令和元年度～2年度	122.23円～122.72円	70円	△1,493千円～△2,393千円（赤字）

2 現状

- ・「おびひろ極上水」の販売・使用本数は、平成22年度をピークに平成23年度以降は減少傾向が続いている。
- ・令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、本格的に販売を開始した平成21年度以降で過去最低の販売本数となった。
- ・平成29年度までは収支が黒字となっていたが、平成30年度以降はそれまでの製造工場が撤退し製造先を変更したため製造単価が卸値を上回り赤字の状況が続いている。



3 見直し検討の視点

(1) 事業の効果

- ・ペットボトル事業を開始した当初はマスコミなどにも多く取り上げられたことにより販売本数が大きく増加して採算も取れ、市民への帯広のおいしい水のPRをはじめ、各種全国大会等での提供やホテル・観光施設での販売などにより市外民に対しても帯広のおいしい水のPRや帯広市のイメージアップなどに一定の効果があったものと考えられる。
- ・近年は全国的にもご当地ペットボトル水や格安ペットボトルが普及したことなどにより一般販売や市長部局による提供も減少傾向が続き、PR効果は年々薄くなっている。

(2) 赤字解消

- ・ここ数年は製造単価が卸値を上回っていることにより赤字が続いているが、赤字を解消するために卸値を値上げした場合には、販売価格の上昇・販売本数の減少が懸念される。
- ・現在の工場も含め道内で製造可能な工場からの聞き取り調査では、製造本数が10万本未満の場合は製造単価を現在よりも低減することは困難であり、赤字を解消することは難しいと考えられる。

(3) 廃止した場合の影響

- ・市長部局では帯広市のイメージアップのPR用ツールの1つとして活用してきたが、廃止した場合でも各事業の展開に大きな影響はないと考えられる。
- ・上下水道部ではイベント時に水の飲み比べなど市民に対して帯広のおいしい水のPRに活用してきたが、廃止した場合は他の手法によりPRの充実を検討する必要がある。
- ※上下水道部がPR用として使用する本数は年間1,500本程度なのに対し、工場での最低製造本数は12,000本となっておりPR用のみを製造することは難しい。

(4) 道内主要都市の動向（ペットボトル事業を行った実績がある7市）

- ・平成30年度に旭川市、令和2年度に小樽市がペットボトル事業を終了しているほか、札幌市では平成28年度に一般販売を終了している。
- ・函館市と北見市は過去に記念事業としてのみ製造した経過がある。
- ・現在もペットボトルの一般販売を継続している自治体は、苫小牧市と釧路市の2市のみとなっている。

(5) 環境面への配慮

- ・海洋プラスチックごみ問題について、SDGsの推進や海洋漂着物推進法の改正などプラスチックごみの削減やプラスチックの循環についての取り組みが進められている。

4 見直しの方向性

ペットボトル事業は、一定の成果はあったが、現在の収支状況などを考慮し、下記の方向で廃止の検討を進める。

- ・令和4年は帯広市開拓140年記念の年であることから、記念事業のPR用ツールとして活用する。
- ・開拓記念期間が終了する令和4年12月末をもって一般販売を含めペットボトル事業を廃止する。