

(1) 有料化実施前後のレジ袋辞退率もしくはマイバッグ持参率について

1) 当該数値の算出方法

- ・長野県では、継続的にマイバッグ持参率のデータを調査している。その方法は、長野県全域でレジ袋を有料化している 10 店舗と、無料配布している 10 店舗を選定し調査するというものである。具体的には、県の職員が、1 時間程レジカウンター付近に立ち、マイバッグを持参している客を目視で確認している。同県では、こういった調査を 3 か月に一回行っている。
- ・長野県では、レジ袋を有料化している店舗と無料配布している店舗の両方を調査対象としており、有料化している店舗では、マイバッグ持参率は 8 割程度だが、一方で無料配布している店舗では 5 割程度に過ぎないため、合算すると高い数値は出難い。

2) レジ袋辞退率もしくはマイバッグ持参率が向上した（しなかった）理由

- ・長野県は平成 25 年に「レジ袋削減協働アピール」を策定し、消費者は 3 年以内にマイバッグ持参率を 80%以上、事業者はレジ袋総使用量で前年度より減少を目指す、行政は消費者や事業者の活動を積極的に支援、とする目標を設定し三者が一体となって取り組んでいる。このアピール以前の取組では、消費者のマイバッグ持参率の目標を 60%とし実際に達成できたので、平成 25 年度のアピールではマイバッグ持参率の目標を 80%に設定した。その背景には、平成 24 年に長野県知事が「レジ袋無料配布中止」を提唱し、多くの県民に意識が浸透したということが挙げられる¹。他方、事業者側は、顧客に極力負担がかからないサービスの提供という観点からレジ袋削減に対する足並みが揃わず、最終的には総使用量で前年度より減少を目指すことに落ち着いた。レジ袋総使用量については、事業者から報告してもらい県で集計している。数値が増加する年もあるが、全体として減少傾向にあると言える。このアピールは 3 年間の取組ということで現在は終了し、今後の方向性を検討しているところである。

(2) スーパーマーケット、生協・大学生協・農協、百貨店、コンビニ、ドラッグストアのレジ袋有料化の取組について

- ・「レジ袋削減協働アピール」に賛同する事業者は、下記の通り。業種は多様だが、賛同者数が多いとは決して言えない。例えば、コンビニであれば株式会社ファミリーマートが参加しているのみである。
- ・賛同企業には、あくまでも総使用量で前年度より減少させる取組を実施してもらっており、レジ袋を有料化する事業者もいれば、レジ袋の薄肉化に取り組む事業者、また

¹ 長野県（環境部）プレスリリース参照

<http://www.pref.nagano.lg.jp/koho/kensei/koho/chijikaiken/2012/documents/240914-2.pdf>

は「レジ袋要りますか」と声掛けする事業者など、取組は様々である。

- ・無料配布を中止している事業者は、別途登録制度（長野県レジ袋無料配布中止事業者登録）に登録してもらっている。

レジ袋削減協働アピール

平成 25 年 10 月

長野県の豊かな自然環境を守り地球温暖化を防止することを目的として、レジ袋削減県民スタラム運動を進めてきた結果、この3月、6月調査時点でマイバッグ持参率が当初目標の60%を超えました。昨年の「レジ袋無料配布中止の機運」から盛り上がりつつあるこの機運を一層高め、多くの賛同者とともに、更なる上の目標に向けた行動を起こすのが今、このタイミングだと考えます。

私たち消費者は、レジ袋を辞退し、マイバッグ等持参率の一層の向上を目指して、3年以内にマイバッグ等持参率を80%以上とすることを目標とします。

私たち事業者は、マイバッグ等持参率のより一層の向上に向けて支援するとともに、レジ袋総使用量で前年度より減少を目指します。

県及び市町村は、消費者や事業者の活動を積極的に支援し、共に3年以内にマイバッグ等持参率80%以上、レジ袋総使用量対前年度比減を目指します。

賛 同 者

長野県レジ袋削減を進める県民の会 長野県消費者団体連絡協議会 長野県消費者の会連絡会
一般社団法人長野県道合婦人会 長野県PTA連合会

COOP コアマガの、ユニー、ココロ、valor、WATAHAN、DELICIA、DELICIA2、FARMISOL、UNIV

アポロ、長野県Aコープ、Beisia、ベルシャイン、長野県ゼロリーニング、TSURUYA、イトヨカド、MaxValu、モキラヤ、やお茶く、原信、オキノ、FamilyMart、マツダ、AEON

一般社団法人長野県経営者協会 長野県中小企業団体中央会 一般社団法人長野県商工会連所連合会
長野県商工会連合会 長野県商店街振興組合連合会 一般社団法人長野県環境保全協会

長野県 長野県市長会 長野県町村会

長野県レジ袋削減推進協議会

(出所：長野県ホームページ)

(3) レジ袋削減の施策を行政計画に位置付けている背景、レジ袋削減対策の各種3R政策における重要度

- ・レジ袋削減の施策は、多くの人が取組めるごみ減量政策の一環として、行政計画に位置付けている。長野県廃棄物処理計画（第4期）には、「レジ袋削減をきっかけとして、県民一人ひとりの生活全般に3Rを広げる」²ことで、ごみの減量化に繋げることを目

² 長野県ホームページ参照

http://www.pref.nagano.lg.jp/haikibut/kurashi/recycling/shisaku/documents/waste_management_plan.pdf

標としている。レジ袋削減を含むこうしたごみ減量化の取組により、長野県は環境省の平成 26 年度調査で、1 人 1 日当たりのごみの排出量が一番少ない県となった。

1 人 1 日当たりの一般廃棄物排出量

順位	県名	重量
1 位	長野県	838 g
2 位	沖縄県	844 g
3 位	熊本県	846 g
参考	全国平均	947 g



(出典：環境省「一般廃棄物処理事業実態調査」(平成 26 年度実績))

(4) 近年新たに取り組んだ取組内容

1) 近年新たに取り組んだ取組内容の詳細と効果

- ・新たにエコバッグ作りを県民の方に体験してもらう取組を始め、信州環境フェアや abn ゴールデンフェスタ（長野朝日放送）等でブースを出展し、体験には 1 日に 100 人程度の参加があった。自分で作ったエコバッグを買い物時に持参することで、レジ袋の削減に繋がることを期待している。
- ・また、デザイン系の専門学校（岡学園トータルデザインアカデミー）と共催して、高校生がデザインしたエコバッグのデザインコンテストを平成 27 年度から実施している。これは、消費者団体による専門学校での授業がきっかけで、従来から行っていた NAGANO デザインフェスタにおいて、エコバッグのデザインコンテストも加える形で始めた。平成 28 年度は、県内の高校生から約 300 点の応募があり、県知事賞や教育委員会賞、協賛企業賞を選定している。昨年の県知事賞、教育委員会賞受賞デザインのエコバッグは、県庁の生協等で販売している。



(写真出所：長野県ホームページ)

(5) レジ袋削減対策の拡充予定

1) レジ袋削減対策の課題について

- ・平成 25 年度の「レジ袋削減協働アピール」は既に終了したが、レジ袋削減の取組自体は継続していく。しかし、今後具体的にどのように進めていくかが課題である。長野県レジ袋削減推進協議会では、ごみ減量化のため、レジ袋削減だけでなく、その他の

取組についても取り組めないか三者で検討をしている。事業者側は、レジ袋を有料化する事業者もいれば、声掛けなどを行う事業者など、多様なアプローチによりレジ袋の削減に取り組んでいる。また、他県に本社のある事業者の方が、「レジ袋削減協働アピール」に容易に賛同するケースが多いが、一方、県内に本社のある事業者は事業者同士がライバルになるので、サービス面の競争が激しくなり、逆に参画者数が増えない。フランスでは、レジ袋の配布等について法制化しており、日本でも国がルール化するようなことになれば、事業者の足並みを揃えられるかもしれない。

- ・レジ袋削減の取組が持続的な開発目標（SDGs）に繋がることは理解しているが、このような大きな話を消費者及び事業者に伝えていくことは難しい。レジ袋の削減がどの程度環境保全に繋がっているのか、数値として目に見えていないため、消費者及び事業者にな納得のいく説明ができない。実際、消費者から「レジ袋をなぜ削減しなければならないのか」と問われるが、「地球環境にやさしいから」としか答えられない。
- ・レジ袋の薄肉化が果たして環境に良いのかという問題がある。薄くすることで、総使用量を減らすことは出来るが、直ぐに切れて使えなくなり結局はごみが増えることに繋がるという指摘もある。
- ・大きな推進主体であった消費者団体が高齢化したことなどにより、地域におけるレジ袋削減の取組が停滞してきているのが現実である。

2) 今後強化したい取組、新たに取組たいもの

- ・レジ袋削減の取組は、今後も引き続き継続していく予定である。長野県は、平成 20 年からスクラム運動としてレジ袋の削減に取り組んでおり、現段階では、「レジ袋を削減していきましょう」といった掛け声だけでは一層のレジ袋削減は望めない。思い切った発想の転換がなければ、具体的な活動の幅が広がらない段階に来ている。
- ・現在、レジ袋削減に協力している消費者団体の殆どのメンバーが、消費者の会を昭和 40 年代後半に結成し、今や 70 歳、80 歳台が大多数である。こうした活動に対して若者に関心を持ってもらうためにどういった方法が適当か検討している。