

## 1. レジ袋削減の取組経緯と取組内容

平成20年9月から、「ちばレジ袋削減エコスタイル」を実践している。  
全県的なレジ袋削減の推進方策として、以下を実施している。

### (1) 事業者メニュー：サインアップ方式

県内のレジ袋を配布する小売店全てが対象。

事業者がレジ袋削減に関して、個々の目標を立て、全県的なレジ袋削減の取組に、「サインアップ」、「活動」、「報告」をして参加する方式。県と事業者間の簡易な協定という性格を有している。

協定は敷居が高くなるので、事業者が気軽に取組めるように配慮し、広がり重視し、現在のサインアップ方式とした。

取組内容は、有料化、値引き、ポイント、声かけなど、なんでもよい。

### (2) 県民（消費者）メニュー：ちばレジエコサポーターの募集

レジ袋の削減活動を行い、本取組に参加・協力してくれる県民（消費者）を「ちばレジエコサポーター」と呼び、県のホームページ等を活用し、募集する。

「ちばレジエコサポーター」は、日頃から行う自らのレジ袋削減の取組について、様式等に記載して登録後、行動する。

### (3) 市町村・消費者団体メニュー：県と協働した取組の推進

市町村や消費者団体は、県と協働して取組の促進を図る。特に広報啓発において協力し、シンポジウム等の共同開催などの協働事業を行っていく。

平成24年度末までの推進目標は、以下の2つである。

- ・サインアップカバー率 60%

- ・レジ袋辞退率（サインアップ事業者の平均）50%

ここでいう、サインアップカバー率は、取組の拡大を計る指標として、県全体のレジ袋使用枚数に対して取組に参加する事業者（サインアップ事業者）が使用するレジ袋の使用枚数の割合のことである。

## 2. レジ袋削減の効果

### (1) 「ちばレジ袋削減エコスタイル」への取組の成果

サインアップ登録事業者数は、平成22年7月末時点で25事業者、2,265店舗となっている。店舗数で見ると、コンビニエンスストアの登録が多くなっている。コンビニエンスストアは声かけなら取組が可能ということで、参画してもらっている。ただし、ポスターを貼り、声かけをする場合もあれば、レジで画面をみってもらう形など、コンビニエンスストアの店舗により、その取組は異なる。

ちばレジエコサポーターの登録状況は、平成22年6月末時点で、15,234名の登録となっている。

### (2) サインアップ事業者によるレジ袋削減の取組結果

#### ① レジ袋削減取組結果

平成21年度の結果をみると、有料化に取り組んでいるサインアップ事業者のレジ袋辞退率が高く、レジ袋使用枚数の削減には有料化が効果的であるという結果が裏づけられた。

一方で、ポイント制や値引き、マイバッグの配布・貸出という取組も着実に効果を上げてきていることがうかがえる。

業態別一覧表

	県内店舗数	サインアップ登録店舗数	サインアップ登録率	レジ袋県内年間使用枚数(千枚)	レジ袋削減に取り組まなかった場合のレジ袋使用枚数(千枚)	サインアップカバー率
コンビニエンスストア	2,027	2,040	100%	—	673,016	—
スーパーマーケット	836	42	5.0%	—	64,861	—
小売店	36,635	52	0.1%	—	17,671	—
合計	39,498	2,134	5.4%	1,710,000	755,549	44.2%

#### ② 目標達成状況

平成21年度実績は以下のとおりである。

	24年度目標	20年度実績	21年度実績	達成状況
サインアップカバー率(%)	60	40.4	44.2	未達成

				(▲15.8)
サインアップ事業者の平均レジ袋辞退率(%)	50	23.2	25.7	未達成 (▲24.3)

### 3. レジ袋削減の取組上の問題点、課題と対策

#### (1) サインアップ登録事業者数の拡大

##### ①課題

県内店舗数が多いスーパーマーケットを主対象とし、個別訪問活動を実施したが、依然としてスーパーマーケットや小売店におけるサインアップ登録率及びサインアップカバー率が非常に低い。

また、サインアップ登録による事業者側のメリットが少ないという課題もみられる。

さらに、小売店等の中小企業者では趣旨に賛同しても、目標値の設定や削減枚数の把握が困難といった理由によりサインアップ登録できず、取組に参加できない状況がある。

##### ②取組(対策)

- ・事業者が参加しやすいようにサインアップ登録・報告様式を再度見直し、各広報誌・県庁HPなどにより幅広く広報する。サインアップ登録事業者に対しては、引き続き、ちばレジエコ啓発用物品を配付する。
- ・スーパーマーケットや大手小売店及び事業者団体を中心に、ちばレジエコの周知及びサインアップの登録を個別に依頼する。(「ちば食べきりエコスタイル」と合わせて、「ちばエコスタイル」として広報活動を実施。)
- ・小売店に対し、ちばレジエコに関する周知を強化するため、地域の商工団体等との連携(地域特性を勘案しながら、協働できる点を模索するなど)を検討する。
- ・モラワンだよりを活用し、サインアップ登録事業者に対し、ちばレジエコの全体の進捗状況や、レジ袋削減の成功事例の紹介など最新情報を提供する。また、未登録事業者への働きかけの際にもモラワンだよりを活用する。

#### (2) 県民(消費者)への効果的な普及啓発の推進

##### ①課題

ちばレジエコサポーター登録者数を増加するには、より多くの県民に直接訴えかけ、レジ袋削減についての意識を高める普及啓発活動が必要である。

また、ちばレジエコサポーター登録によるメリットが少ないことも課題である。

##### ②取組(対策)

- ・引き続き、6月の環境月間及び10月の3R推進月間を中心に、県や市町村等の環境イベントにおいて普及啓発・サポーター募集を実施する。(「ちば食べきりエコスタイル」と合わせて、「ちばエコスタイル」として普及啓発に取り組む。)
- ・環境関係以外でも多数の県民が集まるイベント(産業まつり、文化祭など)に積極的に参加し、普及啓発・サポーター募集を実施する。(「ちば食べきりエコスタイル」と合わせて、「ちばエコスタイル」として普及啓発に取り組む。)
- ・各イベント時に啓発物品(リーフレット、イベント配付用シールなど)を配付する。サポーター登録者には携帯電話クリーナーなどニーズの高い物品を重点的に配付する。
- ・小学生向けに作成した「ちばレジエコ」リーフレットを活用し、市町村と協働して、次世代への普及啓発を進める。
- ・3Rシンポジウムを開催する。

#### (3) 各市町村・団体との連携

##### ①課題

県が単独で取組を推進するには限界があること、また、取組拡大のためには、事業者、県民(消費者)、各団体、行政が共通認識をもち、一体となって進めていく必要があること、さらには、サポーター登録状況など、地域により取組に温度差があること、が課題として挙げられる。

##### ②取組(対策)

- ・引き続き、レジ袋削減の取組に積極的な市町村をレジ袋削減推進の県内の地域拠点(モラワンパートナータウン)とし、県や地域の各種団体等との連携を強化し、取組の展開を図る。(近隣市町村などに対する波及効果が期待。)  
  - －地域住民への出前講座や市町村単位での事業者説明会の開催支援、また市町村に対し、レジ袋削減活動の先進的事例の紹介・情報提供を行う。
  - －啓発物品を重点的に配付する。
  - －モラワンパートナータウンの取組状況について、千葉県ホームページで公表・紹介する。
- ・モラワンパートナータウン以外の市町村についても、新たな連携方法を模索する。  
  - －環境イベントやその他の市町村主催イベントの際にも、可能な限り普及啓発の実施を依頼し、啓発物品を配付するとともに、パネルやぬいぐるみ、のぼり等の貸出を実施する。