

1. レジ袋削減の取組経緯と取組内容

(1) 平成20年度までの取組

市広報誌及びごみ減量広報紙(平成7年3月から多数掲載)への関連記事掲載、買い物袋持参状況等に関する店舗・商店会における調査、レジ袋削減キャンペーン、その他ごみ減量や3Rの推進に関する啓発事業等の中での説明や要望は、随時、実施。

| 取組時期 | 取組内容 |
|-------------|---|
| 平成12年9月 | 市がオリジナルのエコバッグを作成・頒布(300円) |
| 平成13年8月 | 市内の一部のスーパーマーケット5店舗に「レジ袋辞退カード」を設置してもらうモデル事業を実施 |
| 平成17年3月 | 買い物袋持参協力店制度を創設(平成23年1月末現在で44店舗2商店会を推奨している。市ホームページにも掲載。) |
| 平成18年10～11月 | スーパーマーケット、ドラッグストア、コンビニエンスストア等236件に実態調査及び買い物持参協力店制度への登録案内を実施(回答は97件、回答率41%)。 |

(2) 平成21年度取組

①「買い物袋持参協力店制度」の申込案内の送付

6月10日、市内で比較的多くの顧客数が見込まれるスーパーマーケット等の中で、協力店の推奨を受けていない店舗を対象に認定申込の案内文を送付した。その結果、新たに5店舗を推奨した。

※東急ストアらぼーと店、道の駅「しょうなん」、かしわで、フードセンターわたなべ及びマミーマート光が丘店

②「買い物袋持参協力店」に対する実態調査の実施

9月から10月にかけて、買い物袋持参協力店45件に対しレジ袋の辞退率、今後の削減対策等に関して実態調査票を送付したところ、27件の回答を得た。

③市民(生ごみ処理容器購入補助を受けた者)アンケートの実施

生ごみ処理容器使用状況の調査と兼ねて平成22年2月から3月に実施。130件の回答を得た。

④広報等

- 1)市広報10月1日号に啓発記事を掲載した。
- 2)柏市商店会連合会会報7月号に「買い物袋持参協力店制度」の案内の掲載
- 3)サンケイリビング7月号に関連記事(Klinちゃん)の掲載
- 4)ごみ減量広報紙ケクルクリーンかしわ34号で買い物袋持参協力店制度を持参(3月20日発行)
- 5)その他、買い物袋持参協力店の紹介はその取組内容も併せて市ホームページで常時、行っている

⑤市職員への周知・啓発

6月5日、「環境の日」にちなみ庁内LANにより職員に対し、レジ袋の削減を呼びかけた。

(3) 平成22年度取組

①レジ袋削減キャンペーン等の実施

以下に掲げるレジ袋削減キャンペーン等を実施した。

| 実施時期・実施場所等 | 実施内容 |
|---------------------------------------|---|
| 7月27～28日 柏まつり会場(柏駅東口) | 1)レジ袋削減等に関するアンケート 回答数 27日 62件、28日 111件、合計173件 2)パネル展示 削減目的と効果、買い物持参協力店紹介 3)啓発品の配布 アンケート回答者に交付後、残ったもの エコ小風呂敷80枚、エコノート10冊、エコバッグ10袋 |
| 10月10日 リサイクルフェア2010(柏市リサイクルプラザ)開催時 | 1)レジ袋削減等に関するアンケート 回答数 193件 2)パネル展示 削減目的と効果、買い物持参協力店紹介 |

| | |
|------------------------------------|--|
| | 3)啓発品の配布 アンケート回答者に交付後、残ったもの若干 |
| 柏市リサイクルプラザリボン館での身にフリーマーケットにおける啓発活動 | 1)8月1日 関連クイズ(300名分)を実施。 2)2月6日 関連クイズ(300名分)を実施。 |

②広報等

- 1)柏市民新聞4月23日号に掲載。前年度実施の買い物袋持参協力店に対するアンケート調査結果の詳細。
- 2)柏市リサイクルプラザリボン館における啓発事業(リサイクル教室)の中で、古布を再使用してマイバッグ作成教室を開催。

③実態調査の実施

市内の中規模以上の小売店のうち「買い物袋持参協力店制度」未加入の事業所(スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンタ等約130件)を対象に3月中に実施予定。

④市職員への周知・啓発

6月4日、「環境の日」にちなみ庁内LANにより市職員に対してレジ袋の削減を呼びかけた。

2. レジ袋削減の効果

平成21年秋に買い物袋持参協力店を対象に行った実態調査では、レジ袋辞退率については平均で32.0%であり、買い物袋持参率については平均で46.3%。ともにこの2~3年は向上している。

本調査を2年ごとに行い、買い物袋持参協力店制度や各種施策の効果の検証をしていきたいと考えている。また、「マイバッグ持参率」では、本当にレジ袋の削減の実態を反映していないところもあり、「レジ袋辞退率」でレジ袋削減対策の効果把握・分析していきたいと考えている。

3. レジ袋削減の取組上の問題点、課題と対策

(1) 問題点、課題

現時点で問題点、課題と考えている点は、以下の5点である。

- ①レジ袋削減対策に投資した資源とその効果は必ずしも比例しないことに留意し、限られた人員や予算で、より費用対効果が高いと思われる対策を優先的に実施したい。
- ②なるべく市民(消費者)や事業者の自主性を尊重し、市側は情報提供等の広報・キャンペーン等の啓発活動や自主的取り組みの後押しをすべきと考える。
- ③市民(消費者)や事業者の本音を十分把握する必要がある。
- ④レジ袋削減の目的の周知及び他の過剰包装対策との連携・展開
- ⑤大・中規模のスーパーマーケットが、概ね「買い物袋持参協力店制度」に登録している状況で、今後、当制度の拡充を含めてレジ袋削減対策をどう展開していくか。

(2) 今後の対策等

上述の問題点、課題を踏まえた今後の対策等として考えていることは次のとおりである。

- ①市民(消費者)や事業者の考えを十分把握・分析するため、前述のとおり実態調査を行う。平成23年度は、買い物袋持参協力店制度に不参加の小売店にもアンケート調査を実施したい。
- ②上記調査を補完するため、様々な機会を利用し面接調査も併行して実施したい。機会をみつけて市民・事業者と対話して声をききたい。
- ③レジ袋削減キャンペーンについて、場所や時期にも配慮しながら回数を増やし、特に市民を対象に前記の調査も併せて行う。近年、市議会からも啓発活動の充実を求める声があり、平成22年度はキャンペーンにも取組んだ。平成23年度はより積極的にキャンペーンを行う予定である。
- ④上記調査の結果を踏まえ、これまでの買い物袋持参協力店制度及び広報・啓発活動の拡充の他に新規の対策を検討・実施したい。
- ⑤その他、レジ袋の有料化については、引き続き先進事例の資料収集等研究を行うが、市として政策的に押し進めることは当分の間、しないものと考えている。
柏市は、①人の動きが多い、②近隣市も含めて小売店間の競合が激しい、③コンビニエンスストアも多い、という特徴を持つが、一般的にこれらの特徴を有する都市部においてはレジ袋の有料化を行いにくいといわれている。

また、一旦、買い物袋持参協力店制度のような制度ができると、レジ袋の有料化を主眼としたレジ袋削減協定等の新たな協定には入りづらいということもある。

以上のことから、柏市としては当面、レジ袋の有料化の導入は考えていない。

4. その他、訪問時にご教示賜った内容

- ・年に2回、ごみ減量広報紙「クルクルクリーンかしわ」を全戸配布している(13万5千世帯)。この広報紙の中で、レジ袋削減の啓発を行っているほか、リサイクル施設における啓発事業の中でもPRをしている。
- ・平成18年10月に、買い物袋持参協力店制度のPRを兼ねて、レジ袋の削減に関する小売店の取組に

係る実態調査を行った。この時は、この制度に不参加の店舗にも調査票を配布した。具体的には、本制度に不参加のコンビニエンスストア、ドラッグストアからの回答が多かった。

- ・ かしわまつり等で市民へのアンケート調査も実施しながら、市民の本音を聞くようにしている。市民アンケートで得られた回答から、「レジ袋の辞退をしなくとも、もらったレジ袋を何度も何度も繰り返し使用するほうが地球環境によい」、と考える人がいることもわかった。
- ・ 有料化以外の方法ではあるが、辞退率8割程度のスーパーマーケットも中には存在する。
- ・ 市民にも事業者にも経済的メリットがあるような仕組みを実施していきたいと考えている。市民向けのアンケート調査からも、レジ袋削減に効果のあると思われる方策として、有料化、値引き、ポイント等特典の付与があることへの回答が多かった。(いつもレジ袋をもらう人、もらうことの方が多い人への質問の結果)
- ・ 平成22年度に行った市民向けアンケート調査のうち、夏に柏まつりの会場で実施したものは茨城県からの回答者も多かった。10月のリサイクルフェア時に行ったアンケート調査はほとんど柏市民が対象である。
- ・ レジ袋の削減対策はきっかけ作りが主眼であり、過剰包装全般の見直し、ひいてはライフスタイルそのものの転換へ関係させていきたいと考えている。
- ・ 啓発施策の効果がレジ袋辞退率にどの程度寄与したのか測定することは難しいことであり、これは課題といえる。
- ・ 柏市はリサイクル協力店制度、発泡トレイ回収協力店制度も導入しており、買い物袋持参協力店制度に加えこれらにも参加しているスーパーマーケット等が多いことから、今後は制度の統合や新しい政策も考えていきたい。
- ・ 地に足のついた政策は持続性があると考えている。そのため、最近では、広報紙などでも簡単にできることを具体的にPRしてきている。