

1. レジ袋削減の取組経緯とスケジュール

平成19年6月に小売事業者、市民団体、県の三者で協定を締結して取組を開始した。県と事業者がレジ袋削減協定を締結するのは、全国で秋田県に次いで2番目の事例となった。また、平成20年11月には県レベルで全国初となるコンビニエンスストア(ローソン)とのレジ袋削減協定を締結した。

当初はレジ袋の無料配布を中止(有料化)せずに、各事業者がマイバッグ持参率等の目標を定め、店内放送やポスター掲示で来店客にマイバッグ持参を呼び掛ける等の手段で頑張っていこうという形だった。

その後、無料配布中止の検討を開始し、平成21年6月から食品スーパー等でレジ袋無料配布中止(有料化)を開始した。平成22年度には、県内に新規出店した事業者とも、協定を締結し、開業と同時にレジ袋の有料配布を実施した。

2. 取組内容

本県の取組の特徴は、食品スーパー等では無料配布中止を実施し、コンビニ等はレジ袋使用の意思を確認する声掛け運動の実施やレジ袋の軽量化、ポスター掲示による啓発など、各業種の業態に応じて多様な取組を展開している。

3. レジ袋削減の効果

レジ袋の無料配布を中止して以来、食品スーパー等のマイバッグ持参率は概ね9割で推移している。

各事業者から、取組初日の報告を聞くと、来店客からは概ね好評を得ており、当初から現在までに大きなクレームはない。レジでの精算の際に混乱が生じないか心配もしていたものの、開始前に十分な周知期間を取つて、ポスター、チラシ、のぼり旗等を用意するなど周到に準備することができたため、県民の理解が得られ、買い物にはマイバッグを持参するものという考え方への切り替えがスムーズに進んだ。

レジ袋削減そのものによるCO₂削減の量的効果は必ずしも大きいものとは言えないが、マイバッグ持参運動はライフスタイルを見直すきっかけとして大変重要な取組であり、その次の展開に結びつけることとしている。本県では、「いしかわ家庭版環境ISO」という施策を展開している。

「いしかわ家庭版環境ISO」は、県民総ぐるみの自主的な環境保全活動を展開するために、家庭で楽しく気軽に取り組んでいただけるように考えて作成した指針で、県民が自ら目標を立てて実践していただくというものである。家庭版環境ISOの登録家庭が、地球温暖化防止活動に取り組むと、「県産農産物直売所等」の協賛店で使えるエコチケットが貰えるというインセンティブを導入している。単にライフスタイルを変更しようと声掛けを行うのではなく、努力に応じた還元を行うことで、順調に登録数は増えている。エコチケットの原資としては、県内金融機関からの寄付を元にファンドをつくった。なお、いしかわ版環境ISOには、家庭版のほかに、学校版、地域版及び事業者版もある。

業種別削減目標と取組手法について

業種	削減目標	取組手法
食品スーパー等	マイバッグ等持参率 80%以上	<ul style="list-style-type: none"> レジ袋無料配布中止 に加え、以下の取組を任意で選択 ・ポスターの掲示等による啓発 ・マイバッグ等の提供 など
コンビニエンスストア 等	レジ袋削減率(H18比)20% 以上 等	<ul style="list-style-type: none"> レジ袋使用の意思を確認する声掛け運動の実施 ・レジ袋の軽量化 ・レジ袋辞退者へのポイント付与 ・ポスターの掲示等による啓発 など

4. レジ袋削減の取組上の問題点、課題と対策

事業者は、レジ袋を有料化することで、客からのクレームや売り上げの減少などを懸念していた。本県では、複数の市町に跨って店舗展開している事業者を漏れなくピックアップして協力要請し、先方の意見を協定に取り入れることで各事業者の協力を得ることができた。

一部には、声を掛けても協定に参加してもらえたかった事業者も居るが、自主的に取り組むという意向であった。

レジ袋削減の取組を県がいつまでどこまでやるか。県より地元に密着している市町の方が先進的にやっている事例もあるなか、県がどこまで関与するかが課題となろう。本県は限られた予算のなかで取り組んでいるが、国に大々的なキャンペーンを張って発信してもらって、それに便乗できるとやりやすい。