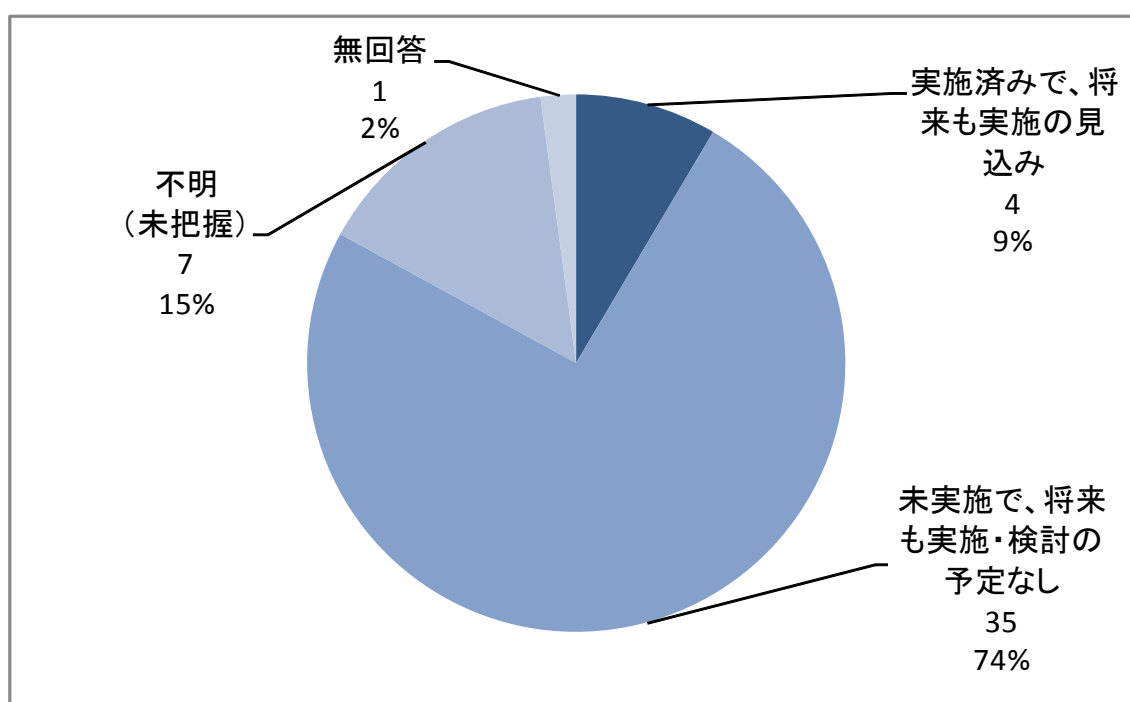


(1) レジ袋全廃の取組については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が1割弱となっている。一方で、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が7割台となっている。

レジ袋全廃の取組については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が4件（9%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が35件（74%）となっている。

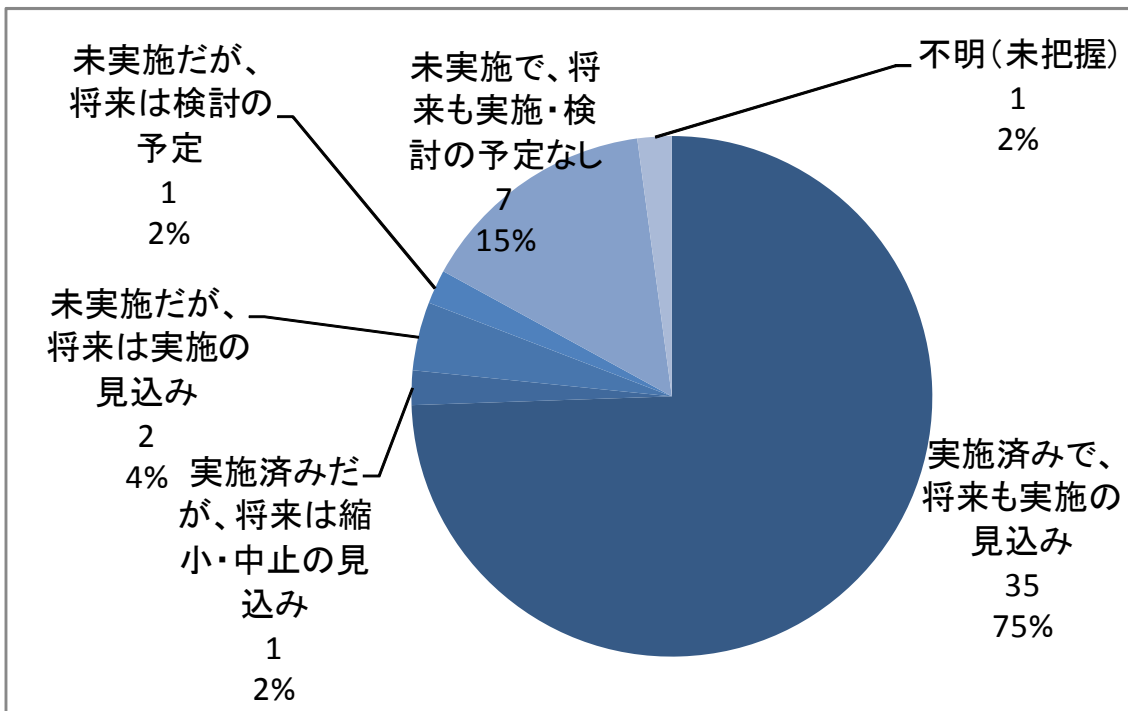
レジ袋全廃について（都道府県）



(2) レジ袋有料化の取組については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が4分の3となっている。

レジ袋有料化の取組については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が35件（75%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が2件（4%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が1件（2%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が7件（15%）となっている。

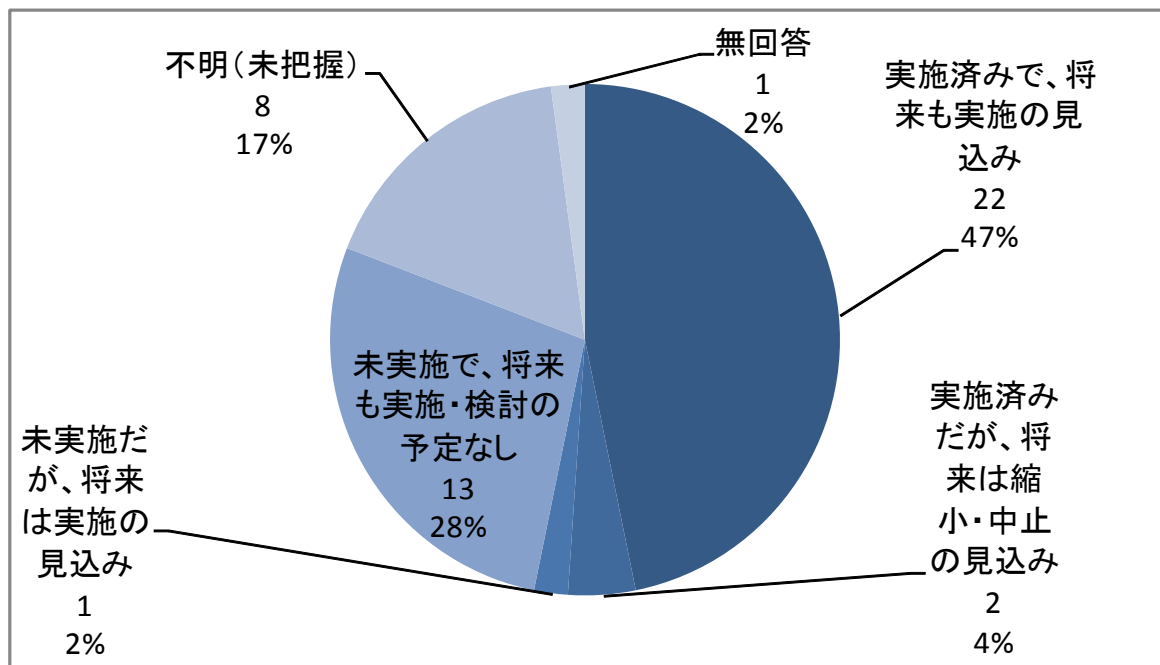
レジ袋有料化について（都道府県）



(3) 特典提供方式については「実施済みで、将来も実施の見込み」が5割弱となっている。一方、「未実施で将来も実施・検討の予定なし」が3割弱となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が22件（47%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が2件（4%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（2%）、「未実施で将来も実施・検討の予定なし」が13件（28%）となっている。

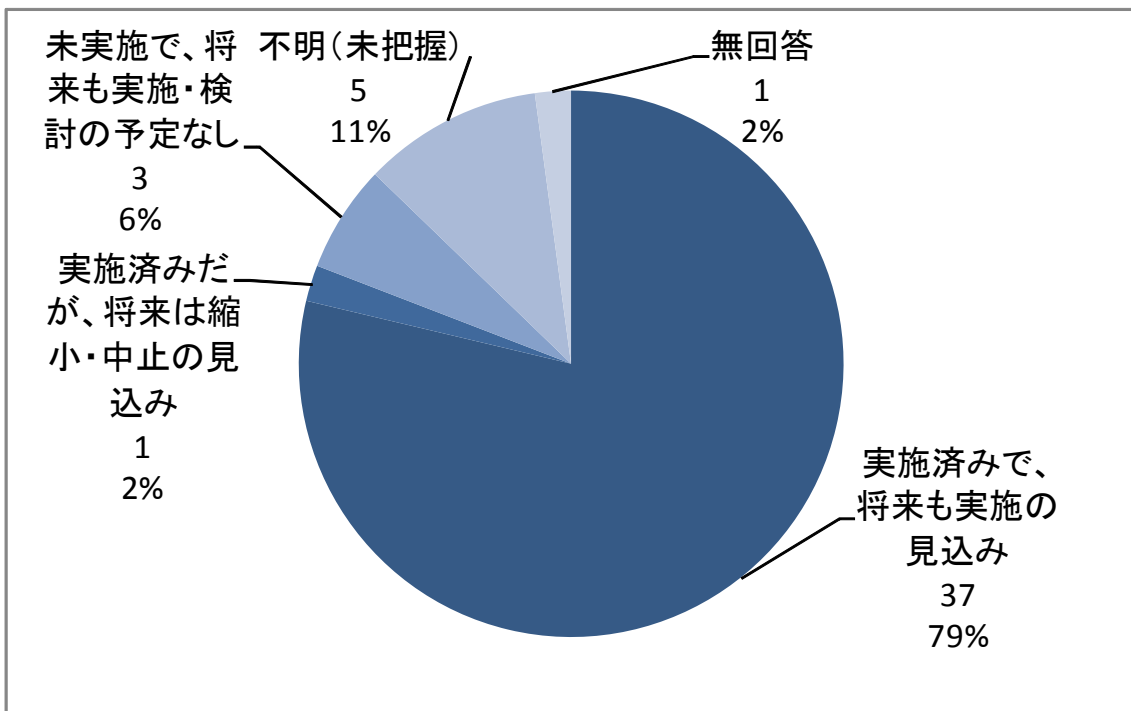
特典提供方式について（都道府県）



(4) マイバッグの無料配布等については「実施済みで、将来も実施の見込み」が8割弱となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が37件（79%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が1件（2%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が3件（6%）、「未実施で将来も実施・検討の予定なし」が3件（6%）となっている。

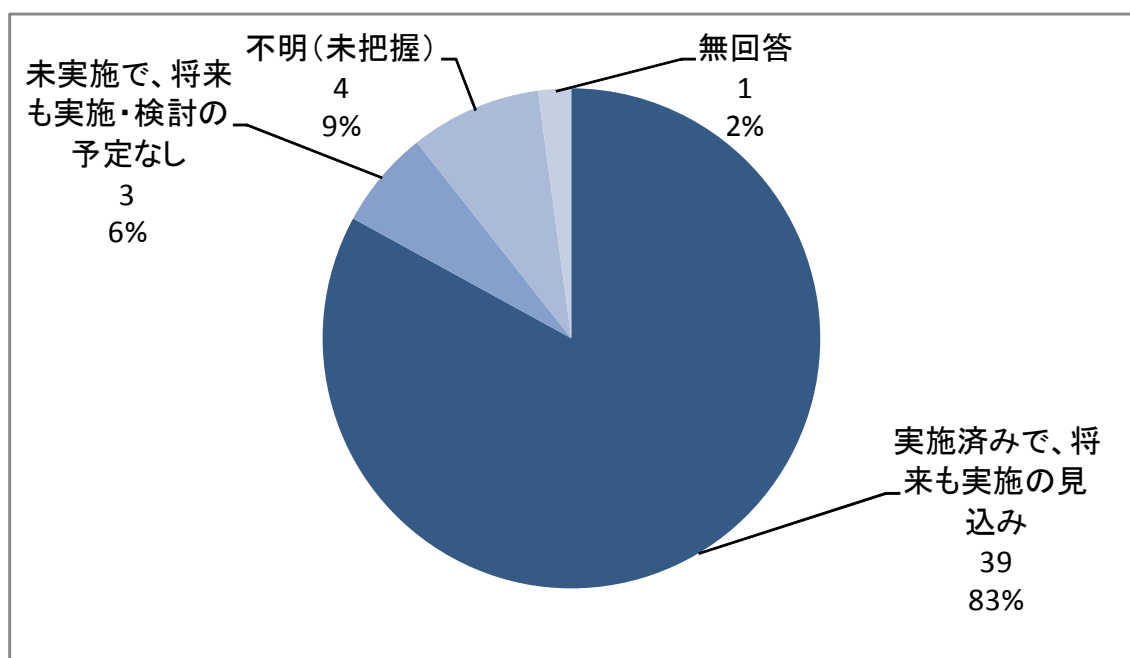
事業者によるマイバッグの無料配布、無料貸出、マイバッグ持参の呼び掛け等について
(都道府県)



(5) 事業者によるレジ袋の要・不要の声掛けについては、「実施済みで、将来も実施の見込み」が8割台となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が39件（83%）、「未実施で将来も実施・検討の予定なし」が3件（6%）となっている。

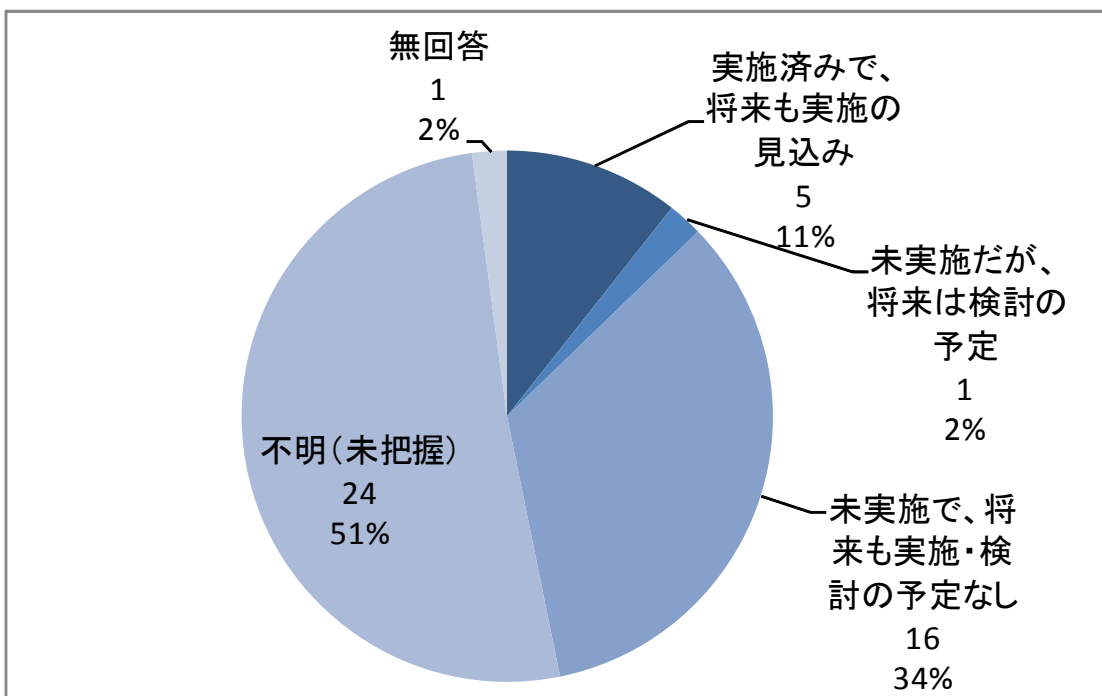
事業者によるレジ袋の要・不要の声掛けについて（都道府県）



(6) 事業者によるレジ袋無料配布枚数の自主的制限については、「実施済みで、将来も実施の見込み」は1割強にとどまっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が5件（11%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が1件（2%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が16件（34%）となっている。

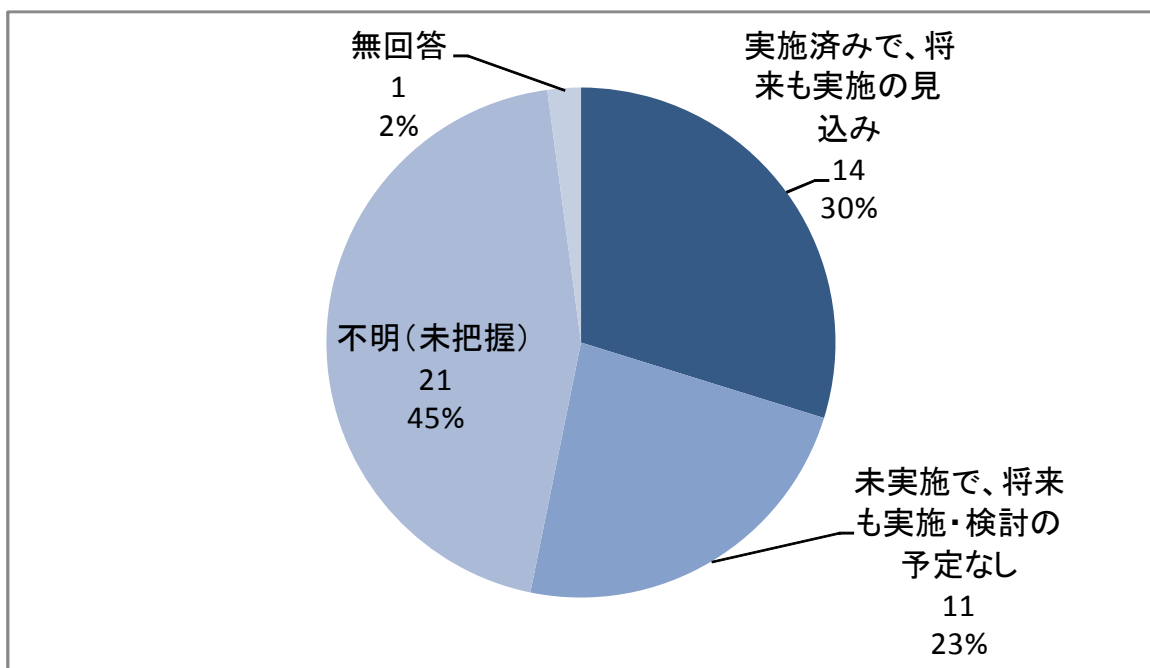
事業者によるレジ袋無料配布枚数の自主的制限について（都道府県）



(7) 事業者によるレジ袋の小型化・薄肉化については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が3割となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が14件（30%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が11件（23%）となっている。

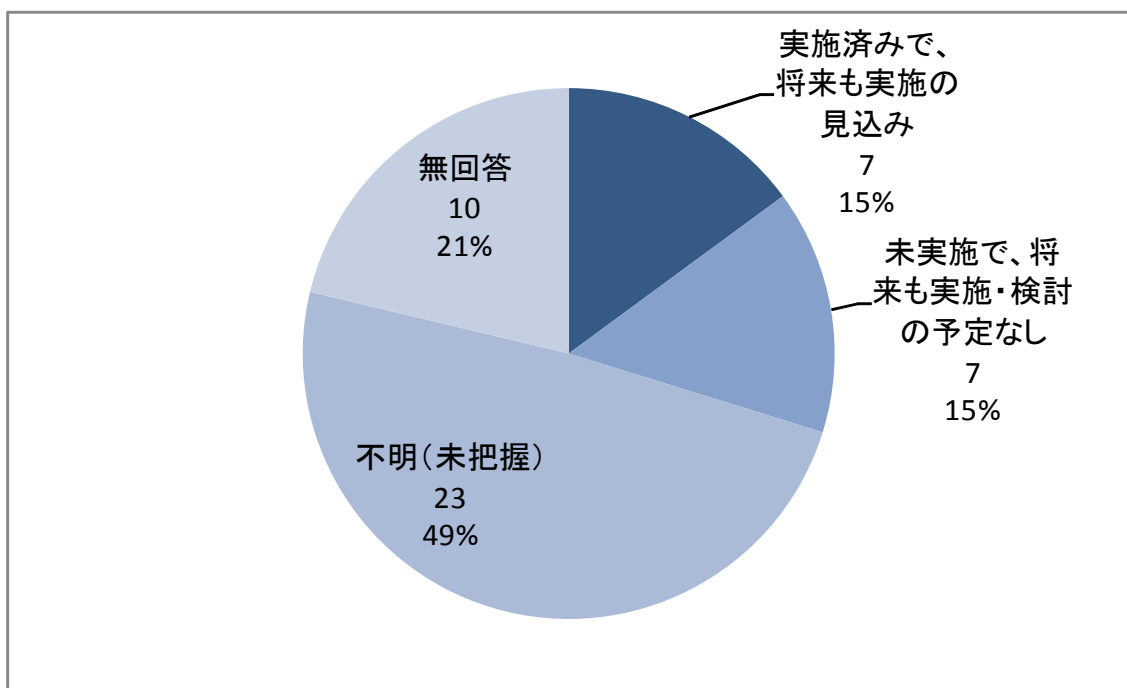
事業者によるレジ袋の小型化・薄肉化について（都道府県）



(8) 事業者によるその他取組については、「実施済みで、将来も実施の見込み」は1割台にとどまっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が7件（15%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が7件（15%）となっている。

事業者によるその他取組について（都道府県）



<その他の取組に対する特徴的な回答>

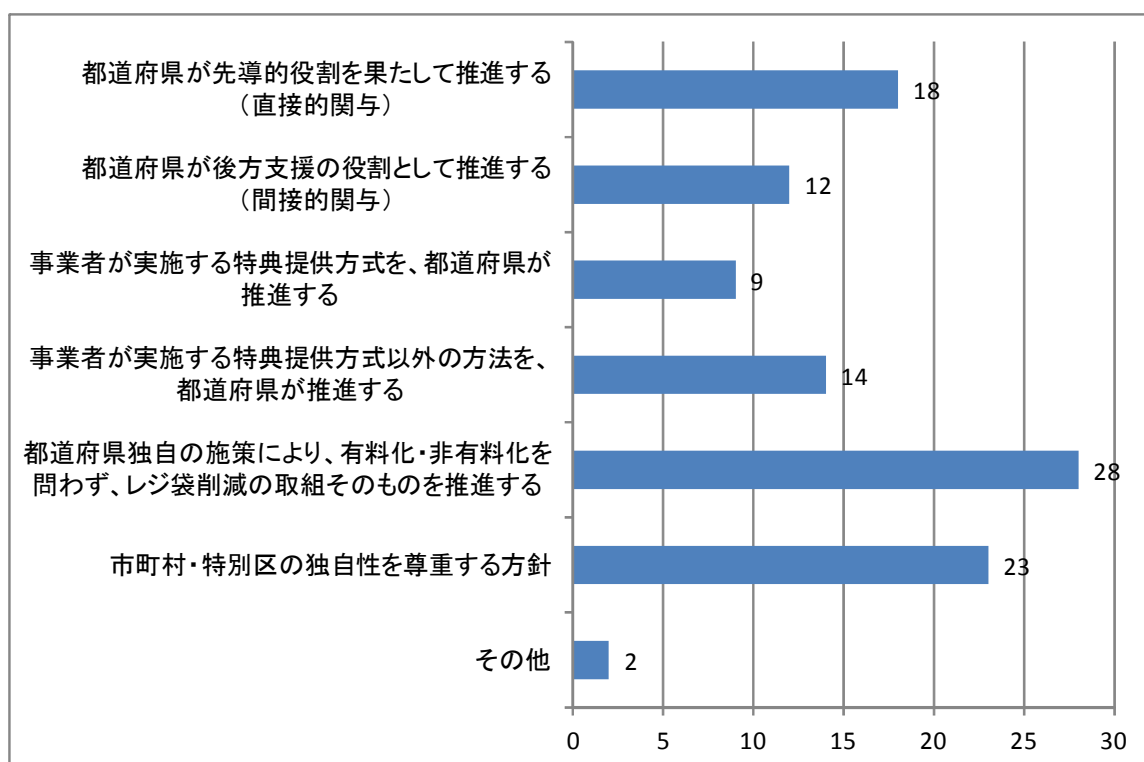
自治体名	取組内容
埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市、相模原市	○九都県市容器包装ダイエツト宣言 容器、包装を簡略化（ダイエツト）し、ゴミを減らす努力をしていく、という宣言。すでに多くの企業がこの宣言に賛同し、実際に行動をおこしている。
神奈川県	○「レジ袋削減（マイバツグ持参）に関するアンケート調査の実施場所の提供。 アンケート実施者は「神奈川県」であるが、事業者はアンケート場所（店舗前、店舗入口）の提供、アンケート協力（来店客の協力）を行っている。
山梨県	○レジ袋のリサイクル お客さまから不要となったレジ袋を回収しリサイクルしている。（レジ袋の回収1枚につき、自社のポイントカードに1ポイント還元）
滋賀県	○滋賀県容器包装削減宣言 この宣言は、事業者がそれぞれ容器包装削減の目標を設定し、その目標達成を目指して積極的に取組を進めることを、また、県民団体および行政が実践や広報等によって事業者の取組を支援することを宣言するもの。
九州7県	○九州統一マイバツグキャンペーンへの協力

（１）基本的な取組方針としては「都道府県独自の施策により有料化・非有料化を問わず、レジ袋削減の取組そのものを推進する」が最も多く、次いで「市町村・特別区の独自性を尊重する方針」が続いている。

「都道府県独自の施策により有料化・非有料化を問わず、レジ袋削減の取組そのものを推進する」が28件（60%）、「市町村・特別区の独自性を尊重する方針」が23件（49%）となっている。

都道府県自らが「直接的関与」を行いレジ袋削減を進めていくとの回答（18件）が、「間接的関与」との回答（12件）を上回った。

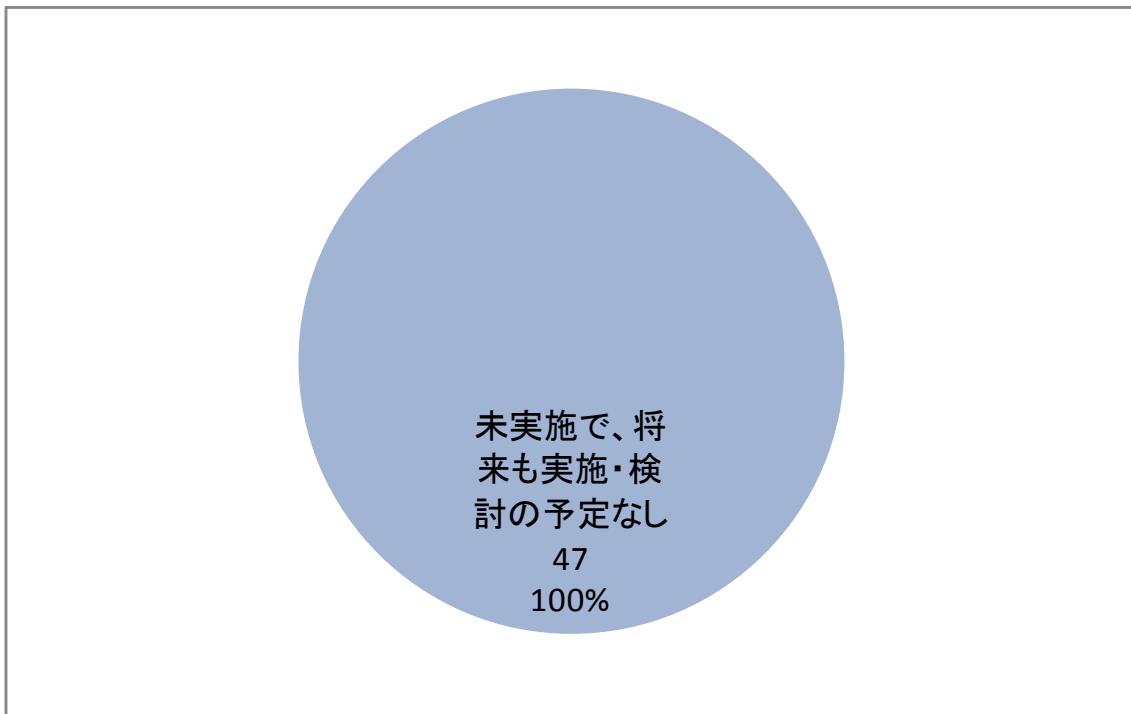
都道府県の取組方針（複数回答）



(2) 条例の制定については、全ての都道府県で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」となっている。

「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が47件（100%）となっている。

条例の制定について（都道府県）

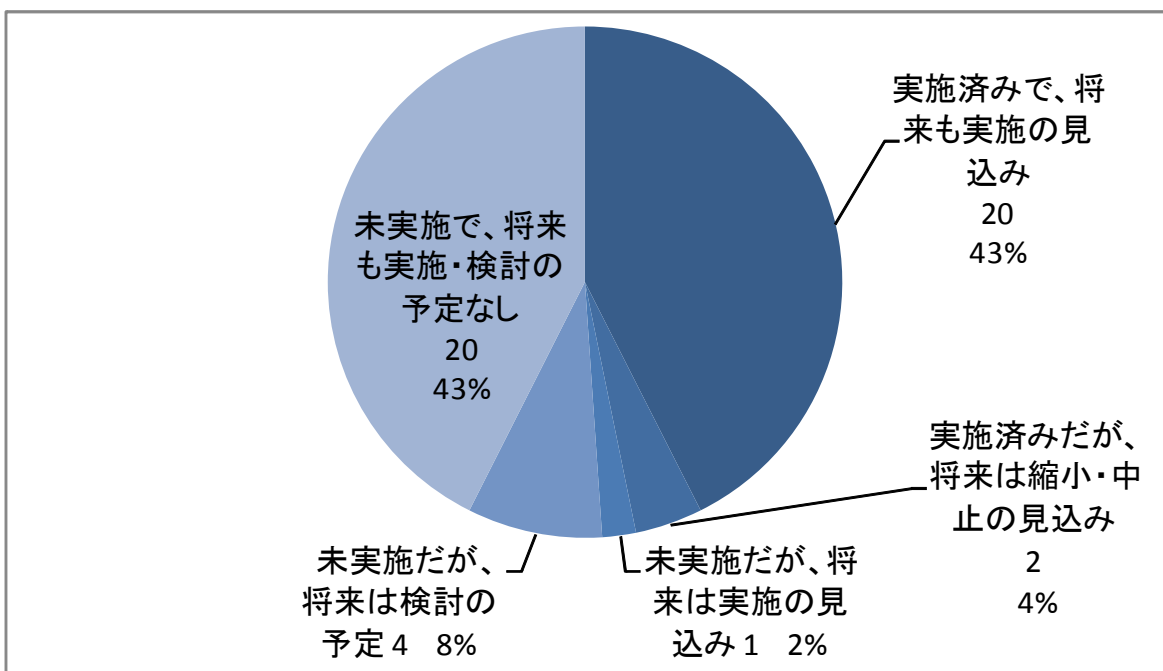


(3) 協定の締結によるレジ袋の有料化については「実施済みで、将来も実施の見込み」が4割強となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が4割強を占めている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が20件（43%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が2件（4%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が4件（8%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が20件（43%）となっている。

なお、実施自治体及び取組内容の一覧は第4節で記載する。

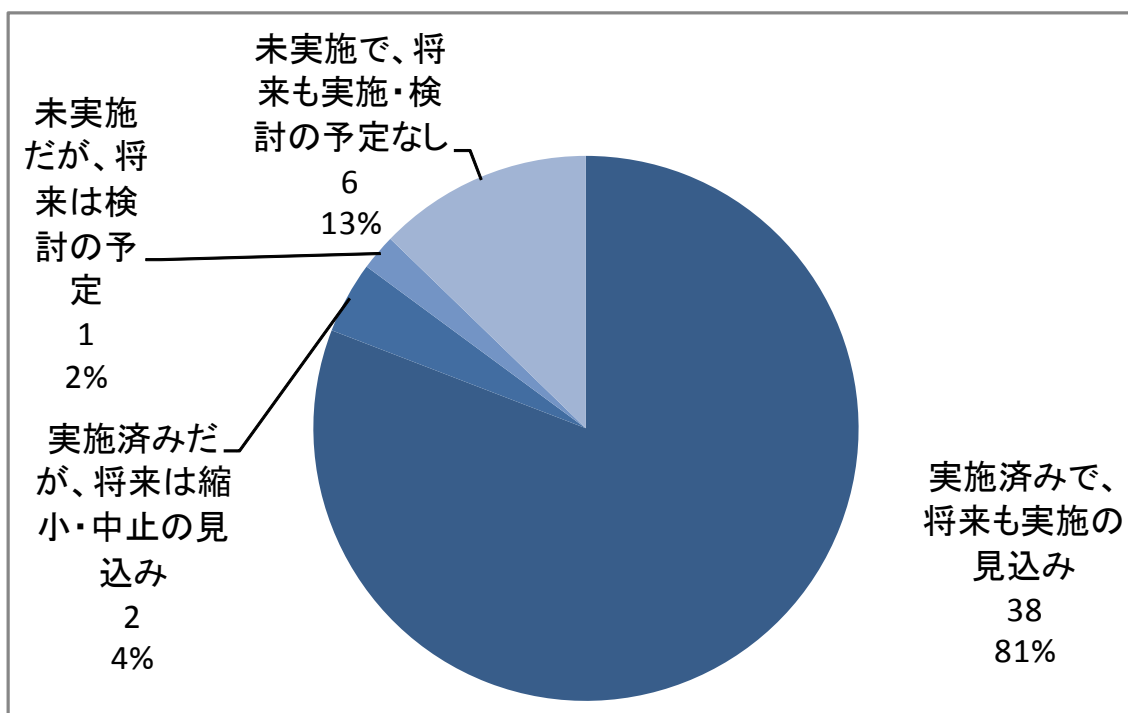
協定の締結によるレジ袋の有料化について（都道府県）



（４）事業者への協力要請については「実施済みで、将来も実施の見込み」が８割強を占めている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が 38 件（81%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が 2 件（4%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が 1 件（2%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が 6 件（13%）となっている。

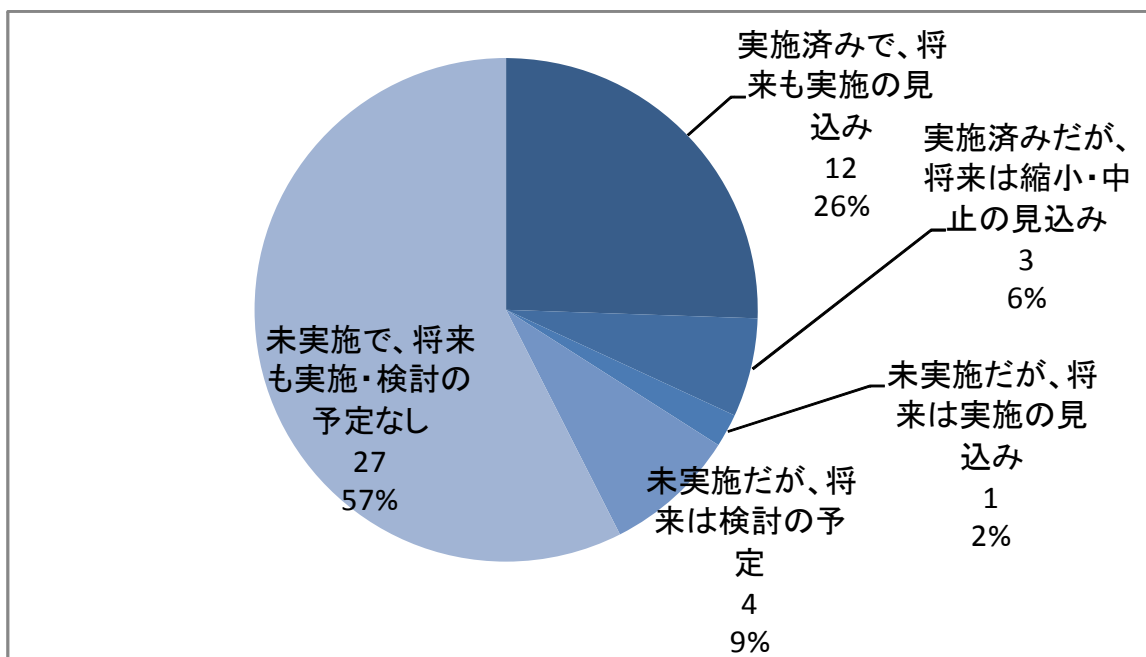
事業者への協力要請について（都道府県）



(5) 優れた事業者への認定制度については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が約4分の1となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が6割弱となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が12件（26%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が3件（6%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が4件（9%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が27件（57%）となっている。

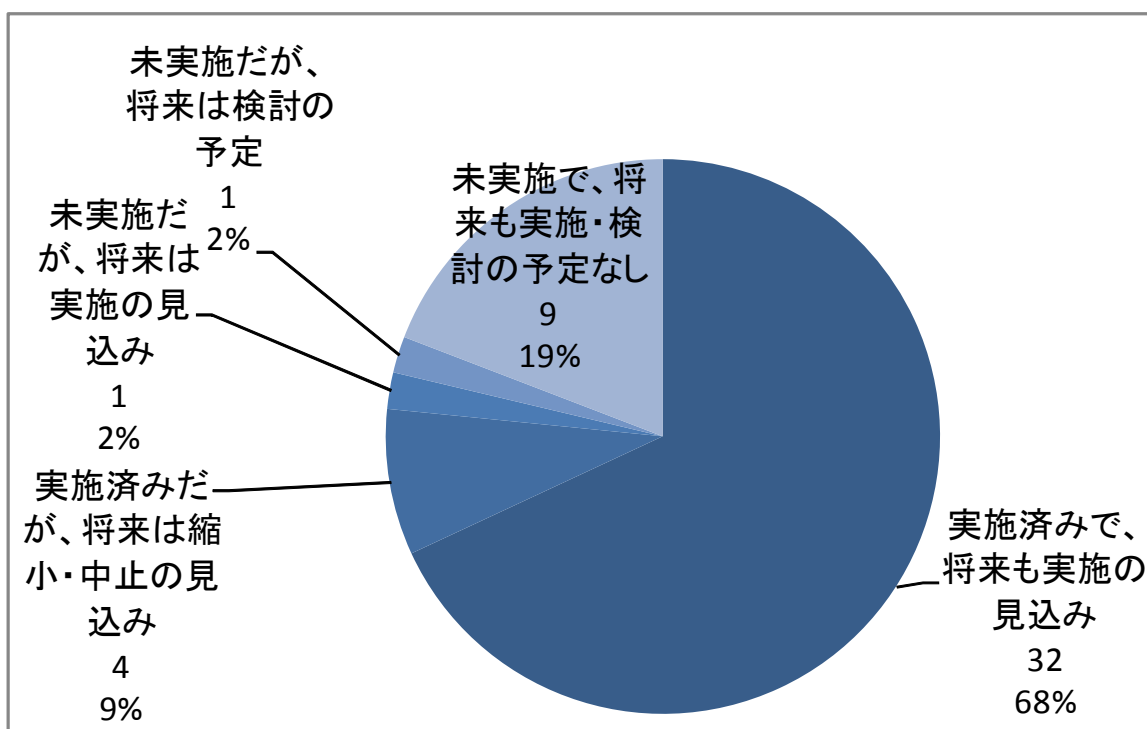
優れた事業者の認定制度について（都道府県）



(6) 組織体制の整備については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が7割弱となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が32件（68%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が4件（9%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が1件（2%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が9件（19%）となっている。

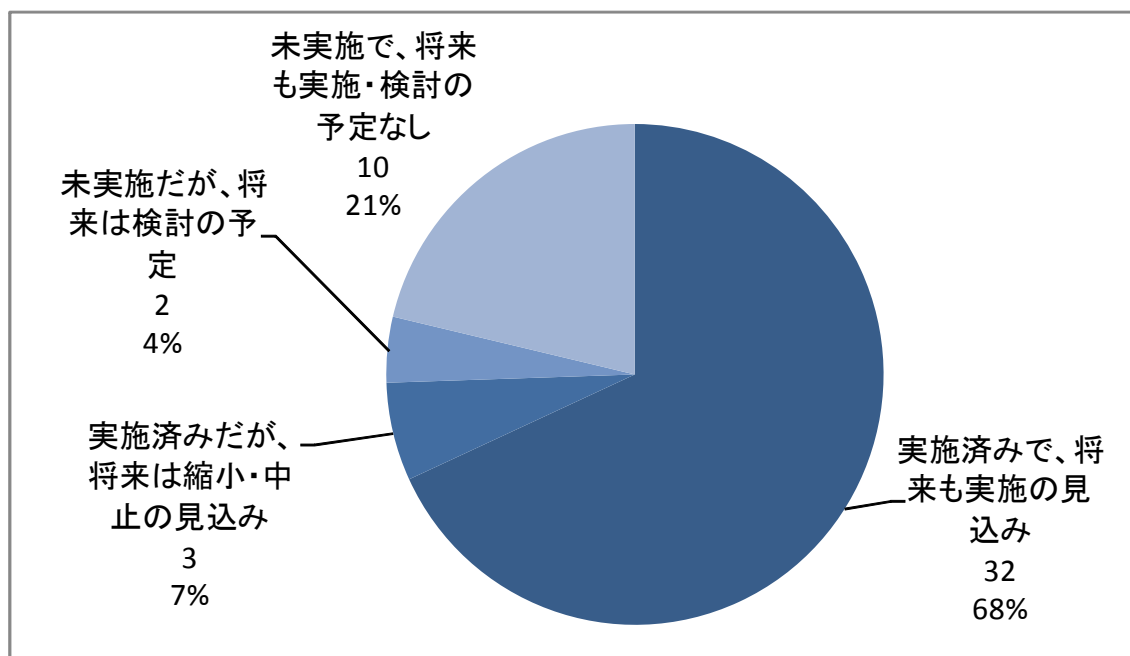
組織体制等の整備について（都道府県）



(7) 事業者の活動支援については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が3分の2となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が2割となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が32件（68%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が3件（7%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が2件（4%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が10件（21%）となっている。

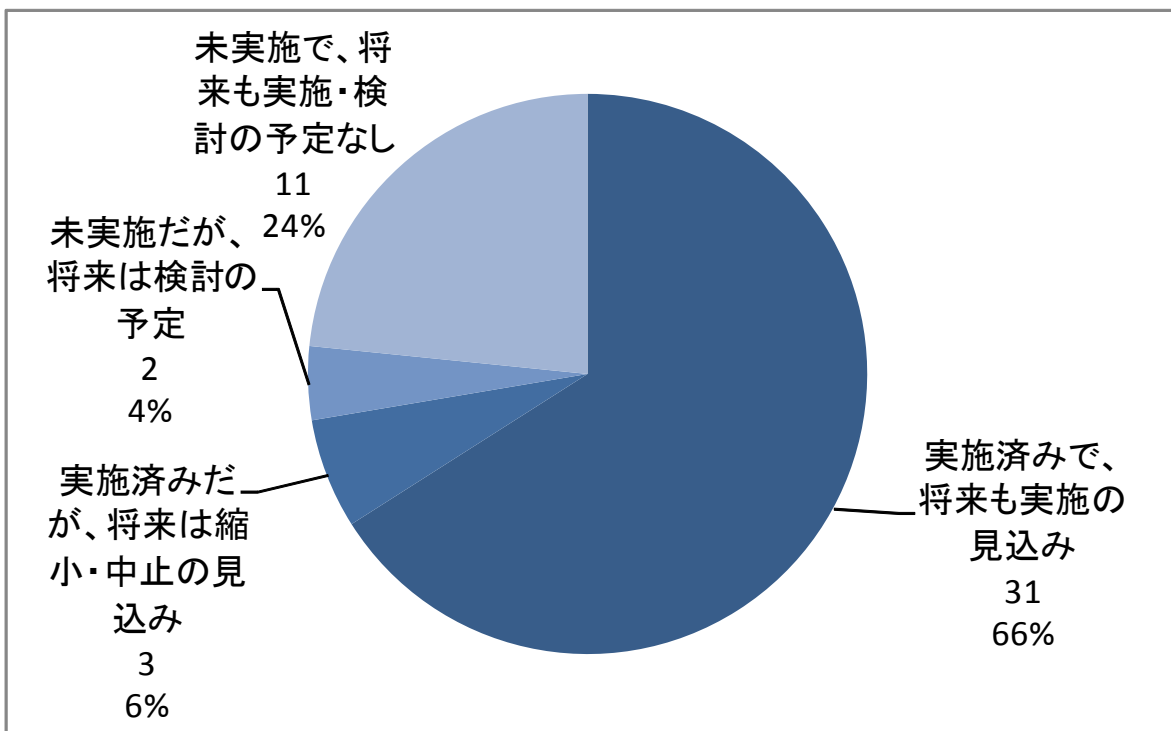
事業者の活動支援について（都道府県）



(8) 市町村・特別区との連携等については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が3分の2となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が2割台となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が31件（66%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が3件（6%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が2件（4%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が11件（24%）となっている。

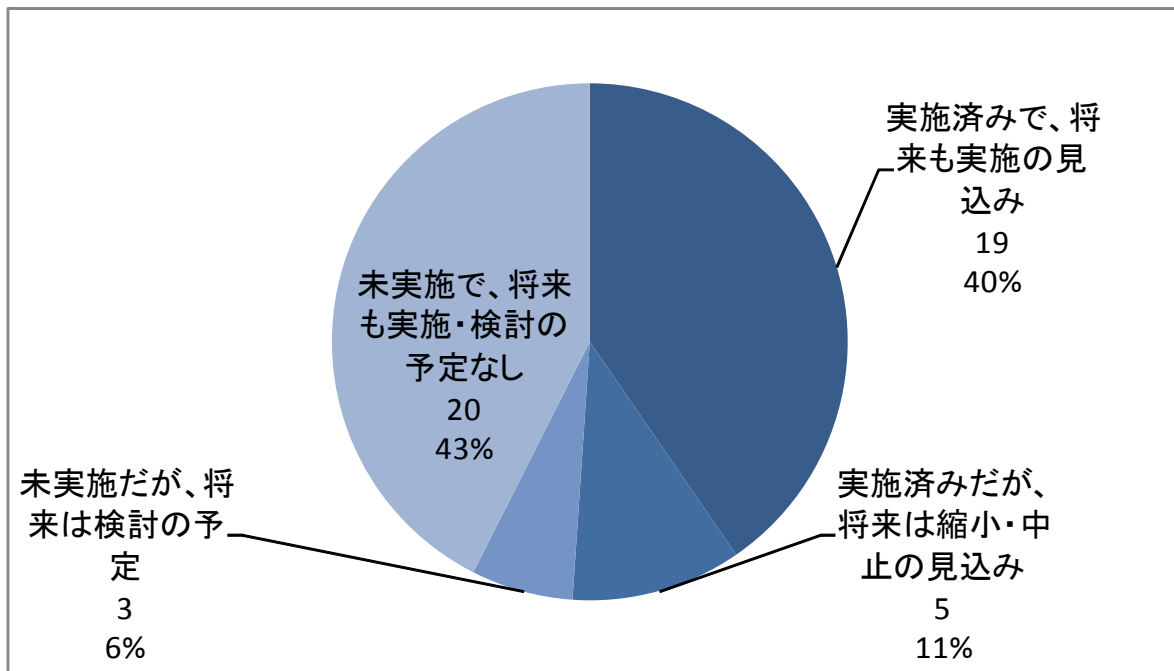
市町村・特別区との連携等について（都道府県）



（9）消費者の認知度・意向調査については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が4割となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が4割強となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が19件（40%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が5件（11%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が3件（6%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が20件（43%）となっている。

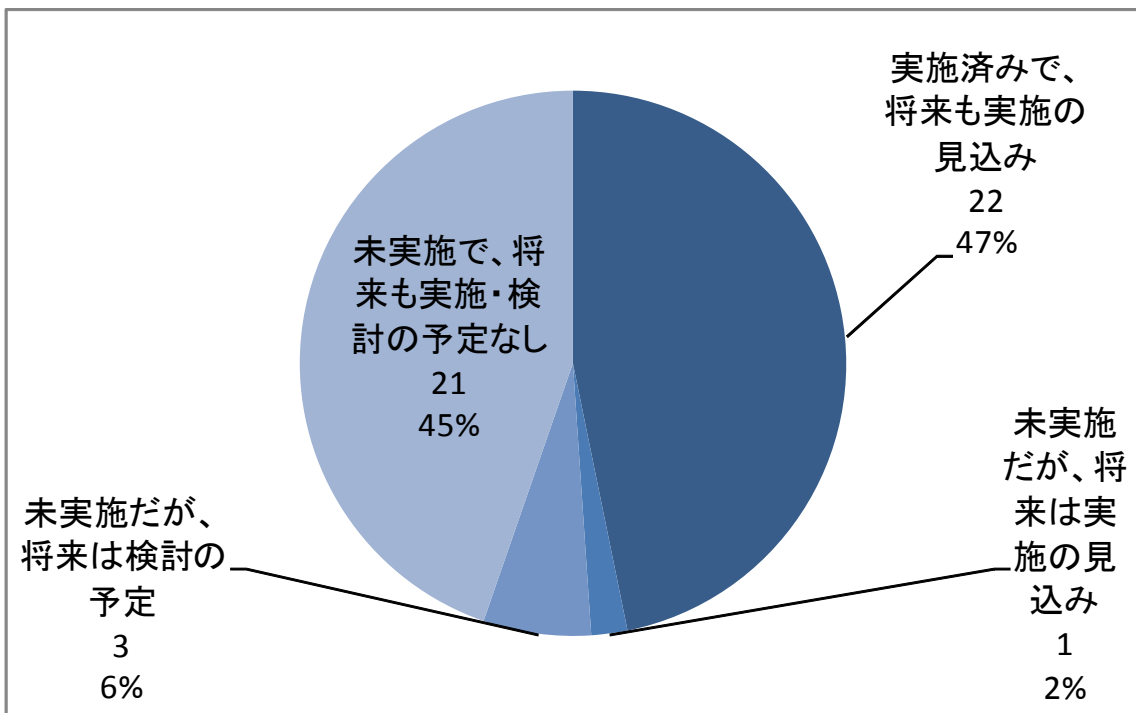
消費者の認知度・意向調査について（都道府県）



(10) レジ袋削減効果調査については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が5割弱となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が4割台となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が22件（47%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が3件（6%）「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が21件（45%）となっている。

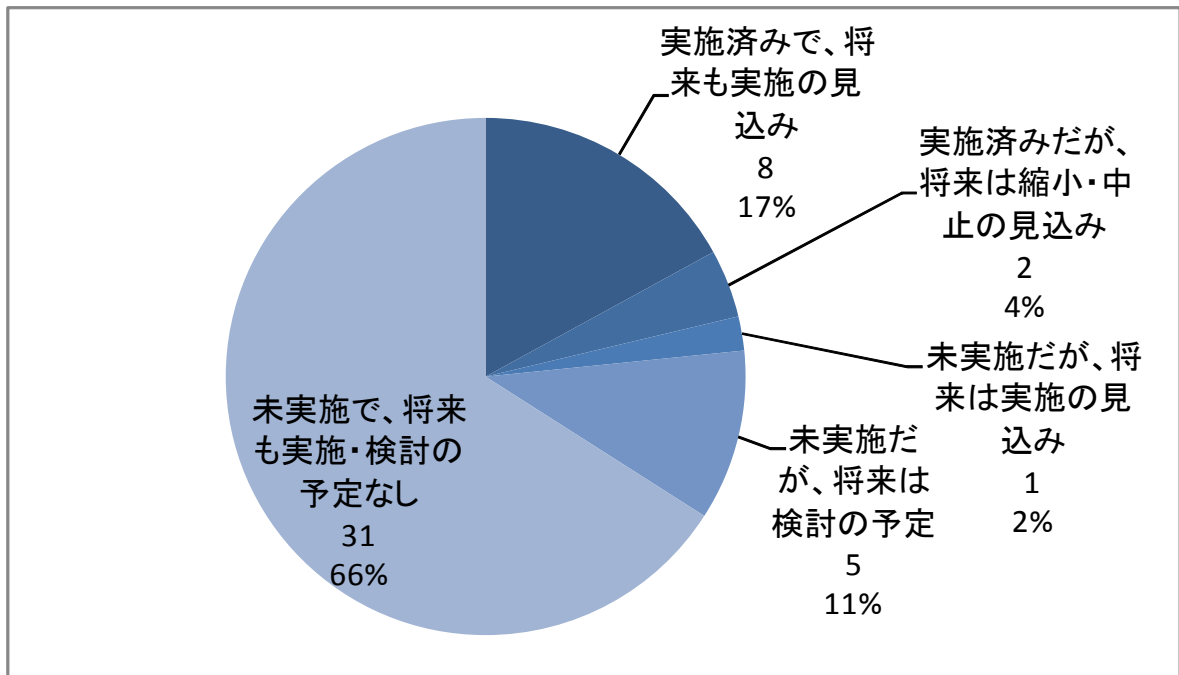
レジ袋削減効果調査について（都道府県）



(11) レジ袋有料化による事業者への影響調査については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が2割弱となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が3分の2となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が8件（17%）、「実施済みだが将来は縮小・中止の見込み」が2件（4%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が5件（11%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が31件（66%）となっている。

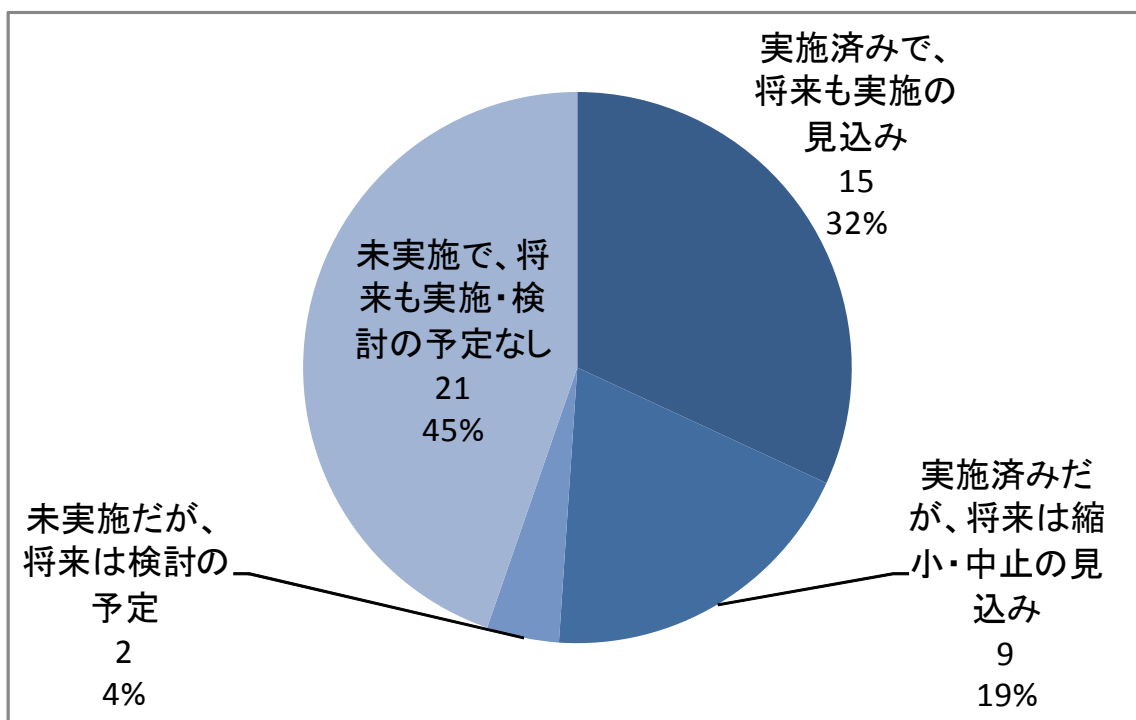
レジ袋有料化による事業者への影響調査について（都道府県）



(12) マイバッグの無料配布、コンテストの開催と展示については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が3割台となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が半数弱となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が15件（32%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が9件（19%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が2件（4%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が21件（45%）となっている。

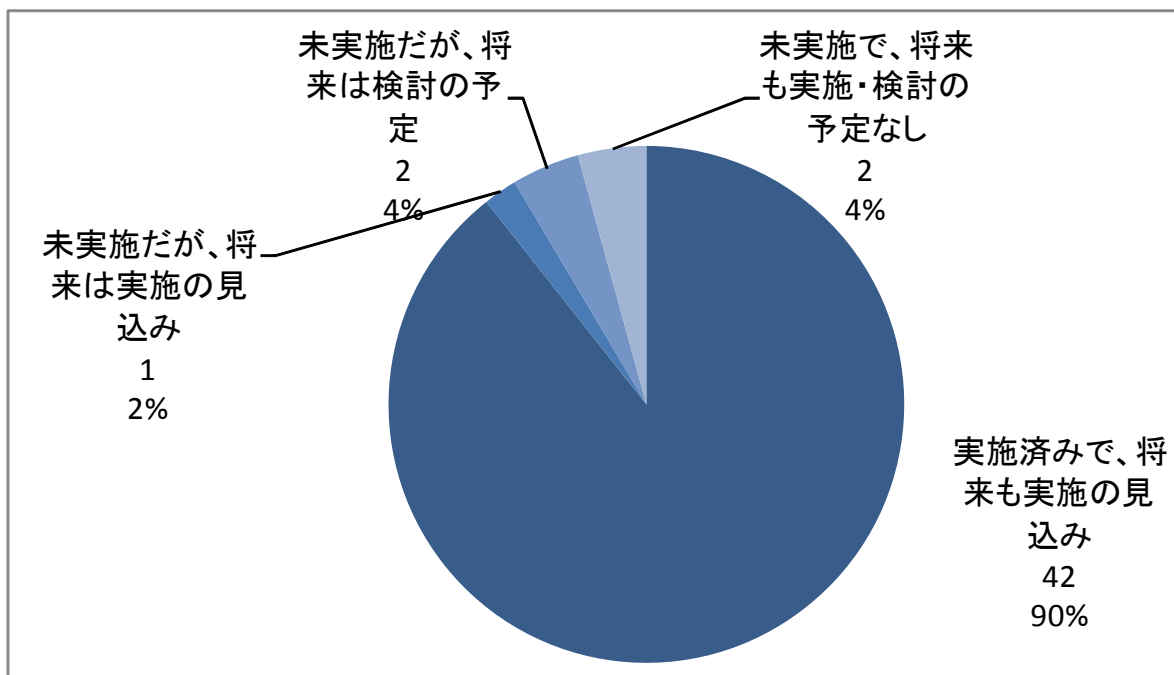
マイバッグの無料配布、コンテストの開催と展示について（都道府県）



(13) テレビ、ラジオ、新聞、広報紙等への取組掲載については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が9割を占めている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が42件（90%）となっている。

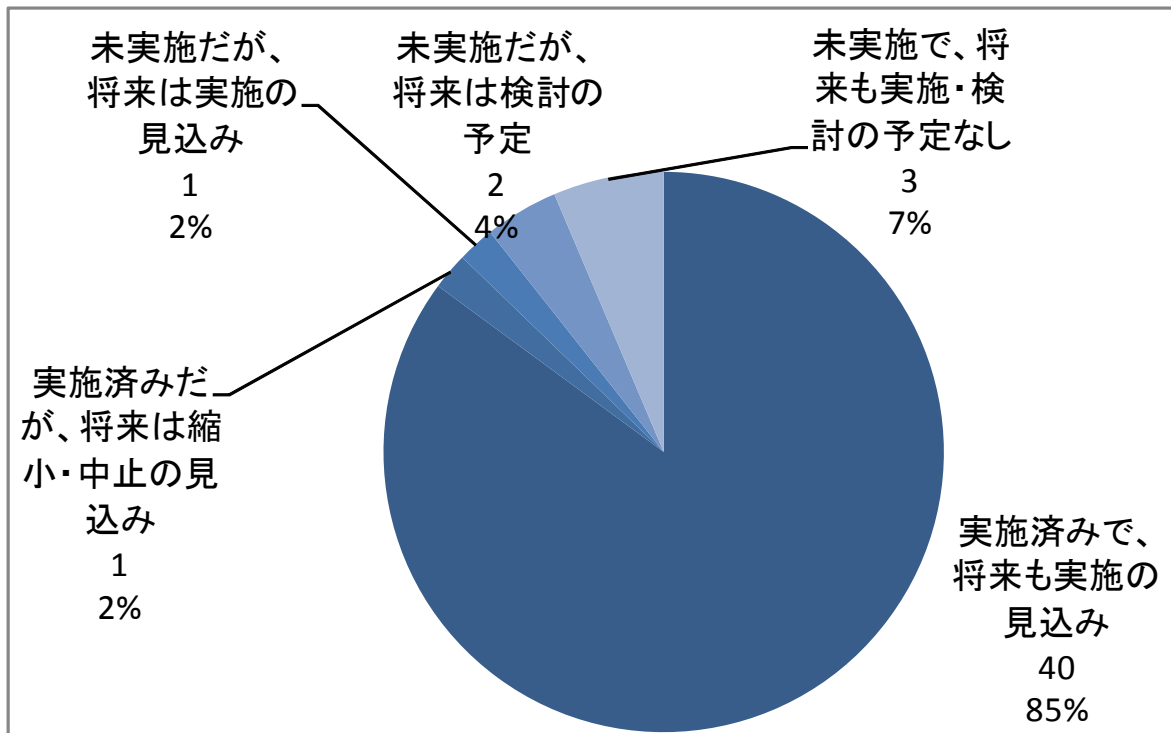
テレビ、ラジオ、新聞、広報紙等への取組掲載について（都道府県）



(14) チラシ、ポスター、リーフレット等の作成・配布については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が8割強を占めている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が40件（85%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が2件（4%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が3件（7%）となっている。

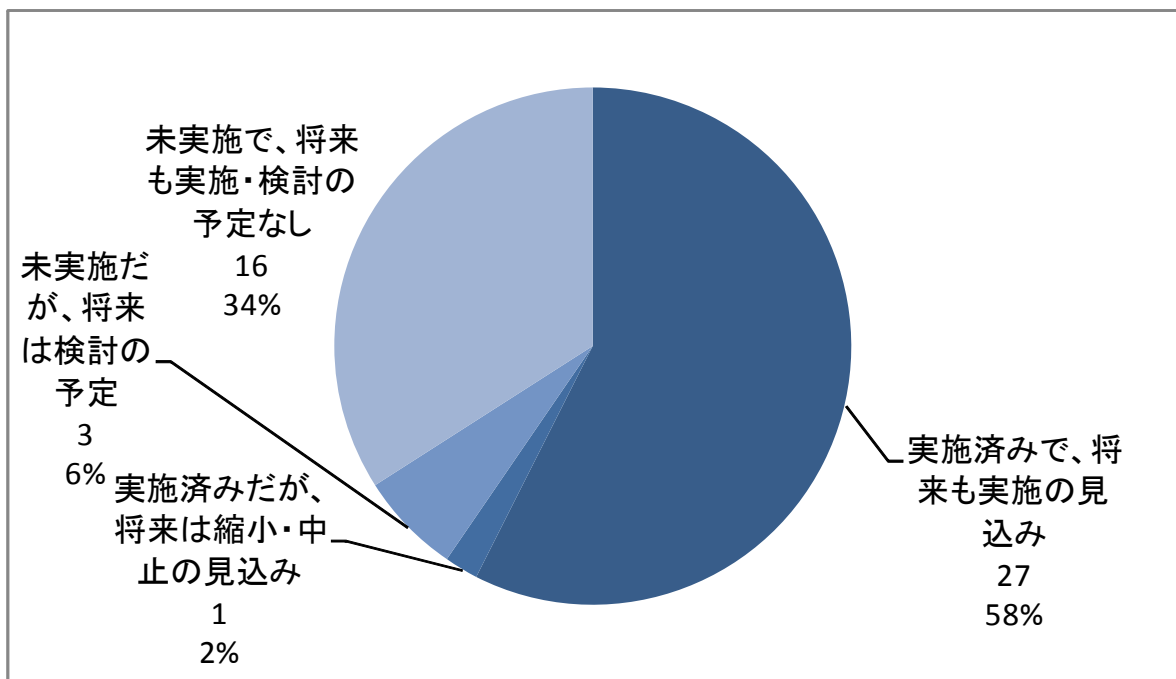
チラシ、ポスター、リーフレット等の作成、配布について（都道府県）



(15) 市民独自の普及啓発活動の支援については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が6割弱となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が3割台となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が27件（58%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が3件（6%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が16件（34%）となっている。

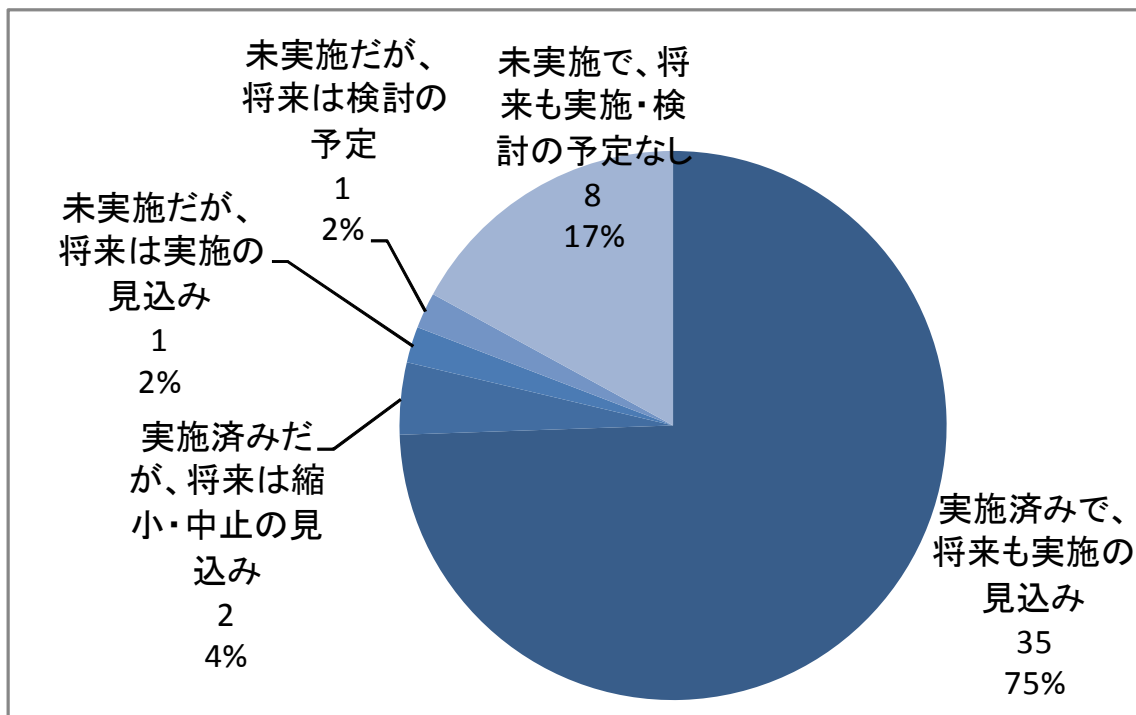
市民独自の普及啓発活動の支援について（都道府県）



(16) 環境学習、環境教育を通じたPRについては、「実施済みで、将来も実施の見込み」が4分の3となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が35件（75%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」は2件（4%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が1件（2%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が8件（17%）となっている。

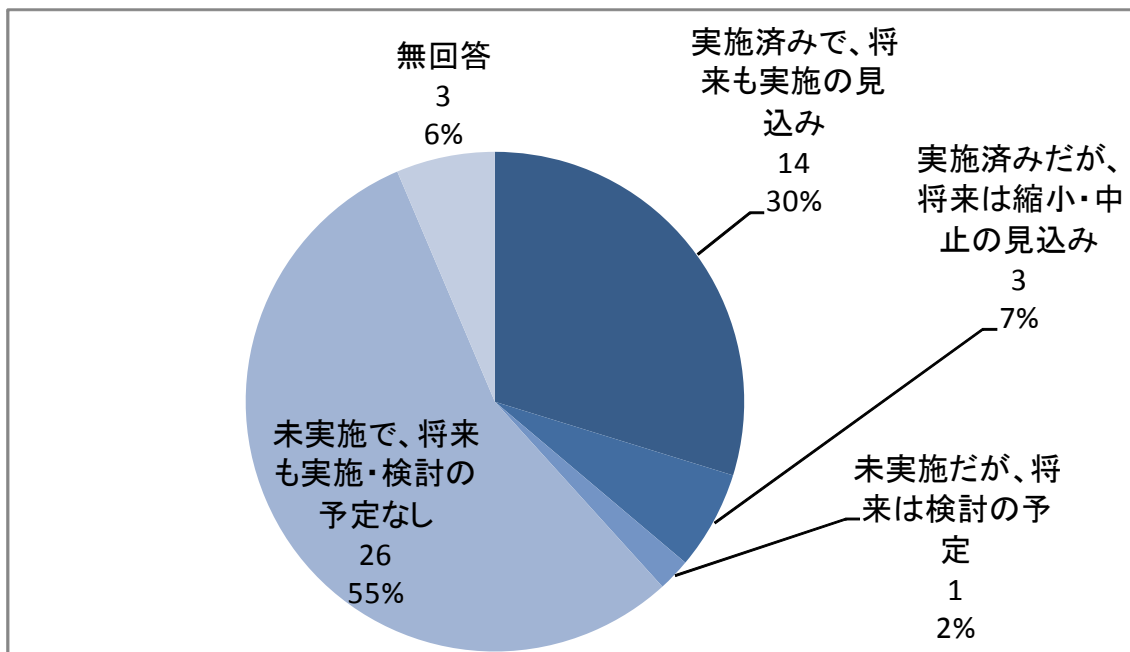
環境学習、環境教育を通じたPRについて（都道府県）



(17) レジ袋の全廃、有料化の実施に係る間接的関与については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が3割となっている。一方、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が半数強を占めている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が14件（30%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が3件（7%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が1件（2%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が26件（55%）となっている。

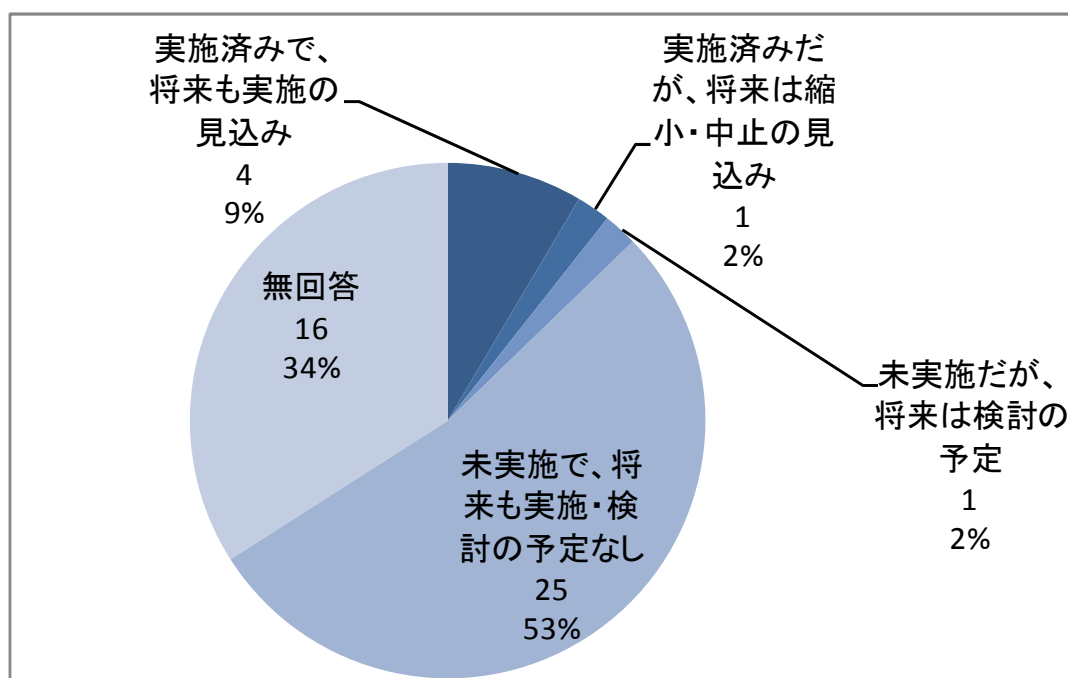
レジ袋の全廃 有料化の実施に係る間接的関与について（都道府県）



(18) その他の取組については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が1割弱にとどまっている。一方、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が5割強となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が4件（9%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が1件（2%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が25件（53%）となっている。

その他取組について（都道府県）



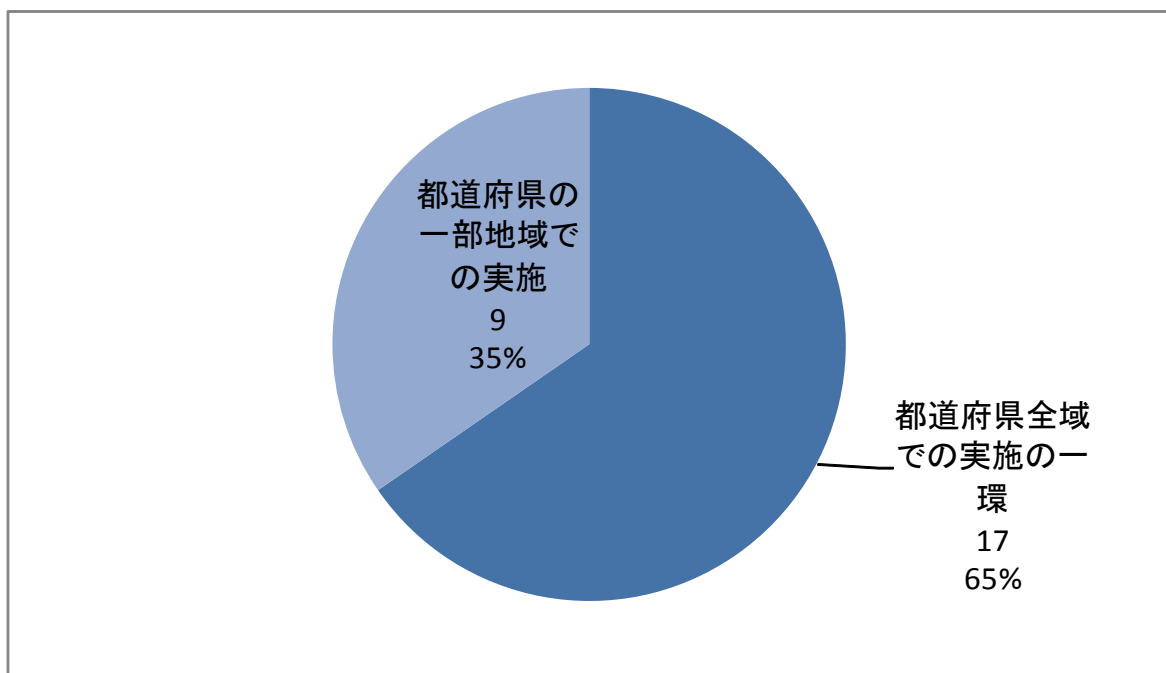
<その他の取組に対する特徴的な回答>

自治体名	回答内容
富山県	○県民総ぐるみでレジ袋を断り、マイバッグを持参するノーレジ袋県民大運動を展開。
岡山県	○平成22年6月から、毎月10日を「岡山県統一ノーレジ袋デー」と定め、事業者、消費者・環境団体等、行政（県・市町村）と協働して、買い物の際に「レジ袋を受け取らないようにする運動」を展開している。

(1) 実施地域については、「都道府県全域での実施の一環」が約3分の2、「都道府県の一部地域で実施」が約3分の1となっている。

「都道府県全域での実施の一環」が17件（65%）、「都道府県の一部地域で実施」が9件（35%）となっている。

実施地域について（都道府県）

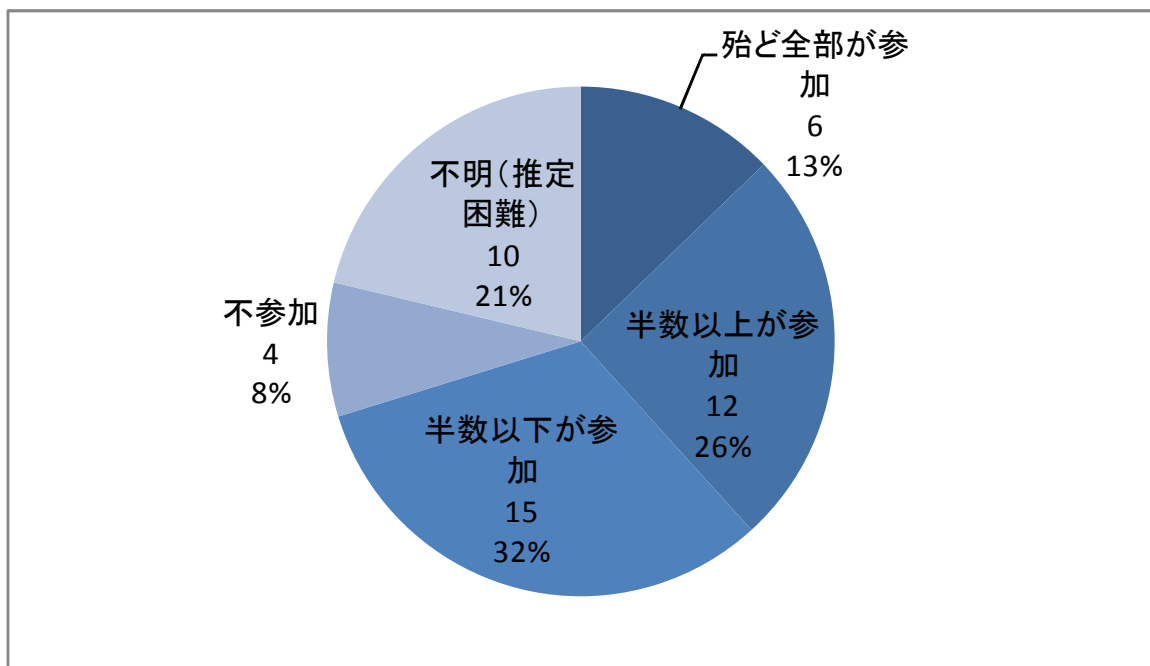


※当設問に対し回答のあった26件を対象に集計

(2) スーパーマーケットの参加状況については、「殆ど全部が参加」と「半数以上が参加」とを合わせて4割弱となっている。

「殆ど全部が参加」が6件（13%）、「半数以上が参加」が12件（26%）、「半数以下が参加」が15件（32%）となっている。

スーパーマーケットの参加店舗の状況について（都道府県）



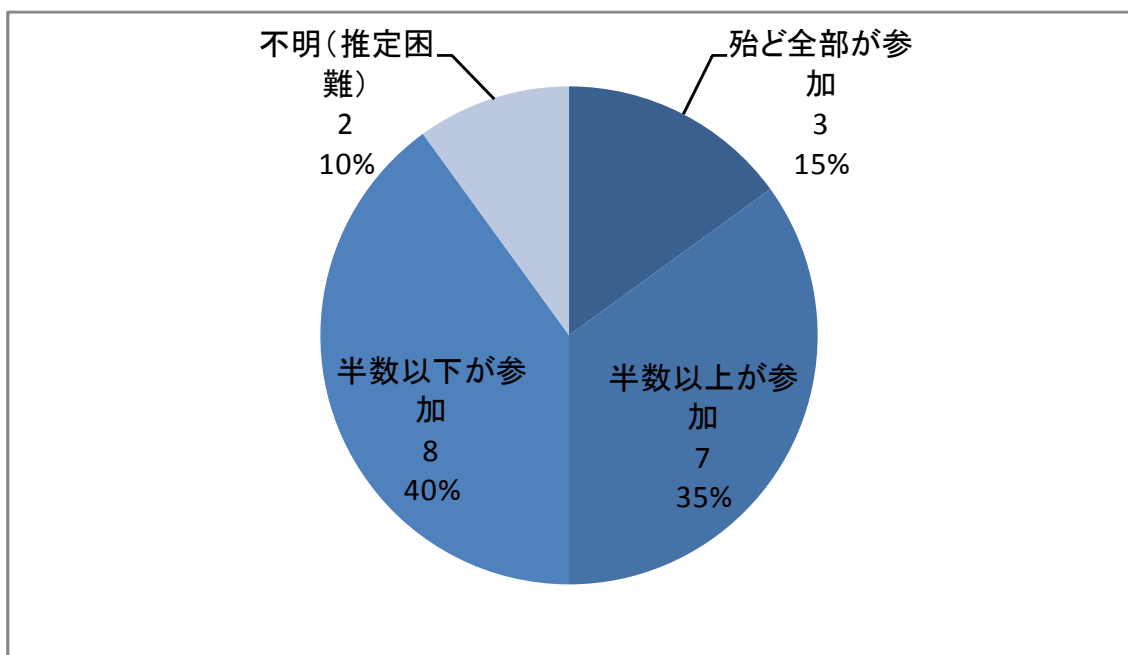
※当設問に対し回答のあった47件を対象に集計

また、具体的な参加店舗数について「0」以外の回答のあった21件のうち、最大値は407店、最小値は1店、平均値は129.2店であった。

(3) 生協・大学生協・農協の参加状況については、「殆ど全部が参加」と「半数以上が参加」とを合わせて5割となっている。

「殆ど全部が参加」が3件（15%）、「半数以上が参加」が7件（35%）、「半数以下が参加」が8件（40%）となっている。

生協・大学生協・農協の参加店舗の状況について（都道府県）



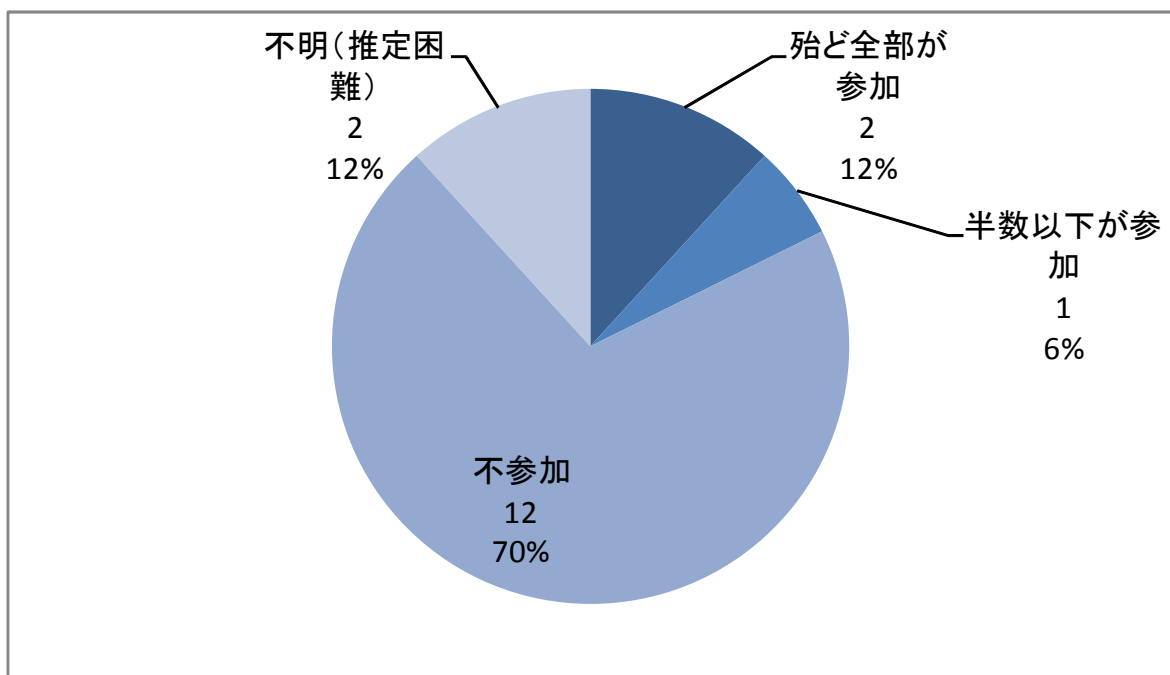
※当設問に対し回答のあった20件を対象に集計

また、具体的な参加店舗数について「0」以外の回答のあった21件のうち、最大値は76店、最小値は1店、平均値は21.0店であった。

(4) 百貨店の参加状況については、「不参加」が7割を占めている。

「殆ど全部が参加」が2件（12%）、「半数以下が参加」が1件（6%）、「不参加」が12件（70%）となっている。

百貨店の参加店舗の状況について（都道府県）



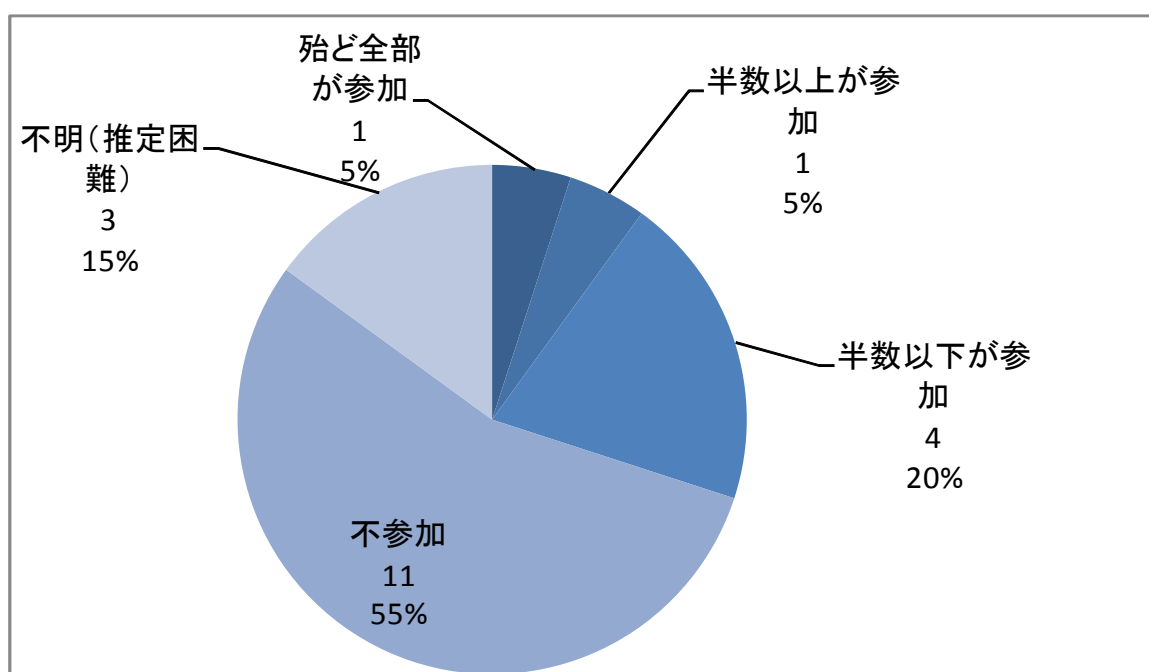
※当設問に対し回答のあった17件を対象に集計

また、具体的な参加店舗数について「0」以外の回答のあった6件のうち、最大値は6店、最小値は1店、平均値は3.5店であった。

(5) ドラッグストアの参加状況については、「不参加」が5割台を占めている。

「殆ど全部が参加」が1件（5%）、「半数以上が参加」が1件（5%）、「半数以下が参加」が4件（20%）、「不参加」が11件（55%）となっている。

ドラッグストアの参加店舗の状況（都道府県）



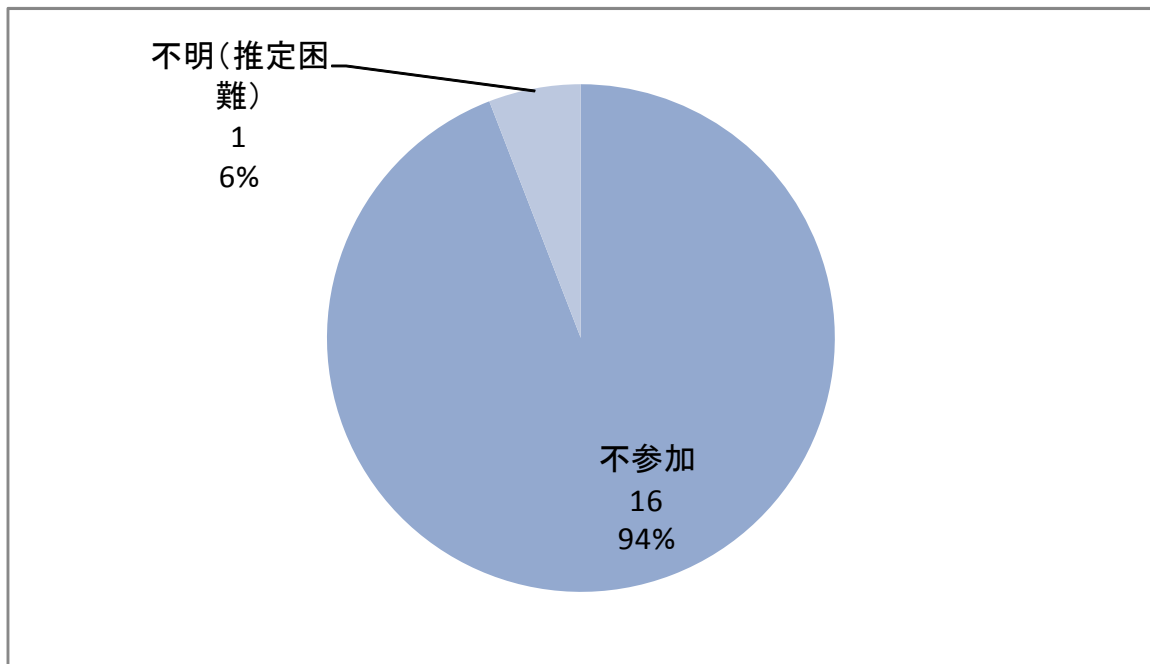
※当設問に対し回答のあった20件を対象に集計

また、具体的な参加店舗数について「0」以外の回答のあった10件のうち、最大値は96店、最小値は3店、平均値は37.7店であった。

(6) コンビニの参加状況については、「不参加」が9割台を占めている。

「不参加」が16件（94%）となっている。

コンビニの参加店舗の状況（都道府県）



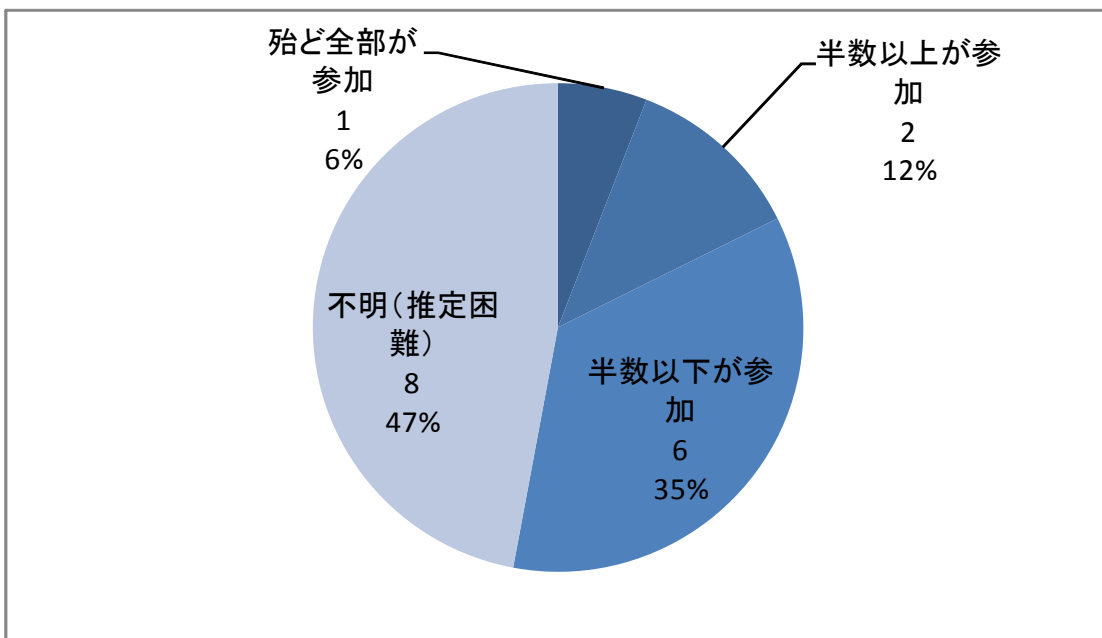
※当設問に対し回答のあった17件を対象に集計

(7) その他業種の参加状況については、「半数以下が参加」が約3分の1となっている。

「殆ど全部が参加」が1件（6%）、「半数以上が参加」が2件（12%）、「半数以下が参加」が6件（35%）となっている。

その他業種の内容としては、ホームセンター、スポーツ用品店、クリーニング店、菓子店、酒販店、惣菜店、地元産品直売所、自然食品店、寝具店、商工会加盟店舗が挙げられている。

その他業種の参加店舗の状況について（都道府県）



※当設問に対し回答のあった17件を対象に集計

また、具体的な参加店舗数について「0」以外の回答のあった18件のうち、最大値は656店、最小値は1店、平均値は134.1店であった。

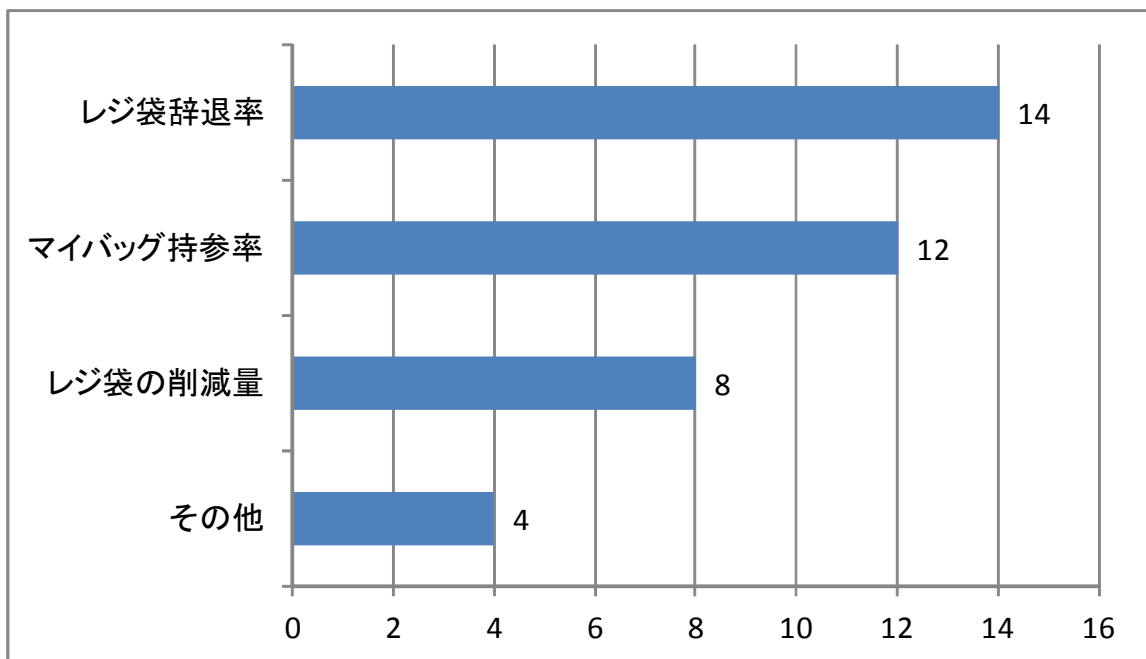
なお、上記グラフと数値については複数の業種が含まれていること（単一業種の集計ではない）、参加店舗数においては複数の業種の店舗数を纏めてその他に記載している自治体があることから、参考程度とされたい。

(8) マイバック持参率、レジ袋持参率を評価項目と設定している都道府県が多数となっている。

評価項目に「レジ袋辞退率」を用いているが14件、「マイバック持参率」を用いているが12件、「レジ袋の削減量」が8件となっている。

その他の内容としては、「県政インターネットモニターアンケートにおいて、「マイバッグを使っている」と回答した人の割合」、「レジ袋無料配布中止等レジ袋削減に取り組む市町村数」が挙げられている。

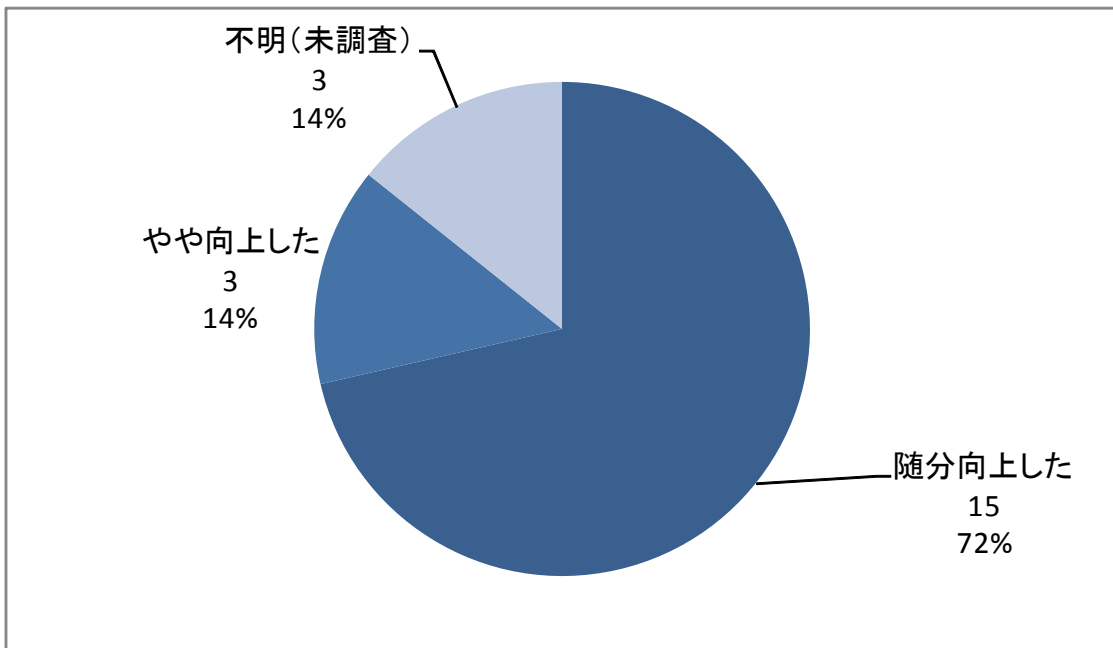
取組の評価項目（複数回答）（都道府県）



(9) レジ袋の辞退率については、有料化前後で向上した都道府県が8割台となっている。

「随分向上した」が15件（72%）、「やや向上した」が3件（14%）となっている。

レジ袋の辞退率の推移について（都道府県）

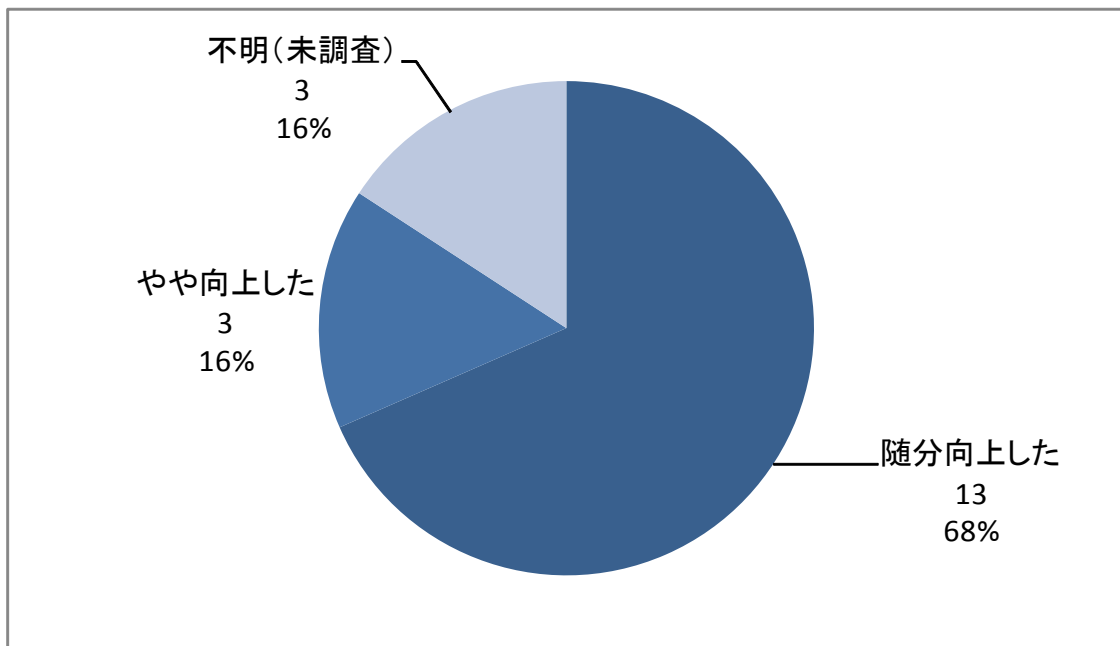


※当設問に対し回答のあった21件を対象に集計

(10) マイバッグ持参率については、有料化前後で向上した都道府県が8割台となっている。

「随分向上した」が13件（68%）、「やや向上した」が3件（16%）となっている。

マイバッグ持参率の推移について（都道府県）



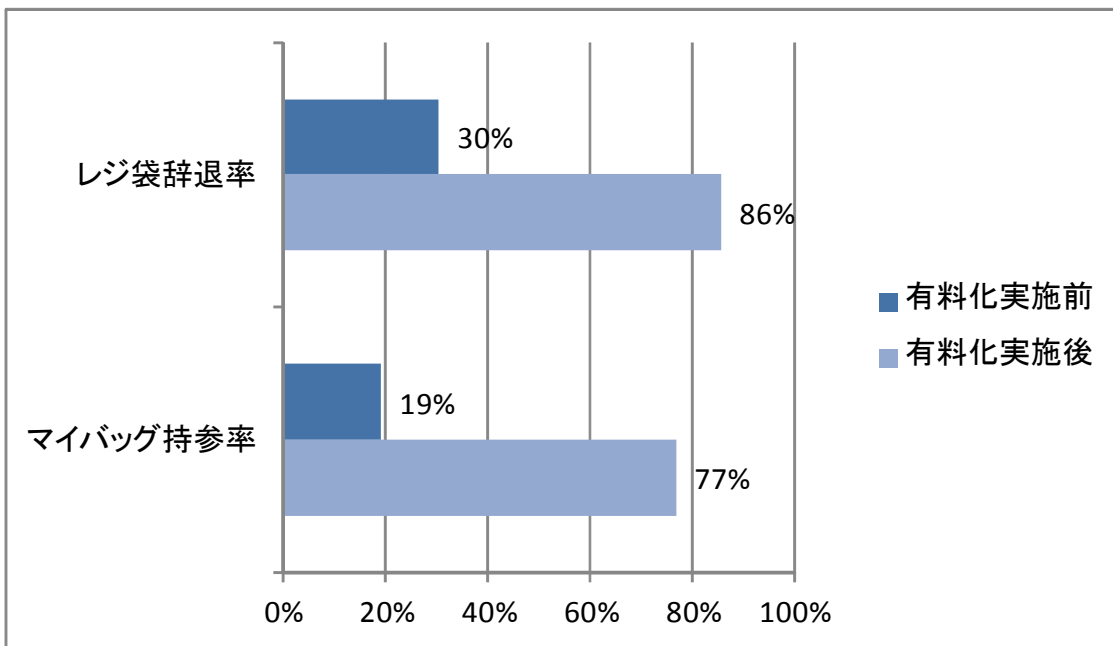
※当設問に対し回答のあった19件を対象に集計

(11) レジ袋辞退率もマイバック持参率も、有料化実施前後で 50 ポイントを超える上昇となっている。

レジ袋辞退率は有料化実施前の平均値が 30%であったものが、実施後は 86%となっている。マイバック持参率は有料化実施前の平均値が 19%であったものが、同実施後は 77%となっている。

有料化の実施がレジ袋削減に大きな効果をもたらしたものと考えられる。

レジ袋辞退率及びマイバッグ持参率の平均値について（都道府県）



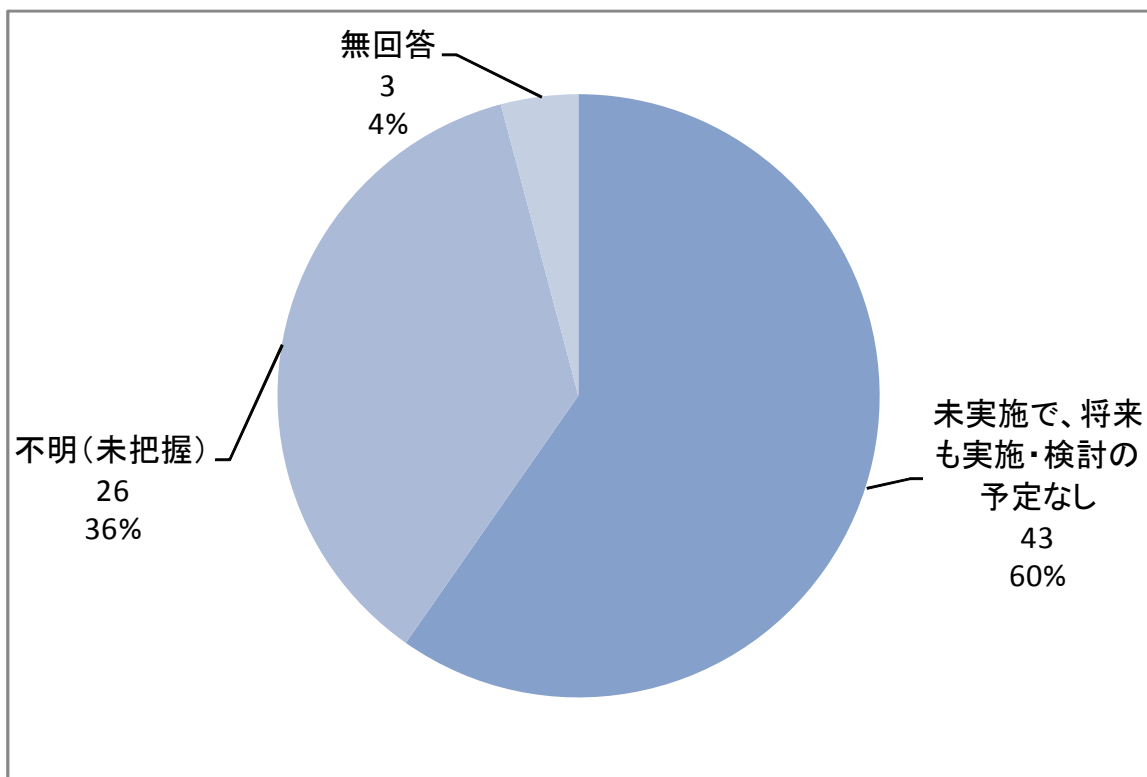
※レジ袋持参率は実施前後双方に回答のあった 7 件を対象に集計

※マイバック持参率は実施前後双方に回答のあった 3 件を対象に集計

(1) レジ袋全廃の取組については、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が6割となっている。

レジ袋全廃の取組については、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が43件（60%）となっている。

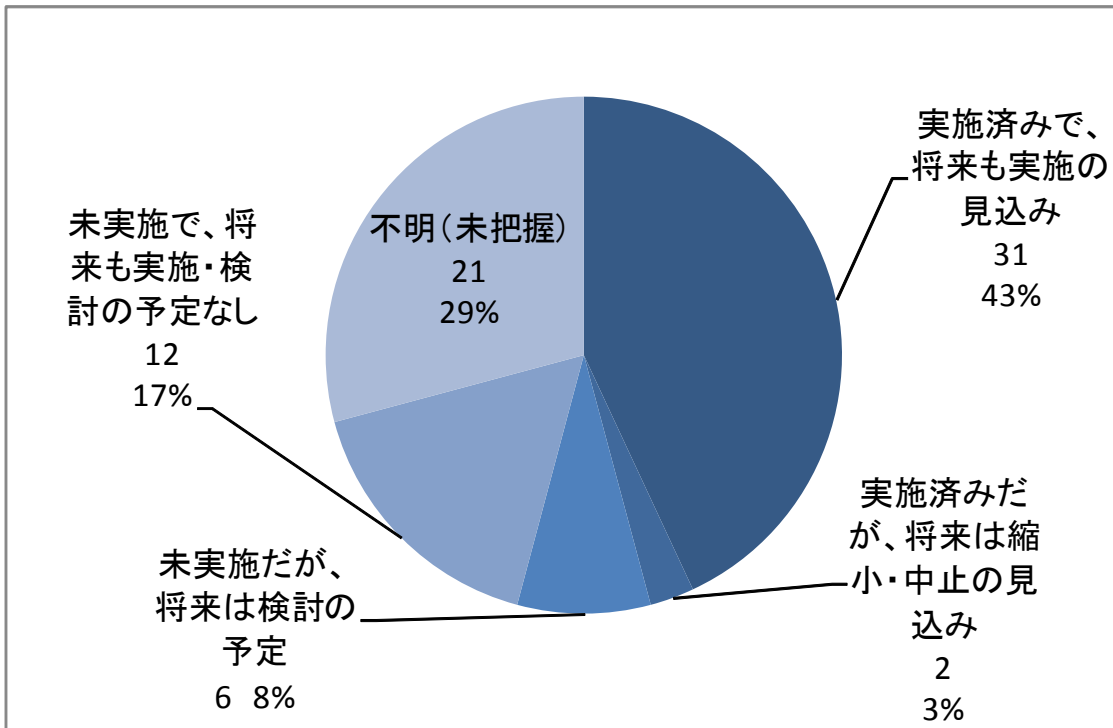
レジ袋全廃について（政令市・中核市・特別区）



(2) レジ袋有料化の取組については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が4割強となっている。

レジ袋有料化の取組については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が31件（43%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が2件（3%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が6件（8%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が12件（17%）となっている。

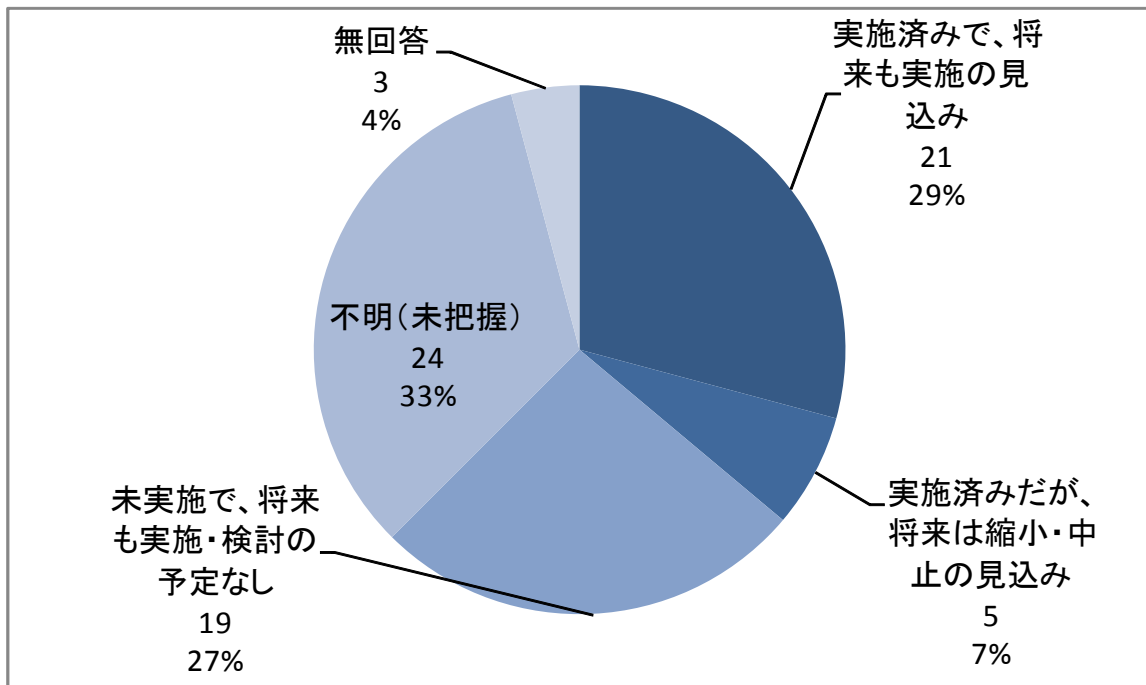
レジ袋有料化について（政令市・中核市・特別区）



(3) 特典提供方式については「実施済みで、将来も実施の見込み」が3割弱となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が21件（29%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が5件（7%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が19件（27%）となっている。

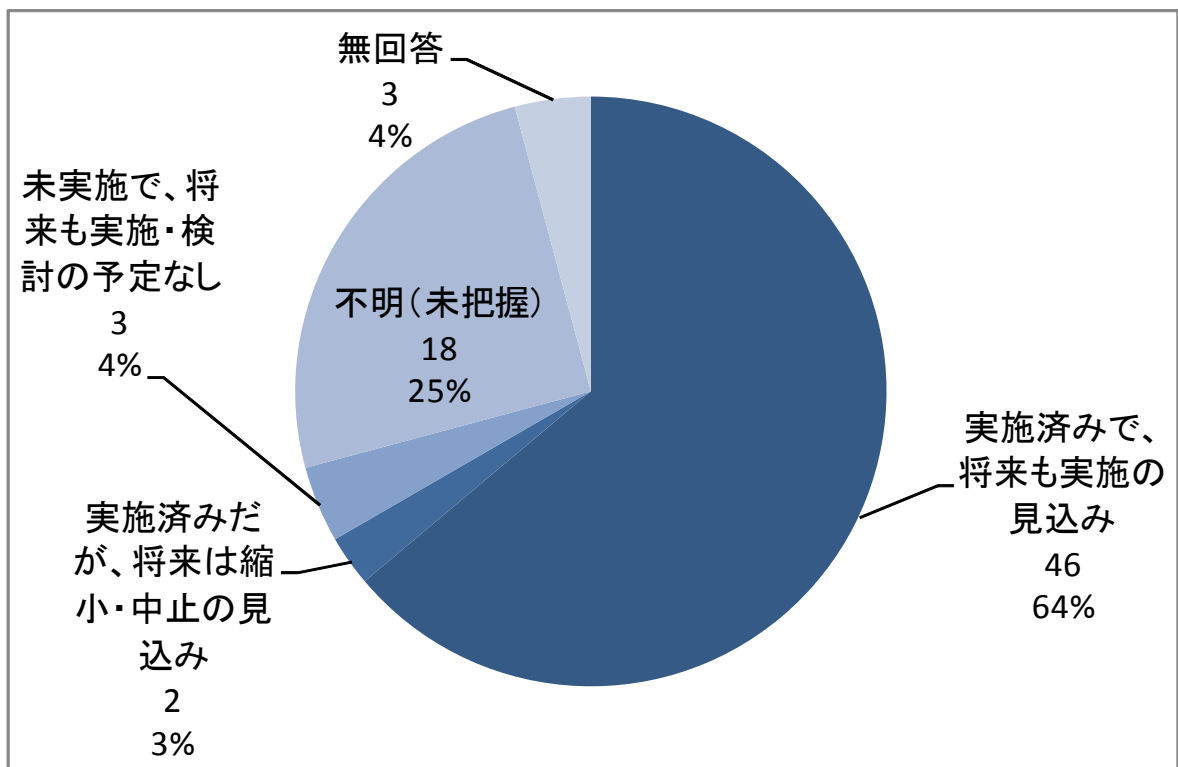
特典提供方式について（政令市・中核市・特別区）



(4) マイバッグの無料配布等については「実施済みで、将来も実施の見込み」が約3分の2となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が46件（64%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が2件（3%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が3件（4%）となっている。

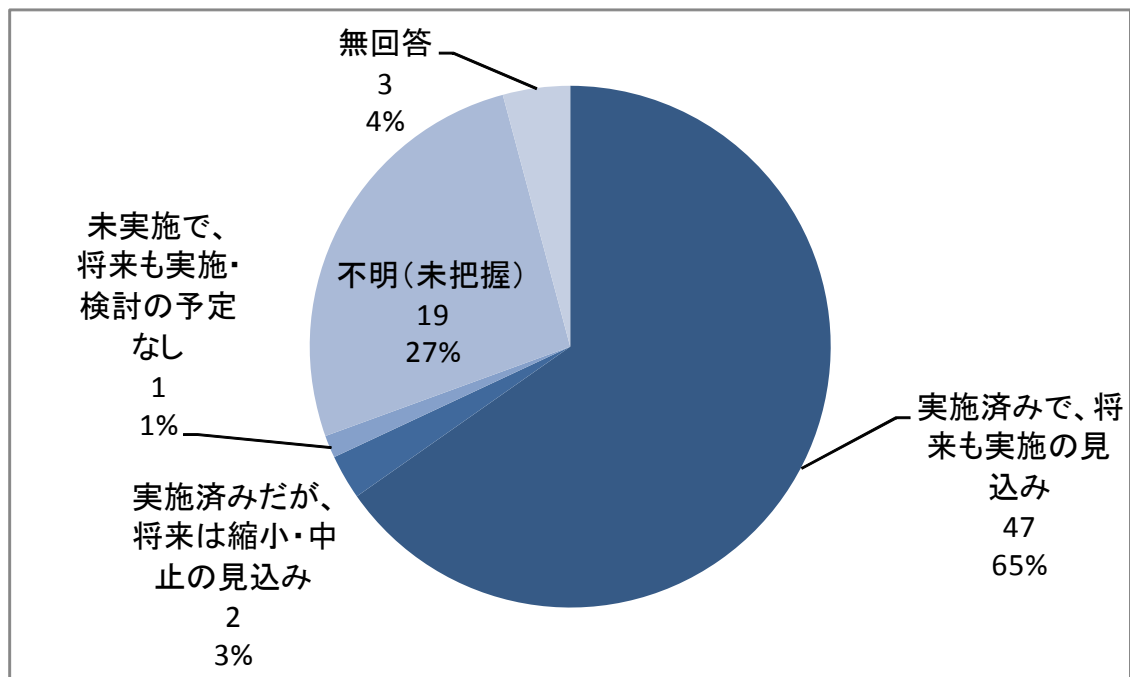
事業者によるマイバッグの無料配布、無料貸出、マイバッグ持参の呼び掛け等について
（政令市・中核市・特別区）



(5) 事業者によるレジ袋の要・不要の声掛けについては、「実施済みで、将来も実施の見込み」が約3分の2となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が47件（65%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が2件（3%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が1件（1%）となっている。

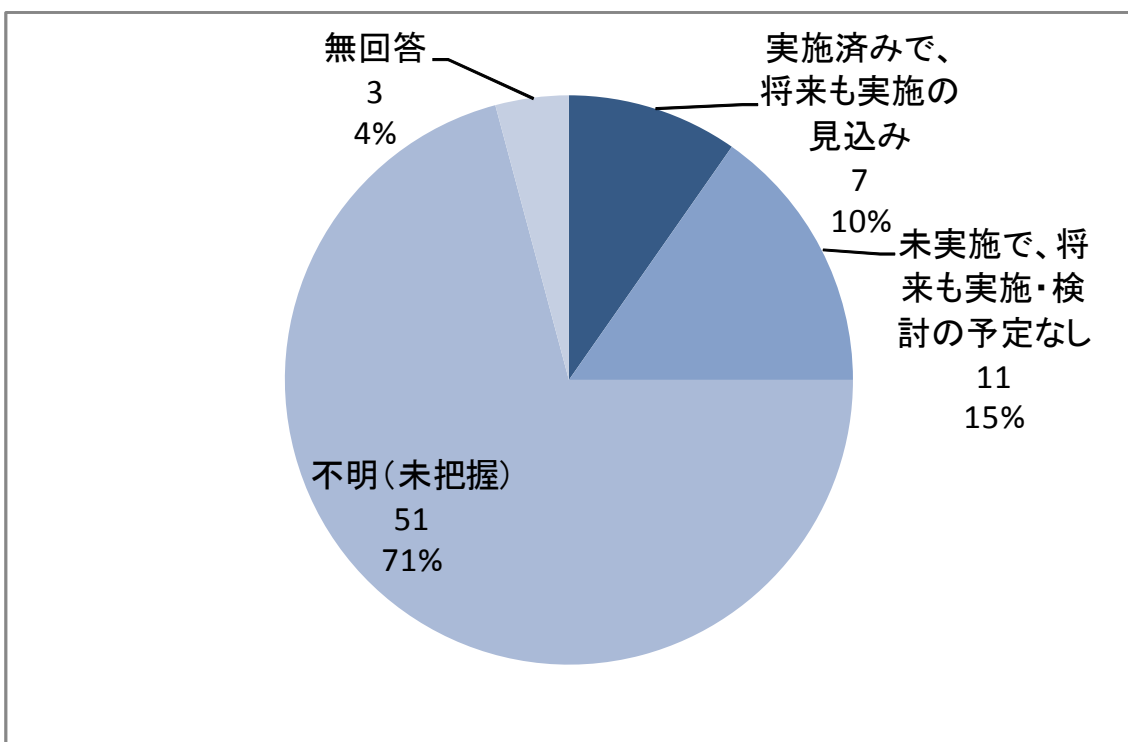
事業者によるレジ袋の要・不要の声掛けについて（政令市・中核市・特別区）



(6) 事業者によるレジ袋無料配布枚数の自主的制限については、「実施済みで、将来も実施の見込み」は1割にとどまっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が7件（10%）、「未実施で将来も実施・検討の予定なし」が11件（15%）となっている。

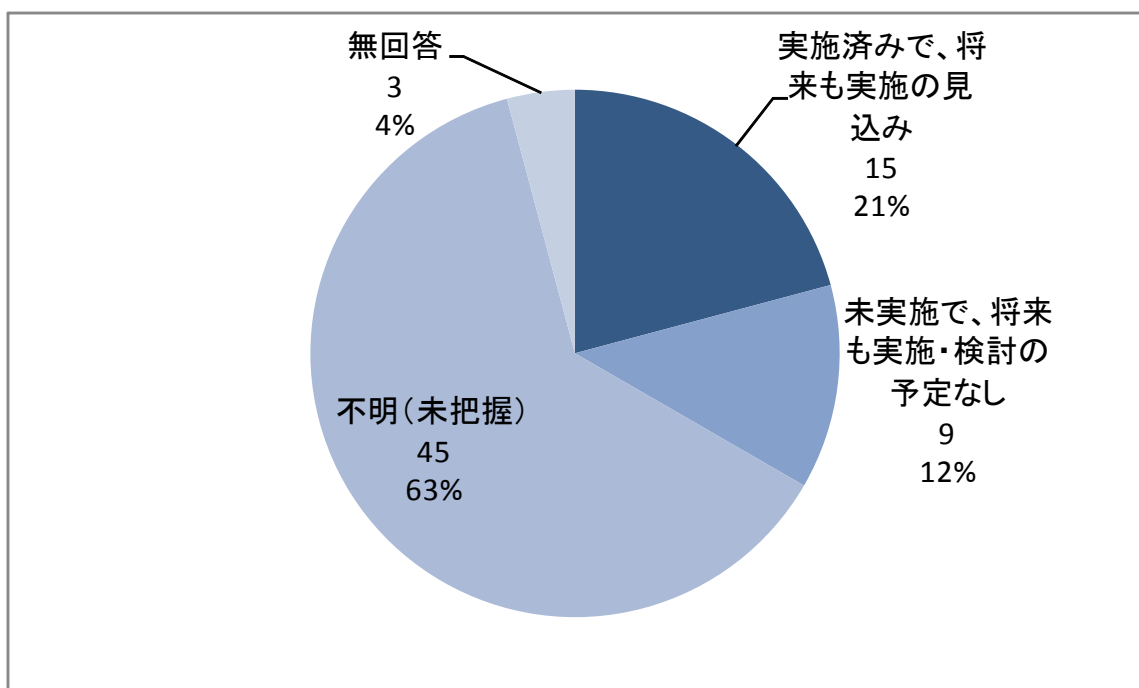
事業者によるレジ袋無料配布枚数の自主的制限について（政令市・中核市・特別区）



（7）事業者によるレジ袋の小型化・薄肉化については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が2割強となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が15件（21%）、「未実施で将来も実施・検討の予定なし」が9件（12%）となっている。

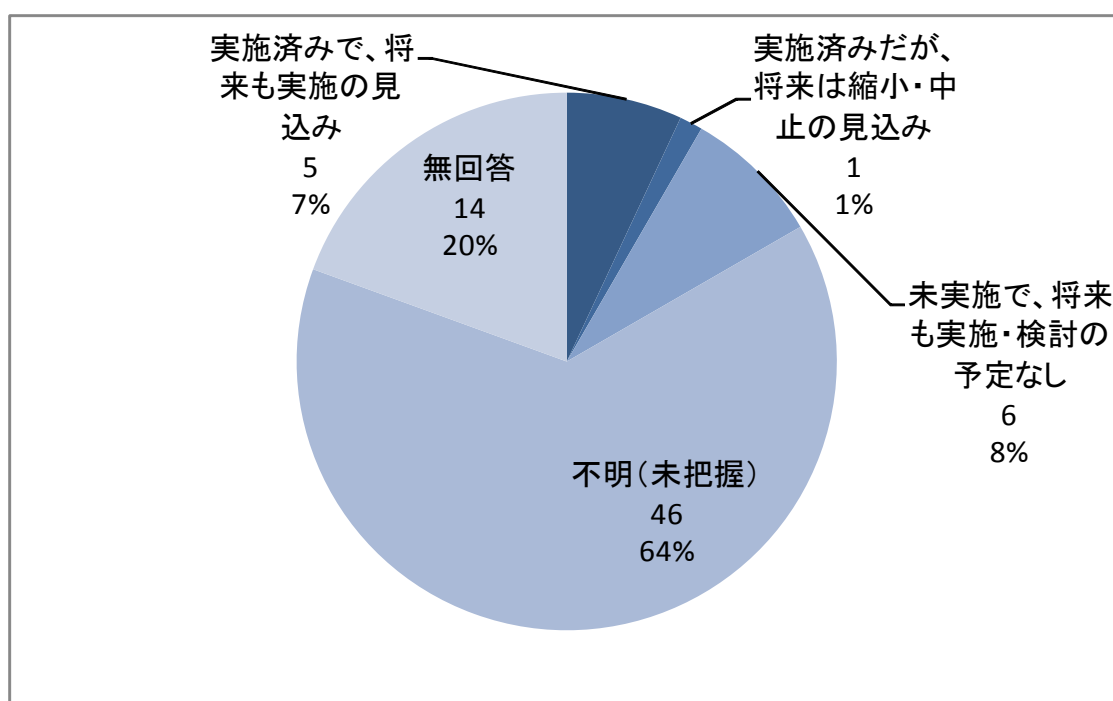
事業者によるレジ袋の小型化・薄肉化について（政令市・中核市・特別区）



(8) 事業者によるその他取組については、「実施済みで、将来も実施の見込み」は1割弱にとどまっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が5件（7%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が1件（1%）、「未実施で将来も実施・検討の予定なし」が6件（8%）となっている。

事業者によるその他取組について（政令市・中核市・特別区）



<その他の取組に対する特徴的な回答>

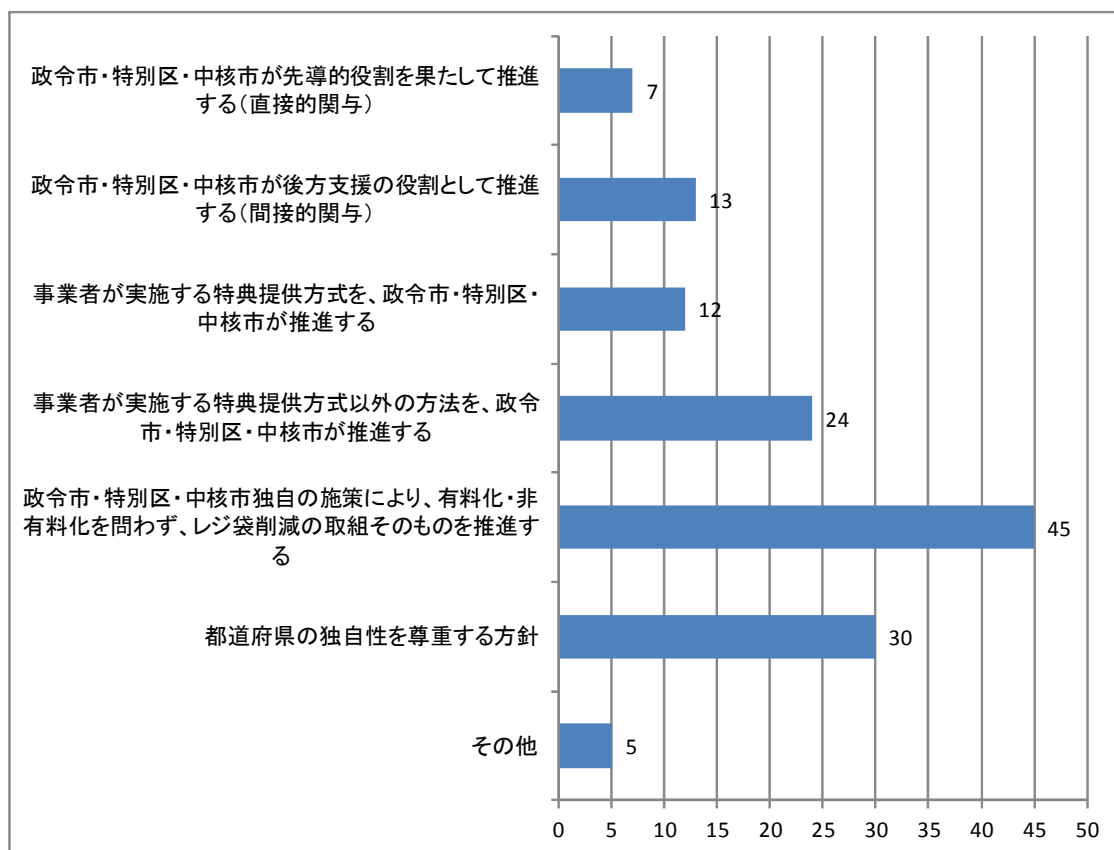
自治体	取組内容
杉並区	<p>杉並区商店会連合会では、加盟店舗において「協力金箱」を設置して、レジ袋を必要とする顧客に任意で協力金箱に3円～5円の寄附をお願いしている。</p> <p>この取組みは杉並区と商店会連合会との間で協定を結んでおり、集まった協力金は区内小・中学校の環境教育に役立てるため、杉並区に寄附されることとなっている。</p>

（１）基本的な取組方針としては「政令市・中核市・特別区独自の施策により有料化・非有料化を問わず、レジ袋削減の取組そのものを推進する」が最多となっている。

「政令市・特別区・中核市独自の施策により有料化・非有料化を問わず、レジ袋削減の取組そのものを推進する」が45件（63%）で最多となっている。

次いで、「都道府県の独自性を尊重する方針」が30件（42%）、「事業者が実施する特典提供方式以外の方法を、政令市・特別区・中核市が推進する」が24件（33%）と続いている。

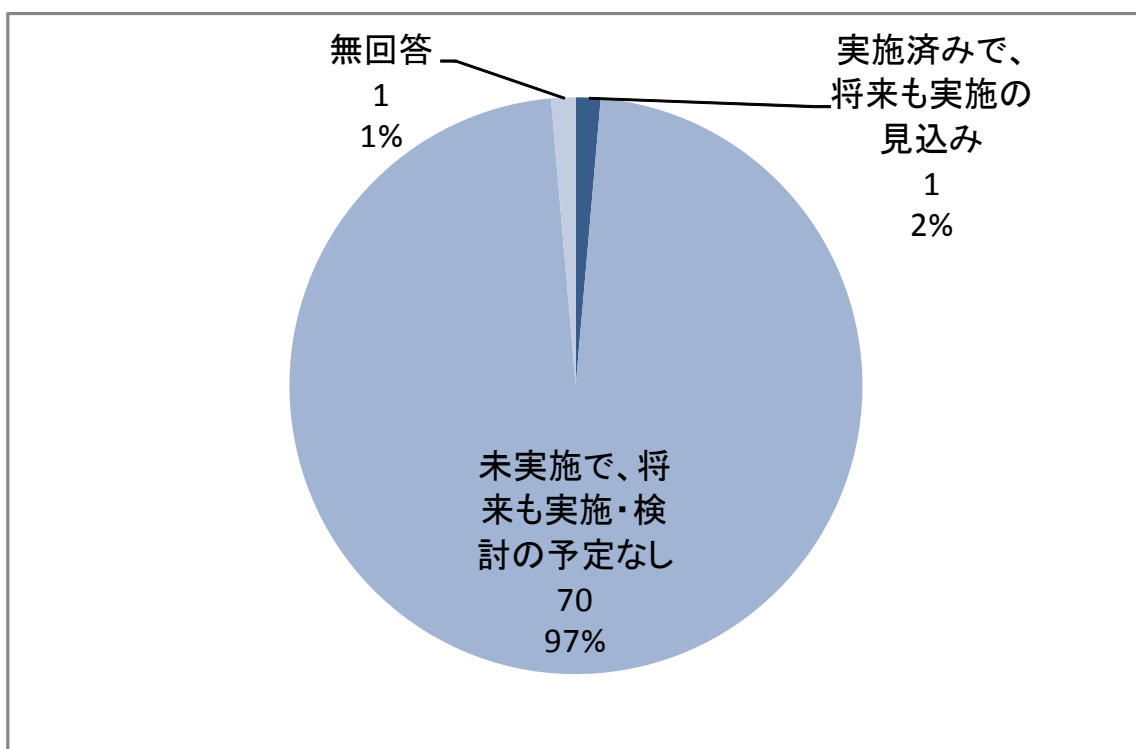
政令市・中核市・特別区の取組方針（複数回答）



(2) 条例の制定については、1件のみ「実施済みで、将来も実施の見込み」となっており、他の自治体では「未実施で、将来も実施検討の予定なし」となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が杉並区の1件（2%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が70件（97%）となっている。

条例の制定について（政令市・中核市・特別区）

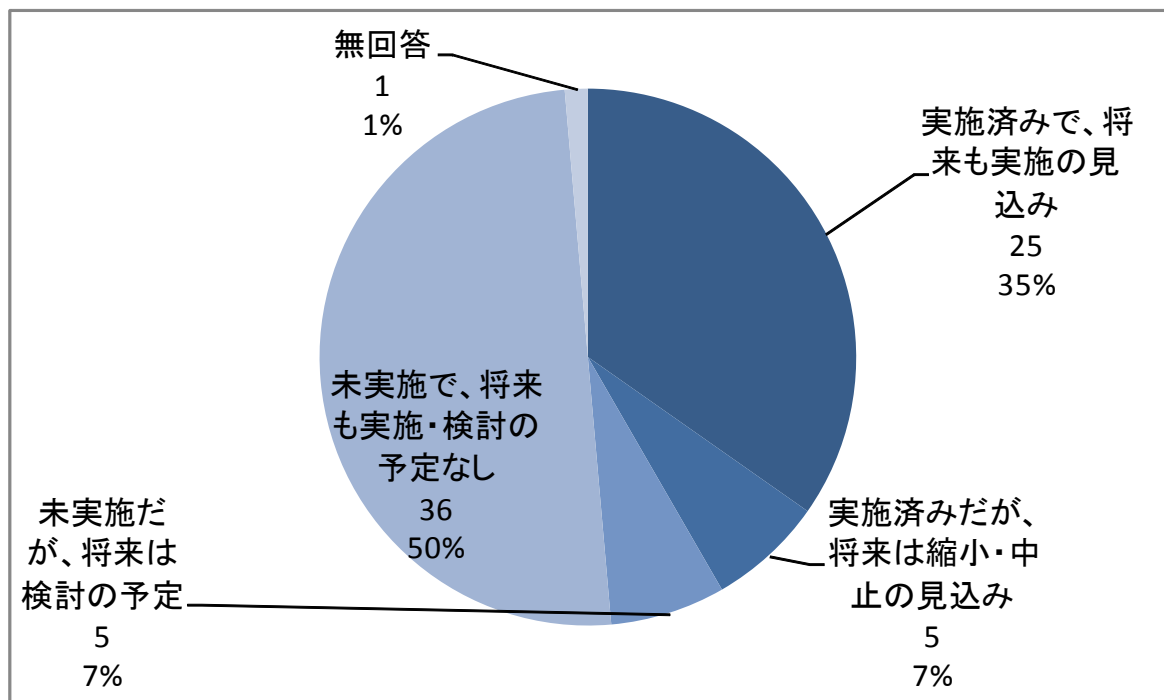


（3）協定の締結によるレジ袋の有料化については「実施済みで、将来も実施の見込み」が3割台となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が5割となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が25件（35%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が5件（7%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が5件（7%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が36件（50%）となっている。

なお、実施自治体及び取組内容の一覧は第4節で記載する。

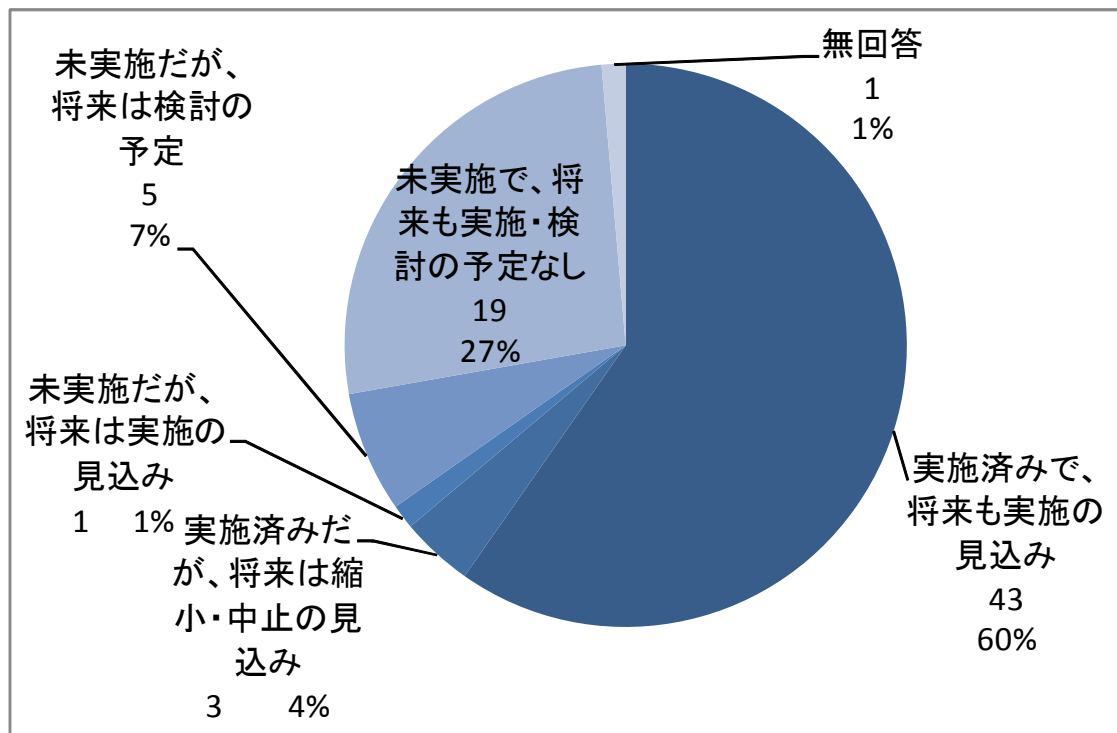
協定の締結について（政令市・中核市・特別区）



(4) 事業者への協力要請については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が6割となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が43件（60%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が3件（4%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（1%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が5件（7%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が19件（27%）となっている。

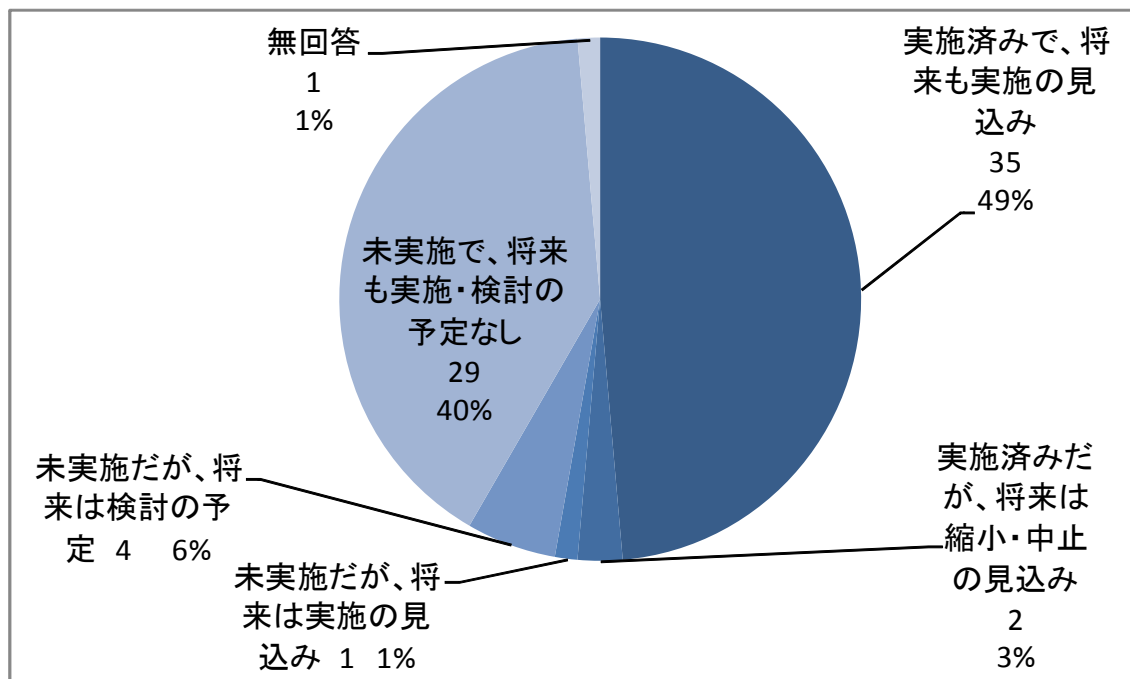
事業者への協力要請について（政令市・中核市・特別区）



（５）優れた事業者への認定制度については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が５割弱となっている。一方、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が４割となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が 35 件（49%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が 2 件（3%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が 1 件（1%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が 4 件（6%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が 29 件（40%）となっている。

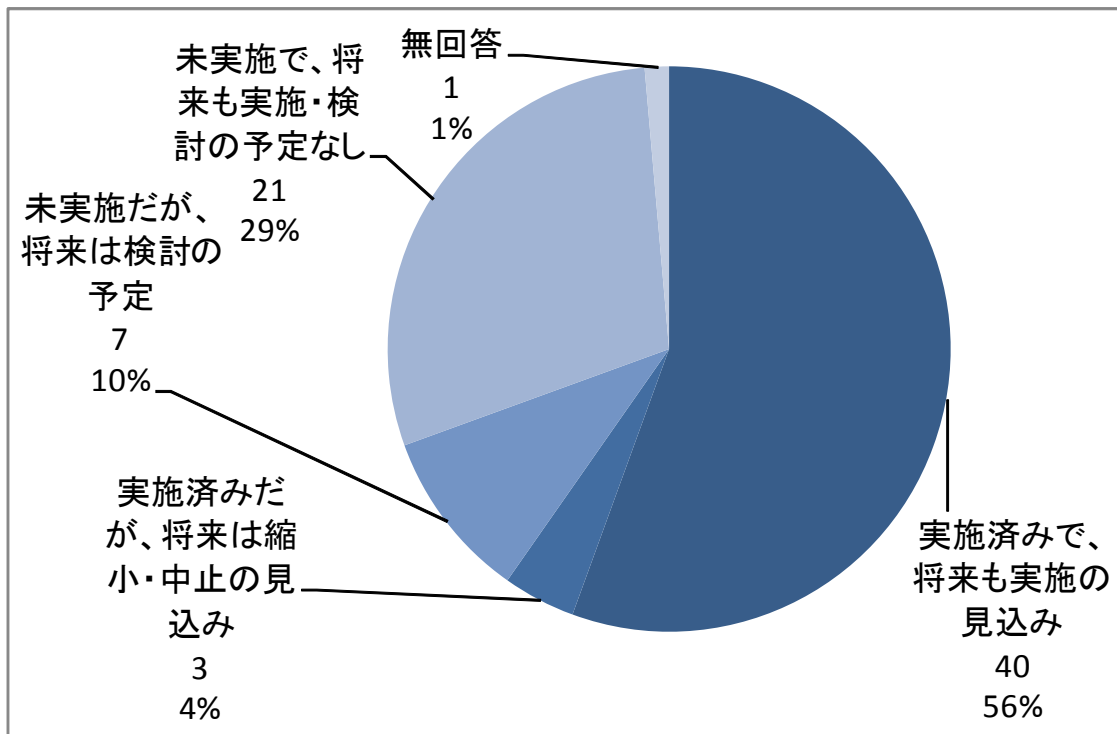
優れた事業者の認定制度について（政令市・中核市・特別区）



(6) 組織体制の整備については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が5割台となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が40件（56%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が3件（4%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が7件（10%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が21件（29%）となっている。

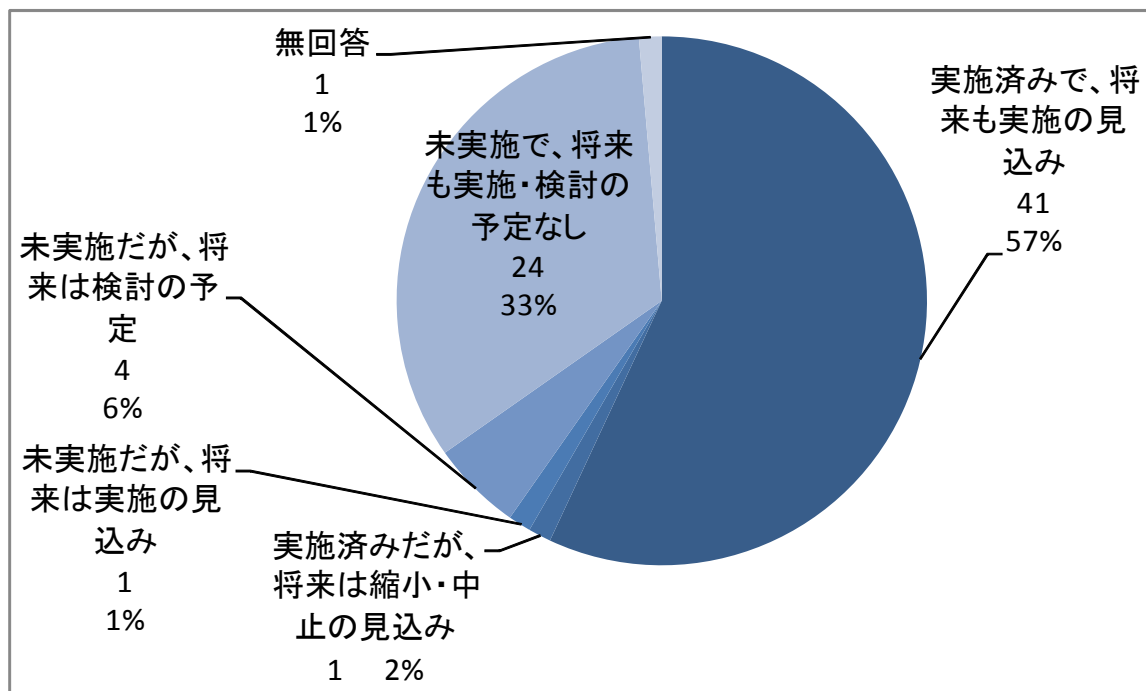
組織体制等の整備について（政令市・中核市・特別区）



(7) 事業者の活動支援については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が6割弱となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が41件（57%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（1%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が4件（6%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が24件（33%）となっている。

事業者の活動支援について（政令市・中核市・特別区）

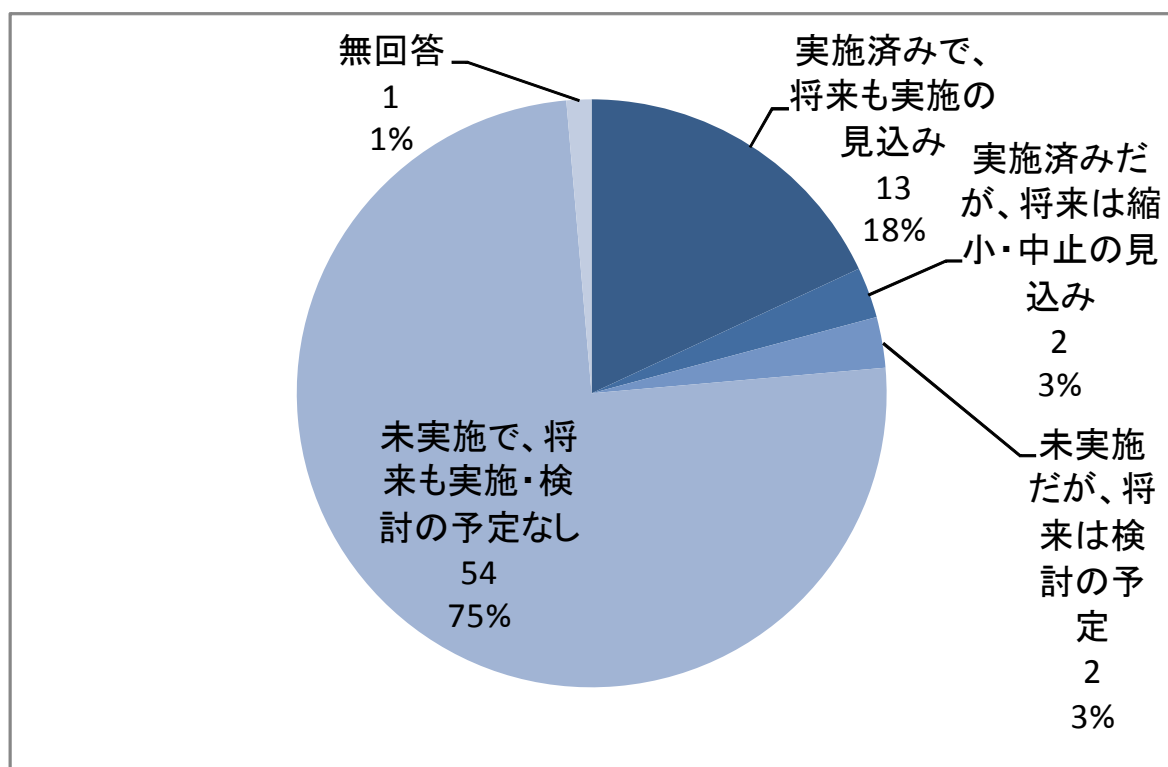


※円グラフでの表示を100%に合わせるため、同数でも四捨五入で構成比が異なっている。

(8) 近隣市町村・特別区との連携等については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が2割弱となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が4分の3となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が13件（18%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が2件（3%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が2件（3%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が54件（75%）となっている。

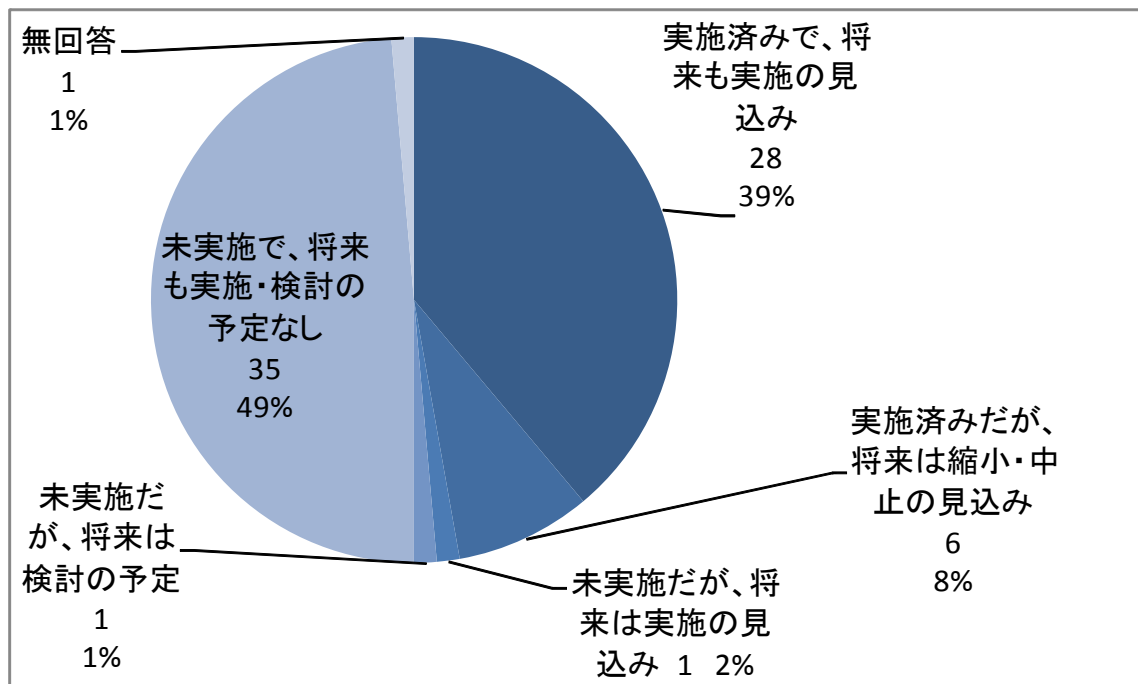
市町村・特別区との連携等について（政令市・中核市・特別区）



（9）消費者の認知度・意向調査については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が4割弱となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が5割弱となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が28件（39%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が6件（8%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が1件（1%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が35件（49%）となっている。

消費者の認知度・意向調査について（政令市・中核市・特別区）

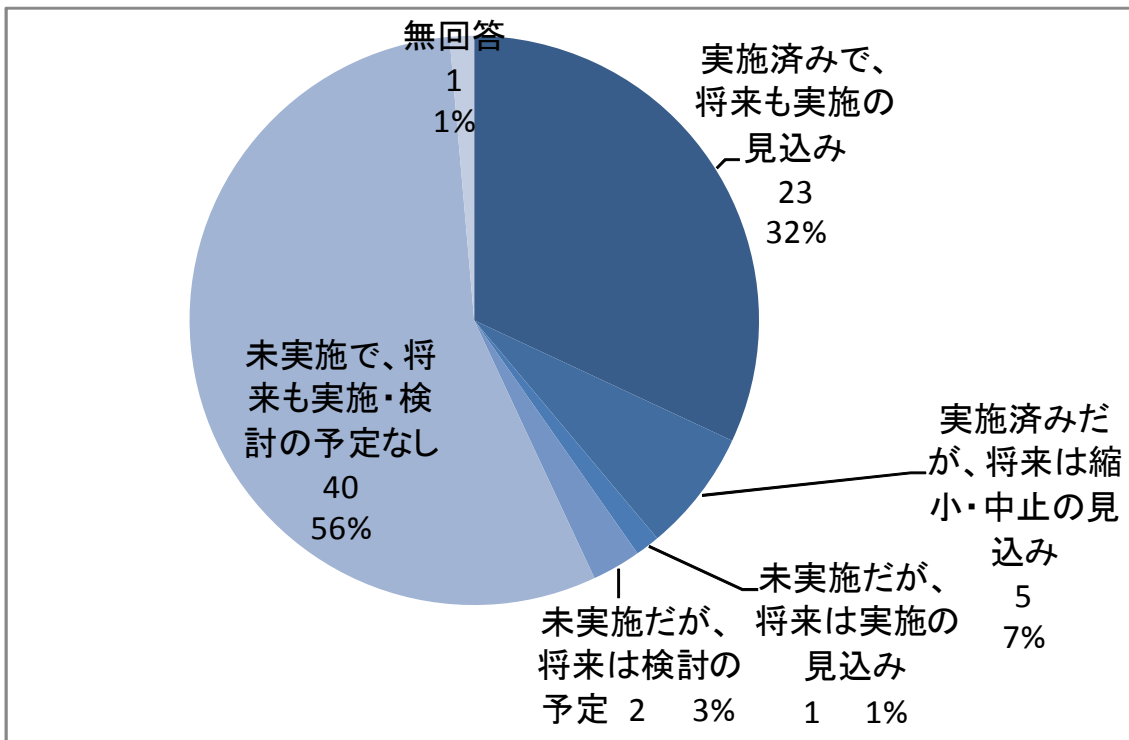


※円グラフでの表示を100%に合わせるため、同数でも四捨五入で構成比が異なっている。

(10) レジ袋削減効果調査については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が約3分の1となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が5割台となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が23件（32%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が5件（7%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（1%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が2件（3%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が40件（56%）となっている。

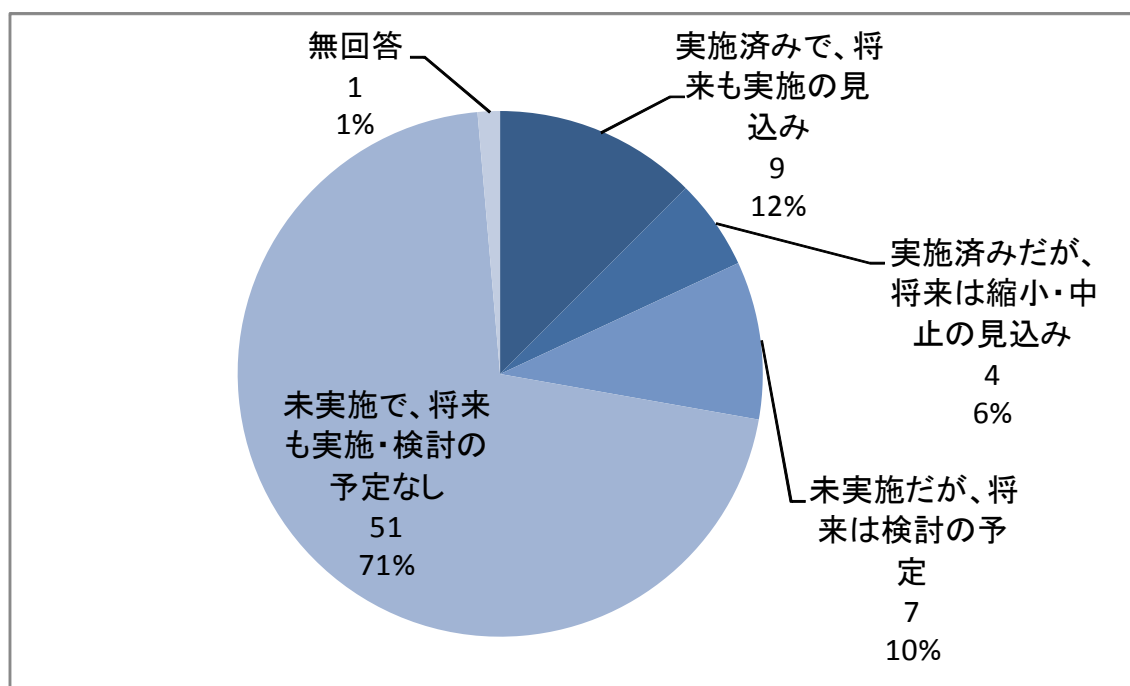
レジ袋削減効果調査について（政令市・中核市・特別区）



(11) レジ袋有料化による事業者への影響調査については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が1割強となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が7割強となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が9件（12%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が4件（6%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が7件（10%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が51件（71%）となっている。

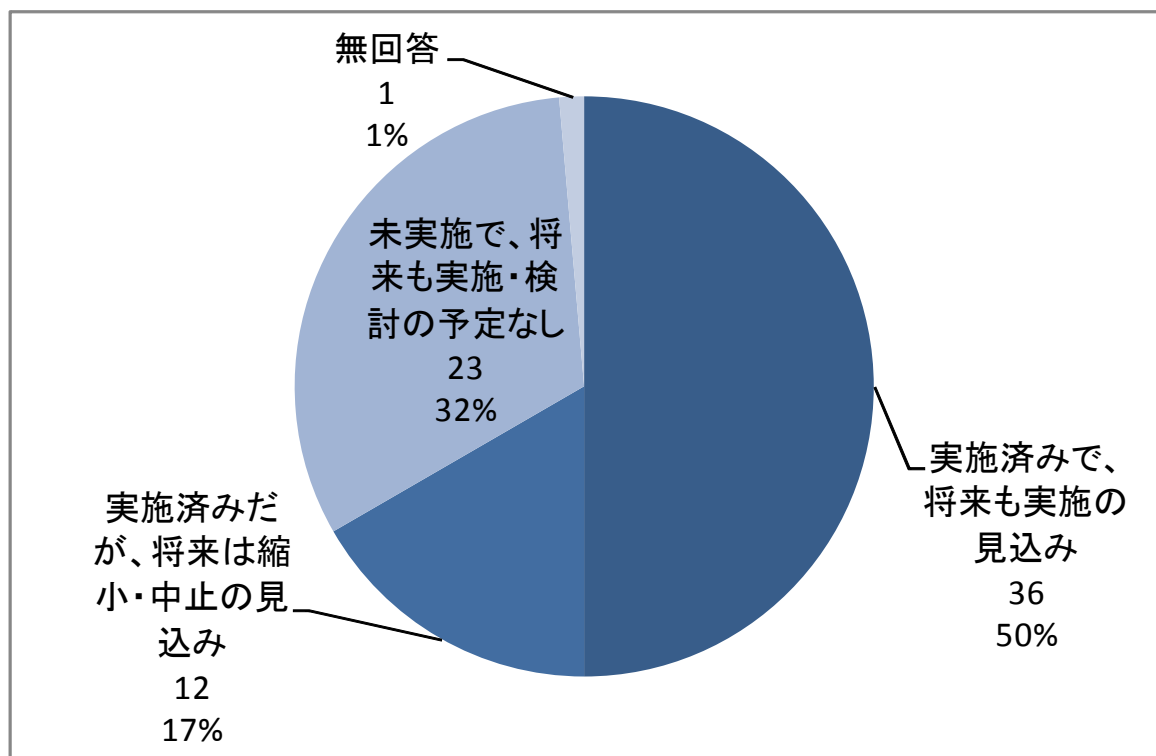
レジ袋有料化による事業者への影響調査について（政令市・中核市・特別区）



(12) マイバッグの無料配布、コンテストの開催と展示については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が5割となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が3割強となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が36件（50%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が12件（17%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が23件（32%）となっている。

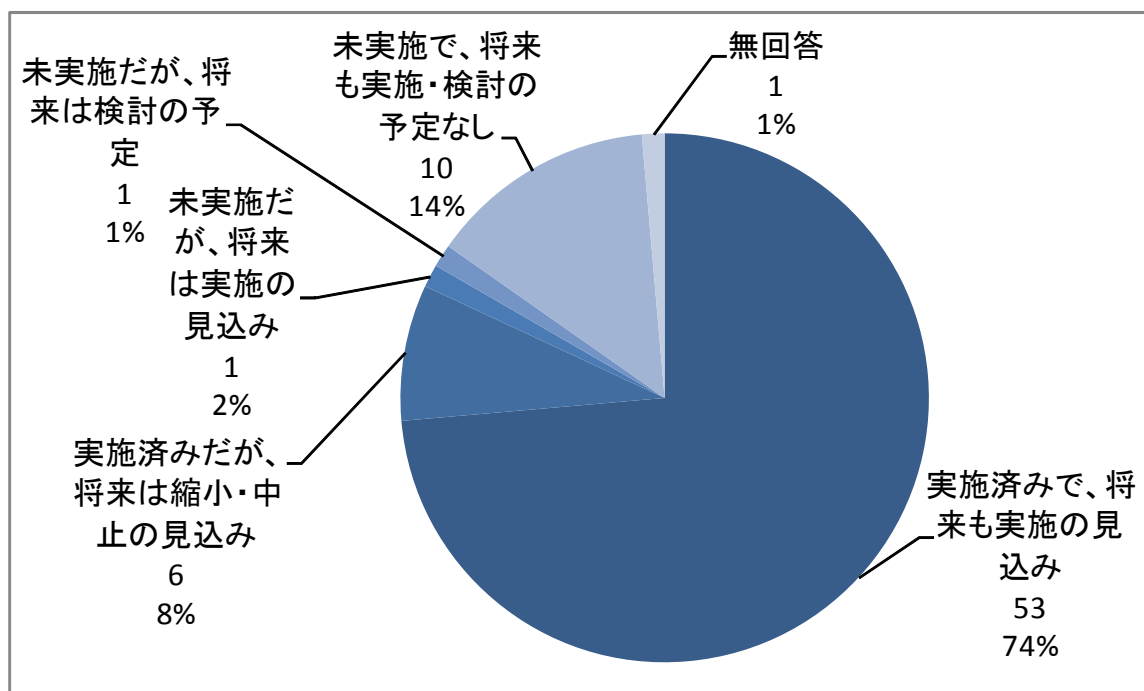
マイバッグの無料配布、コンテストの開催と展示について（政令市・中核市・特別区）



(13) テレビ、ラジオ、新聞、広報紙等への取組掲載については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が約4分の3を占めている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が53件（74%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が6件（8%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が1件（1%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が10件（14%）となっている。

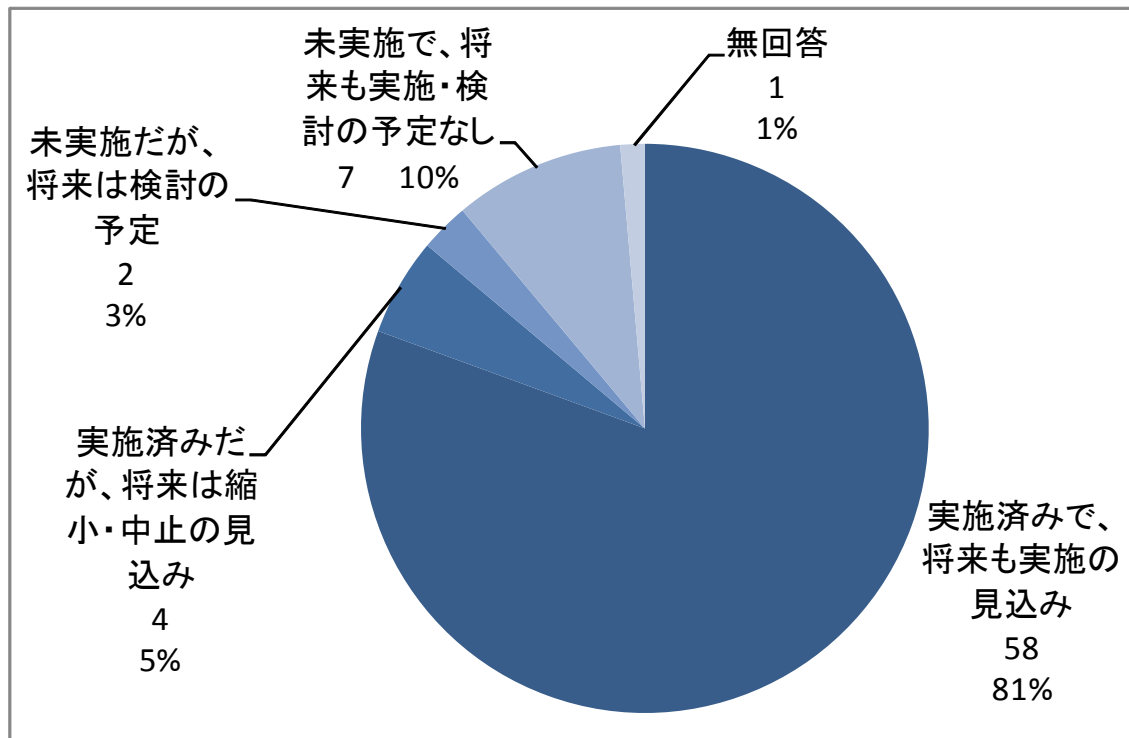
テレビ、ラジオ、新聞、広報紙等への取組掲載について（政令市・中核市・特別区）



(14) チラシ、ポスター、リーフレット等の作成・配布については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が8割強となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が58件（81%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が4件（5%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が2件（3%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が7件（10%）となっている。

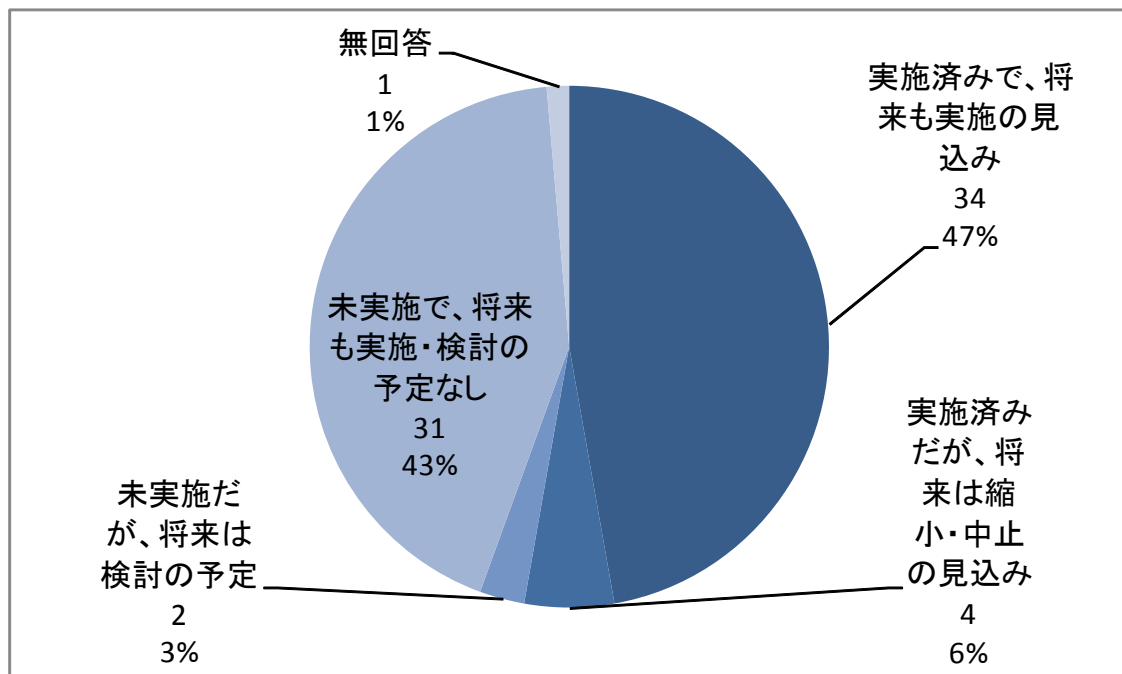
チラシ、ポスター、リーフレット等の作成、配布について（政令市・中核市・特別区）



(15) 市民独自の普及啓発活動の支援については、「実施済で継続実施」が5割弱となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が4割強となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が34件（47%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が4件（6%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が2件（3%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が31件（43%）となっている。

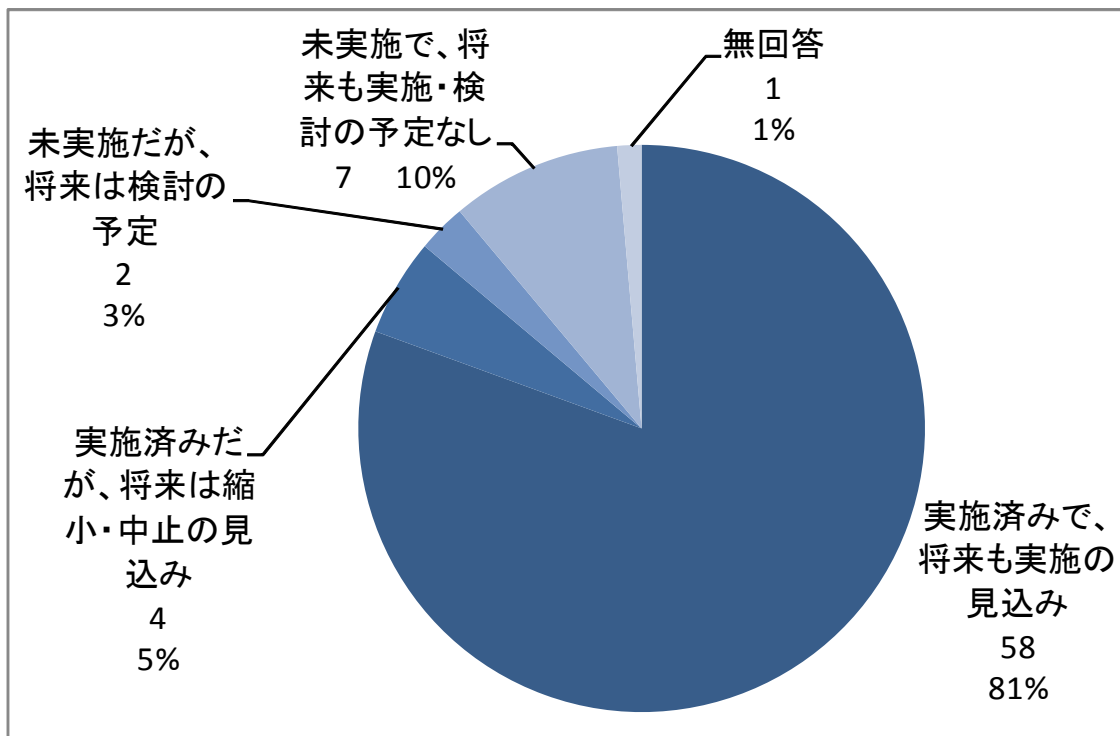
市民独自の普及啓発活動の支援について（政令市・中核市・特別区）



(16) 環境学習、環境教育を通じたPRについては、「実施済みで、将来も実施の見込み」が8割強となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が58件（81%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が4件（5%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が2件（3%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が7件（10%）となっている。

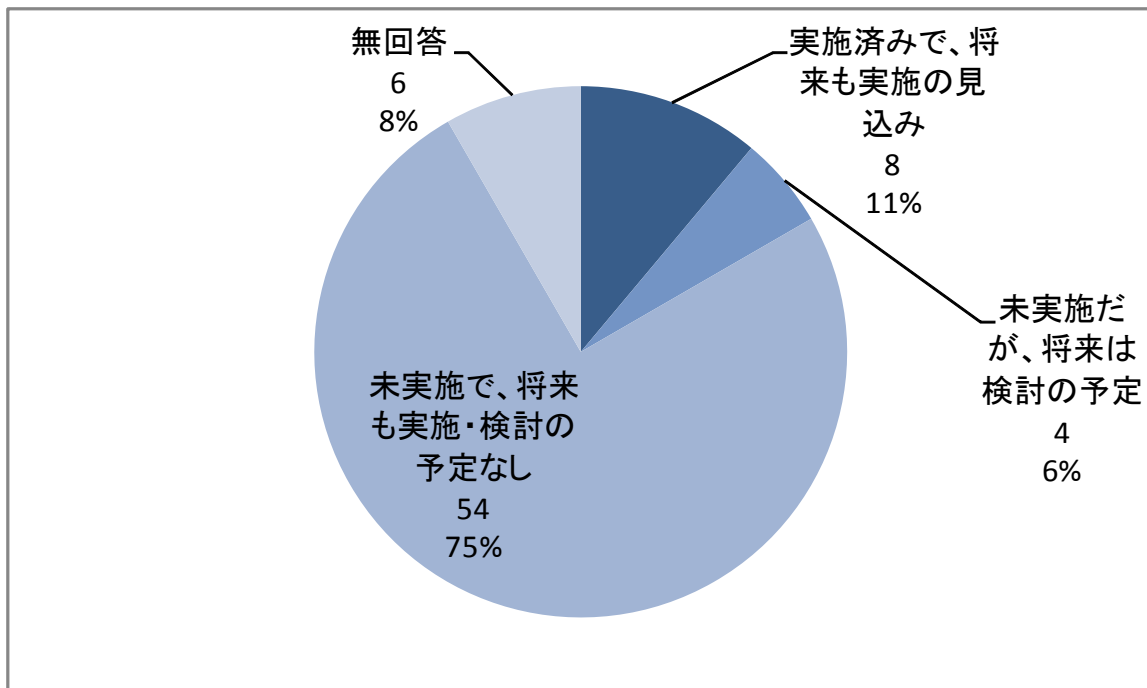
環境学習、環境教育を通じたPRについて（政令市・中核市・特別区）



(17) レジ袋の全廃、有料化の実施に係る間接的関与については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が1割強となっている。一方、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が約4分の3を占めている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が8件（11%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が4件（6%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が54件（75%）となっている。

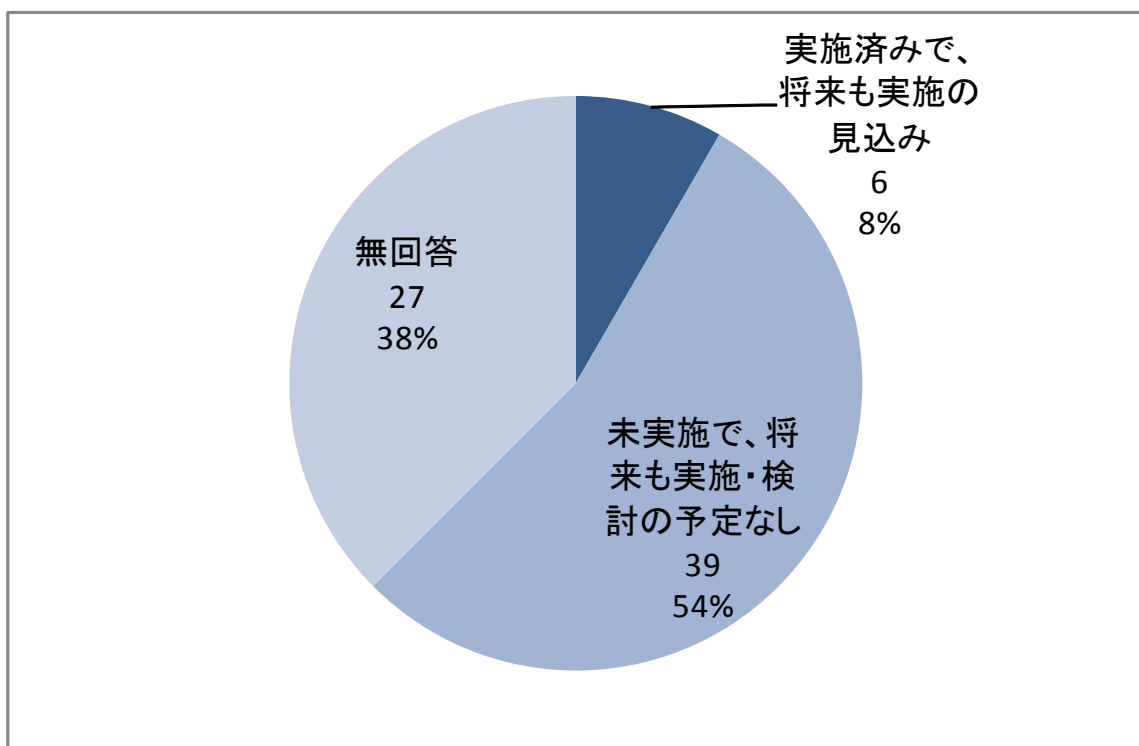
レジ袋の全廃 有料化の実施に係る間接的関与について（政令市・中核市・特別区）



(18) その他の取組については、「実施済みで、将来も実施の見込み」が1割弱にとどまっている。一方、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が5割台となっている。

「実施済みで、将来も実施の見込み」が6件（8%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が39件（54%）となっている。

その他取組について（政令市・中核市・特別区）



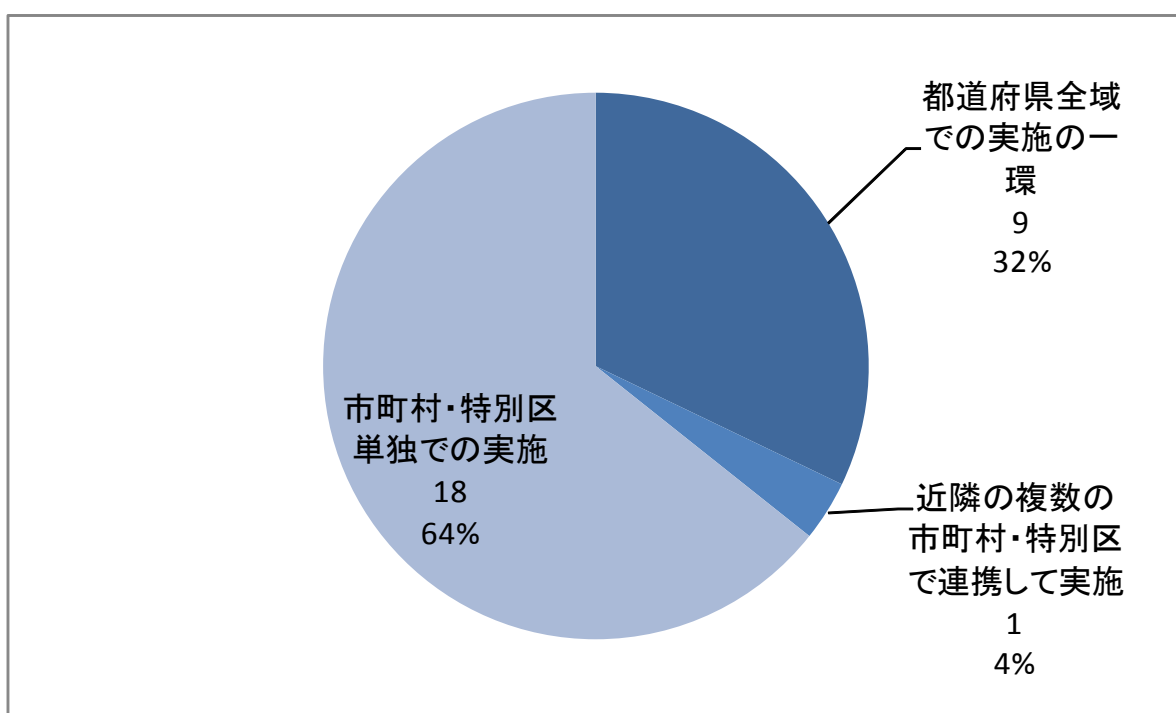
<その他の取組に対する特徴的な回答>

自治体	回答内容
郡山市	オリジナルエコソング「涙のレジ袋」を作成し、本市のウェブサイトで公開しているほか、街頭啓発やイベントで披露している。

(1) 実施地域については、「市町村・特別区単独での実施」が6割台、「都道府県全域での実施の一環」が3割強となっている。

「都道府県全域での実施の一環」が9件（32%）、「近隣の複数の市町村・特別区で連携して実施」が1件（4%）、「市町村・特別区単独での実施」が18件（64%）となっている。

実施地域について（政令市・中核市・特別区）

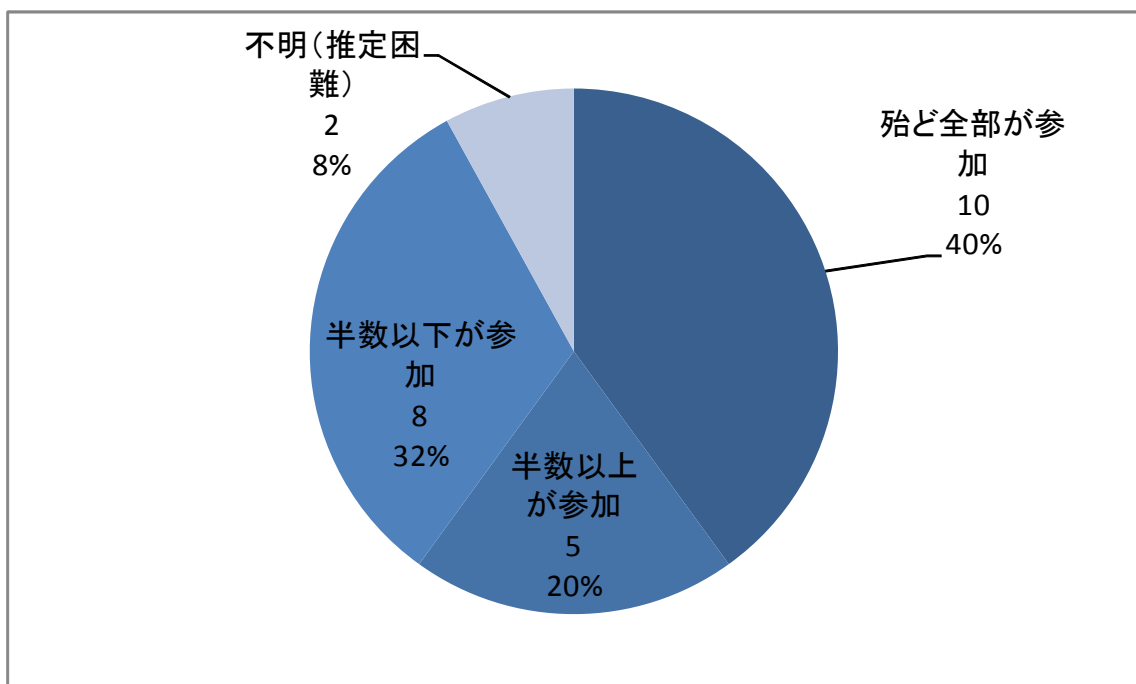


※当設問に対し回答のあった28件を対象に集計

(2) スーパーマーケットの参加状況については、「殆ど全部が参加」と「半数以上が参加」を合わせて6割となっている。

「殆ど全部が参加」が10件（40%）、「半数以上が参加」が5件（20%）、「半数以下が参加」が8件（32%）となっている。

スーパーマーケットの参加店舗の状況について（政令市・中核市・特別区）



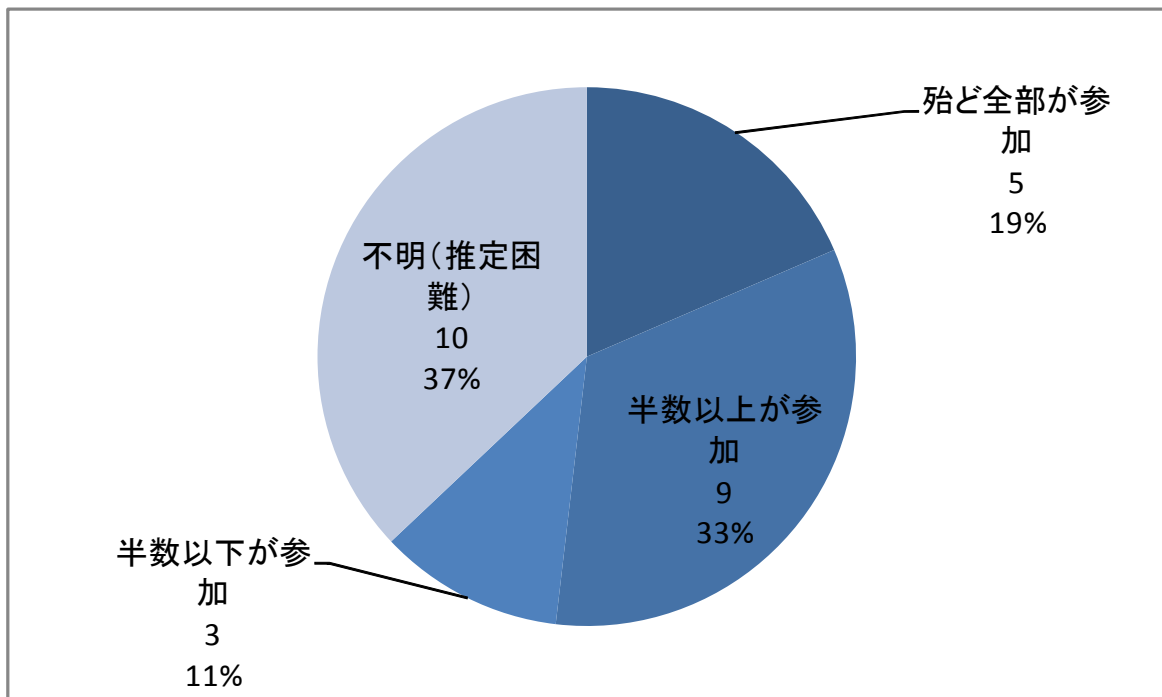
※当設問に対し回答のあった25件を対象に集計

また、具体的な参加店舗数について「0」以外の回答のあった9件の最大値は153店、最小値は1店、平均値は46.0店であった。

（3）生協・大学生協・農協の参加状況については、「殆ど全部が参加」と「半数以上が参加」を合わせて5割強となっている。

「殆ど全部が参加」が5件（19%）、「半数以上が参加」が9件（33%）、「半数以下が参加」が3件（11%）となっている。

生協・大学生協・農協の参加店舗の状況について（政令市・中核市・特別区）



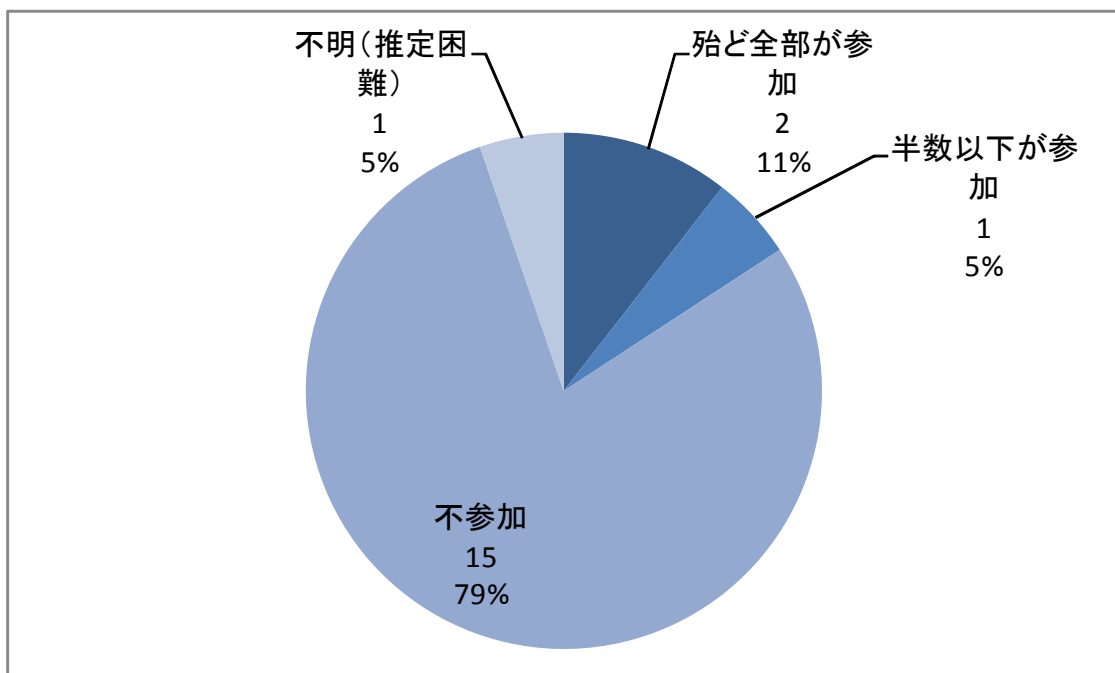
※当設問に対し回答のあった27件を対象に集計

また、具体的な参加店舗数について「0」以外の回答のあった6件の最大値は8店、最小値は1店、平均値は3.5店であった。

（４）百貨店の参加状況については、「殆ど全部が参加」が１割強にとどまっている。一方、「不参加」は８割弱となっている。

「殆ど全部が参加」が２件（１１％）、「半数以下が参加」が１件（５％）、「不参加」が１５件（７９％）となっている。

百貨店の参加店舗の状況について（政令市・中核市・特別区）



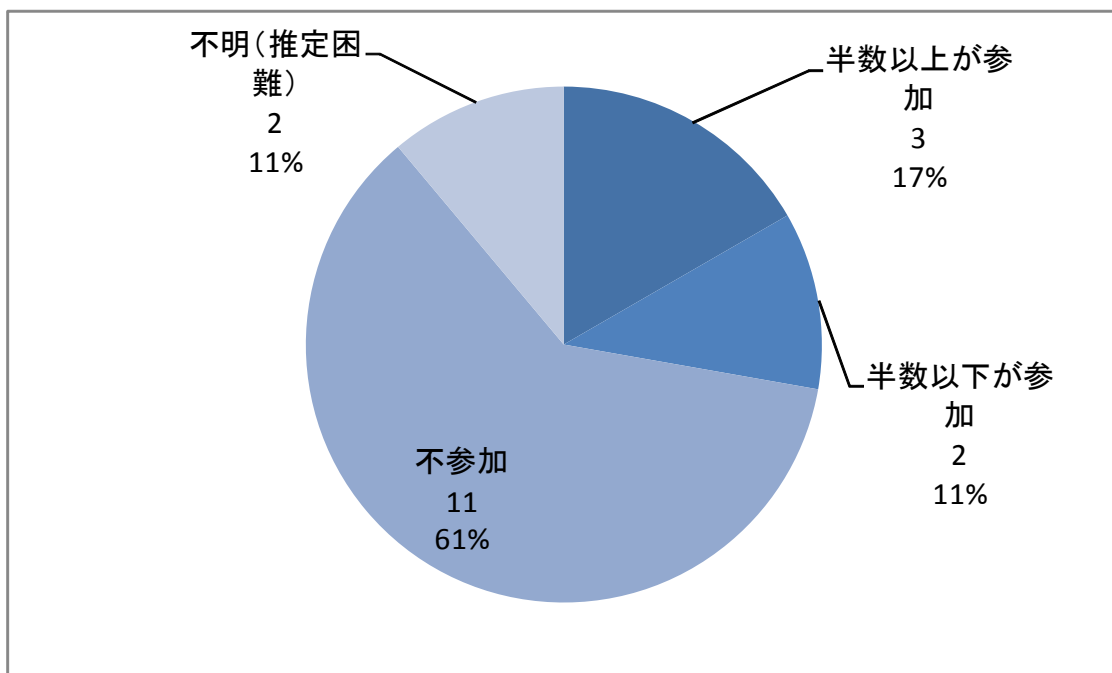
※当設問に対し回答のあった19件を対象に集計

また、具体的な参加店舗数について「0」以外の回答のあった3件の最大値は8店、最小値は1店、平均値は3.3店舗であった。

(5) ドラッグストアの参加状況については、「半数以上が参加」が2割弱となっている。一方、「不参加」が6割強となっている。

「半数以上が参加」が3件（17%）、「半数以下が参加」が2件（11%）、「不参加」が11件（61%）となっている。

ドラッグストアの参加店舗の状況について（政令市・中核市・特別区）



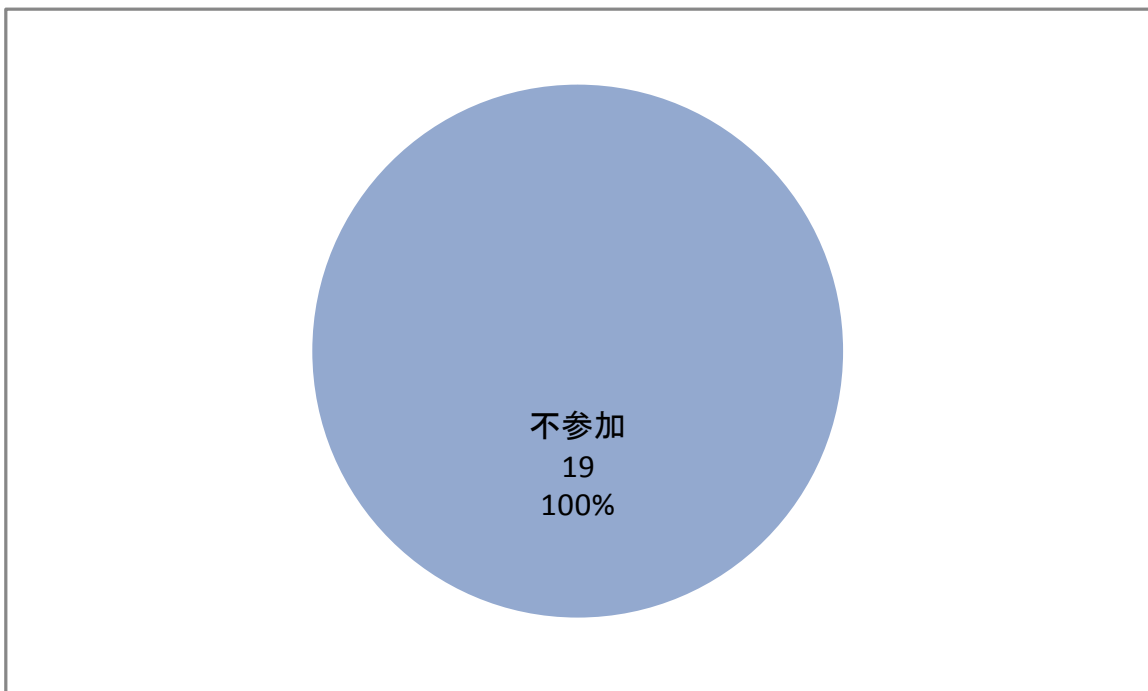
当設問に対し回答のあった18件を対象に集計

また、具体的な参加店舗数について「0」以外の回答のあった4件の最大値は38店、最小値は4店、平均値は15.5店であった。

(6) コンビニの参加状況については、全て「不参加」となっている。

「不参加」が19件（100%）を占めている。

コンビニの参加店舗の状況について（政令市・中核市・特別区）



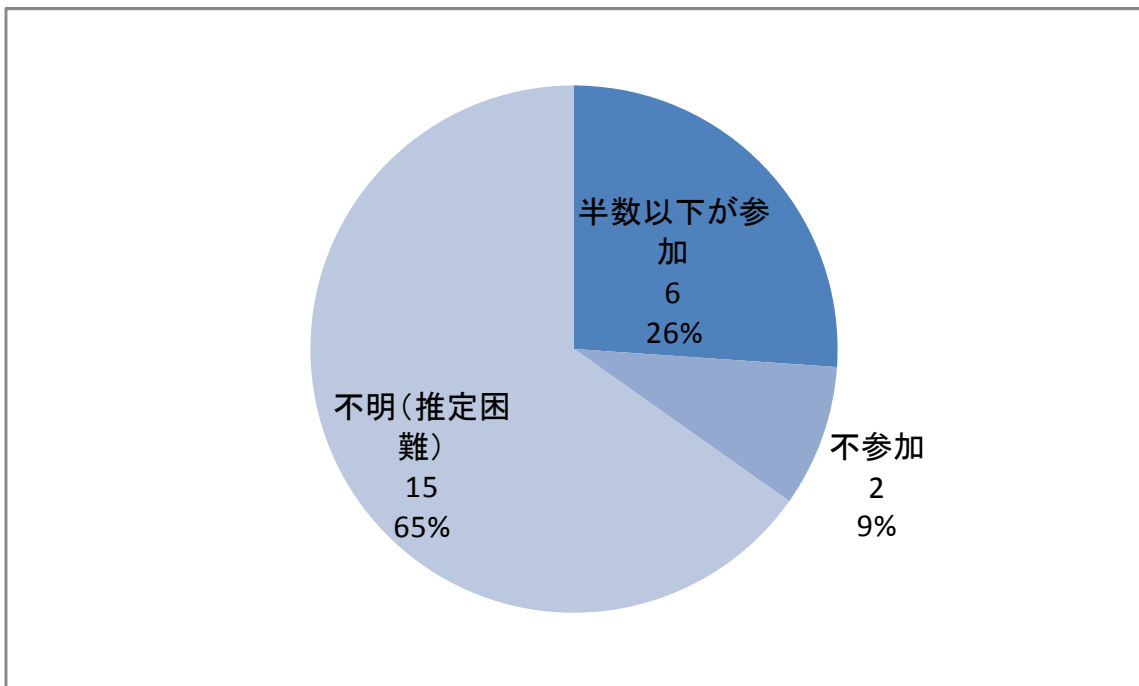
※当設問に対し回答のあった19件を対象に集計

(7) その他業種の参加状況については、「半数以下が参加」が約4分の1となっている。

「半数以下が参加」が6件（26%）、「不参加」が2件（9%）となっている。

その他の業種の内容としては、スポーツ用品店、ディスカウントストア、クリーニング店、パン屋、茶屋、魚屋、布屋、薬店・薬局、酒店・酒販業、ホームセンター、菓子店、市役所売店、市役所喫茶店、農産物直売所、事務用品店、玩具店、商店街、医療機関が挙げられている。

その他業種の参加店舗の状況について（政令市・中核市・特別区）



※当設問に対し回答のあった23件を対象に集計

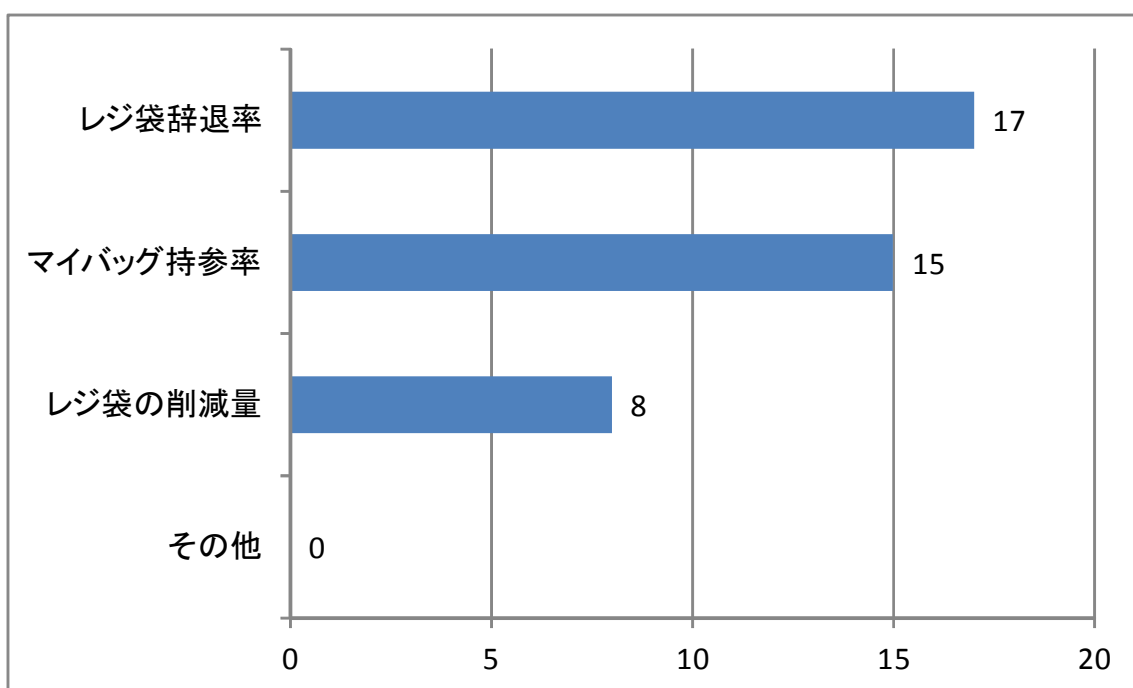
また、具体的な参加店舗数について「0」以外の回答のあった6件において、最大値は421店、最小値は3店、平均値は97.0店であった。

なお、上記グラフと数値については複数の業種が含まれていること（単一業種の集計ではない）、参加店舗数においては複数の業種の店舗数を纏めてその他に記載している自治体があることから、参考程度とされたい。

(8) マイバッグ持参率、レジ袋持参率を評価項目と設定している自治体が多数となっている。

評価項目としては、「レジ袋辞退率」が17件、「マイバック持参率」が15件、「レジ袋の削減量」が8件となっている。

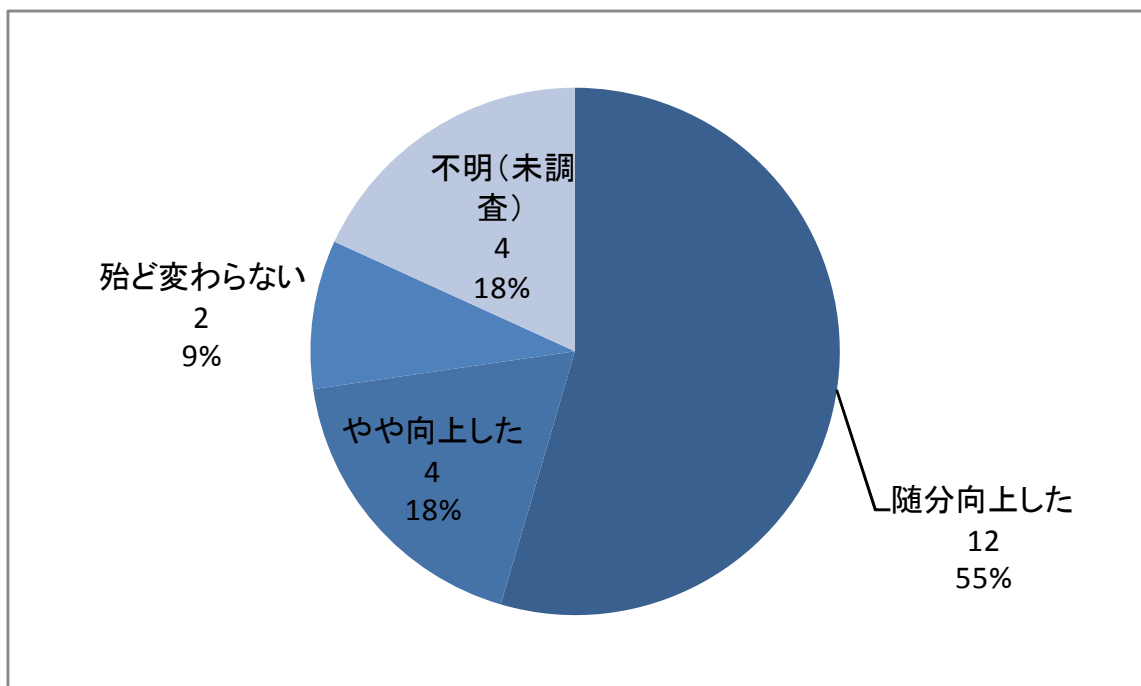
取組の評価項目（複数回答）（政令市・中核市・特別区）



(9) レジ袋の辞退率の推移については、「随分向上した」と「やや向上した」とを合わせて約4分の3となっている。

「随分向上した」が12件（55%）、「やや向上した」が4件（18%）、「殆ど変わらない」が2件（9%）となっている。

レジ袋辞退率の向上について（政令市・中核市・特別区）

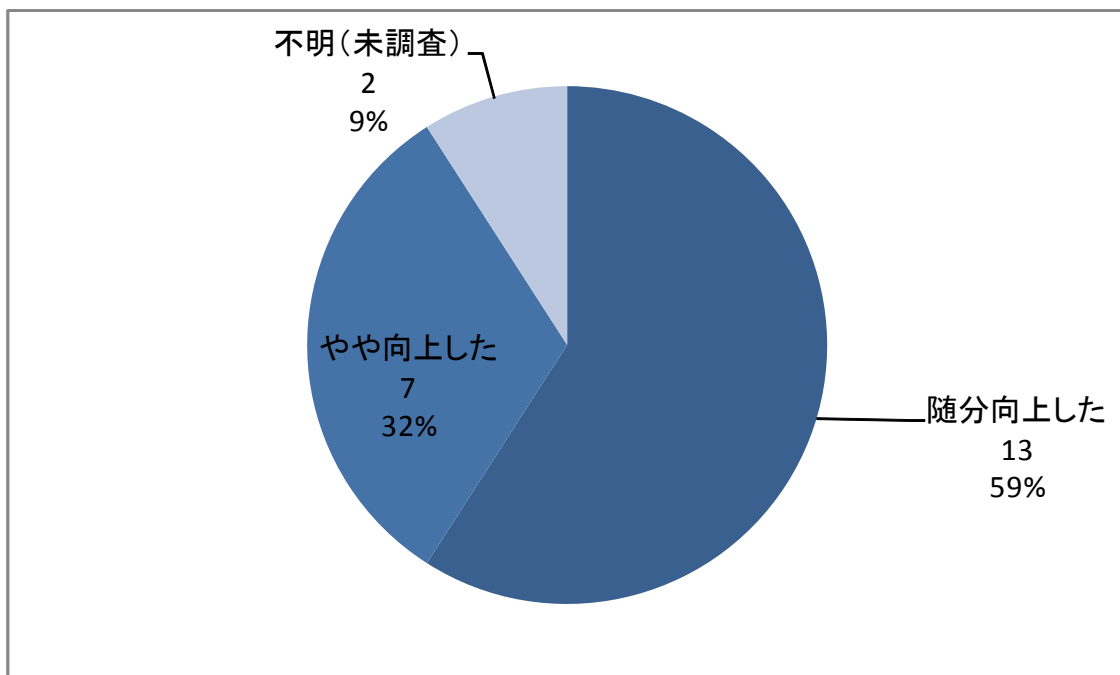


※当設問に対し回答のあった22件を対象に集計

(10) マイバッグ持参率の推移については、「随分向上した」と「やや向上した」とを合わせて9割強となっている。

「随分向上した」が13件（59%）、「やや向上した」が7件（32%）、となっている。

マイバッグの持参率の向上について（政令市・中核市・特別区）

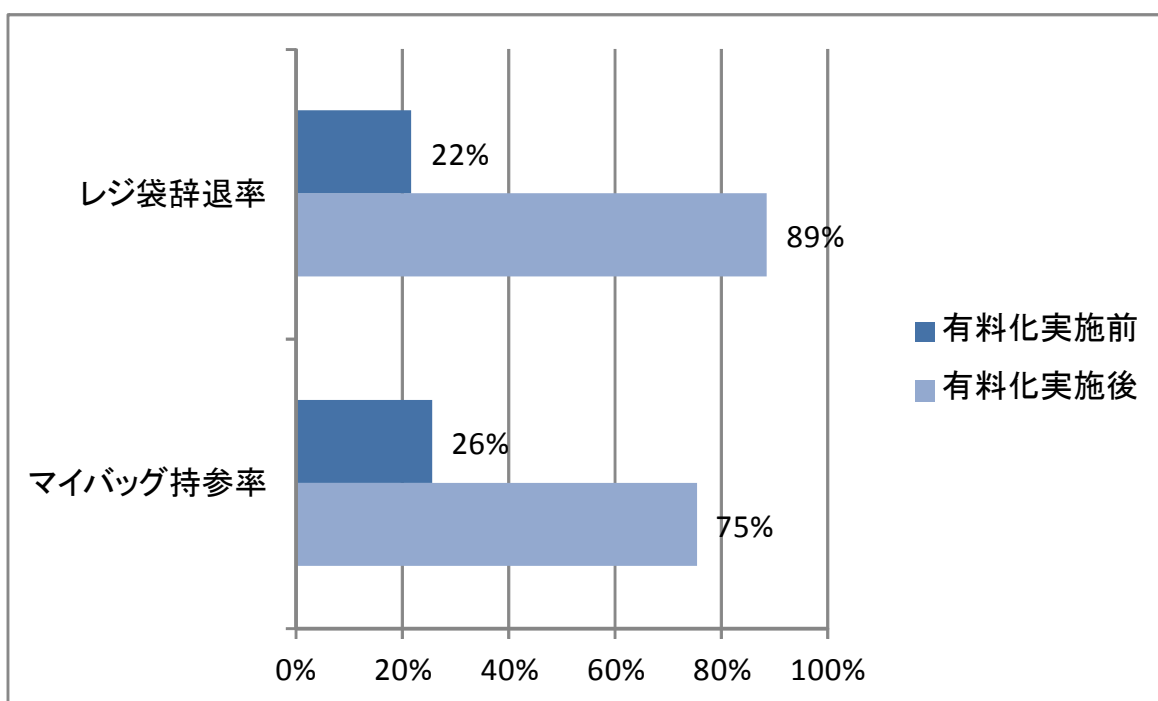


※当設問に対し回答のあった22件を対象に集計

(11) レジ袋辞退率、マイバッグ持参率も有料化前後で大幅な上昇が見られる。

レジ袋辞退率は有料化実施前平均値が 22%であったものが、同実施後は 89%となった。
マイバッグ持参率は有料化実施前平均値が 26%であったものが、同実施後は 75%となった。
有料化の実施がレジ袋削減に大きな効果をもたらしたものと考えられる。

レジ袋辞退率及びマイバッグ持参率の向上について（政令市・中核市・特別区）



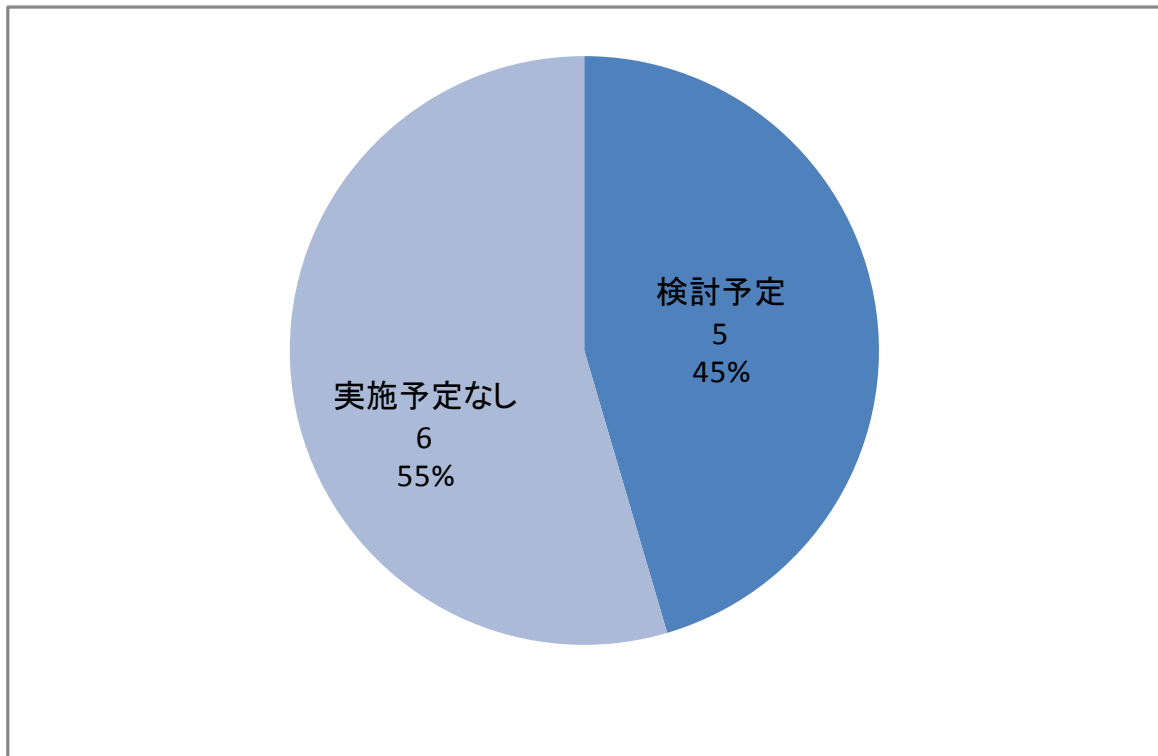
※レジ袋持参率は実施前後双方に回答のあった 6 件を対象に集計

※マイバッグ持参率は実施前後双方に回答のあった 5 件を対象に集計

(1) 今後の取組意向に関しては、「検討予定」が4割強となっている。

「検討予定」が5件（45%）、「実施予定なし」が6件（55%）となっている。

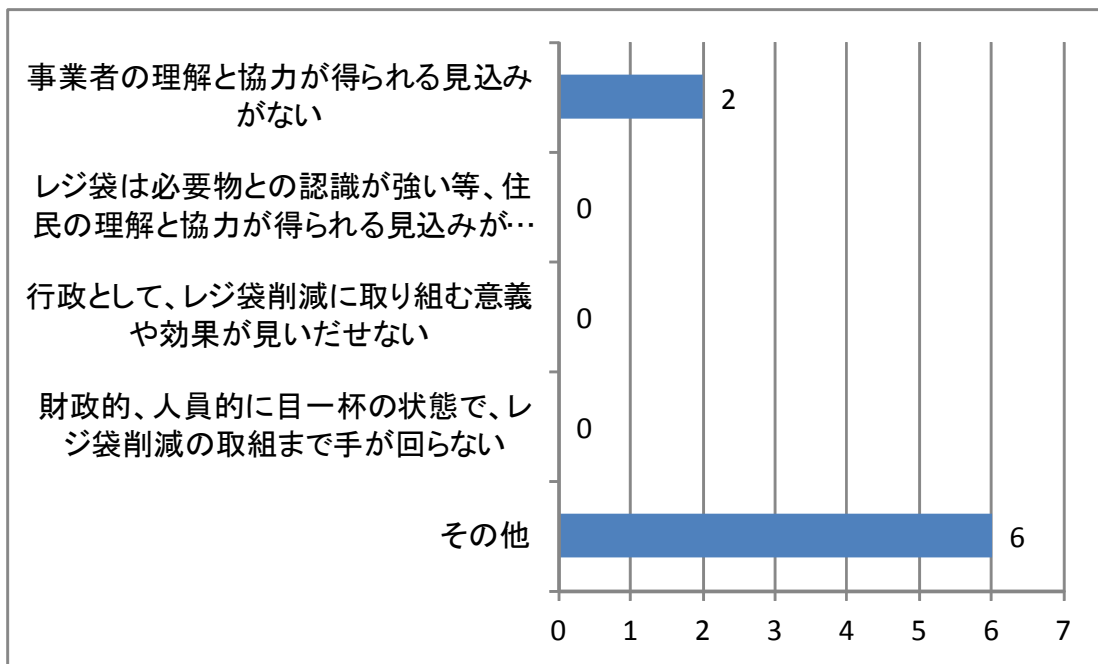
今後の取組の意向について（政令市・中核市・特別区）



(2) 今後もレジ袋削減に取り組む意向が無い理由としては、共通的な要因は特に見当たらず、各市区が固有の理由を挙げている。

「事業者の理解と協力が得られる見込みがない」が2件、「その他」が6件となっている。

今後もレジ袋削減に取り組む予定が無い理由（複数回答）（政令市・中核市・特別区）



※「今後もレジ袋削減に取り組む予定が無い」6件を対象に集計

<その他の内容>

自治体名	回答内容
さいたま市	レジ袋削減の意義は理解しているが、基本的には事業者責任にて行うべきと考えるため。
高崎市	群馬県が主体となってレジ袋削減の取り組みが行われていたが、事業者間でレジ袋削減に対する意識の違いから協定を結ぶことができなかった経緯があり、市単独で実施することも非常に難しいと考えられるため。
川越市	市民の方に、ごみの排出にレジ袋を使っただいていただくため。
江東区	レジ袋削減については、現在法で定められていないレジ袋有償化を全小売業者を対象に義務付けることによって、大きな効果があがるものとする。 なお、現在の制度の下では、住民・事業者と連携しなくても、区独自のマイバック運動等でも効果があがるものとする。
大田区	レジ袋の削減についてはスーパーマーケット等の民間事業者で積極的に取り組まれており、その効果について注視している段階。
練馬区	現在、レジ袋を含む容器包装類の削減および発生抑制については、パンフレット等により区民および事業者に対して普及啓発を行っている。今後も同様の普及啓発に取り組む予定である。 レジ袋の削減に関しては、一義的には事業者が取り組むべきとする。

1. レジ袋削減への取組の経緯

札幌市は、平成19年度までにマイバッグキャンペーン、各種パネル展示、イベントにおけるオリジナルマイバッグ作りを通じた普及啓発を行ってきた。

平成20年に入り、レジ袋の有料化を要件とする三者協定によるレジ袋削減の取組が急速に進んだ。同年5月に、札幌市で初めて事業者、市民団体との三者協定を締結し、1店舗においてレジ袋有料化を実施した。同年9月にはスーパーマーケット10事業者・7市民団体と三者協定を締結し、有料化の取組が全市的に実施されるようになった。この時点でレジ袋有料化実施店舗数は160店舗に上った。

平成21年1月に、スーパーマーケット2事業者と協定を締結し、同年11月にスポーツ用品店1事業者と協定締結を行い、平成24年2月1日現在、レジ袋有料化に参加しているスーパーマーケット等は13事業者、174店舗となっている。

レジ袋の有料化を要件とする三者協定の締結に向け、札幌市は懇談会を開催し、三者協定への参加を事業者に呼びかけていた。また、三者協定の締結に至った後、札幌市は、事業者、市民団体との協定に係る事務処理を行うほか、協定締結式の開催、報道機関や市民に対しての情報提供を行っている。（三者協定に加わる市民団体は、レジ袋の削減を市民に呼びかけるとともに、協定に参加する事業者を積極的に支援する役割を担っている。）

なお、三者協定を締結しているスーパーマーケット等とは毎年、情報交換会を開催し、レジ袋削減の取組状況や課題などについて意見交換をしている。また、情報交換会では、札幌市からはレジ袋削減以外でもスーパーマーケット等に依頼したい施策等の紹介、協力依頼を行う一方、事業者からも札幌市に対して率直な意見・要望を出してもらうようにしている。

2. レジ袋削減への取組に係る自身の評価

(1) 多くのスーパーマーケット等大型小売店でレジ袋削減への取組が浸透

平成20年5月時点でレジ袋有料化を要件とする三者協定に参加したスーパーマーケットは1店舗であったが、その後急速にレジ袋有料化を要件とする三者協定への参加事業者・店舗が増加し、平成24年2月1日現在では、13事業者、174店舗がレジ袋有料化に参加していることは、主要なスーパーマーケット等でレジ袋有料化への取組が浸透している結果といえる。

これを契機に協定以外にも有料化や、ポイント制度等の特典提供方式でレジ袋削減に取り組んでいるスーパーマーケットやドラッグストアも市内には多くみられ、コンビニエンスストアでもレジ袋の要・不要の声掛けを行うところも出てきているなど、市内の多くの大型小売店がレジ袋削減に取り組んでいると捉えられる。

(2) マイバッグ持参率が高水準に到達

レジ袋有料化に係る三者協定が急速に締結される前の 2008 年（平成 20 年）9 月時点のマイバッグ持参率は約 25%であった。

レジ袋有料化が急速に進んだ後の 2010 年（平成 22 年）3 月、2011 年（平成 23 年）3 月のマイバッグ持参率はいずれも 87%に達している。（持参率の数值は 13 事業者 174 店舗の単純平均値で算出。）

ここでいうマイバッグ持参率は、各事業者により算出方法は異なるが、基本的には 100%からレジ袋を購入した人の割合を差し引いた数值と同義であり、マイバッグ持参等を通じて、レジ袋を辞退している人が増えたことを示しているといえる。

(3) 市民にもレジ袋有料化が浸透

市内のスーパーマーケットに行くと、レジ袋が無料配布される店舗はほとんどみられないことから、市民の間にもレジ袋は有料という意識が浸透していると感じている。

札幌市では平成 21 年 7 月にごみ出しのルール変更を行い、その際に、市民に対して約 2,700 回の説明会を行った。このことも、市民の 3 R への意識を高め、具体的な 3 R 行動の実践を助長したと考えられる。

3. レジ袋削減から新たな取組に展開した経緯、新たな取組に展開できた要因

札幌市のレジ袋有料化への取組は、事業者、市民団体、行政の三者協定を軸に進められてきたが、レジ袋有料化の普及に向け、市民団体が果たした役割は大きかった。

このような札幌市の市民団体を含む北海道全域の市民団体と流通事業者、国・地方自治体（札幌市を含む）が、平成 20 年 4 月に「北海道ノーレジ袋運動を進める連絡会」を設立し、道内でのレジ袋無料配布中止（有料化）を推進してきた。

その結果、道内 141 市町村でレジ袋の無料配布中止（有料化）への取組が行われるようになり、レジ袋有料化の取組は一定の成果を上げたと判断したため、平成 21 年 6 月 5 日に、「北海道ノーレジ袋運動を進める連絡会」を発展的に改組し、「北海道容器包装の簡素化を進める連絡会」とした。

「北海道容器包装の簡素化を進める連絡会」の活動目的は、北海道内で使用される容器

包装の簡素化を進め、循環型社会の実現と地域環境の保全を図ることにあり、市民団体、事業者、地方自治体、国との連携により、容器包装の簡素化の調整や学習、情報発信を行ってきている。

「北海道容器包装の簡素化を進める連絡会」の参加団体

○市民団体・活動団体

旭川消費者協会、NPO法人 環境り・ふれんず、循環ネットワーク北海道、札幌消費者協会、札幌友の会、札幌第二友の会、札幌第三友の会、北海道環境財団、北海道消費者協会、ごみ減量実践活動ネットワーク、札幌市リサイクルプラザ宮の沢、エコロジア北海道 21 推進協議会、NPO法人日本リサイクルネットワーク北海道、

○事業者

北海道スーパーマーケット協会、生活協同組合コープさっぽろ、北海道百貨店協会、イオン北海道、Aコープチェーン北海道

○国・地方自治体

環境省北海道地方環境事務所、北海道経済産業局、農林水産省北海道農政事務所、北海道環境生活部環境局、札幌市環境局

4. 新たな取組の詳細～「北海道容器包装の簡素化を進める連絡会」の取組について

札幌市がメンバーとして参加し、活動する「北海道容器包装の簡素化を進める連絡会」の取組について、以下、とりまとめた。

市民の多くは、メーカーにおける容器包装簡素化の取組を知らないことから、団体の活動を通じて、広く市民にメーカー側の容器包装の簡素化への取組実態を知ってもらうこととしている。また、容器包装の簡素化商品の購入が環境負荷低減に寄与することについては、シンポジウムなどを通じて情報発信している。

（1）道庁ロビー展示：6月の環境月間に実施（平成22・23年度実施）

連絡会メンバーである流通事業者各社の簡易包装への取組を展示するほか、簡易包装に取組んでいるメーカーの容器や、「私が見つけた簡素化容器包装」と題し、連絡会で見つけた簡素化された容器を取組前と取組後で比較できるように展示している。

（2）札幌市役所ロビー展示：10月の3R月間に実施（平成22・23年度実施）

連絡会メンバーである流通事業者各社の簡易包装への取組を展示するほか、簡易包装に取

組んでいるメーカーの容器や、「私が見つけた簡素化容器包装」と題し、連絡会で見つけた簡素化された容器を取組前と取組後で比較できるように展示している。

また、札幌市のレジ袋削減に向けた取組報告や流通事業者によるノーレジ袋の社会還元活動の紹介も行っている。

(3) 容器包装簡素化をテーマにしたシンポジウムの開催

平成 21・22 年度の普及啓発イベントの目玉として、容器包装簡素化をテーマにしたシンポジウムを開催した。

21 年度容器包装簡素化シンポジウムの概要

○基調講演：「神戸発 減装（へらそう）プロジェクトの実践」

講師：石川雅紀氏（NPO 法人ごみじゃぱん代表理事 神戸大学経済学教授）

○事例発表

「イオン温暖化防止宣言と神戸・減装キャンペーン」

上山静一氏（イオン㈱環境アドバイザーボード委員）

「ノートレイ包装の取組み」

吉田洋一氏（コープさっぽろ環境推進室室長）

「容器包装削減への取組み」

酒井純氏（㈱ラルズ執行役員販売統括部顧客サービス室ゼネラルマネージャー）

○パネルディスカッション

コーディネーター：小島理沙氏（（NPO 法人ごみじゃぱん事務局長）

パネラー：石川雅紀氏（NPO 法人ごみじゃぱん代表理事 神戸大学経済学教授）

上山静一氏（イオン㈱環境アドバイザーボード委員）

吉田洋一氏（コープさっぽろ環境推進室室長）

酒井純氏（㈱ラルズ執行役員販売統括部顧客サービス室ゼネラルマネージャー）

浅田琉璃子氏（北海道容器包装の簡素化を進める連絡会 代表世話人）

22 年度容器包装簡素化シンポジウムの概要

○基調講演：「容器包装簡素化の意味と世界の動き～買物を通じた生活者の意識的行動が新しい社会構造の仕組みをつくりだす～」

講師：上山静一氏（グリーン購入ネットワーク代表理事）

○事例発表「容器包装の簡素化に向けた取組み」

花王カスタマーマーケティング、アサヒビール、日本ハム北海道販売

○質疑応答・意見交換

上山静一氏（グリーン購入ネットワーク代表理事）

吉田洋一氏（コープさっぽろ経営企画本部本部長）

中西貴代子氏（社団法人札幌市消費者協会環境研究会）

浅田琉璃子氏（北海道容器包装の簡素化を進める連絡会 代表世話人）

（４）パンフレットの作成

平成 22 年度に、各メーカーが取り組んでいる容器包装の簡素化をより多くの市民に知ってもらうため、道内のメーカー 19 社が容器包装を簡素化した選りすぐりの 1 製品を紹介したパンフレットを作製・配布した。

（５）容器包装簡素化大賞の実施

平成 23 年度の普及啓発イベントの目玉として、容器包装簡素化に積極的と思われるメーカーの製品を選定し、表彰した。（次ページのチラシ参照）

1 メーカーからの応募点数を決め、メーカーから容器包装簡素化商品の応募を受け付け、集った容器包装簡素化商品の中から「北海道容器包装の簡素化を進める連絡会」メンバーで構成される審査会を開催し、表彰対象となる商品を選定した。応募時に、過去 5 年以内の容器包装簡素化の取組であることを条件とした。

（６）展示キットの貸出

道内の消費者団体や市民団体の普及啓発活動に役立ててもらえるよう、道庁ロビー展示や札幌市役所ロビー展示で出展された商品を展示キットとして貸出を行っている。

（７）容器包装簡素化に係る勉強会の開催

「北海道容器包装の簡素化を進める連絡会」で、メーカーの容器包装簡素化の取組について、メーカー担当者や容器包装の簡素化または 3 R の促進について活動している人を呼び、メーカーなどにおける容器包装簡素化への取組状況等を学んだり、北海道内の自治体における容器包装簡素化に向けた取組状況等や、市民及び事業者の取組みや意識についてのアンケート調査を実施し、結果を情報共有するなど容器包装の現状について学び、連絡会としての取組みを進めるためのメンバー向けの勉強会を開催している。

1. レジ袋削減への取組の経緯

仙台市では、市民局において、平成6年に「せんだい簡易包装推進ネットワーク」を設置し、平成12年には「仙台市包装の削減に関する研究会」を設置する等、市民局主導で包装削減に向け取組んでいた。

平成15年度からは環境局も加わり、「包装削減キャンペーン実行委員会」のもと大規模な包装削減キャンペーンを実施した。平成18年度には、環境局に「レジ袋削減に関する懇談会」を設置し、市民・事業者・行政が自由な立場で意見交換や情報交換を行ってきた。

レジ袋削減に向け、関係市民団体（レジ袋の削減を進める市民ネットワーク）から有償配布の要望が出されたこともあり、仙台市におけるレジ袋削減は、マイバッグ持参の普及と有償配布を2つの柱としている。

一部の市内スーパーから、レジ袋削減のための有償配布に取り組むとの意向が表明されたことを契機に、平成19年6月1日に幸町地区の4店舗との間で、事業者・市民団体・市の三者により協定の締結に至った。その後、取り組み店舗は順次拡大し、同年10月1日には中山・南光台地区10店舗と、平成20年7月1日には太白地区14店舗と、平成21年2月2日には市内48店舗と協定の締結又は確認書の交付を行った。

平成24年3月現在、14事業者、73店舗と協定の締結又は確認書の交付を行い、レジ袋削減に取り組んでいる。

2. レジ袋削減への取組に係る自身の評価

(1) 協定締結可能なスーパーマーケット店舗とは締結済み

平成24年3月現在、14事業者、73店舗との協定締結・確認書交付ができており、この中に大手スーパーチェーンはほとんど含まれている。

ドラッグストアやコンビニエンスストアへの参加呼びかけも行っているが、ドラッグストアは同業者間での競争が激しく、レジ袋の有償配布による顧客離れ・売上減少懸念からレジ袋の有償配布を行うことが困難な情勢である。また、薬品、生理用品等プライバシーに関わる商品を多く取り扱っていることも、レジ袋の有償配布が困難な要因となっている。コンビニエンスストアは、衝動的・突発的に立ち寄る来店客へのサービスの一環として無料でレジ袋配布を行わざるを得ないことからレジ袋の有償配布を行うことが困難な状

況にある。

(2) レジ袋辞退率は上限値に達している

現在、レジ袋辞退率は、ほぼ8~9割に達している。

レジ袋辞退率100%の実現は著しく困難であり、現状のレジ袋辞退率が上限値ではないかと捉えている。

3. レジ袋削減から新たな取組に展開した経緯、新たな取組に展開できた要因

平成19年度までは、レジ袋に限定する形で、毎年、店頭でレジ袋を辞退した市民に応募券を配布し、抽選で商品を差し上げるキャンペーンを実施していた。このキャンペーンは市民局から引継ぎ、環境局廃棄物事業部リサイクル推進課で実施していたものである。

レジ袋削減については一定の成果を挙げたことから、平成20年度から、対象を3Rに拡大し、詰め替え商品の購入、軽包装への協力等、3R行動に協力した市民に応募券を配布し、抽選で賞品を差し上げるキャンペーンを実施した。

しかし、このキャンペーンへの協力店舗にとっては、リピート客に毎度、応募券を渡す形になり、協力店舗のレジ精算現場での負担が過大になりつつあった。協力店舗の負担軽減に向け、レジ精算現場を使わない形での応募形態への転換が必要となっていた。

一方、環境局環境部環境都市推進課では、CO₂削減を目的に、CO₂削減行動を実践した場合に、パソコンや携帯電話でキャンペーンサイトに登録し、一定のポイントをためた後、応募すると抽選で賞品を差し上げるキャンペーン（「ちょCO2(こつ)とダイエットキャンペーン」）を実施していた。このキャンペーンの協力店舗の中には、リサイクル推進課で行っていたキャンペーンの協力店舗が多く存在していた。

ごみ減量・リサイクルの推進の最終的な目的はCO₂削減にあることから、リサイクル推進課で行っている3Rを対象にしたキャンペーンと、環境都市推進課で実施している「ちょCO2(こつ)とダイエットキャンペーン」を統合することとした。こうして生まれたのが、「コツ(CO₂) コツ(CO₂) 減らしていいもの当てようキャンペーン」である。

4. 新たな取組の詳細

「コツ(CO₂) コツ(CO₂) 減らしていいもの当てようキャンペーン」で対象とする3R行動は、次のとおりである。

キャンペーンで対象とする3R行動例

○Reduce (リデュース) : ごみになるものを減らす

- ・買い物にはマイバッグを持参する
- ・量り売り、ばら売りを利用し、必要な量だけ買う
- ・過剰包装や使い捨ての商品を選ばない

○Reuse（リユース）：くり返し使う

- ・マイはしやマイボトルを持ち歩く
- ・お酒や清涼飲料水は再使用びん入りを選び、びんは販売店へ
- ・不要になった家具や家電製品、衣類はリサイクルプラザやフリーマーケットなどに提供

提供する

- ・詰め替え商品やくり返し使える商品を利用する

○Recycle（リサイクル）：再生して使う

- ・缶、ビン、紙類などの資源物は分別し、市の収集や集団資源回収へ
- ・再生品やリサイクルしやすい材料や構造、容器包装の製品（エコマークやグリーンマークのついた商品）を選ぶ
- ・紙パックや食品トレイ、ボタン電池などは店頭回収に

別途、毎年9月に「エコフェスタ」を開催している。これは市民団体、業界団体、仙台市が協働して設置しているアメニティ仙台推進協議会が主催しているが、レジ袋のみならず、3R全般についての普及啓発を行っている。

5. 今後の課題

（1）3R行動、CO₂削減対策の成果の評価方法の改善

仙台市自身でも原単位を様々探して、効果の算出に努めているが、公表しうるものか悩むこともある。個別行動メニューに係る原単位については、国から信頼性のある原単位の情報提供を積極的に行ってほしい。

（2）レジ袋削減協定に参加していない事業者における取組の支援

協定には参加していないものの、独自にポイント制でレジ袋削減に取り組んでいる事業者もある。仙台市としては、レジ袋削減協定に参加せずとも、独自の方法でレジ袋削減に取り組む事業者については、何らかの協力体制が取れないか検討している。

昨年6月には、レジ袋削減協定に参加していない店舗を含めた市内の店舗を対象に、「マイバッグをもって減らそうレジ袋キャンペーン」のポスターを店頭に貼ってもらい、レジ袋削減の普及啓発を図ろうと計画していた。しかし、東日本大震災が起き、この計画はあいにく中止となってしまった。

6. その他特記事項

(1) レジ袋削減対策の成果の評価方法

レジ袋削減対策の成果を何らかの数値で示さないと、レジ袋削減対策の成果が市民に伝わらないと考えている。従来は、原油換算のみで公表していたが、平成 22 年に、宮城県もレジ袋削減に係る協定を締結し、レジ袋削減対策の成果をCO₂削減効果で公表したことから、仙台市も宮城県の成果の公表方法に合わせることを望ましいと考え、平成 22 年以降、原油換算に加え、CO₂削減効果も表示することとした。(次ページの公表資料を参照)

※参考：レジ袋削減実績の公表結果

記者発表資料
平成23年8月19日
(担当) 環境局 ごみ減量推進課
啓発係 大須賀
(内線) 735-3474
(直通) 214-8230

レジ袋削減実績（平成22年度）を公表します

仙台市では、これまで容器包装廃棄物の排出抑制を一層促進させることを目的として、事業者及び市民団体と「仙台市におけるレジ袋の削減に向けた取り組みに関する協定」を締結し、レジ袋の有償提供を実施してきました。平成21年2月には、レジ袋の削減の取り組みを全市に拡大、現在、14事業者73店舗で取り組みを行っています。

このたび、平成22年度のレジ袋の削減実績等が取りまとめられましたので、お知らせいたします。

記

1. レジ袋の有償提供実施による削減実績

店舗ごとのレジ袋の平均辞退率は、76～94%となっています（詳細は、別紙参照。）。

	平成21年度	平成22年度	対前年比	累計 (H19.6 ～H23.3)	備 考
削減枚数	約5,873万枚	約7,318万枚	124.6%	約17,205万枚	
原油換算	約811千ℓ	約1,010千ℓ	124.5%	約2,374千ℓ	レジ袋1枚あたりの使用エネルギー(資源採取～最終処分)を原油換算(13.8ml/枚・LLサイズ)した数値を基に計算
CO ₂ 削減量	約2,124t	約2,646t	124.6%	約6,221t	地球温暖化対策の推進に関する法律に基づく排出量報告に係る原油の排出係数(2.62tCO ₂ /ℓ)を基に計算

【参考】

平成22年度のレジ袋の削減による原油節減量1,010千ℓは、およそ

ドラム缶5,100本分、25mプール2.8杯分に相当します。

※ ドラム缶は、1本あたりの容量を200ℓ、プールは、25mプール(長さ25m×幅12m×深さ1.2m)の容量を360kℓとして算出。

平成22年度のレジ袋の削減による二酸化炭素(CO₂)削減量2,646tは、およそ

杉の木19万本が1年間に吸収する二酸化炭素(CO₂)の量に相当します。

(森林面積にして227万㎡、クリネックススタジアム宮城のグラウンド177個分の面積に相当。)

※ 杉の木のCO₂吸収量を14kg、森林における杉の木1本あたりの平均専有面積を12㎡として算出(「地球温暖化防止のための緑の吸収源対策」環境省、林野庁資料から引用。なお、CO₂吸収量は、50年生の杉の木1本が1年間に吸収する量。)。クリネックススタジアム宮城のグラウンド面積を1.28万㎡として算出(東北楽天ゴールデンイーグルス公式サイトから引用。)

1. レジ袋削減への取組の経緯

平成 20 年に、東根市のジャスコ（現在はイオン）オープン時に、ジャスコ側がレジ袋の有料配布を行いたいと提案してきた。そのため、山形県、東根市、消費者団体で協議会を組成し、話し合いを行った。結果、ジャスコのみならず、市内の食品スーパーでレジ袋削減に賛同する事業者が市と協定を締結することになった（二者協定）。

東根市でのレジ袋削減協定締結を皮切りに、順次、山形県内の市レベルで協議会が立ち上がり、レジ袋削減の協定締結が進んだ。平成 21 年度中には概ね、レジ袋の有料配布への取組は県内全域に及ぶこととなった。

県内全域でのレジ袋有料化に至るまでに、県の消費者団体連絡協議会が果たした役割は大きい。県の消費者団体連絡協議会がレジ袋の有料化に前向きであり、レジ袋削減に係る協議会の設立にも積極的に関与したことで、事業者と市のレジ袋削減協定が全県に急速に広がったといえる。

協議会の話し合いの場では、小売業者側から売上が減少する懸念が出されるが、山形県が中に入り情報提供を行うことで、事業者側の懸念を払拭し、二者協定締結に至るケースも少なからずみられた。

2. レジ袋削減への取組に係る自身の評価

（1）全県にレジ袋有料化もしくはマイバッグ運動が浸透

平成 24 年 1 月末現在、山形県内でのレジ袋有料化実施店舗数は 407 店舗と、ほぼ県内の大手スーパー全部が参加している。

レジ袋有料化実施市町村は 13 市 12 町に上り、大型の食品スーパーがない町村 7 町 3 村についてはマイバッグ運動¹を展開することで、県内全地域でレジ袋の減量に取り組んでいる。

（次ページの地図参照）

（2）マイバッグ持参率が高水準に到達

マイバッグ持参率の推移をみると、平成 20 年度以前のマイバッグ持参率は 10%であったが、平成 23 年度には 90%に達している。ここでいうマイバッグ持参率は、100%からレジ

¹ マイバッグ運動：レジ袋有料化を実施する店舗はないが、マイバッグ運動によりレジ袋減量に取り組んでいる。

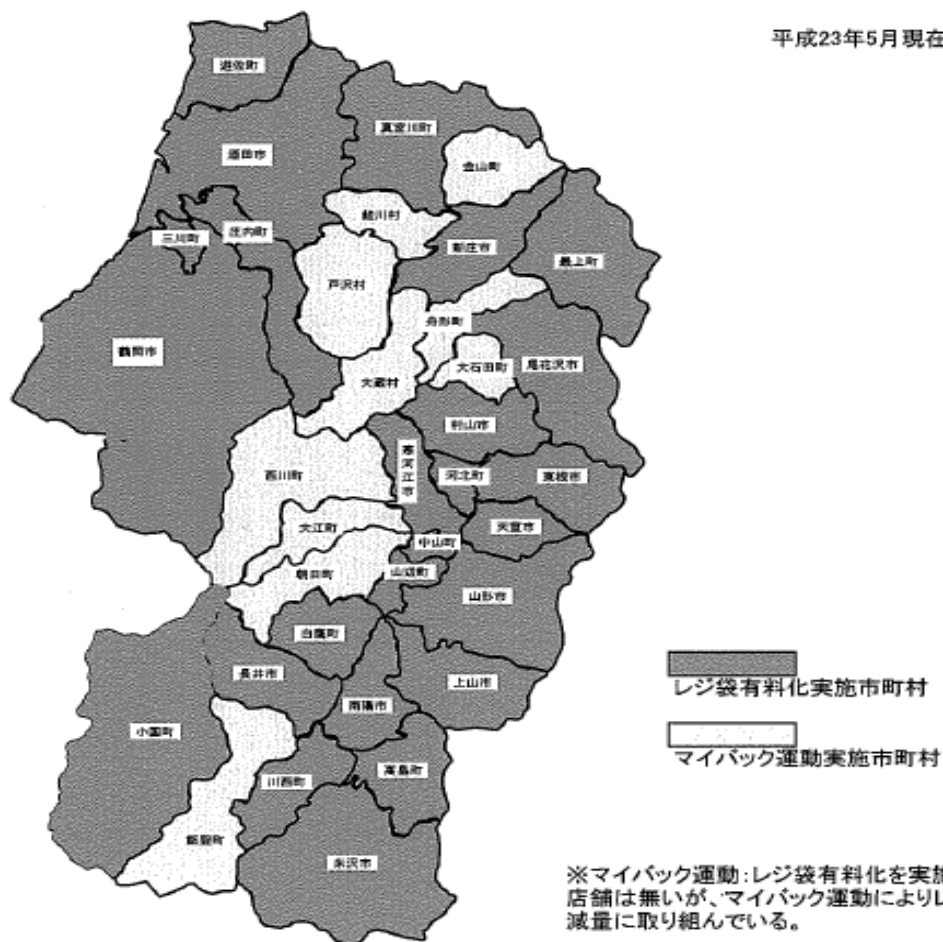
袋を購入した人の割合を差し引いた数値と同義であり、マイバッグ持参等を通じて、レジ袋を購入せずに済ましている人が増えたことを示しているといえる。

(3) コンビニエンスストアにもレジ袋削減に協力してもらえている

山形県は、コンビニエンスストア業界との間で包括協定を締結しており、その一つのメニューとして、レジ袋不要の来店客はその旨申し出て上げてもらえるよう声かけをしております。

マイバック運動の取組状況

平成23年5月現在



(1)	レジ袋有料化実施市町村数	13市12町
(2)	マイバック運動実施市町村数	7町3村
(3)	レジ袋有料化実施店舗数 (H23.5.1現在)	407店舗

3. レジ袋削減から新たな取組に展開した経緯、新たな取組に展開できた要因

(1) 山形県消費者団体連絡協議会による2Rの普及啓発

山形県下では、近年、ごみの有料化が進展してきたが、山形県消費者団体連絡協議会を中心に、市民に対して自分の家から排出するごみを減らし、資源回収・集団回収・店頭回収に出せるものは出すよう、呼びかけを行っていた。このことが家計の負担も減らし、ごみ減らしにもつながる点を市民に訴えたことで、市民側の協力が進んだ。この結果、資源は分別排出し、最終的にごみとなるもののみを自治体回収に排出するようなライフスタイルが普及した。

(2) 「ごみゼロやまがた県民運動」の推進

山形県では、平成18年3月に『山形県循環型社会形成推進計画（ごみゼロやまがた推進プラン）』を策定し、平成18年4月から実施する10年間の計画を定めた。その中で、県民向けの施策として、「ごみゼロやまがた県民運動（県民生活分野）」の実施が位置づけられている。

平成18年度以降、“レジ袋削減・マイバッグ推進運動”に加え、“家庭からの生ごみ排出削減”“環境にやさしい買い物の推進”などの普及啓発活動が推進されてきた。

これに加えて、近年、リユース食器レンタルシステムの普及啓発事業やインクカートリッジ里帰りプロジェクトが推進されている。

①リユース食器レンタルシステムの普及啓発事業

平成22年度に緊急雇用対策の基金を活用できることになり、事業提案を公募したところ、リユース食器のレンタル事業を行いたいと名乗り出た事業者があった。山形県もリユース食器のレンタル事業を普及させたいと考えていたので、当該事業を採択し、「ごみゼロやまがた県民運動（県民生活分野）」の事業の一つに位置づけ、リユース食器のレンタルシステムの普及啓発を図っていくこととした。

②インクカートリッジ里帰りプロジェクト

インクカートリッジの回収を行う大手6社との間で協定を締結したことから、県庁舎や県の出先機関を回収拠点に集められたインクカートリッジを引き渡している。平成23年9月から実施している。

4. 新たな取組の詳細～リユース食器レンタルシステムの普及啓発事業について

平成22年度から3年間にわたり、緊急雇用対策の基金の活用が可能となった。事業提案を採択された株式会社イベントプロデュースガッツリユース食器レンタル事業部では、ス

ペースふうリユース食器のレンタル事業の実施ノウハウを伝授してもらいながら、イベント等でのリユース食器レンタルシステムの普及啓発に努めている。現在までに芋煮会や環境展等でリユース食器のレンタルを行ってきている。芋煮会では、25,000食の需要に対応すべく、回収スタッフを臨時募集し、その対応にあたった結果、デポジット制度を導入しなかったにもかかわらず、高い回収率でレンタル食器を回収できた。一方、環境展ではデポジット制度を導入したレンタル食器回収実験を実施した。

イベント等で使用する食器はスペースふうから有料でレンタルしているが、このレンタル代金は山形県からイベントプロデュースガッツ社への業務委託金から充てられている。平成24年度までは、山形県からの業務委託で運営可能であるが、平成25年度以降は同社が自前の予算で食器調達を行うことが求められる。今後、同社でレンタル食器を自前で整備し、事業として自立させられるかが課題といえる。



5. 今後の課題

(1) ホームセンター、ドラッグストアでのレジ袋削減

ホームセンターやドラッグストアに対してもレジ袋削減への取組を積極的に進めてもらうよう働きかけを行っているが、なかなか進んでいない。これらの業態におけるレジ袋削減への取組推進が今後の課題といえる。

(2) 雑紙のリサイクルの推進

第2次山形県循環型社会形成推進計画を現在策定中であり、次の10年間に実施する施策メニューの中に、雑紙のリサイクルを位置づけている。ステーション回収方式がよいのか、集団回収方式がよいのか、最良の方法を模索しつつ、雑紙のリサイクルを推進していきたいと考えている。

6. その他特記事項

(1) 「エコショップやまがた」認定スーパーにおけるレジ袋有料化への変更

レジ袋削減の二者協定締結に至る前から、「エコショップやまがた²」の認定を受け、マイバッグ持参の推奨、マイバッグ持参者にはポイント付与等のサービス提供を行っていた食品スーパーもあった。このような食品スーパーの中にはレジ袋削減に向け、協定に参加する店舗もあり、レジ袋に関しては有料化への取組に変更したところもある。

(2) 食品トレイの回収量調査

山形県では毎年、食品スーパー等に対して食品トレイの回収量調査を実施している。食品トレイの回収量に加え、レジ袋辞退率、来店客のマイバッグ持参によるメリット・デメリット等に関してアンケート調査を実施し、必要に応じて電話ヒアリング調査を実施して実態把握に努めている。大手スーパー等は、特定事業者になっていることもあり、アンケート調査等に協力的である。

(3) ごみゼロ推進功労者表彰の実施

ごみゼロやまがた県民運動（県民生活分野）の一環で、毎年「ごみゼロ推進功労者表彰」を実施している。

ごみゼロの推進に功績のあった者を表彰する制度であり、近年、山形県で顕著に功績があった個人・団体・企業が国のリデュース・リユース・リサイクル推進功労者等表彰にも表彰されている。平成 22 年度の「山形県立置賜農業高等学校 MOTTAINAI プロジェクトチーム」は内閣総理大臣表彰、平成 23 年度の「滝の湯ホテル」は経済産業大臣表彰を受けている。

² 「エコショップやまがた」は、環境配慮商品の販売、簡易包装や省包装、トレイ等の店頭回収、環境配慮型サービスの提供などに取組む店舗のこと。消費者と直接接して物品やサービスを提供する県内の店舗で、実施要綱の別表に記載されている取組み（3つ以上）を行っている店舗が認定対象。

1. レジ袋削減への取組の経緯

新宿区は、リサイクル清掃審議会の答申に基づき、平成 20 年 4 月に区民、事業者、区で新宿区 3 R 推進協議会を設立した。協議会の活動の一環として 3 R 推進月間に開催する 3 R 推進イベントの中で、レジ袋削減のキャンペーン活動を行ってきている。

開催された 3 R 推進イベント・ごみ減量シンポジウム

	主な内容
平成 20 年度	<p>キャッチフレーズ：『ごみ半減・リサイクル倍増』の実現に向けて－区民・事業者・行政の役割－</p> <p>開催場所：新宿文化センター小ホール</p> <p>開催内容：</p> <p>講演「地球と仲良くね！－3 R でエコライフ－」（白井貴子：シンガーソングライター、環境省 3 R 推進マイスター）</p> <p>パネルディスカッション：『ごみ半減・リサイクル倍増』の実現に向けて－区民・事業者・行政の役割－</p>
	<p>キャッチフレーズ：『新宿発エコなくらし』</p> <p>開催場所：J R 新宿東口 駅前広場</p> <p>開催内容：</p> <p>新宿区 3 R 推進キャンペーン・オープニングイベント</p> <p>買い物の際のレジ袋（紙袋）の削減や簡易包装の推進に向けたキャンペーン開催挨拶及び周辺でのアピール</p>
平成 21 年度	<p>キャッチフレーズ：『ごみ半減・リサイクル倍増』を実現するために－新宿発「エコなくらし」を始めよう－</p> <p>開催場所：新宿文化センター小ホール</p> <p>開催内容：</p> <p>講演「スポーツとエコなくらし」（中西哲生：スポーツジャーナリスト）</p> <p>パネルディスカッション：「ごみ半減・リサイクル倍増」を実現するために～新宿発「エコなくらし」を始めよう～</p>
平成 22 年度	<p>キャッチフレーズ：～新宿発エコなくらし～ 3 R 的エコ買いのススメの</p>

	<p>イベントの中で</p> <p>開催場所：新宿駅西口広場イベントコーナー</p> <p>開催内容：</p> <p>食品ロス・トークショー（崎田座長、牛久保明邦教授（東京農業大学））</p> <p>新宿エコレンジャーショー</p> <p>各種展示</p>
平成 23 年度	<p>キャッチフレーズ：～新宿発エコなくらし～ 大震災後の今だからこそ見直す 3 R</p> <p>開催場所：新宿駅西口広場イベントコーナー</p> <p>開催内容：</p> <p>とことん 3 R トークショー（崎田座長、江戸むらさき（お笑いコンビ））</p> <p>新宿エコレンジャーショー</p> <p>各種展示</p>

（資料）新宿区ホームページ・新宿区資料

また、同協議会が提唱した「新宿エコ自慢ポイント」の取組を実施している。これは消費者が買い物でレジ袋等を辞退したときに、小売店がレシートやスタンプカード等に辞退したことを印字または押印した場合、そのレシート等を「環境に良い消費行動をした証拠」として捉え、消費者がこれらを集めて区や環境団体等のイベントなどに持参すると、通常のお店での特典等とは別にお楽しみに活用できるというもの。活用の内容は、景品の配布の他、ポイント競争など、行事主催者が工夫する。この取組により、レジ袋等の辞退を促進し、環境・ごみ問題全般についての区全体の意識を高めることを狙いとしている。

新宿エコ自慢ポイントとは？

- お買い物のとき「レジ袋・紙袋」を断る
- リサイクル活動センターで、「リユース品」を購入する
- 環境学習情報センター・西早稲田リサイクル活動センター主催の環境講座や区のエコ自慢ポイント対象イベントに参加する
- 節電が確認できる「電気ご使用量のお知らせ」をとっておく



環境配慮行動のわかるレシートや電気使用量のお知らせを集めます。講座は、右図の受講スタンプで1P。イベントは、当日受付コーナーまで。



集めたレシート等をエコ自慢ポイントの受付窓口に登録カードと一緒に持っていきます。

登録受付場所

- 【西早稲田リサイクル活動センター】(西早稲田 3-19-5 tel 5272-5374)
- 【環境学習情報センター】(西新宿 2-11-4 新宿中央公園内 Tel 3348-6277)
- 【エコ自慢ポイント対象イベント】HP に対象イベントを掲載しています。

エコ自慢ポイント受付では、ポイントの登録や景品の交換などができます。エコ自慢ポイントの受付ができるイベントは、現在下記のとおりです。

- 1/28(土)【まちの先生見本市】 落合第四小学校(下落合 2-9-34)にて
- 3/4(日)【こどもまつり】西早稲田リサイクル活動センター(西早稲田 3-19-5)
- 3/10(土)【エコワン・グランプリ】環境学習情報センター(西新宿 2-11-4 新宿中央公園内)

ポイント年間上位者を表彰しています！



レシート

講座受講ポイント



(資料) 新宿区ホームページ

【新宿エコ自慢ポイント交換景品】

- 400P オリジナル風呂敷(2種類のうち1つ)
- 300P 折りたたみランチボックス等
- 200P ステンレスボトル
- 100P マイタンブラー等
- 50P マイバッグ等
- 30P Shinjuku Clean 軍手等
- 20P ペーパー・ペンスタンド等
- 10P ごみ袋等
- 5P 消しゴム・クリアファイル等

なくなり次第、景品は変わります。
あらかじめご了承ください。

1P ポケットティッシュ

(資料) 新宿区ホームページ

さらに、区内の小売事業者、区民団体、区が連携して、21年10月に『新宿発「エコなくらし」3R協働宣言』を行った。各宣言参加者が作成した行動計画の中に、容器包装の削減の項目としてレジ袋削減の取組を表明している。

平成 23 年度の 3 R 推進行動計画書の内容

事業者名	容器包装の削減に係る取組内容	数値目標等
アブアブ赤札堂	<ul style="list-style-type: none"> ・レジ袋、トレイの使用枚数を削減する 	地域柄レジ袋辞退者の増加は難しい面があるので、レジ袋及びトレイの総使用枚数の削減を目指す。
いなげや新宿小滝橋店	<ul style="list-style-type: none"> ・店内放送、POPでマイバッグ持参の積極的なPRの実施 ・辞退者へのエコポイント付与 ・ばら売りの実施 	マイバッグ持参率のUP 40.6%→目標 42%
京王ストア	<ul style="list-style-type: none"> ・店内放送、POPでマイバッグ持参の積極的なPRの実施 ・辞退者へのグリーンスタンプの付与 ・ばら売りの実施 ・簡易包装の推進 ・声掛けなどの実施 	レジ袋削減に向けて買い物袋持参率 20%の実現（現状 17.2%）
生活協同組合 コープとうきょう	<ul style="list-style-type: none"> ・代金済方式の有料化を既に導入済み 	継続
三徳	<ul style="list-style-type: none"> ・新店オープン時マイバッグをプレゼントして協力を呼びかけ ・辞退者へエコポイント付与 ・ノーレジ袋カードの設置 ・マイバッグの販売 	前年比 95%
ピーコックストア	<ul style="list-style-type: none"> ・マイバッグ運動の推進（エコポイントの付与） ・簡易包装のPR 	対前年 2%減
マルエツ	<ul style="list-style-type: none"> ・店内放送、POPでマイバッグ持参の呼び掛けを実施 ・1050円以上お買い上げのお客様に2円をキャッシュバック ・ばら売りの実施（青果・果物） ・ギフト品の簡易包装の推奨 	レジ袋辞退率アップ 目標（前年比）⇒オレンジコート店 2%、飯田橋・高田馬場・中落合一丁目・西新宿三丁目・西新宿六丁目・西早稲田駅前・早稲田店 1%
丸正チェーン商事	<ul style="list-style-type: none"> ・店内放送、POPでマイバッグ持参の 	レジ袋削減に向けて買い物袋

	<p>積極的なPRの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 辞退者へのエコポイント付与 ・ ばら売りの実施 	使用率5%削減の実現
ファミリーマート	<ul style="list-style-type: none"> ・ レジでお客様にご協力の声かけの実施 ・ 店頭ポスターによるレジ袋削減の訴求実施 ・ 店内放送でマイバッグ持参の積極的なPRの実施 ・ レジ袋液晶面での訴求 	レジ袋削減に向けて新宿区内店舗レジ袋辞退率35%の実現
ミニストップ	<ul style="list-style-type: none"> ・ レジでお客様に不要なレジ袋をお断りしていただくご協力の声かけの実施 ・ レジ袋削減ポスターや協力依頼のポスター等でのお客さまへの啓発 	レジ袋1回あたりの使用重量を前年度比10%削減
三越伊勢丹 伊勢丹新宿本店	<ul style="list-style-type: none"> ・ スマートラッピングの推進 → お客さまへの呼びかけ ・ オリジナルショッピングバッグの販売 ・ 環境イベントでの容器包装削減の呼びかけ ・ 従業員・取引先販売員への教育 ・ 風呂敷の包み方教室の実施（不定期） 	容器包装使用量の前年度比1%以上削減
小田急百貨店（新宿店）	<ul style="list-style-type: none"> ・ マイバッグキャンペーンの推進 (手提袋をご不用とされた小田急ポイントカード会員のお客さまに、1日1回5ポイントを付与します。) ・ スマートラッピングの推進 ・ オリジナルエコバッグの販売 (売上金の一部をオイスカ「子供の袋」計画へ寄付します。) 	<p>包装紙使用量1%削減（対前年・重量比）</p> <p>手提袋使用量1%削減（対前年・重量比）</p>
京王百貨店	<p>○スマートラッピングの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 精算時、お客様におうかがいして、ご要望に沿った包装形態を行う（自家需要は簡易包装など） ・ マイバッグや既に手提げ・レジ袋をお持ちのお客様には、新規の袋の要・不要を確認する。 	<p>2012年度までに2007年度比で、原単位ベース10%削減</p> <p>原単位＝容器包装重量（kg） ÷ 売上数量</p>

	○オリジナルマイバッグの販売	
新宿高島屋	<ul style="list-style-type: none"> ・買物袋：二重袋を止めるため袋の郷土 UP を図る。 ・レジ袋：レジ袋不用のスタンプカード導入により粗品進展とエコポイントの取扱いを促進する。 ・包装紙：簡易包装をお勧めする。 	風袋重量計算で1%の削減
丸井新宿店	<ul style="list-style-type: none"> ■紙製手提げ袋の見直し <ul style="list-style-type: none"> ・軽量化 ・展開サイズの統廃合 ・過剰包装の削減 ・ギフト包装の簡易包装化 ■配送用ダンボールの再利用 <ul style="list-style-type: none"> ・社内用梱包材のリユース 	22年度と同様に継続
三越伊勢丹 三越新宿アルコット店	<ul style="list-style-type: none"> ・店内放送でマイバッグ持参の積極的な PR の実施 ・スマートラッピングの推進について店内放送にて呼びかけ ・百貨店協会作成エコバッグ（スマートクールバッグ）の拡販 	<p>店内放送にて1日2回呼びかけを実施</p> <p>スマートクールバッグ販売数 50枚</p>
ルミネ	コピー用紙、プリンター用紙の削減	前年実績の5%減
新宿区商店会連合会	エコバッグ使用の推進強化	各商店会へ広報周知（年2回）、アトム通貨事業と並行して周知
新宿区生鮮三品特販組合	店頭でマイバッグ持参の PR 実施	レジ袋削減に向けて買い物袋持参率 25%の実現

（資料）新宿区3R推進協議会・新宿区「3R推進行動計画書」（平成23年9月）

2. レジ袋削減への取組に係る自身の評価

（1）新宿エコ自慢ポイントへの参加を通じて、レジ袋を断ることが習慣化

新宿エコ自慢ポイントの推移をみると、平成20年度以降、着実に増加してきており、新宿エコ自慢ポイントへの参加者は、本ポイント制度への参加を通じて、レジ袋を断ること

が習慣化している。

新宿エコ自慢ポイント

	合計ポイント	登録者	1位	節電1位
平成20年度	5,288Pt	356人	368Pt	—
平成21年度	9,780Pt	269人	566Pt	—
平成22年度	15,333Pt	266人	711Pt	—
平成23年度	56,452Pt ※エコ活動 16,920Pt 節電 39,532Pt	237人	579Pt	2,160Pt
合計	86,853Pt	1,128人	—	—

※エコ活動：レジ袋の辞退、リユース品の購入及び環境講座の受講ポイントの総称

(資料) 新宿区資料

また、新宿エコ自慢ポイント上位者を表彰し、受賞者には粗品を差し上げていることも、新宿エコ自慢ポイント参加者の日々のレジ袋削減への取組のインセンティブになっている。

新宿エコ自慢ポイント上位者を表彰します
日時：平成24年3月10日(土) 13:00～
場所：環境学習情報センター(新宿中央公園内)
 当日来場者のうち、平成23年度のエコ活動ポイント、節電ポイントのそれぞれの累計ポイントが上位5名の方を表彰します。受賞者の方には粗品を差し上げます。
 ※当日、午後0時半までに登録カードをご持参のうえお越しください。
 ※事前に、受賞の連絡はいたしません。

平成23年度 上位者20名が下記の方に決定しました!!

平成23年度の表彰は、23年3月7日～24年3月4日までのポイントが対象です。

エコ活動ポイント(順)			節電ポイント				
順位	登録番号	ニックネーム	ポイント	順位	登録番号	ニックネーム	ポイント
1	60011862	1682862	579P	1	60012555	tonko0209555	2160P
2	60002037	3725037	560P	2	60012425	rietero425	1386P
3	60008244	841244	493P	3	60004383	fumiko383	1313P
4	60008756	masaechan756	468P	4	60004338	midori338	1264P
5	60007407	sakura407	413P	5	60012371	minaminohaha371	1211P
6	60001078	513078	413P	6	60004284	s284	1203P
7	60009081	sakiguchihar081	381P	7	60012500	yanagicho500	1203P
8	60005520	lamu520	355P	8	60004321	smagamac321	1177P
9	60005485	chopin485	302P	9	60003239	gigo115398	1125P
10	60010481	haru481	291P	10	60008992	hna992	1060P
11	60017643	1367643	285P	11	60013101	sakura101	907P
12	60012429	rietero429	260P	12	60014443	yamacopp443	781P
13	60008992	hana992	257P	13	60009739	akira739	788P
14	60011671	hougisha671	257P	14	60012449	88672449	754P
15	60001181	3835181	251P	15	60014208	yubiomama308	701P
16	60012487	4643487	228P	16	60012241	mb241	696P
17	60004260	marimo260	228P	17	60013187	tsurumen187	662P
18	60009222	mamimama222	213P	18	60002020	sischer020	661P
19	60014039	tsutsumi4039	210P	19	60012333	rinrin0333	638P
20	60005212	imaymi212	206P	20	60013168	huma168	622P

※エコ活動ポイントとはレジ袋の辞退、リユース品の購入及び環境講座の受講ポイントの総称です。

ニックネームは1桁の数字を含み、登録番号は600で始まる8桁です



【問合せ】生活環境課ごみ減量計画係 Tel:03-5273-3318
 ご自分の順位はHPで確認できます。節電、エコ活動ポイントの上位者一覧は別紙でご確認いただけます。不明な点は上記まで

(資料) 新宿区資料

(2) 3R推進行動計画が推進協議会参加事業者における継続的な取組を担保

推進協議会に参加している小売事業者においては、行動計画の中でレジ袋辞退率削減目標を立て、毎年PDCAを行い、新たな行動メニューや目標設定を行ってきており、小売事業者におけるレジ袋削減への取組が継続的なものとなっている。

また、事業者にとっては、3R推進行動計画を通じて、消費者に対して自身の取組姿勢を示すものとなっている。

3. レジ袋削減から新たな取組に展開した経緯、新たな取組に展開できた要因

平成20年度に導入した「新宿エコ自慢ポイント」は、当初はレジ袋削減のみをポイント付与対象にしていたものの、仕組み自体がポイント対象の拡張に対応しうるものであったため、その後、西早稲田リサイクル活動センターでリユース品を購入した場合や環境学習情報センター・西早稲田リサイクル活動センターで環境講座を受講した場合、区のエコ自慢ポイント対象の環境イベントに参加した場合にもポイント付与されるように拡張された。また、平成21年度に「3R推進協働宣言」を行い、平成22年度から本格的に運用が開始された3R推進行動計画も、事業者の行動メニューとして、レジ袋削減にとどまらず、店頭回収等による自主回収・リサイクルの推進、3Rに配慮した商品の積極的な販売、店舗や事業所から出るごみの減量化、適正な分別及びリサイクルの推進、などが挙げられており、レジ袋削減以外の取組への広がり期待できる仕組みになっている。

4. 新たな取組の詳細

(1) 節電対策の「新宿エコ自慢ポイント」への追加

平成23年の夏は電力使用制限が要請されたことから、平成23年8月から、節電ポイントを「新宿エコ自慢ポイント」の対象に加えた。具体的には前年同月比で1kWh削減に対して1ポイントを付与する形にした。

節電ポイントを加えたことで、若年層（20～30代主婦）にも「新宿エコ自慢ポイント」への参加者を広げられた。

平成24年度も引き続き、節電ポイントを加え、実施していく予定である。また、平成24年度からは、新宿区役所7F生活環境課もポイント受付場所として加わるほか、ポイントの交換をシンプルなものとするため、累計ポイントが規定のポイント数に到達するたびにポイント数に応じた景品と交換する方式になる予定である。

(2) マイボトル・マイカップ推進に係る取組

平成22年度、平成23年度の新宿駅西口広場イベントコーナーでのイベント実施時に、

環境省と連携し、マイボトル・マイカップ推進をテーマにした展示を行った。近年、マイバッグやマイボトルに関しては、子どもたちにも広く浸透してきたと感じている。

(3) オリジナル風呂敷の作成

平成 23 年度に、新宿区 3 R 推進協議会でオリジナルの風呂敷を作成し、3 R 推進キャンペーンイベント等で区民団体が風呂敷の包み方講座などを開催した。デザイン性の高い風呂敷を制作したことから、風呂敷への反響も大きかった。



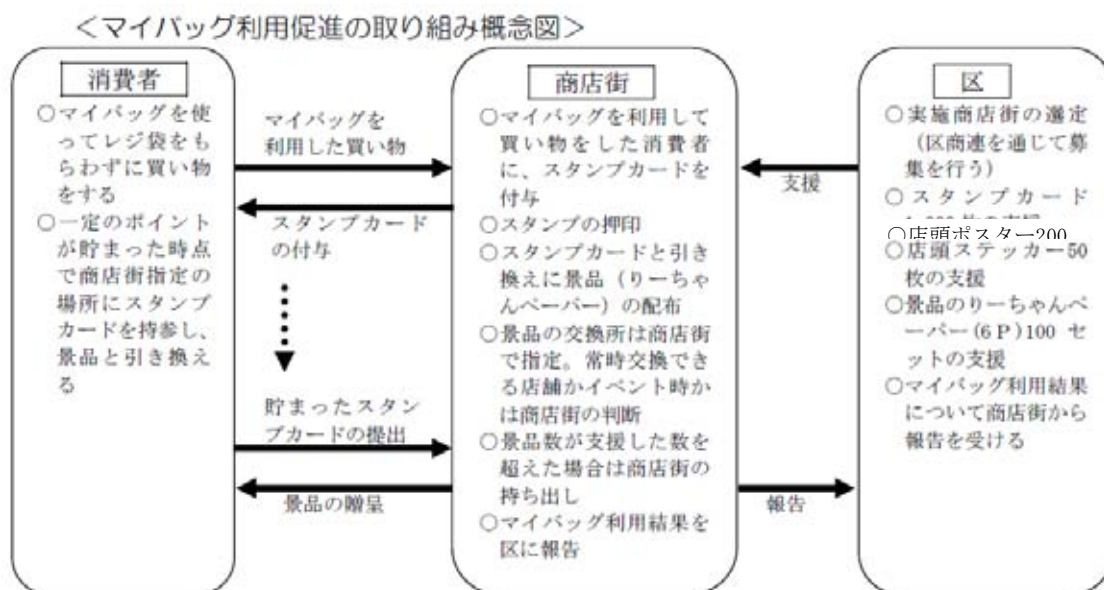
1. レジ袋削減への取組の経緯

葛飾区では、平成 15 年度に「かつしかごみ減量・リサイクル推進協議会」を設置し、広くごみ減量の意識啓発・行動促進を図るため、10 月を『ごみ減量月間』として、区民・事業者・区が協働した取組を展開している。推進協議会では、設置当初より身近にごみの発生抑制に取り組むことができるマイバッグ持参キャンペーンを行っており、会場ではごみの減量に関するアンケート調査の実施と協力を得た方にマイバッグ（買い物袋）の配布を行い、レジ袋削減によるごみの減量を呼びかけてきている。平成 23 年度は 13 会場で実施し、2,536 名の参加者があった。

平成 22 年度からは、商店街で買い物をする際にレジ袋を断った人にスタンプカードに押印を行い、一定のポイントが貯まった時点で景品と交換を行う取組を行っている。この取組を告知するポスターやポイントと交換する景品は葛飾区から支給している。

また、家庭に眠っているマイバッグを使ってもらうために、上述の商店街での買い物の際のポイント付与システムの実施や、マイバッグの普及啓発事業を実施してきている。

商店街での買い物の際のポイント付与システムの概念図



（資料）「第 17 回かつしかごみ減量・リサイクル推進協議会結果」（平成 23 年 7 月 22 日実施）

2. レジ袋削減への取組に係る自身の評価

(1) マイバッグ持参、レジ袋を断ることは習慣化

マイバッグの利用状況、マイバッグの所持枚数等のアンケート調査結果からも、90%を超える区民がマイバッグを利用している実態がよみとれ、マイバッグを持参すること、レジ袋配布を断ることが習慣化してきたと感じられる。

平成 23 年度マイバッグ利用状況アンケート結果

【問 1】 お買い物の際にマイバッグ（エコバッグ）を利用していますか。

選択肢	平成 23 年度	平成 22 年度
①いつも（頻繁に）利用している	62.1%	55.0%
②時々利用している	29.7%	31.2%
③利用していない（ほとんど利用しない）	8.2%	13.8%

【問 2】 問 1 で①又は②とお答えいただいた方にお伺いします。マイバッグを利用している理由はどのようなことからですか。（複数回答可）

選択肢	平成 23 年度	平成 22 年度
①割引（ポイント）があるから	52.4%	48.1%
②余分なレジ袋をもらうとごみになってしまうから	54.6%	52.9%
③マイバッグの方が利用しやすいから	27.0%	21.2%
④特に意識していない	6.7%	7.4%
⑤その他	0.6%	2.6%

（資料）葛飾区資料

（2）商店街でのレジ袋削減の取組により、ごみ減量効果と商店街の意識変化がみられた

お花茶屋商店街（61 店舗）では平成 22 年度・平成 23 年度とマイバッグ利用ポイント制度に参加しているが、平成 22 年度は 10 月 23 日～11 月 20 日の約 1 ヶ月、レジ袋削減に応じてスタンプを押し、スタンプ 30 個で景品と交換できることとしたが、実施期間が短くスタンプカードが一杯になるものが少なかった。しかし、実施前 1 ヶ月に比べレジ袋配布数が商店街全体で 13,195 枚減っており、スタンプの押印結果から 1 店舗当たり 34.4 枚のレジ袋削減効果があったと報告されている。

また、千代田通商店街（約 30 店舗）では平成 23 年 3 月 1 日～6 月 20 日の約 4 ヶ月実施し、スタンプカードを 99 枚回収できた（スタンプ 30 個でスタンプカードが一杯になり景品と交換できる）。こちらの商店街では 1 ヶ月にして 1 店舗あたり 13.3 枚のレジ袋削減効果があったと報告されている。

これらの実証実験を行った結果、実証期間を長く設定しないと、区民に認知されないことを痛感した。そのため、商店街には通年や長期間で実施するよう区から提案・依頼を行っているが、商店街側はスタンプ押印のための手間や景品交換のための人員配置をする必

要がある等、費用や負荷の増大につながることから、通年での実施には消極的であり、あくまでもイベントの一環として一定の期間を設けて実施しているのが実態である。

ただし、商店側の意識も次第に変化してきている。当初、レジ袋削減は大手スーパー等が取組む話であり個別の商店には実施が難しいとの認識もみられたが、実施する中で消費者へポイント制の説明を通じて商店街がごみ減量のPRする機会となっており、商店として協力できることからレジ袋削減に協力していこうとの意識に変わってきている。

(3) スーパーでのレジ袋辞退率も高水準に到達

推進協議会のスーパーからのヒアリング結果によれば、レジ袋辞退率は当初の10%から30%（平成23年12月時点）にまで高まったとのことである。レジ袋の有料化は行わない中での数値であり、かなり高い水準にまで高まったといえる。

3. レジ袋削減から新たな取組に展開した経緯、新たな取組に展開できた要因

(1) 推進協議会の中に目的別部会の設置

平成19年度から推進協議会の中に、「啓発活動部会」「区民活動部会」「事業者活動部会」の3つの目的別部会を設置し（現在は「区民啓発活動部会」「事業者活動部会」の2部会）、それぞれの部会で区民、事業者、行政が協力してごみ減量に関する事項を検討し、取組を行うこととした。この結果、以降に記述した新たな取組が創出された。

(2) 「かつしかルール」の制定

葛飾区の清掃事業を取り巻く状況の変化に対応し、さらなるごみ減量・リサイクルの取組を推進し資源循環型社会の構築を目指すため、平成23年4月、「葛飾区一般廃棄物処理基本計画（第3次）」が策定された。この計画の中で、区民、事業者、区の三者それぞれが適切に役割を果たし、できるだけごみを発生させない生活スタイルや事業活動を定着させていくことが必要であることから、葛飾区の区民や事業者みんなで取り組むことを呼びかける「かつしかルール」を作ることとなった。このかつしかルールはかつしかごみ減量・リサイクル推進協議会が葛飾区全体でごみ減量やリサイクルに取り組んで欲しい事柄について取り上げ、実施していくこととしており、取組テーマを徐々に増やしていきたいと考えている。

4. 新たな取組の詳細

(1) 小売業者における「ばら売り」や「量り売り」の推進

推進協議会区民活動部会では、発足当初は容器包装の発生抑制策についての検討を行う

こととなった。平成 20 年に区民向けに区民団体が『こういった商品には容器包装は要らない』というアンケート調査を実施した結果、回答者の 7 割以上が不要と考える容器包装がかなりみられた。

そこで、推進協議会区民活動部会から、平成 21 年 7 月 16 日に「不要な容器包装の削減について 提案書」が出され、回答者の 7 割以上が容器包装は不要と回答したものについては「ばら売り」や「量り売り」で販売してもらうよう、小売業者に呼びかけた。

不要な容器包装のリストアップについて（個別集計結果）

○ 9 割以上が容器包装は不要と回答したもの

《野菜》

だいこん、かぶ、枝豆、カリフラワー、ブロッコリー、うど、はくさい、レタス、キャベツ、柚、かぼす、すだち

《果実類》

レモン、グレープフルーツ、甘夏、ネーブル、洋なし、かき、梨、りんご、マンゴー、パイナップル、メロン、すいか

○ 7 割以上が容器包装は不要と回答したもの

《野菜》

にんじん、さつまいも、やまいも、長いも、きゅうり、かぼちゃ、とうもろこし、ふき、セロリ、アスパラガス、ねぎ、わけぎ、ほうれんそう、こまつ菜、しゅんぎく、にら

《果実類》

はっさく、バナナ、パパイア、キウイ

（資料）かつしかごみ減量・リサイクル推進協議会区民活動部会「不要な容器包装の削減について 提案書」（平成 21 年 7 月 16 日）

小売業者側の「ばら売り」の実施状況を把握すべく、平成 23 年 12 月に推進協議会加盟の小売店 15 箇所に対してアンケート調査を行った。その結果、だいこん、キャベツ、グレープフルーツ、りんご、パイナップル、さつまいも、きゅうり、キウイの 8 品目は調査全店がばら売りを実施していることを確認できた。区民活動部会のアンケート調査で 9 割以上の方が容器包装を不要と回答した商品全体では 72.1%がばら売りを実施しているものの、品目間でばら売り率にはばらつきがみられる。また、店舗間でもばら売りの実施率にばらつきがみられた。この結果を受け、今後とも引き続き、小売店側にはばら売り推進を要請していくこととなった。

かつしかごみ減量・リサイクル推進協議会で容器包装をしないとした商品現況調査結果(平成23年12月)

区民生活動部会 でのアンケートが不要と回答した商品	バラ売り率	容器包装をしている					取り扱っていない
		カット売り	要重さの表示	必要な表示	品質保持に必要	その他	
だいこん	100%	84%	0%	0%	18%	0%	0%
かぶ	82%	0%	0%	0%	27%	0%	0%
枝豆	36%	0%	9%	36%	18%	18%	9%
カリフラワー	64%	18%	0%	0%	36%	0%	0%
ブロッコリー	91%	18%	0%	0%	18%	0%	0%
うど	36%	9%	9%	0%	27%	27%	9%
はくさい	64%	64%	0%	0%	27%	9%	0%
レタス	45%	45%	0%	0%	45%	36%	0%
キャベツ	100%	55%	0%	0%	27%	9%	0%
柚	91%	0%	0%	0%	9%	18%	0%
かぼす	55%	0%	0%	9%	27%	9%	9%
すだち	55%	0%	0%	9%	27%	9%	9%
レモン	91%	0%	0%	0%	18%	18%	0%
グレープフルーツ	100%	0%	0%	0%	9%	9%	0%
甘夏	73%	0%	0%	0%	18%	36%	9%
ネーブル	82%	0%	0%	0%	9%	27%	0%
洋なし	91%	0%	0%	0%	18%	27%	0%
かき	91%	0%	0%	0%	18%	36%	0%
梨	91%	0%	0%	0%	18%	18%	9%
りんご	100%	0%	0%	0%	9%	36%	0%
マンゴー	82%	0%	0%	0%	27%	9%	9%
パイナップル	100%	55%	0%	0%	0%	0%	0%
メロン	82%	36%	0%	0%	9%	9%	0%
すいか	82%	73%	0%	0%	0%	9%	9%

区民生活動部会 でのアンケートが不要と回答した商品	バラ売り率	容器包装をしている					取り扱っていない
		カット売り	要重さの表示	必要な表示	品質保持に必要	その他	
にんじん	82%	0%	0%	0%	27%	45%	0%
さつまいも	100%	0%	0%	0%	9%	45%	0%
やまいも	45%	0%	18%	0%	36%	45%	0%
長いも	27%	27%	18%	0%	45%	36%	0%
きゅうり	100%	0%	0%	0%	18%	55%	0%
かぼちゃ	36%	73%	18%	0%	36%	9%	0%
とうもろこし	91%	0%	0%	0%	9%	18%	9%
ふき	45%	9%	0%	9%	36%	9%	18%
セロリ	45%	9%	0%	9%	64%	9%	0%
アスパラガス	91%	0%	0%	0%	9%	9%	0%
ねぎ	91%	18%	0%	0%	18%	27%	0%
わけぎ	55%	0%	0%	0%	36%	55%	0%
ほうれんそう	45%	9%	0%	9%	55%	36%	0%
こまつ菜	55%	9%	0%	9%	45%	36%	0%
しゅんぎく	27%	9%	0%	0%	55%	36%	0%
にら	55%	0%	0%	0%	45%	36%	0%
はっさく	82%	0%	0%	0%	0%	64%	9%
バナナ	64%	0%	0%	0%	36%	55%	0%
パパイヤ	55%	9%	0%	0%	27%	27%	9%
キウイ	100%	0%	0%	0%	9%	45%	0%
90%以上の商品	78.4%	18.2%	0.8%	2.3%	19.3%	15.5%	3.0%
70%以上の商品	64.5%	8.8%	2.7%	1.8%	30.9%	35.0%	2.3%
指定商品全体	72.1%	13.8%	1.7%	2.1%	24.6%	24.4%	2.7%

(資料) 葛飾区資料

(2) 「かつしかルール」に基づく具体的な取組としての『雑紙』への取組

葛飾区では、平成 23 年以前からも『雑紙』の区分で区民に分別を依頼していた。しかし、近年のごみ組成調査結果からも、燃やすごみの約 14%が“リサイクルできる紙”となっており、『雑紙』の分別徹底を図り、リサイクルできる紙のリサイクルを推進していくことを葛飾区の区民や事業者みんなで取り組むことを呼びかける「かつしかルール」の取り組み事項として、かつしかごみ減量・リサイクル推進協議会が位置づけた。

そのため、ごみ減量月間の各種キャンペーン実施時に、以下の啓発資料をマイバッグに入れて配布することや、区の広報誌を通じた雑紙分別排出の PR を行ってきている。また、ごみカレンダーの中に、雑紙の記載を加えている。

かつしかルール
「雑紙(ざつがみ)を徹底して分別し、資源にする」

雑紙(ざつがみ)は資源です!

雑紙(ざつがみ)をご存知ですか? ティッシュの箱やコピー用紙、封筒といったリサイクル可能な紙類です。これらの紙は、新聞・段ボール・牛乳パック・雑誌と同様に「資源」回収の日に出してください。

排出の仕方

ひもで縛って出す
ごんない工夫も…
○パンフレットなどにメモ用紙や小さな紙を挟んで紙詰と一緒に縛って出す
○大きな紙袋を日常生活で雑紙入れにして紙詰を貯めて出す

雑紙の例
紙詰できる雑紙の大きさは目安は名刺サイズよりも大きくなる限りです。コピー用紙の裏側部分も紙詰部分に折り込んでください。

雑紙(ざつがみ)の例
紙類でも、次のようなものは集積所で資源回収できません。
× 使用済ティッシュなど汚れた紙類、圧着ハガキ、感熱紙、カーボン紙、油紙、裏にアルミ箔が塗ってある紙、写真、防水など加工された紙、線香の箱など強いにおいがついた紙、アイロンプリント紙

かつしかルールとは…
葛飾のごみの量を減らし、または、資源を良質なリサイクルにつなげるために葛飾区のみんで行う取組です。区長・事業者・区の三者で構成する「かつしかごみ減量・リサイクル推進協議会」が取り組む取組を核とし、「かつしかルール」として様々な呼び掛けを行います。

分別に迷ったら
お問い合わせください。
葛飾区 環境部 清掃事務所 3693-6113
リサイクル清掃課 5654-8273

(3) リユース食器のレンタル

葛飾区は、平成 22 年度から、NPO 法人などで貸出をしているリユース食器を使用し、延べ 100 個以上の飲食物を提供する地域のイベントを実施した際、リユース食器借用に係る費用の 2 分の 1 (限度額 2 万円) を補助している。

ただし、使い捨て容器を使用したほうがリユース食器をレンタルするよりも安価になる場合があることや、イベント主催者側が自身の活動資金に充当させるために行うことも多

く、そのような場合は、リユース食器のレンタルよりも使い捨て容器を使用することになりがちである。また、焼きそば等を持ち帰って食べたいという需要も少なくなく、このような持ち帰り需要には使い捨て容器で対応せざるを得ない。さらに、町会の説明会等でのレンタルシステムの利用を呼びかけると、リユース食器の回収に手間がかかるのが負担との声もある。

現在までに、葛飾清掃工場のイベント（ごみ減量・清掃フェア）やわんぱく相撲で町会等がリユース食器を使用しているが、イベント実施者側へのリユース食器レンタルの広がりが当座の課題である。

5. その他特記事項

・リサイクルは分別排出したものが最終的に有効利用されることで、区民にとって取組んだことの達成感を味わうことが可能である。一方、発生抑制は区民が取組んだことの効果を実感しづらく、発生抑制への取組に係る普及啓発には苦勞する。

・レジ袋の有料化に向けた議論は、推進協議会発足当初から行われてきた。マイバッグ利用状況アンケート調査からも、レジ袋が有料（5円程度）になった場合、「レジ袋をもらわないでマイバッグなどを利用する」への回答割合が76.3%に上るなど、レジ袋有料化の実施に伴う削減効果を期待する声も少なくない。一方で、スーパーマーケット側は、レジ袋有料化に伴う売上減少懸念を示し、レジ袋有料化には消極的な意見が多い。マイバッグ利用状況アンケート調査で「レジ袋が有料でないお店での買い物をする」への回答割合は5.6%ある点から、近隣区への固定客流出懸念を表明している。

1. レジ袋削減等への取組

(1) ごみ減量と資源再利用推進会議について

「市民一人ひとりが、ごみ問題を自らの生活環境を守る自らの問題として、正しく認識し“ふるさと都市大津”の創造にふさわしい気風を育てていくこと」を目的として、昭和 56 年 5 月に「ごみ減量と資源再利用推進会議」が市民運動として発足した。

この推進会議は、各地域や職場からの推薦者、各種団体からの推薦者及びその趣旨に賛同する市民で構成され、会長・副会長・事務局長・事務局次長及び幹事の役員のもと、4 つの常設部会（企画総務部会、ごみ減量推進部会、資源再利用推進部会、流通部門対策部会）と、必要に応じて設置することができる特別部会（女性懇話会）とが設置されている。

運動の具体的内容は、ごみの分別（燃やせるごみ、燃やせないごみ、かん、びん、ペットボトル、プラ容器、大型ごみ）の推進や徹底、資源化運動の呼びかけなどで、これまでに指定透明袋の導入や新たな分別収集開始時の協力・各種イベントの開催・「ノーポイ運動」における啓発等の実践活動を行ってきた。

本市のごみ減量及びレジ袋削減に関する取組は、この会議と密接な連携を取りながら、30 年以上にわたり地道な活動を積み重ねてきている。

(2) 平成 23 年度の実績

①ごみ減量と資源再利用推進会議大会の開催

市の担当職員から市におけるごみの現況や一般廃棄物（ごみ）処理基本計画の概要、ごみ減量や資源化施策について、また民間講師から家庭でできるごみの削減方法について講演。昨年度は参加記念品にマイはしを提供して啓発を行った。

②出前講座

地域の団体からの申し出により随時開催。「くらしとごみ」をテーマにごみの減量方法や資源化の推進について説明。

③リサイクルフェア

ごみ減量と資源再利用推進会議と共催して、大型商業施設で啓発イベントを開催。

④マイバッグ持参運動

ごみ減量資源再利用推進会議の事業として、市内4ヶ所の商業施設の店頭で実施（啓発とアンケート）。

⑤広報おおつへの啓発記事掲載

⑥ホームページへの啓発記事掲載

⑦「買い物ごみ減量推進フォーラムしが」におけるキャンペーン（店頭啓発）

⑧庁内ごみ発生抑制のためのマイはし運動の実施

（3）平成24年度の計画

①これまでの運動の継続及び拡充

②過剰包装お断り運動の実施

（4）滋賀県容器包装削減宣言（平成23年1月4日）への参画

<http://www.pref.shiga.jp/d/haikibutsu/gomizero/sengensiki.html>

2. レジ袋削減への取組に係る自身の評価

平成23年11月に、ごみ減量と資源再利用推進会議と市では、市内4ヶ所で「マイバッグ（買い物袋）持参運動」を実施し、レジ袋削減のためのマイバッグ持参の呼び掛けと、マイバッグの持参状況のアンケート調査を行った。

千人の方に回答いただき、マイバッグを持参されている方は695人と約7割だった。女性の多くがマイバッグを持参されている一方で男性の持参率が低く、さらに10から20代の若い方の持参率が低くなっている。

全体として、市民の意識と持参率は高まってきていると言えるものの、これで啓発できたというように、現状に満足しているわけではない。しかしながら、リデュース（発生抑制）の象徴たるレジ袋の削減運動をすることは、実際の削減効果もさることながら、ごみを減らしましょうという市民に対するメッセージやPRとなり、繰り返し行っていくことが重要であると考えている。

マイバッグ持参率

年代	全体	男性	女性
10代	43.8%	42.3%	44.7%
20代	53.1%	35.3%	59.6%
30代	70.3%	48.1%	75.4%
40代	62.7%	35.3%	69.2%
50代	81.3%	70.4%	83.5%
60代以上	74.4%	50.5%	82.7%
合計	69.5%	48.1%	75.9%

3. レジ袋削減から新たな取組に展開した経緯、新たな取組に展開できた要因

本市においては、一般廃棄物処理の基本となる「一般廃棄物（ごみ）処理基本計画」を策定し、平成 32 年度を目標年度として、ごみの排出量（資源ごみを除く）を 20%削減するよう、市民、事業者、行政が協働してごみ減量と資源化に取り組んでいる。また、事業者である市役所としては、「環境にやさしい大津市役所率先実行計画」（以下「実行計画」と示す。）を策定し、平成 27 年度を目標年度として、市施設から排出される燃やせるごみの量を 1.2%削減することを目標に、「実行計画」に基づき従来からごみ減量と資源化に努めている。この「実行計画」にも掲げられている「おはしを持参する取り組み」所謂「マイはし運動」を展開することで、更なるごみ減量化を推進していくこととした。

レジ袋削減の取組は、ごみ減量化の啓発に向けた象徴的な取組として進めてきたが、長い間継続しているため、一部の意識の高い方々には倦怠感が生じている面もある。そこで、レジ袋削減についてもいろいろな工夫を凝らしてきたが、新たな展開として、市役所が率先してマイはし運動に取り組むこととし、市民・事業者に取組の輪を広げていきたいと考えている。

また、更なる新たな取組として「過剰包装お断り運動」を計画している。

4. 新たな取組の詳細

（1）マイはし運動

①職員の取組

- ・マイ箸を持参するようにする。
- ・業者やコンビニエンスストア等で弁当を購入する時、割箸を受け取らない。

②職員互助会食堂の取組

- ・テーブルの割箸を段階的に減らすようにする。
- ・最終的には、割箸は必要な方のみ料理受取口で渡すようにする。

③今後の展開

- ・本庁舎から取組を開始し、庁外職場であってもできる所から取り組む。
- ・運動のノウハウを蓄積し、市民、事業者における取組への展開を図る。

(2) 過剰包装お断り運動

リデュース（発生抑制）の取組として、簡易な包装を促進するため、同運動を計画している。市内には、百貨店をはじめ大型商業施設が多数存在し、ごみ減量と資源再利用推進会議の会員でもあることから、同会議を中心に、市民、事業者、市が協働して、たとえば中元・歳暮時期を狙って過剰包装を辞退する運動として、普及啓発、広報を進めていきたいと考えている。

1. レジ袋削減への取組

京都市では、循環型社会の構築の観点から、レジ袋の使用を抑制し、マイバッグ等の持参を促進することを目的とした「マイバッグ等の持参促進及びレジ袋の削減等に関する協定（レジ袋削減協定）」を事業者、市民団体、京都市レジ袋有料化推進懇談会と結び、普及・拡大に関する支援を行っている。

同業種間で一律の基準で参加でき、また業種業態の特徴に合わせて取組を進めることのできる「ステップ方式」を採用している。

<ステップⅠ>

対象業種：コンビニエンスストア、クリーニング、百貨店、商店街、大学生協など

取組内容：レジ袋無料配布の中止以外の取組

(以下のなかから3つ以上の取組手法を選択)

- ・レジ袋辞退者へのポイント付与
- ・マイバッグ等の販売、無償提供、貸出
- ・レジ袋使用の有無のレジでの確認
- ・ポスターの掲示等による啓発等
- ・レジ袋の軽量化
- ・包装紙の削減
- ・その他レジ袋懇談会の認めた手法

目標：マイバッグ持参率30%

現在の参加事業者：7事業者7店舗（スーパーマーケット、大学生協）、
3商店街（商店街振興組合）

<ステップⅡ>

対象業種：スーパー、ドラッグストア、薬店

取組内容：レジ袋無料配布の中止（必須）

目標：マイバッグ持参率80%

現在の参加事業者：8事業者60店舗（スーパーマーケット、生協など）

今後、京都市ではレジ袋をはじめとする容器包装材廃棄物の発生を抑制する「包装材削減推進京都モデル」という仕組みの構築を企図しており、この流れの中で、レジ袋の削減の取組も引き続き展開していくことを考えている。

2. レジ袋削減への取組に係る自身の評価

平成24年3月現在の協定参加者は、15事業者70店舗（スーパーマーケット、生協、大学生協など）、3商店街（商店街振興組合）、13市民団体となっている。地域全体が足並みを揃えるのが難しい都市部の取り組みとしては、一定以上の成果を挙げていると言えるのではないかと。

3. レジ袋削減から新たな取組に展開した経緯、新たな取組に展開できた要因

平成22年3月策定の「京都市循環型社会推進基本計画」において、5つの重点戦略の一つとして、「包装材削減推進京都モデル」の構築を掲げた。

これは、家庭ごみのうち、容積比で60%、重量比で20%を占める包装材の削減が、ごみの減量を推進するに当たって、重要な対象となってくるとの認識によるもの。

具体的には、レジ袋の削減にとどまらず、商品の生産・流通段階でのごみ削減の工夫、小売店での量り売り・裸売りの推奨、消費者に対する詰め替え商品の推奨、マイボトル持参行動の促進（例：KYOTO エコマナーなどを進めていく）。

包装材削減推進京都モデルの展開イメージ



出所)「京都市循環型社会推進基本計画 (2009-2020) 概要版」

当初は、小売店等に対する「ガイドライン」の作成・運用と市民に対するインセンティブ施策により、包装材の削減を進めていくことを考えていたが、現市長が示した平成24年2月京都市長選挙マニフェストにおいて、「さらなるごみの減量に向けた『容器包装材削減条例』の制定・推進」が掲げられ、条例制定による容器包装材の削減が検討課題となっている。

京都市がこうした取組に熱心な背景としては、1997年12月に市内で開催されたCOP3において、京都議定書が採択されたことがある。京都議定書の発祥の地として、環境関連施策で先進的取組にチャレンジしていこうという気風が醸成されている。

4. 新たな取組の詳細

平成24年3月現在、「包装材削減推進京都モデル」については、以下の3つの取り組みを組み合わせた事業として制度設計を行っているところである。

- ①容器包装材削減に関する「ガイドライン」の作成により、包装材の削減の手法について、具体的内容を事業者等に示し、指導を行っていく。
- ②事業者、市民に対するインセンティブ施策を運用していく（例：ノントレイ包装の推奨）。
- ③包装材の更なる削減を促す「容器包装材削減条例」の制定を検討していく。

1. レジ袋削減への取組

・東大阪ブロック・京阪奈北レジ袋削減会議

東大阪ブロックと京阪奈北地域の11市で構成している会議に参加している。この会議は、各市のレジ袋削減に係る事業の情報交換や、事業連携を目的とするものである。

・レジ袋削減キャンペーン

平成3年10月に再生資源利用促進法が施行されたことを受け廃棄物発生の抑制を周知するため、当市では平成15年度からレジ袋削減キャンペーンを実施している。毎年10月5日を中心にキャンペーンを展開。市民の意識啓発を目的に、エコバッグの配布やレジ袋に対するアンケート調査を実施している。

2. レジ袋削減への取組に係る自身の評価

市民の意識啓発を中心とする活動であり、一概に評価するのは難しい。しかし、マイバッグの認知度や持参率が向上していることから、市民の意識は徐々に高まってきていると考えられる。

3. レジ袋削減から新たな取組に展開した経緯、新たな取組に展開できた要因

平成22年度から実施している環境教育出前講座のメニューの一つとして手作りマイバッグ講座を取り入れ、継続的に実施している。これは、従来のレジ袋削減の取組を基盤としつつ、マイバッグの利用をリユースの象徴として位置づけ、循環型社会構築の必要性や大切さを理解する端緒となるような教材・ツールとして活用したものである。

4. 新たな取組の詳細

小学校、保育園、幼稚園や市民団体等の依頼に応じて環境部職員が講師として出向き、環境教育出前講座を実施している。そのなかのメニューとして、小学生を主な対象とする「手作りマイバッグ講座」がある。この講座は、低学年では環境問題とマイバッグ利用の関係性を理解することが難しいため、対象は主に小学校4年生以上としている。小学校の社会科の授業に組み込まれることが多いが、授業への活用は、先生方の裁量に任せている。環境教育出前講座のメニューとして、小学校等に対して紹介はしているものの、

ホームページ、広報等による公表はしていない。従って、環境教育事業を幅広く展開するために、今後は更なる周知拡大を図る必要性を感じている。

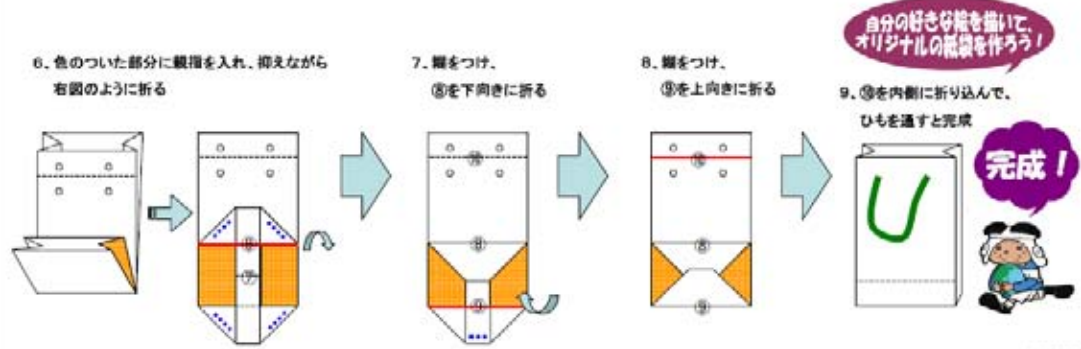
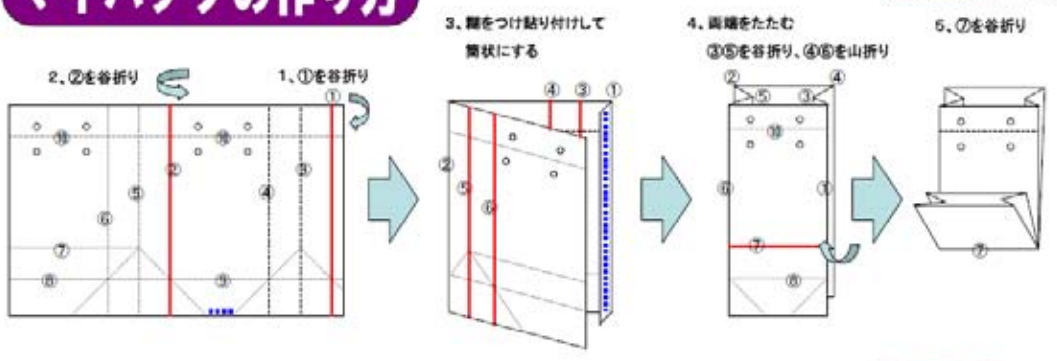
講座の所要時間は1時限（40分～50分程度）であり、前段ではレジユメを用い、レジ袋の消費量やレジ袋1枚当たりの石油消費量等について説明する。後段では、折り紙の要領で一枚の紙（78cm×34cm）からマイバッグを実際に作る。最後に出来上がったマイバッグに好きな絵を描き入れてもらい、世界に一つだけのオリジナルマイバッグが完成する。レジ袋削減のためにマイバッグを利用するという行動転換は、児童にも分かりやすい内容であり、3Rを促進する際には、非常に重宝するきっかけ・ツールとなっている。また、自分の手でマイバッグを作ることで、楽しみながら興味を持って環境問題の理解ができ、受講した小学生の反応は良い。座学のみでの授業に比べ一定以上の効果があるとみている。今後も内容の改善を重ねて継続・充実させていきたい。

手作りマイバッグ



マイバッグの作り方

..... 糊付け箇所
—— 折り目



1. レジ袋削減への取組

県域においては、平成 12 年 8 月に消費者団体、事業者及び行政（県・市・町）で組織する「環境にやさしい買い物推進協議会（愛称：ネットワークグリーンコンシューマーかがわ）」が発足し、環境にやさしい買い物運動を推進している（<http://www.greenconsumer-kagawa.org/>）。事業者に対しては、特に取組を強制せず、各社が可能な範囲でレジでの声かけ、特典の付与、協議会のポスターやチラシの掲示などを実施してきている。

レジ袋削減に関する取組の推移としては、平成 12 年度に買い物袋持参体験モニター及び買い物袋持参に関するアンケート調査を実施し、その後は持参率調査を現在まで毎年継続している。さらに平成 13 から 18 年度にかけては「レジ袋を減らそうキャンペーン」として、買い物でレジ袋を断って集めるスタンプを集めて応募すると、賞品が当たったり森林火災復興に寄付したりできる事業を実施した。

平成 19 年度からは、「買い物でエコキャンペーン」として、買い物袋の持参やリサイクル商品の購入など環境に配慮した消費者行動を推進し、“ふだんの買い物から環境を考えた行動を”をテーマに環境にやさしいライフスタイルへの転換をよびかけ、最も身近な環境にやさしい買い物行動として、「マイバッグ持参」、「ハンガー返却」を呼びかけるキャンペーンを実施してきた。

また、「買い物袋持参デー」を毎月 5 日に設定し、買い物袋を持参しやすいきっかけや雰囲気づくりを図るため、スーパー等の店頭へのぼりやポスターを掲示し、店内放送等により広く PR、各事業者が独自で買い物袋持参者に対する特典等の提供を実施した。

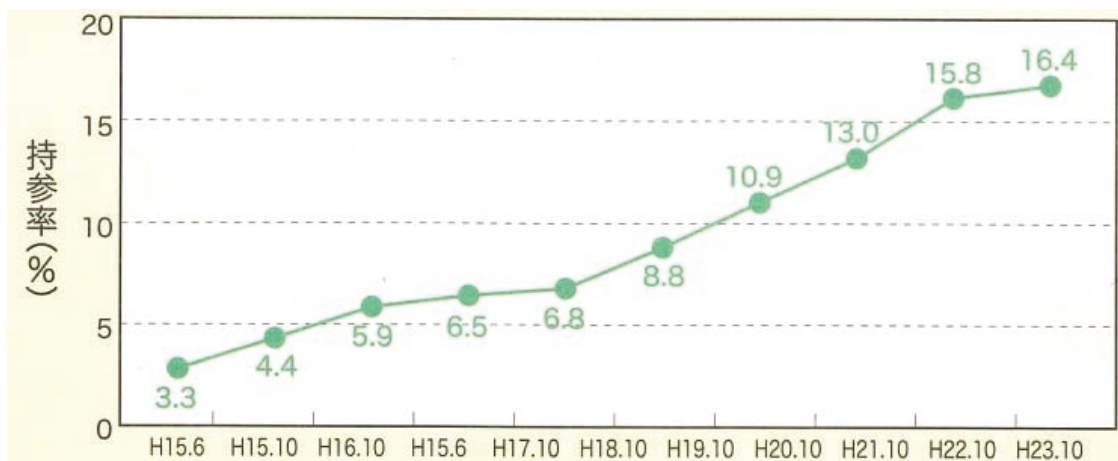
2. レジ袋削減への取組に係る自身の評価

ネットワークグリーンコンシューマーかがわでは、毎年 10 月 5 日に会員事業者等の協力によりマイバッグ持参率調査を実施してきている。平成 23 年も 12 事業者の 101 店舗において調査協力が得られた。結果として前年の 15.8%から 16.4%への微増（0.6 ポイント）であったが、マイバッグを持参し、再生品や詰替え商品を購入するなど、環境に配慮する消費者が増えている。

10 年にわたり取組を継続してきた結果、マイバッグ持参率も順調に増加してきている。しかし今後は、その増加率がなだらかになって、頭打ちとなる可能性があると考えている。

その背景として、店頭で声を掛けると、レジ袋を必要としている人や、レジ袋削減に関心が薄くマイバッグ持参の実践に結びつかない人が少なくないという状況が認識される。この状況を打開するためにも、新たな一手が必要となってきている。

マイバッグ持参率の推移



出所) 「グリーンコンシューマーかがわ 2012」

注) 平成 21 年までは特定の事業者を対象としてきたが、平成 22 年からは県下の状況を把握するため、より多くの事業者を対象に実施している。

3. レジ袋削減から新たな取組に展開した経緯、新たな取組に展開できた要因

ネットワークグリーンコンシューマーかがわは、日常の買い物に環境保全の視点を取り入れ、消費者・事業者・行政による相互の協力体制を図りながら、環境にやさしい買い物運動を推進することにより、環境にやさしいライフスタイルへの転換に資することを目的としている。したがって、レジ袋削減に限らず、幅広い視野から環境にやさしい買い物全般に取り組んでいる。

レジ袋削減は、誰もが非常に簡単に取り組める象徴的な活動であるが、それだけで環境にやさしい買い物が実践できるわけではない。そこで、買い物の時に環境のことを考えて、できることから一つずつやろうということで、グリーンコンシューマー10ヶ条を推進していくことを協議会として決定し、普及啓発を進めている。

4. 新たな取組の詳細

グリーンコンシューマー10ヶ条

1	必要なものを 必要な量だけ買う
2	使い捨て商品ではなく、長く使えるものを選ぶ
3	包装は無いものを最優先し、次に最小限のもの、容器は再使用できるものを選ぶ
4	作るとき、使うとき、捨てるとき、資源とエネルギー消費の少ないものを選ぶ
5	化学物質による環境汚染と健康への影響の少ないものを選ぶ

6	自然と生物多様性を損なわないものを選ぶ
7	近くで生産・製造されたものを選ぶ
8	作る人に公正な分配が保証されるものを選ぶ *
9	リサイクルされたもの、リサイクルシステムのあるものを選ぶ
10	環境問題に熱心に取り組み、環境情報を公開しているメーカーや店を選ぶ

グリーンコンシューマー10ヶ条に関連する活動として、平成23年度は不用品販売を実施し、東日本大震災への義援金として寄付を実施した。平成23年11月には、大手スーパーマーケットの店舗において3Rを考えるイベントを開催した。

イベントはポスター、チラシ代などの費用がかさむことが課題となっている。会場費については、大手スーパーの店舗で開催すれば無料になるものの、その場合は他の事業者が参加しにくくなってしまう。

そこで、いろいろな主体の様々な取組と連携した形でのイベント開催が有効と考えている。例えば、農林分野における地産地消、食育等に関する取組とタイアップできれば良い。

3 R を 考 え る イ ベ ン ト の 様 子



出所) 「グリーンコンシューマーかがわ2012」

他にも、事業者独自の環境配慮活動が実践されている。例えば、マイバッグ持参に対する割引やポイント付与、店内放送での呼びかけ、環境配慮品の特売、ばら売りの促進、中元・歳暮等の簡易包装への協力呼びかけ、クリーニングハンガー返却やクリーニングバッ

グ持参に対する特典、フルーツキャップの引き取り等。