

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。

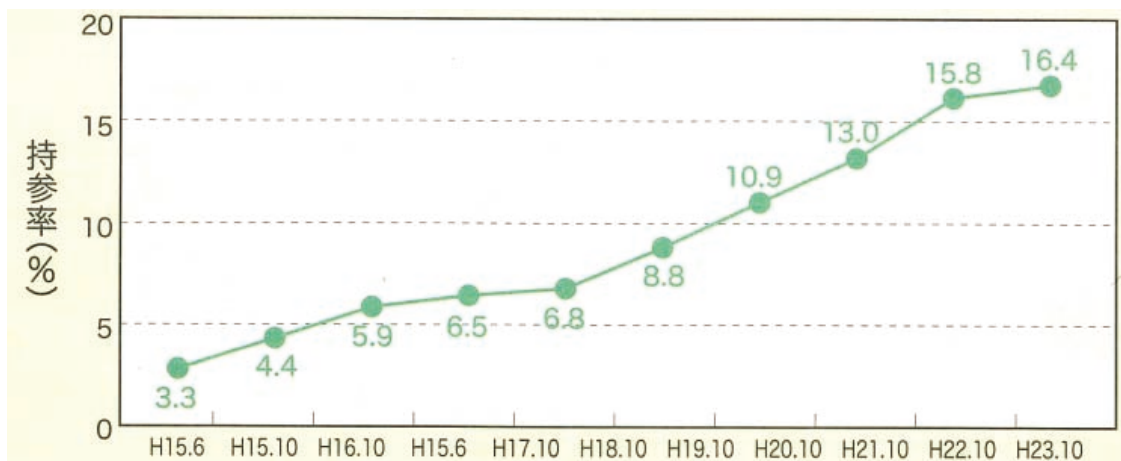
2. レジ袋削減への取組に係る自身の評価

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みている。

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。