

(1) レジ袋全廃の取組について（都道府県）

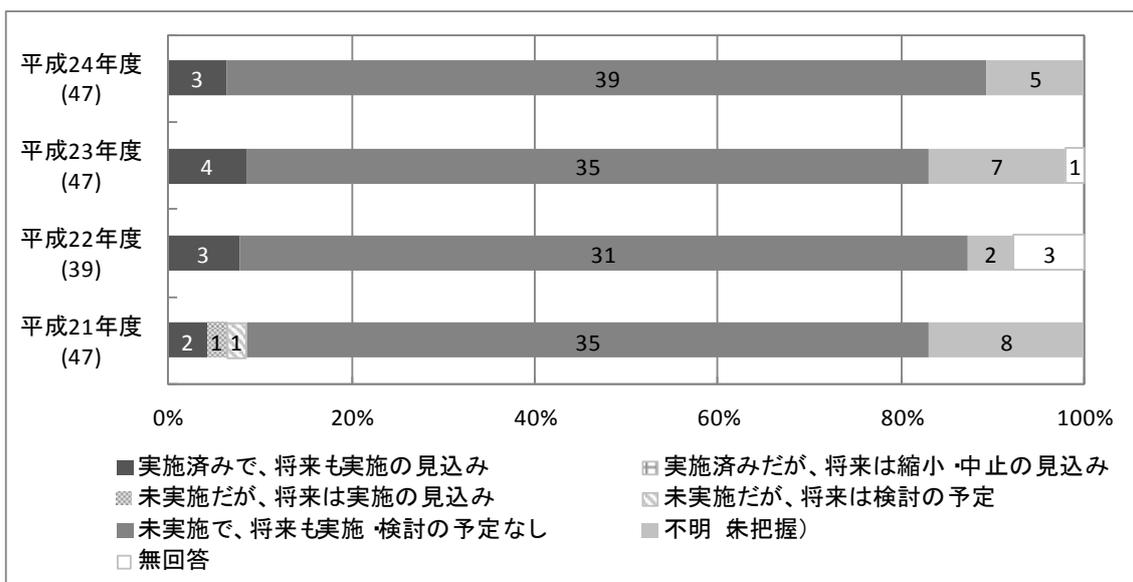
■今年度の特徴

「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8割台となっている。

■トレンド

「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が多い傾向に変わりはない。
一方で、「実施済みで、将来も実施の見込み」の自治体は、平成23年度に4件まで増えたが、今年度は3件に減少している。

レジ袋全廃について（都道府県）



- 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3件（6%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が39件（83%）となっている。

(2) レジ袋有料化の取組について（都道府県）

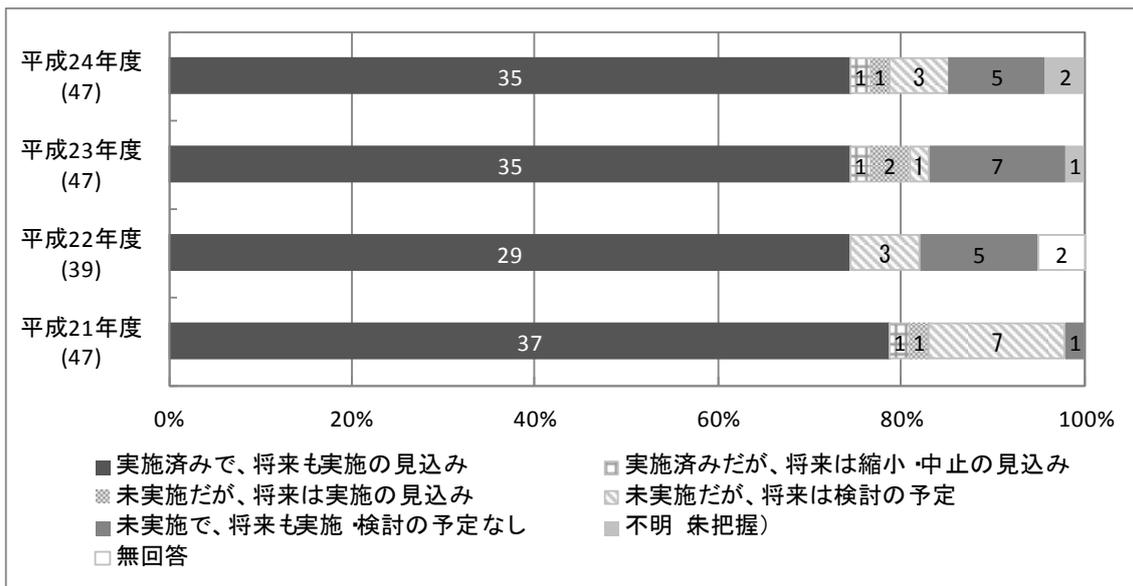
■今年度の特徴

「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。

■トレンド

「実施済みで、将来も実施の見込み」が全体の4分の3を占め、ほぼ横ばいで推移している。

レジ袋有料化について（都道府県）



- 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（74%）、「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3件（6%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が5件（11%）となっている。

(3) 特典提供方式について

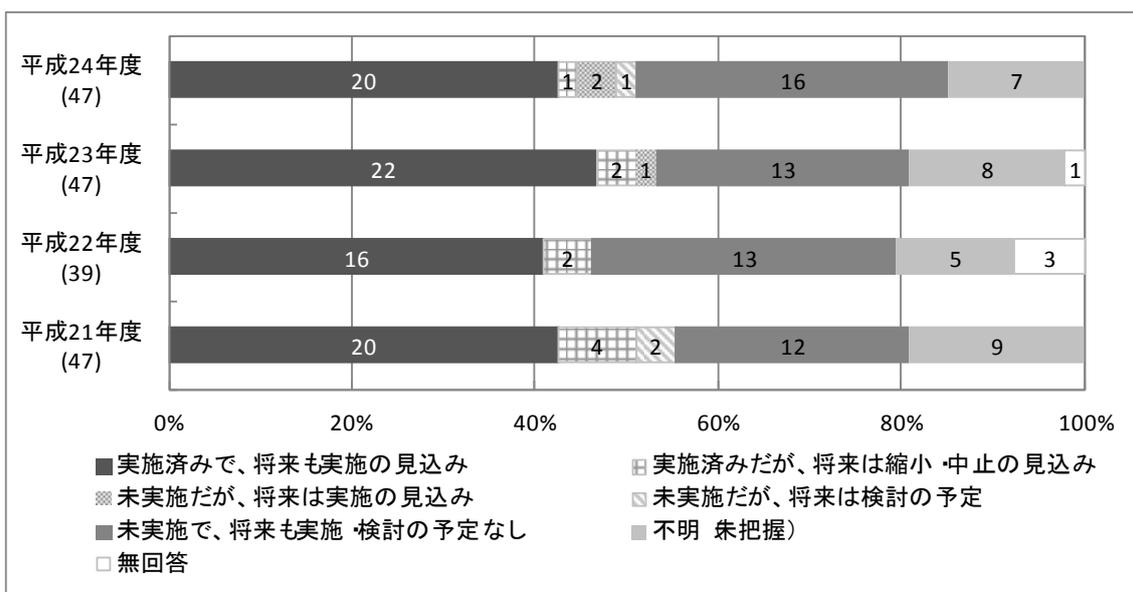
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が5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3割強となっている。

■トレンド

「実施済みで、将来も実施の見込み」は、4割強で推移する一方、「未実施で将来も実施・検討の予定なし」がやや増加傾向にある。

特典提供方式について（都道府県）



- 「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16件（34%）となっている。

(4) 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

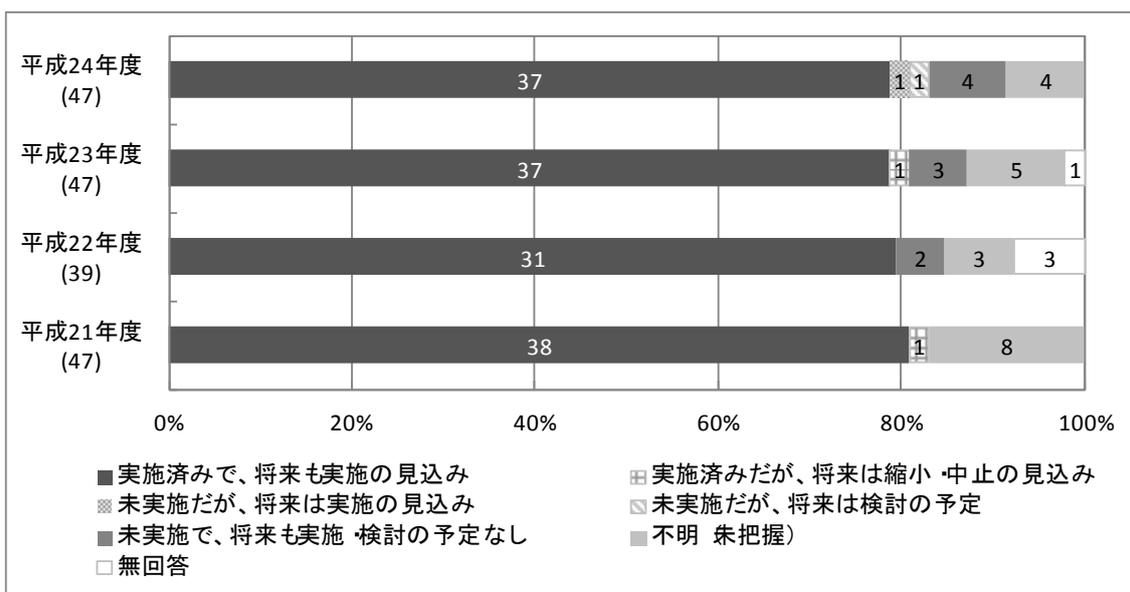
■ 今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が8割弱となっている。

■ トレンド

概ね高い水準で、安定的に推移している。

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)



- 「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4件(9%)となっている。

(5) 事業者によるレジ袋の要・不要の声掛けについて

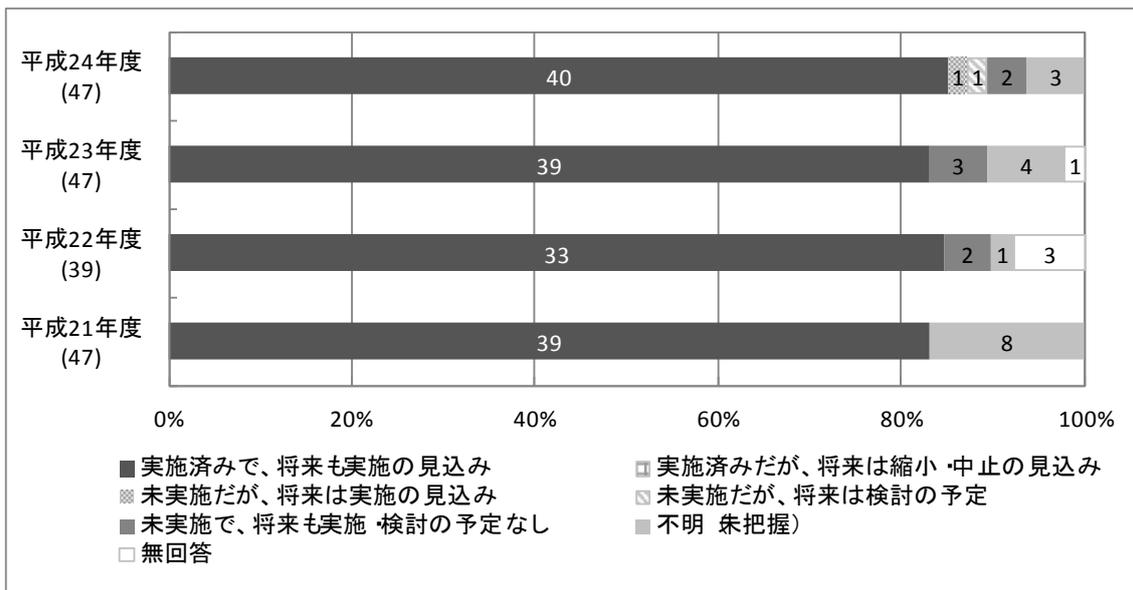
■ 今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が8割台となっている。

■ トレンド

概ね高い水準で、安定的に推移している。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が40件（85%）、「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2件（4%）となっている。

(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

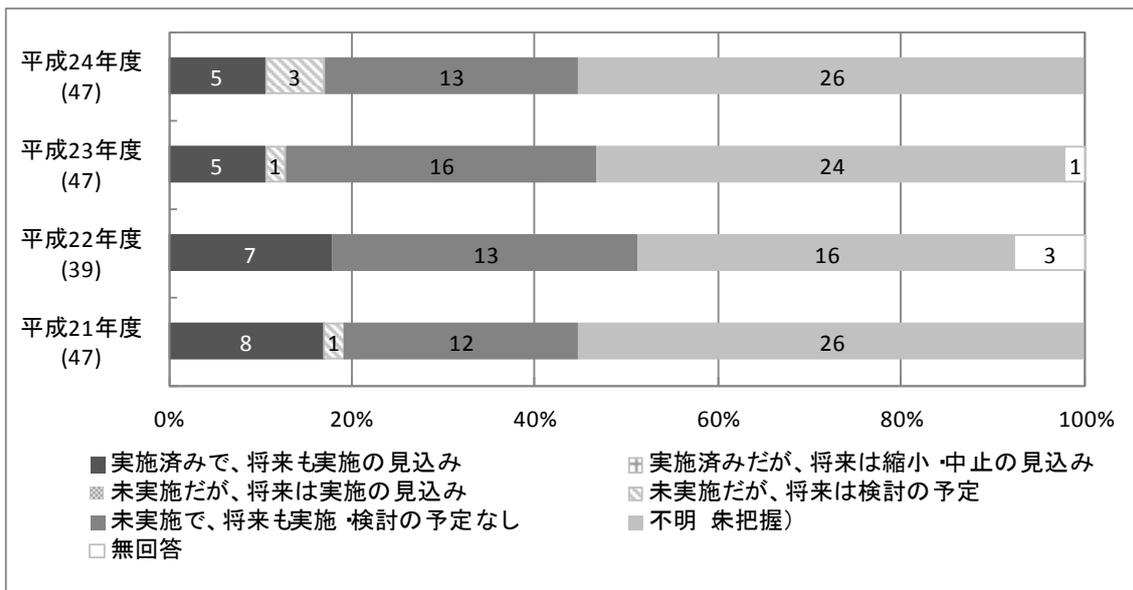
■今年度の特徴

「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。

■トレンド

「実施済みで、将来も実施の見込み」は、調査当初よりやや減少している。

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）



- 「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3件（6%）、「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。

(7) 事業者によるレジ袋の小型化・薄肉化について

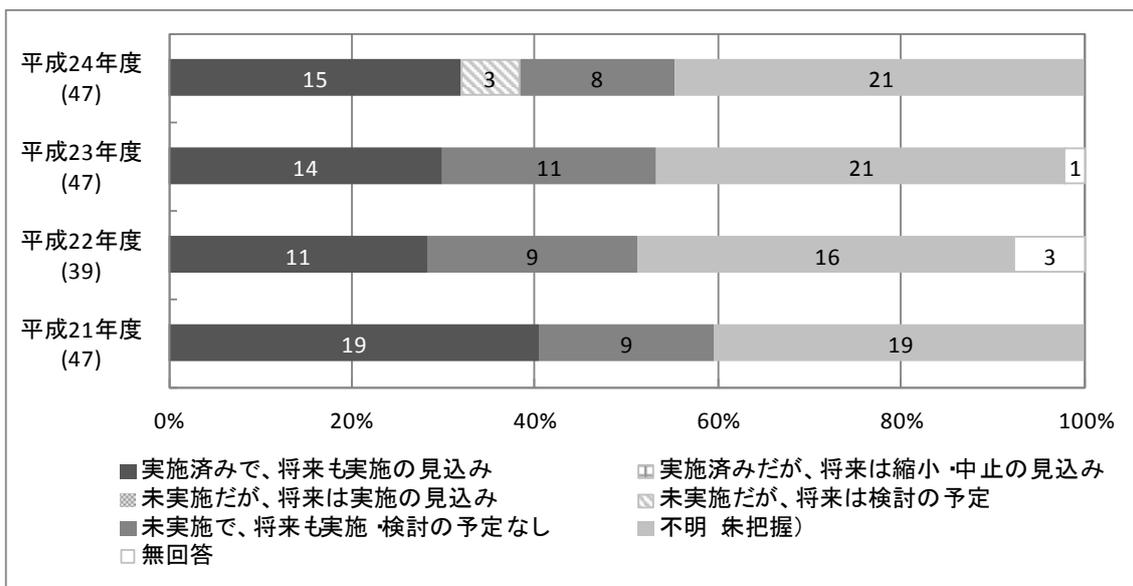
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が3割となっている。「未実施だが、将来は検討の予定」が3件あった。

■トレンド

「実施済みで、将来も実施の見込み」は、調査当初よりやや減少しているが、本年は「未実施ながら将来検討予定」が3件存在し、回復の兆しが見られる。

事業者によるレジ袋の小型化・薄肉化について（都道府県）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が15件（32%）、「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8件（17%）となっている。

(8) 事業者によるその他取組について

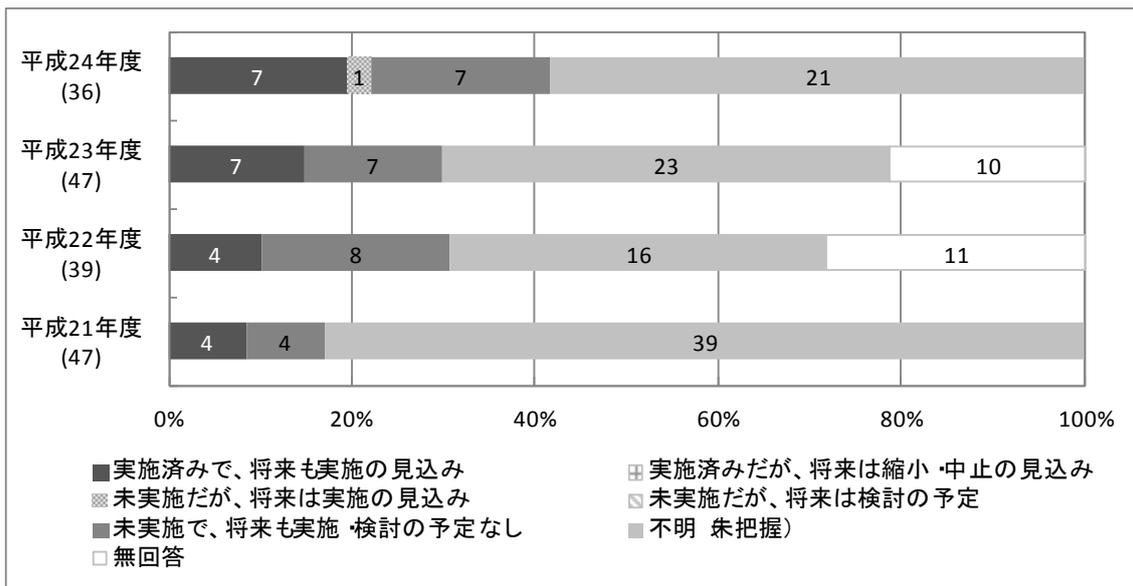
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」は2割弱にとどまっている。

■トレンド

実施済みが増え、新たな種類の取組を行う事業者が増えている。

事業者によるその他取組について（都道府県）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が7件（19%）、「実施済みだが、将来は実施の見込み」が1件（3%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が7件（19%）となっている。

＜その他の取組に対する特徴的な回答＞

自治体名	取組内容
栃木県	<p>○本県では、レジ袋の無料配布中止について事業者・消費者団体と協定を締結し推進している。</p> <p>○本年度から、多様な取組（キャッシュバックやポイント付与等）による地域（市町）単位での協定締結も推進している。</p>
群馬県	<p>県が組織する「レジ袋削減推進協議会」では、様々な手法によるレジ袋削減を中心としつつ、同時に容器包装の再資源化や地産地消など、地球温暖化防止及び3Rの取り組みを幅広く行う。</p>
石川県	<ul style="list-style-type: none"> ・ポスター掲示や店内放送等による、レジ袋削減の啓発 ・簡易包装 ・エコバッグの販売 ・レジ袋削減に取り組む意義を従業員に周知徹底
山梨県	<p>○レジ袋のリサイクル</p> <p>消費者から不要となったレジ袋を回収して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ポイント還元する）</p>
和歌山県	<ul style="list-style-type: none"> ・店内放送、ポスター・チラシの配布・掲示、キャンペーン等 PR 活動、従業員・家族への啓発等。
山口県	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者によるポリ包装材等の削減やトレイ・ハンガー等の店頭回収の推進
高知県	<p>○高知県地球温暖化防止県民会議県民部会事業（県委託事業）、スーパーマーケット対抗レジ袋削減コンテスト2012への参加呼びかけ実施</p> <p>・県内主要スーパーマーケット10社が参加し、各店舗のレジ袋の辞退率（一会計ごとにレジ袋を断った割合）を競うことにより、スーパーマーケット業界を挙げて辞退率を改善しCO₂の排出削減を目指した。</p> <p>○主要各社の店頭で啓発用ポスターを掲示・店頭チェッカー用缶バッジの作成と配布</p> <p>○各店舗の削減率速報を発信</p>
熊本県	<p>○県が実施するマイバッグキャンペーンへ一斉行動参加店として協力</p> <p>・マイバッグキャンペーンのポスター掲示 など</p>
鹿児島県	<p>○鹿児島県マイバッグキャンペーンの実施</p>

(1) 基本的な取組方針

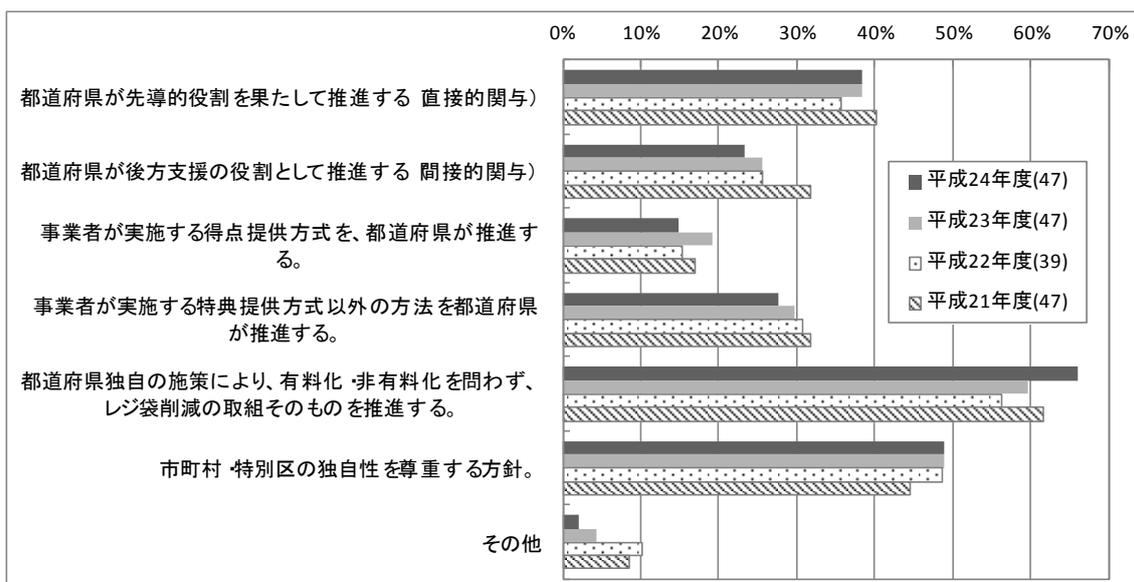
■今年度の特徴

「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。

■トレンド

「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」は高い水準で、更に増加傾向にある。

都道府県の取組方針（複数回答）



- 「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 31 件 (66%)、「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 (11 件) を上回った。

(2) 条例の制定について

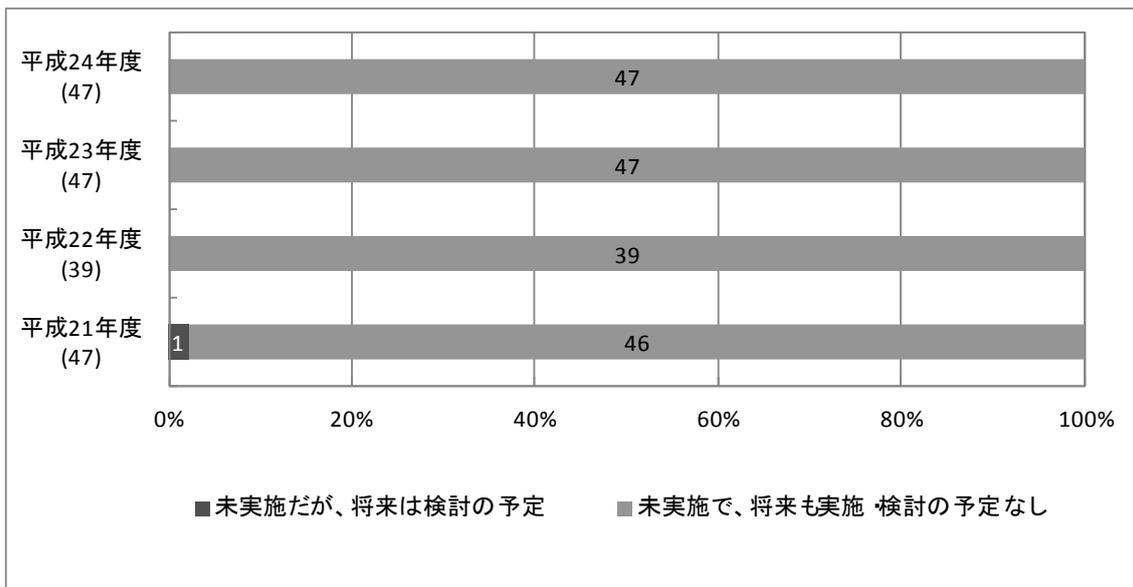
■今年度の特徴

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。

■トレンド

全ての都道府県において、条例制定の動きが見られない。

条例の制定について（都道府県）



○ 「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。

(3) 協定の締結によるレジ袋の有料化について

■今年度の特徴

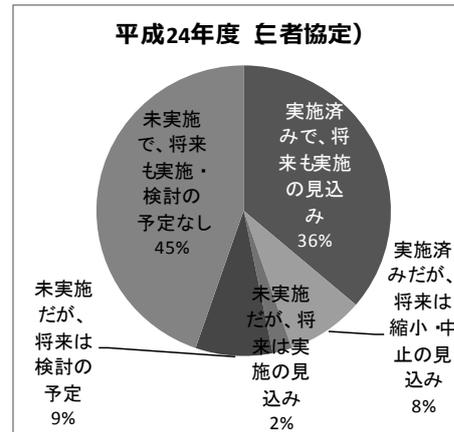
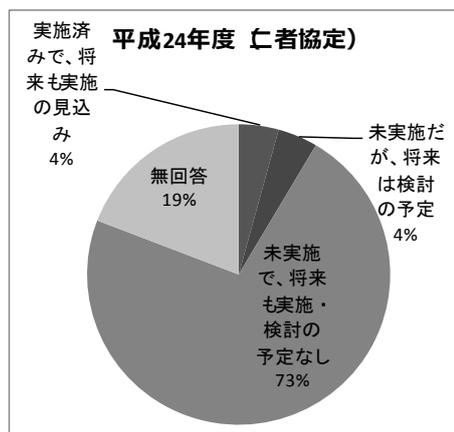
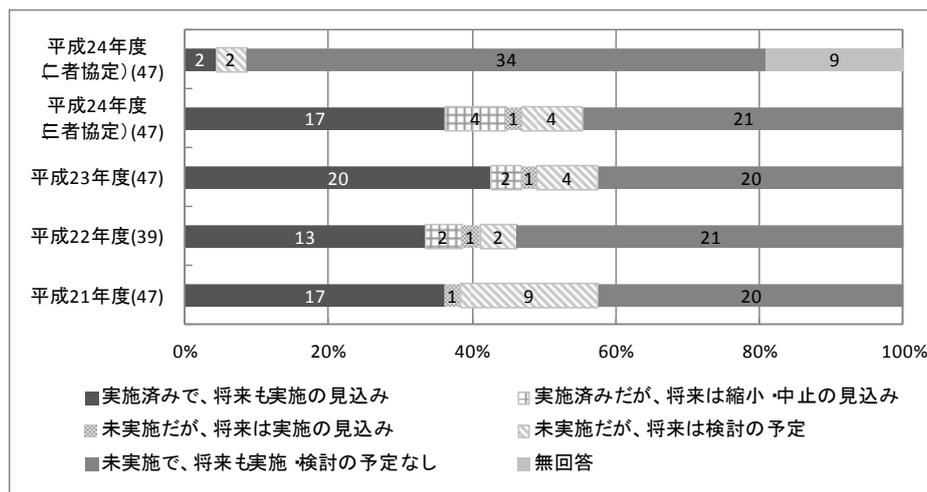
協定の締結によるレジ袋の有料化については「実施済みで、将来も実施の見込み」が4割強となっている。一方で「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が4割強を占めている。

二者協定と三者協定では、三者協定の締結自治体が多い。

■トレンド

約4割程度が実施している状況で、ほぼ横ばいに推移している。

協定の締結によるレジ袋の有料化について（都道府県）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」は、三者協定で17件（40%弱）、二者協定で2件（4%）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。

(4) 事業者への協力要請について

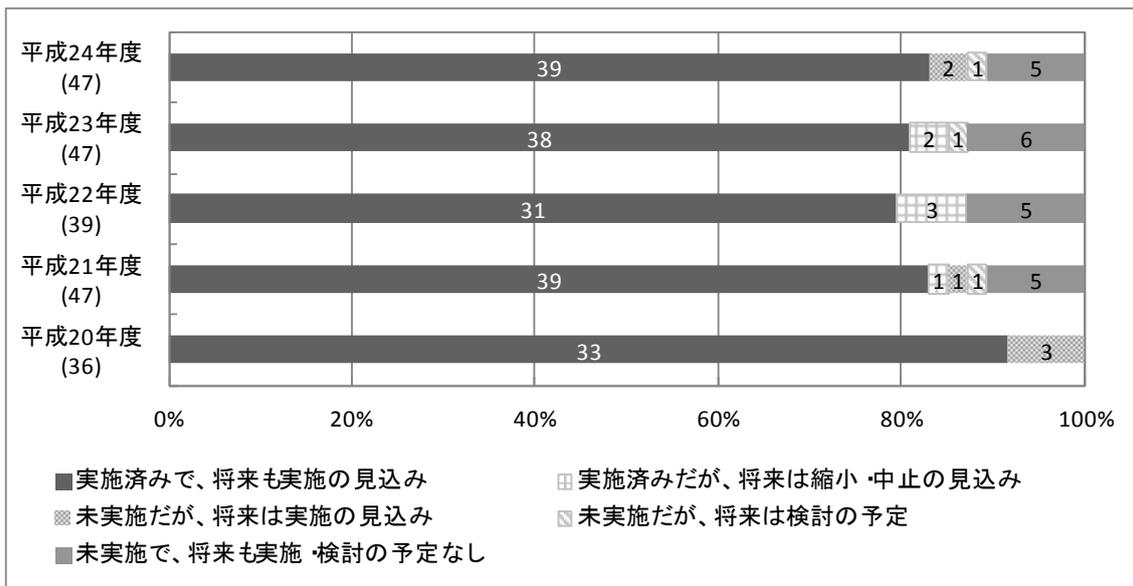
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が8割強を占めている。

■トレンド

高い水準で安定的に推移している。

事業者への協力要請について（都道府県）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が39件（83%）、「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5件（11%）となっている。

(5) 優れた事業者への認定制度について

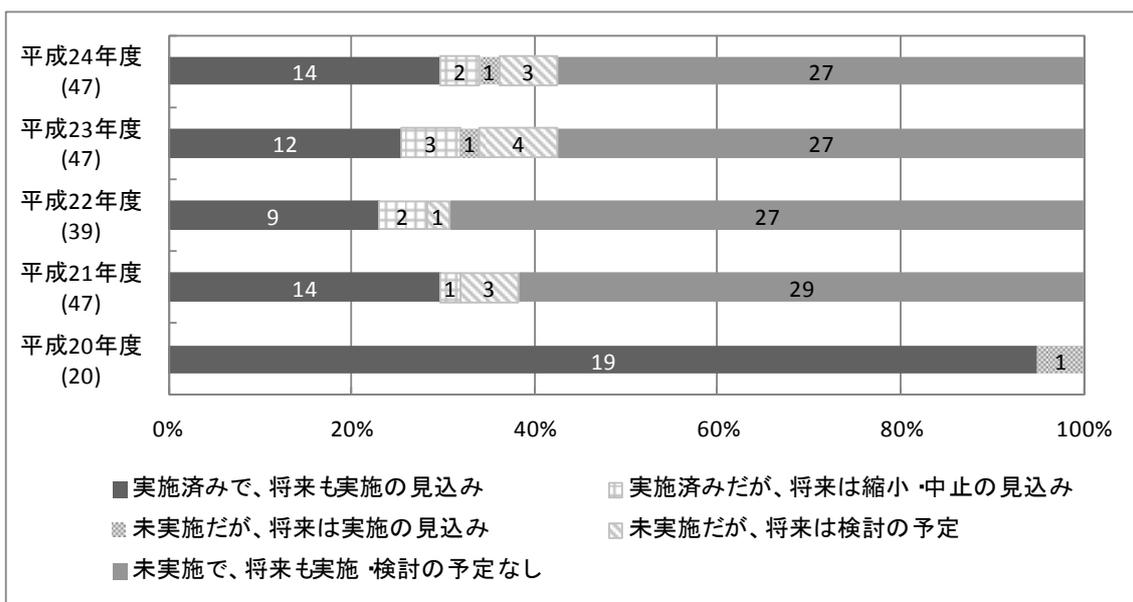
■今年度の特徴

「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。

■トレンド

初年度より一時減少傾向にあったものの、直近はやや増加傾向に転じている。

優れた事業者の認定制度について（都道府県）



- 「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3件（6%）、「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。

(6) 組織体制の整備について

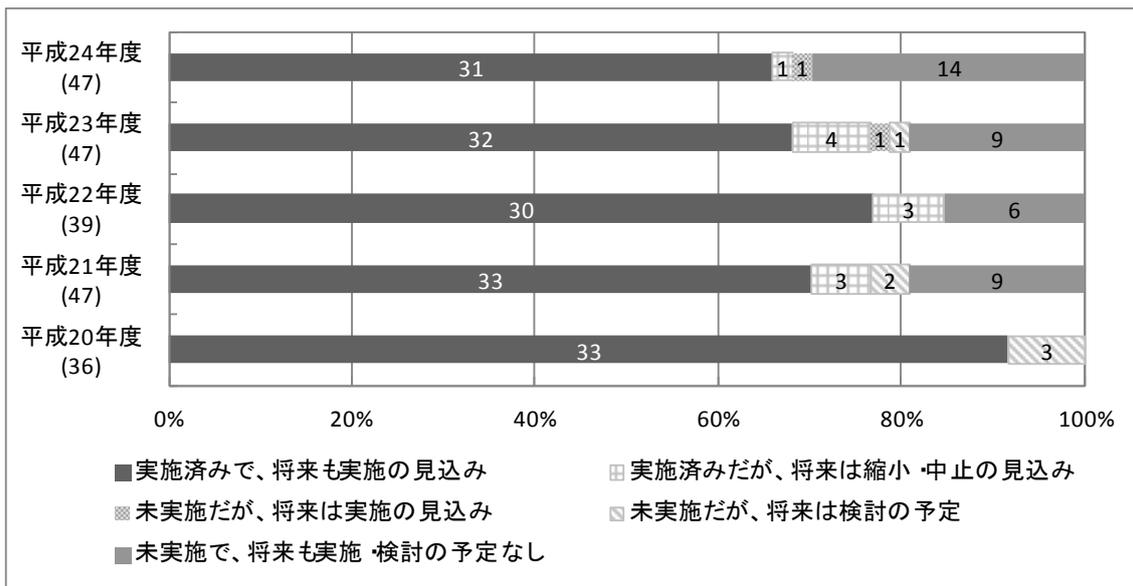
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が7割弱となっている。

■トレンド

実施割合が縮小傾向にある。

組織体制等の整備について（都道府県）



- 「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1件（2%）、「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14件（30%）となっている。

(7) 事業者の活動支援について

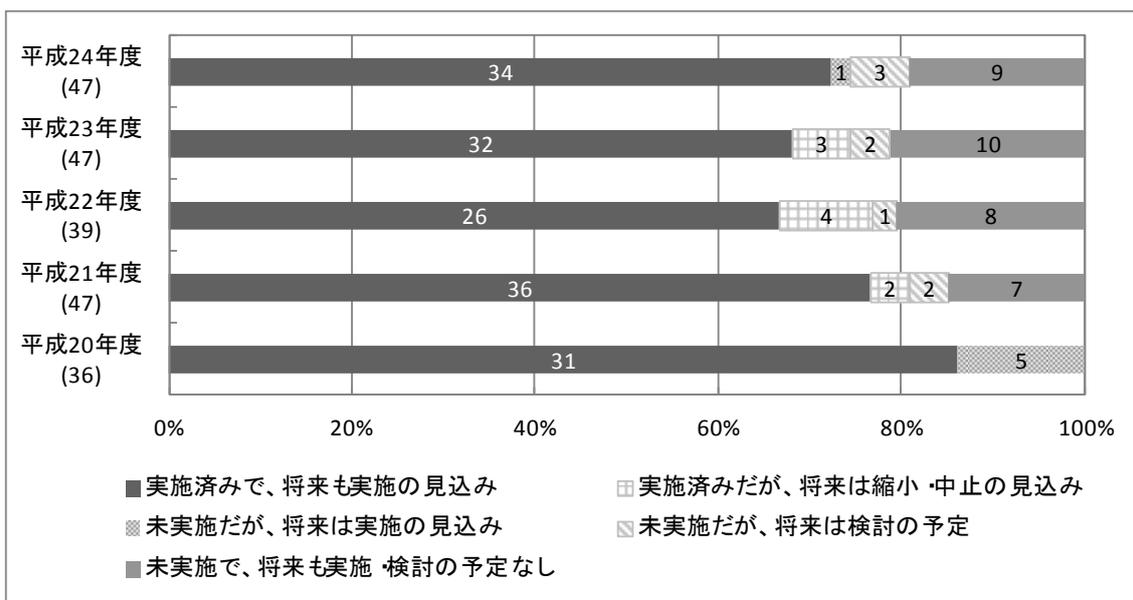
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が7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2割となっている。

■トレンド

全体的には高い水準にあるものの、調査当初よりは低い水準で推移している。

事業者の活動支援について（都道府県）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が34件（72%）、「実施済みだが、将来は実施の見込み」が1件（2%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が3件（6%）、「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。

(8) 市町村・特別区との連携等について

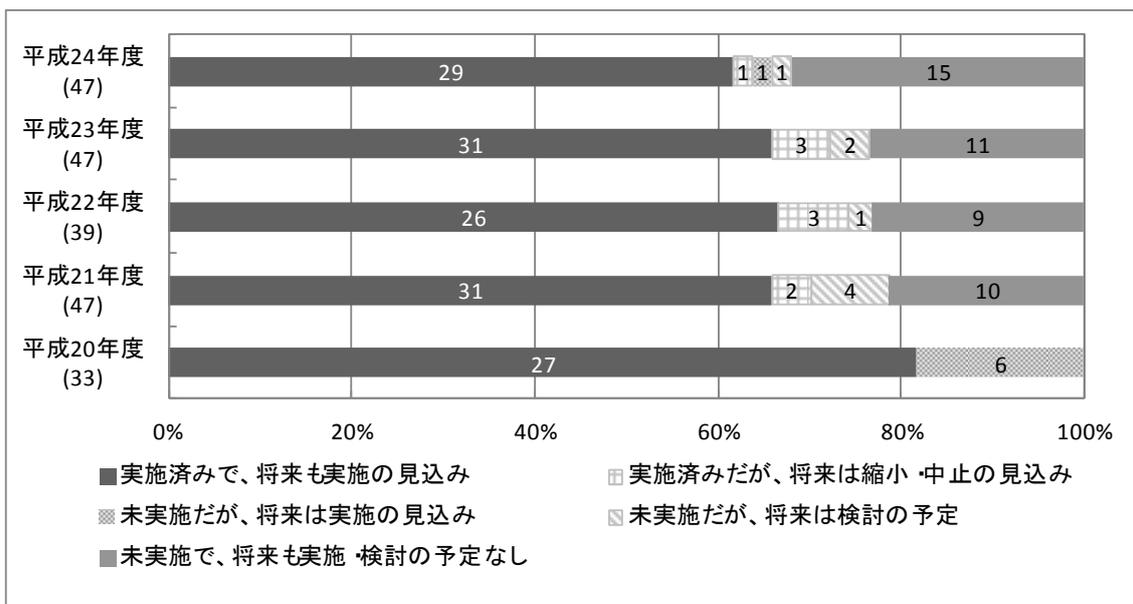
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が6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3割台となっている。

■トレンド

「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が増加傾向にあり、調査当初よりは低い水準で推移している。

市町村・特別区との連携等について（都道府県）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が29件（62%）、「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1件（2%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が15件（32%）となっている。

(9) 消費者の認知度・意向調査について

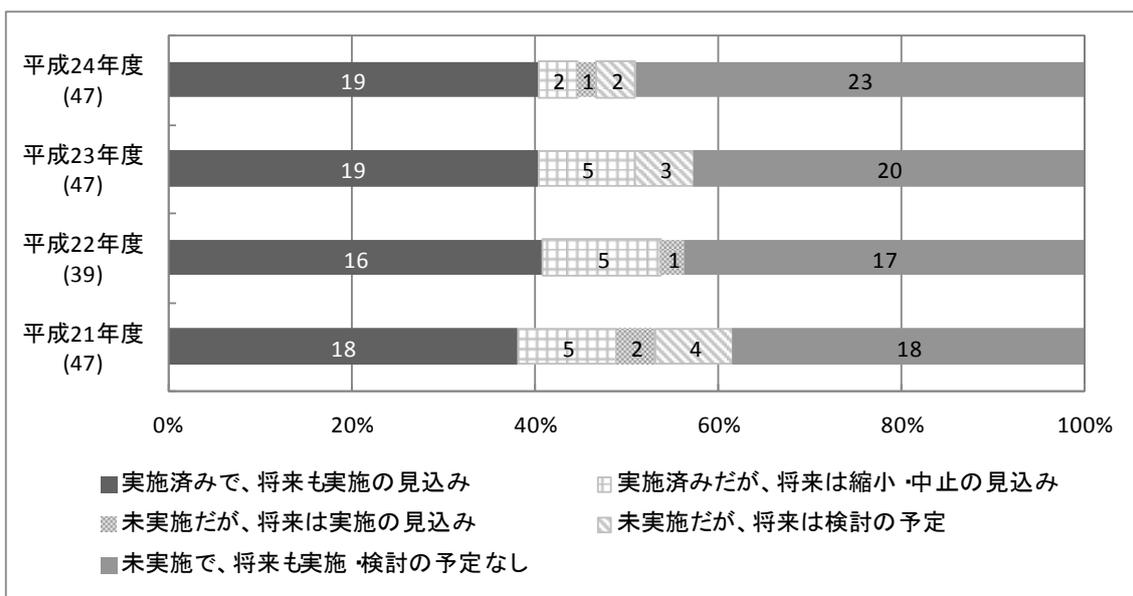
■今年度の特徴

「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5割弱となっている。

■トレンド

約半数の自治体が実施する水準でほぼ横ばいに推移している。

消費者の認知度・意向調査について（都道府県）



- 「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2件（4%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が23件（49%）となっている。

(10) レジ袋削減効果調査について

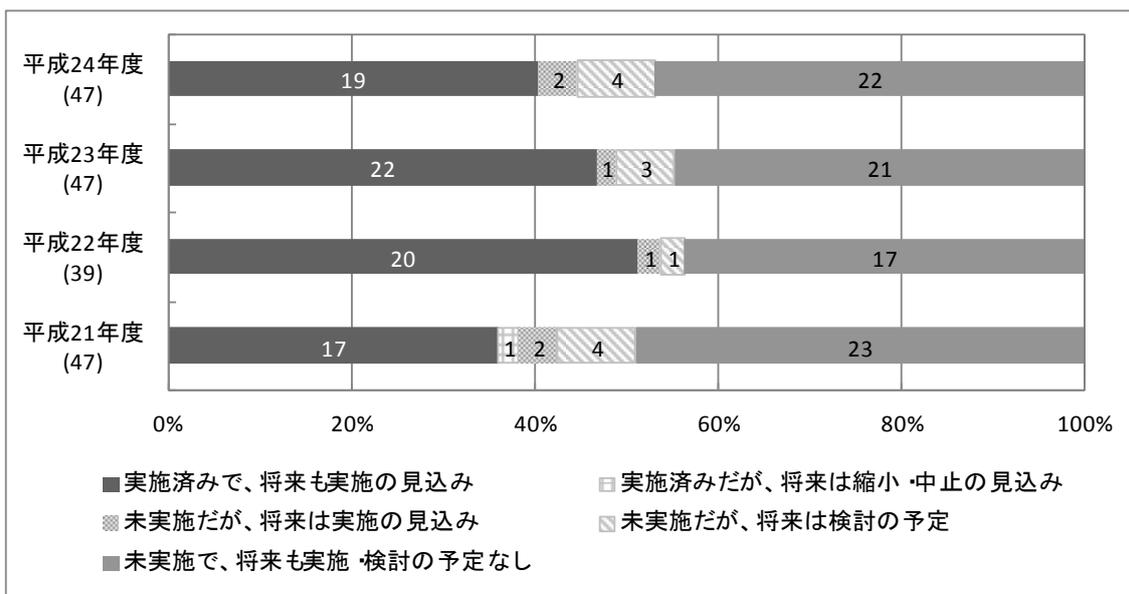
■今年度の特徴

「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5割弱となっている。

■トレンド

「実施済みで、将来も実施の見込み」が縮小傾向にある一方、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が増加傾向にある。

レジ袋削減効果調査について（都道府県）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が19件（40%）、「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4件（9%）「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が22件（47%）となっている。

(11) レジ袋有料化による事業者への影響調査について

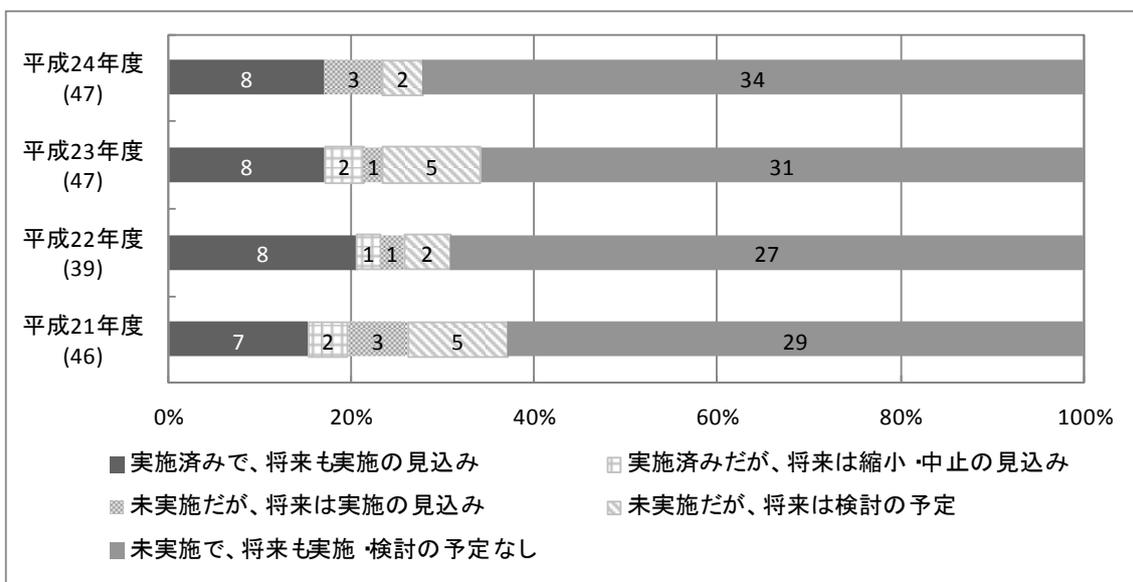
■今年度の特徴

「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。

■トレンド

全体的にやや低い水準にあり、更に今後の実施見込みがやや減少傾向にある。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が8件（17%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」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34件（72%）となっている。

(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

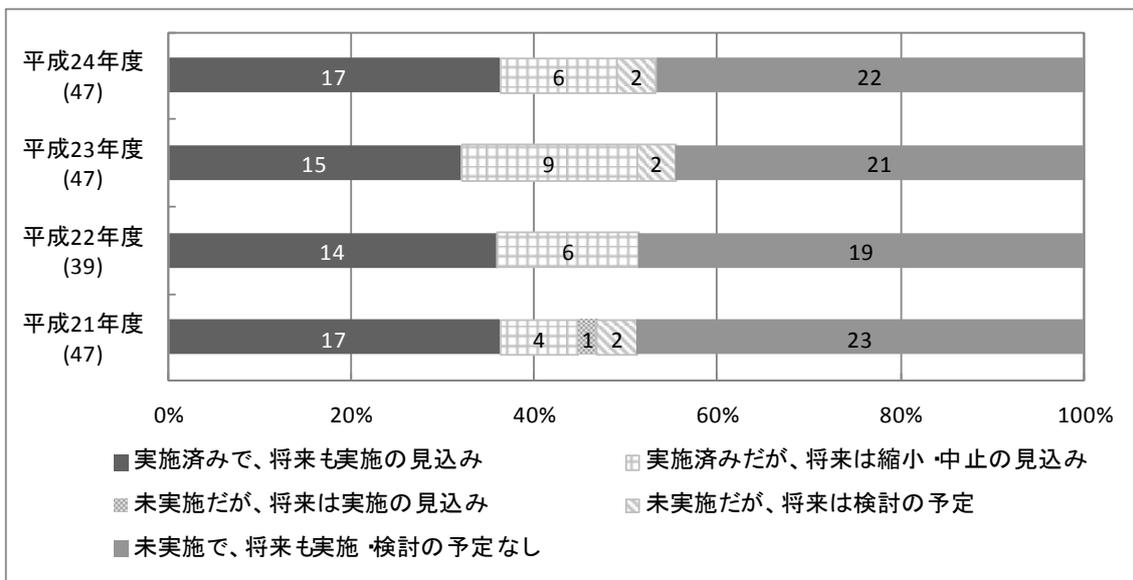
■今年度の特徴

「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」が半数弱となっている。

■トレンド

約半数が実施する状況で、横ばいに推移している。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が17件（36%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が6件（13%）、「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22件（47%）となっている。

(13) テレビ、ラジオ、新聞、広報紙等への取組掲載について

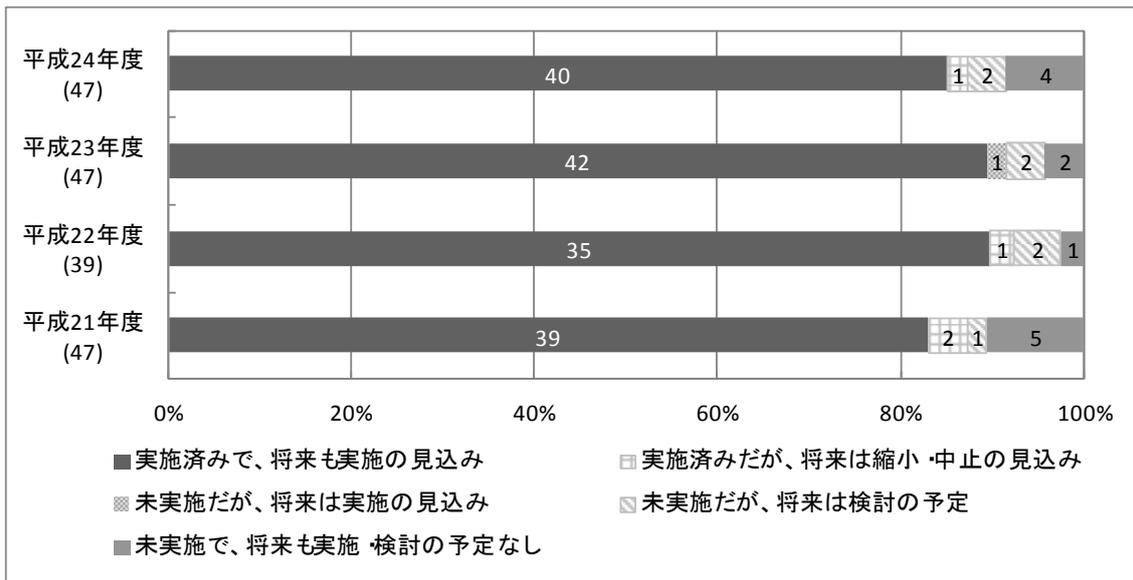
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が8割強を占めている。

■トレンド

全体に高い水準で横ばいに推移している。

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）



- 「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4件（9%）となっている。

(14) チラシ、ポスター、リーフレット等の作成・配布について

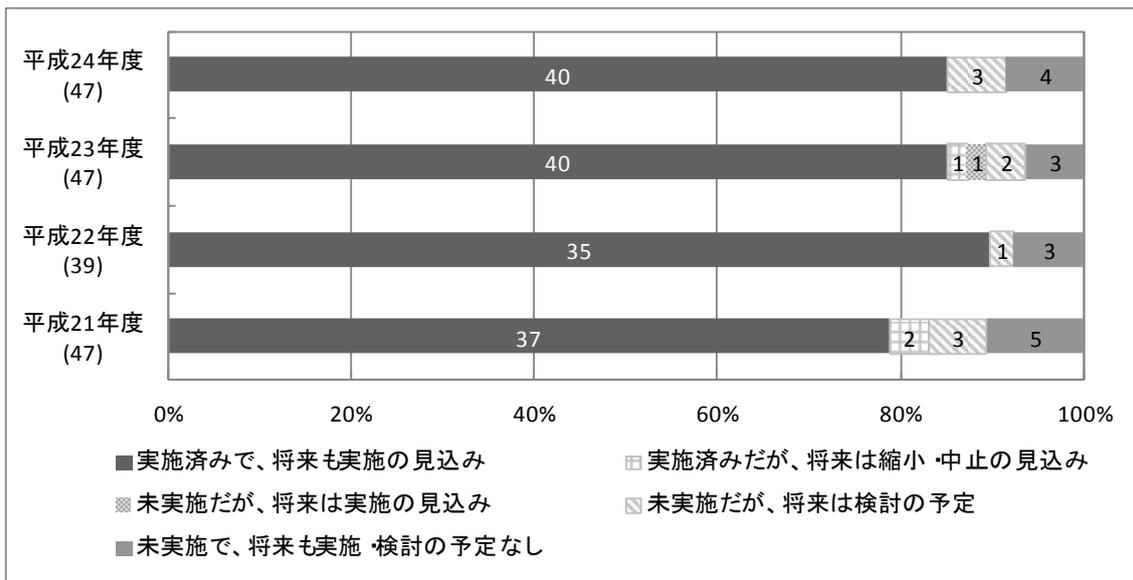
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が8割強を占めている。

■トレンド

全体に高い水準で横ばいに推移している。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が40件（85%）、「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4件（9%）となっている。

(15) 市民独自の普及啓発活動の支援について

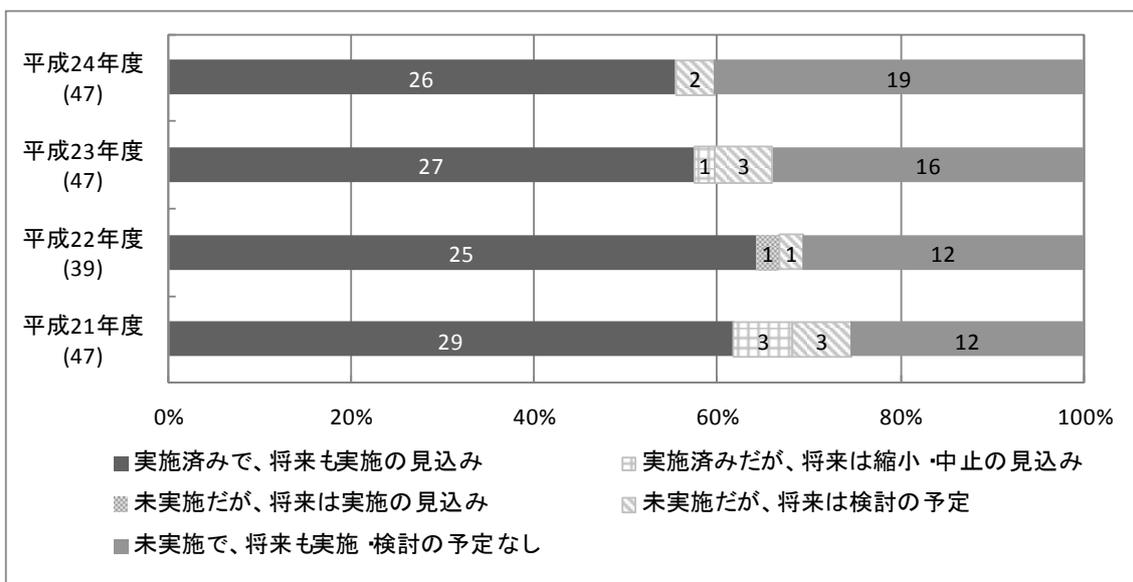
■今年度の特徴

「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4割となっている。

■トレンド

半数強が実施している状況が続いているが、全体的に稍減少傾向にある。

市民独自の普及啓発活動の支援について（都道府県）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が26件（55%）、「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19件（40%）となっている。

(16) 環境学習、環境教育を通じたPRについて

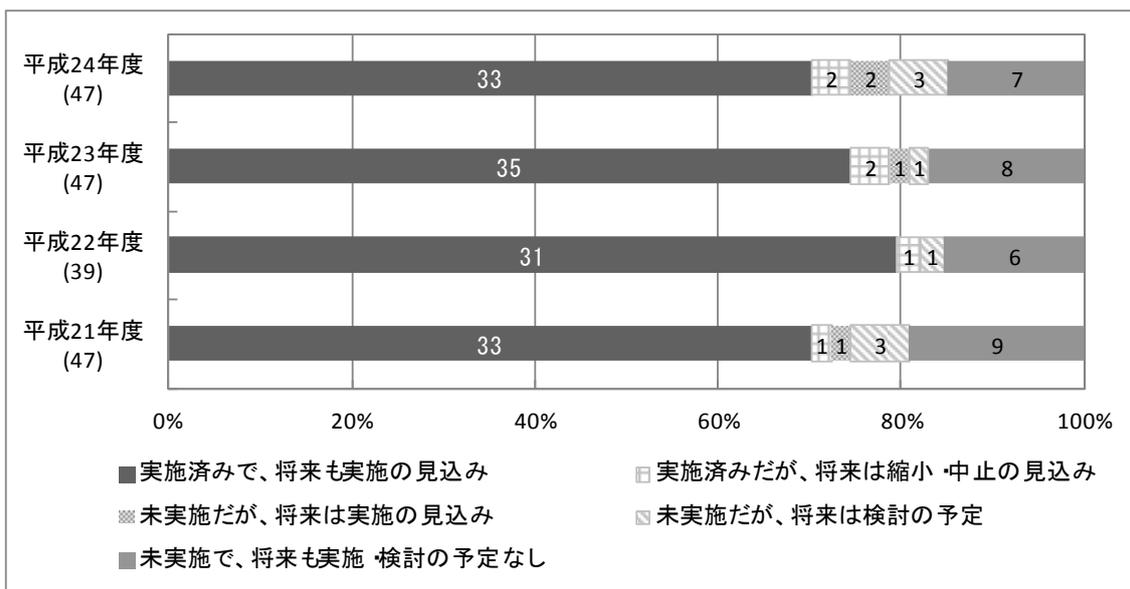
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が7割となっている。

■トレンド

全体的に高い水準で、ほぼ横ばいに推移している。

環境学習、環境教育を通じたPRについて（都道府県）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が33件（70%）、「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2件（4%）、「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7件（15%）となっている。

(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

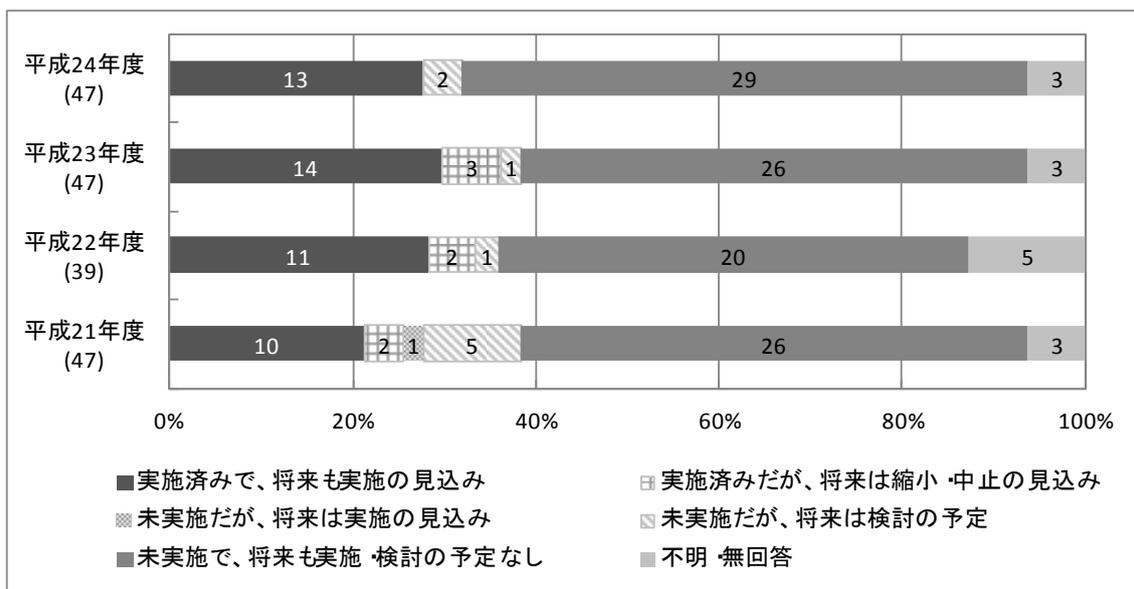
■今年度の特徴

「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7割弱を占めている。

■トレンド

「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が、やや増加傾向にある。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が13件（30%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が2件（5%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が29件（66%）となっている。

<間接的関与に対する特徴的な回答>

自治体名	回答内容
栃木県	地域（市町）単位での多様な取組（無料配布以外を含む）によるレジ袋削減の協議会設置、協定の締結を推進しており、市町への働きかけや情報提供等を行っている。
群馬県	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者、住民団体、市町村との意見調整 ・上記三者による協議会の事務局を担当
石川県	県内に店舗を構える事業者に対し、随時、協定の締結とそれに基づく有料化実施等の働きかけや調整を行っている。
山梨県	協定締結には事業者の他に、市民団体・商工団体・店舗所在市町村などが参加しているため、協定締結時における各関係団体への連絡調整等を行っている。
長野県	・「レジ袋無料配布中止」を推進している地域と情報交換を行っている。
愛知県	消費者、事業者、行政で締結する有料化協定の雛形の作成
三重県	・県では市町がレジ袋有料化推進協議会等の事務局を担っており、県はほとんどの協議会へ参画して助言等を行い、協定にも参加している。
滋賀県	平成 25 年 2 月 15 日にレジ袋無料配布中止に係る協定を締結する協議会（事業者・県民団体・行政で構成）の事務局を県が担当している。
和歌山県	協議会内に事業者部会、市町村部会を設置し、必要に応じ協議等を行う。
岡山県	・和気町で実施しているレジ袋無料配布の推進組織である「レジ袋削減推進懇話会」に参加
山口県	事業者、消費者団体、市町及び県で構成される山口県容器包装廃棄物削減推進協議会の事務局として協定締結の調整等を実施
長崎県	事業者、消費者団体、学識経験者等からなる「レジ袋削減対策協議会」を設置し、レジ袋削減に向けた有料化等の取組について協議を進めている。
熊本県	<p>レジ袋の無料配布中止等に取り組む市町村の拡大を図るため、次のとおり市町村への支援や働きかけ等を行う。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 市町村が開催する会議等に参加し、助言や情報提供を行う。 ② 市町村と連携して事業者への働きかけを行う。 ③ 個別市町村への働きかけを行う。
鹿児島県	・マイバッグキャンペーンの実施等

(18) その他の取組について

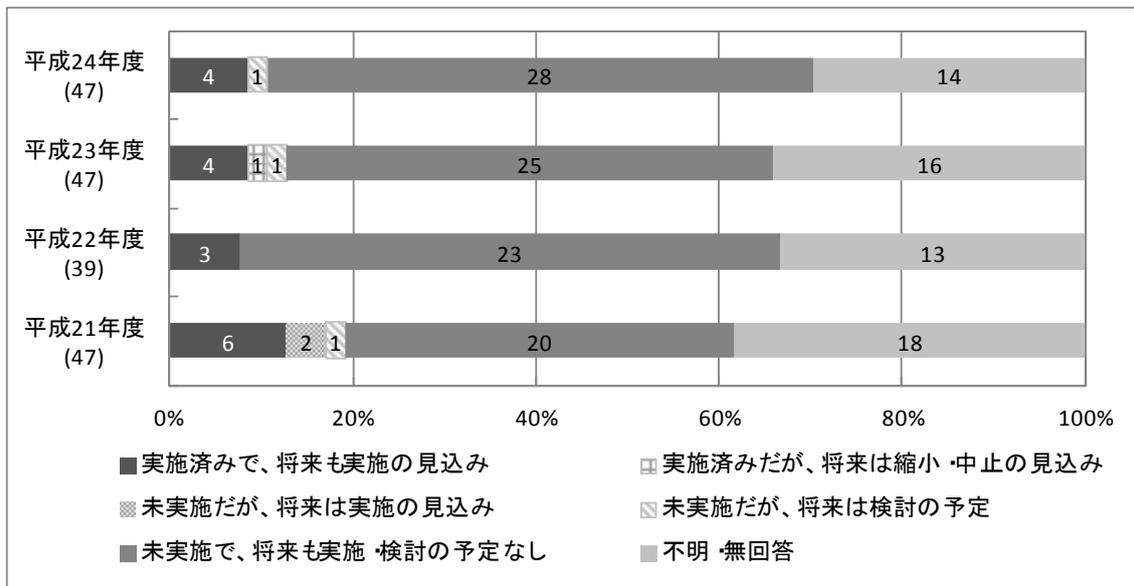
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が1割強にとどまっている。一方、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が8割台となっている。

■トレンド

初年度に比べ、「実施済みで、将来も実施の見込み」はやや少ない。

その他取組について（都道府県）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が4件（12%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が1件（3%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が28件（85%）となっている。

＜その他の取組に対する特徴的な回答＞

自治体名	回答内容
東京都	九都県市容器包装ダイエツト宣言
長野県	<ul style="list-style-type: none"> ・「レジ袋無料配布中止」に伴う収益金を寄付として受入れ環境保全活動に活用する等、県民の納得できる形で「レジ袋無料配布中止」を実施する為の制度を検討。
三重県	<ul style="list-style-type: none"> ・H16,19年度に県民アンケートで意向調査を実施。H22年度の県民アンケートでは、行動について調査を実施。
岡山県	<ul style="list-style-type: none"> ・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。平成24年度には、スーパー事業者、市町村、消費者団体で構成されるレジ袋削減検討会において、レジ袋無料配布中止（有料化）に向けた検討を行ってきたところだが、当初11月実施であった予定を見送ることとなった。
鹿児島県	<ul style="list-style-type: none"> ・マイバッグキャンペーンの実施等

(1) 実施地域について

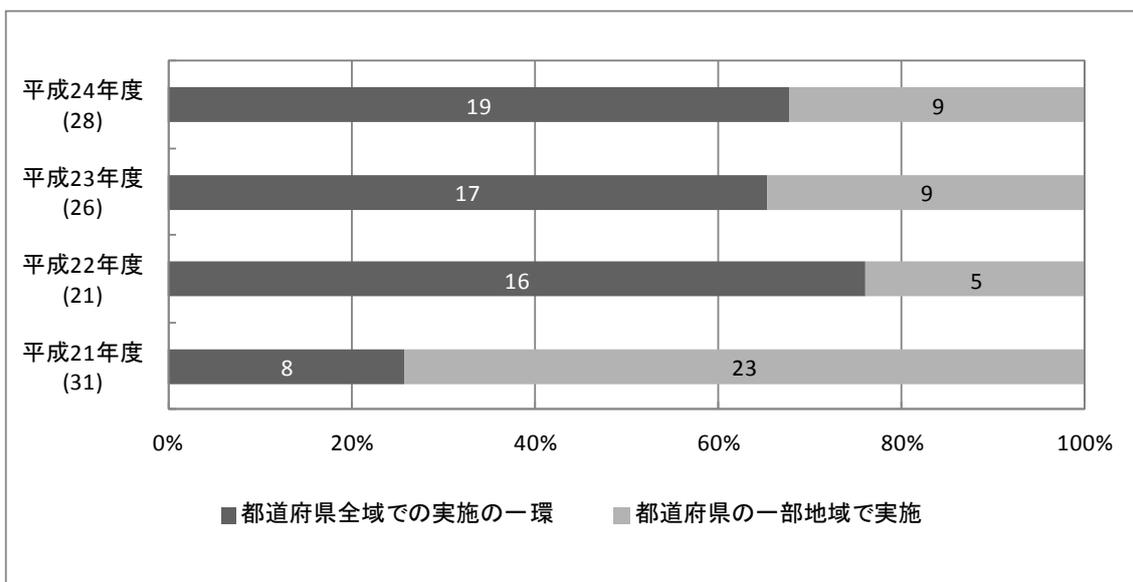
■今年度の特徴

「都道府県全域での実施の一環」が7割弱、「都道府県の一部地域で実施」が3割強となっている。

■トレンド

「都道府県全域での実施の一環」が初年度より増え、7割前後で推移している。

実施地域について（都道府県）



※当設問に対し回答のあった 28 件を対象に集計（平成 24 年度）

- 「都道府県全域での実施の一環」が 19 件（68%）、「都道府県の一部地域で実施」が 9 件（32%）となっている。

(2) スーパーマーケットの参加状況について

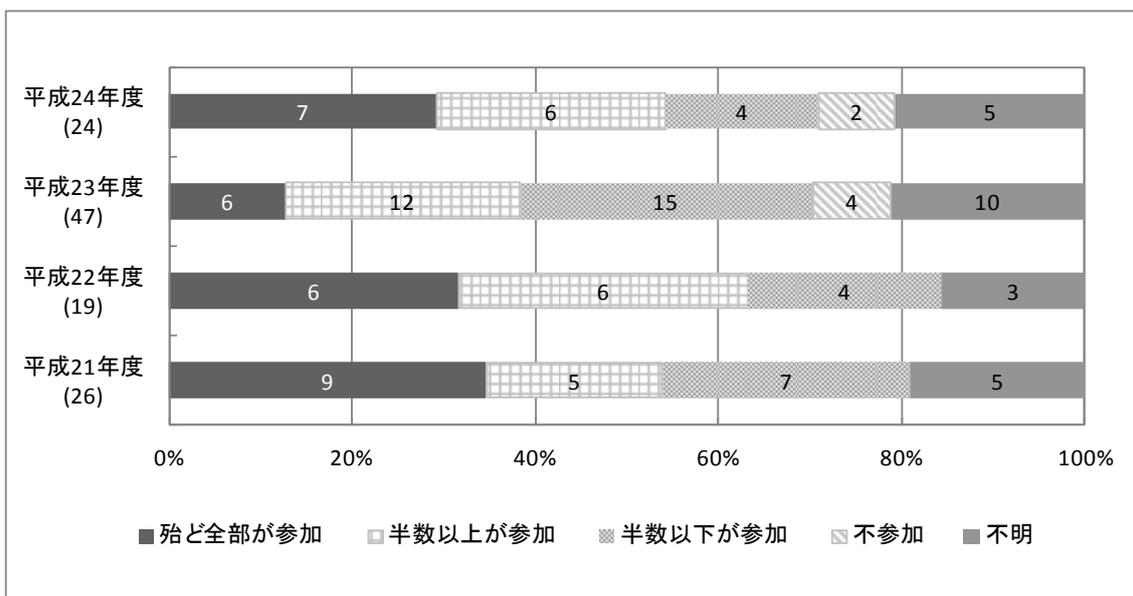
■今年度の特徴

「殆ど全部が参加」と「半数以上が参加」とを合わせて5割強となっている。

■トレンド

(回答数にばらつきがあり一概には言えないが、全体的には「殆ど全部が参加」と「半数以上が参加」を併せて、約5割前後で推移している。)

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24件を対象に集計 (平成24年度)

- 「殆ど全部が参加」が7件 (29%)、「半数以上が参加」が6件 (25%)、「半数以下が参加」が4件 (17%) となっている。
- 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20件のうち、最大値は286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

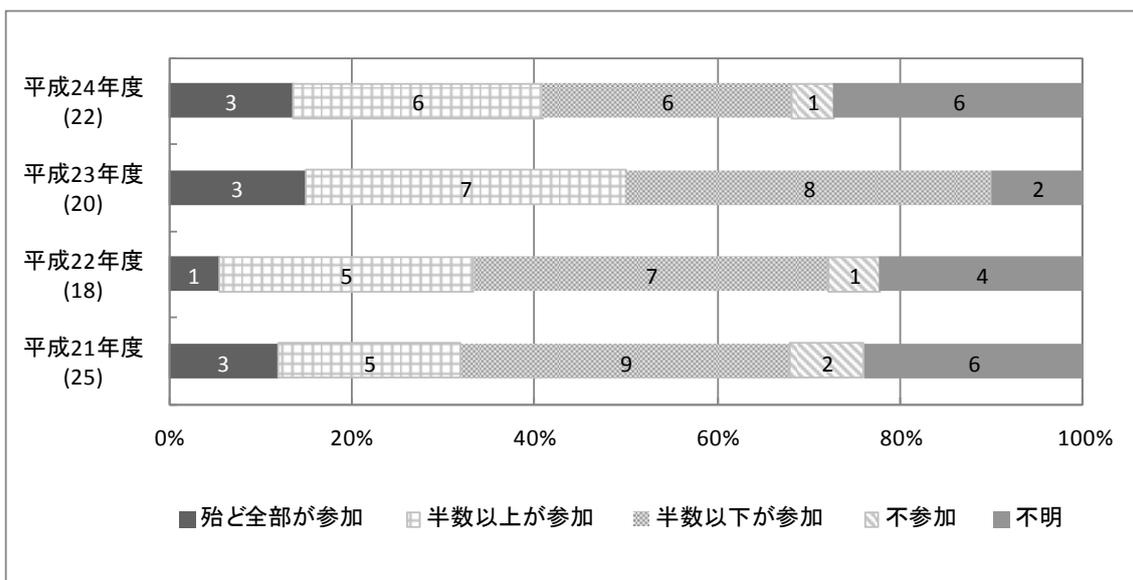
■今年度の特徴

「殆ど全部が参加」と「半数以上が参加」とを合わせて4割強にとどまっている。

■トレンド

参加率は高まったものの、「半数以下が参加」の占める割合は依然高い。

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（平成24年度）

- 「殆ど全部が参加」が3件（14%）、「半数以上が参加」が6件（27%）、「半数以下が参加」が6件（27%）となっている。
- 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19件のうち、最大値は79店、最小値は1店、平均値は24.3店であった。

(4) 百貨店の参加状況について

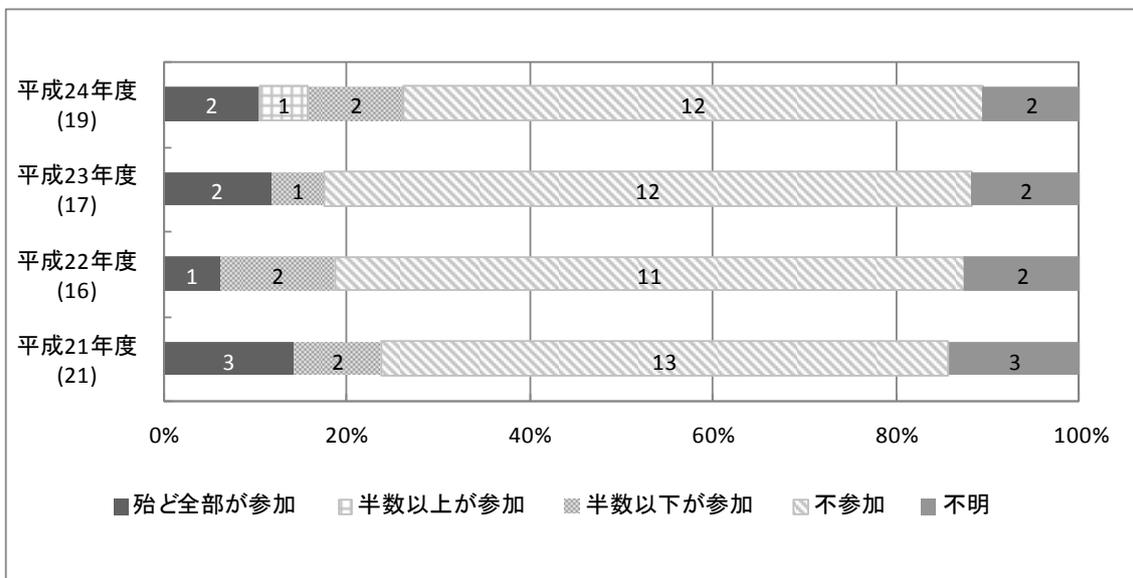
■今年度の特徴

「不参加」が6割強を占めている。

■トレンド

直近ではやや増加傾向にあるものの、全体的には低い水準で推移している。

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19件を対象に集計（平成24年度）

- 「殆ど全部が参加」が2件（11%）、「半数以上が参加」が1件（5%）、「半数以下が参加」が2件（11%）、「不参加」が12件（63%）となっている。
- 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5件のうち、最大値は6店、最小値は1店、平均値は2.8店であった。

(5) ドラッグストアの参加状況について

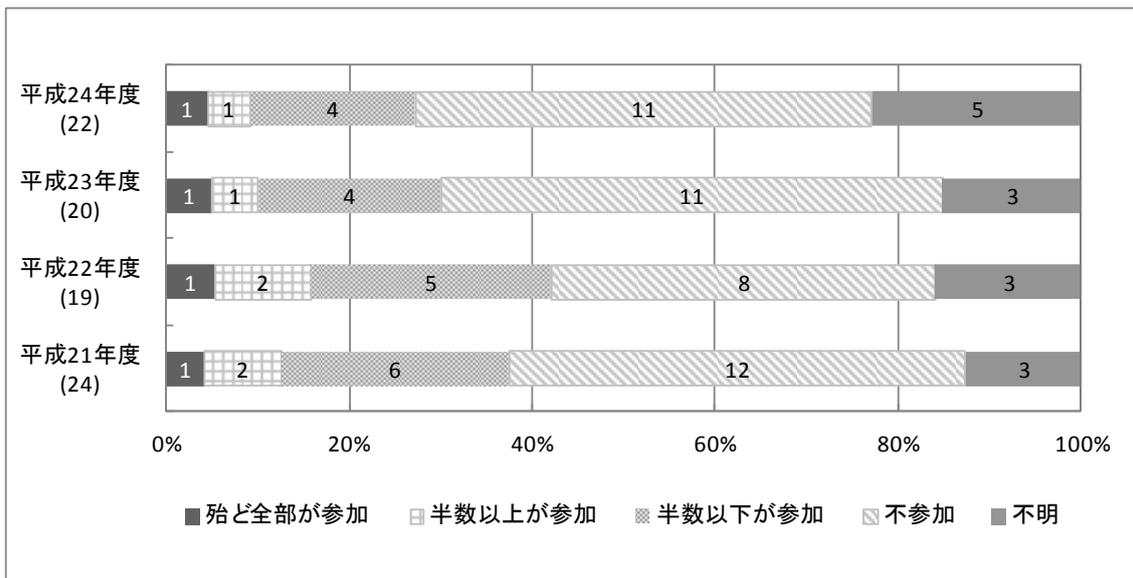
■今年度の特徴

「不参加」が5割台を占めている。

■トレンド

全体的に低い水準で推移しており、やや減少傾向にある。

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 22 件を対象に集計（平成 24 年度）

- 「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（18%）、「不参加」が 11 件（50%）となっている。
- 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 8 件のうち、最大値は 155 店、最小値は 4 店、平均値は 67.1 店であった。

(6) コンビニの参加状況について

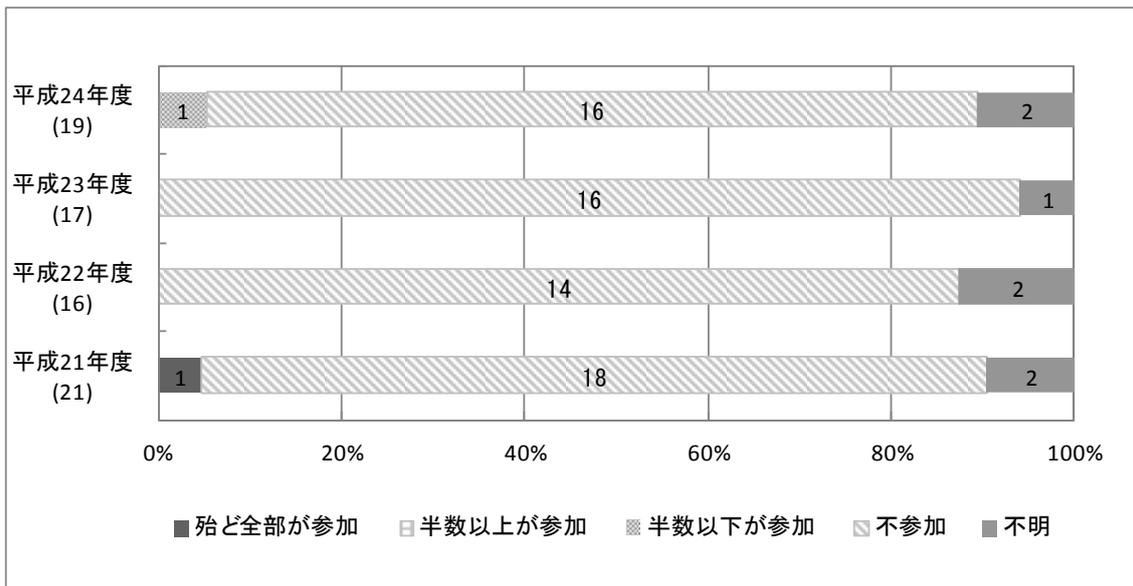
■今年度の特徴

「不参加」が8割台を占めている。

■トレンド

「不参加」が依然大きな割合を占め、参加割合は低い水準にある。

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19件を対象に集計（平成24年度）

○ 「不参加」が16件（84%）となっている。

(7) その他業種の参加状況について

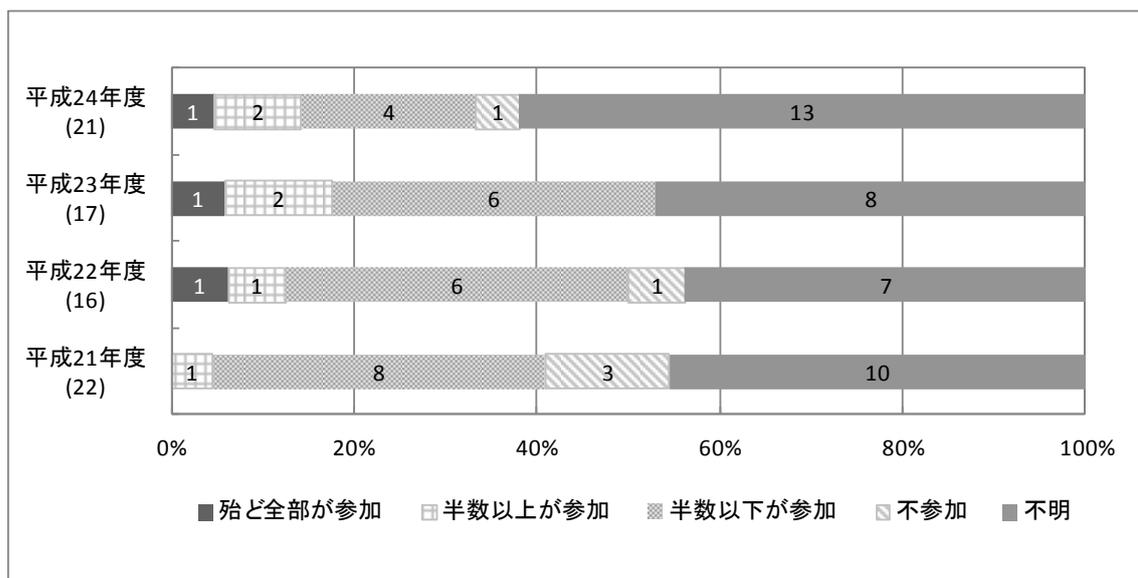
■今年度の特徴

「半数以下が参加」が2割弱で、「殆ど全部が参加」と「半数以上が参加」を合わせた割合よりも多い。

■トレンド

半数以下の参加が大半を占める低い水準で、推移している。

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21件を対象に集計（平成24年度）

- 「殆ど全部が参加」が1件（5%）、「半数以上が参加」が2件（10%）、「半数以下が参加」が4件（19%）となっている。
- その他業種の内容としては、個人商店、ホームセンター、スポーツ用品店、クリーニング店、惣菜店、地元産品直売所、自然食品店、寝具店、燃料小売店、書籍・文房具店が挙げられている。
- 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16件のうち、最大値は656店、最小値は1店、平均値は179.1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) 取組の評価項目について

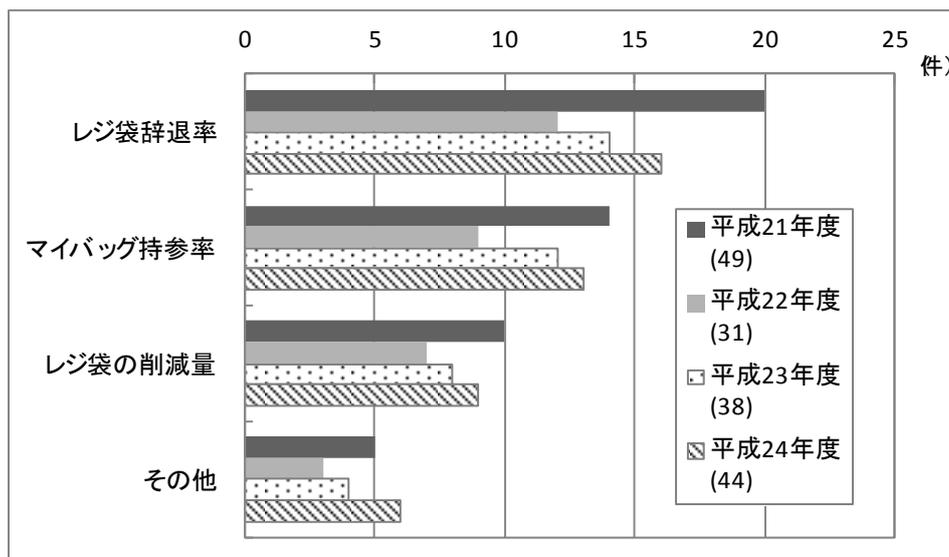
■今年度の特徴

レジ袋辞退率、マイバック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。

■トレンド

レジ袋辞退率、マイバック持参率、レジ袋の削減量、どの評価項目も増加傾向にある。

取組の評価項目（複数回答）（都道府県）



- 評価項目に「レジ袋辞退率」を用いているが16件、「マイバック持参率」を用いているが13件、「レジ袋の削減量」が9件となっている。
- その他の内容としては、「マイバッグ推進デー協力店舗数」、「レジ袋無料配布中止等レジ袋削減に取り組む市町村数」、「原油削減量」、「二酸化炭素削減量」が挙げられている。

(9) レジ袋の辞退率について

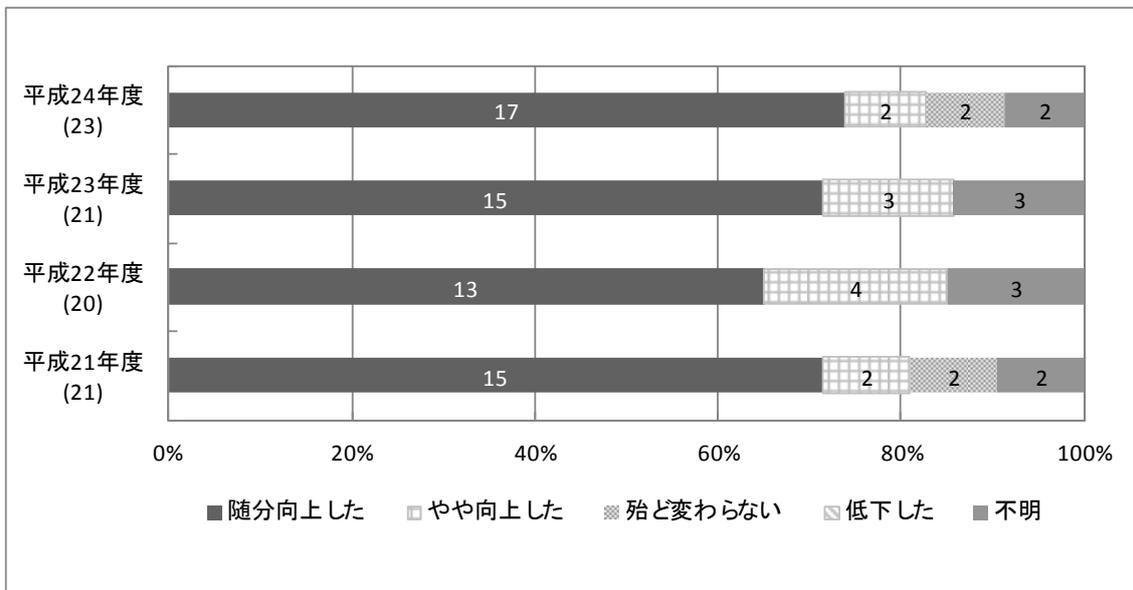
■今年度の特徴

「随分向上した」が7割強となっている。

■トレンド

「随分向上した」が高い水準で推移している。

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23件を対象に集計（平成24年度）

○ 「随分向上した」が17件（74%）、「やや向上した」が2件（9%）となっている。

(10) マイバッグ持参率について

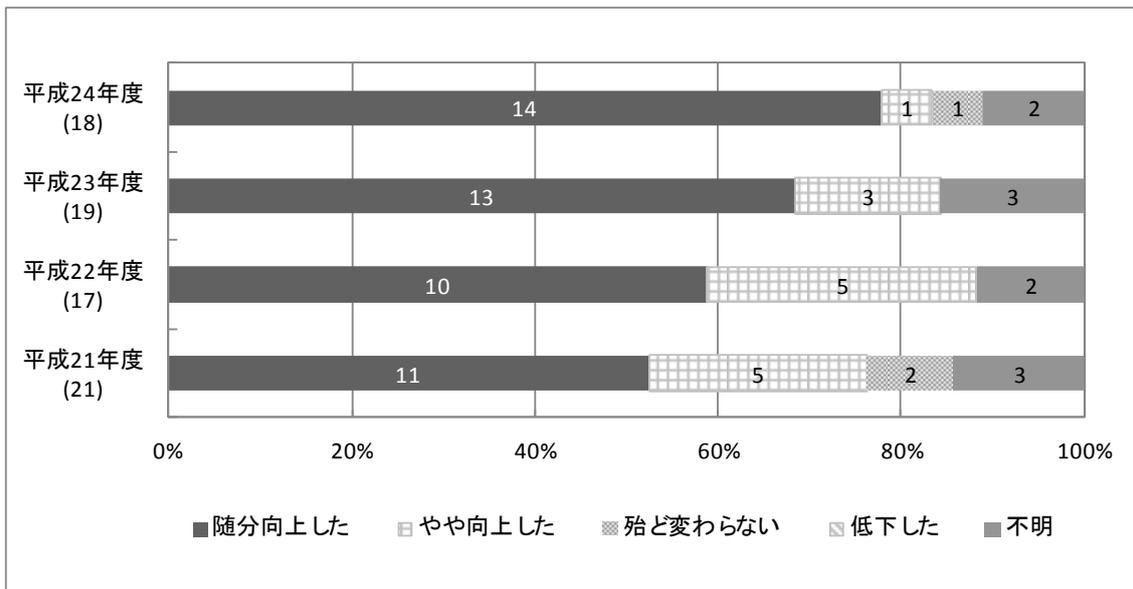
■今年度の特徴

「随分向上した」が約8割となっている。

■トレンド

「随分向上した」が一貫して増加傾向にあり、マイバックの持参が進んでいることが確認できる。

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18件を対象に集計（平成24年度）

○ 「随分向上した」が14件（78%）、「やや向上した」が1件（6%）となっている。

(11) レジ袋辞退率及びマイバック持参率の平均値について???

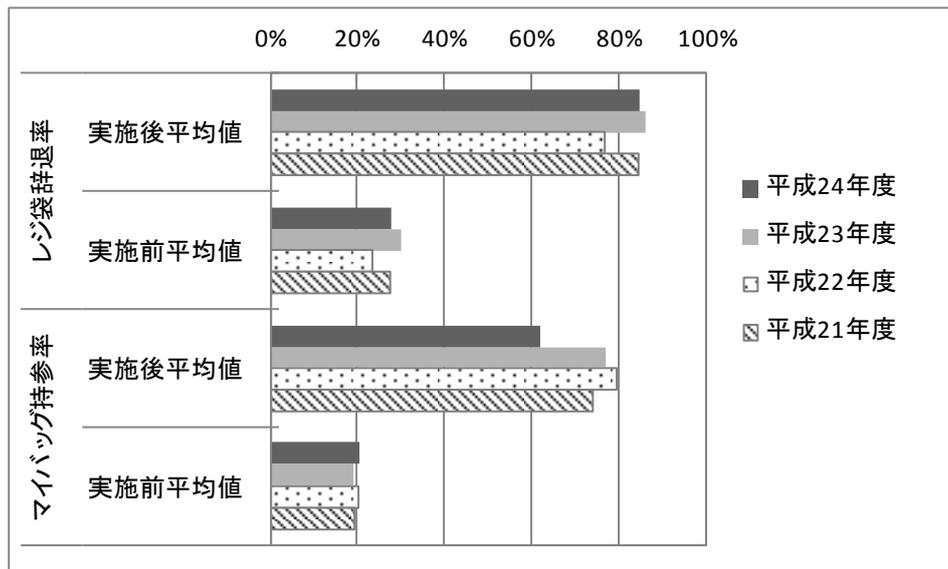
■今年度の特徴

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。

■トレンド

有料化の実施がレジ袋削減率、マイバック持参率を高めているが、マイバック持参率については微減傾向にある。

レジ袋辞退率及びマイバック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（平成24年度）

※マイバック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（平成24年度）

- レジ袋辞退率は有料化実施前の平均値が 27.9%であったものが、実施後は 84.5%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 20.5%であったものが、同実施後は 61.8%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。

(1) レジ袋全廃の取組について

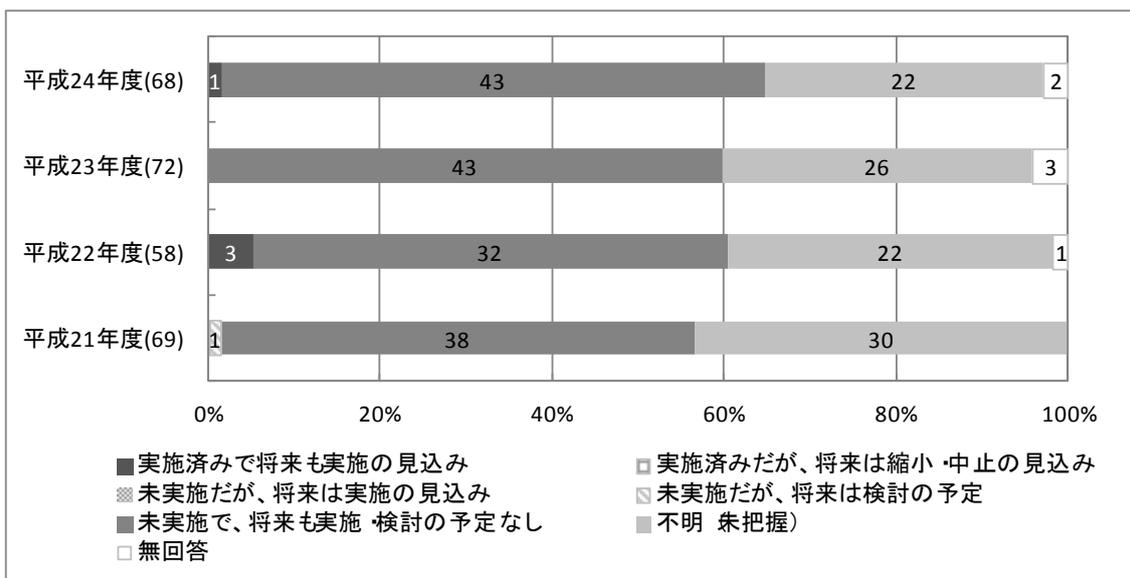
■今年度の特徴

「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が6割強となっている。

■トレンド

未実施の自治体が大半を占める状況で推移している。

レジ袋全廃について（政令市・中核市・特別区）



- 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 (63%) となっている。

(2) レジ袋有料化の取組について

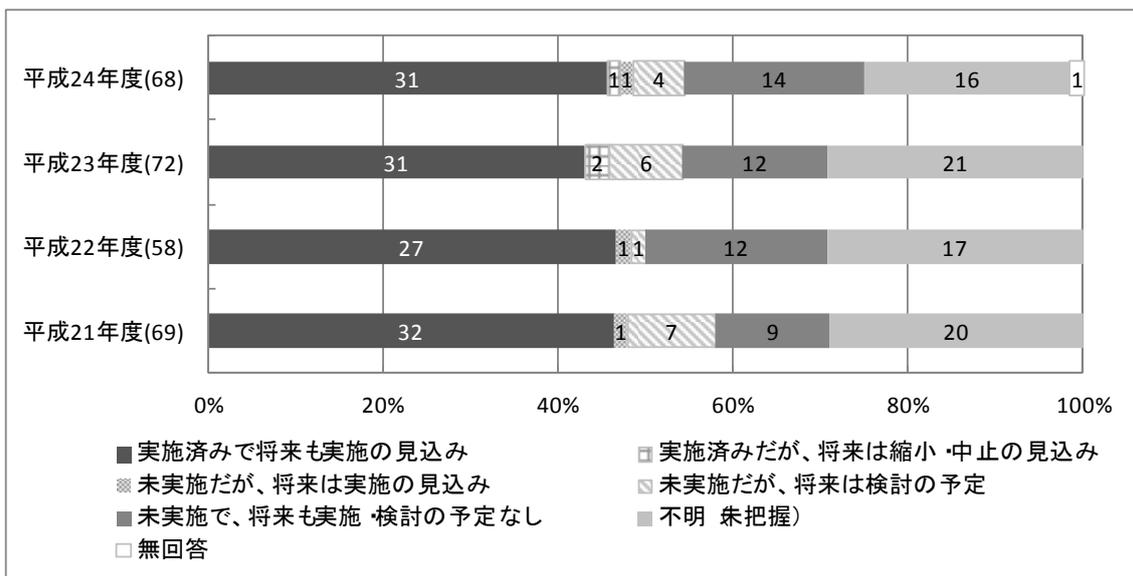
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が5割弱となっている。

■トレンド

実施済みがほぼ半数を占める水準で、横ばいに推移している。

レジ袋有料化について（政令市・中核市・特別区）



- 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（46%）、
「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が 1 件（1%）、「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」が 14 件（21%）となっている。

(3) 特典提供方式について

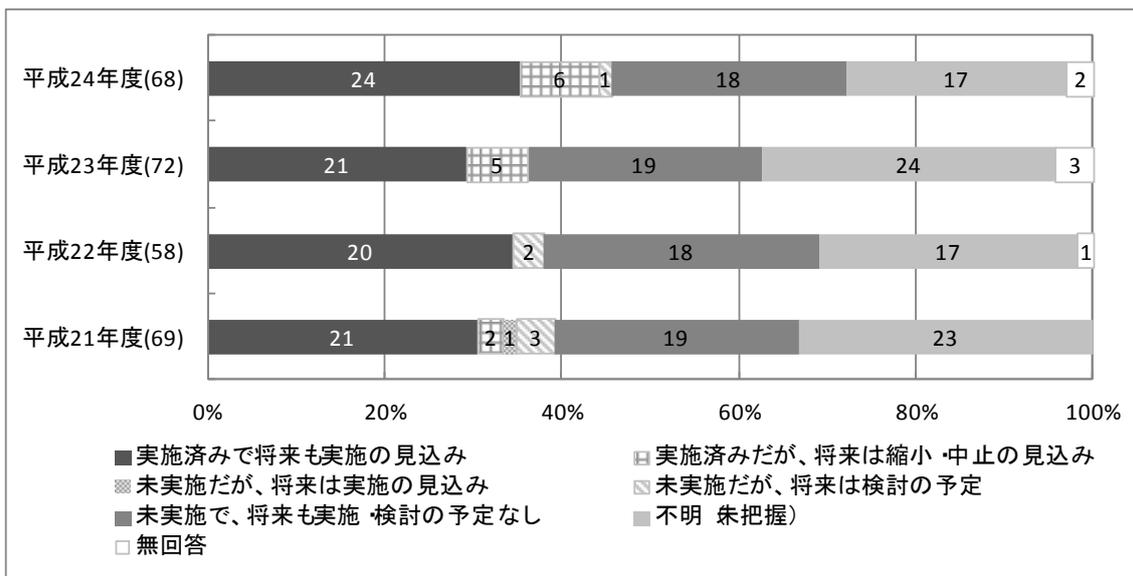
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が3割強となっている。

■トレンド

「実施済みで、将来も実施の見込み」が増加傾向にある。

特典提供方式について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が24件（35%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が6件（9%）、「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18件（26%）となっている。

(4) マイバックの無料配布等について

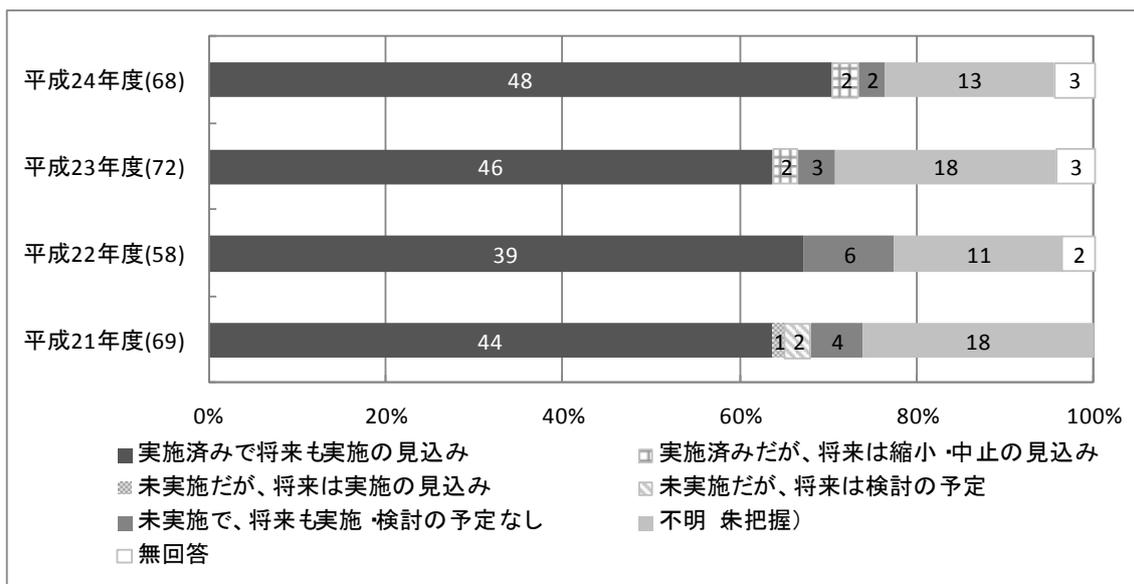
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が約7割となっている。

■トレンド

実施済みが6割強を占め、かつ微増傾向にある。

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)



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が48件(71%)、「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2件(3%)となっている。

(5) 事業者によるレジ袋の要・不要の声掛けについて

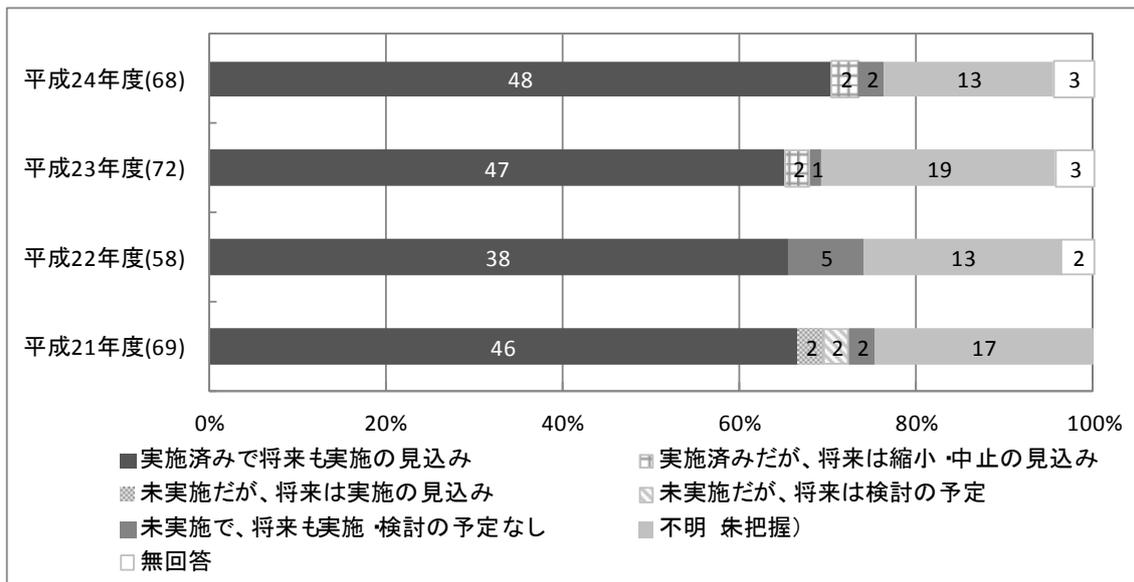
■ 今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が約7割となっている。

■ トレンド

実施済みが6割強を占め、かつ微増傾向にある。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が48件（71%）、「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2件（3%）となっている。

(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

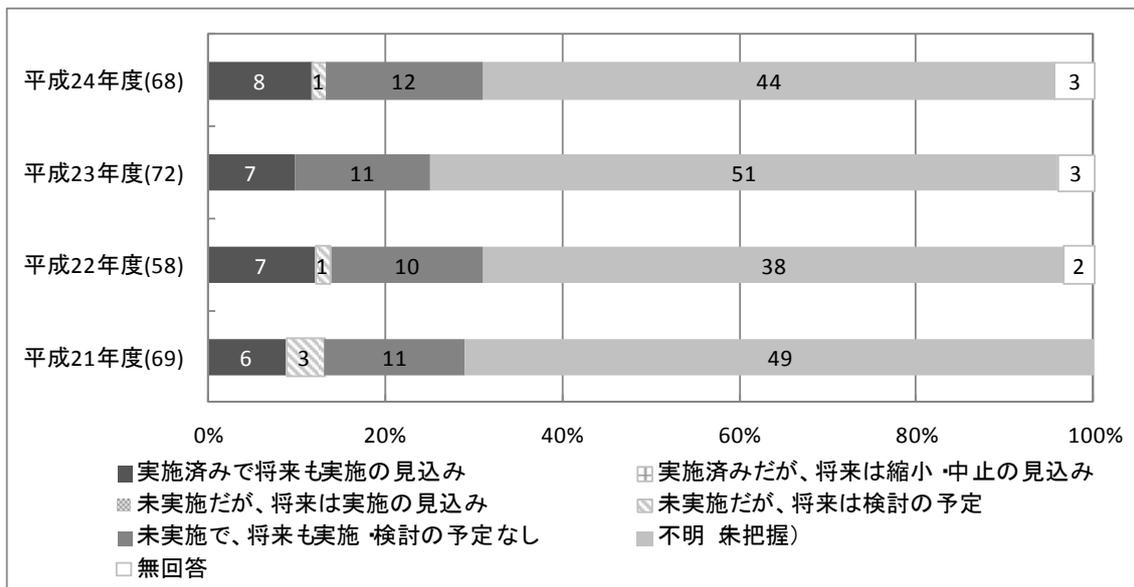
■今年度の特徴

「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。

■トレンド

実施済みが1割程度で横ばいに推移している。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が8件（12%）、「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12件（18%）となっている。

(7) 事業者によるレジ袋の小型化・薄肉化について

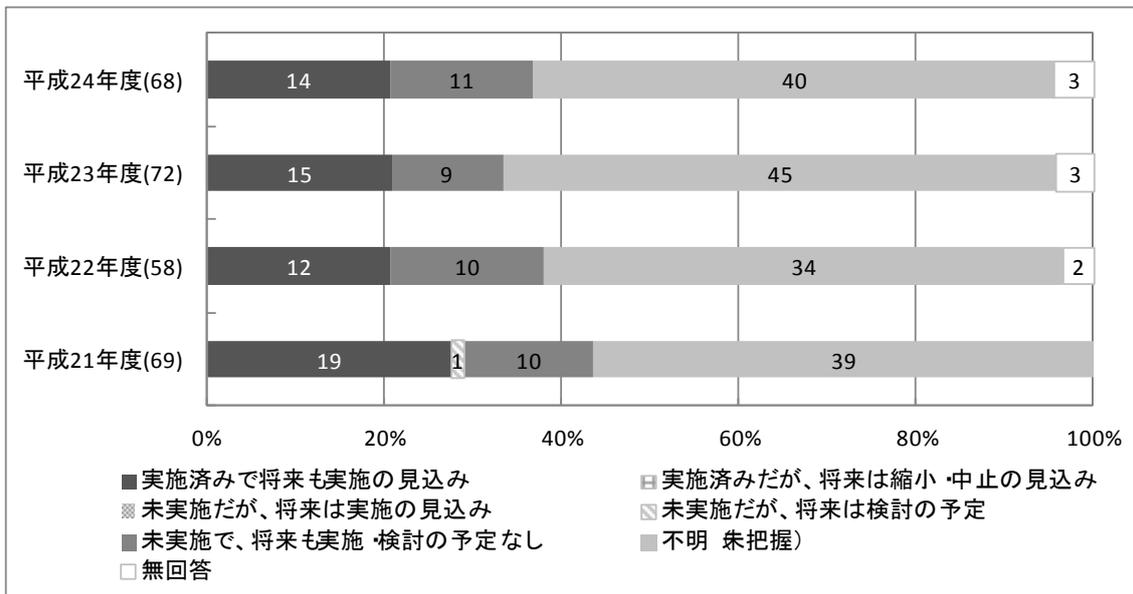
■ 今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が2割強となっている。

■ トレンド

実施済みが2割程度で横ばいに推移している。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が14件（21%）、「未実施で将来も実施・検討の予定なし」が11件（16%）となっている。

(8) 事業者によるその他取組について

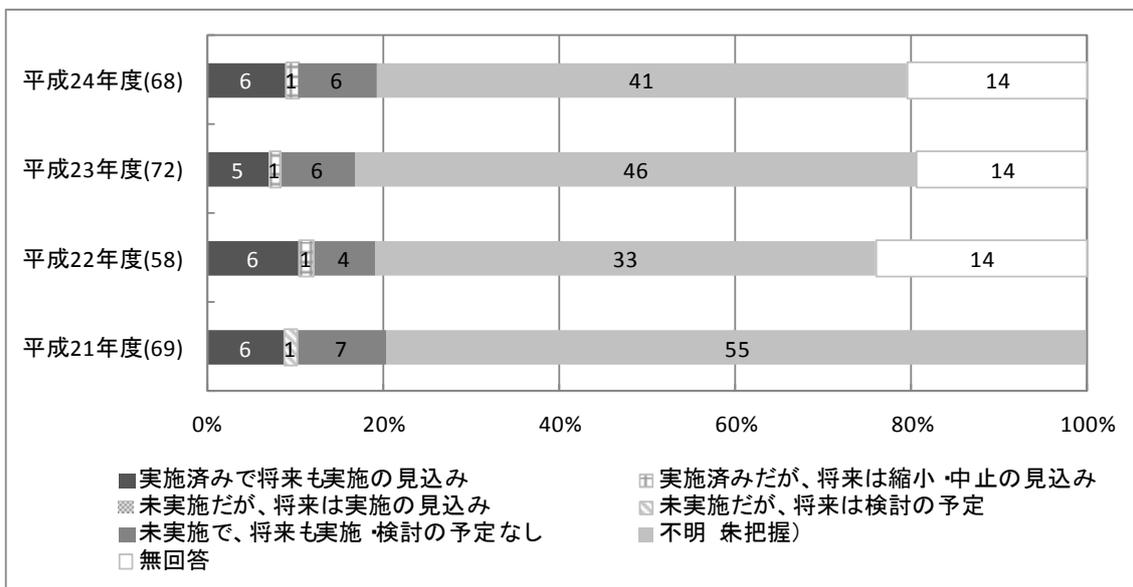
■ 今年度の特徴

「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。

■ トレンド

大きな変化はない。

事業者によるその他取組について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が6件（9%）、「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（9%）となっている。

＜その他の取組に対する特徴的な回答＞

自治体	取組内容
横浜市	賛同事業所では職場のみなさまにレジ袋や割り箸の辞退行動をとるよう呼びかけを行っております。
尼崎市	<ul style="list-style-type: none"> ・店内放送やポスター掲示による啓発 ・マイバック、マイバスケットの販売
熊本市	マイバックの販売や啓発ポスターの掲示など
新宿区	「新宿エコ自慢ポイント」の実施は、多くは既に店舗で行われているスタンプカードやレシート印字の活用だが、一部の店舗はこの取組みのためにレシートに辞退のゴム印を押印している。ポイントに対する景品等の手当ては、区及びイベントを主催する環境団体が行っている。
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 円の寄付をお願いしている。</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・中学校環境教育に役立てるため、杉並区に寄付されることとなっている。</p>
北区	レジ袋削減の啓発を目的としたイベントの開催

(1) 基本的な取組方針について

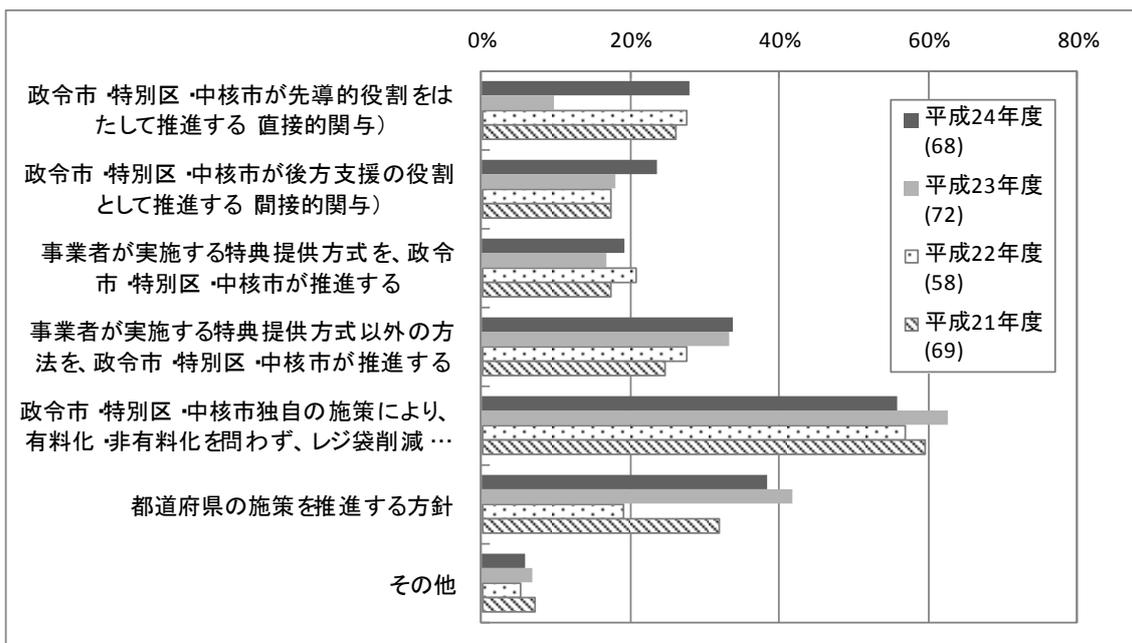
■今年度の特徴

「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。

■トレンド

全体的に、大きな変化はない。

政令市・中核市・特別区の取組方針（複数回答）



- 「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 38 件（56%）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 26 件（38%）、「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 23 件（34%）と続いている。

(2) 条例の制定について

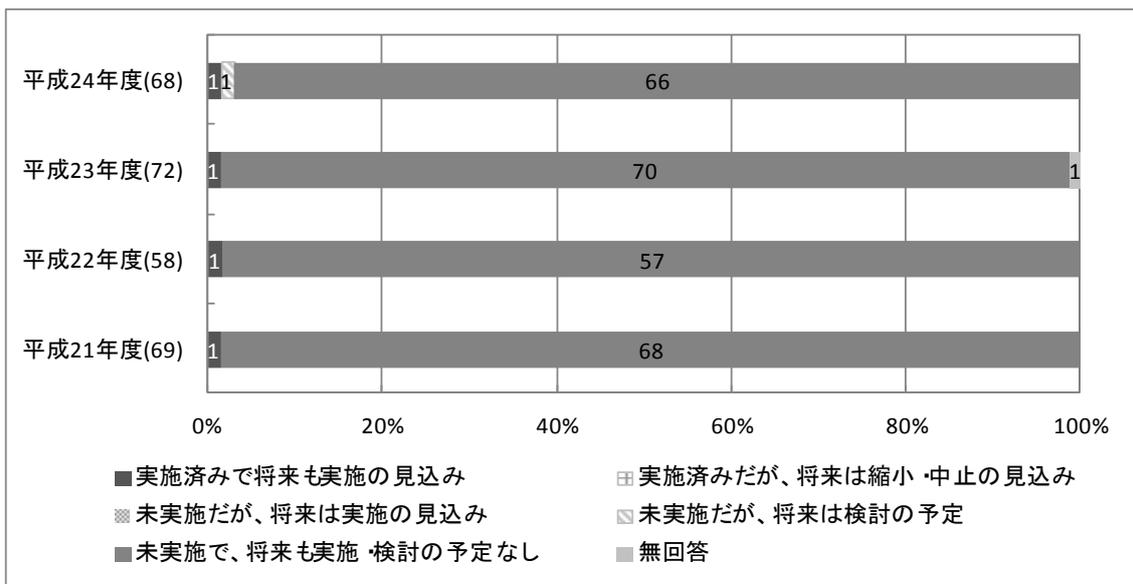
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」「未実施だが、将来は検討の予定」がそれぞれ1件となっており、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。

■トレンド

実施済みが1件のみで推移しており、他は未実施の状況で変化はない。

条例の制定について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が杉並区の1件（1%）、「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66件（97%）となっている。

(3) 協定の締結によるレジ袋の有料化について

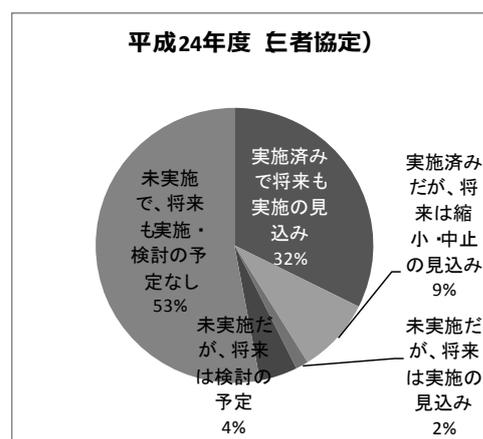
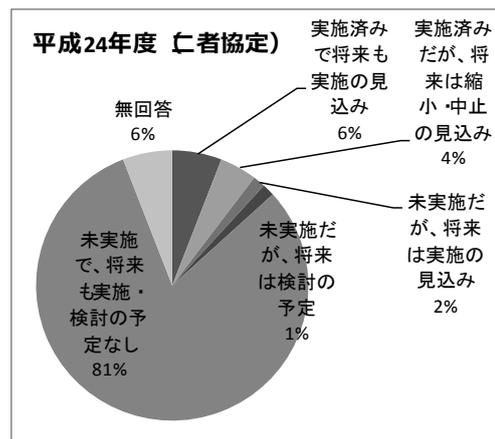
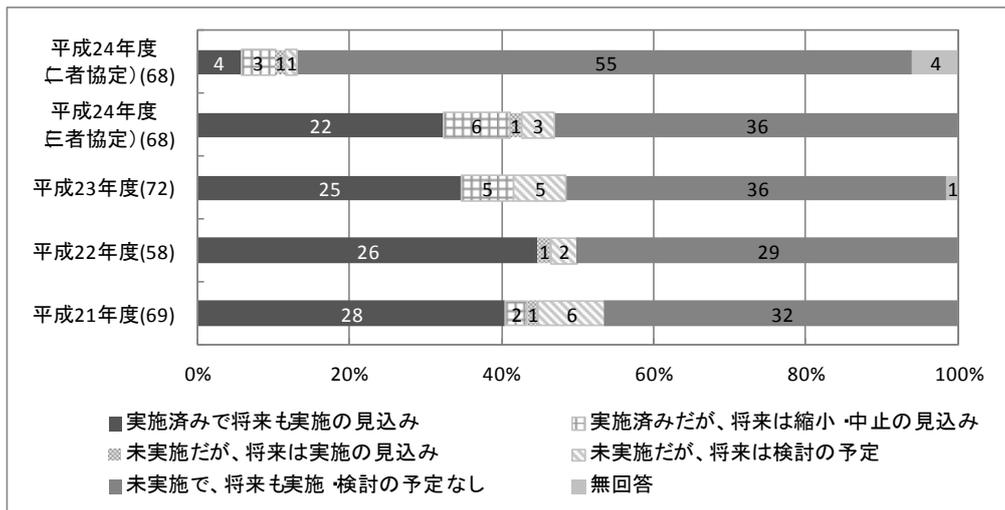
■今年度の特徴

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」が二者協定（4件）と三者協定（22件）をあわせて約3割となっている。

■トレンド

約4割程度の実施率で、ほぼ横ばいに推移している。

協定の締結について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」は、三者協定で22件(32%)、二者協定で4件(6%)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。

(4) 事業者への協力要請について

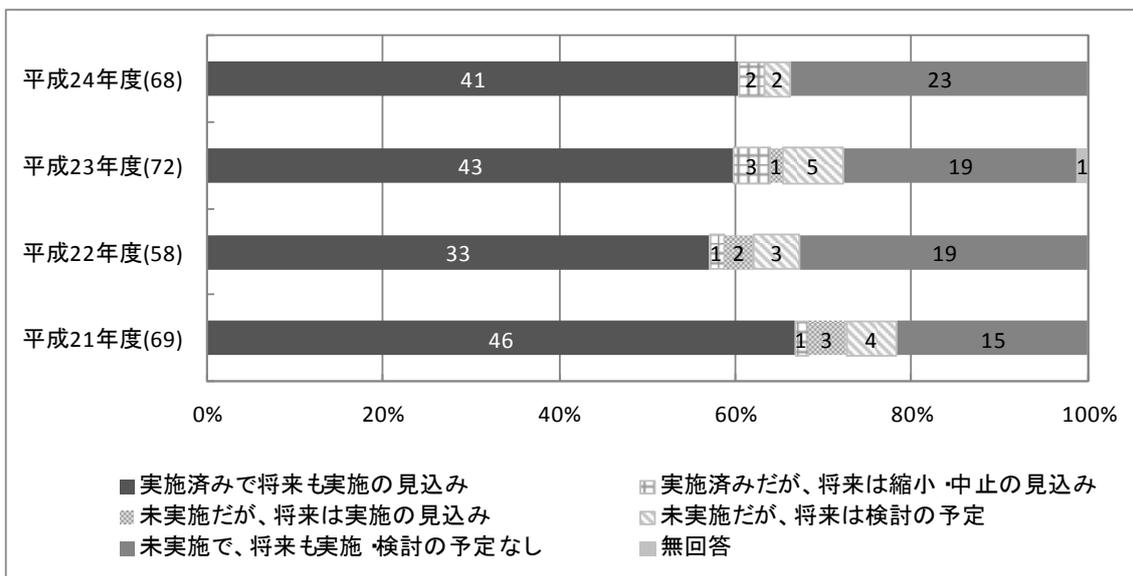
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が6割となっている。

■トレンド

約6割の実施率で、ほぼ横ばいに推移している。

事業者への協力要請について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が41件（60%）、「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2件（3%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が23件（34%）となっている。

(5) 優れた事業者への認定制度について

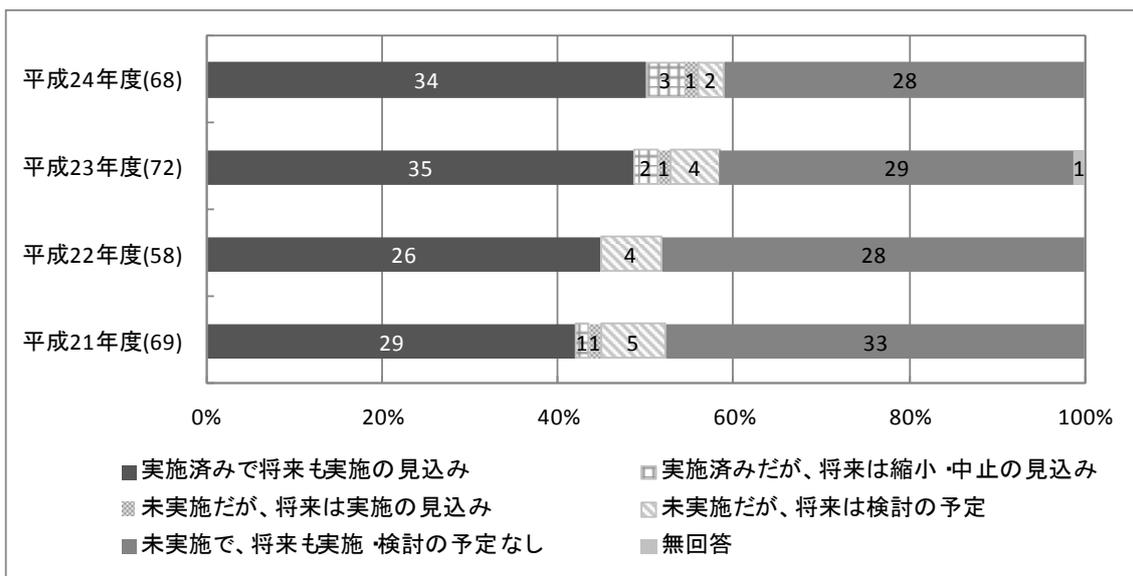
■今年度の特徴

「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、「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。

■トレンド

約4割強の実施率で、やや増加傾向にある。

優れた事業者の認定制度について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が34件（50%）、「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2件（3%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が28件（41%）となっている。

(6) 組織体制の整備について

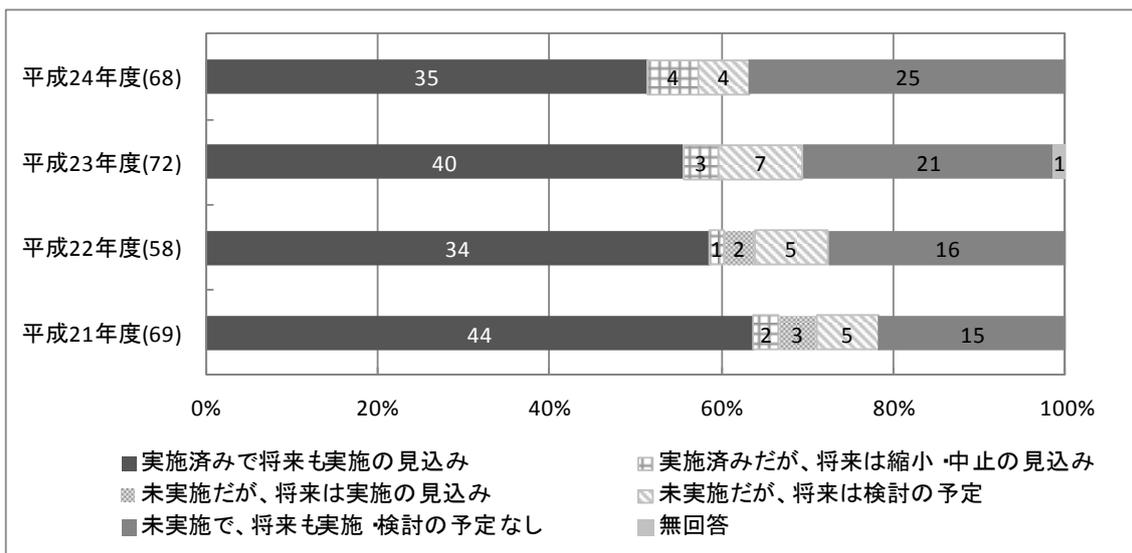
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が5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割弱となっている。

■トレンド

5割程度の実施率を保っているものの、やや減少傾向にある。

組織体制等の整備について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が35件（51%）、「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4件（6%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が25件（37%）となっている。

(7) 事業者の活動支援について

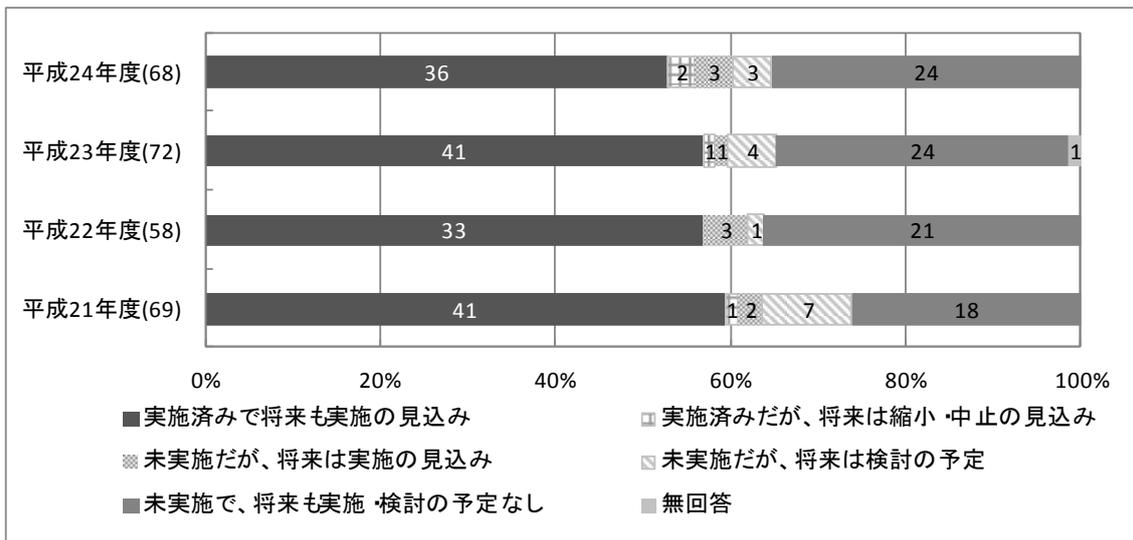
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が5割強となっている。

■トレンド

一貫して5割程度の実施率を保ち、ほぼ横ばい、やや減少傾向にある。

事業者の活動支援について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が36件（53%）、「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3件（4%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が3件（4%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が24件（35%）となっている。

(8) 近隣市町村・特別区との連携等について

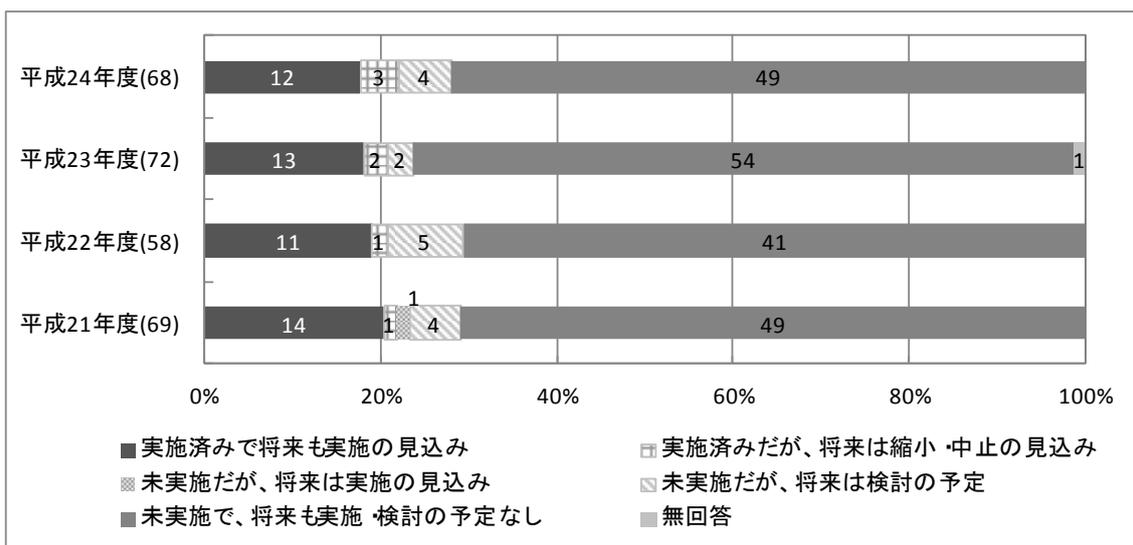
■今年度の特徴

「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7割強となっている。

■トレンド

約2割程度の実施率で、ほぼ横ばいで推移している。

市町村・特別区との連携等について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が12件（18%）、「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4件（6%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が49件（72%）となっている。

(9) 消費者の認知度・意向調査について

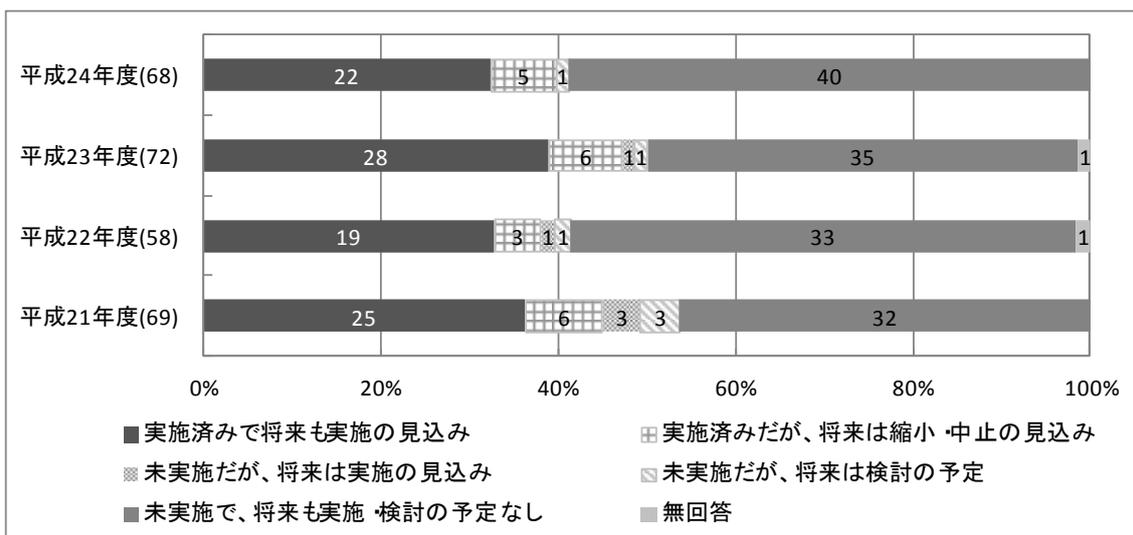
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が3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6割弱となっている。

■トレンド

約4割程度の実施率で、ほぼ横ばいに推移している。

消費者の認知度・意向調査について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が22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40件（59%）となっている。

(10) レジ袋削減効果調査について

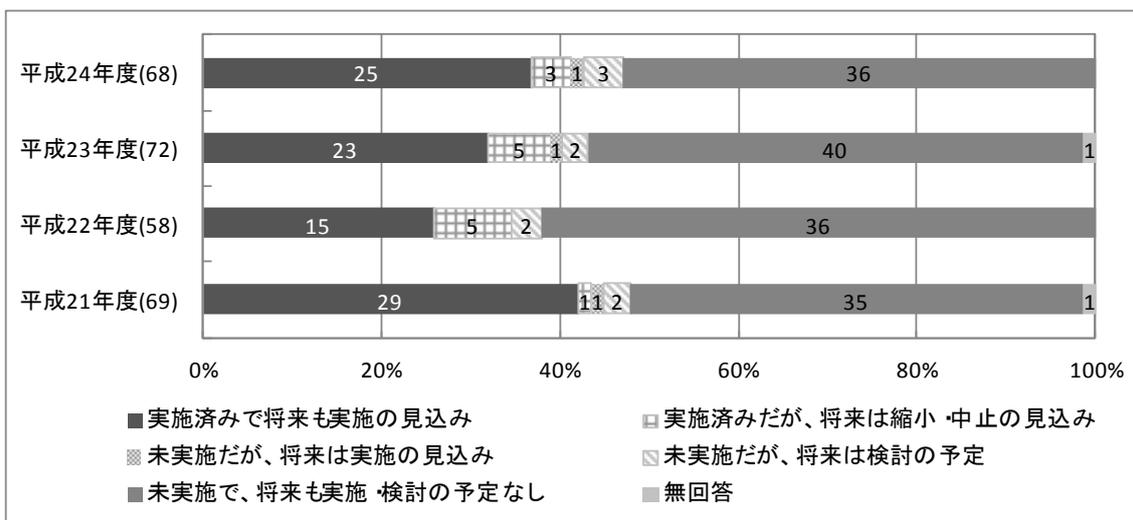
■今年度の特徴

「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割強となっている。

■トレンド

「実施済みで、将来も実施の見込み」は平成22年度に大きく減少したが、その後増加傾向にある。

レジ袋削減効果調査について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が25件（37%）、「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3件（4%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が36件（53%）となっている。

(11) レジ袋有料化による事業者への影響調査について

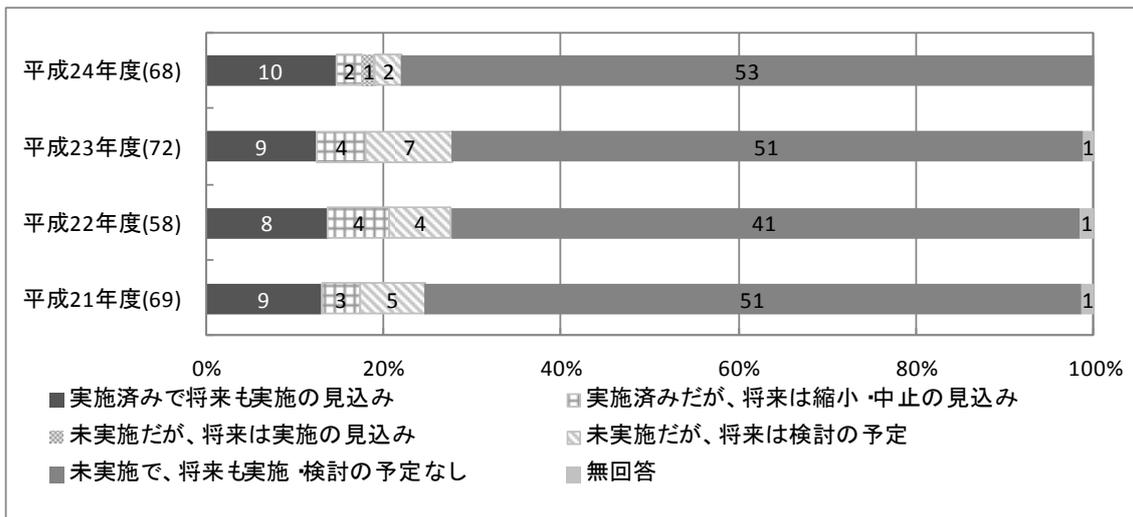
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が1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8割弱となっている。

■トレンド

2割弱の実施率で、ほぼ横ばいに推移している。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が10件（15%）、「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2件（3%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が53件（78%）となっている。

(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

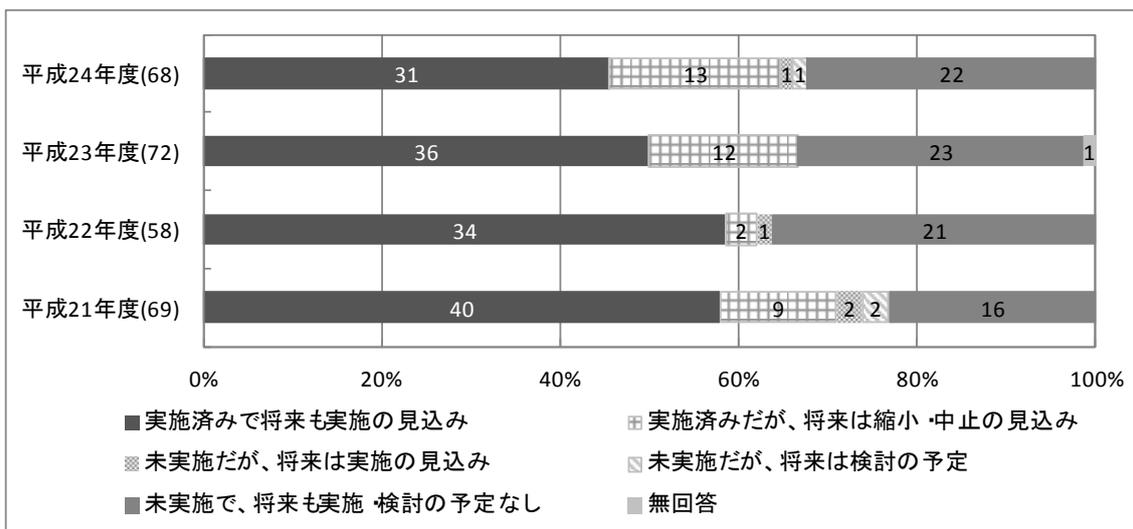
■今年度の特徴

「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3割強となっている。

■トレンド

実施済みの合計は6割強を維持している、ものの「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」増加傾向にある。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が31件（46%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が13件（19%）、「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1件（1%）「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が22件（32%）となっている。

(13) テレビ、ラジオ、新聞、広報紙等への取組掲載について

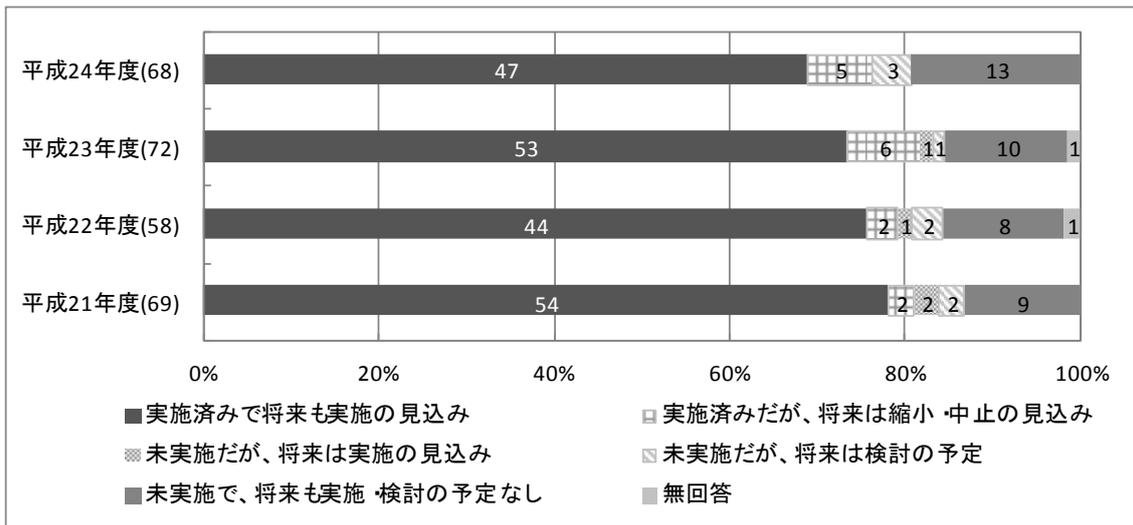
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が7割強を占めている。

■トレンド

実施済みが7割強と高い水準にあり、ほぼ横ばい、やや減少傾向にある。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が47件（69%）、「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3件（4%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が13件（19%）となっている。

(14) チラシ、ポスター、リーフレット等の作成・配布について

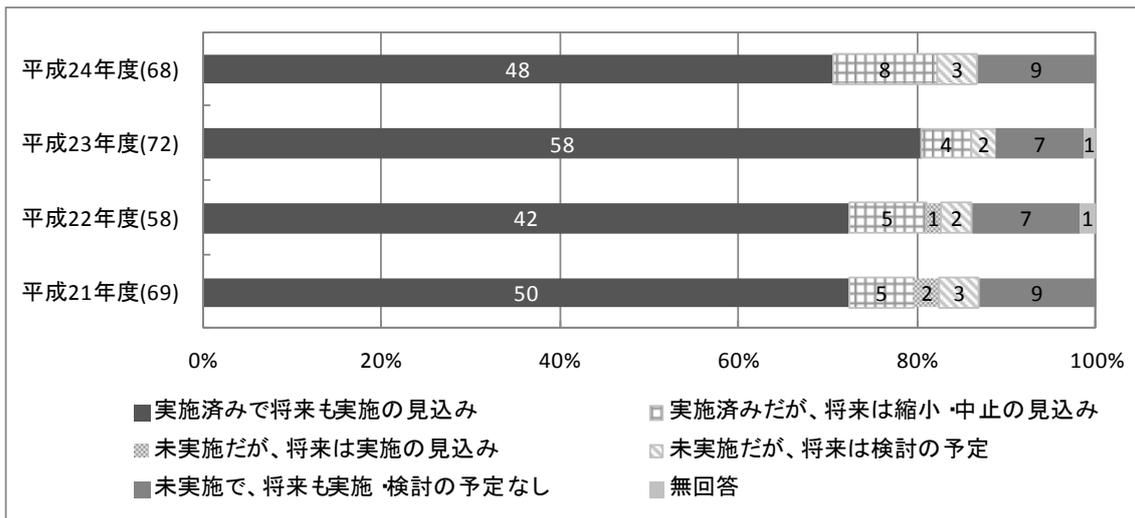
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が7割強となっている。

■トレンド

実施済みの合計が8割前後と高い水準で、ほぼ横ばいに推移している。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が48件（71%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が8件（12%）、「未実施だが、将来は検討の予定」が3件（4%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が9件（13%）となっている。

(15) 市民独自の普及啓発活動の支援について

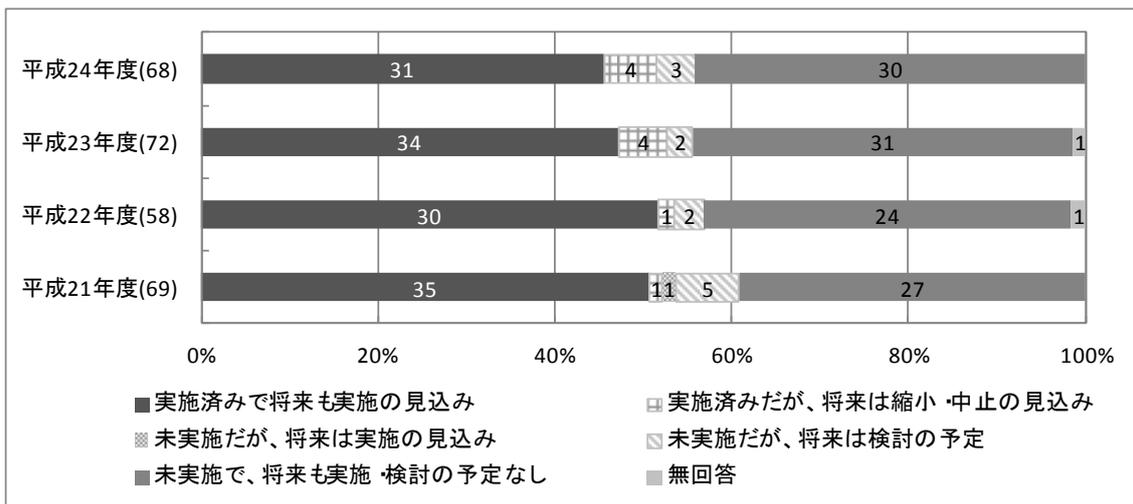
■今年度の特徴

「実施済みで継続実施」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。

■トレンド

ほぼ半数が実施する状況で、ほぼ横ばいに推移している。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が31件（46%）、「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3件（4%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が30件（44%）となっている。

(16) 環境学習、環境教育を通じたPRについて

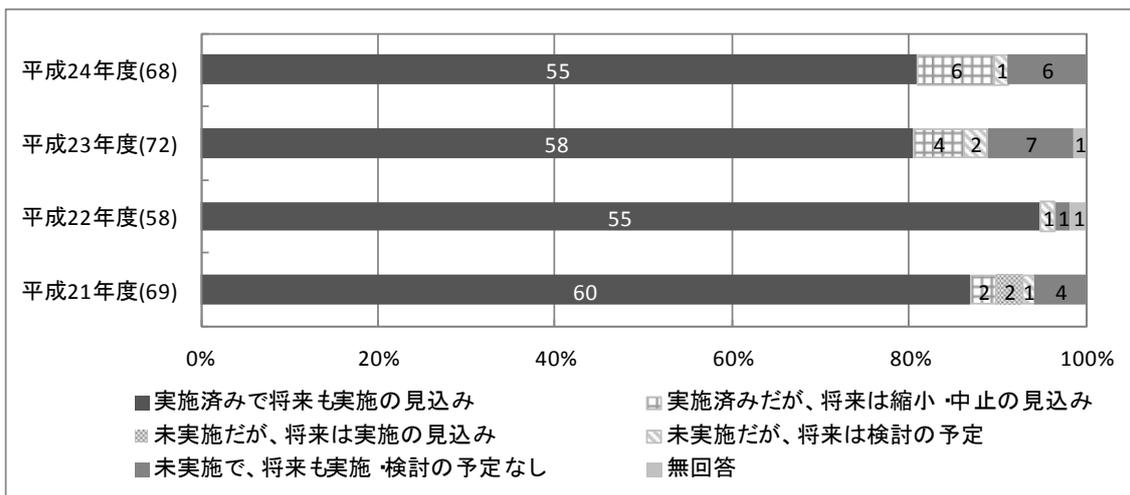
■今年度の特徴

「実施済みで、将来も実施の見込み」が8割強となっている。

■トレンド

8割強が実施する高い水準で、ほぼ横ばいに推移している。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が55件（81%）、「実施済みだが、将来は縮小・中止の見込み」が6件（9%）、「未実施だが、将来は実施の見込み」が1件（1%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が6件（9%）となっている。

(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

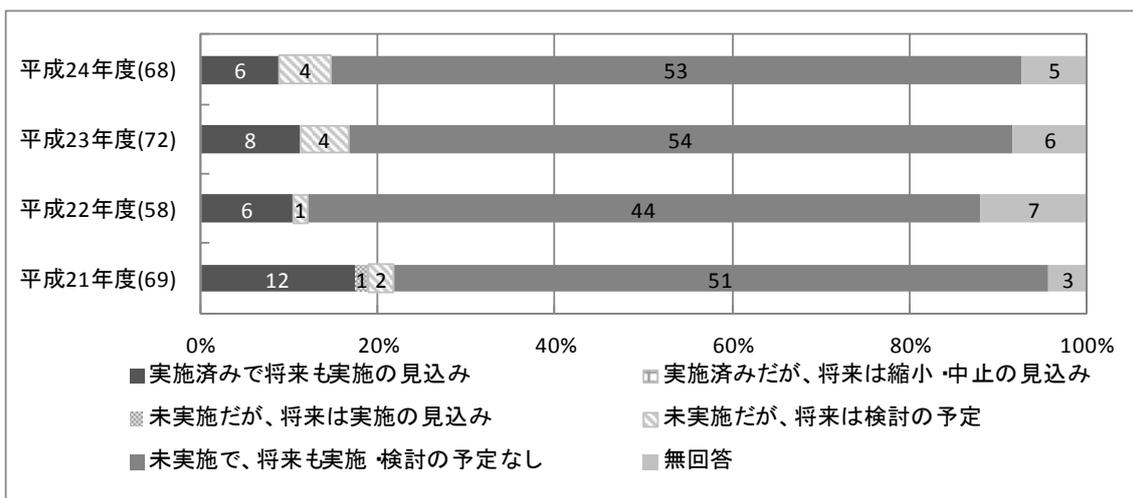
■今年度の特徴

「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、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が8割弱を占めている。

■トレンド

1割前後の低い水準で推移している。

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）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が6件（9%）、「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53件（78%）となっている。

＜間接的関与に対する特徴的な回答＞

自治体	回答内容
札幌市	<ul style="list-style-type: none"> ・懇談会を開催し、三者協定の参加を事業者へ呼び掛け ・事業者、市民団体との協定にかかる事務処理 ・協定締結式の開催 ・報道機関や市民に対しての情報提供
神戸市	<p>レジ袋削減に関する会議を開催し、事業者の参加を呼びかける。各事業者の協定参加意向を調査。協定未締結事業者へ対する個別の訪問等。また、広報紙・チラシ・ポスター等各種広報媒体を通じて、市民へ協定参加事業者をPRし、マイバッグ持参を呼びかける。</p>
岡山市	<ul style="list-style-type: none"> ・岡山市事業系一般廃棄物減量化・資源化推進協議会を設置しており、その中で事業者と意見交換・協議している。
青森市	<p>県が実施している「レジ袋無料配布の取り止め（レジ袋有料化）に関する協定」に対し、協定に参加している行政団体の一員として、本市に店舗を構えている事業者に対して、機会があれば参加を呼びかけていく予定である。</p>
葛飾区	<ul style="list-style-type: none"> ・平成24年度は、平成22年度からかつしかごみ減量・リサイクル推進協議会において企画した、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について継続して実施し、行政はそのスタンプカードや景品等の支援を行っていく。 ・かつしかごみ減量・リサイクル推進協議会でマイバッグの利用状況、マイバッグを使いやすい環境、所持枚数等のアンケート調査を実施した。

(18) その他の取組について

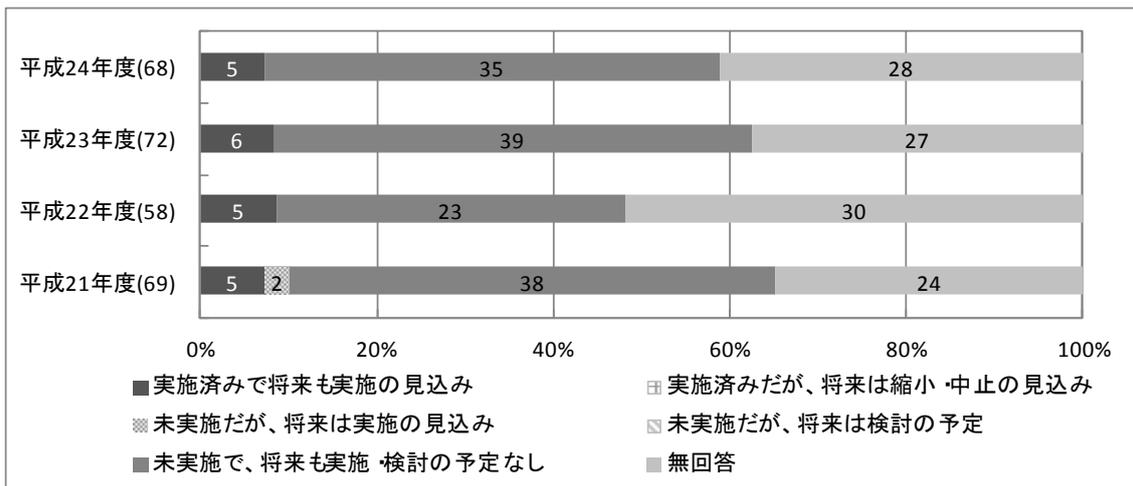
■今年度の特徴

「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。

■トレンド

ほぼ横ばいに推移している。

その他取組について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施済みで、将来も実施の見込み」が5件（7%）、「未実施で、将来も実施・検討の予定なし」が35件（51%）となっている。

＜その他の取組に対する特徴的な回答＞

自治体	回答内容
新潟市	新潟県の「新潟県レジ袋削減県民運動宣言」に併せて「新潟市ノーレジ袋運動宣言」を実施
岡山市	10月に4R啓発展を実施し、その中でマイバックの推進についても啓発している。
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開催しているほか、街頭啓発やイベントで披露している。
西宮市	<ul style="list-style-type: none"> ①レジ袋の無料配布を中止する ②レジ袋の収益金を環境保全活動等に活用する ③レジ袋を辞退された市民に対して物品等を提供する（ポイント制等） ④繰り返し使用が可能な買い物袋（マイバック・マイバスケット）等を提供する ⑤ノー！レジ袋の日を設け買い物袋持参（マイバック・マイバスケット）を促進する ⑥レジ袋削減への取り組みをポスターやチラシ等で啓発する ⑦商品の量り売りなど（生鮮食品等の販売で袋詰めすることを控える）促進する ⑧トレイ、ラップ、紙製容器包装の削減などの発生抑制や排出抑制を促進する
新宿区	「新宿エコ自慢ポイント」により、区民のレジ袋辞退を促すとともに、『新宿発「エコなくらし」3R協働宣言』を周知する中で、レジ袋の削減をアピールしていく。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るなど、消費者に対して取り組みの姿勢を示すものとなっている。
葛飾区	<ul style="list-style-type: none"> ・平成24年度は、平成22年度からかつしかごみ減量・リサイクル推進協議会において企画した、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につて継続して実施し、行政はそのスタンプカードや景品等の支援を行っていく。 ・かつしかごみ減量・リサイクル推進協議会でマイバッグの利用状況、マイバッグを使いやすい環境、所持枚数等のアンケート調査を実施した。

(1) 実施地域について

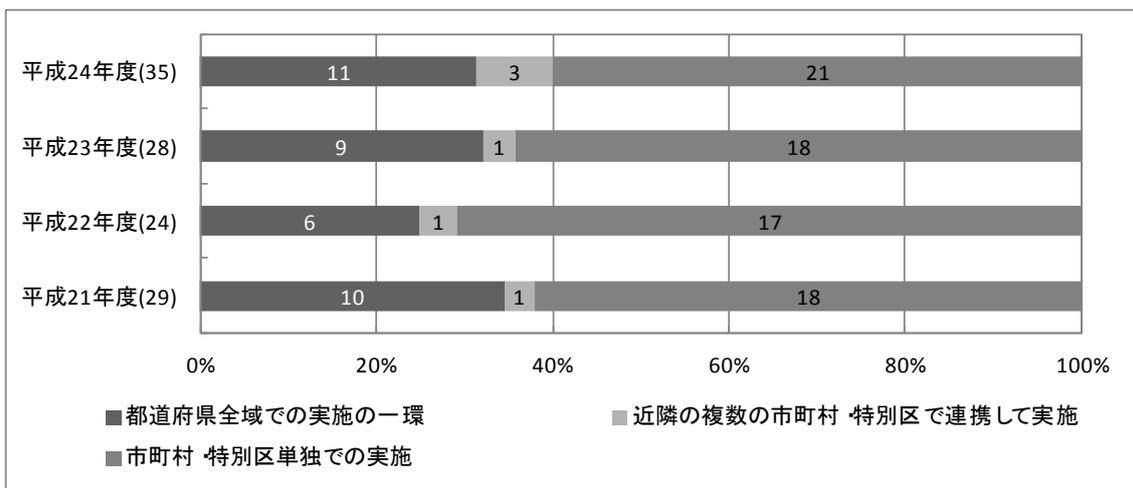
■今年度の特徴

「市町村・特別区単独での実施」が6割、「都道府県全域での実施の一環」が3割強となっている。

■トレンド

「市町村・特別区単独での実施」が6割強を占める状況で、大きな変化は見られない。

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35件を対象に集計（平成24年度）

- 「都道府県全域での実施の一環」が11件（31%）、「近隣の複数の市町村・特別区で連携して実施」が3件（9%）、「市町村・特別区単独での実施」が21件（60%）となっている。

(2) スーパーマーケットの参加状況について

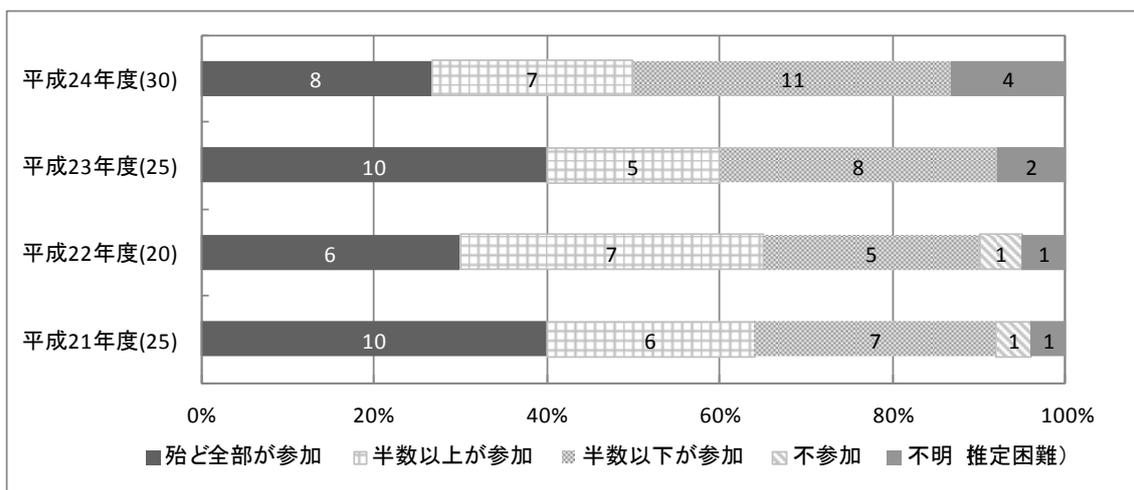
■今年度の特徴

「殆ど全部が参加」と「半数以上が参加」を合わせて5割となっている。

■トレンド

「殆ど全部が参加」と「半数以上が参加」が5割を切り、やや減少傾向が見られる。

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30件を対象に集計（平成24年度）

- 「殆ど全部が参加」が8件（27%）、「半数以上が参加」が7件（23%）、「半数以下が参加」が11件（37%）となっている。
- 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32件の最大値は450店、最小値は1店、平均値は56.3店であった。

(3) 生協・大学生協・農協の参加状況について

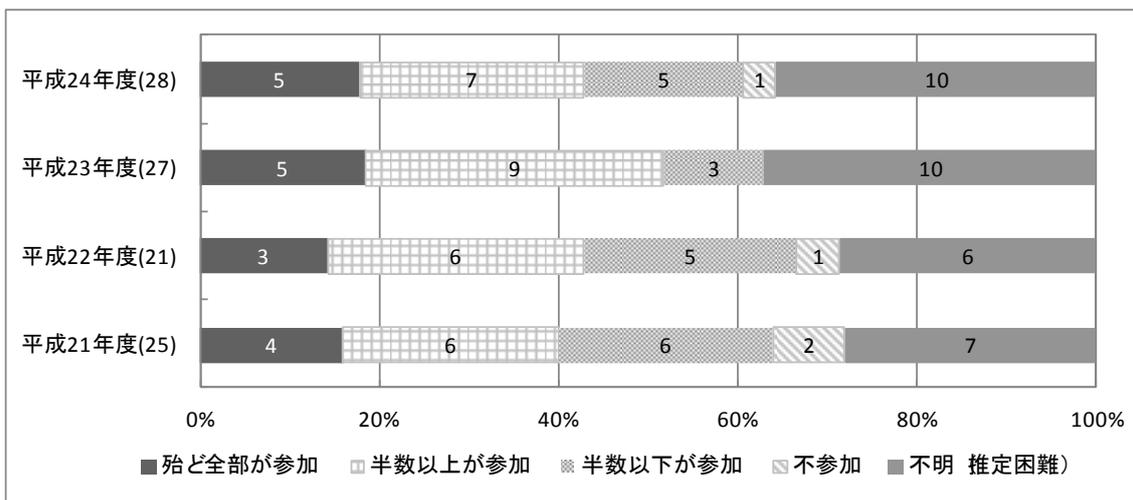
■今年度の特徴

「殆ど全部が参加」と「半数以上が参加」を合わせて4割強となっている。

■トレンド

半数以上が参加が4割強で推移している。

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28件を対象に集計（平成24年度）

- 「殆ど全部が参加」が5件（18%）、「半数以上が参加」が7件（25%）、「半数以下が参加」が5件（18%）となっている。
- 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29件の最大値は70店、最小値は1店、平均値は10.3店であった。

(4) 百貨店の参加状況について

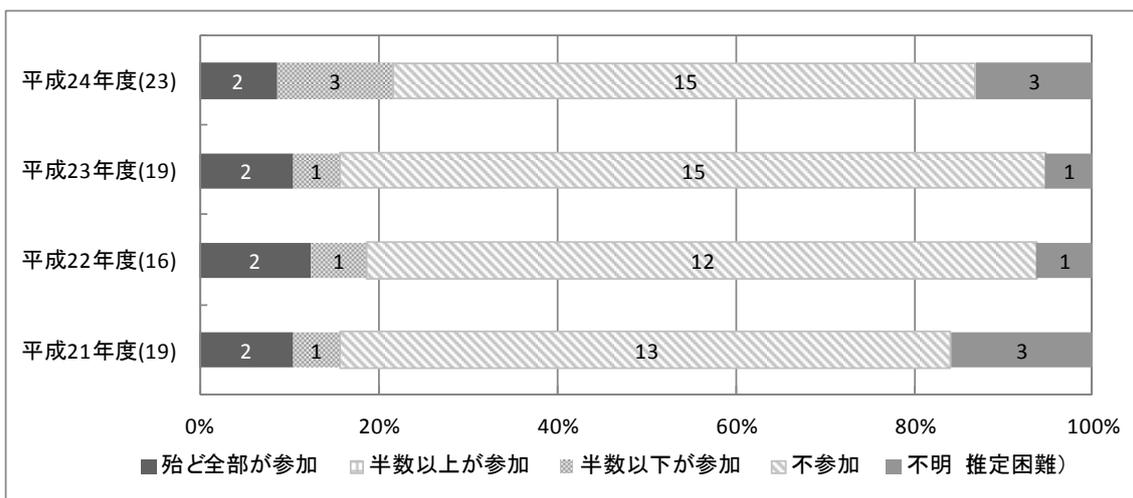
■今年度の特徴

「殆ど全部が参加」が1割弱にとどまっている。一方、「不参加」は6割台となっている。

■トレンド

「殆ど全部が参加」と「半数以上が参加」が2割程度と低い水準で推移しているが、直近では若干の増加が見られる。

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23件を対象に集計（平成24年度）

- 「殆ど全部が参加」が2件（9%）、「半数以下が参加」が3件（13%）、「不参加」が15件（65%）となっている。
- 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件の最大値は4店、最小値は1店、平均値は2.1店舗であった。

(5) ドラッグストアの参加状況について

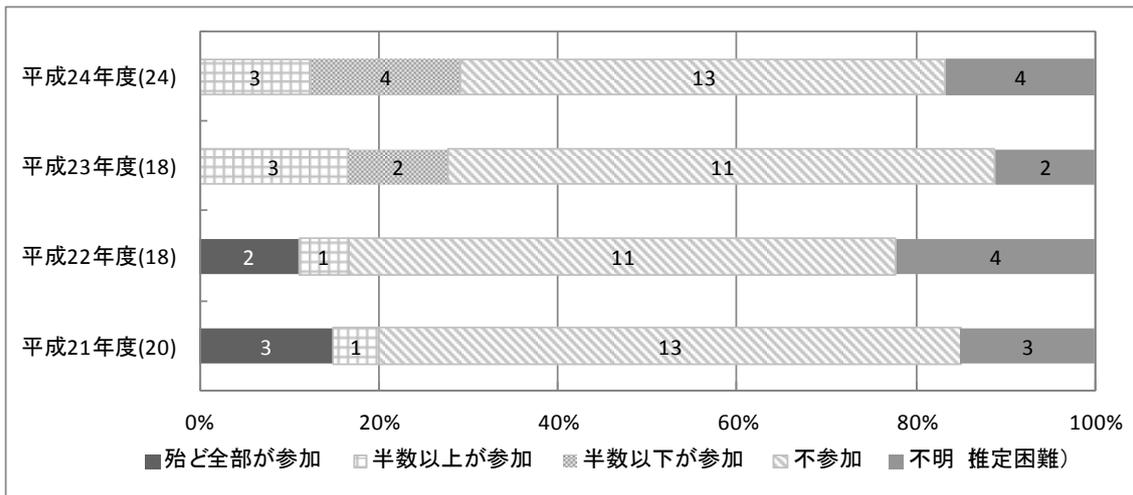
■今年度の特徴

「半数以上が参加」が1割強となっている。一方、「不参加」が5割台となっている。

■トレンド

依然「不参加」の割合は高いものの、参加割合は増加傾向にある。

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24件を対象に集計（平成24年度）

- 「半数以上が参加」が3件（13%）、「半数以下が参加」が4件（17%）、「不参加」が13件（54%）となっている。
- 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12件の最大値は138店、最小値は3店、平均値は23.8店であった。

(6) コンビニの参加状況について

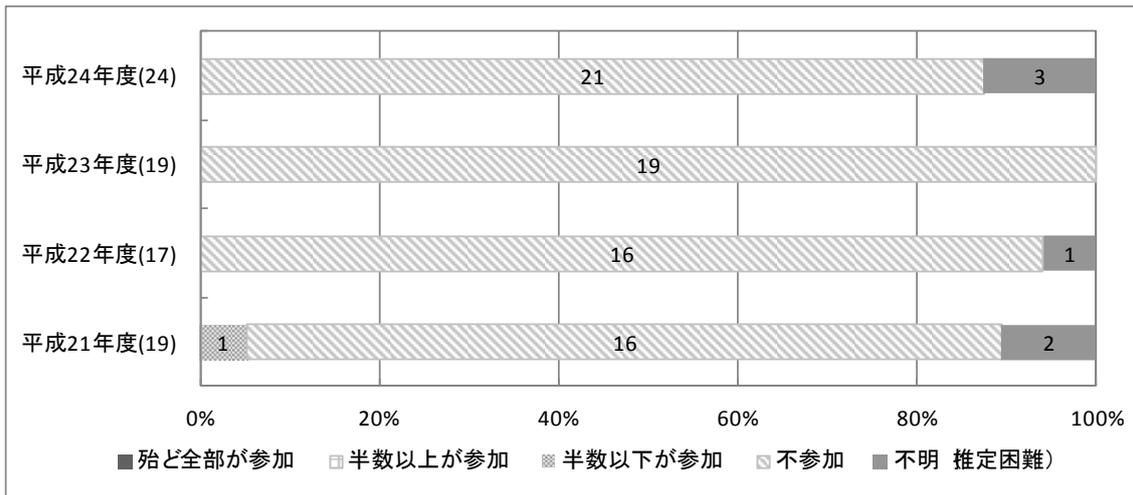
■今年度の特徴

9割弱が「不参加」となっている。

■トレンド

「不参加」傾向は依然として強い。

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24件を対象に集計（平成24年度）

○ 「不参加」が21件（88%）を占めている。

(7) その他業種の参加状況について

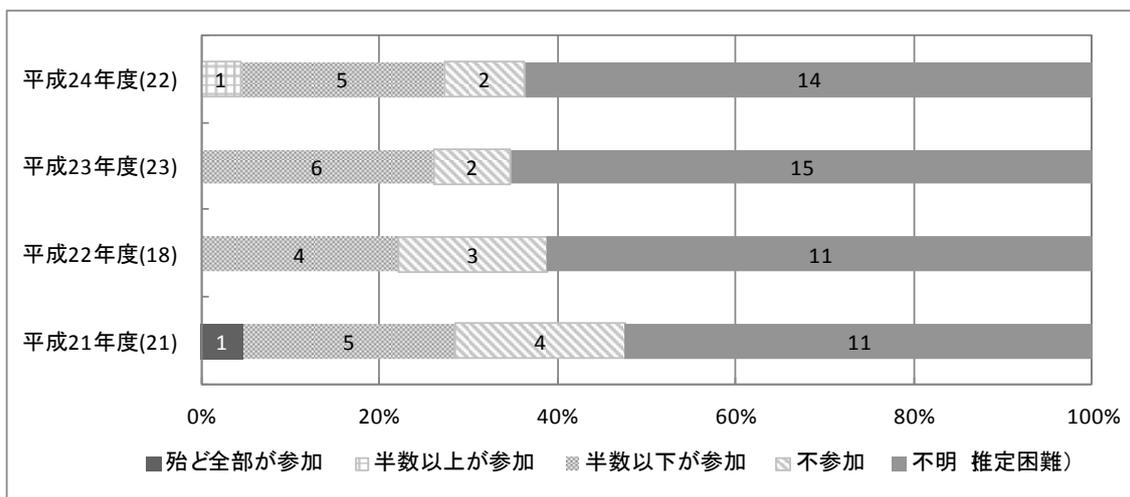
■今年度の特徴

「半数以下が参加」が2割強となっている。

■トレンド

大きな変化は見られない。

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22件を対象に集計（平成24年度）

- 「半数以上が参加」が1件（5%）、「半数以下が参加」が5件（23%）、「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、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、文具店、商店会連合会、健康食品販売が挙げられている。
- 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20件において、最大値は907店、最小値は1店、平均値は71.9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) 設定する評価項目について

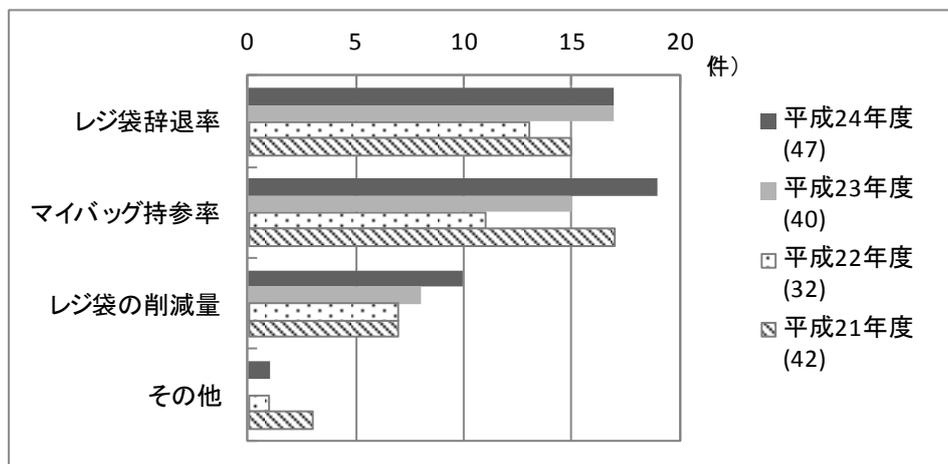
■今年度の特徴

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。

■トレンド

どの評価項目も増加傾向で推移している。

取組の評価項目（複数回答）（政令市・中核市・特別区）



○ 評価項目としては、「レジ袋辞退率」が17件、「マイバッグ持参率」が19件、「レジ袋の削減量」が10件となっている。

(9) レジ袋の辞退率の推移について

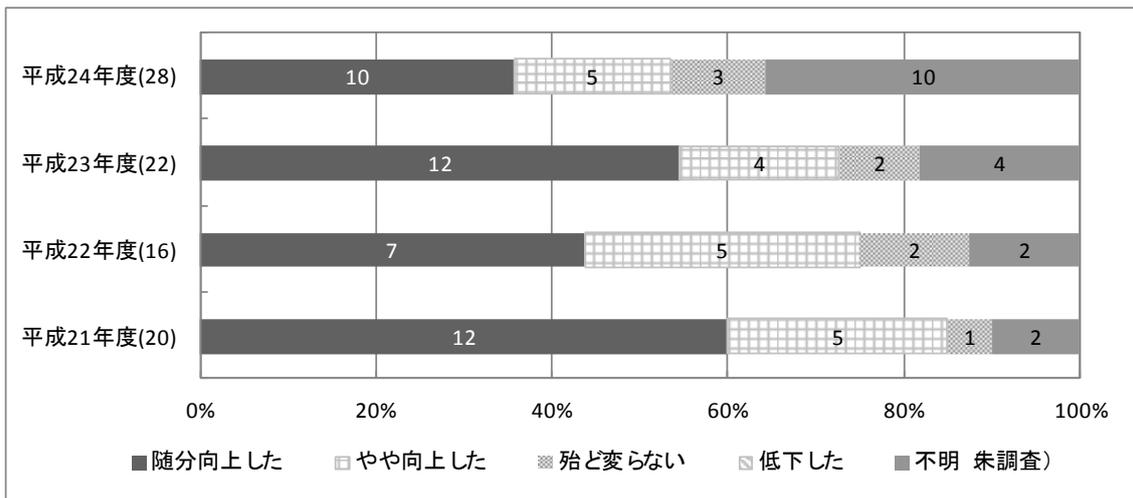
■今年度の特徴

「随分向上した」と「やや向上した」とを合わせて5割台となっている。

■トレンド

不明を除くとほぼ横ばいで推移している。

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28件を対象に集計（平成24年度）

- 「随分向上した」が10件（36%）、「やや向上した」が5件（18%）、「殆ど変わらない」が3件（11%）となっている。

(10) マイバッグ持参率の推移について

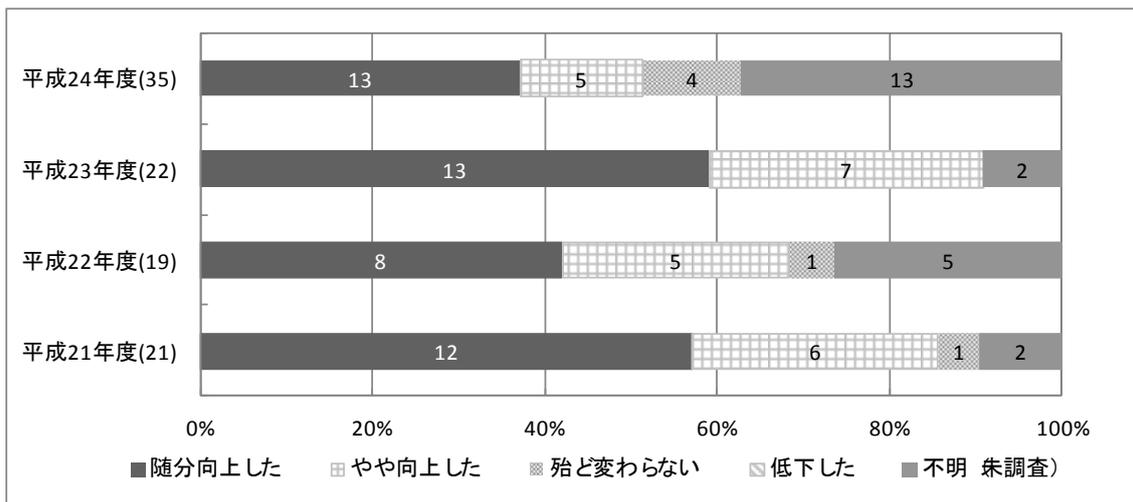
■今年度の特徴

「随分向上した」と「やや向上した」とを合わせて5割強となっている。一方で、「不明（未調査）」が4割弱となっている。

■トレンド

不明を除くとほぼ横ばいで推移している。

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35件を対象に集計（平成24年度）

- 「随分向上した」が13件（37%）、「やや向上した」が5件（14%）、「殆ど変わらない」が4件（11%）、「不明（未調査）」が13件（37%）となっている。

(11) レジ袋辞退率、マイバッグ持参率について

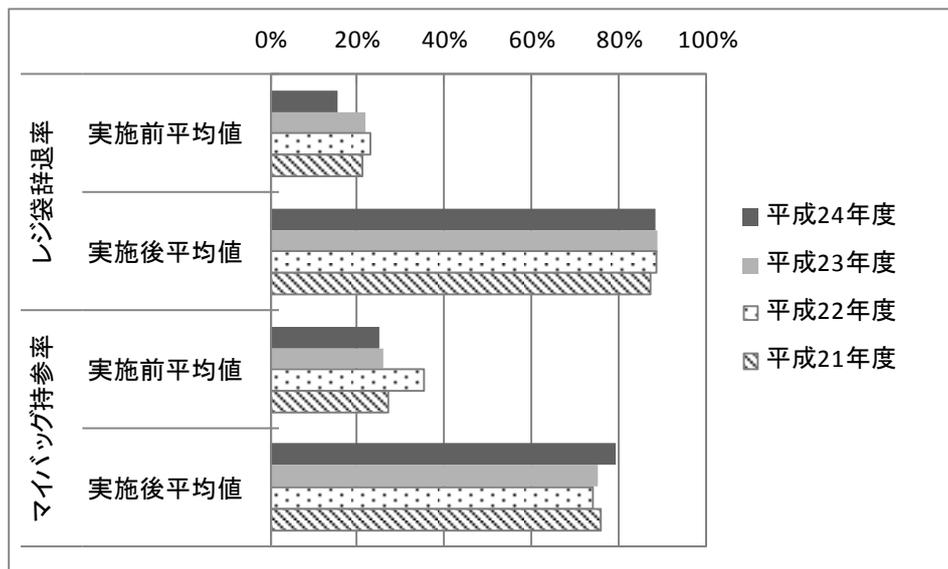
■今年度の特徴

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。

■トレンド

レジ袋辞退率、マイバッグ持参率とも、ほぼ横ばいで推移している。

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4件を対象に集計（平成24年度）

※マイバッグ持参率は実施前後双方に回答のあった9件を対象に集計（平成24年度）

- レジ袋辞退率は有料化実施前平均値が16%であったものが、同実施後は88%となった。
- マイバッグ持参率は有料化実施前平均値が25%であったものが、同実施後は79%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。

(1) 今後の取組意向について

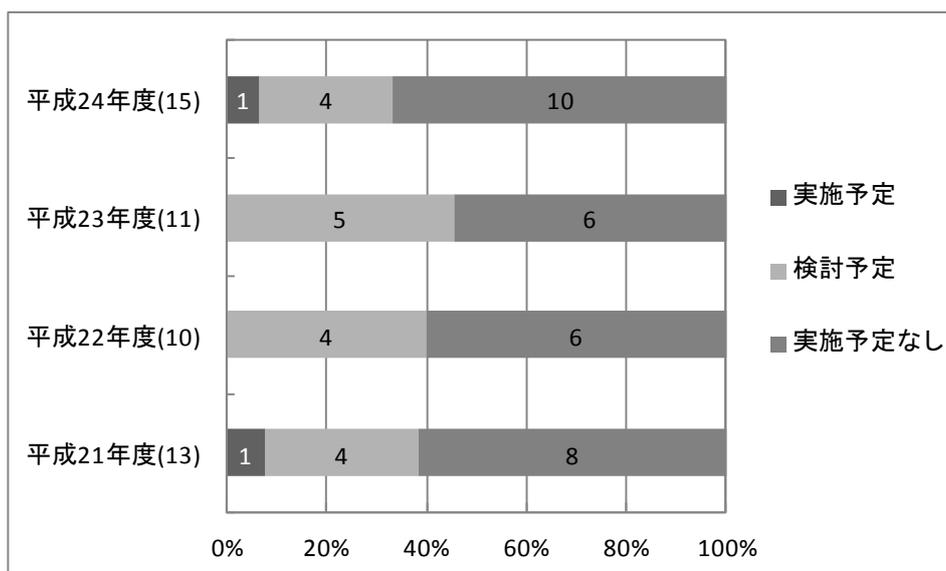
■今年度の特徴

「検討予定」が3割弱となっている。一方では、「実施予定なし」が7割弱となっている。

■トレンド

概ねほぼ横ばいで推移している。

今後の取組の意向について（政令市・中核市・特別区）



- 「実施予定」が1件(7%)、「検討予定」が4件(27%)、「実施予定なし」が10件(67%)となっている。

(2) 今後もレジ袋削減に取り組む意向が無い理由について

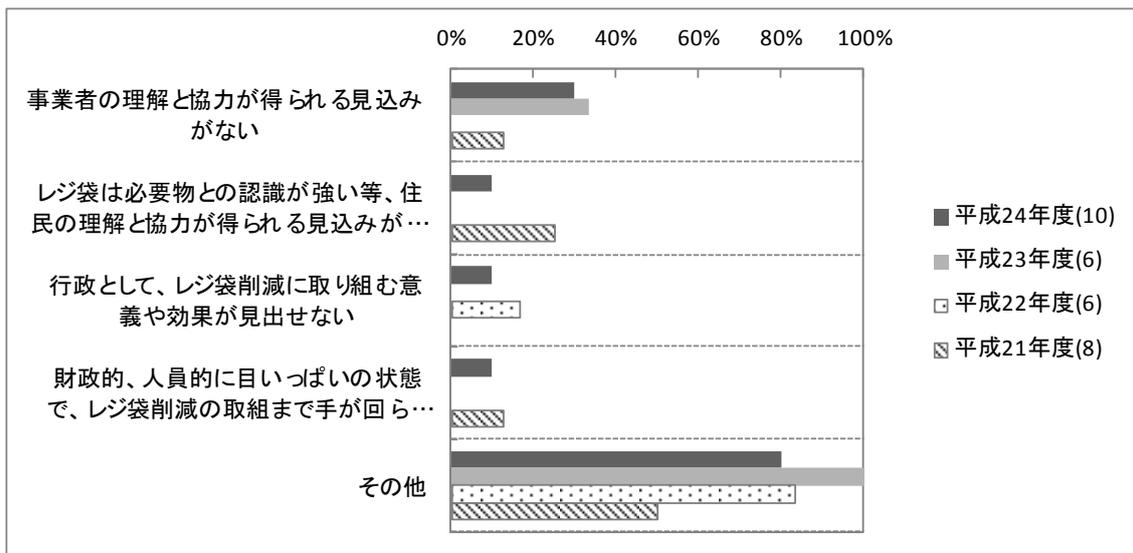
■今年度の特徴

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。

■トレンド

「事業者の理解と協力が得られる見込みがない」が比較的多く挙げられているが、特段の傾向は見られない。

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」10件を対象に集計（平成24年度）

- 「事業者の理解と協力が得られる見込みがない」が3件(30%)、「その他」が8件(80%)となっている。

＜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つた経緯があり、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	<p>当市内においては、多くのチェーン店型スーパーが、その本部の方針のもと、それぞれ独自のポイント制、値引き制のレジ袋削減活動を展開しているため、行政が関与し統一的なレジ袋有料化などの施策を講じることは困難と思われる。</p> <p>行政としては、市民への啓発活動を推進することに力を注ぎ、減量に寄与していきたいと考えている。</p>
高槻市	行政の所管する地域と量販店が対象としている地域が異なり、特に駅前店舗や大規模店舗の場合、他の市町村住民が多く利用することから、本市の費用または条例で規制することが混乱を招くように考える。
江東区	<p>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料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考ええる。</p> <p>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考ええる。</p>
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、その動向や効果などについて引き続き注視しているところです。
豊島区	地域の特性を考慮しつつ、他の自治体での効果を見極めてから実施の検討をいたしたい。
練馬区	<p>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。</p> <p>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考える。</p>

1. レジ袋削減への取組状況

- ・ 秋田県において、県と事業者がレジ袋削減に向けた自主協定を締結し、全県でマイバッグ普及の流れを作っている。
- ・ レジ袋削減の目標は、主にマイバッグの持参率を20%以上としており、事業者は、目標を達成するため、店舗ごとに様々な取組を推進している。
- ・ 県は、取組をホームページで紹介するなど積極的に広報を行い、目標を達成した店舗に対して、レジ袋削減目標達成ステッカーを付与するとともに、達成店舗名及び達成状況を公表している。
- ・ このようなレジ袋削減・マイバッグ推進運動の一環で、エコポイント（500円商品券への引き換え等）やノーレジ袋2円引きなどが行われているが、それらは各事業者の自助努力であり、市としては支援等を行っている訳ではない。エコポイントを実施している店舗は比較的多く、県の協定に参加していない店舗でも実施されている場合もある。
- ・ 秋田市においては、平成22年度に事業者、市民団体、秋田市の三者によるレジ袋の無料配布中止に向けた協議会を開催し、3者協定の締結を目指した。ただ、一部事業者の理解が得られなかったため（協定に参加しない事業者の店舗に消費者が集中するのではという懸念）、協定の締結には至らず、協議会も中断している。大半の事業者はレジ袋の有料化に賛成であったが、全ての事業者の参画が必須条件であった。
- ・ 現在、秋田市では、消費者に向けた様々な普及啓発活動を実施している。
- ・ 例えば、マイバッグ持参を呼びかけるポスターを作成し、公共施設や学校、スーパー等へ配布（計300部）し、掲示している。ポスターには、地元プロスポーツ団体（3団体）の選手を起用している（無償で協力してもらっている）。また、「秋田市ごみ減量キャラクターエコアちゃん」という、市のキャラクターも作成している。

マイバッグ持参を呼びかけるポスター



- また、ごみ減量・分別説明会（井戸端会議）の際、ごみ減量の手法の1つとしてレジ袋削減を取り上げ、啓発している。町内会やPTAなどから市に要請があった場合に、市が出前講座を開催するというものである。また、市が公共施設や店頭でごみ減量キャンペーンなどのイベントを実施し、抽選でエコバッグを景品として提供するなどしている。
- さらに、マイバッグ作り講座や、新聞エコバッグ講座等を開催し、レジ袋削減の意義とマイバッグ持参を促している。
- 平成24年7月に家庭ごみ袋の有料化が始まり、いっそうごみ減量化の普及啓発活動を強化している。レジ袋削減は、ごみ減量化を進める一環であり、身近なレジ袋の削減を進めることで、ごみ減量化のきっかけとなって欲しいと考えている。
- 今後、特に新しい取組を行う予定はない（マイバッグの染め方講座など目先を変えた取組は予定しているが）。

2. レジ袋削減対策の評価

- 季節ごとに家庭ごみ組成調査を行っており、レジ袋の使用枚数等についても調査している。有料化後の調査では、レジ袋の総数の変化は少ないが、スーパー等で配布される比較的大きな袋の混入が減少している。
- また、スーパーなどを見ても、マイバッグを持参している人や、レジ袋を断る人の数は確実に増えていると感じる。
- ごみ減量キャンペーン後にアンケート調査を実施しているが、「マイバッグで買い物に行く」「余計な袋はもらわない」と回答している人が増えている。
- このように、少しずつではあるがレジ袋削減の取組は進んでおり、だいぶ消費者に浸透していると思う。

3. レジ袋削減対策の課題

- ・ 平成 22 年度の協定締結に向けた協議会中断以降、事業者との接点が少なくなったことが課題である。現在はポスター配布の際に、レジ袋削減の協力をお願いする程度である。市の事業系ごみ担当セクションが事業者にごみ分別の指導を行う際などを利用して、レジ袋削減について依頼するなどの取組が必要であろう。
- ・ 事業者側としては、レジ袋の有料化を一部で実施したときに、実施していない店へ客が流れることを危惧し、なかなか実施に踏み切ることができない。平成 22 年度に、行きつけの店でレジ袋の無料配布がなくなったら他の店に移行するかというアンケート調査を実施したところ、ほとんどの回答者は元々の店で買うという結果であった。その結果を示しても事業者はなかなかレジ袋有料化に踏み切っていない。
- ・ 市としての最大の課題はさらなる市民への啓発と思っている。自治体としてできることは市民に働きかけることだと考えている。

4. 国への意見・要望

- ・ 全国展開しているチェーン店も多く、レジ袋の有料化については、国が率先してレジ袋削減への取組みを強化しない限り、なかなか進まない状況にあると思われる。
- ・ 本当にレジ袋削減を考えていくのであれば、生産者拡大責任の考え方をさらに進め、レジ袋にかかる負担金をさらに増加させるなどの法的な規制が必要である。ただ、商品価格の上昇につながるため、あまりやり過ぎるのはどうかとも思う。
- ・ レジ袋削減はごみ減量化を進めるきっかけとして使いやすいものである。国の方で、ライフスタイルを見直す機運を高めるような取組をもう少ししてもらえればと思う（例えば公共広告機構のCMを見ても、ごみ減量のテーマは少なくなったように感じる）。

1. レジ袋削減への取組の経緯

(1) 協定によるレジ袋無料配布中止の推進

- ・ 栃木県では、消費者・事業者・行政による「とちぎレジ袋削減推進協議会」の検討結果を受け、平成 22 年 2 月 1 日から、事業者、消費者団体、市町、県の 4 者協定による「レジ袋無料配布の中止」を推進している。
- ・ 事業の目的は、レジ袋削減の取組を環境にやさしいライフスタイルへと変えるきっかけとし、県民総ぐるみの地球温暖化対策へとつなげていくことである。
- ・ 事業者の足並みが揃わずに県内主要事業者一斉での協定スタートとはならなかった。
- ・ 平成 22 年 11 月には、壬生町が地域（市町）単位での無料配布中止の協定を締結した。
（2 事業者 2 店舗）
- ・ 売上減等を理由に取組を中止する事業者が出てきており、直近の参加事業者数や店舗数は協定締結当初を下回る水準となっている。

協定参加事業者数、参加店舗数の推移

	H22.2.1	H22.6.1	H24.3.31	H25.2.28
参加事業者数	34	38	34	23
参加店舗数	71	100	65	55

※地域（市町）単位での協定締結事業者及び店舗を含む。

協定参加事業者

業種	事業者
スーパーマーケット	エコス、カスミ、サニーマート、シンユーストア、三軒屋イオン、ヤオハン（左記は地域協定事業者）
生協	とちぎコープ、宇都宮市職員生活協同組合、栃木県職員生活協同組合
その他の小売業等	プラッツおおひら、那珂川町の小売事業者

(2) キャンペーン隊「とちぎレジ袋減らし隊」によるマイバッグ持参呼びかけ

- ・ 栃木県では、平成 22 年 8 月以降、緊急雇用対策事業を活用し、キャンペーン隊「とちぎレジ袋減らし隊」を組織し、マイバッグ持参を呼びかけてきている。
- ・ 具体的には、レジ袋無料配布中止に取り組むスーパー等の店舗において、レジ袋削減に係るチラシや普及啓発グッズ（マイバッグやティッシュ等）を配布し、レジ袋削減に係る取組への周知を図っている。また、駅前や公的施設等多くの人が集まる場所において、

取組への協力を呼びかける街頭キャンペーンを実施している。さらに、県や各市町のイベントにおいてキャンペーンを実施している。

2. レジ袋削減対策の評価

- ・ 栃木県では協定締結に伴う効果として、「レジ袋を購入しない人の割合 80%以上」を目標に掲げており、協定締結店舗での辞退率は概ね 80%を達成している。
- ・ しかし、協定締結による無料配布中止に取組む事業者の拡大が進まず、事業者数及び店舗数が当初から比較し減少に陥っている現状をみると、県の取組は不十分であったと認識せざるを得ない。

3. レジ袋削減対策の今後の方向性

- ・ レジ袋の無料配布中止を基本としつつ、地域の実情に応じた取組の推進が有効であると考え、平成 24 年度から、地域（市町）単位での多様な取組（無料配布中止以外を含む）によるレジ袋削減の協議会設置、協定の締結を推進している。
- ・ 地域（市町）単位にすることで、利害関係者の調整がしやすくなる。商圈を念頭に置いた地域単位にできれば、同様に利害関係者の調整がしやすくなる。
- ・ 栃木市では、多様な取組（キャッシュバックやポイント付与等）によるレジ袋削減を検討しており、協定締結の動きがある。

4. 国への意見・要望

- ・ 自治体単独で消費者の意識・行動変革を行うことは難しいことから、レジ袋無料配布中止への行動を推進すべく、さらに国から消費者への周知や業界団体への働きかけを積極的に行ってほしい。

1. レジ袋削減への取組の経緯

江戸川区では、レジ袋削減への取組として、平成 19 年度から区民運動として“マイバッグ運動”を推進してきている。“マイバッグ運動”は、1)マイバッグ運動推進店、2)マイバッグキャンペーン、3)マイバッグコンテスト、に大別される。

(1)「マイバッグ運動推進店」に係る取組の経緯と成果、課題について

- 江戸川区では、マイバッグの利用促進・レジ袋の削減に繋がる取組（ポスター等の掲示、レジでの声かけ、店内放送、マイバッグの販売、ポイント・スタンプサービス、値引、有料化等）を実施しているスーパーマーケット等の事業者で、区と協働して推進することに賛同する事業者を「マイバッグ運動推進店」と位置づけ、その拡大を進めている。
- 「マイバッグ運動推進店」は、区内のスーパーマーケットを対象に 43 店舗からスタートした。平成 22 年度からマイバッグキャンペーンに個人商店も参加するようになったことから、平成 22 年度からは個人商店を「マイバッグ運動推進店」の対象に拡大した。
- この結果、平成 24 年度現在、129 店舗の参加を得ている。内訳はスーパーマーケットが 70 店舗、個人商店が 59 店舗である。

(2)「マイバッグキャンペーン」「マイバッグコンテスト」の実施

- 江戸川区では、継続的なマイバッグの利用拡大を図るため、3R 推進月間である 10 月の 1 ヶ月をキャンペーン期間として、「マイバッグキャンペーン」を平成 21 年度から実施している。
- 「マイバッグキャンペーン」は、レジ袋を辞退したことがわかるレシートを 5 枚集めて区役所に応募してもらおうキャンペーンであり、応募者の中から抽選でオリジナルエコ商品を提供している。
- 「マイバッグキャンペーン」への応募者の推移は、次のとおりである。

	平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度
応募者	3,328	1,540	2,623	2,053
当選者	300	300	600	600

(注) 平成 22 年度の応募者数が激減したのは、切手を貼付し、応募する形であったためと考えられる。他の年度は郵送料無料（江戸川区負担）。

- また、マイバッグに興味を持ってもらい、新たなマイバッグ利用を広めるため、平成 16 年度から平成 23 年度まで「マイバッグコンテスト」を実施していた。具体的には、手作りのマイバッグ作品を募集し、江戸川区民まつりが行われる篠崎公園に展示し、来場者による人気投票を行っていた。最優秀賞 1 点、優秀賞 2 点を選出し、受賞者には賞

状の授与、図書カードの贈呈を行っていた。

- ・ 壊れた傘の布や着られなくなったジーンズを素材にしたものが出展されるなど、ごみの減量化、資源の有効利用を助長することに寄与したと考えられる。
- ・ 応募作品数の推移を以下に示す。出品者には、小中学生や男性も見られるなど、マイバッグへの関心を幅広い層に広める効果がみられた。

年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度
作品数	25	33	43	37	52	34	58	33

(3) 情報誌(紙)を活用した普及啓発活動の実施

- ・ 江戸川区では、年に3回「ごみダイエット」という清掃・リサイクルニュースを発行しているが、年に1回はマイバッグの記事を掲載するようにしている。(「ごみダイエット」は、町会の回覧物として配布されるほか、区の施設等に設置・配布している。)
- ・ また、区独自の3R普及啓発冊子として「3Rハンドブック」を平成23年3月に作成し、リデュースの代表的な取組としてマイバッグ運動を取り上げ、町会への出前講座等で「3Rハンドブック」を用いて普及啓発を行っている。さらに、小学校4年生向けに「えどがわくのごみダイエットにチャレンジ!」という冊子を作成し、大人向けと同様に、リデュースの代表的な取組としてマイバッグ利用を例示し、区内の全小学校に配布し、子どもから大人への波及効果を期待している。
- ・ 当初は、マイバッグ運動をごみ減量、リデュースに貢献する取組としてのみ紹介していたが、その後、CO₂排出量削減にも寄与する等、環境にやさしい面がある点も紹介するようにしている。
- ・ 区民へのアンケート調査を2年おきに実施しているが、その結果から、男性のマイバッグ持参率が低いことが示唆されるため、「ごみダイエット」の中で男性のマイバッグ、男性のイラスト等を活用し、男性向けにマイバッグ利用の訴求を行ってきている。

2. レジ袋削減対策の評価

- ・ 現在までの間に「マイバッグ運動推進店」の参加店舗数が拡大してきた点が成果といえる。なお、引き続き、参加店舗の拡大を図る。
- ・ マイバッグ運動を通じ、マイバッグ自体への認知は浸透してきており、これは成果といえる。「マイバッグコンテスト」や「マイバッグキャンペーン」は一定の役割を果たしたものと考え、「マイバッグコンテスト」は平成23年度に終了し、「マイバッグキャンペーン」も平成24年度で終了することとした。今後は持っているマイバッグをいかに買い物時に持参してもらうかが課題となっている。

3. 国への意見・要望

- ・ 町会の回覧物等は、見てもらえない限り伝わらないという限界がある。また、3R普及啓発冊子も全員に配布するものではないため、区による普及啓発には限界があるといわ

ざるを得ない。

- ・ マイバッグ運動に協力してもらえる事業者には概ね協力してもらえていることから、今後は、マイバッグを持つ区民にいかによりマイバッグを持参して買い物に繰り出してもらえるかが課題となる。区民に効果的に普及啓発を行う方法として、公共広告機構等のCMを通じて継続的に普及啓発を行ってもらえるとよいのではないかと考える。東日本震災後の節電呼びかけCMは、とても効果的であったと感じており、このような普及啓発を国に主導して実施してもらえるとよいのではないかと考える。また、CMに3R推進マイスター等の著名人を活用できるとさらに効果が期待できるのではないかと考える。

1. レジ袋削減への取組の経緯

- ・ 横浜市中区の関内地区において、対象地区内のコンビニエンスストアと事業所の協力を得て、コンビニエンスストアでの買い物において、利用者にレジ袋と割り箸の辞退を呼び掛ける取組を実施している。
- ・ 地区内で取組に賛同いただいた事業所では、職場の従業員にコンビニエンスストアでの買い物において「レジ袋はいりません」、「割り箸はいりません」と表明してもらい、運動参加の意思表示となるバッジも活用してもらっている。
- ・ また、コンビニエンスストアでは、お店の方から声掛けを行うほか、ステッカー、バッジなどにより、各店舗で協力を呼びかけてもらっている。
- ・ さらに、この取組に参加してもらえる関内周辺の事業所の募集を行うとともに事業所へ賛同の呼びかけを行っている。
- ・ この取組は、日本フランチャイズチェーン協会に横浜市が相談を持ちかけたことで、実現したものである。いくつかのコンビニエンスストアと打ち合わせを行う中で、横浜市と個々のコンビニエンスストアでの取組とするより、業界団体からの依頼で行う取組であるほうが、着手しやすいとの意見があったため、横浜市から日本フランチャイズチェーン協会に話をもちかけた。
- ・ 平成 23 年 1 月に、日本フランチャイズチェーン協会から横浜市へ横浜市「オフィスでもマイバッグ・マイ箸宣言」参加申出書が提出され、平成 23 年 4 月より、関内地区でのレジ袋や割り箸の削減に取り組んでいる。

この「オフィスでもマイバッグ・マイ箸宣言」は、ごみの分別を通じてごみ排出量削減を目指した G30 の取組が平成 22 年度をもって終了し、平成 23 年 1 月に新しい横浜市一般廃棄物処理基本計画「ヨコハマ 3 R 夢(スリム)プラン」が策定されたのを機に、平成 23 年 4 月からリデュースに寄与する取組として、着手した。

- ・ スーパーマーケットではなく、コンビニエンスストアに着目した理由として、スーパーマーケットで配布されるレジ袋は、一定の大きさがあるため、家庭等に持ち帰った後にゴミ袋等としての利用が可能であり、実際に市民の中にもゴミ袋として使用する人も少なくないのに対し、コンビニエンスストアで配布されるレジ袋の多くは小さめのものが多く、レジ袋として使用した後は、ゴミ袋として有効利用されず、ゴミとして捨てられてしまうことが多い点が挙げられる。すぐにごみになってしまうレジ袋なのであれば、

お店でできるだけ配布しない、来店客もできるだけもらわないようにすることが望ましいと考えられ、横浜市のリデュースへの取組の一環として、コンビニエンスストアで配布されるレジ袋をターゲットに取組を行うに至った。

- ・ 関内地区は、市役所、中区役所が所在するほか、オフィスビルに多数の企業が入居している。そこで、関内地区のまちづくり協議会のような会合等に市から声かけ等を行い、地区内の事業所に日常的にマイバッグを置いてもらい、コンビニエンスストアでの昼食等の購入時にオフィスからマイバッグを持参し、レジ袋を断ることで、レジ袋使用量の削減に協力してもらうよう呼びかけている。

2. レジ袋削減対策の評価

- ・ リデュースの取組は、消費者の意識、行動を変える取組でもあるため、成果が上がるまでには時間がかかると感じている。
- ・ 横浜市内におけるレジ袋の辞退率の数値については、把握できていないが、神奈川県のリデュース実行委員会の報告によると、神奈川県におけるレジ袋の削減に向けた取組の実践に関する宣言に賛同したスーパー等を含む事業者（24年10月現在：159社・団体1012店舗）の平成23年度のレジ袋辞退率は、約31%となっている。
- ・ 市としては横浜市全域にマイバッグ持参等の取組が普及拡大していけばよいと考えているが、現状は関内地区での実施にとどまっておき、神奈川県の調査結果や実感としてのレジ袋削減効果が感じられていないため、取組はやや不十分と感じている。
- ・ ただし、横浜市と地域活性化包括連携協定を結んでいる㈱セブン-イレブン・ジャパンが瀬谷区と協働し、暮らしに身近なコンビニエンスストアで、「せや3R夢（スリム）！マイ箸・マイバックアクション」を平成25年3月1日からスタートさせた。今後、セブン-イレブン・ジャパンと連携した区民のマイバッグ持参への取組が横浜市全域に拡大することが期待できる。



(出典) 横浜市記者発表資料「(株) セブン-イレブン・ジャパンと瀬谷区 ごみ減量でタッグ」(平成 25 年 2 月 21 日、瀬谷区地域振興課)

3. 国への意見・要望

- ・ コンビニエンスストアでのレジ袋使用量削減に寄与した事業者に対して、何らかのインセンティブを与える仕組みが導入されるとよい。レジ袋使用量削減に寄与した事業者への経済的インセンティブの付与が難しいようであれば、国による何らかの表彰制度を作ってもらってもよい。(ちなみに、横浜市では、事業系ごみの排出抑制や分別排出等に顕著な功績のあった事業者等に対して 3 R 活動優良事業所として認定を行っている)
- ・ 横浜市では、レジ袋削減に加え、簡易包装の推進、マイボトル・マイ箸利用の推進、区民まつり等のイベントでの飲食物提供時におけるリユース食器利用等も、リデュースへの取組の一環として取り組んできている。簡易包装の推進については、イオンと地域活性化包括連携協定を締結し、平成 24 年 6 月に市内のイオン 6 店舗と連携し、ノントレイ商品や詰め替え商品の周知、買い物を通じたリデュースへの貢献可能性の周知を目指した簡易包装キャンペーンを実施した。マイボトルの推進に関しては、市が取り組んでいるマイボトルスポットに登録していただいた店舗等を市民に紹介するとともに、マイボトルスポットでの啓発イベントを協力店舗等と実施している。消費者のライフスタイルの転換に向けては、小売店等の協力が必要不可欠と考えており、小売店との協定締結を通じた取組の実施例や小売店等の協力を得て消費者のライフスタイルの転換に成功した事例等の全国レベルでの収集、全国への情報の還元をしてもらえるとうよいのではないかと。

「マイボトルスポット」で、お手持ちのマイボトルに飲み物を！

平成 22 年 10 月に試行的に 4 か所で開始した「マイボトルスポット」。徐々に数を増やし、今年の 2 月には（公財）横浜市緑の協会管理施設 13 か所が参加！散策が気持ちいいこの季節、山手西洋館やズーラシアなどへお出かけの際には、ぜひマイボトルスポットをご利用ください。また、この 4 月には、マイボトルに対応しているチェーン系カフェ 5 ブランド（市内 計 80 店舗）もマイボトルスポットに登録！マイボトルスポットが 104 か所に増えました。今後も、マイボトルがより便利に使える街になるよう、スポット数を増やしていきます。

【4月からマイボトルスポットに登録したチェーン系カフェ】



スターバックス



「マイボトルスポット」とは？ 多くのスポットで、マイボトル割引実施中！ ※詳しくは、添付のチラシをご覧ください。

マイボトルスポットとは、飲みものを、持参したマイボトルに入れて販売・提供する店舗等のことで、横浜市独自の名称です。

マイボトルが空になったらマイボトルスポットへ。

マイボトルを活用していくことで、ペットボトルなどの使い捨てを減らしていくことができます。

マイボトルで飲みものをおいしく楽しみながら、ごみを減らしていくライフスタイルを広げていきませんか？



マイボトルスポット
マーク



ペットボトルの
国民1人あたり
平均年間使用量



500ml
ペットボトル
約180本分*

ヨコハマひろばウェブサイト
内、マイボトルスポットのホーム
ページもぜひご覧ください！

マイボトルスポット

検索

(出典) 横浜市記者発表資料「マイボトルスポットが 104 か所に拡大」(平成 24 年 4 月 26 日、資源循環局 3 R 推進課)

1. レジ袋削減への取組の経緯

- 石川県では、消費者・市民団体の代表である社団法人いしかわ環境パートナーシップ県民会議（以下、パートナーシップ会議。）との連携の下、平成 19 年 6 月に、全国に先駆けて食品スーパー及び百貨店とレジ袋削減にかかる最初の三者協定を締結。
- その後も、コンビニエンスストア、ドラッグストア、クリーニング店、書店と、順次、協定を締結する業種を拡大し、レジ袋削減の取組を推進してきた。
- 更に、平成 23 年 11 月には、家電量販店、ホームセンター、商店街の新たな業種を含む 8 事業者 89 店舗の参加を得て、更に活動の裾野を広げているところである。
- この結果、本協定には平成 23 年 11 月 10 日現在で、47 事業者 939 店舗が参加している。
- なお、参加事業者の削減目標と取組手法は以下の通りである。

業種別削減目標と取組手法

業種	削減目標	取組手法
食品スーパー ドラッグストア クリーニング店	マイバッグ等持参率 80%以上	事業者が以下から選択 ・レジ袋無料配布中止 ・マイバッグ持参者へのポイント付与 ・ポスターの掲示や店内放送等による啓発 ・レジ袋軽量化 ・簡易包装や適切なサイズのレジ袋利用 等
コンビニエンスストア	事業者が以下から選択 (1)1店舗あたりのレジ袋使用総重量削減率(H12比)35%以上 (2)レジ袋削減率(H22比)10%以上 (3)レジ袋削減率(H18比)20%以上 (4)マイバッグ等持参率 30%以上	
百貨店	レジ袋削減率(H18比) 30%以上	
書店	マイバッグ等持参率 30%以上	
家電量販店	レジ袋削減率 10%以上	
ホームセンター	レジ袋削減率 10%以上	
商店街	レジ袋を使用する意思を消費者に確認する 等	

- ただし、業種ごとに一律の基準を設けるのではなく、事業者の事情に応じて柔軟な目標設定を認めることで、参加者の裾野を広げる配慮も行っている。
- 例えば、コンビニエンス業界については、平成 20 年度より順次全国展開のチェーン店が三者協定に参加しているが、それぞれの目標値はフランチャイズチェーン独自の目標に準じての参加であり、上乘せ目標は設定していない。
- また、三者の役割分担は以下の通りである。

三者の主な役割

主体	役割
事業者	・ 上表に掲げられた取り組みを進める
社団法人いしかわ環境 パートナーシップ県民会議	・ 県、市町及び消費者・市民団体と連携して、マイバッグ等の持参・レジ袋削減を推進
石川県	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社団法人いしかわ環境パートナーシップ県民会議、市町及び消費者・市民団体と連携してマイバッグ等の持参・レジ袋削減を推進 ・ ホームページや環境フェアで協定締結事業者を PR ・ 協定参加店舗であることを消費者に周知するためのステッカーを発行

- ・ この三者協定は、県下全域で進めており、その推進にあたっては、県、パートナーシップ会議、事業者に県下市町村を加えた構成で、レジ袋削減方策検討会議を開催し、関係者間で調整を取りつつ取組を進めてきた。ただし、最近開催頻度が減っていたこともあり、県内市町村で独自に三者協定を展開している地域などで、事業者が二重の報告義務を課されるなど負担増が発生するなどの問題も発生している。県としては、これらの事情や今後の新たな展開を検討するため、次年度に検討会を開催する予定である。

<三者協定以外の取組>

- ・ 三者協定以外では、国のマイバッグキャンペーン運動期間にあわせて、県内市町村へのキャンペーン促進活動への協力呼びかけを行っている。
- ・ また、県ではリユース食器の利用促進にも力を入れており、県やパートナーシップ主催のイベント等では、リユース食器を活用するようにしている。
- ・ 更に、パートナーシップでは、平成 13 年より 1 台で約 1,000 人分の食器を洗浄できる移動洗浄車「ピカピカ号」を導入し、無料貸出を実施している。この移動洗浄車は貸出依頼が多く、好評を得ている。

2. レジ袋削減対策の評価

- ・ 県としては、これまで三者協定の締結促進を軸に積極的なレジ袋削減を展開し、協定参加事業者を着実に増加させると共に、レジ袋有料化の動きを浸透させることが出来たことから、一定の成功が得られたと感じている。
- ・ しかし、直近では、県境を越える事業者の方針転換に伴う足並みの乱れや、活動実績の報告義務の負担感などから、協定からの脱退や協定参加継続の意義に対する疑問も呈されるようになっており、新たな課題も見え始めている。
- ・ 県境を越える事業者の方針転換については、県外に本社を有する大手ドラッグストアが、レジ袋の有料化を取り止めたことから、有料化を続ける地元同業者が顧客の流出を警戒し、有料化を取り止め、別の削減手段に切り替える傾向が見られる。これらの事業者に

は、何らかの活動継続インセンティブを与える必要を感じているところである。

3. 今後の取組の方向性

- ・ 県では、有料化等の積極的なレジ袋削減の取り組む事業者が活動インセンティブを継続できるよう、新たに表彰制度を設けて表彰することで、それらの事業者が積極的な活動によるメリットを受けられるよう制度構築を検討しているところである。
- ・ また、表彰制度構築にあたって、県内関係者によるレジ袋削減方策検討会議を開催し、レジ袋削減にかかる方針の確認と、意見調整も併せて進めたいと考えている。

4. 国への意見・要望

- ・ 国には、有料化等の取組事業者がメリットを受けられるような制度や、取組インセンティブを付与するような制度の構築をお願いしたい。
- ・ 取組事業者がメリットを受けられるような制度については、国による表彰制度の構築を望む。現在でも、毎年、国に対して優良事例の報告を行っているが、その後の展開が見えない面がある。そういった優良事例の中から、更に優良事例を選定して表彰するなどの取組を期待したい。
- ・ また、取組インセンティブの付与については、容り法の改正を機に、省エネ法のような算定・報告義務を課す制度を組み入れ、事業者の改善を促す仕組み作りを期待したい。

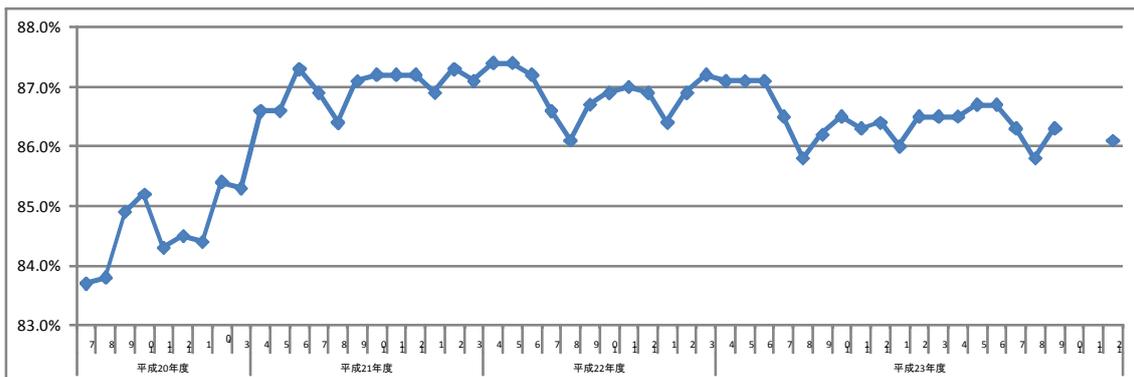
1. レジ袋削減への取組の経緯

- 山梨県では、事業者・消費者団体・商工団体・行政等で構成する山梨県ノーレジ袋推進連絡協議会が中心となって、「山梨県におけるマイバッグ等の持参促進及びレジ袋削減に関する協定」の締結を通じた県内全域でのレジ袋無料配布中止を実施している。
- 平成20年6月10日の第1回協定締結から順次参加事業者を増やしてきており、平成23年6月7日の第6回協定締結を経て、現在は37事業者1組合438店舗と協定を締結するに至っている。内訳は、食品スーパーが18事業者103店舗、クリーニング店が7事業者1組合319店舗、百貨店が2事業者2店舗、生活協同組合が4事業者5店舗、農業協同組合・農の駅が4事業者7店舗、自然食品店が1事業者1店舗、寝具店が1事業者1店舗である。
- 「山梨県におけるマイバッグ等の持参促進及びレジ袋削減に関する協定」において、参加事業者は、レジ袋削減の目標を設定し、レジ袋の無料配布を中止するなどの取組を実施することとされている。また、山梨県ノーレジ袋推進連絡協議会は、レジ袋削減の効果を公表することにより、この取組の更なる拡大を目指し、協定に参加する消費者団体、商工団体、自治体は、事業者の取組を支援するとともに、マイバッグ等の持参を積極的に呼びかけることとされている。

2. レジ袋削減対策の評価

- 「山梨県におけるマイバッグ等の持参促進及びレジ袋削減に関する協定」締結の結果、協定参加事業者全体でのマイバッグ等の持参率は80%台後半を推移している。山梨県ノーレジ袋推進連絡協議会を中心とした県民に対するマイバッグやマイバスケット持参の積極的な呼びかけなどの啓発活動を通じて、マイバッグ等の持参が定着・習慣化したことで、マイバッグ持参率は高水準で推移しているものと考えている。

マイバッグ等の持参率の推移



- 平成 20 年 7 月から平成 24 年 12 月までのレジ袋辞退者全体の削減効果を試算すると、以下ようになる。ごみ減量のみならず、CO₂排出量削減にもこれだけ寄与したと評価できる。

レジ袋辞退者	26,365 万人
レジ袋辞退枚数	36,361 万枚
レジ袋削減重量	4,165 トン
原油削減量	8,601kl (原油削減量 200 L のドラム缶約 43,005 本分)
二酸化炭素削減量	19,389 トン (約 4,073 世帯の年間排出量分に相当)

- レジ袋削減対策で効果を上げられた要因として、1)山梨県という商圏が、事業者が横並びで取り組めるちょうどよい規模の商圏であったこと、2)協定締結を通じたレジ袋無料配布中止の実施前に、ストップ・レジ袋大作戦として毎月 10 日、20 日、30 日は「ノーレジ袋の日」とする等の取組を行うなど、県内全域でのレジ袋無料配布中止の実施に向けて十分な普及・啓発活動が実施されたこと、3)協定に基づき、山梨県ノーレジ袋推進連絡協議会・事業者・協定参加団体・行政が、それぞれの役割のもと協働してレジ袋削減のための取組が実施されていること、等が挙げられる。

3. 今後の取組の方向性

- 今後は、ドラッグストアやホームセンター事業者の協議会への参加及び協定締結を通じたレジ袋無料配布中止の取組を拡大していきたい。
- 日々の生活の中で実践できる 7 つのエコ活動(レインボーアクション:マイバッグ運動、マイはし運動、マイボトル運動、リユースびん運動、エコドライブ運動、緑のカーテン運動、環境家計簿運動)を「やまなしエコライフ県民運動」として提唱し、県民一人ひとりがこの運動への参加を通じて自らの生活行動を見直し、環境にやさしいライフスタイルへの転換を図ることを推進している。レジ袋削減対策は、マイバッグ運動に含まれるが、ごみ減量化だけではなく、環境にやさしい社会「CO₂ゼロやまなし」の実現にも寄与するという位置づけで、リデュースや環境保全につながる他のエコ活動とともに、推進していくこととしている。

～はじめようエコライフ! CO₂ゼロやまなしをめざして～

やまなしエコライフ県民運動

やまなしエコライフ県民運動は、みなさんが身近でできるエコ活動を行うことにより、環境にやさしい社会「CO₂ゼロやまなし」を実現していく運動です。

「未来の世代に、より良い環境を残すための架け橋」となるよう、7つの運動を「**レインボーアクション**」と名付けています。

みなさんも、できることからレインボーアクションをはじめてみましょう。

① マイバッグ運動

- レジ袋など使い捨ての買利物袋を削減するため、お買い物にはマイバッグやマイバスケットを持って行きましょう。
- 不要なレジ袋は断りましょう。

折りたたみ式のマイバッグを持ち歩けば、いつでもどこでも使えます。「マイバッグは折りたたんだままお買い物をする」など、「マイバッグお買い物マナー」を守って気持ちよくお買い物を楽しみましょう。



② マイはし運動

- 割りばしなどの使い捨て用品を削減するため、外食時やお弁当を食べる際には、マイはしを利用しましょう。
- リユースはし(繰り返し使えるはし)を使用する飲食店を積極的に利用しましょう。

コンビニなどでお弁当を購入する時は、割りばしや使い捨てフォークを断りましょう。



③ マイボトル運動

- ペットボトルや紙コップなどの飲料容器を削減するため、外出時にはマイボトル(水筒や飲料ボトル等)を携帯しましょう。
- マイボトルに飲み物を販売する飲食店を積極的に利用しましょう。

お気に入りの飲み物をマイボトルに入れて持ち歩けば、いつでも喉を潤せませし、お小遣いの節約にもなります。



④ リユースびん運動

- 環境負荷の少ないリユースびんの利用を推進するため、一升びんやビールびんなどの繰り返し使えるリユースびん入りの商品を購入しましょう。
- リユースびんの空きびんは販売店などに返却しましょう。

びんを洗浄して繰り返し使うリユースびんは、お店などで回収されてこそ何回も使用することができます。



⑤ エコドライブ運動

- 自動車から排出される二酸化炭素を削減するため、「ふんわりアクセル」、「加減速の少ない運転」、「アイドリングストップ」など環境にやさしいエコドライブを実践しましょう。

エコドライブは、燃料の節約や安全運転にもつながります。山梨県では、「エコドライブ宣言」をした方にエコドライブステッカーを差し上げています。



⑥ 緑のカーテン運動

- 夏場の冷房時等に排出される二酸化炭素を削減するため、あさがおやゴーヤなどのつる性植物で緑のカーテンをつくり、エアコンの使用を控えましょう。

葉の蒸散効果で室内の温度が下がるため、節電につながります。野菜で緑のカーテンをつくれれば、収穫も楽しめます。



⑦ 環境家計簿運動

- 家庭で消費されるエネルギーの記録をとり、排出される二酸化炭素の量を計算して、その削減に努めましょう。

継続して環境家計簿を記録すれば、エネルギー使用量や家計の変化が見えてきます。



※マイはし、マイボトルは自己責任により衛生管理をお願いします。

主唱団体

✧環境に関する企業連絡協議会

✧環境パートナーシップやまなし

✧公益財団法人やまなし環境財団

✧山梨県地球温暖化防止活動推進センター

✧山梨県ノーレジ袋推進連絡協議会

✧山梨県

1. レジ袋削減への取組の経緯

- ・ 長野県では、「レジ袋削減県民スクラム運動」を平成 20 年 10 月からはじめた。具体的には、事業者、消費者団体と 3 者協定を締結し、レジ袋削減を推進してきた。
- ・ 平成 25 年度までにマイバッグ等持参率 60%以上を目標に、事業者にはレジ袋削減に向け、取組みやすい手法を 2 項目以上選択し、取り組んでもらった。手法として、①廃止、②有料化、③募金方式、④値引き、⑤ポイント制、⑥バッグのレンタル、⑦確認の声かけ等を設定したが、事業者が選択した手法としては、“値引き”、“ポイント制”、“確認の声かけ”が多かった。また、大手スーパーが値引きを行った影響を受けて、スーパーマーケットではポイント制から値引きに移行するところも散見された。
- ・ 長野県では、3 者協定に参加する事業者数、店舗数の増加を目指して、取り組んできた。平成 23 年 4 月 1 日現在、24 事業者、581 店舗の参加を得ている。この中には、スーパーマーケットだけでなく、ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストア、家電量販店、酒量販店等も含まれている。
- ・ 「レジ袋削減県民スクラム運動」への取組後、マイバッグ持参率は 20%台から 50%台にまで上昇し、取組の一定の効果が確認できた。しかし、近年、マイバッグ持参率は横ばいとなっており、新たなレジ袋削減対策を講じる必要性が高まってきた。
- ・ 平成 23 年から、今後のレジ袋削減対策について事業者、消費者団体との間で意見交換を始めた結果、「レジ袋の無料配布中止が有効ではないか」との方向性を得た。
- ・ 平成 24 年 9 月に長野県知事が県民、事業者に向けて長野県全域でのレジ袋無料配布中止を提唱した。この提唱を受けて、「レジ袋無料配布中止」に賛同する事業者、経済団体、消費者団体、行政から構成される“長野県レジ袋削減推進協議会”を設立し、「レジ袋無料配布中止」に向けた具体的な検討に着手した。
- ・ 3 回にわたる“長野県レジ袋削減推進協議会”での検討の結果、平成 25 年 6 月中をメドに、まずは食品スーパーを皮切りに、合意できたところから「レジ袋無料配布中止」に取り組むこととなった。
- ・ 現状、食品スーパー、ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアの垣根はなくなりつつあるとの事業者の声もあることから、長野県としては、食品スーパーだけでなく、ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアにも「レジ袋無料配布中止」に踏み切ってほしい、と考えている。ただ、「レジ袋無料配布中止」の実施までには準備期間が必要であり、ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアには段階的に参加してもらえるとよい、と考えている。
- ・ コンビニエンスストアで使用されるレジ袋は、食品スーパーに比べて多いとの声もあり、コンビニエンスストアには是非「レジ袋無料配布中止」に取り組んでほしい。

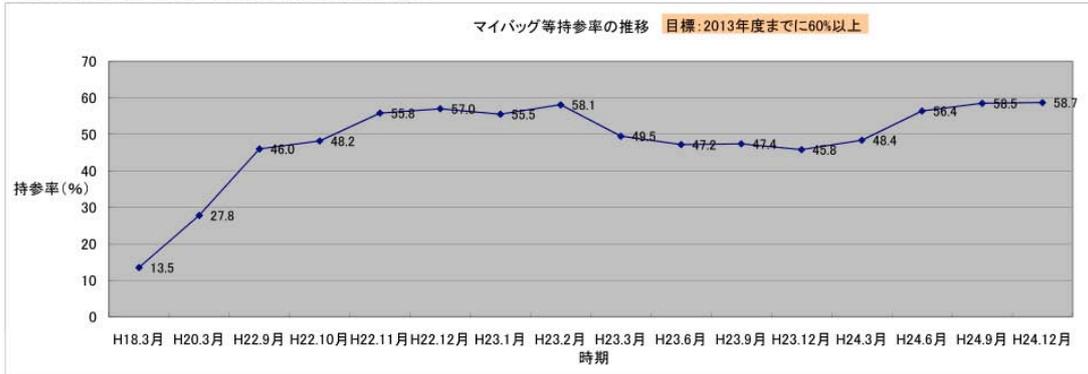
2. レジ袋削減対策の評価

- 「レジ袋の無料配布中止」に踏み切らず、値引き、ポイント制、声かけを通じて、マイバッグ持参率を 50% 台にまで高めた点は十分に評価できる。3 者協定に参加している事業者からも長野県の県民の意識は高いとの声を聞くことがある。
- ただし、近年、マイバッグ持参率が横ばいで推移していることから、今後は、「レジ袋無料配布中止」を全県で幅広い業態で実施し、レジ袋削減を推進していきたい。飯田下伊那 14 市町村からなる南信州地域では、平成 21 年 2 月から事業者、消費者団体の協力を得て「レジ袋の無料配布中止」を実施し、マイバッグ持参率が 92.8%（平成 24 年 3 月：県下平均 48.4%）と大きな成果を挙げていることから、全県で幅広い業態で「レジ袋無料配布中止」に取り組むことで、大きな効果が得られると考えている。

レジ袋削減県民スクラム運動におけるマイバッグ等持参状況の推移

○調査者：長野県（廃棄物対策課）

○調査方法：レジカウンター付近での 1 時間程度の目視調査



調査時期	← (H20.10月～「レジ袋削減県民スクラム運動」がスタート)											← 調査方法変更			← 対象店舗変更		
	H18.3月	H20.3月	H22.9月	H22.10月	H22.11月	H22.12月	H23.1月	H23.2月	H23.3月	H23.6月	H23.9月	H23.12月	H24.3月	H24.6月	H24.9月	H24.12月	
持参率 (%)	13.5	27.8	46.0	48.2	55.8	57.0	55.5	58.1	49.5	47.2	47.4	45.8	48.4	56.4	58.5	58.7	
調査人数	不明	5,988	1,390	1,546	1,291	1,322	1,119	898	1,032	2,461	2,043	2,243	2,068	1,684	1,587	1,679	
持参者数			640	745	720	754	621	522	511	1,162	968	1,028	1,001	949	928	986	
調査実施店舗数	長野市内	長野市内3	総結店8 総結外3	総結店9 総結外2	総結店8 総結外3	総結店11	総結店10 総結外1	総結店9 総結外2	総結店8 総結外3	総結店18 総結外1	総結店18 総結外1	総結店18 総結外1	総結店18 総結外1	総結店12 総結外1	総結店12 総結外1	総結店12 総結外1	
	(市民団体目視調査)									← 特定店舗で調査			← 食料品小売店のみ				

※平成23年6月以降は目視調査の方法を変更し、三か月に一度特定店舗で調査を実施。持参率は調査対象となった全業種の合計値

3. 国への意見・要望

- コンビニエンスストアの店舗に対し、長野県から「レジ袋無料配布中止」を呼びかけても、フランチャイズ契約であることから店舗側だけでは意思決定できず、本部と相談してほしい、という話になってしまう。また、コンビニエンスストアの本部と話をして、日本フランチャイズチェーン協会のほうで対応しているとのことであった。元来、「レジ袋無料配布中止」に向けた取組は全国共通的に取り組むべき課題であることから、できれば環境省から日本フランチャイズチェーン協会に対して「レジ袋無料配布中止」にコンビニエンス業界として協力してもらおうよう、働きかけをしてほしい。

- 長野県では、レジ袋削減に向けた取組について、県のホームページや県政出前講座等を通じて県民に情報提供してきているが、ホームページを見ない人や県政出前講座を知らない人に対し、レジ袋削減の必要性・意義、取組の効果等をどのように伝えていくかが課題と感じている。店頭啓発の実施（毎月5日は統一NO・レジ袋デーなど）やCMや電車の車内広告・駅での広告を利用した啓発キャンペーンは、ホームページを見ない人への情報提供の一環ではあるが、取組には限界もある。環境省から、レジ袋削減の必要性・意義、取組の効果について、広く国民に対して情報提供することを今まで以上に行ってほしい。

1. レジ袋削減への取組の経緯

- 平成 13 年に発足した「容器・包装 3 R 推進協議会」での協議を経て、普及啓発活動、ポイント還元制度と、レジ袋削減のための取り組みが進められてきた。近年では有料化の推進を中心に活動を展開している。活動経緯の詳細は下表の通り。

名古屋市におけるレジ袋削減対策の経緯

	取組	背景・特徴
平成 13 年度	「容器・包装 3 R 推進協議会」の発足	当時、名古屋市では最終埋立処分場の逼迫を受け、1999 年に市長による「ごみ非常事態宣言」が出され、びん・缶・ペットを始め、プラ・紙製容器包装の分別リサイクルを実施した。その後、次の段階として、容器・包装の発生抑制を進めるため、消費者、事業者、学識者、行政で構成する「容器・包装 3 R 推進協議会」を発足させた。
平成 14 年度	「脱レジ袋宣言」	使い捨て容器包装の中でも、より身近で象徴的な「レジ袋」に着目し、その削減に向け、ポスター、店内放送、新聞などによる啓発や優良店舗の表彰を行う啓発活動を本格開始。
平成 15 年度	「市内共通還元制度エコクーびょん」の開始	レジ袋を辞退するともらえるシールを集めるとお買物券として還元(1 ポイント 2.5 円、20 ポイント 50 円で還元)される。辞退率の限界を認識する(辞退率約 1 割)。(有料化の全市展開(21 年 3 月)で制度終了。制度終了までに、約 600 の参加企業を得る。)
平成 19 年度	レジ袋有料化促進モデル事業開始	ポイント還元制度ではレジ袋辞退率の十分な向上が図れなかったことから、平成 19 年には緑区で三者協定によるレジ袋有料化のモデル実施を開始(この時点ですでに辞退率 9 割)。
平成 20 年度	レジ袋有料化還元基金運用分科会	レジ袋有料化による収益金(=販売額-販売費用)を基金に集約し、分科会にて活用方法を決定。毎年約 1,500 万円の基金を得る。
平成 21 年度	レジ袋有料化全市拡大	参加店舗総数が 93 社 4 組合 1,338 店舗まで拡大。
平成 24 年度	普及啓発キャンペーンの推進	有料化取組の更なる進展や、中止・中断者が表れたことを受けて普及啓発のあり方を見直し、レジ袋有料化の取り組みの再強化を図る。

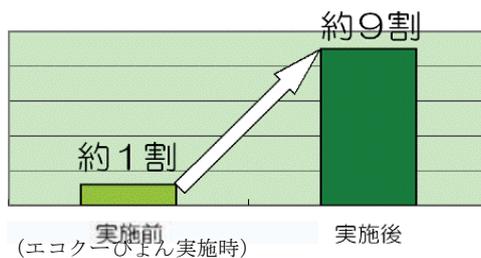
<マイボトル・マイカップの利用促進>

- ・ 名古屋市では、レジ袋の削減対策に続いて、平成 23 年度よりマイボトル・マイカップの利用促進活動を展開している。
- ・ まず、平成 23 年度には百貨店やスーパー等におけるマイボトル特設コーナーの設置や、各種イベントにおけるマイボトルの紹介とアンケート実施等を中心とした普及キャンペーンを開催。
- ・ 平成 24 年度には、「普及キャンペーン活動、給水機の設置、給茶サービスを行うお店の情報提供」の 3 つの活動を中心に、活動を拡大している。
- ・ このうち、普及キャンペーン活動では、レジ袋では連携が図られていない全国展開のコンビニにおいて、マイボトルへのコーヒーサービスを展開する事業とコラボレーションするかたちで啓発活動を実施している。
- ・ 給水機の設置活動については、保健所より厚生労働省の通達に基づいた厳しい制限が課される（浄水機付の給水機は「水の量り売り」にあたるため、有料無料を問わず、厚労省による設置の際の衛生条件が厳しい）ことから、付加価値を付けた水の供給が出来なかったものの、水道水をそのまま冷却するタイプの水の提供であれば可能（蛇口と同じ考え方＝水道）であったことから、市内の公共施設やスーパー 4 箇所で給水機を設置している。また、給水機メーカーは浄水機が売りなので、浄水機がない給水機を扱っているメーカーはごく一部しかいないことも問題であった。
- ・ マイボトル・マイカップの利用促進活動には、厚労省の通達が制約要因になることが見られることから、現状にあった見直しが望まれる。

2. レジ袋削減対策の評価

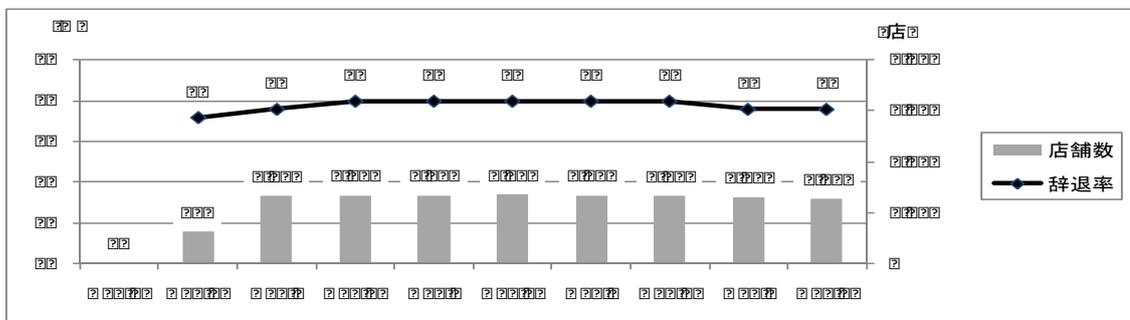
- ・ 名古屋市では、レジ袋削減の取組において全国的にも先進自治体として取組をすすめており、有料化の取組においては、取組事業者数・参加率とも早い段階から高い成果を得ている。
- ・ また、有料化によるレジ袋辞退率増加効果については、下表の通りで、有料化実施前が約 1 割程度だったのに対し、実施直後から現在に至るまで約 9 割を維持しており、レジ袋の削減策には「有料化」施策が、絶大な効果を持つことが実証された。

有料化前後のレジ袋辞退率



- 有料化参加店舗数と辞退率の推移は以下の通りで、参加店舗数は平成 22 年度までは順調に増加したものの、その後は一部、中止・中断事業者が発生したことから、やや減少している。

レジ袋有料化参加店舗数と辞退率の推移



(資料) 名古屋市提供資料

- レジ袋有料化による、レジ袋および CO₂ の削減効果は以下の通り。毎年、約 3.6 億枚、2,500 トンのレジ袋を削減し、約 14,000 トンの CO₂ 削減を達成している。

レジ袋削減効果

	平成 19 年 10 月 ～21 年 3 月 (全市有料化前)	平成 21 年 4 月 ～22 年 3 月分 (全市分)	平成 22 年 4 月 ～23 年 3 月分 (全市分)	平成 23 年 4 月 ～24 年 3 月分 (全市分)	平成 24 年 4 月 ～24 年 9 月分 (全市分)	累 計
レジ袋 削減量	1 億 1,292 万枚	3 億 4,758 万枚	3 億 6,008 万枚	3 億 5,428 万枚	1 億 5,634 万枚	13 億 3,120 万枚
	790 トン	2,433 トン	2,521 トン	2,480 トン	1,094 トン	9,318 トン
CO ₂ 削減量	4,516 トン	13,903 トン	14,403 トン	14,171 トン	6,254 トン	53,247 トン

(資料) 名古屋市提供資料

<レジ袋有料化取組の中止・中断>

- 平成 23 年度より、スーパーマーケット業界およびドラッグストア業界において、市の有料化取組の中止・中断が見られるようになっている。中止・中断店舗数とその理由は下表の通り。

レジ袋削減の中止・中断数（H24. 10. 01 現在）

	H20	H21	H22	H23	H24	合計
スーパーマーケット		1		15	29	45
ドラッグストア	1	4	7	6	13	31
その他						1
合計	1	5	7	22	42	77

（資料）名古屋市提供資料

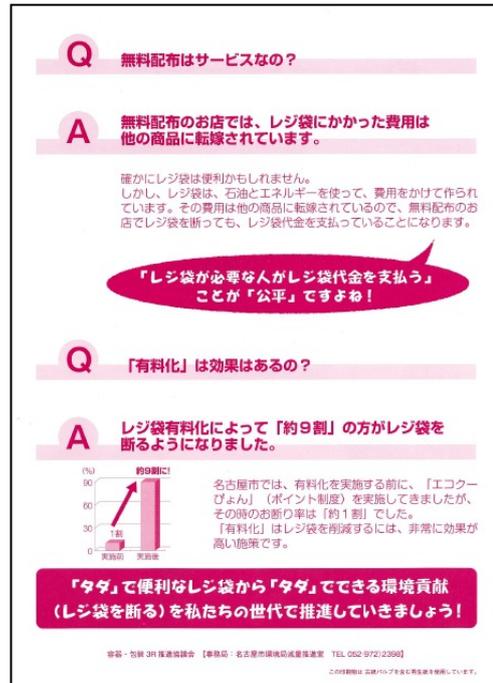
- 中止・中断事業者の理由については、事業者の中には、元来レジ袋の無料配布をサービスと捉える意識を持っており、レジ袋削減の環境的側面より、経営上の都合（集客サービスの一環としてのレジ袋無料配布や、マイバックの普及による万引き対策の経費負担増の削減）を優先せざるを得ない状況等が挙げられる。（ただし「万引きの増加」については、有料化実施前後で実際に万引きが増えたかどうかの実証データを示されたことはない。）
- 15 店舗を有する中規模スーパーの中止・中断を皮切りに、営業エリアが競合する中小規模の事業者が追従する形で、中止・中断が続いている。しかし、これらの企業については、レジ袋有料化によるコスト削減や環境貢献には理解を示しており、「皆がやるなら再開する」との意向が表明されていることから、エリア内全体での有料化推進の重要性が伺える。
- 業種別の有料化参加率は、スーパーマーケットで7割強、ドラッグストアで6割強、クリーニング店で6割強となっている。（スーパーマーケットおよびドラッグストアについては、昨年度より一部の事業者に脱退の動きがあり、やや減少して現在の参加率となっている。）多くの業種で高い参加率となっているが、百貨店、コンビニやホームセンターでは参加が見られていない。
- なお、有料化を中止・中断した店舗では、レジ袋辞退率が大幅に低下している状況が見られている。

<レジ袋有料化に係る一般的課題>

- ・ 名古屋市では、事業者の規模により対応に違いが生じていると分析している。大手事業者の場合には、レジ袋削減が数千万円から数億円の費用削減になることから、自主的に有料化の取組を進める向きが見られる。一方、中小事業者は、経費節減効果よりも有料化による客離れの方を恐れ、有料化に慎重な傾向がある。ある研究者によれば年間のレジ袋購入経費が5千万円前後で、有料化を実施するか・しないかの分岐点となる調査結果もある。(購入経費に5千万円以上かかる店舗では、レジ袋削減によるコストメリットが大きく、有料化を実施する意欲が高い傾向にあるが、5千万円以下だと、コストメリットよりも集客のためのサービス経費として考え、無料配布する傾向がある。)
- ・ また、広域で事業を展開する事業者の場合には、名古屋市内の店舗だけで有料化を進めることに対する抵抗感を持つ企業も多い。
- ・ その他、コンビニや100円ショップでは、商品1個、2個の買い物スタイルが多く、客単価が安いと、客にとってレジ袋代金の負担感が大きいこと、ホームセンターではマイバックに入らない商品などを多数扱っていること、百貨店では食品売場以外では紙袋などが無料であることや、スーパー・コンビニと違って電車等で遠くから来る客も多いことから、これら業界についてはレジ袋有料化には参加していない。
- ・ もう一つの大きな課題は、レジでのクレーマー対応である。名古屋市の事業者ヒアリングでは、日常のクレームは、従業員教育を徹底することが難しいアルバイトスタッフ等のレジ担当者に寄せられることが多く、また、専門の環境セクションがない中小事業者では、従業員教育を実施すること自体が難しいなどが課題となっている。また、店長自身も、レジ袋有料化の正確な意義や効果を知らない場合が多く見受けられた。クレーマーを始め、レジ袋有料化に反対する市民に対しては、市の施策の趣旨を説明してもらうよう依頼しているが、全国一律ではない市独自施策である有料化施策を説明しきれないことから、スタッフや店長の負担感や不満感が大きくなっており、市では中止・中断に踏み切る重要な要素となっていると認識している。

＜今後の取組の方向性＞

- ・ 中止・中断事業者をこれ以上増やさないためにも、また、参加していない業種に対しても、市および協議会を軸とした個別業種・事業者への働きかけを継続する一方、今年度より推進している啓発活動を強化する予定である。
- ・ 啓発活動については、これまで環境効果を中心に情報提供を進めていたが、今後はレジ袋有料化による環境的側面への影響とあわせて、レジ袋無料配布の公平性に対する問題提起を行い、消費者のレジ袋有料化に対する理解を深めていく予定である。
- ・ 具体的には、レジ袋の無料配布店舗では、レジ袋の購入にかかった経費は商品に転嫁され、レジ袋を断った人もレジ袋代金を支払っていることになり、レジ袋の無料配布は結局、公平な制度ではないということを訴えていく。啓発チラシのサンプルは右の通り。サンプルは裏面で、表面は通常的环境効果を説明するものである。
- ・ その他、全国で3自治体が実施しているレジ袋有料化に関する条例化についても調査を行ったが、いずれも自主参加を促すものであり、既に名古屋市では「自主協定」という形で実施している内容であり、また、「レジ袋」が既に容り法の対象となっていて、事業者にとっては既にレジ袋に対する再商品化費用を負担していることから、現時点ではレジ袋有料化について条例化することは、事業者の理解を得にくいと感じている。



参考) 名古屋市チラシ

3. 国への意見・要望

- ・ 国には、レジ袋の無料配布の抑制に繋がる次の対策を希望する。
 - ①無料配布を禁止する直接的な規制措置の導入
 - ②(または)レジ袋等の再商品化費用の増額
- ・ ②については①の次善策として、現在、多くの自治体で実施している事業者との「自主協定」という任意の取り組みがより促進されるよう、拡大生産者責任の原則を強化することにより、事業者が自らレジ袋有料化に取り組む施策となるようお願いしたい。

1. レジ袋削減への取組状況

- ・ レジ袋の削減は、ごみの発生抑制（リデュース）の中でも代表的な取組みであり、また、「買い物」という日常行動のなかで市民誰もが主体的に環境問題に関われることや、環境にやさしいライフスタイルに転換してもらうきっかけとなることから、循環型社会の構築や地球温暖化防止にも大きな意義があると考えている。
- ・ また、平成 20 年 5 月開催の「G 8 環境大臣会合」で合意された「神戸 3 R 行動計画」においても各国が協調して取り組むべき行動として位置づけられている。
- ・ 現在、モデル的に西区・北区の食品スーパー事業者との「レジ袋の無料配布の中止」に関する、市民（地球環境市民会議）・事業者・市の三者協定を締結（10 事業者 100 店舗）しており、食品スーパー以外の業種についても拡大し、全市実施を目指しているところである。
- ・ 元々、コープこうべでは、独自にレジ袋削減に取り組まれており、平成 18 年に二者協定を締結していたが、その後、神戸市から他の食品スーパー事業者にも声かけをし、平成 23 年から上記の三者協定を随時締結している。現在店舗数としては西区・北区の 75% の食品スーパーと協定締結できている状況である。

レジ袋無料配布の中止（有料化）の協定締結状況

事業者名	締結年月日	対象店舗	レジ袋辞退率 (H24.9)		実施時期
			目標値	実績	
生活協同組合コープこうべ	H23.12.22	61	90%	91%	全市実施済
兵庫六甲農業協同組合	H23.12.22	9	80%	88%	H24.1～
株式会社マルアイ	H23.12.22	9	85%	86%	H24.4～
イオンリテール(株)	H24.6.5	3	80%	84%	H24.9.1～
(有)ウェルネスすずらん	H24.6.5	1	80%	80%	H24.9.1～
(株)川瀬食品	H24.6.5	1	90%	80%	H24.9.1～
(株)神鉄エンタープライズ	H24.6.5	5	80%	87%	H24.9.1～
(株)トーホー	H24.6.5	6	80%	82%	H24.9.1～
マックスバリュ西日本(株)	H24.6.5	4	80%	72%	H24.9.1～
(株)トーホーキャッシュアットキャリア	H24.8.6	1	80%	91%	H24.9.1～
合計		100			

- また、食品スーパー以外では、以下の3店舗がレジ袋の有料化を行っている。それらの店舗については、「ワケトンエコショップ（廃棄物の発生抑制・減量化・再資源化に取り組む小売店を認定する制度）」に認定し、市は、認定店舗への認定証・認定ステッカーの交付や、市ホームページへの掲載を実施している。

食品スーパー以外の事業者との取り組み(ワケトンエコショップの認定)

事業者名	店舗	取組内容
デイリーヤマザキ神戸市役所店	1	レジ袋の無料配布の中止
神戸大学生協同組合	1	レジ袋の無料配布の中止
イケアジャパン	1	レジ袋の無料配布の中止
合計	3	

- 今後は、食品スーパー以外の業種の拡大と、西区・北区以外のエリアの拡大を進めていきたいと考えている（西区・北区の人口は約50万人で、市全体の約1/3）。
- 業種については、まずスーパードラッグを対象に進めている。西区・北区に30店舗あるスーパードラッグの中で、9店舗を有するアルカスーパードラッグ（ナガタ薬品㈱）と、平成25年4月に協定を締結する予定で、今後、他のスーパードラッグにも参画してもらえるよう、何度か会議の場を設けている。
- また、クリーニング店舗についても、打診を行っているところである。

2. レジ袋削減対策の評価

- レジ袋辞退率の実績が、協定での目標値を上回る80%以上になっている店舗がほとんどで、順調に推移していると考えている。
- コープこうべと二者協定を締結した平成18年頃から比べると、特に東日本大震災以降、消費者の意識は変わっていると感じる。現在は、エネルギー問題や温暖化問題への理解が進んでおり、レジ袋有料化への反対の声はほとんど聞こえてこない。
- 全市で市民アンケート調査を行ったが、レジ袋の無料配布中止について、前年度より賛成の意見が高まっており、「どちらかといえば賛成」を含めると80%にのぼる。西区・北区に限定すると、さらに高い数値であると予想される。

＜市民へのアンケート調査（平成24年9月実施）

○対象：市政アドバイザー：対象者1,167人 回収数：445通（回収率：約38%）

◎主な結果 「レジ袋の無料配布中止」について、どう思いますか

①賛成	42% (32)	
②どちらかといえば賛成	38% (40)	
③どちらかといえば反対	13% (18)	
④反対	6% (8)	※()の数字は前回調査(H23.8)

- ・平成 20 年よりごみ袋を指定袋にしたので、レジ袋をごみ袋として利用できなくなったことも、市民の意見に反映されているのかもしれない。
- ・神戸市としては、消費者の PR 活動で貢献し、参加事業者にメリットを感じてもらおうようにしている。平成 24 年度については、北区・西区の自治会や協定参加事業者へ啓発ポスター・うちわ・ちらし・のぼり等の配布、協定締結店舗でのキャンペーン、広報紙 K O B E（北区・西区版）への掲載、神戸市営地下鉄・神戸電鉄等駅構内への啓発ポスター掲示・ちらし設置、小・中・高校生による「マイバッグ作品展（平成 24 年 10 月にそごう神戸店で作品展示・表彰）」を行った。

3. レジ袋削減対策の課題

- ・事業者との調整作業が課題となっている。
- ・条例で制限する方法（目標を達成しなければ罰金や事業者公表などペナルティを課す）には効果に疑問を持っており、神戸市では紳士協定という方法を取っている。
- ・無理やり協定を締結するのではなく、地道に会議の場を設定し、理解を求めるようにしている。着実に浸透し、安定性は高いが、どうしても調整に手間がかかる。
- ・事業者においてメリットを感じていても、商業上のデメリットを優先し、協定締結にまで至らない店舗が発生してしまう。特に中小スーパーでは難しく、全店舗に導入することには限界がある。
- ・また、あくまで紳士協定であるため、協定締結している店舗についても、競合店の状況によっては今後協定から抜けてしまう可能性がある。

4. 国への意見・要望

- ・本当にレジ袋の有料化を進めるのであれば、容器包装リサイクル法におけるレジ袋の位置づけをどうするのか考えて欲しい（例えば、レジ袋については法律で有料化を義務づけることや、容器包装リサイクル法に基づく通常の負担金以外に、更に賦課金をつけるなど）。
- ・どこまで徹底するかによるが、市による協定だけでは参加率に限界があり、全国一律的な方針があると、徹底が進みやすくなる。特に、関西は進んでいない自治体も多く、徹底が進みにくい側面がある。

1. レジ袋削減への取組の経緯

- ・ 長崎市では、ごみの減量化やリサイクル活動に積極的に取り組む店舗を「長崎市廃棄物減量化推進店舗」に指定し、その活動内容を市民に知らせる活動を中心に、市域におけるレジ袋削減の取組を推進している。
- ・ この推進店舗制度の推進にあたっては、市内事業所への参加呼びかけのほか、参加企業へのレジ袋削減に関する各種取組実施の呼びかけ、市民への周知と指定店舗の利用呼びかけ等の活動を進めている。
- ・ 現在参加店舗数は48で、うち29店舗でマイバック持参運動が実施されている。
- ・ 市内においては市内事業所の足並みを揃えることが難しく、コンビニ、ドラッグストア等の進出が調整を困難な状況にしている。

＜レジ袋削減以外の取組＞

- ・ 市では、市が主催するながさきエコライフ・フェスタにおいてリユース食器を利用するほか、マイボトル・マイカップの利用を呼びかけるなど、レジ袋削減以外にも容器包装削減に係る啓発活動を進めている。
- ・ また、環境に関する様々な分野の団体や事業者に出店してもらい、それらの活動紹介をPRすることで、より一層の啓発効果を目指している。

2. レジ袋削減対策の評価

- ・ 単一自治体によるレジ袋削減の取組は、事業者の合意形成の難しさから限界があると感じている。
- ・ 特に、市内に本拠を構える地元の中小店舗は、広域で事業展開する大手チェーン店が有料化等の取り組みを実施しない限り、自店のみで実施することは顧客の流出に繋がりがかねないとの懸念から、積極的な削減取組は難しく、市からの呼びかけにも限界がある。
- ・ 一方で、大手チェーン店の一部は、レジ袋削減をコスト削減の機会と捉えて活動を推進しているところもあるが、県外の本店・事業本部が決定権を有していることから、市から行動変化を促すような働きかけは難しい。
- ・ 三者協定の締結も含めたレジ袋削減の取組は、県レベルでも同様の課題があることから、県全域での三者協定の締結促進を目指すのではなく、モデル地域を指定する方針で進めている。
- ・ なお、県は一連の活動を促進するため、県下自治体が参加するレジ袋削減対策協議会を開催しており、情報交換や意志決定の場として活用されている。

3. 国への意見・要望

- 国には、広域で事業を展開している事業所に対して、レジ袋削減を促す取組を進めていただきたい。税制面での優遇措置などのほか、レジ袋削減が事業者の経費節減になることも踏まえた大手事業所への働きかけなどが望まれる。そのような施策や取組により、大手事業所が有料化等の取組を進めることで、地域によるレジ袋削減の取組推進の環境も整備されていくことになる。
- また、現場でレジ袋削減を進めるには、レジ袋削減店舗表示板、のぼり等のPRグッズの提供などのサポートがあれば、活動を進めやすいのではないかと要望があるが、自治体は予算の制約から実際には難しい。
- スーパー等でのレジ袋削減は、生鮮食品からの水漏れ等を防ぐために利用されるロール状のビニール袋の消費が増加しているとの報告もある。環境負荷の少ない素材を利用したレジ袋やロール状ビニール袋の利用規制を求めることなども必要と考える。
- 生活環境の変化やコンビニ、ドラッグストア等の進出により、プラスチック、プラスチック製容器包装ごみが急激に増加しており、レジ袋削減についての事業者調整がさらに困難になっている。このため、县市町村の枠をこえた全国統一した取組と調整が必要と考える。