

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関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、公共公告機構等の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。