

## 1. レジ袋削減への取組の概要

- ・ 事業者、消費者及び行政が連携協力し、レジ袋の削減を推進することを目的に平成 19 年 6 月に富山県レジ袋削減推進協議会が設立され、議論が重ねられた結果、平成 20 年 4 月から全国で初めて県内全域の主要スーパーマーケット、クリーニング店でレジ袋有料化が実施された。
- ・ レジ袋有料化は混乱なくスタートし、マイバッグ持参率は平成 20 年度の 92%、平成 21 年度から平成 24 年度は 94%になるなど、高い水準を維持している。また、有料化等実施業種・店舗については、開始当初は 28 社 208 店舗（スーパーマーケット：27 社 120 店舗、クリーニング店：1 社 88 店舗）であったが、平成 20 年 11 月にドラッグストアが、平成 21 年 6 月にホームセンターが新たに実施するなど、平成 25 年 4 月には 46 社 434 店舗（スーパーマーケット：33 社 134 店舗、クリーニング店：6 社 148 店舗、ドラッグストア：6 社 127 店舗、ホームセンター：1 社 25 店舗）にまで拡大している。

## 2. 協定参加者の増加要因

- ・ 富山県の協定参加者の増加要因として、①消費者団体の熱心な取組、②事業者の環境保全への理解と高い CSR の意識、③行政のトップがスタンスを明確に示すこと、の 3 点が挙げられる。
- ・ 消費者団体については、10 年以上にわたる婦人会や消費者団体の取組がベースとなり、その熱意が事業者の背中を後押しし、無料配布の取り止めが実現できたと考えられる。
- ・ また、実現の際には行政からも全面的な支援がえられる確証があったことも、事業者が大きな決断をする際の判断要素になったのではないかと考えられる。

## 3. レジ袋有料化を浸透出来た要因

- ・ レジ袋有料化を浸透出来た要因として、①県内の事業者が一斉に運用スタートできたこと、②取組開始前後における集中的な普及啓発・PR を行ったことが挙げられる。
- ・ 具体的な普及啓発、PR としては、以下が挙げられる。
  - 県内 4 会場でのシンポジウムの開催（延べ 800 人近い県民が参加）
  - 県が提供するテレビやラジオ番組、新聞広報（44 万部×2 回）、県広報誌（44 万部×1 回）での PR
  - 市民団体や経済団体などの会合における県職員の説明
  - 130 万枚に及ぶ啓発チラシやポスター、のぼり旗を作成し、事業者に提供するとともに、関係団体等に配布（チラシは全戸に配布）などによる徹底的な PR

#### 4. レジ袋削減対策が3R全般の推進につながっていると感じること

- ・ 県民を対象としたアンケート調査の結果、レジ袋無料配布廃止の取組に賛成する県民の割合が8割程度であり、レジ袋無料配布廃止の取組をきっかけとして、その他のエコ活動の実践に取り組みたいとする回答者の割合が8割以上となるなど、県民の環境保全意識の向上が見られた。
- ・ こうした状況において、県では、レジ袋無料配布廃止の取組をステップアップし、資源物の店頭回収、低炭素化の取組等を県民と協働で推進する店舗を登録する「とやまエコ・ストア制度」を創設し、平成25年10月から運用をスタートしている。

(平成26年3月現在の登録店舗数：60社989店舗)