

1. レジ袋削減への取組の概要

- ・ 平成 20 年度から、県と事業者及び協力団体との間で「青森県におけるレジ袋削減推進に関する協定」を締結しており、現在、56 事業者の 305 店舗（平成 25 年 9 月末現在）が協定に参加している。平成 23 年 3 月 25 日締結の第 4 次協定に引き続き、平成 26 年 5 月頃に第 5 次協定を予定している。県ホームページ等を通じて、県内の小売事業者等を対象に、「レジ袋の無料配布取り止め」の取組への参加を呼びかけ、全県的な浸透・拡大を図っているところである。
- ・ 事業者によるレジ袋有料化の取組について、参加店舗数はスーパーマーケット 124 店舗、生協・大学生協・農協 30 店舗、その他 145 店舗（ホームセンター 59 店舗、クリーニング店 33 店舗、菓子工業組合等 52 店舗、スポーツ店 1 店舗）である。
- ・ レジ袋有料化前のレジ袋辞退率は 10～50%であったが、導入後は 82%となっている。

2. レジ袋有料化による削減の効果の要因について

- ・ 本県のレジ袋有料化については、本県におけるごみの減量とリサイクルの推進を目的とする「もったいない・あおもり県民運動」の一環として、事業者による排出抑制の取組の促進と、県民が自らライフスタイルを見直し、家庭ごみの減量化に努めることを契機としている。
- ・ 県と事業者及び協力団体をメンバーとする検討会議を開催して協議を重ね、レジ袋有料化の協定締結に至っている。また、協定締結後レジ袋有料化実施前に、県や市町村の広報媒体やポスター・ステッカー等による普及啓発、店頭キャンペーンとしてチラシ配布等を行っている。
- ・ レジ袋有料化直後に実施したアンケートによると、消費者の反応は 79%が「概ね好意的」であり、「概ね好意的でない」という回答はなかった。また、参加業者のレジ袋有料化実施に対する評価は 75%が「プラスであった」であり、「マイナスであった」という事業者はなかった。
- ・ 把握している範囲では、業種、店舗規模、店舗形態や地域特性によって取組に違いはない。

3. レジ袋有料化を導入する上での課題について

- ・ レジ袋有料化の協定に参加しない理由の一つに、同業の業者の参加がないことを挙げる業者が多く、新たな業界の参加が難しくなっている。
- ・ 一方、レジ袋有料化の協定に参加せず、業者が独自に特典提供方式、要・不要の声掛け、レジ袋の小型化・薄肉化等に取り組んでいるところもある。

4. その他

- ・ 県のホームページで協定参加事業者を募集している他、個別に事業者を訪問又は電話をして参加を呼びかけた結果、その他業種（菓子工業組合等）のレジ袋有料化への参加につながった。