

### 第三章

## レジ袋削減に関する自主協定の実施実態



### 第三章 レジ袋削減に関する自主協定の実施実態

#### 3-1 はじめに

本章では，県単位によるレジ袋削減に関する自主協定の取組の実施実態を把握する．

以下，本章以降で扱う語句の定義である．

＊県単位で実施：県が主体となり，県全域で自主協定を締結し，レジ袋削減の取組を行っていること．

＊市町村単位で実施：市町村が独自で自主協定を締結し，レジ袋削減の取組を行っていること．県単位で実施する県に属する市町村は，その市町村独自の協定を結んでいない限りは含めない．

#### 3-2 目的

本章では，県単位によるレジ袋削減に関する自主協定の取組の実施実態を把握することを目的とする．

#### 3-3 調査方法

##### 3-3-1 研究の対象

##### 3-3-1-1 市町村単位での取組状況

環境省のレジ袋に係る調査<sup>1)</sup>で公表されている都道府県別にみた有料化実施及び実施予定の市町村数を基に，平成20年11月から平成22年3月末の市町村単位での有料化実施市町村数の増加傾向を調べた．平成20年11月から平成22年3月末までの都道府県別にみた実施市町村数の増加傾向を表3-1に示す．「実施市町村の増加率」とは，レジ袋に係る調査で公表されている，有料化実施予定の市町村数（平成22年3月末まで）から有料化実施の市町村数（平成20年11月現在）を引いて各県の市町村数（平成20年11月現在）で割ったものである．増加傾向の詳細は付録1に掲載する．

表 3-1 都道府県別にみた実施市町村の増加傾向

実施市町村の増加率	都道府県数	割合
0～10%	37	79%
～20%	4	9%
～30%	4	9%
～40%	0	0%
～50%	0	0%
～60%	2	4%
合計	47	100%

表 3-1 から，実施市町村の増加率が10%未満である県が79%であり，あまり増加傾向はみられない．また，50%～60%に該当する2県は平成22年3月末には県内の実施市町村の

割合が80%を超える県であり、今後は実施市町村数が増加しにくいと予想される。

さらに、既に県単位で実施する18県と県内市町村の実施割合が80%を超える3県を除く26県での、都道府県別にみた実施市町村の増加傾向を表3-2に示す。

表3-2 都道府県別にみた実施市町村の増加傾向  
(実施県18, 県内市町村の実施割合が8割を超える3県を除く)

実施市町村の増加率	都道府県数	割合
0~10%	23	88%
~20%	3	12%
合計	26	100%

表3-2から、実施市町村の増加率が10%未満である県が88%であり、あまり増加傾向はみられない。また、残りの3県も20%未満であり、実施県と既に市町村単位での実施が進む3県を除いた県では、今後実施市町村数が増加しにくいと予想される。

### 3-3-1-2 政令指定都市の取組状況

政令指定都市19市の市単位での自主協定によるレジ袋削減の取組状況(平成22年9月現在)を表3-3に示す。

表3-3 政令指定都市の自主協定によるレジ袋削減の取組状況

取組状況	政令市数	実施率
市単位で自主協定による取組を実施	13	68%
自主協定による取組なし	6	32%
合計	19	100%

表3-3より、68%の政令指定都市で自主協定による取組を行っていることがわかる。また、政令指定都市は都道府県の一部であるため、県単位で自主協定による取組を行っていればその県に属する政令指定都市の市民は取組を行っていることとなる。そこで、政令指定都市が属する県で自主協定による取組を実施している数を含めたときの政令指定都市の自主協定によるレジ袋削減の取組状況(平成22年9月現在)を表3-4に示す。

表3-4 政令指定都市の自主協定によるレジ袋削減の取組状況(市または県単位)

取組状況	政令市数	実施率
市または市が属する県で自主協定による取組を実施	15	79%
自主協定による取組なし	4	21%
合計	19	100%

表3-4より、県単位での取組を含めると、79%の政令指定都市で自主協定によるレジ袋削減

減の取組が実施されていることがわかる。

### 3-3-1-3 調査対象の選定

3-2の目的を達成するために、対象の選定を行う。

表3-5に、実施県の協定名称、第1回協定締結日、レジ袋削減（無料配布中止等）の取組開始日を示す（平成22年8月現在）。

表3-5 協定名称、協定締結日、取組開始日（協定締結日順）

都道府県	協定名称	第1回協定締結日	取組開始日
富山県	富山県におけるレジ袋の削減推進に関する協定	平成20年3月5日	平成20年4月1日
山梨県	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	平成20年6月10日	平成20年6月30日
沖縄県	沖縄県におけるレジ袋削減に関する協定	平成20年8月6日	平成20年10月1日
埼玉県	埼玉県におけるマイバッグ持参運動とレジ袋削減運動の取組に関する協定	平成20年9月22日	平成20年9月22日
長野県	長野県におけるレジ袋削減のための協定	平成20年10月1日	平成20年10月1日
宮城県	みやぎレジ袋使用削減取組協定	平成20年10月17日	平成21年2月2日
和歌山県	和歌山県におけるレジ袋の削減に関する協定	平成20年12月2日	平成21年1月23日
青森県	青森県におけるレジ袋削減推進に関する協定	平成20年12月18日	平成21年2月2日
山口県	山口県における容器包装廃棄物の削減に関する協定	平成21年1月22日	平成21年4月1日
大分県	大分県におけるレジ袋削減に向けた取り組みに関する協定	平成21年3月3日	平成21年6月1日
石川県	マイバッグ等の持参促進及びレジ袋削減に関する協定	平成21年3月27日	平成21年6月1日
茨城県	茨城県におけるレジ袋削減の取り組みに関する協定	平成21年3月27日(25社) 平成21年5月1日(2社)	平成21年7月1日 (27社)
新潟県	新潟県レジ袋削減県民運動協定	平成21年3月30日	平成21年4月1日
福島県	福島県におけるレジ袋の削減に関する協定	平成21年4月14日	平成21年6月1日
広島県	広島県におけるマイバッグ等の持参とレジ袋削減推進に関する協定	平成21年8月27日	平成21年10月1日
栃木県	栃木県におけるレジ袋削減に関する協定	平成21年12月5日	平成22年2月1日
秋田県	「レジ袋削減・マイバッグ推進運動」協定	平成22年8月9日	平成22年8月9日
群馬県	（環境にやさしい買い物スタイルの普及に関する協定） ※現在レジ袋無料配布中止の協定締結に向けて調整中	—	—

表3-5より、現在18県が自主協定による取組を実施している。県単位で取組を実施する県が、平成20年以降増加してきている。しかし、未実施の県が29県ある。

3-3-1-1市町村単位での取組状況の表3-2より、平成20年11月から平成22年3月末までの実施市町村の増加率が10%未満である県が88%であることから、市町村単位での実施は今後増加しにくいと考えられる。

また、3-3-1-2政令指定都市の取組状況の表3-4より、平成22年9月現在の政令指定都市の自主協定による取組は79%であり、多くの政令指定都市で既に実施されている。

以上の県単位、市町村単位、政令指定都市での取組状況から、今後自主協定によるレジ袋削減の取組を拡大させるためには県単位での実施が重要であると考えられる。そこで本研究では、平成22年8月現在、レジ袋削減に関する自主協定を県単位で実施している18県を調査対象とする。

### 3-3-2 未実施県への調査

未実施県29県のレジ袋削減に関する取組状況や実施県についてのニーズを把握するため、

未実施県に電話調査，メール調査を行った。

調査時期は平成 22 年 6 月 10 日～平成 22 年 6 月 23 日である。

### 3-3-2-1 未実施県の取組状況，今後の方針

平成 22 年 6 月現在，未実施県が自主協定によるレジ袋削減取組についてどのような考えをもっているのか把握した。未実施県の県単位によるレジ袋削減に関する自主協定の取組に対する方針とその理由を，表 3-6 に示す。

表 3-6 未実施県の自主協定の取組に対する方針とその理由(n=29)

未実施県の自主協定の取組に対する方針とその理由		回答県数	回答率
検討中		6	21%
実施予定であったが中止・延期		2	7%
実施予定なし	市町村単位で取り組むため	12	41%
	県でその他の削減取組をしているため	7	24%
	その他	2	7%
合計		29	100%

検討中の県には，自主協定締結に向けて検討している県とレジ袋の削減取組をどのようにするかを検討している県があった。中止・延期となった理由として，景気の悪化により事業者の理解が得にくいことがあげられた。実施予定なしという回答が 72% と最も多い。その理由には，市町村での取組が既に進んでいるという県がある一方で，県の事業者数等の規模の関係で一斉に実施するのは難しいからという理由も見られた。その他の理由として，事業者にも多様な意見があり検討が不十分であることが挙げられた。

### 3-3-2-2 未実施県が実施県の実施実態について知りたいこと

未実施県が実施県の実態について知りたいことを表 3-7 に示す。

表 3-7 より，協定締結に至るプロセスや問題，課題点等具体的に公表されていない内容についての回答が多く見られる。また，実施している県で成功している県とそうでない県の違いという回答もあった。

表 3-7 実施県の実施実態について知りたいこと (n=8)

実施県の実施実態について知りたいこと	回答数
プロセスについて(成功例，失敗例等)	3
問題，課題と解決法	3
市民，事業者との連携	3
実施の仕組み(取組内容)	3
有料化について(踏み切れた要因，収益金還元の仕組み)	2
参加しない事業者の対応，温度差の調整	2
得られた効果	1

### 3-3-3 アンケート調査の内容

「3-3-2-2 未実施県が実施県の実施実態について知りたいこと」の内容を加味してアンケート票を作成した。各質問項目の質問内容、回答方法、有効回答数を表 3-8 に示す。アンケート調査票そのものは付録 2 に掲載する。

表 3-8 アンケート内容

項目番号	質問内容	回答方法	有効回答数
1.自主協定の概要について			
1	取組の概要、協定名称、締結日、取組開始日、取組内容	記述式	n=17
2	取組内容となった理由	記述式	n=15
3	協定者数、協定者	選択式(複数回答可)	n=17
4	市町村参加の有無の理由(上記質問で「行政」と答えた県のみ)	記述式	n=14
5	市町村の参加状況(1-3で「行政(県・市町村)」と答えた県のみ)	選択式	n=10
6	自主協定での取組の話を出したのは誰か	選択式	n=17
7	参考にした県の取組はあるか	選択式	n=17
8	県下一斉実施の前にレジ袋削減取組をしていたか	選択式	n=17
9	協議会の名称、参加者	記述式	n=16
10	要した期間、協議会の開催回数	記述式	n=15
2.参加事業者について			
1	事業者の募集方法	選択式(複数回答可)	n=17
2	第1回の募集期間、現在の募集の有無	記述式	n=17
4	第1回締結から現在までの参加事業者・店舗数	記述式	n=16
5	参加事業者の追加方法	選択式	n=16
3.協定の内容について			
1	協定の参加条件の有無	選択式	n=17
2	参加条件(上記質問で「はい」と答えた県のみ)	記述式	n=9
3	評価項目の決定方法	選択式	n=16
4	評価項目の測定期間	選択式	n=16
5	目標値の設定の有無	選択式	n=17
6	目標値の設定の設定方法(上記質問で「はい」と答えた県のみ)	選択式	n=13
7	目標値の最低ラインの有無(3-5で「はい」と答えた県のみ)	選択式	n=12
8	協定の有効期間の有無	選択式	n=17
4.有料化での取組について(レジ袋有料化が取組に含まれている県のみ)			
1	レジ袋の値段は決まっているか	選択式	n=16
2	収益金の使途	選択式	n=16
3	収益金額の把握の有無	選択式	n=16
4	収益金の把握期間、金額(上記質問で「はい」と答えた県のみ)	選択式	n=5
5.自主協定の取組による変化について			
1	データの把握	選択式	n=17
2	参加市町村数の変化	選択式	n=16
3	参加事業者・店舗数の変化	選択式(複数回答可)	n=17
4	自主協定取組前後のレジ袋辞退率やマイバッグ持参率の変化	選択式	n=17
5	具体的な効果(上記質問で「効果がでている」と答えた県のみ)	記述式	n=15
6	第1回締結時以降のレジ袋辞退率やマイバッグ持参率の変化	選択式	n=16
7	具体的な効果(上記質問で「効果がでている」と答えた県のみ)	記述式	n=10
6.自主協定での各団体の具体的な役割について			
1	各団体(行政、事業者、消費者等)の役割	記述式	n=16
7.自主協定の文面について			
1	協定書の文面の決定方法	選択式	n=16
8.問題点、課題、効果等について			
1	問題点・課題	記述式	n=13
2	8-1の問題点・課題の解決方法	記述式	n=13
3	メリット・デメリット	記述式	n=15
4	自主協定は成功していると思うか	選択式	n=16
9.自主協定による取組情報の公開について			
1	取組の公開の有無	選択式	n=17
2	公開方法(上記質問で「公開」と答えた県のみ)	選択式	n=17
3	公開内容(上記質問で「公開」と答えた県のみ)	選択式	n=17

アンケート内容は大きく 9 つに分けられる。1 つ目は「自主協定の概要」、2 つ目は「参加事業者について」、3 つ目は「協定内容について」、4 つ目は、「有料化の取組について」、5 つ目は「取組による変化について」、6 つ目は「各団体の役割について」、7 つめは「自主協定の文面について」、8 つ目は「問題点、課題、効果等について」、9 つ目は「取組情報の公開について」である。本章ではこの 9 つから実施実態を把握する。

### 3-3-4 アンケート調査時期

電話によりアンケート調査協力を依頼し、了承して頂いた 18 県全てに郵送、E-Mail にてアンケート票を送付した。

アンケート調査時期は、平成 22 年 7 月 26 日～平成 22 年 11 月 4 日である。

### 3-3-5 アンケート票の返信状況

18 県全てから返信があった。うち 1 県は、現在無料配付中止の協定締結に向けた取り組みを進めているため、協議会についての回答のみしていただいた。

## 3-4 調査結果及び考察

### 3-4-1 自主協定締結前の実態について

#### 3-4-1-1 取組の契機

自主協定によるレジ袋削減の取組の話を持ち出したのは誰か（アンケートでは複数回答可）について、表 3-9 に示す。

表 3-9 自主協定によるレジ袋削減の取組の話を持ち出したのは誰か (n=17)

話を主 持協 定 出の し取 組 者の	県	事業者	市町村	市民	その他	回答県数	回答率
	●						
●	●					1	6%
●	●	●				1	6%
●	●			●		1	6%
		●	●			1	6%
				●		1	6%
					●協議会、検討会議の結果	6	35%
合計	9	4	2	2	6		
回答率	53%	24%	12%	12%	35%		

表 3-9 から、「県から話を持ち出した」場合が 53%と最も多く、行政が主体となって話を持ち出していることが多いとわかる。また、「協議会や検討会議の結果から」が 2 番目に多く取組の話が持ち出されていることがわかる。

話を持ち出した者の組み合わせでは、県のみで、協議会や検討会議のみが最も多く 35%であった。市民から話を持ち出された県は 1 県あったが、事業者のみで話を持ち出す県は見られなかった。



### 3-4-1-2 自主協定による取組以前のレジ袋削減に関する取組

県単位での自主協定による取組を実施するまでに、県内でどのようなレジ袋削減に関する取組を行っていたか（複数回答あり）を表 3-10 に示す。

表 3-10 自主協定による取組以前のレジ袋削減に関する取組（n=17）

自主協定締結以前の取組	回答県数	回答率
市町村単位で自主協定による取組をしていた	7	41%
県全域で自主協定以外の取組をしていた	4	24%
特にしていない(協定での取組が初めて)	3	18%
その他	4	24%

表 3-10 より、「市町村単位で自主協定による取組を実施していた」県が 41%と最も多い。しかし、市町村単位で実施していた県の実施市町村数は平均で約 3.4 市であり、市町村単位での取組が進んでいた県は少ない。また、「自主協定以外の取組」の内容は主に「マイバッグ持参運動」であり、「その他」の主な内容は「消費者団体や事業者が各自で取組を行っていた」であった。

### 3-4-1-3 協議会

協議会を設置しているかどうかを表 3-11 に示す。

表 3-11 協議会の設置（n=17）

協議会の設置	回答県数	回答率
設置している	15	88%
設置していない	2	12%
合計	17	100%

表 3-11 より、88%の県が協議会を設置している。また、「設置していない」県も、「県が主催する会議にその都度参集する形をとっている」という回答があり、レジ袋削減の取組についての会議が行われている。

また、その協議会の参加者（アンケートでは複数回答可）について表 3-12 に示す（「設置していない」の回答県のうち 1 県の会議の参加者も含む）。

表 3-12 協議会の参加者（n=16）

回答	回答県数	回答率
事業者	16	100%
県	15	94%
市町村	14	88%
市民団体	11	69%
学識経験者	8	50%
消費者団体	4	25%
その他	2	13%

表 3-12 より、事業者は全ての県で参加していることがわかる。また、「県」と回答していない 1 県は、県が主催する会議にその都度参集する形をとっている県である。以上より、県と事業者はどの県も参加していることがわかる。また、市民団体または消費者団体が参加している県は 14 県であり、多くの県で市民・消費者の意見を取り入れる機会を設けていることがわかる。

#### 3-4-1-4 取組を実施するにあたり参考にした県

自主協定による取組を実施数にあたり、参考にした県があるかどうかを表 3-13 に、どの県を参考にしたか（アンケートでは複数回答可）については表 3-14 に示す。

表 3-13 参考にした県があるか (n=17)

参考にした県はあるか	回答県数	回答率
ある	14	82%
ない	3	18%
合計	17	100%

表 3-14 参考にした県 (n=17)

参考にした県		回答数	回答率
富山県	初めて実施	10	71%
山梨県	2番目に実施	6	43%
山口県	9番目に実施	2	14%
沖縄県	3番目に実施	1	7%
埼玉県	4番目に実施	1	7%
和歌山県	7番目に実施	1	7%
青森県	8番目に実施	1	7%
岐阜県	市町村単位の実施割合が99%	1	7%
山形県	市町村単位の実施割合が66%	1	7%
兵庫県		1	7%
東京都杉並区	条例化による取組	1	7%
京都市	市町村単位で初めて実施	1	7%

※～県などの「など」は省く

表 3-13 より 82%の県が、他の事例を参考に行っていることがわかる。その中でも表 3-14 より、全国で最初に県単位での自主協定による取組を実施した富山県、2番目に実施した山梨県を参考に行っている県が多い。また、市町村単位での取組の進む岐阜県も参考にされている。県だけでなく、条例化による取組を行う杉並区、市単位で初めて取組を行った京都市なども挙げられている。自主協定による取組を早くから実施していたり、取組の進んでいる県や市が参考にされていることがわかる。

#### 3-4-1-5 自主協定締結による取組に要した期間と協議会の回数

自主協定による取組の話が出てから、レジ袋削減取組を開始するまでに要した期間と協議会の回数を把握した。アンケートでは以下の①から④の 4 つの期間で回答してもらい、

⑤=①+②+③である。

- ①取組提案から協議会までにかかった期間
- ②協議会から第1回協定締結までにかかった期間
- ③第1回協定締結から取組開始までにかかった期間
- ④取組開始から現在（平成22年8月）までの期間
- ⑤取組提案から取組開始までにかかった期間

自主協定締結までのプロセスの概要とこれらの期間の関係を図3-1に示す。取組提案とは自主協定による取組の話が持ち出された時期、協定締結とは第1回協定の締結時期、取組開始とはレジ袋削減の取組が実際に事業者で始められた時期とする。なお、推進会議や意見交換会等の会議も協議会として考えることとする。

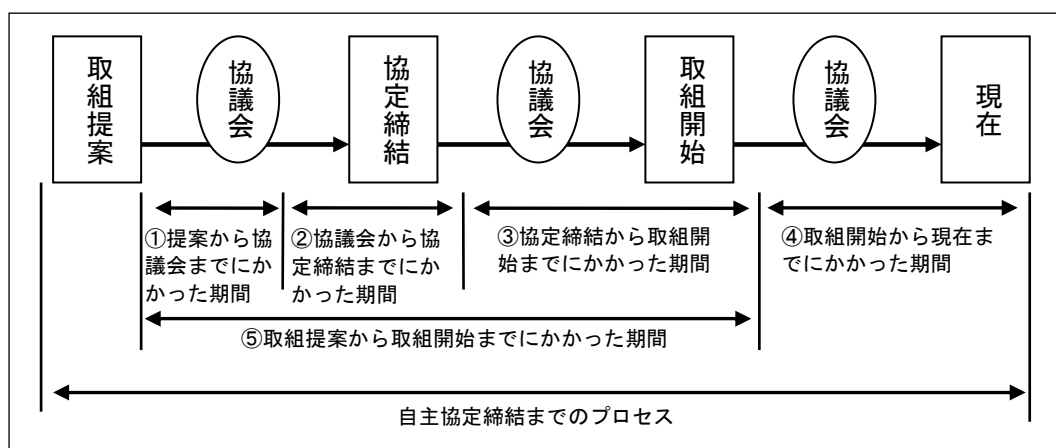


図3-1 自主協定締結までのプロセスの概要

表3-15に、①取組提案から協議会までにかかった期間と協議回数、②協議会から第1回協定締結までにかかった期間と協議回数、③第1回協定締結から取組開始までにかかった期間と協議回数、⑤取組提案から取組開始までにかかった期間と協議回数の平均を示す。

表3-15 取組提案から取組開始までにかかった期間とその期間の協議回数の平均（n=15）

	①取組提案から協議会まで	②協議会から第1回協定締結まで	③第1回協定締結から取組開始まで	⑤取組提案から取組開始まで
期間(ヶ月)	2.9	6.9	1.4	11.3
協議会(回)	0.5	4.4	0.2	5.1

表3-15より、かかった期間と協議回数は比例する傾向が見られる。また、協議会から第1回協定締結までの期間が最も長く、協議回数も多い。取組提案から取組開始までの平均期間は11.3ヶ月であった。

かかった期間と協定への参加割合との関係は第四章で述べる。

### 3-4-2 自主協定の内容について

#### 3-4-2-1 レジ袋削減の取組内容

実施県のレジ袋削減の取組内容を表 3-16 に示す。取組内容の「有料化のみ」とは、事業者の行うレジ袋削減の取組を、有料化に限定していることとした。「削減取組(有料化含む)」とは、事業者の行うレジ袋削減の取組が、有料化でもポイント制などの削減取組でもよいこととした。「削減取組(有料化除く)」とは、事業者の行うレジ袋削減の取組が、有料化以外のポイント制などの削減取組を行うこととした。

表 3-16 レジ袋削減の取組内容 (n=17)

取組内容	回答県数	回答割合
有料化のみ	7	41%
削減取組(有料化含む)	8	47%
削減取組(有料化除く)	1	6%
その他	1	6%
合計	17	100%

表 3-16 より、「有料化のみ」の県と「有料化を含む削減取組」県がほぼ同数で多い。「有料化を除く削減取組」と「その他」の内容は「無料配布中止」の取組であった。そのため、無料配布中止と有料化を同等の扱いにすると、「有料化のみ」の取組が 9 県、「有料化を含む削減取組」が 8 県となる。

また、上記の取組内容となった理由を表 3-17 に示す。

表 3-17 表 3-16 の取組内容となった理由

取組内容	取組理由	筆者による分類
有料化（無料配布中止）のみ	マイバッグを持参することにより、ゴミの減量やCO2の排出を抑制し3Rを推進する	ゴミの減量 (n=3)
	マイバッグの持参を促進し、レジ袋の使用量を削減するため 誰でも身近なことから取組める地球温暖化防止運動の一つとして、使い捨てライフスタイルの見直しや資源の節約を促めることに取組み、県内全域にこの運動を広めるためには、日常生活で頻繁に使用・排出されているレジ袋の無料配布中止が最も効果的な方法と考えた。(レジ袋の追放や有料化を目的とするものではない。)	
	有料化の手法を導入している自治体が多く、有料化実施後のレジ袋削減率が80%を超え、顕著な効果がでているとのことであったため	先行事例で効果がでているため (n=2)
	実施していたポイント付与方式のマイバッグ持参率は約20%であったのに対し、無料配布中止の方法は、先行して取り組む県でマイバッグ持参率が8割を超えるなど効果が大きい	検討会議の結果 (n=2)
	事業者、消費者、行政による検討会議での議論の結果 協議会において効果的なレジ袋削減の方策を検討した結果、を受けて協定締結、無料配布中止の取組を開始した	
	無料配布中止の取組に一齐に取り組むことで、これまで環境に関心がなかった人に対しても環境について考えるきっかけを与えたと考える	意識の向上 (n=1)
	有料化による収益を環境保全活動に活用することを4者で合意する必要があるため、有料化を行わない事業者は宣言事業者として区別し、宣言書の発行のみとしている	その他 (n=2)
	レジ袋については有料化のみ ※容器包装の協定の取組内容としては削減取組(有料化含む)	削減取組の一つとして、有効な手段である有料化を含めた (n=4)
	平成19年度から県や市町村、関係団体等が連携してマイバッグ持参運動を展開してきたところだが、レジ袋辞退率は2割程度であったため、さらに効果的な運動を展開するために、有料化を含む協定を締結した	
	事業者や市民団体などとレジ袋削減に関する意見交換会において、(1)レジ袋の有料化は大幅な削減に有効な手段、(2)レジ袋の有料化には消費者の理解が必要、(3)レジ袋の有料化に対する消費者の理解を得るため、行政によるバックアップが必要、といった意見があった。頂いた意見を基に、有料化を含めたレジ袋の削減に向けた取組内容となった	
有料化は有効な手法であり、有料化実施は事業者の選択に委ねるものとした		
レジ袋削減方策検討会議において協議を重ねた結果、食品スーパー・ドラッグストア・クリーニング店については、より高い削減目標を掲げ、その目標達成の取組手法の一つとして、レジ袋の無料配布中止を実施することとした。百貨店・コンビニ・書店は業種の特性等を鑑み、無料配布中止ではなく、レジ袋辞退者へのポイント付与やポスター掲示等の啓発による削減取組を実施することとした。		
容器包装の排出抑制策としてレジ袋の有料化は有効な取組と認識しているが、有料化に限らずレジ袋の使用削減に向けて各主体が協働してできることから一つずつ取組を進めることが重要と考えている		
できるだけ多くの事業者に参加していただけるような3者協定とするため(有料化限定だと参加できない事業者が多い。)		
協議会における議論の結果	検討会議の結果 (n=1)	
長野県では物理的に(県土の広さや様々な商圏の事業者が店舗展開しているなど)県下一斉の実施は困難であった	地理的理由 (n=1)	
目標(マイバッグ持参率60%以上)は、事業者のみの削減目標でなく、県の統一目標として掲げ、県民運動として取組を進めるため	その他 (n=1)	

表 3-17 に示すように、「有料化のみの取組」とした理由は、「ゴミの減量」に関する内容や「先行事例で効果がでている」などであった。容器包装全体の協定を締結し、レジ袋は有料化のみの取組としている県が 1 県ある。「有料化を含む削減取組」とした理由は、「削減取組の一つの手法として有料化も含めている」や、「多くの事業者に参加してもらうため」などであった。有料化に限定する、しないに関わらず「有料化による取組が効果的である」ということを考慮されていることがわかる。

### 3-4-2-2 協定者について

自主協定の協定者の組み合わせを表 3-18 に示す。協定者数は県によって数え方が様々であるため、各団体（消費者団体など）を「1 者」として考えることとする。また、協定者別の参加割合を表 3-19 に示す。

表 3-18 協定者の組み合わせ (n=17)

協定者数	協定参加者					回答県数	回答率
	行政	事業者	消費者団体	市民団体	その他		
2	●	●				1	6%
3	●	●	●			7	41%
3	●	●		●		4	24%
3	●	●			●推進会議	1	6%
3	●	●			●関係団体	1	6%
4	●	●	●	●		1	6%
4	●	●	●		●県民会議	1	6%
5	●	●	●	●	●商工団体	1	6%
合計						17	100%

表 3-19 協定者の参加割合 (n=17)

協定者	回答県数	回答率
事業者	17	100%
行政(県のみ)	7	41%
行政(県・市町村)	10	59%
消費者団体	10	59%
市民団体	6	35%
その他	4	24%

表 3-18 より、「行政、事業者、消費者団体」の組み合わせが 41% と最も多い。「行政、事業者」のみでの協定は 1 県であり、行政と事業者の他に 1 者以上参加する傾向が見られる。

協定者別にみると、表 3-19 より、事業者、行政の次に消費者団体、市民団体が多数。実際にマイバッグ等を持参する側も協定に参加していることがわかる。行政の参加に着目すると、県のみ参加する県が 41%、市町村も参加する県が 59% であった。県のみ参加に比べ、市町村も参加する県の割合がやや高い。行政の参加が「県のみ参加」または「市町村も参加」となった理由（アンケートでは記述式）を表 3-20 に示す。

表 3-20 行政の参加が「県のみ参加」または「市町村も参加」となった理由 (n=17)

行政の参加者	理由	
	県の回答	筆者による分類
県のみ	県の協定締結以前に各市町村で独自の取組があり、県としては全体として取り組む施策と考えたため	県全体で考えるため (n=3)
	広域に店舗を展開している事業者にとっては、市町によって対応が異なると支障を来すため(県内の全市町は、市民団体である県民会議の会員という形で協定に参加)	
	県全域への拡大を図るため	役割分担 (n=1)
	協定締結の対象について、県と市町村とで次のとおり役割分担を定めたため(県は複数市町村にまたがって事業を展開する事業者、市町村は単一市町村内で事業を営む事業者を対象)	
	県事業であるため、県のみが協定(市町村は運動への参加表明として、事業者同様宣言書を発行)	県の事業であるため (n=1)
県、市町村	県内全域で取組を進めるには、市町村と協力・連携することが効果的であるから 事業者、消費者団体、市町、県の4者がそれぞれの役割を果たし、県民総ぐるみの運動にしていくため	県と市町村の協力・連携するため (n=5)
	県が行政の代表として協定者となっているが、市町村は啓発の協力を行うこととしている 事業者、消費者及び行政が一体となって、レジ袋の排出抑制へ取り組むため	
	県民運動として県下一斉に取組むという趣旨から 一般廃棄物の処理主体である市町村の賛同が不可欠であるから	
	一般廃棄物の削減は市町村の役割であるため	
	県は県全域の取り組みのコーディネート(総合調整)の立場から、市町村は一般廃棄物の処理責任を有する立場から協定に参加	市町村が一般廃棄物の処理責任を負うため (n=4)
	また、一般廃棄物の処理責任を負う市町村については、廃棄物減量を目的とする取組への積極的な関与と地域に根ざしたきめ細やかな取組、市町村域を活動の場としている地域住民との関与を期待した	
	1つの市町村にのみ店舗を持つ事業者や商店街等のマイバッグ運動を推進するため	事業者規模との関係 (n=2)
	県内に幾つかの店舗を展開している事業者については、市町ごとに協定を結ぶより県とも協定を結んだほうが、統一した取組をしやすい	

表 3-20 より、県のみが参加している理由は、取組を「県全体で考えるため」、「県と市町村で役割分担」などであった。市町村も参加する理由としては、「県と市町村の協力・連携」の他に「市町村が一般廃棄物の処理責任を負うため」などであった。県下一斉実施でも市町村の協力が必要だと考えられていることがわかる。また、県のみが参加している場合でも市町村が同様の取組に関わったり、実施したりしている県がある。

### 3-4-2-3 自主協定の参加条件

自主協定に参加するための条件の有無を表 3-21 に示す。

表 3-21 自主協定に参加するための条件の有無 (n=17)

参加条件の有無	回答県数	回答率
あり	9	53%
なし	8	47%
合計	17	100%

表 3-21 より、「あり」が 53%、「なし」が 47%とあまり差はない。なお、「なし」と回答した県の中にも、「あり」と回答した県の条件である有料化等と同等の取組をしている県があるため、「なし」と回答した県は、条件として提示していないだけである可能性がある。

「あり」と回答のあった県ごとの自主協定の参加条件（アンケートでは記述式）を表 3-22 に、項目に分類したものを表 3-23 に示す。

表 3-22 自主協定の参加条件（県別）（n=9）

都道府県	条件
山梨県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マイバッグ等の持参促進及びレジ袋削減に関する取り組み(レジ袋の無料配布中止)を実施すること。</li> <li>・数値目標の設定。</li> <li>・報告、公表の実施。</li> </ul>
沖縄県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・協定の趣旨に賛同していること。</li> <li>・レジ袋の有料化を取組の柱とするレジ袋削減を推進し、2010年度までにレジ袋辞退率80%以上の達成を目標とすること。</li> <li>・沖縄県内の環境保全活動や地域貢献活動などに協力すること。</li> <li>・レジ袋辞退率などを定期的に公表すること。</li> </ul>
宮城県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・協定締結に際し、レジ袋削減に向けた取組を実施すること。（ただし、「マイバッグの持参」や「レジ袋は必要ですか」等の単なる声かけ等については、協定に基づく取組とはみなさない。）</li> </ul>
和歌山県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レジ袋無料配布中止</li> </ul>
山口県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レジ袋辞退率80%以上を目標に、レジ袋の無料配布を中止し、マイバッグの持参等呼びかけること。</li> <li>・レジ袋の無料配布の中止により、レジ袋収益金が生じた場合は、環境保全活動(リサイクルの推進や地球温暖化対策等)や地域・社会貢献活動のために活用すること。</li> <li>・レジ袋以外の容器包装廃棄物については、食品トレー等の店頭回収やばら売り、簡易包装などによる削減などを推進し、発生抑制・リサイクルの推進に努めること。</li> <li>・取組状況について、定期的に山口県に報告し、公表すること。</li> </ul>
大分県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成24年度末までにマイバッグ持参率80%以上を目標として、レジ袋の無料配布を中止する。</li> <li>・レジ袋収益金を環境保全活動等に活用する。</li> <li>・目標の達成状況(マイバッグ持参率)及びレジ袋収益金の活用方法について、毎月1回大分県に報告する。</li> </ul>
石川県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・削減目標を明示すること。</li> <li>・削減に取り組む範囲を明確にすること。</li> <li>・削減に取り組むにあたり、具体的な取り組み項目を3以上明示すること。</li> <li>・レジ袋等の削減状況を県に定期的に報告すること。</li> <li>・レジ袋を有料化することで、収益金が発生した場合には、当該収益金を地域の環境保全活動等に寄付すること。</li> </ul>
新潟県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レジ袋の無料配付取り止めを行うこと</li> </ul>
広島県	<ul style="list-style-type: none"> <li>①原則として、売場面積1,000㎡以上又は県内広範囲に事業展開している店舗事業者と協定を締結。（市町域内の小規模事業者は、市町と協定を締結する。）</li> <li>②次の事項を協定書別紙に記載する。</li> <li>・レジ袋辞退率等の目標数値</li> <li>・収益金の取扱い及び地域貢献等について</li> <li>・その他、廃棄物排出抑制対策、地球温暖化対策について</li> </ul>

表 3-23 自主協定の参加条件（項目別）（n=9）

条件	該当県数	割合
レジ袋無料配布中止を実施	6	67%
数値目標	6	67%
報告、公表	5	56%
収益金の使途	5	56%
削減取組を実施(具体的な取組)	2	22%
その他	5	56%

表 3-23 より、「レジ袋の無料配布中止の取組」を条件とする県（山梨県、沖縄県、和歌山県、山口県、大分県、新潟県）と、「数値目標を設定されているまたは設定する」県（山梨県、沖縄県、山口県、大分県、石川県、広島県）が 67%と多い。また、無料配布中止が条件になっていないが、「具体的な削減取組を実施すること」を条件としている県が 2 県（宮城県、石川県）あった。これらの条件は取組を明確にするためのものであるということが考えられる。

### 3-4-2-4 協定者の役割

#### 3-4-2-4-1 行政(県, 市町村)

行政の県, 市町村の役割(アンケートでは記述式)を表3-24, 表3-25に示す。

表3-24, 表3-25より, 行政は県, 市町村ともに取組を推進するために, 「取組の支援」や「普及啓発」, 「広報」といった役割を担っている。さらに県は, 「協定全体のとりまとめ」や「実績の把握, 公表」といった協定全体に関わる役割も担っている。

表3-24 県の役割 (n=16)

行政(県)の役割		筆者による分類	
県の回答			
関係者の取組支援, 各種広報・啓発等レジ袋無料配布中止実施事業者の拡大の取組	取組の支援 (n=9)	取組推進	
関係者の取組の支援			
事業者のレジ袋削減の取組を支援し, 協定参加団体及び市町が実施するレジ袋削減運動へ協力する			
県が指定したレジ袋の無料配布中止に取り組むモデル地域を積極的に支援する			
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			
事業者の取組を広く周知し, 事業者を支援する			
レジ袋削減・無料配布中止の取組を支援			
レジ袋削減について消費者への広報等を行い, 事業者の実施するレジ袋無料配布中止の取組を支援する			
消費者団体及び市町等と連携し, 事業者が実施するレジ袋の無料配布中止の取組を支援するとともに, 相互の連携・協力のもと, マイバッグ運動に関する普及啓発や, レジ袋削減に取り組む事業者の拡大に向け広報等に努める			
事業者への支援(県民への普及啓発など)	普及啓発 (n=6)	取組推進	
広報誌やホームページ等を活用し, マイバッグ等の持参を県民に呼びかけるなど, レジ袋削減の普及啓発を行う			
事業者の取組を支援し, 消費者に対し, マイバッグの持参や食品トレーの店頭回収などエコライフの推進を呼び掛ける等, 積極的に普及啓発する			
意識啓発			
事業者の取組を支援するため, 積極的に普及啓発を行う	呼びかけ (n=4)	取組推進	
協定締結店舗であることを消費者に周知してもらうためのステッカーを交付			
マイバッグ持参を呼び掛け, レジ袋の無料配布中止を含むレジ袋削減を促進する			
多くの事業者がレジ袋無料配布中止の取組に参加するように積極的な呼びかけを行う			
マイバッグ持参促進と取組の呼びかけ	市町村への呼びかけ (n=3)	取組推進	
マイバッグ持参を呼びかけるのぼり旗を配布			
事業者のレジ袋無料配布中止に向けた取組を支援するため, 市町村に対して積極的に協力を呼び掛ける			
県内で取組を進めるため, 市町村, 事業者, 関係する事業者団体等に働きかける	取組の拡大 (n=2)	取組推進	
市町村に対して, 地域におけるレジ袋削減の取組推進を呼びかける			
協定参加事業者の拡大に向けた取り組み	協定全体のとりまとめ (n=4)	取組推進	
取組の拡大等			
協定全体のまとめ役(事務局的作用)			
協定締結等の進行管理			
県内で統一的な取組開始ができるよう(リーダーシップをとり)調整する	広報 (n=4)	取組推進	
県全体のとりまとめを行い, その内容を公表する			
事業者及び消費者の取り組みを広報する			
啓発物品等の作成配布			
ホームページや環境フェア等で協定締結事業者をPR	実績把握, 公表 (n=3)	取組推進	
店頭での啓発キャンペーンの実施など取組のPR			
県内におけるレジ袋削減運動の実績を取りまとめ, 県民に公表する			
レジ袋辞退率把握など効果測定	県民運動を展開 (n=2)	取組推進	
取組効果等の検証及び公表			
県民運動として「レジ袋削減スクラム運動」を展開する	県民運動を展開 (n=2)	取組推進	
消費者に積極的に普及啓発を行うとともに, 県民総ぐるみでマイバッグ等の持参を実践する「ノーレジ袋県民大運動」を展開する			



表 3-25 市町村の役割 (n=10)

行政(市町村)の役割		
県への回答	筆者による分類	
関係者の取組支援、各種広報・啓発等レジ袋無料配布中止実施事業者の拡大の取組	取組の支援 (n=4)	
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		
レジ袋削減・無料配布中止の取組を支援		
レジ袋削減について消費者への広報等を行い、事業者の実施するレジ袋無料配布中止の取組を支援する		
普及啓発	普及啓発 (n=3)	
広報誌やホームページ等を活用し、マイバッグ等の持参を市民又は町民に呼びかけるなど、レジ袋削減の普及啓発を行う		
事業者の取組を支援し、消費者に対し、マイバッグの持参や食品トレーの店頭回収などエコライフの推進を呼び掛ける等、積極的に普及啓発する		
取組に関する各種広報等		
店頭での啓発キャンペーンの実施など取組のPR	広報 (n=3)	
県及び地域の消費者加団体、温暖化対策協議会、公衆性生協議会等と連携して、事業者が実施するレジ袋無料配布中止の取組に呼応し、マイバッグ運動に関する普及啓発や、レジ袋削減に取り組む事業者の拡大に向け、広報		
事業者のレジ袋削減の取組を支援し、協定参加団体及び県が実施するレジ袋削減運動へ協力する		
県協定には参加せずに各市町村が個別に協定を締結しているが、啓発物品等の作成配布やレジ袋辞退率把握など効果測定について、県と市町村が連携協力している		
多くの事業者がレジ袋無料配布中止の取組に参加するように積極的な呼びかけを行う	呼びかけ (n=1)	

3-4-2-4-2 事業者

事業者の役割 (アンケートでは記述式) を表 3-26 に示す。

表 3-26 事業者の役割 (n=16) (かっこ内の数字は県数)

事業者の役割		
県への回答	筆者による分類	
マイバッグ等の持参を消費者に呼びかけるとともに、レジ袋の無料配布を取り止め、レジ袋の削減を図る活動を推進する(3)	有料化(無料配布中止)の実施 (n=12)	レジ袋削減取組の実施
県内の店舗におけるレジ袋の無料配布中止の実施(2)		
レジ袋の無料配布を原則として取りやめ、有償提供する(1)		
協定締結者と連携し、レジ袋の無料配布中止に向けた取り組みを進める(1)		
無料配布取り止めによりレジ袋の使用を抑制する(1)		
お客様に対し、マイバッグ等の持参とレジ袋の無料配布中止の取組に対する理解を呼びかけるとともに、地元市町が取り組むマイバッグ運動に呼応して、レジ袋の無料配布を中止し、レジ袋削減の取組を推進する(1)		
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(1)		
平成24年度末までにマイバッグ持参率80%以上を目標とし、レジ袋の無料配布を中止する(1)		
マイバッグ持参促進とレジ袋有料化等の削減取組実施(1)		
削減のための手法を次の8項目から2項目以上を選択し、各事業者が決定する(1) 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 8)その他		
お客様に対し、マイバッグ等の持参とレジ袋の無料配布中止の取組に対する理解を呼びかけるとともに、地元市町が取り組むマイバッグ運動に呼応して、レジ袋の無料配布を中止し、レジ袋削減の取組を推進する(1)		
マイバッグ等の貸出、提供(1)	収益金の活用 (n=3)	
レジ袋売上金の全部又は一部について、環境対策に活用するよう努める(1)		
無料配布中止(有償配布)によりレジ袋の収益金が発生した場合には、環境対策に活用するよう努める(1)		
レジ袋収益金を環境保全活動等に活用する(1)		
マイバッグの持参を呼び掛け、レジ袋削減を進める(4)	呼びかけ (n=6)	
消費者へのレジ袋削減についての啓発(1)		
取り組みに対する理解を呼びかけ(1)		
レジ袋削減の実績を定期的に県に報告する(1)		
協定に基づく取組の実施状況を定期的に公表する(1)	実績の公表 (n=5)	
マイバッグ持参率等の取組の成果を公表する(1)		
レジ袋辞退率等の公表(1)		
年2回県へ取組状況を報告(1)		
レジ袋の無料配布の中止等容器包装廃棄物削減の取組を実施し、その結果を公表する(1)		
協定参加団体、県内市町及び県が実施するレジ袋削減運動へ協力する(1)	協力 (n=1)	

表 3-26 より、事業者は「レジ袋削減取組を実施」することが主な役割となっている。その取組に関連して、「収益金の活用」や「呼びかけ」、「実績の公表」も役割として挙げられている。

#### 3-4-2-4-3 その他団体

その他の協定参加団体の役割（アンケートでは記述式）を表 3-27 に示す。

表 3-27 その他の協定参加団体の役割（n=15）（かっこ内の数字は県数）

その他の協定参加団体の取組内容		筆者による分類
県の回答		
事業者の取組を支援する(6)	事業者の取組支援 (n=10)	
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(1)		
事業者のレジ袋削減の取組を支援し、県内市町及び栃木県が実施するレジ袋削減運動へ協力する(1)		
マイバッグ運動の拡大に取り組むとともに、事業者のレジ袋無料配布中止の取組を積極的に支援する(1)		
会員団体を通じて、消費者の立場でレジ袋削減に係る事業者の活動を支援(1)		
地域住民に対するレジ袋削減、マイバッグ持参の呼びかけ(2)	呼びかけ (n=7)	
マイバッグ等の持参によるレジ袋の削減を消費者に呼びかけ、運動を拡大する(2)		
マイバッグ持参等によるレジ袋の削減を消費者に呼びかける(1)		
マイバッグ持参促進と取組の呼びかけ(1)		
環境保全団体として県民へレジ袋の削減を呼びかけ(1)		
マイバッグ持参の呼びかけなどの普及啓発(1)	普及啓発 (n=5)	
店頭での啓発キャンペーンへの取組(1)		
マイバッグ等の持参を団体会員及び県民に呼びかけるなど、レジ袋削減の普及啓発を行う(1)		
事業者が実施するレジ袋無料配布中止の取り組みを支援し、県民にマイバッグ等の持参を呼びかけるなど、レジ袋削減のための普及啓発に努める(1)		
事業者の取組を支援し、消費者に対し、マイバッグの持参や食品トレーの店頭回収などエコライフの推進を呼び掛ける等、積極的に普及啓発する(1)		
マイバッグやマイふるしきを持ち歩く(1)	その他 (n=3)	
取り組みを家族へ、地域へ広げる(1)		
レジ袋から、生活全般へ3Rを広げる(1)		

表 3-27 より、協定参加団体の役割は「事業者の取組支援」、「呼びかけ」、「普及啓発」であった。協定参加団体は消費者団体や市民団体等であるため、マイバッグ等を持ち歩くなどのレジ袋削減に取り組む内容も挙げられた。

#### 3-4-2-5 評価について

##### 3-4-2-5-1 評価項目

評価項目の決定方法について表 3-28 に、評価項目の内容（県で統一した項目と回答した県のみ、アンケートでは記述式）を表 3-29 に示す。

表 3-28 より、県で評価項目を統一している県が 69%であった。各店舗で決定をする県はなかった。「その他」の内容は、「目標数値の設定」であったため、「評価項目なし」と考えられる。評価項目の内容は、表 3-29 より「レジ袋辞退率」または「マイバッグ持参率」のどちらかは回答のあった全ての県に含まれていた。「その他」の内容は、「石油削減量」、「二酸化炭素削減量」、「レジ袋販売枚数」であった。

表 3-28 評価項目の決定方法 (n=16)

評価項目の決定方法	回答県数	回答率
県で統一した項目	11	69%
事業者ごとに決定	3	19%
評価項目なし	1	6%
各店舗で決定	0	0%
その他	1	6%
合計	16	100%

表 3-29 評価項目の内容 (n=10)

評価項目内容	回答県数	割合
レジ袋辞退率	6	60%
マイバッグ持参率	5	50%
レジ袋削減枚数	2	20%
その他	3	30%

#### 3-4-2-5-2 目標値

レジ袋削減の目標値を設定しているかを表 3-30 に、目標値の設定方法（目標値を設定していると回答した県のみ、複数回答あり）を表 3-31 に示す。

表 3-30 目標値を設定しているか (n=17)

目標値を設定しているか	回答県数	回答率
している	13	76%
していない	4	24%
合計	17	100%

表 3-31 目標値の設定方法 (n=13)

目標値の設定方法	回答県数	回答率
事業者ごとに決定	6	46%
県で統一した目標値	5	38%
各店舗で決定	0	0%
その他	3	23%

表 3-30 より、目標値を設定している県が 76%であった。その目標値の設定方法は、表 3-31 より事業者ごとに決定する県が 46%であり、約半数が事業者に任せていることがわかる。

「県で統一した目標値」で挙げられた項目は、「マイバッグ持参率」、「レジ袋辞退率」、「レジ袋を購入しない人の割合」であった。「マイバッグ持参率」、「レジ袋辞退率」の回答で多かった目標値は「80%以上」であり、県で統一して設定する場合の目標値は高めに設定されていることがわかる。「その他」の内容としては、3 県それぞれ「事業者が決めるほかに、県での目標値を 80%~90%と設定している」や「業種ごと（食品スーパー・ドラッグストア・クリーニングはマイバッグ持参率 80%以上、百貨店はレジ袋削減率 30%以上、コンビニ

ニはレジ袋削減率 20%以上等，書店組合はマイバッグ等持参率 30%以上）に目標値を決定している」や「一部の事業者のみが設定している」であった。

また，目標値の設定の際に目標値の下限を設定しているか（目標値を設定していると回答した県のみ）について表 3-32 に示す。

表 3-32 目標値の下限を設定しているか (n=12)

目標値の下限があるか	回答県数	回答率
ある	7	58%
ない	5	42%
合計	12	100%

表 3-32 より，目標値の下限を設定している県の具体的な下限値は「80%以上」が 6 県，「マイバッグ持参率 60%，またはレジ袋削減率 30%」が 1 県であった。目標値の下限を設定していない県が 42%ある。そのため，目標値は設定する必要あるが，設定値の制限はされないという県もあることがわかる。

#### 3-4-2-5-3 測定期間

評価項目の測定期間が決められているかを表 3-33 に，その測定期間（評価項目の測定期間が決められていると回答した県のみ，アンケートでは自由記述）を表 3-34 に示す。

表 3-33 評価項目の測定期間が決められているか (n=16)

評価項目の測定期間	回答県数	回答率
決まっている	10	63%
決まってない	4	25%
その他	2	13%
合計	16	100%

表 3-34 測定期間 (n=9)

測定期間	回答県数	回答率
1ヶ月	2	22%
3ヶ月	3	33%
6ヶ月	2	22%
1年	2	22%
合計	9	100%

表 3-33 より，評価項目を測定する期間が決められている県が 63%であった。「その他」の内容は，2 県とも「協定の有効期限」というものであった。その測定期間は表 3-34 より，各県 1 ヶ月から 1 年ごとに測定されており，特に特出した傾向は見られない。なお，測定期間の平均値は 5.2 ヶ月であった。

### 3-4-2-6 自主協定の締結期間

自主協定の有効期間が存在するかについて表 3-35 に、有効期間（有効期間が存在すると回答した県のみ、アンケートでは自由記述）を表 3-36 に示す。有効期間について、期間終了日の回答があった県は第 1 回協定日から終了までの期間を有効期間として算出した。

表 3-35 自主協定の有効期間が存在するか (n=17)

協定の有効期間が存在するか	回答県数	回答率
する	11	65%
しない	6	35%
合計	17	100%

表 3-36 自主協定の有効期間 (n=10)

有効期間	回答県数	回答率
約2年	1	10%
約2年半	2	20%
約3年	4	40%
約4年	1	10%
約5年	2	20%
合計	10	100%

表 3-35 より、協定に有効期間のある県が 65%であった。その理由としては、「県の目標年次」や「一定の周期を設定することで、取組状況を評価し、延長等が必要か検討するため」等が挙げられた。一方、有効期間を定めない理由としては、「レジ袋の削減は、継続して実施すること」を原則または想定している県で挙げられた。また、有効期間は、表 3-36 より、約 3 年と設定している県が 40%と最も多いが、期間自体には大きな理由は見られなかった。以上より、有効期間の有無に関わらず、「レジ袋の削減を継続する」ことが考えられており、期間の長さは大きく関係していないと思われる。なお、自主協定の有効期間の平均値は約 3.3 年であった。

### 3-4-2-7 有料化の取組

#### 3-4-2-7-1 レジ袋の値段

有料化での取組の際にレジ袋の価格が決まっているかについて表 3-37 に、「事業者任せ」と回答した県のおおよそのレジ袋の価格（アンケートでは自由記述、「3～5 円」等の回答県は平均をとり約 4 円と考えることとする）を表 3-38 に示す。

表 3-37 レジ袋の価格が決まっているかどうか (n=16)

レジ袋の価格が決まっているか	回答県数	回答率
決まっている	1	6%
事業者に任せている	15	94%
合計	16	100%

表 3-38 レジ袋のおおよその価格 (n=15)

レジ袋の価格	回答県数	回答率
約3.5円	1	7%
約4円	4	27%
約5円	7	47%
約5.5円	1	7%
約7.5円	1	7%
約10円	1	7%
合計	15	100%

表 3-37 より、94%の県が「事業者に任せている」ことがわかる。表 3-38 より、事業者に任せたレジ袋の価格は約 5 円が 47%と最も多い。なお、レジ袋の価格の平均値は約 5.2 円であった。1 円～10 円の間で設定されている回答が多く見られた。また、クリーニングは 10 円といった、業種によって設定している県もあった。なお、表 3-37 で「決まっている」と回答のあった県のレジ袋の価格は 3 円であり、事業者に任せている県の平均値 5.2 円とは約 2 円の差が見られた。

#### 3-4-2-7-2 レジ袋の有料化による収益金

レジ袋の有料化による収益金を県が把握しているかについて表 3-39 に、その収益金の把握期間（収益金を把握していると回答した県のみ）を表 3-40 に示す。

表 3-39 レジ袋の有料化による収益金を把握しているか (n=16)

回答	回答県数	回答率
把握している	5	31%
把握していない	11	69%
合計	16	100%

表 3-40 レジ袋の有料化による収益金の把握期間 (n=5)

収益金の把握期間	回答県数	回答率
1年ごと	4	80%
1か月ごと	0	0%
その他	1	20%
合計	5	100%

表 3-39 より、レジ袋有料化による収益金を把握していない県の方が 69%と多い。この中には「今後調査予定あり」や、「寄付の申し出のあった事業者については把握している」という回答もあった。把握期間は、表 3-40 より、1 年ごとに把握している県が多く、1 ヶ月ごとに把握している県はなかった。収益金の把握は、頻繁にされていないことがわかる。「その他」の内容は「各事業者の決算ごと」であった。

次に、レジ袋の有料化による収益金の用途について（アンケートでは複数回答可）表 3-41

に示す.

表 3-41 レジ袋の有料化による収益金の使途 (n=16)

収益金の使途	回答県数	回答率
事業者に任せている	11	69%
環境保全活動に利用	6	38%
地域貢献活動に利用	4	25%
その他	3	19%

表 3-41 より、「事業者に任せている」という回答が 69%であった。それ以外では、環境や地域に貢献する活動に利用されていることがわかる。「その他」の内容としては、「環境保全活動への利用を原則としつつ、事業者に任せている」、「レジ袋収益金活用基金を設置」、「経費の削減であり、収益とはみなさない」であった。

### 3-4-3 参加事業者について

#### 3-4-3-1 参加事業者の募集とその期間

参加事業者の募集方法（アンケートでは複数回答可）を表 3-42 に、その募集期間（アンケートでは自由記述）を表 3-43 に示す。

表 3-42 参加事業者の募集方法 (n=17)

募集方法	回答県数	回答率
事業者へ訪問	16	94%
県のホームページ	10	59%
説明会を開催	9	53%
チラシで事業者に配布	5	29%
ポスター	1	6%
その他	4	24%

表 3-43 募集期間 (n=11)

募集期間	回答県数	回答率
1ヶ月未満	1	9%
1ヶ月	3	27%
3ヶ月	2	18%
8ヶ月	2	18%
12ヶ月	1	9%
その他	2	18%
合計	11	100%

表 3-42 より、参加事業者を募集するにあたって最も多く行われている方法は「事業者への訪問」の 94%であった。「事業者への訪問」と回答していない 1 県は、「その他」において「電話」と回答されている。このことより、全ての県で直接事業者と関わる方法で募集



がされていることがわかる。また、過半数を超える県で「県のホームページ」や「説明会を開催」において募集をしている。「その他」の内容は、「新聞等による周知，市町からの紹介」，「県市町広報誌」等であった。

表 3-43 より，募集期間は 1 ヶ月未満から 12 ヶ月まで県によって様々である。「その他」の内容は「募集はしていない」，「公募ではなく直接事業者に呼びかけた」というものであった。なお，「その他」の回答県 2 県を除く 9 県の募集期間の平均値は 4.2 ヶ月であった。

### 3-4-3-2 参加事業者の追加

参加事業者の追加方法を表 3-44 に示す。

表 3-44 参加事業者の追加方法 (n=16)

参加事業者の追加方法	回答県数	回答率
随時協定を締結し参加	10	63%
一定期間に募集し，集まった事業者が一斉に参加	2	13%
その他	4	25%
合計	16	100%

表 3-44 より，事業者の追加は 63%の県で随時行われていることがわかる。「その他」の内容としては，「随時協定書を取り交わすが，一部事業者は取組を一時中断している」，「1，2 回目の協定は募集期間があり，それ以降は常時募集」や「追加で締結したことはない」ことが挙げられた。

### 3-4-3-3 参加事業者と参加店舗の数

各県の平成 22 年 8 月現在の参加事業者数と参加店舗数を表 3-45 に，平均値，最小値，最大値を表 3-46 に示す。

表 3-45 各県の平成 22 年 8 月現在の参加事業者数と参加店舗数

県名	新潟	沖縄	埼玉	長野	茨城	大分	広島	和歌山	宮城	山梨	栃木	石川	富山	青森	福島	山口
事業者数	9	11	18	24	27	28	28	33	34	38	38	40	47	92	106	186
店舗数	140	251	376	551	267	212	423	215	469	452	100	858	430	336	407	1116

表 3-46 参加事業者数と参加店舗数の平均値，最小値，最大値 (n=16)

	平均値	最小値	最大値
事業者数	47.4	9	186
店舗数	412.7	140	1116

表 3-45，表 3-46 より，参加事業者数の平均は約 47 事業者，店舗数の平均は約 413 店舗であった。県によって，参加事業者・店舗数には差があるが，この違いは県の規模によって県内に存在する事業者や店舗数に違いがあるためであると推測する。この点については，



県内に存在する事業者に対する参加事業者の割合について第四章で詳述する。

#### 3-4-3-4 参加事業者の業種

各県の第1回協定への参加事業者の種類と平成22年8月現在の各県の参加事業者の種類を表3-47に示す。

表3-47 第1回と平成22年8月現在の参加事業者の種類 (n=15)

業種	第1回		増加数	現在(H22.8)	
	県数	割合		県数	割合
スーパー	15	100%	0	15	100%
クリーニング	4	27%	+4	8	53%
ドラッグストア	4	27%	+3	7	47%
百貨店	4	27%	0	4	27%
ホームセンター	2	13%	+3	5	33%
商店街	1	7%	+1	2	13%
コンビニエンスストア	1	7%	+1	2	13%
その他	4	27%	+5	9	60%

表3-47より、第1回の協定から、全ての県でスーパーは参加していることがわかる。スーパー以外の業種の参加状況では、クリーニング、ドラッグストア、百貨店が27%であり、スーパーの次に参加している県が多い。このうちクリーニング、ドラッグストアは現在それぞれ53%、47%へと増加している。

第1回協定から現在までの増加が大きいのはクリーニング4県、ドラッグストア3県、ホームセンター3県であった。百貨店は変化していない。スーパー以外では、主に日用品を扱う事業者が比較的参加しやすいと推測される。

#### 3-4-4 自主協定の取組に伴う様々な変化

##### 3-4-4-1 参加市町村数の変化

第1回締結以降から現在までの、協定に参加する市町村数の変化（複数回答あり）を表3-48に示す。

表3-48 第1回締結以降の参加市町村数の変化 (n=16)

参加市町村数の変化	回答県数	回答率
市町村は参加していない	8	50%
始めから全市町村が参加	4	25%
増加した	3	19%
減少した	1	6%
変化なし	1	6%

表3-48より、市町村は参加していないという県が50%であった。「減少した」1県は市町

村合併による減少であった。そのため、自主協定に参加する市町村は、全ての県で実際には減少していないことがわかる。

### 3-4-4-2 参加事業者数と店舗数の変化

第1回締結以降の参加事業者数と店舗数の変化（アンケートでは複数回答可）を表3-49に示す。

表3-49 第1回締結以降の参加事業者と店舗数の変化（n=17）

参加事業者、店舗数の変化	回答県数	回答率
参加事業者数が増えた	13	76%
参加事業者の店舗数が増えた	14	82%
脱退事業者が出た	1	6%
変化なし	0	0%
その他	3	18%

表3-49より、76%の県で第1回の締結以降も参加事業者数が増加している。さらに、事業者の店舗数も82%の県で増加している。事業者内の参加店舗が増加していることから、その事業者がもつ全ての店舗が一斉に参加しているわけではないことがわかる。「その他」の内容は、「店舗の閉店による減少」、「事業者は増えたものの、開店・閉店により増減がある」、「一部の事業者から中断の申し出があった」というものであった。自主協定であるため、脱退や中断をする事業者があるが、その県でも参加事業者や店舗数は増加している。

### 3-4-4-3 マイバッグ持参率、レジ袋削減率の変化

#### 3-4-4-3-1 自主協定の取組前後の変化

自主協定の取組の実施前と実施後のマイバッグ持参率、レジ袋削減率の変化を表3-50に、具体的な効果（アンケートでは自由記述）を表3-51に、マイバッグ持参率、レジ袋削減率の数値を表3-52に示す。

表3-50 自主協定の取組前後のマイバッグ持参率、レジ袋削減率の変化（n=17）

自主協定の取組前後の マイバッグ持参率、レジ袋削減率の変化	回答県数	回答率
効果がでている	16	94%
変化なし	0	0%
統計をとっていないのでわからない	0	0%
その他	1	6%
合計	17	100%

表3-50より、各県がマイバッグ持参率等の統計をとっており94%の県で効果がでていることがわかる。「その他」の内容も「県全体では把握していないが、参加店舗において確実に効果がでている」というものであった。以上より、実施後は全ての県で実施前よりマイ

バッグ持参率，レジ袋削減率に効果がでている。

表 3-51 自主協定の取組前後のマイバッグ持参率，レジ袋削減率の具体的な効果 (n=15)

具体的な効果	回答県数	回答率
マイバッグ持参率，レジ袋削減率が向上	14	93%
レジ袋削減枚数の増加	1	7%
各市町村においても，レジ袋削減に向けた啓発活動が盛んになった	1	7%

表 3-52 自主協定の取組前後のマイバッグ持参率，レジ袋削減率の数値 (n=10)

県	取組実施前(%)	取組実施後(%)	変化(%)
1	18	85	67
2	20	92	72
3	24	85	61
4	26	70~80	44~54
5	27	86	59
6	30	90	60
7	41	85	44
8	10~40	80	70~40
9	-	83	-
10	-	90	-

表 3-51 よりマイバッグ持参率，レジ袋削減率が向上したことが具体的な効果として挙げられた。また，表 3-52 より，実施前は 10~40% で実施後は 70~90% 程度に向上し，実施前後で 40~70% 程度の効果が見られた。

#### 3-4-4-3-2 自主協定の取組開始以降の変化

第 1 回締結時以降のマイバッグ持参率，レジ袋削減率の変化を表 3-53 に，具体的な効果(アンケートでは自由記述)を表 3-54 に示す。

表 3-53 第 1 回締結時以降のマイバッグ持参率，レジ袋削減率の変化 (n=16)

第1回締結時以降の マイバッグ持参率，レジ袋削減率の変化	回答県数	回答率
効果がでている	10	63%
変化なし	1	6%
統計をとっていないのでわからない	1	6%
その他	4	25%
合計	16	100%

表 3-54 第 1 回締結時以降のマイバッグ持参率，レジ袋削減率の具体的な効果 (n=10)

具体的な効果	回答県数	回答率
マイバッグ持参率，レジ袋削減率が向上	6	60%
高いマイバッグ持参率，レジ袋削減率で推移	4	40%
レジ袋削減枚数の増加	1	10%
客の反応がよくなった，意識が広まった	1	10%
県民への認知度が上がった	1	10%

表 3-53 より、第 1 回協定締結時以降もマイバッグ持参率、レジ袋削減率に効果が出ている県は 63%であった。「その他」にも「表 3-50 の効果がでてい同内容」や「大きな変化はないが、高い数字を維持している」といった効果がでてい内容の回答が見られた。

具体的な効果は表 3-54 より、協定の実施前後と同様に 60%の県で、マイバッグ持参率、レジ袋削減率が向上したことが挙げられた。90%を超えるマイバッグ持参率でも、1 年目より 2 年目の方が向上したという県もある。また、取組が継続されることによって、県民の意識の向上も効果として挙げられた。

### 3-4-5 協定書について

#### 3-4-5-1 文面の作成

協定書の文面の作成方法を表 3-55 に示す。

表 3-55 協定書文面の作成方法 (n=16)

協定書文面の作成方法	回答県数	回答率
県がテンプレートを作成(参加者は決められた協定書を使用)	10	63%
事業者独自で作成(決められた項目に数値等記入)	1	6%
事業者独自で作成(特に指定なし)	0	0%
その他	6	38%

表 3-55 より、県が作成したテンプレートを使用している県が 63%であった。事業者がーから独自で作成する県はなかった。「その他」の 6 県は「県が用意したテンプレートに事業者が目標値等を記入」や「基本形があるが、実施項目は各事業者の判断で記載」といった内容であった。このことから、どの県も協定書の枠組みは県が作成していることがわかる。

#### 3-4-5-2 内容

アンケートで添付していただいたものと、県の HP から入手した協定書から、記載されている内容を把握した(表 3-56)。テンプレートの協定書、実際に使用された協定書、2 つの合計のそれぞれを示す。

協定名、趣旨、事業者・協定参加者・県の役割とサイン、締結日は全ての協定書に記載されていることがわかる。数値目標や目標年月日、有効期限、市町村の役割に関しては、その県の協定で決められている県が記載していると考えられる。記載内容 20 のうち 14 が 50%以上の県で記載されており、協定書に書かれている内容は多くの県で似ていることがわかる。

表 3-56 協定書の記載内容

記載内容	テンプレート (n=6)		実際使用された協定書 (n=7)		合計 (n=13)	
	県数	割合	県数	割合	県数	割合
協定名	6	100%	7	100%	13	100%
趣旨	6	100%	7	100%	13	100%
事業者の役割	6	100%	7	100%	13	100%
協定参加団体の役割	6	100%	7	100%	13	100%
県の役割	6	100%	7	100%	13	100%
事業者サイン	6	100%	7	100%	13	100%
協定参加団体サイン	6	100%	7	100%	13	100%
県知事サイン	6	100%	7	100%	13	100%
締結日	6	100%	7	100%	13	100%
協定の変更、疑義が生じた場合等	6	100%	5	71%	11	85%
取組開始日	4	67%	4	57%	8	62%
数値目標	4	67%	4	57%	8	62%
実施店舗、店舗範囲	6	100%	1	14%	7	54%
有効期限	2	33%	5	71%	7	54%
市町村サイン	2	33%	4	57%	6	46%
市町村の役割	2	33%	4	57%	6	46%
参加、脱退の自由	1	17%	4	57%	5	38%
目標年度、目標年月日	1	17%	4	57%	5	38%
市町村と協定を締結している場合について	1	17%	0	0%	1	8%
協定の性格	0	0%	1	14%	1	8%

3-4-6 問題点・課題

3-4-6-1 問題点・課題とその解決法

自主協定によるレジ袋削減取組の話が出てから現在に至るまでの、問題点・課題とその解決法（アンケートでは自由記述）を、取組の段階ごとにまとめた。表 3-57 に①協議会の発足まで、表 3-58 に②協議会の発足から自主協定締結まで、表 3-59 に③自主協定締結から削減取組開始まで、表 3-60 に④削減取組開始から現在（平成 22 年 8 月）まで、表 3-61 にその他、全体を通しての問題点・課題とその解決法を示す。

表 3-57 協議会の発足までの問題点・課題とその解決法 (n=5)

①協議会の発足まで			
問題点・課題		解決法	
県の回答	筆者による分類	県の回答	筆者による分類
個々の事業者等との意見調整	意見調整 (n=2)	話し合いを重ねることにより解決	話し合い・意見交換 (n=2)
事業者や自治体にレジ袋有料化に関してアンケートを実施したが、導入賛成の意見がある一方で、県内で統一実施すべき、行政主導で推進、万引き対策、客観的な実施効果が不明、消費者負担ではないか等の意見が出された。(※後の協議会でも同様の意見が出された)		協議会発足後に、事業者、行政、関係団体と意見交換をした。	
全市町の主な事業者、主な消費者団体の参加：県下一斉に取組む必要があることから、検討会議に全市町の主な事業者、主な消費者団体が参加することが必要(幸い、参加はスムーズであった)	参加者 (n=3)	市町、事業者、消費者団体に対して個別に参加要請し協力を得た。	要請 (n=2)
協議会に参加できないという事業者もあり、協議会に参加してもうことが困難な場合がある。		当初は県内資本の事業者で協議会を発足し、その後、県外資本の事業者の参加を求めた。当県の場合、県内のスーパーマーケット等の事業者が積極的に参加してくれたため、順調に発足できた。	
参集対象の範囲(事業者、消費者団体、行政)		協議による、効果的な連携。	協議 (n=1)

表 3-57 より協議会の発足までには「意見調整」や「参加者」に関する問題や課題が挙げられた。それぞれ「話し合い・意見交換」や「参加要請」をすることで解決されている。

表 3-58 協議会の発足から自主協定締結までの問題点・課題とその解決法 (n=10)

②協議会の発足～自主協定の締結			
問題点・課題		解決法	
県の回答	筆者による分類	県の回答	筆者による分類
多くの事業者に協定に入っていたための働きかけ	事業者の参加 (n=7)	・事業者確保の手法:事業者取組・意向アンケートの実施→可能性のある事業者へ電話で話し、アポ→事業者を訪問して説明 ・他部局との連携(包括協定)を通じて、事業者と直接話し合い	事業者を訪問 (n=2)
いかに多くの事業者に参加してもらうか		事業者を訪問して、レジ袋無料配布中止の趣旨を説明	事業者個別に依頼、ヒアリング (n=3)
県内の小売店で一斉にレジ袋有料化を実施し、協定を締結することを希望した事業者のみの協定となった		事業者の意向を聞き、レジ袋有料化に前向きな事業者へ個別に依頼し、協定締結を行った	
主な事業者の一斉実施:一部の事業者が不参加を表明したため、参加をためらう事業者がでたこと(全事業者の足並みが揃わなかったこと)		・不参加を表明した事業者に対し店舗所在の市、消費者団体と連携して、個別に参加要請するとともに、本社にも参加要請した ・参加要請の状況を説明し、他の事業者の意思統一を図った	
より多くの事業者が協定に参加することが各事業者からの要望であったため、その調整に苦慮した		各事業者から個別にヒアリングをするなどして、各事業者からの要望を詳細に把握し、できる限りその解決に努めた	
どれ位の事業者が一斉に取組開始できるのか(小規模店や市町境界店舗は参加しづらい面がある)		既にレジ袋有料化に取組んでいる事業者と情報交換をした	
協定参加事業者について、保有店舗数など規模等による条件を設定するかどうか		参加事業者に規模の条件は設けないこととした	
協定参加への意思統一、実施時期の決定(事業者間の足並みが揃わないと協定の締結が難しい)	事業者の意見統一 (n=3)	県外事業者の参加を求めるとともに、協定の締結や時期について協議していただいた。一部、先行してレジ袋の無料配布を中止した事業者があり、その影響も大きい。	その他 (n=1)
具体的にどのような削減手法にするか、県としてのスタンスと事業者意向のすりあわせ		他県等の先行事例なども参考にし、県としてのスタンスを決定	協議 (n=1)
各社の意見の統一			先行事例を参考 (n=1)
協議会参加事業者のレジ袋無料配布取止めの決断(売上げの減少や消費者からの反発を心配し消極的な事業者もあった)	有料化に伴う影響 (n=2)	「なぜ削減が必要なのか」などを盛り込んだ「レジ袋削減の理念」を取りまとめた。	理念をとりまとめ (n=1)
レジ袋の無料配布を中止することによって売り上げに影響が出るのではないか(協定に参加しない事業者に客が流れるのではないか)		売り上げへの影響については特に対策をとっていない(実際にレジ袋の有料化が原因で売り上げに影響が出ているのかはわからない)	対策なし (n=1)
レジ袋の金額の統一	レジ袋の価格 (n=2)	事業者の社長会合や個別調整により、レジ袋金額を統一した	個別調整 (n=1)
レジ袋を販売する場合の価格を統一するかどうか		レジ袋の価格統一は行わず、各事業者にまかせることとした	事業者に任せ (n=1)
余剰金の使途について、どう県民の理解を得るか	収益金の使途 (n=1)	県民に取組の理解を得るために、協定書別紙で剰余金が発生する場合は、「環境貢献、寄附、消費者還元等」についてと記載し、剰余金が発生しない場合は、「剰余金が生じない価格で販売等」と記載するようにした	記載方法を決定 (n=1)
広報や普及啓発をどうするのか	普及啓発 (n=2)		
事業者の消費者(県民)への告知や売場対応などの準備時間が足りない			
参加しない市がある中で協定締結の署名者は、どの様にするか	その他 (n=3)	協定に参加する市町の各首長が署名する方式とした	対応 (n=1)
不参加市への説明			
レジ袋を可燃ごみの袋として認定している市町の整理			

表 3-58 より、協議会の発足から自主協定締結までの問題・課題は、「事業者の参加」、「事業者の意見統一」、「有料化に伴う影響」、「レジ袋の価格」、「収益金の使途」などであった。実際に取組を実施する事業者や、実施内容である有料化等の取組に関する問題・課題が多く挙げられた。事業者に関するものは事業者への訪問や個別依頼、ヒアリングによって解決されている。有料化等の取組に関しては、協定で統一させるのではなく事業者に任せるなど個々に取組を決めることで解決されている。

表 3-59 より、自主協定締結から削減取組開始までの問題・課題は「広報の徹底」、「取組実施への不安」、「参加者との連携」、「レジ袋の価格」であった。自主協定を締結した後であるため、その協定についての広報に関する内容が最も多く挙げられた。その問題・課題は広報活動の他、説明会の実施により解決されている。また、「取組実施への不安」、「参加

者との連携」, 「レジ袋の価格」の問題・課題はそれぞれ「広報の実施」, 「店頭啓発の実施」, 「情報提供」により解決されている。

表 3-59 自主協定締結から削減取組開始までの問題点・課題とその解決法 (n=8)

③自主協定の締結～削減取組開始			
問題点・課題		解決法	
県の回答	筆者による分類	県の回答	筆者による分類
レジ袋無料配布中止に関する広報の徹底	広報の徹底 (n=5)	各事業者自身による広報のほか、県の広報誌、県が持っているテレビ、ラジオ、新聞などの枠を使って周知を図った	広報の実施 (n=3)
広報の徹底		消費者団体のみなさんと連携して広報を実施。報道機関等が記事として取り上げてくれたことも大きな力となった。	
マイバッグ運動の広報や普及啓発の予算措置がなく、苦慮した		広報や普及啓発については、県の広報やHPを利用し、印刷物については、県関係団体の環境啓発事業でポスターやチラシを作成	広報の実施と説明会 (n=2)
レジ袋削減の目的・効果等を理解してもらうため、県民に対してどのように広報するか		行政の広報媒体(広報誌、テレビ、ラジオ)だけでなく、自治会や各種団体の会合での説明・チラシの配布など機会を捉えて広報を行った	
協定内容の周知	取組実施への不安 (n=1)	記者発表やポスター掲示など広報活動に努めるとともに、市町村等への説明会の実施、協力要請を行った	広報の実施 (n=1)
無料配布取止めが混乱なく実施されるかの不安(開始後に消費者からの苦情等が増えることについて不安視する事業者もあった)	参加者との連携 (n=1)	無料配布取止めの趣旨について、シンポジウムの開催、県広報誌・テレビ・ラジオ・新聞を通じたPR、市民団体や経済団体などの会合への出前講座、啓発チラシの全戸配布などにより、事業者・消費者団体・行政が連携して徹底的な啓発、周知を実施	店頭啓発の実施 (n=1)
事業者、消費者団体、市町村との連携のあり方: 県民運動としての盛り上げ、地域の取組の推進	レジ袋の価格 (n=1)	月1日「統一NO・レジ袋デー」とし、県下一斉に店頭啓発を行い県民運動として盛り上げる	情報提供 (n=1)
レジ袋販売価格の設定: レジ袋販売価格(目安: 5円/枚)を低価格に設定した事業者があり、競合する事業者が取組み開始をためらった		レジ袋販売価格の各社の設定状況について、情報提供。また、検討会議でも設定した目安価格とするよう協力要請を行った。(価格の変更はなかったが、他社の状況が分かったことから、各社のQ&Aで来客に説明できるようになった。)	

表 3-60 削減取組開始から現在(平成22年8月)までの問題点・課題とその解決法 (n=11)

④削減取組開始～現在(H22.8)			
問題点・課題		解決法	
県の回答	筆者による分類	県の回答	筆者による分類
協定に参加していないある事業者を協定に参加させて欲しいという要望が複数の協定参加事業者から寄せられている	参加事業者の拡大 (n=4)	協定に加わるかどうかは事業者の意思なので、粘り強く交渉するしかない	交渉 (n=1)
取組開始直前に、一部事業者から一部店舗での取組延期の申し入れがあり、協定締結時に予定していた全ての店舗での一斉実施に至らなかった		実施延期店舗がある地域において検討会議等を設置し、検討を行った	その他の制度を創設 (n=1)
途中からの参加		レジ袋削減の取組について、誰もが参加できる参加登録制度を創設し、取組の拡大を図った	実績の報告 (n=1)
参加事業者の拡大	スーパー以外の事業者の参加 (n=6)	取組実績や収益金の活用状況についての、定期的な報告	その他 (n=1)
レジ袋無料配布取止め業種、店舗の拡大: 事業者、消費者団体双方からレジ袋無料配布取止め事業者の拡大を求める声が上がっている		協定参加事業者が増加するとともに、クリーニング業界が参加するなど徐々に浸透している	実施の要請 (n=4)
食品スーパー以外の事業者に対しても協定への参加を呼びかけているが、無料配布中止の実施について各業種とも課題があるため、協定締結に至っていない		県内に店舗を持つ、ドラッグストア、ホームセンターに対し、レジ袋削減の意義等について説明し、協議会への加入とレジ袋無料配布取止めの実施を要請した	
他業種(コンビニ、ホームセンター、ドラッグストア等)の参加		各事業者を個別に訪問するなどして、協定締結に向けて調整しているところ	
取組が遅れている食品スーパー以外の業種の取組推進		他業種(コンビニ等)への参加要請の実施(市町、消費者団体と連携し、逐次、参加業種・店舗が拡大している)	
スーパー以外の他業種への協定参加への呼びかけ		スーパー以外の協定締結推進	
現在協定に参加している事業者の多くが食品スーパーなので、その他の業種にどう広げていくか			
事業者から万引きが増えたとの情報提供がある	マイバッグの使い方、万引き対策 (n=3)	県警への情報提供	情報提供
レジ袋使用マナー、万引き対策	目標が未達成 (n=1)	取組開始時にマナー啓発ポスターを製作して配布	広報 (n=2)
マイバッグの使い方(紛らわしい(万引きと誤解されるような)使い方あり)	収益金の活用方法 (n=1)	マイバッグの正しい使い方のチラシを作成し広報(各市町、消費者団体、事業者を一斉に実施)	
自ら設定した削減目標の達成に向け、各事業者は無料配付取り止めに取り組んでいるが、未達成の事業者がいる		レジ袋辞退率について調査し、事業者ごとの達成状況を公表し、更なる取組を促進	実績の公表 (n=1)
レジ袋収益金の活用方法		収益金の活用方法は事業者判断としているが、要望があったことから、協議会に活用基金を設置し、現在活用方法を検討中	活用基金を設置 (n=1)
持参率の低い男性や若年への効果的な啓発	その他 (n=2)	男性や若者の利用が多いコンビニと連携した取組の推進	コンビニと連携 (n=1)
協定不参加市との今後の参加に向けての調整			



表 3-60 より、取組開始から現在までの問題・課題は「参加事業者の拡大」、「スーパー以外の事業者の参加」、「マイバッグの使い方・万引き対策」、「目標が未達成」、「収益金の活用方法」などであった。取組が実施された後であるため、参加事業者の拡大やスーパー以外の事業者の参加といった、今後の取組の拡大に関する内容が多く見られる。これらの問題・課題に対して、事業者へ実施の要請や交渉を行っているという県が多い。その他の制度を創設することで取組を拡大した県もある。

表 3-61 その他、全体を通しての問題点・課題とその解決法 (n=7)

⑤その他・全体を通して			
問題点・課題		解決法	
県の回答	筆者による分類	県の回答	筆者による分類
協定参加事業者の拡大(当初からの課題)	参加事業者の拡大 (n=4)	・大手事業者への働きかけ、市町と協働しての呼びかけ、積極的な広報活動を実施 ・地域(市町)単位での協議、意見交換の実施を促進している(「足並みがそろわないと取り組めない」という事業者の回答が多く、県内一斉で開始するより、地域で条件が整った場所から始める方が足並みがそろいやすいと思われることから)	広報活動、地域単位での協議 (n=1)
協定締結者以外の取組店舗数の拡大		消費者団体等と連携しながら、取組拡大を図っていく	消費者団体と連携 (n=1)
レジ袋の無料配付取り止めを行う事業者の拡大が必要さらに多くの協定参加事業者を開拓していくことが課題			
食品スーパー以外の他業種の取組店舗数の拡大	参加事業者種の拡大 (n=2)	消費者団体等と連携しながら、取組拡大を図っていく	消費者団体と連携 (n=1)
ホームセンターやドラッグストアなどへの拡大が今後の課題			今後の課題
協定参加事業者の支援、県民へのPR方法(当初からの課題)	県民への普及啓発 (n=2)	・新聞、ラジオ、市町広報等、各種広報媒体を活用したPR活動を実施 ・キャンペーン隊を編成し、取組への理解を深めるためレジ袋削減の呼びかけを県内各地実施、協定参加店舗における店頭キャンペーンや、県内イベントでの出展等とおとしてのキャンペーンを実施。 ・ポスター、チラシ、のぼり等の啓発資材を作成、配布	広報活動、キャンペーン (n=1)
レジ袋をもらう県民がまだいることから、更なる普及啓発が必要			
参加事業者の理解を得ること 消費者が負担を強いられ、事業者が有料化した収益金による利益を得るところの説明が難しい	参加者の理解 (n=2)		今後の課題
消費者のマイバッグ等持参率の上昇	その他 (n=2)	消費者団体等と連携しながら、取組拡大を図っていく	消費者団体と連携 (n=1)
マイバッグによる万引き対策		マイバッグお買い物マナー(チラシ)を作成し、協定締結事業者へ配布	チラシ作成 (n=1)

表 3-61 より、その他、全体を通しての問題・課題は、「参加事業者の拡大」、「参加事業者種の拡大」、「県民への普及啓発」、「参加者の理解」などであった。全体を通して協定による取組の周知と拡大に関する内容が挙げられている。参加者の拡大や普及啓発のための解決法として、「広報活動」が多く実施されている。その他、県内一斉ではなく地域ごとに実施のための条件が整い次第始める方法で拡大への対策がとられている。しかし、参加事業者の拡大やスーパー以外の業種への拡大は今後の課題として挙げている県も多く見られる。

#### 3-4-6-2 問題点・課題の変化

表 3-57 から表 3-61 より、自主協定によるレジ袋削減に関する取組の主な問題点・課題は、3-4-6-1 で述べた各段階の順に「参加者への要請、意見調整」、「参加事業者の参加、意見統



一)、「広報の徹底」、「参加事業者の拡大、スーパー以外の事業種の参加」、「参加事業者の拡大、参加事業種の拡大」というものであった。各段階取組の流れに沿って、参加事業者に関する問題点・課題が挙げられた。

### 3-4-7 メリット、デメリット

自主協定によるレジ袋削減に関する取組を行うことのメリット（アンケートでは自由記述）を表 3-62 に示す。

表 3-62 自主協定によるレジ袋削減に関する取組を行うことのメリット（n=15）（かっこ内の数字は県数）

県の回答	筆者による分類
事業者、消費者団体、行政がそれぞれの役割を担いながら、連携を図り、取組を推進しやすい(2)	協働して取組を推進できる (n=6)
協定というソフトな手法により事業者と連携した環境対策を講じることができる(1)	
行政(県・市町)、事業者、消費者団体の意思が統一できれば一斉に実施できスムーズに開始できる(1)	
共通の目標を明確に掲げることで、省エネ省資源のライフスタイルへの契機となるレジ袋の削減に向けて、業界消費者行政が一丸となって取り組むことができる(1)	
消費者団体、行政が事業者と協定を結び、その取組を支援周知することで、目標達成に向けた実効性が高まる(1)	事業者が取り組みやすい (n=5)
行政や住民団体との協定という枠組みの中での取組であり、事業者にとっては(自社判断で有料化等を開始することに比べ)取組の開始が容易になった(1)	
参加事業者にとっては、業種ごとに一斉に始めることで、お客さまが他店舗へ流れてしまうという不安を回避できる(1)	
各業種や事業者ごとにある程度、個別に対応をとることができ、事業者の要望等を協定に反映しやすい(1)	
事業者が削減のための具体的な取組を行うきっかけになる(1)	取組の透明性、実績の把握が可能 (n=5)
事業者による自主的な取組が促進される(1)	
取組を行う事業者のマイバッグ持参率やレジ袋の削減枚数等の実績の把握が可能(1)	
参加事業者の協力により、マイバッグ持参率やレジ袋の削減効果を公表できることにより、県民に運動の趣旨が伝わりやすい(1)	
連携が見えやすい(事業者だけがやっているものではない、行政が決めているものではない)(1)	レジ袋削減以外に目を向け、 取り組む契機となる (n=4)
また、収益金の使途についても透明性が確保できる(1)	
取組をPRできる(1)	
行政は事業者の取組について消費者に周知を図り、消費者がごみの削減等の3Rに取り組む契機としてもらうことができる(1)	
小売業者住民団体行政の協働による、レジ袋の削減以外の、廃棄物の削減をはじめとする環境のための新たな取組への発展が期待できる(1)	意識形成、意識向上 (n=4)
ごみ減量化への意識がレジ袋削減を通して認識され、ひいてはごみ全体削減、循環型社会構築へむけ、行政、事業者、住民がそれぞれの立場で取り組んでいく意識形成が促進された(1)	
賛否あるが、ライフスタイルを見直すきっかけになる(1)	
レジ袋削減に向けて、地域社会への周知が加速度的に広まり、個人の意識醸成が浸透したと思われる(1)	
レジ袋削減に向けた意識転換につながっている(1)	ごみの排出抑制 (n=2)
県民の環境意識の高揚(1)	
ごみの減量化意識の向上(1)	
ごみの排出抑制(1)	地球温暖化防止 (n=1)
レジ袋の削減(1)	
地球温暖化防止(1)	
CO2削減の方策として、誰でも簡単に今すぐにも取組めるものである(1)	取組やすい (n=1)

表 3-62 より、メリットは「事業者、行政、消費者団体等が役割を担いながら取組を行うことで、取組を推進しやすい」、「事業者が取り組みやすい」、「取組の透明性、実績の把握が可能」、「レジ袋以外の廃棄物削減に目を向け、取り組む契機となる」、「意識形成、意識向上」というものが挙げられている。

次に、自主協定によるレジ袋削減に関する取組を行うことのデメリット（アンケートでは自由記述）を表 3-63 に示す。

表 3-63 自主協定によるレジ袋削減に関する取組を行うことのデメリット（n=10）

デメリット	
県の回答	筆者による分類
協定に参加しない事業者(特に大手の不参加事業者)に対する不公平感が生じる	協定に参加しない事業者への不公平感 (n=4)
全ての事業者の参加とならないため、レジ袋無料配布中止に取り組む事業者に対し、「なぜこの店だけレジ袋が有料なのか」とのクレームがくる事例もあり、県民への普及啓発が行き届かないところがある	
大手のチェーン店で参加を希望しない事業者があると、他の事業者も参加を躊躇するという傾向があり、その業界全体で協定方式への参加が困難となりやすい	
一部事業者が協定を離脱した場合、他の協定締結者がさらに離脱し、協定そのものがうまくいかなくなるケースはあると思う	
事業者の自主性に委ねられており、事業者間の取組に差が発生するため、必ずしも全体では高いレジ袋の削減となっていない	削減効果が見えにくい (n=4)
削減効果が見えにくい	
協定に掲げた統一目標の検証の仕方	
取組した結果の石油削減量やCO2効果を、正確な数字で表現しにくい	強制力がないため、全ての事業者の参加は困難 (n=3)
レジ袋無料配布中止を強制するものではなく、各事業者の判断で参加を決めるため、全ての事業者の参加を求めることが困難	
参加を希望しない事業者とは協定を締結できない(法律で定められたことならば実施するが、任意では参加できないという事業者もある)	
自主協定であることから、取り組みに賛成しない事業者がいること	脱退の恐れ (n=1)
協定には強制力がないため、協定からの脱退のおそれがある	
全国規模で展開しているチェーン店では地域ごとに異なった対応をせざるをえない状況がある	全国規模の事業者は地域ごとに異なる対応が必要 (n=1)
協定期限が終わったあとの取組のあり方	その他 (n=2)
レジ袋製造業者の受注減	

表 3-63 より、デメリットは「協定に参加しない事業者への不公平感が生じる」、「削減効果が見えにくい」、「強制力がないため、全ての事業者の参加は困難」というものであった。自主協定であり参加することが強制でないため、不参加事業者が特に大手の事業者である場合に、不参加事業者に対する不公平感が生じることが言われている。

### 3-4-8 データ

#### 3-4-8-1 データの把握

自主協定によるレジ袋削減に関する取組に関して把握しているデータを表 3-64 に示す。

表 3-64 より、県が主に把握しているデータは「協定の参加数」と「マイバッグ持参率、レジ袋辞退率」であった。収益金の把握は 3-4-8-2 の通りである。売上に関しては把握されていない。客数を把握する県のうち 1 県は、マイバッグ持参率を測定する基礎数値として把握しており、公表はしていないということであった。

表 3-64 自主協定によるレジ袋削減に関する取組に関して把握しているデータ (n=17)

把握しているデータ		回答県数	回答率
協定参加数の変化	事業者数	14	82%
	店舗数	15	88%
	市町村数	4	24%
マイバッグ持参率, レジ袋辞退率	事業者ごと	13	76%
	店舗ごと	8	47%
	市町村ごと	4	24%
収益金の金額	事業者ごと	5	29%
	店舗ごと	0	0%
	市町村ごと	0	0%
売上の変化	事業者ごと	0	0%
	店舗ごと	0	0%
	市町村ごと	0	0%
客数の変化	事業者ごと	2	12%
	店舗ごと	2	12%
	市町村ごと	1	6%
把握していない		0	0%
その他		0	0%

### 3-4-8-2 データの公開

自主協定によるレジ袋削減の取組に関する情報がどの程度公開されているかを表 3-65 に、その公開方法（複数回答あり）を表 3-66 に示す。

表 3-65 自主協定によるレジ袋削減に関する情報の公開 (n=17)

情報の公開	回答県数	回答率
全て公開	5	29%
一部公開	12	71%
公開していない	0	0%
合計	17	100%

表 3-66 自主協定によるレジ袋削減に関する情報の公開方法 (n=17)

情報の公開方法	回答県数	回答率
ホームページ	16	94%
ポスター	0	0%
その他	4	24%

表 3-65 より、情報は「一部公開」している県が 71%であった。「お客様の人数など事業者の秘密事項は公表していない」という県があった。事業者の参加数やマイバッグ持参率等以外の情報は把握していないか、公表していない場合が多いと考えられる。また、何も公開していない県はなかった。

情報の公開方法は表 3-66 より、ホームページが 94%であった。誰でも閲覧できるホームページでの公開が多い。「その他」の内容は、「記者クラブへの情報提供」、「チラシ、広報誌」、「検討会議や厚生環境委員会での報告」であった。

情報の公開内容（アンケートでは複数回答可）を表 3-67 に示す。

表 3-67 自主協定によるレジ袋削減に関する情報の公開内容（n=17）

公開している内容	回答県数	回答率
県のレジ袋辞退率やマイバッグ持参率等のデータ	10	59%
事業者別のレジ袋辞退率やマイバッグ持参率等のデータ	6	35%
自主協定締結までの経緯	4	24%
収益金の使途	4	24%
市町村別のレジ袋辞退率やマイバッグ持参率等のデータ	3	18%
店舗別のレジ袋辞退率やマイバッグ持参率等のデータ	2	12%
協議会の議事録	2	12%
収益金の金額	2	12%
その他	4	24%

表 3-67 より、県のマイバッグ持参率等のデータが 59%の県で公開されている。事業者別のマイバッグ持参率等のデータは、13 県で把握されている（表 3-64 より）が公開は 6 県のみである。このことから事業者ごとに把握したマイバッグ持参率等のデータをもとに県全体のデータを算出し、県のデータのみ公開していると推測される。「その他」の内容としては、「協定締結式の開催概要」、「協定参加者一覧」、「協定書」であった。

### 3-5 まとめ

アンケート調査により、県単位によるレジ袋削減に関する自主協定の取組の実施実態を把握した。以下に、本章の目的である県単位によるレジ袋削減に関する自主協定の取組の実施実態の詳細についてまとめる。

#### (1) 自主協定締結前の実態について

- 1) 取組の話を持ち出したのは、県が 53%と最も多く、行政が主体となっている。また、「協議会や検討会議での検討」により、取組の話が持ち出されている。
- 2) 県単位での自主協定による取組を実施するまでに、「市町村単位で自主協定による取組を実施していた」県が 41%と最も多い。しかし、市町村単位で実施していた県の実施市町村数は平均で約 3.4 市であり、市町村単位での取組が進んでいた県は少ない。また、「自主協定以外の取組」の内容は主に「マイバッグ持参運動」であった。
- 3) 88%の県が協議会を設置している。また、設置していない県も、レジ袋削減の取組についての会議が行われている県もあった。参加者については、県と事業者はどの県も参加していることがわかる。また、市民団体または消費者団体が参加している県は 14 県であり、多くの県で市民・消費者の意見を取り入れる機会を設けている。
- 4) 82%の県が、他の事例を参考にしている。全国で最初、2 番目に実施した富山県、山梨県を参考にしている県が多い。また、市町村単位での取組の進む県や、条例化や市単位で行う区や市なども挙げられている。自主協定による取組を早くから実施

していたり、取組の進んでいる県や市が参考にされている。

5) かかった期間と協議回数は比例する傾向が見られる。また、協議会から第1回協定締結までの期間が最も長く、協議回数も多い。取組提案から取組開始までの平均期間は11.3ヶ月であった。

(2) 自主協定の内容について

1) 実施県のレジ袋削減の取組内容は、「有料化のみ」の取組が9県、「有料化を含む削減取組」が8県であった。「有料化のみの取組」とした理由は、ゴミの減量や先行事例で効果がでていたことであった。「有料化を含む削減取組」とした理由は、削減取組の一つの手法として有料化も含めていることや、多くの事業者に参加してもらうためというものであった。有料化に限定する、しないに関わらず「有料化による取組が効果的である」ということを考慮されている。

2) 協定者の組み合わせは、「行政、事業者、消費者団体」の組み合わせが41%と最も多い。「行政、事業者」のみでの協定は1県であり、行政と事業者の他に1人以上参加する傾向が見られる。行政の参加に着目すると、県のみ参加する県が41%と市町村も参加する県が59%であった。県下一斉実施でも市町村の協力が必要だと考えられている。また、県のみが参加している場合でも市町村が同様の取組に関わったり、実施したりしている県がある。

3) 自主協定に参加するための条件は、ありが53%、なしが47%とあまり差はなかった。条件は「レジ袋の無料配布中止の取組」と「数値目標を設定されているまたは設定する」が67%と多かった。

4) 協定者の役割は、行政が「取組の推進」、事業者が「レジ袋削減取組を実施」、その他の団体が「事業者の取組支援」や「呼びかけ」が多かった。

5) 評価項目の決定方法は、県で評価項目を統一している県が69%と最も多く、各店舗で決定をする県はなかった。評価項目の内容は、レジ袋辞退率またはマイバッグ持参率のどちらかは回答のあった全ての県に含まれている。

6) レジ袋削減の目標値を設定している県は、76%と多い。目標値の設定方法は、事業者ごとに決定する県が46%であり、約半数が事業者に任せている。目標値の下限を設定している県の具体的な下限値は80%以上が6県と最も多かった。

7) 評価項目を測定する期間について、期間が決められている県が63%と最も多く、測定期間は1ヶ月から1年ごとに測定されており、特に特出した傾向は見られなかった。

8) 協定に有効期間のある県が65%であった。有効期間は、約3年と設定している県が40%と最も多いが、期間自体には大きな理由は見られなかった。有効期間の有無に関わらず、「レジ袋の削減を継続する」ことが考えられている。

9) 有料化での取組の際のレジ袋の価格は、事業者に任せている県が94%であった。事業者に任せたレジ袋の価格は約5円が47%と最も多い。

10) レジ袋有料化による収益金は把握していない県の方が 69%と多い。把握している県は 1 年ごとに把握している県が多かった。レジ袋の有料化による収益金の使途については、事業者任せにしているという回答が 69%と多く、決められた使途は、環境や地域に貢献する活動に利用されている。

(3) 参加事業者について

- 1) 参加事業者を募集するにあたって最も多く行われている方法は「事業者への訪問」の 94%であった。また、過半数を超える県で「県のホームページ」や「説明会を開催」において募集をしている。募集期間は 1 ヶ月未満から 12 ヶ月まで県によって様々であり、募集期間の平均値は 4.2 ヶ月であった。
- 2) 事業者の追加は 63%の県で随時行われている。
- 3) 参加事業者数の平均は約 47 事業者、店舗数の平均は約 413 店舗であった。県によって、参加事業者・店舗数には差があるが、この違いは県の規模によって県内に存在する事業者や店舗数に違いがあるためであると推測する。
- 4) 参加事業者の業種に関しては、第 1 回の協定から、全ての県でスーパーは参加している。スーパー以外では、主に日用品を扱う事業者が比較的参加しやすいと推測される。

(4) 自主協定の取組に伴う様々な変化について

- 1) 市町村は協定に参加していないという県が 50%あり、市町村が参加する県では市町村数の減少はなかった。
- 2) 76%の県で第 1 回の締結以降も参加事業者数が増加している。さらに、事業者の店舗数も 82%の県で増加している。
- 3) 自主協定の取組の実施前と実施後のマイバッグ持参率、レジ袋削減率は、94%の県で効果がでている。具体的な効果は、実施前の 10~40%から実施後は 70~90%程度に向上し、実施前後で 40~70%程度の効果が見られた。また、第 1 回協定締結時以降もマイバッグ持参率、レジ袋削減率に効果が出ている県は 63%であった。

(5) 協定書について

- 1) 協定書の文面は、県が作成したテンプレートを使用している県が 63%であり、事業者が一から独自で作成する県はなかった。
- 2) 協定名、趣旨、事業者・協定参加者・県の役割とサイン、締結日は全ての協定書に記載されている。記載内容 20 のうち 14 が 50%以上の県で記載されており、協定書に書かれている内容は多くの県で似ていることがわかる。

(6) 問題点・課題について

- 1) 自主協定によるレジ袋削減に関する取組の主な問題点・課題は、取組の段階の順に「参加者への要請、意見調整」、「参加事業者の参加、意見統一」、「広報の徹底」、「参加事業者の拡大、スーパー以外の事業種の参加」、「参加事業者の拡大、参加事業種の拡大」というものであった。各段階取組の流れに沿って、参加事業者に関する問

題点・課題が挙げられた。

(7) メリット，デメリットについて

- 1) 取組を行うことのメリットは，協働して取組を推進できることや，事業者が取組やすいことが多く挙げられた。
- 2) デメリットは，協定に参加しない事業者への不公平が生じることや，強制力がないため，全ての事業者の参加は困難であることが多く挙げられた。

(8) データについて

- 1) 県が主に把握しているデータは「協定の参加数」と「マイバッグ持参率，レジ袋辞退率」であった。
- 2) 把握したデータの公開は，一部公開である県が 71%と多かった。その公開方法はホームページが 94%であり，誰でも閲覧できるホームページでの公開が多い。

<参考文献>

1) 環境省：レジ袋に係る調査

<[http://www.env.go.jp/recycle/yoki/c\\_1\\_questionnaire/index.html](http://www.env.go.jp/recycle/yoki/c_1_questionnaire/index.html)>, 2011-01-11

