

第四章

レジ袋削減に関する自主協定の 実態比較と拡大への方策

第四章 レジ袋削減に関する自主協定の実態比較と拡大への方策

4-1 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態を県ごとに比較する。

4-2 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を県ごとに比較し、拡大への方策を提案することを目的とする。

4-3 調査方法

4-3-1 調査方法

各県の事業者及び店舗の自主協定への参加割合(参加割合の調査方法は4-3-2で詳述する)を把握する。参加割合の違いによって取組内容等を比較し、特徴を明らかにする。そして、その結果より拡大への方策を提案する。

4-3-2 自主協定への参加事業者と参加店舗の割合

各県の事業者やその店舗がどのくらい自主協定に参加しているか、また参加割合の傾向を明らかにするために、各県の自主協定への参加事業者と参加店舗の割合について調査を行う。事業者の対象はスーパーマーケットとする。スーパーマーケットに限定して調査するのは、全ての実施県がスーパーマーケットと締結し、取組をしており、県同士の比較ができるためである。以下の調査手順で、各県の自主協定への事業者、店舗の参加割合を把握する(全体フローは、図4-1)。



図4-1 参加割合調査手順の全体フロー

<調査手順>

手順1: iタウンページ¹⁾により、各県に存在するスーパーマーケット数を把握する(表4-1参照)。

検索は、「iタウンページ>ジャンルから探す>ショッピング>コンビニ・スーパー・デパート>スーパーマーケット>県名」の流れで行い、名称、電話番号、住所のリストを作成する。

※iタウンページの「スーパーマーケット」一覧には個人商店と思われるものも存在する。

※個人商店：ここでは、スーパーの名称に「～店」と付いていないスーパーを個人商店とみなす。

表 4-1 名称、電話番号、住所のリスト（一部抜粋）

名称	電話	住所
1 スーパーバリューまたま	×-53-4660	〒 〇-1105 □県豊後高田市西真玉2444-2
2 アトレ	×-58-2877	〒 〇-3102 □県佐伯市直川大字上直見711-1
4 アトレ/精肉部	×-58-2822	〒 〇-3102 □県佐伯市直川大字上直見711-1
5 アトレ/鮮魚部	×-58-2557	〒 〇-3102 □県佐伯市直川大字上直見711-1
6 アトレ/惣菜部	×-58-2803	〒 〇-3102 □県佐伯市直川大字上直見711-1
7 安部青果	×-72-3376	〒 〇-1506 □県速見郡日出町1560-1
8 あべよしストアー	×-578-0063	〒 〇-7301 □県豊後大野市犬飼町犬飼38
9 アラマート弥生店	×-46-1700	〒 〇-0111 □県佐伯市弥生大字井崎1253-1
10 イオンモール三光イオンモール(株)	×-26-8450	〒 〇-0111 □県中津市三光佐知1032
	⋮	
397 (株)ヤマトストアー	×-63-3223	〒 〇-0051 □県臼杵市大字戸室双葉595-1
399 (有)ヤングセンター	×-569-2353	〒 〇-0943 □県口市大字片島5
400 ユーマートグループ協同組合/ユーマート・海崎店	[複数掲載あり]	〒 〇-1105 □県佐伯市大字海崎1836-18
401 ユーマートグループ協同組合/ユーマート中の島店	[複数掲載あり]	〒 〇-0843 □県佐伯市中の島3丁目4-43
402 ユーマートグループ協同組合/ユーマート・中山店	×-22-2299	〒 〇-0033 □県佐伯市大字長谷下城9682-131
403 ユーマートグループ協同組合/ユーマート・中山店/鮮魚部	×-23-1889	〒 〇-0032 □県佐伯市大字長谷中山9682-131
404 ユーマートグループ協同組合/ユーマート・蛇崎店	[複数掲載あり]	〒 〇-0023 □県佐伯市大字池田蛇崎10850-1
405 ゆめタウン中津店	×-23-6000	〒 〇-0033 □県中津市大字島田134-1
406 ゆめタウン別府	×-26-3333	〒 〇-0943 □県別府市楠町382-7
407 吉〇忠芳	×-22-9340	〒 〇-0025 □県中津市大字万田589-10

手順 2：重複する事業者・店舗を削除する（表 4-2 参照）。

- 1) 店舗名まで同じ名称の重複を削除
- 2) 同住所を削除

※大型ショッピングセンター等、複数店舗が立地するものも存在するが、その場合スーパーは1店舗として考える。

手順 3：営業店でない店舗と判断できるものを削除する（表 4-2 参照）。

スーパーマーケットの名称に、「本部」、「本社」、「～部」、「～センター」等の付く、スーパーの営業店ではないと判断できるもののみ削除する。

表 4-2 手順 2、手順 3 を実行（一部抜粋）

名称	電話	住所
1 スーパーバリューまたま	×-53-4660	〒 〇-1105 □県豊後高田市西真玉2444-2
2 アトレ	×-58-2877	〒 〇-3102 □県佐伯市直川大字上直見711-1
7 安部青果	×-72-3376	〒 〇-1506 □県速見郡日出町1560-1
8 あべよしストアー	×-578-0063	〒 〇-7301 □県豊後大野市犬飼町犬飼38
9 アラマート弥生店	×-46-1700	〒 〇-0111 □県佐伯市弥生大字井崎1253-1
10 イオンモール三光イオンモール(株)	×-26-8450	〒 〇-0111 □県中津市三光佐知1032
	⋮	
397 (株)ヤマトストアー	×-63-3223	〒 〇-0051 □県臼杵市大字戸室双葉595-1
399 (有)ヤングセンター	×-569-2353	〒 〇-0943 □県口市大字片島5
400 ユーマートグループ協同組合/ユーマート・海崎店	[複数掲載あり]	〒 〇-1105 □県佐伯市大字海崎1836-18
401 ユーマートグループ協同組合/ユーマート中の島店	[複数掲載あり]	〒 〇-0843 □県佐伯市中の島3丁目4-43
402 ユーマートグループ協同組合/ユーマート・中山店	×-22-2299	〒 〇-0033 □県佐伯市大字長谷下城9682-131
404 ユーマートグループ協同組合/ユーマート・蛇崎店	[複数掲載あり]	〒 〇-0023 □県佐伯市大字池田蛇崎10850-1
405 ゆめタウン中津店	×-23-6000	〒 〇-0033 □県中津市大字島田134-1
406 ゆめタウン別府	×-26-3333	〒 〇-0943 □県別府市楠町382-7

手順4: 大型のスーパーと個人商店を区別するため、事業者名の後に「～店」と付くものと付かないもので分ける (表 4-3 参照).

表 4-3 手順 4 を実行 (一部抜粋)

名称	電話	住所
172 (株)スーパー細川/沖代店	[複数掲載あり]	〒 〇-0014 □県中津市大字一ツ松199-1
173 (株)スーパー細川/万田店	[複数掲載あり]	〒 〇-0025 □県中津市大字万田392
169 (株)スーパー大栄メルクス宇佐店	x-34-9601	〒 〇-0454 □県宇佐市大字法鏡寺500
⋮		
267 (株)フレイノ竹田店	[複数掲載あり]	〒 〇-0025 □県竹田市大字拝田原745
82 サンリブ白杵	x-64-0800	〒 〇-0023 □県白杵市大字江無田266-5
83 サンリブ杵築	x-63-3232	〒 〇-0001 □県杵築市大字杵築北浜665-618
93 サンリブ四日市	x-32-0042	〒 〇-0471 □県宇佐市大字四日市1447-4
86 サンリブ竹田店	x-63-3636	〒 〇-0024 □県竹田市大字玉来710
90 サンリブ中津	x-24-2280	〒 〇-0058 □県中津市豊田町9-10
91 サンリブ中津/サンメゾン21	x-22-1729	〒 〇-0006 □県中津市大字東浜991-1
356 (株)マルショクフリーモールサンリブさいき	x-24-2006	〒 〇-0012 □県佐伯市大字鶴望
個人商店(「～店」と付いていないスーパー)		
394 山香ショッピングセンター神田楽市	x-75-1188	〒 〇-1311 □県杵築市山香町大字内河野2543-1
185 生鮮市場そのだパリュウ	x-72-2111	〒 〇-4403 □県玖珠郡玖珠町大字帆足365-1
187 生鮮自由市場	x-22-2825	〒 〇-0628 □県豊後高田市新町907
⋮		
263 福岡堂総合食品センター	x-62-2354	〒 〇-0001 □県杵築市大字杵築西新町438
257 平川商店	x-22-0688	〒 〇-0845 □県佐伯市内町3-4
390 明星ストアー	x-54-3103	〒 〇-0404 □県中津市耶馬溪町大字戸原1115

手順5: 事業者ごとにまとめる (表 4-4 参照).

事業者の HP 等を利用し、各事業者の店舗数の確認をする.

表 4-4 手順 5 を実行 (一部抜粋)

iタウンページに掲載されている事業者のうち、HP等で確認された事業者							
事業者名	屋号	店舗名					店舗数
1 (株)Aコープ九州	Aコープ	やまが店	ゆふいん店	一尺屋店	アニマード店	うめ店	19
		鶴見店	かまえ店	のつ店	おがた店	あさじ店	
		おおの店	犬飼店	千歳店	みやこの店	くす店	
		おおつる店	きつき店	松岡店	寒田店		
2 (株)スーパー細川	スーパー細川	万田店	沖代店	豊前店		3	
3 (株)スーパー大栄	スーパー大栄	D&D中津店	メルクス宇佐店			2	
⋮							
15 日田市民生協	コープ	新治店	三芳店	中央店			3
16 (有)まるや	まるや	高田店	津留店				2
17 HIヒロセ	HIヒロセ	元町店	明野店	臼杵店	春日浦店	荻原店	5
iタウンページに掲載されているが、事業者のHPなし							
69 コマツ緑が丘店	x-542-2137	〒 〇-1172 □県口市緑が丘2丁目27-25					
67 (有)コマツ杵築店	x-62-6321	〒 〇-0015 □県杵築市大字八坂2842					
71 サニー日田店	x-23-3223	〒 〇-0000 □県日田市大字渡里71-1					
⋮							
248 パリュウはさま店	x-583-2820	〒 〇-5501 □県由布市挾間町鬼崎196-1					
247 パリュウ庄内店	x-582-3333	〒 〇-5413 □県由布市庄内町大龍2155					
250 ひかりストアー/森町店	x-72-4410	〒 〇-4404 □県玖珠郡玖珠町大字森34-1					
個人商店(「～店」と付いていないスーパー)							
2 アトレ	x-58-2877	〒 〇-3102 □県佐伯市直川大字上直見711-1					
8 あべよしストアー	x-578-0063	〒 〇-7301 □県豊後大野市犬飼町犬飼38					
18 エース	x-68-1516	〒 〇-0412 □県国東市武蔵町古市102					
⋮							
263 福岡堂総合食品センター	x-62-2354	〒 〇-0001 □県杵築市大字杵築西新町438					
257 平川商店	x-22-0688	〒 〇-0845 □県佐伯市内町3-4					
390 明星ストアー	x-54-3103	〒 〇-0404 □県中津市耶馬溪町大字戸原1115					

※ただし、i タウンページに掲載されていないが事業者 HP に存在する店舗や、事業者 HP に存在しないが i タウンページに掲載されているといった矛盾が起こる場合は事業者 HP のデータを優先することとする。

手順 6 : 参加事業者割合・店舗割合を算出する。

各県の HP や資料から参加事業者数・店舗数を調べる (表 4-5 参照)。

表 4-5 手順 6 の参加事業者数・店舗数調べ (一部抜粋)

iタウンページに掲載されている事業者のうち、HP等で確認された事業者					
	事業者名	店舗数	参加・不参加	第1回協定(H21.3.3)	削減率(H22.6)
1	(株)Aコープ九州	19	参加	20	88
2	(株)スーパー細川	3	参加	2	85.5
3	(株)スーパー大栄	2	参加	2	84.7
⋮					
15	日田市民生協	3			
16	(有)まるや	2	参加	2	87.3
17	Hヒロセ	5	参加	2	75.1
iタウンページに掲載されている事業者のうち、事業者HPは確認できないが、参加					
18	ユーマートグループ協同組合	不明	参加	4	87.3
⋮					
22	山香ショッピングセンター協同組合	不明	参加	1	88.9
※参加しているが、iタウンページに掲載なし					
23	(株)ショッピングプラザエース	不明	参加	1	99.9
24	(株)あさの食専	不明	参加	1	87.8
⋮					
28	(有)旭実業(中津自由市場)	不明	参加	1	94.2
29	大分県農業協同組合	不明	参加	2	90.9
iタウンページに掲載されているが、事業者のHPなし					
			個人商店(「～店」と付いていないスーパー)		
71	サニー日田店		2	アトレ	
72	サンエイト田尻店		8	あべよしストアー	
73	サンク長洲店		18	エース	
⋮					
248	バリュウはさま店		263	福岡堂総合食品センター	
247	バリュー庄内店		257	平川商店	
250	ひかりストアー/森町店		390	明星ストアー	

次に、参加事業者、店舗割合を算出する (表 4-6 参照)。以下の 4 パターンで参加事業者割合を算出し、店舗についても事業者と同様に算出する。

(参加事業者割合①)

$$= \left\{ \frac{\text{分母に含まれる参加事業者数}}{\text{i タウンページに掲載されている事業者のうち HP 等で確認できた県内事業者数}} \right\} * 100$$

(参加事業者割合②)

= { (参加事業者割合①分子+iタウンページに掲載されている事業者のうち、事業者HPが確認できないが参加している事業者数+ 参加しているがiタウンページに掲載されていない参加事業者数) / (参加事業者割合①分母+iタウンページに掲載されている事業者のうち、事業者HPが確認できないが参加している事業者数+ 参加しているがiタウンページに掲載されていない事業者数) } *100

(参加事業者割合③)

= { (参加事業者割合②分子) / (参加事業者割合②分母+iタウンページに掲載されているが、事業者HPが確認できなかった事業者数) } *100

(参加事業者割合④)

= { (参加事業者割合②分子) / (参加事業者割合③分母+個人商店数) } *100

※参加事業者名がiタウンページに掲載されていない場合、その事業者をリストに追加する。また、追加する店舗数は参加店舗数に等しいものとする。

※各県、閉店による減少や一時中断等があるが、ここではHP等による締結時の参加事業者・店舗数を使用することとする。

表 4-6 手順6の参加事業者・店舗割合例

項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①	17	16	94.1%
参加事業者割合②	29	28	96.6%
参加事業者割合③	46	28	60.9%
参加事業者割合④	116	28	24.1%
参加店舗割合①	230	193	83.9%
参加店舗割合②	250	213	85.2%
参加店舗割合③	271	213	78.6%
参加店舗割合④	341	213	62.5%

以上より、参加事業者割合①、②、③、④、および参加店舗割合①、②、③、④を求める。

なお、手順1～手順6の全体概要を図4-2に示す。

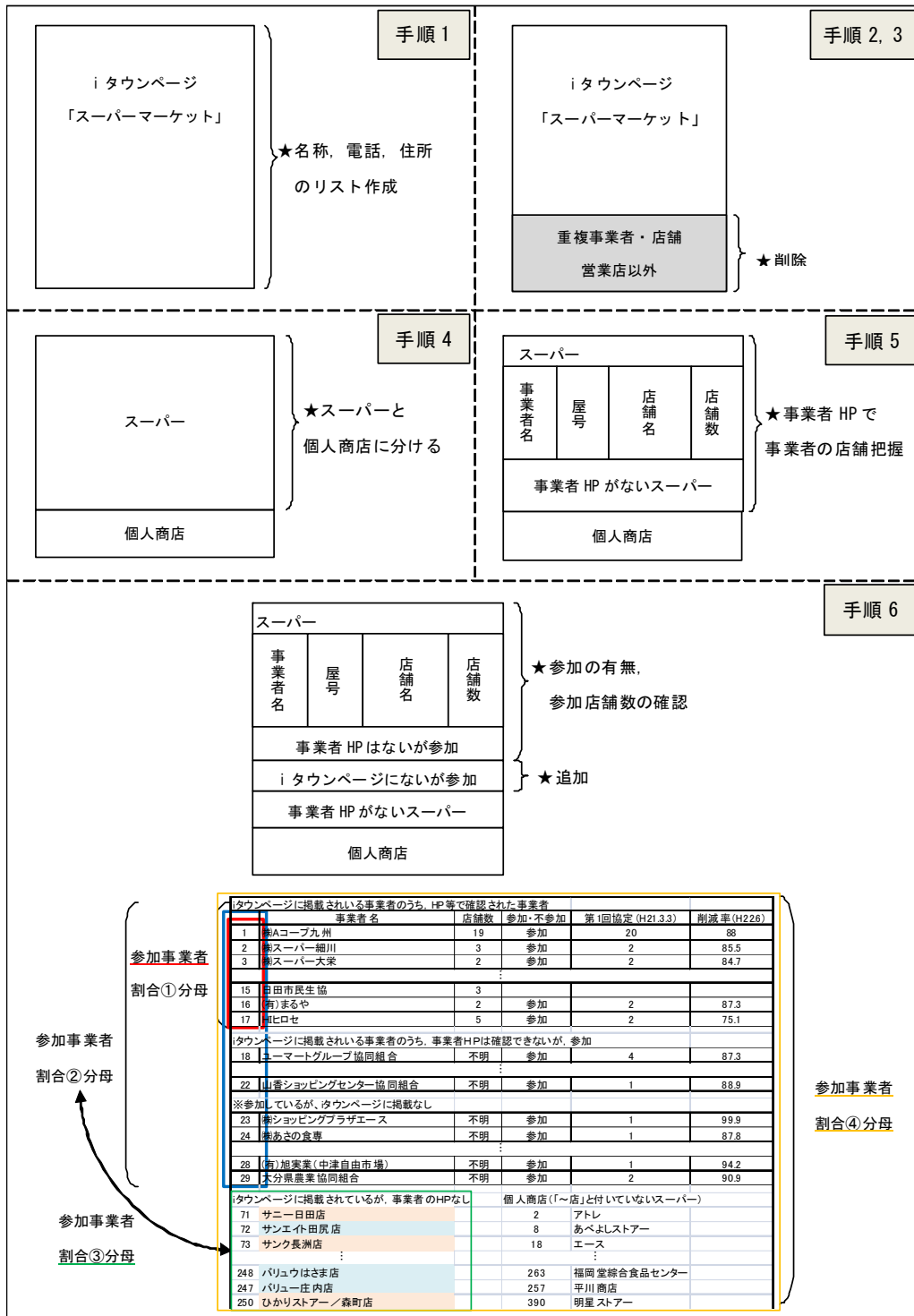


図 4-2 手順 1～手順 6 の全体概要

4-4 調査結果

4-4-1 各県の参加事業者, 参加店舗割合

各県の参加事業者割合, 参加店舗割合を表 4-7 に示す.

表 4-7 各県の参加事業者割合, 参加店舗割合 (取組実施順)

富山	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①		23	17	73.9%
参加事業者割合②		42	36	85.7%
参加事業者割合③		56	36	64.3%
参加事業者割合④		95	36	37.9%
参加店舗割合①		124	103	83.1%
参加店舗割合②		150	129	86.0%
参加店舗割合③		165	129	78.2%
参加店舗割合④		204	129	63.2%

山梨	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①		15	14	93.3%
参加事業者割合②		27	26	96.3%
参加事業者割合③		35	26	74.3%
参加事業者割合④		82	26	31.7%
参加店舗割合①		115	106	92.2%
参加店舗割合②		129	120	93.0%
参加店舗割合③		139	120	86.3%
参加店舗割合④		186	120	64.5%

沖縄	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①		14	8	57.1%
参加事業者割合②		16	10	62.5%
参加事業者割合③		30	10	33.3%
参加事業者割合④		188	10	5.3%
参加店舗割合①		263	215	81.7%
参加店舗割合②		281	233	82.9%
参加店舗割合③		306	233	76.1%
参加店舗割合④		464	233	50.2%

埼玉	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①		74	17	23.0%
参加事業者割合②		74	17	23.0%
参加事業者割合③		124	17	13.7%
参加事業者割合④		208	17	8.2%
参加店舗割合①		929	355	38.2%
参加店舗割合②		929	355	38.2%
参加店舗割合③		1000	355	35.5%
参加店舗割合④		1084	355	32.7%

長野	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①		26	11	42.3%
参加事業者割合②		29	14	48.3%
参加事業者割合③		45	14	31.1%
参加事業者割合④		127	14	11.0%
参加店舗割合①		306	213	69.6%
参加店舗割合②		316	223	70.6%
参加店舗割合③		354	223	63.0%
参加店舗割合④		436	223	51.1%

宮城	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①		35	18	51.4%
参加事業者割合②		43	26	60.5%
参加事業者割合③		64	26	40.6%
参加事業者割合④		148	26	17.6%
参加店舗割合①		318	147	46.2%
参加店舗割合②		331	160	48.3%
参加店舗割合③		362	160	44.2%
参加店舗割合④		446	160	35.9%

和歌山	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①		20	15	75.0%
参加事業者割合②		38	33	86.8%
参加事業者割合③		45	33	73.3%
参加事業者割合④		91	33	36.3%
参加店舗割合①		169	143	84.6%
参加店舗割合②		227	201	88.5%
参加店舗割合③		239	201	84.1%
参加店舗割合④		285	201	70.5%

青森	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①		20	15	75.0%
参加事業者割合②		20	15	75.0%
参加事業者割合③		34	15	44.1%
参加事業者割合④		84	15	17.9%
参加店舗割合①		180	141	78.3%
参加店舗割合②		180	141	78.3%
参加店舗割合③		198	141	71.2%
参加店舗割合④		248	141	56.9%

山口	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①		28	23	82.1%
参加事業者割合②		79	74	93.7%
参加事業者割合③		97	74	76.3%
参加事業者割合④		162	74	45.7%
参加店舗割合①		243	230	94.7%
参加店舗割合②		426	413	96.9%
参加店舗割合③		453	413	91.2%
参加店舗割合④		518	413	79.7%

大分	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①		17	16	94.1%
参加事業者割合②		29	28	96.6%
参加事業者割合③		46	28	60.9%
参加事業者割合④		116	28	24.1%
参加店舗割合①		230	193	83.9%
参加店舗割合②		250	213	85.2%
参加店舗割合③		271	213	78.6%
参加店舗割合④		341	213	62.5%

石川	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①		21	16	76.2%
参加事業者割合②		28	23	82.1%
参加事業者割合③		50	23	46.0%
参加事業者割合④		115	23	20.0%
参加店舗割合①		149	141	94.6%
参加店舗割合②		170	162	95.3%
参加店舗割合③		226	162	71.7%
参加店舗割合④		291	162	55.7%

茨城	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
参加事業者割合①		38	21	55.3%
参加事業者割合②		43	26	60.5%
参加事業者割合③		71	26	36.6%
参加事業者割合④		217	26	12.0%
参加店舗割合①		335	255	76.1%
参加店舗割合②		370	290	78.4%
参加店舗割合③		408	290	71.1%
参加店舗割合④		554	290	52.3%

新潟	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
	参加事業者割合①	32	2	6.3%
	参加事業者割合②	33	3	9.1%
	参加事業者割合③	64	3	4.7%
	参加事業者割合④	134	3	2.2%
	参加店舗割合①	355	33	9.3%
	参加店舗割合②	356	34	9.6%
	参加店舗割合③	417	34	8.2%
	参加店舗割合④	487	34	7.0%

福島	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
	参加事業者割合①	26	13	50.0%
	参加事業者割合②	27	14	51.9%
	参加事業者割合③	48	14	29.2%
	参加事業者割合④	130	14	10.8%
	参加店舗割合①	304	185	60.9%
	参加店舗割合②	312	193	61.9%
	参加店舗割合③	346	193	55.8%
	参加店舗割合④	428	193	45.1%

広島	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
	参加事業者割合①	38	21	55.3%
	参加事業者割合②	40	28	70.0%
	参加事業者割合③	47	28	59.6%
	参加事業者割合④	93	28	30.1%
	参加店舗割合①	474	300	63.3%
	参加店舗割合②	477	423	88.7%
	参加店舗割合③	489	423	86.5%
	参加店舗割合④	535	423	79.1%

栃木	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
	参加事業者割合①	39	7	17.9%
	参加事業者割合②	47	15	31.9%
	参加事業者割合③	60	15	25.0%
	参加事業者割合④	133	15	11.3%
	参加店舗割合①	271	57	21.0%
	参加店舗割合②	291	77	26.5%
	参加店舗割合③	315	77	24.4%
	参加店舗割合④	388	77	19.8%

※第2回第3回締結事業者名、店舗数が不明のため、全数が増加する可能性あり

秋田	項目	県内に存在する事業者・店舗数	参加事業者・店舗数	参加割合
	参加事業者割合①	25	13	52.0%
	参加事業者割合②	28	16	57.1%
	参加事業者割合③	42	16	38.1%
	参加事業者割合④	84	16	19.0%
	参加店舗割合①	161	108	67.1%
	参加店舗割合②	176	123	69.9%
	参加店舗割合③	197	123	62.4%
	参加店舗割合④	239	123	51.5%

4-4-2 参加割合の平均値，最大値，最小値，標準偏差

事業者，店舗の参加割合の平均値，最大値，最小値，標準偏差を表 4-8 に示す。

表 4-8 事業者，店舗の参加割合の平均値，最大値，最小値，標準偏差 (n=17)

	平均値 (%)	最大値 (%)	最小値 (%)	標準偏差 n (%)
参加事業者割合①	54	94	6	25
参加事業者割合②	61	97	9	25
参加事業者割合③	42	76	5	21
参加事業者割合④	19	46	2	12
参加店舗割合①	64	95	9	25
参加店舗割合②	67	97	10	25
参加店舗割合③	60	91	8	23
参加店舗割合④	49	80	7	19

表 4-8 より，参加事業者割合③の平均値は 42%，④の平均値は 19%であった。④の段階では，1 店舗ごとに 1 事業者と考え，計算しているため平均値も低くなっている。参加店舗割合③の平均値は 60%，④の平均値は 49%であった。参加店舗割合の平均値は個人商店を含めても，約半数または半数を超えていることがわかった。

4-4-3 散布図

4-4-1 で算出した各県の参加事業者、店舗割合を基に、スーパーとスーパー（広義）での散布図を作成した。スーパーの散布図を図 4-3、スーパー（広義）の散布図を図 4-4 に示す。

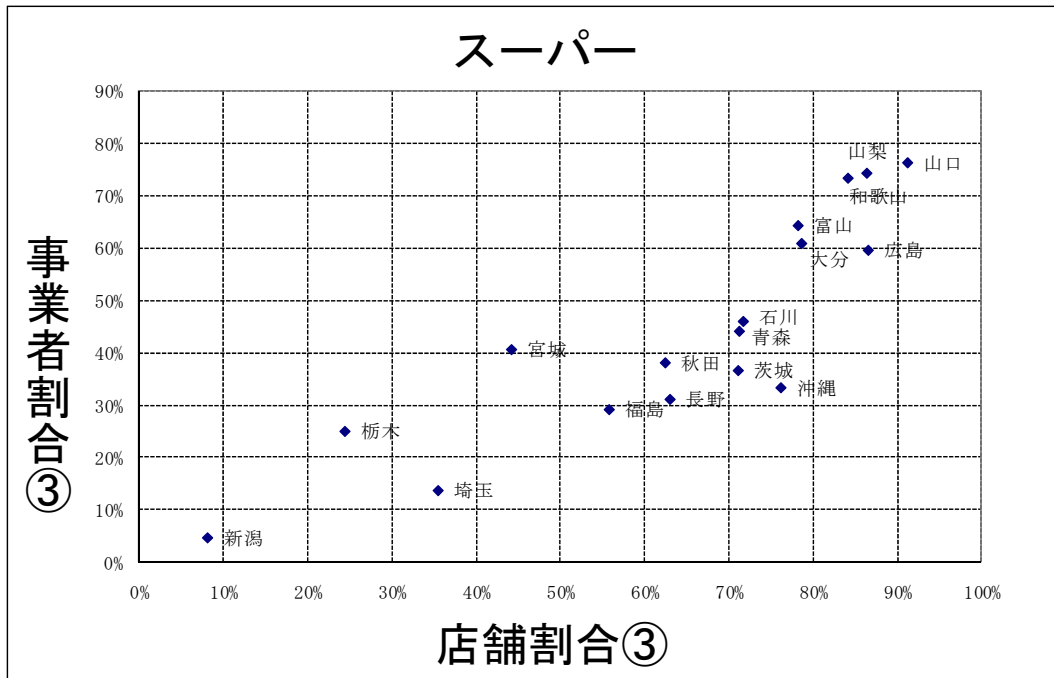


図 4-3 スーパーの参加事業者と店舗割合

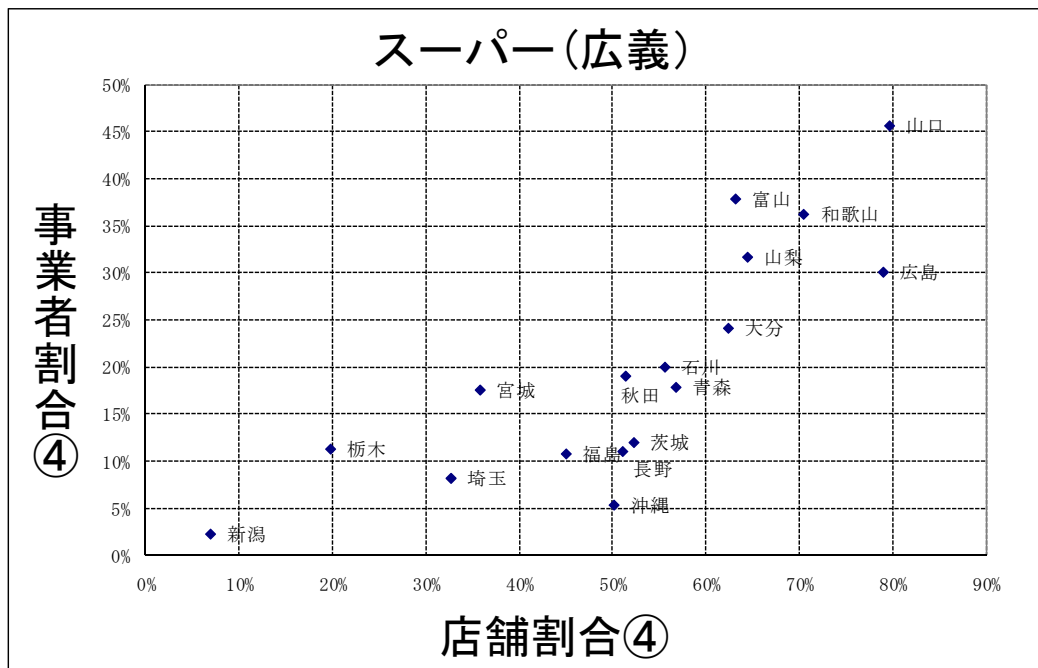


図 4-4 スーパー（広義）の参加事業者と店舗割合

スーパーとは、スーパー（広義）から個人商店を省いたものとし、「4-3-2 手順 6」の③の段階での事業者、店舗数割合である。スーパー（広義）とは、iタウンページにおいて、「スーパーマーケット」に分類されているものとし、「4-3-2 手順 6」の④の段階での事業者、店舗数割合である。

図 4-3 と図 4-4 より、スーパー（広義）は個人商店も含めているため、スーパーよりもスーパー（広義）の方が割合の数値が低くなっているが、分布は似ている。

スーパーとスーパー（広義）で分布の位置関係が特に変化している県について考える。他県の変化と比べ、参加事業者、店舗割合が低くなっているのが、沖縄県と茨城県であった。これは、個人商店とみなす数が他県は 39 から 84 であったのに対し、沖縄県は 158、茨城県は 146 と多かったため事業者や店舗の参加割合が特に低くなったと推測される。

また、新潟県は他県と比べて低い参加割合となっている。これは、新潟県の取組が「有料化に取り組む事業者のみ自主協定を締結し、その他には宣言方式を実施」という取組内容であるため低いと推測される。この結果から、新潟県では有料化よりもその他の取組で実施する事業者が多いのではないかと考えられるが、本研究では宣言を実施する事業者割合は算出していないため明確ではない。

4-4-4 人口との比較

4-4-4-1 人口と実施のしやすさ

県別人口と取組の実施がしやすいかどうかに関係があるかについて調べるため、表 4-9 に県別人口と取組の実施の有無を示す。

表 4-9 県別人口と取組の実施

都道府県	人口(H17)	取組実施	都道府県	人口(H17)	取組実施
東京都	12,576,601		山口県	1,492,606	●
大阪府	8,817,166		長崎県	1,478,632	
神奈川県	8,791,597		愛媛県	1,467,815	
愛知県	7,254,704		青森県	1,436,657	●
埼玉県	7,054,243	●	奈良県	1,421,310	
千葉県	6,056,462		岩手県	1,385,041	
北海道	5,627,737		滋賀県	1,380,361	
兵庫県	5,590,601		沖縄県	1,361,594	●
福岡県	5,049,908		山形県	1,216,181	
静岡県	3,792,377		大分県	1,209,571	●
茨城県	2,975,167	●	石川県	1,174,026	●
広島県	2,876,642	●	宮崎県	1,153,042	
京都府	2,647,660		秋田県	1,145,501	●
新潟県	2,431,459	●	富山県	1,111,729	●
宮城県	2,360,218	●	和歌山県	1,035,969	●
長野県	2,196,114	●	香川県	1,012,400	
岐阜県	2,107,226		山梨県	884,515	●
福島県	2,091,319	●	佐賀県	866,369	
群馬県	2,024,135		福井県	821,592	
栃木県	2,016,631	●	徳島県	809,950	
岡山県	1,957,264		高知県	796,292	
三重県	1,866,963		島根県	742,223	
熊本県	1,842,233		鳥取県	607,012	
鹿児島県	1,753,179				

人口が少ない県ほど、取組実施時に意見がまとまりやすいのではないかと考え、実施県が多くなっているのではないかと予想していたが、県別人口と取組の実施のしやすさに予想のような傾向は見られなかった。ただ、人口の特に多い上位 10 県では埼玉県以外自主協定による取組はされていない。しかし、人口の少ない下位 6 県も取組はされていない。

次に、取り組みやすい人口があるのか調べた（表 4-10）。県人口を「100 万人以下」「100 万人～200 万人」「200 万人～300 万人」「300 万人以上」の 4 段階に分け、実施県数を該当県数で割り、割合を算出した（表 4-10）。実施県数は「100～200 万人」が 8 県と多いが、県数に対する実施県数の割合では、「200～300 万人」が 70%と最も高い。人口が少なすぎず多すぎない、「200～300 万人」の県が実施している傾向にあると推測される。

表 4-10 人口と実施県の割合

人口	実施県	県数	割合
100万人以下	1	7	14%
100～200万人	8	20	40%
200～300万人	7	10	70%
300万人以上	1	10	10%

4-4-4-2 人口と参加店舗割合

実施県において、人口と参加店舗割合に傾向が見られるかを調べた（図 4-5）。

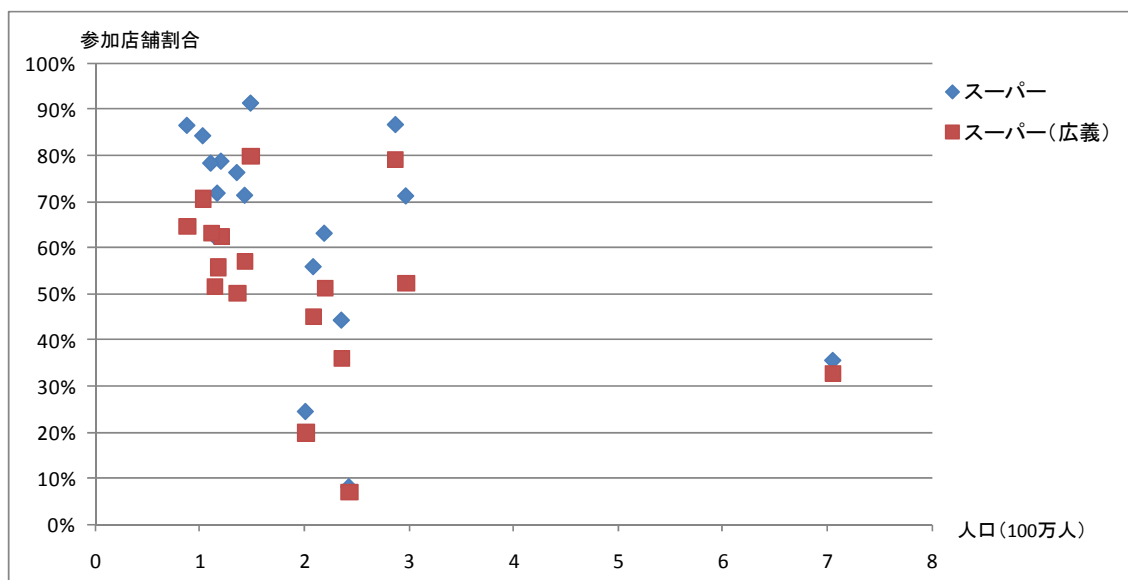


図 4-5 実施県の人口と参加店舗割合

人口の少ない県の方が、スーパー（広義）の参加店舗割合が 50%を超えているなど、やや参加割合が高い県が多いが、顕著な傾向は見られなかった。

4-4-5 参加店舗割合との比較

4-4-5-1 自主協定による取組以前のレジ袋削減に関する取組と参加店舗割合

自主協定による取組以前のレジ袋削減に関する取組ごとに参加店舗割合の平均値を求めた（表 4-11）。

表 4-11 自主協定による取組以前のレジ袋削減に関する取組と参加店舗割合

	市町村単位で自主協定による取組をしていた (n=7)	県全域で自主協定以外の取組をしていた (n=4)	特にしていない(協定での取組が初めて) (n=3)	その他 (n=3)
スーパー	62.9%	70.1%	51.6%	71.0%
スーパー(広義)	50.3%	56.6%	43.0%	56.7%

表 4-11 より、スーパーとスーパー（広義）ともに、自主協定による取組以前のレジ袋削減に関する取組別では参加店舗割合に特徴は見られなかった。「市町村単位で自主協定による取組をしていた」県より、「県全域で自主協定以外の取組をしていた」県の方が参加店舗割合はやや高い。

4-4-5-2 取組提案から取組開始までにかかった期間と参加店舗割合

取組提案から取組開始までにかかった期間と参加店舗割合との関係を調べた。参加店舗割合を降順に並べ、割合の上から 5 県を A グループ（スーパー：山口県，広島県，山梨県，和歌山県，大分県，スーパー（広義）：山口県，広島県，和歌山県，山梨県，富山県），下から 5 県を B グループ（スーパー，スーパー（広義）ともに，新潟県，栃木県，埼玉県，宮城県，福島県）とした。グループごとに，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，⑤取組提案から取組開始までにかかった期間の平均値を求めた（表 4-12）。また，最大値，最小値，標準偏差を表 4-13 に示す。なお，各期間については第 3 章の 3-4-1-5 で述べたものと同様とする。

表 4-12 取組提案から取組開始までにかかった期間と参加店舗割合

		①取組提案から協議会まで(ヶ月) (n=5)	②協議会から第1回協定締結まで(ヶ月) (n=5)	③第1回協定締結から取組開始まで(ヶ月) (n=5)	⑤取組提案から取組開始まで(ヶ月) (n=5)
スーパー	A	2.8	8.0	1.7	12.5
	B	3.6	7.2	1.2	12
スーパー(広義)	A	2.4	8.0	1.3	11.7
	B	3.6	7.2	1.2	12
全体(n=15)		2.9	6.9	1.4	11.3

表 4-13 取組提案から取組開始までにかかった期間におけるグループごとの最大値，最小値，標準偏差

期間		A				B			
		平均	最大値	最小値	標準偏差 _n	平均	最大値	最小値	標準偏差 _n
スーパー	①取組提案から協議会まで	3.6	8	0	2.577	2.8	8	0	2.786
	②協議会から第1回協定締結まで	7.2	14	2	4.308	8.0	10	5	2.098
	③第1回協定締結から取組開始まで	1.2	3	0	1.166	1.7	3	0.66	0.829
	⑤取組提案から取組開始まで	12	20	5	5.899	12.5	16	7	3.089
スーパー (広義)	①取組提案から協議会まで	3.6	8	0	2.577	2.4	8	0	3.007
	②協議会から第1回協定締結まで	7.2	14	2	4.308	8.0	10	5	2.098
	③第1回協定締結から取組開始まで	1.2	3	0	1.166	1.3	2	0.66	0.559
	⑤取組提案から取組開始まで	12	20	5	5.899	11.7	16	7	3.123

⑤取組提案から取組開始までにかける期間が長い方が，参加店舗割合が高いのではないかと予想していたが，グループ A と B では大きな違いは見られなかった。

期間ごとに見ると，①取組提案から協議会までにかかった期間において，平均値で B グループの方がスーパーでは 0.8 ヶ月，スーパー（広義）では 1.2 ヶ月長くの期間がかけられている。また，②協議会から第 1 回協定締結までにかかった期間において，平均値で A グループの方がスーパーでは 0.8 ヶ月，スーパー（広義）でも 0.8 ヶ月長くの期間がかけられている。参加店舗割合が高い方が，協議会から第 1 回協定締結までの期間が長くかけられているという傾向が見られた。

4-4-5-3 取組提案から取組開始までに開催した協議回数と参加店舗割合

取組提案から取組開始までに開催した協議回数と参加店舗割合との関係を調べた。4-4-5-2 と同様に A グループ，B グループとし，グループごとに，①取組提案から協議会までに開催した協議回数，②協議会から第 1 回協定締結までに開催した協議回数，③第 1 回協定締結から取組開始までに開催した協議回数，⑤取組提案から取組開始までに開催した協議回数の平均値を求めた（表 4-14）。また，最大値，最小値，標準偏差を表 4-15 に示す。

表 4-14 取組提案から取組開始までに開催した協議回数と参加店舗割合

		①取組提案から協議会まで(回) (n=5)	②協議会から第1回協定締結まで(回) (n=5)	③第1回協定締結から取組開始まで(回) (n=5)	⑤取組提案から取組開始まで(回) (n=5)
スーパー	A	0.4	5.4	0.0	5.8
	B	0.8	3	0.4	4.2
スーパー (広義)	A	0.4	5.8	0.0	6.2
	B	0.8	3	0.4	4.2
全体 (n=15)		0.5	4.4	0.2	5.1

表 4-15 取組提案から取組開始までに開催した協議回数のグループごとの最大値, 最小値, 標準偏差

協議会		A				B			
		平均	最大値	最小値	標準偏差 _n	平均	最大値	最小値	標準偏差 _n
スーパー	①取組提案から協議会まで	0.8	4	0	1.600	0.4	1	0	0.490
	②協議会から第1回協定締結まで	3	5	1	1.265	5.4	8	1	2.653
	③第1回協定締結から取組開始まで	0.4	1	0	0.490	0.0	0	0	0.000
	⑤取組提案から取組開始まで	4.2	7	1	2.135	5.8	9	2	2.561
スーパー (広義)	①取組提案から協議会まで	0.8	4	0	1.600	0.4	1	0	0.490
	②協議会から第1回協定締結まで	3	5	1	1.265	5.8	8	1	2.561
	③第1回協定締結から取組開始まで	0.4	1	0	0.490	0.0	0	0	0.000
	⑤取組提案から取組開始まで	4.2	7	1	2.135	6.2	9	2	2.400

⑤取組提案から取組開始までに開催した協議回数において、平均値で A グループの方がスーパーでは 1.6 回、スーパー（広義）では 2.0 回協議回数が多かった。

期間ごとに見ると、①取組提案から協議会までに開催した協議回数と、③第 1 回協定締結から取組開始までに開催した協議回数においては大きな差は見られなかった。②協議会から第 1 回協定締結までに開催した協議回数において、平均値で A グループの方がスーパーでは 2.4 回、スーパー（広義）では 2.8 回協議回数が多かった。

また、レジ袋有料化の取組を検討していたある県では、協議回数が増えるに従って県などの呼びかけにより、協定への参加事業者数が増加していた。協議会への参加事業者は、協定に参加する意思のある事業者が多かった。

これらから、協議会を特に②協議会から第 1 回協定締結までに重ねると、より参加店舗割合が高くなる傾向にあると推測される（ただし、逆の関係（協議会の参加店舗が多いと、第 1 回協定締結までに重ねる協議回数が多い）も論理的には否定できないが、この点については確認できていない）。

4-4-5-4 協定におけるレジ袋削減の取組内容と参加店舗割合

協定におけるレジ袋削減の取組内容と参加店舗割合の関係を調べた。協定におけるレジ袋削減の取組内容別でみた参加店舗割合の平均値を表 4-16 に示す。

表 4-16 協定におけるレジ袋削減の取組内容と参加店舗割合

	有料化(無料配布中止)のみ (n=9)	削減取組(有料化含) (n=8)
スーパー	63.5%	64.7%
スーパー(広義)	50.6%	52.8%

表 4-16 より、「有料化（無料配布中止）のみ」と「削減取組（有料化含む）」では、参加店舗割合に大きな違いは見られなかった。「削減取組（有料化含む）」の方が、取組内容の範囲が絞られていないため参加店舗割合が大きくなるのではないかと予想していたが、僅

かに高い程度であった。「有料化（無料配布中止）のみ」のように一律の取組内容の場合は、事業者ごとの差が出ないため、事業者の賛同が得やすいのではないかと推測される。

4-4-5-5 行政の参加と参加店舗割合

行政の参加と参加店舗割合の関係を調べた。行政の参加形態別にみた参加店舗割合の平均値を表 4-17 に示す。

表 4-17 行政の参加と参加店舗割合

	県のみ (n=7)	県・市町村 (n=8)
スーパー	55.4%	70.1%
スーパー(広義)	42.9%	57.7%

表 4-17 より、スーパーとスーパー（広義）ともに、行政が「県・市町村」で参加している県の方が、参加店舗割合が高いことがわかった。これは、県よりも小さな規模の市町村が参加することで県全域での取組として発展しやすいことが考えられる。また、県と市町村が参加する理由として、「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」という回答があり、事業者の規模が小さい場合など対応しやすいのではないかと推測される。

さらに、レジ袋有料化の取組を検討していたある県の聴講をした際に、小売業者は、県はもちろん店舗が立地する市町村の協力が得られるかどうかに関心を持っていることがわかった。また、支援する行政サイドの人数を考えた時に、県だけよりも市町村も参加する方がきめ細やかな支援ができるのではないかと推測する。

4-4-5-6 参加条件の有無と参加店舗割合

参加条件の有無と参加店舗割合の関係を調べた。参加条件の有無ごとに、参加店舗割合の平均値を求めた（表 4-18）。

表 4-18 参加条件の有無と参加店舗割合

	参加条件あり(n=9)	参加条件なし(n=8)
スーパー	69.7%	57.7%
スーパー(広義)	56.1%	46.6%

参加条件の有無では参加条件がない方が、事業者は参加しやすくなり、参加割合が高くなるのではないかと予想していたが、「参加条件あり」の方がスーパー、スーパー（広義）ともに高い参加割合であった。

ただし、3-4-2-3 の自主協定の参加条件で述べたように、取組の内容を条件として提示し

ていないだけである可能性もあるため、明確な傾向とは言えない。この傾向を明らかにするためには、今後、「参加条件なし」と答えた県に、他県が条件として提示しているものと同様の取組内容があるかどうか照らし合わせが必要であると考え。

4-4-5-7 協定の締結回数と参加店舗割合

協定の締結回数と参加店舗割合との関係を調べた。協定の締結回数と参加店舗割合の平均値等を表 4-19 に、その関係を図 4-6 に示す。

表 4-19 協定の締結回数と参加店舗割合の平均値，最大値，最小値

	協定回数	県数	平均	最大値	最小値
スーパー	1回	4	60.4%	78.6%	35.5%
	2回	5	52.8%	84.1%	8.2%
	3回	1	86.5%	86.5%	86.5%
	4回	1	71.2%	71.2%	71.2%
	5回	3	75.8%	63.0%	86.3%
	7回	1	44.2%	44.2%	44.2%
	10回	1	91.2%	91.2%	91.2%
スーパー (広義)	1回	4	49.0%	62.5%	32.7%
	2回	5	40.0%	70.5%	7.0%
	3回	1	79.1%	79.1%	79.1%
	4回	1	56.9%	56.9%	56.9%
	5回	3	59.6%	64.5%	51.1%
	7回	1	35.9%	35.9%	35.9%
	10回	1	79.7%	79.7%	79.7%

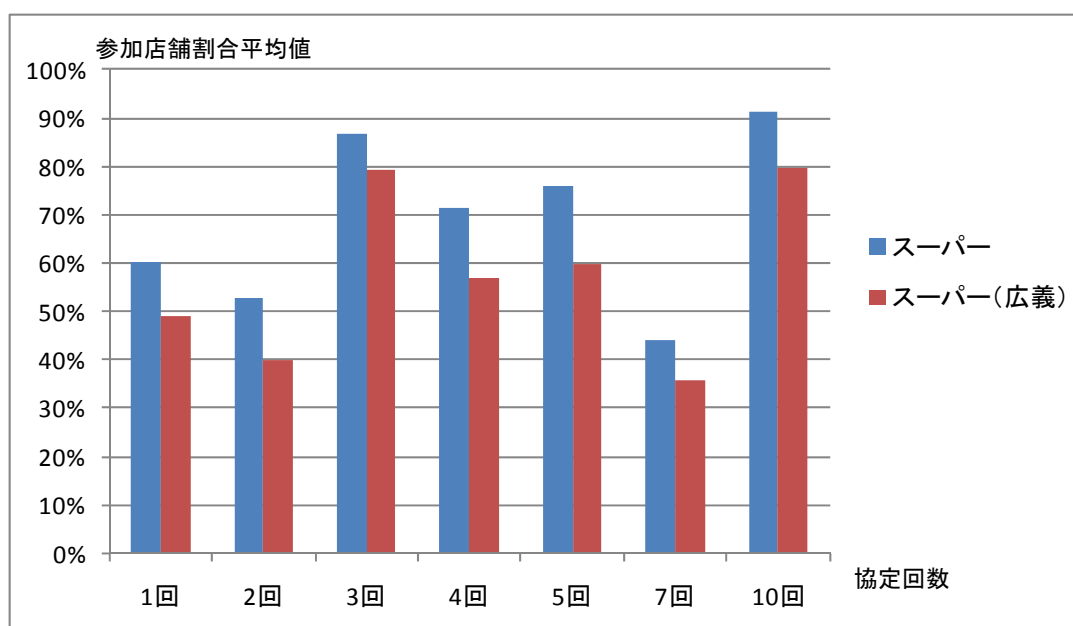


図 4-6 協定の締結回数と参加店舗割合

何度も協定を締結している県の方が参加店舗割合は高くなっているのではないかと予想していたが、図 4-6 より、協定締結回数と参加店舗割合では傾向は見られなかった。このことから、第 1 回協定で多くの事業者と締結する県と、何度も締結し事業者数を増加させる県があることが推測される。

4-4-5-8 参加事業種数と参加店舗割合

参加事業種数と参加店舗割合の関係を調べた。参加事業種数と参加店舗割合の平均値等を表 4-20 に、その関係を図 4-7 に示す。

表 4-20 参加事業種数と参加店舗割合の平均値、最大値、最小値

	業種数	県数	平均	最大値	最小値
スーパー	1	2	78.8%	86.5%	71.1%
	2	3	45.4%	76.1%	24.4%
	3	3	77.0%	91.2%	55.8%
	4	2	61.2%	78.2%	44.2%
	5	3	55.2%	86.3%	8.2%
	6	1	71.7%	71.7%	71.7%
	7	1	63.0%	63.0%	63.0%
スーパー (広義)	1	2	65.7%	79.1%	52.3%
	2	3	34.3%	50.2%	19.8%
	3	3	65.1%	79.7%	45.1%
	4	2	49.6%	63.2%	35.9%
	5	3	42.8%	64.5%	7.0%
	6	1	55.7%	55.7%	55.7%
	7	1	51.1%	51.1%	51.1%

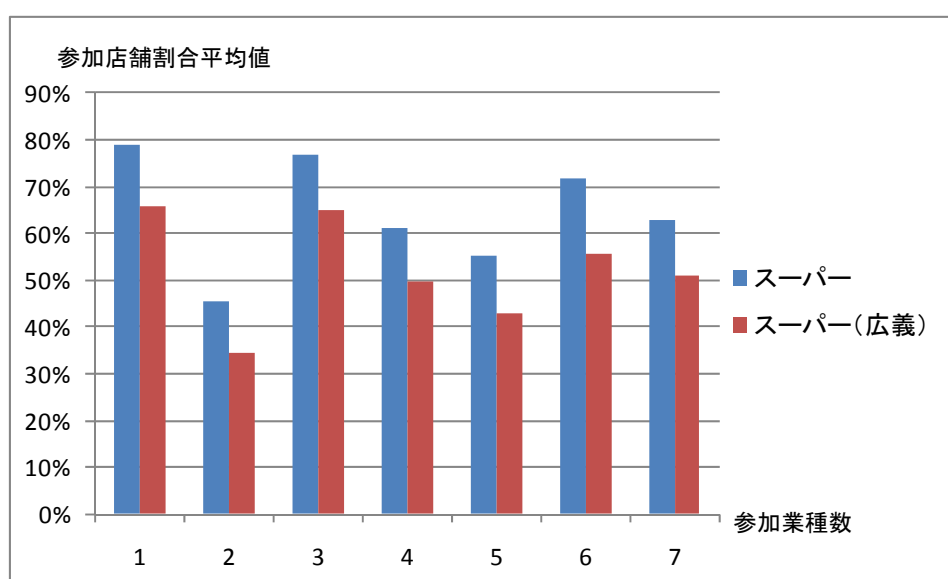


図 4-7 参加事業種数と参加店舗割合

スーパーマーケットの参加割合が高くなれば、他の事業種に取組が広がるため、参加事業種が多い方が参加店舗割合は高くなっているのではないかと予想していたが、予想のような傾向は見られなかった。このことから、事業種数は店舗割合には影響しておらず、店舗割合の高低には他の要因が大きいことが考えられる。

4-4-5-9 協定の締結回数と参加事業種数

協定の締結回数と参加事業種数との関係を調べた。協定の締結回数と参加事業種数の平均値等を表 4-21 に、その関係を図 4-8 に示す。

表 4-21 協定の締結回数と参加事業種数の平均値，最大値，最小値

協定回数	県数	事業種平均	最大値	最小値
1回	3	3.7	6	2
2回	5	2.6	5	1
3回	1	1.0	1	1
4回	1	5.0	5	5
5回	3	5.3	4	7
7回	1	4.0	4	4
10回	1	3.0	3	3

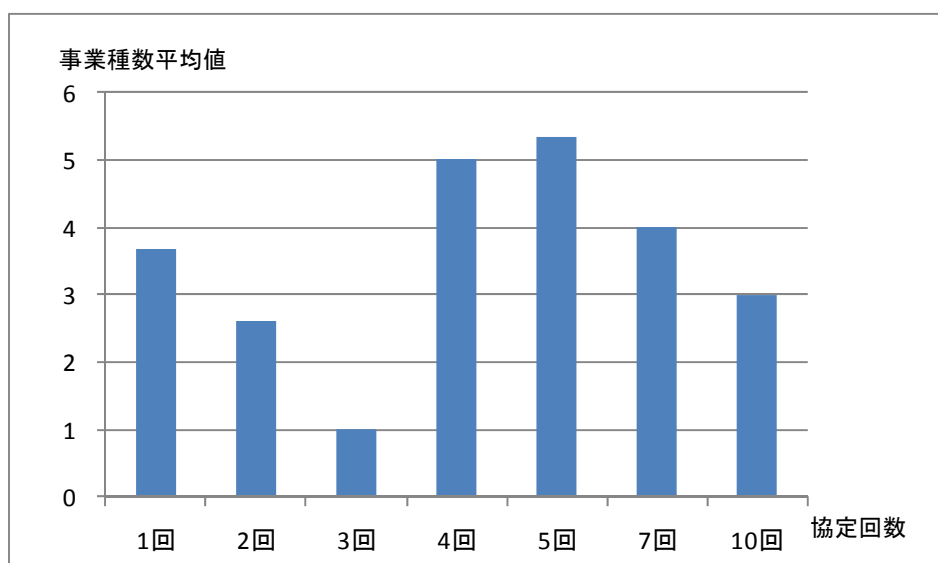


図 4-8 協定の締結回数と参加事業種数

協定の締結回数が多くなれば、参加事業種数も多くなっているのではないかと予想していたが、全体的に見るとやや協定の締結回数 4～10 回の県の方が、参加事業種数は多いものの、予想のような傾向は見られなかった。このことから、必ずしも第 1 回の協定はスーパーから始まり、徐々に事業種を拡大させていくという形ではなく、始めから複数業種参加する県もあることがわかる。

4-4-6 拡大への方策

参加事業者や店舗数の拡大について考える。本研究で、参加店舗割合が高くなる傾向が見られた項目は、「協議会から第1回協定締結までにかかった期間が長い」、「協議会から第1回協定締結までに開催された協議回数が多い」、「行政の参加が県と市町村であること」の3項目であった。このことから、参加事業者や店舗数を拡大させるためには、「協定の締結までに事業者などの参加者との協議会を十分に行うこと」や、「市町村も協定に参加し、協力すること」が効果的であると推測される。

以上より、未実施県が実施する際は、「協定の締結までに参加者と十分な協議を行い、市町村も参加、協力すること」、実施県は、「市町村との協力を深めること」が参加事業者数を拡大するために効果的であると推測される。

4-5 まとめ

県単位によるレジ袋削減に関する自主協定の取組の実態を県ごとに比較した結果、主に以下のことがわかった。

(1) 参加事業者、参加店舗割合について

1) スーパーの参加事業者割合の平均値は42%、参加店舗割合の平均値は60%であった。スーパー（広義）の参加事業者割合の平均値は19%、参加店舗割合の平均値は49%であった。参加店舗割合の平均値は個人商店を含めても、約半数または半数を超えていることがわかった。

(2) 人口との比較について

1) 県別人口と取組の実施のしやすさに顕著な傾向は見られなかった。ただ、人口の特に多い上位10県では埼玉県以外自主協定による取組はされていない。しかし、人口の少ない下位6県も取組はされていない。人口と実施のしやすさについて、実施店舗数の割合では、人口200～300万人が70%と最も高い。人口が少なすぎず多すぎない県が実施している傾向にあると推測される。

2) 人口の少ない県の方が、スーパー（広義）の参加店舗割合が50%を超えているなど、やや参加割合が高い県が多いが、顕著な傾向は見られなかった。

(3) 参加店舗割合との比較について

1) 自主協定による取組以前のレジ袋削減に関する取組別では参加店舗割合に特徴は見られなかった。

2) 取組提案から取組開始までにかける期間と参加店舗割合では、大きな違いは見られなかった。協議会から第1回協定締結までにかかった期間と参加店舗割合では、参加店舗割合が高いほうが、期間が長くかけられている傾向が見られた。

3) 取組提案から取組開始までに開催した協議回数と参加店舗割合では、参加店舗割合が高いほうが、平均値で約2.0回多かった。協議会を、特に協議会から第1回協定締

結までに重ねると、より参加店舗割合が高くなる傾向にあると推測される。

- 4) 取組内容と参加店舗割合では、「削減取組（有料化含む）」の方が「有料化（無料配布中止）のみ」と比べ、僅かに高い割合となった。
- 5) 行政の参加と参加店舗割合では、行政は「県・市町村」で参加している県の方が、参加店舗割合が高いことがわかった。
- 6) 参加条件の有無と参加店舗割合では、「参加条件あり」の県の方が高い参加割合であった。ただし、取組の内容を条件として提示していないだけである可能性もあるため、明確な傾向とは言えない。
- 7) 協定の締結回数、参加事業種数と参加店舗割合では、いずれも傾向は見られなかった。
- 8) 参加事業種数と協定の締結回数では、協定の締結回数4～10回の県の方が、参加事業種数はやや多いものの、顕著な傾向は見られなかった。

(4) 拡大への方策について

参加店舗割合が高くなる傾向が見られた項目は、「協議会から第1回協定締結までにかかった期間が長い」、「協議会から第1回協定締結までに開催された協議回数が多い」、「行政の参加が県と市町村であること」の3項目であった。以上より、未実施県が実施する際は、「協定の締結までに参加者と十分な協議を行い、市町村も参加、協力すること」、実施県は、「市町村との協力を深めること」が参加事業者数を拡大するために効果的であると推測される。

<参考文献>

- 1) iタウンページ

<<http://itp.ne.jp/>>, 2010-12-07