

事業者におけるレジ袋有料化前後の実施内容と収益金及び有料化前後の経費変化

金谷研究室 1112042 山田真優

1. 背景・論点

2006年の容器包装リサイクル法改正以降、レジ袋の削減を進める取り組みが全国的に広がった¹⁾。

2008年には、富山県で「レジ袋の削減推進に関する協定書」を締結し、県内全域でレジ袋が有料化され、レジ袋辞退率がおよそ92%を超えている。県内全域で実施されるのは、富山県が初めてである。しかし、現在32の都道府県が有料化を実施し、15の都道府県が未だ実施していないため、レジ袋有料化は完全ではない。

レジ袋有料化を実施した事業者は、レジ袋削減に成功している。もともと、マイバック持参運動等のレジ袋削減に関する取り組みを実施していた事業者も、レジ袋の有料化によって、レジ袋はさらに削減されている。

先行研究では、藤谷が富山県で実施された自主協定によるレジ袋の無料配布中止の取り組みを取り上げた研究²⁾等、無料配布中止を実施する県ごとの取組を取り上げた研究はされている。また、県単位での自主協定によるレジ袋削減の取り組みに関する研究は、金谷研究室の森が2011年度の卒業論文で研究している³⁾。これらより、富山県の自主協定の取組や自主協定実施県でのレジ袋有料化によって発生する収益金使途の把握状況や公表有無状況はわかった。しかし、有料化実施前後で、事業者の収益金を含めた経費変化や実施内容までは明らかになっていない。

2. 研究の目的・意義

そこで本研究では、事業者におけるレジ袋有料化前後の実施内容の把握を目的1とし、レジ袋有料化実施事業者の収益金及び有料化前後の経費変化についての把握を目的2とする。

意義は、レジ袋有料化自主協定にまだ参加していない事業者や県が有料化等の取り組みを行う際の参考となる。

3. 研究方法

研究の目的を次のよう方法で達成する。

(1)都道府県への事前調査

アンケートの調査対象を絞るために、各都道府県のホームページと送付してもらった資料から、レジ袋有料化に関する自主協定を結んでいる32の都道府県の事業者を把握する。

(2)事業者へのアンケート調査

(1)の調査で明らかになった、レジ袋の有料化を実施している事業者にレジ袋有料化前後での実施内容

と経費変化についてアンケート調査を行う。アンケート項目は、表1の通りである。

表1 アンケート項目（一部抜粋）

A 企業の基礎情報（目的1）			
問	質問内容	回答方式	備考
1	業種	選択	択一式
B レジ袋有料化に向けての準備について（目的1）			
問	質問内容	回答方式	備考
1	都道府県の自主協定に参加した理由	選択	複数選択
2	お客様への有料化実施開始のお知らせ方法	選択	複数選択
C レジ袋有料化後の従業員の様子について（目的1）			
問	質問内容	回答方式	備考
1	有料前後での従業員の仕事内容の増減	選択	複数選択
D レジ袋有料化に関する経費について（目的2）			
問	質問内容	回答方式	備考
1	収益金の算出方法	記述	
2	収益金の発生有無	選択	択一式
3	収益金の使途	記述・選択	複数選択
4	マイバック持参率	記述	
5	有料化前後で仕入れ値が変化した理由	選択	複数選択
E レジ袋有料化のメリット・デメリット（目的1）			
問	質問内容	回答方式	備考
1	デメリット	記述	
F その他意見			

調査対象は、全国47都道府県のうちレジ袋有料化に関する自主協定を締結している、32都道府県に立地する（延べ）774事業者である。なお本卒業論文では、複数の都道府県の自主協定と締結している事業者は、それぞれを1事業者とする。この内返信があったのは、206事業者であり、回答を断られた事業者を除く有効回答は、108事業者である。

(3)事業者への追加アンケート調査

正確なデータが得られなかった点、不明な点等を中心に、レジ袋有料化前後での実施内容と経費変化について追加アンケート調査を行う。追加アンケート項目は、表2に示す。

表2 追加アンケート項目（一部抜粋）

A 有料化のデメリット（目的1）			
問	質問内容	回答方式	備考
1	レジ袋有料化のデメリット	選択	複数選択
2	問1の対策	記述	
B レジ袋有料化前後の袋の枚数と仕入れ値（目的2）			
問	質問内容	回答方式	備考
1	レジ袋有料化前後の袋の枚数と仕入れ値	記述	
C レジ袋の販売価格（目的2）			
問	質問内容	回答方式	備考
1	レジ袋の販売価格の決定方法	選択	複数選択
D レジ袋有料化によって発生する収益金寄付先の方法（目的1・2）			
問	質問内容	回答方式	備考
1	レジ袋有料化によって発生する収益金寄付先の候補	選択	複数選択
2	レジ袋有料化によって発生する収益金寄付先の決定	選択	複数選択
3	レジ袋有料化によって発生する収益金寄付金額の決定	選択	複数選択
E レジ袋有料化によって発生する収益金の算出（目的2）			
問	質問内容	回答方式	備考
1	レジ袋有料化によって発生する収益金の算出	記述	

調査対象は、2)より108事業者の内、匿名で返信のあった事業者を除く99事業者である。この内返信があったのは、38事業者であり、回答を断られた事業者を除く有効回答は35事業者である。

4. 結果及び考察

(1)各事業者におけるレジ袋有料化前後の実施内容の把握(目的1)

1)レジ袋有料化に関する自主協定に参加した理由

レジ袋有料化に関する自主協定に参加した理由を表3に示す。一番多い理由は「環境をよくしたいから」であり、環境に対する意識が高まっていると考えられるが、「環境に関する理由」・「行政に関する理由」・「経費削減」・「その他」の4つに分類すると、環境に関する理由と行政に関する理由が同じくらいであり、行政の影響も大きいことが分かる。

表3 各事業者におけるレジ袋有料化に関する自主協定に参加した理由 (n=99) ※複数回答可

理由	回答数	回答率 (%)	分類 (回答数)
環境を良くしたいから	45	45.5	環境に関する理由 (48)
以前から環境活動をしていたため	2	2.0	
循環型社会の構築	1	1.0	
都道府県庁から自主協定に参加して欲しいと言われたから	31	31.3	行政に関する理由 (47)
市、町から要請があったから	10	10.1	
競合店が自主協定に参加したから	5	5.1	
県に自主協定の提案をした	1	1.0	
経費削減	4	4.0	経費削減 (4)
上位組織の方針のため	3	3.0	
創業時より実施していたから	1	1.0	その他の理由 (6)
たまたま	1	1.0	
その他	1	1.0	

2)レジ袋有料化に向けての準備における行政の協力

レジ袋有料化の準備期間に特に注意しておくべき点の回答結果を表4に示す。「周知の徹底」に注意しておくべき、と考える事業者が多い。

表4 レジ袋有料化の準備期間に特に注意する点 (n=47) ※複数回答可

特に注意する点	回答数	回答率 (%)
周知の徹底	19	40.4
従業員の理解度を統一する	16	34.0
行政の協力	11	23.4
エコバック販売と普及	10	21.3
同一地域の、同業種の店舗が一流にスタート	3	6.4
万引きの防止方法	2	4.3
協定の締結	2	4.3

各事業者におけるレジ袋有料化のデメリットを表5に示す。この「客数の低減」の対策も聞いたところ、知の徹底が挙げられていることから、周知の不徹底が客数の低減にもつながると考える。

表5 各事業者におけるレジ袋有料化のデメリット (n=47) ※複数回答可

有料化のデメリット	回答数	回答率 (%)
他店に比べてサービスの低下と思われる	22	46.8
万引き(疑惑)増加	22	46.8
客数の低減	7	14.9
レジ精算時に時間がかかる	4	8.5
収益金の使い道が難しい	1	2.1
サッカ台のポリ袋使用量増加	1	2.1
ごみ袋として袋をあえて買う人が増加	1	2.1
商品劣化に繋がる	1	2.1
自社にとってメリットがない	1	2.1

そこで、お客様への有料化実施開始のお知らせ方法について表6に示す。これより、「ポスターでの呼びかけ」が主流であることが分かる。また、周知の徹底をスムーズに進めるために、行政の協力があると良いという意見がある。この意見は、「アンケート調査の問項目以外の意見」にも挙がっていた。

表6 各事業者におけるお客様への有料化実施開始の告知方法 (n=106) ※複数回答可

お知らせ方法	回答数	回答率 (%)
ポスターでの呼びかけ	99	93.4
レジで個人的に呼びかけ	54	50.9
放送での呼びかけ	50	47.2
チラシの折り込み	47	44.3
ビラの配布	30	28.3
行政の協力	6	5.7
横断幕、のぼり	3	2.8
特に知らせていない	2	1.9
レシートメッセージ	2	1.9
店頭での掲示	2	1.9
その他	5	4.7

その「行政の協力が必要」という意見の詳細を表7に示す。行政の協力により、レジ袋の有料化を県民に早く伝えることができたことや、条例があればスムーズに取り組みが進むこと、県単位でレジ袋有料化に対する方向が一致していることも述べられている。これらのことから、行政の協力があると、都道府県民のレジ袋有料化についての理解も早くなり、準備もスムーズに行えると事業者は考える。行政の協力を必要とする理由は、他にもある。

表7 「行政の協力が必要」詳細 (n=9) ※複数回答可

詳細	回答数
行政の強い関心が必要	4
県、婦人会、PTA各種団体、小売業者が手を組んで開始したため、県民の皆さんへの浸透は早くに伝わった。	1
地域での行政の条例があればスムーズに進むと思う	1
M県の場合は、県単位で方向が一致しており、県単位での取り組みの為、企業としてはありがたい。なかなか、M県の様な行政はなく、他の県のモデルとなる行政だと思う。ただし、行政は、収益金が右肩下がりになることを知っていただきたい。県全体での自主協定としているが、「レジ袋無料」として広告している小売店もある。県民含めて周知宣伝が今後も必要と考えている。	1
N県では、自治体(県を中心に市町村)、消費者団体(収益金を環境問題に使う)、お店の三位一体で取り組むことをアピールしたことが、メディアにも取り上げられ、スムーズに行えたことが良かったと思う。	1

各事業者におけるレジ袋の販売価格決定理由を表8に示す。他者、他店の販売価格を参考に決めている事業者が多い。

表8 各事業者におけるレジ袋の販売価格決定理由 (n=34) ※複数回答可

販売価格の決定理由	回答数	回答率 (%)
他社、他店の販売価格を参考決める	8	23.5
収益が出るように	5	14.7
価格を安くして安易に購入される価格でなく、お客様が高すぎると感じない程度の価格	5	14.7
参加している自主協定で定められている	4	11.8
グループで統一	3	8.8
仕入れ値と同額	2	5.9
損失にならない整数	2	5.9
仕入高より高く、ワンコインで	1	2.9
加入している事業連合で決められている	1	2.9
熊本市以外の店舗は、創業時より1枚1円で継続	1	2.9
当店で5円と決めている	1	2.9

表 3, 4, 5, 7 でも、競合店や同一地域の事業者などの取り組みに注目していることから、他者、他店とのサービスの差ができないように、注意しているのではないかと考える。行政の協力の元、同一地域での同時スタートが事業者に望まれる。

(2)事業者の収益金及び有料化前後の経費変化についての把握 (目的 2)

1)レジ袋有料化による収益金算出

滋賀県や富山県等は、「レジ袋収益金は、レジ袋販売代金からレジ袋納品原価及び消費税を差し引いたものである」と定義されている^{4), 5)}。この収益金について、以下のような例を挙げて考えた。この収益金について、以下のような例を挙げて考えた。

ある事業者の客数 1000 人、レジ袋仕入れ値 3 円、レジ袋販売価格 5 円、レジ袋使用率は有料化によって 60%から 20%に減少したとする。ここで、事業者の有料化前のレジ袋に関する支出と収入をそれぞれ A1, B1 とすると、その経費は B1-A1 となる。また、有料化後の支出と収入を A2, B2 とすると、その経費は B2-A2 となる。これを表 9 のように示す。

表 9 レジ袋有料化前後の経費

	有料化前	有料化後
支出	A1	A2
収入	B1	B2
経費 (=収入-支出)	B1-A1	B2-A2

この時、事業者(自主協定)が定義する収益金は、有料化後の経費 (=収入-支出) である。

$$B2 - A2$$

と表せる。

つまり、実際に計算すると、

$$A1 = 1000 \times 0.6 \times 3 = 1800 \text{ 円}$$

$$A2 = 1000 \times 0.2 \times 3 = 600 \text{ 円}$$

$$B1 = 0 \text{ 円}$$

$$B2 = 1000 \times 0.2 \times 5 = 1000 \text{ 円}$$

よって、事業者が定義する収益金は、

$$B2 - A2 = 400 \text{ 円, である。}$$

しかし私は、これは本当に収益金といえるのかと疑問を抱いた。というのは、本来の「収益金」とは、つまり、純収益金は、有料化実施に伴って減少した「事業者の経費」であるべき、と考えるからである。

具体的には、

純収益金

$$= \text{「有料化後の経費」} - \text{「有料化前の経費」}$$

$$= (B2 - A2) - (B1 - A1)$$

である。上記の例では、

$(1000 \text{ 円} - 600 \text{ 円}) - (0 \text{ 円} - 1800 \text{ 円}) = 2200 \text{ 円}$ であり、事業者が定義する収益金 400 円の 5.5 倍になる。

各事業者の算出方法から収益金を算出したものを表 10 に示す。有料化前後というのは、レジ袋直前直後の 1 年とする。計算上の収益金は、各事業者の収益金算出方法の式より、レジ袋有料化前後のレジ袋仕入れ値とレジ袋使用枚数、販売価格から山田が算出したものである。実際の収益金は、アンケート調査で収益金の発生有無と共に、事業者で収益金としている金額を回答してもらったものである。このように計算上の収益金と実際の収益金の差を見ると、事業者 d は、計算上より実際の方が少なく収益金として扱っていることが分かる。その他の事業者は、実際の収益金の方が多い。

表 10 収益金算出 (単位: 円/年)

事業者	収益金算出方法	計算上の収益金 (X)	実際の収益金 (Y)	X-Y
a	販売金額-仕入価格	638,900	500,000	138,900
b	販売枚数	3,230,340	1,000,000	2,230,340
c	利用されたレジ袋枚数×5円	30,935	20,000	10,935
d	レジ袋販売価格-レジ袋仕入価格	-1,213,212	0	-1,213,212
e	販売価格-消費税-原価	10,445,699	9,960,000	485,699
f	販売高-仕入高	1,080,208	800,000	280,208

2)純収益金

表 9 より、純収益金を算出し、表 11 に示す。純収益金の合計は、計算上の収益金の合計の約 9.67 倍であり、実際の収益金の合計の約 11.20 倍である。

表 11 純収益金と収益金との比較 (単位: 円/年)

事業者	計算上の収益金 (X)	実際の収益金 (Y)	「収益金」(Z)	Z/X	Z/Y
a	638,900	500,000	4,245,500		
b	3,230,340	1,000,000	8,627,914		
c	30,935	20,000	1,172,437		
d	-1,213,212	0	8,266,334		
e	10,445,699	9,960,000	98,543,299		
f	1,080,208	800,000	3,551,824		
合計	14,212,870	12,280,000	124,407,308	8.75	10.13

レジ袋有料化を取り組む際に、告知やレジ袋以外の消費物にコストがかかることもあるので、これらに収益金を回すこともあるかもしれないが、有料化前はレジ袋代を事業者側が負担していたのだから、有料化後もそれは継続するべきではないだろうか。

3)収益金の使途

収益金使途を表 12 に示す。都道府県や市町村に関する寄付先が多い中で、都道府県や市町村に直接寄付している事業者が多い。また、小学校に寄付している事業者が多いことも分かった。この寄付先の決定方法は、次の通りである。収益金寄付先の候補は、自社が寄付先に申し込む場合が多く、候補が複数ある場合は、店舗が所在する都道府県や市町村を優先する場合が多い。収益金の使途の決定は非常に難しく、行政が開くと決定しやすい。

表 12 収益金の使途 (n=54)

寄付先	回答数	回答率 (%)
都道府県	30	55.6
市町村	26	48.1
自社	8	14.8
団体	6	11.1
学校	5	9.3
NPO法人	4	7.4
国際グループ	1	1.9
他社	1	1.9
把握していない	1	1.9
その他	1	1.9

5. 結論

(1)各事業者におけるレジ袋有料化前後の実施内容について (目的 1)

1)レジ袋有料化に関する自主協定に参加した理由

一番多い理由は「環境をよくしたいから」であるが、4 つに大きく分類すると、環境に関する理由と行政に関する理由が同じくらいである。環境に対する意識が高く、行政の影響も大きいと考える。

2)レジ袋有料化開始の告知

レジ袋有料化の準備期間には、「周知の徹底」に注意しておくべき、と考える事業者が多い。周知の不徹底が客数の低減にもつながるとも考えられるからだ。この対策として、レジ袋有料化の告知方法は、「ポスターでの呼びかけ」が主流であるが、周知の徹底をスムーズに進めるために、行政の協力があると良いという意見もある。行政の協力により、レジ袋の有料化を県民に早く伝えることができたことや、条例があればスムーズに取り組みが進むこと、県単位でレジ袋有料化に対する方向が一致していることも述べられている。

レジ袋の販売価格は、他者、他店の販売価格を参考に決めている事業者が多い。レジ袋有料化に関する定に参加した理由等でも、競合店や同一地域の事業者などの取り組みに注目している。

(2)事業者の収益金及び有料化前後の経費変化について (目的 2)

1)レジ袋有料化によって発生する収益金の算出

純収益金の合計は、計算上の収益金の合計の約 9.67 倍であり、実際の収益金の合計の約 11.20 倍である。つまり、有料化前はレジ袋代を事業者側が負担していたのだから、有料化後もそれは継続すべきではないかと考える。

2)収益金使途

収益金の使途は、都道府県や市町村に関する寄付先が多い。

(3)研究全体を通しての考察

レジ袋有料化前後の事業者の取り組みの実施において、「行政の協力」が必要である。この理由は以下の通りである。レジ袋有料化に関する自主協定に参

加した理由で一番多いのは、「環境をよくしたいから」であるが、4 つに大きく分類すると、環境に関する理由と行政に関する理由が同じくらいである。環境に対する意識が高く、行政の影響も大きいと考える。

また、レジ袋有料化の準備期間には、「周知の徹底」に注意しておくべき、と考える事業者が多い。周知の不徹底が客数の低減にもつながるとも考えられるからだ。この対策として、レジ袋有料化の告知方法は、「ポスターでの呼びかけ」が主流であるが、周知の徹底をスムーズに進めるために、行政の協力があると良いという意見もある。行政の協力により、レジ袋の有料化を県民に早く伝えることができたことや、条例があればスムーズに取り組みが進むこと、県単位でレジ袋有料化に対する方向が一致していることも述べられている。

環境問題を改善するための取り組みであるが、客数の低減により、経営に影響出てしまつては取り組む意味がない。このような時、行政の協力により、同一地域で一斉にレジ袋の有料化を開始すると、取り組みやすくなると考える。

また、レジ袋有料化に関する収益金について、レジ袋販売価格からレジ袋仕入れ原価またはレジ袋仕入れ原価と消費税を引いたものとするのではなく、有料化前に負担していたレジ袋代はレジ袋有料化後も負担するべきだ。そのためにも、やはり行政の協力により、事業者の負担を軽減する必要がある。

これからレジ袋有料化の取り組みを行う事業者は、レジ袋有料化前には十分な準備期間を取り、また従業員の有料化に対する理解度を一律にすることで、お客様への有料化に対する理解を得られるようにする。そして、まだレジ袋有料化に関する自主協定を締結していない都道府県は、レジ袋有料化の取り組みを行っている事業者やこれから取り組みを行う事業者に関心を持ち、同一地域で取り組めるようにする必要がある。

6.参考文献

- 1) 宮地毅：生活協同組合コープこうべのレジ袋削減の取り組み、廃棄物学会誌, 19(5), pp.207-214(2008)
- 2) 藤谷亮一：レジ袋削減から始まるエコライフスタイル、廃棄物学会誌, 9(5), pp.201-206(2008)
- 3) 森万由香：都道府県単位でのレジ袋削減に関する自主協定の実施実態の把握及び拡大への方策、滋賀県立大学環境社会計画専攻 2010 年度卒業論文
- 4) 滋賀県ホームページ：データ<<http://www.pref.shiga.lg.jp/>>, 2014-12-20
- 5) 富山県ホームページ：データ<<http://www.pref.toyama.jp/>>, 2014-12-20

