



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%

平成18年度 地球温暖化防止に係る国民運動における
NPO・NGO等の民間団体とメディアとの連携支援事業

「スタイリッシュなマイバッグ運動の普及促進事業」

事業報告書

平成18年8月～平成19年1月

宇部市地球温暖化対策ネットワーク

宇部日报社

目 次

1. 活動の目的	1
2. 活動の内容	1
3. 活動の詳細	3
4. 活動の評価	6
5. レジ袋配布実態調査アンケート結果	7
添付資料	
-1 第一回アンケート調査表	12
-2 アンケート集計	14
-3 グリーンコンシューマー度チェック表	15
-4 グリーンコンシューマー度チェック集計	16

1. 活動の目的

本事業は平成 18 年度 地球温暖化防止に係る国民運動における NPO・NGO 等の民間団体とメディアとの連携支援事業として宇部市地球温暖化対策ネットワークと宇部日報社が共同で行ったものです。

本事業では、マイバッグ運動によるレジ袋の削減を推進します。比較的取組みやすく、結果もわかりやすいマイバッグキャンペーンによって、地球温暖化に対する意識の改革とマイバッグ運動による CO2 削減を図ります。

改正容り法の成立により、一部の店舗ではマイバックを積極的に推進する機運が高まっていますが、マイバッグの普及は現状、未だ十分とはいえません。特に若者層へのマイバッグ普及率は非常に低いものとなっています。

しかし、使い捨てを前提としないマイバッグは、機能的で使いやすくスタイリッシュなものにすることができます。個性を重視したオリジナリティあふれるバッグにすることもできます。本事業では、地球温暖化防止運動の面からだけでなく、マイバッグのスタイリッシュなイメージを強調し、ファッション要素など楽しみを加えてマイバッグの普及を図ります。広告のプロであるメディアの協力を仰ぐことで、古いイメージを払拭し、新しいマイバッグのイメージ、機能的でスタイリッシュなイメージの定着をはかります。

2. 活動の内容

(1) レジ袋の配布状況の調査と市民の意識調査・啓発

- ・レジ袋配布実態調査
- ・グリーンコンシューマー度チェック

(2) オリジナルマイバッグの作成支援

- ・市民祭でのマイバッグ手作りブースの出店
- ・使い古しの傘からの手作り教室開催
- ・マイバッグコンテストの開催
- ・オリジナルマイバッグ展示会を開催

(3) 11 月マイバッグ月間

(4) グリーンコンシューマー、マイバッグ運動の継続支援

- ・「めざせ マイバッグ党 1000 人運動」

3. 活動の詳細

(1) レジ袋の配布状況の調査と市民の意識調査・啓発

○レジ袋配布実態調査

期間：第一回 8月20日～ 9月15日

第二回 12月 5日～12月10日

目的：事業の効果把握

レジ袋実態の把握

対象：宇部市内のスーパーストア、生活協同組合、コンビニエンス・ストア、学校生協、書店、ドラッグストア、大型家電販売店

※詳細はレジ袋配布実態調査結果(7～11 ページ)に記述

○「グリーンコンシューマー度チェック」実施

期間：8月20日～11月15日

目的：消費者の意識調査と啓発

対象：宇部市地球温暖化対策ネットワーク会員、一般市民

協力者 約 2000 名

○グリーンコンシューマー啓発ポスター展示

リサイクルフェア(10月8日)、宇部まつり(11月5日)

(2) オリジナルマイバッグの作成支援

○市民祭でのマイバッグ手作りブースの出店

無地のバッグ (Mサイズ 150円、Lサイズ 200円) を用意し、アイロンプリントや染色クレヨンによって、来場者にその場で楽しみながらマイバッグを作ってもらおうオリジナルマイバッグの作成支援ブースの出店

・宇部市リサイクルフェア(10月8日)

販売数：44枚(Mサイズ 36枚、Lサイズ 8枚)

・宇部まつり(11月5日)

販売数：106枚(Mサイズ 60枚、Lサイズ 46枚)

○オリジナルマイバッグコンテストの開催



【募集期間】 9月15日～10月25日

【応募数】 302点

【応募人数】 160名

【賞】 大賞1、準大賞1、個別賞3、特別賞3、佳作7、賞10

・宇部日報紙面上にて募集記事の掲載(9月2日、5日、10月19日)

・宇部日報紙面上で全面広告の掲載(9月15日、10月11日)

・マイバッグ審査会(10月28日)

場所：宇部市役所 審査員：7名

・宇部日報紙面上にてコンテスト結果発表(11月2日)

・宇部まつりメインステージ上にて表彰式(11月5日)

受賞作品をファッションショー形式にて発表

環境クイズ、受賞者へのインタビューの内容を盛り込む

- ・応募作品の展示会を開催(11月7日～9日)



場所：宇部市文化会館

展示数：302点

来場者数：617人

(7日 104人、8日 376人、9日 137人)

- 使い古しの傘からの手作り教室を開催

手作り教室を2回開催

場所：宇部市環境保全センター内 市民工房

講師：宇部市消費者の会

第1回手作り教室(10月12日) 受講者 15名

第2回手作り教室(10月18日) 受講者 14名



(3) 11月マイバッグ月間

○市内店舗に協力を要請

- ・コープやまぐち
- ・フジグラン宇部



○マイバッグ月間ポスターを作製

○宇部日報紙面上で全面広告の掲載(11月1日)

(4) グリーンコンシューマー、マイバッグ運動の継続支援

○「めざせ マイバッグ党 1000人運動」

グリーンコンシューマー度チェック表に答えてもらい、これからレジ袋削減に取り組もうという人にマイバッグ党を宣言してもらい、宇部日報紙面上で氏名を発表する(希望者のみ)

- ・マイバッグ党宣言者を募集開始(9月19日)
- ・宣言者紙面上で発表開始(9月21日)
- ・マイバッグ党1000人達成(10月26日)
- ・宣言者募集終了(10月30日)

最終宣言者数 1166人



マイバッグ党を宣言した先着 1000 名にプレゼントされたオリジナルの携帯ストラップ

4. 活動の評価方法

(1) 評価の方法

事業前後のレジ袋配布実態調査により、各店舗からレジ袋不要消費者の割合（レジ袋辞退率）を報告いただいた。このレジ袋辞退率の差により、レジ袋削減量を推定、CO₂削減量を算定し、事業の効果評価とした。

活動によってレジ袋辞退率は2.8%向上した。

CO₂削減量算定式

$$179,505 \text{ 人} \times 300 \text{ 枚} \times 0.028 \times 47.9\text{g} \\ = 72.23 \text{ t (CO}_2\text{)}$$

※算定方法の詳細は次ページのレジ袋配布実態アンケート結果に記述

(2) 活動の評価

- ・今回の活動でレジ袋辞退率は14.8%からに17.6%に上昇した。

今回、レジ袋対策を積極的に推進した店舗と、積極的でない店舗では上昇率に大きな差があり、活動による効果は業種、店舗によってムラがあった。またレジ袋対策を従来から積極的に行い辞退率の高いケースでは上昇率が低かった。（特に辞退率が40%以上になっている店舗。）

課題

- レジ袋辞退率は各店舗からの報告値であり、店舗毎に辞退率の把握の方法はまちまちであった。
- 調査対象店舗の業種、規模、売上等に大きな違いがあった。
- 前調査から後調査までの期間が短い。季節による影響を考慮せず。

- ・CO₂削減量として年間72トンは期待した数値より低かった。

計算上は市民1人当たり平均、年間レジ袋8枚の削減との結果であった。現状のままでは辞退率が15%程度で頭打ちかもしれない。辞退率をさらにアップするためには、他の奨励策またはレジ袋有料化策等の導入が必要と思われる。

今回事業により、市民の環境意識向上によるレジ袋削減以外での（カウントできない）CO₂削減効果はあったと思われる。

- ・今回の活動により市民へのマイバッグに対する意識は高まった。

下地は出来たので今後は、特典をもうけるなど店舗における直接的な活動が効果的だと思われる。

- ・市民参加型の事業を今後も検討する。

（ マイバッグコンテスト 応募数 302 点 展示会 来場者数 617 人
マイバッグ教室 参加 29 名
好評をいただき、今後の開催を望む声も多かった ）

- ・市民まつりでの活動は子どもに好評だった。

活動を終えて

今回の事業は主として意識啓発やマイバッグのイメージの刷新を目的として行いました。店舗におもむいて直接的にマイバッグ持参を呼びかける、といった活動ではなく楽しみながら消費者にマイバッグについて、ひいては環境について考えてもらうことを目的としていました。そのため、活動によって劇的にマイバッグ持参率が改善するというような活動ではありませんでした。しかし、今回のような消費者の意識を変える活動の効果は、活動を行っている間だけの短期間で終わるような成果ではなく、活動を終えてからも長期間にわたって継続していくものと考えられます。

活動を通じて多くの業種でレジ袋の削減効果が見られました。第1回アンケートでのレジ袋辞退率の平均 14.8%から第2回アンケートでは 17.6%に上昇しました。今回のアンケートでは宇部市全体のレジ袋配布実態を把握するため、さまざまな業種にアンケートを依頼しました。しかし、薬局や書店といった消費者、店舗側ともにレジ袋対策を進めていない業種では活動による改善がほとんど見られませんでした。また、逆にレジ袋対策を積極的に推進しており、すでに 40%以上の辞退率をあげているような店舗でもあまり改善がみられませんでした。そのため全体的にみると 2.8%と小さな上昇となってしまいましたが、活動によって 10%以上もレジ袋辞退率が上昇した店舗もありました。特にレジ袋辞退率が 10~20%のスーパーマーケットではレジ袋辞退率の上昇が大きくなる傾向にありました。

数値に表れたような結果だけではなく、今回の事業を通じて広く市民の方々に環境について考えるきっかけを与えられたことがこの事業の成果だともいえます。今回の事業を通じて改めてマスメディアの持つ影響の大きさを実感しました。私たちの活動は環境に強い興味がある人たちのみが対象になってしまいがちです。しかし、マスメディアの力を借りることで、今まで環境に強い関心をもっていなかった人以外にも、活動を広めることが出来ました。今回の事業では、そうしたメディアの持つ特性を生かせるよう「楽しさ」を前面に出したことで、広く一般の方の支持を集められたのだと思います。

宇部まつりやリサイクルフェアなど市民祭でマイバッグ運動を行ったことで多くの方に参加してもらえました。特にマイバッグ作成ブースでは小学生が多く参加してくれました。子どもたちが真剣にマイバッグを作っている姿はとても印象に残っています。子どもたちの多くは長い時間をかけてマイバッグを製作していたので、その間にマイバッグや環境を守ることの大切さを語りかけることができました。子どもたちもとても素直に耳を傾けてくれました。出来上

がった自慢のバッグを中心として家庭で、学校で環境について話し合う機会をもってもらえたらと思います。

使い古しの傘を利用したマイバッグ教室は主婦の皆様に参加していただきました。この教室は「使い古しの傘からマイバッグ」というアイデアのおもしろさから好評をいただきました。教室は2回開催しましたが、各回とも希望者が多く、定員オーバーのためお断りした方もおりました。マイバッグ教室で講師をしていただいた宇部友の会の皆様は使われなくなったものから新しいものを作り、ゴミを削減するとともに物を大切にすることを目的としてマイバッグ以外にも各種教室を開催しています。今回マイバッグ教室に参加されて興味をもたれた方や、定員オーバーのため残念ながらマイバッグ教室に参加できなかった方はぜひこれらの教室に参加してみたいと思います。

オリジナルマイバッグコンテストの反響の大きさは私たちの想像を超えたもので、ここでもメディアの持つ影響の大きさを実感いたしました。中には「もう何年もこのバッグを使っています」という愛用のバッグを出品された方や、「コンテストのために愛着のある古着をリフォームして作りました」というものを出品される方も多くいらっしゃいました。「もう使えないのだけど愛着があって捨てられない」という気持ちや「地球環境のために自分で出来ることから何かしたい」という熱い思いがこめられた作品。その応募の数と質、こめられた思いの大きさに圧倒された私たちは急遽、マイバッグ展示会を開催しました。展示会は連日たくさんの方々でにぎわいました。これだけの気持ちが込められたマイバッグですから、さっと通り過ぎることはできなかったのでしょう。一点一点じっくりと見て回られる方ばかりでした。なかには会場に何時間もいらしゃった方もいたほどです。「ここで展示されている作品を参考に私もマイバッグを作りたい」、「皆様が楽しみながら環境対策に取り組んでおられる様子が伝わった」というお声を多く頂戴しました。また、会場のあちこちで作品の感想を述べ合ったり、このようにしてこの作品できたのだと自分の作品を解説したりと人々の交流の輪が出来ていました。

このように今回の事業を通じて、市民のネットワークが広がり、新たな活動があちこちで生まれました。これらは数字では計ることのできないもうひとつの大きな、大きな事業成果であったと思います。ひとりが環境のために行えること、それは本当に小さなことかもしれませんが、しかし、その小さな積み重ねが大きな成果、大きな行動になっていきます。今回の事業で生まれた新たなネットワーク、新たな出会い、新たな考え方…それらが積み重なって大きな成果が生まれることを期待します。

レジ袋配布実態調査アンケート結果

調査の概要

マイバッグ持参を推進するにあたって、店舗でのレジ袋配布実態調査を行った。マイバッグ運動前後でマイバッグ持参率、レジ袋の消費枚数の変化を調べることによって、マイバッグ運動の効果をはかった。

- 調査対象 宇部市内のスーパーストア、生活協同組合、コンビニエンス・ストア、大学生協、書店、ドラッグストア、大型家電販売店
- 調査方法 調査対象の店舗へアンケート調査票(添付資料・1)による
- 送付・回収 アンケートはマイバッグ運動の前後2回実施した。
 第一回アンケート調査は対象59店舗に送付し、33店舗からの回答を得た。
 (回収率 55.93%)。
 第二回アンケート調査は第一回アンケート調査に協力していただいた店舗に対して行った。
- アンケート実施期間 第一回 2006年8月20日～2006年8月30日
 第二回 2006年12月5日～2006年12月15日
- 運動効果の評価方法 2回のアンケート調査の差により、レジ袋削減量を推定、CO₂削減量を算定し効果の評価を行う。
- CO₂削減量 算定式 $179,505 \text{人}^{*1} \times 300 \text{枚}^{*2} \times 0.028^{*3} \times 47.9\text{g}^{*4}$
 $= 72.23 \text{ t (CO}_2\text{)}$

※1：宇部市の人口 平成17年刊宇部市統計書

※2：1人当たりの年間レジ袋使用枚数 日本ポリオレフィンフィルム工業組合資料

※3：店舗のレジ袋削減率 アンケート調査より推定（I. 活動の効果把握を参照）

※4：レジ袋1枚当たりのCO₂排出量

$$18.3[\text{ml}/\text{枚}] \times 0.71434[\text{gC}/\text{ml}] \times 44/12 = 47.9 [\text{g}(\text{CO}_2)/\text{枚}]$$

・ 18.3[ml/枚]：レジ袋一枚あたりの原油換算量

日本ポリオレフィンフィルム工業組合資料

・ 0.71434[gC/ml]：原油のCO₂排出係数（炭素換算）

$$\left(\begin{array}{l} \text{環境省} \\ \text{原油 } 0.0187[\text{t C}/\text{GJ}] \times 38.2[\text{GJ}/\text{kl}] = 0.71434[\text{gC}/\text{ml}] \end{array} \right)$$

I. 活動の効果把握

レジ袋削減量を把握するため、アンケートによって各店舗に一月あたりのレジ袋配布量とレジ袋辞退率を記入してもらい、第一回と第二回アンケートにおける変化をレジ袋削減量とした。

まず、各業種で一月あたりのレジ袋配布量、レジ袋辞退率を計算した。平均レジ袋削減率を求めるため以下の計算を行った。レジ袋辞退率の値の変化が全体のレジ袋削減率に与える影響はレジ袋を配布する量によって異なる。まず、仮に全員がレジ袋を辞退せずレジ袋を配布したと仮定したときのレジ袋配布量(仮全配布)を求めた。その値にレジ袋辞退率をかけたものが辞退枚数となる。各業種によって店舗数が異なるため仮全配布、レジ袋辞退率に店舗の構成比による重み平均を取り、店舗におけるレジ袋辞退率の平均とした。

	業種	スーパー	大学生協	コンビニ	薬局	書店	家電店	平均
	店舗数	19	2	5	1	3	2	
	構成比	0.59375	0.0625	0.15625	0.03125	0.09375	0.0625	
第1回	レジ袋配布量	57286	10500	20533	10000	12500	2895	
	レジ袋辞退率	0.15	0.25	0.13	0.05	0.05	0.32	
	仮全配布	67395	14000	23601	10526	13158	4257	46407
	辞退枚数	10109	3500	3068	526	658	1362	6864
	レジ袋辞退率平均							
第2回	レジ袋配布量	59143	14000	24000	10000	12500	2910	
	レジ袋辞退率	0.18	0.22	0.16	0.05	0.05	0.41	
	仮全配布	72126	17949	28571	10526	13158	4932	50281
	削減枚数	12983	3949	4571	526	658	2022	8874
	レジ袋辞退率平均							

レジ袋辞退率の平均は第一回アンケート 14.8%、第二回目アンケート 17.6%であった。以上から、 $17.6\% - 14.8\% = 2.8\%$ を本事業によるレジ袋削減効果とする。

今回行ったレジ袋削減の取組みは店舗におもむいてマイバッグ持参を呼びかけるというような直接的な活動をではなく、消費者の意識啓発を中心としたものだったため、活動の効果は直接数値に表れにくいものであった。活動を通じて多くの業種で削減が見られたが、大学生協のみ削減が見られず、逆に増加を示した。これは第一回のアンケート時、大学が夏季休業中だったため大学生協の利用人数が減りレジ袋配布量が少なかったことが原因として考えられる。第一回目と第二回目では条件が異なるため活動の効果をはかるデータと信頼性が低いものとなってしまった。今回のアンケートでは宇部市全体としてのレジ袋の実態を把握するため、さまざまな

業種にアンケートを依頼した。しかし、薬局や書店などの消費者、店舗側ともにレジ袋対策を進めていない業種では活動による改善はほとんどみられなかった。また、逆にレジ袋対策を積極的に推進しており、すでに40%以上の辞退率をあげている店舗でもあまり改善がみられなかった。そのため全体的にみると2.8%の上昇となってしまったが、活動によって10%以上もレジ袋辞退率が上昇した店舗もあった。特にレジ袋辞退率が10~20%のスーパーマーケットでレジ袋辞退率の上昇が大きくなる傾向にあった。

II. 結果の詳細の考察

1. 店舗の意識

「レジ袋の削減は環境問題の改善につながる」と答えた店舗が全体の89.1%を占め、レジ袋削減は環境に優しいという考えは一般的に広まっているといえる。

レジ袋削減による店舗のイメージについては、「レジ袋の削減は店舗のイメージアップにつながる」と答えた店舗が全体の34.4%となり、レジ袋削減を前向きにとらえている店舗が多いこと、逆に「レジ袋の削減の対策をしないことは店舗のイメージダウンにつながる」と答えた店舗も全体の29.7%にのぼり、レジ袋削減に対して店舗側が強い危機感を持っていることが伺えた。

また、「レジ袋削減は店舗のコスト削減につながる」と答えた店舗は70.3%となりレジ袋の削減はコストの面からみても有効であることがわかる。

一方、「レジ袋の削減はサービスの低下につながる」と答えた店舗は全体の1.6%にとどまった。

店舗側の意識に反してレジ袋の削減がなかなか進まない要因として、お客さまに欲しいといわれると断ることが出来ない、有料化すれば効果があることがわかっていても他店との競争があり、踏み切れないなどの声が聞こえてきた。「レジ袋の削減は店舗・消費者・行政の協力が必要である」という項目に89.1%の店舗が答えたことからそれが伺える結果といえる。

2. レジ袋削減の取組み

(1) 優遇措置

レジ袋持参のお客さまに優遇措置をとっている店舗は、スーパーマーケット、学校購買でみられ、それ以外の業種では見られなかった。レジ袋削減対策は業種によって大きく異なっており、最も力を入れている業種はスーパーであることが分かる。スーパーでは店舗で配布するレジ袋の枚数も多く、レジ袋削減対策の効果も大きいことが期待される。

優遇措置を取っている店舗はスーパー全体の約30%で、スーパーの中でも店舗による意識の差が大きいことがうかがえる。優遇の方法はスタンプ方式やポイント還元が主流となっている。

このような優遇措置は消費者にレジ袋削減に協力してもらうための制度であるが、優遇を受けるために商品を一点だけ買い、袋を断る人がいるなど消費者のモラルの

低さを嘆く店舗もある。何のためのサービスなのかということを経営者一人一人が自覚する必要がある。立場上、消費者の意識を高めるための活動を店舗が行うことは難しい。この役割は行政や環境団体が受け持つことがよいと思われる。

(2)店舗での啓発

レジ袋削減の取組みとして最も多かったのは「レジ袋が必要かどうかの声かけを行っている」店舗で全体の 39.1%の店舗が行っている。声かけを行っている店舗はスーパーでは 23.7%なのに対し、コンビニは 100%であった。レジ袋削減を呼びかけるポスターを掲示している店舗はスーパーで 21.1%対してコンビニは 70.0%にのぼった。

布製などのマイバッグの販売を行っている店舗はスーパーと大学生協でみられ、それぞれ 36.8%と 50.0%であった。また、定期的にマイバッグ持参キャンペーンを行っている店舗はスーパーで 18.4%、大学生協で 25.0%であった。

(3)レジ袋の工夫

レジ袋の素材を薄くし、省資源をはかっている店舗は全体の 46.9%にのぼり、また、スーパーをはじめ複数の業種に見られた。買い物量に合わせたレジ袋を渡している店舗はスーパーで 89.5%その他の業種でも 30~50%の高い数値が見られた。

以上のことから、業種によってレジ袋の削減対策に温度差があることが明らかとなった。レジ袋の削減に力を入れているのはスーパー、コンビニ、大学生協であり、それ以外の業種では具体的な対策を行っていない店舗が多い。

レジ袋削減のための手法としてスーパーでは優遇措置やキャンペーン、布製バッグの販売など具体的な対策に力を入れ、コンビニでは声かけやポスターによる啓発に力を入れているなどその手法の違いも明らかとなった。

業種間の差だけでなく、同じ業種内でも店舗によって対策に大きな差がある。特にレジ袋の配布枚数の多いスーパー業界では、積極的に優遇措置やキャンペーンを行う店舗が見られる一方、まったくレジ袋削減対策を行っていない店舗も 31.6%にのぼるなど取組みの差がはっきりと数字にあらわれた。

3.今後の取組み

レジ袋削減に対する今後の取組みは業種によって差が見られる結果となった。「マイバッグ持参の方へのサービスをしたい」と答えた店舗はスーパーで 34.4%、コンビニ 40%、大学生協 70%とスーパー、大学生協で現在の取組みと同じ傾向を示す一方、現在サービスを行っていないコンビニが意欲を見せている。「啓発活動を行いたい」と答えた店舗はスーパーで 39.5%、コンビニで 70%となり、ここでもやはり現在の取組みを反映した結果となっている。一方、市や環境NPO等の行うキャンペーンに積極的に参加したいと答えた店舗は 4.7%と大変低い結果となった。レジ袋の削減には店舗、消費者、行政の共同の取組みが必要であると 89.1%の店舗が答えていることとあわせると、行政、環境NPO等はこの結果を重く受け止める必要があ

る。今後は魅力的かつ効果的なレジ袋削減対策キャンペーンを店舗側に提案していくこと重要になってくるだろう。最も効果が予想される有料化に対しては「有料化したい」と答えた店舗はコンビニで90.0%、大学生協で50.0%にのぼった。それに対し、スーパーでは0%と慎重な姿勢を見せている。環境負荷の低いレジ袋を使いたいと答えた店舗は全体では32.8%、それに対してスーパーで42.1%となった。

コンビニがレジ袋有料化に対し積極的な姿勢を見せる一方、スーパーは慎重な姿勢を見せている。一店あたりのレジ袋配布枚数が多いスーパーではレジ袋の有料化は大きな意味を持ち、慎重にならざるを得ないという構図が見えてくる。スーパーでは有料化に対しては慎重ではあるものの、今後も継続してマイバッグの推進や啓発活動、環境負荷の低いレジ袋を使うなどの対策を行いレジ袋の削減に努める姿勢が読み取れる。

4.レジ袋削減のために必要なこと

「消費者の理解・協力を求める活動の実施」は全体の90.6%、「販売店の意識が変わること」は48.4%となり、消費者の協力がレジ袋削減のために必要だと考える店舗が大多数を占めている。また、半数近くの店舗が販売店の意識が変わることを挙げており、今後の取組みが期待される。「周辺店舗と協力してレジ袋削減対策を実施する」と答えた店舗は全体で32.8%となっているのに対してスーパーでは42.1%となっており、レジ袋配布枚数の多いスーパーではレジ袋削減対策をしたいが他店との競争がありなかなか実行に踏み出せないと考えている店舗が多いことを示している。「法令や条例によるレジ袋の有料化や課税など」が必要だと考えている店舗は全体の50.0%となった。

まとめ

この調査を通じて、店舗側のレジ袋削減に対する意識、特に業種によって考え方が大きく異なっていることが明らかとなった。レジ袋削減の中心となるのは、やはりレジ袋の消費枚数の多いスーパー、コンビニ業界であろう。また、それらの業界では多くの対策が講じられている。しかしながら、店舗による格差も大きく、まったく対策をしていない店舗も存在する。

今後、宇部市地球温暖化対策ネットワークは、市民の立場で取り組めるマイバッグ持参運動について、市民への意識調査や普及活動を通じてマイバッグ持参の推進策を行っていくとともに、まだ対策を行っていない店舗への啓発にも力を入れていきたい。また、このアンケートを通じてマイバック運動の推進のための行政・店舗・消費者の役割分担が見えてきた。納得してレジ袋削減行動を行ってもらうように環境やレジ袋に対して正しい知識を与えるのが行政や環境団体の役割であり、店舗の役割は具体的な削減計画やキャンペーンを通じて消費者の行動を促すことであろう。店舗と行政・環境団体が協力することで足りないところを補い合い、より大きな効果が期待できる。消費者一人一人の意識が高まって今後より大きな活動へと発展していくことを目指したい。



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%

第一回 “レジ袋配布実態調査” アンケート

平成 18 年 月 日

住 所： _____ 電話： _____ FAX： _____

店 名： _____ E-Mail： _____

担当者： _____

※ 以下の設問について該当する回答番号に○印をおつけください。また、() 内に回答をご記入ください。

I. 現在のレジ袋対策についておきかせください。

1) レジ袋に対するご意見として該当するものに○印をお願いいたします。(複数回答可)

1. レジ袋の削減は店舗のコストの削減に有効である
2. レジ袋の削減は店舗のイメージアップにつながる
3. レジ袋の削減は環境問題の改善につながる
4. レジ袋の削減は店舗、消費者、行政が共同で取組むことが必要である
5. レジ袋の削減などの環境対策を行わないことは店舗のイメージダウンにつながる
6. レジ袋の削減はサービスの低下になる
7. その他 (_____)

2) 貴店では現在レジ袋削減にどのように取り組んでいますか。

現在行っているものに○印をつけてください(複数回答可)

1. レジ袋を持ってきたお客さまへの優遇を行っている
 - ① スタンプ方式・シール方式 (_____ 回で _____ 円値引き)
 - ② ポイント還元 (_____ 回/円)
 - ③ その場でキャッシュバック (_____ 円/回)
 - ④ その他 (_____)
2. 店舗で啓発を行っている
 - ① レジ袋が必要かどうか声かけをしている
 - ② ポスターを掲示している
 - ③ レジ袋の店頭回収を行っている
 - ④ 布製などの買い物袋を販売している
 - ⑤ マイバッグ持参キャンペーンを定期的に行っている
 - ⑥ その他 (_____)
3. レジ袋を工夫している
 - ① レジ袋の素材を薄くしている
 - ② 買い物の量に合わせた大きさのレジ袋を渡している
 - ③ その他 (_____)
4. 現在、レジ袋削減対策を行っていない

レジ袋配布実態調査アンケート(平均)

店舗区分 有効回答数	スーパー	学購	コンビニ	薬局	書店	家電店	総計
	19	2	5	1	3	2	32
レジ袋削減について							
1.店舗のコスト削減につながる	73.7%	50.0%	60.0%	0.0%	83.3%	100.0%	70.3%
2.店舗のイメージアップにつながる	39.5%	0.0%	40.0%	0.0%	50.0%	0.0%	34.4%
3.環境問題の改善につながる	94.7%	75.0%	80.0%	0.0%	100.0%	100.0%	89.1%
4.店舗、消費者、行政の共同の取組みが必要	94.7%	100.0%	70.0%	100.0%	66.7%	100.0%	89.1%
5.対策をしない事は店舗のイメージダウンにつながる	36.8%	0.0%	20.0%	0.0%	50.0%	0.0%	29.7%
6.サービスの低下に繋がる	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%
1.レジ袋持参の方に優遇(レジ袋削減の取組み)							
①スタンプ、シール方式	10.5%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.4%
②ポイント還元	21.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%
③その場でキャッシュバック	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2.店舗で啓発を行っている(レジ袋削減の取組み)							
①レジ袋が必要か否か声かけを行っている	23.7%	50.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	39.1%
②ポスターを掲示している	21.1%	25.0%	70.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
③レジ袋の店頭回収を行っている	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
④布袋などの買い物袋を販売している	36.8%	50.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	28.1%
⑤マイバック持参キャンペーンを定期的に行っている	18.4%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%
3.レジ袋を工夫している(レジ袋削減の取組み)							
①レジ袋の素材を薄くしている	57.9%	0.0%	30.0%	0.0%	50.0%	50.0%	46.9%
②買い物の量に合わせた大きさのレジ袋を渡している	89.5%	50.0%	50.0%	0.0%	33.3%	75.0%	71.9%
4.レジ袋削減対策を行ってない(レジ袋削減の取組み)							
	31.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	18.8%
現在のレジ袋配布状況							
一月のレジ袋配布枚数(平均)	58,214	12,250	22,267	#####	12,500	2,903	
現在のレジ袋配布状況							
レジ袋不要なお客様の割合(平均)	16.2%	25%	13%	5%	5%	32%	
レジ袋削減について今後の取組み							
①有料化したい	0.0%	50.0%	90.0%	0.0%	0.0%	0.0%	17.2%
②マイバック持参の方にサービスをしたい	36.8%	100.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	34.4%
③啓発活動を行いたい	39.5%	0.0%	70.0%	0.0%	33.3%	100.0%	43.8%
④キャンペーンに積極的に参加希望	5.3%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.7%
⑤環境負荷の低いレジ袋を使いたい	42.1%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	25.0%	32.8%
レジ袋削減のために必要なことは							
①消費者の理解・協力を求める活動の実施	94.7%	50.0%	80.0%	100.0%	100.0%	100.0%	90.6%
②販売店の意識が変わること	50.0%	50.0%	30.0%	100.0%	50.0%	50.0%	48.4%
③周辺店舗と協力してレジ袋削減対策を実施する	42.1%	0.0%	10.0%	0.0%	33.3%	50.0%	32.8%
④法令や条例によるレジ袋の有料化や課税など	55.3%	75.0%	80.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%

目指せマイバッグ党1000人!

「グリーンコンシューマー度チェック表」

※ グリーンコンシューマー:環境のことを考えて、より環境に対する負担の少ない買い物をする人々のこと。

チェック日:2006年 月 日 氏名: (男・女、 才代)

番号	項目	自己評価		
		いつも	だいたい	やってない
		2点	1点	0点
1	レジ袋を断り、マイバッグ(買い物袋)を使用している。			
2	必要なものを必要なだけ買うようにしている。			
3	包装は出来るだけ少ないものを選んでている。			
4	古紙100%のトイレトペーパーを選んでている。			
5	再生紙で作られたノートや便せんを選んでている。			
6	トレイにのっていない食品を選んでている。			
7	野菜・くだものは「地元産」「旬」のものを選んでている。			
8	食品添加物や遺伝子組み換え、原産地の表示を確認している。			
9	使い捨て容器入りの飲料を買わないで水筒を持ち歩く。			
10	詰め替え容器に入った製品を選んでている。			
11	消費電力量の少ない家電製品を選んでている。			
12	耐久消費財はできる限り修理して長く使うようにしている。			
13	同種のものなら価格が高くても環境に配慮した商品を選んでている。			
14	エコマークなど環境ラベルの有無をチェックしている。			
15	環境対策に積極的なメーカーや店を選んでている。			
16	近所への買い物は徒歩や自転車で行っている。			

・全問あてはまれば、満点は32点です。

合計: 点

・年齢や立場によってあてはまらないものも出てきます。あてはまらない項目については-を記入してください。

・何点以上でクリア、という目標を持つことも大事ですが、次にやるときに、できていなかったことができるようになることがもっと大事です。それを目指す人全員が、グリーンコンシューマーなのです。

宇部市地球温暖化対策ネットワークと宇部日報社は共同で、平成18年度環境省(チーム・マイナス6%)の支援を受けて、レジ袋削減事業(スタイリッシュなマイバッグ運動の普及促進事業)に取り組んでいます。

本事業の一環として、**目指せマイバッグ党1000人!**運動を行います。

◆これから少しでもレジ袋削減に取り組もうという人は『**マイバッグ党**』を宣言することができます。

宣言者は、宇部日報紙上に氏名が掲載されます。又、素敵なストラップ(1000ヶ限定)がもらえます。

『**マイバッグ党**』を宣言しますか?

はい

いいえ

氏名の掲載はよろしいですか?

はい

いいえ

グリーンコンシューマ集計表

質問項目	男性										女性										総計
	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	不明	小計	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	不明	小計			
	回答者数⇒	0	7	38	31	20	16	5	0	117	1	13	31	17	11	6	0	1	80		
1	やっていない	6	25	25	10	7	1		74	1	11	16	8	2	2		0	40	114		
	だいたい	0	8	5	5	7	4		29	0	2	13	8	2	2		1	28	57		
	いつも	1	3	1	4	1	0		10	0	0	2	1	7	1		0	11	21		
2	やっていない	2	3	3	0	0	0		8	0	0	3	1	1	0		0	5	13		
	だいたい	5	21	15	11	9	4		65	1	7	15	15	8	3		0	49	114		
	いつも	0	13	13	9	7	1		43	0	6	12	1	2	3		1	25	68		
3	やっていない	7	19	10	7	4	1		48	1	6	5	5	0	0		0	17	65		
	だいたい	0	11	14	6	11	2		44	0	6	24	10	7	3		1	51	95		
	いつも	0	7	5	5	1	2		20	0	1	2	2	4	3		0	12	32		
4	やっていない	4	14	9	7	5	1		40	1	9	8	7	2	1		1	29	69		
	だいたい	1	9	10	4	6	3		33	0	3	12	8	4	2		0	29	62		
	いつも	0	12	10	8	5	1		36	0	1	11	2	5	3		0	22	58		
5	やっていない	4	15	6	6	6	0		37	1	9	7	9	5	1		0	32	69		
	だいたい	3	10	10	6	9	4		42	0	3	16	5	4	1		1	30	72		
	いつも	0	10	13	7	1	1		32	0	1	8	3	1	3		0	16	48		
6	やっていない	4	24	22	13	11	2		76	1	10	15	13	4	2		0	45	121		
	だいたい	0	7	5	6	3	2		23	0	3	16	4	7	3		1	34	57		
	いつも	0	4	1	0	1	0		6	0	0	0	0	0	1		0	1	7		
7	やっていない	5	13	9	3	4	0		34	0	4	3	1	2	1		0	11	45		
	だいたい	0	17	18	11	5	2		53	1	5	19	11	5	3		1	45	98		
	いつも	0	5	2	5	6	3		21	0	4	9	5	4	2		0	24	45		
8	やっていない	3	15	13	7	3	0		41	1	4	1	3	1	0		0	10	51		
	だいたい	1	8	9	7	7	3		35	0	5	17	6	5	1		1	35	70		
	いつも	1	11	6	5	6	2		31	0	4	13	8	5	5		0	35	66		
9	やっていない	5	22	24	11	11	1		74	0	7	12	14	5	2		0	40	114		
	だいたい	1	9	6	6	3	4		29	0	6	14	2	5	4		0	31	60		
	いつも	1	5	1	2	2	0		11	1	0	5	1	0	0		1	8	19		
10	やっていない	2	7	6	3	4	2		24	1	2	1	2	1	0		0	7	31		
	だいたい	1	19	14	12	11	1		58	0	5	16	10	5	4		1	41	99		
	いつも	3	10	11	5	1	2		32	0	6	14	5	5	2		0	32	64		
11	やっていない	3	10	3	3	4	0		23	1	2	3	4	3	1		0	14	37		
	だいたい	1	17	14	11	4	2		49	0	6	21	6		5		1	39	88		
	いつも	2	10	14	6	7	3		42	0	5	7	7	2	0		0	21	63		
12	やっていない	4	7	1	1	1	0		14	1	4	4	1	1	2		0	13	27		
	だいたい	0	20	16	9	4	3		52	0	8	17	14	5	2		1	47	99		
	いつも	3	10	14	10	9	2		48	0	1	9	2	5	2		0	19	67		
13	やっていない	6	17	11	8	3	2		47	1	8	15	8	4	0		0	36	83		
	だいたい	1	19	15	9	9	1		54	0	5	14	9	3	6		1	38	92		
	いつも	0	1	5	3	2	2		13	0	0	2	0	4	0		0	6	19		
14	やっていない	5	27	17	10	5	1		65	1	11	17	13	5	3		0	50	115		
	だいたい	2	7	10	7	8	3		37	0	2	13	4	6	3		1	29	66		
	いつも	0	3	4	2	2	1		12	0	0	1	0	0	0		0	1	13		
15	やっていない	6	25	17	11	6	1		66	1	10	15	13	5	4		1	49	115		
	だいたい	1	9	11	5	9	4		39	0	2	16	4	6	2		0	30	69		
	いつも	0	3	3	3	0	0		9	0	1	0	0	0	0		0	1	10		
16	やっていない	5	19	12	5	5	2		48	1	8	20	13	6	5		1	54	102		
	だいたい	1	12	15	10	4	2		44	0	4	9	3	2	1		0	19	63		
	いつも	1	7	4	4	6	1		23	0	1	1	1	2	0		0	5	28		