

レジ袋の無料配布取り止め（有料化）に係る県民意識調査結果

本県では、平成 21 年 2 月 2 日から、県内の主要なスーパー等において、「レジ袋無料配布中止（有料化）」がスタートしましたが、この取組に関する県民意識を調査するため、下記のとおりアンケート調査を実施し、その結果を取りまとめました。

○ 調査期間

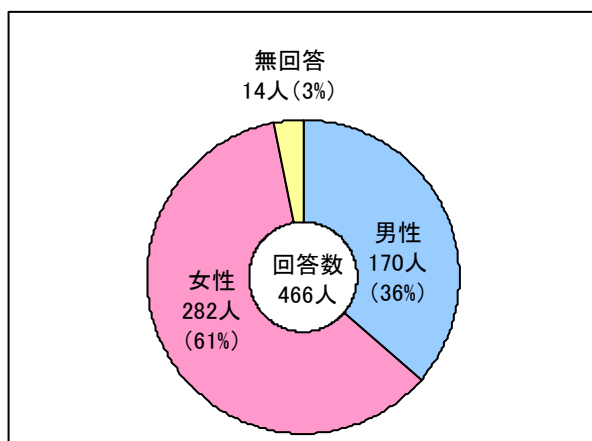
平成 21 年 12 月～平成 22 年 1 月

○ 回収結果

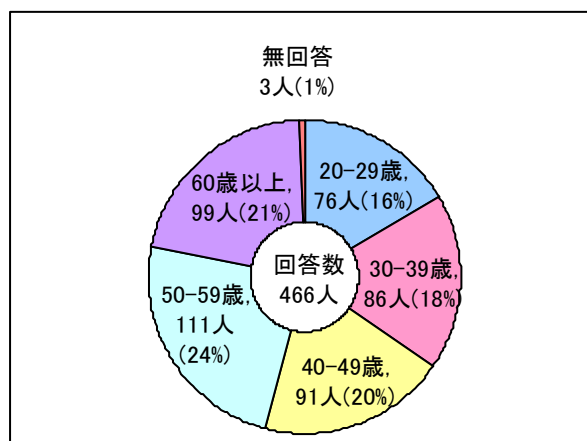
県内を市部と町村部に分け、それぞれ 750 世帯の計 1500 世帯を無作為に抽出し、郵送によるアンケート調査を実施した。回答数は 466 名、回収率は 31%となっています。

○ 回答者の属性

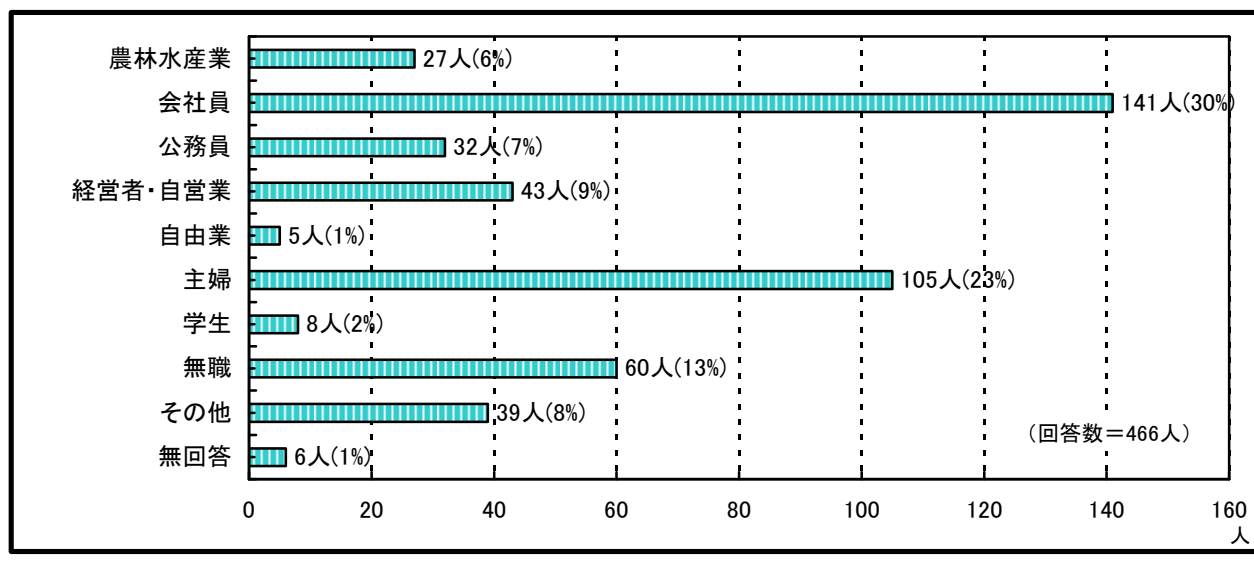
【性別】



【年齢別】



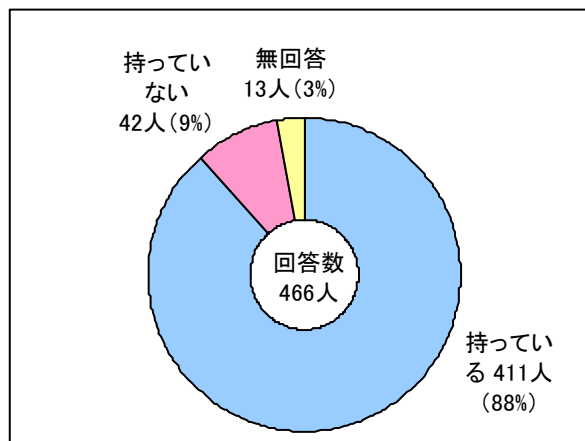
【職業別】



1. マイバッグの利用状況

マイバッグをふだん持ち歩いていますかとの質問に対して、「持っている」と回答した人は88% (411人)、「持っていない」と回答した人は9%(42人)、無回答は3%(13人)でした。

県民の約9割がマイバッグを利用しており、環境に対する意識が広く浸透している結果となっています。

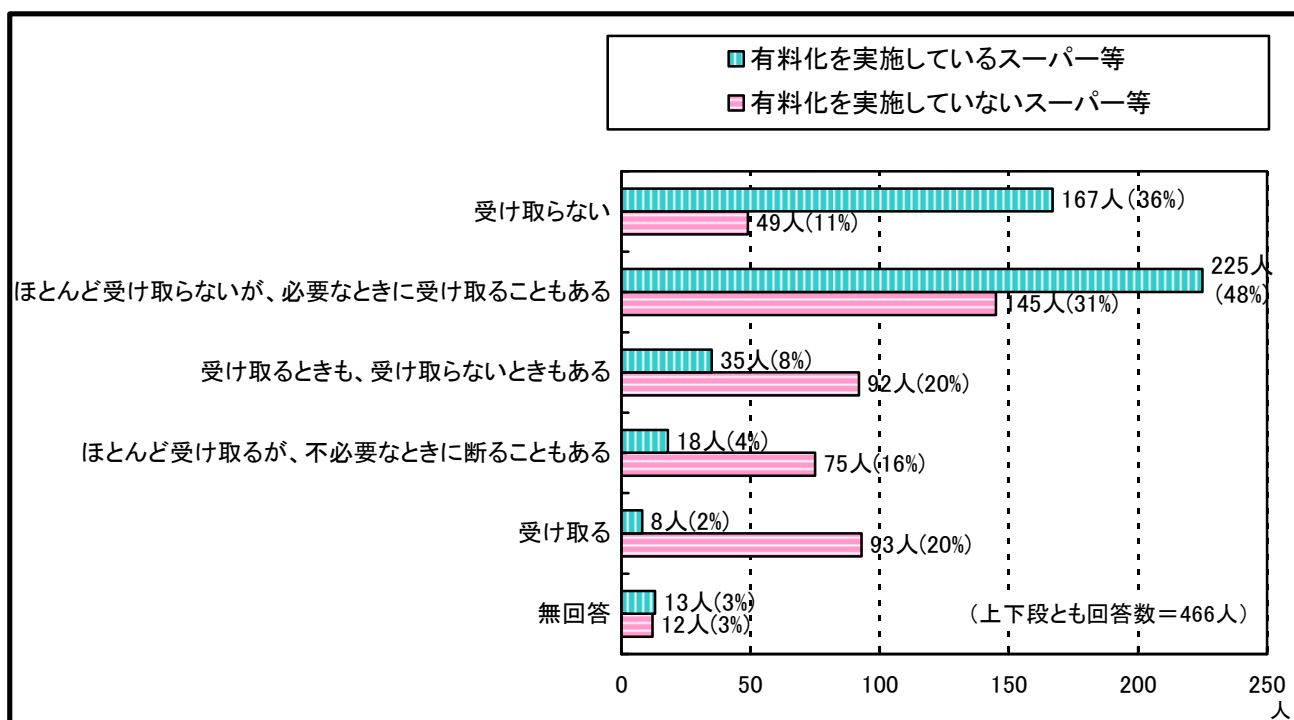


2. レジ袋の利用状況

レジ袋について、「有料化を実施しているスーパー等」と「有料化を実施していないスーパー等」のそれぞれでの利用状況を質問したところ、有料化を実施しているスーパー等では、レジ袋を「受け取らない」又は「ほとんど受け取らない」と回答した人は84% (392人)、「受け取る」又は「ほとんど受け取る」と回答した人6% (26人) でした。

一方、有料化を実施していないスーパー等では、レジ袋を「受け取らない」又は「ほとんど受け取らない」と回答した人は42% (194人)、「受け取る」又は「ほとんど受け取る」と回答した人36% (168人) でした。

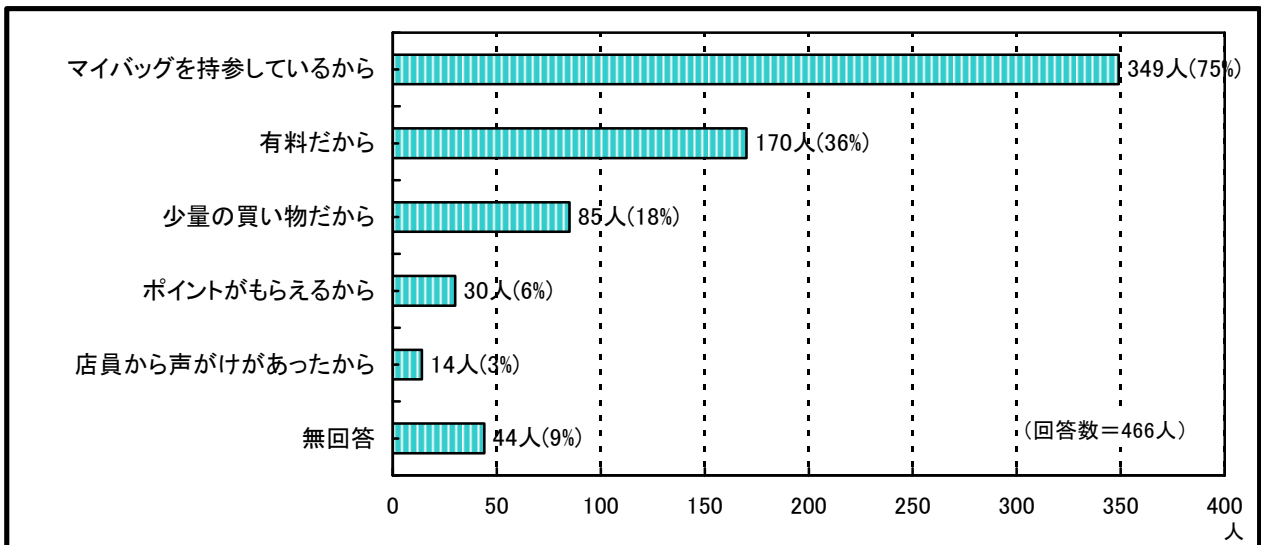
レジ袋の有料化を実施しているスーパー等と実施していないスーパー等では、レジ袋の利用状況に顕著な差異があり、レジ袋の削減に「有料化」は効果的という結果が表れています。



3. レジ袋をもらわない理由

レジ袋をもらわない理由としては、「マイバッグを持参しているから」と回答した人が 75% (349 人) で最も多く、次いで「有料だから」が 36% (170 人)、「少量の買い物だから」が 18%(85 人)、「ポイントがもらえるから」が 6% (30 人)、「店員から声かけがあったから」が 3% (14 人) となっています。(複数回答あり)

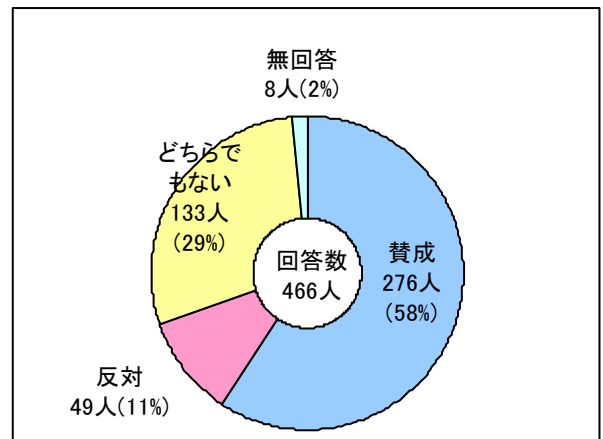
「有料化」を理由とする人も比較的多いが、それ以上に「マイバッグ持参」を理由とする人が多く、有料化の取組も相まって、マイバッグを持参する行動スタイルが定着してきた結果となっています。



4. レジ袋の有料化の賛否

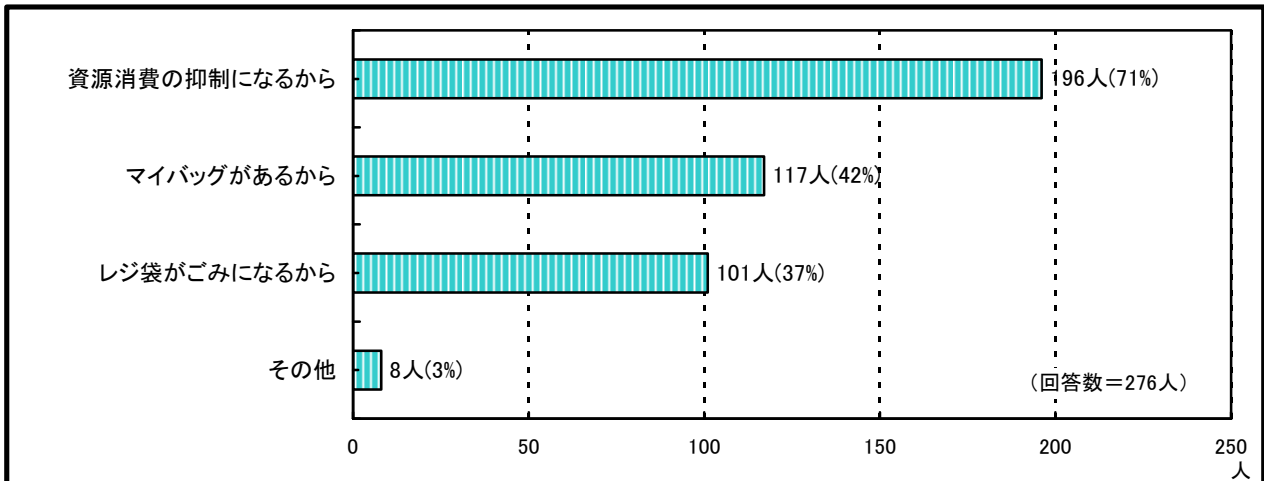
レジ袋の有料化の取組について、「賛成」と回答した人は 58% (276 人)、「どちらともいえない」と回答した人が 29% (133 人)、「反対」と回答した人が 11% (49 人) となっています。

「賛成」は過半数を超えている一方、「反対」は約 1 割に留まっており、「有料化」の取組が県民に広く理解されている結果となっています。



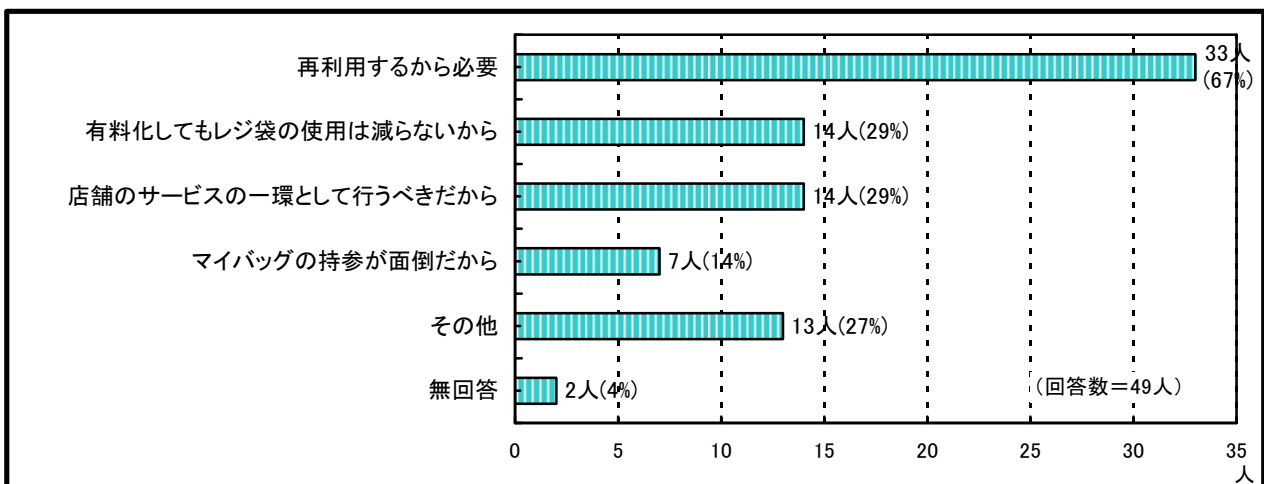
5. レジ袋有料化の賛成理由

レジ袋の有料化の取組に「賛成」と回答した人（276人）に対し、賛成の理由を質問したところ、「資源消費の抑制になるから」と回答した人が71%（196人）と最も多く、次いで「マイバッグがあるから」が42%（117人）、「レジ袋がごみになるから」が37%（101人）となっています。（複数回答あり）



6. レジ袋有料化の反対理由

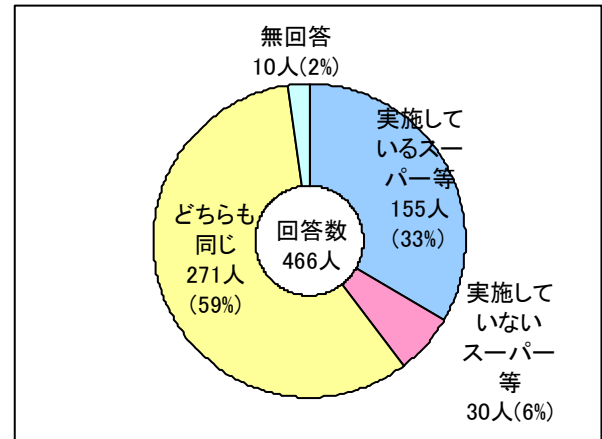
レジ袋の有料化の取組に「反対」と回答した人（49人）に対し、反対の理由を質問したところ、「再利用するから必要」と回答した人が67%（33人）と最も多く、次いで「有料化してもレジ袋の使用は減らないから」と「店舗のサービスの一環として行うべきだから」がいずれも29%（14人）、「マイバッグの持参が面倒だから」が14%（7人）となっています。（複数回答あり）



7. レジ袋有料化に係るスーパー等のイメージ

有料化を実施しているスーパー等と実施していないスーパー等では、どちらのイメージが良いか質問したところ、「どちらも同じ」と回答した人が59% (271人) と最も多く、次いで「実施しているスーパー等」が33% (155人)、「実施していないスーパー等」が6% (30人) となっています。

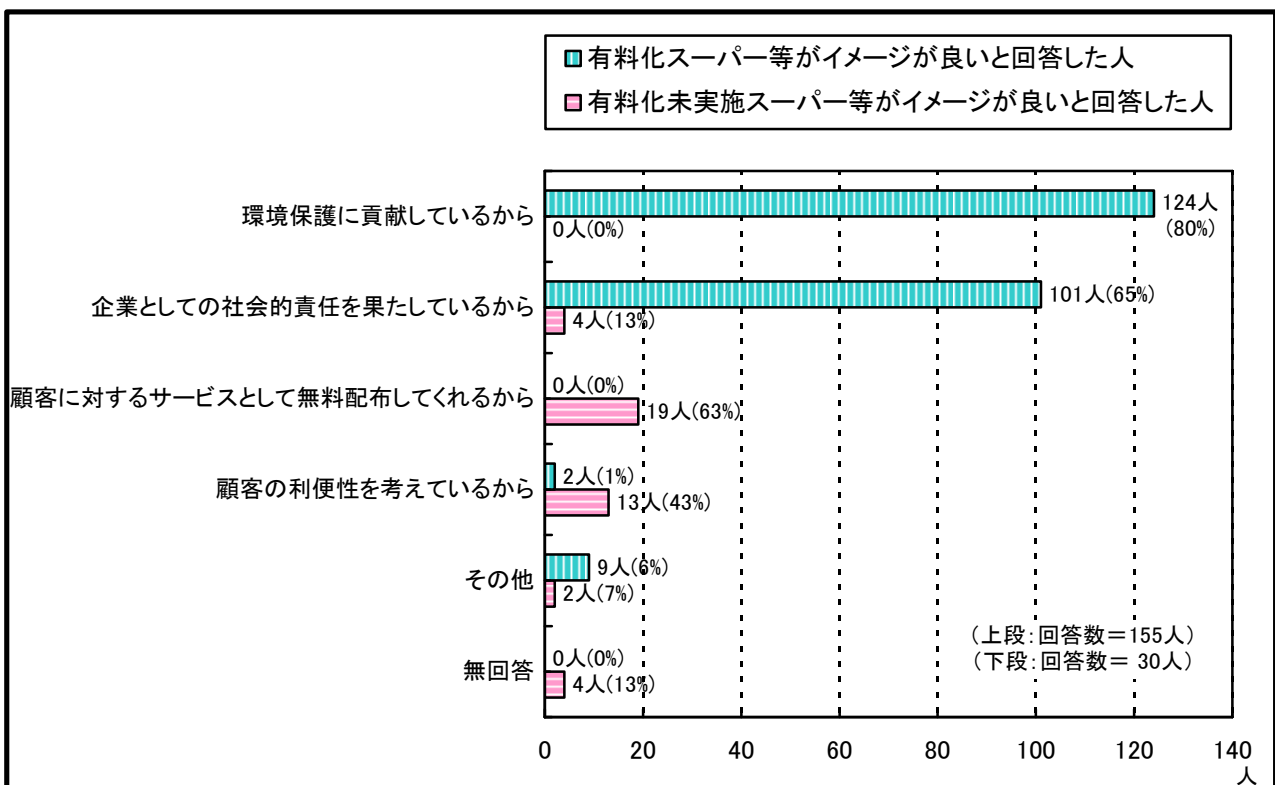
有料化を実施しているスーパー等の方が、実施していないスーパー等よりもイメージが良いという結果となっています。



8. 良いイメージを持つ理由

「有料化を実施しているスーパー等」のイメージが良いと回答した人 (155人) の理由は、「環境保護に貢献しているから」が80% (124人)、「企業としての社会的責任を果たしているから」が65% (101人) と、環境問題や企業責任を重視する傾向が表れています。

一方、「有料化を実施していないスーパー等」のイメージが良いと回答した人 (30人) の理由は、「顧客に対するサービス」が63% (19人)、「顧客の利便性」が43% (13人) と、顧客の立場を重視する傾向が表れています。(いずれも複数回答あり)



9. お店の選択

レジ袋の有料化に伴い、あなたはお店を選択するのに変化が生じていますかとの質問に対し、「有料化の実施の有無に関わらず商品の価格等で店を選ぶ」と回答した人が88%（411人）と大部分を占め、次いで「有料化を実施している店を積極的に利用する」が6%（30人）、「有料化を実施していない店を積極的に利用する」が3%（12人）となっており、有料化の実施の有無がほとんど店の選択に影響を与えていない結果となっています。

