

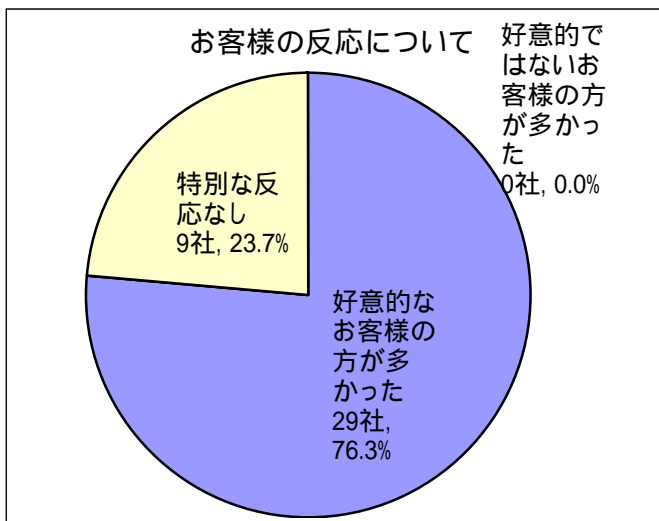
別紙2 「レジ袋無料配布中止」に関する事業者アンケートの結果について

レジ袋の無料配布中止から1年を経過したことから、今後のレジ袋削減活動の参考とするため、協定に参加している38事業者を対象にアンケートを実施しました。

- 1 目的 協定参加者のレジ袋無料配布中止に関する意見を把握するため
- 2 調査期間 平成21年7月5日～平成21年8月10日
- 3 調査対象 第1回～第3回の協定に参加した37事業者1組合

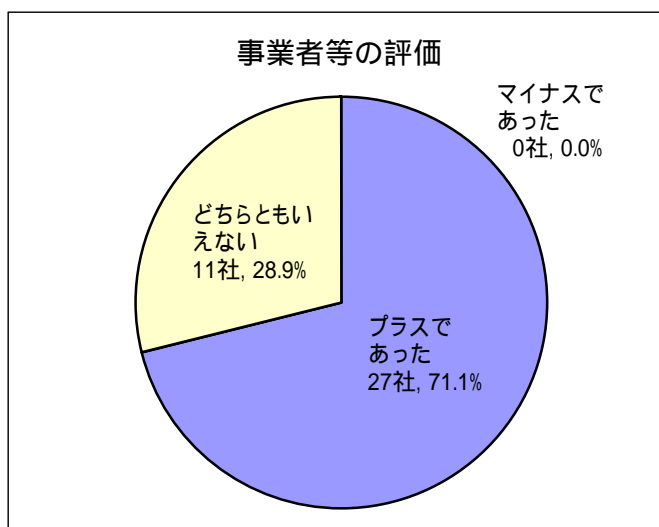
問1 レジ袋の無料配布の中止に対するお客様の主な反応について

お客様の反応については、「好意的なお客様の方が多かった」が29社、「特別な反応なし」が9社で、「好意的ではないお客様の方が多かった」という回答はなかった。



問2 レジ袋の無料配布を中止したことに対する総合的な評価について

参加事業者等の評価については、「プラスであった」が27社、「どちらともいえない」が11社で、「マイナスであった」という回答はなかった。



(1) 「プラスであった」と回答した方の主な理由

お客様の環境意識によりスムーズに実施できた・お客様、従業員の環境に対する意識が高まった。 [11社]

・マイバック持参のお客様から好意的なご意見が多くスムーズに運用ができた。

・マイバック持参の意識が高まっており、レジでの苦情等はほとんどなかった。

・消費者の環境についての取組みの一つとして、きっかけとなったと思われる。

経費の削減ができた。 [6社]

・レジ袋の仕入れ金額の削減につながった

マイバック持参率が増加し、レジ袋の使用量が削減できた。 [5社]

・マイバックを持参されるお客様が多く、レジ袋の使用量が減った。

・ゴミ削減に貢献している。

企業として社会的に貢献できた、企業イメージの向上につながった。 [5社]

・環境問題に少しでも関心のある店舗であることのお客様に好印象をもっていただけ。

・資源の有効活用にも少しでも協力していると思うとプラスであった。

作業効率の改善につながった。 [3社]

・作業効率改善につながっている(保管スペースの縮小、発注・納品業務の削減など)

・会計時にマイバック等へ商品を移し替えることにより、レジ後の混雑解消につながる。

全県一斉の実施できた。 [3社]

・県単位の実施により、(県内)他地域のお客さまのクレームも少なくなった。

・地域として一体感のある取組み、誇りの持てる取組みである。

お客様との協力関係、コミュニケーションが築けた。 [3社]

・お客様と共に廃棄物削減の取組ができたことはよかった。

・お客様とのコミュニケーションにも役に立った。

・無料配布を廃止を告知することで、レジ袋削減活動等をスムーズに伝えることができた。

(2) 「どちらともいえない」と回答した方の主な理由

プラス、マイナスの両面がある。 [2社]

環境問題としてはプラスであるが、万引き等の防犯対策で問題がある。 [2社]

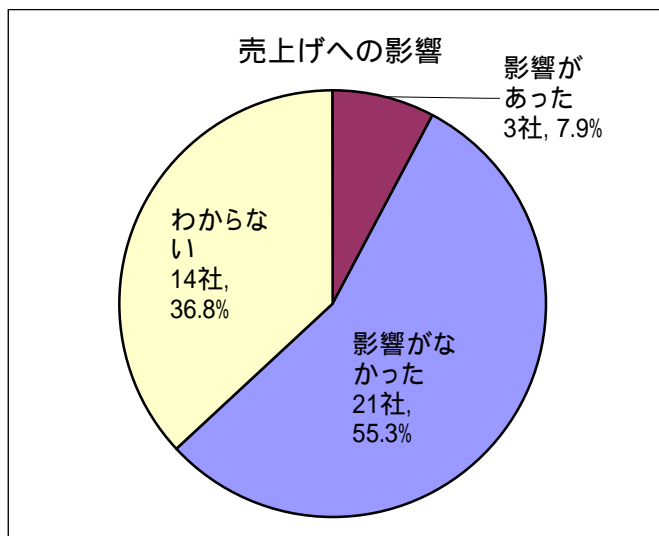
資源の節約等に貢献できるが、買上点数の減少という問題がある。 [1社]

マイバッグの持参率は向上したが、お客様の苦情やカウンターで時間がかかる等の問題がある。 [1社]

レジ袋の取扱いを廃止したため、常時、来店されている方以外のお客様にご理解いただくまでに時間がかかった。 [1社]

問3 レジ袋の無料配布中止による売上げへの影響について

売上げに対する影響については、「影響があった」が3社、「影響がなかった」が21社、「わからない」14社であった。



問4 レジ袋の無料配布を中止して良かった点についての主な意見

お客様の環境意識によりスムーズに実施できた・お客様、従業員の環境に対する意識が高まった。 [13社]

・開始前の予想に反し、苦情らしい苦情はほとんどなく、お客様が好意的に協力してくれたことに驚いた。マイバック持参のお客様から好意的なご意見が多くスムーズに運用ができた。

・県内の主要小売店舗が一斉にスタートし、お客様・従業員の環境に対する意識が高まった。

・マイバッグの持参に好意的なお客様が多い。

マイバッグ持参率が増加し、レジ袋の使用量が削減できた。 [4社]

・袋の使用量が10分の1以下になり、今までいかにムダに渡してきたかを再認識できた。

企業として社会的に貢献できた、企業や山梨県のイメージの向上につながった。 [4社]

・環境についての企業の取組みを一步進めることができた。

・山梨県として、環境保全改善への取り組みに対する評価が得られた。

作業効率の改善につながっている [3社]

・レジ袋の無料配布を中止することにより、ストックも含め用意する量が減少した。

・多種類の袋の用意がなくなる。

経費の削減 [2社]

店舗周辺に散乱していたレジ袋が少なくなった、レジ袋以外のごみの削減に役立った [2社]

・前駐車場、小川、道路などに、レジ袋の中にごみ、散乱していたが、最近、少なくなった。

・クリーニング品を預けに来店する際もマイバッグを利用するため、ゴミが減った。

問5 レジ袋の無料配布中止の問題点や今後の課題についての主な意見

防犯対策 [14社]

・レジ袋無料配布中止に伴うものかどうかわからないが、万引き等の不明ロスが拡大している。

・お買上商品の見分けが難しくなり防犯上問題あり。

・マイバックの使用方法について消費者教育を行い、万引き等の不正防止のキャンペーンを実施する。

・マイバックで再度入店したお客様について、会計前なのか不安がある。

・レジカゴの紛失が増えた。

- マイバッグ持参してくれるお客様をさらに増やすための対策 [6社]
- ・協力いただいているお客様に対して収益の使い道を正しく報告し、より一層の理解を深めること。
- ・顧客でないお客様、仕事帰りに立ち寄られる男性客の多い店舗では、レジ袋の使用枚数が減らないこと。
- ・持参率が足踏み状態で、100%に近づかない。
- ・消費者の納得感が感じられない。
- 未実施事業者・店舗への働きかけ。 [4社]
- ・未実施事業者への働きかけ
- ・コンビニエンスストアでのレジ袋削減
- ・クリーニングの取次店での実施
- ・国全体でレジ袋の無料配布を中止しないと浸透しない。
- 県外からのお客様へのPR、県民へのPR [4社]
- ・県外などレジ袋が有料化されていない地域のお客様への対応
- ・県外からのお客様も土日祝日を中心に多数来店されるためPRが重要。
- ・これからレジ袋無料配布を中止する店舗、自治体では、導入前の事前告知が大切。
- ・レジ袋削減の本当の効果が見えていない。
- 売上げ、経費への影響 [4社]
- ・マイバッグの用量に合わせた買い物が多く、1人あたりの売上げが上がらない。
- ・売上げへの影響を最小限に抑える。
- ・辞退者へのインセンティブ(ポイントや値引き)経費
- ・防犯対策の為のコスト増。
- 段ボールや備え付けの小袋の使用量の増大 [4社]
- ・有料レジ袋以外の包装物(小分け袋、ダンボール等)の利用が増えている。
- ・段ボール箱等の空箱の利用が増えている。
- お客様の苦情などへの対応 [3社]
- ・無料配布の中止を導入しようとしている事業者や自治体では、最初は反発の強いお客様がいるので、その対応を踏まえて検討する。
- ・使用しているレジ袋の大きさや厚さに等に対するご意見があった。
- ・バスケットによるレジでの入れ方でクレームが多い
- 作業効率の低下 [2社]
- ・レジ袋辞退スタンプカードの捺印が有料化前の約4倍あり、レジ精算時の待ち時間が増えた。(5月で終了)
- ・事務的管理作業が増えてしまった

問6 マイバッグ持参率をさらに上げるためのアイデアについて

- マイバッグ、マイバスケット等の工夫
- ・男性用のもっとおしゃれなバッグがあると使いやすい。
- ・ファッション性を高め、活用の幅を広げる工夫がマイバッグに必要な。
- ・マイバッグのコンパクト化(折りたたみ)、各企業でのマイバッグ無料配布
- ・山梨県仕様のマイバッグ、バスケットの作成、配布。
- レジ袋無料配布の中止を拡大
- ・小売業界の足並みをそろえるべき、店でももらえない環境を作ることによりマイバックを持つようになる。
- ・雑貨、衣料、本の販売に対しても、レジ袋の無料配布をしないこと。導入できない理由を「万引き」のせいだけにしないこと。(消費者の反感を買っていると思われる。)
- ・県全体の小売業(コンビニ、ドラッグストア、ホームセンター等)で揃って、無料配布を中止する。
- マイバッグ持参者等への特典の充実や特典内容のPR
- ・マイバッグ持参のお客様へのポイント加算をもっとアピールすると良いと思う。
- ・エコポイントラリー(一定期間内にエコ活動のポイントを貯めて、商品等と交換)の実施
- ・クリーニング会員を更に増やしマイバッグの普及に励む。
- ・持参率が一番高かった市町村にあるガソリンスタンドは次の月に灯油・ガソリンの価格が多少安くなる。(免許を提示し、その市町村にお住みの方のみ安くなる)
- レジ袋代金の値上げ
- 家庭ごみの収集区分の見直し
- ・家庭ごみの排出手段の改善(有料化しても他のビニール袋を購入使用しているのが実情)
- ・レジ袋をごみにできないよう家庭ごみの収集区分の見直し。
- 次世代の消費者教育の実施
- ・学校等での次世代の消費者教育の実施。
- ・子どもたちにエコへの関心を持ってもらうため、子どもたち向けのアイデアマイバックコンテスト等の実施
- レジ袋税、包装税の導入
- 県民に対するPRの強化。(TV、新聞紙面での訴求、広報誌などを通じた)
- レジ袋を置かない
- ・マイバッグ持参率90%あり、これ以上はレジ袋を販売しないという方法しかない。
- 再資源化可能な段ボール等の店舗での支給強化