令和２年度経済産業省委託調査

令和２年度地球温暖化問題等対策調査

（容器包装リサイクル推進調査

＜再商品化義務履行状況

及び使用合理化状況調査＞）

報告書

令和３年２月

株式会社 ダイナックス都市環境研究所
DYNAX Urban Environment Research Institue

目次

1. 調査の背景及び目的 1
2. 調査概要 1
2.1 再商品化義務履行状況調査（特定事業者該当性調査） 1
2.2 容器包装廃棄物使用合理化調査 1
2.3 プラスチック製買物袋有料化等実施の状況調査およびマニュアルのリバイス 1
3. 調査結果 2
3.1 再商品化義務履行状況調査（特定事業者該当性調査） 2
(1) アンケート実施期間 2
(2) アンケート回収数 2
(3) 電話による調査票受領確認及び回答依頼結果 3
(4) 回答結果 3
3.2 容器包装廃棄物使用合理化調査 5
(1) 定期報告整理台帳の作成 5
(2) 容器包装使用量分析 5
(3) まとめ 27
(4) 定期報告に関する効率的集計のための方策 27
3.3 プラスチック製買物袋有料化等実施の状況調査 29
3.3.1 プラスチック製買物袋有料化等実施の状況調査 29
(1) アンケート内容の設計 29
(2) オンラインアンケートシステムの構築 30
(3) 業界団体への協力要請 31
(4) オンラインアンケートの実施経過 31
(5) 集計結果 32
(6) 分析・研究 80
3.3.2 容器包装リサイクル法排出抑制促進措置小売業者対応マニュアルのリバイス 88
(1) 省令の改正箇所（要旨） 88
(2) 記述の変更箇所 88
(3) 成果物 96
別添資料1 アンケート調査票 101
別添資料2 オンラインアンケートトップページ及び質問項目 103
別添資料3 オンラインアンケート協力依頼文（メール） 111

1. 調査の背景及び目的

容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律（以下「容器包装リサイクル法」「容リ法」という。）は、消費者、市町村、事業者の適切な役割分担の下、一般廃棄物の容積比約６割を占める容器包装廃棄物のリサイクルを推進する仕組みとして、一般廃棄物の減量及び資源の有効な利用の確保に機能している。

本調査は、平成２８年５月に取りまとめられた容器包装リサイクル法の施行状況の評価・点検に関する報告書を踏まえ、再商品化（容リ法第 11 条、第 12 条、第 13 条）義務履行が必要と考えられる事業者に対する法の広報活動や義務履行の働きかけ、容器包装廃棄物の排出抑制措置（容リ法第７条の６）に係る現状分析等を行い、容器包装リサイクル法の効率的な運用や改善に資する視座を得ることを目的とする。

2. 調査概要

2.1　再商品化義務履行状況調査（特定事業者該当性調査）

経済産業省の有するデータベースから再商品化義務履行が必要と考えられる 62 事業者を対象に、特定事業者の要件への該当性を確認するため、アンケート調査票及びパンフレット等を郵送し、アンケート調査を実施した。なお、アンケートの未回答者に対しては電話等により、調査への協力の依頼・催促を行った。

2.2　容器包装廃棄物使用合理化調査

令和２年度に提出された定期報告の情報（テキスト含む）の入力を行った。さらに、容器包装の使用量、原単位の推移、5 年平均原単位変化率、取組事項等、事業者全体の傾向について分析を行った。

2.3　プラスチック製買物袋有料化等実施の状況調査およびマニュアルのリバイス

2.3.1　プラスチック製買物袋有料化等実施の状況調査

容器包装リサイクル法における小売業に属する事業を行う者の容器包装の使用の合理化による容器包装廃棄物の排出の抑制の促進に関する判断の基準となるべき事項を定める省令の一部を改正し、令和２年７月１日より実施しているプラスチック製買物袋有料化制度について個別実施状況を把握することを目的として、アンケート調査、併せて特徴的な事例等に関する研究を行い、改めて制度周知を徹底した。

2.3.2　容器包装リサイクル法排出抑制促進措置小売業者対応マニュアルのリバイス

加えて、同省令改正に伴う定期報告様式変更に伴い、容器包装リサイクル法排出抑制促進措置小売業者対応マニュアルのリバイスを行った。

3. 調査結果

3.1　再商品化義務履行状況調査（特定事業者該当性調査）

再商品化義務履行が必要と考えられる 62 事業者に対して、特定事業者の要件への該当性を確認するため、アンケート調査を実施した（アンケート調査票を別添資料 1 に示す）。アンケート調査結果は以下に示す。

(1) アンケート実施期間

アンケート調査票は 1 月 12 日（火）に対象事業者に郵送し、約 3 週間後の 1 月 29 日（金）を締切日とした。また、宛先不明でアンケートが戻ってきた事業者 16 件中、インターネットで新たに住所が確認できた 13 件について 1 月 22 日(金)に再送し、回答期限は約 3 週間後の 2 月 12 日（金）とした。

さらに、アンケートの未回答者に対して、電話により 3 回にわたってアンケート調査票の受領確認及び、調査への協力の依頼・催促を行った。表 3-1 に実施期間を示す。

表 3-1　電話により調査への協力依頼実施期間

実施回数	実施期間①（1 月 29 日〆切）	実施期間②（2 月 12 日〆切）
第 1 回	2 月 1 日(月) ～ 2 月 5 日(金)	2 月 15 日(月)
第 2 回	2 月 8 日(月) ～ 2 月 12 日(金)	2 月 18 日(木)
第 3 回	2 月 15 日(月) ～ 2 月 19 日(金)	2 月 22 日(月)

(2) アンケート回収数

調査対象である 62 事業者のうち、有効発送数に対する回収率は 61%であった。

表 3-2 にアンケート回答状況を示す。また、未回答事業者のリストを別添資料 2 に示した。

表 3-2　アンケート回答状況

回答状況	件数	割合	備考
①宛先不明(電話番号不明含む)	4	6%	
②廃業･吸収合併等	3	5%	
③回答拒否	11	18%	
④有効発送数	44	71%	発送数から①～③を引いた件数
⑤回答件数	27	44%	
⑥未回答	17	27%	
有効発送数に対する回答率	－	61%	発送数に対する回答率は 44%

(3) 電話による調査票受領確認及び回答依頼結果

アンケート回収期限までに回答が無かった事業者に対して、電話による調査票の受領確認と回答依頼を行った。結果は以下に示す(表 3-3)。

1 回目の電話にて、調査の協力を得るために調査票の受領確認を行うとともに調査の趣旨を説明したが、「基本的に義務以外のアンケートは断っている」等の理由により、アンケート調査への回答拒否が 4 事業者あり、2 回目以降の電話は控えることとした。また、受領確認を行った際に不明と回答した 22 事業者に対して、FAX にて再度に調査票とパンフレットの抜粋を送った。なお、アンケート内容を直接伺い、回答があった 10 事業者は電話回答と整理した。

また、1 回目の電話督促の 1 週間後に回答のなかった 46 事業所に対して 2 回目の電話による回答依頼を実施した。さらに 1 週間後、1 回目、2 回目の電話にて拒否された事業者を除く、34 事業者に対して 3 回目の電話による回答依頼を実施した。

電話依頼の結果は以下のとおり。

表 3-3　電話依頼結果

	対応項目	第 1 回	第 2 回	第 3 回
①	返送了承	3	3	1
②	伝言（担当者不在）	18	21	8
③	再送	22	17	8
④	回答拒否	4	2	3
⑤	電話返信待ち	0	0	0
⑥	電話不通(番号違う等)	1	0	1
⑦	確認中	0	0	0
⑧	吸収合併・事業譲渡	0	0	0
⑨	倒産・廃業	1	0	0
⑩	不在	5	3	3
⑪	電話回答	0	0	10
合計		54	46	34

(4) 回答結果

アンケートに回答した 27 事業者のうち、設問 1 で容器包装を使用していると回答した事業者は図 3-1 に示すとおり、15 事業者で全体の 56%であった。

なお、容器包装を使用していると回答した事業者では、設問 3 の再商品化義務の履行状況について、「再商品化の義務があり、容器包装リサイクル協会に対して再商品化委託の申込みを行っている」と回答したのは 2 事業者であった。また、「自主回収ルート」と回答した事業者はなく、「再商品化の義務がないと判断している」と回答したのは 6 事業者であった。「その他」と回答した事業者について、「不明」との回答が多かった。

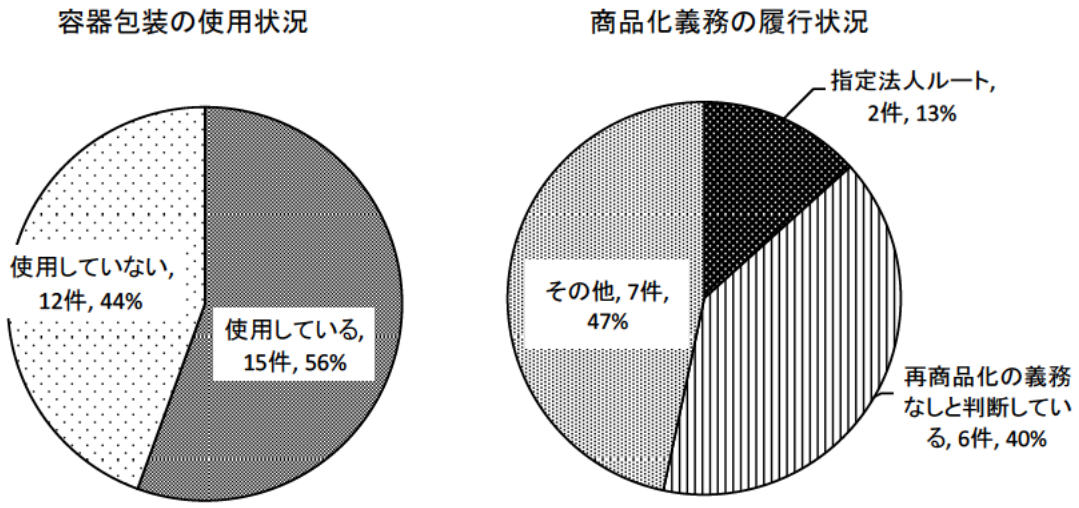


図 3-1　アンケートに回答した事業者における容器包装の使用状況

3.2　容器包装廃棄物使用合理化調査

容器包装リサイクル法第 7 条の 6 に基づき、容器包装多量利用事業者より提出のあった定期報告の記載内容（容器包装を用いた量や容器包装の使用合理化のために実施した取組等）を集約し、事業者全体の傾向について整理分析を行った。

(1) 定期報告整理台帳の作成

定期報告書は、提出された年度ごとに、定期報告書に記載されているすべての情報を入力した「定期報告整理台帳」を作成しなければならない（事業者からの修正連絡や疑義照会において修正が発生した場合は、適宜修正を行うが、基本的には定期報告書に記載されたとおりに入力するものである）。このため、令和2年度に事業者が提出した定期報告書のデータを、「定期報告整理台帳」に入力し、令和2年度分の定期報告整理台帳を作成した。

データを入力する際には、過去の個社のデータと令和2年度提出分のデータの紐付けを行い、個社ごとに過年度データと比較を行うことができるようにした。

さらに、定期報告書に記載されている過年度データと今年度入力したデータとの照合を行い、過年度と比較して数値に大きな変動があった場合等、確認すべき事業者データを抽出し、適宜データの修正等を実施した。

(2) 容器包装使用量分析

(1)で作成した定期報告整理台帳をもとに、容器包装の使用量や原単位の推移、5 年平均原単位変化率、取組事項等、事業者全体の傾向について分析を行った。

1) 過年度との比較

定期報告書の過年度との比較は、分析に必要な①素材区分別重量（定期報告書表1）と、②容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値（定期報告書表2）について、値が大きく異なる事業所を確認した。その結果、①で 5 事業所、②で 4 事業所の計 9 事業所が該当した。

現段階ではいずれも桁値の誤りだと判断し、修正後の値を集計に用いた。

2) 定期報告における提出状況

H22 年度報告（H21 実績）から R2 年度報告（R1 実績）において、定期報告を提出した全事業者の業種割合は、図 3-2 及び表 3-4 のとおりである。

経年的にみると飲食料品小売業が全体の 60%程度、各種商品小売業は 30%程度で推移している。織物・衣服・身の回り品小売業は近年 8～9%程度となった。

直近の R2 年度報告（R1 実績）においては、提出事業者数が 713 であった。

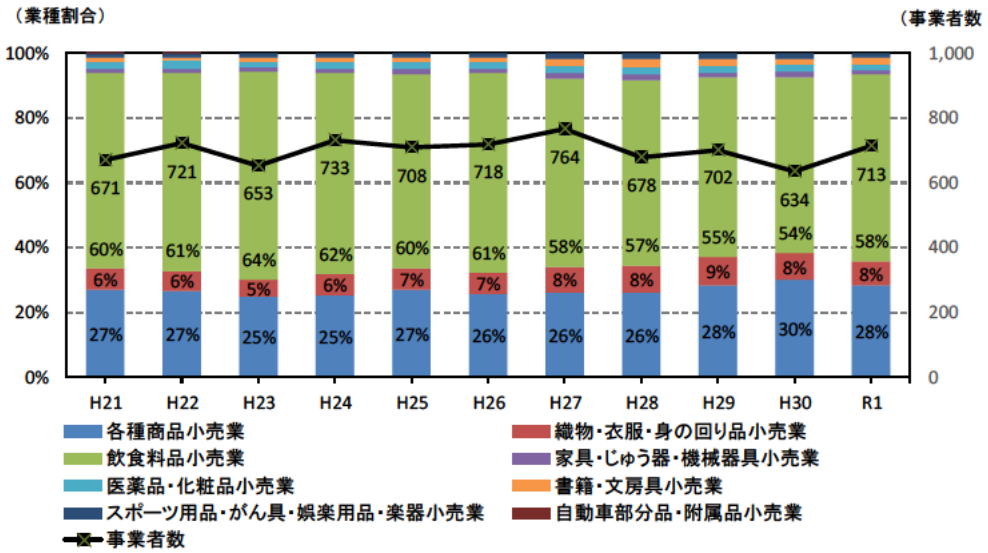


図 3-2　提出事業者数の推移とその内訳（H21~R1 実績）

表 3-7　提出事業者数の推移とその内訳（H21~R1 実績）

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
各種商品小売業	182	193	163	185	190	184	200	178	199	190	201
織物・衣服・身の回り品小売業	43	44	33	47	48	48	61	56	61	53	54
飲食料品小売業	404	439	419	456	425	441	444	389	389	344	411
家具・じゅう器・機械器具小売業	9	9	9	10	11	11	12	11	11	10	9
医薬品・化粧品小売業	15	19	12	15	15	14	17	15	14	14	14
書籍・文房具小売業	9	8	9	10	10	11	16	16	15	13	13
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	8	8	8	10	9	9	14	13	13	10	11
自動車部分品・附属品小売業	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
事業者数	671	721	653	733	708	718	764	678	702	634	713

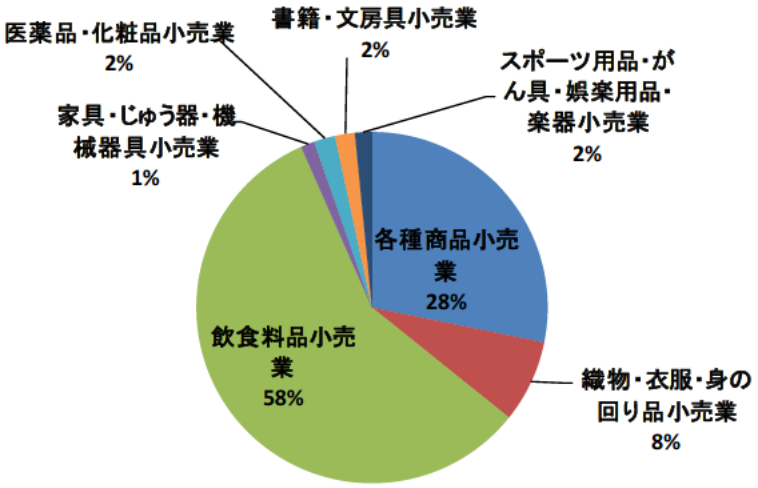


図 3-3　提出事業者の業種別内訳（R1 年度実績）（N＝713）

3） 容器包装使用量の推移

①提出全事業者

容器包装の使用量の推移は図 3-4 及び図 3-5 に示すとおりである。

容器包装全体でみると、図 3-4 のとおり H29 年度報告（H28 実績）までは 40 万トン以下で増減を繰り返していたが、H30 年度報告（H29 実績）に大きく増加し、R2 年度報告（R1 実績）では約 52 万トンとなった。

事業者あたりの容器包装使用量の推移は図 3-5 のとおり、H28 年度報告（H27 実績）まで 500 トン程度で推移したが、H29 年度報告（H28 実績）より大きく増加し、R2 年度報告（R1 実績）では最も多くなった。

そこで、R2 年度報告（R1 実績）のデータについて、容器包装合計使用量上位 50 事業者や、容器包装使用量対前年度比上位 50 事業者を抽出し、解析を行った。さらに、容器包装使用量対前年度比削減率上位 30 事業者を抽出した。

容器包装使用量が H29 年度報告（H28 実績）以降、40 万トンを超えている原因は、H29 年度報告（H28 実績）から報告を行っている、通信販売事業者の 2 社および今回新規に報告のあった飲食料品小売業 1 社の影響が大きいと考えられる。さらに、R2 年度報告（R1 実績）で初めての報告となった事業者は合計 31 社あり、全体の容器包装使用量増加に影響があったと考えられる。さらに R2 年度報告（R1 実績）では増加した要因は、新型コロナウィルスの影響により、テイクアウトの増加や衛生面の観点等から食品トレーやラップなどの容器包装の使用が増加していることが考えられる。

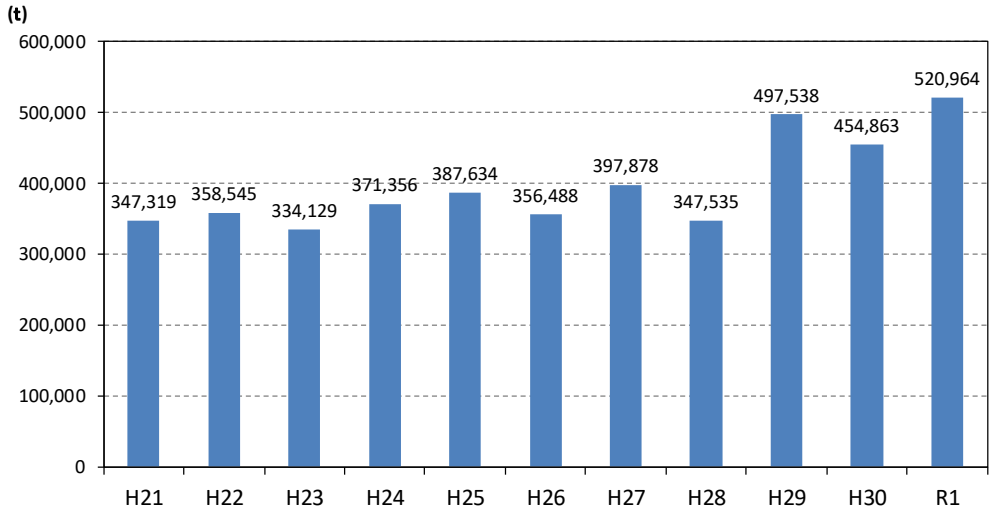


図 3-4　容器包装使用量の推移（H21~R1 実績）【提出全事業者】

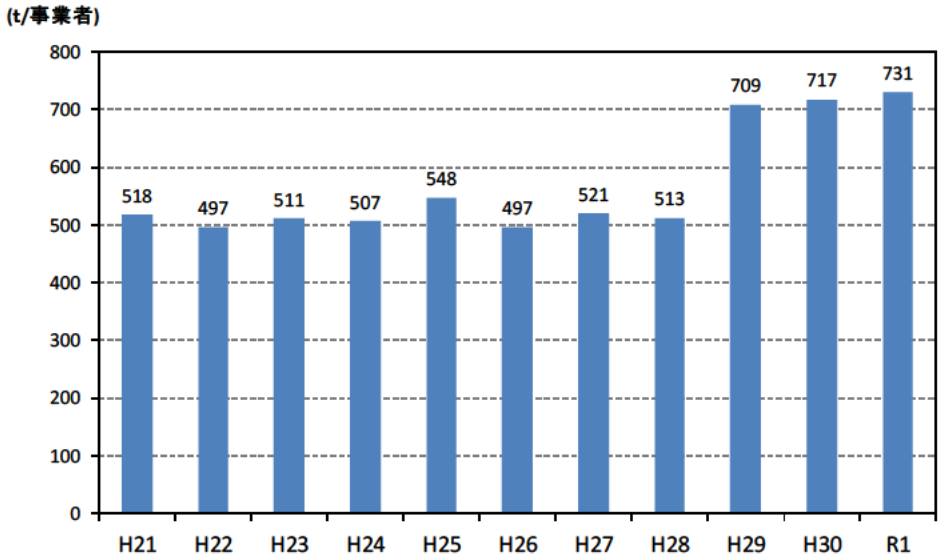


図 3-5　事業者あたりの容器包装使用量の推移（H21~R1 実績）【提出全事業者】

次に、業種別の使用量の推移について、容器包装使用量全体に占める各業種の変化率をみるため、前年度と比較し寄与度分解を行った（図 3-6）。

H22 年度報告（H21 実績）から増減を繰り返し、R2 年度報告（R1 実績）では前年度比+14.5%となった。業種別では特に「飲食料品小売業」が+17.0%と大きく増加に寄与した。

この要因は容器包装使用量の推移と同様に、新型コロナウィルスの影響によるテイクアウト等の容器包装の使用が増加していることが考えられる。一方、「家具・じゅう器・機械器具小売業」は前年から－5.4%減少した。

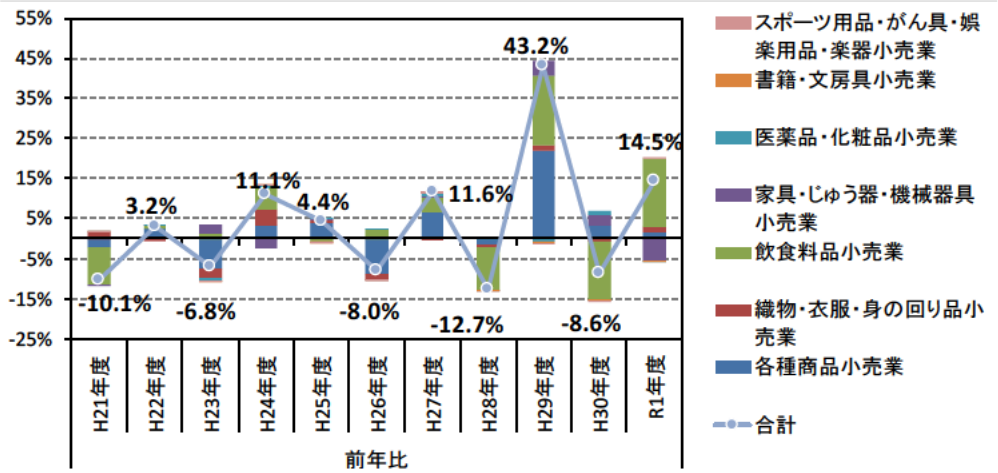


図 3-6　業種別容器包装使用量の推移（寄与度分解）【提出全事業者】

表 3-8　業種別容器包装使用量の推移（寄与度分解）【提出全事業者】

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
各種商品小売業	-2.1%	2.6%	-7.4%	3.2%	3.9%	-8.9%	6.7%	-1.4%	21.9%	3.3%	1.6%
織物　衣服　身の回り品小売業	1.5%	-0.4%	-2.2%	4.1%	0.6%	-1.1%	-0.1%	-0.6%	1.3%	-0.6%	1.3%
飲食料品小売業	-9.5%	0.5%	1.4%	5.2%	-0.7%	2.2%	3.7%	-10.7%	17.5%	-14.7%	17.0%
家具　じゅう器　機械器具小売業	-0.2%	0.3%	2.2%	-2.3%	0.2%	-0.1%	0.2%	0.0%	3.5%	2.5%	-5.4%
医薬品　化粧品小売業	0.1%	0.3%	-0.6%	0.8%	0.3%	0.1%	0.6%	0.2%	-0.9%	1.1%	-0.1%
書籍　文房具小売業	0.0%	0.0%	-0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	-0.2%	-0.1%	0.0%	0.0%
スポーツ用品　がん具娯楽用品　楽器小売業	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	-0.1%	0.3%	0.1%	-0.1%	-0.2%	0.1%
合計	-10.1%	3.2%	-6.8%	11.1%	4.4%	-8.0%	11.6%	-12.7%	43.2%	-8.6%	14.5%

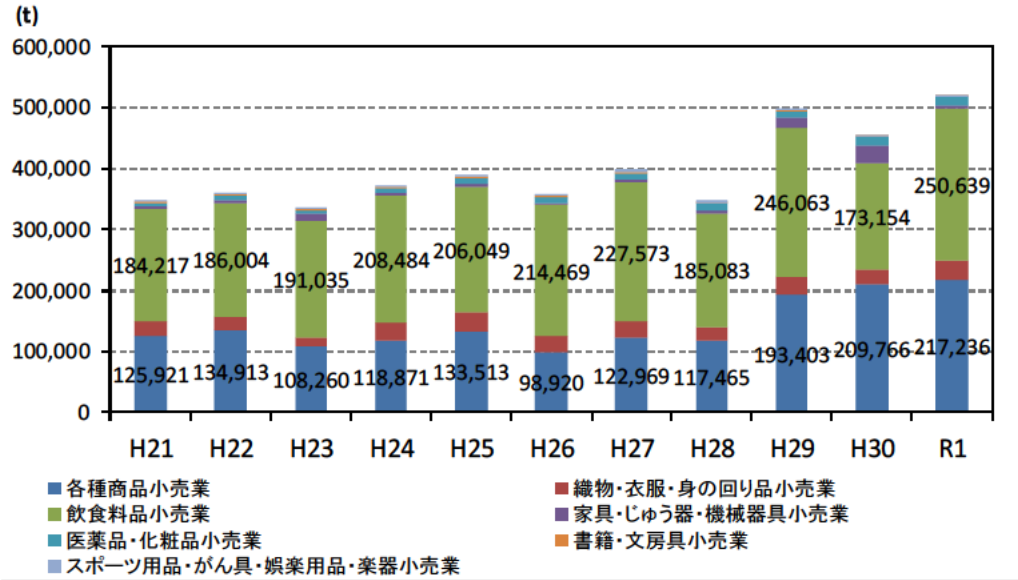


図 3-7　業種別容器包装使用量の推移【提出全事業者】

表 3-9　業種別容器包装使用量の推移（H21~R1 年度実績）【提出全事業者】

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
N（提出事業者数）	671	721	654	733	708	718	764	678	702	634	713
各種商品小売業	125,921	134,913	108,260	118,871	133,513	98,920	122,969	117,465	193,403	209,766	217,236
織物　衣服　身の回り品小売業	24,351	22,827	14,789	28,523	30,728	26,343	25,828	23,397	27,981	24,883	30,572
飲食料品小売業	184,217	186,004	191,035	208,484	206,049	214,469	227,573	185,083	246,063	173,154	250,639
家具　じゅう器　機械器具小売業	2,993	3,954	11,785	4,035	4,908	4,357	4,985	4,807	17,099	29,546	4,853
医薬品　化粧品小売業	5,589	6,750	4,543	7,214	8,340	8,706	10,710	11,488	8,386	13,838	13,565
書籍　文房具小売業	2,661	2,515	2,217	2,373	2,281	2,195	3,096	2,142	1,912	1,743	1,582
スポーツ用品　がん具娯楽用品　楽器小売業	1,587	1,583	1,500	1,856	1,815	1,497	2,716	3,152	2,694	1,933	2,516
総量	347,319	358,545	334,129	371,356	387,634	356,488	397,878	347,535	497,538	454,863	520,964

次に、容器包装別の使用量推移について、容器包装使用量全体に占める各容器包装の変化率をみるため、前年度と比較し、素材別の寄与度分解を行った（図 3-8）。

素材別容器包装使用量全体としての推移は図 3-6 と同様、H22 年度報告（H21 実績）から増減を繰り返し、R2 年度報告（R1 実績）では 14.4%増加した。内訳はプラスチック製容器包装（袋を除く）が+12.5%、紙製容器包装（袋を除く）の+10.4%が大きく増加に寄与した。一方、段ボール製容器包装は－10.7%と前年よりも減少した。

プラスチック製容器包装および紙製容器包装については、業種別容器包装使用量の推移と同様、新型コロナウィルスの影響によるテイクアウト等の容器包装の増加が考えられる。

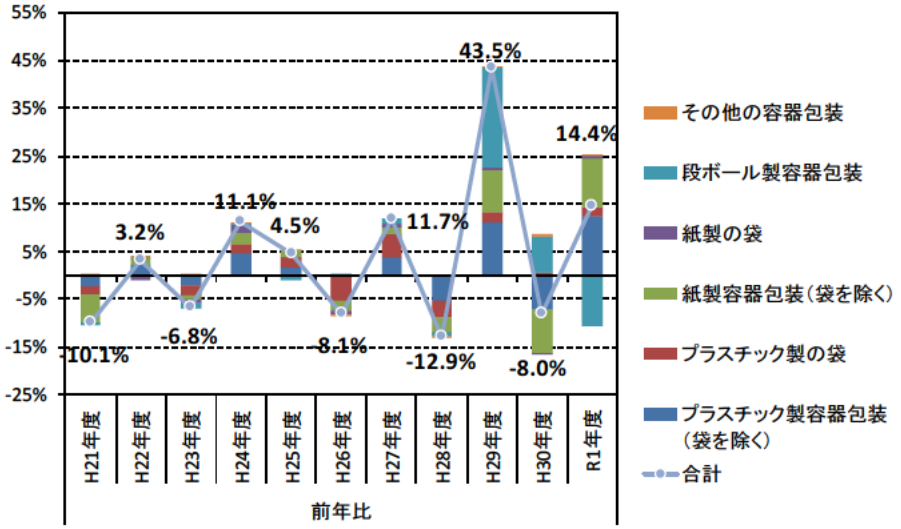


図 3-8　素材別容器包装使用量の推移（寄与度分解）【提出全事業者】

表 3-10　素材別容器包装使用量の推移（寄与度分解）【提出全事業者】

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
プラスチック製容器包装（袋を除く）	-2.2%	2.1%	-2.0%	4.5%	1.8%	-0.2%	3.8%	-5.4%	11.0%	-7.3%	12.5%
プラスチック製の袋	-1.8%	-0.3%	-2.3%	2.0%	2.0%	-5.2%	4.8%	-3.4%	2.2%	0.5%	1.7%
紙製容器包装（袋を除く）	-5.8%	1.3%	-0.7%	2.4%	1.4%	-2.0%	1.4%	-3.2%	8.8%	-8.9%	10.4%
紙製の袋	-0.1%	-0.6%	-0.9%	1.5%	-0.1%	-0.8%	0.9%	0.0%	0.6%	-0.4%	0.4%
段ボール製容器包装	-0.3%	0.4%	-1.1%	0.3%	-0.8%	0.2%	1.1%	-0.8%	20.8%	7.6%	-10.7%
その他の容器包装	0.1%	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%	-0.1%	-0.3%	0.0%	0.1%	0.4%	0.1%
合計	-10.1%	3.2%	-6.8%	11.1%	4.5%	-8.1%	11.7%	-12.9%	43.5%	-8.0%	14.4%

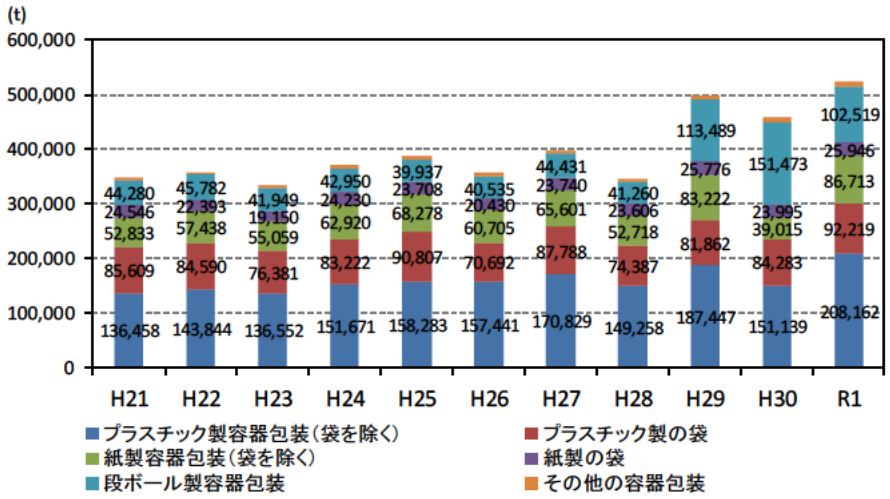


図 3-9　素材別容器包装使用量の推移（H21~R1 年度実績）【提出全事業者】

表 3-11　素材別容器包装使用量の推移（H21~R1 年度実績）【提出全事業者】

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
N（提出事業者数）	671	721	654	733	708	718	764	678	702	634	713
プラスチック製容器包装（袋を除く）	136,458	143,844	136,552	151,671	158,283	157,441	170,829	149,258	187,447	151,139	208,162
プラスチック製の袋	85,609	84,590	76,381	83,222	90,807	70,692	87,788	74,387	81,862	84,283	92,219
紙製容器包装（袋を除く）	52,833	57,438	55,059	62,920	68,278	60,705	65,601	52,718	83,222	39,015	86,713
紙製の袋	24,546	22,393	19,150	24,230	23,708	20,430	23,740	23,606	25,776	23,995	25,946
段ボール製容器包装	44,280	45,782	41,949	42,950	39,937	40,535	44,431	41,260	113,489	151,473	102,519
その他の容器包装	3,687	4,532	5,080	6,213	6,802	6,602	5,581	5,533	5,825	7,942	8,194
総量	347,413	358,578	334,171	371,206	387,816	356,406	397,970	346,761	497,620	457,847	523,753

注）使用量は、素材別の使用量であるため、容器包装を用いた合計使用量とは誤差が生じている（事業者毎の容器包装別の合算値≒合計使用量であるため（四捨五入等の影響））。

②連続提出事業者

11 年連続提出事業者で継続比較が可能な 297 業者の、業種割合は図 3-10 に示すとおりである。直近の R2 年度報告（R1 実績）では、全提出事業者の傾向と同様、飲食料品小売業が 51%と最も高く、次いで各種商品小売業が 36%、織物・衣服・身の回り品小売業 7%であった。

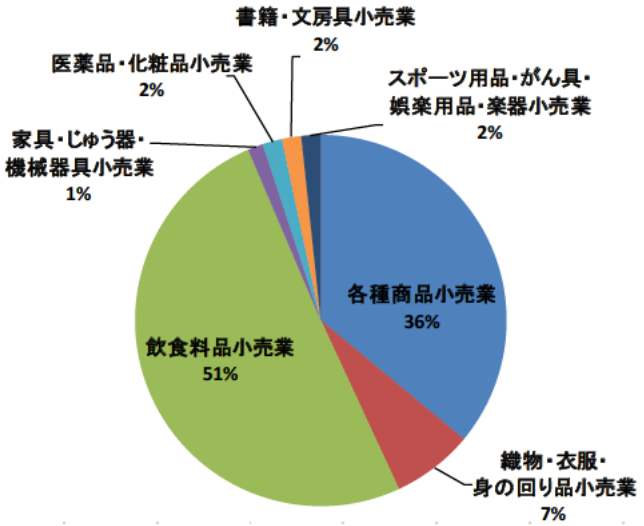


図 3-10　提出事業者の業種別内訳（R1 年度実績）（N＝297）

容器包装の使用量の推移は図 3-11 に示すとおりである。

容器包装全体でみると、H22 年度報告（H21 実績）以降、H24 年度報告（H25 実績）まで緩やかに増加しており、H27 年度報告（H26 実績）では減少したものの、H28 年度報告（H27 実績）以降、R1年度報告（H30 実績）までは僅かながら増加に転じている。R2 年度報告（R1 実績）は R1年度報告（H30 実績）よりもやや減少した。

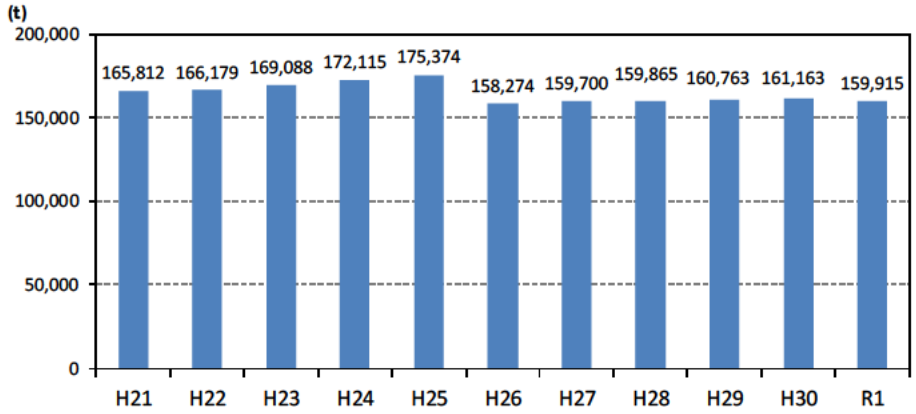


図 3-11　容器包装使用量の推移（H21～R1 年度実績）【連続提出事業者】(N=297)

次に、業種別の使用量の推移について、容器包装使用量全体に占める各業種の変化率をみるため、前年度と比較し寄与度分解を行った（図 3-12）。

容器包装使用量全体では H22 年度報告（H21 実績）と H27 年度報告（H26 実績）で大きく減少した。H28 年度報告（H27 実績）以降は増加傾向を示していたが、R2 年度報告（R1 実績）では減少した。

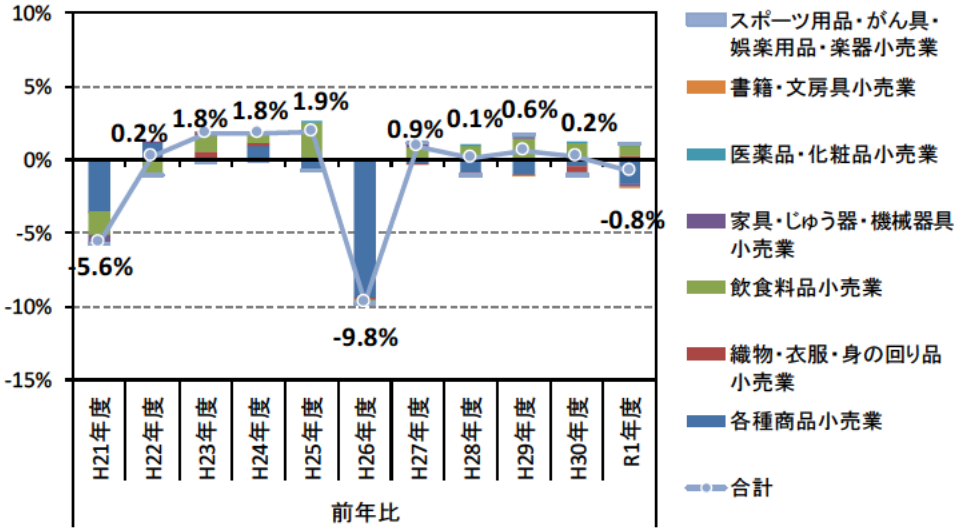


図 3-12　業種別容器包装使用量の推移（寄与度分解）【連続提出事業者】

表 3-12　業種別容器包装使用量の推移（寄与度分解）【連続提出事業者】

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
各種商品小売業	-3.5%	1.1%	-0.1%	1.0%	-0.6%	-9.4%	-0.2%	-0.8%	-1.1%	-0.5%	-1.7%
織物　衣服　身の回り品小売業	0.0%	-0.1%	0.5%	0.2%	0.0%	-0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	-0.3%	0.3%
飲食料品小売業	-1.6%	-0.9%	1.1%	0.6%	2.5%	-0.1%	0.8%	1.0%	1.5%	1.2%	0.7%
家具　じゅう器　機械器具小売業	-0.4%	0.1%	0.1%	0.0%	-0.1%	-0.2%	0.2%	-0.1%	0.1%	-0.1%	-0.1%
医薬品　化粧品小売業	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%
書籍　文房具小売業	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
スポーツ用品　がん具　娯楽用品　楽器小売業	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
合計	-5.6%	0.2%	1.8%	1.8%	1.9%	-9.8%	0.9%	0.1%	0.6%	0.2%	-0.8%

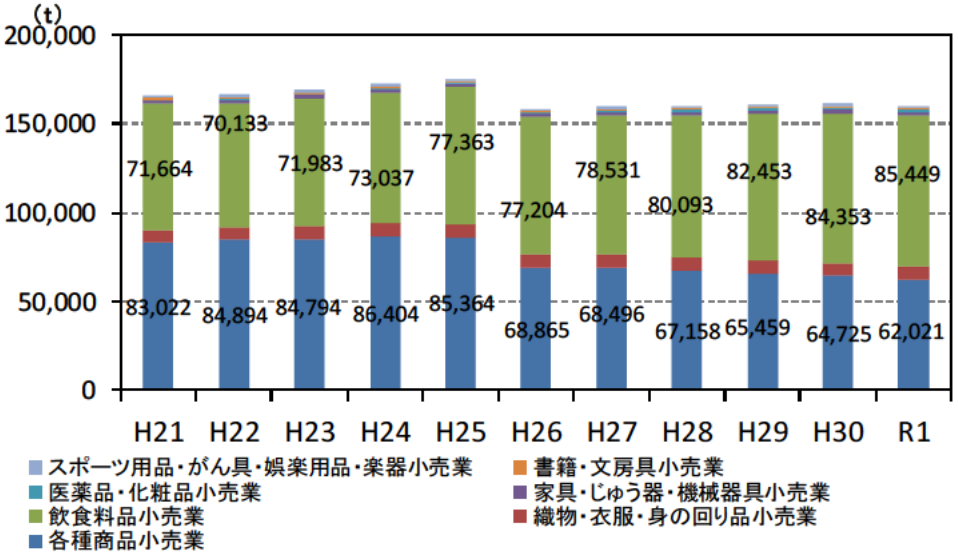


図 3-13　業種別容器包装使用量の推移【連続提出事業者】(N=297)

表 3-13　業種別容器包装使用量の推移（H21~R1 年度実績）【連続提出事業者】(N=297)

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
各種商品小売業	81,580	83,382	83,707	85,311	84,318	68,002	67,625	66,522	64,835	64,316	62,021
織物　衣服　身の回り品小売業	7,253	7,162	7,458	7,698	7,750	7,391	7,297	7,114	7,021	6,067	7,399
飲食料品小売業	70,650	69,088	70,848	71,794	75,792	75,388	77,090	78,474	80,784	83,058	85,449
家具　じゅう器　機械器具小売業	1,656	1,834	2,091	2,082	1,985	1,636	1,903	1,765	1,912	1,711	1,583
医薬品　化粧品小売業	817	747	783	924	1,021	1,129	1,343	1,606	1,869	2,072	1,566
書籍　文房具小売業	799	763	819	787	777	769	788	745	685	649	661
スポーツ用品　がん具娯楽用品　楽器小売業	1,340	1,329	1,284	1,281	1,269	1,158	1,192	1,172	1,206	1,161	1,237
総量	164,095	164,305	166,989	169,878	172,911	155,475	157,237	157,399	158,312	159,034	159,915

注）11 年継続提出事業者で継続比較が可能な事業者（計 297 事業者）の集計結果。

次に、容器包装別の使用量の推移について、容器包装使用量全体に占める各容器包装の変化率をみるため、前年度と比較し寄与度分解を行った（図 3-14）。

容器包装別の使用量全体では H22 年度報告（H21 実績）と H27 年度報告（H26 実績）は大きく減少した。H28 年度報告（H27 実績）以降は増加したものの、R2 年度報告（R1 実績）は減少した。素材別ではプラスチック製容器包装（袋を除く）と段ボール製容器包装が－1.2%と減少に寄与した。

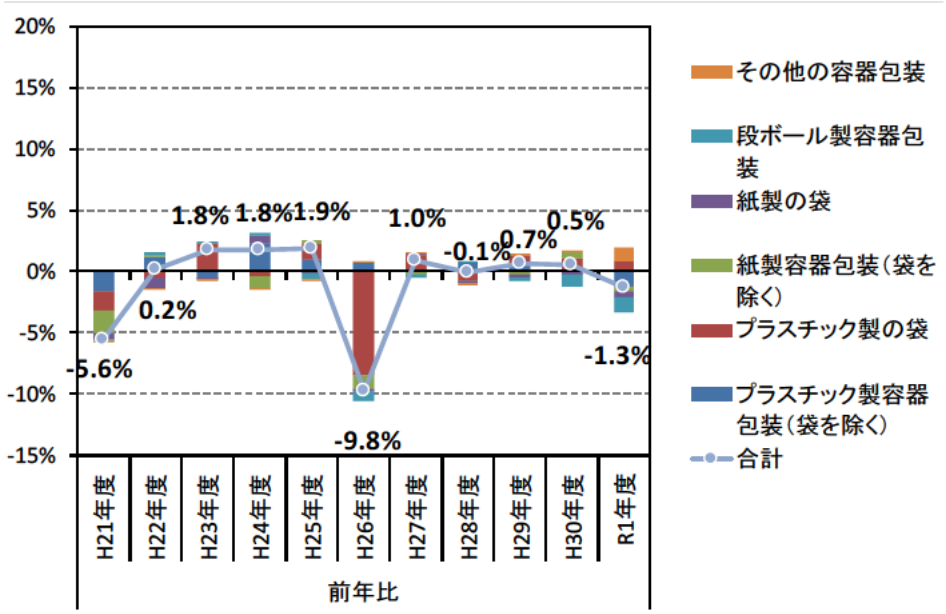


図 3-14　素材別容器包装使用量の推移（寄与度分解）【連続提出事業者】

表 3-14　素材別容器包装使用量の推移（寄与度分解）【連続提出事業者】

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
プラスチック製容器包装（袋を除く）	-1.6%	1.2%	-0.5%	2.3%	0.9%	0.7%	0.0%	0.7%	0.4%	0.0%	-1.2%
プラスチック製の袋	-1.5%	-0.4%	2.3%	-0.4%	1.3%	-8.5%	1.3%	-0.8%	0.9%	1.1%	0.8%
紙製容器包装（袋を除く）	-1.9%	0.2%	0.0%	-1.0%	0.3%	-1.0%	-0.2%	0.0%	-0.3%	0.5%	-0.5%
紙製の袋	-0.4%	-0.9%	-0.1%	0.6%	-0.2%	-0.2%	0.1%	-0.2%	-0.2%	-0.3%	-0.5%
段ボール製容器包装	-0.1%	0.2%	0.0%	0.2%	-0.5%	-0.8%	-0.3%	0.2%	-0.2%	-0.9%	-1.2%
その他の容器包装	0.0%	-0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	1.1%
合計	-5.6%	0.2%	1.8%	1.8%	1.9%	-9.8%	1.0%	-0.1%	0.7%	0.5%	-1.3%

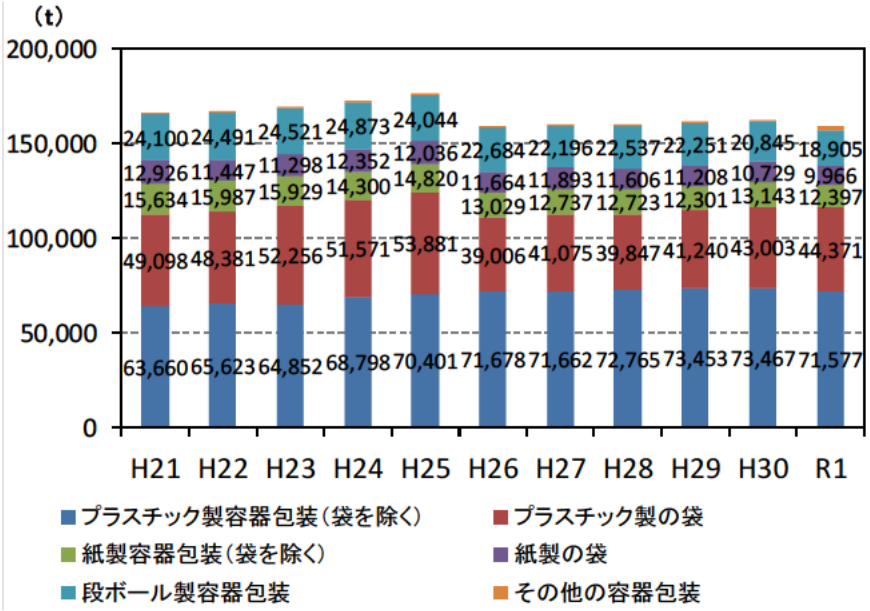


図 3-15　素材別容器包装使用量の推移【連続提出事業者】(N=297)

表 3-15　素材別容器包装使用量の推移（H21~R1 年度実績）【連続提出事業者】(N=297)

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
プラスチック製容器包装（袋を除く）	62,533	64,416	63,820	67,643	68,894	69,949	70,303	71,143	71,766	72,117	71,577
プラスチック製の袋	48,709	47,898	51,443	50,778	53,200	38,241	40,276	39,216	40,689	42,634	44,371
紙製容器包装（袋を除く）	15,680	16,025	15,982	14,365	14,884	13,601	12,843	12,820	12,398	13,249	12,397
紙製の袋	12,673	11,223	10,993	11,999	11,701	11,275	11,485	11,299	10,898	10,338	9,966
段ボール製容器包装	24,102	24,494	24,521	24,872	24,046	22,197	22,194	22,535	22,251	20,715	18,905
その他の容器包装	371	232	230	199	195	212	243	171	309	407	2,262
総量	164,068	164,288	166,989	169,856	172,919	155,475	157,343	157,183	158,312	159,460	159,478

注）11 年継続提出事業者で継続比較が可能な事業者（計 297 事業者）の集計結果。使用量は、素材別の使用量であるため、容器包装を用いた合計使用量とは誤差が生じている（事業者毎の容器包装別の合算値≒合計使用量であるため（四捨五入等の影響））。

R2 年度報告（R1 実績）における密接指標の設定状況は、図 3-16 に示す。

売上高を用いている事業者が 54.2%と最も多く、次いで顧客数 32.0%、販売商品個数 5.1%、店舗面積 4.7%となった。その他としては、いくつかの密接指標の組み合わせや店舗数、テナント外の売上や売上点数等を用いている事業者がいた。

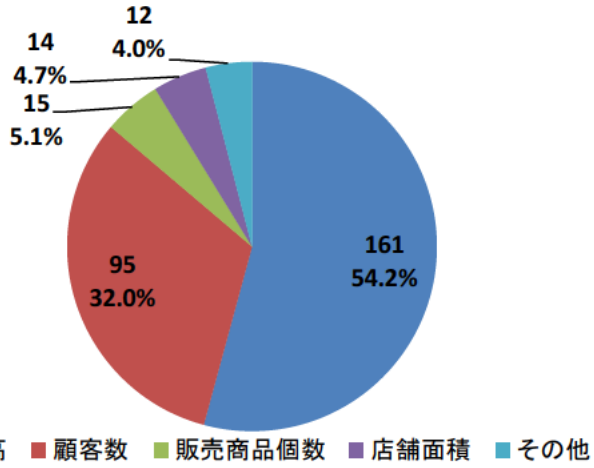


図 3-16　密接指標の設定状況（R1 年度実績）【連続提出事業者】(N=297)

次に、原単位の推移について、H22 年度報告（H21 実績）を基準年（＝100）として、密接指標ごとに原単位を指数化した結果を図 3-17 に示す。

売上高が密接指標の場合、H22 年度報告（H21 実績）から H29 年報告（H28 実績）にかけて原単位は基準年以下で推移し、H30 年度報告（H29 実績）、R1 年度報告（H30 実績）では大きく増加したものの、R2 年度報告（R1 実績）では減少した。

素材別原単位の推移を図 3-18 に示す。段ボール製容器包装が他の容器包装と比べ高い水準で推移していたが、R1 年度報告（H30 実績）よりプラスチック製の容器包装が段ボール製容器包装を抜き基準年より 1.2 倍近くまで増加したものの、R2 年度報告（R1 実績）では基準年とほぼ同程度となった。

その他の容器包装については、紙製の容器包装が H22 年度報告（H21 実績）から比べると減少傾向にある。

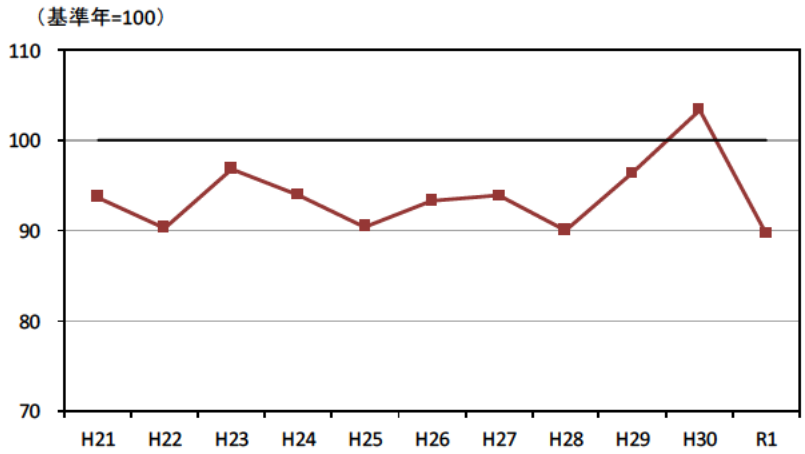


図 3-17　原単位の推移（密接指標：売上高）【連続提出事業者】（N=161）

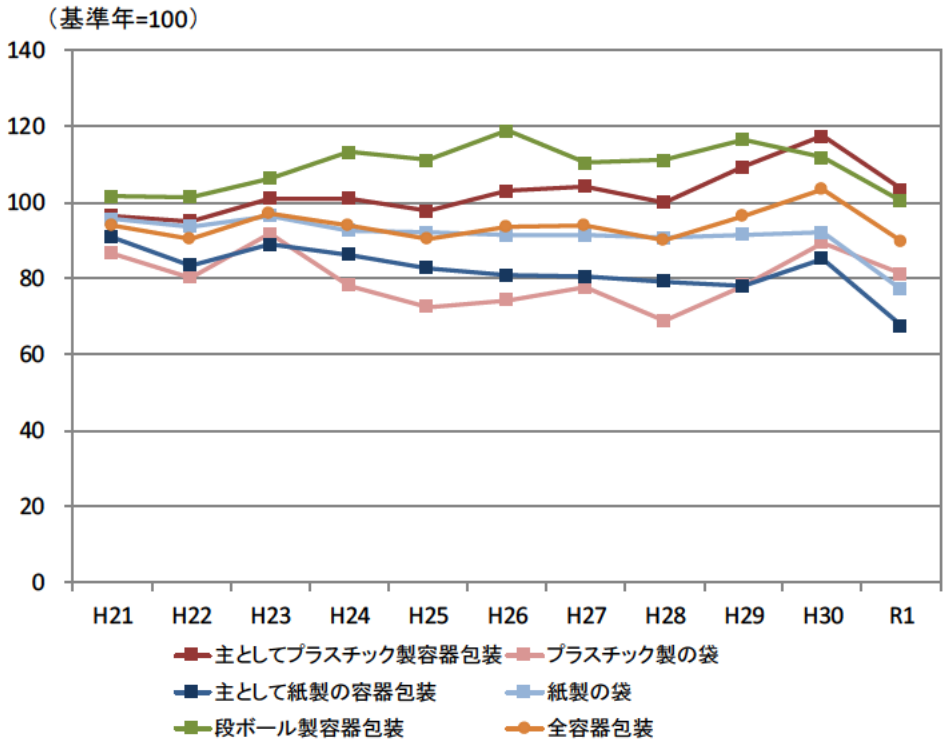


図 3-18　素材別原単位の推移（密接指標：売上高）【連続提出事業者】（N=161）

顧客数が密接指標の場合を図 3-19 に示す。

H26 年度報告（H25 実績）までは基準年（H22 報告、H21 実績）以下か同程度で推移しているが、それ以降は基準年を上回り増加傾向がみられ直近の R2 年度報告（R1 実績）では最も大きくなった。

素材別原単位の推移を図 3-20 に示す。プラスチック製の袋が他の容器包装と比べ増加し、基準年を上回った。一方、紙製の容器包装・袋、段ボール製の容器包装が減少傾向にある。

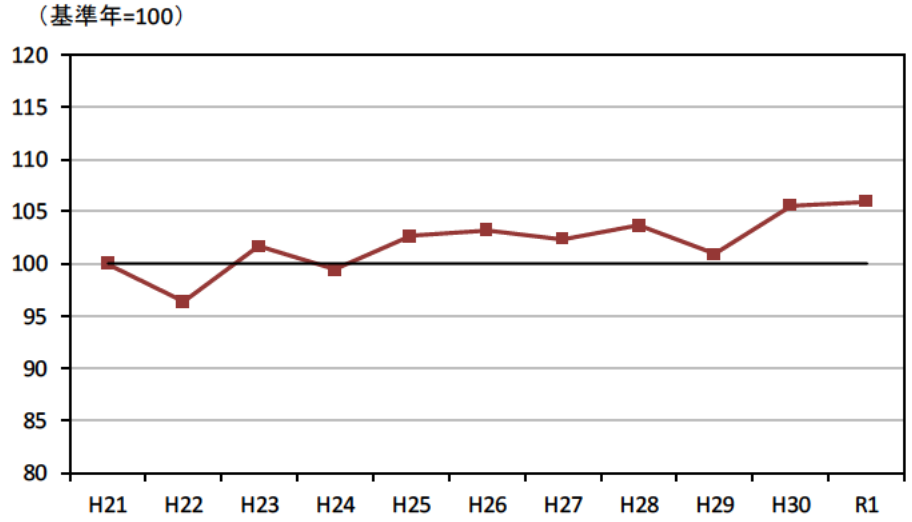


図 3-19　原単位の推移（密接指標：顧客数）【連続提出事業者】（N=95）

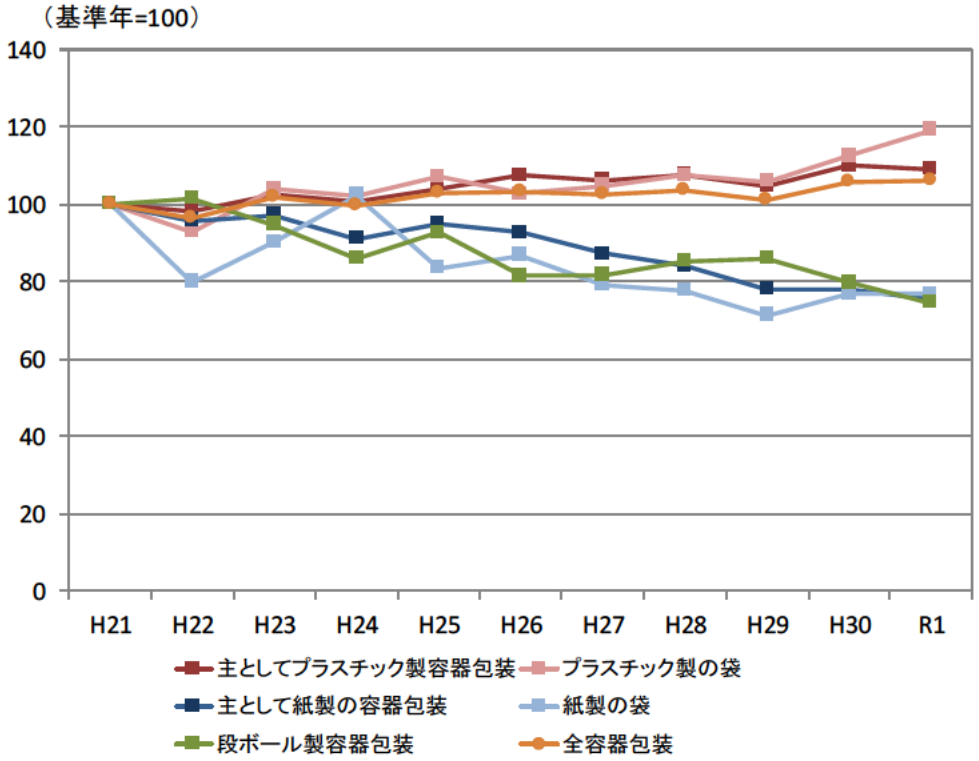


図 3-20　素材別原単位の推移（密接指標：顧客数）【連続提出事業者】（N=95）

③原単位の分布

11 年間連続して定期報告を提出している 297 事業者のうち、連続で同じ項目の密接指標を用いており、原単位の比較が可能な事業者に着目し、これらの事業者の原単位の増減傾向について分析を行った。

売上高を密接指標としている 161 事業者、顧客数を密接指標としている 95 事業者について、R2 年度報告（R1 実績）の密接指標を横軸に、容器包装使用量を縦軸にとり散布図（両対数表

記）を描き、R2 年度報告（R1 実績）の原単位の平均値からの乖離を示した図を図 3-22 及び図 3-24 に示す。平均線から左上方向は、単位量あたりの容器包装利用量が多い事業者であり、右下方向は単位あたりの容器包装使用量が少ない事業者である。

ｉ）密接指標:売上高

全業種の散布図および増加傾向の図を見ると、増加傾向にある事業者が 26%（37 事業者）、減少傾向にある事業者が 48%（68 事業者）であり、減少傾向にある事業者が約半数を占めた。

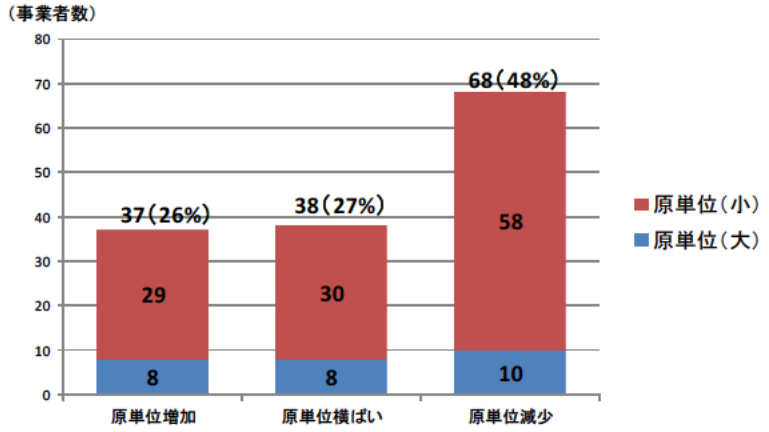


図 3-21　原単位の増減傾向（密接指標：売上高）

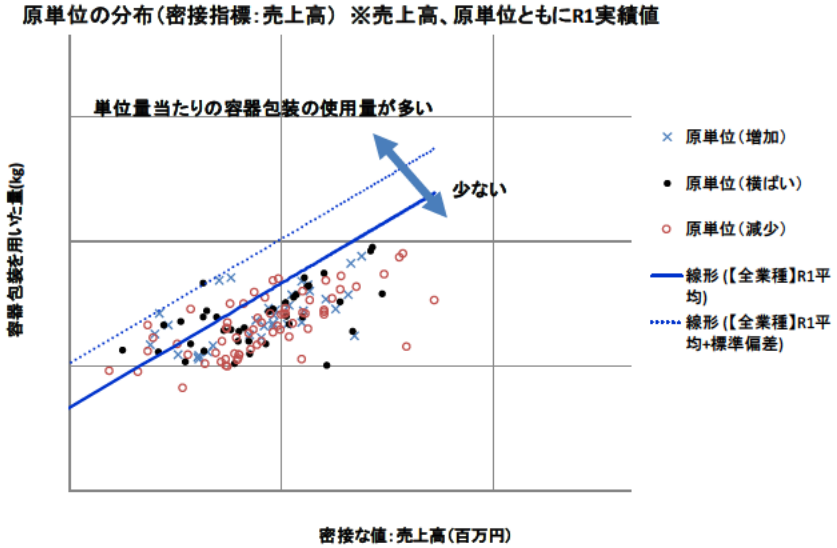


図 3-22　密接指標（売上高）と容器包装使用量の散布図

ⅱ）密接指標:顧客数

全業種の散布図および原単位の増減傾向の図を見ると、増加傾向にある事業者が 43%（35 事業者）、減少傾向にある事業者が 24%（20 事業者）であり、増加傾向にある事業者が約 4 割を占めた。原単位増加の理由として、新型コロナウィルスの影響による、テイクアウトの増加等が考えられる。

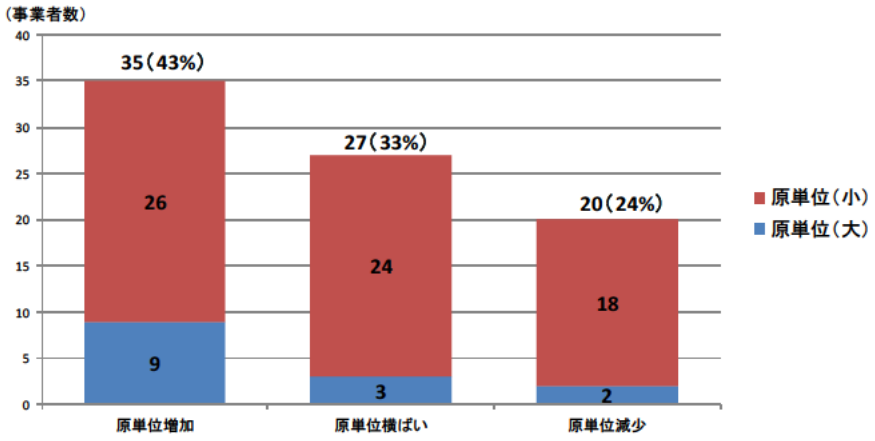


図 3-23　原単位の増減傾向（密接指標：顧客数）

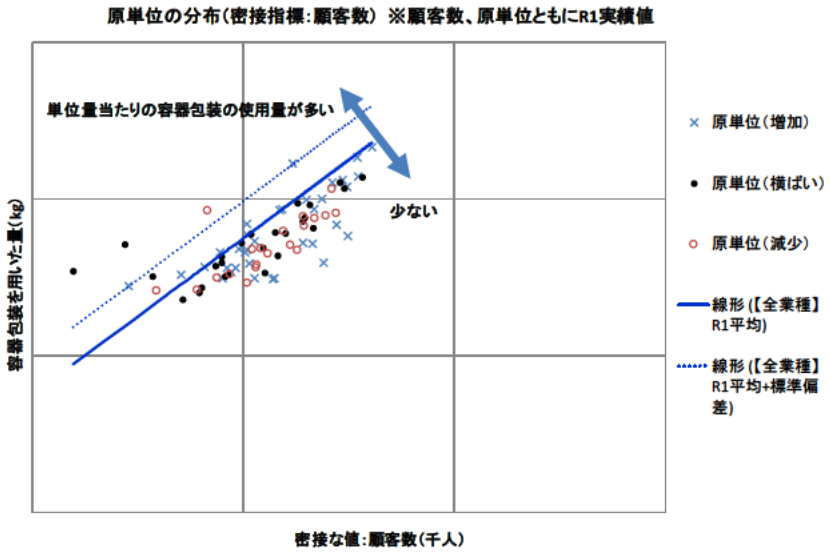


図 3-24　密接指標（顧客数）と容器包装使用量の散布図

④排出抑制への取組と原単位の関係

排出抑制への取組状況と原単位の関係について把握するため、「全事業者」、「原単位が平均より小さい事業者」、「原単位が平均より大きい事業者」の３つに分類（原単位の平均値は、密接指標毎に算出）した際の取組の実施率を図 3-25 に示す。

多くの取組みにおいて、原単位が平均よりも小さい事業者の方が、大きい事業者よりも取組みの実施率が高くなっており、取組みを実施することで排出抑制につながっていることがわかった。

原単位が「平均より小さい事業者」より「平均より大きい事業者」の方が多くなったのは、「容器包装の有償による提供」であった。

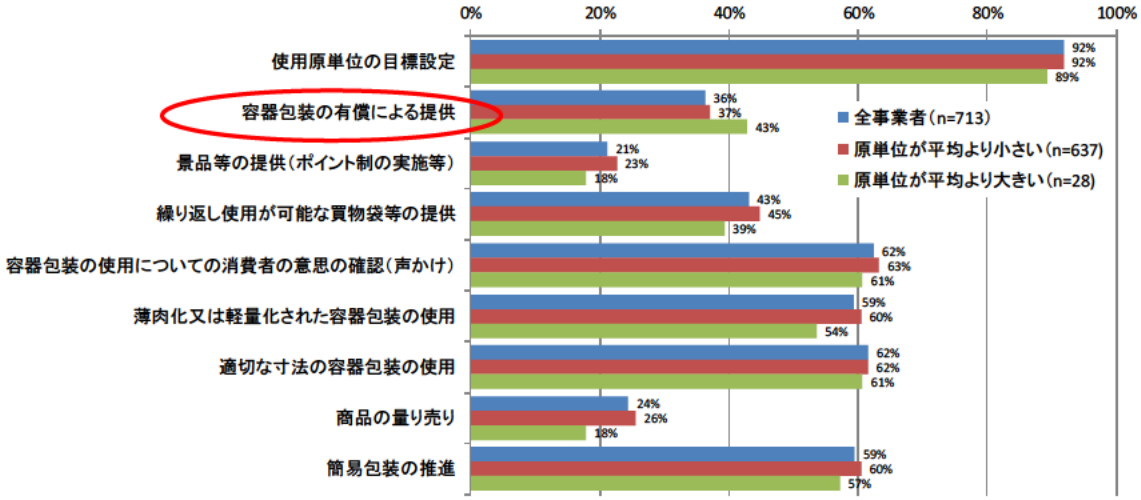


図 3-25　排出抑制への取組みと原単位の関係

⑤地方公共団体との連携事例

定期報告制度では、容器包装廃棄物の排出抑制に取り組んだ事項について、選択式及び自由記述にて記載することとなっている。自由記述では、レジ袋削減や各種協議会の開催等、地方自治体と事業者が連携して排出抑制に取り組んでいる事例がみられた。

そこで、定期報告の「(第 7 表) 判断の基準となるべき事項に基づき実施した取組」及び「(第 8 表) その他の合理化実施取組み」において、何かしら地方自治体との取組みを行っている事業者を抽出するとともに、どのような取組みがなされているかについて、図 3-26 及び表 3-16 のとおり整理した。何らかの地方自治体との取組みを行っている事業者は 169 事業者であった。内訳としては、広報活動が 47 事業者と最も多く、次いで、地域の協議会等への参加および、その他（報告、寄付、制度等）が 45 事業者、協定締結が 41 事業者、キャンペーンへの参加が 40 事業者であった。なお、事業者による自治体との取組みは複数あり、1 事業者が複数自治体と実施する取組みもあるが、ここでは事業者数で集計した。

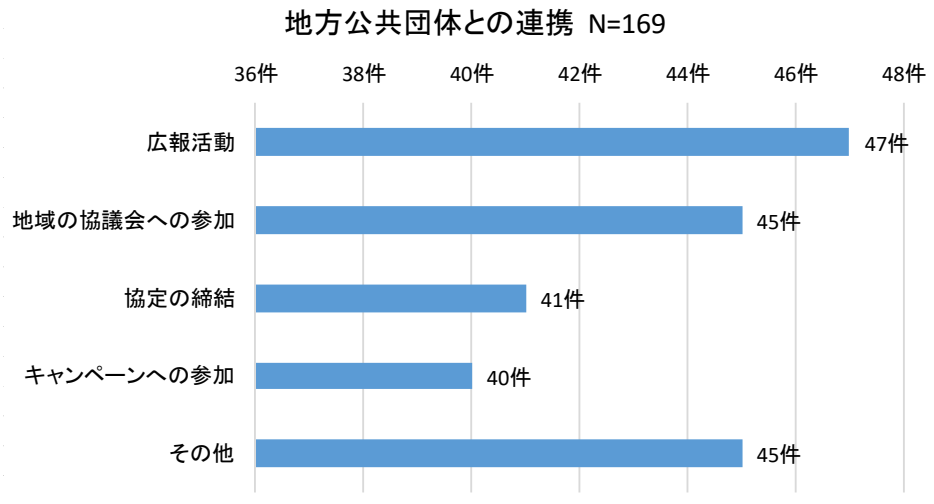


図 3-26　地方公共団体との連携内容についての取組事業者数（N=169）

表 3-16　地方公共団体との連携事例

■広報活動での協力（47 事業者）
・市のレジ袋削減推進協議会のチラシでマイバックの推進等の広報をした。
・県が実施しているマイバッグキャンペーンに参加し、専用のポスターを掲示。お客様への周知活動を行い県と連携を図った。
・県、その他市町村等が行う啓蒙活動として、ポスターの掲示、チラシ配布など協力している。等
■地域の協議会等への参加（45 事業者）
・区が主催する「3R 推進協議会」に参加し、連携を図っている。
・消費者モニター協議会、消費者団体連絡協議会との定期懇談会を実施。
・行政・市民・事業者が参加する「レジ袋削減協議会」に出席し、その都度、改善実績の報

告を行っている。等

■協定の締結（41 事業者）

・市で行政及び消費者団体・環境団体等と協定を締結し、食品のレジ袋無料配布を中止。

・消費者協会、市生活学校との間で「環境保存の推進に向けたレジ袋削減に関する協定」を締結。

・容器包装の削減にかかる協定を地方公共団体、NPO 団体と締結し、成果情報の共有を行っている。等

■キャンペーンへの参加（40 事業者）

・各店舗の地域行政による 3R キャンペーン、マイバッグキャンペーンなどに協力。

・環境省、経済産業省、3R 活動推進フォーラムおよび地方公共団体の推進する「環境にやさしい買い物キャンペーン」に参加。

・行政、市民団体との連携に依る店頭でのリサイクルキャンペーン実施。等

■その他（報告、寄付、制度等）（45 事業者）

・各自治体とレジ袋削減に関する状況の共有を行っている。

・各行政に対して、廃棄物減量化計画書の提出及び実施状況を報告。

・県との取組により、マイバックを持参しないお客様へ販売したレジ袋の収益金の 2/3 を店舗の存在する市町村 PTA へ、1/3 を県地域環境保全基金へ寄付している。

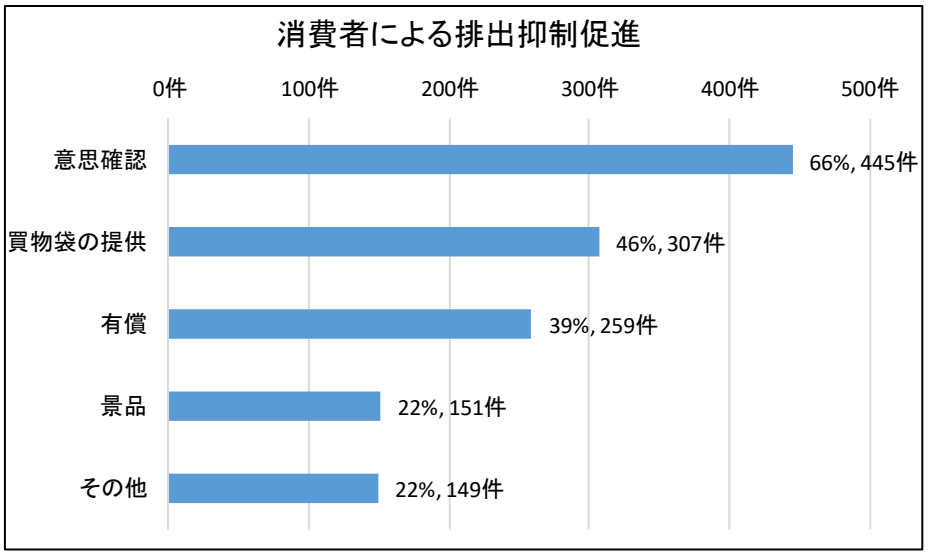
・市のエコショップ認定を受けている。等

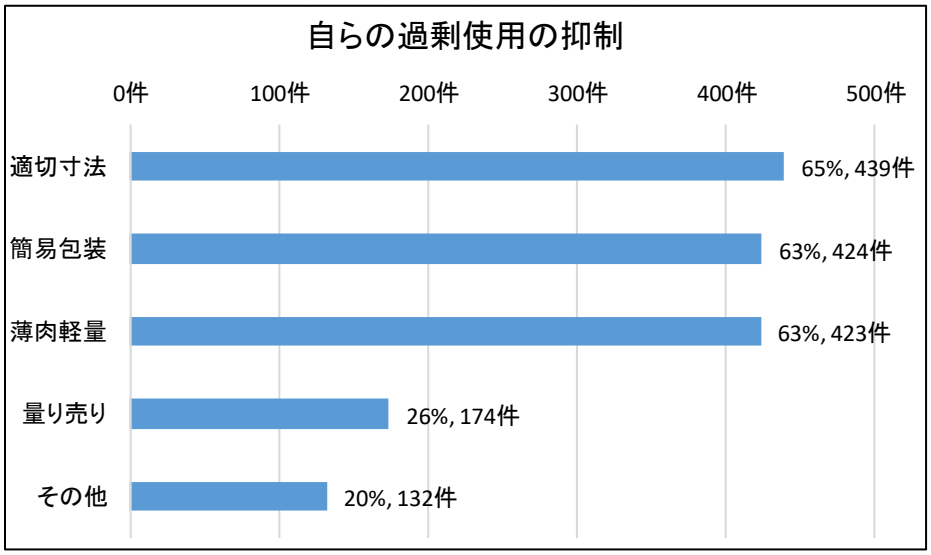
⑥容器包装使用の合理化事例

定期報告制度では、「（第 7 表）容器包装使用の合理化」（自由記述）にて、事業者が取り組んでいる容器包装使用の削減に向けた取組みを記載することになっている。ここでの回答内容を定期報告書に合わせ、「消費者による排出抑制促進」、「自らの過剰使用の抑制」「情報の提供」ごとの取組について整理した。取組み内容を図 3-28 及び表 3-17 に示す。

何らかの合理化の取組みを行っている事業者は 672 事業者であり、全提出事業者（713 事業者）の大半を占めた。内訳としては、意思確認が最も多く 445 事業者、次いで容器の適正寸法 439 事業者、簡易包装が 424 事業所、容器の薄肉化・軽量化が 423 事業所、店頭での情報の提供が 407 事業所であった。

なお、事業者による取組みは複数あり、ひとつの事業者が適切寸や簡易包装に向けた取組みを複数行っている場合もあるが、ここでは事業者数で集計を行った。





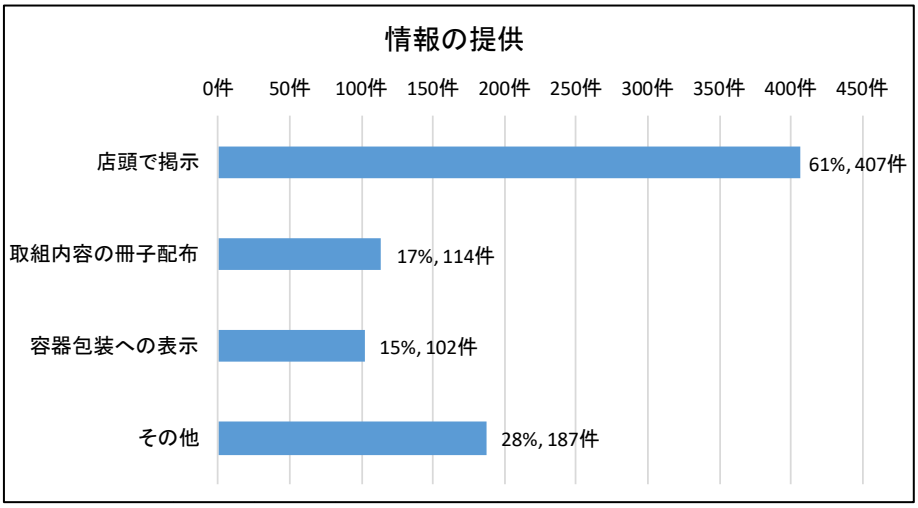


図 3-28　容器包装使用の合理化についての取組事業者数

表 3-17　容器包装使用の合理化事例（672 事例）

■消費者による排出抑制促進

〇意思確認（445 事業者）

・書籍購入者には紙製の包装後、プラスチック製包装を行っていたが、購入数が少なく且つ重量が軽いものは紙製の包装のみで良いか確認している。

・店頭・レジ横に「レジ袋不要カード」を設置しレジ袋不要者の意思確認を実施。

・顧客が商品を複数点購入した場合、顧客の了承を得て一つにとりまとめる。等

〇買い物袋の提供（273 事業者）

・当社オリジナルのエコバッグをお客様にお勧めしている。

・手付袋底部にリサイクル推進の呼びかけをプリントし、手付袋を紙ごみ用まとめ袋として活用を推進

・繰り返し使用が可能な買物袋等の提供。等

〇有償（259 件）

・7 月のレジ袋有料化に合わせ、 3 円～5 円でレジ袋の有料化を開始。

・2020 年 2 月 1 日より、環境に配慮しショッピングバッグの有料化を開始した。

・有料で販売するレジ袋は数回程度繰り返し使用可能な強度のある仕様とし、またバイオポリエチレン 25%を配合し石油製品に比べＣＯ2 を削減している。等

〇景品（151 件）

・紙袋が不要の場合には、エコポイントとして 2 ポイント(2 円相当）を付与している。

・マイバックキャンペーンとして、ポイント券一枚と、マイバスケットかバスケットバックを交換できるキャンペーンの実施。　等

〇その他（149 件）

・当社 PB 商品や仕入商品から、容器包装の省資源化商品を、環境配慮型商品として拡売を促進することで、お客様のご家庭での容器包装廃棄物の削減を推進している。

・各店ごとに、毎月のマイバッグ持参率の目標を年間で設定による店での取り組み。

・中元・歳暮期のエコ包装推奨。等

■自らの過剰使用の抑制

〇適切寸法（439 事業者）

・（厚み抑制）最適サイズ使用を従業員に再教育。

・10 種類前後（店舗により異なる）のサイズの違うレジ袋を用意し、適切なサイズのレジ袋を使用している。

・適切な寸法の容器包装の使用・送付用段ボールは複数サイズを準備し、商品サイズに合わせて適切なサイズを使用している。等

〇簡易包装（424 事業者）

・中ギフト商品の簡易包装化を推進（エコ包装)。

・ご自宅のお買い上げ品に簡易包装のお願いしている。

・ポスター、POP による簡易包装のご協力をお客様にお願いし、買い上げテープの利用を推進。等

○薄肉軽量（423 事業者）

・レジ袋が薄肉化されたものを使用している。

・食品トレー素材の薄肉化・巻ポリ・平ポリの薄肉化やサイズ変更。

・包装紙等の改良を検討、実施を行っている（サイズ縮小、薄肉化）。等

○量り売り（174 事業所）

・青果売場や総菜売場にてバラ売りや量り売りを実施。

・お茶、佃煮、塩干物、肉類等の量り売りを継続実施した。等

○その他（132 事業所）

・資材循環できるよう、緩衝材は古紙素材のものを採用。

・商品包材のサイズを 5 種類から 3 種類に削減し、商品包材のデザインを通年で統一、イベント用デザイン廃止により在庫を削減した。等

■情報の提供

○店頭（407 事業所）

・店内に「レジ袋削減キャンペーンポスター」を掲示し、お客様への啓発を実施。

・食品売り場店頭に「マイバッグご持参キャンペーン」の案内ポスターを掲出。

・ギフトラッピングの有料化において、容器包装排出抑制促進理解のための説明、および無料ギフトラッピングサービスを有料化する旨のお知らせを店頭 POP にて実施。等

○冊子等（114 事業所）

・簡易包装に協力を求める表示の掲示、環境への取り組みに関する冊子で、簡易梱包やエコバッグを紹介。

・レジ袋辞退率（マイバック持参）やリサイクルの取組みをホームページや冊子などで普及している。等

○表示（102 事業所）

・厚みが「50 マイクロメートル以上」の袋には「再利用推奨」のコメントを表示。

・梱包にリサイクルマークを印字表示し、梱包材を破棄する際の分別の簡便化を推進。

・包装にはリサイクルマークを表示している。等

○その他（187 事業所）

・リユース容器の推進を含めた環境配慮の取組についてホームページや店頭のコミュニケーションを目的としＳＮＳ（Twitter）でお客様に対する情報共有、啓発を推進している。

・牛乳パック、食品トレー、卵パック、ペットボトル等回収していることをチラシ等で案内。

・買物量に応じた無駄のないレジ袋を提供する社内マニュアルを作成し、各地のトレーナーによる教育指導を実施。等

(3) まとめ

R2 年度報告（R1 実績）の集計結果をもとに定期報告整理台帳の作成を行い、容器包装使用量の推移について整理するとともに容器包装排出抑制に向けた取組みの分析を行った。

R2 年度報告（R1 実績）の容器包装使用量および、事業者あたりの容器包装使用量は過去 11 年で最も多い結果となった。これは新型コロナウィルスの影響により、テイクアウトの増加や衛生面の観点等から食品トレーやラップなどの容器包装の使用が増加していることが考えられ、そのうちの多くは、プラスチック製容器包装および紙製容器包装が使用されていた。

また、R2 年度報告（R1 実績）で初めての報告となった事業者は 31 社あり、全体の容器包装使用量増加に影響があったと考えられる。

排出抑制に向けた取組みは多くの事業者で実施されており、原単位が平均より小さい事業者での導入割合は平均より大きい事業者よりも高く、削減への寄与が示唆された。

(4) 定期報告に関する効率的集計のための方策

令和２年度に事業者が提出した定期報告のデータを、「定期報告整理台帳」に入力し、定期報告整理台帳を作成する際に、手間がかかった事項及び工夫した内容や、データを集計する際に効率的集計のための方策を以下に示す。

項目	問題点	効率的集計のための方策
事業者名	社名の変更や入力ミス等の内容による、連続事業者の誤りが発生する。	・入力ミスを防ぐために、十分注意しながら入力すること。 ・旧社名と社名変更があれば記載するようにする。
対象年度（実績）	事業者の記入のまま分析すると、マクロにエラーや、誤った年度の集計になってしまう。	定期報告の書式に年度を固定する。
数字の入力	カンマか小数点か不明	過去のデータとの比較でチェックする。
密接指標	・顧客数としてマクロで集計しているが、記入欄に顧客数をその他に記入するため、区別するのに手間かかる。 ・定義の不明瞭による分別が困難	・密接指標の記入欄に、選択肢を増やす例：売上高、店舗面積、顧客数、販売商品個数等 ・密接指標の定義の明確化 ・単位の統一
業種	事業者の記入のままでは書き方が統一されていない。マクロ集計の際、統一するのに手間がかかる。	入力時にアルファベット表記で統一するため、定期報告書記載の段階で選択肢を設けておく。
売上高（顧客数、販売商品個数も同様）	現定期報告書に、売上高が「円」単位で記入すると要求されているが、データ集計する際には、「百万円」と単位換算の手間が発生している。	売上高の単位を「百万円」に統一

項目	問題点	効率的集計のための方策
紐付け番号	・連続提出事業者の集計では、重要な指標になるが、新番号を付ける際は過去のデータを参照し番号が使用されていないか確認する必要がある。 ・空白にしているとマクロがそれ以降は無いものと判断し集計に反映されない。	・提出事業者紐付け番号一覧の提示 ・新番号の付け方を定型化 ・新番号を付ける際に、過去のデータをよく確認すること
記入データ	・データの欠損や記入漏れ ・データ不一致	事業者が提出後内容を良くチェックし、不足等を随時に指導する。 ・過年度データとの比較 ・入力はエクセルデータとし、入力作業は省けるような入力フォームがあれば作業が効率化される。
集計データ入力	第１表容器包装を用いた量の入力時、０を記入されている数字をそのまま入力すると、マクロでカウントされてしまう。	・定期報告書の記載ではゼロ記載はあってよいが、集計用データではゼロは削除しておく。
連続データ集計	値は表示されないが、式が入っているセルについて、集計に反映されてしまう。	見た目上、空白のセル（値は表示されないが、式が入っているセル）は式等を削除しておく。

3.3　プラスチック製買物袋有料化等実施の状況調査

3.3.1　プラスチック製買物袋有料化等実施の状況調査

令和２年７月１日より実施しているプラスチック製買物袋有料化制度について小売事業者による買物袋の有料化等の個別実施状況を把握するため、容リ法政令第五条で定義する業に属する事業を行うと思われる者に対し、業界団体の協力を通じてオンラインアンケートを実施、同時に調査実施を通じて、小売事業者に対し改めて制度周知を徹底した。

寄せられた回答の集計・分析を通じ、買物袋有料化の状況及び関連事項（特に消費者の理解を得るための方策や消費者の協力度）の小売事業者の業態・地域等による特徴を分析し、プラスチック買物袋の使用削減効果と削減に効果的な事業者の取組みの類型化、更には今後のプラスチック買物袋有用化推進上ベストプラクティスになると考えられる業種・規模別に特徴的な個別事例の抽出を行った。

(1) アンケート内容の設計

昨年度実施した「プラスチック製買物袋（レジ袋）の有料配布等の取組みに係る調査」の結果を踏まえ、経済産業省との打合せに基づきアンケート内容（個別の設問及び選択肢・記入欄のスタイル、各設問を統合した全体構成）を設計した。

1) 調査対象

容器包装リサイクル法政令第５条で定義する業に属する事業（小売業）を行うと思われる者を対象とした。業界団体（日本経済団体連合会、日本商工会議所、全国商工会連合会並びに左記三団体傘下団体）の会員企業 200 万社程度のうち小売業を行う事業者を対象とした。

2) 設問の方式・内容

設問は基本的に選択肢方式（単一回答方式または複数回答方式）を想定し、事例研究の観点から必要な設問について自由回答方式を採用した。

内容は小売事業者自身の認識（有料化制度実施への認知度）と取組みの実態（実際の有料配布の状況に加え、開始時期、有料化対象外のため依然無料配布している買物袋の類型）、消費者の理解を得るための方策、消費者の協力度（有料化開始前後の辞退率）及びライフスタイル変革への影響に関する設問を加え、個別事業者の取り組みや有料化制度実施後の状況を端的に把握できるようにした。

また事業者の回答は個店を基本としたが、業界団体を通じて回答協力を求める当調査の性格から多店舗を擁する事業者では本社・本部が全店舗一括の回答を寄せることも想定されたため、回答の種別（店舗としての回答／本社・本部としての回答）に関する設問を追加し、個別の設問もそれに応じて選択できるように工夫した。

(2) オンラインアンケートシステムの構築

(1)で決定した内容に基づきオンラインアンケートのフォーマットを設計した。

専用のサーバーを確保してインターネット上に専用の WEB サイトを開設し、回答者に当該 URL にアクセスしてもらい、オンライン上で回答を選択・入力するオンラインアンケートにより調査を実施した。

システムは受託者内部及び経済産業省によりテストを行い、不具合を修正の上、実用に供した。

以下にオンラインアンケートの回答フローを示す。（専用 WEB サイトのトップページ、全体構成・個別設問の詳細は別添資料参照）

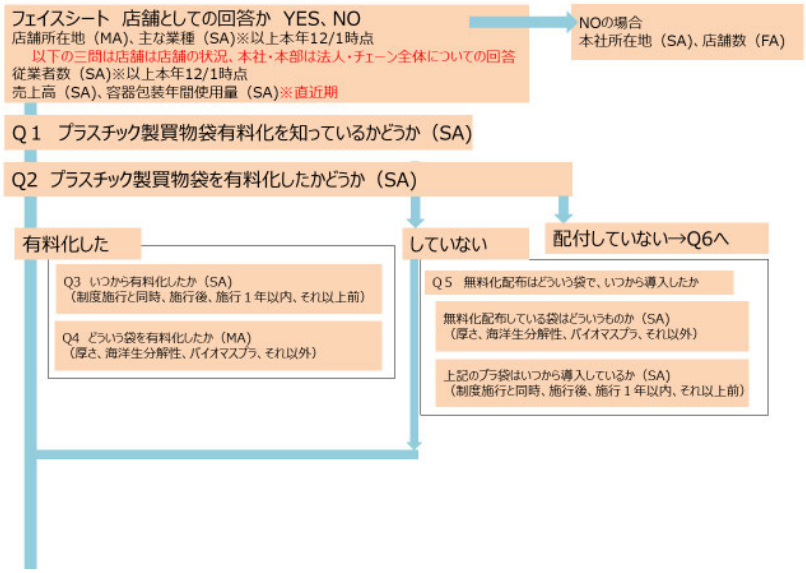


図　オンラインアンケートの回答フロー（その１）

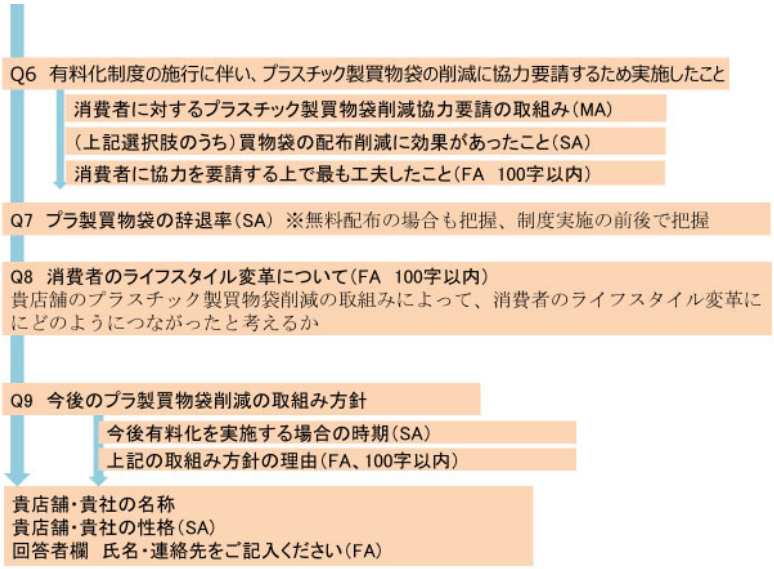


図　オンラインアンケートの回答フロー（その２）

(3) 業界団体への協力要請

経済産業省からの事前趣旨説明を踏まえ、日本経済団体連合会、日本商工会議所、全国商工会連合会に対し訪問又はオンライン会議により、傘下団体会員事業者のオンラインアンケートへの回答に向けた協力を要請した。

同時にアンケートの全体構成・個別設問、依頼文の素案を提示し、理解し易さや回答し易さの観点から意見を聴取、素案の改善に反映した。また当調査は小売事業者に対し改めて制度周知を徹底する趣旨を兼ねて実施するものであり、経済産業省が過去発表してきたプラスチック製買物袋有料化に関係する広報資料のへのリンクを依頼文に貼付した。（依頼文は別添資料参照）

３団体への依頼にあたっては、重複回答を排除するため、複数の団体から調査協力依頼があった際はオンラインでの入力を一回のみとする旨を周知した。

(4) オンラインアンケートの実施経過

オンラインアンケートの実施経過は以下のとおりである。

オンラインアンケート開始	…	12 月 23 日
業界団体への再周知要請	…	１月 14 日
回答締切り（第一次）	…	１月 29 日
業界団体への回答期間延長連絡、再々周知要請	…	２月４日
回答締切り（第二次）	…	２月 15 日

当初回答の締切りを１月 29 日に設定したが、小売業にとっての繁忙期である年末年始をまたぐスケジュールであったこと、また新型コロナ感染症汚染再拡大による「非常事態宣言」発出下の状況であることを鑑み、回答期間を２月 15 日迄延長した。

オンラインアンケート実施においては、開始時期が年末年始に重なったことに加え、コロナ禍及び緊急事態宣言の発令のために、回答が想定していた数を下回る結果となった。

(5) 集計結果

1) 回答状況

店舗／本社・本部／合成別

①回答数

回答数は 624 件であった。

回答数
624 件

②回答者の立場

店舗としての回答が 568 件と全体の 9 割を占めた。店舗としての回答でない（ホールディングスを含む会社等の法人やフランチャイズ事業の本社・本部としての回答）は 1 割未満であった。

選択肢	件数	割合
①店舗としての回答	568	91.0%
②店舗としての回答でない（ホールディングスを含む会社等の法人やフランチャイズ事業の本社・本部としての回答）	56	9.0%
総件数	624	100.0%

上記は小売業を行っていない企業も含まれており、それらを除くと下記のとおりとなる。

選択肢	件数	割合
①店舗としての回答	549	92.1%
②店舗としての回答でない（ホールディングスを含む会社等の法人やフランチャイズ事業の本社・本部としての回答）	47	7.9%
総件数	596	100.0%

＜参考：確報集計結果（回答率）＞

【国・地方公共団体の事業所を含む事業所数について】

平成 28 年経済センサス - 活動調査（以下、「活動調査」という。）においては、国・地方公共団体の事業所を調査対象としていないことから、参考として、活動調査の民営事業所数に平成 26 年経済センサス - 基礎調査（以下、「基礎調査」という。）で把握された国・地方公共団体の事業所数を合算した、我が国全体の事業所数を試算した。

【事業所に関する集計】

産業大分類別	民営事業所数	国・地方公共団体事業所数	事業所総数（試算値）
A～S 全産業	5,578,975	147,732	5,726,707
A～B 農林漁業（個人経営を除く）	32,676	1,360	34,036
C 鉱業，採石業，砂利採取業	1,851	3	1,854
D 建設業	492,734	1	492,735
E 製造業	454,800	130	454,930
F 電気・ガス・熱供給・水道業	4,654	4,136	8,790
G 情報通信業	63,574	73	63,647
H 運輸業，郵便業	130,459	836	131,295
I 卸売業，小売業	1,355,060	179	1,355,239
J 金融業，保険業	84,041	73	84,114
K 不動産業，物品賃貸業	353,155	832	353,987
L 学術研究，専門・技術サービス業	223,439	3,894	227,333
M 宿泊業，飲食サービス業	696,396	2,937	699,333
N 生活関連サービス業，娯楽業	470,713	4,075	474,788
O 教育，学習支援業	167,662	54,125	221,787
P 医療，福祉	429,173	28,250	457,423
Q 複合サービス事業	33,780	28	33,808
R サービス業(他に分類されないもの)	346,616	7,066	353,682
S 公務（他に分類されるものを除く）	…	39,734	39,734

注１）「民営事業所数」は、活動調査による結果で、平成 28 年 6 月 1 日現在。
注２）「国・地方公共団体事業所数」は、基礎調査による結果で、平成 26 年 7 月 1 日現在。
注３）「民営事業所数」及び「事業所総数（試算値）」のうち「A～S 全産業」には事業内容等不詳の事業所を含みます。

平成 28 年 6 月 1 日現在の我が国の企業等数は 385 万 6457 企業、事業所数は 557 万 8975 事業所である。

平成 28 年経済センサスより	企業数	事業所数（店舗）	小売業（事業所数（店舗））
全国	3,856,457	5,578,975	1,355,060
業界団体	2,000,000	2,893,316	702,749
	52%		
		アンケート回答数	55,099
		回答率	7.84%

平成 28 年経済センサスより全国の企業数は 3,856,457、事業所数は 5,578,975、うち小売業は 1,355,060。業界団体会員企業数は 200 万と想定すると、全国の企業数の 52%が業界団体会員と想定される。その比率を用い、業界団体の事業所数および小売業数を算出すると、小売業数 702,749 と想定される。

アンケートの対象先は小売業 702,749 社で、アンケート回答数が 55,099 より、回答率は 7.84%と推定される。

参考までに、大阪商工会議所の小売企業数の割合24%を用いた場合、小売事業者数（企業数）が480,000事業者、事業所数（店舗数）は694,396事業所となる。（経済センサスより1企業当たりの事業所数は1.45を用いて算出）その結果、アンケートの回答率は7.93%となった。

2）フェイスシート（店舗／本社・本部／合成別）
＜店舗による回答＞
店舗所在地（８地域）、主な業種、従業者数、売上高、団体の種類（回答者欄　貴店舗・貴社の性格）を確認した。
店舗所在地は、東北が最も多く115件（20.9%）、次いで中部が101件（18.4%）、九州79件（14.4%）となっている。

F2 店舗所在地（ＳＡ）（令和２年12月１日現在）

選択肢	件数	割合
北海道	65	11.8%
東北	115	20.9%
関東	66	12.0%
中部	101	18.4%
近畿	74	13.5%
中国	25	4.6%
四国	24	4.4%
九州	79	14.4%
無回答	0	0.0%
総件数	549	100.0%

主な業種は、飲食料品小売業が最も多く244件（44.4%）、次いで各種商品小売業が176件（32.1%）、織物・衣服・身の回り品小売業が49件（8.9%）となっている。

F3 主な業種（ＳＡ）（令和２年12月１日現在）

選択肢	件数	割合
①各種商品小売業	176	32.1%
②織物・衣服・身の回り品小売業	49	8.9%
③飲食料品小売業	244	44.4%
④自動車部分品・付属品小売業	3	0.5%
⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	2	0.4%
⑥医薬品・化粧品小売業	14	2.6%
⑦書籍・文房具小売業	13	2.4%
⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	3	0.5%
⑨楽器小売業	1	0.2%
⑩たばこ・喫煙具専門小売業	2	0.4%
⑪その他の小売業	42	7.7%
総件数	549	100.0%

従業者数は、５人以下が最も多く370件（67.4%）、次いで６～20人が123件（22.4%）となっている。

F4 従業者数（ＳＡ）（令和２年 12 月１日現在）

選択肢	件数	割合
①５人以下	370	67.4%
②６～20 人	123	22.4%
③21～100 人	39	7.1%
④100 人以上	17	3.1%
総件数	549	100.0%

売上高は、1,000～7,000 万円が最も多く 260 件（47.4%）、次いで 1,000 万円未満が 127 件（23.1%）、7,001～24,000 万円が 106 件（19.3%）となっている。

F5 売上高（ＳＡ）（直近事業年度）

選択肢	件数	割合
①1,000 万円未満	127	23.1%
②1,000～7,000 万円	260	47.4%
③7,001～24,000 万円	106	19.3%
④24,001 万円～	56	10.2%
総件数	549	100.0%

販売に使用する容器包装の年間使用量は、プラスチック、紙、段ボールなどを合計して 50ｔ未満で 400 件（72.9%）と７割を超えている。

F6 販売に使用する容器包装の年間使用量（ＳＡ）（直近事業年度）

選択肢	件数	割合
①プラスチック、紙、段ボールなどを合計して 50ｔ以上	30	5.5%
②プラスチック、紙、段ボールなどを合計して 50ｔ未満	400	72.9%
③分からない	119	21.7%
総件数	549	100.0%

団体の種類（回答者欄　貴店舗・貴社の性格）は、個人事業が最も多く 271 件（49.4%）、次いで株式会社が 145 件（26.4%）、有限会社が 102 件（18.6%）となっている。

回答者欄　貴店舗・貴社の性格（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
①株式会社	145	26.4%
②有限会社	102	18.6%
③協同組合	8	1.5%
④その他の法人	23	4.2%
⑤個人事業	271	49.4%
総件数	549	100.0%

店舗回答のフェイスシートを総括すると、回答者の大半は中・小規模な事業者であることが読み取れる。

＜本社・本部による回答＞

本社・本部所在地（８地域）、店舗数、主な業種、従業者数、売上高、団体の種類（回答者欄　貴店舗・貴社の性格）を確認した。

店舗所在地は、東北が最も多く 13 件（27.7%）、次いで関東と北海道が９件（19.1%）、九

州が 7 件（14.9%）となっている。

F1-1 本社・本部所在地（ＳＡ）（令和２年 12 月１日現在）

選択肢	件数	割合
北海道	9	19.1%
東北	13	27.7%
関東	9	19.1%
中部	3	6.4%
近畿	2	4.3%
中国	4	8.5%
四国	0	0.0%
九州	7	14.9%
無回答	0	0.0%
総件数	47	100.0%

店舗数は、1 以上 3 未満 が最も多く 14 件（29.8%）、次いで 3 以上 5 未満が 8 件（17.0%）、5 以上 10 未満が 7 件（14.9%）となっている。

F1-2 店舗数（ＮＡ）（令和２年 12 月１日現在）

範囲	件数	割合
1 未満	0	0.0%
1 以上 3 未満	14	29.8%
3 以上 5 未満	8	17.0%
5 以上 10 未満	7	14.9%
10 以上 20 未満	5	10.6%
20 以上 50 未満	4	8.5%
50 以上 100 未満	1	2.1%
100 以上 250 未満	2	4.3%
250 以上 500 未満	2	4.3%
500 以上 1000 未満	0	0.0%
1000 以上 2000 未満	1	2.1%
2000 以上 5000 未満	0	0.0%
5000 以上 10000 未満	0	0.0%
10000 以上 20000 未満	2	4.3%
20000 以上	1	2.1%
不明	0	0.0%
総件数	47	100.0%

主な業種は、飲食料品小売業が最も多く 21 件（44.7%）、次いで各種商品小売業が 20 件（42.6%）となっている。

F3 主な業種（ＳＡ）（令和２年 12 月１日現在）

選択肢	件数	割合
①各種商品小売業	20	42.6%
②織物・衣服・身の回り品小売業	1	2.1%

選択肢	件数	割合
③飲食料品小売業	21	44.7%
④自動車部分品・付属品小売業		0.0%
⑤家具・じゅう器・機械器具小売業		0.0%
⑥医薬品・化粧品小売業		0.0%
⑦書籍・文房具小売業	2	4.3%
⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	1	2.1%
⑨楽器小売業		0.0%
⑩たばこ・喫煙具専門小売業		0.0%
⑪その他の小売業	2	4.3%
総件数	47	100.0%

従業者数は、100 人以上が最も多く 22 件（46.8%）、次いで 21～100 人が 11 件（23.4%）、6～20 人が 10 件（21.3%）となっている。

F4 従業者数（ＳＡ）（令和２年 12 月１日現在）

選択肢	件数	割合
①５人以下	4	8.5%
②６～20 人	10	21.3%
③21～100 人	11	23.4%
④100 人以上	22	46.8%
総件数	47	100.0%

売上高は 24,001 万円以上が最も多く 32 件（68.1%）、次いで 7,001～24,000 万円が 8 件（17.0%）、1,000～7,000 万円が 6 件（12.8%）となっている。

F5 売上高（ＳＡ）（直近事業年度）

選択肢	件数	割合
①1,000 万円未満	1	2.1%
②1,000～7,000 万円	6	12.8%
③7,001～24,000 万円	8	17.0%
④24,001 万円～	32	68.1%
総件数	47	100.0%

販売に使用する容器包装の年間使用量は、プラスチック、紙、段ボールなどを合計して 50ｔ未満が 25 件（53.2%）、50ｔ以上が 17 件（36.2%）となっている。

F6 販売に使用する容器包装の年間使用量（ＳＡ）（直近事業年度）

選択肢	件数	割合
①プラスチック、紙、段ボールなどを合計して 50ｔ以上	17	36.2%
②プラスチック、紙、段ボールなどを合計して 50ｔ未満	25	53.2%
③分からない	5	10.6%
総件数	47	100.0%

団体の種類（回答者欄　貴店舗・貴社の性格）は、株式会社が最も多く 39 件（83.0%）で 8 割を超えている。

回答者欄　貴店舗・貴社の性格（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
①株式会社	39	83.0%
②有限会社	4	8.5%
③協同組合	2	4.3%
④その他の法人	2	4.3%
⑤個人事業	0	0.0%
総件数	47	100.0%

本社・本部回答のフェイスシートを総括すると、店舗回答と比較した場合は、本社・本部が回答している性格上、やや規模が大きくなっていることが分かる。

＜店舗回答と本社・本部回答の合成：主な業種＞

主な業種に関して、店舗の回答に、「本社・本部回答の店舗数を回答数に乗じた値を回答として数えた値」を加え、回答全体における業種の割合を試算した。なお、店舗回答のうち、本社・本部回答と重複して回答している店舗の回答分は除外した。

合成した場合、各種商品小売業が 37,789 件（68.6%）、飲食料品小売業が 16,145 件（29.3%）となり、この二つで 97.9%を占めた。なお、各種商品小売業には、大手コンビニエンスストア二社の店舗 36,762 件が、飲食料品小売業には大手コンビニエンスストア一社の店舗 15,733 件がそれぞれ含まれている。これらの三社で 52,495 件と 95.3%を占めており、コンビニエンスストの回答が多い結果となった。

F3 主な業種（ＳＡ）（令和２年 12 月１日現在）

選択肢	件数	割合
①各種商品小売業	37789	68.6%
②織物・衣服・身の回り品小売業	1057	1.9%
③飲食料品小売業	16145	29.3%
④自動車部分品・付属品小売業	3	0.0%
⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	2	0.0%
⑥医薬品・化粧品小売業	14	0.0%
⑦書籍・文房具小売業	21	0.0%
⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	19	0.0%
⑨楽器小売業	1	0.0%
⑩たばこ・喫煙具専門小売業	2	0.0%
⑪その他の小売業	46	0.1%
総件数	55099	100.0%

3）有料化の実施状況

①有料化の認知度（店舗／本社・本部別、単純集計及びクロス集計(業種)）

＜店舗による回答＞

令和２年７月１日から小売業で販売に使用するプラスチック製買物袋の有料化が義務付けられたことについて、認知度を確認した。

知っているが 546 件（99.5%）と、ほぼ全ての店舗が認知していた。知らないと回答したのは、各種商品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料品小売業がそれぞれ１件ずつであった。

【単純集計】

Ｑ１　プラスチック製買物袋有料化の認知度（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
①知っている	546	99.5%
②知らない	3	0.5%
総件数	549	100.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ１-Ｆ３クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の認知度（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①知っている（件数）	546	175	48	243	3	2	14	13	3	1	2	42
（%）	99.5%	31.9%	8.7%	44.3%	0.5%	0.4%	2.6%	2.4%	0.5%	0.2%	0.4%	7.7%
②知らない（件数）	3	1	1	1								
（%）	0.5%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	549	176	49	244	3	2	14	13	3	1	2	42
（%）	100.0%	32.1%	8.9%	44.4%	0.5%	0.4%	2.6%	2.4%	0.5%	0.2%	0.4%	7.7%

＜本社・本部による回答＞

知っているが 47 件（100.0%）で全ての本社・本部が認知していた。

【単純集計】

Ｑ１　プラスチック製買物袋有料化の認知度（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
①知っている	47	100.0%
②知らない		0.0%
総件数	47	100.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ１-Ｆ３クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の認知度（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①知っている（件数）	47	20	1	21				2	1			2
（%）	100.0%	42.6%	2.1%	44.7%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	2.1%	0.0%	0.0%	4.3%
②知らない（件数）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	47	20	1	21	0	0	0	2	1	0	0	2
（%）	100.0%	42.6%	2.1%	44.7%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	2.1%	0.0%	0.0%	4.3%

②有料化の実施状況（店舗／本社・本部／合成別、単純集計及びクロス集計(所在地・業種・従

業者数・容器包装使用量))
＜店舗による回答＞
　店舗におけるプラスチック製買物袋の有料化実施状況を確認した。
　有料化しているが最も多く 360 件（65.6%）と約三分の二を占め、次いで無料配布しているが 121 件（22.0%）、配布していないが 68 件（12.4%）と、未実施店舗が一定割合存在している。
【単純集計】
Ｑ２　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
①有料化している	360	65.6%
②無料配布している	121	22.0%
③配布していない	68	12.4%
総件数	549	100.0%

【クロス集計：所在地】
Ｑ２-Ｆ２クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（店舗所在地(8 地域)）

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①有料化している（件数）	360	39	81	46	58	37	20	17	62	0
（%）	65.6%	7.1%	14.8%	8.4%	10.6%	6.7%	3.6%	3.1%	11.3%	0.0%
②無料配布している（件数）	121	11	26	14	28	25	2	4	11	0
（%）	22.0%	2.0%	4.7%	2.6%	5.1%	4.6%	0.4%	0.7%	2.0%	0.0%
③配布していない（件数）	68	15	8	6	15	12	3	3	6	0
（%）	12.4%	2.7%	1.5%	1.1%	2.7%	2.2%	0.5%	0.5%	1.1%	0.0%
総件数（件数）	549	65	115	66	101	74	25	24	79	0
（%）	100.0%	11.8%	20.9%	12.0%	18.4%	13.5%	4.6%	4.4%	14.4%	0

【クロス集計：業種】
Ｑ２-Ｆ３クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①有料化している（件数）	360	125	19	167	2	1	6	9	2			29
（%）	65.6%	22.8%	3.5%	30.4%	0.4%	0.2%	1.1%	1.6%	0.4%	0.0%	0.0%	5.3%
②無料配布している（件数）	121	28	20	57		1	6	2				7
（%）	22.0%	5.1%	3.6%	10.4%	0.0%	0.2%	1.1%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%
③配布	68	23	10	20	1		2	2	1	1	2	6

していない（件数）												
（%）	12.4%	4.2%	1.8%	3.6%	0.2%	0.0%	0.4%	0.4%	0.2%	0.2%	0.4%	1.1%
総件数（件数）	549	176	49	244	3	2	14	13	3	1	2	42
（%）	100.0%	32.1%	8.9%	44.4%	0.5%	0.4%	2.6%	2.4%	0.5%	0.2%	0.4%	7.7%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ２-Ｆ４クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20人	③21～100人	④100人以上
①有料化している（件数）	360	210	100	34	16
（%）	65.6%	38.3%	18.2%	6.2%	2.9%
②無料配布している（件数）	121	102	14	4	1
（%）	22.0%	18.6%	2.6%	0.7%	0.2%
③配布していない（件数）	68	58	9	1	
（%）	12.4%	10.6%	1.6%	0.2%	0.0%
総件数（件数）	549	370	123	39	17
（%）	100.0%	67.4%	22.4%	7.1%	3.1%

【容器包装使用量】

Ｑ２-Ｆ６クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（容器包装年間使用量）

選択肢	総計	①プラスチック、紙、段ボールなどを合計して50ｔ以上	②プラスチック、紙、段ボールなどを合計して50ｔ未満	③分からない
①有料化している（件数）	360	22	263	75
（%）	65.6%	4.0%	47.9%	13.7%
②無料配布している（件数）	121	6	83	32
（%）	22.0%	1.1%	15.1%	5.8%
③配布していない（件数）	68	2	54	12
（%）	12.4%	0.4%	9.8%	2.2%
総件数	549	30	400	119
	100.0%	5.5%	72.9%	21.7%

＜本社・本部による回答＞

本社・本部の回答におけるプラスチック製買物袋の有料化実施状況を確認した。なお、回答者が本社・本部であっても、有料化実施する主体は店舗である。なお、本設問は単一回答（シングルアンサー：ＳＡ）であるため、団体内で有料化している店舗と無料配布している店舗と配布していない店舗が混在していた場合でも、どれか一つの回答を選択する仕様となっている。

有料化しているが最も多く40件(85.1%)と8割以上を占め、無料配布しているが4件(8.5%)、配布していないが3件（6.4%）となっている。

【単純集計】

Ｑ２　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
①有料化している	40	85.1%
②無料配布している	4	8.5%

③配布していない	3	6.4%
総件数	47	100.0%

【クロス集計：所在地】

Q２-F1-1-A クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（本社所在地(8 地域)）

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①有料化している（件数）	40	7	11	8	3	2	2		7	
（%）	85.1%	14.9%	23.4%	17.0%	6.4%	4.3%	4.3%	0.0%	14.9%	0.0%
②無料配布している（件数）	4	2	2							
（%）	8.5%	4.3%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
③配布していない（件数）	3			1			2			
（%）	6.4%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	47	9	13	9	3	2	4	0	7	0
（%）	100.0%	19.1%	27.7%	19.1%	6.4%	4.3%	8.5%	0.0%	14.9%	0.0%

【クロス集計：業種】

Q２-F３クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①有料化している（件数）	40	19	1	16				2	1			1
（%）	85.1%	40.4%	2.1%	34.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	2.1%	0.0%	0.0%	2.1%
②無料配布している（件数）	4			3								1
（%）	8.5%	0.0%	0.0%	6.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%
③配布していない（件数）	3	1		2								
（%）	6.4%	2.1%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	47	20	1	21	0	0	0	2	1	0	0	2
（%）	100.0%	42.6%	2.1%	44.7%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	2.1%	0.0%	0.0%	4.3%

【クロス集計：従業者数】
Ｑ２-Ｆ４クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20人	③21～100人	④100人以上
①有料化している（件数）	40	3	8	10	19
（%）	85.1%	6.4%	17.0%	21.3%	40.4%
②無料配布している（件数）	4		1	1	2
（%）	8.5%	0.0%	2.1%	2.1%	4.3%
③配布していない（件数）	3	1	1		1
（%）	6.4%	2.1%	2.1%	0.0%	2.1%
総件数（件数）	47	4	10	11	22
（%）	100.0%	8.5%	21.3%	23.4%	46.8%

【クロス集計：容器包装使用量】
Ｑ２-Ｆ６クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（容器包装年間使用量）

選択肢	総計	①プラスチック、紙、段ボールなどを合計して50ｔ以上	②プラスチック、紙、段ボールなどを合計して50ｔ未満	③分からない
①有料化している（件数）	40	16	19	5
（%）	85.1%	34.0%	40.4%	10.6%
②無料配布している（件数）	4		4	
（%）	8.5%	0.0%	8.5%	0.0%
③配布していない（件数）	3	1	2	
（%）	6.4%	2.1%	4.3%	0.0%
総件数	47	17	25	5
	100.0%	36.2%	53.2%	10.6%

＜店舗回答と本社回答の合成＞
　店舗回答と、本社・本部回答に店舗数を乗じた値を回答として数えた値を合成した場合、有料化しているが54,429件(98.8%)を占めた。これには大手コンビニエンスストア三社の52,495件が含まれる。

【単純集計】
Ｑ２　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
①有料化している	54,429	98.8%
②無料配布している	172	0.3%
③配布していない	498	0.9%
総件数	55,099	100.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ２-Ｆ３クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①有料化している（件数）	54429	37310	1027	16016	2	1	6	17	18			32
（%）	98.8%	67.7%	1.9%	29.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
②無料配布している（件数）	172	28	20	107		1	6	2				8
（%）	0.3%	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
③配布していない（件数）	498	451	10	22	1		2	2	1	1	2	6
（%）	0.9%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	55099	37789	1057	16145	3	2	14	21	19	1	2	46
（%）	100.0%	68.6%	1.9%	29.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%

③有料化の実施時期・使用袋の種類

③-1 有料化の実施時期（店舗／本社・本部別、単純集計及びクロス集計(所在地・業種・従業者数)）

＜店舗による回答＞

店舗におけるプラスチック製買物袋の有料化の実施時期を確認した。

有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）が最も多く 233 件（64.7%）と約三分の二を占め、次いで有料化制度施行（令和２年７月１日）以降が 102 件（28.3%）であった。令和元年６月以降～有料化制度施行以前が 14 件（3.9%）、令和元年６月以前が 11 件（3.1%）と、多くはないが有料化制度施行以前から実施している団体も存在する。

【単純集計】

Ｑ３　プラスチック製買物袋有料化の実施時期（ＳＡ）Q2 で①の場合のみ

選択肢	件数	割合
①有料化制度施行（令和２年７月１日）以降	102	28.3%
②有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）	233	64.7%
③令和元年６月以降～有料化制度施行以前	14	3.9%
④令和元年６月以前	11	3.1%
総件数	360	100.0%

【クロス集計：所在地】

Ｑ３-Ｆ２クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施時期（店舗所在地(8 地域)）

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①有料化制度施行（R２．７．１）以降（件数）	102	15	24	14	15	12	4	2	16	
（%）	28.3%	4.2%	6.7%	3.9%	4.2%	3.3%	1.1%	0.6%	4.4%	0.0%

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
②有料化制度施行と同時（Ｒ２．７．１）（件数）	233	22	49	30	39	24	15	13	41	
（%）	64.7%	6.1%	13.6%	8.3%	10.8%	6.7%	4.2%	3.6%	11.4%	0.0%
③Ｒ６月以降～有料化制度施行以前（件数）	14	1	3	2	3	1	1	2	1	
（%）	3.9%	0.3%	0.8%	0.6%	0.8%	0.3%	0.3%	0.6%	0.3%	0.0%
④Ｒ６月以前（件数）	11	1	5		1				4	
（%）	3.1%	0.3%	1.4%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%
総件数（件数）	360	39	81	46	58	37	20	17	62	0
（%）	100.0%	10.8%	22.5%	12.8%	16.1%	10.3%	5.6%	4.7%	17.2%	0.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ３-Ｆ３クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施時期（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①有料化制度施行（Ｒ２．７．１）以降（件数）	102	39	10	40	1			2				10
（%）	28.3%	10.8%	2.8%	11.1%	0.3%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	2.8%
②有料化制度施行と同時（Ｒ２．７．１）（件数）	233	73	9	116	1	1	6	7	2			18
（%）	64.7%	20.3%	2.5%	32.2%	0.3%	0.3%	1.7%	1.9%	0.6%	0.0%	0.0%	5.0%
③Ｒ６月以降～有料化制度施行以前（件数）	14	4		9								1
（%）	3.9%	1.1%	0.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
④Ｒ６月以前（件数）	11	9		2								
（%）	3.1%	2.5%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	360	125	19	167	2	1	6	9	2	0	0	29
（%）	100.0%	34.7%	5.3%	46.4%	0.6%	0.3%	1.7%	2.5%	0.6%	0.0%	0.0%	8.1%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ３-Ｆ４クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施時期（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20人	③21～100人	④100人以上
①有料化制度施行（Ｒ２．７．１）以降（件数）	102	72	19	5	6
（%）	28.3%	20.0%	5.3%	1.4%	1.7%
②有料化制度施行と同時（Ｒ２．７．１）（件数）	233	132	72	26	3
（%）	64.7%	36.7%	20.0%	7.2%	0.8%
③Ｒ６月以降～有料化制度施行以前（件数）	14	6	8		
（%）	3.9%	1.7%	2.2%	0.0%	0.0%
④Ｒ６月以前（件数）	11		1	3	7
（%）	3.1%	0.0%	0.3%	0.8%	1.9%
総件数（件数）	360	210	100	34	16
（%）	100.0%	58.3%	27.8%	9.4%	4.4%

＜本社・本部による回答＞

本社・本部の回答におけるプラスチック製買物袋の有料化の実施時期を確認した。回答者が本社・本部であっても、有料化実施する主体は店舗である。本設問も単一回答（シングルアン

サー：ＳＡ）であるため、団体内で有料化した時期が店舗ごとに異なっていた場合でも、どれか一つの回答を選択する仕様となっている。

有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）が最も多く 26 件（65.0%）と約三分の二を占め、次いで有料化制度施行（令和２年７月１日）以降と令和元年６月以前がともに 5 件（12.5%）、令和元年６月以降～有料化制度施行以前が 4 件（10.0%）であった。

【単純集計】

Ｑ３　プラスチック製買物袋有料化の実施時期（ＳＡ）Q2 で①の場合のみ

選択肢	件数	割合
①有料化制度施行（令和２年７月１日）以降	5	12.5%
②有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）	26	65.0%
③令和元年６月以降～有料化制度施行以前	4	10.0%
④令和元年６月以前	5	12.5%
総件数	40	100.0%

【クロス集計：所在地】

Ｑ３-Ｆ1-1-A クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施時期（本社所在地(8 地域)）

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①有料化制度施行（R２．７．１）以降（件数）	5	1	1	1			1		1	
（%）	12.5%	2.5%	2.5%	2.5%	0.0%	0.0%	2.5%	0.0%	2.5%	0.0%
②有料化制度施行と同時（R２．７．１）（件数）	26	4	7	4	2	2	1		6	
（%）	65.0%	10.0%	17.5%	10.0%	5.0%	5.0%	2.5%	0.0%	15.0%	0.0%
③R６月以降～有料化制度施行以前（件数）	4	1	2	1						
（%）	10.0%	2.5%	5.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
④R６月以前（件数）	5	1	1	2	1					
（%）	12.5%	2.5%	2.5%	5.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	40	7	11	8	3	2	2	0	7	0
（%）	100.0%	17.5%	27.5%	20.0%	7.5%	5.0%	5.0%	0.0%	17.5%	0.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ３-Ｆ３クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施時期（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①有料化制度施行（R２．７．１）以降（件数）	5	2		3								
（%）	12.5%	5.0%	0.0%	7.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
②有料化制度施行と同時（R２．７．１）（件数）	26	10	1	11				2	1			1
（%）	65.0%	25.0%	2.5%	27.5%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	2.5%	0.0%	0.0%	2.5%
③R６月以降～有料化制度施行以前（件数）	4	3		1								
（%）	10.0%	7.5%	0.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
④R６月以前（件数）	5	4		1								

（%）	12.5%	10.0%	0.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	40	19	1	16	0	0	0	2	1	0	0	1
（%）	100.0%	47.5%	2.5%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	2.5%	0.0%	0.0%	2.5%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ３-Ｆ４クロス集計　プラスチック製買物袋有料化の実施時期（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20 人	③21～100 人	④100 人以上
①有料化制度施行（Ｒ２．７．１）以降（件数）	5	2	1	2	
（%）	12.5%	5.0%	2.5%	5.0%	0.0%
②有料化制度施行と同時（Ｒ２．７．１）（件数）	26	1	6	7	12
（%）	65.0%	0.025	0.15	0.175	0.3
③Ｒ６月以降～有料化制度施行以前（件数）	4		1	1	2
（%）	10.0%	0.0%	2.5%	2.5%	5.0%
④Ｒ６月以前（件数）	5				5
（%）	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%
総件数（件数）	40	3	8	10	19
（%）	100.0%	7.5%	20.0%	25.0%	47.5%

＜店舗回答と本社回答の合成＞

店舗回答と、本社・本部回答に店舗数を乗じた値を回答として数えた値を合成した場合、有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）が 31,728 件（58.3%）、令和元年６月以前が 22,498 件（41.3%）であった。前者には大手コンビニエンスストア二社の 30177 件、後者には大手コンビニエンスストー社の 22,318 件が含まれる。

【単純集計】

Ｑ３　プラスチック製買物袋有料化の実施時期（ＳＡ）Q2 で①の場合のみ

選択肢	件数	割合
①有料化制度施行（令和２年７月１日）以降	123	0.2%
②有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）	31,728	58.3%
③令和元年６月以降～有料化制度施行以前	80	0.1%
④令和元年６月以前	22,498	41.3%
総件数	54,429	100.0%

③-2 有料化の使用袋の種類（店舗／本社・本部別、単純集計及びクロス集計(所在地・業種・従業者数)）

＜店舗による回答＞

Ｑ２で有料化していると回答した店舗において、有料化しているプラスチック製買物袋の種類を確認した。本設問は複数回答可（マルチプルアンサー：ＭＡ）である。

フィルムの厚さが 50 マイクロメートル以上のもの 164 件(45.6%)、バイオマスプラ配合 25%以上のもの 80 件（22.2%）、海洋生分解性プラ配合 100%のもの 17 件（4.7%）を抑えて、上記以外のもの 167 件（46.4%）が最も多い。これは通常の有料化対象の袋と考えられる。

【単純集計】

Ｑ４　現在有料化しているプラスチック製買物袋の種類（ＭＡ）Q2 で①の場合のみ

選択肢	件数	割合

①プラスチック製買物袋（フィルムの厚さが 50 マイクロメートル以上のもの）	164	45.6%
②プラスチック製買物袋（海洋生分解性プラ配合 100%のもの）	17	4.7%
③プラスチック製買物袋（バイオマスプラ配合 25%以上のもの）	80	22.2%
④プラスチック製買物袋（上記以外のもの）	167	46.4%
総件数	360	100.0%

【クロス集計：所在地】

Q４-Ｆ２クロス集計　現在有料化しているプラスチック製買物袋の種類（店舗所在地（8 地域））

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①プラ袋（厚さ 50μm以上）（件数）	164	23	33	22	29	17	12	9	19	
（%）	45.6%	6.4%	9.2%	6.1%	8.1%	4.7%	3.3%	2.5%	5.3%	0.0%
②プラ袋（海洋分解プラ 100%）（件数）	17	1	6	6	1	1		1	1	
（%）	4.7%	0.3%	1.7%	1.7%	0.3%	0.3%	0.0%	0.3%	0.3%	0.0%
③プラ袋（バイオプラ 25%以上）（件数）	80	10	20	6	13	10	3	3	15	
（%）	22.2%	2.8%	5.6%	1.7%	3.6%	2.8%	0.8%	0.8%	4.2%	0.0%
④プラ袋（上記以外）（件数）	167	12	40	29	24	16	8	7	31	
（%）	46.4%	3.3%	11.1%	8.1%	6.7%	4.4%	2.2%	1.9%	8.6%	0.0%
総件数（件数）	360	39	81	46	58	37	20	17	62	0
（%）	100.0%	10.8%	22.5%	12.8%	16.1%	10.3%	5.6%	4.7%	17.2%	0.0%

【クロス集計：業種】

Q４-Ｆ３クロス集計　現在有料化しているプラスチック製買物袋の種類（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業	無回答
①プラ袋（厚さ 50μm以上）（件数）	164	58	8	77	1	1	3	5	1			10	
（%）	45.6%	16.1%	2.2%	21.4%	0.3%	0.3%	0.8%	1.4%	0.3%	0.0%	0.0%	2.8%	0.0%
②プラ袋（海洋分解プラ 100%）（件数）	17	12	2	2			1						
（%）	4.7%	3.3%	0.6%	0.6%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
③プラ袋（バイオプラ 25%以上）（件数）	80	35	3	34			1		1			6	
（%）	22.2%	9.7%	0.8%	9.4%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	1.7%	0.0%
④プラ袋（上記以外）（件数）	167	58	10	72	1		3	5	1			17	
（%）	46.4%	16.1%	2.8%	20.0%	0.3%	0.0%	0.8%	1.4%	0.3%	0.0%	0.0%	4.7%	0.0%
総件数（件数）	360	125	19	167	2	1	6	9	2	0	0	29	0
（%）	100.0%	34.7%	5.3%	46.4%	0.6%	0.3%	1.7%	2.5%	0.6%	0.0%	0.0%	8.1%	0.0%

【クロス集計：従業者数】

Q４-Ｆ４クロス集計　現在有料化しているプラスチック製買物袋の種類（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20 人	③21～100 人	④100 人以上	無回答
①プラ袋（厚さ 50μm以上）（件数）	164	101	43	14	6	
（%）	45.6%	28.1%	11.9%	3.9%	1.7%	0.0%
②プラ袋（海洋分解プラ 100%）（件数）	17	7	3	2	5	
（%）	4.7%	1.9%	0.8%	0.6%	1.4%	0.0%

③プラ袋（バイオプラ 25%以上）（件数）	80	32	24	13	11	
（%）	22.2%	8.9%	6.7%	3.6%	3.1%	0.0%
④プラ袋（上記以外）（件数）	167	105	42	15	5	
（%）	46.4%	29.2%	11.7%	4.2%	1.4%	0.0%
総件数（件数）	360	210	100	34	16	0
（%）	100.0%	58.3%	27.8%	9.4%	4.4%	0.0%

＜本社・本部による回答＞

Ｑ２で有料化していると回答した本社・本部において、有料化しているプラスチック製買物袋の種類を確認した。回答者が本社・本部であっても、有料化実施する主体は店舗である。本設問は複数回答可（マルチプルアンサー：ＭＡ）である。

本社・本部の回答においても、上記以外のもの 16 件（40.0%）が最も多い。他は、バイオマスプラ配合 25%以上のもの 14 件（35.0%）、フィルムの厚さが 50 マイクロメートル以上のもの 12 件（30.0%）、海洋生分解性プラ配合 100%のもの 2 件（5.0%）となっている。

【単純集計】

Ｑ４　現在有料化しているプラスチック製買物袋の種類（ＭＡ）Q2 で①の場合のみ

選択肢	件数	割合
①プラスチック製買物袋（フィルムの厚さが 50 マイクロメートル以上のもの）	12	30.0%
②プラスチック製買物袋（海洋生分解性プラ配合 100%のもの）	2	5.0%
③プラスチック製買物袋（バイオマスプラ配合 25%以上のもの）	14	35.0%
④プラスチック製買物袋（上記以外のもの）	16	40.0%
総件数	40	100.0%

【クロス集計：所在地】

Ｑ４-Ｆ1-1-A クロス集計　現在有料化しているプラスチック製買物袋の種類（本社所在地(8 地域)）

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①プラ袋(厚さ 50μm以上）（件数）	12	4	2	2	1				3	
（%）	30.0%	10.0%	5.0%	5.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	7.5%	0.0%
②プラ袋（海洋分解プラ 100%）（件数）	2	1		1						
（%）	5.0%	0.025	0	0.025	0	0	0	0	0	0
③プラ袋（バイオプラ 25%以上）(件数)	14	2	5	4	1				2	
（%）	35.0%	5.0%	12.5%	10.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	0.0%
④プラ袋（上記以外）（件数）	16	1	5	1	1	2	2		4	
（%）	40.0%	2.5%	12.5%	2.5%	2.5%	5.0%	5.0%	0.0%	10.0%	0.0%
総件数（件数）	40	7	11	8	3	2	2	0	7	0
（%）	100.0%	17.5%	27.5%	20.0%	7.5%	5.0%	5.0%	0.0%	17.5%	0.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ４-Ｆ３クロス集計　現在有料化しているプラスチック製買物袋の種類（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業	無回答
①プラ袋（厚さ 50μm以上）（件数）	12	5		5				1				1	

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業	無回答
(%)	30.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	2.5%	0.0%
②プラ袋（海洋分解プラ 100%）（件数）	2	2											
(%)	5.0%	0.05	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
③プラ袋（バイオプラ 25%以上）（件数）	14	9		5									
(%)	35.0%	22.5%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
④プラ袋（上記以外）（件数）	16	5	1	7				1	1			1	
(%)	40.0%	12.5%	2.5%	17.5%	0.0%	0.0%	0.0%	2.5%	2.5%	0.0%	0.0%	2.5%	0.0%
総件数（件数）	40	19	1	16	0	0	0	2	1	0	0	1	0
(%)	100.0%	47.5%	2.5%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	2.5%	0.0%	0.0%	2.5%	0.0%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ４-Ｆ４クロス集計　現在有料化しているプラスチック製買物袋の種類（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20 人	③21～100 人	④100 人以上	無回答
①プラ袋（厚さ 50μm以上）（件数）	12	2	2	4	4	
(%)	30.0%	5.0%	5.0%	10.0%	10.0%	0.0%
②プラ袋（海洋分解プラ 100%）（件数）	2			1	1	
(%)	5.0%	0	0	0.025	0.025	0
③プラ袋（バイオプラ 25%以上）（件数）	14		1	3	10	
(%)	35.0%	0.0%	2.5%	7.5%	25.0%	0.0%
④プラ袋（上記以外）（件数）	16	1	5	5	5	
(%)	40.0%	2.5%	12.5%	12.5%	12.5%	0.0%
総件数（件数）	40	3	8	10	19	0
(%)	100.0%	7.5%	20.0%	25.0%	47.5%	0.0%

＜店舗回答と本社回答の合成＞

店舗回答と、本社・本部回答に店舗数を乗じた値を回答として数えた値を合成した場合、バイオマスプラ配合 25%以上のものが 52,875 件（97.1%）となり、店舗回答・本社・本部回答の結果（上記以外のものが最多）とは逆転の現象が起こってしまう。これは、バイオマスプラ配合 25%以上のものの回答に大手コンビニエンスストア三社の 52,495 件が含まるためである。

【単純集計】

Ｑ４　現在有料化しているプラスチック製買物袋の種類（ＭＡ）Q2 で①の場合のみ

選択肢	件数	割合
①プラスチック製買物袋（フィルムの厚さが 50 マイクロメートル以上のもの）	252	0.5%
②プラスチック製買物袋（海洋生分解性プラ配合 100%のもの）	22	0.0%
③プラスチック製買物袋（バイオマスプラ配合 25%以上のもの）	52875	97.1%
④プラスチック製買物袋（上記以外のもの）	1363	2.5%
無回答	0	0.0%
総件数	54429	100.0%

④有料化未実施の場合の使用袋の種類

無料配布しているプラスチック製買物袋とその袋の導入時期についての設問である。

④-1 無料配布しているプラスチック製買物袋（店舗／本社・本部別、単純集計及びクロス集計（所在地・業種・従業者数））

＜店舗による回答＞

Ｑ２で無料配布していると回答した店舗において、無料配布しているプラスチック製買物袋の種類を確認した。本設問は単一回答（シングルアンサー：ＳＡ）である（有料化しているプラスチック製買物袋の種類を問う設問（Ｑ４）は複数回答可）。

バイオマスプラ配合 25%以上のもの 34 件（28.1%）、フィルムの厚さが 50 マイクロメートル以上のもの 23 件（19.0%）、海洋生分解性プラ配合 100%のもの 1 件（0.8%）を抑えて、上記以外のもの 63 件（52.1%）が最も多い。これは通常の有料化対象の袋と考えられる。

【単純集計】

Ｑ５－１　無料配布しているプラスチック製買物袋の仕様（ＳＡ）Q2 で②の場合のみ

選択肢	件数	割合
①プラスチック製買物袋（フィルムの厚さが 50 マイクロメートル以上のもの）	23	19.0%
②プラスチック製買物袋（海洋生分解性プラ配合 100%のもの）	1	0.8%
③プラスチック製買物袋（バイオマスプラ配合 25%以上のもの）	34	28.1%
④プラスチック製買物袋（上記以外のもの）	63	52.1%
総件数	121	100.0%

【クロス集計：所在地】

Ｑ５－１-Ｆ２クロス集計　無料配布しているプラスチック製買物袋の仕様（店舗所在地(8 地域)）

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①プラ袋（厚さ 50μm以上）（件数）	23		9	2	5	4		1	2	
（%）	19.0%	0.0%	7.4%	1.7%	4.1%	3.3%	0.0%	0.8%	1.7%	0.0%
②プラ袋（海洋分解プラ 100%）（件数）	1					1				
（%）	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
③プラ袋（バイオプラ 25%以上）（件数）	34	6	5	4	8	5	2	1	3	
（%）	28.1%	5.0%	4.1%	3.3%	6.6%	4.1%	1.7%	0.8%	2.5%	0.0%
④プラ袋（上記以外）（件数）	63	5	12	8	15	15		2	6	
（%）	52.1%	4.1%	9.9%	6.6%	12.4%	12.4%	0.0%	1.7%	5.0%	0.0%
総件数（件数）	121	11	26	14	28	25	2	4	11	0
（%）	100.0%	9.1%	21.5%	11.6%	23.1%	20.7%	1.7%	3.3%	9.1%	0.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ５－１-Ｆ３クロス集計　無料配布しているプラスチック製買物袋の仕様（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①プラ袋(厚さ	23	5	7	9		1						1

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
50μm以上）（件数）												
（%）	19.0%	4.1%	5.8%	7.4%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%
②プラ袋(海洋分解プラ100%）（件数）	1			1								
（%）	0.8%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
③プラ袋(バイオプラ 25%以上）（件数）	34	9	4	15			4					2
（%）	28.1%	7.4%	3.3%	12.4%	0.0%	0.0%	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%
④プラ袋(上記以外）（件数）	63	14	9	32			2	2				4
（%）	52.1%	11.6%	7.4%	26.4%	0.0%	0.0%	1.7%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%
総件数（件数）	121	28	20	57	0	1	6	2	0	0	0	7
（%）	100.0%	23.1%	16.5%	47.1%	0.0%	0.8%	5.0%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	5.8%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ５－１-Ｆ４クロス集計　無料配布しているプラスチック製買物袋の仕様（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20人	③21～100人	④100人以上
①プラ袋（厚さ 50μm以上）（件数）	23	17	4	2	
（%）	19.0%	14.0%	3.3%	1.7%	0.0%
②プラ袋（海洋分解プラ 100%）（件数）	1		1		
（%）	0.8%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%
③プラ袋（バイオプラ 25%以上）（件数）	34	26	6	1	1
（%）	28.1%	21.5%	5.0%	0.8%	0.8%
④プラ袋（上記以外）（件数）	63	59	3	1	
（%）	52.1%	48.8%	2.5%	0.8%	0.0%
総件数（件数）	121	102	14	4	1
（%）	100.0%	84.3%	11.6%	3.3%	0.8%

＜本社・本部による回答＞

Ｑ２で無料配布していると回答した本社・本部において、無料配布しているプラスチック製買物袋の種類を確認した。回答者が本社・本部であっても、無料配布を実施する主体は店舗である。本設問は単一回答（シングルアンサー：ＳＡ）である（有料化しているプラスチック製買物袋の種類を問う設問（Ｑ４）は複数回答可）。

本社・本部の回答においては、回答数が４件と少ないが、バイオマスプラ配合 25%以上のもの３件（75.0%）が最も多い。他は、上記以外のもの１件（25.0%）のみとなっている。

【単純集計】

Ｑ５－１　無料配布しているプラスチック製買物袋の仕様（ＳＡ）Q2 で②の場合のみ

選択肢	件数	割合
①プラスチック製買物袋（フィルムの厚さが 50 マイクロメートル以上のもの）		0.0%
②プラスチック製買物袋（海洋生分解性プラ配合 100%のもの）		0.0%
③プラスチック製買物袋（バイオマスプラ配合 25%以上のもの）	3	75.0%
④プラスチック製買物袋（上記以外のもの）	1	25.0%
総件数	4	100.0%

【クロス集計：所在地】

Ｑ５－１-Ｆ1-1-A クロス集計　無料配布しているプラスチック製買物袋の仕様（本社所在地（8地域））

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①プラ袋（厚さ 50μm以上）（件数）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
②プラ袋（海洋分解プラ 100%）（件数）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
③プラ袋（バイオプラ 25%以上）（件数）	3	2	1							
（%）	75.0%	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
④プラ袋（上記以外）（件数）	1		1							
（%）	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	4	2	2	0	0	0	0	0	0	0
（%）	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ５－１-Ｆ３クロス集計　無料配布しているプラスチック製買物袋の仕様（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①プラ袋(厚さ 50μm以上)（件数）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
②プラ袋(海洋分解プラ 100%)（件数）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
③プラ袋(バイオプラ 25%以上)（件数）	3			2								1
（%）	75.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
④プラ袋(上記以外)（件数）	1			1								
（%）	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	4	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	1
（%）	100.0%	0.0%	0.0%	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ５－１-Ｆ４クロス集計　無料配布しているプラスチック製買物袋の仕様（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20人	③21～100人	④100人以上
①プラ袋（厚さ50μm以上）（件数）	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
②プラ袋（海洋分解プラ100%）（件数）	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0	0	0	0
③プラ袋（バイオプラ25%以上）（件数）	3		1		2
（%）	75.0%	0.0%	25.0%	0.0%	50.0%
④プラ袋（上記以外）（件数）	1			1	
（%）	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%
総件数（件数）	4	0	1	1	2
（%）	100.0%	0.0%	25.0%	25.0%	50.0%

＜店舗回答と本社回答の合成＞

店舗回答と、本社・本部回答に店舗数を乗じた値を回答として数えた値を合成した場合、バイオマスプラ配合25%以上のものが83件（48.3%）となり、店舗回答の結果（上記以外のものが最多）とは逆転の現象が起こる（本社・本部の回答はバイオマスプラ配合25%以上のものが最も多い）。バイオマスプラ配合25%以上のものの回答に、本社・本部回答分に店舗数を乗じた値が含まれるためである。

【単純集計】

Ｑ５－１　無料配布しているプラスチック製買物袋の仕様（ＳＡ）Q2で②の場合のみ

選択肢	件数	割合
①プラスチック製買物袋（フィルムの厚さが50マイクロメートル以上のもの）	23	13.4%
②プラスチック製買物袋（海洋生分解性プラ配合100%のもの）	1	0.6%
③プラスチック製買物袋（バイオマスプラ配合25%以上のもの）	83	48.3%
④プラスチック製買物袋（上記以外のもの）	65	37.8%
総件数	121	100.0%

④-2 有料化未実施の場合の使用袋の導入時期（店舗／本社・本部別、単純集計及びクロス集計（所在地・業種・従業者数））

＜店舗による回答＞

店舗における有料化未実施の場合の使用袋（無料配付しているプラスチック製買物袋）の導入時期を確認した。

有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）が28件（48.3%）と最も多く、次いで令和元年６月以前が15件（25.9%）、有料化制度施行（令和２年７月１日）以降が11件（19.0%）、令和元年６月以降～有料化制度施行以前は４件（6.9%）であった。回答された時期が分散していて傾向がつかみにくいが、前々から使用している袋と、有料化制度施行にあわせて導入した袋のそれぞれの導入があると考えられる。

【単純集計】

Ｑ５－２　無料配付しているプラスチック製買物袋の導入時期（ＳＡ）

Ｑ５－１で選択肢①～③を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合
①有料化制度施行（令和２年７月１日）以降	11	19.0%
②有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）	28	48.3%
③令和元年６月以降～有料化制度施行以前	4	6.9%
④令和元年６月以前	15	25.9%
総件数	58	100.0%

【クロス集計：所在地】

Ｑ５－２-Ｆ２クロス集計　無料配付しているプラスチック製買物袋の導入時期（店舗所在地(8 地域)）

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①有料化制度施行（Ｒ２．７．１）以降（件数）	11	2	2	2		3	1		1	
（%）	19.0%	3.4%	3.4%	3.4%	0.0%	5.2%	1.7%	0.0%	1.7%	0.0%
②有料化制度施行と同時（Ｒ２．７．１）（件数）	28	4	6	1	6	5	1	1	4	
（%）	48.3%	6.9%	10.3%	1.7%	10.3%	8.6%	1.7%	1.7%	6.9%	0.0%
③Ｒ６月以降～有料化制度施行以前（件数）	4		1	1		1		1		
（%）	6.9%	0.0%	1.7%	1.7%	0.0%	1.7%	0.0%	1.7%	0.0%	0.0%
④Ｒ６月以前（件数）	15		5	2	7	1				
（%）	25.9%	0.0%	8.6%	3.4%	12.1%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	58	6	14	6	13	10	2	2	5	0
（%）	100.0%	10.3%	24.1%	10.3%	22.4%	17.2%	3.4%	3.4%	8.6%	0.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ５－２-Ｆ３クロス集計　無料配付しているプラスチック製買物袋の導入時期（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①有料化制度施行（Ｒ２．７．１）以降（件数）	11	2	3	5								1
（%）	19.0%	3.4%	5.2%	8.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%
②有料化制度施行と同時（Ｒ２．７．１）（件数）	28	8	2	13			3					2
（%）	48.3%	13.8%	3.4%	22.4%	0.0%	0.0%	5.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.4%
③Ｒ６月以降～有料化制度施行以前（件数）	4	1		3								
（%）	6.9%	1.7%	0.0%	5.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
④Ｒ６月以前（件数）	15	3	6	4		1	1					
（%）	25.9%	5.2%	10.3%	6.9%	0.0%	1.7%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	58	14	11	25	0	1	4	0	0	0	0	3
（%）	100.0%	24.1%	19.0%	43.1%	0.0%	1.7%	6.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.2%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ５－２-Ｆ４クロス集計　無料配付しているプラスチック製買物袋の導入時期（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20 人	③21～100 人	④100 人以上
①有料化制度施行（Ｒ２．７．１）以降（件数）	11	8	3		
（%）	19.0%	13.8%	5.2%	0.0%	0.0%
②有料化制度施行と同時（Ｒ２．７．１）（件数）	28	19	6	2	1
（%）	48.3%	32.8%	10.3%	3.4%	1.7%
③Ｒ６月以降～有料化制度施行以前（件数）	4	4			
（%）	6.9%	6.9%	0.0%	0.0%	0.0%

④Ｒ６月以前（件数）	15	12	2	1	
（%）	25.9%	20.7%	3.4%	1.7%	0.0%
総件数（件数）	58	43	11	3	1
（%）	100.0%	74.1%	19.0%	5.2%	1.7%

＜本社・本部による回答＞

本社・本部の回答における有料化未実施の場合の使用袋（無料配付しているプラスチック製買物袋）の導入時期を確認した。

有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）、令和元年６月以降～有料化制度施行以前、令和元年６月以前が各１件（33.3%）であった（有料化制度施行（令和２年７月１日）以降は無し）。

【単純集計】

Ｑ５－２　無料配付しているプラスチック製買物袋の導入時期（ＳＡ）

Ｑ５－１で選択肢①～③を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合
①有料化制度施行（令和２年７月１日）以降	0	0.0%
②有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）	1	33.3%
③令和元年６月以降～有料化制度施行以前	1	33.3%
④令和元年６月以前	1	33.3%
総件数	3	100.0%

【クロス集計：所在地】

Ｑ５－２-Ｆ２クロス集計　無料配付しているプラスチック製買物袋の導入時期（店舗所在地(8 地域)）

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①有料化制度施行（Ｒ２．７．１）以降（件数）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
②有料化制度施行と同時（Ｒ２．７．１）（件数）	1		1							
（%）	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
③Ｒ６月以降～有料化制度施行以前（件数）	1	1								
（%）	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
④Ｒ６月以前（件数）	1	1								
（%）	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	3	2	1	0	0	0	0	0	0	0
（%）	100.0%	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ５－２-Ｆ３クロス集計　無料配付しているプラスチック製買物袋の導入時期（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①有料化制度施行（Ｒ２．７．１）以降（件数）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
②有料化制度施行と同時（Ｒ２．７．１）（件数）	1			1								
（%）	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
③Ｒ６月以降～有料化制	1											1

度施行以前（件数）												
（%）	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%
④R６月以前（件数）	1			1								
（%）	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	3	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1
（%）	100.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ５－２-Ｆ４クロス集計　無料配付しているプラスチック製買物袋の導入時期（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20 人	③21～100 人	④100 人以上
①有料化制度施行（Ｒ２．７．１）以降（件数）	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
②有料化制度施行と同時（Ｒ２．７．１）（件数）	1				1
（%）	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%
③Ｒ６月以降～有料化制度施行以前（件数）	1		1		
（%）	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%
④Ｒ６月以前（件数）	1				1
（%）	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%
総件数（件数）	3	0	1	0	2
（%）	100.0%	0.0%	33.3%	0.0%	66.7%

＜店舗回答と本社回答の合成＞

店舗回答と、本社・本部回答に店舗数を乗じた値を回答として数えた値を合成した場合、有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）が 74 件（43.3%）で最も多い。

【単純集計】

Ｑ５－２　無料配付しているプラスチック製買物袋の導入時期（ＳＡ）

Ｑ５－１で選択肢①～③を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合
①有料化制度施行（令和２年７月１日）以降	11	6.4%
②有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）	74	43.3%
③令和元年６月以降～有料化制度施行以前	5	2.9%
④令和元年６月以前	17	9.9%
総件数	107	100.0%

⑤プラスチック買物袋削減を協力要請するため実施したこと

⑤-1 消費者に対するプラスチック製買物袋削減協力要請の取組み（店舗／本社・本部別、単純集計及びクロス集計(業種・従業者数)）

＜店舗による回答＞

店舗において、有料化制度の施行に伴い、消費者にプラスチック製買物袋削減への協力を要請するために実施した取組みを確認した。

店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付が 299 件（54.5%）と最も多く、次いでレジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認が 262 件（47.7%）、マイバッグの持参を PR が 152 件（27.7%）、レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認が 137 件（25.0%）、マイバッグを販売が 101 件（18.4%）となっている。

【単純集計】

Ｑ６　有料化制度の施行に伴い、プラスチック製買物袋削減のために実施したこと

Ｑ６－１　消費者に対するプラスチック製買物袋削減協力要請の取組み（ＭＡ）

選択肢	件数	割合
①店内放送による呼びかけ	53	9.7%

選択肢	件数	割合
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	299	54.5%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	9	1.6%
④有料化レジ袋を複数種類用意	94	17.1%
⑤マイバッグの持参を PR	152	27.7%
⑥マイバッグを販売	101	18.4%
⑦マイバッグの配布	30	5.5%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	47	8.6%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	87	15.8%
⑩買物袋配布自体を廃止	24	4.4%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	262	47.7%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	137	25.0%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	9	1.6%
⑭その他	5	0.9%
⑮特にない	85	15.5%
総件数	549	100.0%

※「⑭その他」の回答

・袋が必要か尋ねる。
・厚さが５０ミクロン以上の袋を使用
・お客様からの申し出がない限り、レジ袋を渡さない
・市からいただいた紙袋で対応
・市からの配布による紙袋を使用

【クロス集計：業種】

Ｑ６－１-Ｆ３クロス集計　消費者に対するプラスチック製買物袋削減協力要請の取組み（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業	無回答
①店内放送による呼びかけ（件数）	53	31	1	15			2		1		1	2	
（%）	9.7%	5.6%	0.2%	2.7%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%	0.0%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付（件数）	299	106	12	146	2	1	6	4				22	
（%）	54.5%	19.3%	2.2%	26.6%	0.4%	0.2%	1.1%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた（件数）	9	3	1	5									
（%）	1.6%	0.5%	0.2%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意（件数）	94	36	3	46	1		1	2	1			4	
（%）	17.1%	6.6%	0.5%	8.4%	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%	0.2%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%
⑤マイバッグの持参を PR（件数）	152	48	13	77			5	1	1	1	2	4	
（%）	27.7%	8.7%	2.4%	14.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.2%	0.2%	0.2%	0.4%	0.7%	0.0%
⑥マイバッグを販売（件数）	101	53	12	24	1	1	4	2				4	
（%）	18.4%	9.7%	2.2%	4.4%	0.2%	0.2%	0.7%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%
⑦マイバッグの配布（件数）	30	8	2	15			2					3	
（%）	5.5%	1.5%	0.4%	2.7%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化（件数）	47	22	1	19				1				4	
（%）	8.6%	4.0%	0.2%	3.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布（件数）	87	25	8	33			9	6				6	
（%）	15.8%	4.6%	1.5%	6.0%	0.0%	0.0%	1.6%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%
⑩買物袋配布自体を廃止（件数）	24	8	1	8					1	1	1	4	

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業	無回答
(%)	4.4%	1.5%	0.2%	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.2%	0.7%	0.0%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認（件数）	262	87	16	121	2		4	7	2		2	21	
(%)	47.7%	15.8%	2.9%	22.0%	0.4%	0.0%	0.7%	1.3%	0.4%	0.0%	0.4%	3.8%	0.0%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認（件数）	137	57	12	48	1		3	4				12	
(%)	25.0%	10.4%	2.2%	8.7%	0.2%	0.0%	0.5%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%	0.0%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元（件数）	9	3	2	2			2						
(%)	1.6%	0.5%	0.4%	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑭その他（件数）	5	1	3	1									
(%)	0.9%	0.2%	0.5%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑮特にない（件数）	85	24	11	37	1		2	1				9	
(%)	15.5%	4.4%	2.0%	6.7%	0.2%	0.0%	0.4%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	0.0%
総件数（件数）	549	176	49	244	3	2	14	13	3	1	2	42	0
(%)	100.0%	32.1%	8.9%	44.4%	0.5%	0.4%	2.6%	2.4%	0.5%	0.2%	0.4%	7.7%	0.0%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ６－１-Ｆ４クロス集計　消費者に対するプラスチック製買物袋削減協力要請の取組み（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20 人	③21～100 人	④100 人以上	無回答
①店内放送による呼びかけ　（件数）	53	21	14	10	8	
(%)	9.7%	3.8%	2.6%	1.8%	1.5%	0.0%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付（件数）	299	165	86	31	17	
(%)	54.5%	30.1%	15.7%	5.6%	3.1%	0.0%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた（件数）	9	4	2	1	2	
(%)	1.6%	0.7%	0.4%	0.2%	0.4%	0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意（件数）	94	40	32	13	9	
(%)	17.1%	7.3%	5.8%	2.4%	1.6%	0.0%
⑤マイバッグの持参を PR　（件数）	152	103	29	10	10	
(%)	27.7%	18.8%	5.3%	1.8%	1.8%	0.0%
⑥マイバッグを販売（件数）	101	41	33	14	13	
(%)	18.4%	7.5%	6.0%	2.6%	2.4%	0.0%
⑦マイバッグの配布（件数）	30	11	12	4	3	
(%)	5.5%	2.0%	2.2%	0.7%	0.5%	0.0%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化（件数）	47	11	22	8	6	
(%)	8.6%	2.0%	4.0%	1.5%	1.1%	0.0%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布（件数）	87	62	18	5	2	
(%)	15.8%	11.3%	3.3%	0.9%	0.4%	0.0%
⑩買物袋配布自体を廃止（件数）	24	17	4	2	1	
(%)	4.4%	3.1%	0.7%	0.4%	0.2%	0.0%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認（件数）	262	155	72	25	10	
(%)	47.7%	28.2%	13.1%	4.6%	1.8%	0.0%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認（件数）	137	69	38	20	10	

選択肢	総計	①５人以下	②６～20人	③21～100人	④100人以上	無回答
(%)	25.0%	12.6%	6.9%	3.6%	1.8%	0.0%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元（件数）	9	6	2		1	
(%)	1.6%	1.1%	0.4%	0.0%	0.2%	0.0%
⑭その他（件数）	5	4	1			
(%)	0.9%	0.7%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%
⑮特にない（件数）	85	69	13	3		
(%)	15.5%	12.6%	2.4%	0.5%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	549	370	123	39	17	0
(%)	100.0%	67.4%	22.4%	7.1%	3.1%	0.0%

＜本社・本部による回答＞

本社・本部において、有料化制度の施行に伴い、消費者にプラスチック製買物袋削減への協力を要請するために実施した取組みを確認した。回答者が本社・本部であっても、取組みを実施する主体は店舗である。

店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付が 38 件（80.9%）と最も多く、次いでレジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認が 28 件（59.6%）、有料化レジ袋を複数種類用意が 21 件（44.7%）、マイバッグの持参を PR が 18 件（38.3%）、マイバッグを販売が 15 件（31.9%）となっている。

Ｑ６　有料化制度の施行に伴い、プラスチック製買物袋削減のために実施したこと

Ｑ６－１　消費者に対するプラスチック製買物袋削減協力要請の取組み（ＭＡ）

選択肢	件数	割合
①店内放送による呼びかけ	11	23.4%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	38	80.9%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた		0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意	21	44.7%
⑤マイバッグの持参を PR	18	38.3%
⑥マイバッグを販売	15	31.9%
⑦マイバッグの配布	3	6.4%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	11	23.4%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	3	6.4%
⑩買物袋配布自体を廃止	3	6.4%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	28	59.6%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	14	29.8%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元		0.0%
⑭その他	3	6.4%
⑮特にない	7	14.9%
総件数	47	100.0%

※「⑭その他」の回答

・バーコード決済機能付きアプリを提示し、レジ袋を辞退されたお客様に商品と交換できるエコスタンプ進呈。

・梱包用の DB の使用　　・プラ袋削減への協力依頼 POP 貼付

【クロス集計：業種】

Ｑ６－１-Ｆ３クロス集計　消費者に対するプラスチック製買物袋削減協力要請の取組み（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身回りの品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業	無回答
①店内放送による呼びかけ（件数）	11	8		2				1					
（%）	23.4%	17.0%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
②店内にレジ袋有料化についてPOPやポスターを貼付（件数）	38	18	1	15				2	1			1	
（%）	80.9%	38.3%	2.1%	31.9%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	2.1%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた（件数）	0												
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意（件数）	21	11		9					1				
（%）	44.7%	23.4%	0.0%	19.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑤マイバッグの持参をPR（件数）	18	11		6					1				
（%）	38.3%	23.4%	0.0%	12.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑥マイバッグを販売（件数）	15	7	1	4				2	1				
（%）	31.9%	14.9%	2.1%	8.5%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑦マイバッグの配布（件数）	3	2		1									
（%）	6.4%	4.3%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化（件数）	11	5		4				1	1				
（%）	23.4%	10.6%	0.0%	8.5%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布（件数）	3	2		1									
（%）	6.4%	4.3%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑩買物袋配布自体を廃止（件数）	3	1		1					1				
（%）	6.4%	2.1%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認（件数）	28	13	1	11				1	1			1	
（%）	59.6%	27.7%	2.1%	23.4%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	2.1%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認（件数）	14	7	1	5					1				
（%）	29.8%	14.9%	2.1%	10.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元（件数）	0												
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑭その他（件数）	3	1		2									
（%）	6.4%	2.1%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑮特にない（件数）	7	2		4								1	
（%）	14.9%	4.3%	0.0%	8.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%
総件数（件数）	47	20	1	21	0	0	0	2	1	0	0	2	0
（%）	100.0%	42.6%	2.1%	44.7%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	2.1%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ６－１-Ｆ４クロス集計　消費者に対するプラスチック製買物袋削減協力要請の取組み（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20人	③21～100人	④100人以上	無回答
①店内放送による呼びかけ（件数）	11		2	1	8	
（%）	23.4%	0.0%	4.3%	2.1%	17.0%	0.0%
②店内にレジ袋有料化についてPOPやポスターを貼付（件数）	38	2	7	10	19	
（%）	80.9%	4.3%	14.9%	21.3%	40.4%	0.0%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた（件数）	0	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意（件数）	21		5	3	13	
（%）	44.7%	0.0%	10.6%	6.4%	27.7%	0.0%
⑤マイバッグの持参をPR（件数）	18	2	2	4	10	
（%）	38.3%	4.3%	4.3%	8.5%	21.3%	0.0%

選択肢	総計	①5人以下	②6～20人	③21～100人	④100人以上	無回答
⑥マイバッグを販売（件数）	15		1	2	12	
（%）	31.9%	0.0%	2.1%	4.3%	25.5%	0.0%
⑦マイバッグの配布（件数）	3	1			2	
（%）	6.4%	2.1%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化（件数）	11		2	2	7	
（%）	23.4%	0.0%	4.3%	4.3%	14.9%	0.0%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布（件数）	3			1	2	
（%）	6.4%	0.0%	0.0%	2.1%	4.3%	0.0%
⑩買物袋配布自体を廃止（件数）	3			1	2	
（%）	6.4%	0.0%	0.0%	2.1%	4.3%	0.0%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認（件数）	28	1	5	8	14	
（%）	59.6%	2.1%	10.6%	17.0%	29.8%	0.0%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認（件数）	14		2	2	10	
（%）	29.8%	0.0%	4.3%	4.3%	21.3%	0.0%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元（件数）	0	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑭その他（件数）	3			1	2	
（%）	6.4%	0.0%	0.0%	2.1%	4.3%	0.0%
⑮特にない（件数）	7	1	3	1	2	
（%）	14.9%	2.1%	6.4%	2.1%	4.3%	0.0%
総件数（件数）	47	4	10	11	22	0
（%）	100.0%	8.5%	21.3%	23.4%	46.8%	0.0%

＜店舗回答と本社回答の合成＞

店舗回答と、本社・本部回答に店舗数を乗じた値を回答として数えた値を合成した場合、店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付が 54,363 件（98.7%）と最も多い。次いでレジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認が 54,186 件（98.3%）、マイバッグを販売が 53,809 件（97.7%）、有料化レジ袋を複数種類用意が 53,049 件（96.3%）といずれも 95%を超える。これらの回答には全て大手コンビニエンスストア三社の 52,495 件が含まれている。

【単純集計】

Ｑ６　有料化制度の施行に伴い、プラスチック製買物袋削減のために実施したこと

Ｑ６－１　消費者に対するプラスチック製買物袋削減協力要請の取組み（ＭＡ）

選択肢	件数	割合
①店内放送による呼びかけ	36,948	67.1%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	54,363	98.7%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	9	0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意	53,049	96.3%
⑤マイバッグの持参を PR	37,179	67.5%
⑥マイバッグを販売	53,809	97.7%
⑦マイバッグの配布	14,619	26.5%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	22,568	41.0%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	14,546	26.4%
⑩買物袋配布自体を廃止	101	0.2%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	54,186	98.3%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	38,182	69.3%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	9	0.0%
⑭その他	15,751	28.6%
⑮特にない	568	1.0%
総件数	55,099	100.0%

⑤-2 効果のあった協力要請の取組み（店舗／本社・本部別、単純集計）
＜店舗による回答＞
店舗において、効果のあった協力要請の取組みを確認した。効果のあった取組みの一・二・三番にそれぞれ 3、2、1 の得点を割り振り、その合計点を集計した。
上位は、レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認 598 点、店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付 522 点、マイバッグの持参を PR243 点、レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認 179 点、紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布 114 点等である。

【単純集計】
Ｑ６－２－１　一番効果のあった協力要請の取組み（ＳＡ）Ｑ６－１で選択肢①～⑭を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合
①店内放送による呼びかけ	8	1.5%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	109	19.9%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	1	0.2%
④有料化レジ袋を複数種類用意	8	1.5%
⑤マイバッグの持参を PR	44	8.0%
⑥マイバッグを販売	7	1.3%
⑦マイバッグの配布	5	0.9%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	2	0.4%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	22	4.0%
⑩買物袋配布自体を廃止	11	2.0%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	156	28.4%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	23	4.2%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	4	0.7%
⑭その他	9	1.6%
無回答	140	25.5%
総件数	549	100.0%

Ｑ６－２－２　二番目に効果のあった協力要請の取組み（ＳＡ）Ｑ６－１で選択肢①～⑭を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合
①店内放送による呼びかけ	14	2.6%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	78	14.2%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	4	0.7%
④有料化レジ袋を複数種類用意	14	2.6%
⑤マイバッグの持参を PR	41	7.5%
⑥マイバッグを販売	11	2.0%
⑦マイバッグの配布	4	0.7%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	7	1.3%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	19	3.5%
⑩買物袋配布自体を廃止	5	0.9%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	58	10.6%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	39	7.1%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	1	0.2%
⑭その他	15	2.7%

選択肢	件数	割合
無回答	239	43.5%
総件数	549	100.0%

Ｑ６－２－３　三番目に効果のあった協力要請の取組み（ＳＡ）Ｑ６－１で選択肢①～⑭を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合
①店内放送による呼びかけ	11	2.0%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	39	7.1%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	1	0.2%
④有料化レジ袋を複数種類用意	15	2.7%
⑤マイバッグの持参を PR	29	5.3%
⑥マイバッグを販売	24	4.4%
⑦マイバッグの配布	6	1.1%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	8	1.5%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	10	1.8%
⑩買物袋配布自体を廃止	2	0.4%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	14	2.6%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	32	5.8%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	1	0.2%
⑭その他	43	7.8%
無回答	314	57.2%
総件数	549	100.0%

Ｑ６－２－重み付け　一番３点、二番２点、三番１点の重み付けした協力要請の取組み（ＳＡ）Ｑ６－１で選択肢①～⑭を選んだ場合のみ

選択肢	１番（×３点）	２番（×２点）	３番（×１点）	総得点
①店内放送による呼びかけ	8	14	11	63
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	109	78	39	522
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	1	4	1	12
④有料化レジ袋を複数種類用意	8	14	15	67
⑤マイバッグの持参を PR	44	41	29	243
⑥マイバッグを販売	7	11	24	67
⑦マイバッグの配布	5	4	6	29
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	2	7	8	28
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	22	19	10	114
⑩買物袋配布自体を廃止	11	5	2	45
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	156	58	14	598
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	23	39	32	179
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	4	1	1	15
⑭その他	9	15	43	100
無回答	140	239	314	－
総件数	549	549	549	

Ｑ６－３　消費者への協力要請上最も工夫したこと（ＦＡ）
・袋がいるか尋ねる。

＜本社・本部による回答＞
　本社・本部において、効果のあった協力要請の取組みを確認した。効果のあった取組みの一・二・三番にそれぞれ３、２、１の得点を割り振り、その合計点を集計した。

上位は、店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付 78 点、レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認 53 点、店内放送による呼びかけ 14 点、マイバッグの持参を PR13 点、レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認 12 点等である。

Ｑ６－２－１　一番効果のあった協力要請の取組み（ＳＡ）Ｑ６－１で選択肢①～⑭を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合
①店内放送による呼びかけ	2	4.3%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	17	36.2%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた		0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意	1	2.1%
⑤マイバッグの持参を PR		0.0%
⑥マイバッグを販売		0.0%
⑦マイバッグの配布		0.0%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	1	2.1%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布		0.0%
⑩買物袋配布自体を廃止	2	4.3%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	13	27.7%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認		0.0%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元		0.0%
⑭その他	2	4.3%
無回答	9	19.1%
総件数	47	100.0%

Ｑ６－２－２　二番目に効果のあった協力要請の取組み（ＳＡ）Ｑ６－１で選択肢①～⑭を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合
①店内放送による呼びかけ	3	6.4%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	12	25.5%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた		0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意	3	6.4%
⑤マイバッグの持参を PR	4	8.5%
⑥マイバッグを販売	1	2.1%
⑦マイバッグの配布	1	2.1%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	2	4.3%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布		0.0%
⑩買物袋配布自体を廃止		0.0%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	5	10.6%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	3	6.4%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元		0.0%
⑭その他	1	2.1%
無回答	12	25.5%
総件数	47	100.0%

Ｑ６－２－３　三番目に効果のあった協力要請の取組み（ＳＡ）Ｑ６－１で選択肢①～⑭を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合
①店内放送による呼びかけ	2	4.3%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	3	6.4%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた		0.0%

選択肢	件数	割合
④有料化レジ袋を複数種類用意	1	2.1%
⑤マイバッグの持参を PR	5	10.6%
⑥マイバッグを販売	3	6.4%
⑦マイバッグの配布		0.0%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	1	2.1%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布		0.0%
⑩買物袋配布自体を廃止		0.0%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	4	8.5%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	6	12.8%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元		0.0%
⑭その他	3	6.4%
無回答	19	40.4%
総件数	47	100.0%

Ｑ６－２－重み付け　一番３点、二番２点、三番１点の重み付けした協力要請の取組み（ＳＡ）Ｑ６－１で選択肢①～⑭を選んだ場合のみ

選択肢	1番(×3点)	2番(×2点)	3番(×1点)	総得点
①店内放送による呼びかけ	2	3	2	14
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	17	12	3	78
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた				0
④有料化レジ袋を複数種類用意	1	3	1	10
⑤マイバッグの持参を PR		4	5	13
⑥マイバッグを販売		1	3	5
⑦マイバッグの配布		1		2
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	1	2	1	8
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布				0
⑩買物袋配布自体を廃止	2			6
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	13	5	4	53
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認		3	6	12
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元				0
⑭その他	2	1	3	11
無回答	9	12	19	—
総件数	47	47	47	

Ｑ６－３　消費者への協力要請上最も工夫したこと（ＦＡ）

・フランチャイズチェーンの運営会社として、７月１日から全店舗一斉スタートできるよう加盟者、スタッフ向けに理解浸透を図ったこと。
・レジ付近のわかりやすいところに POP 等を掲示

＜店舗回答と本社回答の合成＞

店舗回答と、本社・本部回答に店舗数を乗じた値を回答として数えた値を合成した場合、上位は、レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認 126,942 点、店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付 92,994 点、有料化レジ袋を複数種類用意 29,062 点、レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認 22,593 点、マイバッグの持参を PR15,043 点等である（その他は除く）。

Ｑ６－２－１　一番効果のあった協力要請の取組み（ＳＡ）Ｑ６－１で選択肢①～⑭を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合
①店内放送による呼びかけ	116	0.2%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	15,962	29.0%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	1	0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意	13	0.0%
⑤マイバッグの持参を PR	44	0.1%
⑥マイバッグを販売	7	0.0%
⑦マイバッグの配布	4	0.0%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	44	0.1%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	22	0.0%
⑩買物袋配布自体を廃止	73	0.1%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	36,994	67.1%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	21	0.0%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	4	0.0%
⑭その他	15	0.0%
無回答	1,779	3.2%
総件数	55,099	100.0%

Ｑ６－２－２　二番目に効果のあった協力要請の取組み（ＳＡ）Ｑ６－１で選択肢①～⑭を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合
①店内放送による呼びかけ	22	0.0%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	22,481	40.8%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	4	0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意	14,500	26.3%
⑤マイバッグの持参を PR	165	0.3%
⑥マイバッグを販売	12	0.0%
⑦マイバッグの配布	5	0.0%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	82	0.1%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	19	0.0%
⑩買物袋配布自体を廃止	5	0.0%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	102	0.2%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	72	0.1%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	1	0.0%
⑭その他	15,746	28.6%
無回答	1,883	3.4%
総件数	55,099	100.0%

Ｑ６－２－３　三番目に効果のあった協力要請の取組み（ＳＡ）Ｑ６－１で選択肢①～⑭を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合
①店内放送による呼びかけ	28	0.1%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	146	0.3%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	1	0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意	23	0.0%
⑤マイバッグの持参を PR	14,581	26.5%
⑥マイバッグを販売	30	0.1%
⑦マイバッグの配布	5	0.0%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	14	0.0%

選択肢	件数	割合
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	10	0.0%
⑩買物袋配布自体を廃止	2	0.0%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	15,756	28.6%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	22,386	40.6%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	1	0.0%
⑭その他	60	0.1%
無回答	2,056	3.7%
総件数	55,099	100.0%

Ｑ６－２－重み付け　一番３点、二番２点、三番１点の重み付けした協力要請の取組み（ＳＡ）
Ｑ６－１で選択肢①～⑭を選んだ場合のみ

選択肢	１番（×３点）	２番（×２点）	３番（×１点）	総得点
①店内放送による呼びかけ	116	22	28	420
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	15,962	22,481	146	92,994
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	1	4	1	12
④有料化レジ袋を複数種類用意	13	14,500	23	29,062
⑤マイバッグの持参を PR	44	165	14,581	15,043
⑥マイバッグを販売	7	12	30	75
⑦マイバッグの配布	4	5	5	27
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	44	82	14	310
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	22	19	10	114
⑩買物袋配布自体を廃止	73	5	2	231
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	36,994	102	15,756	126,942
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	21	72	22,386	22,593
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	4	1	1	15
⑭その他	15	15,746	60	31,597
無回答	1,779	1,883	2,056	―
総件数	55,099	55,099	55,099	

4）有料化の効果・意義

①消費者のプラスチック買物袋辞退率（店舗／本社・本部別、単純集計）

＜店舗による回答＞

店舗における有料化制度実施（７月１日）の以前と以降の顧客のレジでのプラスチック製買物袋辞退率を確認した。さらに、実施後の辞退率の増加分（ポイント）を算定した。

有料化制度実施前は0～10%が363件(66.1%)で最も多い。実施後は10～20%が91件(16.6%)で最も多いが、90%以上も78件（14.2%）と次いで高くなっている。辞退率の増加分は0ポイント（増減なし）が121件（22.0%）と最も多い。

辞退率に関する詳細な分析は、(6)分析・研究を参照のこと。

【単純集計】

Ｑ７R２/７/１以前　顧客のプラスチック製買物袋辞退率（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
① 0～10%	363	66.1%
②10～20%	19	3.5%
③20～30%	69	12.6%
④30～40%	35	6.4%

選択肢	件数	割合
⑤40～50%	14	2.6%
⑥50～60%	9	1.6%
⑦60～70%	8	1.5%
⑧70～80%	8	1.5%
⑨80～90%	10	1.8%
⑩90%以上	14	2.6%
総件数	549	100.0%

Ｑ７Ｒ２／７／１以後　顧客のプラスチック製買物袋辞退率（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
① 0～10%	73	13.3%
②10～20%	91	16.6%
③20～30%	36	6.6%
④30～40%	36	5.3%
⑤40～50%	29	5.3%
⑥50～60%	38	6.9%
⑦60～70%	32	5.8%
⑧70～80%	68	12.4%
⑨80～90%	68	12.4%
⑩90%以上	78	14.2%
総件数	549	100.0%

Ｑ７　増加分　顧客のプラスチック製買物袋辞退率（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
①90 ポイント(%)	47	8.6%
②80 ポイント(%)	54	9.8%
③70 ポイント(%)	54	9.8%
④60 ポイント(%)	49	8.9%
⑤50 ポイント(%)	50	9.1%
⑥40 ポイント(%)	50	9.1%
⑦30 ポイント(%)	41	7.5%
⑧20 ポイント(%)	37	6.7%
⑨10 ポイント(%)	37	6.7%
⑩ 0 ポイント(%)	121	22.0%
⑪-10 ポイント(%)	2	0.4%
⑫-20 ポイント(%)	3	0.5%
⑬-30 ポイント(%)		0.0%
⑭-40 ポイント(%)		0.0%
⑮-50 ポイント(%)		0.0%
⑯-60 ポイント(%)	3	0.5%
⑰-70 ポイント(%)		0.0%
⑱-80 ポイント(%)		0.0%
⑲-90 ポイント(%)	1	0.2%
総件数	549	100.0%

＜本社・本部による回答＞

本社・本部における有料化制度実施（７月１日）の以前と以降の顧客のレジでのプラスチッ

ク製買物袋辞退率を確認した。さらに、実施後の辞退率の増加分（ポイント）を算定した。
有料化制度実施前は0～10%が26件(55.3%)で最も多い。実施後は90%以上が11件(23.4%)で最も多い。辞退率の増加分は0ポイント（増減なし）と10ポイントが各8件（17.0%）と最も多い。
辞退率に関する詳細な分析は、(6)分析・研究を参照のこと。

【単純集計】

Ｑ７Ｒ２／７／１以前　顧客のプラスチック製買物袋辞退率（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
① 0～10%	26	55.3%
②10～20%	6	12.8%
③20～30%	4	8.5%
④30～40%	1	2.1%
⑤40～50%	1	2.1%
⑥50～60%	2	4.3%
⑦60～70%	2	4.3%
⑧70～80%	1	2.1%
⑨80～90%	1	2.1%
⑩90%以上	3	6.4%
総件数	47	100.0%

Ｑ７Ｒ２／７／１以後　顧客のプラスチック製買物袋辞退率（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
① 0～10%	4	8.5%
②10～20%	3	6.4%
③20～30%	1	2.1%
④30～40%	3	6.4%
⑤40～50%	1	2.1%
⑥50～60%	1	2.1%
⑦60～70%	7	14.9%
⑧70～80%	10	21.3%
⑨80～90%	6	12.8%
⑩90%以上	11	23.4%
総件数	47	100.0%

Ｑ７　増加分　顧客のプラスチック製買物袋辞退率（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
①90 ポイント(%)	5	10.6%
②80 ポイント(%)	6	12.8%
③70 ポイント(%)	4	8.5%
④60 ポイント(%)	3	6.4%
⑤50 ポイント(%)	6	12.8%
⑥40 ポイント(%)	1	2.1%
⑦30 ポイント(%)	4	8.5%
⑧20 ポイント(%)	2	4.3%
⑨10 ポイント(%)	8	17.0%
⑩ 0 ポイント(%)	8	17.0%
⑪-10 ポイント(%)		0.0%

選択肢	件数	割合
⑫-20 ポイント(%)		0.0%
⑬-30 ポイント(%)		0.0%
⑭-40 ポイント(%)		0.0%
⑮-50 ポイント(%)		0.0%
⑯-60 ポイント(%)		0.0%
⑰-70 ポイント(%)		0.0%
⑱-80 ポイント(%)		0.0%
⑲-90 ポイント(%)		0.0%
総件数	47	100.0%

②消費者のライフスタイル変革について（店舗／本社・本部別、FA 整理(カテゴリがあれば分類)）

＜店舗による回答＞

店舗のプラスチック製買物袋削減の取組みによって、消費者のライフスタイル変革にどのようにつながったかを確認した。

マイバッグ等が増加したことを挙げた回答者が最も多く、全体の過半数を占めている。

Ｑ８　消費者のライフスタイル変革について（ＦＡ）

主な内容	件数
①マイバッグ等増加	89
②マイバッグ等増加したが、マイナス要素も付記	8
③消費者がレジ袋を使わなくなった・辞退率の上昇	16
④意識の変化	21
⑤レジ袋有料化の認知度の向上	4
⑥プラスチックごみの減少関連	5
⑦有料化に否定的	3
⑧変化なし	12
⑨その他の意見(上記に当てはまらないケース)	14
⑩わからない	3
総件数	175

＜本社・本部による回答＞

本社・本部のプラスチック製買物袋削減の取組みによって、消費者のライフスタイル変革にどのようにつながったかを確認した。

店舗と同様に、マイバッグ等が増加したことを挙げた回答者が多い。

Ｑ８　消費者のライフスタイル変革について（ＦＡ）

主な内容	件数
①マイバッグ等増加	10
②マイバッグ等増加したが、マイナス要素も付記	-
③消費者がレジ袋を使わなくなった・辞退率の上昇	1
④意識の変化	7
⑤レジ袋有料化の認知度の向上	1
⑥プラスチックごみの減少関連	-

⑦有料化に否定的	－
⑧変化なし	－
⑨その他の意見(上記に当てはまらないケース)	5
⑩わからない	－
総件数	24

5）今後のプラスチック製買物袋削減の取組み方針

①店舗の今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針（店舗／本社・本部別、単純集計及びクロス集計(所在地・業種・従業者数・容器包装使用量)）

＜店舗による回答＞

店舗における今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針を確認した。

引き続き有料化を継続が 348 件（63.4%)、無料配布を継続が 93 件（16.9%)、無料配布を有料化に変更が 30 件（5.5%)、有料配布を有料化対象袋に変更が 24 件（4.4%）となっている。

【単純集計】

Ｑ９－１　店舗の今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
①引き続き有料化を継続	348	63.4%
②（現在無料配布しているが）今後有料化を予定	30	5.5%
③（現在有料配布しているが）今後有料化対象外のプラスチック製買物袋に変更予定	24	4.4%
④無料配布を継続	93	16.9%
⑤その他	54	9.8%
総件数	549	100.0%

【クロス集計：所在地】

Ｑ９－１　-Ｆ２クロス集計　店舗の今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針（店舗所在地(8 地域)）

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①引き続き有料化を継続（件数）	348	39	78	48	56	37	19	16	55	
（%）	63.4%	7.1%	14.2%	8.7%	10.2%	6.7%	3.5%	2.9%	10.0%	0.0%
②（現在無料配布しているが）今後有料化を予定（件数）	30	1	8	5	5	5		1	5	
（%）	5.5%	0.2%	1.5%	0.9%	0.9%	0.9%	0.0%	0.2%	0.9%	0.0%
③（現在有料配布しているが）今後有料化対象外のプラスチック製買物袋に変更予定（件数）	24	4	6		6	2	1	1	4	
（%）	4.4%	0.7%	1.1%	0.0%	1.1%	0.4%	0.2%	0.2%	0.7%	0.0%
④無料配布を継続（件数）	93	10	17	10	19	22	2	2	11	
（%）	16.9%	1.8%	3.1%	1.8%	3.5%	4.0%	0.4%	0.4%	2.0%	0.0%
⑤その他（件数）	54	11	6	3	15	8	3	4	4	
（%）	9.8%	2.0%	1.1%	0.5%	2.7%	1.5%	0.5%	0.7%	0.7%	0.0%
総件数（件数）	549	65	115	66	101	74	25	24	79	0
（%）	100.0%	11.8%	20.9%	12.0%	18.4%	13.5%	4.6%	4.4%	14.4%	0.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ９－１-Ｆ３クロス集計　店舗の今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身回品のり小売業	③飲食料品小売業	④自動車部品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文具売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①引き続き有料化を継続（件数）	348	124	18	157	2	1	6	8	2		1	29
（%）	63.4%	22.6%	3.3%	28.6%	0.4%	0.2%	1.1%	1.5%	0.4%	0.0%	0.2%	5.3%
②（現在無料配布しているが）今後有料化を予定（件数）	30	9	2	15		1	1					2
（%）	5.5%	1.6%	0.4%	2.7%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%
③（現在有料配布しているが）今後有料化対象外のプラスチック製買物袋に変更予定（件数）	24	8	4	10				1				1
（%）	4.4%	1.5%	0.7%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%
④無料配布を継続（件数）	93	21	16	44			4	2		1		5
（%）	16.9%	3.8%	2.9%	8.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.4%	0.0%	0.2%	0.0%	0.9%
⑤その他（件数）	54	14	9	18	1		3	2	1		1	5
（%）	9.8%	2.6%	1.6%	3.3%	0.2%	0.0%	0.5%	0.4%	0.2%	0.0%	0.2%	0.9%
総件数（件数）	549	176	49	244	3	2	14	13	3	1	2	42
（%）	100.0%	32.1%	8.9%	44.4%	0.5%	0.4%	2.6%	2.4%	0.5%	0.2%	0.4%	7.7%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ９－１-Ｆ４クロス集計　店舗の今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20人	③21～100人	④100人以上
①引き続き有料化を継続（件数）	348	203	96	34	15
（%）	63.4%	37.0%	17.5%	6.2%	2.7%
②（現在無料配布しているが）今後有料化を予定（件数）	30	26	1	2	1
（%）	5.5%	4.7%	0.2%	0.4%	0.2%
③（現在有料配布しているが）今後有料化対象外のプラスチック製買物袋に変更予定（件数）	24	18	6		
（%）	4.4%	3.3%	1.1%	0.0%	0.0%
④無料配布を継続（件数）	93	79	12	2	
（%）	16.9%	14.4%	2.2%	0.4%	0.0%
⑤その他（件数）	54	44	8	1	1
（%）	9.8%	8.0%	1.5%	0.2%	0.2%
総件数（件数）	549	370	123	39	17
（%）	100.0%	67.4%	22.4%	7.1%	3.1%

【クロス集計：容器包装使用量】

Ｑ９－１-Ｆ６クロス集計　店舗の今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針（容器包装年間使用量）

選択肢	総計	①プラスチック、紙、段ボールなどを合計して50ｔ以上	②プラスチック、紙、段ボールなどを合計して50ｔ未満	③分からない
①引き続き有料化を継続（件数）	348	22	257	69
（%）	63.4%	4.0%	46.8%	12.6%
②（現在無料配布しているが）今後有料化を予定（件数）	30	1	22	7
（%）	5.5%	0.2%	4.0%	1.3%
③（現在有料配布しているが）今後有料化対象外のプラスチック製買物袋に変更予定（件数）	24	2	19	3
（%）	4.4%	0.4%	3.5%	0.5%
④無料配布を継続（件数）	93	3	60	30
（%）	16.9%	0.5%	10.9%	5.5%
⑤その他（件数）	54	2	42	10
（%）	9.8%	0.4%	7.7%	1.8%
総件数（件数）	549	30	400	119
（%）	100.0%	5.5%	72.9%	21.7%

＜本社・本部による回答＞

本社・本部における今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針を確認した。

引き続き有料化を継続が39件（83.0%）、無料配布を継続が3件（8.5%）、有料配布を有料化対象袋に変更が1件（2.1%）、無料配布を有料化に変更が0件となっている。

【単純集計】

Ｑ９－１　店舗の今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針（ＳＡ）

選択肢	件数	割合
①引き続き有料化を継続	39	83.0%
②（現在無料配布しているが）今後有料化を予定	0	0.0%
③（現在有料配布しているが）今後有料化対象外のプラスチック製買物袋に変更予定	1	2.1%
④無料配布を継続	3	6.4%
⑤その他	4	8.5%
総件数	47	100.0%

【クロス集計：所在地】

Ｑ９－１　－F1-1-A クロス集計　店舗の今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針（店舗所在地（8地域））

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①引き続き有料化を継続（件数）	39	7	11	8	3	1	2		7	
（%）	83.0%	14.9%	23.4%	17.0%	6.4%	2.1%	4.3%	0.0%	14.9%	0.0%
②（現在無料配布しているが）今後有料化を予定（件数）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
③（現在有料配布しているが）今後有料化対象外のプラスチック製買物袋に変更予定（件数）	1	1								

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
(%)	2.1%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
④無料配布を継続（件数）	3	1	1			1				
(%)	6.4%	2.1%	2.1%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑤その他（件数）	4		1	1			2			
(%)	8.5%	0.0%	2.1%	2.1%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	47	9	13	9	3	2	4	0	7	0
(%)	100.0%	19.1%	27.7%	19.1%	6.4%	4.3%	8.5%	0.0%	14.9%	0.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ９－１-Ｆ３クロス集計　店舗の今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①引き続き有料化を継続（件数）	39	19	1	15				2	1			1
(%)	83.0%	40.4%	2.1%	31.9%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	2.1%	0.0%	0.0%	2.1%
②（現在無料配布しているが）今後有料化を予定（件数）	0											
(%)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
③（現在有料配布しているが）今後有料化対象外のプラスチック製買物袋に変更予定（件数）	1			1								
(%)	2.1%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
④無料配布を継続（件数）	3			2								1
(%)	6.4%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%
⑤その他（件数）	4	1		3								
(%)	8.5%	2.1%	0.0%	6.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	47	20	1	21	0	0	0	2	1	0	0	2
(%)	100.0%	42.6%	2.1%	44.7%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	2.1%	0.0%	0.0%	4.3%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ９－１-Ｆ４クロス集計　店舗の今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20人	③21～100人	④100人以上
①引き続き有料化を継続（件数）	39	3	7	10	19
(%)	83.0%	6.4%	14.9%	21.3%	40.4%
②（現在無料配布しているが）今後有料化を予定（件数）	0	0	0	0	0
(%)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
③（現在有料配布しているが）今後有料化対象外のプラスチック製買物袋に変更予定（件数）	1				1
(%)	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%
④無料配布を継続（件数）	3		2		1
(%)	6.4%	0.0%	4.3%	0.0%	2.1%
⑤その他（件数）	4	1	1	1	1
(%)	8.5%	2.1%	2.1%	2.1%	2.1%

選択肢	総計	①５人以下	②６～20人	③21～100人	④100人以上
総件数（件数）	47	4	10	11	22
（%）	100.0%	8.5%	21.3%	23.4%	46.8%

【容器包装使用量
Ｑ９－１-Ｆ６クロス集計　店舗の今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針（容器包装年間使用量）

選択肢	総計	①プラスチック、紙、段ボールなどを合計して50ｔ以上	②プラスチック、紙、段ボールなどを合計して50ｔ未満	③分からない
①引き続き有料化を継続（件数）	39	16	18	5
（%）	83.0%	34.0%	38.3%	10.6%
②（現在無料配布しているが）今後有料化を予定（件数）	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
③（現在有料配布しているが）今後有料化対象外のプラスチック製買物袋に変更予定（件数）	1		1	
（%）	2.1%	0.0%	2.1%	0.0%
④無料配布を継続（件数）	3		3	
（%）	6.4%	0.0%	6.4%	0.0%
⑤その他（件数）	4	1	3	
（%）	8.5%	2.1%	6.4%	0.0%
総件数（件数）	47	17	25	5
（%）	100.0%	36.2%	53.2%	10.6%

②方針変更の予定時期（店舗／本社・本部別、単純集計及びクロス集計(所在地・業種・従業者数)）
○Ａ：無料→有料②方針変更の予定時期
＜店舗による回答＞
店舗において、無料配布から有料配布へ変更すると回答した場合の実施予定時期を確認した。今後１年以内が 21 件（70.0%）、１年以後が９件（30.0%）となっている。

【単純集計】
Ｑ９－１－１－Ａ 無料→有料②　方針変更の予定時期（ＳＡ）Ｑ９－１で選択肢②を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合	備考
①今後１年以内	21	70.0%	
②１年以後	9	30.0%	
総件数	30	100.0%	

【クロス集計：所在地】
Ｑ９－１－１－Ａ －Ｆ２クロス集計　無料→有料②　方針変更の予定時期（店舗所在地(8 地域)）

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①今後１年以内（件数）	21	1	5	5	2	4		1	3	
（%）	70.0%	3.3%	16.7%	16.7%	6.7%	13.3%	0.0%	3.3%	10.0%	0.0%

②１年以後（件数）	9		3		3	1			2	
（%）	30.0%	0.0%	10.0%	0.0%	10.0%	3.3%	0.0%	0.0%	6.7%	0.0%
総件数（件数）	30	1	8	5	5	5	0	1	5	0
（%）	100.0%	3.3%	26.7%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%	3.3%	16.7%	0.0%

【クロス集計：業種】

Ｑ９－１－１－A-Ｆ３クロス集計　無料→有料②　方針変更の予定時期（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①今後１年以内（件数）	21	7		10		1	1					2
（%）	70.0%	23.3%	0.0%	33.3%	0.0%	3.3%	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%
②１年以後（件数）	9	2	2	5								
（%）	30.0%	6.7%	6.7%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	30	9	2	15	0	1	1	0	0	0	0	2
（%）	100.0%	30.0%	6.7%	50.0%	0.0%	3.3%	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%

【クロス集計：従業者数】

Ｑ９－１－１－A-Ｆ４クロス集計　無料→有料②　方針変更の予定時期（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20人	③21～100人	④100人以上
①今後１年以内（件数）	21	19	1		1
（%）	70.0%	63.3%	3.3%	0.0%	3.3%
②１年以後（件数）	9	7		2	
（%）	30.0%	23.3%	0.0%	6.7%	0.0%
総件数（件数）	30	26	1	2	1
（%）	100.0%	86.7%	3.3%	6.7%	3.3%

＜本社・本部による回答＞

本社・本部による回答では、無料配布から有料配布へ方針変更すると回答した回答者はいなかった。

○Ｂ：有料→対象外袋③方針変更の予定時期

＜店舗による回答＞

店舗において、有料配布から対象外袋へ変更すると回答した場合の実施予定時期を確認した。今後１年以内が 16 件（66.7%）、１年以後が８件（33.3%）となっている。

【単純集計】
Ｑ９－１－１－Ｂ　有料→対象外袋③　方針変更の予定時期（ＳＡ）Ｑ９－１で選択肢③を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合	備考
①今後１年以内	16	66.7%	
②１年以後	8	33.3%	
総件数	24	100.0%	

【クロス集計：所在地】
Ｑ９－１－１－Ｂ －Ｆ２クロス集計　有料→対象外袋③　方針変更の予定時期（店舗所在地(8地域)）

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①今後１年以内（件数）	16	4	4		3	2			3	
（%）	66.7%	16.7%	16.7%	0.0%	12.5%	8.3%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%
②１年以後（件数）	8		2		3		1	1	1	
（%）	33.3%	0.0%	8.3%	0.0%	12.5%	0.0%	4.2%	4.2%	4.2%	0.0%
総件数（件数）	24	4	6	0	6	2	1	1	4	0
（%）	100.0%	16.7%	25.0%	0.0%	25.0%	8.3%	4.2%	4.2%	16.7%	0.0%

【クロス集計：業種】
Ｑ９－１－１－Ｂ －Ｆ３クロス集計　有料→対象外袋③　方針変更の予定時期（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①今後１年以内（件数）	16	8	2	5								1
（%）	66.7%	33.3%	8.3%	20.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%
②１年以後（件数）	8		2	5				1				
（%）	33.3%	0.0%	8.3%	20.8%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	24	8	4	10	0	0	0	1	0	0	0	1
（%）	100.0%	33.3%	16.7%	41.7%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%

【クロス集計：従業者数】
Ｑ９－１－１－Ｂ －Ｆ４クロス集計　有料→対象外袋③　方針変更の予定時期（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20人	③21～100人	④100人以上
①今後１年以内（件数）	16	12	4		
（%）	66.7%	50.0%	16.7%	0.0%	0.0%
②１年以後（件数）	8	6	2		
（%）	33.3%	25.0%	8.3%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	24	18	6	0	0
（%）	100.0%	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%

＜本社・本部による回答＞
本社・本部で、有料配布から対象外袋へ変更すると回答した場合の実施予定時期を確認した。１年以後が１件（100.0%）となっている。

【単純集計】
Ｑ９－１－１－Ｂ　有料→対象外袋③　方針変更の予定時期（ＳＡ）Ｑ９－１で選択肢③を選んだ場合のみ

選択肢	件数	割合	備考
①今後１年以内	0	0.0%	
②１年以後	1	100.0%	
総件数	1	100.0%	

【クロス集計：所在地】
Ｑ９－１－１－Ｂ －Ｆ1-1-A クロス集計　有料→対象外袋③　方針変更の予定時期（店舗所在地(8 地域)）

選択肢	総計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	無回答
①今後１年以内（件数）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
②１年以後（件数）	1	1								
（%）	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
（%）	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

【クロス集計：業種】
Ｑ９－１－１－Ｂ －Ｆ３クロス集計　有料→対象外袋③　方針変更の予定時期（業種）

選択肢	総計	①各種商品小売業	②織物・衣服・身の回り品小売業	③飲食料品小売業	④自動車部分品・付属品小売業	⑤家具・じゅう器・機械器具小売業	⑥医薬品・化粧品小売業	⑦書籍・文房具小売業	⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品	⑨楽器小売業	⑩たばこ・喫煙具専門小売業	⑪その他の小売業
①今後１年以内（件数）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
②１年以後（件数）	1			1								
（%）	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総件数（件数）	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
（%）	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

【クロス集計：従業者数】
Ｑ９－１－１－Ｂ －Ｆ４クロス集計　有料→対象外袋③　方針変更の予定時期（従業者数）

選択肢	総計	①５人以下	②６～20 人	③21～100 人	④100 人以上
①今後１年以内（件数）	0	0	0	0	0
（%）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
②１年以後（件数）	1				1
（%）	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
総件数（件数）	1	0	0	0	1
（%）	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

④取組み方針の理由
＜店舗による回答＞
Ｑ９－２　取組み方針の理由（ＦＡ）

Ｑ９－１の回答分類	1 有料化継続	2 無料配布から有料配布へ	3 有料配布から対象外配布へ	4 無料配布継続	5 その他
理由	法令の遵守(26) 環境配慮(22) 有料化否定的意見(5) マイバッグ持参(6) 意識変化(5) 有料化の定着(6) 会社の方針(24) 有効性(4) 特になし(3)	今後検討(4) 有効性(1) 世の中の流れ(1) 本部の指示(1)	有料化否定的意見(5) 客の需要(2) 紙袋使用(1)	会社の方針(12) 有料化否定的意見(7) 紙袋・再利用可能袋(7) マイバッグ持参(3)	紙袋・バイオマ袋(6) 有料化否定的意見(6) マイバッグ持参(2) その他(4)

＜本社・本部による回答＞
Ｑ９－２　取組み方針の理由（ＦＡ）

Ｑ９－１の回答分類	1 有料化継続	2 無料配布から有料配布へ	3 有料配布から対象外配布へ	4 無料配布継続	5 その他
理由	法令の遵守(2) 世の中の流れ(1) 環境配慮(7) 有料化の定着(4) 会社の方針(5) その他(3)	－	－	－	会社の方針(1)

(6) 分析・研究

1) 有料化実施前後における辞退率の変化（パターン）

店舗／本社・本部別　　単純、×業種・従業者数

Ｑ７　顧客のプラスチック製買物袋辞退率[有料化制度実施：2020(令和2)年7月1日前後]

顧客のレジでのプラスチック製買物袋辞退率

同一回答者における、令和２年７月１日以前の辞退率と令和２年７月１日以後の辞退率のクロス集計結果を下記に示す。

①店舗回答

有料化制度実施前後の辞退率の変化

有料化後 / 有料化前	0～10%	10～20%	20～30%	30～40%	40～50%	50～60%	60～70%	70～80%	80～90%	90%以上	総計
有料化前	363	69	35	14	9	8	8	10	14	19	549
	66.1%	12.6%	6.4%	2.6%	1.6%	1.5%	1.5%	1.8%	2.6%	3.5%	100.0%
有料化後	73	36	36	29	38	32	68	68	78	91	549
	13.3%	6.6%	6.6%	5.3%	6.9%	5.8%	12.4%	12.4%	14.2%	16.6%	100.0%

辞退率は、実施前は20%未満が432店舗(78.7%)、80%以上が33店舗(6.0%)であったが、実施後は20%未満が109店舗(19.9%)、80%以上が169店舗(30.8%)となっている。

有料化制度実施前後の辞退率の変化（同一店舗における）

有料化後 有料化前	0～10%	10～20%	20～30%	30～40%	40～50%	50～60%	60～70%	70～80%	80～90%	90%以上	総計
0～10%	71	24	28	25	30	19	34	39	46	47	363
10～20%		8	5	2	4	5	18	9	10	8	69
20～30%	1	1	3		3	4	8	6	4	5	35
30～40%				2		1	4	3	2	2	14
40～50%						1		1	2	5	9
50～60%						2	1	2	1	2	8
60～70%					1		2	2	1	2	8
70～80%		3						5	2		10
80～90%							1	1	10	2	14
90%以上	1									18	19
総計	73	36	36	29	38	32	68	68	78	91	549

有料化制度実施前の辞退率と実施後の辞退率の上げ幅（同一店舗における）

有料化後の上げ幅(pt) 有料化前の辞退率	-90	-60	-20	-10	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	総計
0～10%					71	24	28	25	30	19	34	39	46	47	363
10～20%					8	5	2	4	5	18	9	10	8		69
20～30%			1	1	3		3	4	8	6	4	5			35
30～40%					2		1	4	3	2	2				14
40～50%						1		1	2	5					9
50～60%					2	1	2	1	2						8
60～70%			1		2	2	1	2							8
70～80%		3			5	2									10
80～90%			1	1	10	2									14
90%以上	1				18										19
総計	1 0.2%	3 0.5%	3 0.5%	2 0.4%	121 22.0%	37 6.7%	37 6.7%	41 7.5%	50 9.1%	50 9.1%	49 8.9%	54 9.8%	54 9.8%	47 8.6%	549 100.0%
	1.6%				22.0%	76.3%									

有料化制度実施前後で辞退率が上昇しているのは 441 店舗(76.3%)、変化がないのが 121 店舗(22.0%)、下降しているのが 9 店舗(0.2%)となっている。

②本社回答

有料化制度実施前後の辞退率の変化

有料化後 有料化前	0～10%	10～20%	20～30%	30～40%	40～50%	50～60%	60～70%	70～80%	80～90%	90%以上	総計
有料化前	26	6	4	1	1	2	2	1	1	3	47
	55.3%	12.8%	8.5%	2.1%	2.1%	4.3%	4.3%	2.1%	2.1%	6.4%	100.0%
有料化後	4	3	1	3	1	1	7	10	6	11	47
	8.5%	6.4%	2.1%	6.4%	2.1%	2.1%	14.9%	21.3%	12.8%	23.4%	100.0%

辞退率は、実施前は 20%未満が 32 社(68.1%)、80%以上が 4 社(8.5%)であったが、実施後は 20%未満が 7 社(14.9%)、80%以上が 17 社(36.2%)となっている。

有料化制度実施前後の辞退率の変化（同一企業における）

有料化後 / 有料化前	0～10%	10～20%	20～30%	30～40%	40～50%	50～60%	60～70%	70～80%	80～90%	90%以上	総計
0～10%	4	3	1	3			1	3	6	5	26
10～20%							4	2			6
20～30%						1		2		1	4
30～40%								1			1
40～50%					1						1
50～60%							2				2
60～70%								2			2
70～80%										1	1
80～90%										1	1
90%以上										3	3
総計	4	3	1	3	1	1	7	10	6	11	47

有料化制度実施前の辞退率と実施後の辞退率の上げ幅（同一企業における）

有料化後の上げ幅(pt) / 有料化前の辞退率	-90	-60	-20	-10	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	総計
0～10%					4	3	1	3			1	3	6	5	26
10～20%										4	2				6
20～30%								1		2		1			4
30～40%									1						1
40～50%					1										1
50～60%						2									2
60～70%						2									2
70～80%							1								1
80～90%						1									1
90%以上					3										3
総計					8	8	2	4	1	6	3	4	6	5	47
ン	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	17.0%	17.0%	4.3%	8.5%	2.1%	12.8%	6.4%	8.5%	12.8%	10.6%	100.0%
	0.0%				17.0%	83.0%									

有料化制度実施前後で辞退率が上昇しているのは 39 社(83.0%)、変化がないのが 8 社(17.0%)となっている。下降しているとした回答はない。

2）辞退率の向上に資するとみられる取組み

・①辞退率変化の分析

有料化制度実施前後の辞退率の変化のクロス集計の中で、下記の４つのカテゴリーに当てはまる回答者を抜粋し、それぞれが実施している取組みを調べた。

カテゴリー１：実施前・実施後ともに辞退率が低いグループ
（実施前辞退率 0～10%、実施後辞退率 0～10%）

カテゴリー２：実施前は辞退率が低く、実施後は中程度の辞退率の上昇が認められたグループ
（実施前辞退率 0～10%、実施後辞退率 30～70%）

カテゴリー３：実施前は辞退率が低く、実施後は大幅な辞退率の上昇が認められたグループ
（実施前辞退率 0～10%、実施後辞退率 70%以上）

カテゴリー４：実施前・実施後ともに辞退率が高いグループ
（実施前辞退率 70%以上、実施後辞退率 80%以上）

＜店舗による回答＞

Ｑ６－１　消費者に対するプラスチック製買物袋削減協力要請の取組み（ＭＡ）

選択肢	件数							
	ｶﾃｺﾞﾘｰ1		ｶﾃｺﾞﾘｰ2		ｶﾃｺﾞﾘｰ3		ｶﾃｺﾞﾘｰ4	
①店内放送による呼びかけ	5	3.4%	21	4.5%	17	3.4%	5	6.8%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	21	14.5%	102	21.8%	122	24.3%	11	15.1%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	0	0.0%	4	0.9%	1	0.2%	1	1.4%
④有料化レジ袋を複数種類用意	3	2.1%	36	7.7%	39	7.8%	6	8.2%
⑤マイバッグの持参を PR	14	9.7%	47	10.1%	53	10.5%	8	11.0%
⑥マイバッグを販売	8	5.5%	34	7.3%	37	7.4%	6	8.2%
⑦マイバッグの配布	1	0.7%	17	3.6%	8	1.6%	2	2.7%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	4	2.8%	19	4.1%	18	3.6%	2	2.7%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	11	7.6%	26	5.6%	28	5.6%	5	6.8%
⑩買物袋配布自体を廃止	0	0.0%	5	1.1%	7	1.4%	5	6.8%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	12	8.3%	97	20.8%	114	22.7%	6	8.2%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	7	4.8%	53	11.3%	49	9.7%	6	8.2%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	2	1.4%	2	0.4%	4	0.8%	1	1.4%
⑭その他	2	1.4%	0	0.0%	1	0.2%	0	0.0%
⑮特にない	55	37.9%	4	0.9%	5	1.0%	9	12.3%
	145	100.0%	467	100.0%	503	100.0%	73	100.0%

※その他（具体的に）

カテゴリー１　・袋が必要か尋ねる。　・厚さが５０ミクロン以上の袋を使用

カテゴリー３　・市からの配布による紙袋を使用

カテゴリー１(実施前後で辞退率が低い)では、「特にない」の回答が 55 件（37.9%）を占めており、他のカテゴリーと比べて、取組みを実施していない割合が有意に高く、低い実施率にその結果が顕れていると考えられる。

辞退率が向上したカテゴリー２（中程度上昇）とカテゴリー３（大幅に上昇）では、「店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付」と、「レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認」がともに 20%を超えていることが確認でき、レジ袋削減に有効な手段となっていることがうかがえる。その他では、「マイバッグの持参を PR」がカテゴリー２・３・４で高く、と「レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認」がカテゴリー２で高くなっている。

Ｑ６－２　効果のあった協力要請の取組み

選択肢	ｶﾃｺﾞﾘｰ1					ｶﾃｺﾞﾘｰ2					ｶﾃｺﾞﾘｰ3					ｶﾃｺﾞﾘｰ4				
	件数			総得点		件数			総得点		件数			総得点		件数			総得点	
	1番×3点	2番×2点	3番×1点			1番×3点	2番×2点	3番×1点			1番×3点	2番×2点	3番×1点			1番×3点	2番×2点	3番×1点		
①店内放送による呼びかけ	1	1	1	6	3.4%	1	8	4	23	3.5%	4	3	4	22	2.6%	1	1	2	7	8.6%
②店内にレジ袋有料化についてPOPやポスターを貼付	9	3	1	34	19.5%	39	20	16	173	26.2%	42	45	14	230	27.4%	2	2	3	13	16.0%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	0	1	0	2	1.1%	0	1	1	3	0.5%	1	0	0	3	0.4%	0	0	0	0	0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意	1	0	1	4	2.3%	4	3	7	25	3.8%	1	6	5	20	2.4%	0	1	0	2	2.5%
⑤マイバッグの持参をPR	6	4	1	27	15.5%	8	4	7	39	5.9%	14	17	16	92	11.0%	4	1	1	15	18.5%
⑥マイバッグを販売	1	2	2	9	5.2%	1	3	10	19	2.9%	1	4	6	17	2.0%	1	1	2	7	8.6%
⑦マイバッグの配布	1	0	0	3	1.7%	1	1	5	10	1.5%	3	1	1	12	1.4%	0	1	0	2	2.5%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	0	1	0	2	1.1%	1	5	2	15	2.3%	1	1	5	10	1.2%	0	0	0	0	0.0%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	5	1	1	18	10.3%	6	5	5	33	5.0%	8	9	2	44	5.2%	1	0	1	4	4.9%
⑩買物袋配布自体を廃止	0	0	0	0	0.0%	1	1	1	6	0.9%	3	2	1	14	1.7%	3	1	0	11	13.6%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	6	2	0	22	12.6%	59	18	3	216	32.7%	74	27	5	281	33.5%	1	1	1	6	7.4%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	5	2	0	19	10.9%	9	21	5	74	11.2%	5	10	20	55	6.6%	1	1	0	5	6.2%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	2	0	0	6	3.4%	1	1	0	5	0.8%	0	0	1	1	0.1%	1	1	0	5	6.2%
⑭その他	4	3	4	22	12.6%	1	4	8	19	2.9%	1	5	25	38	4.5%	1	0	1	4	4.9%
⑮特にない	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%
				174	100.0%				660	100.0%				839	100.0%				81	100.0%

Ｑ６－１と同様に、辞退率が向上したカテゴリー２（中程度上昇）とカテゴリー３（大幅に上昇）では、「店内にレジ袋有料化についてPOPやポスターを貼付」と、「レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認」がともに高得点（20%超え）となっており、レジ袋削減に有効な手段としてとらえられている。その他では、「マイバッグの持参をPR」がカテゴリー１・３・４で高く、と「レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認」がカテゴリー１・２で高くなっている。カテゴリー４では、「買物袋配布自体を廃止」も高い。

Ｑ６－３　協力要請上最も工夫したこと（自由回答）

回答数が少なく、以下の一件のみであった。

・袋がいるか尋ねる。（カテゴリー１）

Ｑ８　消費者のライフスタイル変革について

	カテゴリー1	カテゴリー2	カテゴリー3	カテゴリー4
意見	・マイバッグ持参増加(8) ・環境保護の意識向上(3) ・有料化が浸透(3) ・プラスチックごみの削減(1) ・変わっていない(3) ・特になし(2)	・マイバック持参増加(26) ・袋の辞退率増加(3) ・一般店舗より辞退率／マイバック持参者は少ない(1) ・有料化が浸透(1) ・できる限り使用しない(3) ・消費者の環境意識(7) ・商品の販売個数が減少(1) ・わからない(1) ・紙袋を手作りし使用(1)	・マイバッグ持参増加(45) ・袋の辞退率増加(6) ・消費者の意識が変化した(2) ・環境汚染に対する意識が芽生えた(2) ・無駄にごみになる袋が減った(2) ・資源というより節約を優先している印象(3) ・通常の買い物ではない土産物等の場合はマイバックの持参が少なく、無料を求める声が多い(1) ・プラスチック製買物袋が家庭内に少なくはなったがペットボトルや弁当容器その他食品の包装は増えている気がする(1) ・袋が必要かどうか聞かないといけないのが面倒(1) ・万引きの増える要素は避けられない(1) ・ライフスタイルの変革にはつながらない(1) ・特にない(1) ・わからない(1)	・マイバッグ持参増加(3) ・取手付レジ袋全てを有料化したことで微増した(1) ・無料にしているので変化はない(1) ・レジ袋を辞退される方が多いことから、大きな変革は感じていない(1) ・環境に対する関心度が深まった(2) ・レジ袋以外にもプラスプーンから紙スプーンへの変更を行った(2) ・袋での商品受渡しをほとんどしない(1) ・頻度が少なく、特に変革につながったとは感じられない(1)

辞退率が向上したカテゴリー２（中程度上昇）とカテゴリー３（大幅に上昇）では、「マイバッグ持参増加」を挙げる店舗が多かった。その他の回答としては、「消費者の意識の変化」や「辞退率の増加」が挙がっている。店舗における回答においては、「変革にはつながらない」、「万引きが増える」、「その他のごみが増えた」などの、負の影響を挙げるケースもいくつか見られた。

＜本社・本部による回答＞

Ｑ６－１　消費者に対するプラスチック製買物袋削減協力要請の取組み（ＭＡ）

選択肢	件数							
	ｶﾃｺﾞﾘｰ1		ｶﾃｺﾞﾘｰ2		ｶﾃｺﾞﾘｰ3		ｶﾃｺﾞﾘｰ4	
①店内放送による呼びかけ	0	0.0%	2	5.9%	4	5.4%	1	5.0%
②店内にレジ袋有料化についてPOPやポスターを貼付	2	20.0%	9	26.5%	17	23.0%	3	15.0%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意	2	20.0%	4	11.8%	8	10.8%	2	10.0%
⑤マイバッグの持参をPR	0	0.0%	2	5.9%	8	10.8%	2	10.0%
⑥マイバッグを販売	0	0.0%	3	8.8%	7	9.5%	2	10.0%
⑦マイバッグの配布	0	0.0%	0	0.0%	1	1.4%	0	0.0%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	0	0.0%	1	2.9%	6	8.1%	3	15.0%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	0	0.0%	1	2.9%	2	2.7%	0	0.0%
⑩買物袋配布自体を廃止	0	0.0%	1	2.9%	0	0.0%	2	10.0%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	0	0.0%	7	20.6%	14	18.9%	1	5.0%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	1	10.0%	4	11.8%	4	5.4%	2	10.0%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
⑭その他	1	10.0%	0	0.0%	2	2.7%	0	0.0%
⑮特にない	4	40.0%	0	0.0%	1	1.4%	2	10.0%
	10	100.0%	34	100.0%	74	100.0%	20	100.0%

※その他（具体的に）

カテゴリー１　・プラ袋削減への協力依頼POP貼付。

カテゴリー３　・梱包用のDB（段ボール）の使用。

・レジ袋を有料化したうえで、バーコード決済機能付きアプリを提示し、レジ袋を辞退されたお客様に商品と交換できるエコスタンプ進呈。

本社・本部回答においても、店舗回答と同様に、カテゴリー１（実施前後で辞退率が低い）で

は、「特にない」の回答が４件（40.0%）と高く、低い実施率に影響している可能性がある。

辞退率が向上したカテゴリー２（中程度上昇）とカテゴリー３（大幅に上昇）では、店舗回答と同様に、「店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付」と、「レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認」が多く、さらに、「有料化レジ袋を複数種類用意」も高くなっている。

Ｑ６－２　効果のあった協力要請の取組み

選択肢	ｶﾃｺﾞﾘｰ１					ｶﾃｺﾞﾘｰ２					ｶﾃｺﾞﾘｰ３					ｶﾃｺﾞﾘｰ４				
	件数			総得点		件数			総得点		件数			総得点		件数			総得点	
	1番×3点	2番×2点	3番×1点			1番×3点	2番×2点	3番×1点			1番×3点	2番×2点	3番×1点			1番×3点	2番×2点	3番×1点		
①店内放送による呼びかけ	0	0	0	0	0.0%	0	1	1	3	5.7%	1	1	1	6	6.1%	0	0	0	0	0.0%
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付	1	0	0	3	33.3%	5	4	0	23	43.4%	10	6	0	42	42.4%	0	0	1	1	5.9%
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%
④有料化レジ袋を複数種類用意	0	1	0	2	22.2%	0	0	0	0	0.0%	0	1	1	3	3.0%	0	1	0	2	11.8%
⑤マイバッグの持参を PR	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	2	4	8	8.1%	0	0	1	1	5.9%
⑥マイバッグを販売	0	0	0	0	0.0%	0	0	2	2	3.8%	0	0	1	1	1.0%	0	1	0	2	11.8%
⑦マイバッグの配布	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	1	1	3	3.0%	1	1	0	5	29.4%
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%
⑩買物袋配布自体を廃止	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	2	0	0	6	35.3%
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認	0	0	0	0	0.0%	4	3	0	18	34.0%	6	2	3	25	25.3%	0	0	0	0	0.0%
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認	0	0	1	1	11.1%	0	1	4	6	11.3%	0	2	0	4	4.0%	0	0	0	0	0.0%
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%
⑭その他	1	0	0	3	33.3%	0	0	1	1	1.9%	1	1	2	7	7.1%	0	0	0	0	0.0%
⑮特にない	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%
				9	100.0%				53	100.0%				99	100.0%				17	100.0%

店舗回答と同様に、辞退率が向上したカテゴリー２（中程度上昇）とカテゴリー３（大幅に上昇）では、「店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付」と、「レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認」がともに高得点（20%超え）となっており、レジ袋削減に有効な手段としてとらえられている。カテゴリー４では、「買物袋配布自体を廃止」、「紙製などプラスチック製以外の袋を有料化」、「有料化レジ袋を複数種類用意」、「マイバッグを販売」が高く、若干違った傾向が見て取れる。

Ｑ６－３　協力要請上最も工夫したこと（自由回答）

回答数が少なく、以下の二件のみであった。

・レジ付近に POP 等を掲示（カテゴリー３）

・フランチャイズチェーンの運営会社として、７月１日から全店舗一斉スタートできるよう加盟者、スタッフ向けに理解浸透を図った。（カテゴリー３）

Ｑ８　消費者のライフスタイル変革について

	カテゴリー1	カテゴリー2	カテゴリー3	カテゴリー4
意見	・宅配商品等を高齢者の方に手渡す際は落としたりしないように入れて渡す(1) ・プラスチック製買物袋を使用（配布）していない(1)	・プラスチック製買物袋の有料化が浸透(2) ・マイバックの持参増加(2)	・マイバッグの持参増加（7） ・環境への配慮が浸透（3） ・有料化による辞退率向上(2)	・マイバスケット販売強化(1) ・地球環境への意識向上(1)

店舗回答と同様に、辞退率が向上したカテゴリー２（中程度上昇）とカテゴリー３（大幅に上昇）では、「マイバッグ持参増加」が挙がっている。回答数自体が少ない。

3）自由記述に記載のあった改善事例

＜店舗による回答＞

・スタッフが頂いたりした紙袋をリユースして、ご自由にご利用くださいとしている。

＜本社・本部による回答＞

・レジ袋を有料化したうえで、バーコード決済機能付きアプリを提示し、レジ袋を辞退されたお客様に商品と交換できるエコスタンプ進呈した。

・梱包用の DB（段ボール）の使用。

3.3.2　容器包装リサイクル法排出抑制促進措置小売業者対応マニュアルのリバイス

容器包装リサイクル法における小売業に属する事業を行う者の容器包装の使用の合理化による容器包装廃棄物の排出の抑制の促進に関する判断の基準となるべき事項を定める省令の一部改正に対応し、経済産業省の刊行している標記マニュアルの内容を修正した。

(1) 省令の改正箇所（要旨）

消費者のライフスタイル変革の促進のため、事業者による排出抑制促進の枠組みを活かしつつ、プラスチック製買物袋についてはその排出抑制の手段としての有料化を必須とする旨を規定した。

なお、有料化の対象外となるプラスチック製の買物袋は以下のとおり。

・厚さが 50 マイクロメートル以上のもの
・海洋生分解性プラスチックの配合率 100%のもの
・バイオマスプラスチックの配合率 25%以上のもの

(2) 記述の変更箇所

マニュアルの変更箇所については、以下のとおり。

旧

新

旧

平成19年4月1日から新しくスタート!

■平成19年4月1日より、指定される小売業に属する事業を行う者（指定容器包装利用事業者）は、国が定める判断の基準となるべき事項に基づき、容器包装の使用の合理化のための取組を行うことが義務付けられます。

■まず、指定容器包装利用事業者は、容器包装の使用原単位の低減に関する目標を定め、その目標を達成するための取組を計画的に行うことが義務付けられます。例えば、・・・

① 容器包装の有料化　② ポイント制等の実施　③ マイバッグ等の利用の促進
④ 声かけ　⑤ 薄肉化・軽量化された容器包装の使用　⑥ 適切なサイズの容器包装の使用
⑦ 商品の量り売り　⑧ 簡易包装化の推進

指定容器包装利用事業者については…… P1
指定容器包装利用事業者にかかる義務については…… P2

■さらに、年間50トン以上の容器包装を用いた**容器包装多量利用事業者**は、事業所管省庁に、**義務の実施状況を定期的に報告する必要があります。**

容器包装多量利用事業者については…… P3
定期報告の内容については…… P3～P10

指定容器包装利用事業者とは?

指定容器包装利用事業者とは、以下の小売業を営む事業者であり、これらの事業者は、容器包装の使用の合理化により容器包装廃棄物の排出の抑制を促進するための取組を行うことが必要です。

- 各種商品小売業
- 織物・衣服・身の回り品小売業
- 飲食料品小売業
- 自動車部分品・附属品小売業
- 家具・じゅう器・機械器具小売業
- 医薬品・化粧品小売業
- 書籍・文房具小売業
- スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業
- たばこ・喫煙具専門小売業

注意!

主たる事業でなくてもこれらの小売業に属する事業を行っている場合には、その事業について容器包装の使用の合理化の義務対象者となります。

- 主たる事業はホテル業であるが、ホテル内で各種商品小売業に属する事業を行っている場合
- 主たる事業は食品メーカーであるが、アンテナショップで飲食料品小売業に属する事業を行っている場合

1

新

令和2年7月1日から買物袋の有料化が開始しました!

■平成19年4月1日に、指定される小売業に属する事業を行うもの（指定容器包装利用事業者）は、国が定める判断の基準となるべき事項に基づき、容器包装の使用の合理化のための取組を行うことが**制度化されました。**

■令和2年7月1日より、消費者のライフスタイルの変革を促すことを目的として、購入した商品を持ち運ぶために用いる、持ち手のついたプラスチック製買物袋（以下の対象外を除く）の有料化が義務付けられました。

有料化の対象外となる買物袋
- 厚さが50マイクロメートル以上の買物袋
- 海洋生分解性プラスチックの配合率100%の買物袋
- バイオマスプラスチックの配合率25%以上の買物袋

■指定容器包装利用事業者は、容器包装の使用原単位の低減に関する目標を定め、その目標を達成するための以下の取組を計画的に行うことが**必要です。**

プラスチック製買物袋の有料化（必須）

① プラスチック製買物袋以外の容器包装の有料化を実施（必須以外）
② **消費者が容器包装を辞退した場合**のポイント**付与**等の実施
③ マイバッグ等の利用の促進
④ **消費者への意思確認**
⑤ 薄肉化・軽量化された容器包装の使用
⑥ 適切なサイズの容器包装の使用
⑦ 商品の量り売り
⑧ 簡易包装化の推進

指定容器包装利用事業者については …… P1
指定容器包装利用事業者にかかる義務については …… P2

■さらに、年間50トン以上の容器包装を用いた容器包装多量利用事業者は、事業所管省庁に、義務の実施状況を定期的に報告する必要があります。

容器包装多量利用事業者については …… P3
定期報告の内容については …… P3 ～ P10

指定容器包装利用事業者とは？

指定容器包装利用事業者とは、以下の小売業を営む事業者であり、これらの事業者は、容器包装の使用の合理化により容器包装廃棄物の排出の抑制を促進するための取組を行うことが必要です。

- 各種商品小売業
- 織物・衣服・身の回り品小売業
- 飲食料品小売業
- 自動車部分品・附属品小売業
- 家具・じゅう器・機械器具小売業
- 医薬品・化粧品小売業
- 書籍・文房具小売業
- スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業
- たばこ・喫煙具専門小売業

注 意！

主たる事業でなくてもこれらの小売業に属する事業を行っている場合には、その事業について容器包装の使用の合理化の義務対象者となります。

- 主たる事業はホテル業であるが、ホテル内で各種商品小売業に属する事業を行っている場合
- 主たる事業は食品メーカーであるが、アンテナショップで飲食料品小売業に属する事業を行っている場合

1

旧

指定容器包装利用事業者の義務とは?

(1) 目標の設定と容器包装の使用の合理化のための取組

指定容器包装利用事業者の**義務**は、容器包装の使用原単位*の低減に関する目標を定めること（=**目標設定**）と、これを達成するための取組を計画的に行うこと（=**容器包装の使用の合理化**）です。

*容器包装を用いる量を、売上高、店舗面積その他の当該容器包装を用いる量と密接な関係をもつ値で除して得た値

(2) その他の義務

情報の提供
店頭において、容器包装廃棄物の排出の抑制の促進に資する情報を消費者に掲示すること、事業者自らの取組内容を記載した冊子等を配付すること、容器包装に容器包装廃棄物の排出の抑制の重要性についての表示を付すこと等が求められます。

体制の整備等
責任者の設置等を行うとともに、従業者に対し研修を行うこと等が求められます。

安全性等の配慮
容器包装の安全性及び機能性等に配慮することが求められます。

容器包装の使用の合理化の実施状況等の把握
容器包装を用いた量並びに実施した取組及びその効果を適切に把握することが求められます。

関係者との連携
取組を効果的に行うために、国、関係地方公共団体、消費者、関係団体及び関係事業者との連携を図るよう配慮することが求められます。

2

新

指定容器包装利用事業者の義務とは？

(1)目標の設定と容器包装の使用の合理化のための取組

指定容器包装利用事業者の義務は、容器包装の使用原単位*の低減に関する目標を定めること（=**目標設定**）と、これを達成するための取組を計画的に行うこと（=**容器包装の使用の合理化**）です。

*容器包装を用いる量を、売上高、店舗面積その他の当該容器包装を用いる量と密接な関係をもつ値で除して得た値

必須 プラスチック製買物袋の有料化
消費者に提供する容器包装のうち、プラスチック製買物袋の有料化

(2)その他の義務

情報の提供	店頭において、容器包装廃棄物の排出の抑制の促進に資する情報を消費者に掲示すること、事業者自らの取組内容を記載した冊子等を配付すること、容器包装に容器包装廃棄物の排出の抑制の重要性についての表示を付すこと等が求められます。
体制の整備等	責任者の設置等を行うとともに、従業者に対し研修を行うこと等が求められます。
安全性等の配慮	容器包装の安全性及び機能性等に配慮することが求められます。
容器包装の使用の合理化の実施状況等の把握	容器包装を用いた量並びに実施した取組及びその効果を適切に把握することが求められます。
関係者との連携	取組を効果的に行うために、国、関係地方公共団体、消費者、関係団体及び関係事業者との連携を図るよう配慮することが求められます。

2

旧

定期報告の義務のある 容器包装多量利用事業者とは?

指定容器包装利用事業者のうち、当該年度の前年度において用いた容器包装（紙・段ボール・プラスチック製容器包装及びその他の容器包装の合計）の量が50トン以上である事業者が、容器包装多量利用事業者となります。

※ 容器包装多量利用事業者は、前年度に用いた容器包装の量及びその使用原単位等を算出し、毎年度、6月末日までに定期報告書にこれらの量を記入し、提出することが求められます。

【定期報告の提出方法】

提出方法	郵送その他指定の方法
提出時期	平成20年度以降、毎年度6月末日まで
提出先	事業所管省庁の長又はその地方支分部局の長 （例えば、経済産業省の場合には、各地方の経済産業局長となります。）

定期報告書の記入事項

容器包装多量利用事業者は以下の情報の報告が義務となります。

(1) 事業者概要

事業者名、代表者氏名、所在地、業種、報告書作成責任者名

(2) 容器包装を用いた量

- プラスチック製容器包装
- 紙製容器包装（段ボール製容器包装を除く）
- 段ボール製容器包装
- その他の容器包装

(3) 容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値

例：売上高、店舗面積等

(4) 容器包装の使用原単位（前年度分）及びその対前年度比

例：○○kg/円（売上高）、○○kg/m²（m²は店舗面積 等）

(5) 容器包装の使用原単位の算出方法の設定に係る説明（変更する場合はその理由と変更後の算出方法の説明）

(6) 過去5年度間の容器包装の使用原単位の変化状況

(7) 容器包装の使用原単位を改善できなかった場合の理由

(8) 判断の基準となるべき事項に基づき実施した取組

前年度に実施した具体的取組及びその効果を報告

(9) その他の容器包装の使用の合理化のために実施した取組

3

新

変更なし

旧

定期報告書の書き方

- 用紙の大きさは、日本工業規格A4を用います。
- 文字は、かい書でインキ、タイプによる活字等により明瞭に記入して下さい。
- 報告書冒頭の※印を付した欄には記入しないで下さい。

表 紙

- 「業種」の欄には、各種商品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料品小売業、自動車部分品・附属品小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業、医薬品・化粧品小売業、書籍・文房具小売業、スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業及びたばこ・喫煙具専門小売業のうち、該当するものを記入します。
- 「作成責任者名」の欄には、本報告書の作成を担当した者の所属部署及び氏名を記入します。

別記様式（第7条の6関係）

※受理年月日

定期報告書

事業所管省庁の長又はその地方支分部局の長

○○○○局長 殿

毎年度6月末日までに提出

平成２０ 年 ５ 月 １ 日

住所 東京都千代田区霞が関○－○－○

氏名 小売 一郎 印

容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律第7条の6の規定に基づき、次のとおり報告します。

事業者名	（株）○○ストア
事業者の代表者の氏名	小売 一郎
事業者の所在地	東京都千代田区霞が関○－○－○ 電話（ ０３ － ○○○○ － ○○○○ ）
業種	○○小売業
作成責任者名	環境部総務課 グループリーダー 小売 二郎

4

新

定期報告書の書き方

- 用紙の大きさは、日本産業規格A4を用います。
- 文字は、かい書でインキ、タイプによる活字等により明瞭に記入して下さい。
- 報告書冒頭の※印を付した欄には記入しないで下さい。

表 紙

- 「業種」の欄には、各種商品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料品小売業、自動車部分品・附属品小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業、医薬品・化粧品小売業、書籍・文房具小売業、スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業及びたばこ・喫煙具専門小売業のうち、該当するものを記入します。
- 「作成責任者名」の欄には、本報告書の作成を担当した者の所属部署及び氏名を記入します。

別記様式（第7条の6関係）

※受理年月日

定期報告書

各地方の経済産業局長

○○○○局長 殿

毎年6月末日までに提出

令和３ 年 ５ 月 １ 日

住所 東京都千代田区霞が関 ○ － ○ － ○

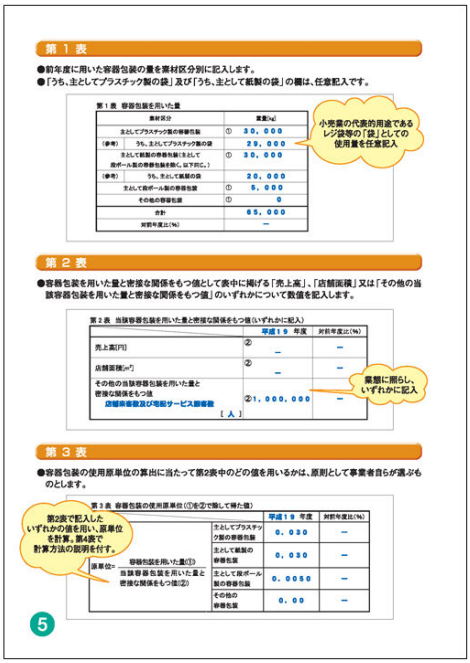
氏名 小売 一郎

容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律第7条の6の規定に基づき、次のとおり報告します。

事業者名	（株）○○ストア
事業者の代表者の氏名	小売 一郎
事業者の所在地	東京都千代田区霞が関 ○ － ○ － ○ 電話（ ０３ － ○○○○ － ○○○○ ）
業種	○○小売業
当該事業者が営む当該業種に属する事業に加盟する者の有無	有
作成責任者名	環境部総務課 グループリーダー 小売 二郎

4

旧



第１表

●前年度に用いた容器包装の量を素材区分別に記入します。
●「うち、主としてプラスチック製の袋」及び「うち、主として紙製の袋」の欄は、任意記入です。

第１表　容器包装を用いた量

素材区分			重量(kg)
主としてプラスチック製の容器包装		①	30,000
（参考）	うち、主としてプラスチック製の袋		29,000
主として紙製の容器包装(主として段ボール製の容器包装を除く、以下同じ。)		①	30,000
（参考）	うち、主として紙製の袋		20,000
主として段ボール製の容器包装		①	5,000
その他の容器包装		①	0
合計			65,000
対前年度比(%)			－

小売業の代表的用途であるレジ袋等の「袋」としての使用量を任意記入

第２表

●容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値として表中に掲げる「売上高」、「店舗面積」又は「その他の当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値」のいずれかについて数値を記入します。

第２表　当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値(いずれかに記入)

		平成１９年度	対前年度比(%)
売上高[円]	②	－	－
店舗面積[㎡]	②	－	－
その他の当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値　店舗来客数及び宅配サービス顧客数［人］	②	1,000,000	－

業態に照らし、いずれかに記入

第３表

●容器包装の使用原単位の算出に当たって第2表中のどの値を用いるかは、原則として事業者自らが選ぶものとします。

第３表　容器包装の使用原単位(①/②で除して得た値)

		平成１９年度	対前年度比(%)
容器包装を用いた量(①) / 当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値(②)	主としてプラスチック製の容器包装	0.030	－
	主として紙製の容器包装	0.030	－
	主として段ボール製の容器包装	0.0050	－
	その他の容器包装	0.00	－

原単位＝

第2表で記入したいずれかの値を用い、原単位を計算。第4表で計算方法の説明を付す。

5

新

第１表

●前年度に用いた容器包装の量を素材区分別に記入します。
●「うち、主としてプラスチック製の袋」及び「うち、主として紙製の袋」の欄は、任意記入です。

第１表　容器包装を用いた量

素材区分		重量(kg)
主としてプラスチック製の容器包装	①	30,000
うち、プラスチック製の買物袋	①	28,000
うち、薄手のプラスチック製の買物袋	①	1,000
うち、海洋生分解性プラスチック製の買物袋	①	0
うち、バイオマスプラスチック製の買物袋	①	0
主として紙製の容器包装(主として段ボール製の容器包装を除く、以下同じ。)	①	30,000
うち、紙製の袋	①	20,000
主として段ボール製の容器包装	①	5,000
その他の容器包装	①	0
合計		65,000
対前年度比(%)		－

小売業の代表的用途である買物袋等の「袋」としての使用量を記入

第２表

●容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値として表中に掲げる「売上高」、「店舗面積」又は「その他の当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値」のいずれかについて数値を記入します。

第２表　当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値(いずれかに記入)

		令和３年度	対前年度比(%)
売上高[円]	②	－	－
店舗面積[㎡]	②	－	－
その他の当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値　店舗来客数及び宅配サービス顧客数［人］	②	1,000,000	99.8

業態に照らし、いずれかに記入

前年度との比率を記入

第３表

●容器包装の使用原単位の算出に当たって第2表中のどの値を用いるかは、原則として事業者自らが選ぶものとします。

第３表　容器包装の使用原単位(①/②で除して得た値)

		令和３年度	対前年度比(%)
容器包装を用いた量(①) / 当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値(②)	主としてプラスチック製の容器包装	0.030	103.4
	うち、プラスチック製の買物袋	0.028	103.7
	うち、薄手のプラスチック製の買物袋	0.001	103.4
	うち、海洋生分解性プラスチック製の買物袋	0	－
	うち、バイオマスプラスチック製の買物袋	0	－
	主として紙製の容器包装	0.030	93.8
	うち、紙製の袋	0.020	100
	主として段ボール製の容器包装	0.005	100
	その他の容器包装	0	－

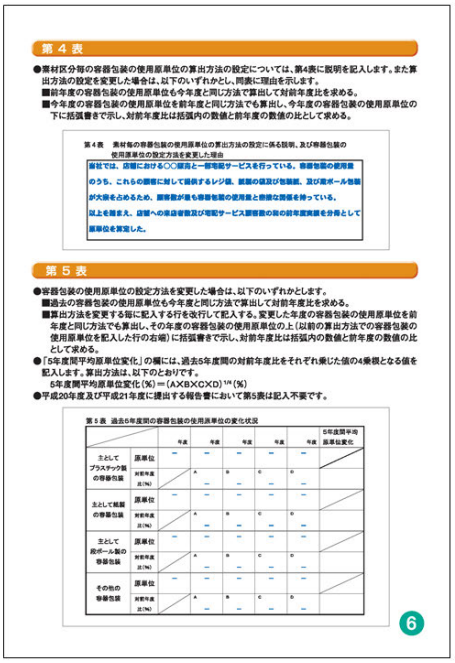
原単位＝

第2表で記入したいずれかの値を用い、原単位を計算。第4表で計算方法の説明を付す。

前年度との比率を記入

5

旧



第４表

●素材区分毎の容器包装の使用原単位の算出方法の設定については、第4表に説明を記入します。また算出方法の設定を変更した場合は、以下のいずれかとし、同表に理由を示します。
■前年度の容器包装の使用原単位も今年度と同じ方法で算出して対前年度比を求める。
■今年度の容器包装の使用原単位を前年度と同じ方法でも算出し、今年度の容器包装の使用原単位の下に括弧書きで示し、対前年度比は括弧内の数値と前年度の数値の比として求める。

第４表　素材毎の容器包装の使用原単位の算出方法の設定に係る説明、及び容器包装の使用原単位の設定方法を変更した理由

当社では、店舗における○○販売と一部宅配サービスを行っている。容器包装の使用量のうち、これらの顧客に対して提供するレジ袋、紙製の袋及び包装紙、及び段ボール包装が大部分をしめるため、顧客数が最も容器包装の使用量と密接な関係を持っている。
以上を踏まえ、店舗への来店者数及び宅配サービス顧客数の和の前年度実績を分母として原単位を算定した。

第５表

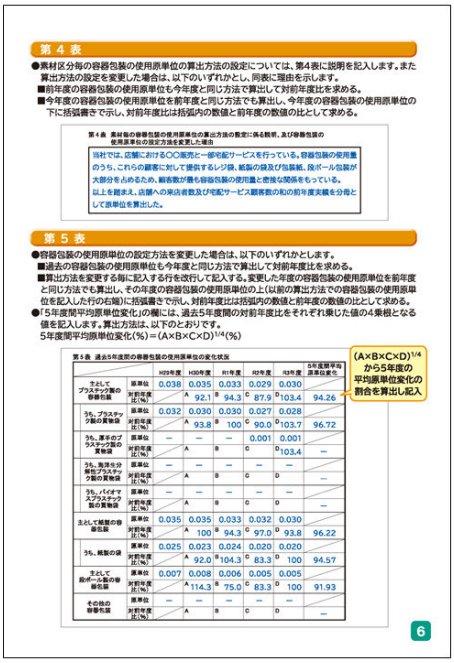
●容器包装の使用原単位の設定方法を変更した場合は、以下のいずれかとします。
■過去の容器包装の使用原単位も今年度と同じ方法で算出して対前年度比を求める。
■算出方法を変更する毎に記入する行を改行して記入する。変更した年度の容器包装の使用原単位を前年度と同じ方法でも算出し、その年度の容器包装の使用原単位の上（以前の算出方法での容器包装の使用原単位を記入した行の右端）に括弧書きで示し、対前年度比は括弧内の数値と前年度の数値の比として求める。
●「5年度間平均原単位変化」の欄には、過去5年度間の対前年度比をそれぞれ乗じた値の4乗根となる値を記入します。算出方法は、以下のとおりです。
5年度間平均原単位変化(%)＝$(A \times B \times C \times D)^{1/4}$(%)
●平成20年度及び平成21年度に提出する報告書において第5表は記入不要です。

第５表　過去5年度間の容器包装の使用原単位の変化状況

		年度	年度	年度	年度	年度	5年度間平均原単位変化
主としてプラスチック製の容器包装	原単位	－	－	－	－	－	
	対前年度比(%)		A －	B －	C －	D －	
主として紙製の容器包装	原単位	－	－	－	－	－	
	対前年度比(%)		A －	B －	C －	D －	
主として段ボール製の容器包装	原単位	－	－	－	－	－	
	対前年度比(%)		A －	B －	C －	D －	
その他の容器包装	原単位	－	－	－	－	－	
	対前年度比(%)		A －	B －	C －	D －	

6

新



第４表

●素材区分毎の容器包装の使用原単位の算出方法の設定については、第4表に説明を記入します。また算出方法の設定を変更した場合は、以下のいずれかとし、同表に理由を示します。
■前年度の容器包装の使用原単位も今年度と同じ方法で算出して対前年度比を求める。
■今年度の容器包装の使用原単位を前年度と同じ方法でも算出し、今年度の容器包装の使用原単位の下に括弧書きで示し、対前年度比は括弧内の数値と前年度の数値の比として求める。

第４表　素材毎の容器包装の使用原単位の算出方法の設定に係る説明、及び容器包装の使用原単位の設定方法を変更した理由

当社では、店舗における○○販売と一部宅配サービスを行っている。容器包装の使用量のうち、これらの顧客に対して提供するレジ袋、紙製の袋及び包装紙、段ボール包装が大部分をしめるため、顧客数が最も容器包装の使用量と密接な関係をもっている。
以上を踏まえ、店舗への来店者数及び宅配サービス顧客数の和の前年度実績を分母として原単位を算出した。

第５表

●容器包装の使用原単位の設定方法を変更した場合は、以下のいずれかとします。
■過去の容器包装の使用原単位も今年度と同じ方法で算出して対前年度比を求める。
■算出方法を変更する毎に記入する行を改行して記入する。変更した年度の容器包装の使用原単位を前年度と同じ方法でも算出し、その年度の容器包装の使用原単位の上（以前の算出方法での容器包装の使用原単位を記入した行の右端）に括弧書きで示し、対前年度比は括弧内の数値と前年度の数値の比として求める。
●「5年度間平均原単位変化」の欄には、過去5年度間の対前年度比をそれぞれ乗じた値の4乗根となる値を記入します。算出方法は、以下のとおりです。
5年度間平均原単位変化(%)＝$(A \times B \times C \times D)^{1/4}$(%)

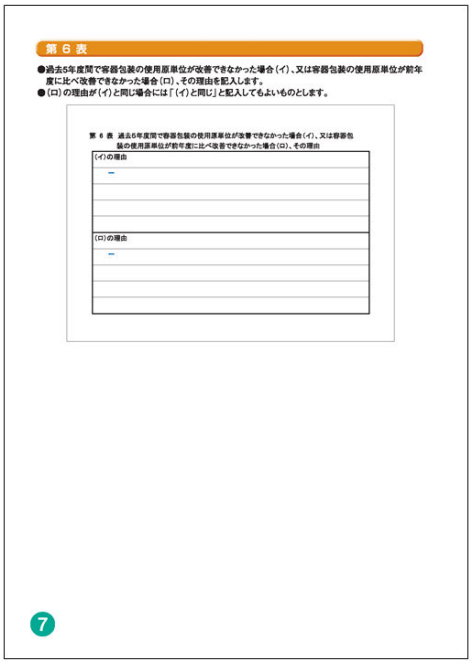
第５表　過去5年度間の容器包装の使用原単位の変化状況

		H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度	5年度間平均原単位変化
主としてプラスチック製の容器包装	原単位	0.038	0.035	0.033	0.029	0.030	
	対前年度比(%)	A －	B 92.1	C 94.3	D 87.9	E 103.4	94.26
うち、プラスチック製の買物袋	原単位	0.032	0.030	0.030	0.027	0.028	
	対前年度比(%)	A －	B 93.8	C 100	D 90.0	E 103.7	96.72
うち、薄手のプラスチック製の買物袋	原単位	－	－	－	0.001	0.001	
	対前年度比(%)	A －	B －	C －	D －	E 103.4	－
うち、海洋生分解性プラスチック製の買物袋	原単位	－	－	－	－	－	
	対前年度比(%)	A －	B －	C －	D －		－
うち、バイオマスプラスチック製の買物袋	原単位	－	－	－	－	－	
	対前年度比(%)	A －	B －	C －	D －		－
主として紙製の容器包装	原単位	0.035	0.035	0.033	0.032	0.030	
	対前年度比(%)	A －	B 100	C 94.3	D 97.0	E 93.8	96.22
うち、紙製の袋	原単位	0.025	0.023	0.024	0.020	0.020	
	対前年度比(%)	A －	B 92.0	C 104.3	D 83.3	E 100	94.57
主として段ボール製の容器包装	原単位	0.007	0.008	0.006	0.005	0.005	
	対前年度比(%)	A －	B 114.3	C 75.0	D 83.3	E 100	91.93
その他の容器包装	原単位	－	－	－	－	－	
	対前年度比(%)	A －	B －	C －	D －		－

$(A \times B \times C \times D)^{1/4}$から5年度の平均原単位変化の割合を算出し記入

6

旧



第６表

●過去5年度間で容器包装の使用原単位が改善できなかった場合（イ）、又は容器包装の使用原単位が前年度に比べ改善できなかった場合（ロ）、その理由を記入します。
●（ロ）の理由が（イ）と同じ場合には「（イ）と同じ」と記入してもよいものとします。

第６表　過去5年度間で容器包装の使用原単位が改善できなかった場合（イ）、又は容器包装の使用原単位が前年度に比べ改善できなかった場合（ロ）、その理由

（イ）の理由
－
（ロ）の理由
－

7

新

変更なし

旧

第７表

●選択項目がある欄については、該当するものにV印又は■印を付し、それぞれの具体的内容及びその効果を記入します。
●フランチャイズチェーンの事業を行う者のように、当該事業に加盟する者の容器包装を用いた量を把握し、加盟する者と連携して取組を行っている場合にあっては、各表に記入するほか、「関係者との連携」の欄に、当該事業全体における容器包装を用いた量の合計並びに容器包装の使用の合理化のために実施した取組及びその効果を記入します。

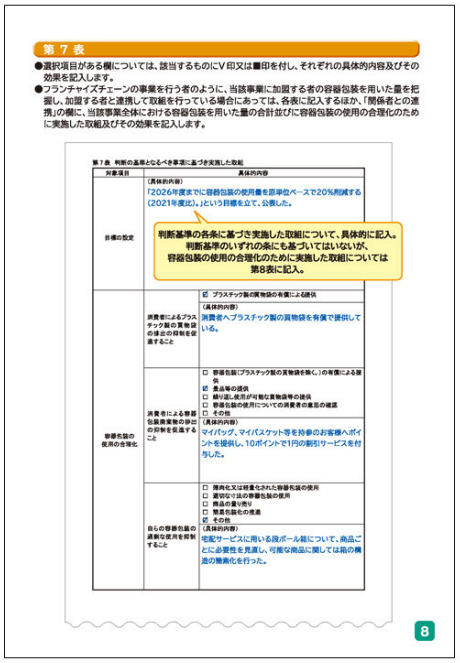
第７表　判断の基準となるべき事項に基づき実施した取組

対象項目		具体的内容
目標の設定		（具体的内容） 「２０１２年度末までに容器包装の使用量を原単位ベースで２０％削減する（２００７年度比）。」という目標を立て、公表した。
容器包装の使用の合理化	消費者による容器包装廃棄物の排出の抑制を促進すること	□ 容器包装の有償による提供 ☑ 景品等の提供 □ 繰り返し使用が可能な買物袋等の提供 □ 容器包装の使用についての消費者の意思の確認 □ その他 （具体的内容） レジで袋をお断りのお客様に対しポイントを提供し、１０ポイントで１円の割引サービスを付与した。
	自らの容器包装の過剰な使用を抑制すること	□ 薄肉化又は軽量化された容器包装の使用 □ 適切な寸法の容器包装の使用 □ 商品の量り売り □ 簡易包装化の推進 ☑ その他 （具体的内容） 宅配サービスに用いる段ボール箱について、商品ごとに必要性を見直し、可能な商品に関しては箱の構造の簡素化を行った。

判断基準の各条に基づき実施した取組について、具体的に記入。判断基準のいずれの条にも基づいてはいないが、容器包装の使用の合理化のために実施した取組については第8表に記入。

8

新



第７表

●選択項目がある欄については、該当するものにV印又は■印を付し、それぞれの具体的内容及びその効果を記入します。
●フランチャイズチェーンの事業を行う者のように、当該事業に加盟する者の容器包装を用いた量を把握し、加盟する者と連携して取組を行っている場合にあっては、各表に記入するほか、「関係者との連携」の欄に、当該事業全体における容器包装を用いた量の合計並びに容器包装の使用の合理化のために実施した取組及びその効果を記入します。

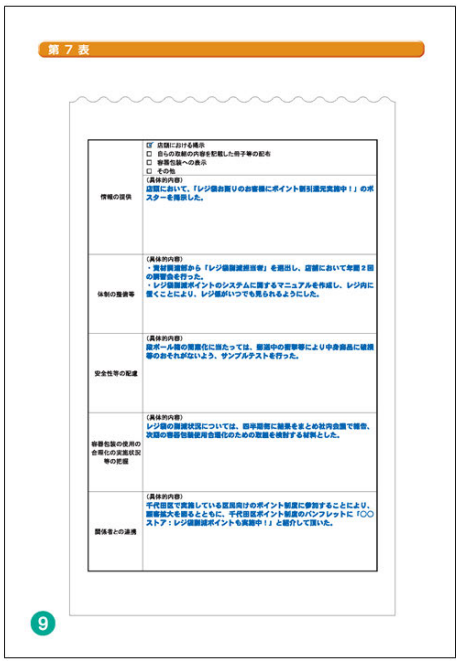
第７表　判断の基準となるべき事項に基づき実施した取組

対象項目		具体的内容
目標の設定		（具体的内容） 「2026年度までに容器包装の使用量を原単位ベースで20%削減する（2021年度比）。」という目標を立て、公表した。
容器包装の使用の合理化	消費者によるプラスチック製の買物袋の使用を促進すること	☑ プラスチック製の買物袋の有償による提供 （具体的内容） 消費者へプラスチック製の買物袋を有償で提供している。
	消費者による容器包装廃棄物の排出の抑制を促進すること	□ 容器包装（プラスチック製の買物袋を除く）の有償による提供 ☑ 景品等の提供 □ 繰り返し使用が可能な買物袋等の提供 □ 容器包装の使用についての消費者の意思の確認 □ その他 （具体的内容） マイバッグ、マイバスケット等を持参のお客様へポイントを提供し、10ポイントで1円の割引サービスを付与した。
	自らの容器包装の過剰な使用を抑制すること	□ 薄肉化又は軽量化された容器包装の使用 □ 適切な寸法の容器包装の使用 □ 商品の量り売り □ 簡易包装化の推進 ☑ その他 （具体的内容） 宅配サービスに用いる段ボール箱について、商品ごとに必要性を見直し、可能な商品に関しては箱の構造の簡素化を行った。

判断基準の各条に基づき実施した取組について、具体的に記入。判断基準のいずれの条にも基づいてはいないが、容器包装の使用の合理化のために実施した取組については第8表に記入。

8

旧



第７表

情報の提供	☑ 店頭における掲示 ☐ 自らの取組の内容を記載した冊子等の配布 ☐ 容器包装への表示 ☐ その他 （具体的内容） 店頭において、「レジ袋お買いのお客様にポイント割引進元実施中！」のポスターを掲示した。
体制の整備等	（具体的内容） ・資材調達部から「レジ袋削減担当者」を選出し、店舗において年間２回の調整会を行った。 ・レジ袋削減ポイントのシステムに関するマニュアルを作成し、レジ内に置くことにより、レジ係がいつでも見られるようにした。
安全性等の配慮	（具体的内容） 段ボール箱の簡素化に当たっては、輸送中の衝撃等により中身商品に破損等のおそれがないよう、サンプルテストを行った。
容器包装の使用の合理化の状況況等の把握	（具体的内容） レジ袋の削減状況については、四半期毎に結果をまとめ社内会議で報告、次期の容器包装使用合理化のための取組を検討する材料とした。
関係者との連携	（具体的内容） 千代田区で実施している区民向けのポイント制度に参加することにより、顧客拡大を図るとともに、千代田区ポイント制度のパンフレットに「○○ストア：レジ袋削減ポイントも実施中！」と紹介して頂いた。

9

新

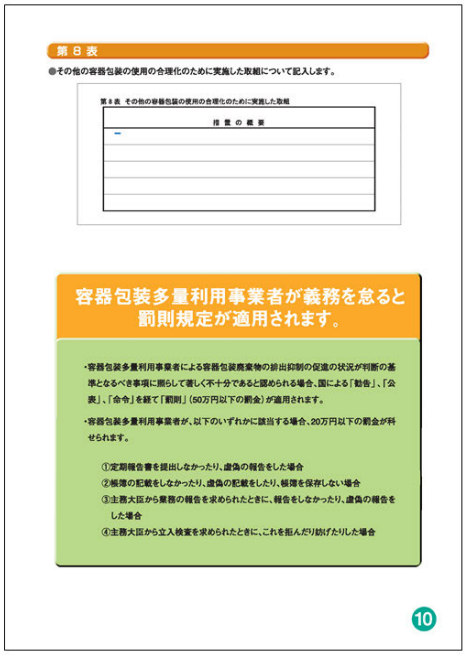
第７表

情報の提供	☑ 店頭における掲示 ☐ 自らの取組の内容を記載した冊子等の配布 ☐ 容器包装への表示 ☐ その他 （具体的内容） 店頭において、「レジ袋お断りのお客様にポイント割引進元実施中！」のポスターを掲示した。
体制の整備等	（具体的内容） ・資材調達部から「レジ袋削減担当者」を選出し、店舗において年間２回の調整会を行った。 ・レジ袋削減ポイントのシステムに関するマニュアルを作成し、レジ内に置くことにより、レジ係がいつでも見られるようにした。
安全性等の配慮	（具体的内容） 段ボール箱の簡素化に当たっては、輸送中の衝撃等により中身商品に破損等のおそれがないよう、サンプルテストを行った。
容器包装の使用の合理化の実施状況等の把握	（具体的内容） レジ袋の削減状況については、四半期毎に結果をまとめ社内会議で報告、次期の容器包装使用合理化のための取組を検討する材料とした。
関係者との連携	（具体的内容） 千代田区で実施している区民向けのポイント制度に参加することにより、顧客拡大を図るとともに、千代田区ポイント制度のパンフレットに「○○ストア：レジ袋削減ポイントも実施中！」と紹介して頂いた。

行政や協会等団体や他事業者などの外部機関との連携（内部他部署は除く）

9

旧



第８表

◎その他の容器包装の使用の合理化のために実施した取組について記入します。

第８表　その他の容器包装の使用の合理化のために実施した取組

措置の概要
－

容器包装多量利用事業者が義務を怠ると罰則規定が適用されます。

・容器包装多量利用事業者による容器包装廃棄物の排出抑制の促進の状況が判断の基準となるべき事項に照らして著しく不十分であると認められる場合、国による「勧告」、「公表」、「命令」を経て「罰則」（50万円以下の罰金）が適用されます。

・容器包装多量利用事業者が、以下のいずれかに該当する場合、20万円以下の罰金が科せられます。

①定期報告書を提出しなかったり、虚偽の報告をした場合
②帳簿の記載をしなかったり、虚偽の記載をしたり、帳簿を保存しない場合
③主務大臣から業務の報告を求められたときに、報告をしなかったり、虚偽の報告をした場合
④主務大臣から立入検査を求められたときに、これを拒んだり妨げたりした場合

10

新

変更なし

旧

帳簿の記載例（容器包装多量利用事業者用）

●容器包装多量利用事業者には、帳簿を記載し、保存する義務もあります。

容器包装リサイクル法　帳簿記載例（容器包装多量利用事業者用）　作成年月日：　　年　　月　　日

事業者情報

事業者名	
事業者の代表者の氏名	
事業者の所在地	
業種（該当する業種に全て印をつける）	□ 各種商品の販売 □ 飲物・食糧・食の取り扱の販売 □ 飲食料品の販売 □ 自動車部分品・附属品の販売 □ 家具・じゅう器・機械器具の販売 □ 医薬品・化粧品の販売 □ 書籍・文具品の販売 □ スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器の販売 □ たばこ・燃料販売門の販売
作成責任者名	

容器包装を用いた量

素材区分	重量(kg)
主としてプラスチック製の容器包装	①
（参考）うち、主としてプラスチック製の袋	
主として紙製の容器包装（主として段ボール製の容器包装を除く。以下同じ。）	①
（参考）うち、主として紙製の袋	
主として段ボール製の容器包装	①
その他の容器包装	①
合計	
対前年度比（%）	

当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値（いずれかに記入）

	年度	対前年度比（%）
売上高[円]	②	
店舗面積[㎡]	②	
その他の当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値 [　　]	②	

容器包装の使用原単位（①を②で除して得た値）

	年度	対前年度比（%）
主としてプラスチック製の容器包装		
主として紙製の容器包装		
主として段ボール製の容器包装		
その他の容器包装		

11

新

帳簿の記載例（容器包装多量利用事業者用）

●容器包装多量利用事業者には、帳簿を記載し、保存する義務もあります。

容器包装リサイクル法　帳簿記載例（容器包装多量利用事業者用）　作成年月日：　　年　　月　　日

事業者情報

事業者名	
事業者の代表者の氏名	
事業者の所在地	
業種（該当する業種に全て印をつける）	□ 各種商品の販売 □ 飲物・食糧・食の取り扱の販売 □ 飲食料品の販売 □ 自動車部分品・附属品の販売 □ 家具・じゅう器・機械器具の販売 □ 医薬品・化粧品の販売 □ 書籍・文具品の販売 □ スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器の販売 □ たばこ・燃料販売門の販売
当該事業者が改正当該業種に属する業種に加況する者の本旨	
作成責任者名	

容器包装を用いた量

素材区分	重量(kg)
主としてプラスチック製の容器包装	①
うち、プラスチック製の買物袋	①
うち、厚手のプラスチック製の買物袋	①
うち、海洋生分解性プラスチック製の買物袋	①
うち、バイオマスプラスチック製の買物袋	①
主として紙製の容器包装（主として段ボール製の容器包装を除く。以下同じ。）	①
うち、紙製の袋	①
主として段ボール製の容器包装	①
その他の容器包装	①
合計	
対前年度比（%）	

当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値（いずれかに記入）

	年度	対前年度比（%）
売上高[円]	②	
店舗面積[㎡]	②	
その他の当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値 [　　]	②	

11

旧

素材毎の容器包装の使用原単位の算出方法の設定に係る説明、及び容器包装の使用原単位の設定方法を変更した理由

過去5年度間の容器包装の使用原単位の変化状況

		年度	年度	年度	年度	年度	5年度平均原単位
主としてプラスチック製の容器包装	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	E
主として紙製の容器包装	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	E
主として段ボール製の容器包装	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	E
その他の容器包装	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	E

過去5年度間で容器包装の使用原単位が改善できなかった場合の理由

容器包装の使用原単位が前年度に比べ改善できなかった場合の理由

12

新

容器包装の使用原単位（①を②で除して得た値）

素材区分	年度	対前年度比(%)
主としてプラスチック製の容器包装		
うち、プラスチック製の買物袋		
うち、厚手のプラスチック製の買物袋		
うち、海洋生分解性プラスチック製の買物袋		
うち、バイオマスプラスチック製の買物袋		
主として紙製の容器包装（主として段ボール製の容器包装を除く。以下同じ。）		
うち、紙製の袋		
主として段ボール製の容器包装		
その他の容器包装		

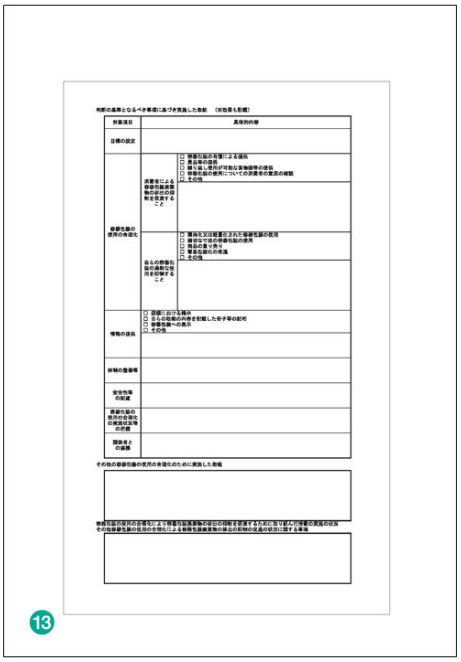
素材毎の容器包装の使用原単位の算出方法の設定に係る説明、及び容器包装の使用原単位の設定方法を変更した理由

過去5年度間の容器包装の使用原単位の変化状況

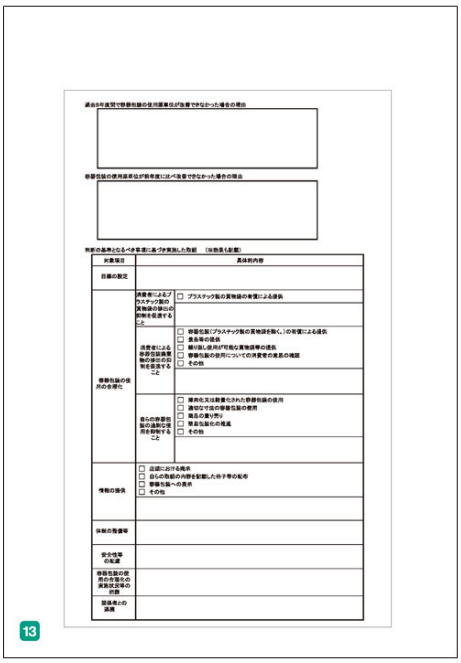
		年度	年度	年度	年度	年度	5年度間平均原単位変化
主としてプラスチック製の容器包装	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
うち、プラスチック製の買物袋	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
うち、厚手のプラスチック製の買物袋	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
うち、海洋生分解性プラスチック製の買物袋	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
うち、バイオマスプラスチック製の買物袋	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
主として紙製の容器包装	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
うち、紙製の袋	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
主として段ボール製の容器包装	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
その他の容器包装	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	

12

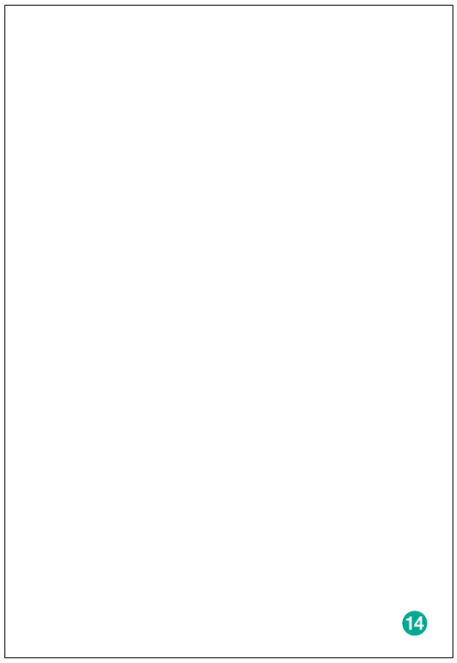
旧



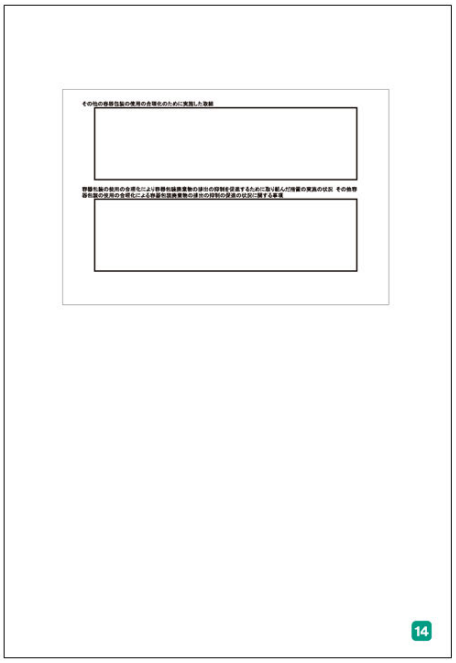
新



旧



新



旧

参 考 情 報

◆本パンフレットのダウンロード
http://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/data/pamphlet/index.html

◆定期報告様式のダウンロード
http://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/admin_info/law/04/index02.html

経 済 産 業 省

新

参 考 情 報

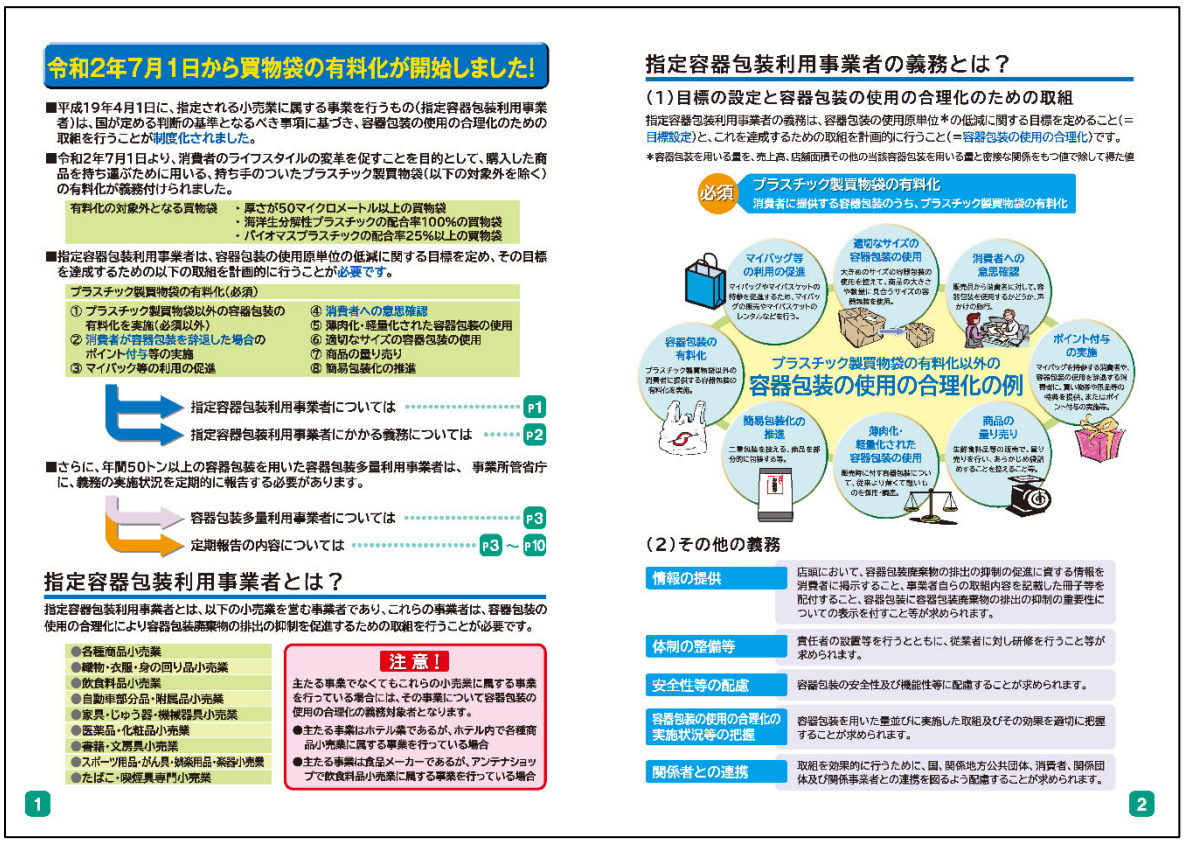
◆ 容器包装リサイクル法の紹介及び当マニュアル・定期報告様式のダウンロード
https://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/admin_info/law/04/youri_haisyutuyokusei.html

経産省 容器包装 定期報告　検索

経 済 産 業 省

(3) 成果物

リバイスしたマニュアルはイラストレーターで作成した。作成したマニュアルは以下のとおり。



令和2年7月1日から買物袋の有料化が開始しました!

■平成19年4月1日に、指定される小売業に属する事業を行うもの(指定容器包装利用事業者)は、国が定める判断の基準となるべき事項に基づき、容器包装の使用の合理化のための取組を行うことが制度化されました。

■令和2年7月1日より、消費者のライフスタイルの変革を促すことを目的として、購入した商品を持ち運ぶために用いる、持ち手のついたプラスチック製買物袋(以下の対象外を除く)の有料化が義務付けられました。

有料化の対象外となる買物袋
・厚さが50マイクロメートル以上の買物袋
・海洋生分解性プラスチックの配合率100%の買物袋
・バイオマスプラスチックの配合率25%以上の買物袋

■指定容器包装利用事業者は、容器包装の使用原単位の低減に関する目標を定め、その目標を達成するための以下の取組を計画的に行うことが必要です。

プラスチック製買物袋の有料化(必須)
① プラスチック製買物袋以外の容器包装の有料化を実施(必須以外)
② 消費者が容器包装を辞退した場合のポイント付与等の実施
③ マイバック等の利用の促進
④ 消費者への意思確認
⑤ 薄肉化・軽量化された容器包装の使用
⑥ 適切なサイズの容器包装の使用
⑦ 商品の量り売り
⑧ 簡易包装化の推進

指定容器包装利用事業者については …… P1
指定容器包装利用事業者にかかる義務については …… P2

■さらに、年間50トン以上の容器包装を用いた容器包装多量利用事業者は、事業所管省庁に、義務の実施状況を定期的に報告する必要があります。

容器包装多量利用事業者については …… P3
定期報告の内容については …… P3 ～ P10

指定容器包装利用事業者とは？

指定容器包装利用事業者とは、以下の小売業を営む事業者であり、これらの事業者は、容器包装の使用の合理化により容器包装廃棄物の排出の抑制を促進するための取組を行うことが必要です。

●各種商品小売業
●繊物・衣服・身の回り品小売業
●飲食料品小売業
●自動車部分品・附属品小売業
●家具・じゅう器・機械器具小売業
●医薬品・化粧品小売業
●書籍・文房具小売業
●スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業
●たばこ・喫煙具専門小売業

注 意 !

主たる事業でなくてもこれらの小売業に属する事業を行っている場合には、その事業について容器包装の使用の合理化の義務対象者となります。
●主たる事業はホテル業であるが、ホテル内で各種商品小売業に属する事業を行っている場合
●主たる事業は食品メーカーであるが、アンテナショップで飲食料品小売業に属する事業を行っている場合

1

指定容器包装利用事業者の義務とは？

(1)目標の設定と容器包装の使用の合理化のための取組

指定容器包装利用事業者の義務は、容器包装の使用原単位＊の低減に関する目標を定めること(＝目標設定)と、これを達成するための取組を計画的に行うこと(＝容器包装の使用の合理化)です。

＊容器包装を用いる量を、売上高、店舗面積その他の当該容器包装を用いる量と密接な関係をもつ値で除して得た値

必須　プラスチック製買物袋の有料化
消費者に提供する容器包装のうち、プラスチック製買物袋の有料化

プラスチック製買物袋の有料化以外の容器包装の使用の合理化の例

マイバッグ等の利用の促進
マイバッグやマイバスケットの持参を促進するため、マイバッグの販売やマイバスケットのレンタルなどを行う。

適切なサイズの容器包装の使用
大きめのサイズの容器包装の使用を控えて、商品の大きさや数量に見合うサイズの容器包装を使用。

消費者への意思確認
販売員から消費者に対して、容器包装を使用するかどうか、声かけの勧め。

容器包装の有料化
プラスチック製買物袋以外の消費者に提供する容器包装の有料化を実施。

ポイント付与の実施
マイバッグを持参する消費者や、容器包装の使用を辞退する消費者や、量り売りに、買い物客や販売者の特典を提供、またはポイント付与の実施等。

簡易包装化の推進
二重包装を減らす、商品を部分的に包装する等。

薄肉化・軽量化された容器包装の使用
販売時に対する容器包装について、従来より薄くて軽いものを選択・購入。

商品の量り売り
生鮮食料品等の販売で、量り売りを行い、無駄かどうか検討することを設定することを等。

(2)その他の義務

情報の提供	店頭において、容器包装廃棄物の排出の抑制の促進に資する情報を消費者に掲示すること、事業者自らの取組内容を記載した冊子等を配付すること、容器包装に容器包装廃棄物の排出の抑制の重要性についての表示を付すこと等が求められます。
体制の整備等	責任者の設置等を行うとともに、従業者に対し研修を行うこと等が求められます。
安全性等の配慮	容器包装の安全性及び機能性等に配慮することが求められます。
容器包装の使用の合理化の実施状況等の把握	容器包装を用いた量並びに実施した取組及びその効果を適切に把握することが求められます。
関係者との連携	取組を効果的に行うために、国、関係地方公共団体、消費者、関係団体及び関係事業者との連携を図るよう配慮することが求められます。

2

定期報告の義務のある容器包装多量利用事業者とは？

指定容器包装利用事業者のうち、当該年度の前年度において用いた容器包装（紙・段ボール・プラスチック製容器包装及びその他の容器包装の合計）の量が50トン以上である事業者が、容器包装多量利用事業者となります。

※ 容器包装多量利用事業者は、前年度に用いた容器包装の量及びその使用原単位等を算出し、毎年度、6月末日までに定期報告書にこれらの量を記入し、提出することが求められます。

【定期報告の提出方法】

提出方法	郵送その他指定の方法
提出時期	平成20年度以降、毎年度6月末日まで
提出先	事業所管省庁の長又はその地方支分部局の長 （例えば、経済産業省の場合には、各地方の経済産業局長となります。）

定期報告書の記入事項

容器包装多量利用事業者は以下の情報の報告が義務となります。

（1）事業者概要
事業者名、代表者氏名、所在地、業種、報告書作成責任者名

（2）容器包装を用いた量
- プラスチック製容器包装
- 紙製容器包装（段ボール製容器包装を除く）
- 段ボール製容器包装
- その他の容器包装

（3）容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値
例：売上高、店舗面積等

（4）容器包装の使用原単位（前年度分）及びその対前年度比
例：○○kg/円（売上高）、○○kg/m²（m²は店舗面積 等）

（5）容器包装の使用原単位の算出方法の設定に係る説明（変更する場合はその理由と変更後の算出方法の説明）

（6）過去5年度間の容器包装の使用原単位の変化状況

（7）容器包装の使用原単位を改善できなかった場合の理由

（8）判断の基準となるべき事項に基づき実施した取組
前年度に実施した具体的取組及びその効果を報告

（9）その他の容器包装の使用の合理化のために実施した取組

3

定期報告書の書き方

- 用紙の大きさは、日本産業規格A4を用います。
- 文字は、かい書でインキ、タイプによる活字等により明確に記入して下さい。
- 報告書冒頭の※印を付した欄には記入しないで下さい。

表紙

- 「業種」の欄には、各種商品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料品小売業、自動車部分品・附属品小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業、医薬品・化粧品小売業、書籍・文房具小売業、スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業及びたばこ・喫煙具専門小売業のうち、該当するものを記入します。
- 「作成責任者名」の欄には、本報告書の作成を担当した者の所属部署及び氏名を記入します。

別記様式（第7条の6関係）

※受理年月日

定期報告書

各地方の経済産業局長

○○○○局長　殿

令和 3 年 5 月 1 日

毎年6月末日までに提出

住所 東京都千代田区霞が関 ○－○－○

氏名 小売 一郎

容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律第7条の6の規定に基づき、次のとおり報告します。

事業者名	（株）○○ストア
事業者の代表者の氏名	小売 一郎
事業者の所在地	東京都千代田区霞が関 ○－○－○ 電話（ 03 － ○○○○ － ○○○○ ）
業種	○○小売業
当該事業者が営む当該業種に属する事業に加盟する者の有無	有
作成責任者名	環境部総務課 グループリーダー 小売 二郎

4

第1表

- 前年度に用いた容器包装の量を素材区分別に記入します。
- 「うち、主としてプラスチック製の袋」及び「うち、主として紙製の袋」の欄は、任意記入です。

第1表 容器包装を用いた量

素材区分		重量[kg]
主としてプラスチック製の容器包装	①	30,000
うち、プラスチック製の買物袋	①	28,000
うち、厚手のプラスチック製の買物袋	①	1,000
うち、海洋生分解性プラスチック製の買物袋	①	0
うち、バイオマスプラスチック製の買物袋	①	0
主として紙製の容器包装（主として段ボール製の容器包装を除く。以下同じ。）	①	30,000
うち、紙製の袋	①	20,000
主として段ボール製の容器包装	①	5,000
その他の容器包装	①	0
合計		65,000
対前年度比(%)		－

小売業の代表的用途である買物袋等の「袋」としての使用量を記入

第2表

- 容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値として表中に掲げる「売上高」、「店舗面積」又は「その他の当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値」のいずれかについて数値を記入します。

第2表 当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値（いずれかに記入）

		令和 3 年度	対前年度比(%)
売上高[円]	②	－	－
店舗面積[m²]	②	－	－
その他の当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値 店舗来客数及び宅配サービス顧客数［ 人 ］	②	1,000,000	99.8

業態に照らし、いずれかに記入

前年度との比率を記入

第3表

- 容器包装の使用原単位の算出に当たって第2表中のどの値を用いるかは、原則として事業者自らが選ぶものとします。

第3表 容器包装の使用原単位（①を②で除して得た値）

		令和 3 年度	対前年度比(%)
原単位＝容器包装を用いた量（①）／当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値（②）	主としてプラスチック製の容器包装	0.030	103.4
	うち、プラスチック製の買物袋	0.028	103.7
	うち、厚手のプラスチック製の買物袋	0.001	103.4
	うち、海洋生分解性プラスチック製の買物袋	0	－
	うち、バイオマスプラスチック製の買物袋	0	－
	主として紙製の容器包装	0.030	93.8
	うち、紙製の袋	0.020	100
	主として段ボール製の容器包装	0.005	100
	その他の容器包装	0	－

第2表で記入したいずれかの値を用い、原単位を計算。第4表で計算方法の説明を付す。

前年度との比率を記入

5

第4表

- 素材区分毎の容器包装の使用原単位の算出方法の設定については、第4表に説明を記入します。また算出方法の設定を変更した場合は、以下のいずれかとし、同表に理由を示します。
  - ■前年度の容器包装の使用原単位も今年度と同じ方法で算出し対前年度比を求める。
  - ■今年度の容器包装の使用原単位を前年度と同じ方法でも算出し、今年度の容器包装の使用原単位の下に括弧書きで示し、対前年度比は括弧内の数値と前年度の数値の比として求める。

第4表 素材毎の容器包装の使用原単位の算出方法の設定に係る説明、及び容器包装の使用原単位の設定方法を変更した理由

当社では、店舗における○○販売と一部宅配サービスを行っている。容器包装の使用量のうち、これらの顧客に対して提供するレジ袋、紙製の袋及び包装紙、段ボール包装が大部分を占めるため、顧客数が最も容器包装の使用量と密接な関係をもっている。
以上を踏まえ、店舗への来店者数及び宅配サービス顧客数の和の前年度実績を分母として原単位を算出した。

第5表

- 容器包装の使用原単位の設定方法を変更した場合は、以下のいずれかとします。
  - ■過去の容器包装の使用原単位も今年度と同じ方法で算出して対前年度比を求める。
  - ■算出方法を変更する毎に記入する行を改行して記入する。変更した年度の容器包装の使用原単位を前年度と同じ方法でも算出し、その年度の容器包装の使用原単位の上（以前の算出方法での容器包装の使用原単位を記入した行の右端）に括弧書きで示し、対前年度比は括弧内の数値と前年度の数値の比として求める。
- 「5年度間平均原単位変化」の欄には、過去5年度間の対前年度比をそれぞれ乗じた値の4乗根となる値を記入します。算出方法は、以下のとおりです。
  5年度間平均原単位変化(%)＝$(A\times B\times C\times D)^{1/4}$(%)

第5表 過去5年度間の容器包装の使用原単位の変化状況

		H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度	5年度間平均原単位変化
主としてプラスチック製の容器包装	原単位	0.038	0.035	0.033	0.029	0.030	
	対前年度比(%)		A 92.1	B 94.3	C 87.9	D 103.4	94.26
うち、プラスチック製の買物袋	原単位	0.032	0.030	0.030	0.027	0.028	
	対前年度比(%)		A 93.8	B 100	C 90.0	D 103.7	96.72
うち、厚手のプラスチック製の買物袋	原単位	－	－	－	0.001	0.001	
	対前年度比(%)		A	B	C	D 103.4	－
うち、海洋生分解性プラスチック製の買物袋	原単位	－	－	－	－	－	
	対前年度比(%)		A	B	C	D	－
うち、バイオマスプラスチック製の買物袋	原単位	－	－	－	－	－	
	対前年度比(%)		A	B	C	D	－
主として紙製の容器包装	原単位	0.035	0.035	0.033	0.032	0.030	
	対前年度比(%)		A 100	B 94.3	C 97.0	D 93.8	96.22
うち、紙製の袋	原単位	0.025	0.023	0.024	0.020	0.020	
	対前年度比(%)		A 92.0	B 104.3	C 83.3	D 100	94.57
主として段ボール製の容器包装	原単位	0.007	0.008	0.006	0.005	0.005	
	対前年度比(%)		A 114.3	B 75.0	C 83.3	D 100	91.93
その他の容器包装	原単位	－	－	－	－	－	
	対前年度比(%)		A	B	C	D	－

$(A\times B\times C\times D)^{1/4}$から5年度の平均原単位変化の割合を算出し記入

6

第 6 表

●過去5年度間で容器包装の使用原単位が改善できなかった場合(イ)、又は容器包装の使用原単位が前年度に比べ改善できなかった場合(ロ)、その理由を記入します。
●(ロ)の理由が(イ)と同じ場合には「(イ)と同じ」と記入してもよいものとします。

第6表 過去5年度間で容器包装の使用原単位が改善できなかった場合(イ)、又は容器包装の使用原単位が前年度に比べ改善できなかった場合(ロ)、その理由

(イ)の理由
—
(ロ)の理由
—

7

第 7 表

●選択項目がある欄については、該当するものにV印又は■印を付し、それぞれの具体的内容及びその効果を記入します。
●フランチャイズチェーンの事業を行う者のように、当該事業に、加盟する者の容器包装を用いて量を把握し、加盟する者と連携して取組を行っている場合にあっては、各表に記入するほか、「関係者との連携」の欄に、当該事業全体における容器包装を用いた量の合計並びに容器包装の使用の合理化のために実施した取組及びその効果を記入します。

第7表 判断の基準となるべき事項に基づき実施した取組

対象項目		具体的内容
目標の設定		(具体的内容) 「2026年度までに容器包装の使用量を原単位ベースで20%削減する(2021年度比)。」という目標を立て、公表した。
容器包装の使用の合理化	消費者によるプラスチック製の買物袋の排出の抑制を促進すること	☑ プラスチック製の買物袋の有償による提供 (具体的内容) 消費者へプラスチック製の買物袋を有償で提供している。
	消費者による容器包装廃棄物の排出の抑制を促進すること	□ 容器包装(プラスチック製の買物袋を除く。)の有償による提供 ☑ 食品等の提供 □ 繰り返し使用が可能な買物袋等の提供 □ 容器包装の使用についての消費者の意思の確認 □ その他 (具体的内容) マイバッグ、マイバスケット等を持参のお客様へポイントを提供し、10ポイントで1円の割引サービスを付与した。
	自らの容器包装の過剰な使用を抑制すること	□ 簡素化又は軽量化された容器包装の使用 □ 繰り返し使用の容器包装の使用 □ 商品の量り売り □ 詰替商品の推進 ☑ その他 (具体的内容) 宅配サービスに用いる段ボール箱について、商品ごとに必要性を見直し、可能な商品に関しては箱の構造の簡素化を行った。

判断基準の各条に基づき実施した取組について、具体的に記入。
判断基準のいずれの条にも基づいてはいないが、
容器包装の使用の合理化のために実施した取組については
第8表に記入。

8

第 7 表

情報の提供	☑ 店頭における掲示 □ 自らの取組の内容を記載した冊子等の配布 □ 容器包装への表示 □ その他 (具体的内容) 店頭において、「レジ袋お断りのお客様にポイント割引還元実施中！」のポスターを掲示した。
体制の整備等	(具体的内容) ・資材関連部から「レジ袋削減担当者」を選出し、店舗において年間2回の講習会を行った。 ・レジ袋削減ポイントのシステムに関するマニュアルを作成し、レジ内に置くことにより、レジ係がいつでも見られるようにした。
安全性等の配慮	(具体的内容) 段ボール箱の簡素化に当たっては、搬送中の衝撃等により中身商品に破損等のおそれがないよう、サンプルテストを行った。
容器包装の使用の合理化の実施状況等の把握	(具体的内容) レジ袋の削減状況については、四半期毎に結果をまとめ社内会議で報告、次期の容器包装使用合理化のための取組を検討する材料とした。
関係者との連携	(具体的内容) 千代田区で実施している区民向けのポイント制度に参加することにより、顧客拡大を図るとともに、千代田区ポイント制度のパンフレットに「○○ストア:レジ袋削減ポイントも実施中！」と紹介して頂いた。

行政や協会等団体や他事業者などの
外部機関との連携(内部他部署は除く)

9

第 8 表

●その他の容器包装の使用の合理化のために実施した取組について記入します。

第8表 その他の容器包装の使用の合理化のために実施した取組

措置の概要
—

容器包装多量利用事業者が義務を怠ると罰則規定が適用されます。

・容器包装多量利用事業者による容器包装廃棄物の排出抑制の促進の状況が判断の基準となるべき事項に照らして著しく不十分であると認められる場合、国による「勧告」、「公表」、「命令」を経て「罰則」(50万円以下の罰金)が適用されます。

・容器包装多量利用事業者が、以下のいずれかに該当する場合、20万円以下の罰金が科せられます。

① 定期報告書を提出しなかったり、虚偽の報告をした場合
② 帳簿の記載をしなかったり、虚偽の記載をしたり、帳簿を保存しない場合
③ 主務大臣から業務の報告を求められたときに、報告をしなかったり、虚偽の報告をした場合
④ 主務大臣から立入検査を求められたときに、これを拒んだり妨げたりした場合

10

帳簿の記載例（容器包装多量利用事業者用）

●容器包装多量利用事業者には、帳簿を記載し、保存する義務もあります。

容器包装リサイクル法　帳簿記載例（容器包装多量利用事業者用）　作成年月日：　年　月　日

事業者情報

事業者名	
事業者の代表者の氏名	
事業者の所在地	
業種（該当する業種に全て印を付ける）	□ 各種商品小売業 □ 織物・衣服・身の回り品小売業 □ 飲食料品小売業 □ 自動車部分品・附属品小売業 □ 家具・じゅう器・機械器具小売業 □ 医薬品・化粧品小売業 □ 書籍・文房具小売業 □ スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業 □ たばこ・喫煙具専門小売業
当該事業者が営む当該業種に関する事業に加盟する者の有無	
作成責任者名	

容器包装を用いた量

素材区分	重量[kg]
主としてプラスチック製の容器包装	①
うち、プラスチック製の買物袋	①
うち、厚手のプラスチック製の買物袋	①
うち、海洋生分解性プラスチック製の買物袋	①
うち、バイオマスプラスチック製の買物袋	①
主として紙製の容器包装（主として段ボール製の容器包装を除く。以下同じ。）	①
うち、紙製の袋	①
主として段ボール製の容器包装	①
その他の容器包装	①
合計	
対前年度比（%）	

当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ量（いずれかに記入）

	年度	対前年度比（%）
売上高[円]	②	
店舗面積[㎡]	②	
その他の当該容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値　[　]	②	

11

容器包装の使用原単位（①÷②で除して得た値）

素材区分	年度	対前年度比（%）
主としてプラスチック製の容器包装		
うち、プラスチック製の買物袋		
うち、厚手のプラスチック製の買物袋		
うち、海洋生分解性プラスチック製の買物袋		
うち、バイオマスプラスチック製の買物袋		
主として紙製の容器包装（主として段ボール製の容器包装を除く。以下同じ。）		
うち、紙製の袋		
主として段ボール製の容器包装		
その他の容器包装		

素材毎の容器包装の使用原単位の算出方法の設定に係る説明、及び容器包装の使用原単位の設定方法を変更した理由

過去5年度間の容器包装の使用原単位の変化状況

		年度	年度	年度	年度	年度	5年度間平均原単位変化
主としてプラスチック製の容器包装	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
うち、プラスチック製の買物袋	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
うち、厚手のプラスチック製の買物袋	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
うち、海洋生分解性プラスチック製の買物袋	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
うち、バイオマスプラスチック製の買物袋	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
主として紙製の容器包装	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
うち、紙製の袋	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
主として段ボール製の容器包装	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	
その他の容器包装	原単位						
	対前年度比（%）		A	B	C	D	

12

過去5年度間で容器包装の使用原単位が改善できなかった場合の理由

容器包装の使用原単位が前年度に比べ改善できなかった場合の理由

判断の基準となるべき事項に基づき実施した取組　（当社及び記載）

対象項目		具体的内容
目標の設定		
容器包装の使用の合理化	消費者によるプラスチック製の買物袋の持ち帰りを促すこと	□ プラスチック製の買物袋の有償による提供
	消費者による容器包装廃棄物の排出の抑制を促すこと	□ 容器包装（プラスチック製の買物袋を除く。）の有償による提供 □ 景品等の提供 □ 繰り返し使用が可能な買物袋等の提供 □ 容器包装の使用についての消費者の意思の確認 □ その他
	自らの容器包装の過剰な使用を抑制すること	□ 簡略化又は軽量化された容器包装の使用 □ 適切な寸法の容器包装の使用 □ 商品の量り売り □ 詰め合せ化の推進 □ その他
情報の提供		□ 店頭における掲示 □ 自らの取組の内容を記載した冊子等の配布 □ 容器包装への表示 □ その他
体制の整備等		
安全性等の配慮		
容器包装の使用の合理化の実施状況等の把握		
関係者との連絡		

13

その他の容器包装の使用の合理化のために実施した取組

容器包装の使用の合理化により容器包装廃棄物の排出の抑制を図るために取り組んだ措置の実施の状況 その他容器包装の使用の合理化による容器包装廃棄物の排出の抑制の措置の状況に関する事項

14

参 考 情 報

◆ 容器包装リサイクル法の紹介及び当マニュアル・定期報告様式のダウンロード

https://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/admin_info/law/04/youri_haisyutuyokusei.html

経産省 容器包装 定期報告　検索

▼お問い合せ先

経済産業局			住所		TEL
●北海道経済産業局	資源エネルギー環境部	環境・リサイクル課	〒060-0808	札幌市北区北8条西2−1−1	011-709-1754（直通）
●東北経済産業局	資源エネルギー環境部	環境・リサイクル課	〒980-8403	仙台市青葉区本町3−3−1	022-221-4930（直通）
●関東経済産業局	資源エネルギー環境部	環境・リサイクル課	〒330-9715	さいたま市中央区新都心1−1	048-600-0291（直通）
●中部経済産業局	資源エネルギー環境部	環境・リサイクル課	〒460-8510	名古屋市中区三の丸2-5-2	052-951-2768（直通）
●近畿経済産業局	資源エネルギー環境部	環境・リサイクル課	〒540-8535	大阪市中央区大手門1−5−44	06-6966-6018（直通）
●中国経済産業局	資源エネルギー環境部	環境・リサイクル課	〒730-8531	広島市中区上八丁堀6−30	082-224-5676（直通）
●四国経済産業局	資源エネルギー環境部	資源エネルギー環境課	〒760-8512	高松市サンポート3−33	087-811-5532（直通）
●九州経済産業局	資源エネルギー環境部	環境・リサイクル課	〒812-8546	福岡市博多区博多駅東2−11−1	092-482-5472（直通）
●内閣府　沖縄総合事務局	経済産業部	環境資源課	〒900-0006	那覇市おもろまち2−1−1	098-866-1757（直通）
●経済産業省	産業技術環境局	資源循環経済課	〒100-8901	東京都千代田区霞が関1-3-1	03-3501-1511（直通）

指定法人	住所	TEL
（公財）日本容器包装リサイクル協会	〒105-0001　東京都港区虎ノ門1-14-1 郵政福祉琴平ビル2階	コールセンター　03-5251-4870 ●ホームページ　http://www.jcpra.or.jp/

経 済 産 業 省

（印刷マーク）

（2020.3）

別添資料１　アンケート調査票

（様式１）

容器包装の使用等に関するアンケート調査

返送方法：回答は本調査票に直接ご記入の上、令和３年１月２９日（金）までに、同封の返信用封筒によりご返送ください。

回答日、ご担当者について下欄内にご記入ください。※同封の個人情報の取扱いについて同意の上、ご記名ください

回答日	月　　日	担当部署	
役職		担当者名	
E-mail		TEL	

事業者情報

事業者名				
所在地	〒			
電話番号		代表者氏名		
代表者役職		従業員数		
当期決算年月		売上げ		（百万円）
主業種名		従業種名		

問１　貴社の業務において、容器包装※を使用していますか。（いずれかに○をしてください。）

1. 使用している　　2. 使用していない

※容器包装とは、以下の a～d に示す容器や包装を指します。
a）ガラスびん
b）ＰＥＴボトル（飲料・酒類・特定調味料（醤油、食酢等）に用いるＰＥＴボトル）
c）プラスチック製容器包装（レジ袋、プラスチック容器、発泡スチロールトレイ等）
d）紙製容器包装（紙箱、紙袋、紙のトレイ、包装紙等）

「２．使用していない」を選択された場合には、アンケート調査は終了です。
「１．使用している」を選択された場合には、引き続き、問２、問３のアンケートにご協力をお願いします。

問２　各年度において使用した容器包装の種類等を教えてください。なお、回答にあたっては、次頁の※１～４を参照にしつつ、記載してください。

容器包装使用に関する情報

年度 ※1	使用した容器包装の種類※2				売上高（百万円）※3	従業員数（人）※3	備　考 ※4
	ガラスびん	ＰＥＴボトル	プラ	紙			
H27							
H28							
H29							
H30							
R1							

※1　：貴社の事業期間（例：4月－3月，10月－9月）に基づく年度で記載して下さい。

※2　：平成２７年度から令和元度について、容器包装（ガラス：ガラスびん、ＰＥＴ：ペットボトル、プラ：プラスチック製容器包装、紙：紙製容器包装）の種類毎に、使用したものに「○」を付して下さい。

※3　：売上高、従業員数は容器包装使用業種に限定せず、貴社全体のものを記載して下さい。
従業員とは、「常時使用する従業員」をいい、その解釈は以下によります。

- 労働基準法、中小企業基本法における解釈に準じて判断する。
- 具体的には、事業者又は法人と雇用関係にある者であって、その雇用契約の内容に常勤である旨が示されているものをいうこととし、労働基準法において解雇の予告を必要としない者とされる次のイからニまでに該当する者以外の者は「常時使用する従業員」とみなすこととする。

イ）　日々雇いれられる者（ただし、１ヶ月を超えて引き続き使用されるに至った場合を除く。）
ロ）　２ヶ月以内の期間を定めて使用される者（ただし、２ヶ月を超えて引き続き使用されるに至った場合を除く。）
ハ）　季節的業務に４ヶ月以内の期間を定めて使用される者（ただし、４ヶ月を超えて引き続き使用されるに至った場合を除く。）
ニ）　試用期間中の者（ただし、14日を超えて引き続き試用されるに至った場合を除く。）

- また、個人事業者の事業主や、法人の役員及び臨時従業員は、「常時使用する従業員」に含まれないこととする。

※4　：容器包装を使用する業種以外の業種が主たる業種である場合には、その業種を記載して下さい。容器包装の利用がすべて受託利用である場合は「受託」と、容器包装の利用がすべて業務用製品である場合は「業務用」と記載して下さい。

問３　各年度において使用した容器包装の再商品化義務の履行状況を教えてください。該当する番号に「○」を付けて下さい。なお、回答にあたっては、以下の※５を参照にしつつ、記載してください。

容器包装廃棄物の最商品化義務履行の状況　※5

１．再商品化の義務があり、容器包装リサイクル協会に対して再商品化委託の申し込みを行っている。[指定法人ルート]

直近契約日：＿＿＿年＿＿＿月　　契約金額：＿＿＿＿＿＿＿円

２．再商品化の義務があり、主務大臣の認定を受け、自主回収ルートにて義務履行している。[自主回収ルート]

３．再商品化の義務がないと判断している。

（　　）

４．その他

（　　）

※5　：容器包装リサイクル法における容器包装廃棄物の再商品化義務履行は、以下の方法により行えます。

・指定法人ルート：法律に基づく指定法人である公益財団法人 日本容器包装リサイクル協会に再商品化を委託
・自主回収ルート：事業者自らまたは委託により容器包装を回収（主務大臣の認定が必要）

「１．指定法人ルートで義務履行している」場合、直近の契約日と契約金額を記載して下さい。
「３．再商品化の義務がないと判断している」を選択した場合、その理由等を記載してください。
また、いずれにも該当しない場合、「４．その他」を選択していただき、理由等を記載して下さい。

注：いずれも記入時点でわかる範囲でご記入いただければ結構です。

調査は以上で終了となります。
ご協力いただき、ありがとうございました。

別添資料２　オンラインアンケートトップページ及び質問項目

オンラインアンケート／当該ウェブトップページ

『プラスチック製買物袋（レジ袋）有料化の実施状況に関する
オンラインアンケート調査』

【趣旨】

経済産業省では、海洋プラスチックごみ問題、地球温暖化などの解決に向けた第一歩としてマイバッグの持参等、消費者のライフスタイルの変革を促すことを目的として、令和２年７月１日より「プラスチック製買物袋（レジ袋）有料化制度」を実施しています。

この度、制度実施から約半年が経過し、本有料化制度を推進する上で参考になる先進的な取組みを収集するため、小売業の店舗（事業所）の皆様に対してプラスチック製買物袋（レジ袋）有料化の実施状況、有料化に伴い実施した取組み・工夫、消費者の辞退率等について、オンラインアンケート調査を実施いたします。

日本経済団体連合会、日本商工会議所、全国商工会連合会の三団体に協力を依頼しております。

【回答者に該当する方】　原則、小売業の店舗（事業所）ごとにお願いいたします。

※　小売業の店舗（事業所）ごとの回答が困難な場合（ホールディングスを含む会社等の法人やフランチャイズ事業の本社・本部としての回答）は、設問に従ってご回答ください。

回答フォーマットへ　⇒クリック

回答される方は、協力依頼に記載されているパスワードを入力してログインしてください

(PW 入力欄)	(ｸﾘｯｸ)

【回答期限】令和３年１月 29 日（金）まで

【注記事項】

※　本調査は記名回答となります。

※　本調査は、日本経済団体連合会、日本商工会議所、全国商工会連合会の三団体に協力を依頼しております。各店舗におかれましては、複数の団体から本調査へのご協力の依頼がある場合がございます。その場合、本調査へのご回答（オンラインでの入力）

は、一回のみでお願いいたします。

※　本調査へのご回答に関しては、匿名加工を施すなど、個人情報保護には細心の注意を払って実施いたします。したがって、個人が特定できる形でご回答が対外的に出されることはございません。

【参考ページ】

●レジ袋有料化経済産業省ホームページ

https://www.meti.go.jp/policy/recycle/plasticbag/plasticbag_top.html

●レジ袋有料化実施ガイドライン（PDF 形式：370ｋB）

https://www.meti.go.jp/policy/recycle/plasticbag/document/guideline.pdf

●レジ袋 Q&A ガイド（PDF 形式：987kB）

https://www.meti.go.jp/policy/recycle/plasticbag/document/pamphlet_a4.pdf

【本調査に関するお問い合わせ先】

（委託元）　制度、調査の趣旨に関するお問い合わせ先
経済産業省 産業技術環境局　資源循環経済課　TEL：03-3501-4978

（委託先）　調査の内容・回答方法に関するお問い合わせ先
株式会社ダイナックス都市環境研究所
「プラスチック製買物袋（レジ袋）有料化に関する調査」事務局
住　所：　東京都港区西新橋 3-15-12　GG HOUSE 5 階
ＴＥＬ：　0120-555-126
Mail　：　plabag2020@dynax-eco.com
問合せ期間：　令和 2 年 12 月 22～25 日・令和 3 年 1 月 6～29 日の平日
時間　　9:30～17:30

<u>オンラインアンケート／全体構成・個別設問</u>　※黄色マーカー部分はウェブ上の入力設定

調査名称：プラスチック製買物袋有料化の実施状況に関する調査

フェイスシート　**必須（記入しないと進めない）**

F1 店舗としてのご回答ですか（単一回答） **必須（記入しないと進めない）**

①店舗としての回答

②店舗としての回答でない（ホールディングスを含む会社等の法人やフランチャイズ事業の本社・本部としての回答）

（①　⇒　店舗としての回答　⇒F2 **店舗所在地へ**）

（②　⇒　ホールディングスを含む会社等の法人やフランチャイズ事業の本社・本部としての回答　⇒F1-1 本社・本部所在地、F1-2 店舗数を回答後、F3 へ）

F1-1 本社・本部所在地（単一回答）令和２年 12 月１日現在の状況でお答えください。必須（記入しないと進めない）

北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県
埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県
岐阜県、静岡県、愛知県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、福岡県
佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

F1-2 店舗数　令和２年 12 月１日現在の状況でお答えください。必須（記入しないと進めない）

会社等の法人やフランチャイズ事業の回答としての場合傘下の全店舗数をご記入ください。

F2 店舗所在地（単一回答）　令和２年 12 月１日現在の状況でお答えください。F1 で①の場合のみ　必須（記入しないと進めない）

北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県
埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県
岐阜県 、静岡県、愛知県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
鳥取県 、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、福岡県
佐賀県 、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

F3 主な業種（単一回答）　令和２年 12 月１日現在の状況でお答えください。必須（記入しないと進めない）

①各種商品小売業　②織物・衣服・身の回り品小売業　③飲食料品小売業　④自動車部分品・付属品小売業　⑤家具・じゅう器・機械器具小売業　⑥医薬品・化粧品小売業　⑦書籍・文房具小売業　⑧スポーツ用品・がん具・娯楽用品　⑨楽器小売業　⑩たばこ・喫煙具専門小売業　⑪その他の小売業　⑫小売業は行っていない（　⇒以下全問非該当に）

（下線脚注）また主たる事業でなくても上記の小売業に属する事業を行われている場合には、製品・商品の種類から判断して該当する選択肢をお選びください。

（全問非該当の場合）
以上にて、アンケート調査は終了です。ご協力ありがとうございました。（終了）

以下の F4、F5、F6 の三問に関しては、F1 で①を選択した場合は「店舗（事業所）」の状況、

F1 で②を選択した場合は「ホールディングスを含む会社等の法人やフランチャイズ事業の本社・本部」の状況についてそれぞれご回答ください。

F4 従業者数（単一回答）　令和２年 12 月１日現在の状況でお答えください。必須（記入しないと進めない）

①５人以下　②６～20 人　③21～100 人　④100 人以上

（下線脚注）店舗に所属して働いているすべての人をいい、パート・アルバイトや臨時雇用者をも含みます（他社からの派遣又は下請従業者は含みません）。 正確な規模が判らない場合は概数を想定して選択肢をお選びください。

F5 売上高（単一回答）　直近の事業年度でお答えください。必須（記入しないと進めない）

①1,000 万円未満　②1,000～7,000 万円　③7,001～24,000 万円　④24,001 万円～

（下線脚注）

正確な売上高が判らない場合は概数を想定して選択肢をお選びください。

F6 販売に使用する容器包装（プラスチック・紙・段ボールなど）の年間使用量（単一回答）必須（記入しないと進めない）

直近の事業年度でお答えください。

①プラスチック、紙、段ボールなどを合計して 50ｔ以上

②プラスチック、紙、段ボールなどを合計して 50ｔ未満

③分からない

（下線脚注）

正確な容器包装使用量が判らない場合は概数を想定して選択肢をお選びください。

Ｑ１　プラスチック製買物袋有料化の認知度（単数回答）　**必須（記入しないと進めない）**

令和２年７月１日から小売業で販売に使用するプラスチック製買物袋の有料化が義務付けられたことを知っていますか。①知っている　②知らない

Ｑ２　プラスチック製買物袋有料化の実施状況（単数回答）　**必須（記入しないと進めない）**

貴店舗では現在プラスチック製買物袋を有料化していますか。

①有料化している（⇒Ｑ３に）

②無料配布している（⇒Ｑ５に）

③配布していない（⇒Ｑ６に）

□有料化している場合

Ｑ３　プラスチック製買物袋有料化の実施時期（単一回答）　Q2 で①の場合のみ必須（記入しないと進めない）

貴店舗でプラスチック製買物袋を有料化した時期をお答えください。

①有料化制度施行（令和２年７月１日）以降

②有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）

③令和元年６月以降～有料化制度施行以前

④令和元年６月以前

Ｑ４　現在有料化しているプラスチック製買物袋の種類（複数回答可能）　Q2 で①の場合のみ必須（記入しないと進めない）

貴店舗で有料化しているプラスチック製買物袋の種類をお答えください。

①プラスチック製買物袋（フィルムの厚さが 50 マイクロメートル以上のもの）

②プラスチック製買物袋（海洋生分解性プラ配合 100%のもの）

③プラスチック製買物袋（バイオマスプラ配合 25%以上のもの）

④プラスチック製買物袋（上記以外のもの）

□無料配布している場合

Ｑ５　無料配布しているプラスチック製買物袋とその袋の導入時期　Q2 で②の場合のみ必須（記入しないと進めない）

Ｑ５－１　無料配布しているプラスチック製買物袋の仕様（単一回答）必須（記入しないと進めない）

貴店舗で無料配布しているプラスチック製買物袋の仕様をお答えください。

①プラスチック製買物袋（フィルムの厚さが 50 マイクロメートル以上のもの）⇒Ｑ５－２に

②プラスチック製買物袋（海洋生分解性プラ配合 100%のもの）⇒Ｑ５－２に

③プラスチック製買物袋（バイオマスプラ配合 25%以上のもの）⇒Ｑ５－２に

④プラスチック製買物袋（上記以外のもの）

Ｑ５－２　無料配付しているプラスチック製買物袋の導入時期（Ｑ５－１で選択肢①～③を選んだ場合のみ単一回答）必須（記入しないと進めない）

貴店舗で無料配布しているプラスチック製買物袋を導入した時期をお答えください。

①有料化制度施行（令和２年７月１日）以降

②有料化制度施行と同時（令和２年７月１日）

③令和元年６月以降～有料化制度施行以前

④令和元年６月以前

以下は有料化・無料配布・配付していない場合共通の設問になります

Ｑ６　有料化制度の施行に伴い、プラスチック製買物袋削減のために実施したこと

Ｑ６－１　消費者に対するプラスチック製買物袋削減協力要請の取組み（複数回答可能）必須（記入しないと進めない）

有料化制度の施行に伴い、消費者にプラスチック製買物袋削減への協力を要請するために実施した取組みをお答えください。

①店内放送による呼びかけ
②店内にレジ袋有料化について POP やポスターを貼付
③店頭にレジ袋有料化ののぼりを立てた
④有料化レジ袋を複数種類用意
⑤マイバッグの持参を PR
⑥マイバッグを販売
⑦マイバッグの配布
⑧紙製などプラスチック製以外の袋を有料化
⑨紙製などプラスチック製以外の袋を無料配布
⑩買物袋配布自体を廃止
⑪レジでレジ袋有料化を説明し要不要を確認
⑫レジで購入商品が少ない場合シールで良いか確認
⑬レジ袋不要の場合ポイントカードにポイントを還元
⑭その他（具体的に＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿、自由回答、５０字以内　自由回答は⑭を選んだ場合のみ回答可能）必須（記入しないと進めない）
⑮特にない（⇒Ｑ７に）

※Q6-1 で⑮を選んだ場合、Q6-2･6-3 の回答者としては該当しない。

Ｑ６－２　効果のあった協力要請の取組み（単一回答）任意（無記入でも進める）

Ｑ６－１で選んだ選択肢のうちプラスチック製買物袋の削減に効果があった取組みを、その選択肢を選んでお答えください。

○一番効果があったこと　＿＿＿＿
○二番目に効果があったこと　＿＿＿＿
○三番目に効果があったこと　＿＿＿＿

Ｑ６－３　消費者への協力要請上最も工夫したこと（自由回答、１００字以内）任意（無記入でも進める）

消費者にプラスチック製買物袋の削減に関し協力を要請する上で最も工夫したことを自

由にお書きください。

Ｑ７　顧客のプラスチック製買物袋辞退率（単一回答）　任意（無記入でも進める）

有料化制度実施（７月１日）の以前と以降の顧客のレジでのプラスチック製買物袋辞退率を下記の選択肢から選んでお答えください。おおよその辞退率で結構です。

○令和２年７月１日以前の辞退率　＿＿＿＿

○令和２年７月１日以後の辞退率　＿＿＿＿

①0～10%　②10～20%　③20～30%　④30～40%　⑤40～50%

⑥50～60%　⑦60～70%　⑦70～80%　⑧80～90%　⑨90%以上

Ｑ８　消費者のライフスタイル変革について（自由回答、１００字以内）　任意（無記入でも進める）

貴店舗のプラスチック製買物袋削減の取組みによって、消費者のライフスタイル変革にどのようにつながったと考えますか。

Ｑ９　今後の取組み方針

Ｑ９－１　取組み方針（単一回答）　必須（記入しないと進めない）

貴店舗の今後のプラスチック製買物袋削減に関する方針をお答えください。

①引き続き有料化を継続

②（現在無料配布しているが）今後有料化を予定　⇒Ｑ９－１－１に

③（現在有料配布しているが）今後有料化対象外のプラスチック製買物袋に変更予定

⇒Ｑ９－１－１に

④無料配布を継続

⑤その他（自由回答、５０字以内＿＿＿＿＿＿＿＿自由回答は⑤を選んだ場合のみ回答可能）

必須（記入しないと進めない）

Ｑ９－１－１　方針変更の予定時期（単一回答）Q9-1 で②③の場合のみ　必須（記入しないと進めない）

Ｑ９－１で選択肢②、③の場合方針変更の予定時期をお答えください。

①今後１年以内　②１年以後

Ｑ９－２　取組み方針の理由（自由回答、１００字以内）任意（無記入でも進める）

前問を選んだ理由をお書きください。

回答者欄　必須（記入しないと進めない）

貴店舗・貴社の名称　**必須（記入しないと進めない）**

（下線脚注）多店舗を持つ会社やフランチャイズチェーンに属する店舗の場合、「〇〇商事〇〇店」のような形でお書きください。会社全体やフランチャイズ事業の本社・本部としての回答の場合は社名のみで結構です。

貴店舗・貴社の性格（単一回答）　**必須（記入しないと進めない）**

①株式会社、②有限会社、③協同組合、④その他の法人、⑤個人事業

回答者氏名／所属部署・役職／電話番号／メールアドレス　**必須（記入しないと進めない）**

（下線脚注）個人事業主の場合は、ご記入は不要です。

別添資料３　オンラインアンケート協力依頼文（メール）

『プラスチック製買物袋（レジ袋）有料化の実施状況に関するオンラインアンケート調査』に関するご協力依頼について

拝啓　時下ますますご清祥のこととお喜び申しあげます。
皆様には平素より経済産業省の３R 行政にご理解とご協力をいただき、心よりお礼申し上げます。

当省では、海洋プラスチックごみ問題、地球温暖化などの解決に向けた第一歩としてマイバッグの持参等、消費者のライフスタイルの変革を促すことを目的として、令和２年７月１日より「プラスチック製買物袋（レジ袋）有料化制度」を実施しています。

この度、制度実施から約半年が経過し、本有料化制度を推進する上で参考になる先進的な取組みを収集するため、小売業の店舗（事業所）の皆様に対してプラスチック製買物袋（レジ袋）有料化の実施状況、有料化に伴い実施した取組み・工夫、消費者の辞退率等についてオンラインアンケート調査への御協力をお願いするものです。

本有料化制度の導入に際しては各種周知・広報に多大なご協力をいただいているところではございますが、本調査の趣旨をご理解いただき、会員の皆様に本調査についてご案内及び積極的にご回答くださいますようお呼びかけの程、よろしくお願い申し上げます。

なお、本調査は株式会社ダイナックス都市環境研究所に委託しております。ご理解の程、宜しくお願い申し上げます。ご不明な点がございましたら、下記連絡先までご連絡願います。

敬具

※　本調査へのご回答に関しては、匿名加工を施すなど、個人情報保護には細心の注意を払って実施いたします。したがって、個人が特定できる形でご回答が対外的に出されることはございません。

記

一、調査専用ウェブページ：
　下記 URL にアクセスすれば調査ページにリンクします。
　https://plabag.meti.go.jp/form/pub/2020/plabag

　調査ページにリンクした後で、以下のパスワードを入力し、ログインしてください。
　ログインパスワード：　plabag2020　（全て半角小文字）

二、参考ページ：

●レジ袋有料化経済産業省ホームページ

https://www.meti.go.jp/policy/recycle/plasticbag/plasticbag_top.html

●レジ袋有料化実施ガイドライン（PDF 形式：370ｋB）

https://www.meti.go.jp/policy/recycle/plasticbag/document/guideline.pdf

●レジ袋 Q&A ガイド（PDF 形式：987kB）

https://www.meti.go.jp/policy/recycle/plasticbag/document/pamphlet_a4.pdf

三、回答期限：　令和 3 年 1 月 29 日（金）まで

四、ご回答者：

原則、小売業の店舗（事業所）ごとにお願いいたします。

※　小売業の店舗（事業所）ごとの回答が困難な場合（ホールディングスを含む会社等の法人やフランチャイズ事業の本社・本部としての回答）は、設問に従ってご回答ください。

五、本調査は記名回答となります。

六、回答依頼の重複について

本調査は、日本経済団体連合会、日本商工会議所、全国商工会連合会の三団体に協力を依頼しております。このため、各店舗におかれましては、複数の団体から本調査へのご協力の依頼がある場合がございます。その場合、本調査へのご回答（オンラインアンケート入力）は、一回のみでお願いいたします。

（委託元）　制度、調査の趣旨に関するお問い合わせ先
経済産業省 産業技術環境局　資源循環経済課　TEL：03-3501-4978

（委託先）　調査の内容・回答方法に関するお問い合わせ先
株式会社ダイナックス都市環境研究所
「プラスチック製買物袋（レジ袋）有料化に関する調査」事務局(仮称)
住所：　東京都港区西新橋 3-15-12　GG HOUSE 5 階
TEL：0120-555-126
mail：　plabag2020@dynax-eco.com

以上