

令和３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４年２月

目 次

1. 調査の背景及び目的	4
2. 調査概要	4
2.1 再商品化義務履行状況調査のための事業者リストの整備	4
2.2 再商品化義務履行状況調査	4
2.3 容器包装廃棄物使用合理化調査	4
3. 調査結果	5
3.1 再商品化義務履行状況調査のための事業者リストの整備	5
3.2 再商品化義務履行状況調査	7
(1) アンケート実施期間	7
(2) アンケート回収数	7
(3) 電話による調査票受領確認及び回答依頼結果	7
(4) 回答結果	8
3.2 容器包装廃棄物使用合理化調査	9
(1) 定期報告整理台帳の作成	9
(2) 容器包装使用量分析	9
(3) 種類別のプラスチック製買物袋	31
(4) まとめ	37
(5) 定期報告に関する効率的集計のための方策	37
別添資料 アンケート調査票	39

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」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（容器包装リサイクル法第 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（容器包装リサイクル法第 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）のための事業者リストの整備

再商品化義務履行が必要と考えられる特定事業者の要件への該当性を確認するアンケート調査を実施するため、平成 27 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に関する調査＞）を踏まえ、新規の事業者リスト（500 社）を整備した。

また、新規の事業者リストの整備にあたり、外部より事業者リストを購入し、既存データとの重複がないようにし、新規の事業者リストは一定条件を満たす事業者とした。

2.2 再商品化義務履行状況調査（特定事業者該当性調査）

特定事業者の該当性を確認するため、容器包装の利用状況や事業規模等を確認するアンケート調査票を作成するとともに、上記 2.1 で整備した事業者リストを踏まえ指導優先順位の高い者約 100 事業者を対象に、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、アンケート未回答者に対しては電話等により、調査への協力の依頼・督促を行った。

2.3 容器包装廃棄物使用合理化調査

令和 3 年度に提出された定期報告の情報の入力を行った。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。

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）のための事業者リストの整備

（１）目的

再商品化義務履行が必要と考えられる特定事業者の要件への該当性を確認するアンケート調査を実施するため、平成 27 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に関する調査＞）を踏まえ、新規の事業者リスト 500 社を整備した。

（２）事業者リストの抽出

事業者の抽出は、信頼できる事業者リスト販売会社の保有する事業者データから下記の条件によって絞り込んだ事業者リストを抽出した。なお、個々の事業者データは、企業基本情報（商号、〒番号、所在地、電話番号、事業内容、業種）、業績資本情報（売上高、税引後利益（直近 2 期分以上）、従業員数、資本金、親企業）、代表者データ（役職名、氏名）を満たすこととした。

【条件 1】

- ① 製造業、卸売業、小売業のうち経済産業省が所管する業種（※ア）に属する非上場企業
- ② 容器包装リサイクル法の義務履行の対象外となる小規模事業者（※イ）以外の事業者であること

※ア 対象業種

【製造業】繊維工業、木材・木製品製造業（家具を除く）、家具・装備品製造業、パルプ・紙・紙加工品製造業、印刷・同関連業、化学工業、石油製品・石炭製品製造業、プラスチック製品製造業（別掲を除く）、ゴム製品製造業、なめし革・同製品・毛皮製造業、窯業・土石製品製造業、鉄鋼業、非鉄金属製造業、金属製品製造業、はん用機械器具製造業、生産用機械器具製造業、業務用機械器具製造業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、電気機械器具製造業、情報通信機械器具製造業、輸送用機械器具製造業、その他の製造業

【卸売業・小売業】各種商品卸売業、繊維・衣服等卸売業、建築材料、 鉱物・金属材料等卸売業、機械器具卸売業、機械器具卸売業、その他の卸売業、各種商品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業、機械器具小売業、家具・建具・畳小売業、じゅう器小売業、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、写真機・時計・眼鏡小売業、無店舗小売業

- ※イ 製造業等では売上高 2 億 4000 万円以下、かつ、従業員数 20 名以下
商業、サービス業では売上高 7000 万円以下、かつ、従業員数 5 名以下

【条件 2】

経済産業省提供の 3 つの事業者データ及び容器包装リサイクル協会（日本容器包装リサイクル協会ホームページ公表データより）の特定事業者データのいずれのデータとも重複しないこと。

【条件 3】

- ①前期と比べて売上が 10%以上増加した事業者
- ②条件 2 で提示した事業者の業種を整理し、5 社以上の業種を対象業種とすること

【条件 4】

- ①小売業 200 社、卸売業 150 社、製造業 150 社とする
- ②抽出にあたっては売上が大きい方から行うこと

3.2 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 100 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 2 に示す）。

アンケート調査票には予め把握している事業者の情報（事業者名、所在地、電話番号、従業員数、代表者氏名、売上）を印刷したうえ発送した。

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 11 日（火）に対象事業者に郵送し、約 2 週間後の 1 月 24 日（月）を締切日とした。また、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
第 1 回	1 月 25 日(火) ～ 2 月 4 日(金)
第 2 回	2 月 7 日(月) ～ 2 月 14 日(月)
第 3 回	2 月 15 日(火) ～ 2 月 21 日(月)

(2) アンケート回収数

調査対象である 100 事業者のうち、有効発送数に対する回収率は 74%であった。

表 3-2 にアンケート回答状況を示す。

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)	3	3%	
②廃業・吸収合併等	3	3%	
③回答拒否	16	16%	
④有効発送数	78	78%	発送数から①～③を引いた件数
⑤回答件数	59	59%	
⑥未回答	19	19%	④から⑤を引いた件数
有効発送数に対する回答率	—	76%	発送数に対する回答率は 59%

(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。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 31 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 68 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、27 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。

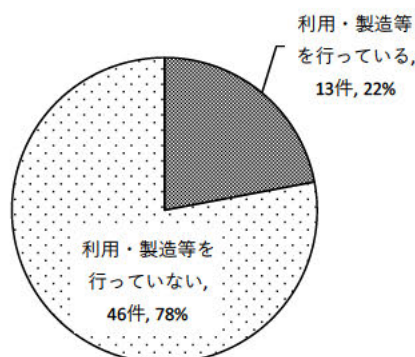
表 3-3 電話依頼結果

	対応項目	第 1 回	第 2 回	第 3 回
①	返送了承	3	1	3
②	伝言・再送	65	22	15
③	回答拒否	4	9	3
④	電話不通(番号違う等)	2	0	1
⑤	確認中	0	0	2
⑥	倒産・廃業	3	0	0
⑦	不在	3	8	0
⑧	電話回答	0	28	3
合計		80	68	27

(4) 回答結果

アンケートに回答した 59 事業者のうち、「容器包装の利用・製造等を行っている」と回答した事業者は図 3-1 に示すとおり、13 事業者で全体の 22%であった。そのうち、再商品化義務の履行状況について、「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 1 事業者であった。「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 10 事業者で、「業務用に販売しているため家庭ごみにはならない」、「海外へ輸出している」等の回答があった。「その他」と回答した事業者について「親会社の指示により製造している」等の回答があった。

容器包装の使用状況



商品化義務の履行状況

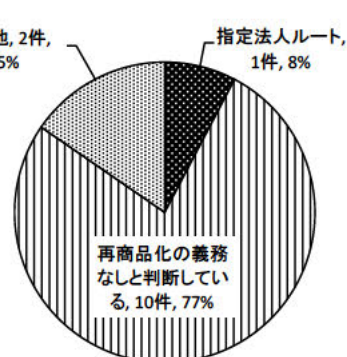


図 3-1 アンケートに回答した事業者における容器包装の使用状況

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。

本報告書の項目タイトルおよび文中では容器包装について「使用」と表現し、図および表タイトルは定期報告様式に合わせ「用いた量」と表現する。

プラスチック製買物袋の有料化制度がR2年7月より開始したため、「プラスチック製の買物袋数量」のうち以下の買物袋のR2年度使用量は、第一四半期分の集計が正しく反映されていない場合がある。

- ・厚手のプラスチック製の買物袋
- ・海洋生分解性プラスチック製の買物袋
- ・バイオマスプラスチック製の買物袋

(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。このため、R3年度に事業者が提出した定期報告書のデータ(R2実績)を、「定期報告整理台帳」に入力し、R3年度分(R2実績)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R3年度提出分のデータ(R2実績)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。

(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) 定期報告における提出状況

H23年度報告(H22実績)からR3年度報告(R2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R3年度報告(R2実績)においては、提出事業者数が603であった。

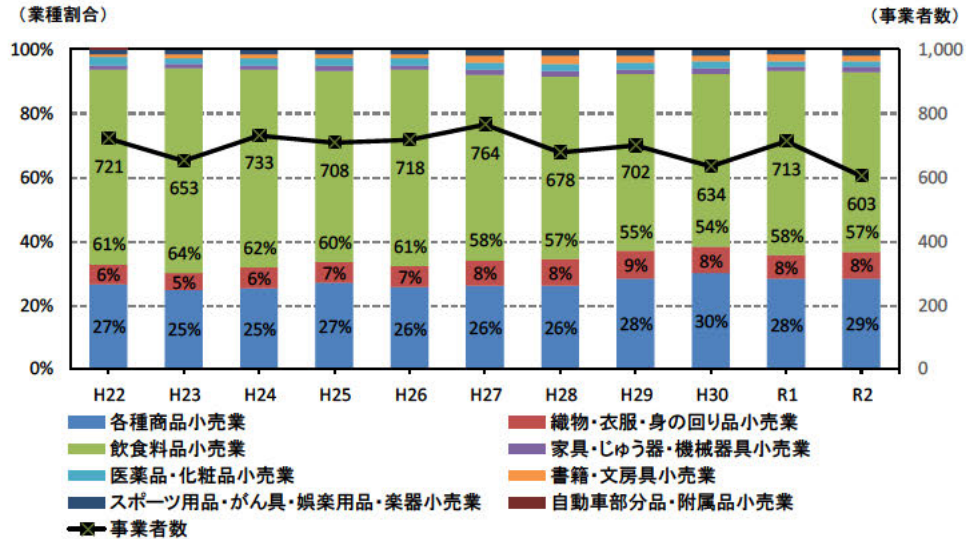


図 3-2 提出事業者数の推移とその内訳 (H22~R2 実績)

表 3-4 提出事業者数の推移とその内訳 (H22~R2 実績)

	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
各種商品小売業	193	163	185	190	184	200	178	199	190	201	172
織物・衣服・身の回り品小売業	44	33	47	48	48	61	56	61	53	54	49
飲食料品小売業	439	419	456	425	441	444	389	389	344	411	341
家具・じゅう器・機械器具小売業	9	9	10	11	11	12	11	11	10	9	9
医薬品・化粧品小売業	19	12	15	15	14	17	15	14	14	14	11
書籍・文房具小売業	8	9	10	10	11	16	16	15	13	13	10
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	8	8	10	9	9	14	13	13	10	11	11
自動車部分品・附属品小売業	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
事業者数	721	653	733	708	718	764	678	702	634	713	603

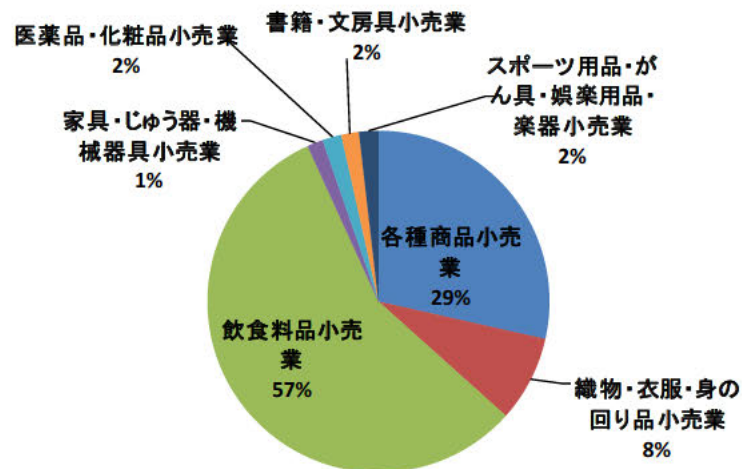


図 3-3 提出事業者の業種別内訳 (R2 実績) (N=603)

2) 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 万トン以下であったが、H30 年度報告（H29 実績）に大きく増加し、その後も増減を繰り返し R3 年度報告（R2 実績）では約 50 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、H29 年度報告（H28 実績）まで約 500 トンで推移したが、H30 年度報告（H29 実績）より大きく増加し、R3 年度報告（R2 実績）では最も多く約 830 トンとなった。

そこで、R3 年度報告（R2 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 H30 年度報告（H29 実績）以降、40 万トンを超えている原因は、H30 年度報告（H29 実績）から報告を行っている、通信販売事業者の 2 社及び R2 年度報告（R1 実績）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、R3 年度報告（R2 実績）で初めての報告となった事業者は合計 26 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 R3 年度報告（R2 実績）で事業者あたりの容器包装使用量が増加した要因は、新型コロナウイルス感染症の影響により、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一因と考えられる。

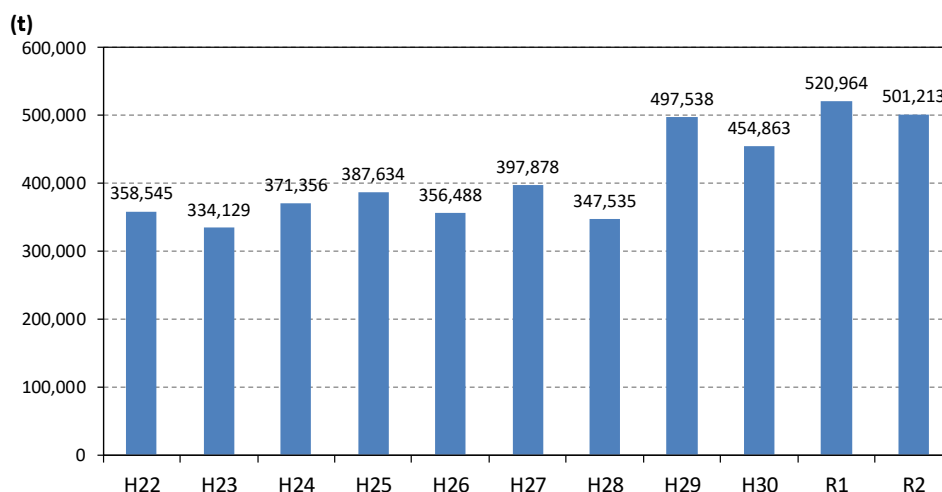


図 3-4 容器包装を用いた量の推移（H22～R2 実績）【提出全事業者】

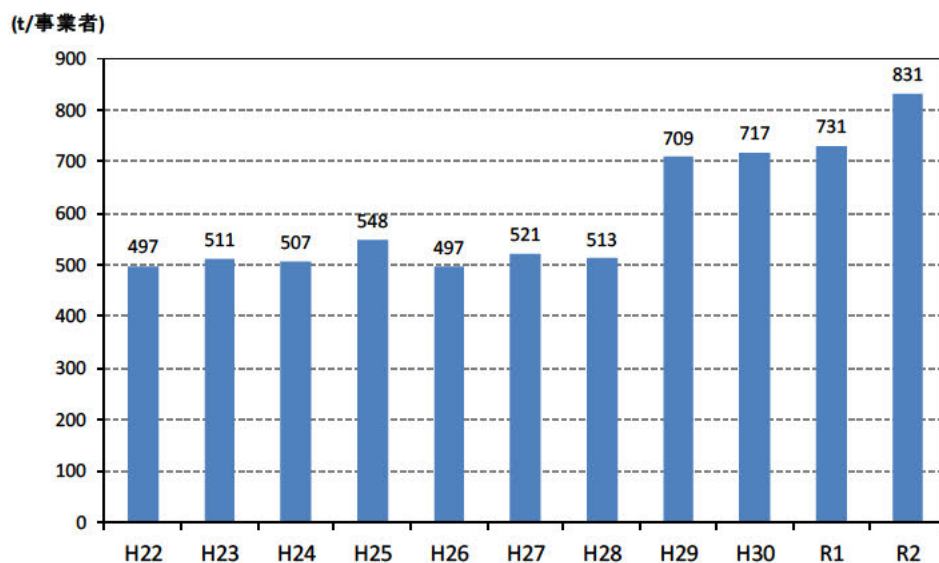


図 3-5 事業者あたりの容器包装を用いた量の推移（H22～R2 実績）【提出全事業者】

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）。

H23 年度報告（H22 実績）から増減を繰り返し、R3 年度報告（R2 実績）では前年度比 -3.8%となった。業種別では「飲食料品小売業」が+1.2%と増加に寄与したが、その他の業種では減少した。

多くの業種で減少した要因は、プラスチック製買物袋の有料化制度の開始や、新型コロナウイルス感染症の影響による消費者の購買需要の低下等が考えられる。一方、飲食料品小売業が微増した要因は、新型コロナウイルス感染症の影響により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一因と考えられる。

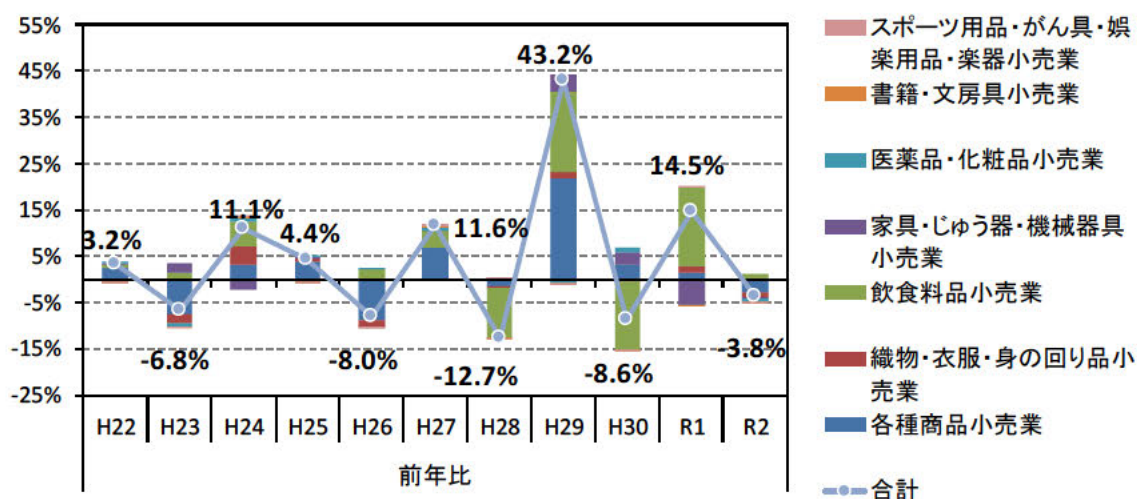


図 3-6 業種別容器包装を用いた量の推移（寄与度分解）【提出全事業者】

表 3-5 業種別容器包装を用いた量の推移（寄与度分解）【提出全事業者】

	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
各種商品小売業	2.6%	-7.4%	3.2%	3.9%	-8.9%	6.7%	-1.4%	21.9%	3.3%	1.6%	-2.9%
織物・衣服・身の回り品小売業	-0.4%	-2.2%	4.1%	0.6%	-1.1%	-0.1%	-0.6%	1.3%	-0.6%	1.3%	-1.0%
飲食品小売業	0.5%	1.4%	5.2%	-0.7%	2.2%	3.7%	-10.7%	17.5%	-14.7%	17.0%	1.2%
家具・じゅう器・機械器具小売業	0.3%	2.2%	-2.3%	0.2%	-0.1%	0.2%	0.0%	3.5%	2.5%	-5.4%	-0.3%
医薬品・化粧品小売業	0.3%	-0.6%	0.8%	0.3%	0.1%	0.6%	0.2%	-0.9%	1.1%	-0.1%	-0.5%
書籍・文房具小売業	0.0%	-0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	-0.2%	-0.1%	0.0%	0.0%	-0.1%
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	-0.1%	0.3%	0.1%	-0.1%	-0.2%	0.1%	-0.1%
合計	3.2%	-6.8%	11.1%	4.4%	-8.0%	11.6%	-12.7%	43.2%	-8.6%	14.5%	-3.8%

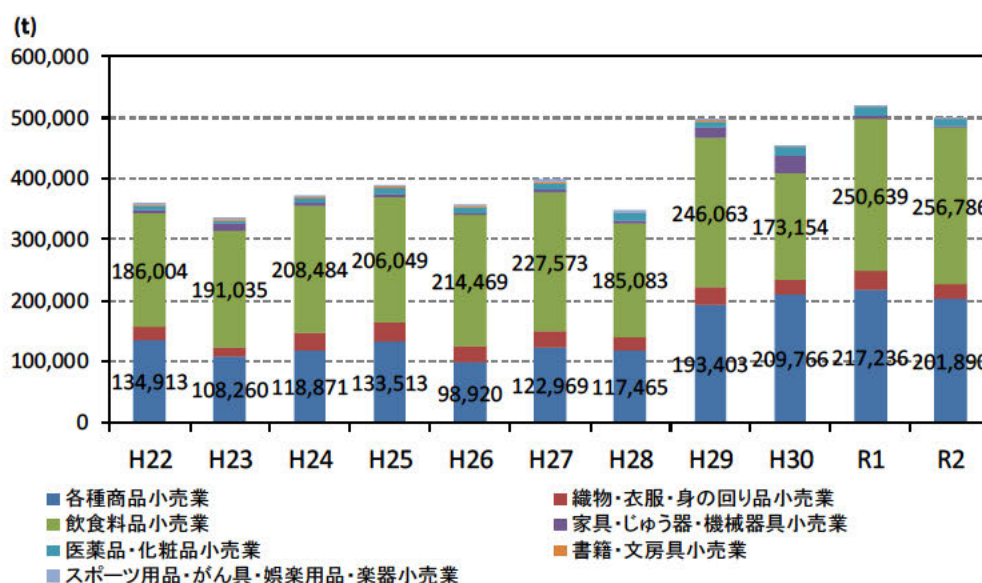


図 3-7 業種別容器包装を用いた量の推移【提出全事業者】

表 3-6 業種別容器包装を用いた量の推移（H22～R2 実績）【提出全事業者】

単位：提出事業者数は（社）、それ以外は（t）

	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
N（提出事業者数）	721	654	733	708	718	764	678	702	634	713	603
各種商品小売業	134,913	108,260	118,871	133,513	98,920	122,969	117,465	193,403	209,766	217,236	201,890
織物・衣服・身の回り品小売業	22,827	14,789	28,523	30,728	26,343	25,828	23,397	27,981	24,883	30,572	25,349
飲食品小売業	186,004	191,035	208,484	206,049	214,469	227,573	185,083	246,063	173,154	250,639	256,786
家具・じゅう器・機械器具小売業	3,954	11,785	4,035	4,908	4,357	4,985	4,807	17,099	29,546	4,853	3,207
医薬品・化粧品小売業	6,750	4,543	7,214	8,340	8,706	10,710	11,488	8,386	13,838	13,565	10,848
書籍・文房具小売業	2,515	2,217	2,373	2,281	2,195	3,096	2,142	1,912	1,743	1,582	904
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	1,583	1,500	1,856	1,815	1,497	2,716	3,152	2,694	1,933	2,516	2,230
総量	358,545	334,129	371,356	387,634	356,488	397,878	347,535	497,538	454,863	520,964	501,213

注）業種別容器包装使用量の合計値と総量は誤差が生じる場合がある（事業者毎の容器包装別の合算値÷合計量であるため（四捨五入等の影響））。

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、H23 年度報告（H22 実績）から増減を繰り返し、R3 年度報告（R2 実績）では－3.8%減少した。内訳はプラスチック製の買物袋－4.9%が減少に大きく寄与した。この要因も業種別容器包装使用量の推移と同様、プラスチック製買物袋の有料化制度の開始や、新型コロナウイルス感染症の影響による消費者の購買需要の低下等の影響が考えられる。

なお、以下の図 3-8、表 3-7、図 3-9 について、プラスチック製買物袋の有料化制度が R2 年 7 月より開始したため、「プラスチック製の買物袋数量」のうち以下の買物袋の R2 年度使用量は、第一四半期分の集計が正しく反映されていない場合がある。

- ・厚手のプラスチック製の買物袋
- ・海洋生分解性プラスチック製の買物袋
- ・バイオマスプラスチック製の買物袋

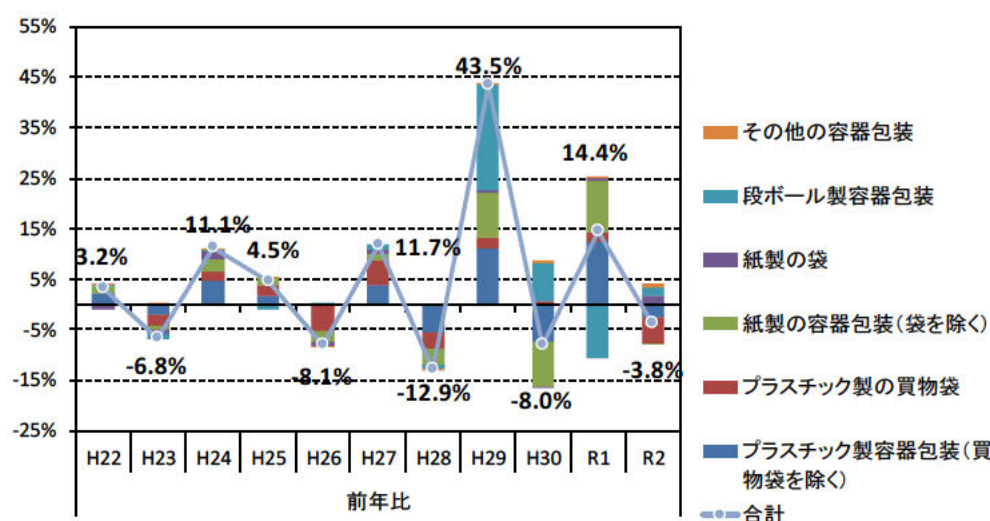


図 3-8 素材別容器包装を用いた量の推移（寄与度分解）【提出全事業者】

表 3-7 素材別容器包装を用いた量の推移（寄与度分解）【提出全事業者】

	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
プラスチック製容器包装（買物袋を除く）	2.1%	-2.0%	4.5%	1.8%	-0.2%	3.8%	-5.4%	11.0%	-7.3%	12.5%	-2.5%
プラスチック製の買物袋	-0.3%	-2.3%	2.0%	2.0%	-5.2%	4.8%	-3.4%	2.2%	0.5%	1.7%	-5.3%
紙製容器包装（袋を除く）	1.3%	-0.7%	2.4%	1.4%	-2.0%	1.4%	-3.2%	8.8%	-8.9%	10.4%	-0.2%
紙製の袋	-0.6%	-0.9%	1.5%	-0.1%	-0.8%	0.9%	0.0%	0.6%	-0.4%	0.4%	1.6%
段ボール製容器包装	0.4%	-1.1%	0.3%	-0.8%	0.2%	1.1%	-0.8%	20.8%	7.6%	-10.7%	1.7%
その他の容器包装	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%	-0.1%	-0.3%	0.0%	0.1%	0.4%	0.1%	0.9%
合計	3.2%	-6.8%	11.1%	4.5%	-8.1%	11.7%	-12.9%	43.5%	-8.0%	14.4%	-3.8%

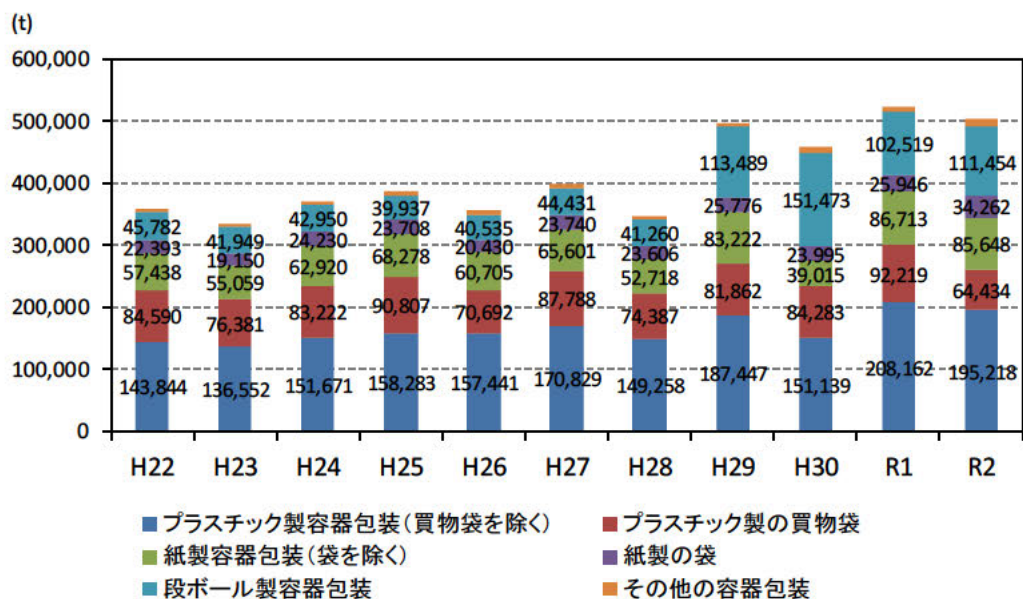


図 3-9 素材別容器包装を用いた量の推移 (H22~R2 実績) 【提出全事業者】

表 3-8 素材別容器包装を用いた量の推移 (H22~R2 実績) 【提出全事業者】

単位：提出事業者数は（社）、それ以外は（t）

	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
N（提出事業者数）	721	654	733	708	718	764	678	702	634	713	603
プラスチック製容器包装（買物袋を除く）	143,844	136,552	151,671	158,283	157,441	170,829	149,258	187,447	151,139	208,162	195,218
プラスチック製の買物袋	84,590	76,381	83,222	90,807	70,692	87,788	74,387	81,862	84,283	92,219	64,434
紙製容器包装（袋を除く）	57,438	55,059	62,920	68,278	60,705	65,601	52,718	83,222	39,015	86,713	85,648
紙製の袋	22,393	19,150	24,230	23,708	20,430	23,740	23,606	25,776	23,995	25,946	34,262
段ボール製容器包装	45,782	41,949	42,950	39,937	40,535	44,431	41,260	113,489	151,473	102,519	111,454
その他の容器包装	4,532	5,080	6,213	6,802	6,602	5,581	5,533	5,825	7,942	8,194	12,680
総量	358,578	334,171	371,206	387,816	356,406	397,970	346,761	497,620	457,847	523,753	503,695

※素材別容器包装使用量の合計値と総量は誤差が生じる場合がある（事業者毎の容器包装別の合算値≠合計量であるため（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258業者の、業種割合は図3-10に示すとおりである。直近のR3年度報告（R2実績）では、全提出事業者の傾向と同様、飲食料品小売業が52%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。

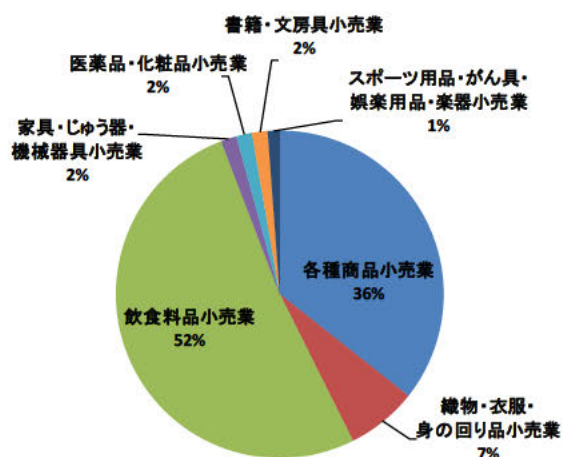


図3-10 提出事業者の業種別内訳（R2実績）（N=258）

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、H23年度報告（H22実績）以降、H26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、それ以降、大きな変化は見られない。R3年度報告（R2実績）はR2年度報告（R1実績）よりもやや減少した。

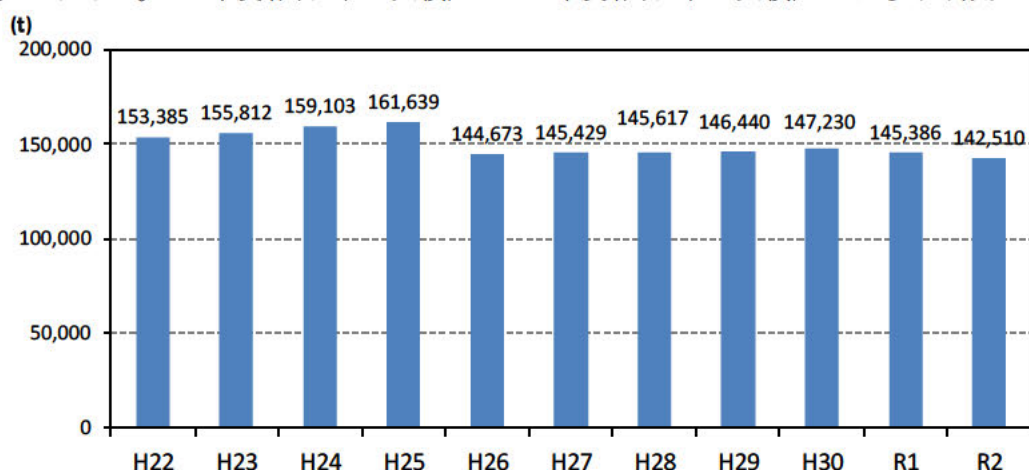


図3-11 容器包装を用いた量の推移（H22～R2実績）【連続提出事業者】

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3-12）。

容器包装使用量全体では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）、R3年度報告（R2実績）は減少した。

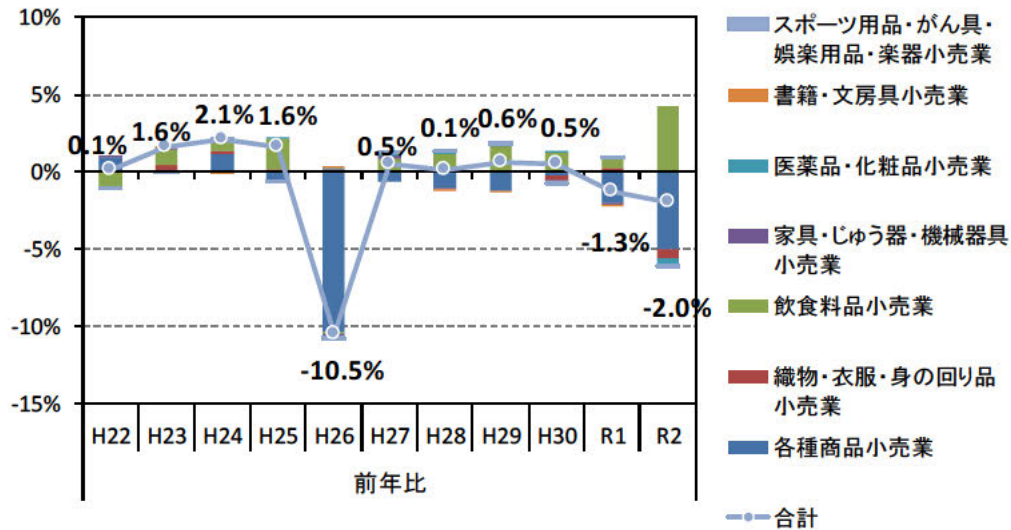


図 3-12 業種別容器包装を用いた量の推移（寄与度分解）【連続提出事業者】（N=258）

表 3-9 業種別容器包装を用いた量の推移（寄与度分解）【連続提出事業者】（N=258）

	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
各種商品小売業	1.0%	0.0%	1.2%	-0.5%	-10.4%	-0.7%	-1.0%	-1.2%	-0.2%	-2.0%	-5.0%
織物・衣服・身の回り品小売業	-0.1%	0.5%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.1%	0.1%	-0.3%	0.3%	-0.6%
飲食料品小売業	-0.9%	0.9%	0.7%	2.0%	-0.1%	0.8%	1.1%	1.5%	1.2%	0.6%	4.2%
家具・じゅう器・機械器具小売業	0.1%	0.2%	0.0%	-0.1%	-0.2%	0.2%	-0.1%	0.1%	-0.1%	-0.1%	-0.1%
医薬品・化粧品小売業	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	-0.3%
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%	-0.1%
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%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-0.1%
合計	0.1%	1.6%	2.1%	1.6%	-10.5%	0.5%	0.1%	0.6%	0.5%	-1.3%	-2.0%

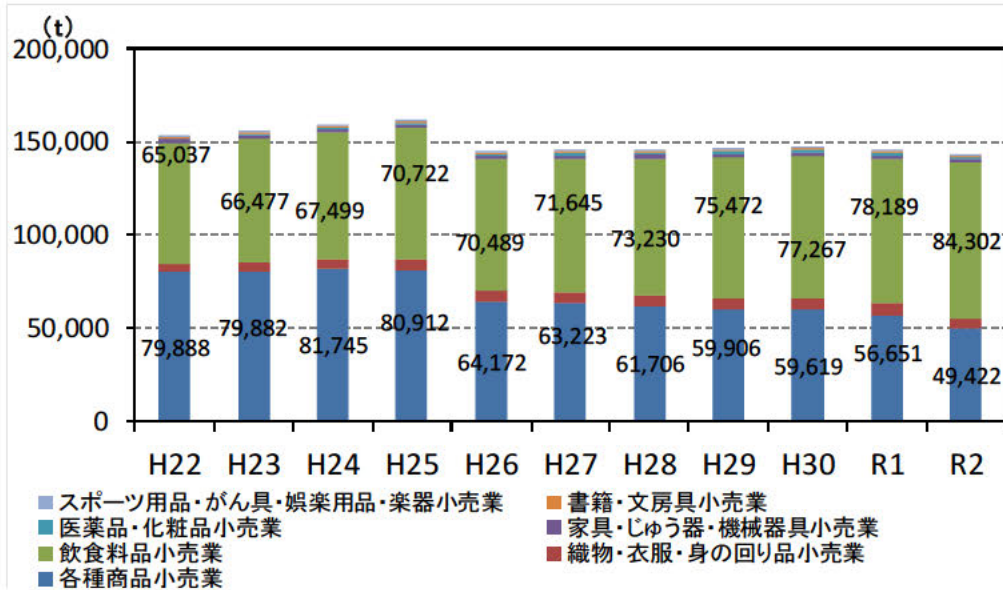


図 3-13 業種別容器包装を用いた量の推移【連続提出事業者】（N=258）

表 3-10 業種別容器包装を用いた量の推移 (H22~R2 実績) 【連続提出事業者】 (N=258)

単位: t

	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
各種商品小売業	79,888	79,882	81,745	80,912	64,172	63,223	61,706	59,906	59,619	56,651	49,422
織物・衣服・身の回り品小売業	4,465	5,174	5,482	5,730	5,976	6,030	6,143	6,253	5,782	6,172	5,287
飲食品小売業	65,037	66,477	67,499	70,722	70,489	71,645	73,230	75,472	77,267	78,189	84,302
家具・じゅう器・機械器具小売業	1,915	2,146	2,134	2,037	1,690	1,951	1,812	1,957	1,754	1,583	1,496
医薬品・化粧品小売業	661	666	792	834	954	1,149	1,334	1,477	1,533	1,566	1,107
書籍・文房具小売業	720	783	766	753	754	780	741	690	656	600	488
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	699	683	685	650	637	650	651	686	619	624	409
総量	153,385	155,812	159,103	161,639	144,673	145,429	145,617	146,440	147,230	145,386	142,510

注) 11 年継続提出事業者で継続比較が可能な事業者 (計 258 事業者) の集計結果。業種別容器包装使用量の合計値と総量は誤差が生じる場合がある (事業者毎の容器包装別の合算値÷合計量であるため (四捨五入等の影響))。

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 H27 年度報告 (H26 実績) は大きく減少した。R3 年度報告 (R2 実績) はプラスチック製の買物袋が -9.4% と大きく減少したものの、プラスチック製容器包装 (買物袋を除く) や段ボール製容器包装、その他の容器包装が増加し、全体では -1.7% と減少に寄与した。

なお、以下の図 3-14、表 3-11、図 3-15 について、プラスチック製買物袋の有料化制度が R2 年 7 月より開始したため、「プラスチック製の買物袋数量」のうち以下の買物袋の R2 年度使用量は、第一四半期分の集計が正しく反映されていない場合がある。

- ・厚手のプラスチック製の買物袋
- ・海洋生分解性プラスチック製の買物袋
- ・バイオマスプラスチック製の買物袋

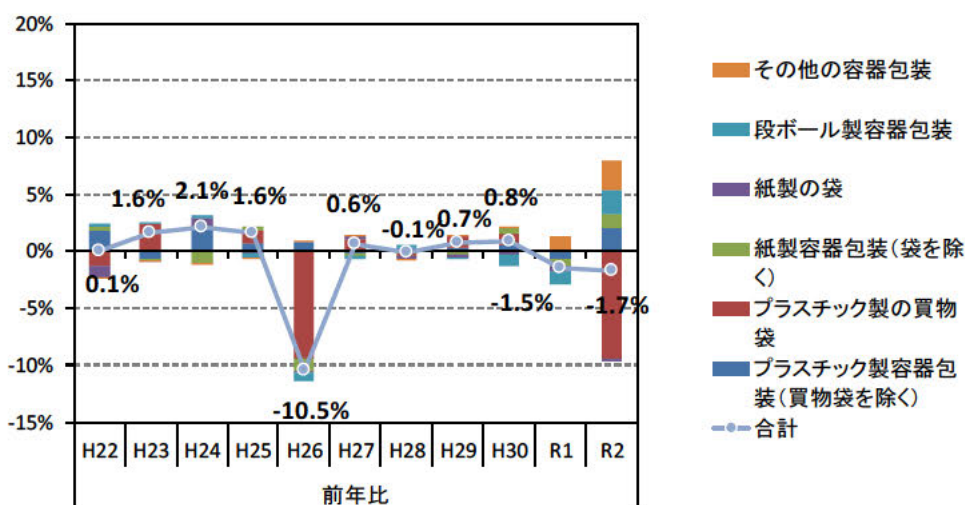


図 3-14 素材別容器包装を用いた量の推移 (寄与度分解) 【連続提出事業者】 (N=258)

表 3-11 素材別容器包装を用いた量の推移（寄与度分解）【連続提出事業者】（N=258）

	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
プラスチック製容器包装（買物袋を除く）	1.9%	-0.7%	2.1%	0.7%	0.9%	-0.2%	0.3%	0.3%	0.6%	-0.7%	2.1%
プラスチック製の買物袋	-1.2%	2.4%	0.1%	1.0%	-9.4%	1.1%	-0.4%	0.9%	0.9%	0.1%	-9.4%
紙製容器包装（袋を除く）	0.4%	-0.1%	-1.0%	0.4%	-1.1%	-0.2%	0.0%	-0.3%	0.6%	-0.5%	1.2%
紙製の袋	-1.0%	-0.1%	0.8%	-0.2%	-0.2%	0.2%	-0.3%	-0.2%	-0.3%	-0.6%	-0.3%
段ボール製容器包装	0.2%	0.0%	0.2%	-0.4%	-0.7%	-0.3%	0.3%	-0.2%	-0.9%	-1.1%	2.1%
その他の容器包装	-0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-0.1%	0.1%	0.1%	1.2%	2.6%
合計	0.1%	1.6%	2.1%	1.6%	-10.5%	0.6%	-0.1%	0.7%	0.8%	-1.5%	-1.7%

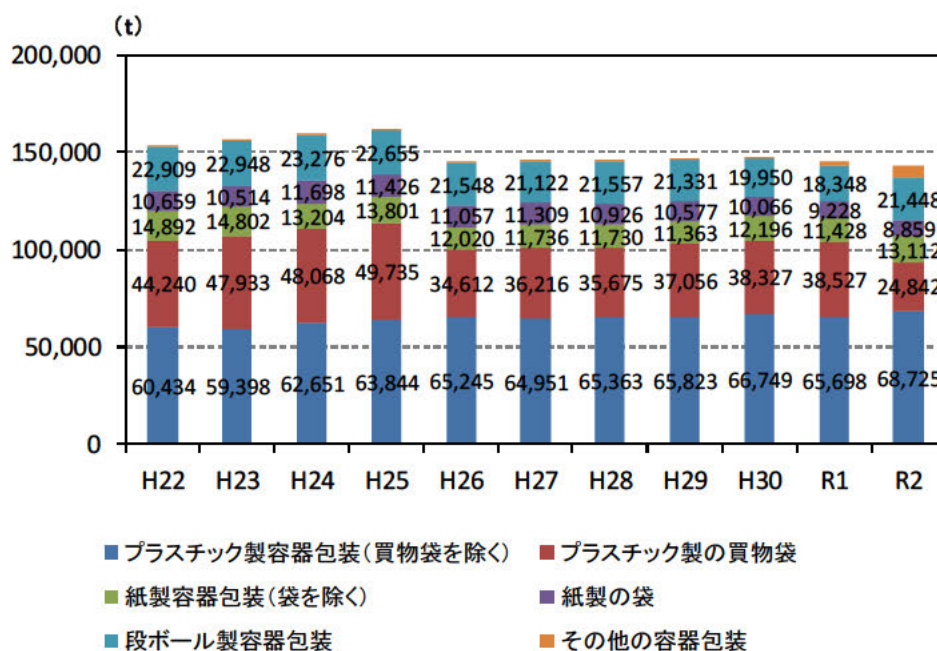


図 3-15 素材別容器包装を用いた量の推移【連続提出事業者】（N=258）

表 3-12 素材別容器包装を用いた量の推移（H22～R2 年度実績）【連続提出事業者】（N=258）

単位：t

	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
プラスチック製容器包装（買物袋を除く）	60,434	59,398	62,651	63,844	65,245	64,951	65,363	65,823	66,749	65,698	68,725
プラスチック製の買物袋	44,240	47,933	48,068	49,735	34,612	36,216	35,675	37,056	38,327	38,527	24,842
紙製容器包装（袋を除く）	14,892	14,802	13,204	13,801	12,020	11,736	11,730	11,363	12,196	11,428	13,112
紙製の袋	10,659	10,514	11,698	11,426	11,057	11,309	10,926	10,577	10,066	9,228	8,859
段ボール製容器包装	22,909	22,948	23,276	22,655	21,548	21,122	21,557	21,331	19,950	18,348	21,448
その他の容器包装	233	216	185	171	191	229	150	290	387	2,203	6,023
総量	153,368	155,812	159,082	161,632	144,673	145,562	145,403	146,440	147,674	145,431	143,009

※11 年継続提出事業者で継続比較が可能な事業者（計 258 業者）の集計結果。素材別容器包装使用量の合計値と総量は誤差が生じる場合がある（事業者毎の容器包装別の合算値≠合計量であるため（四捨五入等の影響））。

R3 年度報告（R2 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 54.3%と最も多く、次いで顧客数 32.6%、販売商品個数 5.4%、店舗面積 4.3%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。

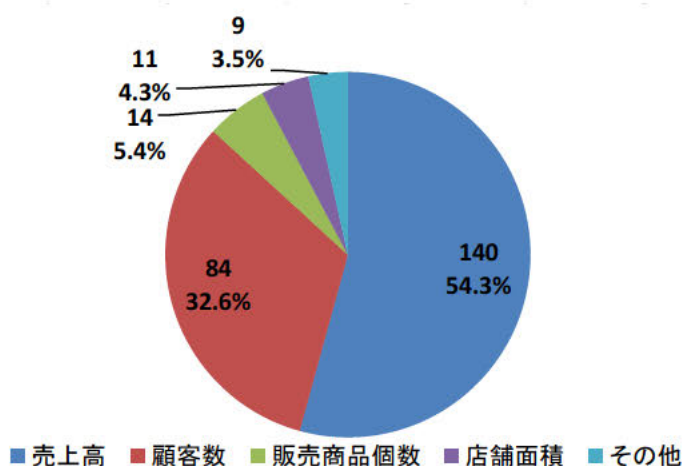


図 3-16 密接指標の設定状況（R2 実績）【連続提出事業者】（N=258）

次に、容器包装の素材別の合計値の原単位について、H23 年度報告（H22 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、H26 年度報告（H25 実績）から R1 年報告（H30 実績）にかけて原単位は増加傾向で推移し、R2 年度報告（R1 実績）、R3 年度報告（R2 実績）では大きく減少した。

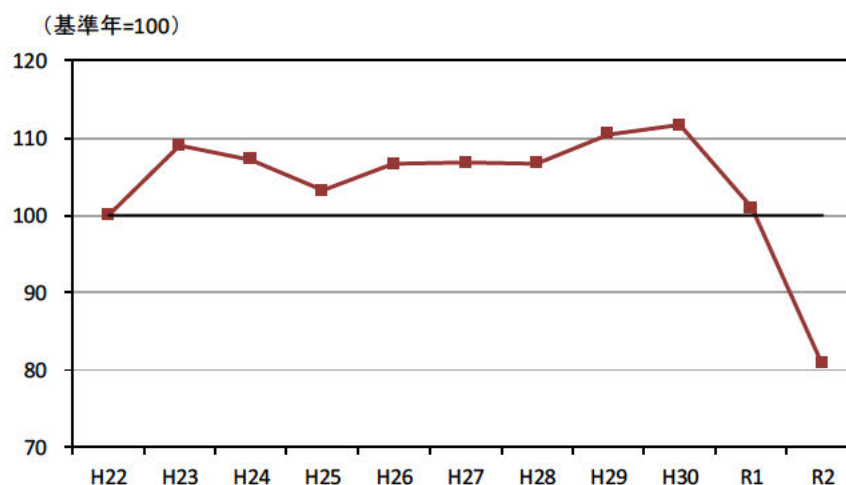


図 3-17 原単位の推移（密接指標：売上高）【連続提出事業者】（N=140）

素材別原単位の推移を図 3-18 に示す。H30 年度報告（R1 実績）から容器包装全体が減少傾向にあるが、段ボール製容器包装は R3 年度報告（R2 実績）に増加し基準年より約 1.2 倍度となった。

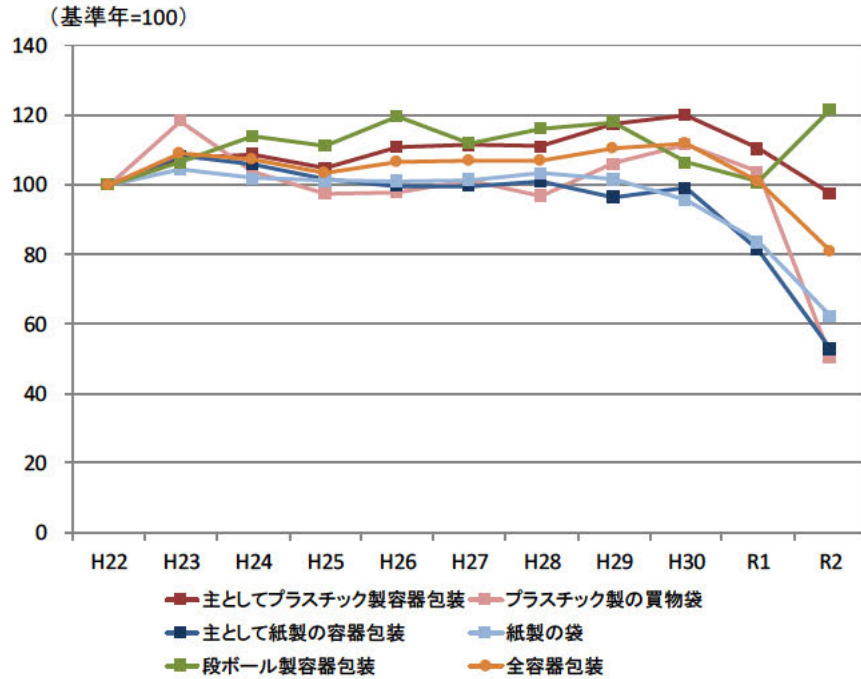


図 3-18 素材別原単位の推移（密接指標：売上高）【連続提出事業者】（N=140）

顧客数が密接指標の場合を図 3-19 に示す。

H24 年度報告（H23 実績）以降は基準年（H23 報告、H22 実績）以上で推移しているが、R3 年度報告（R2 実績）では基準年と同程度となった。

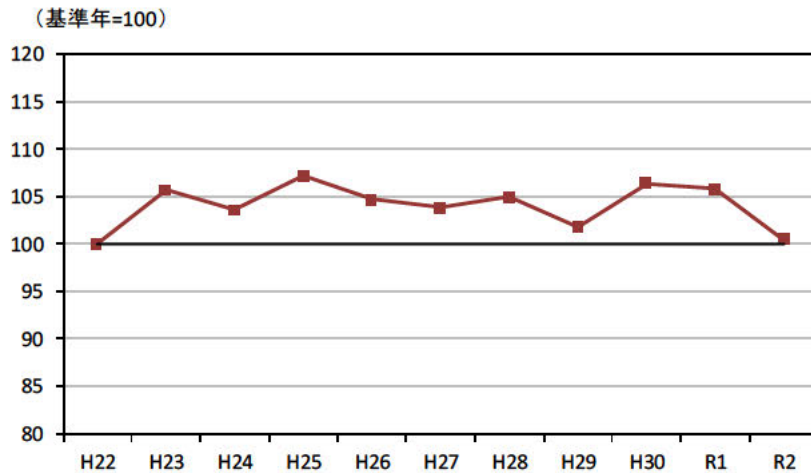


図 3-19 原単位の推移（密接指標：顧客数）【連続提出事業者】（N=83）

素材別原単位の推移を図 3-20 に示す。紙製の容器包装・袋が他の容器包装と比べ大きく増加し、R3 年度報告（R2 実績）では基準年の 2 倍以上となった。一方、プラスチック製の買物袋は減少し、基準年の 1/2 程度となった。

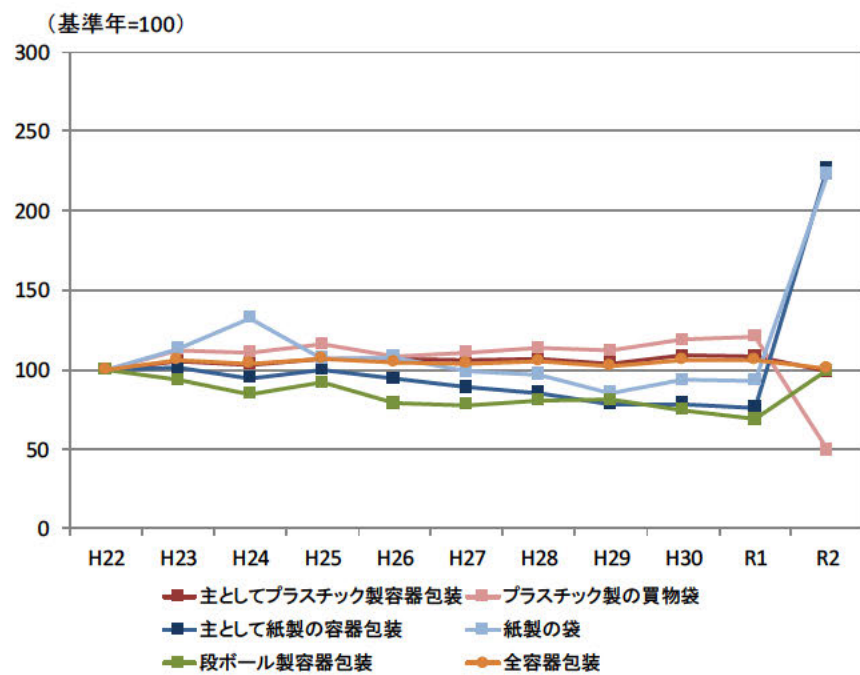


図 3-20 素材別原単位の推移（密接指標：顧客数）【連続提出事業者】（N=83）

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 258 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。

原単位の比較が可能な事業者は、売上高を密接指標としている 140 事業者のうち 122 事業者、顧客数を密接指標としている 83 事業者のうち 70 事業者であった。

R3 年度報告（R2 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、R3 年度報告（R2 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使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

全業種の散布図及び増加傾向の図を見ると、増加傾向にある事業者が 21%（26 事業者）、減少傾向にある事業者が 57%（70 事業者）であり、減少傾向にある事業者が半数を占めた。

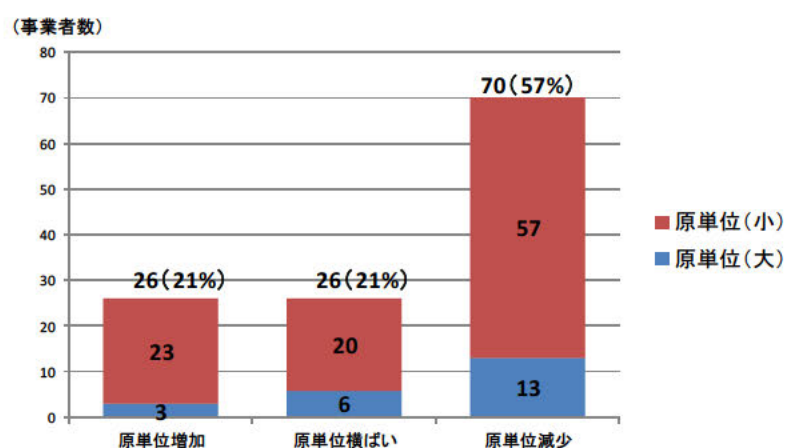


図 3-21 原単位の増減傾向（密接指標：売上高）（N=122）

原単位の分布(密接指標:売上高) ※売上高、原単位ともにR2実績値

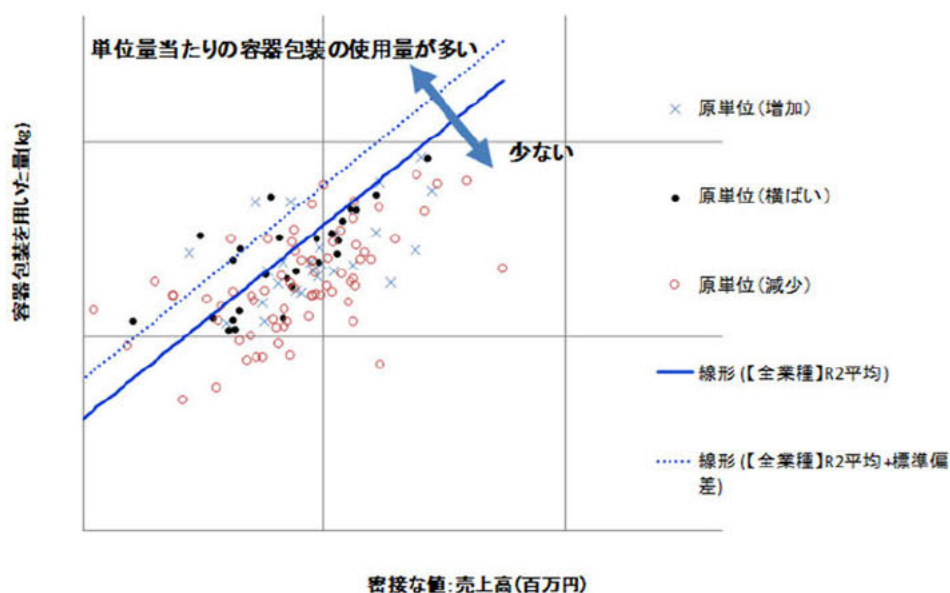


図 3-22 密接指標（売上高）と容器包装を用いた量の散布図(N=122)

ii) 密接指標:顧客数

全業種の散布図及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と減少傾向にある事業者は同じく 33% (23 事業者)、横ばいの事業者も同程度であった。

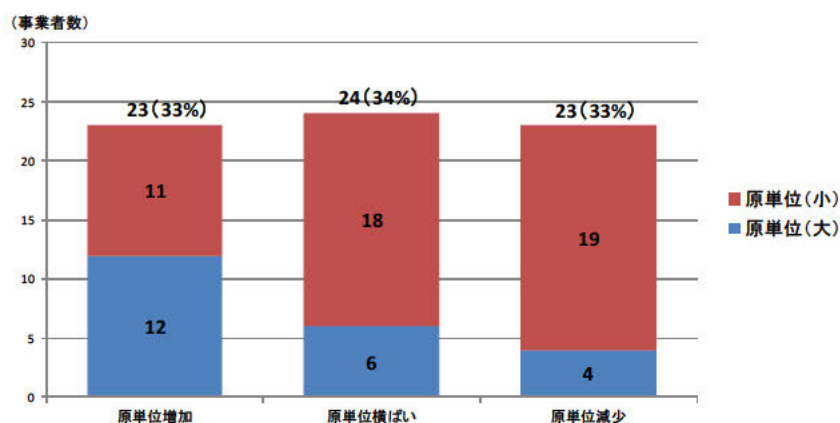


図 3-23 原単位の増減傾向（密接指標：顧客数）(N=70)

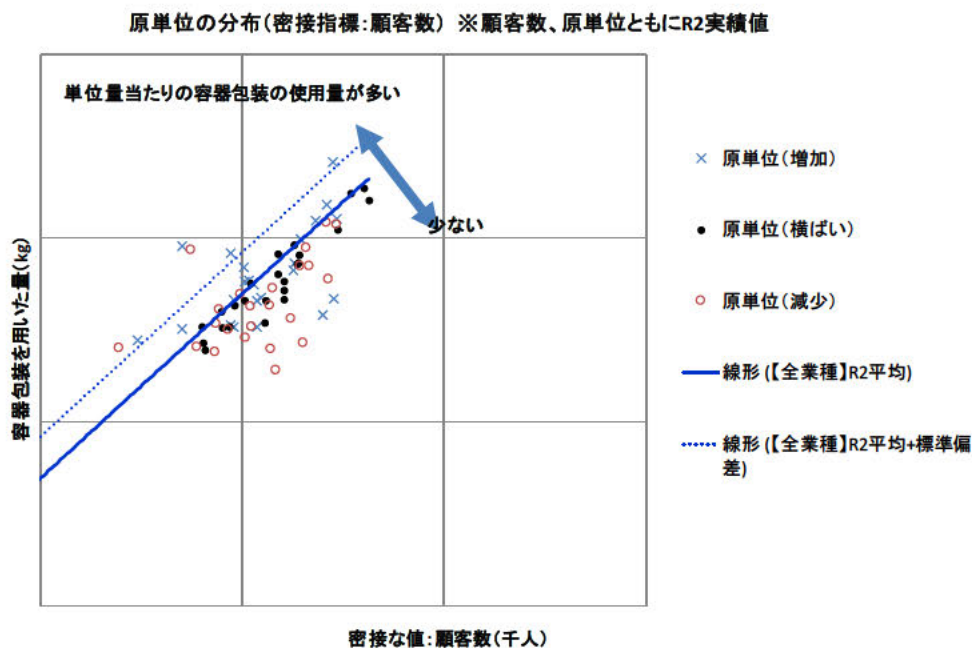


図 3-24 密接指標 (顧客数) と容器包装用いた量の散布図(N=70)

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。

全ての取組みにおいて、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。

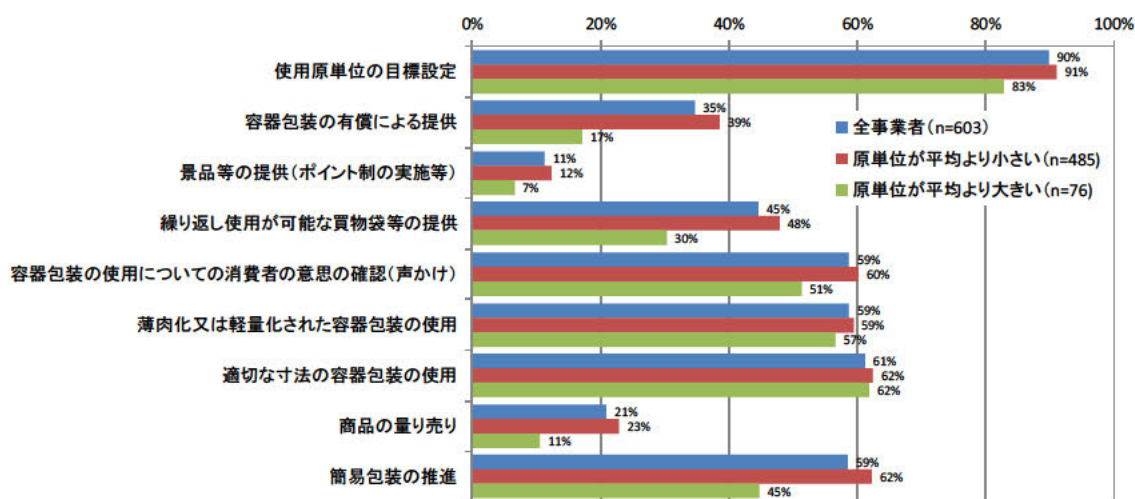


図 3-25 排出抑制への取組みと原単位の関係

⑤容器包装使用の合理化事例

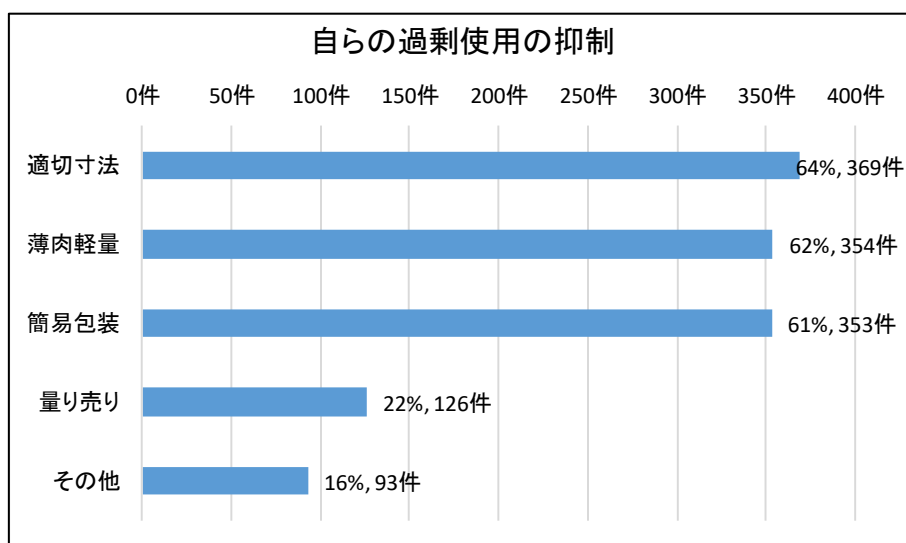
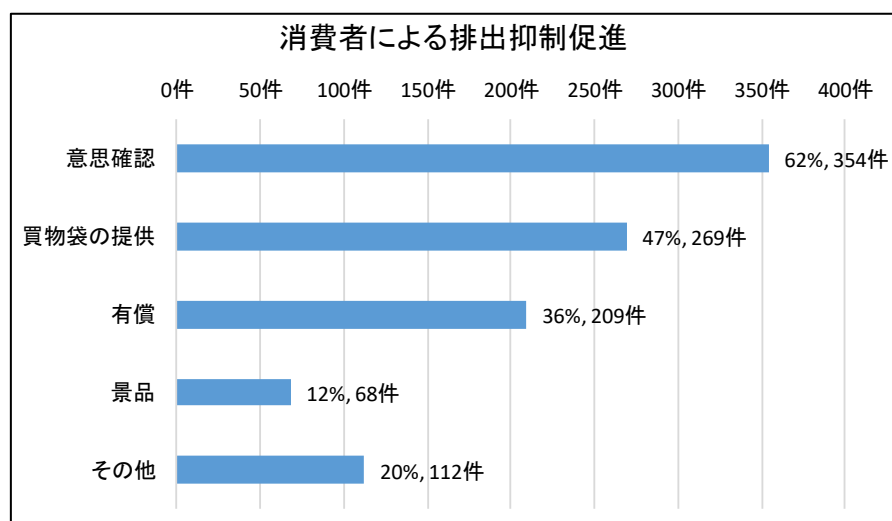
定期報告制度では、「(第7表) 容器包装使用の合理化」(自由記述)にて、事業者が取り組んでいる容器包装使用の削減に向けた取組みを記載することになっている。

何らかの合理化の取組みを行っている事業者は 574 事業者であり、全提出事業者(603 事業者)の大半を占めた。

令和2年7月にプラスチック製買物袋の有料化制度が開始されたことを受け、本年度の定期報告書から新たに「消費者によるプラスチック製の買物袋の排出抑制」の取組みが追加された。消費者へのプラスチック製買物袋の有償による提供を行っている事業者は 403 事業者であった。その他、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3-26及び表3-13に示す。

取組み内容は、店頭での情報の提供が最も多く 396 事業者、次いで、容器の適正寸法が 369 事業者、容器の薄肉化・軽量化と消費者への意識確認が同数で 354 事業者であった。

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。



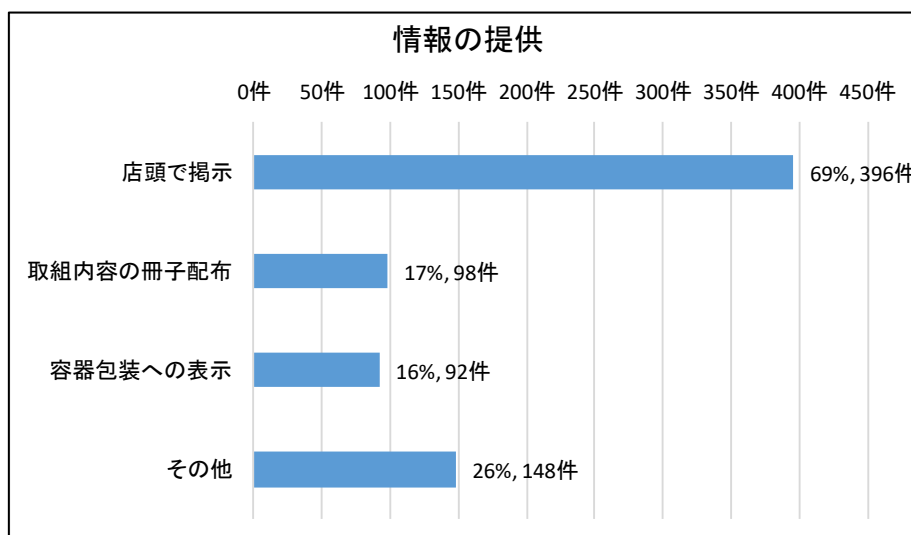


図 3-26 容器包装使用の合理化についての取組事業者数

表 3-13 容器包装使用の合理化事例（574 事例）

■消費者によるプラスチック製の買物袋の排出抑制

○有償化の取組み（403 事業者）

- ・レジ袋の有償販売実施とともに、マイバック・マイバスケットの利用を促進することで来客者と一緒に環境保護活動を推進。
- ・2009 年よりレジ袋有料化を実施、消費者に対して資源活用促進ポスター設置や、レジでの買物袋持参を促進。
- ・マイバックの利用促進をはかり、レジ袋を 1 枚五円及び三円で有料販売を実施。

■消費者による排出抑制促進

○意思確認（354 事業者）

- ・金銭授受時に購入者へレジ袋が必要か確認し、前年度に引続きレジ袋削減の促進を強化。
- ・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排出抑制を実施。
- ・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。等

○買物袋の提供（269 事業者）

- ・商品購入によるプレゼントとしてエコバッグ等を提供。
- ・消費者に何度も繰り返し利用して貰えるよう、ブランドとしてのデザインや品質の付加価値を高めた。等

○有償（209 事業者）

- ・紙製手提げ袋はレジ袋有料化の対象外だが有料化とし使用量の抑制を促進。
- ・買物袋以外の風呂敷や紙袋も都度、来客者に必要の有無を確認し、必要な場合は有償で販売を実施。等

○景品（68 事業者）

- ・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。

- ・マイバッグ持参の来客者にはメンバーズクラブのポイントをエコポイントとして付与。
 - ・店頭で景品としてマイバッグの配布を実施。等
- その他（112 事業者）
- ・商品配送時の送料有料化により、まとめ注文の促進を継続。
 - ・中元・歳暮期のエコ包装推奨。等

■自らの過剰使用の抑制

○適切寸法（369 事業者）

- ・商品サイズに合わせた容器包装提供の指導（年 1 回）。
- ・レジ袋は大中小の 3 サイズを揃え、商品にあったサイズを使用。
- ・包装材のリサイズを行い、販売品(CD・DVD・書籍等)のサイズに合った容器包装に変更。等

○薄肉軽量（354 事業者）

- ・2014 年度からレジ袋の厚さを薄くして軽量化を実施。レジ袋のサイズによって厚みを変え、小袋はさらなる軽量化を実施。
- ・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。
- ・宅配サービスに用いる段ボール箱は、軽量化した商品に取り扱いを変更。等

○簡易包装（353 事業者）

- ・ギフト商品の空間容積を減らし、容器のコンパクト化、軽量化を図った。
- ・自宅で使用する品物については、簡易包装を推奨。
- ・レジ精算の際、買上げ品によっては「買上テープ」を貼付することで精算済みを確認。等

○量り売り（126 事業者）

- ・食品（主に総菜）の量り売りを実施。
- ・お茶、惣菜、米、肉類などで商品の量り売りを実施。等

○その他（93 事業者）

- ・物流センターでの配送用包装作業に、キャラメル包装機・シュリンクフィルム包装機などを導入し、既存の紙製容器包装の使用抑制を実施。
- ・各店の用度品ストックの定数管理や、適正な発注の実践による使用及び、廃棄の抑制を実施。等

■情報の提供

○店頭（396 事業者）

- ・「エコバッグキャンペーン」ポスターを店内に掲示し、店内放送で利用推進の呼びかけを実施。
- ・店頭で「レジ袋有料化実施中」の POP、ポスターを掲示。等
- ・レジ袋削減に取り組んでいる旨の店内アナウンス CM を放送し、来客者にレジ袋削減への協力を呼びかけ実施。等

○冊子等（98 事業者）

- ・中元・歳暮の冊子での簡易包装への呼びかけ。

- ・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周知。等

○表示（92 事業者）

- ・バイオマス由来原料を 25%以上使用したプラスチック製袋である旨を当該袋に表示。
- ・各種紙製袋に市の雑がみリサイクル推進ロゴを印刷。
- ・紙手提げ袋の側面に「FSC マーク」・「リサイクルマーク」を明記。等

○その他（148 事業者）

- ・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たボードで来客者に対する情報共有、啓発を推進。
- ・宅配事業の顧客に配布する冊子で容器回収の協力について普及活動を実施。
- ・店舗責任者会議、研修等で消費者に容器包装、持ち帰り削減についての説明を実施。消費者へスムーズに声掛けができるような教育を実施。等

※上記事例は事業者の定期報告書の記載内容を転記した。

⑥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 3-27 及び表 3-14 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 150 事業者であった。内訳としては、キャンペーンへの参加が 40 事業者と最も多く、次いで地域の協議会等への参加 35 事業者、協定締結が 30 事業者、広報活動が 28 事業者、その他（報告、寄付等）が 23 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。

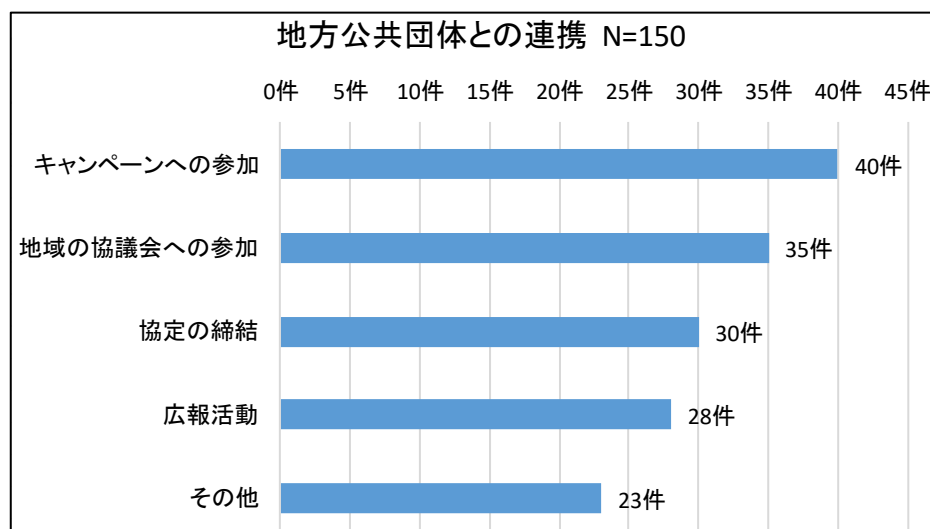


図 3-27 地方公共団体との連携内容についての取組事業者数 (N=150)

表 3-14 地方公共団体との連携事例

■キャンペーンへの参加（40 事業者）

- ・県や市が実施するグリーン購入の促進・マイバック普及キャンペーンに協力。
- ・市の「ごみ減らそうデー店頭キャンペーン」に協力し、年 1 回店頭キャンペーンを実施。
- ・市民団体、行政等と連携し、店頭にてリサイクルキャンペーンやレジ袋持参運動啓発活動を実施。等

■地域の協議会等への参加（35 事業者）

- ・県のノーレジ袋推進連絡協議会に加盟し、レジ袋の無料配布中止（有料化）の取組みに参加。
- ・県レジ袋削減委員会の委員として会議等に参加。同委員会に協力頂きポスターの作成及びマイバッグでの購入推進を実施。
- ・レジ袋削減推進協議会で県、市町村、消費者団体、事業者で情報交換、審議を実施。等

■協定の締結（30 事業者）

- ・レジ袋削減に係る地方行政との協定などを締結し、継続的にキャンペーンなどを実施。
- ・市・消費者団体・市内商店と協定を結び、「レジ袋無料配布取止め」について実施。
- ・県と「レジ袋削減推進協定」を締結し、実績報告やアンケートを実施。等

■広報活動での協力（28 事業者）

- ・当社加入団体が配布するレジ袋削減チラシ等を各店舗で配布。
- ・市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実施。
- ・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。来客者への周知活動を行い県と連携を図った。等

■その他（報告、寄付等）（23 事業者）

- ・各自治体からの要請に基づきレジ袋使用概況確認書を作成、提出。
- ・県とのレジ袋削減協定を締結し、他社取り組み紹介の情報を収集。レジ袋メーカーと定期的な情報交換を実施。
- ・市によるリサイクル調査に協力。
- ・有料レジ袋の収益金を各県及び市町に寄付し環境保全に活用。等

※上記事例は事業者の定期報告書の記載内容を転記した。

(3) 種類別のプラスチック製買物袋

1) 定期報告における提出状況

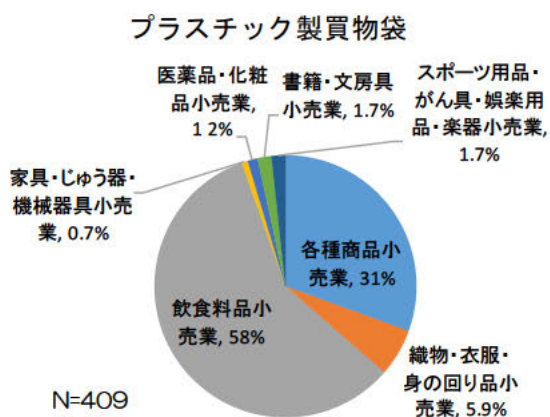
令和2年7月から開始したプラスチック製買物袋の有料化制度の開始に伴い、R3年度報告（R2実績）より定期報告書のプラスチック製の容器包装区分に新たに厚手のプラスチック製買物袋、海洋生分解性プラスチック製買物袋、バイオマスプラスチック製買物袋が追加された。ただし、R3年度報告（R2実績）時点では、海洋生分解性プラスチック製買物袋を使用している事業者はいなかった。

プラスチック製買物袋の有料化制度がR2年7月より開始したため、「プラスチック製の買物袋数量」のうち以下の買物袋のR2年度使用量は、第一四半期分の集計が正しく反映されていない場合がある。

- ・厚手のプラスチック製の買物袋
- ・海洋生分解性プラスチック製の買物袋
- ・バイオマスプラスチック製の買物袋

表 3-15 プラスチック製買物袋の業種別種類別事業者数

事業者数(社)	プラスチック製買物袋	厚手のプラスチック製買物袋	海洋生分解性プラスチック製買物袋	バイオマスプラスチック製買物袋
各種商品小売業	125	33	0	76
織物・衣服・身の回り品小売業	24	7	0	3
飲食料品小売業	238	36	0	162
家具・じゅう器・機械器具小売業	3	2	0	3
医薬品・化粧品小売業	5	1	0	3
書籍・文房具小売業	7	1	0	2
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	7	4	0	1
自動車部分品・附属品小売業	0	0	0	0
合計	409	84	0	250



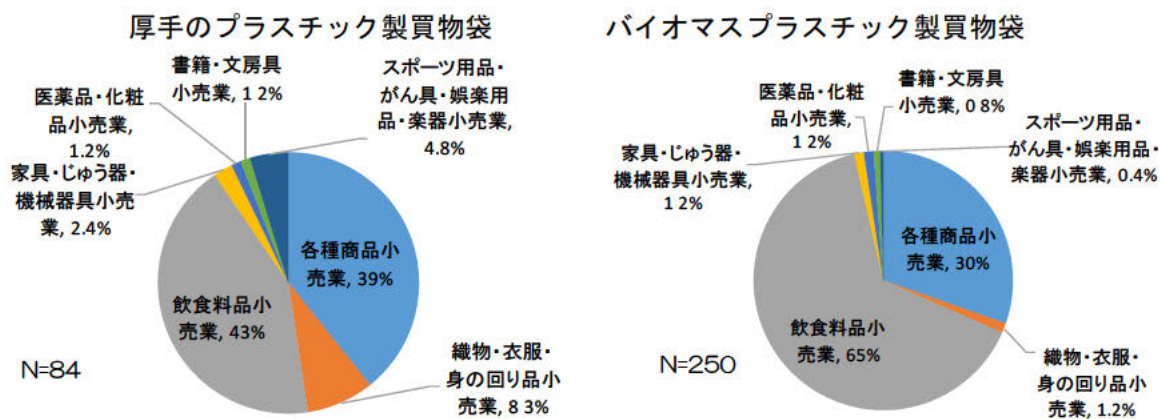


図 3-28 プラスチック製買物袋の業種別種類別

表 3-16 プラスチック製買物袋の業種別種類別用いた量

使用量 (t)	プラスチック製買物袋	厚手のプラスチック製買物袋	海洋生分解性プラスチック製買物袋	バイオマスプラスチック製買物袋
各種商品小売業	15,814	451	0	6,000
繊維・衣服・身の回り品小売業	6,325	157	0	315
飲食料品小売業	18,508	499	0	9,941
家具・じゅう器・機械器具小売業	150	131	0	30
医薬品・化粧品小売業	2,115	35	0	3,113
書籍・文房具小売業	390	3	0	54
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	364	36	0	2
自動車部分品・附属品小売業	0	0	0	0
合計	43,666	1,313	0	19,455

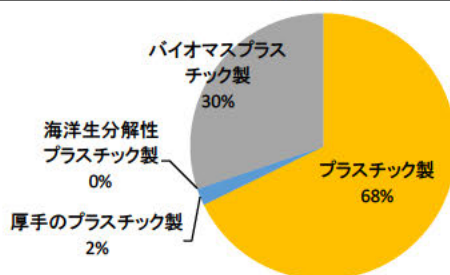


図 3-29 プラスチック製買物袋の種類別内訳

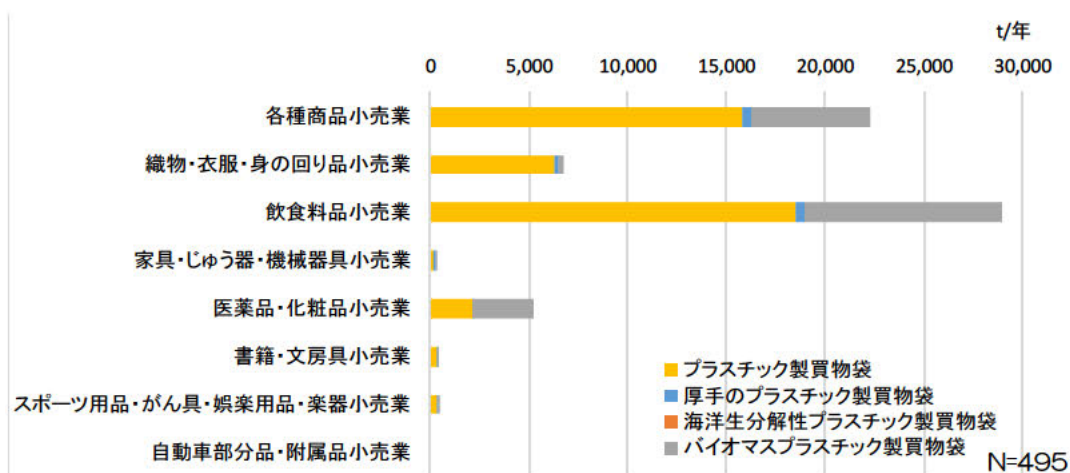
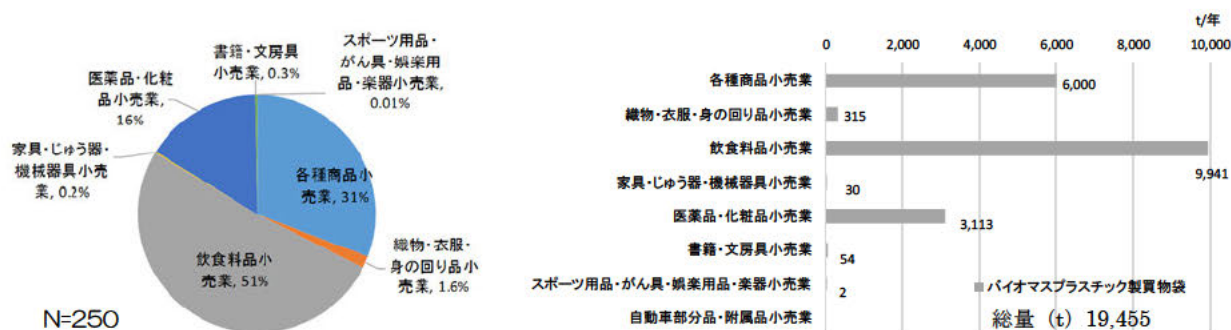
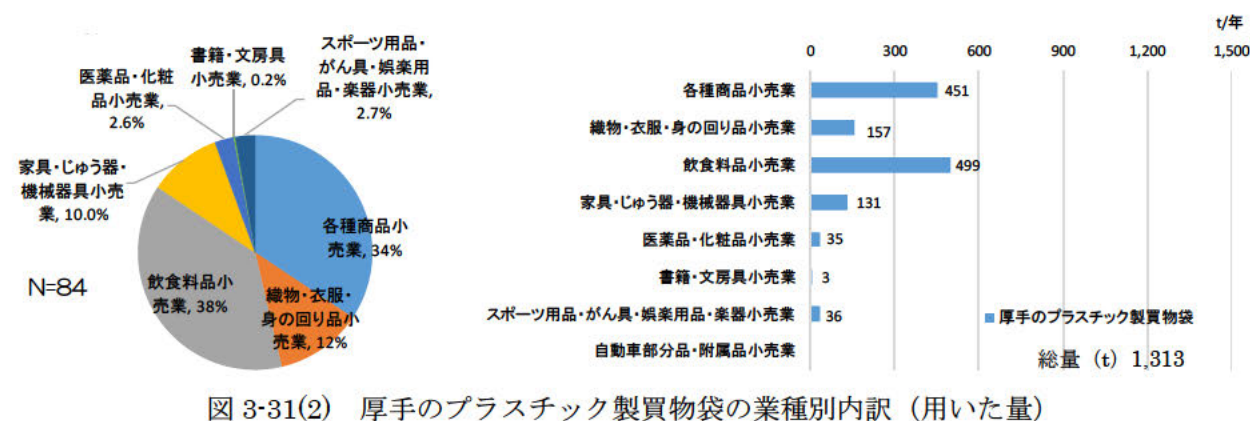
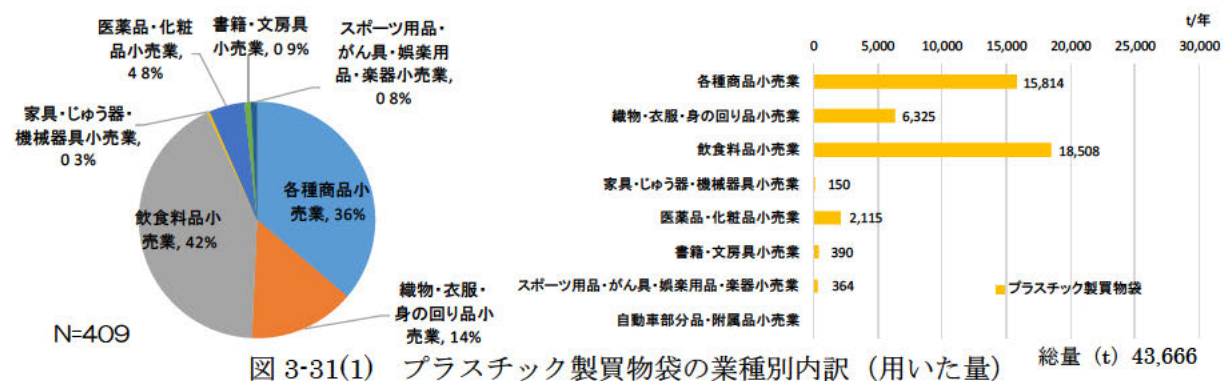


図 3-30 プラスチック製買物袋の業種別種類別用いた量

プラスチック製買物袋の種類別の業種ごとの使用量内訳は以下の通り。



2) プラスチック製買物袋有料化の効果分析及び感染症の影響等の分析

プラスチック製買物袋の有料化の効果进行分析するために、R3 年度報告（R2 実績）と R2 年度報告（R1 実績）のプラスチック製の容器包装の使用量を比較した。令和 2 年には新型コロナウイルス感染症が拡大した影響もあるため、プラスチック製の容器包装の使用量の減少が、有料化の効果によるものか、新型コロナウイルス感染症の影響により売上が減少したものなのか使用量だけの判断では不明瞭である。そのため、売上あたりの使用量（原単位）からも比較することとした。使用量の増減上位、下位 20 社について原単位を売上としている事業者について整理した。

プラスチック製買物袋の使用量が増加した業種には飲食料品小売業が多く、使用量が減少した業種にはスーパー等の各種商品小売業が多い傾向がみられる。飲食料品小売業は新型コロナウイルス感染症が拡大した影響により、テイクアウトが増加した結果使用量が増加したことが想定される。なお、プラスチック製買物袋の使用量が増加した飲食店小売業のヒアリング結果では、今までのプラスチック製買物袋からバイオマスプラスチック製買物袋に素材を変え無料で配布している。一方、スーパー等の各種商品小売業はプラスチック製買物袋の有料化の開始により使用量が減少したものと考えられる。

また、プラスチック製買物袋の有料化制度開始の効果及び新型コロナウイルス感染症の影響等を把握するために、上記の一部事業者にヒアリングを行った。合わせて定期報告書で「その他の容器包装」について使用量の多い事業者について内容的に確認を行った。

①プラスチック製買物袋の使用量が増加した事業者

・業種	飲食料品小売業	飲食料品小売業	飲食料品小売業
・使用開始年度	プラスチック製買物袋はかなり前から使用。2020 年 7 月からバイオマスプラスチック製買物袋に変更。	プラスチック製買物袋はかなり前から使用。2020 年 7 月からバイオマスプラスチック製買物袋に変更。	プラスチック製買物袋はかなり前から使用。バイオマス含有量 25%は 2020 年 5 月から使用。
・有料化実施	未実施	未実施	未実施
・使用量の増加の理由（法改正、コロナの影響など）	コロナ禍でテイクアウト、デリバリーが増加したため。	テイクアウトの増加、今回からフランチャイズ分を入れたことも要因。	コロナ禍で持ち帰りとデリバリー需要が増加したため。
・その素材を使用するメリット、デメリット	バイオマスプラスチック 20%含有のプラスチック製買物袋を使用。バイオマスプラスチック製買物袋はコスト高だが環境配慮を PR できる点はメリット。	コストがアップした点がデメリット。	持ち帰る際に、容器の蓋が外れ中身がこぼれないように、容器サイズに合わせた袋を設定しており、汁物等も取り扱うため、プラスチック素材の袋で対応。
・今後の予定（使い続けるか、他の素材も検討しているか）	継続だが、他の素材も検討。	石灰質入りの袋をごみ袋用に検討している。その他、過剰包装、厚さ現在 0.17mm（もっと薄めに）を検討。	継続
・国への要望	特になし	プラスチック製買物袋を有料化にするなら一律有料化にして欲しい。基準を後出しにされても対応できない。今回のプラ新法もバイオマスプラスチック含有率 25%でよいのか、10%でもよいのか基準が不明瞭。そもそもバイオマスプラスチックが良いか不明。	プラスチック問題については、提供（使用）事業者への取組強化ではなく、廃棄物処理（不法投棄）させない仕組み（公共のごみ箱の設置回収や、収集事業者への指導強化と捨てる側（消費者）への啓蒙に力を注いで欲しい。

②プラスチック製買物袋の使用量が減少した事業者

・業種	各種商品小売業	各種商品小売業
・有料化開始年度	2020年4月	2007年（1店舗）、2014年（全店舗）、ただし食品関連のプラスチック製買物袋のみ。法改正で衣料品のプラスチック製買物袋も有料化した。
・使用量の減少理由（法改正、コロナの影響など）	プラスチック製買物袋の有料化の法改正の効果のため。	プラスチック製買物袋の有料化の法改正の効果のため。（それまでは食品関連のプラスチック製買物袋辞退率は70%程度であったが、法改正により衣料品のプラスチック製買物袋を含め辞退率は90%以上となった。）
・その素材を使用するメリット、デメリット	環境配慮をアピールした	一部生分解性のプラスチック製買物袋を使用していたが、法改正により通常のプラスチック製買物袋にした。（改正前から環境配慮の視点からプラスチック製買物袋の有料化を実施）
・今後の予定（使い続けるか、他の素材も検討しているか）	継続	継続
・国への要望	特になし	特になし
・その他	法改正の流れを受け、法改正前の4月からプラスチック製買物袋の有料化を実施。それまではプラスチック製買物袋の辞退者にポイントを付与していたが辞め、有料化した。また一部の店舗では生分解性のプラスチック製買物袋を使用したが、現在は辞めている。	

③定期報告書（第1表容器包装を用いた量）の厚手・バイオマスプラスチック製買物袋について、使用量の多い事業者

・業種	飲食品小売業	各種商品小売業	医薬品・化粧品・小売業
・使用開始年度	2015年からバイオマスプラスチック製買物袋を使用。2020年7月からはバイオマス認証マークを追記。	有料化の法改正以前から使用。	以前から生分解性のプラスチック製買物袋を導入。導入時は消費者に無料配布とし、更にポイントを付与。
有料化の実施	未実施	有料化実施	有料化実施
・使用を始めたきっかけ、理由（法改正、コロナの影響など）	当初は環境配慮、マークを付けたのは国の制度に準じていることを示すため。またコロナ禍でテイクアウト需要が高まり、プラスチック製買物袋の使用枚数は増加。	2021年3月に子会社吸収合併に伴いプラスチック製買物袋を統一、環境配慮のため。	有料化の法改正により開始（以前行っていたポイント制も廃止した）。
・その素材を使用するメリット、デメリット	環境配慮をPR	有料化による排出抑制、環境配慮、デメリットはない。有料化したためコストは増えていない。	環境配慮には繋がるがコストはアップ。
・今後の予定（使い続けるか、他の素材も検討しているか）	継続	継続	継続
・国への要望	特になし	特になし	特になし
・これまでのプラスチック製買物袋から生分解性やバイオプラ等に切り替えたことによってコストは増えたか	非開示	有料化したためコストは増えていない。	コストは増えた。
・プラスチック製買物袋有料化の対象外のものについては、無料配布でもよいが、あえて有料で消費者に提供しているか	無料で配布	有料で提供	生分解性プラスチック製買物袋でも環境に良いわけではないので、有料化の対象。

その他			有料化でプラスチック製買物袋の配布枚数は減少しているが、定期報告で記載したプラスチック製買物袋の使用量は購入量（決算年度の購入量）のため、年度内に使用した量とは、ずれが生じている。店舗数、売上増も要因。次回の定期報告では本年度の 3 割程度の減少となる見込み。
-----	--	--	--

④定期報告書（第 1 表容器包装を用いた量）の「その他の容器包装」について、使用量の多い事業者

当初ヒアリングで確認する容器包装は、小売業で商品購入時に付す、袋、包装紙などの容器包装を想定していたが、実際に確認したところ、その他の容器包装には、ガラスびんや PET ボトル等の商品を容器包装の使用量として報告している事業者があった。

・業種	家電小売り業
その他の容器包装の内容	LIMEX
・使用開始年度	2020 年
・使用を始めたきっかけ、理由（法改正など）	法改正
・その素材を使用するメリット、デメリット	メリット、プラ削減 60%、環境配慮。デメリット、コストアップ、プラスチックプラスチック製買物袋に比べると強度が劣る。
・処理について（リサイクルできるものか）	不明
・どのように新素材を発掘・調達しているのか	環境配慮製品を探していたところ、たまたま上部が LIMEX の開発企業と繋がりがあったため調達し使用。
・今後の予定（使い続けるか、他の素材も検討しているか）	今後も使用していく予定だが、使用量は減らし、バイオプラや紙の使用を増やすことも検討。
・国への要望	特になし

(4) まとめ

R3 年度報告（R2 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。

R3 年度報告（R2 実績）の容器包装使用量及び、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イルス感染症が拡大した影響等により、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及び紙製容器包装が使用されていた。

また、R3 年度報告（R2 実績）で初めての報告となった事業者は 26 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。

(5) 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。 ・旧社名と社名変更があれば記載する。
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、誤った年度の集計となる。	・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である。	・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である。	・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 ・密接指標の定義を明確する。 ・単位を統一する。
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る。
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する。	・売上高の単位を「百万円」に統一する。 ・顧客数の単位を「千人」に統一する。

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。	・過去に提出のあった事業者に付けている紐付け番号の一覧を作成する。 ・新番号の付け方を定型化する。 ・新番号を付ける際に、過去のデータをよく確認する。
記入データ	・データの欠損や記入漏れがある。 ・データの不一致がある。	・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。 ・過年度データと比較する。 ・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る。	・定期報告書の記載上ゼロ記載はあってよいが、集計用データではゼロは削除する。
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は集計に反映される。	・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）は式等を削除する。

(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4年1月24日（月）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、ご記入ください

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			従業員数	
代表者役職・氏名				
当期決算年月			売上げ(直近期)	(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※の利用・製造等※1を行っていますか。(いずれかに○をしてください。)

1. 利用・製造を行っている 2. 利用・製造を行っていない

※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）

「1. 利用・製造等※1を行っています」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。

「2. 利用・製造等※1を行っていない」を選択された場合には、アンケート調査は終了です。

問2 各年度において利用・製造等を行っ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※1～5を参照にしつつ、記載してください。

容器包装利用・製造等に関する情報

年度 ※2	利用・製造等を行った 容器包装の種類※3				売上高 (百万円) ※4	従業員数 (人) ※4	備 考 ※5
	ガラス びん	PET ボトル	プラ	紙			
H28							
H29							
H30							
R1							
R2							

- ※1 : 貴社の販売する商品について容器包装（ガラスびん・PET ボトル・プラスチック製容器包装・紙製容器包装）を利用、又は、製造の事業を行うこと（輸入販売を含む）。
- ※2 : 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。
- ※3 : 平成 28 年度から令和 2 年度について、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。
- ※4 : 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。
- ※5 : 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。

容器包装廃棄物の再商品化義務履行の状況 ※6

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	
〔	

- ※6 : 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。

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。

令和3年度定期報告制度集計結果

産業技術環境局
資源循環経済課

目次

1.定期報告集計結果		pp. 3-22
1-1定期報告制度の概要	p. 4	
1-2【提出全事業者】定期報告提出事業者の業種	p. 5	
1-3【提出全事業者】容器包装を用いた量の推移	p. 6	
1-4【提出全事業者】容器包装を用いた量_プラスチック製買物袋	p. 8	
1-5【連続提出事業者】定期報告提出事業者の業種	p.13	
1-6【連続提出事業者】容器包装を用いた量の推移	p.14	
1-7【連続提出事業者】密接指標の設定状況	p.16	
1-8【連続提出事業者】原単位の推移_素材別・密接指標別	p.17	
1-9【連続提出事業者】事業者別の原単位の評価	p.18	
1-10排出抑制への取組と原単位の関係	p.20	
 2.事業者による容器包装削減取り組み事例		 pp. 21-25
2-1容器包装使用の合理化事例	p.22	
2-2地方公共団体との連携事例	p.25	

1. 定期報告集計結果

1-1. 定期報告制度の概要

- スーパーやコンビニエンスストアなどの小売業者は、容器包装リサイクル法に基づく指定容器包装利用事業者として、H19年4月1日より、レジ袋等の容器包装の使用削減の取り組みを行うべきこととされている。
- 容器包装多量利用事業者に対しては、同法に基づき、容器包装を用いた量及び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に取り組んだ措置の実施の状況に関し、毎年度、主務大臣に報告（以下「定期報告」）することが義務づけられている（H19年度以後の年度に係る容器包装の量及び措置の実施の状況について適用）。

◆ 定期報告制度報告対象

報告すべき年度の前年度において用いた容器包装（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、その他の容器包装の合計）の量が50トン以上である以下の小売事業者。

- 各種商品小売業
- 繊維物・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

◆ 報告事項

- 容器包装を用いた量【定期報告様式第1表】※
- 当該容器包装を用いた量と密接な関係を持つ値【第2表】
- 容器包装の使用原単位【第3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【第4表】
- 過去5年度間の容器包装の使用原単位の変化状況【第5表】※
- 過去5年間で容器包装の使用原単位が改善できなかった場合、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、その理由【第6表】
- 判断の基準となるべき事項に基づき実施した取組【第7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【第8表】

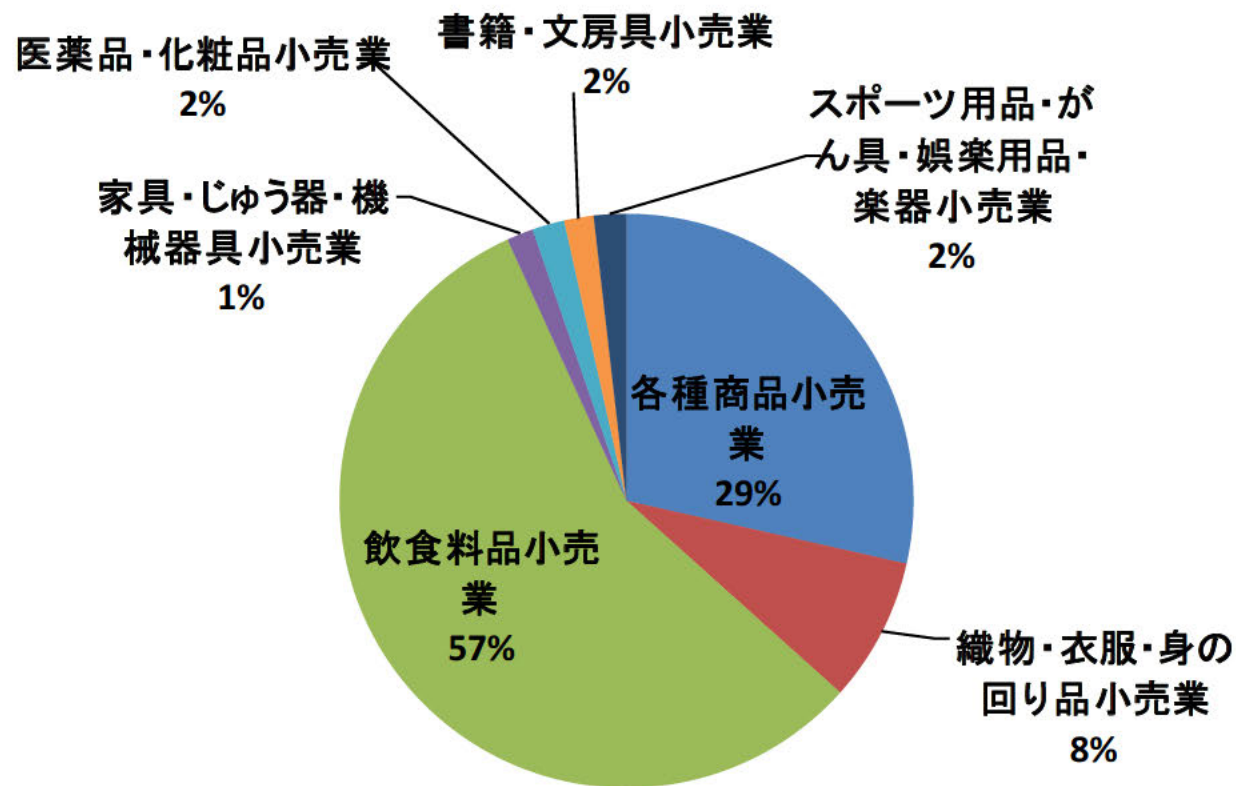
※プラスチック製買物袋の有料化制度がR2年7月より開始したため、「プラスチック製の買物袋数量」のうち以下の買物袋の令和2年度使用量は、第一四半期分の集計が正しく反映されていない場合がある。

・厚手のプラスチック製の買物袋 ・海洋生分解性プラスチック製の買物袋 ・バイオマスプラスチック製の買物袋

1-2. 定期報告集計結果

【提出全事業者】定期報告提出事業者の業種¹

◆ 集計対象者の業種別内訳



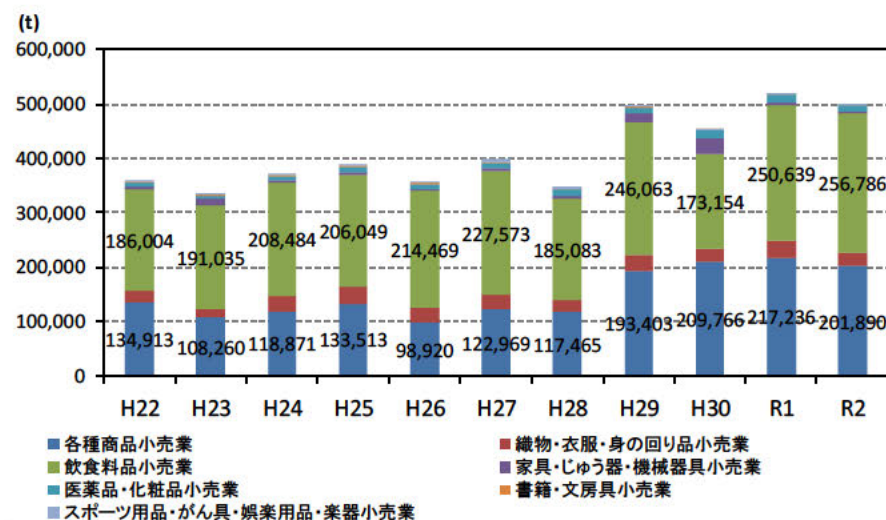
N=603

1: 令和3年度提出事業者（603事業者）の集計結果。出所：定期報告制度

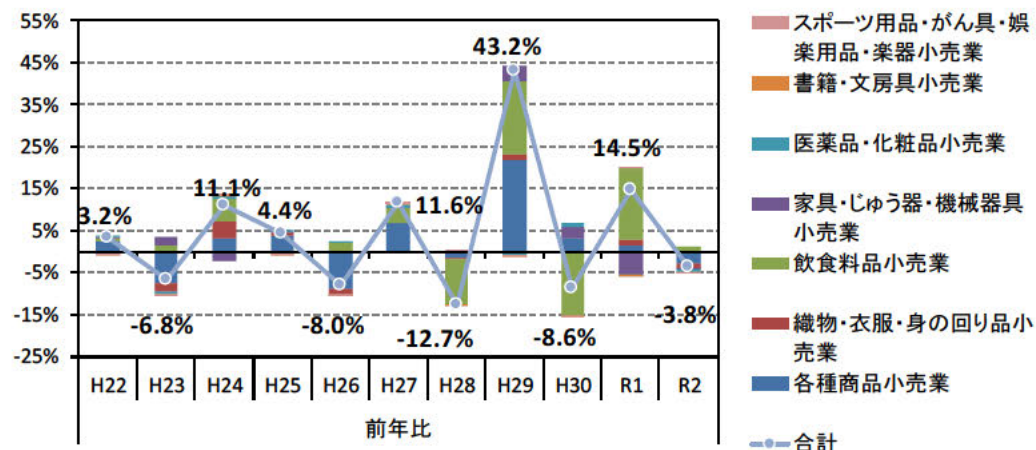
1-3. 定期報告集計結果

【提出全事業者】容器包装を用いた量の推移_業種別²

◆ 業種別容器包装を用いた量の推移



◆ 容器包装を用いた量の推移（寄与度分解）



年度	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
総量(t)	358,545	334,129	371,356	387,634	356,488	397,878	347,535	497,538	454,863	520,964	501,213

2: 各年度の提出事業者の値を集計。

業種別容器包装を用いた量の合計値と総量は誤差が生じる場合がある（事業者毎の容器包装別の合算値÷合計量であるため（四捨五入等の影響））。

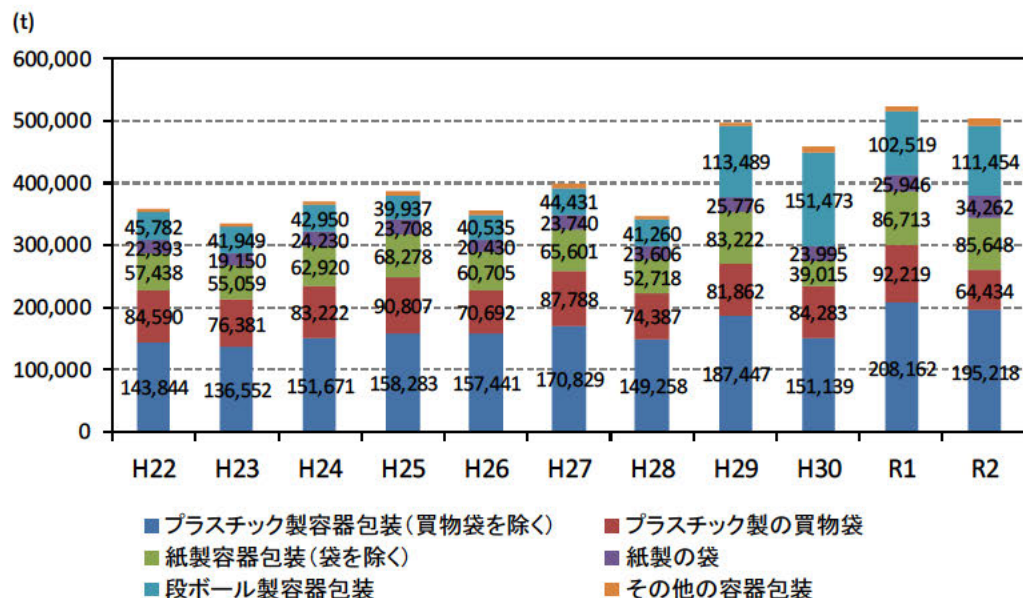
寄与度分解：前年度実績比の寄与度分解

出所：定期報告制度

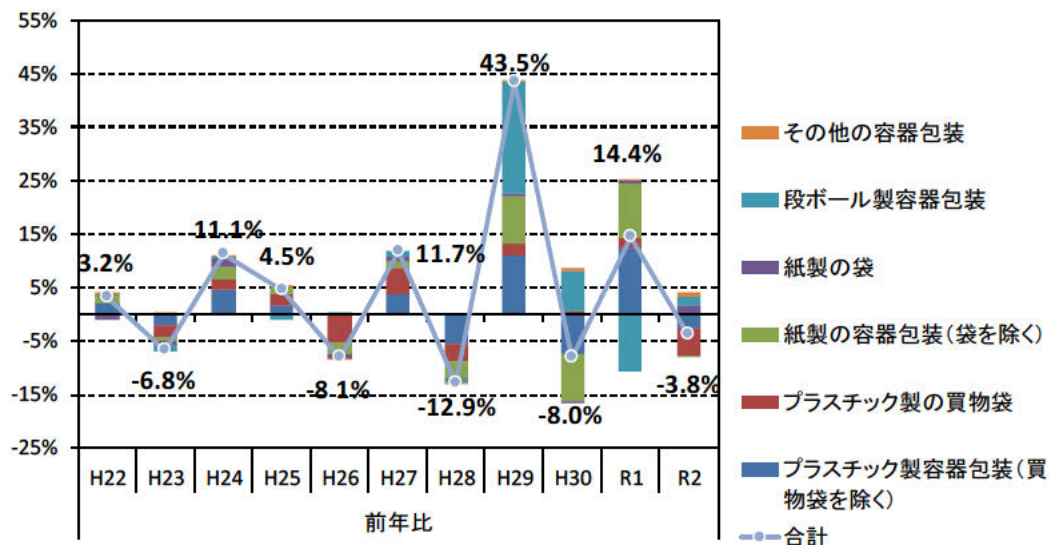
1-3. 定期報告集計結果

【提出全事業者】容器包装を用いた量の推移_素材別³

◆ 素材別容器包装を用いた量の推移



◆ 容器包装を用いた量の推移(寄与度分解)



年度	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
総量(t)	358,578	334,171	371,206	387,816	356,406	397,970	346,761	497,620	457,847	523,753	503,695

3: 各年度の提出事業者の値を集計。

素材別容器包装を用いた量の合計値と総量は誤差が生じる場合がある(事業者毎の容器包装別の合算値÷合計量であるため(四捨五入等の影響))。

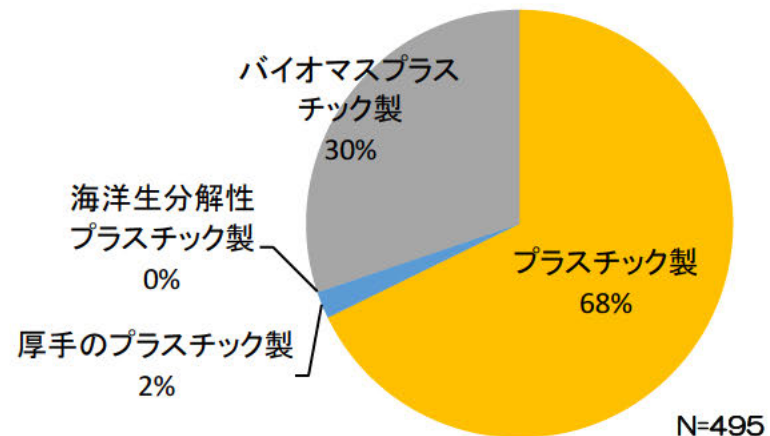
寄与度分解: 前年度実績比の寄与度分解

出所: 定期報告制度

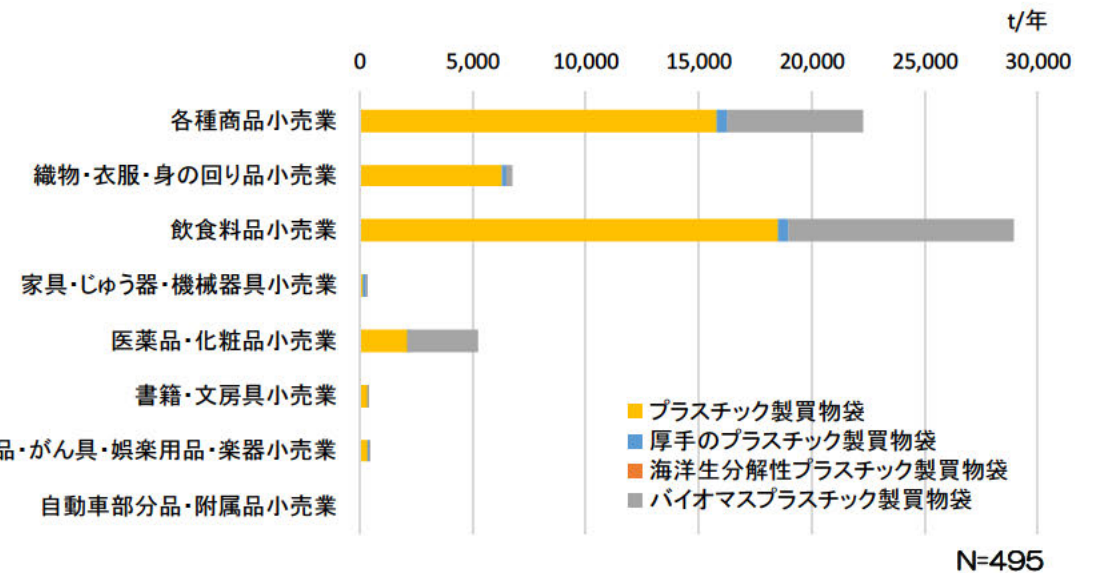
1-4. 定期報告集計結果

【提出全事業者】容器包装を用いた量_プラスチック製買物袋⁴

◆ プラスチック製買物袋の種類別内訳



◆ プラスチック製買物袋の業種別種類別用いた量



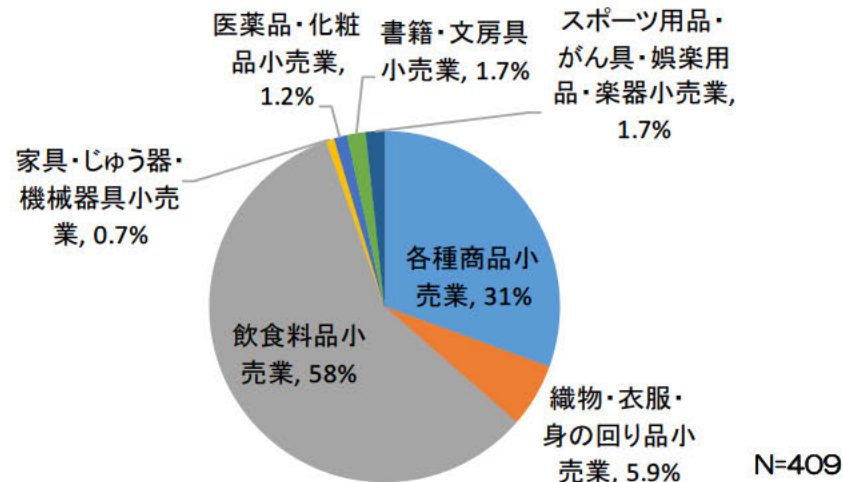
年度	R2
プラスチック製買物袋(t)	43,666
厚手のプラスチック製買物袋(t)	1,313
海洋生分解性プラスチック製買物袋(t)	0
バイオマスプラスチック製買物袋(t)	19,455
合計(t)	64,434

4: 令和2年度の提出事業者の値を集計。
出所：定期報告制度

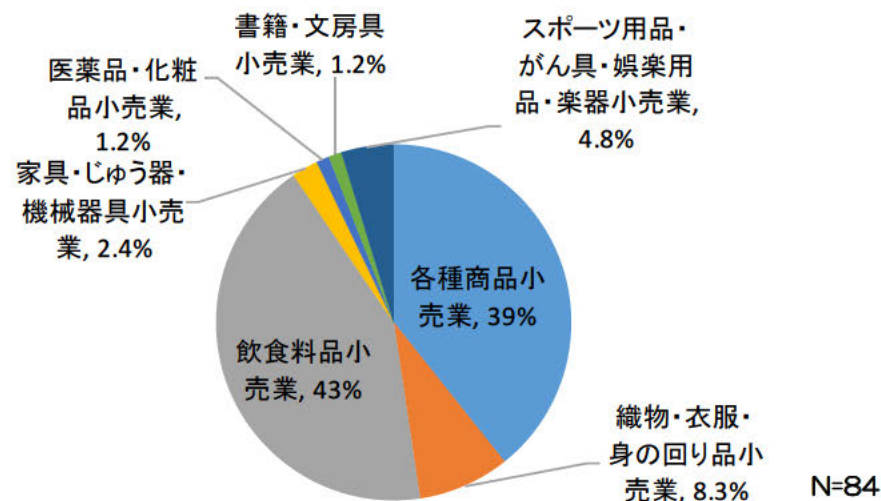
1-4. 定期報告集計結果

【提出全事業者】容器包装を用いた量_プラスチック製買物袋⁵

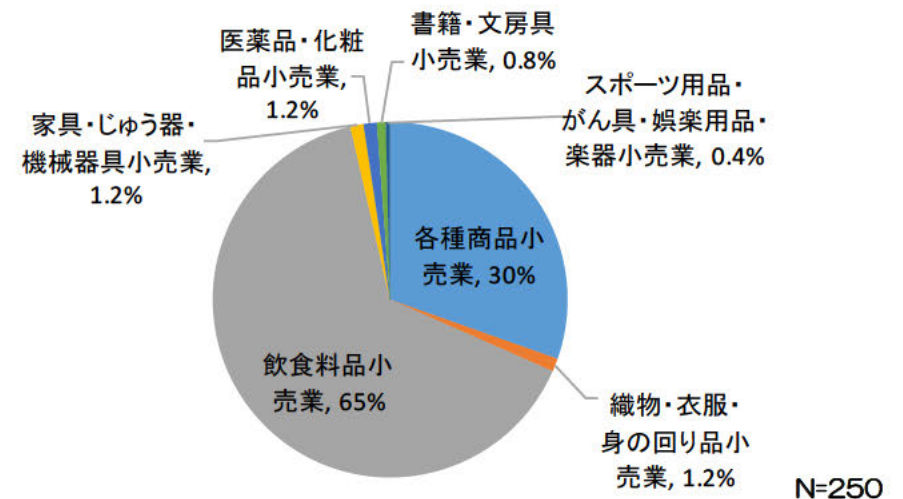
◆ プラスチック製買物袋の集計対象者の業種別内訳



◆ 厚手のプラスチック製買物袋の集計対象者の業種別内訳



◆ バイオマスプラスチック製買物袋の集計対象者の業種別内訳

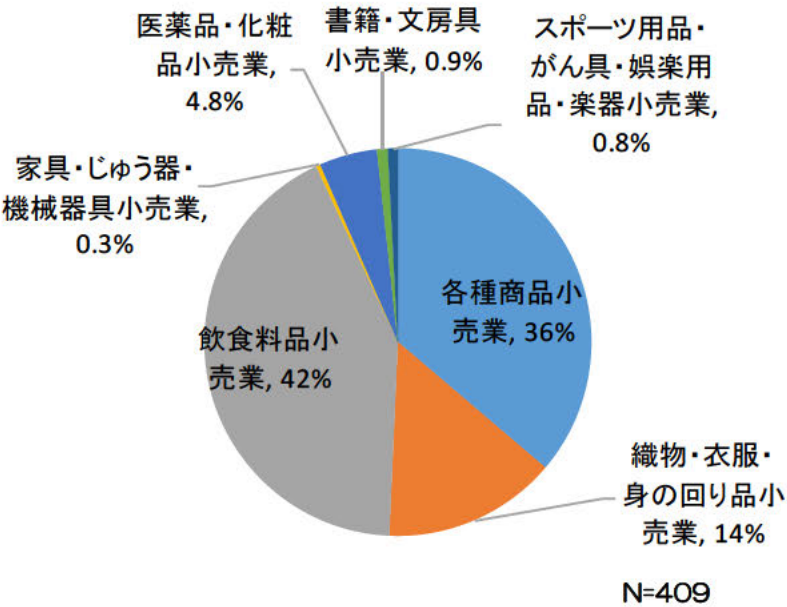


5:令和2年度のプラスチック製の買物袋の提出事業者（495事業者）の種類別業種別の集計結果。1社で複数の種類の買物袋を使用している場合があるため、4種類（プラスチック製・厚手のプラスチック製・海洋生分解性のプラスチック製・バイオマスのプラスチック製）の買物袋の合計は495事業者にはならない。
出所：定期報告制度

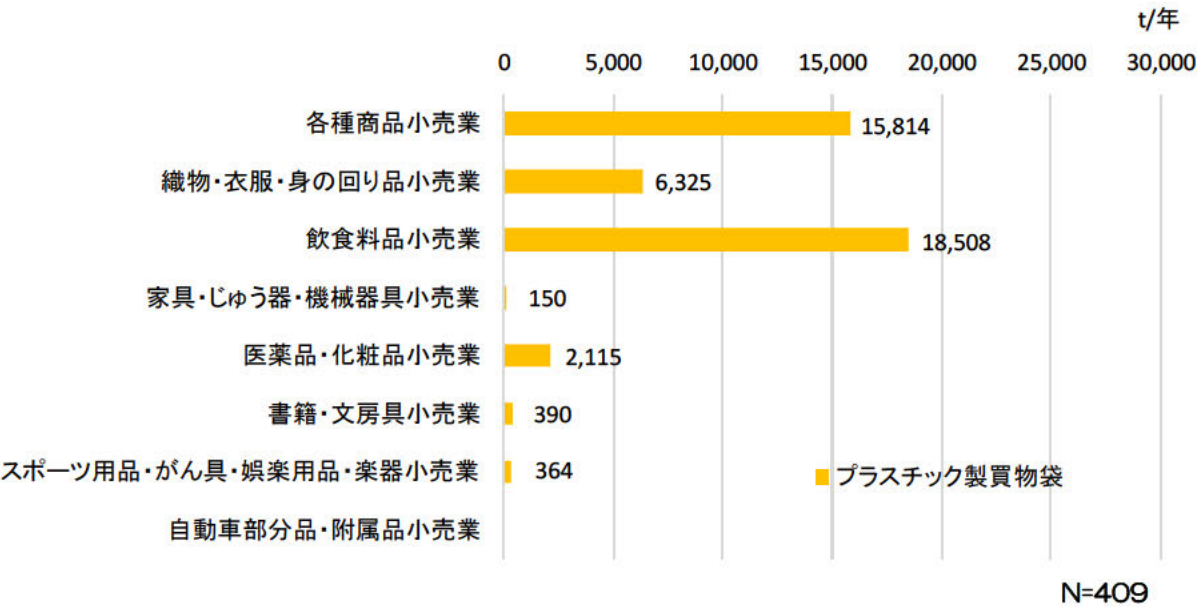
1-4. 定期報告集計結果

【提出全事業者】容器包装を用いた量_プラスチック製買物袋⁶

◆ プラスチック製買物袋の利用量に関する業種別内訳



◆ プラスチック製買物袋の業種別利用いた量



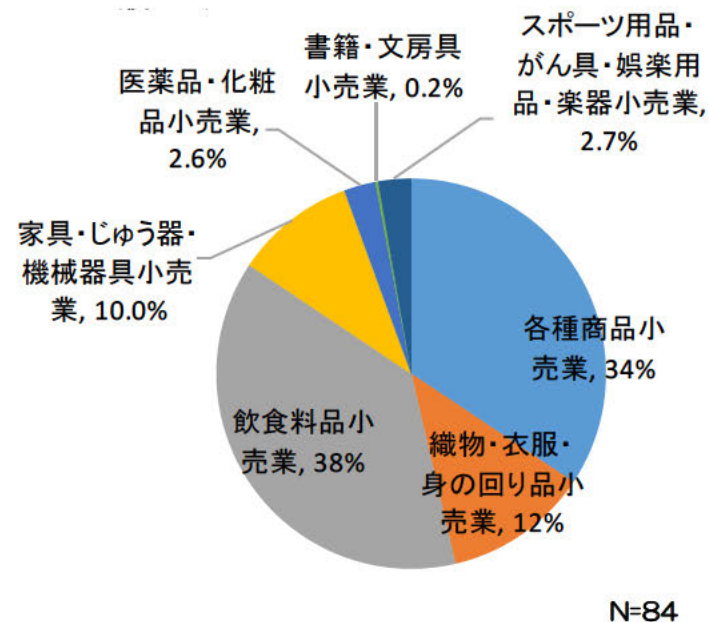
年度		R2
プラスチック製買物袋	総量(t)	43,666

6:令和2年度の提出事業者の値を集計。
出所：定期報告制度

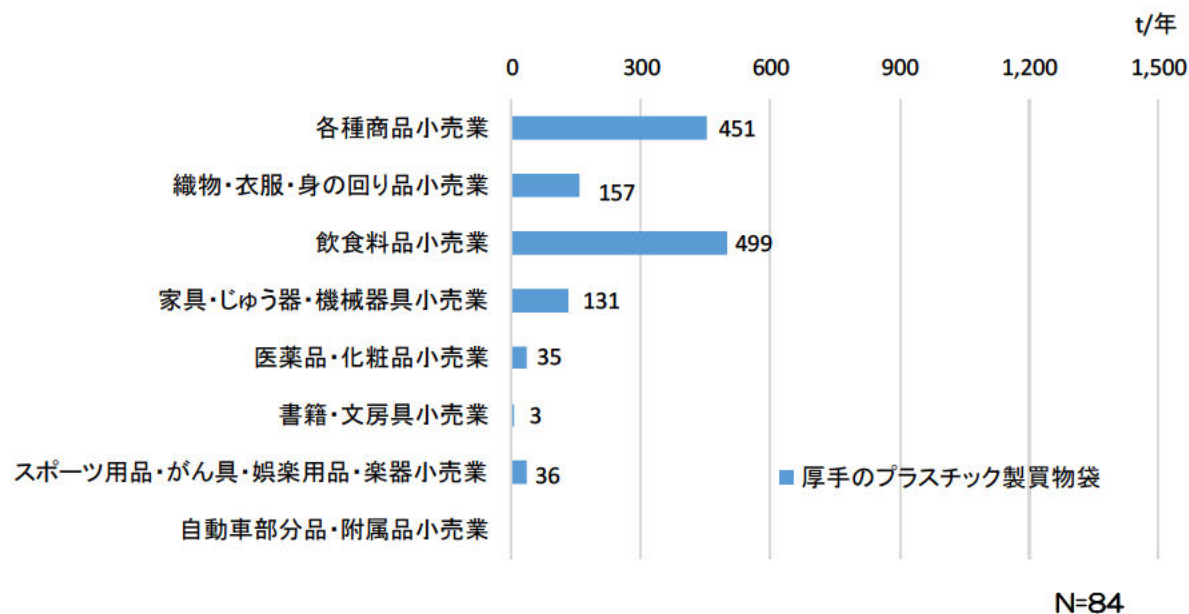
1-4. 定期報告集計結果

【提出全事業者】容器包装を用いた量_プラスチック製買物袋⁷

◆ 厚手のプラスチック製買物袋の業種別内訳



◆ 厚手のプラスチック製買物袋の業種別用いた量

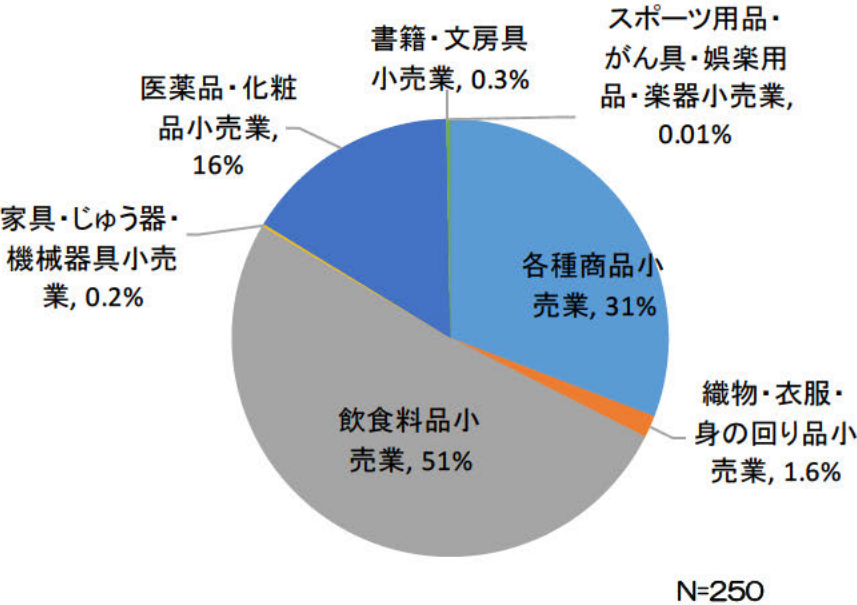


年度		R2
厚手のプラスチック製買物袋	総量(t)	1,313

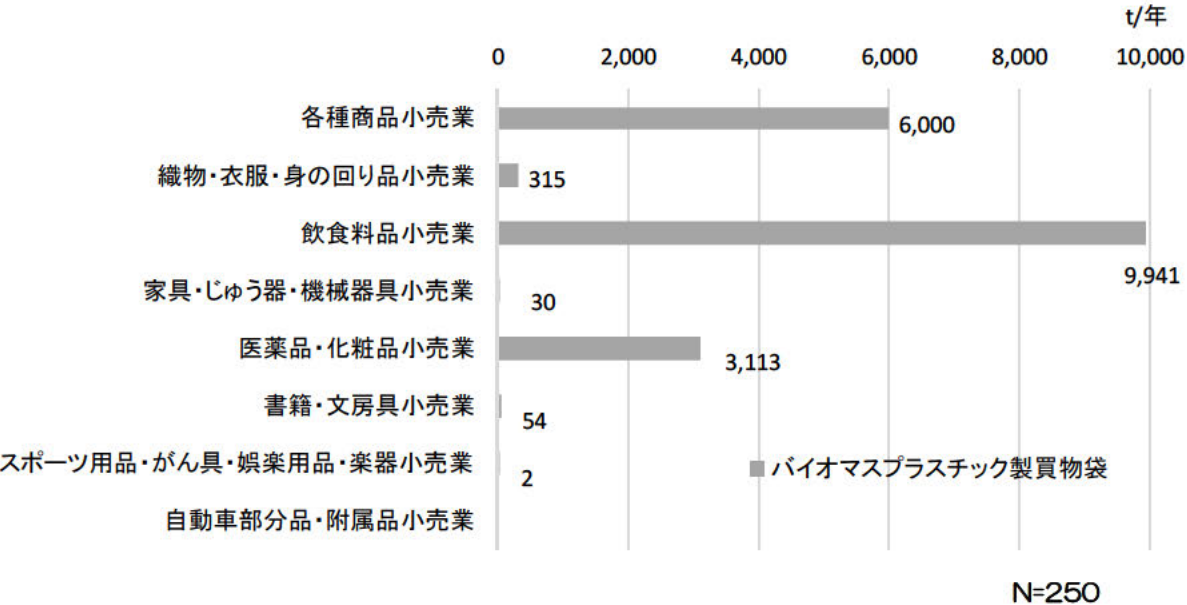
1-4. 定期報告集計結果

【提出全事業者】容器包装を用いた量_プラスチック製買物袋⁹

◆ バイオマスプラスチック製買物袋の利用量に関する業種別内訳



◆ バイオマスプラスチック製買物袋の業種別利用量



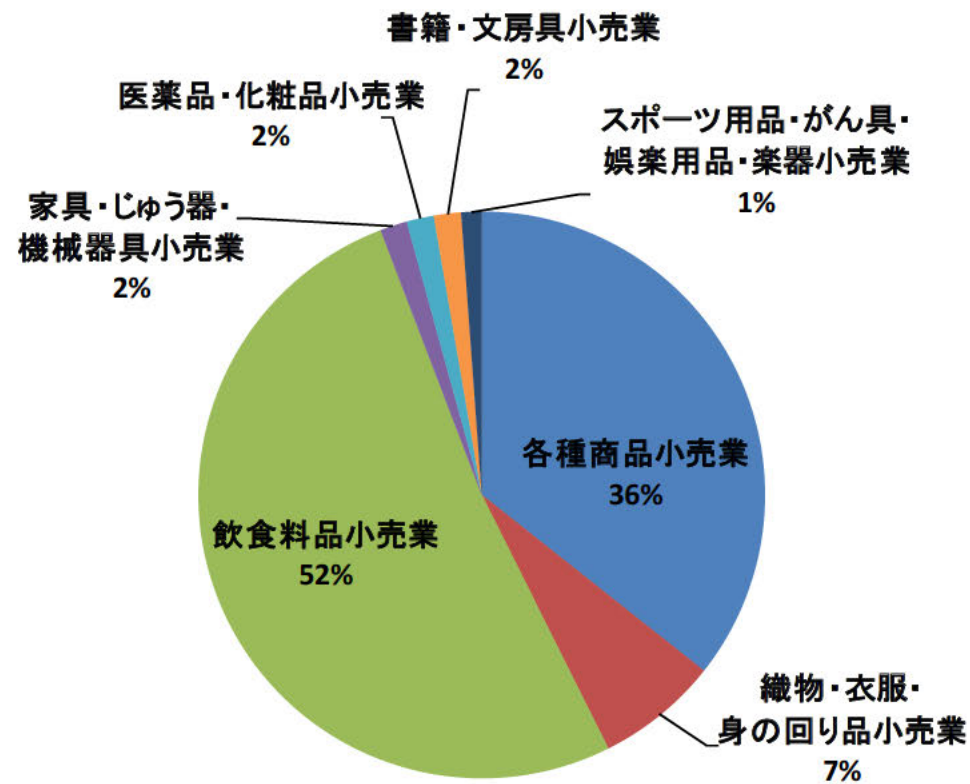
年度		R2
バイオマスプラスチック製買物袋	総量(t)	19,455

9:令和2年度の提出事業者の値を集計。
出所：定期報告制度

1-5. 定期報告集計結果

【連続提出事業者】定期報告提出事業者の業種¹⁰

◆ 集計対象者の業種別内訳

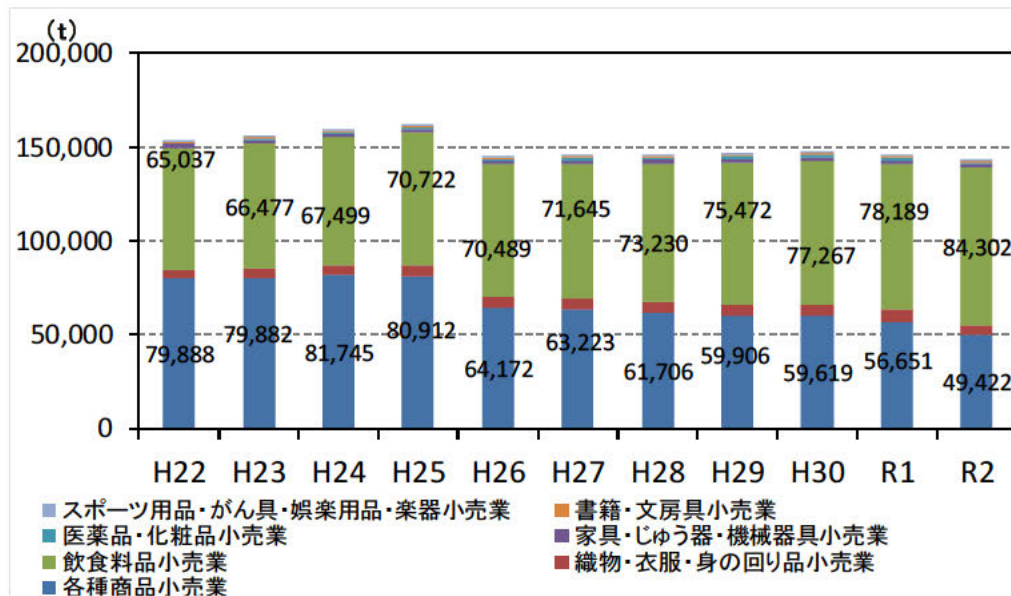


N=258

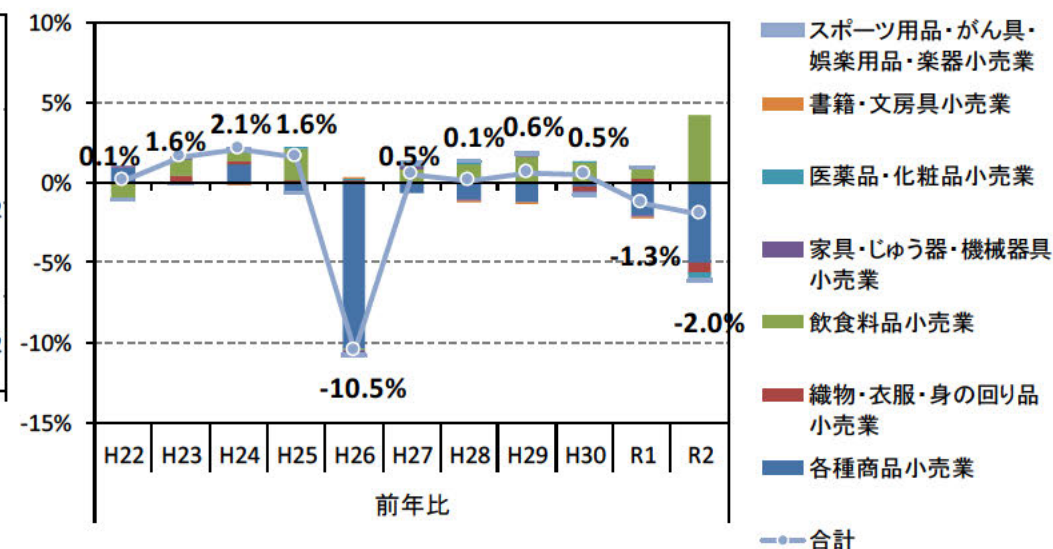
1-6. 定期報告集計結果

【連続提出事業者】容器包装を用いた量の推移_業種別¹¹

◆ 業種別容器包装を用いた量の推移



◆ 容器包装を用いた量の推移（寄与度分解）



年度	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
総量(t)	153,385	155,812	159,103	161,639	144,673	145,429	145,617	146,440	147,230	145,386	142,510

11:11年継続提出事業者で継続比較が可能な事業者（計258事業者）の集計結果。

業種別容器包装を用いた量の合計値と総量は誤差が生じる場合がある（事業者毎の容器包装別の合算値÷合計量であるため（四捨五入等の影響））。

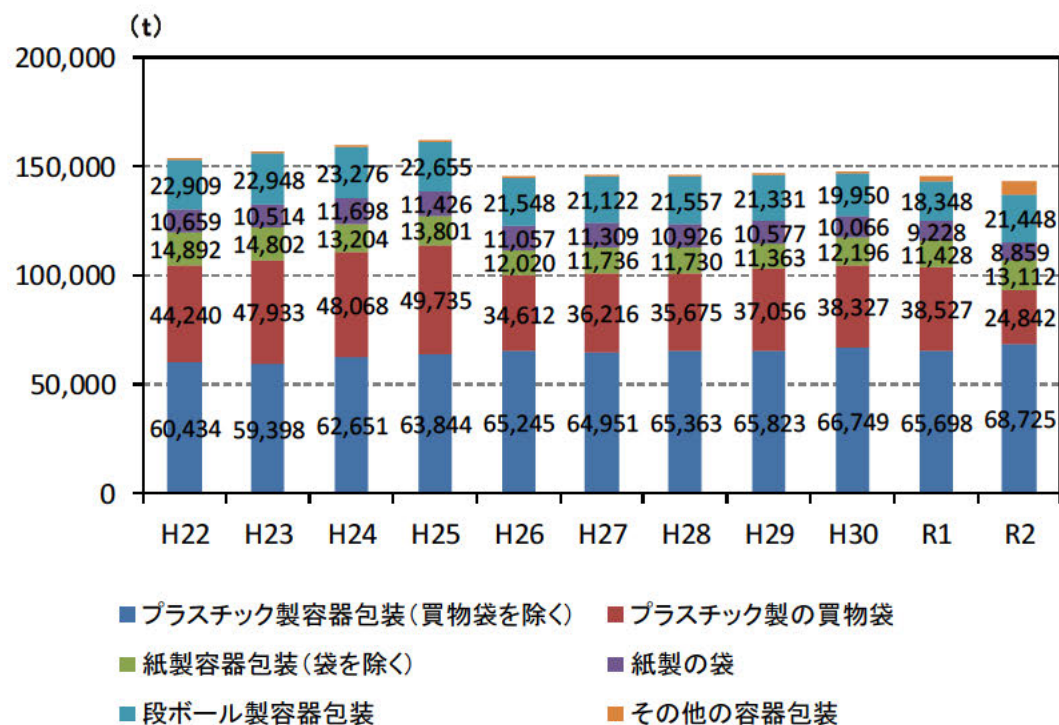
寄与度分解：前年度実績比の寄与度分解

出所：定期報告制度

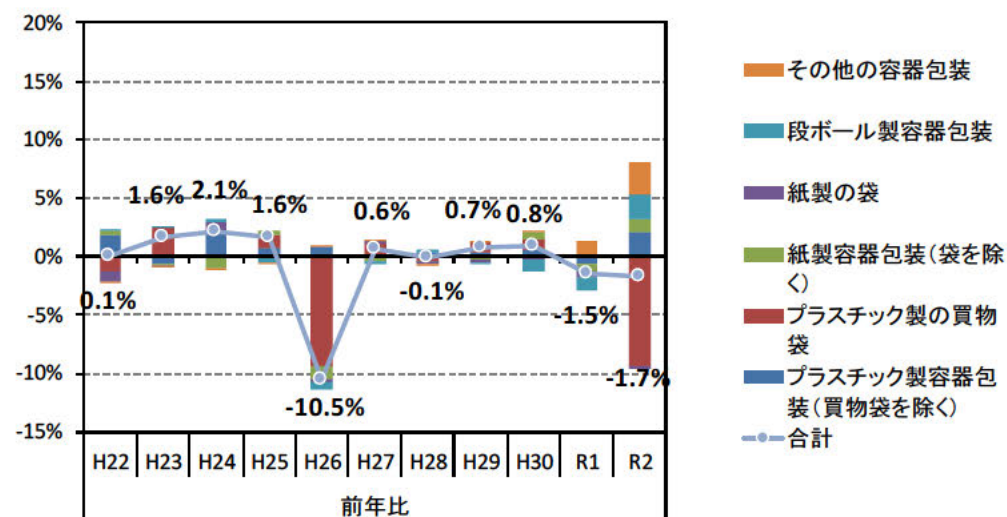
1-6. 定期報告集計結果

【連続提出事業者】容器包装を用いた量の推移_素材別¹²

◆ 素材別容器包装を用いた量の推移



◆ 容器包装を用いた量の推移（寄与度分解）



年度	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
総量(t)	153,368	155,812	159,082	161,632	144,673	145,562	145,403	146,440	147,674	145,431	143,009

¹²:11年継続提出事業者で継続比較が可能な事業者（計258事業者）の集計結果。

素材別容器包装を用いた量の合計値と総量は誤差が生じる場合がある（事業者毎の容器包装別の合算値÷合計量であるため（四捨五入等の影響））。

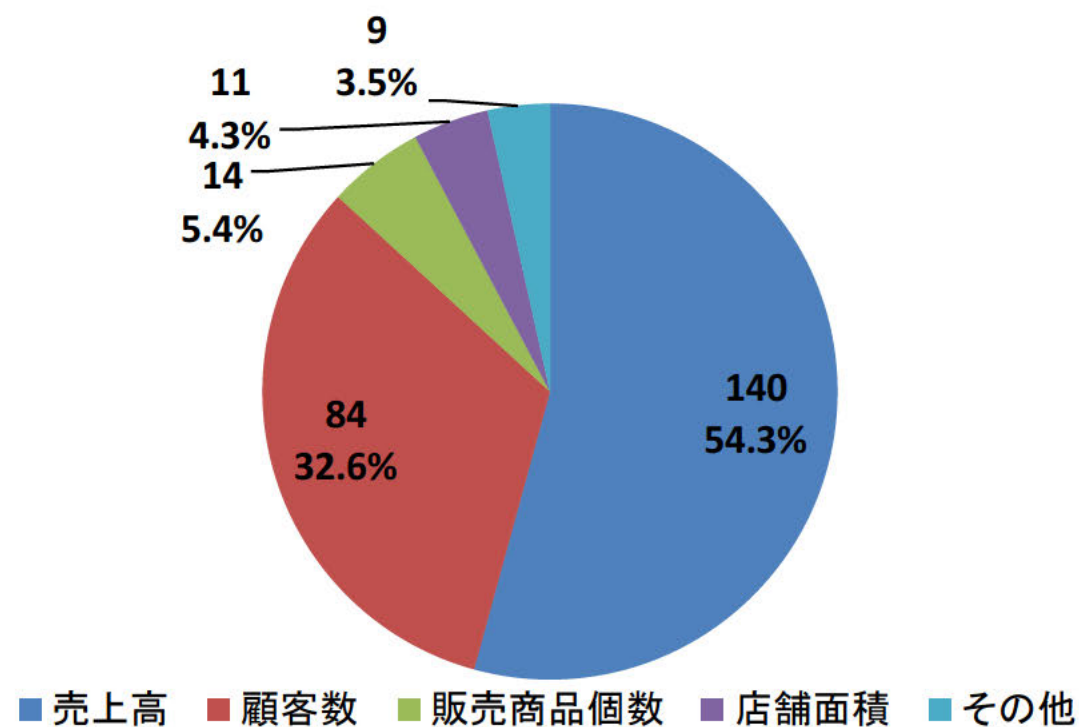
寄与度分解：前年度実績比の寄与度分解

出所：定期報告制度

1-7. 定期報告集計結果

【連続提出事業者】密接指標の設定状況¹³

◆ 容器包装を用いた量と密接な関係をもつ値の構成



N=258

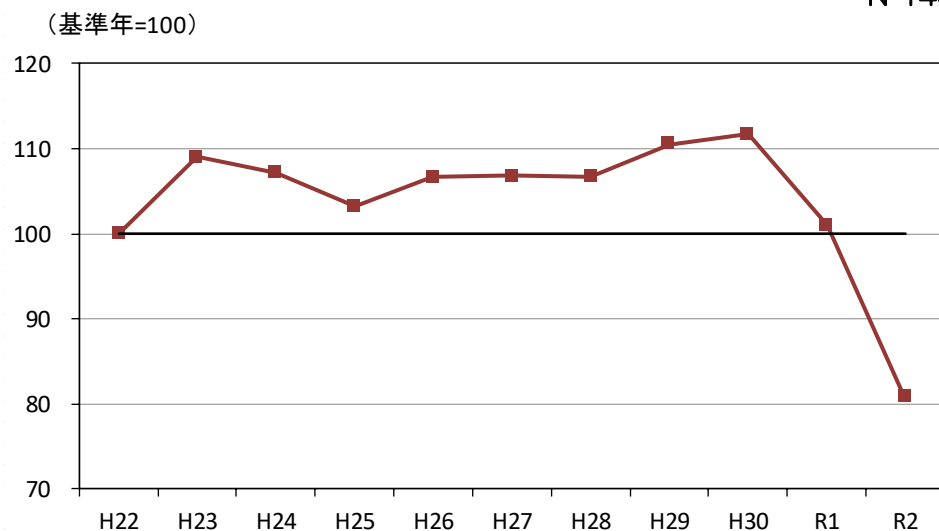
13: 11年継続提出事業者で継続比較が可能な事業者（計258事業者）の集計結果。
出所：定期報告制度

1-8. 定期報告集計結果

【連続提出事業者】原単位の推移_密接指標別¹⁴

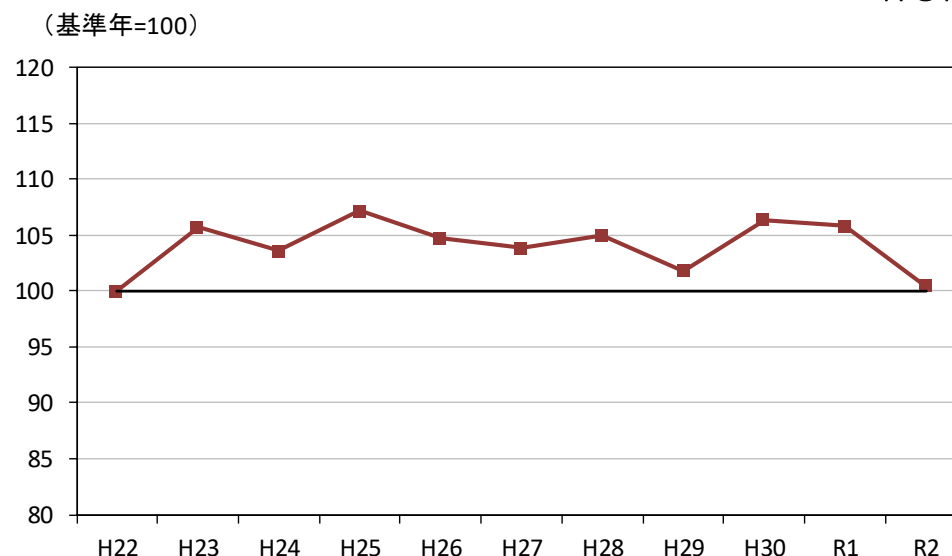
◆ 原単位の推移（密接指標：売上高）

N=140



◆ 原単位の推移（密接指標：顧客数）

N=84



全容器包装における原単位の推移

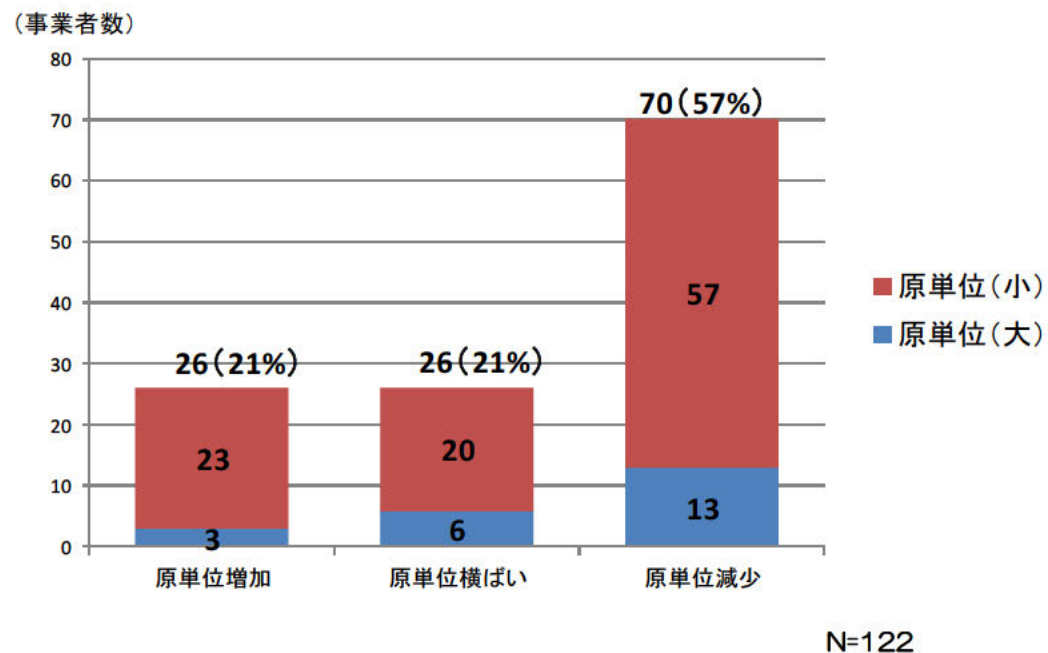
年度	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
N(売上高)	151	148	150	148	152	153	158	154	152	161	140
売上高合計 (百万円)	13,072,106	12,344,005	12,391,349	12,931,154	12,637,353	12,717,625	11,995,864	11,630,543	12,369,083	13,075,480	11,628,577
N(顧客数)	99	94	97	94	96	94	92	94	84	95	84
顧客数合計 (千人)	2,623,509	2,577,977	2,690,681	2,688,516	2,651,417	2,688,276	2,707,806	2,752,497	2,643,935	2,617,868	2,151,816

14: 容器包装の素材別の合計値H22年度の実績値を100として指数化
出所：定期報告制度

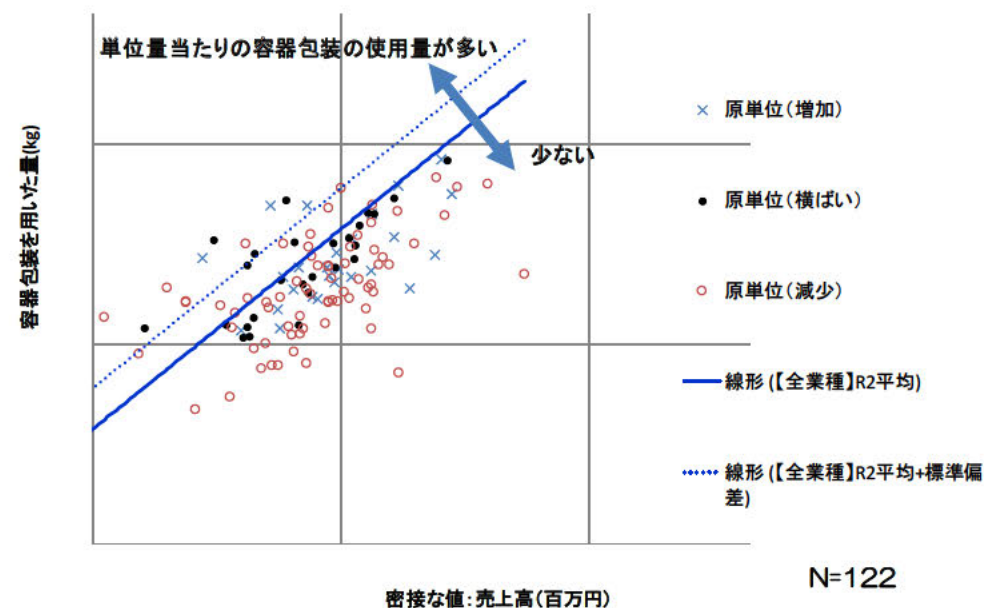
1-9. 定期報告集計結果

【連続提出事業者】事業者別の原単位の評価、密接指標：売上高¹⁵

◆ 原単位の分布（密接指標：売上高）



原単位の分布(密接指標:売上高) ※売上高、原単位ともにR2実績値

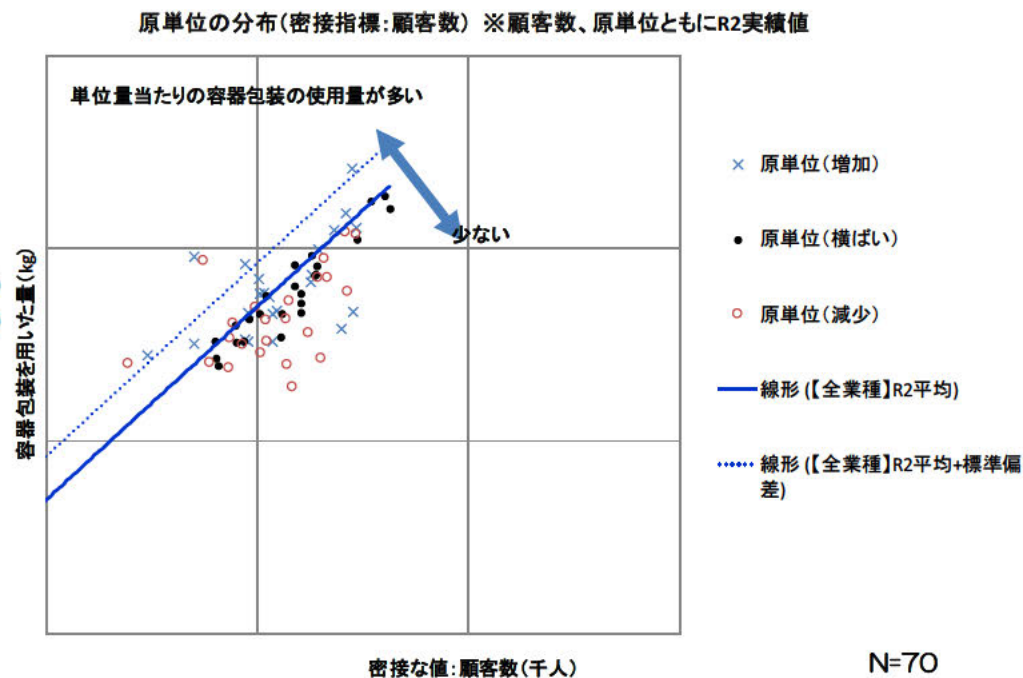
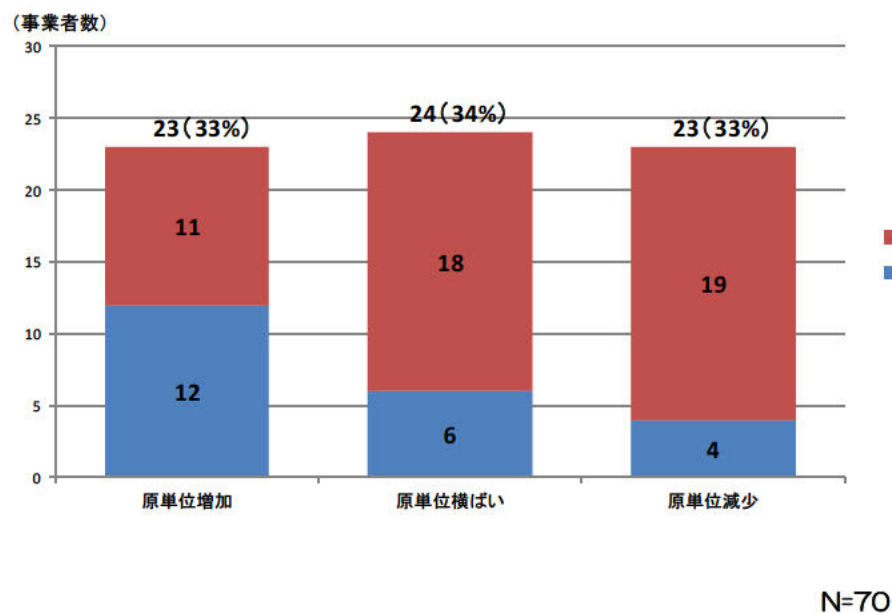


15: 横軸：売上高、縦軸：容器包装を用いた量（何れも対数表記）。11年連続提出事業者のうち、密接指標に売上高を用いており原単位の比較が可能な122社をプロット。H22年度実績からR2年度実績までの平均対前年度比変化率が年率±1%未満の事業者を横ばいとした。

1-9. 定期報告集計結果

【連続提出事業者】事業者別の原単位の評価、密接指標：顧客数¹⁶

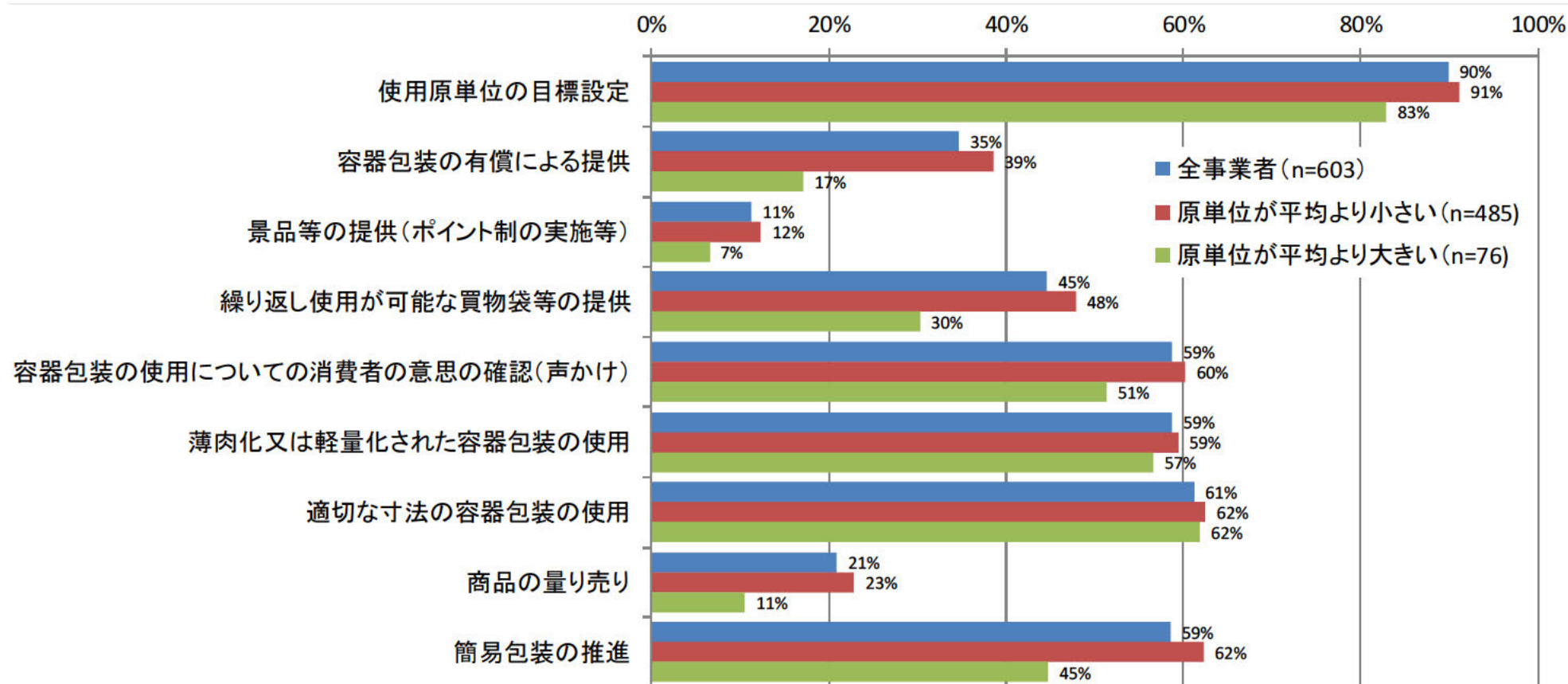
◆ 原単位の分布（密接指標：顧客数）



16:横軸：売上高、縦軸：容器包装を用いた量（何れも対数表記）。11年連続提出事業者のうち、密接指標に顧客数を用いており原単位の比較が可能な70社をプロット。H22年度実績からR2年度実績までの平均対前年度比変化率が±1%未満の事業者を横ばいとした。

1-10. 定期報告集計結果

排出抑制への取組みと原単位の関係¹⁷



2. 事業者による容器包装削減取り組み事例

2-1. 容器包装使用の合理化事例 (1)消費者によるプラスチック製の買物袋の排出抑制

「容器包装使用の合理化」(第7表)にて、独自の削減取り組みを行っている574事業者を集計¹⁸

◆ 有償化の取組み(403事業者)

- ・ レジ袋の有償販売実施とともに、マイバック・マイバスケットの利用を促進することでお客様と一緒に環境保護活動を推進。
- ・ 2009年よりレジ袋有料化を実施、消費者に対して資源活用促進ポスター設置や、レジでの買物袋持参を促進。
- ・ マイバックの利用促進をはかり、レジ袋を1枚五円及び三円で有料販売。等

2-1. 容器包装使用の合理化事例 (2)消費者による排出抑制促進

「容器包装使用の合理化」(第7表)にて、独自の削減取り組みを行っている574事業者を集計¹⁸

◆ 容器包装の使用についての消費者の意思確認(354事業者)

- ・ 金銭授受時にお客様へレジ袋が必要か伺い、前年度に引続きレジ袋削減の促進を強化。
- ・ 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。
- ・ 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。等

◆ 繰り返し使用が可能な買い物袋の提供(269事業者)

- ・ 商品購入によるプレゼントとしてエコバッグ等を提供。
- ・ 消費者に何度も繰り返しご利用いただけるよう、ブランドとしてのデザインや品質の高付加価値を図る。等

◆ 容器包装の有償による提供(209事業者)

- ・ 紙製手提げ袋はレジ袋有料化の対象ではなかったが有料化とし使用量の抑制を促進。
- ・ 買物袋以外の風呂敷や紙袋も都度、お客様に必要なの有無を確認し、必要な場合は有償で販売を実施。等

◆ 景品等の提供(68事業者)

- ・ 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。
- ・ マイバッグ持参のお客様にはメンバーズクラブのポイントをエコポイントとして付与。
- ・ 店頭で景品としてマイバッグの配布を実施。等

◆ その他(112事業者)

- ・ 商品配送時の送料有料化により、まとめ注文の促進を継続。
- ・ 中元・歳暮期のエコ包装を推奨。等

2-1. 容器包装使用の合理化事例 (3) 自らの過剰使用の抑制

「容器包装使用の合理化」(第7表) にて、独自の削減取り組みを行っている574事業者を集計¹⁸

◆ 適切寸法 (369事業者)

- ・ 商品サイズに合わせた容器包装提供の指導 (年1回)。
- ・ レジ袋は大中小の3サイズを揃え、商品にあったサイズを使用。
- ・ 包装材のリサイズを行い、販売品(CD・DVD・書籍等)のサイズに合った容器包装を提供。等

◆ 薄肉軽量 (354事業者)

- ・ 2014年度からレジ袋の厚さを薄くして軽量化を実施。レジ袋のサイズによって厚みを変え小袋はさらなる軽量化を実施。
- ・ 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。
- ・ 宅配サービスに用いる段ボール箱は、軽量化したものへの切り替えを実施。等

◆ 簡易包装 (353事業者)

- ・ ギフト商品の空間容積を減らし、容器のコンパクト化、軽量化を図る。
- ・ 自宅用のお買い上げ品へは簡易包装のお願い。
- ・ レジ精算の際、買上げ品によっては「買上テープ」を貼付することで精算済みを確認。等

◆ 量り売り (126事業者)

- ・ 食品 (主に総菜) の量り売りを実施。
- ・ お茶、惣菜、米、肉類などで商品の量り売りを実施。等

◆ その他 (93事業者)

- ・ 既存の紙製容器包装の使用抑制等を目的に、物流センターでの配送用包装作業にキャラメル包装機・シュリンクフィルム包装機などを導入。
- ・ 容器包装廃棄物の使用の合理化や排出抑制のため、各店の用度品ストックの定数管理や適正な発注を実践。等

2-1. 容器包装使用の合理化事例 (4)情報の提供

「容器包装使用の合理化」(第7表)にて、独自の削減取り組みを行っている574事業者を集計¹⁸

◆ 店頭 (396事業者)

- ・ 店内での「エコバッグキャンペーン」ポスターの掲示や、店内放送での呼びかけを実施。
- ・ 店頭において「レジ袋有料化実施中」のPOP、ポスターの掲示。等

◆ 冊子 (98事業者)

- ・ 中元・歳暮の冊子での簡易包装への呼びかけ。
- ・ レジ袋辞退率(マイバック持参)やリサイクルの取り組みをホームページや冊子などで周知。等

◆ 表示 (92事業者)

- ・ バイオマス由来原料を25%以上使用したプラスチック製袋である旨を当該袋に表示。
- ・ 各種紙製袋に市の雑がみリサイクル推進ロゴを印刷。
- ・ 紙手提げ袋の側面に「FSCマーク」・「リサイクルマーク」を明記。等

◆ その他 (148事業者)

- ・ 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たボードでお客様に対する情報共有、啓発を推進。
- ・ 宅配事業のお客様に配布する冊子で容器回収のご協力について普及活動を実施。
- ・ 店舗責任者会議、研修等で消費者に容器包装、持ち帰り削減についての説明を実施。消費者へスムーズに声掛けができるような教育を実施。等

¹⁸ 事業者独自の取り組みは複数あるが、事業者数を集計している。出所：定期報告制度

2-2. 地方公共団体との連携事例

「関係者との連携」（第7表）にて、地方自治体との取り組みを行っている150事業者を集計¹⁹

◆ キャンペーンへの参加（40事業者）

- ・ 県や市が実施するグリーン購入の促進・マイバック普及キャンペーンに協力。
- ・ 市の「ごみ減らそうデー店頭キャンペーン」に協力し、年1回店頭キャンペーンを実施。
- ・ 市民団体、行政等と連携し、店頭にてリサイクルキャンペーンやレジ袋持参運動啓発活動を実施。等

◆ 地域の協議会等への参加（35事業者）

- ・ 県のノーレジ袋推進連絡協議会に加盟し、レジ袋の無料配布中止（有料化）の取組みに参加。
- ・ 県レジ袋削減委員会の委員として会議等に参加。同委員会に協力頂きポスターの作成及びマイバッグでの購入を推進。
- ・ レジ袋削減推進協議会で県、市町村、消費者団体、事業者で情報交換、審議を実施。等

◆ 協定の締結（30事業者）

- ・ レジ袋削減に係る地方行政との協定などを締結し、継続的にキャンペーンなどを実施。
- ・ 市・消費者団体・市内商店と協定を結び、「レジ袋無料配布取止め」について実施。
- ・ 県と「レジ袋削減推進協定」を締結し、実績報告やアンケートを実施。等

◆ 広報活動での協力（28事業者）

- ・ 当社加入団体が配布するレジ袋削減チラシ等を各店舗で配布。
- ・ 市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実施。
- ・ 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とともに県との連携を図る。等

◆ その他（制度、寄付、報告等）（23事業者）

- ・ 各自治体からの要請に基づきレジ袋使用概況確認書を作成、提出。
- ・ 県とのレジ袋削減協定を締結し、他社取り組み紹介の情報を収集。レジ袋メーカーと定期的な情報交換を実施。
- ・ 市によるリサイクル調査に協力。
- ・ 有料レジ袋の収益金を各県及び市町に寄付。等

¹⁹：事業者による自治体との取り組みは複数あり、また事業者の自治体との取り組みは複数自治体との取り組みがあるが、事業者数を集計している。出所：定期報告制度