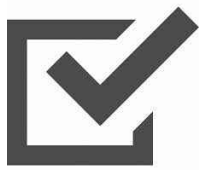


(3) 事例検討に向けた基礎調査



事業③実績 (3) 基礎調査

【目的】

北海道大学環境社会心理学研究室と連携し、レジ袋有料化をきっかけとした小売店舗における消費者のレジ袋收受有無を現地観察することで、**レジ袋有料化後の根本的なプラスチックごみ削減策**の検討を行う。

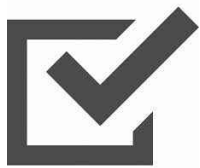
レジ袋有料化（R2.7.1）により一定のレジ袋削減効果が期待されるが、**根本的なワンウェイプラスチックごみの削減には、消費者の環境配慮行動を促すなど、補完的な施策が必要である**という問題認識のもと、現地観察、調査を実施。

事例⑤

レジ袋有料化後の実態調査

- **対象店舗** 市内6店舗（R2.7.1よりレジ袋を有料化）
- **調査期間** 各店舗につき、（昼1h + 夕1h）× 1週間
- **観察項目**
 - ・ レジ袋使用有無
 - ・ 利用者の基本属性（性別、年齢）
 - ・ 購入品数、購入物の内容（弁当など）
 - ・ 店員の声掛け状況 など





事業③実績 (3) 基礎調査

結果

観察項目別クロス集計表

	時間帯		性別		年齢層			購入個数						
	昼	夕方	男性	女性	~29歳	30歳~49歳	50歳~	1	2	3	4	5・6	7~9	10~
辞退率	64.7%	68.3%	62.5%	71.8%	66.2%	66.0%	66.3%	90.9%	70.7%	55.4%	45.4%	38.7%	31.9%	31.3%
該当数	1687	1129	1625	1191	618	1454	744	1054	891	448	193	84	45	20
総観察数	2607	1654	2602	1658	934	2204	1123	1160	1261	809	425	217	141	64

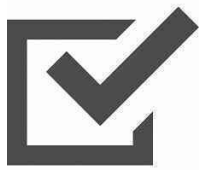
	弁当		弁当に準ずるもの		店員の声掛け		待ち列		マイバッグ		鞆	
	無	有	無	有	無	有	無	有	無	有	無	有
辞退率	68.6%	42.1%	72.4%	52.2%	80.2%	62.2%	70.0%	61.4%	62.2%	95.7%	60.0%	74.0%
該当数	2611	158	2073	606	564	1907	1696	1104	2308	490	1349	1437
総観察数	3805	375	2865	1162	703	3064	2424	1799	3712	512	2261	1942

- ※1 弁当 ……いわゆる平たい形状の弁当を示す
- ※2 弁当に準ずるもの ……サラダやスープといったお惣菜など、鞆に直接入れることが求められる食品のことを指す。
- ※3 店員の声かけ ……「レジ袋はご入用ですか」「このままでいいですか」など

考察

- 全体の辞退率は66.1%
- 店員の声かけがないほうが辞退率が高い。
→ガムやタバコのような小さなものを一品だけ購入した際など、明らかにレジ袋が不要な場面では店員と購入者の暗黙の共有された事項となっている可能性が考えられる。
- **弁当 及び 弁当に準ずるもの** を購入する場合、辞退率が低い。
→コンビニでの弁当の購入機会はスーパーより多いことに加え、持ち歩きにくく、仕事用の鞆などで来店するために鞆やその中身が汚れたくない、職場や外で弁当を食べる機会が多く食べ終わった後レジ袋があると捨てやすい、といったコンビニへ来客する層の特徴を反映していると考えられ、プラスチック頼りの生活への変化という根本的な問題の影響が考えられる。

本調査結果を踏まえ、今後、事業設計に向けた検討を実施する。



事業③実績

「先導事例を創出する」総括

- ✓ 国内の既存事例で得られたナッジの知見を導入し、事例を創出。道内にナッジ等の有用性を示した（**事例①**、**事例②**）。
⇒道庁内・道内市町村へのナッジ等の更なる訴求に向け、普及啓発や事例成果の周知等を継続していくことが必要。
- ✓ NPO法人PolicyGarageと連携し、ナッジを活用した北海道ならではのモデルケースとして2つの事例を設計。事例検討の過程で、ナッジの介入に至るまでの検討プロセスを構築した（**事例③**、**事例④**）。
⇒令和3年度において現場介入・効果測定を実施予定。北海道ならではの先導事例を創出し、道内関係者を巻き込む原動力とする。
- ✓ アカデミア（北海道大学環境社会心理学研究室）との連携により、札幌市内の小売店舗を対象にレジ袋の収受状況を現地観察（**事例⑤**）。
⇒現地観察でしか分からない行動特性を観察できるなど、行動変容策の設計における現地観察の重要性を認識。また北海道大学との共同調査により、発展的取組に向けた関係性も構築。