

<レジ袋有料化、その後>

2020年7月より、日本全国でレジ袋の有料化が始まりました。スーパー、コンビニ、百貨店などそれまで無料で配布されていたレジ袋が有料になり、これまでに様々な反響がありました。今回は過去のトピックス<どうなる？7月からのレジ袋>のその後の様子を小売店、レジ袋メーカー、消費者の3者の立場から調査してみました。

① スーパーマーケット、コンビニエンスストア等の小売店

スーパーマーケット、コンビニ等では殆どのお店がバイオマス原料 25%以上配合したレジ袋を採用し有料化となりました。それにより、7月以降レジ袋の辞退率が70%以上になったとの報道もあります。導入前はバイオマス原料を25%以上配合したレジ袋を大多数の店で無料配布するのではないかと予想されましたが、「環境に配慮しバイオマス原料を25%以上配合したもの」で有料化に踏み切ったスーパー、コンビニが殆どであり、レジ袋の削減という当初の目的は概ね達成されたようです。導入前にはふらっと立ち寄るコンビニのレジ袋辞退率は30%に満たない状況でしたが、導入後はセブンイレブンで75%、ファミリーマートで77%、ローソンで75%と予想を大きく上回る辞退率になったとの報道もありました。

② レジ袋メーカー、レジ袋卸し業者

導入前の2020年初頭から、事実上世界で唯一のバイオマス原料メーカーであるブラジルのブラスケム社のグリーンPEの確保に各レジ袋メーカーが頭を悩ませていました。作りこみの時期となった春先には原料の品薄感がピークになりましたがコロナウィルスによる緊急事態宣言も重なり、本来でしたら6月末までに使い切りたかった従来品のレジ袋が7月以降も大量に在庫になってしまったケースもあったようです。そして7月以降は上記の通り当初の予測を上回る辞退率となり、想定以上のペースでレジ袋の出荷枚数(売上げ)が減ってしまいました。仕事が減ってしまったレジ袋の工場は、雇用を守るために他のPE製品の生産も視野にいれているところもあるようです。

③ 消費者

エコバッグ持参率が6割近くまで増え店頭での辞退率は飛躍的に向上しましたが、密閉性が高く便利なレジ袋は私たちの日々の生活で使うゴミ袋として長年に渡り再利用されてきました。導入後には家庭で使うゴミ袋用としてホームセンターやドラッグストア、100円ショップの店頭で販売されている従来原料のレジ袋を買い求める消費者が増え一時的に欠品したりすることもありました。しかし、コロナ禍の中で感染リスクを意識したまとめ買いなど、消費者の買い物意識の変化が当初の目的であるレジ袋の削減に大きく貢献しています。

◎最後に・・・

最後に廃棄プラスチック問題について考えてみると、そもそもレジ袋がプラごみ全体で占める量はとても少なく、プラごみの削減に与える影響が少ないのではと言われてきました。環境省による海洋ごみの調査では、全国に漂着したプラごみのうちレジ袋(ポリ袋)が占める割合はわずか0.3%しかなく、ペットボトル等の飲料用ボトル(12.7%)などと比較すると大変低いというデータが出ました。またコロナ禍の中で食品の個包装が求められ、巣ごもり需要に対応する為にネット販売やテイクアウト、デリバリーの需要も増えました。それらの商品はプラ製の容器や袋で包装されておりプラごみは増え続けています。とはいえ、廃棄プラスチック問題に全体へのインパクトが少ないからレジ袋有料化には意味がない、というわけではりません。身近なレジ袋を通して私たちが問題に気付き、ライフスタイルを変えるきっかけになっていることは確かです。