

2021年9月21日

各 位

## レジ袋有料化で高まるプラごみ問題への関心 代替製品価格の「据え置き希望」は5割超 ～脱プラに関する消費者アンケート結果～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 重松 栄治）では、このたび標記の調査結果を取りまとめましたので、その概要をお知らせします。

なお、詳細は2021年10月1日発行の「IRC Monthly」2021年10月号に掲載予定です。

### 記

#### 【調査概要】

- ・ 「海洋プラスチックごみ問題」などを背景にレジ袋が有料化となったが、消費者の意識や行動にどのような変化があったのかを把握するために、アンケートを実施した。
- ・ プラスチックごみによる環境問題への関心の変化について、約半数がこの1年で関心が高まった（とても高まった・やや高まった）と回答した。
- ・ 関心が高まった人に、そのきっかけを尋ねると、最も多かったのが「レジ袋有料化」で84.6%、次いで「プラスチックごみが海洋汚染の原因であることを知ったから」が62.9%となった。
- ・ 日常生活や買い物時の行動変化を尋ねたところ、「マイバック持参」に取り組んでいる人は91.8%。うち約4割の人はこの1年間で取り組むようになった。レジ袋有料化が消費者の行動変化につながっていることがうかがえる。
- ・ 紙製パッケージやバイオマスパッケージなどを使用した代替製品に変更した場合の価格については、「価格の据え置きを希望」が53.4%と半数を上回った。一方、3人に1人は「ある程度の値上げはやむを得ない」（32.8%）と回答した。
- ・ レジ袋有料化を機にプラスチックごみ問題への関心の高まりや行動の変化がみられた。ただし、現状では約半数の人が使用制限や有料化に前向きではない。脱プラには、国の法整備はもちろん、自治体や事業者から消費者への積極的な働きかけや、消費者の理解が必要不可欠である。

以 上

---

【本件に関するお問い合わせ】 株式会社いよぎん地域経済研究センター（担当：續木） TEL (089) 931-9705

## はじめに

海洋プラスチックによる環境汚染やアジア各国での廃プラスチック輸入規制等を背景に脱プラスチック（以下、脱プラ）に向けた議論が活発化している。とりわけ、2020年のレジ袋有料化は私たち消費者に大きな影響を与えた。さらに、今年6月に成立した「プラスチック資源循環促進法」に基づき、使用量が年5トン以上の事業者に対して、12品目のプラスチック製品削減を義務化するとの方針が示された。

そこで今回は消費者の脱プラに関する意識や行動の変化に焦点を当ててアンケートを実施した。調査概要は以下のとおり。

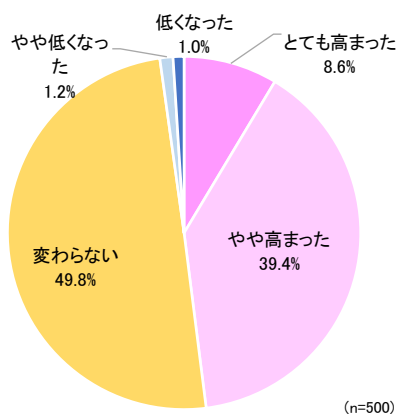
調査概要	
調査時期	2021年7月下旬
調査対象	愛媛県内在住者（20歳～79歳）
調査方法	調査会社を通じたインターネット調査
有効回答数	500人
回答者属性	
性別	男性：47.2% 女性：52.8%
年代別	20歳代：16.2% 30歳代：15.8% 40歳代18.0% 50歳代：20.2% 60歳代：16.6% 70歳代13.2%
エリア	東予：35.8% 中予：52.4% 南予：11.8%

※四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある（以下同様）

## 1. プラスチックごみ問題に対する関心の変化

プラスチックごみによる環境問題への関心の変化について、ここ1年で「とても高まった」と回答した人は8.6%で「やや高まった」（39.4%）を合わせると約半数が関心が高まったと回答した（図表-1）。

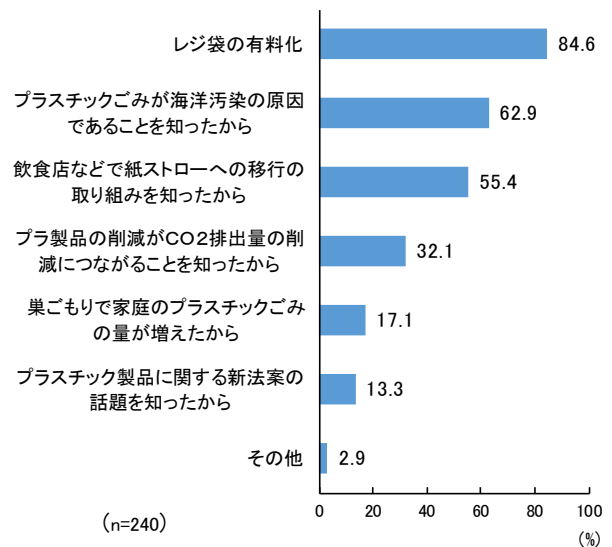
図表-1 この1年でのプラスチックごみ問題への関心の高まりの変化



## ～関心が高まったきっかけはレジ袋有料化が最多～

前問の関心が高まった人に、そのきっかけを尋ねると、最も多かったのが「レジ袋有料化」（84.6%）、次いで「プラスチックごみが海洋汚染の原因であることを知ったから」（62.9%）、「飲食店などで紙ストローへの移行の取り組みを知ったから」（55.4%）となった（図表-2）。

図表-2 関心が高まったきっかけ（複数回答）

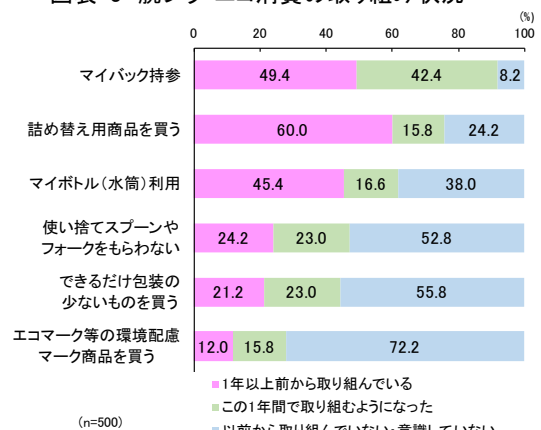


## 2. プラスチックごみ問題に対する行動の変化

日常生活や買い物時の行動変化を尋ねたところ、「1年以上前から取り組んでいる」と「この1年間で取り組むようになった」の合計が最も多かったのが「マイバッグ持参」で91.8%、次いで「詰め替え用商品を買う」が75.8%となった（図表-3）。

マイバッグ持参は約4割がこの1年間で取り組むようになったと回答しており、2020年7月のレジ袋有料化が消費者の行動変化につながっていることがうかがえる。

図表-3 脱プラ・エコ消費の取り組み状況

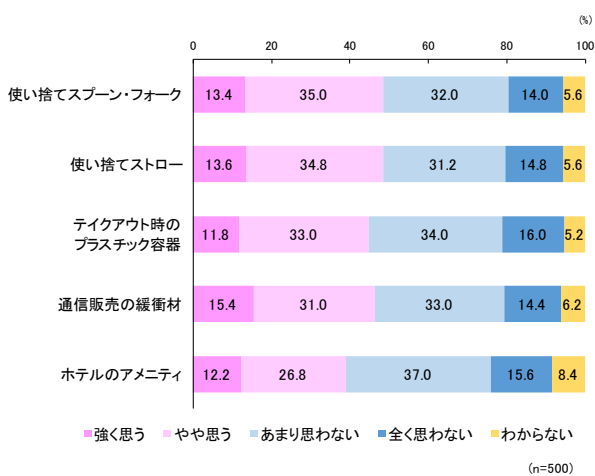


### 3. 脱プラにおける価格の許容度

使い捨てスプーンやフォークなどに関して、使用制限や有料化を進めるべきかどうか尋ねた。

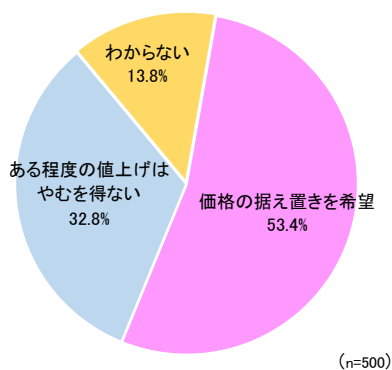
全ての項目において、「強く思う」「やや思う」と回答した人の割合が4～5割となった。うち最も多かったのは「使い捨てスプーン・フォーク」と「使い捨てストロー」(計 48.4%)であった(図表-4)。

図表-4 使用制限や有料化を進めるべきかどうか



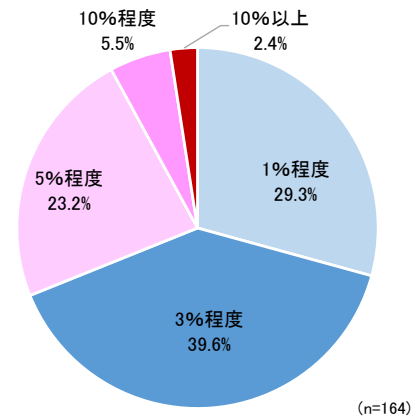
プラスチック製品を紙製パッケージやバイオマスパッケージなどを使用した代替製品に変更した場合の価格については、「価格の据え置きを希望」が53.4%と半数を上回った。一方、3人に1人は「ある程度の値上げはやむを得ない」(32.8%)と回答した(図表-5)。

図表-5 代替製品へ変更した場合の価格について



代替製品の価格について、「ある程度の値上げはやむを得ない」と回答した人に上乗せ価格に対する許容度を尋ねたところ、「3%程度」(39.6%)が最も多く、次いで「1%程度」(29.3%)、「5%程度」(23.2%)となった(図表-6)。

図表-6 上乗せ価格の許容度



### おわりに

プラスチックごみのうちレジ袋が占める割合はわずか2%と言われている。しかし、レジ袋有料化によって消費者の脱プラへの意識の高まりや行動の変化がみられた。一方で、半数以上が代替製品への変更後も価格据え置きを希望すると回答するなど、消費者のコスト意識のハードルは高い。また、新型コロナ流行後、脱プラに逆行するような動きもある。環境配慮よりも衛生面を重視する消費者が多く、総菜やパンなどに包装をしない裸売りを取りやめた事業者もいる。

プラスチックのある生活が当たり前になった現代社会では、そこからの脱却は簡単なことではない。現状では約半数の人が使用制限や有料化に前向きではないと回答した。脱プラには国の法整備はもちろん、自治体や事業者から消費者への積極的な働きかけや、消費者の理解が必要不可欠である。

(續木 美和子)