



総合食品 スーパー
株式会社 やまと

株式会社 やまと 代表取締役 社長
山梨県ノーレジ袋推進連絡協議会 委員
小林 久

レジ袋有料化に思う・・・

レジ袋有料化の流れが真実味を帯びてきた。今までスーパーなどで当たり前にもらえたレジ袋がこれからはお金を払って買わなくてはならないのである。もちろんレジ袋を有料にすることが目的ではない。このことで自分の買物袋を持参して限りある資源を大切にしていこう、可燃物として処理されているレジ袋を減らし焼却の際に発生するCO₂の削減で地球温暖化防止に寄与しようというのが本質であることは言うまでもない。

他県の事例を見るとレジ袋を有料化した場合、無料のスーパーに切替えるというお客様が約3%いるという。わずかな数字だがしのぎを削る流通業界としては3%の売上げダウンは死活問題である。必要だと分かっているとしても出来れば先延ばししたい、有料化するなら一律横並びで同時に始めてもらいたい、というのが本音ではないだろうか。

そんな中、いち早くレジ袋の有料化に踏み切った上野原のスーパーがある。レジ袋の仕入原価はだいたい2~3円である。しかしそのスーパーは1袋1円でお客様に販売したのだ。同業者からは「それでは削減にならない。」との声も聞かれたというが、なにしろ様々なリスクを承知でスタートさせた勇気に同業者として敬意を表したい。それ以後順調にマイバッグ持参率は上がりレジ袋は減っていったという。加えてそのスーパーはレジ袋の売上金を地域に寄付して回った。なぜ成功したのか？私はそれからずっと考えていた。

他県の事例ではレジ袋が有料化された場合、1袋5円で販売し原価を差引いた差額（収益）はそれぞれの企業が考える環境活動に活用するというのが主流である。これも素晴らしい考えだと思う。各企業の環境への取組み姿勢が消費者に伝わるし、地域との連携も始まる予感がする。公正取引委員会の見解では、業界で取りまとめたの同一価格・同時開始は問題あり、また無料配布の継続に対しても指導勧告等はしないとのこと。すなわち各企業が独自性を持ってレジ袋の削減に取り組んで欲しいのだと私は解釈している。

消費者の立場で考えてみた。やはり 5 円と言えどもこの時代やっぱり痛い。環境問題に理解がないわけじゃないがマイバッグを持ってない時もある。地域によってはレジ袋で家庭のゴミも出せるのに、レジ袋を買う = 罰金を払うみたい…。

ここは日本である。レジ袋の有料化を法律で決めた中国でも、ずっと昔から国を挙げて取り組んできたヨーロッパの国でもない。やっと事の重要性に気付いて今まさに始めようとしている環境に対してはこれからの国である。

新しいことを始めるのに抵抗感はずきものである。だから有料化をお願いする企業側が消費者に対して「マイバッグを持つとお得ですよ！」というステージを提供する義務があると思う。

私は地元でスーパーを経営している。地域のお客様に支えられて今日があると心から感謝している。弊社では昨年一年間で約 1,000 万円分のレジ袋をお客様に提供した。ある種の責任も感じているのが現実だ。しかしいずれレジ袋が有料化される。お客様に買っていただくのだ。したがって 1,000 万円の経費が浮くことになる。レジ袋を有料化することによって誰一人利益を上げてはいけないと思っている。既に弊社で行っている「生ゴミ処理機」の導入もリユースペットボトルの販売でも利益には結びつかない。いわゆる持ち出しである。企業にとって痛いことは消費者にとって歓迎であることが多い。上野原のスーパーの成功原因はここにあるのではないか。お客様に実費の一部を負担していただき、残りは今までどおり企業が負担している。そしてお客様からいただいた代金はそのまま全額お客様の住む地域に還元したのだ。お見事である。

私もこれを見習って消費者の納得いく関わりやすいレジ袋有料化の方法を考えなければならない。各社が知恵を絞って独自の取組みをすれば、始まったばかりの日本の中で山梨がリーダーシップを取ることになる。この素晴らしい自然に恵まれた山梨が日本の環境問題を引っ張ることに誰も異論は唱えないだろう。

