

(参考資料 2)

平成 26 年 4 月 30 日合同会合資料 2 (論点部分については省略)

リデュースの推進について

1. 背景

容器包装リサイクル法の対象となっている商品の容器包装の使用量は、例えばプラスチック製容器包装では、平成 24 年度実績^注で約 148 万トンであり、うち食料品製造業用途等の中身商品の製造段階で付される容器が約 106 万トン (約 72%)、消費者に商品を販売する段階で付される小売用途の容器が約 30 万トン (約 21%) となっている。包装は約 11 万トン (約 7%) となっている。したがって、食料品製造業用途等の中身商品の製造段階で付される容器包装は全体の約 72~79%、消費者に商品を販売する段階で付される小売用途の容器包装は全体の 21~28%となっている (参考資料 P.3)。

容器包装が用いられる商品は多種・多様であり、容器包装の設計・製造、容器包装を利用した商品の流通には様々かつ多数の者が関わっている。このような中で、容器包装は、内容物の保護 (品質確保、安心・安全の確保) や取扱いの利便性 (運搬時の内容物保護等)、情報の提供 (作り方、原材料名、賞味期限、栄養成分等) 等の機能を達成することを前提に、内容物の保存性向上による廃棄物削減や流通時の輸送効率等を含めた商品のライフサイクル全体での環境負荷に配慮して設計・製造・利用されている。

注) 平成 25 年度分の公益財団法人日本容器包装リサイクル協会への委託申込み時の「前事業年度において利用した容器包装の量」より算出。各事業者の事業年度によっては平成 23 年度実績の場合もある。

2. 論点

(1) 中身商品の製造段階で付される容器包装に関する取組

- ・ 特定事業者による自主行動計画に基づく自主的取組により、容器包装の軽量化・薄肉化・詰め替え商品利用促進等による使用量の削減が一定程度進展している。例えばペットボトルでは平成 24 年度には 1 割超 (平成 16 年度比) の軽量化となっている (参考資料 P.4)。
- ・ 薄肉化・軽量化の具体的事例としては、商品発売の際に容器包装の環境配慮設計を確認するガイドライン等を設けて取り組み、実際に設計変更により包材重量を削減した例がある (参考資料 P.5)。また、衣料用洗剤等の容器では、製品のコンパクト化により 1 回使用量当たりのプラスチック削減率は 45%と大きく削減している例がある。石鹸・洗剤容器では、詰め替え用として販売

することにより、ポンプ付きボトルと比較して約 89%使用量を削減している例がある（詰め替え用 2 回分の場合）。食品容器では、中身メーカーがびんメーカーと共同で設計・生産・検査等の工程に改良を加え、ライン試験・強度評価を繰り返し、軽量化を実現した例がある（参考資料 P.6,7）。

- ・リデュース製品の推奨に係る取組事例としては、商品販売の際に容器包装重量が軽い商品を明確化する取組を行い、消費者による選択を通じて容器包装重量が軽い商品の開発が進んだ例がある（参考資料 P.8,9）。
- ・諸外国における状況としては、欧州においては、例えばフランスにおいて、生産者責任組織であるエコアンバラージュ等が、容器包装のデザイン等を最適化しようとする事業者を研修やツールで支援している（参考資料 P.10）。

（2）消費者に販売する段階（小売段階）で付される容器包装に関する取組

- ・平成 18 年度の容器包装リサイクル法の改正により、容器包装を多量に（前年度 50 トン以上）利用する小売事業者に対して、容器包装使用量や使用原単位の状況、使用合理化の取組状況等の定期的報告を求めることとされた（小売事業者に係る定期報告制度）（参考資料 P.11～15）。

- ・定期報告制度による提出データの内訳をみると、平成 24 年度実績^{注1}（約 25 万トン）の内訳は、プラスチック製容器包装が約 17 万トン（うちプラスチック製の袋が約 6 万トン^{注2}）、紙製容器包装が約 5 万トン（うち紙製の袋が約 2 万トン^{注2}）、段ボール製容器包装が約 3 万トン、その他の容器包装が約 0.6 万トンとなっている。
- ・平成 24 年度実績の報告者（405 社）の内訳をみると、飲食料品小売業（約 62%）及び各種商品小売業（約 30%）で全体の約 9 割を占めている。

注 1） 6 年継続提出事業者で原単位設定方法の変更がない事業者（計 405 事業者）の分析結果。

注 2） 「プラスチック製の袋」及び「紙製の袋」は参考値として任意に記載のあったものを集計した値。

- ・平成 24 年度実績の各事業者の取組状況をみると、「使用原単位低減目標の設定」については 405 社中 367 社（約 90%）が取り組んでいる。
- ・小売業者による取組には、自らの容器包装の過剰な使用の抑制のための取組（適正サイズの容器包装の使用、簡易包装化等）と、消費者による容器包装廃棄物の排出の抑制の促進のための取組（容器包装の有償による提供、ポイント制の実施、マイバック利用の促進、声かけの実施等）がある。自らの容器包装の過剰な使用の抑制のための取組については、405 社中 383 社（約 95%）の企業が何らかの取組を行っている。また、消費者による容器包装廃棄物の排出の抑制の促進のための取組については、405 社中 367 社（約

91%)の企業が何らかの取組を行っている。

- ・使用合理化の傾向について、景気変動等の影響を除くため、売上高等で使用量を除した値(原単位)の変化(対前年比)を制度開始当初の平成19年度実績を100として5年平均(加重平均)で見ると、全体に占める使用量の割合が多い各種商品小売業や飲食料品小売業では、飲食料品小売業における紙袋及び段ボール製容器包装を除いて100を下回っており、また、平成20年度実績を100として5年平均(加重平均)で見ると、飲食料品小売業におけるプラスチック製容器包装を除いて100を下回っている。
- ・小売業界の取組としては、業種・業態に応じた様々な取組により、容器包装の使用量の削減が進められている(参考資料P.16~22)。
 - ・百貨店業界では、更なるスマートラッピングのPR、マイバッグ等の利用の促進、対面販売の特性を生かした声かけ等の業態特性に応じた取組により、紙製容器包装等の削減が進んでいる。
 - ・大手スーパー業界では、ばら売り・ノントレイ販売による容器包装の削減や、マイバッグ持参の呼び掛けやレジ袋の有料化等によりレジ袋の削減に取り組んでいる。
 - ・コンビニエンスストア業界では、少量点数の買い物客へのレジ袋が必要かの意思確認のための声かけ、適正サイズのレジ袋使用の徹底、日本フランチャイズチェーン協会統一ポスターによる啓発活動等のレジ袋有料化以外の方法でレジ袋の削減に取り組んでいる。その際に、地域の自治体の呼び掛けに応じて、地域自治体と連携して有料化以外の方法でレジ袋の削減に取り組んでいる例もある。
- ・消費者が身近に取り組める容器包装の削減の行動として、レジ袋の削減(マイバッグ運動)について、地域からの取組として展開を見せている。具体的には、事業者・市民団体・行政による協議会の構築や協定の締結等により、一部の地域において高い辞退率を達成している(参考資料P.23,24)。
- ・諸外国における状況としては、欧州においては、国と事業者の協定による取組などを通じて、従来からプラ袋削減に係る取組が進められてきている。近年の動向としては、平成25年11月に欧州委員会は、EU加盟国に対してレジ袋のうち繰り返し使用不可能なものの削減措置をとることを要請する容器包装廃棄物指令の改正案を提案している。提案内容では、削減目標の設定や課税、有料化、配布禁止などから各加盟国が適切と考える措置を選択可能とされている(参考資料P.25~27)。

(3) 全ての段階を通じた関係者の情報共有・意識向上等に関する取組

- ・環境省では、普及啓発に活用可能なツールとして、3Rに資する個々の行動

による環境負荷削減効果を数値化するための3R行動見える化ツールを作成している。減量容器への置換、食品トレイ無し販売、レジ袋の辞退などの具体的取組を環境省ホームページ上で入力することで、それぞれの取組による天然資源投入量削減や廃棄物発生量・最終処分量削減、CO₂削減などの効果が算出可能である（参考資料 P.31）。

- ・容器包装廃棄物排出抑制推進員（いわゆる3R推進マイスター）の活動実績は、平成25年度において報告のあったもので164件となっており、主な活動内容としては、シンポジウム等における講演、大学や生涯学習センターでの講義、町内会での実演指導、新聞等の紙面の執筆等がある（参考資料 P.32,33）。
- ・地域において、リデュースに関して関係主体が連携・協働して取り組む事例も一部見られている（参考資料 P.34）。
- ・ごみ収集手数料の状況については、収集区分の一部又は全部を有料化している市区町村は、生活系ごみに関しては62.2%（1,084市区町村）（23年度62.1%（1,082市区町村））（粗大ごみを除く）となっている（参考資料 P.35）。