

分別排出について

1. 背景

容器包装リサイクル法では、消費者の役割として、市町村が定める分別の基準に従って適正に分別して排出しなければならないこととされている。こうした消費者の分別排出が容器包装リサイクル全般の基礎として機能し、消費者の分別排出の程度が、市町村における選別作業の負担に密接に関わっており、消費者が適正に分別して排出することを促進するために市町村が必要な措置¹を講ずるよう努めることとされている。

2. 論点

分別排出については、排出段階できれいに分別できる国は世界的にもまれであり、これまで市民のリサイクル意識の醸成に貢献してきたとの評価があるところ、更なる分別をどう考えるか。

市町村による分別排出に関する市民への啓発について、容器包装を選択している特定事業者が、発生抑制、再商品化に関する情報を適切に消費者に発信するべきか。あるいは、市民への啓発が本来市町村が行うべきであることに鑑み、特定事業者、小売事業者、再商品化事業者、市町村が連携して様々な情報を発信するのが効果的ではないか。

識別表示については、サイズの拡大、複数の素材を用いた製品に表示する際の分かりやすさの向上等の観点及び紙製容器包装の回収量拡大の観点から、どのような方策が考えられるか。分別排出の在り方の検討との関係をどう考えるか。

< 分別排出 >

- ・平成 25 年度に環境省が行ったアンケートでは、約 1000 人に対するインターネットアンケートにおいて、9 割強の市民の方が、「地域の分別区分に応じて徹底して分別している」または「地域の分別区分に応じてある程度分別している」と答えている。
- ・前回の法見直し以後、分別排出の更なる理解を深めることを目的として、特定事業者と市民団体、市町村が連携してシンポジウムが定期的で開催されており、自ら排出した容器包装の再商品化内容や、分別排出の意義について、消費者の理解が増進される機会が増加した。

¹ 具体的な措置の事例として、広報ポスターやシンポジウムによる啓発、ごみの有料化や異物の多い容器包装廃棄物の排出拠点における取り残しが挙げられる。

- ・上のシンポジウム等に接する機会の少ない若者や高齢者層や外国人に向けて、ある市町村では、市民が必ず接するであろう生活動線に着目した啓発を積極的に行っている。また、市や企業の主催するイベントにおいて、再商品化製品を再商品化事業者と連携して無償で提供するなどの取組を通じて、容器包装リサイクル制度が日常生活に密接に関連していることをPRしている。
- ・プラスチック製容器包装の更なる分別排出を図るため、可燃ごみとして排出されたごみ袋の中に一定割合以上の容器包装が含まれていた場合には、収集を行わずに啓発紙を添付して分別を促すなどの取組が始められている。
- ・一方で、再商品化事業者及び市町村からは、再商品化を阻害する禁忌品の混入が、再商品化処理施設等において爆発事故等の危険性をはらんでいることを消費者啓発の強化を求める声がある。
- ・消費者からは、容器包装の水洗いや汚れの激しいものの定義についての明確化を求める声があり、日本容器包装リサイクル協会では啓発ツールをホームページ上で公開しているところ。

< 識別表示 >

- ・識別表示のサイズについては、大きい方が視認しやすく消費者の排出時の利便性に資する一方、容器包装の表面積が小さい商品では十分な表示スペースの確保が難しい面があり、法令においては、できる限り多くの商品に表示されることが望ましいとの観点から最低限のサイズを定めているが、より大きなサイズのマークを自主的に表示することは可能。
- ・紙製容器包装は、市町村回収量のうちほとんどが古紙ルートで回収（雑がみ回収）されている（容リルート回収は約14%、古紙ルート回収は約86%）。一方、紙製容器包装には製紙原料化に向くものと困難なものがあり、製紙原料化困難なものが古紙ルート回収に混入すると、製紙工程における目詰まりや製品への斑点、臭いの付着等の影響を及ぼす。
- ・経産省が平成24年度に行った雑がみの品質向上の観点からの識別マークの検討結果では、現状の容リルートとの融和を図りながら、紙マークを製紙原料に向くもの（紙単体）とそうでないもの（複合品）に区分化する方策が有効であるとの方向性が得られている。また、経産省が平成25年度に実施した市町村アンケートによれば、現在の紙マークを、紙単体と複合品に区分化することにより、紙製容器包装の回収量が向上すると回答した自治体は約51%。