

意見

早稲田大学法学部教授 大塚直

本日欠席せざるを得ず、申し訳ありません。容器包装廃棄物の発生抑制に関して意見を申し上げます。

1. 小売業による容器包装の使用の抑制・合理化の取組みの強化について

前回の容器包装リサイクル法の改正により、小売業が容器包装廃棄物の発生抑制を促進するために取り組むべき措置に関する事業者の判断基準（本法7条の4）や、容器包装多量利用事業者からの定期報告義務（本法7条の6）が設けられたところであるが、定期報告の集計結果（第10回審議会資料）を見ると、容器包装の使用量全体は増加している。小売業による容器包装の使用の抑制・合理化の取組みについては、一定程度自主的に行われているが、遅れている事業者の取組みを底上げし、公平性のあるかたちで小売業全体での取組みを強化していくことが必要と考える。

第1に、判断基準の強化が必要であると考え。食品リサイクル法の下では、「食品循環資源の再生利用等の促進に関する食品関連事業者の判断の基準となるべき事項を定める省令」において、各食品関連事業者が実施すべき食品循環資源の再生利用等に関する目標として、毎年度「基準実施率」以上とすることを求めており、この「基準実施率」は毎年度引き上げられる。このように容器包装廃棄物の発生抑制の取組みを年々向上させる仕組みの導入が必要である。

また、業種ごとの容器包装廃棄物の発生抑制の目標値を主務大臣が定める仕組みが必要である。食品リサイクル法の判断基準省令において、食品関連事業者は、食品廃棄物等の発生を抑制するため、主務大臣が定める期間ごとに、当該年度における食品廃棄物の発生原単位（食品廃棄物等の発生量÷食品廃棄物等の発生量と密接な関係を持つ値（売上高等））が、主務大臣が定める「基準発生原単位」以下になるよう努めることとされており、この「基準発生原単位」は業種ごとに定められている。容器包装リサイクル法でも、「小売業に属する事業を行う者の容器包装の使用の合理化による容器包装廃棄物の排出の抑制の促進に関する判断の基準となるべき事項を定める省令」において、小売業自身が、事業において用いる容器包装の使用原単位の低減に関する目標を定めることとされているが、自主的な対応には限界があり、また業種間の公平性を欠く。

したがって、この省令において、主務大臣が業種ごとの容器包装廃棄物の発生抑制の目標値を定める仕組みを導入することが必要であると考え。前回改正法施行の平成19年度以降、計7年度分にもなる定期報告の過去のデータが活用できる。発生抑制の目標値の業界ごとの達成状況については、本審議会において定期的にフォローアップすべきである。

第2に、定期報告義務の拡大が必要と考える。これも食品リサイクル法において、

フランチャイズチェーン事業を展開する食品関連事業者は、加盟店を含めて一事業者と捉え、食品廃棄物等多量発生事業者に当たる場合には定期報告を義務付けている。フランチャイズチェーン事業が業界全体に与える影響は大きく、また同事業においては直営店に比べ加盟店の割合が非常に高い。

このため、容器包装リサイクル法においても、食品リサイクル法などにおける規定例を参考として、フランチャイズチェーンについては、本部の事業活動において用いる容器包装の量に、当該フランチャイズチェーンの加盟者の事業活動において用いる容器包装の量を含めることを法律上明記し、フランチャイズチェーン事業を展開する事業者がチェーン全体の容器包装廃棄物の発生抑制の取組み状況の報告を行う仕組みとすることが必要である。

また、「小売業に属する事業を行う容器包装多量利用事業者の定期の報告に関する事項を定める省令」の別記様式で任意報告事項となっているプラスチック製の袋及び紙製の袋の使用量について必須報告事項とするなど、業者間で公平なかたちで報告させるべきである。さらには、定期報告義務者の使用原単位の低減目標の達成状況については、法律に義務規定を置き、あるいは事業者の同意の下、積極的に公表するべきであると考ええる。

第3に、こうした判断基準や定期報告に基づき、主務大臣が、より積極的に事業者への指導を実施していく必要があると考える。また、モデル的な取組みの支援、優良事例の展開など、取組みが進んでいない地域に対する自治体を通じた働きかけを積極的に行うべきであると考ええる。

2. 容器包装の製造段階での環境配慮設計について

容器包装の製造段階でのリデュースについては、特定事業者における自主的取組みの推進など、一定程度の進展が見られる。今後、消費者の後押しを受けて、更に環境配慮設計を促進することが必要と考える。

第1に、容器包装の薄肉化・軽量化のみならず、易リサイクル性を促進する必要があると考える。易リサイクル性の促進は容器包装リサイクルの社会的コストの削減につながる。環境配慮設計の取組みを更に進め、先進的取組みが他の事業者にも広がるよう、環境負荷に応じた再商品化委託単価の設定と同時に、国又は事業者において環境配慮設計のガイドラインを定めるべきである。

第2に、消費者は、容器包装の環境配慮設計が強力に進むことを望んでおり、消費者のニーズに応えるかたちでの環境配慮設計の意欲的な取組みが求められていると考える。消費者のニーズとして環境配慮設計が更に進められるよう、自主行動計画において、消費者側のニーズを吸い上げるための仕組みを設ける必要がある。また、発生抑制の目標値についても、消費者のニーズに応える意欲的なものであるべきである。自主行動計画に基づく取組み状況については、本審議会において報告し、PDCAサイクルを働かせるべきであると考ええる。

8月に在外研究の一環として、イタリアのフィレンツェでひと月生活をした際に、目についたイタリアの「ワインの量り売り」を紹介したい。日本でも、焼酎、日本酒の量り売りを行っている製造・流通メーカーがあることから、今回のリデュース・リユーズの議論に際して、イタリアのワインの量り売り制度の紹介が、量り売り制度活用にむけての議論の一助になることを願う。

イタリアでは最近のエコブームを背景に、街ごとに行くつか量り売りワインショップが増えてきているということである。これらの量り売り店は、Vino SFUSO とか Mescita と呼ばれており、フィレンツェの中だけでも5店舗以上ある。背景には、イタリアにおけるワインの消費量の多さ、あわせてイタリアでのエコブームがあるとのこと（フィレンツェで毎月あちらこちらの広場でたっている市場の中でも、オーガニック食品市場は、特に人気の市場の一つである）。

International Organization of Vine and Wine の調査によれば、2013年度のワインの消費量では、第一位アメリカ、第二位フランス、第三位がイタリア（ちなみに第五位が中国）。それだけ消費していれば家庭への経済的負担も、ワイン瓶を捨てに行くロードも決して少なくない。スーパーでも手ごろなワインは入手できるが、スーパーよりも安い価格の地元の美味しいワインが手に入るというので、SFUSO が活用されているようである。販売されているワインは、国のワイン品質規格の上位である D.O.C.G や D.O.C ではないものの、店主が自信を持って勧める地場の V.d.T(テーブルワイン)や I.G.T(地域特性表示) ワインである。価格は1リットルで2-3ユーロ(ワイン瓶持参の場合。そこで瓶を購入する場合には、これに50セントが瓶代として徴取される)。お店に来ている人たちは、「とにかく安い！大量に飲むので、おいしくてこの価格はお得」「毎回大量にワイン瓶を捨てていたのが捨てにいかなくて済むので楽だし、エコでいい」ということである。

店にワイン瓶を持っていくと、酒樽とプラスチックチューブでつながれたサーバーから規定量（容器のサイズに合わせて、1L, 3L, 5L）を入れてくれる。これに、コルクのふたを閉め、瓶の首に手書きの銘柄を書いたラベルを巻いてくれる。



赤、白ともかなりの種類からその日の気分、財布の状態から選べる。



酒樽とチューブでサーバーにつながっている。

ワイン専門店だけでなく、トスカーナ地方の Arezzo という街では、スーパーで量り売りワインを販売していた。以下の写真参照。

こちらでは、容器はプラスチックボトルで、サイズはやはり 1 L, 3 L, 5 L。種類は赤、白の 2 種類と少ない。種類と量を選択してボタンを押すと、ワインと値段の書かれたシールが出てくる。それを、レジまで持っていき支払いを行う。瓶は、持ち込みも可能だが、購入する場合には 50 セント支払う。価格は、やはり 1 L が 3 ユーロ程度。



＜提案：国・地域・事業者・消費者が一緒になってレジ袋削減から「エコライフスタイル」の構築を目指す＞

（背景）

- レジ袋の削減は、「エコライフスタイル」を構築していく第一歩として、小売業が行政やお客様と一緒に進めることができる取り組み。更に、資源の消費を抑制するとともに、原材料コスト・再商品化コストなどを削減し、更には地球温暖化防止にも役に立つ取り組みである。
- このため、日本チェーンストア協会の会員企業では、地域の自治体・お客様のご協力のもと、協定を結ぶなどしてレジ袋の無料配布の中止、レジ袋を辞退されたお客様へのキャッシュバックなどのインセンティブを付与して、取り組みを進めている。
- こうした取り組みにより全国的に辞退率も伸びてきたところであるが、ここに来てその数値の伸びに若干の陰りが見られる。
- 地域によっては、周辺の同業者との連携や自治体・お客様のご理解・ご協力が得られにくい場合があり、取り組みの進捗に地域ごとの差が生じている。
- また、既に取り組みが進められてきた地域においても、国全体での取り組み機運の減退を背景に、取り組みが後退する地域が生じている。

（提案）

- 国は、レジ袋削減に向けた取り組みを進める小売事業者における機運を醸成する。
- 小売業界は自主的取り組みを着実に実行し、国は、その取り組み状況を積極的に発信する。
- 国は容器包装リサイクル法に基づく定期報告も活用して、より頑張った事業者が評価されるような仕組みを検討する。あわせて、取り組みの目的・意義についての積極的PRや、優良事例の形成支援を積極的に行う。
- コンビニエンスストア等の業態においても、お客様のご理解に基づき高い削減効果を可能とする取り組み内容の分析を行い、その有効な取り組みの業界内の横展開を図っていく。
- 国は地域において、自治体・小売事業者・消費者などによって組織されているレジ袋削減協議会について、容器包装リサイクル法上に明確に位置付け、制度上位置づけられた取り組みとしてリデュース対策を進めていく。