

制度への自治体の参加率を高めるための工夫

●参加自治体における回収率が高くとも、そもそも制度に参加する自治体数が少ない場合には、制度全体として回収される小型電気電子機器が少なくなってしまう、制度としての効果が限定されたものになってしまう。

●制度への自治体の参加率については近々自治体に対するアンケート調査を行い、現状を把握する予定であるが、制度への自治体の参加率を高めるための工夫としては、制度へ参加した場合の収支イメージの共有、参加自治体への国による支援等が考えられる。

【制度へ参加した場合の収支イメージの共有】

●制度への自治体の参加率を高めるためには、制度の詳細に関する情報を提供することに加え、制度へ参加した場合の収支イメージを共有する必要がある。規模や地域特性等の自治体の特徴に応じた収支イメージの情報提供を検討する。

【参加自治体への国による支援】

●参加自治体への国による支援メニューを明確にすることで自治体の参加を促すことが考えられる。具体的な支援メニューとしては、ボックス購入支援、広報支援(パンフレット作成)等が挙げられる。

小売店における回収実態

●小型電気電子機器の排出フローを推計した結果は以下のとおり。排出量の7.4%が小売店経由で回収されていると推計される。

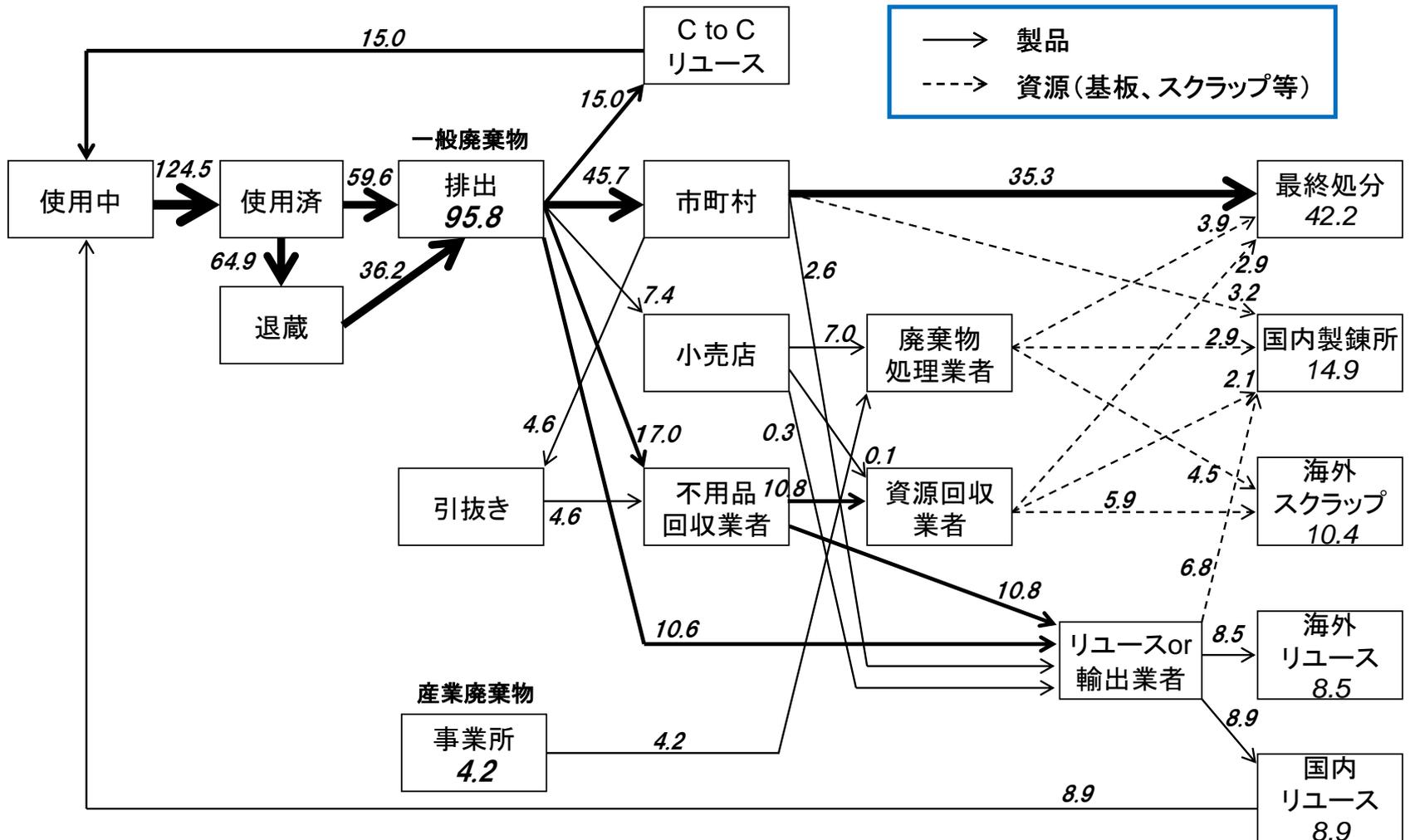


図 小型電気電子機器(パソコン、携帯電話、カー用品を除く)の排出フロー

小売店における回収方式

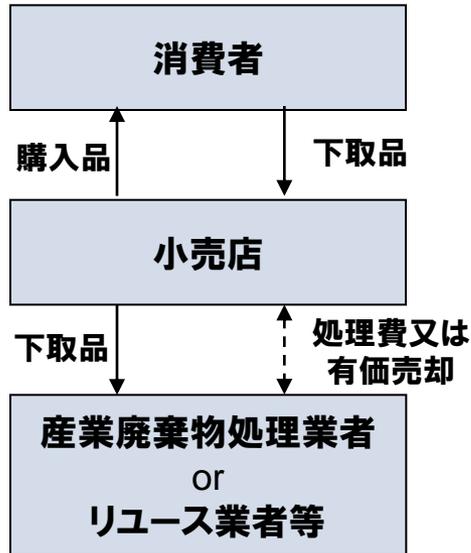
●小売店における小型電気電子機器の回収方式としては、「対面回収」と「ボックス回収」の2つの方式が想定される。各方式の概要と事例は以下のとおり。

	概要	事例
対面回収	<ul style="list-style-type: none">・販売店の店員等が排出者より直接回収。・商品購入時の下取りサービスとしての位置づけも可能。	<ul style="list-style-type: none">・下取りサービス・モバイル・リサイクル・ネットワーク(MRN)の携帯電話回収・ビックカメラの「スピード買取サービス」所定の基準に満たない製品についての小型家電リサイクル
ボックス回収	<ul style="list-style-type: none">・小売店等の店頭回収ボックスを設置し、消費者が持ち込む形での回収を実施。	<ul style="list-style-type: none">・小型家電回収モデル事業(店舗にボックスを設置)

小売店における対面回収 ～基本的な回収方法～

●家電量販店や小売店の一部においては、顧客サービスの一環として、購入者が買い替えで不要となった製品の回収サービスを実施。

【回収・リサイクルスキーム】



【特徴】

- 顧客サービスの一環として、購入者が買い替えで不要となった製品の回収サービスを実施。

【廃棄物処理法との関係】

- 新しい製品を販売する際に商習慣として同種の製品で使用済みのものを無償で引き取り、収集運搬する回収行為については、廃棄物処理法上の許可は不要とされている。
- 小売店が回収した家電製品については、産廃として処理されるか、有価物として売却されている。

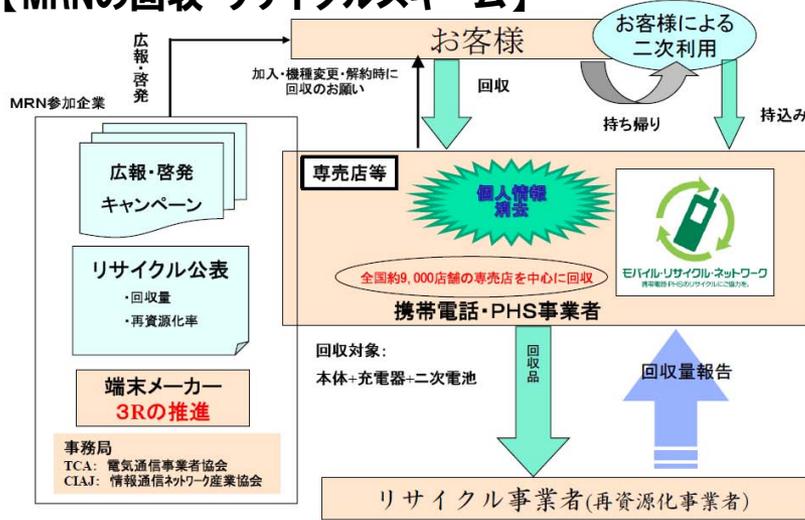
【回収実績】

- 先述した推計フローによれば、7.4%が小売店で回収されている。
- そのうち、7.0%については、小売店が処理費を負担し、小売店の産業廃棄物として処理されている。
- このように、基本的には小売店が費用を負担して処理しているが、ごく一部については、有価で売却されている場合もある(0.1%が資源回収業者に売却され、0.3%がリユース業者又は輸出業者に売却されている)。

小売店における対面回収 ～携帯電話の取組～

- モバイル・リサイクル・ネットワーク(MRN)では、携帯電話通信事業者やメーカーの区別なく、全ての使用済みの端末(本体、電池、充電器)を無償で回収する仕組みを構築。
- 全国の約9,000店舗(平成23年3月末)の専売店(ショップ)を中心に自主的に回収する取組を推進。

【MRNの回収・リサイクルスキーム】



【特徴】

<回線契約との紐付け>

- 端末を使わなくなる場合は、事業者との回線契約の解約(電番の消去)、或いは更改(機種変更:電番の移し替え)に係る手続きが必要となるため、その時点でリサイクルへの勧奨が可能。

<個人情報の保護>

- 端末が保持する個人情報の適正な取り扱いが求められる(利用者の意識も高い)ことから、オールリセット及び端末への穴あけ等を実施。

<旧端末の保有状況>

- 通信端末としては使用しないが、引き続き持ち続けるケースが増加。

<スマホの登場>

- 新たな利用形態(PC的な利用)や所有形態に伴う回収への影響。

【課題】

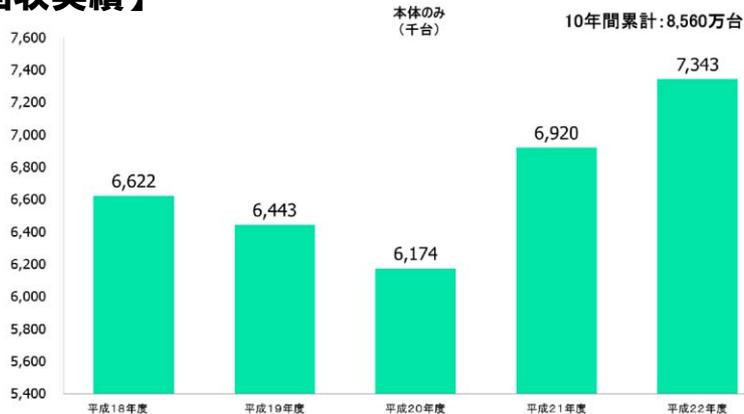
<利用者接点の更なる活用>

- 専売店を中心とした利用者接点からの拡大→「携帯電話リサイクル推進協議会」参加事業者や地方自治体との連携。

<個人情報の適正な取り扱い>

- 新たな形状や穴あけ不能端末への対応(スマホ等)。

【回収実績】

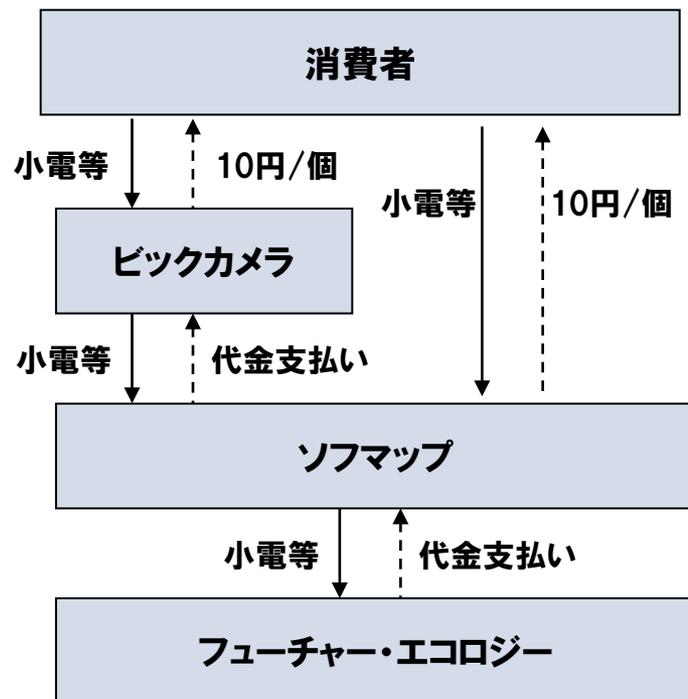


出典:(社)電気通信事業者協会(TCA)「携帯電話・PHSのリサイクルについて」(第4回小委員会資料)

小売店における対面回収 ～新たな取組～

- (株)ビックカメラと(株)ソフマップでは、従来から「スピード買取サービス」として、パソコンやゲーム機などについて有価で買い取るサービスを実施している。
- 2011年6月より、買取基準(通電動作等)に満たない製品についても10円で買い取るサービスを開始。買い取りした小型家電はすべて自社グループの中間処理事業者で再資源化を行い、レアメタル等の有用金属を回収。

【回収・リサイクルスキーム】



【対象品目】

- ・PC、レコーダ・プレイヤー、電子辞書・PDA、ゲーム機、デジタルカメラ、デジタルオーディオプレイヤー、パソコン周辺機器、カーナビ、ICレコーダー等

【特徴】

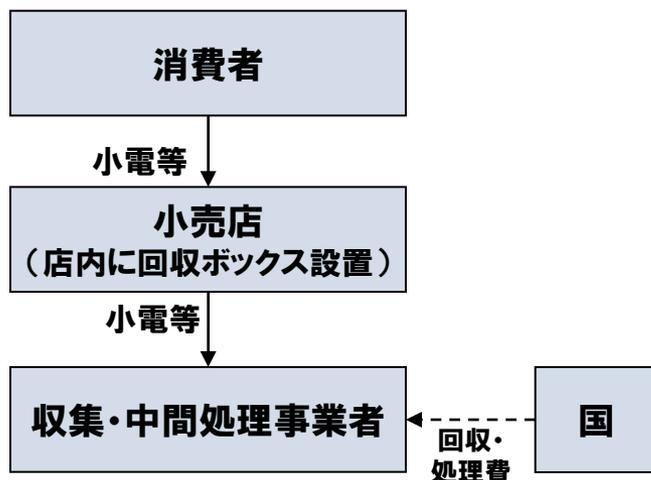
- ・従来からの「スピード買取サービス」対象製品について、スピード買取所定の基準(通電動作等)に満たない製品についても10円で買い取り。
- ・買い取りした小型家電はすべて自社グループのフューチャー・エコロジーにて再資源化を行い、レアメタル等の有用金属を回収。
- ・ビックカメラ35店舗、ソフマップ21店舗で実施。

出典:(株)ビックカメラ公表資料(参考資料参照)に基づき作成

小売店におけるボックス回収 ～モデル事業～

●環境省及び経済産業省が平成20～22年度に実施した小型家電回収モデル事業では、小売店等の店頭回収ボックスを設置し、消費者からの回収を実施。

【回収・リサイクルスキーム】



【対象品目】

- ・小型家電(地域によって品目は異なる)

【特徴】

- ・国のモデル事業として、小売店等の店頭回収ボックスを設置し、消費者が持ち込む形での回収を実施。
- ・ボックスに投入されたものは、収集運搬事業者が回収。
- ・モデル事業では、小売店以外の場所にもボックスを設置したが、他の場所に比べて、小売店の回収台数は多いという結果が見られた。これは、小売店が市民が訪れる頻度が高く、利用しやすい場所であり、回収ボックスへのアクセスが容易であったことが要因と考えられる。
- ・小売店にとっては、来店機会の増大に繋がる点がインセンティブとなり得る。

【回収実績 ※H21年度モデル事業回収実績】

地域設置施設		秋田県	茨城県	福岡県	東京都 (江東区・八王子市)	名古屋市 津島市	京都市	水俣市
店舗	スーパー	2.7	-	39	5.1	3.8	46	33
	家電店	4.4	-	-				-
	商業施設	-	24	-				38
公共施設		1.0	8.2	12	1.8	-	0.15	165
学校		0.63	-	9.7	1.1	0.34	0.02	-
駅		-	-	11	1.9	-	-	-
その他施設	企業	1.9	-	-	-	-	-	-
	郵便局	0.2	-	-	-	-	-	-
	農協	0.2	-	-	-	-	-	-
	生協	-	-	-	-	-	-	62
	その他	-	-	-	1.3	1.5	-	22

※ 単位は人口10万人当たり・1月当たり・ボックス設置箇所数当たりの回収台数

【課題】

- ・保管スペースの確保
- ・盗難、異物混入等への対応

小売店における回収方式の総括

- 小売店における小型電気電子機器の回収方式別の特徴は以下のとおり整理できる。

	メリット	デメリット
対面回収	<ul style="list-style-type: none">・個人情報への対応が可能・下取りサービスとの連携など販売機会の増大につながる可能性がある	<ul style="list-style-type: none">・販売店員の対応が必要となるため、一定のコストがかかる・保管場所の確保が必要
ボックス回収	<ul style="list-style-type: none">・販売店員の直接の対応を必要としないため、相対的にコストが安い・顧客の来店機会の増大に繋がる可能性がある	<ul style="list-style-type: none">・異物混入対策等のボックス管理のコストが必要・設置スペースの確保が必要・ボックスの破壊・盗難による個人情報流出等、セキュリティ面の配慮が必要

対象品目の考え方について

- 自治体での回収、小売店での回収とも、消費者が排出しやすいような対象品目の決定が必要。
- 第5回小委員会資料では、回収率30%を前提として、現在の資源価格で採算性を確保しながら回収可能な品目として45品目を提示したが、品目を指定した場合には、消費者にとってわかりにくいのではないか、自治体における分別コストが増加するのではないか、資源価格の上下に対応した柔軟な見直しが可能か、等の論点について検討が必要である、とされている。
- そこで、例えば、運用のしやすさという観点から、30cm×30cm以内の使用済電気電子機器を指定品目とすることも考えられる。このように大きさを限定した場合でも、これまで提示してきた45品目との大きなずれはなく、30cm×30cm以上は粗大ごみとして区分している自治体が多いと想定されることから、指定品目か否かの区別が行いやすい。暫定的に30cm×30cm以内と考えられる約40品目（例：携帯電話、MDプレイヤー、ビデオカメラ、デジタルカメラ等。電球は対象品目外と考え除外。）とした場合でも、回収率30%を前提として、採算性の確保が可能である。
- また、30cm×30cm以上であっても、一般家庭で使われるような電気電子機器については、市町村の判断によっては、30cm×30cm以内の電気電子機器と併せて回収することとし、それについても指定再資源化機関や自主計画認定者に引き渡すことも可能とすべきである。その場合には、指定再資源化機関や自主計画認定者に対して処理費を支払うこともあり得る。

本日も議論をお願いしたい事項（自治体回収）

○自治体における効果的な回収方式は何か？

- ・自治体の特徴毎に効果的な回収方法は異なる。
- ・このため、国から自治体の特徴毎に効果的と考えられる回収方式を提示し、自治体において自治体固有の状況を踏まえ、効果的な回収方式を選択するような仕組みとしてはどうか。

○自治体における回収率を高めるためにどのような工夫をすべきか？

- ・自治体における回収率を高めるためには、情報提供、インセンティブの付与といった手法が考えられるが、各関係者が担うべき役割も含め、具体的にどのような取組を検討すべきか。
- ・インセンティブの付与には経済的コストがかかる点に留意が必要。

○制度への自治体の参加率を高めるために何をすべきか？

- ・例えば、国による予算的支援等が考えられる。
- ・その他に各関係者はどのような役割を担うことができるか？

○個人情報保護対策はどうすべきか？

- ・消費者が安心して排出することができるように個人情報保護対策を検討する必要がある。
- ・参考：個人情報に対する不安に関するアンケート調査結果
 - －不安がある：32.9%
 - －不安はない：24.0%
 - －対策をしていれば不安はない：43.1%

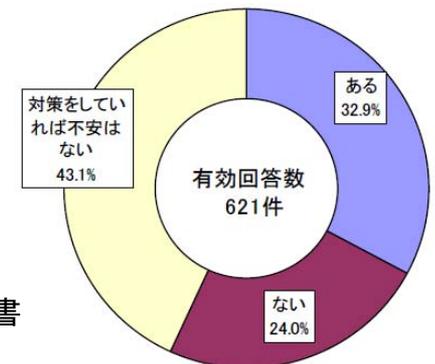


図 個人情報流出に関する不安に関するアンケート調査結果
出典：H22水俣市モデル事業報告書

本日も議論をお願いしたい事項（小売店回収）

○小売店においてどのような方法で協力が可能か？

•多様な回収ルートを確保することにより、消費者の利便性が高まり、回収率を高めることが可能となることから、ぜひ小売店には積極的に回収の補完的な役割を担っていただきたい。

•同じ小売店でも企業によって様々な特徴があり、自主的な協力をお願いすることとなるが、協力の方法としては、以下の2つのオプションが考えられる。小売店において、小売店固有の状況を踏まえ、現実的に可能な方法を選択するような仕組みとしてはどうか。

①これまで、小売店にはモデル事業における自治体のボックス回収にご協力いただいております、引き続き同様な形での協力をさせていただくことは可能か。

②他方、下取りサービスとの連携など、対面回収も含めた形での協力をさせていただくことは可能か。

本日も議論をお願いしたい事項（対象品目）

○制度の対象品目の考え方はどのようにすべきか？

•品目を厳密に特定せず、大きさでの限定をすべきと考えるがどうか。

•他方、その限定条件を満たさない電気電子機器であっても、家庭で通常使用されるようなものについては、指定再資源化機関や自主計画認定者への引き渡しと広域回収を可能とすることができるよう、法的な措置を講ずるべきではないか。

•なお、パソコン・携帯電話を対象にすべきかどうか、これらの品目について既存のスキームとの整合性をどう図るかについては、制度が具体的になった段階で、改めて検討することとしたい。

参考：30cm×30cm以内の使用済電気電子機器を指定品目とした場合の採算性

- 暫定的に30cm×30cm以内と考えられる約40品目(例:携帯電話、MDプレイヤー、ビデオカメラ、デジタルカメラ等。電球は対象品目外と考え除外。)を指定品目とした場合の採算性を試算。
- 回収率を30%とすると、採算性の確保が可能である。

単位:百万円

	回収率5%	回収率30%
便益	1,314	7,882
小型家電回収	168	1,011
静脈物流	0	0
中間処理	576	3,455
金属回収	569	3,416
管理・運営	0	0
費用	2,410	7,145
小型家電回収	1,117	1,920
静脈物流	125	539
中間処理	542	1,371
金属回収	538	3,228
管理・運営	88	88
単年度B-C	-1,097	736
単年度B/C	0.55	1.10