

## 第二次循環型社会形成推進基本計画の進捗状況の第 2 回点検結果について 【取組指標 評価と課題 部分】(案)

### 評価と課題

一般廃棄物の排出量については、平成 12 年度比の削減率の推移に着目すると着実に削減率が高くなっている傾向が見られ、平成 19 年度の実績で 1 人 1 日あたりのごみ排出量は平成 12 年度比 8.1%の削減(平成 27 年度目標 10%削減)、1 人 1 日あたりに家庭から排出するごみの量は平成 12 年度比 10.4%の削減(平成 27 年度目標 20%削減)、事業系ごみの「総量」は平成 12 年度比 16.1%削減(平成 27 年度目標 20%削減)となっています。これまでの対策により、削減率は年々上昇していますが、今後とも目標達成に向けて取組の充実・強化が必要です。

産業廃棄物の最終処分量についても、着実に削減率が高くなっている傾向が見られます。しかし、近年の削減率の伸び率が鈍化しているとともに、平成 27 年度目標には達していないことから、今後とも一層の取組推進が必要です。

循環型社会形成に向けた意識・行動の変化については、意識については比較的高い回答率となっている一方で、具体的行動についてはリサイクル製品の積極購入など低い回答率のものもあり、国民の高い意識を具体的な行動に結びつけるための取組推進が必要です。

今年度は、内閣府において「環境問題に関する世論調査」が実施された(平成 21 年 6 月)ことから、世論調査とインターネット調査を比較するため、対象者の居住地域の選定や設問など、ほぼ同様の条件で実施しました。両調査を比較した結果、インターネット調査と世論調査は、ほぼ同様の回答分布となっておりほとんど差がないものと認められますが、「インターネットオークションの利用」に関する回答率など一部結果に差があることから、インターネット調査についてはインターネット環境に左右される設問があることに意識しつつ、さらに精度を高める工夫が必要です。

地方公共団体におけるグリーン購入の組織的な取組については、平成 27 年度目標(100%)に向けて一層の取組推進が必要です。一方、企業におけるグリーン購入の組織的な取組や環境経営の推進に係る指標については、環境マネジメントシステムを実施している企業数が年々着実に向上しているなどの傾向にあることから、今後も引き続き取組が推進されることが期待されます。

循環型ビジネス市場については、H19 年度では H12 年度比で、市場規模では 1.29 倍、雇用規模では 1.22 倍となっており、目標に向けて取組が進んでいるこ

とが伺えます。

H12年度から増加した循環ビジネスは、製造業における廃棄物受入れ、中古品流通、再生資源卸売業などであり、全体として循環ビジネス市場は拡大方向にあります。また、成長率が大きい循環ビジネスは、製造業における廃棄物受入れ、廃パソコンのリサイクル、家電・パソコンの中古品ビジネス、再生資源の再商品化（ペットボトル・紙製容器包装・プラスチック製容器包装、鉄スクラップ）となっています。

なお、現段階では循環基本計画における「廃棄物・リサイクル分野」に関連するものを循環ビジネスとしていますが、環境保全のための処理等が進むことにより市場規模が縮小していくビジネスもあることから、その内容について適宜、検討を加えることが重要です。

推移をモニターする指標のうち、レンタル・リース業の年間売上高は、平成18年以降減少傾向にあるものの、レンタル業については増加しており、アンケート調査においては、「無駄な製品をできるだけ買わないよう、レンタル・リースの製品を使うようにしている」との回答も増加していることから、今後の推移をみていく必要があります。

また、詰め替え製品出荷量及び出荷比率は、着実に増加する傾向にあり、平成19年の出荷比率は60%を超えています。アンケート調査においても、「詰め替え製品をよく使う」への回答は70%を超えており高いことから、消耗品を購入する際の選択肢として定着してきていることがうかがえます。

現状では詰め替え製品の情報があまり整備されていないため、石鹼洗剤業界のデータの推移のみ把握していますが、今後は食品分野など、他の詰め替え製品についても把握方法を検討する必要があります。

レジ袋の辞退率は平成21年9月時点で23.5%近くあり、アンケート調査において、「レジ袋をもらわないようにしたり、簡易包装を店に求めている」という設問への回答率が70%近くに達していることから、レジ袋の辞退が着実に浸透してきていることがうかがえます。その伸び率も平成20年までの伸び率を大きく上回っています。

一方、割り箸の国内生産量及び輸入量が平成17年以降減少傾向にあり、その内訳も国産材を用いたものが増加しています。これについてはマイ箸の携帯率の向上だけでなく、一般飲食店の減少や中国からの対日輸出の規制による影響も反映しているものと考えられます。

生産量や販売量のデータのみでなく、使い捨て商品からの転換の実態を把握することも重要です。また、間伐材の利用実態についても把握することが期待されます。

リターナブルびんの使用率に関しては、近年横ばいとなっています。アンケート調

査においても、「ビールや牛乳のびんなど再使用可能な容器を使った製品を買う」という設問への回答率が低いことから、リターナブルびんを選択できるように消費者の行動を促す対策などさらに取組を進める必要があります。

リユースカップやリユース食器の導入に関しては、スタジアムや様々なイベントなどで実施されています。

しかしながら、アンケート調査でも「ぜひ使うべきである」「できれば使った方がよい」への回答率が昨年度調査よりも低くなる一方で、「どちらかというと思って欲しくない」への回答率は横ばいとなっており、その理由として衛生上の不安への回答が多いことから、昨今の安全・安心志向に応えうる対策が導入促進のポイントとなることが考えられます。

地方公共団体においても、地域における循環基本計画等について、個別に循環基本計画を策定しているものから環境基本計画や廃棄物処理計画に循環に関する内容を記載しているものまで差があるものの、都道府県では100%、市町村では54.2%の策定率となっています。また、ごみ処理有料化実施自治体率も増加しているなど、着実に取組が進められており、引き続き取組を推進することが重要です。

全体としては、循環型社会に対する国民の意識は高く、廃棄物の減量化等に向けた行動の面でも浸透してきている傾向が見られますが、一部の取組において伸びの鈍化や横ばいが見られることから、意識の向上を実際の行動につなげるためのインセンティブ付けなどの取組等をさらに進める必要があります。消費の実態をより一層把握した上での行動につながる情報発信も引き続き重要であると考えます。

また、循環型社会ビジネスに関しても、年々着実に取組が推進されている傾向が見られます。

循環型社会の形成には、国民、NGO/NPO、大学、事業者、地方公共団体、国など各関係者がそれぞれの役割を持ちつつ協力することが必須であることから、今後も関係者が連携しながら取組を推進していくことが必要です。