

自動車向け再生プラスチック市場構築のための産官学コンソーシアム

第 1 回 WG1 議事要旨

1. 日時 令和 7 年 7 月 10 日（木） 10:00-12:00

2. 場所 環境省 第一会議室・Web

3. 出席者 参加者名簿ご参照

4. 議題

1. コンソーシアム及びWG実施概要

1. コンソーシアム・WGスケジュール及び実施体制

2. CPs 自動車領域WGとの連携

2. 回収量拡大に向けた現状分析・課題認識合わせ

3. リサイクル設計の定義・今後の在り方検討の方向性

4. 価値訴求の必要性和今後の検討方向性

5. 配布資料

・ 資料 1：議事次第・配付資料

・ 資料 2：委員名簿

・ 資料 3：事務局説明資料

6. 議事要旨

資料 3（事務局説明資料）に基づき、事務局より説明。参加者からの主な意見の概要は以下のとおり。

1. コンソーシアム及びWG実施概要

■ 「中長期を見据えたロードマップ・KPI の策定を目指す」上での KGI 及び目標年度について

- KGI は、昨年度産官学コンソーシアム（以下、産官学コンソ）にて設定した供給量目標が該当し、本年度は、供給量目標に向けた各パスの積み上げ（≒KPI）を実施する想定である。
- 目標年度の考え方について、産官学コンソとしては供給量目標の初年度である 2030 年に向けた供給体制構築が急務であると認識しているため、まずは 2030 年に向けたロードマップ検討を実施予定である。

2. 回収量拡大に向けた現状分析・課題認識合わせ

■ 回収量の試算

- 部品重量の試算について、PP の正味重量なのかタルクなどを含んだ重量なのかで前提が異なるため、留意して頂きたい。
- 将来分析においては試算条件の細分化（例：車種、歩留まり）や解体効率向上などのパラメータ追加が必要である。

■ 回収量拡大に向けた課題認識

- 中小企業から、資源回収インセンティブ制度に参加するには、破砕機などの設備投資が必要であり、再

生プラスチックの買取価格や段階的な需要量の明確化が必要であるとの声が寄せられている。

- 再生材メーカーが特定地域に偏在しているため、輸送コストを低減するためには全国的に資源循環を実現するための回収網の構築等が必要と考える。
- 再生プラの拠点集約化については、コスト/環境負荷の観点から懸念がある。問題の本質は、拠点当たり処理量が少ないことである。拠点あたりの処理量を増やすためには、X to Car の再生プラ集約が必要である。
- 選別の設備運用において、外国産の選別装置は保守運用コストがかかるため、国産の選別装置を増やすことも課題のひとつである。

■ Car to Car の供給量ポテンシャル

- 国内資源循環向けに廃棄処理され得る自動車台数が 100 万台程度の場合、Car to Car だけでは到底供給量目標に到達しない。X to Car に求められる供給量を把握するためにも、Car to Car のポテンシャルを明らかにする必要がある。
- あるべき ASR マテリアルリサイクル量の明確化が論点である。加えて、ASR 由来再生プラの需要量も論点である。需要サイドのコミット無くしてマテリアルリサイクル量増には動きづらいため、定量的な目標も示していただきたい。

3. リサイクル設計の定義・今後の在り方検討の方向性

■ 産官学連携の推進

- 産官学のリソースを上手く活用することで、日本のリサイクル技術の発展に貢献できるのではないかと。易解体性の向上に関しては、科学技術振興機構（JST）未来社会創造事業が、使用時は接着しているものの、解体時に温度を上げることで簡単に外すことができる革新接着材の開発が進んでいる。また、プラスチックの研究に関して日本で一番ポテンシャルが高いのは山形大学であり、再生プラスチックの品質向上の産官学連携先として有力な候補になるのではないかと。
- 物質・材料研究機構では、2017 年から大手化学メーカー4 社が参画して PP のデータベースを構築しており、2023 年に世界最大・最高品質の PP バージン材データベースが完成した。他国にはないこの研究成果を装置開発に使うことで、短期間で高性能の再生プラスチック用装置開発が可能になるのではないかと。

■ 用語定義について

- 用語を正しく定義し、共通認識化して進めることが重要である。過去、容器包装リサイクル法の検討にて、形状の総称であるペレットを、品質の総称と認識し、ペレタイズを品質要件の 1 つとしてしたため、各企業が造粒機を導入してしまった。このように、用語定義は、設備投資等の大きな影響が出ることもあり、慎重に進めるべきだ。

■ 協調領域の拡大について

- リサイクル設計によるエンドユーザーへの恩恵は未知数であるため、取組推進にはインセンティブが必要ではないかと。また、現状はリサイクル設計を競争領域としているが、欧州では協調領域を広く設定して推進していると認識しており、今後推進するにあたっては欧州動向も参考にし、出来る限り協調領

域を広げることが必要ではないか。

■ リサイクル設計の前提となる環境配慮

- 環境影響評価の観点では、リサイクルだけでなく、使い続けるという観点も重要となる。
- リサイクル設計には経済性だけでなく環境対応が根本にあるため、環境配慮を前提にしたリサイクル設計である旨を明示できると良いのではない。また、消費者も巻き込みながら資源循環を促進できる取り組みとして発信/推進できると良い。

4. 価値訴求の必要性和今後の検討方向性

■ 海外調査について

- 海外調査において、成功しているルールがあれば深掘り調査を実施してほしい。どんな法制度があるかではなく、成功/失敗を環境面・経済面の両面で検証するべきである。今後検討する施策が、産官学コンソの目的である「グローバルな資源循環ビジネスを牽引」するに足るかに留意し、調査・検討を進めて頂きたい。

■ 事業者への価値訴求

- 昨今、国内の使用済自動車を回収するプレイヤーが減少しており、使用済自動車の海外流出が増加している。使用済自動車の海外流出を防ぐためには、輸出前検査等、何らかの仕組みづくりが必要である。また、使用済自動車の回収や資源回収インセンティブ制度を活用した解体実施の促進に繋がるような価値訴求が必要となる。

■ 消費者への価値訴求

- ブランディングは突き詰めるとマーケティング施策になるため、小さなマスへの施策とならないように留意する必要がある。資源循環の大義がカーボンニュートラルなのか、海洋プラスチック削減か、環境価値全般について明確化が必要である。
- 価値訴求については、出来る部分/出来ない部分を切り分けて構わないと思う。その中でも依然出来る部分も多いかと思うため、今後のこのWGでの検討には強く期待したい。

以上