

8. 事業者による容器包装の軽量化等の事例

(アルミ缶)

企業名	実施内容	実施時期	減量化の程度
サントリー(株)	軽量化	H4 年	ビール 350m 缶(缶胴重量) 15g/本 12g/本(20%減)
アサヒビール(株)	軽量化	H9 年	ビール 250m 缶 13.87g/本 13.75 g/本(H17.1)(0.9%減) ビール 350m 缶 15.8g/本 15.7 g/本(H17.1)(0.6%減) ビール 500m 缶 19.28g/本 19.10 g/本(H17.1)(0.9%減)
サッポロビール(株)	軽量化	H8 年 1 月	ビール 350m 缶(黒ラベル缶) 12.20g/本 11.95 g/本(H16.12)(2.0%減)
		H12 年	缶蓋の軽量化 4.0g 3.65g(8.8%減)
麒麟ビール(株)	軽量化	H6 年	250 m・350 m・500 m 缶の缶蓋の口径狭小化 350 m 入 3.9 g/本 3.1 g/本(H17.1)(20.5%減)
	薄肉化	H6 年	250 m・350 m・500 m 缶の缶胴部の薄肉化 350 m 入 14.7 g/本 12.1 g/本(H17.1)(17.7%減)

(スチール缶)

東洋製罐(株)	軽量化	H4 年	TULC 350m 入 33.5g/本 24.5g/本(H17.1)(26.9%減)
鉄鋼及び製缶メーカーでは、スチール缶の再生利用だけでなく、缶自体の軽量化を進め、原材料使用量のリデュースを進めています。1970 年(昭和 45 年)頃と比較すると、350g 缶では 63%(75g 28g)、190g 缶では 20%(40g 32g)の軽量化が実現されています。<スチール缶リサイクル年次レポート(2003 年度版)(スチール缶リサイクル協会)より>			

(ガラスびん)

(株)大久保製薬所	軽量化	H15 年 6 月	リポピタン 100m、リポピタン 50m 100m 113g/本 103g/本(H14.4)(8.85%削減)
ヒガシマル醤油(株)	軽量化	H14 年 9 月	360m びん めんスープ 205g/本 185g/本(H17.1)(9.8%削減)
サントリー(株)	軽量化	H12 年	彩食健美(ワイン 600m) 455g/本 345g/本(24%削減)
森永乳業(株)	軽量化	H12 年 3 月	クリープびん 280g 入 410g/本 338g/本(H12.3)(17.6%削減)
	軽量化	H16 年 11 月	宅配用牛乳びん 180m 入 244g/本 130g/本(H16.11)(46.7%削減)
大和特殊硝子(株)	軽量化	H15 年 4 月	ドリンク 100m 111g/本 101g/本(H16.1)(9%削減)
日本山村硝子(株)	軽量化	H14 年 4 月	調味料、飲料、酒、ビール関係 900m 入 530g/本 305g/本(H14.8)(42.5%削減) 330m 入 190g/本 170g/本(H14.11)(10.5%削減) 720m 入 565g/本 420g/本(H15.4)(25.7%削減)
石塚硝子(株)	軽量化	H12 年 4 月	酢、牛乳、コーヒびん等 900m 入 390g/本 300g/本(H17.1)(23%削減) 200m 入 244g/本 140g/本(H17.1)(43%削減)
日本耐酸壘工業(株)	軽量化	H11 年	調味料用びん 500m 入 230g/本 190g/本(H15)(17.4%削減) 900m 入 390g/本 300g/本(H15)(23.1%削減) 360m 入 180g/本 153g/本(H15)(15.0%削減)
サッポロビール(株)	軽量化	H14 年 9 月	うれしいワイン(720m)360g/本 320g/本(H16.12)(11.1%削減)
武田食品工業(株)	軽量化	H8 年 1 月	C1000 タダダビタミンモン 140m 150g/本 120g/本(H17.1)(20%削減)
(株)えひめ飲料	軽量化	H7 年 2 月	ポンジュース 1 びん 440g/本 350g/本(H17.1)(20%削減)
宝酒造(株)	軽量化	H15 年 2 月	宝焼酎「純」720m リターナルびん 580g/本 530g/本(H17.1)(9%削減) 宝焼酎 360m びん 252g/本 197g/本(H17.1)(22%削減) 宝焼酎 600m びん 310g/本 270g/本(H17.1)(13%削減) タカラ有機本みりん 500m びん 291g/本 195g/本(H17.1)(33%削減)
メルシャン(株)	軽量化	H14 年 2 月	ワイン 720m びん(ピストロ) 380g/本 326g/本(H14.2)(5%削減) 白水 720m びん 600g/本 400g/本(H14.4)(15.4%削減)

キリンビール(株)	軽量化	H6年1月	ビール、発泡酒 大びん(633m) 605g/本 475g/本(21%削減)
キューピー(株)	軽量化	H14年2月	ベビーフード果汁びん 100m入 103g/本 95g/本(7.8%削減)
		H14年7月	1/3ドレッシングびん 150m入 126g/本 117g/本(7.1%削減)
		H16年2月	マスタード100gびん 100g/本 92g/本(8.0%削減)
		H16年6月	ドレッシング200mびん 140g/本 130g/本(7.1%削減)
味の素(株)	軽量化	H6年	オイスターソース、ほんだし、味の素、アジシ オイスターソース130gびん 149g/本 125g/本(H15.1)(16.1%削減)
(株)桃屋	軽量化	H7年1月	つゆ大徳利400mびん 232g/本 194g/本(H17.1)(16.3%削減)
養命酒製造(株)	軽量化	H14年3月	養命酒 1000m入 640g/本 530g/本(H17.1)(17%削減)
大正製薬(株)	軽量化	H16年1月	100mドリンク剤・リボタンD 113g/本 103g/本(H16.1)(9%削減)
辰馬本家酒造(株)	軽量化	H13年3月	720mスキ北フロスト瓶・720m黒北瓶 580g/本 431g/本(H17.1)(25.7%削減)
キリンビバレッジ(株)	軽量化	H14年	キリンレモン大びん 340m入 420g/本 410g/本(H17.1)(2.4%削減)
東洋ガラス(株)	軽量化	H15年10月	100mドリンク剤びん 113g/本 103g/本(H17.1)(8.8%削減)
明治乳業(株)	軽量化	H13年	めいじおなが活力ミルク他 100m入 150g/本 110g/本(H13.1)(27%削減)

(ペットボトル)

ニッカウヰスキー	軽量化	H16年	ウヰスキー 1800m入 81g/本 66g/本(18.5%削減)
日本コカ・コーラ(株)	軽量化	H16年3月	2000m入 65g/本 59g/本(9%削減)
			1500m入 59g/本 51g/本(14%削減)
山形食品(株)	軽量化	H16年3月	サンアソドリブウーロン茶 500m入 33g/本 27g/本(H16.12)(18%削減)
大塚ペパレジ(株)	軽量化	H15年3月	500mクリスタルカイザー 16g/本 14g/本(H17.1)(12.5%削減)
カルピス(株)	軽量化	H14年3月	カルピスウォーター500m 32g/本 26g/本(H16.12)(19%削減)
森永乳業(株)	軽量化	H15年2月	500m入製品(フチハビーナ、赤ちゃんの水等) 32g/本 26g/本(H15.2)(18.8%削減)
明治乳業(株)	軽量化	H14年10月	ヴァームウォーター500他 500m入 32g/本 26g/本(H17.1)(18.8%削減)
えひめ飲料(株)	軽量化	H15年4月	500m入 28g/本 26g/本(H17.1)(7%削減)
生活協同組合コープとうきょう	軽量化	H15年	COOP烏龍茶 2000m入 65g/本 59g/本(9.2%削減)
ハウス食品(株)	軽量化	H16年12月	2000m入 49.4g/本 45g/本(9%削減)
生産量の増加に伴うPET樹脂排出量の抑制のため、2000年度からリデュースとしてのPETボトルの軽量化に業界をあげて取り組んできました。この結果、500mボトルで従来の32gから23gに、2ボトルでは従来の63gから42gにするなど軽量化が図られました。 <PETボトルリサイクル年次報告書(2004年度版)(PETボトルリサイクル推進協議会)より>			

(紙製容器包装)

よつ葉乳業(株)	軽量化	H15年8月	カマンベールチーズ(土産用)カートン 21.9g/個 15.0g/個(H16.1)(31.5%削減)
	軽量化	H16年1月	3連ヨーグルト台紙 6.7g/枚 6.0g/枚(H16.1)(10.4%削減)
松下電器産業(株)	軽量化	H15年	SDカードのクラムシェルパッケージ台紙 6.8g/台 0g/台(H16.12)(100%削減)
	軽量化	H13年	ポータブルAV商品の化粧箱・付属品箱 ポータブルCD 121.7g/台 0g/台(H16.12)(100%削減)
	軽量化	H12年	紙製プリスター包装 ヘッドホンステレオ 31g/台 0g/台(H16.12)(100%削減)
花王(株)	薄肉化	H14年6月	ブローネ液状ヘアカラー、化粧品類小箱 板紙 310g/m ² 270g/m ² (13%削減)
	過剰包装の見直し	H13年2月	ピオレさらさらパウダーシート中箱廃止 160g/6本 0g/6本
(株)丸井	軽量化	H12年9月	手提袋 160g/本 120g/本(25%削減)

武田薬品工業(株)	軽量化	H16年11月	アリナミンV(紙箱、中仕切り) 951g/箱 877g/箱(7.78%削減)
森永製菓(株)	軽量化	H15年7月	森永ビスケット、エンジェリア 29.2g/個 28.5g/個(2.4%削減)
カルピス(株)	軽量化	H13年1月	カルピス(紙容器) 29.0g/本 25.5g/本(12%削減)
(株)ロッテ	軽量化	H15年11月	銀紙・エフ(チョコレート) 1.9g/本 1.8g/本(H16.3)(5.3%削減)
	薄肉化	H15年7月	カートン・爽マルチ(アイス) 47g/本 41g/本(H16.3)(12.8%削減)
王子ネピア(株)	軽量化	H12年9月	ネピアふんわりスリム他ボックスティッシュ 33g/個 30g/個(H17.1)(9%削減)
(株)阪急百貨店	軽量化	H13年3月	手提紙袋 大 49.2g 44.8g(8.9%削減) 中 38.4g 35.16g(8.4%削減)
(株)阪神百貨店	過剰包装の見直し	H10年4月	0.76kg/100万円(H9) 0.47kg/100万円(H16.3)(38.2%削減)
(株)高島屋	軽量化	H15年9月	紙製手提袋 2号袋 34.9g/枚、3号袋 36.9g/枚を新2号袋 34.9g/枚に集約
(株)三越	軽量化	H13年	紙袋(中)40g/枚 35g/枚(12.5%削減) 紙袋(大)48g/枚 45g/枚(6.3%削減)
(株)名鉄百貨店	過剰包装の見直し	H15年3月	3.5kg/100万円 3.15kg/100万円(H16.2)(10%削減)
日本たばこ産業(株)	軽量化	H11年	たばこの200本中間包装品 約20g/個 約8g/個(約60%削減)

(プラスチック製容器包装)

ユニチャーム(株)	薄肉化	H13年4月	「ムーニーマン」ポリ袋 56g/袋 43g/袋(23.2%削減)
サンヨー食品(株)	軽量化	H12年2月	即席袋麺の外装材小型化 2.79g/枚 2.60g/枚(H12.2)(7.3%削減)
(株)神戸屋	薄肉化	H16年9月	プラスチックトレイ 2.4g/枚 2.05g/枚(H17.1)(14.6%削減)
花王(株)	軽量化	H15年7月	洗剤ボトル 液体ワイドライター 75g/本 55g/本(27%削減) かじとりライターストロング 42g/本 35g/本(17%削減)
明治乳業(株)	軽量化	H13年1月	明治十勝カマンベールチーズ 100m入 8.4g/本 7.7g/本(8%削減)
(株)コーセー	軽量化	H15年8月	パウダーファンデーション 11g入 5.2g/本 2.1g/本(H15.8)(60%削減)
	薄肉化	H14年1月	ボックス収納化粧料含浸シート容器 30枚入 35g/本 18g/本(H14.1)(50%削減)
キューピー(株)	軽量化	H12年3月	マヨネーズ500g 20.9g/本 17.8g/本(15%削減)
		H12年7月	マヨネーズ1kg 30.4g/本 27.4g/本(10%削減)
		H12年8月	マヨネーズ300g 12g/本 10.8g/本(10%削減)
		H13年2月	マヨネーズ200g 9.3g/本 8.4g/本(10%削減)
カルビー(株)	薄肉化	H15年7月	ポテトチップス、かっぱえびせんの包装 71g/m ² 63.7g/m ² (10%削減)
伊藤ハム(株)	軽量化	H13年4月	トレイバックの厚みを薄くすることによる軽量化 10.2g/バック 9.5g/バック(H17.1)(6.8%削減)
(株)ニチレイ	軽量化	H15年7月	カレー類レトルトパウチ 4.42g/枚 4.05g/枚(8.4%削減)
	過剰包装の見直し	H15年10月	パリパリの春巻(業務用)トレイの使用中止 55.6kg/100万円 29.8kg/100万円(H16.3)(46.4%削減)
日清オイログループ(株)	軽量化	H13年3月	サラダ油1500gポリボトル 70g/本 61g/本(H17.1)(12.7%削減)
	軽量化	H13年3月	サラダ油700gポリボトル 33g/本 27g/本(H17.1)(18.2%削減)
日清食品(株)	プラスチック使用量の削減	H14年	湯切り蓋の仕様変更によるプラ使用量削減 例1; 2.24g/食 2.09g/食(7%削減) 例2; 7.8g/食 1.3g/食(83%削減)
森永乳業(株)	軽量化	H12年8月	ビヒダスヨーグルト500g用カップ 21g/本 16g/本(H17.1)(24%削減)
日本ハム(株)	軽量化	H16年9月	中華名菜、洋食名菜シリーズ商品トレー 10g/枚 8g/枚(H17.1)(20%削減)

	薄肉化	H14年8月	フレッシュロースハム 45gの容器 3.15g/袋 2.7g/袋(14.3%削減)
松下電器産業(株)	軽量化	H15年	クラムシェルパッケージのSDカード 14.0g/台 6.1g/台(H16.12)(56%削減)
ライオン(株)	軽量化	H7年	シャンプー・リンスボトル(600ml入) 63g/本 57g/本(H17.1)(9.5%削減)
	軽量化	H7年	ボディソープボトル(780ml入) 82g/本 56.5g/本(H17.1)(9.5%削減)
牛乳石鹼共進社(株)	軽量化	H9年	ボディソープボトル(780ml入) 56g/本 49g/本(H17.1)(12.5%削減)
よつ葉乳業(株)	軽量化	H13年12月	カマンベールチーズ内カップ 7.33g/個 5.93g/個(H16.1)(19.1%削減)
	軽量化	H16年3月	カップバター80g プラ容器 10.4g/個 8.0g/個 (23.1%削減)
山崎製パン(株)	軽量化	H13年	和菓子用パック 22.8g/個 21.0g/個 (7.9%削減) 中華まんトレイ 3.6g/個 3.1g/個 (13.9%削減)
(株)ヤクルト本社	軽量化	H1年4月	ヤクルト容器(65ml入) 3.6g/本 3.25g/本 (H17.1)(10%削減)
	軽量化	H8年4月	ヤクルト80Ace容器(80ml入) 4.3g/本 3.9g/本 (H17.1)(9%削減)
	軽量化	H14年4月	ヤクルト400容器(80ml入) 4.3g/本 4.0g/本 (H17.1)(7%削減)
(株)丸井	薄肉化	H16年11月	食品用ポリ袋 大 10g/枚 8.4g/枚(16%削減) 中 6.6g/枚 5.0g/枚(24%削減) 小 4.7g/枚 3.2g/枚(32%削減)
生活協同組合 コープ東京	軽量化	H12年	レジ袋 7.7g/枚 7.4g/枚(3.9%削減)
	薄肉化	H16年12月	ロールポリ袋 8μm 6μm
(株)ライフコーポレーション	軽量化	H12年4月	食品用ポリ袋 8.7g/枚 6.8g/枚(H17.1)(22%削減)
(株)イトーヨーカ堂	軽量化	H13年1月	レジ袋Mサイズ 5.1g/枚 4.8g/枚(5.8%削減)
	薄肉化	H11年3月	レジ袋 0.023mm 0.019mm(17%削減)
イオン(株)	薄肉化	H12年3月	食品レジ袋 H17.2 現在Lサイズ 7g/枚
(株)マルエツ	軽量化	H16年6月	食品トレイ 4g/枚 3.6g/枚(H17.1)(10%削減) レジ袋 3Lサイズ 11g/枚 10.85g/枚(1.4%削減) LLサイズ 7.3g/枚 6.8g/枚(6.8%削減) Lサイズ 4.9g/枚 4.5g/枚(8.2%削減)
森永製菓(株)	軽量化	H15年6月	森永ラムネ 8.0g/個 7.5g/個(6.25%削減)
(株)カネボウ化粧品	軽量化	H15年3月	レキュレイトファンデーション 12.5g/本 10.3g/本(H15.3)(16%削減)
(株)ロッテ	軽量化	H11年10月	外装フィルム・モナ王(アイズ) 3.1g/本 2.2g/本(H16.3)(29%削減)

(紙パック)

全国牛乳容器環境協議会	軽量化	S62年	牛乳、発酵乳 1000ml入 32.9g/本 31.0g/本(H14)(5.8%削減)
-------------	-----	------	--

(段ボール)

段ボールリサイクル協議会	軽量化		664.1g/m ² (H2) 644.9g/m ² (H15)
--------------	-----	--	--

9. 石鹸・洗剤工業会の容器包装使用削減の取組

< 石鹸・洗剤工業会の取組 >

容器包装の主要な使用業界の一つである石鹸・洗剤工業会が、工業会工業会会員企業のプラスチック製容器包装の使用量や削減の取組に関する進捗状況を、会員企業に対してアンケートを行うことにより継続的に調査しているもの。

- ・ 調査期間：1995年～2003年
- ・ 調査対象：石鹸・洗剤工業会に加盟する会員企業14社の使用量
- ・ 調査対象製品：石鹸・洗剤工業会の会員企業が生産する主要な8製品群。

ボディ用洗剤、 手洗い用洗剤、 シャンプー・リンス、 洗濯用液体洗剤
柔軟仕上げ材、 台所用洗剤、 住居用洗剤、 漂白剤・かびとり剤

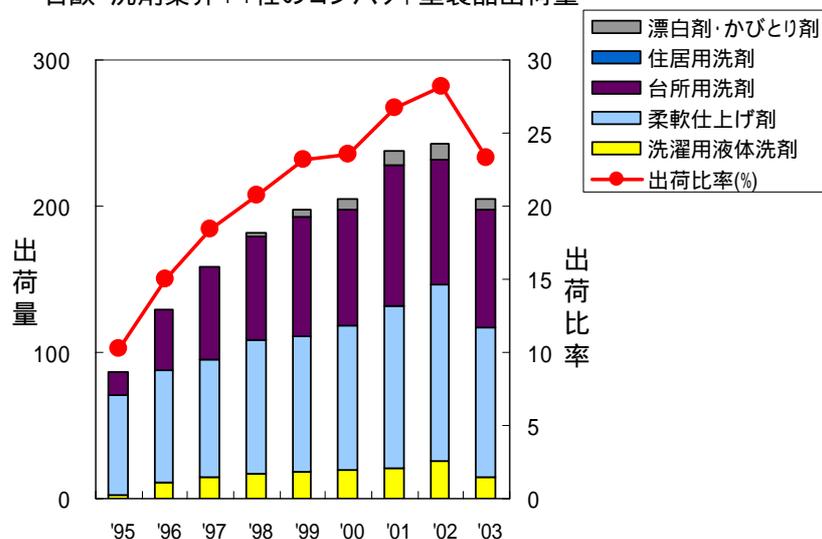
1. コンパクト型製品出荷量の推移

従来製品よりもコンパクトな容器を用いた「コンパクト型製品」の使用量と使用割合は以下の様に推移している。

コンパクト型製品出荷量（千トン）

	'95	'96	'97	'98	'99	'00	'01	'02	'03
ボディ用洗剤	0	0	0	0	0	0	0	0	0
手洗い用洗剤	0	0	0	0	0	0	0	0	0
シャンプー・リンス	0	1	0	0	0	0	0	0	0
洗濯用液体洗剤	3	11	15	17	18	19	21	26	14
柔軟仕上げ剤	69	77	81	92	94	99	111	121	103
台所用洗剤	16	42	64	71	81	80	96	85	80
住居用洗剤	0	0	0	0	0	0	0	0	0
漂白剤・かびとり剤	0	0	0	1	5	7	10	10	7
計	87.1	131	159	181	198	205	238	242	204

石鹸・洗剤業界14社のコンパクト型製品出荷量



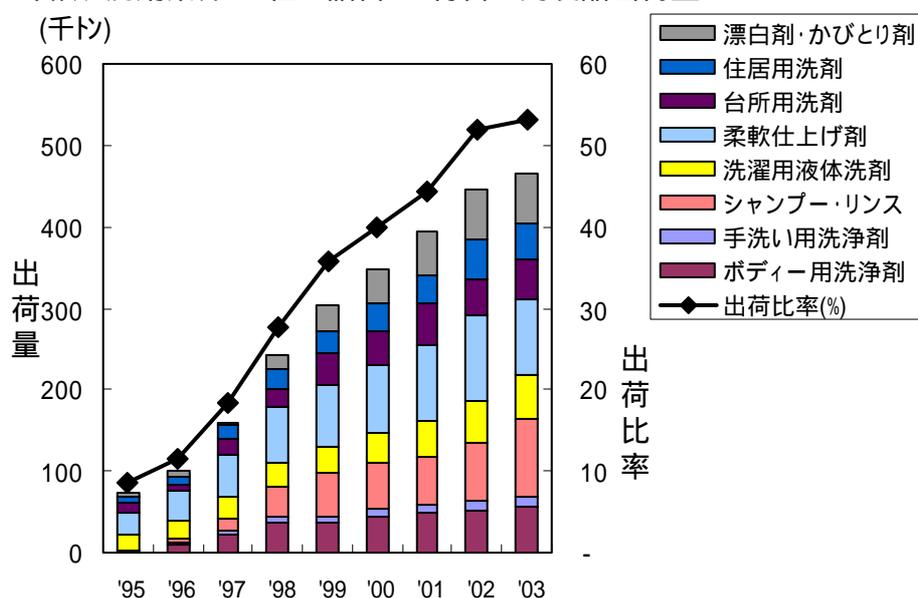
2. 詰替え・付け替え用製品出荷量

石鹼・洗剤業界の詰め替え用製品や付け替え用製品の出荷量は年々増加傾向にある。

詰替え・付替え用製品出荷量（千トン）

	'95	'96	'97	'98	'99	'00	'01	'02	'03
ポディー用洗剤	1	10	21	38	36	44	48	51	57
手洗い用洗剤	1	3	5	7	9	8	11	12	13
シャンプー・リンス	1	3	16	37	53	56	59	70	94
洗濯用液体洗剤	21	22	26	28	33	38	44	52	55
柔軟仕上げ剤	26	38	52	69	75	83	93	105	94
台所用洗剤	12	7	20	22	38	41	51	46	48
住居用洗剤	9	11	18	25	28	36	36	47	44
漂白剤・かびとり剤	4	6	2	16	32	40	54	63	62
計	73.6	100	160	242	305	347	395	447	466

石鹼・洗剤業界14社の詰替え・付替え用製品出荷量

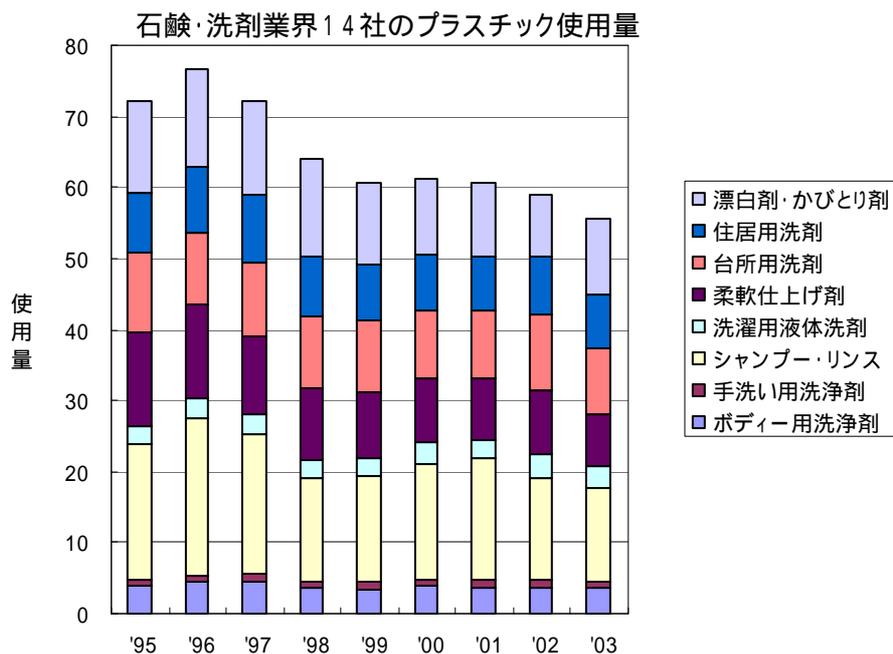


3. プラスチック使用量の推移

コンパクト製品の普及や詰め替え製品の普及により、石鹼洗剤業界12社の容器包装に関するプラスチックの使用量は年々減少傾向にある。

全プラスチック使用量（千トン）

	'95	'96	'97	'98	'99	'00	'01	'02	'03
ボディー用洗剤	3.9	4.4	4.4	3.5	3.4	4.0	3.8	3.7	3.6
手洗い用洗剤	0.8	0.9	1.2	1.1	1.1	0.9	1.1	1.1	1.0
シャンプー・リンス	19.1	22.2	19.8	14.5	14.9	16.1	16.9	14.2	13.1
洗濯用液体洗剤	2.7	2.9	2.7	2.5	2.5	3.2	2.6	3.3	3.0
柔軟仕上げ剤	13.1	13.0	11.0	10.1	9.4	8.9	8.6	9.1	7.5
台所用洗剤	11.3	10.1	10.3	10.1	10.1	9.7	9.7	10.6	9.1
住居用洗剤	8.2	9.4	9.7	8.4	7.7	7.6	7.5	8.3	7.5
漂白剤・かびとり剤	13.0	13.8	13.3	13.7	11.5	10.8	10.5	8.7	10.9
合計(t)	72.1	76.7	72.3	64.0	60.6	61.2	60.7	59.1	55.7



10. ガラスびんの生産量とリターナブル率

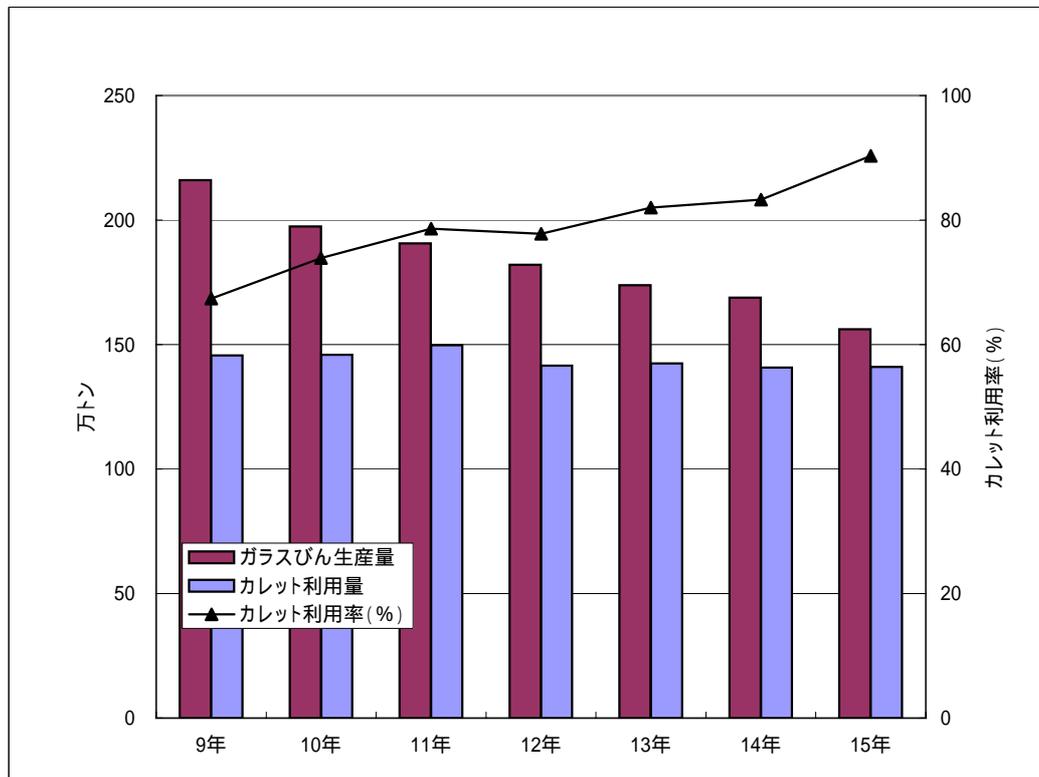
ガラスびんの生産は減少基調にある。
リターナブルびんについては、その利用は、集配システムが整備されている業務用のビール瓶や牛乳瓶等一部の瓶製容器に限られている。

(1) ガラスびんの生産量及びカレットの利用量・率

単位: 万トン

	9年	10年	11年	12年	13年	14年	15年
ガラスびん生産量	216.0	197.5	190.6	182.0	173.8	168.9	156.1
カレット利用量	145.6	145.9	149.8	141.6	142.5	140.8	141.0
カレット利用率 (%)	67.4	73.9	78.6	77.8	82.0	83.3	90.3

出典: 雑貨統計、日本ガラスびん協会 資料、ガラスびんフォーラム 資料



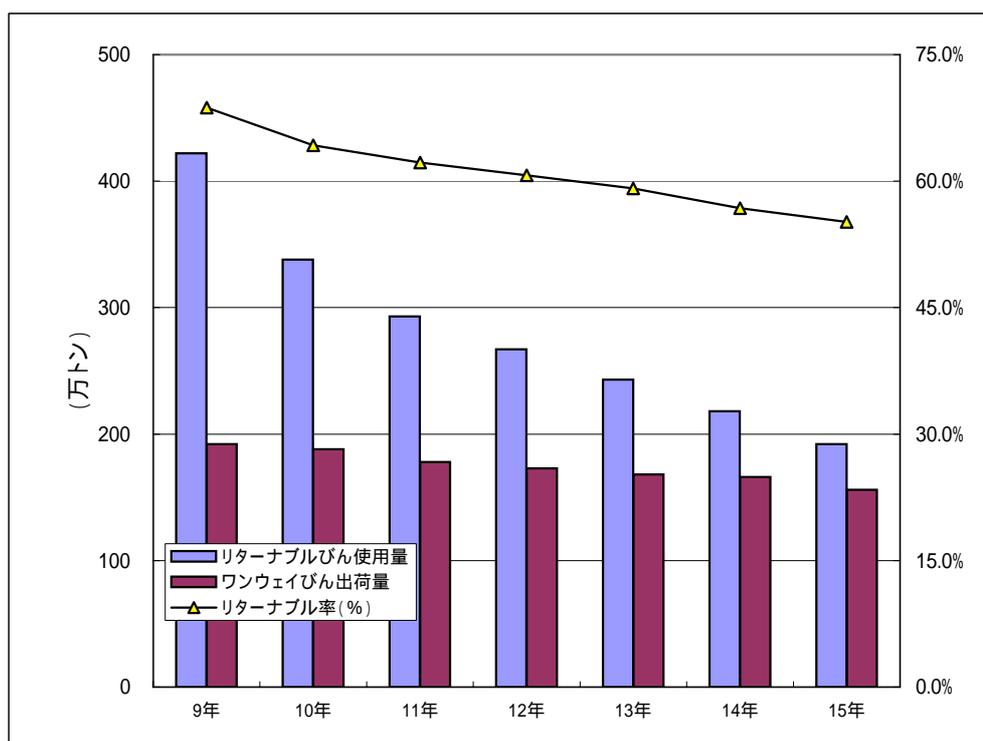
(2) リターナブル率の推移

単位: 万トン

	9年	10年	11年	12年	13年	14年	15年
リターナブルびん使用量	422	338	293	267	243	218	192
ビール	235.2	210.5	176.9	159.7	142.8	122.9	
1.8L	51.8	45.9	44.8	40.4	36.6	33.4	
牛乳・加工乳	63.0	57.8	47.6	45.0	42.9	42.2	
その他	59.7	12.2	14.7	13.3	12.5	12.0	
ワンウェイびん出荷量	192	188	178	173	168	166	156
リターナブル率(%)	68.7%	64.3%	62.2%	60.7%	59.1%	56.8%	55.2%

出典: ガラスびんリサイクル促進協議会 資料

注1: リターナブル率 = リターナブルびん使用量 / (リターナブルびん使用量 + ワンウェイびん出荷量)
 注2: その他は清酒中小、焼酎、乳飲料・発酵乳、ジュース類、ミネラルウォーター、生協統一びん等



11. 循環型社会形成実証事業（エコ・コミュニティ事業）について

（1）概要

循環型社会の形成に向けた地域からの取組の展開を促すことを目的に、平成 15 年度から開始。NGO・NPO等の民間団体や事業者が、地方公共団体等と連携して行うこと、リデュース・リユース・リサイクルやグリーン購入の推進など循環型社会の形成に向けて行うものであること、他のモデルとなるような創意工夫がなされたものであること、を条件に、年度内に具体的な事業が開始されるものを公募。有識者で構成される循環型社会形成実証事業選定委員会による審査を経て採択された事業は、環境省のモデル事業として実施される。

（2）補助内容

環境省は、モデル事業の立ち上げ及び試行に直接必要な経費について負担。（事業終了後に資産として残る施設整備、備品等の購入等は対象とはならない。）モデル事業の一件当たりの金額はおおむね 100～1000 万円程度（税込み）。

（3）容器のリユースに関する採択事業の概要

平成 15 年度

（ア）お祭り・イベントで利用するリターナブルカップシステムの開発（650 万円）

（事業主体）京アジェンダ 21 フォーラムえこまつりワーキンググループ

（事業概要）お祭りやイベントで発生する紙コップ等の使い捨て容器の使用による環境負荷を低減するため、京都近辺で開催されるお祭りやイベントにおいてリユースカップの導入を試みてきた。このような経験から得られた知見を基に、課題の解決策の検討及び実証を行うとともに、リユースカップ導入に伴う環境負荷低減効果の検証を行い、お祭りやイベント等におけるリユースカップシステムの確立を目指す。

（イ）南九州における 900ml 茶びんの統一リユースシステムモデル事業（900 万円）

（事業主体）社団法人環境生活文化機構

（事業概要）南九州地区で主に焼酎の販売等に使用されている容量 900ml の茶びんに統一規格を導入し、回収システムを確立することにより、これまで規格がバラバラで 1 回の使用で廃棄されていたびんのリターナブルシステムを構築する。

平成16年度

南九州における900ml茶びんの統一リユースシステムモデル事業（継続）

(800万円)

(事業主体) 社団法人環境生活文化機構

(事業概要) 主に焼酎の販売等に使用されている容量900mlの茶びんにリユースを前提とした統一規格を導入し、回収システムを確立することにより、これまで規格がバラバラで1回の使用で廃棄されていたびんの統一リユースシステムの構築を図る。

今年度は、4月から実際に市場に導入された統一リユースシステムを検証するとともに、リユースびんの利用拡大を図るため、酒造メーカーへ働きかけ等の導入促進を図る。

12. リユースカップの実施利用に関する検討調査の概要

(1) 事業実施の経緯

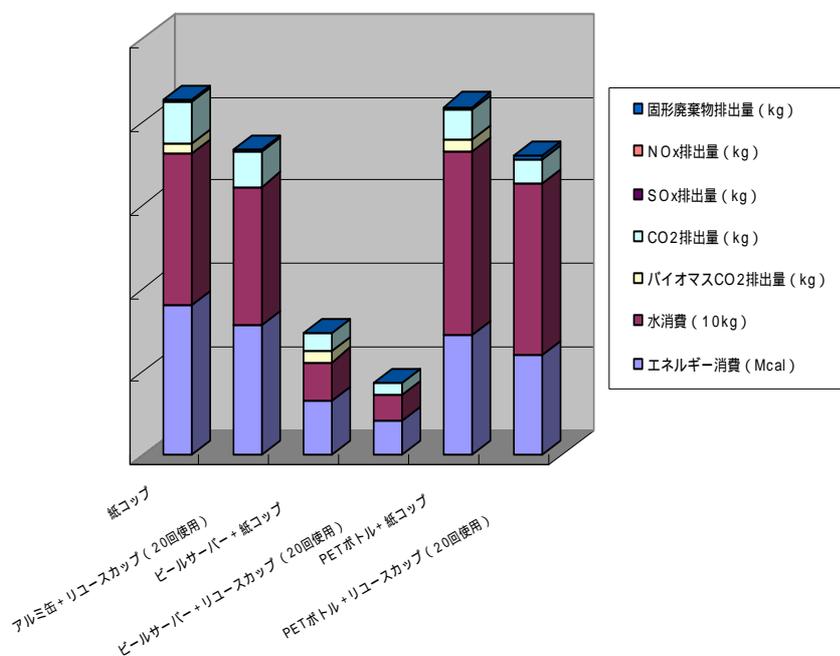
本事業は、(財)地球人間環境フォーラムが、環境省が平成14年度に実施した「NGO/NPO・企業環境政策提言」において、大分スポーツ公園総合競技場へのリユースカップの導入を「リユースカップの利用による循環型社会づくり」として提案し、優秀提言に選定されたことを受けて、その動向を社会実験として調査していくこととして、平成14年度より開始したものである。

実際の調査は、平成15年のJリーグ開幕に合わせて開始され、大分スポーツ公園総合競技場では平成15、16年の2年間調査し、平成16年8月からは横浜国際総合競技場においても調査を開始したところである。

また、平成16年度からは、平成16年度エコ・コミュニティ事業に継続事業として応募された「お祭り・イベントで利用するリターナブルカップシステムの開発事業」と新規応募事業の「リユース食器の貸出事業を各地で担う「リユース食器クラブ」の設立事業」を統合し、リユースカップの導入促進に関する事業を総合的に実施しているところである。

(2) 事業成果の概要

リユースカップの環境負荷



20回使用した場合におけるリユースカップ(ポリプロピレン製)と紙コップの環境負荷についてLCAを行った結果は図のとおり。

1回の使用では紙コップよりも環境負荷が高くなるが、およそ6回の使用でトータルの環境負荷が紙コップの使い捨て使用を下回り、その後は使用回数を増やすごとにトータルの環境負荷の低減効果が高まっていく。

サッカー場におけるリユースカップ導入促進事業

(ア) 大分スポーツ公園総合競技場

大分スポーツ公園総合競技場の売店を運営している給食会社エーム・サービス(株)は、平成14年11月からリユースカップの導入のための試行を行っていたが、平成15年3月のナビスコカップより本格的にリユースカップを導入した。

平成15年度は同競技場で17試合が行われ、約79.0千個のカップが使用され、約65.9千個が回収された。1年間の平均回収率は約83.5%であった。

平成16年度は、17試合が行われ、約69.3千個のカップが使用され、約59.1千個が回収された。1年間の平均回収率は約85.3%であった。

なお、同競技場では、飲料の販売時に100円のデポジットを上乗せして販売し、カップの回収時に返却をしており、“おかわり”をした場合には50円引きで飲料が販売されている。回収は6カ所の回収所で行われ、回収所の人員、デポジットの返却用の100円玉の準備等は同社の負担により実施されている。

(イ) 横浜国際総合競技場

横浜国際総合競技場へのリユースカップの導入は、同競技場を運営する横浜市の主導により行われ、平成16年8月のJ1リーグ後節から導入が開始された。

平成16年度は6試合で約76.5千個のリユースカップが使用され、約73.6千個のカップが回収された。1年間の平均回収率は約96.2%であった。

なお、同競技場では、デポジット制度を導入しない代わりに場内の出入り口、各フロアの階段付近に回収ボックスが設置され、競技場ボランティアの協力により回収が実施されている。

お祭り・イベント等におけるリユースカップ導入事業

(ア) 京都周辺地域

京都周辺地域におけるリユースカップの導入については、循環型社会の形成に向けた地域の取組を支援する公募型事業であるエコ・コミュニティ事業に平成15年度に採択された事業である。この事業は、京都のNGOである京のアジェンダ21フォーラムえこまつりワーキンググループによって運用されていたが、同NGOは、本事業を実施する(財)地球・人間環境フォーラムとリユースカップ事業を通じたつながりが深く、事業の統合により効率的な運用を図ることが可能であったため、平成16年度から本事業の統合を行ったところである。

本事業では、リユースカップの導入促進よりも、屋外イベントにおける食器洗浄器の導入に関する調査が主目的であるが、平成15年は10回のお祭り・イベントにおいてリユースカップ(皿、椀等のリユース食器を導入したお祭り・イベントも有り)を導入したが、お祭り・イベントの規模、デポジットの有無等にかかわらず概ね90%以上の回収率を維持している。

また、屋外イベントにリユースカップを導入する際の保健所の許可や給排水施設の確保、食器洗浄器の持込等の課題の抽出及び対策の実証実施を行った。

(イ) 大規模イベント

本事業では、大規模な音楽イベントへのリユースカップの導入促進を実施している。

平成15年度は、8月に石狩市で開催されたライジングサンロックフェスティバルのカフェと10月に渋谷で開催されたin the city TOKYOにおいてリユースカップを導入し、平成16年度は8月に幕張で開催されたサマーソニックの会場売店、石狩市のライジングサンロックフェスティバルのスタッフ食堂及び10月のin the city TOKYOへのリユースカップの導入を行った。

このようなイベントにおいては、広大な会場におけるカップ回収の難しさと主催者側の理解の促進、カップの洗浄についての課題の抽出が行われた。

なお、石狩市で開催されるライジングサンロックフェスティバルにおいては、札幌市が所有する移動食器洗浄車(ゲシルモービル)を借りて会場内で食器洗浄を行い、来場者へのリユースカップ導入のデモンストレーションを行った。

(ウ) ライブハウス

ライブハウスにおけるリユースカップの導入については、比較的小規模で閉鎖的な空間であること、チケットにワンドリンクが付いているために飲料の飲用率が高いことから、カップ供給及び洗浄システムを構築することによりライブハウス側の協力を得て平成16年9月よりリユースカップの導入を進めている。平成17年2月現在で9つのライブハウスの参加を得ており、今後も導入促進を図っていくこととしている。

リユース食器クラブ

本事業やNPO・NGO、地方公共団体等の取組の結果、最近、様々な場面でリユースカップを導入する動きが加速している。本事業の事業主体である(財)地球・人間環境フォーラムでは、こうした動きに対応するためにリユースカップを送料の負担のみで貸出を行っている。しかし、地方のリユースカップ導入の動きを更に加速するためには、カップの貸出拠点の絶対数が不足していることから、NPO・NGO、地方公共団体等でリユースカップの導入促進に積極的な団体にその地域のリユースカップ貸出の拠点となってもらい、近隣の拠点間での事業の補完と情報交換を行うため、同財団を中心としてそれぞれの拠点間のネットワークを形成することとしている。

今年度は、(財)地球・人間環境フォーラムが拠点を担う関東を除き、5カ所程度の地域を目処に3月上旬にネットワークを立ち上げることを予定している。

(3) 今後の予定

今後、これまでの本事業によって実施された事業については、成果のとりまとめを行う予定。来年度以降の事業については現時点ではまだ未定である。

13. 容器包装のリサイクルの促進に関する政策評価書（ポイント）

（政策の総合性を確保するための評価）

通知先：財務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省及び環境省
（通知日：平成 15 年 1 月 28 日）

評価の結果及び意見

本政策は3R（減量化（リデュース）再使用（リユース）再生利用（リサイクル））に係る事業者、消費者、市町村の取組を推進することにより、最終的に容器包装廃棄物の減量及び再生資源としての利用の促進という効果が発現されるもの

容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律（平成7年法律第112号。「以下「法」という。」）の施行後、3Rに係る取組は進展

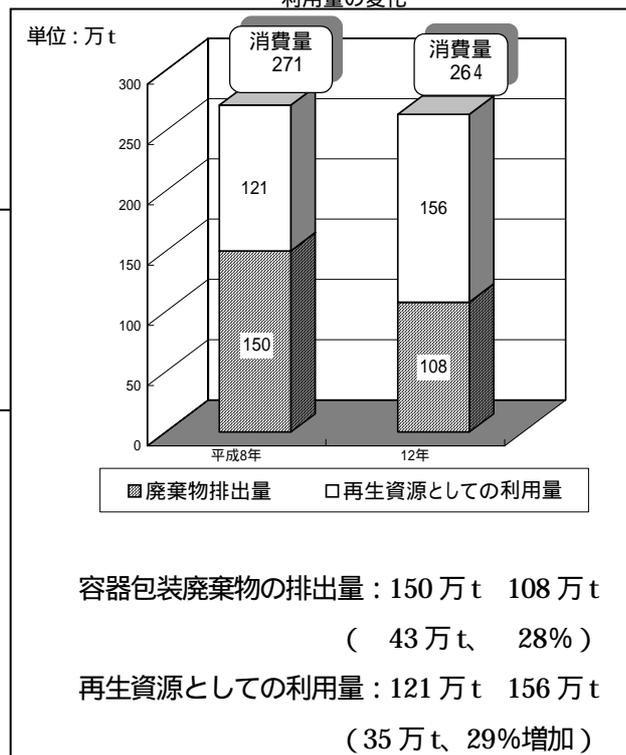
3Rに係る取組に伴う効果の発現である容器包装廃棄物の減量等の状況については、既存のデータが存在しない。このため、当省において関係省及び関係団体の資料を基に、独自に推計

これらについて、法の施行前後で比較してみると、その排出量及び排出率はいずれも減少又は低下している一方、その再生資源としての利用量及びリサイクル率はいずれも増加又は上昇

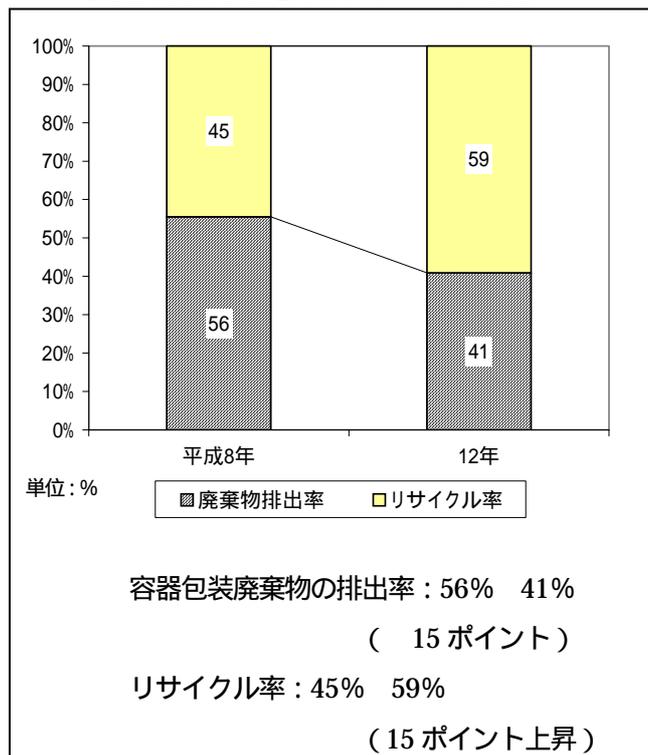
さらに、容器包装廃棄物とそれ以外の一般廃棄物について、同一期間における排出量の変化を比較すると、容器包装廃棄物の排出量に係る減量度合いが高い。

これらは、本政策の実施に伴う関係行政機関による総合的な取組の推進が一定の効果を上げていることを示しているものと考えられる。

容器包装廃棄物の排出量及び再生資源としての利用量の変化



容器包装廃棄物の排出率及びリサイクル率の変化



容器包装廃棄物とそれ以外の一般廃棄物の排出量の推移

(単位：万t、%)

区分	年度	平成8	11	増減	
		A	B	(B - A)	(B - A) / A
容器包装廃棄物の排出量		150	137	13	9
一般廃棄物(除く容器包装廃棄物)の排出量		4,594	4,530	64	1

廃棄物の排出量の減量度合：容器包装廃棄物 9パーセント

一般廃棄物(除く容器包装廃棄物) 1パーセント

なお、本政策においては、関係行政機関による総合的な取組の推進が一定の効果を上げていると考えられるところであるが、今回の調査の過程において、リターナブル容器(ビールびん等繰り返し使用が可能な容器)の出荷量の減少、市町村における分別収集の実施状況、再商品化製品に対する消費者の意識等の政策に係わる背景事情や実態が判明したことに伴い、評価書に付する意見は以下のとおり。

リターナブル容器の出荷量の減少等に対応し、リターナブルびんなどのリターナブル容器の環境面でのメリットを明らかにしそれを消費者に示すこと、リターナブルびんなどのリターナブル容器の使用の事業者メリットを一層増大させるなどの方策の検討

分別収集を実施していない又は実施品目が一部にとどまっている市町村においては、より踏み込んだ容器包装廃棄物の分別収集の実施に向けた取組

再商品化により得られた物の用途の拡大については、技術開発等により、価格、品質面の改善を図り、あるいは、一般消費者向け以外の製品の用途を開拓していくことについて検討

本政策の効果的な実施を図る上で、また、本政策について分別収集等に係る費用負担の在り方を見直すべき(拡大生産者責任の徹底)等の重要な指摘に対しての議論を深める上でも、市町村の容器包装廃棄物に係る分別収集費用等のデータが体系的・継続的に把握が必要

14. ドイツにおけるデポジット制度

(1) 概要

ドイツの包装廃棄物政令においては、飲料容器のうちリターナブル容器の市場占有率が72%を下回った場合には、ワンウェイ容器に対する強制デポジット制度を発動するという規定があり、1997年から2年連続でリターナブル容器の市場占有率が72%を下回ったため、2003年1月より強制デポジット制度が発動された。

強制デポジット制度の対象とされたのは、ミネラルウォーター、炭酸飲料及びビールのワンウェイ容器である。

(2) デポジット制度導入の理由

ドイツにおけるデポジット制度は、リターナブル容器の普及促進を図ることがその導入の主な理由である。

また、リターナブル容器であれ、ワンウェイ容器であれ、強制デポジット制度の導入により、容器を返還するという習慣が馴染めば、環境意識が向上し、環境に良いとされるリターナブル容器を選択する要因になることも期待されている。なお、デポジット制度の導入に当たっては、当初、多くの関係者の反発等があり、ドイツ連邦政府は利害調整を図るのに大変な苦勞を要した。

(3) 強制デポジットの水準

デポジットの水準は、リターナブル容器の普及促進を目的としていることから、リターナブル容器とワンウェイ容器に差を設けており、前者については、8～15セント(日本円で約10～20円)、後者については、25～50セント(32～65円)となっている。(1セント=1.3円で換算)

(4) 強制デポジット制度の効果

2002年におけるリターナブル容器の利用率は、約50%にまで低下していたが、強制デポジット制度が導入された2003年には、61%にまで上昇した。

また、デポジット制度の対象容器の未返還率は、30%程度となっており、これらの容器は、DSD社による回収ルート等に流れていると考えられる。

(5) 問題点

欧州司法裁判所は、ドイツのデポジット制度はドイツに輸入される飲料を差別するものであると指摘している。

他の店で販売された容器の引き取りや返金を回避するため、「同じ素材・同じ形状の容器を引き取る」という規定を基に業者独自の形状によるワンウェイ容器で販売する方式(アイランド方式)がみられる。

15. 特定容器の自主回収認定状況

(1) 認定事業者

区 分		9年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度
認定事業者数	新規認定	26	3	27	21	3	0	3
	取り消し	0	1	2	0	1	3	2
	累計	26	28	53	74	76	73	74

(2) 認定容器の種類

区 分		9年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度
認定容器の種類数	新規認定	106	8	64	48	11	16	19
	取り消し	0	9	4	2	13	20	11
	累計	106	105	165	211	209	205	213

(3) 素材別の内訳

ガラス	209	リターナブル容器	207 (99%)
		その他	2 (1%)
プラスチック	2		
紙	2		

16. 韓国における協定等の例

韓国ファストフード店における一回用品使用削減のための自発的協約書

今日、利便性だけを追求する販売及び消費形態で一回用品の使用が氾濫し、資源の無駄使いはもちろんのこと、我々と子孫が生きていく大事な生活基盤が深刻に脅かされている。

そのため、ファストフード業界は、生産的で健全な消費文化を定着させるため、資源を節約し、一回用品による廃棄物発生を根本的に減らすよう積極的に参加することを決めた。

このような意志を実現するための努力の一環として、我々ファストフード業界は、店内で使われている一回用品の使用削減と、使用済一回用品の回収及びリサイクルを促進するため、『一回用品使用削減のための自発的協約書』を次のように締結する。

1. 協約企業は、一回用品の使用を減らすにあたって、その役割が非常に大きく重要であるということを深く認識し、環境を保全していくための実践運動に積極的に参加する。
1. 協約企業は、一回用コップの回収及びリサイクルを促進するためのインセンティブとして、テイクアウトの場合は一回用コップ1個当たりの保証金として100ウォンを顧客から預かり、一回用コップを返却した場合は同一金額を払い戻す。
1. 協約企業は、店内で使用される一回用コップなどの一回用品を減らすため、333㎡(100坪)以上の店舗では、使用されている一回用品を多回容器に切り替える。但し、2003年1月1日以後新設される店舗の場合、多回容器転換対象店舗規模は266㎡(80坪)以上にする。

店舗内面積は契約面積から共有面積を除いたものを指す。

1. 協約企業は、一回用コップのデポジット制実施による収支内訳を定期的(半期に1回)に公開し、その収益金は景品提供などの方法で顧客に還元、または環境保全活動の支援に使う。
1. 一回用コップのデポジット制実施、及び333㎡(100坪)以上の店舗で使用される一回用品を多回容器に切り替える時期は、今年末までに広報、施設の改修などの準備期間を経て2003年1月1日から実施する。
1. 政府は、回収された一回用コップが円滑にリサイクルできるように支援する。

2002.10.4

(翻訳: FoE Japan)

韓国百貨店・スーパーの一回用品削減のための自発的実践宣言文

60年代以来、急速に進展してきた産業化は、物質的な豊かさをもたらしたが、大量生産と大量消費が生活基盤として定着し、資源の浪費はもちろんのこと、廃棄物の発生を増加させている。我々は、子孫の生きていく生活基盤を脅かしている。

特に、利便性を追求した消費形態として一回用品の使用が氾濫している。なおのこと狭い国土に多くの人口が住むこの土地を病に侵しているという事実注目し、一回用品による廃棄物発生を根本的に減らすよう、我々流通業界が率先して手本を示す趣旨とし、次の事項を実践することを宣言する。

1. 一回用品削減のため、我々流通業界の役割は非常に大きく重要であるということを深く認識し、環境を保全していくための実践運動に積極的に参加する。
1. 一回用ビニール袋の使用削減のため、ビニール袋の価格を50ウォンとし、施行日は6月1日以前とする。また、袋の外側に価格ならびに払い戻しに対する案内文を表示し、使用された袋がむやみに捨てられないようにする。
1. 一般国民の買い物袋持参の活性化のために、買い物袋持参の顧客に対して現金割引、クーポン券提供、マイレージサービスなどのインセンティブを提供する一方、リサイクルボックス、顧客用包装台の設置などのサービスを提供する。
1. 一回用袋ならびにショッピングバッグの有償販売について、販売代金を消費者に公開し、その収益金は環境関連団体の支援など環境保全に使用されるか、また消費者に還元されるものとする。
1. 合成樹脂包装材の利用を削減し、自然にやさしい包装材を利用して環境汚染を阻止する。商品の再包装を自制し、廃棄物の発生量削減に努力する。

2002 . 5 . 3

(翻訳 : FoE Japan)

17. 神戸市環境保全協定の概要

神戸市 HP より抜粋

(1) 対象分野

本協定では、従来の公害防止対策だけでなく、省エネルギー、再生製品の使用、環境負荷の少ない材料の使用などの幅広い環境保全活動についても対象としています。

(2) 締結対象事業者

排出ガス量、排出水量、延床面積、資本金などが一定規模以上の事業所（神戸市民の環境をまもる条例施行規則で定める指定事業所）を有し、かつ、本協定の趣旨にご賛同いただいた、環境保全活動に積極的な事業者と協定を締結しています。

なお、規則で定める規模以下の事業所を有する事業者であっても、本協定の趣旨にご賛同いただいた、環境保全活動に積極的な事業者についても同様に協定を締結しています。

(3) 事業者による環境管理体制等の整備

事業者の環境保全活動については、法律などによる規制には馴染まない分野も含まれることから、事業者の自主的かつ積極的な取り組みによって推進していくことが重要です。このため、事業者は、環境管理システムの考え方にに基づき、自らが環境保全に関する組織・計画などの環境管理体制を整備し、環境保全活動に積極的に取り組むとともに、その実施状況を確認し、その結果に基づいて目標や取り組み方法等を見直すことにより、継続的な改善に努めていくこととしています。

(4) 神戸市の役割

神戸市は、環境保全活動に必要な情報を提供したり、協定締結事業者間の情報交流、連携等を推進するなどの支援事業に取り組んでいきます。

また、協定締結事業者の優れた環境保全活動について積極的に広報することなどにより、環境保全活動の更なる推進に努めていきます。

(5) 環境保全協定締結の状況

平成8年9月、54事業者と初めて環境保全協定を締結しました。現在では、82事業者と環境保全協定を締結しています。

(参考)

神戸市環境保全協定締結事業者における容器包装に係る取組事例

A 社

- ・容器包装購入重量の削減

H15年度目標：平成13年度比で16%削減 実績：7.2%削減

- ・容器包装回収の拡大

(H15年度目標)

(実績)

ペットボトル：6店舗で拡大実施

7店舗で実施

卵パック：2店舗で拡大実施

1店舗で実施

B 社

- ・マイバッグ運動の実施

H15年度計画：マイバッグ持参率 20% 実績：21.7%

H16年度計画：マイバッグ持参率 30%

C 社

- ・マイバッグ運動の実施

H15年度買い物袋削減枚数(推計)：7894万枚

H16年度の取組：10月にマイバッグ持参感謝キャンペーンを実施
毎月5日を「マイバッグの日」として重点広報

- ・容器店頭回収の実施(カッコ内はH15年度の回収率)

紙パック(50.1%)

アルミ缶(20.9%)

スチール缶(25.8%)

食品トレイ(71.1%)

PETボトル(44.0%)

玉子パック(41.3%)

18. 参照条文

容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律
(平成七年六月十六日法律第百十二号)

(事業者及び消費者の責務)

第四条 事業者及び消費者は、繰り返して使用することが可能な容器包装の使用、容器包装の過剰な使用の抑制等の容器包装の使用の合理化により容器包装廃棄物の排出を抑制するよう努めるとともに、分別基準適合物の再商品化をして得られた物又はこれを使用した物の使用等により容器包装廃棄物の分別収集、分別基準適合物の再商品化等を促進するよう努めなければならない。

容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律第三条第一項の規定に基づく、容器包装廃棄物の分別収集及び分別基準適合物の再商品化の促進等に関する基本方針(平成八年三月二十五日環境庁、大蔵省、厚生省、農林水産省、通商産業省告示第一号)

二 容器包装廃棄物の排出の抑制のための方策に関する事項

容器包装廃棄物は、一般廃棄物の中で大きな割合を占めており、その減量が重要である。容器包装廃棄物の減量対策に当たっては、まず、廃棄物の排出をできる限り抑制することが必要であり、消費者、国、地方公共団体、事業者がそれぞれの立場で積極的な取組を果たすことが求められている。

具体的には、次のとおりである。

消費者は、商品の購入等に当たっては、自ら買物袋等を持参し、また、簡易包装化がなされている商品、詰め替え可能な商品及び繰り返し使用が可能な容器(以下「リターナブル容器」という)を用いている商品等を選択すること等により、容器包装廃棄物の排出のできる限りの抑制に取り組むことが必要である。

国は、自ら率先して、過剰に包装された商品の購入を極力避け、詰め替え可能な商品やリターナブル容器を用いている商品の積極的購入を図ることとする。また、簡易包装やリターナブル容器の使用等容器包装廃棄物の排出の抑制について、その促進に必要な方策等に関する調査研究、消費者等に対する普及、啓発その他の施策を講ずることが必要である。

地方公共団体は、国の施策に準じて容器包装廃棄物の排出を抑制するよう必要な措置を講ずるよう努めることが必要である。

事業者は、事業活動に係る商品の購入等に当たっては、容器包装廃棄物の排出のできる限りの抑制に取り組む必要がある。また、容器包装の利用、製造等に当たっては、量り売り等の推進により容器包装廃棄物の発生の抑制に努めるとともに、容器包装の規格化や材料、構造面における工夫を行い、リターナブル容器を用いること、内容物の詰め替え方式を採用すること等により容器包装の減量に積極的に努める必要がある。具体的には、容器包装のリサイクルに伴うコストを正確に認識し、薄肉化、簡易包装化、空間容積率の縮小、詰め替え可能な商品の製造、必要に応じ洗剤等について内容物自体の濃縮化等により、容器包装の役割を損なわない範囲で、最も効率的な容器包装とするよう努める必要がある。

廃棄物の処理及び清掃に関する法律 (昭和四十五年十二月二十五日法律第百三十七号)

(廃棄物減量等推進員)

- 第五条の八 市町村は、社会的信望があり、かつ、一般廃棄物の適正な処理に熱意と識見を有する者のうちから、廃棄物減量等推進員を委嘱することができる。
- 2 廃棄物減量等推進員は、一般廃棄物の減量のための市町村の施策への協力その他の活動を行う。

循環型社会形成推進基本計画 (平成十五年三月二十四日環境省告示第二十八号)

第5章 各主体の果たす役割

国民、NPO・NGO、事業者、地方公共団体（都道府県・市町村）、国等のすべての主体は、相互に連携を図りつつ、循環型社会の形成への積極的な参加と適切な役割分担の下で、適正かつ公平な費用負担により各種の施策を着実に講じていくことが必要です。

具体的には、以下のような取組を進めます。

第1節 国民

国民は、消費者、地域住民として、自らも廃棄物等の排出者であり、環

境への負荷を与えていることを自覚して行動するとともに、循環型社会の形成に向けライフスタイルの見直しなどをより一層進めていくことが期待されます。

具体的には、使い捨て製品の使用や過剰包装の自粛、簡易包装の推進、エコバッグの利用、再生品や詰め替え製品の優先的な購入やレンタル、リース制度の利用などの環境への負荷の少ないグリーン製品・サービスの選択、ごみの減量化・リサイクルのための分別収集への協力、自転車や公共交通機関の利用、バイオマスの利活用等の取組により、日常生活に伴う環境への負荷が低減されます。さらに、地域の環境に関心を持つとともに、環境教育・環境学習や環境保全のための活動への参加・協力などにより、地域における循環型社会が形成されます。

第2節 NPO・NGO

NPO・NGOは、自ら循環型社会の形成に資する活動を行うことなどを通じて社会的な信頼性を高めるとともに、各主体の環境保全活動のつなぎ手としての役割を果たすことが期待されます。

具体的には、3Rの推進や地域住民のライフスタイルの見直しの支援など地域の環境保全のための活動、国民・事業者などの循環型社会の形成に向けた行動の促進のための環境教育・環境学習や啓発活動、さらに地域コミュニティ・ビジネスとして持続可能かつ広がりのある活動が行われます。

第3節 事業者

事業者は、環境に配慮した事業活動を行うとともに、排出者責任や拡大生産者責任を踏まえて、廃棄物等の適正な循環的利用及び処分への取組、消費者との情報ネットワークの構築や情報公開などをより一層推進していくことが期待されます。

具体的には、使い捨て製品の製造販売や過剰包装の自粛、簡易包装の推進、レジ袋の削減、製品の長寿命化や再生資源を始めとする環境への負荷の低減に資する原材料・製品やサービスなどの利用、適正な処理が困難であったり、資源価値の高い製品についての引取りや適正な循環的利用及び処分の実施、資源及びエネルギーの利用の効率化などにより事業活動に伴う環境への負荷が低減されます。製品については、資源採取、製造、流通、消費、廃棄などの各段階における環境への負荷が低減されるよう、LCAなどを実施し、全段階における環境への負荷を視野に入れた開発が行われます。また、グリーン製品・サービスの普及のため、コストの低減や品質

・デザイン性などについて消費者の嗜好を反映した魅力ある製品の開発、製造、流通への取組がなされます。さらに、環境ラベルなどによる製品・サービスなどに係る環境への負荷についての消費者への情報提供や、環境報告書などの作成と公表による事業活動に係る環境への負荷及びその低減のための取組についての情報開示と提供、販売時のグリーン製品・サービスの品揃えやディスプレイ（陳列）の工夫などが進められます。

事業者のうち廃棄物処理業者の循環型社会の形成に果たす役割は極めて重要であり、廃棄物等の排出者の協力を求めながら、廃棄物等の適正な循環的利用及び処分が進められるとともに、事業活動に伴う環境への負荷が低減されます。

第4節 地方公共団体

地方公共団体は、地域づくりを推進していく上で重要課題の一つである循環型社会を形成するため、地域の自然的・社会的条件に応じた法・条例の着実な施行や廃棄物等の適正な循環的利用及び処分の実施にとどまらず、各主体間のコーディネーターとしての役割を果たすことが期待されます。

具体的には、地域づくりにおいて、廃棄物の分別収集・適正処理はもとより、経済的手法などを必要に応じ適切に活用した3Rの推進、廃棄物処理施設などの公共的施設の整備などにより、環境への負荷が低減されます。また、地域の取組のコーディネーター及び主たる推進者としての役割を踏まえ、NPO・NGO等の民間団体や事業者などと協力して、地域住民のライフスタイルの見直しへの支援や環境に配慮されたグリーン製品・サービスや地産商品の推奨・情報提供など地域の特性に応じた循環型社会の形成に向けた施策が総合的かつ計画的に進められます。

さらに、自らも事業者としてグリーン購入や環境管理システムの導入など循環型社会の形成に向けた行動を率先して実行するとともに、循環基本計画を踏まえ、地域における循環型社会形成推進のための基本計画の策定が行われていきます。