

**連携で共創する地域循環圏めざして  
個別リサイクル法見直しに向けたマルチステークホルダー会議（第1回）  
容器包装リサイクル法 議事録**

日時：2014年8月20日（水） 13：20～15：15

場所：プラザエフ 4F シャトレ

出席者：15名（敬称略）

◇中央官庁（オブザーバー参加）

庄子真憲（環境省廃棄物・リサイクル対策部リサイクル推進室長）

長野麻子（農林水産省食品産業環境対策室長）

深瀬聡之（経済産業省産業技術環境局 リサイクル推進課 課長）

◇小売店

金丸治子（イオン(株)グループ環境・社会貢献部）

永井達郎（(株)セブン&アイ ホールディングス総務部）

◇メーカー

高田宗彦（サントリービジネスエキスパート(株) SCM 本部）

岩井宏之（サントリービジネスエキスパート(株) SCM 本部）

東 貴夫（キリンビバレッジ(株)生産本部技術部）

田中希幸（キリン(株)環境推進部）

◇3R 推進団体連絡会

幸 智道（幹事長）

酒巻弘三（元幹事長）

◇消費者

井岡智子（一般財団法人消費科学センター企画運営委員）

大石美奈子（(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会環境委員長）

鬼沢良子（NPO 法人持続可能な社会をつくる元気ネット事務局長）

■コーディネーター

崎田裕子（NPO 法人持続可能な社会をつくる元気ネット理事長）

プログラム

1. 平成 25 年度の見直し提案等
2. 各ステークホルダーからの活動紹介
3. 意見交換
4. 省庁ご担当者からのコメント

## 1. 平成 25 年度の見直し提案等

崎田氏より、平成 25 年度の見直し提案、および、今年度の開催趣旨が紹介された。

・昨年度の協働型政策提案では、「① 2 R の推進、② 容器包装プラスチックの回収量増、③ 店頭回収を事業者にとってもやりがいのあるものに」の 3 点が重要な項目となった。

今年度は、具体化に向けて多様な主体の連携協働でできるところから取り組もうと考え、③の店頭回収を重点事項として話し合いたい。

## 2. 各ステークホルダーからの活動紹介

### ① 永井氏（詳細は、別添資料参照）

セブン&アイ ホールディングスの店頭回収の取り組みが紹介された。

- ・ ペットボトル、空き瓶、空き缶、牛乳パック、発砲トレイの店頭回収を行っている。
- ・ ペットボトルについては、自動回収機を導入。消費者には nanaco ポイントがたまるというメリットがある。自動回収機がペットボトルを選別・分別・減容し、物流の戻り便を利用して、効率よく資源を輸送している。リサイクルされた容器を用いた商品を、再度店舗で販売している。
- ・ 店頭回収のメリット：① 消費者の利便性が高い、② 品質の高いものが回収される、③ 消費者に一番近い環境活動
- ・ 課題：① リサイクルコストの負担、② 相場変動への対応、③ 廃掃法への対応

### ② 金丸氏（詳細は、別添資料参照）

イオングループの取り組みが紹介された。

- ・ アルミ缶、紙パック、食品トレイ、ペットボトルの店頭回収を行っている。
- ・ その他にも、衣類の回収、リサイクルも実施している（SELF+SERVICE、COX 等）。
- ・ 行政、地域、他事業者との連携にも取り組んでいる。
- ・ 課題：回収品の効率的な輸送、集約（法的制約も含む）、回収コスト、適正処理

### ③ 高田氏（詳細は、別添資料参照）

サントリーのボトル to ボトル（以下 B to B）の取り組みが紹介された。

- ・ サントリーは「サステナビリティ」と「お客様飲用時品質」の両立を常に考えている。
- ・ 従来、ペットボトル資源は、海外流出や、繊維・シートへのリサイクルがなされていたが、B to B のループを形成することで、安定的・継続的な国内資源循環システムの確立を目指したい。
- ・ ペットボトルのリサイクル手法として、メカニカルリサイクルという手法に注目した。この手法は、他手法に比べ、コスト・エネルギー面で優位性がある。また、除染能力についても自社内で検証を行い、十分な能力があることが実証された。
- ・ しかし、現状は回収ペットボトルが十分に確保できず、B to B リサイクルは目標量を下

回っている。

- ・ 今後の課題：効率的な回収モデルの構築、コンビニ等、汚染可能性が高い回収拠点のペットボトルをリサイクルできるか。

#### ④田中氏（詳細は、別添資料参照）

キリングループの取り組みが紹介された。

- ・ 飲料品に容器包装は不可欠。2050年までに、容器包装を持続可能な状態で使用していることを目指している。
- ・ リデュース：ボトルの軽量化の実現
- ・ リサイクル：つぶしやすい、ラベルを剥がしやすいボトル。輸入ボトル（青色ボトル）を国内規格（無色透明）に変更。B to Bの推進。
  - 高度なリサイクル（B to B）のためには、各主体の協力・連携が不可欠。（質の高いペールの回収）
- ・ 課題：国内リサイクルの需給アンバランス（再商品化能力>国内資源循環量）→高度リサイクル（B to B）の停滞。店頭回収が課題を解決するには、資源回収量の増加、国内資源循環量の増加、社会的コストの低減、が求められる。
- ・ 再生フレイクをボトル用樹脂にする（B to Bを行う）ためには、IV（固有粘度）を上げるためにエネルギーと設備投資というコストを投入する必要があり大変なことであるということを理解してほしい。

#### ⑤幸氏（詳細は、別添資料参照）

3R推進団体連絡会の概要、取り組みが紹介された。

- ・ 容器包装の素材に係るリサイクル8団体で構成されている。（2005年12月結成）
- ・ 2015年度推進目標に向け、3Rの各項目を、8品目ごとに評価している。
- ・ 連携のための共同の取り組み：「容器包装3R制度研究会報告書」のまとめ、意見交換会の開催、3R市民リーダー交流会、3R連携市民セミナーの開催、小冊子「リサイクルの基本」の配布等

#### ⑥井岡氏

- ・ 消費者団体として、トレイのリサイクル工場見学に行ったことがある。見学に行き、初めて分かったこともあった（汚れたものは手選別している、など）。→リサイクル業者の苦勞を知り、きれいにしなくては、と思うようになった。
- ・ 消費者として、3Rについて、様々なことを学ばなければいけないと改めて感じた。

#### ⑦大石氏

- ・ 近所のスーパーでペットボトルの店頭回収をしている。そちらに出すこともあるし、自

治体に出すこともある。どちらのほうが総合的に環境負荷が少ないのか、迷いながら出している。出した後、どこにどう流れているのかが見えてこない。トータルとして、どれだけ環境負担を削減できているかが知りたい。

### 3. 意見交換

- ・（井岡氏から質問）物流の戻り便などの負担は自治体持ちなのか、業者持ちなのか。スーパーさんなどの企業の負担はどれくらいか。消費者がそれを知らないで、意識が違ってくると思う。
- ・（大石氏から質問）消費者が店頭回収に出した資源は、どこかに売られて、小売業にとって利益になっているのでは、と思っていた。しかし、先ほどの話では、物流の負担があるとのことだった。その辺りの実態を知りたい。
- ・（崎田氏から質問）メーカーの B to B が進んでいることを心強く思った。B to B など、リサイクルの高度化について、メーカーがどのような思いで取り組んでいるのかをお聞きしたい。

#### 小売業のリサイクルの負担感について

- ・ 店頭回収された資源を自治体が回収する場合もある。その場合は、小売は管理するだけ。小売業が戻り便等を利用する場合は、小売業が送料を負担する。トータルでは店頭回収はプラスではない。（金丸氏）
  - Q. 見かけはマイナスでも、店頭回収を行うことで、集客効果があるのではないか。
  - A. 今は、店頭回収はあって当たり前になっている。それをやっているからお客様が来るかという、そうでもないと思う。（永井氏）
- ・ 店頭回収は継続してやってきたことで、消費者にとってはもっとも身近なエコだと思う。今後も、店舗を地域の回収の拠点として、お客さまとともに取り組み、期待に応じてゆきたい。（金丸氏）
- ・ 厳密な計算をしたことはないが、トータルでは収益にはなっていないと思う。戻り便だけでなく、それをどこに持っていかという問題もあるし、保管場所も店舗によってはコスト負担になる。（金丸氏）
  - Q. 戻り便が使え、センターまで戻せて、かつ、有償で売れたとしても、損をしているのか？
  - A. そうだ。
- ・ 自治体の裁量にもよる（店頭回収の容器包装廃棄物を有価物として認め、廃掃法の適用外としている）が、量販企業でもペットボトルだけでなく、古紙、アルミ缶などを含め回収して、自前の施設でベール化等の中間処理を行い、トータルでは有価になっている、というケースもある。（田中氏）

- ・ 当協会による全国の店頭回収調査結果では、有償で売却できるもののみ店頭回収を行っていた、逆有償になる品目は行っていなかった。という調査結果であった。(酒巻氏)
- ・ ある地方の中堅スーパーでは、店頭回収したスチール缶・アルミ缶を中間処理センターを設置して売却できるようにしたいとのことで、実際実施した所1年で設備費用も含め回収できたとのケースもあった。(酒巻氏)
- ・ 消費者は資源だと思うから、店頭を持っていく。小売としては、「せつかくの資源を国内循環したい」という思いがあって、店頭回収しているのではないのか？ そして、メーカーは資源を活用したいと考えて B to B などの技術を開発したが、資源が足りないのが現状。そういった中で、小売業としては、利益面と、資源を国内で有効活用したいという思いのバランスはどうなっているのか？ (鬼沢氏)
- ・ 資源の国内循環を前提に仕組みを作った。しかし、できれば、費用は小売が全部負担ではなくて、という思いはあるが。(永井氏)
- ・ 長くお付き合いしている回収業者もいて、なかなか相手を変えられないという事情もご理解いただきたい。(金丸氏)
- ・ 前提の確認：店頭回収とは、家庭内で消費されたものが自治体回収に出されず、店頭を持ってこられたものであるが、自治体回収から店頭回収にシフトして全体の回収量が変わらない、ということでは意味がない。大切なのは、全体の回収量が増えることである。(東氏)
- ・ 東京 23 区には、店頭回収されたものを、自治体が回収するシステムがある。(しかし、その後の経緯で、そのシステムをやめることが決定している) (崎田氏)
- ・ 名古屋は東京ルール3 と似た方式を採用している小売業者は、物流センターの一角に資源回収場所を設置し、専ら物は自前で処理・売却している。一方、ペットボトルは専ら物でないことより、資源回収場所の集まったペットボトルを自治体が回収していくことから小売には何らメリットがない。消費者の利便性に係る排出機会の向上、社会全体のコスト最小化、自治体に収集しないでよいメリット(自治体の収集コスト削減)等種々のメリットがあることより、小売側にメリットがあるような仕組みを法制度にまで踏み込み検討するべきである。(酒巻氏)
- ・ ペットボトルの場合、運搬賃のほうが高いから、店側にはメリットがない。よって、コンビニは、23 区ルールがなくなったら店頭回収をやめるらしい。(永井氏)

(崎田氏による整理)

- ・ 店頭回収を考えるうえで、高度なペットボトルのリサイクルとして(B to B)が登場し、きれいな回収ボトルを大量に活用できる環境になってきたことは、大変重要なこと。

メーカーの高度なリサイクルへの意気込みについて。業界全体では、どのような動きになっているか。

高田氏

- ・ ペットボトルの利用（B to B）については、全社合意が得られている状況だ。今後徐々に進むのではないか。
- ・ 特殊なペットボトル（水用、ホット用）はリサイクルが難しいという現状もある。
- ・ コスト面の問題もある。現状は、バージン材が安目で安定している。
- ・ サントリーとしては、約3割はリサイクル可能と考えている。

Q. 特殊なペットボトルはリサイクルが難しいということは、様々な種類のペットボトルが混ざった状態でフレーク状に砕いたものは使いにくいということか？

A. フレーク材は十分に使える。水用ペットボトルはAという素材からしか作れない、ホット用はBという素材からしか作れないが、その他のボトルはAでもBでもCでも作れるので、リサイクルで作れる。

幸氏

- ・ ガラス瓶：リサイクルの観点では有価で売れない。一方、リユースの観点からは店頭回収は重要だ。
- ・ 相場で動く共通リユース瓶（一升瓶が典型）の店頭回収の促進も課題。

#### 4. 省庁ご担当者からのコメント

庄子氏

- ・ 見直しの中で、市町村のコスト負担の話は一つの大きな論点である（ペットボトルの分別収集は年間200億円の負担）。社会全体での分別収集コストの効率化が求められる。店頭回収には期待しており、その促進策も検討中だ。
- ・ 消費者の関心は、店頭回収後、どのようにリサイクルされているか、ということ。店頭回収をしている消費者が、また持ってこようと思ってもらえるような情報発信を、小売店にお願いしたい。（例：3Rの見える化ツール）

深瀬氏

- ・ 産業界のご努力を、改めて勉強させていただいた。
- ・ B to Bに期待したい。その中に店頭回収がうまく位置付けられれば、と思っている。
- ・ 一市民としては、ペットボトルはペットボトルにリサイクルされていると思っていた。それが難しいことだ、ということを確認してもらう必要がある。一方で、B to Bができるならば、それは消費者にとっては分かりやすい形である。

- ・ 顔を合わせ、距離感を縮めるこのような会議の取り組みを、今後も続けてほしい。

長野氏

- ・ 資源回収は市町村に負担がかかっているため、店頭回収に対する期待は大きかった。一方、小売業にとって店頭回収は赤字という話を聞き、驚いた。消費者が負担すればいいのだろうか。

鬼沢氏

- ・ 今日の議論は、店頭回収の課題の共有に終わった。今日の議論を踏まえ、第2回を8月26日（火）に開催する。ぜひ出席していただきたい。

小売店の CSR だけでやっている現状では、社会システムとは言えない。（鬼沢氏）

- 現状では B to B もメーカーの CSR になっている。（高田氏）

以上