

3 R 市民リーダー スキルアップ研修《記録》 ～容器包装の 3 R 最新情報の提供と相互交流・学び合いの場～

日時：6月14日（木）13：30～16：30（懇親会 16：30～17：00）

場所：乳業会館「C会議室」（東京都千代田区九段北1-14-19 乳業会館3F）

参加者：3 R 市民リーダー 12人、連絡会 8人、元気ネット 3人 合計 23人

■ 質疑応答

ガラスびん

Q：資料に、ガラスは細菌が付きにくいとあるが？

A：ガラスは内容物を吸着しないので、きちんと洗えば何度でも衛生的に使える。
プラスチックの場合は、プラを好んで食べる菌もある。

Q：既存の牛乳びんのクイズで以前は244gで今は122gになっているというクイズがあるが、今日の資料には130gとある。122gというのはあるのか？

A：これは森永乳業の事例で、牛乳ビンでも各社少しずつ違う。

*ガラスびん 3 R 促進協議会のHPに「244g→122g」の事例が掲載されている。

Q：コーティングは、リサイクルに支障はないのか？

A：支障はない。

Q：リターナルびんの強さは？

A：各社、それぞれ異なる。キリンビールの軽量中びんは、理論上で30回使える。ただし、
取扱い状況によってはこの限りではない。回数にかかわらず、キズがあれば、工場では
じかれる。

Q：リターナルびんのセラミックコーティングは、資源に出す際、どうやって剥がすのか？

A：製びん工程で外表面にコーティングされており、家庭で剥がせるものではない。そのま
までリユースされ、リサイクル上も問題ないため、剥がさなくて良い。

Q：香水、ラー油、キンカンのびんは？

A：ソーダガラスなら、リサイクルに出して良い。

化粧品の透明びんも現在では、半分程度の自治体が回収している。

Q：既存の牛乳びんのクイズで、軽量化しても樹脂コーティングで強度を保っていると説明
した方が良いのか？薄くなって弱くなったと思う人もいるかも知れない。

A：コーティングすることで、薄肉化しても強度を維持できていることは、言った方が良い。

PETボトル

Q：ガラスの気密性を100とすると、PETボトルはどのくらいか？

A：（数字では言えないが）例えば炭酸飲料は3カ月くらいで炭酸が少しずつ抜けてくる。
賞味期限を目安にしてもらいたい。

Q：PETボトルは、PETそのものの成分が中身に溶け出していると言っている団体があ
るが？

A：そのようなことを言われているのは知っている。わずかながら溶出する場合もあるが、
環境ホルモン等はずっと含まれていないし、食品衛生法で定められた基準をクリアし

ている。おそらくPETボトルからの溶出ではなく、製造過程等でのコンタミネーション（異物混入）と思われる。

Q：「指定PETボトル」について、PETボトルでも油の入っているものはダメなのか？
また、色付きのものはダメなのか？

A：油が入っていたものはダメ。色は関係ない。色付きだからダメ、ということではなく、リサイクルにまわせるかどうかは中身で決まる。

Q：工作等に使ったものでも、テープやのりを剥がして出せば良いのか？

A：PETボトルでは、工作に使ったもの、マジックインクがついたものは出さないでもらいたい。

鬼沢：PETボトルから繊維を作る際の工程について、文京区のecoカレッジで質問を受け調べたので、それをお話する。

繊維には、衣類などに使われる長繊維とカーペットや綿などに使われる短繊維の2種類があり、長繊維の場合は、フレーク→ペレット→長繊維、短繊維の場合は、フレーク→短繊維という工程で加工される。

実際のクイズの現場ではここまで説明する必要はないが、質問に備えて知っておいてもらいたい。

プラスチック

Q：スライド18の「分別排出のルール」は、環境省のHPにあるのか？

A：環境省のHPの「プラスチック容器包装の分別の手引き」にある。

紙製容器包装

Q：雑がみ回収の際、ツルツルの紙も出しても良いのか？

A：出しても大丈夫。しかし、ダイレクトメール等、プラと貼り合わせてあるものは禁忌品なので、気を付けてもらいたい。

Q：ダイレクトメールでプラの識別マークが付いているものが時々あるが、あれは？

A：封筒は中身が商品ではないので、識別マークは付かない。もし付いていたら、誤表示である。（※中身が商品の場合は当然、識別マークの表示が必要）

Q：識別マークを付けるには、手続きやお金が必要なのか？

A：容器包装には、識別マークを付けなければならない。免除はない。（※中身が商品ではなくサービスや業務用の場合は不要。容器包装が無地の場合、識別マークの表示のためだけに印刷することは免除。）識別マークをつけ、容器包装リサイクル協会にお金を支払わなければならない。お金と責任が連動している。

いまだに「紙にリサイクルできる」「環境に優しい」マークと誤解している場合があり、（お金を支払わずに）イメージ的にマークを使用している企業もある。市場には、勘違いの誤表示がかなりある。

最近ではカップめんの容器がプラから紙に変わったものもあり、紙なのにプラに出してしまうと異物になるので、排出する際に確認するのに、識別マークが役に立っていると言える。

Q：紙カップやそのフタ（アイスクリーム、ヨーグルト等）は、リサイクルできないのか？

A：自治体によって違うが、防水処理されているものは原則できない。紙から紙へのリサイクルでは、汚れ、臭いの付いたものはダメである。そういう意味でもアイスクリームやカップめんの容器のリサイクルは難しい。（※容器包装リサイクル協会のルートでリサイクルされる自治体では、RPF（固形燃料）としてリサイクルされる。）

紙パック

Q：紙パックは、まな板として使っても洗えば出しても良い？

A：まな板がわりに使っても洗って乾かせば出しても良い。しかし、本音はまな板として使わないでもらいたい。

Q：工作等に使ったものでも、テープやのりを剥がして出せば良いのか？

A：テープやのりを剥がして、開いて出せば良い。

PETボトルでは、工作に使ったもの、マジックインクがついたものは出さないでもらいたい。

意見：紙パックの品質を知ると、スツールを作ったりするのは、もったいないことだと思う。

スチール缶

鬼沢：スチール缶は、鉄生産量全体に占める割合はほんのわずかで、再生の鉄鋼として循環して他の鉄製品に生まれ変わっている。

アルミ缶

Q：缶の中にたばこの吸い殻等の異物が入っている割合は？

A：組成分析によると、アルミ缶ブロック（プレスされた塊）の中には、水分や異物が13%、アルミが87%。

Q：道路などで自動車に踏まれてペッチャンコになっているものでも、リサイクルに出して良いか？

A：少量であれば大丈夫。多いと資源回収会社でプレスする時にうまくプレスできない。

Q：ビールの缶に1cm角くらいのシールが貼られているが、そのままで良いか？

A：無いに越したことはないが、剥がさなくても大丈夫。

段ボール

Q：出す際に、ビニールテープ等は剥がしているが、大きなホッチキスで留めてあるのがなかなか外せない。ついたままで良いか？

A：外しにくいものはそのままでも大丈夫。

Q：クイズをやっている時に、業者風の方に段ボールは回収率110%だと言われたが？

A：輸入製品を梱包する段ボールをカウントせずに計算すれば100%以上になるが、現在はカウントして回収率を計算しているので通常は100%を超えることはない。

■実際にクイズ実施中に受けた、困った質問等

- ・PETボトルのフタは回収できないの？越谷市では燃やすごみだがもったいないと思う。PETボトルと一緒に集めてリサイクルはできないのか？

→フタだけでも、集める仕組みがあればリサイクルできる。

「フタでワクチン」は裏がある話なので関わらない方が賢明。

再生材料としては良質でリサイクルできる。量が少ないのが弱点。

春日部にPETボトルのフタをリサイクルしている工場がある。

- ・ 実際何と答えれば良いか？

→近くのお店で集めているところに出してくださいと伝える。

- ・ 「紙パック6枚でトイレットペーパー1ロールできる」のクイズで、トイレットペーパーは紙パックでなくてもできる、段ボールからだってできると言われた。

→問題を修正…「紙パックだけでトイレットペーパーを作るとしたら、1リットルの紙パック何枚でできる？」

■今後のクイズ修正、新問題作成について

- ・ 鬼沢よりSDGsの解説

12番「使う責任」が私たちに関係している。使った後、廃棄物にしないで資源に。

「消費者の使う責任」、「消費者の選択」を念頭に、クイズを修正、あるいは新問題を作成したらどうか。再商品化されたものを選択できるような問題にしてはどうか？

皆さんの意見を伺いたい。

- ・ 例えば、シャンプーの詰め替え容器の問題は現実的で良い問題だが、現実的な問題だけではつまらないと思う。
- ・ 段ボールの問題など、え？そうなの？という驚きがあるものも面白いが、消費行動につながる問題が良い。
- ・ メーカーは、売れる・売れないにこだわる。消費者が知識を持つことで、消費行動が変化すれば、それに合わせた商品となる。
- ・ 最初に作った時には良い問題だと思ったが、その時とは社会の状況も変化している。
- ・ クイズのやり方として、大勢のお客さんが押し寄せるときなど、どんどん流すようになってきているが、もう少し詳しい説明もしたいところだ。段ボールの93%が再生材料ということなど、伝えればすごい！という反応もあるのではないか。
- ・ クイズの解説で付け足したいことは、相手によって違いがある。問題そのもので伝わるように、「消費行動につながる」問題にしていくと良い。
- ・ 切り口を変えてみると良いのでは？
- ・ 消費者に何を想起させるのかを押さえたクイズに。
- ・ 「何になるのかな？」というタイトルを変えるのはどうか？
- ・ 「何を選ぶのか？」とか…。
- ・ このままで良い部分もある。
- ・ 組み合わせも大切。対象や場所によって、より効果的な問題を選ぶようにする。

鬼沢：今後、新しい視点で問題作りをしていく。市民リーダーと連絡会の皆様に協力をお願いしたい。

以上