

# 再商品化義務履行マーク実証実験等事業 報告書

平成20年3月

財団法人 食品産業センター

はじめに

容器包装廃棄物の減量化と適正な収集及び再資源化を促進するため、平成7年に容器包装リサイクル法が制定され、平成18年6月にはその一部を改正する法律が成立・公布されたところです。

その中で、事業者間の公平性を確保するために、主務省による「ただ乗り事業者対策」が実施されているが、さらなる公平かつ適正な競争を進めるための検討も求められています。

そこで、本事業では、ただ乗り事業者対策強化の方策を探るため、マークや義務履行情報の管理に関連する団体へのヒアリング調査、容器包装利用事業者でもある小売業者に対するマーク表示を中心とした、ただ乗り事業者対策に対する意向のアンケート調査、さらには、ただ乗り事業者対策としての自主的な義務履行マークの貼り付けの実証実験を実施しました。

本報告書は、それぞれの調査の結果をとりまとめるとともに、今後のただ乗り事業者対策の課題と方向性について整理しています。この報告書が、食品産業に関連する方々の、容器包装リサイクルの取組みの一助になれば幸いです。

平成20年3月

財団法人 食品産業センター

## 報告書の概要

### 【調査内容】

- 「1. ただ乗り事業者対策に関する調査」では、「他の規制等において、マークを無料で管理している事例」や、「マーク以外の取組で、ただ乗り事業者を捕捉あるいは差別化できる可能性のある取組」等に関して、「社団法人電子情報技術産業協会」、「財団法人流通システム開発センター」、「プラスチック容器包装リサイクル推進協議会」へのヒアリング調査を行った。その結果を基に、各団体の運用の仕組みや知見などのただ乗り事業者対策への応用可能性を検討した。さらに、小売事業者を対象としたアンケート調査を実施し、食品関連業界の自主的取組として義務履行マークを導入することへの意向や課題についてまとめた。
  
- 「2. 義務履行マーク実証実験」では、早稲田大学環境総合研究センターの協力の下、「セブンイレブン早稲田大学学生会館店」、「こだわり商店（早稲田商店街）」において、義務履行マークの実証実験を行なった結果をとりまとめた。実証期間中、買物客にアンケート調査を実施し、義務履行マークの認知度やマークによる意識や行動の変化等について分析を行い、また、実証期間中の商品の販売数量の変化についても比較検討を行った。

### 【調査結果】

- 調査の結果、今後のただ乗り事業者対策の課題と方向性を以下のようにとりまとめた。

## 1. 総合的なただ乗り事業者対策に向けた課題

### （1）関連情報の開示の推進

ヒアリング調査や、小売事業者へのアンケート調査では、日本容器包装リサイクル協会による特定事業者の委託料金および排出見込み量データの開示について、一定の賛同が得られた。ただ乗り事業者を厳正に取り締まるために、関連情報の開示を推進していくべきであると考えられる。

### （2）モニタリング調査の実施やチェック・指導体制の強化

ただ乗り事業者の疑いが指摘されたとしても、その真偽が確認できる強力な指導体制がなければ、ただ乗り事業者数の削減には繋がらないという意見が、調査から得られた。国等による、迅速かつ継続的なモニタリング体制や、チェック・指導体制の強化も望まれる。

### （3）海外等におけるただ乗り事業者対策の実態調査

海外においてもただ乗り事業者対策は大きな問題となっているが、その効果については各国の実施方法や国内事情により異なっている。海外におけるただ乗り事業者対策の実態についても調査を行い、その実態と課題を把握することで、日本におけるただ乗り事業者対策への参考とすることが出来ると考えられる。

## 2. 事業者の自主的取組の課題と方向性

### (1) 義務履行マークの課題と方向性

#### ①マークの意味に関する正確かつわかりやすい情報発信

ヒアリング調査、アンケート調査において、複数のマークがつくことにより消費者の混乱を招くとの指摘があった。また、マーク自体には気がついていても、その意味を正しく理解し、消費者が行動変化を起すためには、消費者にその問題に共感してもらうための情報発信努力が必要である。

#### ②低コストなマークの運用

マークに対する反対意見として多かったのは、費用の負担に対する懸念があった。自主的取り組みとして実施する賛同者を多くするためにも、マークの表示者が、極力、低コストで表示ができる仕組みを検討する必要がある。

#### ③消費者・NPOとの連携によるマークの運用

マークを貼り付ける事業者の審査や、ただ乗り事業者のマークの貼り付けの監視などについて、消費者やNPOなどの協力も効果的であると考えられる。消費者やNPOの店頭調査などを基に、ただ乗り事業者の可能性のある事業者の報告を受け付けるなどの連携が考えられる。

#### ④段階的なマークの役割・目的の整理

マークの有無をもってただ乗り事業者か否かを確認することができるという最終的な目標に至るまでのマークの役割として、「ただ乗り事業者問題というものがあることの認識を高めること」や、「事業者のリサイクルに関する情報公開機運を高めること」などが、導入当初の目標になると考えられる。

### (2) その他の自主的取組の課題と方向性

#### ①小売業者の協力による再商品化費用負担を商取引の前提とすることの検討

小売業へのアンケート調査では、商品の仕入れ時に義務履行の有無を確認することについて一定の賛同が得られた。事業者単位での義務履行の有無を商取引の前提にすることについて、更なる検討を行なう必要があると考えられる。

#### ②メーカーマスターへの義務履行情報の登録等の検討

ヒアリング調査によって、商品データベース JICFS/IFDB と一体的に管理されている商品メーカーデータ（メーカーマスター）に、再商品化義務履行情報を追加し、管理・運用することが可能であることがわかった。再商品化費用負担を前提とした商取引を行なうには、そのようなメーカー情報の管理システムが必要不可欠であるため、システムの作成・管理の費用の負担の在り方を含めて、利用可能性を検討することは有意義であると考えられる。

## 目 次

1. ただ乗り事業者対策に関する調査	1
1-1. マークや義務履行情報の管理に係わるヒアリング調査	1
1-1-1. 社団法人電子情報技術産業協会	1
1-1-2. 財団法人流通システム開発センター	3
1-1-3. プラスチック容器包装リサイクル推進協議会	5
1-2. 小売店に対する調査	7
1-2-1. アンケート内容	7
1-2-2. アンケート発送先	7
1-2-3. スケジュール	7
1-2-4. 回収状況	8
1-2-5. 回答結果	8
1-3. ただ乗り事業者対策に関する調査のとりまとめ	19
2. 義務履行マーク実証実験	21
2-1. 実証実験の設計	21
2-1-1. 実験方法	21
2-1-2. 実験準備	24
2-2. 実証実験の結果	26
2-2-1. 実証実験実施状況	26
2-2-2. アンケート結果	29
2-2-3. 販売数量の変化	63
2-3. 結果のまとめ	63
3. ただ乗り事業者対策の今後の方向性	65
3-1. 総合的なただ乗り事業者対策に向けた課題	65
3-2. 事業者の自主的取組の課題と方向性	67
参考資料1 インタビューメモ	73
参考資料2 小売店に対するアンケート調査 調査票	81
参考資料3 実証実験アンケート調査票	87
参考資料4 マーク・広報媒体等デザイン	91
参考資料5 店舗向け実証実験実施マニュアル	95