

3. ただ乗り事業者対策の今後の方向性

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するただ乗り事業者対策に関する意向のアンケート調査、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の結果、さらには、昨年度（平成 18 年度）実施した食品製造事業者へのアンケート調査結果などを踏まえて、今後のただ乗り事業者対策の課題と方向性についてとりまとめた。

3-1. 総合的なただ乗り事業者対策に向けた課題

本調査では、事業者の自主的な取組としてのただ乗り事業者対策を中心に、関係主体の意向の把握、取組方策の検討、義務履行マークの実証実験などを行なったが、これら自主的な取組は、平成 18 年 1 月にとりまとめられた、『食品容器包装の 3 R の促進に向けて～循環型社会の実現を目指して～（食品の容器包装リサイクル制度の見直しに係る検討結果とりまとめ）』（農林水産省食品容器包装のリサイクルに関する懇談会）において、ただ乗り事業者を厳正に取り締まるための総合的な対策として示された以下の方向性の一部を構成するものである。

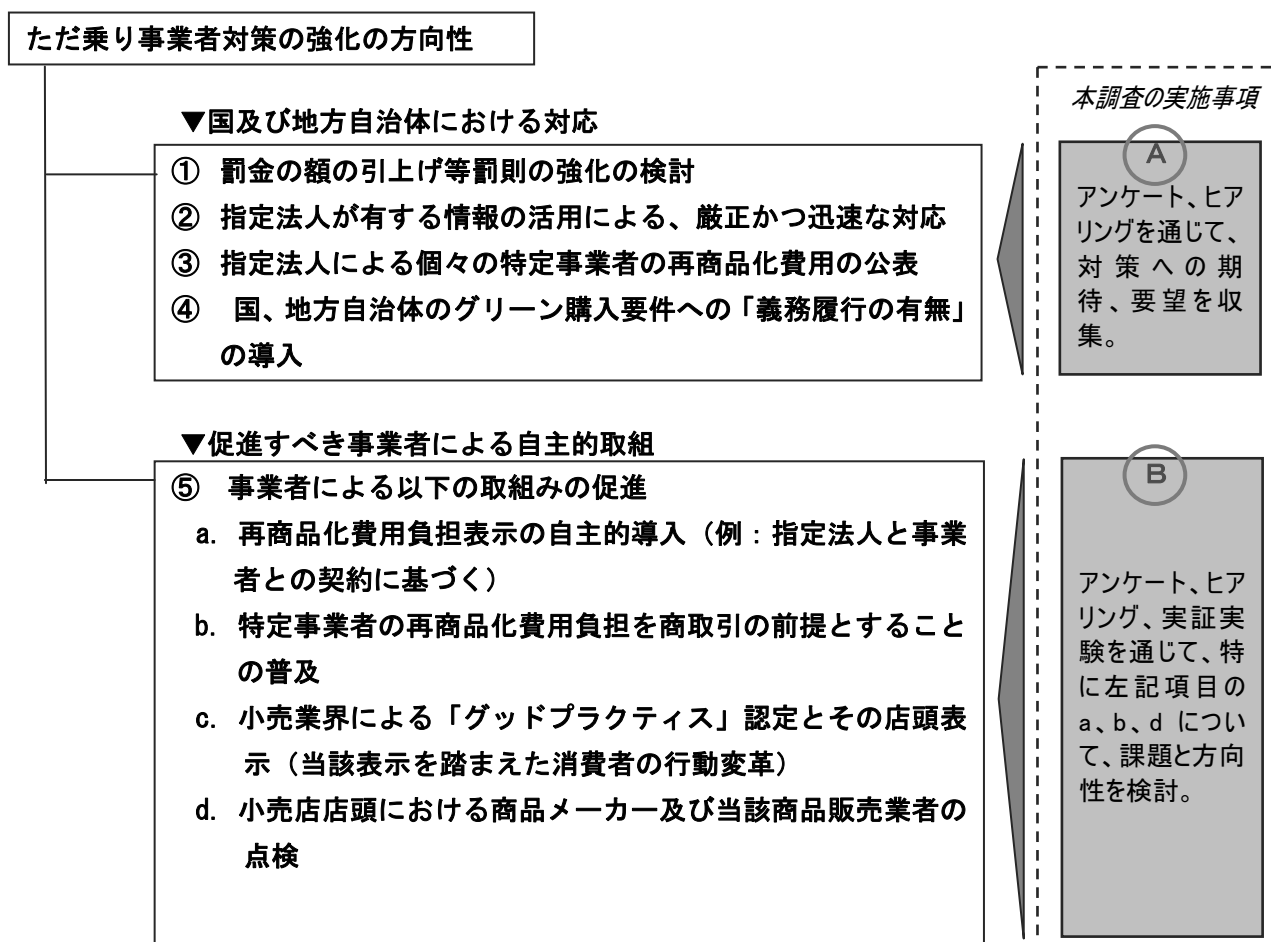


図 3-1 「食品容器包装のリサイクルに関する懇談会」でとりまとめられた総合的なただ乗り対策の方向性と本調査の実施事項

罰則の強化については、平成 18 年 6 月の改正により、「50 万円以下」から「100 万円以下」

に引き上げられたところであるが、本調査においても、国等による取組として、以下のような対策への期待や要望が明らかとなった（図3-1のAの部分）。

（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。アンケートでは少なからず反対意見があるため、さらなる検討は必要であるが、関連情報を開示することについては、ただ乗り事業者を厳正に取り締まるために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

日本容器包装リサイクル協会による情報開示や、事業者による自主的なただ乗り事業者対策によって、ただ乗り事業者の疑いが事業者や消費者から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、ヒアリングやアンケート調査から得られた。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。

3-2. 事業者の自主的取組の課題と方向性

事業者による自主的取組を促進していくための課題と方向性についてとりまとめた（図3-1のBの部分）。

（1）義務履行マークの課題と方向性

本調査では、自主的取組のうち、昨年度（平成18年度）より義務履行マークを中心に検討を行っていることから、自主的な義務履行マークについて、関係者への意向調査や、実証実験の結果から明らかとなった課題を踏まえ、更なる検討の方向性として以下の項目が挙げられる。

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少なからずあった。また、今回の実証実験では、マークの中に、「私たちは容器包装リサイクル料金を支払っています」というメッセージを表示したが、このメッセージを理解するには容器包装リサイクル法の仕組みを理解し、ただ乗り事業者が問題になっていることを消費者に理解してもらうことが必要であることが判明した。マーク自体には気がついて、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、消費者に混乱を招くという指摘とともに、費用の負担に対する懸念があった。また、昨年度実施した食品・飲料メーカーへのアンケートにおいても、賛成意見であっても、その条件として費用負担を伴わないこととする事業者が多かった。

現在の識別表示マークや、ヒアリングを実施した電気・電子機器を対象としたグリーンマークでも、マーク表示は無料である。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

自主的取り組みとして、極力低コストでマークを運用するためには、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。各地域で、容器包装の分別やリサイクルなどの活動を行っている個人や団体による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

自主的な取組として事業者や消費者の理解・賛同を得るには、時間をかけて普及浸透させていくことになる。そのためには、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。①に示した正確かつわかりやすい情報発信を行なう

ためにも、マークの目的・役割を段階的に整理することが必要である。

(2) その他の自主的取組の課題と方向性

義務履行マーク以外の自主的取組として、小売業へのアンケート調査では、再商品化費用負担を前提とした商取引や、消費者の行動変革を期待する店頭表示などに対する意向を確認した。また、再商品化費用負担を前提とした商取引を実現するためのツールとして、財団法人流通システム開発センターが管理する商品メーカーデータ（メーカーマスター）の活用可能性があることが明らかとなった。それらを踏まえ、その他の自主的取組の方向性としては以下の手法が考えられる。

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。食品製造事業者等の特定事業者の個々の商品毎に再商品化義務履行状況をチェックすることは現実的ではないため、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。同データベースの購入費に 800 万円程度を要し、さらに、そのデータベースに義務履行情報を追加するシステムの作成費・管理費を要することになるが、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。