

平成 20 年度 容器包装リサイ
クル法制度円滑化推進事業

ただ乗り事業者対策等調査報告書

平成 2 1 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年に制定された『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（容器包装リサイクル法）』は平成18年6月にその一部が改正され、平成20年4月に完全施行されたところです。

その中で、法制定後10数年が経過したにも関わらず、再商品化の義務を履行しない事業者（いわゆる「ただ乗り事業者」）が依然存在しており、事業者間の公平性を確保するためにも、その対策は重要な課題となっています。国による罰則の強化などの対応は行われているものの、この「ただ乗り事業者」の実態を捕捉することが出来ないことから、事業者の自主的な対応にも期待が寄せられています。

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、事業者による自主的取組みとして小売段階におけるただ乗り事業者対策の情報を収集し、各対策の効果等について検討することを目的として調査を行いました。

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21年3月

財団法人 食品産業センター

目 次

1. 小売業者のただ乗り事業者問題に対する意向調査	1. 1
1-1. ただ乗り事業者問題に対する意向等の確認調査	1. 1
1-2. 意向等の追跡確認調査	1. 9
1-3. 再商品化義務履行の確認を行う際の支援方法の調査	1. 13
2. ただ乗り事業者問題に対する意向ヒアリング調査	2. 1
3. ただ乗り事業者対策の今後の方向性	3. 1
3-1. 小売業者の自主的取組みによる実証事業案	3. 1
3-2. その他のただ乗り事業者対策の方向性	3. 4

参考資料

1. 小売業者のただ乗り事業者問題に対する意向調査

昨年度実施した小売業者を対象としたアンケート調査の結果を踏まえ、具体的な自主的取組み案を提示し、それら取組みに対する意向を確認するアンケート調査を、小売業者を対象に実施した。さらに、調査回答事業者のうち、自主的取組みに対して肯定的な回答のあった小売業者に対して、さらに具体的な実験イメージを提示し、その実験案への協力意向を確認するとともに、その段階においても協力意向を表明した小売業者に対してヒアリング調査を実施した。以下に、その結果をとりまとめた。

1-1. ただ乗り事業者問題に対する意向等の確認調査

まず、小売業者を対象に、ただ乗り事業者問題に関するアンケート調査を実施し、ただ乗り事業者対策に対する認識や、自主的取組みへの協力意向などをとりまとめた。

1-1-1. アンケート内容

アンケートの主な設問項目は以下のとおりである。なお、実際に小売事業者に発送したアンケート票を参考資料1に示す。

■ 回答事業者のプロフィール

- ・ 会社名・事業者名
- ・ 所在地
- ・ 担当部署・氏名
- ・ 電話番号、メールアドレス

■ 回答事業者の事業規模・概要

- ・ 事業規模（店舗数、売上げ、従業員数）
- ・ 店舗の分類
- ・ 取引企業数

■ 取引先への確認事項等

- ・ 貴社が取引先に確認していること
- ・ 飲食料品の取引企業に、事業体制に関して、報告や開示を求めていること

■ ただ乗り事業者問題に対する認識

■ ただ乗り事業者対策の実証への協力について

- ・ 確認方法別の協力意向
- ・ 確認方法別の協力条件、理由

1-1-2. アンケート発送先

株式会社東京商工リサーチの保有するデータベースで、百貨店・総合スーパー、及び、食品小売・コンビニに区分される5,760社のうち、売上げ上位の百貨店・総合スーパー300社、食品小売・コンビニ200社を抽出した。

1-1-3. スケジュール

アンケートの発送から回収までのスケジュールは以下の通りである。

2008年9月12日 アンケート票発送
2008年9月30日 アンケート票回収の締切

1-1-4. 回収状況

発送数 … 500件
回収数 … 109件（回収率 21.8%）

1-1-5. 回答結果

(1) 回答事業者の事業規模、概要

アンケートに回答いただいた事業者109件の事業規模、概要を以下に示す。

■事業規模

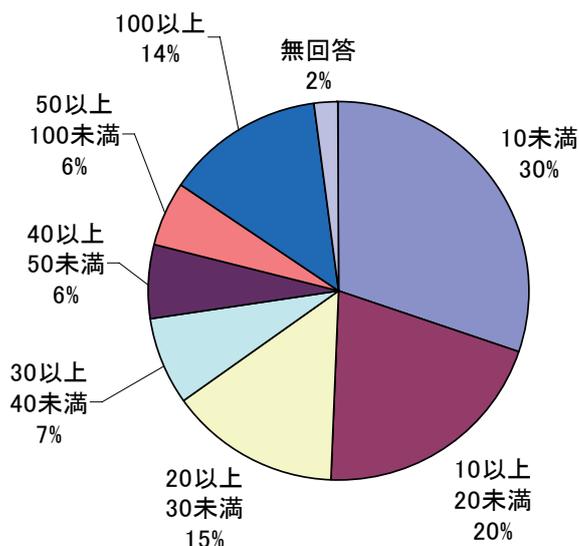


図 1-1 店舗数 (N=109)

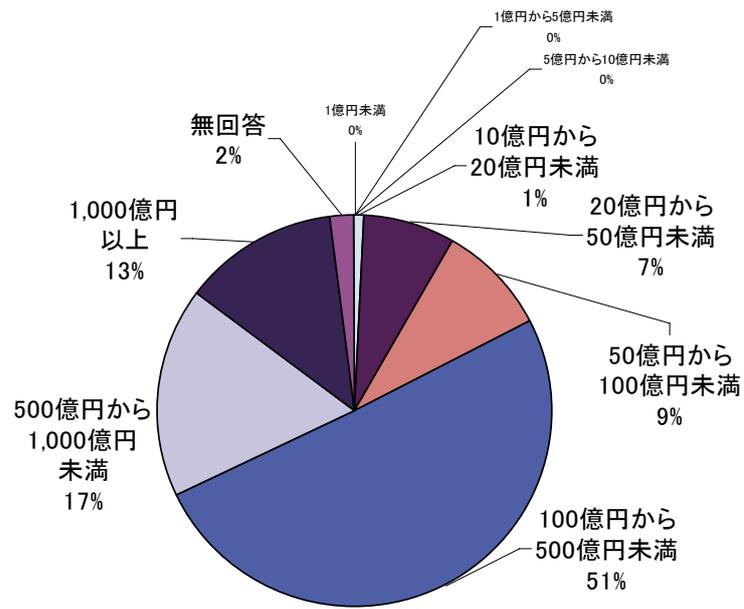


図 1 - 2 売上げ (N=109)

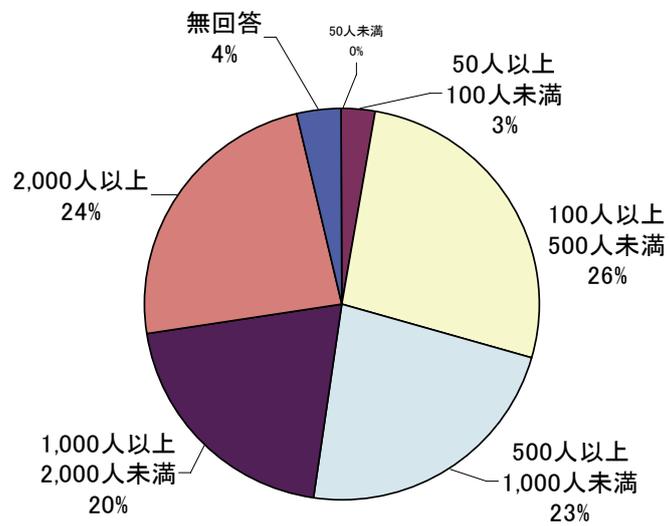


図 1 - 3 従業員数 (N=109)

■店舗の分類

アンケートに回答いただいた事業者 109 件の店舗分類を以下に示す。回答事業者の 65%が食料品及び日用品を主に販売している店舗であり、衣料品も含めた幅広い製品を扱っている店舗は 23%であった。

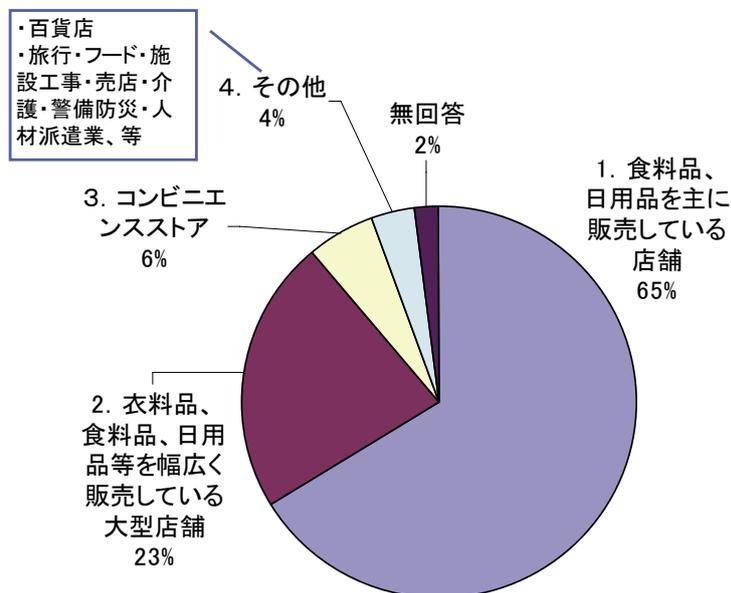


図 1-4 店舗の分類 (N=109)

■取引企業数

アンケートに回答いただいた事業者 109 件の取引企業数別の内訳を以下に示す。取引企業数は「100～500 社」と回答した事業者が 40%と最も多かった。回答中、最も少ないケースで 30 社という回答があり、最も多いケースで 7,200 社であった。なお、ここでの取引企業数には卸売業者も含まれるため、実際の取扱商品のメーカー数は各社とも回答数よりも多いと考えられる。

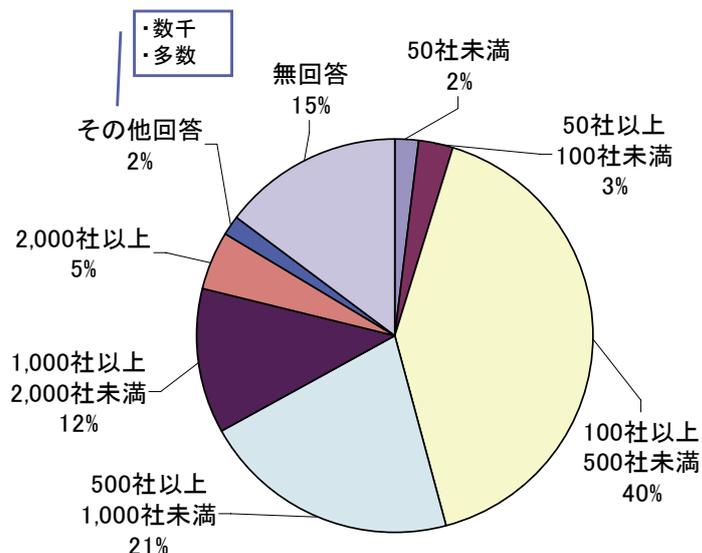


図 1-5 取引企業数 (N=109)

(2) 取引先への確認事項等

アンケートに回答いただいた事業者 109 件の取引先への確認事項等の状況を示す。

■取引先への確認事項

商品の取引先（商品のメーカー、卸売業者）に確認している事項については、「企業に関する情報（資本金、売上げ、従業員数など）」、「商品の原材料に関する情報」、「商品の産地に関する情報」が、それぞれ 80%以上の事業者が取引先に対して確認していることが明らかとなった（図 1-6）。

また、「商品の容器包装に関する情報」についても、29%の事業者が取引先に確認しているという結果が得られた。

なお、その他としては、PL法の加入状況や、認証の取得状況などの回答が得られた。

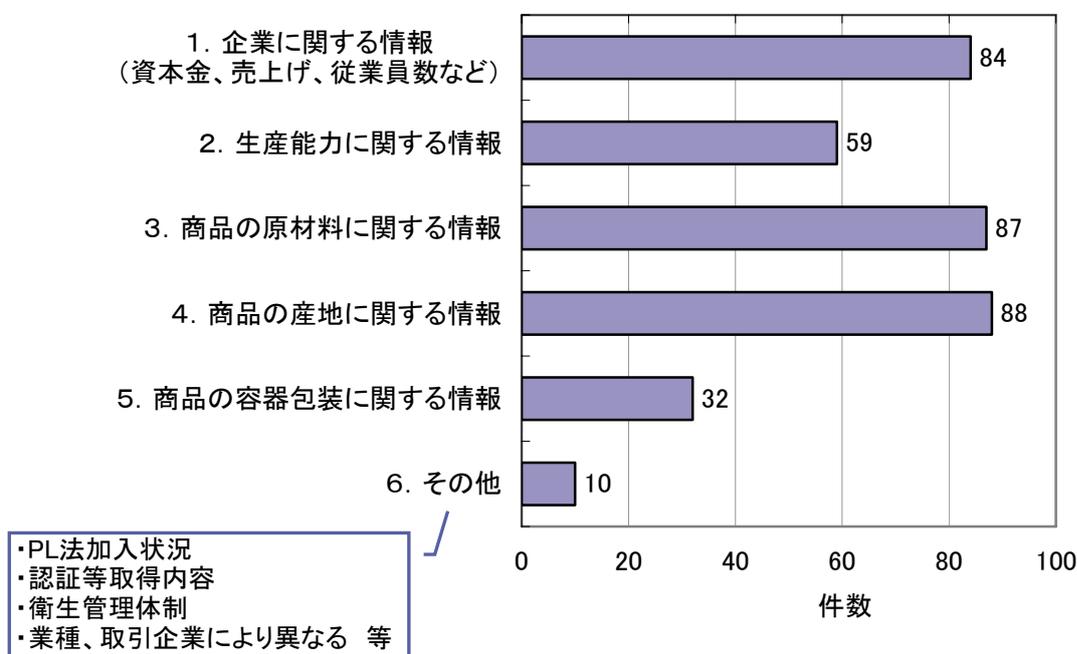


図 1-6 取引先への確認事項 (N=360: 複数回答)

■飲食料品の取引企業に、事業体制に関して、報告や開示を求めていること

飲食料品の取引企業の事業体制に関して、報告や開示を求めていることを尋ねた結果を図 1-7 に示す。

事業体制のうち、「衛生管理体制や事故の有無」については 78%の事業者が、取引先に対して報告や開示を求めていることが分かった。また、「環境管理体制」についても 33%の事業者が報告・開示を求めていることが明らかとなった。さらに、「容器包装リサイクル法のリサイクル義務履行の状況」についても 9社が報告・開示を求めていると回答している。

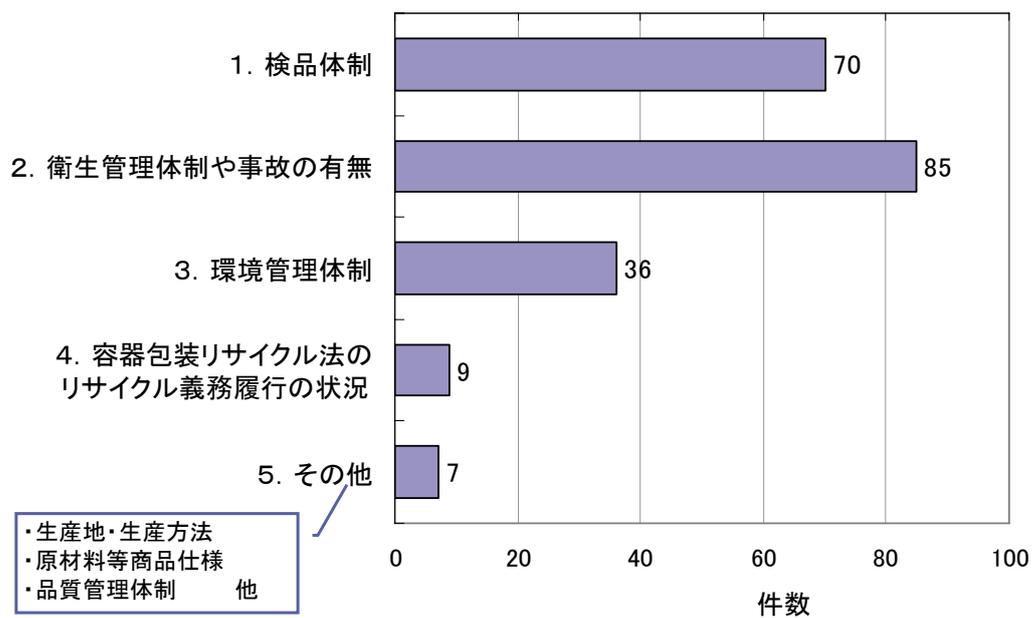


図 1-7 飲食料品の取引企業の事業体制に関して報告や開示を求めていること
 (N=207:複数回答)

(3) ただ乗り事業者問題に対する認識

ただ乗り事業者問題に対する認識の設問において、ただ乗り事業者対策として挙げた事例のうち、最も賛同が得られた意見は、「ただ乗り事業者対策は、法律上、国の役割だが、メーカーや小売業者、そして消費者も、できる範囲で対策に協力すべきである。」であり、51%の事業者から賛同が得られた。

また、ただ乗り事業者のうち、「徹底的に探し、処罰すべき」である対象は、過少申告事業者については20%であるのに対し、未申込事業者については34%であり、後者に対する不公平感が高いという結果が得られた。

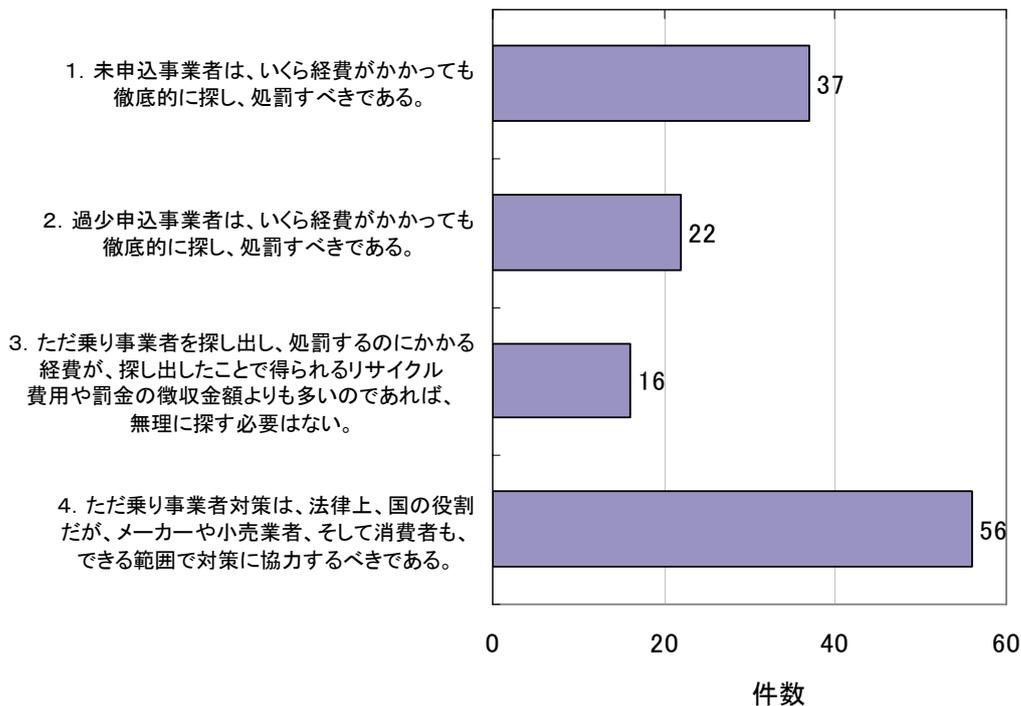


図 1-8 ただ乗り事業者問題に対する認識 (N=131: 複数回答)

(4) ただ乗り事業者対策の実証への協力について

二つのただ乗り事業者対策を提示し、それら対策に対する意向を確認するとともに、その意向の理由を確認した。

■ただ乗り事業者の確認方法別の協力意向

二つのただ乗り事業者対策に対する協力可能性を確認したところ、「○×形式でリサイクル義務の履行状況の申告を取引先や卸売業者に依頼する」ことについては、69%の事業者から協力可能又は条件付で協力可能という回答が得られ、「日本容器包装リサイクル協会への支払い証明書の提出や、協会ホームページの自社の社名掲載ページを印刷したものなどの提出を取引先や卸売業者に依頼する」ことについても、64%の事業者から協力可能又は条件付で協力可能という回答が得られた。

表 1-1 ただ乗り事業者対策に対する協力可能性

確認方法	回答件数			
	1協力可能	2条件付で協力可能	3協力できない	無回答
リサイクル義務の履行状況(リサイクル料金支払いの有無や対象外事業者であること)について、○×形式の申告を取引先や卸売業者に依頼する。	42	33	23	11
日本容器包装リサイクル協会への支払い証明書の提出や、協会ホームページの自社の社名掲載ページを印刷したものなどの提出を、取引先や卸売業者に依頼する。	31	39	29	10

■確認方法別の協力条件、理由

上記の回答で、協力意向を表明した事業者に対しては、協力のための条件を確認し、いずれの対策にも協力できないとした事業者にはその理由を確認した。

協力のための条件としては、「共通のフォーマットで大多数の企業が実施すること」や、「事務手続きが簡易であること」、「協力店であることを店舗に掲示できること」、「許可が得られた取引先に限定して実施する」、「新規の取引先に限定して実施する」などの意見が得られた。また、実際の効果や効率性を疑問視する意見として、「一事業者のみと契約している事業者はいないので、複数の小売業者で実施しても情報が重複する」との意見があった。

協力できない理由としては、「取引先が多く不可能」、「業務、人員の負担が大きいの」、「実施の効果が見込めない」などの意見が得られた。

1-2. 意向等の追跡確認調査

1-1に整理したアンケートの「(3)ただ乗り事業者問題に対する認識」の設問で、選択肢4、「ただ乗り事業者対策は、法律上、国の役割だが、メーカーや小売業者、そして消費者もできる範囲で対策に協力すべきである。」に回答した、自主的なただ乗り事業者対策に肯定的と考えられる事業者に対して、より詳細な追跡確認調査を行った。以下にその結果をとりまとめた。

1-2-1. 追跡確認内容

追跡確認した設問項目は以下のとおりである。なお、実際に小売業者に発送した追跡確認票を参考資料2に示す。

■ 回答者事業者のプロフィール

- ・ 会社名・事業者名
- ・ 所在地
- ・ 担当部署・氏名
- ・ 電話番号、メールアドレス

■ 自主的なただ乗り事業者対策について

- ・ 自主的取組みを行うにあたって、考えられる課題や問題点
- ・ 自主的取組みの代替案

■ ただ乗り事業者対策の実証への協力について

1-2-2. 追跡確認先

自主的取組みに対して肯定的な意見であった回答事業者56件に電話にて、追跡確認調査の依頼を行い、追跡確認票を送付した。

1-2-3. 回収状況

追跡調査票を発送した56社の内、22社より、追跡確認票の回答が得られた。

1-2-4. 回答結果

(1) 自主的なただ乗り事業者対策について

1-1に整理したアンケートで、自主的取組みに対して肯定的な回答をしていた事業者に対し、自主的取組みのより詳細なイメージを例示し、それら取組みに対する課題等を確認するとともに、イメージ例にはない代替案について尋ねた。

■自主的取組みの課題

追跡確認項目として、以下の自主的取組み案を提示し、これら取組みを実施する上での課題等を尋ねた。

例1 リサイクル義務の履行状況について、小売店が、○×形式の申告を取引先に依頼する。

例2 日本容器包装リサイクル協会の支払い証明書の提出や、協会ホームページの自社の社名掲載ページを印刷したもの又は、自社が再商品化義務の対象外であることを証明する売上額、従業員数がわかるものなどの提出を、小売店が取引先に依頼する。

例3 上記の申告内容の真偽を、小売店が協会ホームページで確認する。

課題として、以下の意見が得られた。例1や例2については肯定的な意見も得られたが、取組みに要する労力、時間、コストの増加を懸念する意見が多かった。

- 例2、例3まで行う事は小売店の作業（依頼とまとめ）量がかなりの負担となる（取引先の件数が多いので・・・）。例1くらいであれば、申告させる事の目的さえ明確にしておけば、以降の取引の影響を考えれば、虚偽の申告はできないものと考えられる。
- 取組の結果、得られた情報は参考にすぎず、真偽は公的な機関で調査確定が必要になる。
- 例1のやり方で実施する場合、フォーマットがあるとやりやすい。
- 小売店側より、個別取引業者に証明等を求めるのは、業務を繁多にし困難である。
- 例2はPL法の保険加入のように提示してもらえらると思うが、大きな手間がかかる。
- 労力負担に対して、どれだけのただ乗り事業者があるのかが疑問である。
- 依頼するとして、取引先が納得できる理由が必要。
- 例2の方策がベストである。
- 小売店各社が強制力をどの程度仕入先に発揮できるかは検討を要するが、PL法の確認等と同様に、基本契約段階でのひとつのステップとして導入する事はできる。既存取引先は、追加の「覚書」で。その際、例記にあるように、簡単に証明できる書面（対象外業者の場合もその旨）があれば、双方やり易い。また、独禁法上問題なければ、業界団体を通じ契約上の必須項目として各社が自主的に取り上げる事になれば、「ただ乗り」に対する一定の抑止となる。

- 取引先や卸売業者に依頼する事はできても、協力してくれるかどうかわからない。
- 仕入先の選定に当たり、手間（事務項目）の増加がコスト増に直結する。
- 台帳管理用 PC 上で項目の変更を行った場合、プログラムの書き直しが必要である。
- リサイクル履行状況の申告を依頼するに当たって、取引の際の条件になっていないので、突然依頼するのは困難である。

■代替案について

自主的取組みの代替案の意見については、社内通知をすることでも取引業者に対するアナウンス効果があるとする意見や、日本容器包装リサイクル協会の公開情報の拡大、情報開示方法の工夫、消費者団体等の活用などの意見が得られた。

- 容器包装リサイクル法において、ただのり業者が発生し、対策を講じている通知を社内で行う。
- 日本容器包装リサイクル協会のホームページで支払い金額も公開する。また、公開する際、事業所の業種分類を細分化して同業者の比較をしやすくする。出来れば、売上規模なども公開できれば料金の多少が比較できて虚偽の申告はしづらくなる。
- 国の法律遵守をもっと知らせる工夫が必要。
- 消費者団体等が、店舗の協力のもとで小売店舗内の商品のメーカー名を書き写すなどし、ただ乗り事業者がいないかどうかを確認する。

(2) ただ乗り事業者対策の実証への協力について

ただ乗り事業者対策を実施するに当たって、その効果や実施可能性を検討する自主的取組案を提示し、この実験に対する協力意向を確認した。

未回答の事業者、協力は難しいと回答した事業者が多かったが、3社より、○×形式等で、義務履行状況を取引先に確認するという自主的取組案の実験に対して協力の意向が得られた。

表 1-2 実証事業案に対する協力意向

実証事業を行うただ乗り事業者対策案	回答件数
1. 貴社が貴社／貴店舗にて取り扱っているすべての取引先や卸売業者に対して容器包装のリサイクル義務履行状況又は再商品化義務の対象外である旨の報告を依頼する(○×式等)。この報告に基づき報告依頼前と依頼後(依頼後半年程度)のただ乗り事業者と思われる事業者数の変化について、貴社からご提供いただく取引先リストに基づき、調査会社等が調査・集計を行う。	3
2. 貴社／貴店舗にて取り扱われているすべての取引先のリスト(社名と所在地)をご提供いただき、その情報をもとに、調査会社等が再商品化義務の履行状況を確認し、ただ乗り事業者の候補事業者リストを作成する。	2
3. 貴店舗内において、消費者団体等が陳列商品のメーカー情報の確認作業を行うことを許可していただく。消費者団体等はその情報をもとに再商品化義務の履行状況を確認し、ただ乗り事業者の候補事業者リストを作成する。	3
4. その他ご協力いただける事柄	2
5. 協力は難しい	12

1-3. 再商品化義務履行の確認を行う際の支援方法の調査

アンケート調査及びその後の追跡確認調査の結果、「〇×方式で取引先に対して義務履行状況を確認する」という自主的取組み案の実験を行うことに対して、協力意向を表明した3事業者に対してヒアリング調査を実施し、実際に自主的取組案を実施する場合の方法や条件について、意見を聴取した。以下にその結果をとりまとめた。

1-3-1. 調査対象事業者の概要

自主的取組案の実施方法等についてヒアリング調査を行ったのは、以下の3社である。事業者Aは百貨店、事業者Bは総合スーパー、事業者Cは食品小売業であり、業態、規模が異なるが、3社とも特定地域に商圈を限定しているという特徴を持っている。

表 1-3 ヒアリング先概要

	業態	店舗数 (件)	売上 (億円)	従業員数 (人)	取引企業数 (社)
事業者A	百貨店	6	380	1,000	1,500
事業者B	総合スーパー	57	850	1,900	300
事業者C	食品小売	24	320	1,065	100

1-3-2. 事業者Aへのヒアリング結果

事業者Aとの自主的取組案の実施に関する協議では、以下のような情報、意見が得られた。

- 手順として、再商品化義務履行の確認を行うことについて理解をしてもらうために、現場の営業担当が、取引先に話をするようになる。
- ただ乗り事業者には、容器包装リサイクル法を理解しておらず、結果的にそうなっている場合も考えられる。
- 取引先 1500 社のうち、食品関連事業者は 400~500 社程度。その中には、メーカーもいるが、問屋が多い。また、取引先の変化は年間 150 社程度であると考えられる。
- 問屋に対しては、特定事業者（メーカー）にチェックシートの送付を依頼する必要がある。
- 各社の商談は時期がバラバラなため、容器包装リサイクル法啓蒙期間ということにして、別途、取引先を集めて、説明会を実施するのが効率的と考えられる。
- 依頼方法としては、書面で、食品産業センター又は農林水産省の名前で依頼状を提示するのが望ましい。
- 取引先から商流を辿るのは困難であるが、レジのバーコード情報を用いて、商品メーカーをリスト化することは、全てではないが、可能ではないか。

1-3-3. 事業者Bへのヒアリング結果

事業者Bとの自主的取組案の実施に関する協議では、以下のような情報、意見が得られた。

- 取引企業ベースではなく、取り扱っている商品のメーカー数では630社程度である。
- 自主的取組案は自己申告制であるため、効果は不明であるが、取引企業を経由して〇×形式で義務履行状況を問い合わせすることは可能である。
- ただ乗り事業者候補の抽出については、まず、取扱商品メーカーと日本容器包装リサイクル協会の特定事業者リストとの照合を自社で行い、特定事業者でなかった事業者情報を国（食品産業センター）に提供し、規模の特定等により小規模事業者を除いた上で、取引企業に対して〇×形式の確認を行うという手順が対応しやすい。
- 地域性が強く、取り扱っている日配の食品には地元企業が多いため、地域の業界団体に訴えかけていくということも効果的であると考えられる。
- 取引先に対して、犯人さがしのような印象を与えないためには、ただ乗り事業者候補となった事業者に対して、アフターケアとして、容器包装リサイクル法の講習会を開催し、対象企業へのナレッジシェアや、コンプライアンス確保に寄与する取組みとすることが望ましい。

1-3-4. 事業者Cへのヒアリング結果

事業者Cとの自主的取組案の実施に関する協議では、以下のような情報、意見が得られた。

- 取引企業は問屋と直卸に区別される。問屋は70社程度である。直卸の方が確認を依頼しやすい。
- 取扱商品点数は25,000点程度であり、メーカー数にすると500~1,000程度であると考えられる。
- 商品の入れ替えは年に4回実施しており、生鮮食品は5,000品目程度、その他の食品も5,000品目程度入れ替えていると考えられる。
- 問屋とは毎週商談を行っており、月一回会合を開催し、食品表示等の勉強会なども行っている。
- 自主的取組案の名称として、「ただ乗り」というキーワードは出さずに、「コンプライアンスの確保・向上」といった名目で実施するのが望ましい。

1-3-5. 実証事業への支援方法について

以上のヒアリング結果を踏まえると、小売業者が、「〇×方式で取引先に対して義務履行状況を確認する」という自主的取組み案の実験を実施する上で、行政等の支援方法としては、以下のような対応が考えられる。

支援1：事業の実施主体として国等の名義・文書の活用

取引先に義務履行状況を確認する際に、国等の名義文書を添付する方が、小売業者としては、依頼がしやすい。

ただし、国等を強調すると、小売業が自主的取組みとして実施しているという意味合いが希薄になるというデメリットもある。

支援2：日本容器包装リサイクル協会の事業者リスト等の活用

「〇」以外の回答や未回答事業者について、特定事業者であるか否か、あるいは、小規模事業者であるか否かの確認をする上で、既存の特定事業者リストや、小規模事業者リストは必要不可欠である。

支援3：ただ乗り事業者候補に対する講習会等のサポート

小売業者は、コンプライアンスの確保や向上についての訴えかけは、取引業者に対してできるが、容器包装リサイクル法の仕組みや義務について説明することは難しい。わかりやすい説明資料の提供や、講習会の開催においては、国等から専門家を講師として派遣することが必要であると考えられる。

支援4：実証実施事業者のPR・広報

自主的な取組みを実施する小売業者にとっては、再商品化義務履行の確認作業を実施することによる自社への直接的なメリットは希薄である。取組みを実施する事業者の意向に沿う方向で、取組みを国等が評価、PRすることが必要であると考えられる。

2. ただ乗り事業者問題に対する意向ヒアリング調査

ここでは、1. でとりまとめた結果を踏まえ、小売業における自主的取組みとして、「取引先に○×形式等の自己申告制により義務履行状況を確認する」というただ乗り事業者対策について、消費者からみた意見と、システム構築の観点からみた意見の聴取をヒアリングにより行った。消費者からみた意見については、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（NACS）より聴取し、システム構築の観点からみた意見については、財団法人流通システム開発センターより聴取した。以下にその結果をとりまとめた。

なお、NACSには、消費者の取組みとしてのただ乗り事業者対策の可能性についても意見聴取を行った。

2-1. 消費者からみた「ただ乗り事業者対策」について

NACSより聴取した小売業における自主的ただ乗り事業者対策に対する意見、消費者によるただ乗り事業者対策の可能性等について以下に示す。

(1) 小売業における自主的ただ乗り事業者対策について

■消費者には難しいただのり事業者問題

- 消費者にとって、容器包装リサイクル法とは、「分別排出をしなければいけない」という法律であり、ただ乗り事業者の存在が問題になっていることや、その前提として分別排出した容器包装の再商品化を特定事業者が費用負担しているということの認知度が低い。
- まず、ただ乗り事業者問題を理解しないことには、ただ乗り事業者対策の情報は、消費者の意識や行動には関係してこない。

■環境配慮活動、CSR活動としての評価や意味づけが必要

- ただ乗り事業者対策のみのPRでは、消費者の関心は引かないが、再商品化義務履行の確認を行う小売業者を、環境配慮の取組みに対する農林水産省等の表彰（例：食品産業優良企業表彰等）で評価したり、コンプライアンスの徹底の一手段として、実験協力事業者がCSR報告書などでPRするなど、他の事業者や消費者の目に触れやすい評価の根拠や、取組の要素としてPRするのが効果的ではないか。
- その他、環境省の環境報告書ガイドラインや、エコアクション21の取組みの一つとして組み込むことができれば、事業者の取組みインセンティブにもなる。

■過少申告対策には別途取組みが必要

- ○×方式の確認は、未納のただ乗り事業者対策にはなっても、過少申告者の対策にはならない。
- 過少申告者対策には、日本容器包装リサイクル協会のホームページにおける委託料金支払額の公表が必要である。

(2) 消費者によるただ乗り事業者対策について

■消費者団体、消費者モニターによるただ乗り事業者対策の可能性

- 消費者が店舗に立ち入り調査を行うという手法は、古くからあり、ユニットプライス（単位当たり商品価格）の表示については、各自治体が消費生活条例に基づいた店頭抜き打ち調査を行っている。
- 東京都では、その他にも、便乗値上げや売り惜しみの有無などを消費者（消費生活調査員）が小売店を抜き打ちで調査するなど、消費生活条例に基づいた店頭調査を行っており、行政のお墨付きがあれば、調査に支障はない。

■NACSによる対応可能性

- 消費者が店舗調査を行い、店舗に陳列している商品のメーカーが、特定事業者であるか否かを確認し、ただ乗り事業者候補を選定するという取組みを、NACSのような消費者団体が担うことは可能である。
- NACSでは、全国の家電製品販売店を対象に、店舗のディスプレイ状況の確認や、販売員の面接により、販売店の省エネ家電販売に対する取組みの評価業務を行っている。

2-2. システム構築の観点からみた「ただ乗り事業者対策」について

財団法人流通システム開発センターより聴取した小売業における自主的なただ乗り事業者対策に対する意見、ただ乗り事業者対策の流通情報としての管理の可能性等を以下に示す。

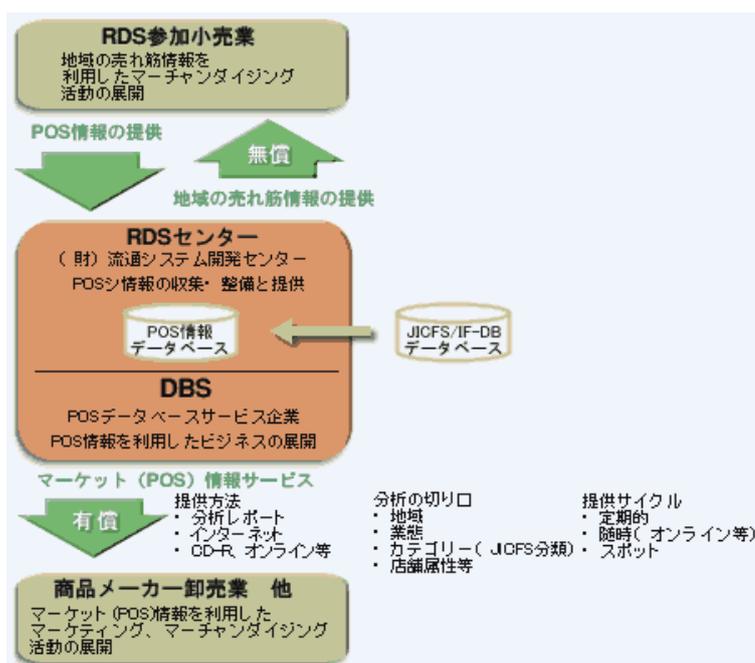
(1) 小売業における自主的なただ乗り事業者対策について

■ システム化は技術的には可能

- 昨年度調査報告にも示したように、〇×方式で確認した義務履行の有無に関する情報を、JICFS/IFDBと一体管理されている商品メーカーデータ（メーカーマスター）に付加することは可能である。
- ただし、メーカーマスター等の情報（880万円）を購入した後に、その情報に義務履行情報を追加することになる。

■ 協力店舗間の情報共有のイメージ

- 複数の店舗で再商品化義務履行確認調査を行う場合、調査対象事業者（メーカー）には〇×確認のチェックシートが同時期に複数枚届くことが予想される。
- また、事業を継続していく場合は、〇×チェックシートのメーカーからの回答結果を、確認作業に協力している小売業者間で共有しなければ、既に回答が得られている事業者に対して、次年度に同じ確認をすることになる。このような事態を回避する仕組みとして、チェックシートの確認結果についても、協力実施事業者間で共有することが必要である。
- 事業実施事業者間で、実際の商品販売情報を元に調査対象事業者を選択するための仕組みとしては、流通システム開発センターでサービス提供している流通POSデータベースサービス（RDS）が参考になる。
- RDSは、個々の小売店のPOS情報を、流通システム開発センターが集約し、その結果のマーケット情報を月次、週次で提供するサービスで、平成20年11月時点で106社が参加している。自主的取組みとしてのただ乗り事業者対策に参加する小売業が、数十社、百社単位になった場合には、商品の販売状況を定量的に把握するためにこのような仕組みを構築することが必要になると考えられる。



(2) ただ乗り事業者対策の流通情報としての管理の可能性

■ 費用対効果の判断が必要

- 商品データベース JICFS/IFDB および商品メーカーデータ（メーカーマスター）の購入には、880万円必要であり、さらに、この情報の管理運営に、人員やコンピュータ設備等を整備すると、数千万円規模の年間経費が必要となる。
- 容器包装リサイクル法の特定事業者間の費用負担の公平性を確保するという目的のみのために、このような投資や経常的な費用を掛けることが必要であるかについては、それによる効果も勘案し、判断する必要がある。

■ 環境情報の一要素としての情報管理の可能性

- 商品に対する安全性等に対する消費者の意識は年々高まってきている。環境配慮情報や、アレルギー物質に関する情報などとともに、企業のコンプライアンス遵守の情報などを一体的に、商品の付加価値情報として集約・整備することも考えられる。
- ただし、容器包装リサイクル法の義務履行情報を、そのような情報の集約・整備の一部にした場合、本来のただのり事業者の削減や抽出といった目的性は希薄になり、成果がより見えにくくなることも予想される。

3. ただ乗り事業者対策の今後の方向性

以上の調査結果を踏まえ、ただ乗り事業者対策の今後の方向性を「小売業者の自主的取組みによる再商品化義務履行確認の実験案」と、それと同時に実施可能な対策に区別してとりまとめた。

3-1. 小売業者の自主的取組みによる再商品化義務履行確認の実験案

本業務の小売業者へのアンケート調査やヒアリング調査によって、「小売業者が自主的取組みとして、〇×方式で取引先に義務履行状況を確認する」ことの可能性が認められた。このような自主的取組みの効果や取組みの継続性を検証するためには、実験を行ってその効果を確認することが必要である。

アンケート調査結果やヒアリング調査結果を踏まえ、小売業の自主的取組みとして実施するただ乗り調査の実験案を以下に示す。

(1) 実験の全体像

実験の全体像を次頁に示す。

[対象事業者の抽出]

まず、調査対象となる取扱商品のメーカーを特定する必要がある。

- ①商品販売データをメーカーデータに名寄せする。
- ②メーカーリストと、日本容器包装リサイクル協会の再商品化義務履行者リストとの照合を行い、特定事業者ではないメーカーのリストを作成する。その際、可能であれば、法律の適用除外事業者である小規模事業者も排除する。
- ③絞り込んだメーカーのうち、商品を問屋経由で入荷しているメーカーについては、問屋（取扱業者）別に区分する。
- ④問屋経由で商品を入荷している場合は、問屋が各メーカーに〇×方式のチェックシートを配布することへの協力可能性についての確認を行う。

[調査書の発送]

- ⑤調査の趣旨を記した案内とチェックシートの発送を行う。この際、取引業者の協力を得るためには、調査実施主体名は小売業者とし、また、ただ乗り事業者対策という名称を用いない方がよいと考えられる。

なお、容器包装リサイクル法に関する問い合わせ等については、農林水産省や(財)食品産業センターが受け付けるような案内文面にすることが望ましい。

[フォローアップ]

- ⑥チェックシートに×の回答をした事業者に対しては、容器包装リサイクル法を認知していない事業者も存在する可能性があるため、小売業者主催の講習会を開催し、取扱商品メーカーのコンプライアンス向上に貢献する。なお、講習会を開催するに当たっては、農林水産省や(財)食品産業センターから講師を派遣することが望ましい。
- ⑦一定期間の経過後、取扱商品のメーカーの義務履行率の変化を確認し、取組みの効果を検証するとともに、結果を協力小売業者にフィードバックする。

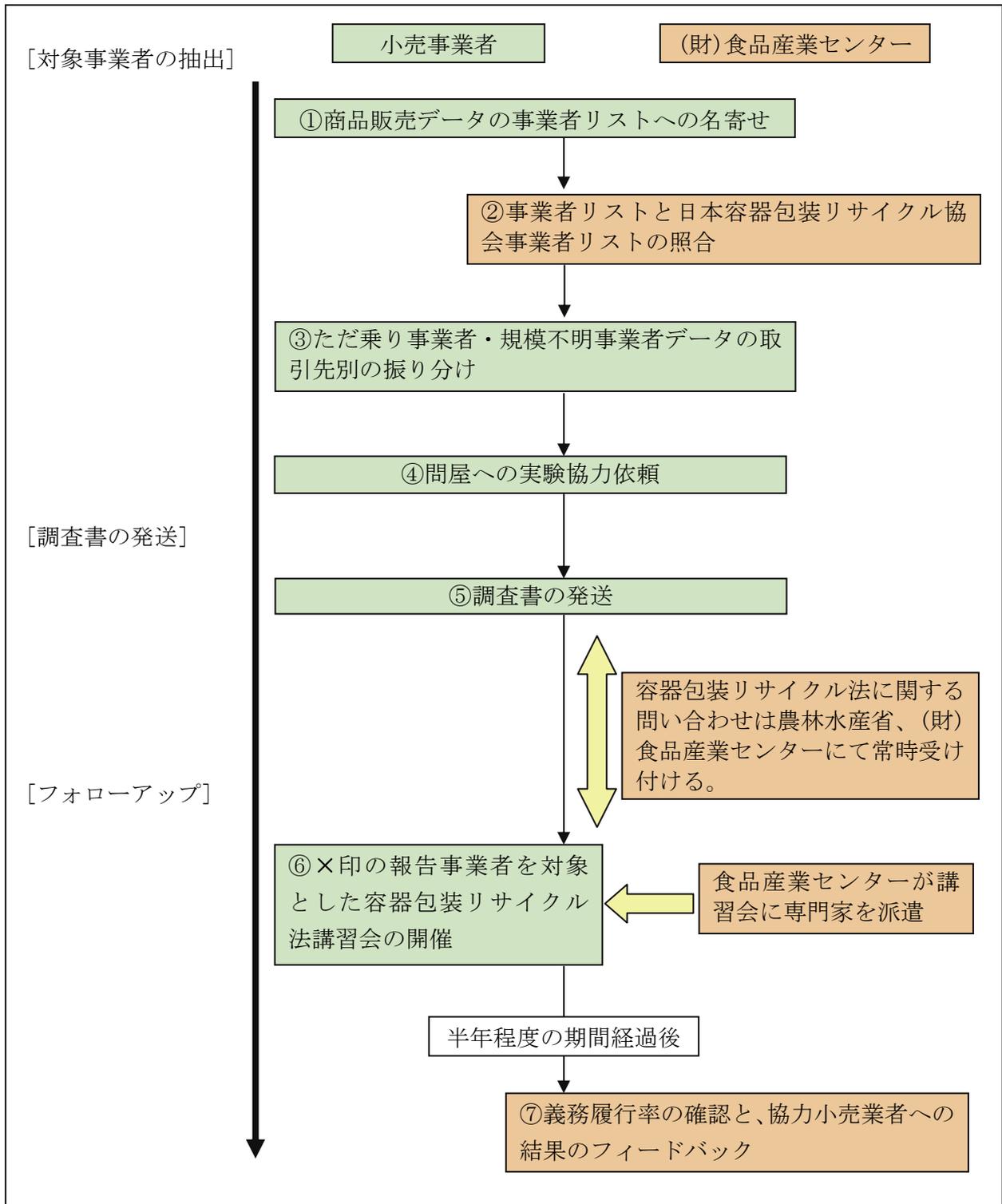


図 小売業の自主的なただ乗り事業者対策実験の全体像

(2) 実験実施上のポイント

円滑に実験を実施するためのポイントを以下に整理する。

①調査対象からの特定事業者の適切な排除

自主的取組みへの協力意向を表明した小売業者の見込みによると、取扱商品のメーカー数は500～1,000社程度である。これらデータと、日本容器包装リサイクル協会の2.5万社程度の特定事業者を照合すれば、調査対象事業者を数百社程度に絞り込むことができると考えられる。調査対象の絞り込みに際しては、既にリサイクル費用を支払っている特定事業者には極力チェックシートが渡らないようにすることが望ましい。

②小売業者の自主性の保持

小売業者の自主的な取組みとしての効果をみるためには、農林水産省や食品産業センターが調査実施主体であることを表明しないことが望ましい。小売業がCSRやコンプライアンスの高度化の一環として取り組んでいることを示すことで、自主的取組みの効果をより正確に把握することができる。

③調査対象事業者へのフォローアップ

事業の最終目的は、ただ乗り事業者を摘発することではなく、ただ乗り事業者を削減することであるため、単なる〇×調査に留めるのではなく、×と回答した事業者が正しく法律を理解し、義務を履行する助けとなるように講習会を行うことが望ましい。

3-2. その他のただ乗り事業者対策の方向性

小売業の自主的取組みとしてのただ乗り事業者対策と同時並行的に実施することが効果的と考えられるただ乗り事業者対策を以下にとりまとめる。

(1) 関連情報の開示の推進

前述の実験案では、再商品化委託申込みをしていないただ乗り事業者の削減効果は期待できても、過少申告のただ乗り事業者対策にはならない。過少申告のただ乗り事業者対策としては、昨年度調査報告にも記載したように、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を開示することが効果的であると考えられる。

(2) 消費者を活用したモニタリング調査の実施

実験案は、実施する小売業者に少なからず労務や金銭面の負担が生じる。小売業者に負担をかけずに、同様の調査を実施する方法として、消費者モニターが店頭調査を行い、ただ乗り事業者を見つけ出す方法が考えられる。

手法としては、各地域の消費生活条例に基づく店頭調査などで多くの事例があるため、農林水産省等のお墨付きが得られれば、実行可能な調査であると考えられる。

(3) メーカーマスターへの義務履行情報の登録等の検討

昨年度の調査報告にもあるように、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・運用することが考えられる。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や維持管理費を要することになる。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、新たなシステムの作成・管理等、費用面での課題がある。

參考資料

平成20年9月12日

容器包装リサイクル法の円滑な施行に関する調査のお願い

(財)食品産業センター

■アンケート調査の背景と目的

容器包装リサイクル法におきましては、「消費者」「市町村」「事業者」がそれぞれの役割を分担する仕組みの中で、消費者は分別排出を、市町村は収集保管を、そして事業者がリサイクル費用を負担することにより、リサイクル率の向上や最終処分場の延命化等に一定の効果が得られています。

しかし、法制定後10数年が経過したにも関わらず、リサイクルの義務を果たさない事業者(いわゆる「ただ乗り事業者」)が依然存在し、その対策は重要な課題となっております。

国による罰則の強化などの対応は行われておりますが、ただ乗り事業者をより効果的に抑止し、事業者間の不公平感を払拭するためには、小売事業者の皆様、納入事業者(卸)を通じて取引されている取引先(店舗で販売する商品のメーカー・販売元)が再商品化の費用を支払ったかどうかの確認を行っていただくことも一案ではないかと考えられます。

このような状況を踏まえ、(財)食品産業センターでは農林水産省の助成を受け、食品関連事業者による自主的な取組として、小売事業者の皆様、契約・納品等の際に納入事業者が再商品化の費用を支払ったかどうかの状況を確認していただくことについて、アンケート調査を実施しております。

つきましては、お忙しいところ誠に恐れ入りますが、同封のアンケートにご記入いただき、9月30日(火)までに同封の返信封筒にてご返送下さい。

ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

本調査に関するお問い合わせは、下記までお願い致します。

(財)食品産業センター 環境・システム部 (担当：中井)
東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル
TEL：03-3224-2384 FAX：03-3224-2398

本紙を同封の返信用封筒に入れて投函してください。

容器包装リサイクル法の円滑な実施に関する調査票

1. 貴社のプロフィール

貴社に関する下記の事項についてご記入下さい。

(ご回答内容を確認するためにご連絡を差し上げる場合があります。ご了承頂ける場合にのみ、下欄にご記入下さい。)

会社名・事業所名	
所在地	
ご担当部署・氏名	
お電話番号	
メールアドレス	

2. 貴社の事業規模・概要について

貴社の事業規模・概要について、下表にご記入下さい。

事業規模	店舗数 〔 〕件	売上げ 〔 〕億〔 〕万円	従業員数 〔 〕人
店舗の分類	1. 食料品、日用品を主に販売している店舗 2. 衣料品、食料品、日用品等を幅広く販売している大型店舗 3. コンビニエンスストア 4. その他 ()		
取引企業数	年間平均 約 _____ 社		

3. 取引先への確認事項等

貴社の取引先(=店舗で販売する商品のメーカー・販売元)について、貴社が取引先に確認していること、また、飲食料品の取引企業に、事業体制に関して、報告や開示を求めていることに該当するもの全てに○を付けてください。

問	選択肢
貴社が取引先に確認していること	1. 企業に関する情報(資本金、売上げ、従業員数など) 2. 生産能力に関する情報 3. 商品の原材料に関する情報 4. 商品の産地に関する情報 5. 商品の容器包装に関する情報 6. その他 ()
飲食料品の取引企業に、事業体制に関して、報告や開示を求めていること	1. 検品体制 2. 衛生管理体制や事故の有無 3. 環境管理体制 4. 容器包装リサイクル法のリサイクル義務履行の状況 5. その他 ()

本紙を同封の返信用封筒に入れて投函してください。

4. ただ乗り事業者問題に対する認識

容器包装リサイクル法において、リサイクル義務を正しく果たしていない「ただ乗り事業者」と言われる事業者には、リサイクルする義務があるにもかかわらず、日本容器包装リサイクル協会と再商品化委託契約を結んでいない事業者（未申込事業者）のほか、過少な量で協会と契約を結び、少ない支払でごまかしている事業者（過少申込事業者）などがあります。これらただ乗り事業者に対する認識として、同調できる考え方の全てに○をしてください。

1. 未申込事業者は、いくら経費がかかっても徹底的に探し、処罰すべきである。
2. 過少申込事業者は、いくら経費がかかっても徹底的に探し、処罰すべきである。
3. ただ乗り事業者を探し出し、処罰するのにかかる経費が、探し出したことで得られるリサイクル費用や罰金の徴収金額よりも多いのであれば、無理に探す必要はない。
4. ただ乗り事業者対策は、法律上、国の役割だが、メーカーや小売業者、そして消費者も、できる範囲で対策に協力するべきである。

5. 再商品化義務履行の確認への協力

(1) 確認方法別の協力意向

総合的な未申込事業者対策の一つとして、小売事業者の皆様に、取引先の容器包装のリサイクル義務の履行状況を確認していただくことが考えられます。以下の確認方法への対応として該当する選択肢に○をしてください。

確認方法	選択肢		
	1 協力可能	2 条件付で協力可能	3 協力できない
リサイクル義務の履行状況（リサイクル料金支払いの有無や対象外事業者であること）について、○×形式の申告を取引先や卸売業者に依頼する。	1	2	3
日本容器包装リサイクル協会への支払い証明書の提出や、協会ホームページの自社の社名掲載ページを印刷したものなどの提出を、取引先や卸売業者に依頼する。	1	2	3

(2) 確認方法別の協力条件、理由

(1) で、一つでも2に○をした方は、協力の前提となる条件をお書きください。

(1) で、すべて3に○をした方は、協力できない理由をお書きください。

以上で設問は終了です。ご協力ありがとうございました。

平成20年●月●日

小売店におけるただ乗り事業者対策に関する調査

(財)食品産業センター

■アンケート調査ご協力をお願い

先般、実施しました「容器包装リサイクル法の円滑な施行に関する調査」にご協力いただき、誠にありがとうございました。本調査票は、上記調査の「4. ただ乗り事業者問題に対する認識」の設問で、選択肢4、ただ乗り事業者対策は、法律上、国の役割だが、メーカーや小売業者、そして消費者もできる範囲で対策に協力するべきである。に○をされた方に、お送りさせていただいております。

つきましては、お忙しいところ誠に恐れ入りますが、同封のアンケートにご記入いただき、

●月●日(●)までに同封の返信封筒にてご返送下さい。

ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

本調査に関するお問い合わせは、下記までお願い致します。

(財)食品産業センター 環境・システム部 (担当：中井)
東京都港区赤坂 1-9-13 三会堂ビル
TEL：03-3224-2384、 FAX：03-3224-2398

本紙を同封の返信用封筒に入れて投函してください。

1. 貴社のプロフィール

貴社に関する下記の事項についてご記入下さい。

会社名・事業所名	
所在地	
ご担当部署・氏名	
お電話番号	
メールアドレス	

2. 自主的なただ乗り事業者対策について

小売店のご協力によるただ乗り事業者対策例として、以下のような取組み案が考えられますが、これらの取組を行うにあたっての問題がありましたらご回答ください。また、この他に、メーカーや小売店、消費者が自主的に行うただ乗り事業者対策として考えられる取組みをご回答ください。

例 1 リサイクル義務の履行状況について、小売店が、○×形式の申告を取引先に依頼する。

例 2 日本容器包装リサイクル協会の支払い証明書の提出や、協会ホームページの自社の社名掲載ページを印刷したもの又は、自社が再商品化義務の対象外であることを証明する売上額、従業員数がわかるものなどの提出を、小売店が取引先に依頼する。

例 3 上記の申告内容の真偽を、小売店が協会ホームページで確認する。

その他

(例) 消費者団体等が、店舗の協力のもとで小売店舗内の商品のメーカー名を書き写すなどし、ただ乗り事業者がいないかどうかを確認する。

これらの取組み（例を含む）を行うにあたって、考えられる課題や問題点をご回答下さい。

--

取組み案（自由記述）

--

本紙を同封の返信用封筒に入れて投函してください。

3. ただ乗り事業者対策の実証への協力について

上記の取組みを含め、メーカー、小売業、消費者が協力したただ乗り事業者対策の、より効果的・効率的な方法を検証するために、実証実験を行ってその効果を確認することが望ましいと考えられます。以下の実証実験を企画した場合、貴社店舗において協力可能と考えられるものに○をしてください。

1. 貴社が貴社／貴店舗にて取り扱っているすべての取引先や卸売業者に対して容器包装のリサイクル義務履行状況又は再商品化義務の対象外である旨の報告を依頼する（〇×式等）。
この報告に基づき報告依頼前と依頼後（依頼後半年程度）のただ乗り事業者と思われる事業者数の変化について、貴社からご提供いただく取引先リストに基づき、調査会社等が調査・集計を行う（活用させていただく取引先リストはこの調査以外に用いることはなく、企業名等は外部に開示致しません）。
2. 貴社／貴店舗にて取り扱われているすべての取引先のリスト（社名と所在地）をご提供いただき、その情報をもとに、調査会社等が再商品化義務の履行状況を確認し、ただ乗り事業者の候補事業者リストを作成する。（活用させていただく取引先リストはこの調査以外に用いることはなく、企業名等は外部に開示致しません）。
3. 貴店舗内において、消費者団体等が陳列商品のメーカー情報の確認作業を行うことを許可していただく。消費者団体等はその情報をもとに再商品化義務の履行状況を確認し、ただ乗り事業者の候補事業者リストを作成する。（活用させていただく取引先リストはこの調査以外に用いることはなく、企業名等は外部に開示致しません）。
4. その他ご協力いただける事柄

[]

5. 協力は難しい

【なお、ご協力いただき作成した調査結果は各事業者にフィードバックいたします】

4. ただ乗り事業者対策についてのご意見など、ご自由にご記入下さい。

[]

以上で設問は終了です。ご協力ありがとうございました。

平成 20 年度容器包装リサイクル法制度円滑化推進事業

ただ乗り事業者対策等調査報告書

発行 平成 2 1 年 3 月

発行者 財団法人 食品産業センター

〒107-0052 東京都港区赤坂 1-9-13 三会堂ビル

TEL : 03-3224-2384 / FAX : 03-3224-2398

[http : //www.shokisan.or.jp](http://www.shokisan.or.jp)