

2 飲食料品製造・販売事業者等の食品容器包装の3R（リデュース、リユース、リサイクル）取組みの実態

ここでは、3R（リデュース、リユース、リサイクル）取組み実績がある場合は項目、素材、アイデア、3Rの取組みの推進・拡大のための効果的なツールについて、取組み実績が無い場合は、その理由と3R（リデュース、リユース、リサイクル）の取組みの推進のための効果的なツールについて調査を行った。

2.1 実態アンケート調査

2.1.1 調査概要

平成21年9月に、財団法人食品産業センター会員企業のうち飲食料品の容器包装に関連すると思われる146社を対象に、食品容器包装の3R（リデュース、リユース、リサイクル）取組みに関するアンケート調査を実施した。

2.1.2 調査内容

3R（リデュース、リユース、リサイクル）取組み実績がある場合は項目、素材、アイデア、3Rの取組みの推進・拡大のための効果的なツールについて、取組み実績が無い場合は、その理由と3R（リデュース、リユース、リサイクル）の取組みの推進のための効果的なツールについて調査を行った（参考資料アンケート調査票参照）。

2.1.3 アンケート調査結果

アンケート調査を依頼した企業146社のうち、飲食料品製造・販売事業者等に該当する事業者は133社であり、そのうち62社（47%）から回答が得られた。回答企業の従業員数をみると、81%が従業員数300人以上の大企業であり、残り19%は20人から299人の中小企業であった（図2-1参照）。また、73%の企業が環境マネジメントシステム要求事項（ISO14001）の認証を取得している、または検討中と回答している（図2-2参照）。

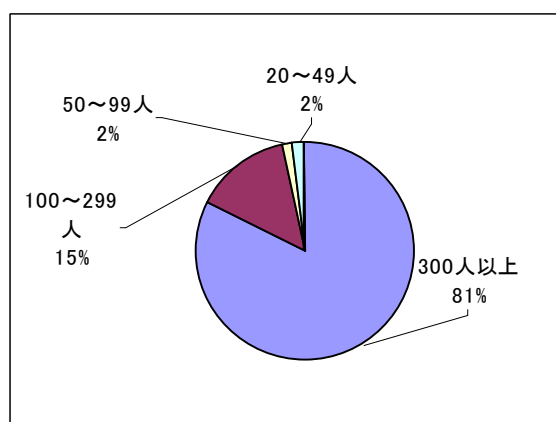


図2-1 アンケート回答企業の規模

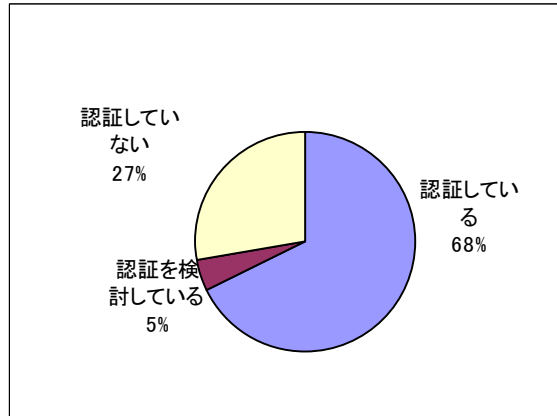


図 2-2 ISO14001 認証状況

(1) 取組み実績

3R（リデュース、リユース、リサイクル）取組み実績があると回答した企業は76%であった。企業規模別の取組み実績をみると、従業員数300人以上の企業が41社、100～299人が5社であった。企業規模別の取組み割合をみると、300人以上の企業で80.4%、100人～299人で55.6%の実施率であり、企業規模の大きい企業の取組み率が高くなっていた（図2-3、図2-4参照）。

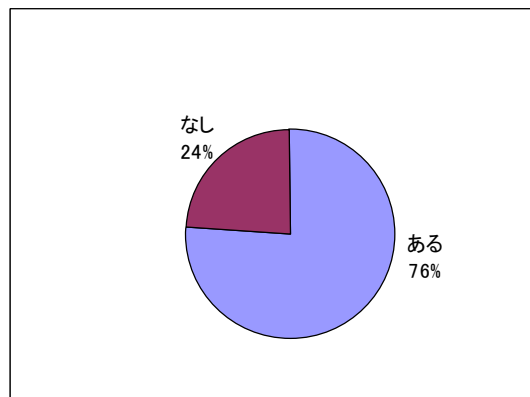


図 2-3 3R 取組み実績の有無

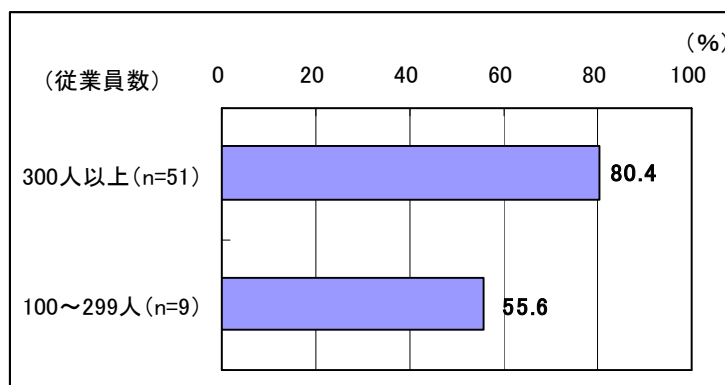


図 2-4 企業規模別の 3R 取組み実績

(2) 3 R 取組み項目・取組素材

3 R 取組み実績があると回答した企業の取組みについて、素材別でみるとプラスチック製容器包装が 85.1%と最も多く、次いで紙製容器包装 61.7%、ペット製容器包装 31.9%となった（図 2-5 参照）。

取組項目では、93.6%が軽量化・薄肉化・少量化であり、次いで簡易包装化 55.3%、容易リサイクル化 48.9%となっており、詰め替え化やリユースも 17.0%の企業で実施されていた（図 2-6 参照）。

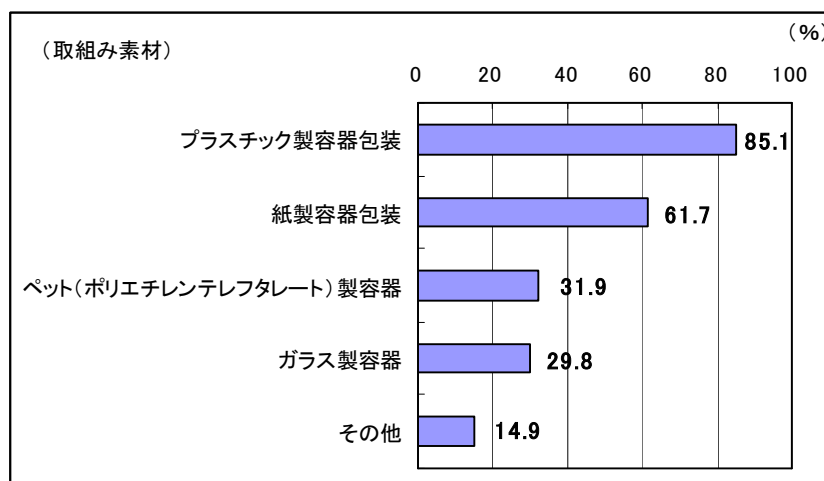


図 2-5 3 R 取組み項素材

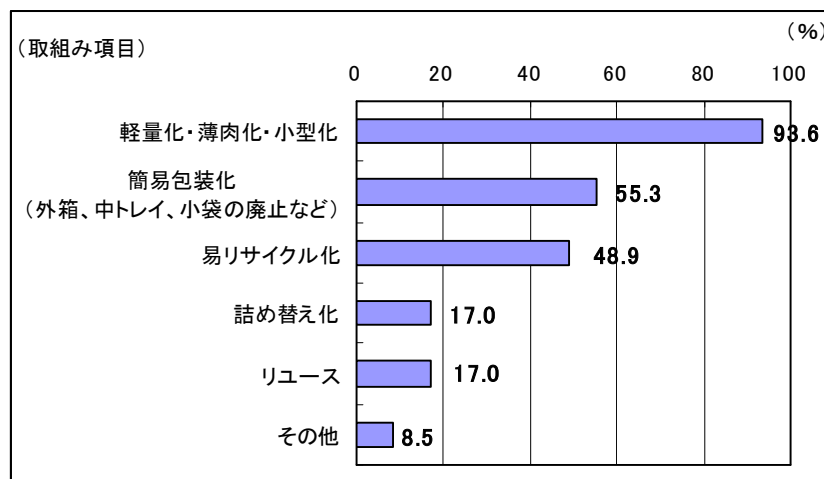


図 2-6 3 R 取組み項目

(3) 3 R 取組みアイデア

3 R 取組みのアイデアは、76.6%が容器包装メーカーからの提案であり、55.3%が独自の新規アイデアと回答している。また、他社の取組み事例を参考にしたものや水平展開したのも 40%前後となっている（図 2-7 参照）。

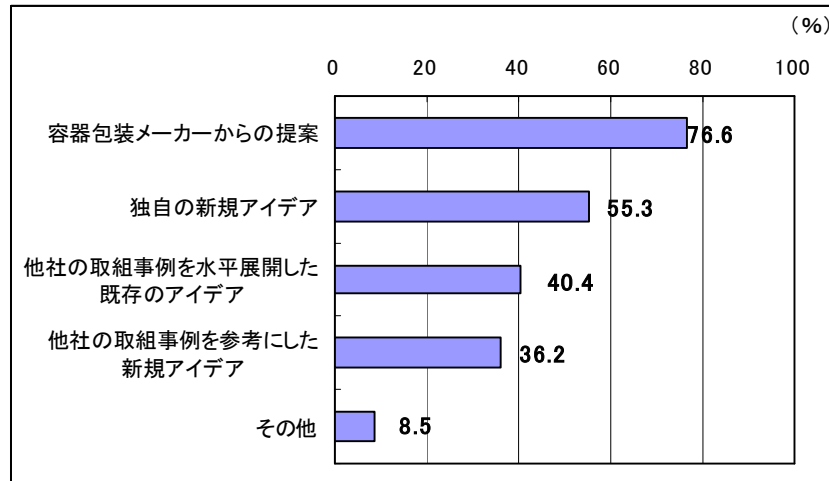


図 2 - 7 3 R 取組みのアイデア

(4) 3 R 取組みの推進・拡大のための効果的手段

今後の 3 R の取組みを推進・拡大していく上で効果的と考える手段としては、容器包装メーカーからの提案を挙げた企業が 89.4% と最も多く、次いで他社の取組み事例の提供 80.9% であった (図 2 - 8 参照)。

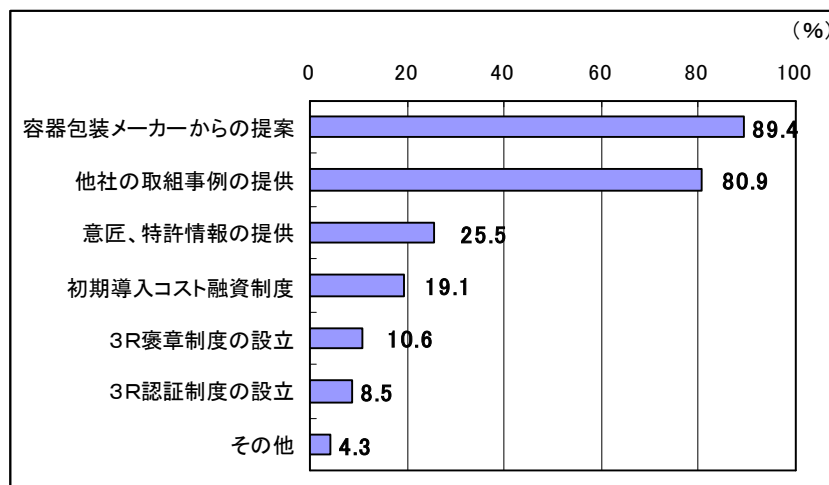


図 2 - 8 3 R 取組みの推進・拡大のための効果的手段

(5) 3 R 取組み実績がない理由と解決のための効果的手段

3 R 取組みを行っていない企業に対して、3 R に取組むための課題・障害となっていることについて聞いてみたところ、53.3% が製品の品質保持のため難しいと回答しており、具体的何に取組んでよいかわからないとの回答も 26.7% あった (図 2 - 9 参照)。

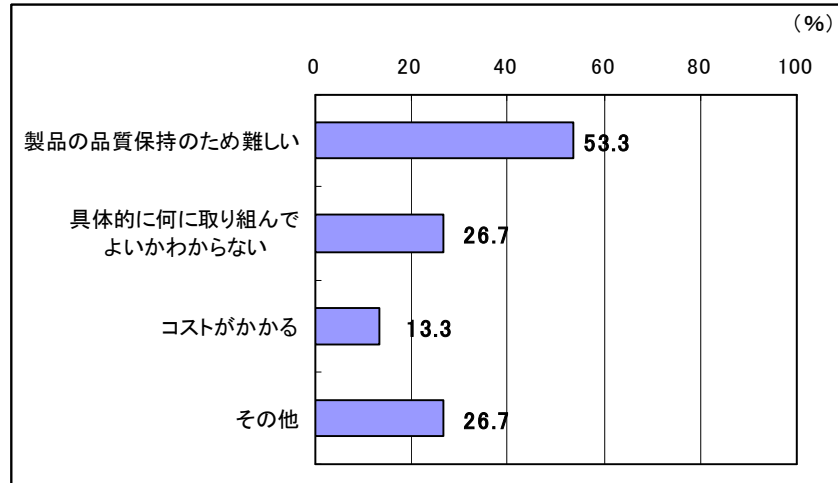


図 2 - 9 3 R 取組み実績がない理由

今後 3 R に取り組んでいくための効果的手段としては、80.0%が他社の取組み事例の提供を、67%が容器包装メーカーからの提案を挙げていた。一方、意匠、特許情報の提供や 3 R 認証制度の設立は、それぞれ 6.7%となっていた（図 2 - 10 参照）。

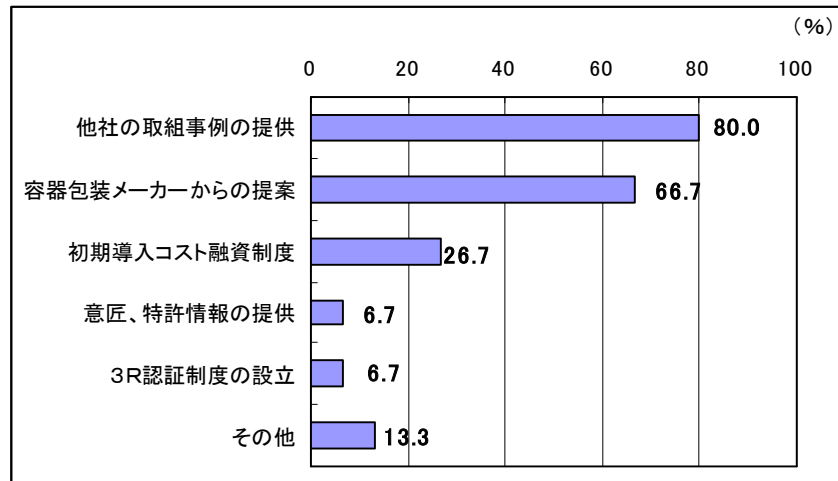


図 2 - 10 3 R 取組み推進のための効果的手段

2.2 調査結果のまとめ

今回のアンケート結果から、飲食料品製造・販売事業者等の 3 R の取組みは積極的に行われている実態がうかがえた。また、さらなる 3 R 取組みの推進、拡大のために有効な手段としては、容器包装メーカーの提案や他社の取組事例に関する情報提供が期待されており、企業の食品容器包装の排出抑制への取組事例の収集や、パンフレット、HP 等による積極的な情報の提供は、企業側のニーズを反映していると言える。

しかしながら、飲食料品の容器包装は、品質の維持において非常に重要な要素であること、また、技術開発・改良にコストを要すことなどから、特許化される傾向にあり、他の飲食料品製造・販売事業者等は簡単に利用できない状況であると考えられる。

現在、3 R 取組み実績がない企業に対しては、取組みを行っている企業同様に、他社の取組み

情報を積極的に提供するとともに、導入コストの融資等も検討していく必要がある。

今後、3R取組みをさらに推進・拡大していくためには、容器包装メーカーの独自開発や改良技術の進歩とともに、企業自身の積極的な独自開発も重要な要素になると考えられる。また、消費者に対して企業の排出抑制事例に関する情報を提供することは、企業のイメージアップにつながる可能性が高いため、企業のさらなる取組の促進が期待できる。