

地球にやさしいプラスチックの資源循環
推進会議（第2回有識者懇談会）

平成30年11月27日（火）

農林水産省 食料産業局 バイオマス循環資源課

午後0時58分 開会

○片貝課長 それでは、皆様お集まりでございますので、ただいまから地球にやさしいプラスチックの資源循環推進会議第2回有識者会議を開催いたします。

私、農林水産省食料産業局バイオマス循環資源課長の片貝でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

委員の皆様方、それから、本日もご出席の皆様にはお忙しい中お集まりいただきまして、まことにありがとうございます。

まず、懇談会の開催に当たりまして、農林水産省の食料産業局の渡邊審議官からご挨拶申し上げます。

○渡邊審議官 皆さん、こんにちは。お忙しいところ、きょうお集まりいただきまして、ありがとうございます。本日、第2回有識者懇談会でございます。

現在、政府内でこのまさにプラスチック問題については総合海洋政策本部で海洋プラスチックごみ対策プロジェクトチームによる検討が行われているところであり、また、環境省のプラスチック資源循環戦略小委員会で国内のプラスチック問題への対応が検討されているということで、政府内でもこの問題、大変活発に議論を行っているところでございます。

本日、先月行いました第1回有識者懇談会終了後に農林水産・食品産業の各企業・業界団体の方々にプラスチック資源循環アクション宣言として、広く自主的な取り組みを募集させていただきましたところ、多数これまで応募をいただいております。後ほどその後の状況と応募をいただいた中からいくつかの企業の方にご紹介をお願いしているところでございます。

また、プラスチック問題への取り組みとして、政府側の取り組みとして農林水産省の生産局、水産庁、それから、経済産業省、それから、経団連、それぞれから取り組みを本日も説明いただくことにしております。

委員の皆様方におかれましては、前回同様、忌憚のないご意見をいただきたいと思っております。どうぞよろしくお願い申し上げます。

○片貝課長 それでは、冒頭カメラ撮りはここまでとさせていただきますので、報道各社等の皆様におかれましては、ご理解のほどよろしくお願いいたします。

本日は委員の方7名全員にご出席いただいております。ありがとうございます。また、省庁側として前回に引き続き、環境省、経済産業省、加えて農林水産省内の関係部局として生産局、水産庁にも出席いただいております。

さらに、本日は今回自主的取り組みの宣言をいただいた企業・業界団体の中から7社・団体の方にお越しいただいております。ご応募いただいた順番にご紹介させていただきます。

まず、株式会社いなげやの奥田様。

○いなげや（奥田） 奥田でございます。よろしくお願いいたします。

○片貝課長 続きまして、公益社団法人食品容器環境美化協会の中邑様。

○食環協（中邑） 中邑でございます。よろしくお願いいたします。

○片貝課長 アサヒ飲料株式会社、松沼様。

○アサヒ飲料（松沼） 松沼です。よろしくお願いいたします。

○片貝課長 サントリーホールディングス株式会社、高田様。

○サントリー（高田） 高田です。よろしくお願いいたします。

○片貝課長 日本コカ・コーラ株式会社、柴田様。

○日本コカ・コーラ（柴田） 柴田です。よろしくお願いいたします。

○片貝課長 雪印メグミルク株式会社、中村様。

○雪印メグミルク（中村） 中村です。よろしくお願いいたします。

○片貝課長 日清食品ホールディングス株式会社、小林様。

○日清食品（小林） 小林です。よろしくお願いいたします。

○片貝課長 皆様、どうぞよろしくお願いいたします。

今回も一般の傍聴は入れてございませんが、後日、概要を作成し、皆様のご確認をいただいた後、農林水産省のホームページに掲載いたしたいと存じております。

なお、資料でございますけれども、今回大部になってございます。資料1から資料5という形でお配りしてございます。まず、資料1-1と資料1-2という資料がございます。1-1はプレスリリースというものの、それから、1-2は企業・団体から応募いただいたもののまとめたものでございます。資料2が農業生産の関係の対応の資料、資料3が漁業の関係の資料、それから、資料4-1、2、3はまとめてとじてあると思っておりますが、経産省さんのクリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンスの関係の資料、それから、資料5-1、5-2が経団連さんの資料で、あと、青い冊子がついておろうかと思っております。

それから、追加の資料といたしまして、サントリー様、それから、日本コカ・コーラ様、それから、雪印メグミルク様、それから、冊子としてアサヒ飲料様からの資料が別についておるかと思っております。不足等ございましたら、お申し出いただければと思います。よろしいでしょうか。

それでは、ここからの司会進行を石川座長によりよろしくお願いいたします。

○石川座長 皆様、お忙しいところ集まっていただきまして、ありがとうございます。

プラスチック問題もすごい関心を呼んでいまして、中でも衝撃的な写真から始まった話ではあるんですけども、日本が循環型社会に向かっていくというものの一つのきっかけになればいいなと思っております。ただ一方で、この問題は非常に複雑で、いろんな違う問題がたくさんあって、それに対してこれまで3Rだとか、いろんなごみに関して言われてきたことがそれぞれ効果がないわけではないということはあるんですけども、一体どの対策がどれに有効なのかというのがあまり整理されていない形で議論が進んでいるのではないかなというのがちょっと心配ではあります。

本日は主に企業の皆さんの自主的な取り組みの事例と、それから、省庁のほうでやられている対策だとか現状の報告とかが盛りだくさんであります。こういう多様で、複雑でややこしい問題というのは、とりあえず自主的行動というのは非常に有効で、座っているよりはとにかく何かやるということは、しかも、自主的にやるというふうな話であれば、コストがかかっているわけではありませんからノーリグレットかなというふうなところがあって、そういう意味で大変期待をしております。内容豊富ですので、早速中に入りたいと思います。

それでは、最初のヒアリングは、順番はどうなっていましたか。資料の説明をまずいただくことになっていますね。資源循環アクション宣言の応募状況のご説明からでしょうか。

○野島室長 農林水産省食品産業環境対策室、野島でございます。よろしくお願いいたします。

それでは、私からはプラスチック資源循環アクション宣言の応募状況ということでご説明いたします。ただいまもございましたし、第1回有識者懇談会でもご説明いたしました。農林水産省として食品産業等における企業・業界団体におけるプラスチックの資源循環、これに向けた自主的取り組みを奨励するというごことばを、資料1-1でございまして、資料1-1でございまして、第1回懇談会の翌日の10月30日にこのプレスリリースをしまして、この食品産業等の企業・業界団体からプラスチック資

源循環に向けた自主的取り組みにつきまして、タイトルにありますとおり、プラスチック資源循環アクション宣言として募集したところでございます。その取り組み内容につきましては、先般の1回目もご説明しましたし、3枚目のページに別紙ということで掲げておりますが、3R、それから、研究開発、国民理解の促進、国際協力、こういったことに自主的に取り組んでいただくというようなことで募集をしたということでございます。現在も募集中でございますが、本日の有識者懇談会でこの事例をご紹介できますよう、まずは一次締切として11月20日までを一次締切というような形で区切ったところでございます。

資料1-2でございます。

応募状況ということで1枚目、2枚目、1枚目の裏のページでございまして、11月20日までに計38の企業・業界団体からこの応募があったというようなことでございまして、その後、全ての応募された宣言について資料として取りまとめているところでございます。本日はこの応募者の中から7つの企業・業界団体に来ていただいているということで、後ほど宣言いただきました自主的取り組みについてご紹介いただくとしておりますので、よろしくお願いたします。

この募集は今後もさらに続けまして、本日の議論も踏まえまして、さらに続けるということで、さらにこの自主的取り組みを拡大していくということで、いただきました宣言については、今後、農林水産省のホームページ等で国民に広く発信していきたいというふうに考えております。

私からは以上でございます。

○石川座長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、農業サイドの取り組みということで、生産局の取り組みのご説明をお願いいたします。

○及川課長 生産局農業環境対策課長の及川でございます。

農業生産現場におけますプラスチック問題の対応につきまして、資料2をご覧いただきたいと思っております。

農業生産におけるプラスチック問題でございますが、農業用ハウス・温室、また、トンネルで使います被覆資材、また、マルチ、サイレージラップなど生産資材として農業生産現場でプラスチックを利用させていただいているところでございます。これまで使用済みプラスチックの排出量は、ハウス面積の減少、また、被覆する資材の耐久性が向上したことによって減少傾向にある中で、各地域におきまして行政機関、農業団体等が連携して適正処理を推進している状況でございまして、現在リサイクル率は約7割という把握をさせていただいているところでございます。

また一方、緩効性肥料の中で肥料成分を合成樹脂などの膜でコーティングした被覆肥料といったものがございまして、こちらのほうは中の肥料成分が溶出した後の被膜が河川に流出する懸念があるといった状況でございまして。

これらに対しまして、新たな対応に書いておりますけれども、関係する団体・企業の自主的な取り組みを促進するという観点から、生産局としましても、製造メーカー、また、流通・利用に関する団体とか、そういったところのヒアリング等を通じまして、自主的な取り組みの宣言を促してきているという状況でございまして、現時点では3団体が自主的宣言を出していただいたという状況でございまして。今後、生産現場における対応につきましても、普及啓発等を民間と連携しながら進めていきたいと思っております。それぞれ3団体の自主的取り組みについて一言ずつ簡単に触れさせていただきます。

まず、農業用フィルムリサイクル促進協会でございます。こちらのほうは先ほど言いましたハウ

スとかの被覆資材として農ビ、P Oと言われるフィルムメーカーといったところがつくっている団体でございまして、11月15日に完全循環システムの構築を目指して活動している中で、今後とも100%回収を目指して、啓発活動、紹介等による支援を進めていくといったことなどを宣言していただいたところでございます。

続きまして、農業用生分解性資材普及会でございます。こちらのほうはマルチと呼ばれる土壌中の地温とか雑草防除に使われる資材でございまして、それを生分解性にするといったことを目的としてつくられている団体でございまして、こちらのほうにつきましても、11月19日に生分解性マルチの利用促進に向けた取り組みなど、また、国際協力の取り組みなども含めて宣言をしていただいたところでございます。

最後に、先ほどの被覆肥料の関係でございまして、日本肥料アンモニア協会及び全国複合肥料工業会の連名で海洋漂着プラスチックを巡る肥料業界の対応としまして、流出防止のための注意喚起を一層強化していく、また、肥料殻の分解性に関する向上を図っていくといった内容、また、ほかの被覆肥料ではない機能性肥料の活用場面の拡大などを推進するといった宣言を出していただいているところでございます。

簡単でございまして、農業生産現場のほうも頑張っていきますので、ご支援、ご理解よろしくお願ひします。

以上です。

○石川座長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、水産庁のほうから漁業関係の取り組みをお願いします。

○魚谷室長 水産庁漁場資源課生態系保全室長をやっております魚谷と申します。

私のほうから漁業における取り組みにつきましても簡単にご紹介させていただきます。資料は、資料番号3の1枚紙でございまして、

まず、基本的なところ、1枚目の下にあります現状と今後の対応ということでございまして、現状としては、漁業では漁網、ロープ、ブイ等さまざまな資材にプラスチックが使われておりまして、総量ということになりますと、2万トン前後というふうに推計をしております。さまざまな種類があつて、かつ漁具については塩分を含むですとか、付着生物があるとか、あるいは複数の種類のプラスチックが組み合わさつて一つの漁具になっているということもございまして、リサイクル技術が十分確立していないものもございまして、そういった事情もありまして、現状としては中古品としての販売なり産廃としての最終処分といった形で処理されているという状況にございまして、また、漁具については海の厳しい環境の中で使用されているということもございまして、非意図的な漏出あるいは不可避免的な流出というものも発生してございまして、

今後の対応についてですけれども、右側の四角の中の点線で囲んだ部分、①、②、③とございまして、①として、まずは漏出防止、適切管理・処理の指導・啓発、これはこれまでもやってきていることでございまして、この機を捉えて改めて徹底してまいりたいというふうに考えてございまして、②としましては技術開発の分野でございまして、漁具の先ほど申し上げましたリサイクル技術が確立していないものについて技術の開発・普及あるいは生分解性プラスチックによる代替ということで、適正処理の促進あるいは漏出による環境負荷の軽減を図るという点でございまして、3つ目としまして、これは漁業から出るごみに限定するものではございませんけれども、漁業者による海洋ごみの回収の取り組みを促進ということを考えてございまして、これは漁業者の皆さんが漁場機能の維持あるいは回復を目的として、能動的に回収する場合もございまして、通常の操業をやっ

ているときに、網にかかっているものを持ち帰ってもらおうと、そういったことを促進するような取り組みを検討していきたいと思っております。

下の○ですけれども、こちらは漁業者あるいは漁業関係団体あるいは漁具メーカー等が取り組む自主的な取り組みに焦点を当てて、これを積極的に推奨したいということで、こちらは関係の業界との意見交換等を進めているところでございます。

裏の方にまいりまして、関係団体におけるプラスチック問題への自主的な取り組みの紹介ということで、一例ご紹介させていただきます。

公益財団法人海と渚環境美化・油濁対策機構という団体がございます、こちらは水産資源の保護、海洋環境の保全の関係の調査、支援等を目的として93年に設立されました団体でございますが、会員としては漁業関係団体、漁業用資材メーカー等189の団体会員、あと、個人会員8名が参加をしております。

活動内容の主なものとしまして、右側にまいりまして、海浜清掃活動の普及を通じた海洋環境保全の意識向上ということで、こちらは毎年行政機関あるいは企業、関係団体等に海浜清掃活動の実施の呼びかけを行いまして、そのための清掃用の資材としてごみ袋の配布等、これは下の表にございますが、毎年50万枚強を配布しております。こういった活動を通じて生活系のプラスチックごみも海浜清掃活動で多く回収されるということで、参加者の意識の向上にも貢献しているというふうに考えてございます。また、その清掃活動の状況あるいは回収されたごみの組成等については、アンケート調査等を実施して、その内容について分析等を行ってございます。

この団体の活動、もう一つの活動として下の方にまいりまして、養殖用発泡スチロールの燃料化への取り組みということで、これは水産庁補助事業を活用して、その養殖で使用された発泡スチロール製のフロートを圧縮、減容化してペレット燃料化する機器の開発、あと、そのペレット燃料化した発泡スチロールを使用できる簡易ボイラー、これは漁業協同組合等に設置することを想定して、資格不要な小型のものを開発しまして、ペレット燃料化することで処理費の削減、適正処理につながって海洋への流出防止・抑制につながるというふうに期待をしてございます。こちらの機器については、いくつかの漁業協同組合等で既に導入がされてございます。こういった取り組みにつきまして、自主的な取り組みのアクション宣言について応募しようということで現在応募の準備中であるというふうはこの団体の方からは聞いてございます。

私からは以上でございます。

○石川座長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、経済産業省のほうからクリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンスについてご説明をお願いいたします。

○福地課長 ありがとうございます。資料4-1から4-2、4-3、4-4までまとまっているもので説明をさせていただきたいと思えます。

まず、横紙の4-1となっているものでございますけれども、こちらは今般立ち上げを考えておりますアライアンスの概要でございます。こちらの内容でございますが、海洋プラスチックごみ問題の解決に寄与するようなものとして、廃棄物の適正管理や、3Rの一層の強化、そういったものに加えまして、生分解性にすぐれたプラスチックや紙、などの代替素材の開発と普及を促進することが重要と考えております。

そういった代替素材の開発・普及を促進するためには、業種を超えた連携の強化といったものが必要と考えておりまして、代替素材技術を持つ製造事業者の方、そういった技術に関心がある成形

加工メーカーの方、それを使われる利用事業者の方、そういったさまざまなサプライチェーンを構成する関係事業者の方々の連携の強化といったことを主な目的とし、来年のできれば年明け1月ぐらいを目途にこういった民間企業の皆様による業種を超えたアライアンスを立ち上げられないかということ、経産省のほうでも一緒に考えているところがございます。資料の順番が前後して恐縮ですが、資料4-4で先日11月20日に、このアライアンス設立に向けたフォーラムといったものを開催させていただいており、その中で4-4の資料の3ページ目に11月20日時点でアライアンスの設立にご賛同されている15社の方々からアライアンスへの参加を広く呼びかけていただく、そういったフォーラムを開催させていただきました。

それぞれさまざまな業種からご参加をいただいております、食品産業系の皆様や流通産業系の方々もこちらに賛同されているところがございます。20日のフォーラムには、農水省、環境省からもご参加をいただいて、経団連と全国清涼飲料連合会のほうからもそれに関連するご挨拶をいただきました。また、関係機関といたしましてNEDOや産総研にもご参加をいただきまして、こういう幅広い業種を超えた多くの業者の方々に参加するようなアライアンスを持ちまして、生分解性プラスチックですとか代替素材の開発・普及が進んでいくような、そういった連携を図っていければというふうに思っております。

資料4-2と4-3が今そのアライアンスの参加企業募集をしているプレスリリースの資料となっております。4-2は経産省からのプレスリリース、4-3はこのアライアンスの事務局の産業環境管理協会のもので、ご関心を持っていただけましたら、応募の要領も書いておりますので、その募集の要項に応じてこちらに応募していただければ、と思います。このアライアンスにより一層海洋プラスチック問題の解決に寄与するような取り組みが進むということを目指したものですので、ご出席いただいている皆様や関係の方々などにもご紹介をいただいて、ご関心をお持ちになりましたら、募集に応じていただければというふうに思っております。

以上でございます。

○石川座長 ありがとうございます。以上が政府サイド、行政側の取り組みでした。

続いて、経団連の取り組みについて池田委員からご説明をお願いいたします。

○池田委員 説明の機会を設けていただきまして、ありがとうございます。経団連は、11月13日に「『プラスチック資源循環戦略』策定に関する意見」をとりまとめ、資源循環の推進と海洋プラスチック問題の解決に向けた意見を取りまとめるとともに、企業・団体等による取り組み事例集を公表いたしました。本日、お手元に資料5-1、5-2、それから、分厚くて恐縮ですが、事例集の3種類の資料をお配りしています。資料5-1の2ページ目、3ページ目に経団連の意見の概要を整理しておりますので、それをご覧いただきながらお聞き取りいただければと思います。

基本的な考え方として2点主張してございます。第1に、海洋プラスチック対策と国内資源循環の推進に取り組むことはSDGsの複数のゴールの実現に貢献でき、政府、自治体、事業者、消費者、NGO等が連携して前向きに取り組んでいくことが必要であると考えます。とりわけ海洋プラスチック対策で全球的に求められることは、廃プラスチックが海洋に流出せず、また、極力埋め立てられることなく廃棄物の適正処理と3Rが徹底されることとあります。地球規模の海洋プラスチック対策の推進を考えた場合には、熱エネルギー回収も有用な選択肢に位置づけることが重要ではないかと考えます。

我が国としては、政府、自治体、事業者、消費者、NGO等の連携により、かなり先進的な循環型社会は形成されてきていますが、今後もさまざまな主体とのより一層の連携・協働を通じて、廃

棄物の適正処理と3Rを推進するとともに、我が国のすぐれた技術やノウハウ等を発展途上国等に普及させていく必要があります。

一方、前回のこの会合でも申し上げたとおり、プラスチック素材は安全・安心、利便性の提供のほか、食品ロスの削減などさまざまな社会的な課題の解決に貢献しており、とりわけ食品産業にはなくてはならない素材です。そこで、政府、事業者等が協力して広く国民に対してプラスチックの正しい理解を促進するとともに、事業者も消費者もプラスチックを賢くつくり、使い、処理していくことが求められていると考えます。さらに、地球規模の海洋プラスチック問題と国内プラ資源循環は必ずしも同じ課題ではないことから、先ほど石川先生からもご指摘がありましたけれども、政策目的に応じた冷静かつ適切な施策の検討というのが重要です。

スライド3ページ目に、国内における資源循環のさらなる推進に向けた具体的な施策展開について整理してございます。第1には、経済界における自主的な取り組みの継続と充実が大事です。その一環といたしまして、今般、事例集を取りまとめました。事例集については後ほどご紹介いたします。

そのほか使用済みのプラスチック有効利用率の向上に当たりましては、材料リサイクルに加えて、ケミカルリサイクルや熱エネルギー回収も含め、資源有効利用率の最大化と費用最小化に向けて最適に活用していくことを主張しており、さまざまな技術開発を推進していくことも重要な課題です。

また、環境省が戦略案で打ち出しておりますレジ袋の有料化義務化につきましては、政府等が前面に立って国民理解の醸成に努めるとともに、レジ袋の有料化義務化を行う場合には、事業者間の不公平感がなく、消費者に混乱が生じないよう全国一律の制度とする必要があるのではないかと考えております。

最後に、環境省が戦略案で打ち出しているマイルストーンに関しましては、極めて野心的な内容であると受けとめています。戦略案に記載されているとおり、これは国民各階・各層の理解と連携・協働によって目指すべき方向性であり、事業者や消費者等に達成を義務づけるものではないと理解をしています。その上で、経済界としてもマイルストーンの達成を目指し、可能な限り3R等に取り組みまして、持続可能な社会の実現に貢献していく必要があると考えている次第でございます。

併せて、今般経団連では、会員企業・団体等による緊急アンケートを行い、海洋プラスチック問題や資源循環の推進に資する取り組み事例集を作成いたしました。1カ月という短い募集期間にもかかわらず、200を超える事例を寄せていただきました。リデュース・リユース・リサイクルといった3Rはもちろん、海岸の清掃活動や環境教育、プラスチック代替材の開発、活用など、その取り組みは極めて多岐にわたっています。短期間でこれだけの事例が集まったことも日本の企業・団体におけるプラスチック問題の意識の高さと取り組みの先進性を象徴しているのではないかと考えています。

ただ、大事なことは、現状に満足してはいけないということです。本日も先進的な事業者の方々からご説明があるかと思いますが、環境問題への取り組みを成長につなげていく観点からも、たゆまぬ技術開発と製品開発に努め、世界をリードしていく必要があると考えています。農水省さんのプラスチック資源循環アクション宣言と協力して取り組みを推進してまいりたいと考えておりますので、ぜひご理解、ご支援のほどよろしく願いいたします。

以上でございます。

○石川座長 どうもありがとうございました。

本日は内容が大変豊富ですので、時間が短くて恐縮なんですけれども、これから企業・団体の皆様の自主的取り組みについてご説明いただきたいと思います。時間としては各5分でご説明をお願いいたします。

まず、株式会社いなげや様の取り組みをお願いいたします。

○いなげや（奥田） いなげやでございます。本日は貴重な時間を頂戴いたしまして、弊社の取り組みを一部ご紹介させていただきたいと思っております。資料は10・11ページをご参照ください。

まずは弊社でございますが、東京都立川市に本社を置き、東京、神奈川県、埼玉、千葉の1都3県に店舗を展開しております、食品を中心としたスーパーマーケットチェーンでございます。今回、弊社からペットボトル自動回収機導入の取り組みについてご説明いたします。

現状のプラスチックは、先ほど委員の方々からもお話ありましたが、衛生面、利便性、ライフスタイルの変化などにより、食品スーパーでも食品容器という形でさまざまなプラスチックを扱っております。その中で、弊社はペットボトルに注目しております。

ペットボトルというのは、皆様ご存じのとおり、容器包装の中では安全・安心、そして、軽量、飲料などの商品の販売には最も適した容器素材として、各メーカー様も容器の開発を活発に行っているというふうに認識しております。その中で徐々にペットボトルを使用した商品が増えており、弊社におきましても、店頭回収という形でペットボトルのリサイクル活動を行っています。今後ますます店頭の回収量というのがふえるということを踏まえ、自動回収機を導入することによる、店舗作業の負担軽減につなげることを目的に導入拡大いたしました。

2017年、18年の環境省の補助事業、こちらを活用いたしまして、機器を導入致しております。トムラ・ジャパン様、寺岡精工様の2社の機器を、順次導入し、現在75台設置いたしております。機器の特徴といたしましては、ペットボトルを圧縮、粉碎、そして識別センサーによって色つきのペットボトルやラベルがついたペットボトルを、分別できます。圧縮、減容することによって店舗での回収作業の頻度が軽減されます。また、トラックの積載率向上など、輸送効率が向上するということも期待されております。センター便の戻り便を活用してペットボトルを集約しており、センターを活用した効率的な収集、配送ができると考えております。何よりも優良な資源として効率的に回収できるということは、その後の効率的な再生の資源の製造につながるというふうに考えております。

弊社で集めたペットボトルに関しましては、ボトル to ボトル、ペットボトルからペットボトルに戻すという形で、国内での循環、リサイクルループということを目指しております。国内でそれができる再生事業者売却をいたしまして、ペットボトル素材にすることによって、国内各飲料メーカー様で再利用されています。

弊社の一つの特徴でございますが、今回のこのペットボトルの回収に当たりまして、機器で投入することで、本数のカウントができ、見える化になっております。各店舗で収集したペットボトルは、こちらを企業によってはインセンティブという形で還元するところもありますが、弊社の場合は、1本当たり0.2円を1年間プールし、環境教材を購入して、地域の小学校に寄附をさせていただいております。こちらにより、地域のお客様と環境への協働参加という環境意識の向上にもつながると考えております。今年度は47の小学校と、2カ所の団体に寄附をさせていただいております。各店の店長が小学校に赴き、地域コミュニケーションの場にもなっていると考えております。

以上で弊社の取り組みのご紹介を終わらせていただきます。ありがとうございました。

○石川座長 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、公益社団法人全国食品容器環境美化協会様の取り組みをお願いいたします。

○食環協（中邑） 改めまして中邑でございます。どうぞよろしく願いいたします。

私どもは、飲料6団体から構成されている団体でございまして、40年以上にわたって、飲料容器を中心としたポイ捨て防止、環境美化の啓発に長年地道に取り組んできた協会でございます。これまでこうした場で私どもの活動を取り上げていただくような機会はなくて、表に出ることもなかなかございませんでしたので、そういった意味では、今回私どもの活動を紹介させていただくということで大変有難く感じております。

前置きはさておき、協会の設立は1973年になります。当時、飲料容器ということで空き缶のポイ捨てが大きな社会問題になりまして、そういったこともあり、先ほど申しました6団体（16ページに表記しております。）により構成されたということでございます。

現在、海洋プラスチックごみということで非常に問題になっておりますが、私どもはあくまでも海、川、陸、市街地、道路など、いろんなところでしっかりとポイ捨ての防止の啓発をしていくということで、改めて原点に戻って取り組んでまいりたいと思っております。

現在、いろいろと関係省庁様のほうで検討されている生分解性プラスチックという代替の素材の導入というのがありますけれども、これも環境省様の小委員会の資料等を拝見させていただくと、国際的な論点として、「モラルハザードを引き起こす可能性がある」との指摘もあるようですので、私ども協会としましても、生分解性プラスチックと言いながら分解されるまでに時間もかかりますし、捨てられてしまえばごみには変わらない訳ですので、場所とか容器の素材にかかわらず、引き続きポイ捨て防止、環境美化の啓発に取り組んでまいりたいと思っております。

取り組みには、大きく3点ございまして、1点目が「ポイ捨て防止の啓発」、2点目が「環境美化教育への支援」、3点目が「アダプト制度の普及」ということでございます。それぞれ、17、18、19ページに基づいてご説明させていただきます。

まず1点目ですが、統一美化マークをシンボルとするポイ捨て防止の啓発でございます。いろんな場面でこの統一美化マークをご覧になった方はいらっしゃるかと思います。このマークは、1981年に採用して40年近くにわたり消費者に呼びかけを続けております。先ほど申しました1970年代の空き缶散乱の問題に対処するために、こういうマークで啓発を行ってきたということでございます。ご存じのように、当時は空き缶が主流で、その後、ペットボトルが出てきましたので、表示を現在の「のんだあとはリサイクル」に変更し、回収ボックスにしっかりと捨て、資源循環させましょうということで啓発を行ってきました。当時は新聞、テレビ広告等、いろいろな場面で啓発を行ってきました。現在は17ページに記載しているポスターによる啓発や、自動販売機の取り出し口への統一美化マークの記載等を通して、食環協及び会員各社が機会あるごとに啓発を行ってきております。また、1981年4月に設立された政府の空き缶問題連絡協議会、こちらにおいても、この美化マークを推奨するという事で認められて、現在のように国民に広がっているのかなと思っております。また、食環協においては調査もやっております。2016年、2005年と同じ場所で、同じエリアにおいて散乱ごみの調査をしております。17ページの下段の資料において示しておりますが、青の棒グラフが飲料容器の「瓶、缶、ペットボトル、紙パック等」で、赤のグラフがその他の容器、緑のグラフが吸い殻、紫のグラフがその他の容器となっております。

道路、市街地、オフィスで約10年ぶりに調査を行い、飲料容器の散乱の個数を見てみると、それぞれの場所において個数が下がっていることがお分かりかと思えます。たばこの吸い殻も顕著に減

ってきており、総じて散乱ごみは減っていると言えます。

次に18ページが「環境美化教育への支援」になります。

未来を担う子供たち、小学校・中学校を対象にこれまで啓発の支援を行ってまいりました。1975年からは作文コンクールによる表彰、2000年からは文部科学省様、農林水産省様、環境省様のご後援を得て、散乱防止・リサイクルの実践教育で優秀な成果を上げている全国の小・中学校の表彰を行っております。今年で第19回目になるところでございます。

また、楽しみながら学べる環境学習支援ということで「まち美化キッズ」というのを私どものホームページに掲載して、いろいろ子供たちの学習に役立てていただいております。その他、先生向けのガイドの提供ということで、「学習ガイドブック」を作成し、ホームページ等で掲載しているところでございます。

前後しますが、環境美化教育の支援として昨年までの18回の実績で47都道府県1,147校をこれまで表彰してきております。

最後、3点目ですが、もう一つの啓発活動としてアダプトプログラムの提案を食環協として行ってまいりました。アダプトとは、養子縁組をするという意味で、一定区画の道路や公園、駅前通りといった公共スペースを養子に見立てて、地元の市民と企業・団体が我が子のように愛情を持って面倒見るといことで、市民が清掃美化活動を行い、それを行政が支援しています。私どもの役割としては、毎年自治体様にアンケートを送ってアダプトプログラムの普及状況や活動を進めていくにあたっての課題やお困り事等を確認し、そうした内容を協会のホームページで紹介するなど、情報発信の意味合いとして普及に役立てていただいております。食環協では、1998年から全国に紹介し、その普及に努めるとともに、2012年からは助成活動を行っており、全国のアダプトプログラムに登録されている団体様のほうに清掃グッズや支援金の助成を行っております。これまでの実績は、18年までに436件、約2,900万円の助成をしてきております。全国の導入状況については、現在381の自治体で、プログラム数が530、参加団体数は4万3,000団体以上、活動者数は250万人以上ということになっております。

以上、3点を改めて原点に戻って食環協としては引き続き啓発活動をして、ポイ捨て防止及び環境美化につなげていきたいと考えております。

私のほうからは以上でございます。

○石川座長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、アサヒ飲料株式会社様をお願いします。

○アサヒ飲料（松沼） アサヒ飲料の松沼でございます。よろしく願いいたします。本日は貴重なお時間を頂戴して、ありがとうございます。

資料のほうですが、今の食環協さんの続きの20、21ページ目及び冊子になって、お荷物になって恐縮ですが、私どものESGコミュニケーションブックという冊子を配付させていただいております。

まず、ESGコミュニケーションブックですが、2ページ目に私ども、今年新たに全社のビジョンとして、10年、20年先のあるべき姿を示すというところで掲げさせていただきました。2ページ目の上になります。「社会の新たな価値を創造し、我々の「つなげる力」で発展させ、いちばん信頼される企業となる」というビジョンに向けて今事業活動を行っております。

「つなげる力」というのは何かと申しますと、さらにめくっていただきまして、5ページ目で私どもの独自の強みというふうに考えております。例えば、ロングセラーブランド、三ツ矢サイダー、

ウイルキンソン、カルピス等皆様にお世話になっておりますが、100年以上の歴史を持つブランド、こういったものを持っていることで「つなげる力」という強みが出てきていると思っております。

それらの力を生かして、どういった分野で社会課題を解決していくのかというところを次の7、8ページ目でお示しをさせていただいております。5つの重点領域を定めております。この中に環境という取り組みを示させていただいております。今日はこの中のプラスチック循環に資する具体的な取り組みをご紹介させていただければと思っております。

今ご覧いただいております冊子の続きには、それぞれのマテリアリティにおける取り組みを掲載させていただいておりますので、もしお時間ありましたらご覧になっていただければ幸いです。

では、本日配付されている資料の20、21ページ目のほうで具体的な取り組みについてご紹介をさせていただきます。

まず、20ページ目のほうですけれども、私どもミネラルウォーターで「アサヒおいしい水」というブランドを販売させていただいております。そちらで本年5月にラベルをつけない商品というものを発売させていただきました。ラベルをつけなくて商品として成り立つのかと疑問に思われる方もいらっしゃるかと思いますが、実は、こちらは右側に箱がありますが、箱の状態の一つの商品として成り立っております。通信販売専用で販売をさせていただいております。もちろんラベルがないと、棚に並んでも何の商品かわからないですし、成分表示等がわからないので、棚に並べる一本一本では商品として成り立たないんですけれども、通信販売というのは箱で皆様お買い求めただけということで、箱が一商品としてこういった商品を今回新たに発売させていただきました。

通常、商品のラベルについている必要な一括表示であるとか、そういったものについては全て箱に掲載をさせていただいておりますので、お客様のお手元に届いたときには、その箱を確認いただけるということになります。見てのとおり、何をもってプラスチック資源循環に資するかということですが、ラベルに使用する樹脂量を大幅に削減することができます。それによって廃棄物量の削減に貢献する。あと、リサイクルに向けたアクションを促すという意味では、はがしやすいラベルということも求められておりますが、そもそもラベルをはがす手間を省くということでも貢献はできるのではないかなというふうに考えております。

さらに、箱のほうには通販専用という特殊性を生かして、ちょうど社会問題にもなっております。宅急便等を1回で受け取りませんかという環境省さんが取り組まれているクールチョイスの取り組みも箱に印刷をするところで、啓発をさせていただいております。今年5月に発売をしまして、通信販売専用と申し上げましたが、1年目についてはアマゾンさんでテスト展開ということで試験的に展開をさせていただいております。今、発売をして半年ちょっとですけれども、お客様のほうからは特にシニアの方が、ラベルをはがすところにちょっと手間がかかっていたとか、見えづらいとかというところの声があったところ、リサイクルに回すときに、大変手間が省けているというようならうれしいお声もいただいております。

すみません、説明漏れでしたが、ちょっと商品の写真を見ていただくと、上のほうにPETのリサイクルマークがついているかと思うんですが、こちらについては飲み終わった後にきちんとリサイクルをしていただくというもので、一本一本につけていかなければならない表示ということで、シールにして展開をさせていただいております。

続きまして、そのほかの取り組み、21ページに掲載をさせていただいております。1つはペットボトルの軽量化ということで、こちらは業界全体で取り組んでおりますが、当社におきましても、

中身の品質を維持しながら、より軽量化をすることでリデュースに取り組むというところを推進しております。

また、その右側、こちらにも軽量化の取り組みではありますが、炭酸キャップ、弊社は三ツ矢サイダーやウイルキンソンなど炭酸の商品が大変多いんですけれども、そちらの炭酸キャップを軽量化するというので、今年の2月からこちらを採用しております。ちょっと写真ではわかりづらいかもしれませんが、従来品と開発品を見ていただきますと、ほんのちょっと削れているようなところがわかっていただけるかと思えます。中身の品質を担保していくという意味では、これだけの量を削るということも研究者、技術者にとってはかなりチャレンジであったと聞いております。わずかなものではあります、全体の量からすると7から10%の樹脂量が削減できるということで、CO₂の排出量の削減でも貢献できているのではないかなと考えております。

もう一つなんですけれども、今後使用拡大が期待されている分野かと思えますが、植物由来原料というところで、こちらは三ツ矢サイダーのほうで2015年より植物由来原料を使用したボトルを採用させていただいております。こちらはキャップとボトルとラベル、全てにバイオ素材を一部ではあります、使用するオールバイオ商品と社内では表現をしております。少しずつバイオ度を高めていってございまして、今年につきましては、ラベルに使用するインキを米ぬか由来のライスインキにしてバイオ度を高めております。ただ、こちらについては数量限定ということで展開をさせていただいております、やはりバイオ素材のコスト面のことが課題となっております。

最後、環境美化活動ですが、こちらは私たちもずっと取り組んできております。全事業所のうちほぼ全ての事業所で自主的な美化活動を実施しており、本社の周辺においても、私ども東京都墨田区の吾妻橋の近辺に本社があるのですが、年20回ということで実施をしております。ただ、環境美化活動も長年続けてきておりますが、一時期はこれが何の効果があるのかとか、自己満足ではないのかとか社内では議論がありましたが、やはり今こうして海洋プラ等の問題になっていることによって、清掃活動をするときにそういう問題を考えるであるとか、啓発にもつながっていくのではないかなと改めてこの活動を見直しているところであります。

以上、簡単ではありますが、紹介させていただきました。ありがとうございます。

○石川座長 ありがとうございます。

それでは、サントリーホールディングス株式会社様をお願いします。

○サントリー（高田） そうしましたら、別添のサントリーのペットボトルにおけるプラスチック資源有効利用への取り組みという冊子をご覧ください。

サントリーはペット容器の開発において、この2R+Bをコンセプトとして掲げています。これはリデュース・リサイクルと、最後リユースではなく、リニューアブルでもいいんですが、通常の3Rとややこしいので、バイオというふうに言わせていただいております。樹脂の使用量をできるだけ減らして、再生素材を使用することで資源の有効利用を図りつつ、石油由来原料を再生可能原料で代替していくという方針で開発を推進しております。この2R+Bの概念のもとで当社は環境への配慮と使いやすさを両立した容器開発を目指して、90年代より長年にわたって容器素材の軽量化、薄肉化を進めてまいりました。2010年には、リサイクル再生材を使ったラベルを導入しまして、翌年には日本で初めてメカニカルリサイクルによるボトルtoボトルの導入に成功いたしました。

このような取り組みの結果、現在、サントリー天然水の550ミリリットルのパッケージにおいては、ラベルには先ほど申しましたリサイクルペットを80%使用した国産最薄のラベルを採用しております。ボトルにはバイオ素材30%を使用し、国産最軽量の11.3グラムを採用して、この11.3グラ

ムというのは1996年にこの天然水を発売してから、当時32グラムでしたので、65%の軽量化を達成しているということになります。

それと、30%バイオ素材を使用したキャップ、それはそれ以前のキャップに比べて石油由来原料の使用量を35%削減するのとともに、炭酸ガスの排出量を27%削減しております。また、将来的には100%バイオ素材使用のペットボトルの実現を目指して、現在も研究開発を続けているという状況です。

ここからは特にペットボトルのリサイクルにフォーカスしてお話しさせていただきます。

当社では、かねてから使用済みのペットボトルは貴重な再生資源として有効利用できると考えて、ペットボトルのリサイクル技術の開発・導入に取り組んできました。2011年に協栄産業様と協働でメカニカルリサイクルによるボトルt o ボトルの開発・導入をして、年々使用量をふやしてきています。現在、弊社で使っていますペットの総量の約2割にこの再生素材を使用しています。さらに、このB t o Bのリサイクルをふやしていくことでプラスチックの資源循環に貢献していきたいと考えているのですが、そこにはやっぱり課題もございまして、飲料用ボトルとしてリサイクル可能な、高品質と言ったほうがわかりやすいのかもしれないですが、できるだけきれいな使用済みペットボトルを安定的に回収できる、そして、ボトルt o ボトルに回していくような循環システムを構築していく必要があると考えています。それを安定したコストで一定量使用し続けていくための私ども企業の取り組みとか技術開発が必要であると考えています。

そんな中で、F t o Pというのはフレークからプリフォーム、フレーク・トゥ・プリフォームというのを略したダイレクトリサイクルシステムのことなんですが、このB t o Bを拡大していくために世界で初めてこの技術開発に成功して、この秋から稼働しています。これは従来であればペットボトルのバールからフレークにして、それを熱で溶融して押し出してレジンにしていました。それをくっ付かないようにするため結晶化するのにまた熱をかけて、それを輸送して、またプリフォームをつくる時に乾燥させるのに熱を使い、もう一回溶かし、プリフォームという形にしているんですが、この真ん中の工程を省くことでフレークからプリフォームを直接製造するという技術で、リサイクルの効率化とともにコストダウンも図れますし、従来のB t o Bと比較しても、さらに炭酸ガス排出量を25%削減できます。石油由来のペットと比較しますと、60%強の削減になっています。

その次のページは、この秋から稼働し出しましたF t o Pのシステムの写真でございます。今後ともさらなる技術向上に積極的に取り組んでいきたいと考えています。

最後になりますが、プラスチックごみが社会的な問題となっている現状を踏まえて、当社としては、さらに2R+B、ボトルt o ボトルの取り組みを強化して、循環型社会の発展に貢献していきたいと考えています。そのためには、先ほども触れましたとおり、飲料ボトルにリサイクルできる高品質な使用済みペットボトルをできるだけ効率的に多く回収して、B t o Bへと資源循環させるための社会の仕組みづくりが不可欠だと考えています。ペットボトルのより効率的な回収方法の確立、そのための法整備、廃掃法のところですね。多くの課題を解決する必要がありますが、こうした課題に対して消費者の皆様、政府、自治体の皆様、関連団体等を含めた社外のパートナーという協力しながら進めていきたいと考えています。引き続き努力してまいりますので、ご協力よろしく申し上げます。

以上でございます。

○石川座長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、日本コカ・コーラ株式会社様、お願いします。

○日本コカ・コーラ（柴田） やはり別添のほうでご説明をさせていただきたいと思います。

私どもコカ・コーラは、本年の1月に容器の2030年ビジョン、World Without Wasteというふう
に称しております。こちらのほうを全世界で公表させていただいております。内容といたしまして
は、3つの数値目標から成り立っております。本日はそのうちのコレクトですね、こちらのほうを
中心にご説明をさせていただきます。

目標の内容といたしましては、2030年までに販売した量と同等量の容器を回収・リサイクルしま
すと、こういう内容になってございます。日本におかれましては、容リ法あるいは廃掃法を前提と
いたしまして、社会スキームとしてこの回収・リサイクルのインフラが整備されております。消費
者、行政及び事業者が一体となってこれは取り組んでいくものと認識しておりますので、コカ・コ
ーラといたしましては、そうした役割分担の中で主体的な役割を果たしていくことで、日本国とし
てのこの回収・リサイクルの向上の責務を果たしていきたいというふうに考えております。

めくっていただきまして、そうした中で特に回収、さまざまな課題が山積しております。その中
でも本日は2つ触れさせていただきます。

まず、1点目が自販機脇の回収でございます。自動販売機の脇に回収用のリサイクルボックスを
設置しておりますけれども、驚くほどにいろいろなものが正直入っております。本当にびっくりす
るばかりなんですけれども、ある面、まちのごみ箱の代替をしていると言っても過言ではないぐら
いいろんなものが入っているというところがございます。これをやはり貴重な資源のリサイクルボ
ックスであるという形で消費者啓発を行いまして、業界を挙げてここの自販機脇回収の品質向上に
努めてまいりたいというふうに考えております。

もう一つ、自販機脇回収におきましては、これはもう業界全体の課題でもあるんですけれども、
あるいは日本国全体の課題かもしれません。大変な人手不足という課題がございます。そうした中
で、なかなか回収が追いつかないという中で、どうしても回収・リサイクルボックスがあふれます
と、消費者がある面、まじめに箱の脇に空容器を置いていってくださると。結果としてそれが散乱
の一因になって、その一部が海ごみになっているというふうに推察しております。恐らくこの人手
不足は日本国としての構造的な問題だと認識しております。考え方によっては、業種・業態を超え
て、あるいは廃掃法の現状の仕組みを変えていくことで何か効率的な回収のスキームがつかない
だろうかと、そういったところを思考してまいりたいというふうに考えております。

回収の課題の2点目、消費者啓発でございます。これ従前からはがしやすいラベルというのは、
業界を挙げて取り組んでおるところでございますけれども、これはがしやすいを一步超えて、もう
はがしたくなるような、何かそういった仕掛けをラベルに入れていくことで消費者とともに
はがすという行動をとっていききたいなと思っております。

さらに、今、日本国はペットボトル90%程度の高い回収率は誇っておるんですけれども、消費者
の声として、実際リサイクルに出したけれども、その先がわからないという声をよく聞きます。そ
こで、1つパイロットとしてやってみておりますのが、やはり目的やプロセスが見える化して、消
費者にこのリサイクルの賛同の輪を広げていこうということをやっております。写真でつけさせ
ていただきましたのは、今年行いましたみんなで日本ハムファイターズを応援するTシャツをつくろ
うというプロジェクトでございます。ペットボトルがどのようにリサイクルされていくのか、そう
いった目的とかプロセスを消費者にお伝えしながら、消費者と一緒にものをつくって、さらに、札
幌ドームで実際にそのTシャツを配布いたしまして、その場でもさらにまたペットボトルのリサイ

クルの意義等をお伝えするという事で、非常に多くの方にご賛同いただいた事例でございます。

こうした取り組みを進めてはおりますけれども、繰り返しになります、さまざまな課題が山積してございます。最後のページにその一部をつけさせていただきましたけれども、例えばペットボトル約11%程度が実際にデータとしては未捕捉になっておりまして、どこに行っているのか実際わからないという実態がございます。恐らくここを解明しないと海洋ごみの真の原因が何なのかといったところを追えないのではないかとこの業界としても認識をしておるところでございます。こういったさまざまな課題につきまして、消費者あるいは行政の皆様、有識者の皆様と一緒にになりまして、課題に取り組みまして、資源循環の推進を図っていきたくと考えております。

以上でございます。

○石川座長 ありがとうございます。

それでは、雪印メグミルク株式会社様、お願いします。

○雪印メグミルク（中村） 雪印メグミルク株式会社の中村と申します。

本日は、弊社の環境への取り組みをご紹介する機会をいただきまして、まことにありがとうございます。私からは添付資料にもあるとおり、ヨーグルト容器におけるポリスチレンシート再生利用の取り組みについて簡単ですが、ご紹介させていただきます。

次のページをご覧ください。

弊社は、牛乳、ヨーグルト、チーズやバターといった乳製品や果汁飲料、デザートなどの食品の製造・販売をしております。製造工程の中でヨーグルトやデザート、カップ入り飲料などの容器に多くのプラスチックを使用しており、年間の使用量は約1万4,000トンになります。

そこで、プラスチック廃棄物発生量抑制に向けて、弊社でこれまで実施してきた取り組みとしては、以下の3点となります。1つ目は容器の軽量化による発生抑制、こちらについては例えばドリンクヨーグルトなどの容器について軽量化しております。2つ目は製品輸送用のクレートというプラスチック容器の再使用です。3つ目は破損したクレートの再生利用となります。

ここで、従来の取り組みとして破損したクレートの再生利用の取り組みをご紹介させていただきます。

弊社では、牛乳パックや瓶牛乳の輸送では、写真のようなクレートと呼ばれるプラスチック容器を使用しております。これまで商品容器の軽量化と同時に輸送後のクレートを再使用する、すなわちリユースすることで限りある資源の有効利用に取り組んでまいりました。また、従来のリサイクルの取り組みですが、クレートが破損した場合、廃棄プラスチックとせず、粉碎してこちらの写真のように熔融して、ポリプロピレンのプラスチック原料とし、パレットとして再生利用する取り組みを実施してきました。これにより、年間約100トンのクレートがパレットとして再生利用されております。

今回は新たにヨーグルト容器に使用しているポリスチレンシートを再生利用する取り組みを開始しましたので、その内容についてご紹介させていただきます。

左上写真のようなポリスチレンシートを購入しまして、ヨーグルトの充填機上でシート成形と呼ばれる方式で容器に成形します。その際に左下の写真のようなシート端材が発生します。この端材は従来まで熱回収の焼却処理を行ってまいりました。ポリスチレンシートのリサイクルの経緯としまして、今回、株式会社エコ・ジャパン・システム様からプラスチック原料として再生利用するお話をいただき、弊社としても昨今のプラスチックを取り巻く社会情勢を鑑み、さらなるプラスチックのリサイクル推進を進めるべく、9月より取り組みを開始いたしました。

弊社の野田工場で排出されるポリスチレンは、充填機から排出された写真左のようなポリスチレンシートの端材及び写真右のような試運転や製品検査などに伴い発生した容器になります。一部ふた材のアルミが付着しております。このようなポリスチレンが弊社では年間約27トン排出されます。

ここでちょっと訂正のおわびですが、このポリスチレンシートの排出量の数字なんですが、11月15日にご提出させていただきましたプラスチック資源循環アクション宣言では73トンと報告させていただいておりましたが、27トンの誤りでしたので、訂正いたします。この場をかりておわびいたします。

次、お願いします。

野田工場から排出されたポリスチレンシートなんですが、こちらはエコ・ジャパン・システム様で細かく粉砕され、洗浄・脱水工程でアルミ箔や不純物を取り除いた後、高温で熔融して、右下の写真のような押し出し機でペレットという粒上の状態にします。ペレットはポリスチレンのプラスチック原料として建築資材、おもちゃなどの製品に加工されます。

まとめとなりますが、弊社としては今後もプラスチックの使用量削減、リユース・リサイクルに取り組んでいくとともに、非再生資源比率の低減に取り組んでまいります。具体的には植物由来のプラスチック使用などを検討しております。

短い内容でしたが、弊社からは以上となります。ありがとうございました。

○石川座長 どうもありがとうございました。

それでは、最後になりますが、日清食品様、お願いします。

○日清食品（小林） 日清食品ホールディングスの小林でございます。きょうはよろしく願いいたします。

弊社のほうからは資料のほう、1枚しかございませんけれども、弊社の主力商品でありますカップヌードルの容器の変更について取り組みをご紹介させていただきます。

カップヌードルは1971年の発売以来ずっと発泡ポリスチレンの容器というのをういてまいりました。資料のほうは41ページでございます。それを2008年に環境への配慮ということで紙容器化を進めてきました。弊社のほうではこれをエコカップと呼んでおりますけれども、国内ではこれに切りかえをいたしました。これによってプラスチックの使用量を削減するというので、現在までに至っております。このカップヌードルという商品はグローバルな商品でございますので、世界各地で販売されております。世界各地で生産をされておりますけれども、その国々の容器についても、中国、香港といった国のほうから順次紙容器化という切りかえを進めている状況でございます。

この資料のほうにはちょっと写真ございませんけれども、あわせてこのカップヌードルに関しましては、リフィルという容器のない中身だけを売る商品というのでも販売しております。それによって包材自体の減容化とごみの削減にも取り組んでおります。もともとこの即席麺というのは、即席麺を開発した創業者が開発するときに当たって5原則というのをつくりました。おいしいこと、簡便であること、保存性があること、安価であること、安全であること。それに加えて、今年世界ラーメン協会(WINA)という業界の団体がございしますが、そこで、そこに新たに2つ原則を加えようということになりまして、栄養という点と、それからもう一つ、環境保全ということを追加して、業界全体としてこの環境問題に取り組んでいって、製品をよりよいものにしていこうといった取り組みを進めているところでございます。

このカップヌードルを初めとする即席麺、今までご紹介いただいた飲料の皆様とちょっと商品の特性が少し異なりまして、容器を運ぶ、運搬するだけの容器ではなくて、それが調理容器でもあり、

食器でもありといったところがございまして、これを簡単にリサイクルにそのまま回せない。洗っても汚れが残ってしまうというような問題があります。したがって、我々のほうではサーマル、熱回収のほうも見据えて、できる限り残っているプラスチックの素材についても植物性のもの、バイオマスに切りかえていこうということで現在進めているところでございます。

短いですが、弊社からの取り組みは以上になります。

○石川座長 どうもありがとうございました。

これで皆さん、紹介という形で参加していただいた方々の取り組みはご説明いただいたんですが、委員の中で、マクドナルドの岩井委員からリサイクルトレイのご紹介をいただきたいと思えます。

○岩井委員 前回、ハッピーセットのおもちゃからトレイにしますというお話をさせていただきました。前は、実は実物がなくて非常に残念だったんですが、きょう、実物ができてまいりましたので、お持ちしました。

もう皆さんよくご存じかと思えますけれども、今年2月23日から5月6日まで73日間、目標100万個ということでおもちゃを回収しました。結果は127万個、60トン集めることができました。この60トンのおもちゃからトレイが30万枚できます。おもちゃの寿命は恐らく早くても1日、長くても1年ぐらいだと思いますが、トレイは最低でも3年ぐらいはもちます。おもちゃが100%入っているかという、そうではなくて、その中の10%がおもちゃ、残りの90%はほかのリサイクル材を使わせていただいています。じゃないと色が真っ黒になっちゃって、きれいな色にならないんですね。この緑のきれいな色を出すために10%を配合してあります。

お母様方からは、リサイクルは何になるかわからなかったんだけど、こういうものになるんだという目に見えるリサイクルということで非常に喜んでいただいています。よくESGということが話題になっていますけれども、私たちとしては、これはお子様方、お母様方の環境教育の目に見えるものとしてうまくお使いいただければありがたいというふうに思っております。きょうはせっかくですので、お持ちさせていただきました。ありがとうございます。

○石川座長 どうもありがとうございました。

やっぱり実物を見るというのは随分インパクトがあるなと思えます。また、きょうご説明いただいた中にも随分見える化だとか伝わりやすいとかいうふうなキーワードでくれるような試みが随分あったんじゃないかなと思えますし、企業とか団体の自主的行動は割とそういうところがモチベーションになるのは非常に大きいんじゃないかなと思えますので、ぜひそういうことが広がってほしいなというふうに思います。

それでは、ここから質疑及びご意見、意見交換に入りたいと思います。たくさん説明していただいたんですが、どこからでも結構ですから、ご質問なりご意見なりいただければと思います。いかがでしょうか。

では、宮島委員、どうぞ。

○宮島委員 どうもありがとうございます。

各社のとても力が入った取り組みをいろいろ拝見して、なるほどなと本当にプラスチックを少なくすることにみんなが向かっているなという感じました。ここで、ああ、すばらしいなというふうに終わってしまうとこの会議の意味がないので、あえて意地悪な質問をさせていただきたいと思えます。

それぞれ、あるんですけれども、いなげやさんに関しましてご質問は、1つはペットボトルの自動回収がすごい簡単になって、職員がやりやすくなったということはわかったんですが、こ

これは例えばペットボトルを持ってくるお客様などに影響があったかどうか、例えば消費者にアピールできてペットボトルがふえたとか、そういうようなことにつながったかということが1つです。2つ目は、別の側面からお惣菜などをいなげやさんはつくっていらっしゃると思うんですけども、そういったものはトレイとかを大分減らすことができるんじゃないかと思っています。例えば最近ですと、スーパーによっては本当にすごい簡単なビニールみたいな形に豚肉を入れているようなお店があるんですけども、そのようなことはされているのかどうか、仮にそういうふうなことをされていないとすると、どのあたりにネックがあるのかということをお伺いしたいと思います。

2つ目は、アサヒさんの2つのラインでラベルのつけない商品を発売されたというのは、なるほどなど。ボックスで買うときは商品名はわかっていますので、むしろはがさなくてよくていいなというふうに思ったんですが、社内的にこれを2つのルート、別の商品としてつくることが経済的には負担なのかどうか、これは簡単に他社がまねできるものなのか。逆に言いますと、サントリーさんやコカ・コーラさんは同じようにそういう商品、もう完全に宅配用をつくるということをお考えになるかどうかということをお伺いしたいと思います。

あと、同じようなことで雪印さんはシートのリサイクルに関してはわかったんですけども、ヨーグルトのカップはやっぱり普通に捨てるしかなくて、何となくもったいない感があるんですね。紙にできないのかなと思うんですけども、恐らくコストのかなとは思いますが、例えば乳製品とか、ヨーグルトものとかを全部紙などにすることは現実的には厳しいのかどうか、基本的に今の3点、よろしくをお願いします。

○石川座長 では、順番をお願いします。

○いなげや（奥田） それでは、先にペットボトルの回収ですが、昨年度は482トン収集しております。前年比で104.8%となっています。やはり年々回収量は高まっているので、ペットボトル回収機には一定の効果という部分があると考えております。

あと、容器削減という部分でございますけれども、惣菜のバラ販売に関しましては、現在片面が紙の袋、片面が透明のシートというトレイでない袋で提供させていただいております。ほかのものはプラや発泡素材を使ったトレイで提供させていただいておりますので、より軽量化であったり、使用量を少なくする努力がもっと必要です。

もう一つの課題は、商品をいかによく見せようと、いろんな色の素材であったりデザイン性に富んだ容器が出てきております。お客様の購買意欲を刺激しながら環境に資する容器でお客様に提供することをバランスよくできたらなと考えております。

○石川座長 では、アサヒ飲料さん、お願いします。

○アサヒ飲料（松沼） コスト面のご質問ということだったんですけども、もちろん1つの商品をずっとつくり続けているのがコスト的には一番効率がいいので、2つの商品をつくることについては、コストはやっぱり上がります。それは新商品を出したりと同様かなというふうに考えております。

実はコスト面というところでいきますと、もともとロールラベルでやらせていただいていたしまして、一括表示と一本一本表示が必要なものをつけるためにシールを張らせていただいているということをご説明差し上げたんですけども、あのシールが実はコストが高くて……

○サントリー（高田） シールが高い。

○アサヒ飲料（松沼） はい。シールが高くて……

○石川座長 ラベルより高い。

○アサヒ飲料（松沼） 全然ラベルより高い、そうなんです。実はそういうことがあります。

そういったコスト面と企業として何をやりたいのか、何をもって社会に貢献するかというところ全てを考え合わせての商品の実現判断というところかなというふうに考えております。苦労面を話しますと、一括表示がついていなければならないというのは資源有効利用促進法で決まっている、一括表示じゃない、ごめんなさい、識別表示ですね、リサイクルマークがペットボトルにはついていなければならないと決まっている中で、お客様のお手元に届いたときに、あのシールがはがれていると、実は法律を守っていないということになってしまうので、必ずはがれていない状態にチェックをする、そういったところにも実は手間もかかっているという状況です。これから改善、解決をしていかなければならない面だというふうに考えております。

他社さんの取り組みについては、ちょっと私からは言及できませんので。

○サントリー（高田） ちょうど弊社でもラベルなしの商品が出せないかと全く同じことを検討していた矢先にアサヒさんにやられたというのが実情なんです、やっぱり今もありましたように、一番悩んでいたのが表示ですね。ペットボトルに直接印刷してはいけないというルールを飲料業界のガイドラインとして決めている中で、それを日付印字で採用しているインクジェットでやったら印刷になるのかならないのかとか、先ほどのシールの話は離型紙がついているので高いのがわかっていましたので、なかなか答えを出せず、レーザーでやったらいいんじゃないかとか、その場合消費者の方が読めたら法律違反にあたらないんじゃないかとかというのを考えながら今に至っているという状況です。同じようなことは多分皆さん考えておられると思うんですが、コカさんの意見を聞きたいと思います。

○日本コカ・コーラ（柴田） 2人の大先輩にもほぼ言われ尽くされたんですけども、先ほどアサヒさんからもお話がありましたが、やはり一番のネックは法律をどう解釈するかというところで各社判断も分かれたのかなと思っております。繰り返しになりますけれども、資源有効利用促進法の中でラベルに記載というふうにリサイクル表示はなっております。実はラベルというのは、決して製品をアピールする機能もあるんですけども、法律に求められたことを記載するというので、今実はかなりそこで法律に基づく記載事項でいっぱいになってきて、実態としては半分ぐらいのラベルのサイズでも書き切れなくて、フルシュリンクと呼んでいるんですけども、フルのラベルになってきたり、法律を満たせば満たすほどプラスチックの使用量がふえるというのは、これ実情としてもございます。

そういった意味では、例えばそのリサイクルマーク一つの解釈をとったときに、では、これもプラスチック問題とどう整合させるのかというところもぜひ行政の皆さんと議論を一緒にできていければなというふうに考えております。

○石川座長 関連ですか。

○中田委員 よろしいですか、今のお話の。

○石川座長 ラベルの話ですよ。

○中田委員 すみません。ちょっと今のラベルの件で確認をさせていただきますが、法律ではラベルに記載ではなくて、商品にしっかりと入れておくこと。ラベルに関しては自主ガイドラインだったような記憶があるんですが、その辺はいかがですか。

○アサヒ飲料（松沼） 私も今すぐ手元にないので記憶ですけども、資源有効利用促進法では、ラベルに印刷またはボトルに印刷と書いてあると思います。ただ、その印刷の形式については、ちょっとどういうふうに表現されているのかまでは確認をしていないです。例えばインクジェットが

どうか、違いますか。

○日本コカ・コーラ（柴田） リサイクルマークの表示につきまして、まず、実はペットボトルのよく底部にあるんですけれども、まず、ペットボトルのリサイクルマークを刻印することというのがございます。なかなかこれ気づかないんですけれども、あります。及びボトル本体またはラベルに記載ですので、先ほどご指摘が高田さんからもありましたけれども、ボトル本体に記載という記載方法が例えばインクをもって記載しますと、今度は逆にリサイクル工程での例えばそもそもペットは透明ですので、やはりそのリサイクル工程で色味がついてしまうという影響もありますので、各社さん直接の印刷というのは避けてラベルに表示というのが今実態だと思います。

○中田委員 ありがとうございます。

宮島委員からも言っていたとおり、この取り組みを広げることができたら間違いなくいいということは、業界団体としても強く認識しております、やっぱり個社の取り組みをいかに業界として水平展開できるかということかと思えます。今ありましたような法的な問題あるいは自主ガイドラインを含めて、団体としていろんなところに折衝する必要があるれば、しっかり折衝して、どうやって実現していくかということにこれからも取り組んでいきたいと思えますので、皆様よろしくお願いいたします。

ありがとうございます。

○石川座長 それでは、雪印さん、お願いします。

○雪印メグミルク（タナカ） すみません、雪印メグミルク、タナカと申します。

ご質問の件は私のほうからお答えさせていただきます。ご質問にありました費用の件なんですけれども、プラスチックの容器もあるし、私ども実は紙の容器のヨーグルトもつくっているんですけれども、今容器法の再生可能費用なんかも含めて、ほとんどがコスト的には変わりません。一番変わるのが、容器がつくられるまでのリードタイムになりまして、紙の場合は、紙に印刷をして打ち抜いて、そこからまた成形をしなければいけないということで、結構3週間から1カ月ぐらいかかるんですけれども、私どもの今つくっている「ナチュレ恵」とか「牧場の朝ヨーグルト」というのは、プラスチックの容器に直接印刷してしまうものなんです。こういったものは容器ができるまでのリードタイムが非常に短いという利点がありますので、物量が急にふえたり減ったりしたときの容器の調整が非常に楽だということがあります。

あと、国内で今、紙カップをつくっているメーカーさんが約4社ぐらいしか大手はないので、なかなか物量が急にふえたりとかといったときに供給能力がやっぱりないということが大きな課題としてあります。逆にプラスチックメーカーさんのコンバーターさんはシート成形なり射出成形のメーカーさんはかなり多くありますので、いろんなメーカーさんをお願いしているというのは、ある程度の物量変動にも柔軟な対応をしていただけるという利点があって、その辺をうまく併用しているという状況でございます。

以上でございます。

○石川座長 どうもありがとうございました。大変何か生々しいというんですかね、おもしろい話をたくさん聞かせていただいていると思えます。

ほかに何かご意見とかご質問ございませんでしょうか。どうでしょうか。

では、池田委員、お願いします。

○池田委員 2点発言させていただきたいと思えます。

ペットボトルに関しましては、各社さん、自販機脇に回収ボックスを置くなどして自主的な回収

のシステムをとられておられると思います。その点に関連して、コカ・コーラさんとサントリーさんから、今後はきれいなペットボトルを安定的に回収する仕組みの構築が課題であり、廃掃法の見直し等、制度的な見直しが必要ではないかといったようなご発言がありました。具体的にどのような見直しが必要かなど、お考えがあればお聞かせいただきたいというのが1点目でございます。

2点目として、冒頭、石川先生から、「このようなプラスチック問題は非常に多様で複雑であり、自主的な取り組みが非常に有効である」とのご発言がありました。自主的な取り組みについてご理解をいただいて本当にありがとうございます。ただ、1点、「自主的取り組みにはコストがかかっていないから」というお話がありましたけれども、税金はかかっていないかもしれませんが、各社において、それぞれ研究開発などの取り組みには相当コストがかかっているかと思っています。その点につきまして、をぜひご理解いただければと思っています。

ただ、経団連は温暖化問題も循環型社会の問題も環境自主行動計画をやっていますけれども、言えるのは政府が画一的な規制でやるよりも、みずからの状況をわかっている事業者が自主的に取り組むことで、社会的な費用を最小化できると考えています。この点につきまして、はぜひご理解いただければと思っています。よろしく願いいたします。

○石川座長 ありがとうございます。

私もコストが書いていないというのは誤解を招く表現で反省しています。コストは当然僕はかかっていると思っているんです。個別の企業のコストは当然かかっているけれども、でも、政府に言われてやっているわけじゃないという意味では、自発的にやっているんだから、そういう意味で余分なコストはかかっていないというつもりでした。すみません。

いかがでしょうか。あと、まず回答していただいて、廃掃法の関連ですよね。

○サントリー（高田） 皆様ご存じのとおり、自治体系と事業系の今2つの回収がございまして、自治体系は一般廃棄物、事業系が産業廃棄物という扱いになっています。同じペットボトルなのに何で2つに分かれるのかという不自然さがあると思います。自治体系はご存じのように自治体が集めておられまして、3,000億円以上でしたか、税金をかけて集めているわけなんです、同じエリアにあっても事業系は自社物として自主回収しています。エリア内で自治体系と事業系だけじゃなくて、事業系の中でもチェーンAさん、チェーンBさんとあつたら、それぞれAさんはAさんのものしか集められない、BさんはBさんのものしか集められない、あるいはそこにオフィスビルがあって、これも産業廃棄物にあたりますが、それは多分産廃業者さんをお願いして集めてもらうと。同じエリアにありながら、回収の仕方が4つも5つも存在していて、これを一緒に全部集められたら多分もっと効率的に集められるんだらうなと考えられ、そこが廃掃法の壁となっています。

有価物にしてしまえば、問題ないと思うんですが、その有価物にできるかどうかというのがなかなか見えない。回収コストのほうが高くなれば有価物にあたらぬという理解が一般的ですので。環境省さん初め、東京都さんのほうも過去からそういう実証実験をやってこられているんですが、なかなかいい答えが見つからないというのが実情なので、一廃と産廃を一緒にしてみたらいけるんじゃないかなという発想です。

○石川座長 ありがとうございます。

宮島委員、いかがですか。追加で何かございますか。

○宮島委員 では、どうぞ。

○日本コカ・コーラ（柴田） では、すみません、1つだけ。高田さんの補足にはなるんですけれども、事業系に限ったお話を、今まさにおっしゃっていただいたように排出事業者によって、

やはりそこで区切られてしまうと。その間を仮に同じ収集運搬業者が全ての顧客をとれば回れるんですけども、そこも当然廃棄物業者の競争の世界でもありますので、やはりそこでどうしても産廃扱いだと消えてしまう。では、有価にすればという話なんですけれども、当然市況によって、リサイクル物も市況によって変わってまいりますので、あるときは有価、あるときは産廃扱いですと、どうしてもやっぱり産廃としての管理になってしまう。そうすると、やはりどうしてもその中で事業者の壁を超えられない非効率が出ているといったところが実態かと思えます。

○石川座長 もう一点。

○サントリー（高田） 2年ほど前にジャパン・ビバレッジさんという自販機の手会社を買収させていただいたんですが、同じところにサントリーとジャパン・ビバレッジさんの自販機があっても別の会社なので、隣のものを持っていけないというのもこれ廃掃法の壁の一つです。自社で一部リサイクルしているところがございますので、そこは産廃の中間処理の免許を今年取りまして、何とか一緒に集められるように今、努力もしております。そのエリアだけですけども。これも法律の一つの問題かなと。会社の名前が違えば、今はだめという解釈だと思います。

○石川座長 ございますか。

○宮島委員 ありがとうございます。

具体策を議論する場ではないかもしれないんですけども、いろいろ思ってしまったのは、皆さんが多分ご苦労されているのは、一般の人への啓蒙とか宣伝というのが、これが実は一番難しいと私も思っております。メディアにいましても、言いたいことを伝えることということが、そして、ちゃんと伝わるということがいかに難しいかということをや日々感じています。

それで、先ほどちょっとあったのは、自動販売機の横にボックスがあって、いろんなごみを捨てられてしまうというのは、多分頭の中でここにゴミのペットボトルを入れるとどうなるかということが捨てる瞬間につながっていないのかなと思うんですね。多分学校教育でペットボトルのリサイクルの重要性は、一応学校では聞いていても、それを飲んだ瞬間にそのことを忘れていたとか、こちらにあるように、素敵な展示を読んだときには、それは思い出すんですけどもというようなところがあると思います。例えばですけども、そのゴミ箱にここに変なものを入れると、どういうことが起きるかとか、それを入れるとリサイクルできませんとか、本当に簡単でいいんですけども、ここに入れてくれるなど。今は単にペット何か、普通に箱が置いてあるだけだし、分別のところできてもそんなにそこに意味づけが書いていないように思うんですね。単にこれは分別しましょうと。

でも、特にペットボトルとリサイクルしたいものに関しては、変なものが混ざることがいかによくないことなのかということをもうワンアクション、あまりしつこくなく、はっとさせるような何かができるのかなというふうにはちょっと思いました。でも、あとは公共性のところがあるので、どんなに言っても変なものが捨てられるというのは、なかなかゼロにはできないと思うんですけども、ちょっとしたことで啓蒙が、いろんな形で必要かなと思いました。

○岩井委員 ちょっといいですか、今のお話で。

今、宮島さんがおっしゃった内容と少し似ているかもしれませんが。私たちは先ほどからお話ししているハッピーセットのおもちゃを回収したんですけども、私、回収したものを約30箱アトランダムにあけました。そうしましたらところ、実はゴミがほとんどなかったです。もうほとんどないです。たまにあるのがレシート、あとはほかの会社のおもちゃぐらいで、ほぼ99.9%ぐらい弊社だけでした。ですから、やっぱりペットボトルだと外に置いてあるので、何だかわからないという

ところがあると思うんですね。やっぱり目的を明確にするというのはすごく大事だなと。ですから、私たちが店外にもし置いていたらそういうことになったと思うんですけども、店内だったので、恐らくそういうごみがなかったのかなというのはちょっとヒントになりましたので、ちょっと共有させていただきました。

○石川座長 では、中田さん、どうぞ。

○中田委員 関連ではないことも含めて、意見と質問とご報告事項ということを見せていただきます。

まずは、いなげやさんからご報告いただきました内容は、一番はっきりわかる明確な分別回収をまさに実践されている姿であり、やっぱり資源循環の形のための消費者啓発とともに非常に大きな役割を果たされています。清涼飲料業界、ペットを扱う業界としましても非常にすばらしい取組に感謝申し上げたいと思っております。

食環協さんの取組みには、全清飲としては設立時より参画して参りました。散乱防止に関する消費者啓発と散乱ごみへの対応に取り組んでおり、今後はさらなる活動の発展も視野に入れて、考えていきたいと考えております。

質問事項ですが、コカ・コーラさんにご質問があります。先ほどのご発表の中で未捕捉が11%あるというお話があったんですが、恥ずかしながら初めて耳にしたもので、この11%という数値は、投入したものと回収したものの差が11%あったということ、すなはち、購入されたお客さんがそれを事務所に戻って、事務所のごみ箱に捨てたり、家庭に戻って家庭に捨てたりしたものが11%となっているという理解でよろしいのでしょうか。

○日本コカ・コーラ（柴田） 地声でいきます。説明のときにちょっと言葉足らずだったかと思えます。日本国というか、PETリサイクル推進協が全体の数字を捉まえているところは、コカ・コーラ単独の数字ではございません。今、よくペットボトルのリサイクル率が84%ですとか85%というようなことが一般に言われる。あれはPETリサイクル推進協のほうで捕捉している数字でございます。これはさまざまリサイクル業者さんですとか自治体ですとか、あるいは我々の事業者のようところにアンケートですとかヒアリングをベースにして、その数字を積み上げてございます。

そうした中で絶対的なペットボトル樹脂の販売量があります。それに対して、これだけリサイクルしましたという実績があって、そこで途中の歩留まり等もございますので、そこで今、直近の2016年の数字が回収率89と定義されています。残りの11%が厳しい方によると、この11%が最大全部海に行っているんだということをおっしゃられる方もいらっしゃるんですけども、推測ですけども、大半は可燃ごみあるいは不燃ごみに混ざっているのではないかなというふうに推察しております。ただ、わかりません。数字として捉まえておりませんので、このうちのどういう今実態になっているのかを詰めることで、本当にどこの部分でどこから海洋ごみに行っているのかというのは、やはり早急にこれはもう業界としては取り組んでいかなければいけないと。

すみません、ちょっとコカ・コーラの取組みと国としてのところをちょっとごっちゃに説明してしまったものですから。

○中田委員 ありがとうございます。自販機のオペレーション上の話と勘違いしました。

PET推進協より、直近の数値では2017年実績92%と先日発表されました。それでも8%が未捕捉分であるということで、これにつきましては、数値が事業者さんのヒアリングベースとなっております。およそ6割から7割程度の回答が返ってきていないと聞いております。これについては100%に向けての取組みをまずやらなければいけないと思いますが、その他ごみとともに燃やされてい

たり、一部ポイ捨て等々の散乱によるものもあるかと思えます。数値の追求については、しっかりと積み上げることを実施しながら、調べていくことだけが対策ではないので、対策のための打つべき手は打っていくという事が必要であると思っております。

コカ・コーラさんからは、そうは言いながら自販機の回収の取り組みとか消費者啓発、サントリーさんからはボトルtoボトルとバイオ素材の使用、ペットの再生素材活用に関して業界としてできることのご報告をいただき、アサヒ飲料社からはリデュースと植物由来の原料の使用等々、全清飲の会員各社より事例をご発表いただいたということでございます。ご発表いただいた各社の方々は、業界の中において牽引していただいている企業さんたちでございます。

やはり全清飲としては、あるいは業界としては、全体で何を取り組んでいくかということが大きな課題でございまして、業界としてこの問題に取り組んでいく指針及び宣言をあさっての11月29日に発表させていただきます。地球にやさしい循環型社会形成を目指していくために、業界を挙げて何に取り組んでいくかということを発表させていただきます。

その中に、まさに宮島委員からご指摘いただきました、自販機横の回収ボックスに対する取り組みも発表内容に入っております。まだ公表前なので具体的な内容は申し上げられませんが、おっしゃるとおり、自販機横回収ボックスが消費者の方に一番身近な接点でございますので、そこでどういう形でアピールしたらご理解いただけるのかということを取りあえずテスト展開からスタートしていこうと思っております。いずれにしましても、それぞれ会員各社さんとともに業界をあげて、この問題に真摯に立ち向かっていくということをご報告申し上げます。

以上でございます。

○石川座長 どうもありがとうございます。

では、どうぞ。

○古澤委員 貴重なお話をありがとうございました。

私は江ノ島で13年ごみ拾いをしているんですけども、何点かあるんですが、まず質問なんですけれども、ペットボトルというのを今自動販売機でほとんどペットボトルとか缶で買えて、僕もそれでよく水とかを飲ませてもらっていますけれども、今マイボトルとかそういうのがはやっている中で、ペットボトルをなくして、昔カップがぽこっとおりてきて、飲み物がじゃーっと出てきたああいう感じにすれば、そもそもペットボトルはなくなると思うんですけども、使わないと、出さないといったところと回収といったところも含めて、ああいうのはだめなんですか。

要は、みんな水筒を持ち始めているじゃないですか。そして、何かボタンを押すと、コカ・コーラと押すと、ぶっとやるとコカ・コーラが水筒の中にじゃーっと出てくるような自販にすれば、まずペットボトルはなくなっちゃうなというふうに思ったり、例えばマクドナルドに行っても、弁当箱を持ってきて、この中にハンバーガーを入れてといったら、もう昔ラーメン屋とかで自分の丼を持っていったりしていたんですけども、そもそも包装物を簡易的にしたりなくすといったところ、例えば日清さんもそうかもしれないですけども、丼を持って自動販売機に行つてぶんといったら、カレーの麺がぽんと出てきてお湯をかけるだけとか、わからないですけども、ふたができないから今のはちょっと失敗ですけども、何かわからないんですけども、そういうのは今、例えば水筒を持っていても、結局僕たちはこれを買って入れたりすると、何やっているんだろう、僕みたいな。わかりますか。

何かそういうのはできないんですかね。カップがぽんと出てきて、ぽーっと出てくるじゃないですか。あれにすれば自動販売機、なくなるというか違う形になるとか。

○石川座長 かなり具体的な話になってきたんですけれども。

○古澤委員 こういうのはだめなんですか。

○石川座長 いや、だめかどうかは別として、多分技術的にはできるんでしょうけれども。

○古澤委員 いやいや。何かなくすというのはどうかなというふうに普通に思っちゃって。

○石川座長 いや、だから、それはかなり具体的な話で、そこに突っ込んでいくと技術的にはできるんだけれどもという話に多分なるんだと思うんですね。そういう話をするかなというのがちょっと。

○古澤委員 そうですか。一応ちょっと思ったので、一つ意見ですね。

○石川座長 いや、きょうは自主的取り組みをご紹介いただいて、それがもっと広がるといいなというふうな話だと思いますので、直感的に言うと、もうちょっとやりたくなるようなもののほうがいいんじゃないかなと思うんですよね。多分お客様がそれを受けてくれるならやりますという答えなんだろうと思うんですよね。その裏には、そういうお客様は少ないですという話が多分あるのかなと思います。

いかがですか。

○サントリー（高田） トライは過去にもいろいろしてきましたし、今でもたまにははかり売りでどうだというアイデアは出るんですが、なかなか衛生面の問題だったり賞味期限の問題だったり、キリンさんもたしかコンビニでビールをはかり売りするみたいな話をされた当日にキャンセルされたとかいうのがありますので、各社それなりにいろいろ考えたりはしているんですが、なかなか実現は難しいというのが実情です。今でも給茶機がありますし、ファウンテンと呼ばれるファミレスのドリンクバーで出てくるものはあるんですが、それが一般のところでどれだけ置けるかという話もあるのかなと。

○日本コカ・コーラ（柴田） あらゆる消費者の選択肢の可能性はあるのかなと。頭からこれ何かを否定するものでは決してなくて、やはり消費者にさまざまな選択肢をご用意するというのは、やっぱり事業者の務めかなというふうに考えています。

その中でも、やはり必ずここがまず第一番目の点で議論になりますのは、これやはり衛生問題ということになってまいります。10年ぐらい前ですかね、ちょっとトライアルをしたことがあります。そのときにいわゆるマイボトルなんですけれども、ちょっとすみません、数字はうろ覚えなんですけれども、我々の基準からすると、恐らくたしか半数近くはやはり衛生基準を満たしていなかったというのが実態でございます。

実は、海外ではマイボトルによるいわゆるディスペンサーというのはコカ・コーラも展開を今始めています。そのときに海外、この衛生問題をどう考えるのかという議論になると、おまえは何ばかなことを言っているんだと。そんなものは消費者が持ってきたボトルなんだから消費者の責任だろうと。それを議論するおまえがおかしいというのがやはり海外の自己責任に対する考え方、そんなのも恐らくある。これはすみません、全くの個人的な見解ですけれども、海外の者と話していると、やっぱりそんな議論にもなっていると思います。やはりこの衛生問題と容器の問題というのをどう担保していくのかというのが一つ大きな課題かなと思っております。

○古澤委員 さっきのごみ箱ですね。自動販売機の横のごみ箱というところにごみが集まるというのは江ノ島でも同じような状況なんですけれども、僕たちは今年、魚の形をした透明のごみ箱を設置して、海の叫び魚とって、マイクロプラスチックが海に行っちゃっているという事実で、それを魚が食べて、いつか人間に戻るといったところで、魚の形をした透明のごみ箱を置いて、巨大な

んですけれども、2メートル30センチぐらいあるごみ箱を置いて、その中にごみを入れると。回収したごみまたは飲んだごみを入れるということで、魚の口に入っちゃうよ。いつか人間が食べちゃうよという啓蒙をすることができたんですけども、ごみ箱について何か先ほどはがしたくなるという形で、入れたくなるといったところでの何か工夫が生まれたらいいなと思いました。

僕たちはそれをやったことによって、魚の中に、魚の透明な大きなごみ箱の中にごみがたくさん詰まっていると。子供たちはかわいそうという声がたくさんあったんですけども、実際にそれよりも本当の魚はもっとかわいそうで、それをいつか人間が食べちゃったら、もっとその子もかわいそうだから、今とめるというちょっときついかもしれないですけども、そんなこともできたので、遊び感覚のもの、あとアンケート系のごみ箱、いろんなものがあると思いますので、おもしろく入れたくなるようなごみ箱をつくってもらいたいな。そして、そこで少し簡単な勉強ができるようなものがあつたらいいなと思いました。ありがとうございます。

○石川座長 では、小島委員、どうぞ。

○小島委員 ありがとうございます。

私、実は1973年からのポイ捨てに関して、散乱ごみですね、日本の散乱ごみの企業さんの自主的な取り組みによって、この国が分別をしっかりとできるようになったという今、論文を書こうという形ですと調べさせていただいておまして、特に食環協さんの取り組みについてはいろいろと調べさせていただいているところなんですけれども、先ほど17ページのご発表の中の4番のところ、ごみの種類別の平均散乱量というのを出示してくださっているんです。これで50カ所ほど平均か全部の数かなと思っているんですが、道路、歩道と市街地とオフィス街というふうになっているんですけども、恐らくこれ発端になっていたのは最初、観光地での散乱ごみがたくさん大変だったということから始まっていたと思ひまして、今は例えば海岸のマリンプラスチックの問題かもしれないので、海岸とか観光地での調査というのは、定点調査というのはされていたのかなというのが1点ちょっと質問でありましたので、ちょっと質問させていただいたのと、あと、ごみ箱もいろいろ研究しているんですけども、最近、究極の分別ごみ箱とかというものを大阪大学の松村研究室の松村先生がおもしろいのをいろいろつくったりなんかしてまして、思わず分別したくなるようなごみ箱なんかも開発したりなんかしております。

あと、はがしやすいラベルというので、コカ・コーラさんがコカ・コーラを引っ張るとリボンになるような何かラベルとかもされていたりなんかして、本当に少しした工夫で、あれはぼこっと非常にはがしやすくなっていて、何かいろんな自主的な取り組みが本当はありますし、消費者もそれ結構なんだかんだ言って知っていますので、そういうのをどんどん応援できるように、いろんな意味で消費者に対するコミュニケーションもあっていいなというふうに思っています。

ちょっと1点だけ、海岸での調査とかということについて教えてください。

○食環協（中邑） ありがとうございます。

私ども協会では、海岸における定点調査ということはこれまで実施してきておりません。2005年に道路、市街地、オフィスにおいて散乱ごみの調査を行い、2016年にも同じ状態、条件で調べて比較する必要がございましたので、2005年と同じ地点で調査したということでございます。同じ条件で調査するために、2005年、2016年とも、1週間前にきれいに清掃した後、調査を行っています。

食環協では海岸における定点調査は実施していないと申しましたが、協会として、現在川ごみや海洋ごみの清掃や調査をされている団体様に対して活動のご協力をさせていただいておりますし、逆に川ごみ、海洋ごみの実態やメカニズム等もそうした団体様から勉強させていただいております。

また、有識者をお招きし、海洋ごみやマイクロプラスチック問題の勉強会等も開催しているところでございます。飲料業界もそうですけれども、我々協会もしっかりと勉強して、こうした問題に取り組んでまいりたいと考えております。海洋ごみにつきましては、現在相当注目されておりますので、ご質問いただいた海岸における定点調査も今後は検討していかなければいけないと考えております。

○小島委員 カンコロジーという非常に実質的な研究成果もあったと思いますので、ああいうやり方でもしお手伝いできることがあれば、ぜひ一緒に検討させてください。よろしくお願いします。

○食環協（中邑） ありがとうございます。

○石川座長 どうもありがとうございました。

本日は大体予定された時間になっちゃったんですけれども、知らなかった企業さん、団体さんの取り組みを教えていただいて、私自身は非常に勉強になりました。これがさらに広がってほしいなど。もし時間が許せば、もっとどうやったら広がるかなというふうな議論をしたかったんですけれども、そこまでちょっといけなくて、座長の不手際かなというふうに反省しております。でも、随分熱心なご議論ありがとうございました。

それでは、本日ちょっと時間ですので、一旦ここで事務局にお渡ししたいと思います。

○片貝課長 本日は各企業・団体の皆様からかなり突っ込んだお話をいただきまして、大変ありがとうございました。また、委員の皆様からも大変有意義なご意見を頂戴いたしました。きょうのご意見等を踏まえて、さらに次の仕掛けを考えてまいりたいと思います。

これからさらにこういう自主的な取り組みを集めまして、次回は今のところ、少しあきますけれども、3月に予定をしたいなというふうに考えてございます。詳細につきましては、また追ってご連絡させていただきます。

以上でございます。

本日はありがとうございました。

午後3時01分 閉会