



資料2

2014.6.25
農林水産省容リ懇談会

拡大生産者責任と 容器包装リサイクル

国立環境研究所
田崎 智宏



目次

- 拡大生産者責任の考えと誤解
- 拡大生産者責任の2つの論拠：異なる方向性
- 容器包装リサイクルにおける責任の割り当ての合理性
- 容器包装廃棄物の発生抑制に向けて
- まとめ



拡大生産者責任 (EPR)

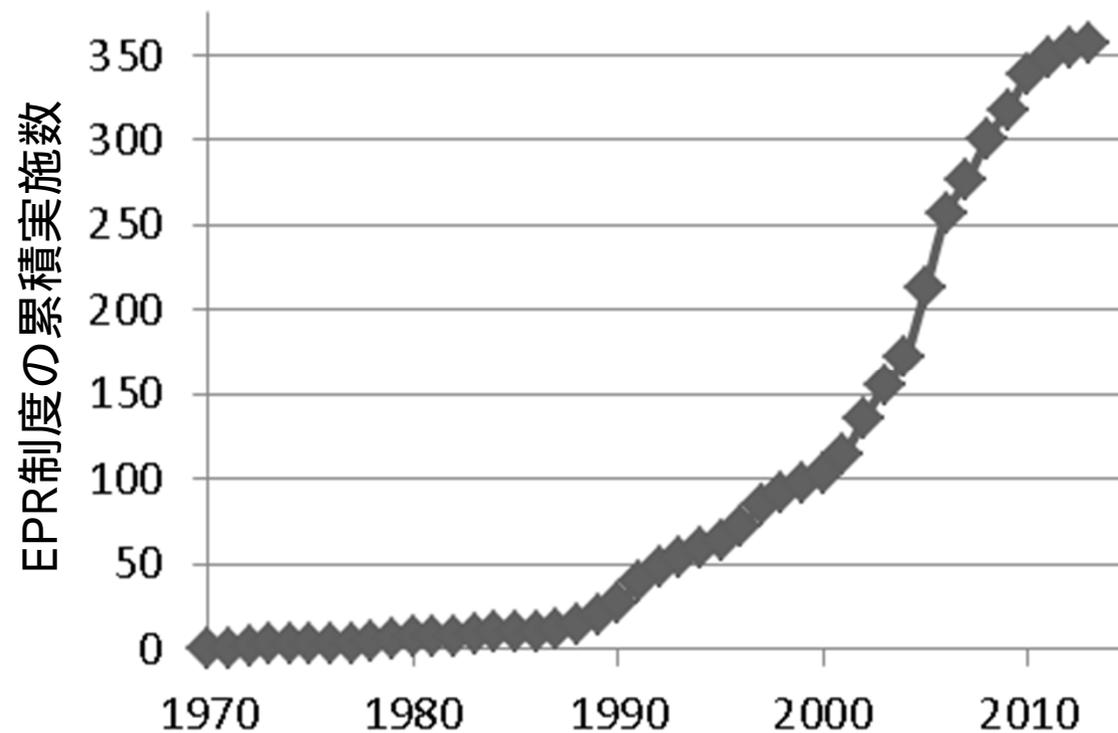
- 製品に対する物理的および、または経済的な生産者の責任を、製品のライフサイクルの使用済み段階まで拡大する環境政策のアプローチ (OECD, 2001)

- 考えのポイント
 - 生産者の知識や能力を活用する。
 - 生産者を巻き込むことでよりよいシステムを目指す。
 - 製品のライフサイクル全体からの環境負荷を小さく。
 - 社会的費用を小さく。
 - 下流(廃棄段階)からのフィードバックをもとに、上流(生産・流通)対策と下流対策に対して有効にリソースを振り分ける。



EPRの普及・展開

世界のEPR制度



欧州の包装指令

36ヶ国のうち、30ヶ国が
EPR制度を導入
(Quoden, 2014)

OECDでは、ガイダンスマ
ニュアル(2001)を途上国へ
の展開や過去15年の知見
をふまえてアップデートす
る予定。



Source: 図は、Kaffine, D., O'Reilly, P., 2014. What Have We Learned About Extended Producer Responsibility in the Past Decade? A Survey of the Recent EPR Economic Literature. OECD Environment Working Paper <Forthcoming>

拡大生産者責任の種類

- **金銭的責任** (Financial (producer) responsibility)
 - 使用済み製品に対するマネジメント(収集・処理・リサイクル等)に係る費用の全てもしくは一部を生産者が支払う責任。
 - 「経済的」「財務的」「財政的」などとも訳される。

- **物理的責任** (Physical (producer) responsibility)
 - 使用済みとなった(使用後の段階での)製品に対する物理的なマネジメント(収集・処理・リサイクル等)についての直接的もしくは間接的な責任。

(以上、OECD(2001)を訳出)

- **情報的責任** (Informative (producer) responsibility)
 - 生産者が自らが生産する製品の環境性能等に関する情報を提供する義務を課すことで、製品に関する生産者の責任を拡大するにあたり様々な可能性を示唆するもの。

(Lindhqvist(2000)を訳出)

拡大生産者責任に対する誤解

- 拡大生産者責任は目的である。
- 責任なのだから我慢して実施しなければならない。責任を果たすための金銭等を受け取ってはいけない。
- 生産者の責任なのだから、他の関係主体が関わる必要はない。
 - ... effective EPR implementation depends on the *participation of all the actors in the product chain*; they are all responsible in some way or other for the environmental externalities. (OECD 2001, p.20)

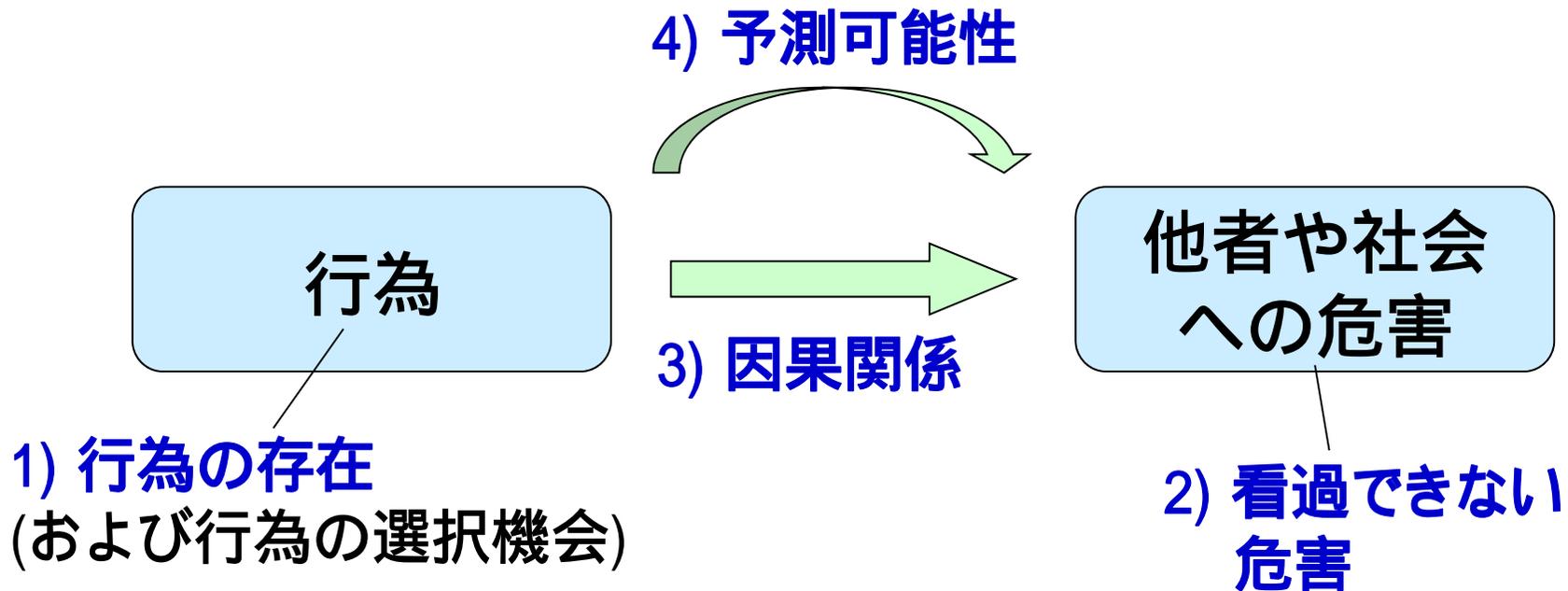


EPR と道徳

- EPRは生産者に対し道徳的罪悪を押し付けるものではない。
- EPRは、問題に対する効果的かつ効率的な解決方法を見つけるものである。
- 責任の割り当ては問題に取り組むにあたり最善な形でなされるべきである。
- 責任は変えることのできる者（ = 生産者 ）に課されるべきであり、変更への動機付けとなるべきである。



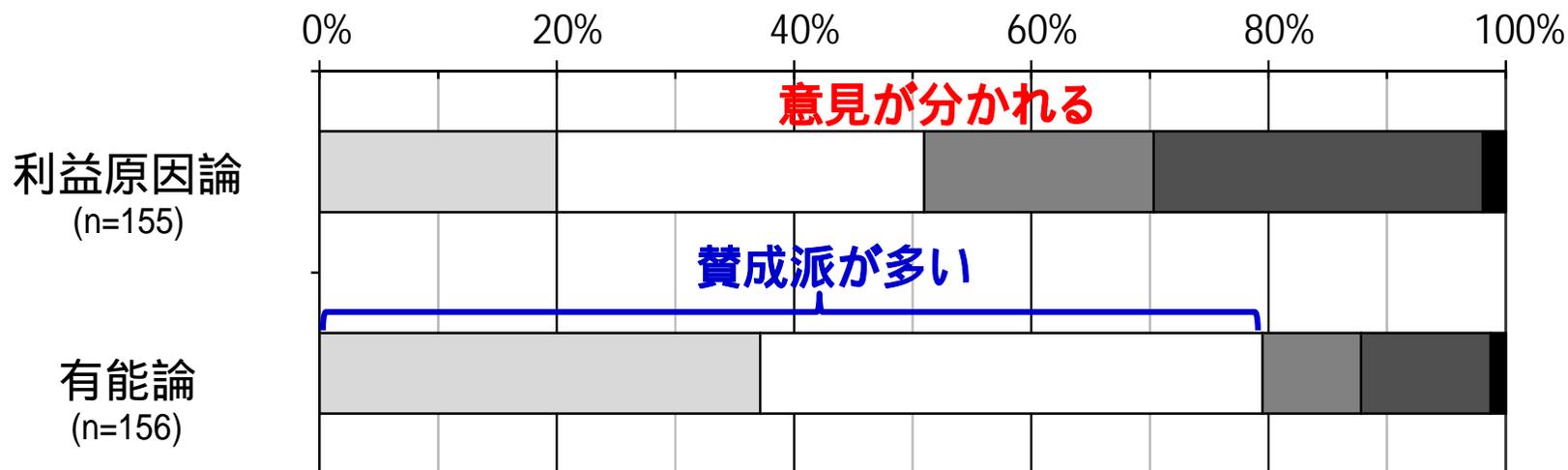
別の責任論：賠償責任・法的責任



Q6.生産者に拡大生産者責任を課す論拠として、 以下の考え方にどの程度賛成・反対されますか？

日本語
調査
のみ

□ そう思う □ どちらかといえばそう思う ■ どちらかといえばそう思わない ■ そう思わない ■ 分からない



<用語の定義>

- 利益原因論 ... 生産者は廃棄物となる製品を生産して利益を得ている(廃棄物を生む原因を作っている)から、拡大生産者責任を課すべきである
- 有能論 ... 生産者は製品システム全体(廃棄物の処理・リサイクルを含む)における有能な主体だから、拡大生産者責任を課すべきである



Source: 田崎・東條・リンクヴィスト(2013)環境経済政策学会2013年大会
(http://www.seeps.org/meeting/2013/submit/abst/2094_hugnhtBw.pdf)



拡大生産者責任の論拠

2つのスタンスがあり、理論としては前者を重視するが、実際の制度設計をみると後者も含まれる。容り法は後者寄りに見える。

□ 能力者としての責任論 (有能論)

- 特に、製品設計に対する能力。
- とはいえ、「能力がある 責任がある」といえるか？

制度設計において、**責任とインセンティブの両方が考慮**されなければならない。つまり、責任を果たす意欲がわくような仕組みとされる必要がある。

また、責任等を付与することによって達成する目的が必ず存在する。

□ 原因者としての責任論 (原因論)

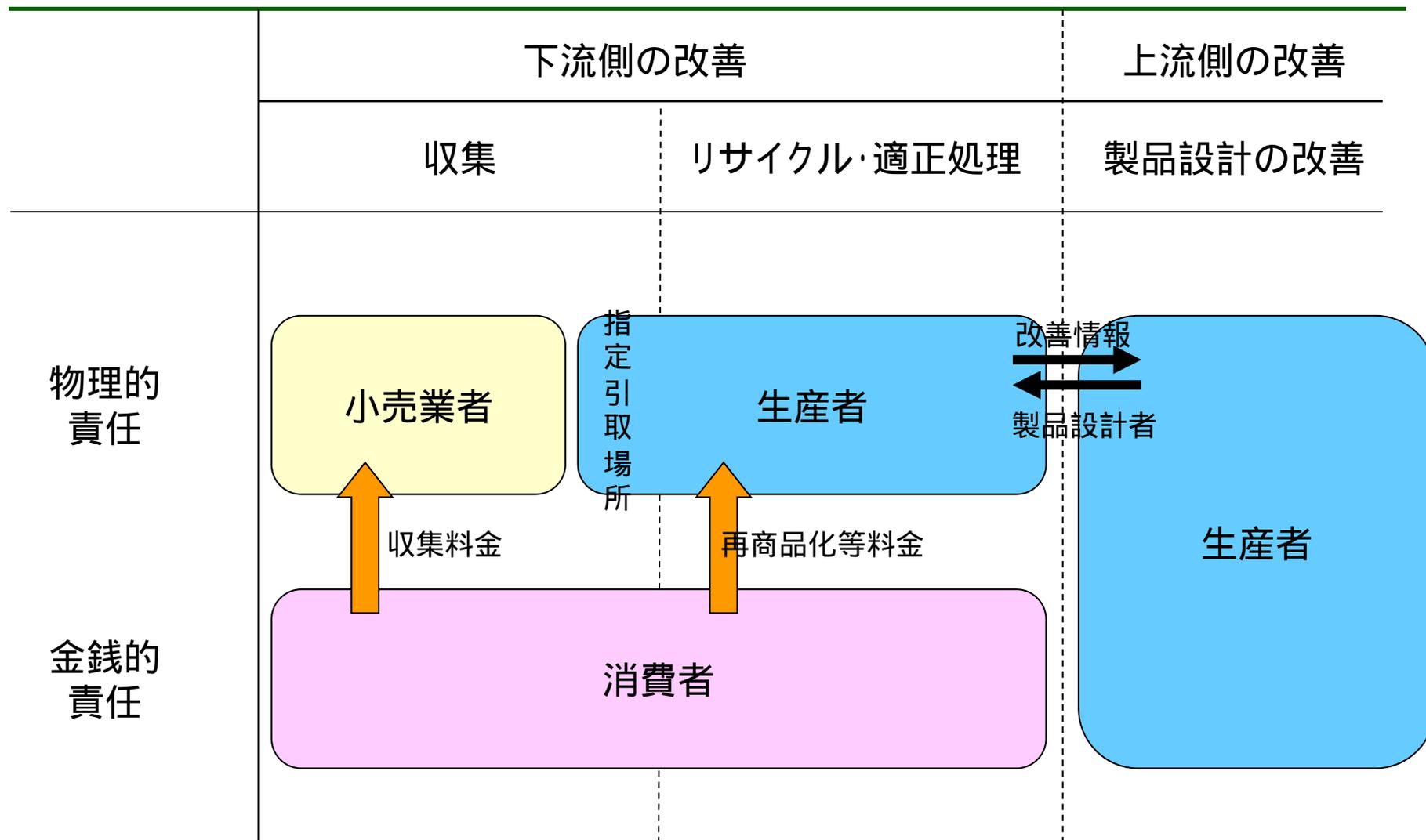
インセンティブのことは思料せずに、責務を規定する。

達成する目的がなくても構わない。しかし、原因を減らすことが目的となることが理想的。



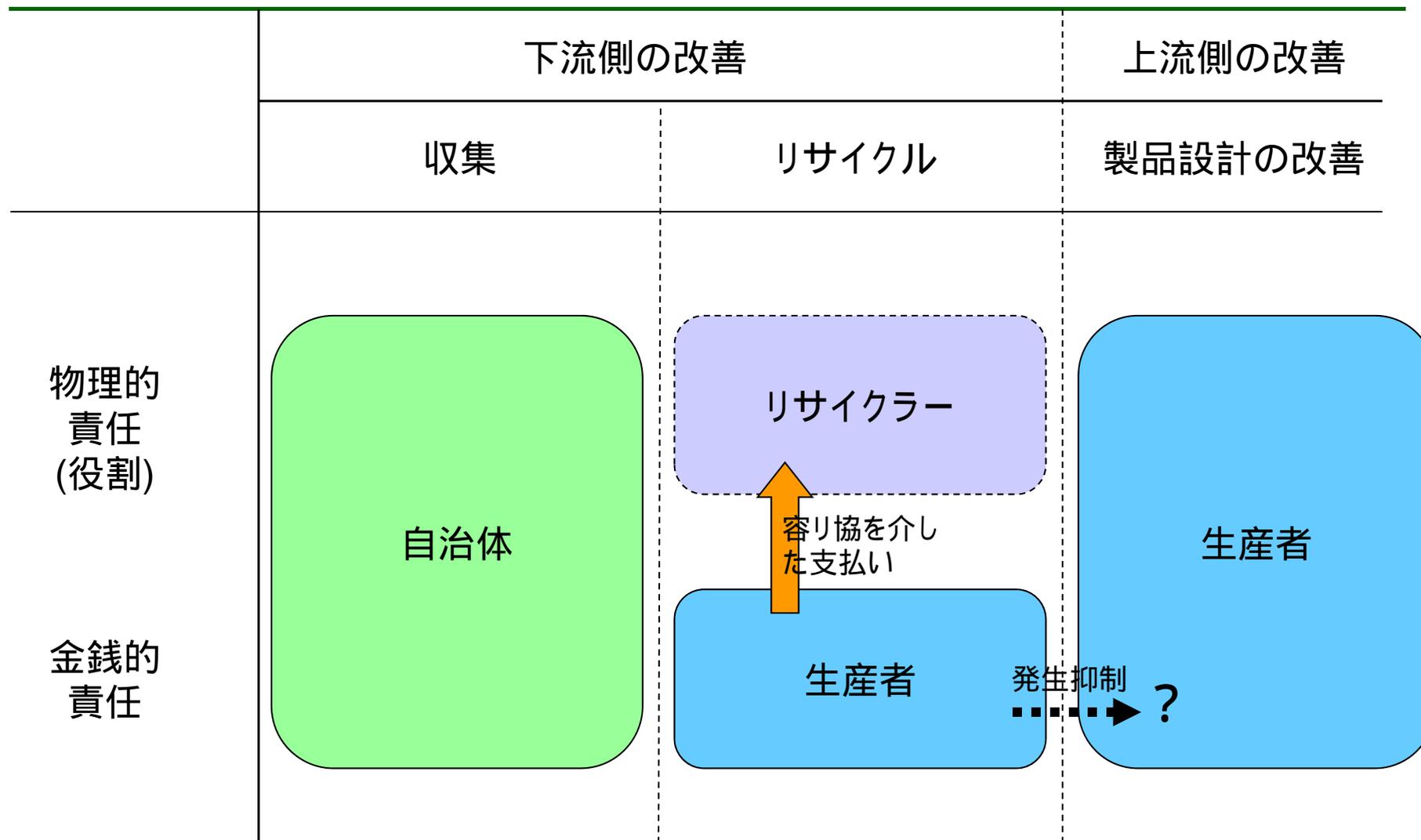
家電リサイクル法

物理的責任のみ

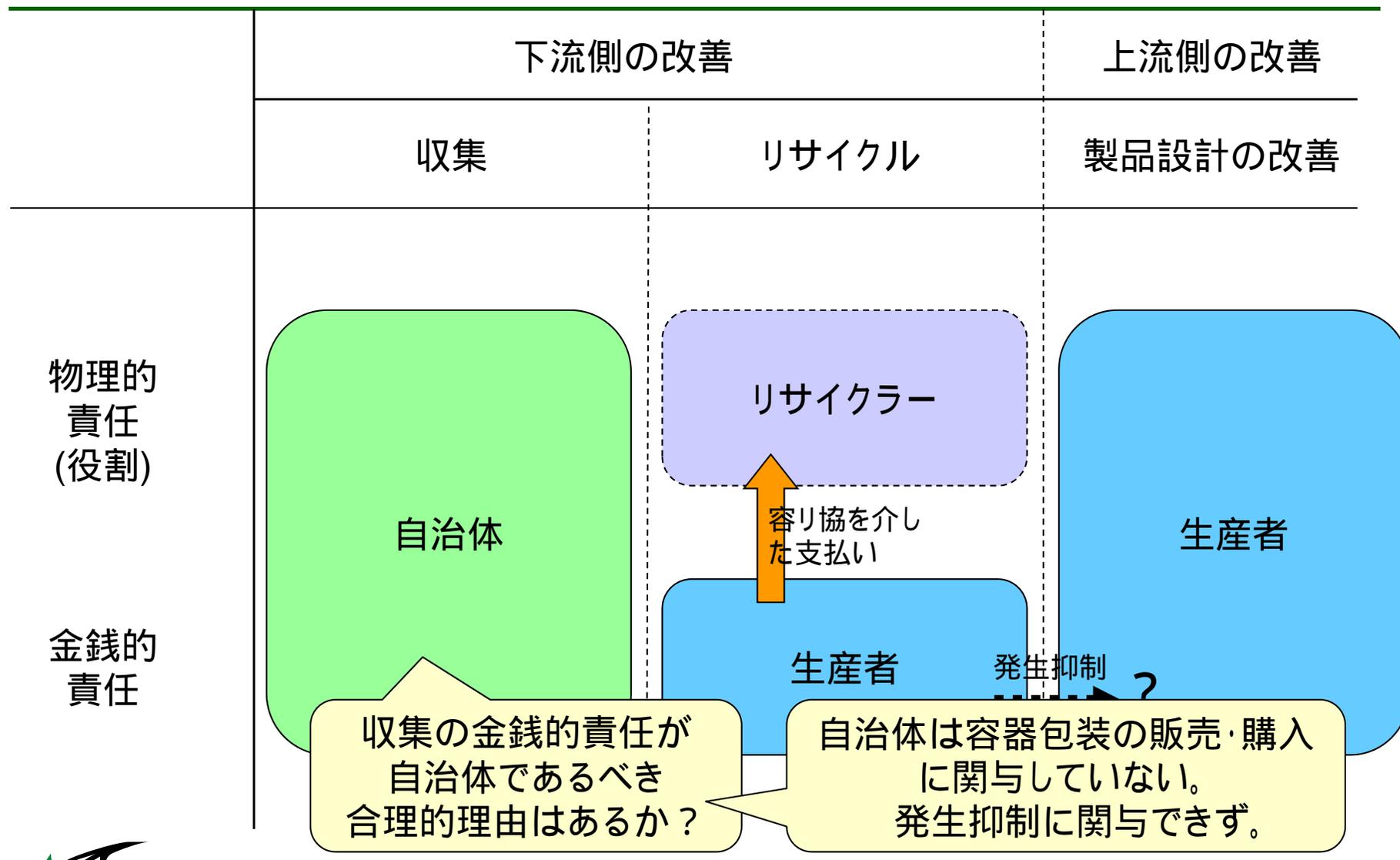


容器包装リサイクル法 (容リ協会ルート:主要ルート)

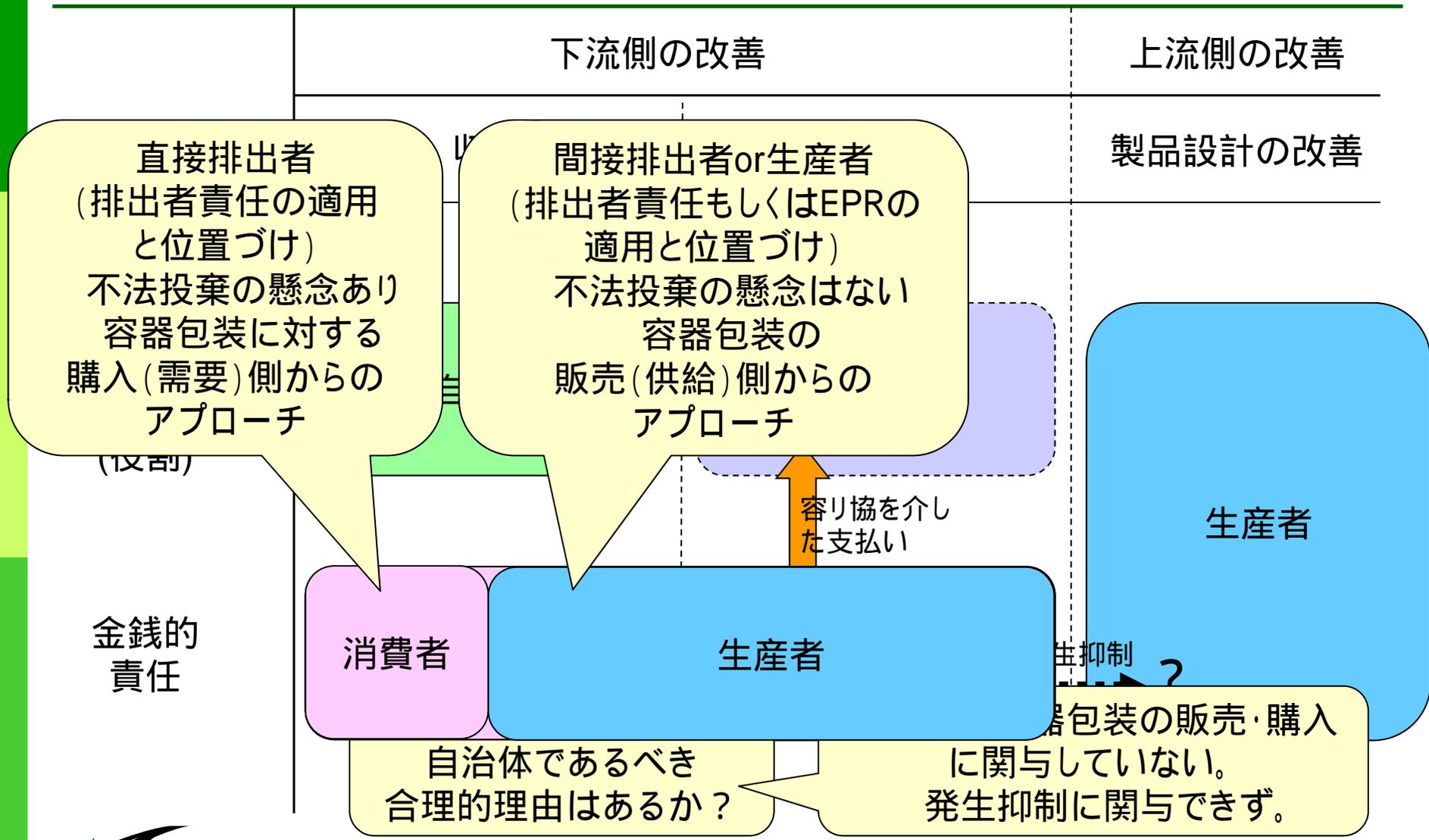
責任分担



容器包装リサイクル法 (容リ協会ルート:主要ルート)



容器包装リサイクル法 (容リ協会ルート:主要ルート)



容器包装の費用負担者

	リユース (リターナブル)	リサイクル	処分
製品製造 費用	生産者	生産者	生産者
収集・選別 費用	生産者	自治体	自治体
循環費用/ 処分費用	生産者	生産者 (小規模分:自治体)	自治体

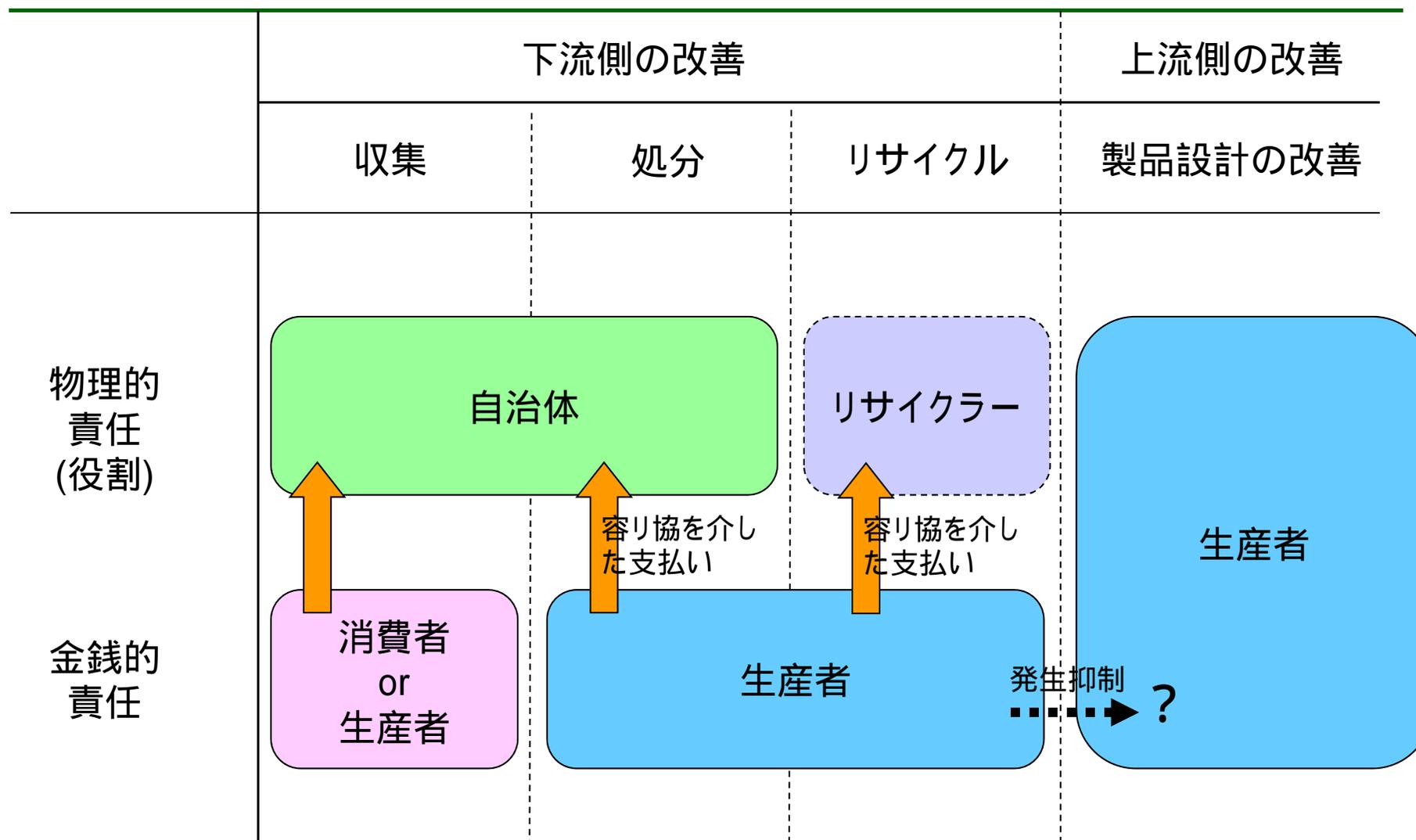
高 循環基本法の対策の優先順位（第7条） 低
 広 生産者の負担範囲 狭



Source: 田崎(2007)ごみ減量・再資源化に係る廃棄物諸費費用の現状と課題、
 都市清掃, 60 (280), 549-554 を改変 (2014)

容器包装リサイクル法 (容リ協会ルート:主要ルート)

責任分担

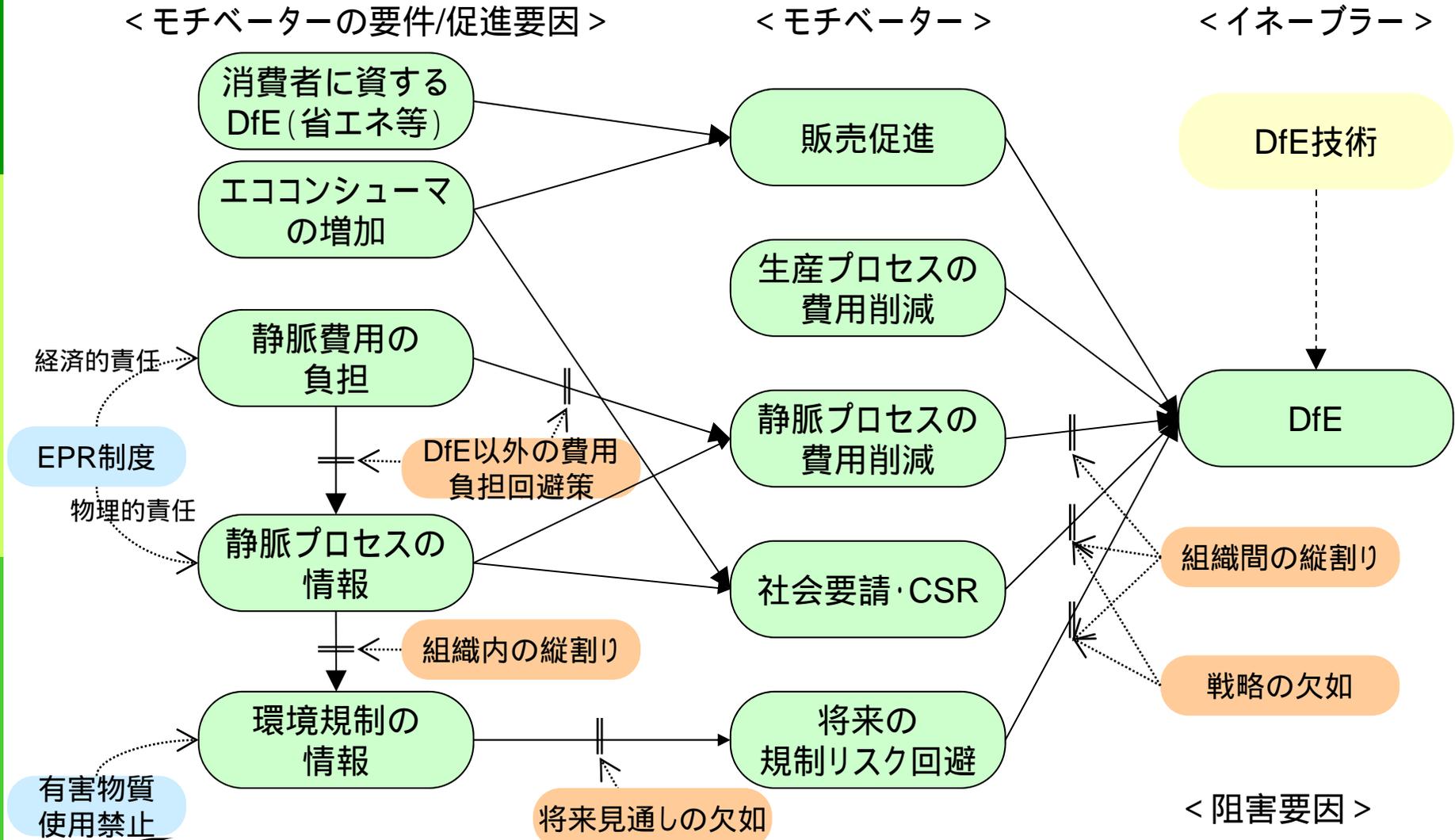


容器包装廃棄物の減量 (DfE) に向けて

- **価格メカニズムでは減量に至らないのでは？**
 - 消費者にとっては微々たる金額では？
 - 生産者の価格決定力は限定的ではないか？
- **容器包装が提供している数々の機能を過小評価しているのでは？**
 - 容器包装を減らすために、内容物が傷みやすくなり、内容物のごみがそれよりもたくさん出てしまってもよいのか？
 - 消費者が求める機能は提供せざるを得ない。



DfEに向けた取組のロジックモデル



Source: 田崎 (2014.6.25) 農林水産省・食品容器包装のリサイクルに関する懇談会での発表

価格と消費者行動への影響

(仮想状況A)リサイクル等の費用を容器包装を用いた商品価格に反映させても、消費者行動は変わらず、廃棄物の発生抑制に至らない。

- **有能論** 発生抑制の目的を達成できないのであれば、価格への反映は意味がない。
- **原因論** 発生抑制が全く達成できなくとも構わない。容器包装廃棄物の処理・リサイクルに関わる費用を回収できさえすればよい。



容器包装の機能

□ 輸送効率の向上

- コンテナ、パレットなど(事業者が利用、三次容器包装)
- 段ボール(最終消費者も利用、二次容器包装)

□ 内容物の品質保持

- 腐敗防止(缶詰、レトルト)、異物の混入防止
- 製品の破損防止
- 新鮮さの保持(アルミ箔 + 不活性ガス充填)

□ 製品情報の伝達

- 製品の区別、生産情報の付与



容器包装の機能追求とそれに伴う金銭的責任

- 機能の便益を得ている人が支払うべきではないか？
(**受益者負担論**)
 - 内容物の保護であれば、消費者
 - 輸送のしやすさであれば、消費者と流通業者
 - 内容物の情報表示であれば、消費者またはもしくは事業者

- 回避された内容物ごみの量との比較・評価を加味した負担論(**社会便益分の控除**)



まとめ

- **拡大生産者責任は、生産者にも廃棄段階の問題に関わってもらう有意義な考え方である。**
- **しかし、その論拠には少なくとも2つの異なる立場（有能論、原因論）があり、その立場によって制度設計の方向性や良し悪しの判断が異なる。**
 - **現行の容り法が原因論の要素を多分に含んでいる。**
- **現行の容り法における責任分担は、廃棄物処理の優先順位にそぐわない。**
- **容器包装の機能については、機能の受益者負担や社会便益分の控除という視点から責任や役割の分担を展開できるかもしれない。**



参考) 国際アンケート調査方法の概要

- インターネット調査 (Survey Monkey[®]を使用)
- 対象国と使用言語: 世界全体。日本語および英語
(交互に翻訳を繰り返して調査票を確定)
- 日本語調査: 2013年4月10日 ~ 5月20日 (※切延長あり)
- 英語調査: 2013年6月10日 ~ 7月31日 (※切延長あり)
- 対象者の選定: 要旨集記載のとおり
- 依頼方法: 電子メールにて協力依頼状を送信。
送信総数1,103 (うち111件が不通)。
- 有効回答数: 426 (39%の回収率、日本語は178)。

