

第4回
食品容器包装のリサイクルに関する懇談会

平成26年4月23日（水）

午後2時57分 開会

○長野室長 少し定刻には早いですが、皆さんおそろいでございますので、ただいまから第4回食品容器包装のリサイクルに関する懇談会を開催させていただきます。

事務局の食品産業環境対策室長の長野でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

本日も、皆様方には、首都嚴重警戒の中、お忙しいところをお集まりいただきまして、心から御礼申し上げます。若干外部がうるさいところもございますが、こちらも負けず劣らず白熱した議論をと、よろしくお願いいたします。

織先生、片山先生、平尾先生におかれましては、ご都合がつかずご欠席との連絡を受けております。

また、委員の変更がありましたのでご報告をさせていただきます。

川崎市の足利谷委員及び東村山市の榎本委員が人事異動をされたということもございまして、新たに川崎市環境局生活環境部廃棄物政策担当課長の菅谷政昭様、また東村山市資源循環部次長の原田俊哉様に新たに委員としてご就任いただきました。初回でございますので、簡単に自己紹介をと思いますので。

○菅谷委員 川崎市の廃棄物政策担当の担当課長に4月1日で異動になりました菅谷と言います。前任の足利谷のほうはこちらの会に参加させていただいておりましたが、4月に異動ということで、その後任の私のほうが引き続き委員のほうをやらせていただくというふうになりますので、前任同様よろしくお願いいたします。

○長野室長 ありがとうございます。

○原田委員 ご紹介いただきました東村山市資源循環部次長の原田と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

第3回まで当市のごみ減量推進課長の榎本が本会に出席させていただいておりましたけれども、4月の定期人事異動に伴いまして、他部のほうへ異動したものですから、後を引き継ぐ形で私が出席させていただくことになりました。不慣れではありますがどうぞよろしくお願いいたします。

○長野室長 ありがとうございます。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

それでは、お手元の資料を確認させていただきます。

議事次第等の下のほうに資料1から6というのを記載させていただいております。資料1といたしまして、本懇談会の名簿、資料2といたしまして、前回までの主な意見の整理ということで先生方の意見をいただいて修正をいただいたもの、また資料3といたしまして、食品事業者における環境配慮設計の取組事例が1枚、また資料4といたしまして、容器包装に対する消費者意識調査の概要が1枚、資料5といたしまして、食品容器包装の環境配慮設計の推進に係るコンソーシアムのイメージというものが1枚、また資料6といたしまして、ポリエチレンテレフタレート製の容器に係る区分の見直しというのが1枚、最後に前回の懇談会の議事録をお配りしております。

資料の不足ございましたら事務局にお申し付けいただければと思います。

それでは、冒頭のカメラ撮りはここまでとさせていただきますので、メディアの皆様ご配慮願います。

事務局からの説明は以上でございます。

○石川座長 きょうもお忙しいところ、議事をお願いしたいと思います。

今回から、個別の論点ということになります。これまで、懇談会では、三富委員から食品プラスチック容器の容器包装についてのプレゼンテーション、それから、本田委員から、マテリアルリサ

イクルの最新の状況についてお話しいただきました。梶井委員からは、食品製造業が考える、特にその他プラスチックについてのリサイクルシステムについてのプレゼンをいただきました。プレゼンをいただいた内容を踏まえて、容リ制度に対して何を議論していくかということで、フリーディスカッションをしてきました。前回の懇談会の際に、今後、どういふことを、どういふ順番で議論していこうかということで、お話しいただきましたが、その場で決まらずに、お帰りいただいてから事務局にご意見くださいということをお願いしました。その結果が来ておりますので、それをご紹介いただいて議論を進めていきたいと思ひます。

では、よろしくお祈ひします。

○長野室長 議論すべき事項のベースとなります資料2につきましては、その後いただいた先生方の意見を含めまして、今回修正したものを資料2として配付させていただいております。また、今、座長からございました、何から優先して議論をすべきかにつきまして、5名の委員の方からご意見をいただきましたが、これが各委員ごとにそれぞれ視点が異なっておりまして、一致した部分がございますでした。一方、経産省と環境省の合同会合の状況につきましては、3月25日に主な論点（案）というのが提示をされまして、本日、プレス発表されておりますが、次回は4月30日ということで、その合同会合から個別の事項について議論をされていくという状況で、その際は、最初にリデュース、リユースの推進というところが議論されるというふう聞いております。

○石川座長 いただいた意見の中で一致した意見がなかったということですので、そこで決めるというわけにもいきませんが、もう一つ合同会合のほうでの議論を踏まえて議論しましょうということがございましたので、合同会合の状況についてお話しさせていただいて、リデュース、リユースが含まれるような環境配慮設計についての議論が行われるんだというふうな話を伺っております。この懇談会でも、今回はそこを議論してはいかかかと思うんですが、いかがでしょうか。

（うなずく者あり）

○石川座長 もしよろしければ、リデュース、リユース、2Rを含めて、環境配慮設計について今回お話しさせていただければというふうにお祈ひします。

それでは、まず、環境配慮設計については、事務局のほうで資料を用意していただいていたたり、それをご説明いただいたり、それから、さらに付加的ですけれども、料理酒などのペットボトルの区分追加、品目を少し広げようということもご提案があるそうですし、それから、きょうの議論の最後には、懇談会の議事の進め方について少しご議論いただいて、おしまいにしたいというふうにお祈ひします。

まず、事務局から資料3、4をご説明いただきたいと思ひます。

○長野室長 資料3と4をまとめてご説明させていただきます。

資料の3につきましては、食品事業者における環境配慮設計の取組事例ということで、味の素（株）さんとサントリーグループさんの環境配慮設計の概要をざっとまとめさせていただきました。ほかの事業者さんも、既に取り組んでいただいている部分ではございますが、今回、この2社につきまして、ご紹介をさせていただきます。

味の素（株）さんにつきましては、特に容器包装に関しまして、3R推進計画ということ、年次計画をつくっておられると。それに基づいて取り組みを推進されております。その中で、リデュースについての数値目標を加えまして、無駄を減らした包装でございますとか、詰め替えができる包装、簡単に分別できる包装、環境負荷の低い包材の採用等を開発目標に掲げて3R推進されているということでございます。

その際、環境配慮設計の基準が使われているということで、商品を販売する際には、容器包装環境対応アセスメントというのを実施するというのが必須だということでございます。そのアセスメントの中では、20年以上にわたり味の素さん独自の評価基準で容器包装エコインデックスというものをお使いいただいでいて、そこにいろいろな包材のものであったり、CO₂の削減の観点でございましたりというような環境の基準が入っているということでございます。

そのようなことを踏まえた成果品といたしまして、例えば「ほんだし」につきましては、包材の数量を40グラムの3袋から60グラムを2袋にかえるということで、包材の重量を年間78トン削減されたということでございますし、また、この下の「中華あじ」の瓶のものでございますが、こちらのラベルを分別しやすく、リサイクルしやすい、はがせるラベルというのを導入されているということでございます。

また、サントリーグループさんにおかれましては、3Rの考え方に基づき、環境に配慮した容器包装を開発されているということで、従来の取り組んできた方法に加えまして、再生可能資源の活用ということで、イノベティブな3Rを推進されているということでございます。

自主基準といたしまして、環境に係る容器包装等設計ガイドラインというものを自主基準でつくられておりまして、リサイクルの面から、ラベルの材質でございましたり、ガラス瓶の色などを、このガイドラインに沿って設計をされている。

その成果品といたしまして、こちらのサントリーさんの天然水のペットボトルにつきましては、従来品よりも6グラム軽量化をいたしまして、30グラム以下の最軽量のペットボトルとなっております。

また、こちらのウーロン茶のペットボトルにつきましては、再生ペット樹脂を100%使われているという新たなペットボトルということで、リペットボトルというのを一部に投入されているということでございます。

続きまして、資料4でございます。

こちらは、容器包装に対する消費者の意識調査の概要ということで、最近行われております容器包装に関する意識調査を抜粋しています。3つの調査を抜粋しまして、それぞれやった年度も、やられたサンプル等、また聞いた内容等も微妙に違っているわけでございますけれども、特に過剰包装に関するものというところを抜粋させていただいております。

まず最初は、容器包装3Rに関する消費者の意識と行動の実態調査ということで、3R推進団体連絡会がやったもので、2011年6月にやられたものでインターネットによる調査ということでございます。この中で、過剰と感じる容器包装につきましては、例えば、贈答品の多重包装が約6割の方が過剰と感じている。また、食品ですと、お菓子の個包装であったり、野菜のトレイや個包装、またレトルト食品の紙箱は4割弱の方が過剰包装ととらえているということでございます。

一方、単身の世帯では、このような個包装を過剰包装ととらえた割合は全体よりも10ポイント低いということでございます。

また、そのほか、ファーストフードのテイクアウト時の包装が約23.8%、ストローや割り箸の個包装が23.4%の方が過剰包装ととらえているということでございます。

また、次の真ん中は、経済産業省の委託事業で行われた容器包装リサイクル制度を取り巻く情報調査・分析事業のうちの、消費者調査の意識調査の部分の抜粋でございます。2012年12月に行われているインターネットリサーチによりアンケート調査とインタビュー調査ということでございまして、容器包装の過剰ということに関しましては、7割以上の方がレトルト食品の外箱や、イン

ターネットで購入した商品の外箱、緩衝材について過剰感を感じている。

また、食品を購入する際には、もちろん企業名とか商品名というものの、栄養成分というものは、6割を超える者が意識していますが、容器包装が少ない商品であったり、環境配慮をPRしている商品については、それよりも低くて、意識している者は約5割ということでした。

また、インタビュー調査における主な回答といたしまして、詰め替え製品については、主に好意的だと。また、余計な包装がないもの、捨てる手間もかからないものがいいと評価されております。また、ご自宅で使うような食品については、簡易包装や個包装をなくした商品がよいよというご意見があったということになります。

また、3番目が、私ども農林水産省の補助事業で、インターネットの座談会という中でやった、ほぼ女性が参加する投稿型のクローズドな座談会の中での特に容器包装に関する質問の投げかけをまとめております。

スーパーなどで売っている食品でもっと簡易包装でいいと思う食品について聞いてみたところ、最も多かったのは食品トレイに関するコメントということで、肉や魚のトレイは無駄であるという方がいらっしゃる一方、状態を見るためにトレイがあったほうがいいという方もいらっしゃる。また野菜の袋やトレイは不要だという方もいる一方、ばら売りがいいという意見もあったということになります。

また、加工食品のトレイは取り出しにくいといったような意見もありましたし、またレトルト食品の外箱というのは不要ではないかという意見がありました。また、個包装といたしまして、お菓子やカップ麺のかやくなどの包装は不要ではないか、また包装材といたしまして、贈答品は過剰包装という意見がありました。

また、過剰包装の食品につきましては、ほとんどの方が簡易包装に賛成をされているということで、その利点といたしまして、ごみが出ない、かさばらない、分別の手間が減るといったことを挙げられております。

また、欠点といたしましては、衛生面であったり、汁漏れ、見栄え等の意見もあったということで、一方、いろいろな意見があるというような状況になっているということになります。

○石川座長 どうもありがとうございます。

企業側の代表的な取り組み、また消費者調査についてご紹介いただきました。

今回、環境配慮設計をテーマに議論するんですけれども、今ご紹介いただいた例を見ても、皆さんお考えになってもそう思われると思うんですけれども、環境配慮設計は大事でやりましょうというところは簡単だと思うんですけれども、それが一体具体的に何だというふうな話になると、容器包装ですから、軽量化というのは一つあるんでしょうけれども、味の素さんの取り組みを見ても、ラベルがはがしやすいだとか、ガラスの色だとか、さまざまところに及んでいますし、消費者側の意識を見ても、相当幅広い。そうすると、あとこの場で1時間そこそこ議論して詳細レベルにわたって環境配慮設計はかくあるべしという定義までは恐らく至らないんですけれども、どういうふうな方向性で議論をするか、それからまた環境配慮設計と言っているけれども、もう少し具体的に言う何が求められているんだろうとか、それから、よく環境配慮設計について議論をするときに、こういうことに留意して議論をするべきであるとか、何でも結構なんですけど、そういうところからご意見をいただければより議論が深められるかなというふうに思うんですが、いかがでしょうか。何かご意見お持ちの方いらっしゃいませんか。

大平委員どうぞ。

○大平委員 意識調査の概要のところですけども、右下の簡易包装の商品について、利点について触れてありますが、かさばらないとか便利だとかいうことだと思いますが、環境にいいからという意識はなかったのでしょうか。

なぜ、こんなことを聞くかと言うと、まさに消費者の意識こそが環境配慮設計を進める原動力になると思うのでお尋ねしているわけです。

○石川座長 私のほうでちょっと場つなぎに情報提供しておきますと、私、ごみじゃぱんというのでやっているのですが、こういう調査だとか、意見を聞いたりする場合は結構多いです。その中で出てくるのは、我々がやっている減装（へらそう）商品に対する認識とか、評価を聞いたときに、ごみが減ることはいいことだということには、これはかなり幅広く支持があるんです。そこでごみが減るの中には、台所のごみが減って、手間が減るということだけではないというのは、直接インタビューで聞くと、世の中にとってごみが減ることはいいことだというのがかなりあると思います。ですから、環境によいというから簡易包装がよいというふうな、つながっている人はマジョリティーじゃないかなというのが私の感触です。何かありましたか。

○長野室長 今回、この意見を聞いた場合に、簡易包装の食品を買ったりした際に、そのときの感想について伺っているので、簡易包装がいいとか悪いとかという視点になっています。一つ、環境について意見があったのが、贈り物であっても、環境のため簡易包装しておりますといったような言葉があれば気になりませんというようなご意見はあったというのは出ておりますが、多くは簡易包装を買ってどうだったかという聞き方でありますので、直接的に、環境というところがぱっと出て聞ける意見というのは出ていない状況でございます。

○石川座長 いかがでしょうか、ほかの方は。

大平委員。

○大平委員 一番左端に6割とか、4割とかという数字が出ていますが、これは贈答品の6割が過剰だということを言っているのじゃなくて、6割の方が贈答品に過剰なものがあると思っっているという意味ですよ。

○長野室長 そうですね、人数の割合でございます。

○石川座長 いかがでしょうか。

大石委員どうぞ。

○大石委員 今のご質問に関連して、消費者っていろいろな意識の人がいるので、全員がどうかというのはわからないですけども、私も、今、長野室長の説明にあったように、ごみが出ないというのは、多分消費者は環境にいいということと結びつけて出ている意見じゃないかなと思います。また、これも含めてそうなんですけれども、実際には、例えばごみが出ないとか、長く使えるということで、環境にいいんだけど、それを環境にいいことだと意識しないで使っている消費者がとて多くて、それは逆に言うと、説明と言いますか、先ほどの簡易包装なので環境にいいですよと書いてあれば、ああ環境にいいんだなという気がするんですけども、ただ単に、ごみが出ないことと環境にいいとか、長く使えることが環境にいいというのは、なかなか結びつかない消費者が多いので、そこは説明が必要なんじゃないかなというのはいつも思っております。

それから、先ほどの容器の場合、リサイクルすればいいんだという、リサイクルすることが環境にいいんだというふうにとらえる消費者はとて多くて、なぜなら、食品やなんかを買うときに、まずは中身を選択して、中身がどういうものであり、どういう味を食べたいから、それを選ぶわけであって、最初から、容器を選んでいるわけではなくて、食べ終わって、さあ、じゃ要らなくなっ

た容器をどうしようかと思ったときに、初めて容器の存在に気がつく。なので、なかなか選ぶときに、最初から意識して選ぶ消費者というのはまだまだ少ないというのは現状としてあるんじゃないかなと思うんです。だから、それも、先ほどの情報じゃないですけども、持って、幾ら先ほどの容器が軽くなっていますよって言われても比べて選ぶわけじゃないので、どれだけ容器で量を抑えているかというのは、なかなか消費者には届かない面があるので、なかなか食品というのは、表示の面が限られていて、どれだけ情報を消費者に伝えられるかというところはあるんですけども、消費者が環境配慮設計したものを選ぶためには、それなりの情報提供というのが、その食品そのもの、もしくはお店であればお店の店頭で出されるということがすごく必要なんじゃないかなというふうに思いながら聞いておりました。

以上です。

○石川座長 ありがとうございます。

鬼沢委員どうぞ。

○鬼沢委員 ちょっとご質問ですが、資料3の2つの企業の取り組みのご紹介のところ、これは、ほかのところでもいろいろな取り組みがあると思いますが、その中で3R推進計画など、ある程度のガイドラインのもとに商品設計、容器包装の設計をしているというところを取り上げてくださっているんだと思いますが、このような取り組みは、ほかの企業でもかなりあって、その中の2社の紹介なのか、ほかはまだまだそこまで至っていないのか、そのあたりをちょっと教えていただきたいと思います。

○内藤班長 ご説明いたします。

大体大手の企業さんになりますと、例えばニッスイさんとかハウスさんとか、エスビーさんとか、環境配慮設計に対する取り組みというのは、やっておられる企業さんは非常に多くなっております。ただ、明確な自社内の基準を持っているというところは、やはり相当な大手さんや、環境配慮をしている企業さんしかない。というような形で、公表されているデータの中でちょっと探しまして、はっきりとエコインデックスですとか、基準ガイドラインという形で設定している企業さんの事例というような形で、今回、ご紹介しております。

○石川座長 いかがでしょうか。

梶井委員のほうで、もし何かメーカーサイドでつけ加えることでもございましたら。特になければいいですけども。

○梶井委員 結構です。

○石川座長 いかがでしょうか、ほかに何かございますでしょうか。

二村委員どうぞ。

○二村委員 一つ難しいなと思う点がございまして、というのは消費者の人が見たときに、これはすごく簡易包装だねとか、環境に配慮した包装だねって思うことと、実態的に、客観的に、例えばLCAのようなものをやってみたときに、実態が合わないということもあります。

発泡トレイというのは、とても悪者にされがちなんですけれども、実際は、体積の割には非常に軽いとか、そういう利点もあったり、あるいは商品の保存をする上で非常に期限があったりとかっていう場合もあるんですけども、一般的には、結構、生協の組合さんなんか発泡トレイは非常に良くないということで、一生懸命ほかのものに切りかえてみたりすることもあるんですけども、果たして本当にそれがいいのかということも多々あります。

あと、卵パックなんか、紙製のモールドのものっていうのは何かすごくエコな感じがするんで

すけれども、実際にはペット樹脂のものをきちんと回収したほうがいいのかなどという場合も、それ以上にいろいろな条件があると思うんですけれども。

ですので、環境配慮設計というと、やはり何らかの客観的な指標みたいなものを一緒に表示するなり、あるいはそのことへの理解を促進していかないと、見た目何となくイメージで環境にいいみたいなものが環境配慮設計というふうになってしまって、そちらが選ばれるというのは、ちょっと本末転倒かなというふうに思ったりいたします。

○石川座長 ありがとうございます。

消費者がどう理解するかということ、それから環境配慮設計と言ったときに、典型的にはLCAとかカーボンフットプリントだと思ってしまうんですけれども、何か一定の客観的な基準で計算した結果というのは、必ずしも納得がいかない例とか、なるほどと思わない例もある。もしくは、計算したらそうかもしれないけれども、そうですかという感じであるケースも結構多いと思うんです。これは、環境配慮設計って一体何で、何を指すべきかということを考える上で、非常に大事なところじゃないかと思うんです。大石委員がご指摘いただいた話というのは、要するに伝わらない、店頭でどうやって伝えるか、その伝える内容は何なのかということですね。多分コミュニケーションなので、基本的には受け取る側の問題が大きいと思うんです。問題というか、受け取る側が何を望んでいるかがすごく伝わりやすいと聞いていて、きっとこうだと思っていることだったらちょっと言えば伝わるんだけど、自分がそう思っていないことをいわれても、なかなかすんなりとは入らないんです。一方で環境配慮設計と言ったときに、例えばLCAであるとか、カーボンフットプリントに象徴されるような、こういうアプローチのものを抜きにはできない。ここをどうするかというのは結構大事なことじゃないかなという気がします。

百瀬委員どうぞ。

○百瀬委員 環境配慮設計について、資材をできるだけ使わない軽量化とか、排出する時に分別しやすいだとかとされていますが、食品の容器包装の環境に関する機能という観点からは、容器包装によって食品ロスを防ぐというのも今後考えていくべきところじゃないかと思えます。容器自体がサステナブルであるということと、商品をより長期間品質保持することで、環境に貢献するという容器包装について検討すべきではないかということです。

なぜかと言いますと、「トレイを使わない販売」という実験をしたことがありますが、そのときに一番課題になりましたのが、発泡トレイだと熱を遮断することがあるので、商品を選ぶときに、他人が取り上げたものをまた元に戻しても、そう嫌じゃないけれども、袋包装であったり、それからラップ包装であったりした場合は、ほかの方が触ったものを置かれると、手の熱が商品を劣化させるようで不愉快である、という意見が結構出ていました。ですから、それは感覚的なものかもしれませんが、商品をどう安全で衛生的に保つかという機能は重要です。これから未来的な容器包装と言いますか、これに入れたら通常よりも賞味期間が長くなるとか、安全性が高まるとか、そういうようなことがあれば、商品の廃棄そのものが減るといってもひとつ環境配慮設計の中に考えてみるべきことかなということを感じました。

それから、味の素さんの資料で、環境負荷の低い包材の採用というのがあります。これはバイオマスプラスチックのことかと思いますが、先ほど二村委員がおっしゃったように、容器包装の素材そのものの環境負荷が少ないものであるということも環境配慮設計の中には考えるべきだと思います。それから使用後リサイクルしやすいということも入れるべきだと思います。そのように、いろいろな要素を入れるべきで、環境配慮設計の一文章の定義では不十分であり、どのような要素を入

れば従来の容器包装より環境負荷を低減させる、という目的を果たすことができるのかを検討していただきたいのです。私は、軽量化、中身の食品の品質をより長く保持するという、それから素材の環境負荷の少ないものを使うべきじゃないかということと、それから使い終わった後、何らかの再生利用し易いということを環境配慮設計の中に入れていただきたいと思います。

以上でございます。

○石川座長 ありがとうございます。

幾つか具体的なこういうことを考えるべきであるというご提案があったかと思います。

三富委員どうぞ。

○三富委員 環境配慮設計という議題があげられていますが、私どもメーカーがもの造りをする時には、製品設計というものをやるわけです。製品設計の要素としては、コストであり、安全性、それから製造のしやすさ、少ないエネルギーでつくるようにする、これらも環境設計の一つかもしれません。更に意匠があり、今お話がありましたリサイクル性、それから環境効率につながるような機能性、性能ですね。それから材料効率、スクラップを如何に少なくなるよう図面を引くか、それからグリーン調達の材料の選択等、製品設計の中に環境配慮が含まれていると思います。環境配慮設計だけで製品はつくられているわけではないということをご理解いただいていると思います。では環境配慮設計というのは、全体の中のどういう位置づけなのかと、環境配慮設計ありきで進め、ほかのところは議論されないちょっと間違った方向に行くのかなということ、まずは環境配慮設計の立ち位置、あるいは製品設計の中の占める役割、この辺をちょっと明確にしておいたほうがいいんじゃないかと思います。これはまた企業によって考え方は違うと思いますので、その辺も議論していきたいなというふうに考えます。

○石川座長 ありがとうございます。

今の三富委員からのご指摘というのも、メーカーの立場として物をつくるときに、環境配慮設計のみを目的にしているわけではない。それは当たり前と言えば当たり前だと思うんですけども、ですから、ほかのいろいろな要因、これは場合によっては、消費者は直接余り意識はしない。売られているものをいいと思ったら買うだけです。ですから、かもしれませんけれども、そここのところについての留意点をいただいたのかなというふうに思います。

ほかにいかがでしょうか。

梶井委員どうぞ。

○梶井委員 ありがとうございます。

意見というか少し感想的なことになるかも知れませんが、このアンケートを見せていただきまして、やはりいろいろな側面があるなと感じました。

一つは、この例がすべてかどうかもちろんわかりませんが、我々コンシューマーものを生産しているメーカーにとっては、容器を使うのには何らかの必要性、必然性がきつとある。それはまず一番が品質の保護であり、安全・安心であるというのを担保するということだろうと思いますし、それから、あと表示業務とかいろいろとあります。それが一つ。そのどうしても必要なんですよというのがもしあれば、それをまだ伝えられてないところもきつとあるのかなと、こんなことを少し感じております。

それから、もう一つは、我々はやっぱりコンシューマーをつくっておりますところでは、本当に食品の場合は、1円というよりも1銭とか、そういうところの戦いというのか、そういうことでやっておるわけでございますので、容器を増やすことが決してプラスにはならないというか、とにか

く減らしていきたいんだと、それはコストに対しても非常に大きなインセンティブがあると、こういうことはありますということもなかなか伝えきれてないのかなとか、そんな感じが少ししました。

もう一つ、ここで、簡易包装の話で結構アンケートをとられているようですけれども、その場合は、我々はコンシューマーのメーカーのスタンスと少しちょっと違う次元の議論も必要なのかなという気がしております、その辺もいろいろ分けて議論も必要なのかなというふうに思います。

それと、先ほど出ていますように、私たちは、環境配慮設計というのは、前もお話をさせていただきましたけれども、やはり容器包装そのもののリデュースというのはコストインセンティブもありますけれども、やはりトータルで食品がすべてお腹の中に入るといようなことを願っておりますので、そういった意味でもトータルの食品ロスも減らしてくるんだとか、輸送効率も上げるんだとか、そんなことも含めた視点もやっぱり大事にしていきたいというふうに思っていますので、それはまた別の議論かもわかりませんが、していきたいと思っております。

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。

伺っていて、コンシューマーメーカーの場合違う次元の議論が必要だということももうちょっと具体的に教えていただけると。

○梶井委員 贈答品のとかいうのが少し出てきておまして、贈答品の場合は、恐らく自分でお食べになるというよりはどなたかに差し上げられるんだらうなど、そのときの価値というところがまた少し違うとか、それから、これは別にコンシューマーでも何でも一緒でしょうけれども、食品というのはお腹にさえ入れればいいのかという部分もきっとあるのかもしれない。やはり、見た目というのは食欲というのもきっとあると思いますので、そういったあたりの議論も加味する必要があるのかもしれない。物によっていろいろあると思いますけれども、そういった観点も一つの違う要素になるのかもしれないと思います。

○石川座長 ありがとうございます。

いかがでしょうか、ほかに。

大平委員。

○大平委員 今まで環境配慮設計というときの環境影響が何かという議論がほとんど出尽くしているとは思いますが、一つ話に出なかったのは、輸送に与える環境影響で、飲料容器なんかの場合には特に薄ければいいというわけではなくて、薄ければ段詰みが制限されていますし、それから、形なんかも、段ボールに入れるときに四角ならば無駄なスペースなしに入れられますから、それも輸送効率に影響しますので、輸送の与える環境影響ということがもう一つ加えられるかなと思います。

そして、環境に影響するのは今まで出たようなものですが、どの程度環境に影響を与えるのかというのは次の問題だと思います。その環境影響の中のウエートづけをどうするのかということです。次にそれを消費者にどう伝えるのか、伝えて消費者の商品選択にどう影響を与えるのかということです。一連の問題であって、環境配慮設計というのは単に設計だけの問題じゃないということをお願いしたいと思います。

○石川座長 ありがとうございます。

大変大事なところなんだろうなというふうに思います。

それから、今お話を伺っていて、当たり前のことかもしれませんが、確認しておく必要があるかなと思うのは、ここでいろいろな議論をして、それが法律の見直しということでアウトプッ

トになるんでしょうけれども、私自身は、環境配慮設計をやるべしというのが決まったところで、それぞれの個々のメーカーに手取り足取り、あせえこうせえという話なんか絶対にあり得ないというふうに思っています。そんなことはできるはずがない。余りにも多様ですから、ある製品、ほんだしの場合はああしろなんて話は絶対にあり得ないですよ。結論としては、結局メーカーさんが、三富さんがおっしゃったように、製品を設計するときにはいろいろなことを考えておやりになっている。それは、一つはこの議論の前提なんです、消費者から見てそれは見えないんです。見えなきゃいけないかというのも議論の論点だと思うんですけども、少なくとも結果的に見えてなくて、メーカーさんがいろいろなことで努力されていて、その中に当然今も既に環境配慮設計はあるんだと思うんですけども。それについて、もうちょっと何かそれをやったほうがもっと進むような、例えば容り法ですから、ごみを減らそうというのはひとつあるわけで、環境負荷も減らしたいわけなので、そっちのメーカーさんが既にやっている環境配慮設計が無理なく進むように、自然にそちらをやりたくなるような仕組みはどういう仕組みかなという話ではないかなと私は思っています。

もしそうだとすると、一つは消費者にそれをどうやって伝えるかというのは、結果としては一つ重要なところかなと思うんです。今、メーカーさん、必ずしも全員とは言いませんけれども、十分伝わった感じが無いというのが大石委員も、鬼沢委員も指摘のところだと思うんです。もし伝わるんだったら、場合によってはもっと簡易なものを選ぶという用意があるというのが消費者サイドではないかなと思うんですけども、そうすると、一つ狭い可能性ですけども、じゃどうやって伝わるかとか、伝えたら行動は変わるのか、それでメーカーがハッピーになって、もっと減る方向に行くのかというのは一つの考え方でしょうし、もっとほかのこともあると思うんです。二村委員からお話あったようなLCAとか、カーボンフットプリントみたいな、ある種、包括的で定量的なものを伝えていったらそっちに動くかというふうな話も、それと共通するのかなと思うんですけども、いかがでしょうか。

その前に大石委員からお話あった、買うときになかなか意識しないというのは、私も実際やっていて、そう思うわけで、よほど何か意識を高く刺激してもらわないと、スーパーマーケットで物を買うときって余りもう意識レベルがすごく低くなっていて、難しいことを考えずに必要な仕事をこなしたいという状況ですよ。

メーカーさんは、多分、環境に関しては、そういうことは余り考えてられないんじゃないかなと思うんですよ。中身がこんなにいいものだとか、そこは当たり前のことですけども、特別なものだという感じで棚で目立って手が伸びるようにするということはお考えだと思うんですけども、それを社会課題を解決する方向に何とかちょっとでも向けていただければいいのかなというのが私の個人的な感想なんですけれども。

梶井委員。

○梶井委員 メーカーを代表してですけども、先ほども申し上げましたように、これが必然性についても伝えきれてない。ですから、これは要らないんじゃないと言われるのに対してそうじゃありませんと、これはこのために必要なんですということは伝えられていませんし、逆に、これを一生懸命ここまでやっていますというのも両方はやっぱり伝えきれてないんだというのが少しずつあります。でも、それにもまだ、ほかにも制約があって伝えられていないとか、いろいろ難しさもあるのかなと思っておりますけれども、その辺はまたいろいろな方と議論をさせていただければというふうに思っております。

○石川座長 ありがとうございます。

大平委員どうぞ。

○大平委員 企業は環境配慮設計を進めるときの主なインセンティブの一つとしてあるのは、企業イメージというものだと思うんです。環境配慮設計を進めても、必ずしも消費者の商品選択に結びつかないというのが現状だと思うんですが、そうであっても、私はこんなすばらしいプランを持って環境にいいことを進めていますということによって、その企業のイメージが上がる。で、信頼性が増す。じゃあの会社の製品はいいものに違いないというので選ぼうということの効果もねらった環境配慮設計の進め方というものもあると思うんです。

○石川座長 鬼沢委員どうぞ。

○鬼沢委員 先ほど大石さんがおっしゃったように、消費者が商品を購入するときに、この容器が環境配慮設計だから選ぶということはまずほとんどなくて、欲しい商品が環境配慮設計されていれば非常にうれしいし、飲んで、食べて、終わって、すぐにリサイクルしやすいとか、分別しやすいとか、ラベルがはがしやすいというのは、ああいいになって、やっぱり思うところなんです。じゃ環境配慮設計をどこで意識するかというと、この商品すべてにコミュニケーションは無理であって、じゃ何が一番いいかなというと、小売店と一緒にした表示です。小売店がポップ等で、こういう部分で環境配慮設計をしているものですかの表示です。例えば、今、大石さんがおっしゃったように、企業イメージがすごく上がったというのは、サントリーのウーロン茶の再生ペットは消費者から見て非常に企業イメージも上がりましたし、すごくいいなと単純にそう思うんです。ですから、どういうところで、何をPRするかによって、それはばらばらでいいと思うんです。例えば輸送コストがすごく削減されましたという広報をするのか、あるいは非常にリサイクルしやすい素材でできていますとか、あるいはラベルが非常にはがしやすいですとか、こんなに大きく取り上げられなくても、例えばヨーグルトのカップでも、外側の紙ラベルは非常にはがしやすいものも最近ありますし、それに比べると、このメーカーのこの商品は本当にはがしにくいよなって思っている消費者もやはりいるわけです。だから、環境配慮設計を全部統一ですするというのは非常に難しいと思いますが、消費者の側から見たら、こういうものが環境配慮設計として考えられるとか、すごく使いたい商品であるということも大切なんじゃないかと、今一番問題なのは、それが消費者に伝わっていないことだと思いますので、実は製造がしやすいとか、コストが抑えられるというのは企業にとっては大切なことなんですけど、それはでも消費者の側からすると、余りすぐびんと来るようなものではないんです。やはりリサイクルしやすいか、どういう素材でできているかとか、そういうことを重視するので、その辺を統一することは無理なんですけれども、じゃどうやったら環境配慮設計というものが今の社会でもっと認知度が上がって、商品を選ぶ選択につながるかもしれないところを検討していくことが大切なんじゃないかなと思います。

○石川座長 どうもありがとうございました。

三富委員どうぞ。

○三富委員 今の、鬼沢委員のご意見、私も全く同感でございまして、その一つの例として、例えばここにある紙のコップにしても、丸い形をしています。上と下は、1枚の紙から丸くぶち抜くわけです。そうするとごみが出るわけです、これがスクラップです。これも飲み終われば、ごみになるわけですがけれども、消費者の目に見えないところでもごみが出ているわけで、我々は製造をする場合にそこをいかに少なくするよう取り組んでいますけど、そこまで消費者に伝えるというのは、ほとんど不可能かなと思いますので、やはりある程度限定された、わかりやすい内容で伝えていくべ

きと思います。

○石川座長 ありがとうございます。

先ほどから、コミュニケーションのところを議論しているんですけども、多分いろいろなやり方があるんだと思うんですが、これまで容り法をつくったときも、前回の見直しするときも、程度の差はあれども、やっぱりコミュニケーションのことは議論はしてきたというふうに思うんです。でもなかなか解決ができない。それを一つの原因は、やっぱりメーカーさんとか流通さんに、単独でやってくださいと、私たちはわからないのですというふうに消費者代表として言ってみても、事業者側は余りやる気がしないというんですか、効果が上がる方法を思いつかないから限界があったというふうな気もちちょっと私はするんです。いつまでもそれでいいのかなという思いもちっとありまして、コミュニケーションの問題って何が引っかかっているかというのは当事者でないとわからないところもありますので、例えばこういう場で、いつまでもこの議論はできませんけれども、関係者が集まった場で、行政なんかも含めてですよ。どうすればいいのかという方向で何か議論をするとか、できればプロジェクトまで行けばいいと思うんですけども、そういうことをやると何か動くんじゃないかなと。

今、鬼沢委員からもお話ありましたとおり、一般的な、これはこうであるというような、考えても恐らく何も出てこない。むしろ、こういう事例ができたということのほうがおそらく価値はあるんじゃないかと思しますので、連携して何かをやっていくようなことができるか何か動くかもしれないという印象を私は持ちました。

大平委員どうぞ。

○大平委員 今の先生の話に関連して、OECDのガイダンスマニュアルの中でおもしろいことを言っていますのでご紹介したいと思うんですが、消費者というのは、商品を選択する絶対的な力を持っている。したがって、容器であれ、中身であれ、メーカーは提案はできるけれども、それを選んで決定するのは消費者であるということを言っています。にもかかわらず、現状、消費者というのは、いろいろな情報を与えても理解できなかったり、意識が低かったりして、環境面からいい商品を選ぶということができない状態にある、世界中でそうだと。そこで、OECDは、ガイダンスマニュアルで何を提案しているかという、政府が、コンシューマーコミュニケーションを指導して、関係主体の連携を組ませて、リードしていくべきであるということを言っていると思います。

○石川座長 ありがとうございます。

原田委員どうぞ。

○原田委員 ちょっと、話が感想というか、お願いという形になると思いますけれども、製品を購入しまして、消費して、ごみとして排出されて、その排出されたごみを衛生的に適正に処理するというのは、私たち自治体の大きな役割になっておりますが、排出される段階で分別等についてのお願いを市民の方々にするのはできるんですが、商品そのものについて、もしくは商品を選択するという点においては、私どものほうではなかなか手を出しにくいものになってございます。そういう意味では、私たち自治体といたしましても、ごみの減量とか、リサイクルという取り組みの中では、今回の検討されている内容については、重要な要素になってくるかなというふうに考えております。

以上です。

○石川座長 どうもありがとうございます。

もともと、環境配慮設計をテーマに議論しましょうという話ですので、さまざまな話題が出て、結論が出るとは冒頭思っていないということを申し上げましたけれども、具体的に、例えばこういう

ことを配慮すべきであるというのは百瀬委員からも出ましたし、一方で、一つに決めてやるんじゃないで、いろいろなことをメーカーさんなり、流通さんなりが、消費者に向かってアピールするようなアプローチがいいんじゃないかなというふうなことは鬼沢委員からもお話しいただきました。メーカーの中で、環境配慮設計というのは一つの要素であるということは、三富委員からもお話ありましたし、全くそのとおりだと思います。

そういう意味では、幾つか環境配慮設計について考えていくような視点というのは、大分いろいろ出てきたんじゃないかなというふうな感じはします。この場で、議論をまとめて、じゃこれで行くんだというところまでは行っていませんけれども、一応環境配慮設計については、ご意見をいただいたかなと思いますが、いかがでしょうか。言い忘れ、まだ意見があるんだという方は、亀井委員どうぞ。

○亀井委員 一消費者の視点で述べさせていただきますと、やっぱり消費者の選択というのが非常に重要じゃないかなと思っております。実は、私、こちらで単身赴任をして1年ほどになるんですけども、極力自炊しようということをやっておるんですけども、やっぱり食品を無駄にしたらいかんということを非常に意識しております。ここに紹介がありましたように、味の素のほんだしの60グラム2袋に変更の例がありますけれども、むしろ、東京には4グラムでたくさん入っておるものがあって、やっぱり一人分をつくる場合は、この方が助かります。納豆を買うときには、からしとか、だしとかついてなくてよくて、ちょっとでも安い方がよい。そういったものは、どうせからの別のチューブとか、ほかの調味料を入れればいいので、それで済むとか。ヨーグルトを買うときは、砂糖なんかついてなくて、そこそこ安ければそっちを選択します。一人一人の消費者の選択が、企業の環境配慮設計なり、食品をいかに長持ちさせるかといったようなところにつながるんじゃないかなと思います。一人一人の消費者の考えなり、何を優先するかというのが非常に重要なポイントであって、それをいかに国として啓発していくとか、そういったところを進めていくというのが一つのポイントだと思います。

○石川座長 ありがとうございます。

大石委員。

○大石委員 まさしく今のお話に通じると思うんですけども、やはり環境配慮設計と言っても、時代によってとか、ライフスタイルによってすごく変わっていて、例えば、昔であれば一つ一つ個包装するのは容器がふえるだけであって、とても無駄であるというふうに言われていた時代があったんですけども、これだけ単身世帯とか単身世帯がふえて、1回に食べる量などが減ってくると、逆に食品ロスのことなどを考えると、個包装であることのほうが必要になってくるようなものもあるので、これは本当にずっとその人その人のライフスタイルにもよると思うんですけども、時代背景みたいなものも、環境配慮設計ということを考えてときは必要なんじゃないかなというのをちょっと思いました。

○石川座長 ありがとうございます。

渡邊委員どうぞ。

○渡邊委員 冒頭の消費者の意識調査の中で、ファーストフードのテイクアウトのときの包装についてという数値が出てまいりました。23.8%が過剰だというふうにおっしゃっているという一方で、ストローや割り箸について個別に包装してあることについて23.4%の人が過剰と、逆に言うと75%はストローなんかは個別に包装してあるものだと思っているというふうにも思われるんです。つまようじなんかも今は個別に包装してあって、これ時代はどんどんどんどんある種の人たちが超衛生的

なものの嗜好というのを強めているわけです。やむを得ずこういう方向になってきていると思います。参加の皆さんが先ほどからずっとおっしゃっているように、消費者が何をどこまで求めるか、環境について何をどこまで求めるかと同じように、安全について何をどこまで求めるか、衛生について何をどこまで求めるか、それによって我々の対応はどんどんどんどん変わってまいりますので、いかに消費者ときちんとコミュニケーションをして、正しい情報を与えて判断をさせていただくというのが課題であります。

○石川座長 どうもありがとうございました。

ここまで、ある種あいまいなことを議論していたわけですがけれども、一つ集約されてきたかなというの、最後の3人ぐらいの方のご発言は、かなり集約されたものかなというふうに思います。環境配慮設計が一体何たるものであるかということをはっきりと定義するという方向ではなくて、環境配慮設計というとメーカーがやる話なんですけれども、実はこれは消費者の問題であって、消費者とのコミュニケーションの問題なんだというふうに私は理解しました。環境配慮設計そのものの中身は、恐らくメーカーさんはそれぞれのフィールドでノウハウだとか技術、既に私はお持ちだというふうに思うんです。採用するだけでも行けるような話は、多分たくさんあって、それが消費者とのコミュニケーションで採用されるべきものが採用されていくなればいいのかと思います。

とりあえず、この話題はこのぐらいにさせていただきたいと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは、続きまして資料5ですか、説明をお願いします。

○長野室長 資料5ということで、食品容器包装の環境配慮設計の推進に係るコンソーシアムのイメージということで、今皆さんからもご意見をいただいているところではありますが、これまでいただいたご意見でも、環境配慮設計でいろいろな主体がかかわってこれを関係主体間で認識をまず共有するとともに、それぞれの創意工夫で協働して課題を解決するようなコンソーシアムというのを創設するというはどうかということで、ちょっと事務局のほうで一案のイメージを作成いたしております。

具体的なイメージというのは、これからというふうには考えておりますが、イメージといたしまして、食品の容器包装に係る主体間の認識共有ということ、それぞれ主体間でいろいろとまだ、特に消費者へのコミュニケーションが大事だという話も今ありましたけれども、そういうものも含めて認識共有を図るとともに、皆さんのいろいろなノウハウとか、アイデアを持ち寄って、食品の容器包装の環境配慮設計に係る課題を協働して解決するような場を設けて、そういうことで食品業界の環境配慮設計の推進というものを図ってはどうかということでございます。

具体的に、どういうものを目指していくのかというような目指すべき環境配慮設計でありましたり、どういうものをターゲットで商品をしてやっていくのかということ、それに関する問題の把握・分析・整理、これをさらに進めることができましたならば、モデル的な商品をみんなで開発をするとか、その流通の輸送ということもございましたけれども、流通経路における問題点というものも検討に値するだろうと考えておりますし、今いろいろご意見いただきましたが、消費者の購買行動・排出行動・意識の確認というのもこの中で確認ができ得るのではないかとということで、ちょっとイメージ図ということで下に食品の製造事業者さん、小売事業者さん、あと消費者さん、学識経験者、容器包装の製造事業者ということで、こういう場を考えはどうかということをご提案させていただいております。それによって、関係者が協働して、環境配慮設計というのが具体的に進んでいくのではないかと。また主体間の認識共有とか連携も強化されていくのではないかと。それから、それによってさらに新たな知見であったり、イノベーションという可能性があるのではないかと。消

費者さんがこれに参加をしていくということで、参加意識が向上したり、さらに容器包装による商品選択ということが推進されていくのではないかと。また、中身ロスという話もございましたので、中身ロス削減にも貢献する容器というものが開発できないかということで、これは一案ということで提案をさせていただいております。

○石川座長 ありがとうございます。

事務局からコンソーシアムというイメージということで、一つの先ほどからの議論の中の延長線かなというふうに思いますけれども、ご提案がありました。この資料については、本日、平尾委員がご欠席ということで、あらかじめお示ししてご意見が届いているということですので、それを紹介させていただきます。

お願いします。

○長野室長 平尾先生からメールでご意見をいただいております、このコンソーシアムに関しまして、関係主体間の認識共有ということですが、自治体であったり、再商品化事業者さん、またそれ以降の主体というのが、イメージ図の中に入っていないと。この恒常的なメンバーとして入れるというのは難しいのかもしれませんが、問題把握といった場面で、自治体や再商品化事業者を必要に応じて招請したり、ヒアリングもできるようなことに言及しておいてはいかがでしょうかというご意見をいただいております。

○石川座長 どうもありがとうございました。

この資料については、ご説明は以上なんですけれども、ご意見はいかがでしょうか。これ一つの案ですので、大平委員どうぞ。

○大平委員 質問でよろしいですか。

○石川座長 はい。

○大平委員 ターゲットとする商品カテゴリーの選択とか、モデル商品って、どういう意味なんですか。何か特定の数少ない商品を使ってテストしてみると、こういう趣旨ですか。

○長野室長 もし何か、そういう具体的なものができてくれば、さらに成果が上がっていくのではないかとということで、こういうところを入れてみております。

○石川座長 よろしいですか。

ほかに質問、またご意見ございましたらいただきたいと思います。いかがでしょうか。

本田委員どうぞ。

○本田委員 我々、リサイクルの立場でも環境配慮設計において、リサイクルのしやすさという視点から、いろいろ提案できればと思っております、例えば、今現状はPPとPEとPSの発泡系はリサイクルしているんですが、PET樹脂や硬質PSは残渣となっております。今後、こういったものもリサイクルしていく中で、例えばポリカーボネートとかほかの異樹脂を採用するときにはちょっとこれは難しいであるとか、例えば製品の高度化が進み、バイオプラとか、いろいろな新しい革新的な技術がどんどん出てくるかと思うんですが、その場合、リサイクルシステムにどう織り込んでいくかという、そういう視点も必要ではないかと思っておりますので、平尾先生のご意見のように、関係主体に加えていただければ幸いです。

以上です。

○石川座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか、ご意見ございましたら。

百瀬委員どうぞ。

○百瀬委員 平尾先生の意見に近いのですが、使い終わった容器包装をどうするかということが今までのリサイクルに関する法律の議論の中心だったのですが、容器包装を再生資源として利活用するためには、そもそもどんな容器を使えばいいのかというところが今回のコンソーシアムの目的だと思うんです。そして、どんな容器包装を使った製品にするのか、それを消費者が受け入れるのか、もしくは買ってくれるのか。もちろん、小売業はそれを売ることと、それから消費者が使い終わった容器包装をどのルートでリサイクル回収するのかということも必要です。ぜひ、平尾先生がおっしゃったように、誰が集めて、運んで、再生利用事業者を持って行って、再生利用事業者はどのような形で再製品化していくのかという容器包装のバリューチェーンとリサイクルループも含めた環境配慮設計を構築すべきだと考えます。

また現在、小売業では使用済み容器包装の店頭回収をやっています。店頭回収しているものは、回収した後、再生利用事業者へ渡すルートがあるものだけ回収しています。だから、その辺も含めて、ぜひ動脈の部分だけではなく静脈の部分もきちんと網羅したような環境配慮設計ということを検討できればと思います。

以上です。

○石川座長 三富委員どうぞ。

○三富委員 本コンソーシアムの概要の中に、ターゲットとして商品カテゴリーの選択とかモデル商品の開発がございます。一つの実証実験的なものかなと思いますが、最終的な効果というところに移るときに、何を以てして評価をするのかということ、つまり評価軸。あるいは客観的な評価など、非常に多くのバロメーターがあると思うんですけれども、ここをきちんと決めておかないと、後々の効果把握でばらばらな見方をしてしまうとまとまりませんので、評価軸をぜひきちんと決めて、その上で進められないかなと思います。

○石川座長 ありがとうございます。

梶井委員どうぞ。

○梶井委員 まだ、イメージということから、どんなものになるのかと想像してお話しするしかないと思いますけれども、先ほどの前の議論で出ていましたように、やっぱりコミュニケーションの問題です。そこら辺に踏み込めるお話、非常におもしろそうだなという感じがします。それで、私も、前もプレゼンテーションさせていただきましたけれども、いろいろな関係者の方々と知恵を出し合って、よりよい方向に持ってきたんだと、最初に述べさせていただきまして、こういうことを申し上げていまして、まさにそういう形に近づく一歩になればというふうにも考えております。

その中で、当然ながら、容器の大切なことをしっかり抑えた上で、それから広い意味の環境配慮というのも大事、その辺も入れた上でになりますけれども、ひとつ内部でそうだなと思った事例がありまして、有名な話なんですけれども、パンの食パンとかが入っている容器で、留め具があつて、上が広いものがあります。あれは正直パンだけを包むものにしたら要らないでしょうけれども、全部一度に食べないので、また入れるときに留め具が使われているんじゃないかとか、そうなんだろうなということで、それであれに対しての見直しみたいなことも実際に行っておられますけれども、パンメーカーさんは、でも、自分たちだけでやると非常に怖いんです。お客さんがどういふふうに使っているかわからないんです。こんなお話がメーカーさんから聞きまして、ですから、消費者の方々とその辺も何かコミュニケーションを深めて、ああそれだったら要らないねとか、いやこれは絶対必要だとか、そういう議論ができて一歩踏み出せるとか、そういう場になれば非常にいいのかなと、我々も目指しているところの一歩かなというふう感じております。

○石川座長 ありがとうございます。

三富委員からお話があったのは、評価の軸ということは、例えば環境配慮設計とは何であるかを厳密に定義するという話につながっていくのかなというふうに思うんですが、そういうふうに定義をして、例えばライフサイクルでのCO₂であるとか、もっとライフサイクルの環境負荷であるとか、そういうふうに定義してからコンソーシアムを立ち上げるというのは一つの考え方ですし、一方で、今、梶井委員からご指摘いただいたのは、むしろコミュニケーションが今ボトルネックになっているという議論がありますから、それがどうやったら伝わるか。これは、情報の種類によっても違うかもしれませんが、やってみないとわからないですから、そこに焦点を当てるとのお話だと、これはまたちょっと違いますよね。非常に極論をすると、伝える情報内容は悪くはないという程度のものであればよいという話ですよ。ベストのものを決めてからそれをやるということではなくて、別に間違いじゃないよという程度のものでいいから、それを伝えてみて、消費者がどう受けとめるか、動くのかというところに焦点を当てると。これ多分2つの考え方かなというふうに思いました。

いかがでしょうか、ほかに、ご意見のある方。

前の段階で、ここの参加されるステークホルダーというのは参加者の範囲ということで、平尾先生からのご意見をいただいたところからご意見が出ましたけれども、これは多分こういう形で、例えば収集とか、再資源化をやっている方が、この図の中にいないという理由は、恐らく再資源化の手法とかが複数あるので、それを決めないといけなくなっちゃうというのがちょっとあれかなと。どれが今一番よいかというのは特に決めてないんですよ。あえて言えば優先順位はありますから、燃やしてエネルギー回収というのは余り好まれていないというのはいいんですけども、リサイクルも何種類もあって、ものによって、こういうのがいいとか、こっちの手法だと困るけれどもこっちの手法だったら構わないというふうな話にどうしてもなってしまうのがちょっと避けられないので、ある種、利害関係者になってしまうというのが気になる。何をやるかはっきりしない段階ではメンバーとして書きにくいということだと思います。そういう意味では、議論していく中でこういうことをやりましょうというふうな話が、大平委員からご質問あったように、具体的なものももし決まってやっていくのであれば、当然そこではどういうことが問題になっているかということがはっきりしてくるわけですから、そのときに必要な再資源化の事業をやられている方とか、それから収集をやっている方とかが参加するというんですか、ヒアリングの対象かもしれませんし、特別なオブザーバーとして来ていただくというような形かもしれませんけれども、そういうことなのかなというふうに私は理解しているんですが、いかがでしょうか。

菅谷委員どうぞ。

○菅谷委員 地方自治体として、今、このお話を聞いていて、やはり、この段階でその中に入るのはちょっと難しいかなという感じが正直してしまっています。ただ、これが本当に話が進んできて、収集運搬を担っている、一応官が担っている自治体のほうで何か影響があるかもしれないし、そこら辺の話でかわりがあるのかなというふうには、ちょっと今思っているところであります。

○石川座長 ありがとうございます。

いかがでしょうか、ほかにご意見は。

何かこんなふうにしたらもっとおもしろいとか、そういうことが出てくるともっといいんですけども。

長野室長。

○長野室長 この検討内容でばつと書いてありますけれども、まさに一例ということでございまして、むしろ皆様方の、これをやっていただけそうな方々に、ここの中身も含めて一気にできるのかというような話もあるでしょうし、そのあたりもぜひご検討いただければと思っております。

○谷村課長 バイオマス循環資源課長でございますけれども。

私の場合、バイオマス循環資源と全部見ている感じだと、食品企業が環境、資源循環とどうつき合うかというときに、容器というのが我々食品というところもあって、その貢献、資源循環にどう貢献していくかというときに、容器という視点からどう貢献し得るのかということであろうと思うんです。だから、環境配慮と言っても、すべての食品の容器包装で、例えば環境のほうへの配慮とすることができるのか、極端に言えばあるかと思えますし、その配慮のやり方というのもいろいろ違いがあるだろうと思うんです。

ここで、いろいろ書きましたけれども、今お聞きすると、まさに資源循環の貢献の中で容器を工夫することによって食品のロスにも貢献できる業界もあるでしょうし、そういうところがありますので、我々としては、逆に先ほど大平委員からありましたように、ただそういうのを容器包装の環境配慮と、すべて容器包装が環境に配慮できるかのようになるかも、環境配慮の仕方も一辺倒になるんじゃないかということにならないように、こういう場を提供できるのは逆に政府の役割かなど、何か商品とか、そういうところまで行けば、先ほど石川先生からお話あったように、もうそういうようなところである程度消費者で、この業界は環境にこういう配慮の仕方ができるということなんだなということがうまく伝われば、商品化に技術を持っていくことになるかもしれないなのを言っていましたけれども、その手前のところで、もしまだ難しいということが今聞いているとあるのであれば、ひとつ我々としては、検討というか、そういう、変な話ですけれども、場をひとつご提供するというイメージでまずちょっとこのコンソーシアムというのはどうだろうか。もちろん、いろいろその中から具体的な動きがさらに出てくるということであれば、非常に望ましいことだとは思っておりますけれども、今回、コンソーシアムでひとつご提案させていただいたのは、まずはそういう場を提供して、食品企業が資源循環型社会を形成するには、どういう貢献がし得るか、容器包装としてどういう貢献ができるかと、それは容器包装を通じてのただ食品のほうに貢献できるのかとか、そういうところをまず認識を共有する場を提供したいというようなイメージでこれを提案させていただいたということを、ちょっとまずご理解いただければなというふうに思います。

○石川座長 どうもありがとうございます。

背景、提案した事務局サイド、農林水産省サイドとしての思いをご説明させていただきました。

これについて、二村委員どうぞ。

○二村委員 それについてということではないんですが、進め方というか、関係者というところで、農林水産省からのご提案なんですけれども、例えばエコマークの中にも、ちょっと数は少ないんですけども、食品の中でのエコマークというのが特に主にやっぱり容器包装にかかわって、例えば詰め替えのものですとか、コーヒーの詰め替えとかのことなんです、御飯のレンジでチンするパックの御飯なんかも、今は詰め替え容器で包材量の少ないようなものとか、そういうもので認定をされていたりとかしますので、何かの形で連携を取るとか、情報の交換なんかをしていただくとか、あるいは、場合によっては、同期をとって整合をとるようなこととかをぜひ考えていただければなと思います。ちょっときょう平尾先生がいらっしゃると、平尾先生がエコマークのほうで委員とかされているので、多分またご発言もあるかと思うんですけども、一応ちょっとその点をご配慮いただければと思いました。

○石川座長 ありがとうございます。

ほかにいかかでしょうか。

大石委員。

○大石委員 ありがとうございます。

私も、実は先ほどの平尾先生の意見ではないんですが、これをぱっと見たときに、あれ何で自治体が入ってないんだろかなというのを、とてもちよっと違和感がありまして。と言いますのは、確かに今リサイクルのルートの中で、回収する役割を自治体がするというふうに考えれば、まだ入るべきではないという意見もあるのかもしれないですけども、実際は消費者からのいろいろな意見とか、回収においてのいろいろな困ったことなんていう情報を持っているのは、逆に自治体のほうが多くて、また逆に消費者行政推進法なんかでもできまして、自治体の中で、いろいろな市民の方たちにそういう情報提供していくというものもあるので、ただ回収する立場としての自治体ということではなくて、ここには自治体の方も私は入っていただくほうがいいのかなと思って、この図をちょっと見ておりました。

以上です。

○石川座長 ありがとうございます。

いろいろな意見をいただきまして、この限定案、この図にあるものだけじゃなくて、もっと広げたほうがいいかもしれないというご意見もありましたし、一方で自治体としては、この図の段階だとちょっと入りづらいというご意見もいただきました。多分、これ自体最初のご提案で、谷村課長からもご説明ありましたが、決め打ちでこれをこうやるつもりでという提案では全くない。相当思いつきというとあれですけども、こういうことから何かができることを期待しているという種類のものですので、これからまた皆さんにお考えいただいて、こういうことをやるのは反対という意見とか、無駄だという意見はなかったと思いますので、こういうものをつくって進めていく方向でやらせていただければというふうに思います。きょういただいた意見かなり幅が広いご意見をいただいていますので、またこれ皆さんとの議論の中で詰めていって、実のあるものができればなというふうに思っています。

この点、これでよろしいでしょうか。

ありがとうございます。

それでは、資料6のポリエチレンテレフタレート、ペット容器に関する区分の見直しの点がありますので、これ長野室長にお願いいたします。

○長野室長 また、ちょっと案件が変わって恐縮ですけども、ポリエチレンテレフタレート、PET、いわゆるPET製の容器、PETというマークをつけられるものというのは、施行規則のほうで容器包装区分の中で決まっております、既に指定されているものというのは飲料とか、酒類、しょうゆ、しょうゆ加工品、みりん風調味料、食酢、調味酢、ドレッシングタイプの調味料ということで限定はされております。これらは、既にそれを充填されたペットボトルというのが広く流通しているということでありましたり、またそのペットボトルが、特に色の面ですけども、再生利用に適しているということ、またこのペットボトルについて、油を含まず、簡単な洗浄で内容物が洗い出され、残存物や残香というのがほとんど残らないということでリサイクルにきちんと回るといことで、そういうものについては、リサイクルの目印のマークとして「PET」というのをつけてもいいということをやっております。

近年、料理酒、昔、緑色の料理酒のPETだった気がするんですけども、最近、透明になって

きているということでございまして、これにつきまして、今のところ大体2,600トンほど流通しているということでございまして、これは広く流通していると言えるのではないかとということと、透明になったということで、ほかのPETとあわせて再生利用もでき得るのではないかと、油も含まれませんし、残香というのも簡単な洗浄でできるということでございますので、これにつきまして、さらにPETとしての収集量をふやすという意味からも、PET区分容器に追加をするということをお願いしたいというふうに考えております。

以上です。

○石川座長 どうもありがとうございます。

今、酒精発酵調味料というカテゴリーでPETを広げようというご提案でしたけれども、ご質問とか、ご意見ございましたらいただきたいと思えます。

大平委員どうぞ。

○大平委員 ちょっとイメージがわからないんですが、どんなもんですか、この酒精発酵……

○長野室長 料理酒です。

○大平委員 みりんですか。

○長野室長 料理酒です。

○石川座長 料理に使う日本酒ですか。

○長野室長 そうです。

○大平委員 日本酒だから発酵している。

○長野室長 そうですね、発酵していて、ただ塩が加わっているので酒類にはならないということで、酒類のところでは読めないそうなんです。

○大平委員 そうですか。

○長野室長 それで、あとクッキングワインみたいなものも最近は出ているということでございます。

○石川座長 いかがでしょうか、ほかに。

三富委員どうぞ。

○三富委員 再資源化できるPETが増えるということで、これは喜ばしいことだと思います。この件に関しては、わかりました。

現在、PETを使った容器のバリエーションが先ほど出ましたように増えていますが、今現在、次に区分に入れようといったようなもので、検討している内容、区分というんですか、その辺はあるのでしょうか。

○内藤班長 調味料の世界というのは、非常に品物が多様化してまして、今後、大きなある程度商品カテゴリーになって、このPET樹脂量の同じぐらいのレベルになれば、そのときはまた再度検討したいというふうに考えております。

○三富委員 わかりました。ありがとうございます。

○石川座長 いかがでしょうか、ほかにご質問、ご意見ございましたら。

よろしいですか。

それでは、お認めいただいたということにしたいと思います。

これで、議事としては最後になるんですが、今後のこの懇談会の議事の進め方、それから重要なことは取りまとめの方法、これをどういうふうにアウトプットしていくかということが大事ななと思えますので、その点について長野室長からちょっとご説明お願いいたします。

○長野室長 我々ターゲットとしております合同会合のほうの見通しということで、今後、この懇談会は、食品の容器包装に特化したしまして、その中での共通認識の醸成とか、課題整理というのをやっておりますけれども、初回から、委員の皆様方からもご意見をちょうだいしておりますように、懇談会の議論を合同会合の議論にきちんと反映させていくということが大事だというふうに考えております。合同会合の個別の論点ごとの本格的な議論というのが来週の4月30日から始まるということは伺っております。リデュース、リユースからやっていくということは伺っているんですけども、今後、次の合同会合がいつで、どれぐらいのペースでやって、いつぐらいに取りまとめていくかということは、まだちょっと現時点では明確ではないということで、当方の懇談会の議論の取りまとめ時期もなかなか難しいという状況でございます。

○石川座長 今、説明いただきましたけれども、合同会合の側が、次回は既に決まっているんですけども、その先、中期、長期がちょっと見えないというのが正直なところです。一方で、この懇談会でやっているのは議論を尽くすことができるということ、それを目標にこの懇談会をやっているわけですけども、議論するだけではなくて、それを合同会合に有益にインプットすることがなければ、せっかくやっていることが意味がなくなります。そういう意味で、できればスケジュールが見えていれば、こちらじゃこういうふうになればいいというのが言えるんですけども、ご説明いただいたとおりによくわからないという状況ですので、ここで普通はやらないのかもしれませんが、取りまとめというのを最終的にそこまでにこういうふうにして取りまとめをして、場合によってはパブリックコメントするというふうなことではなくて、適宜一定の議論、ある論点を、きょうやらせていただいたとおりに、皆さん合意の上で論点を決めて、議論を深めて、ある程度まとまったら、その段階で一応そこまでを取りまとめて、合同会合に向かってインプットするという形で進めたらどうかというふうに思うんですが、いかがでしょうか。そういうやり方について、ご意見ございますでしょうか。

これは、これまでのやり方とはちょっと違うんですけども、ちょっと中長期的なスケジュールがよく見えないので、一定のところまで議論を詰めたなら、それをすぐにインプットしちゃうという趣旨なんですけれども、具体的にどういうふうにインプットするかというのは、これは事務局が3省でお話いただいたり、それから場合によっては、この中のメンバーも合同会合に出席している方が多数おられますので、その中で、そういう立場として言っていただくという手も一つはあるかなと思いますし、一方で何か資料として提出すると、ここまでの取りまとめという形で出しちゃうというのものもあるかもしれません。そういうことも含めて、そういうやり方についてご意見ございますでしょうか。

大平委員どうぞ。

○大平委員 幾つかの方法を、今、先生がおっしゃった中で、資料として出すのが一番よさそうに思います。そこで委員が発言しても時間が限られているし、なかなかうまく説明できない場ですね。したがって、資料として出す、これが一番いいんじゃないかと思います。

○石川座長 ということは、資料として出すということであれば、前提として、中間的に途中で何回かに分けてこことしての取りまとめをしていく、その取りまとめの文章は一度事務局で取りまとめたものを皆さんに見ていただいて、これでよしという手続をしなきゃいけないと思いますので、何度か取りまとめという作業を複数回やらせていただくということはよろしいでしょうか。

(「はい」の声あり)

○石川座長 じゃありがとうございます。

それでは、皆さん合意していただいたというふうに思います。それでは、その方向で検討させていただきます。

それから、次回の懇談会の議題なんですけれども、実は4月30日に合同会合で2Rの話をするんだと思うんですけれども、その後どうなるのかというのが、また決まってないというんですか、よく見えてないというところもございますので、ちょっと申しわけございませんが、状況を見て、皆様にご提案をさせていただくという形になるかと思えます。

それでは、事務局から何か連絡事項ございましたら。

○長野室長 次回の懇談会ですけれども、先生方に、今日程のご調整をいただいているということでごさいますして、石川座長の日程も踏まえて、また調整をした上で、決まり次第先生方にご連絡をしたいと考えております。

本日は、ご多忙のところ長時間にわたりありがとうございました。

午後 4時30分 閉会