

リサイクルでつなくサステナブルな未来

容協 ニュース

93
MAY 2023

日常も非日常も、キーワードは

「エシカル消費」

Index

- 1 PICKUP 日常も非日常も、キーワードは「エシカル消費」
- 5 インタビュー SDGsアクション **特別編**
- 石坂産業株式会社「ZERO WASTE DESIGN」ビジョン
- 7 容リSTUDIES 企画広報部(コールセンター担当) 榎引 佐知子
- 9 容リSTATION 協会の主な取り組み内容をご紹介します
- 11 ecoワードパスル



PICK UP

日常も非日常も、キー

環境や人、地域、社会の課題に対して、消費行動を通じて生活者一人毎日の食料品や普段づかいする日用品の購入はもちろん、電化製品

県民、民間企業、行政が連携! 『ONE FOR OCEAN』プロジェクト



山口県

海洋プラスチックごみを買い物かごに! 身近な環境問題提起でエシカル消費へ



食品トレーメーカー・(株)エフビコと「海のジブンゴト化サポーターズ」(右ページ参照)が協力し、生徒が考案したごみ削減を促す標語を印刷した食品トレーを製作。啓発の一端を担いました。



再生された買い物かごは、素材の色を活かし色ムラがあることも特徴。「海洋プラごみからできていると実感できることが大切。『海色の買い物かご』として好評です」(中原氏)。

鳴き砂として名高い美しい砂浜を持つ山口県。その海岸を起点に、県民、民間企業、行政が連携して進められている活動が『ONE FOR OCEAN』プロジェクトです。海岸清掃で集めた海洋プラスチックごみを買い物かごに再生し、県内のスーパーに導入。身近な買い物かごをシンボルとした環境活動で、県民の環境意識の啓発に役買っています。

海流の影響から、実は山口県は全国的にも海岸漂着物が多く、もともと清掃活動も盛んです。しかし、「ごみ自体を出さない取り組みが広がらないと解決には至らない」と、エシカル消費と循環を定着させる活動に取り組んでいます。『ONE FOR OCEAN』は県が主導し、環境省のローカル・ブルー・オーシャン・ビジョン推進事業に選定され、2021年に始まりました。注目点は、行政からの資金ではなく民間資金により取り組まれていること。民間ボランティアが海岸清掃で集めたプラごみを、テラサイクルジャパン(同)が買い物かごに再生。それを県内で食品スーパーを運営する(株)丸久が買い取るというように、3者それぞれが役割を果たすことで成り立っています。

「手間のかかる作業をボランティアの方が担ってくださるなか、活動を持続させるには魅力ある取り組みであることが不可欠です。民間企業と協力してアップサイクルに取り組むのは県として初の事例でもあり、他県からも注目を集めています」(中原周行氏)

行政が主導し、民間企業をスポンサーとした仕組みの構築に成功。初年度の協賛企業は(株)丸久と(株)ニッスイの2社でしたが、2年目からは一気に増え、現在は2つの民間団体、10の民間企業が参画。年間10回以上行われる海岸などの清掃活動には、市・町や多くの民間のボランティア団体、協賛企業が参加しました。

「買い物かごに企業ロゴが入るだけでなく『社員が海岸清掃で環境問題を実感し、実体のある活動ができることがメリット』という企業もありました。多くの主体と一緒に活動することで連帯感が生まれ、人材育成などといったさまざまな相乗効果が生まれていることを実感しています」(中原氏)



取材は、山口県環境生活部廃棄物・リサイクル対策課ゼロエミッション推進班 主査 中原周行氏にリモートインタビューを実施。「漁業、農業も盛んな山口県の地場産業から、エシカル消費に取り組む事業者の登録事業も行っています」(中原氏)。



ワードは「エシカル消費」

ひとりがそれぞれジブンゴトとして貢献できる「エシカル消費」。

や旅行商品といったものまで、エシカルをキーワードとした消費行動が広がっています。

地元、岩国高校の生徒9名が任命された

「海のジブンゴト化サポーターズ」

山口県立岩国高等学校科学部の生徒が中心となる「海のジブンゴト化サポーターズ」について、担当の篠崎研介先生にリモートでお話をうかがいました。

「活動内容は、清掃活動とともにごみ・水質の調査を行うこと。調査結果はパネルにして県内のスーパーに展示しました。食品トレー製作をご一緒した(株)エフピコには、環境に関する講義もお願いし知識を深めることもできました。また、生徒たちは一つの物事を深く調べ、どう伝えるかを考え、まとめて発信するところまで関わることで成長できたと思います。活動をきっかけに環境意識が高まり、生徒会主導でコンタクトレンズケースの回収も始まりました。環境問題を多くの方の「ジブンゴト」にするため、地域と連携できたことには大きな意義を感じます。生徒自身も将来、社会とどう関わるかを考えられたのに加え、自分たちの消費行動が変われば海もきれいになると知るいい機会になりました」(篠崎先生)

消費行動が変われば
海がきれいになると実感



山口県立岩国高等学校
篠崎研介先生



環境学習をきっかけに、生物・科学が好きな生徒たちを中心に始まった活動は、近隣の中学校にも広がりました。授業では出合えない新たな発見で、ごみ問題が一気に身近に!



県内の錦川の上流から河口にかけての数カ所で、清掃活動とともにごみや水質調査が行われました。調査結果は、ごみ拾いSNS「ピリカ」を活用して発信。活動には県民からも激励の声が寄せられました。岩国市ミクロ生物館の協力のもと行われた調査では、一見きれいに見える川からもマイクロプラスチックが発見され、「ほかの川も調査したい」と環境意識が高まった生徒も。

広報活動にも注力し、取り組みはさらに拡大。令和4年には、岩国高校の生徒たちを「ジブンゴト化サポーターズ」に任命し、年間を通じ県内の錦川流域で清掃活動とごみ・水質の調査を行いました。

民間企業と協力した取り組みの広がり到手応えを得て、今年からは補助金を創設。大学や民間団体などが連携して取り組む海洋ごみ発生抑制に向けた活動への補助や普

及啓発を通じて、エシカル消費の機運向上につながることを期待されています。

「資源を循環させることが『ONE FOR OCEAN』の目的。買い物かごを導入して終わりではなく、そこから問題を知り、自分たちにできることとしてエシカル消費を推進・実行してもらうため、今後も県民の皆さんや民間企業と一緒に盛り上げていきたいと思います」(中原氏)



清掃ボランティアによって回収された海洋ごみを粗破碎したプラスチック。ここから再生されたペレット(表紙写真)を原料に、買い物かごにアップサイクルされます。



美しい海岸線を守るため、多くのボランティア団体が清掃活動に参加。「日韓海峡海岸漂着ごみ一斉清掃」は2010年から10年以上続く取り組みで、山口県、福岡県、佐賀県、長崎県と韓国から合わせて8つの団体が参加しています。『ONE FOR OCEAN』プロジェクトによる昨年の清掃活動には1万4,000人以上が参加し、約65トンのごみが回収されました。

画像提供/山口県

Loop Japan 合同会社

我慢を強いるのではなく、お洒落で便利な “楽しめるリユース”を目指して

「捨てるという概念を捨てよう!」というミッションのもと、米テラサイクル社が開発した循環型ショッピングプラットフォーム「Loop」。2021年5月に日本に上陸後、自社ECサイトでの実証実験を終え、全国のイオン、イオンスタイル100店舗で展開中です。現在、参加ブランドは34社、商品は18品目で、今後さらに増えていくとのこと。

商品の価格にはデポジットが含まれており、店舗で使用済み容器を返却するとアプリ経由で容器代のデポジットが戻ってきます。回収された使用済み容器を洗浄・充填し、新しい商品として店頭に並べることで、プラスチックごみを削減します。「エコプロ2019」にLoopが出展した際には小池都知事が視察に訪れるなど、行政も注目しており、助成金を出してこの取り組みを推進している自治体もあるほど。

「まだエシカル消費への関心はさほど高くありませんが、日本にはもともと“もったいない精神”がある。それに、日本人には容器のデザイン性にこだわる人も多い。使い捨てるのではなく容器を繰り返し使うリユースなら、そのぶん容器のデザイン性や機能性に予算を割けるので、きっとLoopに関心を持ってもらえるに違いないと考え、アジア



ロッテ「キシリトールガム」はLoop向けにステンレスボトルを採用。ほか、SNS上で話題になった大塚製菓の「ボカリスエットリターナル瓶」など、びんやガラス製容器も評判を呼んでいます。

初上陸は日本がいいと判断しました」(エリック・カワバタ氏)

確かに、Loop向け商品パッケージはどれも洗練されたものばかり。例えば、ロッテ「キシリトールガム」のステンレスボトルは、デザイン性とともパッキンを使用したことで「蓋を持って開かない」「気密性が高い」「回さずに開けられる」といった機能性も実現。「日本パッケージデザイン大賞2023」で「金賞」と「特別審査員賞」を同時受賞しています。

「いくら環境によっても、我慢を強いるものは長続きしません。私たちはお洒落なデザインや機能性など、ベネフィットを得ることができる“楽しめるリユース”で持続可能なエシカル消費を目指します」(カワバタ氏)

Loopでは、小売だけでなく法人向けサービス「Loop Professional」の実証実験も展開。2023年3月には、アスクル顧客向けに「Loop Professional for ASKUL」が開始されており、日常生活と企業活動の両面からリユースモデルの浸透が試みられています。



イオンスタイル天王町の店頭でLoopのリユースシステムの仕組みを解説するLoop Japan 合同会社 アジア太平洋統括責任者 日本代表のエリック・カワバタ氏。グリーン購入大賞で大賞・経済産業大臣賞を受賞。



容器を返却する際は、売り場横の返却ボックスのレバーを引いて二次元バーコードシールを発行。返却する容器に貼付してLoopアプリでスキャンした後、容器を返却口に投入します。Loopが容器を回収し、返却が確認されればアプリ経由で容器代が返金されます。



イオンスタイル天王町(神奈川県横浜市保土ヶ谷区)では、1階エスカレーター横にLoop特設売場を設置。プラスチックごみ削減のメッセージが行き交う人の目を引きま

ソニーグループ株式会社

世界中の購入者に環境への当事者意識を促す“コミュニケーションマテリアル”

ソニーグループ(株)が、プラスチックを使用しないパッケージを実現すべく開発した環境に配慮した紙素材「オリジナルブレンドマテリアル(OBM)」。ユーザーに環境への当事者意識を持ってもらうことを目的に、開発においては“伝える”ことも重視されました。

「多様なお客さまの興味を喚起できるよう3つの原材料を選びました。1つ目は、パンダの食料として世界的に知られる中国・貴州の『竹』です。竹林維持のために伐採された竹を利用しています。2つ目は、タイ・ナコーンサワンの畑で栽培された『さとうきび』の搾りかす。3つ目は、世界中で当事者意識を喚起しやすい『市場回収リサイクル紙』です」(廣瀬賢一氏)

異なる性質の3つの原料の配合比率を変えることで、多様に加工できる紙素材が得られるといいます。

「2021年6月に初めて実装した完全ワイヤレスヘッドホン『WF-1000XM4』のパッケージでは、厚紙、超薄紙、成形物まですべてOBM製としました」(廣瀬氏)

直感的に環境への意識を想起させる、古紙由来の“混ざり物感”や素材色を活かしたグレートーンといった見た目も特徴です。つや消し加工を施し、表面のマットな質感を実現しています。

「デザイナーが開発の主導メンバーとなることで、環境への貢献とともにデザインやメッセージ性の両立が可能となりました。高額商品の包装にも違和感のない質感が実現できています」(廣瀬氏)



「WF-1000XM4」を手にする、ソニーグループ株式会社 クリエイティブセンター デザイナーの廣瀬賢一氏。「OBMは伝えることを目的とした“コミュニケーションマテリアル”です」

汎用性に富んだ環境素材OBMは、より広く社会貢献につなげるべく、「多くの方々との連携も検討しています」といいます。

「資源循環は、メーカーが環境素材を使うだけでは実現できずお客さまの行動にかかっています。OBMによるメッセージを受け取った世界中のお客さまの行動変容につながればと願っています」(廣瀬氏)

ソニーでは、環境中期目標「Green Management 2025」にて「新たに設計する小型製品のプラスチック包装材全廃」を掲げており、スマートフォンやヘッドホン、フルサイズミラーレス一眼カメラなど、OBMを含む紙素材パッケージの採用製品を順次拡大しています。これまで電子機器分野でライフスタイルを変革してきたソニーによる環境素材が、エシカル消費への行動変容を促すきっかけになるかもしれません。



「WF-1000XM4」では、ラベルを除くパッケージのパーツにOBMを使用しており、分別することなくリサイクル可能。



さまざまな形状にアレンジ可能なOBM。パッケージだけでなく、展示会の什器など大きなものにも利用されています。



OBMの原材料となる竹、さとうきびの搾りかす、市場回収されたリサイクル紙。

産廃処理会社が掲げる「ZERO WASTE DESIGN」ビジョン

「ごみをごみにしない技術」で 減量化・再資源化率98%を達成

私が二代目社長に就いたころ、弊社はダイオキシン報道^{※1}の影響でバッシングの嵐のなかにいました。創業者の父が「ごみをごみにしない社会をつくりたい」という思いから設立した会社なのに——その思いはまったく地域に届いていなかった。人の思いは誰かが伝えないといけないことを痛感し、それを伝えることは私ならできると考えて会社を引き継ぎました。まずは国際規格ISOを取得、歩きタバコ禁止など社内ルールを厳格化し、顧客にもアイドリングストップなどの協力を要請。これらの取り組みを窮屈に感じて辞めてしまう社員も大勢出ましたが、見られてもいい姿勢を社内外に示す必要がありました。地域に受け入れてもらうには、我々が変わるしかなかったのです。

そして、反対が強かった焼却処分事業から撤退し、分別によるごみの再資源化へと事業を転換しました。粉塵が外に出ない全天候型の屋内プラントや工場見学通路も整備しました。最初に見学に来られた反対運動の方々も、作業を間近に見て産廃処理のイメージが一変した様子でした。さらに、近隣のごみ拾いボランティアも20年にわたり続けたり、不法投棄ごみで荒れた里山を再生したりしたことも、地域の方々から共感を得るきっかけになりました。



ごみを受け入れ、減量化・再資源化する石坂産業が2020年に掲げた「ごみを出さない暮らし」=「ZERO WASTE DESIGN」。再資源化やごみ自体を出さない仕組みづくりによって、あらゆる廃棄物を資源として循環させ、「ごみは役に立たない」という思い込みのない世界を目指す。

産業廃棄物処理会社というと、きつくて汚くて危険ないわゆる“3K”というイメージを世間に持たれている典型的なNot In My Backyard^{※2}な施設です。でも、我々はごみを生み出しているわけではなく、逆にごみをミリ単位にまでこだわって選別し、資源に変えている、社会に必要とされる会社なんです。全国平均で63%の建設混合廃棄物の減量化・再資源化率も、地道に「分別分級の徹底追及」を続けた結果、今では98%を維持しています。

2020年、創業55年を前に「ZERO WASTE DESIGN」をビジョンに掲げたのも、私たちが扱っているのはごみではなくすべて資源なのだと思ってもらいたかったから。今後は遠隔操作やロボット化にも力を入れ、ますます3Rを推進し、産業廃棄物が資源としてきちんと循環できる社会の実現に貢献していきたいと思えます。

※1 1999年に「所沢の野菜がダイオキシンに汚染されている」と報道されたことにより野菜価格が暴落（後に誤報であったことが判明）。

※2 NIMBY（ニンビー）とも。公共のために必要な施設だが地元で建設されることには反対すること。



“SDGsはすべての項目が連鎖しているので、「自社事業がSDGsのどの項目に当てはまるか」にこだわりすぎず、自分たちにできることに真摯に取り組めば、そこからいい循環が生まれてくると思います”

石坂 典子氏

石坂産業株式会社 代表取締役



「行動の10年」(Decade of Action)は、貧困やジェンダーから気候変動、不平等、資金不足の解消にいたるまで、世界の最重要課題すべてについて、持続可能な解決策を加速度的に講じることが求めています。

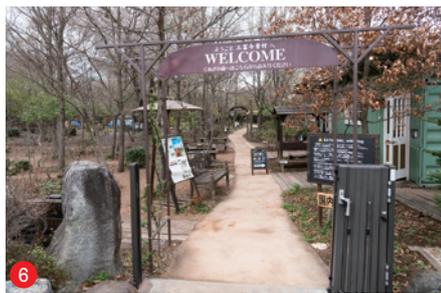
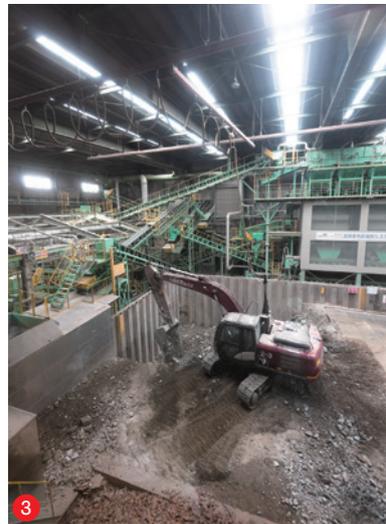
いしざか・のりこ●1972年東京生まれ。高校卒業後、米国の大学に短期留学。1992年に父親が創業した石坂産業に入社。ダイオキシン報道で批判の矢面に立たされたのを機に、「私が会社を変える」と父親に直談判し2002年社長に就任。数々の改革を断行し、「人と自然と技術が共生」する先進的な企業に変貌を遂げるとともに、里山保全再生にも取り組む。KAIKA Awards (2019年)、日本経営品質賞 (2020年)、企業広報経営者賞 (2021年) など受賞多数。

国内のみならず、海外からの来訪者も絶えないという石坂産業資源再生工場を見学させていただきました。世界に誇る環境最前線のリサイクル技術を間近に見るとともに、里山の散策を通じて「人と自然と技術の共生」を体感できたすばらしい一日となりました。



①見学通路の壁は来訪者のメッセージでいっぱい。②コンクリートや鉄、プラスチックなどが混ざった建設系混合廃棄物を受け入れる。③重機はすべて電源ケーブルにつながれる。工場内で使用する電力は、100%再生可能エネルギー化を達成。④見学通路となる工場外壁は、三富の里山に生育する植物にて緑化。下の壁画は世界で活躍する壁画アーティスト、ミヤザキケンスケ氏の作品。⑤大型鉛蓄電池で夜間電力を充電。

まずは、ガラス越しに見る再資源化の工程が想像以上にきめ細かいことにびっくり。混合廃棄物の山が手選別やふるい、磁力、風力、色彩選別センサーなどの技術を駆使して徹底的に分別され、再生砂やチップ原料、固形燃料に生まれ変わっていきます。工場から出る車両の埃落としや工場内の粉塵を抑える散水に雨水を利用したり、工場の屋根に遮熱塗装を施したり、CO₂削減にも積極的に取り組んでいます。里山を再生した「三富今昔村」は、産廃処理場に隣接しているとは思えない静けさ。萌黄色の森のなかを散策していると、無邪気に遊ぶ子どもたちの姿も多く見かけられ、この場所が近隣住民にいかに愛されているのかがよく分かりました。



⑥東京ドーム4.5個分、敷地の約8割を占める森林を「三富今昔村」として一般に開放。⑦廃棄される海上コンテナを店舗としてリユースしたエシカル雑貨店「オーグリフ」では、フェアトレードコーヒーを試飲。出会う従業員が皆さん、気持ちよく挨拶される姿も印象的でした。⑧「くぬぎの森」は、生物多様性の保全への貢献度を評価するJHEP認証で国内最高ランクのAAAを取得。⑨マダカやアメンボなどの生き物が暮らす、ピオトープも整備されています。



⑩有機JAS認証取得の自社農園「石坂オーガニックファーム」や「納屋茶寮 MEGURU」も運営。自家農園の白ウドの天ぷらをはじめ、よもぎ豆腐や伽羅落など、園内で採れた野草や地元の野菜をふんだんに使った季節の献立が味わえます。

今号は「pnn」を休載して「SDGsアクション 特別編」をお届けしました。

私たちは日常生活で、ガラスびん、PETボトル、紙製、プラスチック製の容器包装をごみにしない日はあるでしょうか。容器包装リサイクル法(容リ法)は、家庭から資源ごみとして出される、商品を入れる「容器」や商品を包む「包装」を再商品化(リサイクル)して一般廃棄物を減らし、資源を有効利用することを目的としています。円滑なリサイクルのため、消費者の皆さまにはできるだけ、容器包装ごみを素材ごとに分別排出していただくようお願いしています。

消費者の皆さまが「容器」「包装」を区別して出す必要はありませんが、今回はコールセンターに寄せられるお問い合わせから、簡単な見分け方と分別排出のポイントについて解説します。

POINT!

再商品化義務の対象となる「容器」「包装」とは？

- ① 商品を入れている「容器」および「包装」である
- ② 商品が費消されたり、商品と分離された場合、不要となる
- ③ 最終的に一般消費者により家庭から排出される

④ 素材は以下の4つ

- ガラス製容器：ほうけい酸ガラス(耐熱・硬質ガラス)製および乳白ガラス製のものを除く
- PETボトル：食料品(しょうゆ、乳飲料など、その他調味料、清涼飲料、酒類)を充てんするためのもの
- 紙製容器包装：段ボールを主とするものとアルミ不使用の飲料容器を除く
- プラスチック製容器包装：上記のPETボトルを除く

再商品化ごみの「容器」と「包装」、どう違う？

「容器」とは、物を入れるものを指します。袋、箱、真空パック、レジ袋などが容器の代表例です。「包装」とは、物を包むものを指します。PETボトル飲料の胴巻きラベルや、ギフト用の包装紙などが該当します。ほとんどはこの見分け方で判断できますが、シャンプーやハンドソープの容器の吸い上げ部分などは、入れても包んでもいませんが本体容器の一部と考え「容器」と判断します。コールセンターには「吸い上げ部分の金属のバネは、外してごみに出したほうがよいのか」というご質問が寄せられますが、家庭では無理に外さず付けたまま出して問題ありません。同様に、ガラスびんの紙ラベルなども、簡単に取れなければそのまま出してください。分別は素材ごとをお願いしていますが、PETボトルは中身によって、プラスチック製容器包装として分別排出をお願いしているものがあります。例えば、ドレッシン

グなどですが、油分がPETとしてのリサイクルに支障をきたす可能性があるためです。

なお、物を入れたり、物を包んだりする形状をしていても、再商品化の対象にならないものもあります。例えば、CDやDVD、工具などの容器です。上記のポイント②「商品が費消されたり、商品と分離された場合、不要となる」に当てはまるかを考えますと、商品を保護したり、持ち運んだりするのに必要となるためです。

分別排出するときは、容器の中に注射針やたばこの吸い殻などを入れないでください。これは、ごみの回収やリサイクルの選別作業の工程で、作業員の怪我を防ぐためです。家庭では、お住いの自治体の分別排出のルールに従って、素材ごとに分けることを意識してください。その際は、識別表示マークをご確認ください。

Q クリーニングのカバーは袋なのに、再商品化の対象外なのはなぜですか？

A クリーニングの袋の中身は商品ではないからです。また、クリーニングというサービス(役務)に伴い、提供される容器なので対象外です。同じ理由で、薬袋であっても病院内で提供される場合や、金融機関などで現金を入れるための紙袋なども対象外です。

Q 箱買いしたビールや、お菓子のキャンペーンなどで付いてくる「おまけ」は対象ですか？

A 通常の商品とは明確に分けられる「非売品」や「景品」などの表示をしている場合、おまけの容器包装は対象外です。

Q 家で使うために購入した紙コップは対象ですか？

A 家で使うために購入した紙コップは、紙コップ自体が商品であり商品となる中身が入っていないので再商品化の対象外です。

Q 最近、ECサイトを利用した商品販売が増えていますが、対象になるものには何がありますか？

A 商品そのものの容器包装はもちろん対象になりますが、通信販売用に使用する箱や袋、箱の中の緩衝材が対象になります。ただし、段ボールのように再商品化の対象外になる素材もあります。

対象となる例

物を入れたり包んでいるもの

- 食品を入れたトレイ ● 乳製品を覆ったシュリンクパック

容器のフタ、キャップ、中ぶた、シール状のフタなど

- カップめんのフタ ● 紙箱の上ぶた
- 住宅用洗剤などに付属するトリガー(引き金式ノズル)部分

中仕切り、台紙、緩衝材など

- 段ボール箱の中の緩衝材 ● 中仕切り

通常、商品が費消された場合に不要となるもの

- シャンプーの詰め替え容器

通常、商品が分離された場合に不要となるもの

- 靴の箱 ● 背広が入った①カバーや②その中にあるハンガー
- 玩具の箱

対象外となる例

中身が商品でないもの

- 手紙やダイレクトメールを入れた封筒 ● 試供品や景品の容器
- クリーニングの袋

通常、商品の一部であると考えられるもの

- 硬プラスチック製の植木鉢(皿も含む) ● 紅茶のティーバッグ

持ち運びに支障をきたすため分離しても不要とならないもの

- CDやDVDのケース ● 電動工具のケース
- ハミガキ、トラベルセットの袋

 容り法の対象となる「容器」「包装」、素材について、詳しくはこちらをご覧ください ▶



容り法で再商品化義務の対象となる「容器」や「包装」が特定されているのは、容器包装ごみを減らすと同時に、その資源を有効に活用することで持続可能な社会を実現するためでもあります。分別の対象となる容器包装には、家庭でごみを出す際の分別を分かりやすくするために「識別表示」マークが付けられています。このマークに従って素材ごとに分別すればまた資源となって循環するということを意識すれば、廃棄物のごみではなく、貴重な資源に生まれ変わります。一人ひとりのちょっとした行動の積み重ねが資源循環の促進につながりますので、ご協力をお願いいたします。



榎引 佐知子

企画広報部(コールセンター担当)



協会の主な取り組み内容をご紹介します

容りSTATION

STATION 1

「令和4年度再商品化見通し等報告会」を開催しました

令和5年3月2日、「令和4年度再商品化見通し等報告会」を東京都港区のAP虎ノ門でオンラインを併用して開催しました。本報告会は各事業委員（ガラスびん、PETボトル、紙容器、プラスチック容器）と総務企画委員を対象にした合同会議であり、令和4年度再商品化事業の総括説明と各素材の再商品化製品販売状況の見通し、および収支の見通しについて説明があり、引き続き令和5年度再商品化事業者の落札結果（PETボトルは上期分）、再商品化事業に甚大な悪影響をおよぼすリチウムイオン電池発煙・発火トラブル状況などについて報告し、質疑応答がなされました。令和4年度事業報告書については、令和5年6月中旬に当協会ホームページに掲載予定です。



報告会の様子（AP虎ノ門）。

STATION 2

製品プラ一括回収が始まりました

令和4年4月1日に施行された「プラスチックに係る資源循環の促進等に係る法律」に伴う製品プラと容器包装プラとの一括回収が、令和5年4月1日より始まりました。改めて簡単に説明すると、容器包装リサイクル法に規定される指定法人（当協会）に市区町村が委託し、再商品化を行う方法である指定法人ルートと、市区町村が単独または共同して再商品化計画を作成し、国の認定を受け、再商品化計画に基づいて再商品化実施者と連携して再商品化を行う認定ルートがあります。令和5年4月1日時点で、指定法人ルートでの引き渡しは35市区町村・事務組合、認定ルートは3市でした。

STATION 3

令和5年度落札結果をホームページに掲載

令和5年4月7日「令和5年度落札結果」を、当協会ホームページに掲載しました。

なお「プラスチックに係る資源循環の促進等に係る法律」の施行に伴い、今年度より製品プラと合わせて収集した「分別収集物」の再商品化を開始するに伴い、「分別収集物」の落札結果を掲載しました。

1. 落札単価（加重平均、消費税抜き）

単位：円/トン

	令和5年度	令和4年度	増減
ガラスびん 合計	11,548	10,836	712
●無色	7,810	6,980	830
●茶色	8,881	7,859	1,022
●その他色	16,140	15,844	296
PETボトル(上期)	-60,376	-64,196	3,820
紙製容器包装	-2,485	-2,805	320
プラスチック製容器包装合計 (白色トレイを含む)	59,914	55,501	4,413
(白色トレイを除く)	59,913	55,496	4,417
●材料リサイクル	63,974	60,328	3,646
●ケミカルリサイクル	54,612	49,236	5,376

※ PETボトル・紙製容器包装の落札価格の「-」表示は、有償（再商品化事業者から当協会への支払）を意味します。

※ PETボトルについては、令和5年度上期の落札結果と令和4年度上期分との増減比較を表示しています。

※ 白色トレイ：食品用白色発泡性スチロールトレイ

※ 各表の合計値は四捨五入しているため合わない場合があります。

2. 分別収集物の落札量・落札単価（加重平均、消費税抜き）

単位：円/トン

	分別収集物落札量(トン)	容リプラ落札量(トン)	製品プラ落札量(トン)	総合落札単価	容リプラ落札単価	製品プラ落札単価
分別収集物合計	39,268	32,536	6,732	60,396	59,856	63,005
●材料リサイクル	23,530	18,926	4,604	64,248	64,454	63,405
●ケミカルリサイクル	15,738	13,610	2,128	54,636	53,463	62,138

分別収集物の落札単価は、材料リサイクルでは容リプラで64,454円/トン、製品プラで63,405円/トン。ケミカルリサイクルでは容リプラで53,463円/トン、製品プラで62,138円となりました。

落札結果情報の詳細は、協会ホームページよりご確認ください。





子どもエコクラブ全国フェス2023 へ出展しました

令和5年3月26日、国立オリンピック記念青少年総合センター（東京都渋谷区代々木）で、4年ぶりに「子どもエコクラブ全国フェスティバル2023」（主催：公益財団法人日本環境協会）が開催されました。参加者は各都道府県の代表クラブメンバーである子どもたちやサポーター（保護者）、そのほか後援企業や関連団体の約300名が、来場あるいはオンラインで参加しました。子どもたちは普段取り組んでいるエコ活動を壁新聞や絵日記にして、熱の込められたプレゼンをしました。



出展した企業・団体ブースの紹介。

当協会ブースでは容器包装ゴミの分別の重要性や正しい出し方、さらにリチウムイオン電池を一緒に出すと、リサイクル工場が焼失するくらい重大な事故につながることを伝えました。子どもたちだけではなく保護者の方からも、「PETボトルキャップは外すけど、リングは取り除かなくていいの」、「リチウムイオン電池を一緒に出さないことは分かったけど、どうやって捨てたらいいの」などの質問が多く聞かれました。また簡単なクイズ企画を実施し、参加者に使用済みPETボトルをリサイクルしてできたノベルティをプレゼントしました。「こんなものがPETボトルからできるんだね!」と驚きの声が聞かれ、リサイクルの重要性を感じていただけたようです。



容リ協ブースでのクイズ企画。



容リ協日誌（令和5年3月～4月）

● 容リ協行事

3月2日 「令和4年度再商品化見直し等報告会」開催（オンライン併用）

9日～10日 「令和5年度再商品化事業者説明会」開催（オンライン併用）
（9日 ガラスびん、PETボトル）
（10日 紙製容器包装、プラスチック製容器）

26日 「子どもエコクラブ全国フェスティバル2023」参加

4月1日 令和4年4月1日施行の「プラスチックに係る資源循環の促進等に係る法律」に伴う容器包装プラと製品プラの一括回収が、一部市町村で開始



令和4年度 市区町村からの引取実績 再商品化製品販売実績

1. 引取実績

	4～3月累計		
	引取量(トン)	前年同期比(%)	
ガラスびん	327,416	97.7	
内訳	無色	94,832	98.0
	茶色	99,124	100.3
	その他色	133,460	95.7
PETボトル	219,676	92.9	
紙製容器包装	20,146	100.1	
プラスチック製容器包装	682,286	99.4	
内訳	白色トレイ	338	96.4
	プラスチック	681,948	99.4

2. 再商品化製品販売実績

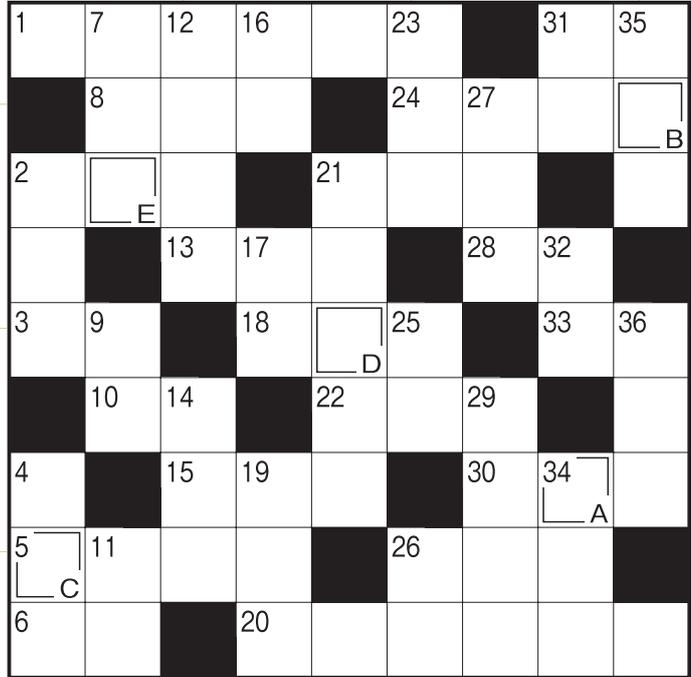
	4～3月累計		
	販売量(トン)	前年同期比(%)	
ガラスびん	313,236	97.0	
内訳	無色	89,345	98.7
	茶色	94,921	101.5
	その他色	128,970	92.8
PETボトル	177,090	90.1	
紙製容器包装	19,874	101.1	
プラスチック製容器包装	453,106	98.2	
内訳	白色トレイ	318	95.1
	プラスチック	452,788	98.2



eco

ワードパズル

パズル制作/ニコリ



問題

ヨコとタテのカギを読んでマス目を埋めよう。
A-Eの文字を並べてできるECOワードはなに？

ルール◎文字はすべてカタカナで、1マスに1文字を入れてください。小さい文字(ヤ、ヨ、ユ、ツなど)は大文字として扱い、長音「ー」は1マスに入れ、濁点・半濁点は取り出さず清音と区別します。

タテのカギ

- 2 都合がいいこと。○○○道具
- 4 耳の不自由な方のため、ニュース番組に○○○通訳がついた
- 7 カレー○○○ オム○○○
- 9 ○○の意識に苛まれる
- 11 ○○ころ 漬け物○○
- 12 ○○○○に水を入れて持ち歩くことでエコに貢献しています
- 14 環境保全など、全○○○で取り組むべき課題があります
- 16 めずらしいこと。○○事件 ○○場面
- 17 三十一文字(みそひともし)で表現する古典詩のこと
- 19 手痛い○○○返しをくらった
- 21 タワーマンションや高級腕時計は○○○○○シンボルです
- 23 仏教に由来する、とても長い時間を表す言葉
- 25 勝利の○○サイン
- 26 今年は卯年ですが、あなたの○○は何ですか？
- 27 実物そっくりに描きます
- 29 ビッグなスケール
- 31 舟を漕ぐのに使います
- 32 可燃○○ 不燃○○ 粗大○○
- 34 リサイクルできる容器を○○○アップしてチェックした
- 35 手本となるもの。○○○事業
- 36 バラバラにするとイクラになります

ヨコのカギ

- 1 食品容器にも使われる素材。リサイクルされてほかの製品に生まれ変わるものもあります
- 2 ○○○チョイスは最善の選択
- 3 一般廃棄物のリサイクル○○は、容器包装リサイクル法が施行されたことで改善しています
- 5 オンリーワンです
- 6 コウゾやミツマタからつくられます
- 8 民生○○○ 論説○○○ ○○○会
- 10 お○○ではレジ袋は購入せず、マイバッグを使っています
- 13 相手のほうが一枚○○○だったな
- 15 別名クロスグリといいます
- 18 曲がること。S字○○○
- 20 清涼飲料水などの容器としてポピュラーです
- 21 心ばかりの贈り物。「心付け」とも呼ばれます
- 22 急げてだらしなさま
- 24 アルバムを見て○○○○を振り返る
- 26 有効成分がギュッと凝縮したもの
- 28 とんぼの幼虫
- 30 小さな魚でつくります。出汁が取れます
- 31 ○○が葱を背負ってくる
- 33 不注意による失敗。ケアレス○○

パズルの答えと
ecoワードの
解説はコチラ



リサイクルでつなぐサステナブルな未来
容協ニュース No.93 2023年5月発行

編集・発行：公益財団法人 日本容器包装リサイクル協会
〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-14-1 郵政福祉琴平ビル 2階
(企画広報部) tel.03-5532-8610 fax. 03-5532-9698
URL : <https://www.jcpra.or.jp/> ●禁無断転載

この用紙は、FSC®認証材および管理原材料から作られています。