

B. プラスチックごみの現状と消費者市民社会

消費者問題講義受講生グループ B

齋藤貴浩・齋藤諒人・松本陸

丸山裕樹・周叔薫

1. 消費者市民社会とは

消費者市民社会については、2012年に成立した消費者教育推進法で「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在および将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」と定義されている。この「消費者市民社会」の概念は、欧米、殊に消費者保護のレベルが高いとされる北欧諸国を中心に議論がなされるようになった。そして、消費者市民社会においては、消費者自身が持続可能な社会の形成に積極的に参画することが求められ、そのためには消費者教育を受けることで実際の場合や行動で学ぶことが重要である。そこで、消費者市民社会の形成のための取り組みについて、プラスチックごみの問題に焦点を当てながら、企業の取り組みや消費者の取り組みを深掘りしていく。

2. プラスチックごみ問題の取り組み

まずは消費者の取り組みである。2010年6月から環境省・経済産業省による「容器以外のプラスチックのリサイクルの在り方に関する懇談会」が立ち上がり、この中には一般消費者も含まれている。ここではプラスチックの分別方法についての議論が多く交わされており、消費者も問題意識をもって取り組もうとしたことがわかる。また、2018年7月に行われた「プラスチックを利用した各種サービス市民アンケート調査」によると、「各種サービスに対して過剰である」と回答した人は全体の6割以上に及んだ。続いて、「進めていくべき・協力できると思う取組は何か」という質問に対して、「スーパーのレジ袋有料化」が50%以上と最も多く、「生鮮食品容器の簡易包装化、紙包装化」、「コンビニのレジ袋有料化」、「お寿司やお弁当のバラン廃止」、「イベント会場等におけるリユース容器の使用」が30～40%程度であった。つまり、消費者側としても問題意識をもっており、問題解決のためならば協力できるという意味があるといえる。

続いて企業側の取り組みである。コカコーラは2018年1月、自社製品に使用するすべてのボトルと缶の回収・リサイクルを推進する目標を設定し、PETボトル素材としてリサイクル素材または植物由来PETの採用を推進し、2030年までにPETボトルの50%をリサイクル素材にすることに挑戦するとした。そして、政府や自治体、飲料業界、そして消費者とともに容器回収やリサイクルスキームを構築・維持し、国内で販売した製品容器の回収・リサイクルに挑戦するという。また、スターバックスでも2018年7月、プラスチッ

ク製の使い捨てストローの使用を2020年までに世界中で全廃し、今後はプラスチックのふたや紙製・堆肥化可能なものに置換していくとした。これら以外にも企業側の取り組みは数多くある。例えば、マクドナルドは昨年1月、2025年までに顧客用容器包装の100%に再生可能・リサイクル・認証済み資源を使用することを決定した。アディダスは2016年から店舗のビニール袋を紙袋に置換し、海洋から収集された再生プラスチックによる靴の製造を開始して、同年夏から現在までに100万足販売をしている。

3. 消費者市民社会の形成のために

ここまで消費者側と企業側の動きを振り返ったが、以下では消費者市民社会に向けてどのように歩んでいけばよいのかを検討する。今後消費者側に求められるものは自身の声をはっきり主張することだといえる。前述のプラスチックごみに関しても、消費者側が協力できる範囲をしっかりと示し、消費者自らが「使わない」という意思表示を行えば、消費者の声に敏感な企業は声を取り入れるのではないだろうか。それこそが消費者が主役の消費者市民社会だと考える。そして、企業側の取り組みも重要である。企業が世界的な情勢を鑑みた上で自企業でできることを行うことが大切である。いきなりストローの使用を止めるではなく、代替となるものを確保し、段階を踏んで取り組まなければ消費者に寄り添った企業の取り組みとはいえない。消費者と企業が一体となって取り組むことが消費者市民社会の形成に必要なのではないかと考える。

最後に、企業による消費者教育について触れておきたい。公益社団法人消費者関連専門会議（ACAP）は2013年4月に「消費者教育支援プロジェクト」を立ち上げ、会員企業が行う消費者教育を支援するため、企業の消費者教育活動のためのプラットフォーム機能を果たしている。今後は企業がもつ多種多様な教育資源、コンテンツを生かし、消費者教育の観点から整理し、体系的なプログラムとして利便性の高いものにしていく必要がある。また、企業を含め、多様な主体が資源を出し合って企業の特徴を生かした役割を発揮することが求められるのではないだろうか。

【参考文献】

- 中井八千代 2010 「消費者から見た容器包装プラスチックのリサイクル」『廃棄物資源循環学会誌』 21 (5), pp.284-94.
- 独立行政法人国民生活センター（編）2015 「特集 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育—展望と課題—」『国民生活 3』 32, pp.1-11.

（齋藤貴浩）

プラスチックごみの現状と 消費者市民社会

項目

1. 研究背景—有限の資源世界
2. 問題定義—プラスチック廃棄量
3. 環境側—生態汚染
4. 企業側—消費と廃棄減少
5. 消費者が出来ること(まとめ)

研究背景—有限の資源世界(地球)

- 地球の資源＝エネルギー資源・鉱物資源・生物資源
- エネルギー資源と鉱物資源は枯渇性資源
- エネルギー資源である石油は社会を支える基幹エネルギー

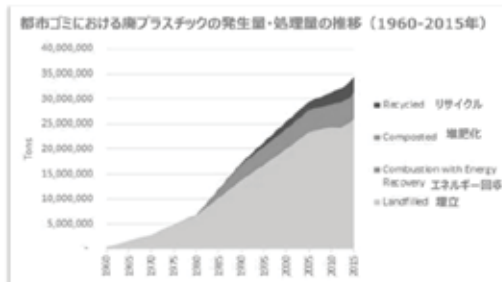
研究背景—有限の資源世界(地球)

- 発電の燃料や熱源、動力源の他に、プラスチックのような工業製品としても利用される
- 石油が枯渇されると言われる年がどんどん先に伸び、石油は無限にあると言われている
- but有限資源として考え、備えなければならない

問題定義—プラスチック廃棄量

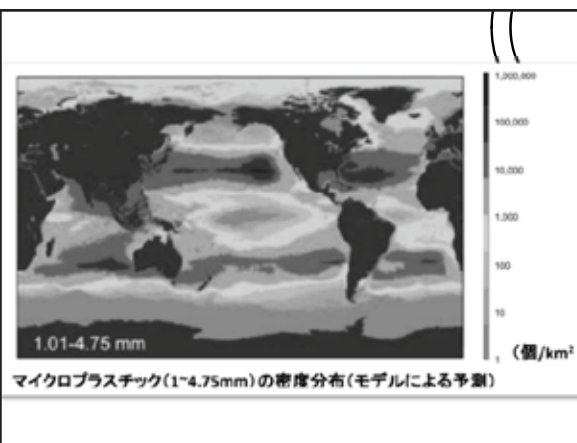
- プラスチックの生産量は爆発的に増加している
- 現在では1年に約3億5千万tものプラスチックが生産されている
- しかしほとんどのプラスチックがリサイクルされていない

問題定義—プラスチック製品



問題定義—プラスチック廃棄量

- 今日までにおよそ83億トンにのぼるプラスチックが製造された
- 自然環境へと廃棄されたプラスチックはやがて海へと流れ環境へ多大な影響を与える
- 今までに海へ流出したプラごみは1億t以上と言われている



環境側—生態汚染

- 製造過程—2012年は1053.95万トンのプラが生産した。2012年のCO2は排出量は24,978.615億トン、エネルギー消費量が978065.6億PJとなる。

表4 CO₂排出量およびエネルギー消費量

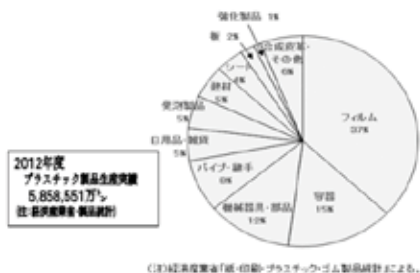
	CO ₂ 排出 量[10 ⁴ t]	%*	エネルギー 消費量[PJ]	CO ₂ /エネルギー比 [kg-CO ₂ /G]
プラスチック製造	23.7		928	26
化学工業	63.4	37	2207	29
石油製品工業	29.4	81	515	57
鉄鋼業	175.0	14	2133	82
窯業	92.1	26	655	141

*プラスチック製造/各製造業×100

引用先—環境科学会誌11(1):31-37(1998)、エネルギー消費およびCO₂排出の観点からみたプラスチックの評価

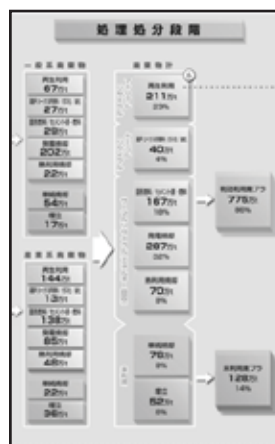
生態汚染—プラの利用

- 利用過程で5百万トンの製品が生産される。



生態汚染—廃棄

- 2017年の未利用廃プラは日本で128万tとなる。
- このデータは2012年生産のプラ製品の5百万に対し25%を占めている。
- 未利用の廃棄は焼却か埋立することで、CO₂の排出と埋立土地の汚染が生じる。



消費者側—消費と廃棄減少

- ・EUでは昨年5月、プラスチックごみ削減に向けてEU全域に渡る新しい規制を提案した

	消費削減	市場規制	製品デザイン基準	ラベル要求	EPFR	分別収集対象物	意図向上
食品容器	○				○		○
飲料のフタ	○				○		○
繊維		○					
カトフリー・皿・		○					
マドラー・ストロー		○					
風船の棒		○					
風船				○	○		○
箱・包装					○		○
飲料用容器・蓋			○		○		○
飲料用ボトル			○		○	○	○
フィルター付タコ					○		○
ウエットティッシュ				○	○		○
生理用品				○			○
軽量プラスチック					○		○
道具					○		○

* 消費削減：各国が削減目標を設定し、代替品普及や使い捨てプラスチック配布を規制
 * 市場規制：代替物が容易に手に入る製品は禁止、持続可能な素材で代替品を作るべき製品の使用禁止
 * 製品デザイン基準：複数回使用可能な代替品・新しい素材やより簡単に壊れる製品デザイン
 * ラベル要求：消費者が製品の使用法や廃棄方法を製品に印刷して提供し、製品デザイン
 * EPFR（生活者の義務）：生活者はごみ管理・清掃・資源向上へのコストを負担する
 * 分別収集対象物：プラスチック製造場を利用し、シングルユースのプラスチック製品（ボトルの50%）を収集する
 * 意図向上：使い捨てプラスチックの削減に及ぼす影響について意図向上させ、リユースの環境・ごみ管理を長期化する（三菱総合研究所作成）

消費者側—消費と廃棄減少

➤コカ・コーラ

- ・2030年までに製品に使用するすべてのボトルと缶の回収・リサイクルの推進する目標を設定
- ・PETボトル素材としてリサイクル素材あるいは植物由来PETの採用
- ・2030年までにPETボトルの50%をリサイクル素材にすることに挑戦

消費者側—消費と廃棄減少

➤スターバックス

- ・プラスチック製の使い捨てのストローの使用を2020年までに世界中の店舗で全廃する
- ・紙製や堆肥化可能なプラスチック製のストローの導入

消費者が出来ること

- ・「使い捨て用プラスチックごみ」の利用自体を減らしていく
- ⇒店舗側の取り組みと並行して行う必要がある
- Ex) プラスチックでできたレジ袋やペットボトルの利用を減らす

消費者が出来ること

- ・消費者側から「使用を減らしてほしい」という要望を出す
- 自治体や企業が協力して使い捨て用プラスチック製品の提供を減らす動きへ