

「プラッとサーチ」のユーザビリティやパッケージの在り方について意見交換

2024年11月13日に、市民勉強会を開催しました。当日は、リアルとオンラインのハイブリッドで実施しました。会場には関東近郊から、またオンラインでは全国各地から企業や団体、個人が集まりました。大学院生から長年、地域の環境保全団体を運営する方など幅広い層の方々が参加され、環境に配慮されたパッケージに対する意識の高まりを感じました。当日の様様をレポートします。



個人や地域団体、企業など多様な人達が参加

「プラッとサーチ」とは、プラスチック容器包装リサイクル推進協議会（以下、プラ推進協）に加盟する企業や団体から環境に配慮されたプラスチック容器包装（パッケージ）の情報を収集し、データベース化した検索システムのこと。

近年、食品や日用品などのさまざまな製品に使用されているプラスチック製容器包装は、SDGs と資源循環型の社会を実現していくために環境配慮設計に基づいて開発されています。企業は、環境配慮のさまざまな取り組みを実施し、プラスチックの使用量や GHG（Greenhouse gas：温室効果ガス）の排出量を減らしてきました。しかし、パッケージを見ただけでその取り組みを理解するのは難しいもの。そのため、取り組みを消費者に知ってもらえるように、「プラッとサーチ」をリリースしました。

この日進行を務めた「NPO 法人 持続可能な社会をつくる元気ネット」理事長・鬼沢良子さんが、「『プラッとサーチ』を活用した講義やセミナーを開催することで、市民に容器包装の環境配慮について理解が進むことを目指しています」と開催の目的を伝え、勉強会がスタートしていきました。

会場およびオンラインの参加者全員が自己紹介を行い、参加者に向けて、「プラッと探検隊」メンバーの尾見敦子さん（大日本印刷(株)）が、「プラッとサーチ」の成り立ちや操作方法などを説明しました。「プラッと探検隊」は、プラ推進協の参画企業に所属する若手社員で構成され、消費者に対してどのように「プラッとサーチ」や各企業の取り組みを届

け、自分ごと化につなげていくかを自ら学び、発信するチームです。パッケージに関して学んだことを、協議会の会員をはじめ世の中に情報として届けていく広報の役割を担っています。

この日参加した「プラっと探検隊」メンバーは、食品や飲料、洗剤メーカーなどに所属。「生活者に向けたわかりやすい伝え方を学びたい」「消費者の購買意欲が上がると企業としてもモチベーションが高くなるので、消費者の考えを理解したい」と意欲的に参加していました。

消費者の役割・情報の見方を知る

勉強会は「プラスチックとは何か?」「容器包装とは何か?」といった言葉を理解するところから始まりました。よく目にするボトルや袋・フィルムラベル、発泡スチロール、緩衝材、トレイ類などはすべてパッケージと呼ばれるもの。近年プラスチックは、海洋汚染を引き起こすとして世界的に使用抑制の動きが強まっています。しかし、尾見さんはプラスチックパッケージについて、「虫の侵入や光を防いで賞味期限を長くする保護機能や、原材料、食物アレルギー表示などを掲載する情報機能があります。そのため、安全性や衛生性、社会環境性、経済性、生産適性などを考慮して使用する必要が出てきています」とプラスチックの効能と、今後の付き合い方を説明します。



今や世界的な関心を集めているプラスチックと環境問題ですが、実は日本では 1995 年に「容器包装リサイクル法」が制定され、消費者は分別して排出し、各市町村が収集し、事業者が再商品化するという仕組みになっています。従来は容器包装廃棄物の処理を市町村が担っていましたが、この法律が、消費者のリサイクル意識を高めるきっかけになりました。日本は世界と比較しても分別回収が進んでいる国だそうです。

パッケージは、使用量を減らす「Reduce」、再利用する「Reuse」、リサイクルする「Recycle」の 3R との再生可能な素材を使う「Renewable」の開発がされています。再生可能な素材には、バイオマスプラスチック、リサイクルプラスチック、バイオマスインキのなどがあり、企業がそれぞれ製品に合わせて最適な仕様を選択し、環境に配慮したパッケージが作られています

「プラっとサーチ」では、商品ごとに「施策」や「効果」を掲載。例えば、ある日用品は「フィルムの厚みを薄くする（薄肉化）」により、「プラスチック使用量：約 20%削減」が実現されています。日々の企業の努力を見える化し、「人々にとって身近なものが載っていることを知ってもらうことを第一歩として、今後は消費者が商品を選ぶ際に参考になるツールになってほしい」という同システムの目的が探検隊から参加者に伝えられました。

勉強会では、実際に「プラっとサーチ」での検索方法のレクチャーが行われました。デモンストレーションをしてもらっただけでも、さまざまな商品パッケージが環境配慮設計されていることや多様な方法で開発がなされていることがわかり、参加者からも「初めて知った」「商品カテゴリーごと、企業ごとに検索できるのも便利」といった声が上がっていました。

理解が深まった質疑応答

「プラっとサーチ」の理解が進んだところで、参加者からプラスチックそのものへの考え方やより環境に配慮されたパッケージを生み出すための方法について次々と質問が出ました。プラ推進協や探検隊からの回答とともに、その一部を紹介します。

Q.1 そもそも「バイオマスプラスチック」と「バイオプラスチック」との違いとは？

A. 「バイオプラスチック」は、「バイオマスプラスチック」と「生分解プラスチック」の総称です。

「バイオマスプラスチック」は植物由来の成分から作られたプラスチックで、石油由来と同じ機能を持たせることができます。ただし、CO₂ 排出削減や石化資源の使用料を削減したり、機能の維持ができるものの、プラスチック廃棄物の問題の軽減にはならない面もあります。

「生分解プラスチック」は分解までに時間を要するもので、環境によって条件が揃わないと分解されない、石油由来のプラスチックと比較して機能がやや劣るという面があります。分解されやすいということは、中身を守るというパッケージとしての機能を果たせなくなる可能性もあるので、すべてのパッケージの代替とならず、用途を考えて採用していく必要があります。

Q.2 商品パッケージそのものにもっと環境配慮についての情報を掲載できないものか？

- A. 法律などで記載必須の情報もあり、狭いスペースの中では、情報の取捨選択が必要になってくるのが実情です。また、情報が多ければ、その分、文字も小さくなってしまいます。今後、環境配慮に関する統一規格マークなどは必須であるとか、QR コードで調べる、などの消費者の要望が大きくなれば、企業の取組みも前進するので、消費者のみなさんの声を挙げて行ってほしいです。

環境保全の取組みや環境に配慮したパッケージの開発を推進している当事者たちが集結したからこそ、一歩も二歩も踏み込んだ質問が相次ぎました。プラスチックにも種類があること、パッケージには薄いフィルムが何層にも重なって便利な機能が付与されている物もあることなど、パッケージの奥深さに驚く参加者も。業界では当たり前に取り組んできたことかもしれませんが、パッケージひとつに企業の努力が詰まっていることが参加者に伝わりました。

「プラっとサーチ」の活用につながる当事者意識の醸成を

商品によって仕様もさまざまなパッケージ。環境配慮のパッケージに絶対的な答えがないという難しさもありますが、「パッケージは暮らしに役立つものであり、より環境に良いもの、持続可能な取組みを」という想いはみなが持っているとは認識できたのではないのでしょうか。

参加者からは、「消費者一人ひとりの自分ごと化をどうすべきか、『プラっとサーチ』にアクセスしてもらうまでに課題があるのでは」「パッケージに『プラっとサーチ』に誘導する QR コードを掲載するのはどうか？」といった「プラっとサーチ」の認知向上につながるための意見が出されました。さらに「各企業の環境配慮の取組みを促進する上でもコンテストを開催してみるのはいかがでしょうか？」といった業界の動きを活発にさせる具体的なアクションの提案も出されました。

参加者が感想を述べる中で、「キーワードは『当事者意識』だと思いました。『プラっとサーチ』の利用を促進するためにも、当事者意識を持って取り組む人たちが積極的に行動をしていかなければと感じました」というコメントには、多くの参加者が頷き、共感をしている様子でした。

参加者のアンケートにおいても、「プラっとサーチ」について「企業向けと消費者向けの情報が混在しているので、ページを分けられるようになるとより見やすくなるのではないか」といった具体的な声が寄せられました。

今回の市民勉強会は、企業の取組みの裏側やリサイクルの実情、パッケージの役割や可能性といったことをはじめ、消費者のパッケージに対する印象などさまざまな角度から情報が共有されたことで、消費者にわかりやすく伝えていくためのヒントを得られる時間になりました。今後の「プラっとサーチ」の発展にも期待が高まる勉強会でした。