

コンビニエンス・クライシス

プラスチック汚染が引き起こすパンデミックの裏側

エグゼクティブサマリー

プラスチックごみであふれる川、海、街角の光景は、衝撃的でありながら、すでに見慣れた景色になってきた。FMCG(日用消費財)メーカーのロゴやイメージが使い捨てプラスチックの津波の中で確認されることは、その責任がどこにあるかを示している。こうした企業は、使い捨ての包装材とともに、膨大な大量生産・大量消費を引き起こす現代の使い捨てライフスタイルを推進し、永続させようとしている。今、私たちは「便利さ」が容認しがたい犠牲を内包しているという事実と直面している。その犠牲とは、健全な生態系であり、その生態系に依存する生き物たちである。

毎日、毎分トラック1杯分のプラスチックが海に流出しており¹、プラスチック包装材は、世界のプラスチックごみの最も主要な原因の一つである²。他の企業に差をつけ、顧客を勝ち取るために目立つように生産された包装材の一つ一つは、たった一度の使用だけで捨てられるようにデザインされており、それがもたらす深刻な結果に留意されることはほとんどない。今多くの企業が新たなマーケットを開拓する中で、到底リサイクル不可能な小さな個包装の商品を販売している。



© Branko Vilus / Greenpeace

¹ European Parliamentary Research Service Blog (2013) Recycling rate and total amount of plastic packaging per inhabitant, EU27, 2011. Available: <http://epthinktank.eu/2013/11/07/plastic-waste/recycling-rate-and-total-amount-of-plastic-packaging-per-inhabitant/>

² American Chemistry Council and Trucost (2016) Plastics and sustainability: a valuation of environmental benefits, costs and opportunities.

Available: <https://plastics.americanchemistry.com/Plastics-and-Sustainability.pdf>

説明責任 - 解決への第一歩

使い捨てプラスチックの増加を推進する、世界で最も大きな日用消費財メーカーは、使い捨てプラスチックの生産、消費、廃棄、そして汚染によって急速に深刻化する危機に対して責任を問われていない。こうした企業は、現代の使い捨て社会を維持する大量の使い捨て包装材の生産に対する責任と³、プラスチック汚染を危機的な状況へと導いた当事者でもある。しかし、企業の運営、製造過程やプラスチック・フットプリントの真実についての基本的な情報すら公開されていない。

本報告書作成のために、グリーンピース USA は世界で最も大きな日用消費財メーカー11社に調査書を送付した⁴。回答から、リサイクルを通じてプラスチックごみを減らすというコミットメントがあったにもかかわらず、プラスチック問題に対処する計画がないことが明らかになった。こうした計画は、使い捨てプラスチックの生産と販売規模にブレーキをかけるからである。

主な調査結果

最も気がかりな結果は、どの企業も、生産している使い捨てプラスチックの総量を減らすための、具体的な計画やコミットメントを提示しなかったことである。さらに、こうしたコミットメントの信頼性を弱めている、透明性の欠如という問題もある。包装材が「再利用可能」である、またはシャンプーボトルのように「1度使って捨てるのでなければ、使い捨てでない」という購入者を誤解させる表現によって、透明性の欠如はさらに悪化している。

- **使い捨てプラスチックをやめるコミットメントをした企業はない**
 - 調査を行ったどの企業も、使い捨てプラスチックを段階的に廃止するコミットメントや、使い捨てプラスチックの数を減らす明確な目標を提示しなかった。
 - 企業による全てのコミットメントが、使い捨てプラスチックの包装材を増やすことを認可するものとなっていた。
 - 全ての企業が使い捨て包装材の使用を前提としており、検証されている主な解決策は、リサイクル可能な素材の利用とリサイクルの手法であり、これらはプラスチック汚染の対策には不十分である。
- **使い捨てプラスチック包装材の量の増加**
 - 多くの日用消費財メーカーは、使い捨てプラスチックの量を増加させている。1企業を除いた全てが、使い捨てプラスチックの量が増加していること、または変わらないことを報告した。

³ The combined top 50 fast-moving consumer goods companies have a total sales revenue \$1.09 trillion; Consultancy.uk, 2018, The 50 largest FMCG / consumer goods companies in the world 24 September 2018

<https://www.consultancy.uk/news/18765/the-50-largest-fmcg-consumer-goods-companies-in-the-world>

⁴ The eleven companies chosen own well-known consumer brands globally, holding important market shares across all the regions of the world. We chose a combination of companies to cover multiple consumer goods in the beverage, food, household products, cosmetics and health sectors.

対象となった11社は、世界的に有名な消費者メーカーですべての地域で重要な市場シェアを保有している。私たちは、複数の消費財をカバーするため、飲料、食品、家庭用品、化粧品、健康分野の企業を選択した。

- **プラスチック・フットプリントを公表しない、または公表することができない**

- どの企業も、自社のプラスチック・フットプリントの詳細を提示しなかった。多くの企業が、将来的に公表する計画があると回答した。
- 調査した企業の中で、自社の製品によるごみが、世界的なごみ貿易を通して、自然界にごみが流れ出す可能性があるかどうかを把握している企業はなかった。



プラスチックの生態系への影響

石油ベースのプラスチックが分解するのにどれほど時間がかかるかはまだ不明だが、土壌、河川、海に流れ出した場合回収することは不可能である。

- 私たちが目にする海岸に打ち上がったプラスチックや海面に浮遊するプラスチックは、氷山の一角でしかない。海に流れ出したプラスチックの3分の2は、海底に沈み、海底のごみだめ⁵を増大させている。そして海に入り込むプラスチックの量は増大している⁶。
- 大きなプラスチックは、肉眼では見ることのできないマイクロプラスチックとして知られる小さな破片に砕けていく。
- プラスチックは北極の海氷の中、南極の海水、そして地球最深部の海底からも見つっている。
- プラスチックごみは、地上でも同様に問題を引き起こしており、埋立地を満杯にして、水路を詰まらせ、洪水のリスクを増大させて、野焼きや焼却によって土地と空気を汚染している。

⁵ United Nations Environmental Programme (UNEP), 2014, Valuing Plastics: The Business Case for Measuring, Managing and Disclosing Plastic Use in the Consumer Goods Industry. ISBN 9789280734003

⁶ McKinsey & Company and Ocean Conservancy (2015), Stemming the Tide: Land-based strategies for a plastic-free ocean, September 2015; <https://oceanconservancy.org/wp-content/uploads/2017/04/full-report-stemming-the.pdf> accessed 11 October 2018

- いくつかのプラスチックは、有害化学物質を含み、それを環境に放出している。マイクロプラスチックは、こうした化学物質を周囲の環境から取り込んで凝縮させ、野生生物や人間へのリスクとなる⁷。

私たちが作り出したプラスチック包装材の過剰生産は、地球の温室効果ガスの吸収能力の限界を超え、有害化学物質と廃棄物によって生態系を汚染している。

リサイクル神話

こうした恥ずべき問題に対し、何かしなければいけないという動きは大きくなり、政府や企業が、新たな「使い捨て文化との戦い」に賛同する声をあげている⁸。しかし現時点では、実効的な戦略を欠いた戦いであるといえる。リサイクルのインフラがあり、大量の廃棄物を生み出す経済圏では、増え続ける包装材の廃棄物をリサイクルのために集めている。しかし、こうした包装材の廃棄物には実際何が起きているだろうか？

- 世界でこれまでに生産されたプラスチックの 9%しかリサイクルされておらず、経済先進国では、家庭から回収されたプラスチックのリサイクル率は 50%にも満たず、リサイクルされた包装材に利用される量は微々たるものである⁹。
- ほとんどの「リサイクルされた」包装材のごみは、より価値が低く、再びリサイクルすることが不可能な製品に「ダウンサイクル」されている。
- ほとんどの包装材は、増加傾向にある使い捨ての個包装に代表されるように、そもそも簡単にリサイクルできるようにデザインされていない。
- リサイクルの限界¹⁰、インフラの不足、トレーサビリティの不足は、プラスチック包装材が今後も廃棄物になり続けることを示唆している。

⁷ Bakir A, Rowland SJ, Thompson RC, (2014), Enhanced desorption of persistent organic pollutants from microplastics under simulated physiological conditions, Environmental Pollution Volume 185, February 2014, Pages 16-23;

⁸ Financial Times (2018), Theresa May targets plastics in war on 'throwaway culture', January 2018; <https://www.ft.com/content/31125996-f62e-11e7-88f7-5465a6ce1a00>

⁹ Geyer R, Jambeck JR, Law KL, 2017, Production, use, and fate of all plastics ever made, Science Advances 19 July 2017, Vol. 3, no. 7, e1700782; <http://advances.sciencemag.org/content/3/7/e1700782.full>

Less than 6% of discarded PET bottles, the most recyclable plastic, is recycled back into packaging in the US. National Association for PET Container Resources (Napcor), 2017, Report on postconsumer PET container recycling activity in 2016; https://napcor.com/wp-content/uploads/2017/10/NAPCOR-APR_2016RateReport_FINAL.pdf.

¹⁰ プラスチック包装材のリサイクル可能な最大数値は、現在 36%から 53%の間と報告されています。この限度を超えてリサイクルされたプラスチックは、非常に低品質または低コストのいずれかになります。

Denkstatt (2015), The potential for plastic packaging to contribute to a circular and resource-efficient economy. Presentation at International Conference on recycling and recovery of plastics, Identiplast, Rome 29th April 2015). <https://denkstatt.eu/publications/> The recycling levels of 36 % and 53% are not yet entirely utilised.



輸出される問題

さらには、先進国で「リサイクル」を目的に集められた包装材の多くは、開発途上国に輸出されている。

- 中国は、2018年にプラスチックごみの輸入を禁止するまで、年間約800万トンのプラスチックごみを輸入したと推定されている。
- こうした大量のプラスチックごみの次なる行方は、東南アジアになる可能性が高い。しかし、東南アジアはそれよりもさらに大量の自国のプラスチックごみを処理するインフラすら不足しており、すでに海に流れ出すプラスチックの約60%が東南アジアから流出している¹¹。
- 陸上や河川のプラスチックごみは、こうした国の人々の暮らしにも大きな影響を与えている。漁業や観光業といった生活資源の損失や、水質汚染の悪化、回復に時間のかかる洪水の頻度や深刻度の増大などの影響を引き起こしている。

世界規模の「リサイクル」を目的としたごみ貿易は、リサイクル可能な素材が実際にリサイクルされているのか、ダウンサイクルされているのか、廃棄されているのか、自然環境に流出しているのかを把握することができない、ということの意味する。その間にも、日用消費財メーカーは、開発途上国に新たなマーケットを開拓し、使い捨てプラスチックに包装された商品を推進し、本来その余裕がない人にも消費というラグジュアリーを体験させようとしている。

このような、食べ物、飲料、化粧品、洗剤などの、使い捨て包装材に入った製品の推進は、大量生産・大量消費を後押しし、プラスチック汚染による危機に拍車をかけている。一方で、大量消費のライフスタイルは、現代的な生活の不安を促進し、地球を壊している罪悪感が個人に重くのしかかっている。そして、より創造的で充実感のある暮らしによる満足感を、削いでいる。

¹¹ McKinsey & Company and Ocean Conservancy 2015, op.cit.

企業や政府から提案されている様々な解決策は、問題を根本的に解決するものではないことも知られる必要がある。今こそ、日用消費財メーカーは、使い捨てプラスチックへの依存を減らし、透明性に基づいた新たなビジネスモデルへ移行し、商品のより持続可能な販売方法を含めた実効的な解決策を提示して、廃棄物と汚染を止める方針へ切り替える時である。

日用消費財メーカーへの提言:顧客は待っています！

現実を直視すべき時が来ている。プラスチック包装材を集めリサイクルするという自治体や個人の努力は重要であり推進されるべきだが、それ自体では問題の根本的な解決にならない。私たちは、直ちに、使い捨てプラスチックの生産にブレーキをかける必要がある。プラスチック汚染の大きな原因となっている日用消費財メーカーは、この問題の責任を受け止め、使い捨てプラスチックへの依存を見直すことが必要である。企業は、リサイクルを改善するという宣言を超えて、使い捨てプラスチック包装材の利用を、毎年大幅に減らしていくことを約束し、実行しなければならない。

これは、使い捨ての商品や使い捨ての包装材に依存したビジネスモデルを終わりにし、リユース・リフィル(再利用・詰め替え)を中心にした、これまでの方法に代わる商品販売モデルを創出する、新たなパラダイムシフトを意味する。

グリーンピースは、企業、政府、そして市民社会に、プラスチックフリーの未来に向けた転換を実現するために、現在の使い捨て包装材のシステムの全面的な変革を促すアクションを取ることを提言する。

提言

グリーンピースは、日用消費財業界とその他の企業に対し、下記の4つのアクションを優先することを提言する。

- 透明性の確保 - 自社のプラスチック・フットプリントと、自社で使われるプラスチックについて、包括的な情報を公表すること
- 削減コミット - 将来的に完全になくすことを目指して、使い捨てプラスチックのフットプリントを継続的に削減する年間目標を設定すること
- 最も問題かつ不要なプラスチックを緊急的になくす - 最も問題であり不必要な使い捨てプラスチックを、2019年末までになくすことから始めること
- リユースなどの他の販売方法に投資する - 詰め替え式、リユース式容器の開発など販売方法の革新に投資して、必要な使い捨てプラスチックを最小化する

レポート「A Crisis of Convenience : The corporations behind the plastic pollution pandemic」

全文(英語)はこちらからダウンロードできます。 <https://act.gp/2R68qF5>