

プラスチックのリサイクル

2050年までに温暖化ガス排出を実質ゼロにするとの方向が提示され、産業界では様々な動きが起きている。個別企業の動きも重要だが、市場の新しい動きに注目したい。商品やサービスの市場では、企業の環境問題への姿勢についての市民の評価が重要だ。だから企業もグリーンマーケティングを真剣に進める必要がある。投資市場の世界では、企業の環境対応の評価が資金調達や株価に強い影響を持つようになってきた。今回は部品や素材などの市場でも、新しいグリーン市場が生まれてくること



伊藤元重の

エコノウオッチ

を取り上げたい。

プラスチックのリサイクルについて、興味深い話を専門家から聞く機会があった。自動車などの製品では、多くのプラスチック素材が利用されている。それをリサイクルするとはいつても、その多くは発電などの目的で燃やされるようだ。プラスチック廃棄物を処理するという点、そして資源として再利用するという意味では意義があるが、本当の意味でのプラスチックの再利用ではないし、燃焼によって二酸化炭素を出してしまふ。プラスチック廃棄物を燃料にするのでは

国内市場育成、欧州に学べ

なく、元のプラスチック素材を再生素材として利用する方が好ましい。紙でも再生紙が出回っているように、プラスチック素材も再生可能である。専門家はこうした再生をマテリアルリサイクルと呼ぶ。

残念ながら日本では、自動車のように大量にプラスチックを利用している業界では、マテリアルリサイクルがあまり進んでいないようだ。コスト的にも技術的にも課題があるのだろう。ただ、欧州では自動車素材でもマテリアルリサイクルが相応に進んでいる。

なぜ欧州で実現できて、日本ではできないのだろうか。他の多くの環境問題と同

じように、日本は欧州に学ぶ必要があるようだ。欧州では自動車メーカーが自ら積極的に再生利用のプラスチックを利用すると決めているようだ。そうした動きを促進するように、政府も積極的に働きかけている。

こうした再利用の市場を育成していくことで、大きな雇用を生み出すことができるとの試算もあるようだ。さらには、そうした行動に前向きな企業は市民や投資家から高い評価を得られる。欧州ではグリーンマーケティングが極めて重要な

だ。日本でもこうしたプラスチックのマテリアルリサイクルの市場を育成していくためには、自動車メーカーの

行動が鍵となる。自動車メーカーが再生プラスチックを大量に利用すれば、そこに市場が生まれる。

廃車を分解して資源を再利用していくいわゆる静脈流通の流れの中に、マテリアルリサイクルが収益性を持ったビジネスとして成立するようになることが期待できる。

自動車リサイクル預託金を活用して、解体粉砕業者にマテリアルリサイクルの市場に積極的に参画することを促すことも有効だろう。何よりも、国民の多くがリサイクル市場の重要性を理解し盛り上げていくことが必要である。

(学習院大学国際社会科学部教授)