

EU・英国・フランスにおける環境政策の展開と影響

ープラスチック関連政策と食品廃棄削減政策を中心にしてー

1. はじめに
2. EUにおける環境政策の展開
 - (1) 循環経済行動計画とEPR
 - (2) 容器包装・容器包装廃棄物に関する規則
 - (3) バイオベース・生分解性・堆肥化可能プラスチックの政策枠組み
 - (4) フードロスおよびウェイスットの削減
3. 英国における政策展開
 - (1) 英国のプラスチック関連政策
 - (2) 英国のフードロスおよびウェイスット政策
 - (3) 食品寄贈の中間組織とデジタルプラットフォーム
4. フランスにおける環境展開
 - (1) フランスのプラスチック関連政策
 - (2) 環境マーク／ラベルと広告規制
 - (3) フランスのフードロスおよびウェイスット政策
5. 英国とフランスの今後の政策展開に影響する要因
 - (1) 英国とフランスの相違点と共通点
 - (2) 国連プラスチック条約
 - (3) グリーンウォッシュに対する規制強化
6. 結び

山崎万緋 専修大学商学研究所準所員
専修大学兼任講師
渡辺達朗 専修大学商学研究所所員
専修大学商学部教授

Development and Impact of Environmental Policy
in EU, UK, and France :
Focusing on Plastics-related Policies and Food Loss
and Waste Reduction Policies

Mai Yamasaki
Tatsuro Watanabe

EU・英国・フランスにおける環境政策の展開と影響 ープラスチック関連政策と食品廃棄削減政策を中心にしてー

1. はじめに

欧州においては、欧州委員会が2019年12月に「欧州グリーン・ディール」を発表し、2020年3月に「循環経済行動計画」の改訂版を策定するなど、環境問題に対して世界に先駆ける内容の方針を打ち出した。その後、新型コロナ（Covid-19）パンデミックに襲われながらも、プラスチックやフードロスおよびウェイトの問題を中心に、具体的政策等を相次いで打ち出している。本研究では、EU・英国・フランスにおける、こうした政策展開とその影響について、日本チェーンストア協会による現地調査（主要な訪問先は巻末の参考資料を参照）、事前のデスクリサーチ、帰国後のフォローアップ調査を踏まえて¹、整理・検討した²。本稿の構成は以下のとおりである。

第2節では、EUにおける環境政策の展開について、循環経済行動計画の改訂版とそれに基づく政策パッケージに沿って説明する。政策の柱となるのは、EPR（拡大生産者責任）の考え方に基づく使い捨てプラスチックや容器包装プラスチックの問題、生分解性プラスチックの取り扱いについて、およびフードロスおよびウェイト削減と持続可能なフードシステムの構築についてである。

第3節では、EU離脱（ブレクジット）後の英国の環境政策について、プラスチック関連政策とフードロスおよびウェイト削減のための政策に焦点を合わせてとりあげる。プラスチック関連については、使い捨てプラスチックの禁止、飲料容器のデポジット制、プラスチック容器包装税、容器包装へのEPR適用の順で説明する。フードロスおよびウェイトについては、民間主導で政府がコミットするという枠組みを確認したうえで、食品関連企業の具体的な対応について説明する。食品関連企業にとって、AIを駆使した割引を含めて、売り切ることで余剰食品（Surplus Food）を減らすことが前提であるとしつつも、どうしても発生してしまう余剰食品については、可能な限り寄贈することで廃棄をなくす努力が行われている。こうした考え方と行動は、フランスでも同様あることが確認できた。こうした食品関連企業の動きと、寄贈元と寄贈先をつなぐために慈善団体が運営するデジタルプラットフォームについて、具体的な事例を盛り込んで説明する。

第4節では、フランスにおける政策展開については、まずEPRの考え方を背景にして、

ロス対策・循環経済法（2020年）と気候法（2021年）という新たな法制度に基づいて展開される、使い捨てプラスチック禁止や量り売りの促進といったプラスチック関連政策、新たな環境マーク／ラベルの導入、広告規制について説明する。さらに、フードロスおよびウェイトの関連では通称ガロ法による食品廃棄物規制の法定化（2016年）後の展開について、2019年の通称オールドナンス法施行等によって禁止対象の拡大・強化が測られていることを説明する。そのうえで、食品のサプライチェーンにおける価格決定の問題に踏み込んだ新たな法制度であるエガリム法（2018年）およびエガリム2法（2021年）についてとりあげる。

第5節では、英国とフランスの環境政策の相違点と共通点についてあらためて確認する。なお、これまでは相違点はありつつも共通点が多いとみられてきたが、英国のブレグジット後、英国とEUおよびフランスの政策に乖離が目立ってきているとの指摘があり注意が必要であろう。そのうえで、今後を展望する意味で、これからの政策展開に影響するであろう近年の特徴的な2つの動きについてとりあげる。1つは国連におけるプラスチック条約の検討であり、もう1つはグリーンウォッシュ／グリーンクレームに対するEUおよび英国における規制強化である。

第6節は結びであり、以上の検討を踏まえ、今回の欧州調査から学ぶべき視点について簡単にコメントする。すなわち、過去に実施した調査では、制度・政策などで先んじている欧州から学ぶという側面が多かった。しかし、今回の調査で現実に触れたところ、たしかに野心的な制度や目標は目立つものの、インフラ整備も追いついていないものもあり、いかに目標等を達成するかを模索している段階にあるところが少なくないことがわかった。とはいえ、いわゆるバックキャスティング発想で意欲的、野心的に物事を進められていこうとする発想と政策展開力などは学ぶべきであろう。

2. EUにおける環境政策の展開

（1）循環経済行動計画とEPR

今回の現地調査の対象として2カ国のうち、英国は2020年2月1日にEU（欧州連合）を離脱（ブレグジット）したのに対して、フランスはEUの中心的な加盟国の地位にあるという相違はある。しかし、プラスチックやフードロスおよびウェイト（Food Loss and Waste : FLW）をはじめとする環境政策では、従来の積み重ねがあることもあって、EUの

基本的な方向性を共有している。そこでまず、EU の循環経済に係る政策枠組みを確認するところからはじめる。

① 循環経済行動計画の策定と改訂

2015年9月の国際連合での「持続可能な開発目標」(Sustainable Development Goals:SDGs)採択に先立って、EUの政策執行機関にあたる欧州委員会(EUROPEAN COMMISSION)は、2015年2月、最初の「循環経済行動計画」を策定した。本計画では、プラスチック関連とフードロスおよびウェイストの削減を優先課題としており、これ以降、両分野に関わる政策が、積極的に打ち出されることとなった。

その後、欧州委員会は2019年12月「2050年までの温室効果ガスの実質排出ゼロ」などを主要目標として掲げる「欧州グリーン・ディール」を発表し、2020年3月、その中核を担う改訂版の「循環経済行動計画」を策定した。

以上を踏まえて欧州委員会は、2022年3月、製品の持続可能性の向上を目的とする循環経済に関する政策パッケージを発表した。そこには「持続可能な製品を規範とすることに関するコミュニケーション(政策文書)」、「持続可能な製品のためのエコデザイン規則案」など6本の政策が含まれる。さらに、同年11月30日、政策パッケージの第2弾として「容器包装・容器包装廃棄物に関する規則案」と「バイオベース・生分解性・堆肥化可能プラスチックの政策枠組みに関するコミュニケーション(政策文書)」を発表した³。

② EPRに基づく使い捨てプラスチック製品の規制

こうした動きに並行して、拡大生産者責任EPRの対象拡大が進んだことも重要である。EPRは、1970年代に製品にかかわる汚染者負担原則、EPR拡大生産者責任という考え方が登場したことまで遡ることができ、欧州では、1972年にOECD理事会で汚染者負担原則が採択されている。そして、1990年代以降、EUおよびその加盟国において法整備が徐々に進展した。

近年の注目すべき施策が、2019年7月施行の「特定のプラスチック製品の環境への影響の低減に関するEU指令2019/904」である⁴。この指令は、海洋のプラスチックゴミの大半を占める使い捨てプラスチック製品等を規制し、循環経済への転換を促進することを目的としており、特定の使い捨てプラスチック製品の消費制限、販売禁止を規定している。同時に、次の使い捨てプラスチック製品の再利用・廃棄を含むすべてのライフサイクルに

において、生産者に責任を課し、回収・分別・リサイクル処理を含む経済的コストの負担を求め、拡大生産者責任制度を設けた。その製品とは、飲料カップ、食品容器、風船、飲料容器、ウェットティッシュ、たばこのフィルター、包装材、買物袋、漁具である。

(2) 容器包装・容器包装廃棄物に関する規則

上記の政策パッケージ第2弾のうち「容器包装・容器包装廃棄物に関する規則案」では、主として以下のような提案がなされている⁵。

① 容器包装廃棄物の発生防止

1) 容器包装廃棄物の削減目標と特定用途における使い捨て包装の禁止

人口1人あたりの容器包装廃棄物の量を、2030年までに2018年比で5%減、2035年までに10%減、2040年までに15%減とする拘束力のある目標を設定し、加盟国に容器包装廃棄物の発生を防止する施策の実施を義務付けることを提案した。これによって、約37%の容器包装廃棄物の削減が期待される。

2) 容器包装の再利用（リユース）と詰め替え（リフィル）を最大限追求する。

② 高品質なリサイクルの促進

1) 加盟国を対象とする拘束力のあるリサイクル目標とデポジット制度の導入の提案

容器包装全体のリサイクル目標として、重量ベースで2025年末までに容器包装廃棄物の65%以上、2030年末までに70%が提案され、合わせて素材別の個別目標がプラスチック、木材、鉄合金、アルミニウム、ガラス、紙・段ボールのそれぞれについて提案された(図表1)。ここから、プラスチックのリサイクル現状の水準が低いことに規定されて、目標水準も、鉄合金やガラス、紙・段ボールに比べて低いことがわかる。

また、デポジット制度について、2029年初までに、容量3リットル以下の飲料のプラスチック製ボトル、および同じく金属製の容器（ただしワイン、フレーバードワイン製品、蒸留酒、牛乳・乳製品の容器包装を除く）を対象に整備することを求めた。ただし、2026年、2027年に対象の容器包装について90%以上を分別回収した加盟国は適用除外とされる。

図表 1 加盟国に適用される容器包装廃棄物のリサイクル率の目標（重量ベース）

	2025 年末	2030 年末
包装廃棄物全体	65%	70%
プラスチック	50%	55%
木材	25%	30%
鉄合金	70%	80%
アルミニウム	50%	60%
ガラス	70%	75%
紙・段ボール	75%	85%

出所：EUROPEAN COMMISSION (2022c), Article 46、および日本貿易振興会（JETRO）（2023a）による。

2) 容器包装のリサイクル可能性の評価と設計基準の提案

3) プラスチック容器包装におけるリサイクルされたプラスチック（再生プラスチック）のミニマム含有率の提案

リサイクルされたプラスチックの利用促進のため、プラスチック容器包装における再生プラスチックのミニマム含有率の導入を提案した。2030 年に、主要部分が PET 製の食品等に利用される容器包装や、使い捨てプラスチック製の飲料ボトルにおける再生プラスチックのミニマム含有率を 30%とし、2040 年にはそれぞれ 50%、65%まで引き上げるなどの要件が提案された（図表 2）。この再生プラスチックのミニマム含有量基準は、後述する英国イングランドでの 2022 年プラスチック容器包装税の免税基準と直接の関係はないが、プラスチックの回収とリサイクル促進という考え方で共通している。

なお、堆肥化可能なプラスチック容器包装にはこの要件は適用されず、別のルールが適用される（後述参照）。

4) 包装のラベリングと情報提供に関する要件の提案

図表 2 プラスチック容器包装における再生プラスチックのミニマム含有率

時 期	対 象	ミニマム含有率
2030 年	主要部分が PET 製で接触到注意が必要な容器包装*	30%
	使い捨てプラスチック製の飲料ボトルを除く、PET 以外のプラスチック製で、接触到注意が必要な容器包装	10%
	使い捨てのプラスチック製の飲料ボトル	30%
	上記以外のプラスチック製の容器包装	35%
2040 年	使い捨てプラスチック製の飲料ボトルを除く、プラスチック製で、接触到注意が必要な包装	50%
	使い捨てプラスチック製の飲料ボトル	65%
	上記以外のプラスチック製容器包装	65%

注：*「接触到注意が必要な容器包装」とは食品や飼料、医療機器、医薬品などで利用される容器包装。

出所：EUROPEAN Commission (2022c), Article 7、および日本貿易振興会（JETRO）（2023a）による。

③ その他

- 1) 包装材料に含まれる人体や環境への悪影響が指摘される懸念物質の抑制の提案
- 2) 堆肥化可能な包装の要件
- 3) 過剰包装の抑止の要件
- 4) 再利用可能な包装に関する要件

④ 政策効果の予測

1) 施策実施の効果資産

施策の実施により、実施しない場合に比べて、2030年の容器包装からの温室効果ガス（GHG）排出量は二酸化炭素換算（CO₂e）で6,600トンから4,300トンに減少、水は110立方メートル節約でき、2030年までに社会経済が負担する外部コストは64億ユーロ圧縮されると試算。

2) 経済面の効果

経済面では、使い捨て包装からの移行のための投資が必要となるが、EU経済と労働市場には好影響を与える。2030年までに約60万人分の雇用創出、年472億ユーロの包装のコスト削減効果、製品価格の値下げにより、EU域内住民1人あたり毎年100ユーロ弱の節約と分析した。

(3) バイオベース・生分解性・堆肥化可能プラスチックの政策枠組み

バイオベース・生分解性・堆肥化可能プラスチックの世界での生産量が現状でプラスチック生産量全体の1%にとどまるものの、2025年までには現在の倍の割合を占めると予測される。そこで欧州委員会は、本コミュニケーション（政策文書）で次のような考え方を提示した⁶。すなわち、これらプラスチックを活用して環境汚染や気候変動、生物多様性など環境負荷の軽減に寄与するには、特定の条件を満たす必要がある。そのため、これらの一部を対象とするEUレベルの政策等を、化石資源への依存抑制と、原料となるバイオマス生産のための土地利用による食糧の安定供給への悪影響のバランス等を考慮して、より体系的なアプローチにあらためるべきである。

具体的には、バイオベース・生分解性・堆肥化可能プラスチックのそれぞれについて、どのような条件であれば環境負荷の軽減に寄与し得るかが明らかにされている。

① バイオベースプラスチック

プラスチック製品を「バイオベース」と表示するための拘束力のある成分含有率や認証制度は存在しない。そのため、欧州標準化委員会のバイオベースに関する専門委員会が示した成分含有率等の適用が推奨されている。同時に、グリーンウォッシュ（実体のない環境訴求）や消費者の誤解を防ぐため、事業者に対して「バイオプラスチック」や「バイオベース」などの一般的な用語による環境訴求を行わず、例えば「50%バイオベースプラスチック含有」のように正確かつ定量的な表現を用いるべきであると要求している。

また、バイオベースプラスチックの原料には有機廃棄物と副産物を優先的に利用すべきであり、農産品を利用する場合は、環境の持続可能性や生物多様性等に悪影響を及ぼさないことが重要である、といったこと等が指摘されている。

② 生分解性プラスチック

生分解性プラスチックが完全に分解するためには、分解に適した環境の中にあり、分解が不可能な環境へと飛散しないことが条件となる。さらに、海洋生物による誤飲などを防ぐには、短時間で分解しなければならない。生分解性プラスチックの設計や関連政策の策定においては、生分解のプロセスを材料の性質と特定の環境と条件、リスクを考慮したシステムとして捉える必要があると指摘している。

生分解性プラスチックの開放的な環境での利用は、環境汚染を防ぐために一定時間内に完全に分解することが証明されており、完全な除去や回収、リサイクルが不可能な場合に限定しなければならない。現状では、生分解性プラスチックは食品や飲料の包装など、比較的利用期間の短い製品で利用されているが、従来のプラスチックを生分解性プラスチックで代替することは、廃棄物発生の抑制や製品の再利用とリサイクル、プラスチック以外のより持続可能な代替製品の利用促進を妨げるリスクがある。不適切な廃棄物管理や投棄への対策として生分解性プラスチックを利用すべきではない。

また、消費者の誤解を防ぐために、「生分解性」とプラスチックに表示するには、分解に必要な時間と環境条件をラベル表示しなければならない。さらに、使い捨てプラスチック製品も含む投棄される可能性のある製品に「生分解性」とラベルで表示して、環境訴求を行わないように求めている。

③ 工業的に堆肥化可能なプラスチック

工業的に堆肥化可能なプラスチックは、環境負荷の軽減に寄与し、堆肥の品質への悪影響がなく、生物系廃棄物の適切な収集・処理システムが存在する場合にのみ利用されるべきだと指摘している。特に、工業的に堆肥化可能なプラスチックの有益な用途として、生物系廃棄物の分別回収用のゴミ袋をあげるとともに、堆肥化可能プラスチックの導入が適切な分野として、ティーバッグ、コーヒーカプセル、青果物に直接貼付されるシール、超軽量プラスチック袋をあげている。

また、欧州規格に基づく工業的な堆肥化が可能であることの認証を受けているもののみ「堆肥化可能」と表示し、工業的に堆肥化可能な包装には、廃棄方法がわかるようにラベルで表示すべきだと指摘している。なお、欧州委員会は、工業的に堆肥化可能な包装の欧州規格について、生分解性と堆肥化可能性の明確化などの見直しを要請する。さらに、家庭での堆肥化については、工業的な堆肥化とは異なり、堆肥化可能なプラスチックを完全に分解することが難しいことから、EU ルールの対象外とし、地方自治体の監督下など、一定の条件のもとでのみ例外的に認めることを検討すべきだと指摘している。

(4) フードロスおよびウェイストの削減

EUの「循環経済行動計画」における、もう1つの優先課題であるフードロスおよびウェイストの削減については⁷、EU および加盟国の専門家、国際機関、公募で選出された利害関係者による会議体として「フードロスおよびウェイストに関するEUプラットフォーム」が設立され、2021年までグッドプラクティスの共有が行われた。また、2019年には、フードロスおよびウェイスト啓発のための国際デー（9月29日）に、食品廃棄物に関する関係者が利用するためのハブとして「食品および廃棄物防止ハブ」が立ち上げられ、グッドプラクティスの共有、政策や法制度、ガイドライン等の検討状況に関する情報収集、各種データ等の蓄積などが開始されている。以上を受けて欧州委員会は、2020年に、農場から食卓までの食料システム全体を持続可能なものに移行する政策として「ファームトゥフォーク戦略」を発表している。

そして、欧州委員会は2023年末までに、法的拘束力のある「食品廃棄物削減目標」を提案することとしている。その内容は、次の2つの項目から構成される予定である。

① 「EU 廃棄物フレームワーク指令」の改正

本指令は、EU における廃棄物規制の最上位に位置付けられ、環境や健康の保護を目的に、廃棄物の削減に向けて廃棄物のリデュース、リユース、リサイクルの順で実施し、廃棄を最終手段とする廃棄物管理原則を設定している。欧州委員会は、2023年7月5日、EUの食料システムと農業経営の強靱化に向けた政策パッケージの一環として、本指令の改正案を発表した⁸。その内容は、繊維製品に拡大生産者責任を課すとともに、食品の廃棄物の新たな削減目標を設定することを加盟国に求めるものである。

このうち繊維製品については、リユースやリサイクルによる繊維廃棄物の削減、循環型製品の開発を後押しするために、焼却や埋め立てを禁止する一方で、廃棄物管理の費用負担を繊維製品の製造事業者などに求める拡大生産者責任を課すこととした。対象製品は、一般消費者向けの洋服、ブランケット、ベッドリネン、カーテンなどの繊維製品や靴などからなる。対象事業者は、一部の小規模事業者を除く、域内の製造・輸入・販売（輸入販売も含む）などに係る事業者で、対象製品のリユース、リサイクルに向けた回収、分別、リユース、リサイクル、最終的な廃棄、およびその間の輸送費用を負担することが義務付けられる⁹。

食品廃棄物については、現行指令において、加盟国にサプライチェーンにおける廃棄物の削減措置を実施し、食品廃棄物削減プログラムを策定することを求めていたが、EU域内での食品廃棄物は減っていない。そのため、改正案では、2030年までに2020年比で、生産段階におけるフードロスに10%削減、小売・外食・消費段階におけるフードウェイストを人口1人当たり30%削減という目標を加盟国に課すことが示されている。そして、これを実現するため、加盟国に目標達成に向けた食品廃棄物削減計画の見直しを求めている。

なお、改正案は今後、欧州議会とEU理事会で審議され、成立した場合、施行から18カ月以内に加盟国ごとの国内法の制定が求められる。

② 持続可能なフードシステムの法的枠組みの提案

ファームトゥフォーク戦略の主要な一部であり、既存の持続可能性ラベリングフレームワークの一環として、消費者への食品ラベル表示規則（FIC）の改正、および食品消費者情報規定の改正が検討されている¹⁰。FICは、2011年10月に欧州議会とEU理事会で採択された食品に関するラベル表示のルールで、一般的表示（使用方法、アレルギー、成分リスト等）および栄養表示の方法、項目等を定め、消費者が情報を得たうえでの選択と食品

の安全な消費を可能にすると同時に、合法的に生産・販売される食品の自由移動を確保することを目的としている¹¹。改正では、持続可能性ラベリングのフレームワークを取り入れることが議論されている。また、食品消費者情報規定に関しては、パッケージ前面栄養表示と栄養プロファイリング基準の設定、原産地またはトレーサビリティ情報の拡大、使用期限および賞味期限の日付表示の改定、アルコール飲料の成分リストと栄養表示の必須化、動物愛護表示などが検討対象となっている。

【参考】フードロスおよびフードウェイストの定義

なお、フードロス (Food Loss) およびフードウェイスト (Food Waste) の定義が、日本と EU で異なっているため、以下に整理する (図表 3)。EU の定義は国連の FAO に準拠しているが、廃棄物政策においては、基本的にフードロスおよびウェイスト (Food Loss and Waste : FLW) とまとめて議論することが一般的である。

図表 3 フードロスおよびウェイスト (Food Loss and Waste : FLW) の定義

	フードロス	フードウェイスト
FAO (国連食糧農業機関) の定義	生産、製造・加工、卸・流通過程で発生する廃棄	小売・外食、消費者・家庭で発生する廃棄
日本の定義	生産から消費の過程で発生する可食部分の廃棄	生産から消費の過程で発生する不可食部分も含む廃棄全体

出所：消費者庁資料を参考にして作成。

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/pamphlet/assets/2022_guide_book_7mb_230201_01.pdf (2023年11月30日閲覧)

3. 英国における政策展開

(1) 英国のプラスチック関連政策

① 使い捨てプラスチックの禁止

英国のプラスチック関連政策でまず注目されるのは、プラスチック製品のリデュースに関わる、使い捨てプラスチック製品の禁止である。具体的には、環境・食料・農村地域省 (DEFRA) は、2020年10月1日、イングランドで使い捨てプラスチック製ストロー、マドラー、軸綿棒の供給を禁止する規制を施行したことがあげられる。

イングランドでは毎年、プラスチック製ストロー、マドラー、軸綿棒がそれぞれ約 47 億本、約 3 億 1,600 万本、約 18 億本が消費され、海洋汚染等の悪影響をもたらしていたこ

とから、これらの供給を規制することにより廃棄プラスチックの排出抑制を図った。企業は有償、無償を問わず、これら3種類の使い捨てプラスチック製品の提供が禁止され、違反すると罰金が課されることがある。ただし、障がいや疾患がある人が、プラスチック製ストローを要望したり購入したりすることに関しては特例がある。

2021年7月3日には、容器包装に使い捨てプラスチック製ストローを付けた飲料製品の提供が禁止された。なお、2021年4月から、イングランドで、レジ袋有料義務化の範囲をこれまでの大規模小売業から全ての小売業者に拡大し、代金を1枚0.10ポンドに引き上げる規制強化が実施された¹²。

さらに、2023年10月から、イングランドでの使い捨てプラスチック製品の禁止対象を皿、トレイ、ボウル、カトラリー、風船の棒、特定のポリスチレン製カップや食品容器に拡大した。ただし、調理済みの食品向けなど、包装としての役割を果たす皿、トレイ、ボウルについては禁止の対象外とされた。加えて、おしぼり、たばこのフィルター、小袋などの使い捨てプラスチック製品についても、禁止の対象とすることが検討されているという。

なお、スコットランドでは2022年6月1日から、使い捨てプラスチック製のカトラリー、皿、ストロー、マドラー、風船の棒、発泡ポリスチレン製の食品容器、カップ、飲料容器の提供が禁止され、ウェールズでも特定の使い捨てプラスチック製品の提供が禁止されている。

② 飲料容器のデポジット制

次にプラスチック容器包装のリユース、リフィルにかかわるデポジット制導入の動きがあげられる。すなわち、英国政府は2023年1月20日、イングランド、ウェールズ、北アイルランドを対象とした飲料容器へのデポジット・リターン・スキーム（DRS）、すなわち購入時にデポジットを支払い、空の容器を返却すると返金されるスキームの導入に関して、次のような方針を発表した。導入後3年以内に回収率を90%まで高めることを目標に、2025年10月1日からの導入をめざして、2023年中に法制度を整備し、2024年夏までにDRSを運用する機関、デポジット・マネジメント・オーガニゼーション（DMO）を決定するという。

DRSの対象となる製品は、50ミリリットルから3リットルの飲料容器で。素材はイングランドおよび北アイルランドではPETボトル、スチール缶、アルミ缶が対象とされ、ウェー

ルズではこれらに加えてガラス瓶が対象となる。デポジットの金額は、今後発足する DMO が定める。対象製品には、ロゴマークなどが付けられ、返却時に読み取るバーコードなどの識別マークの表示を義務付けられる。小売店に対しては、原則として返却ポイントの設置を義務付けるほか、飲料の宅配を行う大手スーパーマーケットには引き取りサービスの導入を働きかけるという¹³。

③ プラスチック容器包装税

さらに、プラスチックの回収とリサイクルの促進を目的にして、2022 年 4 月、イングランドで「プラスチック容器包装税」が導入されたことが注目される。導入にあたって英国歳入庁がリーダーシップを発揮したという。これは、年間 10 トン以上のプラスチック容器包装を製造、輸入した企業等を対象に、容器包装 1 トン当たり 200 ポンドを課税するという制度である。プラスチック容器包装には、主としてサプライチェーンで使用される使い捨てのプラスチックカップや衣類ハンガー、生鮮食品用ラップ、梱包用の箱、ボトルなどが含まれる。

ただし、ここが本税制の重要ポイントであるが、リサイクルされたプラスチック（再生プラスチック）を 30%以上含有する含む容器包装は免税される。また、再利用可能な医療用ゴミ箱や、輸入用コンテナなども免税される。この措置によって、プラスチックの回収とリサイクルを促進しようというのが、この税制の主要な眼目になっている。なお、本税制における再生プラスチックの含有基準は、先にみた EU の「容器包装・容器包装廃棄物に関する規則」におけるミニマム基準と考え方として共通していることは、すでに述べたとおりである。

初年度の免税対象となる再生プラスチック容器包装は約 116 万 3000 トンで、容器包装の 6 割以上が免税対象となったという。しかし、税収見込み 2 億 3500 万ポンドのところ実際の税収が 2 億 7000 万ポンド超となり、再生プラスチックへの移行ペースは見込みより遅いという¹⁴。その要因として、本税制により再生プラスチックに対する需要が高まり、価格上昇を招いたことから、大手事業者は再生プラスチックを確保できたのに対して、抽象事業者の多くが十分確保できなかったことが、BRA（英国小売業協会）のヒアリングなどで指摘された。また、本制度は目的税ではないため、一般的な税収として歳入庁に入ることから、税収増が政府のプラスチック政策の充実化につながるわけではないことも、業界関係者は疑問視している。

まだ始まったばかりの税制のため、今後の展開が注目される。

④ 容器包装へのEPR適用

容器包装廃棄物のリデュース、リユース、リサイクルを促進するために、環境・食糧・農村地域省は、2018年に策定された「資源廃棄物戦略（イングランド）」において提案されていた「容器包装の拡大生産者責任」について、利害関係者（業界関係者、地方自治体、廃棄物処理業者など）との間で2019年、2021年と協議を重ね、2022年3月、容器包装EPR案を策定した¹⁵。この時点で新制度は、2023年1月1日から導入するとされていた。EPRは、すでに述べたように、汚染者負担原則に基づいて、生産・加工から再利用・廃棄、回収・分別、リサイクル処理など製品のライフサイクル全体の責任を生産者に課し、経済的コストの負担を求める制度である。

再利用・廃棄を含むすべてのライフサイクルにおいて、生産者に責任を課し、回収・分別・リサイクル処理を含む経済的コストの負担を求める、拡大生産者責任制度を設けた。

そして、2022年6月7日には対象となる組織や行動などを整理した「容器包装のEPR規制に関するガイダンス」を、2022年11月24日にはどのような容器包装データを報告する必要があるかを説明するガイダンスを公表した（後者は2023年6月6日更新）。なお、対象とされる容器包装の素材は、プラスチックに限らず、アルミ、繊維複合素材、ガラス、紙類、スチール、木材、その他が含まれる。

提案されている制度では、年間売上高100万ポンド以上かつ年間の容器包装使用量25トン以上の生産者を対象として、容器包装廃棄物の英国市場への上市方法（ブランド名入りかどうか、輸入かどうか等）、容器包装の素材と重量、包装区分（一次包装、二次包装、出荷包装等）、廃棄物区分（家庭ゴミとなるかどうか、市中ごみとなるかどうか等）、発生地域（イングランド、ウェールズ等）に関する包装廃棄物の年間データの報告を求める。さらに、年間売上高200万ポンド超かつ年間容器包装使用量50トン超の大規模生産者に対しては、6カ月ごとのデータの報告と、年間報告データに基づく廃棄物処理費用の負担を求めることとしている。

しかし、業界関係者から報告データを収集する仕組みや、現在容器包装に使用している素材の見直しなどに時間が必要であり、実施を延期すべきとの声が強く出された。この点は、BRAでのヒアリングで指摘されていた。そのため、2023年7月23日、英国政府とスコットランド、ウェールズ、北アイルランドの各政府は、英国全土の包装に関するEPRの

規制案に関する協議を開始する一方で、同年 7 月 25 日、英国の環境・食料・農村地域省 (DEFRA) が容器包装 EPR 制度の実施を 2025 年 10 月まで延期すると発表した。これによって、業界関係者、地方自治体、廃棄物処理業者などは、容器包装 EPR に対応するための時間をある程度確保できたという。

(2) 英国のフードロスおよびウェイト政策

① 民間主導で政府がコミットする取り組み

英国においては、資源の有効利用と持続可能な廃棄物マネジメントを促進するため、公的資金を受け 2000 年に設立された NPO 団体である WRAP (Waste and Resources Action Programme) が主導して、産業界の自発的な取り組みを推進してきており、2005 年に締結された飲料・食品の生産と消費をより持続可能にするための行動「コートロード協約」の第 4 段階の「コートロード 2025」に署名した食品関連産業事業者らが、2017 年 1 月、フードウェイトを 2025 年までに 20%削減するため、廃棄せず寄付などによって再分配する余剰食品の量を 2020 年までに 2015 年ベースの 2 倍とすることで合意した

さらに、2018 年以降、英国政府は食品廃棄物削減のための実証実験の支援に乗り出す一方で、2019 年 5 月には、2030 年までにフードウェイトを半減させる目標を含む誓約に、環境・食糧・農村地域大臣がネスレ、テスコをはじめとする食品関連企業と署名するなど、政府が積極的にコミットして産業界を巻き込んだ取り組みを進めている。

② 食品寄贈の広がり

2030 年までにフードウェイトを半減するという官民で合意した目標を達成するため、食品関連企業は取り組みを強化している。大手チェーンストアのほとんどでは、食品について、廃棄物のリデュースのために売り切ることを基本方針として、AI アルゴリズムを駆使した段階的な割引の仕組みを、通常の店舗オペレーション・システムに実装化している。ただし、アルゴリズムの設定については、単純化していえば「売れ残りの最小化」とするのか「利益の最大化」とするのかなどが考えられ、それによって結果が異なることはいままでもない。

それはともかく、そうした努力にもかかわらず、まだ食べられるのに売れ残ってしまった食品については、いわゆる中間組織とパートナー協定を結び、そこが構築しているリアルのネットワーク、およびマッチング用のデジタルプラットフォームなどを活用して、そ

それぞれの地域で食提供を行なっている慈善団体（チャリティ）およびコミュニティグループ（以下では両者を合わせて慈善団体等とする）に寄贈することを、通常の店舗オペレーションに組み込んでいる。この中間組織自身も慈善団体としての登録をしており、個別の慈善団体等のネットワークのハブとして機能している。こうして、食品寄贈がルーティンの業務の一環として行われているといえる。

また、両社では、店舗内に顧客が寄付したい商品を購入して投入するボックスを設置している。これは食品廃棄削減ということではなく、社会貢献の取り組みといえる。なお、英国のチェーンストアでは、家庭から余剰食品を持ってきて寄付する、いわゆるフードドライブを実施している例はほとんどないという。フードドライブは慈善団体などが実施するのが通例とのことであった。

上記2社によると、以上のような取り組み状況は、英国の大手チェーンストアにはほぼ共通しているとのことである。両者の事例をごく簡単に紹介しよう¹⁶。

③ Waitrose

Waitrose は大手チェーンストアの一角を担い、自社ブランド(PB)比率50%前後と比較的高く、高品質志向のチェーンストアである。Waitrose では、他の大手チェーンストア同様に、売れ残り（余剰）食品の廃棄をできるだけ削減する（リデュース）ために、AIアルゴリズムを活用して3回にわたって割引を実施している。割引率は、1回目、2回目は比較的小さく、3回目は店舗の判断で大きくなることが多い。割引対象となった商品には黄色いシールが貼られる（写真1）。アルゴリズムを利益重視と余剰削減のバランスの影響から、現状では利益向上という点では



写真1：Waitroseの黄色い割引シール
（渡辺達朗撮影）

よい結果が出ているが、余剰削減という観点からは、売れ残りが増えてしまった店舗もあったという。

こうした売れ残り品削減努力にもかかわらず発生してしまった余剰食品については、中間組織としてフェアシェア（Fareshare、後述参照）とパートナー協定を結んでおり、フェアシェアを通じて再配分（寄贈）を行なっている。2022年は1万1,000tのまだ食べられる余剰食品が発生したが、そのうち約3分の2弱は中間組織としての慈善団体であるフェアシェア経由でローカルの慈善団体等に寄贈し、残りの3分の1弱はローカルの慈善団体等に直接寄贈した。ローカルの慈善団体等は近くの店舗に毎日受け取りにくる。

フェアシェアは英国全体で1万程のローカルの慈善団体等とつながるリアルネットワーク、およびデジタルプラットフォームを構築している。ローカルの慈善団体等の多くは、自分たちのコミュニティキッチンがあり、調理してコミュニティに提供することが多い。同社は、フェアシェアに対して年会費を払い、大小さまざまな1千ほどのローカルの慈善団体等につないでもらっている。その配布先までは、自社で詳細な情報を把握しているわけではない。数年前であれば、リスクがあるのではないかとといった懸念もありましたが、現在までに2000万食分を提供しており、不正転売を含むレピュテーションリスクにさらされたことはない。フェアシェアをつうじての信頼関係が築かれており、リスクはほぼゼロに近いと考えている。

なお、PBのサプライヤーに対しては、余剰が出た場合、積極的に寄贈することを推奨している。寄贈先としては、フェアシェアや信頼できるローカルの慈善団体等をあげている。

こうした寄贈は増えているが、そろそろ慈善団体等の側が受け取れる上限もみえてきたため、余剰食品の用途として動物の飼料とペットフードへとリサイクルする取り組みを進めている。人が消費することができない、通常であれば廃棄されてしまうものを、リソースという組織に提供することによって、動物飼料もしくはペッ

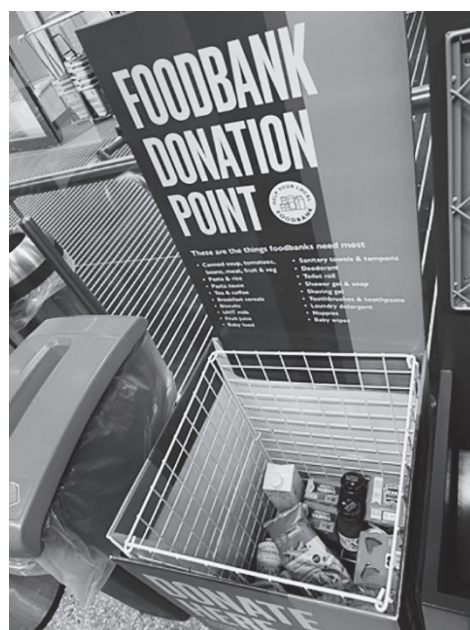


写真2：Waitrose が店内に設置している寄付ボックスの例
（渡辺達朗撮影）

トフードに変換するという取り組みであり、私たちにとってセイフティネットになると考えている。

また、店舗内には顧客が寄付したい商品を購入して寄付するための寄付ボックスを設置している（写真2）。寄付されたものは、フードバンクの運営団体がいったん回収し、慈善団体に渡される。Waitrose では、顧客の寄付で利益を得たというイメージを持たれないよう、顧客が寄付のために購入した金額と同額を寄付している。

④ Marks & Spencer

Marks & Spencer は大手チェーンストアの一角に位置する、自社ブランド（PB）100%で高品質志向のチェーンストアである。Marks & Spencer においても、売れ残りの発生抑制を一義的な課題としていることは言うまでもない。

そうした努力にもかかわらず発生してしまう売れ残り品は、バックヤード（冷蔵倉庫）において次のように分類され、在庫データの修正が行われる（写真3）。こうした作業を通じて、店舗マネジャーは売れ残りの発生状況を把握し、改善策の立案に役立てるといふ。

- 1) 店舗において賞味期限が切れてしまつて陳列すべきではないもの
- 2) 中身は問題ないのだけれど、見た目が悪くなり商品として顧客に売れないもの（慈善団体等もしくはスタッフへの寄付にまわされる）
- 3) 容器包装の欠陥品などがあり、帳簿上サプライヤーに戻し（物理的に戻すわけではない）、コスト負担してもらうもの
- 4) 黄色いステッカーが貼られ割引対象となったにも関わらず、何らかのミスで店頭に出されていないもの

それでも発生してしまった余剰食品、すなわち売れ残り食品の再配分（寄贈）については、中間組織であるネイバリー（Neighbourly、後述



写真3：Marks & Spencer のバックヤード（冷蔵倉庫）内に設置されている余剰品の分類カゴ

（渡辺達朗撮影）

参照) という慈善団体とパートナー協定を結んでおり、自社の店舗の近くにある 2,000 以上のローカルの慈善団体等とつながっている。

ネイバリーが構築しているリアルのネットワーク、およびデジタルプラットフォームを通じて、各店舗において少なくとも 1 つの慈善団体等が、毎晩、店舗を訪れて余剰食品を回収できる制度を導入している。現時点においては、毎週、食べることができる余剰食品のうち 85% から 90% 近くが、慈善団体等に再配分されている。さらに、余剰食品の廃棄を減らすために、慈善団体等に再配分した後の約 10% から 15% については、店舗マネジャーの判断で、その店で働くスタッフのうち希望者に無償配布し、まだ食べられる食品についてはできるだけ廃棄をゼロにしようとしている。

ネイバリーと別に、フェアシェアという慈善団体とは、自社のデポやサプライチェーンのサプライヤーから回収してもらう協定を結んでいる。今後、フェアシェアとは 100 万食分の寄贈を行う計画を公表したところである。

また、店舗内には、1 年前から顧客による食品寄贈のためのボックスを設置している。顧客は、寄付したいと思う食品を店内で購入し、このボックスに入れ、ローカルの慈善団体等が週に 2 回から 3 回店舗を訪問し、寄付されたものを回収していく。これによって、40 万食を追加して提供していることになる。

(3) 食品寄贈の中間組織とデジタルプラットフォーム

イギリスにおいては、食品の寄贈元（ドナー）であるスーパーマーケットなど食品小売業をはじめとする食品関連企業と、寄贈の受け手であるローカルの慈善団体等のネットワークのハブとなって、両者をつないでいる中間組織（慈善団体）が重要な役割を果たしていることが指摘された。ここで、そうした中間組織の代表として、FareShare、Neighbourly の 2 団体と、それぞれが展開しているデジタルプラットフォームについてみていくことにする。また、アイルランドを中心に活動し、FareShare と提携関係にある FoodCloud についても簡単に紹介する。

① FareShare

1) 沿革

FareShare は、英国で最も長い歴史を持つ食品再分配のための慈善団体であり、人々が飢えているときに、食べ物を無駄にすべきではないという信念に基づいて、1994

年に誕生した¹⁷。もともとは、ホームレス支援団体クライシスが、スーパーマーケットの Sainsbury's と共同で Crisis FareShare をロンドンで設立したことから始まり、その後 10 年間でソーシャル・フランチャイズ・モデルを利用して、英国全土にリージョナルセンターを開設した。そして、2004 年、ホームレス以外の貧困に苦しむより多くの人々を支援対象に広げるため、フェアシェアとして独立した慈善団体となった。2006 年には、ソーシャルビジネス部門を立ち上げ、食品業界から手数料収入を得て事業を展開する仕組みをつくった。

Sainsbury's やスーパーマーケットの Tesco などとのパートナーシップによって、全国規模で食品を収集しローカルの慈善団体等に寄贈する事業を拡大し、2013 年 3 月には、1,000 超の慈善団体等に余剰食品を提供することが可能になった。2015 年、フェアシェアの地域センターが 20 カ所となった。そして同年、1 日の終わりに売れ残り食品がある地域の店舗とローカルの慈善団体等をつなぐデジタルプラットフォーム FareShare Go を導入し利用を開始した。これは、後述するように、Tesco を通じてアイルランドの FoodCloud（後述参照）と提携し、そのモバイルアプリの技術を活用したことによる¹⁸。

2016 年には、FareShare が地域センターからリアルネットワークを通じて寄贈している 10,000 トンの余剰食品に加えて、FareShare Go のデジタルプラットフォームを通じて 3,000 トンの余剰食品を寄贈することができ、支援した食品の価値は 1,960 万ポンドに達した。

その後、食品関連企業・団体とのパートナーシップを広げ、事業を拡大していく中で、2020 年、新型コロナ（Covid-19）パンデミックに直面した。それ以前の時期、FareShare は週 93 万食分の食料を提供していたが、パンデミックのピーク時には週 350 万食分と 4 倍近くを提供した。これは、Tesco、Co-op（生協）、ディスカウント型スーパーの Asda（アメリカの Walmart 傘下）など 40 以上の食品関連企業からの余剰食品等の寄贈、あるいは国の行政機関などからの資金援助などによって達成された。

2) 寄贈元との関係

FareShare では、パンデミック収束後、食品関連企業・団体、行政機関との長期的なパートナーシップ関係をさらに発展させている。また、食品業界全体の企業と協力して、売れ残った余剰食品を必要とする人々に再分配するスキームを運営するのに必要な費用をまかなうために「目的のある余剰基金」(Surplus with Purpose Fund) を立ち上げ、資金

の寄付を募っている。2022/2023年の到達点は、以下に示す通りである。

- ・食品提供実績：54,000 トンの食品を再配分、毎秒 4 食分提供したことに相当、5,300 人以上のボランティアが従事
- ・支援先：8,500 近くのローカルの慈善団体およびコミュニティグループを支援し、100 万人への支援を実現。支援先は英国の 99% をカバーし、英国の 30% を占める最貧困地域の 57% で活動。
- ・食品廃棄削減への貢献：提供した食品の 91% は廃棄になる前の余剰食品で、支援先の 97% が FareShare との協働により英国のフードウェイスト削減に貢献できたと評価。

図表 4 FareShare と食品寄贈元との関係

項目	内容
寄贈元	生産者、製造業者、小売業者、卸売業者など 850 社以上の食品関連会社と協力し、余剰食品を社会的利益のために再配分
小売業者	Asda、Co-op、Sainsbury's、Tesco、John Lewis Partnership (John Lewis、Waitrose)、その他
生産者・製造業者・パッカー等	Allied Bakeries、AMT Fruit、Birds Eye、Refresco・gerrber、General Mills、Fruitful Office、IPL、Kellogg's、Kerry Foods、Nestlé、Moy Park、Fyffes、The Produce World Group、Collectiv Food、Rush Group、Barfoots、Nationwide、McCain、COOK、その他
フードサービス等	Best Food Logistics、Bidfood、Domino's、Costa Coffee、その他
物流業者	Culina Logistics、Fowler Welch、Nagel Langdons、その他
食品管理	<ul style="list-style-type: none"> ・法規：1990 年食品安全法、2006 年食品衛生規則イングランド/スコットランド、EC852/2004 食品衛生規則など ・トレーサビリティの確保 ・コンプライアンスとガイドラインの遵守 ・製品回収への対応 ・寄贈先慈善団体のコンプライアンス ・賞味期限ポリシー
小売業者の自社レーベル寄贈	FareShare は小売ブランドにとって、製品が安全に取り扱われ、食品が意図された慈善目的のみに使用されることの重要性を認識している。以下の小売ブランドはすべて、自社レーベル (PB) 製品を慈善団体への再配分のために FareShare に送ることを許可し、以下の声明に同意している。
	「私たちは、サプライヤーが食品廃棄を削減できるよう支援し、余剰食品をまず人々に提供する努力を支援しています。このため、当社は、自社レーベルの余剰食品を、トレーサビリティがあり、安全で確実な方法で、英国全土の何千もの最前線の慈善団体や地域団体に再分配している FareShare に、自社レーベルの余剰製品を、容器包装を解かずに寄付することをサプライヤーに許可しています。」
声明に同意している小売業者	Asda、Bookers (会員制卸)、Co-op、Lidl、Marks & Spencer、Morrisons、Pret (カフェ)、Sainsbury's、Tesco、Waitrose、Ocado (ネットスーパー)、Gousto (ネットスーパー)、Bidfood (卸売業者)

出所：FareShare ホームページにより作成。https://fareshare.org.uk/ (2023年11月30日閲覧)

- ・地球環境への貢献：CO2 換算で 95,000 トンの温室効果ガスの排出削減と 1,240 億リットルの水の廃棄削減を実現し、余剰食品を 1 トン再分配するごとに 2 トンの CO2 排出と 266 万リットルの水の浪費を削減。食品廃棄から削減した CO2 換算排出量は、事業運営で排出した CO2 換算排出量の 4.5 倍に相当。

食品の寄贈元との関係については、**図表 4** のようにまとめられる。英国の大手小売業者は、自社レーベル（PB）比率が高い傾向にあることから、自社レーベルの寄贈について、自社（店舗およびセンター）からだけでなく、サプライヤー（製造業者、卸売業者、物流業者等）から直接寄贈することに同意する声明を公開していることがとくに注目される。

3) コミュニティフード会員制と FareShare GO

FareShare では、英国の食品関連会社から寄贈される余剰食品を約 8,500 のローカルの慈善団体等に再分配している。食品を利用して人々を支援している団体であれば、食品を受け取る登録が FareShare のホームページ上からできる。登録画面の一部を**図表 5** に示す。FareShare は、FareShare コミュニティフード会員に対する有料サービスと、デジタルプラットフォーム FareShare Go を通じた地元のスーパーマーケットやレストランから余剰食品を無料で受け取る機会という 2 つの選択肢を提供している。

FareShare コミュニティフード会員制では、FareShare のリージョナルセンターで会員管理と食料の提供を行う。リージョナルセンターは、運営費をまかなうため、会員に少額の手数料を課している。受け取る食品は、スーパーマーケットの棚に並ぶ前に、生産者、製造業者、小売業者の流通センターの段階で余剰になったものである。コミュニティフード会員には、受け取る食品の量や種類を選べる、定期的な食料供給、食品の安全性に関するサポート、ボランティアの機会といったベネフィットがある。

デジタルプラットフォームの FareShare Go は、Tesco、ASDA、Waitrose & Partners、卸売業者の Booker、レストランの KFC や Nando's など、地元のスーパーマーケットやレストランで余剰となった食品を慈善団体等に直接提供している。食品は、容器包装が破損していたり、賞味期限の残りが短かったりといった、さまざまな理由で販売できなくなったものであるが、そうした点は食品の品質水準や安全性に影響しない。配布される食品には、パン、卵、フレッシュフルーツなどが含まれるが、それらは常に使用期限内であり、食べてまったく問題ない。

図表5 FareShare のホームページに掲載されている慈善団体等の登録画面の一部

The image shows a registration form titled "Register interest in receiving food". The form is divided into two columns. The left column contains text input fields for: "Name of your organisation *", "Your First Name *", "Your Last Name *", "Day Time Phone Number *", "Mobile Number *", "Email Address *", and "Confirm Email Address *". The right column contains: "Organisation Street *", "Organisation Town/City *", "Organisation's Postcode *", a dropdown menu for "How did you hear about FareShare? *", a dropdown menu for "Organisation status *", a dropdown menu for "Nature of organisation *", and a section for "How will you use / distribute food from FareShare? *" with four radio button options: "Cooking meals", "Food parcels", "Community fridge", "Preparing snacks", and "Pantry/ Larder".

出所：FareShare ホームページによる。<https://fareshare.org.uk/getting-food/>
(2023年12月20日閲覧)

2015年にこのスキームを開始して以来、すでに7,500以上のローカルの慈善団体等と、英国内の3,500以上のスーパーマーケット等の店舗がつながっている。FareShare Goには、スーパーマーケット等の余剰食品に直接定期的アクセスできる、受け取り側にコストがかからない、近くのスーパーマーケット等との関係構築の機会となるといったベネフィットがある。

慈善団体等の組織が食品を受け取るためには、当該組織が利用者に安全な食品サービスを提供するのに適していることを証明する必要がある。また、まだこの基準に達していない場合は、FareShare がサポートする。具体的には、以下が必要である。

- 環境衛生局（EHO）への登録
- 食品を安全に受け取り、保管し、調理し、提供または再分配するための設備が整っ

ていること。

- ・食品の取り扱いと調理を監督するスタッフは、IEHO 食品衛生基礎コース修了証（または同等のもの）を取得していなければならない。
- ・食品を取り扱うスタッフおよびボランティアは、安全に食品を取り扱うためのトレーニングを受けなければならない。
- ・食品安全に関する法律および現行の優良事例を遵守すること。

FareShare の基準をクリアした組織は、ホームページ上に提示されている登録画面から実際の登録を行うこととなっている¹⁹。

② Neighbourly

1) 概要

Neighbourly は、企業がローカルの慈善活動（local good causes）にボランティアを派遣したり、資金や余剰品（食品、トイレタリー・家庭用品、本など）を寄付したりすることで、コミュニティにプラスの影響を与えるためのプラットフォームで、2014年に設立された²⁰。英国の非営利組織（B Corp）の1つとして、Neighbourly は人々やコミュニティ、そして地球にベネフィットをもたらすために、グローバル経済の変革をめざして活動している。

Neighbourly のプラットフォームによって、企業はリソースの計画と配分から ESG インパクトの測定と報告に関わる独自の寄付プログラムを調整できる。なお、本プラットフォームは ISO27001 の認定を受けており、最高の情報セキュリティ基準を保持している。これまでのところ、Neighbourly プラットフォームは、英国とアイルランドのローカルコミュニティに合計 3 億 2,600 万ポンド相当以上のインパクトをもたらし、2025 年までに 10 億ポンドのプラスのインパクトをもたらすというさらなる目標を設定した。

Neighbourly のネットワークには、フードバンクからコミュニティセンター、ホスピスまで、英国とアイルランドの 30,000 以上の慈善団体やコミュニティグループが含まれている。慈善団体等や学校にとって、Neighbourly のプラットフォームは完全に無料で利用できるため、企業等から提供される資金や余剰製品のベネフィットを得ることがでる。

2020 年、Neighbourly は従業員、税金、環境、顧客、サプライヤーに関するビジネス慣習の水準を引き上げることをめざす認定である「グッドビジネス憲章」に署名した。これによって、最高水準の雇用者の権利と社会的責任を提供する組織のネットワークに参

加することになったという。

現在までの活動の成果は次のように公表されている。

- ・ローカルの慈善団体に直接送られた金銭的寄付：2,600 万ポンド以上
- ・ボランティアが提供した時間（対面およびリモートで実施）：178,000 時間以上
- ・余剰製品（食品および非食品）を救出し寄付した量：70,000 トン以上
- ・削減された CO2 排出量：26 万トン以上、車で地球を 20,000 周運転することに相当

2) 寄贈元との関係


Neighborly では、寄贈元から提供された寄付金等の内容について、完全なトレーサビリティを確保して、ローカルコミュニティへのインパクト等を測定し、寄贈元にフィードバックしているという。フィードバックに用いられているコミュニケーションツールが「ESG インパクトダッシュボード」であり、寄贈元企業のそれぞれが、リアルタイムで寄贈の成果を ESG の観点から可視化して確認できるようにすることを目的としている。そこで示される主要な内容は、**図表 6** に示す通りである²¹。なお、代表的な寄贈元をみると、食品関連企業以外に金融、保険、不動産といった業種の企業が含まれていることが特徴的といえる。

なお、Neighborly は、関連団体として Neighborly 基金を立ち上げている。基金に出資しているのは、寄贈元企業と重複しているところがほとんどで、Aldi、Lidl、Coca-Cola、Marks & Spencer、Danone、Southern Co-op、giff-gaff (IT)、Getir、Heineken である。財団は基金に基づいて、ローカルコミュニティの慈善団体等の課題に対応する助成金プログラムを運用している。

ここで、2015 年に Neighbourly の創設パートナーの 1 社となった Marks & Spencer との共同プロジェクトについて紹介する。持続可能性戦略プラン A を実行中の Marks & Spencer は、パートナーとなった最初の年に、ローカルコミュニティの慈善活動のための資金調達に何千人もの同僚社員を巻き込み、90 万ポンドを寄付した。そして、560 以上の店舗で大規模なボランティアプログラム、余剰食品再分配プログラム、顧客の食品寄贈ポイントの設置を行った。最近では、Neighborly と提携して、Clothing & Home Christmas キャンペーン—Gifts that Give—を行い、Neighborly プラットフォームを通じて 1000 のローカル慈善団体等に 100 万ポンドを寄付した。

こうした活動の成果として以下があげられる（2023 年 12 月 5 日現在で、データは日々

図表6 Neighborly の「ESG インパクトダッシュボード」の概要

項目	内容
見本画面（元の画像に一部マスキングした）	
社会的インパクト指標	支援した慈善団体と慈善活動のカテゴリー／財務上のインパクト／支援した受益者／SDGs との整合性／地理データ
従業員のボランティア活動	ボランティア活動時間／参加したイベント／従業員のウェルビーイングとエンゲージメント／プログラムのパフォーマンス
金銭的な寄付	個々の助成金支払い状況／個々の支払い情報／助成金寄付の合計進捗状況／前年比実績
余剰製品（食品および非食品）	寄付した食事数／非食品の寄付トン数／CO2 排出削減／前年比およびブランドレベルの実績
一般向け公開データ	支援した慈善団体と慈善活動／金銭的寄付の総額／CO2 排出削減／ボランティア活動時間／寄付した食事と製品／支援した人数／その他
代表的な寄贈元企業	Marks & Spencer、Pret (カフェ) Cadent (ガス会社)、Danone (乳製品メーカー)、M&G (不動産)、Samsung、Penguin Books、Lidl (ディスカウント型スーパー)、Southern Co-op、B&Q (DIY)、Virgin media O2 (IT)、Coca-Cola、Heineken、HTB (金融)、Aldi (ディスカウント型スーパー)、RSA (保険)、Innocent (飲料)、The Johnsons Way (不動産)、Getir (IT)、Sainsbury's、Gallager (保険)、FCA (金融)

出所：Neighbourly ホームページより作成。 <https://www.neighbourly.com/esg-impact> （2023年12月10日閲覧）

更新される）。

- ・ サポートした慈善活動 5,452
- ・ 支援した人数 5,879,171 人
- ・ ボランティアの活動 7,209 時間
- ・ 金銭的な寄付 6,880,005 ポンド
- ・ 余剰食品の寄贈 76,685,460 食
- ・ 余剰製品（非食品）の寄贈 572 トン
- ・ 温室効果ガスの排出削減 二酸化炭素換算で 116,239t
- ・ プラットフォーム外のボランティア 14,400 時間
- ・ Neighborly コミュニティに参加して以来、Marks & Spencer の影響分野の第1位は健康（慈善活動 2,291 を支援）、第2位教育（同 1,207 を支援）、第3位は住宅（同 930

を支援)

- Marks & Spencer が支援した慈善活動は家族関連 2,282、障がい関連 2,122、子ども（10-14 歳）関連 1,734、支援した慈善活動の所在地はロンドン 501、ベルファスト 146、ブリストル 145

3) プラットフォームにおける慈善団体等との関係

Neighbourly では、再分配専門チームが、寄贈元からの寄付等が寄付先である慈善団体等に適切に再分配されるよう、次の 2 つのフローの管理を行なっている。その 1 つは、プラットフォームの管理であり、寄贈元の店舗等から毎日数 1,000 の余剰製品が提供され、寄付先であるローカルの慈善団体等とのマッチングを行なっている。もう 1 つは、製造業者等の流通センターから余剰製品がパレット単位で寄贈されるので、それらの慈善団体等への再分配を行うことで、ローカルコミュニティを支援している。

上述したように Neighbourly は、英国とアイルランドの全土をカバーするに 30,000 以上のローカルの慈善団体等をネットワーク化したプラットフォームを形成している。このプラットフォームに参加することで、Marks & Spencer、Lidl、Aldi、Sainsbury's、B&Q などの近隣の店舗や流通センターと無料でつながることができ、余剰品を受け取りにいくことができる。

ローカルの慈善団体等に、このプラットフォームへ参加登録してもらうにあたって、それぞれのプロフィール等を検証するとともに、食品衛生に関して必要な基準を満たしていることを確認している。参加登録は Neighbourly のホームページから行うことができる²²。余剰品の寄贈を受け取る手順は次の通りである。

- Neighbourly のプラットフォームに自身の組織のページを作成し、目標の 1 つとして余剰品の寄贈を追加する。
- 過去 2 年半以内の日付の FSA（食品基準局）の食品衛生評価 3 および／またはレベル 2 の食品衛生証明書を追加する。
- Neighbourly のチームが、組織をローカルエリアの店舗とつなぎ、ウェイティングリストに追加する。
- 余剰品が利用可能になると通知が届く。収集に出向けない場合は、別の地元のグループに再割り当てできるように返信する。

なお、寄付金やボランティアの派遣についても、食品の衛生基準に関わる部分を除き、

ほぼ同様の手順で登録し提供が受けられる。

② FoodCloud

1) 概要

FoodCloud の直接の活動範囲は主としてアイルランドであるため、ここでは簡単な紹介にとどめる。

FoodCloud は、ダブリン（アイルランド）で出会った 2 人の大学院生が、2013 年に、まだ食べられる食品が廃棄されない世界にしたいという願いの下に立ち上げた社会的企業である。この年の初めに FoodCloud は、Tesco アイルランドの CSR マネジャーと協議し、店舗内で発生する余剰食品をローカル慈善団体等にモバイルアプリを使って再分配する店内ソリューション「ムーンショット」をパイロットプロジェクトとして開始した。この時点で FoodCloud には、6 つのローカル慈善団体等とパートナーシップ関係にあったという

FoodCloud のモバイルアプリは、食品企業が 1 日の終わりに余剰食品をローカルの慈善団体等に通知することをコンセプトとしており、2 人の創業者が 2012 年に開発し、ダブリンのファーマーズマーケットやカフェ、ベーカリーなどで初期試験を始めていた。Tesco アイルランドとの間では、余剰食品を再分配するにあたって、食品の安全性、トレーサビリティ、分配先からの転売リスクといった問題をどうクリアするかについて議論が重ねられた。

2014 年には、Tesco アイルランドとのパイロットプロジェクトの成功を受けて、同社のアイルランド全土 146 店舗で実施することとなった。同年中に、Aldi アイルランドの店内ソリューションプロジェクトにも取り組むことになった。

そして 2014 年 12 月、Tesco グループの CEO がアイルランドを訪問した際に、FoodCloud と Tesco アイルランドの取り組みを高く評価し、英国全体へのスケールアップが提案された。協議の結果、Tesco が余剰食品を提供し、上述の FareShare がローカルの慈善団体等とのネットワークを提供し、FoodCloud が両者をつなぐ技術を担当することになり、2015 年から実際に余剰食品の再分配が開始された。これが FareShare Go として英国全土で展開されたことはすでに述べた通りである。

その後、FoodCloud はさまざまな企業と強力関係を築き、事業を拡大していった、新型コロナウイルスパンデミックに入るとさまざまな苦難に直面したが、余剰食品の再分配の規模

は拡大している。2021年の実績としては、アイルランド、英国、チェコ共和国、スロバキアの4つの市場に余剰食品16,380トン(3,900万食分)を再分配し、CO2換算で約52,416トンの温室効果ガスの削減に貢献したという。2020年の余剰食品再分配の規模は13,116トン(3,100万食分)に比して25%増を記録したことになる。

2) 寄贈元のパートナー企業

現時点でのFoodCloudの主要な寄贈元パートナー企業としては、Tesco、Aldi、Waitrose、Lidl、AIB（金融）、Musgrave（アイルランドの食品小売・卸・フードサービス企業）があげられる。パートナー企業全体は、ホームページ上に「サプライチェーンパートナー」として78社のロゴが掲載されている²³。

3) FoodCloudのプラットフォーム

FoodCloudは、従来のFoodCloudアプリやFareShare Goを技術的にバージョンアップしたプラットフォームとしてFoodiverseアプリをリリースし、旧アプリの利用者に新アプリのダウンロードを呼びかけている。

Foodiverseプラットフォームでは、プラットフォーム上の9,000のローカル慈善団体等への余剰食品の再配分を可能にする管理プラットフォームと、寄贈先調整に係るソリューションを提供する。寄贈元企業が製品データのトレーサビリティを必要とする場合、ERPや在庫管理システムなどの外部ソースからデータを自動的に取り込むことなどを可能にするなど、寄贈元企業の業務の効率化に資する内容に進化したという。

このプラットフォームにローカル慈善団体等が参加する場合、FoodCloudが設定している登録画面からプロフィールや再分配された食品の用途、管理水準などの詳細を入力し、パートナーとして認めてもらう必要がある。ここまで述べてきた3社の中で最も詳細かつ包括的な登録項目があげられているので、プロフィール以外の主要な項目を以下に紹介する。

- ・ 主要なサービスの対象層
- ・ 余剰食品の使用目的
- ・ 食品への支出月額
- ・ 食品の安全性に関する事項：環境健康局への登録の有無
- ・ 食品の安全性に関して該当すればボックスにチェック：食品用温度計／食品を70℃

に再加熱している／温度管理記録を含む食品安全記録を書面で保管している／チームの誰かが食品衛生と安全性について最新の訓練を受けている／指定された敷地内で事業を行っている／施設は食品安全要件を満たしている／食品事業に関する清掃スケジュールを管理／カウンターの消毒を含む厳格な清掃手順を実行している／廃棄物を正しく処理している／害虫駆除契約を結んでいる／上記のどれも該当しない

- ・食品を扱うチームのメンバーは食品安全研修を受講しているかどうか
- ・最新の食品安全研修の修了証をアップロード
- ・事業所内に次の施設があるかどうか：十分な保管施設／十分な寄贈品の仕分け施設／適切な衛生設備（手洗いステーションなど）／適切な廃棄物処理施設／適切な食品調理設備（該当する場合）／冷蔵食品配送時の温度管理の適切な確認・記録
- ・敷地内の食品保管施設の種類：家庭用冷蔵庫・冷凍庫／大型箱型冷凍庫（チェストフリーザー）／ウォークイン型冷蔵庫／ウォークイン型冷凍庫／その他(具体的に)
- ・安全性の要件：安全な食品事業運営の一環として、以下を実施する必要がある
- ・トレーサビリティ：どの食品が組織に入ってくるかを記録する必要がある
- ・アレルギー：配布している食品に含まれる可能性のあるアレルギーをサービスユーザーに通知する必要がある
- ・食品衛生：温度制御や良い食品保管など、高水準の食品衛生を維持する必要がある
- ・ラベリング：製品が凍結された時期と新しい有効期限をサービスユーザーに通知するために、凍結した食品にラベルを追加する必要がある

私は上記の声明を読み、理解しました。

- ・利用条件
- ・FoodCloud やスーパーマーケットパートナーによる食品寄贈について、メディア等に進んで対応してもらえるか？ (Yes/No)
- ・スーパーマーケットパートナーが食品寄贈についてメディア等の取材に応じてくれるよう要請することがあるが、対応してもらえるか？ (Yes/No)
- ・欧州困窮者援助基金 (FEAD) プログラムの支援を受けているか？ (Yes/No/申請中)
- ・利用条件に同意するか？ (Yes/No)

4. フランスにおける政策展開

(1) フランスのプラスチック関連政策

① ロス対策・循環経済法と気候法の制定

近年のフランスにおける環境政策を特徴づける法制度として、2020年のロス対策・循環経済法、および2021年の気候法（気候変動対策・レジリエンス強化法）があげられる。これらは、2015年制定のグリーン成長法（グリーン成長のためのエネルギー移行法）、およびグルネル会議という環境会議に基づいて2009年に制定された環境法、いわゆるグルネル法を強化する内容となっている。

ちなみに、フランスの小売業の業界団体であるFCDにおけるヒアリングでは、次のような興味深い指摘があった²⁴。すなわち、以前であれば、政府は業界団体や消費者団体と意見交換しながら政策決定していたのであるが、グルネル法の制定あたりから、政策決定過程において環境NGOの発言力が大きくなる傾向にあり、実現困難な目標を設定することが多くなっているというのである。

2020年2月に施行されたロス対策・循環経済法では、使い捨てプラスチックの禁止、消費者への情報提供（マークやラベルによる）、廃棄物の社会への還元（一定の商品について再利用、リサイクル、寄付の義務づけ等）、製品の長寿化、環境負荷を抑えた生産推進等をめざすことが掲げられた²⁵。また、2021年8月制定の気候法では、社会的公平性を維持しつつ、2030年までに温室効果ガス（GHG）排出40%削減をめざすことが掲げられた。なお、同法は抽選で選ばれた市民150人から成る「気候変動市民評議会」がまとめた政策提言を基に策定されたものという²⁶。

② 使い捨てプラスチックの禁止

ロス対策・循環経済法では、EPRの考え方を背景にして、2025年1月1日までにプラスチックのリサイクル率100%を目標とするとともに、2040年までに使い捨てプラスチック容器包装の市場投入（上市）を禁止する目標が設定された。これらの目標を達成するために、フランス政府は業界関係者や環境NGOと協議し、2021年4月30日、2021年から2025年末までの5カ年の中間目標を定めた3Rに関するデクレ（政令）を公布した。具体的には、以下の3つの目標が掲げられた。

1) 2025年末までに、バイオマスプラスチックと生分解性プラスチックを原料とする

ものを含む、使い捨てプラスチック包装の年間市場投入量を2018年（約220万トン）比で20%削減するとともに、削減量のうち50%以上はリユースやリサイクルにより達成する。

- 2) 2025年未までに、電池、電球などの商品を包装する透明プラスチックカバー（ブリスター）などの「不必要な」プラスチック包装を100%削減する。
- 3) 2025年1月1日までに、使い捨てプラスチック包装の100%をリサイクルする。
そのために、使い捨てプラスチックの容器包装材は全てリサイクル可能なものとする。

あわせて同デクレは、2025年1月1日までに使い捨てプラスチック容器包装のリサイクルシステムを稼働させることと、ごみの分別の妨げにならない容器包装とすること、リサイクルを制限する物質を含まない容器包装とすることを定めている。

また、使い捨てプラスチック製品の市場投入を禁止する品目のスケジュールとして、2020年からコップ、グラス、皿類、2021年からストロー、ナイフ・フォーク類、2022年からティーバッグ、ファストフード店の子供用おもちゃなど、2024年からはマイクロプラスチックを含む医療機器が指定された。

さらに、気候法では、「2030年までに400平方メートル以上のスーパーマーケットで、売場面積の20%を包装のない量り売り販売とすることを義務づける」ことが規定された²⁷。

ちなみに、循環経済法ではプラスチック容器包装による野菜や果物の販売を原則禁止しているが、2021年10月12日公布の首相令（施行令）において、禁止規定の例外として「ばら売りでは傷む恐れのある野菜や果物」を列挙するリストを公表した。これに対して、2022年12月9日、フランスの最上級行政裁判所の機能を有する国務院が無効と判決し、政府に新たな施行令によりリストを再策定するよう求めた。これを受けて政府は、脆弱性の問題なく、ばら売りで販売できる野菜や果物のプラスチック容器包装禁止の維持と、脆弱な野菜や果物の販売を両立させるよう、新たな施行令の検討に入った²⁸。

なお、使い捨てプラスチック以外のEPRに関連して、ロス対策・循環経済法は、リサイクルのルートが確立している繊維製品（衣料品等）や電気製品などは2022年1月1日までに、その他ルートが確立されていない食品以外の製品は2023年末までに、売れ残り商品の廃棄を禁止、再利用、リサイクルや寄付を義務付けることとしている²⁹。

③ 量り売りについて

ロス対策・循環経済法では、プラスチック容器包装の使用量を削減し、プラスチックの再利用を促進する新たな方策として、量り売りの推進が打ち出された。量り売りは、消費者が自分の好きな容器を持ってきて、それを使って量り売りの売場で個別の商品を買うことができる方式をさす。同法では、商品の特性等から量り売りが適切ではないとサプライヤーが判断した場合、サプライヤーは量り売り方式での商品供給を拒否することができるという。さらに、気候法では、2030年までに400平方メートル以上のスーパーマーケットで、売場面積の20%を量り売り販売とすることを義務づけることが規定された³⁰。

小売業界では、量り売りを推進するために、リユース容器の開発を進めているという。また、量り売りでは商品を保護する容器がなくなることから、食品が傷みやすくなったり、衛生が保てなくなったりする。その結果、廃棄増やオペレーションコスト上昇のリスクが高まることから、小売業界では、いかに量り売りの売場を運営するかを検討しているという³¹。

(2) 環境マーク／ラベルと広告規制

① 環境マーク／ラベルについて

ロス対策・循環経済法と気候法の対象は、プラスチック関連にとどまらず、広く環境関連の政策に及んでいる。その1つとして、消費者に対して、環境に考慮した行動に必要な情報を提供するための施策を強化することが定められた。すでに2015年から、拡大生産者責任による回収・リサイクルの対象となる製品に対して「トリマンマーク」の添付が義務付けられているが、これに加えて、2022年から複数の素材でできている場合は素材ごとに分別に関する情報の表示が義務付けられた。

さらに、最終処分場に送られるゴミを減らすことを目的として、修理可能性ラベルという指標が作られた。これは家電製品や電子機器が対象となる。評価が低い製品は修理がしにくく、高い製品は修理しやすいことを意味し、消費者に修理しながら長く使ってもらうとともに、メーカーに対して耐用年数の長い製品をつくるよう誘導している。これと類似する指標として、持続可能性ラベルも検討されている。

また、2029年に消費者への情報提供として環境負荷ラベルを制定するということが定められている。これは、メーカーや販売業者が、製品の環境負荷レベルを段階評価して、ネット上に公開し、消費者に開示しなければならないこととされている。ロス対策・循環経済

法には、環境負荷レベルを決める次のような 10 個のクライテリアが定められている。

- 1) その製品がどれだけリサイクル材料を使っているか
- 2) リサイクル可能な材料をどれだけ使っているか
- 3) どのくらいの率でコンポスト化による生分解が可能か
- 4) どれくらいの期間、耐用可能か
- 5) 修理可能性はどの程度か
- 6) リユース可能性
- 7) 危険なものが含まれているか、レアメタルが含まれているか
- 8) 廃棄物回収のエコ団体への拠出金において材料の配慮や啓発活動などによってボーナスがもらえているか、減額されているか。
- 9) (アパレル製品が対象) 原産国はどこか
- 10) (アパレル製品が対象) マイクロファイバーの拡散発生率、洗った時にマイクロファイバーを出す率。

以上は、オンライン上で必ず公開しないとされない環境負荷ラベルであるが、もう 1 つ、製品上に付与するラベルとして、環境フットプリントラベルと呼ばれるものがある。小売業界としては、オンライン上での環境負荷レベルのラベリングと、製品上に消費者にわかりやすく示すラベルとの両方を情報開示するのは煩雑で、できれば回避したいという。

このようなさまざまなラベル等の中で、優先的に進めていこうとしているカテゴリーが EPR の対象となっている食品と繊維の 2 つである食品は日用品のなかでも非常に重要なものであり、繊維はファストファッションの問題がフランスでは大きいことによるという。政府は、どちらも 2024 年初めからラベリングを開始する予定と公表している。2027 年には家具および家電製品に対象が拡大され、さらにいろいろなカテゴリーへと広げられていくと考えられる。こうしたことを通じて、フランスは、EU のルールに先駆けて環境負荷ラベルに取り組むことで、EU における環境負荷表示をリードしていこうとしている³²。

② 広告規制

ロス対策・循環経済法と気候法の内容は、広告規制にまで及んでいる。すなわち、ロス対策・循環経済法は、消費者向けのカatalog、チラシ等はすべて再生紙を使わなければならない、インクは一部の鉱物生オイルの使用を禁止することとされ、すでに実施されている。さらに、気候法は、無料で発行されポスティングされるチラシ、DM、カatalog等に対

して、消費者が「受け取りません」というステッカーを貼る権利を認め、配達員はこれを守らないと規定した。さらに、現在では受け取りたくない人は何も表示しなくても受け取らないことを意思表示したこととして（「受け取りません」をデフォルトにして）、受け取っても良い人についてのみ「受け取ります」のステッカーを貼る方向に移行することが検討されている。

（3）フランスのフードロスおよびウェイト政策

① 食品廃棄物規制の法定化

フランスではフードウェイト削減を目的に、2016年2月13日、「食品廃棄物対策に関する法律（通称ガロ法）」が施行されている³³。本法は、食品廃棄物削減のための行動の優先順位として、廃棄の発生抑制と飼料化の間に寄付または加工による売れ残り食品の使用を位置づけた。これを踏まえて、400平方メートル以上の食料品店に対し、消費可能な売れ残り食品を寄付するための無料配送方法を明示した契約を1つ以上の団体に対して、2017年2月10日までに提案することを義務付けた。また、400平方メートル以上の食料品店を開業、あるいはそれ以上に拡張した場合には、1年以内に上記契約を1つ以上の団体に提案しなければならないこととされた。

そして、同法は、流通業者が消費可能な売れ残り商品を消費に適さない状態にすることを禁止し、違反の場合は3,750ユーロの罰金を科すこととした。その後、ロス対策・循環経済法は罰金を最大で前年の売り上げの0.1%に強化している。

さらに2019年10月22日には、「食品廃棄物対策に関するオルドナンス法」が施行された。本法は、2016年ガロ法が公的部門の外食産業に課している食品廃棄物の対策をする義務を民間外食産業へも拡大すること、流通業者に禁じている消費可能な売れ残り商品を消費に適さない状態にすることの規制と罰金の対象を外食産業と農業食品部門の全事業者へ拡大すること、学校や病院、企業などに1日3,000食以上を提供する事業者と、年5,000万ユーロ以上を売り上げる食品加工部門の事業者が、消費可能な売れ残り食品を寄付する契約を提案する義務を一定の条件で負うこと、廃棄物対策のための約束を公表する必要があるなどと定めた。

② フードウェイト削減ラベルの認証

ロス対策・循環経済法は、フードウェイト削減に熱心に取り組む事業者を国家レベル

で顕彰し、消費者・市民に取り組みを周知することを目的に、フランス政府が「フードウェイスト防止ラベル」を導入した³⁴。ラベルは、環境省（エコロジー移行省）によって承認された認証機関が授与することとなっている。対象は、スーパーマーケット（ハイパーマーケットを含む）、卸売業者、食品小売業者（精肉店、デリカテッセン、ベーカリー、チーズ店、青果店など）であり、事業者が個別にまたはグループで認証機関に申請する。ラベルを取得するには、食品の仕入れから販売まで、サプライチェーンのすべての活動において一定の要件を満たしているかどうかや、売れ残り食品の寄贈の程度などが審査される。

ラベルは、フードウェイスト削減の取り組み度合いに応じて、「1つ星：コミットメント」、「2つ星：熟練」、「3つ星：模範的」の3段階が設けられている。2023年時点で、「3つ星」ラベル認証を獲得したのは、大規模チェーンのカルフルとルクレールである。

③ エガリム法

フードウェイスト削減から少し離れるが、農業生産・流通・消費のサプライチェーン全体のあり方にかかわるエガリム（EGalim）法とエガリム2法についてとりあげる³⁵。まずエガリム法は、2017年、マクロン大統領が主導し、農業生産者団体、食品企業、小売業者、消費者団体といった主要な食品業界関係者が参加して開催された「食料全体会議」における議論を踏まえてとりまとめられた。正式名称は「農業・食品産業における取引関係の均衡と健康的で持続的だすべての人にアクセス可能な食料のための法律」といい、2018年10月制定された。

その背景には、フランスでは2010年施行の「農業近代化法」によって、農業生産者と買い手との販売取引において書面による契約が義務化されていたにもかかわらず、実際には書面契約化が進んでおらず、他方で、サプライチェーンの下流側の大手小売業者や大手加工業者は高度な寡占状態の下で激しい価格競争を展開していることから、農業生産者に対して優位な取引上の地位に基づいて価格交渉力を行使した。その結果、農業生産者は本来得べき利益を確保できず、低い所得水準に甘んじざるを得なかった、という状況認識があった。そこで本法には、こうした構造を是正するための農業生産者と買い手との取引関係に対する規制をはじめとして、農業・食品のサプライチェーンに関するさまざまな課題が盛り込まれた。主要な課題は以下のとおりである³⁶。

- 1) 農業生産者と取引相手との適正な取引関係
- 2) 食品の品質・地産地消の強化

- 3) 健康に寄与し、信頼性および持続可能性の高い製品の促進
- 4) 食料分野におけるプラスチック使用の減少

これらのうち、第1項の適正な取引関係については、書面による契約の必要性があらためて確認されるとともに、農業生産者が農産物を最初の買い手に販売する場合の書面契約において、契約条件の提案は農業生産者が先行して行うべきことが規定された。また、再販売価格水準について、フランスでは原価割れ販売が禁止されているが、消費者への再販売にあたって仕入れ価格の110%で販売することが規定された。さらに、値引きの水準について、小売間の価格競争に一定の歯止めをかける狙いから、価格ベースで34%、数量ベースで25%以下にとどめるべきこと等が規定された。

③ エガリム2法

以上のようにエガリム法では、農業生産者の取引上の地位向上がめざされたが、施行後の評価は否定的なものが少なくなかった³⁷。そこで、農業・食料大臣と経済・財務副大臣が物流分野の専門家(セルジュ・パパン氏)に施行状況等の評価のための調査を委託した。その結果、農業生産者を保護し、収入を増加させるための提言が報告書として提示され、その内容を踏まえて、エガリム2法(正式名称は「農業者の報酬保護のための法」)が、2021年10月制定された。その主要内容は以下のとおりである。

- 1) 書面による契約締結義務と契約の複数年化

書面契約に含まれているべき事項、書面契約義務の対象・除外品目、販売規模の閾値(本法に基づくデクレにより対象農産物の年間売上高が10,000ユーロ未満の農業生産者等は書面契約義務が免除)などを明確化した。また、生産費指標を作成・公表することとした

- 2) 食料価格とマージンの形成に関して、四半期ごとに公的機関が報告を受け、監視を行う。

- 3) 農産物原料の割合表示と交渉からの除外

農産物の最初の購入者(農業生産者から直接購入する事業者)以降の取引において、農産物原料または農産物原料を50%以上含む加工品について、食品に含まれるそれらの割合を表示することを義務化した。また、取引交渉において、買い手がサプライヤーの価格に占める農産物原料の購入価格の割合に関与することを禁止した。

2021年から、フランスではインフレが進展したが、その要因として異常気象やウクライ

ナ戦争等の国際情勢を背景として、エネルギー価格、農産物原料価格、工業原料価格の高騰が指摘できる。これらのうち、農産物原料価格の上昇に本法施行がどの程度影響したかについて、さまざま検討された。本法施行から間もないことから、あくまで暫定的な評価となろうが、本法によって農業生産者側の交渉力が強化されたことに関連して、サプライヤーによる不正な価格上昇が広まっているとは考えられないものの、一部に不当な値上げの影響があると指摘している。

5. 英国とフランスの今後の政策展開に影響する要因

(1) 英国とフランスの相違点と共通点

以上、EU、英国、フランスにおける循環経済、プラスチック関連、フードロスおよびウェイスト削減といった環境に関わる政策や取り組みについて検討してきた。英国とフランスの政策や取り組みを比較すると、よく言われることであるが、民間主導か国主導かという手法の面での相違点が目立つ³⁸。

すなわち、英国はもともとイングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルランドという4つの政府の連合王国で、それぞれの行政と議会の下で独自の政策、制度を展開している。とくに環境に関わる政策は、それぞれが競うように新たな規制を行うなどしている。また、政府は目標を設定したり、税制等で誘導したりすることが中心で、取り組みの主体は、あくまでも民間の企業や、WRAP等の団体であって、民間主導の色合いが強い。

これに対して、フランスは中央集権的な政府（環境省＝エコロジー移行省、環境・エネルギー管理庁 ADEME など）が、法律の中に目標を書き込み、その実現のために規制をかけたたり経済過程への介入を積極的に行ったりするところに特徴がある。小売の業界団体であるFCDによれば、近年、とくに環境NGO等の政策決定過程への影響力が強まり、事業者にとってハードルの高い目標や厳しい規制等が課せられることがあるという。

こうした相違はあるものの、これまで内容面では共通点が多いと言われてきた。しかし、2020年1月31日の英国のEU離脱（ブレクジット）以降、徐々に英国とEUの足並みが揃わなくなってきた面があるとの指摘がWRAPからあった³⁹。例えば、化学物質に関するリスク規制や農業分野の政策において、英国がEUと少し異なるアプローチをとるようになってきていたり、EPRについてや環境目標達成のための補助金などについても英国とEUで距離が出てきたりしているという。フランスは基本的にEUの政策と同歩調をとる

か、より先導することがほとんどなので、今後、内容面でも乖離が広がる可能性があるので、注意が必要であろう。

こうした中で、EU、英国、フランスに共通して影響するであろう近年の特徴的な動きについて、最後に2つ指摘しておきたい。1つは国連のプラスチック条約であり、もう1つはいわゆるグリーンウォッシュに対する規制強化である。順にみていこう。

(2) 国連プラスチック条約

いわゆる国連プラスチック条約の議論は、2022年3月、第5回国連環境総会再開セッションにおいて、「プラスチック汚染を終わらせる：法的拘束力のある国際約束に向けて」が採択され、「プラスチック汚染に関する法的拘束力のある国際文書策定に向けた政府間交渉委員会」(INC)が設置されたところから正式に始まった⁴⁰。INCは、2022年11月から2024年末までに5回開催され、国際文書(条約)の策定に係る作業を完了させること目標としている。第1回交渉は2022年11月にウルグアイで、第2回交渉は2023年5月にフランスのパリで、今回第3回交渉はケニアのナイロビで会際された。第4回交渉は2024年4月にカナダのオタワ、第5回交渉は2024年11月に韓国の釜山で開催される予定となっている。

第2回交渉に先立って会際されて、G7広島サミットでは「2040年までに追加的なプラスチック汚染をゼロにする野心を持って、プラスチック汚染を終わらせることにコミットし」、「政府間交渉委員会(INC)のプロセスを支持し、プラスチックのライフサイクル全体をカバーする法的拘束力のある国際文書の作業を2024年末までに完了することを目的としたパリでの次回交渉に期待し、野心的な成果を求める」との首脳コミュニケが2023年5月20日に発表された⁴¹。

こうして、2040年までに追加的なプラスチック汚染ゼロという目標はさだまったものの、条例そのものの目的や範囲、義務などについて、さまざまな論点があり、議論の途上にある。とくに大きな争点は、条例が対象とする範囲として、プラスチックの廃棄、回収、リユース、リサイクルといったサプライチェーンの下流側の廃棄物管理に焦点を合わせるのか、プラスチック原料、すなわち一次プラスチックポリマーの生産、市場への供給そのものを削減ないしは段階的に廃止するといったサプライチェーンの上流側に踏み込むのかという点である。下流側だけでなく、上流側も含めるべき、あるいは上流側こそが重要であると主張するのがEU等であり、下流側を重視するのがアメリカ、日本、中国などであるという。同時に、EU等は各国に法令等による厳しい対応を義務付けようとしているのに

対して、アメリカ等は自主的な取り組みを重視するという相違もある。また、途上国からは適切な廃棄物処理の仕組みを作るため、先進国に資金や技術の支援増加が求められている。

今後、こうした論点を詰めて、予定通り進めば2024年末までに条文案が作成され、2025年に条約の採択などに向けた外交日程が組まれることになる。国連プラスチック条約がどのような方向、範囲に進むかによって、世界各国のプラスチック関連政策に大きく影響することが予想されるが、EU、英国、フランスについては、国連条約がどの方向に進むにせよ、自分たちがINCなどで強化の方向を主張していることから、それぞれにおいて強化の方向がめざされるものと考えられよう。

（3）グリーンウォッシュに対する規制強化

グリーンウォッシュないしグリーンクレームは、1980年代から欧米の環境活動家たちが使い始めた言葉で、うわべだけ環境保護に熱心であるようにみせることをさす⁴²。SDGsに対する社会的な関心の高まりとともに、SDGsウォッシュという言葉もよく使われている。

環境問題に対する社会的な意識や関心が高まるほど、環境保護や環境配慮の訴求が企業イメージや企業評価の向上につながりやすくなる。そのため、実際以上に環境保等業に取り組んでいると主張したり、環境に悪影響のある自社の活動を隠して、環境に良い面だけを強調したりすることで、消費者・市民を欺瞞しようとする企業が出てくることになる。

そうした中で、近年の環境問題に対する社会的関心のいっそうの高まりを背景にして、グリーンウォッシュ／グリーンクレームに対する規制強化が、EU およびイギリスで並行して進んだ。順にみていこう。

① EU「グリーンクレーム指令」

2022年3月、欧州委員会は「グリーン移行における消費者のエンパワーメントに関する指令案」を発表した⁴³。これは、循環経済への消費者の参加の改善、特に契約締結前に消費者に特定の製品の耐久性と修理可能性に関するより良い情報を提供し、持続可能な購入を妨げる、次のような不公正な商慣習に対する消費者保護を強化することを目的としている。

- 1) グリーンウォッシュ慣習（誤解を招く環境クレーム）
- 2) 早期陳腐化慣習（商品の早期の故障）

3) 信頼性の低い不透明な持続可能性ラベルと情報ツールの使用

この指令案を補完、具体化する目的を担っているのが、2023年3月22日に欧州委員会から発表された「グリーンクレーム指令案」である⁴⁴。これは、消費者保護を確保し、消費者がグリーン移行に積極的に貢献できるようにすることを目的としている。欧州委員会によると、その背景には、グリーンクレームに係る次のような事情があるという⁴⁵。

- 1) グリーンクレームの53%は曖昧で誤解を招き、根拠のない情報を提供している。
- 2) グリーンクレームの40%には裏付けとなる証拠がない。
- 3) グリーンラベルの半分は弱い、あるいは存在しない検証に基づいている。
- 4) EUには230の持続可能性ラベルと100のグリーンエネルギーラベルがあり、それらの透明性のレベルは大きく異なる。

そして指令案は、2023年9月19日、EU理事会と欧州議会で暫定的な合意に達した。これによって、概略、次のことが禁止されることとなった⁴⁶。

- 1) 一般的なグリーンクレームやその他の誤解を招くマーケティングトリックは禁止される。
- 2) 禁止は、製品の耐久性を制限するために導入されたデザイン機能を含む商品に関する商業的コミュニケーションにも適用される。
- 3) 承認された認証スキームに基づくか、公的機関によって確立された持続可能性ラベルのみが許可される。
- 4) 品質保証に関する情報はより目立つようにされ、新たに保証延長ラベルが導入される。

指令が正式に発効するのは2024年初めで、その後、加盟国は新しい規則を国内法規に24カ月かけて組み込むことになる。この過程で、グリーンクレームに関する規制はEU全域に広がり、定着していくものと考えられる。

② 英国「デジタル市場・競争・消費者法案」

英国では、グリーンウォッシュの規制強化を含む「デジタル市場・競争・消費者法案」が議会で審議されている。本法案の内容は、EUによるグリーンクレーム指令に比べると穏健なものであるが、競争市場庁に違反企業への年間世界売上高の10%を上限とする制裁金を課す行政執行権を付与するものとなっている。本法案は、現行の消費者保護規則を置

き換えることを意図しており、禁止される行為は法改正によって随時訂正、追加されていくことになる⁴⁷。

競争市場庁によると、多くの企業は自社の製品が実際にどれほど環境に配慮しているかを正直に主張しているように見えるが、ウェブサイトの最近の国際的な分析で、オンラインで行われたグリーンクレームの40%が誤解を招く可能性があることがわかったという⁴⁸。そこで、競争市場庁はグリーンクレームが本物であり、誤解を招くものではないことを確認するために、グリーンクレーム・コード（ガイダンス）を作成した。本コードに強制力があるわけではないが、顧客とのビジネスの評判を守るとともに、法令遵守に役立つ。グリーンクレームのチェックポイントは以下の通りである⁴⁹。

- 1) 真実かつ正確であること：企業は、自社の製品、サービス、ブランド、活動が、主張どおりでなければならない。
- 2) 明確で曖昧でないこと：消費者が製品のメッセージから受け取るであろう意味と、その製品の信憑性が一致しなければならない。
- 3) 重要な情報を省略したり隠したりしないこと：重要な情報を省略したり隠したりしない。
- 4) 公正で意味のある比較のみを行う：比較するどの製品も同じニーズを満たすものでなければならない。
- 5) 製品の全ライフサイクルを考慮する：グリーンクレームにおいて、企業は製品やサービスの総合的な影響を考慮しなければならない。クレームが全体的な影響を反映していない場合や、ある側面に焦点を当て、別の側面が反映されていない場合には、誤解を招く可能性がある。
- 6) 実証されていること：企業は、確固たる、信頼できる、最新の証拠によって、自らの主張を裏付けることができなければならない。

競争市場庁では、現在、グリーンクレームが消費者保護法を遵守しているかどうかについて、2つの調査を実施している⁵⁰。その1つは、特定の消費財（飲食料品、クリーニング製品、トイレタリー製品、パーソナルケア製品など）の環境クレームに焦点を合わせたもので、何の根拠もなく製品を「持続可能」または「より環境に良い」ものとしてマーケティングすることや、製品にリサイクル素材や天然素材が使用されていること、リサイクル可能であることについて誤解を招くようなクレーム、一部の製品のみが「持続可能」であるにもかかわらず、製品シリーズ全体が「持続可能」である

とブランド化されていることなどを調査している。2つ目の調査は、3つのファッションブランドが衣料品、靴、アクセサリに関して行った様々な環境クレームに関するものである。

以上の動きとは別に、環境団体によるグリーンウォッシュに対する刺激的なキャンペーンも行われている。例えば、英国のスーパーマーケットは温室効果ガスの排出量削減のターゲット設定など、いかに環境に配慮しているかに関するマーケティングやパブリックリレーションを積極的に展開しているが、取り扱っている肉や乳製品等の生産・流通・販売に係る温室効果ガス排出量が当該企業の同排出量全体の中で高い比率を占めているにもかかわらず、その販売を続けている、といったキャンペーンがあげられる⁵¹。

英国議会における法案審議や競争市場庁によるグリーンクレーム・コードの運用等、環境団体のキャンペーンなどを含めて、英国におけるグリーンウォッシュ問題への社会的関心は、今後ますます高まるものと考えられる。

6. 結び

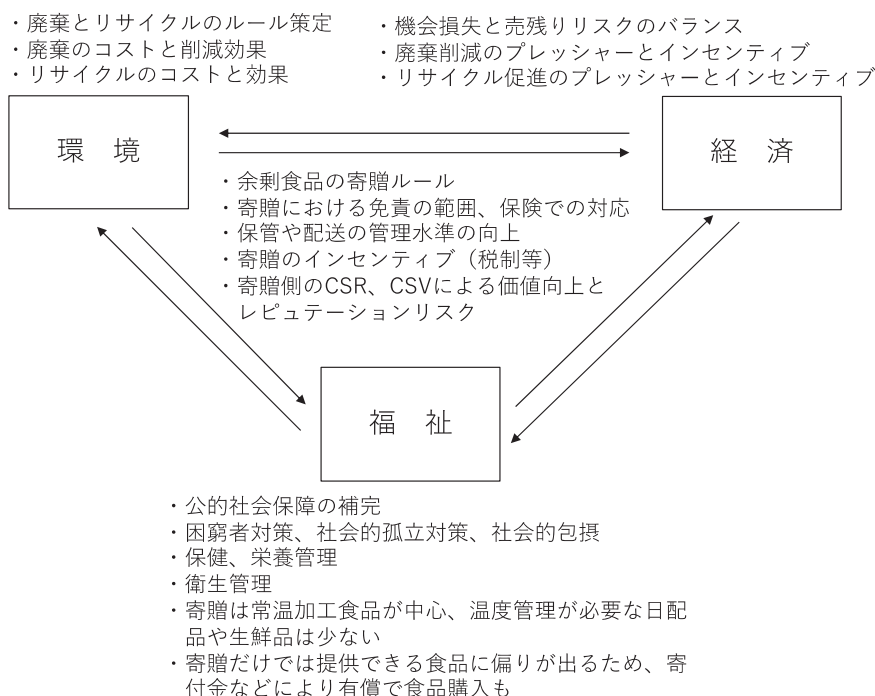
以上、本稿では日本チェーンストア協会の環境問題欧州調査チームによる英国・フランスの現地調査、および事前のデスクリサーチ、帰国後のフォローアップ調査・検証を踏まえて、EU・英国・フランスにおける環境政策等の展開を整理、検討してきた。過去に実施した同趣旨の調査においては、制度・政策などで先んじている欧州から学ぶという側面が多かったことから、今回も当初はそのような趣旨で臨んだ。しかし、現地で生の声を聴き、現場を見ることで、たしかに野心的な制度を導入したり、取り組みを進めたりしているものの、実際には目標とするハードルと年限を設定し、そこにいかに近付けていくか、どのようにして達成するかを模索しているところが少なくないことがわかった。いわゆるバックカスティング発想で物事が進められているということであろう。また、やや余談になるが、企業や業界団体での取り組み紹介のプレゼンが、かつてよりもやや抑えめで地に足がついた内容であったことが印象的であった。これはグリーンウォッシュ／グリーンクレームに対する社会的関心や規制の動向を踏まえてのものと考えられる。

日本においては、ありていに言えば、目標を設定することと、一步一步着実に歩みを刻むことの両立がめざされ、いたずらに野心的な目標を設定することは回避される傾向にあ

る。そのため、例えばゼロカーボン、循環経済に関連してプラスチックにしろ食品廃棄にしろゼロ目標がかかげられているが、実態としてはまだまだ課題が多いことがわかった。廃棄から回収、分別、リサイクルのインフラについては、まだ日本の方が整っていることも確認できた。

逆に、フードロスおよびウェイスト削減の側面とくに、余剰食品の発生をできる限り抑制しながら、それでも発生してしまう余剰を廃棄するのではなく、チャリティへの食品寄贈として有効活用する仕組みについては、英国およびフランスで取り組みの方法に違いはあれど、内容においては一日の長どころか数日の長がある。

図表7 食品寄贈をめぐる環境・経済・福祉のトライアングル



出所：渡辺（2023）、p.9。

日本でも食品ロス削減推進法（2019年制定）の見直し作業の中で、善意の寄贈に係る免責などを含めて議論され、食品寄贈の促進、拡大がめざされている。こうした中で、英国およびフランスの食品寄贈に係るプラットフォームなど学べき点が多い。とりわけ注目すべきは、余剰食品の廃棄を抑制し、寄贈食品として有効活用するというコンテキストには、

環境（社会）的な課題と経済的な課題の解決を両立させるという含意があるが、食品寄贈の受け手側に「人」がいることを考えると、福祉的な課題の解決という観点が3つ目の柱として存在するという点である。以上についての説明は渡辺（2023）に譲り、ここでは食品寄贈が環境・経済・福祉の「三方よし」をめざす取り組みとしてとらえられるべきことを確認しておこう（図表7）。英国およびフランスの仕組みにおいては、そうした観点を含めた担い手の役割分担関係が円滑に機能しているところを参考にすべきである。

以上のような彼我の状況をみるにつけ、日本の政策進捗は決してこのままでよいということにはならない。いわゆるバックキャスティング発想で意欲的、野心的に物事を進めていこうとする発想と政策展開力などは、欧州から学ぶべきであろう。気候変動、ゼロカーボンなど待ったなしの課題山積の中で、官民連携の取り組みを強化することが求められるとともに、食品関連企業においては、環境問題への対応は代表的な協調領域であることを踏まえて、いっそうの連携関係強化が期待される。

¹ 日本チェーンストア協会では、2018年までほぼ2年ごとに、数次にわたって、欧州における環境問題への対応を明らかにし、日本への示唆を探ることを目的に調査チームを派遣していた。この間、コロナ禍により中断していたが、2023年10月28日から11月5日の日程で、5年ぶりに現地訪問調査を実施した。

² 本稿は、日本チェーンストア協会（2023）所収の山崎万緋・渡辺達朗「2023年版：リサイクル等環境問題に関する欧州調査の要点」に加筆・修正して作成したものである。

³ 欧州委員会による2022年の循環経済に関する政策パッケージについては、日本貿易振興会（ジェトロ）（2022a）、日本貿易振興会（ジェトロ）（2023a）に要点がまとめられている。

⁴ THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL（2019）。その概要については、濱野 恵（2019）、環境関連法改正情報サイト（2019）による解説が参考になる。

⁵ THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL（2022）。以下の訳文は、日本貿易振興会（ジェトロ）（2023a）を参考にした。

⁶ EUROPEAN COMMISSION（2022a）。以下の訳文は、日本貿易振興会（ジェトロ）（2023a）を参考にした。

⁷ 以下は、カーボンサーキュラーポータル（2023）による。

⁸ EUROPEAN COMMISSION（2023a）。以下の訳文は、日本貿易振興会（ジェトロ）（2023b）を参考にした。

⁹ 日本貿易振興会（ジェトロ）（2023b）による。

¹⁰ カーボンサーキュラーポータル（2023）による。

¹¹ 日本貿易振興機構（ジェトロ）ブリュッセル事務所（2014）による。

¹² 以上は、日本貿易振興会（ジェトロ）（2020c）による。

¹³ 以上は、日本貿易振興会（ジェトロ）（2023c）による。

¹⁴ 以上は、オルタナ編集部（2023）による。

¹⁵ 以下は、DEFRA and Environment Agency（2023）、packaginglaw.com（2023）、日本貿易振興会（JETRO）（2022b）による。

-
- ¹⁶ 以下の事例のうち、Waitrose は 2023 年 10 月 31 日、Marks & Spencer は 2023 年 11 月 1 日のヒアリング調査による。
- ¹⁷ 以下の記述は、FareShare ホームページによる。 <https://fareshare.org.uk/> (2023 年 11 月 30 日閲覧)
- ¹⁸ ただし、FareShare と FoodCloud との関係については、FareShare のホームページでは触れられていないが、FoodCloud のホームページで明らかにされている。
- ¹⁹ FareShare の登録画面は次の URL を参照。 <https://fareshare.org.uk/getting-food/> (2023 年 12 月 10 日閲覧)
- ²⁰ 以下の記述は、Neighbourly ホームページによる。 <https://www.neighbourly.com/> (2023 年 12 月 10 日閲覧)
- ²¹ 次の URL を参照。 <https://www.neighbourly.com/esg-impact> (2023 年 12 月 10 日閲覧)
- ²² 登録画面は次の URL を参照。 <https://www.neighbourly.com/goodcause/new/> (2023 年 12 月 10 日閲覧)
- ²³ 以下の URL に掲載されている。 <https://food.cloud/partnerships/supply-chain-partnerships> (2023 年 12 月 10 日閲覧)
- ²⁴ 2023 年 11 月 3 日の FCD へのヒアリングによる。
- ²⁵ 日本貿易振興会 (ジェトロ) (2020b) による。
- ²⁶ 日本貿易振興会 (ジェトロ) (2022c) による。
- ²⁷ 以上は、日本貿易振興会 (ジェトロ) (2021) による。
- ²⁸ 以上は、日本貿易振興会 (ジェトロ) (2022d) による。
- ²⁹ 日本貿易振興会 (ジェトロ) (2020b) による。
- ³⁰ 以上は、日本貿易振興会 (ジェトロ) (2021) による。
- ³¹ 2023 年 11 月 3 日の FCD へのヒアリングによる。
- ³² 同上。
- ³³ 以下は、日本貿易振興会 (ジェトロ) (2020a) による。
- ³⁴ 以下は、Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des Territoires (2023) による。
- ³⁵ 以下は、三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング (2023) による。
- ³⁶ 農林水産省 (2022) による。エガリム法およびエガリム 2 法が、食料・農業・農村基本法の見直し作業を行っている審議会 (検証部会) において適正な価格形成のコンテキストでとり上げられている点は興味深い。
- ³⁷ 以下は、三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング (2023) による。
- ³⁸ 英国のプレクジット以前の時期を対象にした渡辺 (2018) でも、ほぼ同様の指摘をしている。
- ³⁹ 2023 年 10 月 30 日の WRAP へのヒアリングによる。
- ⁴⁰ 以下は、外務省・経済産業省・環境省 (2023)、みずほリサーチ&テクノロジーズ サステナビリティ コンサルティング第 1 部 谷口 友莉 (2023)、土屋敏之解説委員 (2023) による。
- ⁴¹ 外務省「G7 広島首脳コミュニケ」2023 年 5 月 20 日 (仮訳) による。
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/100507034.pdf> (2023 年 12 月 10 日閲覧)
- ⁴² SDGs Scrum ホームページによる。 <https://sdgs-scrum.jp/glossary/green-wash/> (2023 年 12 月 10 日閲覧)
- ⁴³ EUROPEAN COMMISSION (2022b) による。
- ⁴⁴ EUROPEAN COMMISSION (2023b) による。
- ⁴⁵ EUROPEAN COMMISSION (2023c) による。
- ⁴⁶ 以下は、European Parliament (2023) による。
- ⁴⁷ Romata, Abrahams and Gillett (2023) による。
- ⁴⁸ 以下は、Competition and Markets Authority (2023) による。
- ⁴⁹ 本コード (ガイダンス) の全文は、Competition and Markets Authority (2021) に掲載されている。
- ⁵⁰ Romata, Abrahams and Gillett (2023) による。
- ⁵¹ O'Sullivan (2023) による。

<参考文献>

Competition and Markets Authority (2021), Green claims code: making environmental claims, 20 September 2021.

<https://www.gov.uk/government/publications/green-claims-code-making-environmental-claims> (2023年12月10日閲覧)

Competition and Markets Authority (2023), Green Claims Code - get your green claims right.

<https://greenclaims.campaign.gov.uk>. (2023年12月10日閲覧)

Department for Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA) and Environment Agency (2023), Extended producer responsibility for packaging: report packaging data, 31 August 2023.

<https://www.gov.uk/government/collections/extended-producer-responsibility-for-packaging-report-packaging-data> (2023年12月10日閲覧)

EUROPEAN COMMISSION (2022a), *COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS EU policy framework on biobased, biodegradable and compostable plastics.*

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52022DC0682>

(2023年12月10日閲覧)

EUROPEAN COMMISSION (2022b), *Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL amending Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU as regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and better information, 30.3.2022*

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52022PC0143&from=EN> (2023年12月10日閲覧)

EUROPEAN COMMISSION (2022c), Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on packaging and packaging waste, amending Regulation (EU) 2019/1020 and Directive (EU) 2019/904, and repealing Directive 94/62/EC.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52022PC0677>

(2023年12月10日閲覧)

EUROPEAN COMMISSION (2023a), *Waste Framework Directive, 2023 Amendment to the Waste Framework Directive*.

https://environment.ec.europa.eu/topics/waste-and-recycling/waste-framework-directive_en#ref-2023-amendment-to-the-waste-framework-directive (2023年12月10日閲覧)

EUROPEAN COMMISSION (2023b), *Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive)*, 22.3.2023.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2023%3A0166%3AFIN>
(2023年12月10日閲覧)

EUROPEAN COMMISSION (2023c), Green Claims.

https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims_en
(2023年12月10日閲覧)

European Parliament (2023), EU to ban greenwashing and improve consumer information on product durability, 19.09.2023.

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20230918IPR05412/eu-to-ban-greenwashing-and-improve-consumer-information-on-product-durability>
(2023年12月10日閲覧)

Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des Territoires (2023), *Label national anti-gaspillage alimentaire*, 30 novembre 2023.

<https://www.ecologie.gouv.fr/label-national-anti-gaspillage-alimentaire>
(2023年12月10日閲覧)

O’Sullivan, Christina (2023), “GREENWASH RIFE ACROSS UK SUPERMARKETS,” *FEEDBACK*, 26th Jul 23.

<https://feedbackglobal.org/uks-leading-supermarkets-prioritise-meat-and-dairy-sales-ahead-of-public-health-and-the-climate/> (2023年12月10日閲覧)

packaginglaw.com (2023), *UK Delays EPR Scheme for Packaging for a Year until October 2025*, 08.21.2023.

<https://www.packaginglaw.com/news/uk-delays-epr-scheme-packaging-year-until-october-2025> (2023年12月10日閲覧)

Romata, Zanda, Darren Abrahams and Tom Gillett (2023), “Greenwashing Claims in the UK:

Greater Enforcement and Higher Penalties,” *Steptoe*, July 10.

<https://www.steptoelaw.com/en/news-publications/greenwashing-claims-in-the-uk-greater-enforcement-and-higher-penalties.html?tab=overview> (2023年12月10日閲覧)

THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL (2022), *Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on packaging and packaging waste, amending Regulation (EU) 2019/1020 and Directive (EU) 2019/904, and repealing Directive 94/62/EC.*

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52022PC0677>

(2023年12月10日閲覧)

THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL (2019), *DIRECTIVE (EU) 2019/904 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 5 June 2019 on the reduction of the impact of certain plastic products on the environment.*

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1560393103585&uri=CELEX:32019L0904> (2023年12月10日閲覧)

オルタナ編集部 (2023) 「『プラスチック製包装税』導入から1年 英国の厳しい現実」2023年2月20日。 <https://www.alterna.co.jp/69267/> (2023年12月10日閲覧)

カーボンサーキュラーポータル (2023) 「欧州で進む食品ロスおよび食品廃棄物に関する法的枠組みの整備」2023年05月30日。

<https://brightinnovation.jp/carbon/1897/> (2023年12月10日閲覧)

外務省・経済産業省・環境省 (2023) 「プラスチック汚染に関する法的拘束力のある国際文書(条約)の策定に向けた第2回政府間交渉委員会の結果概要」2023年11月21日。

<https://www.meti.go.jp/press/2023/06/20230605005/20230605005.html>

(2023年12月10日閲覧)

環境関連法改正情報サイト (2019) 「公布「特定のプラスチック製品の環境への影響の低減に関するEU指令2019/904(欧州議会・理事会)」(2019/6/12)。

<https://www.technofer.biz/w1803/index.php/2019/06/12/1715-4/>

(2023年12月10日閲覧)

土屋敏之解説委員 (2023) 「NHK解説記事：プラスチック汚染対策 国際条約に 2040年汚染ゼロ？ 暮らしに影響？」2023年5月30日。

<https://www.nhk.or.jp/kaisetsu-blog/700/484087.html> (2023年12月10日閲覧)

日本チェーンストア協会 (2023) 『リサイクル等環境問題に関する欧州調査報告書』 2023年12月。

日本貿易振興会 (ジェトロ) (2020a) 「食品廃棄物削減に向けた政策とスタートアップの動向」 2020年1月15日。

<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2020/97316b649e58cfe7.html>

(2023年12月10日閲覧)

日本貿易振興会 (ジェトロ) (2020b) 「循環経済法が2月に施行、循環経済型社会へ大きな一歩 (フランス)」 2020年6月4日。

<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2020/0601/d20d98ef8e3131f1.html>

(2023年12月10日閲覧)

日本貿易振興会 (ジェトロ) (2020c) 「使い捨てプラスチック製ストローなどイングランドで禁止に」 2020年10月08日。

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2020/10/cfa713652dd73ecd.html>

(2023年12月10日閲覧)

日本貿易振興会 (ジェトロ) (2021) 「2025年までに使い捨てプラスチック包装の年間市場投入量を2018年比20%削減 (フランス)」 2021年5月13日。

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2021/05/413407e4a686561c.html>

(2023年12月10日閲覧)

日本貿易振興会 (ジェトロ) (2022a) 「EUの循環型経済政策 (第1回) 2022年政策パッケージ第1弾においてEUが目指すものとは」 2022年10月。

https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/01/60d6edca66cfec17/20220030_01.pdf

(2023年12月10日閲覧)

日本貿易振興会 (ジェトロ) (2022b) 「英国・包装の拡大生産者責任 (EPR) 概要」。

https://www.jetro.go.jp/view_interface.php?blockId=34855396

(2023年12月10日閲覧)

日本貿易振興会 (ジェトロ) (2022c) 「市民からの政策提言を基に環境法を策定・施行 (フランス)」 2022年12月6日。

<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2021/46c5285cbc7ab47a.html>

(2023年12月10日閲覧)

日本貿易振興会（ジェトロ）（2022d）「フランスでプラスチック包装認める野菜、果物の品
目リスト、広範として無効に（フランス、EU）」2022年12月23日。

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2022/12/bbc99db8d88978fb.html>

（2023年12月10日閲覧）

日本貿易振興会（ジェトロ）（2023a）「EU の循環型経済政策（第2回） 包装・包装廃棄
物規則案を中心とする2022年政策パッケージ第2弾」2023年3月。

https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/01/60d6edca66cfec17/20220030_02.pdf

（2023年12月10日閲覧）

日本貿易振興会（ジェトロ）（2023b）「欧州委、繊維製品に関する拡大生産者責任を提案、
域外事業者も対象」2023年7月13日。

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2023/07/5db3b1c54ede295e.html>

（2023年12月10日閲覧）

日本貿易振興会（ジェトロ）（2023c）「飲料容器のデポジット制度の概要発表、使い捨てプ
ラ製品の禁止対象も拡大」2023年01月24日。

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2023/01/2fd2625c1f92e0d5.html>

（2023年12月10日閲覧）

日本貿易振興機構（ジェトロ）ブリュッセル事務所（2014）「新食品ラベル表示規則
（1169/2011）の適用に関するQ&A1（仮訳）」2014年3月。

https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfile/report/07001717/report_eu_foods_label.pdf

（2023年12月10日閲覧）

農林水産省（2022）「食料・農業・農村政策審議会 第2回基本法検証部会（2022年11月2
日）資料」。

<https://www.maff.go.jp/j/council/seisaku/kensho/attach/pdf/2siryo-9.pdf>

（2023年12月10日閲覧）

濱野 恵（2019）「EU の海洋ごみ対策及び循環経済への転換に向けた取組—特定のプラス
チック製品による環境への影響を低減する指令」『外国の立法』（国立国会図書館 調査
及び立法考査局海外立法情報課）（2019, 12）、282、45-74。

みずほりサーチ&テクノロジーズ サステナビリティコンサルティング第1部 谷口 友莉
（2023）「プラスチック条約策定に向けた国際的な議論の潮流」2023年5月。

https://www.mizuho-rt.co.jp/publication/report/2023/plastic2305_01.html

(2023年12月10日閲覧)

三菱UFJリサーチ&コンサルティング(2022)「令和4年度フランスのEGalim法による食品の価格形成に関する実態調査委託事業報告書」2023年3月。

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/attach/pdf/index-16.pdf>

(2023年12月10日閲覧)

渡辺達朗(2018)「食品ロス削減に関するフランスとイギリスにおける取り組みー日本への示唆の観点からー」『専修ビジネスレビュー』13(1)。

渡辺達朗(2023)「事業系の食品ロス削減と食品寄贈ー環境・経済・福祉の「三方よし」をめざす取り組みー」『GS1 Japan Review』8号(通巻185号)。

＜参考資料 訪問先企業・団体の一覧＞

＜英国＞

【WRAP/Waste and Resources Action Programme】

資源の有効利用と持続可能な廃棄物マネジメントを促進するため、公的資金を受け 2000 年に設立された NPO 団体。廃棄物・リサイクル・資源の効率的活用の権威ある団体。英国内で廃棄物削減に関与する多様な企業、貿易機関、地方自治体、各種団体、消費者などの活動を集約する第三者機関として機能している。法令によって創設され、CONAI システム(ナショナル・パッケージング・コンソーシアム)の一部として、運営されている組織である。

【NOTPLA (海藻ベース素材の容器包装ベンチャー)】

英ロンドンに本社を置くプラスチック代替素材開発のスタートアップ。2104 年に設立。海藻ベースの画期的な新素材を利用した容器包装を製造・販売している。主力製品は以下の通り。

「Notpla Coating」：海藻素材のコーティング剤でテイクアウト用容器包装に利用する。プラスチックのような耐油性や耐水性が確保できるが、完全に生分解可能で、コンポスト(堆肥化)もできる。

「Notpla Ooho」：液体用に設計された小袋。海藻から作られているので食べることも可能。動物性素材ではないのでベジタリアンの消費者も口にすることができる。水、ジュースなどを一口サイズの小袋に入れて、スポーツイベントでの水分補給や試食などに紙・プラスチックコップの代わりに利用できる。2019 年のロンドン・マラソンをはじめとして英国各地で開催されるマラソン大会でも導入され話題を呼んでいる。

他にも海藻でできた紙素材「Notpla Paper」、従来の石油由来やバイオプラスチック由来のフィルムを代替する「Notpla Film」、硬質のプラスチックを代替する「Notpla Rigid」、スポイト状の容器「Notpla Pipette」、パール状の容器「Notpla Pearls」を提案している。

【英国小売業協会 (British Retail Consortium、BRC)】

BRC は 1992 年に英国小売業者協会 (British Retailers' Association) とリテール・コンソーシアム (Retail Consortium) が合併して設立された英国の小売業者の業界団体。小売業界の支援に向けて、消費者に向けたキャンペーン活動、業界代表としての英政府との交渉、ロ

ビー活動、会員企業向けの情報提供、調査活動などを行う。実店舗・オンライン小売を実践する大手・中堅企業 200 社に加え、ニッチな製品を扱う小売業者数千店を集める専門小売業界団体も会員として加盟している。

現在のオフィスはロンドンのコベント・ガーデンにある「The Form Rooms」。英国の小売市場は 4410 億ポンド（2022 年）、労働者数は 300 万人程度。

主な会員企業は、下表の通り。



出所：<https://brc.org.uk/join/retailers/> による。（2023 年 12 月 20 日閲覧）

【ウェイトローズ（Waitrose）】

従業員数：約 5 万人（世界）

店舗数：329 店（世界）

進出先：52 ヶ国

年商：2022 年度 69 億 8400 万ポンド

利益：2022 年度 10 億 2000 万ポンド

ウェイトローズは 1904 年に「ウェイト・ローズ&テイラー（Waite, Rose & Taylor）」として設立、後にウェイトローズ（Waitrose）に社名を変更した。本社はブラックネル。親会社は英デパート「ジョン・ルイス」も有する小売大手のジョン・ルイス・パートナーシップ。

2023年4月時点で、ウェイトローズはグレートブリテン及びチャンネル諸島に、コンビニ「リトル・ウェイトローズ」65店舗を含む329店を展開している。英国の食品販売で5.1%のシェアを有し、同部門では英国12位。世界52カ国に輸出し、中東にも出店するなど国際的にも展開。近年に収益率が悪化し、2019-2021年に数店舗を閉店した。

食料品や飲料を英王室に提供する「王室御用達」スーパーで、「高級スーパー」のイメージがある。

【マークス・アンド・スペンサー (Marks and Spencer plc、M&S)】

従業員数：6万5000人（世界）

店舗数：1487店（世界）

進出先：100カ国

年商：2022年度（2023年3月決算）119億3000万ポンド

税引き前利益：2022年度（2023年3月決算）4億7570万ポンド

ロンドンのパディントンに本社を置く、食品、衣料品、美容品、家庭用品を扱う英国の大手小売企業。ロンドン証券取引所に上場。高級感のある良質な商品を売りにして、他社との差別化を図っている。

1884年に、マイケル・マークスとトーマス・スペンサーによってリーズで創業された。創業以来、黒字を維持する優良企業であるが、近年はハードディスカウントを含む競合他社との競争激化や新型コロナ禍などにより、再編を余儀なくされている。2020年には7000人の人員削減計画を発表。2021年には一部店舗の閉鎖計画を発表した。最近に開始したオカド（Ocado）との合併によるオンライン食品宅配サービスは好調で、同事業が業績を牽引している。2040年までにネット・ゼロ実現を目標に掲げている。

《フランス》

【CITEO】

従業員数：285人

年商：8億9420万ユーロ（利益はゼロ）

CITEOは容器包装および紙のリサイクルに取り組む非営利法人。2017年にエコ・アンバラージュ（Eco-Emballage）とエコフォリオ（Ecofolio）が合併して誕生。エコ・アンバラージュは拡大生産者責任（EPR）の遵守支援のために設立された組織で、仏政府からの認可

を得て、加盟企業から集める拠出金を資金源として回収・分別・リサイクルを行っており、エコフォリオはエコ・アンバラージュ同様に古紙の回収・リサイクルを支援する団体であった。

CITEO も政府からの認可を受けて（認可期間は 5 年）、前身である 2 団体の事業を継続している。また容器包装のエコデザインの開発支援なども行なっている。

CITEO の加盟者は、メーカー、輸入業者、流通業者など容器包装と紙を製造および／または利用する企業となる。

ガラス容器のリサイクルを担当する下部組織 Adelphe を有する。

【ADEME/Agence de l'environnement et de la maitrise de l'energie】

フランスの環境・エネルギー管理庁、環境・エネルギー・海洋省と、国民教育・高等教育・研究省による共同設立機関である。廃棄物マネジメントを始めとする環境・エネルギー・持続可能な発展に関する公共政策を、企業、地方自治体、公的機関及び市民に対して、コンサルティングなどを実施している。

【FCD/Federation du Commerce et de la Distribution】

仏パリ 8 区に本部を構える小売業の業界団体。1995 年に設立、会員数は現在約 50 社。スーパー・ハイパーを全国展開する「カルフル」、「カジノ」、「モノプリ」、「オーシャン」や、冷凍食品大手「ピカール」、ホールセール「メトロ」、有機食品チェーン「ラ・ヴィ・クレール」、ワイン・チェーン「ニコラ」など食品関係の会員企業が多いが、スポーツ用品「デカトロン」、家電「ダルティ」など非食品の小売大手も加入している。会員企業への情報提供、業界ネットワークの構築、労使対話への参加・支援、環境支援を主な任務としている。現在の会長はルイ・デレーズ・グループ社長のフランソワ・ブリエ氏、事務局長はジャック・クレッセル氏。

フランスの小売業界の規模は約 2,000 億ユーロ。雇用数 75 万人、店舗数 3 万店（ハイパー 1,992 店、スーパー 5,702 店、ハードディスカウント 4,605 店、自営小売店 1 万 7,000 店）。