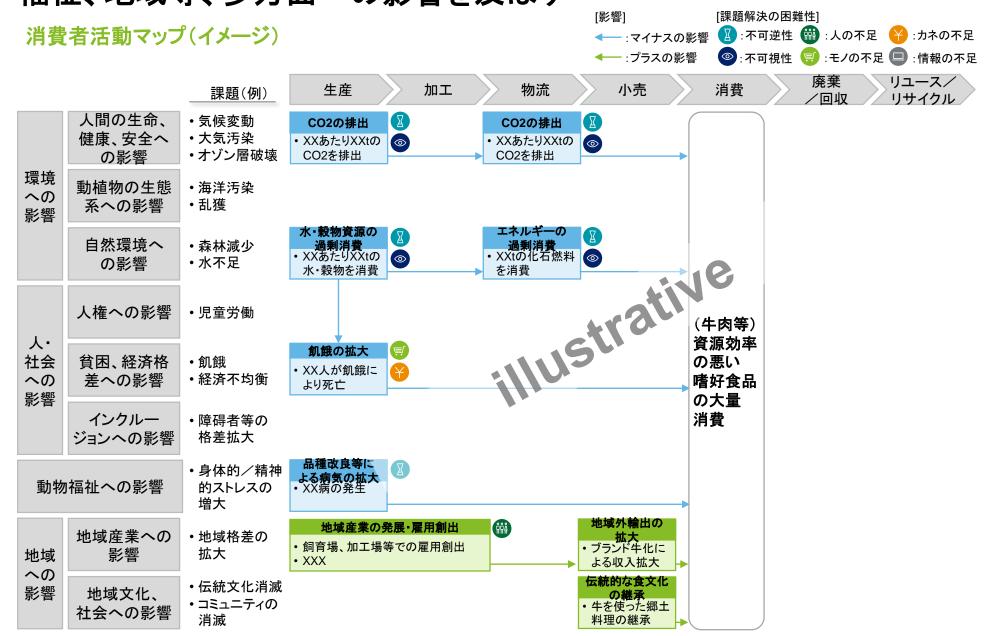
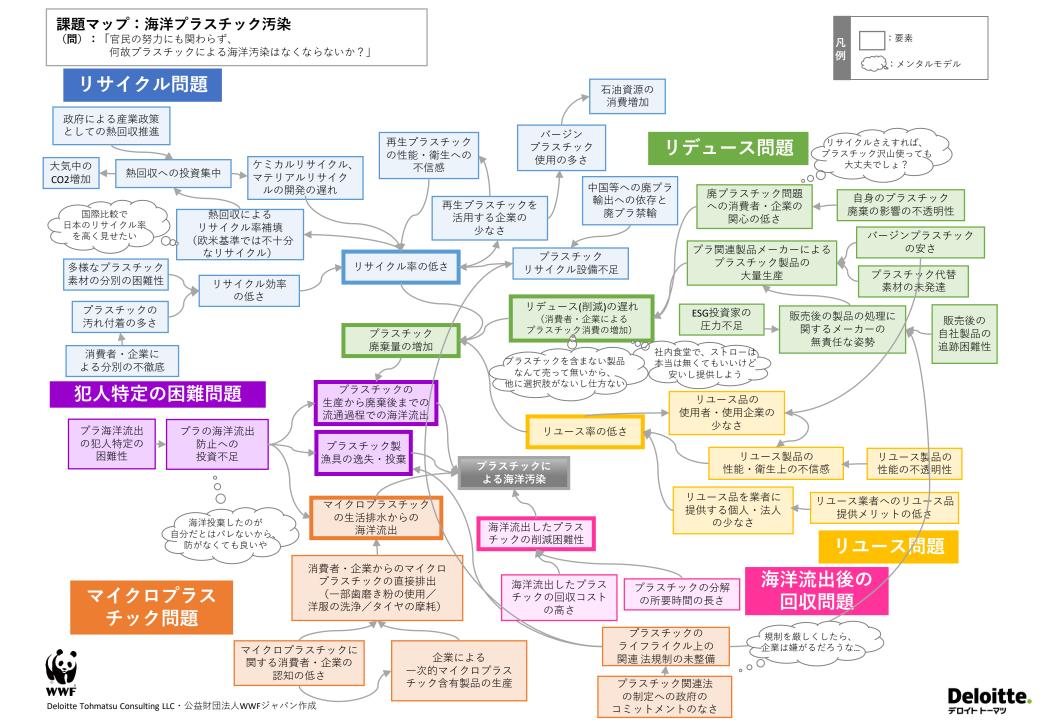
資源効率の悪い嗜好食品の大量消費行為は、環境、人・社会、動物 福祉、地域等、多方面への影響を及ぼす





Theory of Change (TOC)

海洋プラスチック汚染:①リデュース(発生抑制)の遅れ

政府による減プ

ラスチックについ

ての政策上の

コミットメント

短期

現状

ステークホルダーごとの"アウトカム"(状況・環境・結果)

「減プラスチック推進における優先順位(リデュース→

リユース→リサイクルor代替品→熱回収)の明確化

持続可能性を担保できるプラスチック代替素材の開

プラスチックの製造・販売・使用・廃棄に関するルール

発・環境影響低減の取組への助成金増加

先進的企業.

自治体による

ト促進

自主コミットメン

作りや規制の強化

消費者の減プラ

デメリット縮小

推進に係る経済的

消費者の課題の現

状認識の促進、当

事者意識の向上

投資抑制

先進企業•自治体

の海洋プラ問題へ

の当事者意識

向上

中期

企業・自治体が減プ

経済的メリット上昇

プラスチックを使わな

製品へのニーズ拡大

消費者の当事者意識

の行動への落とし込み

い(or再使用できる)

ラスチックを推進する

全企業・自治体の海洋

プラ当事者意識向上

目指す状態(インパクト)

企業・自治体・消費 者によるプラスチック 製品の「リデュース (発生抑制)」活動の 遅れ

自治体 企業·

政

府

消費者

投資家

投資家の課題の 現状認識の促進、 当事者意識の向上

プラスチック関連の助成金

減プラスチック企業への投資 拡大/取り組まない企業への

持続可能なプラスチック代替 素材開発企業への投資拡大

- 及び規制に関するロビイング 企業の自主コミットメント促進
- コミットメントベースの企業間
- プラットフォームの設置
- 消費者への啓発活動
 - 減プラスチックへの取組状況 の指標化(&ESGインデック スの評価基準への採用)
- 政府、自治体、企業、投資家 間の継続的な対話の場の 設置
- 消費者への啓発活動
- プラットフォームへの参加を 通じた企業の取組みの推進
- 不必要なプラスチックを使わ ない製品・サービスのイノ ベーション促進活動

長期

不必要なプラス

チックを使用しな

い(or再使用でき

る)製品・サービ

不必要なプラス

チックを使わずに

済む(or再使用で

きる)ライフスタイ

(マイ〇〇の持参、 個包装不要等)

ルへの変化

ン増加

ス・サプライチェー

- 不必要なプラスチックを使わ ずに済むライフスタイルのブ ランディング・広報
- 他分野(フードロス等)と 併せた資源循環型経済への 移行推進

企業・自治体・消費 者が、積極的にプラ スチックの「リデュー ス」活動を進め、 プラスチックの製造・ 使用量が大幅減少



主な施策

施策



- 政府アドボカシー
 - 投資家への啓発活動
 - 企業・自治体への啓発活動
 - 政府、企業、NPO/NGO間 の継続的な対話の場の設置

- コミットメントベースの企業間

- 啓発活動
 - 企業の自主コミットメント
 - 規制等のロビイング活動
 - プラスチック関連のESG 投資の促進
 - プラスチック不使用製品・ サービス開発の促進



Theory of Change (TOC)

海洋プラスチック汚染:②リサイクル(再生利用)率の低さ

(リデュース・リ

ユース不可なもの

につき)熱回収を

除いたリサイクル

推進コミットメント

短期

現状

ステークホルダーごとの"アウトカム"(状況・環境・結果)

ケミカル・マテリアルリサイクル市場拡大に

ケミカル・マテリアルリサイクルの研究開発、

リサイクル推進/ バージンプラ使用抑制のた

めの法規制の整備(罰則措置/助成金等)

向けた関係者のコーディネート

廃棄物の処理・

企業の問題意識

消費者のリサイクル推進に係る経済

的デメリット縮小

消費者の課題の現

状認識の促進、当

事者意識の向上

リサイクル推進企

業への投資増加/

企業への投資減少

推進が進まない

の向上

再資源化状況の

追跡可能化(マテリア

ルフローの透明化)

ノウハウ共有、認知拡大のサポート

中期

企業がリサイクル

を推進する経済的

メリットの上昇

リサイクル商品

流通市場の拡大

<u>リサイクル効</u>率の

リサイクルしやす

い設計の商品の

ビスの提供増加

製造・販売やサー

向上

目指す状態(インパクト)

プラスチック製品の <u>リサイクル(再生</u> 使用)の遅れ

·回収業者

政府

企業

消費者

投資家

政府アドボカシー

• 投資家への啓発

投資家の課題の

現状認識の促進、

当事者意識の向上

- 企業・自治体への啓発活動
- 政府、企業、NPO/NGO間 の継続的な対話の場の設置
- ケミカル・マテリアルリサイク ル推進とバージンプラ使用抑制の規制に関するロビイング 活動
- 拡大生産者責任に関する 関係者コーディネイト
- 廃棄物の処理・再資源化の 追跡システムの構築
- 企業・消費者への啓発活動
- ケミカル・マテリアルリサイク ルに関する研究開発

リサイクルしやすい設計の商

プラスチックの正しい

分別・洗浄処理の徹底

品やサービスのニーズの増加

- リサイクルしやすい設計の製品の開発・ルール形成(標準規格策定等)
- ・ 拡大生産者責任に関する 関係者の連携推進
- 企業・消費者への啓発活動 (再掲)
- リサイクル素材を用いた 製品・サービスの開発
- ・リサイクル素材の信頼性 向上のための啓発・ルール 形成活動

長期

リサイクル事業の

利益增•規模拡大

リサイクル素材を

用いた商品の

需要増加)

製造·販売増加

(リサイクル素材の

リサイクル素材を

用いた商品の 購入機会の拡大

- ・ 資源循環可能なシステムの 構築
- リサイクルのみならず、「資 源循環」という概念の浸透

不必要なプラスチック 使用の大幅削減を共 通のアジェンダとして、 各ステークホルダー (政府、自治体・回 者、企業、消費を 等)が、積極的にプラス チックのリサイクル 活動を進め、プラス チックの国内リサイク ル率が大幅増加、資 源循環がなされてい



主な施策

> 啓発活動

- ▶ 企業の自主コミットメント
- ▶ 規制及び拡大生産者責任 推進等に関するロビイング
- ▶ 廃棄物の再資源化状況の 追跡システム構築
- ▶ リサイクル・資源循環に 関連する研究・開発



施策

