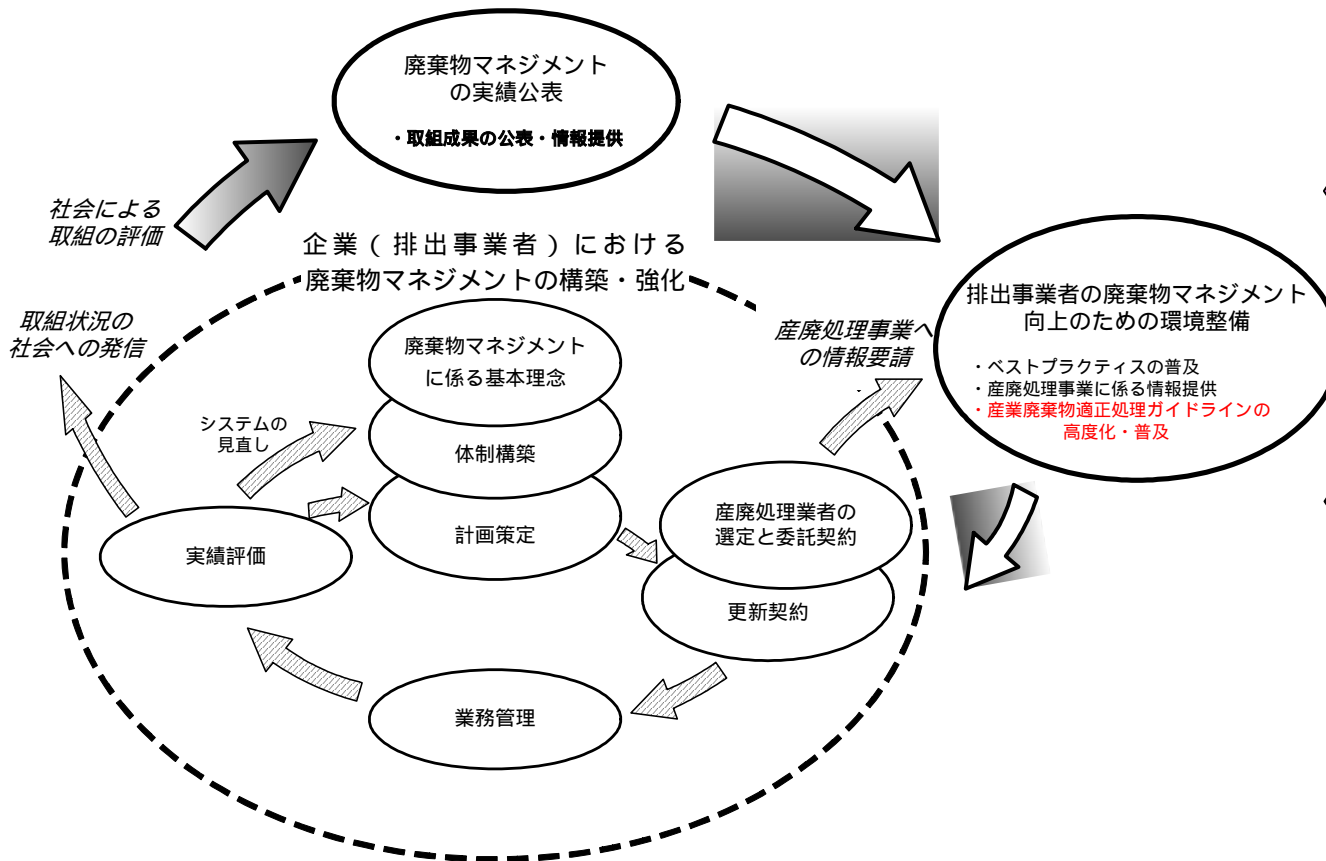


排出事業者による廃棄物マネジメントの 方向性について

～ マネジメント範囲の拡大 / 廃棄物ガバナンスへ～

前回提示した検討課題

廃棄物マネジメント向上へ向けた意識改革と体制等の構築



誰がどのような役割を果たすべきか？

経営者

（企業としてどのような方針をうち立てるか）

本社管理部門

（どのように実効性ある体制を構築していくか）

工場・各事業所

（廃棄物適正処理・リサイクルをどのように実践していくか）

企業の中で、誰がどのような役割を果たすべきか、具体的な指針づくりのための検討に着手

排出事業者による廃棄物マネジメントの方向性について

指針が含むべき内容

(1) 廃棄物マネジメント体制の強化

廃棄物のフローの現状把握

処理業者の選定・契約及び委託に関する情報収集

従業員に対する教育・啓発

廃棄物マネジメントの実績把握・フィードバック

危機対応の体制整備

(2) 各階層の役割の明確化とコミュニケーションの向上

企業トップの役割

本社管理部門の役割

現場レベルの担当部門の役割

各階層間でのコミュニケーション

(3) 廃棄物マネジメントの範囲の拡大（廃棄物ガバナンスへ）

(1) 廃棄物マネジメント体制の強化

廃棄物のフローの現状把握

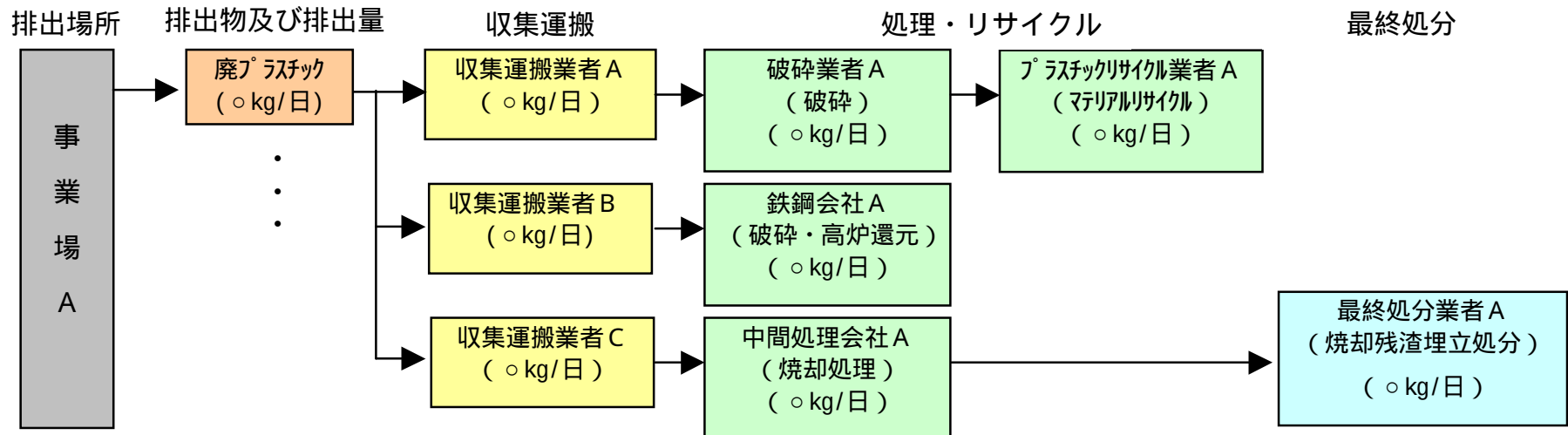
- 自社の廃棄物の発生、処理・リサイクルの流れを正確に把握することは、3Rを推進する上で最も重要かつ基礎的な事項である。

- ⇒
- ・ 廃棄物の流れを適切に把握することで、最終処分量の削減やリサイクル率の向上について具体的な数値目標の設定が可能になる。
 - ・ 実際の廃棄物の流れに即した社内ルールやマニュアルの策定が可能になる。

● 把握すべき項目

廃棄物の発生から処理・リサイクルに至る各プロセス（発生→保管→収集運搬→処理・リサイクル→最終処分）における、廃棄物の量、処分場所、処分方法、行為者、用途・販売先（リユース・リサイクルの場合）等

現状把握のイメージ



処理業者の選定・契約及び委託に係る情報収集

- 廃棄物処理・リサイクル業者の情報をより多く収集し、社内で情報を共有することにより、優良な委託業者を選定することが可能となる。

情報収集・共有の方法

- 情報源
自治体（許可情報、行政処分）、取引関係のある廃棄物処理・リサイクル業者、地域の廃棄物処理・リサイクル業界団体
- 業者選定時の確認事項
 - ・ 資料等による調査：業許可、廃棄物管理体制、環境規制への対応等
（自治体への問い合わせ、業者から書類提出を求めて内容を確認）
 - ・ 現地調査：業者の施設、書類の整備状況等
 - ・ 周辺住民への確認：地域での評判、悪臭・振動・騒音等の有無等
- 委託後の確認事項（現地での確認等）
最終処分場の変更、許可が期限切れになっていないか等
- 情報の共有
集積した情報は社内で共有

従業員に対する教育・啓発

- 従業員に対して廃棄物の適正処理・3 R 推進等に関する教育・啓発を行うことにより、全員参加型の廃棄物マネジメント体制を構築することが可能となる。

- 教育・啓発すべき項目
廃棄物・リサイクルに関する会社の方針及び目標、コンプライアンス（廃棄物処理・リサイクル関連法令の遵守）等
- 社内マニュアルの作成
配布対象に応じた記載内容を検討
例：現場責任者向け（法律に関する知識、廃棄物処理業者への委託契約に関する事項、マニフェストの運用に関するルール等、実務的な内容）
- 効果的な教育方法
研修会の開催、社内提案公募、マニュアル等の活用、リサイクルキャンペーンの実施、視察、現場OJT等

廃棄物マネジメントの実績把握・フィードバック

- 廃棄物処理・リサイクルの取組実績を日常的に正確に把握していくことで、次の施策の展開やより高度な体制の構築につなげていく。

- 情報共有による日常管理状況の把握
 - ・ 本社管理部門と現場における情報共有
マニフェスト記載の情報、廃棄物の委託先における処理・リサイクル方法及び委託量、分別排出状況 等
 - ・ 現場間における情報共有
各現場における分別回収の方法、取引先の廃棄物処理業者に係る情報 等
- 本社からのフィードバック
現場からの日常管理に関する情報を受けて、再資源化率等の目標達成に係る進捗率等を把握し、改善すべき事項を本社から現場にフィードバック
- 社内監査・情報発信の実施
社内監査により自社の廃棄物マネジメントへの取組状況を把握し、顧客や地域住民等、社外のステークホルダーへ情報発信する。その結果、自社の取組みが適切に評価されることが期待される。

危機対応の体制整備

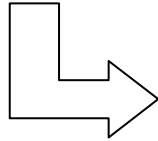
- 不法投棄等のリスクが発現しないよう未然防止に努める一方、万が一リスクが顕在化した場合の対応について定める必要がある。

仮に自社内で廃棄物マネジメントを適切に行っていると認識していても、管理が不十分であり、自社関連廃棄物が不適正処理されることにより、原状回復措置や罰則が適用されるだけでなく、企業ブランドイメージの低下等を招く恐れがある。

- 危機対応の流れと対応事項
 - ・ 初期行動：
事実関係の確認（契約書、マニフェスト、取引先への問い合わせ等）
 - ・ 対処活動：
 - ） 自社に過失がない場合
行政への事実関係の照会
 - ） 自社に過失がある場合
行政等への復旧計画および事実関係の説明
 - ・ 情報開示：
行政への報告、ストックホルダー・ステークホルダーへの事実関係の報告

(2) 各階層の役割の明確化とコミュニケーションの向上

○ 企業内各階層における役割の明確化



企業トップ、 本社管理部門、 現場レベル

企業トップの役割

(理念の提示)

- ・ 廃棄物マネジメント体制の構築に向けた企業経営上の理念を構築する

(全社的取組の指示)

- ・ 廃棄物マネジメントへの取組みを円滑に進めるための企業内各階層、各事業部門への協力を指示する 等

本社管理部門の役割

（具体的な方法指示と情報共有システムの構築）

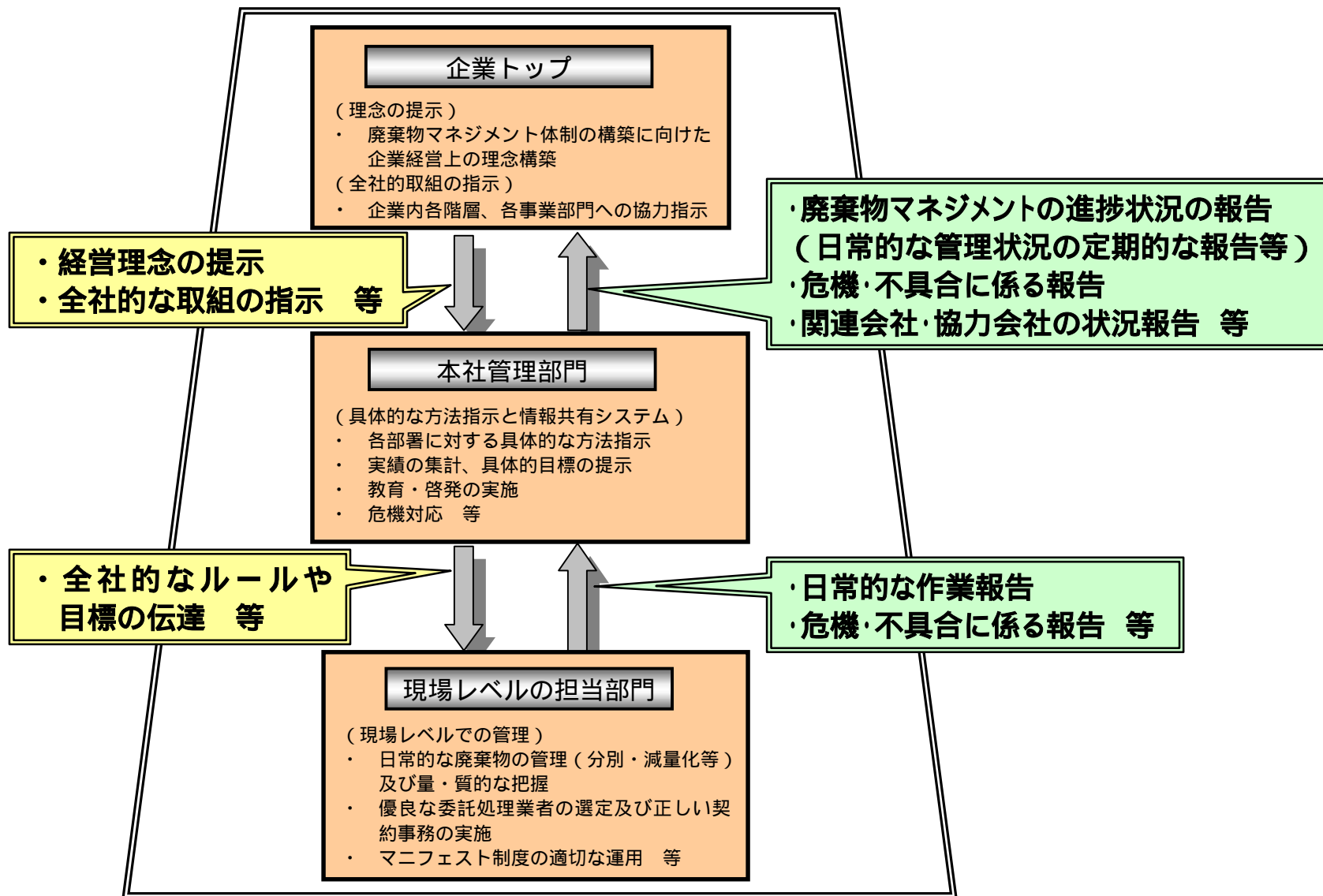
- ・ 各部署に対する具体的な方法指示
- ・ 実績の集計、具体的目標の提示
- ・ 教育・啓発の実施
- ・ 危機対応 等

現場レベルの担当部門の役割

（現場レベルでの管理）

- ・ 日常的な廃棄物の管理（分別・減量化等）及び量・質的な把握
- ・ 優良な委託処理業者の選定及び正しい契約事務の実施
- ・ マニフェスト制度の適切な運用 等

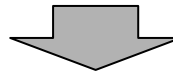
各階層間でのコミュニケーション



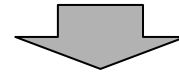
(3) 廃棄物マネジメントの範囲の拡大(廃棄物ガバナンスへ)

- 従来の廃棄物マネジメントの問題点

- ・ ゼロエミッションを標榜することにより、「廃棄物の問題は終わった」と経営者が誤解している
- ・ 自社の枠内のみで廃棄物マネジメントを考えていても、関連会社・協力会社等が原因となり自社関連廃棄物が不法投棄され、コンプライアンス上は問題なくとも自社ブランドの価値が低下する可能性がある 等



廃棄物リスク等による自社のブランドイメージの失墜を予防するためには、従来の枠組みを超えた範囲をマネジメントしていくことが必要ではないか



マネジメント対象範囲を、

- ・ サプライチェーン（原料仕入先、取引先等）
- ・ 関連会社・協力会社
- ・ 処理・リサイクル事業者

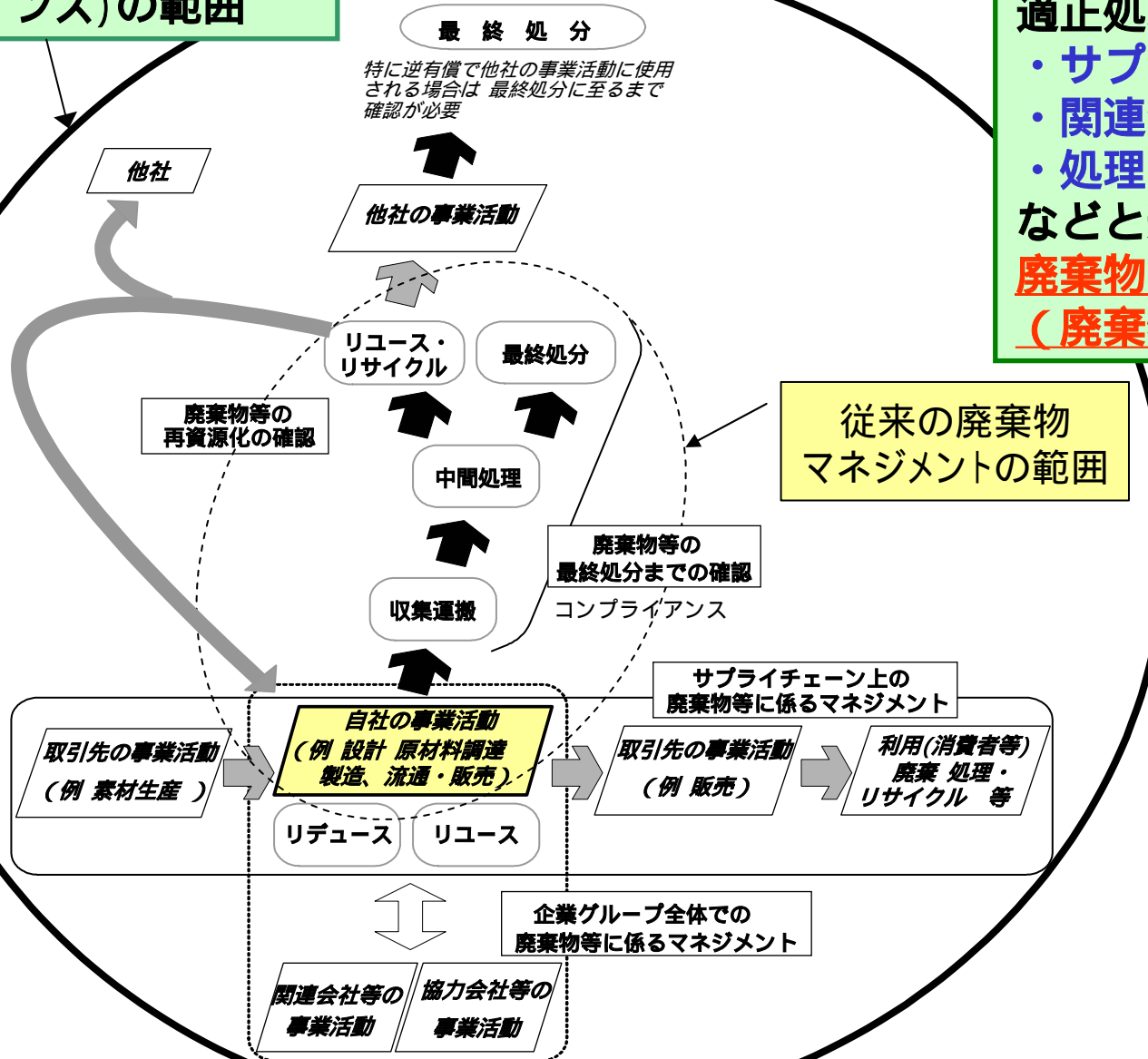
などにまで拡大していく（ 廃棄物ガバナンス ）

拡大された廃棄物マネジメント(廃棄物ガバナンス)の範囲

自社に関連する廃棄物を確実に適正処理・リサイクルするために、

- ・ サプライチェーン
- ・ 関連会社・協力会社
- ・ 処理・リサイクル事業者

などと連携することにより、
廃棄物マネジメント範囲を拡大
(廃棄物ガバナンスへ)



資源の有効利用による循環型
経済社会構築への寄与
廃棄物等の不適正処理が
なされることの予防
経営リスクの低減や3Rの
推進を通じたコストの削減、
ブランドイメージ向上を通じた
企業価値の向上