

指定再資源化製品の選定に関する業界団体ヒアリング結果

2025年8月12日

指定再資源化製品WG委員 座長報告

目次

1. 業界団体ヒアリングの概要
2. 業界団体ヒアリング結果
3. WG委員所感

業界団体ヒアリングの概要

- 指定再資源化製品の選定に向けて、指定対象製品候補の4業界（電源装置、携帯電話用装置、加熱式たばこデバイス、電気掃除機・電気かみそり）に対し自主回収や製品設計に関するヒアリングを実施。

開催概要

【日時】 2025年7月30日 10:00-12:00

【参加業界団体】

・ 電源装置：一般社団法人JBRC

・ 携帯電話用装置：一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会、一般社団法人電気通信事業者協会

・ 加熱式たばこデバイス：一般社団法人日本たばこ協会

・ 電気掃除機・電気かみそり：一般社団法人日本電機工業会

ヒアリング事項

No.	関連トピック	聴取したい点	その目的
1	自主回収	自主回収ルートが整備されている場合、その実施状況。	自主回収ルートの構築に関する取組を把握するため。
2		自主回収ルートが整備されていない場合、今後の実施予定。なお、実施予定がない場合は、その理由。	
3		自主回収を行っている場合、消費者の利便性向上（無料回収や回収店舗の増加等）に係る取組や消費者に対する更なる廃棄時の解体方法や排出方法の説明・周知に係る取組に関する方針。	指定再資源化製品に係る方針を踏まえた業界の認識及びそれを踏まえた対応について把握するため。
4		自主回収の実施を予定している場合、消費者の利便性や認知度の確保に対する取組に関する方針。	
5	製品設計	リチウム蓄電池を取り外しやすくするための易解体性設計の現状。（一体型製品であれば、易解体性設計をしない理由、易解体性設計製品であるということであれば、その内容など。）	「一体型製品」として回収する必要がある製品か、取り外されたリチウム蓄電池として回収することで十分な製品かを把握するため。
6		易解体性設計に対する今後の取組。（現行、易解体性設計製品であるということであれば、更なる易解体性の追求など。）	

業界団体ヒアリング結果 – 電源装置・リチウム蓄電池 – (1/3)

1

自主回収ルートが整備されている場合、その実施状況

モバイルバッテリー（電源装置）

- 2017年4月よりモバイルバッテリーの回収が開始しており、自主回収による適正処理方法を確保。当初の回収量から約30倍ほどに増加している。
 - ✓ 現状会員企業60社以上のモバイルバッテリーを回収。
 - ✓ 全体のリチウムイオン電池回収量（比較的重量がある自転車用は除く。）のうち、モバイルバッテリーは21%の占有率。
 - ✓ 協力店での産業廃棄物としての回収に加え、全国730弱の自治体において一般廃棄物としても回収。

リチウムイオン電池（リチウム蓄電池）全般

- 回収については、JBRC会員企業のものを対象としており、会員企業以外や変形・膨張した製品の回収は実施していない。
 - ✓ リチウムイオン電池の回収量は直近（2024年）において510tであり、2020年以降から回収量の減少傾向が続いている。理由として、企業独自の自主回収と有価取引の拡大が考えられる。
 - ✓ 会員企業以外の電池のほか、変形・膨張した電池パックの回収は対象外。4月15日の環境省の通知からこれらの対応方法に関する問い合わせが増えている。これらを安全に回収する方法を模索している段階。
 - ✓ 安全性の確保に向けては、ペール缶内部に難燃性の樹脂容器を入れた二重構造化の対応を実施。
 - ✓ 非会員の場合、フリーライダーとなるため受入することができない。PSEマークがついているモバイルバッテリーが会員対象となる。

2

自主回収ルートが整備されていない場合、今後の実施予定

- 一般社団法人JBRCによる自主回収を整備済み。

業界団体ヒアリング結果 – 電源装置・リチウム蓄電池 – (2/3)

3

(自主回収を行っている場合) 消費者の利便性向上に係る取組や消費者に対する更なる廃棄時の解体方法や排出方法の説明・周知に係る取組に関する方針

モバイルバッテリー (電源装置)

- 安全に回収するための取組として、使い切った上での排出の呼びかけを行っているが、より浸透させるために周知の継続が必要である。
 - ✓ モバイルバッテリーは使い切った上で排出することで発火の可能性を低下させるが、放電させる方法はなく、使い切る必要がある。

リチウムイオン電池 (リチウム蓄電池) 全般

- 一般消費者への周知として、展示会やイベント出典によるPR、マスメディア・コラボ等によるPR、出前授業、各種啓発ツールを実施。直近ではLINEやYouTube等での周知を始めている。
 - ✓ 回収対象品として、電池へのリサイクルマークが付与してある (JBRC会員以外は対象外)。正極活物質等の含有に関する識別表記はJBRC会員には記載いただくように周知。
 - ✓ 一般消費者への周知として、排出者向けハンドブック等の作成の他、展示会や出前授業等のPRを実施。排出方法等について周知。
 - ✓ 直近では、LINEやYouTubeを活用した周知方法も実施。より認知を上げる必要があると認識をしているが、単体での周知も限界があるため、他業界との連携等が必要。
 - ✓ 自治体向けに環境省と協力して、膨張した電池やJBRCとの連携方法等のオンライン説明会を実施予定。

4

(自主回収の実施を予定している場合) 消費者の利便性や認知度の確保に対する取組に関する方針

- 一般社団法人JBRCによる自主回収ルートを整備済み。

業界団体ヒアリング結果 – 電源装置・リチウム蓄電池 – (3/3)

5

リチウム蓄電池を取り外しやすくするための易解体性設計の現状

- 電源装置は対象外。

6

易解体性設計に対する今後の取組

- 電源装置は対象外。

業界団体ヒアリング結果 – 携帯電話用装置 – (1/3)

1

自主回収ルートが整備されている場合、その実施状況

- モバイル・リサイクル・ネットワーク（MRN）を構築し、携帯電話販売店等を利用したスマートフォンやタブレット等の自主回収を実施している。
 - ✓ 業界団体や通信事業者、販売会社が参加しており、全国約8,500店舗での回収を実施。
 - ✓ 平成13年から22年間で約1億5000万台の使用済み端末を回収。70.4%を再資源化し、有効に利活用することを目指している。
 - ✓ 令和5年度においては363万台を回収（前年度実績から15.2万台増加）しているが、高機能化による保管やリユース用売却の一般化に伴い、リサイクル目的の回収台数の回収率は9.4%で、前年度実績から1.2ポイント減少。これは、携帯電話自体の値段が高くなっており買い換えのサイクルが長くなっていること、下取りされたものがリセールされることが増えていること、SIMカードがない状態で家庭で利用する場面も増えてきていることが考えられる。

2

自主回収ルートが整備されていない場合、今後の実施予定

- 一般社団法人電気通信事業者協会と一般社団法人情報通信ネットワーク産業による自主回収ルート（MRN）を整備済み。

業界団体ヒアリング結果 – 携帯電話用装置 – (2/3)

3

(自主回収を行っている場合) 消費者の利便性向上に係る取組や消費者に対する更なる廃棄時の解体方法や排出方法の説明・周知に係る取組に関する方針

- モバイル・リサイクル・ネットワークのロゴマークの作成による認知度の向上の他、MRNの内容等についてはホームページ・カタログ・取扱説明書への記載を実施。
- 今後については、自治体への周知協力依頼、専売店等の店頭における買換・解約時の案内を引き続き強化していく。

4

(自主回収の実施を予定している場合) 消費者の利便性や認知度の確保に対する取組に関する方針

- 一般社団法人電気通信事業者協会と一般社団法人情報通信ネットワーク産業による自主回収ルート (MRN) を整備済み。

業界団体ヒアリング結果 – 携帯電話用装置 – (3/3)

5

リチウム蓄電池を取り外しやすくするための易解体性設計の現状

- 携帯電話用装置については、安全性の観点からリチウム蓄電池を取り外しやすくするための易解体性設計の対応は困難。

6

易解体性設計に対する今後の取組

- 防水性の観点からリチウム蓄電池を取り外しやすくするための易解体性設計の対応は困難。
 - ✓ 容易な解体設計にした場合、非純正品の電池利用による安全性の問題を懸念。
 - ✓ 取り外しは専用の製造事業者で実施することで安全性を担保することが重要。

業界団体ヒアリング結果 – 加熱式たばこデバイス – (1/3)

1

自主回収ルートが整備されている場合、その実施状況

- **2020年より主要メーカー3社による自主回収/リサイクル事業を展開。**
 - ✓ たばこ商材内における加熱式たばこの割合は、約4割まで拡大。そのうち、加熱式たばこの約9割を協会に参画している主要メーカー3社の製品で占有。
 - ✓ たばこ業界独自の流通網を活用し、全都道府県のたばこ販売店（約1,100店）にて無料回収を実施中（主要メーカー3社のうち2社実施）。
 - ✓ 動静脈物流の統合等による経済合理性の担保、豊富な製品知識によるフリーライダー排除対策の利点がある一方で、回収拠点の利便性向上や自治体から回収物の引き取り要請があっても対応できない等の課題がある。
 - ✓ 回収拠点においては、対象製品の判断のための知識や消費者への説明が必要となるため、特定の拠点以外（例えば、コンビニ）での回収は困難。
 - ✓ 加熱式たばこデバイスの廃棄サイクルとしては、利用方法によっても変わるが2年程度が1つの目安になると思慮。
 - ✓ 回収量については現時点で業界全体を把握できていない。
- **指定再資源化に関しては対応が必要と認識し、自治体からの回収もスコープに入れた回収方法の検討が必要**
 - ✓ 適正廃棄に向けて自治体からの回収もスコープに入れた回収促進の検討が必要。
 - ✓ 検討に向けては、規制対象品目（LIB使用製品）を包括的に回収できるスキームの構築、安全性の担保、経済合理性を高めることが必要。
 - ✓ デポジットによる回収方法を想定した価格設定については、個社の判断となるため現状協会としての対応は困難だが、1つの意見として今後検討を実施。

業界団体ヒアリング結果 – 加熱式たばこデバイス – (2/3)

2 自主回収ルートが整備されていない場合、今後の実施予定

- 一般社団法人日本たばこ協会による自主回収ルートを整備済み。（ただし、2社はたばこ販売店での回収であり、1社は独自の拠点回収。今後回収拠点の拡充を検討。）

3 (自主回収を行っている場合) 消費者の利便性向上に係る取組や消費者に対する更なる廃棄時の解体方法や排出方法の説明・周知に係る取組に関する方針

- 製品取扱説明書、各社Webサイトでのユーザー周知を実施。2022年には大手コンビニ7社のレジ画面での啓発を実施。
 - ✓ 適正廃棄の促進にむけては、消費者への周知活動強化が必要であり、主要メーカー各社のユーザー登録を活用したDM送付を検討。
 - ✓ また、認知獲得に向けた反復訴求のための業界を超えた統一コンテンツの整合や消費者利便性が最も高い自治体による回収との連携を高めることが課題。
- 表示については、グローバルで共通で製造をしている事業者もある。IECに規格のない、日本独自のマークを表示することは時間がかかる等問題がある。
 - ✓ 上記の解決に向けては、関係省庁や業界団体等と引き続き協議を実施。

4 (自主回収の実施を予定している場合) 消費者の利便性や認知度の確保に対する取組に関する方針

- 一般社団法人日本たばこ協会による自主回収ルートを整備済み。

業界団体ヒアリング結果 – 加熱式たばこデバイス– (3/3)

5

リチウム蓄電池を取り外しやすくするための易解体性設計の現状

- 安全性の観点からリチウム蓄電池を取り外しやすくするための易解体性設計の対応は困難。
 - ✓ プラスチック部分を含めたデバイス全体での安全性の確保を実施しており、容易な解体設計にした場合、非純正品の電池利用による安全性の問題を懸念。

6

易解体性設計に対する今後の取組

- 現時点で易解体性設計に関する取組は確認できておらず、安全性を優先している状況。

業界団体ヒアリング結果 – 電気掃除機・電気かみそり – (1/3)

1

自主回収ルートが整備されている場合、その実施状況

- 一般社団法人JBRCの回収ルートを活用した密閉形蓄電池等の自主回収を実施。
 - ✓ JBRC会員企業での密閉形蓄電池については、JBRCの回収ルートを活用した回収を実施。
 - ✓ 回収に向けては、対象製品から密閉形蓄電池の取り外しが必要。

2

自主回収ルートが整備されていない場合、今後の実施予定

- 一般社団法人JBRCによる自主回収ルートを整備済み（密閉形蓄電池の取り外しが必要）。

業界団体ヒアリング結果 – 電気掃除機・電気かみそり – (2/3)

3

(自主回収を行っている場合) 消費者の
利便性向上に係る取
組や消費者に対する
更なる廃棄時の解体
方法や排出方法の説
明・周知に係る取組
に関する方針

- 適切な回収に向けては、電池の取り外しが重要であり、製品自体への表示や取扱説明書での記載を実施している。
 - ✓ 「家電製品の小型二次電池使用機器の表示ガイドライン」（一般財団法人家電製品協会）に沿った電池識別マークを製品本体に表示。可能な限り、リサイクルのお願い「電池はリサイクル」の表示も実施。
 - ✓ 電力量の表示は、いくつかの製品については表記を実施しているが、今後見やすさについて検討。
 - ✓ 製品への表示は、その製品の記載可能スペースや形状等によって変わってくる。製品によってはリサイクルマークのみの記載となっている場合もある。判断基準は各社に委ねている。
- 一般消費者の「密閉形蓄電池が使われていること自体の認知が低い」ことが実態として確認できており、今後はデジタルメディアを活用したプッシュ型周知強化を実施。
 - ✓ 過去の調査により、「密閉形蓄電池が使われていること自体の認知が低い」が確認できており、今後さらなる周知が必要。
 - ✓ 今後の周知に向けては、デジタルメディアの活用を検討しており、主要メーカーでのWebサイトでの情報・注意喚起の発信、メーカー会員へのメルマガ配信、公式SNSへの投稿等について、主要メーカーが同時期に発信することで、情報拡散や認知向上に取り組む。現状はまだ行っていないが、2～3か月程度あれば準備は可能なため、年度内には実行を予定。頻度は効果を見ながら検討。
 - ✓ その他、家電流通法人と調整を実施し、充電式家電製品の店頭展示場所に注意喚起チラシなどの設置を要請。
 - ✓ 膨張した電池等、JBRCが回収できない電池については自治体での対応、もしくは消費者から専門の業者への排出を想定。

業界団体ヒアリング結果 – 電気掃除機・電気かみそり – (3/3)

4

(自主回収の実施を
予定している場合)
消費者の利便性や認
知度の確保に対する
取組に関する方針

- 一般社団法人JBRCによる自主回収ルートを整備済み。

5

リチウム蓄電池を取り
外しやすくするた
めの易解体性設計の
現状

- 製品から密閉形蓄電池を取り外し易い構造として、電気かみそりでは一般に市販されている工具（ドライバー、ニッパー）での安全な取り外しが可能。
 - ✓ 防水性能を担保するため密封構造を採用していることで、電池を取り外す際は複数の手順が必要であるが、一般に市販されている工具（ドライバー、ニッパー）での取り外しが可能。
- 電気掃除機では、電池が着脱式（工具不要）の製品ラインアップを拡充。
 - ✓ 電池を交換しながら製品を長期で使用するため、各社での着脱式の製品が拡充。
 - ✓ 一方で、非純正充電機による事故が増加しており、今後はこれらに関する周知強化も必要。

6

易解体性設計に対す
る今後の取組

- 商品の設計変更に関しては、各社の商品戦略に関わる部分のため具体的な取り組み年数に関する言及は困難。
 - ✓ 製品に関しては、1～2年程度でマイナーチェンジを行いながら、5～6年程度でモデルチェンジを実施。そのタイミングで易解体設計が進むと想定。

WG委員所感

● 製品指定の考え方

- ✓ 一体型製品については、使用者の安全性が重視されており、易解体性設計は難しく、製品としての回収促進をするために指定再資源化製品としての追加が必要。
- ✓ 易解体性設計に取り組んでいる製品は、使用者がより取り外しやすいよう更なる易解体性設計の追求や使用者への効果的な周知方法など工夫し、回収の促進を図ること。
- ✓ リチウム蓄電池を使用する小型ファン付き製品（ハンディファン、ファンつき衣類）やワイヤレスイヤホンなど、火災リスクの高い他の製品指定の検討も必要。

● 自治体との連携

- ✓ 使用者が廃棄しようとした場合、基本、一般廃棄物として排出されることとなるため、自治体と連携して、消費者に対する周知・啓発を行うことが重要。
- ✓ 自治体においても、人・予算が不足している状況であることを踏まえ、廃棄された製品の取扱いに関する情報や技術の提供など必要な協力を行うこと。

● 事業者による取り組み

- ✓ 発火するおそれのない安全な蓄電池の開発や、廃棄時に放電の確認が出来る仕組みの開発にも取り組んでほしい。
- ✓ リサイクル事業者等との動静脈連携による回収・再資源化の促進に取り組むこと。
- ✓ 消費者にリチウム蓄電池が内蔵されている製品であることが分かりやすいよう統一した名称や表示に取り組むこと。
- ✓ 加熱式たばこデバイスについては、日本たばこ協会において、業界全体として自主回収を促進するよう取り組むこと。

● その他

- ✓ 火災リスクの高い製品を指定するのであれば、容量（mAh）と電圧（V）のみでなく、電力量（Wh）の表示がある方が望ましい。飛行機の機内持込ルールでも電力量が採用されており、最近は基準を超過するモバイルバッテリーなども出始めている。
- ✓ 資源有効利用促進法による自主的な取り組みには限界があり、EUの欧州電池規則のような包括的かつ義務的な回収・リサイクル制度の検討が必要。