

第20回 創業・IT等ワーキング・グループ 議事概要

1. 日時：平成26年3月31日（月）14:05～15:50

2. 場所：中央合同庁舎4号館4階共用第2特別会議室

3. 出席者：

（委員）安念潤司（座長）、滝久雄（座長代理）、佐久間総一郎、
松村敏弘、森下竜一

（専門委員）小林三喜雄、圓尾雅則、川本明

（関係団体）日本経済団体連合会、電気事業連合会、日本鉄鋼連盟、
有限会社インフィニティ（代表 牛窪恵）

（環境省）廃棄物・リサイクル対策部 塚本産業廃棄物課長

廃棄物・リサイクル対策部 中野産業廃棄物課長補佐

（経済産業省）商務流通保安グループ 渡邊電力安全課長

産業技術環境局 環境ユニット 實國環境指導室長

（事務局）滝本規制改革推進室長、大川規制改革推進室次長、中原参事官、
柿原参事官、仁林企画官

4. 議題：

（開会）

1. 環境省、経済産業省、事業者からのヒアリング

「微量PCB汚染電気機器等の処理の加速化に向けた新たな仕組みの導入」

2. 有識者からのヒアリング

「流通・取引慣行ガイドラインの見直し（消費者動向のヒアリング～消費者マーケティングの立場から）」

（閉会）

5. 議事概要：

○大川次長 それでは、規制改革会議第20回創業・IT等ワーキング・グループを開催させていただきます。

皆様方には御多用中、御出席いただきまして誠にありがとうございます。

本日、所用により、翁委員、久保利専門委員は御欠席でございます。

それでは、議事を進めさせていただきます。

なお、本ワーキング・グループにおきましては、議事概要を公開することとなっておりますので、御了承願います。

以後の進行は安念座長にお願いいたしたいと存じます。座長、よろしくお願いいたします。

○安念座長 どうもありがとうございます。当ワーキングの座長を務めております安念と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、早速本日の議題でございます、「微量PCB汚染電気機器等の処理の加速化に向けた新たな仕組みの導入」でございます。本日は、環境省さん、経済産業省さん、経団連さんにおいでいただいております。御多用の中、御参集いただきまして誠にありがとうございます。

それでは、まず、環境省より御説明をいただきたいと思いますが、誠に申しわけありませんが、10分程度でお願いできますでしょうか。よろしくお願いいたします。

○環境省（塚本課長） ありがとうございます。環境省産業廃棄物課長、塚本と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

お手元に「微量PCB汚染廃電気機器等について」、資料1-1を用意しております。ちょっと厚めの資料になっておりますので、時間の都合上、飛ばし、飛ばし説明させていただきますので御了解ください。

それでは、めくっていただきまして、PCBとは、トランス等は飛ばしまして、6ページあたりから解説を始めさせていただきます。

御案内のとおり、PCB問題の発端としましては、昭和43年のカネミ油症事件にさかのぼります。その直後に当時の通産省から行政指導による製造中止、回収の指示がありました。その後、電気絶縁物処理協会が中心となって、73年から処理施設の設置ということが我が国で始まりました。当時は、焼却方式しかなく、1,300度あるいは1,400度という高温で焼却する方式について実験がなされてきました。処理施設の立地については、30年間に39回トライをしましたが、39回立地ができなかったという歴史的な経緯がございます。これは、ひとえにPCBという物質が社会的に非常に恐れられていて、立地に対して企業、地元の住民の皆さん、自治体からの反発が非常にあったという歴史的な経緯がございます。

しかし、その過程で、平成10年、当時の厚生省調べで1万1,000台が紛失するという事件も起き、このままではいけないということで、産業廃棄物の基本原則である排出者責任の原則を多少ここで見直しまして、PCB廃棄物特別措置法をつくりました。この特別措置法の中で、PCBの破壊施設については国が整備を行うという特例中の特例を設けまして、現在のJESCOを設置し、処理を開始いたしました。

また、その処理の鍵となるのは、ここに書いてございます化学処理、工場プラントの中で密閉された空間の中で環境中に排気をほとんど出さないというシステムによって、初めて地元の受け入れが可能になったという歴史がございます。

さて、高濃度のPCBの処理はこういうことでしたが、次のページにまいりまして、その過程で2002年、微量のPCBに汚染された絶縁油というものが存在することがわかりました。

次の8ページにございますように、トランス・コンデンサー、ケーブルなどが、微量のPCBに汚染されたものがある年代のものにあるということがございます。これを受けまして、環境省では、低濃度PCB汚染対策検討委員会を発足し、2006年から、これは微量ですから、より安価で、より簡便な方法ということで、やはり焼却を施行しまして、焼却実験を開始いたしました。

少し飛びますけれども、11ページに参りまして、焼却実験の結果、無害化できることが確認できましたので、大臣認定という無害化認定処理制度をつくって、この施設の整備を促進することにいたしました。

具体的には、12ページにございますけれども、廃棄物処理法を改正いたしまして、都道府県の許可ではなく、環境大臣の許可を直接取ることで、微量PCBの処理が民間事業者でも行えるという仕組みをつくったわけがございます。

これによって、14ページにございますけれども、事業者が非常に熱心に取り組んでいただきまして、現在で16事業者が処理できる体制になっております。

また、15ページを御覧になっていただいておりますように、絶縁油あるいは廃電気機器の処理できる容量も年ごとに拡大し、現在、急上昇しているところでございます。

さて、微量PCB電気機器の処理の推進に当たりましては、環境省として次のような考え方に立って進めていこうということやっております。16ページにございます。まず、1つ目でございますけれども、微量PCBの推進に当たっては、過去の高濃度のPCBのことも考え、安全・安心の確保、そして処理コストの合理化、この2つをいかに両立させるかということが鍵だと考えております。高濃度処理については、かつて大変な苦勞をしたということを受とめまして、既存の高濃度PCBの処理の枠組みをしっかりと堅持した上で、微量についてどうするかという考え方でございます。

具体的には、PCB処理の油の部分と箱、筐体の部分とありますが、油については、現在の高濃度と同じ、化学処理と同じ0.5ppmという処理基準をしっかりと維持していただくことが必要であると考えています。他方、無害化認定処理施設を今後増加させることで、現在はまだ売り手市場といえますか、処理をしたい人のほうが多いのですけれども、これからどんどん認定施設を増加させることで、より市場原理を導入して、競争的な価格設定ができるような体制に持っていきたいと思っております。

その中で、特に、今、経団連からの資料でもございますが、いろいろな中でも大型のトランスの箱の部分処理するのに大変な費用がかかるということが明らかになってまいりました。これにつきましては、油の処理基準との間での整合性を保ちつつも、処理方法の合理化を環境省としても推進したいと考えております。

その次の資料は、廃油の処理基準について、過去の歴史をとうとうと書かせていただいております。

また、次のページで、ストックホルム条約において、不可逆的に処理をしなくては行けないと、薄めて捨てていいというものではなくて、物質として破壊しなくては行けないと

ということが条約上も定められているということを書いております。

また、19ページからは、我が国の処理基準は非常に厳しゅうございますけれども、これは、当時の社会的な状況を踏まえて、地域の理解を得ながら、一日でも早くPCBの処理を開始するために必要な基準ということで社会的に合意されたものであるということの説明しております。

さて、以上は過去の経緯でございますが、これから先に向かってどうするかということでございます。20ページでございますが、1つは、焼却炉に入らない、今、民間の事業者が大分増えてきておりますが、そうした炉に入らない大きいトランスについては、これは、何らかの移動式の処理施設の実用化などを図って、合理化を図っていく必要があると思います。また、通常、今やっています民間事業者のトランス・コンデンサーの処理能力を増やす、それから、焼却処理の温度についても、現在は1,100度という非常に高い敷居を引いていますが、様々な実験結果から、より低い温度でも今の炉ですと分解できることが明らかになってまいりました。それを踏まえまして、焼却の温度の基準を緩和して、場合によっては自治体でも認定が進むように門戸を広げていきたいと考えております。

また、今般、この1年間、経団連との間で意見交換をたくさんする機会がありました。また、経済産業省との間でも意見交換を多々させていただきました。こうした結果を踏まえて、今、規制改革で提案されております様々な技術について、産業界、経済産業省と連携して、実用化のための検討を我が省としては始めたいと考えております。

特に、21ページでございますが、今般、環境省の技術評価検討会で、これはPCBの処理の技術として適切であるということが評価されました課電自然循環法、これは、ごみとなったコンデンサーもそうですけれども、トランスもそうですけれども、使用中のトランスについても活用できる技術であります。こうした技術をいかにルールとして使えるようにするかということについて検討を開始したいと考えております。

また、次のページに書かせていただいておりますけれども、この課電洗浄法は、一旦PCBの入っている油を抜いて、新しい油を入れて、そして数カ月間使うことで、中にしみていたPCBが溶け出る。溶け出た段階で油の濃度を測定することで、完全に中がほぼ無害化されていることが確認できるという非常に画期的な技術でございます。環境省としては、経済産業省、産業界と連携しながら、どう抜油をしっかりとやっていくことができるのか、あるいは抜いた油がどうやってきちんと処理に回っていくのか、あるいは、この新しい油が入った後、3カ月間なら3カ月間、4カ月間なら4カ月間、きちんと運用されたという歴史、履歴をどうとっていくのか、こうした技術的な部分についての検討を早急に開始いたしましてルール化を図っていきたいと考えております。

以上でございます。

○安念座長 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして経済産業省さんから、やはり10分程度でお願いできますでしょうか。

○経済産業省（渡邊電力安全課長） それでは、資料1－2でございますけれども、私は電力安全課長の渡邊でございます。よろしくお願いいたします。

めくっていただきまして、1ページでございますが、まず、微量のPCB汚染電気機器に係る現行制度の規制の概要について御説明申し上げます。

これは、使われている段階と、使われなくなつての廃棄段階の大きく2つに分かれまして、3段に分かれておりますけれども、一番上の段でございますが、電気事業法、これは使用中の電気工作物、廃止前のものがございますけれども、規制ということでございます。関係法令の中、ちょっと細かいのでございますが、電気関係報告規則というものと電気設備に関する技術基準を定める省令、この2つございまして、これによって規制しているということでございます。報告規則のところでございますが、真ん中がございますけれども、PCB含有機器、0.5ppmを超えるもの、これが判明した段階で経済産業省に報告していただくということでございます。速やかに届け出ていただきまして、その届け出が行われると、機器が廃止されるまではPCBの汚染機器として認識されるということでございます。

②のところがございますけれども、技術基準で、PCB含有機器、これも0.5ppm超含有ということがございますが、新たに使うことを禁止するということでございます。技術基準において禁止をし、ただ、新たに使うのは禁止ということございまして、そのまま使うこと、継続使用については認められているということでございます。

また、廃止の段階でございますが、廃止となりますと、次のPCB特別措置法、廃棄物処理法、環境省のほうの規制に移るわけでございますが、電気事業法上、廃止時点で電気工作物の廃止の届け出をしていただくことになっているということでございます。

○経済産業省（實國環境指導室長） 2枚目以降は、私から御説明させていただきます。経済産業省でPCB関係の取りまとめをしております環境指導室長の實國と申します。よろしくお願いいたします。

スライドの2ページ目を御覧ください。現在、微量PCB汚染廃電気機器等は、環境省の推計によれば全国に160万台ぐらいあると言われております。この中には、単に廃棄物として保管されている機器だけでなく、現在使用中の機器も含まれていると考えられます。経団連の推計では、使用中機器はこれの8割ぐらいになるのではないかととも言われております。

このうち、電力会社が保有する柱上トランス、この内訳で書いております40万台を除いた120万台、これが電力会社に限らず、大企業から中小企業までの工場等に幅広く分布していると考えられます。120万台の中には、電圧を変換する変圧器、トランスと呼ばれているものですが、あるいは電気の蓄放電をするコンデンサー、また、その他OFケーブルなど、構造や機能が異なる10種類以上の設備が含まれております。また、変圧器一つをとりますと、規模や大きさなどは、数百トンの大きな変圧器から数百キログラムの小さなものまで幅広い分布がございます。

これに対し、本年3月時点で、微量PCB廃棄物を処理できる施設でございますけれども、

スライド2ページの下の段になります。全国で環境省の環境大臣認定を受けた施設16施設、それから都道府県知事の許可を受けた1施設、この合計17施設が現在ございます。このうち、電気機器から油を抜いた後の筐体、いわゆる容器のどんがらとか、あるいは中のコイル等の部材を処理できる施設は、環境大臣認定では6施設、知事許可では1施設となっております。全体で17施設中の7施設でのみできるという形になっております。

なお、PCBの処理期限について申し上げますと、国際条約では、50ppm超の廃棄物について平成40年12月末まで、また、国内のPCB特措法では、0.5ppm超の廃棄物については平成39年3月末までに処理するとなっております。

スライドの3枚目を御覧ください。今、申し上げました現状を踏まえて、今後、期限までに微量PCB汚染廃電気機器の処理を終えるための課題は大きく4点あると考えております。1点目は、まず、処理能力の問題でございます。現在、筐体や内部部材を処理できる施設は全国で7施設。それで、1施設当たりの処理能力、これは環境省のホームページで公表されていますけれども、これを見ますと1日数トンから数十トンとなっております。台数に直しますと、例えば500キロのトランスでいきますと、数トンというのは十数台、それから、数十トンというのは100台前後行くか行かないかというぐらいの量でございます。これを年間換算すれば、例えば300倍すれば大体数字は見えますけれども、160万台を全量廃棄物として処理するには、数も能力も不足していると言わざるを得ないと我々は認識しております。

2点目でございます。先ほど少し申し上げた機器のサイズの問題でございます。現在の施設で処理できるトランスの大きさは、最大で2から3トンクラスのものと言われております。実際には数百トンの大きいものがございまして、こういう移動が困難な大型を処理するための方策というのはまだ確定はしておりません。したがって、無害化認定施設等でも取扱いはできないという状況になっております。

3点目と4点目は、使用中の機器の問題でございます。まず、先ほども申し上げましたが、160万台中、経団連の推計では8割ほどが現在も使用中であると言われております。仮に使用中にPCBを無害化する技術あるいはそのやり方が出てきたとしましても、現行制度では、無害化された後の機器の位置付けや手続は整備されておられません。したがって、使用中の機器の無害化に取り組もうというインセンティブは湧かないということと、その結果、廃棄物段階で全てPCB汚染物として処理をしなければならないということになっております。

これらの課題を解決するためには、ここで述べるようなアプローチがあるのではないかと考えています。1つは、廃棄段階ですけれども、これは先ほども環境省の方から御説明がありましたけれども、施設の数の増加あるいは能力増強、これは不可欠です。また、もう一つとして、移動困難な大型機器の処理を可能とする方策の導入、あるいは、実際に解体とかする必要があるわけですけれども、こういう手順の整備などが必要になってきます。3つ目には、こういう方策以外にも、筐体と呼ばれる外側の容器の合理的な処理方策を導

入る必要があると考えております。

一方、汚染機器のうち使用中のものです。実は、変圧器については、先ほど環境省の説明の中にもありましたけれども、使用中に無害化する技術というものも出てきております。最終的に特別管理廃棄物という嚴重な処理の必要な廃棄物の発生を減らすという観点からも、変圧器を対象に、使用段階における無害化処理スキームを検討する必要があると考えております。

スライドの4枚目でございますけれども、使用段階における無害化スキームの構築に当たっては、主な構成要素として3つございます。まず、どのような技術を使うか、そして、処理に係る手順をどうするか、最後には、手当てすべきルール、これは法令等を含めてルールは何なのか、この3点でございます。

まず、1点目の使用する技術でございます。これは、先ほど来環境省から御説明があった技術でございますけれども、既に使用中の機器に適用可能な技術というものが出てきておりますので、これを使えば、部材を含めて無害化することができるのではないかと。2つ目として、処理に係る手順でございます。環境省の技術評価の方でやっているのは廃棄物段階、廃棄段階の処理ということでございますので、これを使用中に適用した場合の違いなどを踏まえながら、環境汚染がなく、かつ電気事業法の安全や性能を確保した処理手順を明確にする必要があると考えております。さらに、そういうふうにして無害化処理した機器の取扱い、これの電気事業法令上の取扱いや、あるいはその廃棄段階での廃棄物処理法令上の取扱いの明確化というものもやっていく必要があると思っております。

こういうものを具体化していくために、先ほど御紹介があった技術を先行事例として、現在、手順やルール等について、環境省を始め、産業界あるいは有識者の先生と意見交換を始めているところでございます。

以上でございます。

○安念座長 どうもありがとうございました。

それでは、経団連さんから、やはり10分程度で御説明をお願いできますでしょうか。

○日本経済団体連合会 ありがとうございます。経団連のPCB対策ワーキング・グループの座長をしております影山と申します。よろしく願いいたします。

それでは、説明させていただきます。

めくっていただきまして、1ページ目をお願いいたします。今回の規制改革要望に関連しまして、ポイントを3つに絞って御説明させていただきます。

まず、1番目でございますが、PCBは濃度によって安全性が大きく異なるという点でございます。産業界が今回、規制改革の要望を申し上げますのは、高濃度ではなく、あくまで微量のPCBについてでございます。そこに書いてございますように、高濃度については、60～100%という非常に高い濃度のPCBでございますが、微量は、2つ目のポツの右のほうに書いてある通り、0.00005%～0.005%と非常に薄いPCBのことでございます。

微量PCBは、2001年にPCB特措法が施行された翌年に、PCBを使用していないとされる電

気機器から絶縁油に混入したことが判明した、極めて濃度の低いPCBでございます。

2つ目のポイントでございます。国際条約や主要先進国と日本とでは、処理すべきとされる対象基準が著しく異なるという点でございます。PCBをはじめ残留性有機汚染物質の廃絶を目指すストックホルム条約や、他の主要先進国の処理対象基準は、おおむね50ppmでございます。これに対しまして、我が国では、行政通達のもと、「微量PCBを含む絶縁油を抜いた後の容器等」につきましても、PCB絶縁油に関する処理目標基準が準用され、0.5ppmとされております。とりわけ「抜油後の容器等」に残存するごく少量、ごく低濃度のPCBに関する科学的、客観的リスクが考慮されないで、絶縁油と同じ、著しく厳しい基準が適用されているのが現状でございます。

3つ目のポイントでございます。我が国の現行制度のもとでは、「抜油後の容器等」の処理に数兆円もの膨大な費用が発生すると見積もられております。このために微量PCBの処理が進まないという点でございます。

そういうことで、新たな仕組みを導入することによりまして、十分に安全性を確保した上で、処理の大幅な効率化と資源循環の促進が可能となります。この方法について御提案させていただければと思っております。

次のページをお願いいたします。下に図で描いてございますように、現状は、塚本課長からも御説明がありました高濃度のPCBにつきましてもJESCOで処理してございます。微量のPCBにつきましても、無害化処理認定施設で、油と容器を処理する道筋がつくられておりますが、今回は、「抜油後の容器等」についての処理の合理化について提案しております。「抜油後の容器等」に関するPCBのリスクに応じた合理的な処理対象基準の設定をお願いしたいということ。それから、処理対象基準以下の「抜油後の容器等」については、既存の生産設備によるリサイクルルートの活用をお願いしたいということで、そういう提案をさせていただきたいということでございます。

次のページをお願いいたします。安全性というのは非常に重要な観点だと思っております。この3ページ目では、リスクに即しました高濃度PCBと微量PCBの比較をしてございます。

高濃度PCBは、揮発量も極めて多く、防護対策や換気、排ガス処理、漏えい等に十分な注意が必要でございます。一方、微量PCBでございますが、周辺大気や取扱い室内の濃度が大気の暫定環境濃度や作業環境評価基準を大幅に下回りまして、漏えいによる危険も極めて低いということで、リスクに応じた合理的な安全対策によって十分に対応が可能と思われれます。

次のページをお願いいたします。含まれているPCBの量でございますが、この図にありますように、左のほうで高濃度のPCBが約2万トンに対しまして、微量PCBは7トン、これが約160万台のトランス・コンデンサーの中に入っているということでございます。量としましては、高濃度の0.034%になります。

さらに、右を御覧いただきますと、トランスの中に付着している量、これは油を抜いて

しまいますと、さらに数%になります。そういうことで、高濃度処理対象量の0.001%ぐらいというのが容器のほうに残っている微量PCBの量ということになります。非常に微量ということが言えると思います。

次のページをお願いいたします。ここは、先ほど塚本課長からも御説明がありました。PCBが問題になって、2001年にPCB廃棄物特別措置法が施行されましたが、その施行後に微量PCBが混入した160万台の廃電気機器等の存在が判明しております。

その後、2004年にPOPs条約が発効しまして、行政通達によりまして、0.5ppm以下をPCB廃棄物から除外ということで、JESCOのほうで化学的処理が始まっております。

2009年には、大臣認定制度が始まりまして、微量PCBの無害化処理が可能になっております。

このようにPCBの処理を進めてきているわけですが、必ずしも微量につきましてもは順調に処理が進んでいるというわけではございません。次の6ページ目を御覧いただければと思います。産業界の取組ですが、微量PCBにつきましてもは、先ほどいろいろなところでデータが出ていますように、多量のPCB機器が、処理ができずに長期保管ということをお願いされております。この長期保管につきましてもは、使用中、廃棄物を問わず、管理・保管に多大な労力・コストが発生いたします。産業界としては非常な労力を払ってPCBを保管しているということでございまして、経営にも大きな影響がありますし、競争力にも悪影響を及ぼすことかと思っております。我々としては、ここら辺のところ待たなしの状況だと思っておりますので、できる限り処理が早く進むように、規制についても最大限の措置もお願いしたいと思っております。

その下にありますように、無害化処理への取組、あるいは処理技術の開発というのは、先ほどの御説明にもありましたように、我々も一生懸命取り組んでいるところでございます。

次のページをお願いいたします。「抜油後の容器等」の処理に関する各国の規制の状況でございます。この表に記載してございますように、ストックホルム条約や主要先進国の処理対象基準はおおむね50ppmでございます。また、オランダにつきましてもは、ちょっと下の※2のところに「絶縁油の処理対象基準は、5ppm超」と書かせていただいておりますが、絶縁油と容器で基準を分けている、そういう国もございます。

それから、「抜油後の容器等」ということにつきましてもは、ほとんどの国で「金属リサイクル優先」と書かれておりまして、リサイクルするような形で処理が進められているのが各国の状況だと考えております。

次のページをお願いいたします。コストについてここで書かせていただいております。8ページで書いてございますように、現行制度のもとでは微量PCBの処理に実に約4兆円もの費用がかかると試算されております。これを規制改革ではなく、抜油・解体・運搬等が大幅に改善し低コストになると仮定しましても、右に書いてございますように1兆5,800億円という巨額の費用がかかると見積もられております。さらに、その8割から9

割が、一番上に書いてございますPCBの量が非常に少ない「抜油後の容器等」の処理にかかる試算されます。

PCB 1 キログラム当たりの処理費用を計算してみますと、その下の表に書いてございますが、微量PCBの処理は1 キログラム当たり 2 億～6 億円と計算されまして、非常に厳しい規制によって、産業界に過重な負担が課されている状況かと思えます。これが微量PCBの円滑な処理を阻害する要因になっているのではないかと我々は考えているところでございます。

次のページをお願いいたします。それでは、現行規制のどこに問題があるかというところでございます。第1に、繰り返しになりますが、我が国では、ストックホルム条約や他の主要先進国の基準より著しく厳しい基準が準用されているということでございます。これによって、レベル・プレイング・フィールドが大きく損なわれているのが現状でございます。

第2に、課長通知のもと、PCB絶縁油に係る処理目標基準がそのまま、リスクが極めて低い微量PCB絶縁油を抜いた後の容器等の処理対象基準にも準用されているということでございます。

第3に、化学物質のリスクを有害性の強度と量で定めるという環境管理の基本に基づいた規制となっておらず、PCBの濃度と量のごく微量の「抜油後の容器等」の処理に莫大な費用を要していることから、合理的・効率的な処理が著しく阻害されているということかと思っております。環境省の一昨年の報告書では、微量PCBにつきまして、そのリスクを考慮しつつ、安全かつ効率的な処理方法についても、国が中心となって、民間事業者等と連携して検討を行うという方針が示されました。しかし、現実はまだそこまで行っていないというのが、現在の状況でございます。

現行制度のもとでは、「抜油後の容器等」の処理が進んでおりません、ストックホルム条約で求められております2028年までのPCB処理完了を遵守できるかどうか、国民的な不安もあろうかと考えております。

以上を踏まえ、安全性の確保を大前提とすることは言わずもがなですが、国際的な観点も十分に踏まえ、リスクと経済性の両者を考慮した、言い換えれば環境と経済の両立を可能とする新たな仕組みを導入することが必要不可欠でございます。

次のページをお願いいたします。このページでの我々の御提案でございますが、使用済み抜油後の容器、油を抜いた後の容器でございますが、50ppm超につきましては、現状の無害化処理認定施設というルートで処理を行い、この50ppm以下につきましては、解体・分別した後、鉄とか銅は、国内生産設備を活用した金属リサイクルをする。ウエスとか含浸物は、PCBがしみ込んでおりますので、これは産業廃棄物処理施設で焼却する、そういうことによって安全性を確保しつつ、生産設備を有効活用した、リスクに応じた処理ができるのではないかと考えてございます。

次のページをお願いいたします。こういった取組を行った場合に、安全性の面ではどうかというところでございますが、そこに書いてございますように、周辺環境あるいは作業環境に悪影響を及ぼすということは、そのの上のところに書いてございますが、大体基準値の数万分の1以下から1000分の1以下の濃度と試算されますので、十分に安全性が確保できると我々は考えてございます。

最後にまとめをさせていただきます。「抜油後の容器等」に残存するPCBは極めて少量でございまして、リスクはごく軽微にとどまるということです。

ストックホルム条約や主要先進国等の規制基準と同レベル以下の濃度のPCB廃棄物につきましては、規制改革を行うことが適切であると考えます。具体的には、「抜油後の容器等」につきましては、PCBのリスクに応じた合理的な処理対象基準を設定すべきと考えます。

また、微量PCB処理に対する国民の漠然とした不安や金属資源の円滑な資源循環等にも鑑みまして、新たに設定した処理対象基準、すなわち50ppmを下回ります「抜油後の容器等」につきましては、既存の国内生産設備も有効活用することが適切と考えます。安全性確保を大前提としつつ、PCB保管事業者等を含む官民連携のもと、容器等の処理の大幅な促進と資源の円滑な国内循環が可能な仕組みを導入すべきであります。

補足して申し上げますとすると、この点につきましては、中小企業も傘下に置きます日本商工会議所も要望されているということをつけ加えさせていただきます。

国民の安全や環境の保全を確保した上で、国際的にバランスのとれた合理的な規制改革を断行することによりまして、中小企業も含めた日本社会の大きな負担を軽減し、産業競争力の強化と新たな成長への活力を創出していくことが可能となると思います。

産業界として、安全性をないがしろにすることは決してございません。むしろ企業の社会的責任という観点からも、社会的な受容性を十分認識しまして、環境省、経済産業省とも連携しながら、微量PCBの効率的な処理の促進に鋭意努力してまいり所存でございます。安念座長を始めとしまして、創業・IT等ワーキング・グループの委員の皆様方におかれましては、大胆な規制・制度改革など、必要な政策を力強くスピーディーに実行し、企業と個人が持てる力を最大限発揮できるよう、御理解・御協力を賜りたく、何とぞよろしくお願い申し上げます。

どうもありがとうございました。

○安念座長 皆さんどうもありがとうございました。

これから若干の時間ディスカッションをしたいと思うのですが、その前に確認の意味でお教えいただきたい。どなかたからでも結構なのでございますが、まず第1に、0.5ppmとか50ppmとかという数値がありますが、これは物質としてのPCBの含有の重量比を言っているのだと思うのですが、何に対する重量を言っているのかをまず教えていただきたい。

その次に、先ほどの無害化ですけれども、仮に160万台あるとして、現在のキャパでフル稼働してどれくらい処理にかかる、現在のキャパを固定したと考えた場合、どれく

らの年数がかかるものかというのを教えていただきたいということでございます。

それともう一つ、トランス等、抜油後であっても微量のPCBが残っていると、それを廃棄物として出すと、それは全部、廃棄物処理法上の「特管」になるのかどうか。

以上の3点について、どなたからでも結構ですが、ちょっと御教示いただければと思うのですが、環境省さんからいいかな。

○環境省（塚本課長） 濃度については、油全体の重量に対して含有されているPCBの重量ということで単純に計算していただいて。

○安念座長 ということは、その油というのは、1つの機器の中に入っている油であれば、例えばそれが10グラム入っていれば、10グラム全部を取り出しても、そのうちの1グラムを取り出しても同じことになるということですね。

○環境省（塚本課長） 濃度は一緒です。

○安念座長 濃度が均一であれば同じことだということですね。はい、わかりました。ありがとうございます。

○環境省（塚本課長） それから、特別管理産業廃棄物に関しては、おっしゃるとおりでございます。油を抜いた後でも、PCBが0.5ppm以上含まれる油が付着していれば、現在は特管物としての扱いになります。

○安念座長 なるほど。

○環境省（中野課長補佐） それから、処理能力のキャパシティーの問題ですけれども、私どものお配りした資料1-1を御覧ください。こちらの15ページを御覧ください。15ページに現在の無害化処理認定事業者の処理能力を合計したものを記載してございまして、直近ですと平成25年度になるのですが、この25年度の処理能力、日処理能力、絶縁油とどんがらと言われる機器の部分、それぞれオレンジと青で描いてございまして、その下に、この日処理能力なのですけれども、これを年間300日稼働した場合の台数なり量を書いてございまして、油ですと年間6万5,400キロリットル、それから、どんがらですと、1台を300キログラムと勝手に仮定しますと、年間約11万台を処理できるというのが現在のキャパシティーでございまして。

固定するとそうなりますが、もちろん、今年度も我々としては認定業者を増やす政策をとってまいりたいということでございます。

○安念座長 本当にどうもありがとうございます。

どうぞ、どなたからでも結構でございます。何か。どうぞ、佐久間委員。

○佐久間委員 皆様、御説明ありがとうございます。この案件は、そもそもこの規制改革会議の目的である成長戦略につなげる、そのための規制改革という点で、極めて検討の対象たり得る案件だと思います。それと、もう一つ、今回の規制改革会議の取組の目玉が国際先端テストということでございまして、その観点から見ても、まさにこの案件はやはりそういう目を見たときに、改革の必要があると感じます。

また、次の視点というのが、これは規制改革会議の岡議長以下の御発案によりまして重

点的に取り組むのが、法律による規制ではなくて、その下位規程によるいろいろな規制によって、実質的に非常にいろいろな規制がある。それについて精査するという事にもなっていて、それにも非常に、ちょっと誤解を恐れずに言えば、フィットしている案件だと思います。

今、皆様の御説明を聞いていますと、他のいわゆる規制のこの会議でも取り上げた案件と違って、方向性については、そんなに大きく違ってないのかなど。ある意味では、今まで政府と関係の産業と一緒にいろいろな取り組んできた結果、ここまで来ました。ただ、残っている問題があります、こういうことだと思います。

そこで1つお聞きしたいのは、環境省の方の先ほどの御説明で、具体的に言いますと16ページで、微量PCBについて検討を行うに当たっての基本的な考え方、この一番下のポツに、「特にコストが嵩む大型のトランスの筐体」云々ということが書いてありまして、これは逆に言うと、大型のトランス以外についてどうかというところはここに書いていないので、それについてどういうお考えになっているのか。

あと、これは経済産業省の方でも経団連の方でもいいのですが、当然こちらのほうで言っているのは、大型もさることながら、それに限らず、こういうことでお困りになっているので、その具体的、なおかつ合理的な処理を進めるべきだという考えだと思います。その辺についてちょっと確認をお願いしたいと思います。

○環境省（塚本課長） ありがとうございます。2つの観点からお答えしたいと思います。

まず、1点目は環境保全という観点でございます。トランスというのは、釈迦に説法の方には恐縮でございますが、鉄できており、中に銅が入っており、中に絶縁油という油が入っている。これは、実はPCBが入っていなければ、全て有価物です。大変高く取引がされます。私どもが一番恐れておりますのは、小型の微量のPCB入りのトランス、これは全国津々浦々ございますが、これを自由にあげて油を抜いていいという世界になったときに、抜かれた油が本当にきちんと処理に回るのか。これはPCB油ではないと偽装してしまえば、もうその途端に有価です。まして、躯体の鉄や銅は高い値段ですすぐ取引されます。こういう中で、果たしてきちんと全国津々浦々、何百万台もある小型のものが扱えるのかという部分に、実は大変な心配を持っております。

その観点から申しますれば、先ほど来議論になっておりますいわゆる大臣認定施設の炉に入る大きさの小型のものは、そのまま炉にすっと入れていただくのが、環境保全上は安全であろうと。しかし、逆にそうでなくて、誰でも小型であっても油を抜ける世界をつくるのであれば、そのときに、先ほど私が申し上げたような闇に流れていかないある種の規制がそこには必要になるのではないかと考えています。これが環境保全上の観点でございます。

もう一つは、経済上の観点でございます。私どもは、先ほど申し上げたように、大臣認定施設、さらにはそれを都道府県知事認定施設という形でどんどんキャパシティを増やして、競争して行って、経済的な競争をして安くしていただきたいと思っています。そう

した中で、新たな技術として、先ほど申し上げた闇に流れる部分はある程度担保した上で、小型についてもやっつけよということになりますれば、健全な競争が生まれて、いい価格競争になると思うのですけれども、一方的に現段階で小型をオープンにしまうと、かなり現在一生懸命育てて、あるいは頑張ってきている処理業界に対して、せつかくやってきたところが一気に価格崩壊してしまつては、これはこれで、国全体として見たときにバランスがよくないだろうということで、決して小型はやらないというつもりは全くないのですが、時間をかけて、マーケットと技術と社会制度を育てていって、時間をかける必要があるのではないかと。まずは、大型を先にやると考えます。

○安念座長 どうぞ、滝委員。

○滝座長代理 愚問かもしれませんがこの機会にお聞きします。アメリカやヨーロッパが50ppmで、日本は0.5ppm。原発もそうですが、このように日本が非常に厳しくなっているのは、環境省のいろいろな審議委員会の結果なのだと思いますけれども、こういうふうに相当な差ですね。それについて何かありましたら、是非聞かせてください。

○環境省（塚本課長） 環境保全上の必要性という観点、それから、社会的受容性という観点、この両方が議論されたと私ども理解しています。これは審議会とか検討会の議論ですね。また、その中で、当時の社会情勢、30年間処理をしたくても処理ができずにずっと保管を余儀なくされていた事業者の方々、こうした立場に立ったときにも、0.5ppmというのは非常に厳しい規制だけれども、JESCOがそれで化学処理できるのだったら、とにかく回収してくれ、もう持っていたくない、処理を始めてくれと。それで自治体、地域住民の方が受け入れてくれるなら、もう始めようではないか、そういう社会的な機運があつて、こうした厳しい基準が合意されたと私どもは理解しております。

○安念座長 0.5ppmと、それから諸先進国での大体50ppmというのは、別に算定の方法が違うとかそういうことではないですね。だとすると、やはり日本の場合は、カネミ油症という大変な社会的問題が起きて、処理施設をコミュニティで受け入れていただく上で、50ppmではとても納得感が得られなかったというのが、やはり非常に大きな原因だと考えてよろしゅうございましょうね。

○環境省（塚本課長） そう考えております。

それから、私が言うのも、影山さん、済みません、ちょっと僭越で、間違っていたら訂正していただきたいのですけれども、今回、産業界からいただいています規制改革の一番最初の資料の2ページにございますように、今回いただいている規制改革は、私どもにとっても非常に合理的で、大いにこれから一緒にやっつけようと言っておりますのは、この2ページにございますように、油については、それは厳しいかもしれないけれども、諸般の事情を考えて、そこは日本の規制はそうなのだと。しかし、油を抜いた後の容器、この部分は大いに合理化する余地があるのではないかと、こういう御提案をいただいています。これについては、私どもも非常に合理的で検討に値する御提案だと考えております。

○安念座長 ありがとうございます。

では、佐久間委員、ちょっと何か補充していただいたほうがいいのかな。

○佐久間委員 先ほどの大型の筐体は優先的にやるというお話が環境省の方からありましたが、それについての産業界のほうからの考え方があれば教えていただければと思います。

○日本経済団体連合会 本日はありがとうございます。鉄鋼連盟でPCBを担当しています化学物質分科会の主査をやっています福間と申します。

先ほどの佐久間委員からの御質問でございますけれども、電気の使用というのは工場の大きさに比例いたします。小さな工場ですと小さなトランス、大規模の工場ですと大きなトランスというのが、比較的単純な話でございます。中小企業もモーターを回しておられますので、漏れなく小型、中型のトランスを持っておられます。

やはり今回の規制改革の趣旨でございます、中小企業の元気を底支えするという観点から考えましても、我々経団連といたしましては、中小企業も多く保有する小型、中型も含めた全ての機器について、規制改革によるブレークスルーを進めていただきたいと願っているところでございます。

○安念座長 中小の工場や何かでモーターを回しておられる、そこで変圧器が要るわけだけれども、それも電気事業法上は電気工作物として規制がかかることになっていませんか。

○経済産業省（渡邊電力安全課長） はい、かかるようになっております。自家用の電気工作物という形ですね。

○安念座長 自家用として。

○経済産業省（渡邊電力安全課長） 電気工作物には、大きく事業用工作物というものがあり、それ以外の一般の家庭用があって、一般の家庭は非常に小さい、そういう変圧器などのない世界ですね。また、この事業用の中には、電気事業と、あと自家用のまさに自分のところで使っているものがございます、その範囲に入ります。600ボルト以上であったりとか、そういう基準はありますけれども、小さい工場であれば、多分こちらに入ってきているという規模になろうかと思います。

○安念座長 その点は、電気事業者が使うトランスであろうが、そういう自家用の小規模なものであろうが、PCBの規制は別に変わらないわけですか。

○経済産業省（渡邊電力安全課長） その意味では変わりはありません。報告をいただくのも、一般の電気事業者もそうですし、自家用の、まさにそういう自分のところで発電機を持って使っているような方々におかれても、見つけたときには報告する、これは一緒でございます。

見つけるというのは、何がきっかけで見つかるものなのですか。

○経済産業省（渡邊電力安全課長） メンテナンスなりする際、油の性質を見るときに、きちんとそういう成分が入っているかどうかを見ることになります。メンテナンスの一部としては、総取っかえ、油を取りかえるというのがありますので、そのときにもまた、これはどう処分できるのかというのを考えなければいけないので、成分を見ると。それで、これはPCBが入っているということであれば、届け出るということになります。

○安念座長 なるほど、わかりました。ありがとうございます。

他にいかがですか、どうぞ、どなたからでも。どうぞ。

○小林専門委員 幾つか教えていただきたいのですが、先ほどの御説明の中で、処理の対象物として160万台ぐらいありますということですが、これは大小含めての話だと思います。今の年間の処理能力で約11万台ですから、ざっと計算しても15年ぐらいかかるだろうと。そうすると、やはり処理期限の2027年を考えますと、さらに処理能力を上げていくか、合理的な方法をこれからいろいろ議論して産業界と詰めていただきたいと思うのです。既にこのPCBの問題というのは、発生してから40年以上、対応に30年間空白の時期がありまして、我々も保管しているものはかなりあるわけです。いずれにしても、感覚的には、産業界の中でも風化しつつあるので、これは非常に心配だなと思っております。

当然ながら、世代を踏んでいきますと、やはり管理の問題というのはいい方向には行かないわけで、ある意味で分散してしまったり、管理がずさんになったりという問題があるかと思えます。

それで、今、経団連から御紹介あった資料の9ページに、現行規制の問題点の下に、2012年8月でしょうか、「今後のPCB廃棄物の適正処理推進について」ということで文書が書いてあります。質問は、国が中心となりまして、民間事業者と連携して具体的な処理の方法、特に、これは低濃度の問題についての検討だと思いますけれども、できましたら、今後のどういった具体的な内容、どういったスケジュールでこの問題についてディスカッションを始めていくのか、そういうものがある程度おありになりましたら、教えていただきたいと思えます。

○環境省（塚本課長） 既に先ほど経済産業省からプレゼンテーションがありましたように、実質的な意味では、経済界や環境省、経済産業省の間で話し合いを始めていますけれども、3者が一堂に会して研究をしていくというような動きをこの4月から開始したいと考えております。

スケジュールに関しましては、私ども環境省の考え方では、先ほど来、話題に出ております課電洗浄の技術については、ルール化を前提とした検討をしたいと考えています。つまり、もう社会ルールとして、仕組みとしてすぐ使えるようにする、これが目標であります。したがって、そんな2年も3年もかけてやるということではないと考えています。

○小林専門委員 ありがとうございます。これは本当に早く進めない、これ以上放っておけない問題だと思いますので、是非よろしく願いいたします。

○安念座長 他にいかがですか。どうぞ、佐久間委員。

○佐久間委員 課電洗浄はある程度進むとして、それで十分なのではないかという単純な質問でございます。

○環境省（塚本課長） これまた経団連の資料を使わせていただきますけれども、10ページに「『抜油後の容器等』の新たな処理の仕組み例（イメージ）」という資料をいただいています。このあたりが、いわゆる課電洗浄とはまた別の考え方に立った合理化の御提案

の一つだと理解しております。こうしたものについても、私ども積極的にお話を伺って、どうしたら実現していただけるのか。しかし、言い方を変えれば、私は先ほど、大変いろいろな心配があると申し上げました。その心配をどんな形で解決しながらこういう合理化が図っていただけるのか、是非一緒に検討させていただきたいと思っております。

○安念座長 どうぞ。

○日本経済団体連合会 先ほどの佐久間委員からの御質問でございますけれども、課電洗浄というのは、トランスのように電気負荷により対流が起きて、油が循環するような機器には適している技術だと思います。世の中の電気機器には様々なものがございまして、開閉器や遮断機のようにふだんは熱がかからないものも多々あり、電気機器というのは本当に様々な場所で様々な用途に使われております。また、トランスにも柱上トランスのように電柱の上に乗っているようなものもございますので、やはりいろいろな処理技術を総動員して対応を図る必要があるのではないかと、そういう問題であると考えてございます。

一方、抜油後の容器がぞんざいに扱われるようでは、これは国民の信頼をなくすことですので、我々からは新たな仕組み例として提案してはございますけれども、きちっとした管理ができるような方策について国と一緒に産業界も知恵を出して検討してまいりたいと考えます。

○安念座長 ありがとうございます。

よろしゅうございましょうか。

今日はお忙しいところ、いろいろ御教示いただきましてありがとうございます。今後、我々の議論を進めていく上に当たって大変有益な情報を頂戴いたしまして本当に感謝いたします。

まだこれから部内でいろいろ検討していかなければなりません。私どもの一般的なスタンスを申せば、やはり国際的な基準があって、それに何か格別な不合理があるというのであれば、それはもちろん別のことでございますが、一応先進国でアクセプトされている基準であるならば、日本だけそれから離れるということにどういう合理的な理由があるのでしょうかということ、当然検討していかなければならないと思っております。またいろいろ御教示にあずかなければならないこともあると思っておりますので、その節はまたどうぞよろしく願いいたします。

今日はどうもありがとうございます。

どうもお疲れさまでございました。ありがとうございます。

(環境省、経済産業省、経団連退室、有限会社インフィニティ 牛窪代表入室)

○安念座長 続きまして、今日の議題2「流通・取引慣行ガイドラインの見直し（消費者動向のヒアリング～消費者マーケティングの立場から）」に移らせていただきます。

今日は、有限会社インフィニティ代表取締役、牛窪恵様においでいただきました。お忙しいところどうもありがとうございます。

それでは、御説明を大体15分程度でお願いできますでしょうか。よろしく願いいたし

ます。

○有限会社インフィニティ（牛窪代表） かしこりました。よろしく願いいたします。

皆様、初めまして、私はマーケティングライターでインフィニティというマーケティング会社をやっております牛窪と申します。よろしく願いいたします。

私はもともと物書きでございまして、「おひとりさま」とか「草食系男子」とか、そういったいろいろな消費者のカテゴライズをして本を書いて、流行語にしているというのが、個人的な仕事であります。会社としては、住宅メーカー、飲料メーカー、あるいはいろいろな流通大手の皆様と商品開発なり施設開発というものも本業にしております。スタッフ40人ぐらいの小さい会社ですけれども、日々商品開発等々、消費者マーケティングをしております。

実は、「草食系男子」とか「おひとりさま」というのも、その消費者インタビューを繰り返す中から生まれたものでありまして、消費者と対するいわゆる定性調査、定量というのはアンケートとかウェブで数を見る調査ですが、定性調査というのは、個別インタビューとかグループインタビュー、こういうものを数多く繰り返すという仕事でございまして。

私どもの会社自体は、ことし14年目にもうすぐ入るところなのですが、最初に住宅開発を積水ハウスと二社共同で行いまして、そのときから10年以上たつわけですが、いろいろ見ていると、この10年で大きな消費者変化というものがありました。それを今回、ざっといろいろ表等で御紹介しております。要点だけお話しさせていただきます。

まず、最初の第1ページ、一般消費者の現状ということで、年収自体、もう皆様よくお耳にされていると思いますけれども、今はもう男性でも全年代平均で、最多層が年収300万円台になっています。その年齢的な分布を見ますと、隣の表、上のほうの表ですが、45～59歳、中高年層に関しては、やはり600万円ぐらいは皆さんあるのですが、25～34歳、ちょっと下を見ていただくと、もう年収400万円前後と低迷している。しかも、これは国税庁の調査ですので、いわゆる年間できちんと給与等をもたらしている方のものです。非正規で、不定期で収入を得ている方はここには入っておりません。

この状況が続いております。男女という意味で言いますと、ピーク時の平成9年、97年からこの12年、平成24年までに減少している平均年収が約60万円というのが、まず、全体的な状況でございます。

続いて2ページ目をお願いいたします。今度は家計の状況です。そういう中で、皆様、家計も非常に苦しいというところなんです。特に下のほうの2つの表を見ていただくと、やはり97年から2013年までに、まず2人以上世帯、勤労世帯ですね、いわゆる定年になった方は入っておりません。勤労世帯の家計ということであっても、1か月32万円弱ですから、ピーク時に比べて月4万円ほど減少しています。そして、サラリーマンの平均お小遣いとよく言われますが、これは新生銀行がずっと経年調査をされていますが、やはり1990年代、いわゆるバブルのころに比べて、今はもう、ここ数年お小遣いが3万円台という状態になっております。ピーク時と比べると月4万円ほど減っています。そういう中で、生活なり

お小遣いなりが、「大変苦しい」「やや苦しい」と考える方が約6割に上っているという状況です。

そして、私たちが一番懸念しておりますところが、次のページです。今の20～30代の現状です。三菱総研が総務省の調査をもとに作成した調査が左側の表ですが、1997年から2007年までの10年間で、07年当時の30～34歳、これが今で言う37～41歳に当たります。つまり団塊ジュニアという、日本で2番目に人口が多い人たち、ここの男性の平均年収が大きく低下しました。これは99年以降に始まる派遣社員という方々の増加によるものが一番大きいと言われていています。特に今、この2007年ぐらいから、もうそれまでの年収500～699万円という男性の最多層が、この団塊ジュニア年齢の方々の平均最多層を見ると300～399万円へと移行している。ここが一番大きな落ち込みと言われていまして、精神科医の香山リカさんは、彼らを「貧乏クジ世代」と名付けていますが、つまり団塊世代のお子さんぐらいに当たるので、人数が多くて競争させられてきたのに、余りいい思いをしていませんという人たちです。

そして、非正規雇用というのが、その右側にありますとおりちょっとずつ増えていまして、今、35～45歳、ここが1割弱ですが、その下、25～34歳の男性が10年間で1割増えて、既に非正規が2割に迫っている。男性ですね。それで、この非正規雇用、30代男性の未婚率というの、正規社員に比べて2.5倍です。かつては、私も「おひとりさま」の後、2006年に「独身王子」と題した本を書きまして、そのときに定義した独身男性というのは、どちらかという、独身貴族に近いニュアンスだったのですが、本来余裕のあるはずの未婚者も、その後実際には非正規雇用の男性が非常に多くなっているという状況です。

続きまして、そういう中で、しかし、消費者は学んできました。20～30代、非常に節約志向が強い。「嫌消費世代」とか、去年、私と博報堂の原田曜平さんという方、どちらも「さとり世代」と題して本を書きました。いわゆる「世の中もう悟っている。そんなに多く稼いで何かを買ったって、どうせこんなもんだよ」と、若いうちから悟っている世代で、ゆとり教育を受けた世代を「さとり世代」と最近呼んでいます。その方々は、非常に節約、貯蓄志向が高い。それで、ここに載っているのが日経新聞の20～30代の未婚の男女の傾向なのですが、未婚のうちから、右側を見ていただくと、貯金している目的は「老後の生活に備える」「子どもの教育費など子どもにかかるまとまった多額の出費に備える」、ここが1位、2位を占めています。男性20代でも非常に堅実です。そして、毎月貯金しているという方も20代だと約5割に上っている。額としてはそんなに多くはないのですが、皆さん非常に堅実な志向になってきています。

そして、次のページを御覧ください。私は実は40代、バブル世代でございます。バブルの時代に青春を送りました。バブル世代、それから団塊世代、このあたり、つまり40代半ばから50代、60代男女というのは、基本的に日本の高度成長とかバブル、右肩上がり時代を知っている人たちで、本物志向が強いということがもともとされているのですが、アベノミクスの景気回復実感によって、既に消費額が皆さん、私たちが調査しても増えてい

ます。これはベアの前から増えています。

特にこのページの左側の下の表、「バブル世代の、アベノミクス後の消費意欲」というのを御覧いただいても、「収入が変わらない」と言っていた方々が66%いらっしゃるのに、既に「使うお金は増えている」という方が4人に1人、もう気分が上がっただけで消費をしたいと。今、消費税値上げ直前ですが、駆け込み需要がありますけれども、それ以前から、もう何か事あれば、とにかくお金を使いたいというのがもともとこの世代の人たちで、かなり今の若い人たちと消費傾向が違うということですね。

団塊世代、もう既にリタイアしている方が多くいらっしゃるのですが、「住宅の新築とか増改築」、もちろんここもそうなのですが、「友人・知人との交際や旅行」とか「健康維持のため」とか「自動車」とか、いろいろなことにやはりお金を使いたいという方が多くなっています。

次のページをお願いします。そういう中で、最近非常に多くなってきたなど、これは、ここに載っているのは野村総研の調査ですが、他にも電通なんかもおっしゃっていますし、私どもも調査してははっきり出てくるのですが、実は、全年代を通じて、最近「メリハリ消費」というのが非常に顕著になってきました。つまり節約するときとお金を使うときの棲み分けをものすごく皆さん意識している。この調査の上にもありますが、「普段から、節約するものと、お金をかけるものを自分の中で分けている」、これが7割いらっしゃる、それから「消費税率アップした後、『メリハリ消費』が進むと考える」消費者も35%、つまり3人に1人以上というのが右側の表ですね。

そして、注目していただきたいのが、もう一つ、左側の表の下のほうですけれども、「自分の好きなものは高価でも貯金して買う」。実は10代、20代の35%が好きなものは高価でも貯金して買うと答えていまして、10代、20代、そもそも節約志向とか貯蓄志向が高いのですが、ただ、欲しいものにはやはりお金を使うということです。もちろんバブルとか団塊ほどの金額ではないにせよ、そういったメリハリ消費を非常に意識しています。つまり「ハレ&ケ」を使い分けるということですね。

このことから、後で触れさせていただきますが、売り方というのが非常に難しくなってきています。では、どういうところでハレを感じさせるかということですね。これが私たちマーケッターの一つの使命になってきています。

次をお願いいたします。そういう中で、私どももメーカーといろいろ商品開発をする中で、ブランディングというものが常々言われておりますが、特に消費者の中でも、やはりこれは野村総研の調査ですが、左側ですね。まず、商品選択時に「無名なメーカーより有名なメーカーの商品を買う」とか「同等のものであれば日本製を買う」とか、あるいは「多少値段が高くても品質のよいものを買う」、この辺は、もう2000年から2012年までの間に、軒並み右肩上がりが増えていきます。つまり、逆に、「とにかく安くで経済的なものを買う」、つまり「常に安くで経済的なものを買う」という方は減っているのに、ブランドを求める、あるいはそこにメーカーのネームバリューを求めるという方が増えていると

いう状況です。これは、メーカーのステータスを求めるというよりは、やはり消費者が「失敗したくない」という思いが非常に強くなっていると私たちは感じています。いわゆる「安物買いの銭失い」のようなことをするぐらいなら、ちょっと高くてもいいものを買いたいというニュアンスですね。あるいは、ハレの場ではいいものを買って長く使いたいという消費者も増えています。

この志向は、必ずしも家電とかそういうものに限らず、飲料とかトイレタリーとか、こういうものに関しても、やはりブランドをととても気にするという方、ちょっと気にするというより「とても気にする」という方が、既にやはり3人に1人ぐらいずついらっしやる。ブランド重視の категорияが数多く見られるという状況になってきています。

次のページを御覧ください。やはりそのブランディングもそうなのですが、そこに込められた消費者感情は、「失敗したくない」であったり「安心・安全を提供してもらいたい」であったり、あるいは商品を買った後のサービス、「アフターサービスをきちんとしてほしい」という思いであったりします。

上の表は、経済産業省の価格プレミアムに関する調査、ちょっと古いのですが、これも項目の4番目に「アフターサービスの良さ」というのがありまして、「アフターサービスが良ければ（価格が）1・2割かそれ以上高くても良い」という方が6割以上いらっしやいます。やはり価格志向ではあるのですが、同時にアフターサービスがよければちょっとぐらい高くてもいいという方も多くいらっしやる現状です。

そしてその下、経済産業省の消費者購買動向調査ですけれども、これも、こだわりのポイントというのは、やはり「信頼できる」「安心できる」というのが「低価格」よりわずかに上に来ています。やはり価格を重視しながらも、安心・安全であったり、その後、買った後もきちんとフォローしてくれるというようなことをメーカーに求めているという状況ですね。特に食品に関しては、震災後、放射線量の問題などもありましたので、「生産地を確認するようになった」という方が非常に多くいらっしやいます。

次をお願いします。

では、そういう中で、メーカーが開発のイノベーションを起こせているかというところなのですが、結論から言いますと、右側を御覧ください。これは博報堂生活総研の調査ですが、「特に買いたいモノ・利用したいサービスがある」という方が26.8%なので、逆に「ない」という方が7割以上ですね。これはもう若い層ほど顕著です。もちろん、本当にそういった声が多く聞こえる場合と、そうでないカテゴリーとありますけれども、基本的には、もう皆さん「欲しいものは？」と聞いても、「いや、特にないですね」と。スマートフォンなんかも、新しいものが出ましても、今すぐじゃなくていいかなと、様子見という状態が最近増えてきました。

そして、そういう中で、では、皆さん慎重なだけで、新商品に関心がないのかというと、左側ですね、「新しいブランドを喜んで試してみるほうだ」とか「画期的な新商品があれば喜んで買う」、こういう方は数多くいらっしやるわけですね。少なからずですけれども、

4人に1人ぐらいはいらっしやる。では、買っているのかというのが、同じニールセン・カンパニーの調査の下のほう、最新技術を利用した商品を買っていますかというところでは、アジア、それから世界平均と比べても日本は非常に低くなっています。いわゆる新商品、最新技術というものを本当は喜んで試してみたいのだけれども、実際には買っていないというのは、結果的に消費者がメーカー側の開発イノベーションを余り感じていないのではないかというところの結果です。

そして、次のページ、もう一つ、メーカーが難しくなってきた部分が適正価格です。やはり価格だけでなくサービスも重視したいというような方が多いにもかかわらず、実際、では、プライオリティーとして何を1位に考えるかというところ、やはり価格が1位に来ます。そして特に震災後、ぜいたく品を買うより「身の丈にあった暮らしをしたい」とか、あるいは「貯蓄や資産運用などで将来に備えたい」、こういった声が増えている一方で、やはり価格を重視する、失敗したくない、きちんと価格を見きわめたいというような方が増えてきました。

特に、これは私たちもメーカーにもよく申し上げることです。私たちも今、大手のメーカーとしかお仕事をしていないので、皆さん、ある程度の年収をもらっている方々です。それから、私どもも、基本的にはそんなにお給料が悪くてどうという状態では今ないのですが、実際に消費者は、先ほど見ていただいたとおり、非常に生活が苦しいという方が、数から言うと多くいらっしやる。しかも年収、所得水準が800万円以上の方も、例えば「幸せを感じるために支出できる金額の範囲」という、これは日経新聞による調査ですが、夕食1回当たり、1人当たり700円～1,000円ぐらいまでと、年収800万円以上でもこのぐらいなんですね。もう1人1,200円とか1,500円ぐらい使うと、「ああ、ちょっと使い過ぎちゃったな」と、むしろ後悔されているぐらいの状況です。

ただ、これは平均にならしていますので、実際にそれが毎日とか、1日だけとか、そのあたりのニュアンスの違いはあって、要するに先ほどのメリハリ消費でありますから、今日はいいだろうと、月1回ぐらいは、当然1日、1回ぐらいは、例えば5,000円のディナーとか3,000円のディナーというのはあるのですが、基本的に平均で言うところのこのぐらいの感覚だということですね。ですから、皆さんメリハリ消費によって、お金をかける部分にはかけるとしているのですが、ふだんはとことん削る。やはり抑えられる部分は抑えるということで、ぜいたくに関してはここ数年、プチぜいたくと言われるような、いわゆるスイーツだったり、外食でもちょっとした1品を加えるとか、あるいはお酒でも発泡酒とか、いわゆるちょっとお安い飲料とか、そういうものによって変わってきているという状態です。消費者が賢くなっているいろいろな学んできたというのはあるのですが、それだけ逆に売る側が難しくなっていることは確かですね。

最後です。そういう中で伸びてきたのがプライベートブランド、PB商品です。これが近年、これはちょっと表が前後しますが、右側の下の表です。購入経験がある方が既に9割を超えています。そして、日常的に買っている方も74.3%いらっしやいます。では、何で

PBを買うのかと言うと、やはり断トツで多いのは「価格の安さ」なのですが、同時に、これで言うと緑色の表、「おいしさ」とか「安全性の高さ」、これも5割、3割ぐらい、PBをこれだから買うのだよと言っている方がいらっしやる。

しかも、右側を御覧いただくと、PB商品がほぼNB、ナショナルブランドと同じ価格でもPBを購入するとか、むしろPBのほうが高くてもPBを購入するという方が既に1割を超えています。つまり、おいしさだったり、安全性を含めていろいろなことでPBのほうがいいよという方、PBが好きだよという方も増えてきたということですね。これは、何を意味するかというと、私たちも小売、メーカーと仕事をしていて感じるのは、PBは、やはり小売とメーカーが一緒になって商品開発ができる商品ですね。ですので、価格のラインだったり、あるいは消費者の声などをもとに、流通の方々も現場でそういう声を日々聞いている中で商品開発ができる。ただPBの場合は問題もあって、これは今、消費者庁でも言われているところですが、実は問い合わせ窓口が原則販売者、小売側にありまして、消費者の声がメーカーに直接は届きにくいという問題もあります。去年の農薬混入問題でも、回収に向けて、どのメーカーが製造したPBか消費者がわかりにくいという問題が指摘されました。A社とか、一部の小売は、自分たちが主体的にメーカー名も列挙するというところで表示していらっしやるところもありますが、例えばB社のPBを含め、小売の中には、やはりメーカーの名前を表示しないという意図のところもあります。そうなってくると、安心・安全という意味でどうなのかというのが、今いろいろな観点で問題視されているところでもあります。

ただ、これだけPBというものが多くなってきて、恐らく今後、皆さんネット通販の時代に切りかわってきたときに、ますますこのPBというものが人気を博するのではないかというのが、大方の予測です。今のメーカーの方もちょっと懸念していたり、今後どうなるのだろうと注視しているところですね。

最後です。私たちメーカー側の課題なのですが、メーカー側は、やはり今よりいいもの、高付加価値なものを売っていききたい、そして、安売り競争ではないものを売っていききたいということで、当然ブランディングなり、デザイン、機能だったり、品質、安心・安全、アフターサービス、それから画期的な商品開発、イノベーションですね、こういうものを考えていらっしやるのですが、では、消費者は何を求めているか、やはり一番大きなところが適正価格なわけですね。ただ適正というのは、単に安ければいいということではなくて、今、ざっとお話ししてしまったのですが、節約の中でも、プチぜいたくであったり、ハレとケを考えるメリハリ消費だったりということがあります。ただ、最近本当にここ10年で難しいなというのが、1つはターゲット間の格差です。これは、エリア間格差にもつながるのですが、やはりターゲットの間、例えば消費者の世代ですね。先ほど申し上げた世代だったり、あるいはお住まいの地域だったり、かなりこのターゲット間の格差が出てきました。それから、PBが伸びることによって、PB商品との適正価格の対比です。PBというのは、今までメーカーの商品より安いというのが当たり前でしたが、去年ヒット

商品になったA社のPBブランドに関しては、NB、ナショナルブランドより高いわけですね。こういうものが出てきて、さらに、では、メーカーとすればどこを適正価格と見るのか。そこが難しい。

そして、今後、ネット販売、ネット通販というものがどんどん台頭してきます。B社も中長期計画で、やはり実店舗出店よりは徐々にネット通販に力を入れるということをはっきり宣言されていらっしゃる。こういう中で、では、メーカーが商品開発をするときに、どうやって高付加価値を考えるべきか、あるいは消費者が、本当はハレの場だったらもっとお金を使っていいと思っているのに、当たり前画一的な売り方しかできないがために、結局ハレという意識付けができなくて、安売り合戦に陥ってしまっているのではないかと、いろいろなところが私たちも悩ましいところです。ですので、エリアごとの格差もありますから、当然お店ごとの調査というものをもっともっと本当はやっていきたいのですけれども、なかなかメーカー側も、グレーゾーンに関して、法的にどうか分からないから、そこはやはり調査しないほうがいいのではないかとというところで終わってしまったりという現状があります。でも本当に欲しいものが消費者に届いているかという一番のところ、ベストバランスとか、彼らがコスパと最近言っているコストパフォーマンス、高コストパフォーマンスがどこにあるのか。本当は流通の現場も含めて調査をしていければ、もっともったいいものが出ていくのではないかとというのが、私たちマーケットターの意識の中にはあるのですが、なかなか現状でそこがやり切れていないところ、そして、そこが年々難しくなっているということは、現場で感じているところです。

○安念座長 どうもありがとうございました。

どうぞ、どなたからでも。

○佐久間委員 ありがとうございます。大変興味深いお話を伺いました。中身ばかりに気を取られて宿題を忘れてしまったできの悪い生徒のような気持ちがあるのですが、まず、現場でメーカーサイドから見たときの流通の現場まで調べる必要があるということもよくわかったのですが、実際、端的に言うと、そういうマーケティングをすればいいのに、やはり企業としてはこのガイドラインを気にしてそれができていない、こういうことを実感されたことがおありでしょうか。

○有限会社インフィニティ（牛窪代表） これは、実際にございます。ただ、その担当者がというレベルなのか、それともその企業全体でというレベルなのかというのが、わかっている企業もありますし、どっちなんだろうという中で私たちも終わってしまっている部分もありますが、いずれにしても、ただそこまではちょっと踏み込めないとか、踏み込むとまずいのではないかとということで、私たちも、そこを調査するときには、切り離して調査をする形になっています。例えばエリアの方々がどのぐらいの年収、どのぐらいの価格意識を持っているかというのは、それはそれで切り離して調査をして、その商品がどれぐらい売れているとか、受け入れられているかというのは、また別の視点から調査をしてというような、そこがドッキングした形の調査というのはなかなかできていない状況です

ね。

○安念座長 どうぞ。

○滝座長代理 バブルがはじけた後、デフレになりグローバル社会になりましたね。それと、インターネット、情報系が全く変わった。それで、日本の技術をコストの安いところへ持ち出して大成功した例もあります。そういうようなことで、所得と買えるものとの比率が相当に変わった。今の300万円と当時の300万円というのは物すごく価値が違う、買えるものが違ってきていると思うのですね。

それともう一つ、グローバル化が一気に進んでいるのに、デフレ、デフレと言っていたこともあって、要するにコストの安い労働力が洪水のように入ってきたがゆえに、百円ショップなどが非常に機能し始めた。日本のメーカーは内向きだったのに対して、C社とかD社は、当時からアジアに目を向けて、やはりグローバルにマーケティングをしてきた。要するにそういうところの費用というのですか、日本のメーカーは内需に目がくらんでいたとか、その辺の相対的なところも相当あるような気がしています。

○有限会社インフィニティ（牛窪代表） ありがとうございます。1つは、そうですね、やはり百円ショップを含めて、安くていいものがもう買えるようになってきたという、ファストファッションなんかも近年そうですが、もうその辺の流れという中で、ですので、消費者としては、そんなに自分たちが苦しいというのは、感じてはいても昔ほどの深刻さはない方も多い。実際に、では、遊園地やテーマパークに行ったら、1回幾ら使うかというのと、もう家族で、入場料の他に大体2万円とか1回当たりお使いになっているわけですね。2万円、3万円と、お土産と飲食と、いろいろなものを買われています。そういう方々が、ふだんは食費に幾らかけているかを見ると、家族4人で月3万円台でお食事を切り詰めていらっしゃるという方々が数多くいらっしゃるのですね。私たちが日記調査などをやっても、ですので、皆さん本当にハレとケを使い分けていますから、なるべく切り詰めるところはうまく切り詰めるということが、いろいろな商品とか流通の革命によってできるようになってきたというのは、すごく大きなところだと思います。だからこそ、メリハリということで、ハレの場を楽しめれば、ふだんは安くて、切り詰めてもいいというところで、ある程度納得はされている部分だと思います。

日本がグローバル社会において内向きだというのは、全くそこはよく言われるところで、私も経済産業省のビッグデータの関連の委員会にも出ておりましたが、そこでも議題になっていました。やはりいわゆる商品開発を海外の現場でマーケティングするだけの、そこに費用を投じるといって、日本の企業はなかなかそういうやり方を今までしてきませんでしたし、逆に言うと、メーカーは本当にいいものをつくってきたので、こんなにいいものをつくったのだから、海外で売れないはずがないとか、日本で売れないはずがないというのが、やはりどこかにはあるのですね。ただ、やはりどんなによくても、それでコストが上がってしまえば、そこまでの対価を払って欲しいわけでもない。海外はそこは非常に如実にわかる部分ですし、日本の国内でも、今、滝様に言われてちょっと気付きましたけれど

も、国内でも同じ現象ですね。例えばE社がものすごく画期的なゲーム機をつくりました。それが本当に欲しい方というのは、数からすると、さほど多くない。やはりそこまで高画質なものでもなくても別にいいよという方のほうが数としては多くなっていく。多くは、その値段するなら、もうちょっと質が落ちてでもいいよ、もうちょっと落としても別に満足だからというところに行きます。やはり日本の場合も、完全にいわゆる飽和状態だったり飽食の時代になってきて、消費者も、そこまで高度なものを求めなくなってきた、だからマーケティングが重視されるのだと思います。

海外に関してはましてやそうで、この間もちょっと日経新聞で対談した方がおっしゃっていたのは、海外でも東南アジアなどは、冷蔵庫でも壁が発泡スチロール材の超低価格のものが売れたりする。要するに日本の冷蔵庫というのは、省スペースのためにものすごく壁を薄くするという技術にコストがかかっているのだけれども、そうでない国にとっては、そんな必要性はない。発泡スチロールでもいいから冷気が保たればいいと考える、そういうものが売れている国もあって、やはりそれは国ごとのマーケティングというのがすごく大事なのですけれども、日本のメーカーは、そこにコストを投じてこなかったのが、海外でも戦えなくなってきたというところが1つ問題視されてきたというところなんです。最近、その考え方が変わってきましたけれども、その考え方を本当は日本の国内にも向けなければいけないのかもしれないですね。やはり高いものを求める方もいるけれども、そうではない、そこまでなくていいというところをどのぐらい削ぎ落とすのかとか、その辺は、やはりコストとの兼ね合いだったり、あるいは売られていく商品の売り方との兼ね合いだっていると思うのですが、現在は、メーカー側はやはりとにかくいいものというところから脱しきれない。それで大量生産できるような、F社みたいな商品はまだ、同じ型紙で色を変えればぱっと出せるとかというものはいいのですけれども、家電などは、そういう意味で非常に苦しい状況になっているかもしれないですね。

ただ、消費者もわがままです。多分海外に長く住まれたり行かれた方は、日本の商品って、何でこんなによくできているのだろうと思われると思うのですが、ずっと日本で暮らしていると、もうこれが当たり前と思っているので、ちょっとペットボトルが開けにくいぐらいでも、「何だ、これは？」となってしまったりします。そのあたりの、日本は低価格でも非常に水準が高い、というのもちょっと問題ではありますね。

○安念座長 他にいかがですか。どなたか。どうぞ。

○小林専門委員 今のお話を聞かせてもらっていて、まさに毎日、商品開発会議でディスカッションしているような内容ですね。

○安念座長 身につまされる。

○有限会社インフィニティ（牛窪代表） とんでもないです。

○小林専門委員 こういった細かい消費者の分析というのは、もう10年ぐらい前からやられていたのですけれども、その後というのは、このブランドの育成ということにかなり皆さん努力されているのですが、いわゆるお客さんの固まりが非常に見えなくなっているわ

けですね。ですから、何をターゲットに商品を開発しているのかというのが、開発、マーケティングにとっては非常に大変なことで、逆に言えばやりがいのある仕事になっているのではないかと思います。1つの例で、例えばシャンプー・リンスのところではノンシリコン商品が出てきたのです。非常に画期的に売れたのですけれども、当初あれは、それほど大きな市場を想定では、調査の上からはできていなかったんです。ニッチとしてはかなりしっかり存在するだろうとは思ったのですが、たちまち大きな普及になりまして、大手もある意味、追従するようなことになってしまったのですが、いわゆる何がブレイクするかというのが非常に読めない。

特に、マーケティングをしていると、やはりお客さんが今、何を求めるかという回答を得ることがなかなかできない現状になっているのです。それは、お客さんが自分で何を求めているかイメージができない。そこで、やはりメーカーとしては、次にお客さんが何を望んでいるかということ創造していかざるを得ないというのが、今の日本のマーケティングの事情ではないかと思うのです。

その中で、かといって、お休みしているわけにいかないで、こういったデータベースも使いながら、逆に、あるサンプルみたいなものを創造しながらお客さんの反応を見ることが原点だと思います。生活の実態を調査しながらというのは伝統的なやり方でもあるのですけれども、日本の場合は、やはり質もかなり高くなって、商品に対する充足感がみんなあるわけですね。そうすると、やはりちょっとスタイルを変えていかないと、これから先というのは非常に難しいだろうと。特に日本は、ある意味、ガラパゴス的な要素があるので。これは当然、海外の新興国マーケティングとは全く違う手法にならざるを得ない。今の海外新興国については、新しいやり方よりも、さらに生活に密着した形で、お客さんの生活の場に入った形で今やっていると思います。これからの日本でのマーケティングで何が一番求められるとお考えなのか、御参考に聞かせていただけませんかでしょうか。

○有限会社インフィニティ（牛窪代表） ありがとうございます。

私たちが調査していて、欲しいものはまずないと言われてしまうので、欲しいものをどうやって開発するかというのはすごく難しいところなのです。ただ、やはり皆さん、では、何にお金を使うかという、生活必需品の中にも何か夢を見たいという思いがものすごく強いので、私たちが最近、多くの企業とやっているのはシーンですね。このものをどういうシーンで使うのか、まずそこから入って、逆に、では、どういうものが今の商品に足りないのかと。ただ、それは本当は小売流通でしたら、例えばG社などで昔から言われているウオントスリップのように、現場の方は、「もうちょっとここがこうだったらよかったのにね」とか「こうだったら買ったのにね」という声を日々聞いていらっしやったりするわけですね。お店の方々は。

これが、今はネットで、もうちょっとサイズがこうだったらとか、こういうものがあればいいという要望を吸い取れるようになりました。ネット通販では、流通側に、メールなどを介して消費者の声が届くようになっているので、そこは1つ、強みだと思います。た

だ流通もメーカーも、まだSNSの使い方やマーケティングがこなれてはいませんので、どうやってSNSと連動させていくかというマーケティングが、当然、ビッグデータも含めて大きな課題です。ただ、データサイエンティストが、日本の場合、まだ育っていませんので、やはりここを単なる数の論理ではなくて、特に私たちが最近見ていると思うのは、1人で買い物に来ているシーンというのがあるのですが、皆さん、お友達と来たり、特に最近増えているのは、家族で来るということですね。これも「オトナ家族」と私たち言っていますけれども、二十歳を過ぎた娘さん、息子さんが、親御さんと一緒に来ると。このときに客単価もグループ単価も上がるのですけれども。

それを考えると、やはりお客様1人のターゲットングだけではとても足りなくて、その周りの家族や生活環境だったり、何を求めているかというのは、ライフスタイルや人間関係全体に何を求めているかがわからないとマーケティングはできないので、私たちも、単なるアンケート調査ではなくて、できればということで、日記調査なり、お宅訪問ですね、冷蔵庫の中も全部見るということまでやらないとなかなか本音が見えてこないというところが、今、悩ましいところなのです。

ただ、日本の場合、今、かなり昭和型の家族に回帰していたり、食も本当は癒しや健康に回帰したい中で、現実にはそこがなし遂げられていないギャップを埋めるための、青汁だったり、カリカリ梅だったり若い人にも売っていたりします。いわゆる現実で夢見ているものと、そこがなし遂げられないギャップを埋めるものが、今のところは出てきているなという感触は得ています。ただ、やはり非常に難しいですね。トライ・アンド・エラーが必要で、そこを組織の上の方にある程度、失敗してもいいからやってみろというところを言ってもらわないと、現場が開発しにくいというのはあります。ただ、おっしゃったように、サンプル配布とかSNSとか、ある程度そういうもので様子を見つつリスク回避する、ということが最近できている状況ではあります。

○安念座長 当ワーキング・グループは、特にメーカーが、流通を支配するというか、流通をコントロールすることが、独占禁止法上の様々な規制に該当する可能性があるものだから、なかなか自分たちでは最適なマーケティングあるいは売り方ができていないと思っておられるところがあり、その点に関する独禁法上の規制を見直す必要があるのではないかと考えているわけです。

先ほど佐久間委員から伺ったところではありますけれども、そのマーケティングを実際になさるお立場として、特にメーカーですけれども、もっとこういうところに踏み込みたいのだけれども、これをやると法律一般、特に独禁法ですが、そういうものと抵触する可能性が出てくるので、そこはヘジテートしてしまうといったようなシーンというのは、さっきやや一般的な形ではお答えいただいたと思うのですが、どうですか、割に御経験になるものですか、それともそういうものはまれな話ですか。

○有限会社インフィニティ（牛窪代表） やはりメーカーのジャンルによりましては、一番流通調査の観点で困っていらっしゃるのが食品メーカーですかね。家電メーカーもも

ちろんそうなのですが、ただ家電の場合はもう、今、いわゆる家電量販店でかなり全国押し並べて売れるような体制はあるので、売場確保まではしやすい。でも食品に関しては、本当に、例えば時間帯なり、その地域性なり売り場展開ですね、販売の仕方というの、商品陳列ぐらひは今、流通に言えていますけれども、それ以上の部分ですね。本当は何かもうちょっと付加価値の高い売り方ができればとお考えになっているところはあっても、データも少なく棚どりも難しいので、なかなかやれない、そこまで言えないというのがありますね。もちろん家電メーカーも、売り方の高付加価値化に関する悩みは時々聞きますね。

○安念座長 売り方ね。販売の方法ですね。

○有限会社インフィニティ（牛窪代表） はい、方法ですね。あとは、やはり価格の、PBがあることによって、実はNBが下げどまっているという現状もありまして、その部分は、メーカー側もある程度、そこよりは落ちないだろう、現場は落とさないだろうとある程度割り切って考えていらっしゃるところもあるのですが、ただ、やはりPBがどんどん質が高くなってきているがために、なかなか自分たちがそこまで踏み込めないというか、もっともっと画期的なことを本当はやらなければ、NBとして上に行けないのだけれども、かけるコストが、PBの場合はある程度、ものすごく量産するわけですから、そこに対してかなわないだったり、あるいは、これはメーカーの物の考え方ですけれども、日本のメーカーは、よくも悪くも、例えば新商品を開発して失敗したとき、担当者を責めない。これは、あるビール会社がおっしゃっていたことなのですからけれども、これはいい風土なのだけれども、責めないで、何で売れなかったかということが結局わからない。どこで売れなかったのか、何で売れなかったのかということが追及されずに終わってしまっていて、結局、次の商品開発になかなか生かせなかったり、価格基準にも消極的になったりするということもあつたりするようです。

ただ、ビッグデータになると、これは組織をある程度変えないとマーケティングできないので、そういう意味ではいいチャンスかなとは僭越ながら感じます。このビッグデータということをもう皆さん真剣にやらなければいけない局面に来ているので、ちょっと一つ大きな契機になるかなとは思っているのですが、組織の問題だったり、あるいは流通にもちろん遠慮している部分もあつたり、逆に、コストの問題で、もっと踏み込みたいのだけれども、やれないところもあつたりという現状ですね。

例えば、本当は家電でも、いいものだったら、自動車業界の某高級車みたいな売り方が、もちろん単体でああいう個別の店舗を出すというのは難しいですけれども、売り場として例えばああいうことがやれば、もっと付加価値の高い商品でも売れるかもしれないのというようなことはないことはないのですけれども。

○安念座長 そこはどうなのですか、そこがまさに知りたいところなのですが、商品そのものは客観的なスペックで決まっているわけだけれども、売り方とか、アフターサービスとかで付加価値をつけることはできますね。その場合、メーカーが往々にして独禁法との

関係で心配するのは、小売段階での価格維持を図っているとされることです。しかし、全てのメーカーは価格維持に努力するに決まっているのですから、価格維持の気持ちが全然ないのですかと聞かれて、「そうです」なんて言うメーカーはないはずですね。けれどもメーカーは、再販売価格維持というか、川下での価格をメーカーが維持するための人為的な行動であると言われるのが一番怖いので、それで二の足を踏むことがあるのではないかと、今おっしゃったような、売り方や何かで付加価値をつけることについて、いま一つ踏み込めないでいるという事実があるとすれば、そもそもコストがかけられないという要因もあるだろうし、さらに、今は流通が強いから流通に遠慮しているという面もあるだろうし、もう一つどうなのでしょう、流通と一緒に、いわばつるんでやると、それはそれで法律に違反すると言われるのが怖いという要因があるのではないかと。それはどういふふうにお感じになりますか。

○有限会社インフィニティ（牛窪代表） 私もここでラフに申し上げますと、もうちょっと仲良くしてもいいのになというのとは常々感じるのですが、ただ、流通業界のかなり上の方に本音でお話を聞いたりもしますと、メーカーと流通、小売の関係というのは永遠のテーマで、お互いのプライドが邪魔してなかなか仲よくできないんだよということを、上の方はおっしゃるのです。ただ、現場はそこまでは思っていないで、もうちょっとやれたらというアイデアは実は出てはくるのです。こういう付加価値のある売り方ができればこういうものが売れていくのではないかと、商品開発の段階では当然そういうところもあるのですが、実際、社内での、例えば、これは販促の管轄の予算だけれども、これに関しては商品開発の予算だから違うという内的な問題とか、あるいはそれを上に上申するまでに、内部で、ちょっとそれは今回、議題に上げなくていいのではないかと、つぶされるとか、いろいろなところがあって。ただ、商品開発する段階では、そこができればというのは、若手を中心にももちろん出てきているところではありますし、むしろ中小のメーカーのほうが、結構思い切ったサンプリングとかいろいろなことをやられて、それで成功している部分もあるので、やはり大きなメーカーほど、いろいろしがらみや小売との古くからの関係に縛られているのかなという感じはしますね。

○安念座長 どうもありがとうございます。

いかがですか。よろしゅうございますか。

では、今日はどうもありがとうございました。大変有益なお話を伺いまして参考になりました。どうもありがとうございました。

○有限会社インフィニティ（牛窪代表） とりとめのない話で。

○安念座長 とんでもない、大変興味深いお話でした。

（有限会社インフィニティ 牛窪代表退室）

○安念座長 では、事務連絡をいただきましょう。

○大川次長 次回の創業・IT等ワーキンググループの日程は、また追って事務局から御案内を差し上げますので、よろしくお願ひいたします。

○安念座長 では、今日はこれでおしまいでしたか。皆さん、お忙しい中、どうもありがとうございました。