

ガラスびんリサイクル促進協議会

【リデュース】

(1) 軽量化実績

- ・2007年に軽量化された主な品目は、9品種35品目（表1）であり、軽量化重量は2,494トン、総重量に占める割合は0.2%であった（表2）。
- ・軽量化効果が最も大きかった品目は、「小びんドリンク」で、軽量化トン数は998トン。
- ・その他にも「ワイン」「コーヒー」「ウイスキー」において軽量化の効果が大きい。
- ・軽量化の捉え方は、前年と同容量で軽量化された品目について対象としており、容量変更が伴う場合や、新製品の軽量びんは対象外としている。

【表1】 2007年に軽量化された品目

品種	品目
小びんドリンク	小びんドリンク（2品目）
食料びん	コーヒー（6品目）、ジャム（3品目）
調味料びん	たれ（1品目）、酢（3品目）、ソース（1品目）、新みりん（1品目） つゆ（1品目）、調味料（3品目）
牛乳びん	牛乳（1品目）
清酒 中小びん	清酒（1品目）
ウイスキーびん	ウイスキー（2品目）
焼酎びん	焼酎（4品目）
その他洋雑酒	ワイン（5品目）
飲料ドリンク	飲料ドリンク（1品目）

【表2】 軽量化重量実績（2007年：単位 t）

軽量化重量合計	生産重量	軽量化率
2,494	1,313,830	0.2%

(2) 1本当たりの単位重量変化

- ・2007年のガラスびん1本当たりの平均重量は186.4gとなり、前年の187.7gに比べて1.3g（0.7%）の減少となった。
- ・減少要因は、まさに前述の軽量化が寄与している。
- ・また、目標設定の基準年である2004年（192.3g）に比べるとガラスびんの1本当たりの単純平均重量は5.9g減少している。（表3）
- ・なお軽量化率の算出に当たっては、単純1本当たりの重量を比較する方法では、小容量の絶対重量が軽い品目の出荷数量が多くなっただけで、平均重量は小さくなってしまいうため、基準年度に対する各品目の軽量化率を算出し、さらに全体の総重量に占める構成比を考慮する加重平均方式を採用した。（表4）

【表3】 1本あたりの単位重量推移

	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年
本数（千本）	7,262,950	7,218,336	7,158,306	7,049,797
重量（トン）	1,396,582	1,351,523	1,343,925	1,313,830
単位重量（g/本）	192.3	187.2	187.7	186.4

【表4】 品種別軽量化率推移

	平成16年 （基準年）	平成17年	平成18年	平成19年	軽量化状況（%） （H19÷H16） ×100-100
薬びん・ドリンク	0.184090	0.185320	0.177003	0.174485	-5.2
化粧品びん	0.003690	0.004260	0.004164	0.004829	+30.9
食料品びん	0.111980	0.120340	0.109268	0.111559	-0.4
調味料びん	0.141306	0.143684	0.144275	0.143805	+1.8
清涼飲料びん	0.221267	0.227441	0.214501	0.216735	-2.0
牛乳びん	0.022343	0.020584	0.016484	0.017852	-20.1
酒類びん	0.315324	0.302953	0.324477	0.317947	+0.8
合計	1.000000	1.004582	0.990172	0.987212	-1.3

ガラスびんリサイクル促進協議会

(3) 既に軽量化された主な品目

・平成12年から平成18年までに、既に軽量化された主な品目は、表5のとおりとなっている。

表5 既に軽量化された品目 (2000年～2006年)

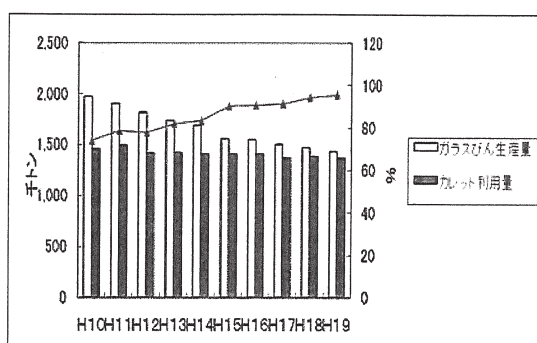
品 種	品 目
薬びん	小びんどリンク (2品目)、細口びん (1品目)
調味料壺 食料びん	酢 (5品目)、ドレッシング (3品目)、調味料 (4品目) ほか コーヒー (9品目)、粉末クリーム (1品目)
牛乳壺	牛乳 (4品目)
ウイスキー壺 ビールびん	ウイスキー (2品目) ビール (1品目)

【リユース】

- (イ) 大手量販店におけるリターナブルびん入り商品の販売促進システムの構築
(平成19年度経済産業省：地域省エネ型リユース促進事業)
- (目的) 現在の消費生活のなかで、事業者・消費者との接点として大きなポテンシャルを有するGMSが、リユース促進の観点でその可能性と当面の限界について、具体的な販売促進と環境学習による消費者啓発活動を実践するなかで検証する。
- (事業推進主体) ガラスびんリサイクル促進協議会、西友本部CSR推進室
- (事業内容) 効果的なリターナブルびんの売場づくり・ネックリンガーによる環境保全意義の訴求
クローズド懸賞実施による購買動機喚起・環境学習会によるリターナブルびんの意義確認
事前事後意識調査・学習会後の購買行動変化・期間中の売上動向考察・普及チラシの開発
- (成果と課題) 成果：量販店における必要な仕組み（視認性の高い売場づくり・CO2削減効果の啓発・購買喚起策としての特売やクローズド懸賞の効果的な組合せ・環境学習会・売上増）
課題：空びん回収品目拡大に向けた回収システムの構築に向けたびん商連合会との協議。
(サービスカウンター・ネット受注配達時の空容器回収システム)
- (ロ) 2008年度は、リターナブルびんに関するさまざまな情報を集約した「リターナブルびんポータルサイト」の構築を行っています。2009年2月WEB立上予定。
- (コンテンツ) リターナブル商品を販売する企業・商品情報の検索ナビ、業界別リターナブルびん取組み状況、年間流通量、LCA評価、リユースモデル事業、NPOの組織・活動紹介等々

【リサイクル】

2007年のガラスびん生産量(経済産業省「窯業・建材統計」)は143万3千トンで対前年比2.6%の減少となった。カレット利用量は137万1千トンで、カレット利用率は95.6%となった。(前年に比べて1.1ポイント上昇)また他の素材で指標として使用されている「回収率」は73.9%、「リサイクル率」は70.6%という結果となった。



カレット利用率とは

分母：消費量 (生産量+輸入量-輸出量)

分子：びん工場での溶解窯へのカレット投入量

回収率とは (分母は同一)

分子：カレット商と他用途事業者の回収量

リサイクル率とは (分母は同一)

分子：カレット商と他用途事業者が、びんメーカーや他用途再生品メーカーへ納入した量

【広報活動】

ガラスびんの3Rへの取組みについて積極的にPRを行った。ホームページにおいては内容の充実、パンフレット、ポスター等の制作・配布、展示会への出展、会員向けの情報誌の発行等を行った。

また3R早分かりムービー「ガラスびん3R作戦 ペンギン南極へ帰る」を新規に制作し、ホームページに掲載した。更にDVDを作成し、小中学校、市町村リサイクルプラザ等での環境学習用として配布した。