

我が国におけるびんリユースシステムの在り方に関する検討会（第2回）

議事録

1.開会

事務局 皆さま、それでは定刻になりましたので、ただ今より第2回「我が国におけるびんリユースシステムの在り方に関する検討会」を開催いたします。本日は皆さま、お忙しい中お集まりいただきまして誠にありがとうございます。三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山と申します。どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

本日、今堀委員がご欠席とのご連絡をいただいております。また、小野田委員は私用により少し遅れてご到着されるとご連絡をいただいております。どうぞよろしくお願ひいたします。

議事に先立ちまして、本日の配布資料について確認させていただきます。お手元、クリップ留めをしております資料、上のほうから「議事次第」がございまして、「座席表」、資料1といたしまして東北びん商連合会様のご発表資料、資料2といたしましてワタミ様のご発表資料、資料3といたしまして大口酒造様のご発表資料、資料4といたしまして、ワードの資料でございますが、成立の条件の整理といった資料。また資料4の別紙といたしまして図の1枚の紙が、資料5といたしまして「今後のスケジュール」です。

以降、参考資料になりますが、参考資料1が検討会メンバー、参考資料2が検討会について、参考資料3がガラスびんリサイクル促進協議会様作成の資料、参考資料4がリユースびんの調達指針について、参考資料5がポトラーにおけるリユースの取組事例、参考資料6が既往モデル事業の整理、最後に参考資料7といたしまして、A3を織り込んだもの、リユースシステムとワンウェイシステムの比較といったようなものがございます。併せて、お手元のほうに、東北びん商連合会様のほうからご提供いただいております、このようなパンフレットがございません。

資料のほう、不足等ございましたら、お手を挙げていただければ事務局のほうで差し替えさせていただきます。大丈夫でしょうか。

それでは、ここからは座長をお願いしております安井先生をお願いいたします。よろしくお願ひいたします。

2.議事

安井座長 それでは、皆さま、よろしくお願ひ申し上げます。リユースびんのシステムの在り方に関する検討会、本日第2回目ということでございます。本日もかなり多数の方に傍聴いただきまして、このようなマニアックな検討会にご関心を戴き、毎回感心しております。実を言いますと、この検討がかなり重要なものではないかと最近思っている次第でございます。

本日でございますけど、お手元に資料があるかと思いますが、議事は3、プラス4が今後のスケジュールでございますが、最初の1番目の議事といたしましては、プレゼンテーションを3件おやりいただきまして、その3件が終わりました段階で質疑応答をいただくというような

ことでございます。質疑応答時間は大体 15 分ぐらいを考えています。

それから 2 番目でございますけれども、第 1 回の検討会でいろいろご指摘、あるいはご質問等を頂いておりますので、それにつきまして若干のご説明をさせていただけるということかと思えます。

3 番目が、本日の一番大きな、長い時間を割きまして、それで議論をさせていただきます部分でございますけれども、びんリユースシステムの評価基準、成立の条件についてです。どういったものが望ましいのか、どういったものでなければならないのか、このような整理をさせていただきたいと思えます。次回行われます 3 回目には、それが一応完成しているという、そういったプロセスでございます。

(1) びんリユースに関する現状把握及び論点整理

安井座長 1 番目の議事から入らせていただきたいと思います。まず一番目、「びんリユースに関する現状把握及び論点整理」でございます。実際には、その関係団体、あるいは企業等からのご発表をいただきまして、その後、若干のご議論をいただくということでございます。本日、3 事業所もしくは団体からご発表をいただきますけれども、ご発表時間は大体 15 分ということでお願いしています。多くの方は大丈夫でございますが、大変乗って伸びることもあり得ますので、終了の 3 分前に一鈴、そして 1 分前に二鈴が鳴りまして、終わりには鳴らないというシステムでございますので、よろしくご協力のほど、お願い申し上げたいと思えます。

それでは最初でございますが、東北びん商連合会専務理事 大日方様からご発表をお願いしたいと思えます。それでは、よろしくお願い申し上げます。

(東北びん商連合会の発表)

大日方専務理事 ただ今ご紹介いただきました、東北びん商連合会の大日方と申します。今日はびんの技術検討会にお招きいただきまして本当にありがとうございます。こういった席は不慣れでございますが、しどろもどろの発表になるかもしれませんが、精いっぱいやらさせていただきます。よろしくお願いいたします。

では、最初に、東北びん商連合会の概要からです。連合会の構成メンバーは、東北 6 県 49 社で、ここ数年、会員が減少している傾向でございます。活動の基本的な考えとしましては、標語にしております、「戻します やさしい資源を 親元へ」ということです。リターナブルびんやリユースびんのやさしい資源を回収・選別し、産みの親、育ての親であるメーカーさんに戻して、再利用してもらって成り立つ業界です。リユースびんが絶滅機種ということで前回の検討会でお話しされておりましたが、びん商そのもの自体が絶滅危惧業界にならないように、生き残りをかけ、活性化を模索しているところでございます。

東北びん商では、業界や連合会の活性化、あと、新規商品の獲得の必要性を痛感しております。地方でできることを一つ一つ取り組んでいく方針で活動しております。全体論の法例ですとか規制、全国展開というのは、我々が動いても動けるものではないので、より身近な動きができることを、それを活動の指針にしております。

活性化のためにはやはり継続的な情報発信ということで、東北びん商連合会内の回覧板とし

て、全びん連の活きびん維新運動に則りまして、「活きびん維新 TOHOKU」を発行したり、店頭やトラックの荷台に独自のポスターを張ったりして会員の意識付けを行っています。また、3番目には、名刺サイズの PR フライヤーの配布を行ってきました。今日お手元に、スタッフの方をお願いして配っていただいておりますが、「活きびん維新 TOHOKU」「リユースのすすめ」「やっぱり地酒だ 一升瓶だ」ということで、段階を踏んで3つ作っております。帰りの電車の中でお時間がある時に、名刺からちょっと出していただいで読んでいただければと思います。

それでは本題に入らせていただきます。R300ml びんの回収システム(宮城方式)ということですが、これは R300ml びんの回収箱をつくりまして、宮城県内の静脈物流領域、消費者からメーカーに戻す流れの中で、箱を利用して R300ml びんの再使用を実現化したシステムです。

こちらが、その専用回収箱になります。30本入りで、所有は、宮城県酒造組合の所有になっております。システムの流れとしては、この表ですが、この向かって左側の、消費者が消費した後、緑色のところで、静脈物流の流れの中で使っていく箱でございます。メーカーさんのほうで空き箱になった段階で、またびん商のほうに戻して再利用させるという形です。

この取組は、宮城県酒造組合様との協働事業でやってきましたが、取組を始めるきっかけになったのは、自治体のゴミ減量対策車から、「Rマークは再利用を意味するのに、どうして回収しないのか」という素朴な疑問からでした。

協働事業の基本的なスタンスとしましては、我々東北びん商連合会では、自分たちのスタンスに立って回収から洗浄、再利用先への販売までを担当してきました。宮城県酒造協同組合様は、ここの組合は以前から、日本酒が低迷していたときから「純米酒宣言」というのを行いまして、それによって宮城県で一体となり、宮城の地酒の需要促進を行っております。もう一つ、日本酒が紙パック化になっているという中、宮城県では、ほとんどが紙パックを使用しないでびんでやっているという経緯もあります。一升びんの再利用促進ですとか、環境問題への対応を行っております。組合事業としてRびんの導入、再利用の促進等を担当していただきました。

これは参考ですが、宮城県ですとか東北地方というのは、歴史的に中央から来た酒容器、酒びんを再利用しているという土壌がありまして、今、メインは一升びんでございますが、この中小容量化に伴って、統一びんを再利用しようという流れは、割と説明的には付きやすい土壌があります。

続きまして、システム検討時の問題点、およびその対応についてご説明いたします。最初が、専用箱の必要性でございます。システム検討時に段ボールや大型通い箱で静脈物流の形成を行ってきましたが、破損等が多く、また再利用を促進する上でメーカーに対する意識付けも低かったというのがあります。また、全国ベースのレンタル箱事業としては、初期投資とか、物流量、あとは管理の面で採算が取れないということで、今までは受け身で全国のシステムの中でやってきたのですが、今回については、これがなかなか実現できないということで、独自の静脈物流での箱を考えました。量的には、静脈物流の範囲でできるということで、30本入りですが、7,900個つくりまして、我々びん商の在庫、洗浄したときの在庫、メーカーの在庫ということで、大体3分の1くらいで回す流れになっております。

補足説明ですが、なぜ静脈物流になったかと言いますと、今までの説明にもありますが、管理体制を明確にするということと、P箱の管理をきちんとして、量を無くしたくないというのがありました。それと、宮城県の産業廃棄物抑制事業として、宮城県の支援を受けまして、箱をつくることができました。なお、静脈物流内における回収箱の使用料を設定しており、我々びん商のほうから酒造組合さんのほうに、その料金を負担しております。

2番目の、問題点と対応ですが、一つにはコストの問題があります。プライスカップ、価格の上限が決められていますので、その下で回収・洗浄・配送コストを考えなければいけませんでした。新びんの価格がその上限で、また、メーカーは環境問題に過度に投資する体力がなくなっているということもありました。また、洗浄のコストについては、一升びん等の大型びんと、中小容量びんのコストの差が少なく、結構高い洗浄コストになります。さらに、物流量が多くないために、配送コストの負担も大きいということが問題になりました。そこで、我々としては、幾らまでならできるか、コストの積み上げではなくて、幾らだったらできるかということ優先して対応しました。その対応は、既存の一升びんの回収ルートを利用するなど、普段の生業を利用してやるということで、このコストについては暫定的な値です。今後、検討しなければいけない問題だと思っております。

3番目は、回収ルートです。業務用市場で消費の拡大を視野に入れて、そのルートを確立しようとしていました。業務用市場というのは割と出どころがはっきりしていますし、酒飯店さんのルートも確立しているので、そこからということを考えました。同時に、業務店の先まで、お酒屋さんの先までを入れようということでも考えました。ただ、R300mlが静脈物流空きびん専用の回収箱なものですから、製品の販売にはちょっと向かず、今回は消費者や業務店を含めたルートづくりは行わずにやっております。仙台市とか宮城県の特殊性で、自治体回収が割ときちんとしている、資源回収がきちんとしているというのが背景でございます。

平成21年10月に宮城県の広報番組で、この一連の流れをまとめたもらった4分間のビデオがございますので、それを見ていただきたいと思っております。

<ビデオ視聴 4分>

どうもありがとうございました。

後半、取組結果を発表させていただきます。21年4月からスタートをしまして、宮城県酒造組合26社中15社が、R300mlの使用をしております。そのうち11社が再利用をしてくれております。初年度、2年度と、大体22~23万本、重さにして60tのR300mlびんを使っております。

成功の要因とポイントですが、5つございまして、再利用するメーカーさんの存在、我々の方でも生き残りをかけた模索事業であること、業務用酒飯店さんの理解と協力、自治体での回収や資源回収の下地があったということ、それと、静脈物流限定による専用回収箱を採用したおかげで管理が容易となったため、で導入コストや運用コストが低減できたということが挙げられます。この5つの要因が、いろいろ連動いたしまして成功したのではないかと考えております。

いろいろな方面の評価・意見ですが、これはRびんについてであります。消費者はRマークびんですとか再利用びんについては、特に負のイメージはないということ、環境に優しい容器であればそちらを選びたいというアンケート結果がございます。これは酒造組合で行った地酒の愛飲家対象のアンケートですが、お酒を愛する人たちから、この辺のところの理解は割と深められるのではないかという結論となりました。また、業務店は、顧客からRマークについての指摘はない、特に問題はないというお話を伺っております。さらに、酒販店さんからは、ワンウェイびんの処理費の経費が増大しており、手間もかかるということで、そういった面では、再利用びんを回収してくれることにはコスト面、業務面でプラスであるという評価を得ております。

今後の取組ですが、東北びん商といたしまして、昨年の10月に東北6県の全蔵元にR300mlとR720mlびんの回収をして洗浄を済ましたびんを、見本で配布いたしました。今、実際メインで使っているところが、宮城県と福島県がメインなので、それ以外の4県に回収びんの再利用促進をお願いしているところです。点から面をつくりたいと思います。

2番目としては、これをR720mlびんにも応用したいと思っております。宮城県支部では、この宮城方式と同じようなシステムにして、回収システムを検討していきまして、720mlびんについては、Rびんを使用するインセンティブを少し考えています。多少ですが、1本につき50銭でも何でもいいから、やると何か環境問題に協力していますよというものを付けてやりたいと思っております。2番目としましては、郡山市の容器リユース協議会への参画を福島県支部で行っております。それは、地域のコミュニケーションで、郡山を中心とした地域のコミュニティの中で、R720mlの再利用をやっていくシステムです。消費者、小売店、卸、自治体、酒造メーカー、回収業者、びん商が総連携して、再利用化に取り組んでいくところで、そちらにも参画して、再利用について進めていきたいと思っております。これらを中心に、今後も継続的に活動を続けたいと思っております。

以上で東北びん商連合会の発表を終わらせていただきます。ありがとうございます。

安井座長 はい、ありがとうございました。ご質問は後ほどお願いしたいと思います。それでは、次でございますけど、ご準備をいただきまして、ワタミ株式会社の高橋様からご発表いただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

(ワタミ株式会社の発表)

高橋氏 ただ今ご紹介いただきました、ワタミの高橋と申します。よろしくお願ひいたします。本日はこのような機会をいただきましてありがとうございました。

まず、本日は大きく3点でお話をさせていただきたいと思っております。まずはワタミ、私どもの会社グループのご紹介をさせていただいて、リユースびんももちろんそうなのですが、それ以外の環境活動の取組もさせていただいておりますので、それら全体の考え方、そして3番目に、今回のテーマであるリユースびんの取組についてご紹介をさせていただきたいと思っております。

外食、居酒屋の和民は皆さんよくご存じだと思うのですが、それ以外にも実は事業をやらせていただいております。外食におきましては国内で約650店舗で、それを支える集中仕

込みセンターのような存在として、MD と書いてありますマーチャンダイジングシステム、これが全国で今、7センター稼働しております。外食だけでなく、介護の事業もやらせていただいております、こちらで全国で今、52 ホームあります。高齢者向け宅配という事業にも参入させていただきまして、1日約10万食をお配りさせていただいております。それらを下支えするものとして、農業と、環境ビジネスとある中では、農業については有機農業で、全国で503ヘクタールの有機農業をさせていただいております。

私たちの環境活動の考え方のベースとなるのは、次のページの環境宣言というものでして、「美しい地球を美しいままに、子どもたちに残していく」というのが、1999年に居酒屋で初めてISO14001を取得させていただいたときの環境宣言でして、この2008というの、再度改めて仕切り直しをさせていただいたときに書かせていただいております。一番その目的となる部分が、その下に3つほど書かせていただいております、ちょっと字が小さくて見えづらいのですが、「地球で事業活動を営む企業の責任として」というのが1番目。2番目としては、環境活動が経済活動であることを証明して、他の企業を啓発させていただこうとということ、3番目としては、やっぱり一人ひとりの意識が変わらないと、なかなか地球全体の環境は良くならないだろうということで、であるならば、社員4,000人、アルバイトさん3万人、これらのワタミにかかわってくださった方々に環境を意識してもらおうように、日々の事業の中で働きかけをしていく、このことこそが私たちが環境に取り組む目的だろうということで、この3つの環境問題に取り組む目的として挙げさせていただいております。

それらの中長期ビジョンとしまして、右下に書いてあります、CO2を2020年までに50%削減しようという目標を掲げさせていただいて、2012年までの、まずはどうするかということ、環境省さんに認証いただきました「エコファーストの約束」でも約束をさせていただいております。それが、こちらのスライドになります。

こちらの中でも、今回ご紹介させていただきますびんリユースの内容も盛り込ませていただいております。テーマとしては、4つのテーマでここにお約束をさせていただいております、1番は、事業での削減、各事業での取組についてお約束させていただいております。テーマ2として書いてある環境改善事業の強化というところで、リユースびん、リサイクルループの取組というところのお約束をさせていただいております。ですので、これを、ある意味では社内に対してのコミットメントというか、社内をも動かしていくためのものとして今後も活用していくように考えております。

先ほど、最初にご説明させていただいた、1次産業、2次産業、3次産業にかかわらせていただいている中で、動脈、静脈、それぞれの取組を、それぞれのテーマごとに取り組んでいます。その中で、こちらのびんリユースの取組についても、たくさんの方々にご協力をいただいて、今、実施をさせていただいているところです。

歴史としますと、重複しますが、1999年から環境の取組を始めさせていただいて、今回のご紹介の内容は2009年の取組となっております。

びんリユースの取組です。目的としては3つ掲げさせていただいております。店舗で取り扱う日本酒びんのリユースシステムの確立、2番目として、環境負荷低減効果の定量的把握、3番目として、循環型社会構築のためのリユース標準をつくり、社会全体に広げるということで

書いてあります。ただ、このびんリユースの取組自体は、すでに退社しておりますが3年越しでこの取組をしてきた者も言っていたのですが、本当に自分一人の力では何もできずに、ここに書かせていただいておりますたくさんの方々、もちろん物流の会社様、ガラスの会社様、洗びんの会社様、酒造メーカー様、コンテナの会社様、またそれらを支えてくださった促進協議会の皆さま方のご協力で、ようやく推進することができたという状況です。

では、実際に何をやっているのかということ、こちらの3つの種類のびんについて、リユースをさせていただいております。なぜこのびんを選んだのかという選定理由としては3点あります。1番目は、店舗からの発注単位がケース単位であるということです。2番目としては、プライベート商品ですので、循環フローの変更が可能ということです。3番目、これが多分一番大きい要素になっておりますが、趣旨に賛同してくださった文楽様が配送効率の良い埼玉県内に立地しているということで、こちらのびんを選定させていただいたと聞いております。店舗数としては、合計で、当時の全店舗数 593 店舗のうちの 379 店舗を対象とさせていただきました。地域としては、東京、千葉、埼玉、神奈川、茨城ということで、関東の物流センターに回収している範囲にさせていただきました。

循環フローと経済性についてです。新びん単価よりも、リユースびん購入単価 + D と書いてあります、ここのフローの中での経済性が新びんのほうが高い状態であるという通常の間接費を、いろいろ調整をいただいた中で、この単価が設定できたと聞いております。詳しい単価については私も知り得ないのですけれども、逆転現象が起きていないということで、持続可能な取組となっていると聞いております。

では、リユースびんの循環状況は本数でいくとどうなのかということ、月間 5,000~8,000 本の中で、販売数と返却数ということでこちらに書かせていただいております。一番右下の赤枠で囲ってありますこちらのパーセンテージです。販売本数分の空きびんの返品本数ということで、計測期間中では 82%と、クローズドであれば、もう本来は 100% でなければならぬのですが、まだここは私どもの店舗に対する教育不足の部分もあり、このぐらいの本数となってしまっております。

各社の役割・課題・解決方法として簡単にまとめさせていただきました。いろいろ課題があったのですが、このような対策を立てながらクリアできたと聞いております。まず、お店の問題としては、私自身はそんなに大きい問題だとは思っていないのですけれども、オペレーション変更による混乱です。今までは、リサイクルしているとはいえ、店舗の人間は、中身がないものについてはゴミ袋というか、リサイクルする用のゴミ袋に入れていたところを、ストックするスペースを設けつつ、そこにきちんと返すというオペレーションの変更が発生しました。

もう一つは、今まで段ボールで店舗に納品していたものを、きちんと返すためにコンテナを用意していただいたのですが、そちらの保管スペースが、物流と保管の協力会社様のほうで無いというところで、コスト増につながりそうな状況でございました。対策としては、1.8L びんと同時に回収することで対応していただきました。

また、びんの形状として口の部分が、今までは、おしゃれなと申しますか、シールタイプのもので封をしていたものを、汚れの懸念があるということで、シュリンプキャップに変更していただきました。また、文楽様、どこのメーカーさんも当然そうなのですけれども、安全面、

衛生面のところを一番懸念されていたので、こちらの水洗浄のみであったものを、高温・洗剤洗浄に変更していただきました。また、特に角びんについては角のところを洗浄しづらいというところで、洗浄の速度を落として対応したという聞いております。

普及と啓発についてです。店舗では、こちらのポスターを張らせていただいて、お客様、もしくは従業員に対して、こんな取組をやっていますということをお伝えはさせていただきました。ただ、もう掲示期間も過ぎて、なかなか知るべきがないと、まだまだ不十分な部分というのを感じています。特にメニューには、私どもの連携不足で、一切リユースのことが書かれていなくて、普通にお使いいただいたお客さまにはなかなか知ってもらうべきがないというのが残念なところです。次回のメニュー変更のときには必ずその文言を入れてもらうように、また裏面なんかはこの紹介記事なんかを張らせていただくということで、今、社内の話は進めているところです。

8番目としまして、環境負荷低減効果です。先ほどのビデオにも載ってありましたので、そんなに目新しいものではないとは思いますが、いろいろなお知恵をいただきながら、今回の取組の環境負荷を、じゃあどのぐらいのものなのかということをお算出させていただいております。

「リユース社会構築のため、今後の3つのテーマ」と書かせていただいております。まだまだこれで終わりだとは思っておりません。ただ、いろんなハードルがある中で、いろんな優先順位をきちんと整理しながら、本日ご列席の方々にもご協力いただきながら実施していきたいと思っています。

今考えているところで申し上げますと、 番ございまして、1番としては、普及啓発とワタミ以外の外食産業様の参加ということで、競合するような会社様と手を組むというのは、なかなか普段の中では考えづらいのですけれども、環境に限っては、こんな取組があってもいいのではないかとということで、いろいろ今、検討をしているところです。2番目としては、まだまだ首都圏でしか実施できていない取組ですので、これらに関東甲信越なり、関西なりに広げていきたいと考えています。3番目としては、例えば今回のびんだけではなく、対象のびんを720mlなのか、例えば90mlなのか、そこら辺のご協力いただける会社様と手を組ませさせていただいて、なるべくコストのアップのないような形、持続可能な形で取り組めることができないかということで、課題として下に4つ書いてありますように、今、整理をさせていただいている状況です。

今後とも推進していきたいと思っておりますので、ご協力をよろしく申し上げます。以上です、ありがとうございました。

安井座長 はい、ありがとうございました。それでは3番目のプレゼンテーションでございます。大口酒造株式会社専務取締役の向原様からご発表をお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

(大口酒造株式会社の発表)

向原専務取締役 ただ今ご紹介をいただきました、大口酒造の向原と申します。

まず、大口酒造の環境対策ということで、大きく言いますと、今回発表させていただくRびんの導入、いわゆるリユースびんの導入、そして焼酎粕の有効利用、エコ通勤というのを今、うちの会社の中で非常に推進してやっています。これをうちの社員のエコ委員というのが各部署から1人出ていまして、7名ほどいるのですが、彼らがいろいろ話し合いをしたときに、この下に黄色で書いてある、このリユースびんを使うこと、焼酎粕を畜産に有効に食べさせる、通勤を自転車とか環境負荷のないもので来るというのは、昔はみんながやっていたことだという話が出ました。ですからここにあるように、「過去活動は、エコ活動」だと、それを推進していこうということで、今、自分たちの社内では、過去の良かったことをどんどん見直していこうじゃないかとしています。私たちは非常に中小企業ですので、あまりコストをかけるということができないものですから、とにかくお金をかけずにできることをやっっていこうということで現在やっています。

先ほどからいろいろ説明がありますように、一升びんというのは、焼酎業界の中では、もう回収して、リユースして使うのは当たり前の世界です。これはもうビールびんも、皆さんもご存じのように、そうだと思うのですが、この中で一升びんが毎年、毎年使用量が減ってきている。それに代わる何か新しいものがないかということで検討した結果、鹿児島県内では、いわゆる900mlびん、五合びんと言うのですが、非常にその使用量が多いものです。現在、当社の中で、一升びんが200万本ぐらいで、五合びん、900mlびんのほうは150万本ということで、リユースするにはやはり量が必要になりますので、リユースしやすいのではないかとということで、900mlのリユースびんを始めることにしました。

そして、もともとは、南九州におけるリユースびんを使おうという研究会みたいなものがありまして、環境省から補助金をもらってこのびんをつくりました。平成14年から検討を始めまして、実際に16年度からRびんを当社で投入しました。そして初年度が130万本近い、そしてその後、回収が20万本と、年々回収率が、15%、21%、23%、28%、29%、また28%と、大体30%前後まで上昇してきたのですが、少しここで勢いが止まっています。それで、いろいろその原因を調べてみました。

これは当たり前ですけれども、県内の回収は20万本、33万本と、ずっと順調に上がってきています。そして県内の回収率は28%、41%、もう21年度は68%、約70%近いです。これはやはり、先ほどからいろいろ出ているように、クローズ型でないと、このリユースシステムというのはうまくいかないという一つの証明にもなるのですが、当社の場合はもう最初から、一升びんが全国でうまくいっているのだから、900mlも何とかできるのではないかとということで、全国展開をしたのですが、ここには数字はありませんが、21年度で、いわゆる九州外の回収、これは0.1%となってしまいました。ということは、現在当社が900mlの出荷というのは、九州内が55%、九州外が45%ですので、非常にそこにロスが生じているというのを今、痛感しております。

先ほどから話しています回収率とCO₂削減量ということで、平成16年において、先ほど見ましたこのレポートから、CO₂削減量を試算しているのですが、明らかに回収率が上がれば上がるほど、もうCO₂削減効果は大きなことはわかっています。しかし、まずこのリユースびんの現状の一つの大きな課題として、なかなかこれを採用してくれる酒造メーカーが鹿児島県内

に増えないことが挙げられます。やはり今、PL法の問題とか、先ほどから挙げたように、非常にきれいじゃないと駄目だとか、「リユースはちょっとね」というような、消費者をメーカーが意識し過ぎて、環境のほうに入れれないというのが大きな問題だと思います。

次に、話はちょっと変わりますが、これは専用回収箱です。従来は、びんを専用の段ボールで出荷するという形だったため、1年間だけこの形でリユースびんを回収していたのですが、どうしても回収するときに、この段ボールだと、雨の日の回収が難しいなどの、いろいろ問題が出てくるものですから、平成19年から、これはフーズコンテナさんの専用回収箱なんですけど、これに切り替えています。そうすることによって、19年度は前年の段ボール使用量を80%減らすようにしました。20年度を調べましたら、900mlに関しましては、現在、段ボール使用量はほぼゼロです。2~3%の状態です。ですから、そういう意味での段ボール使用量、いわゆる繰り返し使える箱を使うということで、非常にそういう意味での環境負荷を減らす効果も出ていると思います。

次に、今年ちょっと考えていることは、回収箱の不足と、経費増ということで、このRびんが現在非常にコスト高になっているものですから、我々としても、いわゆる一時の焼酎ブームが落ち着いて、資金的にどうしてもたくさん出すことは許されない状況になってきているものですから、そこで先ほどから説明しましたように、九州外の出荷は、もう段ボールとして、一時的に回収はやめようということになりました。基本的に、九州外の回収に対しては、あまりコストをかけずに、今後は九州内を中心的に、今まで県内が70%だった回収を、九州内の回収でもとにかく50%ぐらいまで上げるような方策で、今年の4月から活動しようと思っております。

続いて、今までは、リユース900mlの取組も、少し協働するメーカーが出ないと、なかなか進んでいかないという心配があったものですから、ここで新しい取組として、鹿児島県の飲食店で定着している720ml、うちであれば、この「黒伊佐錦」の720mlなんですけど、これをリユースできるびんに変える試みをしました。これはちょっとワンウェイびんなものですから、リユースに不向きなびんなものですから、現在、当社のほうで、大体12万本ぐらいを県内で出荷しているんで、この12万本を県内だけを中心に、要するによりクローズした形で飲食店を中心に回収してみようということで、今年の4月から始めようと思っております。

これ、現在、先ほどから話をしています900mlにしても、回収するルートはほとんど業務店さんから返ってくるというもので、一般から返ってくるのは非常に少ないものですから、そのルートをとにかくもうちょっと拡充しようと考えています。その場合に、現在うちの出荷の中で多いのは、一升びん、900ml、その次は720mlになります。ただ、現行の720mlはここにあるように、ちょっと回収するには不適だということで、新しくこういう回収しやすいタイプに変えて回収しよう、現在考えています。

最後になりますが、これは福岡大学の学生の発想ということで書いてあるのですが、現在、大口酒造で福岡大学の学生と一緒に勉強会というか、そういうリユースシステムをどうするかということ、経済学部の授業なんかで取り上げてもらっているものですから、その中で非常に面白い話が出ましたので、ご紹介します。まず、我々が話をすると、どうしても酒類の卸屋さん、びん商さん、酒屋さんから回収しなきゃいけないというふうな発想になるんですけど、

学生さんは、ガソリンスタンドを提案してきました。回収拠点としてガソリンスタンドがいいのではないですか。びんを回収するのであれば、まず運ぶ車が要る。そして、かつスペースが要る。ガソリンスタンドなら、必ず車1台分を止めるスペースが空いていると思われるので、そこで、ガソリンスタンドにびんを持ってきて、冬場であれば灯油を、ガソリンを入れたときにびんを持ってきて回収する。そこを回収拠点にしてもらって、業者に取りにきてもらうというような、そういう新しい発想も必要ではないかということです。我々種類業界の人間だと、ガソリンスタンドを使うという、視点がでてこないのですが、それで、これは非常に面白い発想だなと思って、今回あえて紹介させていただきました。

先ほどから話が出ているように、一升びんは、最盛期には14億本を超えるびんが流通していたみたいですが、現在は2億本を切る状態になっています。リユースの優等生がピンチということで、我々もいろいろ活動しているのですが、なかなか一般の人が、そのことに対しての活動をするというのは難しい状況です。

例えば、学校単位で廃品回収をしたりするとすごくまとまるのですが、例えば酒屋さんに持っていくというのも、非常に酒屋さんの数が今、減ってしまっていて、いわゆるコンビニ、もしくはDSとか、大型店に変わっているものですから、その辺を何とか解消しないと、やっぱり消費者の利便性がないのではないかという懸念があります。その中でやっぱり一番いいのはコンビニだと思うのですが、コンビニエンスも、いわゆる酒屋さん出身のコンビニエンスと、それ以外のコンビニエンスは全然発想が違うものですから、そこを何とか今後は、我々も営業活動でコンビニさんにはしょっちゅう行っていますので、是非びんを回収してくださいということで、今後協力をお願いしたいと思います。

それと、もう一つの大きな問題点が、この回収手数料です。やはり、一般の方にしてもそうですが、回収しようとするときに、回収手数料、インセンティブがないと、なかなか動かない。「環境にいいよ、環境にいいよ」だけじゃあ、「それだったら、もうパックでいいや」というような世界になると思うものですから、ぜひこの辺も少し改善する必要があるのではないかと考えています。

横浜で会議があったときに、70歳ぐらいのお年寄りの方から言われたのですが、「焼酎メーカーさんに言いたいことがある。自分なんか50年前にびんを回収していたときも確か5円ぐらいだった。今でも5円か10円じゃないか。昔はびんを回収したら、それが子どもにとってはお小遣いになるぐらいの価値があった。でも、今のびんは、もう価値がない。それじゃあ誰も回収しないのではないか」という話をされました。確かにそれはその通りです。ただ、コスト高になるものですから、そんなに回収手数料を上げるということではできないと思うのですが、何らかの形で、それに代わるシステムをつくらないと、なかなかこのリユースシステムというのは、全国展開というか、九州だけにしてもそうですが、成り立たないのではないかと考えられます。鹿児島県は非常にやはりローカル色が強いものですから、回収するという事に抵抗がありません。だからそれを全国に広げようと思うと、どうしても何か新しいきっかけが必要じゃないかと現在考えています。

ということで今回、現在うちが取り組んでいる状況と、現在思っていることをちょっと述べさせてもらいました。どうもありがとうございました。

安井座長 ありがとうございます。それでは、ご発表いただきました3つのご発表に関しまして、ご質問、ご意見等ございましたら、委員の方、よろしくお願ひいたします。どなたか、それではどうぞ。

(質疑応答)

小野田委員 貴重なお話をどうもありがとうございました。早稲田大学の小野田と申します。ちょっとワタミさんと向原さんの両方に共通する話かと思うのですが、まずワタミさんの話ですと、よく点集合という言い方をしているのですが、いろいろグループで点在していきながらも、大体出てくる循環資源等が共通しているものをどういうふうにさばくかという話の中で、非常に一生懸命頑張られている話だと思ひます。

あともう一つは、特に先ほどのコメントの中でもありましたけど、やはり動脈のところは一生懸命競争してもらっていいと思うのですが、ただ、静脈のところはやはり共通の一つのインフラをつくり上げていくことが重要なのかなということを我々は思ひていいます。例えば我々のお膝元にもワタミさんの店舗って駅前に幾つもあるのですけれども、ただ、似たような業種のも同じようにあるわけですよ。そういった中で、ちょっとその後の話も関連すると思うのですが、地域とそういったところで連携する中で、こういった場があれば、今みたいな横展開を、実際、同じ業界内だとなかなかしにくいのかなというような雰囲気を感じ取ったんですけれども、そういったところが何かあればお聞かせ願ひたいと思ひているんですが、いかがでしょうか。

高橋氏 私どもは日本フードサービス協会という、JFという協会に属させていただいておまして、そこには吉野家さんや、モスフードさんなんかと一緒に参加されて、環境の取組なんかは相互に本当に情報共有をしながらやらせていただいていますので、普段は競合であっても、そういう環境の取組なんかは一緒にできる部分は本当に多くあると思ひています。

ただ、業界が居酒屋とかっていうふうになくなってしまうと、なかなかどうしても、うまくない部分が、今までのしがらみではないですけれども、あるのは事実でございまして、そこら辺はなかなか、競合しない会社さんからスタートさせていただくというのは、例えば小売りの会社様なのか、そういった業界の違うところと初めはやらせていただきながら、「じゃあ次にはどうですか」というような形でお勧めさせていただくというのを今考へているところです。

織委員 私も2点あるのですが、最初の東北びん商連合会さんの話を大変面白く伺わせていただきました。成功の要因のところ、直接的に出てこなかったのですが、消費者の役割というのは、どんな感じなのかお伺ひしたい。もともと宮城県の仙台市の自治体は、活きびん回収があるというところに多分含まれていると思うのですが、実際に皆さんが積極的に出していらっしゃるのか、あるいは、ちょっとどこかでも話に出たと思ひているんですけど、傷物というのについてはほとんど気にかけていないとか、あまり問題になっていないとか、その辺り、ちょっと消費者のかかわりを聞かせていただければというのが1点です。

それから、ワタミさんのほうに、角びんだと洗にくいというお話があって、それは洗い方を変えることによって解決したというお話だったのですけれども、このリターナブルを通じて、びん自体のデザインを変えるということ、つまり、わざわざ角びんにこだわる意味があるのかなということ。それぐらい、ワタミみたいなクローズの場合に、おしゃれとか、それが影響あるのかどうか、あまり実は実感がなくて、クローズの場合は、むしろリターナブルしやすいびんに変えても、あまり抵抗がないんじゃないかなという気はしているので、その辺はリターナブルに合わせてデザインも変えるということもご検討されているのかどうかという、その2点です。お願いいたします。

大日方専務理事 では、最初のほうのご質問から。消費者との関わり合いなんですけど、今回これを考える上で、消費者さんは外させてもらいました。あえて、「リユースびんです。これはできますからやってください」ということをするのをやめました。当初の考えでは、タグを付けたりとかが、やりましょうとかいうことを言っていたのですが、そうじゃなくて、自然に使って、飲んでもらって選択しているものが、結果的にRびんだったら、我々のほうで回収の中に流れればいいたろうということになりました。今のご指摘の点については、今回はちょっと外させてもらいました。ただ、消費者に対してそういったアピールをすることは重要なことだというのは、強く感じております。

高橋氏 ご質問、ありがとうございました。今、ご質問を聞いていて、確かにそのとおりだなと思えました。びん自体を変更するというのは、当然考えなきゃいけないのではないかなと思いつつも、私はそのときかかわってなかったのですけれども、多分その選択肢はまずはなく、何とかこの角びんを洗っていききたいというところがあったようです。

お客様にもご支持いただいていたというか、角びんでおしゃれな形というのは、お酒が本当に有名になれば多分、味で選んでくださるとは思うのですけれども、最初の取っ掛かりとしては、かわいいたとか、おしゃれだとか、おいしそうだとかというところで、やっぱり最初は入ってってしまうので、びんの形状という変更は最初は考えてなかったということであると思います。ただ、今後は考える可能性はあると思います。ありがとうございます。

馬奈木委員 東北大学の馬奈木です。ワタミさんへのコメントと、大口酒造さんへの質問をさせていただきたいのですけれども、先ほどのワタミさんのご回答で、協働するとしたら違う業界のほうがやりやすいというのは、まさにそのとおりだなと思いつつも、いろんな製造業の貿易の分析なんかをしていますと、同業種の水平な取引というのは、イノベーションとか、いい影響はあまりなくて、違う業種を超えた取引のほうがうまくいきやすいということが一般的に言われますので、おっしゃられたようなことが、まず入って進みやすいと思いつつも、感想です。

大口酒造さんへの質問ですけれども、九州内では箱で、九州外は段ボールということだったので、21年度、また最近、回収率が伸びにくいという理由が、九州外の取引が増えたから、ちょっと回収率がなかなか上がらないのが要因かと思いつつも、過去数年のトレ

ンドとして、九州内外の売上のシェアとか、どちらのほう在今后増えそうとかいうのがありましたら、教えていただければと思います。

向原専務取締役 今のご質問に対しては、まず、15～16年のころは、正直言って、いわゆる焼酎ブームというのがある前ですので、本州部門というのはいませんでした。ですから現在の状況は、現在はもう半々ぐらいですので、ちょっと想定していなくて、鹿児島県内のうちであれば、まず出荷が全体の70%ぐらいだろうと。だからその70～80%は絶対に返ると思うから、 $7 \times 8 = 56$ で、もう2～3年で大体50%までいくというふうに当初の計算では行っていました。

それが予想以上に本州の方面に出るようになって、非常に運搬距離も伸びてしまったものから、非常に本州に、びんも箱も点在するという形になりまして、非常にそこに回収コストがかさむことになったと思います。そこが非常にちょっと当初の計画と違ったところですが、今後は大体、九州内と九州外で50%ぐらいずつの出荷で推移していくんじゃないかと今、見ています。それで、その50%の九州内のうちの、70～80%を回収して、全体の回収率を上げたいと思っています。

小沢委員 小沢でございます。ちょっと欲張りで申し訳ないのですが、まず大日方さんのところから。蔵元のメリットをどう出していくかというのが、今後、3年目になって非常に重要になってくると思うのですが、その動脈のところとの関係は、どのように今後考えているのかというのが一つ。それからもう一つは、仙台市が中心かもしれませんが、ごみ減量の効果、成果を、どんなふうに把握していますかという、その2点をお願いします。

それから、ワタミさんのところは、300mlから広げるところはわかりましたけれども、今、全体の300mlのほうで占める割合、アバウトで結構ですので、全体に占める割合はどの程度なのか。それはどのように拡大のところを、720mlも含めて考えていらっしゃるのかというところをお願いできればと思います。

それから向原さんのところは、コスト問題が、報告の内容からすると、どうも洗いびんのほうが高いように思えるのですけれども、そのとおりですかというのと、コスト問題のところをどういうふうに今後していくのかと。それから今、料飲店さんが中心かどうか、今後、量販店さんにも行っているのか。この辺のところを、今後の拡大のところをどのように考えているのかをお願いしたいですが。

安井座長 それでは、大日方さんからお願いします。

大日方専務理事 それでは、私のほうの質問から答えさせていただきます。まず最初に、動脈物流への効果なのですが、これは、本来であればRびんを使ったから商品が売れたという効果が出れば一番いいと思うのですが、その辺のところはまだはっきりとした普及もしていませんので、効果は出ていないと思います。ただ、蔵元の効果としては、新びんよりも安く価格設定をしておりますので、その辺のメリットはあると思います。

あと、ごみ減量のほうですが、自治体のほうで、仙台市で今、活きびん回収が年間で100万

本です。その中で R びんのウエートは 20%、20 万本になっています。ということは、もし R びんがなかったら、80 万本になって、20 万本落ちていきますので、そういった意味では、7～8 年前にそういった疑問を持っていただいて、それに対して応援なり、我々の努力したことが、その 20%を維持できたことにつながっているんじゃないかと思います。以上です。

高橋氏 ご質問ありがとうございました。全体に対する今回の本数の割合とすると、ちょっと違うお答えの仕方、問題のご質問の答えになっていない部分もあるかと思うのですが、今回の取組でごみ代金が減るんじゃないかというような話があって、重さでいくと、全体のごみの中のびんが占める重さというのが約 17%あるでしょう。さらに今回の対象となる日本酒の重さが、そのびんの中の 5%の重さですので、1 店舗あたりのごみ代の削減としては、それほど大きくないだろうというのが、話の中では出ていました。

ただ、今後のインパクトを考えると、ボリュームのあるところということで、今回は飲み放題のメニューなどにも使わせていただいている今回のプライベート商品の日本酒を採用させていただくことで、今後も継続的に、味のこだわりとかにかかわらず、今後も持続的にお付き合いさせていただきたいという取組として選ばせていただいたので、今後の展開とすると、720ml の焼酎とかには当然広げていきたいとは思っています。その辺はまだ検討段階ですので、ご協力をお願いしたいと思います。ありがとうございます。

向原専務取締役 それでは、私の説明がちょっとわかりにくいところがあったので。まずびんの価格は、現在使っているびんで、リユースびんの価格と、回収した洗いびんの価格は、ほぼ同一です。これは一緒です。ただ、コスト高になったというのは、従来のワンウェイびんと、新しく導入した、いわゆるリユースびんの価格差が大体、ここの表では 5 円と書いてあるのが、今は実質 7 円ぐらいあるのですよ。だから、もし 150 万本を 7 円高いのにすると、大体もう 1,000 万円近い持ち出しになるものですから、その点の話です。

それと、現在うちの焼酎の出荷というのは、当社から卸屋さんに行って、そして業務店さんに主体で使ってもらっているのですが、それは、いわゆる業務店専門の酒屋さん、それとやはり DS 中心になっています。業務店専門の酒屋さんは結構回収をしてくださいます。あと、DS も店舗によっては非常に回収される場所もありますし、従来の酒屋さんはほとんど回収してくださいますので、問題はやはりコンビニとか、あとスーパー関係はやっぱりどうしてもスーパーとか、そういう関係で回収ができないというところもあります。ですから、やはり従来の、いわゆるメーカーが出した焼酎を酒屋さんに行って、消費者に、また酒屋さんに戻って、卸屋さんに戻ってというような、その流れというのは、少しもう分断されているんじゃないかと考えています。以上です。

吉川委員 全国びん商連合会の吉川と申します。まず、東北びん商連合会の大日方さんに質問ですが、P 箱の使用が、蔵から出荷の際は使用せずに、段ボールだけで出荷されていますよね。それで、この P 箱は回収する際だけに使われていると。その理由が、動脈のほうで、商品の販売の際に使われると、散逸して無くなってしまふ恐れがあるということでした。

P箱というのは、費用がかなり高価なものです。びんと違って、P箱はかなり高くつきます。P箱を使用する際に、デポジットをビールびんのように、いくらがいいのかね適切かはわかりませんが、もしそういうのを利用されれば、散逸のリスクも小さくなったのではないかと思います。

それから、大日方さん、高橋さん、向原さん、全て、びんの口の形状がPP30と言いまして、ねじ口なのです。弊社も自社ではびんを洗浄しているのですが、PP30、ねじ口は、洗浄をする際に、かなり神経を使うのです。欠けが発生しやすく、検査がしにくいのです。その点で、王冠口のほうが適切じゃないかなというふうに思うのですが、その点で今までに何か支障がなかったかお伺いしたいのですが。

また、最後に大口酒造さんにお伺いしたいのですが、R900mlをご使用されていますけれども、以前から900mlは丸正900mlというのがありました。このびんは酸化スズをコーティングして、洗びんすると苛性ソーダと反応しまして虹彩現象が出ます。ということで、R900mlを開発されたと同っているのですが、その丸正900mlのコーティングを変えればどうだったかなと、おっしゃったと思うのですが、もし丸正900mlがリユースできるようになれば、出荷本数がもう桁違いに多いびんですから、もしできればの話ですが、そのほうが可能性は広がるのではないかと考えているのですがいかがでしょうか。

安井座長 それでは、大日方さんのほうから。

大日方専務理事 吉川会長の場合、全びん連の会長という立場からのお話だと思うのですが、私の説明の中でも再三言ったのですが、東北地区でやれることからやっつけていかないと何も動かない、というのがスタートなんです。P箱のデポジットにしても、びんの形状にしても、我々が言っても何も動かないですね。R300mlびんが既に世の中に出てきてしまっていたのです。その世の中に出たものをリユースするにはどうしたらいいかというのから始まったものから、その形状については、何も我々がもう発言をする余地がないところで始まっています。

確かに前回の発表でも、王冠口の丈夫さ、洗浄がしやすいというお話は聞いて、そのとおりだなと思ってお聞きしていたのですが、新しいものをつくるときに、それを反映させていただけたらと思いました。

あと、P箱については、宮城県酒造組合でも平成6年から、レンタル箱を26万箱つくっているのですが、今現在、在庫を把握しているのが7万箱ぐらいです。19万箱なくなっていると。全国レンタルP箱の数量も同じように減少していて、それがやっぱり回らなくなっているから、いろいろ経営難になってきていると思います。そういうこともあったので、今回は自分たちの管理できる場所にしか出さないようにしようというのが、最初からの課題として持っていました。

あとデポジットについては、やっぱり我々だけのレベルでは管理が難しい。我々も商売をしながらやって、明日はまたトラックを運転してやらなきゃいけない商売ですから、それがデポジットの管理をやって、お金のやりとりを宮城県だけでやるとなると、ちょっと難しいので、それも含めて静脈物流にさせていただきました。

高橋氏 今回リユースで取り組んだびんの種類は大きく2種類ありまして、角型のほうの口は、ねじ口ではなく、キャップ型になっています。確かにおっしゃられるとおり、ねじ口のほうが、ご神経を使われるのは非常によくわかりますので、今後、酒造メーカーさんなりにその情報を発信しながら、取り組めるものであれば、反映していただきたいなというふうに思っています。以上です。

向原専務取締役 まず、先ほどありましたねじ口の問題は、我々もそういう認識は確かにあります。ただ、そのリユースびんをつくる時に、その900mlはもう既にPPの30の形状でした。それを変えるとなると、当社も、はっきり言って設備資金が何千万円とそれにかかるものですから、当社の後を追従するメーカーも多分出てこないだろうということもあり、また、あくまでもリユースの契約というのは一般びんとして展開するのが前提でしたので、そのときは、王冠は考えずに、やはりPPの30で、従来型でいこうという形になっています。

それと先ほどあったコーティングの問題、これはホットコーティングのことですね。これは非常に、もともとうちも平成10年ぐらいまでは、いわゆる丸正の900mlを回収していました。そのときは、正直言って100%出して100%返ってきました。それは鹿児島だけの、ほとんど出荷が県内に集中していましたので。そしてPL法の問題とか、いろいろ出て、ホットコーティングしたときの虹彩現象が出るということで、お客さんのクレームが出だしたものですから、3年ぐらい回収をやめました。そうしたら、これは本当に、今、それが非常に良くなかったと思っているのですが、いわゆる回収をやめたことによって、その回収システムが分断されてしまったものですから、また再度、3年ぐらい休んでリユース900mlを投入しても、それが100%元に戻らなかったということがあります。

ですから、非常に今、そこを再生するにはどうしたらいいかということで、いろいろ卸屋さんや、びん商さんとも話をしているんですけど、なかなかそこがうまくいきません。第1回の会議の資料をちょっと見させてもらったのですが、10年前と比べて、大体回収びん商さんも半分ぐらいに今、なっているみたいなんです。ですから、そういうリユースするということが、皆さんというか、日本のシステムの中で非常に今、弱体化していると思いますので、その辺は、我々、いわゆる焼酎メーカーとか、アルコール業メーカーは、特に昔からそういうリユースシステムというのを大事にしてきた業界ですので、びん商さんとか一緒にあって、また再生させる必要があるというのは痛感しています。

それと、私たち焼酎業界は九州地区で九州P箱というのをつくって運営しているのですが、これも非常に運営を苦労しています。それで今、出されているP箱の問題は、すごく痛感しています。

この鹿児島だけの問題なのか、全国の問題なのかよくわからないんですけど、最初に盆栽の棚になってしまいます。本当ですよ。不正使用が多くて、もう一巡するすることができない。確か九Pでも、一番最初は五百何十万箱つくるため、何十億円と投資したんですけど、もう今はその、実数を把握しているのは、4分の1ぐらいしか把握していないと思います。それでも何とか回っているんですけど、そういうことで、非常にP箱のレンタル業というのは難しい

事業というのは感じます。我々も九Pとか、FCさんのとか使っていますので、非常にこまっています。不正使用と言ったらおかしいのですが、例えば焼酎を6本買ったなら、P箱が付いてきたら、それは俺のものだという意識がお客さんにあります。その辺を説明しても、「いや、焼酎を買ったら、この箱は付いていたよ」と言われると、「いや、それはこういうふうにちゃんと規制してあって、それぞれの業界、もしくは会社の持ち物なのですよ」と説明するんですけど、なかなかそこを理解してもらえません。昔の、使った木箱とか、そのイメージがやっぱり抜けないものですから、それは自分が使っている消費者の方が多いいと思います。その辺はやっぱり、すみません、国を挙げてぜひ言ってもらいたいと思います。以上です。

安井座長 ありがとうございます。14分遅れでございますので、そろそろよろしいですか。最後のディスカッションの時間がちょっと短くなったようでございますので、後ほどまたお願いしたいと思います。

それでは、どうも3人の方、プレゼンテーションとお答え、ありがとうございます。ただ、最後までお残りいただいて、最後の議論にもぜひお加わりいただきたいと思います。よろしくお願いいいたします。

(2) 第1回検討会でのご質問・ご指摘について

安井座長 それでは、議事の2番目でございますが、第1回の検討会でご質問・ご指摘をいろいろ頂いたのですが、それに対しまして、回答を若干用意させていただいておりますので、まず幸委員からお願いいたします。

幸委員 ガラスびんリサイクル促進協議会の幸でございます。まず、ご質問を前回頂きまして、内容は、ワンウェイびんの中で、リターナブル、リユース可能なびんはあるのかなのかといったご質問だったのですが、参考資料の3というのを見つけていただきまして、まず横に、ワンウェイガラスびんの出荷本数、出荷重量の構成を書きました。ワンウェイびんの中はどのような種類のものがどのくらいあるかというのを、本数ベースと重量ベースで書いております。そこで、その次のページが出荷本数のグラフ、そのさらに次のページが出荷重量のグラフということで、大体ウエート感がわかると思います。ワンウェイびんの中の構成はこういうふうになっているということです。

総量で言うと、前回、ワンウェイびんの量は、年間の使用量で140万tと書いていたのですが、この構成比を出すベースは106万6,000tということで、種別が可能な、統計処理が可能な、140万tの中には輸入びんなども入っていますので、種類が特定できる量の母数が違うので、国内で使われているワンウェイびんの量は140万tありますけれども、そのうちの100万t強につきまして分解をしたものが、この表であるということを、まず前提にして、前回と数字が違うんじゃないと言われるときは、そういうことでちょっと総数が違います。さらにそれを分解した場合にはといったことで、ご理解いただきたいというふうに思います。

もう一度、参考資料の、先ほどの2枚目辺りですが、出荷本数で見ていただくと、その左側から、薬びん、小びん、ドリンクびん、化粧びん、食料品びんと、2枚目のところですね、

これが本数ベースでありますけれども、この中でリユースが不適だとか、いろいろ書いてあります。まず構造的な部分から言うと、びんのコストの問題がらいます。少量びん、例えば、100ml以下みたいな、小びん、ドリンクびんをリユースかけようと言っても、先ほどあったように、洗いコストの比率が高まってしまって、新びんとの価格差が、当然のことながら新びんの優位性というのが高まるので、リユースがしにくいというコスト要因というのを一つご理解いただきたいと思います。少量の容器については、経済原則から言って、リユースがしにくいといった構造が一つあります。

それと中身の特性ですね。粘性が高いものだとか、油性だとか、中身によって、あるいは薬でいろいろと問題が出るみたいな、中身の特性によってリユースがしにくいという2つをご報告させていただいて、そういうようなことの様子からすると、リユースが不適と思われるものというのがそちらです。

一方、一部ワンウェイのリユース化が可能だというのが出ておりました清酒の中小びん、焼酎びん、ウィスキーびんなどがあります。業務用市場等、クローズドマーケットに出る比率がかなり高く、そちらでリユースが可能ではないかなといった商品がそちらにしてあります。食料びんとか、調味料びんというのは、先ほどあった量販店だとか、オープンマーケットで売られますので、ここについてはちょっと、そういう仕組みなり、消費者の意識みたいなものが高まってこないと厳しいのかなということで、何もちょっと記述はしておりません。

まず当面可能なところというのは、クローズドマーケットで動いているワンウェイびんをリユース化するといったところが可能なのかなといったところで、一部ワンウェイびんのリユース化は可というような表示を一応しております。以上でございます。

安井座長 もし、追加のご質問がありましたら、後で頂きたいと思います。それでは、続きまして、加山さんのほうから、参考資料4、5、6、7と、ご説明いただきたいと思います。

事務局 恐れ入ります。参考資料の4をご紹介させていただきます。前回委員会で、官公庁におけるリユースびんの調達状況というのはどうなっているのかというご意見を頂きまして、それについて整理をしたものでございます。参考資料4でございます。

グリーン購入法におけるリユースびんに関する記述というものはございませんが、役務において、「繰り返し利用できる食器を使われていること」といったような判断基準というものは設けられているということでございます。

(1)の、「平成21年度特定調達品目検討会」というものがございますが、この中でも、会議・イベント等における際には、そういったリユースびんを使うべきではないかといったようなご提案は出ているところではございますが、最終決定には至っていないというのが状況でございます。

その他に関しまして、リユースびんの取り扱いについて2つご紹介をしております。一つが、容器法の在り方について、意見具申の中でございますが、この中で、公的施設等において、リターナブル容器を導入促進するべきではないかといったようなことが挙げられております。

もう一つが、「会議等の環境配慮のススメ」ということで、環境省から出されているものでご

ざいますが、こういった中でも、リユース容器を使いましょうといったようなチェック項目のようなものが設けられているというような状況でございます。

続きまして、参考資料の5をご紹介します。こちらは、「ボトラーにおけるリユースの取組み事例」ということで、できればもちろんこういった場でヒアリング、ご発表をいただければというところではございましたが、事務局のほうでインタビューをさせていただいて、簡単にまとめさせていただいた事例をご紹介します。

1つ目が、宝酒造様でございます。こちらは一升びん、720ml、300mlのびんをリユースしておりますが、特に特徴的なのが720mlの宝焼酎「純」、および「純レジェンド」、こちらでのリユースでございます。下線部を引かせていただいているところを中心に紹介いたしますが、宝酒造様では、1994年から主力製品であるこの2品目のリユースをされているということでございます。非常に環境配慮に努めていらっしゃる企業でいらっしゃるしまして、4Rの一環としてリターナブルびんも積極的に進めていらっしゃるということでございます。累計8,700万本をリユースされているということで、年間200~300万本程度リユースびんで出荷をされているということでございます。

回収状況につきましては、業務用に供されたもの、居酒屋等に供されているものに関しましては、効率よく回収されているというようなことございました。2ページ目に移りまして、多く回収されている理由の一つといたしまして、多くのびん商さん、および料飲店さんが、このびんはリユースできるものであるという認識が広まっているところがあるのではないかといたようなことを、ご意見として頂いております。

続きまして3ページ目、ホッピービバレッジ様の取組でございます。写真に掲載させていただいておりますが、左手のほうがりターナブルのホッピー、右側の写真がワンウェイのホッピーとなっております。こちら、ホッピーの取組としましては、主力商品のホッピーの容器を2種類用意しております、業務用にはリターナブルびんを、小売用にはワンウェイびんを使っているということでございます。ですので、回収できるところにはリターナブルびんをというふうに使いつけていらっしゃるということでございます。業務用に関しましては、95%以上回収できているということでございまして、販売先によって売るびんをそもそも変えるところが一つのポイントとなっております。

製造段階におきましても、もう別々のラインで充填をされているので、リターナブルびんに関しましては専用のP箱で、ワンウェイに関しましては段ボールで出荷をされているということで、リターナブルびんに関しましては、ライフサイクルで大体50回転ぐらいしているのではないかとこのふうにお話を頂いております。

駆け足で恐縮ですが、参考資料の6をご紹介します。こちら、前回の委員会でも、これまでいろいろなりリユースに関するモデル事業が行われているはずだが、その内容について少し整理が必要ではないかというご指摘を頂きましたので、文献調査ではございますが、整理した内容になっております。参考資料6の2ページ目をご覧になっていただければと思います。既往の文献等から、これまでどのようなモデル事業がやられているのかというものを簡単に表で整理をしております。これまでのモデル事業といたしましては、規格統一びんを作成、普及啓発していくような事業。例えばの900mlの茶びん、のRドロップスの取組、こういっ

たような取組ですとか、回収実験、例えば ですとか といったようなところで、スーパー、コンビニ、宅配、こういったようなものでどれくらい回収できるかという取組が進められてきているところがございます。また、業務店における取組といたしましては、先ほどご発表も頂きましたが、ワタミさんでやられているような取組、こういったものもモデル事業として進められているということがございます。以降、文献調査がベースではございますが、その概要について少し整理をしております。詳細につきましてはご説明を省かせていただきますが、ご覧になっていただければと思います。

続きまして、参考資料7、A3の折り込みになっております資料についてご紹介をさせていただきます。こちら、開いていただければと思いますが、この資料に関しましては、リユースシステムとワンウェイシステムにおける費用負担、コストの比較ということで整理を試みたものがございます。

まず左上の図について、「リユースシステムでのびんの流通」と書いてありますが、こちら、矢印に関しましては、すべてびんの流通を示しております。リユースシステムにおきましては、すべてP箱でびんというものは動いてくるというふうに簡略化できるかと思いますが、製造段階におきましては、P箱に回収びんが入った状態で調達され、洗浄・充填され、またP箱に入れた状態で流通をしていくとなっております。業務用等に販売はされますけれども、またP箱に入れられて、びん商さんのほうで回収され、びん商さんのほうで洗浄なり、検びんをされて、またボトラーに戻るといったような流れとなっております。

一方、右側の図でございますが、こちらはワンウェイシステムでのびんの流れでございます。こちらでは、新びんを段ボールに入れたような状態で調達をいたしまして、洗浄をして、充填をし、出荷をしております。この際、出荷用にまた新たに段ボールが必要になるということで、新びんの調達時に入っておりました段ボールというのは、この段階で廃棄をする必要がございます。流通におきましては、出荷用の段ボールに入った製品を卸・小売さんがそれぞれに販売をするような形になりますが、この段階で出荷用段ボールというのもどこかで廃棄しなければいけないこととなります。料飲店さんにおきましては、そこで消費されたものは処理・リサイクルをしなければならず、また、家庭で消費されたものは原則、市町村等で集められまして、リサイクルに回るといったような流れとなっております。

概要につきましては以上でございますが、下の表につきましてご説明を申し上げます。一番左の軸に「主体」ということで、ボトラーから卸、消費者、自治体、びん商といったような形にしておりまして、それぞれのリユースシステムでのコスト、ワンウェイシステムでのコストというものを特徴的といいますか、比較対照すべきところを、共通しないところについて整理をしているところがございます。

表の右側になりますが、各主体にとってのメリット・デメリットということで、リユースをすることによるコスト削減効果と、コスト増になるような項目などを整理しております。例えばボトラーさんにおきましては、一般に新びん価格のほうが高く、回収びんのほうが安ければ、びん調達費用は安くなるですとか、新びん調達時の段ボールを廃棄する費用はなくなるですとか、そういったコストのプラス面があります。一方、洗びん、検びんというものをボトラー内でやるのであれば、それはコスト増になるであろうといったような整理をしております。

細かい説明は割愛させていただきますが、こちらの表で申し上げたいところは、リユースによってコスト削減できる可能性というのは非常にあるということです。もちろんコスト増になる項目もございますが、ここに関しましては、それぞれの取組の中で十分吸収されうる可能性があるのではないかとということをご説明させていただければと思います。なおこちらは、そのシステムと、そのシステム紹介しているものがございますので、例えば、今、ワンウェイびんを使っている方がリユースのびんに、例えばP箱での調達および出荷というのに変更になりますと、何らか工程上にもまた調整が必要とお伺いしておりますので、あくまでこれはシステムとシステムでの比較であるということをお知らせします。

続きまして、あと、牛乳びんに関して環境省のほうからお願いします。

村上係長 第1回の検討会につきまして、浅利委員から、福井県の牛乳びんのリユースということでご発言を頂きました。こちらにつきましては浅利委員のご発言のとおり、現在、福井県の大部分の小学校の給食では、びんによる牛乳の提供をしているということでございます。この取組につきまして関係者にヒアリングを行いましたところ、福井県ではちょうど平成18年ごろより県内の教育委員会、それからPTAなどの保護者との間で、環境教育という観点から、森林の伐採などを伴う使い捨ての紙パックや、プラスチックのストローを使わないという議論を行っておりまして、その議論を受けまして、各小学校がそれぞれの判断で、びんの牛乳を使用しているという状況でございます。

ただ最近では、そもそもびんでの牛乳を提供する納入業者さんが減少しているということで、入札が不成立となって、その結果として、福井県でも紙パックでの牛乳の提供が少しずつ増えているのが現状でございます。以上、ご報告させていただきます。

安井座長 ありがとうございます。ご質問、再ご質問等も頂けるかと思うのですが、時間が遅れておりますので、次の議事3の説明を頂いた後に、まとめてご議論いただきたいと思います。よろしくをお願いします。

(3) びんリユースシステムの評価基準と成立の条件の整理

安井座長 それでは、議事3でございます。「びんリユースシステムの評価基準と成立の条件の整理」でございますが、資料のご説明をお願いしたいと思います。お願いします。

沼田室長補佐 それでは、お手元の資料4「びんリユースシステムの課題と成立の条件の整理」をご覧ください。第1回、第2回のプレゼンテーション、また事務局が行いました各関係者へのヒアリングを踏まえまして、整理をいたしました。今後取りまとめる指針へのたたき台として、今回議論をしたいと思っております。

では、できるだけ議論の時間を取りたいと思っておりますので、若干駆け足で、まず全体のご説明をいたします。

まず1.が、「酒類用びんのリユースシステムの意義及び期待される効果」としまして、最初に、検討の対象範囲をどこに置くのか。今回はリユースびんの中でも、これまで自主的な取組

が構築されております酒類業のびん、とりわけ関係者による取組事例が多く見られる日本酒・焼酎びん、これに焦点を当てて検討を進めたいと思います。

次に、目指すべきびんのリユースシステムですが、前回の参考資料でお付けした既存調査からも、高い回収率の実現、またリユースを行う際の輸送距離が長くないこと、これを前提としまして、びんリユースはワンウェイに比べて環境負荷の面で優位となっております。これを踏まえまして、消費されたリユースびんが当該消費地の周辺で回収、使用されるびんリユースシステム、この構築を目指して検討を進めたいと思います。

次が、酒類用びんのリユースシステムの意義、環境保全上の効果ですが、びんをリユースすることで、廃棄物の発生抑制、またリサイクルに伴うエネルギー使用を省いてCO2排出量を削減できる、こういった効果をまず書いております。次に、市民が実際に取組を身近に実践し、3R全体にも関心を持っていただける、こういった波及効果も期待できるだろうと思っております。

4点目、びんリユースシステムのコスト面のメリットですが、びんのリユースは関係者の自発的な取組によって関係各主体がコスト面のメリットを享受しつつ、循環型社会の形成が促進される、望ましいシステムと言えると思います。具体的には、びんリユースが進まないことで、外食店舗であれば廃棄物処理費用の発生、あるいは行政回収であれば量の増大による行政コストの増大、またCO2排出量等の環境負荷の増大、こういった問題が発生します。言い換えれば、リユースシステムを構築することで、こういったコストを削減することができるであろうと思われまます。

次の2が、「酒類用びんのリユースの現状」でございます。これは前回のヒアリングでも説明いただきましたが、まずリユースびんの使用量の推移としまして、近年、酒類を含め、飲料用品全体におけるびんの比率が減少傾向にございます。背景には、少子高齢化、核家族化の進展といった社会構造の変化、また、かつては一般の酒販店による配達を中心でしたが、量販店、コンビニの台頭による流通構造の変化、こういったものがあると考えられます。2ページに行っていたいただきまして、そうした中でリユースびんの使用量は、びん全体の使用量よりも減少のペースが早くなっておりまして、国内のびん使用量に占めるリユースびんの比率は、直近の値で48.7%と減少傾向にございます。

次に、今回の検討対象である、日本酒用のリユースびんの現状です。今回はまず一升びん、300mlRびんを取り上げておりますが、一升びんの場合、使用本数が平成11年の5億本弱から、平成21年の2億本強に減少。また、新びんの比率も上昇傾向にございます。また、300mlRびんにつきましても、300mlびん全体の出荷本数の約11%に当たる752万本出荷されておりますが、このうち実際に再利用される本数は約20%強にとどまっております。また、びん商の現状につきましても、これもヒアリングでプレゼンいただきましたとおり、全国びん商連合会の事業者数は平成22年時点で552社、ピーク時の約半分となっております。また、洗びん本数も減少傾向にあるという状況にございます。

次の3点目が、酒類用びんのリユースシステムの課題です。まず、資料4の別紙としまして、びんリユースシステムの流れをフロー図にいたしました。これをご覧いただいた上で、我が国における酒類用びんのリユースシステムが抱えている課題を、以下のとおり整理しました。こ

これは、主体別に整理することも考えましたが、複数の主体にまたがる論点もありますので、今回、大まかに、酒類製造工程と流通・消費・回収工程、この2つに分けております。

まず(1)が酒類製造工程です。が、びんの規格の不統一。これは同一規格のびんを各酒造会社で共通に使用している場合、統一的な回収容器、洗びん工程の仕様によって、全国規模での効率的なリユースの構築が可能となります。逆に、同一容量でもさまざまな規格のびんが流通している場合、こういった全国規模でのリユースシステムは構築しにくくなります。これは、ガラスびんリサイクル促進協議会から情報提供いただきましたが、現状、300ml びんで約60種類、720ml びんで約80種類、900ml びんで約20種類、一升びんで約10種類あるとのこと。これは形状の種類と色の種類を掛け合わせた数字ですが、多種類のびんが流通しているという状態がびんリユースの成立には障害となると考えています。次に、新びんを用いて酒類を提供する場合のコスト面のメリットの減少。これは、新びん価格下落によってリユースびんと価格差が縮小しておりますので、酒造会社にとってはリユースびんを用いるコスト面のメリットが減少していること、これがリユース減退の一因になっていると考えられます。

次に(2)が流通・消費・回収工程でございます。まず、一般消費者に販売された酒類用びんの回収の困難性。これは購入ルートの多様化、コンビニやスーパーなどの購入の増加によりまして、一般消費者からリユースびんを回収するルートが構築しにくくなっております。一般消費者からの回収ルートとして行政回収を利用することも考えられますが、この場合、回収容器の導入などによるコストの増大を伴うことが課題になると考えています。が、空きびんの回収容器、P箱などの不足によるコスト高。P箱は、従来は空きびんの不良によって発生した空きP箱を回収する仕組みとなっておりました。現在では、新びん比率の上昇、あるいは段ボール出荷を酒造メーカーが選択するケースが増えていることから、P箱で回収された空きびんが、びん商で在庫として滞留しているという事態が増えております。P箱レンタル事業者にとっては、空きP箱の回収費の増大、空きP箱の供給負担などにつながっております。また、Rマークびんにつきましては、専用のP箱がなく、コストの有意性が発揮されないこと、新たにP箱を投入する費用を誰が負担するのか、こういった課題がございます。

ですが、リユースびんの品質に対する酒造会社の要求レベルの上昇。先ほどのヒアリングの中でも触れていたかと思いますが、近年、一般消費者、あるいは販売店、こういったところからのクレームの発生を懸念しまして、リユースびんの品質への要求が高くなっておりまして、不良率も上昇傾向にあります。具体的なクレームとしては、回収過程でのびんの傷の発生、あるいは洗浄工程の不備によるカビの発生、こういったものが指摘されております。

最後に、びんのリユースに対する認知度の低下。これは平成20年の国税庁の調査報告で一般消費者へのアンケートを採っておりますが、リターナブルびん、ワンウェイびんについて、知らなかったという回答が46.8%と最も多くなっております。システムが衰退した結果、びんリユースの認知度自体が低下し、さらにシステムの維持が困難になっているものと考えられます。

最後に、4.「酒類用びんリユースシステムを成立させるために必要な条件」としまして、以下のとおり整理をいたしました。4ページをご覧ください。ここも同じく、製造工程、流通・消費・回収工程に分けてあります。まず(1)製造工程の、同一のリユースびんが大量に

使用されること。これは複数の事業者が共通して使用できる同一種のびんが大量に使われることが望ましい。びんの規格の統一によって、効率的なリユースシステムの成立につながりますし、また、P箱等の回収ルートの統一も可能になるというメリットが生じます。

次に、リユースびんを用いて販売する酒造メーカーの販売本数が相当程度あること。持続的なリユースシステム成立のためには、相当程度の本数のリユースびんが流通していることが必要と思います。リユースびんの比率も、現在低下傾向にありますが、酒造メーカーのリユースびんの利用が拡大し、販売本数が増大することが望まれます。

(2)が流通・消費・回収工程についてですが、まずが、コスト面でメリットが生じ得る、またはデメリットが生じないシステムであることが必要です。システム成立のためには、びん商、P箱メーカー、小売といった各主体にとってコスト面でのメリットが生じること、または最低でもコスト面でのデメリットが生じないことが必要となります。コスト要因ごとに必要な対策を整理すると、以下のようになります。まず1点目が回収ルートの確立。これは低コストでびん商にリユースびんが回ってくるシステムの構築が必要となります。具体的には業務用流通ルートの戻りびんなど、既存のルートを活用することで、大きなコストをかけずに回収ルートの確立が可能になると考えています。一般からの回収としては、自治体の回収ルートの活用が考えられますが、このためには回収過程での破びんの回避のため、P箱などの回収容器導入など、こういった回収システムが必要になると考えられます。

次に2点目が、P箱等の散逸防止、共通化です。これはP箱の散逸を抑えるために、先ほどのプレゼンでもお話がありましたが、業務用ルートなど、P箱の管理ができるところにのみP箱を供給するといった対応が考えられます。レンタル事業者においては、こういった策を講じていくことにより、P箱の提供コストを低減することが重要であろうと考えられます。

3点目が、回収率の向上。システム維持のためには、高い回収率を維持することが前提となります。この点、業務用については既存のルートを活用することで、ほぼ100%の回収が可能となりますので、クローズドでのびんリユースは成功の可能性が高いと考えられます。一般家庭からの回収率向上のためには、これも一般消費者に対し、びんの持込みを促進する効果的なインセンティブが提供できているかどうか重要であろうと考えています。

としまして、リユースびんの品質に対する酒造メーカーの要求を満たす努力。これも具体的には、例えば回収、洗びんの各工程のノウハウを蓄積するよう、びん商をはじめとする関係事業者は努力をしていく必要があるだろうと考えられます。また、回収容器の統一化は、回収過程の破びんの発生防止という意味で、これも品質向上にも資するものと考えられます。

最後の(3)が、製造工程、流通以降の両方に共通する事項としまして、まずリユースびんに対する生産者、一般消費者等の理解があること。これは酒造メーカー、販売店、一般消費者がリユースびんの特性、一定程度の傷や汚れが発生してしまうこと、これを理解し、受容することが必要であるということです。また回収に際しても、例えば居酒屋などから回収を行う場合、店員のリユースびんに対する理解、回収の協力を得ることが必要となります。

最後の は、環境負荷の面でワンウェイよりも優位であること。これは一般消費者をはじめとして関係者の理解を得るためには、びんリユースがワンウェイびんに比べ環境負荷面で優位であることが必要となります。先ほどもご説明しましたとおり、びんリユースシステムが環境

面で優位になるには、高い回収率、また輸送距離が長くないこと、これが前提になりますので、システムの構築にあたってはこうした点に留意する必要があると思います。

以上が、資料4「びんリユースシステムの課題と成立の条件の整理」でございます。

安井座長 ありがとうございます。大体、残り時間が40分くらいでございますので、その間にいろいろ議論をしてみたいと思います。先ほど来、いろいろご質問を頂くようなこともあったと思いますが、一応こんなまとめとなっております。これが、恐らく次回までには文章の形になっているだろうと思いますが、提出されます。本日これを骨子といいますか、この辺りの議論、ここは同意できないとか、この辺は何をつけたらいいですか、そんな感じで議論から行われることが望ましいかと思います。どなたか。では、どうぞ。

織委員 実は前回話したくて、時間がなくて意見が言えなかったというところもあるのですが、今回の、この成立条件の整理は非常よくできていると思います。ただ、リターナブルを考える前提として、ここにも書いてあるのですけれども、そもそもガラスびん自体が希少生物扱いになっているところがクリアされて、それからリターナブルという、そういう流れがあるのかなと思っています。

結局、ガラスびんが容器として素晴らしいというところを、もう少し消費者にアピールしていただきたいと思っています。安井先生と一緒にいった、ドイツのPETのリターナブルのときに、ビールを缶とか、紙とか、プラスチックで飲むのはとんでもないと。味覚的にびん以外はありえないというのが、もうヨーロッパでは、重くても定着している。そのときに、ベルギーもそうだったのですが、やはりびんで飲んだほうがおいしいとか、びんで飲んだほうが品質がいい、あるいはおしゃれであるとか、やはり「びんが好き」というのがもっと前面に出てきていいような気がしました。その上で、リターナブルとしてシステムがどうあるかという議論があるのかと思います。

リターナブルのシステムとしての効率性ということで幾つか整理していただいたのですが、先ほどの東北びん商連合さんがおっしゃっていたことについて、私は2とおりのやり方があると思います。1つは、消費者を巻き込んでやっていくということと、もう一つは、すごく簡素なシステムで、もう普通に、消費者が気が付かないうちに乗っているというのは、確かにありだなと思いました。もうシステムがきちんとできていて、知らないうちに乗っているというのは、どちらかというところ、このペーパーが割とクローズドをメインにしている、そちらになっているからだと思って、それはそれで結構だと思うのですが、もう一方、このクローズドの中でネックになっている品質の問題ですとか、あるいはデザイン変更の問題というのは、やはり消費者の理解がないとメーカーさんが動かないところだと思うんです。ですから、やはりそこをやっていく上では、傷がついていても文句を言わない、ある程度の品質についてはそんなに過剰なクレームを言わない消費者、あるいは、ある程度規格が統一されていても、デザインで買うより味で買っていきような消費者というのをつくっていくためには、話が戻るのですが、やはりガラスびんの良さというのを全面的に言っていきながら、びんが容器としてこのまますたれてしまうことが果たしていいのかどうかということ、国民的にもう少し問うていく啓発

普及活動というのが不可欠なのではないかと思いました。以上です。

あと、もう1点。リターナブルは、ほかにメリットはないのでしょうか。このコスト面と、環境負荷の面と言われるのですが、例えばリターナブルをやることによって、メーカーとしては食い込むことができるとか、それで必ず通いびんのような形で戻っていくから食い込むことができるとか、何かもうちょっとメリットが出てくれば、もう少し言えるのではないかと思います。そこは現実わからないので、よくわからないのですが。以上です。

安井座長 ありがとうございます。ちょっとコメントを申し上げたい点があるのですが、ガラスびんが容器として素晴らしいというんぬんと言いますが、実をいいますと、結構、欠点もあります。実を言うと、最大の優位点が、やはりリユースできるということなんです。しばらく前までは、実をいいますとワンウェイで、リターナブルなんかにしちゃったらガラスびんの出荷量が減ってしまうというので、ガラス業界もいささか抵抗感があったのですが、最近、他素材との競争になったものだから、やはりこの優位点は絶対に確保しようというように多分、業界もそういう方向を向いているのではないかという気がします。ほかの素材で多くの事例、例えばPETに替えた瞬間に、高級感がなくなって売上げが落ちるなんていう例も、最近はこちらら無きにしもあらずです。その辺り、高級感とか、あるいは焼酎でも、紙に入っているものが高級だと思う人は多分いないと思います。だから、もう1個あるとしたら、高級感ではないでしょうか。

織委員 ただ、機能保持とか、あるいは口当たりですとか、冷暗維持機能とか、そういったガラスならではの特征というのはあると思います。

安井座長 それはもちろんあるのですが、やはり一番消費者の感性に訴えるものとしては多分、高級感という気がします。味は、わかる人はわかるかもしれないけど。確かに紙パックはいろいろ文句を言う人もいます。PETは、あんまり文句を言う人がいないかもしれませんが、そんな感じかと思います。馬奈木委員、どうぞ。

馬奈木委員 今のお話を聞いたことと、東北びん商さんの実際やっているときに消費者側からのクレームが来なかったということとを考慮すると、消費者はそんなに物自体には敏感ではない、または気にしない可能性も高いと私は思います。ですので、高級感がある場合は、びんであるがゆえに高級感という、びんをつかってうまくマーケティングができる場合に高級感が生まれるという、そういう売り方だけの問題であって、びんということだけでプラスアルファの価値は生まれない可能性が高いのではないかと思います。そういう意味で、消費者調査などをする際に、本当にそれがそうかは確かめる必要があると思うのですが、環境的、経済的なものをサプライサイドのほうで追求していくことのほうが重要かなとは思っています。以上です。

幸委員 ガラスびんの魅力といったところは確かにベースになるとと思います。ワタミさんでも報告があったのですが、消費者への普及が課題ですと。一緒にやらせていただい

るのですが、消費者の方がリユースびんを選ぶときに、「だから、おれはこれを選ぶんだよ」といったところの理由付けが絶対に必要になると思います。「何かいいことをしている」、あるいは「おれの選択は正しい」といったところを裏付けする理屈が必要になるのかなと思います。それを補足していかなければいけないのではないのでしょうか。そこには、片方で、もう1個違う事実とすると、ガラスびんの評価を取ると、ガラスびんで飲むとおいしいという話が必ず出てきます。そういったところの絡みで、ガラスびんの良さとリユースを組み合わせる訴求できるかといったところが、最終的にはお客さまに価値として認めてもらわない限り、セットなので、セットでそこに価値があるといったところに何とか結び付けられればいいのかと感じました。

安井座長 ありがとうございます。ほかに何かありますか。はい、どうぞ。

浅利委員 ちょっと先ほど質問しそこねたというのと、この前、質問いただいている参考資料でもいくつか回答を頂いたので、条件の整理等で考えていければと思っているのですが、今回、東北のほうから日本酒、それから九州で焼酎という話だったんですけれども、地域差というか、お酒の種類とで結構違うのかなと感じました。それが全く成立しない地域があるのかどうかというのは、もしかしたら吉川さんに聞いたほうがいいのかもわからないのですが、地域差的部分と、お酒の種類で、もう少し具体的な整理ができるのかなという気もしましたので、問題提起とさせていただければと思います。

安井座長 何かお返事されますか。

吉川委員 前回も私がお話ししましたが、地域、地方の地酒メーカーさんは、紙パックの焼酎を製造していないメーカーがたくさんございます。一概には言えませんが、ワンウェイの商品ばかり売られているメーカーさんは少ないということで、やりやすいという点はあると思います。

安井座長 紙パックは大量に売らないと儲からないということがあるのですか。

吉川委員 今、紙パックは、新業態といわれるスーパーとかコンビニエンスストアで置かれているのですが、値段に対する要求がかなり厳しいということです。ですから、びんに比べるとかなり安い値段でとなっているのが大きいです。

安井座長 ほかに何かございますか。それじゃあ、まず後藤委員。

後藤委員 次回の方向性に向けてということでコメントさせていただきたいのですが、すごくよくまとまってきている資料だと思います。今回のヒアリングで、私もたくさん勉強させていただいたのですが、あちこちこのような状況を打開しようという取組が行われていて、個

別のシステムで言えば、比較的うまくいってきているところもあるということなので、まだ成功事例みたいなものも、今こういう状況で取り組まれているという知見を入れていただきたい。そうすると、よりこれが次につながるものになるのかなと思っています。

それに関連してなのですが、最終的な落としどころをどこまでこの報告書の中でやるかということです。ただ、この検討会でキーワードになっていますが、クローズというところを、どの程度までクローズするのがいいのか、そこには何か閾値のようなものがあるのか。ある場合に、その基準、こういうケースであれば、この場合はこのぐらいの、例えば輸送距離は500kmとか1,000kmとか、そういうキロ数が一つの目安となるのか、そこまで出すのかどうかという辺りを少し議論できればと思いました。

安井座長 私も、実を言うと同じようなことを感じていて、取りあえず今やれること、それから、それから一歩進んで次にやれること、最後のゴールは恐らく理想的な絵が描けると思うのですが、その3段階ぐらいを描くのかなみたいな感じを持っておりました。取りあえず今日出していただいたのは、最初の一步みたいな感じかなという理解でございます。例えば先ほど、吉川さんのほうからご議論がございましたが、P箱はデポジットなのか、それともクローズなのか。多分、最初はクローズかな。それがうまく回り始めたらデポジットもありで、なんかそんな幾つかのことも考えていかなければいけないし、びんも、スクリュウなのか、王冠なのかと、この辺りも、どこかで王冠を準備するというステージが出てくるのではないかという気もします。ですから、最初は現状のびんで、その次に、どこかで王冠型の、Rびんと呼ぶのか呼ばないのかはまた別だし、最終的には、理想的には、ガラスびんというのは全部リユースできるというスタンスで、むしろ絶対できないやつはワンウェイというマーキングを入れるというくらいやればよいと私は思っています。ですから、そのあたりが最後かなと思っているんですけど、そういうかなり先のステージと、それからファーストステージ、その辺を少し整理し直さなければいけないかなと感じておりました。どうぞ。

織委員 今のはよろしいと思います。でも、まさに最初の第一歩と考えたときに、むしろ牛乳びんというのは、どうなのか。浅利先生もおっしゃっている、私も、もう身近に成功しているところは絶対に絶やしたくないという気持ちがあるのですけれど。

安井座長 今日の話で、先ほどの関係者のほうからのご報告でも、入札しても応札する人がいないなんていうことだと、はっきり言ってもう駄目ですね。ですから、その辺り、ですから幾つかヒアリングが必要だと思われれます。東京都内で、牛乳びんは、今でも飲む気になれば飲みます。ですからその辺り、もう少し状況をさらに調べていただけないかなという気はいたします。

取りあえず今回は、本日ご発表いただいている方々、あるいは先回の方も含めて、成功事例が多いのはローカルなお酒だったものですから、取りあえずそこをやるという話になったに過ぎないということでございます。このローカルというその距離なんかは、実を言いますと、先ほどの話に出たPETボトルのリユースの委員会で計算して、ざっくりいって圏内としては大

体 150km ぐらいの感じで、それ以上は、ちょっとまずいという感じです。鹿児島から 150km というのは、あんまり行けないですね。オール九州はカバーできないですね。はい、どうぞ。

浅利委員 先ほど、グッド・プラクティスもぜひ抽出してほしいというところで、今日のお話は非常に面白かったですけれども、ほかにも、ワタミさんの今後の展開の参考になるかあればと思うのですが、会議とか、ちょっと特殊なケータリングとか、そちらの展開とか、宅配系の展開とか、その辺のフォローもぜひやっていただきたいと思います。

あと、先ほどの牛乳びんの件ですけれども、どちらかというとメーカー、牛乳屋さんもやりたくないという思いがきつとあって、逃げ腰という感じはあると思ういます。前の PET ボトルのリユースのときは、かなりいろいろな飲料メーカーの方が来られたと思うのですが、リユースびんとなった途端に、もう関係ないということで、だいぶ引かれたのではないかなと思います。そこは私たち委員も、リユースびんの時代が来るということで、ぜひメーカーにも刺激を与えていけたらと思って聞いております。やはりせっかくの機会ですので、まずは酒からということだと思えますけれども、ほかのソフトドリンクとか、そちらのほうもぜひ、なんとかつかないではいけたらなと思って聞いておりました。コメントというか、感想になってしまいましたけれども、コメントさせていただきます。

安井座長 はい。小沢委員、どうぞ。

小沢委員 全体を、これまでの数年間の反省をベースにこの文章を整理した内容ですけども、非常にまとまっていると思います。しかし、次に、どこをこれから重点的に施策の中に落とし込めていくかということが重要になってくるかと思えます。

今、安井先生のほうから、私的に言えば大体 4 つぐらいのステージに分けて、第 1 段階、第 2 段階と広げていくことも重要かと思うのですが、その中で、一応 3 つだけ私がポイントを考えると、1 つは、蔵元と消費者の協力を得られるように、今までの仕組みの中をどのように変えていくことができるのか、そこが重要な一つのポイントとしてはあるのかなと思います。ですから、蔵元のインセンティブをどうしていくかという問題もあるんですけども、消費者にもインセンティブをどう出していくか。ですからワタミさんにこれから全国的にどんどん広げていただきたいと思うのですが、例えば居酒屋さんに行って R びんを選んだら、ポイントが 1 個つくとか、あるいは、何らかのインセンティブが付くとか、金額的には、なかなか難しいところはあるかもしれないけども、そうすることで、R びんを当たり前にも付けて、おサイフケータイじゃないですけどもポイントが付くみたいな、いろいろな仕組みの中に汎用性として出てくるのかなと思います。

それから 2 つ目が、私もこの間ずっとかかわってきて、びん商さんが、旧来のびん商さんの在り方の中で、このリユースを進める、あるいは継続するということ、私は非常に問題だというか、今の現状よりそんなに広がらないだろうと感じています。状況が変わっているので、びん商さんが新しい状況に立ち向かうために新しい考え方や何かも含めながらやっていかないと、今は一升びんが回っている状況をはるかに超えて、もうはるか彼方に行っているわけですので、

そこを考えると、いかなければいけないのではないかと思います。そういう意味では、びん商さんの事業だけではなくて、地域コミュニティに貢献する、あるいは社会貢献するという、そういう視線をもっと持っていかないと、企業として成り立たないからこういうふうにはやれないとか、その範囲でいくと、私は逆に足を引っ張られるような構造に、以前の構造から脱しないところが出てくるのではないかと思います。

それから3つ目は、今日あまり触れられていないのですが、今後の容り法との関係が重要だと思います。国の施策を積極的に出しながら、地域の自治体が、びんのリユース条例みたいな感じで、各自治体はそういうふう自由に、リユース用例は作成できると思いますので、そのようにして、各地域が自分の地域にリユースを広めるような、そのような施策になることが求められているのではないかと思います。そこでも、容り法の中でリユースを積極的に使ってもらうために、どういうふうに救済していくのがいいのか、そこも一つの論議としてぜひお願いしたいと思っております。以上です。

安井座長 はい。ありがとうございました。容り法をやっていると間に合わないと思いますので、見直しをする際に検討するというところでどうでしょうか。容りは次の改正から、何か盛り込むということでどうでしょうか。ほかに何かございませんでしょうか。はい、どうぞ。

馬奈木委員 今の新しい考えも必要というところなのですが、そもそも、使ったものを、集めて、洗って、運んで、入れて、また運ぶという、輸送に特化した会社だけで、例えば日本で1~2社でもいいんですけど、そのような会社があった場合に、規模の経済が生かせるので、相当集中管理ができて、うまくいくという計算も、計算上は可能かもしれないので、もしそういうことができる場合には、回収のボトルネックが解決できていくかもしれないという可能性など、今までの各社、中小企業が多い中で、そこをうまく補完的にやれる可能性を検討する必要があると思いました。以上です。

安井座長 大規模にいくのか、それとも、例えば地域の持続可能性みたいな、地域特性でいくという手もあるような気がするのですが、それだとどういう形になるのかを検討するのも、逆に必要かもしれません。ありがとうございました。

何かありますか。はい、どうぞ。

小野田委員 先ほど小沢委員からあった、消費者へのインセンティブの話だとか、地域のコミュニティの話というのは、私も重要だと思います。ただ、その部分に関しては、ほかの循環資源の話とも共通する部分があるのかなというところもありますので、そことうまく切り分けながら、そういったところに大きな認識を持ちながら、このびんの話の議論するのがいいのではないかと思います。

あとは、先ほどから資料の4別紙の図を見ているのですが、例えば業務用ルートの図の中の、「居酒屋など」と書いてあって、この「など」が、どういうところが適切なのかというようなところが、今日はちょっとワタミさんの話があったので、そういう居酒屋のイメージがあるの

ですが、わかりにくい。これから連携体制とか、そういった成功モデルをいろいろ活性化するとき、どういったプレーヤーと考えるのかというところが少し見えてくると、いろいろ具体的なイメージがわくのではないかと感じています。以上、コメントでございます。

安井座長 あとは、例えば、量はあんまりないのですが、ちょっとおしゃれなイタリアンなんかに行くと、ウィルキンソンのジンジャーエールなんか相変わらずリユースをされています。

吉川委員 「居酒屋など」で私が思いついたのは、宅配で成り立っている市場です。例えば、生協さんでは、十数年前からリユースびんはかなり力を入れてされています。先ほど織委員から、私が言いたいようなお話をかなりしていただきました。ガラスびんの良さを訴えていただきたいということ、私も本当に同感です。ワンウェイびんとリユースびん、リユースびんが増えたらワンウェイが減るというわけではないと思います。現実では、お酢とか調味料も PET ボトルなど他素材の容器をかなり検討されているのです。そういう状況で、本当に利便性だけが望まれるような、求められるような日本の社会というのにちょっと何か異論をさし込みたいなと思います。

デザインだけではなかなか商品は売れない、お酒というものは中身が良ければ売れる。容器じゃないのです。よく冗談で「人間と一緒にや」といいます。「人間も外見、格好ではない。中身やで」と。それと同じですね。去年、ボジョレーが発売されて、PET ボトルで出荷されたのです。ところがボジョレー協会の会長さんが、「PET ボトルは、来年から輸出は禁止」というような発言をされています。これはやはりボジョレーの値打ち、高級感というものを維持するためだと思います。そういうものをガラスびんは特性として持っているわけですから、もっと普及していきたいと思います。

安井座長 今日、ご発表いただきました方々も、ご自由にご発言いただいてよろしいのですが、何かございましたら後でご発言いただきたいと思います。

先ほどの宅配の話は、もう小沢さんがいらっしゃるの、特に説明を要しないだろうと思いますが。宅配牛乳びんのうち 900ml のものは割とリターナブル率が高いようです。

生協の小びんは、皆さんが便利に小物入れにお使いになってしまうものだから、あまり返ってこないという状態で、やはり小物はなかなか難しいのかもしれない。

あと、先ほど伺っていて、何とかしなければいけないと思ったのはびんの種類です。資料 4 の 2 ページにございますが、300ml が 60 種類、720ml が 80 種類とあります、先ほど「色を含めて」とおっしゃいましたが、これは 3 か 4 で割れば、形の種類になりますか。

幸委員 そうですね。

安井座長 また、吉川さんに伺うのがいいのかもしれないけど、この辺のびんで、例えば、同じ 720ml でも、スクリュウキャップをかけるときの互換性があるびん、無いびん、いろいろだ

と思うのですが。その観点で分類すると、互換性は無いと考えていいのですか。

吉川委員 口の型にも、いろいろと形がありますので、難しいです。一般的には、どこのメーカーさんもPP口には対応できる機械を持たれていると思います。

安井座長 王冠は、必ずしも持っていない。

吉川委員 中容量びんの王冠口に関しましては、現状では打栓する機械をお持ちのところはかなり少ないです。PP口であればすぐ対応できるけども、王冠口は新たな設備が必要になると思います。

安井座長 先日、予備的なところでお話が出てきた、プラでキュッと中に入れるような、栓にシュリンクをかけるというお話は、少しわかりましたか。

吉川委員 王冠口、それに簡単なプラスチックの栓なのですけれども。それはそれで行うことはでき、単価もかなり安くできる可能性があると思います。ただ、メーカーがデザイン的に許容されるかどうかという問題もあると思います。

安井座長 最後は、やはりシュリンクをかけないわけにはいかないですからね。

吉川委員 そうですね、いたずら防止のために。

安井座長 あと何か抜けている議論がございましたら、ちょっとお考えください。

今日、お帰りになってからでもいいのですが、次回、できたら最終原稿に反映をしたいと思いますので、できるだけ思い付く限り、もう一度考えていただいて、何か抜けてはないかということをお考えいただきたいと思います。

小沢委員 確認なのですが、次回のときに改善方法がどこまで出すべきなのでしょう。例えば、規格統一するといっても、どのような方法で、どのようなことを考えると規格統一ができるのか、そこまで踏み込まないといけないのではないのでしょうか。それはどこの論議になるのかよくわかりませんが、「よし、それでやろう」というふうにはゴーサインにつながらないところがあります。問題点だけ出す形ではなくて、それを解決するためには具体的にこういう方法がある、あるいはこういう方法もあるとか、どこまで踏み込んでやるかが重要だと思います。「3回の会議しかなかったけれども、やはりやってみてよかったね」という、生煮えにならないような感じの内容をしなければいけない。これは非常に申し訳ないのですが、そのためには、この1カ月ぐらいの中で、空中戦も含めながらいろいろやりとりをやりながら、まとめる方向性でやっていかないといけないのではないのでしょうか。

その辺についてはどうなのですか。次年に課題は幾つか残しながらでもやっていく方法でや

るのか、あるいは最大限解決点についても触れるのかどうか。そこら辺が多分、私だけではなくて、いろいろな方の注目点になるのではないかと思いますので、それをちょっとお聞きしたいと思います。すみません、辛口で。

近藤室長補佐（統括） その点なのですけれども、一応の形としては、指針みたいな形でまとめようとは思っています。方向性ということで、現状を把握して課題を洗い出すということだと思います。今後どうしていくかということにつきまして、びんをつくっているメーカーさんとか、集めているメーカーさんとか、容器の会社さんなどいっぱいありますので、どういう形で進めていくのがいいのかというのを考えながら、どこまでいけるのかということだと思います。ただ、ここでこの検討会が終わりというわけではございませんので、今回まとめていったものを踏まえて、ここからまた宿題が出てきて、それをいろいろな形で解決をして、また持ってくる形になります。当然、ここにいらっしゃる方がすべてというではございませんので、そこを一步踏み間違えると、うまくいくものもうまくいかなくなってしまうということもあるかと思しますので、ちょっと慎重に検討しつつ、なるべく踏み込めるところは踏み込みたいと思っております。

安井座長 おっしゃるとおりだと思います。例えばびんの統一をどうするのだと言われても、それこそワタミさんみたいに完全クローズだったら別に何でもいいということになります。完全クローズドシステムの場合には四角いびんで十分回るわけですから。ただ、それが望ましいか、望ましくないか、統一びんにいくのか、いかないのか。本当に統一びんを目指したときに、今この世の中だと、やはり強制的統一びんというのはあり得ないので、デファクトでそうやってきてはどうしようもない部分も出てきます。その辺、昔は丸正びんというのが何となく回っていたのですけど。丸正は計量法になると思いますけど、やはり法律は、多分そういうところに根拠があった丸正マークだと思います。

これもまた吉川さんに伺いたいのですが、このびんを集めても価値がないというものは、びん商さんは全部ご存じなのですよね。日本全体で、誰がこのびんに詰めているという情報は、すべてのびん商さんに、もう全部共有されているのですよね。

吉川委員 いや、そこまではないと思います。商品の数が、かなり莫大にありますので。

安井座長 というよりも、要するにリユースされているびんは、これとこれだという意味なのですけども。

吉川委員 そういう意味では、びん商であれば把握していると思います。

安井座長 パッと見てわかりますか。

吉川委員 それは仕事の経験上ですので。単純ですが、商売といたしまして、売れば回収し

ます。

安井座長 例えば、Rマークがあれば一応目安にはなりますか。

吉川委員 当然、目安にはなります。

安井座長 やはり何か目安があったほうが良いということですね。Rでも、丸正でも、何でもいいのですが、何かマークがある。あとは、完全プライベートで、ワタミさん方式であれば、それこそ外へ出ないですから何でも良いというような感じかとは思われます。

馬奈木委員 今の話でいうと、先ほど小沢さんの、ただ問題点だけ出してもしようがないという点もありますので、事務局へのお願いになるのですが、吉川さんなどの経験値にヒアリングしながら、初期投資を払って、システムなり、びんなりを変えることに対して、どのくらいコストがかかるを算出してはどうか。日本全国をカバーするのか、非常にざっくりとローカルを選ぶのかは別にして、制度を変えるときにこれくらいコストがかかって、非常に大ざっぱな計算で環境的にはこのくらいいいことがあるだろうと算出すべきではないか。コストベネフィット的にちょうど1になるのは、社会的プラスアルファの価値がこれくらいだろうという計算をすることも可能だと思う。しかし、もしそういうことを非常にラフにされると、そうしてプラスアルファの社会的な価値が相当ないと駄目なのか、ちょっとでいいのかということで議論の仕方も変わると思う。もしちょっとで必要であれば、それこそ普及啓発等で解決できる問題なのか、味がいいといった問題で解決できるのか、全く違う、そもそもシステム的なものを大きく変えなければいけないという議論につながるので、本当にラフでいいので、何らかの仮想的な状況で計算していただくと、次の議論につながりやすいと思いました。

安井座長 ありがとうございます。あと、今回の視点にはないけれども、例えば、次に出てくるところで、書かなくてもいいのかもしれないけど、例えば廃棄物が減ることのメリットとか、環境・教育上のメリットとか。それから、エネルギーコストが今、100ドル超えましたかね。リビアがあんなことになると、またもっといきますね。もっとも輸送にもガソリンを使っているから、似たようなものになりますが、そういうものとか、いろいろな状況を少し、周辺状況もできたらちょっと、こんなポイントがあるというようにいろいろとお書きいただいて、こんな観点もあるぞという、リマークがあればという気がいたします。

幸委員 あと、参考資料7、一番最後のところにコスト話があるのですが、ワンウェイびんとリターナブルびんを比較している感じになっている。何度も出ているように、リターナルびんというのは容器が、ビールで言えば、缶ビールとリターナブルびんが、いわば比較対象なのですね。牛乳びんの場合は紙、お酒は紙だということで、ワンウェイびんとリターナブルびんを比較して、ワンウェイびんよりこっちのほうがというような議論をしていますが、あまり意味がないとうところで、その辺も加味して、コストの部分だとか、メリット、デメリットのところは、

他容器との関係も出てくるので、その辺も含めてちょっと、これから準備を、私もお手伝いしますので、よろしくお願いいたしますと思っております。

安井座長 そのあたりもしかし、プロダクションボリュームの話もあります。だから本当にどのぐらいの規模で製造するかということで多分異なるので、そう簡単ではないとは思われます。どのぐらいの蔵元さんなのか、蔵元の規模によっては、紙に詰めるわけにもいかない、PETに詰めるわけにもいかないみたいな話になるのかなという気もします。その辺のサイズの話も、する必要はありますが、その辺の検討は。来年でもいいのかもしれない。

それでは大体、今日ご議論いただいたことで、次回、第3回目には、少し文章が書かれた、何という名前になるかわかりませんが、まとめの文章をご議論いただくということにさせていただきます。それを含めて、今後のスケジュールに関して、お願いします。

(4) 今後のスケジュール

沼田室長補佐 では資料5「今後のスケジュール」をご覧ください。今回、第2回が終了いたしましたので、次回、第3回ですが、3月22日、時間は14時から16時で開催いたします。今回は、先ほど安井先生からもお話がありましたように、取りまとめ案を事務局のほうでご用意いたしますので、これについてご議論を頂こうと思っております。以上、今後のスケジュールでございます。

安井座長 これで閉会とさせていただきます。本日はどうもありがとうございました。

(以上)