

## 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7回）

### 議事録

#### <開催日>

平成24年3月16日（金） 開催

#### <議事次第>

（1）開会

（2）議事

[1]平成23年度びんリユースシステム構築に向けた実証事業の成果報告

- 1 東日本復興支援「郡山市容器リユースモデル実証事業」
- 2 丸正 900ml びんのリユースシステム構築事業
- 3 「十万馬力新宿サイダー」開発サポート事業
- 4 九州圏におけるびんのリユースシステム構築事業

[2]これまでの取組み経緯、今後の予定

（3）閉会

#### 1.開会

事務局 それでは定刻になりましたので、ただ今より第7回「我が国におけるびんリユースシステムの在り方検討会」を開催させていただきます。

本日は後藤委員がご都合によりご欠席とのご連絡をいただいております。また、本日は実証事業の成果をご報告いただくために、郡山市容器リユースモデル実証事業について、郡山市容器リユース推進協議会から沼田座長、伊藤副座長、高野様にお越しいただいております。また、丸正 900ml びんのリユースシステム構築事業について吉川委員、木野環境の北井様にお越しいただいております。「十万馬力新宿サイダー」開発サポート事業について、びん再使用ネットワークの中村様に、九州圏におけるびんのリユースシステム構築事業について、九州硝子壺商業組合Rびん推進九州プロジェクトから田中様、石坂様、長松様にお越しいただいております。皆様には、後ほど実証事業の成果についてご紹介をいただきます。

議事に先立ちまして、本日の配布資料について確認をさせていただきます。本日、配布物が多くなっております。1枚目に次第がございます。続きまして、郡山のプレゼンテーション資料および報告書。資料2といたしまして、丸正 900ml びんのリユースシステム構築事業のプレゼンテーション資料と報告書。資料3といたしまして、「十万馬力新宿サイダー」のプレゼンテーション資料と報告書。資料4といたしまして、九州のプレゼンテーション資料と報告書。また、資料5といたしまして、これまでの取組み経緯、

今後の予定ということで1枚紙が入っております。参考資料といたしまして、検討会の名簿、参考資料の2といたしまして、びんリユースシステムの成功事例(案)参考資料3といたしまして、郡山市における回収拠点マップの概要としております。資料の不足、乱丁等がございましたら、お手を挙げていただければと思うんですが、よろしいでしょうか。それでは、ここからの議事進行は安井座長にお願いできればと思います。よろしくお願いいたします。

## 2. 議事

安井座長 皆さま、おはようございます。本年度最後のリユースびんの在り方に関する検討会でございますが、振り返りますと本年度、実を言うといろいろなことがございまして、ひょっとすると数年たってみると、今年度というのがある意味で、リユースびんの復権元年だった、みたいなことになるといいかなと思っております。なる可能性もないではないような気がしてまいりました。また来年度以降もいろいろと施策等を考えていくという、そういうチャンスもあるかと思っておりますので、本日はこの4つのプロジェクトのご発表をいただきながら考えてまいりたいと思います。

### (1) 平成23年度びんリユースシステム構築に向けた実証事業の成果報告

安井座長 それでは、先ほどご紹介がございましたように、平成23年度のびんリユースシステムの構築に向けた実証事業ということで、その成果のご報告をしていただきたいと思っております。本日、4つの団体でございますが、恐縮なのが、発表時間がかなり限られておりまして、ご発表は大体15分マックスぐらいで。その後、そのご発表に対しまして10分ぐらいの議論の時間を取らせていただきたいと思っております。終了の3分前に1鈴、それから1分前に2発鳴るようでございますので、ひとつご協力をよろしくお願いいたしますと思っております。

それでは早速でございますけれども、郡山市の容器リユースモデルの実証事業でございますが、沼田先生からご発表いただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

### (東日本復興支援「郡山市容器リユースモデル実証事業」)

沼田氏 おはようございます。郡山市容器リユース推進協議会の座長をさせていただいております、福島大学の沼田です。今日は福島県郡山市を中心としたびんリユースの取り組みの進捗報告ということで報告をさせていただきます。

まず、この郡山市容器リユース推進協議会とは何なのかということを最初にご説明する必要がありますと思うのですが、この協議会は、要するに郡山市のごみ減量に貢献しよう。あと、東日本大震災の関連で震災の復興にも貢献できるような、そういう形の協議会にしたいということです。一昨年の11月に発足しまして、これまでに何度も何度も会合を重ねてきております。今年度については、福島県郡山市、それから環境省さんの後

援もいただいているということです。

いろんな方々にご参画いただいています、ここではちょっと動脈側・静脈側というふうに整理しているんですけども、動脈側というのは要するに、製品が消費者に行くまでという部分が動脈とご理解いただければいいんですが、その方々にもご参画いただいていますし、それから製品を消費者が使い終わった後のところに主に関わられている業者さんとかにも入っていただいています。あと、それ以外の消費者団体の方々などにも入っていただいているということです。

こういう方々で何をしてきたのかということは今からお話ししたいんですけども、その前に背景を少し説明する必要があるということで背景を説明させていただきます。環境省の検討会ではいろんなことが検討されてきていると思うんですけども、私のほうで考えていますびんリユースに向かうための課題としては、少なくともここに挙げています2つの課題があるであろうということです。1つ目は、リユースに適したびん入りの製品を買ってもらうこと。買ってもらう量を増やすには一体どうしたらいいのかということです。2つ目は、消費者が使い終わった後のリユースのびんをどうやってたくさん回収したらいいのかということで、これが2つ目の課題というふうに考えられます。

この課題1について少し見ていきたいんですけども、ここでは動脈側のほうの課題ですので、動脈側について見ていきます。今、びんを使用している飲料として日本酒を考えていただきたいんですけども、日本酒の場合、蔵元さんから卸さんに行って、小売さんに行って消費者に行くという形なんですけれども、ここで消費者の立場から見ますと、消費者がとにかく「リユースに適したびん」に入った商品を買ってくれないと、ちょっと困るなど。すなわち、「リユースに適したびん」に入った商品を消費者が買ってくれないとびんの購入量自体が増えないということでして、もし消費者が「リユースに適したびん」に入った商品をちゃんと買ってくれば、小売さんはそれを卸さんから買うでしょうし、卸さんはそれを蔵元さんから買うであろうと。で、蔵元さんがそういうびんをつくってくれば、リユースに適したびんの普及は進むであろうと、こういうことです。

ここから先のスライドはほとんど福島県の話をしていくんですけども、福島県を例に考えるメリットとしては、福島の場合、私が聞いている話では、卸さんとか小売さんが、流通とか回収を担っている割合が多いというふうに聞いています。他の多くの県の場合は、東京等の拠点にある配送センターが管理している割合というのが結構多いというふうに聞いているんですけど、福島の場合、その部分が割と少ないらしいですので、(ちょっとこの部分、十分僕は統計が取れていないんですけども) 福島県というローカルな、割とクローズドな環境で考えることができるというメリットがあるということです。という意味で、いろいろ考えていくベースになりやすいのではないかとというメリットがあります。

次に、先ほど話をしました課題2の、使用済みのびんの回収量をどうやって増やすの

かということに関してですけれども、より具体的に見ていくと、消費者がとにかくびんを洗ってくれる業者のところたくさん持っていってくれないと「リユースに適したびん」をリユースすることができません。びんを洗ってくれる業者以外に持って行かれると、それらのびんは割られてしまうということで、どうやって消費者がびんを洗う業者のほうに持ってきてもらうことができるのかというのが、課題2のほうになります。ちなみにこの課題2のほうに関して、一升びんではもう既にそういうルートができ上がっているということで、びん商さんという、びんを洗う業者さんのところへ流れるルートというのはでき上がっているということです。ちなみにこのルートで回収されると、びんが割れてしまうという割合は少なくなるというふうに聞いています。これは一升びんの話ですけれども、720mlのびんがどんどん最近増加してきているんですが、このびんについては、このルート、このびん商さんに流れるというルートは、ほとんど見られないということです。

この「リユースに適したびん」というのはどういうびんなのかということ、これが720mlびんの場合は、Rマークが付いているびんが一つ挙げられます。Rマークが付いているびんというのは、びんの形状が統一されている統一びんです。ここのところにRという刻印がされているというのがRびんということです。

このR720mlびんというのは、この回収ルートが、びん商さんに流れるルートがないという状態だったので、ほとんど全部の「リユースに適したびん」は、郡山市のごみステーションに流れて、最終的に割られてしまっていました。あと、Rびんの存在を消費者はほとんど知りません。私の周りの学生に聞いてみても、ほとんど誰も知らないという現状です。

ちなみに今お話ししています福島県郡山市は人口約30万人ということで、全国に同等規模の都市が多いということで、全国のモデルになり得るのではないかとということ。それから福島県の経済の中心都市ですので、福島県全域への波及効果が大きいというふうに考えられるんですが、ちょっと東日本大震災の関係で、放射線とかの話がいろいろ出てきていますので、震災によって、モデルに必ずしもなり得るのかということで、この点では、少し僕は状況が変化しているなというふうに思っているんですけれども。以上が、ちょっと長くなりましたが、背景です。

その下で、今年度何をしてきたのかというお話をさせていただきたいんですが、今年度は、この環境省の検討会さんのほうで「びんリユース推進シンポジウム」というのを、郡山市のビューホテルアネックスでやっていただきました。この日を皮切りに、郡山モデルというのをスタートさせたということです。これが昨年11月14日です。

で、何をやったのかということですが、福島県内の消費者に対してPRをやりました。PRの仕方としては、小売店さんのところにポスターを張りました。あと、新聞広告をたくさん打ちました。それによって、小売さんだけじゃなくて、卸さんとか蔵元さんにも認識してもらえろという話です。あと、R720mlびんの採用をしてくださいという

ふうに蔵元さんにもお願いもしました。

ポスターはどんなのをつくったのかということですが、これがポスターの現物ですが、要はメッセージは、R720ml びんを買ってくださいと、それから使用済みの R720 ml びんを返してくださいということです。1万枚を差し当たり印刷して、昨年11月14日に照準を合わせて、11月初旬から配布をしていきました。7,000枚をさしあたり配布しまして、小売店さんのところに貼っていただくように依頼しました。実際にどこまで貼っていただいているのかはちょっとわからないんですけども。

あと、このポスターにはどういうことが書かれているのかということですが、今年の実証事業に採択していただいたということを書いています。それから、寄付の話もここに書いています。この寄付がどういう話かについては、後で説明していきます。あと、このポスターとほとんど同じ内容を新聞広告に掲載しました。これは昨年11月11日に福島の地方紙大手2つである、民報と民友という、そういう新聞に掲載していただいたということです。

これが動脈側でおこなったことなんですけれども、それで流通業としてはどういうことが見られたのかということですが、差し当たり見ることは、びん商さんが蔵元さんに納めるびんの量というのがあって、それで見るのがいろいろ考えた結果、これが一つ見れる方法じゃないかということです。それで見てみますと、今年度については11月から始めましたので、11月から2月の分についてちょっと比較してみたいのですが、今年度は24万2,588本びん商さんが蔵元さんに納めました。昨年度は22万本納めたということですので、2万本増えたということです。

これが動脈側の話なんですけれども、静脈側に関しておこなったことというのは、びん商さんが、卸さんとか、とにかくいろんなところから来たびんを、R720ml びんについては全部有償で買い取るということです。これで県内の卸さんとか小売さんで、びん商さんに持ってきてくれる卸さん・小売さんだったら買い取るということで、福島県内で協力していただける小売・卸さん全てで実施したということになります。

あと、郡山市の場合についてはさらに、市のごみステーションを通じて回収されたもので、割れていないびん、すなわち生きびんで、びん商さんに持ってきたものについては、これもびん商さんで買い取る。あと、市の資源回収業者を通じて回収されたものもびん商さんで買い取るということも郡山市では新たにプラスで追加しているということです。

どういう回収量の変化が見られたのかということですが、これも11月から2月という形で比較しているんですが、昨年度はそもそも買い取ってなかったので0本です。今年度については2万8,000本は回収したということです。ということで、回収率というのを計算してみますと、昨年度は全然回収できていないので0%。今年度は11.6%ということになります。

あと、寄付は後で話をしますと言ったんですけども、寄付はということをやった

のかというと、要するに、びん商さんで回収したこの郡山のルートとか、福島県内の卸さん・小売さんを通じてびん商さんに回収された使用済みのびんの量に応じて寄付するという事にしました。寄付は1本1円ということにしたので、先ほど2万 8,222 本回収したという話ですので、1本1円だと、2万 8,222 円の寄付が現時点では考えられるということなんですけど、それをどのタイミングでどこに寄付するのかというのは、これから検討するという事になっています。

あと、今年度はさらに消費者向けアンケートをやってみましたということです。協力してくれたのはイオンの郡山フェスタ店さんということなんですけれども、ここでアンケートをしました。昨年の12月に4日間協力していただいて359枚回収しました。

実際にフェスタ店でも回収をちょっとやっていただいたということなんですけれども、回収の様子がこちらで、ここに掲示物を貼っていただきました。で、このサービスカウンターで回収してくださいということですね。ここで実際にどれだけ回収されたのかというのはかなり疑問なんですけれども。あと、ポスターの掲示の様子ということで、店内にもこういう形でポスターを張っていただいたということです。あと、消費者向けのアンケートを実施した4日間については、アンケートに協力してくれた人には景品を渡すということにしたんですけれども、その景品を店内に展示させてもらいました。いろいろ工夫しまして、Rマークが目立つようにと、いろいろ学生と一緒にやりました。あと、アンケート実施中の掲示、アンケートをやっていますという掲示も店内にいろいろさせてもらいました。

あと、アンケートは実際、結果的にどうなったのかと言うと、学生6人、すなわち、福島大学の僕のゼミの学生に主に協力してもらって、インタビュー方式でアルコール飲料を買っている人にアンケート調査をしていきました。このことは福島民友新聞にも取り上げていただきました。

ここから先は、どういうアンケートの結果なのかということのをちょっと見ていきたいんですけども、単純集計の結果からは、この郡山市容器リユースキャンペーンを知っていたという人は1割です。あと、寄付への賛否ということに関しては、ほぼ全員が賛成しています。あと、アルコール系飲料については、ビールを買っている人が多いということです。アルコール系飲料の容量については、350mlの飲料を買っている人が一番多いです。これはビールの影響がかなり大きいと思うんですけど。日本酒に限定してみますと、日本酒の場合は720mlと一升びんが多いです。アルコール系飲料のパッケージを見ても缶が多い。これはかなりビールの影響が大きいと思うんですけども。それから日本酒に限定してみると、紙パックかびんですね。日本酒のびんは、RびんかRびん以外かで、ほぼ同じぐらいということです。

お酒を買った理由を聞いてみると、味がおいしいからというのがやっぱり最大で、次が値段が安いということ。日本酒に限定してみると、日本酒の場合、味が好きだからという人が多いんですが、廃棄返却を考えてと答えている人も、ある程度は見られます。

廃棄返却を考えてと言っている人が、どこに返す予定か、どこに捨てる予定かということについては、ほとんどの場合、市の収集ということで、行政収集が圧倒的に多い。日本酒に限定してみても圧倒的に多い。ただし、サンプル数が8なので、ちょっと何とも言えないんですけども。

この下でもうちょっとデータを詳しく分析してみようということで、今いろいろやっているんですけども、ここから先は経済学で回帰分析というのがあるんですけど、それをちょっとやってみました。びん入りの日本酒を買っている人はどういう人なんだろうと。びん入りの日本酒を買うためにはどういう要因が効いているのかを、ちょっと検討してみたんですね。見ていただきたいのは、郡山容器リユースキャンペーンを知っているかということなんですけども、この行をちょっと見ていただきたいんですが、ちなみに、経済学をやっている人にしかわからないかもしれないですけど、所得という変数を入れていて、所得というのを対数表示にしない場合については、この郡山容器リユースキャンペーンを知っているというのは、びん入りの日本酒にプラスの効果があるということが統計的に有意に観察されているんですね。なので、ちょっとここでは、所得を対数化した場合については、郡山容器リユースキャンペーンを知っているかというのは、びん入りの日本酒に有意に効かない結果になっているんですけど、所得を対数化しない場合については、有意に効いています。

あと、パッケージが好きだからという人が、びん入りの日本酒を買っている。これはプラスに有意に効いていますので、パッケージがいいからという理由の人ほど、びん入りの日本酒を買っているという傾向が見られます。

次に、四合びんに限定したらどうだろうということですけど、四合びんの場合、同じく郡山容器リユースキャンペーンを知っているかということの行を見ていただくと、これもちょっと有意には効いていないんですけども、この所得を対数化というのをしなかったら、郡山容器リユースキャンペーンを知っているかというのは、四合びん入りの日本酒を買うというのにプラスに有意に効いてきますので、郡山容器リユースキャンペーンを知っている人ほど、四合びん入りの日本酒を買うと言えると。あと、パッケージが好きだから買ったという人については、パッケージが好きだから買ったという人ほど四合びん入りの日本酒を買っているという傾向が観察されているということです。

さらに R びん入りの日本酒を買ったかどうかということを見てみようということなんですけど、これについては、所得を対数化した場合についても、この行は完全にもう1%有意ということで、非常に意味のある変数として効いています。あと、パッケージが好きだから買ったという人ほど R びん入りの日本酒を買っているという傾向も、非常に有意な形で効いているということです。

これで基本的には終わりなんですけど、まとめてみますと、郡山モデル、すなわち、郡山でおこなったことというのは、福島県、特に郡山市に注目して、四合びん入りの日本酒の R マーク付きびんを考えました。ルートとしては市の行政収集ルートか、小売・卸

を通じるルート、それから資源回収業者を通じるルートというのを実施してみました。びん商さんに集まった R の四合びんの量に応じて、震災復興のために寄付する仕組みを実施したということです。さらにこの使用済みの R720ml びんの返却とか、購入を呼びかけるポスターというのをつくりまして、新聞広告も行いました。

結論としては、R びんの流通量・回収量が増加した。それから、消費者向けアンケートの単純集計結果からは、今回、新聞広告とかいろいろやりましたけれども、認知度は大体 1 割です。寄付は全員が賛成しています。それから回帰分析というのを行ってみると、郡山モデルを知っている人ほど、R びん入りの日本酒を買っているという傾向が見られますということです。

来年度以降どういう課題が考えられるのかということのを少し考えてみたんですけど、報告書に書いてあるものとは少し異なるかもしれないんですが、私が考えてみますと、返却側の消費者行動の分析というのが考えられるだろうと。今回の場合、消費者が買うときはどういう要因が効いているのかというのは、さっきの回帰分析を使っているいろいろおこなったんですけども、返却、どういうところに持っていくのかということについての要因の分析というのはやれていないので、それをやる必要があるだろうということです。

あと、販売データがある小売店からもらえる可能性があるということで、いろいろその分析の可能性も今探っているところなんですけれども、もしその販売データをもらえたら、販売データを使った消費者行動の分析もできます。しかしながら、なかなかデータが手に入らないんですけど、手に入り次第、やれる道筋は付けていて、データをくださいと今、データフォームとか送ったりしているところなんですけど、なかなかもらえなくて困っているところなんです。

3つ目が、リユースびんマップ郡山ということで、これは後で三菱 UFJ の加山さんからお話があると思いますけれども、それが今、郡山で徐々におこなわれていますので、これを実施した場合の効果の検討というのは挙げられるだろう。

4つ目は、郡山モデルって、ある種、社会事業なので、それは意義ある事業なのかという、費用便益分析的な話というのは考えられるだろう。費用に見合うだけの便益があるかどうかを見るということも考えられるだろう。

それから最後に、福島県全域とか、東北全域への拡大の可能性の検討というのでも考えられ得るだろう。ここに新潟と書いてあるんですけども、新潟は R びんを使っている蔵元さんがすごく多いんですね。福島でも新潟の蔵元さんの R びんがたくさん売られているので、新潟で、この郡山で行ったようなことを拡大する可能性があるのかどうか検討するというのも、一つの課題として考えられるんじゃないかということです。

ちょっと長くなりましたけれども、報告は以上になります。

安井座長 ありがとうございます。大体 10 分間ぐらいで委員の方からご質問等をいた



だきたいと思いますが、いかがでしょうか。

馬奈木委員 最後の回帰分析のところ、リユースとかりサイクルに対する意識というものが出てきた2つの結果で、両方ともマイナスで有意だったのですが、郡山のびんリユースの取り組みを知っている、知らないということと、リユースの意識が高いということが、実質あまり関係がないようにもとらえるんですけども、その相関が見られたかどうかというのが一つと、リユースの意識の高い人がなぜこういうふうな、よりマイナスの影響が出たかというのは、どのように思われますか。

沼田氏 ご質問ありがとうございます。おそらくこの行をご覧になっての話かなというふうに思うんですけど、これは結局どういう変数かというと、普段からごみのリサイクルやリユースを意識している人ほどRびんを買わないと、こういう結果に実はなっていて、これは解釈できないなと今思っているところです。回帰分析をやる場合に相関係数とかを調べないといけないんですけども、相関を見る余裕がなかったので、見られてないのですが、可能性はあります【補足：後日、相関を見たところ、説明変数間の大きな相関は見られませんでした】。ちなみに、ポロを言うのもあれなのですが、このことは同じような他の部分についても全部そうなっていて、普段からごみのリサイクルやリユースを意識している人ほど、びん入りの日本酒を買わないというふうになっているんですけども、どうしてなんだろうというのが、ちょっと今わからないところです。

馬奈木委員 要は、環境意識ととらえたら、そういう人はびん入りの日本酒を買っていないということですね。

沼田氏 そうですね。

馬奈木委員 購入をしないほうに働いているということですね。

沼田氏 そうですね。おそらく環境意識を考えている人は、びんを買っていない可能性があるということで、むしろ缶とか紙パックとかを買っている可能性があるということもあるかもしれないです。

馬奈木委員 缶も何も買わない可能性もありますね。消費をしないという。

沼田氏 家でマイボトルを使うとか。

織委員 というか、そもそも飲まないこともあるのでは。

安井座長 日本酒を飲む人は関心が低いとか、そういう話でしょうか。

沼田氏 その可能性はあります。

安井座長 その辺は難しい問題でした。ほかに何かございますか。

小野田委員 19 ページのところの数値って入らないんですか。要は、下のルートと上のルートと、破びんに行っちゃったもののバランスがどうだったのかなど。

沼田氏 それについてはおそらく、報告書のほうを見ていただくと多分わかるんじゃないかなと思うのですが、報告書に R720ml びん出荷に関する資料というのがあるんですが。この資料の後ろから 8 枚目の紙のところ R720ml びん回収に関する資料というのがあります。そこを見ていただくと、資源回収とか卸とか小売とかに分けて、平成 22 年、23 年、24 年、それぞれ何本回収されたのか、それが P 箱に何個入っているのかが全部わかりますので、それを対照させていただければ大丈夫です。

小野田委員 質問の趣旨は、その自治体ルートの収集のときに、何かリユースを意識して工夫された点とか、それともそんなに意識しなかったとか。

沼田氏 ないと思いますね。基本的にこのルートで、ここでの消費者への R720ml びんの分別に関する告知はないですので、単に回収されて、ここに回収に来るいろんな組合さんがいらっしゃるんですけども、その組合さんが「びん商さんで買い取ってくれるんだ」というのがわかって、それで、びん商さんで買い取ってくれるびんを抜き取っているということです。資源回収業者さんのほうについては消費者への告知があったらしくて、その専用の回収とかもやってみたいんですけども、郡山市のほうはないということで、来年度以降の課題として少なくとも考えられるのは、この郡山市のごみステーションに流れるときに R720 だけ分けてくださいというのを、ごみ分別シートという、毎年消費者に配られるものに反映できないのかというのを提案するのは一つの話だと思います。

幸委員 びんリユースについては、飲食店業務用だと回収が非常に多いと推定されるんですけども、業務用と家庭用の比率って大体どのぐらいでこの流通で構成を持っているかというところを教えていただきたいんですが。

沼田氏 それはどうですかね。今日は、行政とか、小売とか、資源回収業者に流れるび

んがどこから来たのかということをお示ししたのですが、それが消費者から来たのか、飲食店から来たのかというのが幸委員のご質問なんですけれども、それをびん商さんが見分けられればいいという話なんですけれども、どうなんですかね。そのあたり、伊藤さん、補足ありますか。

伊藤氏 正直、統計も、見分けることもできません。ただし、おそらく 300ml ですと半分ぐらい、四合ですとそれよりもまた少ないというような形だと思います、業務店用は。だと思います。

浅利委員 ちょっと聞き漏らしているところがあったら申し訳ないんですけれども、17 ページ目のところの流通量、2 万本増加ということだったんですが、郡山市の内訳、大体でもいいのでわかれば教えていただきたいなど。これが一応、回収とかのベースになっているという理解でよろしかったでしょうか。

それから、これも数字があればなんですけれども、今回、R720ml びんを対象にということだったんですが、もしかして、例えば一升びんとか、そのあたりの流通量の変化もあったのかとかいうような情報もあれば教えていただきたいと思います。それと、18 ページ目のところで、これも差し支えなければ、有償買取という額が、全て同じ額に設定されていたのか、それとその値段がいくらかというのも、わかれば教えていただきたい。

あと、小売店の数。これも報告書を見たらわかるかもしれないんですけれども、小売店、何店舗ぐらいの協力があったのか。それから、そこでのストックヤードとかの課題とか、どういう状況だったのかとかいうあたり。あと、積極的にもっと集めてもらうにはどういうふうにしていったらいいかとかいうような、実証を通じて見えてきたことがあれば教えていただきたいと思います。以上です。

伊藤氏 まず 720ml の回収価格なんですけど、小売店からは 12 本入りの P 箱に入って 90 円です。卸店からは 150 円になります。これは県内の卸さん、小売店さん、全て同じです。不思議とお酒の業界の場合に、例えばものを売るときにも、生産・卸・小売ってありますように、値段を決めてきっちりやると、そのとおりやっていたらいいんですけどね。ただし、びん商さんが直接小売店さんから買うときも 90 円。決してそれを 100 円とか 110 円で買わない。同じ 90 円ですね。卸さんも 90 円で買うと。で、卸さんからは 150 円で買うというような形の設定にしております。あと、何でしたか。

沼田氏 郡山市での 720ml の量はもともとどれぐらいとか、一升びんの量への変化がどのぐらいあったのかについてですが、一升びんの量の変化に関しては、ちょっとこの協議会では議論を全くしていないんですが、実務ベースで何かありますか。見られた傾向の感覚とかありますか。

伊藤氏 どれだけ一升びんのお酒が売れたかなんですが、一升びんの場合はほぼ 100%回収していると思うんですね。流通段階で割れるもの以外は、お酒屋さんのルートでも、行政回収のルートでも、割れなければ全部回収になるというのが一升びんで今までやっていますので、できるだけそういう同じようなルートに R720 も乗せたいなとは思っております。

沼田氏 あと、小売店さんの数とか協力がどれくらい得られているのかということについては、なかなか把握ができていないという現状で、この検討会の最後におそらく加山さんのほうからご説明があると思います、びんリユースマップとかの関係で、少しずつ把握されるのではないかとということと、あと小売酒販組合さんを通じて何らかの形で統計を取れるのかなって、いろいろ検討はしてみたんですけども、なかなか大変という状況ですね。ということで、小売店さんの状況はなかなか十分把握できていないので、ストックヤードの課題とかがどういうふうにあるのかというのは、なかなか見えないという現状になっているということだと思います。そのあたり、何らかの形で検討していければ今後いいんじゃないかなというのが、一つの課題だと思います。

吉川委員 伊藤さんにお伺いしたいのですが、この R720 の口の形はねじ口ですよ。弊社でも、びんを洗うときに大変検査がしにくいのですが。口欠けとか、欠けやすい形なのですが、その辺で何か工夫されている点とかあれば教えてほしいのですが。

伊藤氏 一升びんでも R300 でもみんな同じなのですが、検査機をかけて、あとは目視ですね。一升びんの場合は、もう 10%以上、びんそのものが古いのも混ざっていますので出ますけど、実際、このびんですと、洗いのときには 5%ぐらいが不良ということになります。これは仕方ないのかなと思っております。

安井座長 まだあるかもしれませんが、ちょっと時間がオーバーしておりますので。どうもありがとうございました。

それでは続きまして、丸正 900 ml のリユースシステムといたしまして、吉川委員からのご報告をいただきたいと思っております。

(丸正 900ml びんのリユースシステム構築事業)

吉川委員 おはようございます。株式会社吉川商店です。委員としましては、全国びん商連合会の代表で席を頂いていますけれども、この丸正 900 ml 及び R900ml のやまやグループさんの取り組みは、弊社、吉川商店として発表させていただきます。前半は私が説明させていただいて、後半のアンケートの部分から木野環境の北井さんに、実際にア

ンケートを取っていただいた方ですので説明をさせていただきます。

本事業の実施体制ですが、まず弊社は京都でびんを洗う工場を営んでおります。2年前に、ある方からやまやさんを紹介いただきまして、お付き合いが始まりました。やまやさんというのは、年商おそらく1,000億円以上売られている、国内では最大規模のお酒の流通小売店ですね。全国で270店舗ほどのお店を構えておられます。今回の洗いびんの納入先は鹿児島県の岩川醸造さんです。そして、この発表では岩川醸造さんが中心になるのですが、丸正900mlの洗いびんは、山形県の浜田という酒蔵さんと、鹿児島の、同じハマダなのですが、また違う会社の濱田酒造さん、この2社の取引が始まっております。本事業で200万円頂きましたけれども、そのうちの160万円で新日本流通さんから12本入りのP箱を買わせていただきました。

これはびんの流通を図式したものですけれども、やまやさんが、びんを消費者から1本5円で有償回収されます。弊社吉川商店が、やまやさんの物流センターが4カ所あるのですが、そちらから大型車、トラック単位で有償で買い取っております。弊社で洗いびんしまして、ボトラーである岩川醸造さんに納入するという流通であります。消費者から返ってくるびんは、業務店から返ってくるのはかなり少なく、おそらく家庭消費から返ってくるのがほとんどだと思われまます。

やまやさんは、さっきも申しましたとおり、1本5円で有償回収をしているのですが、以前から、消費者からびんを有償で回収されておりました。しかし、やまやさんのほうでドラム缶の中で破びん作業をされていたそうです。その作業が大変厳しい作業だったようです。その中のびんを見てみると、丸正900mlの数が大変多くて、このびんがびんのまま洗いびんとして流通できれば作業もなくなるということで、このお話をいただきました。

弊社は、丸正900mlというびんは従来から洗びん、20年、30年ほど前から取り組んでおります。しかし、年間、弊社だけで5万から6万本ほどしか扱わない少ないびんであります。今回の岩川醸造さんに大型車で2車納入しておりますし、先ほど申しました山形県の浜田さん、そして鹿児島県の濱田酒造さんにも2車ずつ、半年間で納入しております。半年間の合計で、おそらく10万前後の流通がなされたということです。

今回利用させていただきました新日本流通さんのP箱は、福島でレンタル事業を始められた箱と同じ型です。このP箱を買わせていただく前は、15年ほど前に、これも環境省さんの事業で買わせていただいた、京都環境カウンセラーさんがお持ちの15本入りのP箱を利用させていただきましたけれども、数が2,000ケースのうち、1,000ケースぐらいは生協さんの回収で希望されて利用していましたので、あまり数がなかったわけです。今回、2,000ケース買うことができまして、大変役立っております。P箱でしたら、積み重ねることもできますし、取り回しが大変機能的になりまして便利です。以前の段ボールでしたら、回収は到底できませんでしたが、P箱でしたら回収が可能になるわけです。

この 15P の場合は、弊社が空にした 15P をやまやさんの物流センターまで空の箱のまま持っていき、やまやさんでびんを詰められて回収していました。現状では、弊社でびんを、丸正 900ml ですが、洗った後、この新しい 12P に洗びんを詰めて岩川醸造さんに出荷します。岩川醸造さんはこの P 箱のまま、やまやさんに販売されるので、回収も P 箱で回るといふ、弊社にとって空の P 箱をやまやさんに届けるという手間がなくなったわけです。

これは弊社が洗びんした後の出荷の様子です。大型車で、このパレットが 14 枚載ります。下の写真は、物流センターからやまやさんが商品として販売されている様子です。やまやさんの店舗の中で、このようにポップ、ポスターを利用して、リユースびんであるという商品の PR をなされており、空びん引き取りの料金も、一升びんでしたら 5 円、ビールびんでしたら 5 円。丸正 900 ml も 5 円ということで表示されています。

このやまやさんの店舗に伺うといつも思うのですが、回収びんが非常にきれいに整理整頓されています。こちらはセンターに空となって返ってきた丸正 900ml です。上のラベルを見てもうと、いろいろなラベルが入っています。回収後の、これは東北のセンターでしたけれども、ほぼ 1 パレット、既にびん付きで回収されているという状況です。下の写真は、弊社のびんを洗う機械の写真です。

先ほどもちょっと指摘させていただきましたけれども、岩川醸造さんに納入してから、以前から懸念していたとおり、口欠けの不良びんが出ました。それは従来からわかっていたことなのです。検査が大変難しいということで、岩川醸造さんには、胴体についてそれほど支障はないと思うけれども、口だけはとにかく検査してくださいと申し上げました。弊社で洗びんの際に不良びんは 4 % くらい出ましたけれども、見落としがあります。20 本ほど岩川さんで見つかりました。

やまやさんは現在 3 社ですが、より多くの商品に対して、この事業を進めようとしてされており、実は弊社に集まっている丸正 900ml の不洗いびんがなくなってしまっている状態なのです。今後、やまやさんが回収にもっと力を入れないといけないという話をされており、この後半のヒアリング調査につきましては、北井に説明させていただきます。

北井氏 各物流の主体に対してのヒアリング調査と、あと消費者に対してのアンケート調査をさせていただきました、NPO 法人木野環境の北井と申します。ここから代わりまして説明をさせていただきたいと思います。

大変ざっとしておりますが、卸・物流センターさん、やまやさんの物流センターの部分でヒアリングしたところ、各小売店ですが、やまや店舗の京都府内にあります、大きな駐車場がある持ち込み率が非常に高いところということでご相談しまして選定しました、松井山手店というところの店舗の状況のヒアリングです。メーカーは、岩川醸造様と、あと、まだ洗びんの納入の前でしたけれども、濱田酒造様という鹿児島県の焼酎

メーカーさんの状況についてヒアリングしましてまとめております。

それぞれの製造と物流、販売、回収、どのルートも途切れたらリユースびんが回らないだろうというところについて、それぞれに関わる内容について簡単にまとめております。ここのやまやさんのメーカーのチェーン店の中で、最も特徴的と言えますのが、全国のやまやさんの中で独自の流通基盤を持っていらっしゃるというのが、今回の丸正 900ml びんのリユースに大きく貢献しているというのは確実に言えることと思います。それがそのまま全て、物流のところでも、店舗に取り回ししていく中でとても有効に働いておりまして、店舗の中でも、空びんをためておいて、たまっている期間が長くて不衛生になるとか、そういった部分で店舗にとってデメリットとなる、ネガティブ要素が改善されているというふうにわかりました。その場の消費者にとっても、有価買取をしてもらえるとということで、大変好評に受け止められています。特別問題がある事柄があるとうよりも、前向きな要素しか出てこないということで、回収面の対応は大変良く回っているように思いました。

店舗での状況についてなんですけれども、店舗でリユースびんを販売される際に、ここに説明責任と書いていますけれども、丸正の 900ml びんの特徴として、洗びんをかけますと、少し光彩現象という、油膜が張ったような現象が出てしまうということで、従来からリユースに向かないとされる理由の一つになっていました。ですが、光彩現象についても店舗の店長間会議等で細かく共有されているようでして、全て何かクレームがついたときに、「これはリユースされているびんだから」ということで、きちんと説明ができるように情報共有がなされているということでした。

各びんに首掛けポップを設置してまして、このびんはリユースびんですという表示が店長以外のほかのスタッフにとっても判別しやすい、リユースびんの明示になっておりまして、消費者とともに、店舗内での情報共有にも貢献しているということがわかりました。

メーカーさんにお話を聞いたところでは、店舗で説明をしていただけるということが大変リユースびんを使う上での安心感につながっておりまして、そこが担保されているというのが一番大きいというお話でした。消費者からのクレームが来たり、バイヤーさんや店舗からのクレームが来るとというのが洗びん利用の上で一番懸念されるところだったけれども、店舗での理解がとても進んでいて、メーカーとしてもリユースびんの利用は問題ないということでおっしゃっていただいております。

ちょっと小さいですが写真で示しております。これは物流センターで撮影しているものなんですけれども、各店舗からこのように各ラックに回収びんがまとめられまして回収されてきているということです。びんの集積ポイントで、物流センターの中でそれぞれの種類に分けて保管をされております。

店舗の中では、先ほども少し出ていましたけれども、このようにポップの表示を値札とびんの首掛けの部分にしておられます。この松井山手店では、買い取りをするときに、

店舗でお客さまに空びん券を渡されるのですが、その空びん券をそれぞれの商品の首に独自に掛けまして、店内での啓発に努めていらっしゃいます。

ここが空びん券発行用のレジとのことですが、この店舗内での共有用に、このすごく細かい、A4の紙にみっちりと各リユースびんの該当びんが書かれたリストがありまして、何か共通のマーク等、わかりやすいものがびんの肩部分にあったらいいのにとということで、それは一番言われておりました。

大変整然と整理されている様子です。2007年の京都のある一部の拠点回収の事例の写真をちょっと持ってきましたけれども、雑びんとか混入が大変激しくて、店舗での管理というものに大変苦慮されている状況というのがありましたけれども、ここまで整然と整理される状況にP箱を活用して持って行っていらっしゃるということで、バックヤードでの空びん管理もうまく実現している要因ではないかというふうに思います。店舗の棚のほうでは、このようにポップが付けられまして、告知にあてがっているということです。

ちょっと時間がないので、特徴的な部分だけアンケートの紹介をしたいと思います。このアンケート調査は、やまやチェーン店が「やまや」という店と、「ダイソー&スピード」という店と、あと「酒の楽市」という3種類の店がありまして、270店舗ありますが、10店以上ある都道府県というのが7つ、宮城県、茨城県、埼玉、千葉、東京、大阪、兵庫、広島と限られております。他は全部5店舗以下ぐらいになっておりまして、その10店舗以上ある都道府県の居住者を対象に、この3種類の店、チェーン店を使ったことがある方ということで、ネットアンケートですけれども、1万サンプル取りました。該当する回答が206サンプルということで、その206に対しての回答を得ております。

来店頻度と、どこに行ったことがあるよというお店と、あと焼酎の900mlびん、丸正かRかという特定はしておりませんが、900mlびんの回収をご存じでしたかというような設問をしております。一番気づかれたのは、レジ周辺に表示で、会計をしているときに気づかれたという状況が大変多いということになっておりました。首掛けポップを見てというのは、この回収をご存じの方64のサンプルのうち、7.8%なのですが、これが実は性別で見ますと全部男性でした。商品に付いているポップに気づかれる中で、やっぱりちょっと女性よりは男性のほうが目が行きやすいという傾向があるのかなということが回答で感じたところです。

これは回収の認知度と来店頻度をクロスで見たものです。来店頻度が高い方ほど、大変回収も利用しているよという回答でございます。返却の、この利用頻度と、空びん券の利用頻度についても聞いていますけれども、空びん券のほうが若干知らなかったという意見のほうが多くて、おそらくこの詳しい表示を見て有効に使われるという人が少ないのではないかとこのように想定をしています。

これはリユースびん商品に気にかかることを聞いているものです。ここの設問が途切れていますけれども、こちらに全文を書いています、中身の衛生状態が保たれていた



ら特に問題はないという回答は約 70%近く得ております。世代別に見ますと、中身の衛生状態が良かったらいいという回答は、60 代以上の方で大変多くなっている傾向がありました。

これは空きびんリユースについての気持ちというか、意向調査をしたものですが、この来店頻度の回答とクロスをしますと、毎日から週 3 回程度来られるという方には、大変環境にいいので空きびん返却に協力したいという回答に加えて、5 円のお買い物券にできる空びん券をもらえるという回答が大変他の回答に比べて大きくなっていて、来店頻度が高い方にとっては、5 円マイナスができるということで、プラスに働く要素だということがわかりますが、来店頻度が、特にあまり回数ない方にとっては、やはりお買い物に直結するものではありませんので、返せることは便利だけれども、比較的、5 円のマイナスがもらえるんだっいたらいいよというぐらいの認識度かなというふうに思っております。

すみません、ちょっと簡単に急ぎましたけれども、アンケートの部分の紹介は以上です。

吉川委員 丸正 900ml を京都の弊社の工場で洗びんした際に、電力とガスなのですが、どれだけ消費したかを私自身が検針して、その量に CO<sub>2</sub> の排出原単位を掛けて、あと輸送に関わるトラックのエネルギーを計算して算出した CO<sub>2</sub> の排出量です。

ちょっと皆さんにお配りしている冊子の中の対応とちょっと変えています。この店舗流通を加えました。岩川醸造さんから弊社を素通りして、プラス 100km の距離まで配達されます。ですから 155km で想定しています。弊社から大阪港まで 55km ありますので、155km で計算しています。

洗いびん 1 本あたり 0.1 キロの CO<sub>2</sub> 排出という結果ですが、あとリサイクルにかかる CO<sub>2</sub> が、安井先生がおつくりになった LCA の報告書で見ると、約 3% ぐらいとなっています。ですからこの場合は、新びんと比較すると、重量比で換算したのですが、大体 25% で済んでいるようです。プラス、このリサイクルの部分が 3% かかるので、大体 28% ぐらい、7 割ぐらいは削減できたかなということです。

仮に 500km だったらどうかというのも計算しましたら、このリサイクルの部分も含めて、約 34% ぐらい。66% ぐらいは CO<sub>2</sub> が削減できたかなというふうな事業の結果になりました。

以上で、制限時間を大変オーバーしましたけれども、終わらせていただきます。

安井座長 あまり時間がないのですが、何かご質問がありましたらよろしくお願ひします。

馬奈木委員 消費者に関するヒアリング、インターネットアンケートに関して少しお伺

いしたいんですけども、先ほどの福島との対比で考えていたんですけども、先ほどの福島の統計分析から言えることは、環境といいますか、リユースの取り組みに興味を持っている人が買っているとはいえないんですけど、ただもう一つの結果から、そういうふうな活動には興味のない方がむしろ福島の協議会の取り組みを知って買っているケースが多いということと、その可能性は震災復興に関する理由なのか、こういったリユースの取り組みに、今までは環境に興味がなかったけれども、大事だと思って取り組んだ可能性があるということなんですけれども、今回やられたアンケートからは、環境に興味のある方がリユースをサポートされているというのは見えたんですけども、そういった方がむしろ購入をされた、実質、行動としてされたというようなことは見られませんでしたでしょうか。

北井氏 購入に関するところといいますと、やまやの店舗の商品の中どういうふうなものを主に購入されますかというような質問を設けているんですけども、実は、これは丸正 900ml びん回収についてのアンケートですけども、大変その部分での回答をみますと、清酒だとか焼酎を買うという回答者が大変少なかったというのもありまして、大きくちょっと要因が読めないなというところで、特に今の発表から省かせてもらっているところです。

ですので、あまりはっきりとは申し上げられないというところになっています。ですが、店頭、なぜ回収されましたかとか、どうやって知られましたかという設問で、レジ周辺の表示と、あと具体的に、5件ぐらいしかなかったんですけども、店頭で回収場所というのがありまして、5円で回収していますよとか、値段が明記してあるんですね。それを見てというふうな回答も多くて、若干予測が大きいですけども、びんを有価買取というか、引き取ってくれるんなら返却しようかという、そういう単純にお買い得感から選択される思考というのが見られるのかなというところで、少し理解をしているところです。

馬奈木委員 ありがとうございます。

織委員 クレーム対応が準備されていたということで、そこはすごく大きなポイントだと思うんですね。やはりクレームが来るといことが一番怖いと思うので。実際にこの270店舗でクレームが来たのか、それでそれにうまく対応したのかということが1点。それからもう1点、このプロジェクトが終わってみて、やまやさんのほうのコメントというか、良かったというのか、やっぱりバックヤードのほうで処理が大変だったのかとか、スタッフが大変だったとか、店長会議をするのが大変だったとか、何かそういう感想のところがあれば伺いたいと思います。

吉川委員 私も心配していましたが、今のところクレームは1件も来ていないということです。販売をされて半年ぐらいになりますけれども、今のところ1件も来ていません。

やまやグループさんの印象はかなり積極的です。全社を挙げてリユースに取り組むというような体制を取られています。

北井氏 追加で、吉川商店から物流センターへの空びんの空P箱輸送が発生した吉川さんからご発表がありましたけれども、店舗の方に聞きましたところ、やまやさんの物流センターの中でも、各小売店に空P箱を運ぶという過程ができていたそうでした。出荷当初からのP箱利用で、その点が改善されてP箱が循環するようになったので、今までより煩雑さがなくなったということを伺っています。P箱利用がないと、逆に回収びんの管理が難しいので、実現しなかったのではないかとというふうなことも伺いました。

今堀委員 今のP箱とおっしゃったところにつながるのですが、このプロジェクトって、やっぱりP箱を新しく導入したということがすごく特徴ですし、それによってびんのリユースが促されたというのであれば、それはまた他のところに参考になると思うので、ちょっとそのことを、何かまとめてというか、お教えいただけたらというふうに思っています。簡単でいいのでよろしくお願いします。

吉川委員 P箱があれば、先ほども申しましたけれども、大変物流がしやすくなりますね。岩川醸造さんは従来段ボールで出荷されていましたが、その段ボールが要らなくなっていますね。単価は、その段ボールの価格と同じ程度の値段にしました。ですから、それほど経費面にも負担を与えていません。

安井座長 ありがとうございます。びんリユースじゃなくて、P箱リユース。

ありがとうございます。それではちょっと不十分な議論でしたが、時間がありませんので、すみませんが次に移させていただきたいと思います。

続きまして、実物も来ております新宿サイダーでございますが、中村さんのほうからご発表いただきたいと思います。

(「十万馬力新宿サイダー」開発サポート事業)

中村氏 新宿サイダーの開発サポートをさせていただきました、びん再使用ネットワークの中村です。びん再使用ネットワークでは、リユースでまちを活性化するという取り組みを2年ほど前からやっております。1回目が、東京の町田でリユースで商店街を活性化する「すきだ・まちだ・りゆうすだ」キャンペーンというのをやりまして、今回、また今度、新宿区商店会連合会さんと一緒に、こういった取り組みを助成金を頂いて進

めることができました。

早速ですけれども、テレビ等で取り上げられましたので、ちょっと最初にご覧になっていたと思います。これは1月17日の東京 MX テレビのニュースです。

(ニュース上映)

もう一つは、2月27日のテレビ東京の「レディス4」という番組で紹介されています。

(ニュース上映)

これは1月5日の、発売前の東京新聞でご紹介をいただいたものです。結構マスコミで、アトム効果だと思えますけども、大変たくさん取り上げられました。先ほどのテレビが2つで、もう一つ、新宿には韓国街がありますので、韓国国内のテレビでも紹介をされています。あと、ラジオですね。FM 東京、文化放送など、ラジオ3局で紹介をいただきました。あと、新聞は、東京新聞、日本経済新聞、毎日新聞ということで6紙で掲載されました。あと、雑誌は、オレンジページ等、3誌に紹介をいただきました。

この新宿サイダーの実行委員会は、こういったメンバーになっています。一番上の大室さん、実行委員長、これは新宿区商店会連合会の会長さんで、大久保のところでお茶屋さんを営業しています。その下の安井潤一郎さん、副会長でございます。早稲田で元スーパーの経営者で、この方がアトム通貨を最初に始めた方でございます。その下、北田さん。この方はエリックスとって、都内のびん商さんが集まって作っている会社の社長さんです。その下、寺田さん。この方は東京飲料、中野区にあります昔のラムネ屋さんでございます。今回こちらのほうでサイダーを製造いただいて、販売、流通も担っていただきました。というような構成で進めました。

役割分担ですけれども、サイダーの販売は、商店会の加盟店が販売をしますが、製造するのは東京飲料さん。そして製造したサイダーを小売店さんのほうに届けるという仕事と、小売店さんから空びんを回収するという仕事も東京飲料さんに担っていただきました。そして回収サポート事業。これはエリックスさんが、消費者が小売店に戻さないで行政のリサイクルに出してしまったといった場合に、そこからピックアップしていただくというふうなことで契約をさせていただきました。

これがびんの印刷デザインです。この鉄腕アトムが、手塚プロダクションから提供いただいたデザインです。赤と青と白の3色で印刷をしています。アトムのおなかのところは白色を印刷をしています。ちょっと贅沢な印刷をしました。この印刷、裏には、飲み終わったら返してくださいねというようなことを記載しております。

これが専用 P 箱でございます。後ろにも東京飲料さんの箱がありますが、東京飲料さんで使わなくなったものとか、既に廃業してしまったラムネ屋さんの P 箱に、この十万馬力新宿サイダーのシールを張って再使用させていただいています。この事業を始めて最初のリユースは、この P 箱のリユースから始まったという形なんですけれど

も、P箱には製造年が刻印されており、それは30年ほど前のP箱であったりしているので、こういったP箱がもう少し命を長らえたかなというふうに思っております。539ケース使っています。

これがチラシのデザインです。大きさはB5の大きさです。小売店さんはあまり広くないですから、小さなチラシということでB5でつくりました。これはポスターです。ポスターのほうも、それほど広いお店はないので、A3の大きさとつくりました。

これは東京飲料さんで製造するときの写真です。新しいびんなんですけども、**最初は**洗いラインから始まります。このように並んで、洗びんの機械に投入されて、洗われてから、その後充填になります。右下のほうは、製品ができた最後の検品ですね。びんを1本ずつ点検をしていくラインでございます。いったんひっくり返して、1本ずつこういう点検をして製造しています。1万3,000本ですけども、順調にいったら半日ぐらいで終わってしまう作業ですが、ちょっとこの日は調整に手間取って、午後の3時ぐらいまでかかったというふうに**聞いています**。

これが販売店です。このようにチラシを張って、返してくださいねということで、お店の方もお客さんに「アトム通貨を差し上げますので返してくださいね」というようなことで会話が広がっております。

販売状況ですけども、2月27日現在38店舗、100店舗を目指したんですけども、**目標に至っていません**。ただ、出荷ケースは294ケースということで、目標を超えています。現在都庁の展望ルームで販売できないかということで準備中です。新宿区役所の売店でも今、販売をされています。新宿駅近くのお好み屋では、3週間で7ケースが売れたということで、コンビニ店舗では4ケースが出荷をされています。

返却状況ですけども、2月27日現在で、P箱の戻りは76ケースで26%。空びんの戻りが、312本で9%ということで、ケースは26%戻ってきても、空びんのほうは9%しか戻ってきていない。この差が、いわゆる消費者の手元にまだあるという形になります。いわゆる記念にということで、アトムのファンといいますか、そういう人たちがなかなか戻さないで、私は保管しておくという人が**多くいるようです**。こういう記念保管が終われば、商品が潤沢に回るようになれば、回収率が高まるのではないかとこのように考えております。

それとリサイクルに出ちゃった**場合はエリックスさんがピックアップ**し、ないしは不燃ごみに出た場合は、新宿清掃事務所のほうにご協力いただいておりますので、そこからピックアップしていただくということでご協力をいただいております。現在のところ、リサイクルからも不燃ごみからも1本も出ておりません。

今回の成果ですけども、循環社会に貢献し、地域の活性化、それとお客さんとのコミュニケーションツールになってきたというのが一番大きなことで、**また**話題になって、あらためてリユースの良さを多くの人に知っていただけたというふうに思っております。

それと、リユースのインフラですね。特に製造メーカーさんですけども、活性化の一

助に寄与できたのではないかと。それからリユースの産業界に明るい話題を提供できたのではないかというふうに思います。

それと、お客さんもそうですけど、販売店さん、こういうリユース、びんを返してもらおうというようなことが初めての経験になっております。こういった啓蒙をしていただいたということです。それと、環境と地域の活性化、一つのビジネスモデルを提供できたのではないかというふうに考えております。

今後の可能性ですけれども、今回1万3,000本ですけれども、これから暖かくなると、もう少し販売が増えるだろうというふうに思われます。例えば5万本販売されれば、2.6tのCO2削減になると**思われます**。

あと、アトム通貨実行委員会ですけれども、全国10カ所で、アトム通貨は展開されております。札幌だとか、仙台だとか、松山だとかあります。実行委員会で、こういう新宿サイダーのようなことをやりたいですかという話があったとき、全部のところからやりたいというふうな、そういった希望が出てきております。ですから、もしこういった事業が続けられるなら、ぜひ、全国的に展開していきたいというふうに思っております。

それと、リユースびんを店舗に返却して五十万馬力のアトム通貨がもらえる。その五十万馬力のアトム通貨だったら、居酒屋で1杯目のビールがサービスになるというふうなことだとか、いわゆる環境にいいからリユースびんを使ってくれというだけじゃなくて、地域のこういったいろんな仕組みと組み合わせることによって、地域で買い物をすることが面白い、そこで飲食をすることが面白いということと一緒に、リユースの商品が、リユースというライフスタイルが広がっていくのがいいのではないかと、そういった新しい魅力がリユースの中で生まれてくる可能性があるのではないかとというふうに思っております。

今回実証事業でお金を頂いて、商品化ができたことに、委員の方に感謝を申し上げます。ご清聴ありがとうございました。

安井座長 ありがとうございました。大変広告塔の役割を果たしてもらったようで、テレビのコマーシャル代に全部換算すると、相当いっているかなみたいな気がします。億円クラスいっているかもしれません。何かご質問があれば。

馬奈木委員 50円の預り金というのは大きな金額だと思うんですけれども、皆さんが全て記念保管をされているというのも、そんなに全ての人がしているわけじゃないと思うんですけれども、そうすると、そうじゃない方々は、忘れた、なくした、捨てた、または、そのうち返すのかもしれませんが、もう少し長期にわたれたら、大体何日ぐらいの想定で返ってくることを考えられていますか。

中村氏 こういう商品ではどうでしょう。ちょっと想定がしづらいんですけれども。私

の周りでは、記念保管をする人と、飲んだらもうすぐ返す人があります。結構 50 円って高いですからね。やっぱり返したいというのがあると思います。

安井座長 他に何かございますでしょうか。

小野田委員 今後の事業計画というか、どういうふうに広めようとなさっているのか。例えば、実は私の大学は高田馬場にキャンパスがあって、5万人ぐらいの学生がいるんですけども、あまり見たことがないなというのが正直な印象なんです。そこら辺でもう少しいろんな地域のネットワークと、例えば自治体なんかも巻き込みながらやっていけば、全然違う動きもできるのかなというふうに思っています。そこら辺が供給可能量とか、回収とかというところの、どういうふうに広めようとなさっているのかっていうのが、ちょっとお考えがあればお聞かせいただきたいと思います。

中村氏 供給可能量というのはほとんど問題ないと思います。今、地域のリユースできる飲料メーカーが多くつぶれていますけども、今リユース飲料を増やすことが、そういうメーカーを存続していける、ないしは活性化いけるということなので、本当にどんどんあちこちに広げていきたいというふうに思っております。

単純に環境にいいからとかいうふうな形で売るといってもなかなか売れないと思います。だからそこら辺はいろいろなアイデアを出して、やっぱり地域の活性化、リユースというのは地域流通ですので、そこら辺のことを組み合わせながら、買い物の楽しさも入れながらやっていく。ないしは、一つの地域のアイデンティティをつくっていくような、そういうふうな取り組みの中で可能性が大きいのかなというふうには考えております。ですから、例えば大学の生協の中で、早稲田大学サイダーとかいうふうなものをつくっていくとか、ないしは鉄道系の Suica とか、びんを返すと Suica にチャージをしていただけたとか、そういうふうな組み合わせだとか、例えば「小田急口マンスカーサイダー」みたいなもので車内で売って、それで返したら、その交通系のカードにチャージをしていただけたとか、そういう楽しさと記念とか、そういうふうなものと組み合わせながらいくと、まだまだ伸びる可能性があるんじゃないかなと思います。

今、あちこちに行きますと、地域でいろんな地サイダーが出ていますけれども、ただ、残念ながらワンウェイのびんなので、そういったものがリユースのびんで入っていく、そういうふうに広がっていったらいいなと思っております。

安井座長 ありがとうございます。後でまたございますけれども、来年度もまた何か多分やらなきゃいけないので、広告塔役はやっぱり、多分どっかに必要なもので。またそういう考え方を。また、今日、実を言いますと、リユース協議会のほうのミーティングも夜ございまして、そこでもうちょっと追加検討をさせていただいて、いろいろと新し

いいアイデア等を出していきたいと思っていますので、また後で、今日はあまり時間がございませんけれども、何かございましたらぜひ、そのアイデア等を頂ければと思います。というわけで、次、よろしいですか。ありがとうございました。

それでは、最後の九州 R びんでございますけれども、九州圏におけるびんのリユースシステムの構築事業ということで、田中さんからのご発表をいただきたいと思っておりますので、お願いします。

#### (九州圏におけるびんのリユースシステム構築事業)

田中氏 R びん推進九州プロジェクトの田中と申します。よろしくお願いいたします。

今回の事業をまず始めようかというきっかけになったのが、平成 15 年と 16 年、環境省さんの循環型社会形成実証事業という形で採択をされて、900ml の茶びんの R びん、統一びんをつくりました。その中で 16 年度から新びんが発売されて、11 社 22 銘柄に採用されて、ピーク時では、3 年前ですけれども、189 万本出荷されて、昨年が 150 万本出荷されていまして、九州内での回収率が 69.3%。鹿児島県で 85%ありまして、まずは九州内をきちんと九州圏の中で循環させていくという仕組みが当然必要だろうと。それから、回収率とかそういうのも含めて考えていけば、エネルギー消費、CO2 削減、いろんな効果があるのではないかなというようなこと。

それから、これ、15 年からスタートした事業に関しては、900ml だけではなくて、720ml、それから 500ml、300ml。一昨年ですか、東京のほうで、ワタミさんの 300ml の生酒のびんのリユースが始まった一つのきっかけに、うちの事業も多少は影響したのかなというふうに思っております。それと九州の事業を、こうやって 900ml だけやっていると、メーカーさんが R びんを使って居酒屋さんに出しますと、居酒屋さんからフィードバックを受ける。どういうフィードバックを受けるかという、「おたくは 900ml は R びんなのに、720ml というのはワンウェイなんですか」ということが質問として返ってきたりとか、消費者からそういうのが動きとして出てくるものですから、九州の中でも 720ml を R びんに切り替えるメーカーさんというのでも生まれてきているというのが現実問題です。

今回は、目的としては、南九州の事業をまずは九州全体に広げようと。そのためには、福岡が一大消費地。いわゆる九州の中での人口の約 3 分の 1。その中で、その約 3 分の 1 が福岡市に集中、150 万人いますので、そこに的を絞って、その一大消費地から合意形成を頂いて、大手メーカーさんにもどんどん、どんどん参入してもらうような仕組みができないかということで、事業を始めたというところです。

メンバーとしては九州の硝子壺商業組合の各県から選出されました理事クラスでメンバー構成をして、熊本学園大学の宮北先生にアドバイザーをいただいてスタートしたということです。事務局は、水俣エコタウンの弊社の会社内に事務局を置きまして、事業実施場所は福岡市ということです。



実施の内容としては、2回ぐらい推進会議をやりましょうと。1回目に、まずエンドユーザー側、いわゆる居酒屋さん、酒販店、小売、環境団体、生協、自治体とか、そういう方たちに集まっていただいて、Rびんの必要性、それからRびんを進めることによるメリット、いろんなことを合意形成いただいて、メーカーさんのほうにヒアリング、意見交換をさせてもらって、2回目に、メーカーさんとか、レンタル会社とかそういうのも含めて、いわゆる合意形成に結び付けていこうということをもくろんだということなんですけれども。

それとあとは、当然酒販店さんとか居酒屋さん、そういうのに認知度を上げるためにRびんのチラシを配布して理解を求めていこうということ。それから実態調査ですね。福岡市の中での各ポジションにおいての実態調査、実体がどういうふうになっているのかということ。それからRびん応援店というのを募集しよう。そこでRびん応援を宣言してくれるツールとして提灯をつくって、その居酒屋に掲げてもらってPRをしていたらこうということですね。それから大手メーカーに、リユースびんを採用するための条件整備というのにどういうのがあるのかということヒアリング、意見交換をするということが事業の内容的なところですね。

スケジュールは、こういう形で実施をいたしました。

それで、まずは報告なんですけれども、一番最初に実態調査。私も実態調査をやってみて、「いや、こんなものかな」というふうには実は驚いたんですけれども。居酒屋さん、居酒屋チェーンさん、いわゆるこの廃びん処理に関してコスト負担とか、それからリユースびんに関してとか、それからごみ問題、環境問題に非常に興味があるのかどうかみたいなことも含めてヒアリング調査をしたわけなんですけれども、はっきり言って、廃びん処理は一つも困っていない、ほとんど困っていないというのが実態です。全部酒販店が引き取ってしまいますから、ほとんど困っていません。

それから保管スペースとかそういうの関係上、納品するならば、よかったらP箱にしてほしい。いわゆる段ボール出荷となると、持ってきてもらおうと、非常に保管スペースの中で、濡れてしまったりということで、そういうことではやっぱりP箱にしてほしいみたいなことは要望としてありました。

それから環境意識的には、あまりこういう環境に関しての意識がないということもわかりました。ただ、何軒か回っていく中では、いろんなヒアリング・意見交換をする中では、ごみ問題を考えたときには、やはりメーカーさんがもうちょっと容器の回収責任とかそういうのを負うべきじゃなからうとか、自分たちも居酒屋として本当にびん返却に関わるのであれば、自分たちにも少し手数料みたいなことがないと、なかなか回らないんじゃないかなとか、そういう意見が出ていました。

それから小売店サイド、いわゆる業務用の酒販店ですけれども、非常に使い捨て容器が多くなって、廃棄物処理ということでは非常に頭を悩ませているというのが現実問題。ここに焼酎「黒」というのが出ておりますけれども、福岡地域、この「黒」と

というのが非常に売れておりまして、約9割近く市場を占有しています。だからそういう中では、このびんは廃棄物にはなっていないくて、メーカーさんが有料で引き取ってくれています。だから、そういうびんは非常に助かっていますよみたいなことで、地元の土地の地代関係が高いものですから、この南九州のRびんがこの焼酎びん黒なんですけれども、非常に保管するのに費用がかかってしまう。それから少ないリユースびんですので、非常に選別するのに手間がかかる、費用がかかるということで、あまりリユースびんを率先してやりたくないというのが現状で、酒屋さんも実際、リユースびんの回収はあまり意欲的にされていないということがわかってきまして、必然的に南九州のリユースびんはP箱に入って商品が来ていますので、空のP箱になっているものですから、非常に邪魔になっているから、卸さんに返していくみたいなことになっていました。酒販の小売といっても、やっぱり意識のある方は、少しメーカーの責任というのをおっしゃるところが多かったですね。

それから卸サイド。一番上は現状ですから、それはいいとして、非常にびん容器が減っていますので、いろんな部分で物流費というのが非常に高くなっているし、ビールでも何でも昔は空のびん容器をメーカーに持って行って、帰りに商品を積んできていましたけれども、そういう意味では缶化されたりなんかして、一方通行になっていますので、非常に物流費とか効率も悪くなっているということをおっしゃいました。それから先ほどの、小売店さんがびんを集めないものですから、必然的に空のレンタル箱だけが返ってくるということで、いわゆる保管費用とか管理費用に非常に困っている。

それから今度はびん商に移りますけれども、びん商については、一升びんとか、ビールびんとか、回収のきちんとした手数料というのが通常、業として成り立っているわけですけれども、Rびんの900mlに関しては、もうほとんど空箱ということしか扱えないような状況で、とてもじゃないけどそんなのは扱えないよというのが、現実問題としてここにありました。

それから自治体も3カ所ぐらいヒアリングさせてもらったんですけど、容り法から非常にごみ処理コストというのが大幅に増大しているもので、非常に財政を圧迫しているということで、やっぱり排出事業者の責任を中身の事業者、容器の事業者、もうちょっと明確にしてほしい、それから負担率に関しても、そちらのほうのウエートを高くしてほしいというニーズはもちろんありました。

今回の九州地区、この福岡地区の事業に関しては、やっぱり本格焼酎の地盤でありますし、九州の中で地産地消とかそういうのにつながっていくというのがリユースびんの事業ですから、サポートしましょう、応援しましょうという意見ですけどね。それから、環境団体も、大体同じような意見だというふうに思いますけどね。こういうことです。

あとは、事業の実施をやっていく中で、2回の会議をやって、そしてチラシとか、提灯を配布したわけですけども、大体5,000枚から、応募チラシ1,800枚、それからRびん推進チラシを飲食業向けに新たにまたつくったんですけども、何でいわゆる居酒屋

さん向けにこういうチラシをつくらなきゃいけないかということは、逆に言うと、Rびんの説明に行っても、「いや、Rびんって何ですか」みたいなことの意識づけだったものですから、やはりもうちょっと、子どもたちの環境教育じゃないですけども、わかりやすく具体的なチラシがいいんじゃないかなということで、うちのほうでは、900mlは一升びんの半分ですので、「一升びんの子どもが誕生しました」みたいなチラシをつくりました。Rびんでは、東北のほうでは720mlが主力ですから、それも含めて「一升びんの子どもなんですよ」みたいなことのチラシをつくってということをやらないと、なかなかRびんを応援するというような意識づけにはなっていないということが実態としてわかったから、そういうことをしたということですね。

必然的に、やはり反応が悪くて、150個提灯をつくりましたけれども、配布数は16個までになっています。ただ、今でも継続して提灯を普及させようということで、居酒屋さんとか、そういうのにお客さんのほうが説明をして、付ける作業は現実まだやっている最中なんですけれども。

あとは、実施報告としまして、これはメーカーさんに対してのヒアリングをしたときのあれなんですけど、約3社とお話をしたんですけども、一番のやっぱりネックは、現行びんよりも重量が重くなるということと、それから自動検液器、いわゆるカメラ検査をしているものですから、新びんでないと不良率がものすごく上がってしまう。いわゆる2割以上になってくるということで、それで新びんのほうがいいんだというような見解があったりとか。それから、びんもだんだん、だんだん、軽量化になってきていますので、非常に物流費が上がってしまうのはちょっと敬遠するみたいなこと。それから販売エリアは九州外が多いので、自分としてはメリットがないというメーカーさんがあったりということかな。それから、自分のところでは独自では透明びんを出しているので、茶びんに切り替えてしまうと販売が減ってしまうので、それはちょっと難しいよねということとか。かといって、じゃあ透明びんをリユースびんにというのはちょっと様子を見させてくださいというような意見がありました。

これは第2回目の会議風景ですね。それから、これは提灯を付けたところの居酒屋さんの入り口ですね。1個約3,000円近くの提灯なんですけど、これはビニール提灯です。雨が降ってもいいような提灯なんですけれども。

今回の事業をやってきた中での成果としては、初めて九州の硝子壺事業協同組合の中での連携チーム、一つのテーマに向かって連携をして事を運んだというのは初めてですので、そういうことが大きな成果じゃないかなということと、それから、こういうキャンペーンツールというんですか、そういうのをつくってしまった。また提灯も実際まだ余っているものですから、次年度以降にもっともっと他の県にも普及させようというふうに思っていますので、そういうツールができたことということですね。それから実態が把握できたことということですね。それから推進会議ということをすることによって、一つのエリアの中での仲間というのが生まれてきたこと。それから、今回の事業として

今、Rびんを広めよう会・福岡、それから鹿児島という形の、仮称の今、動きが市民活動の中で提案が出てきたりとか、卸さんからちょうど提案が出てきたりとかいう形につながっているということはすごく……。Rびんを広めよう会・熊本というのがあります。そういうことでは、この縦軸の形成については、こういう円卓テーブルというのができていくということは、すごく可能性が今後上がっていくのではないかなというふうには思っています。

あとは、今度の終了後の展開としては、うちのほうでこういう連絡調整窓口をきちんとつくって、それから先ほどのRびんを広めよう会、他にも各県での展開。それから、採用メーカーさん、仲間を増やすということ。それから、九州グリーン購入ネットワークがありますけれども、グリーン購入という視点での方々も仲間に入れて、PR的な活動をやっということですね。それから九州管内においてのメーカーさんのほうの、Rびんとか、びんの使用実態とか、そういうのも含めた調査を今後は実施していこうかなということ考えております。以上でございます。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した。何かご質問等、ございますか。

馬奈木委員 議事録を拝見しますと、メーカーの方が、消費者側からの苦情があるんじゃないかという懸念があるとか、そういったメーカー側が考える消費者への考え方はあったんですけども、実際に消費者の方がどういうことを言われたとか、どういうふうに理解されたとか、そういうことはヒアリングとかされましたでしょうか。

田中氏 今まで多分、この焼酎メーカーさんあたりも、一升びんというのはほとんど、新びんも多少はありますけれども、リユースびんを使われています。その中で消費者のクレームですよ。リユースびんに関してのクレームというのは、日本全国でも大したことはないんです。ほとんどないというふうに私は理解しているんですけども。だから同じことなんですよ。900mlのリユースびんを使うことも。逆に言うと、900mlはワンウェイになっているわけですから、現在リユースびんというのはすごく新しいびんばかり多いですから、不良率も非常に低いはずなんですよ。だから消費者のクレームもほとんど少ないはずなのに、消費者のクレームが怖いな部分というのがメーカーさんから出てくるということは、やはり今、現実としては、あまり前向きに採用したくないという返事ということで私たちは承ったんですけどもね。ということでよろしいですか。

小沢委員 流通のインセンティブの件なんですけど、先ほど郡山は、小売でやると1本7.5円で、卸では150円ですので12.5円というところで、九州ではどういうふうな感じ

ですか。

田中氏 15年、16年の事業で始めたときも、今現在も一緒なんですけれども、末端からは5円ですね。それから、その5円で回収したのを酒屋さんがびん商に10円、それから卸にも10円ですね。それから卸さんは15円でびん商さんに売る。それから、私たちも小売店から10円で買ったものを、古びんなり洗淨びんとして販売をします。古びんの価格に関しては大体20円台、それから洗いびんに関しては約40円前後ということになると思います。ということよろしいですか。

安井座長 他に何かございますでしょうか。その集めておられる「黒」さんは、それを集めたものはどうされているんですか。

田中氏 福岡市場のシェアの約9割を持っている「黒」という商品は、集められまして、これは製びんメーカー2社が引き取ってしまっていて、全量カレットになっているということです。だからメーカーさんが新びん販売して、全量その責任を取って、空びんに関してもカレットにするということをやっているということで、要は私たちびん商は、一つもこの間に絡んでないということです。だからリユースは当然なくなっていくということだと思いますけれども、ただ、そういうことでは製びんメーカーさんは、やっぱり社会的な責任じゃないけれども、ワンウェイになっているから市場で困っている。じゃあその受け皿としてカレット処理という形のリサイクルで責任を取りますよというスタンスになっている。メーカーさんも同じようなスタンスになっている。でも現実問題としては、地域全体の中で、やはりいろんなポジションの中でのごみ、廃びんについての処理費負担というのが、そこには実態として生まれているということじゃないかなと思っています。

安井座長 責任の取り方というのもいろいろありますけど、確かに昔みたいに、ごみそのものに対して責任を取るのか、そうじゃなくて、さっきの吉川さんの話じゃないけど、CO2みたいなものを含めて責任を取るのかというところが一つの鍵かもねという感じがすよね。

よろしゅうございましょうか。今回の実態調査をやっていただいて、何か本質が見えてきたような気がいたしますね。

田中氏 もう1個だけよろしいですか。先ほどの提灯がなかなか、16個しか普及しなかったという要因は、実は応援店のチラシというのを酒販店ルートで、やっぱりこれは居酒屋さんに説明しないと、納得いただいて提灯を付けてもらわないと意味がないというふうに思いましたので、業務用の酒販店としてチラシを配っていることの仕組みにした

んですけれども、その酒販店が、逆に言うと、今はワンウェイびんとしてきちんと引き取ってもらって、そこら辺をあまり荒立ててしまうと、逆に言うと、今のワンウェイびんのリサイクルの仕組みまで崩壊してしまったらという懸念があったことが一つです。

ただ、今まで、今やってきた流れの中では、これ、おとといのファクスなんですけれども、こういうのが来ていまして、うちのグループの人たちなんですけれども、こうやって提灯を居酒屋さんに行って付けましたと。その中で、黒 という R びんというの、焼酎を入れてもらうようにしましたと。それから、それを合意していただいて、提灯を付けて、それからもう一つ今出てきているのは、提灯だけではなくて、居酒屋さんの店員さんに、R びん応援店みたいな T シャツを今後つくっていかうというような話が今出てきているということです。すみません、追加になりましたけれども、以上です。

安井座長 他に何かございますでしょうか。よろしゅうございますか。それでは、田中さん、どうもありがとうございました。

時間を見ると、おおむね奇跡的にオンタイムで動いていますね。それでは、以上4件につきまして、いろいろご報告いただきましたが、やっぱりやってみると、いろいろ新しいことがわかるものですね。南九州はそれなりに動いているということ。北になると全く違うよと、文化が違いますね。ということもよくわかってきます。

ということで、議題1を終了させていただきまして、次の議題でございますが、次の議題に関しましては、ご説明は環境省かな。それでは資料のご説明をお願いしたいと思います。

## (2) これまでの取組み経緯、今後の予定

沼田室長補佐 お手元の資料5をご覧ください。これまでの取組み経緯、今後のスケジュールとしまして、23年度の取組みの経緯と、来年度の取組み予定を簡単にご説明します。

まず23年度の取組み経緯ですが、これまで検討会を合計4回開催しましてご議論をいただきました。11月には検討会のとりまとめをいただいたところでございます。また、昨年11月14日には、郡山市内において、びんリユース推進シンポジウムを開催いたしましたし、100名近い方にご来場いただきました。

また、びんリユースシステム成功事例集、昨年も一度、検討会でもご紹介をしたかと思いますが、これは11月のシンポジウムで配布をしまして、またその後、随時更新を行っているところです。本日の参考資料としてお付けをしておりますが、参考資料の2番をご覧くださいでしょうか。2ページ、3ページをご覧くださいまして、時間の関係もありますので、1件1件細かい説明はできませんが、赤字部分が今回追加をしたところです。小売店で回収をしているリカーマウンテンの事例、業務用を中心にお茶・飲料水のリユースを行っている能勢酒造、また、地方自治体の取組みとしまして、回収拠

点のマップ化などを行っている京都市、山梨県といったところを追加しております。こちらにつきましても、今後ホームページへのアップなどを通じて、周知を図っていきたいと思っています。

また、今年度の取り組みの最後ですが、先ほどの郡山市のご発表のときにも触れていただきましたが、郡山市びんリユース推進協議会にご協力をいただきまして、地域内のびん回収拠点を地図上にプロットするという取組を今、試行的に行っております。こちら参考資料3として概要をお付けしておりますが、郡山市内の小売・酒販店でご協力いただけたところを地図上にプロットして、びんリユース回収拠点マップを作成するという取組を今、試験的に進めているところでございます。以上が今年度の取り組み経緯でございます。

次に、(2) 来年度、24年度の取組予定ですが、まず東北復興予算の一環としまして、東北復興に向けた地域循環資源徹底利用促進事業という予算がございます。これは東北地域の中で各種のリサイクル・リユースの実証事業を行っていかうというものでございますが、この一環として、東北地域を中心とした使用済みびんの回収・リユースシステムの実証事業を行っていかうと思っています。具体的な場所の選定につきましては、びんリユース促進協議会の小沢委員、幸委員などご相談しながら、現在、候補地の検討などを行っているところでございます。

また、東北以外の全国的な取組としましては、今年度までの検討の結果も踏まえまして、ここに書いてありますとおり、東北以外の地域における、今年度と同様の実証事業の実施。また、昨年の検討会の取りまとめでもご指摘をいただいた点でございますが、びんリユースの成功事例が同種の事業者に波及しない理由の分析、波及方策の検討。あるいは今後拡大を図るにあたって、特にびんリユースの成立の可能性が高い地域の洗い出し、こういったところを調査できればと思っております。

また、資料には書いておりませんが、本検討会は来年度も継続して開催いたしまして、こういった取組状況のご報告や、さまざまなご議論、お知恵をいただければと思っております。以上、資料5の説明でございます。

安井座長 ありがとうございます。何かご意見、ご質問等ございましたらお願いしたいと思えます。ここにもちょっと軽く書いてございますけれども、「実証事業を行う予定」となっております。ということでございますので、積極的に少し検討を進めてまいりたいと思っています。

今日お話を伺っていて、例えばアンケートを取るなんていうことでしたら、やっぱり項目を少し標準的なものにしたほうがいい。みんな同じことを聞いたほうがいいかなと思えますね。それから、リユースびんへの意識みたいなものの調査の仕方、ちょっと何か標準的なものはないか、あるいは、例えば、先ほども田中さんのお話で、顧客からのクレームというのも実際にはあまりないみたいな話とか、幾つかやっぱりまとめてい

かなきゃいけないと思います。

P 箱の話は結構面白くて、北九州だと P 箱が余って困っているという話があって、一方じゃあ P 箱がなくて困っている、このあたりもいろいろあって、一つのキーワードかなと思いました。あと、アトム通貨みたいな、こういう広告塔をどうやってつくっていくかみたいな話もやっぱり重要なかなという感じがいたしましたので、こういったものを少し検討させていただいて、次年度の少し、より効果的な実証事業の推進に生かしていきたいらなどと思っております。

小沢委員 2点ありまして、一つは、今回、4つの取り組みを行ったわけですが、今後に向けてというか、あるいはそのところも重要なわけですが、評価の仕方のところを、これは私ども、びんリユース推進全国協議会でももっとシビアにやっていないといけないかなということもありまして、環境省さんが初めに採択した基準というのが4つ5つぐらいありますよね。その辺の内容、要するに、これから継続性がどうなるのかとか、いろんな問題について、やはり今までの、この間の20、30の取り組みの成果を継続的にやる、あるいはいっそうやる意味で、そのところを、私どももそういうプロットに落としながら取り組んでいくことが必要かなということを考えていることが一つ。

それからもう一つは、今回単発で、サイダーびんとか、あるいは900mlだとか、720mlってやっています、リユースびんというのはジャンルとしては酒のグループと、それ以外の飲料とか、あるいは牛乳とか幾つもありますので、個別的にやる中身を、2～3年後には全体が一つ地域の中でリユースのビジネスに結びつくような、そういう取り組みにやっぱり発展性をやっていないと、単発的にはやはり広がらないだろうと、拡大しないだろうというふうに思っていますので、そのところを私どもも継続的に論議に参加しながらやっていくことも重要だと思いますけれども、それがせいぜい3年ぐらいで、どこかの地区で720mlもやっている、900mlもやっている、あるいはサイダーびんもやっている、牛乳びんもやっている、販売している内容がほぼ何らかのインセンティブを与えながらやっていくみたいな、そういうやっぱり見え方をしていけないと、消費者はどうしてもくっついてこない、あるいは販売のほうにもそれが評価されないという関係になると思いますので、そのところは、自分に言い聞かせている部分もあるんですけども、皆さんと協力しながらやっていきたいと思っておりますので、よろしく願います。

安井座長 ありがとうございます。他に何かございますでしょうか。ちょうど時間がいい感じなので、森下室長からまとめを頂きたいと。ちょうど終わるぐらいになりと思っています。



森下室長 本日は本当にお忙しい中お集まりいただきまして大変ありがとうございました。活発なご議論をいただきまして、また非常に実証事業の進捗状況・成果につきまして、丁寧にご説明をいただきまして、少しずつですけれども、いろんな新しいことが、課題を含めてわかってきているのかなというふうには感じております。

先ほど今後のスケジュールというところでもお示しさせていただきましたけれども、今後も、来年度も引き続きこれに力を入れて取り組んでいきたいというふうに思っております。

現在、第4次環境基本計画というのがパブリックコメントに付されておりますけれども、その中で2つのR、リデュース、リユース、これの取り組みをもっと強化していかなくちゃいけないということが言われております。今後、この環境基本計画の改定を受けまして、循環型社会推進基本計画の改定、さらには容器包装リサイクルの制度見直しと、いろんなシーンが出てきてまいりますけれども、その中で、このびんリユースをどうしていくのかということについては、しっかりとした議論をいただいて、位置づけをしていく必要があるというふうに思っています。ぜひそのためにも、ここでまた引き続きご検討いただきまして、いろんな知恵をインプットいただければ非常にありがたいというふうに思っております。

このびんリユースの仕組みですけれども、これはやはり日本人がこれまで生み出してきた知恵の一つだと感じております。いわば日本の財産というふうに思っております。私自身はこれ、リユースびんを使うということは非常に格好いいことでもあると。クールジャパンという言葉がありますけれども、クールジャパンの一つなんじゃないかなというような気もいたしております。いろんなそういう感覚も含めて、いろんな人々に理解をしていただいて、これが大きな社会の流れになるようにというふうに思っております。

この取り組みを始めまして、実はいろんなところで反響を呼んできております。新たな取り組みが新しいところで生まれてきつつあるという話も我々は耳にしておりますので、そういったところともうまく連携をしていながら、今のこの流れを大きな流れに反転を、これまでの流れを反転させて、しっかりとした大きな太い流れをつくっていきたいというふうに思っておりますので、来年度もどうぞよろしく願いいたします。ありがとうございました。

安井座長 ありがとうございました。それではこれで閉会でございます。本日は誠にありがとうございました。

(以上)