

～環境省：ペットボトルを始めとした容器包装のリユース・
デポジット等の循環的な利用に関する研究会（資料）～

日本国内における リターナブルびんの現状

平成20年4月21日

ガラスびんリサイクル促進協議会

・リターナブルびんの現状

1. 日本におけるリターナブルびんの販売動向

(びん重量ベース :T)

| | 区分 | 2001年 | 構成比 | 2005年 | 構成比 | 2001対比 |
|--------|------|-----------|-------|-----------|-------|--------|
| ビール | | 1,428,283 | 59.4 | 865,803 | 54.8 | 60.6 |
| 日本酒 | 小計 | 224,192 | 9.3 | 157,743 | 10.0 | 70.4 |
| | 1.8L | 209,865 | | 140,846 | | 67.1 |
| | 中小びん | 14,327 | | 16,897 | | 117.9 |
| 焼酎 | 小計 | 76,192 | 3.2 | 98,383 | 6.2 | 129.1 |
| | 1.8L | 67,656 | | 87,473 | | 129.3 |
| | 中小びん | 8,536 | | 10,910 | | 127.8 |
| その他酒類 | | 16,352 | 0.7 | 10,041 | 0.6 | 61.4 |
| 酒類計 | | 1,745,019 | 72.6 | 1,131,970 | 71.6 | 64.9 |
| 醤油・調味料 | | 73,184 | 3.0 | 48,616 | 3.1 | 66.4 |
| 牛乳 (注) | | 460,404 | 19.1 | 298,598 | 18.9 | 64.9 |
| 清涼飲料 | | 121,352 | 5.0 | 97,274 | 6.2 | 80.2 |
| 生協ほか | | 4,399 | 0.2 | 3,958 | 0.3 | 90.0 |
| 合計 | | 2,404,358 | 100.0 | 1,580,416 | 100.0 | 65.7 |

リターナブルびんは、ここ5年間で約3分の2に減少している
 全体の55%はビールであり、酒類全体で70%である
 増加傾向は、ブームの焼酎とRマークびんが導入されている
 日本酒中小びんである

(注)牛乳は容器の軽量化が著しく販売動向は、推計85%程度

2 . リターナブルびん取組み業界の実状

2 - 1 . ビール業界

容器別販売構成比:

びん:13% アルミ缶:73% 樽:14%



主なリターナブルびんの販売市場:
業務用料飲店・会館等

空容器回収システム:

容器保証金制度(5円/本)・空容器取扱い手数料制度

減少した背景:

次ページ参照

課題と新たな動き:

毎年10%の減少傾向。

高齢化対応の新たな宅配システム

減少した背景

生活者のライフスタイルの変化と流通構造の変化
単品まとめ買い 多品種・小ロット購買への変化
経年的なりターナブルびんの減少に繋がった。

住環境の狭小化と女性社会進出に伴う有職主婦の増加
まとめ買いからバラ買いへ、
配達から店頭購入への行動変化
世代交代のなかで配達まとめ売り中心の酒屋が減少
バラ売り主体の店頭販売型へリニューアル
酒類免許緩和に伴い大手チェーン量販店やCVSで
酒類を購入するのが一般的になった。

【販売店】

品揃えの強化に伴い、
多品種・小ロットのばら売りが主流となり、
ワンウェイ容器（缶・びん・ペットボトル）の
増加に繋がった。



【消費者】

消費者も、
自分の好きな時間に、
好きなお店で、
様々な商品のなかから選ぶという楽しみを、
1～6本程度の小ロットで購買する形で
実現した。



2 - 2 . 日本酒業界

容器別販売構成比:

リターナブルびん: 37% ワンウェイびん: 7%
紙パック : 49% カップ: 7%



主なリターナブルびんの販売市場:
業務用料飲店、一部家庭市場(贈答・正月用)

空容器回収システム: 全国びん商連合会(670業者)による回収・洗浄・販売。容器保証金制度は無い。

減少した背景: 嗜好の多様化に伴う販売総量の減少
酒類免許緩和に伴い量販店やCVSでの購入となり、
軽くて持運びが便利な、紙パックに変化した。

課題と新たな動き:

Rマークびん(720ml・500ml・300ml)の伸び悩み。
容り法18条認定を受ける為のインフラ作りが今後重要

2 - 3 . 清涼飲料業界

容器別販売構成比： Rびん： 1 % OWびん 1 %
PETボトル： 63 % 缶： 21 % 紙パック 14 %

主なリターナブルびんの販売市場：
業務用料飲店・会館等

空容器回収システム：容器保証金制度(10円/本～50円)
空容器取扱い手数料制度(中小事業者は無い)

減少した背景：まとめ買いからばら買いへの購買行動
の変化。酒類・米穀販売チャネルの縮小。

課題と新たな動き：ミネラル・サイダー・ラムネ等の地域
小規模事業者での統一リターナブルびん採用の動き



2 - 4 . 飲用牛乳業界



容器別販売構成比:

びん:7% 紙パック:88% その他:5%
(学校給食リターナブルびん:28% 紙パック:72%)

主なリターナブルびんの販売市場:

家庭用宅配:70% 学校給食:25%
駅売店:3% 自販機(スーパー銭湯等):2%

空容器回収システム:特約販売店による週2~3回の
配達・回収。容器保証金制度は特に無い

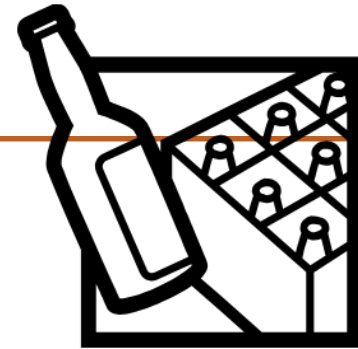
減少した背景:販売店の減少(2005年10,000店1975
年の半減)、宅配専用の高付加価値商品(量販店の5倍)

課題と新たな動き:

地域高齢者福祉としての牛乳サービス・声掛け運動

・リターナブルびんが
環境影響評価上良くなる
ための必要な条件とは、

1. リターナブルびんとワンウェイびんの環境負荷の違いとは



リターナブルびん

プラス面

ガラスびん資源の節約

マイナス面

回収のための輸送エネルギー消費
洗浄用水の使用

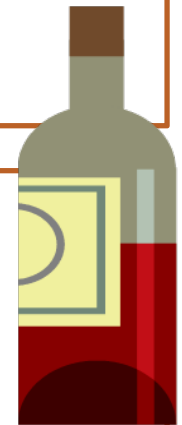
ワンウェイびん

プラス面

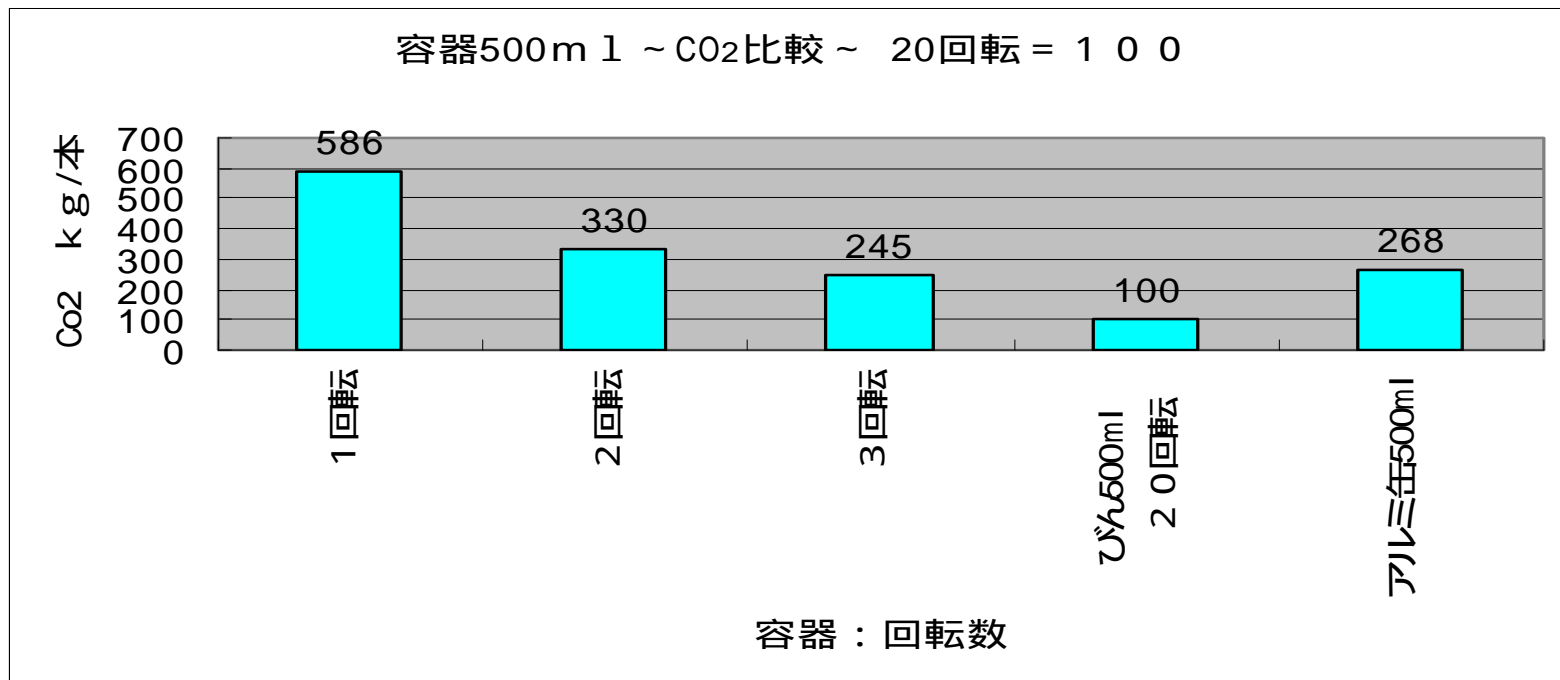
近距離でリサイクルが可能

マイナス面

びんに再利用するためのエネルギー
ガラスびん資源の使用



2. 【LCA評価シュミレーション】

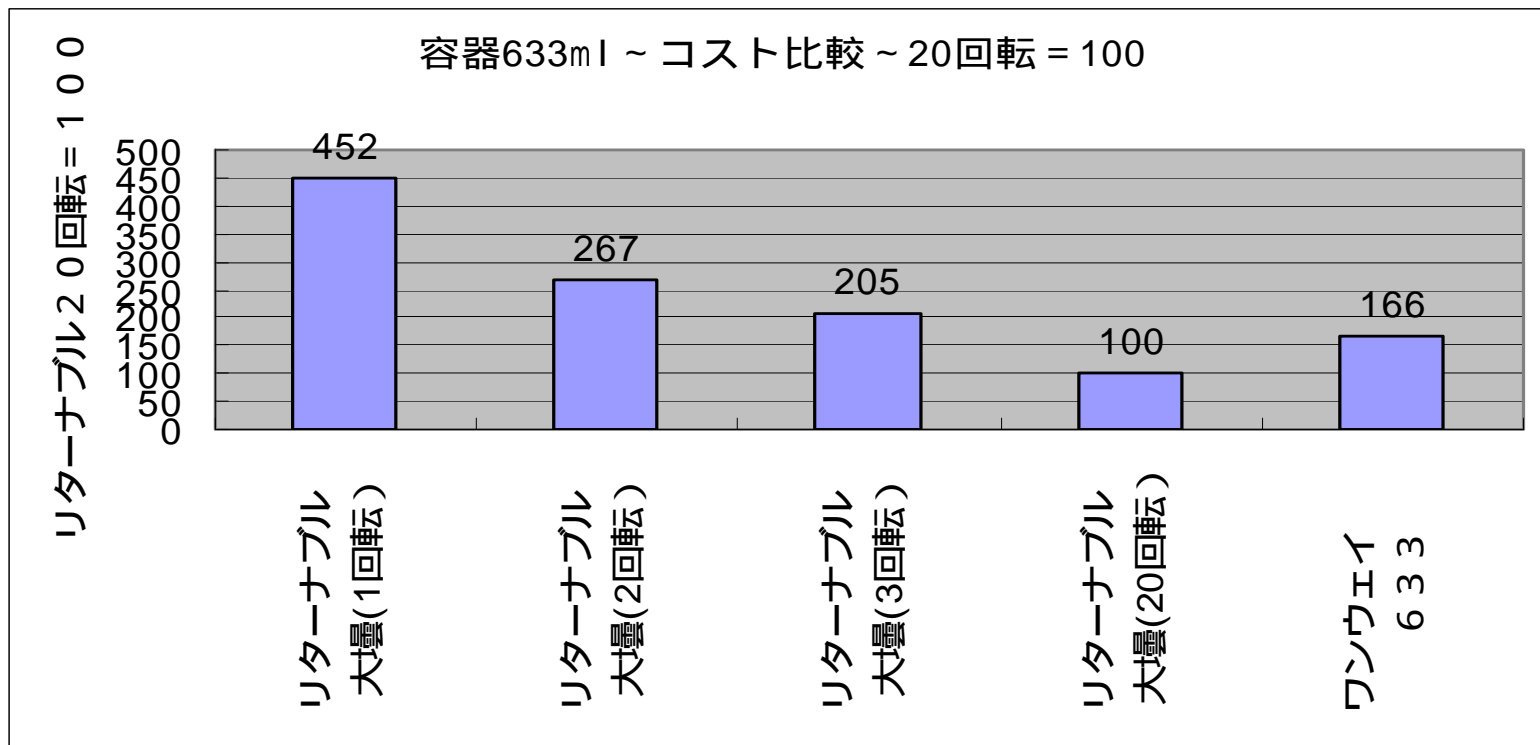


* 中びん500ml 20回転は、缶と比較して明らかにCO₂は低いことがわかります。

* 回転数が3回転になるとアルミ缶の環境負荷と同程度になってしまいます。

* 回転数が製びん段階での環境負荷に直接影響します。¹¹
また、輸送 距離も重要な要素です。

3. 【LCC評価シュミレーション】



* リターナブル大壺 20 回転は、ワンウェイびんに比較して、明らかにコストが低いことがわかります。重要な要素はびんの製造原価で、何回転するかに関係します。

* 3 回転以下になると、リターナブルびんのコスト優位性はなくなります。

3回転しないリターナブルびんより軽量ワンウェイびんの 環境負荷のほうが低い



キリンラガービール小びん

容量：334ml

資源重量：351g

原単位：1.05g / ml

【リターナブルびん】



一番搾り無濾過生(チルド)

容量：330ml

資源重量：170g

原単位：0.52g / ml

【ワンウェイびん】

4 . 【本来の容器に求められる機能】

品質が良好に保持できること
流通時や保管時の安全性が確保できること
取扱い時の機能性が確保されていること
飲用後排出時の簡便性が確保されていること

+

「環境」に配慮した容器包装であること

【企業における容器包装設計時の環境配慮】

環境に配慮した容器包装の設計を行なうこと

（「環境に適応した容器包装等の設計指針」の制定）

安全性を基本に、リサイクル上問題のない素材使用

容器自体の軽量化（省資源・省エネルギー）

容器製造方法の見直し（環境負荷低減・省エネルギー）

5. 【リターナブル制度に相応しい商品の条件とは】

～ L C A手法による環境影響と L C C分析によるコスト比較から～

回転数が3回以上確保できる商品であること

消費者が購入すること

【事例】出雲市コカコーラお帰りボトル。
毎日の消費者の生活導線にある「スーパー」等の
量販店の役割に期待が高まる

一定以上の販売量が見込めること

複数工場での製造が可能となり、消費地への
輸送距離が短くなる。

空びんの回収が見込めること

料飲店市場での取扱いは消費サイクルが短く**空容器の回収が必須**である。

限定市場であり空容器の回収が容易なこと。
国や自治体の公共施設における率先取扱い

生活倶楽部生協に代表される、配達回収システムが構築されていること
少子高齢化社会に向けて今後拡大の可能性大

消費に一定期間時間を要し、環境モラルの高い
消費者が販売店店頭に持参返却されるもの

**. これから各主体
何をなすべきか**

1. 容器包装リサイクル法改正論議における「リターナブル」の取り扱い

(1) 環境省：中央環境審議会

- * 市町村がリターナブルびんを分別収集することが促進に寄与する可能性があり、実証すべきである。
実態調査結果：44.4%の市町村が実施

(2) 経済産業省：産業構造審議会

- * 容器包装リサイクル法18条(自主回収認定)の基準を引下げることが促進に繋がらないか今後要検討。
産業界にリターナブルびんの実態及び意向調査：
既存90%で認定受けてる企業は、引下げられても回収率は変わらない。やってない事業者は、単に基準の引下げだけでは踏み出せない。

2. 各主体に望まれる方向性

(1) 国

リターナブルに関する理念を打ち出すこと

自主回収認定制度の見直しと設備等補助制度の創設

**リターナブル商品を製造・販売する事業者に対する
報奨制度としての、排出権制度の創設**

国の施設における優先的取扱い(率先垂範)

(2) 県・市町村等の自治体

ごみ処理基本計画の作成に地域販売事業者を
巻き込み、リターナブルの取組みを盛込んでいく

(リターナブル推奨・協力店制度や協定の締結)

自治体施設における優先的取扱い(率先垂範)

(3) 事業者

統一容器の複数事業者による共同使用のための
インフラ作り(Rマーク等)

業務用領域における業界単位での、
リターナブル化の検討と商品開発(例: 廉価焼酎)
販売事業者の

* 継続取扱いと販売促進

* 視認性の高い売場作り

* 環境情報発信型(プライスカードへの環境ラベル)
の売場作り

リターナブル流通量の把握と継続的情報開示

(4) 消費者

指名・購入の実態作り

販売店や自治体の取組みへの参画と協働

ご清聴ありがとうございました。

みなさまの、リターナブルびん拡大に向けた絶大なるご協力をお待ちしております。

