

～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

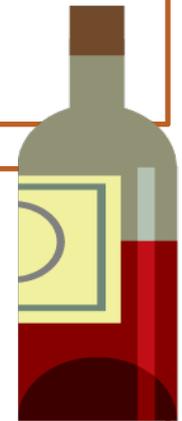
ワンウェイびん

**プラス面**

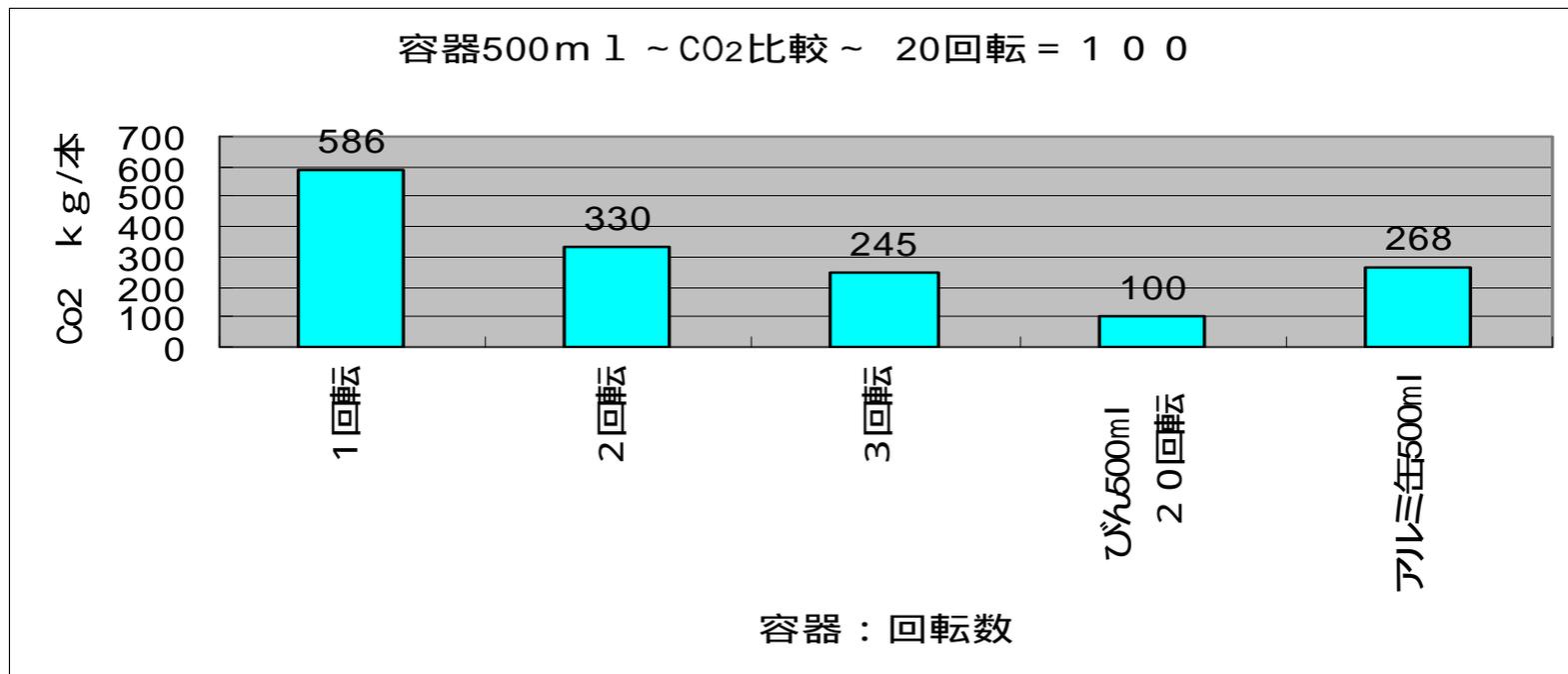
近距離でリサイクルが可能

**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】

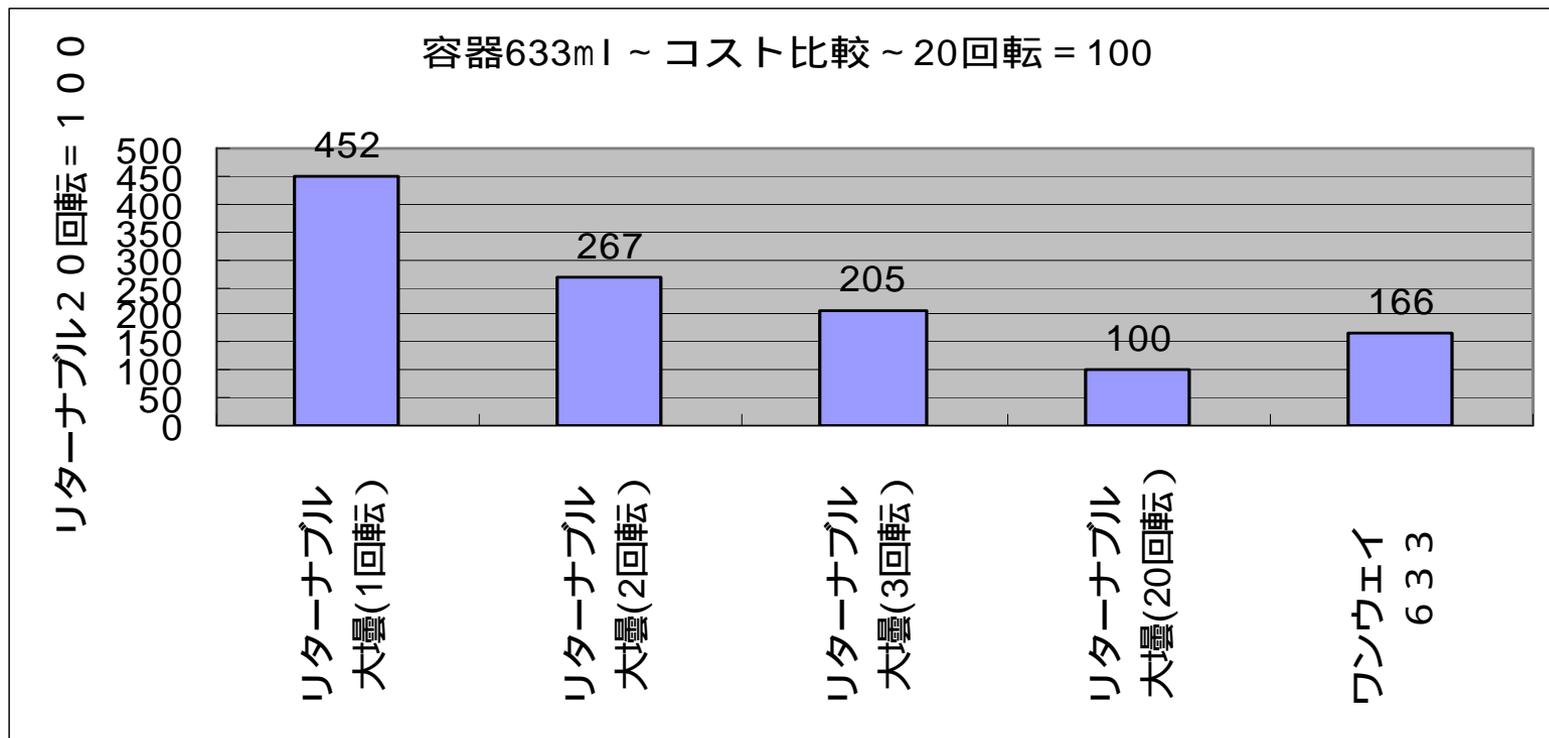


\* 中びん500ml 20回転は、缶と比較して明らかにCO<sub>2</sub>は低いことがわかります。

\* 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。<sup>11</sup>  
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。

