

飲食店等におけるマイカップ・マイボトルの利用者への対応アンケート調査 結果概要

(調査方法)

目的：

本研究会の前回会合において「消費者がリターナブル容器を選択できる場面として、例えばマイボトルに着目し、各主体を巻き込み広く普及啓発を行い、普及啓発の効果について検証する。」とまとめられている。この前段階として、飲食店等におけるマイカップ等への対応状況を調査する。

実施時期：2010年2月下旬～3月上旬

対象事業者：マイカップ・マイボトルの利用場所として、主に想定される場所の運営主体

(「テイクアウト」に対応した飲料を販売する事業者、またはレジャー施設等：

喫茶店(カフェ)、ファーストフード、コンビニエンスストア^{※1}、野球場、サッカー場^{※2}、映画館、遊園地等の施設(以下、その他娯楽施設)^{※3})

※1：喫茶店(テイクアウト対応カフェ等)、ファーストフード店、コンビニエンスストアについては、日本フランチャイズチェーン協会の会員から抽出するとともに、有名なブランドについては、ウェブ情報等をもとに捕捉

※2：野球場、サッカー場については、公営を除き、来場者数の多いプロ野球の本拠地(12ヶ所)、J1リーグのスタジアムを対象とした

※3：映画館については、全国の映画館でシネマコンプレックスなど座席数の多い映画館を抽出。その他、動物園、水族館、アミューズメントパークなど年間来場者数の多い施設を抽出(レジャーランド&レクパーク総覧より)。

実施方法：発送先電話確認後に郵送発送・郵送回収(一部FAX回収)

(締め切り後の回答催促：全未回答企業)

(結果の概要)

<アンケート回答事業者>

アンケートの回収率は、約45%であった。なお、今回のアンケートでは、回答締め切り後に全未回答事業者に対して回答を依頼している。その際、マイカップ・マイボトルの利用者に対応していないことなどを理由として、回答しないという事業者もいた。回答事業者は、比較的関心の高い事業者からの回答が多かったものと考えられる。

なお、喫茶店・ファーストフード店、コンビニエンスストア等からの回答数は少ないが、これは、全国展開しているチェーン店等の回答を含んでおり、喫茶店・ファーストフード店については全国4,268店舗、コンビニエンスストア等については全国6,065店舗の回答と位置づけられる。

<マイカップ・マイボトル利用への対応状況>

回答者のうち、約3割の事業者が店舗内販売のみで持ち帰り飲料の販売をしていない。マイカップ・マイボトルでの販売をしている事業者は、全体の約3割であった。ただし、持ち帰り販売の有無によるマイカップ・マイボトルでの販売の実施状況の差は無かった。また、マイカップ・マイボトルに対応しているとの回答の内訳を見ると、「自社指定以外でも対応」とするとの回答の方が、「自社で指定する容器のみ」対応するとの回答より多かった。

<マイカップ・マイボトル利用に対応する際の課題・メリット>

対応している事業者の対応開始に際しての課題、未対応の事業者の対応しない理由は、どちらも「衛生管理ができない」点が多く指摘されている。対応している事業者においても、75%の企業が、「店舗での衛生管理ができない」ことが課題であったとしている。

なお、対応していない事業者では、約4割が「検討したことがない」ことを対応していない理由として挙げている。検討のきっかけがあることにより、対応事業者を増やすことができる可能性がある。

マイカップ・マイボトルに入れるサービスに対応した結果のメリットを確認した。最も多かった回答は、「自社のブランド・イメージが良くなった」で、58%であった。

<マイカップ・マイボトルの利用促進>

「安全衛生をどこまで店舗が確認できるか・すべきか」について、消費者と事業者の認識を合わせいく必要があるとの指摘があった。また、「マイカップ・マイボトルの利用」が本当に環境に良いか不明との指摘もあった。

<飲料仕入れにおけるリユース容器選択状況>

飲料の仕入れにおけるリユース可能な容器の選択は、「リユース容器が選択可能なものについては、選択している」が約2割であった。また、「リユース容器で販売されているものがない（メーカーに確認済み）」も約2割で、約4割の回答者がリユース容器の選択ができる部分については進めていることになる。また、「リユース容器が選択可能か分らない」が約3割あった。

<飲料仕入れにおけるリユース容器利用上の課題とメリット>

リユース可能な容器を選択した際の課題としては、利用している事業者においては、「店舗での保管場所がない」「店員の作業が増える」などが多く挙げられた。まだ利用していない事業者に利用する際の課題を聞いたところ、「店舗での保管場所がない」、「容器の再使用に対して衛生上の不安がある」などが多く挙げられた。

また、リユース可能な容器を選択した結果としてのメリットは、「廃棄物処理のコストが削減できた」「仕入原価を抑えることができた」などが多く挙げられた。

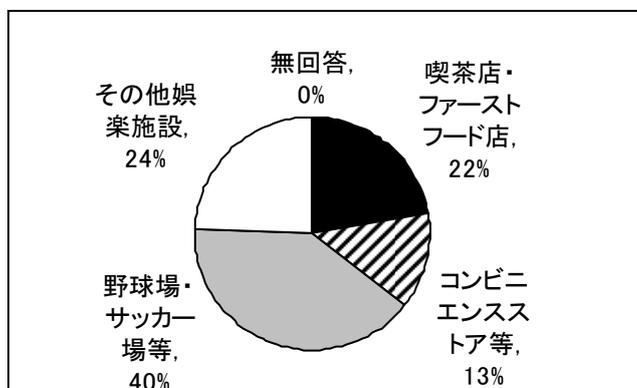
(結果の詳細)

発送数と回収数：

	合計	喫茶店・ファーストフード店	コンビニエンスストア等	野球場・サッカー場等	その他娯楽施設
発送数	99	33	8	38	20
回収数	45	10	6	18	11
回収率	45%	30%	75%	47%	55%

回答者概要：

回答数	喫茶店・ファーストフード店	コンビニエンスストア等	野球場・サッカー場等	その他娯楽施設	無回答
N=45	10	6	18	11	0
100%	22%	13%	40%	24%	0%



なお、喫茶店・ファーストフード店、コンビニエンスストアについては、フランチャイズチェーン等規模の大きい事業者の本部を対象としており、各チェーンの店舗数等は、以下のとおりである（インターネットにより把握）。

・喫茶店・ファーストフード店（10社）

MAX 1422 店舗
MIN 8 店舗
平均 426.8 店舗

・コンビニエンスストア等（6社）

MAX 1647 店舗
MIN 95 店舗
平均 1010.8 店舗

(1) 回答企業属性

ア 取扱いのある飲料種類

店舗において、店員もしくは利用者が飲用容器に入れる（缶入り、瓶入り、ペットボトルなどではない）飲料の取扱い状況を把握した。全体としては、店舗で作る飲料、市販アルコール、市販清涼飲料のいずれかに偏っていない。回答者のうち、「喫茶店・ファーストフード店」では、店舗で作る飲料が主体で、「野球場・サッカー場等」では市販飲料が主体であった。

表 1-1 取扱いのある飲料種類

	回答者数	店舗で作る飲料	市販アルコール	市販清涼飲料	その他	取扱いなし
全体	45	23	22	25	4	5
	-	51%	49%	56%	9%	11%
喫茶店・ファーストフード店	10	10	2	3	0	0
	-	100%	20%	30%	0%	0%
コンビニエンスストア等	6	2	0	0	2	2
	-	33%	0%	0%	33%	33%
野球場・サッカー場等	18	6	14	15	1	2
	-	33%	78%	83%	6%	11%
その他娯楽施設	11	5	6	7	1	1
	-	45%	55%	64%	9%	9%

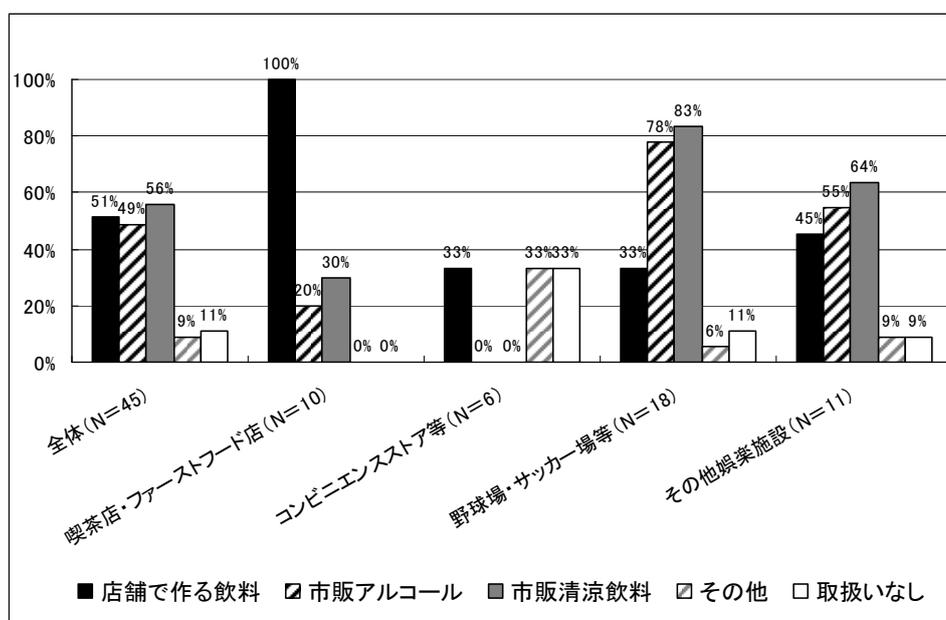


図 1-1 取扱いのある飲料種類

イ 飲料の販売方法（飲用容器への移し変え）

飲料の販売方法として、飲用容器への移し変え方法を確認した。機械操作の場合には、マイカップ等が機械に適合しない可能性がある。全体としては、従業員が手動で移し変えるとの回答が約3割、機械を操作して移し変えるとの回答が約半数であった。「喫茶店・ファーストフード店」、「野球場・サッカー場等」については、店員が手動や機械の操作により飲用容器に移し替える方法が半々程度であった。

表 1-2 飲料の販売方法（飲用容器への移し変え）

	回答数	従業員が手動で飲用容器に入れる	従業員が機器を操作して飲用容器に入れる	お客様が機器を操作して飲用容器に入れる	その他	無回答
全体	N=40	13	20	2	4	1
	100%	33%	50%	5%	10%	3%
喫茶店・ファーストフード店	N=10	4	5	0	1	0
	100%	40%	50%	0%	10%	0%
コンビニエンスストア等	N=4	0	2	2	0	0
	100%	0%	50%	50%	0%	0%
野球場・サッカー場等	N=16	8	7	0	1	0
	100%	50%	44%	0%	6%	0%
その他娯楽施設	N=10	1	6	0	2	1
	100%	10%	60%	0%	20%	10%

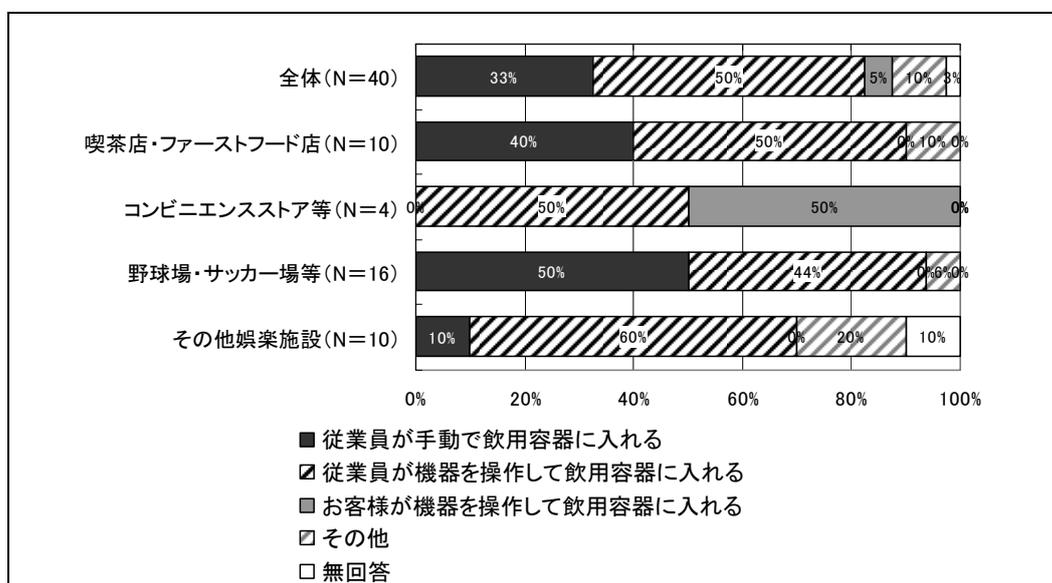


図 1-2 飲料の販売方法（飲用容器への移し変え）

ウ 飲料の販売方法（持ち帰り用販売）

主に、マイカップ・マイボトルの対象となる飲料の持ち帰り用販売の有無を確認した。飲料販売者のうち、店舗内の飲食スペースの有無に関わらず、持ち帰り用販売をしているとの回答は、28事業主体（70%）であった。

表 1-3 飲料の販売方法（持ち帰り用販売）

	回答数	持ち帰り用販売 はしていない (店舗内での飲食)	持ち帰り用販売 をしている (店舗内飲食ス ペースあり)	持ち帰り用販 売をしている (店舗内飲食ス ペースなし)	無回答
全体	N=40	11	21	7	1
	100%	28%	53%	18%	3%
喫茶店・ファース トフード店	N=10	1	9	0	0
	100%	10%	90%	0%	0%
コンビニエンスス トア等	N=4	0	4	0	0
	100%	0%	100%	0%	0%
野球場・サッカー 場等	N=16	5	3	7	1
	100%	31%	19%	44%	6%
その他娯楽施設	N=10	5	5	0	0
	100%	50%	50%	0%	0%

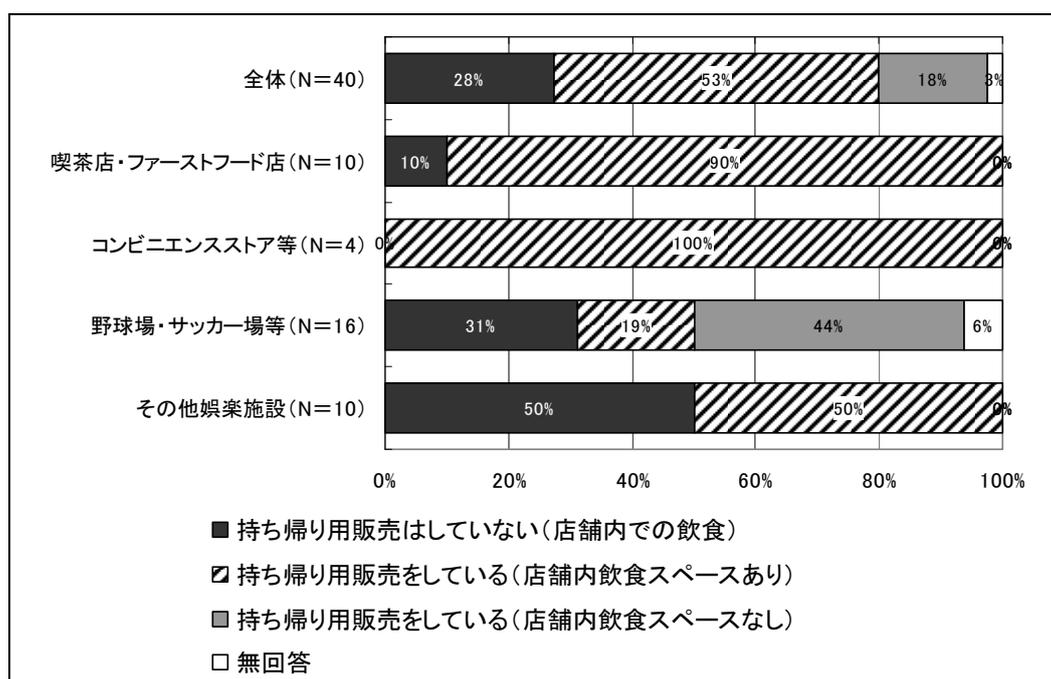


図 1-3 飲料の販売方法（持ち帰り用販売）

エ 飲料の販売方法（持ち帰り用容器）

飲料の持ち帰り用販売の際に使われている容器の種類を確認した。全体として、紙コップの利用が多く 89%の事業者が紙コップを利用していた。使い捨てプラコップを利用しているとの回答も約 2 割あった。

表 1-4 飲料の販売方法（持ち帰り用容器）

	回答数	紙コップ	使い捨てプラコップ	回収して再利用するコップ／デポジット制度あり	回収して再利用するコップ／デポジット制度なし	その他	無回答
全体	N=28	26	5	0	1	3	0
	100%	89%	18%	0%	4%	11%	0%
喫茶店・ファーストフード店	N=9	9	3	0	0	1	0
	100%	100%	33%	0%	0%	11%	0%
コンビニエンスストア等	N=4	3	2	0	0	0	0
	100%	75%	50%	0%	0%	0%	0%
野球場・サッカー場等	N=10	8	0	0	1	2	0
	100%	80%	0%	0%	10%	20%	0%
その他娯楽施設	N=5	6	0	0	0	0	0
	100%	100%	0%	0%	0%	0%	0%

（その他はタンブラー等）

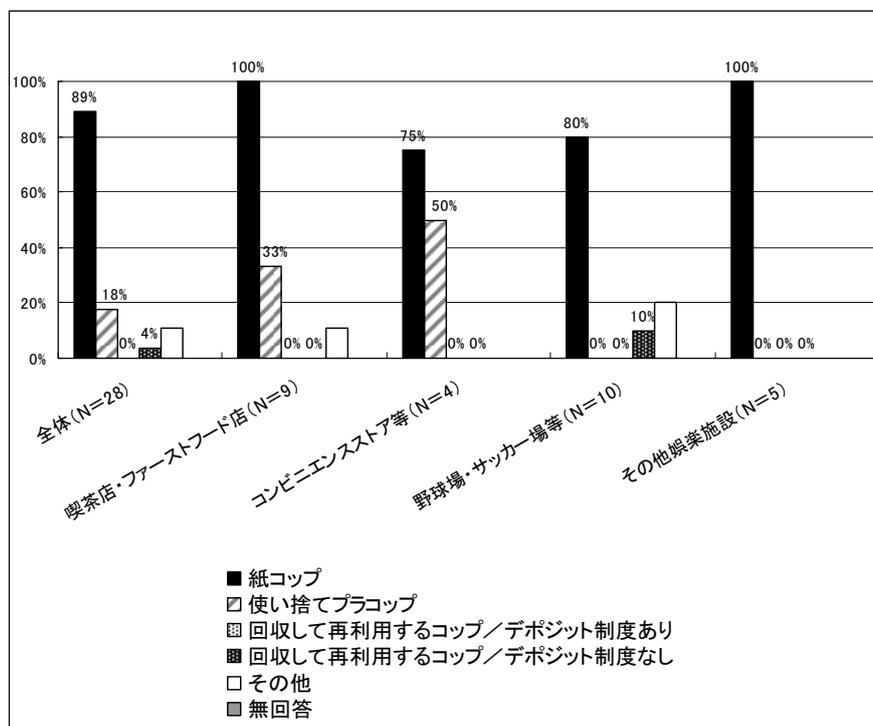


図 1-4 飲料の販売方法（持ち帰り用容器）

オ 使い捨て容器の利用量

使い捨て容器の利用量を確認した。無回答が多かったが、全回答数の合計で、1億6千万杯、使い捨てプラコップで1億2千万杯、再生可能なプラコップで6万4千杯であった。

表 1-5 飲料の販売量

		紙コップ	使い捨てプラコップ	再利用可能なコップ
全体 回答者数:22	回答数	20	12	3
	最大値	64,000,000	98,000,000	60,000
	最小値	12,500	36,000	400
	平均値	8,117,348	10,025,730	21,200
合計		162,346,960	120,308,760	63,600

(2) マイカップ・マイボトルへの対応状況

ア マイカップ・マイボトルへの対応状況

マイカップ・マイボトル（タンブラーを含む）に入れるサービスへの対応状況を確認した。全体としては、約3割の店舗で対応している。また、マイカップ・マイボトルに対応しているとの回答の内訳を見ると、自社指定以外のコップ等にも対応するとの回答の方が多かった。なお、持ち帰り販売をしているか否かによって、マイカップ・マイボトルでの販売状況に大きな差は見られなかった。

表 1-6 マイカップ・マイボトルへの対応状況

	回答数	マイカップ・マイボトルでの販売はしていない	マイカップ・マイボトルでの販売をしている(自社で指定する容器のみ)	マイカップ・マイボトルでの販売をしている(自社指定以外でも対応)	その他	無回答
全体	N=40	24	5	7	4	0
	100%	60%	13%	18%	10%	0%
喫茶店・ファーストフード店	N=10	4	0	4	2	0
	100%	40%	0%	40%	20%	0%
コンビニエンスストア等	N=4	4	0	0	0	0
	100%	100%	0%	0%	0%	0%
野球場・サッカー場等	N=16	9	3	3	1	0
	100%	56%	19%	19%	6%	0%
その他娯楽施設	N=10	7	2	0	1	0
	100%	70%	20%	0%	10%	0%

※その他は、個別の店舗で判断、過去販売していた、など

表 1-7 マイカップ・マイボトルへの対応状況

	回答数	マイカップ・マイボトルでの販売はしていない	マイカップ・マイボトルでの販売をしている(自社で指定する容器のみ)	マイカップ・マイボトルでの販売をしている(自社指定以外でも対応)	その他	無回答
全体	N=40	24	5	7	4	0
	100%	60%	13%	18%	10%	0%
持ち帰り用販売はしていない	N=11	7	1	1	2	0
	100%	63%	9%	9%	18%	0%
持ち帰り用販売をしている	N=28	17	3	6	2	0
	100%	61%	11%	21%	7%	0%
無回答	N=1	0	1	0	0	0
	100%	0%	100%	0%	0%	0%

※その他は、個別の店舗で判断、過去販売していた、など

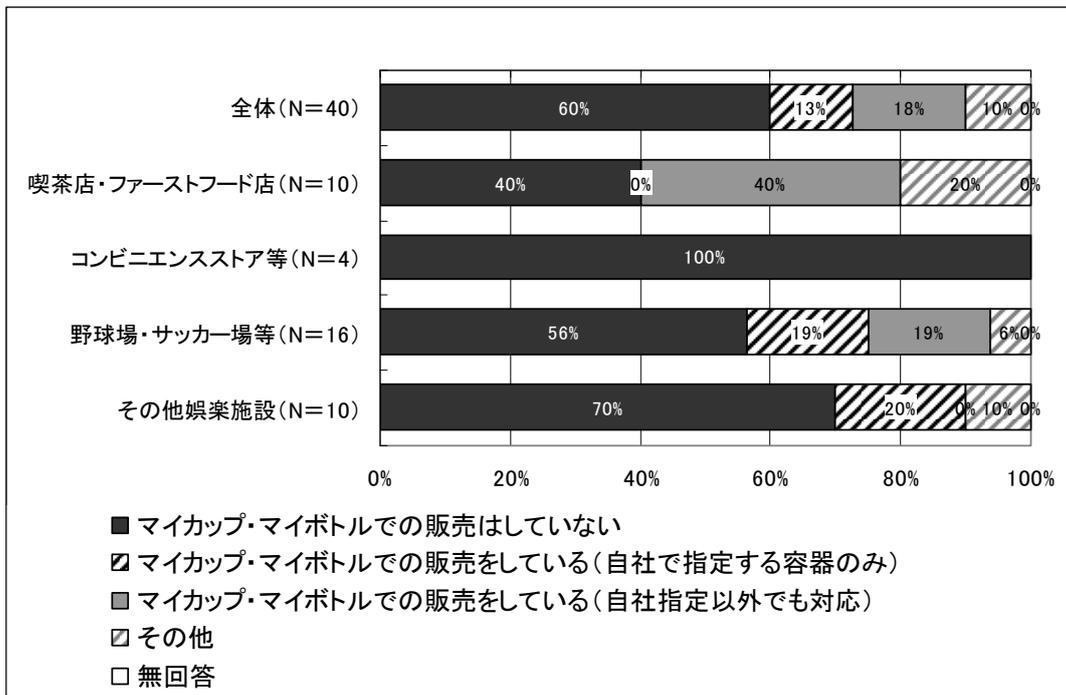


図 1-5 マイカップ・マイボトルへの対応状況

イ マイカップ・マイボトルに対応する場合の課題

マイカップ・マイボトル(タンブラーを含む)に入れるサービスに対応している場合、対応する際に課題となったことを確認した。最も多かった回答は、「店舗での衛生管理ができない」で、75%であった。

表 1-8 マイカップ・マイボトルに対応する場合の課題

	回答数	特に課題はなかった	店員作業が増える	店舗での衛生管理ができない	新たな設備導入が必要	容器の質による味への影響が懸念される	火傷や飲料漏れなどの事故が懸念される	自社のブランド・イメージに合わない	他の方法と比較して環境問題対策として効果的なのかが不明	その他
全体	12	3	5	9	0	0	2	0	1	6
	100%	25%	42%	75%	0%	0%	23%	0%	8%	50%

その他回答	企業・団体名
ファーストフードの場合は、コーヒーショップと違い、お客様へ提供するまでの作業が複雑なため、繁忙時での対応ができない場合がある。	喫茶店・ファーストフード店
レシピ管理が難しい。	喫茶店・ファーストフード店
量目が明確でない。	喫茶店・ファーストフード店
自社指定のマイカップでのみ販売しているが、指定のマイカップを発注する際、小ロットでは、単価が高く、大きいロットでの発注が必要であった。	野球場・サッカー場等
販売促進	野球場・サッカー場等
あまり認識されていない。	野球場・サッカー場等

解消策：(自由記述)	企業・団体名
衛生管理への対応：お客様はとても協力的である。	喫茶店・ファーストフード店
店員作業が増える：オペレーション簡便化のためのマニュアル作成。 火傷等の事故の懸念：お客様への事前説明の徹底。	喫茶店・ファーストフード店
販売促進：エコカップ、エコタンブラー用の価格設定	野球場・サッカー場等
その他：500mlのビールが入るタンブラーが用意できず、350mlの販売を追加した。	野球場・サッカー場等
店員作業が増える・衛生管理への対応：作業手順の見直し	その他娯楽施設

ウ マイカップ・マイボトルに対応した結果のメリット

マイカップ・マイボトル（タンブラーを含む）に入れるサービスに対応した結果のメリットを確認した。最も多かった回答は、「自社のブランド・イメージが良くなった」で、58%であった。

表 1-9 マイカップ・マイボトルに対応した結果のメリット

	回答数	特に無し	売上げが伸びた	使い捨て容器に係る経費が削減できた	自社のブランド・イメージが良くなった	従業員の環境意識が高くなり無駄が減った	その他
全体	12	3	1	3	7	2	2
	100%	25	8%	25%	58%	17%	17%

エ マイカップ・マイボトルに対応しない理由

マイカップ・マイボトル（タンブラーを含む）に入れるサービスに対応しない理由を確認した。最も多かった回答は、「店舗での衛生管理ができない」で、約 6 割あった。次いで、「検討したことがない」との回答も約 4 割あった。

表 1-10 マイカップ・マイボトルに対応しない理由

	回答数	検討したことがない	使い捨て容器を利用していないので対応の必要なし	環境に良い容器を使用しているので不要	店員作業が増える	店舗での衛生管理ができない	新たな設備導入が必要	容器の質による味への影響が懸念される	火傷や飲料漏れなどの事故が懸念される	自社のブランド・イメージに合わない	その他
全体	24	9	2	2	6	14	1	2	2	0	3
	100%	38%	8%	8%	25%	58%	4%	8%	8%	0%	13%

その他回答	企業・団体名
投げ込みの恐れがあるため。	野球場・サッカー場等
環境に良い容器を検討中	その他娯楽施設

具体的状況(自由記述)	企業・団体名
取扱実施店舗数及び対象商品販売数量が極めて少ないため。	喫茶店・ファーストフード店
お客様が操作して入れるセルフコーヒースタイルの販売だが、衛生管理面と分量のバラツキが出るため、対応していない。	コンビニエンスストア等
サッカー場の売店として、瞬間的にお客様が一度に購買に来る特殊な環境のため、適さない。	野球場・サッカー場等
イベント時はビン・カン・ペットボトル・水筒が持ち込み禁止となっている。水筒は入場ゲートで預かり、ペットボトル等は紙カップに移し替え。客席からアリーナへの投げ込みによって負傷者が発生するのを防止する事が目的。	野球場・サッカー場等
以前、名古屋市からの委託で、リユースカップを試験的に導入したことがある。衛生管理(カップの保管等)、コストを考慮して、継続とはならなかった。	野球場・サッカー場等
カップの使用量も売上管理の一部としている。	野球場・サッカー場等

オ マイカップ・マイボトル推進における行政への期待

マイカップ・マイボトルの推進において、行政に期待することとしては、「トータルで見たときの環境負荷を比較したデータ（LCA）の作成」「テレビ CM などによる推進キャンペーン」がそれぞれ 25% で多かった。一方で、「支援は特に必要ない」との回答が約 3 割であった。

表 1-11 マイカップ・マイボトル推進における行政への期待

	回答数	トータルで見たときの環境負荷を比較したデータ（LCA）の作成	普及啓発用の統一ロゴマーク等の作成	普及啓発用パンフレットの作成	普及啓発用のウェブサイトの作成	テレビ CM などによる推進キャンペーン	その他	支援は特に必要ない
全体	40	10	4	3	1	10	4	13
	100%	25%	10%	8%	3%	25%	10%	33%

その他回答	企業・団体名
マイカップ、マイボトルの推進について、事業者の状況に応じて柔軟な考え方を持ってほしい。	喫茶店・ファーストフード店
費用の支援	野球場・サッカー場等
マイカップ、マイボトルの推進について、事業者の状況に応じて柔軟な考え方を持ってほしい。	その他娯楽施設

支援を望む理由（自由記述）	企業・団体名
表彰などしてほしい。	喫茶店・ファーストフード店
LCA 作成について：マイカップを使用することで本当に環境負荷が減っているか不明（マイカップの作成、処理を考慮）。 推進キャンペーンについて：若者など一部の浸透は高まりつつあるが、国民全国への意識づけが必要だと考えるため。	喫茶店・ファーストフード店
軌道にのるまでの費用や普及啓発のための様々な支援は必要だと考える。	野球場・サッカー場等

(3) 飲料仕入れにおけるリユース容器選択状況

ア リユース容器の選択状況

リユース可能な容器の選択状況について確認した。全体としては、「リユース容器が選択可能か分からない」が28%、「リユース容器が選択可能なものについては、選択している」が23%で多く、次いで「リユース容器で販売されているものがない(メーカーに確認済み)」が18%、「リユース容器が選択可能だが、選択していない」が13%であった。

表 1-1 2 リユース容器の選択状況

	回答数	リユース容器が選択可能なものについては、選択している	リユース容器が選択可能だが、選択していない	リユース容器が選択可能か分からない(確認をしたことがない)	リユース容器で販売されているものがない(メーカーに確認済み)	その他	無回答
全体	40	9	5	11	7	3	5
	100%	23%	13%	28%	18%	8%	13%
喫茶店・ファーストフード店	10	3	1	1	3	1	1
	100%	30%	10%	10%	30%	10%	10%
コンビニエンスストア等	4	0	1	0	1	1	1
	100%	0%	25%	0%	25%	25%	25%
野球場・サッカー場等	16	3	2	6	3	0	2
	100%	19%	13%	38%	19%	0%	13%
その他娯楽施設	10	3	1	4	0	1	1
	100%	30%	10%	40%	0%	10%	10%

その他回答	企業・団体名
店舗でフルーツを絞っているので不要。	喫茶店・ファーストフード店
リユースが難しい場合は、リサイクル性の高い容器を選択している。	喫茶店・ファーストフード店
ビールびんを選択している	コンビニエンスストア等

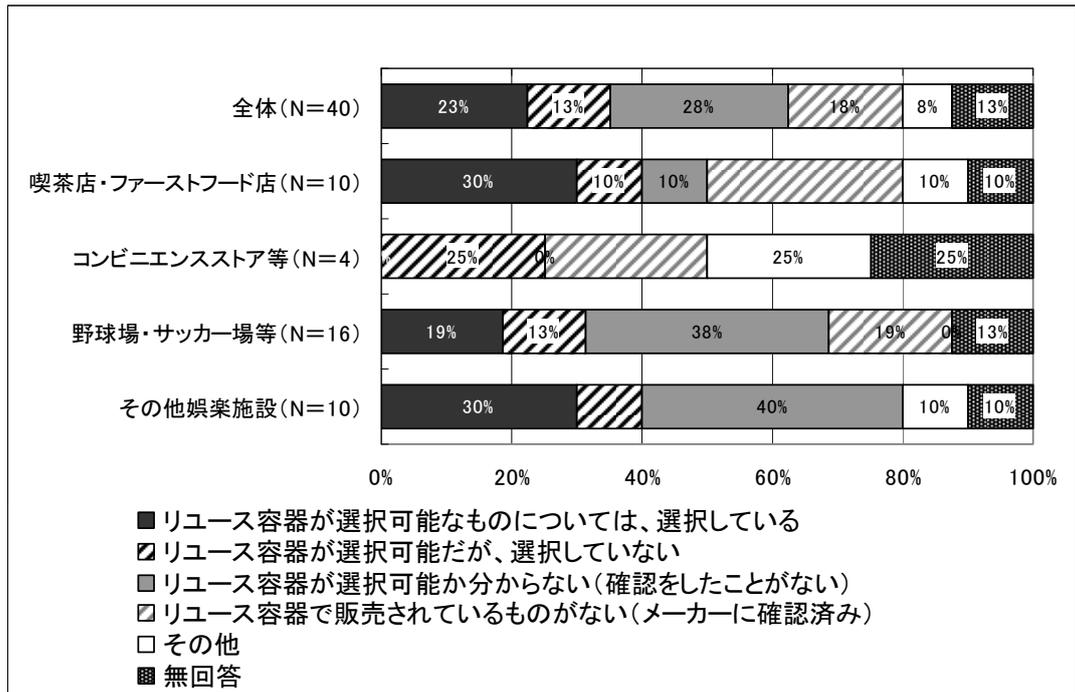


図 1-6 リユース容器の選択状況

イ リユース容器を選択する場合の課題

リユース可能な容器を選択した際の課題としては、「店舗での保管場所がない」「店員の作業が増える」「特に無し」などであった。

表 1-13 リユース容器を選択する場合の課題

	回答数	店員作業が増える	店舗での保管場所がない	容器の再使用に対して衛生上の不安がある	取引のあるリサイクル業者・廃棄物業者との関係悪化のおそれがある	他の方法と比較して環境問題対策として効果的なのかが不明	特に無し	無回答
全体	9	2	3	0	0	1	2	1
	100%	22%	33%	0%	0%	11%	22%	11%

ウ リユース容器を選択した結果のメリット

リユース可能な容器を選択した結果としてのメリットは、「廃棄物処理のコストが削減できた」「仕入原価を抑えることができた」などであった。

表 1-14 リユース容器を選択した結果のメリット

	回答数	売上が伸びた	仕入れ原価を抑えることができた	廃棄物処理のコストが削減できた	自社のイメージが向上した	CO2(二酸化炭素)の排出が削減できた	従業員の意識が高くなり無駄が減った	自社の環境マネジメントが向上した	その他
全体	9	0	2	3	1	0	1	0	3
	100%	0%	22%	33%	11%	0%	11%	0%	33%

その他回答	企業・団体名
昔からずっとやっている。	喫茶店・ファーストフード店
各飲料メーカーによる対応となるため、メリットは不明。	野球場・サッカー場等
缶ビール→生ビール、味とイメージの向上。	野球場・サッカー場等

メリットに関するデータや事例(自由記述)	企業・団体名
メーカーが容器を回収し洗浄するので、コストに響かない。	野球場・サッカー場等

エ リユース容器を選択しない理由

リユース容器を選択しない理由を確認した。最も多かった回答は、「店舗での保管場所がない」が56%、「容器の再使用に対して衛生上の不安がある」が50%であった。

表 1-15 リユース容器を選択しない理由

	回答数	環境に良い容器を使用しているので不要	店員作業が増える	店舗での保管場所がない	容器の再使用に対して衛生上の不安がある	取引のあるリサイクル業者・廃棄物業者との関係悪化のおそれがある	その他
全体	16	2	4	9	8	0	3
	100%	13%	25%	56%	50%	0%	19%

(回答者属性は、野球場・サッカー場等が半数以上)

その他回答	企業・団体名
回収の仕組みがない	コンビニエンスストア等
原価が高い	—

具体的状況(自由記述)	企業・団体名
コストがかかる	野球場・サッカー場等
スタジアム内に保管場所を確保できない。	野球場・サッカー場等

(4) マイカップ・マイボトル利用推進に関するご意見

その他、自由記述でマイカップ・マイボトル利用促進に関するご意見を伺ったところ、次のような回答があった。

意見	企業・団体名
名古屋市でも行っているように、利用者に対して、持ち帰る場合は、中味の商品を含めて「自己責任」とであるとメッセージして欲しい(食品事故の関係で)。	喫茶店・ファーストフード店
現段階では考えていないが、課題が多く、実行するためには店内の改装を伴う。	喫茶店・ファーストフード店
当社は植樹活動の資金にしている(割引をせずに)。	喫茶店・ファーストフード店
ご持参容器の安全衛生をどこまで確認できるかという点で、より広く認識が統一されることが望まれる。	喫茶店・ファーストフード店
マイカップ等を使用して、複数の種類の飲料を飲む場合、味がおかしくなりそう。また、問題なのは、大人がアルコールを飲んだカップを子供がジュースを入れて飲んだりするケースも想定されるが、「マイカップ推進」ばかりでなく、リスクに関しても広く注意喚起すべきではないか。	野球場・サッカー場等
マイカップ・マイボトルの代わりに、紙カップ及びバイオマスカップでの環境対策を推進している(リサイクル、CO2削減)。	野球場・サッカー場等
今後の推移を見てから対応を考えたい。	野球場・サッカー場等
使用量が多いので、現在対応できていない。	その他娯楽施設等