

平成18年8月

リターナブル容器利用等及び容器包装廃棄物排出抑制調査報告書
(リターナブル容器の利用拡大等について(調査))

(財) 食品産業センター

- 1 当センターにおきましては、「平成17年度容器包装リサイクル法普及推進事業」の一環として、環境にやさしいとされるリターナブル容器の利用拡大や容器包装廃棄物の排出抑制の促進等に向けた方策を検討するための調査を実施し、先般、標記報告書を取りまとめました(別紙に同報告書の抜粋を添付)。

調査方法 ①リターナブル容器利用事業者等を対象とした優良事例調査(5事業者) ②飲食品製造業者、小売業者や消費者を対象としたアンケート調査 ③東京都内の食品スーパー(3店舗)での実証試験

- 2 このうち、食品スーパーの店舗での実証試験では、ポスターや陳列棚のPOPに、「リターナブルびんを利用した商品であること、空きびんの返却時に預託金を返金すること」等を明記した場合、リターナブルびん入り商品の販売本数の増加や空きびんの返却率の向上に寄与することが明らかになりました。

- 3 このほか、本調査では、リターナブル容器の利用拡大のため、
- ① 商品開発の成果(軽量化や割れにくさ)のPRと宅配ルートでの販売拡大
 - ② リターナブルびんを取り扱っている事業者の成功例のPR
 - ③ 回収率の向上に向けた工夫(小型びん化、ポイント制とのリンク)
 - ④ 異物混入や落書き防止のための情報発信(行政や消費者団体)
 - ⑤ ワンウェイびんとの見分けやすさの向上(特徴のある統一びんの使用)
- 等の必要性についてとりまとめております。

また、容器包装廃棄物の排出抑制を促進するため、

- ① 軽量化に加え、「廃棄時の減容化」や、「ばら売り、量り売りといった容器包装を使用しない販売形態の普及」などの取組の支援
 - ② ごみの有料化や紙製及びプラスチック製容器包装の分別の推進
- 等の必要性についてとりまとめております。

(連絡先) 本報告書の入手を希望される場合は、技術部 原口までご連絡下さい。 (直通: 03-3224-2380)
--

別紙

リターナブル容器利用等及び容器包装廃棄物排出抑制調査報告書（抜粋）

要約

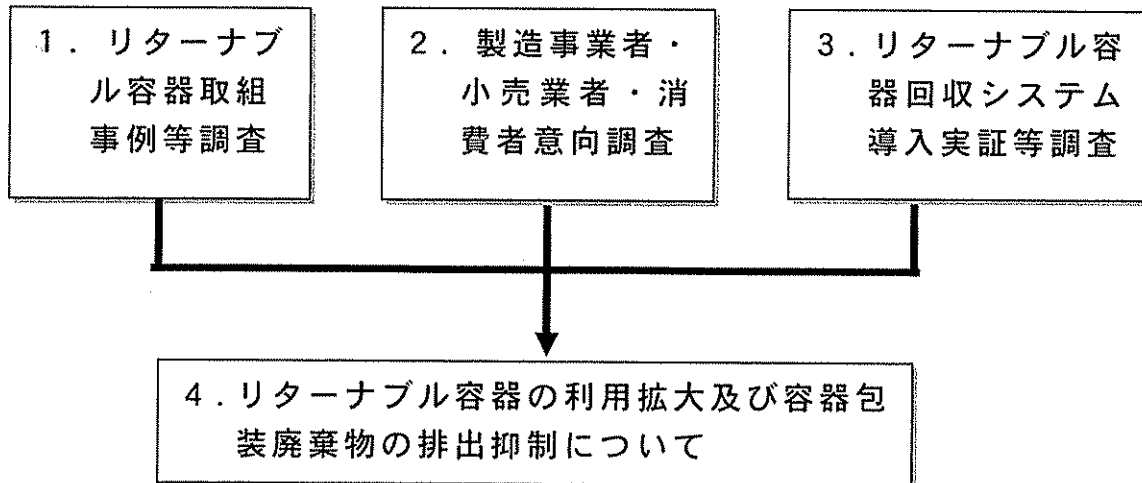
1. 本調査の目的

本調査は、昨年度実施した調査（平成16年度リターナブル容器利用等実態調査、以下、昨年度調査）において明らかとなったリターナブル容器利用の拡大方策（「軽く、割れにくい容器の開発」、「衛生面での安心」、「効率的な回収システムの構築」、「消費者も含めた環境意識の向上」、「わかりやすい識別表示の検討」）について、より具体的な方策を示すことを目的として実施した。

また、リターナブルとともに事業者における更なる取組みが期待されているリデュース方策についても、具体的な方策を提案することを第二の目的として実施した。

2. 調査フロー

調査フローは、以下のとおりである。



第1章「リターナブル容器取組事例等調査」では、昨年度調査でリターナブル容器の利用事例として抽出された優良事例を中心に、リターナブル容器利用の課題（「軽く、割れにくい容器の開発」、「衛生面での安心」、「効率的な回収システムの構築」、「消費者も含めた環境意識の向上」、「わかりやすい識別表示の検討」）について、どのように対処しているかを確認した。

第2章「製造事業者・小売業者・消費者意向調査」では、製造事業者については、昨年度調査においてリターナブル容器を利用していると回答のあった事業者を対象にアンケート調査を実施し、その利用実態を把握するとともに、別途、リターナブル容器利用の可能性のある事業者を対象にアンケート調査を実施し、リターナブル容器の利用上の課題や、リデュース・リサイクルの取組状況等について調査を行った。

一方、小売業者については、リターナブル容器入り製品の取り扱いや、容器包装のリデュースの取組状況について調査を行った。

また、消費者については、容器包装のリデュースに向けた取組やリターナブル容器に対する意向や行動を把握した。

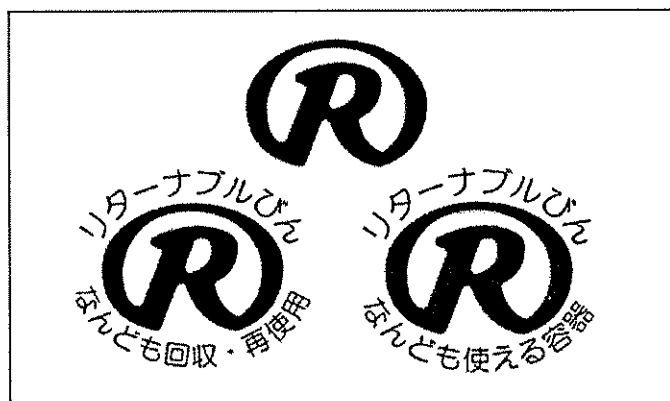
第3章「リターナブル容器回収システム導入実証等調査」では、店舗においてリターナブル容器であることを表示した場合、その商品が消費者に受け入れられるのかを確認するとともに、有効な訴求方法や返却時に問題となる点等を把握し、家庭で消費される商品を対象としたリターナブル容器の回収システムのあり方について検討した。

以上の結果を踏まえ、第4章「リターナブル容器の利用拡大及び容器包装廃棄物の排出抑制について」では、リターナブル容器の利用拡大と、容器包装廃棄物の排出抑制に向けた、個別課題への対応状況と、さらにそれらを促進するための方向性を示した。

3. 用語について

本調査で製造事業者とは、ガラスびん、特にリターナブルびんを利用している、又は利用する可能性のある飲料メーカー等を指している。

また、リターナブル容器利用拡大の課題の一つである「わかりやすい識別表示の検討」に関連して、現在導入されている識別表示と位置づけているRマークは、日本ガラスびん協会が規格統一リターナブルびんと認定したRびんのシンボルマークである。



(出所) 日本ガラスびん協会

なお、Rマークは、日本ガラスびん協会の会員会社が協会から事前に許可を得て製造したリターナブルびんにのみ使用が認められている。

4. 調査結果の概要

(1) リターナブル容器取組事例等調査

優良事例等の取組みによると、「軽く、割れにくい容器の開発」については、超軽量びんの利用用途がジャムなどの食品にも広がり、リターナブルびんとしての超軽量びんの利用も可能になっている。

「衛生面での安心」については、洗浄を複数回実施したり、洗浄工程と充填工程を直結させるなどの工夫が取り入れられている。

「効率的な回収システム」については、納品時に空容器を持ち帰ったり、地域の配送センターから一括回収するなどにより、高い回収率を確保している事例が見られた。

「消費者も含めた環境意識の向上」については、消費者に対して返却をお願いするなどにより、個々の消費者にリターナブル容器の意義や効果の認知が図られていた。

「分かり易い識別表示」については、Rマークをびんに直接印刷するか、ラベルに印刷することで識別しやすくできることが分かった。

(2) 製造事業者・小売業者・消費者意向調査

リターナブルびんを利用している製造事業者への調査では、各事業者独自の「システム維持のための工夫」、「軽く、割れにくい容器の開発」、「衛生確保の工夫」、「リターナブル容器に関する情報提供の取組み」が確認された。

リターナブルびんを利用する可能性のある製造事業者への調査では、リターナブル容器利用の課題として、衛生面での確保と、コストアップに関する懸念が多く挙げられた。また、リデュース・リサイクル方策として、「軽量化・薄肉化」や「個包装の見直し」を実施している事業者が多いことや、取組みの目的として「コスト削減」が最も重視されていること、新たな取組みメニューの中では「商品への容器包装重量の表示」に対する許容度が高いことなどが明らかとなった。

小売業者への調査では、リデュース・リサイクルの取組みの中で、「マイバッグ持参運動」、「ばら売りの促進」に取り組んでいる事業者が多いことや、それらの取組みの目的として最も重視されているのは、「環境配慮に対する社会的なニーズへの対応」であること、リターナブル容器を回収している事業者の回収スペースは1㎡未満の事業者が60%を占めることなどが明らかとなった。また、レジ袋の有料化、量り売りなどの実施実態なども明らかとなった。

消費者への調査では、紙製容器包装やプラスチック製容器包装を分別している方が、また、それらの排出が有料である方が、商品購入時における廃棄の手間を意識する割合が高くなることが示された。また、Rマークについて、「見たことがあり、購入する際にリターナブルかどうかを確認するときに活用している」という回答は5%弱で、Rマークの活用度、認知度は低いことが明らかとなった。

（３）リターナブル容器回収システム導入実証等調査

今回の実証等調査では、従来から販売しているビールについて、販売数・回収数ともに１割程度の増加が見られ、期間限定で販売したコカコーラ、ジンジャーエールの販売量も予想を上回る販売数・回収数となった。このことから、本実証等調査での取り組みは、販売時におけるリターナブルびん商品の普及と販売促進に一定の効果があることが示された。

また、回収場所でのアンケート結果から、本キャンペーンに参加するためにリターナブルびん商品を購入したとする回答は全体の約３割であり、それを上回る約５割の回答者は、キャンペーンとは関係なくこのような仕組みに協力したいと考えていたと回答しており、今回のようにマイバッグをプレゼントするキャンペーンを実施せず、リターナブルびんの引取・返金を実施しているという情報発信を充実するだけでも、一定の効果が期待できると考えられる。

アンケート回答をもとに、店舗までの所要時間と年齢・性別、交通手段（徒歩、自転車、乗用車等）についてとりまとめた結果から、６０代以上や所要時間１５分以上になると、リターナブルびんの返却者は急激に少なくなる傾向がみられたものの、１０代～５０代の年代では、満遍なくリターナブルびんを利用していることがわかった。

（４）リターナブル容器の利用拡大及び容器包装廃棄物の排出抑制について

リターナブル容器の利用拡大の方向性として、「製造事業者は、これまでの軽量化や割れにくい商品開発の成果を一層ＰＲすることが求められること」、「現在、衛生面で苦心しながらリターナブルびんをわずかでも取り扱っている事業者のルートの維持・拡大に向けた支援策を充実させること」、「家庭向け商品で回収率を向上するには、マイバッグ持参のインセンティブとなっているポイント制度とのリンクや、統一びんの使用、その場で飲めて、より返却しやすい小型びんのリターナブル化などの工夫が必要であること」、「環境意識の向上のために、異物混入や落書きなどの行動が衛生管理の負担になっていることについても、行政や消費者団体などから発信していくこと」、「識別表示については、まずはＲマークを活用できる環境を整える必要があること、また、色や形状などに特徴のある統一びんを使用することで、ワンウェイびんを見分けやすくすること」などを提案した。

一方、容器包装廃棄物の排出抑制の方向性として、「軽量化だけでなく、廃棄時の減容化や、ばら売り、量り売りといった容器包装を使用しない販売形態の普及などの取組を支援する施策」や、「自治体等によるごみの排出抑制策、例えば、ごみの有料化や紙製及びプラスチック製容器包装の分別等」を推進すべきであることを提案した。