

リターナブルびんについての事業者アンケート全国一斉調査報告書

概要

<調査目的>

びん再使用ネットワークでは、リターナブルびんについての事業者意識や、その取り組み実態について検証するため、「リターナブルびんについての事業者アンケート全国一斉調査」を実施した。対象は、生活協同組合やスーパー等の流通事業者と、中身を充填するボトラーとし、事業体により意識や取組実態が異なるかどうか調査した。尚、びん再使用ネットワークの加盟生協は除外した。

<調査結果概要>

有効回収数168件(33.6%)で、一升びんなどのリターナブルびんを扱っているボトラーからの回答率が比較的多かった。現時点で、導入を検討している事業者はごくわずかで、既に取り組んでいる事業者と取組み予定が無い事業者とに明確に分かれた。

未取組みの理由として、リユース可能な品目を扱っていないことを除くと、ボトラーは「コストアップ」を懸念し、流通事業者は「保管スペースの確保」が最大のネックと回答している。従って、リターナブルびんの普及には、経済的なインセンティブの導入なども検討すべき課題である。また「保管スペース」の課題については、規格統一びんのように社会の中でリユースして行くしくみ作りも必要といえる。なお、ライフサイクルアセスメントによる環境影響評価については、多くの事業者で非常に関心が高いことがわかった。

既にリターナブルびんを取り組む事業者は、導入コストがペイすることがポイントと指摘するが、理念、環境負荷の削減等も重視している。但し、スーパーやボトラーとも、今後は「利用が伸びる」ことが望ましいと回答し、生協では「規格統一びん」の普及が望ましいと回答している。

本文

．調査の実施

1．調査目的

2000年春、循環型社会を目指した基本法が成立し、この基本法の理念に基づき再生資源利用促進法の改正等が実施された。また、容器包装リサイクル法も2000年4月より完全施行となり、国のリサイクル政策は強化されている。しかしながら、PETボトル等ワンウェイ容器の生産量は急増しており、大量生産、大量消費、大量廃棄という社会システムの問題は、なおいっそう深刻化している。

びん再使用ネットワークでは、大量リサイクル社会から、リユース社会とすることを目指して調査研究を進めており、ライフサイクルアセスメントの研究調査などにも積極的に参加してきた。本調査は、我が国の流通事業者やボトラー等のリターナブルびんについての意識を調査すると共に、その取り組み実態について検証することを目的に実施した。

2. 調査の方法と回収結果

1) 調査対象

➤ びん容器を使用している（扱っている）事業者

消費生活協同組合

スーパー・コンビニエンスストア（生協以外の流通事業者）

ポトラー ・飲料・牛乳・酒・ビール・ワイン・醤油・みりん・酢・ソース

* 尚、びん再使用ネットワークに加盟する生協団体などは、その取組み実態や事業者意識は把握されているので、調査対象から排除した。従って、生協全体として考察する場合には、びん再使用ネットワーク相当の、年間1000万本のリユースの取組み実績を考慮する必要がある。

2) サンプル構成

➤ 配布サンプル数・・・500件

➤ 有効回収数・・・168件

➤ 有効回収率・・・33.6%

消費生活協同組合：配布104...回収30...回収率28.8%

スーパー・コンビニ：配布43...回収12...回収率27.9%

ポトラー（びん使用製造事業者）：配布353.....回収126...回収率35.7%

3) 調査方法 郵送による配布・回収

4) 調査時期 2000年8月

. 回答者の属性

びん容器を使用している事業者のうち、びん入りの飲料、酒類、調味料等を販売している流通事業者とポトラーの合計500件にアンケートを配布した。流通事業者は、全国104の消費生活協同組合と43社のスーパー・コンビニエンスストア、ポトラーは、びん容器を使用して製造している事業者353社。

返送があったうち、無回答（部門廃業、現在びん容器を扱っていない等）を除いた、168件を集計した。

アンケート配布数・回収有効数・回収率

	生協	スーパー コンビニ	飲料	牛乳	酒	ビール	ワイン	醤油	酢 ソース	合計
配布数	104	43	51	32	55	55	40	73	47	500
有効数	30	12	23	11	33	13	15	19	12	168
回収率	28.9%	27.9%	45.1%	34.4%	60%	23.6%	37.5%	26.1%	21.3%	33.6%

調査結果

1. 調査結果の概要

<はじめの設問>

「リターナブルびん入りの品目を販売している、または製造している」(設問 1)は、168 の事業者のうち、67.9%(114 件)である。次に、「リターナブルびん導入の予定がない」30.4%(51 件)となっており、「リターナブルびん導入を検討している」は、ボトラーのみ 1.8%(3 件)という回答事業者であった。既にリターナブルびんに取り組む事業者と、その予定のない事業者が明確に分かれた。

<取り組み予定がない事業者>

設問 2の「リターナブルびん導入(販売、製造)の予定がない主な理由」では、「リユースできる品目に取り組んでいない」ことを除くと、ボトラーは「コストが高くなる」、「ワンウェイびんの方が扱いやすい」、スーパー・コンビニは「回収したびんの保管スペースがない」が主な理由であった。

従って、リターナブルびんを普及していくには、リユースすると経済的に有利になるなどのインセンティブの導入なども必要である。また「保管スペース」の課題については、一升びんに代表される規格統一びんのように、社会の中でリユースして行くしくみ作りも検討すべきである。

なお、取り組んでいない事業者も、環境影響をトータルで評価するライフサイクルアセスメントには非常に関心が高いと回答している。

<取組み検討中の事業者>

現在、検討中の事業者がボトラーで3社あり、導入のためのコストや、消費者の評価に関心が高いことがわかった。

<取り組んでいる事業者>

「リターナブルびん容器の種類」は、従来からリターナブルびんとして酒、醤油などに使用されている一升瓶、ビールびん、牛乳びんが多い。また、容量としては、360・500・900・1000ml のリターナブルびんが多いことがわかった。設問 7の「リターナブルびんを使っている事業者の使用の主な理由(複数回答可)」を見ると、「環境負荷の削減につながるから」(50.0%)と「今まで使っていたら」(50.0%)が並んでいる。次いで、「理念に基づく行動」(41.2%)、「販売店や中身メーカーがリターナブルびんを要望するから」(33.3%)であることがわかった。

「リターナブル化の何が一番のポイントになったか」(設問 8)は、全体としては「リターナブルびんの回収や保管等のコストがペイすること」(37.7%)が一番だが、生協では「中身メーカー」の協力(36.4%)、スーパー・コンビニでは「消費者要望」(40.0%)、ボトラーは圧倒的に「コスト」(46.3%)と、事業形態により大きく分かれることとなった。

「リターナブルびんを続けていく上で、一番望むこと」(設問 9)の問いに対する回答は、「リターナブルびんに入った製品の利用がよく伸びる」(32.5%)、次いで、「リターナブルびんの規格が統一され多くの事業者に普及する」(21.9%)、「消費者がリターナブルびんを要望する」(16.7%)、「ワンウェイ容器への法的規制やリターナブルびんへの法的支援がある」(12.3%)、「今のリターナブルびんよりも使いやすい超軽量のリターナブルびんが登場する」(5.3%)と続いている。全体的に、消費者がリ

ターナブル商品を積極的に指示して、購入することが求められており、同時に、事業者には採用しやすい規格統一びんが望まれていることがわかった。

<ペットボトルについて>

「PETボトルのリユースについて」(設問 10)は、「支持されないと思う」は、ボトラーの32.5% (41件)に対し、生協は、6.7% (2件)であった。また、「支持されると思う」が、生協の40% (12件)となっている。「衛生上不安である」が、ボトラーの50.8% (64件)であり、生協は、33.3% (10件)であった。また、生協の13.3% (4件)が、「PETボトルのリユースを検討している」と回答し、流通事業者、特に生協とボトラーの意見が異なっているのがわかった。

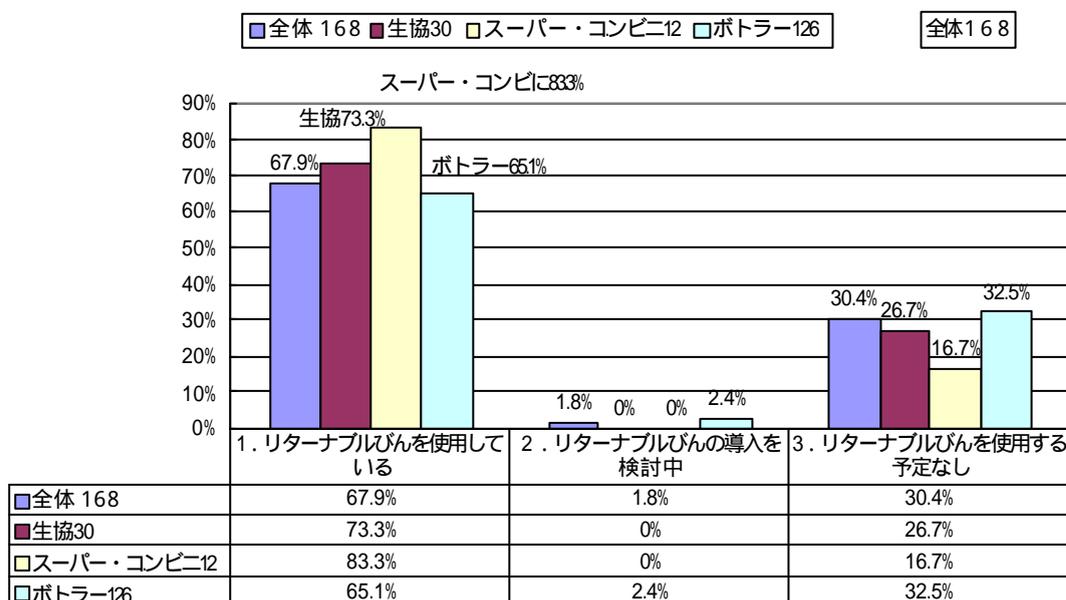
2. 設問別調査結果

1) リターナブルガラスびん容器の使用状況 (問1)

回答のあった168の事業者のうち、「リターナブルびん入りの品目を販売している、または製造している」事業者は、67.9% (114件)である。次に、「リターナブルびん導入の予定がない」30.4% (51件)となっており、「リターナブルびん導入を検討している」事業者は、ボトラーのみ1.8% (3件)となっている。

生協・スーパーコンビニ・ボトラーの異なる事業者間で、ほぼ同じ回答傾向となっており、取り組み実態については、この3者間で大きな違いはない。

Q1 現在「リターナブルガラスびん容器」を使用していますか。



2) リターナブルびん導入（販売、製造）の予定がない、主な理由（問2）

「リターナブルびんを使って、製品の販売または製造の予定がない」事業者 51 件にその主な理由を質問した。主な理由を2つまで選択する回答で「リターナブルびんにできる品目に取り組んでいない」という事業者が、35.3%（18件）あった。

「取り組んでいない」を除いた回答の全体集計で最も多いのが、リターナブルびんにすると、「コストが高くなる」31.4%（16件）で、次が、「ワンウェイびんの方が扱いやすい」21.6%（11件）である。

業種別に見ると、「びんの保管場所が確保できない」が、スーパー・コンビニ（50%）、生協（37.5%）となっている。「衛生上、不安がある」という回答は、ボトラー（22.0%）である。また、「売り上げが下がる」という販売の影響を主な理由にはあげているところはボトラー1社のみである。また、「（財）日本容器リサイクル協会と契約して、再商品化を负担している」を主な理由にあげたのは、生協は、0%で、全体で17.6%である。

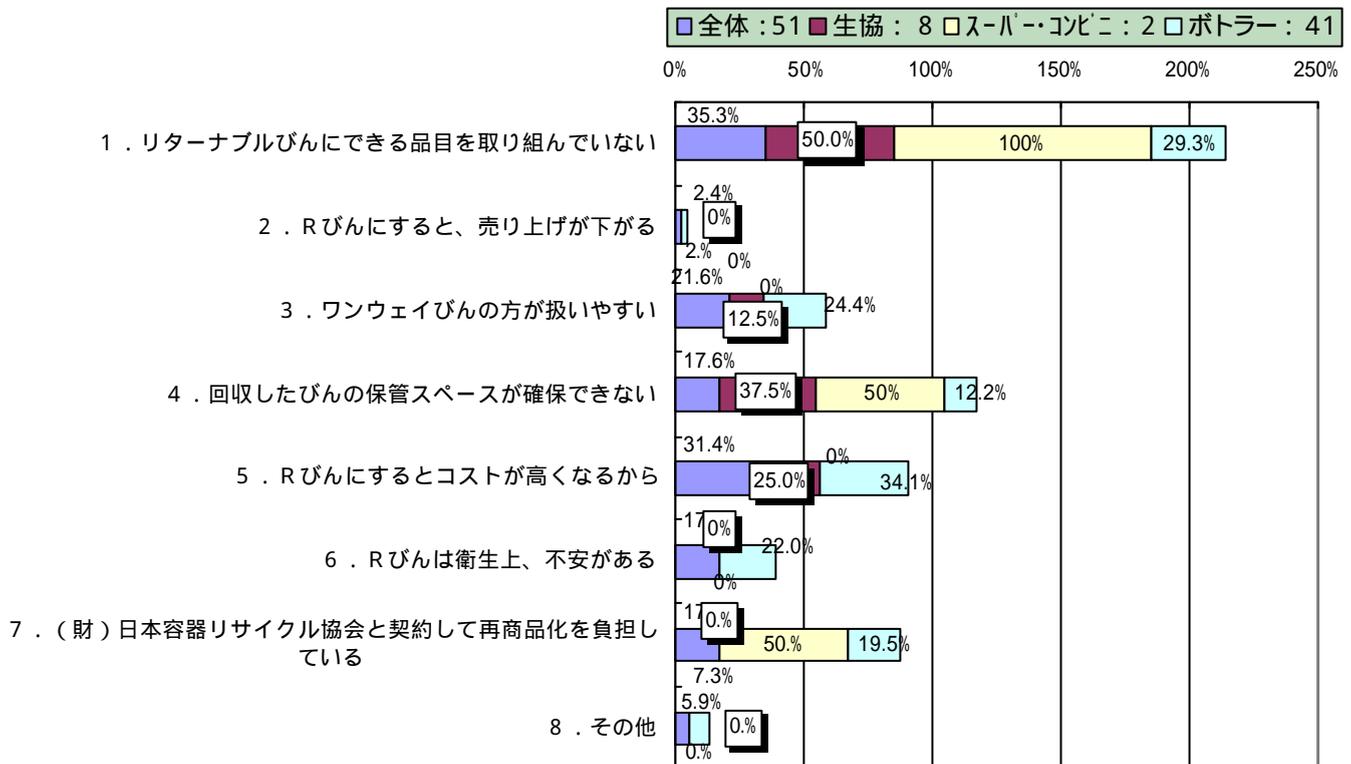
ボトラーは、コストとワンウェイびんの利便性を重視し、販売業者は、保管のスペースの確保が、優先課題とされていることがわかる。

その他の記述

- ・店舗生協のため、回収ができない。
- ・自動販売機販売が主で、回収ルートの確立ができない。

Q2 リターナブルびん（Rびん）を使用しない主な理由はなんですか。（2つまで）

全体 51



複数回答可のため、合計数値は100%とならない。(以下同じ)

3) リターナブルびんの評価 (問3)

リターナブルびんを導入していない事業者(51件)は、「最新のLCA評価によれば、リターナブルびんが最も環境に優れているとの評価があります。この評価についてどうお考えですか」の問いに対して、過半数の54.9%が「研究していきたい」と回答し、「環境に良いといっても、消費者の理解を得られない」が、(39.2%)である。

現在、リターナブルびんを採用していない事業者でも、非常に関心が高いことが伺える。

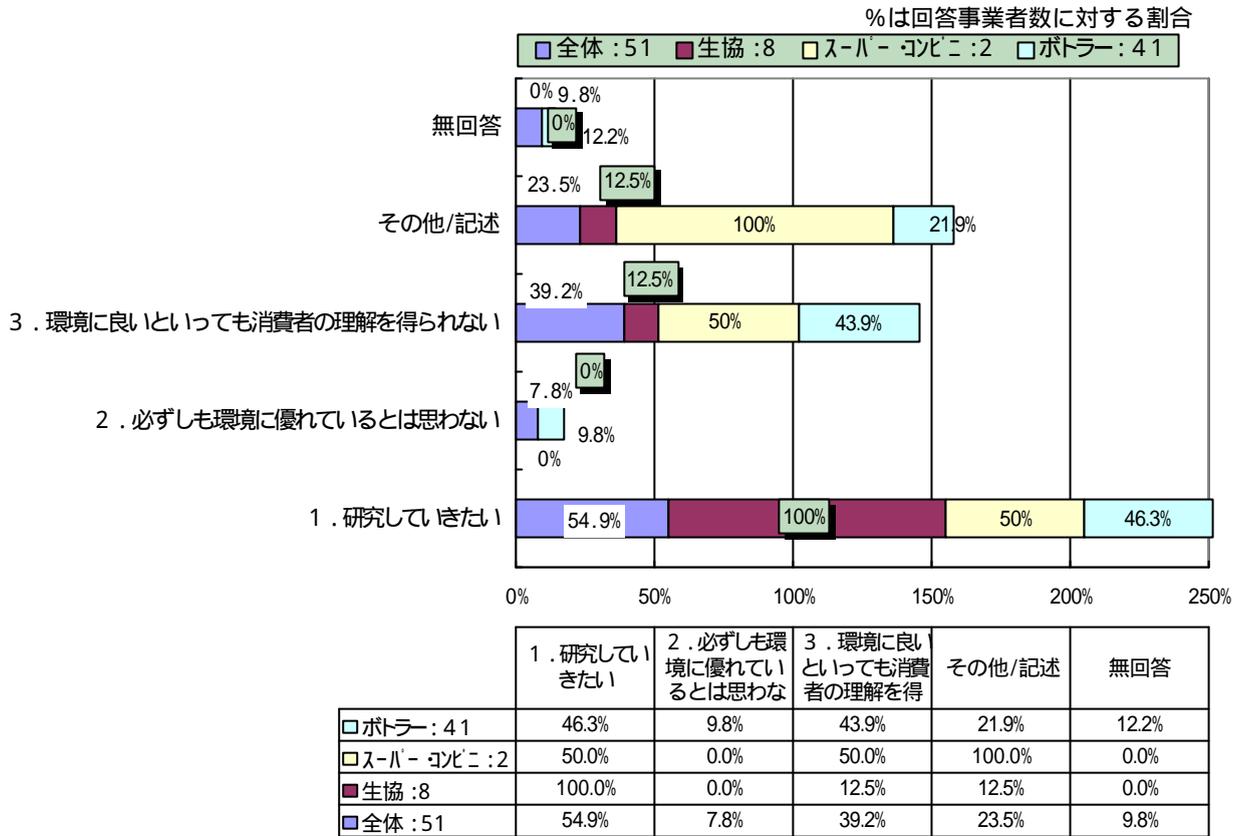
「必ずしも環境に優れているとは思わない」は、ポトラーの回答で、全体から見ると、(7.8%)である。

業種別に見ると、リターナブルびんを使用していない生協の回答者の100%が検討していきたいという回答であり、課題となっていることがうかがえる。

その他の記述

・システムが整っていないのと、立法的な措置が必要と思う。
・流通段階でのビン離れは深刻です。法制化をして製造量の何割かをリターナブルビンの使用を義務付けるなどをしないと歯止めがきかない。
・リターナブルレートの削減。15年位前まではコーラ、牛乳ビンもあったが、その後コーラは缶・ペットに牛乳は紙パックになった。
・店舗と物流センターの間では、空きコンテナの流通は行っているの、メーカーさえリターナブルを採用すれば回収は可能。
・利便性、軽い、割れにくい。特に持ち運び(飲みかけOK)が便利でペットが爆発的に若者に受けた。
・現行リサイクル法に則り再商品化に協力します。
・規格をしばりこんで、ビール、牛乳びん程度の物量になれば優れていると思います。
・環境の部分だけでなく安全性などについてもあると思います。その他いろいろありますが。。
・環境には良いと思います。
・評価は評価として受け止める。
・よくわからない
・形が良くない。不安定な形。
・小さい会社では洗ビンがむずかしい。洗ビン業者が山梨にあればいいと考えている。

Q3 最新のLCA (ライフアセスメント) によれば、飲料容器の中ではリターナブルびんが、最も環境に優れているとの評価があります。この評価についてどうお考えですか。(複数回答可)



4) リターナブル化 導入を検討する場合に知りたいこと (問4)

「リターナブルびんの導入を検討する場合に、主に知りたいことはなんですか。(2つまで 印)」の問いに「検討をしている」と回答したビール、ワイン、醤油のメーカー3社は、3社とも「リターナブルびん導入のコスト」と回答し、さらに2社が、「消費者の評価」と回答した。

その他の記述

- ・業界全体に統一した規格、材質での導入ができない理由、また、そのためには、何が必要なのか。
- ・洗浄手段を知りたい。

5) リターナブル化の動機づけ (問5)

「導入を促す動機づけは何ですか(1つに 印)」の問いに、リターナブル化を検討していると回答したビール、ワイン、醤油メーカー3社のうち2社が「消費者がリターナブルびんを要望する」と回答。1社は、「ワンウェイ容器への法的規制や、リターナブルびんへの法的支援があること」と回答した。

その他の記述

- ・小売がリーダーシップをとれない。メーカーが採用し(物流ルートの準備)、小売が協力する。

6) リターナブルびん容器の種類 (問6)

「リターナブルびん容器入りの製品を販売している」と回答した事業者(114件)に、どのようなびんを使用しているかを質問した。

80mlの飲料から2000mlの酒・醤油びんまで19品目。容量別には、35種が使用されている。容量別に見ると、飲料に使われているびんが19種、ついで酒が14種となっている。

従来からリターナブルびんとして酒、醤油などに使用されている一升瓶、ビールびん、牛乳びんの他、リターナブルびんの品目が多いのは、360ml・500ml・900ml・1000mlであった。

使用品目

- ・360mlびん：ビール、ワイン、醤油、飲料、酢、ソース、ミネラルウォーター
- ・500mlびん：牛乳、酒、ビール、ワイン、醤油、飲料、酢、ソース
- ・900mlびん：牛乳、酒、醤油、つゆ、酢、ソース
- ・1000mlびん：牛乳、ビール、酒、醤油、つゆ、飲料、酢

リターナブルびん使用容器の品目と容量 (回答事業者が使用しているリターナブルびん)

19品目 容量ml	牛乳	ヨーグルト	酒	焼酎	ビール	ワイン	醤油	みりん	つゆ・だし	飲料	酢	ソース	ケチャップ・ピュール	ジャム	調味料・たれ	ミネラルウォーター	計
80~100		1								2							3
144~180	1		3			1				2							7
190~200	1		1							2			1		1		6
210~300	1		1							3				1			6
330~360					3	1	1		1	3	1	1			2	1	14
400~500	1				1	1	1			1	1	1	1				8
550~633					1	1				1							3
660~780	1		4	1	1					2			1				10
800~900	2		1			1	1		1	1	1	1					9
1000~1440	1		1	1		1	1		1	1	1	1					9
1800~2000			2	2	1	2	2	1	1	1	1	1					14
計	8	1	13	4	7	8	6	1	4	19	5	5	3	1	3	1	89

7) リターナブルびんの使用理由 (問7)

「リターナブルびんを使っている」と回答した 114 事業者の使用の主な理由(複数回答可)を見ると、「環境負荷の削減につながるから」(50.0%)と「今まで使っていたら」(50.0%)が並んでいる。

次いで「理念に基づく行動」(41.2%)、「販売店や中身メーカーがリターナブルびんを要望するから」(33.3%)で、「その中身は何か」の問いには、ビール 13 件・牛乳 8 件・酒 12 件・醤油 6 件・飲料 7 件などであった。

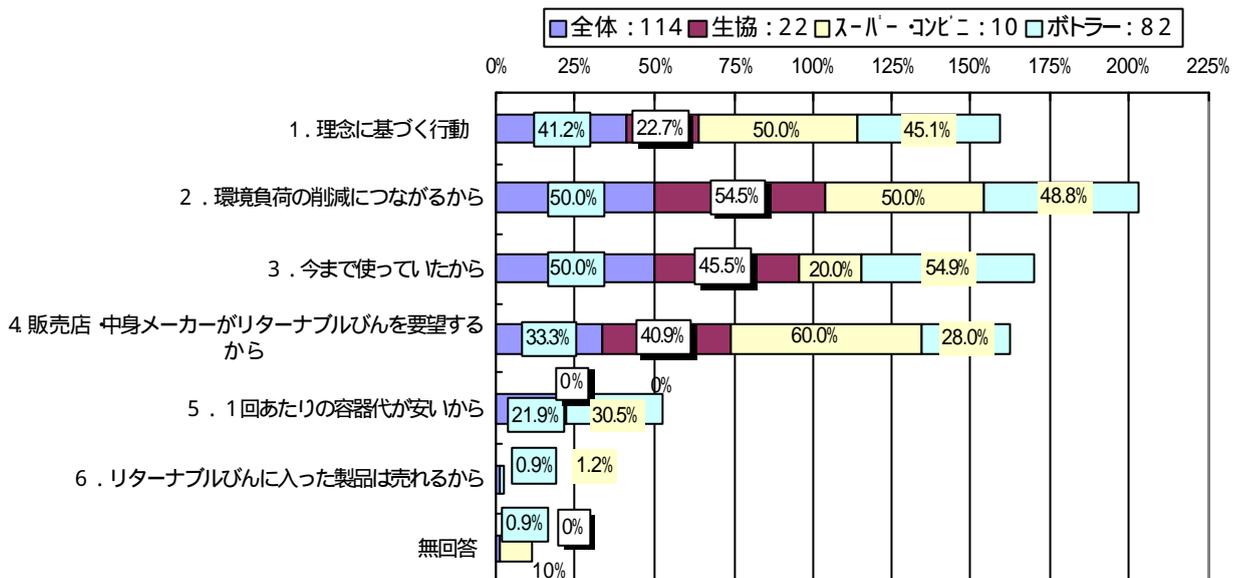
また、「1回あたりの容器代が安いから」は 20.2%で、その中身は、牛乳 2 件・ビール 2 件・酒 13 件・醤油 4 件であった。

その他の記述

- ・システムのルートがあるから。
- ・ビールはデポジット。

Q7 リターナブルびんを使用する理由は何ですか。(複数回答可)

%は回答事業者に対する割合



Q7	1. 理念に基づく行動	2. 環境負荷の削減につながるから	3. 今まで使っていたから	4. 販売店・中身メーカーがリターナブルびんを要望するから	5. 1回あたりの容器代が安いから	6. リターナブルびんに入った製品は売れるから	無回答
全体：114	41.2%	50.0%	50.0%	33.3%	21.9%	0.9%	0.9%
生協：22	22.7%	54.5%	45.5%	40.9%	0%	0%	0%
スーパー・コンビニ：10	50.0%	50.0%	20.0%	60.0%	0%	0%	10%
ポトラー：82	45.1%	48.8%	54.9%	28.0%	30.5%	1.2%	0%

8) リターナブルびんを使用するポイント (問8)

リターナブルびんを使用している 114 の事業者に、「リターナブル化の何が一番のポイントになったか」を質問したところ、110 の回答があった。「リターナブルびんの回収や保管等のコストがペイすること」(37.7%) で、次いで「中身メーカー・販売店の協力があったから」(25.4%) である。

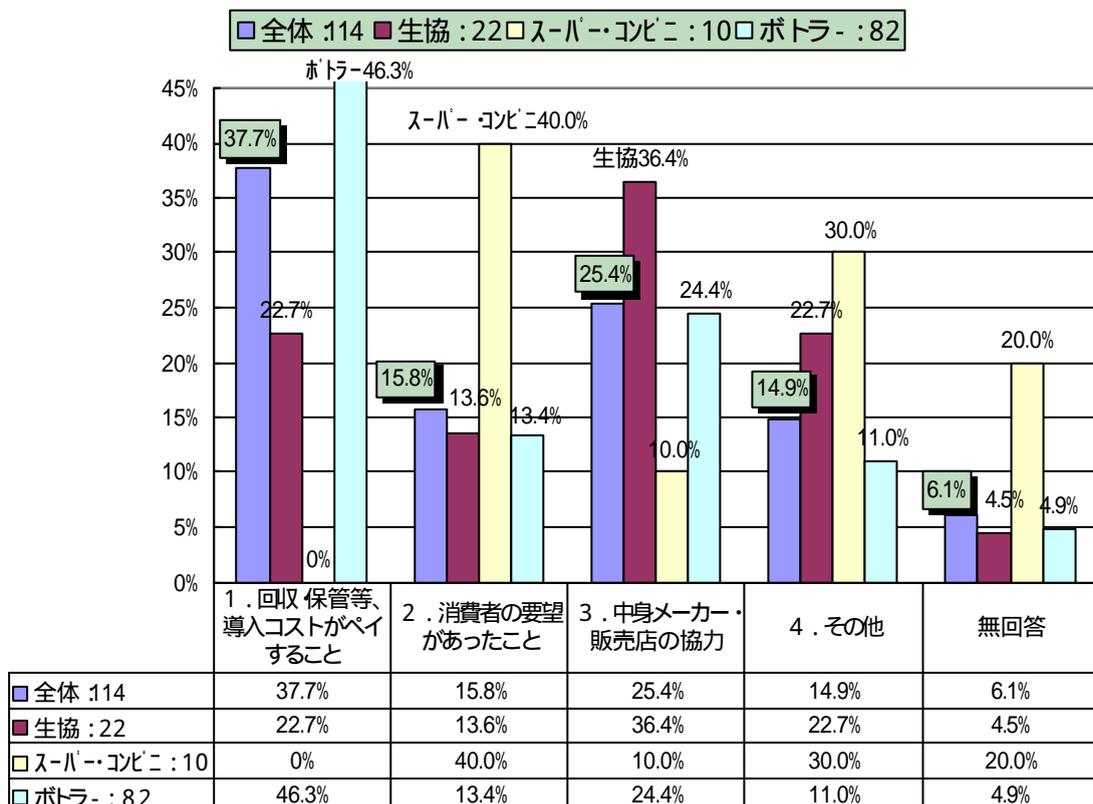
事業形態により、生協は「中身メーカーの協力」(36.4%)、スーパー・コンビニは「消費者要望」(40.0%)、ボトラーは「コスト」(46.3%) と、明確に分かれた。

その他の記述

- ・ 以前からメーカーが使っていた。
- ・ 従来通り。
- ・ おいしいから。
- ・ 企業のイメージアップ。
- ・ 環境経営重視の企業理念。
- ・ 一升瓶は中身の品質に最適。
- ・ 清酒製造業者として協力義務を感じたから。
- ・ 環境負荷が少ないから。
- ・ 回収システムの構築。

Q8 リターナブルびんを使用するにあたって、何が一番のポイントでしたか。(1つに)

全体 114



9) 今後のリターナブルびんの使用に望むこと (問9)

「リターナブルびんを続けていく上で、一番望むことは何ですか」の問いの回答は、「リターナブルびんに入った製品の利用がよく伸びる」(32.5%) 次いで、「リターナブルびんの規格が統一され多くの事業者に普及する」(21.9%) 「消費者がリターナブルびんを要望する」(16.7%) 「ワンウェイ容器への法的規制やリターナブルびんへの法的支援がある」(12.3%) と続いている。

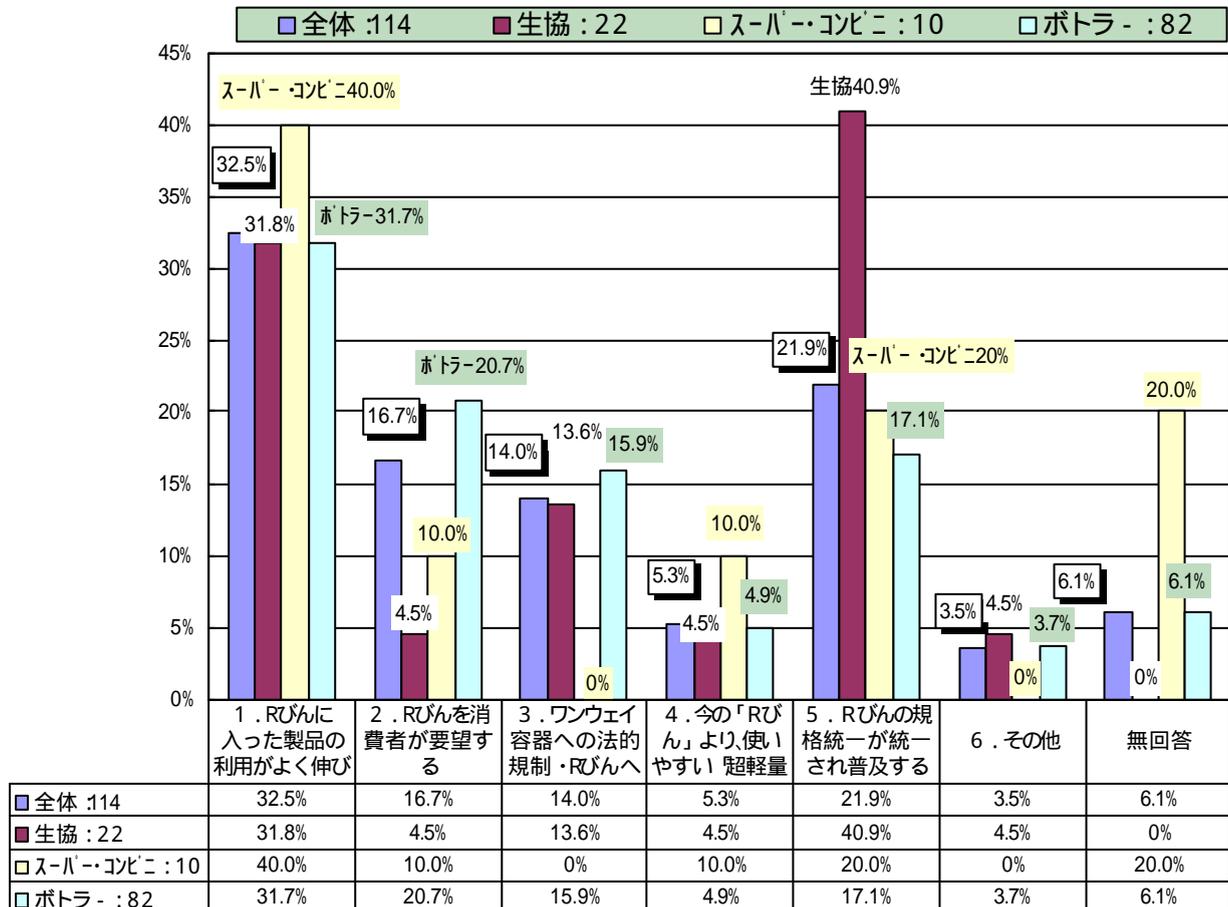
事業者別としては、生協では、「規格統一びん」(40.9%) スーパー・コンビニ・ポトラーでは「消費が伸びる」が大きい。また、スーパー・コンビニでは、法的規制を望んでいない(0%) ことがわかる。

その他の記述

- ・牛乳びんの、リターナブルびんの軽量化を望む。
- ・3年間リターナブルびんを使用してきたが、びんの価格が全くさがらない。リユース社会への行政の取組みがないので限界にきています。
- ・容器リサイクル法の改定
- ・焼酎の1.8リットルびんは、空びん業者を通して購入するが相場の変動が多い。
- ・流通業者の協力など、システムの完備。
- ・広い範囲に販売されているものを、どのように元のポトラーに返すのか、コストがかかる。回収する人がいない。洗浄し、衛生上の検査確認をすることの労力がまた問題です。

Q9 リターナブルびん(Rびん)を続けていく上で、一番望むことはなんですか。

全体：114



10) PETボトルのリユース(再使用)について (問10)

回答のあった168の事業者に、PETボトルのリユースについて質問した。(複数回答可)

「支持されないと思う」は、ボトラーの32.5%(41件)に対し、生協は、6.7%(2件)であった。また、「支持されると思う」が、生協の40%(12件)となっている。「衛生上不安である」が、ボトラーの50.8%(64件)で、生協は、33.3%(10件)であり、事業体によって大きくその評価が分かれた。また、生協の13.3%(4件)が、「PETボトルのリユースを検討している」と回答した。

その他の記述

- ・メーカー、小売間の回収ルート of 構築が不可欠。回収金をいくりに設定するかが成否。
(安いと回収率が上がらない。高いと回収率は上がるが割高のため売れ行きは落ちるので広がらない)
- ・経費や保管場所、回収ルートの確立が難しい。
- ・回収ペットボトルを原料とした製品(工場の作業服)などの利用を進めている。
- ・リユースする場合はボトルの寸法の規格化が必要な要素と思われる。
- ・食品衛生法がクリアできれば検討を考えますが、昨今の消費者意識を勘案すると不安が残る。
- ・PETボトルのフレック化は社内では実施しています。
- ・日本では特に日付の新しいもの、見た目の美しい物を買う意識が強いと思います。
- ・リサイクルも含め、消費者自身から変わっていくべきだと思います。
- ・法的支援がないと、回収費用がかさむために支持されないと思う。
- ・PETボトルのバリア性の向上(現在使用していない)。
- ・検討を行っていないためコメントはありません。
- ・商品の見栄え(白濁はダメ)。
- ・ペットは考えていない。酒には不適だと思ふ。
- ・色の吸着、洗浄を繰り返すことによる容量の変化、ボトルのキズによる白濁化等の心配があります。
- ・きれいで好きな日本人の支持を得にくいのではないかと考えています。

Q10 PETボトルのリユース(再使用)についてわかります。(複数回答可)

%は回答事業者に対する割合

