

容器包装廃棄物排出抑制及び リターナブル容器利用等調査 報告書

平成 20 年 3 月

財団法人 食品産業センター

はじめに

容器包装廃棄物の減量化と適正な分別収集及び再資源化を促進するため、平成7年に容器包装リサイクル法が制定され、平成18年6月にはその一部を改正する法律が成立・公布されたところです。

改正容器包装リサイクル法では、分別収集や再商品化とともに、容器包装廃棄物の「排出抑制を促進」するための方策として「リターナブル容器利用等」にも注力していくことが、基本方針に示されており、小売業等の多量利用事業者においては利用状況を国に定期報告することが義務づけられることとなりました。リターナブル容器については、主体間の連携により、利用促進が期待されていますが、新たな導入とその回収については、様々な取組が行われているものの、利用・回収システムとして成立するほどの、商品選択や返却行動を実現するに至っていないのが現状です。

一方で、排出抑制やリターナブルの仕組みを取り入れている製品・容器は、びんだけでなく、食器やカップなどの事例が増えてきているとともに、容器包装削減の手段として着目されています。

以上のような背景を踏まえ、本調査では、リターナブル容器については、国内外におけるこれまでの取組の成果と課題を踏まえ、ガラスびんや、びん以外の容器の新たな利用普及の可能性についてとりまとめています。また、排出抑制については、新たな取組事例を整理するとともに、それら取り組みの成立要件などを整理し、さらに、レジ袋の有料化など、小売店が実施している様々な取組に対して、消費者の行動や意識の変化を把握し、その結果をとりまとめています。この報告書が、食品産業に関連する方々の、容器包装リサイクルの取組の一助になれば幸いです。

平成20年3月

財団法人 食品産業センター

報告書の概要

【調査内容】

- 「1. リターナブル容器の利用普及に係る取組事例等の整理」では、国内外のリターナブル容器の利用普及に関する取組みについて、論文や報告書、ウェブ情報などを基にした整理を行った。さらに、ガラスびん以外のリターナブル事例として、弁当事業におけるリターナブル容器導入事例、スタジアムにおけるリユースカップ導入事例、宅配事業におけるリユース陶器皿の導入事例についてヒアリング調査を行い、取組を通じて得られた効果や課題をまとめた。
- 「2. 排出抑制事例調査」では、排出抑制に資する取組のうち、リフィル（詰め替え）、リユース、レジ袋の有料化に該当する3種の取組について、代表的な事例に対してヒアリング調査を実施し、ビジネスモデルとしての拡大要件や課題等の情報をとりまとめた。
- 「3. 小売店における排出抑制などに対する消費者意向調査」では、一般消費者に対して、普段の買い物頻度、よく利用する店舗の種類、店舗への交通手段等、基本的な情報を把握したうえで、レジ袋の有料化や量り売り、バラ売り、簡易包装等に関する印象や協力度合いについて聞いた。これにより、小売事業者が実施する排出抑制取組について、消費者がどのような印象を持っているのか、その傾向を分析した。

【調査結果】

- 調査結果を踏まえ、容器包装の排出抑制や、リターナブル容器を普及させるための要件をとりまとめた。

1. リターナブル容器を普及させるための要件

(1) クローズドな空間での利用普及

スタジアムやイベントでリターナブル容器を利用する場合、利用者が容器の利用・返却の仕組みを十分に理解しているほうが、スムーズに販売・回収できることから、利用者への広報を充実させることが重要である。また、実施主体やそのスポンサーの経費負担を軽減する意味からも、消費者やNPOの広報面や回収面での協力が必要不可欠である。

(2) 地域単位での利用普及

リターナブル容器に対する、面倒、衛生面が不安というネガティブな認識を変えるには、一時的な広報ではなく、正しい知識やリターナブルの意義を学ぶ機会を提供することが必要である。温暖化防止に向けた普及啓発の一環として、環境教育の中でリターナブル容器に関する情報を発信することが重要である。

また、事業系のリターナブル容器の成功事例とされている900ml焼酎びんや、弁当容器の事例では、商品納品後の帰りの利用や、洗浄しやすい容器の開発などにより、リユース容器を利用することが低コスト化に繋がる、あるいは、リユース容器であっても割高感がない仕組みを構築できる可能性があることが分かった。

2. 排出抑制の取組を普及させるための要件

(1) リフィルの普及

リフィル商品は、本体商品がある程度売れており、その上で、継続してリフィル商品を買うことができる環境が必要である。販売店には、そのようなリフィル商品の販売特性を理解いただいて、継続的に販売できる環境を整えることが必要である。また、複数の商品で汎用的に利用できるリフィル商品の開発や、複数の商品の本体容器の統一など、本体商品とリフィル商品のミスマッチを回避する容器・商品開発が望まれる。

(2) リユースの普及

リユースカップを導入するためには、「注文から商品提供までのオペレーション」、「持参されたリユースカップの洗浄の有無」、「破損・紛失リスクへの対応」などを新たに検討、構築する必要がある。また、「中身がこぼれないよう飲み口に蓋を付ける」、「持ち帰っても冷めないよう二重構造にする」、「容器を持ちやすいよう、タンブラー中央部に“くぼみ”をつける」、「底が滑りにくいような加工」など、リユース容器そのものに対して様々な工夫を行うことによって、オペレーションの効率化を図ることが考えられる。

(3) バラ売り・量り売りの普及

本調査でバラ売り・量り売りへの協力の有無を把握したところ、そもそも協力の機会がないとの回答が、50%近く（米や酒では60%以上）を占めていた。その一方で、肉、魚、野菜・果物のバラ売りについては、「買いやすい」という印象が非常に高いため、試行的に、バラ売りや量り売りの機会を増やすことで、それらを利用する消費者数が増えることが期待できる。

また、レジ袋の有料化事例では、重量物等、嵩高いものの売上げ減少が、課題となることが示されたが、バラ売りや量り売りを同時に進めることで、マイバッグに対応した販売形態としてPRすることが対応策の一つになると考えられる。

(4) レジ袋有料化の普及

消費者へのアンケートでは、レジ袋の有料化に対して「どちらとも言えない（45%）」と、「反対（10%）」と回答した消費者は、有料化等で納得感が得られなければ、無料の販売店での購買を選択する可能性が高い。したがって、先進的な取組に続いて、地域全体、社会全体として有料化を受け入れる環境を整える必要がある。

一方で、全面的なレジ袋の有料化については、自由な経済活動を阻害するものとして批判する意見もある。目的は、有料化ではなく、容器包装の使用削減であり、レジ袋の有料無料に係らず、マイバッグを携帯し、無駄なレジ袋を断るといった消費者の行動変化、意識啓発が必要である。

目次

| | |
|----------------------------------|----|
| 1. リターナブル容器の利用普及に係る取組事例等の整理 | 1 |
| 1-1. 文献調査 | 1 |
| 1-1-1. 国内事例から得られた知見 | 1 |
| 1-1-2. 海外事例から得られた知見 | 1 |
| 1-2. 実証実験の追跡調査 | 3 |
| 1-2-1. 実証実験等での消費者への広報等の取組 | 3 |
| 1-2-2. 消費者への広報についての要点 | 5 |
| 1-3. ヒアリング調査 | 6 |
| 1-3-1. 弁当事業におけるリターナブル容器の利用 | 6 |
| 1-3-2. スタジアムにおけるリユースカップ導入事例 | 8 |
| 1-3-3. 宅配事業におけるリユース陶器皿の導入事例 | 10 |
| 2. 排出抑制事例調査 | 11 |
| 2-1. 排出抑制の要点と課題 | 11 |
| 2-1-1. リフィル | 11 |
| 2-1-2. リユース | 14 |
| 2-1-3. レジ袋の有料化 | 17 |
| 3. 小売店における排出抑制などに対する消費者意向調査 | 19 |
| 3-1. 調査概要 | 19 |
| 3-1-1. 調査対象と回答数 | 19 |
| 3-2. 単純集計結果 | 21 |
| 3-2-1. 消費者の購買傾向とレジ袋有料化の実施状況 | 21 |
| 3-2-2. 小売店の容器使用合理化の取組に対する協力・利用状況 | 28 |
| 3-2-3. 小売店の使用合理化の取組に対する印象 | 29 |
| 3-2-4. 小売店の容器包装削減への取組に対する印象 | 30 |
| 3-2-5. 小売店の使用合理化への啓蒙に対する印象 | 30 |
| 3-3. アンケート結果の分析 | 31 |
| 3-4. 分析結果 | 32 |
| 3-5. アンケートから得られた排出抑制の要点 | 38 |
| 4. 排出抑制及びリターナブル容器利用促進の可能性検討 | 41 |
| 4-1. リターナブル容器を普及させるための要件 | 41 |
| 4-1-1. クローズドな空間での利用普及 | 41 |
| 4-1-2. 地域単位での利用普及 | 41 |
| 4-2. 排出抑制の取組を普及させるための要件 | 43 |
| 4-2-1. リフィルの普及 | 43 |
| 4-2-2. リユースの普及 | 43 |
| 4-2-3. バラ売り・量り売りの普及 | 44 |
| 4-2-4. レジ袋有料化の普及 | 44 |

| | | |
|-------|-----------|-----|
| 参考資料1 | 文献調査 | 49 |
| 参考資料2 | 実証実験の追跡調査 | 87 |
| 参考資料3 | ヒアリング調査 | 96 |
| 別添 | アンケート調査票 | 119 |