

ガラスびんに関する自主行動計画の 2006 年度フォローアップ結果

ガラスびんリサイクル促進協議会

【リデュース】

2010 年度目標	2006 年度取り組み実績
2004 年対比で 2010 年に 1 本あたりの重量を 1.5%軽量化する。	2006 年に軽量化された品目は、5 品種 24 品目であり、軽量化重量は 2,974 トン、総重量に占める割合は 0.2%であった。また、1 本当りの重量は、187.7 g で基準年の 2004 年に比べると 4.6 g (2.4%) 減少した。

【リユース】

2010 年度目標	2006 年度取り組み実績
リターナブルシステムの調査研究を行う。	環境省「リターナブルびん利用促進モデル事業」、環境省「モデル市町村のリターナブルびん分別収集効果・効率性検証事業」及び経済産業省「地域省エネ型リユース促進事業ーリターナブルびん宅配システムの構築」の委託事業を行い、リターナブルびんの P R、効率的な回収方法の調査を行った。

【リサイクル】

2010 年度目標	2006 年度取り組み実績
<p>[カレット利用率] エコロジーボトル（その他色カレット多量利用）の普及を図るなどして、カレット利用率 91% を達成する。</p> <p>[リサイクル容易性向上] ラベル、キャップ等に関して易リサイクル性の向上を図る。</p>	<p>カレット利用率は 94.5%となり、前年に比べて 3.2 ポイント上昇した。</p> <p>エコロジーボトルの出荷量は、107 百万本となり前年に比べて 3.8%増加した。</p>

【自主設計ガイドライン／広報活動】

2010 年度目標	2006 年度取り組み実績
3 Rを推進するための自主設計ガイドライン（ガラスびんの組成、質量、形状、ラベル、キャップ等に関する事項）を策定し、製造・利用事業者への周知・徹底を図る。	アルミ箔ラベルを使用しない等ガラスびんの 3 Rを推進するための自主設計ガイドラインを設定し、ボトラー団体等へ説明会を開催して協力を要請した。

【リデュース】

(1) 軽量化実績

- ・2006年に軽量化された主な品目は、5品種24品目（表1）であり、軽量化重量は2,974トン、総重量に占める割合は0.2%であった（表2）。
- ・軽量化効果が最も大きかった品目は、コーヒーで、軽量化トン数は約2,500トン。
- ・その他にも粉末クリーム、つゆ、たれにおいて軽量化の効果が大きい。
- ・軽量化の考え方は、前年と同容量の品目についてのみ対象としており、容量変更による新品目の軽量びんは対象外としている。

表1 2006年に軽量化された品目

品 種	品 目
薬塩	細口（1品目）
食料塩	コーヒー（9品目）、粉末クリーム（1品目）
調味料塩	ケチャップ（1品目）、たれ（2品目）、酢（2品目）、新みりん（1品目） つゆ（4品目）、調味料（1品目）
ビール塩	ビール（中小）（1品目）
ウイスキー塩	ウイスキー（1品目）

表2 軽量化実績（2006年）

軽量化重量合計	生産トン数	軽量化率
2,974	1,343,925	0.22%

(2) 1本当りの単位質量変化

- ・2006年のガラスびん1本当りの平均質量は187.7gとなり、前年の187.2gに比べて0.5g（0.3%）の増加となった。
- ・増加要因としては、1本当りの単位質量が平均質量よりも重い「清酒 1.8L」「清酒中小」「ビール」等の生産が前年に比べて増加したためである。清酒 1.8Lびんは焼酎需要の増加、ビールびんはリターナブルびんの入れ替え時期による生産の増加によるものである。また、小容量製品が前年に比べて減少していることも一因である。
- ・一方、目標設定の基準年である2004年（192.3g）に比べるとガラスびんの1本当りの平均質量は4.6g減少している。

(3) 既に軽量化された主な品目

- ・平成12年から平成17年までに、既に軽量化された主な品目は、表3のとおりとなっている。

表3 既に軽量化された品目（2000年～2005年）

品 種	品 目
薬塩	小塩ドリンク（2品目）
調味料塩	酢（3品目）、ドレッシング（3品目）、調味料（3品目）
牛乳塩	牛乳（4品目）
ウイスキー塩	ウイスキー（1品目）

【リユース】

(イ) リユースモデル事業の実施

環境省「リターナブルびん利用促進モデル事業」、環境省「モデル市町村のリターナブルびん分別収集効果・効率性検証事業」及び経済産業省「地域省エネ型リユース促進事業－リターナブルびん宅配システムの構築」の委託事業を行い、リターナブルびんのPR、効率的な回収方法の調査を行った。

①経済産業省「地域省エネ型リユース促進事業－リターナブルびん宅配システムの構築」

（目的） リターナブルびん販売店回収ルートの子代的なシステムとして、宅配回収の可能性と最適な運営方法を検証する。

（事業内容） インターネットによる茅ヶ崎市民へのリターナブルびんに関する意識調査、リターナブルびんの宅配システム実証実験、タウン誌での紹介、ポスター掲示、チラシポスティングによるPR、通い箱の導入、ポイントカードによる回収促進（環境省のモデル事業と平行実施）

（成果と課題） 消費者の関心を喚起するには、リターナブルびんの識別を明確にすること、リターナブルびんが環境保全に役立つことをPRする必要がある。

宅配を行う酒販店でも、宅配を新たなサービスと位置づけることにより、リターナブル商

品を拡大できる可能性がある。

②環境省「リターナブルびん利用促進モデル事業」

(目的) 既存のビール、一升瓶を含むRマーク商品を拡充し、その普及を図ることを目的とした。

(事業推進主体) 茅ヶ崎市の酒販組合、商店会連合会、消費者代表等からなる「茅ヶ崎リターナブルびんモデル事業推進協議会」を設置した。

(事業内容) ポスター、チラシ、ポイントカード、オリジナルバッグ等のキャンペーンツールを活用して店頭キャンペーン、回収実験を行った。

(成果と課題) キャンペーンにより消費者の関心を喚起でき、リターナブルびんに対する認知度を向上させることができた。一方、空きびんの回収率が低水準にとどまったこと、キャンペーン期間が短く施策の浸透が不十分であった。

③環境省「モデル市町村のリターナブルびん分別収集効果・効率性検証事業」

(目的) リターナブルびんを分別収集する実施事例を調査し、課題とリユース促進効果を検討する。広報の実施による回収率向上への効果を推定する。

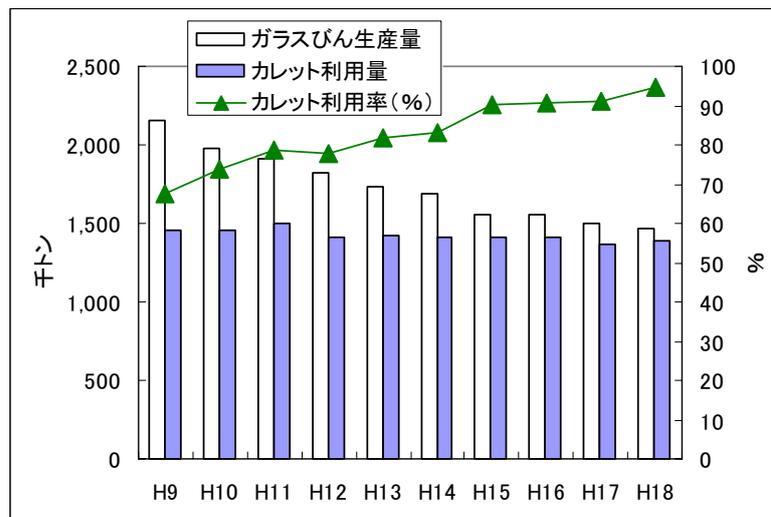
(事業内容) リターナブルびんの分別収集により効果を上げている神奈川県大和市、目黒区、那覇市、京都市の事例調査の実施。市民への広報によるリターナブルびん回収改善の検証

(成果と課題) 4都市のリターナブルびん分別収集の実態を把握することができ、他都市の参考事例となる。リターナブルびんの分別収集の目的・対象を市民に一層周知させることが必要である。

- 2007年度は、総合スーパーの協力を得て、効果的なリターナブルびんの認知促進と販売促進のための売り場作りに関し様々な工夫を行うことによって、消費者のリターナブルびんの購買意識の変化を促すとともに、これによりリターナブルびんの販売量がどのように増加するかについて検証する事業を行っている。

【リサイクル】

2006年のガラスびん生産量(経済産業省「窯業・建材統計」)は147万2千トンで対前年比1.9%の減少となった。カレット利用量は139万1千トンで、カレット利用率は94.5%となった。(前年に比べて3.2ポイント上昇)



【自主設計ガイドライン／広報活動】

(1) 3Rのための自主設計ガイドラインの設定

自主設計ガイドライン(案)を策定した後、主要14ボトラー団体へアンケートを実施し、アンケートの回答を踏まえて修正を行い、本年3月に自主設計ガイドラインを最終決定した。その後、関係する各ボトラー団体へ順次説明し協力要請を行った。また、ホームページでこれを公表した。

(2) 広報活動

ガラスびんの3Rへの取組みについて、積極的にPRを行った。ホームページにおいては内容の充実、パンフレット、ポスター等の制作・配布、展示会への出展、会員向けの情報誌の発行等を行った。

また、3R早分かりムービー「ガラスびん3R作戦 ペンギン南極へ帰る」を新規に制作し、ホームページに掲載した。更にDVDを作成し、小中学校、市町村リサイクルプラザ等での環境学習用として配布することとしている。