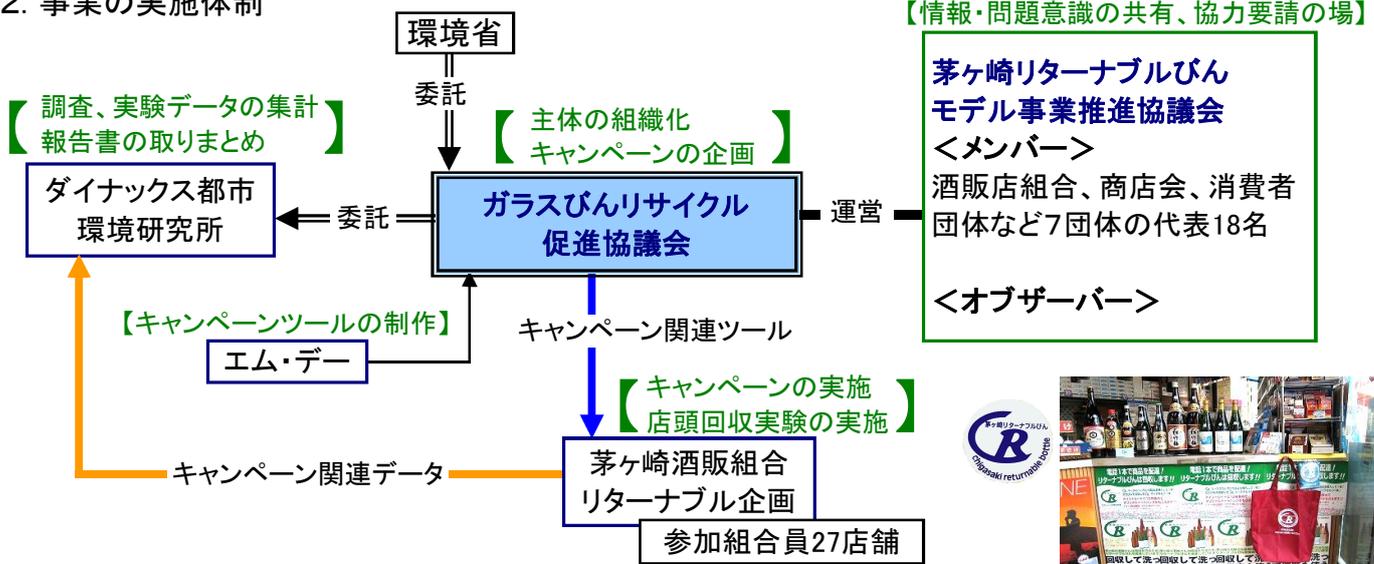


環境省委託「リターナブルびん利用促進モデル事業」

1. 事業の目的

- (1) 既存のビール、一升瓶を含むRマークを付した商品を拡充し、その普及啓発を図る。
- (2) リターナブル商品の普及啓発を促す各主体間の役割を明確にする。

2. 事業の実施体制



3. 事業の内容

- (1) 事業推進主体の組織化——6月～10月30日
- (2) キャンペーンツールの準備——CRマーク、マニュアル、チラシ、ポスター、ポイントカード、オリジナルバッグ
- (3) 酒販店店頭における商品キャンペーンの展開
リターナブルびん入り商品の販売・リターナブルびんの返却ごとにシールを配布し10ポイントでバッグと交換。
- (4) 酒販店および酒販店を通じた消費者の評価測定

4. 事業の実施期間

平成18年11月	12月	平成19年1月	2月
11/20 事業として正式決定	店頭キャンペーン・回収実験期間		期間検証

シール配布数: 746枚
 バッグ配布数: 438個

5. 成果と課題

■ リターナブルびん回収実績

■ 成果

- ① 低水準ながら、消費者のリターナブルびんに対する認知度を向上させた。
- ② 識別シール(CRマーク)がリターナブルびんの認知度向上に繋がった。
- ③ ポスター、チラシによる告知で来店客の関心を高められた。
- ④ ポイントカードを利用したキャンペーンで消費者の関心を喚起できた。

■ 課題

- ① 店頭でRマークびんの商品が少なく、消費者との接触を深められなかった。
- ② 空びんの返却率が低水準にとどまった。
- ③ 酒販店の取組み意識を向上させることができなかった。
- ④ キャンペーンの告知時期と実施期間にずれがあった。
- ⑤ キャンペーンの実施時期が年末年始という特殊な期間と重なり、施策の浸透が不十分であった。

びんの種類	回収実績	合計	回収率(%)
一升びん	販売	884	51.6
	回収	456	
ビール大びん	販売	1,775	96.2
	回収	1,708	
ビール中びん	販売	2,718	21.0
	回収	571	
ビール小びん	販売	201	98.5
	回収	198	
茅ヶ崎リターナブルびんワイン	販売	101	34.7
	回収	35	
キッコーゴ醤油1Lびん	販売	27	111.1
	回収	30	
焼酎900ml Rマークびん	販売	10	0.0
	回収	0	
日本酒720ml Rマークびん	販売	182	1.6
	回収	3	
日本酒300ml Rマークびん	販売	7	14.3
	回収	1	
その他	販売	14	0.0
	回収	0	