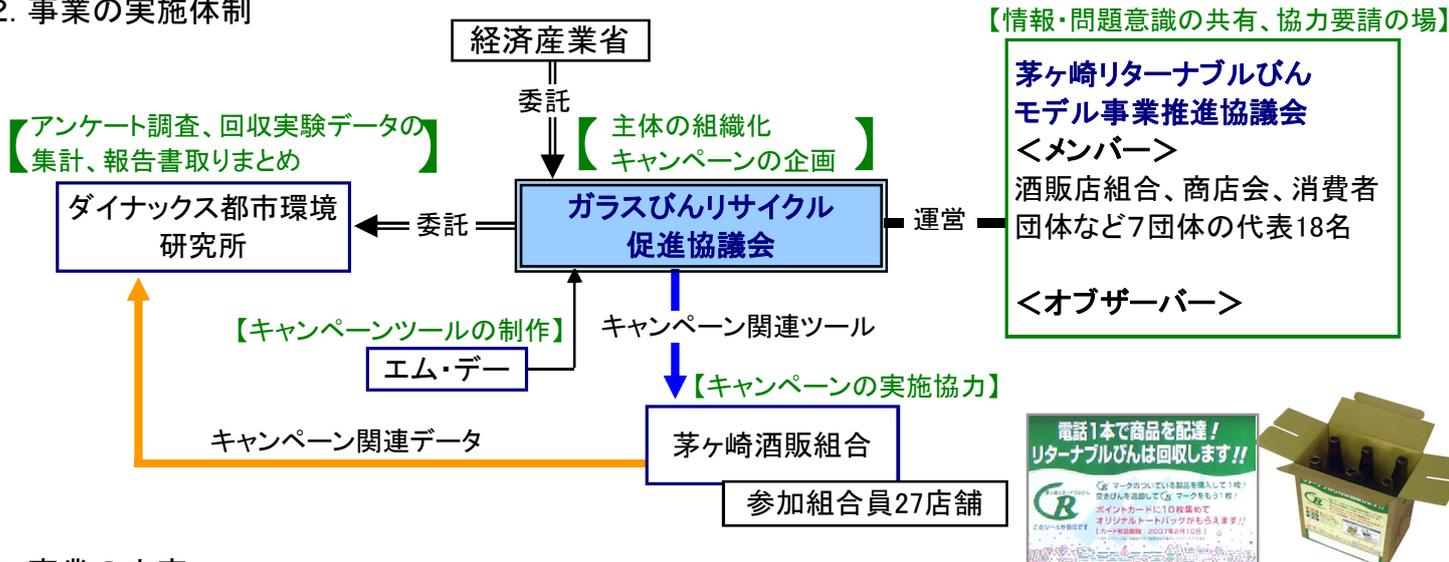


# 経済産業省委託「地域省エネ型リユース促進事業——リターナブルびん宅配システムの構築」

## 1. 事業の目的

リターナブルびん販売店回収ルートの子世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。

## 2. 事業の実施体制



## 3. 事業の内容

- (1) インターネットによる茅ヶ崎市民男女各70名へのリターナブルびんに関する意識調査(12/14~12/18)(2/26~28)
- (2) リターナブルびんの宅配回収システム実証実験——従来の配達サービスを超える試み
  - ① 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、電話・FAX・電子メールでの受注
  - ② 通い箱の導入
  - ③ CR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
  - ④ 事業に参加した酒販店に対するモニター調査(2/23~3/2)

## 4. 事業の実施期間

	11月	12月	平成19年1月	2月	3月
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		➡		➡	
リターナブルびん宅配システム実証実験	➡				
宅配による地域省エネリユース効果の検討				事業参加の酒販店に対するモニター調査	➡



## 5. 成果と課題

- リターナブルびん回収実績
- リユース推進における宅配システム活用の可能性

### (1) 消費者意識・酒販店・リターナブルびんを巡る状況の変化

- ① 消費者の購買スタイルが変化し、リターナブルびんの利用が減少し、認知度が低下している。
- ② 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よりPRする必要がある。
- ③ 消費者の生活動線上にない一般酒販店では、来店による機会創出は困難であり、これに代わって宅配システムが機能する事例が確認できた。

### (2) 宅配システムによるリユース拡大の可能性

- ① 生活動線上にある量販店で、店頭回収の受け入れ体制を整えてリターナブルびんの利用キャンペーンを展開すれば、リターナブル商品を拡大できる可能性がある。
- ② 宅配を行う酒販店でも、上の(1)②を前提とし、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。

- ③ 発生抑制が課題となっている自治体にとっては、リユースを促進することが有益であることから、今後広報活動を通じて宅配を支援することが求められる。

びんの種類	回収実績	合計	回収率 (%)
一升びん	販売	2,030	81.9
	回収	1,662	
ビール大びん	販売	7,951	101.0
	回収	8,030	
ビール中びん	販売	4,616	104.7
	回収	4,831	
ビール小びん	販売	1,023	96.9
	回収	991	
茅ヶ崎リターナブルびんワイン	販売	69	95.7
	回収	66	
キッコーゴ醤油 1Lびん	販売	13	84.6
	回収	11	
焼酎900ml Rマークびん	販売	98	45.9
	回収	45	
日本酒720ml Rマークびん	販売	94	29.8
	回収	28	
日本酒300ml Rマークびん	販売	9	11.1
	回収	1	
その他	販売	442	57.5
	回収	254	