

特集

人気の地サイダーで、リターナブルびんも活躍中!

地サイダーのリユース推進で! ゴミの発生を抑制し、資源の地域循環に貢献。

昭和のレトロ感覚やご当地製品が注目される中、懐かしい味の地サイダーがブームに。

全国各地で長年つくり続けられてきた地サイダーが、2~3年前からブームになっています。昭和30年から40年代に流行したものが受け入れられる今日の社会現象、さらに地域再生や街おこしなど地域の活性化に焦点があたっている状況が、地サイダー・ブームに火を付けたように思われます。レトロなラベルや味わいのあるガラスびんが郷愁を誘うのでしょう。全国の地サイダーを集めて限定発売するコンビニチェーンなども出てきました。またインターネットで全国津々浦々の地サイダーが紹介され、購入できるようになってきています。

そんな地サイダー容器は、ガラスびんがメイン。昔ながらのリターナブルびんで地元ニーズに答えている場合と、回収が難しい地方発送にはワンウェイびんで対応しています。現在、北海道から沖縄まで地サイダーを扱っている企業は52社で約70製品(平成19年7月・社団法人全国清涼飲料工業会調べ)。今後さらに増加していくことが予想されます。

昭和30年から40年代を中心に活躍してきた、リターナブル・サイダーびんを復刻。

地サイダーへの注目が集まる中、全国清涼飲料協同組合連合会は、「平成19年度中小企業活路開拓調査・実現化事業」において、「環境」と「地域」という視点から、リターナブル・サイダーびんの開発事業に取り組みました。

このリターナブルびんをアピールするため、昨年の秋には東京と長崎で試飲キャンペーンが展開され、その会場で実施した消費者アンケートでは、びんの形状・外観や中身のおいしさなどについて高い評価が得られました。

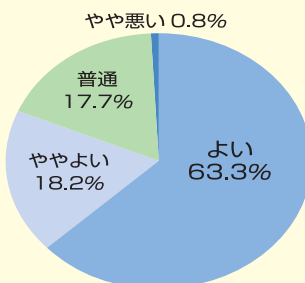
現在、復刻版リターナブル・サイダーびんは、すでに長崎、青森、福井、愛知、兵庫などで採用の動きがあります。「この動きは期待以上です。今後はこのリターナブルびんで成功した事例を広くアピールして、さらなるリクエストがいただけるような状況をつくっていききたい」と社団法人全国清涼飲料工業会の久保田氏。「地域」と「環境」というコンセプトのもと、こだわりをもった地サイダーのリユースが受け入れられていくことが期待されます。

取材協力:社団法人全国清涼飲料工業会

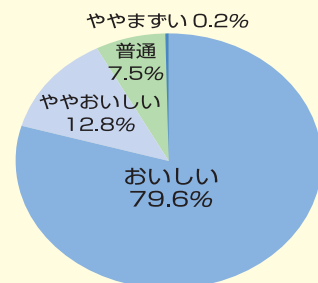


▲復刻版リターナブル・サイダーびん(Rマークびん)の商品
「長崎雲仙の温泉(うんげん)レモネード」

■びんの形状・外観について



■中身のおいしさについて



◎アンケート協力:暮らしの包装商品展(東京)416名・雲仙ウォーキング会場(長崎)217名

特集 人気の地サイダーで、リターナブルびんも活躍中!

友桝飲料

ラムネからサイダーへ、清涼飲料を作り続けて100年余り。

環境配慮と地産地消の視点から、復刻版リターナブル・サイダーびんを提案。

佐賀県小城市にある友桝飲料は、明治35年(1902年)に創業。ラムネの製造に始まり、サイダーやジュースなど様々な清涼飲料を開発・販売してきました。平成18年発売の「謹製サイダー」は、日本ガラスびん協会主催「ガラスびんデザインアワード2006」で優れたデザインの点から、グラスボトルデザイン審査員特別賞(佐藤 卓賞)を受賞しています。

オリジナルブランドの「スワンサイダー」は、第二次世界大戦前後に誕生して以来、ご当地サイダーとして愛飲されており、現在は、リターナブルびんとワンウェイびんで製造しています。リターナブルびんの「スワンサイダー」は宅配のみで、地元のお客さまに直接配達して、あきびんを回収するという方式をとっています。びんは今でも昭和40年から50年当時に製造したものを使用していますが、宅配先のお客さまはお孫さんがいるような世代がほとんどとなり、その方々からの注文がある限り、宅配を続けていき



リターナブルびんの「スワンサイダー」▲

たいとのこと。平成17年には、昔ながらの味と当時のロゴを復活させたスワンサイダーの「復刻版」を発売。こちらはワンウェイびんで、全国に向けインターネットでも販売されています。

この友桝飲料は、地元の「スワンサイダー」のみならず、様々な地域の地サイダーの開発に携わり、地サイダーブームの火付け役とも言われていますが、また復刻版リターナブル・サイダーびんの提案者でもあります。「ホテルや旅館、飲食店などで、その場でお客さまに飲んでいただけるものにとり、あきびんの回収システムが組めるのであれば、リユースは有効である」と友桝飲料の友田 諭社長。復刻版リターナブル・サイダーびんについては、「色も形も昔ながらのデザインで気に入っています。使い込んだら味わい深くなるでしょう」とのこと。尚、雲仙ブランド委員会が企画した「温泉レモネード」は友桝飲料が製造。復刻版リターナブルびんでの発売に向けて現在準備中です。



ワンウェイびんの「スワンサイダー(復刻版)」▲
取材協力：友桝飲料株式会社

▲「ガラスびんデザインアワード2006」で審査員特別賞を受賞した「謹製サイダー」

八戸製氷冷蔵

八戸の名水「三島の湧水」を使ってサイダーを生産。

地元はリターナブルびんで、地方発送はワンウェイびんで対応。

青森県八戸市にある八戸製氷冷蔵は、大正10年(1921年)に創業。翌11年より八戸の名水と称される「三島の湧水」を使った「三島シトロンサイダー」の生産を開始。バナナが高級品であった昭和30年代には、ほんのりバナナの香りがする「三島バナナサイダー」も製造するようになりました。

平成17~18年頃までは地元を中心にリターナブルびんで対応してきましたが、地サイダー・ブームにより、地方発送のニーズが高まり、ワンウェイびんでも同じ商品を製造し対応するようになりました。リターナブルびんは旧三ツ矢サイダーの古びんを使用し、主に24本入りのケース単位で地元のスーパーで販売。お客さまがびんの返却時に他の買い物をしてくれるということで、リターナブルびんのサイダーが受け入れられています。びん1本当たりの保証金は10円ですが、特売日に保証金を15円にすると、普段80%くらいの回収率が100%近くに跳ね上がるとのことです。



旧三ツ矢サイダーのびんを使った「三島シトロンサイダー」▲



スーパーに山積みされたサイダー▲

昭和に活躍したリターナブルびんが古くなってきて破損率が高くなり、さらにあきびんを返却せずにリサイクルに出してしまう人も増えてきたため、戻ってくるびんが減少しているのが現状です。すべてワンウェイびんで対応することも視野に入れていた頃に持ち上がったのが、復刻版リターナブル・サイダーびんの話で、今春4月にはすべての旧三ツ矢サイダーのびんを新しいRマークびんに差し替えることになっています。

「地サイダー・ブームは一過性のもの。私どもは地元で育てていただいた企業ですから、地元のお客さまを優先して、サイダーをお届けしたい。今後は復刻版リターナブル・サイダーびんのおかげで、安心してサイダーの製造が続けられます」と八戸製氷冷蔵の橋本工場長。これから先もリターナブルびんのサイダーで地元ニーズに応えていきたいとのこと。



ワンウェイびんの「三島バナナサイダー」▲
取材協力：八戸製氷冷蔵株式会社

平成19年度経済産業省委託「地域省エネ型リユース促進事業」 大手量販店におけるリターナブルびん入り商品の販促システムの構築

GMS「西友」※のご協力を得て、

スーパーにおけるリターナブルびん促進の方策を検証。

昨年より当促進協議会では、平成19年度の経済産業省委託のモデル事業「地域省エネ型リユース促進事業」を進めてきましたが、本年2月に結果報告をとりまとめました。

今回の事業は、消費者の購買において接点の多いスーパーマーケットがリユースを促進する上で、どのような役割を担うことが可能なか、具体的にどのような取組みが実行できるのかを探り検証することを目的としています。

ご協力いただいたのは、量販企業の「西友」。廃棄物の回収(店頭容器回収ボックス)やレジ袋の削減(エコバッグ)、また未来の顧客となる子どもたちに向けた環境学習会を全国で開催するなど、高い環境意識を持った企業であることから一緒に取り組むことになりました。

※株式会社西友(せいゆう、SEIYU)は、世界最大の小売チェーンである米国ウォルマートの日本における子会社。東京を拠点に400店舗のスーパーマーケット、ゼネラルマーチャндаイズストア等を運営しています。

効果的なリターナブルびんの売場をつくり、

リターナブルびんキャンペーンを展開。

消費者にリターナブルびん入り商品を購入することが環境保全につながることを啓発し、リターナブルびん入り商品の販売を促進させるために、今回の事業で実施したのが、効果的な売場づくりとキャンペーン展開でした。具体的にはポスターやチラシでアピール



▲対象商品を陳列した売場

しながら、対象商品のビールびんにネックリンガーを装着。リターナブルびんのアイキャッチになるようにしました。キャンペーンでは、装着したネックリンガーを利用してクローズド懸賞を実施。対象商品の購入を動機付け、売上向上を目指しました。

消費者へのアンケート調査では、ビールびんがリターナブルびんであることの認知度は61%、ビールびんの保証金の認知度が60%以上であることなどがわかりました。また、キャンペーン実施後にリターナブルびんの認知度が3%アップ。リターナブルびんが環境に良い商品であるという認識は16%アップしました。さらに売場担当者へのモニタリングでは、「ネックリンガーにより売場が目立つようになった」「キャンペーン後も環境のためにネックリンガーを付けたい」「このキャンペーンにより自分自身が環境意識を持つようになった」などの声があり、販売促進の効果があったと思われます。



▲アンケート調査

リターナブルびんの認知度を高めるために、

ビール工場で環境学習見学会を実施。

リターナブルびんを学んで！ できてビールを飲もう！

環境にやさしい、リターナブルびんをもっと知っていただくために、西友環境学習ビール工場見学会を開催します。

■西友環境学習ビール工場見学会のお知らせ■

開催日時 9月18日(中) 9時～12時

開催場所 西友環境学習ビール工場

参加費 無料

申し込み 西友環境学習ビール工場見学会申し込みフォーム

お問い合わせ 03-3426-0577

TEL 03-3426-0577

FAX 03-3426-0577

E-MAIL seiyu@seiyu.co.jp

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

※本会では、環境学習の推進に努めます。

リターナブルびん販売促進企画を後押しするために実施したのが、リターナブルびん環境学習見学会です。環境教育を行うことにより、参加者の意識高揚等がリターナブルびんの販売促進にどのような影響を与えるかを検証しました。

参加者はスーパーの店頭ポスターやチラシで募り、抽選により24名が参加しました。当日はビール業界のリターナブルの仕組みやリターナブル商品の購入意義などについて学習した後、ビール工場を見学。学習会後の購買活動を計るために、1ヶ月後にフォローアンケートを実施しました。

▲環境学習見学会の告知

結果として、参加者のビール購入が61%から74%に、リターナブルびん入り商品の購入が34%から52%に増加しています。また参加者からは、「リターナブルびんで飲んだほうがビールを実感できる」「環境を見つめ直す意味でも有意義でした」「リターナブルびんは環境に良いと思う」などの意見や感想を聞くことができました。

結果として、参加者のビール購入が61%から74%に、リターナブルびん入り商品の購入が34%から52%に増加しています。また参加者からは、「リターナブルびんで飲んだほうがビールを実感できる」「環境を見つめ直す意味でも有意義でした」「リターナブルびんは環境に良いと思う」などの意見や感想を聞くことができました。



▲ビール工場見学会

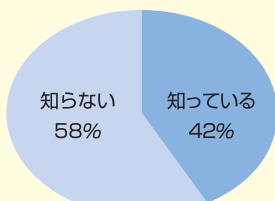
モデル事業の結果を踏まえたリーフレットを作成。

より多くの小売店舗における拡大展開を図る。

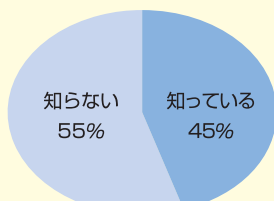


当促進協議会では、今回の事業を単なるモデル事業にとどめず、他の小売店舗にリターナブルびん入り商品の販売促進を広げていくことを目指しています。具体的には、今回のモデル事業結果を踏まえた「店舗におけるリターナブルびん促進リーフレット」を作成しました。

■「リターナブルびんという言葉を知っていますか？」

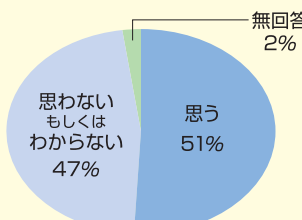


第1回出口調査(N=212)

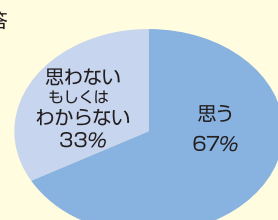


第2回出口調査(N=201)

■「リターナブルびんが環境に良い商品だと思いますか？」



第1回出口調査(N=212)



第2回出口調査(N=201)

お知らせ

化粧品びんを資源として利用していくために、
自治体に向けリサイクルの推進をアピール。



従来、化粧品のびんは、耐熱素材や乳白色素材のびんがあり、ソーダ石灰素材のびんと一緒にリサイクルすることは技術的に困難でした。そのため、化粧品びんの多くが不燃ごみとして回収されていました。しかしながら、化粧品業界の努力により、現在ではソーダ石灰素材へ変更され、リサイクルが難しかった化粧品びんの量が非常に少なくなっており、化粧品びんを資源としてリサイクルすることが可能になりました。

当促進協議会は、化粧品びんリサイクルが円滑に推進されることをめざし、昨年11月より全国の自治体に向け、分別収集の対象品目に化粧品びんを加えていただくことをアピール。ごみ収集カレンダー、ホームページやリサイクルステーションにおける記載内容の変更をご検討いただくよう、お願いしてきました。

すでにホームページなどにより、消費者に化粧品びんの資源化について告知する自治体も出てきており、さらなる広がりが期待されます。

「エコプロダクツ2007」に出展。

3R早わかりムービーを公開しました。

昨年12月13日(木)～15日(土)、東京ビッグサイトで開催された「エコプロダクツ2007」に、当促進協議会も出展しました。今回は「ガラスびん3R作戦「ペンギン南極へ帰る」」をテーマに、びんのリデュース・リユース・リサイクルについて紹介。3R早わかりムービーも終日上映しました。さらにガラスびんのデザインアワード受賞商品(日本ガラスびん協会提供)と一緒に展示。またガラスびんの生産からリサイクルまでの流れを説明しました。



エコプロダクツ事務局発表の来場者数は3日間で164,903人(2006年比:プラス11,937人)で、当促進協議会ブースへは「会場内エコツアー」の訪問を含め、多数の来場があり盛況でした。



また、今回は3R推進団体連絡会の8団体共催で「スタンプラリー」も実施。各団体のブースを回りマーク印を集めると抽選で様々なグッズが当たるということで、子どもたちにも好評でした。

好評!

3R早わかりムービー、
ネットで公開中!



こだわってみました。

このムービーは当協議会のホームページでも公開中です。DVDをご希望の方は、当促進協議会事務局までお問い合わせください。

●ホームページ
http://www.glass-recycle-as.gr.jp/3r_sakusen/



「ガラスびん3R作戦」の
シールも完成!

3R早わかりムービーに登場するペンギンをデザインしたシールが完成しました。ガラスびんのPRIに広くご利用いただけます。名刺、封筒などに貼れるよう、3タイプのサイズをご用意しました。シールをご希望の方は、当促進協議会事務局までお問い合わせください。



●ホームページ
<http://www.glass-recycle-as.gr.jp/gover/index4.html>

ガラスびんリサイクル促進協議会

〒105-0004 東京都港区新橋2-12-15 田中村町ビル8階
TEL.03-3507-7191 FAX.03-3507-7193
<http://www.glass-recycle-as.gr.jp>

■発行人 ガラスびんリサイクル促進協議会 事務局長 木野 正則