

びんリユースの減少

リユースびんが減少している背景には、共働き家庭・単身世帯の増加、核家族化、高齢化等の社会構造の変化や、量販店やコンビニエンスストアの台頭による流通構造の変化により、持ち帰る際に運びにくいびんは敬遠されやすく、軽量のPETボトルや紙パック等への転換が進んでいることなどがあると考えられます。将来世代のことを考えた「循環型社会」の実現に向けて、現在のライフスタイルの変革が求められています。

新たなびんリユースの仕組みの構築へ

リユースびんは、一定の回収率を実現し、輸送距離がおおむね100km以内であれば、ワンウェイ容器に比べて環境負荷が低く、容器包装廃棄物の発生を抑制することも達成できるため、びんリユースを促進する必要性は高いと考えられます。また、将来的な資源価格高騰の可能性に対応する意味でもびんリユースは重要性を増してくるかもしれません。

現在あるビールびん、牛乳びん、一升びん(1.8Lびん)等のびんリユースの基盤を維持しつつ、新たなびんリユースの仕組みを構築することが当面の課題です。現在、地産地消や地域コミュニティづくりといった観点も踏まえながら、地域型びんリユースシステムづくりの取り組みが始まっています。また、「びんリユース推進全国協議会」が平成23年9月に設立され、全国各地域の取り組みの支援や、各地域の連携した取り組みならびに持続的取り組みの推進を目指しています。

大切なのは連携

環境面以外に目を向けると、古くから飲料容器として使用されてきた歴史を持つびんの活用を進めることは、文化・伝統の維持という側面も持つものと考えられます。

地サイダーや調味料など地域密着型の取り組みで、需要を喚起していくことや、行政や事業者がびんリユースシステムの利点をわかりやすく消費者にアピールし、リユースびんに対する消費者の認知を高めていくことが重要となります。また、公共施設や公共のイベントおよび会議等において積極的にリユースびん商品の利用を促進し、リユースびんの需要拡大に努めていくことも消費促進の手法として考えられます。

今、行政(国・地方公共団体)、事業者(中身事業者・びん製造事業者・流通事業者)、市民が連携・協働し、びんリユースを押し進めることが、求められています。

環境省が作成した「びんリユースシステムの成功事例集」に各地域の取り組みが紹介されています。

<http://www.env.go.jp/press/press.php?serial=15140>

事例の一覧

- 酒造メーカーによる900mlRマークびんのリユース事例(大口酒造)
- 小売店を中心とした900ml丸正びんのリユース事例(やまや商流)
- 小売店における各種びんを対象としたリユース事例(リカーマウン)
- 酒造メーカーによるR720mlびんのリユース事例(朝日酒造)
- 回収用専用P箱を用いたびんのリユース事例(東北びん商連合会)
- 地サイダー等、地域密着でのびんリユースの事例(全国清涼飲料工業会)
- 外食産業におけるプライベートブランド商品でのびんリユースの事例(ワタミ)
- 宅配牛乳・学校牛乳のびんリユース事例(日本乳業協会)
- 規格(形状)を統一したリユースびんの普及事例(びん再使用ネットワーク)
- 720mlの独自びんでのリユース事例(宝酒造株式会社)
- 販売先に応じてびんを使い分けるリユース事例(ホッピービバレッジ)
- 業務用を中心とした茶飲料・飲料水のリユース事例(能勢酒造)
- 酒販店、商業施設など拠点回収協力施設と連携したリユースびん回収(京都市)
- 小売店等と連携した県内全域でのリユースびん回収の推進(山梨県)