

[乳業業界]

- 牛乳びんは宅配ルートで牛乳販売店を通じ、お客様（家庭）への販売と空びんの回収がおこなわれ、95～100%の高い回収率（びん再使用回数30回以上）を維持しています。
- 飲食店・会館等の業務用ルートや牛乳びんや生協などの宅配ルートで、びんリユースの仕組みが継続利用されています。

[ビール業界の取り組み]

- ビールびんはリユースびん全体の約半数近く（年間10億本強）を占めています。
- 飲食店等の業務用ルートを中心にリユースびんのニーズがあり、100%近い回収率（びん再使用回数20回）を維持しています。
- 製品はメーカーから特約店（卸売業者）に出荷され、小売業者である販売店舗（一般酒販店、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、量販店等）に納入されます。その後、お客様（一般家庭、料飲店・会館等）に販売されます。
- リユースびんの回収促進は、お客様への販売時にびん保証金5円を上乗せして販売し、保証金との交換で空びんを回収する仕組みで実施しています。

[清酒・焼酎業界の取り組み]

- 一升びん（1.8Lびん）は、回収率が8割以上と高い実績をもっていますが、残念ながら出荷本数は年々減少し、平成23年には2億本弱となっています。
- 一升びん（1.8Lびん）を使用している業種には、清酒、焼酎、みりん、果実酒などの酒造メーカーおよびしょう油、食油、食酢、ソースなどの食品メーカーがあります。
- 一升びん（1.8Lびん）以外のリユースびんとしては、日本ガラスびん協会が認定したRマークびん（R300mlびん、R720mlびん、R900mlびん等）があります。

[びん再使用ネットワーク会員生協]

- びん再使用ネットワーク会員生協では、平成21年度実績では飲料や調味料を中心に約1,600万本のリユースびん商品が供給され、約65%の回収率となっています。
- Rマークびんの販売実績は、Rマークびんを導入した1994年以降、順調に進展し、1999年頃には概ねワンウェイびんからRマークびんへの切替を終了しました。その後はほぼ同じ年間1,400万本規模で推移しましたが、近年は組合員数の増大に伴い、販売数が微増しています。

R マークびんとは？

一升びんは日本酒に限らず、酢やしょう油などのびんとしても使用することができる、日本が誇る規格統一びんの元祖です。同じ規格のびんを様々な商品に使い回すことにより、リユースの効率が飛躍的にアップします。

日本ガラスびん協会が規格統一リターナブルびんと認定したびんをRマークびんといいます。多くの団体にリターナブルびんとして使用していただけるように、Rマークびんのデザイン（設計図）を開放しています。

Rマークびん普及推進の一環として、シンボルマーク3タイプが用意されています。



（出典：日本ガラスびん協）

日本ガラスびん協会が意匠権を持ち、リターナブルびんであることを容易に識別できるようにしたマークで、会員会社が当協会から事前に許可を得て製造したリターナブルびんにのみ使用することができます。

リターナブル空きびんの回収に関わる消費者、行政、事業者が、リターナブルびんであることを識別しやすくなりました。