

2012年5月8日

容器包装の3Rを進める全国ネットワーク事務局 御中

白鶴酒造株式会社

“PET ボトル入日本酒”の販売に関する再々質問への回答

1. 「本商品は1.8L瓶の代替容器としてではなく、日本酒の市場活性化施策の一つとして」とのご回答ですが、言葉を換えれば、「1.8L瓶では日本酒の市場活性化が図れない」ということを意味しています。リユース容器の衰退が日本酒の市場を縮小させた、とする考え方が、ワンウェイ容器の拡大、リユース容器の縮小の流れを加速してきました。結果、ごみの増加、CO2の増加、自治体のごみ処理、リサイクル費用の増加をもたらしています。

しかし一方で、リユース容器を導入・拡大して市場の活性化を図ろうとしている九州の焼酎メーカーの取り組みがありますが、御社もぜひ、そうしたリユースを拡大して市場活性化を図る姿勢に転換いただけることを、切に希望いたしますが、御社のお考えをお聞かせください。

(回答)

日本酒の課税出荷数量は、昭和48年度をピークにその後一貫して右肩下がりの減少傾向にあることから、日本酒の市場を縮小させた要因は、消費者の嗜好の多様化・飲酒人口の減少に伴う酒類間競争激化・健康志向の高まりによる低アルコール化など、多くの要素によるものと考えておりますので、リユース容器の衰退が日本酒の市場を縮小させたとは考えておりません。(資料※1)

一方、リユース容器の衰退は、社会構造の変化(核家族化、少人数世帯化)によるケース単位(P箱)の購入が衰退したことや、空きびん保管場所の減少、酒販免許の規制緩和による流通構造の変化(スーパーやコンビニエンスストアの台頭)により商品をお持ち帰りになることに伴う軽量で取り扱いやすい容器へのご要望などのニーズによるものと考えられております。(資料※2, ※3, ※4)

私どもは1.8L瓶商品を重要な商品として位置づけておりますが、併せてこのようなニーズに積極的に応えていく事が、日本酒市場全体の活性化に必要不可欠であると考えております。

このたびのPETボトルの発売につきましては、マーケティング上の消費者ニーズに基づいて開発したものでありますが、今後とも国酒である日本酒をより多くの方々に楽しんでいただくために、1.8L瓶とともにその時代に合った最善の酒質や容器を提案して参りたいと考えております。

リユースシステムにつきましては、ワンウェイに対して環境負荷が低くなる前提条件として「高い回収率と短い輸送距離が前提条件であること」が述べられております。(資料※5)

また、南九州の酒造メーカー様の900mlR瓶リユースシステム構築に向けた取り組みも述べられておりますが、九州域外ではリユース容器の使用が難しいと記載されています。(資料※6)

当社といたしましても、卸店様を中心とした流通経路における料飲店様用の専用リユース瓶商品(専用P箱使用)につきましては、自主回収によって高い回収率で運用されていますので、今後も継続してリユースに取り組んでまいります。

2. 「1.5L 標準のワンウェイ瓶」と比較して、PET 容器の方が、より環境によいとの御社のホームページの記述ですが、日本酒の代表的な容器が「1.8L リユース瓶」ですので、「1.8L リユース瓶」と比較いただくことが、消費者へのよりよい情報提供であるといえます。ホームページを閲覧した消費者の多くは、「1.5L 標準のワンウェイ瓶」との比較であると認識していないのではないかと思います。ぜひ、「1.8L リユース瓶」との比較に変更いただきたいと希望しますがいかがでしょうか。

(回答)

本 PET ボトル製品は、その開発経緯から「1.5L ワンウェイ瓶」との比較が適正かと考え、このような記載をしております。

しかしながら、ご指摘を頂きましたように、ホームページの広告をご覧になったお客様が「1.8 L リユース瓶」との比較と誤解される懸念がございますので、ホームページ上における同容量のガラス瓶との CO2 排出量の削減見込みについての項目につきましては削除することを検討したいと考えております。

3. ポイ捨て防止には消費者の協力が不可欠であることは、まったく同感です。消費者の協力を促すシステムとしてデポジット制度があります。容器表示の啓発と合わせて、よりインセンティブが働く仕組みについて、散乱しやすい容器を使ったメーカーの立場からご検討いただくよう希望します。

(回答)

ポイ捨て対策は、消費者様の環境に対する意識の向上が一番効果的であると考えております。

当社といたしましては、消費者様へのできるだけのポイ捨て抑制や回収協力への啓発として、「空容器は投げすてないようにお願いします。」「リサイクルにご協力ください。」と容器本体への表示を行なっております。

容器包装の 3R に対する取り組みにつきましては、環境負荷の少ない商品の開発などの独自の取り組みのほかに、3R 推進団体に加入させていただき、業界団体の自主行動計画に基づいた活動に加えていただいております。(資料※7)

以上

参考資料

※1:「清酒製造業の健全な発展に向けた調査研究」に関する報告書（国税庁HP：平成17年(2005年)11月)

(<http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/kasseika/hokoku/01.htm>)

1. 縮小に歯止めが掛からない清酒市場 (2ページ目)
 3. 消費者ニーズの変化と酒類消費量の変化
 - (1) 清酒の消費動向 (3ページ目)
 - (2) 清酒はよく言えばアダルト・男性的。悪く言えば、お洒落じゃない・古臭い (6ページ目)
- 第8節 商品力の強化
- (2) 商品開発における課題 (90ページ目)

※2:「我が国におけるびんリユースシステムの在り方に関する検討会取りまとめ」（環境省HP：平成23年

(2011年)11月) (http://www.env.go.jp/recycle/yoki/dd_2_council/minutes111111.pdf)

2. びんリユースシステムの意義及び期待される効果
(目指すべきびんリユースシステム) (2ページ目)
3. びんのリユースの現状
(びんの使用量及びリユースびん使用量の推移) (4ページ目)

※3:「酒類のリターナブルびんの普及に関する委託調査報告書」（国税庁HP：平成20年(2008年)3月)

(<http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/risaikuru/returnable/>)

1. 酒類及び清涼飲料容器の種類と生産量
 - (7) 清酒の容器別出荷量の推移 (10 ページ目)
3. 使用量の変化要因と今後の利用動向 (12 ページ目)

※4:「南九州地域における焼酎びんのモデルリユースシステム構築検討調査 (2004. 3) (参考資料 1)

ガラスびんの動向」(経済産業省HP)

(http://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/data/research/pdf/model15-2_ap1.pdf)

2. リターナルびん減少の理由
 - (1) コストと消費選択
 - ①ワンウェイびんの増加 (資-6 ページ目)
 - ④流通業態の変化 (資-7 ページ目)

※5:「LCA手法による容器間比較報告書 <改訂版> 2001年8月」(ガラスびんリサイクル促進協議会HP)

(<http://www.returnable-navi.com/envdata/envdata01.shtml>)

10. まとめ (所見)

※6：「南九州地域における焼酎びんのモデルリユースシステム構築検討調査（2004.3）南九州地域における900mLびんの流通・回収等の実態（経済産業省HP：平成16年（2004年）12月）

http://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/data/research/pdf/model15-2_1.pdf

2. 南九州地域の現状と特徴（900mLびん）（4ページ目）

※7：3R推進団体連絡会のホームページ（<http://www.3r-suishin.jp/sub1.html>）ならびに自主行動計画をご参照ください。

第一次自主行動計画（2006～2010年度）5年間の取り組み成果と2010年度フォローアップ報告（3R推進団体連絡会HP：平成23年（2011年）12月）

<http://www.3r-suishin.jp/PDF/2011report.pdf>（13ページ目）

容器包装3Rのための第二次自主行動計画（3R推進団体連絡会HP：平成23年（2011年）3月）

http://www.3r-suishin.jp/PDF/3R_Actionplan2.pdf（9ページ目）