

# 容器包装の3R推進のための第3次自主行動計画 および消費者意識調査（2016年9月）について

## 2017年3月

### 3R推進団体連絡会

ガラスびん3R促進協議会

PETボトルリサイクル推進協議会

紙製容器包装リサイクル推進協議会

プラスチック容器包装リサイクル推進協議会

スチール缶リサイクル協会

アルミ缶リサイクル協会

飲料用紙容器リサイクル協議会

段ボールリサイクル協議会

# 3R推進団体連絡会と自主行動計画

容器包装リサイクル法改正の審議過程

事業者の役割  
の徹底・深化

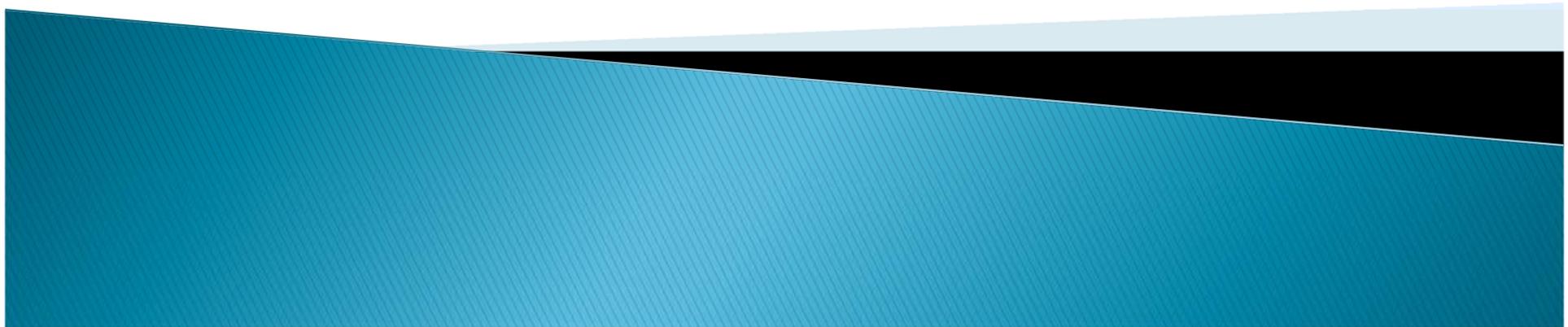
主体間連携の  
強化

3 R 推進団体連絡会の結成：2005年12月

第1次自主行動計画（2006～2010年度）  
（2006年3月公表）

第2次自主行動計画（2011～2015年度）  
（2011年3月公表）

**第2次自主行動計画  
(2011～2015)  
の取り組み概要**



## 第2次自主行動計画Ⅰ. 事業者自ら実施する3R推進計画

### 2015年度推進目標

#### Reduce リデュース

- 軽量化・薄肉化による使用量削減（数値目標）
- 適正包装の推進
- 詰め替え容器の開発 等

#### Reuse リユース

- びんリユースシステムの持続性確保に向けた取り組み
- 消費者意識調査など連携強化に向けた取り組み

#### Recycle リサイクル

- 回収率・リサイクル率の向上（数値目標）
- 容器包装のリサイクル性の向上
- 市民へのPR・啓発
- 集団回収等の多様な回収の拡大に向けた研究・支援

# リデュースの取り組み

## 容器包装の最適化に向けた取り組みを実施

- ▶ 自主設計ガイドライン等の策定・運用
- ▶ 3R改善事例集の作成・活用  
など

軽量化したびん入り商品

**ガラスびんは厚みを薄くし、軽くすることで、環境負荷の軽減を図ります。**

3Rのリデュースとは、モノをつくる時に原料を減らして資源を節約することですが、ガラスびんは厚みを薄くし、軽量化することで、リデュースを進めています。びんを軽量化することで、原料の節約だけでなく、燃料やCO2排出量の削減にもつながり、さらに軽くなった分、輸送効率も向上するなど、環境負荷を軽減しています。

ここでは、身近にある“軽くなったびん入り商品”をご紹介します。

|         |           |        |   |
|---------|-----------|--------|---|
| 小びんドリンク | 化粧品       | 食料     |   |
| 牛乳      | 清酒        | ビール    | ウ |
| 焼酎      | ワイン・その他洋酒 | 飲料ドリンク |   |

※品種は日本ガラスびん協会の分類に準拠します。

現在の登録状況 ●掲載会社:21社 ●登録商品:41点

**紙製容器包装  
環境配慮設計の考え方**



プラスチック容器包装リサイクル推進協議会  
Plastic Packaging Recycling Council

**2015年  
プラスチック容器包装  
3R改善事例集**



RRR  
Reduce Reuse Recycle

PETボトル3R改善事例集 II



2014年11月  
プラスチック容器包装リサイクル推進協議会

# リデュース目標の達成状況

|                | 2015年度目標<br>(2004年度比)    | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 備考                      |
|----------------|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------------------|
| ガラスびん          | 1本当たりの平均重量で<br>2.8%の軽量化  | 2.0%  | 2.1%  | 1.7%  | 1.4%  | 1.5%  |                         |
| PETボトル         | 指定PETボトル全体で<br>15%の軽量化効果 | 10.5% | 13.0% | 14.1% | 15.6% | 16.7% | 2015年度目標を<br>10%から上方修正  |
| スチール缶          | 1缶当たりの平均重量で<br>5%の軽量化    | 4.7%  | 4.9%  | 5.7%  | 6.5%  | 7.2%  | 2015年度目標を<br>4%から上方修正   |
| アルミ缶           | 1缶当たりの平均重量で<br>4.5%の軽量化  | 3.0%  | 3.8%  | 4.1%  | 5.0%  | 7.8%  | 2015年度目標を<br>3%から上方修正   |
| 飲料用紙容器         | 牛乳用500ml紙パック<br>で3%の軽量化  | 0.3%  | 1.0%  | 1.6%  | 1.9%  | 2.2%  |                         |
| 段ボール           | 1㎡当たりの平均重量で<br>5%の軽量化    | 2.5%  | 3.6%  | 3.8%  | 4.1%  | 4.8%  | 2015年度目標を<br>1.5%から上方修正 |
| 紙製容器包装         | 総量で11%の削減                | 6.9%  | 9.9%  | 9.6%  | 10.1% | 12.2% | 2015年度目標を<br>8%から上方修正   |
| プラスチック<br>容器包装 | 削減率で13%                  | 10.4% | 11.5% | 13.0% | 13.9% | 15.1% |                         |

資源の節減効果：2006年度から累計で約467万

# リユースの取り組み

びんリユースシステムの持続性の確保に向けた取り組みを展開

- ▶ 多様な関係者と連携した地域型びんリユースシステムの構築
- ▶ びんリユースに関する情報発信、PRの展開など



「Rドロップス」びん入り飲料



びんリユース推進事業

# リサイクルの取り組み

各主体の役割の徹底と連携が進み、リサイクルが順調に進展

- ▶ リサイクルのための環境配慮設計の推進
- ▶ 既存の回収ルートにおける各種支援
- ▶ リサイクルに関する情報収集・発信
- ▶ 調査研究や提言等の実施  
など



PETボトルのB to B



回収協力者の表彰



紙製容器包装の改善事例



店頭での紙パックリサイクル啓発

# リサイクル目標の達成状況

| 素材             | 指標                  | 2015年度<br>目標     | 実績               |                   |                  |                  |                  |
|----------------|---------------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|
|                |                     |                  | 2011             | 2012              | 2013             | 2014             | 2015             |
| ガラスびん          | リサイクル率<br>(カレット利用率) | 70%以上<br>(97%以上) | 69.6%<br>(95.7%) | 68.1%<br>(100.3%) | 67.3%<br>(99.0%) | 69.8%<br>(97.8%) | 68.4%<br>(98.5%) |
| PETボトル         |                     | 85%以上            | 85.8%            | 85.0%             | 85.8%            | 82.6%            | 86.9%            |
| スチール缶          | リサイクル率              | 90%以上<br>上方修正    | 90.4%            | 90.8%             | 92.9%            | 92.0%            | 92.9%            |
| アルミ缶           |                     | 90%以上            | 92.5%            | 94.7%             | 83.8%            | 87.4%            | 90.1%<br>(※2)    |
| プラスチック<br>容器包装 | 再資源化率               | 44%以上            | 40.6%            | 40.9%             | 44.4%            | 44.8%            | 45.3%            |
| 紙製容器包装         |                     | 25%以上<br>上方修正    | 20.7%            | 23.0%             | 23.5%            | 23.6%            | 25.0%            |
| 飲料用紙容器         | 回収率                 | 50%以上            | 42.9%            | 44.2%             | 44.6%            | 44.7%            | 43.1%            |
| 段ボール           |                     | 95%以上            | 93.3%            | 94.1%             | 95.3%            | 96.7%            | 97.2%            |

## 第2次自主行動計画Ⅱ．主体間の連携に資するための行動計画

市民に対する普及啓発活動や、各種調査・研究活動への参画・実施を通じ**市民・自治体・国**等との連携に資する取り組みを展開します。

関係八団体共同の取り組み

容器包装廃棄物の3R推進普及啓発のため、

- 情報共有、意見交換の場の充実
- PR・啓発事業の継続
- 調査・研究事業の実施

共通のテーマによる各団体の取り組み

- 情報提供・普及啓発活動
- 調査・研究
- サプライチェーン事業者間の連携

# 5年間の取り組み成果(概要)

▶ 様々な取り組みを通じ、主体間の相互理解が進みました

| 年度           | 第1次自主行動計画                  |      |          |      |                    | 第2次自主行動計画      |      |          |      |      | 第3次        |  |  |  |
|--------------|----------------------------|------|----------|------|--------------------|----------------|------|----------|------|------|------------|--|--|--|
|              | 2006                       | 2007 | 2008     | 2009 | 2010               | 2011           | 2012 | 2013     | 2014 | 2015 | 2016       |  |  |  |
| 各主体との交流・意見交換 | 3Rリーダー交流会                  |      |          |      |                    | 地域でのリーダー育成     |      |          |      |      |            |  |  |  |
|              | 容器包装3R連携市民セミナー             |      |          |      |                    |                |      |          |      |      |            |  |  |  |
|              | 意見交換会(容器包装3R交流セミナー)        |      |          |      |                    |                |      |          |      |      |            |  |  |  |
|              | 容器包装3R推進フォーラム              |      |          |      |                    |                |      |          |      |      |            |  |  |  |
|              | マスコミとの懇談会                  |      |          |      |                    |                |      |          |      |      |            |  |  |  |
| 普及・啓発        | エコプロダクツ展(2016年からエコプロ展)への出展 |      |          |      |                    |                |      |          |      |      |            |  |  |  |
|              | 3R活動推進全国大会への出展             |      |          |      |                    | 3R活動推進全国大会への出展 |      |          |      |      |            |  |  |  |
|              | 東京国際包装展出展                  |      |          |      |                    | 東京国際包装展出展      |      |          |      |      |            |  |  |  |
|              | 共通ポスター作成                   |      | ホームページ開設 |      | パンフレット「リサイクルの基本」配布 |                |      |          |      |      |            |  |  |  |
|              |                            |      |          |      |                    | 啓発用パンフ作成       |      | 啓発用パンフ改訂 |      |      |            |  |  |  |
|              | AC支援による啓発事業                |      |          |      |                    |                |      |          |      |      |            |  |  |  |
| 調査・研究        | 容器包装3R制度研究会                |      |          |      |                    |                |      |          |      |      |            |  |  |  |
|              | 消費者意識調査                    |      |          |      |                    | 消費者意識調査        |      |          |      |      | 神戸大学との共同研究 |  |  |  |
|              |                            |      |          |      |                    |                |      |          |      |      | 消費者意識調査    |  |  |  |

## 2015～2016年度トピック 意見交換会の開催

- 全国各地で意見交換会を開催(共催:3R活動推進フォーラム)
- 2015年度:静岡市・福井市・さいたま市
- 2016年度:千葉市・長崎市  
+ 課題掘り下げのためのエキスパートミーティングを開催



## 2015～2016年度トピック 3R市民リーダーとの交流

- 2015年度は、NPO法人「持続可能な社会を作る元気ネット」を事務局に、越谷市・さいたま市で市民との協働の輪を広げる
- 2016年度は、越谷市の自主的な活動がさらに拡大  
千葉市、松戸市での新たなプログラム開始



# 2015～2016年度トピック

# フォーラムの開催

- 市民・行政関係者等を対象とするフォーラムをこれまで11回開催  
延べ2,000名以上の参加

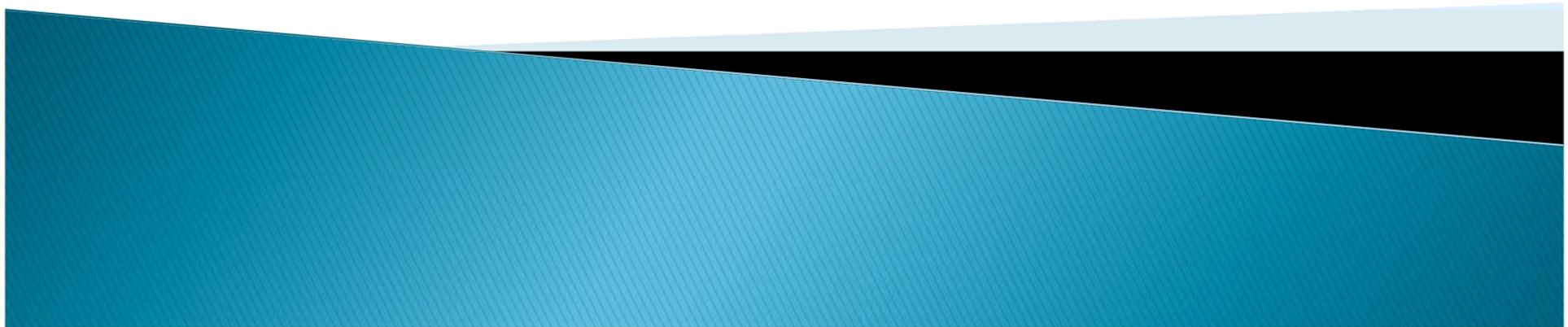


**2015年度フォーラム**  
**容器包装3R推進フォーラム in 北区**  
 (2015/10/19)  
**テーマ：容器包装3Rの持続的な  
 推進のために**

**2016年度フォーラム**  
**容器包装3R推進フォーラム in にっぽり**  
 (2016/11/11)  
**テーマ：容器包装の3Rと資源循環**



# 第3次自主行動計画に 向けた取り組み課題



# 取り組み課題1：環境に配慮した3Rの推進

- ▶ トータルな環境負荷の削減という視点から容器包装の3Rを図る必要

## 容器包装の基本的な機能・役割

- 内容物の保護
- 取り扱いの利便性
- 情報提供

## 容器包装に求められること

- 安全・安心
- 便利で豊かな生活
- 環境への配慮  
循環型社会への貢献
- 社会的なコストの低減  
など

## 環境配慮の様々な側面

内容物の  
環境配慮

流通・販売での  
環境配慮

容器包装の環境配慮

## ○3Rの推進

- 省エネルギー、CO<sub>2</sub>削減
- 有害物質の除去  
など

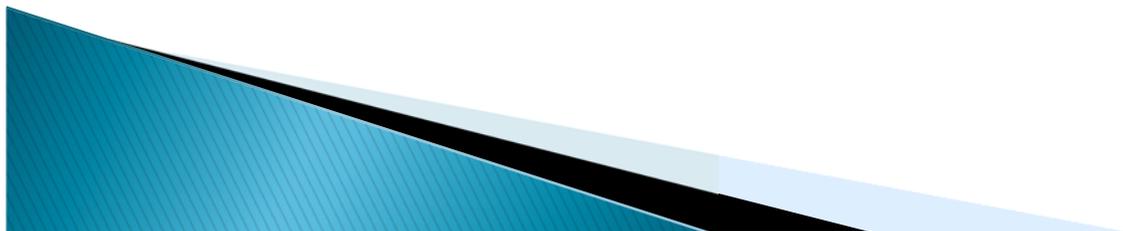
消費段階での  
環境配慮

# 取り組み課題2:

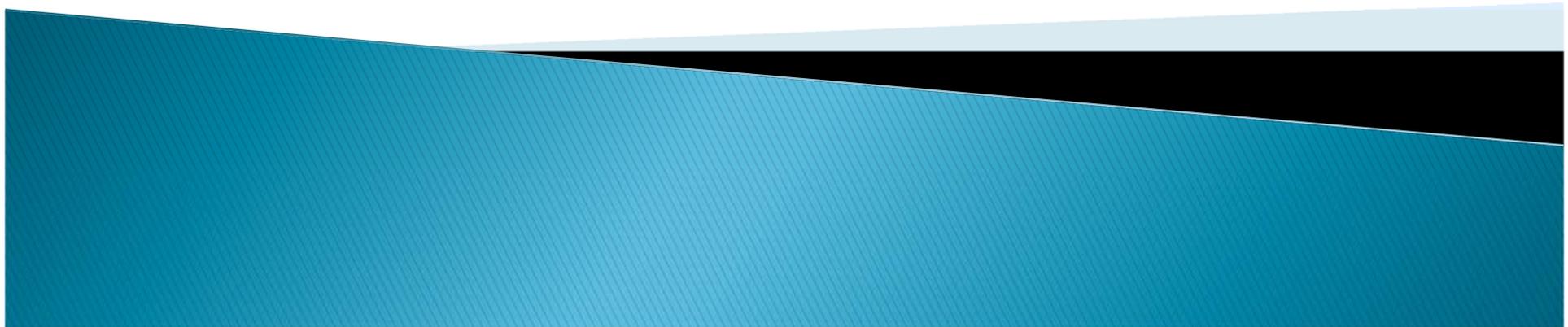
## 主体間の連携に資する取り組みの一層の充実

---

- ▶ 消費者やサプライチェーン間の連携の強化
- ▶ 消費者や行政、NPO、学識者など様々な主体との相互理解の推進
  
- ▶ その他、3Rの取り組み指標の精度向上、捕捉範囲の拡大への努力



第3次自主行動計画  
(2016～2020)  
について



# 1. 第3次自主行動計画の基本方針

---

- ▶ 計画期間：  
2016年度から2020年度までの5か年  
(基準年度は2004年度)

- ▶ 基本方針

環境に配慮した容器包装の3R推進に取り組むとともに、関係主体との連携の深化を図り、情報発信を進めます。

- ▶ 計画の進捗状況の点検・評価
  - 毎年度の取り組み状況についてフォローアップを実施、その結果を公表

## 2.事業者自ら実践する3R推進計画

---

- ▶ 2.1 リデュースの推進
  - 環境配慮設計の普及
- ▶ 2.2 リユースの推進
  - ガラスびんリユースシステムの維持
  - 消費者意識調査など連携強化に向けた取り組み
- ▶ 2.3 リサイクルの推進
  - 環境配慮設計の普及
  - 多様な回収ルートの確保
  - 関係主体との情報共有や連携
- ▶ 2.4 普及・啓発活動の推進
  - 環境に配慮した容器包装に関する情報発信
  - びんリユースに関する普及啓発
  - リサイクルに関する普及啓発

# リデュース目標(2020年度)

| 素 材        | 指 標                   | 2020年度目標<br>(基準年度:2004年度) |
|------------|-----------------------|---------------------------|
| ガラスびん      | 1本/1缶当たり<br>平均重量の軽量化率 | 1.5%                      |
| PETボトル     |                       | 20%                       |
| スチール缶      |                       | 8%                        |
| アルミ缶       |                       | 10%                       |
| 飲料用紙容器     | 1㎡当たり平均重量の<br>軽量化率    | 3% (※)                    |
| 段ボール       |                       | 6.5%                      |
| 紙製容器包装     | 削減率                   | 12%                       |
| プラスチック容器包装 |                       | 15%                       |

！ 指標の整理・統合

※2005年度比。500ml牛乳パック対象

# リサイクル目標(2020年度)

| 素 材        | 指 標    | 2020年度目標<br>(基準年度:2004年度) |
|------------|--------|---------------------------|
| ガラスびん      | リサイクル率 | 70%以上                     |
| PETボトル     |        | 85%以上                     |
| プラスチック容器包装 |        | 46%以上(再資源化率)              |
| アルミ缶       |        | 90%以上                     |
| スチール缶      |        | 90%以上                     |
| 紙製容器包装     | 回収率    | 28%以上                     |
| 飲料用紙容器     |        | 50%以上                     |
| 段ボール       |        | 95%以上                     |

！ 指標の整理・統合

# 3.主体間のさらなる連携のための計画

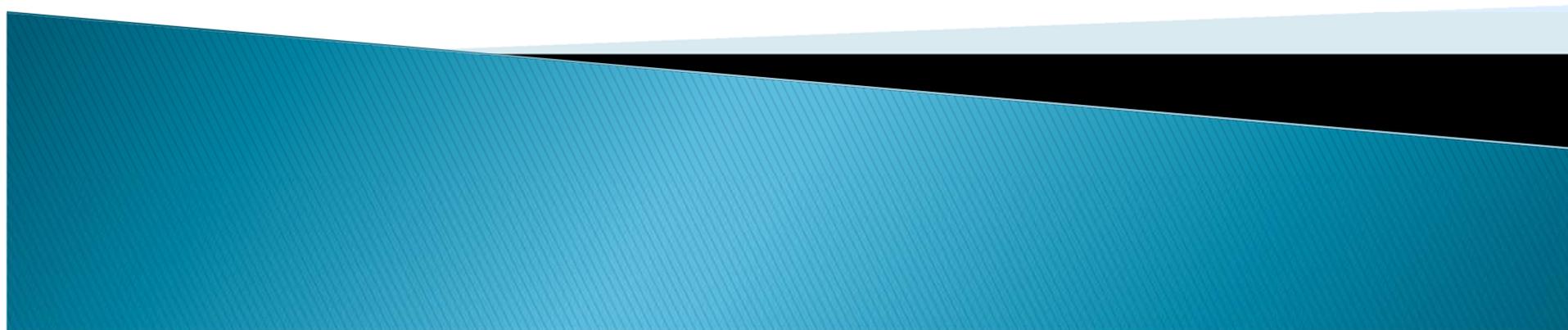
---

## ▶ 3.1 当連絡会の取り組み

- 広報・啓発事業の継続
  - ・ 各種情報媒体による広報・啓発
  - ・ 展示会への出展
  - ・ 発信・共有すべきコンテンツの充実
- 情報共有・意見交換の充実
  - ・ フォーラム・セミナーの開催
  - ・ 地域活動への支援と交流促進
- 調査・研究事業の実施
  - ・ 消費者意識調査の実施
  - ・ 学識者等との共同研究の推進

## ▶ 3.1 共通テーマに基づき各団体個別の取組の推進

# 消費者意識調査(第3回) について

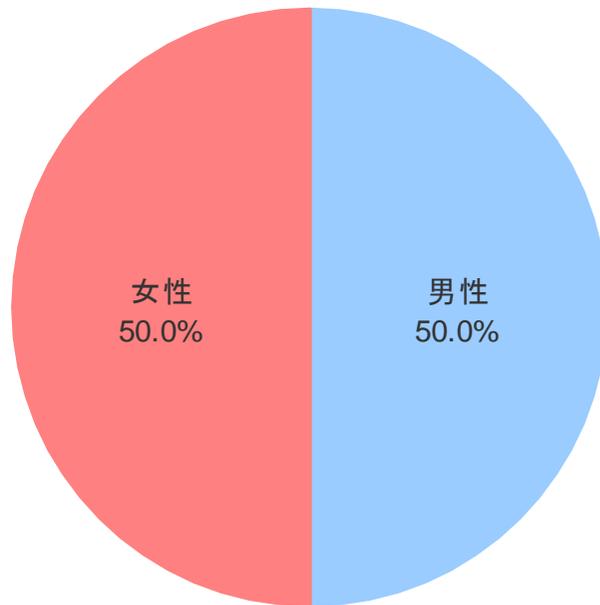


## 消費者意識調査の概要

- **2016年9月、3000名を対象とした消費者意識調査を実施（2009年度・2011年度に続く3度目）**
- **容器包装3Rに関する消費者意識・行動の動向・変化を探る**
  - ・ 3Rという言葉、法制度等の認知度
  - ・ 環境への意識、3R行動 など
- **取り組むべき課題に対する消費者の意識・行動を探る**
  - ・ 容器包装の環境配慮設計の取り組みは消費者にどの程度届いているか。
  - ・ 「リサイクルのゆくえ」を知ることは、消費者の分別協力度を高める可能性があるか  
など

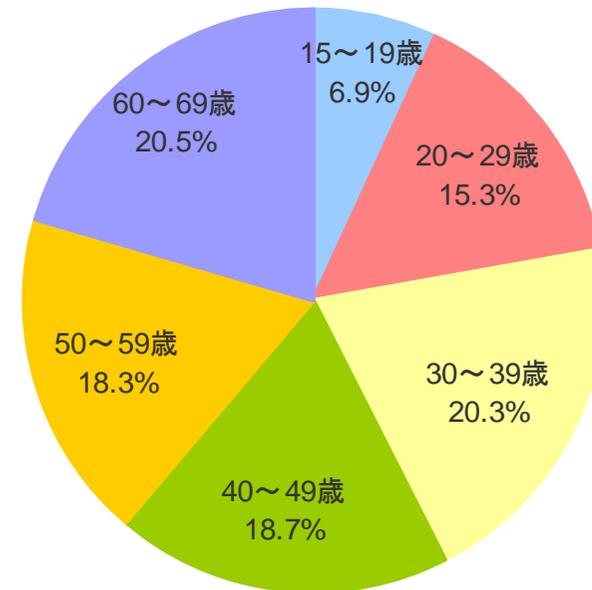
# 回答者の主なプロフィール①

## 性別



(n=3,000)

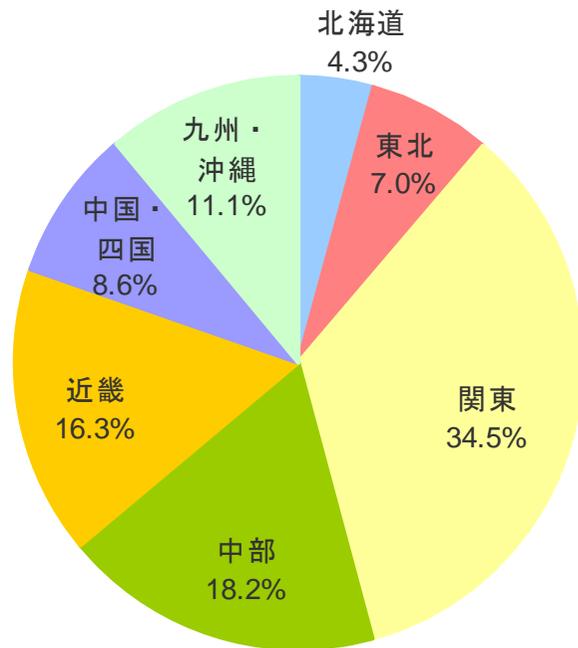
## 年齢



(n=3,000)

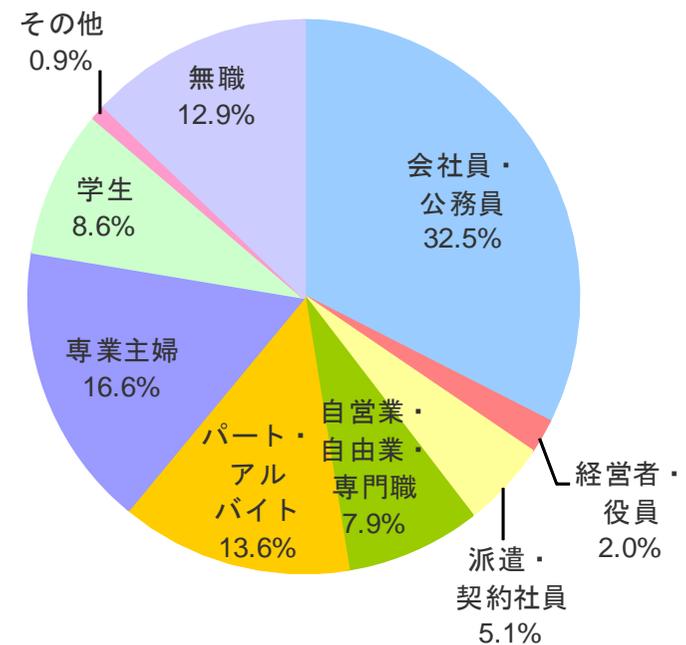
# 回答者の主なプロフィール②

## 居住地



(n=3,000)

## 職業

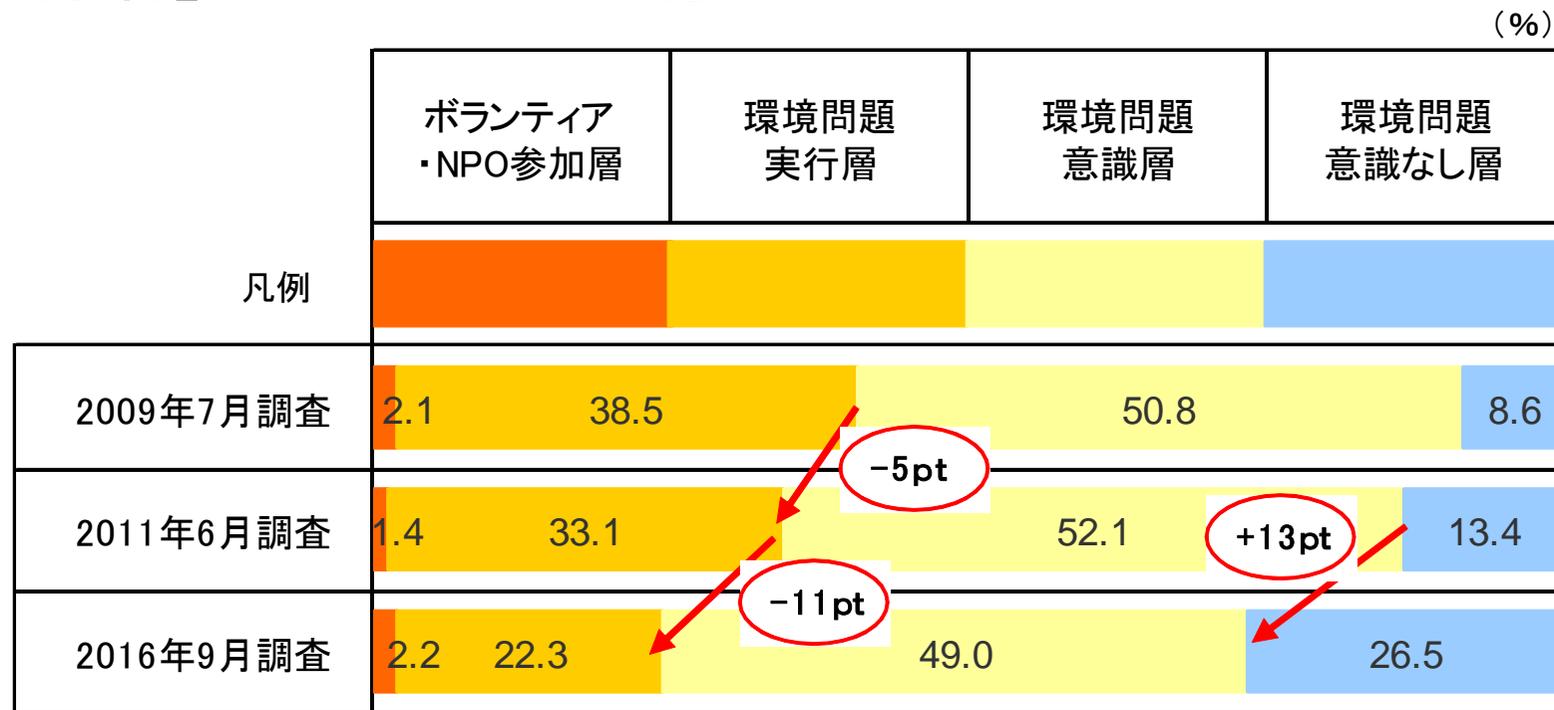


(n=3,000)

# 消費者意識調査の主なトピックス①

## 過去の調査との比較—「環境問題」への意識と行動

- ▶ 前回(2011年6月)調査との比較では、「環境問題実行層」が11ポイント減少



### ※選択肢注記

「ボランティア・NPO参加層」・・・普段から環境問題を意識し、環境問題に関するボランティア・NPOなどでの活動にも参加している

「環境問題実行層」・・・普段から環境問題を意識し、日常生活の中で常に行動している

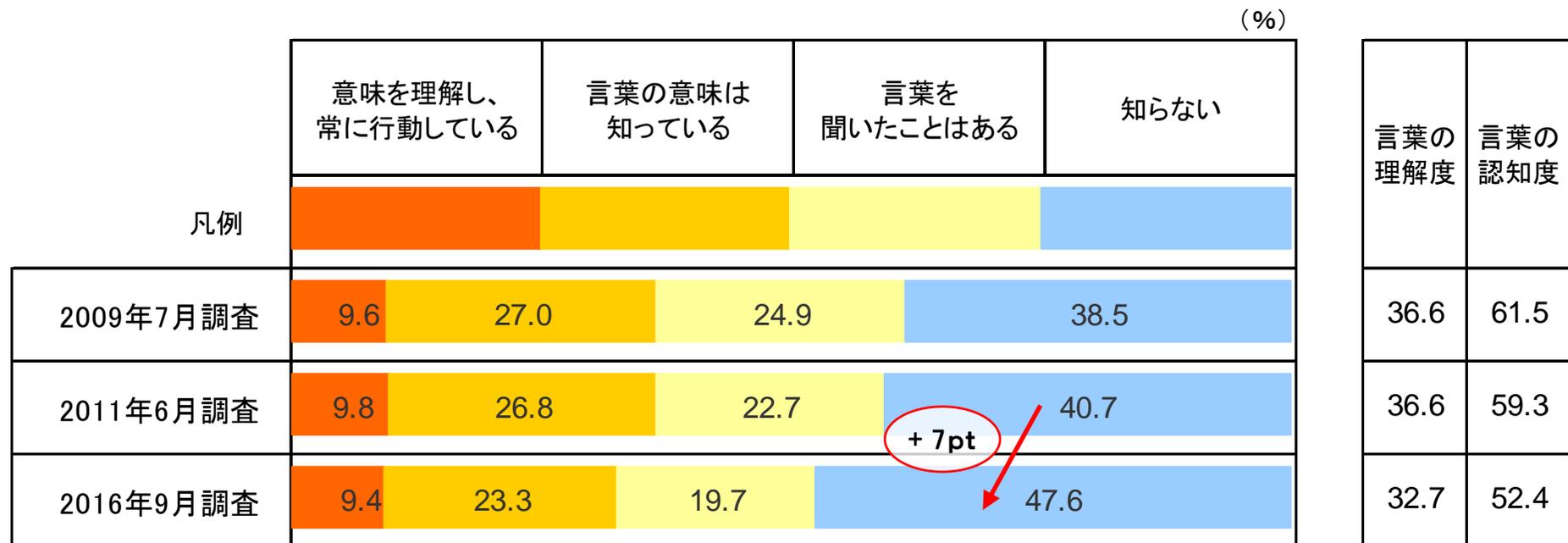
「環境問題意識層」・・・環境問題は意識はしているが、あまり行動には移していない

「環境問題意識なし層」・・・環境問題は特に意識していない

## 消費者意識調査の主なトピックス②

# 過去の調査との比較—「3R」の認知状況

- ▶ 「3R」という言葉を知らない層が、過去の調査と比較して増加

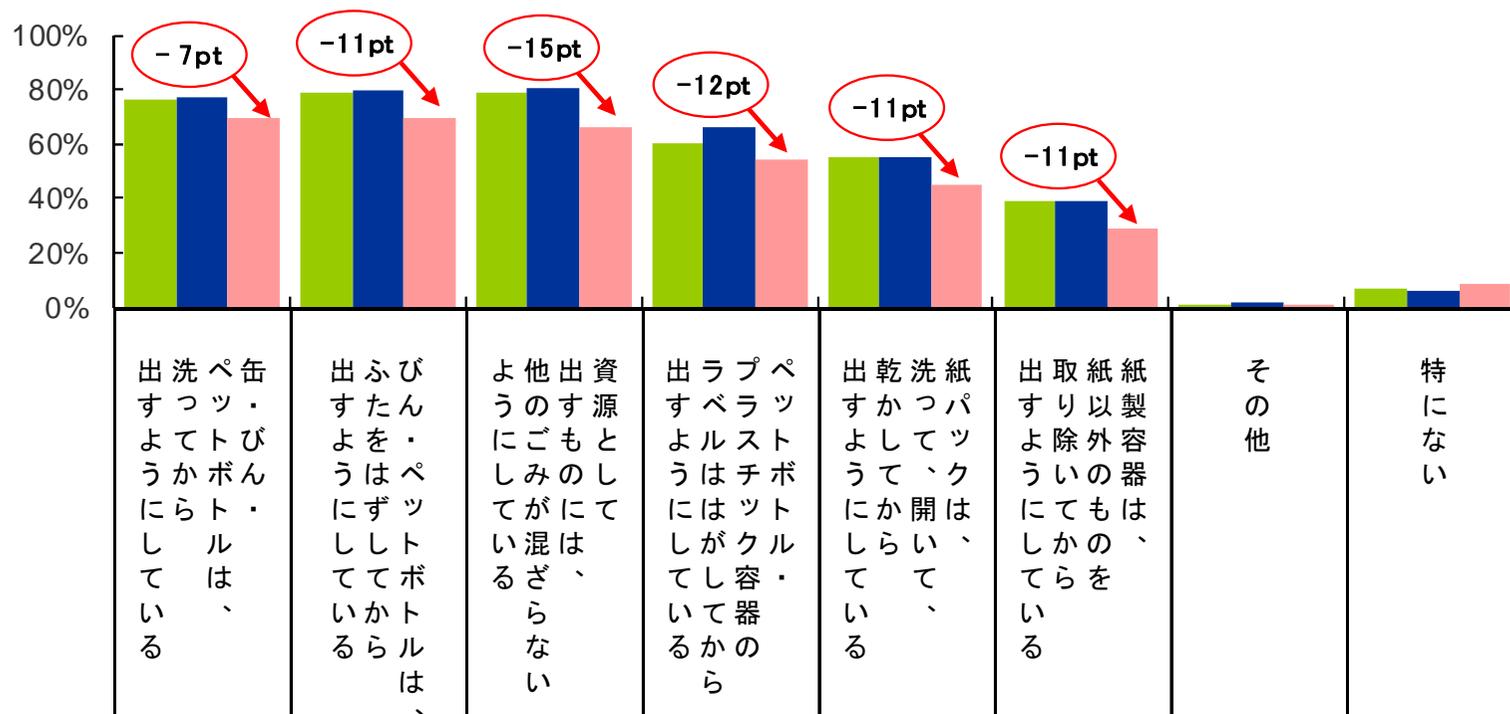


※言葉の理解度=「言葉の意味を理解し、常に行動している」+「言葉の意味は知っている」

※言葉の認知度=「言葉の理解度」+「言葉を聞いたことはある」

# 過去の調査との比較—分別排出時の取り組み

## ▶ 分別排出時の取り組みの実施状況はやや低下



n=30以上で  
■ 項目内で1位  
■ 項目内で2位  
■ 項目内で3位

<分別方法認知者ベース>

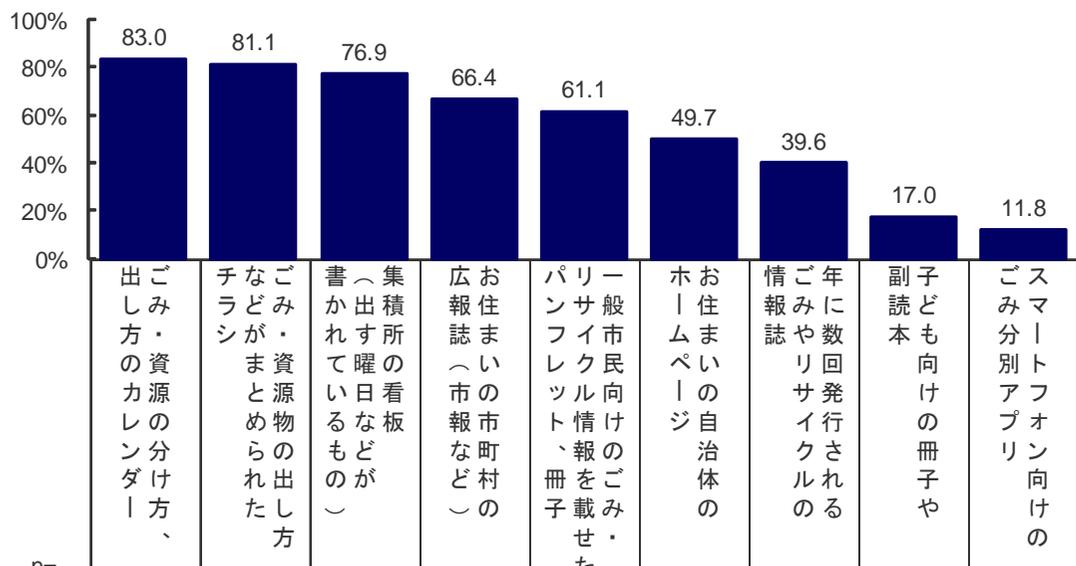
| 調査年       | 調査人数 (n) | 缶・ビン・ペットボトル、洗剤、ペーパー、拭き取り剤 | びん、ペットボトル、缶、洗剤、拭き取り剤 | 資源物、資源物以外のゴミ、資源物以外のゴミ | プラスチック、プラスチック、プラスチック | 乾電池、乾電池、乾電池 | 紙、紙、紙 | 紙製容器、紙製容器、紙製容器 | その他 | 特になし |
|-----------|----------|---------------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-------------|-------|----------------|-----|------|
| 2009年7月調査 | (n=2907) | 76.5                      | 78.9                 | 78.6                  | 60.0                 | 55.5        | 39.4  | 0.9            | 6.4 |      |
| 2011年6月調査 | (n=2879) | 76.9                      | 79.7                 | 80.6                  | 66.0                 | 55.0        | 39.4  | 1.4            | 6.0 |      |
| 2016年9月調査 | (n=2778) | 69.7                      | 69.2                 | 65.8                  | 54.0                 | 44.5        | 28.7  | 0.4            | 8.5 |      |

2016年9月調査の値を基準に降順並び替え

## 消費者意識調査の主なトピックス④

# 居住自治体の分別情報発信手段に対する認知状況

- ▶ 全体では、「カレンダー」、「ごみ・資源物の出し方チラシ」が8割強で高い
- ▶ 「スマートフォン向けのごみ分別アプリ」の認知度は若年層で高い。



n=30以上で

- 全体+10pt以上
- 全体+5pt以上
- 全体-5pt以下
- 全体-10pt以下

|             |                     | n=    | 83.0 | 81.1 | 76.9 | 66.4 | 61.1 | 49.7 | 39.6 | 17.0 | 11.8 |
|-------------|---------------------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 全体          |                     | 3,000 | 83.0 | 81.1 | 76.9 | 66.4 | 61.1 | 49.7 | 39.6 | 17.0 | 11.8 |
| 性年代別        | 男性15～19歳            | 105   | 79.0 | 76.2 | 75.2 | 56.2 | 56.2 | 40.0 | 43.8 | 27.6 | 25.7 |
|             | 男性20～29歳            | 234   | 76.1 | 72.6 | 65.8 | 47.4 | 48.3 | 39.7 | 35.5 | 25.2 | 21.8 |
|             | 男性30～39歳            | 309   | 74.1 | 72.5 | 70.9 | 56.6 | 55.3 | 51.5 | 35.9 | 21.0 | 15.5 |
|             | 男性40～49歳            | 282   | 77.0 | 74.5 | 73.8 | 58.9 | 55.3 | 44.3 | 33.7 | 17.7 | 12.4 |
|             | 男性50～59歳            | 272   | 83.1 | 80.9 | 76.5 | 70.2 | 61.8 | 56.6 | 45.2 | 18.0 | 11.4 |
|             | 男性60～69歳            | 298   | 89.3 | 87.2 | 82.9 | 82.2 | 74.5 | 57.7 | 52.3 | 13.4 | 7.7  |
|             | 女性15～19歳            | 101   | 80.2 | 74.3 | 67.3 | 50.5 | 47.5 | 29.7 | 35.6 | 25.7 | 19.8 |
|             | 女性20～29歳            | 226   | 79.2 | 74.8 | 73.0 | 52.2 | 47.3 | 40.3 | 26.1 | 15.0 | 11.5 |
|             | 女性30～39歳            | 301   | 82.4 | 80.1 | 75.1 | 58.8 | 54.5 | 49.2 | 30.6 | 15.6 | 11.0 |
|             | 女性40～49歳            | 280   | 87.9 | 86.4 | 81.8 | 72.1 | 61.1 | 53.2 | 37.1 | 14.6 | 8.9  |
|             | 女性50～59歳            | 276   | 91.3 | 90.9 | 84.4 | 81.9 | 76.1 | 55.4 | 47.1 | 13.8 | 7.2  |
|             | 女性60～69歳            | 316   | 90.2 | 92.1 | 85.8 | 86.1 | 76.9 | 55.4 | 48.7 | 10.4 | 4.4  |
| ごみ出し<br>関与別 | 単身(一人暮らし)           | 542   | 81.4 | 80.1 | 75.8 | 56.6 | 56.8 | 47.2 | 35.2 | 15.1 | 12.2 |
|             | 家族と同居×自分のみごみ出し      | 678   | 85.5 | 87.3 | 80.5 | 73.7 | 68.3 | 52.4 | 46.3 | 20.1 | 13.9 |
|             | 家族と同居×自分メイン・家族もごみ出し | 370   | 92.4 | 88.1 | 84.9 | 78.4 | 69.7 | 60.8 | 48.6 | 19.7 | 10.5 |
|             | 家族と同居×家族メイン・自分もごみ出し | 531   | 89.8 | 88.5 | 83.2 | 73.6 | 67.0 | 58.2 | 40.5 | 14.7 | 10.5 |
|             | 家族と同居×家族のみごみ出し      | 775   | 79.4 | 75.1 | 72.8 | 61.7 | 54.8 | 41.5 | 34.5 | 15.7 | 10.5 |

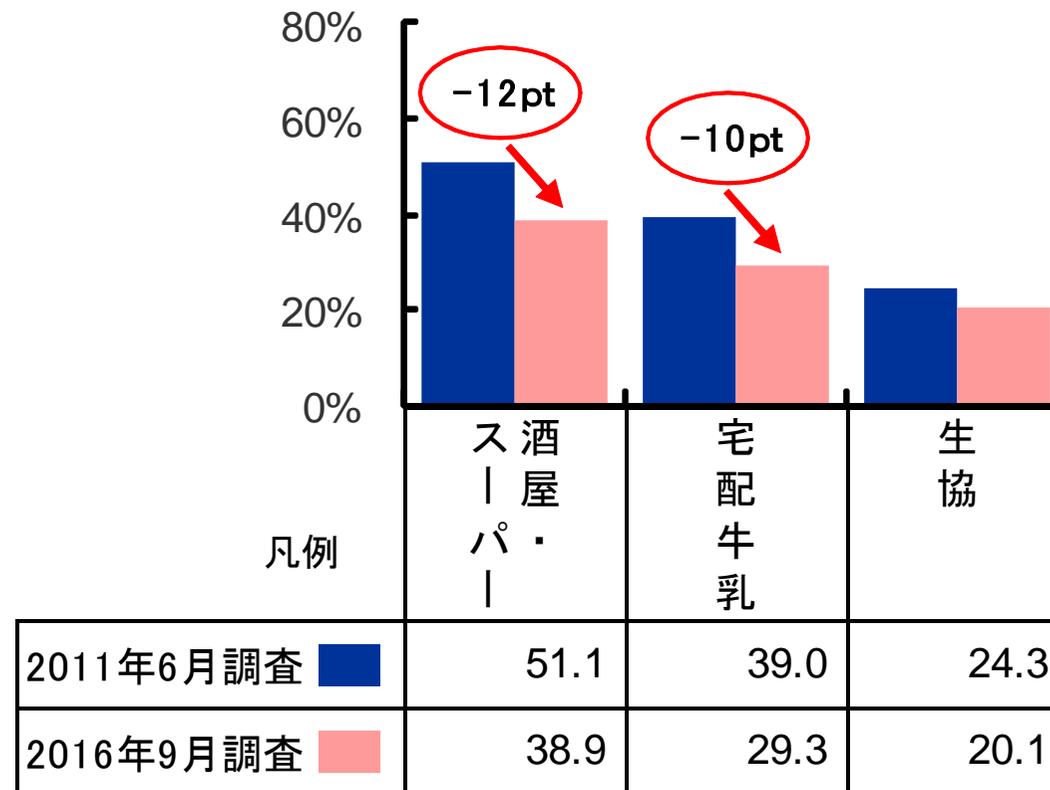
# 「リサイクルのゆくえ」を知ることの効果

- ▶ 「容器包装が、どのようにリサイクルされているかを知ることは、消費者にとって分別促進の効果があると思うか」を質問。
- ▶ 約7割が「ある」と回答。

|    |                | 効果がある・計     |             |            |               | 効果がある・計 |      |
|----|----------------|-------------|-------------|------------|---------------|---------|------|
|    |                | 大いに効果があると思う | 少しは効果があると思う | 特に効果はないと思う | 何とも言えない、分からない |         |      |
|    |                | n=          |             |            |               | (%)     |      |
| 項目 | ガラスびん          | 3,000       | 25.7        | 43.7       | 10.3          | 20.3    | 69.5 |
|    | ペットボトル         | 3,000       | 27.1        | 43.2       | 10.3          | 19.5    | 70.3 |
|    | 紙製容器包装         | 3,000       | 24.2        | 44.6       | 11.0          | 20.2    | 68.7 |
|    | プラスチック容器包装     | 3,000       | 24.2        | 43.8       | 11.5          | 20.6    | 67.9 |
|    | スチール缶          | 3,000       | 25.7        | 43.6       | 10.4          | 20.3    | 69.3 |
|    | アルミ缶           | 3,000       | 27.5        | 42.4       | 10.0          | 20.1    | 69.9 |
|    | 牛乳パックなどの飲料用紙容器 | 3,000       | 25.3        | 43.2       | 11.2          | 20.3    | 68.5 |
|    | 段ボール           | 3,000       | 26.0        | 43.1       | 10.5          | 20.3    | 69.1 |

## 過去の調査との比較ーリユースびんの利用経験

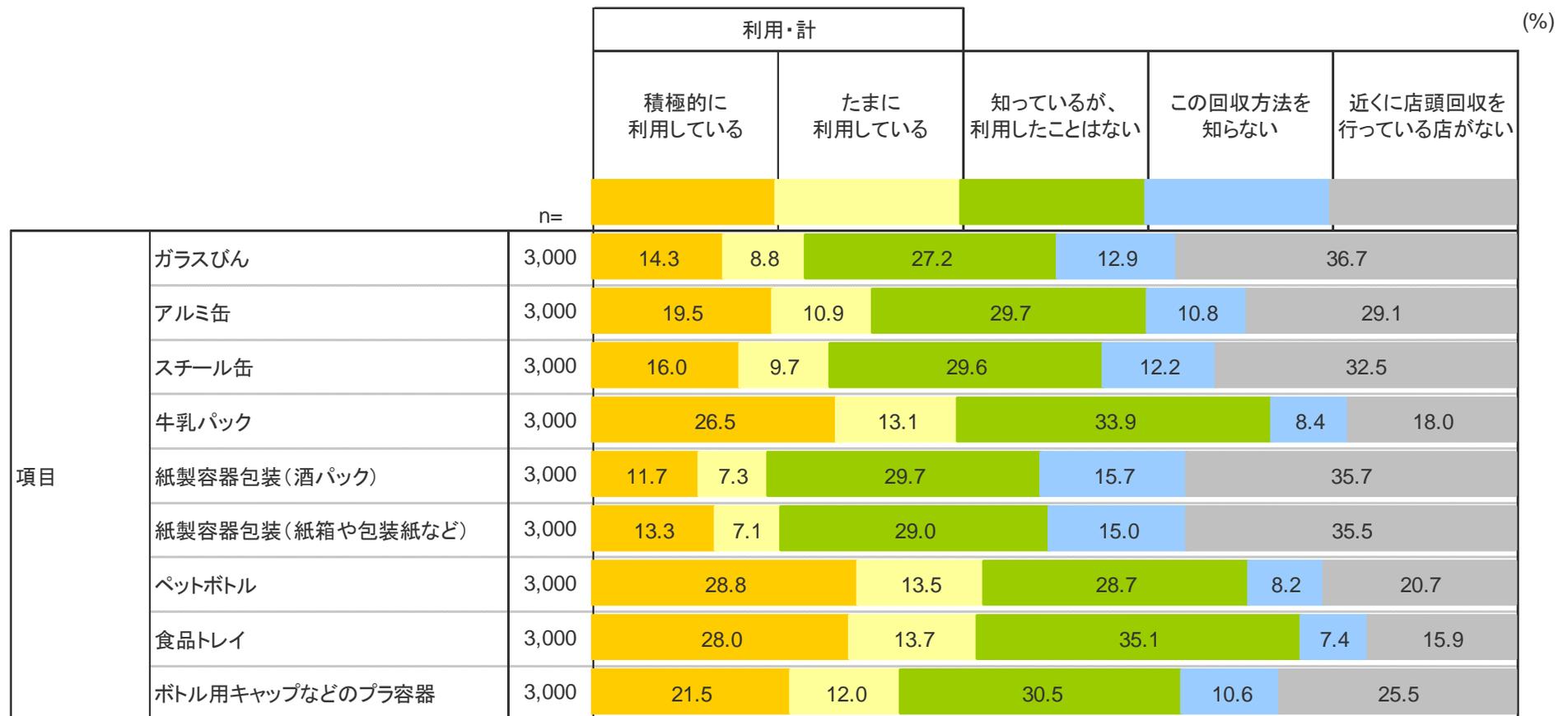
- ▶ 前回(2011年6月)調査との比較では、「酒屋・スーパー」、「宅配牛乳」が10ポイント以上の減少



# 消費者意識調査の主なトピックス⑦

## 店頭回収の利用状況

- ▶ 「ペットボトル」、「食品トレイ」の利用率は4割強。
- ▶ 次いで「牛乳パック」、「ボトル用キャップなどのプラ容器」、「アルミ缶」が続く



# 容器包装の環境配慮の進行状況

- ▶ 5年前と比較して、容器包装の軽量化や簡素化など環境配慮が進んだと思うかどうかを質問。
- ▶ 品目によりばらつきがあるが、一定程度の評価が得られる。

|                                | n=    | 進んだ・計  |         | 変わらない | 後退した・計 |         | 何とも言えない・分からない |
|--------------------------------|-------|--------|---------|-------|--------|---------|---------------|
|                                |       | とても進んだ | ある程度進んだ |       | 少し後退した | とても後退した |               |
| 肉や野菜などの生鮮食料品の簡易包装化             | 3,000 | 5.1    | 21.7    | 51.0  | 1.2    | 0.5     | 20.4          |
| 日用品の簡易包装化                      | 3,000 | 5.0    | 31.2    | 43.2  | 1.2    | 0.5     | 19.0          |
| 詰め替え商品の普及                      | 3,000 | 16.9   | 41.3    | 24.3  | 1.4    | 0.4     | 15.7          |
| ガラスびんの軽量化                      | 3,000 | 4.8    | 22.3    | 46.6  | 1.8    | 0.6     | 23.8          |
| ペットボトルの軽量化                     | 3,000 | 11.1   | 37.1    | 30.6  | 1.7    | 0.8     | 18.8          |
| アルミ缶やスチール缶の軽量化                 | 3,000 | 5.9    | 26.5    | 42.5  | 1.8    | 0.6     | 22.7          |
| 段ボールの軽量化                       | 3,000 | 4.3    | 19.0    | 50.1  | 1.9    | 0.5     | 24.1          |
| ミシン目を入れるなど、たたみやすい紙箱の使用         | 3,000 | 10.0   | 35.8    | 32.2  | 2.0    | 0.6     | 19.3          |
| 紙とプラスチックなどが分離しやすい容器包装          | 3,000 | 7.1    | 32.1    | 37.9  | 2.2    | 0.5     | 20.2          |
| 単一素材にして分別しやすくした容器包装            | 3,000 | 5.5    | 27.6    | 41.1  | 2.2    | 0.8     | 22.8          |
| 「紙」「プラ」などの識別表示や説明文による分別のわかりやすさ | 3,000 | 11.5   | 34.9    | 32.8  | 1.9    | 0.9     | 18.1          |

**3Rのさらなる推進に向け、  
引き続きご支援、ご協力をお願いいたします。**



ご清聴ありがとうございました。

