

平成 23 年度環境省「びんリユースシステム構築に向けた実証事業」
 「十万馬力新宿サイダー」開発サポート事業報告書

十万馬力新宿サイダー

焼鳥産すだち果汁使用

空きびんは販売店へ!

シュワツと、区内限定発売!

スキッと爽やか! すだち味の十万馬力新宿サイダーが、くり返し使えるリユースびんに入って、誕生! エコで美味しい、他では味わえない新宿限定品です。開発したのは新宿区商店会連合会で、アトムでおなじみの(株)手塚プロダクションも協力しています。

アトム通貨 空きびん返却で、アトム通貨50馬力をゲット!

十万馬力新宿サイダーのびんは、くり返し使うことで、ごみとCO₂を削減するリユースびん。飲み終わったびんを販売店に返却すると、50馬力のアトム通貨をゲットできます。アトム通貨は加盟店で使えます。
 ●アトム通貨についてはホームページをご覧ください。 <http://atom-community.jp>

十万馬力新宿サイダー 【内容量】220ml 【内容物】炭酸飲料(すだち果汁2%使用) 【製造者】東京飲料(株) 【販売者】新宿区商店会連合会
 【事業サポート】びん再使用ネットワーク、(株)エリックス 【協力】(株)手塚プロダクション

お問い合わせ: 新宿区商店会連合会 〒160-0023 新宿区京町 6-8-2 BIZ 新宿2階 ☎03-3344-3130 ※このポスターは平成23年度環境省「びんリユースシステム構築に向けた実証事業」の助成により作成しました。

<目次>

はじめに.....	3
I. 十万馬力新宿サイダー開発サポート事業について	4
1. びん再使用ネットワークの紹介	
2. 実証事業を申請するに至った背景事業のコンセプト	
3. ねらい・目的	
4. 期待される効果	
5. 事業の概念図	
II. 実行委員会の報告	7
1. 第1回実行委員会	
2. 第2回実行委員会	
3. 第3回実行委員会	
4. 第4回実行委員会	
5. 第5回実行委員会	
6. 第6回実行委員会	
III. びん印刷デザイン	11
IV. 専用P函.....	12
V. ポスター、チラシのデザイン	13
VI. 十万馬力新宿サイダーの製造	14
VII. プレスリリース文書とマスコミ紹介一覧.....	15
VIII. まとめ.....	17
1. 販売状況	
2. 空びん返却状況	
3. 今回の成果と今後の可能性	
●巻末資料：新聞掲載記事.....	20

はじめに

地球温暖化をはじめとした環境問題が大きな課題として提起され、行政、産業、消費者、市民団体、学生などがそれぞれの立場で取り組むことが求められています。

いま、「リサイクルは環境に良いけれども、リサイクルよりも優先すべきことは、まず減らす（リデュース）、繰り返し使う（リユース）ことである」と、多くの人々が気付きはじめています。

そして、「リユース」をテーマに、商店会のエコポイントなど、地域の活性化に役立てようとする動きが広がりつつあります。3R関連事業においても、また、飲料業界にあっても「リユースびん」への評価が年々に高くなっています。

「リユースびん普及」と「地域活性化」の2つの視点から提案させていただいた「新宿サイダー開発サポート事業」が、平成23年度環境省「びんリユースシステム構築に向けた実証事業」に採用され、本事業をスタートさせることができました。開発準備期間が短いなか、多くの方々のご協力により2012年1月13日に発売、新宿区内に話題性の高いリユース商品を誕生させることができました。

市場性の点からは、利便性を求める消費者のライフスタイルや酒販店・一般小売店の減少など流通・小売店の構造変化によりリターナブル製品への風は、依然としてアゲインストですが、地域密着のビジネスとしてリユースを捉えなおしてみると、大きく広がる可能性が見出せると思います。地域流通することで環境貢献の高いリユース商品は、地域経済の活性化のツールにふさわしいものであると思います。

本事業の推進にあたりまして新宿サイダー実行委員会の各委員のご協力に感謝致します。

また、本事業を「びんリユースシステム構築に向けた実証事業」に採用いただいた、環境省びんリユースシステムの在り方に関する検討会座長の安井至様をはじめとする各委員の方々、商品キャラクターに鉄腕アトムを提供いただいた㈱手塚プロダクション、素敵なチラシ類を迅速に作成いただいた㈱ニューシンク、美味しいフレーバーを調合いただいた坂本香料、リユースびんの手配やびん印刷デザインを担当いただいた東洋ガラス㈱、東硝㈱に深く感謝申し上げます。

これから十万馬力新宿サイダーが地域の消費者に愛され長寿命の商品になるよう、また、他の地域でも新宿サイダーのような取り組みが広がり、絶滅危惧種であるリユース復活の一助となることを大いに期待するものであります。

平成24年3月
びん再使用ネットワーク
代表幹事 中村秀次

I. 十萬馬力新宿サイダー開発サポート事業について

1. びん再使用ネットワークの紹介

- 1994年、資源循環型社会の構築を目指し、規格（形状）を統一したリユースびん（Rびん）の再使用に取り組む生協が、ネットワークして設立。
- 現在、生活クラブ連合会、東都生協、パルシステム連合会、グリーンコープ連合、新潟県総合生協が参加し、220万組合員世帯の取り組みに。
- 2010年度の年間実績で、10,355,202本を回収。これにより、自治体回収リサイクルに比べ
 - リサイクル収集費（税金）を 1億4857万円節約！
 - CO₂排出量を 3,499トン削減！（体積では東京ドームの約1.5倍）
- 規格統一により使い回しが可能になり回収・選別・洗浄の効率を飛躍的に向上。5生協の「300品目」が「8分別」でOK！
- びん再使用ネットワークのリユースの取り組みは、2004年小泉内閣での「3Rイニシアチブ閣僚会議」資料でも紹介。
- また2007年、びん再使用ネットワークが第1回容器包装3R推進環境大臣賞[地域の連携協働部門]最優秀賞を受賞！



2. 実証事業を申請するに至った背景

- リユースびんが絶滅危惧種に。
 - 【一升びん】1996年6億本流通→2005年3億本に
 - 【びんビール】1998年220万kl出荷→2007年82万kl
 - 【他】ミツカン酢の中止、トライアングルの中止ほか。
- 学生や市民の間で、『ペットボトルはリサイクルされるから環境に良い』との“勘違い”が広まる。CO₂を減らし、持続可能な社会を作るためには、学生や市民に、“環境に良い容器はリユースである”ことを理解してもらうことが

100本つくるか、
100回つかうか、

リユースびんは、回収して洗えば何回も使うことができます。
リユースすればするほど、環境への負荷を減らせます。

びん再使用ネットワーク
<http://www.jrnet.or.jp>

©2010 JR-net. 2010年環境省の「3R推進環境大臣賞」最優秀賞を受賞しました。 第1回 賞状

不可欠！

- 2008年、学生、市民、事業者のプロジェクトを立ち上げ、「繰り返し使うびん応援コンテスト」を実施。動画、イラスト、普及案を募集。大賞、学生賞、市民賞、特別賞などを表彰。
- 2010年、学生、市民の感性を活かし、(社)全国清涼飲料工業会などメーカーの協力を得て、新しいリユースびん「Rドロップス」を開発。
- Rドロップスは、①スタイリッシュ ②炭酸飲料もOKの幅広い飲料に対応 ③充填先のライン適正を確認済み、といった特徴があり、「びん型」どなたでも使っていただけるよう解放。
- 観光地や大学、商店会、スポーツ娯楽施設など、地域限定で商品開発され地域流通される飲料にRドロップスが活用されることで、地域経済の活性化、環境に良いリユース普及をはかることができる。



3. ねらい・目的

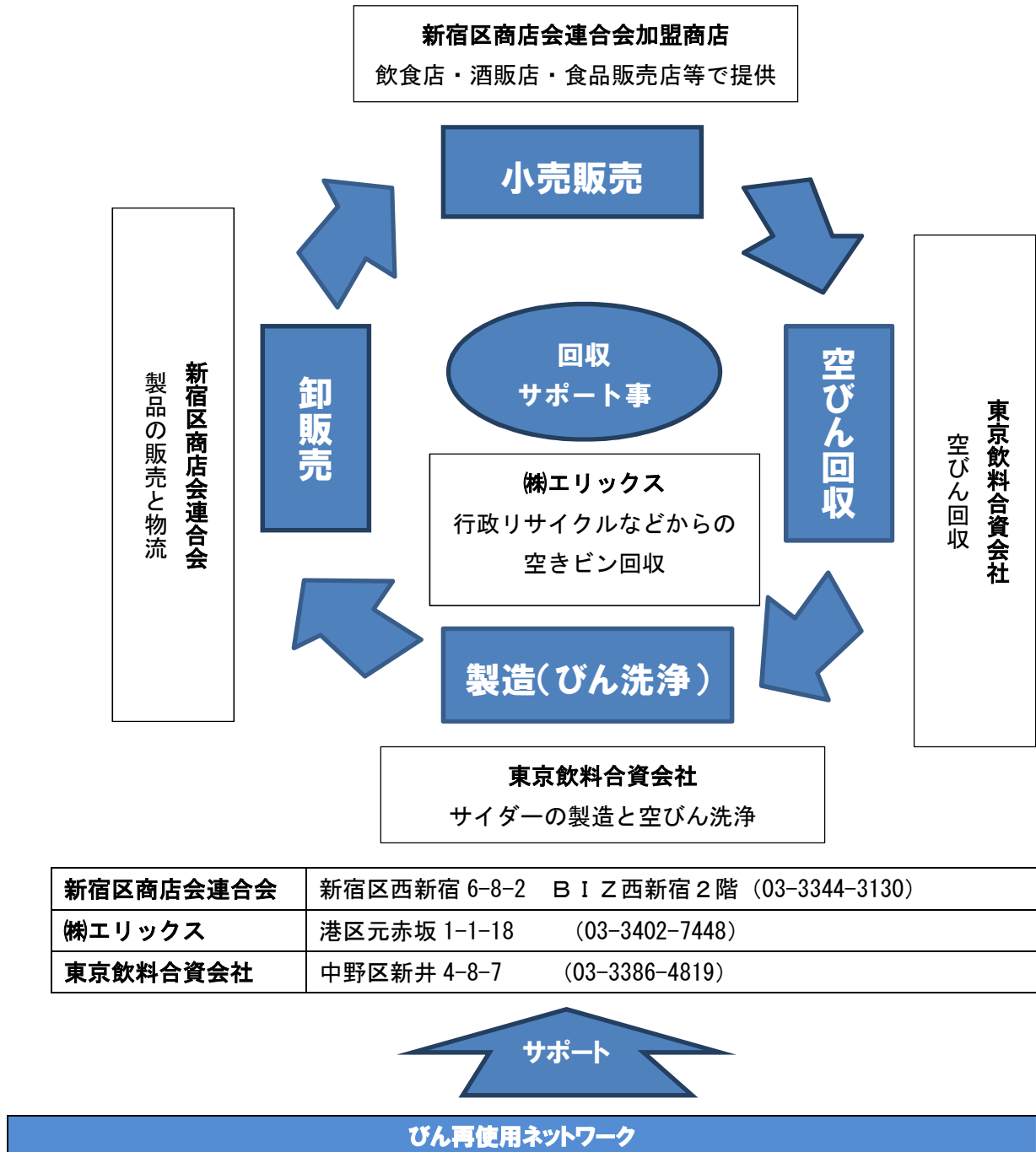
- 地域限定の飲料開発・リユース流通のモデルとして、新宿区商店会連合会オリジナルの「新宿サイダー」を開発・販売する。
- 新宿区商店会連合会加盟の早稲田大学周辺商店会連合会では、街のブランド商品として「地ビール早稲田」を開発販売している。
- また地域通貨の先駆的な取り組みといえる「アトム通貨」も運営しており、消費者への「環境保全」「地域活性化」等をテーマに商店と消費者を結ぶつくるツールとして大きな支持を得ている。
- こうした「地ビール早稲田」「アトム通貨」などの実績を、さらに新宿区全域に広げ、リユースをテーマに商店と消費者を結びつける商品として「新宿サイダー」を開発・販売することで、商店会の環境取り組みの強化、さらに、新宿区内の学生、地域住民のアイデンティティの醸成、環境意識の向上が期待できる。
- リユース商品の開発・販売は、回収・再使用の主体間連携、消費者の理解が必要で商品化までのハードルの高さがある。そこで、開発プロジェクトを立ち上げ、各主体間連携の実現、広告ツール制作など、開発と販売サポートを行うことで実現を図る。
- 開発・販売にあたり、各主体が参加する「新宿サイダー実行委員会」を立ち上げ、推進した。



4. 期待される効果

何かと話題性の高い、東京新宿で「新宿サイダー」が開発・販売されることで、全国への波及効果が高く、新宿区商店会連合会の取り組みが、全国の商店会に「元気」を与えることが期待できる。

5. 事業の概念図



Ⅱ. 実行委員会の報告

本事業を推進するにあたり「新宿サイダー実行委員会」を設置し開発を進めた。実行委員会は6回開催。協議・決定内容は以下の通り。

●実行委員

	氏名	所属
実行委員長	大室新吉	新宿区商店会連合会会長
	安井潤一郎	新宿区商店会連合会副会長
	北田武夫	(株)エリックス代表取締役
	寺田康夫	東京飲料合資会社代表取締役
	中村秀次	びん再使用ネットワーク代表幹事

●事務局

	氏名	所属
1	佐藤雅英	新宿区商店会連合会事務局長
2	丸木伸生	東京包装容器リサイクル協同組合事務局長
3	山本義美	びん再使用ネットワーク事務局長

【1】第1回実行委員会を23年9月21日10時より、新宿区商店会連合会会議室にて開催し以下の事項を協議・決定した。

1. 開発スケジュールについて、以下のように決定した。
10月：フレーバーの検討
11月：フレーバーの決定、広報ポスターの検討
12月：参加店の募集開始
1月：広報、プレスリリース
2月：販売開始
2. 開発販売事業の役割について次のように決定した。製造：東京飲料、卸販売：新宿区商店会連合会、物流：(株)エリックス、サポート：びん再使用ネットワーク
3. 空びん返却の消費者インセンティブを新宿区商店会連合会が発行する「アトム通貨」とした。
4. P函は、東京飲料よりレンタルする。
5. ポスター、チラシ、P函シールの制作を、(株)ニューシンクに委託する。
6. リユースびんは、東洋ガラス(株)製造の「Rドロップス」として、販売代理店東硝(株)より購入する。
7. フレーバーは(株)坂本香料に製造委託する。
8. 小売価格を、1本100円～110円の範囲で設定する等、事業試算について検討した。

アトム通貨とは

- 早稲田・高田馬場発祥の地域通貨
- 地域コミュニティを育み、街を活性化させるために生まれた地域通貨
- 「環境」「地域」「国際」「教育」の推進を理念に活動
- 全国12地域で実施。



【2】第2回実行委員会を23年10月20日10時より、新宿区商店会連合会会議室にて開催し以下の事項を協議・決定した。

1. フレーバーの試飲を行い、①一般的なサイダー ②ゆず ③すだち の3種類より選定し、③すだちのフレーバーとした。
2. 商品名称を「十万馬力新宿サイダー」とし、びん、ポスター、チラシのデザインに鉄腕アトムを使う。
3. 製造販売本数を12,936本とし、12月と2月の2回に分けて製造充填する。
4. ポスターを500枚、チラシを3万枚印刷する。
5. サイダーの販売開始を2012年1月7日または1月8日とし、第1期販売期間を、今年度アトム通貨の終了日である2月29日までとした。

【3】第3回実行委員会を23年11月17日10時より、新宿区商店会連合会会議室にて開催し以下の事項を協議・決定した。

1. びん印刷デザインを決定した。
2. ポスター、チラシのデザインを決定した。
3. 十万馬力新宿サイダーの取扱店舗数の目標を100店舗とする。
4. 中身価格を100円、空びん返却に渡すアトム通貨を50馬力（50円相当）とし、販売価格を150円とすることを決定した。
5. 卸から小売り店への預り金（デポジット）については、びん1本：50円、P箱：600円とした。
6. P函のシール貼り作業を12月下旬に予定する。
7. プレスリリースを1月10日とし、発売日を1月12日とした。

【4】第4回実行委員会を23年12月15日10時より、新宿区商店会連合会会議室にて開催し以下の事項を協議・決定した。

1. 役割分担について再協議し、以下のとおり変更した。
 - ① 当初、製品の小売店への納品業務、空き容器の回収業務を㈱エリックスとしていたが、物流効率化から東京飲料合資会社が担当する。
 - ② ㈱エリックスは、(1)びんリサイクルの行政回収や市中より回収し、十万馬力新宿サイダーびんおよびP函を、新宿区商店会連合会に納品する。(2)他、新宿区商店会連合会

の要請に基づき、リユースに関するサポート業務を行うとした。

2. サイダー製造を当初2回に分けて製造するとしていたが、製造効率の点から、1回にまとめて製造することとした。
3. スケジュールを以下のとおりとした。
 - 12月26日：びん納品、フレーバー納品
 - 12月27日：十万馬力新宿サイダー製造、プレスリリース
 - 1月10日：十万馬力新宿サイダー初回納品
 - 1月12日：新宿区商店会連合会の賀詞交歓会にて十万馬力新宿サイダーのお披露目
 - 1月13日：十万馬力新宿サイダー発売開始
 - 2月29日：第1期販売終了
4. プレスリリース文書を決定した。

【5】第5回実行委員会を24年1月19日10時より、新宿区商店会連合会会議室にて開催し以下の事項を確認・協議した。

1. 取扱店舗数が30店舗と出だしが遅れているなど、販売状況を確認した。またマスコミ情報から、都庁展望室の売店、新宿区役所売店、レストランチェーン、コンビニなどから販売問い合わせが多数寄せられているが、卸販売の可否については新宿区商店会連合会の判断に委ねることを確認した。
2. 1月5日の東京新聞掲載記事をはじめ、多くのマスコミで紹介されていることを報告。
3. 販売店では、お客に返却を呼び掛けるなど、十万馬力新宿サイダーが有効なコミュニケーションツールになっていることが確認された。
4. 空きびん返却状況については、ある商店では発売日より60本販売のところ返却は6本と返却割合が少ない状況であることが報告。プレミアム感のあるびん容器のため、自宅で保管する消費者が多いことが想定されること、発売から間もないことなどから、今後の推移を見守ることとした。

【6】第6回実行委員会を24年2月27日10時より、新宿区商店会連合会会議室にて開催し以下の事項を確認・協議した。

1. 販売と空きびん返却状況を確認した。

＜販売状況＞

当初、100店舗で200ケースの卸販売を計画したが、取扱い店舗数は当初計画より少なく、2月27日現在で38店舗である。出荷ケース数は294ケースとなっていて、当初計画を上回っている。

新宿区商店会連合会の加盟店以外からの取扱い希望が多数あった。都庁の展望ルームでは、現在販売に向け準備中。新宿区役所の売店では、2月中旬に販売開始予定。新宿駅近くのお好み焼店では3週間で7ケースを売り上げ。あるコンビニ店舗では4ケースが出荷された。

＜回収状況＞

2月27日現在で、P函の戻り数は76ケース（出荷数の26%）、空きびんの戻り本数は3

12本（9%）。

2. 環境省からの助成金の使途について確認した。

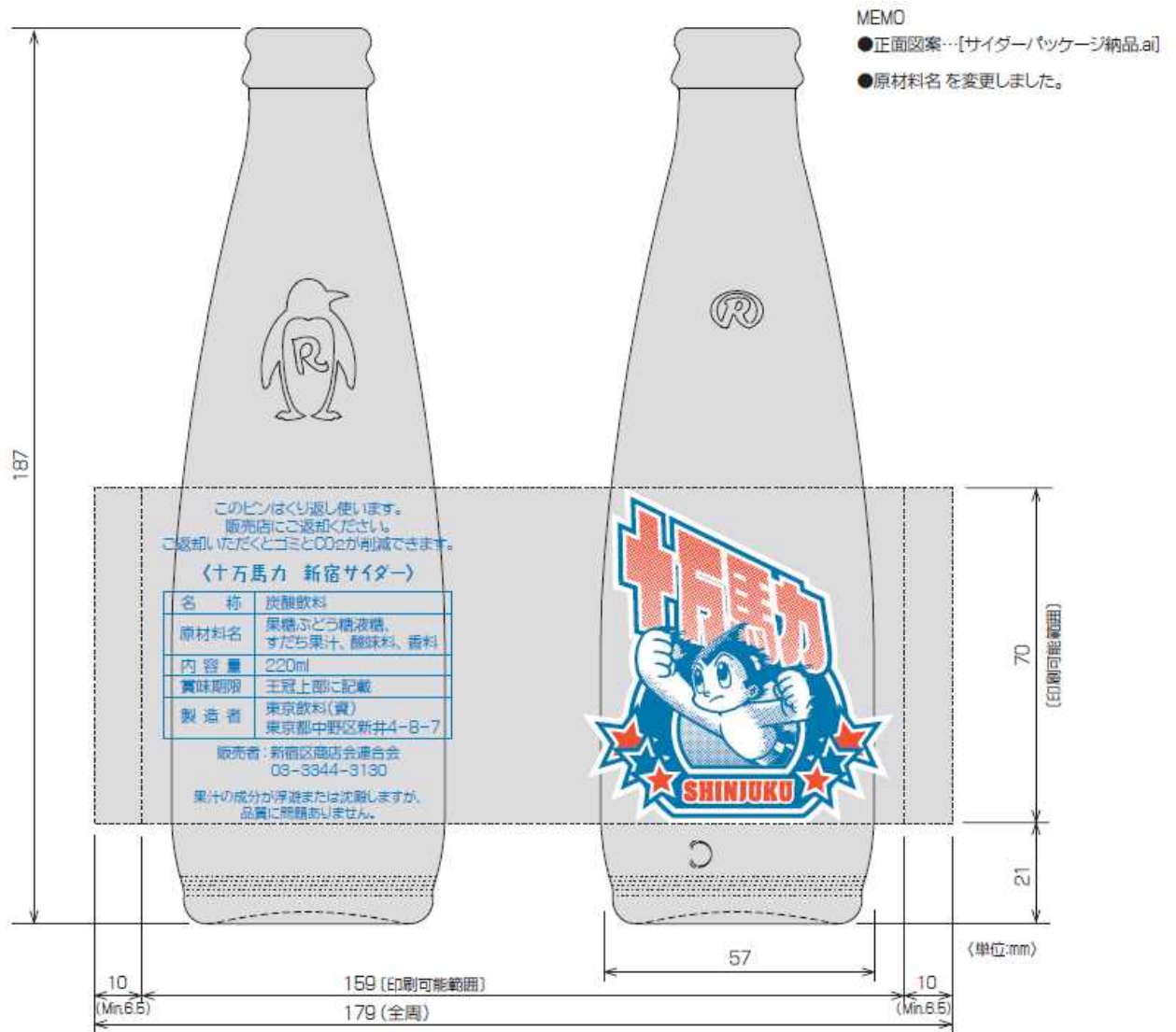
助成金（100万円）の使途

- ポスター（500枚）、チラシ（3万枚）の制作費
- びん印刷（返却呼びかけ）費用 @18.9円（税込）×12,936本
- P函のリース料金 @210円（税込）×539箱
- P函のシール（返却呼びかけ）制作費用 2,156枚

3. 環境省への報告書（案）の内容について協議・確認した。

Ⅲ. びん印刷デザイン

- 印刷は赤、青、白の3色を使い印刷。
- びん裏面には、原材料や製造者の表示を印刷した。



IV. 専用P函

- 既存のP函に「十万馬力新宿サイダー」のシールを貼り、再使用した。中には30年ほど前に製造されたP函もあり、この開発事業での最初にリユースしたものが、P函であった。
- シールには、「この箱は繰り返し使います。必ず返却ください。」を印刷し、リユースと返却を呼びかけた。



V. ポスター、チラシのデザイン

●ポスター

- ・ポスターの大きさは、店内および店入口に掲示することを想定し、大きな判でなく、A3の比較的小さめのものとした。（ポスターのデザインは本報告書表紙に掲載）

●チラシ

- ・チラシの大きさも、店内の限られたスペースに置いておくことを想定し、小さくB5判とした。

スキッと、誕生!
十万馬力新宿サイダー

特別選すだち果汁使用

空きびんは販売店へ!

スキッと爽やか!すだち味の十万馬力新宿サイダーが、くり返し使えるリユースびんに入って、誕生!
エコで美味しい、他では味わえない新宿限定品です。
開発したのは新宿区商店会連合会で、アトムでおなじみの(株)手塚プロダクションも協力しています。

アトム通貨 空きびん返却で、アトム通貨50馬力をゲット!

十万馬力新宿サイダーのびんは、くり返し使うことで、ごみとCO₂を削減するリユースびん。
飲み終わったびんを販売店に返却すると、50馬力のアトム通貨をゲットできます。アトム通貨は加盟店で使えます。
●アトム通貨についてはホームページをご覧ください。 <http://atom-community.jp>

【内容量】220ml 【内容物】炭酸飲料(すだち果汁2%使用) 【製造地】東京都(良) 【販売地】新宿区商店会連合会
【事業サポート】びん再使用ネットワーク、(株)エリックス 【制作】(株)手塚プロダクション

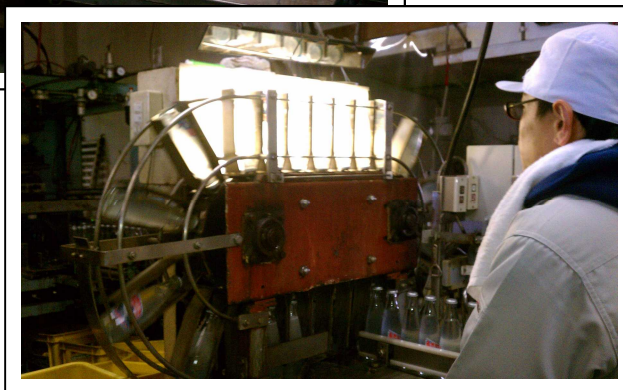
お問い合わせ先：新宿区商店会連合会 〒160-0023 新宿区新宿 6-8-2 BIZ 新宿 2階 ☎03-3344-3130
※このチラシは平成23年度環境省「びんリユースシステム構築に向けた実証事業」の助成により作成しました。

VI. 十萬馬力新宿サイダーの製造と販売

●製造



(上) 洗びんラインにびんが投入される。
(右) 充填された新宿サイダーを検品する。



●販売



(上) 商品棚に、びん返却を呼び掛けるチラシを貼って返却を促す。
(右) 店の入り口にポスターを貼ってPR。



VII. プレスリリース文書とマスコミ紹介一覧

報道関係者各位

「十万馬力新宿サイダー」リユースびんに入って誕生！

新宿区限定発売、空きびん返却で「アトム通貨」50馬力をゲット

スキッと爽やか！すだち味の十万馬力新宿サイダーが、くり返し使えるリユースびんに入って、誕生します。エコで美味しい、他では味わえない新宿区限定品。開発したのは新宿区商店会連合会。環境省の「びんリユース実証事業」に採択され商品化を進めてきましたが、いよいよ来年1月13日より、新宿区内の約100店舗の商店で販売。内容量は220ml。販売価格は150円（税込）、うち50円相当はびんの預り金で、中身価格は100円。徳島産のすだち果汁2%を使用した、ちょっと贅沢なスキッと爽やかなサイダーを鉄腕アトムにも思いを馳せ、ぜひご賞味ください。

「アトム通貨」で、空きびん返却を呼びかけ

十万馬力新宿サイダーのびんは、くり返し使うことで、ごみとCO₂を削減するリユースびん。空きびん返却で50馬力のアトム通貨がもらえます。アトム通貨は、環境保全活動など何か良いことをするともらえる地域通貨で、加盟店で使えます。



昔のように、空きびんを販売店に返却して預り金を返しもらう習慣がなくなってしまった今、人間を守るために活躍した鉄腕アトムに、くり返し使うリユースびんの良さを呼びかけてもらおうという意図です。

びん再使用ネットワークが開発を後押し

十万馬力新宿サイダーの開発は、平成23年度環境省「びんリユースシステム構築に向けた実証事業」で採択された4つの事業のうちの一つ。リユースびんを使用している生活クラブ、パルシステムなど5つの生協団体が構成する「びん再使用ネットワーク」がリユースびんの普及活動として環境省からの助成を受け、新宿区商店会連合会のサイダー開発を後押ししました。アトム通貨は、もともと新宿区商店会連合会で取り組んでいるもので、びんネットが開発を進めてきたスタイリッシュな新しいリユースびんとアトム通貨がコラボして十万馬力新宿サイダーが誕生しました。地域商店会が新たにリユース商品を開発し、環境保全と地域の活性化をめざす一石二鳥の取り組みに、ご注目ください。



(C)Tezuka Productions

<本件に関するお問い合わせ>

新宿区商店会連合会 事務局長：佐藤雅英 E-mail: s-kushouren@mist.ocn.ne.jp

TEL：03-3344-3130 FAX：03-3342-1108

●マスコミ紹介一覧

プレスリリースは12月27日に行った。1月5日の東京新聞での掲載から、現在までに多くのマスコミ（新聞、ラジオ、テレビ、WEB）で紹介され、知名度がかなり高くなり、さまざまなところから購入の問い合わせが新宿区商店会連合会に届いた。

掲載日	媒体	
2012年1月5日	東京新聞（都内版）に掲載	取材に基づき掲載
2012年1月6日	東京新聞（多摩版）に掲載	取材に基づき掲載
2012年1月10日	東京FM（ラジオ）で放送	取材録音による放送
2012年1月10日	日本放送（ラジオ）で放送	電話取材による放送
2012年1月10日	日刊工業新聞に掲載	電話取材に基づき掲載
2012年1月13日	朝日新聞、読売新聞、毎日新聞など、24社のWEB版に掲載	WEBリリースによる掲載
2012年1月13日	文化放送（ラジオ）	番組中電話で出演放送
2012年1月17日	東京MX（テレビ）の18時、20時のニュースで放送	取材に基づき放送
2012年1月17日	日本経済新聞に掲載	
2012年1月24日	資源新聞に掲載	
2012年1月27日	毎日新聞都内版に掲載	
2012年2月13日	韓国国内で、YFNテレビ放送局東京支局の話題として紹介。	
2012年2月21日	雑誌「散歩の達人」（交通新聞社）に掲載	
2012年2月24日	サンケイ新聞に掲載	
2012年2月27日	テレビ東京「レディス4」で紹介	
2012年3月1日発売	雑誌「ハイパーホビー」（徳間書店）に掲載	
2012年3月2日発売	雑誌「オレンジページ3月号」に掲載	取材依頼

VII. まとめ

1. 販売状況

- 当初、100店舗で200ケースの卸販売を計画したが、取扱い店舗数は当初計画より少なく、2月27日現在で38店舗である。出荷ケース数は294ケースとなっていて、当初計画を上回っている。(在庫数245ケース2/27現在)
- 取扱い店舗数が当初計画より少ないのは、商店会連合会内で浸透するまで、当初見込みより時間がかかっているためである。発売からまだ1か月半であること、また、今年は特に寒い気候が続いているので、取扱い店舗数が伸びていない。しかし、今の段階で落胆するのは早すぎると実行委員会では考えている。
- 多くのマスコミで紹介があったことから、新宿区商店会連合会の加盟店以外からの取扱い希望が多数あった。都庁の展望ルームでは、現在販売に向け準備中。新宿区役所の売店では、2月中に販売開始予定。新宿駅近くのお好み焼店では3週間で7ケースを売り上げ。あるコンビニ店舗では4ケースが出荷された。

2. びんの返却状況

- 2月27日現在で、P函の戻り数は76ケース(出荷数の26%)、空びんの戻り本数は312本(9%)と、現状の戻り率は少ない。P函の戻り率が26%と少ないのは、発売から1か月半と短いからであるが、P函の戻り率(26%)に対して、空びんの戻り率が9%と低いのは、次の理由からである。
- ケース数に比べびん本数の戻り率が少ないのは、アトムのイラスト入りであるため返却しないで記念に保管しておきたいと希望するお客さんが多いからである。その点は、当初から想定していた結果になっている。実際に、店舗での販売時のお客の反応でも、「1本は記念にとっておきたい」という声が聞かれるとの報告がある。しかし、「記念保管」以上に、商品が潤沢に回るようになれば、回収率が高まると考えている。
- これまで永年、リユースびんを扱ってきた飲料メーカーの経験では、当初販売の5倍の量が蓄積されてないと通常の状態(高い返却率)でリユースされないとの経験もある。
- 販売店では、お客さんにきちん丁寧に声をかけてくれていた。戻せば50円という、過去に事例がないような、とても高い預かり金(地域通貨)で返却を促しているので、お客さんが無駄にリサイクルに出すようなことはないと思われる。
- 仮に、リサイクルや不燃ごみで出た場合、そこからピックアップできる仕組みも作った。(株)エリックスによるリユースサポート事業である。エリックスでは、新宿区のリサイクルを一手に引き受けているので、そこで空びんが見つければ新宿区商店会連合会に

戻る。また不燃ごみの中で見つければ、拾い上げてエリックスに渡してもらうよう新宿区内の清掃事務所からの協力も得られている。

3. 今回の成果と今後の可能性

<今回の成果>

- ① 「循環社会に貢献し、地域の活性化、お客さんとのコミュニケーションツールにもなる取り組み」が、話題になり、改めてリユースの良さを、多くの人々が知る機会になった。
- ② たいへん苦しい状況にあるリユースのインフラ（今回は地域の製造メーカー）の活性化の一助に寄与できた。リユース業界に明るい話題を提供できた。
- ③ ほとんどの商店が、「お客さんからびんを返却してもらう」ことは初めての経験となった。同様に、お客さんにとっても初めての「リユースによる、環境に良いライフスタイル」の経験になった。
- ④ 商品化できて、環境と地域活性化の商品として話題になり、一つのビジネスモデルを提示できた。

<今後の可能性>

- ① 今回の事業では、初回として 13,000 本あまりを製造した。これから気候が暖かくなり売れ行きが伸び、第 2 期、第 3 期、…と製造販売が続く。初回の空びん回収率は悪いが、消費者の「記念保管」時期が終われば、回収率が高まり、リユースびんの店頭への返却、地域通貨でのお買い物といった、環境に優しく、地域を活性化する新しいライフスタイルが定着していく。仮に、年間 5 万本販売され、空びんの回収率が 80%程度にまで高まれば、ワンウェイガラスびんに比べ、2.6 トンの CO₂ 削減になる。

* 「LCA手法による容器間比較報告書」より試算

(A)ワンウェイガラスびん 1 本 (500ml) のCO₂: 187g

(B)リターナブルびん 1 本、回収率 80% (500ml) のCO₂: 68g

220ml 容器 5 万本を、500ml に換算すると 22,000 本

(A-B) g × 22,000 本 ÷ 1,000 = 2,618 キロ g

- ② 十万馬力新宿サイダーで実現した、鉄腕アトムという魅力的なキャラクターとリユースびんとのコラボレーションは、大変強いインパクトがあった。さらにアトム通貨とリユースびんとの連動も過去に例のない取り組みで、大きな話題となった。全国 10 か所で展開しているアトム通貨実行委員会では、十万馬力新宿サイダーを、当地でも扱いたいとの希望が、すべての地域から寄せられた。今後、アトム通貨導入地域などから、新宿サイダーと同様な取り組みが全国的に広がる可能性が見えてきている。
- ③ 上野のパンダ、墨田のスカイツリーといった名物があるが、新宿に名物といえるもの

がない。今後「十万馬力新宿サイダー」が新宿の名物になり、新宿のお土産として成長していく可能性がある。（ただし、その場合、空びん返却の課題が浮上するので、返却物流システムの構築が不可欠になるが。）

- ④ 例えば「リユースびんを店舗に返却して 50 馬力のアトム通貨がもらえる。次に、その 50 馬力のアトム通貨なら、居酒屋で一杯目のビールがサービスになる」。愛知県の春日井市では家庭の電気使用量を 10%削減したら春日井市より 200 馬力のアトム通貨がプレゼントされる。こうした事例のような、いつくかのアトム通貨の利用の組み合わせで、地域の買い物が魅力的になる、地域通貨を使う楽しさが生まれる。リユースについて「環境に良いから」という訴求ポイントだけでなく、地域通貨を使う楽しさが、リユースの魅力を押し上げていく。今回の事業では、地域通貨との連動から、リユースに新たな魅力が生まれる可能性が見いだされた。