

日本酒市場(リユースびん): 消費者の意識

馬奈木俊介

東北大学環境科学研究科准教授
宮城県びんリユース推進協議会 座長



供給サイドが予想する びんリユースに関する消費者の関心

- びんの再利用によるよごれに関わる、食の安全への懸念
- 個人レベルで可能な、環境保全への貢献

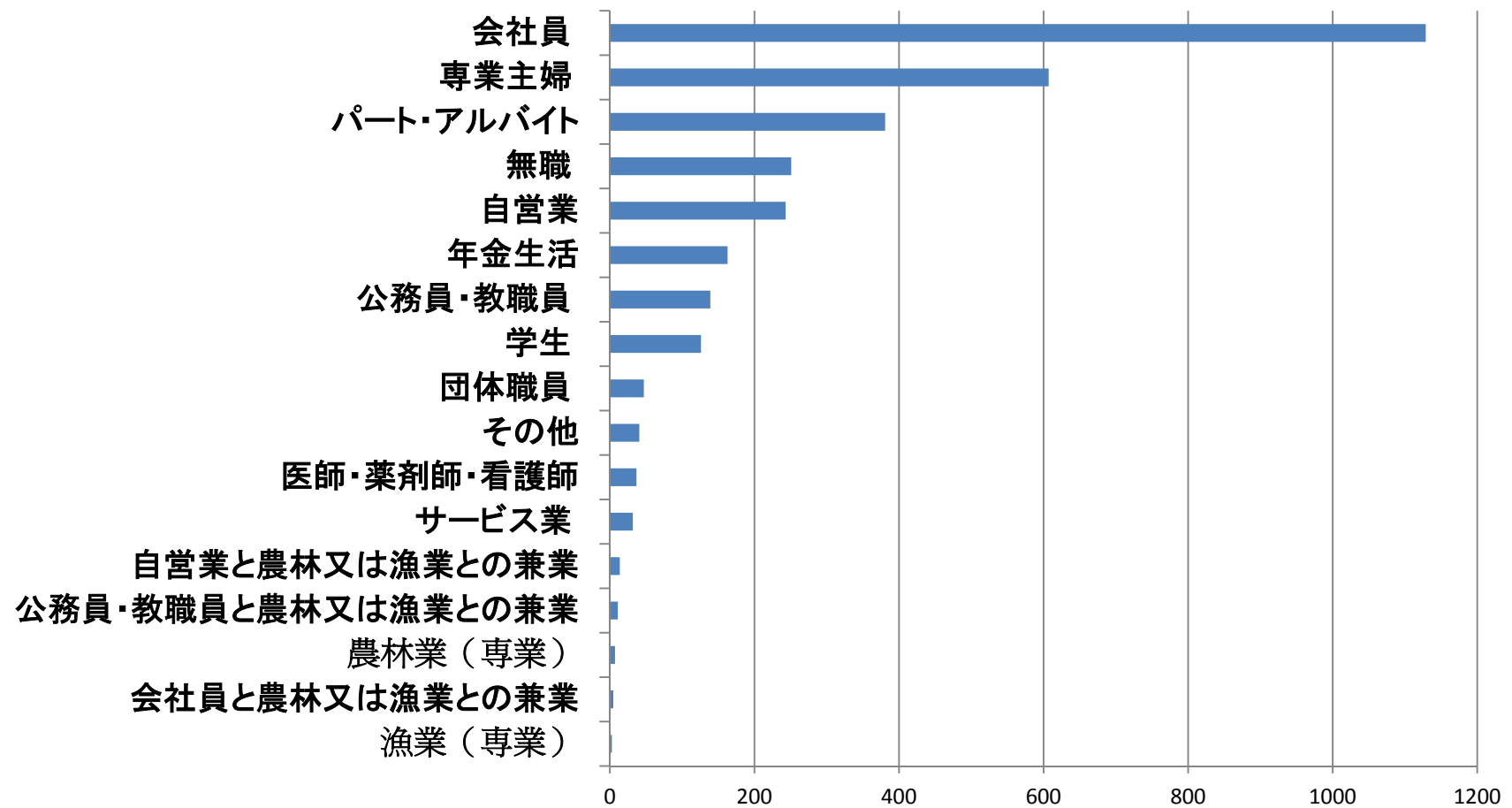


Webによる全国大規模アンケート調査

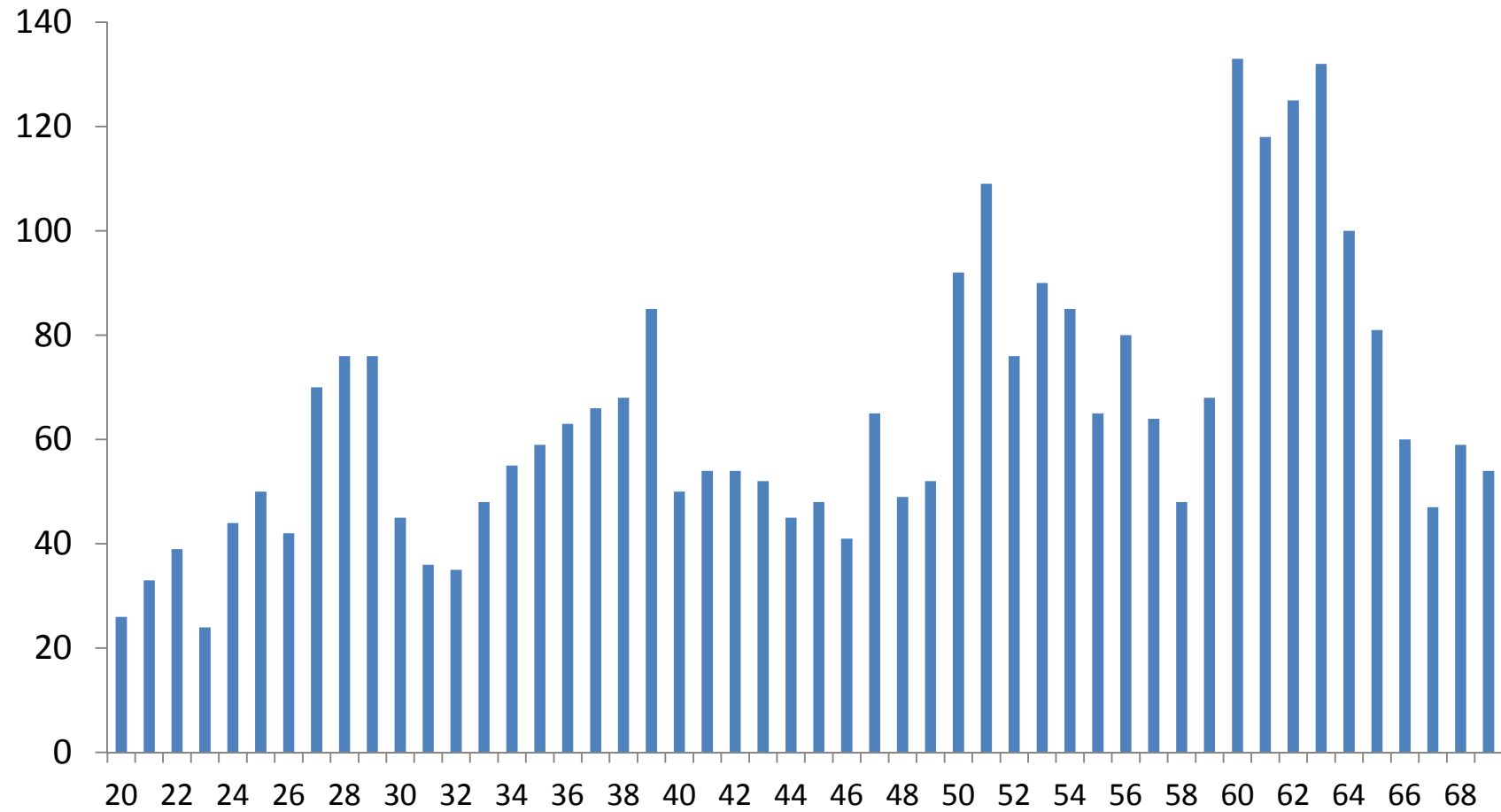
- 対象（46都道府県）3236名

男女構成比	
男性	52.41%
女性	47.59%

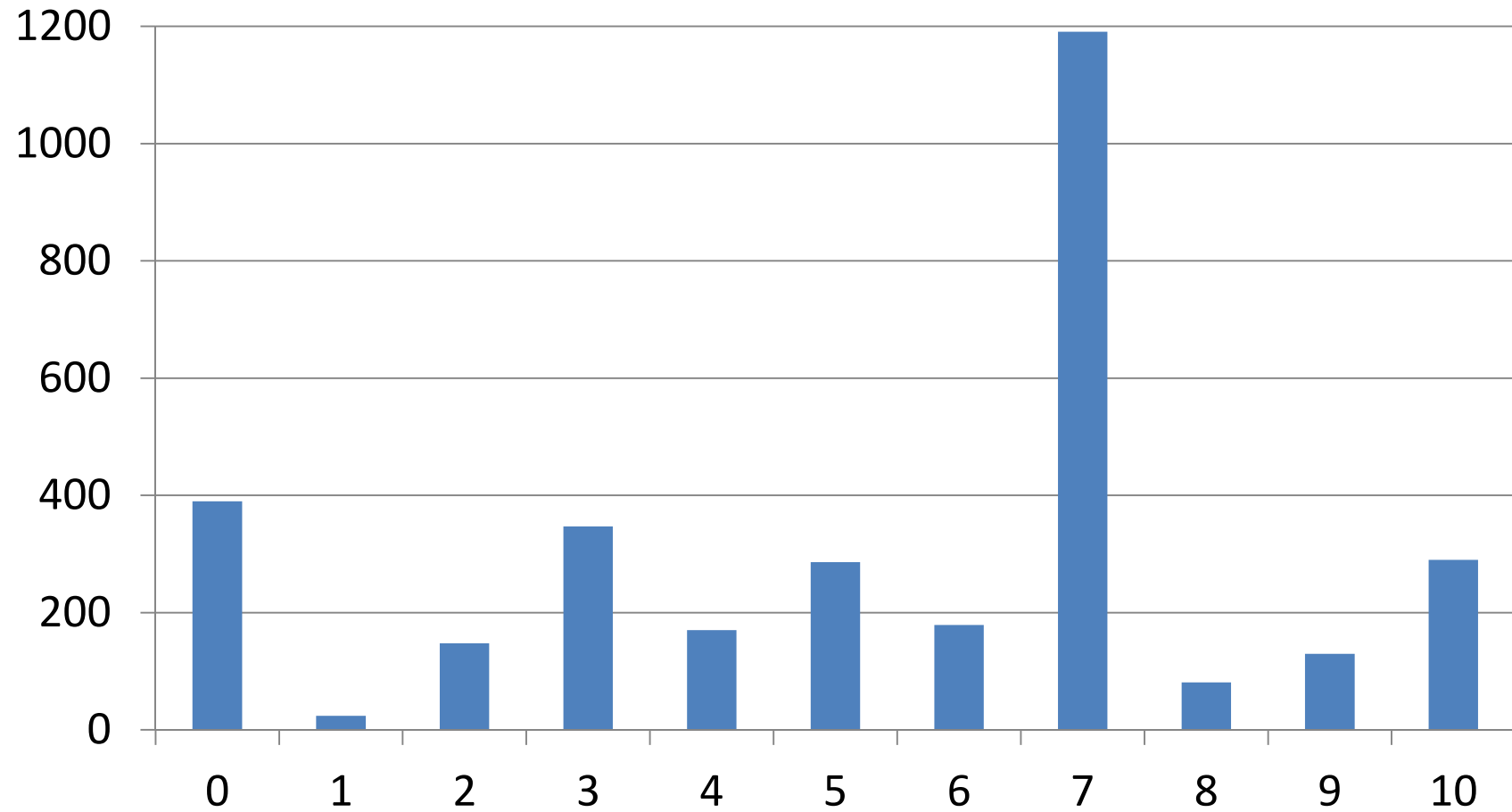
回答者の分布(職業)



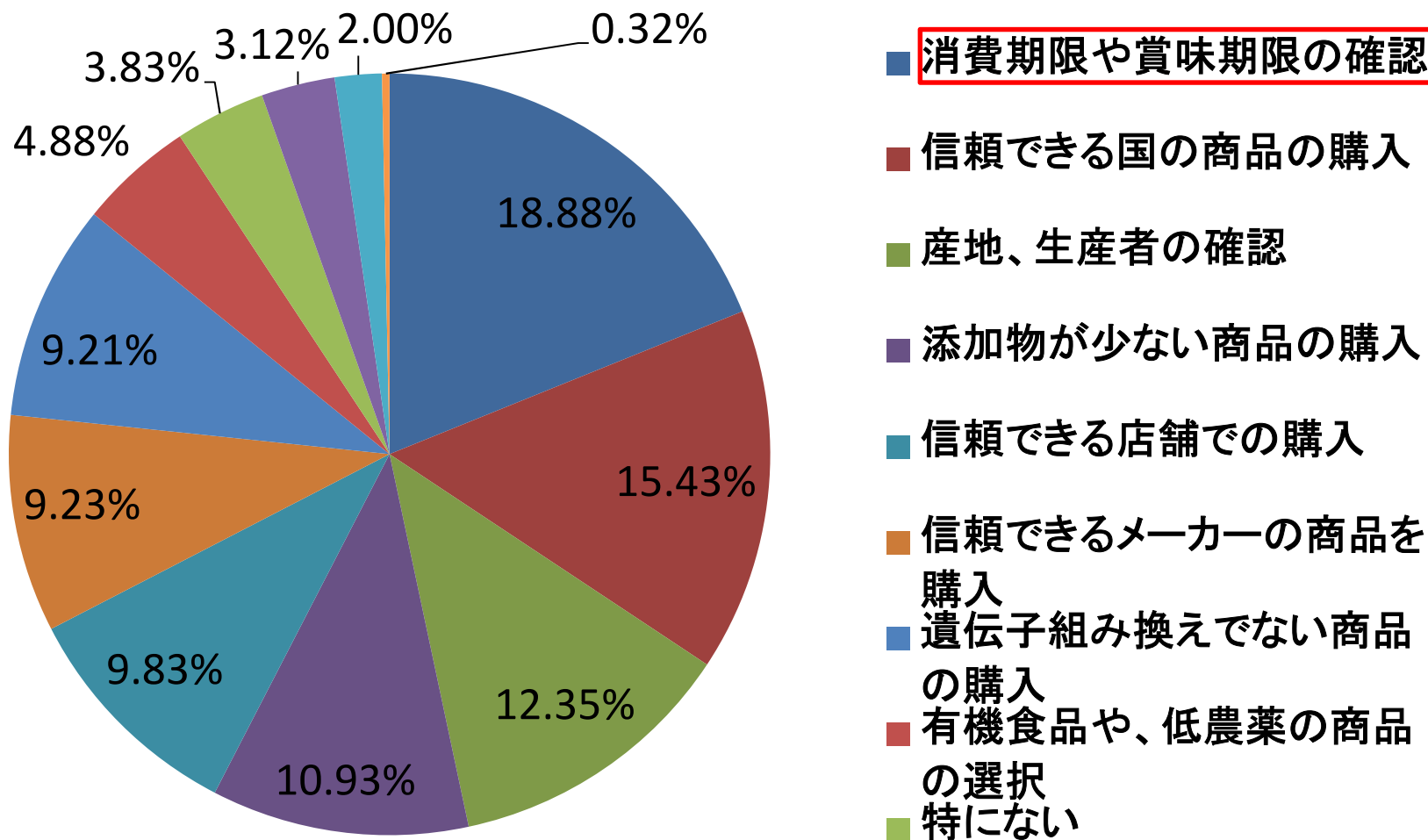
回答者の分布(年齢)



回答者の分布(高校卒業後の教育年数)



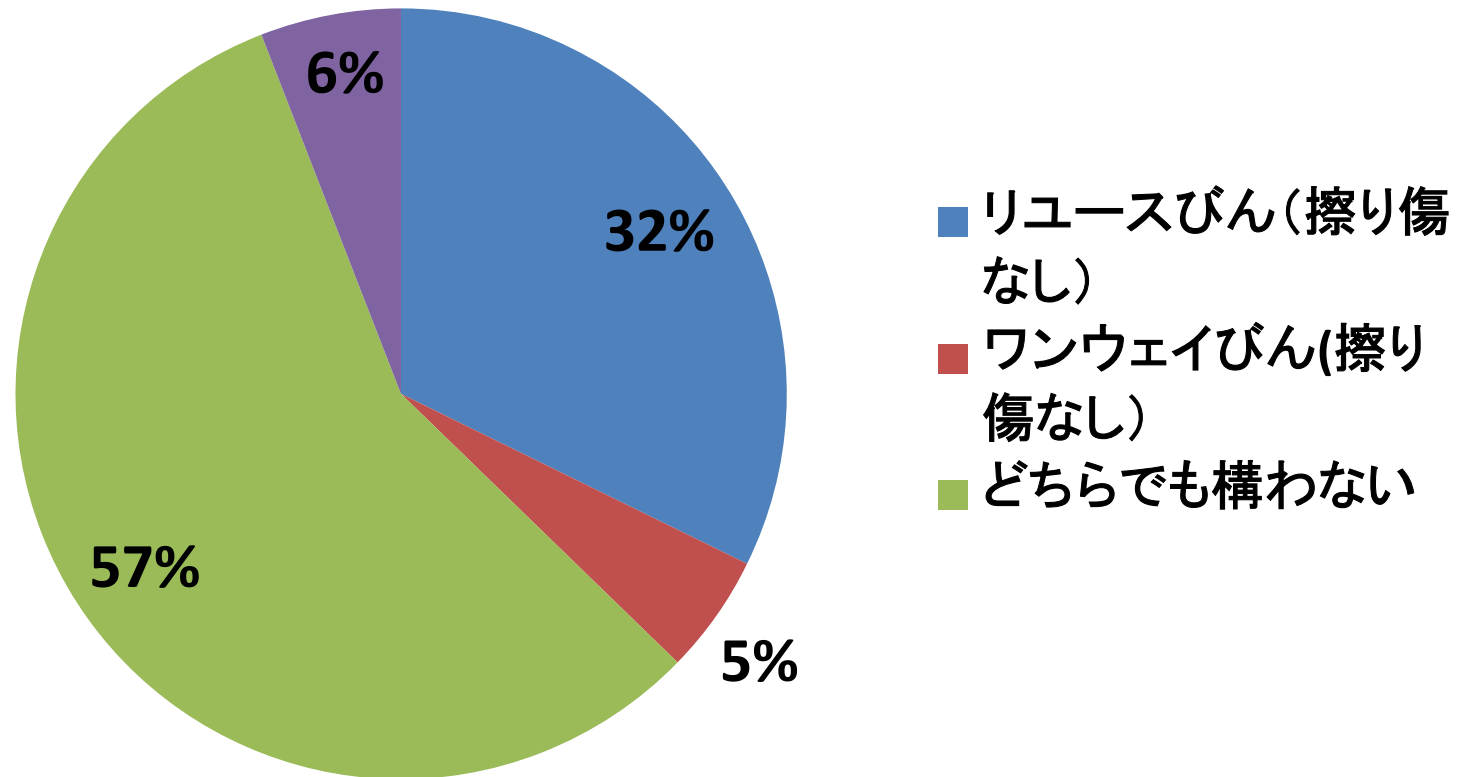
消費者の食の安全への関心



→リユースびんに対する消費者の購買回避の可能性

リユースびんに対する消費者のイメージ

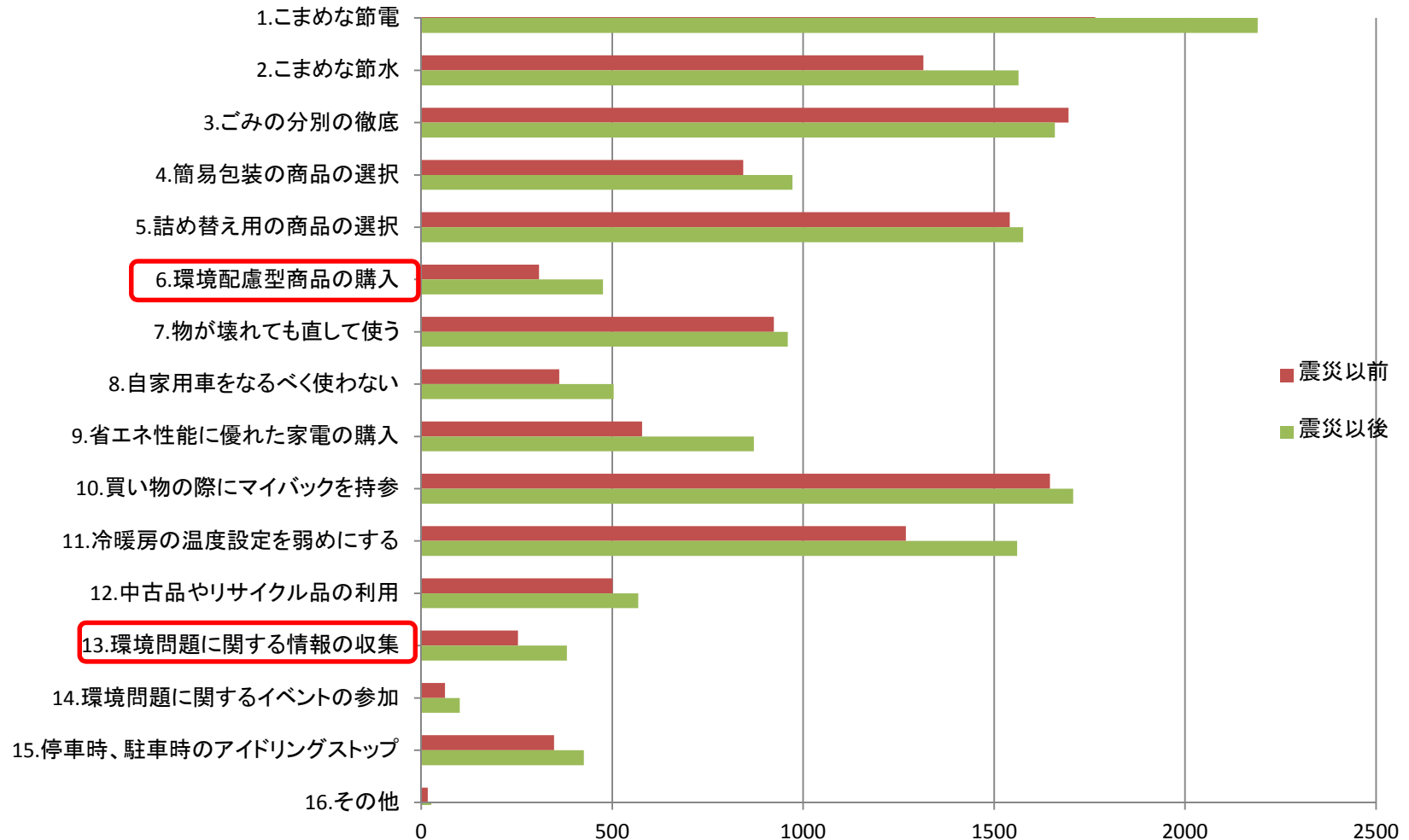
リユースびんとワンウェイびんのどちらを購入するか



傷の有無への関心はあるものの、リユースびんを消費者が忌避する傾向はあまり見られない。

震災前後での環境配慮行動の変化

Q: 震災以前(以後)に、あなたが環境保全のために注意していることはなんですか？



震災前後での環境配慮行動の変化(比率)

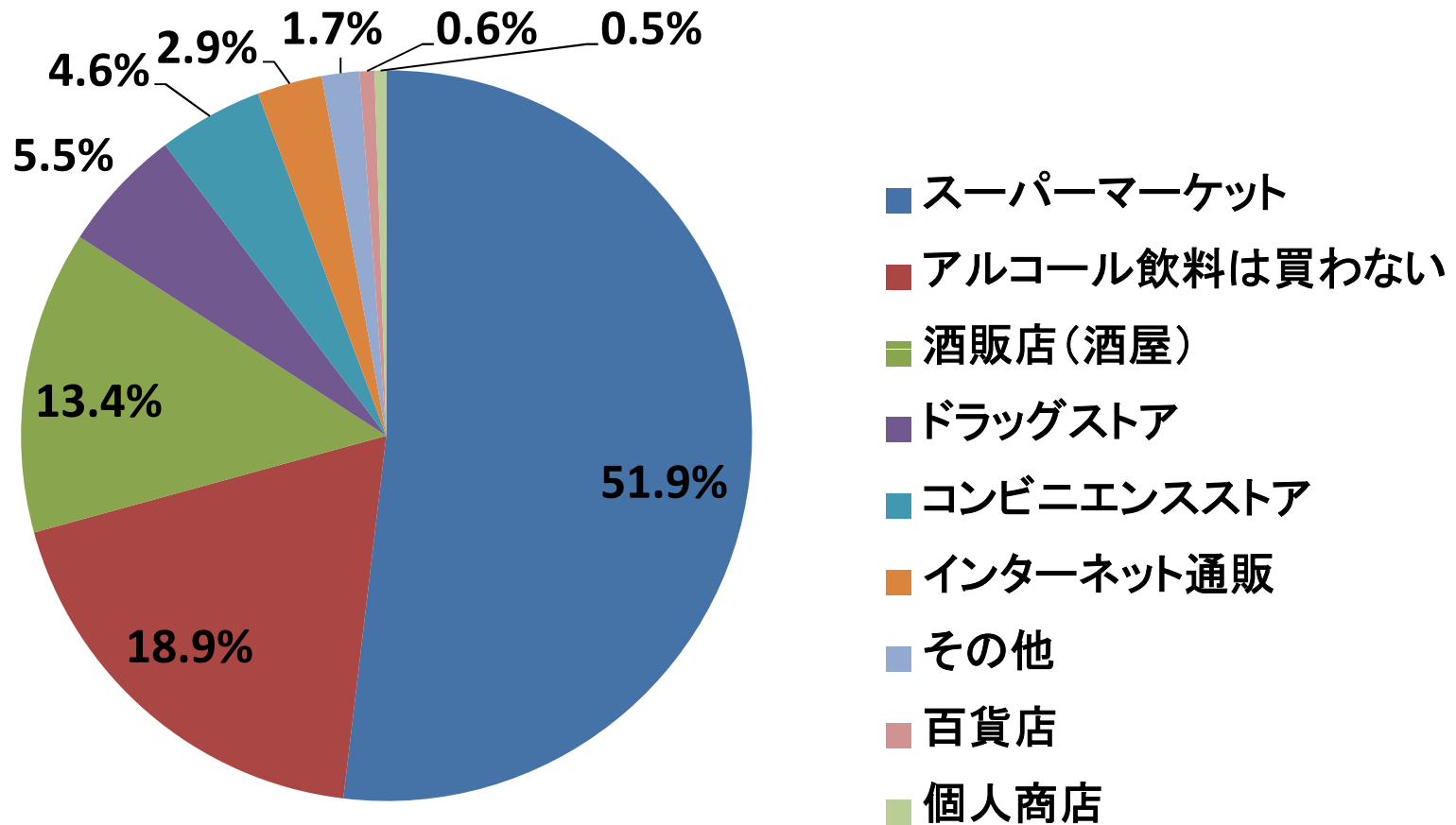
1.こまめな節電	+24.1%
2.こまめな節水	+18.9%
3.ごみの分別の徹底	-2.1%
4.簡易包装の商品の選択	+15.3%
5.詰め替え用の商品の選択	+2.3%
6.環境配慮型商品の購入	+54.5%
7.物が壊れても直して使う	+4.0%
8.自家用車をなるべく使わない	+39.6%
9.省エネ性能に優れた家電の購入	+50.7%
10.買い物の際にマイバックを持参	+3.7%
11.冷暖房の温度設定を弱めにする	+22.9%
12.中古品やリサイクル品の利用	+13.4%
13.環境問題に関する情報の収集	+50.6%
14.環境問題に関するイベントの参加	+62.9%
15.停車時、駐車時のアイドリングストップ	+22.4%

1. 省エネに対する意識が高まっている。
2. ゴミ分別については大きな変化はない。
3. 環境配慮型商品の購入と、環境問題についての情報収集に対する積極性が、大きく伸びている。



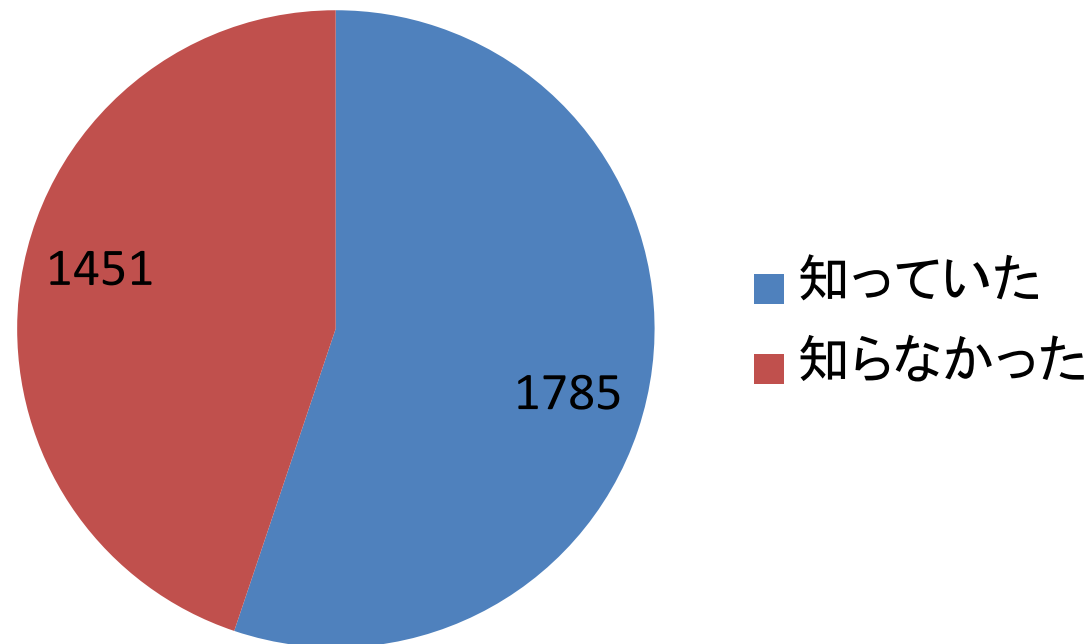
びんリユースに関する消費者の知識は？

一般家庭による アルコール飲料の購入元



リユースびんに関する消費者の知識①

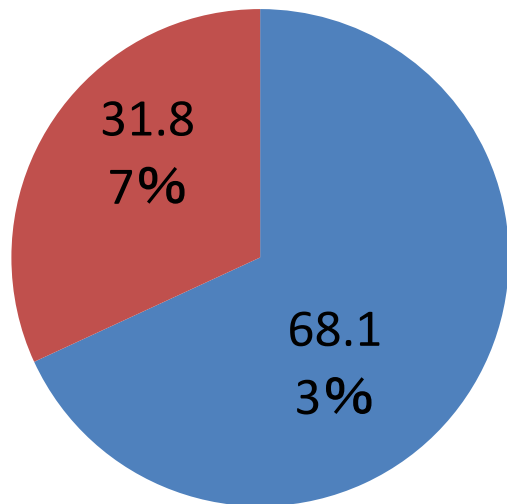
Q;酒販店や一部のスーパーで空の一升瓶や四合瓶を有料(5円や10円)で回収してくれることをご存知でしたか？



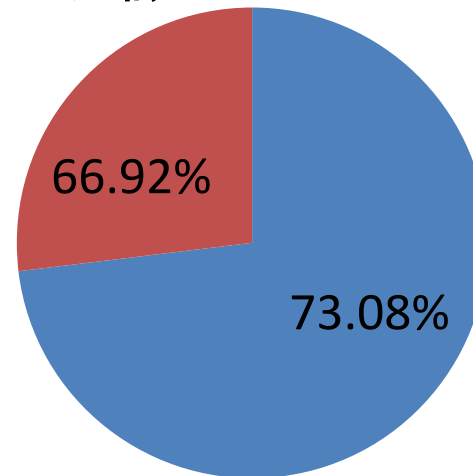
スーパー等でのアルコール飲料の購入が主になったので、びんの回収ルートへの関心が低くなっている可能性

環境配慮行動をとる消費者とビンの回収

環境配慮型の商品を購入する消費者
酒飯店でのびん回収に関する知識



環境問題に関する情報を入手し、
かつ環境配慮型の商品を購入する
消費者の酒飯店でのびん回収に関する
知識

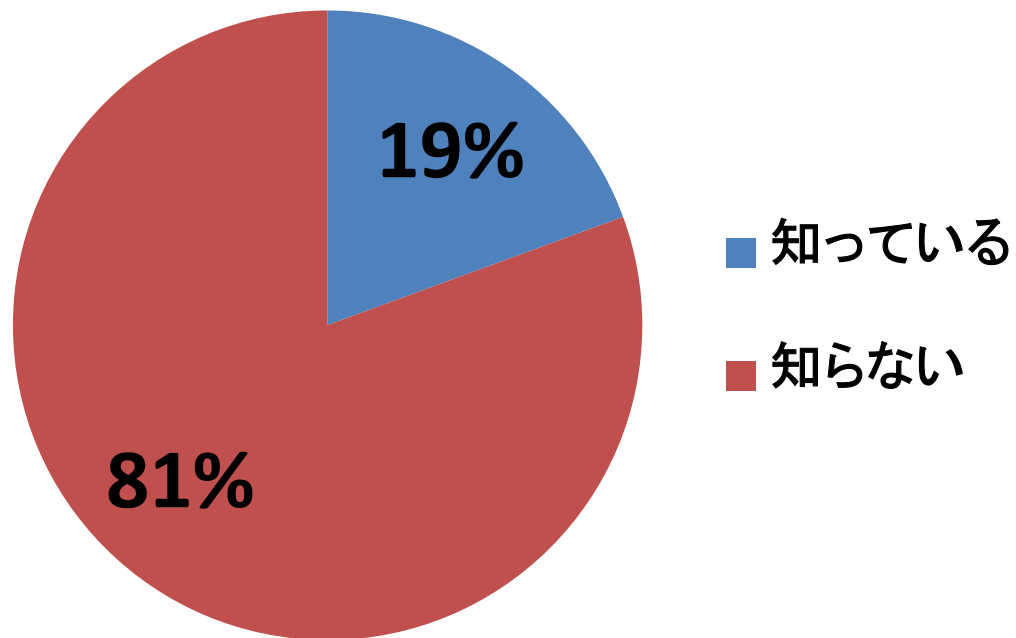


■ 知っていた
■ 知らなかった

環境配慮型の生活を送る消費者は、
びんの回収ルートへの関心が平均よりも高い。

リユースびんに関する消費者の知識②

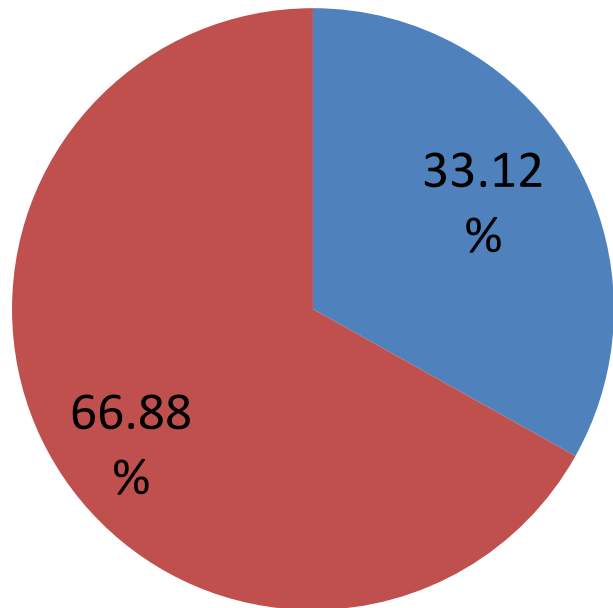
・リユースびんについての、新たな取り組み(Rびん)を知っていますか？



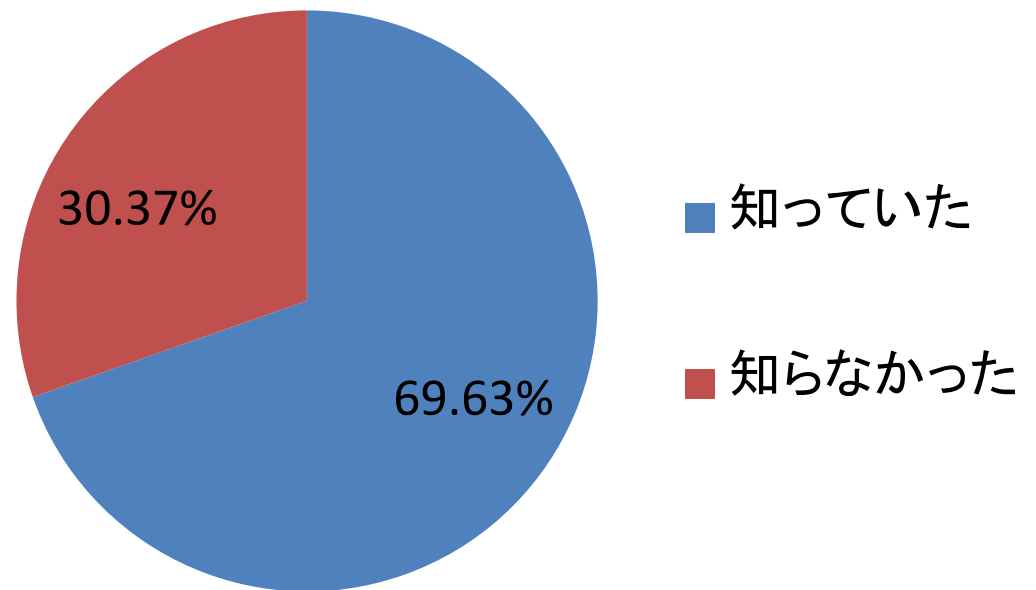
Rびんの認知度の低さ

消費者の環境配慮行動とリユースびん

環境配慮型の商品を購入する
消費者のRびんに関する知識



環境問題に関する情報を入手し、
かつ環境配慮型の商品を購入する
消費者のRびんに関する知識



→情報発信の重要性

調査からの含意

- 消費者の食の安全への関心は高いが、アルコール飲料の購入に際し、消費者はリユースびんとワンウェイを無差別に扱う。
- 傷がない場合においては、リユースびんを優先して購入する可能性もある。
- 従来より環境保全意識の高い消費者は、びんのリユースについてより高い知識を持っている。
- 震災後、環境保全に関する意識が高まっている。

→リユースびん利用の環境保全に対する貢献をアピールすれば、リユースびんの利用が消費者のアルコール飲料の購入意欲を減退しないと考えられる。