

－ 訪日外国人のペットボトルリサイクルに関する意識調査結果 －

訪日外国人の多くが日本の「ペットボトルはキャップ・ラベルをはずして分別」に驚き

**自宅でペットボトルのキャップ・ラベルをはずしている訪日外国人は33.3%で
日本人（81.4%^{※1}）とペットボトル分別に大きな差**

日本のペットボトルの環境配慮に対する優れた点は、「ラベルのはがしやすさ（剥離性）」を挙げる回答が最多

サントリー食品インターナショナル（株）は、訪日経験のある外国人「7か国計210名」を対象に、日本のペットボトルリサイクルに関する意識調査を実施しました。その結果、飲み終わったペットボトルの分別に日本人と大きな差が見られたことや、日本のペットボトルの環境配慮の取り組みや容器の工夫に関して高く評価していること、また訪日前後でペットボトルリサイクルに対する意識の変化が見られました。

調査結果 主要ポイント

- 1. 飲み終わったペットボトルのキャップ・ラベルをはずしている人は33.3%。日本人（81.4%^{※1}）との差が明らかに**
日本での資源の「分別ルール」に関して、「ペットボトルはキャップ・ラベルをはずして分別」に驚いたという回答が1位となりました。さらに、母国で「キャップとラベルを両方はずしている」と回答した人は33.3%となり、全国清涼飲料連合会が日本人を対象に実施した同様の調査結果の81.4%^{※1}と比較すると、大きな差があることが明らかになりました。
- 2. 日本のペットボトルの環境配慮の取り組みに関して、優れていると感じた工夫は「ラベルのはがしやすさ（剥離性）」が最多**
訪日外国人が、日本のペットボトルの環境配慮に対する取り組みにおいて優れていると感じた点は、「ラベルのはがしやすさ（剥離性）」が61.9%で最多。次いで、2位は「リサイクルボックスの使いやすさ・案内表示」、3位は「ボトルの軽量化（省資源）」という結果になりました。
- 3. 日本のペットボトルリサイクルを訪日外国人の89.5%が「評価する」と回答**
日本の使用済みペットボトルの約9割が何らかの用途にリサイクルされ、約4割が新しいペットボトルに再生（水平リサイクル^{※2}）されている^{※3}ことに対し、訪日外国人の89.5%が「評価する」（＝非常に高く評価56.7%＋やや評価32.9% ※詳細数値の合算による）と回答しました。
- 4. 訪日経験を経て、ペットボトルリサイクルに対する意識が向上**
訪日外国人の来日前後における、ペットボトルリサイクルに対する意識の変化を尋ねる設問では、来日前の自身の意識を69.1%の人が「高い」（＝とても高い28.6%＋やや高い40.5%）と回答したのに対し、来日後の自身の意識を84.2%の人が「高い」（＝とても高い45.2%＋やや高い39.0%）と回答。来日前と比較し、15.1ポイント上昇しました。

※1：全国清涼飲料連合会「清涼飲料水容器のリサイクルに関する消費者意識調査2025」より

※2：使用済みペットボトルをリサイクルして、新しいペットボトルに再生すること

※3：PETボトルリサイクル推進協議会「年次報告書2025」

本調査の基本情報

■ 調査実施の背景

世界的に資源循環への関心が高まる中、日本のペットボトルの回収率・リサイクル率は高い水準を維持しています。また、日本政府観光局による最新の統計^{※4}にて年間の訪日外国人旅行者数が過去最高となる4,200万人に到達するなど、インバウンドが一層勢いを増している状況を受け、外国人の視点から見た日本のペットボトルリサイクルについての調査を実施しました。

※4：日本政府観光局「訪日外客統計」2025年12月推計値（2026年1月21日発表）

■ 調査概要

調査名：訪日外国人のペットボトルリサイクルに関する意識調査

調査主体：サントリー食品インターナショナル（株）

調査方法：インターネット調査

調査対象：訪日経験者 210名

対象国：7カ国（米・中・韓・独・仏・伊・英）※各国30名

調査期間：2025年12月8日～22日

ペットボトルの分別に関する日本人との差

日本の街なかや家庭における「分別ルール」に関して驚いたことの1位は「ペットボトルはキャップ・ラベルをはずして分別」

「日本で街なかや家庭における、資源の『分別ルール』に関して驚いたこと」の1位に「ペットボトルはキャップ・ラベルをはずして分別」、2位に「屋外のリサイクルボックスが資源ごとに分かれている」、3位に「家庭ごみの分別カテゴリが細かい」が選ばれ、訪日外国人の視点から見た、日本の細やかな分別ルールに対して驚いたポイントが分かりました。〔図1〕

〔図1〕 訪日外国人から見た、日本の街なかや家庭における「分別ルール」に関して驚いたこと

日本で街なかや家庭における「分別ルール」に関して驚いたこと（上位3項目）		
1位	ペットボトルはキャップ・ラベルをはずして分別	58.1%
2位	屋外のリサイクルボックスが資源ごとに分かれている	41.0%
3位	家庭ごみの分別カテゴリが細かい	38.1%

母国における、自宅で飲み終わったペットボトルの分別に関して33.3%が「キャップ・ラベルともにはずしている」と回答

母国にて、「自宅で飲み終わったペットボトルのキャップ・ラベルをともにはずしている」と回答した訪日外国人は33.3%となりました。また、全国清涼飲料連合会が日本人を対象に実施した調査^{※1}における同じ内容の設問では、日本人の81.4%がキャップ・ラベルともにはずしている結果となっており、その行動に大きな差があることが分かりました。

一方で、「外出先（屋外）」においては訪日外国人と日本人でほぼ同水準

外出先（屋外）においてキャップ・ラベルともにはずしている訪日外国人の割合と日本人の割合^{※1}は、ともに約3割とほぼ同水準であることが分かりました。[図2]ここから、自宅ではきれいな分別ができている日本人も、外出先（屋外）での分別においては改善の余地があることが考えられます。今後、水平リサイクルのさらなる推進には「外でもきれいな分別」が重要になっていきます。

[図2] 訪日外国人および日本人が、自宅・外出先(屋外)で飲み終わったペットボトルのキャップ・ラベルをともにはずしている人の割合

キャップ・ラベルともにはずしている		
自宅	訪日外国人	33.3%
	日本人	81.4%
外出先(屋外)	訪日外国人	31.4%
	日本人	30.3%

日本のペットボトルに関する環境配慮の取り組みへの評価

日本のペットボトルの環境配慮の取り組みに関して、優れていると感じた工夫は「ラベルのはがしやすさ（剥離性）」が最多

日本のペットボトルに関する環境配慮の取り組みの中で、訪日外国人が優れていると感じた工夫として、「ラベルのはがしやすさ（剥離性）」が61.9%で最多となりました。流通の過程ではがれず、分別する際にはがしやすいうラベルは、多くの訪日外国人にとって新鮮かつ効果的な取り組みとして受け止められていると考えられます。また、2位は「リサイクルボックスの使いやすさ・案内表示」（55.2%）、3位は「ボトルの軽量化（省資源）」（47.6%）という結果になり、訪日外国人の視点から見ると、多様な工夫が評価されていることがうかがえます。[図3]

[図3] 日本のペットボトルの環境配慮の取り組みに関して優れていると感じた工夫

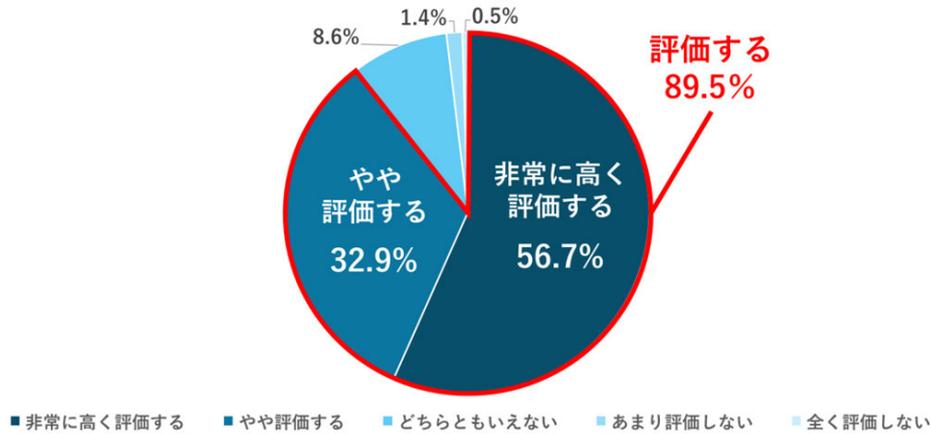
日本のペットボトルの環境配慮の取り組みに関して優れていると感じた工夫（上位3項目）		
1位	ラベルのはがしやすさ(剥離性)	61.9%
2位	リサイクルボックスの使いやすさ・案内表示	55.2%
3位	ボトルの軽量化(省資源)	47.6%

日本の使用済みペットボトルのリサイクル状況についての評価

日本の使用済みペットボトルのリサイクル状況を訪日外国人の89.5%が「評価する」と回答

調査実施時、日本の「使用済みペットボトルの約9割が何らかの用途にリサイクルされ、約4割が新しいペットボトルに再生（水平リサイクル）されている」ことに対し、訪日外国人の89.5%が「評価する」と回答しました。[図4]

【図4】 訪日外国人による、日本の使用済みペットボトルのリサイクル状況に関する評価
※小数点第2位を四捨五入しているため、グラフ内の数値と合計値との間に差が出ています。



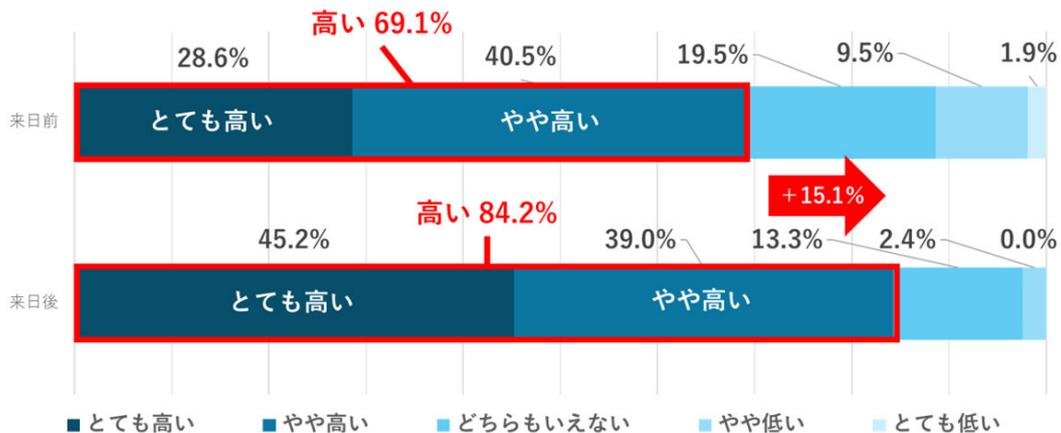
訪日経験を経て、ペットボトルリサイクルに対する意識が向上

来日前後でのペットボトルのリサイクルに対する自身の意識の変化

「とても高い～やや高い」と回答した人の割合は、来日前69.1%、来日後84.2%（来日前と比較して+15.1ポイント上昇）

訪日外国人の、来日前後におけるペットボトルリサイクルに対する意識の変化を尋ねる設問では、来日前の自身の意識を69.1%の人が「高い」（＝とても高い28.6%+やや高い40.5%）と評価したのに対し、来日後の自身の意識では84.2%の人が「高い」（＝とても高い45.2%+やや高い39.0%）と回答しており、15.1ポイント上昇しています。[図5]

【図5】 来日前後のペットボトルのリサイクルに対する自身の意識の変化
※小数点第2位を四捨五入しているため、合計値は100.0%になりません。



日本のペットボトルリサイクルに関して、寄せられた声（自由回答）

環境や容器において優れていると感じた点、母国に持ち帰りたい・広めたいと思う点

日本のペットボトルリサイクルは、生活習慣に深く浸透した仕組みとして、訪日外国人から高い評価を得ていることが明らかになりました。特に、ラベルのはがしやすさなどリサイクルを前提とした「容器の工夫」、自販機横のペットボトルリサイクルボックスといった「インフラ」、そして日常に根付いた「分別の習慣」が、日本のペットボトルリサイクルに関する強みとして支持されています。

【環境や容器において優れていると感じた点】

- 日本では人々にとって当たり前の日常になっている一方、私の国ではそこまで整理されていない（アメリカ 30代）
- 自販機のそばにあるリサイクルボックスのおかげで、リサイクルしやすくなっている（イギリス 30代）
- ペットボトルの分別が多言語で分かりやすく案内されていた（イギリス 30代）
- ペットボトルはキャップやラベルをはずすことで、簡単にリサイクルできる（イタリア 40代）
- ラベルのはがしやすさ（韓国 40代）
- リサイクルに関してとても厳格であること（韓国 20代）
- ペットボトル本体が軽くてつぶしやすく処理しやすい点は見習うべき（中国 30代）
- ペットボトルの設計段階から、ラベルをはがし、ボトルをつぶして分別するというリサイクルの流れまできちんと考えられており、その習慣が根付いている（中国 30代）

【母国に持ち帰りたい・広めたいと思う点】

- 明確で標準化されたリサイクルの工夫を自国にも導入してほしい。私は日本の明快で標準化されたリサイクルの工夫をとても高く評価している（アメリカ 50代）
- 日本で使われているあらゆるリサイクルの方法と容器の工夫を、私の国でも全て導入してほしいと思う（イギリス 30代）
- 「ボトル t o ボトル」水平リサイクルを、私の国でももっと重視してほしい（イギリス 30代）
- 飲み終わったペットボトルは、キャップをはずし、ラベルをはがして処理すべきだと思う。ペットボトル本体もよくすすいでから、専用のペットボトルリサイクルボックスに入れるべき。もっと厳しいルールが必要だと感じる（イギリス 30代）
- ラベルが簡単にはがれる点と、リサイクルや分別に対する意識が高い点（韓国 40代）
- ペットボトルをつぶして体積を小さくできるようになること（中国 30代）
- 私が広めたいと思うのは、「ラベルをはがしやすさ」、「軽量化されたペットボトルデザイン」、「屋外リサイクルボックスの分かりやすい分類表示」（中国 40代）
- ラベルやキャップをはずすことを推奨する点と、街中にもっとリサイクルボックスを設置し啓発ポスターを増やすこと（ドイツ 20代）
- 「ボトル t o ボトル」水平リサイクルは、私の国でも導入すべき良い解決策だと思う（フランス 30代）

外国人インフルエンサーによる動画投稿について

今回の調査結果と合わせて、人気外国人インフルエンサー『ナインだよ』、『Bebechan』、『Kyle Metcalf』の3名が、日本のペットボトルの分別が外国人にどう映っているか、それぞれの視点で伝えるショート動画を2月28日（土）より順次公開予定です。

<インフルエンサー紹介>

●ナインだよ（タイ出身）



決め台詞「お前らよく聞け！」でおなじみ、バンコク在住のタイ人 TikToker。タイ文化や観光ネタを絶妙なカタコト日本語で発信。初期投稿から100万再生を超える動画を多数投稿し、現在もミリオン動画を多数保持。その他に「周知の事実～」シリーズも毒舌ツッコミがクセになると日本の若年層で拡散中。日本テレビ『Day Day.』、NHK『#バズ英語～SNSで世界をみよう～』など日本のTVにも出演。2025年2月にはバンコクで初のファンミーティングを開催し、多くのファンが来場した。

【コメント】

私の出身地タイではペットボトルのリサイクルボックスが日本と違い、とっても少ないです。バンコクで渋滞ゼロの日ぐらい少ないです。日本の方のリサイクル意識は高く、もはやこれは世界に誇れるBUNBETSUカルチャー！タイでも広めたいね！

【公式 TikTok アカウント】 <https://www.tiktok.com/@ninedayo>

●Bebechan（フランス出身）



フランス・ニース出身で現在は東京を拠点に活動する人気インフルエンサー。日本文化に魅了され、日常の暮らしや日仏の文化の違いを楽しく紹介する動画を発信しています。

自身の YouTube チャンネル「Bebechan—日本のフランス人」は登録者数85万人を超え、SNSの総フォロワー数は120万人以上。フランス人ならではの視点で日本の魅力を発信し、日本とフランスの「架け橋」となることを目指して活動を続けています。

【コメント】

日本では、分別ルールがとても厳しく、時には少し複雑だと感じることもありますが、その分、説明がとても丁寧で分かりやすい点が印象的でした。リサイクルボックスの案内表示やピクトグラムが見やすく、外国人でも理解しやすい工夫がされていると思います。また、ペットボトルのラベルも簡単にきれいに剥がせるため、分別が前提として考えられた容器だと感じました。ルールが厳しいだけでなく、「守りやすくする工夫」がしっかりされている点に、いつも良さを感じています。

【公式 YouTube アカウント】 https://www.youtube.com/@bebechan_france

【公式 TikTok アカウント】 [tiktok.com/@bebechan_france?t=8ruPjAKyGaw&r=1](https://www.tiktok.com/@bebechan_france?t=8ruPjAKyGaw&r=1)

【公式 Instagram アカウント】 [instagram.com/bebechan_france](https://www.instagram.com/bebechan_france)

● Kyle Metcalf (アメリカ出身)



ストリートインタビューを通して日本語習得を目指す総フォロワー 140 万人超えのアメリカ出身のクリエイター。さまざまな職や年代の方へのインタビューを通して日本語を習得したり、日本の文化に触れたりする様子を発信中。

【コメント】

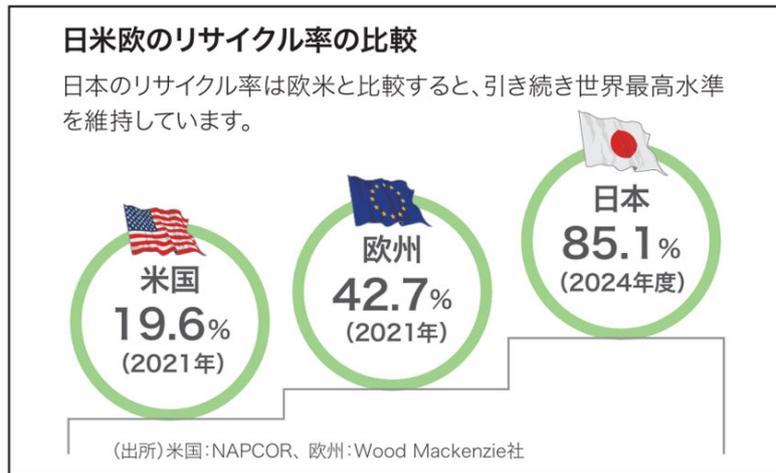
サントリーを訪問し、使用済みのペットボトルが回収され、新しいペットボトルへと生まれ変わるプロセスについて学びました。特に印象的だったのは、「ボトル to ボトル」という水平リサイクルが、特別な技術だけで成り立っているのではなく、キャップやラベルをはずすといった一人一人の適切な分別行動によって支えられているという点です。日本では、ラベルを簡単にはがせる設計や分別しやすい仕組みが当たり前のように取り入れられており、こうした小さな積み重ねが効果的な水平リサイクルにつながっていることを強く実感しました。外出先でも、これまで以上に分別を意識したいと思うきっかけにもなりました。

【公式 TikTok アカウント】 https://www.tiktok.com/@im_kyle_metcalf

日本におけるペットボトルリサイクルの現状

日本においては、ペットボトルの回収スキームが整っていることもあり、ペットボトルの回収率・リサイクル率は約9割^{※3}で、欧米諸国と比較して非常に高い水準となっています。[図6] 清涼飲料業界では、リサイクルのなかでも、限りある資源を国内で有効利用できる「ボトルt o ボトル」水平リサイクルを推進しています。業界として、2030年に「ボトルt o ボトル」水平リサイクル比率5割を目標としており、現状約4割^{※3}となっています。[図7]

[図6] 日米欧のペットボトルリサイクル率の比較



[図7] 国内の「ボトルt o ボトル」水平リサイクル率の推移



「ボトル to ボトル」水平リサイクルについて

「ボトル to ボトル」水平リサイクルは、新たな化石由来原料を使わず、ペットボトルを資源として国内で何度も循環することができます。また、新たな化石由来原料を使用してペットボトルを製造する場合と比較して、CO₂排出量を約60%削減^{※5}することができます。〔図8〕

〔図8〕 「ボトル to ボトル」 水平リサイクル



※5：使用済みペットボトルからプリフォーム製造までの工程において

「ボトル to ボトル」水平リサイクル推進の課題とサントリーグループの活動

使用済みペットボトルの回収において、家庭ではきれいに分別されている一方で、家庭の外では分別が十分に進んでいないという課題があります。また、飲み残しや異物が入っているペットボトルは、新しいペットボトルに生まれ変わることが難しいという事実は十分に知られていません。

サントリー食品インターナショナル（株）は、2012年に国内清涼飲料業界で初めて「ボトル to ボトル」水平リサイクルによる100%リサイクルペットボトルを「サントリー烏龍茶」2Lに導入^{※6}して以降、さまざまな商品に積極的に導入しており、2023年からは国内において2本に1本が100%リサイクルペットボトルとなっています。

サントリーグループは、これまでもペットボトルの分別啓発コミュニケーションに注力しており、あえてペットボトル飲料を飲み終える場面から始まり、外でもキャップとラベルをきれいに分別するTV-CM・WEB動画の制作や、小中学校・商業施設などでの出張授業などの取り組みを行ってきました。今後も、ご家庭できれいに分別していただいているのと同様に、ご家庭の外でも分別いただけるよう、「外でもきれいな分別」に注力したコミュニケーション活動を強化していきます。

サントリーグループは、「人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、『人間の生命（いのち）の輝き』をめざす。」をわたしたちの目的に掲げ、創業以来、持続可能な社会の実現を目指してきました。“すべてのペットボトルに、リサイクル素材あるいは植物由来素材等を使用することで、化石由来原料の新規使用をゼロにする”という「ペットボトルの100%サステナブル化」と持続可能な社会の実現に向け、引き続き活動を推進していきます。

※6：メカニカルリサイクルとして