

全国清涼飲料工業会 エグゼクティブ・サマリー

はじめに。

清涼飲料業界においても、原材料（中身・容器包装）の調達、製造、物流、回収・リサイクル（容器包装）、といった事業活動領域で何らかの環境負荷が生じている。清涼飲料業界では環境保全活動に向け、地球温暖化防止、容器包装の3Rの推進、産業廃棄物の削減に関して「環境自主行動計画」を策定し、目標達成に向けて、会員企業・賛助会員企業協働で様々な積極的取組みを展開している。

また、2020年の次期計画である「低炭素社会実行計画」においても、すべて事業領域で温暖化ガス削減の取組みを行うこととした。

1. 清涼飲料水業界の概況（歴史と変遷）・・・P2

●成長への準備期「1945～1979」

幕末、ペリーが幕府役人に出した「レモネード」が清涼飲料の元祖といわれ、戦後、「贅沢品から大衆品へ」と価値観が変わっていった。

●開花期「1980～1999」

80年代に入り、商品・容器・販売チャネルの多様化が進み、特にPETボトルの登場により容器の構成が大きく変わった。

●成長期から成熟期へ「2000～2011」

消費者の健康志向の高まりとともに無糖茶飲料・ミネラルウォーター・特保商品など、ますます商品・容器の多様化が進んだ。

2. 清涼飲料水の役割・・・P3

安心・安全の信頼性を基本として、止渴性、爽快感をはじめ、場合によってはエネルギーや栄養を提供するという役割を持っている。

また、震災時等での緊急的なライフラインのひとつとして貴重な役割も担っている。

3. 業界の環境負荷低減への取組み・・・P4～P5

業界では独自に自主行動計画を策定し、関連団体と協働で3Rの推進に努力している。

例えば、容器では、種別ごとに軽量化目標を設定し、結果をフォローアップしており、2010年度では飲料用紙容器以外で大幅な軽量化が達成できた。

特にPETボトルでは2010年度3%の軽量化目標に対して、7.6%の軽量化をほかり、資源節約量では過去5年間で165千tとなった。

その他にも、町美化や環境教育・リユース事業への支援など積極的に

活動を展開している。

また、製造部門では、エネルギー使用にあたり、CO₂排出量の少ない燃料への転換を進めた。燃料転換をしなかった場合と比較すると排出量指数で0.44と推定。今後も、いっそうの燃料転換や、新たな自然エネルギー（太陽光等）の導入・活用を推進し、環境負荷を低減していく。

付属説明資料・・・・・・・・・・P6－P8

製造過程におけるエネルギーの使用量は、製造量・製造方法・使用する容器などで大きく変わるため、1990年と2010年を対比した。

- ① 製造量では1990年比2.25倍
- ② 容器別ではPETボトルが大きく伸長した。
PETボトルは1982年に許可され、小型PETボトルは1996年に解禁された。2000年に入り、飲料メーカー自身がPET容器の内製化を始め、現在ではPETボトル全体の半数を占めている。
- ③ 中身別では、低温充填（エネルギー小）、高温充填（大）、レトルト（大）、無菌充填（中）など、商品カテゴリーにより、使用量が異なるため、1990年と2010年の対比をした。

1990年と比べ、現在では多品種化が進んだことがうかがえる。

製造工程では、同一ラインで品種を切替える際に洗浄などでエネルギー消費が増加するため、効率的な製造・切替が課題となっている。

4. 低炭素社会実行計画の目標と設定の根拠・・・・・・・・・・P9－P15

目標設定にあたり、1990年と2010年の上記、容器別・カテゴリー別のデータ分析と合わせて、燃料転換のシミュレーションを試みた。

商品カテゴリー構成は消費者の選択によるものであり、参考値とした。

また、容器別では、1990年には飲料メーカー自身によるPET容器の内製化は実施されておらず、基準年の変更も検討したが、結果、PET内製化を除く数値目標とした。

5. 目標達成のための重点取組み項目・・・・・・・・・・P16

総合的に、燃料転換を柱とした施策で「1990年比10%減」の目標としあわせて重点取組み項目での活動を推進し目標達成を目指す。

以上