

## 環境マネジメント

## 考え方と推進体制

## 環境理念・方針

## アサヒ飲料グループ 環境方針

## 基本理念

私たちが健康で豊かな生活を営むためには、地域や地球の美しい自然に恵まれた環境が必要であります。

この地域、地球をできるだけ健全な状態で、次代に引き継ぐことが現在の私たちに与えられた責務であると自覚致します。

我が社は、その事業活動を通して、環境の負荷低減に積極的に取り組み、環境保全型社会を築くために考え行動いたします。

## 行動指針

- 社会のルールを遵守することはもとより、環境負荷を低減する社内体制の整備と社員の意識の高揚に努めます。
- 研究開発、原材料調達、生産、流通、販売・サービスにおいて環境に及ぼす影響を評価し、環境保全に配慮した商品開発、技術開発に努めます。
- 省エネルギーを推進し、CO<sub>2</sub>・フロンなどの温室効果ガスの排出削減に努めます。
- 省資源を推進し、廃棄物の削減に努め、資源のリサイクルに取り組みます。
- 企業市民として、地域社会との共生に努め、社会の環境活動にも積極的に参加致します。
- 私たちにとって貴重な「水」を大切に、健全な水循環への配慮に努めます。
- 環境への取り組みを適切に情報開示し、社会とのコミュニケーションに努めます。

## ▶ アサヒグループ環境基本方針

<http://www.asahigroup-holdings.com/csr/environment/policy.html>

## 環境マネジメント体制

アサヒ飲料では、アサヒ飲料グループとして環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の統合認証を取得し、継続的に環境マネジメントシステムを改善し、運用しています。

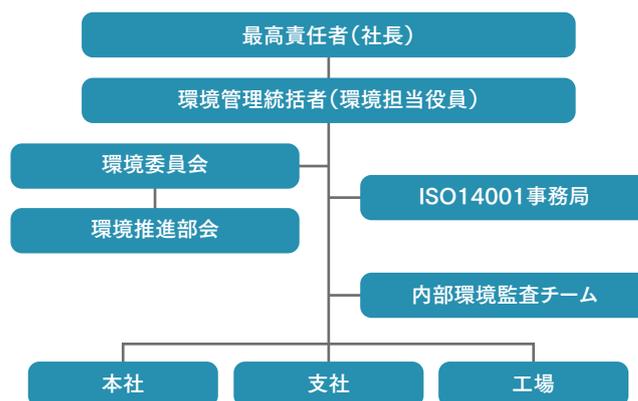
環境目的・目標を設定し、Plan(計画)・Do(実行)・Check(点検)・Action(改善)というPDCAサイクルを運用して、環境負荷低減を継続的に進めています。

## ■ 推進体制

社長を最高責任者とした体制のもと、環境管理統括者(環境担当役員)を実行責任者、「環境委員会」を上位意思決定機関として組織し、本店・支社・工場・カルピス本社・カルピス工場の各サイトと連動しています。

「環境委員会」では、環境マネジメントシステムに関わる審議・決定機関として、環境目的・目標の審議・決定や、環境マネジメントシステムの実施状況の確認を行っています。

## 環境マネジメント推進体制



## ■ ISO14001 認証取得状況

アサヒ飲料グループでは、2000年より各事業場単位で認証を取得し、環境活動を展開してきました。より効率的で実効性の高い全社レベルでの環境マネジメントシステムへ移行させるため統合認証を取得しました。

### アサヒ飲料グループ 環境マネジメントシステム取得状況

| 工場/事業所            | 認証取得     |
|-------------------|----------|
| カルピス(株) 岡山工場      | 2000年6月  |
| アサヒ飲料(株) 北陸工場     | 2000年9月  |
| アサヒ飲料(株) 明石工場     | 2000年10月 |
| カルピス(株) 群馬工場      | 2000年12月 |
| カルピス(株) 全社        | 2003年6月  |
| アサヒ飲料(株) 富士山工場    | 2006年7月  |
| アサヒ飲料(株) 六甲工場     | 2015年9月  |
| アサヒ飲料(株) 本社・支社・支店 | 2016年4月  |
| アサヒ飲料グループ 統合認証    | 2016年6月  |

## ■ ISO14001 内部環境監査

アサヒ飲料グループでは、構築した環境マネジメントシステムがISO14001に適合しているか、また適切に実施、維持管理されているかを確認するため、内部環境監査を実施しています。教育・訓練を受けた監査員が各事業場の環境法規制の順守状況や、実施計画の進捗状況、ISO14001の周知状況を検証し、指摘事項があった場合には、そのすべてに対して是正と改善に取り組んでいます。2016年度の監査の結果、指摘事項はありませんでした。

監査実施期間：2016年7月～2016年11月

監査対象拠点：本店、4支社、4支店

## 内部監査

アサヒ飲料グループでは、ISO14001の内部環境監査とは別に、環境リスクの高い廃棄物管理においては、コンプライアンスチェック機能としての監査を実施しています。

2016年度に行った監査項目と、主な指摘事項・是正状況は下記の通りです。

監査実施期間：2016年1月～2016年12月

監査対象拠点：本店、6支社、自社2工場、カルピス(株)2工場、(株)ミチノク

### 監査項目一覧と結果

|                 | 監査項目  | 工場   | 営業拠点 |
|-----------------|---|------|------|
| 1. 廃棄物<br>管理体制  | (1)文書管理<br>(2)契約内容<br>(3)廃棄物処理業者管理<br>(4)マニフェスト管理                                 | 5件   | 6件   |
| 2. 環境面・<br>外部関連 | (1)周辺住民苦情・行政立入り<br>(2)(1)に対する解決<br>(3)環境美化活動<br>(4)環境マネジメント進捗確認<br>(Asahi Way ほか) | 問題なし | 1件   |
| 3. 提出書類<br>公害関係 | (1)対官庁提出書類<br>(2)公害<br>(3)諸許認可証・届出  | 問題なし | 問題なし |
| 4. 現場確認         | (1)場内管理   | 問題なし | 問題なし |

## 環境関連の重大事故・苦情発生状況

アサヒ飲料グループは、ISO14001の管理手法に基づいて環境リスクの把握や抑制に取り組んでいます。2016年度、アサヒ飲料グループにおいて環境に関わる重大な事故・苦情はありませんでした。

# 環境ガイドライン

## 容器包装・販促品の環境ガイドライン

アサヒ飲料では、缶・PETボトル・ガラスびん・段ボール・ラベル・キャップなどの容器包装資材について、ガイドラインを制定し、3R<sup>\*</sup>の観点から、省資源・軽量化・リサイクル性向上に努めています。

※ 3Rとは、Reduce(リデュース:廃棄物等の発生抑制)／Reuse(リユース:再利用)／Recycle(リサイクル:再生利用)の総称。

### 商品・販促品の環境負荷低減のための環境ガイドライン

発効日 2000年7月

#### 1.目的

「商品・販促品の環境負荷低減のための環境ガイドライン」を遵守することにより、環境保全に配慮した商品開発及び営業活動における廃棄物の削減及びリサイクルの推進に取り組み、アサヒグループの環境保全活動の推進に寄与することを目的とする。

#### 2.基本方針

##### 2.1:グリーン調達

商品における容器包装及び販促品の製作・採用にあたってはグリーン調達に配慮する。それは、エコマーク・エコラベル認定品の積極的な採用及び使用後のリサイクルに配慮した素材の採用を含む。

##### 2.2:商品開発

商品の開発に際しては、その容器及び包装形態において環境に配慮する。

##### 2.2.1:容器

商品容器の素材については、軽量化、単一素材化、リサイクル可能な素材の導入をはかり、省資源・省エネルギー・リサイクルの推進に努める。

##### 2.2.2:容器包装

容器包装は簡素化をはかり、廃棄物発生量の削減に努める。

##### 2.3:販促品

販促品の製作、採用、使用にあたっては環境負荷の低減に努める。

##### 2.3.1:販促品の素材

販促品の製作・採用にあたっては、その素材について不適正素材の全面的使用禁止及びグリーン調達に努める。

また、複合素材及び不燃性素材の使用により、リサイクル(再商品化)の妨げとならないよう配慮する。

##### 2.3.2:梱包形態の見直し

販促品の梱包については、その梱包用素材及び梱包形態において廃棄物の削減に配慮する。それは、梱包用素材のグリーン調達及び個装による過剰包装の見直しを含む。

##### 2.3.3:製作量、在庫の適正化

販促品の製作、使用にあたっては、適正量製作、適正在庫、アイテムの見直しをおこない、不使用による廃棄物が発生しないよう努める。

##### 2.3.4:廃棄物処理

販促品の廃棄物を処理するにあたっては、分別排出および再資源化に努める。

#### 3.リサイクルの推進

リターナブルびん、あき容器樽の回収等、容器リサイクルについては、関係先・お得意先への啓発活動を積極的におこなう。

## オフィスのグリーン購入ガイドライン

アサヒ飲料は、「グリーン購入ガイドライン」を2001年9月に制定し、オフィスで使用する事務用品から、販促品、販促器具、ユニフォーム（工場、グループ会社）、再生樹脂使用のあき容器回収ボックスの導入まで、幅広いグリーン購入活動を推進しています。

### アサヒ飲料グリーン購入ガイドライン

発効日 2001年9月

#### 1.基本方針

事務用品、資材、什器、販促品、制服等衣類の購入に際しては、環境負荷の低減に寄与するグリーン購入を推進する。

#### 2.目的

環境保全活動の推進に寄与する。

#### 3.目標

PET再利用品などエコ商品が開発されているものについては、100%購入を目指す。

#### 4.購入の基準

エコマーク、環境ラベルのついている商品を優先的に購入する。取引業者選定に当たっては、エコ商品を取り扱っている業者を優先する。

#### 5.範囲

オフィスで使用する消耗品。オフィスで使用する機器類。事業活動で使用する資材・器具類、衣類、販促品。

#### 6.コスト増への対応

グリーン購入をするためにコスト増が見込まれるときは、各事業場の判断に委ねる。無駄をなくす努力等で、コスト増を吸収し、グリーン購入を推進する努力をする。

#### 7.その他

本ガイドラインは、社会状況の変化や新たな知見によって、必要に応じて改訂される。

## ■ 購買システム「ソロエル」

事務用品などの購買にあたって、アサヒ飲料では品揃えの豊富な電子カタログを利用して環境に配慮した商品を選んでいきます。2008年4月に、より選択肢の多い購買システム「SOLOEL(ソロエル)」を導入し、その活用により社員のグリーン購入意識も高まっています。このシステムで、再生コピー紙・文具類はもちろん、再生樹脂で作られたあき容器回収ボックスなど多くのエコ商品を購入することができます。



購買システム「SOLOEL(ソロエル)」の画面

## 環境マネジメント

## 環境行動計画

達成基準の評価 100%以上：★★★ 95%以上：★★ 95%未満：★

| テーマ                      | 2016年目標   | 2016年実績   | 評価  | 2017年目標  |
|--------------------------|---|---|-----|--|
| CO <sub>2</sub> を減らそう    | 工場のCO <sub>2</sub> 排出抑制<br>燃料+電力原単位:前年比1.0%削減   | 燃料+電力原単位:前年比1.8%削減  | ★★★ | 燃料+電力原単位:前年比1.0%削減   |
|                          | 物流車両のCO <sub>2</sub> 排出原単位:前年比1.0%削減  | CO <sub>2</sub> 排出原単位:前年比4.0%削減   | ★★★ | CO <sub>2</sub> 排出原単位:前年比1.0%削減  |
|                          | 営業拠点でのCO <sub>2</sub> 排出原単位削減<br>オフィス<br>人員計画に基づくCO <sub>2</sub> 排出見込みに対し前年比1.0%削減  | CO <sub>2</sub> 排出原単位:前年比5.0%削減   | ★★★ | オフィス<br>人員計画に基づくCO <sub>2</sub> 排出見込みに対し1.0%削減   |
|                          | 営業車両<br>売上成長率に基づくCO <sub>2</sub> 排出見込みに対し前年比1.0%削減  | CO <sub>2</sub> 排出原単位:前年比23.6%削減  | ★★★ | 営業車両<br>売上成長率に基づくCO <sub>2</sub> 排出見込みに対し1.0%削減  |
| 資源を循環させよう                | 全生産拠点で再資源化100%維持継続  | 再資源化100%を維持継続   | ★★★ | 全生産拠点で再資源化100%維持継続   |
|                          | 用水原単位:3.35 m <sup>3</sup> /kl   | 用水原単位:3.38 m <sup>3</sup> /kl   | ★★  | 用水原単位:3.42 m <sup>3</sup> /kl  |
|                          | 営業拠点での再資源化推進<br>(グループ定義による)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>●グループ廃棄物管理システムの導入完了</li> <li>●全拠点に対し「廃棄物再資源化状況」の登録確認完了</li> </ul>  | ★★★ | グループ廃棄物管理システムによるコンプライアンス体制(運用管理)の強化  |
|                          | 1) 植物由来PETボトルの展開拡大<br>2) バイオマスラベルの展開拡大<br>3) B to B <sup>*</sup> の展開  | 1) 明石工場一部対象商品にて展開<br>2) 展開商品の増加<br>3) B to Bの展開実施   | ★★★ | 1) 植物由来PETボトルの展開継続<br>2) 植物由来キャップの展開<br>3) バイオマスラベルの展開継続<br>4) B to Bの展開継続<br>5) エコスタイルキャップの展開拡大検討     |
|                          | 販促品使用率目標99%以上   | 販促品使用率99.7%   | ★★★ | 販促品使用率目標99%以上  |
|                          | 自販機ダミー廃棄数量削減  | 過去制作分を含めた一括廃棄実施により、廃棄量前年数量より超過。   | ★   | 自販機ダミーPOP使用率98.3%以上  |
| 自然の恵みを守ろう・自然の恵みの大切さを伝えよう | 1) 地域・社会への貢献 <ul style="list-style-type: none"> <li>●事業場の地域周辺の清掃活動への参加</li> <li>●森林保全、生物多様性保全活動への参加</li> <li>●エコマイレージ活動の推進</li> </ul> 2) 環境コミュニケーション活動の推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>●三ツ矢サイダージュニア環境授業の実施</li> <li>●アサヒグループ連携による環境活動への参加</li> <li>●こうべ森の小学校・ようちえんへの活動支援</li> </ul> | 1) 地域・社会への貢献 <ul style="list-style-type: none"> <li>●事業場の地域周辺の清掃活動への参加</li> <li>富士山麓ブナ林創造事業</li> <li>白糸自然公園植樹祭</li> <li>本店 吾妻橋クリーンアップ活動</li> <li>カルピス近畿圏支社 社屋周り清掃</li> <li>中国支社 平和記念公園一斉清掃</li> <li>九州支社 ラブアース・クリーンアップ</li> </ul> ●エコマイレージ活動の推進<br>年間登録ジョッキ数:前年比3.1倍<br>2) 環境コミュニケーション活動の推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>●三ツ矢サイダージュニア環境授業の実施</li> <li>●アサヒグループ連携による環境活動への参加</li> <li>アサヒの森 森の子塾 2016</li> <li>アサヒの森 森と水の学習会</li> </ul> ●こうべ森の小学校・ようちえんへの活動支援<br>こうべ森の文化祭 2016<br>こうべ森の小学校・ようちえん | ★★★ | 1) 三ツ矢サイダージュニア環境授業の実施<br>2) 地域・社会への貢献、森林保全活動の推進<br>3) 環境教育啓発活動、環境コミュニケーション活動の推進<br>4) 地域および社内美化活動参加の推進 |

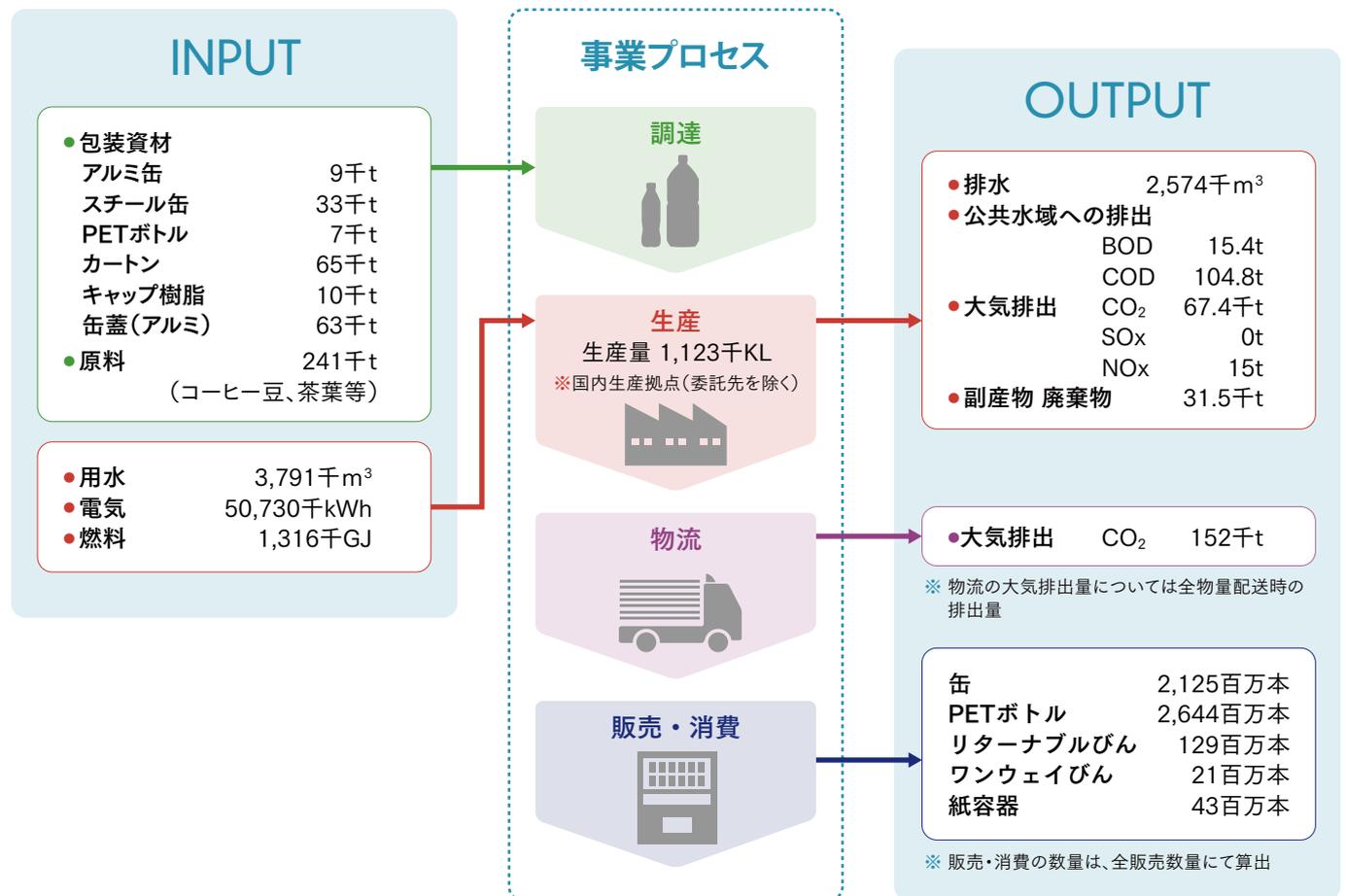
※「ボトル to ボトル」の略。PETボトルをリサイクルして新たなPETボトルに再生すること。

## 環境マネジメント

## 事業活動の環境負荷

アサヒ飲料では事業活動にともなって発生する環境負荷を把握し、その低減に向けて取り組んでいます。

集計対象:アサヒ飲料(株) 対象期間:2016年1月~12月



## 環境マネジメント

## 環境会計

2016年度の環境保全活動にともなうコストと効果は、以下の通りです。

集計対象:アサヒ飲料(株) 対象期間:2016年1月~12月

## 環境保全コスト

(単位:百万円)

| 分類   | 主な取り組みの内容                                 | 2016年度 |       | 2015年度 |       |
|--|---|--------|-------|--------|-------|
|  |   | 投資額    | 費用額   | 投資額    | 費用額   |
| <b>【1】 事業エリア内コスト</b><br>(主たる事業活動により事業エリア内で生じる環境負荷を抑制するための環境保全コスト)    |   | 249    | 1,353 | 95     | 1,344 |
| 内訳   | ①公害防止コスト                                  | 178    | 582   | 29     | 580   |
|  | ②地球環境保全コスト                                | 30     | 227   | 40     | 202   |
|  | ③資源循環コスト                                  | 41     | 544   | 26     | 562   |
| <b>【2】 上・下流コスト</b><br>(主たる事業活動にともなうその上流または下流で生じる環境負荷を抑制するための環境保全コスト) | ● 容器・包装再商品化委託料                            | 0      | 333   | 0      | 200   |
| <b>【3】 管理活動コスト</b><br>(管理活動における環境保全コスト)                              | ● ISO14001 の取得・維持のための取り組み<br>● 環境教育のための費用 | 0      | 93    | 0      | 91    |
| <b>【4】 研究開発コスト</b><br>(研究開発活動における環境保全コスト)                            | ● 飲料研究所における環境保全に係る研究・開発                   | 30     | 134   | 37     | 119   |
| <b>【5】 社会活動コスト</b><br>(社会活動における環境保全コスト)                              | ● 公害賦課金等<br>● 緑地管理費用<br>● リサイクル団体の会費      | 0      | 42    | 0      | 41    |
| <b>【6】 環境損傷対応コスト</b><br>(環境損傷に対応するコスト)                               |   | 0      | 0     | 0      | 0     |
| 合計値  |   | 279    | 1,955 | 132    | 1,795 |

## 環境保全効果(環境保全対策にともなう経済効果)

(単位:百万円)

| 効果の内容                | 2016年度 | 2015年度 |
|----------------------|--------|--------|
| 廃棄物再資源化による有価物の売却収入総額 | 30     | 36     |
| 産業廃棄物減容化施策による費用削減金額  | 28     | 0      |
| 省エネルギー施策による費用削減額     | 54     | 94     |
| 合計                   | 112    | 130    |

※1 「廃棄物再資源化による有価物の売却収入総額」は、廃棄物再資源化にともない、売却によって得られた収入の総額のみを記載しました。

※2 「産業廃棄物減容化施策による費用削減金額」は、当年度実施の施策によって減容化できた効果額を記載しました。

※3 「省エネルギー施策による費用削減額」は、当年度実施の施策によって得られたエネルギー削減効果額を記載しました。

## 当該期間の設備投資の総額

(単位:百万円)

| 当該期間の設備投資の総額 | 2016年度 | 2015年度 |
|--------------|--------|--------|
|              | 1,494  | 2,148  |

## 環境マネジメント

## 社員への環境教育

## アサヒグループ環境会議の開催

アサヒグループでは、各事業会社の環境担当者が参加する「グループ環境会議」を定期的で開催しています。同会議で環境中期計画の策定や環境活動の進捗確認・評価をするほか、各社の成功事例などを共有することで、グループ全体の活動レベルを高めています。

## ISO14001推進担当者会議開催

2016年8月、アサヒ飲料の本社・支社でそれぞれ「ISO14001推進担当者会議」を開催しました。本社担当者会議では「自部署独自の取り組み」についてのグループワークを実施。支社担当者会議では、各支社での活動報告や、活動提案のグループワークを行い、全国からの参加者全員で、各支社の良い取り組みや課題を共有しました。



グループワーク

## 環境リスクマネジメント研修の実施

2016年11月にアサヒグループ合同で「環境リスクマネジメントセミナー」を実施し、総勢約110名、アサヒ飲料グループからは33名の社員が参加しました。廃棄物リスクの事例や廃棄物管理の法と実務についての講義やワークショップ、またセミナーの最後には検定試験を実施し、廃棄物管理の理解促進を図りました。



講義の様子

## ISO14001環境教育の実施

ISO14001事務局では、推進担当者向け研修を行っています。また、社員が環境活動に関する自覚と能力を持つことができるよう、各事業場のISO14001推進担当者による社内環境教育を実施しました。環境方針や環境目的・目標など取り組み内容に関する認識の共有を図っています。

## 第23回富士山麓ブナ林創造事業への参加

富士山麓の本来の植生である広葉樹林帯の再生を目指して、静岡県富士市では、毎年4月にブナ林創造事業を実施しています。2016年は約2,000本の苗木が植えられ、アサヒ飲料と関連会社から社員29名が参加しました。



参加したグループ社員



ブナの植樹

## 富士山の草原性植生保全活動体験へ参加

2016年10月、富士山工場のある富士山麓の静岡県有地にて、草原性植生の維持(生物多様性の保全)のための草刈体験活動に参加し、環境保全活動への理解を深めました。



スキの草刈



シカ防護柵の設置