

その感動を、わかちあう。

Asahi
SOFT DRINKS

ECOLOGY FOR THE EARTH



ECOLOGY FOR THE FUTURE

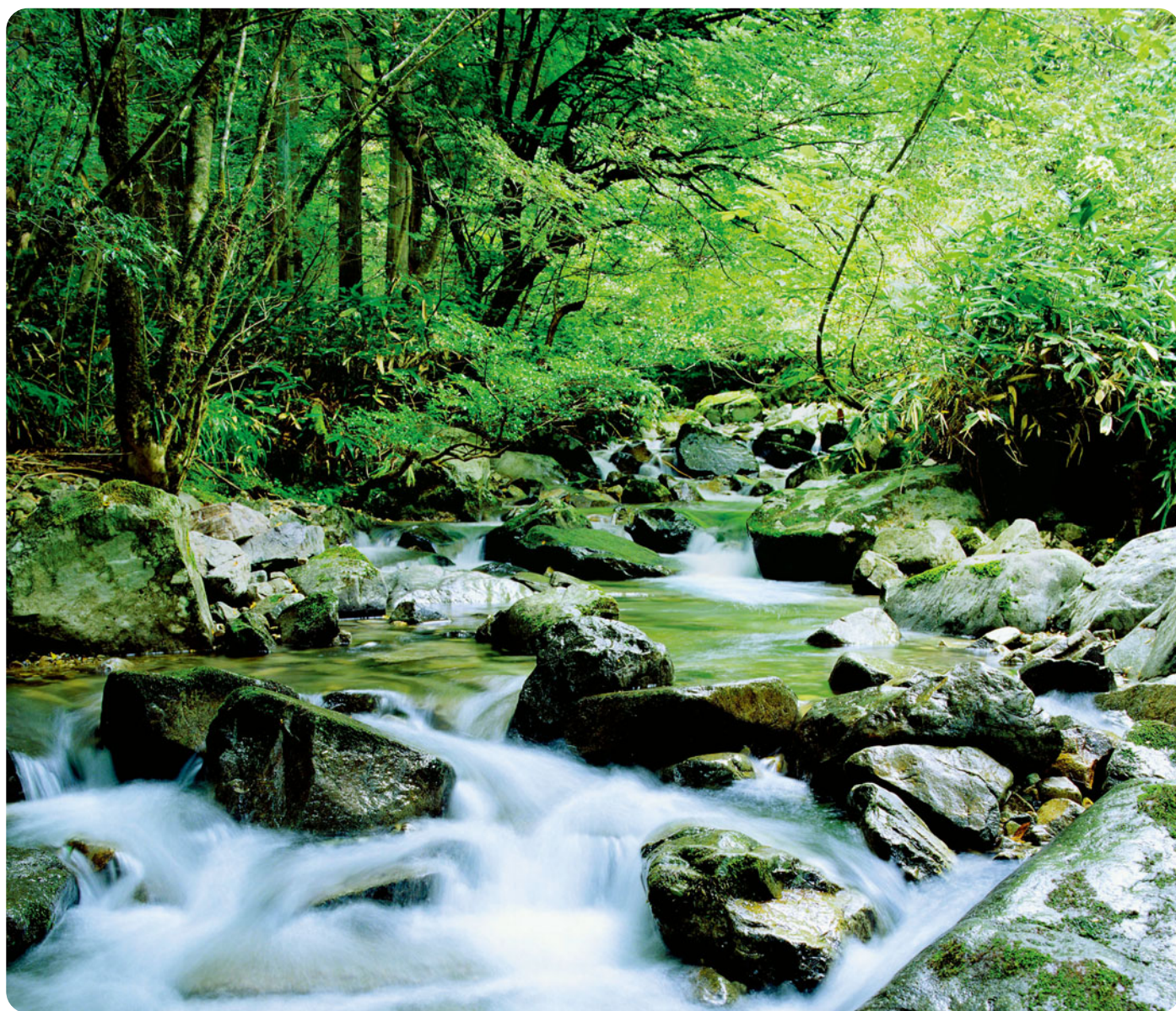
環境報告書2016

アサヒ飲料の **エコ** **ティ** **ビティ**

Ecology



Activity



CONTENTS

目次・編集方針	1	環境マネジメント	4
トップメッセージ	2	事業活動における 環境配慮	12
環境ビジョン 2020	3	販売・消費	12
		生産	19
		物流	24
		オフィス	25
		環境コミュニケーション	27
		工場データ集	31
		環境報告ガイドライン 対照表	34



編集方針

当環境報告書(PDF版)は、アサヒグループ環境ビジョン2020で掲げている4つのテーマ「低炭素社会の構築」「循環型社会の構築」「生物多様性の保全」「自然の恵みの啓発」に沿ったアサヒ飲料の環境への取り組みに対する考え方や活動内容を、ステークホルダーの皆様によりわかりやすく、お伝えするものです。

環境ビジョンの4つのテーマをもとに、もっともお伝えしたい情報を具体的な詳細データや図解で、どなたにでもご理解いただけるよう工夫して作成しています。

冊子の発行に関しては紙の省資源推進のため作成せず、ウェブサイトにて公表しています。

報告対象範囲

アサヒ飲料(株) 単体

報告期間

2015年度(2015年1月1日～2015年12月31日)の活動を中心にそれ以前からの取り組みや、直近の活動報告も含んでいます。

参考にしたガイドライン

環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」

トップメッセージ

持続可能な社会の
実現に向けて

代表取締役社長

岸上 克彦



アサヒ飲料の商品は、良質な水をはじめとする豊かな自然の恵みを原料としてつくられています。地球環境を健全な状態に保ち続けることは、安全で安心して飲める商品を提供するためにも、そして「豊かで健康な食生活の実現に貢献し、限りなく発展する企業を目指す。」という経営理念を実践していくうえでも、私たちの重要な責務であると考えています。

アサヒグループでは、「低炭素社会の構築」「循環型社会の構築」「生物多様性の保全」「自然の恵みの啓発」を環境保全活動の重点課題として定めています。私たちもグループの一員として積極的に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

環境への取り組みに関する社内外のコミュニケーションは、社会との信頼関係を構築するためにも大切なことです。本報告書を通じて、私たちの環境への取り組みを理解していただくとともに、率直なご指摘やご意見に対しては真摯に受け止め、さらなる環境経営の推進により、多くの皆様の期待に応える企業として成長していきたいと考えています。

環境ビジョン 2020

アサヒグループは、自然の恵みを用いて事業活動を行う企業グループとしての責任と、多くのお客様のご期待に応えていくため、グループ全体での環境保全活動を強化すべく、「環境ビジョン 2020」を2010年3月に策定しました。

私たちアサヒ飲料は、このビジョンに沿って自社の環境への取り組みを進めていきます。

アサヒグループ 環境ビジョン 2020 ～自然の恵みを明日へ～

アサヒグループは、水や穀物など、自然の恵みを用いて事業活動を行っています。

地球環境や人間社会が持続可能なものであってはじめて、私たちは、お客様に、安全・安心な製品をお届けすることができます。

現在、地球環境の変化は、あらゆる企業や生活者に早急かつ具体的な対応を求めています。

私たち人間が、地球環境と共生していく社会を形成することは、人類共通の使命でもあります。

アサヒグループは、「低炭素社会の構築」「循環型社会の構築」「生物多様性の保全」「自然の恵みの啓発」という

4つのテーマを柱として、環境の課題に対して積極的に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献して参ります。

環境ビジョン 2020で策定した4つのテーマ

分類	内容
低炭素社会構築への貢献 CO₂を減らそう 	●すべての事業拠点で、CO₂排出量の削減をめざします。※2020年CO₂排出量30%削減(2008年比) ●環境負荷の少ない商品を開発し、お届けします。 ●製造工程を見直し、CO₂排出量を減らします。 ●省エネ自販機の導入をすすめます。 ●自然エネルギーを活用し、積極的にその利用を推進します。 ●CO₂排出量の削減を、グローバルに展開します。
循環型社会構築への貢献 資源を循環させよう 	●廃棄物再資源化100%の更なる追求をいたします。 ●包装資材の環境負荷低減をすすめます。 ●環境負荷の少ない容器を開発します。 ●繰り返し使える容器の普及につとめます。
生物多様性の保全 自然の恵みを守ろう 	●「生物多様性宣言」を策定し、実践します。 ●生物多様性に配慮した商品を開発し、お届けします。
自然の恵みの啓発 自然の恵みの大切さを伝えよう 	●環境への取り組みを発信し、社会全体の活動へつなげます。 ●環境のことを考え、行動できる人材を育てます。

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、CO₂・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」を大切にし、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/)
<http://www.asahigroup-holdings.com/csr/environment/policy/>

環境マネジメント体制

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、アサヒ飲料グループ統合の環境マネジメントシステムを維持しています。

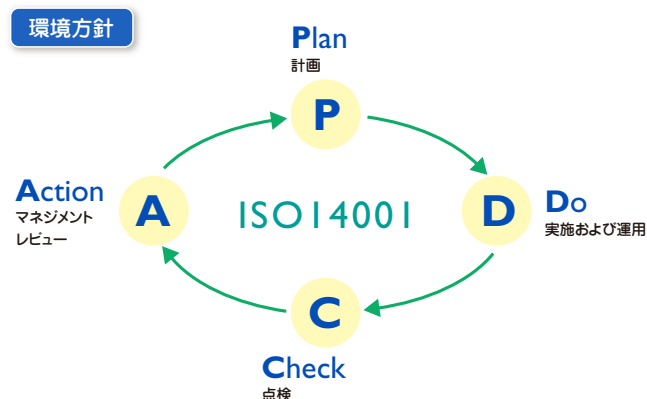
環境マネジメント推進体制



環境マネジメントシステム

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。また、ISO14001の管理手法に基づいて、環境リスクの把握や低減に取り組んでいます。

環境マネジメントのPDCAサイクル



内部監査

アサヒ飲料では、内部監査の中に環境監査項目を取り入れて、2002年から毎年実施しています。監査での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。

2015年度に行った監査項目と、主な指摘事項・是正状況は右記の通りです。

監査実施期間：2015年1月～2015年12月

監査対象：本店・2支社、自社2工場、アサヒ飲料販売(株)3営業本部、富士山仙水(株)、アサヒみどり販売(株)

監査項目一覧と結果

	監査項目	工場	営業拠点
1. 廃棄物管理体制	(1)文書管理 (2)契約内容 (3)廃棄物処理業者管理 (4)マニフェスト管理	1件 (契約書 記載内容 の不備)	問題なし
2. 環境面・外部関連	(1)周辺住民苦情・行政立入り (2)(1)に対する解決 (3)環境美化活動 (4)環境マネジメント進捗確認 (Asahi Wayほか)	問題なし	問題なし
3. 提出書類 公害関係	(1)対官庁提出書類 (2)公害 (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

環境マネジメント

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※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）、営業車両の低公害車への切り替え、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、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、その活用により従業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:★

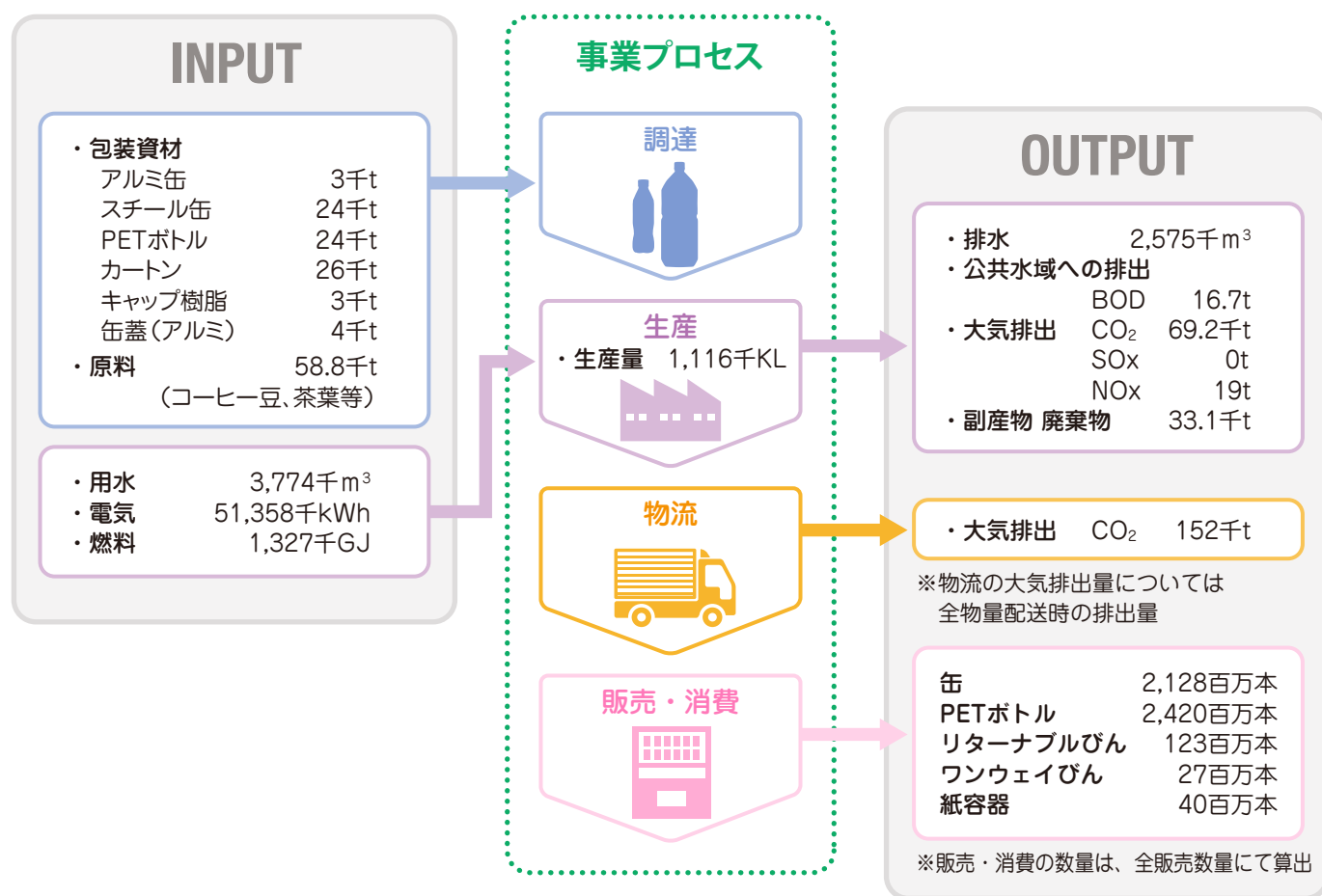
テーマ	2015年目標		2015 年実績	評価	2016年目標
CO ₂ を減らせよう	工場のCO ₂ 排出抑制	CO ₂ 排出原単位目標:66.4kg/kl	CO ₂ 排出原単位:62.3kg/kl	★★★	CO ₂ 排出原単位:61.7kg/kl
		燃料原単位:前年比1.0%削減	燃料原単位:前年比5.8%削減	★★★	燃料+電力原単位:前年比1.0%削減
		電力原単位:前年比1.0%削減	電力原単位:前年比7.4%削減		
		燃料+電力原単位:前年比1.0%削減	燃料+電力原単位:前年比6.6%削減		
	物流車両のCO ₂ 排出原単位:前年比1.0%削減		CO ₂ 排出原単位:前年比5.9%増加	★	CO ₂ 排出原単位:前年比1.0%削減
資源を循環させよう	営業拠点でのCO ₂ 排出原単位削減	オフィス 人員増加計画に基づくCO ₂ 排出見込みに対し1.0%削減	前年比1.98%削減	★★★	オフィス 人員計画増加率に基づくCO ₂ 排出見込みに対し、1.0%削減
		営業車両 売上成長率に基づくCO ₂ 排出見込みに対し1.0%削減	前年比14.9%削減	★★★	営業車両 売上成長率に基づくCO ₂ 排出見込みに対し1.0%削減
	工場での再資源化維持継続		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
	工業用水原単位:前年比1.0%削減		工業用水原単位:前年比4.2%削減	★★★	用水原単位:前年比1.0%削減
	営業拠点での再資源化推進(グループ定義による)		全営業拠点にて再資源化100%を維持継続	★★★	営業拠点の廃棄物再資源化推進
	容器包装	①お茶のアセブ(無菌充填) PET600ボトル、 PET555ボトル軽量化	①2015年5月より明石工場、 富士山工場にて展開開始	★★★	●植物由来PETボトルの展開拡大 ●バイオマスラベルの展開拡大 ●B to Bの展開
		②アセブ PET275ボトル (コールド)軽量化	②2015年10月より富士山工場にて 展開開始		
		植物由来PETボトルの展開	2015年4月に明石工場一部対象商品 にて展開		
	販促品使用率目標100%		販促品使用率99.8%	★★	販促品使用率目標99%以上
	自販機ダミー廃棄数量削減		前年比30.0%削減	★★★	自販機ダミー廃棄数量削減
自然の恵みを守ろう・自然の恵みの大切さを伝えよう	地域貢献活動 環境教育啓発活動 環境コミュニケーションの推進継続		■地域貢献活動 ●各工場の地域周辺の社会貢献活動 ●富士山麓ブナ林創造事業 ●本店 吾妻橋クリーンアップ活動 ●北海道支社 野幌自然休養林枝打ち ●関東支社 さいたま新都心 クリーン作戦 ●近畿圏支社 水源の森林保全活動 ●四国支社 中央通り清掃ボランティア活動 徳島伐採植樹ボランティア活動 ●カルピス首都圏支社 カルピス本社ビルクリーン活動 ■環境教育啓発活動 ●三ツ矢サイダージュニア環境授業の実施 ■環境コミュニケーション ●暮らしの包装展2015 グループ出展 ●こうべ森の文化祭2015 ●アサヒの森 森の子塾2015 ●アサヒの森 森と水の学習会	★★★	■地域・社会への貢献 ●事業場の地域周辺の清掃活動への参加 ●森林保全・生物多様性保全活動への参加 ●エコマイレージ活動 ■環境コミュニケーション活動の推進 ●三ツ矢サイダージュニア環境授業の実施 ●アサヒグループ連携による環境活動への参加 ●こうべの森の小学校・ようちえんへの活動支援

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伴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。

対象組織：国内生産拠点（委託先を除く） 対象期間：2015年1月～12月



環境マネジメント

環境会計

2015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：2015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	2015年度		2014年度	
			投資額	費用額	投資額	費用額
【1】事業エリア内コスト (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)			95	1,344	585	1,363
内訳	(1) 公害防止コスト	● 大気汚染、水質汚濁防止活動 ● 公害防止設備の保守・点検 ● 大気・水質等の分析、測定	29	580	114	608
	(2) 地球環境保全コスト	● オゾン層破壊防止の取り組み(工場の脱フロン化等) ● 省エネルギー活動	40	202	271	163
	(3) 資源循環コスト	● 工場廃棄物再資源化への取り組み ● リサイクル推進活動 ● 廃棄物処理設備の導入 ● 用水の効率化、循環再利用化取り組み	26	562	200	592
【2】上・下流コスト (主たる事業活動に伴って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	200	0	118
【3】管理活動コスト (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 ● 環境教育のための費用	0	91	0	51
【4】研究開発コスト (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	37	119	34	136
【5】社会活動コスト (社会活動における環境保全コスト)		● 公害賦課金等 ● 緑地管理費用	0	41	0	30
【6】環境損傷対応コスト (環境損傷に対応するコスト)		● リサイクル団体の会費	0	0	0	0
合計			132	1,795	619	1,698

環境保全効果(環境保全対策に伴う経済効果)

(単位：百万円)

効果の内容	2015年度	2014年度
廃棄物再資源化による有価物の売却収入総額	36	41
産業廃棄物減容化施策による費用削減金額	0	418
省エネルギー施策による費用削減額	94	429
合計	130	888

※1「廃棄物再資源化による有価物の売却収入総額」は、廃棄物再資源化に伴い、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	2015年度	2014年度
	2,148	6,466

環境マネジメント

従業員への環境教育

アサヒグループ環境会議の実施

アサヒグループでは、アサヒグループホールディングス(株) CSR部門を事務局とし、各事業会社の環境担当者が参加する「グループ環境会議」を定期的に開催しています。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統合認証取得に向けた キックオフミーティング開催

環境マネジメントシステムについて、アサヒ飲料ではこれまで拠点ごとに国際規格であるISO14001や独自システムの「Asahi Way」を運用してきました。新たに、アサヒ飲料グループとしてのISO14001統合認証取得に向けて、2015年2月に「推進担当者キックオフミーティング」を開催。ISO規格の意義や目的をはじめ、事務局と推進担当者の役割や今後の取り組みを共有・確認しました。



環境リスクマネジメント研修の実施

2015年12月14日、アサヒグループ合同で「環境リスクマネジメント研修(廃棄物編)」を実施しました。当日は、「廃棄物リスク」の事例から「廃棄物管理の法と実務」の基礎知識習得、また具体的な事例によるケーススタディや廃棄物管理者検定を行い、理解促進を図りました。

ISO14001内部環境監査員セミナーの実施

2015年8月18日・20日に、「ISO14001内部環境監査員セミナー」を行いました。本社・支社のISO14001推進担当者が集まり、内部環境監査に向けて監査当日のチェックリストの作成や模擬審査を行うなど、参加者全員でISO14001内部環境監査の理解を深めました。

第22回富士山麓ブナ林創造事業への参加

2015年4月29日に富士山麓で実施された富士市主催のブナ林創造事業へ、グループ会社含めた20名が参加し、合計108本の植樹を行いました。この活動は、後世に向けて貴重な自然を適正に保全・創造していくことを目的として1994年に開始され、アサヒ飲料は継続して参加しています。



参加したグループ従業員



ブナの植樹



ススキの草刈



シカ防護柵の設置

事業活動における環境配慮



販売・消費

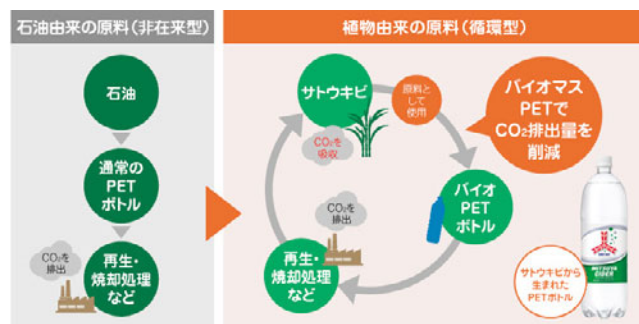
容器・包装での取り組み

炭酸飲料大型PETボトルの容器にバイオマス(植物由来)原材料を使用※

アサヒ飲料は、石油由来の樹脂に代えて、再生可能な植物由来(バイオマス)の原材料を使用するなど、資源の有効活用、枯渇性である石油系資源からの脱却、CO₂排出量の削減という多面的な観点から、循環型社会の構築に貢献しています。

例えば、「三ツ矢サイダー」シリーズの1.5L製品の一部には、サトウキビ由来のバイオエタノールを原料としたPETボトル(バイオマスPET)を採用しています。バイオマスPETは、製品ライフサイクルにおけるCO₂排出量を削減することができるため、環境にやさしい資源として注目されています。

バイオマスPETによるCO₂の削減効果



石油由来のPETボトルが再生処理や焼却される際にはCO₂を排出し、地球温暖化の要因につながります。一方で、植物由来のPETボトルを再生処理・焼却する際には、植物の成長過程で光合成が行われることにより、大気中のCO₂の増減に影響を与えないと考えられています。

全資材に植物由来原料を使用した容器の展開

2016年には全資材の一部にバイオエタノールを使用した商品を数量限定で展開します。全資材への採用は当社初の取り組みであり、これにより製造時のCO₂排出量を従来品と比べて約23%削減できます。



※ 植物由来原料の使用は、明石工場で内製・製造する「三ツ矢サイダー PET1.5L」の一部が対象です。

バイオマスPET 3つのひみつ



バイオマスマークの取得

2012年に17年ぶりにリニューアルした「カルピス」の新容器「ピースボトル」の素材に、植物由来のバイオポリエチレンを10%使用しています。またキャップ、ボトル、ラベルが同じプラスチック素材であるため、ラベルをはがしたり、キャップを取るなどの分別が不要で、リサイクルにも適しています。



「ピースボトル」



バイオマスマーク
(社)日本有機資源協会が認定

バイオマス技術によるラベルの展開

アサヒ飲料では、トウモロコシのでんぷんを素材に用いた「バイオマスラベル」を採用しています。このラベルは植物由来の素材を50%以上使用し、石油など化石燃料資源の使用量削減とCO₂の排出量抑制に寄与します。アサヒ飲料は2008年から採用し、毎年改良を続けています。



バイオマスプラマーク
(日本バイオプラスチック協会が認証)

バイオマスラベルを採用した商品(2016年7月現在)



アサヒ 十六茶
PET600ml



アサヒ 十六茶
PET555ml



アサヒ 十六茶
PET660ml
(増量ボトル)



アサヒ 食事と一緒に
十六茶W(ダブル)
PET500ml



アサヒ
食事の脂にこの1本。
PET555ml



アサヒ
食事の脂にこの1本。
緑茶ブレンド
PET555ml



なだ万監修
旨みの日本茶
PET555ml



フュージョン やさしい紅茶
ストレートティー
PET600ml



「Welch's」
グレープ100
800g



「Welch's」
オレンジ100
800g



「Welch's」
ピンクグレープフルーツ
100
800g



「Welch's」
マスカットブレンド
100
800g



「Welch's」
ピーチ100
800g



「カルピスウォーター」
280ml

容器・梱包の軽量化によりCO₂排出量を削減

容器・梱包の軽量化の取り組み

2015年	●三ツ矢サイダー向け国内最軽量カートン開発 ●お茶無菌充填PETボトル600ml、555ml軽量化 ●無菌充填PETボトル275ml軽量化
2014年	●ミネラルウォーターPETボトル600mlの従来品比約25%軽量化 ●十六茶PETボトル275mlの従来品比約15%軽量化
2013年	●PETボトル450ml製品カートンの従来品比約10%軽量化 ●ボトル缶製品カートンの従来品比約17%軽量化 ●キャップの従来品比約20%軽量化 ●ミネラルウォーターPETボトル600mlの従来品比約15%軽量化
2012年	●一級茶葉ウーロン茶PETボトル500ml用カートンの従来品比4~10%省資源化、製造にともなうCO₂排出量の7~15g/枚削減

樹脂量を減らしたPETボトルの展開

アサヒ飲料は、自社工場で製造する水・お茶商品に、2L PET ボトルでは国内トップレベルの軽量化となるPETボトル「らくエコボトル」を2011年10月から採用しています。

「らくエコボトル」は、省資源化に加え、グリップ部の形状やボトル幅を改良することで持ちやすく、注ぎやすいデザインを実現。また、飲用後のつぶしやすさも向上させました。従来のPETボトルと比較して25%～28%軽量化し、樹脂使用量を減らすことでCO₂排出量を削減しています。

樹脂量を減らし環境負荷を低減した「らくエコボトル」



エコスタイルキャップの展開

アサヒ飲料では2013年6月、国内最軽量となる、2.10gの「エコスタイルキャップ」を「おいしい水 六甲」に導入。現在は、水・お茶商品の一部に展開しており、CO₂排出量を従来品比で年間約237トン削減しています。強度を維持しつつキャップ下部のリング部分を薄くするなど、全体的な形状を見直すことで、従来品比で約20%の軽量化を実現しています。



リサイクルしやすい容器・包装

アサヒ飲料は、お客様がよりリサイクルしやすい容器・包装の設計と切り替えを推進しています。

- キャップ素材をアルミ素材から樹脂に切り替えました。
- 1999年に色つきボトルを廃止し、すべてのPETボトルを透明ボトルに規格統一しました。
- 分別収集時に素材がわかる容器識別マークを表示しています。
- ラベルをはがしやすいように、ミシン目を2本入れています。2002年に飲料メーカーで初めて導入しました。
- ラベル下にくぼみを入れ、つぶしやすいのに持ちやすく、注ぎやすいボトルを開発しました。



環境負荷が少ない タルク缶・ビード缶の採用

アサヒ飲料では、1994年からTULC(タルク)缶を導入しています。タルク缶は、製造過程で水を一切使用しません。また、内面塗装がなく塗装後の焼付けもしないことから、CO₂排出量も従来の2ピース缶と比較し大幅に削減できます。

2012年11月ごろからは順次、「金の微糖」の容器を軽量ビード缶に切り替えました。軽量ビード缶は、スチールの使用量を従来品比で約18%減少させた軽量缶です。



販売促進ツールでの環境配慮

アサヒ飲料は、売り場の販売促進ツールの制作においても、環境負荷低減に努めています。

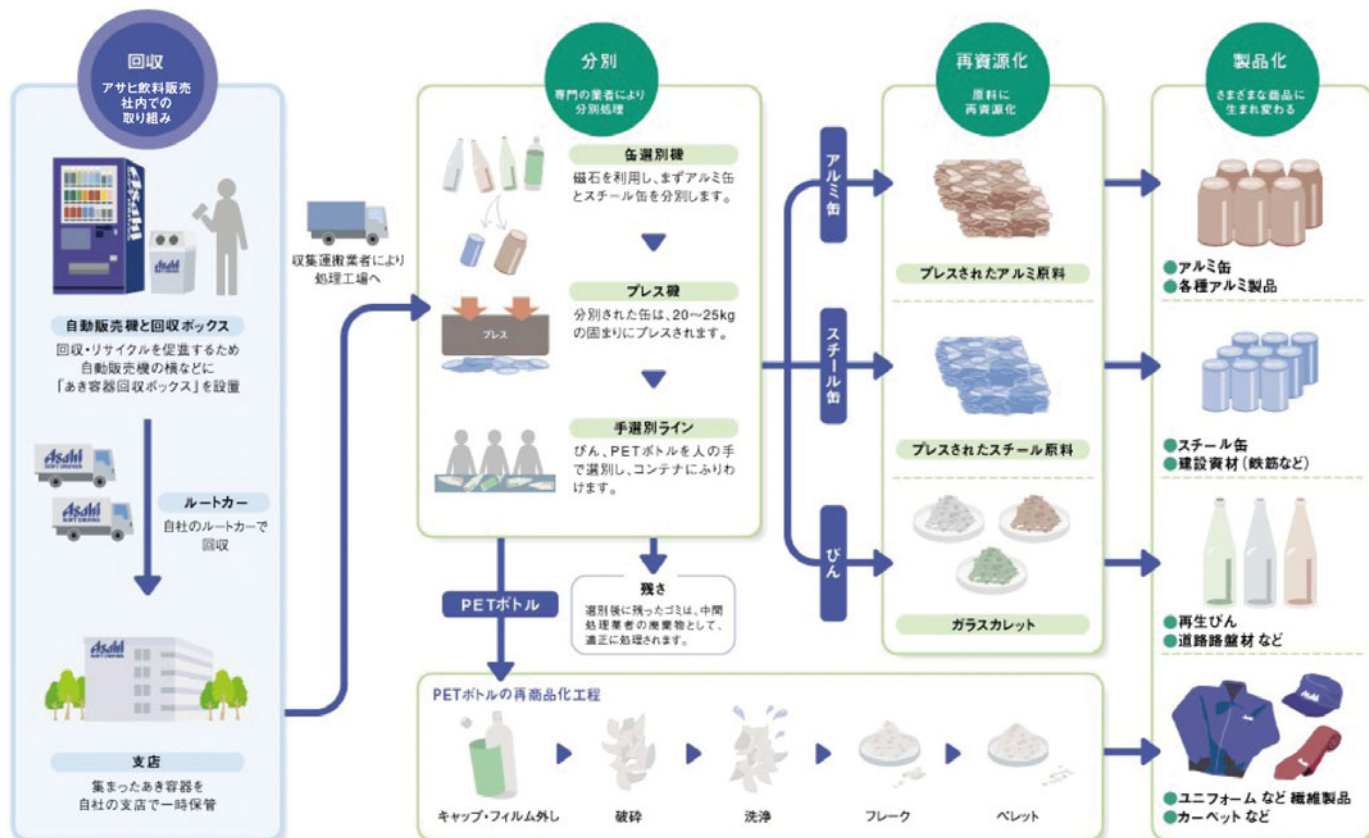
たとえば、従来は紙とプラスチック・金属を素材に用いていた販売促進ツールを紙のみで制作することで、分解が容易になり、簡単にリサイクルできるようにしています。

あき容器を自主回収しリサイクルへ

グループ会社であるアサヒ飲料販売(株)は、自動販売機のオペレーションの営業を担っています。自動販売機の脇にあき容器回収ボックスを設置し、飲用後の容器回収とリサイクルを推進しています。

同社ではあき容器の適正処理やリサイクル推進について、専門知識を持った管理会社による全国一元管理を導入しました。これにより、遵法体制の強化や廃棄物リスクの低減と同時に、あき容器のトレーサビリティが高まりました。

あき容器リサイクルフロー



PETボトルのリサイクル

アサヒ飲料では、PETボトルをさまざまなもののへリサイクルして使用しています。その製品のひとつに工場で働く人たちのユニフォームがあります。

PETボトルのリサイクル用途例：ユニフォーム



事業活動における環境配慮



販売・消費

自動販売機での取り組み

自動販売機における省エネルギー・CO₂排出抑制

清涼飲料自販機協議会では、自主行動計画に基づいて、清涼飲料自動販売機の総消費電力を2050年までに2005年比で60%削減することを目標としています。

その目標に賛同し、アサヒ飲料では自社が導入するほぼすべての自動販売機を、学習省エネ機能とピークカット機能を搭載したエコバンダーにしています。さらに、超省エネ機（ヒートポンプ式）、LED照明の導入を進めています。

▶ [清涼飲料自販機協議会サイト](http://www.jsvmc.jp/actionplan/)
<http://www.jsvmc.jp/actionplan/>

ヒートポンプ式自販機
約75%導入



2050年までに
電力量
60%削減

自動販売機の省エネルギー対策

ヒートポンプ機能（超省エネ機）

飲みものを冷やすときに発生する熱を、商品を温めるときに再利用し、電力消費を抑制します。

ピークカット機能

夏季の電力消費ピーク時、一定時間の冷却停止で、電力使用を平準化します。

フロン対策

オゾン層を破壊しない代替フロンガス使用機種を導入しています。

統一美化マーク

あき容器の散乱防止を啓発しています。



省エネ学習機能

販売数量や商品温度を把握し、電力消費を抑制します。

24時間消灯

屋内設置自動販売機の照明の24時間消灯を推進しています。

蛍光灯の間引き点灯

屋外自動販売機蛍光灯の間引き点灯を実施しています。

調光機能

蛍光灯の明るさを50%に調光する機能を導入しています。

管理者統一ステッカー

管理責任を明確にしています。

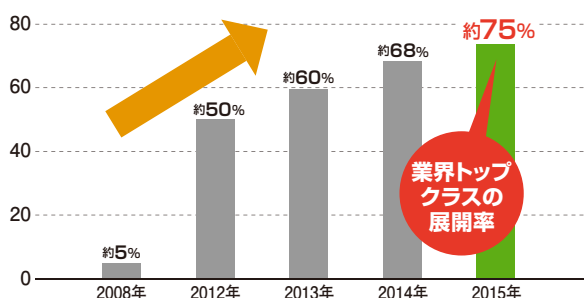
ヒートポンプ機能(超省エネ機)

冷温同時運転で効率化を図り、通常の自動販売機と比較して、年間消費電力量を約40%削減できるヒートポンプ式自動販売機を積極的に導入。展開率において業界トップクラスの水準を保っています。

ヒートポンプ式自動販売機による省エネ効果



ヒートポンプ式自動販売機の展開率の推移

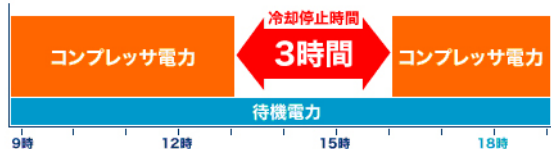


ピークカット機能

昼間の電力消費を抑えるために、真空断熱材の活用と気密性の向上によって保冷性能を高める「冷え蔵(ひえぞう)」機能搭載の自動販売機を2012年度から一部導入しました。「冷え蔵」は、冷気の風量を制御して夜間・早朝に集中冷却することで、電力消費のピーク時間帯に冷却停止しても蓄冷効果で商品の温度を保つ機能です。この導入により、従来機よりも長時間のピークカットが可能になりました。

ピークカット機能の比較

従来の一般的なピークシフト/ピークカット自動販売機



「冷え蔵」機能搭載自動販売機



フロン対策

オゾン層を破壊しない代替フロンR-407を冷媒とした自動販売機や、地球温暖化への影響の少ない「低GWP冷媒自動販売機」の導入を推進しています。また、自動販売機の廃棄処理時に回収されたフロンガスを適切に回収・破壊しています。2015年度に回収・破壊したフロンは、約3.97トンです。

省エネ学習機能

自動販売機に内蔵されたコンピューターが販売数量や商品温度などを把握・分析し、その結果に応じて省エネ機能を自動的に適切に働かせる機能です。

24時間消灯

清涼飲料自販機協議会では、自動販売機設置後の省エネ対策の一つとして、屋内設置機の照明部分の24時間消灯を推進しています。これを実施することで、1台平均約15%の消費電力削減が見込めます。屋外設置機の照明部分についても、昼間の消灯を実施しています。



24時間消灯の告知ラベル

蛍光灯の間引き点灯

アサヒ飲料では、屋外設置の自動販売機で蛍光灯の間引き点灯を実施しています。これを実施することで、自動販売機の照明部分の消費電力を1台あたり約25%削減できます。



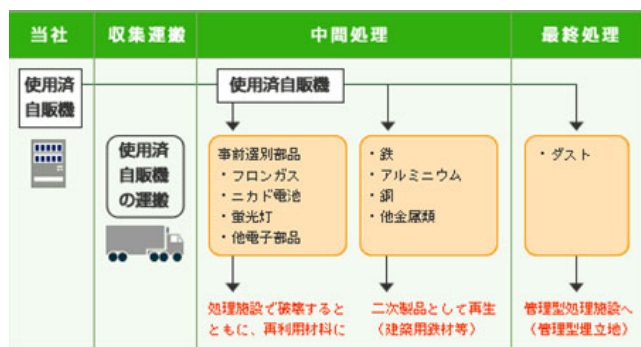
間引き点灯の告知ラベル

自動販売機の再利用・再資源化

アサヒ飲料は、2000年に導入した自動販売機統合管理システムを使って機械ごとの運用状態をチェックし、年月を経て傷みの出た自動販売機には適切なメンテナンスを施して再利用（リユース）しています。また、再利用できなくなったものはフロン類・電池・蛍光灯などを選別した後に、建築資材などへリサイクルすることで資源を有効活用しています。

自動販売機の適正処理とトレーサビリティ向上のため、その廃棄から回収したフロンの破壊に至るまでのプロセスを、一元管理会社を通じて確認しています。

使用済み自動販売機の再資源化フロー



自動販売機再資源化の各プロセス

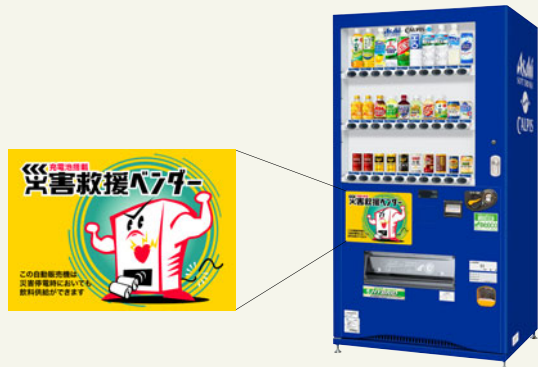


TOPICS

自動販売機の災害対策

アサヒ飲料では、震災等の災害時の対策として、一部のロケーションにおいて、災害救援自動販売機を設置しています。業界でいち早く、2005年から展開を開始しました。

災害救援自動販売機は、大規模災害や緊急事態の発生で停電になった場合でも、非常用電源から必要な電力を供給し、自動販売機内の商品を提供できる機能を持っています。



停電時にも稼働する自動販売機

TOPICS

ユニバーサル・デザイン

性別、年齢、学歴、身体的特徴など、個性や能力にかかわらずあらゆる人にとって使える、わかるユニバーサル・デザインの自動販売機を導入しています。



- ① コイン投入口、取り出し口にトレイを付けています。また、色覚特性のある方にも使いやすいよう、オレンジ色に着色しています。
- ② 挿入口手前に台を設け、紙幣を挿入し易くしています。
- ③ 車いすの方や、小さいお子様が届かない上段の商品のボタンを下にも付けています。
- ④ 補助ボタンの下に手すり兼テーブルがあり、車いすの方に配慮しています。

事業活動における環境配慮



生産

生産現場での取り組み

省エネルギー・CO₂削減

生産工場は燃料と電力によって稼働し、皆様にお届けする商品を製造しています。アサヒ飲料では、製造工程で消費するエネルギー量について使用原単位での目標を定め、削減に取り組んでいます。また、エネルギー消費に伴って発生するCO₂の排出を抑制するために、排出原単位での目標を定めています。省エネルギー・CO₂削減のため生産現場ではさまざまな施策を行っており、2015年は無菌水蒸気使用量削減施策に注力しCO₂排出量を273トン削減しました。

また、全工場でPETボトルを内製することで、ボトル輸送に伴うトラック輸送台数の削減にも取り組んでいます。

省エネルギー・CO₂削減のための主な施策

- 製造工程の見直しによる生産効率向上
- 製造機器の見直しによるエネルギー適正化
- コジェネレーションシステムによるCO₂削減(図1参照)
- 蒸気減圧エネルギー利用による電力消費量の削減(図2参照)
- 嫌気処理設備導入による原料粕の減容化および燃料使用量削減(図3参照)

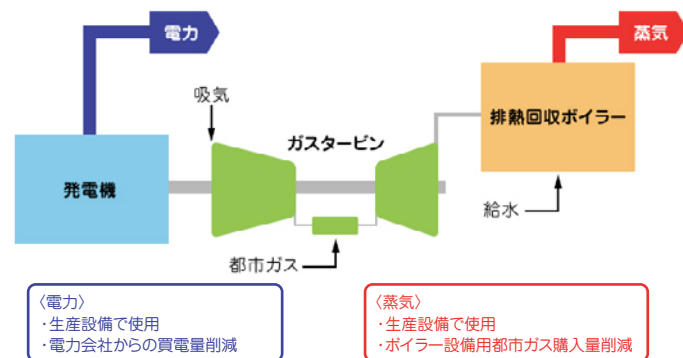
図1:コジェネレーションシステムによるCO₂削減

図2:蒸気減圧エネルギー利用の仕組み

従来は大気に放出していた蒸気保有エネルギーを無駄なく回収し、効率的に利用することで電力使用量を削減します。

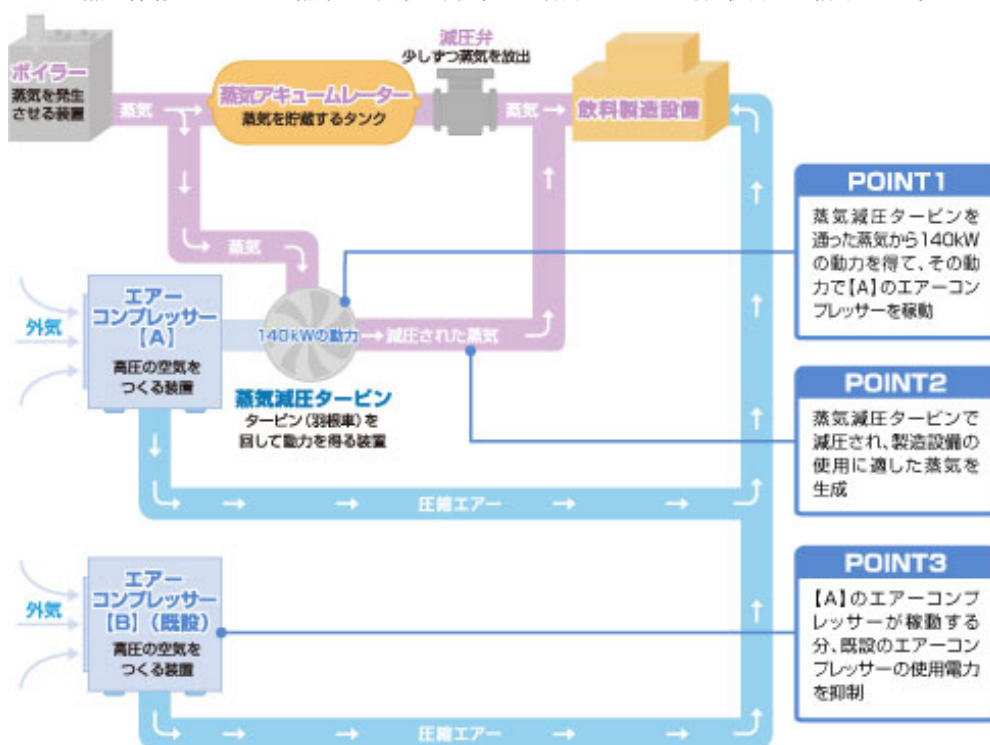
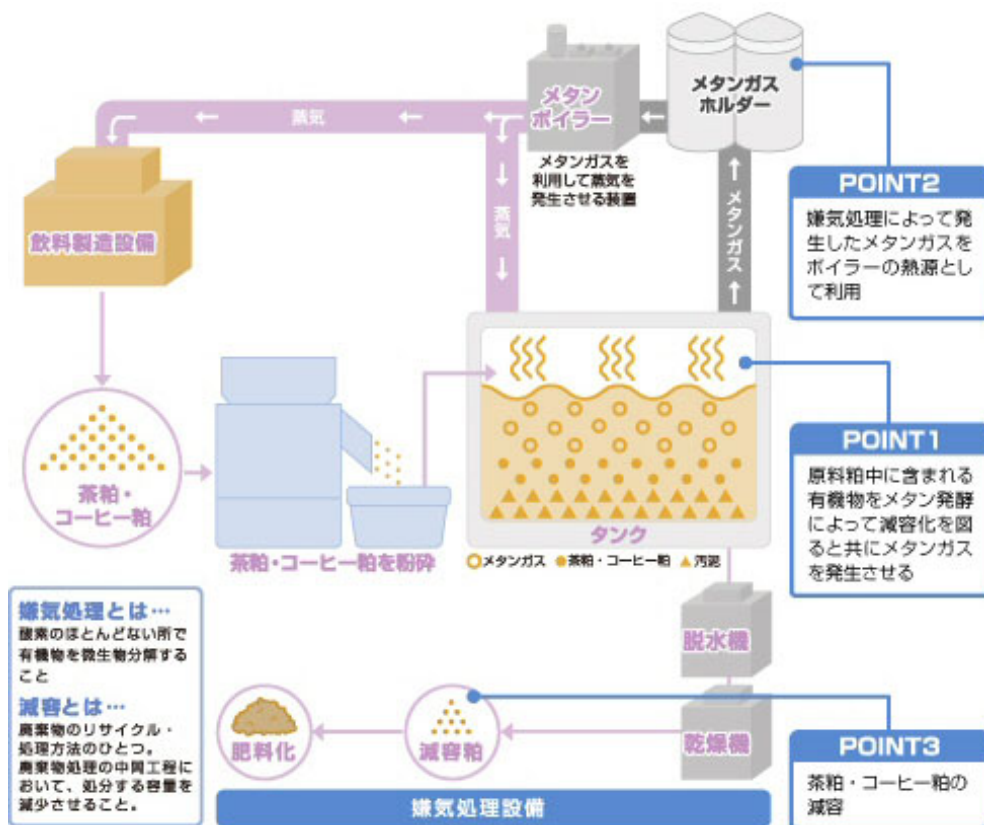


図3:嫌気処理設備での原料粕減容化とメタンガスの熱源としての利用の仕組み

嫌気処理設備で原料粕の減容化を図りながら、発生したメタンガスをボイラーの熱源として有効利用することで、燃料使用量を削減しています。



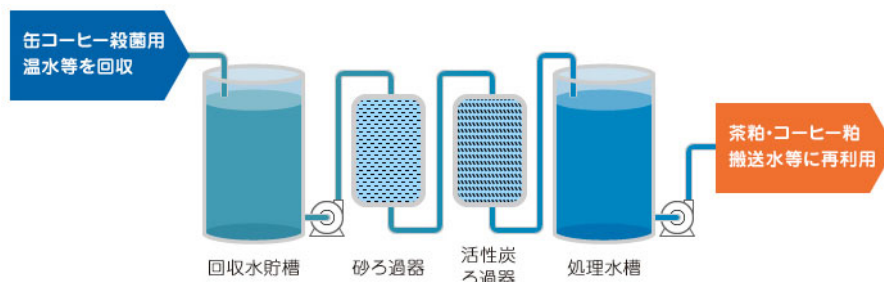
水資源の保全・排水管理

皆様にお届けする清涼飲料の製造には、自社工場合計で年間約377万m³(東京ドーム約3杯)の水を使用しています。商品の原料である水資源の保全は、アサヒ飲料にとって重要な課題です。工場の用水使用量について原単位での目標を定めて削減に取り組むとともに、排水に関しても厳しい基準を定めて効率よく管理しています。

用水使用量削減のための主な施策

- 缶コーヒー殺菌時の温水を再利用
缶コーヒー殺菌時に使用した温水を、びん用ケースの洗浄や製造過程で出る茶粕・コーヒー粕の粕嫌気処理設備への搬送用水に再利用しています。
- PETボトル・缶への充填前に使用する洗浄水の再利用
PETボトルや缶に飲料を充填する前に使用した洗浄水を、用水処理設備で処理後、機械やボトル・あき缶の洗浄、缶の殺菌に再利用しています。

工場での用水の再利用



廃棄物再資源化

アサヒ飲料では全工場で、原材料から出荷まですべての工程において、廃棄物の発生抑制と再資源化に努めています。

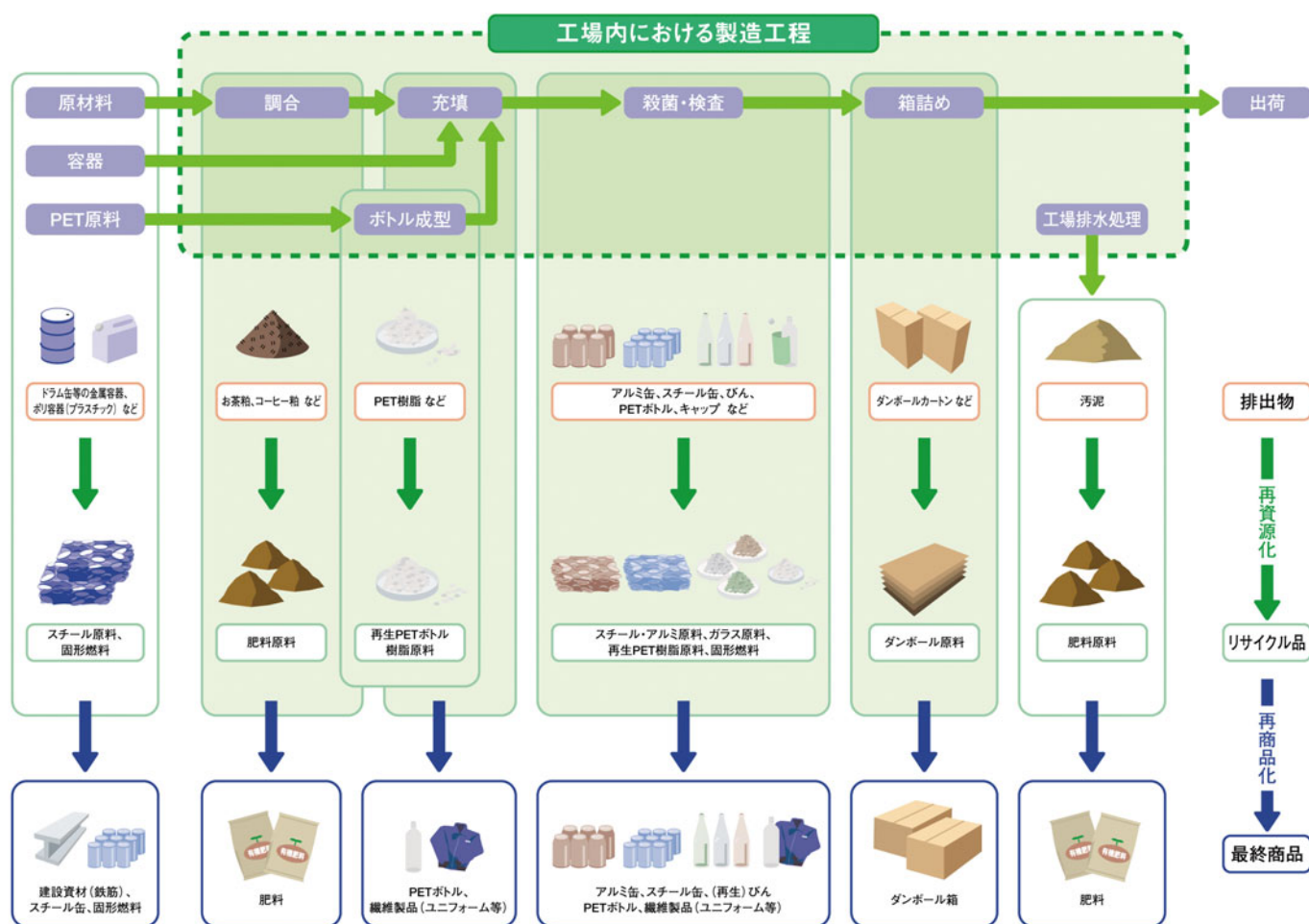
全工場で廃棄物再資源化100%を維持継続

アサヒ飲料では、自社工場の製造工程で発生する廃棄物の再資源化100%を維持継続しています。清涼飲料の製造工程で発生する廃棄物は、コーヒー粕、茶粕、排水処理後に発生する汚泥、鉄屑、廃プラスチック、ガラス屑、段ボールなどの紙類、木屑や廃油などです。これらすべてにおいて再資源化处理をしています。

廃棄物再資源化100%までの経緯(アサヒ飲料)

達成年	工場名
1998年	明石工場、北陸工場
2002年	富士山工場
2011年	六甲工場

工場内での廃棄物とリサイクルのフロー



Close Up 「十六茶」粕を牛の飼料に

富士山工場ではこれまで産業廃棄物として主に堆肥化(肥料化)してきた「十六茶」の原料の茶粕を、同じ富士宮市内の飼料会社である雪印種苗(株)へ供給しています。「十六茶」粕は、牧草やトウモロコシ、ビール粕などで作る乳牛用の混合飼料に配合されます。

飼料自給率の向上につながる茶粕の再生利用

当社がこの取り組みを始めた背景には、日本の低い飼料自給率があります。日本の家畜飼料の自給率は約20%に過ぎず、大半を輸入に頼っているのが現状です。飼料の材料となるトウモロコシなどは、バイオエタノール用の需要が高まって輸入量を増やすことが難しく、代替資源の少なさが課題でした。

そうしたなか、当社の「十六茶」粕を飼料に使えないかと考え、雪印種苗(株)とともに活用方法を探ってきました。「十六茶」粕の分別や、鮮度を保って保管すること、安定的に出荷することなどの難しさから一時は飼料化を断念しました。しかしその後、保管方法の工夫などさまざまな改善を加えて、2010年ごろから本格的に供給することができるようになりました。

「十六茶」粕の飼料化は、当社にとっては産業廃棄物を減らすことができ、雪印種苗(株)にとっても高価な輸入牧草などの配合量を減らしてコストを削減できるため、双方にメリットがあります。

2015年は、毎月33トンの「十六茶」粕の飼料化を進めており、これは全「十六茶」粕のうち約8%に相当します。



「十六茶」粕の入った混合飼料を食べる牛



保管方法を工夫したことで「十六茶」粕が混合飼料の原料として利用可能に

voice

今後も安全性と安定供給を期待します

長年、副産物から牛の飼料化を研究するなかで「十六茶」の粕に出会いました。分別や鮮度が課題となって一時は断念しましたが、双方の工夫と改善で飼料化が可能になりました。

今後はより多く安定的に出荷していただけることを期待します。



雪印種苗(株)
左から

研究開発 石田 聡一様
品質管理 丸笹 三郎様
営業 竹内 基嗣様

牛たちに安全な飼料をと願っています

酪農を50年近くやっていますが、牛は手をかければかけただけ効果がでる動物です。飼育している160頭の牛たちに、「十六茶」粕のように少しでも安く安全な飼料を食べさせてやりたいというのが、酪農家としての気持ちです。



大澤牧場
大澤 里嗣様

より利用価値の高い資源へ

「分ければ資源・混ぜればごみ」という言葉をよく耳にしますが、「十六茶」粕は飼料というよりも価値の高い資源として循環型社会の構築に貢献できていると思います。今後は産業廃棄物について「再資源化100%」だけでなく、より価値の高い再資源化用途を選択していく段階だと思います。



アサヒ飲料(株)
富士山工場
天井 崇二

「十六茶」粕の乳牛用飼料化の流れ



Close Up 「六条麦茶」粕汁を豚の飼料に

富士山工場では、「十六茶」の原料の茶粕を乳牛用の混合飼料として供給しています。それに続く取り組みとして、2014年から、「六条麦茶」の「ろ液」を豚の飼料に活用しています。ろ液とは、商品となる麦茶の抽出後、茶粕を搾って出る廃液のことです。

富士山工場における「六条麦茶」のろ液の廃棄物全量は月平均64トン、年間で768トンに上ります。その一部を飼料にリサイクルすることで、2015年は月平均26トン、年間では312トンもの廃棄物を飼料として有効利用することができました。

より高いレベルの廃棄物再資源化へ

それまでアサヒ飲料では、麦茶を製品化した後の茶粕のほとんどを、メタン発酵施設や他のメーカーなどと同様に肥料へとリサイクルしていました。廃棄物再資源化100%のさらなる追求を目指して取り組むなかで「まだ動物に食べてもらえるものがある」という事実に着目し、飼料化の実現可能性を検討。その結果、リキッド飼料と呼ばれる半液状の養豚飼料に、栄養価の高い麦茶のろ液が有用であることが判明。千葉県匝瑳市にある飼料製造会社の(株)エコ・フードに、飼料化とその活用を依頼することになりました。

アサヒ飲料は「十六茶」や「六条麦茶」の飼料化のように、高いレベルでの再資源化を進め、アサヒグループが環境ビジョンに掲げる循環型社会の構築に貢献していきます。

voice

食品副産物を活かして、資源循環型農業を実践しています

私たちエコ・フードは、資源循環型農業を実践し、食品関連の企業様から排出される食品副産物を材料としてリキッドフィード(液状飼料)を製造しています。また、養豚家として30余年にわたって培ってきたノウハウと実績に基づいて、飼料原材料の回収から製造、養豚、販売までを一貫して営んでおります。

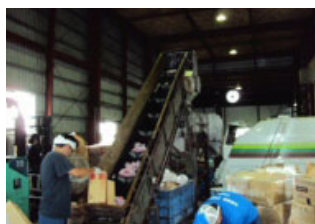


(株)エコ・フード
千葉工場長代理
鈴木 茂穂様

「六条麦茶」のろ液を液状原材料として使うことになったきっかけは、アサヒ飲料さんの富士山工場から出るジュースミックスの廃液を飼料化した実績があったことです。工場の新ライン増築の際に相談を受けて、ろ液をサンプリングしたところ、私たちの液状原材料の基準に適合しました。

実際に運用を始めると、回収ロットごとに、ろ液の濃度差や廃液タンクの沈殿物(麦粕)の混入などがあり、ろ液の希釈、タンクローリーからの積み下ろしに工夫が必要です。

今後、産業廃棄物であっても、液状原材料として安定した排出量と品質を維持していただければ幸いです。



分離機で異物を除去



飼料製造の様子



リキッド飼料



リキッド飼料を食べる豚

「六条麦茶」ろ液の養豚用飼料化の流れ



事業活動における環境配慮



物流

物流での取り組み

モーダルシフト※1の推進

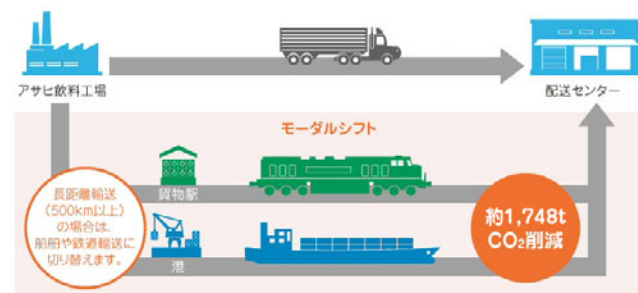
アサヒ飲料では、商品の輸送効率の向上や、より環境負荷の低い輸送手段への切り替えにより、環境負荷の低減を図っています。止むを得ず商品を長距離輸送※2する場合は、トラック輸送を船舶や鉄道貨物のコンテナ輸送に切り替えるモーダルシフトでCO₂排出量を削減しています。

2015年度、長距離輸送におけるモーダルシフト比率は37.7%になりました。また、モーダルシフトを実施したことで、2015年度はトラック輸送のみの場合と比べて約1,748トンのCO₂排出量を削減しました。

※1 モーダルシフトとは、中長距離の幹線貨物輸送を、トラックなどの自動車輸送から、鉄道や船などの大量一括輸送に切り替えることをいいます。これにより、燃料使用量や排気ガスによる大気汚染が抑制され、CO₂排出をはじめとする環境負荷の低減につながります。

※2 長距離輸送とは、距離が500km以上の輸送を指します。

モーダルシフトの効果



最適物流によるCO₂排出原単位削減

アサヒ飲料では、大型車両比率の向上や、工場から近郊地域外への輸送（ブロック外転送）比率の削減に取り組むことで、CO₂排出量原単位の削減に努めています。2015年は、物流におけるCO₂排出量原単位が前年度比で4.2%増加しました。増加要因は、販売売り上げ増や自社工場での生産数量増加にともなう転送距離増です。

10ブランドがエコレールマーク商品に認定

2005年5月、アサヒ飲料のブランドが『エコレールマーク』に食品業界で初めて認定されました。2015年現在、「ワンダ」「バヤリース」など10ブランドが商品に認定されています。



▶ エコレールマーク

<https://www.rfa.or.jp/ecorail/about.html>

エコレールマーク認定商品



ミツ矢サイダー



アサヒ 十六茶



ワンダ



ウィルキンソン



アサヒ 一級茶葉
烏龍茶



六条麦茶



バヤリース



アサヒ おいしい水
六甲/富士山



アサヒ ドデカミン



食事の脂に
この1杯(本)

グループ共同配送によるCO₂排出量の大幅削減

アサヒグループ全体での環境負荷低減と輸送効率化を目的に、物流に携わる各社が協議会を発足し、2012年度に輸送手段をトラックからエコライナー（31フィートコンテナ）での共同配送に切り替えました。これにより、切り替え前と比較してCO₂排出量を約75%削減することができました。

事業活動における環境配慮



オフィス

オフィスでの取り組み

オフィス部門の環境マネジメントシステム「Asahi Way」

オフィス部門の環境マネジメントシステム「Asahi Way」を継続運用し、活動テーマに基づいてそれぞれ推進しています。

▶ [毎日CO₂削減 オフィス編](http://www.asahiinryo.co.jp/society/environment/co2_office/index.html)
http://www.asahiinryo.co.jp/society/environment/co2_office/index.html

Asahi Wayでの活動テーマと2015年度実績

活動テーマ	アクションプラン	2015年度実績
1. エネルギー使用量改善 実績集計によるエネルギー使用量の「見える化」で具体的な改善目標を設定し持続可能な省エネ活動の推進を行う。	電力使用量・その他エネルギー使用量の把握・改善	電力使用量 前年度比約7.7%削減
2. エコドライブの推進 エコドライブの実践を促す情報提供と燃料使用総量把握・改善により、燃費ならびに安全性・経済性の向上を推進する。	セーフティ&エコドライブの啓発と実践	1台あたりの燃料使用量 前年度比7.7%削減
3. コピー用紙の使用実態把握・改善 実績および使用実態を把握しオフィス内での環境負荷低減と経済性向上を推進。	両面・集約印刷の徹底、資料のペーパーレス化、不要印刷防止の再確認、啓発POPの掲示	コピー用紙使用量 前年度比6.4%削減
4. ずっと、もっと、スマイルエコ活動 環境活動への認識を高め行動品質の向上へ。 ～ つながる・ひろがる・楽しく・つづける ～	環境教育、ボランティア・社会貢献活動など	清掃活動や節電対策など、環境活動の認識を高め、行動品質の向上を推進

クールビズ・ウォームビズの実施

Fun to Share※に賛同し、アサヒ飲料はオフィスの省エネ施策として「クールビズ」と「ウォームビズ」を実施しています。本店吾妻橋ビル内では、5月から10月にかけて室温を28℃とし、ノーネクタイでの勤務を可としています。11月から3月にかけては室温を20℃として、暖房に頼り過ぎないよう心がけています。

そのほかに、こまめな消灯、退社時にパソコン・プリンターのコンセントを抜くなどの行動を推進しています。

※ 低炭素社会の実現に向けて環境省が推進する取り組み。



Fun to Shareのロゴ



「クールビズ」「ウォームビズ」の啓発ポスター

昼休み消灯・ノー残業デーの実施

アサヒ飲料では、昼休み時間の完全消灯を実施しています。また、定時以降に照明が不要なエリアでは部分消灯も実施。全社員が節電意識を持って行動しています。また、「ノー残業デー」を定めるなど、無駄な電力使用を抑えるとともに、心身のリフレッシュにも活用しています。

エコマイレージ活動の推進

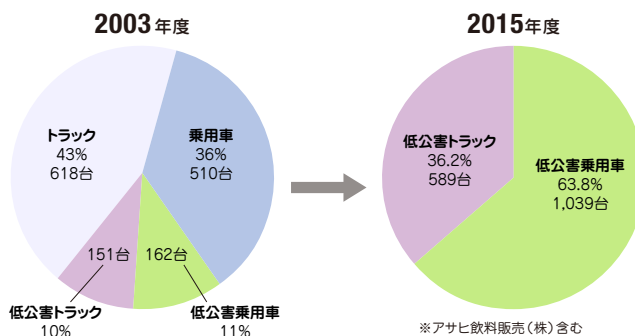
アサヒグループ独自の活動として、社員がボランティア活動などを行うことにより貯めたポイントを金額換算し、社会貢献活動をされている団体へ寄附しています。2015年度はこの取り組みが評価され、2015年10月18日に「日本赤十字社」より表彰を受けました。



営業車両の低公害車への切り替え

CO₂排出量を抑制するために、営業車両を低公害車へ切り替えるほか、ハイブリッド車や天然ガス車を使用しています。またエコドライブの推進により2015年度は1台あたりの燃料使用量を年間約8%削減できました。

営業車両の種類別構成比



エコドライブ推進ポスター

全国の事業場での取り組み

全国の事業場で、さまざまなエコ活動を実施しています。

▶ [ずっと、もっと、スマイルエコ活動](http://www.asahiinryo.co.jp/society/environment/smile_eco/index.html)
http://www.asahiinryo.co.jp/society/environment/smile_eco/index.html

事業場での活動例

事業場	活動例
本店	吾妻橋クリーンアップ大作戦(写真1)
首都圏本部	水源地の森 保全活動(写真2)
関東支社	さいたま新都心クリーン作戦
近畿圏本部	遠阪アサヒの森づくり
四国支社	サンポート高松・中央通り一斉清掃(写真3)
九州支社	ラブアース・クリーンアップ(写真4)



写真1: 本店



写真2: 首都圏本部



写真3: 四国支社



写真4: 九州支社

環境コミュニケーション



生物多様性と自然環境の保全

アサヒグループ生物多様性宣言

2010年3月、アサヒグループは生物多様性保全活動を重点課題の一つに掲げた「環境ビジョン2020」および国内酒類業界では初となる「生物多様性宣言」を策定・公表しました。

それぞれウェブサイト上に公開しています。

- ▶ [アサヒグループ「環境ビジョン2020」](http://www.asahigroup-holdings.com/csr/environment/policy/plan.html)
<http://www.asahigroup-holdings.com/csr/environment/policy/plan.html>
- ▶ [アサヒグループ生物多様性宣言](http://www.asahigroup-holdings.com/csr/environment/operation/biodiversity.html)
<http://www.asahigroup-holdings.com/csr/environment/operation/biodiversity.html>

「三ツ矢サイダー ジュニア環境授業」の継続実施

未来を担う子どもたちと環境保全に取り組んでいくことを目的に、アサヒ飲料は2009年から小学校4年生を対象に、出張授業「三ツ矢サイダー ジュニア環境授業」を展開しています。

「三ツ矢サイダー」は、1884年に誕生して以来、長く愛され続けてきた国民的炭酸飲料です。これからもおいしく飲み続けてもらいたいという願いを込めて、この出張授業を継続しています。

授業当日は、1校につき4、5人のスタッフが訪問し、「水循環」立体模型や「ろ過実験キット」など手づくりの教材を使って授業を行います。アサヒグループが保有する「アサヒの森」の紹介や、水の循環、森の役割、さらにPETボトルの正しい資源回収への出し方の実体験など、「三ツ矢サイダー」が守り続けている「水」をテーマに、環境問題などについて楽しみながら学べるユニークな授業は、子どもたちや先生方から毎回好評をいただいています。

「三ツ矢サイダー ジュニア環境授業」への参加者数は、2009年の開始から2015年までの累計で198校11,082名にのぼります。アサヒ飲料はこれからも子どもたちへの環境教育を通じて、かけがえのない自然への思いを次世代へ伝えていきます。



さまざまな形で「水」について学ぶ

voice

子どもたちが楽しく学び、環境について考える
よいきっかけになりました

「三ツ矢サイダー ジュニア環境授業」は、水の必要性、ろ過の仕組み、水の循環、森の大切さ、「PETボトルの正しい回収への出し方」の体験コーナーや実験もある幅広い内容で、子どもたちは終始楽しく学ぶことができました。リサイクルすることが環境保全につながることも子どもなりに理解でき、実生活にも結びつけられたのではないかと思います。展示物もたくさん用意していただき、子どもたちは興味深く見ていたのでよかったです。

この授業の経験は、子ども達にとって環境について考えるよいきっかけになったのではないかと思います。本当に楽しい授業をありがとうございました。



大阪市立
鷹合小学校
横井 一樹 教諭

六甲山の自然に親しむ「こうべ森の小学校・森のようちえん」を支援

アサヒ飲料は「アサヒ おいしい水 六甲」を製造している六甲工場がある兵庫県神戸市で、市が推進する「こうべ森の小学校・森のようちえん」を支援しています。

「こうべ森の小学校」は、神戸市が取り組む「市民参加の森づくり」事業の一環で、主に小学生以下の子どもを持つ家族を対象とする活動です。当社は「六甲のおいしい水」事業を取得した2010年から、この活動を支援しています。活動日には、親子を中心に参加者が多数集まり、緑豊かな六甲山森林で森の手入れや植物観察、クラフト、野外調理などを体験します。自然に親しむことで多くの人に環境保全へ目を向けてもらうのがねらいです。

また未就学児を対象とした「森のようちえん」の活動にも2012年から取り組んでいます。絵本を読んでから森に入り、五感を使って森や自然の楽しさを感じてもらう活動を行い、好評を得ています。

活動開始から18年目となる2015年度は、全7回の活動を実施し、合計で761名が参加しました。



森での遊びを体験



レクチャーを受ける様子



参加者の集合写真



voice

市民、企業、行政の連携が必要です

「大人も子どもも、森の遊びから森を学ぼう!」をテーマとして、子どもたちだけの体験ではなく、家族ぐるみで森に親しみ、自然について学びたい気持ちを育てていくことを目指しています。

再度公園を活動場所の中心として、森の中での探検や森の中で材料を集めた工作など、親子そろって楽しみながら自然について学んでいます。本活動は、次世代への教育という観点で取り組んでおり、直ちに効果が現れるものではありませんが、継続的な企業の支援があってこそこの活動と

考えております。

アサヒ飲料さんが2010年に「六甲のおいしい水」事業を取得されてから、「こうべ森の小学校・森のようちえん」活動および活動費の支援や、毎回の行事では、子どもが喜ぶさまざまな御社商品をご提供いただいています。今後も市民、企業、行政の連携が継続されるものと期待しております。



神戸市建設局 公園部
森林整備事務所 所長
道木 柳太様

voice

自然の恵みの大切さを伝えたい

私たちは、日頃意識していないかもしれませんが、自然の恵みの中で生活をしています。さらびやかな日の光、清らかな水、豊かな森、私たちが吸っている澄んだ空気も自然の恵みです。その自然の恵みを守り、次世代に引き継いでいくことが私たちの役目です。そのことを自然と触れ、遊びの中から子どもたちに伝えたいと思っています。

この「森の小学校・森のようちえん」は、六甲の豊かな自然の中で、子どもたちが自然の恵みの大切さを感じ、学ぶことができる大変意義のある活動です。またその活動を通して親御様にも改めて自然の恵みの大切さを感じていただき、家族で会話してほしいと思います。そしてその子どもたちが大人になって、また次の世代につながっていく活動になったら良いなと思っています。

「継続は力なり」です。子どもたちのため、自然の恵みを守るためにも、私ども企業と行政と市民の皆様が連携して、この「森の小学校・森のようちえん」の活動をできる限り継続していきましょう。



アサヒ飲料(株)
明石工場
工場長
川村 和弘

「アサヒの森」での環境活動

「アサヒの森」は、グループ会社であるアサヒビール(株)の社有林です。同社が広島県庄原市から三次市にかけて保有・管理する社有林は15カ所、面積にして2,165ha(東京ドーム約463個分)、庄原市および三次市の全面積の約1%にもなります。

社有林は当初、ビールびんの王冠の裏地に使用していたコルクの自給対策として山林を購入しましたが、コルク確保の見通しがついた1950年代以降は、持続可能な森林経営を目指してアサヒビール(株)が毎年計画的に植林を続けています。近年は間伐材を有効活用しながら森林の持続的な育成を図っており、アサヒグループの環境活動の象徴となっています。

アサヒ飲料では、アサヒビール(株)が開催する「アサヒ 森の子塾」や「森と水の学習会」へ共同参画し、地元の小学生を対象に、森林環境教育プログラムやろ過実験装置を使った実験を通じて森林の水源涵養機能、環境保全の大切さを伝えています。



ろ過実験の様子



森林散策

富士山麓の自然を守る白糸自然公園植樹祭に参加

富士宮市が主催する白糸自然公園植樹祭は、富士山の眺望を含む良好な自然景観の形成と「水源涵養」と「自然林の復元」を目的に、市民参加型の自然環境保全活動として2014年から実施されています。2015年5月に行われた第2回植樹祭に、アサヒ飲料と関連会社を含めた社員11名が参加し、総勢約315名の市民で、約0.9haの育樹地に広葉樹の苗木を植えました。参加者のグループは、職場の仲間、親子などさまざまですが、みな、苗木の植樹に熱心に取り組み汗を流しました。

アサヒ飲料では、今後も白糸自然公園植樹祭を含め、富士山麓の自然を守る取り組みを通じて生物多様性の保全に協力して

いきたいと考えています。2015年度は同植樹祭のほか、第22回富士山麓ブナ林創造事業、富士山クラブ 富士山育樹活動、富士山草原性保全活動に参加しました。



富士山を望む育樹地



仲間と協力しての植樹

voice

「空よし」「水よし」「緑よし」の地球に優しいまちを目指します

富士山の自然を守ることは、富士宮市の環境を守ることにつながります。私たちは、「富士山の恵みを次世代につなぐ地球に優しいまち」を目指し、市民の皆さんやアサヒ飲料様をはじめとする事業者の方々と協働で、さまざまな環境施策を展開しています。皆さん、どうぞこれからも引き続き、富士宮市の自然環境保全活動にご協力ください。そして、この素晴らしい富士宮市の環境を将来世代に継承していきましょう。

富士宮市
環境部長
佐野 一也 様

voice

地域の環境活動に参加することで水源守ることに貢献していきたいです

富士山工場は、所在地である富士宮市の地下水の恩恵を受けて、2001年度の操業開始から1億箱以上の製品を生産しています。その恵みを大切にするため、市の主催する環境活動に積極的に参加してきました。「白糸自然公園植樹祭」は、樹木を育てることで地域の地下水の涵養に大きく貢献できますし、市民がその趣旨を理解し、協力して活動していることに共感しています。

今後も継続して富士山の環境保全活動に参加・協力していきたいと考えています。

アサヒ飲料(株)
富士山工場
工場長
安部 寛

「暮らしの包装商品展2015」にグループ共同出展

アサヒ飲料は、2015年9月に「ららぽーと TOKYO-BAY」で開催された「暮らしの包装商品展2015」にグループ共同出展しました。この展示会は容器包装の役割と重要性、最新技術を幅広く解説し普及させることを目的に開催され、当社は植物由来の原料を使用したPETボトルやラベル、リサイクルしやすい包装・容器など環境負荷低減への取り組みを紹介しました。

また、展示会場に特設のグッドパッケージングコーナーで、「日本パッケージングコンテスト2015」で飲料包装部門賞に選ばれ

た当社の「氷点下飲料商品の提供システム～マイナス5℃専用冷蔵庫～」が展示されました。



アサヒグループの展示ブース



氷点下飲料商品提供システムの展示

「アサヒなるほど自販機」イベントを開催

2015年7月25日から27日の3日間、アサヒビール北海道工場にて、当社北海道支社主催の「アサヒなるほど自販機」イベントを実施し、総勢約400名のお客様に来場いただきました。

当日は、実際の自動販売機を用いて、飲料を保管する貯蔵庫・取り出し口・加温冷却器などの仕組みや、ヒートポンプ・真空断熱材などの省エネの取り組み、また、自動販売機の社会貢献についても紹介。スケルトン機材での解説やオリジナルクイズの出題などを楽しみながら自動販売機に興味をもち、より身近な存在になっていただけるイベントとなりました。



自販機の仕組みを説明する様子

富士山工場「親子で遊ぼう!水の教室♪」イベントを実施

アサヒ飲料富士山工場では、2015年7月18日～8月29日の毎週土曜日に、夏休み特別イベント「親子で学ぼう!水の教室♪」を開催しました。「富士山工場から、地球の水を考えよう!」と題し、通常の工場見学の後に地球の貴重な資源である“水”についてゲームを通じて楽しく学べるイベントを開催し、期間中は総勢約250名の親子に参加いただきました。



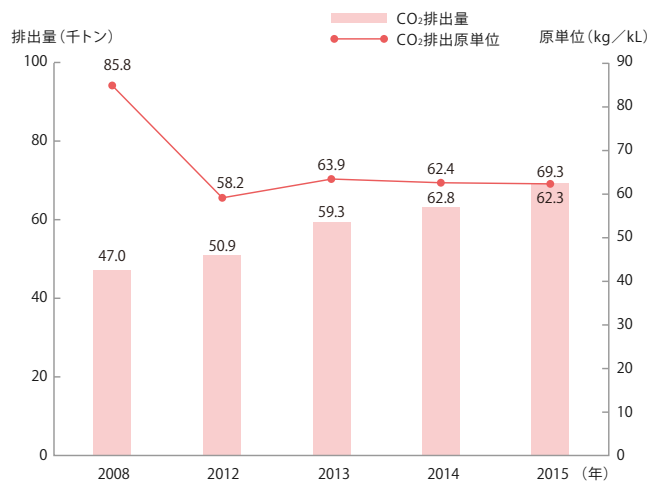
スライドで水について学ぶ参加者

工場データ集

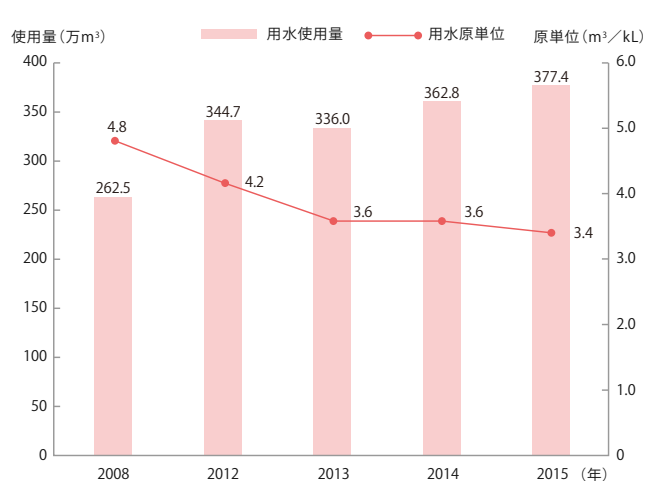
全工場トータルデータ

アサヒ飲料の工場では、事業活動で使用するエネルギー量を原単位で目標を定め、削減に取り組んでいます。

CO₂排出量とCO₂排出原単位

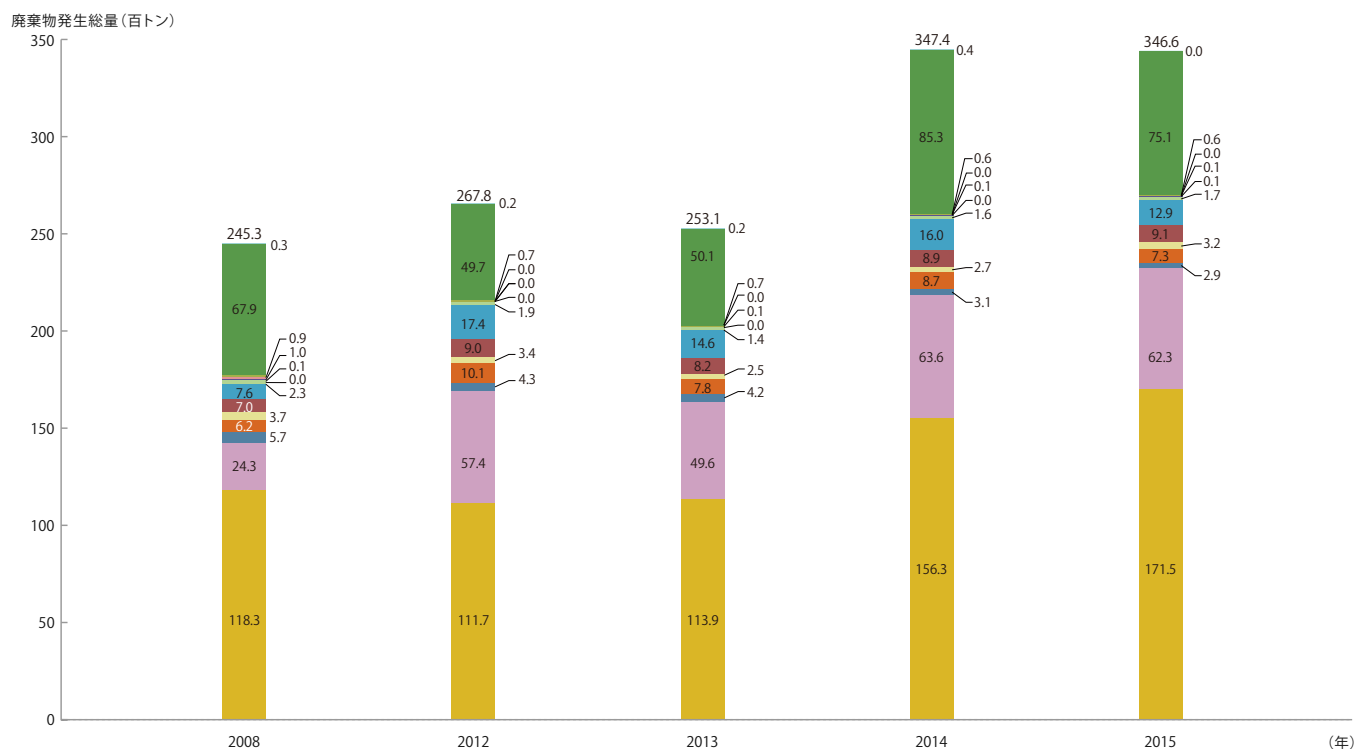


用水使用量と用水原単位



廃棄物発生量

■ コーヒー・茶粕 ■ 脱水汚泥 ■ 鉄屑（アルミ、ステンレス含む） ■ 廃プラ（PET） ■ 廃プラ（PET以外） ■ 段ボール・紙 ■ びん・ガラス ■ 木製パレット・木屑
■ 蛍光灯・電池 ■ 廃油 ■ 煤塵 ■ 一般廃棄物 ■ 廃液 ■ その他



富士山工場

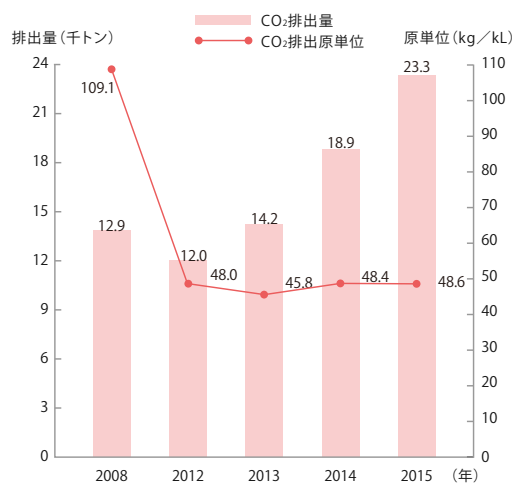


富士山工場は、富士山の豊かな自然と共生するクリーンな工場を目指し、温室効果ガスを使用しないアンモニア冷凍機、嫌気性廃水処理で発生するメタンガスのボイラー燃料への再利用、氷蓄熱設備を用いて電力需要の平準化に貢献する夜間電力利用、CO₂排出削減につながる燃料転換※など、環境負荷低減につながる諸施策を推進しています。それら諸設備に加え、風力発電・太陽光発電などの環境対応設備も導入し、発生電力を外灯などに利用しています。

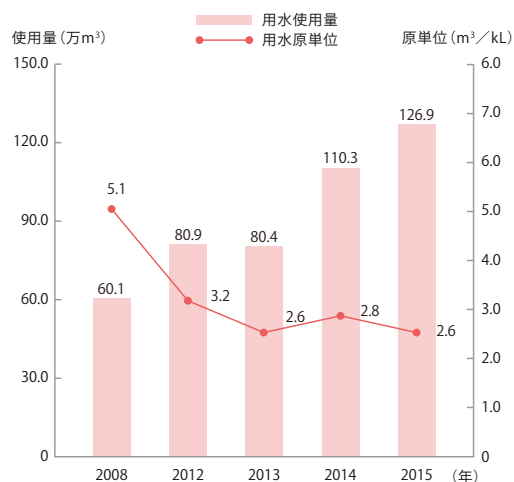
明石工場に続き、小型・大型PETボトルの自社製造、無菌充填システムを採用して、PETボトル原料の省資源化、トラック輸送台数の削減に貢献しています。またPETボトルを軽量化することにより、原料のさらなる省資源化を実施しています。2002年には廃棄物再資源化100%を達成し、2010年には茶粕の再生利用として飼料化も実現しています。環境マネジメントシステムについては、2006年にISO14001を認証取得し、環境に配慮した生産活動を行っています。平成20年度(2008年度)に「リデュース・リユース・リサイクル推進協議会会長賞」を受賞しました。

2014年はお茶の小型製品専用ラインを増設。製造工程における熱を有効活用させた最新技術により燃料使用量の削減に努めています。また、工場見学コースをリニューアルし多くの皆様にご見学いただいています。

CO₂排出量とCO₂排出原単位



用水使用量と用水原単位



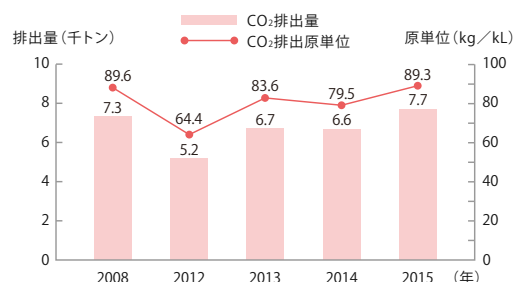
北陸工場



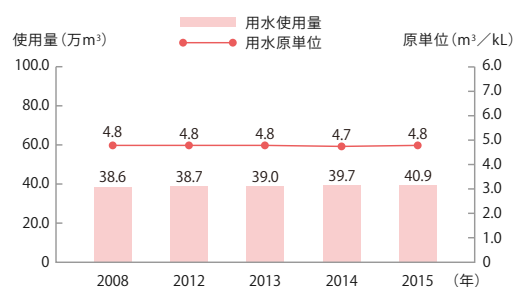
北アルプス黒部川扇状地湧水郡に位置する北陸工場は、黒部の名水のクリーンな還元を目指し、特に排水処理に力を入れています。嫌気性排水処理で発生するメタンガスをボイラー燃料に再利用し、資源の有効活用を実現しています。

廃棄物の取り組みに関しては、1998年に廃棄物再資源化100%を達成し、3R(リデュース・リユース・リサイクル)やISO14001の認証取得など、環境に配慮した取り組みに積極的な事業所として富山県から「平成15年度(2003年度)エコ事業場」に認定されました。また2004年度には「リデュース・リユース・リサイクル推進協議会会長賞」を受賞、2013年に日常的な省エネ活動が評価され「とやまストップ温暖化アクト賞」を受賞しました。

CO₂排出量とCO₂排出原単位



用水使用量と用水原単位



明石工場

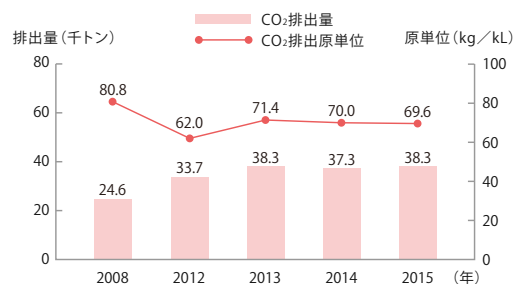


明石工場は、瀬戸内沿岸に立地し、地域周辺の環境保全を意識した生産活動を行っています。1997年7月に原料樹脂からの大型PETボトルの自社製造、無菌充填システムの採用、2005年12月に小型PETボトル(500ml耐圧ボトル)の自社製造開始、2011年10月にプリフォームの自社製造量の増産などを実施。当社の基幹工場として、自社製造化による原料運搬トラック台数の削減、PETボトルの軽量化による使用エネルギー削減などの環境負荷低減施策を強力に推進しています。

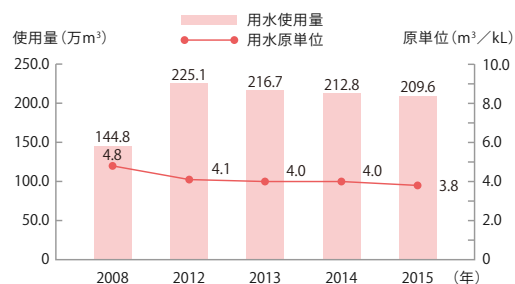
廃棄物に関しては、1998年に廃棄物再資源化100%を達成。また2009年に飲料製造過程から排出されるコーヒー粕、茶粕並びに排水処理にともなう汚泥をメタン発酵する設備を導入し、発生メタンガスを工場稼働エネルギーに再利用しています。これらの取り組みが評価され、2002年度に「リデュース・リユース・リサイクル推進協議会会長賞」、2010年度には「兵庫県環境にやさしい事業者の最優秀賞」を受賞しました。

また、2013年は工場見学コースをリニューアルし多くの皆様にご見学いただいています。

CO₂排出量とCO₂排出原単位



用水使用量と用水原単位



環境報告ガイドライン対照表

環境報告の基本的事項

指標	掲載箇所	掲載ページ
1. 報告に当たっての基本的要件		
(1) 報告対象組織の範囲・対象期間	編集方針	P.1
(2) 対象範囲の捕捉率と対象期間の差異	—	
(3) 報告方針	—	
(4) 公表媒体の方針等	編集方針	P.1
2. 経営責任者の緒言	トップメッセージ	P.2
3. 環境報告の概要		
(1) 環境配慮経営等の概要	環境ビジョン2020 環境理念・方針 容器・包装での取り組み	P.3 P.4 P.12-15
(2) KPIの時系列一覧	環境行動計画 工場データ集	P.8 P.31-33
(3) 個別の環境課題に関する対応総括	環境行動計画	P.8
4. マテリアルバランス	事業活動の環境負荷 生産現場での取り組み 工場データ集	P.9 P.19-23 P.31-33

「環境マネジメント等の環境配慮経営に関する状況」を表す情報・指標

指標	掲載箇所	掲載ページ
1. 環境配慮の方針、ビジョン及び事業戦略等		
(1) 環境配慮の方針	環境ビジョン2020 環境理念・方針	P.3 P.4
(2) 重要な課題、ビジョン及び事業戦略等	トップメッセージ 環境理念・方針 環境行動計画 容器・包装での取り組み	P.2 P.4 P.8 P.12-15
2. 組織体制及びガバナンスの状況		
(1) 環境配慮経営の組織体制等	環境マネジメント体制 環境マネジメントシステム 内部監査	P.4-5
(2) 環境リスクマネジメント体制	環境マネジメントシステム	P.4
(3) 環境に関する規制等の遵守状況	内部監査	P.5
3. ステークホルダーへの対応の状況		
(1) ステークホルダーへの対応	—	
(2) 環境に関する社会貢献活動等	環境行動計画 オフィスでの取り組み 環境コミュニケーション	P.8 P.25-26 P.27-30

4. バリューチェーンにおける環境配慮等の取組状況		
(1) バリューチェーンにおける環境配慮の取組方針、戦略等	環境理念・方針 環境行動計画 自動販売機での取り組み 物流での取り組み	P.4 P.8 P.16-18 P.24
(2) グリーン購入・調達	環境ガイドライン	P.6-7
(3) 環境負荷低減に資する製品・サービス等	環境理念・方針 自動販売機での取り組み 生産現場での取り組み	P.4 P.16-18 P.19-23
(4) 環境関連の新技术・研究開発	容器・包装での取り組み 生産現場での取り組み	P.12-15 P.19-23
(5) 環境に配慮した輸送	環境行動計画 物流での取り組み オフィスでの取り組み	P.8 P.24 P.25-26
(6) 環境に配慮した資源・不動産開発／投資等	－	
(7) 環境に配慮した廃棄物処理／リサイクル	環境行動計画 生産現場での取り組み 工場データ集	P.8 P.19-23 P.31-33

「事業活動に伴う環境負荷及び環境配慮等の取組に関する状況」を表す情報・指標

指標	掲載箇所	掲載ページ
各記載項目の共通事項	－	
1. 資源・エネルギーの投入状況		
(1) 総エネルギー投入量及びその低減対策	環境行動計画 事業活動の環境負荷 生産現場での取り組み	P.8 P.9 P.19-23
(2) 総物質投入量及びその低減対策	環境行動計画 事業活動の環境負荷 容器・包装での取り組み 工場データ集	P.8 P.9 P.12-15 P.31-33
(3) 水資源投入量及びその低減対策	環境行動計画 生産現場での取り組み 工場データ集	P.8 P.19-23 P.31-33
2. 資源等の循環的利用の状況(事業エリア内)	環境行動計画 生産現場での取り組み 工場データ集	P.8 P.19-23 P.31-33
3. 生産物・環境負荷の産出・排出等の状況		
(1) 総製品生産量又は総商品販売量等	事業活動の環境負荷	P.9
(2) 温室効果ガスの排出量及びその低減対策	環境行動計画 事業活動の環境負荷 生産現場での取り組み 工場データ集	P.8 P.9 P.19-23 P.31-33
(3) 総排水量及びその低減対策	環境行動計画 生産現場での取り組み 工場データ集	P.8 P.19-23 P.31-33
(4) 大気汚染、生活環境に係る負荷量及びその低減対策	事業活動の環境負荷	P.9
(5) 化学物質の排出量、移動量及びその低減対策	－	

(6)廃棄物等総排出量、廃棄物最終処分量及びその低減対策	環境行動計画 生産現場での取り組み 工場データ集	P.8 P.19-23 P.31-33
(7)有害物質等の漏出量及びその防止対策	—	
4. 生物多様性の保全と生物資源の持続可能な利用の状況	環境行動計画 環境コミュニケーション	P.8 P.27-30

「環境配慮経営の経済・社会的側面に関する状況」を表す情報・指標

指標	掲載箇所	掲載ページ
1. 環境配慮経営の経済的側面に関する状況		
(1)事業者における経済的側面の状況	環境会計	P.10
(2)社会における経済的側面の状況	—	
2. 環境配慮経営の社会的側面に関する状況	—	

その他の記載事項等

指標	掲載箇所	掲載ページ
1. 後発事象等		
(1)後発事象	—	
(2)臨時的事象	—	
2. 環境情報の第三者審査等		