販売・消費

容器・包装での取り組み

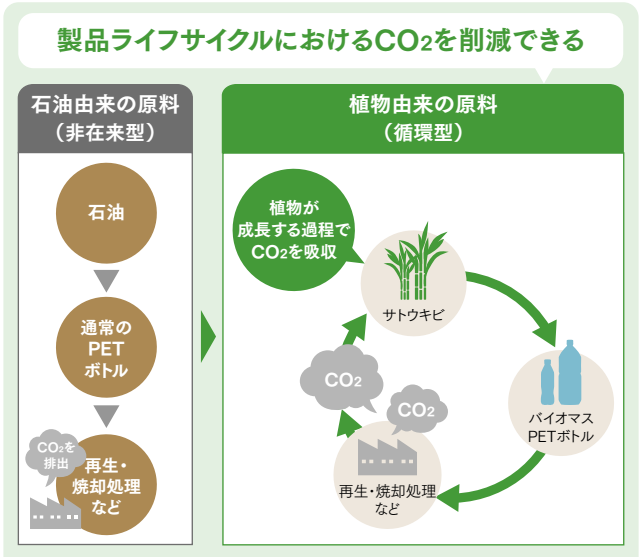
容器資材すべてに植物由来原料を使用した商品の展開

アサヒ飲料は、資源の有効活用、枯渇性である石油系資源からの脱却、CO_2排出抑制という観点から循環型社会の構築に貢献しています。その一つとして、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）の原料を活用しています。

2015年に日本で初めて大型炭酸飲料PETボトル容器へサトウキビ由来のバイオエタノール原料を採用し、2016年には、飲料業界で初めてキャップ・PETボトル・ラベル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。これにより、製造時のCO_2排出量を従来品と比べて約23％削減しました。さらに、2017年2月には業界最高水準となるバイオ度75％のラベルを展開。製造時のCO_2排出量を従来比で約24％、総量で約10トン削減しました。

※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の特徴



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CO_2の増減に影響を与えないと考えられています。

バイオマスマークの取得

2012年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。キャップ、ボトル、ラベルを同じプラスチック素材にすることで分別を不要とし、リサイクル性も高めました。

バイオマス
No.110014

バイオマスマーク（(社)日本有機資源協会）

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CO_2排出量抑制に寄与します。アサヒ飲料は2008年に業界で初めて「十六茶」に採用して以降、毎年改良を続けています。

バイオマスプラ

バイオマスプラマーク（日本バイオプラスチック協会）

バイオマスラベルを採用した商品（2017年4月現在）

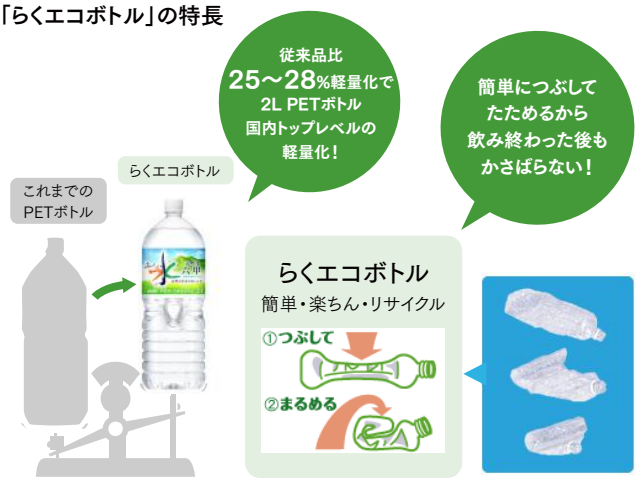
アサヒ 十六茶 PET430ml
アサヒ 十六茶 PET600ml
アサヒ 十六茶 PET660ml（増量ボトル）
アサヒ 食事と一緒に 十六茶 W（ダブル） PET500ml
アサヒ 食事の脂にこの１本。 PET555ml
アサヒ 食事の脂にこの１本。緑茶ブレンド PET555ml
なだ万監修 日本茶 PET430ml
フォションやさしい紅茶 ストレートティー PET600ml
「Welch's」グレープ100 800g
「Welch's」オレンジ100 800g
「Welch's」ピンクグレープフルーツ100 800g
「Welch's」マスカットブレンド100 800g

容器の軽量化による環境負荷低減

■「らくエコボトル」の展開

自社工場で製造する水・お茶商品に、国内最軽量クラスの2L 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、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CO_2排出量を削減しています。持ちやすく、注ぎやすいデザインで、飲用後のつぶしやすさも向上させました。

「らくエコボトル」の特長



■「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「アサヒ　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、CO_2排出量を削減しています。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。

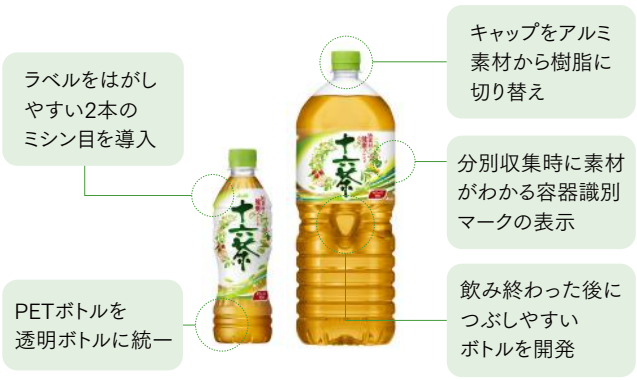
■ 軽量ビード缶の採用

2012年より、スチールの使用量を従来品比で約18％削減させた「軽量ビード缶」を一部の商品に採用しています。

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。



製造過程での環境負荷が少ないタルク缶の採用

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、CO_2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。

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。

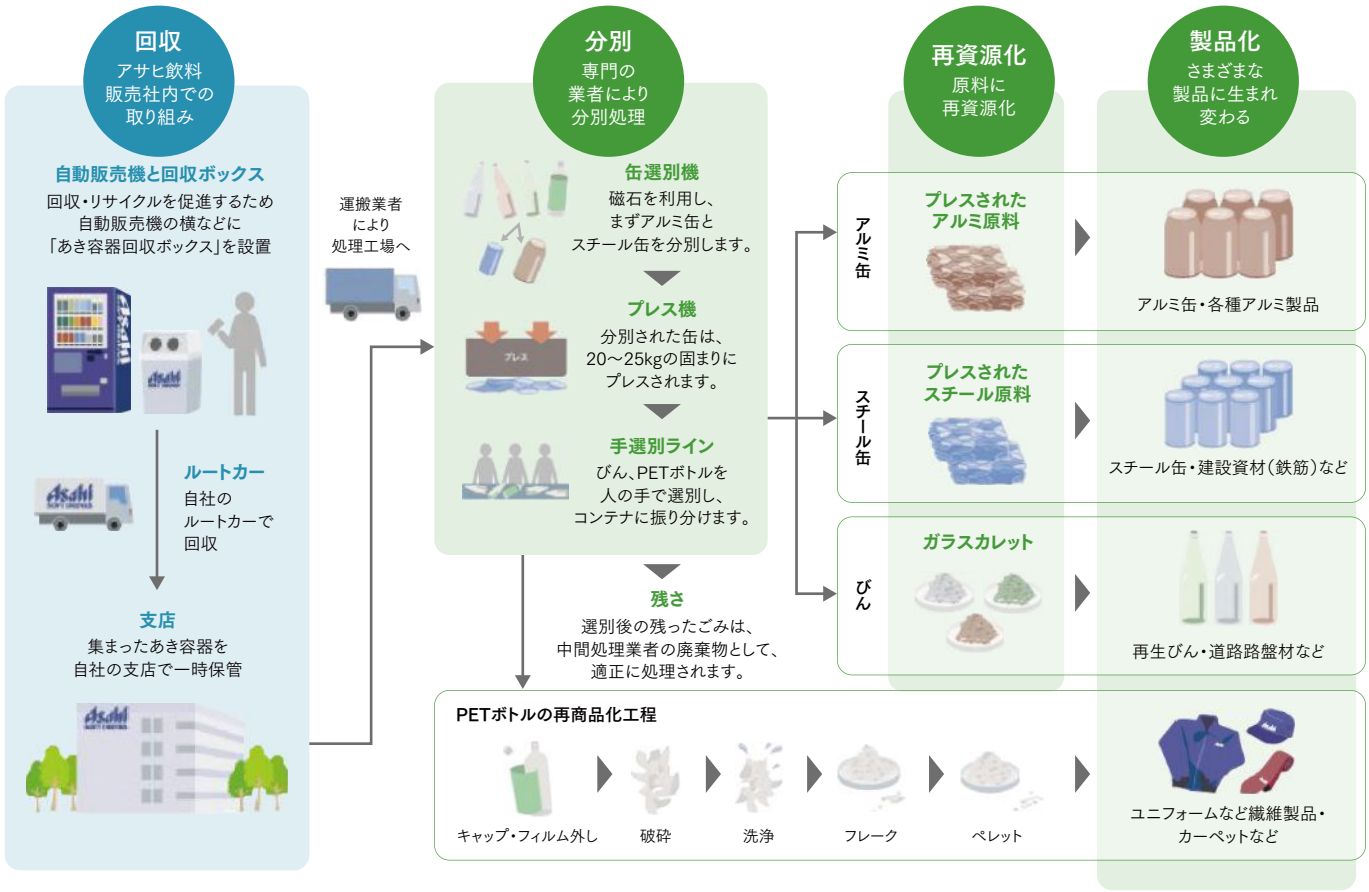
たとえば、従来は紙とプラスチック・金属を素材に用いていた販売促進ツールを紙のみで制作することで、分解が容易になり、簡単にリサイクルできるようにしています。

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システムを導入しました。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。

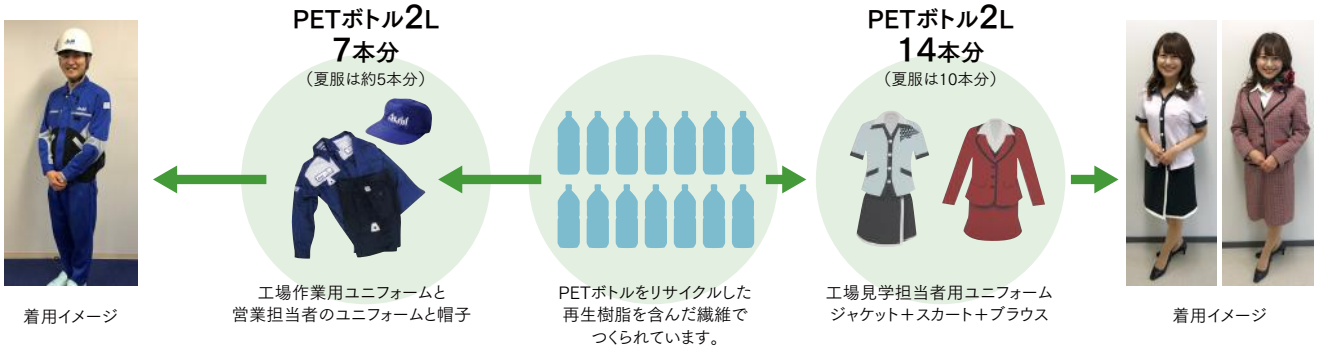
あき容器リサイクルフロー



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へリサイクルした再製品を使用しています。その製品の一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



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・CO_2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ベ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/

清涼飲料自販機協議会の目標

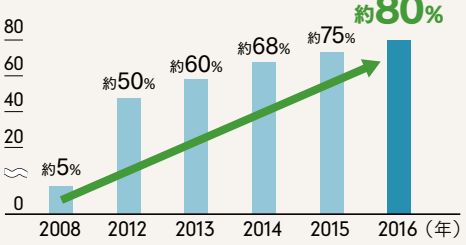
2050年までに、
電力量
60％削減

アサヒ飲料の取り組みと2016年度の成果

●ヒートポンプ式自動販売機
約80％導入

業界トップクラスの展開率

ヒートポンプ式自動販売機の展開率の推移



●「冷え蔵（ひえぞう）」機能搭載の自動販売機
2012年度から
一部導入

●自動販売機廃棄処理時のフロンガス回収・破壊量
2016年度
約2.8トン

自動販売機の環境配慮機能

ヒートポンプ機能（超省エネ機）
商品の冷却時に生じる熱を利用して商品を温める冷温同時運転機能です。通常の自動販売機と比較して年間消費電力量を約40%削減できます。

ピークカット機能
夜間・早朝に集中冷却した蓄冷効果で、夏季の電力消費のピーク時間帯に冷却停止しても商品の温度を保てます。なかでも保冷性能の高い「冷え蔵（ひえぞう）」機能は、従来機の3時間（13-16時）よりも長い約7時間（10-17時）の冷却停止が可能です。

フロン対策
オゾン層を破壊しない代替フロンR-407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。自動販売機の廃棄処理時にはフロンガスを適切に回収・破壊しています。
※GWP：Global Warming Potential（地球温暖化係数）

統一美化マーク
あき容器の散乱防止を啓発しています。

24時間消灯
屋内設置機の照明の24時間消灯を推進しています。これにより1台平均約15%の消費電力削減が見込めます。屋外設置機についても昼間に消灯しています。

蛍光灯の間引き点灯
屋外設置機の蛍光灯を間引き点灯することで、照明部分の消費電力を1 台あたり約25%削減します。

調光機能
蛍光灯の明るさを50%に調光します。

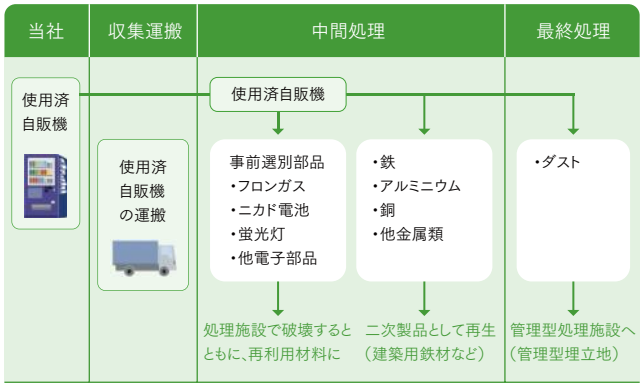
管理者統一ステッカー
管理責任を明確にしています。

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、震災など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。

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、わかりやすいユニバーサル・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、紙幣を挿入しやすくしています。
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。

常温飲料の提供が可能な自動販売機の展開

アサヒ飲料では、2016年4月から常温飲料の提供が可能な自動販売機を展開しています。

エアコンなどの影響から、体の冷えが気になる女性を中心としたお客様の声にお応えし、ホット（約50度）とコールド（約5度）の2つの温度帯に加えて、新たに常温（約20度）の飲料の提供が可能になりました。

生産

生産現場での取り組み

省エネルギー・CO_2削減

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、エネルギー消費にともなって発生するCO_2の排出を抑制するために、排出原単位での目標を定めており、2016年はCO_2排出原単位を前年比で約3%削減しました。

省エネルギー・CO_2削減のため、生産現場ではさまざまな施策を行っています。2016年7月には、富士山工場の排水処理設備を改修し、これまで産業廃棄物として外部に処理を委託していた余剰製品の工場内処理を開始しました。これにより、処理にともなって回収したメタンガスを工場の熱源として利用するとともに、産業廃棄物の外部処理量を削減しています。

また、全工場でPETボトルを内製することで、ボトル輸送にともな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・CO_2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CO_2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CO_2削減

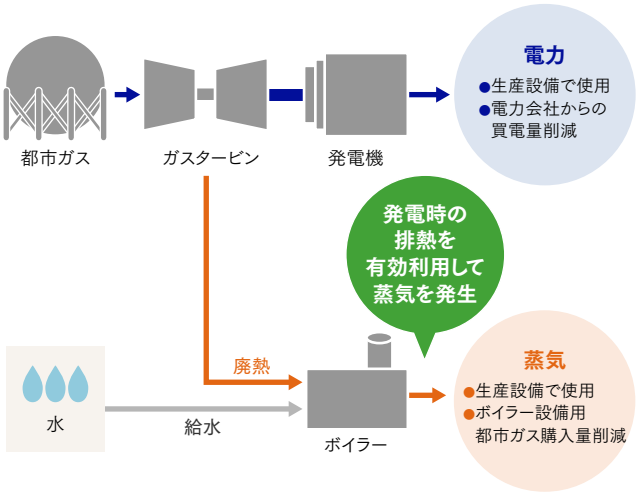


図2：蒸気減圧エネルギー利用の仕組み

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。

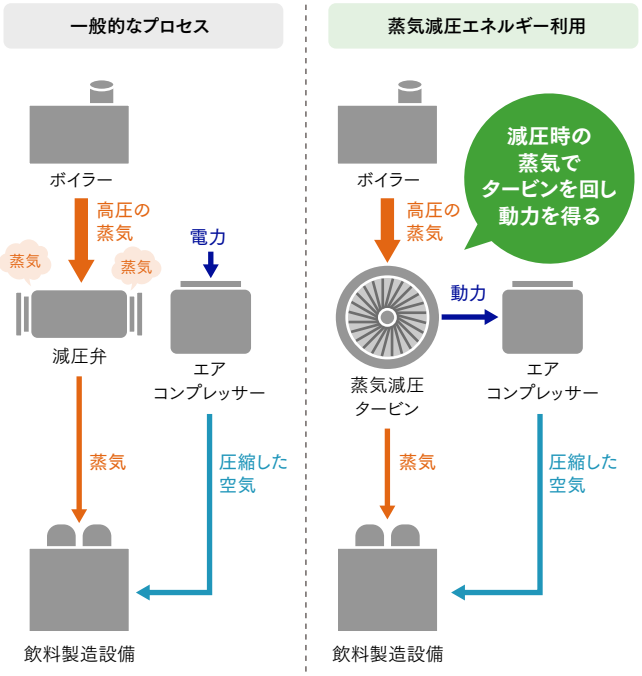
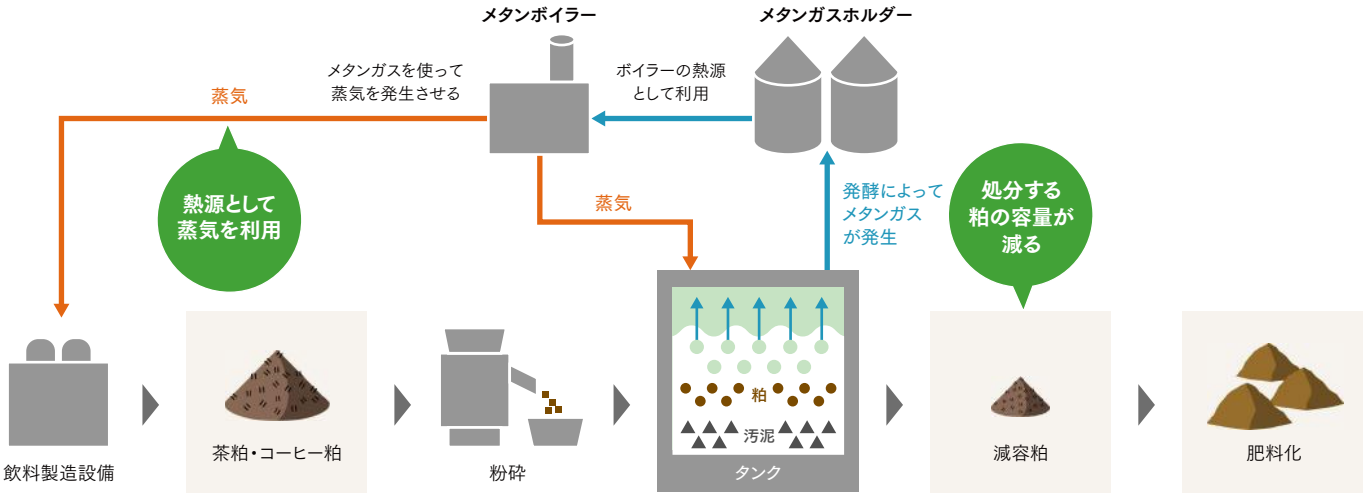


図3：嫌気処理設備での原料粕減容化とメタンガスの熱源としての利用の仕組み

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、燃料使用量と産業廃棄物を削減しています。



CLOSE UP

燃料転換によるCO₂排出量削減（北陸工場）

アサヒ飲料では2017年1月、北陸工場のボイラーで使用する燃料をLPG（液化石油ガス）から都市ガスへ転換しました。

アサヒ飲料全工場で燃料転換を完了

持続可能なエネルギー利用への意識が高まるなかで、都市ガスの需要が増しており、日本全国で都市ガスパイプラインの整備が進んでいます。都市ガスの主原料である天然ガスは、石油などほかの化石燃料に比較して、燃焼時のCO₂排出量や大気汚染の原因となるNOx、SOxの発生量が少ないという特徴があります。

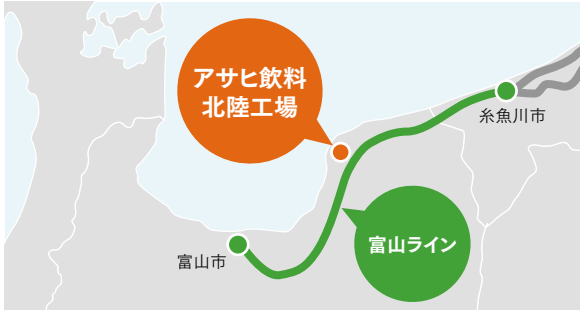
アサヒ飲料も、アサヒグループの環境ビジョンに則って都市ガスへの転換を順次進めてきました。今回、北陸工場の近くを通る都市ガスパイプライン「富山ライン」から分岐ラインを設け、工場で使う燃料のすべてを従来のLPGから都市ガスに転換しました。これにより、CO₂排出量を年間で約14％削減できる見込みです。

北陸工場を都市ガスに切り替えたことにより、当社の全工場で使用する燃料の都市ガスまたはLNG（液化天然ガス）への転換を完了しました。

石炭を100とした場合の排出量比較（燃焼時）

	CO₂（二酸化炭素）	NOx（窒素酸化物）	SOx（硫黄酸化物）
石炭	100	100	100
石油	80	70	70
天然ガス	60	40	0

「富山ライン」からの都市ガス供給



VOICE

工場と連携し、燃料使用量の削減に取り組んでいます

技術部
エンジニアリンググループ（取材時）
岩辺 崇広

今回の燃料転換に合わせて高効率のボイラーに更新したことで、北陸工場では法定の年1％※を上回る、年間約2％の燃料使用量削減を見込んでいます。今後も全工場と連携をとりながら、燃料使用量の削減に向けた施策を実行していきます。

※改正省エネルギー法によって指定された「第一種エネルギー管理指定工場」は、年平均1％以上のエネルギー消費原単位の削減が求められています。

工場での環境負荷低減を目指します

北陸工場 製造部
朝倉 孝

都市ガスに転換したことで、LPGの発注・受け入れ作業や保管設備の法定検査・整備といった作業が不要になりました。燃料保管にともなうリスクという観点から、安全面でもメリットのある燃料転換といえます。

安全・安定供給というミッションを果たし、今後もより環境に配慮した工場を目指します。

水資源の保全・排水管理

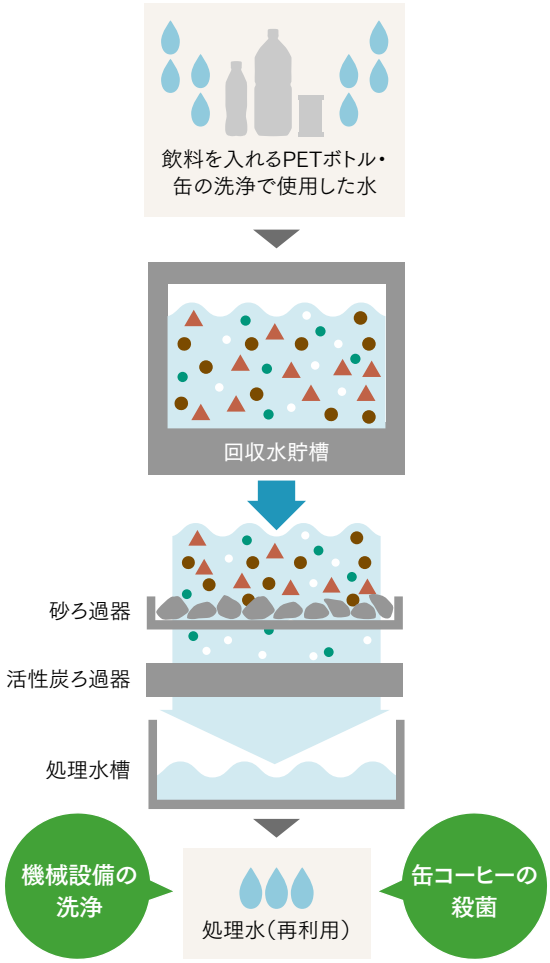
皆様にお届けする清涼飲料の製造には、自社工場合計で年間約379万m³（東京ドーム約3杯分）の水を使用しています。商品の原料である水資源の保全は、アサヒ飲料にとって重要な課題です。工場の用水使用量について原単位での目標を定めて削減に取り組むとともに、排水に関しても厳しい基準を定めて効率よく管理しています。

■ 用水の再利用

アサヒ飲料では、用水使用量を削減するため、工場内での水の再利用に取り組んでいます。

缶コーヒー殺菌時に使用した温水は、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。また、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の例



■ 充填ラインにおける節水技術の開発

アサヒ飲料は、工場での水使用量を削減する施策の一つとして、ボトル洗浄時の節水に努めています。

飲料の製造工程では、飲料の充填前にボトルとキャップを水で洗浄しています。特にボトルリンサー（洗浄）設備で大量の水を使うことから、節水に向けて、洗浄ノズルの形状や洗浄水の噴出速度などについて最も良い条件を調査しました。

調査結果に基づいて、新たに開発したのが「エアインダクションノズル」です。水と空気を混合して噴射させることにより、従来よりも洗浄力を向上させながら、水使用量を60～75％削減しています。

現在、自社工場のお茶および水製造ラインのほぼすべてで、このエアインダクションノズルを使用したボトルリンサーを導入しています。

エアインダクションノズル

ボトルリンサーのイメージ

VOICE

工場での経験をもとに新たな節水技術を開発しました

研究開発本部 生産技術グループ
菅沼 剛

工場で勤務をしていたころ、「ボトルを洗うのに水を使いすぎでは？」と疑問を抱いていました。日頃から環境保全活動に力を入れるべき、と考えていたので、技術研究所への異動を契機に新たな洗浄方式の開発をスタートしました。

試行錯誤のなかで少しずつ知見を培い、節水技術を開発することができました。今後も、製造現場で役立つ技術の開発を続けていきます。

廃棄物再資源化

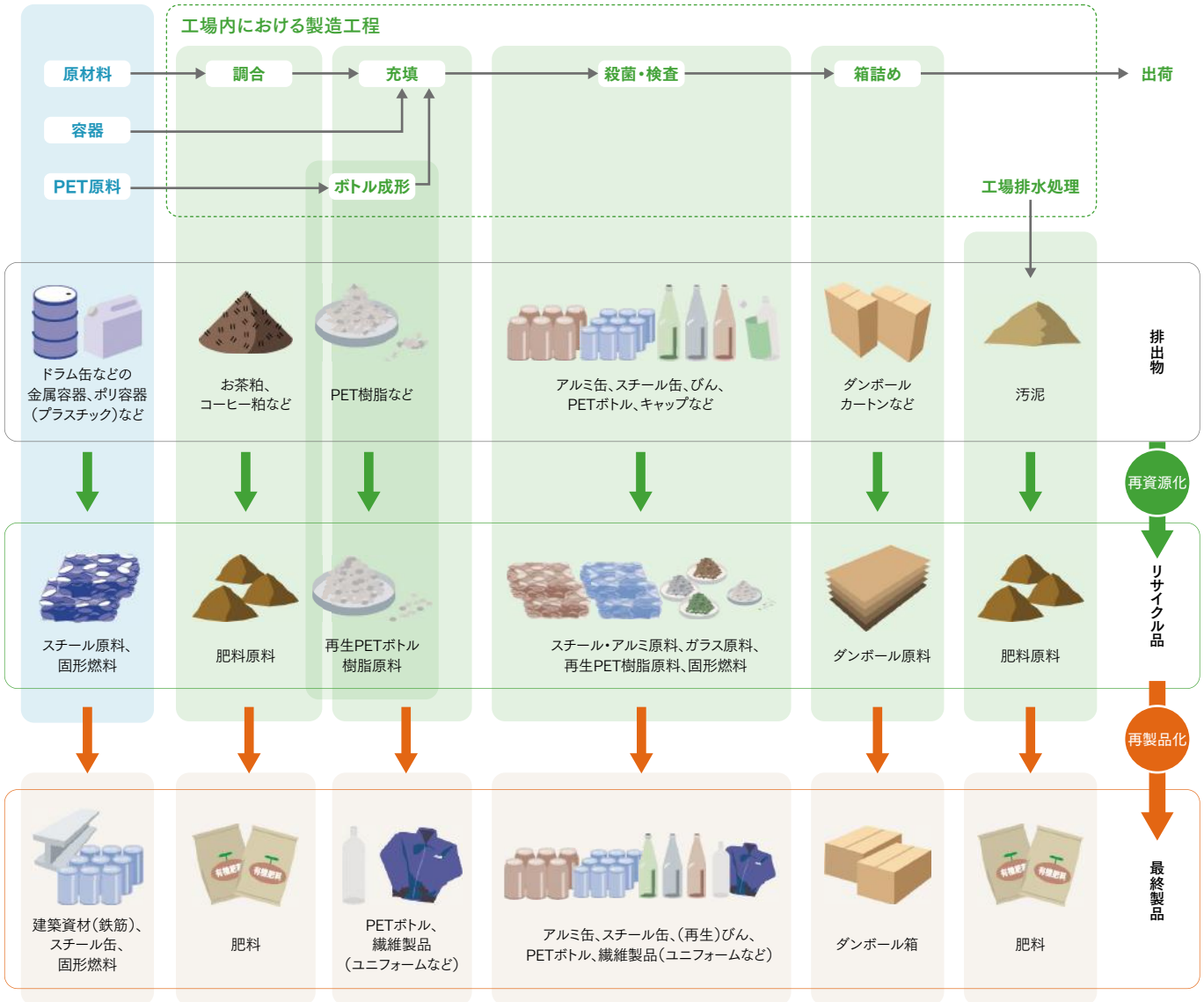
アサヒ飲料は、原材料調達から出荷に至る全工程で、廃棄物の発生抑制と再資源化に努めています。その結果、自社工場の製造工程で廃棄物再資源化100%を維持継続しています。

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、木屑や廃油です。これらすべてにおいて再資源化処理をしています。

廃棄物再資源化100%の達成状況（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

工場内で出る廃棄物とリサイクルのフロー



CLOSE UP

お茶商品製造時の副産物を家畜飼料に（富士山工場）

富士山工場では、産業廃棄物として主に肥料化してきた茶粕と「ろ液」を、牛・豚の飼料としてリサイクルしています。高いレベルでの再資源化を進めることで、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。

食品副産物のより高いレベルでの再資源化を実現

富士山工場は、同じ富士宮市内の飼料会社である雪印種苗（株）へ「十六茶」の茶粕を供給しています。「十六茶」粕は、牧草やトウモロコシ、ビール粕などでつくる乳牛用の混合飼料に配合されます。

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。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。当社は、雪印種苗（株）とともに茶粕の分別、鮮度保持、安定的な出荷などの課題を克服し、2010年ごろに本格的な供給を始めました。2016年度は全「十六茶」粕のうち約13％に相当する毎月33トンを飼料化しています。産業廃棄物を減らすだけでなく、雪印種苗（株）では高価な輸入牧草などの配合量を減らすことでコスト削減につながっています。

また、2014年からは「六条麦茶」の茶粕を搾って出る「ろ液」を豚の飼料として活用開始しました。従来の肥料化よりも高いレベルのリサイクルを追求するなかで、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・フードに依頼して、飼料化とその活用を実現しました。

「十六茶」粕の入った混合飼料を食べる牛

リキッド飼料を食べる豚

VOICE

今後も安全性と安定供給を期待します

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

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。双方の工夫と改善で、飼料化することができました。

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。

「牛たちに安全な飼料を」と願っています

大澤牧場
大澤 里嗣様

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て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。

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

（株）エコ・フード 千葉工場長代理
鈴木 茂稔様

「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アサヒ飲料さんから相談を受けて、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。

CLOSE UP

コーヒー粕をバイオマス発電燃料に（北陸工場・富士山工場）

アサヒ飲料では、廃棄物再資源化100％を維持するとともに、さらなる有効利用に向けた用途開発に取り組んでいます。北陸工場では「ワンダ」製造時に発生するコーヒー粕をバイオマスエネルギーの原料として外部の施設に供給しています。2016年は約2,000トンのコーヒー粕をバイオマスエネルギー原料として供給しました。

バイオマスエネルギー利活用施設にコーヒー粕を供給

コーヒー粕により化石燃料使用量を大幅に削減

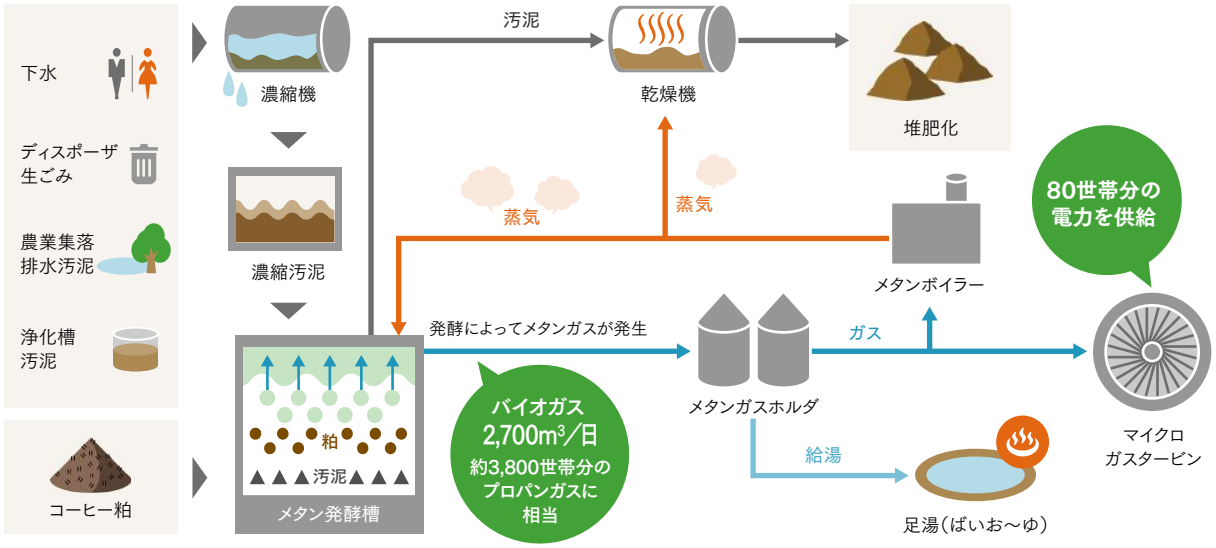
従来、北陸工場で発生するコーヒー粕は肥料へとリサイクルしていました。さらなる有効利用に向けた用途開発の一つとして、2013年からバイオマスエネルギーの原料としてコーヒー粕の供給を開始しました。

供給先の一つである黒部市下水道バイオマスエネルギー利活用施設では、下水濃縮汚泥とコーヒー粕を混合し、嫌気性処理で発生するメタンガスを場内ボイラーの熱源などに利用しています。熱量の高いコーヒー粕を混ぜることで、化石燃料を使わずメタンガスによるボイラー熱だけで汚泥を乾燥・燃料化できる「自己完結型システム」が実現。施設全体の化石燃料使用量を大幅に削減しました。

このほかの用途として、2013年から川崎バイオマス発電（株）にバイオマス発電所の燃料としてコーヒー粕を供給しています。

川崎バイオマス発電所

コーヒー粕を利用したバイオマス発電の仕組み（黒部市下水道バイオマスエネルギー利活用施設）



出典：黒部市黒部浄化センター

物流

物流での取り組み

最適な生産・物流体制の構築

アサヒ飲料では、大型車両比率の向上や共同配送、また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、CO_2排出量原単位の削減に努めています。2016年は、これまでほかの地域から輸送を行っていた北陸地方（新潟県）と四国地方（香川県）に新しく配送センターを開設しました。これらの取り組みにより2016年度は、物流におけるCO_2排出量原単位を前年度比で4％削減しました。

モーダルシフト※1の推進

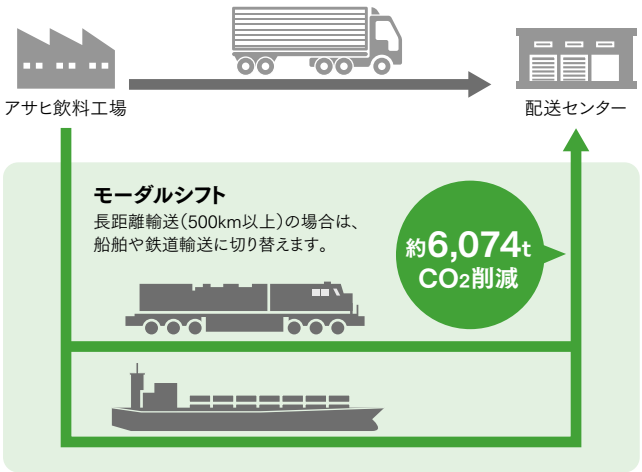
アサヒ飲料では、商品の輸送効率の向上や、より環境負荷の低い輸送手段への切り替えにより、環境負荷の低減を図っています。止むを得ず商品を長距離輸送※2する場合は、トラック輸送を船舶や鉄道貨物のコンテナ輸送に切り替える「モーダルシフト」でCO_2排出量を削減しています。

2016年度は、海上・JRコンテナの既存ルートの積極的利用ならびに新規区間開拓により、長距離輸送におけるモーダルシフト比率は45.5%になりました。また、モーダルシフトを実施したことで、2016年度はトラック輸送のみの場合と比べて約6,074トンのCO_2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、CO_2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



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。2016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 （2016年現在）

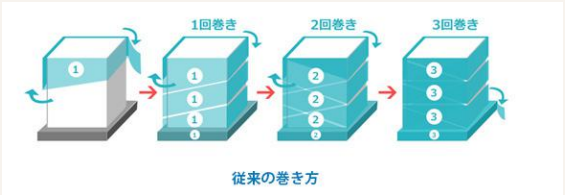
- 三ツ矢サイダー
- ワンダ
- アサヒ 一級茶葉烏龍茶
- アサヒ おいしい水六甲／富士山
- アサヒ ドデカミン
- アサヒ 十六茶
- ウィルキンソン
- 六条麦茶
- バヤリース
- 食事の脂にこの1杯（本）。

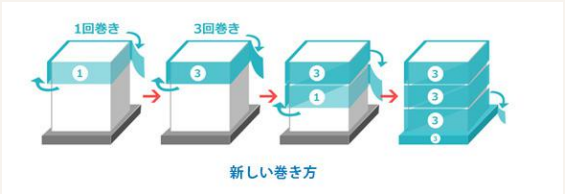
TOPICS

長距離鉄道輸送に対応した梱包方法の開発

商品の長距離鉄道輸送にあたって、パレット積みされたダンボールカートンの上下部に帯状の擦れが発生し、そのままでは販売できないという問題があり、一部区間では、鉄道輸送を制限しトラックによる代替輸送を行っていました。

この問題に対して、アサヒ飲料では研究所で再現試験を実施し、鉄道貨物輸送時のカートン擦れのメカニズムを解明。従来よりもしっかりとカートンを固定する梱包ラップの巻き方を新たに開発しました。この新しい巻き方により、より広域への鉄道輸送が可能となりました。





オフィス

オフィスでの取り組み

オフィスの環境マネジメントシステム「Asahi Way」

オフィス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CO_2（コツコツ）CO_2削減オフィス編
http://www.asahiinryo.co.jp/society/environment/co2_office/index.html

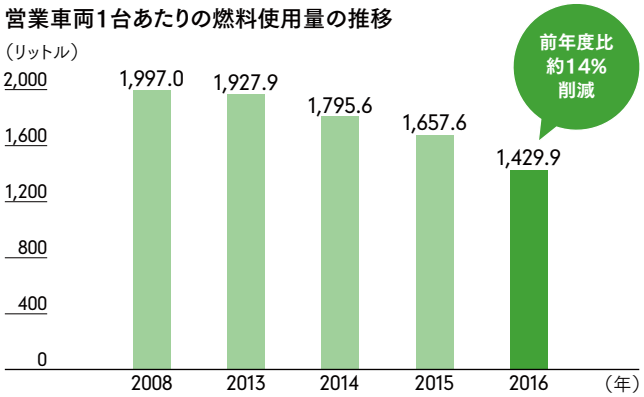
Asahi Wayでの活動テーマと2016年度実績

活動テーマ	アクションプラン	2016 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7.2％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13.7％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0.6％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

営業車両の低公害車への切り替え

CO_2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2016年度は1台あたりの燃料使用量を前年度比で年間約14％削減できました。

営業車両1台あたりの燃料使用量の推移



社内制作物での環境配慮

工場見学用パンフレットや社内報などに、FSC森林認証用紙や水なし印刷、植物油インクなどを使用し、制作物においても環境に配慮しています。

工場見学パンフレット

社内報

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「クールビズ」と「ウォームビズ」を実施しています。本社ビルでは、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℃として暖房を抑えています。

※ 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

こまめな消灯・ノー残業デーの実施

アサヒ飲料では、全員が節電意識を持って、無駄な電力使用をこまめに抑制しています。

昼休み時間の完全消灯に加えて、定時以降に照明が不要なエリアでは部分消灯を実施しています。また、退社時に各人がパソコン・プリンターの電源をOFFにすることで待機時の電力消費を抑えています。これらのほか、社員の心身のリフレッシュを兼ねて「ノー残業デー」を定め、全員が定時退社することでも節電効果を上げています。

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する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。2016年度は昨年に引き続きこの取り組みが評価され、2016年10月25日に「日本赤十字社」より表彰を受けました。

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

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）
関東支社	さいたま新都心クリーン作戦
近畿圏統括本部	遠阪アサヒの森づくり（写真2）
カルピス近畿圏支社	社屋周り清掃（写真3）
中国支社	平和記念公園清掃活動（写真4）
四国支社	サンポート高松・中央通り一斉清掃
九州支社	ラブアース・クリーンアップ

本店
吾妻橋クリーンアップ大作戦
（写真1）

近畿圏統括本部
遠阪アサヒの森づくり
（写真2）

カルピス近畿圏支社
社屋周り清掃
（写真3）

中国支社
平和記念公園
清掃活動
（写真4）