

CO₂と経営

10

環境と財務の「見える化」へ

奥大山ブナの森工場（鳥取県日野郡）では雪（ゆきむら）に冬季の雪を蓄え、春や夏季の冷熱負荷の一部に活用する。一方、生産工程で発生した余分な熱も空調用の温熱源として利用する。30・6万トンとなっている。このように、同社では売上規模を拡大しながらCO₂排出量の抑制を実現できている様子がうかがえる。

同社の財務状況とCO₂排出量の推移（図）を見ると、売上高は年々増加して2008年度には1兆5千億円を超えており、04年度比で約15%増となっている。また、

当期純利益もコストに黒字を確保していることが分かる。一方のCO₂排出量は、04年度から08年度にかけてほぼ横ばいであり、08年度の排出量は、997年から自社基準「環境に係る容器包装等設計ガイドライン」を設定している。

今年4月には、280リットルの小容量PETボトル入りの飲料ラベルに、はがしやすくりサイクルが容易な「ロールラベル」を導入。従来の「シユリンクラベル」より薄く小さなラベルを軽量化することで、製造工程で発生するCO₂排出量を78%削減することに成功した。

ビール業界編③

サントリー

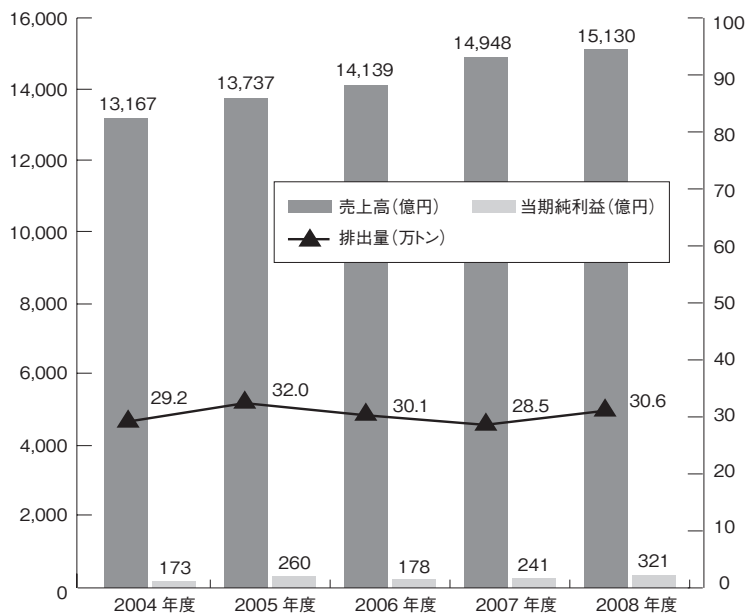
「サントリー天然水・奥大山」に使用する2リットルPETボトルは、ボトル本体だけでなく、ラベルや木の樹脂を削減できるとする「サントリー天然水・阿蘇」の2リットルPET

容器包装の無駄削減に

当社の8・5グラムの軽量化を実現している。この削減になる。また、九州地区で販売する「サントリー天然水・阿蘇」の2リットルPET

の燃料転換を完了し、CO₂排出量を5600トンを削減した。風力や太陽光、マイクロ水力など自然エネルギーを導入する

（環境新聞社・江頭和子、メディアネットグループ・西野嘉之）



サントリーの財務状況とグループ全体のCO₂排出量の推移
（サントリーホールディングスのWebサイトのデータを基に作成）

ボトルに、「エコクリア包装」を導入している。従来のペットボトル梱包用の段ボールを使わず、透明フィルムを使って6本のPETボトルを包み込み、梱包するもので、従来の段ボール梱包に比べて、包装資材の製造から輸送、消費した後のリサイクルまでの全工程でのCO₂排出量を50%削減、年間約120トンのCO₂排出量を削減することができるとしている。

一方、物流、輸送業務では自社開発の「統合配送システム」の導入や、使用車両の大型化、他企業との共同配送などで、使用するトラックの台数や、空車状態で走行する距離、時間の削減を図っている。昨年度は、販売数量が増加したものの、こうした物流の効率化でCO₂排出量は前年度比5・3%減となっている。

工場での取り組みとしては、昨年度までに全国の主要工場すべてで重油から天然ガスや都市ガスへ

また、従来型と比べて消費電力を43%削減できる「ノンフロン・ヒートポンプ式自動販売機」を設置し、販売時の省エネにも取り組む。昨年は1千台を設置した。今年3千台を新たに導入することを目指しているという。