環境新聞・ユーレット合同企画

CO_2と経営 ⑪

環境と財務の「見える化」へ

ビール業界編④

総括編

きめ細かな省エネ展開

ビール業界を代表するアサヒビール、キリンビール、サントリーの3社のCO_2削減の取り組みを紹介してきた。多くの工場で燃料転換やコジェネレーションシステムの導入が進んでいるほか、各社ともに容器包装や配送時の省エネなどきめ細かな取り組みを幅広く展開しており、CO_2排出量を着実に削減している様子が伺えた。

サッポロホールディングス（取材に応じず）を含めた4社の売上高1億円当たりのCO_2排出量（以下「原単位」）の推移（図1）に注目すると、キリンホールディングスのグラフで2007年度から急激に上昇しているのは、06年度以前はビール工場でのCO_2排出量で、07年度以降はビール事業以外を含むCO_2排出量でそれぞれ算出していることによる。同社では08年度には豪州のナショナルフーズ社をグループに加えるなど、海外でも積極的な事業展開を図ったこともあり、08年度の原単位は07年度比でも上昇している。今後は海外企業を含めたCO_2排出量をいかに抑えていくかが焦点となりそうだ。

また、アサヒビールは製造系グループ12社のCO_2排出量を元に算出しているが、08年度の原単位は1億円当たり25・4㌧と04年比で約13％の削減を達成している。サントリーは、07年度以降はグループ会社を含むCO_2排出量をもとに算出しており、08年度の原単位は1億円当たり20・2トンと04年比で約9％削減している。

食品業界最大のグリーン電力購入量を誇るアサヒビールは、ビール醸造時に最も熱エネルギーを要する煮沸工程の時間を短縮することでCO_2排出量を約30％削減する独自の新技術「PIE煮沸法」を開発し吹田工場（大阪府吹田市）で導入しているほか、コジェネレーションシステムや燃料転換などの導入で電力使用やボイラー燃焼によるCO_2排出量を削減するなど、工場での省エネに積極的に取り組む。また、同社が運営する社有林「アサヒの森」（広島県庄原市、三次市）は2165ヘクタールの広さを持ち、年間1万2200㌧のCO_2吸収量が認証されている。

一方キリンビールは、先行使用している缶蓋口径の小さな「204径缶」を採用したサントリーへの規格統一のための技術サポートや、段ボール原紙共同調達スキームへの参加など、競合他社との共同での環境への取り組みに注力している。他にもサッポロビールとの共同配送ルートに参加し、両社合計で年間約24・4㌧のCO_2を削減したほか、工場などから商品を出荷する際に使用するパレットの回収促進の取り組みも開始した。また、工場の排水嫌気処理で発生するメタンガスを燃料に利用するコジェネレーション設備はビール製造で必要な電力の3分の1をまかない、現在7工場で導入している。

またサントリーは、環境負荷削減の中でも容器包装の取り組みに最も注力しているという。PETボトルやガラスびんをはじめ、キャップやラベルも含む多面的な軽量化を進めている。PETボトル自社成型にも取り組む工場もあり、97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。280㍉リットルの小容量PETボトル入りの飲料ラベルには、はがしやすくリサイクルが容易な「ロールラベル」を導入。従来品より薄く小さくラベルを軽量化することで、製造工程で発生するCO_2排出量を78％削減している。

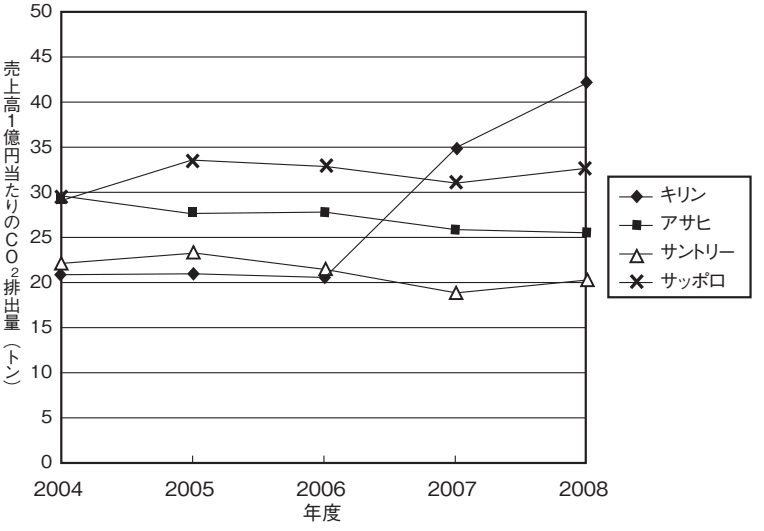

図1　ビール業界4社の売上高1億円当たりのCO_2排出量の推移

（ユーレット（http：//www.ullet.com）と各社のCSRレポートおよびWebサイトのデータを基に作成）

※サッポロホールディングスのCO_2排出量は、ビール・ワイン・飲料・外食・不動産の各事業の合計。

※4社とも物流でのCO_2排出量は含まない

（環境新聞社・江頭佐和子、メディネットグローバル・西野嘉之）