

# 清飲「社会課題対応研究会」重点項目発表 PET 軽量化、納品時賞味期限の緩和目指す



飲料業界『社会課題対応研究会』記者発表会

執行役員 S B F ジャパン生産・SC M 本部長 写真上・右は今後の検討テーマとして、①更なる物流負担改善、②納品時賞味期限の緩和（製造ロットの逆転）③ PET ボトル・キャップの軽量化④ 容器包装資材の効率化⑤

「調査の結果、賞味期限を気にする消費者の割合は日配品で約 6・8 割だが、PET・缶飲料は期限表示のないアイスと同程度の少ない割合だった（同下）。PET 飲料については『購入経験のある賞味期限が 1 年 1 カ月後の商品』と、『賞味期限が 1 年後の同じ商品』を同じ店舗で見つけた場合も、86・5% が気にせず、後者を『購入する』と回答した。このことから消費者の購買行動に与える影響は限定的と推察される」。

今後、取り組みの趣旨に賛同する農林水産省との情報交換や、流通企業と日付逆転品の納入受入に向けた運用テスト、店頭調査など、より具体的な活動を実施していくことを明らかにした。

③は欧州を中心に広く使用されている軽量化ボトル・キャップ規格を土台に、5 社による日本独自の品質とユーザビリティを確保した新しい統一規格の研究開発と導入の

清涼飲料主要メーカー 5 社による「社会課題対応研究会」はこのほど、飲料業界における今後の重点検討項目発表会を TODA HAL & CO. ON FERENCE（東京・中央区）で実施。

方針を明かした。参加するメーカーはアサヒ飲料、伊藤園、キリンビバレッジ、コカ・コーラ ボトラーズジャパン、サントリー食品インターナショナル。24 年 11 月の発足以来、物流 2024 年問題、GHG 排出量削減、食品ロス問題といった飲料業界の抱える社会課題に協働で対応している。

サブライヤー企業との再エネルギーの促進——を掲げた。①はこれまでも同業他社や異業種企業と往復輸送や共同配送を実施。納品先でのドライバーの待機時間は 5 社計平均で約 40% 削減された。ドライバーが運転業務以外に取り組み積み下ろしや検品などの荷役作業発生件数も、5 社計平均で約 30% 削減している。

「製配販の取引では製造ロットの逆転が起きないよう、ロットに合わせた輸送が行われている。しかし、輸送が滞った場合は商品が店頭で並ぶ前段階で食品ロスが発生する。ドライバー不足も重なり、このままでは配送への影響は避けられない」。

こうした状況下で、研究会は納品時賞味期限の緩和を提言していく。先駆けて、研究会では賞味期限に関して消費者に対する Web 調査を実施した。

「1 本あたり約 2g のプラが削減される見込みで、最短の上市目標は 27 年。仮に国内 PET がすべて新統一規格に置き換わった場合、年間約 5 万トンの PET 樹脂使用量と、約 10 万トンの GHG 排出量が削減される見込み」。

みんなで集まって、明るい陽射しの下でフレッシュなワインを楽しむのもヌーボーのよさ。昨年実施した

ところ非常に好評だったので、さらに進化・強化して伝えていきたい。1 日宣伝部長にはタレン

ト・若槻千夏（同左）が就任し、「飲んだときにブドウ感がある。パッケージがポップでかわいらしい」な

どとコメントした。今年の対日輸出量は前年並みまたは微減の約 15 万箱（750 ml 換算）と推定。

同社の「ボジョレーヌーヴォー」は約 3 万 7 000 箱（前年比 98%）／約 54 万 4 000 本（102%）、フ

ランス産輸入新酒ワインは約 3 万 8 000 箱（97%）／約 57 万 1 000 本（101%）。価格は「ボジョレー

ヌーヴォー 2025」（750 ml）が 2 960 円、「同」（375 ml）が 1 630 円（税別）。

■ 購入するときに、賞味期限/消費期限を「とても」気にしている人の割合（5 段階評価の TOP のスコア）

