

グリーン製品の需要創出等による バリューチェーン全体の脱炭素化に向けた 検討会(第一回) 説明資料

2025年5月12日(月)

ザ・コンシューマー・グッズ・フォーラム (CGF)

日本サステナビリティローカルグループ 共同議長

北村 暢康

説明のポイント

●CGFの取り組み事例

●CGF会員企業の取り組み事例

ザ・コンシューマー・グッズ・フォーラム（CGF）とは？

- 世界中の消費財の小売りとメーカーが結集する唯一の国際的な消費財業界団体で、世界70か国から約400社が加盟しています。
- 日本からは、味の素、キリンHD、サントリーHD、明治HD、イオン、日本生活協同組合連合会、H2Oリテイリングなど59社が加盟しています。
- 世界からは、アリババ、カルフルー、ウォルマート、サンズベリーなどの小売り、ネスレ、ダノン、コカコーラ、ユニリーバ、P&Gなどのメーカーが加盟しています。
- CGF会員企業の総売上高は約4.6兆ユーロ、直接雇用者は約1,000万人です。



8 COALITIONS & MULTIPLE ENGAGEMENT OPPORTUNITIES

8つの
CoA→

TNZ



既存の8つのテーマに横串を通す基盤的テーマとして
TNZ(Toward Net Zero)が始動

脱炭素＜ネットゼロを目指す取り組み



報道関係者各位

国内大手消費財企業が「2050 年ネットゼロ」に向けて新たに連携

国内消費財業界全体の脱炭素化に向け、まずは食品業界から取り組みを開始
さらなる企業の参画と協働拡大を目指す

The Consumer Goods Forum（以下、CGF）は、グローバルコンサルティングファームのボストン コンサルティング グループ（BCG）を事業戦略パートナーとして、有志企業である味の素株式会社（本社：東京都中央区）、キリンホールディングス株式会社（本社：東京都中野区）、サントリーホールディングス株式会社（本社：大阪府大阪市）、明治ホールディングス株式会社（本社：東京都中央区）の 4 社とともに、消費財業界におけるネットゼロ実現に向け、食品業界の協調領域における脱炭素化に協働で取り組むことを本日発表しました。

CGF日本が目指すTNZにおける4つのアクションテーマ



サプライヤー向け
脱炭素支援
プラットフォーム



**持続可能な
脱炭素農業
モデル**

バリューチェーン
視点での脱炭素



需要創造型の
脱炭素技術
開発



**生活者と創る
脱炭素アクション**

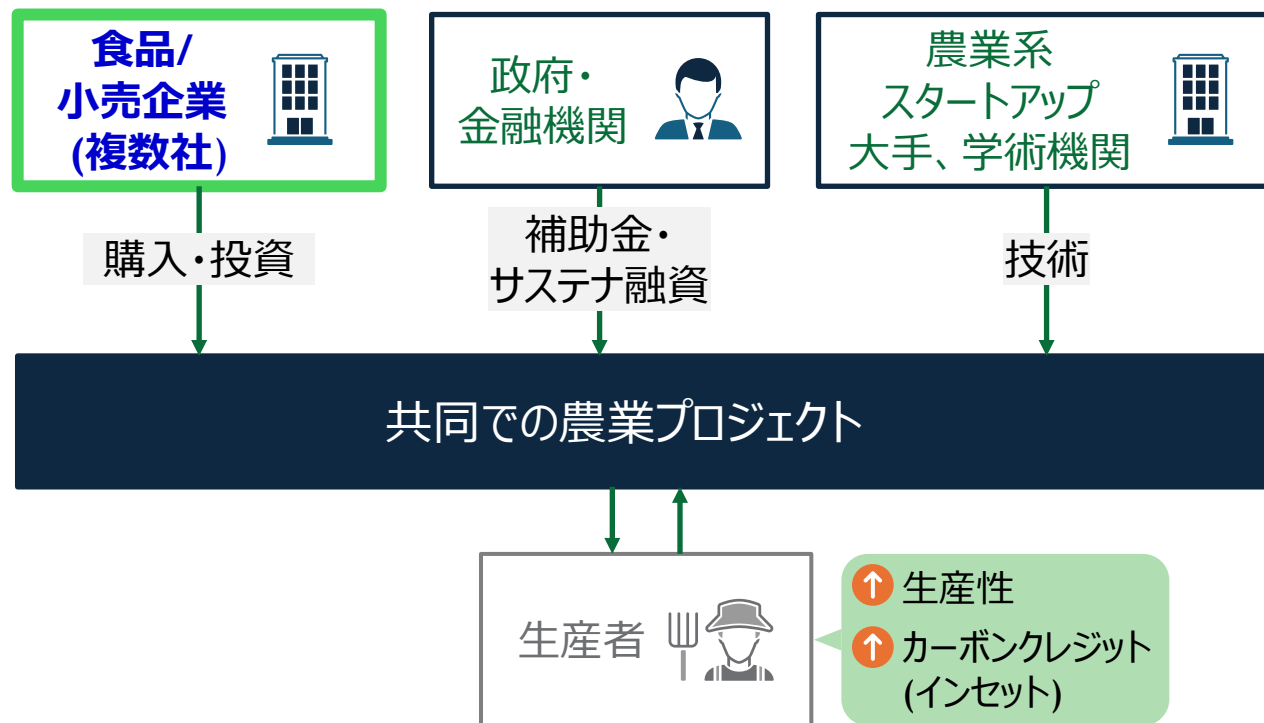
消費者の
需要喚起

生活者に近い、消費財業界の連合体として、
行政等、セクターの垣根を越えて、知恵を出し合い、成果創出を目指す

持続可能な脱炭素農業モデル

検討中の構想(案)

作物 x 地域を定め、生産者/サプライヤーと共同で、
農業の環境負荷の低減、生産性の向上を推進



期待する効果

農業段階の脱炭素
推進/促進



調達コストやリスクの
低減への挑戦

- 農業の生産性向上
- 異常気象への適応

等



**(川上の) 原料農産物の脱炭素化に向け
セクターの垣根を超えた連携スキーム構築を目指す**

生活者と創る脱炭素アクション

検討中の構想(案)

環境負荷低減の価値が生活者に伝わる仕組みを構築し、
生活者の持続可能な選択を促進

1

「地域共創型」の
活動の場を通じた、
サステナビリティ活動への
「気づき」



2

個人の環境への
貢献が実感できる、
サステナビリティ活動の
可視化の仕組み作り



「メーカー＝商品接点」&「小売業＝店頭接点」
それぞれの強みを活かして協働していく

期待する効果

脱炭素製品が競争力を持ち、
広く流通・販売されている



脱炭素製品の価値が理解・評価され、
広く暮らしの中で購買・消費の際に
考慮される

国民運動との連携も！

脱炭素 につながる **新しい豊かな暮らし** を創る 国民運動



国、産業界など、知恵を寄せ合い、暮らしの中で
環境負荷低減を協働できる仕組みづくりにチャレンジ

説明のポイント

●CGFの取り組み事例

●CGF会員企業の取り組み事例 (サントリーホールディングス)

- ・バリューチェーン視点での脱炭素
- ・消費者とのコミュニケーション
→アルミ缶・ペットボトルなど

Scope3(自社以外排出)削減の取り組み

包材(缶)



- 2022年9月限定発売
- 世界初(※)
リサイクルアルミ
100%使用

※ 缶材由来のリサイクルアルミのみを使用し、商用化された SOT(ステイオンタブ)缶として (2022年7月 東洋製罐グループ、UACJ 調べ)



表面

裏面

- 2024年1月限定発売
- 再エネでCO2排出を抑制し製造した
「グリーンアルミ」
を一部に割り当て

バリューチェーン関連企業はじめ、業界を超えて連携し、
環境負荷の低い缶容器を企画・開発

すべてのペットボトルの「100%サステナブル化*1」に向けて

STEP 01

国内初

「ボトルtoボトル」水平リサイクル
の仕組み構築



2011

2012

国内初

100%リサイクル
ペットボトル使用

メカニカルリサイクルによる



STEP 02

R PLUS JAPAN

使用済みプラスチックの
再資源化を目指し設立



植物由来素材100%使用
ペットボトルの開発に成功



世界初
F to Pダイレクト
リサイクル技術
の開発*2

2016

2018

2020

2021

2024

2本に1本以上が
100%リサイクル
ペットボトル



出荷数の全数

100%

2024実績



出荷数の7割以上

70%

環境目標
2030

すべての
ペットボトルの
100%
サステナブル化*1

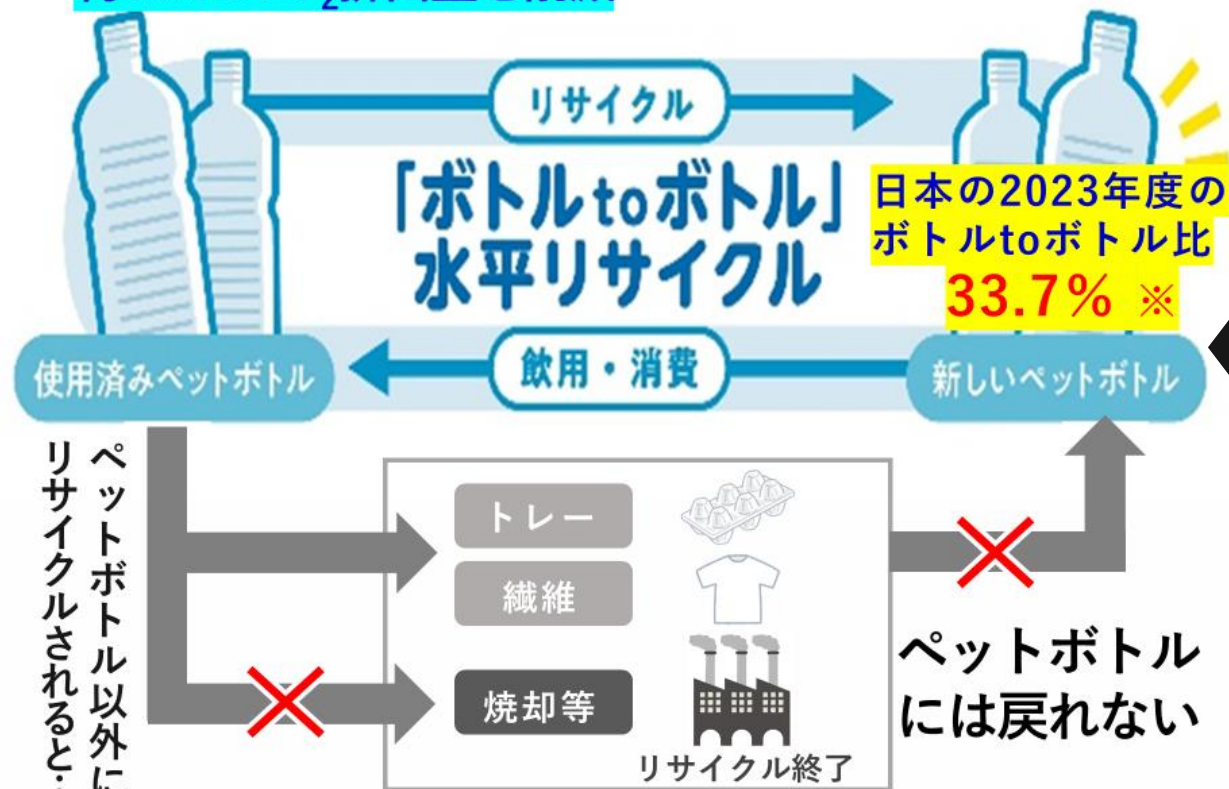
*1リサイクル素材または植物由来素材等使用率を100%とする

*2「ボトルtoボトル」水平リサイクルをさらに発展・効率化させ、新たに化石由来原料を使用する場合と比較し、約70%のCO2排出量を削減する技術

「すべてのペットボトルの100%サステナブル化」の2030年目標達成に向け、活動中 11

「ボトル to ボトル」水平リサイクルが成立する循環の輪

- ◆原料調達からプリフォーム製造までの工程において、
新たな化石由来原料を使用する場合と比較して
約60%のCO₂排出量を削減



※ 出典：PETボトルリサイクル推進協議会 年次報告書

(参考図：容器包装リサイクル法の仕組み)

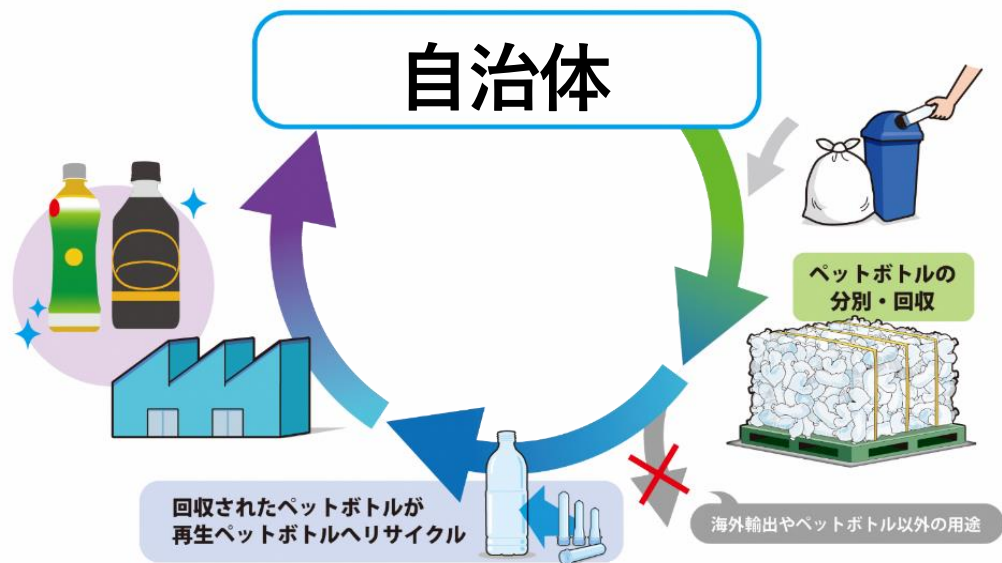


出典：環境省 HP

リサイクルを進める様々な段階で、それぞれの役割を担う方々の協力が必要となる

自治体などの使用済みペットボトル所有者との連携・協働

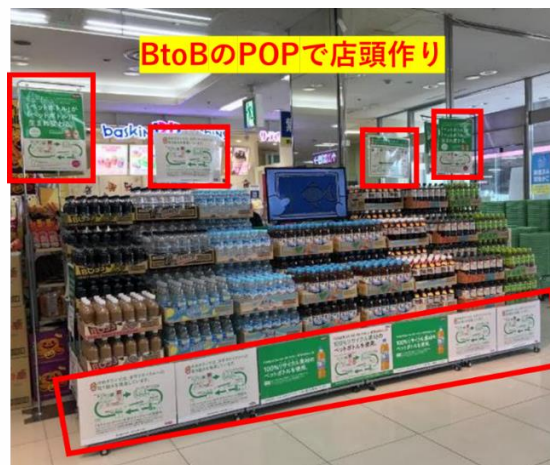
自治体・企業とボトルtoボトル協定を締結し 回収された使用済みペットボトルのリサイクル先を見える化



ポイント① リサイクル先を「見える化」することで、住民の分別意欲向上に寄与

ポイント② 住民・行政・事業者が三位一体で「循環型社会」の実現に取り組む

■流通店頭



■商業施設



■オフィスビル



流通の店頭や商業施設での分別BOX設置等を通じて、
広く消費者に対して
「ボトルtoボトル」水平リサイクルの取り組みを訴求

商品接点を通じてのコミュニケーション

● 飲料ブランド横断で行う ラベルからの分別促進訴求



● リサイクル訴求をメインにしたTVCM

タレントを活用した
ペットボトルのリサイクル
訴求に特化したTVコマーシャル

- 小さいコピーだけど、こういう些細なところから
ゴミを捨てることへの意識を変えるって大切。
- 折角買うならサステナブルボトルに。
ラベルを剥すとおみくじの結果がわかるので、
楽しく分別できる工夫がすごいなと思いました。

- 外出先でラベル・蓋を外すって事したことなかったです😞
これからは意識づけしていきます！
- 前から剥がしてたけど、
次の作業してくれる人のことを思うようになった。
- 少～し気をつけるだけで回収の人も気持ちいいよね😊

サステナビリティ軸での価値開発チャレンジ(直近事例)

再生農業由来の原料を使用した ビール「水空エール」

水空エール
SUIKU ALE

再生農業※により生産された大麦・ホップ使用

※再生農業: 土壌の健全性や生物多様性などを保護・改善しながら、
農家の生活向上にも資する、成果ベースの農業アプローチ



ストップ! 20歳未満飲酒・飲酒運転。妊娠中や授乳期の飲酒はやめましょう。お酒はなによりも適量です。[ビール] サントリー (株)

SUNTORY

CO2削減びん※を使用した日本ワイン

辛口



SUNTORY FROM FARM

信州シンフォニー 2023 (CO2削減びん使用)

信州(長野県)のサントリー塩尻ワイナリーでつくられた「信州 シンフォニー」は、
多様な産地を有する信州ならではの多彩な品種のぶどうの個性を
多層的に感じられるワインです。

長野県 サントリー塩尻ワイナリー

ぶどう品種: シャルドネ 56.6% ソーヴィニヨン・ブラン 24.4% 甲州 11.3%
ピノ・ブラン 3.9% トレッビアーノ 1.9% グヴルットラミネール 1.2% リースリング 0.5%

ミディアム
ボディ



SUNTORY FROM FARM

登美の丘 時のかさね (CO2削減びん使用)

「時のかさね」は熟成期間の異なる原酒のアッサンブラージュにより
フレッシュな果実味から熟成によるまろやかさへと繋がっていくワインです。

山梨県 サントリー登美の丘ワイナリー

ぶどう品種: プティ・ヴェルド 30.4% メルロ 22.5% カベルネ・ソーヴィニヨン 16.4%
ピジョノワール 12.4% カベルネ・フラン 6.3% ブラック・クイーン 6.1%
マスカット・ベリー A 4.0% タナ 1.9%

※ガラス生地を熔融する際の燃烧方式を酸素燃烧に変更
→CO2排出量を同一ガラスびん製造所内比で約13%削減

SDGs達成を目指すプラットフォーム＝大阪・関西万博にて上市

以 上



2025 年 4 月 23 日 (発信日)

* 本プレスリリースの情報解禁は、2025 年 4 月 23 日 (水) 13 時 30 分です。
情報解禁の厳守にご協力のほどよろしくお願いいたします。
内容につきましては、一部変更になる可能性がございます。

報道関係者各位

国内大手消費財企業が「2050 年ネットゼロ」に向けて新たに連携

国内消費財業界全体の脱炭素化に向け、まずは食品業界から取り組みを開始
さらなる企業の参画と協働拡大を目指す

The Consumer Goods Forum (以下、CGF) は、グローバルコンサルティングファームのボストン コンサルティング グループ (BCG) を事業戦略パートナーとして、有志企業である味の素株式会社 (本社: 東京都中央区)、キリンホールディングス株式会社 (本社: 東京都中野区)、サントリーホールディングス株式会社 (本社: 大阪府大阪市)、明治ホールディングス株式会社 (本社: 東京都中央区) の 4 社とともに、消費財業界におけるネットゼロ実現に向け、食品業界の協調領域における脱炭素化に協働で取り組むことを本日発表しました。

●日本の食品業界における脱炭素課題の実情

日本では、食品業界だけでも年間 6～8 億トンの CO₂ を排出しており、その多くを占めるスコープ 3 の削減率は年 1%未満にとどまっています。これには 5～6 兆円規模の投資が必要とされ、欧米で気候変動対策が後退する中、日本独自の取り組みが求められています。原材料の価格高騰や調達の不安定化など、気候変動の影響を大きく受ける産業構造であることも、早急な対応が必要な背景です。また、サプライチェーン全体におけるスコープ 3 の削減は、大規模な投資や業界間の壁がハードルとなっており、各社単体の対応では限界があるため、業界全体での協調が求められています。

●日本における4つの協調領域での取り組み

CGF は、消費財業界のグローバルな連合体として、個別業界の枠を超えた協働や行政との連携実績を生かし、業界全体の協調を通じた脱炭素化を推進します。



1. サプライヤー向け脱炭素支援プラットフォーム

メーカー・小売業の上流にあるサプライヤーは多くが重複しています。プラットフォームの構築を通じて、サプライヤー向けの脱炭素化支援やノウハウ提供、脱炭素効果を算定すると同時に、算定コストの抑制可能な仕組みの構築に向けて取り組みます。

2. 持続可能な脱炭素農業モデル

国内外における農産物原材料の調達において、環境負荷の低い原材料への移行とその生産性向上の取り組みを通じ、移行時のコストを抑えながら、安定的な調達が可能な農業モデルの構築に向けて取り組みます。

3. 需要創造型の脱炭素技術開発

脱炭素技術は、投資が大規模になる傾向がある一方、需要拡大や回収が長期化するため断念するケースが多いという課題があります。複数の企業が共同で新しい社会システムを構想し、当該技術の開発を推進することで、気候変動の解決に資する新産業の構築を目指します。

4. 生活者と創る脱炭素アクション

サステナビリティ活動への「気づき」を促し、さらに個人の環境貢献が実感できるような可視化の仕組みを構築することで、環境負荷低減の価値を生活者に伝え、持続可能な商品・サービスの選択を促進します。

●食品業界からスタート、年内のロードマップ策定を目指す

本協調の第一フェーズとして、CGF はこれら4領域のワーキンググループを稼働させ、業界全体での脱炭素化に向けた取り組みを 2025 年 7 月から本格化します。

本取り組みは、業界全体の脱炭素化を目指し、より多くの企業の参加を募っていきます。

すでにCGF会員企業の1社で、株式会社阪急阪神百貨店、株式会社関西フードマーケットを運営するエイチ・ツー・オーリテイリング株式会社(本社:大阪府大阪市)が、4つの協調領域のうち「生活者と創る脱炭素アクション」への参加を表明しました。製造業と小売業の連携により、脱炭素に向けた具体的な行動を促進する取り組みを展開予定です。

CGFは企業単体では実現が難しい課題に対し、業界全体が一体となって取り組むことで、より大きなインパクトを生み出し、今後も参加企業の拡大に尽力してまいります。さらに、業界内の協働に加えて、生活者との協働を軸とした活動も加えることで、業界全体の脱炭素化の加速を目指してまいります。



有志企業の皆様からの賛同コメント

■ 味の素株式会社

執行役 サステナビリティ担当 小野 郁

当社は、2050 年ネットゼロ達成の目標を掲げ、持続可能なアグリフードシステム構築への貢献を目指しています。この目標の実現は、当社単独では成し遂げられず、バリューチェーンの皆様と協力し、共に取り組むことが不可欠です。CGF の強みである製造業と小売業の連携を活かし、生活者や行政とも協働しながら、グローバルな取り組みと歩調を合わせ、大きなインパクトを創出していきます。

■ キリンホールディングス株式会社

常務執行役員 担当:CSV 戦略 藤川 宏

環境の取り組みは、一企業では解決できない課題ばかりであり、協調領域として業界横断で取り組むべき課題だと認識しています。CGF を通じて小売業界・食品企業・原料サプライヤーの方々が連携すること、あるいは CGF のグローバルの知見を活用する事で環境にポジティブインパクトをもたらしたいと考えております。

■ サントリーホールディングス株式会社

常務執行役員 サステナビリティ経営推進本部長 藤原 正明

日本には古くから「自然との共生」という考え方があり、これが現代の熱心な環境保護活動にもつながっていると考えます。この日本において、企業各社がセクターの壁を越え、想いをひとつに、生活者の皆様とも連携・協働していくことに大いなる意義と可能性を感じています。脱炭素をはじめとするサステナビリティ実現を目指し、弊社としても尽力して参ります。

■ 明治ホールディングス株式会社

常務執行役員 CSO (Chief Sustainability Officer) 松岡 伸次

明治グループは、CGF の「2050 年ネットゼロ」に向けた食品業界全体での取り組みに賛同し、積極的に参画します。カーボンニュートラルを実現するには、生活者も含めて業界全体が一体となって協働することが不可欠です。その実現に向けて、各企業が自社の強みを生かしながら連携し、4つの協調領域での取り組みを推進することで、脱炭素化を加速させていきましょう。

■ エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

常務執行役員 渡邊 学

当社は、「生活者に最も近い」小売業として、協調領域である「生活者と創る脱炭素アクション」に積極的に参画します。生活者がサステナビリティを実感し、楽しみながら環境負荷を低減することで、より豊かな購買行動に繋げていくことができるよう、「目に見える」「手の届く」「地域のサイズ感にあった」地域共創型サステナビリティ推進活動を共創パートナーの皆様と共に推進いたします。



【The Consumer Goods Forum (CGF) について】

CGF は、消費財業界の製造業・小売業が協働する唯一のグローバル連合体として、サステナビリティ、ヘルス&ウェルネス、食品安全の分野におけるグローバルの戦略を日本で展開する活動に取り組み、持続可能な社会の実現を推進しています。CGF が主導・提唱する「Towards Net Zero (TNZ)」は、国連の「Race to Zero」キャンペーンの公式アクセラレーターとして、消費財業界全体での脱炭素化を目指しています。

【お問い合わせ先】

ザ・コンシューマー・グッズ・フォーラム 日本事務所

電話: 03-6457-9870

E-mail: http://tokyo@theconsumergoodsforum.com

Website: <https://www.theconsumergoodsforum.com/jp/>