



一般社団法人 全国清涼飲料連合会

〒101-0041 東京都千代田区神田須田町2丁目9番2号 (PMO神田岩本町)

TEL. 03-6260-9260 FAX. 03-6260-9306

✉ kouhou@j-sda.or.jp 地球 http://www.j-sda.or.jp



一般社団法人 全国清涼飲料連合会

# 全清飲 活動レポート

# 2021



# 2021

CONTENTS

03	会長メッセージ
04	数字で振り返る 2020年 清涼飲料業界 (清涼飲料水統計より)
06	<b>スペシャル対談</b> <b>豊かな資源、明るい社会を 未来へとつなげるために</b> 環境省 環境事務次官 全国清涼飲料連合会 会長 <b>中井徳太郎 × 米女太一</b>
12	<b>特集企画</b> <b>大きな目標の達成へ向けて</b> ●「サーキュラー&エコロジカル・エコノミー」の構築 ●自治体との協働による取り組み ●異物混入ゼロを目指す取り組み
18	2020年度 各部活動報告
22	2021年度 事業戦略
26	組織概要／役員名簿
27	会員名簿



# 2021

## 全国清涼飲料連合会 活動理念

清涼飲料水の消費の健全な促進啓発を支援します。

### 社会貢献

私達は、加工食品業界において、最大規模の売上高を誇る業界団体として、規模に相応しい社会への貢献を会員各社に推進・支援する事業を実施いたします。

### 事業の発展への貢献

私達は、会員企業の利益、業界共通の共益、社会共通の公益の3益の中で、共益と公益を優先し、清涼飲料水事業の発展に貢献する活動をいたします。

### 推進・支援

私達は、業界の代表として、会員社間の調整や行政や関係団体との交渉・調整機能を発揮する活動を通じ、会員企業の事業活動を法令遵守・CSR活動を通じ、推進・支援いたします。

### 国際化の対応

私達は、国際化への対応を強化し、情報発信力を高めます。同時に、国内外・業界内外に向けて、業界や商品知識への理解度を高め、消費者啓発により、愛される清涼飲料水となる活動を実施いたします。

## 会長メッセージ

清涼飲料水の  
持つ価値を広めていくことが  
ますます重要になっていく

一般社団法人 全国清涼飲料連合会  
会長 米女 太一



近年、清涼飲料業界を取り巻く社会情勢は大きな変化を遂げました。清涼飲料水製造企業の会員ならびに関連する業界の賛助会員で構成される一般社団法人全国清涼飲料連合会(略称:全清飲)も、この激動の時代に対峙しなければならない課題を数多く抱えています。

その代表格がグローバル化する環境問題です。全清飲としてもペットボトルのリサイクル促進等に積極的に取り組んできましたが、今後もプラスチック資源循環に向けて注力してまいります。その中心となるのが、ペットボトルからペットボトルへ生まれ変わる「ボトルtoボトル」をより一層推進していくことです。また自治体との連携強化を通じて、回収効率と品質の向上に向けた取り組みの促進を図っていきます。

人々のライフスタイルが多様化する中、ここ1年ほどはコロナ禍により生活者の皆様が家で過ごす時間が増え、清涼飲料水も家庭内での消費が増加する傾向にあります。多くの企業が在宅ワークのメリットを認識していることから、この状況はアフターコロナも続くことが予想されます。もともと清涼飲料水は、社会を明るく楽しくできる商品であり、閉塞感のある世の中でこそ、全清飲が中心となって清涼飲料水の持つ価値を広めていくことがますます重要になっていくと考えています。

今や日本国内の清涼飲料水は、子どもから大人まで国民1人あたり500mlのペットボトルを毎日1本飲んでいる計算になり、加工食品産業の中でもトップクラスの市場規模を誇っています。そのような観点からも我々が一生懸命活動を行っていくことは、明るく楽しい社会づくりにつながると言えるでしょう。

会員各社の技術・商品開発と全清飲の取り組みが一体となり、清涼飲料業界を活性化していくことで社会を元気にしたいと思います。会員の皆様には引き続きのご指導、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

# 数字で振り返る 2020年 清涼飲料業界



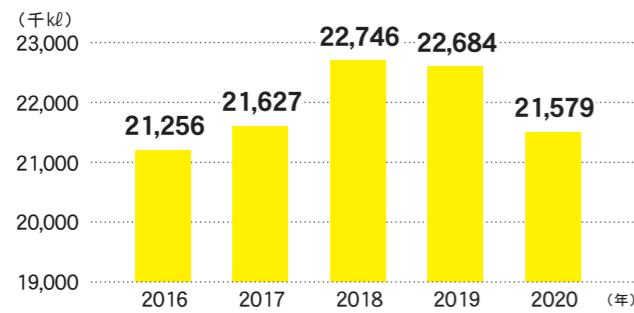
全清飲は会員社、協力会社からデータを集計して「清涼飲料水統計」として公表しています。

清涼飲料業界を生産量と生産者販売金額ベースで集計しており、その数字は業界動向分析など、各方面で活用されています。



## 1. 飲料総生産量・生産者販売金額の推移 (2016~2020年)

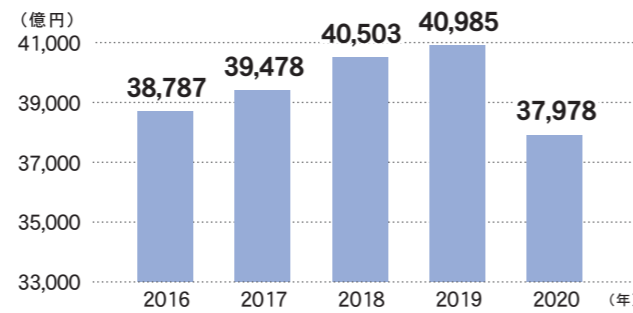
### 総生産量の推移 (2016~2020年)



総生産量  
**21,579千kl**  
(前年比 95.1%)

2020年は前年比では約5%減。飲料業界も、新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受けた年となりました。

### 生産者販売金額の推移 (2016~2020年)



生産者販売金額  
**3兆7978億円**  
(前年比 92.7%)

コロナ禍による生活スタイルの変化を受け、2年ぶりに4兆円の台を割り込みましたが、加工食品業界では依然として最大規模を維持しています。

### こんなにすごい清涼飲料業界

私たちの毎日の暮らしの中で、身近な存在として親しまれている清涼飲料水。毎年、驚くほどの新製品が発売され、多くの皆様に愛飲されています。その市場パワーは、なんと1日あたり生産金額で、約104億円に上ります。



1日あたりの  
1人消費量  
**469ml**

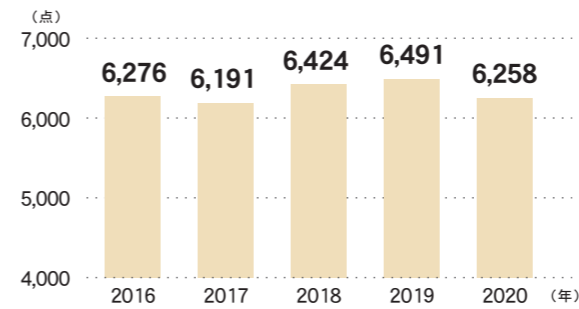


1日あたりの  
生産金額  
**約104億円**



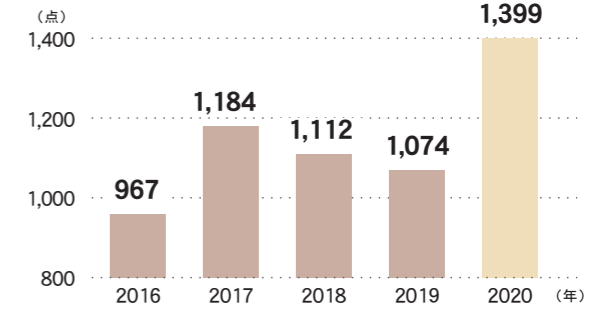
2020年の  
新製品数  
**1,399点**

## 2. 製品数の推移 (2016~2020年)



注) 同じ製品で容器・容量の異なるものは1点とする

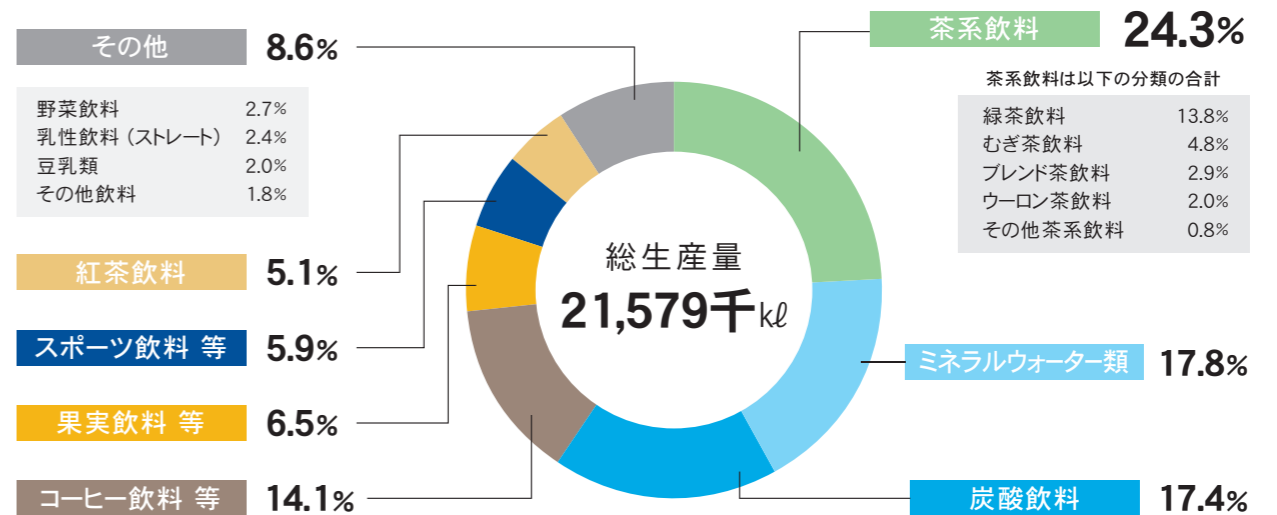
## 3. 新製品数の推移 (2016~2020年)



注) 2020年の数値増加は、調査業務向上に起因

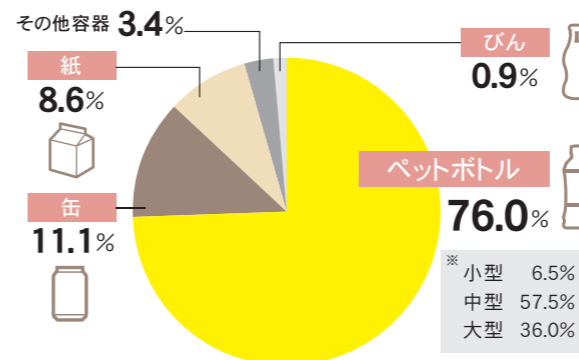
## 4. 品目別生産量割合 (2020年)

品目別では、多くのカテゴリーを含む茶系飲料がトップとなりました。



## 5. 容器別生産量シェア (2020年)

2020年ペットボトルのシェアは76%に達しました。



## 6. 容器別生産量のシェア推移 (2017~2020年)

容器区分	2017年	2018年	2019年	2020年
ペットボトル	72.6	74.6	75.2	76.0
缶	14.1	12.4	11.9	11.1
紙	8.7	8.5	8.5	8.6
その他容器	3.3	3.2	3.3	3.4
びん	1.3	1.2	1.1	0.9

(%)

環境省 環境事務次官

中井 徳太郎



全国清涼飲料連合会 会長

米女 太一



## 豊かな資源、明るい社会を 未来へとつなげるために

2030年度ペットボトル100%有効利用を宣言し、様々な取り組みを展開する全清飲。

その一方で、国は新たなプラスチック資源循環に向けた議論を進めています。

中でも環境省では「地域循環共生圏」を提唱し、生態系の健全をも見据えた「サーキュラー&エコロジカル・エコノミー」をキーワードに、持続可能な循環共生型の社会を目指しています。

中井徳太郎環境省環境事務次官と米女太一全国清涼飲料連合会会長に、国と飲料業界それぞれの立場から、今後のプラスチック資源循環施策について語り合っていました。

### ペットボトルの水平リサイクルは サーキュラー・エコノミーの究極形

**米女** 2021年3月9日に「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律案」が閣議決定され、国として取り組みを進めていくわけですが、清涼飲料業界でも様々な活動を行っており、その中でも資源循環については従前より取り組んでまいりました。2018年11月には「清涼飲料業界のプラスチック資源循環宣言」を行い、2030年度までにペットボトルの100%有効利用を目指します。

日本はペットボトルのリサイクルが進んでおり、リデュースが2004年度比24.8%、回収率93.0%、リサイクル率85.8%と、世界の中でも非常に高い実績を誇っています。有効利用率も現状98%に上りますが、それを2030年度までに100%にするためには、さらに回収の効率を高めることや、中間プロセスの再生産の仕組み、あるいは再生したものがどう使われていくかなどを検討することが大切だと思っています。

また再生する一方で、使用済みペットボトルを元の素材と同等の品質に戻して何度もリサイクルしていく「ボトルtoボトル」という水平リサイクルも非常に重要と考えています。

そのように進めている私どもの取り組みについて、ご助言やご意見がございましたらぜひお願いします。

**中井** 2018年に海洋プラスチック問題が沸き起こり、政府がプラスチック資源循環戦略を策定するプロセスの中で、いち早く全清飲が2030年に向けた方針を打ち出し、この分野をリードしていただいていることに心から感謝しています。

いまプラスチックの資源循環への問題意識が高まり、カーボンニュートラル、つまり脱炭素社会の実現を目指す文脈の中で、国として大きく経済社会の構造を変えていく「サーキュラー・エコノミー」を推進していますが、プラスチックという非常にわかりやすい象徴的な分野で、しかも国民が日常生活で接しているペットボトルで社会が変わるとい

メッセージ性は大きなインパクトがあると思っています。もともと世界の中でも資源利用が進んでいる日本の清涼飲料業界が、さらに一歩進んで取り組んでいただいていることに敬意を表します。

「ボトルtoボトル」については、技術の向上やボトル回収の徹底などの課題もあるとは思いますが、地下から一度地上に出した資源をそのまま水平利用していけば未来永劫につながっていき、資源が枯渇する心配もありません。それは「サーキュラー・エコノミー」が究極的に目指すところのものであり、大きな意義があります。

**米女** 全清飲では2030年までに「ボトルtoボトル」を50%以上に高めることを2021年4月19日に宣言しました。日本ではペットボトルの水平リサイクルが進んでいるということ海外にも打ち出していくことも意図しており、国にも活用していただけたらと思っています。

**中井** ありがとうございます。それは非常にインパクトがありますね。



#### PROFILE

中井 徳太郎(なかい・とくたろう)  
1985年旧大蔵省入省。主計局主査(農林水産担当)などを経て、1999年から2000年まで富山県庁に出向し生活環境部長などを務める。東日本大震災発生後、環境省へ異動。総合環境政策局総務課長、大臣官房会計課長、官房秘書課長、官房審議官、廃棄物・リサイクル対策部長、総合環境政策統括官などを歴任し、2020年環境事務次官に就任。

#### PROFILE

米女 太一(よねめ・たいち)  
1986年アサヒビール入社。アサヒビール流通企画部プロデューサー、研究開発企画部担当部長、内閣国家公務員制度改革推進本部事務局(参事官)、アサヒ飲料人事総務部長、アサヒ飲料常務取締役兼常務執行役員を歴任し、2020年アサヒ飲料社長に就任。2020年度より全国清涼飲料連合会の21代会長を務め、現在に至る。

「サーキュラーかつ、多様な主体が仲良く共生する  
エコロジカルな経済社会」とはどういうものなのか。

消費者の理解・協力を得ることが  
さらなる高みを目指すために必要

**米女** 菅総理が内閣総理大臣所信表明演説でカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を打ち出されましたが、私どもがリサイクルを進めていくとCO2排出量を半減できると言われているので、そちらにも貢献できると考えています。

ところで、水平リサイクルを実践していくうえで大切なのは、「集める」「作る」「使う」「伝える」の循環になります。まずペットボトルの回収を徹底し、きちんと再生するプロセスがあり、それをメーカーがより効率的に使い、消費者の皆様にも啓発していくという流れです。

「作る」という点では、技術の向上も進んでおり、その中間プロセスをより高めていこうとしています。それについてお感じになっていることはありますか。



**中井** 集めたものを選別・破碎して次の資源にしていく「マテリアルリサイクル」と、最近注目されている「ケミカルリサイクル」がありますが、後者は日本が誇る先進的な技術を駆使して素材を分子レベルまで戻して再生するので新品と同等のクオリティが保てます。技術的な難易度は高いと思いますが、混入した不純物までも取り除くことができれば、まさに一度地上化した資源を最大限に

活用できるので期待しています。

**米女** 次の「使う」というところはメーカーの役割になりますが、従前から自主設計ガイドラインを設けて取り組んでまいりました。例えばキャップをプラキャップにしたり、着色したペットボトルは作らないことにしたり、できるだけリサイクルが効率的に進むように取り組んできました。

**中井** 従来も様々な段階を踏んで多様な形のペットボトルを作っていました。これから水平リサイクルまで行っていけると、製品段階での環境設計が大事になると考えています。新法案では製品の設計・製造段階から、販売・提供を経て、回収・リサイクルまでの一連のフローを捉え、全体の循環を円滑に回していく発想で、環境に配慮した設計・製造の指針を国としても定め、それに適合したものを認定・支援する枠組みを準備しようとしています。

**米女** そして「集める」ところでは、ペットボトルの100%有効利用を考えるときれいな状態で回収することが重要になります。そのための取り組みを2019年度より東京都と連携して始めており、今年度は葛飾区とも進めることになっています。2020年8月には東京都と「ボトルtoボトル」の東京プロジェクトに参画し、様々な実証実験も行っています。渋谷区で清涼飲料水の自動販売機に新しい形状・デザインのリサイクルボックスを設置し

たところ、従前は30%以上あった異物混入率が格段に下がったという実証結果もあり、ペットボトルを回収する場があること、きれいな状態で回収すればより効率的にリサイクルされることを消費者に認知していただくのは非常に大事だと感じています。学校や駅などでもいろいろな実証を行い、それなりの成果は出ています。

**中井** さらに高みを目指すためには皆が協力合せて純度の高いペットボトルを回収できるようにすることが必要になり、その中で自治体と連携するなどの努力や工夫をされているのは非常に素晴らしいと感じています。

多様な主体が共生する  
エコロジカルな循環型の経済社会  
を目指して

**米女** きれいなペットボトルを回収する活動に消費者が自主的に参加することが、資源循環社会の確立には非常に大切だと思いますが、国民一丸で取り組んでいくべき「サーキュラー&エコロジカル・エコノミー」という概念についてお考えをお聞かせください。

**中井** COP21パリ協定の「世界的な平均気温上昇を産業革命以前に比べて2℃より十分低く保つとともに、1.5℃に抑える努力を追求する」という目標



がありますが、それは「皆が我慢してCO2を減らしていく」というような発想ではありません。確かにいま地球環境は危機的であり、病気の状態であるのは間違いないですが、それを転換した健全な生態系の姿があるはず。私は国の政策である地域循環共生圏の話の中でよくヒトの体にたとえて説明するのですが、体には37兆個の細胞があって一つひとつが生きており、DNAを持ち、血流の中で栄養をもらい、神経の電子信号で常につながっています。有機的で、健康体で、常に循環し、とてつもない数の微生物などそこに存在するありとあらゆる多様な生命体と折り合いをつけて生きているのです。地域や社会、経済の仕組みもそれと同じではないかと。



環境省が目指す方向として「未来型の経済社会の進め方」が常に根底にあり、そのもとで発信しているのが地域循環共生圏です。「共生」という部分を「生態系の健全」と考え、「エコロジカル」と表現すると、「サーキュラー&エコロジカル・エコノミー」というキーワードになります。COP21パリ協定の目標として、30年後はカーボンニュートラルにより森林や海洋がCO2を吸収する能力と同等のところまでCO2を出さないことが挙げられています。それは「地球を健康体を持っていく」ことですが、その実現にはまず再生エネルギー

を取り入れるという手段があります。お酒を飲み過ぎて肝臓に負担をかけるように、いまは化石燃料を掘り出して地球の臓器に不可逆的な負担をかけているわけです。その一方で、熱帯雨林を伐採してヒトで言えば肺の機能を毀損しています。これを健康体にするには、細胞の末端まで元気になるような発想が必要です。

一つは、自然の恵みである太陽光、風力、地熱、バイオマスなどの再生エネルギーで、それが社会経済の仕組みで使われるのが「サーキュラー・エコノミー」なのです。この無駄のない経済モデルを21世紀に実現できるかどうかという大きな捉え方をしていますが、では、「サーキュラーかつ、多様な主体が仲良く共生するエコロジカルな経済社会」とはどういうものなのか。皆がそれを見えていないとうまくいかないのではないかと思います。

その点、ペットボトルのような目に見えるもののある世界が存在し、もともとは地球の体を痛めて地上化した資源で作ったものかもしれないけれど、それを大事に「未来まで使っていける」という腑に落ちる循環が実現できればと本当に期待しています。

### エコロジカルな経済への発想を広く国民に伝える担い手に

**米女** 飲料業界には「社会を明るくしたい」という意欲がありますが、新しい価値を自分たちの作ったものから生み出していくような産業にしていきたいと思っています。そうした中で、国民に協力を求めるものとしてどのようなことがあるでしょうか。

**中井** いま社会経済が大きく変化しているという認識が国民に浸透していくことは行政にも大変責任があるところですが、皆がそれに気づき、需要者の立場でマーケットを誘導していかなければいけません。

では、国民にどうすればわかってもらえるかというと、おそらく供給サイドと需要サイドの対話の中で、新たなマーケットを見据えたビジネスモデルに供給サイドからアプローチすることが大切だと思っています。そういう意味でも、積極的に「ボトルtoボトル」を進めていただければ有り難いです。

「この先、5年、10年が大事」と小泉環境大臣も話していますが、方向感をしっかり定めてぐっと踏み込むということでしょう。結局、衣食住、移動、アクティビティということになりますが、国民全体に意識を持ってアクションしてもらうこと、それによりマーケットのプレーヤーとしての意思を示してもらうことだと思います。もちろん、その感性に合った商品の提供がないと噛み合わないわけです。

**米女** 国民がアクションを起こすヒントとして、私もいろいろなサイクルのシステムをわかりやすく提示することも大切ですね。

環境負荷の低減など、脱炭素社会に向けて飲料業界に求めることはありますでしょうか。

**中井** 物質の循環の仕組みをサーキュラー&エコロジカルなものにしないとカーボンニュートラルは実現できませんが、その先導的かつ象徴的なのが飲料業界です。具体的なアクションが「ボトルtoボトル」であり、回収の高度化であり、エコロジカルな経済への発想がほかの分野にも広がるように、飲料業界が旗を振って進めていただいていると認識しています。そうした活動の本質的なメッセージを発信していただければと思います。

**米女** 日常に密着している商品を扱っているからこそ、役割も大きいということですね。いま会員各社も業界全体としても現実的に様々な取り組みを行おうとしています。それらが国民に伝わる良い例となるよう努力したいと思っています。

**中井** 国も一緒に取り組ませていただきます。

**米女** ありがとうございます。

新しい価値を自分たちの作ったものから生み出していくような産業に。



# 大きな目標の達成へ向けて



## 「サーキュラー&エコロジカル・エコノミー」の構築

### 「ボトルtoボトル」の推進で、地上にある資源の最大活用を!

全清飲は2018年11月に「清涼飲料業界のプラスチック資源循環宣言」としてペットボトルの100%有効利用を目指すことを発表。以降、会員社と議論を重ね、その実現に向けた道筋を模索し、2021年4月19日、清涼飲料業界として2030年までにペットボトルの水平リサイクル「ボトルtoボトル」比率50%を目指すことを宣言しました。



### ペットボトルの水平リサイクルで構築するサーキュラー&エコロジカル・エコノミー

循環型社会の進展とCO2を含む環境負荷低減のためには、すでに地上にある資源を最大限に再活用する「サーキュラー(循環)&エコロジカル(共生)・エコノミー」を構築することが重要と全清飲は考えています。ペットボトルに使用されているPET(ポリエチレンテレフタレート)は、最もリサイクルに適したプラスチック材料の一つで、使用済みペットボトルは正しく回収されれば元の素材と同等の品質に何度でも戻すことがで

きます。水平リサイクルにより資源の再活用を推進すれば、新たな容器を製造するための化石由来資源の使用やCO2の削減に寄与できます。飲料業界は1992年に環境配慮設計としてペットボトルの「自主設計ガイドライン」を制定・運用し、約30年にわたりその構築に取り組み続けてきました。今後はより具体的な目標のもとで「サーキュラー&エコロジカル・エコノミー」の構築を本格的に進めていきます。

#### 全清飲が目指すサーキュラー&エコロジカル・エコノミー

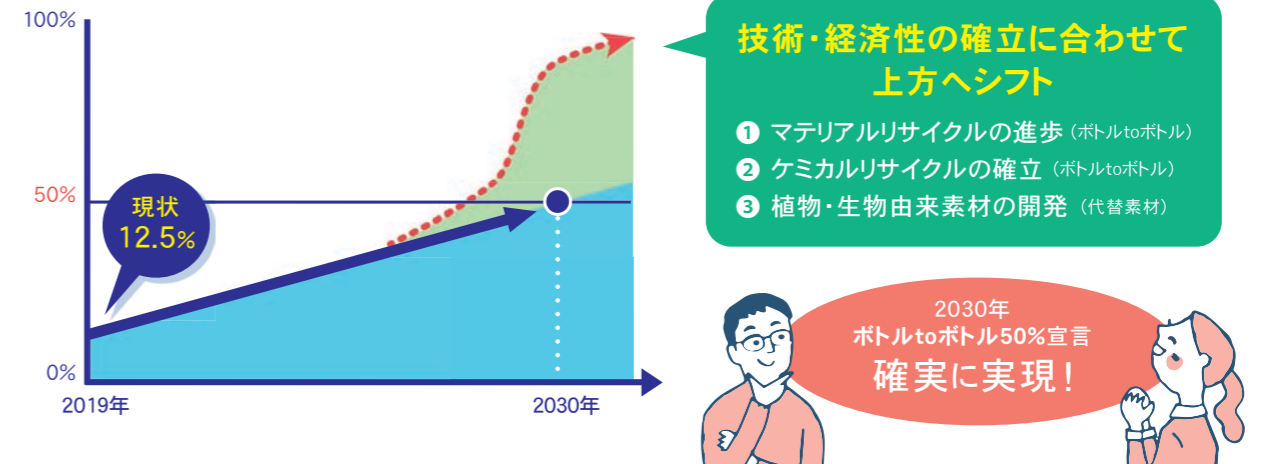
「集める」「作る」「使う」「伝える」のサイクルを円滑に回すことで、地上資源の最大活用、CO2削減、化石由来資源の最小化を図ります。



## 今後のリサイクル技術向上などに合わせさらに高い数値へのシフトも期待

2019年時点で12.5%だった「ボトルtoボトル」比率を2030年に50%まで引き上げる宣言は、大いなる取り組みのスタートでしかありません。将来的には、マテリアルリサイクル技術の進歩とケミカルリサイクルの確

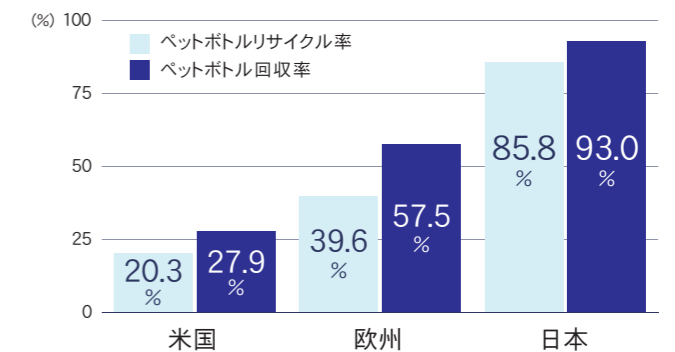
立を通じて「ボトルtoボトル」比率をより一段と高めるとともに、植物・生物由来素材の開発で化石由来資源の新規使用を抑制。それにより、2030年時点で目標値をはるかに上回る成果も期待できます。



2019年度 PETボトルリサイクル推進協議会調べ

## ワールドワイドでも高い水準にある使用済みペットボトルの回収率・リサイクル率

日本と米国、欧州との使用済みペットボトルの回収率・リサイクル率を比較すると、日本はいずれも双方をはるかに上回る高い水準にあります。そのことから、わが国には「ボトルtoボトル」推進の基盤が確立されていると言えます。この状況を維持・進展するためにも、飲料業界がリードして「サーキュラー&エコロジカル・エコノミー」の世界トップランナーを目指し続けます。



米国・欧州・日本のペットボトル回収率とリサイクル率

※2019年のデータ  
出典)PETボトルリサイクル推進協議会 欧州:Wood Mackenzie社 米国:NAPCOR(National Association for PET Container Resources)

## 自治体との協働による取り組み

### 活動に賛同する「仲間」と クリーンな回収を推進!

「ボトルtoボトル」を進展させるには、使用済みペットボトルを確実に回収すること、ペットボトルの品質を保つためにきれいな状態で集めることが重要です。今後はより多くの自治体や事業者との連携を構築・強化し、「サーキュラー&エコロジカル・エコノミー・サイクル」における「集める」とともに進める「仲間」を増やし、取り組みの輪を広げていきます。



### 東京都とタッグを組んで実施した ボトルtoボトル東京プロジェクト

「ボトルtoボトル」の推進のためには消費者の理解と協力が必要です。この取り組みの一環として、農林水産省から「令和2年度食品産業プラスチック資源循環対策事業」として支援を受け、さらに2020年8月、東京都とコンソーシアムを設立し、「ボトルtoボトル」によるプラスチックの循環的な利用促進を目指した取り組みをスタート。新デザインのリサイクルステーションとリサイクルボックスを都内の数か所に設置し、クリーンなペットボトルの回収促進の可否を確認する実証実験を行いました。

#### 「ボトルtoボトル東京プロジェクト」の目的は「理想とする回収モデルの追求」



#### 新デザイン・リサイクルステーション

##### Point!

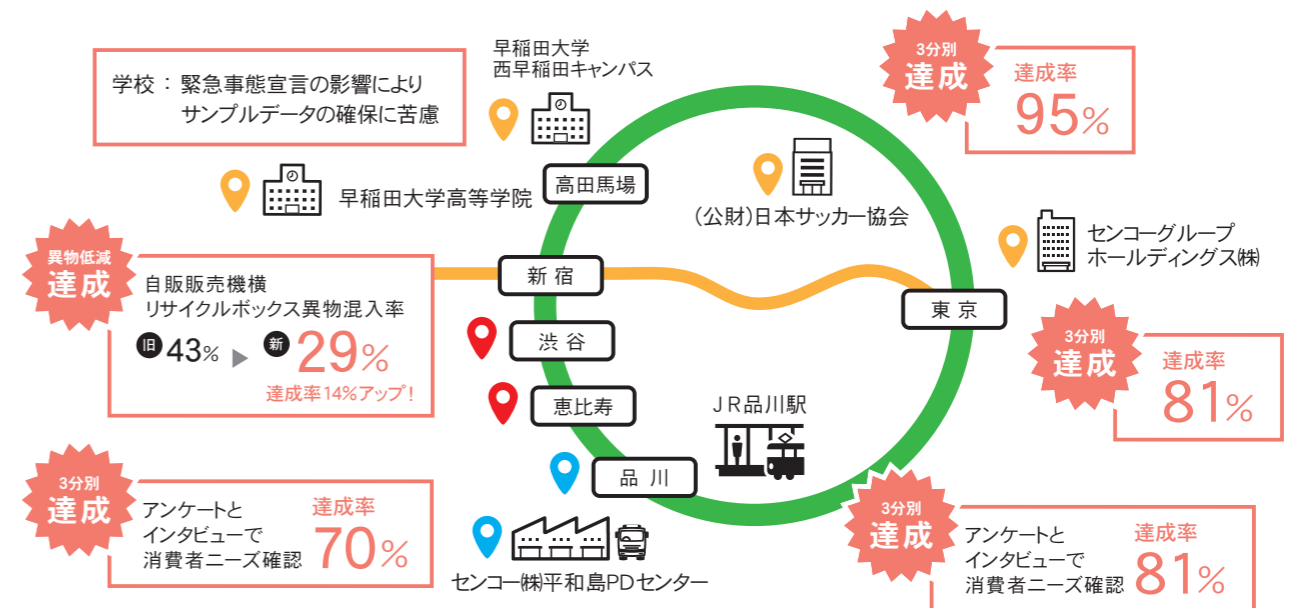
- 目立つデザインで認知度アップ
- ペットボトル、びん缶、プラスチック(燃えないゴミ)、その他(燃えるゴミ)の4連箱
- ペットボトル投入口とは別にキャップとラベルの投入口を設置
- 回収箱の上に分別回収を喚起する啓発メッセージを掲載
- 投入したものが見える透明の窓を前面に設置

視覚的に訴えることで消費者の行動を喚起(分別促進、異物排除)  
社会・未来への貢献感の醸成、目的の訴求(資源循環など)



## 「ボトルtoボトル」50%達成へ 多くの収穫があった実証実験

「ボトルtoボトル東京プロジェクト」では、学校、事務所ビル、駅、配送センター、さらに渋谷・恵比寿の街に新デザインのリサイクルステーションやリサイクルボックスを設置。3分別(ペットボトル・キャップ・ラベル)及び異物混入防止にどのような効果があるかを検証しました。一定の成果が得られ、また今後への課題も見えたため、意義の大きい取り組みとなりました。



#### 新デザイン・リサイクルステーションを設置

- 早稲田大学高等学院 【2021年1/15~1/27】
- 早稲田大学西早稲田キャンパス 【2021年1/13~1/26】
- (公財)日本サッカー協会 【2021年2/15~2/25】
- センコーグループホールディングス(株) 【2021年2/9~2/19】
- JR品川駅 【2021年1/30~2/2】
- センコー(株)平和島PDセンター 【2021年2/2~2/11】

#### 新デザイン・リサイクルボックスを設置

- JR品川駅(2台) 【2020年1/30~2/5】
- 渋谷駅、恵比寿駅周辺(20台) 【2020年11/16~11/22】
- すでにペットボトル回収箱があるロケーションを3分別に進化させ効果を確認
- ペットボトルの回収機材を新たに設置し、3分別の効果も確認
- 屋外での自動販売機横リサイクルボックスへの異物投入低減の効果を確認

### 実験結果総括

#### 学校

収集できたサンプルデータが少なかつたものの、生徒に啓発メッセージが十分に届いたとは言えず、ステークホルダー別の啓発戦略が課題であることが浮き彫りになりました。

#### 配送センター

ドライバーは容器の適切な排出場所がなく困っており、3分別に理解が得られることが確認できました。

#### 街頭

自動販売機横リサイクルボックスの投入口を下向きにすることが異物の低減につながることを確認できました。

#### 事務所ビル

適切な啓発メッセージの発信と機材の使用により、3分別の促進は可能であることを確認。なお、実証実験後も3分別を継続していただいているケースもあります。

#### 駅

通学・通勤途中で飲み終えた飲料容器の排出ニーズは高く、駅利用者の環境意識が高いことがわかりました。3分別についても理解が得られることが確認できています。

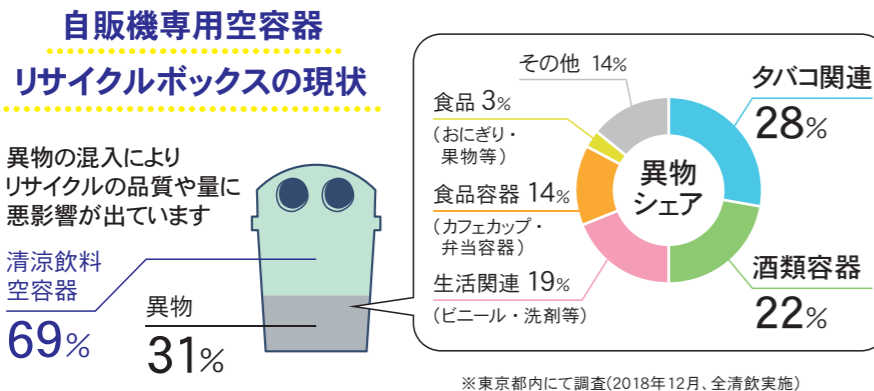


# 異物混入ゼロを目指す取り組み

## 自動販売機横リサイクルボックス

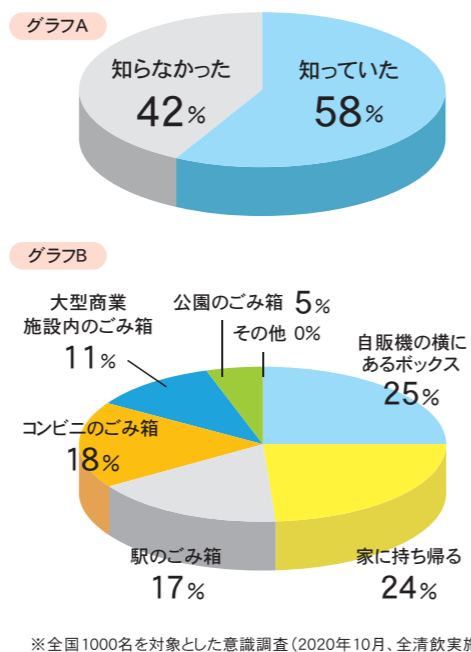
### リサイクルボックスに投入されるものの31%が異物

本来、リサイクルボックスは自動販売機で販売した商品の空容器であるペットボトル、缶、びんを回収するものですが、投入されるものの31%は異物でした。リサイクルボックスが異物でいっぱいになると散乱の原因になり、また異物が混入するとリサイクルによる再利用品の品質が低下します。特に、たばこの吸い殻などが入ったペットボトルは安全性の観点から資源として再利用はできません。



### 4割強の人がゴミ箱と思っているリサイクルボックス

全清飲が行った消費者調査で、「自動販売機の横にあるボックスはゴミ箱ではなく、飲料容器専用のリサイクルボックスであることをご存じでしたか?」という質問に対し、半数近い42%の人が「知らなかった」と回答(グラフA)。また、「あなたは、普段、街中でペットボトルや缶びん以外のゴミが出た場合、どこに捨てることが多いですか?」(複数回答可)という問いに対し、自動販売機で飲料を購入したかどうかに関わらず25%の人が自動販売機横のリサイクルボックスに捨てているという実態がわかりました(グラフB)。

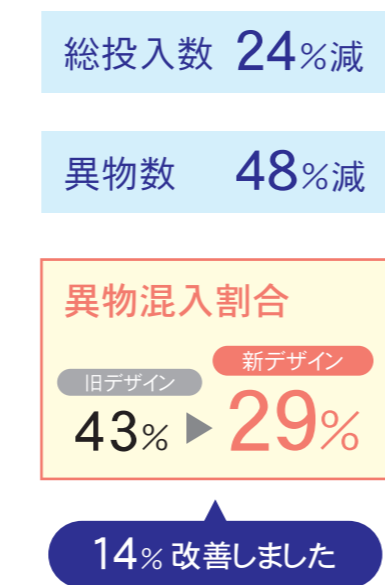


### 新機能のリサイクルボックスで飲み残し・混入ともに減少

「ボトルtoボトル東京プロジェクト」では、ペットボトルの投入口が下を向いた新デザイン・リサイクルボックスによる実証実験を渋谷区で実施。旧デザインのリサイクルボックスと比較し、異物混入率・飲み残し率ともに低減しました。そのことから、投入口を下向きにするなどの形状は異物や飲み残しのある飲料空容器の投入を抑制する一定の効果があることが確認できました。



### 異物混入14%減、新機能の成果



下から投入する新機能に加えて見た目にも従来のリサイクルボックスと一線を画す外観なども具体的な効果が見られ、清涼飲料水の空容器以外の異物の割合は43%から29%に大幅に減少しました。東京渋谷区という異物混入が多いエリアでもあり、空容器、異物トータルの投入数が24%、異物数も48%低減。回収量そのものの減少は処理コスト増に直面していた自販機業界の救世主となりそうです。また投入口が下を向いていることで、飲み残や雨水が入らないことも利点の一つです。

### 小学校での出前授業 リサイクルボックスに入れるペットボトルは?

消費者向け啓発活動の一環として小学校のSDGs授業の支援を行いました。環境教育が授業でも取り入れられています。9月に港区で実施した授業で、「ペットボトルは家庭ではキャップとラベルを剥がすのに、自動販売機のリサイクルボックスでは、そのままでもいいの?」との質問があり、それぞれ回収システムが異なることを説明しつつ、大変な作業である分別現場の負担軽減のため「キャップとラベルは剥がしてください」とお願い。またそのキャップとラベルも同じリサイクルボックスへの投入をお勧めしています。また体験型の自動販売機の模型「ひみつがいっぱい自動販売機」を制作し、構造や機能を紹介。ボタンを押すと飲料が出てくる体験に授業は盛り上がりしました。このような消費者向け啓発は2021年度も取り組みを強化します。



### 人材確保・働き方改革など自販機業界の課題解消も

自動販売機業界の人材不足は喫緊の課題です。リサイクルボックス回収の労力を低減することも人材確保の一翼を担うため、異物混入の防止はとて重要。今後は自販機協議会や労働組合などとも連携し、魅力ある業界となることを目指した取り組みをともに推進していく方針です。それにより自販機業界の健全化・持続的な発展をサポートしていきます。



TOPICS

2020年度  
各部活動報告

2020年度の全清飲の活動内容をまとめました



## 企画部

プラ資源循環におけるリーダーシップ発揮に向け  
「ボトルtoボトル」の取り組みを本格スタート

## プラスチック資源循環戦略の推進

2020年度は、循環型社会の実現に向けて「ボトルtoボトル」(水平リサイクル)推進のための効率的な回収モデルの構築に取り組みました。新しいデザインのリサイクルステーションを投入し、学校・駅・オフィスなど消費者への多様な回収機会を提供することで、リサイクル目的の使用済みペットボトルの回収量拡大と品質向上を図りました。

8月には東京都との「ボトルtoボトル東京プロジェクト」をキックオフ。農林水産省の支援も受け、実証実験を通じてペットボトル循環回収モデルを検証し、全国展開できるモデルの確立に取り組みました。

また、自販機部と協働し、自動販売機横のリサイクルボックスからの効率的回収を推進。新しいリサイクルボックスの物理的性状(下向き投入口)による消費者の行動変革を推進する方策の確立を目指し、異物混入率の低減を図りました。加えて、自治体、事業者並びに環境意識の高い消費者を対象に、散乱改善を目的とした啓発広報活動の強化にも取り組みました。

一方、プラスチック資源循環施策については、清涼飲料業界としての主張を取りまとめ、パブリックコメントとして提出。審議会の資料にも反映されました。さらに、清涼飲料業界として水平リサイクルの「ボトルtoボトル」50%目標を取りまとめ、「集める」「作る」「使う」「伝える」の4項目を軸に「ボトルtoボトル」における戦略と重点活動を立案。それにより、プラスチック資源循環におけるリーダーシップ発揮に向けて「ボトルtoボトル」の本格的な取り組みを開始しました。

業界成長に影響のあるポータレス業務の  
取り組み

清涼飲料業界として、3つの活動に取り組みました。1つ目は、7月に事業者向けの容器包装リサイクル法の勉強会を開催。容り法見直しに対する意見交換も実施し、事業者の理解・浸透を図りました。

2つ目は、環境省、日本財団が主催する「秋の海ごみゼロウィーク2020」に清涼飲料業界として参加し、業界としての活動をアピールしました。

そして3つ目は、「第5回ドリンクジャパン」を11月25日～27日に幕張メッセで開催。新型コロナウイルス感染拡大の影響により、来場者及びセミナー受講者は減りましたが、講演内容・企画の充実により、基調講演、特別講演、専門セッションともに満足度が70%～95%（「たいへん満足」「満足」の割合）という高い評価につながりました。

## 業界の基盤取り組み

清涼飲料業界の自主行動計画として、「CO2排出削減実績」を取りまとめ、日本経済団体連合会に提出しました。2019年の実績は、2012年を基準年度として、削減目標10%に対し、18%を達成しています。

合わせて、環境自主行動計画「循環型社会形成編」に関しても再資源化率及び最終処分量を取りまとめて提出しました。

## 技術部

安心・安全な商品提供に向けた  
一般的衛生管理・表示講習会の実施

2020年度は、前年度から全国各地で開催している「一般的衛生管理講習」に、ここ数年改正が相次いでいる食品表示基準の注意点などを解説する「表示講習」を加えた内容で実施を予定していました。しかし、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、予定していた8会場の内、4会場での開催を取り止めました。その代替として、3月にオンラインにより上記講習会を配信し、多数の会員に参加いただきました。

これまで仕事の都合や会場までの距離があるため参加できなかった方も、気軽に、そして職場でも参加できるということからご好評をいただいています。「対面による講習の方がより理解が進む」という声もありますが、より多くの方にタイムリーな情報を提供

できるオンライン講習はかなり有効であるとの確信も得ました。よって、2021年度もこの手法を継続する方針です。

今後は、会場とオンラインの同時開催となるハイブリッド形式も視野に入れ、会員各社に有用な情報を提供していきたいと思えます。



## 自販機部

脱ゴミ箱化による異物低減を目指す  
新機能のリサイクルボックスを開発・実証

自販機業界の喫緊の課題として、自動販売機横リサイクルボックスへの「異物混入」があります。異物とは、飲み終わった飲料の空容器以外のもの。実際にたばこの吸い殻やカフェカップ、弁当容器などが多く投入されており、異物が混入することでリサイクルの品質が落ちてしまい、大切な資源を有効利用できなくなります。

そこで、業界として異物混入の低減や、高品質なペットボトルの回収、散乱防止などを目的に、異物が入りにくい仕様のリサイクルボックスを開発し、渋谷区を中心に実証実験を11月に実施しました。実証実験用の新型リサイクルボックスは、投入口が下向きで見えないためゴミ箱感がなく、異物などが入りにくい構造です。

結果は、飲料空容器の投入個数が減少し、さらに異物の混入割合は43%から29%に14%改善。リサイクルボックスの新機能による異物混入低減効果が確認できました。

今回の検証結果や課題を踏まえ、改めてリサイクルボックスのスペックを見直し、次のフェーズで検証を重ね、さらなる「脱ゴミ箱化」「異物低減」を目指します。



## 広報部

業界団体だからこそできる活動や  
取り組まねばならない課題解決に注力

2020年度は、業界団体だからこそできる活動や取り組まねばならない課題を抽出し、業界の健全発展に向けた取り組みを行いました。消費者への啓発活動として、5月に「ゴミ箱じゃないよ。リサイクルボックスです」のポスター6万枚を制作し、全国の小中学校や消費生活センター、自販機の現場、約4万5千か所に配布し、意識啓発につなげました。

また、自動販売機構のリサイクルボックスに対する消費者の利用実態を明らかにすることを目的に、10月に消費者アンケートを実施。「(リサイクルボックスが)ゴミ箱だと思っていた」という回答が42%に上るなど、リサイクルボックスに異物を投入される実態を裏付ける結果が得られました。

さらに、マスコミ対応や子ども向けキャリア教育支援

を目的とした小学校へのお出前授業、ペットボトル資源循環に対する理解を広めることを目的として、法人向けの広報・啓発活動も実施しました。



## 総務部

業務を止めるな！  
会員・職員の安全に配慮し、事業継続環境を整備

東京オリンピック・パラリンピックを見据え「テレワーク導入」が叫ばれた数年前は具体的な取り組みを始められずにいましたが、思わぬ事態のために急速その対応を迫られました。

2020年1月中旬以降、国内外で急速に進む新型コロナウイルス感染拡大に不安が増大していきました。総務には、会員はじめ事業に関係する皆様と職員の安全確保や、課題が山積する中での事業継続をいかに両立させるかが求められました。

具体的には、各種会議におけるWeb会議の導入や暫定的なテレワーク環境の整備、また定時総会では議決権行使書による議決権の事前行使を促すなど、感染リスクを低減するための対策を講じました。テレワーク環境については暫定的に開始したもの

の、当時「秋以降の感染再拡大」が懸念される中、10月に予定していたパソコン更新を早めることとしました。全世界で在宅勤務対応が急拡大し、パソコンが品薄状態に陥る中、19年より検討を開始したことなどが奏功し、8月に全職員のパソコンをモバイルノートに更新完了。そのほか、全職員へのスマートフォン貸与やメールサーバー移管による業務効率化などを進めました。

これらの取り組みを進める中でいくつかの不具合も発生しましたが、「致命的な問題を防ぐ」ことを念頭に、Q(品質)・D(納期)・C(コスト)のバランスに努めました。

## 中小企業部

「地サイダー・地ラムネを飲んで  
医療従事者へエールを送ろう！」企画を実施

新型コロナウイルスに翻弄された2020年。緊急事態宣言が発令され、相次ぐイベントの中止、旅行の自粛など新型コロナウイルス感染拡大の影響は大きく、組合会員(中小企業)が手掛ける「地サイダー・地ラムネ」も痛手を受けました。それでも、元気を取り戻そうと取り組んだ1年でした。

社会貢献活動として、日本ガラスびん協会主催「地サイダー&地ラムネを飲んで、街の銭湯、地域、医療従事者へエールを送ろう!」に参画し、地サイダー・地ラムネの販売金額の一部を新型コロナウイルスの最前線で戦う医療従事者に寄付しました。

また、地サイダー・地ラムネのPRを目的に、マスコミ関係者など60名に「地サイダー・地ラムネ12本アソートセット」及び、「地サイダー・地ラムネカタログ」を

贈呈。販売企画や取材など多くの反響があり、認知度向上に寄与しました。

清涼飲料水統計、  
大幅リニューアル

「清涼飲料水関係統計資料」を2021年に大きくリニューアルしました。この統計資料は長年、清涼飲料水に関する各種統計を集めた資料集として、多くの方々にご活用いただいております。「清涼飲料水統計2021」【冊子版】として、紙面を大幅に刷新しました。

「見やすく」「わかりやすく」「使いやすい」データ集を目指し、13頁立て総カラーで清涼飲料業界の主なデータをまとめています。

清涼飲料の市場規模を表す生産量・販売金額は、2011年～2020年まで10年分掲載。カテゴリごとの大きさを示すグラフと、各品目の数値で、単年、数年ごとの数値の比較が可能です。容器別は、容器別・品目別の両軸で生産量を掲載しております。



また、今回新たに「小分類」の項目を設け、コーヒーは、「ミルク入り」「無糖ブラック」「希釈用」など、紅茶は「ストレート」「ミルク」「レモン」「無糖」と中身設計のデータも収録しました。そのほかにも、清涼飲料水を取り巻く様々なデータを網羅しております。ぜひお手元に一冊置いていただき、ご活用ください。また、過去の統計をExcelデータでご提供する【完全版】を全清飲ホームページで販売いたします。

NEW

# 2021年度 事業戦略

コロナ禍が継続し、ニューノーマルな社会への移行が進む中、清涼飲料業界は厳しいビジネス環境下にあります。サステナビリティ意識の高まり、2050年カーボンニュートラル=脱炭素社会を目指す動き、海洋プラスチック問題、今後のプラスチック資源循環施策、さらに労働力不足や自然災害の多発など、短期から中長期に至る多くの課題に対応するべく、全清飲は今年度、会員社とともに連携していく事務局の調整力と推進力の向上を図ります。

## 4つのテーマで「愛され続ける清涼飲料」へ

2021年度の事業戦略は、「愛され続ける清涼飲料」であるために活動すること。社会的責任と協調を図りつつ、制約のかからない企業活動が可能となる業界環境の構築をミッションに、清涼飲料業界の考えやスタンスを積極的に発信することをビジョンとして掲げ、4つのテーマで取り組みを推進していきます。

### 1. プラスチック資源循環

「ボトルtoボトル」活動の効果の最大化を目指します。自治体と連携した資源循環施策の推進、新リサイクルボックス(汎用型)エリア検証を実施します。

### 2. 行政関連団体対応

プラスチック循環戦略の具体策や容リ法改正への関与を行政に働きかけ、情報収集とフィードバック、業界の意見の反映を行います。様々なステークホルダーとの連携強化を図り、自販機に関しては自販機協議会とともに働き方改革・課題対応にも取り組みます。

### 3. リスクへの対応

地下水税や食品ロス・食品リサイクル法、物流への対応に加え、ICBA(国際清涼飲料協議会)との協業により海外の動きをいち早く共有し対応していきます。

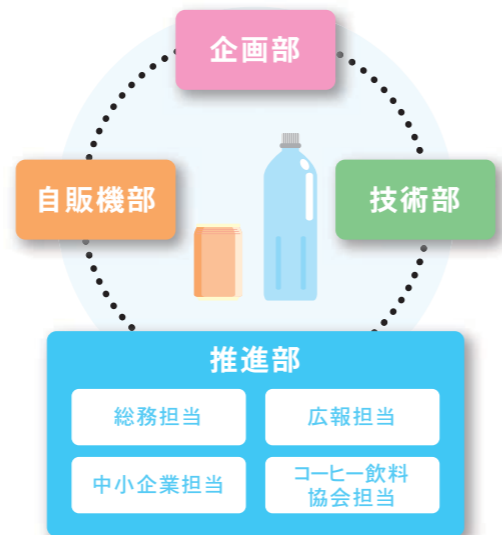
### 4. 基礎となるインフラとしてのサポート活動

様々なイベントや出版物、審査の対応、あるいは6団体の会計受託業務を行います。また、6つの委員会から知恵・行動をご提供いただき、ともに業界の推進力を高めていくことを目指します。

## 事務局力向上／効果・効率的な業務連携

### 事務局内の組織体制を刷新し連携を強化

全清飲事務局は、7セクションに細分化された組織、2年ごとの部長(出向者)の交代、各職員による担当業務の固定化・硬直化などから、効果・効率的な連携や職員離職時の継続性、事務局員の成長の機会・能力の向上などの課題を抱えてきました。そこで2021年4月、事務局全体の業務を行うセクションを同一部門として、機能横断的に他の担当業務とも連携する新たな組織体制を構築。総務担当、広報担当、中小企業担当、コーヒー飲料協会担当を推進部に統合し、企画部、技術部、自販機部との有機的な連携を実践します。職員も様々な業務経験を通じて視野を広げることで能力向上を図り、事務局全体の組織能力を高めていく方針です。



## 企画部

① 「ボトルtoボトル」によるプラスチック資源循環戦略の推進

② 温室効果ガス排出抑制、環境負荷低減への取り組み強化

③ 業界のリスク対応、多様なボーダレス業務の取り組み

2021年度は、循環型社会を目指す取り組みとして「ボトルtoボトル」(水平リサイクル)を推進していきます。2年目となる「ボトルtoボトル東京プロジェクト」は、使用済みペットボトルのさらに確実な回収などに取り組み、東京都葛飾区や神奈川県をはじめ、自治体との取り組みも拡大します。また、清涼飲料業界として「2030年ボトルtoボトル比率50%宣言」を掲げました。環境負荷低減への取り組みについては、清涼飲料業界の温室効果ガス排出抑制に向けた基盤データを取りまとめるとともに、今後ますます重要になるカーボンニュートラルに取り組んでいきます。さらに、業界共通のリスクとして、①物流課題への

対応、②食品ロス削減の推進に注力していきます。また、容リワーキンググループの立ち上げ、プラスチック新法の設定や容器包装リサイクル法の改正に対応していきます。海ごみゼロ活動としての「クリーンアクション」への取り組み、第6回ドリンクジャパンのさらなる充実を目指した来場者及び満足度の向上を図ります。



## 技術部

① 安心・安全の基礎となる一般的衛生管理講習会の継続的な開催

② 技術情報の発信、情報交換の場の創出、法令遵守と情報公開

③ 海外動向を睨み、行政とも連携した国際的な課題への対応

2021年度は、全清飲における技術部の位置付けである「基礎となるインフラとしてのサポート」として、4つのテーマをもとに活動していきます。1つ目は、「安心・安全」。19年から行っている「一般的衛生管理講習会」の継続が主な取り組みで、同年度末に実施したオンラインによる配信を含め、一般的衛生管理・食品表示基準への理解を深めていただくことを目的に実施していきます。2つ目は、「技術基盤の強化」。毎年開催している日本清涼飲料研究会の発表会において新たな技術情報を発信し、同じく毎年刊行しているソフト・ドリンク技術資料を充実した内容にします。3つ目は、「法令遵守、情報公開」。清涼飲料に関

わる様々な法令改正を遅滞なく会員企業に発信するとともに、行政との意見交換などの対応も行っています。そして、4つ目は「国際対応」。国際基準との整合を図るため、海外動向を注視し、行政と課題を共有し、様々な課題に対応します。そのほか、PETボトルリサイクル推進協議会との連携でペットボトルのリサイクルに関する様々な検証実験やリサイクルに関するガイドラインの作成、改訂を継続して実施します。

自販機部

- ① 脱ゴミ箱化によるさらなる異物混入低減の追求
- ② 地方都市における実証実験による低減効果の検証
- ③ リサイクルボックスの構造改善・機能性向上、汎用型の開発

2020年度は、脱ゴミ箱化による異物低減を目指す新機能のリサイクルボックスを開発し、都内を中心に実証実験を行った結果、異物混入低減効果が認められました。

2021年度は、引き続き地方都市などでの実証実験を行い、同様の低減効果が得られるかを調査します。また、リサイクルボックスもより異物を入りにくい構造に改善、機能性を高め、なおかつ低コストで製造できる汎用型を目指します。

回収したペットボトルの品質が向上することで、リサイクルは促進され、回収にかかる業務や処理コストも削減されます。

自販機業界の取り組みを啓発し、その魅力を発信

することで、人材確保や働き方改革にも寄与します。行政や自治体とも積極的に連携し、この取り組みを加速させたいと考えています。



推進部 / 広報担当

- ① ペットボトルの回収と有効活用に向けた啓発活動
- ② 自治体や生活者に向けた全清飲事業活動の広報強化
- ③ 関係団体広報活動への参画を通じた業界発展のための訴求活動

広報部門は、2021年度から推進部の一員として、業界全体の広報活動並びに全清飲事業を広く社会に伝えるための事業広報に取り組みます。

業界広報は、清涼飲料業界にとって現在最も重要な課題である、ペットボトルのリサイクル及び「ボトルtoボトル」に関する業界全体の取り組みについて社会全体に訴求します。4月19日には、「2030年ボトルtoボトル50%宣言」の記者会見を実施し、メディアを通じて広く訴求を行いました。また「日経SDGsフォーラム」の特別シンポジウムに共催。ペットボトルのみならず、リサイクルボックスに関するリサイクルの取り組みを発信しました。

自治体に向けては、「活動レポート」を通じて清涼

飲料業界の取り組みを訴求。また、「不滅のペットボトル」動画による意識啓発、子ども向けには「ポイ捨てしない」、「ゴミ箱でなくリサイクルボックス」メッセージポスターを展開します。

PETボトルリサイクル推進協議会並びに清涼飲料自販機協議会の広報活動に参画し、業界発展のための訴求活動を行います。

▼ 不滅のペットボトル動画



全清飲公式YouTubeチャンネル

推進部 (新設)

総務担当

- ① コロナ禍における会員間の交流促進、会員の維持拡大
- ② 将来をも見据えた事務局機能の維持・向上
- ③ 自然災害リスクも高まる中での危機対応力の強化

2020年春以降、職員全員が事務所に集まることがなくなりました。「感染リスク低減」のためとはいえ寂しい気がしないではありませんが、時代の変化に合わせた対応が必要です。

業界を取り巻く諸課題が山積し、改めて賛助会員や関係団体の皆様を含め業界内の連携が求められる中、その一助となる各種の集会も中止せざるを得ない状況です。再開できる日を待ちつつ、2021年度は別の機会・サービスの提供について提案すべく準備を進めています。

新型コロナウイルスの感染拡大は、働き方にも影響を与えています。4年前の事務所移転時には会議室の確保に頭を悩ませましたが、レイアウトの見

直しや今後の情報インフラの在り方など、将来を見据えた見直しを検討していきます。

一方、地震や豪雨などの自然災害リスクも年々高まっています。清涼飲料は人々の「命をつなぐ」必需品として、真っ先に供給が求められます。

ここ数年は政府からの要請を全清飲が受け、各社に協力をお願いする流れを取っていますが、迅速かつ公正な調整機能の確立に向けて関係各位との調整を進めています。

公正取引の観点などから、業界団体としてできること・できないことはありますが、引き続き皆様のご理解・ご協力をお願いいたします。

推進部 / 中小企業担当

- ① 地場飲料の支援
- ② 企画協賛「銭湯企画」(日本ガラスびん協会主催)
- ③ 受託業務の実行

「地サイダー」と「地ラムネ」とは、全国の中小企業の皆様が開発・製造・販売する、その地域でしか飲めないサイダーとラムネのことです。全清飲のホームページでは、「どこに、どんな地サイダー・地ラムネがあるか」を「エリア」や「キーワード」から検索することができます。オーソドックスな味のものからおもしろ味まで多種多様です。ホームページのほかに、商品カタログ「クラフトサイダー・クラフトラムネ」を作成、配布して地サイダー・地ラムネの魅力伝えていきます。また、今年で8年目となる「銭湯企画」に協賛(7~9月予定)。お風呂上りに全国の地サイダー・地ラムネを飲んでみてください。

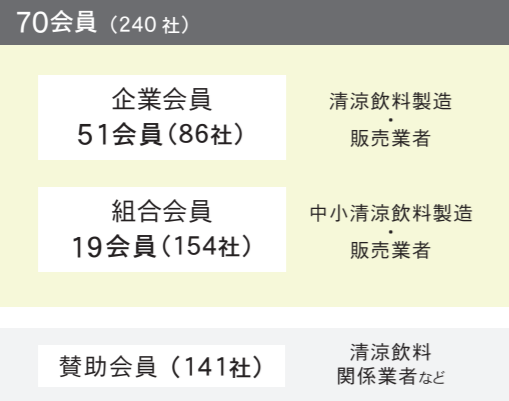


<http://j-sda.or.jp/learning/local-products/>

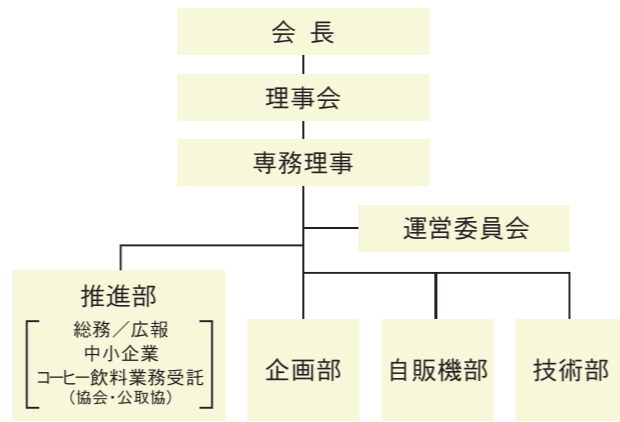
# 一般社団法人 全国清涼飲料連合会（全清飲）概要

2021年5月現在

## 会員数



## 組織図



## 沿革

- 1918年(大正7年11月) 前身母体である全国清涼飲料水同業組合設立
- 1955年(昭和30年4月) 公益法人として認可を受け、社団法人 全国清涼飲料工業会となる
- 2012年(平成24年4月) 公益法人制度改革に対応して、一般社団法人 全国清涼飲料工業会に移行
- 2017年(平成29年9月) 一般社団法人 全国清涼飲料連合会に名称変更

## 役員名簿

2021年5月現在 注)所属名五十音順

会長	米女 太一	アサヒ飲料(株) 代表取締役社長
副会長	田熊 元彦	(株)伊藤園 常務執行役員生産本部副本部長 兼 静岡相良工場長
副会長	山崎 正三	大塚製薬(株) 常務執行役員 ニュートラシューティカルズ事業部 営業本部長
副会長	山口 義弘	全国清涼飲料協同組合連合会・工業組合連合会 理事長 全国清涼飲料加工業振興会 会長
専務理事	河野 敦夫	大塚製薬(株)
常務理事	増田 理	キリンビバレッジ(株) 常務執行役員
常務理事	佐々木 康行	コカ・コーラ協会 会長
常務理事	田中 徹	サントリー食品インターナショナル(株) 執行役員 ジャパン事業本部 戦略企画本部長
常務理事	佐野 芳久	ガイドードリンク(株) 取締役執行役員 マーケティング本部長
常務理事	翠田 章男	全国シャンメリー協同組合 理事長
常務理事	阿部 豊	東京都清涼飲料協同組合 副理事長
理事	金谷 克彦	味の素AGF(株) 常務執行役員
理事	渡辺 美衡	カゴメ(株) 取締役専務執行役員
理事	藤田 将也	ポッカサッポロフード&ビバレッジ(株) 取締役執行役員
理事	原田 裕司	(株)明治 常務執行役員 生産本部長
理事	南崎 康夫	森永乳業(株) 営業本部 マーケティング統括部長
理事	朝田 文彦	UCC上島珈琲(株) 代表取締役社長
理事	高橋 朝子	レッドブル・ジャパン(株) オペレーション本部長
理事	田中 秀子	全国ミキサードリンク協会 会長
理事	木村 英文	全国ラムネ協会 会長
監事	饗庭 靖之	首都東京法律事務所 弁護士
監事	渡辺 俊之	渡辺公認会計士事務所 公認会計士・税理士

## 会員名簿

2021年5月現在

### ● 企業会員 [ 51会員・86社 ]

アサヒ飲料株式会社  
味の素AGF株式会社  
安曇野食品工房株式会社  
株式会社伊藤園  
エーザイ株式会社  
江崎グリコ株式会社  
エスエスケイフーズ株式会社  
大塚食品株式会社  
大塚製薬株式会社  
花王株式会社  
カゴメ株式会社  
神奈川柑橋果工株式会社  
キリンビバレッジ株式会社  
コカ・コーラ協会 (6社)  
コーシン乳業株式会社  
株式会社コスモフーズ  
ゴールドバック株式会社  
株式会社サーフビバレッジ  
サントリー食品インターナショナル株式会社  
三和罐詰株式会社  
株式会社ジャスティス  
ジャパンフーズ株式会社  
大正製薬株式会社  
ガイドードリンク株式会社  
株式会社チェリオコーポレーション  
東京アート株式会社  
トニービバレッジ株式会社  
トモエ乳業株式会社  
株式会社西日本キャンバック  
ニック食品株式会社  
株式会社ニッセー  
日本果実工業株式会社  
株式会社日本キャンバック  
一般社団法人 日本ミネラルウォーター協会 (31社)  
ハウスウェルネスフーズ株式会社  
ハウス食品グループ本社株式会社  
株式会社ブルボン  
ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社  
ホッピービバレッジ株式会社  
丸善食品工業株式会社  
丸善食品株式会社  
三井農林株式会社  
株式会社ミツウロコビバレッジ  
株式会社Mizkan  
株式会社明治  
森永乳業株式会社  
株式会社ヤクルト本社  
ヤマモリ株式会社  
雪印メグミルク株式会社  
UCC上島珈琲株式会社  
レッドブル・ジャパン株式会社

### ● 組合会員 [ 19会員・154社 ]

北海道清涼飲料工業組合 (7社)  
東北清涼飲料協会 (8社)  
栃木県清涼飲料工業組合 (3社)  
東京都清涼飲料協同組合 (27社)  
神奈川県清涼飲料工業協同組合 (8社)  
北陸清涼飲料工業協同組合 (10社)  
静岡県清涼飲料工業組合 (3社)  
愛知県清涼飲料協同組合 (8社)  
三重県清涼飲料工業組合 (2社)  
大阪府清涼飲料工業協同組合 (23社)  
兵庫県清涼飲料協同組合 (16社)  
和歌山県清涼飲料工業会 (4社)  
岡山県清涼飲料協同組合 (2社)  
広島県清涼飲料工業協同組合 (10社)  
福岡県清涼飲料工業協同組合 (5社)  
佐賀県清涼飲料工業組合 (2社)  
長崎県清涼飲料工業組合 (2社)  
大分県清涼飲料工業組合 (2社)  
沖縄県清涼飲料協会 (12社)

### ● 賛助会員 [ 141社 ]

アイ・エフ・エフ日本株式会社  
アクアス株式会社  
味の素ヘルシーサプライ株式会社  
アース環境サービス株式会社  
株式会社アセプティック・システム  
ADEKAクリーンエイド株式会社  
株式会社アメフレック  
石塚硝子株式会社  
石光商事株式会社  
株式会社イズミフドマシナリ  
岩井機械工業株式会社  
株式会社ウルオブ・ファクトリー  
エコラボ合同会社  
SPXフローテック/ロジージャパン株式会社  
株式会社エヌテック  
株式会社エフピコ  
株式会社エム・シー・フーズ  
遠東石塚グリーンベイト株式会社  
王子コンテナ株式会社  
小川香料株式会社  
大阪サニタリー株式会社  
オークラ輸送機株式会社  
大塚倉庫株式会社  
鹿島環境エンジニアリング株式会社  
ガラスリソニング株式会社  
KISCO株式会社  
株式会社キズナックスマネジメント  
キーコーヒー株式会社  
協栄産業株式会社  
株式会社協同コミュニケーションズ  
キリンテクノシステム株式会社  
倉敷紡績株式会社 環境メカトロニクス事業部  
栗田工業株式会社  
グンゼ包装システム株式会社  
GEAジャパン株式会社  
国際衛生株式会社  
小林硝子株式会社  
小林容器株式会社  
コービオンジャパン株式会社  
株式会社コーレンス  
株式会社サイコン工業  
栄香料株式会社  
坂本香料株式会社  
サッポログループ物流株式会社  
三栄源エフ・エフ・アイ株式会社  
三協興産株式会社  
サンデン・リテールシステム株式会社  
三友機器株式会社  
株式会社サンヨーフーズ  
JA三井リース株式会社  
ジェイフィルム株式会社  
株式会社CSIジャパン  
ジェーシーボトリング株式会社  
塩野香料株式会社  
四国化工機株式会社  
シーバイエス株式会社  
澁澤倉庫株式会社  
澁谷工業株式会社  
ジボタン ジャパン株式会社  
信越エンジニアリング株式会社  
水ingエンジニアリング株式会社  
株式会社スプリム ジャパン  
住商フーズ株式会社  
住友重機械エンバロメント株式会社  
住友重機械搬送システム株式会社  
セラニーズジャパン株式会社  
株式会社souco  
曾田香料株式会社  
大日本印刷株式会社  
大洋香料株式会社  
大和製罐株式会社  
高砂香料工業株式会社

高田香料株式会社  
タニスコ ジャパン株式会社  
月岡硝子株式会社  
アース工業株式会社  
TenTen株式会社  
トーンサービス株式会社  
株式会社トーモク  
東興興業株式会社  
東京アライドコーヒーロースターズ株式会社  
東邦商事株式会社  
東洋ガラス株式会社  
東洋製罐株式会社  
凸版印刷株式会社  
富川化学工業株式会社  
株式会社トレック  
長岡香料株式会社  
株式会社長嶋製作所  
株式会社日誠産業  
日新製糖株式会社  
日進通商株式会社  
西日本ペットボトルリサイクル株式会社  
日精工エー・エス・ビー機械株式会社  
日本エコリン株式会社  
日本クロージャー株式会社  
日本クローネス株式会社  
株式会社日本コンラックス  
日本製缶協会  
日本製紙株式会社  
日本通運株式会社  
株式会社日本デキシー  
日本テトラパック株式会社  
日本ナショナル製罐株式会社  
日本パレットレンタル株式会社  
日本フィルムメンヒ株式会社  
日本プレーバー工業株式会社  
日本山村硝子株式会社  
ハイエスサービス株式会社  
長谷川香料株式会社  
日立造船株式会社  
株式会社日阪製作所  
株式会社微酸研  
株式会社フジシール  
富士電機株式会社  
北越パッケージ株式会社  
北海製罐株式会社  
丸紅株式会社  
丸紅食料株式会社  
丸紅テクノシステム株式会社  
三浦工業株式会社  
三井化学株式会社  
三井製糖株式会社  
三菱オートリース株式会社  
三菱ケミカル株式会社  
三菱ケミカルアクア・ソリューションズ株式会社  
三菱重工機械システム株式会社  
森紙業株式会社  
森下仁丹株式会社  
株式会社ヤマタネ  
株式会社山田洋行商店  
株式会社ユニカフェ  
ユニバーサル製缶株式会社  
株式会社吉野工業所  
理工協産株式会社  
リードエグジビションジャパン株式会社  
株式会社リヴァックス  
レンゴー株式会社  
株式会社ロキテクノマーケティング  
株式会社ロベルテ  
和新ロジスティクス株式会社  
(50音順)