

第3回 食品産業もったいない大賞



スティックミックス商品のコンパクト化による
容器包装の軽薄短小化と輸送効率向上 及び
「ほっとするエコ」マーク表示による
消費者への伝達

2016年1月29日
味の素ゼネラルフーズ(株)

味の素ゼネラルフーズ (AGF) 企業概要

2

- ◆設立: 1973年
- ◆資本金: 38億6270万円 (味の素グループ 100%出資)
- ◆売上高: 1,280億円 (2015年3月決算)
- ◆事業内容: 飲食料品の製造・販売



レギュラーコーヒー



リキッドコーヒー



インスタントコーヒー



スティックコーヒー・ティー



- ◆事業所: 本社、11支社・支店、1研究所、2工場
- ◆従業員数: 1,116名 (グループ会社を含む2015年4月1日現在)

AGFの容器包装の取組み

3

AGFは、お客様の利便性までも考えた3R (省ゴミ/ 再利用 / 分別促進) を実践しています。

お客様にとっての3R

AGFの3Rの取組み

ごみの削減

リデュース
Reduce

3R

リサイクル
Recycle

リユース
Reuse

<省ゴミ>

・つぶしやすく、軽量の包材によるゴミの削減

<軽薄短小>

・スティック包装の薄肉化
・ドリップバックの袋の薄肉化
・チルドカップのフタの軽量化
・ボトルコーヒーの
キャップの軽量化・ラベルの薄肉化

リサイクル
PETボトル
の適用



易剥離
ラベル



Wミシン目入り
ラベル



易剥離

詰め替え用の
インスタントコーヒー



詰替え

<分別促進>

・はがしやすいラベルによる分別促進

<資源循環>

・ボトル・ビンではがしやすいラベルを採用
・フレンドリーボトル(リサイクルPETボトル)導入



<再利用>

・詰め替えやすい袋商品使用によるビンの再利用

<再利用促進>

・ベアパックによるビンの再利用の提案

課題

スティック商品は、個包装で手軽であり、1杯毎に同じ風味を楽しめるが、**包装資材が多く、お客様に環境負荷が大きいと感じられる。**



これまでの主な取組み

2002年のスティック商品発売以来、容器包装の軽薄短小化を推進。

2007年

■ 充填方法最適化によるコンパクト化



・カートン容積
85%に縮小

■ 泡立ち新素材適用によるコンパクト化



・スティック幅
60 ⇒ 35mm
・カートン容積
65%に縮小

2014年

■ スティック包装を6%薄肉化

- ・包装重量 100トン削減
- ・CO₂排出量 1,000トン削減 (AGF調べ)



今回のスティック容器包装の取組み

5

「カフェオレアロマ」を大幅にアップする新技術を開発し、
容器包装コンパクト化に適用

①カフェオレの嗜好ドライバーとなる
ミルク中のキーアロマを特定

ミルクに含まれる
濃厚アロマ

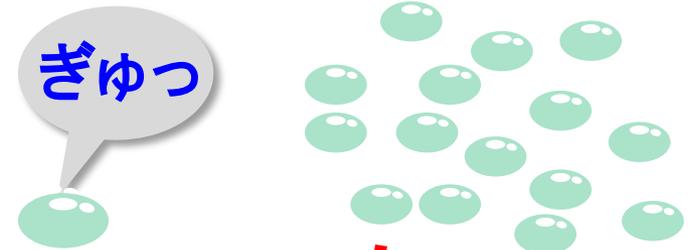
取り出して
集めて...

アロマ成分

キーアロマ成分は
今までの **4倍** 以上！

②カプセル化して
スティックに封入

ぎゅっ



「味わいを濃縮したパウダー」で
少量で同等以上の風味を実現

パウダー量の低減により、「スティック」「カートン」「外段」のコンパクト化を実現

●スティック 2 cm短縮

長さ15cm→13cm



●カートンサイズ縮小

容積82%に縮小

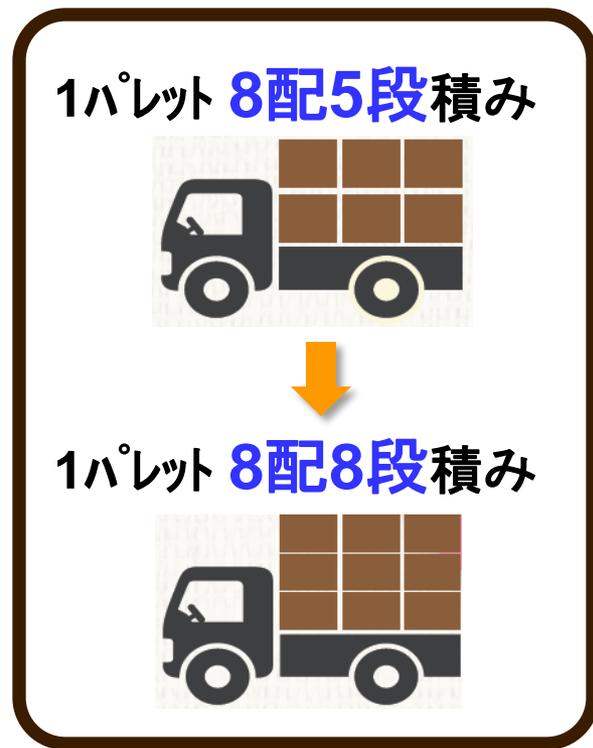
<ブレンディ> スティックカフェオレ10本の場合



●外段サイズ縮小

積載率60%アップ

<ブレンディ> スティックカフェオレ10本の場合



(イメージ図)

コンパクト化に伴い、「新技術」「新材料」「新包材」を適用した。

■ 新技術

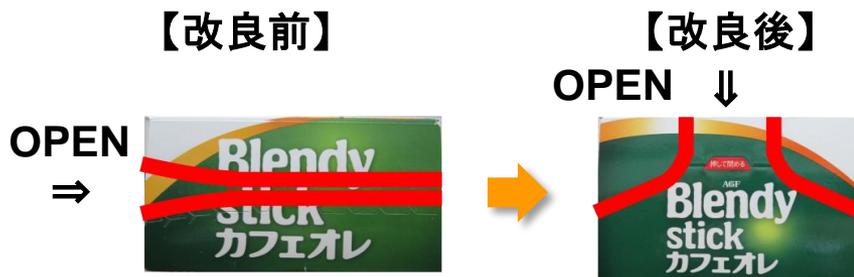
- ① 充填技術 (配合/設備) ⇒ 短ピッチスティック充填
- ② スティック開封技術 (レーザーカット) ⇒ 開け易さ改善

■ 新材料

- ③ バイオマスPET採用 (スティック印刷基材) ⇒ CO₂削減 (初年度100ton)

■ 新包材

- ④ カートンのジッパー形状改良 ⇒ ジッパーごみなし
開け易さ改善



注) ②③は一部製品に適用し拡大中

〈ブレンディ〉スティック
 〈マキシム〉〈ちょっと贅沢な珈琲店〉スティック
 おいしさぎゅっとコンパクト
 になってリニューアル



POINT ①

コンパクト化で地球にやさしい！家庭ごみも削減

紙使用量

8%削減

プラスチック使用量

13%削減

CO₂排出量

2,250ton削減

〔コンパクト化 1,400ton
 物流効率化 850ton〕

POINT ②

ぎゅっと味わい濃厚化！

従来品

コンパクト化

嗜好評価
(カフェオレ)

7.16



7.63

POINT ③

小さくなって使い勝手向上！

従来品

コンパクト化

購入意向
相対評価

17

:

83

若手中心タスクチームが独自マークを提案し、採用決定！

一目で商品のエコがわかるマーク

「環境にやさしい (=エコ)」商品であることをお客様に一目で、わかり易くお伝えするために、商品のパッケージやラベルに「ほっとするエコ」マークを表示しています。

このマークは、「地球の緑」と嗜好飲料がもつ「やすらぎ」を表現しています。

できるだけ
環境にいい
商品を選びたい！



取り組みを
知りたい！



2015年 春 5種類の訴求軸 計51品種でスタート

「植物性プラでエコ」

包装材料に一部植物性プラスチックを使用することで、CO₂排出量の削減になります。

- 表示対象商品：29品
(袋入りインスタントコーヒー、他)

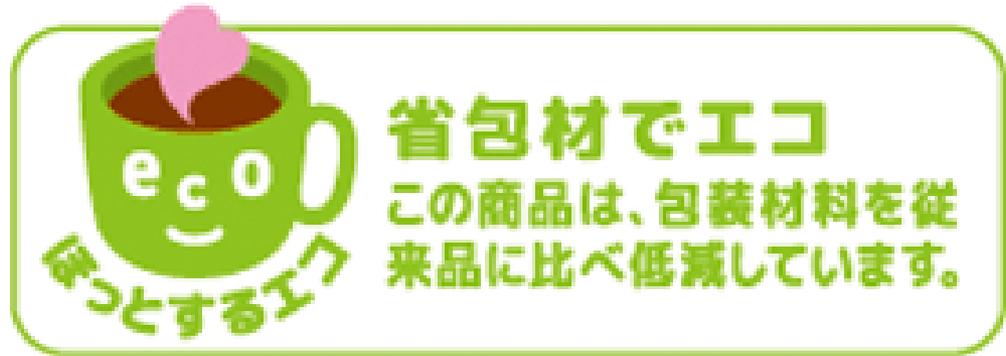
「再生プラでエコ」

包装材料に一部再生プラスチックを使用することで、CO₂排出量の削減になります。

- 表示対象商品：8品
(袋入りレギュラーコーヒー)
- 表示対象商品：9品
(ボトルコーヒー)



リニューアルしたスティック商品18品種に、「ほっとするエコ」マークを表示し、「省包材でエコ」をアピール



「ほっとするエコ」マーク商品の拡大

2015年8月現在、7種類の訴求軸 計 95品種



詰替えてエコ

この商品は、瓶などに詰め替えてご使用いただけます。



省包材でエコ

この商品は、包装材料を従来品に比べ低減しています。



間伐材でエコ

この商品の包装材料には、一部間伐材を使用しています。



植物性プラでエコ

この商品の包装材料には、一部植物性プラスチックを使用しています。



捨てやすくしてエコ

この商品の包装材料は、捨てやすい工夫がされています。



森林資源保護でエコ

この商品の包装材料の一部に、適切に管理された森林資源を使用しています。



再生プラでエコ

この商品の包装材料には、一部再生プラスチックを使用しています。



「もったいない」精神に則り、2016年も「ほっとするエコ」マーク商品を拡大します！

いつでも、ふう。

AGF