

# 日本と海外グローバルブランド40社のSDGs環境戦略

SDGs Environmental Strategy of 40 Global Brands in Japan and Overseas

★食品、飲料、パーソナルケア・ホームケアを中心に国内・海外の  
グローバルブランド40社のSDGs対策

★パッケージ分野での使用量削減、他素材への転換ほか、各社の取り  
組みの実態を紹介

■発行：2021年6月30日

■体裁：A4判 並製 150頁

■ISBN：978-4-910581-06-4

■価格：55,000円（本体50,000円+税）

※書籍+CD（セット）66,000円（本体60,000円+税）

## ＝ 刊行にあたって ＝

2015年のパリ協定において、世界の平均気温の上昇幅を、産業革命以前に比べ2℃未満に抑えるという世界共通の長期目標である「2℃目標」が定められた。

それに呼応するように、SDGs(サステナブル・デベロップメント・ゴールズ)の名のもとに、環境的見地などを総合的に改善・維持していくべく、様々な方策が採られ始めている。

SDGsは、主として2030年をゴールとした各種目標が掲げられており、各企業とも「2℃目標」及び「自社独自の削減目標など」の実現に向けて本格的に始動している。

環境的見地からの目標として、最もわかりやすいのは「温室効果ガスの削減」である。温室効果ガスの中で最もポピュラーなのは二酸化炭素であり、各社この排出量の削減に向けての取り組みが柱となっている。

パッケージの場合は、「薄肉化などによるプラスチック使用量の削減」「再生プラスチックの採用によるバージンプラスチックの使用量の削減」「バイオマスプラスチックの採用による二酸化炭素排出量の削減」「プラスチック素材から他素材への転換による二酸化炭素排出量の削減」「ラベルレスなど、プラスチック採用部材そのものの削減」など、数多くのトライアルがされている。

このようにパッケージに関する温室効果ガス削減策だけでも数多くの試みがなされており、それが各社事業全体のフットプリントに及べば、削減項目だけでもかなり膨大なテーマ数になってくるのは自明であろう。

今回SDGs環境戦略編として取り上げたのは、国内グローバルブランド30社、海外グローバルブランド10社の合計40社である。

今回は主としてパッケージ(包装材料)への環境負荷低減を中心に40社をリストアップしているが、今後はシーズ化していくことも念頭にあり、その場合は、

- ◆流通業界編
- ◆自動車・運輸・機械業界編
- ◆食品・飲料業界編

など、業態ごとに発刊するなども考えている。本書が商品開発や営業企画の業務の中で、環境的見地からのヒントになれば幸いである。

2021年6月

株式会社シーエムシー・リサーチ 調査部

## 注文書

本体(冊子) 付属CD

|     |                            |  |    |                                     |
|-----|----------------------------|--|----|-------------------------------------|
| 品名  | 日本と海外グローバルブランド40社のSDGs環境戦略 |  | 定価 | 書籍 55,000円(税込)<br>書籍+CD 66,000円(税込) |
| 会社名 | TEL                        |  |    |                                     |
| 部課名 | FAX                        |  |    |                                     |
| お名前 | E-mail                     |  |    |                                     |
| 住所  | 〒                          |  |    |                                     |

※メルマガ登録会員は10%割引...会員登録済 会員登録する(会員にはメルマガ(無料)を送付)

## お申込み・お問い合わせ

編集発行  
株シーエムシー・リサーチ  
101-0054  
東京都千代田区神田錦町2-7  
東和錦町ビル3F  
TEL: 03 (3293) 7053  
FAX: 03 (3291) 5789  
URL: <http://www.cmcre.com>  
E-mail: [re@cmcre.com](mailto:re@cmcre.com)

\*上記記載内容は新刊・既刊のお知らせのために利用する場合があります。\*お支払いは請求書指定口座に納品日の翌月末日までに振り込みをお願いします。

【各章の内容】

第1章 総論

- 1-1. 対象 40 社のフェイスシート
  - 1-1-1. 国内グローバルブランド 30 社のフェイスシート
  - 1-1-2. 海外グローバルブランド 10 社のフェイスシート
- 1-2. 対象 40 社のグローバル事業エリア
  - 1-2-1. 国内グローバルブランド 30 社のグローバル事業エリア
  - 1-2-2. 海外グローバルブランド 10 社のグローバル事業エリア
- 1-3. 国内対象グローバルブランド 30 社の売上高
  - 1-3-1. 食品・飲料ブランドの売上高
  - 1-3-2. パーソナルケア・ホームケア・その他ブランドの売上高
- 1-4. 対象グローバルブランド 40 社の従業員
  - 1-4-1. 国内食品・飲料ブランドの従業員
  - 1-4-2. 国内パーソナルケア・ホームケア・その他ブランドの従業員
  - 1-4-3. 海外グローバルブランドの従業員

- 2-1-12. 日清食品
- 2-1-13. 日本コカ・コーラ
- 2-1-14. 日本ハム
- 2-1-15. ブルボン
- 2-1-16. 明治
- 2-1-17. 森永製菓
- 2-1-18. ヤクルト本社
- 2-1-19. 山崎製パン
- 2-1-20. 雪印メグミルク
- 2-1-21. ロッテ
- 2-2. パーソナルケア、ホームケア、その他ブランド 9 社の SDGs 環境戦略
  - 2-2-1. 花王
  - 2-2-2. 資生堂
  - 2-2-3. セイコーエプソン
  - 2-2-4. 大日本印刷
  - 2-2-5. 凸版印刷
  - 2-2-6. 無印良品
  - 2-2-7. ユニ・チャーム
  - 2-2-8. ライオン
  - 2-2-9. レンゴー

第2章 国内グローバルブランド 30 社の SDGs 環境戦略

- 2-1. 食品・飲料ブランド 21 社の SDGs 環境戦略
  - 2-1-1. アサヒビール
  - 2-1-2. 味の素
  - 2-1-3. 伊藤園
  - 2-1-4. 伊藤ハム
  - 2-1-5. 大塚製菓
  - 2-1-6. 亀田製菓
  - 2-1-7. キッコーマン
  - 2-1-8. キユーピー
  - 2-1-9. キリンビール
  - 2-1-10. サントリー
  - 2-1-11. J-オイルミルズ

第3章 海外グローバルブランド 10 社の SDGs 環境戦略

- 3-1. ネスレ
- 3-2. ユニリーバ
- 3-3. ダノン
- 3-4. マース
- 3-5. ケロッグ
- 3-6. ゼネラルミルズ
- 3-7. ザ・コカ・コーラカンパニー
- 3-8. P&G
- 3-9. ヘンケル
- 3-10. ジョンソン エンド ジョンソン

【内容見本】

| 項目  | 解説  |        |              |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
|---|---|--------|--------------|--------------|--------|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|--------|---|---|---|-------|---|---|---|--------|---|---|---|-------|---|---|---|----------|---|---|---|--|
| 1-2. 対象 40 社のグローバル事業エリア<br>1-2-1. 国内グローバルブランド 30 社のグローバル事業エリア<br>国内における対象 30 社のグローバル事業エリアを掲載する。<br>本邦国内の食品・飲料ブランドの事業エリアを掲載する。   |   |        |              |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| 表 1-42 国内食品・飲料ブランドのグローバル事業エリア   |   |        |              |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>欧州</th> <th>北米・中南米</th> <th>中東・アジア・オセアニア</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>アサヒビール</td><td>○</td><td>○</td><td>○</td></tr> <tr><td>味の素</td><td>○</td><td>○</td><td>○</td></tr> <tr><td>伊藤園</td><td>○</td><td>○</td><td>○</td></tr> <tr><td>伊藤ハム</td><td>○</td><td>○</td><td>○</td></tr> <tr><td>大塚製菓</td><td>○</td><td>○</td><td>○</td></tr> <tr><td>亀田製菓</td><td>○</td><td>○</td><td>○</td></tr> <tr><td>キッコーマン</td><td>○</td><td>○</td><td>○</td></tr> <tr><td>キユーピー</td><td>○</td><td>○</td><td>○</td></tr> <tr><td>キリンビール</td><td>○</td><td>○</td><td>○</td></tr> <tr><td>サントリー</td><td>○</td><td>○</td><td>○</td></tr> <tr><td>J-オイルミルズ</td><td>○</td><td>○</td><td>○</td></tr> </tbody> </table> |   | 欧州     | 北米・中南米       | 中東・アジア・オセアニア | アサヒビール | ○ | ○ | ○ | 味の素 | ○ | ○ | ○ | 伊藤園 | ○ | ○ | ○ | 伊藤ハム | ○ | ○ | ○ | 大塚製菓 | ○ | ○ | ○ | 亀田製菓 | ○ | ○ | ○ | キッコーマン | ○ | ○ | ○ | キユーピー | ○ | ○ | ○ | キリンビール | ○ | ○ | ○ | サントリー | ○ | ○ | ○ | J-オイルミルズ | ○ | ○ | ○ |  |
|   | 欧州  | 北米・中南米 | 中東・アジア・オセアニア |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| アサヒビール  | ○   | ○      | ○            |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| 味の素   | ○   | ○      | ○            |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| 伊藤園   | ○   | ○      | ○            |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| 伊藤ハム  | ○   | ○      | ○            |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| 大塚製菓  | ○   | ○      | ○            |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| 亀田製菓  | ○   | ○      | ○            |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| キッコーマン  | ○   | ○      | ○            |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| キユーピー   | ○   | ○      | ○            |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| キリンビール  | ○   | ○      | ○            |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| サントリー   | ○   | ○      | ○            |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| J-オイルミルズ  | ○   | ○      | ○            |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| SDGs 環境戦略   | <p>【包装包装の環境配慮活動の推進】</p> <p>●製品の重なりが100%削減（シート2枚 2150に置き、包装包装の環境配慮活動を行っており、本来の削減率をさらに3割削減できる生産体制の構築に努める。付帯品にリサイクル素材を使用した資材を分別して再生工場へ送付する。30%を削減している。海外や輸送の負担を減らす製品に力を入れて、プラスチックの削減、トイ、ボトル、ガラス瓶、PET、紙、紙等、紙の削減に努めて、最終的に包装包装の削減に、環境配慮活動を進めている。また、包装包装の削減活動の推進により、環境配慮活動やコスト削減の効果が、包装の削減により、リサイクル率を向上させることに貢献している。</p> <p>【包装包装の環境配慮活動の推進】</p> <p>●製品の重なり、削減率を向上させ、環境配慮活動の推進に努めている。包装包装の削減活動の推進により、環境配慮活動やコスト削減の効果が、包装の削減により、リサイクル率を向上させることに貢献している。</p> <p>【包装包装の環境配慮活動の推進】</p> <p>●製品の重なり、削減率を向上させ、環境配慮活動の推進に努めている。包装包装の削減活動の推進により、環境配慮活動やコスト削減の効果が、包装の削減により、リサイクル率を向上させることに貢献している。</p> |        |              |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| SDGs 環境戦略   | <p>【包装包装の環境配慮活動の推進】</p> <p>●製品の重なりが100%削減（シート2枚 2150に置き、包装包装の環境配慮活動を行っており、本来の削減率をさらに3割削減できる生産体制の構築に努める。付帯品にリサイクル素材を使用した資材を分別して再生工場へ送付する。30%を削減している。海外や輸送の負担を減らす製品に力を入れて、プラスチックの削減、トイ、ボトル、ガラス瓶、PET、紙、紙等、紙の削減に努めて、最終的に包装包装の削減に、環境配慮活動を進めている。また、包装包装の削減活動の推進により、環境配慮活動やコスト削減の効果が、包装の削減により、リサイクル率を向上させることに貢献している。</p> <p>【包装包装の環境配慮活動の推進】</p> <p>●製品の重なり、削減率を向上させ、環境配慮活動の推進に努めている。包装包装の削減活動の推進により、環境配慮活動やコスト削減の効果が、包装の削減により、リサイクル率を向上させることに貢献している。</p> <p>【包装包装の環境配慮活動の推進】</p> <p>●製品の重なり、削減率を向上させ、環境配慮活動の推進に努めている。包装包装の削減活動の推進により、環境配慮活動やコスト削減の効果が、包装の削減により、リサイクル率を向上させることに貢献している。</p> |        |              |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |
| SDGs 環境戦略   | <p>【包装包装の環境配慮活動の推進】</p> <p>●製品の重なりが100%削減（シート2枚 2150に置き、包装包装の環境配慮活動を行っており、本来の削減率をさらに3割削減できる生産体制の構築に努める。付帯品にリサイクル素材を使用した資材を分別して再生工場へ送付する。30%を削減している。海外や輸送の負担を減らす製品に力を入れて、プラスチックの削減、トイ、ボトル、ガラス瓶、PET、紙、紙等、紙の削減に努めて、最終的に包装包装の削減に、環境配慮活動を進めている。また、包装包装の削減活動の推進により、環境配慮活動やコスト削減の効果が、包装の削減により、リサイクル率を向上させることに貢献している。</p> <p>【包装包装の環境配慮活動の推進】</p> <p>●製品の重なり、削減率を向上させ、環境配慮活動の推進に努めている。包装包装の削減活動の推進により、環境配慮活動やコスト削減の効果が、包装の削減により、リサイクル率を向上させることに貢献している。</p> <p>【包装包装の環境配慮活動の推進】</p> <p>●製品の重なり、削減率を向上させ、環境配慮活動の推進に努めている。包装包装の削減活動の推進により、環境配慮活動やコスト削減の効果が、包装の削減により、リサイクル率を向上させることに貢献している。</p> |        |              |              |        |   |   |   |     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |       |   |   |   |          |   |   |   |  |