

2024年6月20日

〈ニュースリリース〉

日本コカ・コーラ株式会社
サントリー食品インターナショナル株式会社

コカ・コーラとサントリー、 今年も「ボトルtoボトル」水平リサイクルの 啓発コミュニケーションを協業

— 「外でも分別」を共通テーマに、
浦和レッズおよび鹿島アントラーズのホームスタジアムで
それぞれペットボトルの分別啓発イベントを実施 —

日本コカ・コーラ株式会社(以下、日本コカ・コーラ)とサントリー食品インターナショナル株式会社(以下、サントリー)は、今年も日本国内において「ボトルtoボトル」水平リサイクル(※1)の認知拡大に向けて協業します。今回、「外でも分別」を共通テーマに、日本コカ・コーラは浦和レッドダイヤモンド(以下、浦和レッズ)と6月30日(日)に、サントリーは鹿島アントラーズと7月6日(土)に、それぞれのホームスタジアムでペットボトルの分別啓発イベントを実施します。

誰よりも同じ未来を見つめる存在。それが、ライバルってこと。



「ボトルtoボトル」水平リサイクル啓発メッセージ

この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/> に掲載しています。

※1 使用済み製品を原料として用いて同一種類の製品につくりかえるリサイクルのこと。

今回の企画は、コカ・コーラボトラーズジャパンと浦和レッズ、サントリーと鹿島アントラーズがそれぞれ「ボトルtoボトル」水平リサイクルに取り組んでいることから実現しました。分別啓発イベントを通して、ペットボトルが新たなペットボトルに生まれ変わる「ボトルtoボトル」水平リサイクルについて知ってもらい、これまで以上に家庭の外でもきれいな分別を行うきっかけにしていきたいと考えています。各イベントで回収したペットボトルは水平リサイクルし、それぞれサントリー、日本コカ・コーラ製品の容器として使用します。

■協業内容

1. サッカースタジアムで二社共通の「ボトルtoボトル啓発メッセージ」を訴求
2. サッカースタジアムで二社それぞれのペットボトル分別啓発イベントを実施

■二社の分別啓発イベントについて

I. 日本コカ・コーラ・浦和レッズ



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/> に掲載しています。

イベント日時 : 6月30日(日)14:30~18:30(18:30キックオフ予定)
2024明治安田J1リーグ第21節 浦和レッズVSジュビロ磐田
場所 : 埼玉スタジアム2002南広場内イベントスペース
イベント概要 : 飲み終わったペットボトルをご持参いただくと、「ボトルtoボトル」を楽しく学べる、オリジナルのゲームを体験いただけます。
ゲームを体験いただいた方には100%リサイクルPETのコカ・コーラ500ml を1本プレゼントします。

※12歳以下の方は保護者の方と一緒での参加が必須になります。

※コカ・コーラの配布は期間中、お一人様1回限りのご参加とさせていただきます。

※参加人数が上限に達した場合、時間内でも早期にイベントを終了する場合があります。

II. サントリー・鹿島アントラーズ



ペットボトルポスト展開イメージ

この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/> に掲載しています。

イベント日時 : 7月6日(土) 15:00~19:00(18:00キックオフ予定)

2024明治安田J1リーグ第22節 鹿島アントラーズVS北海道コンサドーレ札幌

場所 : 県立カシマサッカースタジアム スタジアム場内メインスタンド側2階コンコース

イベント概要 : 飲み終わったペットボトルを持参し、ペットボトルポストに分別して投函いただいた方に、全数100%リサイクルペットボトル使用の「GREEN DA・KA・RA やさしい麦茶」600mlを1本プレゼントします。

※「GREEN DA・KA・RA やさしい麦茶」の配布は期間中、お一人様1本限りとさせていただきます。

※参加人数が上限に達した場合、時間内でも早期にイベントを終了する場合があります。

■二社の協業の背景

日本国内におけるペットボトルの回収率は94.4%、リサイクル率は86.9%(ともに2022年度、PETボトルリサイクル推進協議会調べ)と、米国(リサイクル率18.0%。2020年度)や欧州(同42.7%。2021年度)と比較しても極めて高い水準です。一方で回収されたペットボトルが再び新しいペットボトルにリサイクルされる「ボトルtoボトル」比率は29.0%(2022年度)となっています。清涼飲料業界の業界団体である一般社団法人全国清涼飲料連合会(全清飲)は2021年に、業界として2030年までに「ボトルtoボトル」比率50%を目指すことを宣言しており、日本コカ・コーラとサントリーは業界を牽引し共に歩みを進めています。

リサイクルしやすく、国内で再資源化の仕組みが整っているペットボトルは、適切に回収すれば資源として何度も循環利用が可能で、ペットボトルに再生することで新規資源の使用削減と容器由来の廃棄物削減に貢献します。また現時点での主なりサイクル手法であるメカニカルリサイクルによるPET樹脂のみを使用した「100%リサイクルペットボトル」は、新規に石油由来原料(化石由来原料)を使用して製造したペットボトルと比較して約60%のCO2排出量削減にもつながります(※2)。

二社はこれまでも各社の企業努力において「ボトルtoボトル」水平リサイクルを推進してきましたが、さらなる「ボトルtoボトル」比率の向上のためには、「ペットボトルは資源」という認知の向上と、消費者をはじめとしたステークホルダーの皆さまのご理解、リサイクルに向けたペットボトル分別のご協力が不可欠との認識で一致し、2023年に啓発コミュニケーションで協業を開始しました。

引き続き二社は、各社の製品においてリサイクルPET樹脂の使用を推進するとともに、各種コミュニケーション活動を通じて「ボトルtoボトル」水平リサイクルおよび「家庭外でのペットボトル分別」の普及・定着を図ります。

※2 原料採掘からプリフォーム（PETボトルの原型となる中間製品）製造の工程における削減率。新規石油（化石）由来のPET素材から100%リサイクルPET素材に切り替えた場合。日本コカ・コーラ、サントリー両社調べ。

■2023年の展開内容



「ボトルは資源！」
サステナブルボトルへ

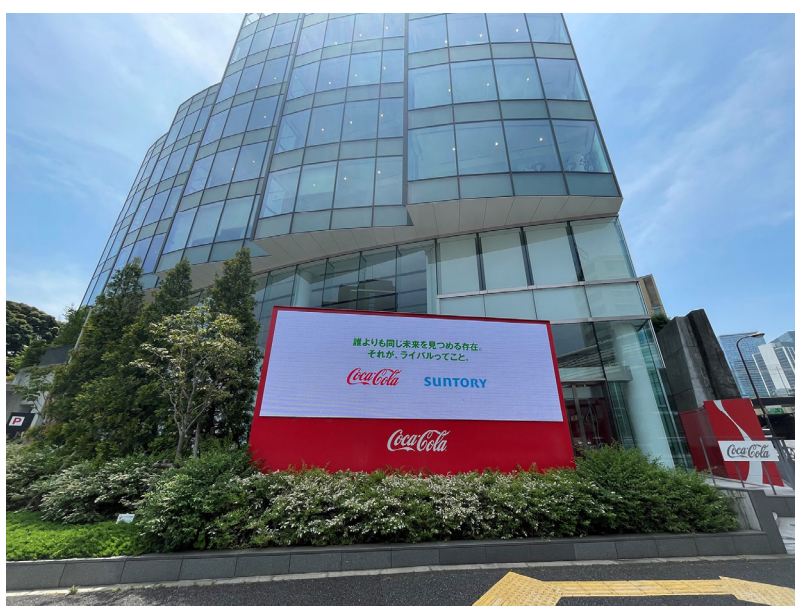
リサイクルしてね
リサイクルマークを必ず見よう

誰よりも同じ未来を見つめる存在。
それが、ライバルってこと。

SUNTORY Coca-Cola

使用済みペットボトルを原料として、新しいペットボトルにつくりかえる。
私たちは、「ボトルtoボトル」水平リサイクルを推進しています。

2023年に展開した「ボトルtoボトル」啓発広告



2023年展開例 日本コカ・コーラ 渋谷オフィス前（デジタルサイネージ）
この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/> に掲載しています。

■各社の目指す姿とこれまでの取り組み

<日本コカ・コーラ>

日本のコカ・コーラシステムは、グローバルビジョン「World Without Waste(廃棄物ゼロ社会)」のもと「設計」「回収」「パートナー」の3つの柱からなる活動に取り組み、容器由来の廃棄物削減と、日本国内のプラスチック資源の循環利用を推進しています。

ペットボトルについては、2018年に発表した「容器の2030年ビジョン」に基づき、2030年までに国内のペットボトルを100%サステナブル素材(※3)へ切り替えることなどを目指しています。2021年5月には「コカ・コーラ」などの旗艦製品へ100%リサイクルペットボトルを導入。現在は4ブランド38製品に100%リサイクルペットボトルを使用しており、日本国内におけるペットボトルの「ボトルtoボトル」比率は2022年第一四半期時点で50%を超えました。また2020年より販売しているラベルレス製品も8ブランド59製品へと拡充、容器1本あたりのPET素材使用量の削減(軽量化)にも継続的に取り組んでいます。加えて2021年からは製品のラベルや広告物に共通の「リサイクルしてね」ロゴを導入するなど、啓発活動・コミュニケーションも強化しています。

コカ・コーラシステムは引き続き、「ボトルtoボトル」水平リサイクルの推進による100%リサイクルペットボトルのラインナップ拡大と、容器由来の廃棄物削減を通じ、プラスチック循環型社会の実現に貢献します。

※3 「ボトルtoボトル」によるリサイクルPET素材、または植物由来PET素材

リサイクルしてね いつもありがとう、またよろしくね

「リサイクルしてね」ロゴ

この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/> に掲載しています。

<サントリーグループ>

サントリーグループは、2012年に国内清涼飲料業界で初めてリサイクル素材100%のペットボトルを導入(※4)したことを皮切りに、従来よりもCO2排出量を低減する世界初の「FtoPダイレクトリサイクル技術」を開発(※5)するなど、長年にわたって技術革新を進め、積極的に「ボトルtoボトル」水平リサイクルを実用化・推進してきました。2023年実績では、2本に1本以上で100%リサイクルペットボトルを導入しており、2024年5月末時点で100%リサイクルペットボトルの累計販売本数が150億本を突破しました。これにより化石由来原料の新規使用量を30万トン超削減しています。

また、お客様に“ペットボトルはゴミではなく、適切な分別・回収により何度も循環できる「資源」である”ということをお伝えするために「ボトルは資源！サステナブルボトルへ」ロゴマークを商品ラベルに導入しています。さらに、水平リサイクル推進の意義や分別の大切さを伝えるために、小学校での啓発授業および商業施設での親子イベント教室などの開催やデジタル動画を制作するなど、啓発活動・コミュニケーション活動を積極的に展開しています。

2019年策定の「プラスチック基本方針」で掲げた、“2030年までにグローバルで使用するすべてのペットボトルを、リサイクル素材あるいは植物由来素材等に切り替え、化石由来原料の新規使用をゼロにする”という「ペットボトルの100%サステナブル化」の目標達成と持続可能な社会の実現に向け、引き続き活動を推進していきます。

※4 メカニカルリサイクルとして

※5 協栄産業(株)など4社で共同開発



「ボトルは資源！サステナブルボトルへ」ロゴ

この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/> に掲載しています。