

「冷凍食品業界における容器包装 3R 推進のための自主行動計画」

第6回フォローアップ調査結果

社団法人日本冷凍食品協会

<はじめに>

社団法人日本冷凍食品協会は、2006年（平成18年）3月に『冷凍食品業界における容器包装 3R 推進のための自主行動計画』を策定し、2010年の最終年度で2004年度比実績3%削減（原単位=プラ製容器包装排出量/製品販売量）の目標であったが、5.8%削減を達成した。

さらに、本年3月、新たな2015年度を目標年度とする「冷凍食品業界における容器包装 3R 推進のための第二次自主行動計画」を策定した。

3Rとは、リデュース(Reduce: 減量)、リユース(Reuse: 再利用)、リサイクル(Recycle: 再生利用)のことであるが、上記の自主行動計画では、このうちプラスチック製容器包装の リデュースについて「2015年度までに2004年度実績比9%削減（原単位）」という数値目標を定めている。また、容器包装リサイクル法の対象が一般廃棄物として家庭から排出される容器包装であることから、調査対象は家庭用冷凍食品の容器包装に限定している。

この自主行動計画では、「取組みの結果については毎年度検証し、公表する」としていることから、第6回フォローアップ調査（2011年度実績）を実施し、家庭用冷凍食品メーカー9社にご協力いただいた。

<第6回フォローアップ調査結果>

2011年度の家庭用冷凍食品容器包装のプラスチック使用量原単位（冷凍食品販売数量1トン当たり）は、基準年である2004年度比で7.3%減少し、前年対比で1.5ポイント低下した。

これは、冷凍食品メーカー各社では、

- ◆プラスチックトレイから紙トレイへの切替え
- ◆プラスチックトレイの廃止や薄肉化
- ◆パッケージのダウンサイジング

など、プラスチック使用量削減に取り組んだ結果と考えられる。

また、これらの取り組みのほか、従来からプラスチックトレイを使用していない米飯類や麺類などの販売量が大幅に伸びたことも減少した要因の一つとして考えられる。

【問い合わせ先】

社団法人日本冷凍食品協会 企画調査課 梶田

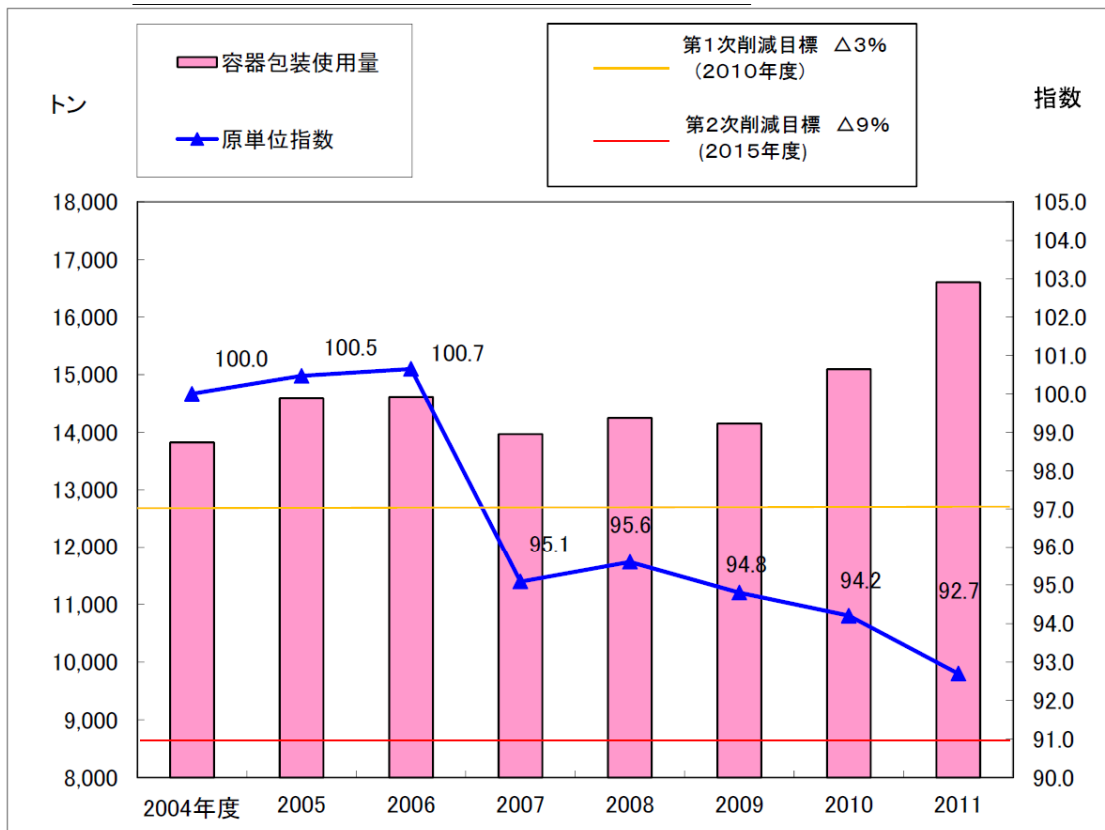
TEL 03-3541-3003

E-mail kajita@reishokukyo.or.jp

<第6回フォローアップ調査結果>

調査対象：家庭用冷凍食品を製造・販売する大手9社
 対象商品：プラスチック製容器包装を使用した家庭用冷凍食品
 指数：2004年度を100とする
 目標：2015年度までに2004年度実績比9%削減（原単位）

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
容器包装使用量 (トン)	13,824	14,592	14,611	13,969	14,249	14,065	15,093	16,605
同指数	100.0	105.6	105.7	101.0	103.1	101.7	109.2	120.1
製品販売量指数	100.0	105.1	105.0	106.3	107.9	107.4	115.9	129.6
原単位	100.0	100.5	100.7	95.1	95.6	94.8	94.2	92.7




(注) 調査対象については、2004～2010年度では8社、2011年度は9社である。

<3R 推進の主な事例>

会社名	日本水産株式会社	商品名	「自然解凍品でおいしい！」 (3種の和惣菜、3種の中華、ほうれん草3種のおかず)
説明	1) 個分け用のカップの材質をプラスチックから紙に変更 2) トレー形状を変更し軽量化		
効果	1パックあたり20%の包装重量の軽量化		
改良前		改良後	
			

会社名	ケイエス冷凍食品株式会社	商品名	市販ジャーマンポテト
説明	包材サイズの見直し		
効果	パック当たり3%の包材重量削減		
			

会社名	株式会社マルハニチロ食品	商品名	「えび&タルタルソース」 「北海柱&タルタル」他
説明	トレー及びピローフィルムの縮寸		
効果	トレー重量を縮寸と薄肉化により、約18%軽量化		
			

会社名	味の素冷凍食品株式会社	商品名	1) ふっくらジューシーハンバーグ 2) 焼いてもゆでてもおいしいギョーザ
説明	トレ入りからトレなしの大袋商品に変更		
効果	1) ジューシーハンバーグ：トレ廃止（約 54%の CO2 削減相当） 2) ギョーザ：トレ廃止（約 58%の CO2 削減相当）		
			
<p>ふっくらジューシーハンバーグ (10個入り)</p> <p>焼いてもゆでてもおいしいギョーザ</p>			