

第31回

アサヒ飲料(株)(前編)

アサヒ飲料(株) 未来創造本部 CSV戦略部

r-PET推進・事業化推進 特任部長 松本 圭司氏

Sustainable Drinksベンチャーズ 課長補佐 森脇 康氏

聞き手 昭和女子大学客員教授 小西 雅子

r-PET推進 プロデューサー 井出 大悟氏

CO₂資源循環特任部長 菅沼 剛氏

※所属・役職はすべて取材時

社会課題をビジネスに転換するCSV経営 既存事業モデルとの共存で

環境への取り組みや、脱炭素の目標を社会に伝えることは、企業にとって大切な務めの一つだろう。生活に身近な商材を扱うメーカーほど、自分事にしやすい価値やメリットを実感してもらう積極的な働きかけも不可欠となる。社会課題をビジネスに落とし込むには何が必要か。CSV戦略を実践する、アサヒ飲料(株)未来創造本部の精鋭たちに話を聞いた。

自社の強みを発展させるために

小西 本日は貴社のCSV戦略についてお聞きしたいと思います。

松本 弊社では、企業ビジョンに、「社会の新たな価値を創造し、我々の『つなげる力』で発展させ、いちばん信頼される企業となる」を掲げています。100年を超えるブランドを複数持つ当社の強みは、過去から未来へ、人から人へ「つなげる力」。この強みを生かして、今まで以上に世の中との関わり方や、社会への貢

献といった視点を持ち、お客様や社会の課題を解決し、新たな価値を創造していきたいと考えています。

CSV (Creating Shared Value) とは、企業が本業を通じて社会課題の解決と経済的価値の創出を両立させる経営手法のこと。弊社では「健康」「環境」「地域共創」を重点的な活動領域とし、CSV経営を深化させ、社会の課題解決やニーズを商品やサービスという形に変えるビジネスの構築に力を入れています。

志向の変化を読み解いた容器レス

小西 環境領域の方針や目標設定を強化されている印象です。

松本 環境方針として「新たな資源を極力使わない」「使ったものを有効活用する」「温室効果ガスを極力排出しない」を取り組みの軸にしています。気候変動への対応に関する目標は、アサヒグループ全体で2040年までにGHG排



松本 圭司氏



小西 雅子氏

出量「ネットゼロ」をめざす「アサヒカーボンゼロ」を設定しています。SBTiのネットゼロ定義に準拠し、スコープ1、2、3においてGHG排出量削減90%以上、炭素除去最大10%が目標です。

小西 脱炭素目標をクリアする上でもCSV戦略が欠かせないですね。どのような着想から動き出されるのでしょうか。

森脇 私が担当している『WATER BASE』は、利用者個人が専用アプリで会員登録し、利用期間に応じた料金を支払うサブスクリプション型のウォーターサーバーです。PETボトルなどの使い捨て容器を使用しないサーバービジネスは、プラスチックごみの削減や、容器由来のCO₂排出量削減といった環境負荷軽減、ならびに物流課題の解決をめざす取り組みの一環から生まれました。

小西 資源量の削減は脱炭素化に不可欠な要素です。しかし、従来のPETボトル飲料販売と相反することから、内部衝突の要因になるのではないかと懸念もあります。

森脇 衝突ではなく、共存するビジネスモデルです。Z世代をはじめ、マイボトルを日常的に利用する方に注目すると、従来のPETボトル商品とは異なる飲料提供の選択肢が必要だと考えました。まず着目したのは、衛生面への配慮でした。そこで、アプリで発行される二次元コードによりドアロックを解除して給水する仕組みで、通常時は給水口が外部に露出しない構造にしています。また、水道に直結し、フィルターを通した水を提供するため、従来のボトル型ウォーターサーバーに必要な水ボトルの配送や交換、回収が不要です。

小西 開発過程ではターゲット層の意識調査もされたと思います。

森脇 調査の中で少なくなかった声が周囲の目線です。無料のサーバーからマイボトルに水を入れると、「ケチ臭いと思われるのでは」という意見がありました。WATER BASEは、利用者に一定の金額を支払っていただく有料サービスなので、「無料だから使う」のではなく、自分の価値観に合ったサービスとして選んでいただけます。利用者が日常的に使いた



森脇 康氏

くなるデザインや機能にもこだわりました。利用者が二次元コードをかざすと、量や温度が選択でき、自動で扉が開閉します。

小西 どういった所に設置するのですか。

森脇 設置レンタル料が不要なので、まずは、費用や管理の手間がハードルとなってサーバーの導入を見合わせている企業のオフィスをターゲットとしています。将来的には、商業施設や駅などの生活導線上への展開を広げ、いつでもどこでもマイボトルへの給水が可能な環境をつくりたいです。

水を飲むことは、手軽な健康づくりにもつながると考えています。2026年中の事業化を見据え、色々な設置先に合ったビジネスモデルをつくり出していければと思っています。(次号に続く)

収録日：2026年7月24日

取材後記

PETボトルの「使い捨て」には、やはり疑問を持つ私。アサヒ飲料さんが、マイボトルに水を提供する事業を立ち上げたとのことで取材に伺いました。PETボトル事業と相反するのによくぞ！と。むしろ、Z世代など新たな顧客の獲得をめざしたとの先見性に脱帽です。衛生配慮はもちろん、「けちくさい」のも敬遠するZ世代にサブスクウォーターね！
(小西雅子)



小西 雅子(こにし まさこ)
国連の気候変動会議などでの国際交渉や、国内の気候変動・エネルギー政策提言に従事。温暖化をめぐる経済動向や世界の温暖化対策にも精通する。気象予報士、博士(公共政策学)。(株)東邦銀行社外取締役。