

2022年1月6日

～2030年のプラスチック廃棄物ゼロ化達成に向けて～ 「味の素®」「うま味だし・ハイミー®」 袋入り品種のパッケージを紙包材に変更

味の素株式会社(社長：西井 孝明 本社：東京都中央区)は、うま味調味料「味の素®」および「うま味だし・ハイミー®」の袋入り品種のパッケージを、2022年3月中旬以降順次プラスチック包材から紙包材に変更します(「味の素®」400g紙包材パッケージ製品のみ2022年2月19日(土)より販売開始)。

プラスチック包材と変わらない使用性(強度・保存性・開封のしやすさ)を実現しながら、年間約12tのプラスチック廃棄物削減を行います(2020年度比)。

パッケージ(リニューアル)



「味の素®」50g袋(左)、「うま味だし・ハイミー®」35g袋

味の素グループは、2030年度までにプラスチック廃棄物をゼロにすることを目標に掲げており、これに向けて、紙包材化によるプラスチック廃棄物の削減やプラスチック包材のモノマテリアル(単一素材)化などの取り組みを行っています。

そこでこの度、当社を代表する製品であるうま味調味料「味の素®」と、同じくうま味調味料「うま味だし・ハイミー®」の袋入り品種のパッケージをプラスチック包材から紙包材に変更します。従来紙パッケージで販売されている小麦粉などと異なり、「味の素®」や「うま味だし・ハイミー®」は紙を突き破ってしまうおそれのある粒子であることから、紙包材化にあたっては多くの課題に直面しました。しかし約2年間に及ぶ試行錯誤の結果、プラスチック包材と変わらない強度や保存性を実現しました。

これにより、プラスチック廃棄量を2020年度比で約12t削減するとともに、味の素グループの地球環境貢献に対する取り組みについての認知拡大を図ります。

1909年に発売を開始して以来100年以上の歴史がある「味の素®」および1962年発売の「うま味だし・ハイミー®」は、共にロングセラーとして現在も多くの皆様にご愛用いただいているうま味調味料です。

うま味調味料の2020年度の市場は、コロナ禍における内食需要の高まりなどの影響を受け、前年比103%と拡大しました。特に「味の素®」については、インフルエンサーを起用したYouTube動画などの施策によって若年層(単身・夫婦)の新規ユーザーが拡大しています。使用者からは「手軽に料理にうま味がプラスできるので使ってみて驚いた」「減塩にも役立つので助かる」などの声が上がっています。また「うま味だし・ハイミー®」のユーザーも「味の素®」同様に若年層の割合が高まっており、今後も伸長が期待されます(以上当社調べ)。

生活者の使いやすさはそのままに、プラスチック廃棄量を削減したパッケージに生まれ変わった今回のリニューアルによって、生活者に愛用されるブランドとしての価値をさらに向上させたいと考えています。

2022年度の「味の素®」の売上目標は合計で約56億円、「うま味だし・ハイミー®」の売上目標は合計で約6億円(いずれも消費者購入ベース)です。

なお当社では、下記の製品についてもパッケージの環境対応を実施します。

- 「ピュアセレクト® マヨネーズ」全品種・「ピュアセレクト® コクうま®」・「ピュアセレクト® サラリア®」
→2022年度中にボトルをリサイクル可能な素材に変更予定。
- 「パルスイート® スリムアップシュガー®」スティック20本入袋
→2022年度春季リニューアル時に、パッケージ(外袋)をプラスチック包材から紙包材へ変更。
これにより、年間約1tのプラスチック使用量を削減(2020年度比)。

また味の素グループでは、海外でも同様の取り組みを進めており、インドネシア味の素社の主力調味料製品である「Masako®」のヘッダー廃止やタイ味の素社の「AJI-NO-MOTO®」の中袋廃止などを実施しています。これにより、東南アジア4カ国(インドネシア・タイ・フィリピン・ベトナム)の味の素グループ製品において、年間約864tのプラスチック使用量を削減する見込みです(2019年度比)。

インドネシア味の素社「Masako®」



リニューアル前



リニューアル後

味の素グループは、今後も循環型社会の実現を目指し、プラスチック廃棄物ゼロ化を推進していきます。

1. 製品概要

(1)製品名：①「味の素®」②「うま味だし・ハイミー®」

(2)特長：①「味の素®」調理の下ごしらえから仕上げまで幅広く使えて、手軽に料理をおいしくすることができます。

②「うま味だし・ハイミー®」うま味が強く、素材によくしみこむので、煮物や鍋物などの料理にまろやかな味わいと深いコクを与えます。

(3)品種・容量：①「味の素®」30g袋、50g袋、100g袋、400g袋

②「うま味だし・ハイミー®」35g袋、75g袋

(4)価格：オープン価格

(5)賞味期間：なし

2. 発売日：①「味の素®」400g袋 / 2022年2月19日(土)

30g袋、50g袋、100g袋 / 2022年3月中旬以降(自然切替)

②「うま味だし・ハイミー®」35g袋、75g袋 / 2022年3月中旬以降(自然切替)

3. 発売地域：全国

お客様向けお問い合わせ先：フリーダイヤル 0120-68-8181

味の素グループは、“アミノ酸のはたらき”で食習慣や高齢化に伴う課題を解決し、人々のウェルネスを共創する、食と健康の課題解決企業を目指しています。

私たちは、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートメッセージに、アミノ酸が持つ可能性を科学的に追求し、事業を通じて地域や社会とともに新しい価値を創出することで、さらなる成長を実現してまいります。

味の素グループの2020年度の売上高は1兆714億円。世界35の国・地域を拠点に置き、商品を販売している国・地域は130以上にのぼります(2021年現在)。詳しくは、www.ajinomoto.co.jpをご覧ください。