

# 欧米人はなぜ炭酸水を飲むのか？

ソーダストリーム社  
ダニエル・バーンバウム社長に聞く

ソーダストリームは、家庭用炭酸水メーカーの世界最大企業。同社は、現在、ペットボトルの削減をめざす環境問題に取り組むキャンペーンを展開中だ。トップシェアを誇る炭酸水ブランドの環境保護の取り組みなどをうかがった。



ヘルシーでエコなライフスタイルを促進に貢献したいと語るソーダストリーム社のダニエル・バーンバウム CEO



グッドデザイン賞に輝く「ソース・デラックス・スターターキット」  
希望小売価格:24,000円(税別)

## カロリーはゼロで健康的 炭酸水が今ブームに

朝目覚めると炭酸水の刺激で眠気を払い、食事の際やスポーツの後にも水の代わりに口にしている。そんな欧米流の習慣が今、日本にも広まりつつある。

トレンドをリードするのがソーダストリーム社だ。イスラエルに本社を置き、45カ国でビジネスを展開する炭酸水メーカーのトップである。NHK連続テレビ小説「マッサン」のエリー役を演じ、人気を博した米女優のシャロット・ケイト・フォックスを起用したCMで、ご記憶の方も多いだろう。ソーダストリームを用い、全世界

で毎年約9億リットルの炭酸水が家庭でつくられているとされ、この数字はトップシェアの炭酸水ブランドの消費量を誇り、世界一の炭酸水ブランドである。

日本での会社設立は2014(平成26)年とごく最近だが、好調な販売実績をあげ、たちまち市民権を得た。システムの先進性が理由だと、同社のダニエル・バーンバウムCEOは胸を張る。

「10秒ほどで新鮮な炭酸水をつくるのができる手軽さに加え、500ミリリットルならわずか約18円という低コスト。好みの量だけつくれ、炭酸ガスの注ぎ足しも可能なので、飲み残しがなくなる利点も大きいでしょう」

マシンには炭酸水の強度を好みの強さで選べるボタンもついている。これも個人の好みに合わせ、うれしい配慮だ。

欧米では、健康のためにビールをやめ、炭酸水を飲む人が増えてきた。日本でもソーダストリームが受け入れられたのは、高まるヘルシー志向があるという。

「一般的に言って、市販の飲料にはたくさんの糖分が含まれていますが、気がつかないうちに過剰な糖分を摂取しがち。炭酸水ならカロリーはゼロで、さらに人工の添加物も一切ありません」

炭酸水のヘルシーさに気づいてもらえたからだと続ける。欧米発の食文化である炭酸水

が、本格上陸するのは間違った兆し。「私たちはソーダストリームの販売を通じて、健康的なライフスタイルの促進に貢献したいと願っています」

## ペットボトルを少なくし 地球環境を守りたい

炭酸水の普及を担うソーダストリーム社は、目下、環境問題に取り組むキャンペーンを展開している。ペットボトルをより少なくすれば、地球環境のために、より多くの幸せ・喜び・未来が生まれるというコンセプトのキャンペーンだ。テーマを「地球の今、そして未来」と定め、今年1月に開催して好



全世界で毎日15億本も消費されるペットボトル。リサイクルもされずに遺棄されたボトルは膨大な数に上り、いつまでも環境を汚染し続ける

評だった福岡を皮切りに、広島、大阪、名古屋、静岡、東京、仙台、北海道の各地区で順次イベントを開催していく予定だ。

バーンバウム氏は語る。「全世界で毎日約15億本のペットボトルが生産されていますが、その製造のために膨大な量の石油が消費されています」

また、ペットボトルはリサイクルが行われているが、再加工には石油が用いられ、限りある資源の浪費につながっているという。

さらに、放置されたペットボトルも、深刻な環境汚染をもたらしていることを強調した。「1本のペットボトルが自然界で分解されるには、450年以上かかる」とされている。

行楽地の人目の届かない片隅には、ポイ捨てされたペットボトルが無残な姿で転がっている。その数量はどれほどになるのか。

たしかにペットボトルは、安全性に優れた容器である。携帯にも便利で、私たちの生活に深くなじんでいる。だが、使用しなければ貴重な地球資源を節約でき、環境を汚すこともない。

ペットボトルの環境への負荷など、深く考えたことがない人が大半ではないか。利便性ゆえ、消費量は増大している。キャンペーンはそんな危機感が背後にあった。

## 長年の取り組みに対し 環境先進国の独も高評価

ソーダストリームの標準システム

はマシン本体に加え、炭酸ガスが封入されたシリンドラー、1リットルの専用ボトルの3点で構成されている。炭酸水はこの専用ボトルの内部でつくられ、たとえば外で飲みたいときには、500ミリリットル用のボトル(別売り)を用いることになる。

つまりペットボトルを一切使わずに、炭酸水が楽しめる仕組み。だからこそ「Less is More」キャンペーンは可能になり、説得力があるものになった。

ペットボトル削減の提案は、このキャンペーンではじまったわけではなく、従来取り組んできたものだ。その姿勢が評価されたのが、ドイツで開催された「キッチンイノベーション・オブ・ザ・イヤー2015」における「キッチンアクセサリ部門賞」の受賞である。

環境意識の高いドイツから贈られたこの賞は、洗練された機器のデザインとともに、一家庭で3年間に2000本のペットボトルが削減できるというシステムの先進性が高く評価された結果だった。

ソーダストリームは「Less is More」キャンペーンで、今からアクションを起こそうと呼びかける。そして「あなたが住みたいと思うのは、どの地球ですか?」と問いかける。さてあなたはどの行動していくだろうか。

ソーダストリームは海外のフェアにも多数参加。写真は米シカゴで開かれた「インターナショナル・ハウスウェアショー」



ドイツ開催の「キッチンイノベーション・オブ・ザ・イヤー2015」では、機能の先進性に加え、ペットボトルの削減に貢献しているとして「キッチンアクセサリ部門賞」が贈られた。環境問題への意識が世界一高いドイツからの受賞は、ソーダストリーム社の誇りといえる



## 英国で誕生したソーダストリーム

ソーダストリーム社は1903年、ロンドンで産声を上げた。ジンの蒸留所を経営する名門一族のジョージ・ギルビーが、手で押すだけで簡単に炭酸水ができるシステムを開発したのだ。記念すべき初号機はイギリス皇太子の生誕記念品として献上され、王侯貴族にも愛用された。

一般に広まったのは、1970年代になってから。小型軽量のモデルがヨーロッパで大ヒットし、誰もが炭酸水を楽しめる時代を迎えたのである。ソーダメーカーとして65の特許をもつソーダストリーム。今では世界45カ国で新鮮な炭酸水を毎日提供している。



右/記念すべきソーダストリームの初号機。上/創業開発者のジョージ・ギルビー