

重要課題 1

環境への配慮

衣・食・住にかかわる商品を広く扱う小売業として、「食品リサイクル」をはじめ、廃棄物削減の取り組みを通じて循環型社会の構築に向けた活動を行うほか、事業活動で発生するCO₂の多くを排出する店舗を中心に、低炭素化にも取り組みます。そして消費者や生産者、地域に寄り添いながら、エコライフスタイルを提案し、環境問題の解決に取り組めます。



循環型社会の構築

エコ・ファーストの約束

ユニー

持続可能な社会構築の取り組みを行う環境先進企業として、ユニーは環境大臣と2008年に「エコ・ファーストの約束」を交わし、消費者や生産者、地域行政と一緒に環境問題の解決に取り組んでいます。2018年度までの約束として、食品リ

サイクルの全店舗への拡大と再生利用等実施率80%の達成、容器包装廃棄物の発生抑制ではレジ袋の辞退率85%達成等に取り組むとともに、進捗状況の公表と環境省への報告を定期的に行っています。

※「エコ・ファースト制度」とは…

企業が環境大臣に対し、地球温暖化対策、廃棄物・リサイクル対策など、自らの環境保全に関する取り組みを約束し、環境大臣が「先進的、独自の取り組みで業界をリードする事業活動」を行っている環境先進企業であることを認定する制度です。2017年10月時点では、40社が認定されています。



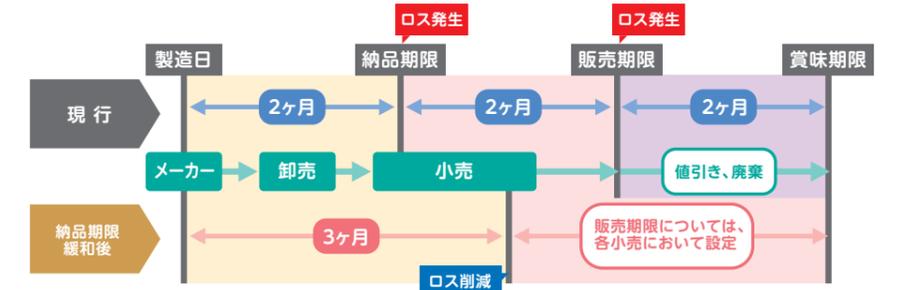
エコ・ファースト・マーク

食品ロス削減への取り組み

ユニー

まだ食べられるのに、納品や販売の過程、あるいは賞味期限切れなどの理由で捨てられてしまう食品ロス。ユニーでは、こうした食品ロスを削減するために「3分の1ルール」を見直し、販売期間を延長する取り組みを進めています。「3分の1ルール」とは、食品の製造日から店舗への納品期限・販売期限・賞味期限までの期間を3等分する食品業界の商習慣ですが、販売期限を小売業者が設定することで、納品期限切れや販売期限切れでの返品や廃棄を減らすことができるため、業界全体での食品ロス削減に向けた取り組みとして注目されています。

●賞味期限6ヶ月の例



ファミリーマート

ファミリーマートでは、店舗での廃棄ロスを削減するため、発注システムの精度向上に取り組んでいます。店舗ごとに在庫数や売れ行き・天候・イベント等を考慮し、適正な発注数と品揃えを維持管理することで、特に消費期限が短い弁当やおむすび、サンドイッチなどの廃棄抑制につなげています。

2016年秋に導入を開始したオリジナル惣菜「ファミデリカ」(現:お母さん食堂)では、食品を劣化させる酸素の代わりに、二酸化炭素と窒素を注入して、酸化抑制効果を高める「ガス置換包装」を採用しました。食品包材の高機能化によって、お惣菜の鮮度とおいしさを損ねず消費期限を3日間延長することが可能となり、食品ロスの削減にもつなげています。こ

した新技術の導入はもとより、販売方法・包材の見直しを進めながら、これからもさまざまなアプローチから廃棄ロスの削減に取り組んでいきます。



ファミリーマートの発注業務



ガス置換包装商品(お母さん食堂)

循環型社会の構築

食品リサイクルループの構築

ユニー

地域に密着しながら循環型社会を実現させる取り組みとして、ユニーでは食品リサイクルループ事業を推進しています。生産者やリサイクル業者など、ループの各段階を担うさまざまな事業者とパートナーシップを形成し、店舗から生じた食品廃棄物の循環資源化に努めています。各店舗に廃棄物計量システムを導入し、廃棄物の発生抑制と分別の徹底を図ることで、ユニーの食品リサイクル率は2016年度63.6%と

前年比で2%向上しています。

また、食品リサイクルループの構築は、各地の生産者と消費者を結び地域循環・地産地消の推進にもつながります。各店舗から集められた食品残さは、リサイクル事業者によって飼料・堆肥に再生されますが、それらを使用した生産者を特定できる仕組みも導入しており、安全・安心な農畜産物を提供できる地域循環農業の確立に貢献しています。



有識者の声

グループ全体で日本における食品ロス削減の牽引を期待

飲食店・小売店での食べ残しや売れ残り、自宅での食べ残しなど、本来食べられるにもかかわらず捨てられている食品ロスは2014年度推計で年間約621万トンにのぼります。

そうした中、食品にかかわる企業は、技術革新による消費期限・賞味期限の延長や商習慣見直しによる納品期限の見直し、廃棄される食品の再資源化等、積極的な取り組みを行っています。

とりわけユニーさんは、2007年に食品リサイクル法に基づく「再生利用事業計画」の第一号認定を受けて以来、店舗を展開する各府県でリサイクルループを構築するなど、食品廃棄物削減・再資源化に積極的に取り組まれています。リサイクルループの件数の多さはもとより、リサイクル手法の多様さや質の高さの点でも、全国トップクラスの活動です。

ファミリーマートさんにおいても、プライベートブランド

惣菜の『お母さん食堂』で、密封容器と酸素低減技術の組み合わせにより鮮度保持・消費期限の延長を実現しています。農林水産省では、こうした企業努力を消費者に知っていただくことが重要と考え、昨年作成した「食品ロスの削減に資する容器包装の高機能化事例集」の中でもこの取り組みを紹介しています。

今後は、相互の資産を活かしグループ全体で、日本における食品ロス削減への取り組みを牽引する役割を担うことを期待しています。



農林水産省 食料産業局
バイオマス循環資源課
食品産業環境対策室

河合 亮子 室長

食品リサイクルの推進

ユニー

ファミリーマート

2007年、ユニーは農林水産大臣・環境大臣・経済産業大臣から全国初となる「再生利用事業計画」の認定を受けました。以来、各地の再生利用事業者・農業生産者とのパートナーシップをもとに、食品リサイクルループの継続的運営と新たな構築を進め、国内最多の13事業を展開しています。

現在、ファミリーマートと共同で2事業を行っています。今後は食品リサイクルループをグループ一体として取り組むことで、循環型社会の形成においても経営統合のシナジーを高めていきます。



ファミリーマート

ファミリーマートの「再生利用事業計画」として、2008年4月より、東京23区と都下の店舗および食品委託製造工場から食品残さを回収し、養豚用リキッドフィーディング（液体飼料）として再生利用する食品リサイクルを行っています。さらに、その地域でも食品残さを飼料や堆肥にリサイクルする取り組みを進めており、2017年8月時点で全国3,650店で実施しています。

また、ファミチキなどのフライヤー商品で使用した廃食用油は、専門業者によって回収され、養鶏用飼料の添加剤やインク、石鹸等として100%リサイクルしています。その一部は「薬用ハンドソープ」として店舗で使用され、循環型リサイクルを実現しています。



低炭素社会への貢献

容器包装における取り組み

ユニー

低炭素社会の実現に向けて、商品の容器や包装を工夫することでCO₂削減に取り組んでいます。植物由来の原料より作られるバイオマスプラスチックは、植物が光合成時に吸収するCO₂と容器の処分時に排出されるCO₂の量がほぼ同じことから、全体の排出量を抑制することが可能となります（カーボンニュートラル）。

ファミリーマート

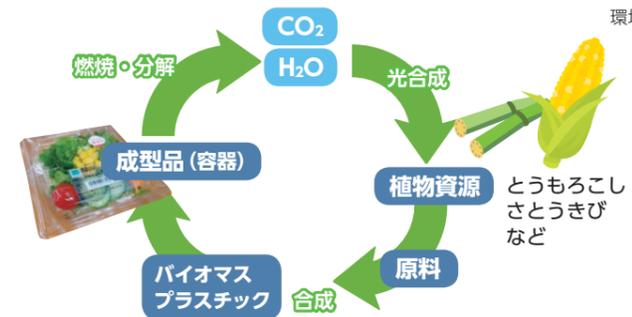
ファミリーマートでは、2016年度にサラダ商品3アイテムでバイオマスプラスチック（PLA）容器を使用しており、サラダ容器1個あたり24.57g、2016年度は1年間で約1,846tのCO₂を削減しました。2007年にバイオマスプラスチックを導入し、現在では国内の流通量の約2割をファミリーマートが使用しており、小売業でナンバーワンの使用実績となっています。

また、弁当類の包装について、従来の容器全体をラップする「フルシュリンク包装」を、2014年からは容器とフタの結合部

ユニーでは、このバイオマスプラスチックを2006年から青果売場の容器包装と鶏卵パックで使用しているほか、有料のレジ袋においても、サトウキビの廃材から作られたバイオポリエチレンを25%含有しています。バイオポリエチレンは石油製品と比較してCO₂が17%削減されるため、カーボンニュートラルの取り組みとして採用しています。

分のみフィルム包装する「サイドシュリンク」に変更し、プラスチック原料の使用量で430t、CO₂は1,540tの削減となりました。加えて、従来からサンドイッチなどの包材の印刷で使用していた植物由来のインクを、おむすびや手巻き寿司の包材に使用拡大することで、さらに年間100tのCO₂削減に取り組むなど今後もさらなる削減の為、改善を図ります。

● バイオマスプラスチック（PLA）の環境循環



ボトルキャップ運動の取り組み

ユニー

ユニーの店頭に設置されたリサイクルボックスでは、ペットボトルのキャップを回収しています。回収したペットボトルキャップは再生プラスチックの専門企業に売却し、その売却金をNPO「世界の子どもにワクチンを 日本委員会」に寄付する

「ボトルキャップ運動」を行っています。使用済み容器包装等を再資源化して高品質な商品を生み出す「アップサイクル」を目指しており、再生プラスチックは自動車部品の原料としてリサイクルされています。

お客様と取り組むCO₂削減

ユニー

お客様がレジ袋を辞退されると、1枚あたり30.8gのCO₂が削減されます。ユニーでは1989年よりレジ袋削減運動を開始し、2001年にはマイバッグの配布、2006年には「ノーレジ袋キャンペーン」の実施等で、お客様への啓発活動を積極的に展開してきました。そして「レジ袋無料配布中止（有料化）」を順次拡大し、2014年には全店舗の食品売り場でレジ袋を有料化したことで、2016年度のレジ袋辞退率は86.1%となりました。この結果、枚数換算では10年前の2006年度比で約1/5となる、8,318tの削減となりました。

なお、有料化したレジ袋の購入一枚につき1円を地域自治体に寄付することで、さまざまな環境活動にも役立てられています。（2016年度実績 30,641,687円）

そして、家庭ゴミの約55%＊を占める商品の容器包装についても、店頭「リサイクルボックス」を設置することで、家庭ゴミの削減や再資源化とともに、CO₂の削減に取り組んでいます。牛乳パック・アルミ缶・ペットボトル・食品トレイなどの使用済み容器包装を分別回収し、2016年度のリサイクル量は3,846tで前年比5.3%増加となり、リサイクル回収によるCO₂削減量が16,344tとなりました。

国内のリサイクル工場への輸送にかかるエネルギーやCO₂排出への配慮としても、物流センター内にリサイクルセンターを併設することで、商品配送後のセンターへ戻る便を回収品の輸送に使用するなど、無駄な燃料消費やCO₂排出量の削減に努めています。

＊家庭ゴミのうち約54.7%が容器包装（容積ベース、出所：環境省「容器包装廃棄物の使用・排出実態調査」）

● レジ袋削減への取り組み



● レジ袋辞退率の推移



● レジ袋使用量と容器包装リサイクル法委託金額の推移

年度	枚数 (単位:千枚)	重量 (単位:t)	委託金額 (税込)
2007	310,559	1,818	2億9,729万円
2008	309,222	1,851	2億7,978万円
2009	134,678	1,029	2億2,272万円
2010	116,749	964	1億6,655万円
2011	111,632	851	1億6,154万円
2012	110,743	839	1億4,868万円
2013	109,528	821	1億4,804万円
2014	68,454	616	1億6,104万円
2015	63,288	587	1億3,557万円
2016	63,572	573	1億2,489万円

※容器包装リサイクル法に基づき、公益財団法人日本容器包装リサイクル協会へ支払った委託金額

ファミリーマート

ファミリーマートでは、ポスター掲示やレジでのお声掛けによるレジ袋削減の取り組みに加え、さらに適正サイズの使用や薄肉化を行うことで石油使用量の削減を進めています。2016年度のレジ袋辞退率は目標値の30.0%を達成し

ました。この他、各店舗ではストアスタッフへの教育研修をはじめ、廃棄物の適正な分別の徹底とリサイクルの促進を図るためゴミ箱の店内設置化も進めており、店舗運営に伴うCO₂発生の抑制に取り組んでいます。

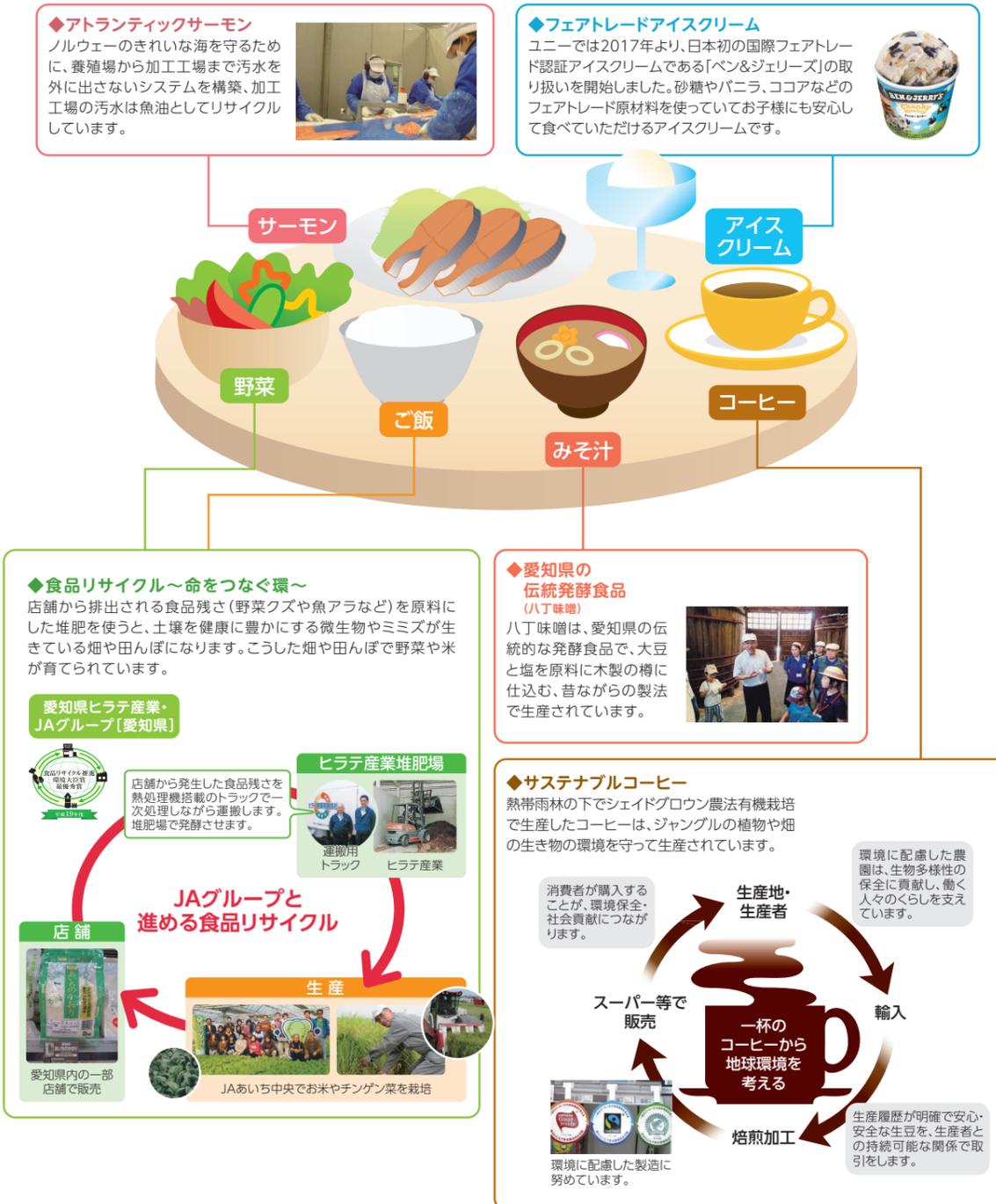
自然共生社会の実現に向けて

ユニー

暮らしを支える生物多様性

私たちの暮らしは、さまざまな自然や生き物のもたらす恩恵によって成り立っています。お客様に生物多様性の恵みをお届けする小売業として、お買い物を持続可能な消費と生産に貢献できるような仕組みづくりに取り組んでいます。

「私たちは、生き物の命をいただいて生きている」ことに感謝し、自然環境やそこで生きる生き物を保全して生産された食品を選ぶことが、生物多様性に貢献することだと考えています。



生物多様性に配慮した商品の販売

自然を守ることが生き物を守ることになり、そうして作られた食物や製品を販売することで、お客様から選ばれ購入していただく。この生産から消費まで好循環を広げるため、生物多様性に配慮した商品の販売とともに、消費者啓発にも積極的に取り組んでいます。

国際的な森林認証制度を運営するFSC(森林管理協議会)により、持続可能な森林と認められた木材やそれらを使用し

た製品に与えられる「FSC認証」。ユニーのプライベートブランド商品では、この認証を受けたトイレットペーパーや小学生向けの学習帳などの商品を開発、販売しています。お客様がFSC認証マークの付いた商品を購入することが、間接的に森林保全や生物多様性の応援につながるという、お買い物を通じた社会貢献の取り組みです。

オーガニックコットン

一般の綿花栽培では多くの農薬や殺虫剤を使用しますが、オーガニック栽培では農薬や殺虫剤は使いません。その代わりに自然堆肥を使用したり、土に栄養を与えるために同じ区域の畑にマメ科の植物を栽培したりします。それらの工夫により土地を豊かにし、地球上で最も多様な生物の生息域である土壌を守ります。

FSC 認証のトイレットペーパー

原料には再生紙ではなく、紙パルプを使用していますが、この原料は「正しく管理された森林」の基準を満たした木材や製品に認定されるFSC認証のついたものです。紙パルプ本来の品質、使い心地へのこだわりと、自然環境への配慮の両方を求めたトイレットペーパーです。

FSC 認証の eco!on 学習帳

FSC(森林管理協議会)が定めた「正しく管理された森林」の基準を満たした木材や製品に認定されるとFSC認証マークが付きまます。このマークの付いた原料紙で小学生の使う学習帳を作りました。FSC認証マークの付いた商品を購入することで、森林保全に貢献できることを、環境学習で子どもたちに伝えていきます。

ファミリーマート

自然共生社会に向けた取り組み

かけがえのない恵みを私たちに与えてくれる森林・里山を守るため、店頭募金「ファミリーマート夢の掛け橋募金」の一部に企業寄付を添えて、公益社団法人国土緑化推進機構に寄付しています。園児が対象の「森にふれる」「森の教室」、

高校生が対象の「森に学ぶ」「聞き書き甲子園」、そして地域の方々や「森を守る」「ふるさとの森林再生事業」の活動を支援することで、日本の豊かな国土を将来世代に引き継ぐとともに、生物多様性の保全に取り組んでいます。



自然共生社会の実現に向けて

環境配慮型店舗での取り組み

ユニー

持続可能な社会の構築に向けた店舗づくりとして、廃棄物の削減・分別、リサイクル、省エネなどの設備を用意し、お客様とともに「地球にやさしいお買い物」を推進しています。

1 リサイクルステーション

牛乳パックをはじめ、アルミ缶・トレイ・ペットボトル・バイオマスプラスチック製卵パックなどお客様のお買い上げ後に廃棄されるものを回収し、リサイクルしています。



2 分別ゴミ箱

店内各所に「燃やせるゴミ」や「燃やせないゴミ」など分別するためのゴミ箱を置き、ゴミを分別回収しています。



3 情報の開示

ユニーの取り組みをポスターなどで紹介・報告しています。





4 廃棄物計量システム

各売場やテナントから排出される廃棄物を分別し、計量することにより、減量やリサイクルの促進を図ります。



5 LED照明

屋外、屋内の照明にLEDを採用。消費電力を大幅に削減し、CO₂の排出を抑制します。



6 太陽光発電

屋根の上や外壁に太陽光パネルを導入。太陽光で電気をつくり、得られたエネルギーを館内でも使用しています。現在の発電量をモニターで確認することができます。



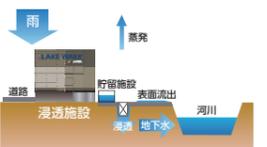
7 壁面緑化

外壁に壁面緑化を導入。ヒートアイランド対策と断熱効果があり建物の温度上昇を抑え、空調使用量の削減にもつながります。



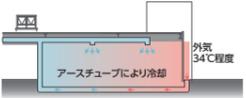
8 雨水浸透施設

敷地外に放出される雨水量を25%削減しています。地下水の保全、平常時の河川流量の確保、洪水の防止を図っています。



9 クール・ヒートトレンチ

地中熱を利用して行う空調。店内に冷えた新鮮な空気を送ることができ、空調による電力使用量を約1.8%、施設全体の年間CO₂排出量を約0.6%削減します。



ファミリーマート

気候変動対策として、2020年までに売上高当たりのエネルギー消費量10%削減（2010年比）を目指し、省エネ機器への切り替えを積極的に進めるとともに、省エネ型店舗モデルの開発を進めています。

1 店内LED照明システムの導入

店内に省エネ効果の高いLED照明を導入するとともに、時間帯や店内のゾーンごとに明るさを制御する最新のシステムを導入しています。（2017年2月末時点 8,473店）



2 看板照明へのLED導入

ファサード看板、サイン看板にもLED照明を導入し、蛍光灯を用いた看板と比較して約70%省エネ性が向上しています。（LEDファサード看板 2017年2月末時点 6,810店）（LEDサイン看板 2017年2月末時点 2,742店）



3 電子レンジ庫内照明のLED導入

電子レンジの庫内照明にLEDランプ、また待機電力ゼロの機種を標準導入しています。従来の庫内照明より電力消費量を約80%抑えています。



5 冷凍・空調システムの省エネ化・環境配慮

2017年1月から冷凍機の冷媒ガスをR401Aから効率の良いR410Aに変更し省エネ化を促進。また、2017年5月からは空調機の冷媒ガスを地球温暖化係数の低いR32に変更するなど、環境配慮を図っています。

6 電気自動車用急速充電器の設置

電池の心配をせず安心して電気自動車やPHVを利用できる環境を整えるため、電気自動車用急速充電器を設置しています。（2017年2月末時点 709店）



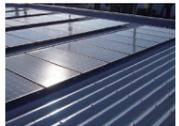
7 CO₂冷媒機器を使用した冷凍・冷蔵庫の導入

エネルギー起源CO₂とフロン類の排出削減を同時にできる、CO₂冷媒を使用した冷凍・冷蔵庫の導入を進めています。（2017年2月末時点 67店）



8 太陽光発電パネルの設置

事業活動と環境負荷低減の両立を実現する取り組みとして、太陽光パネルの設置を進めています。（2017年2月末時点 2,383店）



9 店内ゴミ箱の設置

廃棄物の削減とリサイクル、行政からの廃棄物分別のルール徹底を図るため、2016年度よりゴミ箱の店内設置を標準化しています。



10 駐車場照明のLED化

駐車場照明もLED化を進めています。従来の照明と比べ約30%省エネ性が向上。寿命も4倍に延びています。（2017年2月末時点 4,196店）



ESD(持続可能な開発のための教育)の推進

ユニー

持続可能な社会を担う子どもたちには、お店探検や農業体験・自然探検などを通じて、環境、社会貢献、食糧問題、命の大切さなどを学び、美しい自然の中で生きていくための「力」を育むことを願い、ESD (Education for Sustainable Development / 持続可能な開発のための教育) の考え方を取り入れた、子ども環境学習プログラムを提供しています。2015年にはSDGsが採択され、今後はESDがSDGsに盛り込まれることで「持続可能な開発」へのさらなる貢献を目指していきます。

ユニーでは持続可能な社会を形成することを目指すため、環境・経済・社会の調和を重視した「ひとづくり・ものづくり・コミュニティづくり」を、地域の方々やお客様、お取引先や社

員と一緒に進め、お店に皆が集う地域のコミュニケーションスペースとしての機能づくりにも取り組んでいます。

また、お取引先や廃棄物処理業者・リサイクルにかかわる業者向けに情報交換会や勉強会を開催しており、店舗に出店するテナントにも環境保全に関する学習機会を提供しています。消費者団体や環境市民講座など外部からの店舗見学も受け入れており、海外からも来訪されるなど、各方面から注目されています。また、社員を対象に、環境方針や店舗・事業所での環境保全活動に関する研修を実施しているほか、社内報や社内規定をまとめたポケットガイドに環境関連のページを設け、社員の環境意識の向上を促しています。



① 地域社会へ出前授業

中部地区を活動拠点とする環境パートナーシップクラブ(EPOC)に参加し、会員企業の持つ教育ツールや施設を活用した体験型の環境講座を実施するとともに、行政等との連携による幅広い環境啓発活動に取り組んでいます。地域の小中学校や児童館で、「環境にやさしいお買い物」をテーマに出前講座を開催することで、地域の方々と一緒に環境教育に取り組んでいます。

② 地域のチカラで学ぶ

地域のNPOやボランティアなどと協働した環境学習として、なごや環境大学で「お買い物で地球を守る インタープリター養成講座」を開催しています。「地球にやさしいお買い物」をテーマに、身近な家族や友人にわかりやすく伝えられるインタープリター(通訳者)を養成します。受講した学生たちは、お客様参加型の環境イベント「エコ博」などで活躍しています。

③ エコロお店探検隊

環境に配慮した店舗での取り組みを、スーパーマーケットを題材にさまざまな視点から学習する「エコロお店探検隊」。2016年度は、97回実施し989名が参加しました。店長がお店探検隊の隊長として子どもたちを案内し、店頭のリサイクルボックスの中身を覗いたり、バイオマスプラスチック製の容器包装を手に取りながら、リサイクルの仕組みを学習します。また、捨てればゴミになる容器包装などを使ったエコ工作を通して、ユニーが取り組むゴミの削減について学んでいきます。

④ コラボレーションで伝える

関連する事業者とコラボレーションしながら行う環境教育に取り組んでいます。店頭のリサイクルボックスで回収した牛乳パックをリサイクルして製造するトイレトペーパーの工場見学や、店舗の食品残さが原料の堆肥に使用され、エコ野菜として育った作物の収穫を行う農場学習など、環境について幅広く学習できるプログラムの提供に努めています。

ファミリーマート

店頭募金「ファミリーマート夢の掛け橋募金」の寄付先への支援を通じた環境教育プログラムの提供や、加盟店や社員が講師として行う出前授業を開催しています。

森の教室 ～どんぐりくんと森の仲間たち～

保育園児と幼稚園児に、森のもたらす豊かな恵みとその役割を教えながら、地域の森にふれ自然の大切さを学んでほしいという思いから、店頭募金の寄付先である公益社団法人国土緑化推進機構主催の全国巡回型プログラムを立ち上げ、2012年に東日本大震災で被害を受けた福島県の園児たちを訪ねたことからスタートしました。最寄りの店舗も参加するなど、地域に密着した活動として、これまでに24都道府県でのべ1万5千名を超える園児たちが参加し、着ぐるみ劇やどんぐり植え、育苗を通じて、森林が持つさまざまな役割・大切さを学んでいます。

聞き書き甲子園

2005年から、店頭募金の寄付先である認定NPO法人共存の森ネットワークの活動を支援し、毎年100名の高校生たちが日本各地の森や海、川、山の「名人」を訪ね、その知恵や技術、人生・生き様について記録しています。また、社員を研修講師として派遣し、高校生たちとの直接交流も行っています。名人たちの知恵を世代を超えて授かることで、森や海、川の恵みや尊さと自然と共存する人々の営みを学び、持続可能な社会づくりに貢献する人材育成に取り組むとともに、名人たちの知恵・暮らしの記録を残し、継承することを目的としています。

出前授業

社員が中学・高校へ出向き、講師として授業を行う「出前授業」を実施しています。コンビニエンスストアのビジネスモデルや、環境対応、また東日本被災地の復興支援として販売指導授業など、社員の専門知識を活かした講義のほか、コンビニエンスストアと地域課題を結び付けて考える課題解決学習も行っています。



復興支援：ワカメの「販売・接客の心得」の講義(岩手県)