

重要課題① 環境への配慮

環境への配慮

食品ロス削減・食品リサイクルから海洋プラスチックごみや気候変動等のグローバルな課題まで対応し、持続可能な社会の形成に寄与していきます。



主な課題

近年、地球規模の温暖化は、世界各地の生態系に深刻な変化をもたらしつつあります。台風などの暴風雨や集中豪雨による大規模な災害が発生する一方で、干ばつによる水資源の枯渇で水や食糧の確保が困難となっている地域もあります。こうした中、日本ではまだ食べられるものが廃棄される「食品ロス」が、年間600万t以上発生しています。そのうち小売業からの排出は年間約60万tで、事業系の食品ロスの約5分の1にあたります。そして、食品販売時の容器包装などにも使用されているプラスチックは、容易に自然分解されないごみとして、特に海洋生態系への悪影響が国際問題となっています。

機会・リスク

地球温暖化による気候変動は、自然災害の原因となり地域生活に多大な損害をもたらすとともに、水や森林など天然資源の枯渇にもつながります。このため、私たちの事業に不可欠な農水産物などの原材料については、安定した調達が成り立たなくなることが長期的なリスクとして挙げられます。

循環型社会の構築を目指し、天然資源の消費抑制と環境負荷の低減に向けて、世界的な関心が高まるプラスチックごみの削減についても、一層の組織的な取り組みが求められています。

環境配慮のための戦略

ファミリーマートとユニーは、長年にわたり環境配慮の取り組みを進めてきた実績があり、特に食品ロス削減、食品リサイクル、容器包装・レジ袋の削減、店舗の省エネ設備への投資といった分野で、それぞれ独自のノウハウを蓄積してきました。今後もグループ内でノウハウ共有を促進し、シナジー効果を高めていきます。

プラスチックごみへの対応といった近年クローズアップされている新たな課題については、グローバル社会の要請に応えるべく、業界全体で総合的なアプローチを検討していきます。

創出する価値

全国に店舗網を持つ当社グループでは、地域社会やお取引先と連携しながらサプライチェーン全体で環境配慮への取り組みを進めています。店舗の設備や営業活動から、各地域の環境美化までも視野に入れ、事業を通じてより確実で効率の良い環境対策を広げていきます。

多様化する環境課題に対して戦略的な対応を進めることは、企業としての社会的責任を果たすとともに、当社グループの事業活動における環境リスクの低減や新たなビジネスチャンスの創出につながります。さらに店舗を中心とした地域密着型の取り組みによって、地域全体の環境意識をも醸成しながら、持続可能な社会づくりに寄与したいと考えています。

主な実績



ユニー・ファミリーマートホールディングス

●店舗での環境学習・環境イベント 参加者数 約 7 万人



ファミリーマート

●中食の環境包材 CO₂削減 約 4,478 t (サイドシュリンク・PLA容器)

重要課題① 環境への配慮

基本的な考え方

店舗を中心に事業を展開する当社グループにとって、日々の生活に密接し影響も大きい環境問題は、特に重要な課題です。ファミリーマートもユニーも、それぞれ早くからISO14001を導入し、店舗を中心とした環境マネジメントシステムを構築しています。

ファミリーマートでは1999年3月、すべての店舗と事業所でISO14001の認証を取得し、環境マネジメントシステムに則った環境配慮型のコンビニエンスストアづくりを行ってきました。ユニーでは、2004年に本部からISO14001の導入を開始した後、2014年から店舗にも順次導入を進め、これまでに147店舗が取得しています。当社グループ全体としては、国内約16,000店舗におよぶ環境マネジメントシステムを構築しています。


今後においても、グループ全体としてISO14001をベースとした環境マネジメントシステムを強化し、さらなる環境対応を推進していきます。

「先進的、独目的でかつ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環境大臣が認定する「エコ・ファースト制度」。2008年、ユニーは総合小売業で唯一の「エコ・ファースト」認定企業となりました。




エコ・ファースト・マーク

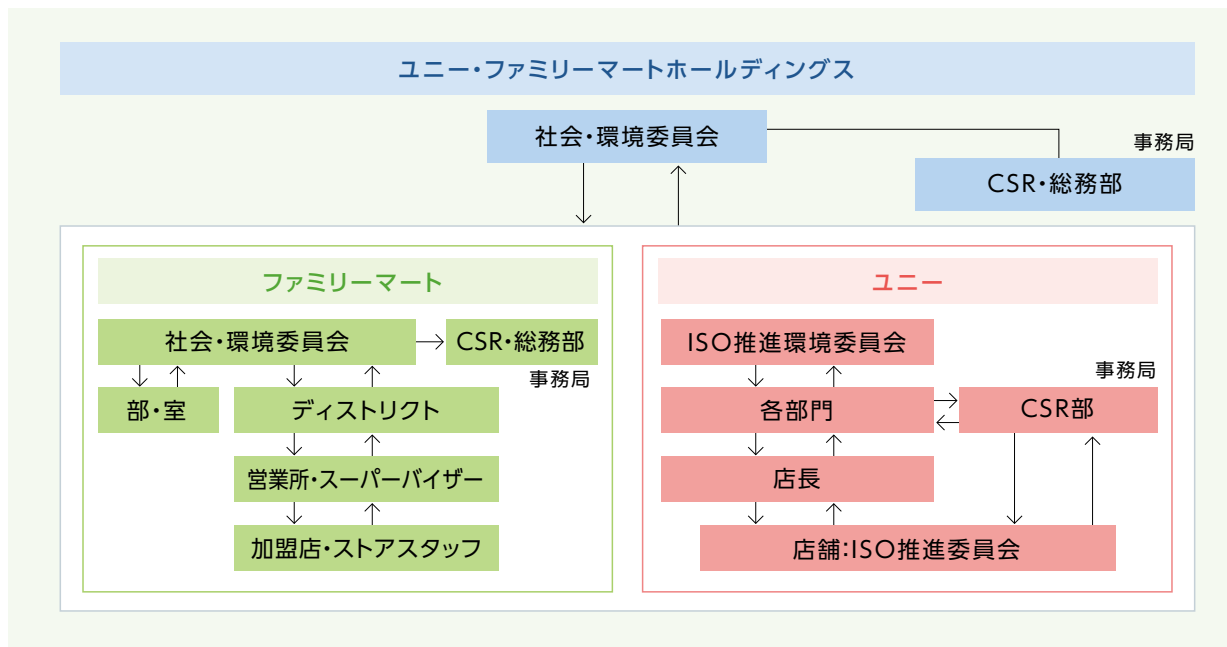
ファミリーマート 環境方針

 http://www.family.co.jp/company/csr/environmental_initiatives/policy.html

ユニー 環境方針

 <https://www.uny.co.jp/csr/philosophy>

環境マネジメント推進体制図



推進体制

当社では、CSR・総務部を事務局とする社会・環境委員会が、当社グループ全体の推進体制を統括し、各事業会社の環境担当部門と連携しながら、運用と取り組み推進にあたっています。

ファミリーマートでは、同社の社会・環境委員会が部・室、ディストリクトと連携し、環境計画に基づいた取り組みを行っています。店舗の環境マネジメントシステムの維持・改善には、店舗の積極的な参画はもとより、コンサルティング業務を行うスーパーバイザー (SV) の存在が欠かせません。

スーパーバイザーは定期的に店舗を巡回する際に、環境マネジメントシステムに関する指針や改善策を店舗に伝えます。店舗での取り組み状況は、店長からスーパーバイザーに報告され、CSR・総務部がすべてのファミリーマート店舗の活動を把握しています。

またユニーでは、同社のISO推進委員会のもと、各店舗では店長を委員長とするISO委員会を毎月開催し、店舗で作成した環境実施計画書をもとに具体的な施策を講じています。

重要課題① 環境への配慮

環境意識の醸成

当社グループでは、従業員の環境への理解を深め、一人ひとりが社内外で環境保全活動に取り組めるよう、工夫を凝らした環境教育を実施しています。

当社グループでは国内だけで17,777人（連結ベース：2018年2月末時点）が働いています。特にストアスタッフは、幅広い年齢層・雇用期間・国籍など、多様な従業員が働く場となっています。そこでグループ全体の環境意識を醸成するため、店舗ごとの特性に合わせたアプローチをとる必要があります。

ファミリーマートでは、各店舗の担当スーパーバイザーが店長の環境教育を実施し、店長がストアスタッフへの教育を行っています。スーパーバイザーは入社時研修やe-ラーニングによる定例講習、店舗向け環境教育ツール『eco&ソーシャルぱーとなー』などを通じて、環境保全に関する知識と理解を深めています。この教育ツールを用いて、店長やストアスタッフとの環境コミュニケーションを図るとともに、環境方針のパネルを事務所内に掲示するなどして、店舗での着実な浸透を図っています。

ユニーでは店舗を基本単位として、店長からアルバイトまで店舗の全従業員を対象に、環境教育を実施しています。店舗での環境教育は店長が中心となっており、ユニー本社がその際のマニュアルや研修資料となる環境教育用DVDなどを提供しています。

内部環境監査実施

当社グループは、監査室長を責任者とする内部環境監査を行い、環境マネジメントシステムが適切に実行・維持されていることを随時確認しています。このプロセスにおいても、事業会社ごとの特性に応じた仕組みを構築しています。

ファミリーマートの各店舗では、環境教育ツール『eco&ソーシャルぱーとなー』とともに配布する「ISO14001チェックシート」を用いて自己点検を実施しています。また毎年10月に実施する内部環境監査では、スーパーバイザーが店舗の監査を担当し、結果はすべて本部のCSR・総務部に報告され、改善が必要な場合は、スーパーバイザーの指示のもと店舗での是正措置を速やかに実施しています。

ユニーでは、店舗ごとに毎月1回開催するISO推進委員会で取り組み状況を把握しています。紙、CO₂排出、廃棄物の削減などの項目について、環境実施計画書に基づく自己点検を実施し、その結果をユニー本部のCSR部に報告しています。

同CSR部では、各店舗の環境実施計画と点検結果を詳細に分析し、店舗に改善指導を行っています。例えば自己点検で排水基準を超える数値が判明した際には、徹底した原因究明と再発防止策を含む適切な是正措置を講じました。内部環境監査は、環境マネジメントシステムのサイクルに合わせて原則半年に一度実施し、継続的な改善に努めています。

環境内部監査実施結果

2017年度の内部環境監査の結果、当社グループにおいて、環境に関する法令違反や重大な環境問題の該当事項はありませんでした。

内部環境監査実施数

	本部部門数	拠点数	店舗数
ファミリーマート	18	26	15,656 ^{※1}
ユニー	16	6	66 ^{※2}

※1 2018年9月時点、エリアフランチャイズを除く全店

※2 2018年11月時点

一部で確認された軽微な問題点は、現時点で環境に重大な影響を及ぼすものではないと判断されるものの、当社グループを挙げて環境問題に取り組み、日々の改善に努めています。具体的には、各事業会社の事務局と店舗の緊密な連携のもと、個別事案への改善策を検討し、店舗オペレーションとして確実に落とし込まれるようにしています。

また店舗ごとの好事例などの情報は当社グループ内で蓄積され、他店の参考事例として活用されています。

重要課題① 環境への配慮

>>> 循環型社会

食品ロス削減への取り組み

当社グループは、循環型社会の実現に向けて、事業活動から発生する廃棄物の抑制に努めています。特に食料品は販売の主軸であることから、食品ロスの削減にグループを挙げて取り組んでいます。

2015年には食品リサイクル法が改正され、食品小売業のリサイクル率目標が55%に引き上げられました。当社グループでは、食品を含めた廃棄物をまずは出さないように努力し、どうしても出てしまうものについては飼料や肥料など新たな資源へとリサイクルする取り組みを強化しています。

ユニーの店舗では、地域を汚さない店舗営業を基本姿勢に、3R(リデュース・リユース・リサイクル)に取り組み、食品ロスの削減を推進してきました。2003年度から店舗で出るゴミを19種類に分別する「廃棄物計量システム」をスタートし、2007年度には全店舗に拡大。売場や専門店

など、排出場所ごとに管理することで責任を明確にし、廃棄物の発生要因を分析しながら継続的な食品ロス削減につなげています。

ファミリーマートにおいても、食品ロスの発生抑制と再生利用に取り組んでいます。店舗での発注精度を向上させることで、工場での製造段階や店頭での販売期限切れによる無駄な食品廃棄を削減しています。また、単にゴミとして廃棄せず資源として再利用できるように、特に店舗での分別処理を徹底しています。

商品開発面では、お惣菜シリーズ「お母さん食堂」の商品の一部に、通常のパッケージより長期間鮮度を保つことが可能になる「ガス置換包装」を採用しています。ガス置換包装とは、容器内に二酸化炭素と窒素を注入して酸化を抑える仕組みです。この技術により、おいしさを損なわず、添

加物を増やすことなく、消費期限を延長することができました。

また従来の蓋から特殊加工を施したトップシールに変更したことで、同容量の惣菜容器と比較し、プラスチック原料を年間33.6t、CO2換算で年間153.7t(導入時の試算)を削減しています。

食品ロスの発生は、環境負荷のみならず廃棄に伴う分別や処分にかかるコストなど、当社グループの負荷も増大します。長期的な観点では、食糧の持続的な安定供給を圧迫する要因にもなり得ることを重く認識し、引き続き削減に向け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）

■ 廃棄物計量システム



重要課題① 環境への配慮

>>> 循環型社会

食品のリサイクル

2001年の食品リサイクル法施行を機に、小売業の各社では食品リサイクルの取り組みを進めてきました。そうした中でも、2007年に全国初の食品リサイクルループ*となる「再生利用事業計画」について、ユニーが環境大臣・農林水産大臣・経済産業大臣から認定を受けるなど、当社グループでは他社に先駆けた取り組みを進めてきました。

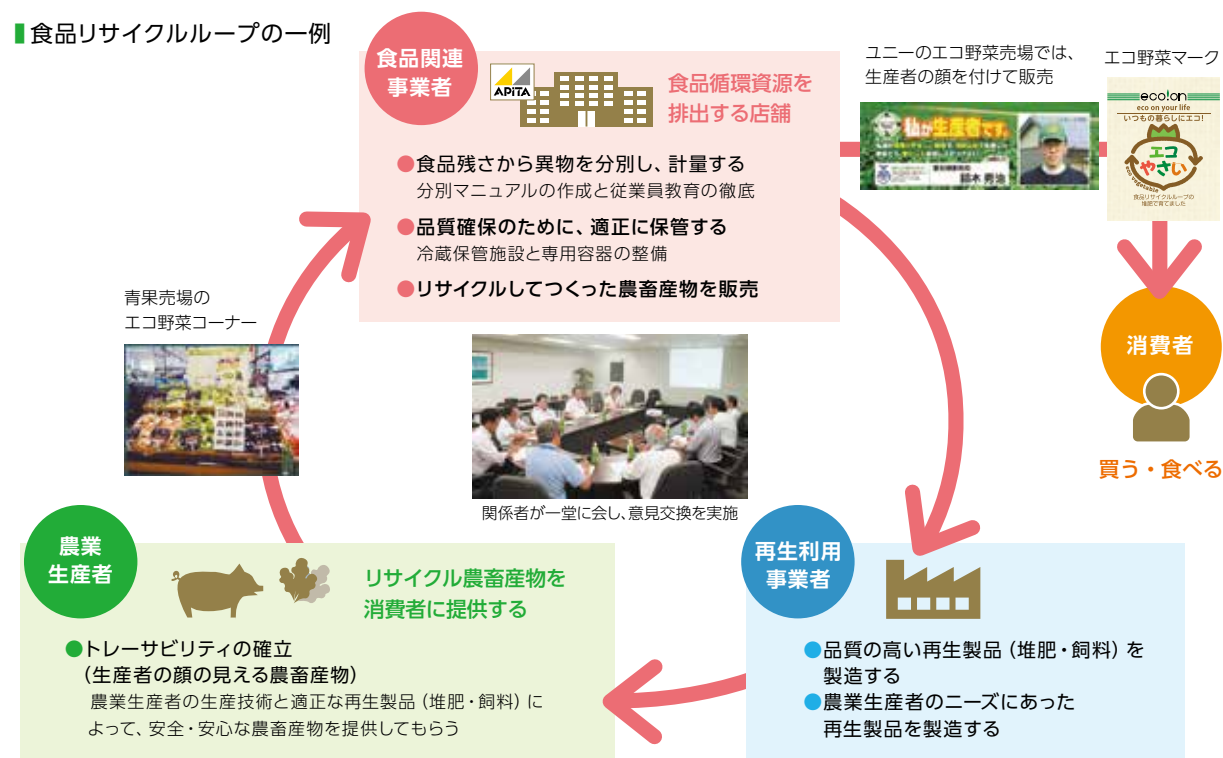
現在日本国内で50の食品リサイクルループが認定さ

れているうち、15件は当社グループが運用しているものです(2018年12月末現在)。特に経営統合後は、シナジーの最大化に向けてユニーの食品リサイクルループにファミリーマート店舗が参画するなど、グループとしての取り組みをさらに拡大しており、両社共同の食品リサイクルループも統合前の2件から2018年には4件増の計6件が認定されています。

今後のさらなる食品リサイクル推進のため、一層の持続可能な取り組みが求められますが、地理的な条件や経済性を判断しながら、長期的視点で検討を重ねていきます。

※小売・外食事業者などの食品事業者から排出される食品廃棄物を用いてつくられた肥飼料等で生産された農畜産物等を、その事業者が販売する仕組み。

■ 食品リサイクルループの一例



実績

循環型社会の構築を目指し、店舗での食品ロスの削減に取り組んだ結果、2017年度における再生利用等実施率は、ファミリーマートが54.1%、ユニーが80.6%となりました。

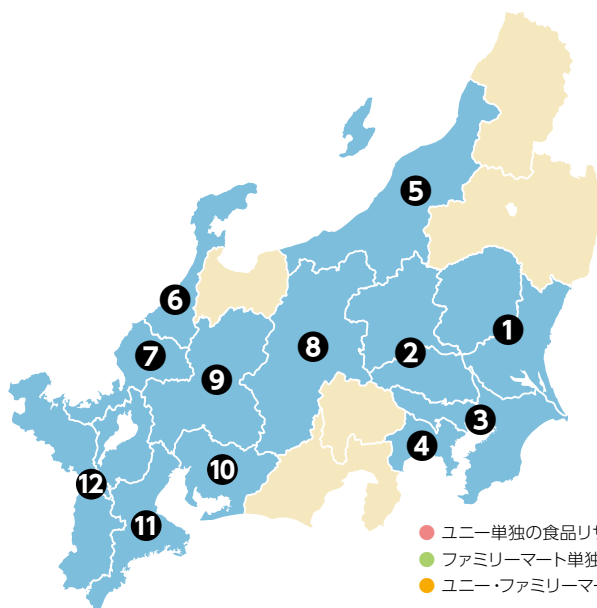
	(年度)		
ファミリーマート	2015	2016	2017
食品廃棄物発生量 (t)	51,617	82,910	74,207
再生利用等実施率 (%)	50.5	47.0	54.1
食品廃棄物等の発生原単位 (売上高百万円当たりの発生量:kg)	26.1	27.5	24.6

	(年度)		
ユニー	2015	2016	2017
食品廃棄物発生量 (t)	18,075	17,453	16,636
再生利用等実施率 (%)	72.9	74.9	80.6
食品廃棄物等の発生原単位 (売上高百万円当たりの発生量:kg)	31.3	30.4	29.9

重要課題① 環境への配慮

>>> 循環型社会

ユニー・ファミリーマートホールディングスの食品リサイクルループ



- ユニー単独の食品リサイクルループ：8
- ファミリーマート単独の食品リサイクルループ：1
- ユニー・ファミリーマート共同の食品リサイクルループ：6

① 茨城県・栃木県

- むかしの堆肥、レインボー・フューチャー

② 埼玉県・群馬県

- アイル・クリーンテック、角屋商店

③ 千葉県・東京都

- ブライトピック、プリマハム、山崎製パン
- ブライトピック、エコ・フード

④ 神奈川県

- 武松商事、アリタホックサイエンス

⑤ 新潟県

- 不二産業、JA新潟みらい

⑥ 石川県

- トスマク・アイ、JA松任

⑦ 福井県

- 福井環境事業

⑧ 長野県

- いいだ有機、JAみなみ信州

⑨ 岐阜県

- 橋本、鶏卵

⑩ 愛知県

- ヒラテ産業・JAあいち経済連
- D.I.D・JAあいち経済連
- 中部有機リサイクル PBブランド豚

⑪ 三重県

- 三功、酵素の里

⑫ 京都府・滋賀県・奈良県

- 京都有機質資源 鶏卵

取り組み事例

■ 中部有機リサイクル PBブランド豚[愛知県]



■ 福井環境事業[福井県]



生産者の声

中部有機リサイクル株式会社 前川 寛 取締役社長

弊社は2009年8月、名古屋市守山区に食品リサイクル飼料化施設を設置し稼働を始めました。ユニー様とはリサイクルパートナーとして法令を遵守して食品リサイクル飼料化事業に取り組んでいます。製造する飼料は全量飼料メーカーに買い取っていただき、配合飼料の原料として配合され、愛知県内の養豚農家、養鶏農家に利用されています。

飼料に関しては定期的に製品品質検査を行っています。特に腸管出血性大腸菌O157やサルモネラ菌等は加熱処理技術を活用することにより常に陰性となっており、安全・安心な飼料製品を製造しております。

これらを使用して育てられた豚がユニー様の店舗で販売されることによりリサイクルの輪ができ、2011年11月には再生利用事業計画(食品リ

サイクルループ)として、農林水産省・環境省・経済産業省により認定されました。

また、ファミリーマートの店舗からも弊社に食品廃棄物を受け入れリサイクルを実施していることから、2018年に入ってからファミリーマート様も含めたループが認定されました。

食品リサイクル飼料化事業ならびに食品リサイクルループの認定は、日本国内における飼料自給率、食料自給率の向上に大きく貢献する事業と考えております。今後もリサイクルパートナーとしてともにリサイクルを進め、この事業に貢献してまいります。



重要課題① 環境への配慮

>>> 低炭素社会

容器包装における取り組み

地球温暖化の原因となるCO₂などの温室効果ガス削減は、世界的な課題となっています。全国に店舗を有する当社グループは、低炭素社会の実現に向けてさまざまな取り組みを実施しており、その中でも商品面においては容器包装を工夫することでCO₂の排出量削減を進めています。

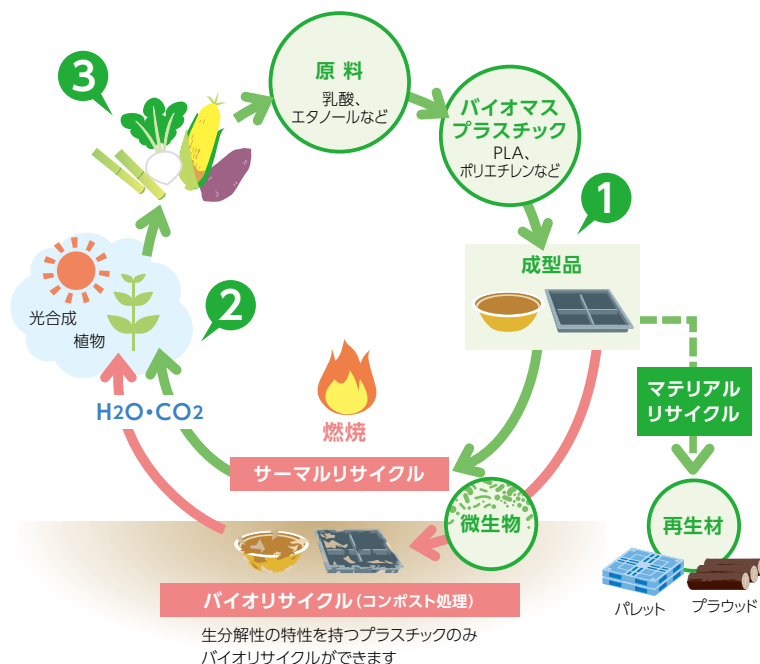
日本国内で廃棄されたプラスチックは、再利用率が約84%と世界的にも高い水準となっています。しかしプラスチックは石油製品を原材料としており、自然に分解されにくいことや、焼却処理や熱回収利用時では、CO₂排出に加えて有害物質を発生させる可能性も指摘されています。

当社グループでは、容器包装リサイクル法に基づいてプラスチックの再生利用を促進するだけでなく、CO₂排出削減につながるバイオマスプラスチック容器を、一部商品で使用しています。植物由来の原料からつくられるバイオマスプラスチックは、原料の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の量がほぼ同じであることから、総排出量の抑制につながります。

ユニーでは、2006年からバイオマスプラスチックを青果売場の容器包装などに使用しているほか、有料のレジ袋では原料の25%にサトウキビ廃材からつくられたバイオポリエチレンを用いています。バイオポリエチレンの使用により、石油製品と比較してCO₂を17%削減することができ、また限りある石油資源の使用抑制にもつながっています。

ファミリーマートでは、サラダの定番商品にバイオマスプラスチック容器を導入しており、サラダ容器1個当たり24.57g、2017年度は年間約2,503t相当のCO₂を削減し

■ 環境対応プラスチック バイオマスプラスチックの環境循環



バイオマスプラスチック容器

- ① **ゴミを出さない**
再商品化することが可能です。
- ② **CO₂を増やさない**
焼却や分解により排出されるCO₂は、植物の成長過程で吸収されたCO₂です。だから、CO₂の絶対量は増やしません。（カーボンニュートラル）
- ③ **石油資源を使わない**
植物からつくられるので、石油資源の節約に貢献します。

ました。2007年にバイオマスプラスチック容器を導入後、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、小売業で最も高い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年から容器とフタの結合部分のみフィルム包装する「サイドシュリンク包装」に変更したことで、プラスチック原料の使用量で550t、CO₂にして1,975t相当を削減しています。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

由来のインクは、2017年からおむすびや手巻き寿司の包材へ使用を拡大したことで、年間100t相当のCO₂排出量を削減しています。

欧州や米国の一部の州などでは、プラスチック用品の使用に対する法規制の検討が進んでおり、国際的にプラスチックごみの排出抑制の流れは加速していく可能性があります。当社グループは、サプライチェーン全体での取り組みとして、今後もさらなる容器包装の改善を行っていきます。

重要課題① 環境への配慮

>>> 低炭素社会

レジ袋削減に向けた取り組み

容器包装削減の一環として、当社グループはレジ袋の削減に取り組んでいます。会計時にお客様に配布するレジ袋を減らすとCO₂の削減となり、ひいては地球温暖化の抑止につながります。

このため、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」を行うなど、お客様への啓発活動を積極的に展開してきました。2014年からは全店舗の食品売場に「レジ袋無料配布中止(有料化)」を拡大しており、2017年度のレジ袋辞退率は85.6%となりました。この結果、無料配布中止を開始した2007年度と比較して、枚数換算で約1/5、容器包装リサイクル法に基づく再商品化実施委託金額も1/2以下と、大幅な削減につながっています。なお、有料化したレジ袋のご購入一枚につき1円を地域自治体に寄付しており、さまざまな環境保全活動に役立てられています。

2017年度の寄付額は、26,217,118円となりました。

ファミリーマートでは、加盟している社団法人日本フランチャイズチェーン協会の統一目標「2020年までにレジ袋辞退率30%達成」に向けて、レジでのお声がけやポスター掲示による啓発活動、ストアスタッフによる適

正サイズのレジ袋使用、また原料となる石油使用量の削減につながる薄肉化など、レジ袋削減に向けた施策を推進しています。

これによりファミリーマートの2017年度のレジ袋辞退率は29.1%となりましたが、今後も目標達成に向けてさらなる取り組みの徹底を進めてまいります。

昨今では欧州を中心に世界各国でレジ袋削減に向けた取り組みが広がっており、業態特性を考慮した適切な対応が求められています。日頃から自治体と協働して消費者啓発キャンペーンなどを推進していますが、レジ袋の辞退率向上に向けたストアスタッフの教育研修や、お客様への啓発活動を行い、店舗での取り組みを一層強化していきます。

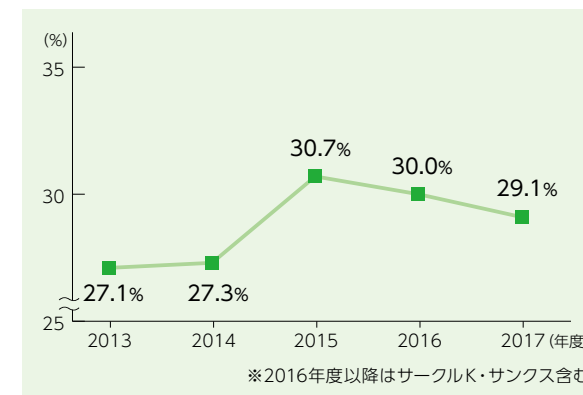
ユニーのレジ袋使用量と容器包装リサイクル法委託金額の推移

年度	枚数(単位:千枚)	重量(単位:t)	委託金額(単位:万円、税込)
2007	310,559	1,818	2億9,729
2008	309,222	1,851	2億7,978
2009	134,678	1,029	2億2,272
2010	116,749	964	1億6,655
2011	111,632	851	1億6,154
2012	110,743	839	1億4,868
2013	109,528	821	1億5,804
2014	68,454	616	1億6,104
2015	63,288	587	1億3,557
2016	63,572	573	1億2,489
2017	68,852	548	1億3,665

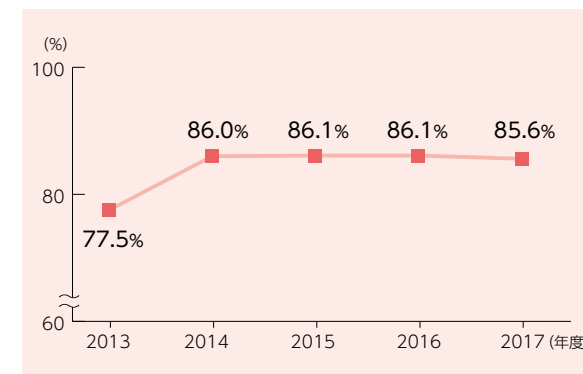
※容器包装リサイクル法に基づき、公益財団法人日本容器包装リサイクル協会へ支払った委託金額

レジ袋辞退率の推移

ファミリーマート



ユニー



ファミリーマート店頭
レジ袋削減啓発ポスター

重要課題① 環境への配慮

>>> 自然共生社会

生物多様性の保全

基本的な考え方

当社グループでは、自然の豊かな恵みを享受し、毎日の暮らしに役立つ商品をお客様に提供しています。一方で、原材料の調達はもとよりサプライチェーンのすべての段階で、私たちの事業活動が生物多様性に影響を与えていることを認識しています。

私たちが持続的に商品を提供するためには、生物資源が長期的に確保されなければなりません。そのため、生物多様性の保全や地域社会の営みへの配慮は不可欠です。こうした企業姿勢を事業活動に反映することが、商品や企業ブランド価値の向上や、環境志向の消費者など顧客支持の獲得にもつながると考えています。

日々の店舗運営をはじめとした事業活動の中で、できることを明確にしながら、生物多様性の保全に向けて取り組んでいます。

具体的な取り組み

ユニーでは、生物多様性の保全に向けた取り組みとして、商品の原材料となる農水産物は、できる限り生態系に負荷をかけない方法で収穫しています。

●アトランティックサーモン

ノルウェーのきれいな海を守るために、養殖場から加工工場まで汚水を外に出さないシステムを構築しており、加工工場の汚水は魚油としてリサイクルしています。ノルウェー最北端から日本まで、一度も凍結せずに店舗まで配送しています。

●サステナブルコーヒー

熱帯雨林の木陰を利用したシェイドグロウン農法を用いて、有機栽培で生産したコーヒーは、少ない水分でも育ちます。この農法は熱帯雨林の土壌や植物を守るため、畑の生き物の環境保全にも役立ちます。また、熱帯雨林での栽培では、収穫時に大型機械等が使用できないため、人の手で丁寧な収穫を行うことで、コーヒーの実を傷つけることなくコーヒーを出荷することができます。

オーガニック栽培作物は、一定の基準に従い2～3年以上農薬や化学肥料が無使用の農地で栽培されます。従来の農法と比べると、農業機械の燃料などエネルギー使用が削減されるため、CO₂の削減にも貢献します。

●フェアトレードアイスクリーム

ユニーでは2017年より、日本初の国際フェアトレード認証アイスクリームである「ベン&ジェリーズ」の取り扱いを開始しました。オーガニック農法で栽培され、「国際フェアトレード認証」を受けた砂糖・バニラ・ココア・コーヒー・バナナといった原材料を使用しています。生態系にやさしいだけでなく、お子様にも安心して食べていただけるアイスクリームです。

●eolonのオーガニックコットンTシャツ

2007年から、オーガニック農法で栽培された綿花を使用したTシャツを販売しています。丁寧に収穫された良質なオーガニックコットンを、羽毛が少なく艶やかな色に仕上げ、使用しています。



アトランティックサーモン



サステナブルコーヒー



フェアトレードアイスクリーム



eolon のオーガニックコットンTシャツ

重要課題① 環境への配慮

>>> 自然共生社会

環境に配慮した店舗づくり

自然と末永く共生できる社会づくりに向け、当社グループは環境に配慮した店舗づくりを推進しています。

店舗内

●CO₂の削減

ユニーでは屋内外の照明に省エネ効果の高いLEDを採用しています。また一部の店舗では地熱を利用して空調を行う「クール・ヒートトレンチ」を導入し、空調の電力使用量を約1.8%、施設全体の年間CO₂排出量を約0.6%削減しています。^①

ファミリーマートも店内照明にLED照明と、時間帯や店内のゾーンごとに明るさを制御するシステムを導入しています。2017年度より進めている省エネ型店舗の実証実験では、電気使用量が従来比8%削減された「高効率LED照明」に着目し、2018年1月から順次、新規店舗の店内照明として導入しています。^②

また、エネルギー起源CO₂とフロン類の排出量削減を同時に実現できる、CO₂冷媒を使用した冷凍・冷蔵庫の導入を進めており、2018年2月末時点で64店125台が稼働中です。

●廃棄物の排出抑制

ユニーでは、牛乳パック・食品トレイ・アルミ缶・ペットボトル・ペットボトルキャップなど、お客様が購入後に廃棄するものを回収するリサイクルステーションや、分別ゴミ箱を設置しています。また各売場やテナントから排出される廃棄物に対しては、ゴミステーションに分別・計量する廃棄物計量システムを設けています。こうした取り組みは、ポスターの店内掲示などを通してお客様にも紹介・報告し、分別廃棄の啓発につなげています。^③

ファミリーマートでは2016年度よりゴミ箱の店内設置を標準化し、店舗からの廃棄物削減と行政の廃棄物分別ルールの徹底を図っています。



①ユニー：クール・ヒートトレンチの構造
②ファミリーマート：店内のLED照明
③ユニー：リサイクルステーション

店舗周り

●屋外環境配慮

屋根の上や外壁の太陽光パネルで発電された電力の一部は、店内でも使用しており、ユニーの導入店舗は2018年2月末時点で11店です。ファミリーマートは2018年2月末現在で2,083店に太陽光発電パネルを設置しています。^④

ユニーでは、店舗外壁の壁面緑化を行い、高い断熱効果で建物の温度上昇を抑え、店内空調の使用削減による省エネに努めています。^⑤

また、一部の店舗には雨水浸透施設を設け、敷地外に放出される雨水量を25%削減し、地下水の保全と河川流量の確保により、洪水の防止にも役立てられています。

ファミリーマートでは、ファサード看板、サイン看板にLEDを導入しており、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。^⑥ 駐車場照明もLED化を進め、2018年2月末時点で3,726店に導入しています。従来比で約30%省エネ性が向上し、製品寿命も4倍に延びています。

また、電気自動車用急速充電器を2018年2月末時点で699店の駐車場に設置しており、電気自動車やPHVの利用環境の整備に貢献しています。^⑦



④ユニー：太陽光発電
⑤ユニー：店舗外壁の壁面緑化
⑥ファミリーマート：店外ファサードのLED看板
⑦ファミリーマート：電気自動車用急速充電器

重要課題① 環境への配慮

>>> 自然共生社会

ESD(持続可能な開発のための教育)の推進

持続可能な社会を構築していくためには、地域の未来を生きる子どもたちへの環境教育が大切です。当社グループは早くからこの重要性に注目し、地域コミュニティの子どもたちを中心として、次世代とともに環境問題を考える環境教育プログラムを継続的に提供してきました。

リアル店舗を活かしたプログラムとして、ユニーでは2001年から「エコロお店探検隊」を始めました。地域の子どもたちが店内を探検しながら、スーパーマーケットでの環境へ



環境にやさしい商品を店内で探す、エコロお店探検隊の子どもたち

の工夫や、環境にやさしいお買物などについて学習できる取り組みです。「エコロお店探検隊」は、地域および店舗に根付いた環境教育プログラムとして各地の店舗で展開しており、2017年には96回開催し844名が参加しました。

地域全体での取り組みにも積極的に参画しており、2007年からは市民・市民団体、企業、学校・大学、行政が協働でつくる「なごや環境大学」で市民講座を開催しています。買い物を通したさまざまな環

境問題やその対策について学んでいただき、卒業した受講者は「インタープリター(通訳者)」としてユニーの環境イベントで活躍しています。

ファミリーマートでは、お客様からお預かりした募金の一部を活用し、NGO・NPO、地域ボランティアなどと連携して、国内外の次世代に向けた環境教育プログラムの提供や支援を行っています。

地域の幼稚園・保育園児向け環境教育として実施している活動の一つが、ファミリーマートの「森の教室～どんぐりくんと仲間たち～」(公益社団法人国土緑化推進機構主催)です。楽しみながら森の大切さを学ぶ「キャラクターショー」、オリジナル曲に合わせて踊る「森の体操」、「どんぐり植え」を通して、子どもたちに森林が持つさまざまな役割と「いのち」の大切さを伝えています。

またユニーとファミリーマートは、小中学生から高校生・大学生まで幅広い学生を対象

に、社員が学校に訪問して講師を務める「出前授業」なども実施しています。

2017年度、ユニーは店舗での子ども環境学習を297回開催し、9,152名が参加しました。ファミリーマートは23校952人の学生たちを対象に出前授業や企業訪問の受け入れなどを行いました。

未来を生きていく子どもたちが、世界や身の回りで起きている環境問題を理解し、自らの力で解決策を考えるサポートをすることも私たちの務めであり、また地域の発展にも不可欠であると考えています。今後も店舗での環境活動や地域の方々と協働した取り組みを通じて、子どもたちが環境問題と向き合い、一緒に解決していくことの大切さを伝えていきます。



新潟県で開催した「森の教室～どんぐりくんと仲間たち～」

重要課題 ① 環境への配慮

>>> グループ会社 カネ美食品での取り組み

● 低炭素社会の形成に貢献する取り組み

温暖化効果ガスの削減の取り組み

カネ美食品では、すべての工場で積極的に省エネに取り組んでおり、エネルギーの使用の合理化等に関する法律(省エネ法)に基づいて提出した平成29年度「定期報告書」では、経済産業省による事業者クラス分け制度の開始以来、3年連続で省エネ優良企業に与えられるSクラス評価を受けています。

具体的な取り組みとしては、まず工場の照明について、盛付室などのLED化を順次進めています。LED照明への交換は、照度や色合いのばらつきが視覚品質に影響を及ぼす可能性があるため、1部屋ごとの単位で行っています。1部屋で100灯以上ある熱加工エリアは、影響のない区画から段階的にLEDへの変更を行うなど、業務品質を落とさずに省エネ化を進めています。

工場内の冷凍・冷蔵庫と室内空調は、投資効率も踏まえながら計画的に省エネ化しています。省エネ法に則り、ボイラー設備においてもガス効率が良い機器への転換をほぼ完了したほか、その他厨房の炒め機などについても高効率な機器の導入を順次進めています。

また、ユニーのテナント店舗では、ユニーの全体改装に合わせて照明すべてのLED化を実施しています。なお本社施設は、2013年に社屋を移転した際に、すべてLED対応機器に入れ替えを行いました。



LED 照明

フロンガスの置き換え

一般的に業務用の冷凍・冷蔵庫には、オゾン層破壊や地球温暖化への影響が大きいとされるフロンガスが使用されています。このため、地球温暖化への影響が少ないガスへの置き換えを段階的に進めています。特にエネルギー効率の低い機器から優先して交換するほか、故障発生時には原則修理せず入れ替え対応することで、低炭素社会の実現に向けた取り組みを進めています。

● 自然共生社会の実現に向けた取り組み

カネ美食品の全15工場は、平均して1日1工場当たり約200tの水を使用しています。井戸からの取水には各自治体の条例に適合した設備を設け、井戸の掘削が困難な場合は、工場に受水槽を設けて公営水道か工業用水を使用し水量を調節しています。また、必要に応じて濾過を行い、高い品質を維持しながら使用しています。

排水量は1日50t以上となるため、特定施設として排水処理場を完備しています。下水道が完備されている地域においても、処理を施した後に下水へと放流しています。河川に放流する場合においても、各自治体の条例を満たす自社の排水基準を設けており、生態系の保全に努めています。こうした水処理施設は、全15工場で一括管理されています。

排水処理においては、季節的なキャンペーン商品や新商品の導入時など、通常時を上回る工場稼働を行った際においても、浄化槽の清掃回数を増やすなどの対応策を講じ、排水基準を遵守しています。生物多様性に配慮するため、今後も管理会社と連携しながら水資源や排水への徹底した管理に努め、自然共生社会の実現に貢献します。



水処理施設