

2020 環境報告書



一般社団法人 日本スーパーマーケット協会



I SDGsにつながる環境配慮型小売業を推進するために



小売業におけるSDGsの取り組み

SDGsは、2015年9月の国連サミットで150を超える加盟国首脳参加のもと、全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に掲げられた「持続可能な開発目標」であり、すべての国の社会課題を対象とした17のゴールと、その課題ごとに設定された達成基準である169のターゲットから構成されています。このゴールとターゲットによって、包括的で持続可能な社会の構築を目指すものです。

SDGsでは、貧困や飢餓から環境問題、経済成長やジェンダーに至る幅広い課題が網羅されており、豊かさを追求しながら地球環境を守り、そして誰一人取り残さないことを強調し、2030年までに達成することを目指しているものです。

小売業においても、事業活動をSDGsに照らし合わせ、社会活動や環境活動を通して地域社会の持続可能な発展や課題解決に取り組んでいこうという大きな動きとなり、当協会の会員企業においてもすでに着手している企業があります。

その中で食品スーパーマーケットが取り組む環境対策は、二つに大別されます。

ひとつは地球上の限りある資源を無駄なく有効に使う取り組みです。主には、食品のリサイクル促進や廃棄物の適正処理・減量化等で、循環型社会形成を促進する施策として店舗では以前から取り組んでいる事項です。

そしてもうひとつは、地球温暖化の防止につながる温室効果ガス（おもにCO₂）の削減、低炭素社会の実現に向けた取り組みです。これは、地球温暖化を防ぎ、生物が後世まで安全に過ごせるように今の環境を永く維持することを目的とした、温室効果ガスの排出抑制や省エネ対策等が主要項目になります。

特に、地球温暖化防止は、世界全体で早急に取り組まなければならない課題となっています。日本は、パリ協定を踏まえ、地球温暖化対策計画では2030年度の温室効果ガスの排出を、2013年度の水準から26%削減することが目標として定められています。この目標を達成させるためには、民生部門（家庭・業務）で約4割の大幅削減が必要となります。



《環境に関する関連法令》

地球温暖化対策推進法（地球温暖化対策の推進に関する法律の一部を改正する法律）

事業者の排出抑制等に関する指針を示し、地方公共団体実行計画の策定事項の充実、森林事業から生じる排出削減量にかかわる処置の義務付けといったことが盛り込まれています。温室効果ガス算定・報告・公表制度の見直し、国民生活における温室効果ガス排出抑制のための取り組み等についても定めています。

（１）店舗活動における省エネルギー・温暖化対策・温室効果ガス排出削減・3Rの推進といった資源の有効利用等



サミット株式会社：太陽光発電の採用



株式会社エコス：
リサイクルステーションの設置

会員企業の各店舗においては、省エネ・温暖化対策・温室効果ガス排出削減・3R（Reduce、Reuse、Recycle）の取り組みが進んでいます。こまめな消灯といった運用面での実践から始まり、積極的に取り組む会員企業では、設備の更新にあわせてさまざまな省エネ機器の導入がなされています。

さらに先進的な会員企業では、環境配慮型のモデル店舗が新設されています。そこでは省エネ仕様の店舗建築・設備の採用、太陽光発電等の新エネルギーの導入、店内にある様々な機器について、機器ごとのエネルギー使用量の実態把握、それに伴う利用改善といった様々な排出削減対策が講じられています。

資源の有効利用に関しては、容器包装の削減といった3Rの推進が中心となりますが、それだけでなく原材料や包装材における再生材を利用した商品の販売や、食品廃棄物の肥飼料への再利用等が挙げられます。さらに、食品廃棄物を再生して生産された農畜産物の販売等も資源の有効活用となります。

そのほか、消費期限前の余剰食品の有効活用に関わり「フードバンク」に関しても取り組む会員企業が増えています。

また、新規出店地域における生物群集とそれを取り巻く環境を鑑みた生態系の価値の評価や、生態系を考慮した認証商品販売の視点をもつことは、長期的な店舗活動や販売商品の確保に必ず通じると考えられています。

社会と企業の持続可能な発展のために、豊かな個性をもつ地球上のすべての生物たちが、直接的にも間接的にも支え合って今後も生きていけるような生物多様性への取り組みも、会員企業各社でスタートしています。

《環境に関する関連法令》

省エネ法（エネルギーの使用の合理化等に関する法律）

工場・事業場・運送・建築物・機械器具についての省エネを進め、エネルギーを効率的に使用するための法律

フロン排出抑制法（フロン類の使用の合理化および管理の適正化に関する法律）

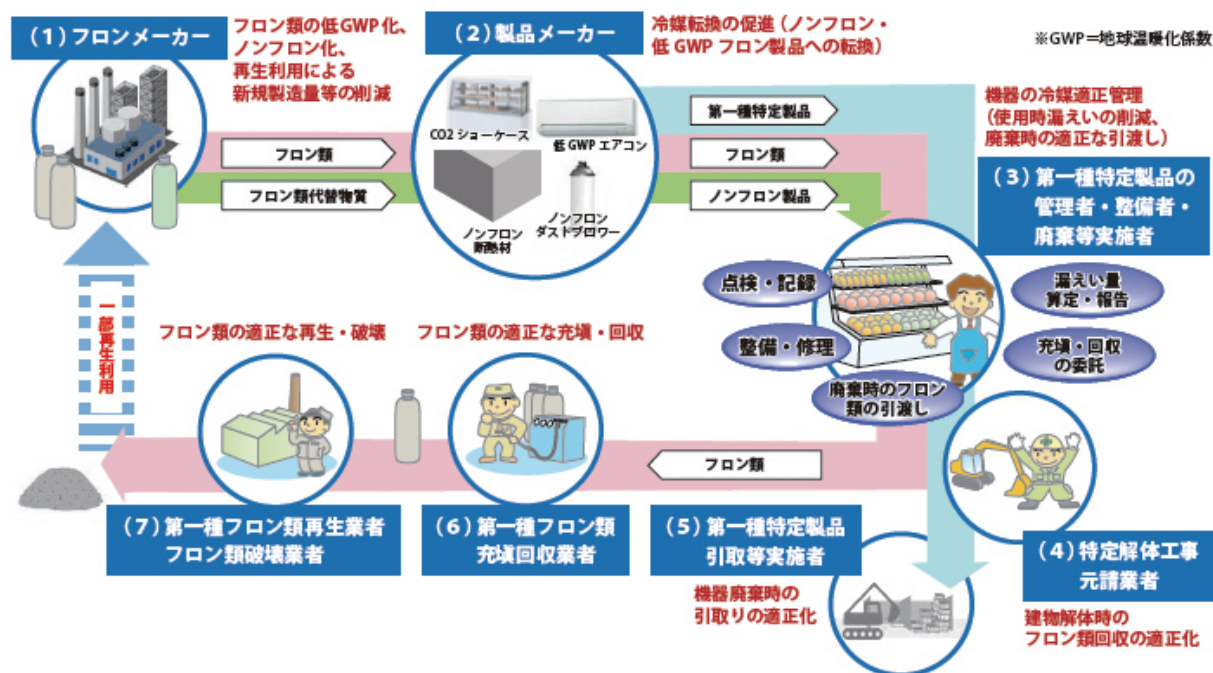
フロン類とは、フルオロカーボン（フッ素と炭素の化合物）の総称であり、そのうち、CFC（クロロフルオロカーボン）とHCFC（ハイドロクロロフルオロカーボン）がオゾン層破壊物質です。

また、HFC（ハイドロフルオロカーボン）のことを一般に「代替フロン」といいます。HFCは塩素を持たないためオゾン層を破壊しません。

オゾン層が「特定フロン」等により破壊されると、有害な紫外線が急増する原因になります。「代替フロン」等の温室効果ガスが増加すると、地球温暖化に影響を与えます。

そのため、フロン類の製造から廃棄までのライフサイクル全体を包括的な対策を実施するよう、2013年6月、フロン回収・破壊法をフロン排出抑制法と改め、2019年6月には廃棄時回収率向上のための改正を行いました。

フロン類のライフサイクル全体





(2) お客様との協働によるリサイクル等の環境対策の取り組み



株式会社ライフコーポレーション：
リサイクル回収ボックスの設置



マックスバリュ西日本株式会社：
買物袋持参運動

当協会の会員企業の店舗では、資源回収のための店頭リサイクルBOXの設置や、レジ袋削減・マイバッグ（マイバスケット）の利用促進等で、お客様に環境活動への協力の呼びかけをおこなっているほか、容器包装の簡素化や、生産・使用・廃棄時において環境負荷低減ができるような環境配慮型商品の販売・開発も行っています。

《環境に関する関連法令》

容器包装リサイクル法（容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律）

食品トレーやレジ袋などのプラスチック製容器包装や、紙製容器包装、ペットボトルやガラス瓶などの廃棄物について、消費者、自治体、事業者の3者が責任を分担して、リサイクル（再商品化）を促し、一般廃棄物の減量とともに、再生資源の十分な利用を図ることをねらって交付されました。

2019年12月には、プラスチック製買物袋の過剰な使用を抑制することを目的に、この省令が改正、2020年7月よりプラスチック製買物袋の有料化が義務付けられ、定期報告の内容も変更となりました。

廃棄物処理法（廃棄物の処理及び清掃に関する法律）

廃棄物の排出を抑制し、さらに廃棄物の適正な分別、保管、運搬、リサイクル、処分等の処理をするとともに、生活環境を清潔にするための法システムに関する法律。

食品リサイクル法（食品循環資源の再利用等の促進に関する法律）

食品廃棄物の排出抑制や資源として有効に活用することを促す法律。大量生産・大量消費社会から循環型社会への転換を促進するために、小売業、食品会社、外食産業等食品を取り扱う全事業者に食品廃棄物の減量・リサイクル・熱回収等を求めています。食品廃棄物の年間発生量が100万トン以上の大規模事業者には、リサイクル率（再生利用実施率）等の報告が義務付けられ、取り組みが十分でない場合は、事業名の公表や罰金などの厳しい措置をとることが定められています。

食品ロス削減推進法（食品ロスの削減の促進に関する法律）

食品ロスの削減に関し、国・地方公共団体・事業者の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他、食品ロスの削減に関する施策の基本となる事項を定めること等により、食品ロスの削減を総合的に推進することを目的に2019年10月に施行されました。

(3) 生産者、卸売事業者、物流事業者等のサプライチェーン上流との協働による環境負荷低減活動



株式会社いちい

配送の環境対策

いちいの配送は「グリーン経営認証」された株式会社デイリーサービス様に委託しています。

グリーン経営認証とは、公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団が認証機関となり、グリーン経営推進マニュアルに基づいて一定のレベル以上の取組みを行っている事業者に対して、審査の上認証・登録を行い、環境負荷の低減につなげていくための制度です。

株式会社デイリーサービス様では、具体的には環境保全の取り組み、従業員に対する環境教育の推進・低公害車等の購入・アイドリングストップなどのエコドライブの推進等に取り組んでいます。



株式会社さとう

物流効率化とアイドリングストップによるCO₂の削減

物流センターへの集約で物流の効率化を図り、車両台数や走行距離を抑制しています。店舗では、お客様のアイドリングストップのご協力を呼びかけるとともに、配送車両もアイドリングストップにつとめています。



当協会の会員企業は、独自に環境対策に取り組むだけでなく、生産者・製造業者、卸売業者、物流業者といったサプライチェーンの上流と協働しながら、納品期限を緩和した商慣習の見直しや梱包資材の簡素化、環境配慮型車両の導入や配送センターの共同利用など、物流における環境負荷の低減をおこなうとともに、モーダルシフトや静脈物流の試みといった制度上難易度の高い活動にも着手しています。

また、環境負荷低減をテーマとするプライベートブランド（PB）等の商品開発のために、関係各社との情報提供も進んでいます。



Ⅱ SDGsにつながる環境配慮型小売店舗実現への取り組み

1. 店舗活動に伴う環境対策

小売業が店舗活動をしていく際に果たすべき環境への取り組みは、(1) 店舗における温室効果ガス排出抑制と省エネの推進、(2) 店舗活動に伴う廃棄物の3Rの推進、(3) カーボン・オフセットの導入、(4) 自然保護・生物多様性対策が考えられます。

店舗活動に伴う環境対策に関する会員企業の取り組み例

アルビス株式会社

とやまエコ・ストア制度に登録

お客さまと一緒にエコ活動に取り組む店舗「とやまエコ・ストア制度」に登録し、環境保全活動を推進しています。エコライフの一層の定着・拡大を図るため、お客さまのご協力のもと、環境に配慮した取り組みを積極的に行っています。

- ・(1) レジ袋無料配布廃止
- ・(2) 資源物の店頭回収
- ・(3) 適切な温度設定
- ・(4) 廃油の回収・魚残渣の回収・肉脂の回収



株式会社サニーマート

高知県の環境配慮型事業所認定制度で「環境にやさしい事業所」認定を受けました。

環境配慮型事業所認定制度とは高知県で平成16年度から実施されている認定制度です。

「事業所から出るごみの発生抑制やリサイクル、省資源・省エネルギー活動を実践し、環境保全活動や環境への負荷を低減する取り組みを行い著しい成果をあげている」と認められ平成22年12月17日に認定を受けています。

<サニーマートの取り組みの概要>

- ①食品循環資源（食品廃棄物）の回収リサイクルの取組
- ②プラスチック、紙くず等の分別リサイクルの取組
- ③電気使用量のリアルタイム見える化機器の導入と節電の取組
- ④LED照明や省エネタイプの空調機・冷蔵庫の積極的導入
- ⑤地域連携・協定締結によるレジ袋の無料配布中止の実施
- ⑥高知県産の間伐材の積極的な利用

※また、愛媛県では、サニーマート松山久米店・サニーマート森松店・サニーマート東本店の3店舗が愛媛県資源循環優良モデル認定事業の「優良エコショップ」の認定を受けています。



認定番号 第16号	
高知県環境配慮型事業所認定証 (環境にやさしい事業所)	
高知県高知市昭和町2丁目1番37号 株式会社サニーマート 代表取締役 中村 和宏 様	
高知県がサニーマート等認定制度を推進する事業所として、認定を受け、事業所であることを示す。	
認定事業所	株式会社 サニーマート
認定事業所所在地	高知県高知市昭和町2丁目1番37号
認定年月日	平成22年12月17日
認定の有効期限	平成26年3月31日
事業所における下記の環境保全活動や環境への負荷を低減する取組において、著しい成果をあげており、その成果・効果、先進性などから認定事業所の名を授けられると認められるため。	
認定理由 <取組の概要> ①食品循環資源（食品廃棄物）の回収リサイクルの取組 ②プラスチック、紙くず等の分別リサイクルの取組 ③電気使用量のリアルタイム見える化機器の導入と節電の取組 ④LED照明や省エネタイプの空調機・冷蔵庫の積極的導入 ⑤地域連携・協定締結によるレジ袋の無料配布中止の実施 ⑥高知県産の間伐材の積極的な利用	

（１）店舗における温室効果ガス排出抑制と省エネの推進

小売業とその店舗が、持続可能で効率的な環境対策を進めていくためには、多様な店舗形態や業務内容に即した省エネ設備・機器・システムなどの開発・普及を図る必要があります。

同時に、店舗規模や業務内容にあったマネジメントサイクル確立に向けた管理と啓発を行い、販売活動と環境配慮が両立しうるような人的・経済的資源の効率化を進めていくことも欠かせません。

① 店舗でのエネルギー消費量の把握

店舗活動に伴う環境対策は、店舗全体のエネルギー消費量の把握を行うことから始まります。

当協会の会員企業の多くが、店舗の月別エネルギー消費量、光熱費を集計し、その状況を全従業員が把握しながら日々削減に取り組んでいます。これを継続的に実践するには、従業員の省エネ意識を喚起していくことがポイントとなります。そのために各会員企業は従業員教育に力を入れています。



株式会社ウオロク：EMS（エネルギーマネジメントシステム）とデマンド監視装置の導入

冷凍冷蔵ケースに使用している冷媒フロンの漏えいは、地球温暖化に与える影響が大きいため、近年特に漏えい量の正確な把握が求められており、2015年4月、フロン排出抑制法の施行により、フロン漏えい量の報告が義務付けられました。

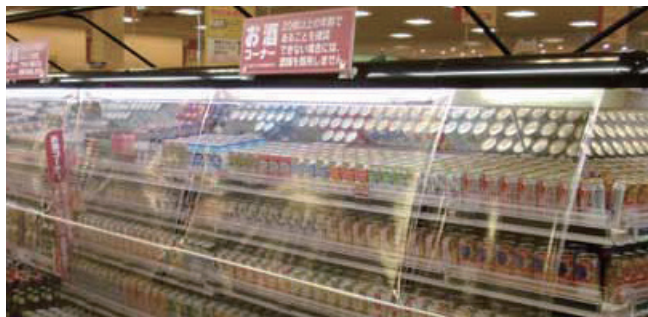
また、2019年からは、食料品スーパー業においてもベンチマーク制度が開始となり、同じ業種で共通の指標による目標を定めることにより、他の事業者との比較による省エネ取り組みの促進がはかられています。

② エネルギー消費量把握後の運用改善

店舗でのエネルギー消費量を把握し、その結果を得てから具体的な運用改善に取り組むことになります。例えば、冷凍冷蔵ケースなら、管理温度の見直し、適度な温度調節の実施、ナイトカバーの効果的な取り付けなど、冷凍・冷蔵庫なら、扉の開放厳禁、エアカーテン吹き出し口や吸い込み口、フィルターの定期清掃の実施などが挙げられます。空調システムでは、営業時間外運転の最小化、店内設定温度の見直し、季節ごとの空調温度の適正化、中間期・冬季の外気冷房採用、バックヤードシステムの換気用ファンの夜間停止、機械室の自然換気、ブラインドの活用等があり、これらに積極的に取り組んでいます。



また、店内スポット照明の営業時間外の消灯、バックヤード照明の間引き点灯、閉店直後の屋外照明消灯といった運用改善も実践しています。



株式会社ヨークベニマル：ナイトカバー（冷蔵ケース）



株式会社ライフコーポレーション：
リーチインケース

I SDGsにつながる環境配慮型小売店舗を推進するために

II SDGsにつながる環境配慮型小売店舗の実現への取り組み

III SDGsにつながる環境配慮型小売店舗を実現するために

③ 省エネ機器の導入、店舗設備・店舗建築の改善

店舗活動に伴う環境対策向上に大きな効果が期待できる方法として、省エネ機器の導入、設備・建築の改善があります。

環境対策改善に効果のあるものとして、LED照明や自動調光制御等の省エネ型照明の採用のほか、全熱空調機、空調・ポンプのインバータ化等の省エネ型空調、インバータ式や省エネ型エアカーテンタイプのショーケース、ノンフロン型等の省エネ型冷凍冷蔵設備、空調・冷凍・冷蔵用熱源一体型システム等の採用があり、会員企業での設置が進んでいます。また、店舗建築においては、店内の床材に反射率の高いセラミックタイルを使用し、省エネを実現するほか、節水コマの設置や省エネタイプの水洗トイレの導入により、水使用量の削減を図る会員企業もあります。

新エネルギーとしては、太陽光発電、小型風力発電等があり、それ以外にも太陽光採光が考えられます。これらのエネルギーを、より効果的に活用するために断熱材、複層ガラス、屋上緑化等の導入もなされています。



株式会社ヤオコー：太陽光発電システム



株式会社マルアイ：屋上緑化

④ 消費量把握を助けるツールの導入

省エネ機器を効率的に運用するために、より詳細な機器別・場所別の運用状況を把握するためのツールの導入も会員企業で進んでいます。

例えば、間接的ではありますが、CO₂の発生を把握する設備としてはスマートメーター、ビルエネルギー管理ツール、ビルの省エネ計算プログラム等があります。

⑤ 行政の支援等の活用

小売業とその店舗が省エネを進めるにあたり、店舗が利用できる経済的支援制度を行政が提供する場合があります。効率的に省エネ、CO₂削減を行っていくためには、このような制度を活用することも有効です。

省エネ・CO₂削減に関する行政の支援策は、経済産業省やNEDO（新エネルギー・産業技術総合開発機構）が実施しており、設備導入への補助金制度等があります。

省エネ型店舗に関する会員企業の取り組み例

株式会社平和堂

省エネ設備に切替え、地球温暖化防止に努めています。

2018年度は、北陸電力様の指導による空調運用改善の取り組みを、京都、滋賀、東海地域へ拡大しました。また、昨年に引き続き、冷凍平ケースに硝子扉を設置して省エネ、カビ対策を実施、新型節水栓設置、新型高効率冷蔵冷凍ケース、空調の更新、照明器具のLED化を行いました。

さらに新たな取り組みとして、冷凍設備、電気設備等に省エネ機器を設置し、検証等を行っています。全店でも省エネ対策に取り組んだ結果、全店直営昨年対比で、電気使用量を2,935千KWH（△1.0％）削減、水道使用量3,202千トン（△2.4％）削減、ガス使用量146千m³（△5.1％）削減、重油75千トン（△4.8％）削減しました。



▲吸収式冷温水発生器をチラーに更新

株式会社マルアイ

マルアイは全店オール電化になっています。給湯や冷暖房、厨房設備などの熱源をすべて電気で賄えば電気料金的大幅な割引が可能となる“業務用総合電化契約”を採用しています。氷蓄熱式冷凍・冷蔵ショーケースやエコ・アイス、蓄熱給湯システム・エコキュート、電化厨房・IHフライヤーなど、オール電化による光熱費のコスト削減は約2割に達します。割引契約の採用もさることながら、個々の電気機器の性能向上による省エネ効果をはじめ、全機器のコントロールを一元化し、エネルギーの無





駄を省くことによる全体の最適化。そして環境に配慮した店舗及び設備設計による省エネ効果など、最適化への大きな取組みを実現しています。

さらに夜間電力の使用によりCO₂の排出を大幅に軽減。環境に優しいシステムを目指しています。今後も更なる省エネが実現できる機器を積極的に取り入れていきます。

★省エネ型店舗に関する会員企業の取り組み例

株式会社ウオロク	・環境マネジメントシステムの導入 ・デマンド監視システムの導入 ・LED照明、省エネ設備の導入
株式会社オークワ	・節水器設置 ・太陽光発電導入 ・照明のLED化
株式会社カスミ	・太陽光パネル設置 ・省エネ効果の高い設備の導入
株式会社さえきセルバホールディングス	・太陽光発電システム設置 ・店内照明のLED化
株式会社さとう	・省エネ設備や省エネ管理の徹底 ・太陽光発電設備の稼働
サミット株式会社	・照明の省エネ ・デマンド監視装置 ・太陽光発電の採用 ・冷凍設備の圧力制限
合同会社西友	・ドア付冷凍冷蔵ケースやLED照明の設置 ・多店舗エネルギー・トータルマネジメントシステムの導入
株式会社ハローズ	・太陽光発電 ・蓄熱ブラインシステム ・ECOモニター ・LED照明 ・ドア付き冷凍ケース ・冷蔵・冷凍ケース防露ヒーター制御 ・デシカント空調
株式会社平和堂	・省エネ設備へ切り替え
マックスバリュ西日本株式会社	・省エネ機器の導入 ・太陽光発電システムの設置
株式会社マルアイ	・氷蓄熱＋オール電化による省エネ推進 ・LED照明の取り組み
株式会社マルイ	・LED化 ・太陽光発電 ・デマンド計導入
株式会社ヤオコー	・LED化 ・デマンドモニター設置 ・リーチインケース導入
株式会社ヤマナカ	・冷蔵冷凍機器設備の更新 ・店舗照明のLED化 ・デマンドコントロール
株式会社ライフコーポレーション	・LEDライト ・リーチインケース

I SDGsにつながる環境配慮型小売業を推進するために

II SDGsにつながる環境配慮型小売店舗の実現への取り組み

III SDGsにつながる環境配慮型小売店舗を実現するために

(2) 店舗活動に伴う廃棄物の3Rの推進

当協会の会員企業の店舗から発生する廃棄物は、CO₂の削減や資源の有効活用という観点から3R (Reduce、Reuse、Recycle) を推進しながら処理されています。

① リデュース (Reduce) 廃棄物の発生抑制の視点を常に持つ

当協会の会員企業は、日々の販売数の管理を厳密化させることで毎日の発注精度を高めるとともに、営業努力の強化による売り切り販売を実現しています。加えて、売れ残り商品の発生抑制の工夫等による廃棄ロスやコスト削減効果の算出とその評価を継続的にを行い、廃棄物の排出抑制に役立てるということに力を入れています。

② リユース (Reuse) 再使用の道を探る

使用済み容器等のリユースの機会を増やしています。

③ リサイクル (Recycle) 再生利用等による資源の有効活用。リデュース、リユースができない廃棄物を極力再資源化する

食品リサイクル法における食品小売業の再生利用等実施率は、2024年度までに60%を達成するよう目標が引き上げられており、現在達成のために業界をあげた取り組みが展開されています。その具体的な事例としては、食品循環資源を肥料・飼料として活用し、育てた農畜産物あるいはその加工品等を商品として店舗で販売する「リサイクルループ」の構築等があります。

また、取り組みの一層の進展のために、企業の枠を超え、地域での共同回収・再資源化の連携等の幅広い協働も展開されています。地域の「フードバンク」を活用し、必要としている人に食品を届ける施策は、地域団体との協働による取り組み例ともいえます。

※リサイクルループとは…

小売業や外食産業から出た食べ残しや売れ残りを肥料や飼料にして、農業生産者が農畜産物を生産して、そこでできたものを再度小売業や外食産業等が購入するシステムのこと。

※フードバンクとは…

「食料銀行」を意味する社会福祉活動。まだ食べられるのに、様々な理由で処分されてしまう食品を、食物に困っている施設や人に届ける活動のこと。

④ 新たな取り組み

2018年6月19日に閣議決定された第4次循環型社会形成推進基本計画では、持続可能な社会づくりとの統合的な取り組みが新たな政策の柱として位置づけられ、2019年5月31日には、資源・廃棄物制約、海洋プラスチックごみ問題、地球温暖化、アジア各国による廃棄物の輸入規制等の幅広い課題に対応するため、3R+Renewable (再生可能資源への代替) を基本原則としたプラスチックの資源循環を総合的に推進するための戦略「プラスチック資源循環戦略」が公表されました。その取り組みの一環として、プラスチック製買物袋の有料化が2020年7月1日より義務化されることとなりました。





3Rの推進に関する会員企業の取り組み例

株式会社サンエー

店舗の敷地内に常設のエコすぽっと（古紙回収）。買い物ついでに不要になった新聞、チラシ、雑誌、本をお持ちください。回収された古紙分のポイントがたまって、サンエー商品券と交換できます。



株式会社フレスタホールディングス

エコトレとエコAPETの使用

お客さまのご協力によって回収されたトレイを、廃棄せず再生原料として使用するエコトレとエコAPETには「原料製造」、「廃棄・リサイクル」の部分でCO₂削減効果があります。一度のみならず、何度でも使用・回収して生まれ変わるリサイクル製品を積極的に取り入れています。



エコトレ
一度使用されたトレイを回収し、リサイクルした原料から再生した環境対応製品



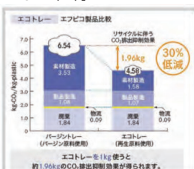
エコAPET
PET素材の透明容器やPETボトルを回収し、リサイクルした原料から再生した環境対応製品

◆発泡:エコトレ (PSP汎用全て)

<2017年3月迄>



<2017年4月〜>



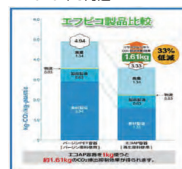
エコトレご使用によるCO₂削減効果

発泡PSPトレイ 年間排出 抑制効果 (kg)
2017年3月迄: $5,564 \times 2.27 = 12,630$
2017年4月〜: $44,328 \times 1.96 = 86,882$ = 99,512

成木13,861本のCO₂吸収量に相当。
(エディオンスタジアム 約9個分の森林が吸収するCO₂に相当)
※成木直径4mの木1本の樹冠面積=12.6㎡=22.68kg
エディオンスタジアムは約27㎡で換算

◆透明:エコAPETトレイ

<2018年3月迄>



エコAPETご使用によるCO₂削減効果

透明トレイ年間 (kg) 年間排出抑制効果 (kg)
 $90,345 \times 1.61 = 145,455$
245トン/年の削減効果
※算出期間 2017年3月〜2018年2月迄の数値

レジ袋30,228,173枚の削減量に相当。
(※高密度ポリエチレン製レジ袋 CO₂排出係数 0.0104kg/枚)

株式会社エコス

エコスでは、各店舗における作業過程で排出された野菜くずやお弁当材料などの余剰商品を、新しい食品を生み出す堆肥や飼料として再利用する取り組みを進めています。また、このような食品リサイクル・ループによる環境にやさしい商品の開発・販売を積極的に行うことにより、極力、食品由来の廃棄物が出ないように努めております。

世界中で多くの食糧問題を抱える今、お客様にとっておいしく、安全・安心な商品をお届けすること、適正な発注と商品管理を徹底し、食品廃棄物をできる限り生まないことが、大切な「食」を扱う私たちスーパーマーケットとしての任務です。

また、お客様を招待しての農業体験ツアーや、食育セミナーの開催により、食べ物を大切にする心や、日本の食文化を学ぶ機会を提供しております。



株式会社ライフコーポレーション

店舗やプロセスセンターでの調理や加工の際、できる限りの工夫を行っていますが、どうしても生ごみが発生してしまいます。また、天ぷらなどを揚げた調理用油も酸化が進む前に交換が必要です。ライフでは積極的にこれらの食品廃棄物のリサイクルに取り組んでいます。

各プロセスセンターでは、生ごみの減量化を目的として「野菜ごみ処理機」を導入しています。1日に3トン以上も出る野菜くずをバイオの力で水と炭酸ガスに変え、消滅させます。





★ 3 R の推進に関する会員企業の取り組み例

株式会社いちい	・エコキャップ運動 ・トレーリサイクル ・古紙回収
株式会社ウオロク	・食品循環資源リサイクルループ ・店頭での資源回収とリサイクル ・ダンボールのリサイクル
株式会社エコス	・エコスグループの循環型農業 ・店頭リサイクルの再生フロー
株式会社エムジー	・トレーの回収 ・牛乳パックの回収
株式会社オークワ	・リサイクル資源店頭回収 ・ecoひろば、エコぼすの設置
株式会社カスミ	・食品残さのリサイクル ・リサイクルステーション ・カスミリサイクルセンター
株式会社さえきセルバホールディングス	・リサイクルボックスの設置
株式会社さとう	・野菜くずのリサイクル ・魚アラのリサイクル ・発泡スチロール箱のリサイクル
株式会社サニーマート	・食品リサイクルループ
サミット株式会社	・店頭での資源回収 ・容器の削減
株式会社サンエー	・紙パック・食品トレーの回収、リサイクル ・エコすぽっと設置店舗
合同会社西友	・ノントレイ商品
株式会社ツルヤ	・店頭での資源回収
株式会社仁科百貨店	・通い箱の導入 ・店舗での資源回収 ・エコステーション
株式会社ハローズ	・低環境負荷製品の使用 ・店頭リサイクル活動 ・エコセンター
株式会社フレスタ	・通い箱の活用 ・簡易包装の実施 ・リサイクルごみの店頭回収 ・エコトレイとエコAPETの使用
株式会社平和堂	・循環エコ野菜 ・平和堂リサイクルセンター ・店頭での容器回収 ・リサイクルステーション
株式会社マルイ	・ゴミ計量システム導入 ・食品リサイクルループ ・エコステーション設置 ・エコぼす導入
株式会社マルエツ	・廃棄物計量管理システム ・リサイクルボックス設置
株式会社ヤオコー	・リサイクルループ ・リサイクルボックス設置
株式会社ヤマナカ	・ノントレイ包装の使用 ・食品リサイクル ・リサイクルステーション ・資源の店頭回収
株式会社ヨークベニマル	・通い箱の取り組み ・ペットボトル店頭回収システム ・エコ包装 ・再生トレイ ・食品トレーを使わない取り組み ・リサイクステーションの設置 ・古紙、ペットボトルリサイクルシステムの導入
株式会社ライフコーポレーション	・生ゴミ処理機 ・通い箱の利用 ・資源リサイクルボックス

I SDGsにつながる環境配慮型小売業を推進するために

II SDGsにつながる環境配慮型小売店舗実現への取り組み

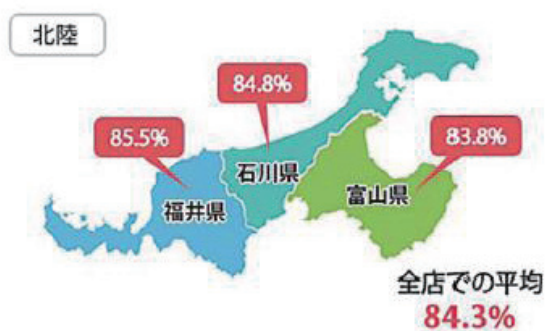
III SDGsにつながる環境配慮型小売店舗を実現するために

レジ袋の使用削減に関する会員企業の取り組み例

アルビス株式会社

マイバッグ・マイバスケット運動の推進

アルビスでは、2009年6月よりアルビス全店でレジ袋の無料配布サービスを廃止しました。マイバッグ・マイバスケットの持参を呼びかけ、お客さまのご協力とご理解のもと、レジ袋の削減に取り組んでいます。また、マイバッグ・マイバスケットをお忘れの方には、レジ袋を有料（1枚5円）で販売しています。販売したレジ袋の収益金は各自治体を通して環境保護団体に寄付し、様々な環境保全活動に役立てられています。



県別マイバッグ・マイバスケット持参率（2018年度）

株式会社カスミ

カスミは2019年3月1日から千葉県、埼玉県、群馬県、東京都の69店舗でレジ袋の無料配布を中止。無料配布中止店舗は同4月末現在、全188店舗のうち茨城県、栃木県の全店を含む182店舗まで拡大しました。レジ袋を削減することで、廃棄物の削減や焼却によるCO₂排出量の削減、海洋汚染の防止につなげます。2018年度に販売されたレジ袋の収益金20,902,800円は、地域の環境保全のほか、食育・社会貢献活動などに役立てられています。



株式会社ツルヤ



ツルヤではレジ袋削減活動に取り組んできました。また、レジ袋の厚さを薄くすることにより、重量の減量にも取り組んで参りましたが、更なる資源の有効活用を目指し、お客さまから不要となったレジ袋をお持ちいただきリサイクルする活動を行っております。



★レジ袋の削減に関する会員企業の取り組み例

アルビス株式会社	・マイバッグ・マイバケット運動の推進
株式会社ウオロク	・ウオロク CoGCa カードの「エコポイント」サービスを実施
株式会社エムジー	・レジ袋の有料化
株式会社カスミ	・レジ袋無料配布中止の推進 ・Eco. スタンプカード制度運用
株式会社さとう	・お買物袋ご持参運動
株式会社サニーマート	・マイバック推進活動
サミット株式会社	・オリジナルエコバック ・持ち手付きでレジ袋不要 ・「レジ袋は、いりません」キャンペーン（自治体主催）のお手伝い
合同会社西友	・レジ袋の有料化 ・オリジナルエコバック（PET 素材）
株式会社ツルヤ	・レジ袋の回収
株式会社仁科百貨店	・買物袋持参運動
株式会社ハローズ	・買物袋持参運動
株式会社平和堂	・お買い物袋持参運動 ・平和の緑づくり
マックスバリュ西日本株式会社	・買物袋持参運動 ・バイオマスレジ袋、マイバケットを導入
株式会社ヤオコー	・マイバック運動
株式会社ヤマナカ	・レジ袋無料配布中止
株式会社ヨークベニマル	・マイバック持参運動
株式会社ライフコーポレーション	・マイバック運動

食品ロスの削減に関する会員企業の取り組み例

株式会社ハローズ

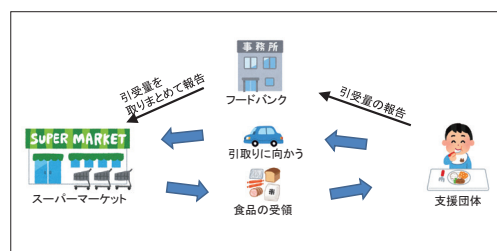
フードバンク（FB）活動支援

2015年3月FB岡山から支援スタート。福山・香川・愛媛・順正学園・徳島・アリス・ウエストに順次拡大。2019年2月では、11FB・30子ども食堂・5障がい者就労支援施設・3社会福祉協議会・その他支援を必要とする団体に提供。提供する商品は、廃棄伝票起票済みで消費期限の残っている青果・ハムソーセージ・日配食品・加工食品・菓子・日用雑貨。

2016年から、フードバンクと契約を締結した子ども食堂等の支援団体が近隣の店舗へ直接引き取りに向かうという、ハローズモデルに提供方法を変更し、提供数量も飛躍的に拡大（年間60トン＝売価換算年間5千万円相当）。同業他社にも提供を呼びかけ提供会社も大幅拡大。この「フードバンク提供促進の先進的な取組」により第6回食品産業もったいない大賞 農林水産省食料産業局長賞を受賞しました。



第6回食品産業もったいない大賞表彰式



ハローズモデル

サミット株式会社

味に問題はないのに、小さなキズやサイズの基準未達で産地が販路に困っている野菜もまとめて仕入れます。「不揃い野菜」として販売したり、店内で手作りするサラダや総菜の原料に使用します。



株式会社ヤオコー

食品ロス（まだ食べられる食品の廃棄）を発生させないよう、店舗での販売計画、適正な発注、値下げによる売切りを徹底しています。特にキワと呼ばれる時期には、予約販売や小量目の商品開発、販売計画の調整などを通して、食品ロスの削減を実施しています。また、2019年4月からは、米を除くドライ食品の納品期限を1/3ルールから1/2ルールへ変更し、サプライチェーン全体で食品ロス削減に取り組んでいます。

★食品ロスの削減に関する会員企業の取り組み例

株式会社ウオロク	・ 値下げ販売による売り切りの徹底 ・ 販売期限の延長 ・ 発注支援システムの導入
株式会社カスミ	・ フードバンク
サミット株式会社	・ 不揃い野菜の仕入れ
合同会社西友	・ フードバンク
株式会社仁科百貨店	・ 小分け、バラ売りの推進
株式会社ハローズ	・ 自動発注と需要予測システムの連携 ・ フードバンク
株式会社マルイ	・ フードバンク
株式会社ヤオコー	・ 納品期限の変更（1/2ルール）
株式会社ヤマナカ	・ ばら売り販売の実施 ・ 小量目商品の充実
株式会社ライフコーポレーション	・ 食品ロス問題啓発プログラム「もったいない鬼ごっこ」実施



(3) カーボン・オフセットの導入

カーボン・オフセットとは、店舗で排出されるCO₂などの温室効果ガス排出量を把握し、そのうえで主体的に削減努力を行うとともに、削減が困難な部分については別の手段を用いて排出量に応じた温室効果ガスの削減活動を行うことでオフセット（相殺・穴埋め）する取り組みです。オフセットの手法には、グリーンエネルギーも開発、森林保護、植林といった事業への投資等があります。

現在、カーボン・オフセットによる温室効果ガス排出削減量を促進するため、国内の排出削減活動や森林整備によって生じた排出削減・吸収量を認証する「オフセット・クレジット（J-VET）制度」が行なわれています。

カーボン・オフセットに関する会員企業の取り組み例

株式会社マルエツ

「カーボン・オフセット」の取り組み

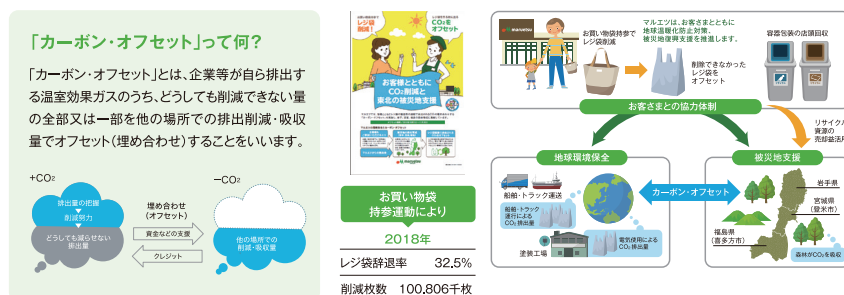
「カーボン・オフセット」とは、事業活動で排出されるCO₂等の温室効果ガスの削減努力を行った上で、削減が難しい排出量については森林保全等によってCO₂を吸収する事業からクレジット（吸収量）を購入し、オフセット（埋め合わせ）する考え方です。

当社では、お客さまのご協力のもと、レジ袋の削減に取り組む「お買い物袋持参運動」を展開していますが、さらに一歩進んだ施策として、2014年よりレジ袋製造の際に排出されるCO₂を、被災3県（岩手県、宮城県登米市、福島県喜多方市）の森林保全活動によって吸収されるCO₂のクレジットを購入してオフセットしています（2018年度は170t-CO₂）。その購入費用は、お客さまのご協力によって店頭回収された紙バックやペットボトルの売却益を活用しています。お客さまとともに、地球温暖化防止につながる環境活動を推進し、被災地域の環境保全活動、地域活性化を支援するしくみとなっています。

これらの取り組みが評価され、2015年には、「第5回カーボン・オフセット大賞『奨励賞』」を、さらに2015年度、2017年度、2018年度に「東北地域カーボン・オフセットグランプリ『支援賞』」を受賞しました。



「東北地域カーボン・オフセットグランプリ」表彰式
(2019年2月14日)



(4) 自然保護・生物多様性対策

会員企業が環境対策として、自然保護や地球上に多様な生き物が生息することによって、私たちが食糧、薬、木材等を手にすることができるという生物多様性対策を積極的に紹介することは、お客様に環境対策の重要性を伝えることに通じます。

さらには他社との差別化をアピールすることにもつながっていきます。店頭で、自然保護・生物多様性対策を訴求する重要度はますます増していることを受け、会員企業は様々な対策をしています。

自然保護・生物多様性対策の展開例として…

- 店舗の緑化
- 屋上・壁面緑化
- ビオトープの導入
- 資材等の調達でFSC 認証製品の優先購入・活用

※森林環境保全に配慮し、経済的にも継続可能な仕組みで生産された木材を認証するだけでなく、マークが入った製品の購入によってお客様が世界の森林保全に間接的に関与できる制度

- お客様参加型の植林・間伐活動
- 里山保全活動への参加を実施等

があります。

自然保護・森林保護に関する会員企業の取り組み例

株式会社カスミ

カスミ共感創造の森

ふるさとの森を守り育て、次の世代に引き継ぐ長期的な活動として、2011年から茨城県笠間市の「カスミ共感創造の森」で森林再生事業に取り組んでいます。この取り組みは単に森林の再生だけが目的ではなく、カスミの従業員が地域の皆さまやお客さまと共に植樹などを体験することで、環境保全の大切さを共感し、絆を深めることを目指します。2019年は5月11日に第9回植樹祭を開催。584人が参加して主に広葉樹約2,500本を植樹しました。この9年間に4,569人が参加、23,326本の木を植えました。植樹活動には毎年新入社員も参加、人材育成の場としても活用されています。





株式会社サンエー

店頭緑化環境の充実

サンエー店内外の栽培は、苗の育成から植栽・手入れなど一貫して自社の栽培部社員によって管理・運営いたしております。

植栽維持管理

植栽に使用されているヤシの木等の枯葉や剪定時にカットされた枝葉を捨てるのではなく、「シリンドラカッター」で細分し、土に戻すことによって、有機質を土に還元し、良質な肥料となり、植栽の育成へと繋がっていきます。

地域環境に配慮し、心地よい緑化環境づくりに貢献していきたいと考えております。



株式会社マルアイ

間伐材の活用

間伐とは、健全な森林を育てるために成長に伴って混みすぎた林の立木の一部を切り抜きすることです。間伐を行わない森林では樹木の生長が鈍く、根を張ることも難しくなります。森林の中は暗いため下生えも生えないので、水源涵養力、土壌保全能力の低い森林になります。

マルアイでは、全国森林組合連合会認定の、間伐材利用により、森林整備・育成に対し貢献していることをあらわす「間伐材マーク」を取得しています。

合同会社西友

水産資源の減少が世界的な問題となっている中、日本においても持続可能な水産業の実現に向けて、取組んでいくことが求められています。西友は、様々なステークホルダーと協力し、水産分野でのサステナビリティを担保するMSC（海洋管理協議会）やASC（水産養殖管理協議会）などの国際認証の取得を目指すプロジェクト「漁業改善プロジェクト（FIP）」や「養殖業改善プロジェクト（AIP）」の支援を行っています。

■日本初のマグロFIP「那智勝浦ビンチョウマグロ延縄FIP」

西友は、2017年にオーシャン・アウトカムズ、第78海王丸、ヤマサ協口水産が発足した、日本初のマグロFIP「那智勝浦ビンチョウマグロ延縄FIP」に、シーフードレガシーの紹介を得て参画しています。助成金による資金提供と、同プロジェクトの対象となるビンチョウマグロを関東21店舗で販売することで支援を行っています。

■日本初のAIP「宮城女川銀鮭AIP」

マルキン、フィッシャーマン・ジャパン、オーシャン・アウトカムズ、シーフードレガシーとともに、西友は「宮城女川銀鮭AIP」を支援しています。プロジェクトの必要経費を助成し、さらに2018年4月より、西友の関東・東北エリアの58店舗において、AIPの対象となる銀鮭の販売を開始。旬の時期に、品質の高い生銀鮭をお客様に提供しています。

★自然保護・森林保護に関する会員企業の取り組み例

株式会社カスミ	・カスミ共感創造の森 ・WWF 募金
株式会社サニーマート	・高知県産の間伐材の積極的な利用
サミット株式会社	・サミットの森
株式会社サンエー	・店頭緑化環境の充実
合同会社西友	・「FIP」「AIP」への支援 ・JaSPON（持続可能なパーム油ネットワーク）への参加
株式会社平和堂	・平和の森づくり
マックスバリュ西日本株式会社	・植樹祭
株式会社マルアイ	・間伐材の活用
株式会社マルエツ	・マルエツの森
株式会社ヤオコー	・植樹活動「ヤオコーの森林づくり」

2. お客様との協働によるリサイクル等の環境対策

小売業がお客様に向けて実施する直接的な環境対策には、（１）環境配慮型商品の店頭訴求力強化と購買促進、（２）環境に配慮した販売方法の推進、（３）３Ｒ・マイバッグ持参率のお客様参加型環境教育の展開と参加型環境行動の促進、（４）環境配慮に関する効果的な情報発信、地域社会と連携した環境対策の実施等が挙げられます。

当協会の会員企業はこのような活動に積極的に取り組んでいます。

（１）環境配慮型商品の導入・販売

環境配慮型商品は、着眼点に以下のようなものが挙げられます。

- ・省エネ、省CO₂、省資源

例：詰め替え商品、省エネ家電、カーボン・オフセット認証マーク付き商品、バイオマスプラスチックを使用した容器や買物袋等

- ・再生材、副産物の利用

例：再生紙使用商品、再生PET樹脂使用商品等

- ・その他の環境負荷

例：有機農産物、FSC認証商品、MSC認証商品、非木材紙製品等

「環境ラベル」は環境配慮型商品であることを伝える表示です。

ISOでは環境ラベルを３タイプに分けて規格制定していますが、準拠しない独自のラベルも多数存在しています。



代表的な「環境ラベル」は、以下のようなものが挙げられます。

- エコマーク
- バイオマスマーク
- カーボン・オフセット認証マーク
- 再生紙使用マーク

上記のような環境配慮型商品を身近に感じるような店頭訴求力強化と購買促進は、お客様を巻き込んで環境対策を進める際の注力事項になっています。

(2) 環境に配慮した販売環境づくりの推進

会員企業が取り組んでいる、環境に配慮した販売方法は、以下のようなものになります。

- 売場の冷暖房設定温度の緩和
- 冷やさなくてもよい商品の常温提供等、販売方法の吟味
- 明るいところに設置された棚や自動販売機の照明消灯
- バラ売り、量り売り商品の品揃え充実
- “わけあり商品”としての販売
- ノントレー商品等のように、容器や包装を軽量化して販売

環境配慮への呼びかけを会員企業が積極的に発信してきたことで、お客様の理解が進み、「店舗と協力して、環境に配慮した売場づくりを目指すことが望ましい」という認識が高まっています。また、このような取り組みは、業界や地域ぐるみで推進することが効果的であることもわかってきています。

さらに会員企業各社は、取り組み効果を高めるために、実施効果を定量的に報告する体制も構築しています。売場の冷暖房の設定温度見直しによる省エネ効果の結果や、商品の一部を冷やさずに販売することで削減された消費電力の報告等がその例になります。このような報告は、会員企業がお客様から環境配慮についての積極的な評価を得るために欠くことはできません。

(3) お客様に参加いただく環境行動への取り組み

商品の購買以外で、お客様に参加を呼び掛ける環境行動として、3Rやマイバッグの利用だけでなく、以下のような取り組みも会員企業は実施しています。

- エコ包装の取り組み
例：マイバッグ、マイバスケットの利用促進（レジ袋の辞退）、エコ包装の提示等
- リターナブルびんのリユース
例：牛乳びん、ビールびん、一升びん等の利用
- 店頭回収リサイクルへの協力
例：廃容器（トレー、牛乳パック）等
- 来店手段の工夫の呼びかけ
例：自転車や公共交通機関利用の呼びかけ等
- 環境募金、寄付等の実施
例：WWF（環境保全団体）への募金等

お客様を効果的に環境行動に促すにあたり、会員企業は「マイバッグ持参運動」など、お客様が気軽に参加できる環境を整備し、その意味や効果を分かりやすく伝え、参加の意義と成果を実感してもらうことも大切にしています。

（４）お客様への環境関連情報の発信

環境配慮型小売としての取り組みには、直接的にはお客様の参加・協力を必要としないものも多くあります。店舗内の省エネや廃棄物の削減、帳票などをペーパーレス化することによる紙使用の削減、サプライチェーン上流との協働による物流効率化などがこれにあたります。こうした取り組みは、お客様の目に触れることはあまりなく、認識されていないものが多いようです。以下その例です。

- 環境に配慮した店舗設計と設備運用
例：空調・照明・冷凍冷蔵ケース等の省エネ、フロン対策の推進、高効率型の新エネルギー機器の導入、太陽光採光の活用、断熱ガラスの導入等
- 廃棄物の削減・有効活用
例：適正発注や売り切りによる食品廃棄物発生抑制、「魚のあら」や「天ぷら油」などの廃棄物のリサイクル等
- サプライチェーン上流との協働
例：環境配慮型商品の開発、商慣習の見直し、効率的な物流網の構築等

このような会員企業の取り組みは、環境報告書やCSRレポートしてホームページ等で紹介されています。

これらの間接的な情報発信だけではなく、店舗やイベントなどでお客様に直接伝える方法の工夫も模索しながらではありますが、力を入れ始めています。

お客様への告知は、取り組みの背景や意味合いをわかりやすく説明すること、実施効果を、数値を交え定量的に伝えることがポイントになってきます。例えば、太陽光パネルの発電量のリアルタイム表示や壁面緑化等による店舗の消費電力・CO₂排出量の削減効果については、取り組み背景や意義が伝えやすいこともあり、お客様への説明をすでに実施している会員企業は少なくあ



りません。

また、店舗ではお客様と直接触れ合うことができることを活かし、店頭POPやイベントなどを通して、地球上に住むすべての人が毎日の生活の中で気軽に環境貢献に参加できること等と伝えていきます。

環境教育の対象となるのは、大人だけではなく子どもたちも含まれます。店舗を利用する子どもたちへの環境教育はもちろん、地域の小・中学校へ出向いて行う「出前環境教育」の開催も環境教育の一環です。発信された情報が、将来の環境を大切にする「グリーンコンシューマー」育成につながることもさることながら、子どもたちを通して各家庭に環境に配慮する姿勢が浸透し、ライフスタイルの変革を生み出すという可能性を大きくはらむ活動となっています。

3. サプライチェーン上流との協働による環境対策

生産者・製造業者や卸売業者、物流業者といったサプライチェーン上流と協働する環境対策は、(1) 生活者ニーズを反映させた環境配慮型商品の提案や共同開発（原材料・容器包装等に環境への配慮を落とし込む）や、(2) 環境負荷の少ない効率的な物流網の構築、商品のCO₂排出量の把握の支援等があります。

(1) 環境配慮型商品の共同開発

PB商品開発において、小売業自らが、生産者・製造業者および卸売業者、物流業者とともに環境負荷低減を図った商品の提案・開発に取り組む重要性が増しています。というのも、環境配慮型商品を検討していく中で、自社の環境負荷の状況を把握することになるので、会員企業各社が環境配慮型小売業としての最適化を求めるきっかけとなるからです。

環境配慮の発想から生まれた商品には、次のようなものがあります。

- 容器包装の削減・簡素化
例：詰め替え用調味料、洗剤・シャンプー、個包装しない大袋菓子等
- 賞味期限表示の見直し
例：賞味期限を「年月日」から「年月」表示に切り替えた加工食品の開発等
- 再生木材の活用
例：再生PET素材を利用した衣料品等
- 農薬や化学肥料を削減した農法の採用
例：有機栽培・特別栽培による野菜、米等
- 生物多様性への配慮
例：生物多様性に配慮した漁法で捕獲した鮮魚の販売等

また、消費者との接点がある小売業は、商品販売動向やお客様のリクエスト等を整理することで、生活者のニーズや商品使用状況を生産者・製造業者や卸売業者より容易に知ることができます。その強みを生かして質の高いPBを共同開発するために、小売業が、生産者・製造業者、卸売業者

と相互に環境負荷にかかわる情報を共有化する関係の構築が求められています。

実際に、会員企業の多くが、サプライチェーン上流との共通認識と情報の共有化が図れるような関係づくりに力を入れています。

(2) 効率的物流網の構築

商品の配送ロットや輸送頻度、リードタイムについては、食品スーパーマーケットを運営する会員企業の意向だけでなく、卸売業者・物流業者や出荷元と照らし合わせ、適正化することで、商品の物流にかかる環境負荷の低減を試みています。

商品の返品や回収には、食品ロスの発生だけでなく物流負荷も生じるため、返品ロス削減に資する対策（売れ残り商品の制御等）により、物流負荷削減を図る努力も欠かせません。また、現在では、配送の帰りの有効活用等により、負荷低減を図る取り組みも行われています。

それ以外のにも各社の状況に応じて、他企業との物流共同化、モーダルシフトの推進等、様々な取り組みが行われています。

効率的物流網の構築に関する会員企業の取り組み例

株式会社ハローズ

配送効率の向上

- 夜間配送を中心とした店舗配送
- 大型車両（10トン車）による運行数の削減
- 配送車両への積載効率を高める運搬機器の選定（サイズ等）
- 車両積載率、運搬機器への積載率管理
- 店舗配送の帰りの効率利用促進
 - ※ 運搬機器や空コンテナ・リサイクル品の回収
- 配送効率数値の指標管理
- 産直やメーカー直物流を推進し、流通経路の効率化を図ることで配送車両の削減に寄与しております。



株式会社ヨークベニマル

総輸送量の削減

ヨークベニマルは、効率的な物流を推進するとともに、戻り便の積極的な活用等による総輸送量の削減に取り組むことで、CO₂排出量の削減を目指しております。出店エリアごとにある物流拠点（センター）では、定期的にドライバー向けのエコドライブ研修を実施し、燃費の数値改善がめざましかったセンターに対してはインセンティブを贈る等して、ドライバーの士気と配送効率が高まるように努めております。



Ⅲ SDGsにつながる環境配慮型小売店舗を実現するために

1. 経営者の環境ビジョンと戦略的志向

当協会の会員企業各社は、環境対策の重要性に注目し、経営課題の中核に環境に関する経営方針や環境マネジメントの視点を取り込み、環境配慮への対応を積極的に進めています。

そして、この取り組みをより一層促進させるためには、適切な人材育成が不可欠であることから、その対応にも着手しています。例えば、社内研修制度で環境関連知識の習得向上をめざしたプログラムを導入したり、パート従業員にも情報や知識が徹底するようにバックヤードにポスターを掲示したり、朝礼などを活用して環境への問題意識醸成に努めています。

店舗においては、店頭リサイクルBOXの設置による容器包装等の回収や、環境配慮型商品の積極的な店頭訴求や購買促進、お客様との協働で環境への取り組みを行なう機会も増えています。

このような機会をさらに効果的にするためには、従業員がお客様に対して、取り組みの内容や意義を説明できるような環境知識の取得とコミュニケーション能力の向上が必要になります。この取り組みを支えるのは、本部が提供する環境教育を含めた情報が基礎になることから、情報提供にも会員企業各社は力を入れています。

2. 様々な取り組み事例を共有する仕組みづくりに注力

SDGsにつながる環境配慮型小売の実現に向けた取り組みは、先進小売業の具体的な成功事例を広く周知して共有していくことが有効です。特に、中小規模の会員企業が、環境への取り組みに力を入れていこうという場合、情報共有の仕組みづくりは不可欠になってきます。当協会は、これらの点を踏まえ、これからも会員企業のサポートを続けてまいります。

3. 環境配慮型小売の将来像

環境配慮型小売は、環境配慮の取り組みを行ないながら、お客様に「お買い物の楽しみ」を提供し続けることが最大の使命になります。

環境配慮の取り組みが、お客様に単なる節約や強制とならないように知恵を絞り、工夫をして、「お買い物」の楽しさを継続あるいは向上させ、持続可能な成長を維持できる産業として小売業のビジネスモデルを構築すると同時に、消費と環境が両立するような消費社会を実現させるために、当協会は、この問題を業界内でとどめるのではなく、社会全体で取り組む国民運動のひとつとして取り組んでいきたいと考えております。

