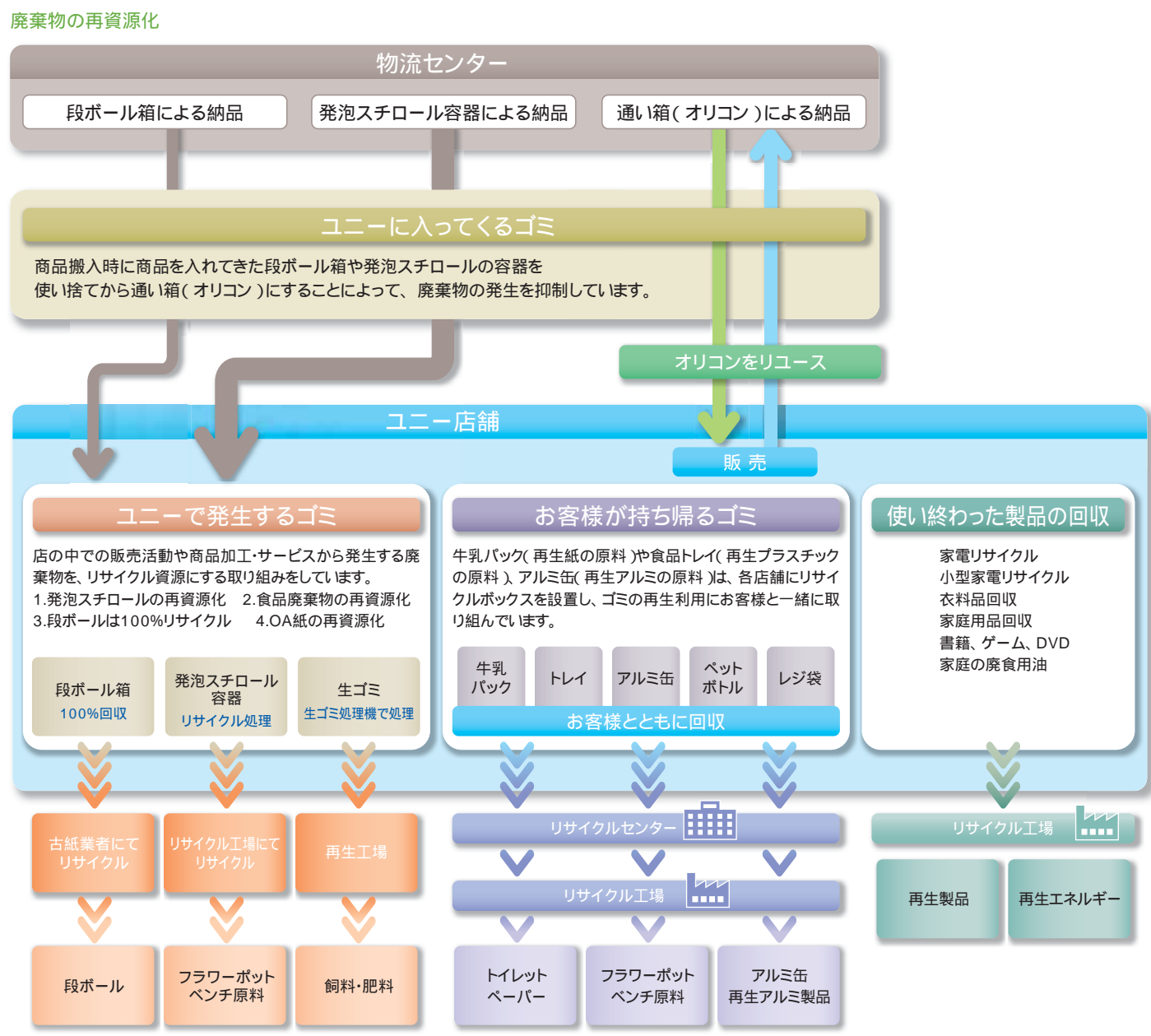


# 循環型社会 廃棄物を削減する取り組み

企業活動による廃棄物をできるだけ出さないようにするためには、廃棄物の発生場所や原因、種類などを正確に捉えることが必要です。ユニーでは全店舗で廃棄物計量器を設置し、排出場所・分類別に計量し、廃棄物の発生抑制やリサイクル推進に努めています。また、家庭に持ち帰るとゴミになる容器包装をできるだけ削減し、さらに使用済みの容器包装を店頭回収して再生利用しています。そして使い終わった製品のリサイクル回収も店舗では進めています。

## 廃棄物削減のための取り組み



## 廃棄物分別を徹底するために

ユニーの廃棄物分別計量は、店舗の直営部だけでなく、入店されているコンセッションナリーやテナント、お客様用ゴミ箱など共有部分での廃棄物など、あらゆる廃棄物で行っています。正確に分別計量してもらうために、関連している全ての人々を教育しています。



## ユニーで発生するゴミ

### 店舗での廃棄物削減の取り組み

ユニーでは2003年度から順次店舗に廃棄物計量器を設置し、店舗から排出される全ての廃棄物を排出場所ごとに分別計量しています。排出場所（売り場、専門店、その他）ごとに管理することで排出責任を明確にし、廃棄物の発生要因を追求し発生抑制に努めています。また排出された廃棄物は分別を徹底することで再生資源としての価値が上がり、リサイクルが進みます。

2012年度の廃棄物総排出量は2011年度比95.8%で4.2%削減できました。店舗から排出される廃棄物で構成比の高い段ボールは、物流の効率化として用いられる折り畳み式コンテナ（オリコン）や荷造り用わく箱（クレート）の使用により大きく削減することができました。また廃棄商品を削減することで、生ゴミやそれに伴う容器包装のビニール類が削減できました。

再生できる紙類が増加していますが、これは廃棄物を分別することによって再資源化につながることを従業員が理解し実践してきた結果です。今後はユニーだけでなく、専門店にも理解を求め教育を行い、廃棄物の発生抑制と排出された廃棄物は正しく分別することによってリサイクルを進めていきます。

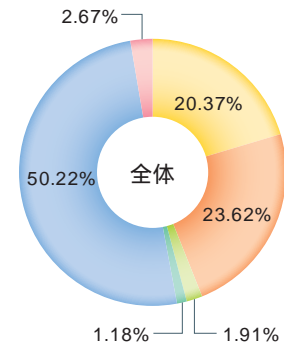
### 廃棄物排出量

(単位:kg)

区分	種類	2010年度	2011年度	2012年度	前年比 [%]	
可燃ゴミ	焼却ゴミ	一般可燃ゴミ	12,128,956	12,130,126	12,164,854	100.3%
		ビニール(食品系)	4,779,492	4,319,674	4,297,839	99.5%
		小計	16,908,448	16,449,800	16,462,693	100.1%
	食品ゴミ	生ゴミ	14,777,363	14,174,353	14,200,425	100.2%
		魚のアラ	3,712,463	3,177,342	2,520,947	79.3%
		てんかす	1,302,481	1,220,555	974,337	79.8%
		廃食用油	1,417,817	1,371,352	1,393,662	101.6%
小計	21,210,124	19,943,602	19,089,371	95.7%		
不燃ゴミ	ビン	1,034,530	1,054,398	1,058,184	100.4%	
	缶	533,041	512,169	491,763	96.0%	
	小計	1,567,571	1,566,567	1,549,947	98.9%	
発泡スチロール		1,082,640	982,894	958,302	97.5%	
段ボール および 再生紙	段ボール	40,441,290	40,787,926	38,163,782	93.6%	
	紙類(再生可)	2,012,196	2,110,142	2,417,343	114.6%	
	小計	42,453,486	42,898,068	40,581,125	94.6%	
その他	プラスチック	477,839	467,949	458,480	98.0%	
	ビニール(衣住系)	966,398	924,381	958,694	103.7%	
	ペットボトル	370,258	370,200	383,655	103.6%	
	陶器・ガラス	121,284	125,519	121,530	96.8%	
	金属カス	152,504	139,464	137,468	98.6%	
	その他	424,671	463,083	101,681	22.0%	
小計	2,512,954	2,490,596	2,161,508	86.8%		
合計		85,735,223	84,331,527	80,802,946	95.8%	

### 廃棄物構成比率

- 焼却ゴミ
- 食品ゴミ
- 不燃ゴミ
- 発泡スチロール
- 段ボールおよび再生紙
- その他



### 廃棄物計量システム



売り場では廃棄物を種類ごとに別々の容器に分けて入れます。混ぜてしまうとリサイクルできないので、容器に入れる時にきちんと分別します。



廃棄物は排出場所・分別毎にバーコードで管理し、計量器に載せ、重量を計ります。



シールを発行します。同時にデータは事務所の端末に記録、集計され、本社の端末に送信されます。テナントや売場には毎月集計された結果が告知されます。



計量した廃棄物は、それぞれ温度管理された廃棄物庫で保管されます。腐敗しやすい食品廃棄物などは冷蔵保管されます。



# 循環型社会 環境にやさしい容器包装

容器包装の本来の目的は、商品の品質や衛生安全を保全し、手軽に安全に持ち運ぶことです。セルフサービスで販売しているユニーでは、お客様が自分で商品を選びレジで精算するシステムなので、ほとんどの商品は容器包装に入れて販売しています。ところが、これら容器包装は家庭ごみの50%を占め、廃棄したものを焼却処分する際に大量のCO<sub>2</sub>を排出し、地球温暖化の一因にもなっています。ユニーでは容器包装の見直しを行い、3Rの推進とバイオマス活用を推進しています。

## 1 容器包装をできるだけ使わない販売への取り組み

レジ袋のように、お客様と一緒に「使わなくてもよい容器包装」を削減する。

- ノーレジ袋キャンペーン
- レジ袋無料配布の中止
- ばら売りなど、容器包装を使わない販売
- どうしても使用する容器包装の小型化・薄肉化
- トレイを使わない販売の検討
- 贈答品などの簡易包装
- マイボトルやマグカップなどの利用促進

## 2 使った後の容器包装を廃棄物にしない取り組み

お客様が商品と一緒に持ち帰った容器包装を回収し、再生資源にする。

- リサイクルによる店頭回収
- 再生資源として製品(トイレトペーパーなど)やベンチなどにリサイクル
- 使用済みレジ袋を再びレジ袋にリサイクルする

## 3 サステナブル(持続可能な)原料を使った容器包装への取り組み

限りある化石資源(石油)を使用せず、繰り返し栽培可能な植物資源を原料にする。

- 環境配慮PB商品eco!onの容器にバイオマスプラスチックを使用
- 有料レジ袋にバイオポリエチレンを使用
- 生鮮食品の販売に生分解性バイオプラスチック、ポリ乳酸製バックを使用

## 1 容器包装をできるだけ使わない販売への取り組み

### レジ袋削減への取り組み

スーパーでレジ袋の配布を開始したのは1970年代、薄くて丈夫、水に強く便利なことから、瞬く間に社会に浸透しました。ところが一度の使用で廃棄されてしまうこと、また自然界で分解しないので、ゴミ問題や自然破壊につながることから大きな問題になり、消費者団体などで「お買い物袋持参運動」が1980年代に始まり、ユニーでは1989年から取り組み始めました。2001年からは「ノーレジ袋キャンペーン」を開始し、さらに啓発を進めましたが効果が出ず、2007年から「レジ袋無料配布中止(有料化)」を始めました。2012年には有料化を94市町178店舗で実施しています。有料化店舗のレジ袋辞退率は88%となり、全社の辞退率は75%、1年間で2億枚強の削減を果たしています。今後さらに多くの店舗に拡大していきます。

### レジ袋削減のための取り組み

お買い物袋持参運動開始 .....> 1989年に愛知県一宮市で「使用済みのレジ袋を再び使用しましょう」という、お買い物袋持参運動を開始しました。



お買い物袋持参運動の説明を受ける従業員(1989年11月、サンテラス一宮店)

マイバッグキャンペーン .....> 2001年からは「何度も使えるレジ袋代わりのマイバッグ」をスタンプカードと交換で差し上げるマイバッグキャンペーンを始めました。

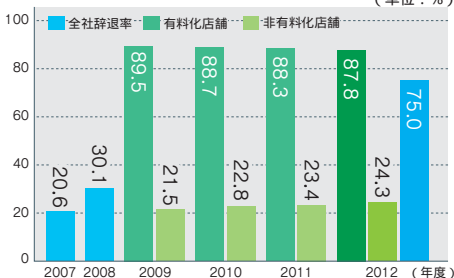


レジ袋の無料配布中止 .....> 名古屋市緑区で、他のスーパーと一緒に有料化を進めました。市民や市の職員も一緒にキャンペーン活動をしました。



名古屋市緑区アビタ鳴海店

レジ袋辞退率の推移



レジ袋使用量の推移

年度	枚数(単位:千枚)	重量(単位:t)	備考
2007	310,559	1,818	レジ袋無料配布の中止
2008	309,222	1,851	96店舗で無料配布中止
2009	134,678	1,029	170店舗で無料配布中止
2010	116,749	964	約73%の店舗で無料配布中止
2011	111,632	851	四日市市・弥富市などの店舗が加わる
2012	110,743	839	約80%の店舗で無料配布中止

2008年にユースストアと合併し80店舗増える  
容器包装リサイクル法に基づき、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

容器包装リサイクル法への対応

年度	委託金額
2007	2億9,729万円
2008	2億7,978万円
2009	2億2,272万円
2010	1億6,655万円
2011	1億6,154万円
2012	1億4,868万円

## レジ袋有料化

ユニーでは2007年6月に、横浜市のピアゴ中山店(旧ユニー中山店)で単独で有料化を開始しましたが、自治体や消費者・同業者との連携がないまま実施したため、お客様のご理解がいただけず、来店客数が減少し売り上げも一時低迷、厳しいスタートでした。店舗での啓発活動の結果、持ち直せましたが反省することがたくさんありました。これ以降、ユニーでは自治体と市民の皆様の合意のうえ、周辺の同業者と連携し、地域全体で取り組みました。その後大きな問題もなく、地域を拡大してきています。

- 1 自治体が、レジ袋削減は「廃棄物削減および地球温暖化防止」のためであることを広く市民に知らせ、主体的に取り組むこと。
- 2 地域の市民団体が支援して下さること。
- 3 地域の小売り事業者などが皆で参加すること。



自治体・市民団体・事業者の三者がそれぞれの役割を果たすために、協議会を設立し十分に話し合い、協定書を締結するよう努める。

### 地域環境活動に寄付

有料レジ袋を購入していただくと、ユニーは1枚につき1円を、地域の自治体の環境活動に寄付します。

2012年度実績  
94市町 178店舗 2,325万5,597円

## トレイを使わない販売のチャレンジ

容器包装使用削減のターゲットを、有料化が進み使用削減が進んだレジ袋から食品トレイに移し、売り場や商品部と協働で削減を進めています。2008年に名古屋市のアピタ千代田橋店精肉売り場でポリ袋を使った販売を実験、2011年には名古屋市のピアゴ清水山店でリーフパック(紙シートとラップの包装)で販売実験を行いました。さらに2011年秋からは椋山文学園大学との協働で、継続的に販売実験を行っています。



リーフパック



リーフパックを販売する精肉売り場



リサーチャーズのPOP

### 消費者の環境配慮行動を後押しする「リーフパック」への期待

2011年に引き続き、「おかいもの革命!プロジェクト」の一環として、消費者リーダー達の意見を得ながら、リーフパック商品の販売拡大を目指して取り組んできました。食品トレイに代わる容器包装として「リーフパック」を普及させ、「レジ袋辞退」に続く消費者の容器包装削減行動を後押しするものとして注目されます。多くの消費者は何か環境によいことをしたいと考えています。エコ・ファースト企業による新たな提案として、消費者の環境配慮型ライフスタイルを導く「リーフパック」の普及が大いに期待されます。



椋山文学園大学  
東 珠実 教授

### トレイを使わない販売へのチャレンジ

精肉部では資源使用を最小限に抑えることで、CO<sub>2</sub>の排出量を削減した、環境にやさしく家庭ごみを減らしたいお客様の声に応える「トレイを使わない販売」を行っています。大型店舗のアピタでは「リーフパック」という省資源包装を導入しています。現在は中京エリアの5店舗で、豚肉・鶏肉の4~5品目を販売、「リーフパック」の普及イベントも行い、お客様の支持は確実に高まっています。



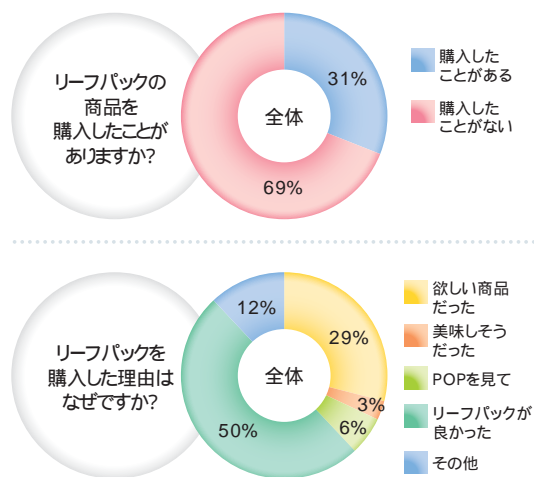
食品本部 精肉部長  
酒井 睦夫

椋山文学園大学とJST(科学技術振興機構)の研究で、2011年から取り組んでいる、食品トレイを使わない「リーフパック」(紙製シートとラップを使った包装)の販売拡大を目指し、店舗とバイヤーが中心となり、「おかいもの革命!プロジェクト」(買い物を通じてCO<sub>2</sub>削減を目指す研究プロジェクト)と協働でリーフパックの販売実験を行いました。

前回の販売実験で得たお客様の声を取り入れ、今回はより目立つPOPを設置するとともに、動画(動くコトPOP)で使い方をPRし、実験店舗を6店舗に拡大して行いました。その結果、6店舗中5店舗において、POPの設置前後で6種類の対象商品に対するリーフパックの購入割合が増えました。また、お客様へのインタビュー調査では、リーフパックの購入経験者は31%、購入理由については「リーフパックが良かった」と回答した人が50%にのびりました。購入したお客様からは「かさばらない」「ごみが減る」「まな板がわりになる」という3つのPRポイントのほか、「量がちょうどよかった」「食品トレイと一緒に並んでいると分かりやすい」「もっと宣伝が必要では」などたくさんのご意見をいただきました。一方で、リーフパックをPRするPOPは販売促進の補助的な役割を果たしているものの、直接的な影響は少ないことも分かり、いかに認知度を上げるかが課題となっています。

リーフパックは認知され、良さを実感できればお客様に支持され、支持されることでCO<sub>2</sub>削減にもつながるため、引き続きよりお客様に認知していただけるような販売方法について検討を行っていきます。

### リーフパックに関するアンケート



## マイボトル・マイカップ普及キャンペーンに協力

ユニーは、容器・包装3R推進協議会(事務局 名古屋環境局)主催の「マイボトル・マイカップ普及キャンペーン」に協力して、ごみと資源の排出を抑制し、リユースするライフスタイルへの転換を図る取り組みとして、マイボトルの利用を促進し、使い捨て飲料容器の削減を推進します。アピタ千代田橋店、ヒルズウォーク徳重ガーデンズに、マイボトル専用給水機を設置し、マイボトルの利用拠点を創設しました。



給水スポットにて前村会長(左)、河村たかし名古屋市長(右)



ステージで説明する前村会長

## 2 使った後の容器包装を廃棄物にしない取り組み

### リサイクルボックスによる容器の店頭回収

ユニーではお客様の家庭から排出されるゴミを削減し再生資源とするために、食品取扱店舗全店で使用済み容器包装を、店頭を設置したリサイクルボックスで回収しています。これはお客様と一緒に進める「循環型社会構築」のための取り組みの一つです。リサイクルボックスで回収する容器包装は、再生利用ルートを確保し、国内で循環するシステムで活用できるものです。

各店舗では回収実績を毎月集計し、ポスターで公表しています。またリサイクル製品をわかりやすく説明したポスターなども掲示し、お客様にリサイクルの仕組みを理解していただけるようにしています。



### リサイクルセンターに集約

リサイクル回収の輸送にかかるエネルギーやCO<sub>2</sub>の排出などが問題にされることがあります。ユニーでは、店舗から物流センター内のリサイクルセンターに搬送する際に、商品配送便の帰り便を使うことにより、無駄な燃料やCO<sub>2</sub>排出削減に努めています(現在、北陸地区・中京地区の物流センターにリサイクルセンターを設置。その他の地区は店舗から直接リサイクル工場へ搬入しています)。リサイクルセンターでは、各店舗から回収した使用済み容器を計量し効率的に搬送しやすいように圧縮し、それぞれのリサイクル工場へ搬出します。



弥富物流センター内のリサイクルセンター

#### 容器包装リサイクルの仕組み

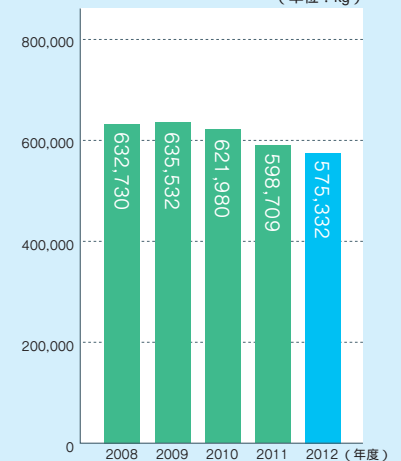


全国牛乳容器環境協会によると、牛乳パックの回収率は日本全国で約34%(使用済み回収分)と報告されていますが、アルミ缶の90%、ペットボトルの80%に比べ、とても低い回収率です。牛乳パックはバージンバルブで製造され、高品質なバルブとして再生利用できます。

ユニーでは、牛乳の消費者である子ども達に、お店探検や環境学習の場で牛乳パックのリサイクルについて学んでもらい、飲み終わった牛乳パックを洗って開いて、リサイクルボックスに自分で持ってくるよう啓発しています。

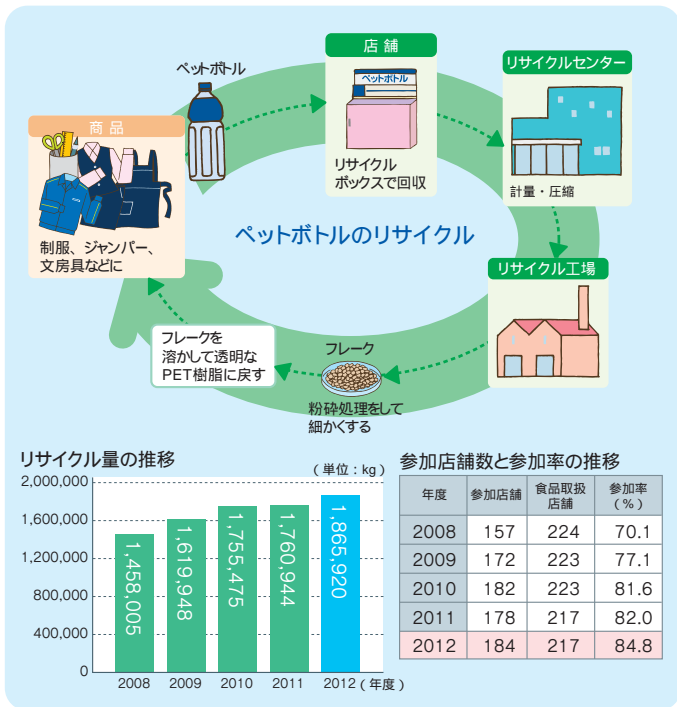
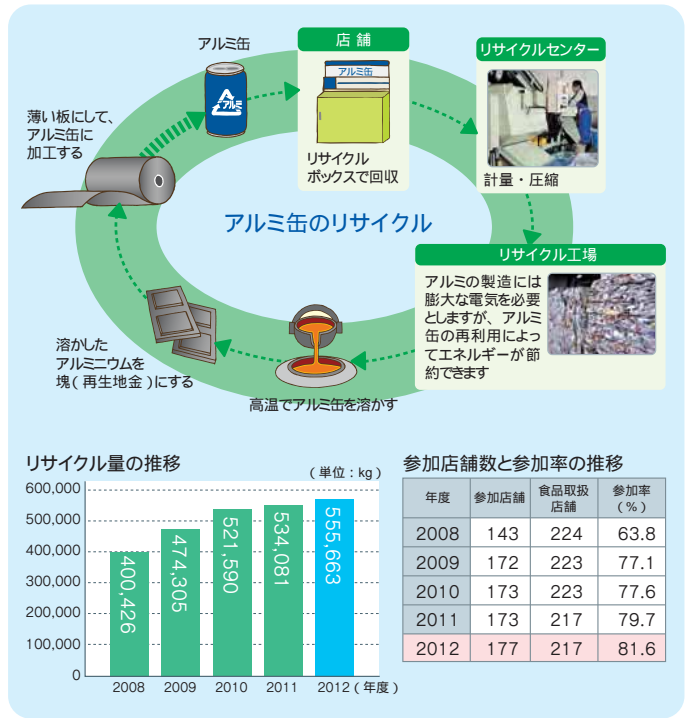
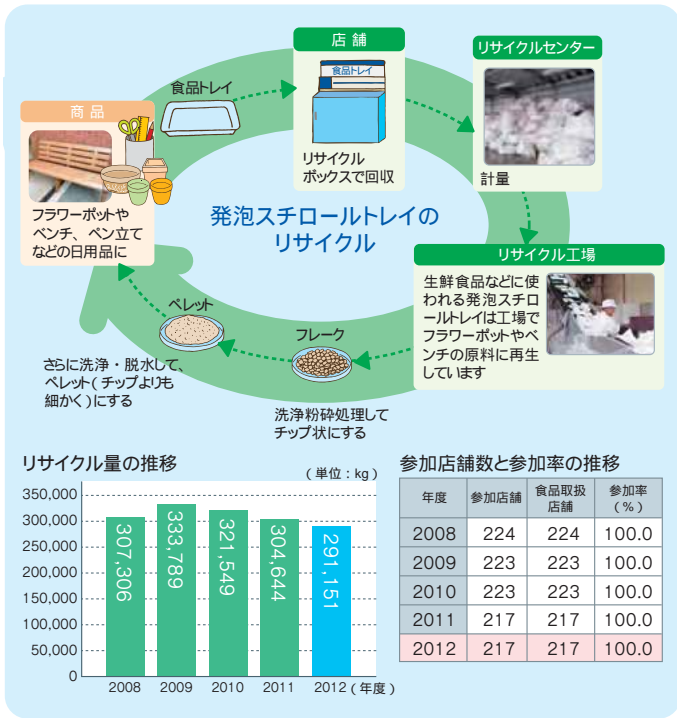


リサイクル量の推移



参加店舗数と参加率の推移

年度	参加店舗	食品取扱店舗	参加率 (%)
2008	220	224	98.2
2009	223	223	100.0
2010	223	223	100.0
2011	217	217	100.0
2012	217	217	100.0



### 店頭回収の現状

**リサイクルボックスでの回収実績**

リサイクルボックスの回収実績は総回収量では102.8%と増加しています。特にペットボトルとアルミ缶は年々回収実績が増加しています。店頭回収した容器は、再生資源として有効にリサイクルされていることがお客様に理解されていることから、回収の量が増加していると考えられます。また、食品トレイは薄肉化、軽量化で軽くなっていること、牛乳パックは飲料品の容器が紙パックからペットボトルにシフトしているため回収量が減少していると考えられます。

ユニーでは国内でのリサイクルルートを構築し、さらにお客様に店頭回収に協力していただくための啓発に今後も努めていきます。

店頭回収量

	アルミ缶	牛乳パック	発泡トレイ	ペットボトル	店舗総合計
回収店舗数	177店舗	217店舗	217店舗	184店舗	—
回収店舗	81.6%	100%	100%	84.8%	—
全社合計	555,663kg	575,332kg	291,151kg	1,865,920kg	3,288,067kg
41期実績	534,081kg	598,709kg	304,644kg	1,760,944kg	3,198,378kg
前年比	104.0%	96.1%	95.6%	106.0%	102.8%

### 環境省「活かそう資源プロジェクト」

資源循環を具体的に知ってもらい、容器包装などを「ゴミにしないで活かす」ことをテーマにした環境省のプロジェクトです。昨年に引き続き、今年もユニーのエコ博(今年は横浜市のアピタ長津田店)で、テーマ展を開催しました。お客様が資源回収に参加して集めた容器などが、具体的に何にリサイクルされているのかを実際に見ただけ、再生資源として活かされていることを知ってもらいました。リサイクルへの関心が深まり、さらに資源循環が推進していけば、循環型社会が構築されます。



### へらそう 減装ショッピング

使用済み容器包装が家庭ごみの50%(容積)といわれ、できるだけ削減することが廃棄物削減の大きな課題です。そして商品の鮮度や品質を保全し、消費者が安全安心して商品を家庭に持ち帰っていただくための機能ももちつつ容器包装を削減しなければなりません。それにはメーカーが容器包装を環境配慮設計し、そうした商品を品揃えし、消費者が購入することで使用済み容器包装廃棄物を削減することができるという研究を進めている、神戸大学とNPOに協力し、実証試験に参加しています。

環境配慮設計した容器包装の商品やPOPにマークを付けて、消費者に分かりやすく表示し、その結果を検証しています。

