



環境にイイこと、プラス。

資料 2 - 2
ユニー株式会社
発表資料

お客様と一緒に目指す持続可能な社会

～毎日のお買い物で地球環境に貢献～



ユニー株式会社環境社会貢献部
百瀬 則子



ユニー株式会社





持続可能な社会を目指して

現在のことだけではなく未来に向かって地球環境を壊さずに、人間や地球の生き物が共存していく社会を構築していくこと、この未来に続く仕組みが持続可能な社会です。



ブラック
イルミネーション



リサイクル
ステーション



エコ野菜



循環型社会を目指して

● 「お買い物」で持続可能なライフスタイル目指すには・・・

消費者の考える「持続可能なお買い物」は
例えば

● 低炭素社会

省エネ省資源

無駄な容器包装はゴミになるからいら
ない省エネ商品を買う

● 循環型社会

3Rの推進

ゴミを再資源化する
高品質でリーズナブルなりサイクル製品を買う

● 自然共生社会

生物多様性

食べ物は生きもの、命の恵みをいただく
安全で安心な食品を買う

毎日のお買い物から持続可能なライフスタイルに近づく



持続可能な社会を目指して



ユニーの環境配慮商品

毎日の生活のなかで使うものや食べるものが「低炭素社会」や「循環型社会」「生物多様性」に配慮されていたら、毎日のお買い物が地球環境保全に貢献していることとなります。

ユニーは、チャレンジ25で「環境にやさしいお買い物」を通じてCO2の少ないライフスタイルの普及を目指し、地球温暖化防止に努めていくことを宣言しています。

「eco!on」の考え方

- 1 お客様と一緒に育てていく環境配慮型商品です
- 2 ユニーが定める品質基準を満たしています
- 3 ユニーが定める環境に配慮した生産条件を満たしています
- 4 「eco!on」第三者審査委員会で審査を受け認定されています(毎年見直しを実施)

評価・認定を受けた商品のみ「eco!on」(エコオン)として販売



持続可能な社会を目指して

eco!on の申請と審査

APITA・ピファが環境配慮型に切り替える企業とともに作り出す。

商品部の商品開発担当者がオリジナル商品を開発し、eco!onの認定を受けるため、商品やメーカーに関する情報や認証などの資料を添えて、第三者審査委員会に提出します。



審査委員会



第三者審査員主要メンバー（写真左から）

- 名古屋大学大学院環境学研究科 佐野 充教授
- 社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 中部支部副支部長 尾関さゆりさん
- 株式会社フルハシ環境総合研究所代表取締役社長 船橋康貴さん

審査委員写真



アローザ トイレットペーパー
（リサイクルボックスで回収した牛乳パックが原料）



アローザキッチンタオル
（リサイクルボックスで回収した牛乳パックが原料）



特別栽培の無洗米
（お米を研がないため河川を汚さない）



泡のハンドソープ
（店舗から出た使用済食用油が原料）



カルキュロ エコ 紳士用ドレスシャツ
（使用済ペットボトルが原料）



循環型社会を目指して

●環境に配慮したオリジナル商品 eco!on

牛乳パック再生紙の
トイレットペーパー「アローザ」は
PB商品では販売数日本一

ゴミを分別すれば資源になる

ユニーは廃棄物のリサイクルを推進している。ゴミの中には、分別することで価値を持つ資源があるのだ。これもまた、ゴミを活用したリデザインプロジェクトのヒントになっているはずだ。

例えば、同じ生ゴミでも、魚のアラは堆肥などに使えるが、野菜のくずは利用価値がない。資源となるゴミをまとめて販売し、残りのゴミはコストをかけて処理している。ユニーでは、各店舗で排出する廃棄物を売り場ごとに19種類に分類し、重さに応じて課金する廃棄物計量システムを導入している。テナントも、廃棄物の量に応じて処分料金を支払う。

このシステムを導入する以前は全体で年間約15億円だった廃棄物処理のコストが、現在では約10億円に削減できたと言う。計量は、ゴミの排出責任を明確にするだけでなく、ゴミへの関心を高め、ゴミ削減に効果がある。

ユニーが目指すのは、商品の販売を通じた社会貢献だ。販売した商品をゴミとして回収し再利用し、ゴミを社会にとどめないことが、社会貢献だと位置付けている。消費者や外部の人々を参加させることでコミュニケーションが生まれ、リデザインプロジェクトや eco!on ブランドは進化していく。



ユニーのPB「eco!on」ブランドの「アローザ トイレットペーパー 12ロールシングル」(338円)。従来の国産した牛乳パックなどを加工し、商品として販売することで消費者に還元する。パッケージにはリサイクルマークが記されている。





循環型社会を目指して

●牛乳パックからトイレットペーパーを製造



■牛乳パックのリサイクル

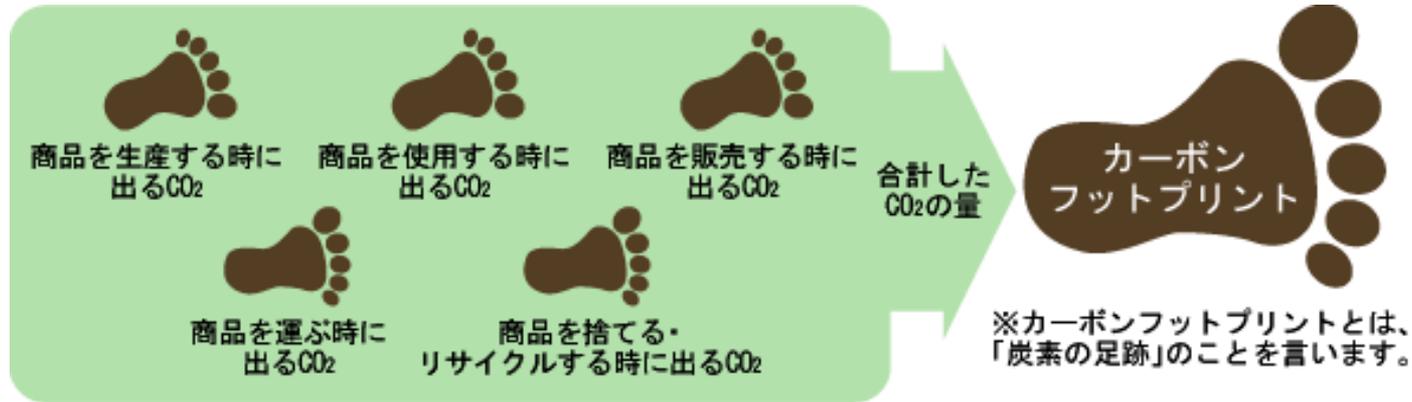




低炭素社会を目指して

●再生トイレットペーパーのカーボンフットプリント

CO₂ の見える化—カーボンフットプリント
商品の一生…ライフサイクルアセスメント(LCA)



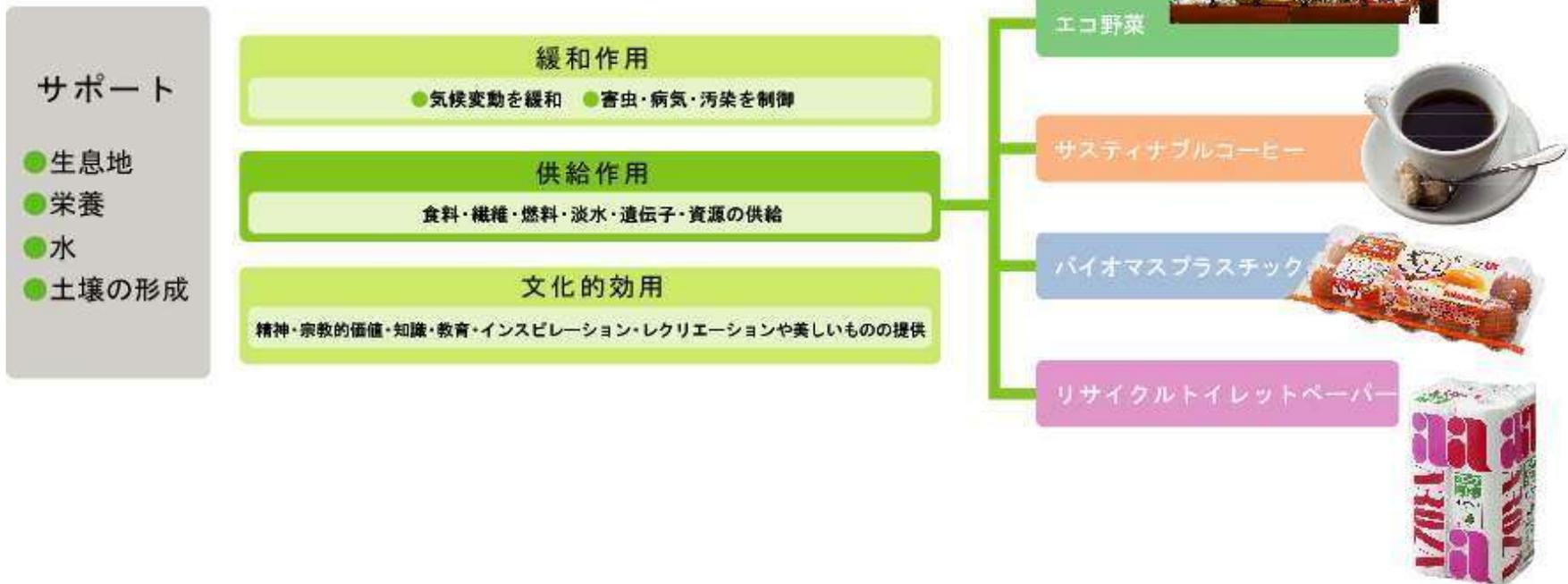


自然共生社会を目指して

●再生トイレットペーパーは生物多様性にも貢献

生物多様性を守る取り組み

ユニーでは、お客様が買い物をすることで生物多様性を守ることになる取り組みを「供給作用」を通して行っています。





未来の子供達に美しい自然を残したい

●環境学習で子供達も学習します

エコロお店探検隊

ユニーの店舗で行っている環境活動や、お客様と一緒に進めている環境活動を見学、体験します。

●環境にやさしいお買い物

環境に配慮した消費者(グリーンコンシューマー)を目指します。

●廃棄物をリサイクルする仕組み

店舗での資源循環を見学

●バリアフリーな店

どんな方にも買い物を楽しんでいただける、やさしい店づくり

●廃棄物を使ったエコ工作

捨ててしまうものだって、すてきなものができることを知ってもらう



リサイクルステーション見学



環境に優しい商品見学



リサイクル工作





自然共生社会を目指して

●食品リサイクルのeco!on

地球にやさしいライフスタイル!!

APITA ビアコ

エコやさいができるまで!

eco!on
eco on your life

いつもの暮らしにエコ!

eco vegetable

食品リサイクルループの
堆肥で育てました

食品関連事業者

- 食品残さを分別し、冷蔵保管する
- リサイクル堆肥で育った農産物(エコやさい)を販売する

お客さま

買う・食べる

再生利用事業者

- 食品残さを原料に品質の高い堆肥をつくる

農業生産者

- リサイクル堆肥を使って、安全安心な農産物を生産する



循環型社会を目指して

●食品リサイクルのeco!on





自然共生社会を目指して

子供環境学習・・・次世代を担う子供達に環境について学んでもらう

循環型農業体験

・・・たくさんの生きものから命をいただくこと



JA あいち海部で田植え



三功の循環型農業体験



食品残さの堆肥づくり



循環型農業収穫体験



酪農家で子牛に触れ合う



畑の恵みを試食



持続可能な社会を目指して

●毎日のお買い物で地球環境に貢献

「作ること・売ること・買うこと」が環境貢献になる

これからの課題

「毎日のお買い物で地球環境に貢献ができる」ことを消費者に知ってもらい、買い物行動を変えるための仕組みづくり

消費者と生産者・小売事業者とのコミュニケーションを図る

●売り場の表示物や商品のパッケージの印刷、環境イベントなどで情報発信すると購入動機に繋がる

飲み終わった1枚の牛乳パックが、売り場のトイレトペーパーに生まれ変わる

- ➡ リサイクルの環に自分も参加しているということを知った
- ➡ リサイクル製品を買うことで、地球環境に貢献できることを知った

店舗から出る食品残さで堆肥を作り、エコ野菜を栽培して販売する

- ➡ 近くの生産者がつくる、新鮮で安全安心な野菜であることを知った
- ➡ 食品残さをごみにしないで、堆肥にすることでCO2の発生抑制・生物多様性に貢献できることを知った

●参加型のイベントなどで、双方向な情報交換ができると、品ぞろえや商品開発に活用できる。

子どものための「お店探検」で、子供から大人への情報伝達を図る
農業体験や工場見学で、循環の環を実感できる。

もっと知りたい、
もっと知ってほしい → 環境配慮商品の
協働開発を進めたい



持続可能な社会を目指して

●毎日のお買い物で地球環境に貢献

「作ること・売ること・買うこと」が環境貢献になる

環境配慮商品の環境評価の「見える化」を図る

- 数値で表現することで、買い物行動を変えるきっかけになる。

CO2で換算すると、他の環境活動と比較ができる。（省エネや節電との比較など）

➔ カーボンフットプリント、フードマイレージなど
他の商品との比較ができる

- ポイントなどで「お得」な仕組みもできる。

環境配慮商品を買うことが、
消費者にも環境にもお得な仕組みを構築する。





ユニー株式会社は、「エコ・ファースト企業」として 環境省より業界初の認定をいただきました



「エコ・ファーストの約束」を交わす
鴨下環境大臣とユニー(株)前村社長(平成20年4月21日)

① 食品リサイクルを適正かつ積極的に推進します。

② その他循環型社会の形成に向けた取組をお客様と一緒に積極的に推進します。

③ 地球温暖化の防止に向けた取組を積極的に推進します。

— 「エコ・ファースト制度」とは —

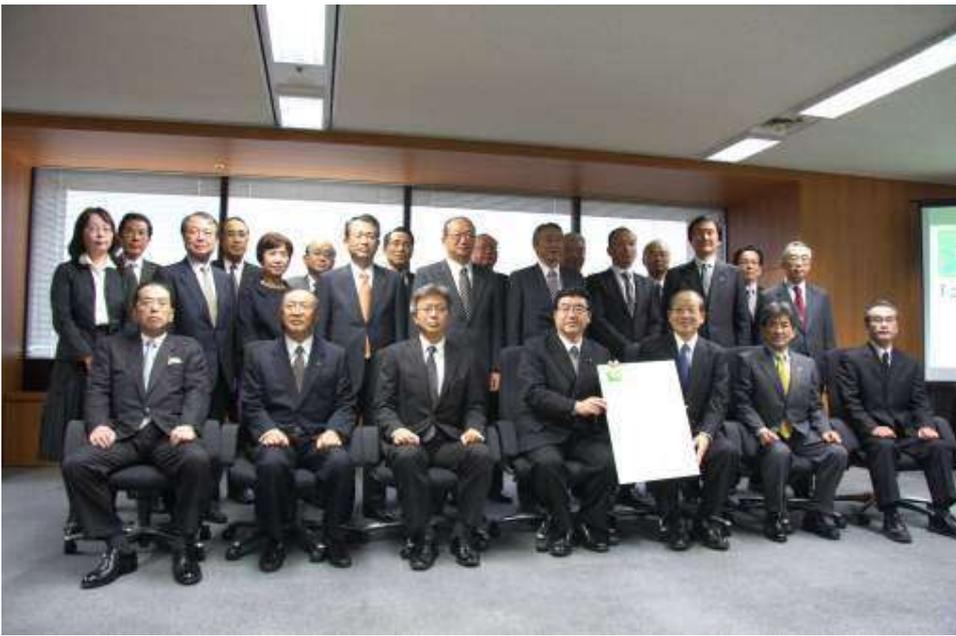
環境省が業界のトップランナー企業の環境保全に関する行動を更に推進するために創設した制度です。



エコ・ファースト推進協議会の概要

- ◆ 2009年12月9日 エコ・ファースト認定企業23社で設立(現在 32社)
- ◆ 推進協議会の目的

- 参加企業の一層の「エコ・ファーストの約束」取り組みの強化
- 参加企業と環境行政との連携強化
- 参加企業間の連携強化
- エコ・ファースト企業共通の広報活動実施
- その他協議会の目的に適う事業の推進



【加盟企業】

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • ビックカメラ • ユニー • キリンビール • ライオン • INAX • 積水ハウス • 日産自動車 • 三菱自動車工業 • 滋賀銀行 • NECパーソナルプロダクツ • リマテック • 三洋商事 • 全日本空輸 • 損害保険ジャパン • ダイキン工業 • タケエイ | <ul style="list-style-type: none"> • 電通 • 東京海上日動火災保険 • 日本興亜損害保険 • 住友ゴム工業 • 資生堂 • ノーリツ • 日本ミシュランタイヤ • 川島織物セルコン • クボタ • 熊谷組 • 戸田建設 • ニッポンレンタカー サービス • 三菱重工パーキング • ワタミ • 辻・本郷税理士法人 • 富士通 |
|---|---|



未来の子供達に美しい自然を残したい



私たちは持続可能な社会の実現のために、
お客様や関係する方たちと一緒に、努めていきます。