

CVS業界における環境保全対策への取組み



平成18年7月19日(水)

社団法人 日本フランチャイズチェーン協会

1. (社)日本フランチャイズチェーン協会(JFA)の概要

設立の目的

- (1) (社)日本フランチャイズチェーン協会は、1972年(昭和47年)4月に通商産業大臣によって認可され34年の歴史を持ったフランチャイズビジネスに関するわが国唯一の公益法人。
- (2) 協会の設立目的は、日本におけるフランチャイズビジネスの健全な発展を図ること。
- (3) 会員は、日本の代表的なフランチャイザーを正会員に、またフランチャイズビジネスに関心を持ち協会の趣旨に賛同する企業などによって構成。

CVS業界に占めるJFA会員(コンビニエンスストア)の構成比 (2004年4月~2005年3月)

	業界全体	JFA会員	構成比
売上高(百万円)	7,316,504	7,127,574	97.4%

(出所:2004年度「JFAフランチャイズチェーン統計調査」)

2. レジ袋削減への取組み

～ JFA加盟コンビニエンスストア12社約41,000店舗で実施 ～

(1) 実施内容

具体的取組み内容

従来から各社で実施しているお客様に対する「声かけ(レジ袋の要・不要を聞くこと等)」及び「適正サイズのレジ袋の使用」等再徹底を図ることにより、レジ袋の削減を図る。

レジ袋の削減率の高い会社・店舗等から取組み状況について報告してもらい、各社の参考事例として提供する。

一般消費者への告知方法

参加会社全店舗(12社 約41,000店舗)に

「協会統一ポスター(環境省・経済産業省後援名義借用)」の掲示。

レジ袋に「節約呼びかけ」文言の印刷。

・協会統一文言：

「レジ袋ご不要の方はお申し出ください。」

レジ画面・店内放送による簡易包装協力の呼びかけについては各社対応。



- (2) 参加会社 JFA会員コンビニエンスストア12社
 (株)エーエム・ピーエム・ジャパン、国分グロースーズチェーン(株)、
 (株)ココストア、(株)サークルKサンクス、(株)スリーエフ、
 (株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)セイコーマート、
 (株)デイリーヤマザキ、(株)ファミリーマート、(株)ポプラ、
 ミニストップ(株)、(株)ローソン 《五十音順》

(3) 目標値の設定

年 度	目 標 値
2006年度	1店舗当たりの使用総重量に対し20%削減(2000年度比)
2007年度	1店舗当たりの使用総重量に対し24%削減(2000年度比)
2008年度	1店舗当たりの使用総重量に対し28%削減(2000年度比)
2009年度	1店舗当たりの使用総重量に対し32%削減(2000年度比)
2010年度	1店舗当たりの使用総重量に対し35%削減(2000年度比)

2005年度において2000年度比約18%(12社平均)の削減。

- (4) 実施期日 平成18年6月1日(木)スタート

【参考資料】 日経エコロジー掲載記事(2006.8)

リサイクル

容り法改正で動くコンビニ 消費者巻き込みレジ袋35%減へ

文/相馬隆宏・本誌

改正容器包装リサイクル法(容り法)が6月15日に公布された。レジ袋有料化の法制化を求めたスーパー業界に対して、コンビニエンスストア業界は消費者への「声かけ」でレジ袋の削減を目指す。

「レジ袋ご不要の方は、お申し出ください。」。6月から、全国のコンビニエンスストア各店がこんなメッセージの入った共通のポスターを掲示、業界を挙げてレジ袋の大幅削減に乗り出した。

来年4月の法施行で、容器包装を多量に利用する事業者は、使用量や削減に向けた取り組み状況を国に報告しなければならない。コンビニの場合、報告の対象となる容器包装のうちレジ袋が9割を占めるという。

コンビニ12社が加盟する日本フランチャイズチェーン協会は初めて、数値による削減目標を公表した。2010年度に1店舗当たりのレジ袋使用量を、2000年度と比べて重量で35

%削減する。2004年度の実績では2000年度比15%削減しており、このペースを維持できれば決して不可能な数字ではない。

だが、スーパー関係者は、「目標は達成できないだろう」と冷ややかだ。というのも、多くのスーパーは、レジ袋を断った顧客に、値引き特典などの付いたスタンプサービスを提供してきたが、削減効果は十数%にとどまっているからだ。

しかも、これまでにコンビニ業界が15%削減できたのは、レジ袋を薄くした効果がほとんど。レジ袋は限界まで薄くなっており、これに代わる手段であと20%減らさなければならぬ。今のところ有力な手段は、消費者に削減への協力を求める「声かけ」以外に見当たらない。

「声かけ」で実績のローソン

そうしたなか、ローソンの片山裕司CSR推進ステーションリーダーは、「声かけを徹底できれば、現時点と比べて3割減らせる可能性は十分にある」と自信をのぞかせる。

昨年暮れ、宇都宮地区で声かけを徹底した店舗は、レジ袋の使用量が地区平均より3割も少なかった。少量の買い物をする顧客はもちろん、買い上げ点数の多い顧客にも積極的に声をかけたのが功を奏した。なかには、ジュースを10本近く買った顧客がレジ袋を断ったケースもある。

「このままでよろしいですか?」。レジ袋の削減対策として、今年の春



ローソンは声かけの徹底でレジ袋3割削減を狙う。買い上げ点数の少ない顧客を中心に積極的に声をかけるとともに、レジ周辺に設置したPOP(店頭販促)広告で啓発する

に改訂した接客マニュアルには、宇都宮地区の優秀店舗の例を参考に声かけの新しい具体例も明示した。

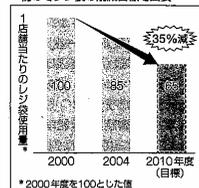
従来は、「袋にお入れしましょうか?」と尋ねるのが一般的だった。だが、何を聞かれても無意識のうちに「はい」と答えてしまう顧客は多く、この話法では削減が進みにくい。

「レジ袋は不要というお客様でも、実際に断るのは負担になる。答えやすいように声をかけるのもサービスの一つ」とCSR推進ステーションの長谷川泉氏は説明する。

ファミリーマートも、雨が降っているかどうかや、大きな荷物を持っているかどうかなど状況を見極めながら声かけを推進する方針だ。

今回の法改正では、ほかの容器包装と公平性を保つなどの理由からレジ袋の有料化は見送られた。容り法は5年後に再度見直す。スーパー業界で有料化の法制化への要望は根強く、コンビニの取り組み成果によって議論が再燃する可能性がある。

●コンビニ業界は初めてレジ袋の削減目標を公表



Trend & News

3. 省エネへの取組み

店舗での環境負荷の低減(例:セブン-イレブンの取組み)

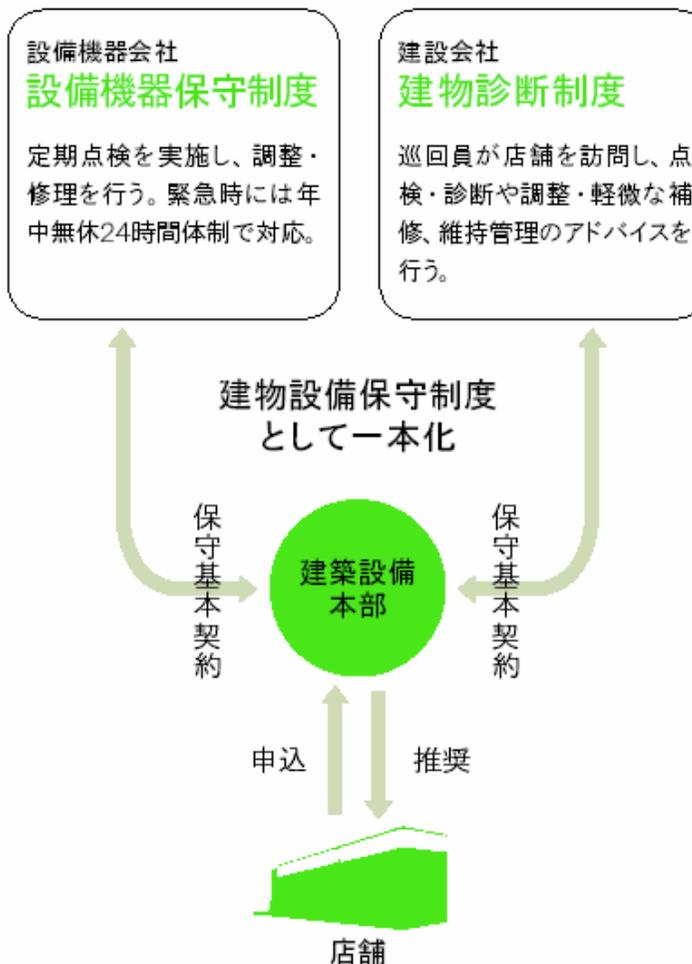
設備機器には最新の省エネ型の設備を導入、自然冷媒使用によるノンフロン店舗のテストを実施
 設備機器は、1日に2回点検でトラブルや故障を回避
 定期的にメンテナンスされる仕組みを構築し、運用、フロン管理も同時に実施

省エネ対策がなされている機器の事例

ソフトドリンク陳列ケース	インバータ式スクロール型の冷凍機を導入
米飯・チルドオープンケース	インバータ式スクロール型の冷凍機導入。照明機具にインバータ式安定器を使用
照明機器	連続調光装置を設置。蛍光灯に省エネタイプのHI型を使用
空調設備	インバータ式の冷凍機を導入
電灯・空調用節電装置	電灯・動力各々に働く省エネ機能をひとつに統合した装置
外壁・屋根材	断熱パネルを導入
フロントガラス	寒冷地(北海道・東北地区)で真空ガラスを導入

環境負荷低減のため
 リユース型店舗の導入や
 貸与設備のリユース・リサイクル等の施策を実施

建築設備保守制度による保守管理



CO₂削減と省エネ対策で、「経済産業大臣賞」を受賞(例:ローソンの取組み)

財団法人省エネルギーセンターが主催する「平成17年度省エネルギー優秀事例全国大会」で、「経済産業大臣賞」を受賞。コンビニエンスストア業界では初めての受賞。

今回の受賞は、2004年11月より順次、既存店に省エネ機器「エコパック」「エコモニター」の導入を進め、CO₂排出量の削減と省エネルギーを推進したことが評価されたもの。

省エネ機器「エコパック」の導入により、1店舗あたりのCO₂排出量を年間4.9トン(年間実績の約6%)削減することが可能になる。ローソンでは2005年12月末までに239店舗に導入し、CO₂を累計712トン削減。今後、導入店を順次増やして2007年2月末までには5,000店舗まで広げ、CO₂を1万7,400トン削減することを見込んでいる。

