

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年秋からは椋山女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い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。



椋山女学園大学
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、CO₂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。



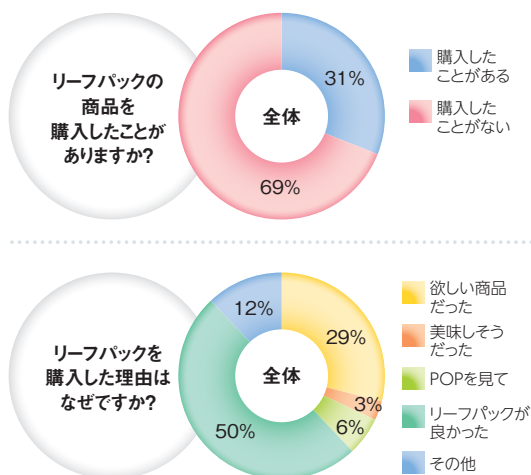
食品本部 精肉部長
酒井 睦夫

椋山女学園大学と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CO₂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CO₂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