

百瀬 アピタやピアゴの各店舗が地域から頼りにされていることを実感するのは、現在、耐震目的として3年間で32店舗の店舗改装および建て替えを行っている中で、お客様からいただくお言葉です。「なくならいわよね?」という声が非常に多く聞かれるからです。環境だけでなく、子育て支援や認知症サポーターの活動もしっかりと実を結ぶようになってきたことも要因だと思います。

佐古 耐震補強は、そういったお客様の信頼にこれからも応え続けるために、南海トラフ地震も見据え、業界に先駆けての取り組みです。さらに、ユニーでは、本社敷地内に「免震棟」を建設しました(2014年6月完成)。免震棟は、大型災害時に直接的な被害やライフラインの停止などにより本社機能が停止した場合でも自前のライフラインと通信機能で店舗をサポートできます。

百瀬 一方で、ユニーではそういった有事の際を考え、東日本大震災を機に各自治体との包括協定を数多く結び(現在7県と締結)、地域の安全・安心の確保にも力を入れています。自治体との包括協定は、観光や県産品の情報発信、地産地消の推進、子育て支援など多岐にわたります。

佐古 要は、ユニーの環境・社会貢献活動は、大きく括ると二つの方向性があるのです。一つは、商品・サービスを通じて実際的に環境・社会貢献をしていくこと。もう一つは、お客様とお客様、お客様と従業員、さらに行政と市民といったさまざまなコミュニケーションを深める環境を提供することです。どんな活動であっても、人と人のつながりが活動を発展させていきますから。

グループ力を引き出すリサイクルループ

百瀬 昨年2月に持株会社ユニーグループ・ホールディングス株式会社が誕生して一年が経ちました。小売業界で唯一のエコ・ファースト企業であるユニーは、環境・社会貢献活動においてもユニーグループを牽引する役割が期待されています。

佐古 ユニーは持続可能な社会構築を本業の中で実現しようと努めています。「低炭素社会」とは省エネ省資源などで地球温暖化を防止することですが、店舗に省エネ設備を導入し、照明をLEDにすること、また地域と一緒にレジ袋無料配布中止を実施し、成果を上げました。

「循環型社会」については、ユニーで実践している食品リサイクルループにグループ企業のサークルKサンクスを組み入れ、食



品再生資源^{※2}を堆肥や飼料にして、野菜や米を栽培し、また豚肉や鶏卵を生産しています。

これらは地域循環農業として、地産地消にも繋がり、誰がどこで作った作物かが分かる、安全・安心な新鮮で美味しい野菜などをお店で販売していますが、コンビニで販売することも進めていますね。

百瀬 今年はリサイクル堆肥を使った田んぼに、ユニーとサークルKサンクスのお客様や従業員、その家族も一緒に田植えをし、秋には収穫したお米でおにぎりやお弁当を作って、コンビニで販売する計画です。

佐古 今後はさらに、衣料品を通じたパレモや和装や雑貨を扱うさが美との協働も積極的に進めていきます。またカード事業などのUCSがISO14001環境マネジメントの認証取得を目指すなど^{※3}、グループ全体を環境活動に巻き込む水先案内人を、ユニーが務めていく必要を感じています。

※2 食品再生資源：店から排出される野菜クズや魚のアラ、売れ残りなどの食べられなかった食品を再生した資源。飼料や堆肥の原料としてまたエネルギーとしてリサイクルしている。
※3 2014年9月24日に取得。

「成功例を伝える」という社会貢献

百瀬 ホールディングスが誕生してまだ1年ですが、グループ力を活かして活動の幅が広がりました。2014年のゴールデンウィークには、東日本大震災被災地の小学校支援のために、ユニーとサークルKサンクスのお店が協賛していただいた飲料メーカーや日用品メーカーと協働で、ドネーション(寄付)企画を実施しました。10日間で250万点の対象商品を販売し、集まった寄付金で、賛同して購入していただいたお客様と一緒に、プラスバンドの楽器を贈呈することができました。

佐古 私は環境・社会貢献を広げる最大のポイントは、先に実践した企業があったら、その成功例を伝え、うちもやろうかと思っていただけるようにしていくことだと思います。ノーレジ袋が非常にいい例です。環境・社会貢献活動はパワーも必要ですし、最初に

やるとリスクもつきまといますが、結果的にみんながやることで大きな成果を生み出します。率先してやっていく姿勢がグループ全体に浸透するよう、ユニーが旗振りになることも、エコ・ファースト企業として重要な役割だと認識し、取り組んでいくべきでしょうね。

百瀬 お買い物の方法が多様化し、インターネットなどで家に居ながらほとんどの物を買える時代に、わざわざ店に足を運んでいただく価値を小売業は持たなければなりません。その価値を高める一つが、環境・社会貢献活動です。

例えばアピタ・ピアゴの店頭ではリサイクルボックスで使用済みの容器包装を回収していますが、ペットボトルなど1週間に2tも集まる店があります。店舗としては処理作業の大変さがあるのですが、お客様の視点に立って考えると、フィルムをはがし、キャップを取り、きれいにしたペットボトルを自宅からわざわざマイバッグに入れて持って来てくださるわけです。これは実はすごいことで、アピタやピアゴに持ち込めば、間違いなく環境保全につながるかと認識していただいているからこそこの行動で、企業としては非常に誇らしいことだと思います。

佐古 非常に大切な視点ですね。お客様の環境意識の高まりを受け入れる体制が店側にできているかどうか。これは逆も言え、受け入れる体制が店側にあるからお客様の環境意識が高まっていく。つまり、エコ・ファーストというのは、「ユニーはエコ・ファースト企業です」と自ら名乗ったことで成果が上がったわけではなく、お客様と店側がお互いに共感し合える取り組みを一緒にやっという姿勢から成果は表れるのだと思います。そのためにとっても大切なことは、やはり「取り組みのしやすさ」だと思います。どうすれば、多くの人に取り組んでもらえるかを常に考えていくこと。このことに、ユニーはこれからも全力で取り組んでいきたいと思っています。



代表取締役社長 佐古則男(左)、執行役員グループ環境社会貢献部長 百瀬則子(右)