

世界が目指す「SDGs」を 地域に根ざした日々の企業活動を通じて お客様とともに推進していきます。

ユニー株式会社 代表取締役社長 佐古 則男

ユニーは、2016年9月、環境社会貢献部を「CSR(Corporate Social Responsibility)部」と名称を変え、持続可能な社会を地域とともに築いていく意思をより一層明確にしました。国連サミットで採択された「SDGs(Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標)」を、お客様とともに「地球にやさしいお買い物」で推進していきます。その決意を佐古則男代表取締役社長と百瀬則子執行役員CSR部長による対談でご紹介します。

(インタビュー：2017年6月5日)

「お買い物」で社会に貢献する

◆百瀬 ユニーは、業界唯一の「エコ・ファースト企業」として、企業活動を通して「持続可能な社会」の実現に貢献してきました。CSR部が発足して間もなく1年、「企業の社会的責任」の重さをより強く感じています。

◆佐古 私は、「法令順守>環境保全活動>コスト引き下げ」が、ユニーが事業活動を行う上での判断基準の順序だと考えています。企業が存在しうるのは、やはり一定のルールを守ることがあってこそ。その上で企業の存在価値とは何かを、常に次の時代を見据えて考える。これらは非常にシンプルに言うと、まず、「地域の環境を汚さない」ということ。遠いどこかの国で植樹することの前に、地域のゴミの焼却量を極力少なくし、店舗排水もきれいにして下水へ流す。そういったことが結果的に企業存続の重要なファクターの一つである「コスト引き下げ」へとつながるという構図です。ゴミが減れば当然、ゴミ処理代を削減できるわけですから。

◆百瀬 「お客様にとって、『日々のお買い物』が自然に地球温暖化防止や循環型社会の実現に結びつく」という流れをつくりたいというのが、私たちの根底にある思いですから。そのためにも、自然共生社会にもしっかりと視線を注ぎ、人間だけでなく生き物全般を守っていく活動も力を入れています。その中で取り組んでいるのが、環境や社会に配慮した製品やサービスを提供する「エシカルなお買い物」(P40参照)ですね。

◆佐古 「モノの販売と企業が行う行動が結びついていく」ことが重要で、エシカルなお買い物は、それをまさに具現化したもの。例えば、フェアトレード。これは公正な取引のことですが、お金の問題だけでなく、コーヒーやチョコレートなどを栽培している地域の自然を守ることも、その販売を担うユニーの社会的責任の一つ。木の大量伐採や川を汚すことが常態化すると、そこでつくり続けることができなくなる。また、フェアトレードで問題になる商品の多くは、途上国がつくり、先進国が消費するという図式。世界はグローバルに動き始めていて、皆、持続可能な社会や環境をつくることには基本的には賛同しているけれど、そこに利権が絡むと、とたんにおかしくなる。小売業は、生産国のあるべき姿、生産の仕方、工場の選定というところまで踏み込み、本来の正しいことが行われる仕組みを自分たちの手によっても実現していくことが重要だと思います。

◆百瀬 お客様はもう、その大切さに気付き始めています。店舗でフェアトレードイベントを行うと、2年ほど前までは観客が一人もない、試食だけで素通りでしたが、今では、椅子席がいっぱいになり、立ち見ができることもあるほど。まさに老若男女が最後までじっと耳を傾けて下さる様子に、エシカルなお買い物に取り組む必要性を強く感じています。

◆佐古 関心を持っていただければ、お客様の理解への動きは早い。例えば、レジ袋廃止を業界に先駆けてスタートした際、その

地域のすべてのスーパーマーケットと共同での実施を検討し、お客様の声を集めました。「環境のためにレジ袋サービスをやめますが、それでもお越しいただけますか」と。すると多くの方が「行きます」と答えて下さり、他スーパーも含め地域全体での実施に踏み切れたのです。勝手にユニーがやる、小売業がやるというのではなく、また契約や義務ということでもなく、「みんなで良い方向に変えていこう」という共感性がやはり大事で、その横軸が社会を動かすのだと思います。

「地域の重要なインフラ」として

◆百瀬 ネット社会と店舗との共存も、これからの最重要課題ですね。最近、皆さん、やたらとネットで買っちゃうでしょう(笑)。品物を見たいと思う時はリアルな店舗に来られますが。これに対して、ユニーもバーチャルとリアルの2方向でやっていこうとしています。が、「やはり店舗は良いね」と声がかかる魅力や存在感をどう出していくか。

◆佐古 実際に手にとって品選びができ、お買い物を楽しめることは大前提として、「地域のコミュニティセンター」としての役割が、年々増してきていると実感しています。行政が地域でやろうとしていることをうまく住民に伝えるのは、実は意外と難しく、我々のような不特定多数の方々日々訪れる場所で、行政やいろいろな団体とタ

イアップしながらの啓発活動が非常に有効だと思います。小売業の建物は、そういう使い方をしていく時代にますますなっていく。店舗の大小ではなく、販売という枠に留まることなく、地域と一体化すること。こういう店を、ぜひ私はつくりたいと思っています。

◆百瀬 東日本の大震災や鬼怒川の氾濫などの災害時に、「アピタがあって良かった」と多くの方から言っていただけたことにも、リアル店舗の価値が大きくありますね。リアル店舗であるからこそ、地域の避難場所として活用していただけたから。

◆佐古 社会のインフラとしての店舗の重要性ですね。地域の方々が、日々集まって世間話に花を咲かせる楽しい場所であるとともに、困った時にも大いに役に立つという。人間的な触れ合いがあるリアル店舗だからこそ、そういったことを実現する可能性が高い。言葉にしまうとありきたりですが、やはりハードとソフトをうまくミックスさせることが店舗のあるべき姿だと思います。

◆百瀬 従業員が働く喜びを持てることも、地域のインフラとして大事だと思います。

◆佐古 私は「土着」と言っているのですが、地域に溶け込み土着していくことがユニーの使命。これからは、新店がどんどんできていくのではなく、「いい店が残っていく」時代。いい店をつくり、従業員がそのことを誇りに思い、生きがいを感じるというのが、理想の小売業だと思います。

「SDGs(サステナブル・デベロップメント・ゴールズ)」をとともに

◆百瀬 もう一つ、皆さんにぜひ知っていただきたいことがあります。2015年に国連で「SDGs(Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標)」が採択され、2016年からその実施が始まっています。13年後の2030年までに、地球環境の悪化を食い止め、貧困や格差の問題を解決するために193の国連加盟国すべての国

が合意した目標です。先進国にもたくさん問題はあり、どこの国で生まれ、どこの国で育ったかに関係なく、「誰も置き去りにしない」というのがSDGsの主要テーマです。

◆佐古 全部で取り組み項目が17項目ありますが、実は、ユニーではそのほとんどに早くから取り組んでいますよね。言い方を変えると、環境保全活動や地域貢献活動の取り組みだけでなく、ユニーが事業活動の中でやっていることを足し算していくと、この17項目になっていくと思います(P3参照)。もちろん、まだ課題はありますが。

◆百瀬 自分たちの地域、国に貢献するだけでなく、世界にもつながっていることに私たちはすでに取り組んでいますね。

◆佐古 取り組みにおいて大事なのは、やはり「地域を愛している」ということだと私は思います。自分がわが町、わが地域を好きなものと同じように、世界のどの地域の人も自分の地域を愛している。食べ物も風土も環境も。だからこそ、世界の現状を知り、自国だけで解決できないことを助け合いながら進めていく。17項目にいかに関心を持つかというのは、その延長線上にあると思うのです。

◆百瀬 ユニーはそれを、「お買い物」を通してやりたいということですね。フェアトレードもそうですし、地産地消もそう。eco!on商品の企画、ドネーション企画を通じた社会貢献、FSC認証の紙製品の販売など。私たちが企画し、仕入れ、販売しているものは地域を活性化させるか?環境を汚さないか?それをお客様が買って下さることで社会を変えることができるか?

◆佐古 お客様が自然に必然的に参画してもらうことによって、輪が、そして影響を及ぼす範囲がどんどん広がっていく。それは、お客様も納得いただける活動だろうと思います。

◆百瀬 子どもたちへの環境教育も大切ですね。全店舗で環境学習を実施しているほか、行政やNPO、メーカーが参画するエコ博、小中学校への出前授業も行っています。どの取り組みでも心がけているのは、すぐく特別なことではなくて、「普段の買い物、普段の生活の中で自分たちにも気軽にできることがあり、それが社会を変える」ことを伝えること。

意識の先にある「バリアフリー」

◆百瀬 CSR部が今、最優先で取り組んでいるのが、バリアフリーな店づくりです。すでに10年ほど前から、介助士の資格取得に積極的に取り組んでおり、店長をはじめ管理



代表取締役社長 佐古則男(左)
執行役員 業務サポート本部 CSR部長 百瀬則子(右)

職は有資格者です。また、店舗にはハートビルマークがついています。その上で大事なのは、ハードもソフトも、準備は万端でも、それをお客様が利用できているかどうか。そこでスタートさせたのが、身障者の方にお店に来ていただいていたモニタリング調査。「この段差が気になる」「この通路幅が5cm広がると自分たちにとっては操作しやすい」「ここは危ない」、さらには「レジの高さと車いすで行動する時の高さが合っているか」といったことを見ていただき、改良を加えていく予定です。一方で、従業員が身障者の方々に対応できているかどうか調査します。実際の使い手視点でバリアフリー度を高めていきたいということです。

◆佐古 車いすのお客様にお越しいただいた際、上の棚にある商品がほしい時に、周りに従業員がいないということも時々あるかと思えます。これは施設の不備もありますが、それ以前に、そういったお客様がお越しになっていることに従業員が心を配ることが大事。それをどこまで自然な行動に移せるか。数多くの中から我々の店を選びお越しいただいている。すべてのご来店下さったお客様に、ハッピーになっていただきたいという強い気持ちがあれば、動きはできると思います。

◆百瀬 まずは、バリアフリーから始めます。身障者の方だけでなく、高齢者やベビーカーの赤ちゃん連れ、そういった方々にとって、どこが工夫されるともっと来やすいか、安全か、そして楽しいか、それをレポートし、生かしていきます。

◆佐古 今後もっと高齢化が進み、お客様の多様化が進むなかで、ショッピングセンターをいかに使いやすい場所に作るかという進化はとどめてはいけません。全ての人が安心して街歩きができるよう、街の地図に、「アピタには赤ちゃんの授乳室や身障者用トイレがある」というマークを付けてもらうことなども含め、スーパーマーケットの建物を街の一つのインフラとして大いに活用してもらえるようにしていきたいと思っています。

