



小売業における、お客様と一体となった環境マネジメントシステムの活動

数値に基づく目標から多面的な目標の設定へ

ユニーグループ・ホールディングス株式会社は、中部地方を中心に全47都道府県で事業を展開する総合小売グループです。大商圏に対しては総合小売(GMS)が店舗を展開する一方、小商圏に対してはコンビニエンスストア、都市型ミニスーパー事業がそれぞれ店舗を展開しています。また、アパレル専門店、フードサービス事業、サービス事業も手掛けています。



ユニーグループ・ホールディングス株式会社

代表者：佐古則男
資本金：221億8,700万円
業務内容：総合小売(GMS)、コンビニエンスストア、専門店、金融サービス事業などで構成される企業グループの運営企画・管理
従業員数：37,732名(連結)
所在地：愛知県稲沢市五反田町1番地

●2007年：ユニー株式会社 本社、関東事務所、山静事務所、北陸事務所、ユニーグループホールディングス株式会社を登録範囲としISO14001認証取得

務に合う形でPDCAを回しているかが重要だ」とアドバイスを受け、実業務に合う形で環境目的・目標を設定し直すことにしました。

同社が見直しの中で重点に置いたのは、「測る」ことでした。例えば、レジ袋を減らす活動では削減枚数を測定し、CO₂換算量などの数字で表すことにしました。その結果、3年間でレジ袋使用枚数が約1/3になり、CO₂排出量換算で2195tから821tへの削減、金額換算で5億円のコストカットができました。

また、各部署に秤を置いて廃棄物を計測する仕組みを作りました。その結果、廃棄物の量が見える化し、各部署で競って削減に取り組むようになり、廃棄物処理料の約5億円の削減に成功しました。

このように、測定する仕組みを構築したことで、経営上の目に見えるメリットを享受することができました。

出遅れた同社が他社に追いつくため

小売業大手のユニー株式会社が最初に環境活動を意識したのは、2000年のこと。この年、循環型社会形成法が公布され、大手の小売業各社が積極的に環境活動に取り組み出し、同社としても他社と対抗する上で、環境活動を推進する必要性がありました。

当初、百瀬執行役員(当時環境部マネージャー)は「環境活動とは何と悩み」マネジメントシステム(以下、「MS」という)認証取得が証明になるのではないかと考えた末、全社的に推進することにしました。

MS認証のコストは決して安くありませんが、出遅れた同社が他社へ追いつくためにはそれだけの金額が必要なのだと、2年がかりで経営者層を説得しました。

「測る」ことが大切

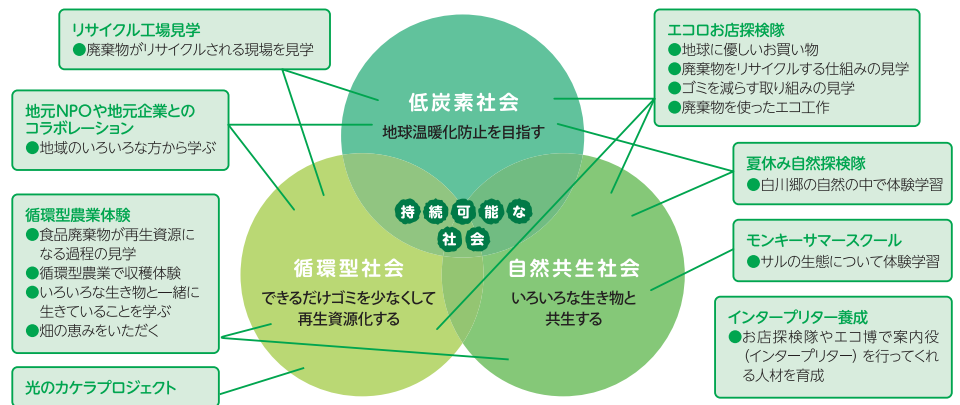
当初は、紙・ゴミ・エネルギーの削減を目標に取り組みましたが、規格に準じた資料を準備し認証審査に「試験を受ける」よう対応していたことから、MSの効果をあまり感じることはできませんでした。そんなときコンサルタントから、「規格に対して合っているかどうかではなく、実際の業

数値に基づく目標設定から質の向上へ進化

社員には、全社目標と自分で考えた行動目標を書いたカードを持たせています。例えば、コピーは裏紙を使う、席を立つときにはPCの電源をオフにするなど、できることから取り組んでいます。またアルバイト・派遣社員から部長クラスまで全員が取り組みと成果を共有し、テナントの人たちにも教育を行うことで、取り組みの浸透を図っています。

目標設定し、組織内で推進していた環境

◆ユニーは持続可能な社会を作っていくために、環境学習を実施しています



活動を一歩進めるために、食品リサイクルループの活動に取り組みました。例えば、店舗から出る生ゴミを堆肥にして、その堆肥を用いて野菜を作り、作った野菜を店舗で販売するというように、食品を核とし、他組織や生産者を含めたリサイクルのループを構成することで、自社組織内にとどまらず、より大きな単位で活動に取り組みました。この活動は、2007年に第一回環境省食品リサイクル推進環境大臣賞最優秀賞を受賞しました。

同社は環境活動をさらに深耕させるためMS認証の維持、地域に根差したお店の実現に加え、エコファーストの約束を掲げることにしました。エコファーストは、業界のトップランナー企業の環境保全に関する行動を促進していくため、企業が環境大臣に対し、自らの環境保全に関する取り組みを約束する制度で、同社はこの約束を宣言し、環境省より認定されました。対外的に環境活動を宣言することで、対内的にも活動の動機付けになったとのことでした。

これらの目標、約束を実現するため、従来からの取り組みである定量的な目標だけでなく、「やり方の改善」もMSの目標に含めることとし、現在も活動を継続しています。

お客様や地域と密着した環境活動の推進

同社は地域に根差したお店を実現するために、小売店ならではのお客様を巻き込んだ環境活動に取り組んでおり、昨年は全店で子どもへの環境教育を実施しました。

当初は店舗のバックヤードツアーや環境配慮型の商品がどこで売られているかなどの探検、ペットボトルや牛乳パックを使った工作をするというプログラムを担当者レベルで行ってきましたが、2007年ごろからは店長が率先して、地域の子どもに環境教育を行う形にしました。

こうすると、店長も子どもに教えるためには、一生懸命に勉強しますし、子どもや親たちと触れ合うことで意欲が高まります。その姿を見て社員やテナント、他のお客様も環境に関心を持ってくれるという良い循環が生まれました。

「子どもは体験したことを家庭や学校に持ち帰って、家族や友達に伝えてくれます。そのことで、地域とお店が共同関係になるのです。そして、環境のことを少しずつでも考える大人になってくれると信じていま

す。今後も顧客や地域と密着した環境活動を進めていきたい」と、百瀬執行役員は強調します。

今後の目標として、MS認証取得をグループ会社へ広げることも検討しています。すでに、2014年にはカード会社がMS認証を取得し、次はビルメンテナンス会社へ取得を促すなど、順次拡大を検討しているそうです。

特に、食品関係の認証取得は課題となっていて、プライベートブランド商品の工場が海外にあるため、食の安全・安心が叫ばれる現在、国内と同じような衛生基準の維持・向上が求められています。

環境社会貢献部が要となって、グループ会社がそれぞれの分野で、持続可能な社会を目指して、本業の中で環境貢献、地域貢献を進めていくことが目標です。



左：松井氏 右：百瀬執行役員