

# 容器包装の 使用合理化に関する

## 取組事例集



## 目次

### 各種商品小売業

株式会社赤ちゃん本舗	.....3
株式会社伊予鉄高島屋	.....4
イオンスーパーセンター株式会社	.....5
株式会社サンデー	.....6
株式会社スリーエフ	.....7
株式会社マルシヨク	.....8

### 衣服・身の回り品の製造・卸売・小売業

ヤマト インターナショナル株式会社	.....9
-------------------	--------

### 飲食料品小売業

株式会社エコス	.....10
ティーライフ株式会社	.....11
日本マクドナルド株式会社	.....12
生活協同組合ユーコープ	.....13

### スポーツ用品小売業

ゴルフダイジェスト・オンライン	.....14
-----------------	---------

## 株式会社赤ちゃん本舗

### エコ割引対象拡大でレジ袋使用量の削減を推進

#### 会社概要

マタニティ用品、ベビー・キッズ用品の専門店。

#### エコ割引の実施

同社では、レジ袋の薄肉化・規格変更や適正サイズの提供に取り組んできているが、主要顧客である妊婦やお子様連れの方に対しては持ちやすさも考慮する必要もあり、適正サイズの提供にも限界がある。

また、玩具等、箱形の商品をレジ袋に入れる際に、薄肉化したレジ袋を適正サイズで提供すると裂けやすいという問題があり、薄肉化にも限界がある。

2009年6月から、CO2削減の取組の一つとして、500円以上買い物客を対象に、レジ袋不要と申し出た場合、2円引きを実施。

2013年2月から、エコ割引に係る買上金額の制約を撤廃し、すべての買い物客を対象にしたものに変更。（一部、除外商品あり）



レジ袋不要の表示カード



エコ割引店内貼付ポスター



使用しているレジ袋

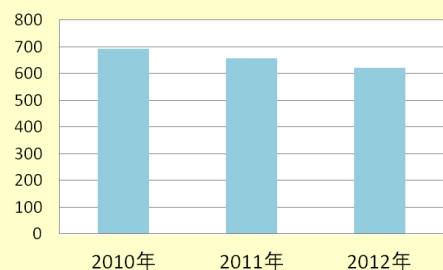


#### 取組の効果

レジ資材CO2排出量は2010年以降、着実に減少。  
(2010～2012年の削減量 73トン 削減率 10.5%)

エコ割引の対象をすべての買い物対象に拡大した結果、  
レジ袋辞退率がアップ。  
(500円以上の場合 約4%→買い物客全員 約7%)

レジ袋資材CO2排出量(t)の推移



## 株式会社伊予鉄高島屋

### スタンプサービスやマイバッグ販売を通じ、レジ袋削減を推進

#### 会社概要

いよてつ高島屋は昭和46年7月5日、松山市の交通の拠点である松山市駅に誕生した本格的ターミナルデパート。平成14年3月1日より、高島屋と資本を提携。本格的な協力体制のもと、全国で20番目の高島屋として、新たにスタート。

#### マイバッグ持参者やレジ袋辞退者へのスタンプサービスの実施

地階食料品売場において、マイバッグ持参者もしくはレジ袋配布辞退者に対し、スタンプを押印し、スタンプが30個たまと環境にやさしいグッズと引き換えを行っている。

スタンプカード2枚（60個押印）および5枚（150個押印）で引き換えできる粗品も用意している。

マイバッグ・スタンプサービスのPOPをレジカウンターに設置し、来店客に容器包装の排出抑制を促進するための情報提供を実施。



マイバッグスタンプサービス

#### タカシマヤオリジナルマイバッグの販売

高島屋グループとして、タカシマヤオリジナルエコバッグ（ポリエステル100%、約32×38×マチ16cm）を500円で販売。このエコバッグは再生できる素材を使用。

売上金の一部は、植林や環境教育活動に役立てている。



オリジナルエコバッグ



#### 取組の効果

レジ袋使用量が14.6トンから12.9トンに減少。

## イオンスーパーセンター株式会社

### レジ袋無料配布中止とトレイの軽量化、ばら売り推進で使用量削減

#### 会社概要

青森県、岩手県、秋田県、宮城県、福島県でスーパーマーケットを展開。  
イオングループ。

#### レジ袋の無料配布中止

青森県、宮城県、福島県の趣旨に賛同し、個々の県と他の小売事業者、消費者団体と三者協定を締結し、レジ袋の無料配布中止に踏み切った。19店舗のうち、10店舗でレジ袋の無料配布を中止。

秋田県本荘市とイオングループのスーパーが独自に協定を締結し、マックスバリュ東北と同社でレジ袋の無料配布を中止している。

レジ袋を必要とする買い物客には1袋5円（大袋）、3円（小袋）で提供。レジ袋の収益金はすべて県に寄附し、イオンの森づくり等の各種環境保全活動に役立ててもらっている。

#### ばら売り、トレイの軽量化の推進

トレイ売りしていた農産物、水産物をばら売りに転換。（青果、生魚、切身魚等）

惣菜のばら売りに用いる容器包装を、2つ折の透明プラスチックパックからコンパクトなプラスチックと紙で構成されるパックに変更。

トレイの軽量化を順次実施。

トレイの軽量化

軽量化前		軽量化後	軽量化効果	
6.6 g	⇒	5.2 g	1.4 g	21%
7.7 g	⇒	6.0 g	1.7 g	22%
10.0 g	⇒	7.9 g	2.1 g	21%
12.0 g	⇒	9.6 g	2.4 g	20%
15.0 g	⇒	14.0 g	1.0 g	6.7%



#### 取組の効果

レジ袋無料配布中止店舗のレジ袋持参率は80%超で推移。

⇒マイバッグ、マイバスケットを持参が定着。

レジ袋使用量の削減

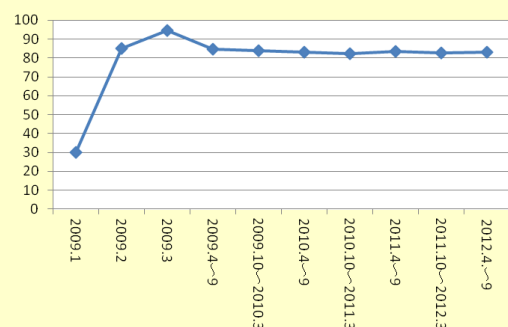
レジ袋削減枚数 27,533万枚

CO2排出量削減効果では、2,550 t-CO2

原油使用量削減効果では、ドラム缶5,180缶

売上高増加でも、プラスチック製容器包装使用量が2011年度比3.5%減。

レジ袋持参率の推移



## 株式会社サンデー

### グループの一員としてレジ袋協定に参加し、レジ袋使用量を削減

#### 会社概要

青森県、秋田県、岩手県、宮城県等でホームセンターを展開。イオングループ。

#### レジ袋の無料配布中止

イオングループ各社が青森県や消費者団体とレジ袋無料配布中止の三者協定締結を行うのに同調し、2009年2月にレジ袋の無料配布中止に踏み切った。

三者協定を締結していない他県の店舗では、マイバッグ持参者に2円引きを実施。

レジ袋の無料配布開始当初は、店内ポスターの貼付、チラシへの掲載等を通じ、レジ袋の無料配布中止およびマイバッグ持参を呼びかけ。

また、店内でマイバッグの販売を行い、マイバッグ持参者増加を後押し。

レジ袋を必要とする買い物客には1袋3円(小)、5円(大)で提供。

レジ袋の収益金は、青森県未来づくり森づくり支援事業の資金等に充当している。



レジ袋不要の表示カード



エコ割引店内貼付ポスター



使用しているレジ袋



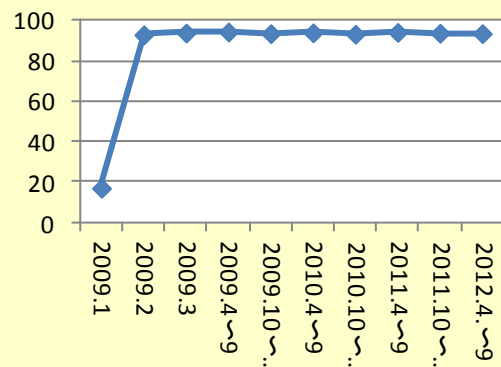
#### 取組の効果

青森県のレジ袋辞退率は近年93%で推移。  
(無料配布中止取組前のレジ袋退率は17%)

2009年には1年間で700万枚のレジ袋使用量を削減。(全使用量の53%)

レジ袋使用量が削減され、地球温暖化の原因となるCO2排出を抑えるとともに、ごみ袋の削減や原料の石油の節約に貢献できた。

レジ袋持参率の推移



## 株式会社スリーエフ

### レジ袋の薄肉化・規格変更と店舗の取組の相乗効果で削減目標達成

#### 会社概要

東京、神奈川、千葉、埼玉で、コンビニエンスストアを展開。

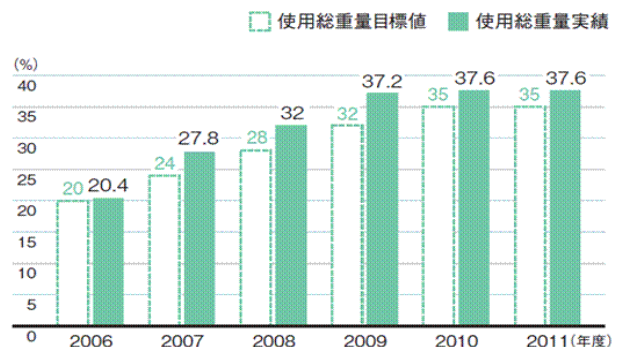
#### レジ袋の薄肉化・軽量化

レジ袋の薄肉化、軽量化の検討を2005年からはじめ、2006年から1店舗あたりのレジ袋削減目標を設定し、具体的な取組に着手。

目標達成に向け、大きさ、重さの見直しを断続的に行ってきた。

ただし、レジ袋の薄肉化・軽量化への取組はそろそろ限界に近づいてきている。

●1店舗当たりのレジ袋削減目標および達成状況

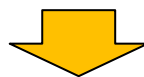


#### 店舗でのムダをなくそうが原点の来店客へのレジ袋配布削減

レジ袋の薄肉化・軽量化と歩を合わせ、本部からフランチャイズ店のオーナーに、「少量点数の買い物客にはシールを貼るだけの対応」、「買い物量に応じた適正サイズのレジ袋の配布」、を”無駄なものをなくす”一環として提案、実施してもらった。

容器包装リサイクル法の改正、レジ袋有料化等レジ袋削減への取組が急速に進展し、来店客のレジ袋に対する認識が変わってきた。無駄なレジ袋はもらわない消費者も増えたため、店舗側も、不要なレジ袋を渡さないことに取り組みやすくなった。

それでも、コンビニエンスストアの来店客は突発的・偶発的に来店する機会が多いことから、レジ袋使用量を激減させることは不可能である。



#### 取組の効果

レジ袋使用量は2000年比35%削減する業界目標を上回る35.5%の削減を達成。

#### マイボトル・マイカップ持参者への割引の実施

2010年からマイボトル・マイカップ持参者に対し、コーヒー、紅茶を提供する際に10円引きを実施。プラスチック製容器包装と紙製容器包装両方の削減に寄与。



## 株式会社マルショク

### 県とレジ袋無料配布中止協定を締結し、レジ袋使用量の削減を推進

#### 会社概要

大分県、福岡県、宮崎県、熊本県でスーパーマーケットを展開。

#### レジ袋の無料配布中止

“レジ袋削減は、ごみの減量や地球温暖化の防止に大きな意味をもつとともに、原料である石油資源の節約につながる”と考える大分県の趣旨に賛同し、消費者団体、市町村及び県等と協定を締結し、平成21年6月に同社と同様に趣旨に賛同した他の事業者とともに大分県内店舗でのレジ袋の無料配布中止に踏み切った。

レジ袋無料配布中止を行なう以前は、マイバッグ持参者への買い物スタンプ付与等を行いレジ袋の削減に努めていた。

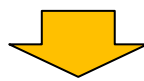
レジ袋無料配布中止の取組については、店内へのポスター掲示や店内放送及びレジでの声掛けなどで買い物客に理解をお願いしている。

レジ袋を必要とする買い物客には1枚5円で提供。

レジ袋の収益金は、様々な環境保全活動に役立ててもらっており、これまでに県内市町村の防犯灯のLED化の促進や緑の募金による植樹活動を行なうなどしている。



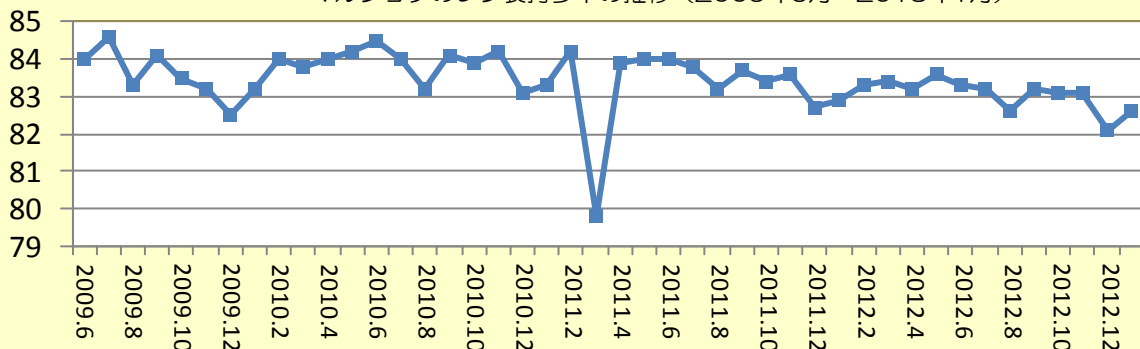
\*店内掲示ポスター例



#### 取組の効果

マイバッグ持参率は83%前後で推移。

マルショクのレジ袋持参率の推移（2009年6月～2013年1月）





## ヤマト インターナショナル株式会社

### ショッピングバッグの薄肉化・軽量化を定期的に実施

#### 会社概要

カジュアルウェアを中心としたアパレル製品の企画・製造・卸・販売。



#### ショッピングバッグの薄肉化・軽量化

数年に一度ショッピングバッグのデザイン変更に合わせて、薄肉化・軽量化を行っている。

同社ブランドの一部では、生産工場から出るハギレ等によるリサイクル資材を活かしたオリジナルラッピングサービスを無料で提供するなど、環境への配慮と同時に、ショッピングバッグ使用の抑制を図っている。



#### エコバッグの配布、マイバッグ持参の呼びかけ

同社のアウトドア／ライフスタイルブランド「エーグル」では、エコを意識した物づくりやイベント参加を積極的に取り入れており、お客様にも「自然と共存する」というブランドテーマをお伝えできるよう取り組んでいる。

エコバッグノベルティのプレゼントやマイバッグ持参を呼び掛ける店頭POPの設置を通じ、ショッピングバッグ使用の抑制に取り組んでいる。

マイバッグ持参のお客様にエコポイントを差し上げ、一定ポイントが貯まれば、オリジナルプレゼントや割引を受けられるキャンペーンを実施している。



「エーグル」で展開する  
think green



#### 取組の効果

今年度のショッピングバッグの使用量は昨年比で360kg、昨年比0.4%の削減。

売上高4%増であり、使用したショッピングバッグ枚数も増加しているはずなので、薄肉化・軽量化及びエコバッグ配布の効果があったと考えられる。

## 株式会社エコス

### お客様とのコミュニケーションを重視し、簡易包装を推進

#### 会社概要

東京、茨城を中心に1都6県に展開するスーパーマーケット。

#### ノントレー、ばら売りの推進・レジ袋の無料配布中止

全66店舗で精肉のノントレー売場を展開、野菜等のばら売りを推進し、可能な限り簡易包装化に努めている。

簡易包装商品であることを来店客に伝えるポップを表示し、環境にやさしい商品の情報提供に努めている。

茨城、栃木、福島の31店舗では、自治体と協力してレジ袋の無料配布を中止。マイバッグ持参率は44.5%を達成。



ノントレー売り場のポップ

#### お客様とのコミュニケーション

簡易包装を進める背景などを紹介した啓発冊子「スマイルエコ」を1万5千部発行し、来店客に無料配布。

店舗内の飲食コーナーを使って食育カフェを開催し、環境活動に対する理解の浸透を図っている。

クイズ形式で環境問題を学べるipadのアプリケーションを独自に開発し、自治体のイベントで体験コーナーを設置。多くの消費者が楽しく関心を持てるように工夫している。



お子様にも大人気！

#### 従業員とのコミュニケーション

毎月発行する社内報で、環境担当者による教育ページを連載。容器包装リサイクル法の制度や自社の取り組み内容について紹介することで、従業員全体の容器包装廃棄物の削減に対する理解を深め、取り組みの更なる充実を図っている。



環境担当者が連載をしています



#### 取組の効果

簡易包装化により1店舗あたり月間5kgの容器包装を削減。資材費の削減にもつながっている。  
(都内1店舗での調査結果に基づく)

来店客、従業員の意識の高まりにより、全店舗からの廃棄物発生量は2011年度に2008年度比4%削減を達成している。(−454トン。食品廃棄物を除く)

## ティーライフ株式会社

### 段ボール箱の小容量化・軽量化、材質の変更、梱包方法の工夫指導による削減

#### 会社概要

インターネットやカタログによる通信販売。  
自社企画した健康茶、健康食品、化粧品を柱として展開。

#### 段ボール箱の小容量化・軽量化の推進、材質の変更、中身商品 梱包方法の工夫指導

段ボール箱の容量を小さいものに変更。材質の変更による段ボールを軽量化。

隙間なく商品を入れることで、できるかぎり小さな段ボールを使用するよう、梱包担当者を指導。



商品のサイズや量に応じたサイズの段ボールを使い分け

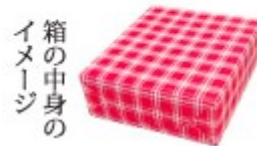
#### ギフトサービスにおける簡易包装の推進

通常包装とは別に、簡易包装の選択肢を用意し、商品を入れた段ボールの上に包装紙を付けた形態での発送を推進している。

手提げ袋の提供も、原則、手渡し用に限っている。



簡易包装のイメージ



通常包装のイメージ



#### 取組の効果

段ボール使用量：16.7トンから13.9トンに減少。（出荷件数10万件あたり）

#### その他

ポスケットや紙袋による出荷を行っている。

## 日本マクドナルド株式会社

### エコと効率化を追求し、レジ袋を適正サイズの紙袋に変更。

#### 会社概要

全国に約3,300店舗を展開するハンバーガー・チェーン店大手。

#### レジ袋を廃止

テイクアウト用のレジ袋を全店で廃止し、簡易包装を推進。化石燃料を使わない紙袋での提供に変更。（2008年）

ただし、雨天時用のレジ袋\*を用意し、お客様の事情によりレジ袋が必要な場合には臨機応変に対応できる体制を整えている。\*植物性由来原料を50%以上使用

#### 紙袋の大きさ、使用方法を現状に合わせて最適化

お客様に提供する商品の内容や組み合わせに対して、商品のサイズや数量に見合った袋の大きさや、使用方法について見直しを行い、無駄が出ないように最適化を図った。（2008年）

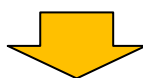
使用する袋のサイズは、商品の組み合わせによってマニュアルで規定し、全店舗における統一化された対応を徹底している。



#### 効率性の最適化を容器包装でも徹底

効率性を重視するマクドナルドでは、容器包装についても効率化の対象としており、各店舗で使用量をチェックのうえ、本社で集計する体制を整えている。

容器包装の効率的な使用は各店舗が積極的に実践しており、1店舗の成功例は全社的な改善につなげている。



#### 取組の効果

レジ袋廃止により、プラスチックの使用量は52%削減。（2011年実績, 2008年度比）

## 生活協同組合ユーコープ

### レジ袋の有償提供でレジ袋削減率は93%に！

#### 会社概要

神奈川、静岡、山梨県内の組合員180万人を対象として店舗事業、宅配事業を展開。  
2013年3月にコープかながわ、コープしずおか、市民生協やまなしが組織合同し現在に至る。

#### レジ袋の有償提供、一部提供廃止

1982年からレジ袋の有償提供を開始し、現在レジ袋の削減率は93%に達している。（1袋10円）

収益金は、組合新規加入者へのマイバッグプレゼントや、環境活動の支援などに活用。組合員に対して、収益金用途を伝えることで理解を求めている。

山梨県内店舗では、2008年からレジ袋の提供を原則として廃止し、袋が必要な組合員にはレンタルバックを提供するなど様々な普及活動をしている。

レジ前にポスターを掲示し、97%達成に向けた協力を呼び掛け



#### 精肉の主力商品をノントレー化

鶏肉と豚肉の主力商品2種類について、2010年から店内に精肉加工施設を持つ店舗で、トレーを使わない袋詰め販売を開始。

来店客からは「かさばらなくて良い」と好評な一方で、利用状況はトレー商品の1～2割に留まっていることから、2012年には国のモデル事業として店頭でのPRを実施し、ノントレー商品の更なる拡大に努めている。



売り場でノントレー商品をPR

#### 総菜用パックを袋容器に変更

店内に総菜加工施設を持つ店舗では、ばら売り販売で使用していたパック型容器を、2010年から袋型の容器に変更。



#### 取組の効果

レジ袋削減率は93%に達し、4,337万枚のレジ袋を削減。

精肉のノントレー化により、容器包装使用量を年間259kg削減。\*いずれも2011年度実績。

## ゴルフダイジェスト・オンライン

### お届け商品の感動と安心を実現する、効率的な梱包を追求

#### 会社概要

ゴルフ用品を取り扱う「GDOゴルフショップ」等の通販サイトやゴルフ場予約サイト、ゴルフ情報サイトを運営し、ゴルフライフを広くサポートするビジネスを展開。

#### 商品発送用段ボール箱の省資源化を追求

開封時のお客様の感動を損なわず、また商品を破損せずに無事に届けることができる梱包を、できる限り省資源化・軽量化で実現することを目指している。

メーカーと協力して、硬度を維持しながら素材を薄く、無駄な部分を削減した構造の段ボール箱を積極的に導入している。

ゴルフクラブ用  
梱包材



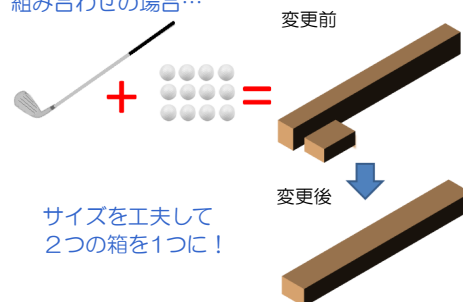
硬度を失わずに、ふた部分の使用量を削減

#### 出荷商品の傾向に合わせ、段ボールサイズを見直し

販売傾向から購入頻度の多い商品の組み合わせを分析し、箱のサイズを見直すことで、複数の箱での発送を減らしている。

取扱商品のバリエーションの多さに対し、作業効率の観点から箱は10種類に限定。梱包の現場では、できる限り1つの箱で発送できるよう、適切な箱の選択と工夫が行われている。

ゴルフクラブとボールの  
組み合わせの場合…

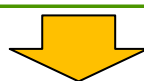


#### 定期的な関係者ミーティングでさらに改善

梱包作業部署と包装資材の部署によるミーティングを毎月開催。情報交換を行い、改善を図ることで、効率的な梱包を追求している。



ゴルフボール2ダース（左）とシューズ（右）  
にジャストサイズの箱を作成



#### 取組の効果

商品1つあたりの段ボール使用量を14%削減。（2011年度実績、2007年度比）

省資源化と箱のサイズの適正化は、資材費や輸送費の削減にもつながっている。



## 容器包装使用合理事例集

平成25年3月31日  
経済産業省 リサイクル推進課  
〒100-8901 東京都千代田区霞が関1丁目3番1号  
TEL.03-3501-1511（代） E-mail. 3r-info@meti.go.jp  
ホームページ <http://www.meti.go.jp/policy/recycle/>

この事例集に関するお問い合わせやご意見などございましたら、上記までご連絡ください。