

イオンに於ける カーボンフットプリント取り組み

2009年11月18日

イオン株式会社

植原 千之



5年間でCO2を総量で30%削減する

2012年度に2006年度比でCO2総排出量を185万トン削減



店舗

店舗で50万トン

商品・物流で57万トン

お客様と共に37万トン

京都議定書

商品・物流



お客さまとともに



今回、流通が可能となった3商品



贈り物という日本の習慣と、エコに対する新しい取り組みをイオンが強く結びつけます。



うるち米(ジャポニカ米)



菜種油



衣料用洗剤

08年経済産業省カーボンフットプリント表示試行事業にも参加

暫定表示商品をエコプロダクツ2008に出品
(7商品9SKU)

他、独自に50商品を算定(当社ブースに展示)

ブランド	商品名	規格	展開エリア
トップバリュ	ごはん	200g	全国
トップバリュ	ごはん	200gX3個パック	全国
トップバリュ	ごはん	200gX5個パック	全国
グリーンアイ	あきたこまち	5kg	中部除く
グリーンアイ	あきたこまち	2kg	中部除く
グリーンアイ	あきたこまち無洗米	5kg	中部除く
グリーンアイ	あきたこまち無洗米	2kg	中部除く
グリーンアイ	にんじん(熊本県産)	600g	西日本CO
グリーンアイ	たまねぎ(北海道産)	700g	関東、北日本CO
グリーンアイ	冷凍ほうれん草(バラ)	250g	全国
共環宣言	コピー用紙A4	500枚	全国
共環宣言	充電池単3	2個入り	全国



私たちはイオンです

08年エコプロダクツ展に出品したカーボンフットプリントの
ついた商品を10店舗にて試験販売しました。

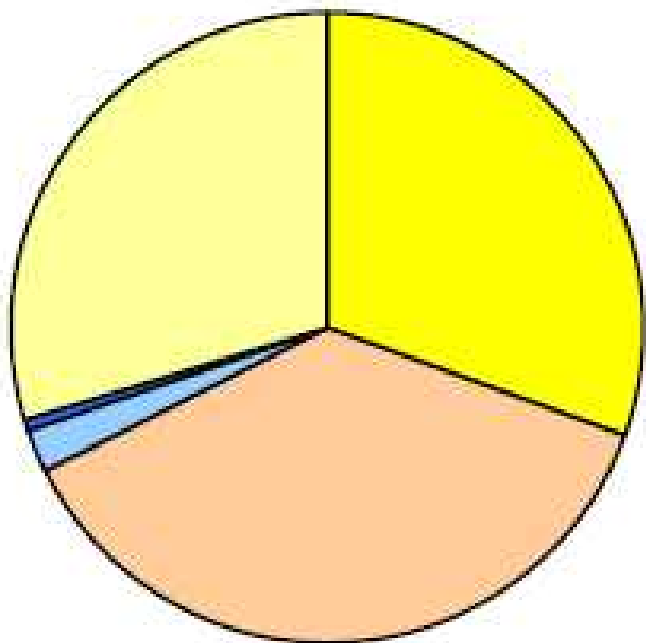


木を植えています

私たちはイオンです

イオン店頭でのお客様アンケートより商品購入意識について

カーボンフットプリント商品の購入意向



- 購入したい
- やや購入したい
- あまり購入したくない
- 購入したくない
- どちらともいえない

「やっぱり、値段(が最優先)」

「値段も安ければ買う」

「品質が良くて、環境にも優しいなら買う」

「手を抜いてもエコ。品質がしっかりしてないと長く使えないから、結局 環境に優しくない」

品質や価格を伴っていないと
購買決定には至らない

「エコロジー + エコノミー」
的な訴求が必要

イオン店頭調査 = お客様の声から =



木を植えています

私たちはイオンです

CO2削減の取組について(メーカー・サプライヤー様の声)



食品メーカー(株) 専務様

CO2削減はコスト削減

ムダをなくすことが、コスト削減につながる。例えば、熱効率を上げること、資材の使用量を削減することは、コスト削減に直結していく。従業員の間で「CO2が3g減った」と言う会話が聞こえるようになってきたら、それすなわち、コストがいくらか減ったということ。経営との両輪で、CO2削減に取り組んでいる。

(有)農園経営 専務様

カーボンフットプリントは経営のパラメーター

コストが乱高下する時代においては、コストではなく、使用量とか距離をつかんでいく必要がある。カーボンフットプリントは使いこなせば、経営のパラメーターになると考えている。来年度は、現場作業段階で、簡易に記録していけるように、社内システムの改変に着手中。

環境をコストアップ要因と考える時代から
企業経営の一部としてとらえる時代へ

ECOLOGY = EXPENSIVE

ECOLOGY = ECONOMY



木を植えています

私たちはイオンです

カーボンフットプリントへの期待

環境

カーボンフットプリント表示でお客様のCO2削減をお手伝い

個々の商品にカーボンフットプリントをつけると、商品のCO2排出量が、一目でわかるようになります。イオンでは、今後、お客様が買い物を通じて、CO2を下げる商品選択ができるように、お手伝いをしたいと考えています。



経済性

ムダを省くことでCO2とコストを削減。価格も削減へ。

電気の使用を節約するとCO2削減そして、家計も節約できるのと同じように、PB商品の製造工程のムダを、CO2の見える化を通して発見して、地球にも家計にも優しい商品の提供を目指します。

安全・安心

原材料から、より細く把握することでトレーサビリティが向上

カーボンフットプリント計測では、原料調達の際の、運送方法、輸送ルートなど、今までよりも細かく把握していきます。原料から廃棄までの商品のプロセスの詳細把握を通じてトレーサビリティの向上が期待できます。



木を植えています

私たちはイオンです

米(うるち米)PCR策定 WG活動の事例



08エコプロ出品後、メンバー募り 農産物PCR策定自主ワーキング立上げ

メンバー

- 生産者団体、農協、宮崎経済連
- 精米加工事業者、農産物加工事業者
- 輸入事業者、小売事業者
- **精米工業会**、日本フローラルマーケティング協会
- 宮崎県農政部

事務局

CFP制度試行事業事務局作成の自主WGの進め方手引きを活用

農水省とシンクタンクがオブザーバー参加

(PCR策定に関しては相談すれば経済産業省・産業環境管理協会から適切なアドバイスが可能)



WGでは各事業者の知恵と英知を出すことを共通認識

配慮した視点

(1) 進め方、合意形成の仕方 (事前準備と全員参画)

例えば

- 毎回のテーマに各自準備した実務課題を軸に議論
- 全員の意見を聞く
- WG参加の全事業者が、1回以上自らの事業の事例発表

(2) スケジュール感 (いつまでに…)

- 問題を共有し合意の上、必ず結論を出す
- 反対意見には理由と対案を出す

6回のWGを実施

		課題	検討項目
1回目	農産物WG	PCR対象範囲の検討	課題と今後の進め方, スケジュール定義と範囲(初回は準備)
2回目		ライフサイクル段階の設定	使用段階をいれるか 原料調達と生産段階の区分け
3回目		データ収集方法	データ種別、カットオフ、アロケーション、輸送、複数サプライヤー、地域・季節変動
4回目		農産物自主WGまとめ	上記とりまとめ
5回目	精米WG	米特有部分検討	農産WG成果の精米PCR反映検討。副製品、土壌由来GHG
6回目		PCR原案検討	各意見に対応



自主WG活動内容 第一回目の例

- メンバー自己紹介
- CFP方法論
経産省「指針」「PCR策定基準」の確認
- 今後のスケジュールとテーマ検討
- WG運営ルールの取り決め
- PCR対象範囲の議論
- PCRルール策定方法の議論
- 次回テーマとメンバーのワーク内容決定
(各事業者が各自のフロー図作成し次回議論)



PCRが急速に策定され公開の見通し。
多々WGに参加し、策定内容の充実化
を実感

小売業として

カーボンフットプリント取組み商品の
拡大に期待



ありがとうございました

