

第16次倫理・教育委員会

第16次テーマ 小売業としてのSDGsへの取り組み

第1回倫理・教育委員会

持続可能な社会の実現に向けたイオンの取り組み

1. イオンのサステナビリティの歩み

グループの基本理念は「お客さまを原点に平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する」です。平和であるためには、まず地球環境がきちんと維持されなければいけないという考え方をベースに事業活動をしています。

イオンのサステナビリティの考え方として、地球環境にいいことをやることは必要ですが、それを今後も継続的に行うためには、事業活動の中で「環境」という軸を据えてグループ一気通貫でやっていくことが非常に大事だと考えています。

2018年に「環境面の重点課題—脱炭素社会の実現、生物多様性の保全、資源循環の促進」と「社会面の重点課題—社会の期待に応える商品・店舗づくり、人権を尊重した公正な事業活動の実践、コミュニティとの協働」を整理しました。今まではどちらかというところ「イオンの事業活動に関係するところでの社会的課題」という感じでしたが、近年状況がかなり変わってきていると思います。いろいろな課題が複合的に絡んでいるし、1つの課題だけを解決すればいいということではありません。

イオングループは、ジャスコ時代から30年以上にわたって、植樹や買い物袋持参運動など、環境の取り組みを継続して行っています。そして今、CSV（Creating Shared Value）という考えに基づいて事業の中に組み込んでおり、普通のビジネスの中に「環境」が刷り込まれ、新たな価値を生み出すというところに持っていこうとしています。

2. 環境分野の中長期目標と進捗状況

私たちが目標を定めて進めている取り組み、「気候変動」「持続可能な調達」「資源循環の促進」について紹介します。



イオン株式会社
環境・社会貢献部 部長
鈴木隆博 氏

■気候変動対応（脱炭素）

今、菅政権の「2050年カーボンニュートラル宣言」も含めて、「脱炭素」の動きが非常に加速していると認識をしています。イオンは2018年に「イオン脱炭素ビジョン2050」を公表しました。

イオングループは2万店舗以上運営しており、電気で排出するCO₂が約9割以上で多い特徴があり、その削減に努力をしています。これは通常の経営の中でもやってきてはいるものの、高い目標を持って科学的に地球温暖化に貢献できる場所に進んでいきたいということで、2050年に排出量ゼロ、2030年までに排出量35%削減（2010年比）という目標を、2018年に出しました。

当然、省エネは、使う電力を最大限効率化することと、使う電気を再生可能エネルギーに替えていくということを重点施策としています。

直近でCO₂の排出量ですが、2010年を基準年に設定していて、総量で約10%削減をしています。今までと違うのは、総量で管理しているところです。原単位であれば管理は簡単ですが、床面積を増やしながら全体のCO₂を減らしていく。このハードルが高いのですが、今のところ計画どおりの進捗をしています。

この中で悩みの種ですが、省エネの新しい手段が少ないということがあります。空調、照明等いろいろ施して、さらに何ができるのか、今いろいろな実証を行いつつ研究をしています。

大阪の「イオンそよら海老江店」（2020年3月開店）では、店の天井にカメラを多数設置して、それがセンサーとなって人の動きを学んでいきます。そして、この時間にここに人が来るからここを冷やしておこうなど、人の動線に沿った形でAIが空調を制御していきます。

今、こういう仕組みを神戸大学、関西電力、イオンリテール、オプテージ、NSRIの産学5社で一緒に展開しており、このデータは蓄積中ですが、将来的にこの空調でCO₂を約4割削減できると見込んでいます。

こうしたAIやデジタルで、どうスマートテクノロジーを店に配置していくのか、非常に重要だと思いますので、私たちとしては、こういう実験を積極的に取り入れて、次の省エネのレベルを追求しています。

イオンモール幕張新都心店では、店舗の屋上に太陽光パネルを載せています。小型でも自分たちの敷地に載せられるものは、そこで発電をしていくことを基本的な考え方としています。

ただ、店舗の電気使用量の全量には当然届きません。今、約7.4万kWの発電容量がありますが、これでもまだ数%です。そこで今、PPA（電力販売契約）を積極的に推進しています。自分たちのアセットではなくて、発電事業者の資産で屋上などに発電設備を導入してもらい、そこで発電された電気を購入・消費するモデルを「PPA契約」と呼んで積極的に行っています。初期費用がかからず、メンテナンスも事業者を実施してもらう契約で、今、既存店も含めて200店舗近い店をリストアップして、計画的に進めています。

それでもまだまだ足りないということで、家庭の

FITの買い取り期間が終了したお客さまから、その余剰電力を私たちイオンが買い取るサービスをエリア単位で開始をしています。

そのときに、その電力の量に応じて電子マネーのWAONポイントを付与することで、お客さまはWAONで買い物ができます。WAONポイント付与によってメリットを感じていただき、多くのお客さまに支持をいただいています。年間再エネ調達量は1600kWhで、その電気は店で使用しています。

さらに、次の段階として、お客さまの自宅で発電した太陽光もしくは再エネで充電をしたEV車を活用するモデルです。このEVに余剰があれば、それをイオンに持ってきてもらって、イオンがその車から電気を買収する、こういう仕組みを大阪の店舗で実証をしています。技術的にはもうクリアをしていて、あとは実装していく段階です。

再生可能エネルギーがまだ日本では少ない中で、お客さま・イオンが、生活の中でこれを使っていくメリットを感じながら再エネが増えていく仕組みを、私たちは期待しています。

■イオン持続可能な調達目標

調達について、イオンとしては、食品に関わる調達基準はグローバル認証を主に採用しながら取り組みを進めています。図表1は、2020年目標ですすでに終えたものですが、こうしたカテゴリ別目標を掲げて取り組みをしています。

よく話をするのは、MSC（海洋管理協議会）、ASC（水産養殖管理協議会）の魚の認証についてです。私たちは2006年にMSCを導入しましたが、売場に認証マークがあっても、従業員もよくわからないし、お客さまもわかりません。この商品の意味や価値がどのようなものかということ伝えるのに非常に苦労しました。

今、認証コーナーも展開しており、取り扱い品目も60品目を超えています。長年、お客さまに理解を求めながら丁寧にやってきた結果、売上に貢献する商品に成長しています。

FSC（森林管理協議会）の認証木材を使った店舗も、300店近く展開しています。今、国内材木の課題は、どう使っていくか、です。これが通常の建設コストより大幅に高いとそちらにシフトできませんが、ミニストップの事例では、コストを抑えて建設でき、CO₂も30

図表1 持続可能な調達目標

農産物	<ul style="list-style-type: none"> ● プライベートブランドは、GFSI ベースの適正農業規範 (GAP) 管理を100%実施をめざす。 ● オーガニック農産物の売上構成比5%をめざす。
畜産物	<ul style="list-style-type: none"> ● プライベートブランドは、GFSI ベースの食品安全マネジメントシステム (FSMS) または、適正農業規範 (GAP) による管理を100%実施をめざす。
水産物	<ul style="list-style-type: none"> ● 連結対象のGMS、SM企業で、MSC、ASCの流通・加工認証CoCを100%取得をめざす。 ● 主要な全魚種で、持続可能な裏付けのあるプライベートブランドを提供する。
紙・パルプ・木材	<ul style="list-style-type: none"> ● 主要なカテゴリのプライベートブランドについて、持続可能な認証 (FSC 認証等) 原料の100%利用をめざす。
パーム油	<ul style="list-style-type: none"> ● プライベートブランドは、持続可能な認証 (RSPO等) 原料の100%利用をめざす。

%以上削減できるということで、非常にメリットもあります。今、店舗の木質化も積極的に進めています。

イオン・サステイナブルコーヒーは、2021年1月に発表しました。カテゴリーの「農産物」「畜産物」「水産物」「紙・パルプ・木材」「パーム油」に追加をして、「コーヒー」を新たに目標として取り入れました。

コーヒー生産地の生産者の労働環境に様々な課題があるということで、持続可能性の裏づけがきちんととれる原料を使用するコーヒーを提供していくことを、コミットしています。

そのやり方は「第三者認証活用」と「プロジェクト支援」で、フェアトレード認証を含めて第三者認証を活用するという、そしてこのコーヒー生産者のコミュニティ支援の取り組みを開始しています。

考え方は、そこの生活改善による生活向上や人材育成、キャパシティ・ビルディングも含めて、イオンが取り扱うコーヒーによって産地の環境が良くなるということ。そして、適正な価格を設定して安定した取引になるようなところも視野に入れて、イオンのコーヒーを展開していくことにしています。

■資源循環の促進

次の課題は、資源循環です。

イオングループとしては、長年にわたって、省資源とか資源抑制の取り組みをやってきました。商品でいうと、ジャスコ時代から、当時カップ麺にフォークがつくのが当たり前だった時代に、初めてフォークを省いたカップ麺を売りました。また再生材を使ったものとか容器をコンパクトにする等、こういう取り組みを商品の中で積極的に取り入れてきました。

同時に、1991年から、買い物袋持参運動、資源の店頭回収もなどの取り組みもしています。

これらの考え方を、2020年に「イオンプラスチック利用方針」として定めています。考え方としては、使い捨てプラスチックは当然減らすべきですが、衛生上のことやLCA(ライフ・サイクル・アセスメント)的にもプラスチックを使うことが最も評価できる場合もあります。ですから、用途に応じた形で適正に、きちんと管理してプラスチックを使うことを定めています。

この取り組みは、最終的には脱炭素社会の実現に向けて、CO₂削減に貢献するものとして位置づけています。ですから、使うプラスチックは、化石由来から他の

素材に切り替えます。トレース可能な紙、バイオマスプラスチック、再生プラスチック、リサイクル可能な素材などをそれぞれの商品の適性に応じた形で採用することを掲げています。

2030年までの目標としては、まず使い捨てプラスチック使用量を半減させます。そして、すべてのPB商品において環境や社会に配慮した素材を使用します。PBのペットボトルもリサイクルできるペットボトルへの転換に着手します。

お客さまに認知してもらうことが重要だと考えていますので、緑色の環境配慮素材マークをつけて訴求しています。お客さまに環境・配慮型商品を選択していただき、商品すべてが切り替わっていくのがいいと考えています。

もう1つ、私たちは資源回収のフローを安定的かつ経済的に回す取り組みです。

今、紙パック(回収量4641トン、CO₂削減量2331トン-CO₂)、トイレトペーパー、ティッシュペーパーなどへ再生)、食品トレイ(回収量3133トン、CO₂削減量1万9744トン-CO₂)、再生プラスチック製の文具、雑貨、トレイなどへ再生)、ペットボトル(回収量1万1982トン、CO₂削減量4万3136トン-CO₂)、繊維、再生プラスチック製品などへ再生)、アルミ缶(回収量5558トン、CO₂削減量4万7800トン-CO₂)、レンジ用カバーなどへ再生)を中心に回収しています。

その中で、ボトル to ボトルについてです。今回は丸紅と一緒にタグを組んで、使用済みペットボトルの回収・運搬から製品化までを一気通貫で行い、安定的な資源回収のモデルの実証を開始しています。

イオンは、2019年のエコプロで、Loop(循環型ショッピングプラットフォーム)への参画を発表しました。2021年春から具体的に開始します。

多数のステークホルダーがこういう取り組みに参加しないとベースが広がっていかないと考えていますので、今回多くのブランドがこの取り組みの趣旨に賛同して入ったことは、大きな期待を感じています。

■食品廃棄物の削減

次は、食品ロスです。私たちには、食品廃棄物量を2025年までに半減させること、それでも出るものは、きちんと資源循環することという、イオングループ食品廃棄物削減目標があります。

具体的な取り組みとしては、肉の真空パックです。今までは品質保持期限が3日しかなかった商品が、真空パックにすることで13日になりました。それだけでもかなりの食品ロス削減効果が出ています。

次に、WRI(ワールド・リソース・インスティテュート)の「10×20×30(食品廃棄物削減イニシアティブ)」についてですが、やはりイオンだけが食品廃棄物量を半減しても大した量ではありません。サプライチェーンで削減していくことが大切だと考えています。

今は、ここに加盟するさまざまな会社と、目標の設定、どういう会社でどういうことをやってきたのか、何をすべきなのか、いろいろな意見交換・情報共有を行い、有機的な連携につながる取り組みを進めています。

3. 社会課題への対応

■地域支援

次は「社会課題への対応」ということで、地域課題に少し触れます。

イオングループは、この10年、東日本大震災の被災地にさまざまな支援をしてきました。イオングループの中に大規模災害に対する復興支援のノウハウがあったわけではありませんが、イオンらしい支援に取り組んできました。初めは瓦礫の撤去など、復旧・復興からスタートしましたが、今は、地域の自立、再生の支援に入っています。その地域でブランド化するような商品をつくるなど、地域の特性を生かした形での地域支援が重要になります。

地域の特性を生かした商品開発を行い、かねさわクレソン(岩手県大槌町)、釜石・遠野ワイン(岩手県)、米通どぶろく(岩手県遠野市)、宮城県南三陸町YES工房工芸品、ころ柿(宮城県丸森町耕野地区)、南相馬市産農産物(福島県南相馬市)などを行っています。

東北でとれたものを、私たちの店舗を通じて全国に展開することも、これからの地域創生において重要な役割だと考えています。

そして現在、新型コロナウイルスもあり、生活が困窮して困っている人が沢山います。今回、私たちは、コロナ禍で困っている人たちを応援している人たちをサポートするために、2020年12月にイオンこども食堂応援団を発足しました。こども食堂は、ボランティアでやっている人が大半です。そこでそうしたところのサポートをしたいと考えました。金銭的なサポートもあ

りますが、店舗を開催場所として貸したり、イオンの従業員がお手伝いをするなど活動をサポートしていきます。

今回、店頭で子ども支援募金を行ったところ、お客さまから多くの金額が寄せられました。

それ以外にも、さまざまな取り組みをしていますが、イオン幸せの黄色いレシートキャンペーンは20年続けています。毎月11日、お客さまがご自身で応援したい団体等のボックスに、その日に買い物をしたレシートを投函すると、レシート合計金額の1%をイオンが拠出し、その団体に寄付をする仕組みです。

この取り組みは、中国(2012年～)、タイランド(2015年～)、カンボジア(2015年～)でも展開しています。本当に素晴らしい取り組みをしている人がたくさんいますので、イオンとしても地域とつながりながらサポートしたいと考えています。

■「地域とともに」イオンの森づくり

最後は「地域とともに」です。イオンでは新しい店が開店する前に、その地域のお客さまと共に植樹活動をしています。これは、その地域にもともとある樹木を地域のお客さまとともに店舗の周りに植える活動です。私たちはこれを「鎮守の森」と呼んでいますが、自然本来の森をつくることに取り組んでいます。

1991年から開始しましたので、古い店では30年近くの年月が経ち、店舗の屋上を超えるほど成長しています。管理するのもなかなか大変ですが、今は、そこにいろいろな生物が生息しています。地域の人も、自分が植えた木がこれだけ育っていることを感慨深く見守っている人がたくさんいますので、非常にいい取り組みだと私自身も思っています。

私たちイオンの従業員は、こうした活動に必ず参加します。自分たちが地域の人と体験できるプログラムは本当に大事だと、つくづく感じています。

今、国内外で1212万1780本(2020年2月末現在)の木を植えています。野鳥が集う森に育ったり、災害時には住宅地へ流れ込む車を木が食い止めたという効果もあります。

イオンは、まさに同じ考え方をベースに持つ従業員が一体となり、荒廃した森の再生も含め、自然の森をきちんとつくるという位置づけで取り組んでいます。