

資料 7

百貨店における容器包装の削減の状況

【資料提供】日本百貨店協会

百貨店業の容器包装削減に向けた取組

【数値目標】

紙製容器包装(包装紙・手提げ袋・紙袋・紙箱)使用量を、2000年を基準として、2020年には原単位(売上高当たりの使用量)で、45%の削減を目指す。また、プラスチック製容器包装の使用量についても可能な限り削減に努める。

紙製容器包装

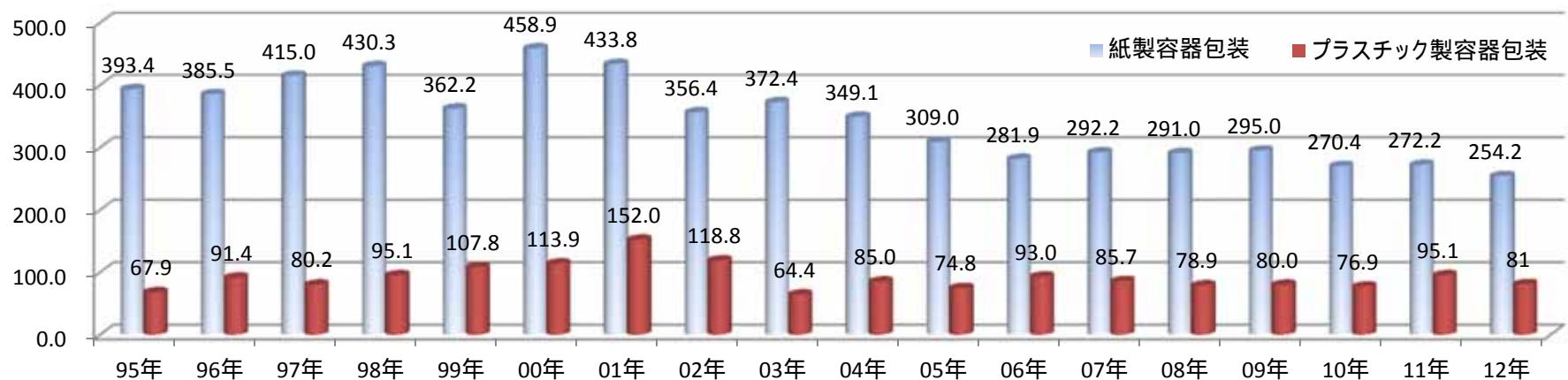
単位	包装紙	紙袋	手提袋	ギフト箱	合計	2000年	合計/売上	2000年
	トン	トン	トン	トン	トン	kg /億円		
95年	10,102	3,736	14,931	4,940	33,709	83.3	393.42	85.7
96年	9,612	4,258	14,345	5,854	34,069	84.2	385.50	84.0
97年	9,586	4,170	17,161	7,212	38,129	94.2	415.01	90.4
98年	10,231	4,834	18,686	5,743	39,494	97.6	430.34	93.8
99年	8,746	3,714	15,759	4,359	32,578	80.5	362.24	78.9
00年	10,611	4,618	19,350	5,892	40,471	100.0	458.85	100.0
01年	9,240	4,872	18,596	4,482	37,190	91.9	433.83	94.5
02年	7,568	3,247	15,388	3,537	29,740	73.5	356.40	77.7
03年	6,960	3,286	16,582	3,383	30,211	74.6	372.44	81.2
04年	7,187	2,542	14,460	3,314	27,503	68.0	349.08	76.1
05年	5,000	1,986	13,760	3,483	24,229	59.9	308.99	67.3
06年	4,425	2,239	12,465	2,776	21,905	54.1	281.92	61.4
07年	4,332	1,980	13,279	2,923	22,514	55.6	292.19	63.7
08年	4,597	2,040	12,866	1,976	21,479	53.1	290.99	63.4
09年	3,448	1,518	12,411	2,044	19,421	48.0	294.97	64.3
10年	3,202	1,484	10,404	1,924	17,014	42.0	270.40	58.9
11年	2,847	1,485	10,596	1,818	16,746	41.4	272.18	59.3
12年	2,666	1,336	10,000	1,620	15,622	38.6	254.21	55.4

プラスチック製容器包装

プロダクター	2000年	合計/売上	2000年
	トン	kg /億円	
5,819	57.9	67.9	59.6
8,077	80.4	91.4	80.2
7,366	73.3	80.2	70.4
8,731	86.9	95.1	83.5
9,699	96.5	107.8	94.7
10,046	100.0	113.9	100.0
13,033	129.7	152.0	133.5
9,912	98.7	118.8	104.3
5,225	52.0	64.4	56.6
6,700	66.7	85.0	74.7
5,869	58.4	74.8	65.7
7,223	71.9	93.0	81.6
6,607	65.8	85.7	75.3
5,827	58.0	78.9	69.3
5,270	52.5	80.0	70.3
4,837	48.1	76.9	67.5
5,853	58.3	95.1	83.5
4,975	49.5	81.0	71.1

百貨店年間売上高

売上高	2000年
億円	
85,682	97.1
88,377	100.2
91,876	104.2
91,773	104.1
89,935	102.0
88,200	100.0
85,724	97.2
83,446	94.6
81,116	92.0
78,787	89.3
78,414	88.9
77,700	88.1
77,052	87.4
73,813	83.7
65,841	74.6
62,921	71.3
61,525	69.8
61,453	69.7





「スマートラッピング」

2006年6月5日創設
毎月5日は「スマートラッピングの日」

「贈答品はきちんと包む」・「ご自宅用品はシールのみ」・「まとめて入れる」といった、メリハリのある包装を、お客様が選択する「自らが考え・選択する」(スマートコンシューマー)ための呼びかけ。

全国の百貨店では、環境負荷の低減のため、消費者自らが使い道にあった包装を選択する「スマートラッピング」を呼び掛けています。容器包装の適正化、容器包装材使用量の削減や再生包装材の利用に取組み、その方法の一つとして、ふろしきの普及やマイバック運動等を推進しています。



デパートでも、マイバッグ。
デパートへも、電車とバス。



毎年6月（環境月間）を中心に、全国の百貨店で
「デパート・クール・バッグ」（保冷タイプのエコバッグ）を販売。

東日本大震災の復興を支援するため、売上的一部分を
「岩手・宮城・福島の3県の子ども基金」（ ）に寄付しています。
() 岩手県「いわての学び希望基金」
宮城県「東日本大震災みやぎこども育英募金」
福島県「東日本大震災ふくしまこども寄附金」

日本百貨店協会の容器包装削減に向けた考え方

スマートラッピングの推進について

日本百貨店協会では、『百貨店の環境保全に関する自主行動計画』を踏まえ、包装の適正化、包装材使用量の削減に取組み、平成3年度より業界全体の使用量を把握し、包装紙においては平成3年度から平成23年度の20年間で80%削減している。

平成23年3月には、『百貨店の環境保全に関する自主行動計画』の数値目標を改定し、「すべての紙製容器包装の使用量の原単位(使用量／売上高)を業界全体で、2000年(平成12年)を基準年とし2020年(平成32年)には45%程度の削減」を目指すこととした。またプラスチック製容器包装の使用量についても紙製容器包装に準じて可能な限りの削減に努める」とした。

具体的には、百貨店が一丸となって取り組む姿勢を明確にし、業界統一キャンペーン「スマートラッピング」(お客様に使い道にあった包装を選んでいただくこと)を通して、毎月5日を「スマートラッピングの日」として定め、ポスター・POP・お客様へのお声掛けによりスマートラッピングによる容器包装削減を推進してきている。平成19年から毎年、業界統一バッグを全国の会員百貨店で販売し、お客様への定着・拡大を図っている。

今後も、更なるスマートラッピングのPR、マイバッグ等の利用の促進、対面販売の特性を生かした「お声掛け」等の徹底を図り、引き続き、「百貨店らしい削減」に取り組んでいくこととする。

1)スマートラッピングの周知・徹底

「贈答品はきちんと包む」・「ご自宅用品はシールのみ」・「まとめて入れる」といった、メリハリのある包装を、お客様が選択する「自らが考え・選択する」(スマートコンシューマー)ための呼びかけ。

2)業界統一「スマート・クールバッグ」・自社マイバッグの販売強化、 統一ポスターによる「マイバッグ持参運動」の強化

3)「レジ袋ご不要カード」による更なる削減に向けた積極的な取組み