

## 無料のカトラリーは紙製やバイオマス原料を使用したものに変更

弁当やデザートを購入した際にもらうことができるカトラリー類。ヤマナカでは通常のスプーンとフォークはバイオマス原料が40%含まれたプラスチック製のものを使用、ストローとデザートスプーンは順次紙製へ変更しています。

一時は通常のスプーンも紙製のものに変更していましたが、「濡れると途中で使いづらくなる」という消費者の声から、植物由来で再生可能なバイオマス原料を使用したプラスチックスプーンに切り替えられました。

地球にも消費者にも、  
どちらにも優しい  
選択だね！



バイオマス原料が40%使用された  
スプーン



紙製ストロー



紙製デザートスプーン

## レジ袋削減、スタートは2007年

2007年の名古屋市「レジ袋有料化促進モデル事業」への参加をきっかけにレジ袋の無料配布中止を順次進め、2020年からは全店で有料化を実施。2020年からはバイオマス原料を30%配合した有料レジ袋に切り替えました。

また有料レジ袋販売の収益金は店舗所在の自治体などへ寄附されているほか、「名古屋市東山総合公園」や「豊橋総合動植物公園(のんほいパーク)」などの動物スポンサー料としても活用しています。

このほか新店・改装店など実施店舗は限られますが、袋詰めめに設置されたポリ袋もバイオマス原料を配合したものにすることで、新たな取り組みにも挑戦しています。



有料レジ袋はバイオマス原料を30%  
使用したものの

## 各店舗店頭で資源回収。

### 「トレーからトレー」へ循環させる取り組みも

各店舗の店頭では、トレーやペットボトル、牛乳紙パック、アルミ缶などの資源回収も実施。一部店舗では、回収した使用済みトレーを新しい食品トレーへ生まれ変わらせる「循環型リサイクル」も行っています。



「ヤマナカ」の歴史は古く、1922(大正11)年に創業者が奉公先から独立し、中区・正木町に開業した乾物屋がその始まりです。現在のようなセルフサービスのスタイルが初めて店舗に取り入れられたのは1960(昭和35)年のこと。それ以来、地域に密着したスーパーマーケットとして次々に出店、現在は愛知・岐阜・三重に60店舗※を展開、2022年2月には創業100周年を迎えました。

環境活動や地域への貢献活動にも積極的で、プラスチック製容器包装の削減をはじめ、省エネルギーやフードロス削減、学校や行政と連携した地域活動なども実施し、環境にやさしい企業活動をすすめています。 ※2025年1月現在

## ノントレー包装も実施

鶏肉の販売には一部店舗でノントレー包装も導入。包装資材の使用削減とともに利便性の向上につながっています。



鶏肉(もも肉、むね肉など)は  
トレーをなくし、  
袋詰め販売。

## 「バナナのはかり売り」で「プラ容器+食品ロス」削減へ！

「フランテロゼ覚王山」では「バナナのはかり売り」を実施。この販売方法はプラスチック製容器包装と食品ロス、両方の削減につながるのではと期待されています。



## 全社で「ESG※」への取り組みを展開

ヤマナカでは環境や社会貢献などの活動を従業員一人ひとりがより深く理解するために2021年度から「ESG」をシンボルとして掲げ、全社で「ESG」への取り組みをスタート。社会課題に関する問題意識の向上などの従業員教育にも注力しています。

その一環として2021年から定期的に、社内報として「ESG通信」を発行、プラスチック削減や食品ロス、地域との関わり方などをテーマにした記事を掲載。従業員が持続可能な社会の実現を、「自分ごと」として捉えられるきっかけの一つにしています。

※「ESG」は環境(Environment)、社会(Social)、ガバナンス・企業統治(Governance)の3つの頭文字を取ったもので、サステナブル(持続可能)な成長を目指した経営を行うことを意味しています。



「ESG通信」は電子掲示板の書庫にもあり、  
従業員はバックナンバーを閲覧することも  
できます。

## プラスチック製資材の使用量削減

(プラスチック容器包装使用量)

2030年までに、累積25%削減  
2023年までに、すでに19.2%削減を実現!  
(基準は2018年)



## ●今後の課題や目指すところは？

「今後は日配品などを製造する関連会社の工場も含め、さらに容器包装の使用量の削減ができるよう工夫していきたいですね。その他への取り組みも、商品の品質をしっかりと保ち、また消費者の方々との意識も合わせつつ進めていきたいと思っています」



写真はヤマナカグループの「フランテロゼ覚王山」。  
ヤマナカ各店同様、さまざまなプラスチック削減に向けた取り組みを  
推進しています。