



세븐일레븐 환경대책

Environmental Measures Taken by Seven-Eleven

山口 秀和 / (주)SEVEN & I. HOLDINGS 총무부 환경추진 SENIOR PFFICER

I. 서론

1974년 일본의 CVS 1호점이 오픈한지 30여년이 지났다.

(사)일본프랜차이즈체인협회 가맹 주요 12개사의 점포 수는 약 42,000개로 그 매출은 7조 3,000억엔에 달한다.

프랜차이즈 시스템에 의해 성장을 지속하는 CVS에 있어서 각 프랜차이즈는 점포경영을 위해 다음과 같은 활동을 하고 있다.

- ① 정보네트워크시스템구축
- ② 판매설비제공과 정비체제의 정비
- ③ 상품개발과 생산체제, 품질관리
- ④ 상품 또는 원재료의 물류(점포나 공장)로의 배송
- ⑤ 메스미디어를 활용한 광고선전
- ⑥ 점포에서의 상품 발주와 납품, 기타 영업비에 관한 결제 시스템과 부기회계업무 대행
- ⑦ 카운셀러를 통한 가맹점으로 경영지도 등을 기본적인 역할로 하고 가맹점이 판매를 중심으로 하는 점포경영에 전념할 수 있는 인프라를 제공

하고 있다.

컴비니언스 스토어에 있어서 판매의 중심은 ① 밥(도시락, 주먹밥, 초밥) ② 조리빵(샌드위치 등) ③ 반찬(샐러드, 조림, 튀김 등) ④ 갓 구운 빵(후레쉬베이커리 시스템) ⑤ 조리법(소바, 우동, 스파게티 등) ⑥ 절임야채 등의 오리지널 데일리 상품(매일 배송품)이며 상품 판매액의 40% 이상을 차지하고 있다.

1990년 이후 지구온난화 문제나 폐기물 소각 시설의 다이옥신 발생 등의 환경문제가 제기되어 기업에 있어서도 환경문제의 대응은 중요한 리스크매니지먼트로 인식되었다.

세븐일레븐에서는 상기 오리지널데일리 상품의 제조는 일본 데리카후드 협동조합원 78개사의 전용공장 178개소에서 생산되며 각 매점으로의 배송도 전용센터 165개소로부터 배송이 이루어지고 있다.

이와 같은 서플라이체인과 기본사업구조에서 환경대책의 대상을 ① 제조, 배송, 판매, 소비의 각 장면에서의 CO₂ 배출 절감 ② 폐기물의 절감과 순환형 리사이클 시스템 구축 ③ 소비자가 알

[표 1] CVS12개사 에너지 소비단위 (kWh/m² · H)

연도	1990	2000	2005	2006
kWh/m ² · H	0.161	0.128	0.125	0.125

수 있는 안심, 안전한 상품 제공 시스템 구축을 우선 과제로서 추진하고 있다.

1. 점포의 성에너지 추진

세븐일레븐에서는 프랜차이즈계약에 있어서 점포에서 사용하는 설비기기를 프랜차이즈가 설치함과 동시에 전기 수도료의 80%를 부담한다는 점에서 개업당초부터 성에너지 시스템은 건축 설비 본부를 중심을 추진되고 있으며 여러 가지 상품이나 서비스의 제공에 의해 확대하는 설비의 설치대수 증가나 배리어프리를 겨냥한 점포 설계에 의한 점포면적 확대 등의 에너지 사용량 확대 요인을 튼튼너기기의 도입이나 신기술채용 등의 창의, 연구에 의해 억제하여 원단위베이스 목표를 설정, 절감에 노력하고 있다.

일본프랜차이즈체인협회(JFA)는 온난화 방지 지구 행동계획에 1998년부터 참가하여 매년 그 개선상황을 보고하고 있으며 점포의 사용전기량을 점포면적×영업시간으로 나눈 수치를 원단위로 해서 90년에 대해 현재 22%의 개선을 달성하였다.

세븐일레븐은 2006년도 에너지원단위는 0.119로 추이하고 있지만 금후의 상품, 서비스의 확대에 따르는 설비증설 등도 있어서 전력 사용량의 절감은 과제가 되고 있다.

2006년 설비설치 대수는 1999년도에 비해 약 1.3배(18대→23대)로 확대, 신규설비기기에 관해서는 튼튼너방식에 의한 메이커 연대에 의한

최신 성에너지형 기기의 도입을 피하고 있다. 한 예를 나타내면 쇼케이스용 냉동기에 관해서는 1999년부터 인버터형을 도입 협재 84% 완료하고 공조기도 55%의 점포도입의 완료되고 있다.

점포내조명에 관해서도 고효율 Hf형 램프의 도입, 인버터형 전자안전기를 69%의 점포에 도입하고 있다.

배출 CO₂ 삭감 추진으로서는 점포건설시에 있어서 표준점포내장(바닥, 벽, 천정, 조명 등의 건축자재 16기종 판매용 소형 설비기기 등)의 혼재 공동 배송에 의해 차량 대수의 절감, 내외장 겸용 단열 판넬 도입, 또 점포당 46kg 사용하는 후론에 관해서도 적절한 회수, 파괴를 하고 있다.

2008년 2월에는 나가노시에 환경 배려형 실험 점포를 개점하여 ① 점내조명에서 현행비 15% 절감, 사무소 창고에서는 46% 절감을 추진, 최신 모델 점포에 있어서는 원(原) 단위 0.0964(현행비 77%)를 계획하고 있다.

배송에 있어서는 165개 배송센터에서 전차량(약 4,000대)에 차량 단말기를 탑재, 운행, 동태 관리 시스템을 운용하여 점포당 운행거리의 단축, 연비향상, CNG(천연가스) 차량의 도입추진(208대 2007년 말)에 의해 점포당 배송에 관계되는 배출 CO₂양을 4.7% 삭감하고 있다.

2. 폐기물 절감 추진

세븐일레븐은 점포에서 배출되는 폐기물을 분리회수하여 적정 처리하기 위해서 1994년에 동경도 가맹점에 '에코물류' 시스템을 추천하였다.

점포에서의 분리배출, 수집사업자에 의한 수집과 리사이클추진, 적정처리를 목적으로 추천지역을 확대하여 현재 전국 약 8,000점포의 대상지역



에서 'ECO 물류'가 전개되고 있다.

또 점포로부터의 판매기한 지난 상품, 일본 데리카푸드 협동조합의 각 공장의 식품 남은 것 등 리사이클을 추진해야 하는 상품 미이용 자원에 관해서는 1997년부터 사료화를 중심으로 하는 시스템을 추진하고 있으며 현재까지의 상황은 다음과 같다.

① 1997년 : 나가노시의 공장에서 식품 잔사물을 사료화, 비육실험 개시

② 1998년 : 식품 수급센터의 '식품제조법 제로에미션 구축사업' 신청

- 이바라기현 조리빵공장에 효소 건조기 투입, 사료화 개시

- 미야키현 센다이시에서 점포에 소형 건조기 도입 실험

③ 2002년 : 규슈식품공장 리사이클 사업협동조합설립(농림수산성, 환경성 인가)

④ 2003년 : (주)아그리가이아 시스템 추비화센터(치바현)

- 동경도 23개구 900점포 반입개시

⑤ 2004년 : 규슈 식품 리사이클 사업 협동조합이 사료화 시설 가동 50/일 생산

⑥ 2007년 : (주)아그리가이아 시스템 사료화센터(치바현)

- 수도권 점포 및 공장의 미이용 순환자원의 사료화 리사이클 개시

동경도 23개구 점포에 관해서는 점포로부터의 배출물을 ① 병, 캔, PET 등의 자원물 ② 골판지 상자 등의 종이 자원물 ③ 판매기한 지난 상품 ④ 가연물의 4가지를 분류배출을 하며 각각 주3 주3, 주7, 주2의 분리수집을하며 주2의 가연물 이외는 모두 재생이용하고 있다. 또 주7의 판매기

한 지난 상품에 관해서는 냉동차량 회수하여 사료화 센터를 보낸다. 이미 에코피드(리사이클사료)를 사용한 비육 실험도 하고 있으며 양질 돈육 생산이 가능하다는 것이 확인되어 금후에는 식품리사이클법에 의거, 리사이클루프 형성에 연결되어 나갈 것으로 생각한다.

또 점포에서 하는 튀김 상품 설비에서 배출되는 폐유의 리사이클과 맞추며 동경도 23개구의 점포 리사이클 법에 의거하는 리사이클율을 소매법 목표인 45%를 달성할 것으로 보인다. 지역의 확대에는 협력하는 폐기물 처리사업자의 수집, 처리시설 등의 준비가 있으나 점차 전개지역을 확대해 나갔으면 한다.

공장에 관해서는 규슈 식품 공장리사이클 사업 협동조합이 식품 리사이클의 모델사업으로서 농림수산성 환경성의 인가를 받아 보조산업으로서 2002년 발족, 2004년부터 가동하여 현재는 세븐일레븐용 상품 제조를 하는 각 공장, 운영주체 폐기물사업자, 미야키현, 동형의 축산시험장, 미야키대학 농학부의 산, 관, 학 연대에 의한 추진이 되고 있다.

사회적 관심이 높은 1회용 봉지의 사용절감에 관해서도 업계 활동으로 2006년부터 추진하고 있지만 CVS의 업체특성으로서 패스트푸드 판매가 많고 전자렌지로 데우는 것이나 차가운 것 등 용기, 포장을 하지 않을 수 없는 것도 있어 상품의 일부에서만 1회용 봉지를 사용하고 있다는 점에서 고객의 협력을 얻어 사용절감을 추진하는 것, 두께를 얇게 하여 플라스틱 사용량을 절감하는 것을 추진하고 있다.

절감목표는 용기 포장리사이클법이 시행된 2000년도에 대해서 35% 절감을 2010년에 달성

한다고 하고 있다. 2006년 대비 25% 절감하였다. 더불어 쇼핑백(마이백)을 장려하고 ‘마이백 지참’ 운동도 지속적으로 하고 있다.

또, 세븐일레븐은 밥, 반찬의 용기포장 간소화도 진행하고 있으며 종래의 쉬링크 포장에서 테이프 포장으로 바꾸고 또 젓가락도 100% 대나무 젓가락으로 바꾸는 것을 추진하고 있다.

3. 대처와 금후 과제

소비자의 요구에 부응하여 여러 가지의 상품이나 서비스를 제공하는 CVS에 있어서 소비자가 기대하는 과제로서 음식의 안심, 안전으로의 시스템 구축과 그 정보공개가 있다. 세븐일레븐에서는 합성착색료나 합성보존료 사용을 금지한지 몇 년이 경과하였지만 올해도 품질관리에 연동하여 식품 첨가물의 사용절감에 힘쓰고 있다. 작년

3월부터는 점포내에서 조리하는 튀김물 조리유의 트랜스 지방산의 함유량을 종래 식물오일의 50% 정도 절감하고 있다.

또 상품의 규격, 원재료 규격을 관리하는 시스템을 구축하고 동시에 국산 원재료의 사용비율 향상에는 노력하고 있다.

야채류는 현재 95% 이상이 국산이며 축산 원재료에 관해서도 닭, 돼지고기를 중심으로 27% 이상이다.

레시피마스타(트레이스백시스템)의 적용 카테고리를 오리지널 데일리 상품에서 ‘7프리미엄’ 상품으로 확대를 추진, 소매점에서 상품, 서비스에 안심, 안전을 제공하고 성자원, 성에너지, 지구 환경보전의 관점에서 환경 고려를 철저히 하여 사회적 인프라의 일부를 짊어지는 지역 사회와 공생할 수 있는 기업을 목표로 하고자 한다. ☐

사단법인 한국포장협회 회원가입 안내

물의 흐름이 자연스러운 것은 물길이 나아있기 때문입니다.

포장산업이 강건하려면 미래를 내다보는 안목이 필요합니다.

포장업계의 발전이 기업을 성장시킵니다.

더 나은 앞날을 위해 본 협회에 가입하여 친목도모는 물론 애로사항을 협의하여

새로운 기술과 정보를 제공받아야 합니다.

포장업계에서 성장하기 원하시면 (사)한국포장협회로 오십시오.

[사]한국포장협회

TEL. (02)2026-8655~9

E-mail : kopac@chollian.net