

「エコプロ2022」協賛会社がブース出展

SDGs達成への特色ある取り組みをアピール

国内最大級の環境展示会「エコプロ2022」が12月7～9日、東京ビッグサイト（東京都江東区）で開催されました。開催期間中には、「SDGs Week EXPO」と題して社会課題解決のための展示会が複数開かれ、総来場者数はのべ6万1千人でした。



ブースを出展して、SDGs（持続可能な開発目標）の達成に向けた取り組みをアピールしたのは496社・団体。ベルマークの協賛会社からは、キューピー（ベルマーク番号07）、アサヒ飲料（同29）、アサヒグループジャパンとして出展）、エプソン販売（同73）、NGP日本自動車リサイクル事業協同組合（同76）が出展しました。



植物性原材料をベースに／キューピー

同社が紹介していたのは、豆乳加工品をベースとした植物性の原材料を使い、たまごの味わいと見た目を再現したプラントベースフード「HOBOTAMA」。半熟のスクランブルエッグ風と溶き卵風（加熱用）の商品を開発しました。ぷるぷるとした見た目は、まさに「ほぼたまご」。



他にも、卵不使用の「プラントベースタルタルソース」や「キューピーエッグケア」があり、アレルギーなどさまざまな理由で卵を食べられない人にも新しい選択肢を提示していました。



エコな容器包装を／アサヒ飲料

ペットボトルのラベルを小さくしたり、スチール缶を軽量化したりと容器包装の工夫に力を入れています。プラスチックやスチールの使用量、ラベル生産時のCO₂排出量を削減することが環境保護につながります。



ホテルや飲食業で展開しているリターナブルびん商品も紹介。空きびんを回収して繰り返し使用する商品で、そのうちの「三ツ矢サイダー」はびんの王冠を集めると、1個あたり0.7点のベルマークになります。現在展開されている4ブランド7商品のリターナブルびんの回収率はほぼ100%だそうです。



水を使わずに紙を作る／エプソン販売

2016年に商品化された「PaperLab A-8000」は、大量の水を使わずにその場で新しい紙を作ることができる乾式オフィス製紙機。今回の展示会では、PaperLabの新コンセプトと、それを実現するために開発中の「新コンセプトモデル」が世界初公開されました。



新しいコンセプトは「PaperLabがお客さま同士をつなぎ、環境貢献の輪が広がる世界」の実現。専用シュレッダーを導入し、裁断した古紙を「新コンセプトモデル」のある場所に集約するサイクルを生み出すことで、複数の企業間や自治体などの地域社会をつなぐ役割を担います。



廃車からSDGs・カーボンニュートラルに貢献／NGP日本自動車リサイクル事業協同組合

NGPブースでは、バーチャル工場見学コーナーやパネル、クイズを通じて自動車リサイクルの流れを分かりやすく紹介。組合に加入している工場は、廃車を引き取ったあと、再利用できる部品は「リユース部品」として取り出し、再利用できない部分は資源としてリサイクルします。車の修理にリユース部品を使うと、新品の部品を使うときよりもCO₂を削減することができます。



来場者には、廃車の取扱説明書をアップサイクルして作った「環境教育ノート」と炭再生紙「廃車王 炭エコクック」を配布。資源の有効活用や廃棄物削減の重要性を訴えかけました。NGPのリユース部品に貼付される「ギャランティール」1枚につき、5点のベルマークが付いていることも紹介されていました。



市場調査費、1億円に

あいおいニッセイ同和損保

協賛会社あいおいニッセイ同和損害保険（ベルマーク番号92）のこれまでの市場調査費が1億円を超え、12月23日に財団から感謝状を贈りました。

小野高道・ベルマーク財団常務理事から感謝状を受け取った、新納啓介・同社代表取締役社長は「今後も『CSV×DX（シーエスバイバイディーエックス）』という理念のもと積極的に社会や地域の課題解決に向けて保険事業に取り組み、ベルマーク運動の支援も続けていきたい」と話しました。

ベルマークの協賛会社は、集まったベルマーク1点につき1.275円（うち1円は参加団体のベルマーク預金、0.275円は財団運営費＋運営費にかかる消費税）を市場調査費として支払います。同社は保険証券にベルマークを付けるだけでなく、自らマークを収集し、寄贈する活動もしています。東日本大震災が発生した2011年以降、災害被災校などに寄贈したマークは累計2000万点を超えます。



新納啓介・代表取締役社長（左）と小野高道・財団常務理事

2小学校・1保育園にマーク寄贈

ベルクと麒麟ビバレッジ

埼玉や群馬を中心に関東でスーパーマーケットを展開しているベルク（本社・埼玉県鶴ヶ島市）が、協賛会社の麒麟ビバレッジ（ベルマーク番号54）と共同でベルマーク収集キャンペーンを実施し、4万1994点を集めました。集まったマークは財団を通じて、埼玉県鶴ヶ島市内の2小学校と1保育園に寄贈されます。

寄贈されるのは、ベルク全131店で5月中旬から6月末に実施された「ベルマークで当たる！家族でHAPPYキャンペーン」で集まったベルマーク。麒麟ビバレッジ商品のベルマークを6点分集めて応募すると、抽選で30人にカタログギフトが当たる企画でした。抽選に外れても、もれなく全員に応募したベルマーク点数分のベルクカードポイントが還元されるWチャンスがあり、予想を大きく上回る点数が集まりました。ベルクカードは、ポイントを貯めるとお買物券と交換できます。

贈呈式が12月2日に開かれ、ベルクの穂坂朋和・マーケティング部顧客管理課長が財団職員にベルマークの目録を手渡しました。財団からは感謝状を贈りました。

マークの贈呈先は市立南小学校、市立新町小学校、菜の花保育園。いずれもベルクの本社から近い距離にあるベルマーク運動参加校です。マークは1万3998点ずつ

均等に配分されます。

「皆さんの協力を得て、大変多くの点数が集まった。楽しい学校生活の一助となれたら嬉しい」と話したのは麒麟ビバレッジの武田桂一・首都圏統括本部首都圏流通支社長。ベルクの穂坂課長は「ベルクの売り場を通して、子どもたちの遊びや学びに貢献できたことに喜びを感じる」と話しました。さらに、今後について「1回で終わらせることなく、取り組みを続けていきたい」と語ってくれました。



左から麒麟ビバレッジ首都圏流通支社長明石雅之さん、武田桂一さん、穂坂朋和さん、麒麟ビバレッジ首都圏流通支社担当部長の堀川拓郎さん、同支社主任の平瀬宏子さん