

◎リサイクルと事業者の役割

日本チェーンストア協会関東支部

1—はじめに

日本チェーンストア協会では、一九七二年に発泡スチロール製トレイの使用に関する自主基準を制定する等早くから環境問題に取り組んできた。関東支部でも東京、横浜等の消費者団体の方々と話し合いながらトレイ削減品目を増加させた。

一九九一年、協会内に環境問題委員会を組織するとともに、行動指針として

①着実な実行：自らの問題として出来ることから着実に実行する。

②責任の自覚：全ての責任を負うことは不可能であるから、しなければならぬことを明確にした上で、責任を持って取り組む。

③連携の強化：私達だけでは出来ないの、産業界、行政、消費者との連携を進めよう。という基本三原則を定め、加盟各社の情報交換や世の中の動きへの対処方法を検討してきた。

近年重要な問題としてクローズアップされてきた地球環境への負担を低減するために産

業界の取り組みが強く求められているが、チェーンストア業はあらゆる産業の中で最も消費者に近い位置にあり、衣食住の全ての分野にわたって多様な商品とサービスを提供しているという立場から、地球環境問題を消費者にアピールする役割を担う。一方多くの産業界と接点を持つという特性から、環境保全に対する消費者のニーズをメーカーに正しく伝える役割も果たさなければならぬと考えている。

私達は多数の店舗を効率良く運営するために、日夜店舗管理オペレーションシステム構築と精度向上を図っている。これには従業員全員が取り組み、業務の全行程にこの方針が貫かれており、環境対策やごみ問題等についても、このシステムが有用に働いている事例が加盟各社の間で多く認められる。

しかしながら当協会の加盟社は百二十八社（関東支部で四十二社）あるが、企業規模、業態、扱い商品等が多彩であり、店舗の所在する地域もマチマチである。従って、一律の方針で取り組むには、物理的な要因も含めて

困難な部分がある。

環境問題への取り組みを長く持続可能なものとして進めるためにも、各社各店舗において出来るものから逐次取り組んでいきたい。

2—リサイクル型社会構築に向けての取り組み

当協会の環境問題の取り組みは幅広く、現在世界的な問題となっている地球温暖化防止の観点から、化石燃料の燃焼により発生する二酸化炭素量の削減のための諸施策①省エネルギー型店舗づくり、②物流の効率的な管理システム（共同配送による車両数と延べ走行距離数の削減、アイドリングのストップ運動）の構築、③省エネルギー製品、再生資源使用製品の積極的調達等に取り組んでいるが、その中でもリサイクル型社会の構築のために流通業の特性をフルに活かした取り組みに力を入れている。その主な取り組み事項をまとめると次のようなことが挙げられる。

- 1—はじめに
- 2—リサイクル型社会構築に向けての取り組み
- 3—主な会員社の取組事例

① 店舗、オフィスから出る事業系一般廃棄物の排出量の削減を図る

① 商品納入方法の改善

- ・ダンボール、発泡スチロール等の商品納入用の梱包材を減らし、繰り返し利用出来るハンガー、通箱、小型コンテナによる納品。
- ② 事業系ごみの再資源化を目的とした事業所内の分別排出の徹底
- ・容器（ビン、缶、ペット、紙、トレイ）、紙類、生ごみとその他分類。
- ・容器と紙類はリサイクルに、生ごみは水切り圧縮、肥料、コンポスト化する。

③ 業務のペーパーレス化の推進

- ② 販売段階で付加する包装材の使用削減と材質の改善
- ① 簡易包装、ノー包装の推進
- ② 買物袋持参運動の推進
- ③ 環境負荷の少ない包装材への転換
- ・製造、廃棄段階で環境への影響の少ない包装材の使用。・リサイクル可能な包装材の使用。・再生包装材の使用。・プラスチック系素材の使用量削減。・包装紙、紙袋、チラシ、POP、レシート、オフィス用紙等の再生紙使用の推進。

③ 容器包装リサイクル法の遵守と加盟各社の自主的な店頭における容器回収数量等

- ① 一九九五年度回収実績（各社の報告集計）
- 表1のとおり。
- ② 九六年度実施店舗……回答会社八七社
- 肉食品扱い店舗 四、一八五店
- 牛乳パック 三、一七六店舗

③ 容器包装リサイクル法の遵守と加盟各社の自主的な店頭における容器回収数量等

- ① 一九九五年度回収実績（各社の報告集計）
- 表1のとおり。
- ② 九六年度実施店舗……回答会社八七社
- 肉食品扱い店舗 四、一八五店
- 牛乳パック 三、一七六店舗

③ 容器包装リサイクル法の遵守と加盟各社の自主的な店頭における容器回収数量等

- ① 一九九五年度回収実績（各社の報告集計）
- 表1のとおり。
- ② 九六年度実施店舗……回答会社八七社
- 肉食品扱い店舗 四、一八五店
- 牛乳パック 三、一七六店舗

③ 容器包装リサイクル法の遵守と加盟各社の自主的な店頭における容器回収数量等

- ① 一九九五年度回収実績（各社の報告集計）
- 表1のとおり。
- ② 九六年度実施店舗……回答会社八七社
- 肉食品扱い店舗 四、一八五店
- 牛乳パック 三、一七六店舗

③ 容器包装リサイクル法の遵守と加盟各社の自主的な店頭における容器回収数量等

- ① 一九九五年度回収実績（各社の報告集計）
- 表1のとおり。
- ② 九六年度実施店舗……回答会社八七社
- 肉食品扱い店舗 四、一八五店
- 牛乳パック 三、一七六店舗

③ 容器包装リサイクル法の遵守と加盟各社の自主的な店頭における容器回収数量等

- ① 一九九五年度回収実績（各社の報告集計）
- 表1のとおり。
- ② 九六年度実施店舗……回答会社八七社
- 肉食品扱い店舗 四、一八五店
- 牛乳パック 三、一七六店舗

発泡スチロールトレイ 三、五二四店舗
アルミ缶 一、五九七店舗
スチール缶 六七九店舗
ガラスビン 五六八店舗
ペットボトル 一七七店舗

※それぞれの容器の回収店舗数も二〜三倍の伸びとなっている。

④ リサイクルに関する消費者への告知、啓発と再生商品の販売への取り組み

- ① 各社の店頭でのポスター、リーフレット、小冊子によるPR。
- ② キャンペーン期間を設定し、行政や市民団体との連携で啓蒙する。
- ③ 公的フェアや集会で協会作成の小冊子の配布やPR展示によるPR。
- ④ 再生商品の企画、販売強化と消費者への紹介をビジュアルに実施。

3 事業者自己回収の取り組みについて

① 基本的な考え方

私達販売事業者は前述の通り、生活者との接点で事業活動を行っており、地域社会との関係も深いところから、リサイクルについては各地域の消費者や行政の考え方を良く拝聴した上で対応方を検討する考えである。

容器包装リサイクル法上、販売段階で付加した容器（その他プラスチックや紙容器）や特定包装事業者部分以外は原則的には販売事業者には再商品化義務は生じない。

しかしながら、各地方自治体、事業者（内容物、容器、廃棄物）、消費者のそれぞれが

法の範囲を越えた負担を担うルールが確立された場合、企業の社会的負担を果たす意味で、当該地域でのリサイクルの役割の一端を自発的に担う。

事業者の自己回収で販売事業者が協力していくことは、店頭で容器を回収して、一時保管することと捉えている。

なお、最終的な判断は物理的な問題（店頭のスペースやストック場所等）も含めて、個々の事業者が各々の責任のもとに決定することになっている。

一定の役割を担う前提条件として、各地方自治体が容器包装リサイクル法上の役割分担である分別収集の実施を出来るだけ早い時期に明言することを必要とする。

また、容器包装物の事業者自己回収を、全て販売事業者に委ねる方式は許容出来ない。

② 行政に対する要望

① 容器包装リサイクル法の成立過程で論議されたこと（自治体負担が重すぎる。事業者の負担が軽い。販売事業者の負担がない。）の蒸し返しをしないで、先ずは法の規定に則り実施し、その後問題があれば、改善を目指す姿勢で臨んで貰いたい。

② 事業者の排出責任論にこだわらず、多様なルートでの回収で、容器包装物の再資源化量をいかに増やすかの観点から、総合的なリサイクル計画を作成して貰いたい。

③ 私達の業界は、チェーン経営即ち店舗運営の統一化や標準化で効率を高めていく手法を採用している関係上、個々の自治体により対応が異なる状態は極めて非効率である。

表一 1995年度回収実績

品目	実施店舗数	回収量(t)	個数換算
牛乳パック	3006	4195	1億2495万枚
発泡スチロールトレイ	3176	2672	6億6800万枚
アルミ缶	1669	1415	8349万個
スチール缶	708	984	2007万個
ガラスビン	485	1310	629万個
ペットボトル	152	33	55万本

※牛乳パック1キロ=30枚、トレイ1キロ=250枚、アルミ缶1キロ=59個、ガラスビン1キロ=4.8個、スチール缶1キロ=20.4個、ペットボトル1キロ=16.7本で計算
※(96年度は集計時期を歴年に変更したため前年の数値を掲載した。)
※91年度より集計を始め、5年間で牛乳パック2.4倍、発泡スチロールトレイ5.6倍、アルミ缶5.5倍、スチール缶4.1倍、ガラスビン1.6倍等回収量の伸び率は著しい。特に首都圏と近畿圏の伸び率が高い。

従って、隣接する自治体同士が連携をとり、全体でコストの削減が図れるような方式を採用して欲しい。

④ 地方自治体が独自の規制を条例や要綱で行う場合、当該地域内の店舗を構えている捕捉し易い販売業者に偏る傾向が見受けられるが、公平性の観点から慎重に取り組んで欲しい。

⑤ 店頭回収は多様な回収ルートの一つであり、いわば補完的な役割で、主体はあくまで行政による回収である。

以上がチェーンストア協会関東支部の事業者自己回収に対する当面の姿勢である。

3 主な会員社の取組事例

① ダイエーの取組

⑦ リサイクルについての基本的な考え方
ダイエーでは「For the Customers（お客様のために）」という創業以来の基本理念に基づき、「まず、行動を起こす」、「できることからひとつずつ、地道に取り組む」ことを基本姿勢として取り組んできた。

流通業の立場から本業を活かし、「生産と消費の接点」としてできること、暮らしに深くかかわる「地域の一員」としてできることをテーマに「商品」・「売場」・「店舗」・「従業員」を通して消費者とともに考え、協力し合いながら、リサイクル活動やさまざまな地球環境問題に今後も取り組んでいく構えである。

⑧ 店頭回収の取組の経緯

八〇年代後半から九〇年代の初めにかけて、ごみ問題やリサイクルに対する関心が高

まり、地域におけるリサイクル活動が芽生えつつある中で、ダイエーはリサイクルの仕組みができてくるものについては、店頭を回収拠点として提供し、地域の消費者や行政とともに、消費者への啓蒙および自治体回収の補完機能としてのリサイクル活動を積極的に推進してきた。

スーパーの店頭での牛乳パックやアルミ缶、食品トレイの回収は今でこそ、どこでも見られるようになったが、ダイエーはこれらの品目に加え、使用済買物袋（ポリエチレン製レジ袋）も含めて他社にさがけて店頭回収を実施し、消費者への啓蒙活動に取り組んできた（表一と）。

回収方式については、当初地域の消費者グループやリサイクル活動団体、回収事業者（ある地域では自治体も含めた）との共同回収方式で進められてきた。その後、回収量の急激な増加と早急に回収店舗を拡大することの必要性から、自社物流便等を活用した回収方式を導入していった。現在では一部の店舗を除いて、ほとんど自社回収方式で実施されている。

⑨ ペットボトル店頭回収の取組

また、九七年四月の「容器包装リサイクル法」の施行と五百㍔の小型ペットボトル飲料の増加を背景に、ペットボトルのリサイクルに非常に関心が高まっており、消費者からの店頭回収を要望する声が数多く寄せられているが、ダイエーでは九六年十月から九七年三月までの六カ月間、東京都区内の十四店舗でペットボトルの店頭自主回収の実験をし、社会的に注目された。

これにより他の地域からも自主回収に対する期待を寄せられたが、現段階では、多くの地域では回収されたペットボトルの運搬、中間処理、再生、商品化のための合理的な仕組みが十分に整備されていないことと、関係者の協力体制が整っていないため、関係者間で店頭回収実現に向けた話し合いの努力をする必要がある。

したがって、現在のペットボトルの回収については、当面、店舗のある地域ごとに消費者、行政、メーカー、販売店で話し合いをし、それぞれの役割分担を明確にして協力体制が整ったところから店頭回収を始めていく。因みに東京都区内の十四店舗は現在、「東京ルートⅢ」の仕組みに則って店頭回収を実施している。

⑩ 再生原料商品の開発

リサイクル活動については、単に回収するだけでなく、回収した資源を再生し、有効に使い、リサイクルの輪を完結させることも重要なことである。ダイエーは、「消費者から預かった資源を、できるだけ消費者の身近な商品として返したい」という考えのもと、さまざまな自社開発商品の原料として積極的に利用している。

具体的な例としては、牛乳パックはトイレットペーパーや進物用ギフトボックスに、アルミ缶はフライパンや鍋に、食品トレイはハンガーに、ペットボトルはドレスシャツに再生し、売場で販売している。また、使用済買物袋（ポリエチレン製レジ袋）は牡蠣養殖棒や業務用ポリ袋に再生利用している。

⑪ 店で発生する廃棄物リサイクルの取組

表一 2 店頭回収品目・回収量・実施店舗数

回収品目	開始時期 開始地区	回収量・ 店舗数
牛乳パック	87年2月 門真市	714 t 341店
アルミ缶	90年9月 新潟市	248 t 335店
使用済買物袋	91年4月 全国一斉	47 t 312店
食品トレイ	91年6月 横浜市他	226 t 314店
* ペットボトル	92年10月 豊中市	8 t 34店

※回収量は年間実績（96.3～97.2）

※実施店舗数は97年10月末

※ペットボトルは当初から現在まで全て協同回収方式

店頭回収の他、事業活動にともなうて発生する廃棄物のリサイクルにも、以前から積極的に取り組んできています。

具体的な例としては段ボールを再び段ボールの原料として再利用、OA・上質紙を分別回収してトイレットペーパーに、魚アラを鶏の飼料や肥料に、廃油を石鹸等に、飲料缶を再び飲料缶に、発泡スチロール(ト口箱)をプリンター等に再生利用している。

②リサイクル取り組みにあたっての課題

最後に、リサイクルを推進していくためには、

①消費者・行政・事業者の三者の協力が不可欠である。

②リサイクルに要するコストは、最終的には何らかの形で消費者一人ひとりの負担になる。

ことから、三者が協力して、社会全体としてのトータルコストが最も少なくて済む合理的な仕組みを構築していくことが重要であると考えている。

②-1イトーヨーカドーの取り組み

⑦取り組みの経緯

イトーヨーカドーでは七〇年代から包装の適正化などゴミ問題・省資源問題に取り組んでいたが、深刻化する環境問題に全社をあげて取り組むため、九〇年に環境問題プロジェクトを設置、翌九一年から店舗におけるリサイクル活動など具体的取り組みをスタートさせた。

現在は「イトーヨーカドー環境指針」を基に、業務から発生する環境負荷の削減と、地

域のお客様と一体となつてできる取り組みを進めている。また年一回取り組み結果を検証する「環境監査」を行いながら、継続的な環境負荷の削減につとめている。

①取り組みの基本として考えること

イトーヨーカドーでは環境と経営を切り離して考えるのではなく、ゴミ削減や省資源といった取り組みについても、本来の仕事の一つとらえて活動している。そもそも売れ残りによる不良在庫、それを返品する負担、複雑な物流工程など小売業の仕事で発生する無駄を排除するために「業務改革」を続けてきた。これは、イトーヨーカドーの本来の仕事であるが、ゴミ減量や省資源の面から考えても小売業にできる有効な取り組みと考える。

例えば、お客様に支持される商品を販売して売れ残りのロスや返品を無くすことは、経営面のメリットになると同時に、ゴミ削減や無駄な車の排除にもつながる。また衣料品をハンガーに掛けたまま運ばば、商品の品質保持、店の作業削減と同時にボール箱の使用をなくすことにもなる。

商品の適正な発注、物流の合理化(共同配送、通い箱納品、ハンガー納品)、包装の簡素化など、業務を効率化し、無駄を排除するといった本来の仕事を通じて、ゴミを出さない仕組みを考えている。

⑨店舗のゴミ削減のために

店舗から発生する廃棄物については、排出量の多いものから減量化についての方策をたっている。リサイクルができるものはリサイクルを行い、リサイクルにならないものも、量を減らすための取り組みを行っている(図

1)。その具体的取り組みは

(ア)分別の徹底

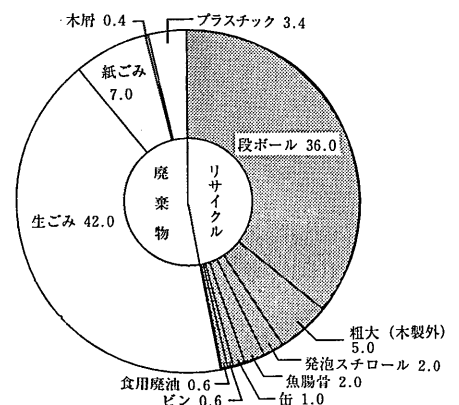
廃棄物の中で、重量的に多いものに生ゴミがある。生ゴミを出すときには水を切る、パッケージがあるものは外す、リサイクルできるものはリサイクルにまわすなどといった地道な分別を行っている。今年には特に、「三分別の徹底」「ゴミの三割削減」「ゴミ袋の三回利用」を掲げて「三三三キャンペーン」を全店舗に行い、全社員に分別、削減の意識を徹底した。ゴミ削減は誰か一部の社員の取り組みではなく、すべての業務で必要な行為である。実際こうした取り組みで生ゴミを一割程削減しており、「分別」をゴミ減量の一歩と考えている。

(イ)リサイクルへの取り組み

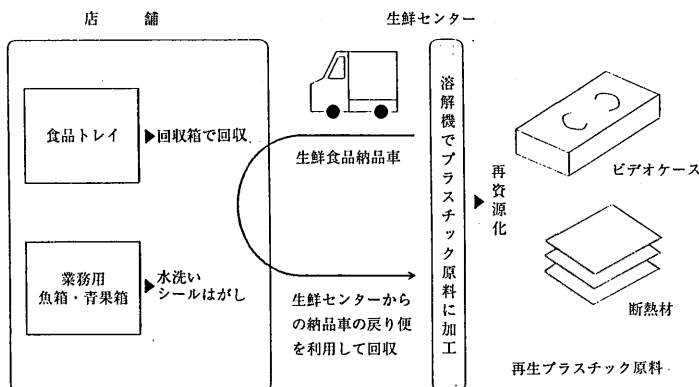
イトーヨーカドーでは九一年からビン、カン(スチール缶、アルミ缶)、業務用発泡スチロール魚箱、トレイ、段ボール、魚腸骨、食用廃油などをリサイクルしている。リサイクルにあたっては、発生量の多い部分から、また合理的な仕組みのできる部分から取り組むことを基本としている。

一例として、発泡スチロールのリサイクルだが、これは重量的に少なくても、要量的には大変大きく、ゴミとしての負荷の大きな部分であった。このリサイクルでは、店舗に生鮮食品を運ぶ帰車を利用して、業務用の発泡スチロール箱とお客様から回収したトレイを一緒に生鮮食品センターに運び、機械で溶解する仕組みを作っている(図2)。空き車を利用することで、新たな車の負担が必要なく、環境面からも経済面からも効果的な仕

図一 店舗におけるゴミの種類(%)



図二 発泡スチロールのリサイクルシステム



組みとなった。もしも回収のために別の車を使っていたならば、新たな車を走らせること
の環境負荷やコスト負担が発生して、継続的
なりサイクルにならなかつたと思われる。

リサイクルは回収することよりも、それを
いかに効率的に運搬し再商品化するか、その
仕組み作りが難しい。継続的なりサイクルを
行うためには、経済的負担や新たな環境負荷
の発生を抑えた方法が必要になる。イトー
ヨーカドーでは、こうした仕組みに着目して
リサイクルを進めている。

尚、九六年度の回収実績は、ビン一、三〇
〇万本（全店一五九店計）、カン二、二〇〇
万本（全店一五九店計）、発泡スチロール箱
一、七七〇ト（一一九店舗計）、トレイ六五
ト（一一三店舗計）にのぼっている。

そしてリサイクルにあたっては、店頭に戻
り箱を設置して地域のリサイクル拠点となる
ことや、商品の品揃えに再生品を加えること
等を通して、地域のお客様とも一緒にゴミ削
減を進めたいとも考えている。

④ これからの取り組み

イトーヨーカドーでは、本来的業務の効率
化やリサイクルの仕組み作りといった全体的
な取り組みと、店舗における「分別」徹底と
いう地道な取り組みの両面からゴミ減量につ
とめている。今後ともゴミ問題に対しては、
日々の業務と一体なものとして考え、更なる
改革で効果を出してゆきたい。

またリサイクル社会に向けての役割を担え
るよう、地域とも協力しあいながら継続的
な取り組みを進めたいと考えている。

⑤ 西友の取り組み
①はじめに

西友は一九九〇年九月に組織的な環境対策
活動を開始した。それまでの環境対策活動
は、一九六八年から七二年頃にかけての河川
の汚染に端を発した「有リン洗剤」の「無リ
ン」化の問題や、贈答品の簡易包装への対応
などそれらの多くはそれぞれが消費者の意見
への個別対応型の対策であり、企業として
しつかりした考えに基づいた総合的な対応に
は程遠い状況での活動であった。

当社が環境対策活動を本格的に開始した一
九九〇年頃は、世界的に見てもまた日本国内
においても、グリーンコンシューマーといわ
れる消費者の活動が活発になり始めた時期に
相当し、例えば「ポリ袋はどんどん渡さない
で欲しい」「トレイはなるべく使わないで」
など、今までのお客様が店頭に寄せられる
「商品の質」や「店舗のサービス」などの要
望とは内容が異なる、全く新しい分野での意
見が多く出始めた頃でもあった。

②西友の環境対策活動は「ゴミ問題」から
始まった

その頃のさまざまな調査資料や、店頭での
お客様からお寄せ頂いた要望等から小売業に
おける環境活動を考えると、事業活動に伴い
発生する段ボールや生ゴミ等の廃棄物、また
商品販売の際商品に付加した容器の使用後の
廃棄物の量は無視できない状況にあった。

特に、トレイやポリ袋の削減に代表される
スーパーマーケットにおいての包装ゴミにつ
いては、販売事業者の責任において解決する
べき課題との認識が根底にあり、西友として

の環境活動の方向性を「ゴミ問題」に定める
には、特に時間を必要とはしなかつた。

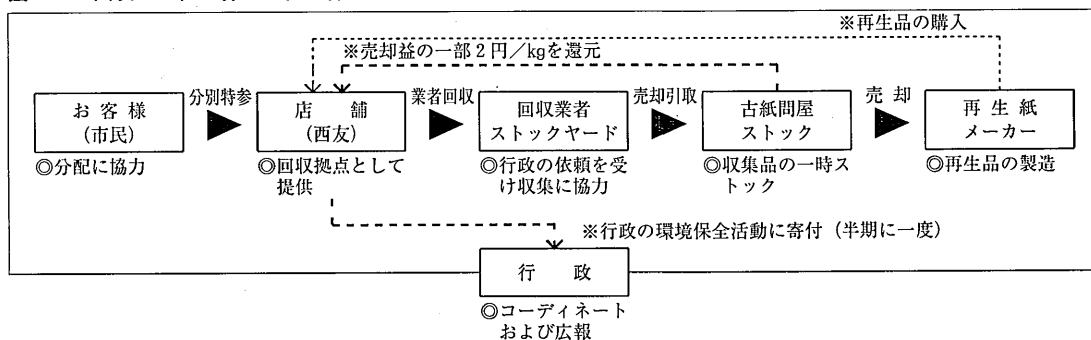
③西友のリサイクル活動の考え方

西友の企業理念には小売業は地域社会の中
で成立するという考えがあり、それらを称し
て「市民産業」という言葉で呼んでいた。こ
れはいわば地域社会と共存共栄を図るとい
う考え方で、店頭リサイクル活動もこの様な理
念を背景にして、地域運動的色彩の強い牛乳
パック回収運動から開始されてきた。

では、この牛乳パック回収運動の仕組みに
ついてご紹介する。それは地域の中でそれぞ
れの立場の人が、その責任において相応の役
割を果たすというのである。つまり、消費者
は回収のため牛乳パックを洗浄し、回収ボツ
クスに持参、販売業者は回収のためのボツク
スを店頭で設置し、行政から依頼された収集
業者が店頭に集まった牛乳パックを収集し、
古紙の間屋を通じて古紙メーカーに引き渡さ
れリサイクルされるといふものである。この
仕組みにおいて、行政はこれらリサイクル全
体のコーディネート支援と、必要に応じた助
成を行うというもので、いわばそれぞれの立
場に応じた役割責任を果たすというリサイク
ル方式で、一部の関係者のみに適度な負担が
かからない様配慮された仕組みである。かつ
てリサイクル運動が地域の至る所で開始され
た頃、「三位一体」「五位一体」等と言われて
いたのが記憶に新しいことかと思われるが、
まさしくそのことを指している（図一三）。

西友はこの仕組みについて、理想的なりサ
イクルシステムとして早くから評価し協力体
制を整えたり、また一方では地域の中での仕

図一三 西友の三位一体・五位一体リサイクルシステム



組み作りに積極的に参加する姿勢をとってきた。その理由はこのリサイクル方式は①一部の団体個人に過度な負担がかからないので継続性が保てる、②市民も含め同じレベルに着くことにより、共通の認識が保てリサイクルがスムーズに行える、③リサイクルの結果について透明性が保たれる、等の理由であり西友のリサイクル活動のきっかけである「牛乳パックの店頭回収」はこのような考えのもと開始され、以後店頭リサイクルの進め方の原点ともなっていくのである。

ちなみに西友が現在地域行政とのかかわりの中で進めているリサイクル方式（三位一体）は、牛乳パックの回収において全体の五一・五%の構成比を占め、日本チェーンストア協会の平均二六・三%（平成六年調査）と

比べ格段に多いのが特徴であり、西友が理想としていることを象徴する数字となっている。

④小売事業者としてのリサイクルの役割

今まで牛乳パックを通じて西友のリサイクルの基本的考え方を述べてきたが、今後の対応についての考えを若干述べて置きたい。

まず一つ目は、店舗でのリサイクルは地域と一体にあるべきだということである。これは今まで述べてきた内容でご理解頂けると思う。つまりリサイクルでは、地域のそれぞれの立場の人がそれぞれ汗を流し維持するということである。一方的に作業やコストが片寄り、押しつける方法では決して長続きしないと考える。そして、その仕組みの中で小売業者としての西友は、販売事業者としての役割を担うべきであると考ええる。

二つ目は、小売業者である西友は事業者責任として担うべきリサイクルは行う必要があるということである。それは自ら販売の際に商品の保持のため、またはサービスとして付加した包装容器などで、「トレイ」や「ポリ

袋」がそれに該当する。これら容器は、自らの責任において自社回収リサイクルを担う容器である。以上のように、西友は今後とも地域における小売事業者としての役割責任を担いつつ、地域でのリサイクルを進めていきたい。そして地域消費者の皆様にも納得頂ける活動に向け努力していきたいと考えている。

今後ともご支援、ご協力をよろしくお願ひしたい。

〈和田光誉 日本チェーンストア協会関東支部事務局長〉