

# 環境活動報告

## 環境方針

- 1 日常の事業活動において、「お客様第一」の考えを基本とし、地域の良き企業市民として行動し、環境保全に努めます。
- 2 環境マネジメントシステムの運用を通じて、継続的改善と汚染の予防に努めます。
- 3 環境関連の法規制および受け入れを決めた要求事項を、遵守するとともに自主基準を設定し、事業活動を管理します。
- 4 次に挙げる4項目を主軸として、環境目的と目標を設定し、定期的または必要に応じて、見直します。
  - ① 環境と人にやさしい商品の仕入れと開発(グリーン購入)を推進します。
  - ② エネルギー使用量の削減など、地球温暖化対策に取り組みます。
  - ③ 廃棄物の減量と、資源の有効利用に取り組みます。
  - ④ 啓発活動やコミュニケーション活動を継続的に行うとともに、地域社会、自治体、お取引先とのパートナーシップ活動を積極的に実施します。
- 5 この方針は、全従業員に周知徹底し、全員参画で取り組みます。
- 6 この方針は、社外全般に公表します。

2009年6月1日  
イズミヤ株式会社 代表取締役社長 坂田 俊博

## MESSAGE

イズミヤは“企業市民”として、環境問題に積極的に取り組みます！



環境管理責任者  
総務統括部長  
秋山 幸三

2010年12月にメキシコにてCOP16が開催され、2013年以降の地球温暖化対策の土台となる「ポスト京都議定書」について議論されました。しかしながら、各国それぞれの考え方の違いにより纏まらず、次回2011年末の南アフリカで開催されるCOP17へと先送りされました。京都議定書というのは1997年に日本で開催したCOP3で採択された参加国の2008年～2012年の期間に取り組むCO<sub>2</sub>削減目標を決めたものであり、日本はマイナス6%を掲げております。

当社におきましても、2008年5月に「2012年度にCO<sub>2</sub>排出量を2006年度対比で10%削減する」ことを対外的に宣言しました。具体的には1万5,000トンのCO<sub>2</sub>を削減することになります。

達成の為の施策としては、省エネ機器や省エネシステムの新店や改装店への導入や、ムダな空調・照明の使用を抑制する取り組みを行っています。また、環境に配慮したプライベートブランド商品の販売で得た収益金の一部やエコ月間のキャンペーンで従業員から寄付してもらったポイントを活用して排出権を購入することにより、間接的にCO<sub>2</sub>の削減を図っています。

当社は正10年の創業以来、「お客様第一主義」を基本により物をより安く消費者に提供し続け、おかげさまで今年90周年を迎えることができました。これを機に再度初心に戻り、地域に密着した“企業市民”として環境問題に積極的に取り組んでまいります。

## 環境活動報告①

# 環境マネジメント

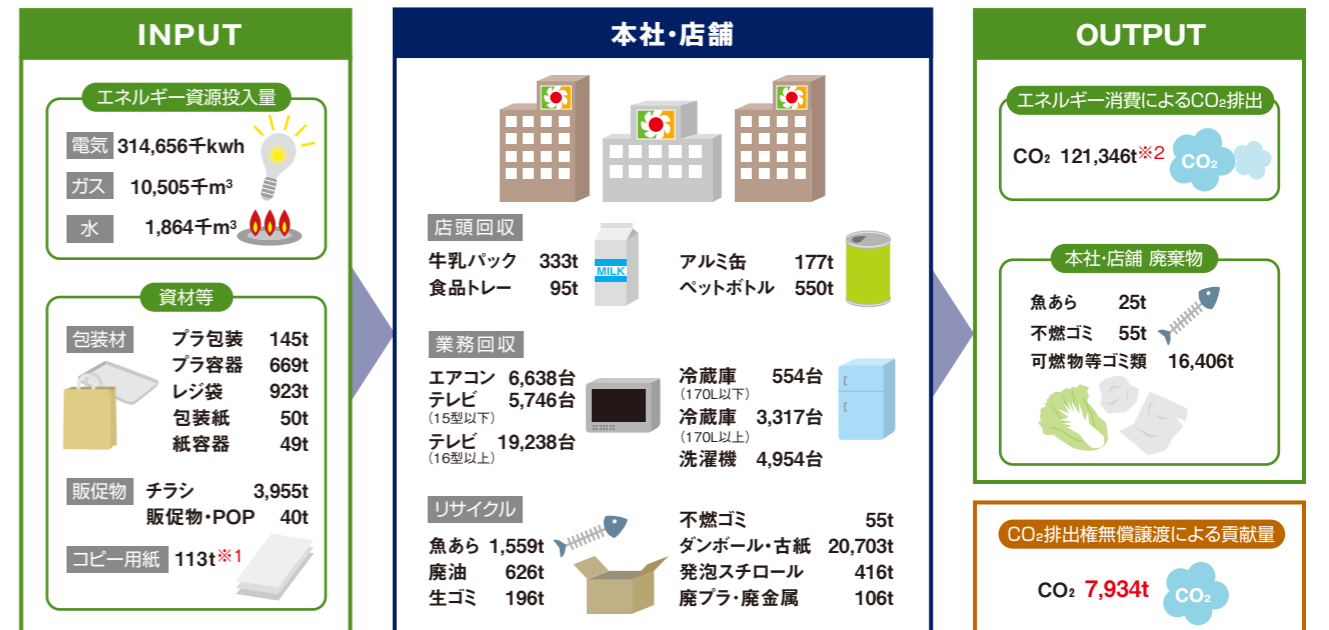
イズミヤでは、良き企業市民として環境保全に取り組むために、事業活動に伴い発生する環境負荷を明確にするとともに、環境方針を定め、重点項目についての目標を設定し取り組んでいます。  
本社でISO14001の国際規格を認証取得し、環境目標や順法管理を店舗まで含めた取り組みとして、計画(Plan)→実行(Do)→監視(Check)→見直し(Action)のサイクルで環境課題を継続的に改善し、環境マネジメントを推進しています。

[ 環境目標の達成状況の抜粋(2010年3月～2011年2月) ] 【適合判断の基準】 ☺…達成率100%以上 ☹…100%未満の未達成

| 環境方針         | 目標                        | 2010年度目標  | 2010年度実績   | 評価          |
|--------------|---------------------------|---|--|-------------|
| グリーン購入       | 環境配慮型商品の新規開発品目と全ハートフル売上金額 | 新規開発品目<br>◆衣料:124品目<br>◆食品: 6品目<br>◆住居: 6品目<br>全ハートフルの売上金額<br>売上 4億4,800万円<br>売上 82億7,500万円<br>売上 3億6,295万円 | 新規開発品目<br>◆衣料:164品目<br>◆食品: 11品目<br>◆住居: 7品目<br>全ハートフルの売上金額<br>売上 4億5,675万円<br>売上 73億4,034万円<br>売上 3億5,253万円 | ☺<br>☺<br>☺ |
| 地球温暖化        | ①店舗のCO <sub>2</sub> 削減    | ◆4%削減(2006年度比CO <sub>2</sub> 換算)  | ◆6.1%削減 (2006年度比CO <sub>2</sub> 換算)  | ☺           |
|              | ②環境に配慮した設備の導入             | ◆新店(広陵店)での導入<br>◆改装店舗での導入<br>◆冷凍・冷蔵ショーケース   | ◆水蓄熱空調機、ヒートポンプ式給湯器、インバーター照明、LED照明、ビル監視抑制システム等<br>◆空調機、LED照明、ビル監視抑制システム等<br>◆7店舗                              | ☺<br>☺      |
|              | ③低公害車の推進                  | ◆低公害車の使用比率16.25%  | ◆低公害車の使用比率18.7%  | ☺           |
| 資源の有効利用      | マイバッグ持参率の推進               | ◆持参率:44.7%  | ◆持参率:42.6%   | ☹           |
| 廃棄物減量        | ①通い箱の拡大                   | ◆標準クレーン(食):500万ケース<br>◆コンテナ(衣・食・住):290万ケース<br>◆コンテナ(農):180万ケース  | ◆683万ケース(惣菜、和風デiyー、塩干水産、精肉)<br>◆281万ケース(衣料品、加工食品、住居関連品)<br>◆185万ケース(農産品)                                     | ☺<br>☹<br>☺ |
|              | ②生ごみ計量器                   | ◆4店舗導入  | ◆4店舗導入(2008年度からの累計28店舗)  | ☺           |
| 啓発・コミュニケーション | ①エコ月間の実施                  | ◆年2回実施  | ◆6月と10月の2回実施   | ☺           |
|              | ②店舗での活動                   | ◆エコ学習会及び社会貢献活動  | ◆エコ学習会、社会見学、職場体験等  | ☺           |
|              | ③店舗への啓発                   | ◆チェックリストによる店舗巡回(年2回)  | ◆チェックリストによる巡回:全2回巡回  | ☺           |
| 法律対応         | 食品リサイクル法対応                | ◆食品廃棄率の削減(廃棄高/売上高)<br>2008年度廃棄率0.026%削減   | ◆0.055%削減(金額で1億1,672万円の削減)<br>2008年度廃棄高7億9,968万円→6億8,296万円   | ☺           |

★環境マネジメント組織体制、環境目標実績の詳細及び2011年度目標数値はWebへ掲載しています。 <http://www.izumiya.co.jp>

## 環境負荷の状況



※1 2010年度レポートでは、コピー用紙は245tとしましたが、110tが正しい数値です  
※2 2009年度策定係数により換算。なお、2006年度策定係数で換算すると、129,812t

# 環境に配慮した商品の提供

自社開発商品「good-iハートフル」を充実させるとともに、環境にやさしいナショナルブランド商品の提供に努めています。

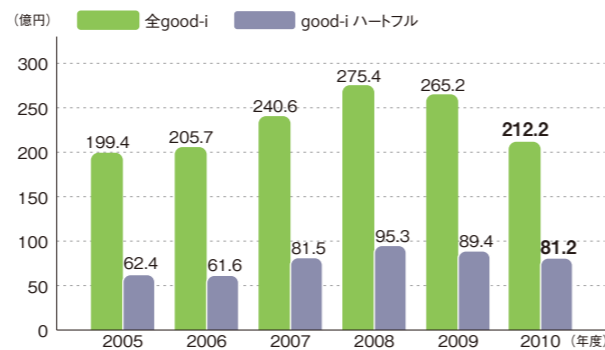
## イズミヤ独自の基準を設け、環境配慮商品を開発



プライベートブランド商品(自社開発商品)の「good-i」の中でも、原材料、容器包装、販売・破棄に至る全てにおいて、独自基準を設け環境に配慮した商品が「good-iハートフル」です。2010年度は、リニューアル商品も含め、新たに182品目を開発し、全ハートフル324品目となりました。カーボンオフセット商品として打ち出している「good-iハートフルお茶パック/お茶&出しパック」「マイバッグ」「オーストラリア綿」「北海道プレーンヨーグルト無脂肪」の販売により、588tのCO<sub>2</sub>排出量の削減に貢献しました。

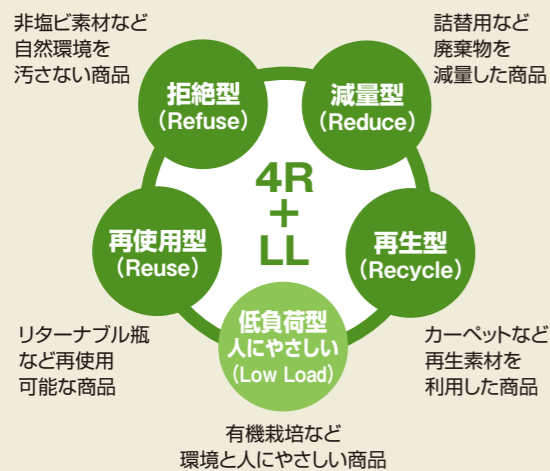
また、ナショナルブランド商品(大手メーカー製の全国展開商品)の中で、環境配慮型の基準を満たしているものを「エコ&ヒューマンコンシャス商品」として仕入れ、その品揃えにも取り組んでいます。

### ◆全「good-i」売上高に占める「good-i ハートフル」の割合



## 環境配慮型商品の基準

### 5つの枠組み



### 3つの項目



## VOICE

加工食品部  
担当者の声



おいしく、人と自然にやさしいのが「good-iハートフル」のお米です。

加工食品部 前田高志

自然にやさしいお米を食べたいというお客様をターゲットに、おいしさに加えて、農薬・化学肥料を減らし、生産者や消費者にもやさしいお米を開発しました。新潟・秋田と並んで米の一大産地として有名な岩手県、また鳥取県でも肥沃な土地が広がる大山山麓地域と、東日本と西日本の2箇所を仕入産地に持つことで、お客様に安定供給できる体制を整えています。

## 容器包装資材の削減

イズミヤでは「容器包装リサイクル法」に則り、包装資材削減への取り組みを進めています。家庭ごみ全体の6割(容積比)を占めるといわれている容器包装資材を削減するために、「廃棄物をリサイクルすること」と「廃棄物を発生させない」ことを重視。資源の店頭回収やマイバッグ持参運動・レジ袋の有料化など、様々な取り組みにより包装資材の削減に努めています。

### ◆容器包装リサイクル法 再商品化委託料

| 年度   | 再商品化委託料金 (単位:万円) |
|------|------------------|
| 2008 | 11,069           |
| 2009 | 8,481            |
| 2010 | 9,098*           |
| 2011 | 6,465*           |

\*2010,2011年度は返戻金を反映させていません。

### ◆容器包装リサイクル法 対象容器使用量

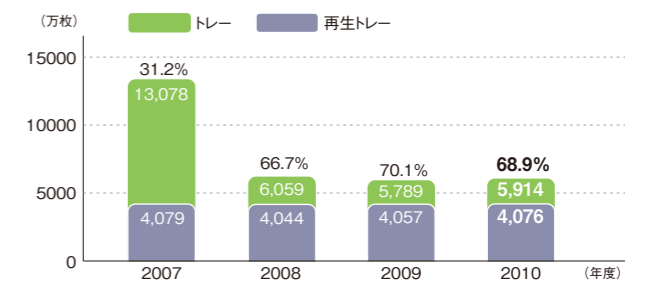
| 年度   | ガラス瓶   | 紙       | その他プラスチック | 合計        |
|------|--------|---------|-----------|-----------|
| 2008 | 17,202 | 291,654 | 3,113,162 | 3,422,018 |
| 2009 | 45,719 | 263,180 | 3,032,413 | 3,341,312 |
| 2010 | 44,208 | 398,332 | 2,305,560 | 2,748,100 |

※ペットボトル100%とトレーの一部は控除しています。

## 「トレーtoトレー」で資源をリサイクル

イズミヤでは、資源の有効利用のために再生トレーを活用しています。店頭回収BOXを通じてお客様から回収した「トレー」をリサイクル業者に渡し、再び「トレー」にするシステムを運用。全生鮮品(農産・畜産・水産・日配)のトレー使用のうち、「再生トレー」の使用割合は約68.9%を占めています。

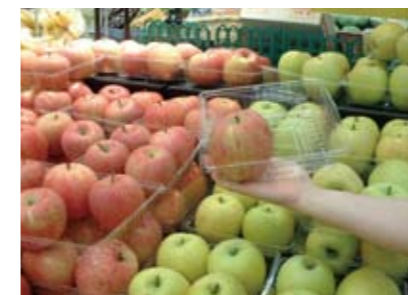
### ◆再生トレー使用の割合



## 「ばら売り」でラップ、トレーを削減

「販売方法を工夫する」ことも、ご家庭から排出されるラップや容器(トレー)などの食品関連ゴミの削減につながります。「盛り売り・ばら売り」などはその一例で、農産物(野菜・果物)では、2010年度は約70品目を、水産物でも鮮魚や干物で、盛り売り・ばら売りを行っています。これは、お客様に無駄のない「適量」の商品を購入していただくことにもなります。

また、畜産物では、2009年度以降、鶏肉売場で「トレーなし販売」を行い、現在は、南住吉店・井高野店・天下茶屋店・今福店・淡路店の5店舗で取り扱っており、お客様からも好評を得ています。



農産物の盛り売り



水産物ばら売り



畜産物のトレーなし販売

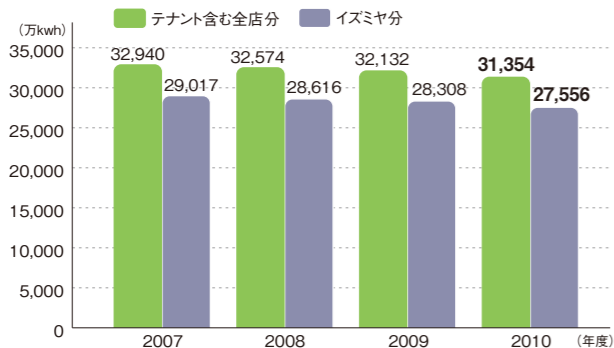
# 地球温暖化防止対策

省エネ活動のさらなる徹底や物流の効率化により、事業活動でのCO<sub>2</sub>排出量削減の年次目標を達成しています。

## 店舗でのCO<sub>2</sub>削減取り組み

2012年度にCO<sub>2</sub>排出量を10%削減するという環境目標を達成するため、イズミヤでは、社内関連部署の代表メンバーによる「CO<sub>2</sub>削減プロジェクト」を立ち上げています。改装店舗での省エネ管球への交換や新型のショーケースへの入れ替えの推進、新店での省エネ型機器の導入、店舗への「省エネ活動」の啓発など、現状の取り組み状況を確認しながら削減策を検討することで、2010年度も電気使用量を削減することができました。

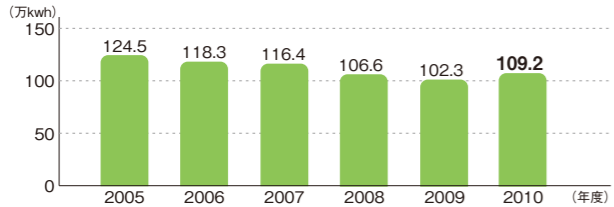
### ◆店舗の電力使用量の推移



## 本社でのCO<sub>2</sub>削減取り組み

本社オフィスにおいても、電気使用量の数値目標を設定し、従業員一人ひとりが意識を持って省エネに取り組むことで、CO<sub>2</sub>排出量の削減に努めています。空調室外機を冷却させるエネカット等の省エネ機器の導入をはじめ、エアコンや電灯の消灯チェックなど、あらゆる側面からの省エネ活動を今後も継続していきます。

### ◆本社の電力使用量の推移



## 物流効率化でCO<sub>2</sub>排出量を削減

イズミヤでは、商品の納入・配送など物流の効率化を積極的に推進しています。近畿圏・関東圏の「物流センター」へ一括納品し、多種多様な商品をセンターで仕分けまとめて店舗へ配送することで、車両数を削減し走行距離を大幅に短縮し、燃料消費量やCO<sub>2</sub>の排出を抑制しています。また、配送委託会社様には、地球温暖化物質の排出が少ない圧縮天然ガス(CNG)車などの低公害車の積極導入をお願いしていますが、2010年度は車両の入替え等の影響で2009年度と比べ減数となりました。しかし大阪センターでは、低公害車の回転率を上げることにより総配送車両台数に占める低公害車配送車両台数の使用台数比率のアップに取り組み、2010年度の実績目標16.25%を超える18.7%を達成しました。

また、大阪府が定める事業用車両の排気ガス規制条例に対しても、適合車での搬入を毎日確認し月毎に報告するなど、積極的に取り組んでいます。

### ◆配送委託会社の低公害車台数推移

| 年度    | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| 実績(台) | 87   | 96   | 103  | 107  | 158  | 136  |

## 店舗に導入の省エネ設備



### 1 ガスコージェネレーションシステム

環境負荷の少ない天然ガスを使用し、廃熱を冷暖房や給湯に有効利用。  
若江岩田店、西神戸店、八尾店、桂坂店、豊新  
店、福田新町店、八幡店、神戸玉津店、紀伊川辺  
店(計9店舗で導入)

### 2 氷蓄熱システム

夜間電力で氷を蓄え、夏場の昼の冷房・冷却に利用。  
千里丘店、六地藏店、和歌山店、平田店、御影店、榎原  
神宮前店、国分町店、羽東師店、交野店、八幡店、堅田  
店、神戸玉津店、鶴越町店、門真南店、細工谷店、玉造  
店、広陵店(計17店舗で導入)

### 3 デシカント空調

温度・湿度をコントロールし、着霜を防ぎ約10%の省エネを実現。  
桂坂店、豊新店、福田新町店、八幡店、堅田店、神戸玉  
津店、門真南店、細工谷店、紀伊川辺店  
(計9店舗で導入)

### 4 LED照明

低消費電力で、長寿命の高効率照明。  
庄内店、西宮ガーデンズ店、北緑丘店、都島友洲  
店、南住吉店、井高野店、広陵店、今福店、和泉中  
央店、高野店、御影店、八千代店、百舌鳥店、昆陽  
店、我孫子店、宮崎店、東寝屋川店、淡路店、玉手  
店、長岡店(19店舗で導入)

### 5 冷凍・冷蔵ショーケース (省エネ制御機器)

ショーケースと冷凍庫の温度管理システム。  
豊新店、山田西店、羽東師  
店、鶴越町店、若江岩田店、  
桂坂店、松原店、浜田町店、  
多田店、ハーバーランド店、和  
歌山店、八幡店、紀伊川辺  
店、西宮ガーデンズ店、北緑  
丘店、都島友洲店、南住  
吉店、井高野店、広陵店、今  
福店、天下茶屋店、和泉中央  
店、昆陽店、我孫子店、淡路  
店、長岡店(26店舗で導入)

### 6 扉付き冷凍ショーケース

冷気を逃がさない扉付きのショーケース。  
南住吉店、国分町店、天下茶  
屋店、今福店、広陵店、御影  
店、我孫子店、淡路店、長岡  
店(9店舗で導入)

### 7 複合型ビル監視制御システム

空調機や照明等の設備機器をON/OFFで任意に操作・制御。  
計69店舗に導入

### 8 省資源

両面コピーの推進

### 9 省エネ

節電、節水、省エネ型機器の導入

### 10 地球温暖化防止

アイドリングストップ、低公害車の導入

### 11 廃棄物の減量

ハンガー納品、通い箱納品

### 12 お客様のごみの減量

お買い物袋ポイント制度、お買い物袋の販売、レジ袋の無料配布の中止

### 13 資源回収リサイクル

牛乳パック、トレー、アルミ缶、ペットボトルのリサイクル

### 14 エコライフ

環境人にやさしいPB商品の販売

### 15 オゾン層の保護

ノンフロン機器の採用

### 16 環境に配慮した包装

有害物質を発生させないラップフィルムの採用

### 17 ごみの減量とリサイクル

発泡スチロール箱のリサイクル、魚あらい廃油のリサイクル、生ごみのリサイクル

## TOPICS

### ライトダウンキャンペーンへの参加

環境省が提唱するCO<sub>2</sub>削減/ライトダウンキャンペーンの一環として行われている「ブラックイルミネーション2010」に、イズミヤでは36店舗が参加しました。2010年6月21日、7月7日に、塔屋のライトとスポットライトの消灯を行っています。

ブラックイルミネーション(西宮ガーデンズ店)

# 廃棄物の削減

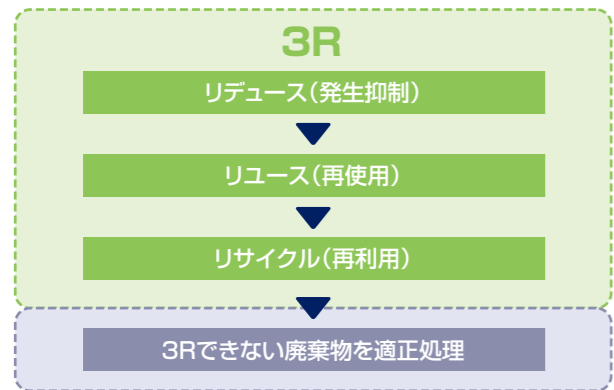
廃棄物計量システムの導入やエコ物流推進などにより、拡大。廃棄物総量削減とリサイクル率の向上に努めています。

## 店舗から排出されるゴミの削減とリサイクル

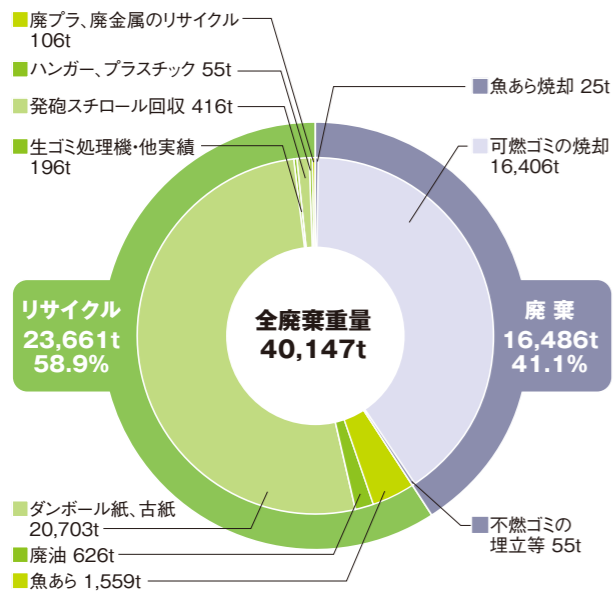
イズミヤでは、「3R」を廃棄物削減の取り組みの基本とし、Reduce(発生抑制)⇒Reuse(再使用)⇒Recycle(リサイクル)⇒3Rできない廃棄物は適正処理する、という優先順位を踏まえてゴミの削減に努めています。また、店舗から排出するものだけでなく、お買い上げいただいたお客様のご家庭から排出されるものも含めた取り組みを継続しています。

2010年度のイズミヤ全社の廃棄物排出総量は、前年に比べて2,314tの削減ができました。これは期首に3店舗が閉店したことにより排出量が減ったことと食品商品部の廃棄物削減の取り組みにより、可燃ゴミの削減が特に重量の重い農産物と日配品でできたことが大きく寄与しました。

また、雑紙等を分別リサイクルすることで古紙のリサイクル量も増加し、全体でのリサイクル率は58.9%と前年よりも4%向上しました。



### ◆廃棄物重量内訳



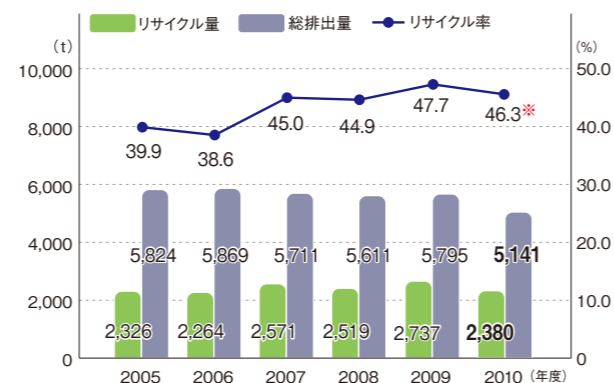
## 食品残渣のリサイクルを推進

食品廃棄物の2010年度の総量は5,141tで、前年の総排出量に比べて654t減少しています。要因としては、期首に3店舗が閉店したこと、食品の廃棄物削減の取り組みにより食品全体で前年に比べて0.055%削減できたことがあげられます。

その一方で、堆肥化・乾燥設備の稼働率の減少とリサイクルしている魚あら自体が大幅減少したことにより、食品リサイクル率は46.3%(速報値)になっています。

2010年から取り組んでいる畜産部の「牛脂」については、8店舗で年間30tをリサイクルしました。また、新たな取り組みとして広陵店においては、食品の堆肥化施設に野菜くずを中心に搬入しています。

### ◆食品廃棄物リサイクル量の推移



\*2009年以降のリサイクル率は、売上や発生抑制量が考慮されたリサイクル率になっています。ただし、本年度は未確定の数値です。

### 乾燥型生ゴミ処理機による減量 21.5t

農産物の調理くずや残渣の水分を飛ばし1/10程度に減量、堆肥として農家の方に使用していただいています。

〈乾燥型生ゴミ処理機導入店舗〉  
八幡店、堅田店、神戸玉津店、広陵店

### 堆肥型生ゴミ処理機によるリサイクル 139.0t

生ゴミを一次発酵させ、提携している堆肥センターで二次堆肥に処理したり、直接農家の方にお渡しして土壌改善として使用しています。

〈堆肥型生ゴミ処理機導入店舗〉  
八尾店、千里丘店、カナート洛北店、桂坂店

## 廃棄物計量システムを累計で28店舗に導入

店舗から出る焼却ゴミの削減に向け、2008年2月から順次「廃棄物計量システム」を導入しています。2010年度は新たに3店舗で実施。店舗から出るゴミの量を明確にすることで、従業員の環境意識向上につながっています。あわせて、従来焼却していた雑紙をきめ細かに分別してリサイクルを行うことや、食品残渣が増えないように商品発注の精度を上げることで、導入店舗では約30%の削減効果が確認されています。

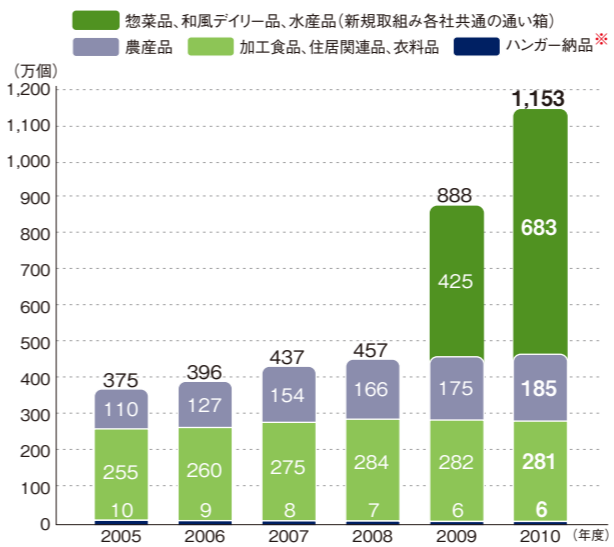
### 〈廃棄物計量システム導入28店舗〉

六地藏店、八幡店、今福店、紀伊川辺店、和泉府中店、堅田店、検見川浜店、千里丘店、西宮ガーデンズ店、カナート洛北店、中百舌鳥店、八尾店、八千代店、都島友洲店、北緑丘店、原山台店、東寝屋川店、門真店、門真南店、井高野店、南住吉店、阪和堺店、学園前店、新大宮店、広陵店、板橋店、庄内店、牛久店 (2011年4月1日現在)

## エコ物流による廃棄物の削減

各店舗への納品も、繰り返し使える「通い箱」を利用し、使い捨てダンボールの利用を抑えるなど、物流においても商品納入段階で発生するゴミの削減に努めています。日用消耗雑貨や調味料・インスタント商品等の頻度品、さらに農産物もこの通い箱による納品実績が順調に伸びています。衣料品では、上記の通い箱に加えて、工場からハンガーに吊るした状態で商品を店舗へ納品する「ハンガー納品」という物流形態を、スーツ等一部の商品で採用しています。

### ◆ダンボールの削減推移

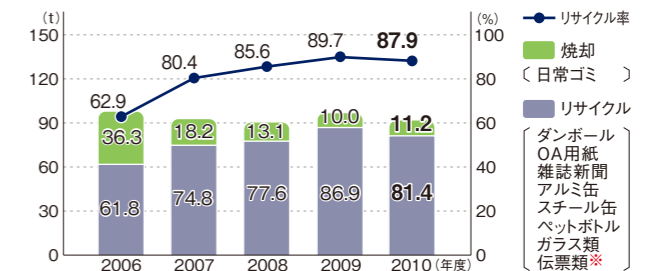


\*ハンガー納品10本をダンボール1個に換算しています

## 本社から出るゴミの削減

本社オフィスでも、コピー用紙の再利用を進めるなど、廃棄物減量に取り組んでいます。2010年度は、人事・会計情報システムの再構築による帳票などのペーパーレス化に伴い、リサイクルしていた紙類の廃棄物が減少したことによりリサイクル率が下がりました。

### ◆本社：廃棄物排出量の推移



\*伝票類は、2007年度よりリサイクルしています。(2006年度までは焼却)

また2009年度より、スーパー各社で標準化した「共通の通い箱」を利用する取り組みを開始しています。3年計画の3年目にあたる2011年度の目標を550万枚/年に設定していましたが、お取引先様のご協力をいただき2年目の2010年度に約683万枚/年と1年前倒しで達成できました。

### ◆物流での省資源化の流れ



# お客様と行う環境活動

14年目を迎える「マイバッグ持参運動」、レジ袋有料化など、環境保全の大切さに気づいていただける活動を継続します。

## リサイクル資源の店頭回収

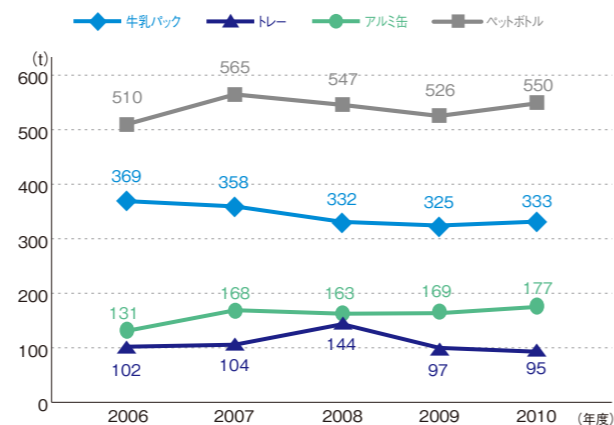
限りある資源を有効利用するために、イズミヤでは「資源回収リサイクルボックス」を食品取扱全店の店頭(83店舗)に設置し、お客様のご協力を仰いでいます。不要となった牛乳パック・トレー・アルミ缶・ペットボトルなど回収品は、エコセンターやリサイクル業者を経由して再資源化。「資源を回収し再び商品化して店頭に並べる」という資源循環のシステムを構築しています。

また、リサイクルシステムが確立したことにより、2008年度から開始したPS(ポリスチレン)の透明トレーの回収は、2011年4月現在14店舗にのびります。

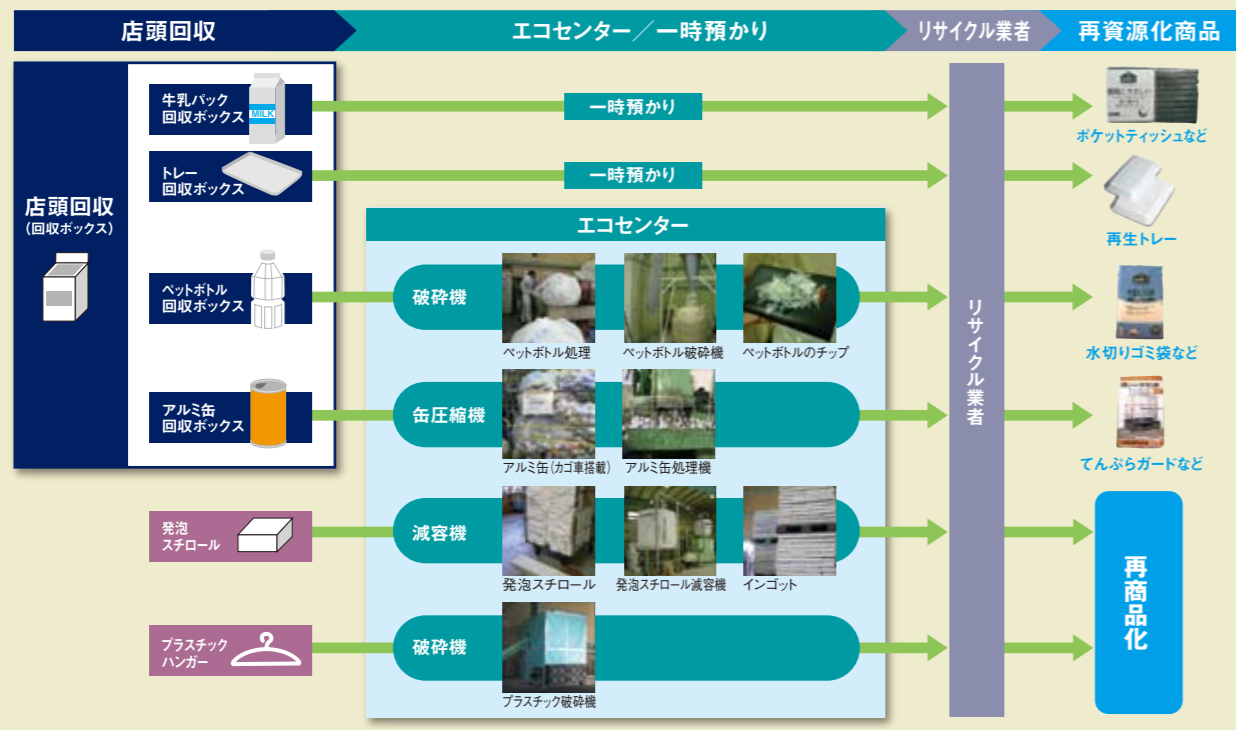
### 〈透明トレー回収店舗〉

千里丘店、六地藏店、桂坂店、堅田店、河内長野店、八幡店、枚方店、小林店、長岡店、西宮ガーデンズ店、山田西店、広陵店、西神戸店、西岸和田店

◆お客様とともに行うリサイクル資源の店頭回収量の推移



## 店頭回収品の再資源化システム



## インクリボン里帰りプロジェクトへの参加

大阪市からの協力依頼で、2010年11月からインクカートリッジの回収ボックスを市内5店舗(細工谷店、玉造店、淡路店、平野店、天下茶屋店)に設置しています。これは、各店舗に入れられたインクカートリッジを再度メーカーに渡し、リユース・リサイクルするプロジェクトです。



インクカートリッジ回収BOX

## 「マイバッグ持参運動」の推進

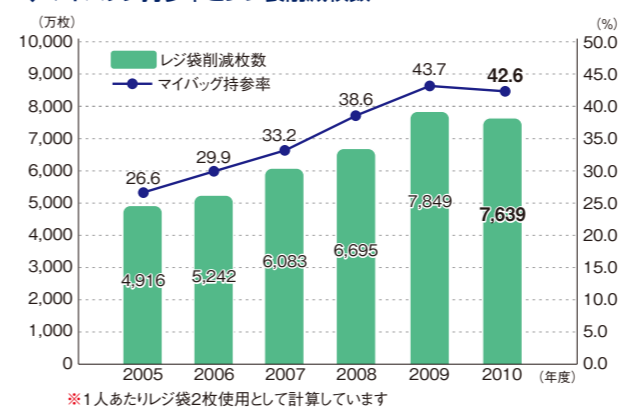
マイバッグ持参運動は、お客様に環境問題を身近に意識していただける取り組みの一つです。1998年6月からスタートし、13年目を迎えた2010年度の2月末の持参率は42.6%という結果でした。2010年9月和歌山店、紀伊川辺店が県の有料化中止を受け、マイバッグ持参運動の対象から外れたのも一因です。



### ◆エコポイントの進呈

イズミヤでは、「お買い物袋ポイント制度」を導入し、「マイバッグ持参」のお客様に5ポイントのエコポイントを進呈しています。(一部有料化店舗、まるとく市場を除く)

### ◆マイバッグ持参率とレジ袋削減枚数\*



### ◆マイバッグ持参率の分布状況

|           | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|-----------|------|------|------|------|
| 50%以上     | 1    | 8    | 12   | 10   |
| 40%~50%未満 | 11   | 16   | 16   | 16   |
| 30%~40%未満 | 34   | 30   | 29   | 34   |
| 30%未満     | 30   | 25   | 19   | 12   |

※いずれも年度末実績をもとにしています

## カーボンオフセット付きマイバッグの販売

カーボンオフセット付きマイバッグ(自転車かご用、買い物かご用、折畳みバッグなど4種類)を、PB商品として2008年10月から発売し、2010年度は9,961個を販売しました。またお持ち帰り用のマイバスケットも併せて販売しています。



## レジ袋有料化による収益金を地域に還元

2007年から光風台店で始めたレジ袋の有料化は、2009年京都市内5店舗と茨城県にある牛久店で有料化を始めたことによりレジ袋有料化店舗は全店で11店舗となりました。しかし、2010年9月和歌山県の有料化中止を受け、和歌山店、紀伊川辺店が有料化の対象外となり、有料化店舗は9店舗となりました。

有料化店舗においては、収益金を地域への還元及び排出権に充て役立たせていただいています。

### ◆1枚5円カード

「1枚5円カード」を用意し必要な方にレジ袋を販売



### ◆レジ袋有料化による収益金の寄付

| 店舗名  | 寄付金額     | 寄付内容                           |
|------|----------|--------------------------------|
| 光風台  | 46,980円  | 豊能町立図書館に希望図書を寄贈                |
| 牛久   | 40,574円  | 牛久市立中央図書館に希望図書を寄贈              |
| 白梅町  | 229,569円 | 右京中央図書館に希望図書を寄贈                |
| 羽束師  | 59,955円  | 久我のもり図書館に希望図書を寄贈               |
| 伏見   | 88,800円  | 京都市立竹筒総合支援学校へエプロン、ウインドブレーカーを寄贈 |
| 和歌山  | 28,379円  | 和歌山県環境保全基金に寄付                  |
| 紀伊川辺 | 18,718円  | 和歌山県環境保全基金に寄付                  |
| 洛北   | 138,450円 | 京都市左京区社会福祉協会へカーブミラー設置、歩行器、杖を寄贈 |
| 高野   | 59,000円  | 京都市左京区社会福祉協会へカーブミラー設置、歩行器、杖を寄贈 |
| 桂坂   | 180,000円 | 桂坂地区の全戸に指定ゴミ袋を寄贈               |
| 六地藏  | 72,010円  | 桃山学園に備品の寄付                     |
| 合計   | 962,435円 |                                |

# 地域での環境保全活動

環境への関心を啓発するイズミヤ独自の活動は、地域の皆様のご協力により大きな成果へとつながっています。

## 環境保全活動を強化する「エコ月間」

地域に密着した環境保全活動の強化月間として、6月・10月に「エコ月間」を設け、全店を上げて取り組んでいます。

2010年度の「イズミヤエコ月間」では、お客様参加型イベントとして、今年度から「CO<sub>2</sub>を減らそう!キャンペーン」の名称を変更し、ニュージーランドの「みどりをまもろう!キャンペーン」に切り替え実施しました。たくさんのお客様にご参加いただき、好評を得ています。

また、「マイバック持参運動」へのご協力などお客様へ積極的に呼びかけるとともに、従業員に向けた環境啓発キャンペーンも実施しました。



エコ月間のマイバック集合陳列(伏見店)



協賛企業のエコ商品とコラボした陳列(阪和堺店)

## ■店舗でも独自のエコ月間取り組みを実施

エコ月間期間中は、イズミヤの各店舗でも、地域のお客様に向けたユニークな環境取り組みを行っています。



エコ関連クイズを実施し、抽選でエコ洗剤をプレゼント。エコ川柳も募集しました(河内長野店)



3階にエコ月間特設会場を設け、ハートフル商品の陳列、環境パネルの掲示、エコ作品を展示(宮崎店)

## ■従業員への啓発活動

### 「社内カーボンオフセットキャンペーン」

従来、お客様参加型のキャンペーンが行われていましたが、従業員版ということで今年は関係会社にもご協力いただき、「みどりをまもろう!キャンペーン」の一環として10月に「社内カーボンオフセットキャンペーン」を実施しました。このキャンペーンで約21万2,230円分の応募があり、この分をニュージーランドのCO<sub>2</sub>削減プロジェクトに資金提供しました。



社内カーボンオフセットキャンペーン(阪和堺店)

## ■エコ月間特別企画

### 「みどりをまもろう!キャンペーン」の実施

2010年度から実施しました「みどりをまもろう!キャンペーン」は、協賛企業の商品を1点以上お買い上げいただくことを応募条件として、応募者の中から抽選で「エコツアー」や「特別栽培米」などのエコ商品が当たると同時に、応募1通につき5円をイズミヤと協賛企業が負担して、国連認証のCO<sub>2</sub>削減プロジェクトであるニュージーランドの森林保全プロジェクトに寄附し、地球温暖化防止に貢献するという懸賞企画です。2010年度は6月と10月の2回で応募総数が3,000通を越え、約9tのCO<sub>2</sub>を削減することができました。



## 環境パートナーシップ活動として「エコツアー」を実施



「エコツアー」は、6月度の「みどりをまもろう!キャンペーン」賞品の一つです。環境パートナーシップ活動の趣旨にご賛同いただいている日本ハム様、キリンググループ様、花王様のご協力をいただき、各企業の工場及び当社の環境取り組みをご覧いただくと同時に、商品の試飲やバーベキューなど参加されたお客様が楽しめる企画も盛り込んでいます。今回は3回のエコツアーを実施し、合計119名のお客様にご参加いただきました。

### 日本ハムコース

#### 環境ウォークラリー

ウォークラリー、竹細工作り、環境紙芝居、バーベキュー大会

ウォークラリーや環境紙芝居で環境の大切さを知っていただくとともに、バーベキュー大会も開催。楽しい時間を過ごしていただきました。



### キリンググループコース

#### 神戸エコツアー

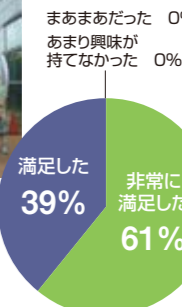
千里丘店⇒キリンビアパーク神戸

キリンビアパーク神戸では、工場見学や試飲会に加えて、周辺環境の生態系を人工的に維持するビオトープも見学しました。



#### キリンググループコースの感想

(※お客様アンケートより)



### 花王コース

#### 和歌山エコツアー

スーパーセンター紀伊川辺店⇒花王和歌山工場

紀伊川辺店のバックヤード等を見学後、花王和歌山工場では、実際の商品(洗剤)の汚れ落ち、泡立ち等の実験を実施。商品の特徴や環境配慮についてよくわかったと好評でした。



#### エコツアー参加者アンケートより、お客様の声を抜粋しました

- バックヤードが見れ、先端の生ゴミ処理に感心。イズミヤさんの取り組みもわかり充実した一日でした。
- ビオトープを初めて見学。カワバタモロコの生態も知ることができ、おいしいビールもいただけ楽しめました。(キリンググループコース)
- エコにこだわって商品を創られているのがわかりとても興味深かったです。洗剤の実験も面白かったです。(花王コース)
- エコといっても具体的な取り組みを知る機会がなかったので、企業ごとの姿勢を見せていただき、主婦として満足しました。
- どちらの会社もエコを考えていて素晴らしい!自分もリサイクルなど、できることをしなければと思いました。
- 何回も応募してやっと参加できました。家族向けのイベントをこれからも期待します。
- これからも人にやさしく、地球にやさしい会社をめざして頑張ってください。

# 環境コミュニケーション

環境コミュニケーションを広げ、深めるために。  
各店舗でも創意工夫した取り組みを行っています。

## 行政との環境協働取り組みを推進

### ■宮崎店で、「エコ工作教室」を実施

エコ月間期間中の10/13(水)~10/17(日)に、宮崎市消費者団体連絡協議会の協力のもと、「エコ工作教室」を3階エコ月間特設会場にて実施しました。クラフトテープ工作や牛乳パック工作、新聞紙で作るエコ手提げ等を指導し、多くのお客様にお集りいただきました。



### ■枚方店でエコな生活スタイルを提案

枚方市の環境事業部と協働で、エコな暮らし方を提案しました。ゴミの減量やマイバッグ持参を呼びかけるとともに、環境にやさしい商品を展示・販売しました。



売場にコーナーを作りお客様にアピール

## 社外との環境コミュニケーション

### ◆社外との環境に関するコミュニケーション(2010年度)

|                | 計     |             | 計     |
|----------------|-------|-------------|-------|
| レポートの送付依頼      | 1,120 | レポート読者アンケート | 1     |
| エコ学習会の受入れ      | 83    | 行政          | 3     |
| お客様の声(5050受信分) | 71    | 近隣住民との調整    | 0     |
| お客様の声(店頭設置BOX) | 25    | マスコミ・報道関係   | 0     |
| 行政等主催会議への出席    | 10    | 取引先         | 0     |
| 総計             |       |             | 1,313 |

ホームページ上での環境情報照会ページ  
<http://www.izumiya.co.jp/environment/index.html>

### ■上新庄店でマイバッグ持参運動を実施

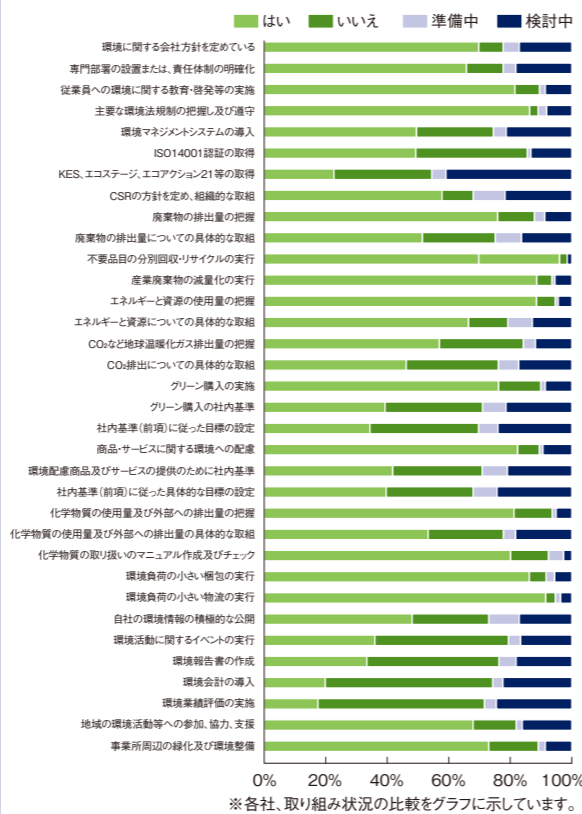
行政とコラボしたマイバッグ持参運動では、マイバッグの展示販売を行うとともに、「ふろしきの包み方講習会」を店頭で実施しました。多くのお客様にご参加いただき、大変好評でした。



### お取引先アンケート

イズミヤでは、お取引先様に当社の環境取り組みをご理解いただき、相互に環境問題への理解・意識を高めるため「環境問題取り組みアンケート」を実施しています。

2010年度は、主要取引先212社にアンケートを行い、回答をいただきました。



※各社、取り組み状況の比較をグラフに示しています。

## 「エコ学習会」には5,785人の子ども達が参加。 環境を大切に作る心を次世代につないでいきます。

地球環境を守る未来の担い手となる子ども達に向けた環境コミュニケーションを、イズミヤでは「エコ学習会」というカタチで行っています。2010年度は述べ61店舗で83回実施し、5,785人に参加いただきました。

地域の小学校の子ども達を各店舗に招いて、回収リサイクルの取り組みやマイバッグ持参運動などイズミヤの環境活動を紹介し、学習会ではわかりやすく解説した「エコロジーなぞなぞぶっく」を使用するなど、環境に興味を持っていただけるよう工夫。バックヤードの見学などでは「大きな冷蔵庫・冷凍庫に入れて楽しかった!」と、楽しみながら環境への関心を高めていただく活動を継続しています。



エコロジーなぞなぞぶっく

### 「エコ学習」実施内容

#### 集合学習

地球温暖化に関する環境問題とイズミヤ環境取り組みとして、リサイクル回収の牛乳パック、トレー、ペットボトルを利用し、リサイクル品でできる「good+ハートフル」商品等の紹介を交え説明。



上新庄店

西宮ガーデンズ店



西田辺店



上新庄店

### VOICE 「エコ学習会」 担当者の声



環境に少しでも興味を持ってもらえる機会になれば嬉しいです。

上新庄店 丹羽まゆみ

子ども達はペットボトルがカッターシャツ等へ、再生品ができる話などは特に興味深いようで真剣に聞いてくれています。「自分もゴミの分別や、省エネに取り組みます」という感想も寄せられ、エコ学習会を通じて、純粋な気持ちを持っている時期から、環境への取り組みをあたりまえのように始めてもらえればと考えています。



子ども達からはエコ学習会の感想をたくさんいただいています

会社概要

|       |                                       |
|-------|---------------------------------------|
| 社名    | イズミヤ株式会社                              |
| 本社所在地 | 大阪市西成区花園南1丁目4番4号                      |
| 事業内容  | 衣料品、食料品、電器、レジャー用品、日用雑貨等の総合小売業のチェーンストア |
| 創業    | 1921年(大正10年)5月                        |
| 設立    | 1952年(昭和27年)4月                        |
| 資本金   | 390億66百万(2011年2月末現在)                  |
| 株式市場  | 大阪証券取引所、東京証券取引所                       |
| 代表者   | 代表取締役社長 坂田 俊博                         |
| 売上高   | 3,023億円(2010年度実績)                     |
| 社員数   | 2,282名(2011年2月末現在)                    |
| 決算    | 2月(年1回)                               |
| 店舗数   | 87店舗(2011年2月末現在)                      |

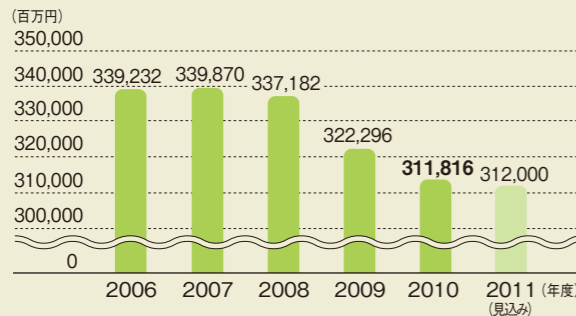
コーポレート・アイデンティティ・マーク



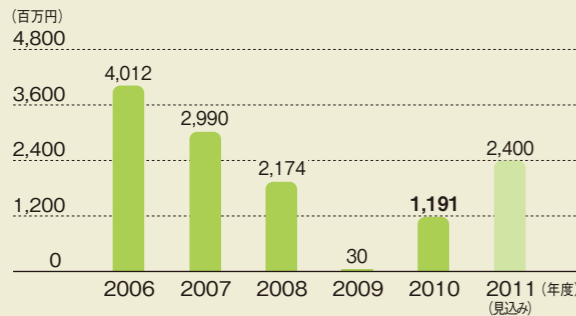
「のびのびと成長するもの、平和、愛、生命を象徴するもの」として、太陽を取り上げています。中央の赤は太陽、右側のオレンジは太陽のコロナ、左側の緑は木や草を表わしています。通常はグリーン、レッド、オレンジで構成されたものを使用していますが、白梅町店や学園前店など一部の店舗では、地域の景観に配慮してロゴカラーを青やエンジの単色に変更しています。

業務実績

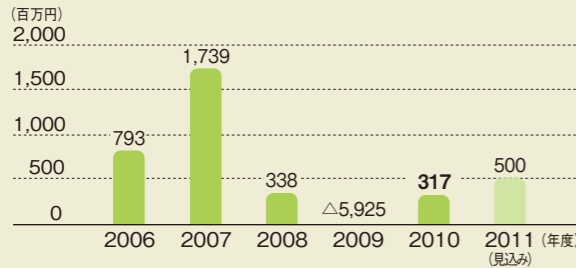
営業収益 ※百万円未満切り捨て



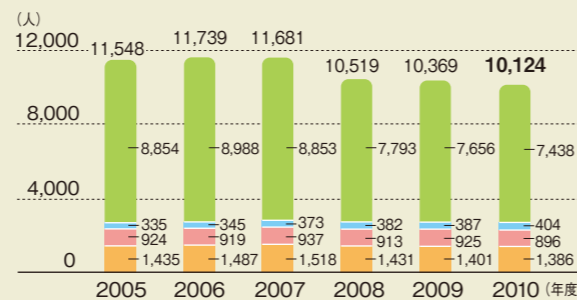
経常利益 ※百万円未満切り捨て



当期純利益 ※百万円未満切り捨て

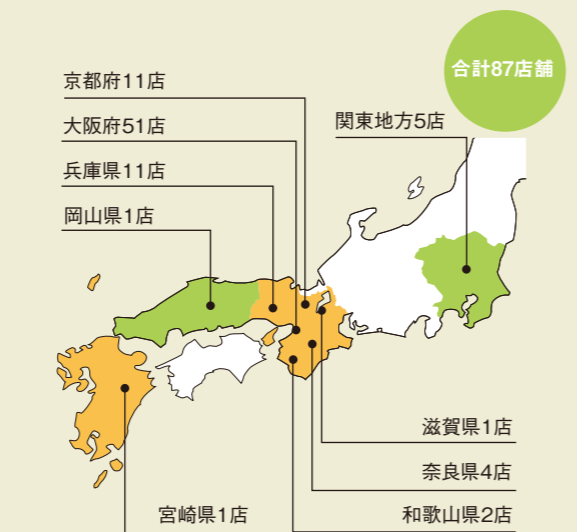


従業員数



男子正社員 女子正社員 嘱託員 パートタイマー  
 ※パートタイマーについては1日8時間、年間2,000時間を1人として換算  
 ※正社員には従業員兼務役員を含み、出向者を除く

店舗分布



第三者意見



NPO法人 環境市民 事務局長 堀 孝弘氏

イズミヤは、関西弁そのままの「ええもん安い」が示すように、派手さはなくとも地道に社会的な取り組みに力を入れている企業という印象があり、それはこの不況下であっても情報開示の姿勢を下げないことにも表れています。今年はイズミヤ90周年にあたるため、歴史の中でのエピソードを紹介するなど、より親近感が得られる誌面展開も次年度で試みてほしいと思います。

冒頭のトップメッセージでは顧客情報流出について触られています。あってはならないことがなぜ発生し、どのような再発防止策をとったか、その報告は重要であり、トップメッセージで触れていることは、それだけ重く捉えていると受け取れます。

社会性報告「お客様との関係」で紹介されるプライベートブランド商品開発は、「ええもん安い」を具体化する大切な取り組みですが、安心・安全といった買い手の利益だけでなく、開発コンセプトも示されることで、作り手や生産地の

環境保全への配慮等も伝わるのではないのでしょうか。特集1の衣料品紹介についても、ファストファッションメーカーとの違いを打ち出すことができると思います。特集3「イズミヤの地域密着政策」では地域を大切にしている姿勢が示されていますが、今後の目標も紹介されたなら、「政策」と紹介したことへの重みが出てくると思われます。また「従業員との関係」では、研修制度の充実や女性従業員、パート従業員の登用を積極的に進めていることが示されていますが、成果を数字で表すとともに、女性マネージャーなどは比率も示してもらいたい。それによって、職場の実際の姿がより伝わるはずだ。

環境活動報告では、環境方針を立てCO<sub>2</sub>排出量10%削減という目標達成に向けて取り組んでいる姿勢は、大手流通事業者としての自覚の表れと言えるでしょう。その成果は電力消費量、食品廃棄物の削減となって表れています。背景には省エネ機器の積極導入などがあるだけでなく、レジ袋の削減のように「お客様と行う環境活動」の成果もあります。レジ袋有料化では地域住民や行政との深いコミュニケーションが必要となり、地域での環境活動を実践している者として、イズミヤがこの分野でも頑張っていることを承知しています。また「事業の概要」については、電力や廃棄物の削減は、売上との関係で見ると必要もあるため、ぜひ売上や店舗数の推移も掲載していただきたいと思っています。

環境市民は、環境問題に総合的に取り組み、誰でも参加できるNGOとして1992年7月、京都市で設立。名古屋と滋賀に支部があります。「日本の環境首都コンテスト」「市民目線のCSR調査」やグリーンコンシューマー活動など、地域から社会を変えていく具体的な活動に取り組んでいます。2002年3月、NPO法人格(内閣府認証)を取得。

編集後記

イズミヤ株式会社 エコロジー推進部

「社会・環境活動レポート2011」では、イズミヤへのご意見とご評価を各報告事項に関係するステークホルダーの皆さまより頂戴し、「Voice」として掲載しています。たとえば、P21に掲載の西岸和田店 南谷佳子さんは、「リーダー契約社員」となり責任も重くなってやりがいを感じているとのこと。こうした一人ひとりの従業員の責任感の総和がイズミヤのCSRの基盤となると考えています。また、P22のハウス食品株式会社の山本晋司様は、普段話を聞く機会が少ない取引業者様の提案は、切り口が異なるため刺激になるとおっしゃっています。お取引先様とは、こうした新たな視点を互いに持つことで協働関係を築き上げたいと考えています。今後も内側(従業員)と外側(外部ステークホルダー)の観点からイズミヤのCSRをチェックすることで、具体的にCSRの改善取り組みを実施したいと考えています。

また、前回のレポートで環境市民の堀様から「第三者意見」をいただき、ご指摘もございました。その中の1つ目として、「文字数が多い」

「WEBとの併用を進めて欲しい」という点につきましては、全体的に文字数を少なくし、文字のポイントも大きくして読みやすくなるように努め、一部WEBとの併用を行いました。2つ目に、「特集が説明調になっている」というご指摘に対し、特集1ではステークホルダーの意見を取り入れた商品開発の実例を取り上げ、また特集3では農産物の地産地消など地域に密着した取り組みをステークホルダーに登場いただき紹介するなど、読み手により親近感と関心を持っていただける編集展開としました。

今後もステークホルダーの方々のご意見や「第三者意見」を反映したCSR報告書を作成していく所存です。

「社会・環境活動の歩み」については、Web上で公開しています。  
<http://www.izumiya.co.jp>