

イズミヤ 社会・環境活動 レポート2009

Social & Environmental
Report 2009



イズミヤ株式会社

〒557-0015 大阪市西成区花園南1丁目4番4号
TEL.06-6657-3455 FAX.06-6657-3398

URL.<http://www.izumiya.co.jp/>



<イズミヤ祭キャラクター>
放映中のTVCMにも登場。
皆さん見てね!



ええもん安い

お客様の心豊かな生活を実現するために。子供たちによりよい未来を手渡すために。
暮らし、環境、地域貢献の全てを大切に、イズミヤは責任ある活動を続けています。



社会・環境活動レポートの発行にあたって

編集方針

イズミヤ株式会社の事業活動における「経済」「社会」「環境」の3つの側面に関して、『①ステークホルダーの皆様の関心』と『②事業活動としての重要性』の観点から報告すべき内容を選択し、本報告書にまとめました。

特に重要な情報は特集パートに取りあげ、代表的な取り組みを写真で紹介するなど、読者の皆様に分かりやすく伝える工夫を施しました。各論パートについても、重点的課題と新たな取り組みを中心に構成し、リード文で基本的な考え方を紹介しています。

本報告書の作成にあたっては、環境省発行の環境報告ガイドライン(2007年版)及びGRIの「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第3版(日本語版)」を参考にしました。

イズミヤの重点的な活動

※特集パートでは、
★印の項目を分かりやすく紹介しています。



報告書の発行

イズミヤの活動状況や企業姿勢をより多くの方々にご理解いただくこと、また各ステークホルダーに適切な情報を提供することを目的としています。1995年より報告書の発行を始め、2001年より毎年1回の頻度で継続して作成しており、今回の報告書で12回目の発行となりました。

報告対象組織

イズミヤ株式会社 ※一部、グループ会社の取り組みも紹介しています。

報告対象期間

基本的に2008年度(2008年3月1日～2009年2月28日:当社事業年度)の取り組みを報告していますが、一部、この期間外の活動についても報告しています。

発行日

今回発行2009年6月(次回発行予定2010年6月)

お問合せ先

イズミヤ株式会社 エコロジー推進部
〒557-0015 大阪市西成区花園南1-4-4
TEL06-6657-3455 FAX06-6657-3398
URL <http://www.izumiya.co.jp>

Contents

社会・環境活動レポートの発行にあたって	03
経営者からのご挨拶	04

特集 Special Issue

暮らしを応援するイズミヤ	06
毎日がお買い得の理由	
ええもん安い、こだわりたいから努力を重ねます。	
地球環境を守るイズミヤ	08
CO₂ 10%削減!	
ええもん安い、もちろん環境への配慮も忘れません。	
地域を元気にするイズミヤ	10
農業支援 食育啓発活動	
ええもん安い、未来に持続させたいイズミヤです。	

コーポレート・ガバナンス	12
--------------	----

社会性報告

お客様との関係	14
地域社会との関係	16
従業員との関係	18
お取引先様との関係	20
株主様との関係	21

環境活動報告

環境マネジメント	22
環境目標の達成状況	24
環境に配慮した商品の提供	26
地球温暖化防止対策	28
廃棄物削減	30
お客様と行う環境活動	32
地域での環境保全活動	34
環境コミュニケーション	36

事業の概要	38
社会・環境活動の歩み	39

アンケートのお願い

皆様のご意見をうけたまわるために、アンケート用紙を挟み込んでおります。本書をご覧いただいたご感想、ご意見、ご質問を、ぜひお寄せください。次年度以降の参考とさせていただきます。

<免責事項について>

本報告書にはイズミヤ株式会社の過去と現在の事実だけでなく、発行日時点における予想・予測・計画も含まれております。これらは記述した時点で入手できた情報に基づく仮定や判断が含まれており、諸条件の変化によって、本冊子に記載した予測・予想・計画とは異なる可能性があります。読者の皆さまには、このような点をご理解いただきますようお願い致します。

お客様第一の姿勢を大切に、“ええもん安い”の商道を追求。 心豊かな社会の実現に貢献します。

品質・価格はもちろん、接客サービスも“ええもん”であることを目指します。

イズミヤは地域社会に信頼され支持される、地域に欠かせない生活インフラとなる企業でありたいと考えています。お客様が求める価値ある商品を納得いただける価格で提供する—これは小売業の最大の使命です。厳しい社会情勢ではありますが、“ええもん安い”を持続できる仕組みを構築する。また効率化を追求するその一方で、お客様に向けた側面はより充実させていきたいと考えています。心地よい雰囲気の中で買物ができるようにホスピタリティへの取り組みは増々重要になります。イズミヤには「お客様第一」「売場第一」という創業以来の考え方がありますが、その姿勢を今後さらに強化していく考えです。

新たに設けた「ハートフル委員会」はイズミヤの考えを現すものの一つです。サービスレベルアップ委員会や働き方改革委員会など、店舗でこれまで行っていた委員会活動を統合。小売業のプロとして、いかに心のこもった“おもてなし”ができるか。店長を委員長にして従業員が各自の目標を設定し、お客様への心配りを行き届かせる取り組みを全店舗で推し進めています。

エブリディ・ロープライスを実現できる店づくりや商品開発を継続します。

安全で高品質、そして値ごろ感があることから、お客様に支持されているのがプライベートブランド^{グッドアイ}good-iです。経済状況が厳しい昨今、お客様は価格に対して敏感になっておられるので、ニーズにも合致するPB商品の開発は引き続き強化します。中でも無駄を省き安さを追求

したgood-iチャレンジ商品を拡充し、売上高50%アップを目指します。また他社との共同開発も2008年秋から開始しました。今後100品目を目標に本格的に取り組む予定です。

店舗運営においても、後方設備を見直し運用コストを削減するなど様々な試みを行っています。「スーパーセンター」はイズミヤの中核となる店舗ですが、例えば仕分け・品出し作業を開店前の早朝に集中する、荷受け口を2カ所に設置し搬入の作業動線を短縮するなど、EDLC（エブリディ・ローコスト）オペレーションを徹底。“毎日がお買い得”な店づくりに取り組んでいます。

CO₂排出量10%削減を目標に、ハードとソフトの両面から温暖化防止に取り組んでいます。

社会的課題である環境保全活動は、特に力を入れたい取り組みです。イズミヤでは2012年度のCO₂排出量10%削減(2006年度比)を目標に掲げ、2008年度から本格的な活動を開始しました。新店ではLEDなどの高効率照明や省エネ型ショーケース、高効率空調システムを導入し、エネルギー効率を20%削減。既存店でも省エネ設備への入れ替えを順次進めています。また社内にも立ち上げたCO₂削減検討会を牽引役と位置づけ、従業員一人ひとりの環境保全への意識付けを徹底させ、ハード・ソフト両面から目標実現に向けた活動を行っていくつもりです。

一方お客様にも様々な形で環境活動への参加を呼びかけています。1点販売ごとに2円を排出権に充て、取得した排出権を環境省に無償譲渡する「カーボンオフセット付きPB商品」の販売は業界でも先行した取り組みですが、当社オリジナルのマークを考案し、お客様に認知して

いただけるよう配慮しました。「マイバッグ持参運動」も継続し、2009年度はレジ袋有料化を5店舗から12店舗に増やす予定です。他にも「風呂敷の包み方講習会」やエコツアーなどが当たる「CO₂を減らそう!キャンペーン」などの独自のイベントを企画し、お客様に楽しみながら関心を持っていただけるような環境活動を進めています。

農業支援や食育等の活動を通じ、健康で心豊かな暮らしを支援します。

イズミヤOB会とともに大阪府の遊休農地を借り受け、農作業を行う「ゴールドファーム」活動を一昨年よりスタートさせています。この取り組みが着目され、2008年6月に大阪府と「都市農業の推進及び農空間の保全と活用」を進める宣言書を締結しました。休耕地や食品残渣を有効活用し、また食育を実践できる農場であることから、農水省のモデル事業にも認定されています。農作業にはイズミヤのOBをはじめ現役従業員、地域の方もご参加いただいておりますが、無農薬の野菜づくり、体験農園や収穫祭などの食育イベント、また食品残渣堆肥の本格活用など、食を支え環境を保全するこの活動は、今後の発展が大いに期待されています。

地域の皆様のために、持続可能な社会のために、できることはないかを考え続けること。これは企業市民としてイズミヤの責務であると認識しています。イズミヤの取り組みを皆様にご理解いただき、一層のご支持をいただけますようお願いいたします。

2009年5月
イズミヤ株式会社 代表取締役社長 坂田 俊博

イズミヤの店舗形態



GMS
ゼネラル・マーチャндаイズ・ストア
GMSは、衣料品・食料品・住居関連品など、暮らしに必要な商品とサービスを提供する店舗です。地域の一員として、店舗ごとに特色のある品揃えを行う一方、周辺地区が便利で住み良く楽しい地域となるような店づくりを心がけています。



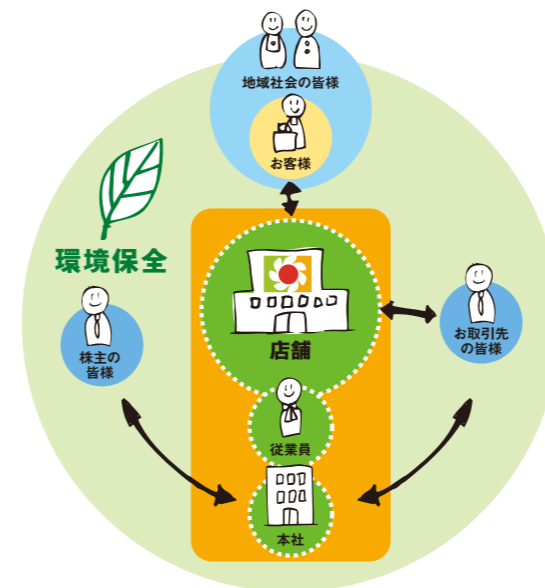
スーパーマーケット
「地域の生活便利館」をコンセプトに、食料品を中心とした生活必需品を揃えたスーパーマーケットを「デイリーカーナート」と名づけています。クッキングサポートや宅配サービスなど様々なサービスを提供することで、便利で親しみのある店づくりに取り組んでいます。



スーパーセンター
スーパーセンターは、ワンフロアで衣・食・住のすべてが揃う大型店です。「普段の生活に必要な商品を豊富に、より安く提供し続ける店(エブリディ・ロープライス)」をコンセプトに、品揃えの幅と深さを追求。また、バリアフリーと環境対策を重視した店舗となっています。



まるとく市場
食料品を中心とした商品を、地域一番の低価格で提供する小規模スーパーマーケットが「まるとく市場」です。“毎日がお買い得”を実現するために、チラシ広告を最小限にし、ポイント制度などの各種サービスを削減。価格訴求を徹底した魅力ある店づくりを目指しています。



当社は「経営理念」を経営の拠り所とするとともに、全従業員が「経営指針」「行動規範」を遵守し、信頼される企業であるよう、事業活動を通じてさまざまな貢献をしていきたいと考えています。

経営理念

地域のお客様が、健康で楽しく、心豊かな生活をおくれるように、安全で安心な商品とサービスの提供を通して“ええもん安い”の商道を追求し、社会に貢献します。

経営指針

- イズミヤは、法令および社会正義に則り、正々堂々と事業の発展を追求します。
- イズミヤは、日常の事業活動を通じ、環境保全に貢献します。
- イズミヤは、魅力ある商品の品質と価格で、お客様に十分な満足を提供します。
- イズミヤは、お取引先とのパートナーシップを築き、協同して魅力ある商品開発に努めます。
- イズミヤは、地域に根ざした社会貢献活動を行い、信頼される企業市民を目指します。
- イズミヤは、適正な利潤を得て、社会への貢献を維持継続し、株主の信頼に応えます。
- イズミヤは、働きがいがあり、自己革新ができる職場づくりを目指します。

特集-1 暮らしを応援するイズミヤ

毎日が お買い得 の理由

安全で高品質な商品をお手頃な価格でお届けするために—
お客様の節約志向と安全・安心への関心が高まる中、
日本国内はもとより世界中のどこで仕入れ、
どこで作ればお客様の満足を得られる商品ができるか。
どんな店を作り、どんな仕事の仕方をすれば効率がいいか。
全てにおいて独自の工夫を重ねているのがイズミヤです。
この姿勢が、お客様に支持されるPB商品good-iや
「毎日安い」を実現できる店づくりにつながっています。



good-i チャレンジ しょうゆラーメン・カレーうどん



good-i ハートフル 丹波和牛



good-i クオリティ ジャブジャブスリッパ



good-i ハートフル 発芽玄米ブレッド



good-i ハートフル オーストラリア綿子供Tシャツ



good-i ハートフル ヨーグルト



good-i チャレンジ カラーネクタイ

ええもん安い、こだわりたいから努力を重ねます。

戦略業態「スーパーセンター」

スーパーセンターは、建物設計段階から効率化を追求し、普段の生活に必要な品々を豊富により安く提供するイズミヤの戦略業態です。またワンレジ(集中レジ)や自動補充発注システムを導入し、仕分け・品出し作業も開店前の早朝に集中して行うなど、後方設備や作業効率をあらゆる角度から見直すことで運用コストの削減を図り、エブリディ・ロープライスを実現しています。



価格訴求を徹底「まるとく市場」

「まるとく市場」は、「毎日がお買い得」をキャッチフレーズに低価格を訴求するスーパーマーケットです。チラシ広告を最小限にし、ポイント制度などの各種サービスを削減することで、食料品を中心とした商品を地域一番の低価格で提供しています。小規模であるためお客様の近くに店出しやすく、便利に買物ができるお客様からも厚い支持を得ています。2009年5月末時点で5店舗を展開していますが、今後も順次店舗数を増やしていく予定です。



「値上げストップ宣言」を実施

2008年度初頭は生活必需品の値上げが相次ぎ、一方で所得が伸び悩むなど消費者の生活防衛意識が高まりました。イズミヤでは暮らしへの負担をできるだけ緩和できるように、食料品や日用品を一定期間値上げせずに据え置く「値上げストップ宣言」を2008年の1年間継続して実施しました。地域に無くてはならない社会インフラとして、様々な施策を行うことでお客様の暮らしを応援しています。



good-i チャレンジ商品を拡充

ええもん安いの理念をカタチにしたイズミヤのプライベートブランド。それがgood-iです。ナショナルブランドの価格改定が続く中、安全で高品質な商品をお値打ち価格で提供しています。売上高構成比も8.7%(2007年度)から9.2%(2008年度)へと成長。中でも、お客様の生活防衛意識にお応えし低価格を追求したgood-iチャレンジ商品は、売上高5割増を目標に、より力を入れていく考えです。



14ページ もご参照ください

M E S S A G E



品質管理部 齊藤 敬

「徹底した品質・衛生管理を実施。安全で安心できる商品をお届けします。」

good-iをはじめとする自社開発製品や食品店内加工品は、法令より厳しいイズミヤ基準を制定。工場調査では、原材料や製造工程、パッケージングに至る全てを確認し、食品加工室の衛生管理も徹底させています。また商品の表示に関しては正確でわかりやすい表示を心がけています。販売後も定期的に抜き取り検査を行うなど、全過程で厳格な品質チェックができる体制を構築し、お客様の信頼にお応えしています。

特集-2 地球環境を守るイズミヤ

CO₂ 10%削減!

2012年度に二酸化炭素(CO₂)10%削減※という目標を設定。

地球温暖化にブレーキをかけることは、企業の重大な使命とイズミヤは捉えています。店づくりにおいても環境への配慮を徹底し、また、環境への関心を喚起する様々なキャンペーンを展開。お客様にも楽しくご参加いただき共に取り組む—それがイズミヤの環境活動です。

※2006年度比



太陽光発電装置



自転車カゴタイプ

お買い物カゴタイプ



ショルダータイプ

good-i ハートフル カーボンオフセットマイバッグ



「CO₂を減らそう! キャンペーン」ポスター



good-i ハートフル

日本初・生分解性素材使用のカーボンオフセットお茶パック



「風呂敷包み方講習会」の実施

ええもん安い、もちろん環境への配慮も忘れません。

新店のCO₂排出量を20%抑制

目標数値の達成に向けて、イズミヤではエネルギー消費量の抑制と削減を重点的に推し進めています。新店においては、省エネ型空調システムや高効率照明に加えて、太陽光発電や風力発電などのクリーンエネルギーを導入することでCO₂排出量を20%抑制。既存店でも省エネ型のショーケース、空調設備への入れ替えを行っています。設備運用についても省エネに配慮した綿密なルールづくりを行い、全従業員がCO₂削減への思いを共有しながら環境対策を進めています。



神戸ポートアイランド店の風力発電システム

28ページ もご参照ください

カーボンオフセット付きPB商品の開発

業界に先駆けて、カーボンオフセットPB商品の販売を開始しました。1点販売ごとに2円を排出権に充て、取得した排出権を環境省に無償譲渡することで、日本の京都議定書での目標数値達成に貢献しています。お茶パック、マイバッグなどの対象商品にはイズミヤオリジナルのマークを付け、お客様に認知していただけるよう配慮しました。2009年度は45万個の販売を目標に、本格的に展開していく考えです。



カーボンオフセット付商品

33ページ もご参照ください

CO₂を減らそう! キャンペーンの実施

マイバッグ持参で食品を1,000円以上お買い上げいただき、かつエコポイント(5円相当)寄付でご応募いただくと、エコツアーやお米等が当たる懸賞企画を6月と10月に実施。のべ2ヶ月間で計18,103通のご応募をいただきました。ご寄付いただいたポイントは、イズミヤの寄付金を同額分上乗せしたうえで、「インドの風力発電プロジェクト」の排出権を購入し、日本政府に無償譲渡させていただきました。



キャンペーン賞品: エコツアーの様子

マイバッグ持参率50%※をめざして

マイバッグ持参運動は、資源の節約とゴミの削減に向け、イズミヤがお客様とともに取り組んでいる環境活動です。年2回のエコ月間ではマイバッグの割引販売や風呂敷の包み方講習会の開催を通じて呼びかけることで、持参率は目標を上回る36.3%に。また和歌山県の要請をうけ、2009年1月23日より、県内2店舗でレジ袋の有料化を開始しましたが、持参率8割を超すご協力をいただいています。2009年度は京都市の5店舗及び茨城県の1店舗で新たに有料化を開始します。

※2012年度までの中期目標

33ページ もご参照ください



風力発電システム

特集-3 地域を元気にするイズミヤ

農業支援 食育啓発活動

イズミヤは社会活動を通じ、地域の皆様の、健康で心豊かな暮らしに貢献したいと考えています。都市農業や農空間を守り、次世代に引き継ぐ「ゴールドファーム」活動は、国の「都市農地活用・保全モデル事業」にも認定されています。また、食品メーカー様とコラボしたお弁当コンテストでは子供部門を新設するなど、食育啓発活動にも力を注いでいます。



「春のこむすび弁当」
※第4回 愛情バランスお弁当コンテスト
最優秀作品を商品化

ええもん安い、
未来に持続させたいイズミヤです。

大阪府と連携、都市農業を推進

イズミヤのOB会とともに遊休農地を再開墾し野菜作りを行う「ゴールドファーム」活動に大阪府が着目、大阪府と「都市農業や農空間の活用を推進する宣言書」を取り交わしました。農作業には地元の方やイズミヤOBをはじめ現役従業員も参加し、また店舗で発生した食品生ゴミを堆肥化して使用しています。昨年秋に開催された御堂筋kappo※にも泉州野菜市場を出店。大阪ブランドの野菜作りや農業体験を通じた食育を行うなど、今後様々な展開を検討しています。

※「御堂筋パレード」に替わるイベント

17ページ もご参照ください



地産地消を推進する「おおさかもん」・「いこらいちば」

都市農業活性化に向けた大阪府との共同宣言をうけて、イズミヤは大阪市内では初となる、大阪産（おおさかもん）の常設販売コーナーを淡路店、今福店に新設しました。仕入れた商品のほとんどが当日完売する人気コーナーとなっています。またスーパーセンター紀伊川辺店に、和歌山産の野菜等を販売する「いこらいちば」を常設。県内の農協や生産者のご協力により、朝採り野菜や旬の果物などが並び、お客様よりご好評をいただいています。



淡路店の大阪産コーナー

食育をテーマに、楽しいイベントを企画

健やかな心と体を育む「食」の大切さを伝えることは、食品を取り扱う企業の重要な役割であると考えています。健康おおさか21健康推進企業団※と連携した「愛情バランスお弁当コンテスト」では、上位2作品を商品化して販売。新たに設けた子供部門へは444通もの応募があり、子供達の食への関心を高める機会にもなりました。その他にも食品メーカー様とタイアップした多彩な食育イベントを展開しています。

※19社の食品メーカーで構成



子供部門受賞作品一例
「びっくり!!ヘルシー・エコ弁」

17ページ もご参照ください

M E S S A G E



秘書・広報室長
田中 博和

地域で行う様々な活動は、お客様の声をお聞きする貴重な機会にもなります。

地域に根ざして行う、コミュニティづくりや健康生活への支援、環境への配慮—このような取り組みは、企業市民としてのイズミヤの役目だと考えています。都市農業支援や食育活動もその思いが根底にあります。一方、企業の立場から見れば、農空間の保全活動に従業員が携わることで、農業の大切さを体感でき、またお客様とのコミュニケーションを図る貴重な機会にもなります。お客様に価値ある商品を届けるためには、従業員自らがあらゆる場を生かし、地域や消費者の声に耳をかたむけること。それが「ええもん安い」につながっていくと考えています。

経営者からのご挨拶

特集

コーポレートガバナンス

社会性報告

環境活動報告

事業の概要