

環境活動レポート2010年度版

2010.5.1～2011.4.30

2011.06.29 Version 1.5



エコアクション21
認証・登録番号0001678
(長門屋商店 東陽センター)

紙から始めるコミュニケーション
株式会社長門屋商店 東陽センター



- **社名** 株式会社長門屋商店
- **代表者** 代表取締役 横溝純一
- **創業** 1947年
- **設立** 1953年
- **資本金** 1000万円
- **社員数** 19名(役員含む)
- **業務内容** 紙製品(OA用紙・祝儀袋ほか)の製造卸・小売業・賃貸業

- **事業所**
 - ◆ **本社**
東京都港区麻布十番1-5-25
 - ◆ **東陽センター**
東京都江東区東陽1-3-3
 - ◆ **文具小売部(文房具のながとや)**
東京都港区麻布十番1-5-25 第三長門ビル1F
- **ホームページ**
 - ◆ <http://www.nagatoya.com>

■ 基本理念

- ◆ 当社は、紙加工品の商社として「環境にやさしい商品づくり」をメインテーマに、環境に配慮した製品の開発・拡販を積極的に推進し、環境配慮企業として循環型社会形成に寄与する企業活動を展開して参ります。また、日常推進事項として以下に掲げる項目を継続的な環境配慮活動として取り組んで参ります。

■ 活動指針

- ◆ 環境にやさしい商品づくり
 - 環境に配慮した新商品を積極的に開発して参ります。
 - 商品の包装や資材などを見直し環境負荷軽減に努めます。
 - 商品の売上げの一部を森林保護活動の為に役立てます。
 - 効率的な在庫管理をし、入在庫などに関わる物流エネルギーの削減に努めます。
- ◆ 省エネルギー
 - 資源やエネルギーの消費による環境負荷を認識し、限りある資源の保全に努めます。
- ◆ 廃棄物削減と汚染防止
 - 資源固有の特性を有効に活用し、廃棄物の抑制に取り組み環境汚染の防止に努めます。
- ◆ 関連法規制順守
 - 企業活動に関係する環境関連法規・条例・規制等を順守します。
- ◆ グリーン購入
 - 日常業務において使用する社用品にはグリーン製品を積極的に使用します。
- ◆ 環境活動に関する継続的持続
 - 環境負荷に関する内容をデータ管理し、目標を設定し継続的に持続達成に努めます。
- ◆ 環境活動の公表
 - 環境活動の計画及び実施状況を「環境活動レポート」としてとりまとめ公表致します。

2006年11月1日制定

2010年 5月1日改定

株式会社長門屋商店
代表取締役 横溝純一

Ver2.5

■ オイスカ「子供の森」計画支援

「子供の森」計画はこどもたち自身が、学校の敷地や隣接地で苗木を植え育てていく実践活動を通じて、「自然を愛する心」「緑を大切にする気持ち」を養いながら、地球の緑化を進めていこうという学校単位の新しい森づくり運動です。弊社製品の売上の一部を公益財団法人オイスカの進める「子供の森」計画に寄付しております。



2010年5月

■ 「富士山の森づくり」植林活動

富士山の森林回復のために、オイスカ主催の活動に社員の家族とともに参加いたしました。



カラーペーパーの売上の一部を寄付しております。



2010年11月

■ 東京湾「海の森」植林活動

ゴミ埋め立て地の森作り「海の森」プロジェクトに社員の家族とともに参加いたしました。

■ 太陽光発電導入

2010年8月、東陽センター社屋に50枚のソーラーパネルを設置致しました。

73㎡・10kw相当の太陽光発電は、当センターの年間使用量の1/2～1/3を発電致します。クリーンエネルギーによって、CO2の大幅な削減が期待できます。



手前の黒のポットには植林用のドングリの木を育てています。

アイビーなどの蔓状の植物を通路に配置

■ 社内緑化

通路や外壁に蔓状の植物を飾り、社内の緑化を進めています。花や緑には緊張をほぐし気持ちを安らげる効果や、コミュニケーションの機会になることで、人間関係が円滑になる効果があります。

全て社員が自分たちで育てており、ゴーヤやキュウリなどの緑のカーテンの野菜も始めました。

EA21 認証事業所 概況

■ EA21 認証事業所

東陽営業・物流センター(略称 東陽センター)
〒135-0016 東京都江東区東陽1-3-3
TEL03-5690-7131 FAX03-5690-8010

◆ 環境管理指導 責任者
業務部 中島 淳
e-mail: nakajima@nagatoya.com

◆ 社員数:13名(役員含む)

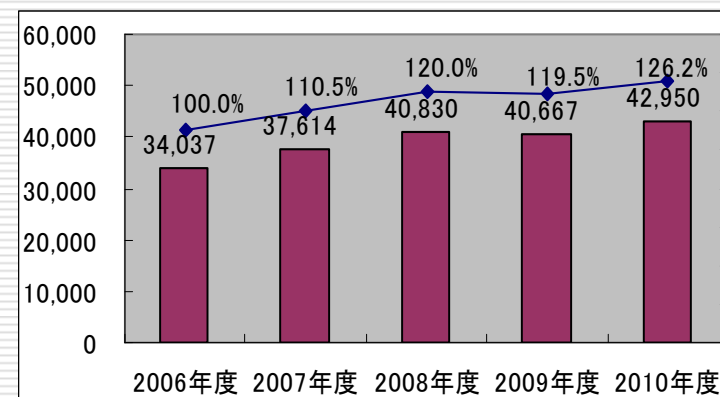


■ 事業規模

	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
売上高 (万円)	34,037	37,614	40,830	40,667	42,950
2006年比	100.0%	110.5%	120.0%	119.5%	126.2%

社員数	14人	14人	14人	13人	13人
-----	-----	-----	-----	-----	-----

集計月:5月～翌年4月



東陽センターの売上推移

■ 当事業所の役割

東陽センターは、営業所および物流センターとして当社業務の基軸を担っております。

■ 部署一覧

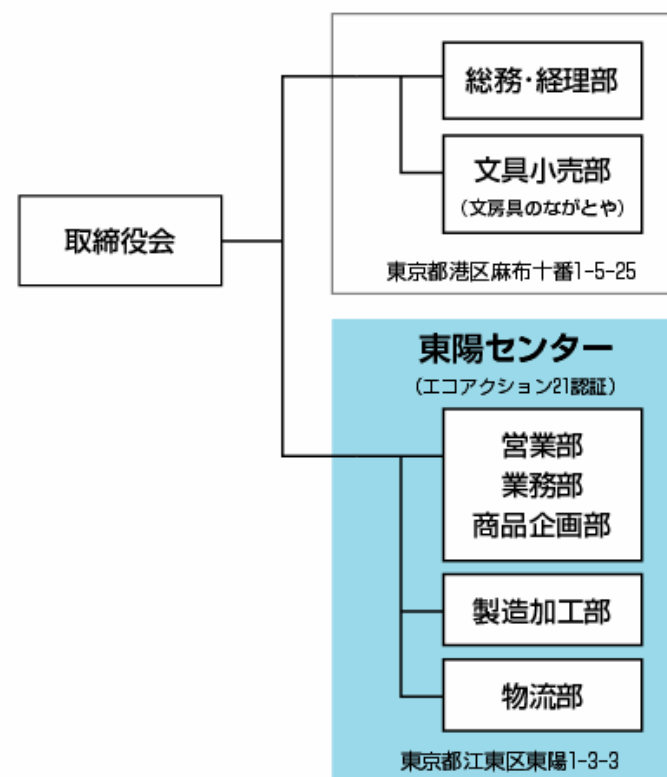
- ◆ 営業部： 車輛を5台使用しての顧客営業
- ◆ 業務部： 受発注処理・伝票処理・営業サポート・特販等
- ◆ 製造加工部： 一部の商品の手内職加工ほか
- ◆ 物流部： 荷受業務・出荷業務・在庫管理

■ EA21環境管理指導会

主に隔月の定例ミーティングの際に「エコミーティング」として出席者全員で実施。

■ 環境マネジメント体制

本社・文具小売部は
2012年度の認証を目指して2011年度より取組開始



2010年度の環境目標

以下の4項目について、削減目標を設定して、集計を行っております。

なお、電力量・ガソリン給油量については、売上高に合わせた、原単位制にて目標を設定しております。

目標		数値
① 総エネルギー 投入量	A 売上高100万円当たり	2009年度比 2%削減
	購入電力量	2009,2010,2011年度の3期合計で2008年度比 6%削減
	B 売上高100万円当たり	2009年度比 2%削減
	ガソリン給油量	2009,2010,2011年度の3期合計で2008年度比 6%削減

目標	数値
②水使用量の削減	2009年度比 2%削減
	2009,2010,2011年度の3期合計で2008年度比 6%削減

目標	数値
③廃棄物の排出量の削減	2009年度比 1%削減
	2009,2010,2011年度の3期合計で2008年度比 3%削減

目標	数値
④環境対応商品の売上比率アップ	2009年度比 1%アップ
	2009,2010,2011年度の3期合計で2008年度比 3%アップ

集計は5月～翌4月を単年度としております。(例 2008年度:2008年5月～2009年4月)

①-A 総エネルギー投入量削減 <購入電力量>

■ 削減目標

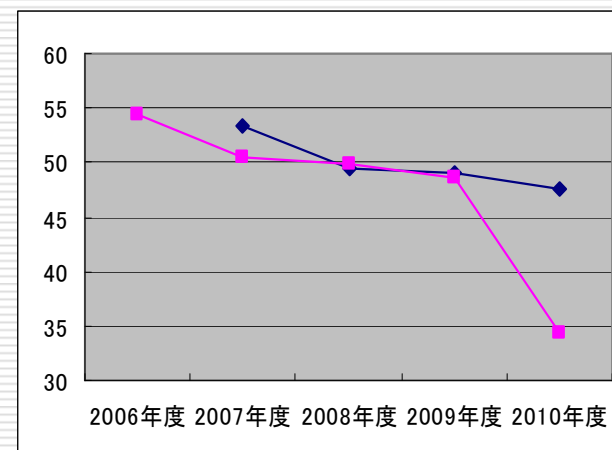
- ◆ 売上高100万円当たり、2009年度比 2%削減
 - 長期目標: 2009,2010,2011年度の3期合計で2008年度比 6%削減

■ 実績

ソーラーパネル効果を含めると
原単位で昨年対比**29.12%削減**
総量で**25.14%削減**致しました。



		2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
総量	電力量	18531kwh	19010kwh	20400kwh	19736kwh	14774kwh
	排出CO2	7876kg	8079kg	8670kg	8388kg	6279kg
原単位	目標		53.35kwh	49.53kwh	48.96kwh	47.56kwh
	実績	54.44kwh	50.54kwh	49.96kwh	48.53kwh	34.40kwh
環境省HPより			2006年度比 7.16%減	2007年度比 1.14%減	2008年度比 2.86%減	2009年度比 29.12%減
CO2 排出係数	0.425	※原単位: 売上高100万円当たりの電力量				2008年度比 31.15%減



年度ごとの原単位での電力量

①-A 総エネルギー投入量削減 <購入電力量>(詳細)

■ 太陽光発電のシステム

- ◆ 発電量 > 使用量 の場合は 余剰分が売電
- ◆ 発電量 < 使用量 の場合は 不足分を買電

右記の表の場合は発電量が消費を上回っているため
売電しています。



■ 太陽光発電分を抽出してみました。

計測端末から総発電量(8250kwh)と売電量(3333kwh)
ゆえに、社内で消費した発電分は
4917kwh(相殺した発電量)

※相殺した 発電量計	=	総発電量 (端末より)	-	売電量計 (端末より)
4917kwh		8250kwh		3333kwh

■ 太陽光発電分を加算して、昨年と比較

- ◆ 2009年合計 19736kwh
 - ◆ **2010年合計 19691kwh**
- 0.23% 削減致しました。**

2009年度	購入電力 低圧電力 4605kwh	+	購入電力 従量電灯 15131kwh	=	合計使用量 19736kwh		
2010年度	購入電力 低圧電力 4649kwh	+	購入電力 従量電灯 10125kwh	+	※相殺した 発電量計 4917kwh	=	合計使用量 19691kwh

■ 継続している主な取組



室温コントロール：冷房時28℃・暖房時22℃



便座のフタを閉めて放熱防止



扇風機・サーキュレータ併用でエアコン効率アップ

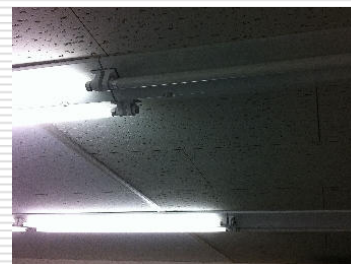


待機電流使用機器はOAタップで完全OFF



倉庫内や廊下の灯火は必要な分のみ

■ 新たな取組



蛍光灯を抜いて間引き点灯



一部LED電球も設置

■ 取組の詳細

- ◆一部の電球を白熱球からLED電球に変えました。
- ◆倉庫の蛍光灯の経路を細分化しスイッチを増やしました。
- ◆2011年3月の大震災以後
一部蛍光灯を外して間引き点灯、給湯器やウォシュレットの必要時以外消灯

■ 評価・次年度へ

2010年8月に10kwのソーラーパネルを設置したことで、電力量の環境が劇的変わりました。従量電灯が昨年の2/3の消費量となりました。

ただ取組みそのものが比較できるよう、太陽光が無かった場合との比較もしました。2010年夏は非常に猛暑で7,8月は昨年より5%ほど電気代が上がっていました。しかしながら震災以後の4月は大幅な節電対策によって、昨年より25%削減しました。結果通年で、太陽光無しでも約0.23%の総量削減を実現致しました。

震災以後の節電効果の大きさから見ると、蛍光灯の間引きや温水機器の消灯は非常に効果を感じます。今後照明機器の導入には、消費電力の少ないLEDを一番の検討対象としてまいります。

2011年度は太陽光が通年稼働となるので、さらに削減が見込まれますが、頼ること無く節電に努めてまいります。

①-B 総エネルギー投入量削減 <ガソリン給油量>

■ 削減目標

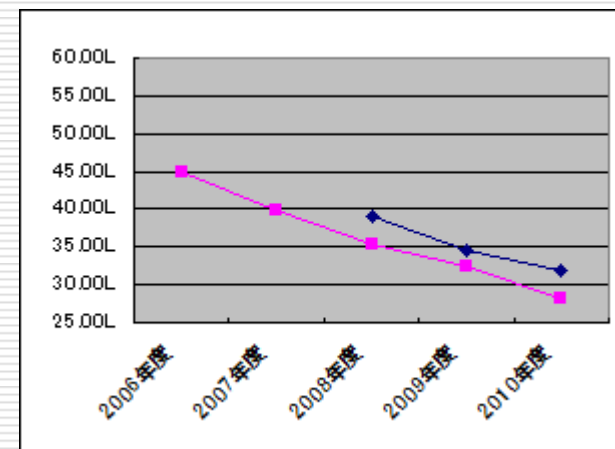
- ◆ 売上高100万円当たり、2009年度比 2%削減
 - 長期目標: 2009,2010,2011年度の3期合計で2008年度比 6%削減

■ 実績

原単位で昨年対比**13.58%削減**
 総量では**8.7%削減**致しました。



		2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
総量	給油量	15314L	14975L	14438L	13227L	12072L
	排出CO2	35554kg	34767kg	33520kg	30709kg	28027kg
原単位	目標			39.02L	34.65L	31.87L
	実績	44.99L	39.81L	35.36L	32.53L	28.11L
EA21ガイドラインより			2006年度比 11.51%減	2007年度比 11.18%減	2008年度比 8.01%減	2009年度比 13.58%減
CO2 排出係数	2.32166	※原単位: 売上高100万円当たりのガソリン使用量				2008年度比 20.51%減



年度ごとの原単位での給油量

給油量削減への取組・評価

■取組の詳細

車両が4台入れ替わり、1台は普通車から軽自動車になりました。

従来通り、右記のガソリン給油量月別集計表にて車輛使用者の各人が管理しております。昨年からメンテナンス付きリースに変わり、費用負担も無いことから、オイル交換やその他メンテナンスなど、車に対しての管理が良くなりました。

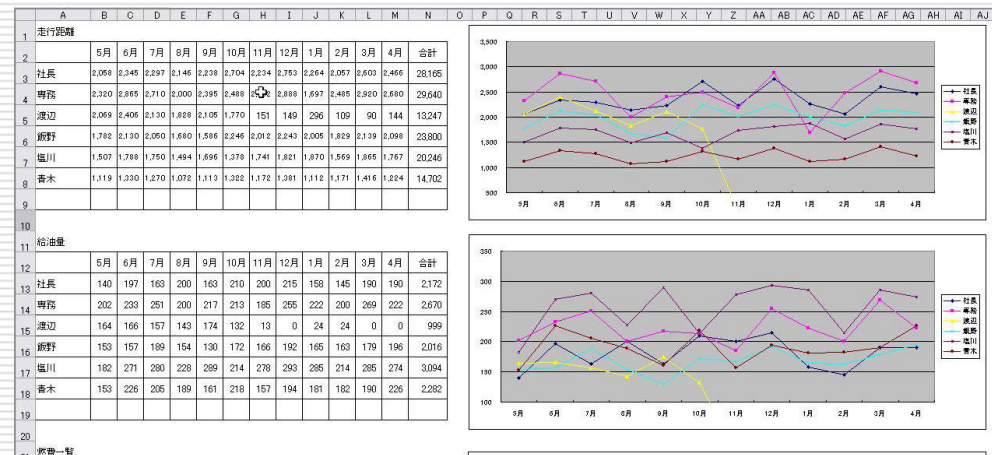
■評価・次年度へ

自社配送分の売上の減少と、直送などによる経路短縮のほか、配送業者と新たに契約し、効率化を進めました。また車両が4台入れ替わり、燃費の向上もあり、原単位はもちろん、総量でも8.7%減と大きく削減致しました。

次年度も引き続き現状の取組を維持致します。また車両が2台入れ替え予定となっており、1台はハイブリッドの車両を導入予定です。次年度の減少も期待できます。

ガソリン給油量集計表								2008年5月分	
<p>月初と月末には走行メーターの距離を記入しましょう 給油したらその日のその量を ○○.○○ と記入して下さい 翌月中島が集計して掲示します</p> <p>それぞれが前月よりも、燃費を向上させて二酸化炭素削減しよう!!!!</p> <p>■アイドリングストップ必須 ■急発進・急アクセルは御法度 ■エンジンブレーキは使うとガソリン噴射が制限されGOOD! ■空ふかし厳禁!</p> <p>■タイヤの空気圧を適正にしましょう! ■ unnecessary 荷物は降ろして走行しましょう! ■ エアコンは適度に少し控えめに!</p> <p>■渋滞を避けて効率よく回ろう ■売上を向上しよう</p>									
給油日	給油量	走行距離	燃費	給油日	給油量	走行距離	燃費	合計	
30日	25.00%		18.36%					43.36%	
31日									
月末走行メーター	84124km	72070km	96197km	31528km	129237km	82141km			
走行距離	2620km	2532km	1972km	1948km	1664km	1243km			
給油量	175.34%	244.19%	184.16%	176.17%	278.52%	184.23%		1242.61%	
km/ℓ	14.94km/ℓ	10.37km/ℓ	10.71km/ℓ	11.06km/ℓ	5.97km/ℓ	6.75km/ℓ		8.54km/ℓ	
売上合計									
売上合計 ÷ 給油量									
EA文書101									ver.1.4

ガソリン給油量月別集計表: 給油後にそれぞれが記入し、月開けに集計を取っております。



ガソリン給油量年間集計表: 月別を元に年間の集計を取って分析しております。

①総エネルギー投入量削減 <CO2排出量>

■CO2の排出量について

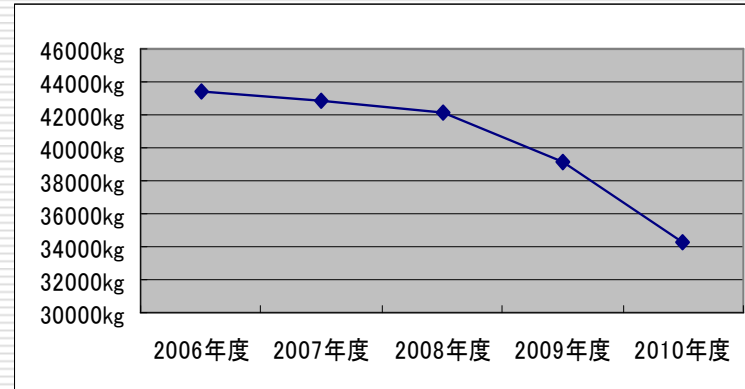
ソーラーパネルの効果は非常に絶大で、CO2を大幅削減致しました。

2005年度比で約30%減少し、「チャレンジ25キャンペーン」もクリアして、2010年に設定した、2015年までに2005年度比30%という目標もほぼ達成しました。

2011年度はソーラーパネルが通年稼働し、震災による節電運動も本格化しています。

2011年はハードルを上げて、2015年までに2005年度比40%削減を掲げて望みたいと思います。

年度ごとのCO2排出量



- ・2005年比 29.47%削減 (スギ約1020本分)
- ・2009年比 7.33%削減 (スギ約340本分)



		2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
排出CO2	実績	43430kg	42846kg	42190kg	39096kg	34306kg
			2006年度比 1.34%減	2007年度比 1.53%減	2008年度比 7.33%減	2009年度比 12.25%減
						2008年度比 18.88%減
						2005年度比 29.47%減

※2005年度排出量 48,647kg

※樹齢50年,高さ20~30mのスギは年間約14kgのCO2を吸収するものと想定しております。[環境省・林野庁 資料より]

②水使用量削減

■ 削減目標

◆ 2009年度比 2%削減

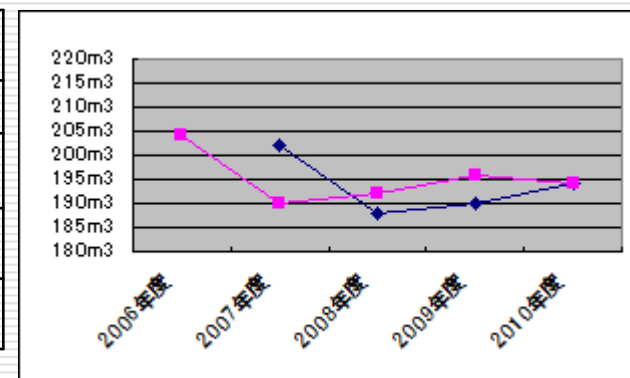
• 長期目標: 2009,2010,2011年度の3期合計で2008年度比6%削減

■ 実績

昨年対比 **0.98%減**



		2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
総量	目標		202m ³	188m ³	190m ³	194m ³
	実績	204m ³	190m ³	192m ³	196m ³	194m ³
			2006年度比 0.93%減	2007年度比 1.05%増	2008年度比 1.02%増	2009年度比 0.98%減
						2008年度比 1.04%減



年度ごとの水使用量

■取組の詳細

社内の用途は手洗い・トイレ・清掃・飲用が主でございます。出しっぱなしなどにはせず、節約を心がけています。取組みに関しては新たな施策は特に行っておりません。

雨水の取水を昨年からはじめて、洗車や水やりなど、できる限りこの水を使うようにしています。

■評価・次年度へ

雨水を使用するようになってからもあまり変化がありませんでした。

東京都の平均から見ると、2人暮らし所帯の年間使用量とほぼ同量の消費量だと判ります。8~12人が社内に居ることを考えると、恐らく大半がトイレの排水かと思います。これ以上の節制というのは少し難しいかもしれません。今後も現状維持に努め、引き続いて同様の取組みにて継続していこうと思います。



蛇口内の節水コマと普通のコマ



洗車・水やり用に貯めている雨水

③廃棄物の排出量削減

■ 削減目標

- ◆2008年度比 1%削減
 - 長期目標:2009,2010,2011年度の3期合計で2008年度比3%削減

■ 実績

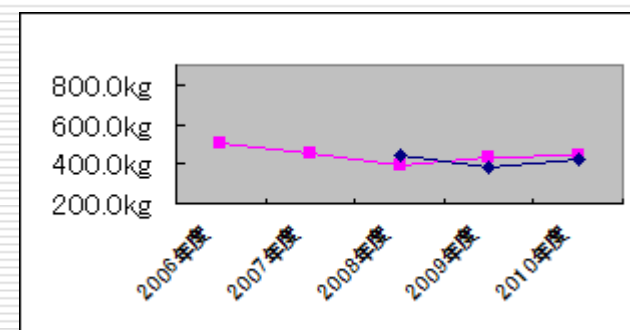
昨年対比 **2.52%増**



		2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
可燃 不燃 合計	目標			447.3kg	386.7kg	424.1kg
	実績	502.0kg	451.8kg	390.6kg	428.4kg	439.2kg
			2006年度比 10%減	2007年度比 13.54%減	2008年度比 9.67%増	2009年度比 2.52%増
						2008年度比 12.44%増

※2005年度はゴミ処理券購入量による推測値

※2006年度は計測開始後の月平均から算出



年度ごとの廃棄物の排出量

■取組の詳細

従来より、梱包資材の再利用を積極的に進めており、緩衝材はもちろん、自社商品のダンボールには、無地のダンボールに再ハクリのラベルを使用しまして、捨てることなく、再梱包用に積極活用しております。

ダンボールとペットボトルは通常の廃棄物と別に回収し、有価物扱いで引き取って頂いております。

弊社はOA用紙メーカーなので、製造時に間紙(あいし)と呼ばれる余り紙が大量に出ます。社内文書にはこの間紙を、プリンタにセットして使用しています。また昨年導入した複合機によって、スキャナを活用しペーパーレス化が可能になりました。



社内文書には、製造時に出る余り紙を使用

■評価・次年度へ

残念ながら増加してしまいました。

社内の不良在庫を大幅に処分したことによる、可燃物の増加と思われます。

2011年度はコンピュータシステムの入替えがあります。伝票は簡素化され、廃棄伝票が減ります。また一部の伝票控えをデータ化することが可能になります。

そのあたりがどう影響するか、2011年度の取組みに表れてくると思います。



無地ダンボールに再ハクリタイプのラベル



ペットボトル専用ゴミ箱 フタ用もあります。

④環境対応商品の売上比率アップ

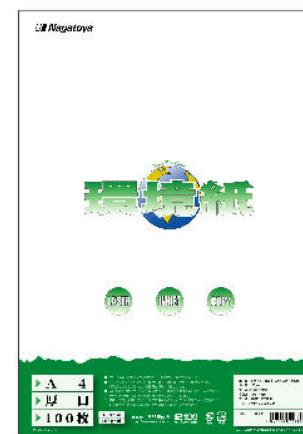
■ 削減目標

◆2008年度比 1%アップ

・長期目標:2009,2010,2011年度の3期合計で2008年度比3%アップ

■ 実績

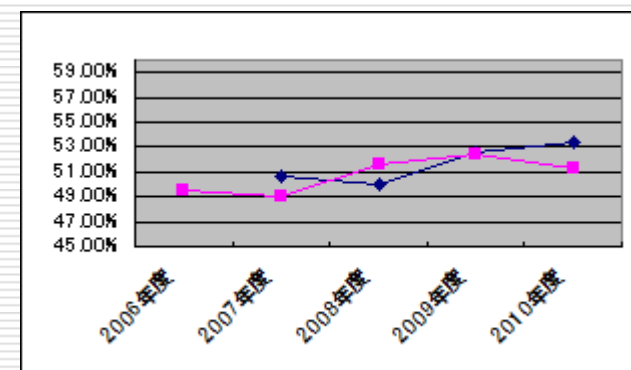
昨対比1.13%減少



グリーン購入法適合用紙「環境紙」

		2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
エコ 商品 売上 割合	目標		50.58%	49.96%	52.59%	53.46%
	実績	49.58%	48.96%	51.59%	52.46%	51.32%
			2006年度比 0.61%増	2007年度比 2.62%増	2008年度比 0.86%増	2009年度比 1.13%減
						2008年度比 0.27%減

当社基準による自社ブランドのエコ商品の売上比率です。他社の仕入品は除きます。



年度ごとの環境対応商品が売上に占める割合

環境対応商品の売上アップへの取組・評価

■取組の詳細

弊社のホームページの中でも、環境に対する取組の部分は力を入れています。また、ユーザー向けの通販のホームページも、着々とアイテムを増やしておりまして、年々売上を伸ばしております。

昨年度と同様に、主力商品の「カラーペーパー」の売上の一部を、財団法人オイスカ様の進める「子供の森計画」へ寄付致しました。



売上の一部を寄付している、カラーペーパーシリーズ

■評価・次年度へ

集計後初の減少数値となってしまいました。

得意先の取扱中止による返品や、環境対応ではない祝儀袋が非常に売上を伸ばしたことなどで、例年と若干売上のバランスが異なったことが理由の一つかもしれません。

2011年4月に総合カタログが発刊され、拡販効果が見込まれます。

また2011年4月より、OA用紙の「美彩紙」シリーズの売上の一部をWWF ジャパンが取り組む「しらほサンゴ村」の活動支援金として寄付致します。環境対応商品生まれ変わり、効果が期待できます。



ホームページのデザインを一新

■環境関連法規への違反、訴訟などの有無

環境関連法規に関する違反はありません。
 また訴訟についても事例がありません。
 関係当局よりの違反の指摘は
 過去3年間ありません。

法規・条例	業務における順守事項	評価	
環境基本法 都民の健康と安全を確保 する環境に関する条例	<ul style="list-style-type: none"> ■ 環境への負荷の低減の取組 ■ 自動車公害対策(アイドリングストップ) 	○	遵守
廃棄物処理法 東京都廃棄物条例	<ul style="list-style-type: none"> ■ 廃棄物処理業者の管理、分別廃棄の管理 	○	遵守
容器包装リサイクル法	<ul style="list-style-type: none"> ■ 紙容器・プラスチック袋の使用状況の把握 ■ 商品包装への識別マーク表示 ■ 上記の包装資材の再商品化義務 	○	遵守
下水道法	<ul style="list-style-type: none"> ■ 日常使用の範囲 	○	遵守

2011年5月現在

■緊急事態想定 避難訓練

例年この時期に訓練を実施していましたが、2011年3月11日の震災によって、本番実施となりました。

本震発生時には、みな机の下などに避難をし、社員は無事でした。速やかに手分けをして什器や建物の安全を確認し、余震が予想されるので、落下物を片付け、ぐらついた棚やゆがんでしまった棚に緊急の補強を施し、社員にはいつでも脱出できるよう、持ち物などを手元に置くように指示しました。しかしながら周知の通りに、携帯回線がパンクし、外回りの社員の安否は夜まで確認できませんでした。

大きな余震が今後予想されるので、3月のミーティングでは、避難場所・社内の安全箇所・連絡方法・帰宅方法などの相談をしました。今後もう少し話を詰めて、緊急時の対策を具体化し、マニュアルなどにして備えたいと思います。



避難はしごの利用(2010年訓練より)

2011年度について/環境管理指導責任者の総評

■2011年度について

通年のソーラー効果が期待できるので、今期も削減幅は大きいかと思われます。Co2削減目標については**2015年度までに、2005年度比30%から40%のCO2削減に軌道修正を致します。**

また新ガイドラインにより、グリーン購入を目標に設定しました。

そして、認証外の本社・文具小売部ですが、2012年度の認証を目指して、取組を開始いたします。

目標		数値
① 総エネルギー投入量	A 売上高100万円当たり 購入電力量	2010年度比 2%削減 2011,2012,2013,2014,2015年度の5期合計で2010年度比10%削減
	B 売上高100万円当たり ガソリン給油量	2010年度比 2%削減 2011,2012,2013,2014,2015年度の5期合計で2010年度比10%削減
	排出CO2総量	2015年度までに2005年度比40%削減(目標値: 29,188 kg-co2)
	②水使用量の削減	2010年度比 2%削減 2011,2012,2013,2014,2015年度の5期合計で2010年度比10%削減
③廃棄物の排出量の削減	2010年度比 1%削減 2011,2012,2013,2014,2015年度の5期合計で2010年度比5%削減	
④環境対応商品の売上比率アップ	2010年度比 1%アップ 2011,2012,2013,2014,2015年度の5期合計で2010年度比5%アップ	
⑤グリーン購入比率の拡大	消耗品類および新規OA機器導入時には、各カタログにおいて「グリーンマーク」の付いた商品を積極的に使用すること	

■環境管理指導責任者の総評

2010年度は太陽光発電の設置と、過日の震災の影響による節電と、通年とは異なる実施状況となりました。どちらも大きな効果を得られましたが、継続した取組みのプラスアルファとして捉え、次年度も基本は従来通りの節制に努めて参りたいと思います。

私事を含みますが、昨年の富士山の植林には幼稚園年長の長女を連れて行きました。この長女が先日小学校通学の際に、パパとは富士山で小さい木を植えて、大好きなキノコのおにぎりを一緒に食べたんだと、一緒に居た上級生に一生懸命説明していました。パパと遊んだ話では無く、植林の話... 植林の意味はきっと判っていないと思います。

原発が難しい状況に置かれ、当面はCo2排出が多い火力発電が主力になると予想されます。普段の活動の中で一層の削減はもちろんですが、植物や木々の緑を増やすことも、非常重要だと私は考えています。

当センターでは今、植林用にドングリの苗木を育てています。お台場の公園で拾ったドングリです。約2~3年育てた後、東京湾の海の森に植林予定です。最近やっと芽が出て、毎日少しずつ葉を増やして成長しております。

“木を育てる→温暖化防止→子供の未来を守る” 子供の成長と木々の生長、一緒に植える日を楽しみ・・・大事に育てて参ります。

■ 代表者による総括

東日本大震災で亡くなられた方々のご冥福を心よりお祈り申し上げますとともに、被災された皆さま、ご家族、関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。一日も早い復旧復興と、避難されている皆さまのご健康をお祈りいたします。

私ども企業では、5月期に毎年恒例となった公益財団法人オイスカが推進する植林事業、「富士山の森づくり」へ社員とその家族13名が参加し、11月期に東京都が主催する「海の森」植樹プロジェクトへ同様に8名が参加するなど、社外での環境活動にも継続的に取り組んでいます。4月期にはWWFジャパンのサンゴ礁保護研究センター「しらほサンゴ村」の支援活動を始めました。これは「美彩紙」シリーズの当社売上金の1%を支援金として寄付する活動です。これまでの「カラーペーパー」シリーズの売上金におけるオイスカ「子供の森」計画に対する寄付支援に加え、新たな環境保全活動支援品(環境対応商品)を増設した形になります。

また8月期には東陽センター社屋に10kw相当の太陽光パネルを設置し稼働を始めました。これによりこれまで改善の難しかった購入電力を大幅に削減することが出来ました。東日本大震災後の電力不足に伴う節電も一定の効果をあげ、年間総量の削減に繋がりました。

ガソリンの使用量の削減については本年度も大きな効果を上げています。リース満了に伴う4台の車両入れ替えにより、大幅な削減が出来たものと考えています。これらの努力により、CO2排出量を2005年比29.47%削減することができました。

水使用量については約1%の削減となりました。節水コマの使用や雨水の再利用などに取り組んでおりますが、平素より生活水利用は必要最小限に留めており、これ以上の大幅な削減は難しい状況です。

廃棄物排出量は、2.52%増加となりました。1~4月期にかけて不良在庫を分割処分した事が増加要因になっております。一時的な事由による増加と判断しておりますが、引き続き注意を払って削減に努めるように取り組んで参ります。

最後に環境対応商品の売上比率アップについては約1%の減少となりましたが、売上額では昨対約3%の増加となっております。確実に上昇傾向にあります。前述のとおり4月期に環境対応商品を増幅いたしましたので、今後の売上比率アップに繋がると確信しております。



2011年05月19日
代表取締役 横溝純一

紙から始めるコミュニケーション

株式会社長門屋商店

<http://www.nagatoya.com>

2011.06.29 Version 1.5

編集者：長門屋商店 業務部 中島 淳

〒135-0016 東京都江東区東陽1-3-3
TEL 03-5690-7131
FAX 03-5690-8010
e-mail nakajima@nagatoya.com