

環境活動レポート2009年度版

2009.5.1～2010.4.30



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 20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。



カラーペーパーの売上の一部を寄付しております。



2009年5月

■ 「富士山の森づくり」植林活動

ゴミ問題や病虫害被害などで失われつつある我が富士山、オイスカが主催する「富士山の森づくり」に毎年参加しております。



2009年9月

■ 東京湾「海の森」植林活動

東京湾のゴミ埋め立て地に美しい森を作る東京都の「海の森」プロジェクト。弊社も参加させて頂きました。

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)

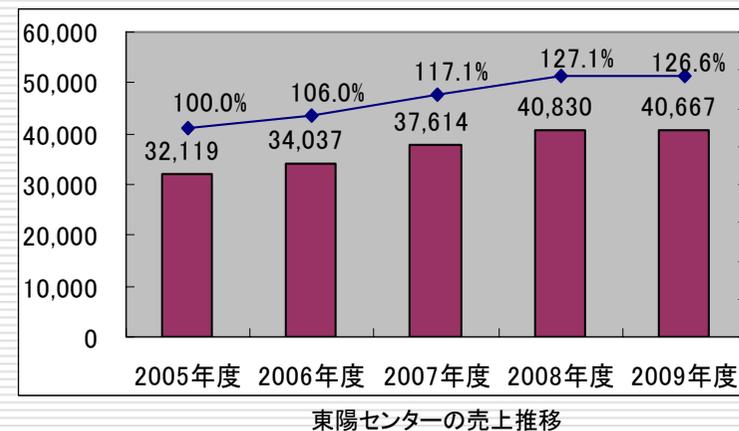


■ 事業規模

	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度
売上高 (万円)	32,119	34,037	37,614	40,830	40,667
2005 年度比	100.0%	106.0%	117.1%	127.1%	126.6%

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

集計月:5月～翌年4月



■ 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。

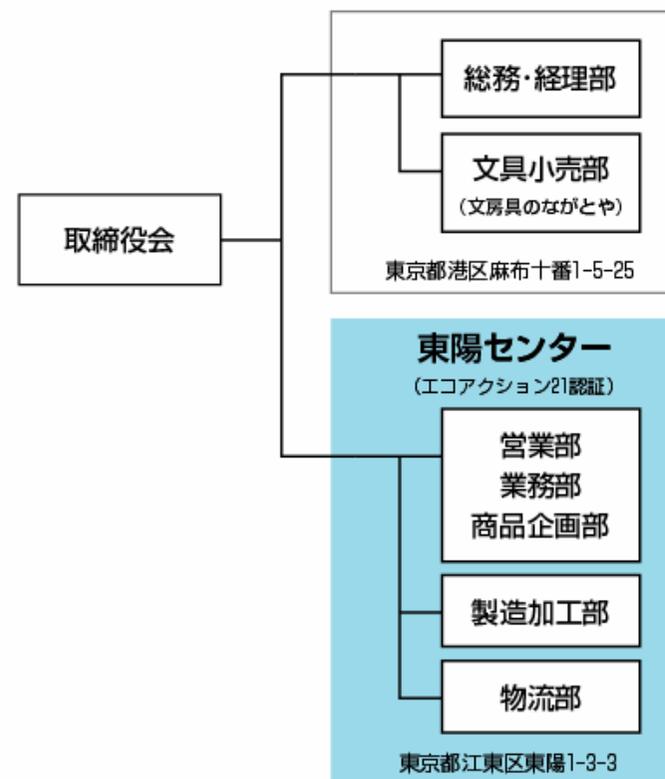
■ 部署一覧

- ◆ 営業部： 車両を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3,11月の最終土曜日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



2009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	2008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	2008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	2008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	2008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	2008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、2008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

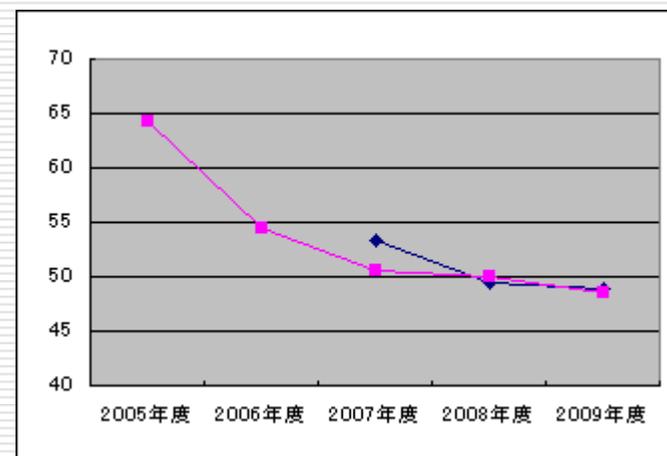
■ 実績

原単位で昨年対比**2.86%削減**

総量でも**3.25%削減**致しました。



		2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度
総量	電力量	20631kwh	18531kwh	19010kwh	20400kwh	19736kwh
	排出CO2	8768kg	7876kg	8079kg	8670kg	8388kg
原単位	目標			53.35kwh	49.53kwh	48.96kwh
	実績	64.23kwh	54.44kwh	50.54kwh	49.96kwh	48.53kwh
環境省HPより			2005年度比 15.24%減	2006年度比 7.16%減	2007年度比 1.14%減	2008年度比 2.86%減
CO2 排出係数		0.425		※原単位: 売上高100万円当たりの電力量		2005年度比 24.44%減



年度ごとの原単位での電力量

電力量削減への取組・評価

■ 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



南側の窓に遮光タイプの
ロールスクリーン設置



省エネルギーの
FAXを導入

■ 取組の詳細

継続して取り組んでいるものがほとんどですが、一つ一つを着実に実行して、さらに積み重ねていきたいと思っております。

新たな取組については、9月頃に事務所内のレイアウトを大幅に変更し、高さ制限して見通しを良くし、空調効率に繋げております。その際に南側窓に遮光タイプのロールスクリーンを導入し、断熱効果も上がりました。併せて、煩雑であった配線等も改善しております。

また、2月頃にFAXが故障しましたので、グリーン購入法適合の省エネルギータイプのFAXを導入しました。後ほどの廃棄物の方でも述べますが、ペーパーレス化にも一役買っております。

■ 評価・次年度へ

新たな3カ年の初年度として、原単位あたり2.86%減を実現しまして、順調なスタートを切ることができました。削るところも少ないですが、社内のパソコンの稼働状態を制限して、もう少し削減がはかれるかもしれません。工夫していきたいと思っております。

2010年度は屋根と外壁の改修工事を予定しております。断熱効果に加え、10kw相当の太陽光発電パネルを設置予定です。大幅な削減を目指しています。

①-B 総エネルギー投入量削減 <ガソリン給油量>

■ 削減目標

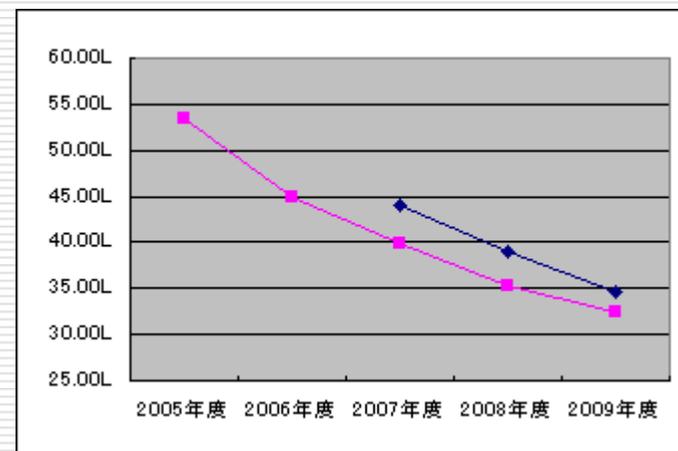
- ◆ 売上高100万円当たり、2008年度比 2%削減
 - 長期目標: 2009,2010,2011年度の3期合計で2008年度比 6%削減

■ 実績

**原単位で昨年対比8.01%削減
総量では8.38%削減致しました。**



		2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度
総量	給油量	17177L	15314L	14975L	14438L	13227L
	排出CO2	39879kg	35554kg	34767kg	33520kg	30709kg
原単位	目標			44.09L	39.02L	34.65L
	実績	53.48L	44.99L	39.81L	35.36L	32.53L
EA21ガイドラインより			2005年度比 15.87%減	2006年度比 11.51%減	2007年度比 11.18%減	2008年度比 8.01%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				2005年度比 39.18%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

継続しての取り組みが主です。車両の入れ替えのタイミングも無かったため実質は据え置きに近い形です。

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。また当期から、車輛はメンテナンス付きリースに変わり、費用を気にすることなく、常にベストな状態で利用できるようになりました。

■評価・次年度へ

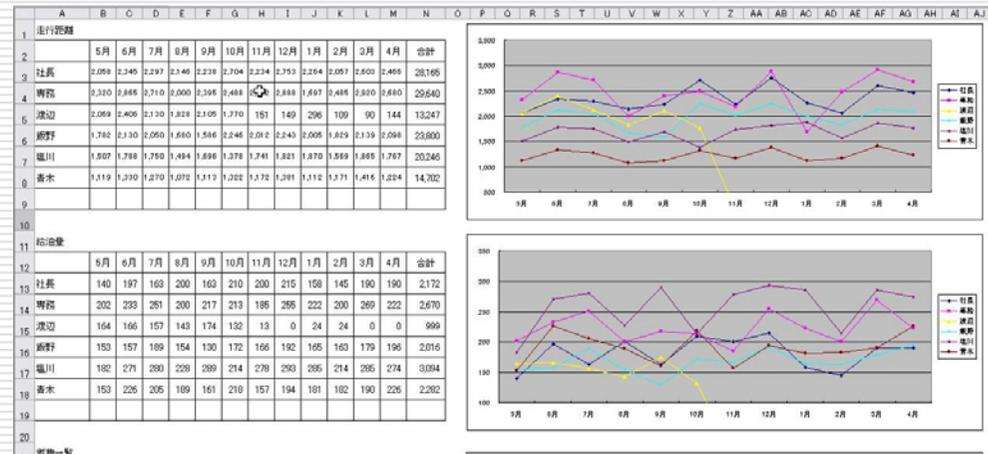
10月に営業職1名が退職した事に伴い、営業体制を再編成しましてその分が削減されています。

使用者は皆、削減への意識が高く、工夫する箇所を見いだすのも難しい状況です。自社配送を削減し、直送などによる経路短縮をさらに進めていこうと思います。

2010年度は車輛4台を入れ替え予定です。ハイブリッド車導入は難しいかもしれませんが、最近のものは燃費が向上しておりますので期待しております。

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るGOOD! ■空ぶかし厳禁!</p> <p>■タイヤの空気圧を適正にしましょう! ■不必要な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>■洗車を避けて効率よく回ろう ■売上を向上しよう</p>									
給油日	車種	車種	車種	車種	車種	車種	車種	合計	
30日	25.00ℓ		18.36ℓ					43.36ℓ	
31日									
月末走行メーター	84124km	72070km	96197km	31529km	129237km	82141km			
走行距離	2620km	2529km	1972km	1949km	1664km	1243km			
給油量	175.34ℓ	244.19ℓ	194.16ℓ	176.17ℓ	278.52ℓ	184.23ℓ		1242.61ℓ	
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									

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

ルート営業車が1台減ったために、その分で今期は大きくCO2が削減できました。

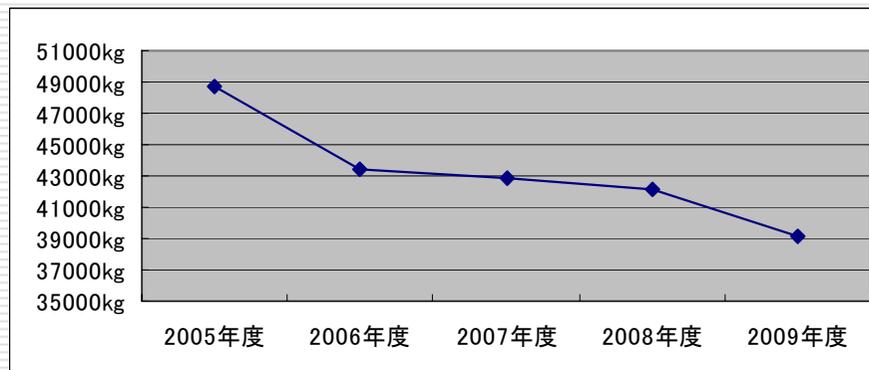
2005年度比で約20%、実に約680本分のスギの木(※)が年間に吸収するCO2を削減したことになります。

弊社ではCO2排出量に目標設定はしてきておりませんが、先日より始まった「チャレンジ25キャンペーン」にも参加しましたので、2010年度からは目標設定を致します。

目標は高く!!

2015年度までに2005年度比30%削減です。

年度ごとのCO2排出量



- ・2005年比 19.63%削減 (スギ約680本分)
- ・2008年比 7.33%削減 (スギ約220本分)



		2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度
排出 CO2	実績	48647kg	43430kg	42846kg	42190kg	39096kg
			2005年度比 10.72%減	2006年度比 1.34%減	2007年度比 1.53%減	2008年度比 7.33%減
						2005年度比 19.63%減

※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

◆2008年度比 2%削減

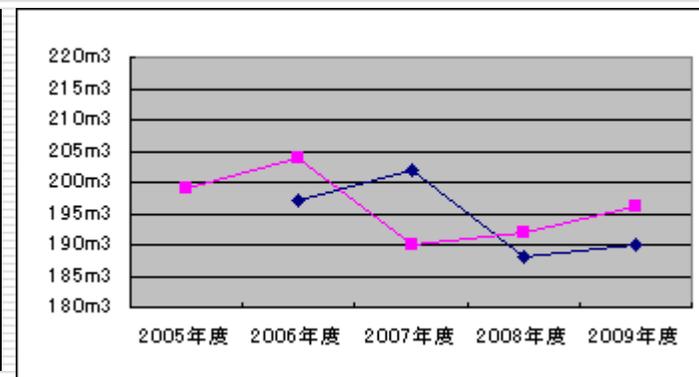
•長期目標:2009,2010,2011年度の3期合計で2008年度比6%削減

■ 実績

昨年対比 1.02%増



		2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度
総量	目標		197m ³	202m ³	188m ³	190m ³
	実績	199m ³	204m ³	190m ³	192m ³	196m ³
			2005年度比 1.02%増	2006年度比 6.86%減	2007年度比 1.01%増	2008年度比 1.02%増
						2005年度比 1.5%減



年度ごとの水使用量

水使用量削減への取組・評価

■取組の詳細

社内で調理等はしておりませんので、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。
5月頃に節水コマの取り付け、また洗車用途に、雨水の取水も始めました。
トイレのタンクの調子が悪かったので、修理した際に、タンクの水で手洗いできるタイプに交換致しました。

■評価・次年度へ

2年続けての微増となってしまいました。
昨年は新型インフルエンザの流行などもあり、弊社でも手洗いを徹底しておりましたので、増加原因の一つと考えられます。

洗車用に貯めた雨水ですが、それほど洗車頻度が多くないため、場合によっては、ボウフラが発生してしまったりとマイナス面の指摘を受けました。普段から使用することで防げと思いますので、今年度中に一部外壁の緑化を考えており、その植物の水やり用にと考えています。



ヘデラ(アイビー)による壁面緑化



蛇口内の節水コマと普通のコマ



洗車用の雨水

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

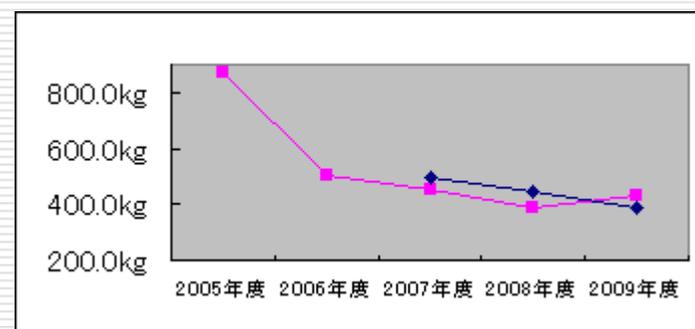
昨年対比 9.67%増



		2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度
可燃 不燃	目標			497.0kg	447.3kg	386.7kg
	実績	870.0kg	502.0kg	451.8kg	390.6kg	428.4kg
				2006年度比 10%減	2007年度比 13.54%減	2008年度比 9.67%増
						2005年度比 50.75%減

※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

廃棄物の排出量削減への取組・評価

■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。また電力量の方でも述べましたが、新型FAXによって、PCから直接FAX送信や、PDFファイルにての文書保管など、かなりの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

今年度から排出量の合計で記載致しました。結果は残念ながら増加してしまいました。

社内の不良在庫や古い文書などを整理した事による、可燃物増加が原因と考えられますが、社内改編によって一時的には生じたものでそれほど気にしておりません。商品の包装形態見直し、配送の効率化、ペーパーレス化など、様々な面から結果に繋げていきたいと思っております。



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

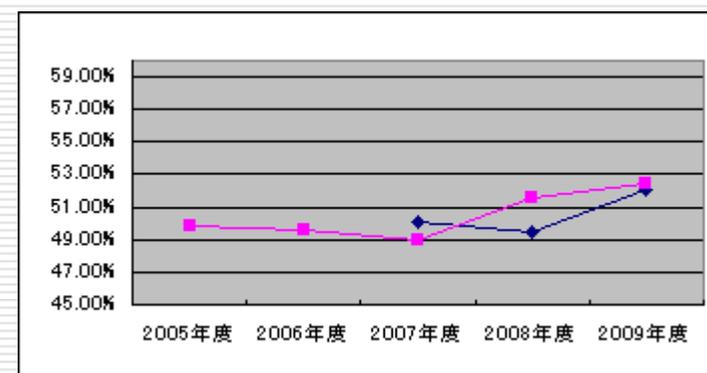
■ 実績

昨年対比0.86%アップ



グリーン購入法適合用紙「環境紙」

		2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度
エコ商品 売上割合	目標			50.58%	49.96%	52.59%
	実績	49.89%	49.58%	48.96%	51.59%	52.46%
			前年比 0.31%減	前年比 0.61%減	2007年度比 2.62%増	2008年度比 0.86%増 2005年度比 2.56%増



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を大幅リニューアル致しました。コンテンツの充実、アクセシビリティ向上、環境情報充実など、それに加えて、弊社の環境に対する取組なども掲載しております。また、ユーザー向けの通販のホームページも、利便性向上とアイテム充実のためにリニューアル致しました。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

OA用紙が順調に売上を伸ばしており、0.86%アップという結果につながりました。

ホームページはいつでも編集可能で、新情報もすぐに発信することができ、社のNO.1の広告媒体です。お陰様で閲覧頂いてのお問い合わせが非常に多く、特に気を遣っております。今後もコンテンツを充実させ

OA用紙類売上アップ＝環境対応商品売上アップ

と繋げていきたいと思っております。

また、2010年中にカタログをひさびさに発刊予定です。売上アップのツールとして、大変期待しています。



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

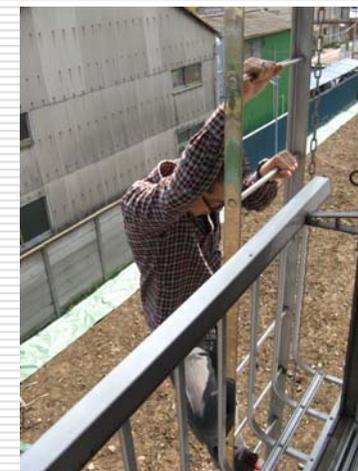
2010年5月現在

■緊急事態想定 避難訓練

紙製品を大量に在庫していることから、万が一に備え、2010年3月27日に、建物火災を想定した、消火訓練および避難訓練を実施致しました。
 消火器の設置場所の確認や、逃げ遅れた際に利用する、避難はしごの使用方法など今一度確認しました。



消火器による初期消火訓練



避難はしごを利用してみる。

2010年度について/環境管理指導責任者の総評

■2010年度について

前年度からの継続目標に加えて、2010年度からは、排出CO2の総量に目標設定を致しました。

この夏に太陽光発電の設置を予定しておりまして、電力量の大幅削減が見込めることから、目標設定を致しました。

2015年度までに、2005年度比30%のCO2削減を目指します。

またEA21対象外の麻布十番本社と文具小売部が、取組開始を計画しています。現在はまだ調整中ですので、目標は東陽センターのみで設定致しました。

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	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
	B 売上高100万円当たり ガソリン給油量	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
	排出CO2総量	2015年度までに 2005年度比30%削減(目標値: 34,052 kg-co2)
	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
③廃棄物の排出量の削減	④環境対応商品の売上比率アップ	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
		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

■環境管理指導責任者の総評

これと言って大きな改善箇所もなく、全体的にはそつなく取組むことができ、環境経営が皆に十分に根付いています。

個人的には、商品企画や販促部分、また顧客営業の面でも、常に「エコ」への意識があり、自分の中にしっかり刻み込まれていると実感いたします。

この夏にはソーラーパネルが設置されます。発電量は見てとることができ、おのずとレポートに反映するでしょう。

それに相反して、社の緑化用にツル状植物の「ヘデラ」を今自宅で育てています。壁面緑化は数字にも残らずボランティアに近いかもしれません。ただ待ったなしの状況だからこそ、地味なことを怠ってはいけないと思います。

これも現代における企業の社会的な責任(CSR)ではないでしょうか？これが私の主観です。

■ 代表者による総括

2009年度の環境活動を振り返ると、社員の環境意識の高まりを強く実感させられた一年だったと思います。5月には毎年恒例となった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6名が参加し、9月には東京都が主催する「海の森」植樹プロジェクトへ社員とその家族11名が参加するなど社外へも活動の場を広げて参りました。また本年4月には財団法人オイスカの「子供の森」計画の支援活動として、当社製品の売上金の一部を支援金として寄付を致しました。海外の国や地域の学校で「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プログラムを当社は支援しています。また社内においては9月と3月にエコミーティングを実施し、私たちに出来るエコ活動を話し合い、高い環境意識の下で建設的な意見交換を行いました。

2010年度は、新たに太陽光発電に取り組めます。本年8月には、10kw相当の太陽光発電設備を導入する予定です。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可能となります。更には余剰電力の売電を行うことで実質購入電力ゼロを目指します。ガソリンの使用量の削減については毎年継続して大きな効果を上げています。近年の原油高の側面から経済的にも大変良い結果が得られています。しかしながら水使用量と廃棄物排出量は、共に増加という結果になりました。水使用量については節水を徹底してはいるもののなかなか削減が難しいです。今後もアイデアや工夫を凝らし削減へ努めて参ります。廃棄物の増加については、業務上の一時的なもの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指示を致しました。最後に環境対応商品の売上比率アップについては、微増ではありますが確実に上昇傾向にあります。当社営業の側面からも最も力を注いでいきたい取り組みですので、この結果に甘んじず環境対応商品の開発と、売上比率アップを目指して取り組んで参ります。



2010年5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>

2010.06.16 Version 1.3

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
