

<STEP 1 事例 情報収集と環境負荷の“見える化”>

環境配慮でひらけたビジネスチャンス (株式会社イマムラ 代表取締役 今村 隆宏さん)

Q 取り組みの背景・きっかけ

- A**
- ・全国流通していない地産地消の食品や調味料等を扱い、「食のセレクトショップ」として新しい「食」をお届けする地域密着型スーパーマーケット「アイハート」を京都市内で店舗経営。
 - ・業務上、冷蔵庫・冷凍庫・照明など電力消費は避けられず、電気代の高騰が、自社の利益を大きく圧迫していた。
 - ・コスト削減のため、電気の使用量がボーダーラインを超えると自動的に空調が止まる装置の導入を検討したが、バックヤードで作業中に急に空調が止まると、従業員に影響を与える懸念があり採用を見送った。そんな中、電気設備業者から電力使用量を「見える化」する提案を受け、導入することにした。

Q 取り組みを進める上で工夫したこと・苦労したこと・利用した施策



- A**
- ・事務所や売り場に電力の使用状況を「見える化」できる機器を設置することで、節電が必要なタイミングになると従業員が空調の温度調整や停止を行う＝自ら判断して行動できることを大切にしている。
 - ・各店長や部門長が現場に情報を共有し、従業員に意識付けを行う体制を整えた。また、「見える化」した結果については、業者から各店舗をまわって状況を説明・対策を提案してもらうことで、社員の負担を軽減し、スムーズに取り組みを進めている。

Q 取り組みの成果とメリット

- A**
- ・電力使用量の「見える化」と節電に対する従業員の自主的な行動を促すことで、社内の省エネ意識が高まり効果も出つつある。導入からまだ1年半のため具体的な前年対比は出来ないが、電気使用量の削減が進んでいる実感がある。
 - ・メインバンクで「SDGs 宣言書」を策定したことから、金融機関が行っている取引先マッチング仲介サービスを通じ、「環境に配慮した会社と取引したい」との依頼が増え、仕入れ先の拡大につながっている。

Q SDGs への取り組み

- A**
- ・デリカ部門では「できたて提供」を重視し、作り置きを減らし、売り切れれば少量を補充する方式を徹底。これにより廃棄を最少化している。この取り組みは「買いたい時に商品がない」というチャンスロスにつながりかねないため、需要を見極めながら調整している。
 - ・賞味期限が近づいた商品は値引き販売を積極的に行う等工夫を重ねている。
 - ・食品ロス削減や資源循環はスーパーにとって避けられないテーマであり、今後は、地域の子ども食堂への食材寄付などを検討したい。



株式会社イマムラ（代表取締役 今村 隆宏）

京都市北区、従業員：30人、事業内容：生鮮スーパー

(<https://super-iheart.jp/index.php>)