imuraya group

IMURAYA GROUP CSR REPORT 2022

井村屋グループ
CSR報告書

井村屋グループ理念

井村屋グループは、各社・各部門そして私たち一人ひとりの
活動の原点であり、精神的支柱となる
グループ理念を定めています。

Mission
社会的使命

おいしい！の笑顔をつくる

グローバルな視点に立って「和と自然」の味を生かし、安全で安心できる楽しい商品・サービスを提供し、お客さまの食生活においしい！の笑顔の輪を広げ続けます。

Vision
ミッションを果たす道程

Be always for Customers!

社員一人ひとりが、いつでもお客さまの立場に立って、いつでもお客さまのことを意識し、行動します。このことで「顧客創造」「顧客満足提供」「顧客感動提供」企業になります。

Passion
情熱、心意気、行動

イノベーション（革新）

イノベーションの発揮には常に強いパッションが求められます。全体最適を考え、全員でイノベーションに向けて活動することが「特色経営」につながり、新しい付加価値になります。

井村屋グループＣＳＲ行動指針

一人ひとりの行動が、品質を支える。常に行動指針に立ち返り、業務に取り組んでいます。

1 法令遵守
その行動は、法令に違反していませんか。

2 企業理念
その行動は、企業理念や経営方針に準じていますか。

3 社会常識
その行動は、社会で通用しますか。

4 顧客満足
その行動は、お客さまに役立っていますか。

5 人権尊重
その行動は、周りの人に配慮したものですか。

6 環境保全
その行動は、環境や社会に負荷を与えていませんか。

7 自分自身の統制
その行動は、間違いないですか。もう一度確認を。

皆さまから永く愛される企業であり続けるために、
日頃から一人ひとりがこれら7つの行動指針を
意識して活動してまいります。

編集方針

井村屋グループは「おいしい！の笑顔をつくる」のミッションのもと、ステークホルダーの皆さまとともに社会でお役に立つ会社であり続けることを目標にしています。
アイデンティティである「特色経営」を礎に、新型コロナウイルスの影響などによる大きな社会環境の変化の中で、「おやくだち」企業としての社会との共生を掲げ、サステナブルな成長を志向してまいります。
本レポートは、井村屋グループの企業姿勢や活動状況をより多くの皆さまに知っていただく機会をつくり、ご理解いただくためのエンゲージメントの位置づけとなります。

井村屋グループCSRレポート2022では、以下のような構成内容でレポーティングしています。

井村屋グループ理念とCSRの考え方について冒頭（P1～2）でお伝えしています。

トップメッセージ（P9～10）では、新型コロナウイルス感染拡大や地政学リスク、SDGｓ・ESGへの対応といった社会変化の中、CSR経営の実行で、「活き活き企業」となるために、取り組んでいることを中期3カ年計画や「Kの字」経営をもとにお伝えしています。

「井村屋グループCSR憲章」の行動指針に基づく４つの側面に従い、2021年度の活動の全体図（P15～16）をSDGｓとの関係性も関連づけ整理し、その活動詳細（P17～28）をレポーティングしています。

初めて井村屋グループをお知りいただく方のために、企業情報（P3～6、P33～34）と井村屋グループのあゆみ（P7～8）および成長戦略（P11～12）を掲載し、井村屋グループ全体の概要をお伝えしています。

レポート対象組織
井村屋グループ全社

報告対象期間
2021年度（2021年4月1日～2022年3月31日）が対象となりますが、一部期間外の情報も掲載しています。

発行日
2022年11月

より詳細なＣＳＲ活動については

井村屋グループ株式会社 CSR情報

https://www.imuraya-group.com/csr/

INDEX

井村屋グループについて …… 3
井村屋グループのあゆみ …… 7
トップメッセージ …… 9
井村屋グループの成長戦略 …… 11
井村屋グループ SDGsへの取り組み …… 13
井村屋グループのCSR …… 15
市場活動 …… 17
人間尊重 …… 19
環境保全 …… 21
社会との調和 …… 25
特集 アズキキングの森 …… 29
経営品質向上活動・ガバナンス …… 30
井村屋グループのリスクマネジメント …… 31
第三者意見 …… 32
井村屋グループの概要 …… 33

「おいしい!の笑顔」を広げるため さまざまな分野へ挑戦!!

井村屋グループは、常に新しい商品を提供し続ける一方で普遍性は失わない「不易流行」や、他社の真似をすることなくオリジナリティを追求する「特色経営」の考え方、グループ理念である「おいしい!の笑顔をつくる」のミッションのもと、和と自然の味を活かし菓子、食品、冷菓、点心・デリ、デイリーチルド、スイーツ、NVCC事業、調味料などさまざまなカテゴリーで商品を展開しています。

● 菓子事業

創業以来、井村屋グループの核として発展を支えてきた菓子事業。ようかん・進物・カステラ・どら焼など幅広い商品を展開しています。

● 食品事業

ゆであずきやぜんざい、氷みつなどの和風スイーツのほか、レンジ調理タイプの冷凍の「肉まん・あんまん」、OEM受託商品としてスパウチなどを展開しています。

● 冷菓事業

「あずきバー」や「やわもちアイス」をはじめ、井村屋の強みを活かした特色ある和風アイスやオリジナルアイスを製造・販売しています。

● 点心・デリ事業

店頭のスチーマー(蒸し器)で、いつでも温かいおいしさを味わえる「肉まん・あんまん」などを製造・販売しています。

● デイリーチルド事業

長期保存や有機・小容量など食生活スタイルの変化をいち早く捉え、豆腐やチルドの「肉まん・あんまん」などを展開しています。

● スイーツ事業

「アンナミラーズ」ブランド商品のEC販売や南仏プロヴァンスのパティスリー「ラ・メゾン・ジュヴォー」、高級アイスクリーム店「和涼菓堂」の運営などを行っています。

● NVCC事業 (New Value Creation Company:新価値創造)

三重県の水と酒米、酵母を使用し、テロワールに根差した日本酒の製造・販売を行う「福和蔵(ふくわぐら)」と、和菓子を販売する「菓子舗井村屋」の2店舗を運営しています。

● 調味料事業

野菜や魚介、畜肉のエキスを粉末化、液体化、顆粒化し、業務用調味料として国内外の食品メーカーなどに販売しています。

財務ハイライト

▶売上高

単位:百万円

※2021年度より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用

▶営業利益

単位:百万円

▶経常利益

単位:百万円

▶親会社株主に帰属する当期純利益

単位:百万円

非財務ハイライト

▶グループ従業員数

964名
※非正規社員除く

平均年齢 **36.8歳**
平均勤続年数 **13.7年**
※2022年3月末時点

▶女性従業員比率

33.1%

女性管理職比率 **11.1%**

▶平均残業時間

15.6時間/月

有給休暇取得率 **66.9%**

▶育児休業取得者数

女性 **13名**
男性 **3名**
復職率 **100.0%**

▶生産重量

単位:t

▶大気への排出CO_2

単位:t-CO_2

▶輸送燃料

単位:t-CO_2

▶リサイクル率

単位:%

つながりと革新で、「おいしい！の笑顔をつくる」HUB型経営

各事業会社がサークル状に位置し、相互に連結、協働しながらグループ力を最大化し、企業価値を高めていく「HUB（ハブ）型」を特色としています。国内5社、海外6社のグループ各社が協働してシナジー効果を発揮し、お客さまの「おいしい！の笑顔をつくる」を実現しています。

井村屋グループ全体の経営戦略立案、全体最適化を担う

井村屋グループ株式会社

井村屋株式会社

菓子、食品、デイリーチルド、冷菓、冷凍和菓子、点心・デリやフードサービス事業を行う

「ゆであずき」「肉まん・あんまん」「あずきバー」などロングセラー商品に代表される独創性と多様性のある商品を提供しています。社会ニーズを捉え、長年培ってきた伝統に新たな技術の応用を加えて、新しい食シーンの創造に努めています。

井村屋フーズ株式会社

調味料と包装生産技術を活かし、自社素材商品およびOEMやODMに取り組む

食品の味づくりの原料となる液体調味料や粉末調味料、レトルト製品、スパウチ製品などを主な生産品目としています。協働とソリューションをコンセプトに、食品業界を中心としたお客さまの課題解決に技術で貢献しています。

イムラ株式会社

井村屋グループの福利厚生やショップ運営などの幅広い業務を遂行

井村屋グループ（株）の不動産・賃貸住宅の管理事業、リース代理業・社内託児所の運営、社内売店や商業施設でのショップやアウトレットなどを運営。福利厚生を通じて井村屋グループの生産性向上に貢献しています。

井村屋スタートアッププランニング株式会社

将来の柱となる新事業を企画し、事業化を支援

オープンイノベーションの考え方のもと、将来の柱となり得る事業となるシーズを探り、事業化を支援し、インキュベート（育成）する戦略企画部門です。井村屋グループの持つ強みを活かし、和と健康性をテーマに新事業を企画し、総合的な支援をします。

IMURAYA MALAYSIA SDN.BHD.

「和風×ハラール」商品をマレーシア、さらにASEAN諸国へ

現地OEMパートナーと戦略提携を結び、日本で培った技術や商品開発力を活かしてマレーシア市場に合わせた商品製造・販売をしています。「日本らしい」楽しい商品・サービスをASEAN諸国にお届けしていきます。

北京京日井村屋食品有限公司（JIF）

調味料の開発・販売で中国市場の食ニーズに応える

野菜、海鮮などを主原料とした粉末調味料を中国国内外の即席麺・調味料・外食関連などの加工食品メーカーに提供しています。2014年からはマーケティング・管理機能に特化し、現地市場を見据えた商品開発を進めています。

井村屋（大連）食品有限公司（IDF）

調味料・焼菓子の生産工場としてJIF・IBFとの協働、世界市場への輸出を

JIFとIBFの生産機能を担当し、粉末調味料やカステラを生産しています。新製品開発の提案にも注力し、日本・韓国・東南アジア諸国など、その市場をさらに広げるべく邁進しています。

井村屋（北京）食品有限公司（IBF）

カステラをはじめとした「日本の菓子」を中国市場へ

カステラ、日式の肉まん・あんまんなどの開発、販売をしています。ネット販売やSNSを活用した販売戦略、CVS向けの商品開発などマーケティング機能を強化し、中国国内の販売チャネルの拡大はもちろん、その他の国々への販路拡大に向けて取り組んでいます。

井村屋（北京）企業管理有限公司（ICM）

中国事業の一元化を目指して

中国事業会社（JIF、IDF、IBF）の経営の合理化と資金の有効活用を図り、安定した事業構築を目指す戦略部門です。サービス、サポート、サジェスチョンを提供し、中国事業の成長を支援します。

IMURAYA USA, INC.

グローカルを目指し、井村屋の味を世界へ

日本のもち（MOCHI）とココナッツクリームなど和と洋を融合させた商品の製造・販売やグループ会社で製造した日本製品の輸入総代理店事業、グループ会社への情報発信をしています。井村屋グループの原点であるAZUKIを中心とした新たな食文化の提案・開拓を続けています。

グループ各社の「自立と協働」により、シナジー効果を最大化するため、サービス、サポート、サジェスチョンの3Sを提供しています。変わり続ける外部環境に応え、新たな価値をお客さまに提案してまいります。

変わらない幸せのために、変わり続けてその先の未来へ。

井村屋「特色経営」のあゆみ

1896年（明治29年）11月15日に「井村和蔵」が三重県飯南郡松阪町（現在の松阪市）にて菓子の製造をはじめ、和菓子屋として創業しました。常に新しい商品を提供し続け、普遍性は失わない「不易流行」は、創業以来の姿勢です。

家業の時代としてスタート

1896 ●商品のおいしさと約束は必ず守る誠実さを鉄則に井村和蔵が菓子舗井村屋を創業
●ゼロからの挑戦「知恵と手間を注ぎ込んだ」山田膳流しようかん

▲ 創業者 井村 和蔵

▲ 山田膳流しようかん
井村屋第一号商品。煮詰めたようかんを流し固める型がなかったため当時はお膳として使われていた山田膳でようかんを固めて販売した。

企業の時代として成長

1947 ●「商品こそわが生命、人こそわが宝」井村二郎が株式会社井村屋を設立
「人のやらないことをやる」を基本に次々とヒット商品を生み出していく

▲ 井村 二郎
井村和蔵の後を継ぎ、家業を企業へ発展させた。

▲ 井村二郎と仲間たち
前列右から4人目が二郎

1950 ●労働組合結成
1953 ●井村屋製菓株式会社に社名変更
1960 ●即席ぜんざい発売

◀ 即席ぜんざい

1961 ●名古屋証券取引所市場第二部に上場
1962 ●社内報「井津味」創刊
●ゆであずき発売

▼ ゆであずき

1963 ●最初は苦戦するも、井村屋独自の商品を展開
アイスクリーム事業に参入

▲ アイスクリーム事業立ち上げ初期の商品
氷金時・おにぎりモナカ・バイバイバー

1964 ●日本独自のスタイルがヒット
肉まん・あんまん発売
店頭で肉まんが楽しめるスチーマーを
メーカーと共同開発し、新たな食習慣を創造
●水ようかん発売

▲ 肉まん・あんまん

▲ 水ようかん

1967 ●氷みつ発売

◀ 氷みつ

1972 ●アイスメロン、大豆ッ子発売

▲ アイスメロン

▲ 大豆ッ子

1973 ●あずきバー発売
あずきを炊く技術と新しい発想で生まれた和風アイスの代表格
●イムラ株式会社を設立
●新業態への挑戦
アンナミラーズ1号店オープン

▲ あずきバー

▲ アンナミラーズ1号店

1974 ●チルド肉まん・あんまん発売
1978 ●調味料事業に進出
1979 ●BOXあずきバー、カップしるこ発売
1984 ●カステラ5発売

◀ BOXあずきバー

▲ カステラ5

1986 ●5コ入水ようかん発売
1993 ●お気に入りしるこ発売

お気に入りしるこ ▶

1998 ●安全・安心な商品提供をお約束する調味料事業部ISO14001認証取得
その後、グループ各社にISO9001/14001の取得を広げるきっかけに
2000 ●海外進出の先駆け
北京京日井村屋食品有限公司（JIF）を設立
2001 ●お赤飯の素、そのままつぶあんトースト発売

▲ お赤飯の素

▲ そのままつぶあんトースト

2006 ●井村屋（北京）食品有限公司（IBF）を設立

2008 ●えいようかん発売
2009 ●日本の和菓子を世界に発信
IMURAYA USA, INC.を設立

▲ えいようかん

▲ IMURAYA USA, INC. 工場竣工

グループ経営の時代へ移行

2010 ●多様な経営資源を集結し、シナジー効果を発揮する持株会社制へ移行
2012 ●やわもちアイス発売

▲ 持株会社制

▲ やわもちアイス

2013 ●あずきの食文化継承活動などブランドを育み
あずきバー商標登録
●井村屋（大連）食品有限公司（IDF）を設立
2017 ●日本フード株式会社と井村屋シーズニング株式会社の合併による相乗効果でBtoBビジネスを進化させる井村屋フーズ株式会社を設立
●創業120年、会社設立70周年を経て、次のステージへ
東京/名古屋証券取引所市場第一部上場
2018 ●AZUKI・FACTORY竣工

▲ 東京/名古屋証券取引所市場第一部上場

▲ AZUKI・FACTORY

2019 ●井村屋スタートアッププランニング株式会社を設立
●ASEAN市場のゲートウェイ、マレーシアへの進出
IMURAYA MALAYSIA SDN. BHD. を設立
●酒事業参入
2020 ●井村屋フーズスパウチ新工場竣工
2022 ●プライム市場 プレミア市場移行

井村屋グループ株式会社
代表取締役会長（CEO・CMO）
浅田　剛夫

CSR経営の実行で「活き活き企業へ！」

CSRレポート2022発行にあたりご挨拶申し上げます。
2020年に発生した新型コロナウイルスのパンデミックからまもなく3年が経とうとしています。しかし、いまだ油断できない状況であり、世界を見渡すとロシアによるウクライナ侵攻も発生し、痛ましい現実が続いています。エネルギーの安全保障上の危機を起因とする原副材料の不足は価格高騰を生み出し、多様なコストアップは経済的な苦境を世界で引き起こしています。現状を冷静に理解し、企業活動においては働き方改革に代表されるような様々な社会変容の中で変化対応を求められていると認識しております。
そのような状況の中、井村屋グループはおかげさまで2022年に創業125年、会社設立75周年の節目を迎えました。ステークホルダーの皆さまの多大なご支援をいただきながら成長させていただいておりますこと、心より感謝申し上げます。いつの時代も、お客様第一主義を忘れず、第二次世界大戦終結後の混乱期においても、経営活動で「背筋を伸ばして歩ける企業とする」との創業社長井村二郎氏の言葉は、社会責任を果たすことを企業の目的とするCSRそのものであったと知ります。時代は常に動きますが、変化に対応しつつ、変わらぬ企業定義として次代につないでいかねばなりません。
そのためにも2030年をゴールとするSDGｓへの参画、ＥＳＧ経営に関する取り組みを充実させることは、喫緊のテーマです。以前より「エコロジカルはエコノミカル」の環境方針を掲げ、ＢＯＸあずきバーのカーボンフットプリント認証、バイオマスボイラの導入、ガスコージェネレーションシステムの敷設など数々の脱炭素、環境保全に関する課題に挑戦してきておりますが、パリ協定で世界各国が約束した「世界の平均気温上昇を産業革命以前に比べて2℃より十分低く保ち、1.5℃に抑える努力をする」というグローバルな目標に貢献するにはさらなる努力を要します。
当グループは2023年度をゴールとする中期3カ年計画「Be Resilient 2023～新しい時代をしなやかに生きる～」を策定し、2021年4月からスタートいたしました。初めて非財務目標を設定し、温室効果ガス排出削減、国内事業廃棄物削減、女性管理職比率などを掲げております（詳細はP11-P12）。財務目標と併せて達成するために、これまで以上に強い変革意識を持ち挑戦を重ねてまいります。
「Kの字」経営としてKの上向き線であるトップラインと下向き線のコストイノベーションの両立を図り、「継栄」に邁進してまいります。
「おいしい！の笑顔をつくる」井村屋グループの活動にご注目いただきたく存じます。
今後もご指導・ご鞭撻の程よろしくお願い申し上げます。

「Kの字」経営について

井村屋グループの「Kの字」経営柱を太くしていくために上向き線を売上（トップライン）、下向き線を経費（コストイノベーション）と捉えております。上向き線は商品開発や販売促進など売上高伸長につながる活動を指し、下向き線は生産性向上や働き方改革などコスト改革になぞらえ、その幅を広げていくことで収益構造を強化していく方針です。
そのためにお客さまへの「おやくだち」を進め、その先に社会への貢献を果たしていく所存です。

井村屋グループ中期3カ年計画

Be Resilient 2023

～新しい時代をしなやかに生きる～

（2021年度～2023年度）

井村屋グループは、2021年度をスタート年次として、中期3カ年計画「Be Resilient 2023～新しい時代をしなやかに生きる～」を策定いたしました。
新型コロナウイルスがもたらしたニューノーマル（新常態）といわれる社会環境で持続的成長を図るため、強い変革意識を持ちながら、挑戦を重ねてまいります。そして、新しい時代に生き残っていくため、この中期3カ年計画の変革課題を『バランス経営』と定めました。しなやかでバランスのとれた経営を行い、持続可能な「継栄」を目指して、目標を達成できるよう活動してまいります。

2023年度の井村屋グループKPI

財務目標

売上高
465億円

営業利益
19億円
（売上高営業利益率 **4.0%**）

海外事業売上高比率
7.5%

※2021年度より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用するため、当該基準に基づいた指標となっております。

非財務目標

温室効果ガス排出削減
2013年度比 **35%減**

国内事業廃棄物削減
2019年度比 **50%減**

女性管理職比率
15%以上

計画達成に向けての経営戦略

1 既存国内事業のさらなる深化

人口動態変化やコロナ禍の消費動向変化がもたらす流通業界のあらゆる変化を察知し、変貌する市場に時宜を得た提案を続け、「おやくだち」の幅・深さを拡げていく。

2 海外事業戦略の推進

従来通り引き続き海外事業戦略を推進。海外輸出・既存進出事業（中国・米国）をサポートし、シナジーを高める。またIMURAYA MALAYSIA SDN.BHD.のあるマレーシアを始めとして、ASEAN進出の基盤づくりをスタート。

3 新規事業の販路拡大・既存事業の付加価値増強

国内新規事業として清酒・水・和菓子事業を旗揚げ。販路はこれまでの流通事業で培ったリソースやECを最大限に活用し、井村屋グループの新たな特色を育成する。また、SOY事業に「健康性」を組み合わせるなど既存事業の付加価値増強を図る。

4 コストイノベーション戦略

DX活用がもたらす「生産性向上」「働き方改革」「売り方改革」「SCMつながり改革」等によるコストイノベーションを図る。

5 財務基盤の強化

グループ全社の利益管理意識の向上を図るとともに、グループ内のファイナンス業務の集約化を図り、効率の良い財務体制を構築する。

6 ESG・SDGs経営の推進

「エコロジカルはエコノミカル」の環境方針のもと、温室効果ガス削減・食品ロス削減を追求し、無駄コストを削減。さらに、社会課題への影響を考慮してマテリアリティ（重要課題）を特定しESG経営・SDGs活動を経営戦略として進めていく。

7 人財価値を高める多様な人財マネジメントの構築

「井村屋グループクレド」のもと、従業員のエンゲージメントを高めることで創業時の「人こそわが宝」の考えに通じ、現在求められている従業員の「自発力」を高めることを目指す。社会の変化とともに働き方についての研究や多様な人材の発掘、リモートワーク等多様な働き方に対応する評価制度の構築を推進していく。

井村屋グループのサステナブルな取り組み

「誰一人取り残さない（No one will be left behind）」を掲げて、2015年に国連サミットで採択されたSDGsは、企業が果たすべき社会的責任との関係性が深くなっています。将来に向けて社会から必要とされる企業グループであるために、社会性を重視した経営を行い、ステークホルダーとの関係性を今まで以上に強くしていくことが求められます。
当グループではこれまでもさまざまなCSR活動を行ってきました。2019年度からは、将来を見据えて世界の持続可能な開発のために企業として何ができるのか、より広く、より深い視点で考え、すべてのステークホルダーから「あってよかった」と思われる企業グループを目指してSDGsの取り組みを進めています。

2019

SDGsワーキンググループを立ち上げ、ゴールに向けて井村屋をとりまく経営環境を把握し、井村屋グループのSDGs活動推進に関するスローガンを制定しました。

スローガン

「笑顔を未来へ -imuraya challenge 2030-」

活動方針

こころとからだに笑顔を 〈市場活動〉

社会課題の解決と新分野の創出を両立し、すべてのステークホルダーの皆さまを笑顔に

新マーケットへの参入、創出
流通チャネルの拡大、転換

〈人間尊重〉 はたらく人に笑顔を

従業員満足を向上させ、長く働いていただけるような職場環境へ

従業員を尊重した職場環境づくり
多様性のある人財マネジメントの構築

まちに笑顔を 〈社会との調和〉

社会貢献活動により、地域からも従業員からも望まれる企業へ

地域社会へのリスクマネジメント体制を強化
社会貢献活動により社会とのつながりを醸成

〈環境保全〉 地球を笑顔に

環境に配慮した、自然資本の利用で持続可能な社会への貢献を図る

環境負荷低減活動
食品ロス削減活動

2020

SDGs推進チームを発足し、具体的な活動を推進しました。また、従業員への啓蒙のためSDGsに関するアンケートや社内報を通じた情報発信も行いました。

ダイバーシティの推進

地域の皆さまと連携し、地域社会の役に立つことを目的に、2020年10月から当社に勤務する外国人従業員との「つながり作り」を行っています。まずは、接点を持つために食堂にて外国人従業員の母国料理の提供や日本語研修に取り組みました。

本社食堂「アイアイラウンジ」で外国人従業員の母国料理を提供し仲間としての一体感の醸成や話題を共有できる機会をつくりました。

廃棄物の削減

枝豆の名産地である秋田県大館市と協力して、規格外の枝豆を使用した商品を開発しました。また、「井村屋WEBもったいない屋」は品質、味には問題ないが販売基準から外れた商品をお求めやすい価格で販売し、食品ロス削減に取り組んでいます。

2021

「ESG経営プロジェクト」「SDGs活動プロジェクト」を発足し、SDGs活動をESG経営とも連動させながら取り組みを進めました。

アップサイクル

詳細 P21

当社の食品残渣の中で一番多く発生する「おから」の有効利用を図るため、三重県を拠点としているスーパーへ「冷凍おから」を提供し、お惣菜「うの花」として販売する取り組みをスタートしました。

社会貢献活動

詳細 P26

NPO法人TABLE FOR TWO Internationalが主催する「おにぎりアクション」へ、井村屋グループは初めて協賛企業として参加しました。おにぎりアクションは「おにぎり」の写真をSNSなどに投稿することにより、アフリカ・アジアの子どもたちに給食を届ける取り組みです。

2022

今までの活動を見返して必要なものはアップデートしていきます。

社会の一員としてふさわしい責任を果たすために。

井村屋グループは、CSR憲章を制定し、
4つの側面から企業の社会的責任を果たす活動を行っています。

井村屋グループCSR憲章	関連するSDGs	主な取り組み	2021年度の実績	2022年度の活動方針
市場活動 特色を発揮し、お客さまに必要とされ続ける商品・サービスを提供します P17	3 すべての人に健康と福祉を	安全・安心な商品・サービスの提供	● 外部監査、内部監査の実施 ● 原材料メーカーへの工場監査を実施し、品質管理体制を強化	安全・安心で高品質な商品を提供します。 ●外部監査、内部監査の実施 ●原材料メーカーへの工場監査を実施し、品質管理体制を強化
		顧客価値の創造	● 異なるカテゴリーを融合させた商品や新規事業商品の開発 ● 酒事業の開始 ● あずきと発酵を組み合わせたあずき味噌の開発と発売 ●「お客さまの声」を反映させた商品・サービスの改善 ● あずきに関する研究活動の推進 ● 海外事業の取り組み強化	新しい事業領域への進出も含め、魅力ある商品の提供を行います。 ●健康性を基軸とした商品の展開 ●お客さまの声を活かした商品リニューアル ●あずきに関する研究活動の推進
人間尊重 多様性を受け入れステークホルダー満足を追求します P19	5 ジェンダー平等を実現しよう 8 働きがいも経済成長も 10 人や国の不平等をなくそう	働き方改革と生産性向上	● ITを活用した働き方改革の実現（テレワーク推進） ● DX推進策として顔認証による勤怠管理システムのテストがスタート ● 有給休暇取得率の向上 （国内2020年度61.0%→2021年度66.9%） ● 男性の育児休業取得の推進	生産性向上とワーク・ライフ・バランスの実現を図ります。 ●働き方改革による労働時間の管理強化 ●ITを活用したシステムの全社への推進 ●テレワーク体制の整備強化
		ダイバーシティの推進	● 社内食堂での各国郷土料理の提供 ● キャリア人材の採用 ● 新型コロナウイルスによる臨時休校等の特別有給休暇の付与	従業員のワーク・ライフ・バランスを重視します。 ●社内食堂での各国郷土料理の提供 ●個々の力量向上と経営者層の育成 ●新型コロナウイルスによる臨時休校等の特別有給休暇の付与
		健康経営の推進	● 就業時間内のストレッチタイムの推進 ● インフルエンザ予防接種の会社補助 ● 新型コロナウイルス感染拡大防止に向けた職場環境づくり ● 新型コロナウイルスワクチン接種時の特別有給休暇の付与	従業員がいきいきと働ける職場環境を目指します。 ●メンタルヘルスを中心としたセルフケア、ラインケアに関わる研修の実施 ●新型コロナウイルス感染拡大防止に向けた職場環境づくりの継続 ●卒煙支援
環境保全 全地球課題という認識のもと、環境負荷低減に取り組みます P21	7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに 13 気候変動に具体的な対策を 12 つくる責任 つかう責任 15 陸の豊かさも守ろう	CO_2排出量の削減	● 高茶屋サイトのCO_2排出量は目標13,537t-CO_2に対して、実績14,054t-CO_2 ● 井村屋（株）本社工場で太陽光発電・バイオマスボイラ・ガスコージェネレーションシステムの継続的な活用	高茶屋サイト（製造段階）でのCO_2排出量を13,145t-CO_2以下にします。 ●既存設備の安定稼働 （バイオマスボイラ・ガスコージェネレーションシステム・太陽光発電） ●井村屋フーズ（株）での太陽光発電設備の新設
		廃棄物の削減	● グループ全社の廃棄物は2019年度比約5%削減（重量ベース） ● おからのアップサイクル ● 品質や味に問題ないものの販売基準から外れた商品をお買い求めしやすい価格で提供 ● 秋田県大館市と協働し規格外の枝豆を使用した商品を開発し販売	高茶屋サイトでの廃棄物を3,943t以下にします。 ●廃棄物の再資源化 ●アップサイクルの取り組み推進 ●井村屋グループ全社での廃棄物（食品ロス）を2019年度比55%削減 ●基本の徹底で品質異常の発生防止 ●食品ロスを発生させない商品設計
		エコデザイン（環境配慮設計）	● 環境に配慮した商品規格の導入 ● 植物由来材料を一部使用したパッケージの採用	環境に配慮した商品設計を行います。
		環境保全活動	●「アズキキングの森」の遊歩道の整備 ● 従業員イベントの開催	「アズキキングの森」の整備を進め、従業員とその家族、地域住民の皆さまが過ごしやすい環境を整えます。 ●従業員イベントの開催　●地域環境活動への参画
社会との調和 企業活動を通じた社会的貢献を果たします P25	2 飢餓をゼロに 4 質の高い教育をみんなに	地域とのコミュニケーション	● 水ステーションと充電ステーションの有事に備えた準備や地域住民への周知活動 ● 本社所在地の三重県で開催される地域団体主催のイベントへの協力 ● 社会福祉施設への商品の寄付 ● 本社所在地で地域住民を無料招待した音楽コンサートの開催 ● 日本酒製造で必要となる酒米を酒造所のある三重県多気町の農家と契約栽培してもらう取り組みをスタート	地域の皆さまとのコミュニケーションを促進し、社会との連携を強化します。 ●水ステーションと充電ステーションの有事に備えた準備や地域住民への周知活動 ●本社所在地の三重県で開催される地域団体主催のイベントへの協力 ●社会福祉施設への商品の寄付 ●本社所在地で地域住民を無料招待した音楽コンサートの開催 ●日本酒製造で必要となる酒米を酒造所のある三重県多気町の農家と契約栽培してもらう取り組みを強化
		社会貢献活動	● TABLE FOR TWOへの継続的な支援（開発途上国へ給食を寄付） ● エコキャップ回収活動の推進 ● WFP支援	社外団体と連携し、従業員の自発的な社会貢献活動を促進します。 ●TABLE FOR TWOへの継続的な支援（開発途上国へ給食を寄付） ●エコキャップ回収活動の推進　●WFP支援 ●「北海道の名付け親」松浦武四郎の残した記録の現代語訳化を支援

社会から必要とされる
企業を目指して

市 場 活 動

井村屋グループは「おいしい！の笑顔をつくる」のミッションのもと、
社会的課題の解決に向けた取り組みをしています。
安全・安心な商品やサービスを通して、お客さまの健康促進への寄与を目指します。

顧客価値の創造

海外事業戦略の推進

2000年に海外事業進出した当グループですが、海外事業全体の戦略再構築とシナジー効果の拡大を図る体制を目指すため、2021年4月に海外事業ユニットを新設しました。井村屋グループ（株）に所属し、日本で活動している海外貿易室（旧「海外事業戦略部」を改称）とIMURAYA USA, INC.および中国事業会社各社の統括管理を行います。既に進出している中国・アメリカの事業会社をサポートし、シナジーを高める一方、マレーシアを始めとするASEAN進出の基盤づくりを強化し、海外に向けて大きなステップを踏み出します。

IMURAYA AZUKI BAR

井村屋の主力製品「あずきバー」シリーズの特長を活かしつつ、マレーシア向けに完全ローカライズしました。マレーシア人口の約60%を占めるムスリムにも安心して召し上がっていただけるようハラール認証を取得している原材料を使用し、甘さや食感なども現地の嗜好に合わせています。

用語解説

〈 ハラール認証 〉

マレーシア政府が運営するJAKIM（マレーシア連邦政府総理府イスラム開発庁）のハラール認証を取得しています。ハラール認証はイスラムの教えで許された「健全な商品や活動」の全般を意味し、ムスリムにとってなくてはならない「安全な生活を示すためのガイドライン」です。

RED BEAN

MILK

MATCHA

IMURAYA USA, INC.本社

MEMO

〈 IMURAYA USA, INC. 輸入総代理店制度を導入 〉

アメリカでの市場開拓戦略を目的としたIMURAYA USA, INC.輸入総代理店事業が開始しました。日本で製造された井村屋（株）の商品を輸入し、得意先に販売することで、在庫のコントロールと自由な特売提案ができるようになりました。また、アメリカ用輸入商品の開発にも注力しており、アイスクリームや食品、菓子などの取り扱いも増え、お客様からも大きな評判をいただいています。これからも井村屋商品がアメリカでさらなる認知を得られるように活動を継続していきます。

冷凍食品の強化

共働きや高齢世帯の増加、さらに2020年からは新型コロナウイルス感染拡大による外出自粛の影響により、簡便性・保存性に優れた冷凍食品の市場は近年拡大を続けています。井村屋（株）では以前より冷凍食品・冷凍菓子の商品開発に取り組んでおり、2021年は冷凍和菓子シリーズの大幅リニューアルを行い、冷凍食品では井村屋初の餡ぱんとカリーぱんを発売しました。今後もお客さまのニーズに応えられるような冷凍食品・冷凍菓子の開発を進めてまいります。

冷凍和菓子シリーズ

冷凍和菓子シリーズは、（株）日本アクセスが主催する「2021年春夏新商品グランプリ」にて「4コ入きなこおはぎ（つぶあん）」が冷凍食品部門で1位を獲得し、また、「2021年秋冬新商品グランプリ」では「4コ入あったか餅入りぜんざい」が冷凍食品部門第2位を受賞しました。

ベイクド・デリシリーズ

2016年に発売したベイクド・デリシリーズは、もっちりとした二段発酵生地と「蒸し+焼き」の技術による新食感の冷凍パンとしてご好評いただいています。2021年は、井村屋が創業時より蓄積したあずきの加工技術を活かした冷凍パン『井村屋謹製 餡ぱん』と肉まん・あんまんで培った包餡技術を活用した『井村屋謹製 カリーぱん』を発売しました。

地元企業とのコラボ

創業して以来、地元津市はもとより三重県民に愛される名産松阪肉専門店「（株）朝日屋」と「井村屋」が初のコラボレーションで、「朝日屋コラボ松阪牛すきまん」を期間限定販売しました。朝日屋のとろけるようなまろやかさがある松阪肉を、旨みのあるもっちりとした井村屋の肉まん・あんまんの生地で包みました。地元のお客様からご好評いただき、わずか2カ月で完売いたしました。お客様の声にお応えし、2022年度も販売します。

（名産松阪肉 朝日屋）×（井村屋）→

〈 朝日屋さまコメント 〉

コラボレーションは初めての試みで、井村屋さまに大変お世話になりました。販売開始後も大変好評をいただき、おいしいとの声もいただき再販の問合せも多数でした。

従業員が自主性と能力を
発揮できる職場を目指して

人　間　尊　重

従業員一人ひとりの個性を尊重しながら、ワーク・ライフ・バランスの実現とともに、
それぞれがプロフェッショナルとして活躍できる仕組み・制度づくりに努め、
「明日も行きたくなる会社」を築きます。

私たちの考え方と取り組みについて

クレド

新型コロナウイルスがもたらした大きな社会変革を乗り越え、井村屋グループが持続的に成長していくためには、人財競争力を高め、自らのキャリアを自らが構築できる人づくりが欠かせない要素です。人財競争力の強化を目指して、井村屋グループ人事理念の枠組みを考え直し「井村屋グループクレド」を新たに制定しました。
「井村屋グループクレド」は「人財ビジョン」「期待する人財像」「10action」で構成されています。「10action」は、井村屋グループの使命である「おいしい！の笑顔をつくる」活動にエネルギーを傾ける人財として必要な行動をまとめました。従業員一人ひとりが自発的に「10action」を実行することが期待する人財に成長することになり、お客さまに「おいしい！の笑顔」を広げ、井村屋グループの持続的な成長につながると考えています。

井村屋グループクレド

〈　1　人財ビジョン　〉
私たち一人ひとりが挑み、成長し続け、ステークホルダーの皆さまと共に「笑顔をつくる人」を目指そう。

〈　2　期待する人財像　〉
しなやかに強く、情熱と利他の心を持って前に進める人になろう！

10 action

1 考動　深く広く考え、意思をもって動きます
2 俊敏　変化を捉え、素早く柔軟に行動します
3 変革　Next・New（次への新たな創造）にダイナミックに挑みます
4 プロ　誇りと責任を持って仕事をやり遂げます
5 特色　個性を磨き、強みを発揮します
6 感謝　ありがとうの気持ちを伝えます
7 尊重　多様な価値観を認め合います
8 協働　つながりを重視し、個々とチームの力を最大にします
9 共生　未来に続く社会のために役立ちます
10 健康　健やかな心と身体を保ちます

働き方改革

アフターコロナにおけるニューノーマル（新常態）での働き方へ変革する新たな仕組みの構築に向け、働き方改革プロジェクトを実施し、テレワーク・働き方の変化を踏まえたルールの整備を行いました。新型コロナウイルス感染拡大防止による影響もあり利用に拍車がかかりました。

▶有給休暇取得率

▶平均残業時間

労働安全衛生

労働災害発生状況

リスクアセスメントの活用、教育推進等によるリスク対策の強化を行い、労働災害発生ゼロを目指します。

井村屋グループの労働災害発生状況（国内事業所のみ、通勤災害除く）

	2019年度	2020年度	2021年度
休業災害件数	1	2	7
不休災害件数	9	4	6
合計	10	6	13

健康経営

井村屋グループでは2020年4月より健康経営推進体制を整備し、以下の活動目標に基づき健康経営を推進しています。

井村屋グループ健康経営スローガン

元気、イキイキ、健幸企業！

井村屋グループ理念である「おいしい！の笑顔をつくる」の実現のため、企業の成長の土台となる従業員の健康増進に取り組みます。すべての従業員が笑顔でイキイキと働くことができる「明日も行きたくなる健幸企業」を目指し、このスローガンのもと、健康経営を推進していきます。

活動項目		2021年度活動内容	2022年度活動目標
健康診断	定期健康診断	定期健康診断の受診率100%	定期健康診断受診率100%の継続
	二次健診受診率向上	定期健康診断結果の産業医判定で、対象者に医療機関への受診を促進【2021年度実績80.3%】	二次検診受診率95%
	特定保健指導	協会けんぽの管理栄養士または保健師に来社いただき、社内で特定保健指導を実施	協会けんぽと連携を図り、特定保健指導の受診率向上に取り組む
卒煙	卒煙支援	産業医と連携し、禁煙外来プログラムを立案	禁煙外来プログラムを実行し、卒煙を支援
教育	健康問題に対する教育	健康に関するセミナーを実施 「看護師による女性特有のがん予防について」（2022年1月実施）、「産業医による健康診断の結果の見方セミナー」（2022年3月実施）	産業医・看護師と連携し、従業員の健康につながるセミナーを開催
	メンタルヘルス教育	全従業員を対象にメンタルヘルスに関わるセルフケア研修を実施	全管理職を対象にメンタルヘルスに関わるラインケア研修を実施
	健康情報の発信	社内報や掲示板による健康情報の発信	社内報や掲示板による健康情報の発信を継続
運動	運動機会の提供	毎朝のラジオ体操と15時を目処にストレッチ運動を実施	ラジオ体操とストレッチ運動に加えて、コロナ前に実施していた太極拳の体験等のイベント再開を検討
感染症対策	新型コロナウイルス対策	手洗い・うがい・マスク・検温など基本的な感染症対策の徹底に加え、本社では希望者に対してワクチン接種を実施	基本的な感染症対策の徹底とワクチン接種の継続
	インフルエンザ予防接種率の向上	接種費用を会社で一部助成（上限4,000円）【接種率】2021年度63.3%	会社の協力を得ながら、産業医と連携して接種率85%を目指す
	風しん予防接種	定期健康診断において希望者への抗体検査と産業医による予防接種を実施	定期健康診断において希望者への抗体検査と産業医による予防接種を継続

「健康経営優良法人2022」に認定

井村屋グループ株式会社が「健康経営優良法人2022」に認定されました。
健康経営優良法人認定制度とは、地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している法人を経済産業省が顕彰する制度です。当社は、右記の取り組みを評価いただきました。

- 経営方針の中に健康経営を取り入れている。
- 全従業員に対する疾病の予防に取り組んでいる。
- 生活習慣病などの疾病の高リスク者に対する重症化予防に取り組んでいる。
- 従業員間のコミュニケーションを促進する取り組みを行っている。
- 従業員の感染症予防に取り組んでいる。

井村屋グループは、今後も従業員が健康への意識を高められる環境づくりを進めてまいります。

食品企業だからこそ取り組む、
井村屋グループ各社の環境負荷低減活動

環　境　保　全

「最大のステークホルダーは地球である」との考えに基づき、
環境に配慮した技術革新に挑戦し、
環境保全・環境負荷低減に向けた継続的活動に全員で取り組みます。

温室効果ガス削減への取り組み

太陽光発電設備の導入

井村屋グループでは温室効果ガス削減に向けて、再生可能エネルギーの活用に取り組んでいます。井村屋本社工場では、PPA方式による太陽光発電設備（設置面積2,976m²、発電容量551kW）を2021年2月に導入しました。これにより、既設設備も含めると井村屋本社工場における太陽光発電設備は発電容量651kWとなり、2021年度は年間で245t のCO_2排出削減につながりました。中期3カ年計画の目標である温室効果ガス排出量35%削減（2013年度比）を目標に、2020年から稼働しているガスコージェネレーションシステムとあわせて、環境にやさしいエネルギーシステムの活用推進を図ります。

用語解説

〈 PPA（Power Purchase Agreement：電力販売契約）方式 〉

発電事業者が、需要家の敷地内に太陽光発電設備を無償で設置し、発電した電力を需要家に販売する仕組みのこと。

廃棄物削減への取り組み

食品ロス削減活動

井村屋グループでは2020年度に「食品ロス削減活動AtoZ」を立ち上げ、グループ全社で協働して食品ロス50%削減（2019年度比）を目標に活動を進めています。具体的には、原材料・生産・出荷の各段階での廃棄量を明確にして食品ロスの発生を抑えると同時に、生産副産物についてはアップサイクルする方針で検討を重ねてきました。
豆腐生産時の副産物である「生おから」については食品ロス廃棄量に占める割合が最も多いものの、品質の安定化が難しく、これまで思い切った活用にはつながってきませんでした。しかし、「生おから」を冷凍加工することで品質課題を解決し、2022年2月に業務用冷凍おから「井村屋雪花菜（きらず）」として販売を開始。地元三重県を拠点とするスーパーさまに総菜原料として採用いただきました。

※農林水産省の定義では「食品ロス」は「本来食べられるにもかかわらず廃棄されている食品」のことを指しますが、生おからや生餡の絞りカスなどの食品残渣は工夫次第で食べられることから、井村屋グループではこれらも食品ロスとして捉え集計しています。

フードバンク活動への支援

フードバンクとはまだ食べられるにもかかわらず、さまざまな理由で処分されてしまう食品を支援が必要な施設や人に届ける活動のことです。2021年度はNPO法人セカンドハーベスト・ジャパンを通じて、肉まん・あんまんや冷凍和菓子など約3,500ケースを寄付しました。食品を必要とされる方々への支援とともに食品ロス削減にもつながるこの活動を、今後も継続して進めてまいります。

外部からの評価

令和3年度循環型社会形成推進功労者環境大臣表彰

環境省が主催する「令和3年度循環型社会形成推進功労者環境大臣表彰」を井村屋グループ（株）が受賞しました。食品ロス削減やリサイクルなどの推進、バイオマスボイラの運用など温室効果ガス削減に向けた取り組みとともに、環境保全活動やあずきを通じた環境啓発等の地域貢献活動が評価されました。

バイオマスボイラ

第30回食品安全安心・環境貢献賞

日本食糧新聞社が主催する「第30回食品安全安心・環境貢献賞」を井村屋グループ（株）が受賞しました。企業価値向上と両立した食品ロス削減や温室効果ガス削減に対する取り組みが評価されました。今後も「エコロジカルはエコノミカル」の考えのもと、環境にやさしい企業活動を推進してまいります。

環境目標達成度

井村屋グループ(株)・井村屋(株)・イムラ(株)

2021年度目標	実行項目	2021年度実績	評価	2022年度目標
CO_2排出量削減				
(製造段階) 絶対量:13,537t-CO_2/ 生産t以下	・ガスコージェネレーション設備の稼働 ・バイオマスボイラの安定稼働 ・LED照明への更新 ・社用車をエコカーへ更新	絶対量:14,054t-CO_2		(製造段階) 絶対量: 13,145t-CO_2/ 生産t以下
(輸送段階) 原単位:1.60t-CO_2/ 万トンキロ以下	・モーダルシフトの運用 ・配送委託先との取り組み強化を継続 ・関連部署と連携した配送・保管効率の改善	原単位:1.54t-CO_2/ 万トンキロ		(輸送段階) 原単位: 1.60t-CO_2/ 万トンキロ以下
廃棄物削減				
(食品残渣) 絶対量:1,643t以下	・効率的な生産計画の策定 ・ヒューマンエラー、品質異常による不適合品発生の防止 ・SCM強化による適正在庫の管理 ・工場での食品残渣削減	絶対量:3,136t		(食品残渣) 絶対量: 1,643t以下
(排水汚泥の廃棄物) 絶対量:1,440t以下	・排水処理設備の適正な管理 ・汚泥含水率の改善	絶対量:1,692t		(排水汚泥の 廃棄物) 絶対量:1,420t以下
(食品残渣と排水汚泥以外の廃棄物) 絶対量:890t以下	・包材の在庫管理適正化による包材廃棄削減 ・原材料の納品形態の見直し ・ペーパレス会議の実施による紙削減 ・効率的な生産計画の策定	絶対量:950t		(食品残渣と排水汚泥以外の廃棄物) 絶対量:880t以下
リサイクル				
リサイクル率　85%以上 ※熱回収を除くリサイクル	・ヒューマンエラー、品質異常による不適合品の発生防止 ・原材料、製商品の適正在庫管理による廃棄の抑制 ・廃棄物の分別を徹底し再資源化を図る	リサイクル率90.9% [内訳] 食品残渣:84.5% 汚泥:100.0% その他:95.7%		リサイクル率 89.7%以上 ※熱回収を除く リサイクル

井村屋フーズ(株)

2021年度目標	実行項目	2021年度実績	評価	2022年度目標
廃棄物削減				
(食品ロス) 2019年度年対比55%削減	・生産部門の管理職と職長が現場巡視を行い、過去に発生したクレームや重大品質異常を発生させない是正処置を徹底する ・品質管理部門が生産部門と協働し、日常的内部監査として現場パトロール(スーパーチェック、インラインQC、インスペクション)を実施し、妥当性を監視する	重量: 2019年度比38.3%削減 金額: 2019年度比82.3%削減		(食品ロス) 2019年度年対比 55%削減 ※ただし金額は 2021年度値を 維持
環境保全対策				
太陽光発電の導入	中原および七根サイトへの太陽光発電の導入を検討し、2021～2023年度に導入する	〔中原サイト〕 スパウチC棟屋根への設置内容を確定した 〔七根サイト〕 空地利用による導入について業者を選定し、設置内容の検討を進めた		〔中原サイト〕 スパウチC棟屋根へ導入する 〔七根サイト〕 空地利用について具現化する
省エネタイプの生産設備の導入について調査・検討し、具体策を立案する	省エネタイプのスプレー6号機の設計仕様とスケジュールを確定させ、設備投資計画を確定する。また、その他の省エネ設備について調査検討する	スプレー6号機を導入することを決定し、設計仕様の立案を完了した。また、省エネタイプのスチームトラップの導入計画を立案した		・省エネタイプの生産設備の導入 スプレー6号機を2022年10月に着工し、2023年8月に竣工する(七根サイト) ・エネルギーロスの高いことが分かった7カ所について省エネタイプのスチームトラップを導入する(七根サイト)

マテリアルフロー(国内事業会社合算)

INPUT

電気	37,522,248 kWh
電気(買電)	32,057,673 kWh
電気(発電)	5,464,575 kWh
電気(発電):コージェネレーション	4,745,732 kWh
電気(発電):太陽光	718,843 kWh
都市ガス	5,257,135 Nm³
木質チップ	9,427 t
プロパンガス	21,373 m³
ガソリン	72,608 ℓ
A重油	252,322 ℓ
水道水	58,725 m³
井戸水	1,291,594 m³
工業用水	343,784 m³
原材料	

井村屋グループ国内事業 生産・流通・販売など

アイスクリーム製造

調味料製造

アイアイタワー(冷凍倉庫)

販売

OUTPUT

大気への排出CO_2	25,789 t-CO_2
輸送燃料	5,465 t-CO_2
生産重量	83,195 t
廃棄物	7,195 t
排水汚泥・動植物性残渣	6,072 t
廃プラスチック・紙	848 t
焼却灰	203 t
その他	215 t
リサイクル量	6,663 t
リサイクル率	92.6%

井村屋グループ全体の環境評価

2021年度はバイオマスボイラやガスコージェネレーションシステムが継続して安定稼働したことに加え、2021年2月に高茶屋サイトへ増設した太陽光発電設備が年間を通して稼働しました。その結果、CO_2排出量は前年から約0.5%(135t-CO_2)削減されましたが、生産重量が前年比約5%増加したことが影響し、目標値の達成には至りませんでした。次年度は井村屋フーズ(株)への太陽光発電設備の新設や、環境負荷を低減した設備や車両の更新などにより、継続したCO_2排出削減に取り組んでいきます。廃棄物の削減については、食品残渣において規格外品の販売強化や製造工程の改善等により、前年から約0.3%(11t)減少しました。一方、排水汚泥は前年比約4.1%(98t)増加し、廃プラスチックは前年比約15%(64t)増加しました。それらの結果、廃棄物全体としては前年比約1.7%(122t)の増加となりました。次年度は引き続きロス・ミス・ムダの削減やSCMのつながり強化による削減を進めるとともに、2021年度の課題を分析して対策を進めていきます。

地域・社会との強い連携と調和による
企業活動を通じた社会貢献活動

社会との調和

井村屋グループらしい社会貢献活動を通して、
地域・社会との強い連携と調和を築き、
ともに発展する「おやくだち企業」を目指しています。

地域防災につきまして

日本は古来より地震や台風などの自然災害が多い国ですが、近年は特に大きな自然災害が多く、日本各地で大きな被害が発生しております。東日本大震災や多くの災害経験から、企業と市民が共生することの大切さを認識しました。当社としても万が一の場合に地域のお役に立てるように災害への対応力向上に取り組んでいます。

水ステーション・充電ステーション

2020年2月に竣工したガスコージェネレーションシステムにより停電の際も自家発電できる電気を活用し、防災井戸に給電して井戸水を汲み上げることができます。
また、大規模災害時に地域の皆さまに「生活用水」と「スマートフォンの電源」を供給できるステーションを設置しました。

用語解説

〈 ガスコージェネレーションシステム 〉
都市ガスを燃料にしてガスエンジンを動かし発電機を回して発電します。
そのため、大きな災害が起こって停電した際にも復旧が早く電気を供給することができます。

オブジェは当社と地域の皆さま、お客さまとの「つながり」や「支え合い」を表現しています。
井村屋グループは三重県の森林の循環を促進し、県産木材の利用拡大を促す取り組み「三重県『木づかい宣言』」の登録企業です。
水ステーションにも三重県産木材「伊勢桧」を採用、部分的に交換できる持続可能なデザインです。

給水口は6カ所設置、災害時にはポリタンクなどに水を供給できます。

充電ステーション

スマートフォンなどを1度に20台充電でき、充電中は鍵をかけられます。
キャスター付きで移動することもできます。

災害時における避難者に対する支援協力に関する協定

大規模な災害が発生した際に本社所在地である三重県津市においては、一時的な避難場所として本社の一部スペースを駐車スペースとして提供しトイレの供与、そして2020年11月に竣工した水ステーション、充電ステーションを地域の皆さまに活用いただくという内容の協定を津市と締結しております。

「食」を通した貢献活動

井村屋グループはグループのミッションである「おいしい！の笑顔をつくる」を実現するため「食」を通じて社会貢献活動に積極的に取り組んでいます。

食を届ける

NPO法人TABLE FOR TWO International（以下TFT）とは2017年から取り組みをスタートしました。TFT対象のメニューを選ぶことで、1食につき『20円』が開発途上国の給食1食分として寄付されます。井村屋グループは年間を通して本社食堂で対象メニューを展開しております。また、2021年度にはTFTが主催する活動「おにぎりアクション」へ初めて協賛企業として参加しました。「おにぎり」の写真をSNSなどに投稿することにより、TFTを通じてアフリカ・アジアの子どもたちに給食を届ける取り組みです。他の協賛企業と協働しながら日本人に馴染みの深い「おにぎり」を通したこの寄付活動を盛り上げていきます。

TABLE FOR TWO®

おにぎりアクション

おにぎりいただきます
& 写真撮影

写真をサイトに投稿
または#OnigiriActionを付けて
SNSで投稿

TABLE FOR TWO を通じて
アフリカ・アジアの
子どもたちに給食が届く

地域社会との共存

2021年7月に三重県多気町の商業リゾート施設VISON内で井村屋グループ初の酒事業がスタートしました。
地元である三重県の資源を活用した商品を提供し、地元地域の活性化に貢献します。

福和蔵（ふくわぐら）

井村屋グループが展開している日本酒のブランドです。三重の豊かな風土が育む清らかな水と良質な酒米を使用し、テロワールに根差した酒造りを行っています。また、四季醸造にこだわり、いつでも搾りたてのおいしいお酒をお届けしています。

用語解説

〈 テロワール 〉

テロワール（terroir）は、ワイン用語として「土地（土、土壌、大地）の要素」「気候の要素」「人的要素」を総合した自然環境要因のことを指し、ワインや日本酒の味を決める重要な要素とされています。当社においても日本酒の味を決める重要な要素として、三重という豊かな風土で育まれた素材にこだわっています。

三重県多気町の生産者との酒米「神の穂」のテスト栽培

「神の穂」は三重県農業研究所で育種し、品種登録された酒米です。三重県での栽培適性に優れた品種として県の奨励品種に採用されており、福和蔵の純米吟醸酒はこの「神の穂」を使用しております。これまで、当社の酒蔵がある三重県多気町では「神の穂」はほとんど栽培されておらず、酒造に必要な量が十分に確保できませんでした。しかし、テロワールにこだわった日本酒を製造するため、三重県多気町の役場、JA、農業改良普及センターなどを通じて地元の生産者をご紹介いただきました。「地元の活性化につながるのであれば、ぜひやってみたい」と当社の考えにご賛同いただき、5名の生産者の協力のもと2021年にテスト栽培を行いました。テスト栽培は成功し、質の良い「神の穂」が収穫できたことから今後は、さらに面積を増やして契約栽培を行います。この取り組みによって地域に新たな雇用を創出し、地産地消による環境負荷の低減や生産者の顔が見える安全・安心な商品づくりを行ってまいります。

〈「神の穂」契約農家さんへのインタビュー 〉

契約栽培は初めてですが、とてもやり甲斐のある取り組みだと感じています。他の生産者との情報交換や圃場巡回も大変勉強になります。これからも喜んでいただける酒米づくりに励みます。

フェアリーズファーム
西村 竜次さま

社会貢献活動

1つの企業ができることは少ないかもしれませんが、よりよい社会にするために身近なことからコツコツとできるおやくだち活動を継続していきます。

がんと闘う「生命（いのち）の駅伝」への協力

「生命の駅伝」はがん研究を支援するための募金活動とがん研究の重要性を啓発することを目的とし、1995年から毎年チャリティ駅伝を実施しています。三重県庁、三重県内の各医療機関、各市町役場などに駅伝形式で立ち寄りながらPRしていくもので、2021年で27回目を迎えました。中継点として井村屋グループにもお立ち寄りいただき、ランナーの皆さまに「おしるこ」や「スポーツようかん」などを召し上がっていただきました。また、従業員から集めた募金もお渡しし、がん研究へ少しでも貢献できるように活動しています。

静岡県熱海市伊豆山地区の土砂災害へ義援金・商品の寄付

井村屋グループ アイアイ基金は井村屋グループ従業員が社外に設立し、運営する寄付団体であり、2020年4月1日に発足しました。以前から行っておりました会社としての寄付のみでなく、井村屋グループ従業員が有志で寄付を行い、支援することで、社会的責任および社会貢献を果たすことを目的としています。
2021年7月3日（土）に静岡県熱海市伊豆山地区で発生した土砂災害で被害にあった熱海市へアイアイ基金から義援金を寄付しました。また、今回の災害で被害を受けた熱海市の伊豆山地区の子供たちに防災セットが入ったリュックを贈る企画「応援リュック企画」に協力し、防災備蓄用の「えいようかん」と「チョコえいようかん」を寄付しました。

特集

アズキキングの森

井村屋グループの生産の主体である井村屋株式会社本社津工場では、
多くの商品を生産するために雲出川より取水しています。
雲出川の生態系維持のため、支流の一つに位置する
三重県津市白山町佐田地区の森を『アズキキングの森』として、
地元自治会と協力をしながら、環境保全活動を実施しています。

**井村屋
アズキキングの森**

- 場所：
  三重県津市白山町
  佐田地区2541-1番地内
- 面積：5.5ha
- 森林保有者：
  佐田連合自治会
- 活動パートナー：
  中勢森林組合・
  株式会社猪の倉 ほか
- 活動期間：2018年1月～

アズキキングの森を活用した相関図

活動報告

2021年度は、夏と秋に従業員とそのご家族の参加のもと、イベントを実施しました。ザリガニ釣りや三重森林インストラクター会さまにご協力いただき、アズキキングの森の植物や昆虫について解説をしていただくなど、森の自然を活かした内容で、環境について考える機会となりました。さらに、森の活動領域を広げるための新たな遊歩道も完成しました。

今後の方針

企業活動は自然環境を利用してはじめて成り立つものという認識のもと、サステナブルな経営を志向し、持続可能性を高めるためには自然環境に対して、しっかりと配慮しながら企業活動を行うことが大切です。
アズキキングの森も自然と親しみながら、生物多様性の理解を深める場所として、動植物の生態系を守りつつ遊歩道の整備などを進め、地域の方々と連携した活動を行ってまいります。

**アズキキングの森
WEBサイト**

アズキキングの森を社外の方にも知ってもらうため、WEBサイトにて森の生き物や森の様子を動画・写真でご覧いただけます。
https://www.imuraya-group.com/csr/azuki_king/about/

当社はグループ理念である「おいしい！の笑顔をつくる」を達成するために、2012年4月から経営品質向上活動に全員参加で取り組んでいます。その活動の中にガバナンス（企業統治）や内部統制も含まれ、常に顧客視点での組織運営と従業員の意識を継続的に高めることで、経営全般において組織運営の最善のあり方をスパイラルアップのPDCAサイクルを回し、取り組んでいます。

経営品質向上活動

ガバナンス・企業活動

内部統制［リスクマネジメント］

- 環境【 EMS 】（ISO14001）
- 品質【 QMS 】（ISO9001）
- ESG経営の志向（環境・社会・ガバナンス）
  SDGs（持続可能な開発目標）
- 食品安全【 FSSC22000 】

利益計画
結果評価

井村屋グループの内部統制

井村屋グループの内部統制の仕組みは、経営品質を高めることを目的として、「自発的に、自主的に、自律的に、内部管理を行い、透明性を持ち、公開性を保持する機能を高める」ことを方針とし、「自ら律すべき事は自らが律する」という考え方に基づいて作られています。法令や規程・規則・ルール、社会的倫理等を守り内部管理を質的に向上させ、お客さまからの信頼をより高めるために、当社としての内部統制の仕組みを構築し運用しています。
また、年に1回各社・各所属の内部監査を行っており、井村屋グループの内部統制をまとめた小冊子「I-RULE」の勉強会も実施しております。

井村屋グループのコンプライアンスに関する取り組みについて

井村屋グループでは、さまざまなリスクの中で法令遵守に関わる義務違反を重要なリスクと認識し、社内の規程等を整備するとともに、全従業員に向けて、従業員が遵守すべきルール「I-RULE」を配布し、継続的に啓蒙活動を行っています。
また、内部監査で各社・各所属の内部統制の運用状況を第三者視点から確認することで、コンプライアンスに関わる重大な問題の発生予防に努めています。

コンプライアンス理解度テスト

コンプライアンス意識の向上、適切な業務管理に活かすことを目的に従業員に対して、コンプライアンス理解度テストを実施しています。「I-RULE」やその他コンプライアンス教育用資料から抜粋して、出題しています。
2021年度では、2回実施し、対象者全員が参加しました。
井村屋グループとして、従業員それぞれがコンプライアンスを理解し、社会から信頼され、プライドを持って働ける環境づくりに挑戦してまいります。

▶コンプライアンス理解度テスト実施状況

	参加者数	回答率
第1回	1,216名	100%
第2回	1,202名	100%

※第１回は2021年8月実施　第2回は2022年2月実施

コンプライアンスヘルプライン
コンプライアンスヘルプポスト

井村屋グループでは、コンプライアンスヘルプラインの窓口および本社敷地内にコンプライアンスヘルプポストを設置しています。
悩みやコンプライアンスに関する問題を早く解決し、不祥事等を未然に防ぐため設置しており、井村屋グループの従業員であれば、だれでも利用できます。
また、社内で相談しにくい時に使用できる社外窓口も設置しています。
すべての従業員が笑顔でイキイキと働くことができる「明日も行きたくなる会社」を目指して、活動しています。

井村屋グループのBCP体制

井村屋グループでは、❶南海トラフを震源とする大地震、❷大規模な風水害、❸新型インフルエンザなどの感染症を大きなリスク要因と認識しています。毎月開催されるBCP活動推進委員会を中心に、上記以外のさまざまなリスクについても洗い出しを行っており、それらのリスクの中で社内外の情勢を踏まえて注視すべきものに対しては、社内の管理体制をチェックし、不足している部分について整備に取り組んでおります。

用語解説

〈 BCP（Business Continuity Plan：事業継続計画）とは？ 〉

事業継続が困難となるような自然災害や新型ウイルス感染拡大などの非常事態発生時の事業継続または早期復旧を可能にするために事前に取り決めておく計画のこと。事業継続に重要な製品・サービスや目標復旧時間等を定めています。

新型コロナウイルスに関しての対応

新型コロナウイルスに関しては、制定しておりました『事業継続計画（BCP）〔新型インフルエンザ版〕』の見直しを行いながら、内容に沿って対応をしております。
BCP活動推進委員会（月１回）やコロナ対策本部（週1回協議）で情報共有を行いながら、政府、行政、自治体の方針に沿って、時差出勤やテレワークなどの勤務体制変更にも柔軟に対応し、感染予防を徹底しています。
その他にも、オンライン商談の実施、構内での換気状況を把握するためのCO_2モニターの設置、事務所においての席ごとのパーティションの設置など、感染予防対策を行っています。

営業車両への防災グッズ設置

井村屋株式会社の営業担当者が業務中に雪による道路での立ち往生などの不測の事態に巻き込まれるリスクに備え、営業車両に防災グッズなどを配備しました。えいようかんやめぐるるなどの食料・飲料や簡易トイレ、毛布などを用意し、不測の事態に備えています。これからも従業員が安心して働くことができる環境を整えてまいります。

リコールシミュレーション

井村屋グループでは、万が一商品事故が発生した場合に、リコールを決定するための情報収集や問い合わせ対応、回収作業等に対応する役割分担を明らかにするため、リコール管理規程を定めております。年に１回、リスクマネジメントの一環として、規程に定められた回収プログラムの有効性を検証するため、「リコールシミュレーション」を実施しています。
また、リコールシミュレーションの中で対象商品について、原材料から販売先までの履歴を記録上でトレース（追跡）できることを確認するトレース訓練も併せて実施しています。
これからもお客さまに安全・安心な商品を提供し、ミッションである「おいしい！の笑顔をつくる」ために活動を続けてまいります。

ピーター D. ピーダーセン
NPO法人NELIS代表理事/大学院大学至善館教授/（株）トランスエージェント会長
明治ホールディングス社外取締役/丸井グループ社外取締役

2022年は、井村屋グループ創業125年、会社設立75周年にあたる特別な年。それだけでも、幾多の困難を乗り越え、生きながらえてきたという「レジリエンス」（しなやかな強さ）を証明できているようなものです。しかし、浅田CEO・CMOのトップメッセージにもあるように、時代は常に新たなサプライズを繰り出してきます。新型コロナウイルスが収束するかと思いきや、今度はウクライナで世界全体に暗い影を落とす戦争が勃発。そのような難しい事業環境のなかでも、経営成績が2020年度と比較しても著しく改善していることに、第一に敬意を表したいと思います。これは簡単に成し遂げられることではないはずです。
2023年は、国連のSDGs（持続可能な開発目標）の正式な折り返しの年と位置付けられています。残念ながら、現在の進捗をみると、SDGsの17目標のほとんどは未達に終わる見通しです。そして、この「未達」とは、世界のどこかで、誰かが苦しむ。未来の可能性が狭まる。将来の子供たちが平穏に生きられる可能性が奪われていくことを意味します。
このあるまじき未来像に対して、井村屋グループは多方面から積極的に取り組んでいて、昨年に続き、その真摯な姿勢と、活動の着実な進捗に好感を覚えます。個別の活動内容に対しては、昨年のレポートからさほど大きな飛躍は当然なく、私が昨年度のレポートに書かせていただいた第三者意見の内容にも、正直新たに加える要素がさほど多くないと感じます。レポートそのものも、引き続きわかりやすいビジュアルを多用し、読みやすく、また具体的内容を多く含んでいて、読者にとっては親しみやすいものになっていると感じます。
そのような中、会社の節目（2022年）および国際社会の節目（2023年）から考え、井村屋グループの次なる展望やネクストアクションとして、次の３つをご提案申し上げたいと思います。

1 世界に向けたコミュニケーションスタイルの刷新

現在の井村屋グループは、米国や中国などに積極的に事業を展開していますが、例えば、英語版ウェブサイトを拝見すると、まだそのコミュニケーションスタイルも内容もスマートとはいえないと思います。何より、せっかく力を入れているCSR・サステナビリティという、井村屋グループの魅力の一つがほとんど紹介されていません。ぜひ、世界に向けたコミュニケーションの刷新に取り組んでいただきたいと思います。

2 社員参加型の「イノベーションの旅」で次期中期経営計画を構想する

現在、2023年度を最終年度とする中期3カ年計画Be Resilient 2023を進められていて、その進捗も、特に2021年度において順調に推移しているように見受けられます。2024年度以降を見据えるにあたって、CSRを「サステナビリティ」に改め、社員参加型にて、次なる活動のフロンティアを探求する「イノベーションの旅」のようなものを仕掛けてみてはいかがでしょうか。ぜひ世界の現状、時代の変化というアウトサイド・インの学びをふまえ、社員の皆さまが主体的に「事業」と「社会や環境」の間のトレード・オンを追求し、より多くの具体的な提案ができるようにサポートできるとよいと思います。

3 日本流グローバル・スタンダードの追求

上記 *1* と *2* において、歴史ある日本の地域企業としての精神や、共同体<コミュニティ・地元>を大切にしてこられた歩みに誇りを持ち、ただ単にグローバルな流れに飲み込まれるのではなく、日本ならではのグローバル・スタンダードをぜひ目指していただきつつ、さらに世界への進出や、世界に通用する人材の確保と発展的な包摂を進めていただければと思います。

第三者意見を受けて

「CSRレポート2022」発行に際して第三者意見を賜り、誠にありがとうございます。弊社グループでは本年より東京証券取引所のプライム市場へ移行しました。今後は海外投資家の皆さまにも注目いただけるよう、ESG・SDGsへの取り組みを全グループで推し進め、あわせて発信力の強化にも努めてまいります。また、将来を見据えたサステナビリティのある企業構築に向け、事業活動や商品を通じてSDGsに代表される社会・環境課題の解決に取り組んでまいります。これからもご指導、ご鞭撻のほどよろしくお願い申し上げます。

井村屋グループ株式会社　経営戦略室

持株会社の概要 (2022年4月1日現在)

井村屋グループ株式会社

本社所在地	〒514-8530 三重県津市高茶屋七丁目1番1号
TEL	(059)234-2131
創業	明治29年(1896年)
設立	昭和22年(1947年)4月
資本金	25億7,653万円

井村屋グループ本社

事業会社の概要 (2022年4月1日現在)

井村屋株式会社

本社所在地	〒514-8530 三重県津市高茶屋七丁目1番1号
TEL	(059)234-2132
代表取締役社長	岩本　康
設立	平成22年(2010年)10月
資本金	3億1,000万円

井村屋フーズ株式会社

本社・中原サイト	〒441-3106 愛知県豊橋市中原町字地歩24番地の1
TEL	(0532)41-1191
七根サイト	〒441-3202 愛知県豊橋市西七根町字奥足田口88番地
TEL	(0532)21-2311
代表取締役社長	菅沼　重元
設立	昭和44年(1969年)1月
資本金	5,000万円

イムラ株式会社

本社所在地	〒514-0819 三重県津市高茶屋五丁目6番1号
TEL	(059)234-2080
代表取締役社長	中島　伸子

井村屋スタートアッププランニング株式会社

本社所在地	〒514-8530 三重県津市高茶屋七丁目1番1号
TEL	(059)234-2135
代表取締役社長	大西　安樹

北京京日井村屋食品有限公司(JIF)

本社所在地	中国北京市豊台区榴郷路88号 石榴中心11号楼101
TEL	+86-10-8379-4893
董事長	近藤　久嗣
総経理	大西　由晃

井村屋(大連)食品有限公司(IDF)

本社所在地	中国遼寧省大連市旅順口区長城街道 大房身村
TEL	+86-411-8627-8020
董事長	近藤　久嗣
総経理	上田　長平

井村屋(北京)食品有限公司(IBF)

本社所在地	中国北京市豊台区榴郷路88号 石榴中心11号楼101
TEL	+86-10-8379-4401
董事長兼総経理	近藤　久嗣

井村屋(北京)企業管理有限公司(ICM)

本社所在地	中国北京市豊台区榴郷路88号 石榴中心11号楼101
董事長兼総経理	近藤　久嗣

IMURAYA USA, INC.

本社所在地	2502 Barranca Parkway, Irvine, CA 92606, USA
TEL	+1-949-251-9205
CEO	浅田　剛夫
COO	甲斐下方俊

IMURAYA MALAYSIA SDN.BHD.

本社所在地	Unit32-01, Level32, The Vertical Corporate Office Tower B, Avenue 10, Bangsar South, No.8 Jalan Kerinchi 59200 Kuala Lumpur Malaysia
TEL	+603-2786-3794
代表取締役会長	大西　安樹
取締役社長	小川　篤

井村屋グループの活動拠点 (2022年4月1日現在)

井村屋グループ役員 (2022年6月末日現在)

代表取締役会長(CEO・CMO)　浅田　剛夫

代表取締役社長(COO)	中島　伸子
取締役副社長	菅沼　重元
取締役副社長	岩本　康
専務取締役(CFO)	冨永　治郎
取締役	岩上　真人
取締役	前山　健
取締役	大西　安樹
社外取締役	西岡　慶子
社外取締役	田中　里沙
社外取締役	福谷　朋子
執行役員専務	甲斐下　方俊
執行役員常務	行方　貞彦
執行役員常務	井村　慎
執行役員常務	近藤　久嗣
執行役員常務	益川　博
執行役員	岡田　孝平
執行役員	尾崎　弘二
執行役員	山路　明
常勤監査役	脇田　元夫
常勤監査役	森井　英行
社外監査役	若林　正清
社外監査役	土田　繁

ご意見、ご感想は井村屋グループ(株)のホームページのお問い合わせフォームにご記入の上、送信してください。

https://www.imuraya-group.com/contact/

メールでの受け付けは24時間行っておりますが、営業時間外、および土日・祝日・GW・夏季休暇・年末年始の間にいただいたお問い合わせは翌営業日以降の対応となりますのでご了承ください。

営業時間:月曜日～金曜日　AM9:00～PM5:00
(土日・祝日・GW・夏季休暇・年末年始を除く)

〈 お問い合わせ先 〉

井村屋グループ株式会社 経営戦略室

〒514-8530 三重県津市高茶屋七丁目1番1号
TEL.050-1791-2014　FAX.059-234-2130
ホームページアドレス https://www.imuraya-group.com/

UD FONT 見やすく読み間違えにくい ユニバーサルデザインフォントを 採用しています。

2022年11月発行