

流通業・小売業

企業の取り組みや開示の特徴

サステナビリティ基本方針において環境面の重点課題の1つに「資源循環の促進」を掲げており、2025年までに食品廃棄物を半減させることを目標としている。さらに廃棄物を単に廃棄するのではなく資源として活用できるよう「食品資源循環モデル」の構築にも取り組む。

食

有価証券報告書 （当該期の経営実績の開示）

- 適切な価格を提示して廃棄による食品ロスを削減する「AIカカク」の導入などを通じて、GMS事業やSM事業の実店舗におけるデジタルシフトを進化させており、これらの活動が損益改善の一助となっている点を説明。

お客さまのお買物の利便性向上のために、GMS事業やSM事業の実店舗においてもデジタルシフトを進化させています。従来の有人レジから「どこでもレジ レジゴー」や「Scan&Go ignica(スキャンアンドゴー イグニカ)」等のセルフスキャン・セルフチェックアウトシステムへの置き換え、適切な価格を提示して廃棄による食品ロスを削減する「AIカカク」、勤務時間を自動調整する「AIワーク」等による効率化の結果、お客さまの利便性向上に加え、接客可能時間の増加に伴い店舗スタッフによるサービスが充実してきました。さらに、2021年9月に開始したアプリ「iAEON(アイイオン)」や2022年10月に開始したコード決済サービス「AEON Pay(イオンペイ)」を通じてお客さまとの販売データとイオンカードの履歴情報を合わせてグループ共通デジタル基盤を可視化し、一人ひとりのお客さまのニーズに合った個別マーケティングが可能になりました。これまで当社グループとの接点が相対的に少ない都市部の若者層へ利用の浸透をはかるべく、当社グループ外でのAEON Pay使用可能店舗の拡大を進めています。

食

FB

リ

イオンレポート （サステナビリティ活動の内容等開示）

- 資源循環（食品廃棄物削減）に向けた取り組み内容を網羅的に説明。
- 店舗での取り組み、サプライチェーンでの取り組み、食品リサイクルループの構築、お客様との取り組みなどに加え、KPIなども総合的に確認できる形になっている。

The screenshot displays a detailed report on sustainability activities, specifically focusing on food waste reduction. It includes various tables and charts that provide a comprehensive overview of the company's efforts and performance in this area.

食

リ

ウェブサイト （事業活動全般に関する開示）

- 2025年までに食品廃棄物を半減。さらに廃棄物を単に廃棄するのではなく資源として活用できるよう「食品資源循環モデル」の構築にも取り組んでいることを表明。
- 取り組みをReduce（へらす）、Reuse（再利用）、Recycle（再生利用）の3つに分類し、全体像を説明。



(グループ共通戦略)

- ・ 当社は、多くの生活必需品の値上げが続く家計の負担が増していく中、企業努力によりお客さまの暮らしを守ることを最優先に、PBのトップバリュにおける独自価値の開発・提案を推進しています。当連結会計年度は、2022年7月以降一部の商品を価格改定したものの、2021年9月に価格凍結を宣言した食料品に日用消耗品を加えた約5,000品目の大部分について価格を据え置いたことで、新たなお客さまの獲得と購入のリピート化につながりました。また、お客さまの多様なニーズにも広く対応すべく、「新価値創造ブランド」のトップバリュ、「オーガニック&ナチュラルブランド」のグリーンアイ、地域いちばん価格を目指す「満足品質ブランド」のベストプライスのリ・ポジショニングに取り組みました。さらに、地産地消型商品をはじめ地域社会・経済の活性化につながるローカルPBの開発にも、各地域の事業会社を中心に積極的に取り組んでいます。
- ・ コロナの流行による消費行動の変化により、電子商取引(以下、EC)が生鮮食品やデリカまで拡大していく中、当社が注力してきた“安全・安心”は、既存店舗から商品を配送する店舗型ネットスーパーが成長する原動力となりました。さらに、英国企業Ocado Solutionsとの日本国内独占パートナーシップ契約に基づき、顧客フルフィルメントセンター(以下、CFC)を起点としたオンラインマーケット「Green Beans(グリーンビーンズ)」を2023年夏に千葉県千葉市で開始する準備を進めています。朝7時から夜23時まで1時間単位で配送時間を設定でき、品質の高い生鮮商品やCFC出荷ならではの大容量商品等で約50,000品目を構成するサービスは、当社のGMS事業やSM事業で運営する実店舗からお住まいまでに距離がある都心部のお客さまのニーズに応えるものです。第2号CFCは、東京都八王子市にイオンモール株が2025年に開業予定の複合型商業施設に併設する形で、2026年に稼働開始予定です。

食

お客さまのお買物の利便性向上のために、GMS事業やSM事業の実店舗においてもデジタルシフトを進化させています。従来の有人レジから「どこでもレジ レジゴー」や「Scan&Go ignica(スキャンアンドゴー イグニカ)」等のセルフスキャン・セルフチェックアウトシステムへの置き換え、適切な価格を提示して廃棄による食品ロスを削減する「AIカカク」、勤務時間を自動起案する「AIワーク」等による効率化の結果、お客さまの利便性向上に加え、接客可能時間の増加に伴い店舗スタッフによるサービスが充実してきました。さらに、2021年9月に開始したアプリ「iAEON(アイイオン)」や2022年10月に開始したコード決済サービス「AEON Pay(イオンペイ)」を通じてお客さまごとの販売データとイオンカードの履歴情報を合わせてグループ共通デジタル基盤を可視化し、一人ひとりのお客さまのニーズに合った個別マーケティングが可能になりました。これまで当社グループとの接点が相対的に少ない都市部の若者層へ利用の浸透をはかるべく、当社グループ外でのAEON Pay使用可能店舗の拡大を進めています。

記載例のポイント

- ・ 新しいテクノロジー (AI) の導入による食品ロス (販売ロス) 削減の取り組みについて説明がなされている。

資源循環の促進(食品廃棄物)

イオンのアプローチ(食品廃棄物)

2017年に「イオン食品廃棄物削減目標」を策定し、食品廃棄物を2025年までに半減させることを目指し、「店舗・商品で」、「お客さまとのコミュニケーションを通じて」、「地域とともに」の3つの切り口で取り組みを強化しています。

まずは事業で発生する食品廃棄物を削減すべく、新しい技術の導入や販売方法の工夫、発注・売り切り精度の向上に努めています。発生した食品廃棄物に対しては地域特性に合わせたリサイクルを推進し、食品リサイクルループの構築に積極的に取り組んでいます。また、全体の約47%を占める家庭での食品ロスに対しても、フードドライブをはじめ、お客さまとともに進める取り組みを推進してまいります。

イオン食品廃棄物削減目標

- 食品廃棄物を2025年までに半減
 - 食品資源循環モデルの構築
- 店舗・生産者・リサイクル業者等の連携による地域循環モデルを構築
- 発生原単位(売上百万円当たりの食品廃棄物発生量)

2022年度実績

食品廃棄物発生量(売上百万円当たりの原単位)



食

店舗での食品ロス削減

イオンリテール(株)では、売れ残りによる廃棄を削減する手段として、デリカやデイリーフーズの商品について「AIカカク」を導入しています。販売実績や天候・客数などの環境条件をAIが学習し、商品のバーコードを読み取って適切な割引価格を提示します。データで裏付けすることで、食品ロスの削減と利益率の改善につながります。

「トップバリュ グリーンアイ ナチュラル 純輝鶏」では、「産地パック」の取り扱いを拡大しています。生産地に近い国内パック工場から供給することで、店舗納品までの日数を短縮、さらに、ノントレー包装の導入により消費期限を従来よりも長い5〜7日を確保します。より鮮度の高い状態でお届けすることで、店舗・お客さま双方の食品ロス削減を目指しています。

サプライチェーンでの取り組み

イオンは、2019年「10X20X30食品廃棄物削減、イニシアティブ」の発足以来、サプライチェーン全体での削減を目指し、パートナーの皆さまとともに食品廃棄物の削減に取り組んでいます。

2022年よりイオンの店舗機能を活用し、食品メーカー工場の廃棄削減に取り組んでいます。様々な理由で恒常的に発生する食パン・菓子パンの廃棄について、消費期限が短いため、工場近隣のイオンモールで従業員向けに販売し、2023年上期には、販売と飼料化により、約1工場分の食品廃棄物がゼロとなりました。また、冷蔵・冷凍では、イオンの輸入時に生じる箱の崩れなど、まだ、食べられるのに捨てられるものについて、寄付の実証を開始し、新たな取り組みも進めております。

食

食品リサイクルループの構築

店舗で発生した食品廃棄物については、資源としての活用を目的に食品リサイクルを推進しています。堆肥化・飼料化し、地域で活用する食品リサイクルループを全国14カ所で構築。イオン農場を運営するイオンアグリ創造は地域の食品リサイクル事業者との協業を進め、施設の見学や食品リサイクルループの紹介など、未来を担う子どもたちへの環境教育活動にも積極的に取り組んでいます。



リ

お客さまとともに取り組むフードドライブ

家庭での食品ロス削減に向けて、お客さまにご家庭で余っている食品を店舗にお持ちいただき、地域のフードバンク団体等に寄付するフードドライブを推進しています。各地域で自治体と連携し、イオンリテール(株)、イオン北海道(株)、イオン九州(株)、(株)ダイエーをはじめ全国1,100店舗以上でフードドライブを実施しています。

フードバンクについては、自治体が認めるフードバンク団体であり、かつ、寄贈食品のトレーサビリティや在庫管理システムが確立している等の基準を設け、地域・個社でパートナーシップを築くことができたエリアでの活動に協力しています。カスミ(株)、(株)ダイエー、マックスバリュ東海(株)、マックスバリュ西日本(株)などが定期的な提供を行っています。

FB

グループKPIの進捗 (2022年度の主な取り組み報告)

事業活動を通じて持続可能な社会の実現を目指すイオンでは、グループ共通目標となるKPIを設定し、活動の達成度を定期的に把握・管理する体制をとっています。

サステナビリティの重点分野(マテリアリティ)に関しては、[P.48](#)をご覧ください。

主な取り組み			成果指標	対象範囲	2020年度実績	2021年度実績	2022年度実績
脱炭素 気候変動	店舗でのCO ₂ 削減	CO ₂ 排出量の削減	年間CO ₂ 排出量原単位 (CO ₂ 排出量/延床面積)	国内外連結対象グループ企業	0.0731 t-CO ₂ /㎡	0.072 t-CO ₂ /㎡	0.0688 t-CO ₂ /㎡
			自グループからのCO ₂ 排出量集計(スコープ1,2)		3,124,637 t-CO ₂	3,035,541 t-CO ₂	2,925,591 t-CO ₂
		エネルギー使用効率の向上	年間エネルギー使用量原単位 (熱量/延床面積)	国内外連結対象GMS、SM、DS、小型店企業	2.02 GJ/㎡	2.034 GJ/㎡	1.974 GJ/㎡
			自然冷媒の冷凍・冷蔵ケースの導入店舗数		1,033店舗	1,224店舗	1,407店舗
	店舗での創エネルギー	再生可能エネルギーの発電能力	再生可能エネルギーの発電能力	国内外連結対象グループ企業	108,000 kW	206,000 kW	340,000 kW
			太陽光パネル設備を備えた店舗開発(PPAモデル等含)		1,052 店舗	1,086 店舗	1,120 店舗
			電気自動車充電ステーションの設置	国内外のショッピングセンター	2,708基	2,718基	2,895基
資源循環	商品・物流でのCO ₂ 削減	物流での見える化によるCO ₂ 削減	輸送・配送によるCO ₂ 排出量(スコープ3:カテゴリー4)	イオングローバルSCM(株)	229,393 t-CO ₂	219,696 t-CO ₂	214,172 t-CO ₂
	サプライチェーン全体のCO ₂ 排出量削減(スコープ3)	CO ₂ 排出量の削減	サプライチェーン全体でのCO ₂ 排出量集計	国内外連結対象グループ企業	6,373,247 t-CO ₂	6,567,878 t-CO ₂	6,781,663 t-CO ₂
	店舗における廃棄物削減	廃棄物削減	使い捨てプラスチック使用量削減	国内連結対象グループ企業中の容器包装リサイクル法の特定事業者	約877kg	約898kg	約906kg
食品廃棄物	店舗での食品廃棄物削減	食品廃棄物削減	紙パック回収量	国内外連結対象GMS、SM企業	4,836 t	4,881 t	4,669 t
			食品トレー回収量		3,381 t	3,226 t	3,751 t
			アルミ缶回収量		5,831 t	5,839 t	5,830 t
			ペットボトル回収量		12,947 t	12,429 t	13,541 t
食品廃棄物	店舗での食品廃棄物削減	食品廃棄物削減	食品廃棄物排出量(売上百万円当たりの原単位)	国内外連結対象GMS、SM企業(食品関連企業)	29.2 kg/百万円	27.0 kg/百万円	23.8 kg/百万円
			食品廃棄物再生利用等実施率		63.5%	66.1%	71.4%
			食品資源循環の促進		13カ所	14カ所	14カ所
			食品リサイクルループ構築		13カ所	14カ所	14カ所
コミュニティとの協働	地域活性	地域社会への還元	イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン目標達成率	グループ内GMS/SM 19社	53.1%	55.7%	48.4%
			認知症サポーターの養成	国内グループ全社	80,813人	81,701人	82,904人
			サービス助士の養成	国内グループ26社	11,112人	11,142人	11,185人
			ボランティア活動の推進	イオン ハートフル・ボランティア参加者数	—	—	316,887人
人的資本	ダイバーシティ&インクルージョン推進	多様な人材の活躍推進	女性管理職比率	国内グループ全社	26.1%	26.0%	26.4%
			障がい者雇用率	国内グループ全社	2.7%	2.7%	2.8%
	ワークスタイル変革	生産性の向上	有給休暇取得率	国内グループ全社	61.1%	66.3%	70.9%
			採用人数(新卒)	国内グループ全社	3,248人	3,377人	3,244人
			採用人数(中途)	国内グループ全社	2,289人	2,114人	2,479人
	ウェルネス推進	健康経営推進	定期健康診断受診率	イオン(株)・イオンリテール(株)	98.5%	98.4%	98.5%
			精密検査受診率	イオン(株)・イオンリテール(株)	—	76.5%	76.2%
			特定保健指導実施率	イオン(株)・イオンリテール(株)	32.2%	55.0%	62.4%
			ストレスチェック受検率	イオン(株)・イオンリテール(株)	97.2%	99.6%	99.2%
	人材育成	従業員満足度の向上	従業員離職率	イオン(株)・イオンリテール(株)	20.8%	19.4%	18.4%
			従業員満足度向上	国内グループ全社	313,753人	327,640人	348,746人

▶ サステナビリティに関するグループKPIと定量情報をまとめた内容は「サステナビリティデータ集」としてイオンのWebサイトで開示しています。

【ウェブサイト】 イオン株式会社 ウェブサイト「イオングループ食品廃棄物削減目標」

店舗・商品での取り組み

「リデュース」「リサイクル」の取り組みを推進し、食品廃棄物の削減をしています。



地域とともに

地域のステークホルダーと連携して、リサイクルループの構築等を通じて食品廃棄物を削減しています。

イオン完結型食品リサイクルループの推進



お客さまとのコミュニケーションを通じて

お客さまとともに食品廃棄物を削減しています。



イオンの「廃棄物ゼロ」取り組みコンセプト

「リデュース」「リユース」「リサイクル」の3Rの手法で、廃棄・燃焼し、埋め立てに回るゴミをゼロにしています。取り組みにあたっては、お客さまをはじめとするステークホルダーと連携し、資源循環型社会の構築に寄与します。



企業の取り組みや開示の特徴

経営における基本テーマに「お客様・ステークホルダーからの「信頼」に応える」ことを挙げており、具体的な取り組みの1つに環境対策の推進として、フードロス低減を挙げている。また、「食品リサイクル率」をKPIに設定している。

食

リ

有価証券報告書 （当該期の経営実績の開示）

- 自社のサステナビリティ経営において、フードロス提言等の環境マネジメントを推進することを説明。
- 食品リサイクル率の目標値も明示。



<https://www.h2o-retailing.co.jp/ja/ir/library/securities.html>

食

FB

リ

統合レポート （当該期の事業戦略・価値創造の開示）

- 地域密着型の自社の事業ドメインや、その上での具体的な取り組みなど、サステナビリティ活動の推進体制を構造的に説明。
- 地域を巻きこんでの食品廃棄ゼロルール化運動などがわかりやすく開示されている。



<https://www.h2o-retailing.co.jp/ja/ir/library/report.html>

食

リ

ウェブサイト （事業活動全般に関する開示）

- 食品廃棄物のリサイクルや環境対策推進プロジェクトの説明

食品廃棄物のリサイクル

阪急阪神百貨店、イズミヤ、阪急オアシス、関西スーパーマーケットでは、店舗から排出される食品廃棄物の発生抑制に努め、さらに炭化燃料や飼料として再利用する取り組みを推進しています。特に店内で調理する際に発生する廃油や魚アラについては、そのほとんどがリサイクルされています。

環境対策推進プロジェクト

阪急阪神百貨店では、環境への負荷を減らし、豊かで持続可能な社会への貢献を推進するため、2021年5月に「環境対策推進プロジェクト」を立ち上げました。テーマごとに7つの分科会に分かれ、衣類品の資源循環や什器・装飾品の再利用など、百貨店に特有の課題解決にも取り組んでいます。

また、プロジェクトメンバーは部門を横断した形で任命されており、全社における環境意識の向上を目指しています。

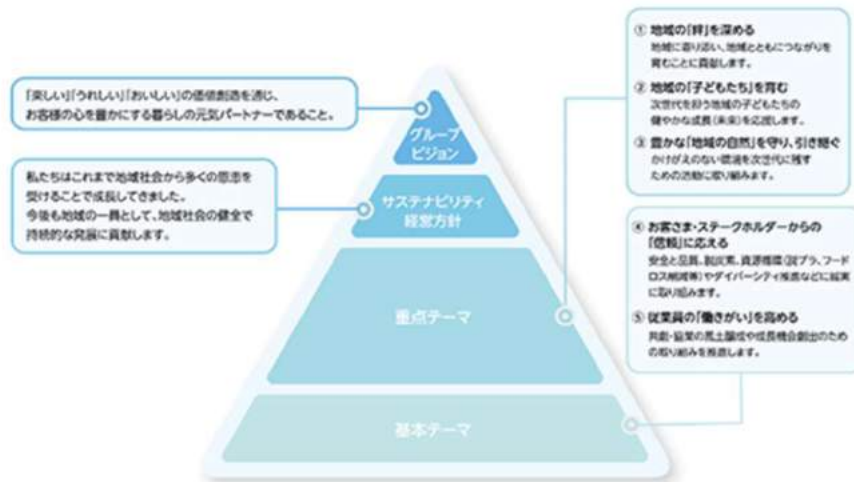
同時にイズミヤや阪急オアシスを中心とする食品事業においても、CO2や廃棄物の削減については、各社横断のプロジェクトにより検討を進めています。



<https://www.h2o-retailing.co.jp/ja/sustainability.html>

〔サステナビリティ経営〕

さらに、サステナビリティ経営につきましては、2021年4月より「地域社会の健全で持続的な発展に貢献すること」を柱にした3つの重点テーマと2つの基本テーマをグループの「重要課題（マテリアリティ）」と位置づけ取り組みを推進しております。



地域の皆さまとの深いつながりは、当社グループにとって大切な財産です。私たちは各事業での「マーケットシェアNo.1」を目指すとともに「マインドシェアNo.1」のためにいつも地域の皆さまに寄り添い、心を豊かにするパートナーであることを目指します。

そのために、「地域社会の健全で持続的な発展に貢献すること」を取り組みの柱とし、「地域の絆を深める」「地域の子どもたちを育む」「豊かな地域の自然を守り、引き継ぐ」の3つを重点テーマに取り組んでいます。

さらに、環境課題への中期的な取り組みとして、事業活動で発生する環境負荷（CO₂排出、フードロス、プラスチック排出等）を低減するための環境マネジメントを推進します。

●温室効果ガス

GHG排出量削減率を2030年30%削減（2019年度比 ※2013年度比48%削減相当）、2050年ネットゼロを目指します。※主要14社対象

●食品リサイクル率（店舗で排出される食品廃棄物のうちリサイクルされる割合）
2030年に70%（2023年60%）を目指します。※ 主要3社対象

記載例のポイント

- ・ サステナビリティ経営におけるフードロス低減等の取り組みの位置付けなどを説明。
- ・ 目標（食品リサイクル率）も開示している。

食

リ

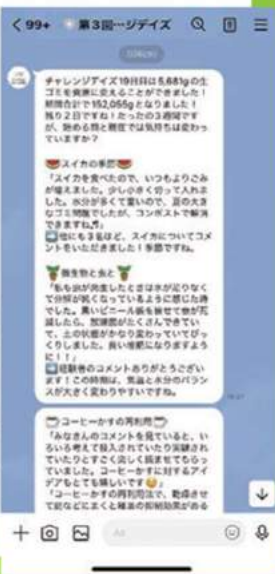
FB

(※)

「フードロスゼロチャレンジデイズ」って？

参加者が各々の家庭から排出された生ごみを家庭用コンポストで堆肥化するチャレンジプログラム。3週間の期間中は毎日事務局が集計して「〇グラムの生ゴミが資源に変わりました!」とLINEグループやSNSで発信。「実際に取り組んだことで、日々の生活の中で出てくるゴミの排出に対して、意識が変わってきました」(第1回に参加した川西市の越田市長)。「匂いは心配していたほどではなく、日々のアクシデントも参加者同士でシェアできて安心しました」(参加者)

(写真左) 2023年10月に第4回チャレンジデイズを開催。
(写真右) チャレンジデイズ各回のグループLINEでは、参加者同士の気づきやコツのシェアも日々行き交っています。



「地域とともに実現する食品廃棄ゼロエリアプロジェクト 2023」メンバー

- H2Oリテイリンググループ……………プロジェクト全体の運営、3つの食品廃棄ゼロの実現と機運醸成イベント企画
- 兵庫県川西市……………実施エリアの自治体として地域ネットワークの構築支援
- 大手前大学 現代社会学部 社会政策研究室……………プロジェクトマネジメント支援、効果検証支援
- ヤンマーエスター株式会社……………バイオコンポスターの導入支援、運営管理
- 能楽堂株式会社……………保有施設を活用した機運醸成イベント実施
- 株式会社地球 Labo……………家庭向けコンポスト実践企画「フードロスゼロチャレンジデイズ」実施
- 合同会社ディズセント……………地域ネットワークを活用した機運醸成イベント実施
- 特定非営利活動法人 DeepPeople……………子ども向け機運醸成イベント「ECO ヒロアカデミー」「ECO ヒロアクションズ」実施

2023年3月、川西市とH2Oリテイリングは包括連携協定を締結しました。



川西市長
越田謙治郎氏

多様化する行政課題に対し、行政だけではスピード感をもった対応が難しいことから、民間企業と市民と行政が連携して社会課題の解決に取り組む「新しい公」がづくりだされることを期待して同協定を締結しました。
さっそく昨年度から同協定に基づき、「市民の交流やまちの賑わい創出」、「ごみの排出削減」を目標に、取り組みを展開し、今年度は「グリーンアップサイクル」プロジェクトが本市で動き出しています。本市としましては、今後も連携しながら市民を巻き込んだ取り組みの輪が大きく広がっていくことを大いに期待しているところです。

「つながり」のチャレンジ

持て余している食材を持ち寄ってみたら……

家で食べきれない食材などを持ち寄って料理し、できた食事を囲むサルベージ・パーティーをとおして「近所のステキな知り合い」に出会いイベント「グッド・ネイバー・ミーティング」。2023年9月の妙見の森での同イベント参加者からは「近所で自分と同じように社会問題に興味がある人に会えてよかった」「子どもやPTAを通じる以外に、地域の人と繋がることはなかなかないので貴重な機会」といった感想が寄せられました。



「子ども」のチャレンジ

自分にできるECOアクションを考えてみる

当社グループ各社の担当者が講師となり、オンラインスクールなどを開催。2023年8月の対面アカデミーでは、参加した小学生からこのような声が。
「マイクロプラスチックが原因で海の魚が死んでいることを知りました。プラスチックが海に流れ込まないようにプラスチックの回収やリサイクルに取り組んでいきたい」
「服のエコについて学んだとき、服を1着作るのにお風呂の水11杯分の水を使うと聞いて驚いた。学んだエコについての知識をお友達にも教えてあげたい」



「衣料品」でもチャレンジ

“グリーンアップサイクル®”で何しよう？



不要になった衣料品を新たな素材に変化させて活用する「グリーンアップサイクル®」を行う佐藤さん(シナジーメディア(株))は、「すぐにうまくいくものではない。ベターを積み重ねていこう」と話します。川西市でもグリーンアップサイクル®プロジェクトが始動。どのようなプロダクトに生まれ変わらせると川西のまちが「豊か」になるだろう？ 市民の皆さんと検討を進めています。

Chapter 1

08

環境

環境対策の推進

事業活動で発生する環境負荷(CO₂排出、フードロス、プラスチック排出等)を低減するための環境マネジメントを推進します。

プラスチック削減への取り組み

当社グループでは、百貨店事業および食品事業を中心に、ワンウェイプラスチックの削減に努めています。

2022年4月から施行された「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」により特定プラスチック使用製品の削減が義務化されたことを機に、関西スーパーマーケットでは、店頭でお客さまにお渡ししているプラスチック製のカトラリーを、すべて木製または紙製へと素材変更しました。

大井開発の運営するビジネスホテル「アワーズイン阪急」では、もみ殻と再生プラスチックを原料とする環境にやさしい歯ブラシを使用しているほか、アメニティ類の一部は必要な人が必要な量だけ使うように提供方法を工夫し、使用量の削減に努めています。

プラスチック資源循環促進法における

特定プラスチック使用製品の提供状況とKPI

お客さまに無償でお渡ししているワンウェイプラスチックのうち、特定プラスチック使用製品(カトラリー類・ハンガー・衣類カバー・アメニティ類)について、提供量の削減に努めるとともに、素材を変更するなどプラスチック使用量の削減に向けた取り組みを実施します。

	2030年度KPI (2021年度比)
阪急阪神百貨店 (お取引先分含む)	原単位25%削減
食品スーパー (イズミヤ・阪急オアシス・ 関西スーパーマーケット・カナート)	原単位100%削減
大井開発	原単位45%削減

※原単位＝年間提供量(t)/売上高(百万円)

食品廃棄物のリサイクル

阪急阪神百貨店、関西スーパーマーケット、イズミヤ・阪急オアシスでは、店舗から排出される食品廃棄物の発生抑制に努め、さらに炭化燃料や飼料として再利用する取り組みを推進しています。特に店内で調理する際に発生する廃油や魚アラについては、そのほとんどをリサイクルしています。

また、関西スーパーマーケットでは、神戸市内の一部店舗で排出された食品残渣から堆肥を製造し、その堆肥で栽培された「食品リサイクルループ米」を販売しました。



容器回収による資源の有効活用



関西スーパーマーケット、イズミヤ・阪急オアシスおよび阪急阪神百貨店の一部店舗において、食品トレイや牛乳パック、ペットボトル、アルミ缶などの店頭回収を行っています。2022年度は、食品スーパー3社で、トレイ約790t、ペットボトル約460tを回収しました。回収されたトレイやペットボトルはリサイクル業者により再びトレイやペットボトルへと再生されます。トレイを使用せずに袋にいられて販売する「省トレイ化」にも取り組んでいます。

リ

お客さまと従業員が一体となった環境配慮活動

阪急阪神百貨店全店でお取引先とも連携し「Smart Wrapping」キャンペーンを定期的実施しています。お買い物時に紙袋の要・不要のお声がけを行い、紙袋使用の見直しをとおして、パッケージや包装にかかわる環境負荷を考えるきっかけづくりを行っています。



「エコアクション21」による環境マネジメントの推進

関西スーパーマーケットでは、全店舗を対象に環境省の環境マネジメントシステムである「エコアクション21」の認証・登録を行い、環境に配慮した店舗づくりを行っています。



カンソーも2023年10月に本社および津守エコセンターにおいて「エコアクション21」の認証を受け、全従業員が取り組めるような体制づくりを目指しています。

また、津守エコセンターでは、グループ会社などから納入された発砲スチロールや、店頭回収のアルミ缶や牛乳パックを再資源化するリサイクル事業へ取り組んでいます。

百貨店3店舗がエコマーク認定を取得



阪急阪神百貨店では「阪急メンズ大阪」、「阪急メンズ東京」、「川西阪急」の3店舗はエコマーク「小売店舗Version2.1」の認定を受けており、地球環境に優しい店舗を目指しています。

サステナビリティ戦略

中期取り組み目標



テーマとコミットメント	具体的な取り組みの方向性	中期取り組み目標	KPI
基本テーマ ④お客さま・ステークホルダーからの「信頼」に応える 安全と品質、脱炭素、資源循環（脱プラ、フードロス削減、衣料品廃棄削減等）やダイバーシティ推進などに誠実に取り組みます	（安全・安心のための品質管理の向上） ● お客さまに安心して買い物をしていただけるよう、商品の品質管理を徹底するための体制の整備に取り組みます （災害時の安全・安心の向上） ● 災害発生時のお客さま・従業員の安全・安心のために、BCPの構築と浸透に取り組みます	グループ食品衛生品質管理推進部会の推進の下で食品安全の維持・向上を図り、また商品調達における品質管理を高度化します 重点店舗においては、災害発生時における物資と避難場所の提供に関して出店地域の自治体との防災協定の締結を進めます	グループ食品衛生品質管理推進部会の開催 重点店舗において防災・防犯訓練を実施 ※行政、他社と連携
		温室効果ガス（GHG）排出削減 これまでのLED照明導入などに加え、新たにAIスマート空調システムも活用し、省エネを促進します。また、順次、主要店舗における消費電力の再生可能エネルギーへの切り替えを進めます	GHG排出削減率（スコープ1、2） 2030年 30%削減（2019年度比） 2013年度比48%削減相当 2050年 ネットゼロ
	食 （環境対策の推進） ● 事業活動で発生する環境負荷（CO ₂ 排出、フードロス、プラスチック排出等）を低減するための環境マネジメントを推進します	食品廃棄物削減 店舗で排出される食品廃棄物の発生抑制に加えて、廃棄物を燃料や飼料へとリサイクルする取り組みを推進します プラスチック廃棄物削減 2022年4月に施行された「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」も踏まえ、提供量・排出量の削減、再生利用に取り組みます	食品リサイクル率 2030年 70%（2023年 60%） ※阪急阪神百貨店・食品スーパー対象 特定プラスチック使用製品の提供量 2030年 原単位60%削減（2021年度比） ※阪急阪神百貨店・食品スーパー・ホテル対象
		環境マネジメントの推進 阪急阪神百貨店、エイチ・ツー・オー食品グループで「環境対策推進プロジェクト」を設置し、取り組みを推進します	

食品廃棄物のリサイクル

リ

阪急阪神百貨店、イズミヤ、阪急オアシス、関西スーパーマーケットでは、店舗から排出される食品廃棄物の発生抑制に努め、さらに炭化燃料や飼料として再利用する取り組みを推進しています。特に店内で調理する際に発生する廃油や魚アラについては、そのほとんどがリサイクルされています。

環境対策推進プロジェクト

阪急阪神百貨店では、環境への負荷を減らし、豊かで持続可能な社会への貢献を推進するため、2021年5月に「環境対策推進プロジェクト」を立ち上げました。テーマごとに7つの分科会に分かれ、衣類品の資源循環や什器・装飾品の再利用など、百貨店に特有の課題解決にも取り組んでいます。

また、プロジェクトメンバーは部門を横断した形で任命されており、全社における環境意識の向上を目指しています。



食

同時にイズミヤや阪急オアシスを中心とする食品事業においても、CO2や廃棄物の削減については、各社横断のプロジェクトにより検討を進めています。