

イトーヨーカドー
環境への取り組み
と
環 境 監 査

1996年4月
（株）イトーヨーカ堂
環境開発プロジェクト

イトーヨーカドーは、いつもお客様の身近にあって、毎日の暮らしに「豊かさ」をお届けすることを仕事としています。そのため時代に合った新しい仕組みづくり、つねに価値ある商品やサービスを提供できるよう、つとめてきました。

そして環境への配慮につきましても、91年から具体的な取り組みを行ってきました。

さらに94年度からは取り組みの効果をチェックするため環境監査も導入。95年度からはより客観的なチェックを行うための社外のエキスパートの方に環境監査に加わっていただき、これまでの成果と今後の課題を明らかにしました。

まだまだ不備な面もありますが、一つ一つの課題に地道に取り組み、環境問題の改善に貢献しつづけ、さらなる企業の社会的責任を果たしたいと考えます。

- 環境指針2
- 環境規約3
- 1. 組織5
- 2. 目標と計画5
- I 事業活動における取り組み6

1. 業務改革と単品管理による環境改善7

- ロスが発生する原因とロスを排除する取り組み
- 業務改革の効果

I 仕入れの改革（ロス排除）

- 1. グループMDによるロス排除
- 2. チームMDによるロス排除

II 物流の改革

- 1. 共同配送 3. 通い箱
- 2. ハンガー納品 4. ハンガーサイクル

III 販売体制の改革（包装の簡素化）

- 1. 簡易包装の推進 3. お買い物袋
- 2. 食品トレイの削減 ご持参運動

2. 廃棄物削減、資源リサイクル17

- 1. 廃棄物減量計画
- 2. リサイクルへの取り組み

3. 施設、事務部門の省エネ・省資源23

- 1. 店舗の省エネ
- 2. 事務間接部門の環境対策

II 小売業としての役割24

1. 環境に配慮した商品25

- 1. 海や川の汚れ防止につながる商品
- 2. 再生資源活用商品

2. お客様と一体となった取り組み26

- 1. リサイクル
- 2. ゴミ減量

3. 地域活動・コミュニケーション28

- 1. お客様への情報発信
- 2. 地域活動への参画
- 3. 社員教育
- 4. 環境訴訟

III 社会貢献

1. 寄付活動31

- 1. スタンプカードによる寄付活動
- 2. 『木になるバック』の販売による寄付

■環境監査所見34

イトーヨーカドー環境指針

私たちイトーヨーカドーは、安全で良質な商品・サービスをお客様にお届けし、ご満足いただくことが第一の使命であると考えます。

同時に私たちを取り巻く環境問題についても、私たちにふさわしい責任を果たすことを目指します。

1. 事業活動に対する責任

私たちは企業活動の中で、環境保護、資源の有効利用・再資源化につとめ、私たちにふさわしい企業の責任を果たします。

2. お客様との協力と情報公開

私たちはお客様の声に耳を傾け、お客様と一緒に環境保護につとめるとともに、活動の結果を広くお客様や社員に情報公開します。

3. 地域社会との協力

私たちは地域とともに環境について考え、地域の活動に参加します。

4. 社会貢献

私たちは環境分野の社会貢献活動を継続的に行い、企業市民としての役割を果たします。

5. 社員の責任と自覚

私たち社員一人一人は、企業や社会の中でそれぞれの立場で環境問題について考え、自分の役割を自覚して行動するようつとめます。

環境規約

1. 事業活動における責任

『商品に対する環境面での責任』

(第1条 環境面への安全性に配慮した生産・仕入れ)

商品の生産・仕入れに当たり、お取引先と協力しながら、その商品の品質の安全性とともに環境に対する安全性をも評価し、より環境負荷の少ない商品の生産・仕入れにつとめる。

(第2条 環境に配慮した商品の提案)

お客様にご支持いただける環境に配慮した商品を販売し、環境を考えた生活を提案する。

『省資源、省エネルギー型事業活動への取り組み』

(第3条 お客様に提供するサービス活動での省資源化)

お客様に提供する商品の包装や、販売・サービスの提供方法を見直し、簡易包装など資源の節約につとめる。

(第4条 店舗施設の省エネルギー、業務の省資源化)

節電、節水をはじめとする省エネルギー型の店舗運営と、資源の節約につながる事業活動を推進し、省エネ、省資源につとめる。

『廃棄物の処理とリサイクルの推進』

(第5条 廃棄物の責任ある処理・廃棄物の減量)

廃棄物は、その減量化のための計画を作るとともに最終処理まで責任を持って監視する。また資源となる廃棄物のリサイクルを計画的に進める。

(第6条 リサイクルの推進・リサイクルシステムの開発)

効率のよい、効果的なリサイクルを実現するためリサイクルシステム、ルートを開発し、リサイクル社会の推進に寄与する。また事業活動の中でも再生品資材の使用につとめる。

『店舗内外の環境整備』

(第7条 店舗・地域のクリンネス)

清潔で快適な生活環境作りのため、店舗及び店舗まわりの清掃活動を推進する。

(第8条 物流面における環境への配慮)

商品の流通過程でおきる環境負荷について、お取引先と協力し、その負荷を減少させるようつとめる。

2. 地域・お客様との協力、社会貢献

(第9条 地域・お客様との協力)

地域やお客様と協力しあった社会貢献活動を実施する。

(第10条 環境面の社会活動)

各社それぞれが決めた環境分野の社会活動を継続して実施する。

(第11条 情報公開)

お客様に必要な呼びかけを行い、また取り組みの結果は、随時内外に報告する。

3. 社員の責任と自覚

(第12条 社員教育活動)

社員の意識を高めるため、必要な社員教育活動を行なう。

4. 組織と環境監査

(第13条 各社の組織と実行)

IYグループ各社は、環境規約をもとにした環境への取り組みを実行するため、各社に環境担当を置く。

また取り組み行為・目標などは、各社、年度ごとに設定し実行する。

(第14条 環境監査)

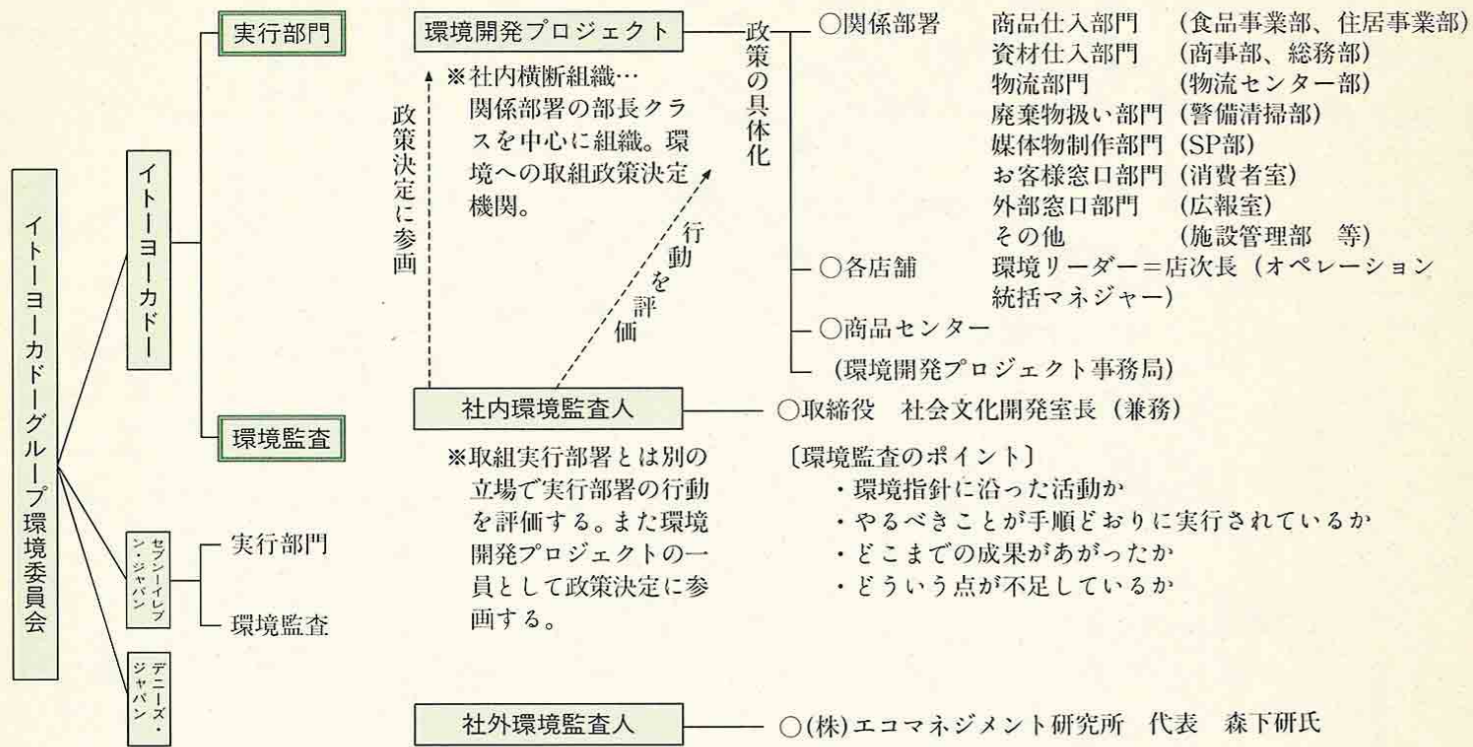
IYグループ各社は、各社ごとに環境監査人を置き、環境への取り組みの達成度を年1回環境監査する。

(第15条 「IYグループ環境委員会」の設置)

環境への取り組みをグループとして進行させるためグループ横断の「IYグループ環境委員会」を組織する。

環境指針、環境規約は94年4月、『イトーヨーカドーグループ環境委員会』で作成し、グループ共通の環境に対する理念として共有することを決定しました。

■ 組織



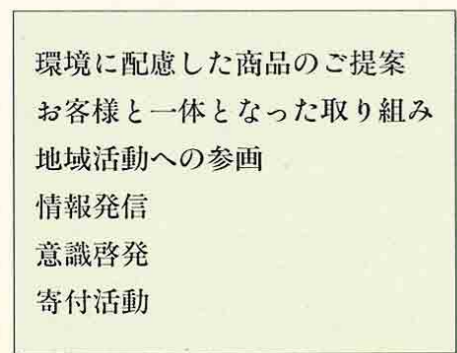
事業活動における取り組み

■ 95年度・目標と計画

1. 目標 : ①企業本来の事業活動で環境に貢献する。
=業務改革でロスを削減する。



- ②小売業としての役割を果たす。
企業市民として貢献する。



1. 業務改革と「単品管理」による環境改善

イトーヨーカドーでは10年以上にわたり、売れ残りによる不良在庫、それを返品する負担、複雑な物流工程等、業務の中の無駄がどれだけ大きいかに着目し、こうした無駄を排除し、お客様のニーズにあった商品を効率的に販売するための改革を進めてきました。この取り組みは経営面のメリットになるばかりでなく、省資源、ゴミ削減の立場から考えても量販店が取り組むべき基本だと考えています。

■ロス（無駄）が発生する原因とロスを排除するための取り組み

モノがまだ豊かでなかった時代(売り手市場の時代)では、商品を売り場に並べてさえおけば、お客様はどんどん買っていただきました。売り場に並べたあらゆる商品が売れ、在庫を多く持っていたとしても、売れ残りなどのロスを考えずに売り切ることができました。ところがある程度モノが行き渡り、お客様がその商品を本当に必要かどうか、厳しく判断される時代(買い手市場の時代)になると、売れる商品と売れない商品がはっきり分かれ、在庫の持ちすぎによる売れない商品の不良在庫が廃棄や返品ロスとなりました。

こうした消費構造の変化に対応するために「単品管理」という、ロスを排除する手法を用いた「業務改革」が必要になりました。

「単品管理」とは

何が売れて何が売れないか——商品のひとつひとつ、単品ごとに売れ行きをチェックして発注を行い、売り場で品切れや売れ残りのロスが出ないようにするための販売管理手法。

ロスを無くすためには単品管理による商品の「絞り込み」と、効率的な物流、販売体制が必要になります。

そしてロスがなくなれば、お客様に支持される商品や新しい商品を大きく販売することができます。



単品ごとに商品の売れ行きを管理して発注することで、品切れや売れ残りのロスが減らせます。

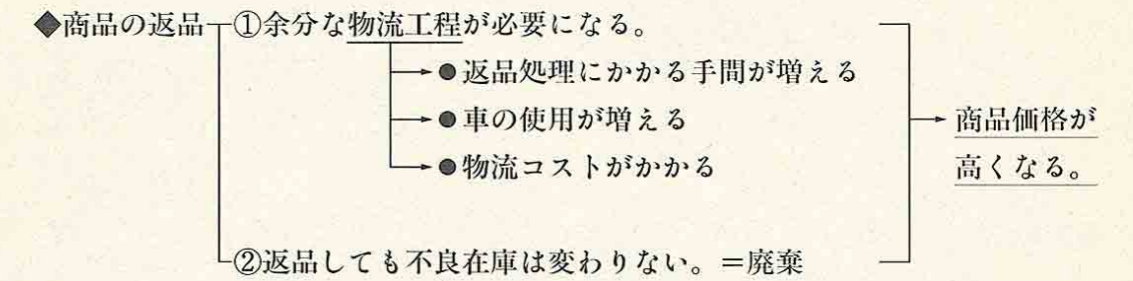
■もうひとつのロス排除（業務の効率化）——「返品」の無駄排除

ロスの中の大きな一つであった「返品」について、イトーヨーカドーではその負担の大きさに着目し、返品をなくしています。

(返品)の負担の大きさ

売り場で売れ残った商品は問屋、メーカーへ返せばよい、というのが業界の慣習でした。しかしそうした「返品」には、本来なら不要な手間や物流工程が必要となり、しかも返品される商品はお客様の支持を得られなかった「売れ残り」の商品であるため、最終的には廃棄されてしまいます。

またこうした無駄は、結果的に商品の価格を高くする原因にもなります。



イトーヨーカドーではこうした無駄を考えて返品を無くし、商品を全品買い取りしています。そして全品買い取りして売り切らるためには、単品管理による商品の絞り込みが不可欠となります。

■業務改革の効果

単品管理の効果

- 不要な品揃え、量が減る
- 商品売り切ることができる
- 不良在庫の処理に伴う無駄な手間が減る
- 売れ残りが少ない
- 返品がない

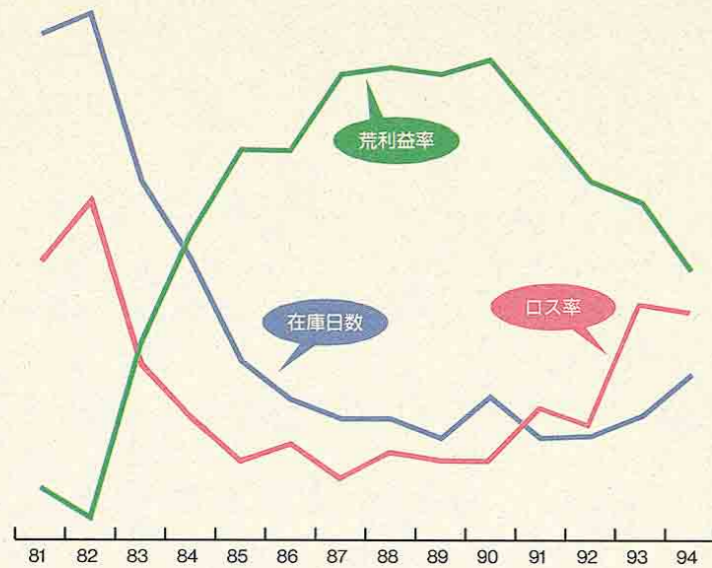
経営面のメリット

- お客様に支持される商品を大きく販売できる。
- 新しい商品をご提案できる。

環境面のメリット

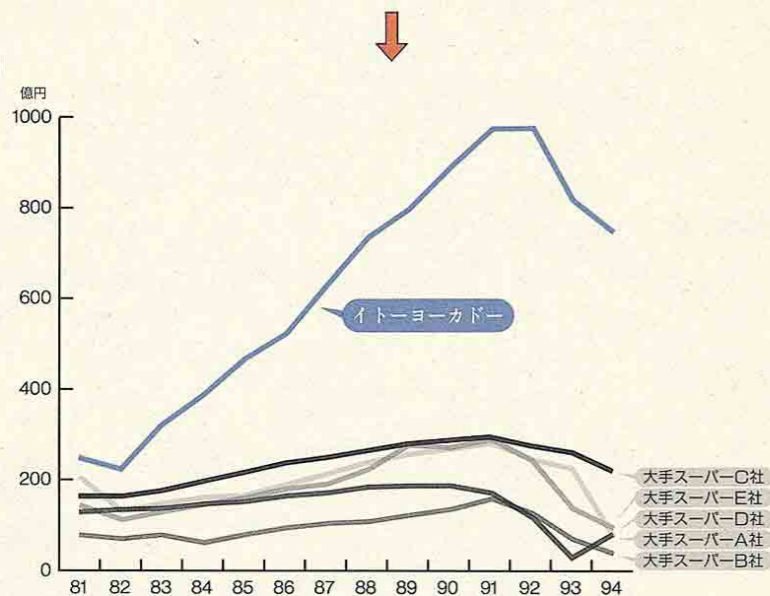
- 省資源につながる
- ゴミが減る
- 物流が効率的になり、配送車が減る

(単品管理によるロス率の改善)



(93年から、ロス率が上がったのは、チームMDなど、さらに新しい仕入れに挑戦したため)

(経常利益額の推移)



ロスを排除することで、損失が減り、利益につながっている。
ロスを排除して効率的な販売体制につとめたため、他社よりも利益が多くなった。

イトーヨーカドーでは業務の中のロスをなくし、お客様のニーズにあった商品を販売することを、第一に行うべき基本の仕事と考えています。そして、ゴミ減量、省資源など環境への負荷削減に対しても、こうした本来の仕事が大きな効果を上げることを自覚して、更なる業務改革を進めたいと考えます。

I. 仕入れの改革

ロス排除の考え方をグループ全体、お取引先へも拡大することで、より合理的な仕入れと販売体制が確立できます。

1. グループマーチャンダイジング (MD) によるロス排除

■グループMDとは
イトーヨーカドーグループ全体（セブン-イレブン・ジャパン、デニーズジャパン等）の力を集結させて商品開発を進めること。
グループ全体の力を集めた商品開発により、お客様のニーズにあった価値ある商品が開発できます。また物流や仕入れが合理化し、ロス排除につながります。

■グループMDによる効果

野菜の例：

玉ねぎは、スーパーでは大きすぎても小さすぎてもあまり売れません。
しかしレストランの原材料でならどちらのサイズも使えます。
そこでイトーヨーカドーグループ全体で契約して、畑の玉ねぎを全部使うこととしました。

生産者にとってもメリットがあり、かつ無駄のない効率的な仕入れが実現しました。



グループ各社の共同仕入れにより、畑の野菜を無駄なく使うことが可能になりました。

2. チームマーチャンダイジング (MD) によるロス排除

チームMDとは

お取引先とチームを組んで、商品開発を進めること。
商品ごと、また企画～製造～物流それぞれの過程ごと、お取引先と対等の立場で知恵や情報を出し合って商品開発を進めます。お客様のニーズに応えた商品開発ができるだけでなく、それぞれの過程で発生していたロスの削減が可能になります。

■チームMDによる効果

ポロシャツの例：

紡績、染色、縫製、アパレル問屋、各段階のお取引先1社ずつとチームを組んでそれぞれが情報を出し合い、効率的な生産をした結果、商品価格6,000円を2,900円に引き下げられるまでのロス排除が可能になりました。

[削減されたロス]

- 見込み生産ロスの排除…お客様のニーズに合わせた販売量をチームで共有したため、各社それぞれで見込み生産する必要がなくなりました。
- 布巾の改善 …生地作りの段階で一番効率よく型紙がとれる布巾に変更したため、縫製段階で出る生地のロスが少なくなりました。
(布巾を20cm広げたことで、生地のロスが8.2%改善)
- その他 …複雑な流通経路を簡素化したことや、大量発注により生産性を向上させました。



紡績から販売にいたる各社が協力があったことで、ロス削減ができました。

II. 物流の改革 (効率化)

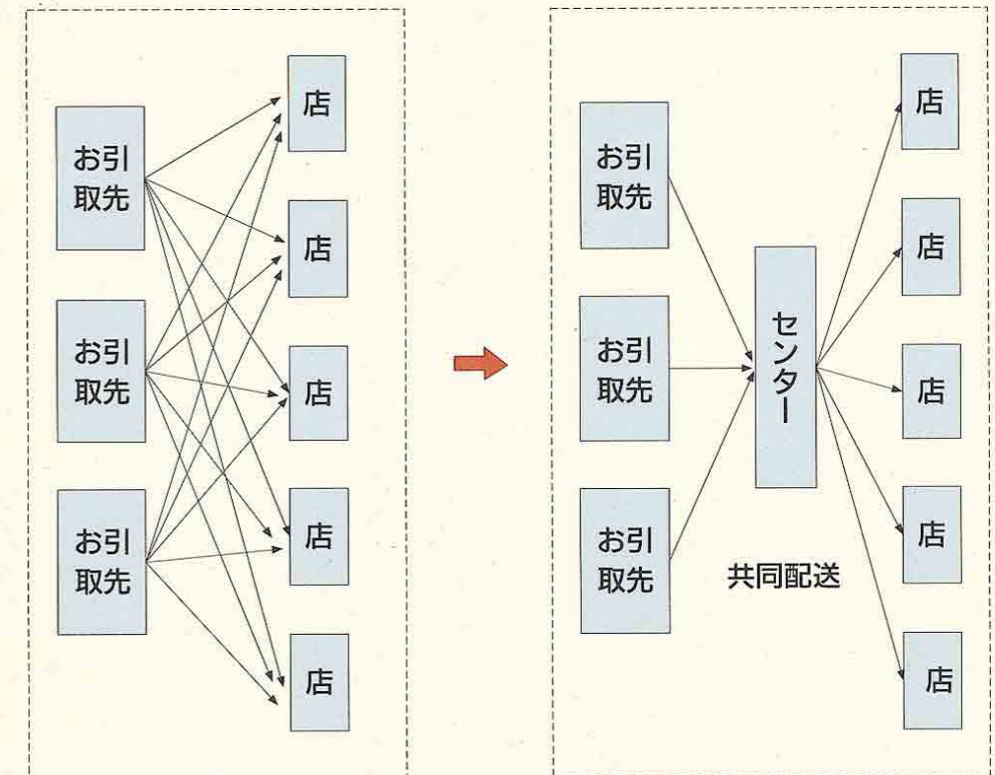
商品を産地、工場、お取引先から各店舗に運ぶ物流の仕組みに関し、そのシステムを合理化することは、コスト削減、作業効率改善に貢献するだけでなく、省エネルギーやゴミ減量にも貢献できます。

1. 共同配送

個々のお取引先が行っている物流加工作業と配送を集約し、合理化しました。車両台数を減らしました。

効果：①作業効率があがりました。

②店舗周辺地域での車の通行が削減されました。排気ガス公害が削減されました。



[1週間、1店舗、加工食品で66%の車両台数削減]



2. ハンガー納品

商品（衣料品）をハンガーごと納品し、段ボールの使用を削減しました。（150店舗で実施）
 （90年度：開始。93年度：全店拡大。95年度：服種の拡大）

効果：①商品の品質が保てるようになりました。（たたみシワが減り、良い状態で商品をお客様にお渡しできます。）
 店、お取引先の作業効率があがりました。

②段ボールの使用が減り、ゴミ減量、省資源につながりました。

ハンガー納品対象衣料	商品	時期
— 婦人スーツ、ワンピース	94年度までの取り組み (1,300万着)	94年度までの取り組み (1,300万着)
— 婦人スカート、スラックス		
— 紳士スーツ、ジャケット		
— 紳士スラックス		
— 婦人ジャンパー	95年度の取り組み (200万着)	95年度の取り組み (200万着)
— 婦人ブラウス		
— 子供服	96年度予定 (850万着)	96年度予定 (850万着)
— パジャマ		
— マタニティウェア		

削減された段ボール数 年間150万箱/年=950 t/年
 （1箱に10着梱包するとして）



3. 通い箱配送

繰り返し使える「通い箱」を導入し、段ボールの使用を削減しました。
 （94年度：6店舗実験。95年度：全店導入）

効果：段ボールゴミの減量、省資源につながりました。

通い箱対象商品	商品	時期
— 婦人衣料	95年度の取り組み	95年度の取り組み
— (ハンガー配送以外のセーター、ポロシャツ等)		
— 肌着	96年度予定	96年度予定
— 住居用品		
— 加工食品		
— 婦人・肌着以外の衣料品		

削減される段ボール数 年間650万箱/年=2,800 t/年

4. ハンガーサイクル

ハンガーをお取引先に戻して繰り返し使用し、ハンガー廃棄を削減しました。
 （92年度：開始 95年度：服種の拡大）

効果：ハンガー廃棄が減り、ゴミ減量につながりました。

ハンガーサイクル対象商品	商品	時期
— 婦人スーツ、ワンピース、ジャケット	94年度までの取り組み	94年度までの取り組み
— 婦人スカート、スラックス		
— 紳士スーツ、ジャケット、スラックス	95年度の取り組み	95年度の取り組み
— 婦人ブラウス、ジャンパー		
— 子供スカート、スラックス		
— パジャマ		

ハンガー廃棄削減数 年間2,000万本/年



通い箱配送で使用する通い箱。少量輸送のための段ボール製と耐久性にすぐれたプラスチック製を商品にあわせて使いわけています。

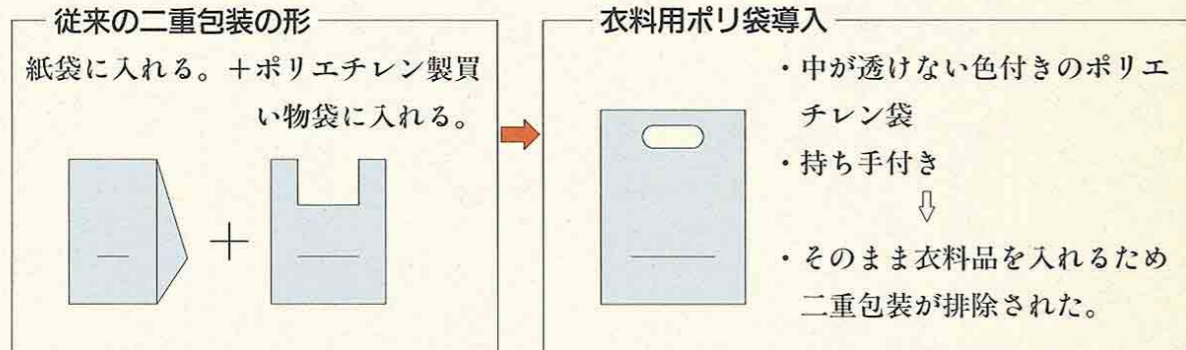
III・販売体制の改革(包装の簡素化)

店舗における包装を効率化させることは、包装材の使用削減につながります。またお客様へもご協力を呼びかけることで、更に取り組みが進みます。

1. 簡易包装の推進

■「衣料用ポリ袋」導入による二重包装削減

・レジで包装する衣料品に衣料専用のポリ袋を導入して二重包装を削減しました。



・94年 8月導入 95年 完全実施

■その他の簡易包装化

- ①「簡易包装紙」：のし紙印刷済みの包装紙。(のし紙削減)
中元歳暮の配送品に利用。
- ②「簡易包装箱」：ギフト用の図柄を印刷した包装箱。(包装紙の削減)
母の日、父の日、等のプレゼントイベント時に使用。

■レジで使用する包装紙使用実績

レジ袋のトータル使用量が前年より24%削減されました。削減数5480万枚

	94年度(151店)	95年度(154店)	昨年比
・ポリエチレン製レジ袋 L	1億 330 万枚	9,280万枚	90%
特大	3,140 万枚	2,590万枚	83%
・紙袋(衣料)	6,780 万枚	(廃止)0枚	—
・紙製手提げ	990 万枚	790万枚	80%
・衣料用ポリ袋	1,720 万枚	4,820万枚	249%
合計	2億2,960 万枚	1億7,480万枚	76%
(1店舗 当たり)	152 万枚	113万枚	74%

※衣料用ポリ袋の導入により、紙袋が廃止され、ポリエチレン製レジ袋の使用も減り、トータルの包装材使用量が削減しました。

2. 食品トレイの削減

- i 使わない努力 : 単品ごとにトレイが必要かどうかを検討。実験と検証を繰り返しながら、削減に取り組みました。
- ii 過剰にならない範囲で使用する。: 色柄トレイを削減し、白トレイ化に取り組みました。
- iii 使ったトレイは回収につとめる。: トレイの回収リサイクルを124店舗で行いました。

■食品トレイ使用量の推移

売上点数の伸びに比べ、トレイ使用量は抑えられました。

	トレイ使用量(前年比)	売上点数前年比
91年	1,620 t (108%)	104%
92年	1,660 t (102%)	107%
93年	1,700 t (102%)	108%
94年	1,750 t (103%)	105%
95年	1,700 t (97%)	101%

3. お買い物袋ご持参運動

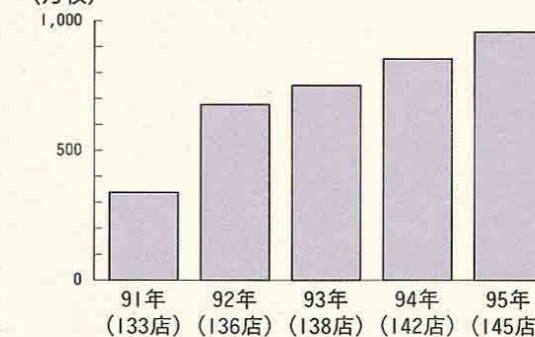
スタンプカード活動を行い、お客様と一緒にレジ袋削減に取り組みました。

■スタンプカード活動

食品フロアでお買い物の際、レジでポリエチレン製買物袋ご辞退のお客様のスタンプカードにスタンプを1個押し、スタンプ20個で100円と交換する。また同時に50円を、イトーヨーカドーがお客様に代わって「国際熱帯木材機関」(ITTO)へ寄付し森林再生事業に使用する。

効果：95年度 延べ利用者 530万人
ポリエチレン製買物袋削減数 960万枚(レジ袋数の8%)
(お客様へのご返金額 2,654万円)
(森林保護への寄付金 1,327万円)

ポリエチレン製レジ袋削減数(万枚)



■エコバックの販売

「お買い物袋ご持参」の働きかけの一環として、安価な買物袋を販売しました。(700円)

2. 廃棄物削減・資源リサイクル

1. 廃棄物減量計画

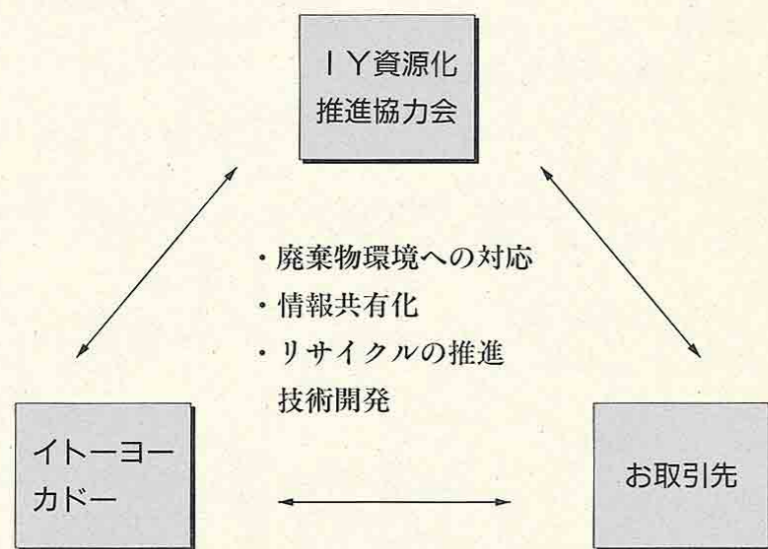
廃棄物管理の責任と役割を明確にした上で、廃棄物の現状を把握し、発生量の大きな部分から、削減に向けた取り組みを行いました。

■廃棄物処理の「責任」と「役割」

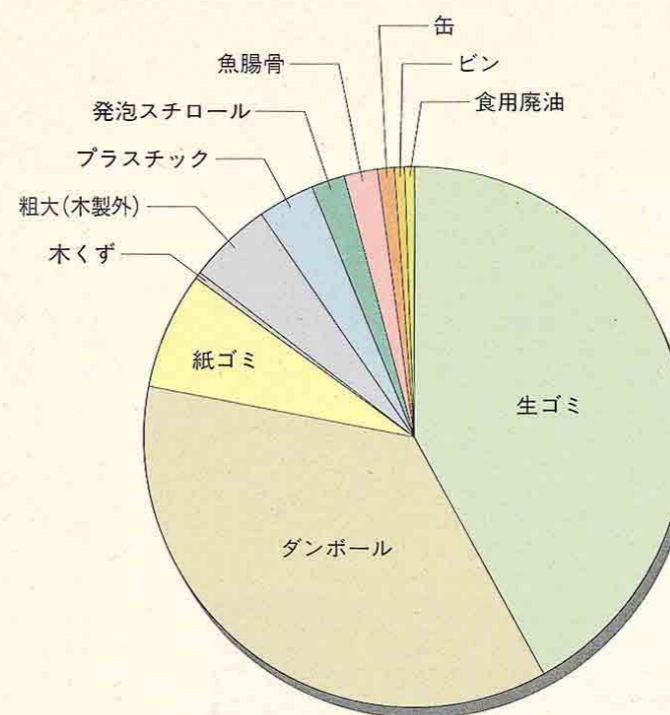
- 店における責任者＝オペレーション統括マネジャー(店次長)
 - その責任：「廃棄物処理責任者」として、店舗で発生する全ての廃棄物の保管および処理と、ゴミ減量化について、監督、指導を行なう。
- 役割：①廃棄物の量、適正処理状況の把握
 ②減量対策推進
 ③従業員、関係者の指導。協力体制作り
 ④自治体への届け出、および連絡

今年からスタートした新たなお取引先との協力

廃棄物と資源化処理業務について取引するすべてのお取引先とイトーヨーカドーとは、互いの情報を共有するとともに、技術の向上、システム開発を協力して推進するために95年『IY資源化推進協力会』を設立しました。
 お取引先とも協力し、より一層のリサイクル推進、効率化を目指しています。



■店舗における廃棄物の現状(内訳) (重量換算)



〔廃棄物の内訳(重量換算)〕

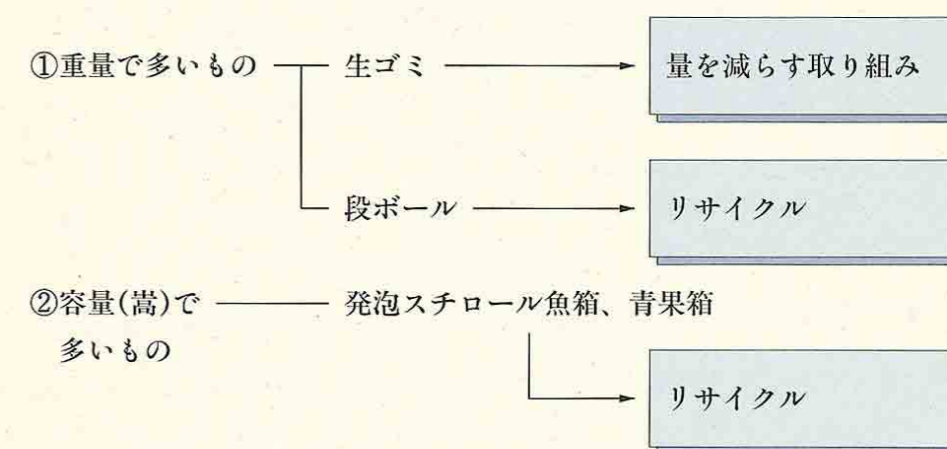
○印：リサイクル実施

事業系一般廃棄物	
生ゴミ	42.0%
○ダンボール	36.0%
紙ゴミ	7.0%
木くず	0.4%
産業廃棄物	
粗大(木製外)	5.0%
プラスチック	3.4%
○発泡スチロール	2.0%
○魚腸骨	2.0%
○缶	1.0%
○ビン	0.6%
○食用廃油	0.6%
計	100 %

■ゴミ減量化への取り組み

排出量の多いものから減量化について方策をたてました。

リサイクルができるものについてはリサイクルを行い、そうでないものについても量を減らすための取り組みを行いました。



■生ゴミ減量の取り組み=水切りと分別の徹底

- 食品廃棄ロスについて
 - 牛乳の中身を出す
 - 漬物の汁を出す
 - パッケージから出す
 水切りと分別の徹底でゴミが減る。
 (発泡スチロール容器についてはリサイクルへまわす)
- 生鮮食材の廃棄部分について
 - 魚のアラ等
 - 良いアラの分別
 - 廃棄のアラの混入物(貝、ゴミ)除去
 - 魚腸骨
 - リサイクルへまわす

※上記2項目の徹底で、1割以上の一般廃棄物削減につながりました。



生鮮作業場では、水切りとゴミの分別を行っています。

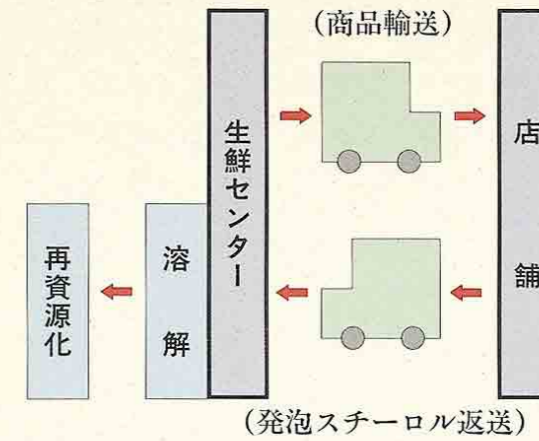
2. リサイクルへの取り組み

廃棄物減量のため、資源となる廃棄物のリサイクルを行ないました。効果的、合理的なリサイクル・ルート作りに取り組みました。

■発泡スチロール魚箱、青果箱のリサイクル

容量で大きな部分を占める廃棄物をなくすため、業務用に使用する発泡スチロール魚箱、青果箱のリサイクルに取り組みました。

- 生鮮用の発泡スチロール魚箱、青果箱について、商品を取り出した後、社員が水洗いし、シールをはがして回収する。
- 商品輸送の帰り便で店からセンターへ運ぶ。
- センターに設置した溶解機で減容、再生プラスチックの原料に加工する。
- できた原料をお取引先に回収していただき、プラスチック製品に再生する。



〔店でのルール〕

- 商品取り出し、水洗い。
- 箱のシールはがし。
- 20個単位でヒモで固定。
- においが車にうつらないよう、大型ポリ袋に入れる。



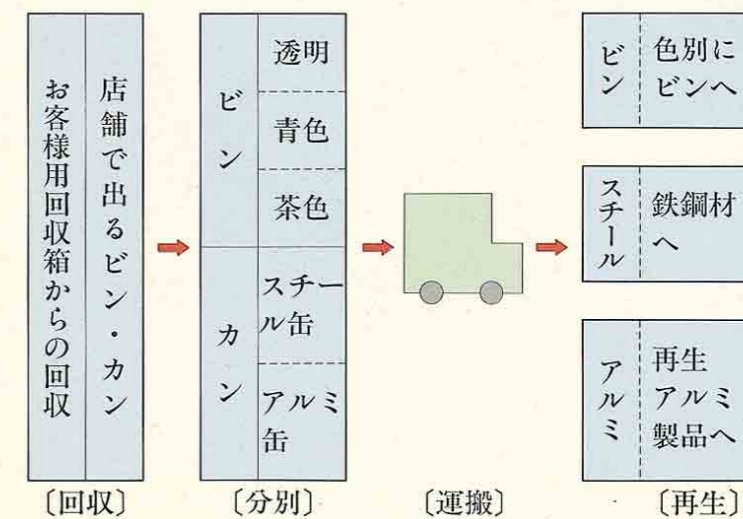
生鮮センターに併設したリサイクル工場で行っている発泡スチロールリサイクル。減容して5kgほどの再生プラスチック原料に加工します。



■空きカン、空きビンのリサイクル

リサイクルルートを確認し、店舗から出るビン、カンとお客様からのビン、カンをあわせて回収しました。

- 店頭回収箱を設置し、お客様からのビン、カン回収する。
- 回収したビン、カンはバックルームで分別する。
- お取引先に回収していただき、ビンはビンに、スチール缶は鉄鋼材に、アルミ缶はアルミ製品に再生する。



■発泡スチロールトレイのリサイクル

食品フロアにトレイ回収箱を設置して、お客様からトレイを回収しました。(124店舗)

回収後は①業務用発泡スチロール魚箱と同じルート、②地域独自のルートのいずれかでリサイクルしています。

■その他のリサイクル

- ①段ボールのリサイクル：重量的にも多い段ボールは回収し、古紙としてリサイクルしました。
- ②業務用食用廃油：てんぷら油など業務で使った食用油は、飼料へリサイクルしました。
- ③魚腸骨：生鮮食品から出る魚腸骨は、飼料へリサイクルしました。
- ④電池：水銀電池、ニッカド電池を電池売り場で回収しました。
- ⑤本部ビルにおける古紙：紙の使用量の多い本部ビル内では、コピー用紙などの紙を分別回収し、リサイクルしました。

■地域が行なうリサイクルへの協力

- ①牛乳パックのリサイクル
 - 地域ボランティア団体などから協力要請があった場合、団体が行なう回収を、場所の提供、PRなどでお手伝いしました。
- ②横浜市アルミ缶リサイクル事業への参画
 - 横浜市とアルミ缶リサイクル協会が実施する有料のアルミ缶回収に、回収拠点として協力しました。(横浜市内7店舗)



地域と一体となって行っているアルミ缶リサイクル。多くのアルミ缶が集まります。

■リサイクルの実績

	91年	92年	93年	94年	95年
ビン	290トン	370トン	371トン	400トン	900トン※
	360万本	463万本	470万本	500万本	1,100万本※
	141店舗	144店舗	147店舗	151店舗	154店舗

	91年	92年	93年	94年	95年
カン (スチール+アルミ)	320トン	502トン	600トン	760トン	1,400トン※
	780万本	1,254万本	1,500万本	1,900万本	2,100万本 +その他一斗缶等
	141店舗	144店舗	147店舗	151店舗	154店舗

	91年	92年	93年	94年	95年
発泡スチロール魚箱・青果箱	565トン	1,230トン	1,200トン	1,220トン	1,250トン
	230万箱	490万箱	480万箱	490万箱	500万箱
	101店舗	103店舗	105店舗	116店舗	116店舗

	91年	92年	93年	94年	95年
発泡スチロールトレイ	魚箱に含む	21トン	28トン	38トン	43トン
		420万枚	560万枚	760万枚	860万枚
	113店舗	115店舗	118店舗	122店舗	124店舗

	91年	92年	93年	94年	95年
牛乳パック	28トン	40トン	42トン	45トン	80トン
	84万枚	120万枚	126万枚	130万枚	240万枚
	26店舗	31店舗	32店舗	34店舗	43店舗

※ビン、カンの数値については、95年度からテナントなど同じビル内から排出されるすべてのビン、カン類（業務用含む）合計の数値を記載

3. 施設、事務部門の省エネ・省資源

1. 店舗の省エネ

店舗規模、電力消費量等からコスト効果を考え、営業に支障なく、一番の省エネとなる方法を選びました。

■節電・節水

- ①店照明の自動タイマー化：開店前照明を段階的に自動で行ないました。
- 商品陳列など作業段階 最小限（30％）の照明
 - 開店10分前 70％の照明使用
 - 開店直前 100％
- ②照明電圧の変更：照明の電圧を下げました。
- ③空調温度の維持：夏期－26℃に維持しました。
中間期－外気冷房しました。
- ④夜間電力の利用：氷蓄熱を利用しました。
(店の規模などで、メリットのある店に導入)
- ⑤節水：水道蛇口に節水ゴマを取り付けて水量を削減しました。

2. 事務間接部門の環境対策

店舗の業務を支える本部組織においても、省資源、環境対策を進めました。

■紙の省資源化

リサイクル：紙の使用が多い本部ビル内において、紙を色別に分別できる回収箱（名称：グリーンボックス）を設置して紙のリサイクルを行ないました。

■オフィス環境対策

- ①“分煙の徹底”：喫煙室以外の喫煙を認めない。(本部、店とも)
- ②消灯の習慣：本部ビル、および店舗バックスペース部分では個々の蛍光灯ごとにスイッチを設け、必要分以外は消灯しました
(省資源の習慣付け)

II 小売業としての役割

1. 環境に配慮した商品

環境を考えた生活をお客様にご提案するため、環境負荷削減につながる商品を扱いました。

—— 商品例 ——

1. 海や川の汚れ防止につながる商品

○『イトーヨーカドー洗たく用粉石けん』

成分：純石けん分 60%

脂肪酸ナトリウム

炭酸塩

量：3,000g

価格：698円



○その他：「水切り袋」、「廃油処理用品」などの使用で家庭排水の汚れ削減。

2. 再生資源活用商品

○『イトーヨーカドー ソフト4ロール トイレットペーパー』

素材：古紙100%

内牛乳パック30%使用

サイズ：シングル114mm×65m

ダブル 114mm×32.5m

価格：シングル・ダブル共 178円



○『折り畳みカーペット コモイタリアーノ』

素材：再生PET90%使用。

価格：帖当たり 800円



○『イトーヨーカドー グリルパネル』

(レンジまわり油はねガード)

素材：再生アルミ80%使用。

サイズ：高さ50cm×長さ90cm

価格：448円



2. お客様と一体となった取り組み

消費者に一番近い立場にある小売業という性格を生かし、環境問題についてお客様と一緒にできる活動を行ないました。

1. リサイクル

地域のリサイクル拠点として役割を果たしました。（※廃棄物削減・資源リサイクル 欄参照）

・ビン、カンの店頭回収

・トレイの店頭回収

・地域のリサイクル活動への協力…牛乳パック（43地域（店舗））

…アルミ缶有償回収（横浜市内7店舗）

…ペットボトル（府中市、武蔵野市店舗）

2. ゴミ減量

「お買い物袋ご持参」を呼びかけました。（※販売体制の改革（包装の簡素化）参照）

・スタンプカード方式の導入

・エコパックの販売



店頭でビン・カン回収箱を設置して、お客様からのビン、カンを回収します。



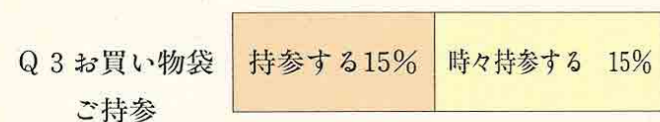
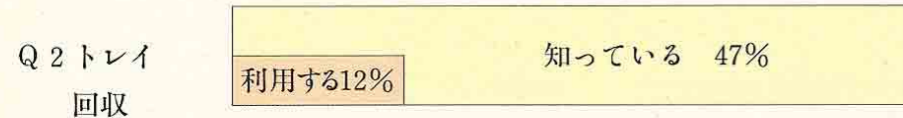
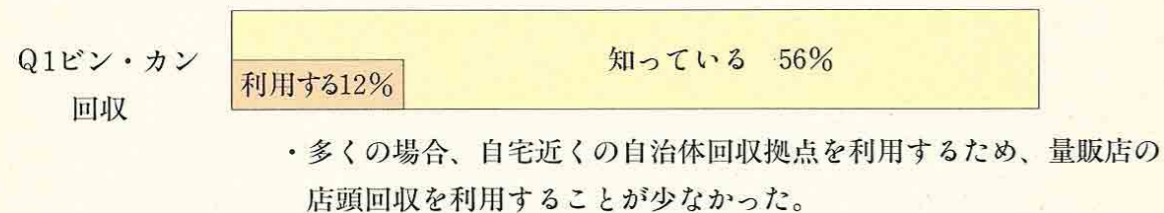
「お買い物袋のご持参」を店内ポスターでお客様に呼びかけます。

お客様アンケートの結果から

「お客様と一体となった活動」を行なう一方、こうした取り組みがお客様にどう受け入れられているか、お客様の声をうかがうために行ったアンケート結果についてご報告いたします。

◆対象：首都圏9店舗の食品フロアを利用された女性のお客様 計594名
(20才～30才代：30.3%、40才～50才代：49.7%、60才代～：30.3%)

- Q1-i イトヨーカドーが行っているビン・カンの回収について知っていますか。
- ii 知っている場合は利用していますか。
- Q2-i トレイ回収について知っていますか。
- ii 知っている場合は利用していますか。
- Q3 お買い物袋をご持参になりますか。



「まとめ買いをするので、一つ袋を持参しても入りきらない」、また「外出帰りに寄るので袋の持参が難しい」などの声が多かった。

お客様と一体となった活動については、約半数のお客様に認知されているものの、ご存じないお客様も多く、PR不足を反省。今後とも環境に関する働きかけにつとめたいと考えます。ただし回収箱を利用するかどうか、袋を持参するかどうかなど、実際の行動については個人の生活スタイルの影響が大きいいためか、呼びかけを中心とした取り組みだけではゴミ減量への大きな成果につながりにくいこともわかりました。

環境問題の意識づけのため、お客様への地道な呼びかけが必要であることは当然ですが、ゴミ減量への成果に結びつけるためには、やはり自らの抜本的な改革が欠かせないことも改めてわかりました。そしてアンケートの中では「包装の簡素化」をはじめとするゴミ削減をイトヨーカドーに期待されるお客様が多く、こうした期待に応えるためにも、さらなる事業活動の改革と「お客様と一体となった取り組み」を2つの柱として取り組むことが大切だと自覚しました。

3. 地域活動・コミュニケーション

お客様、地域社会、また社員も一体となって環境問題を考えることができるよう、コミュニケーションにつとめました。

1. お客様への情報発信

- 環境問題への意識付けのための取り組み —
- ・「お客様と一体となった取り組み」の結果報告（リサイクル実績、スタンプカード利用実績）
 - ・エコ商品アピール用お知らせの取り付け
 - ・リーフレット配布 等



取り組みへのご協力を呼びかけるとともに、活動の結果をお客様にご報告しています。

2. 地域活動への参画

- 地域が行う環境への施策に対する協力 —
- ・自治体指定のゴミ袋販売
 - ・自治体の行うリサイクルの回収拠点としての協力
 - ・リサイクル展、環境フェアなどへの出展
 - ・地域、商店街と合同の清掃活動

3. 社員教育

- ゴミ分別の徹底
- ・ビン、カン、生ゴミ、紙ゴミ、プラスチックなど。（特に、生ゴミを出すときには、必ず水を切る。）
 - ・ゴミは分別することで量が減る。
 - ・当たり前のことを当たり前に継続しつづけるために、店の「廃棄物処理責任者」＝「環境問題リーダー」であるオペレーション統括マネジャー（店次長）がチェックと指導を行う。



- リサイクルルール
 - ・「発泡スチロール魚箱・青果箱」のシールはがし、箱洗浄の徹底
 - ・「通い箱」「ハンガーリサイクル」の扱いルール徹底
- 意識づけのための活動
 - ・「クリーンボード活動」…店周辺の清掃活動
(地域や商店街と合同でも活動する)
- その他
 - ・二重包装削減、省資源などの教育

—小売業の社員環境教育に関して—

- ・小売業の環境問題の特徴：ゴミ問題、省資源など身近な内容
店でも家庭でも共通のテーマ
- ・小売業社員の特徴：パート社員、アルバイト社員が多く、人の入れかわりが
多い



店内での教育が、家庭や地域に広がります。

お客様、社員双方に地道な働きかけを続けることが環境問題の意識づけにつながります。



地域周辺の清掃活動。植え込みに投げ捨てられた空き缶や道に落ちたタバコの吸殻の多さに驚かされ、改めて環境の大切さを認識します。

4. 環境訴訟

'96年2月末現在、環境に関する訴訟は提起されておられません。

III 社会貢献

1. 寄付活動

国際的に活動している団体への支援を通じ、地球規模の環境保護貢献につとめました。

1. スタンプカードによる寄付

お客様と一体となって社会活動を行うため、「お買い物袋ご持参運動」(スタンプカード運動)で利用回数に応じた寄付活動を行いました。

省資源への取り組みと自然保護をあわせてお客様にアピールし、環境問題への関心を広げるようつとめました。

—スタンプカード寄付—

食品レジでお買い上げの際、レジでポリエチレン製レジ袋ご辞退のお客様のスタンプカードにスタンプを1個押し、スタンプ20個で100円をご返金する。

同時にお客様に代わって50円をイトーヨーカドーが自然保護活動へ寄付する。

実績

	寄付額	寄付先
91年	470万円	WWFJapan 『世界自然保護基金日本委員会』
92年	928万円	WWFJapan 『世界自然保護基金日本委員会』 ITTO 『国際熱帯木材機関』
93年	1,034万円	WWFJapan 『世界自然保護基金日本委員会』 ITTO 『国際熱帯木材機関』
94年	1,176万円	WWFJapan 『世界自然保護基金日本委員会』 ITTO 『国際熱帯木材機関』
95年	1,327万円	ITTO 『国際熱帯木材機関』

※95年度分から、寄付金をITTOへ一本化しました。
(分散させずに有効に使うため)

2. 『木になるバック』の販売による寄付

「お買い物袋ご持参活動」の一環にあわせ、コットン製買い物バックを販売し、その売上の20%をITTOの森林再生事業に寄付しました。

実績

	販売枚数	寄付額
94年	2,000枚	12万4,000円
95年	4,200枚	29万4,000円



「お買い物袋ご持参」を呼びかけるとともに、コットン製の『木になるバック』とポリエステル製の『エコバック』をお客様にご提案しました。

95年度の寄付活動計：1,356万4,000円

—地球環境分野の社会貢献—

91年～95年累計：1億8,083万円

- 『地球サミット』支援
- 公益信託 『地球環境日本基金』 への寄付
- ITTO 『国際熱帯木材機関』 の森林再生事業支援
- WWFJapan 『世界自然保護基金日本委員会』 の自然保護事業支援

—ITTO 『国際熱帯木材機関』とは—

組織：国連によってつくられた世界唯一の熱帯林問題のための国際機関。本部は横浜市。

◆ITTOの3つの活動

- ①人の手が入っていない原生林について ⇒保護、保存、研究を行う。
- ②木材の伐採や農業が進んだ森林について⇒上手に森林の資源を利用して「持続的経営」を行う。
- ③山火事や乱伐で破壊された森林について⇒新しい植林をして、熱帯林の再生事業を行う。



イトーヨーカドーでは これまでの寄付金でペルー・アマゾン地域の熱帯林再生事業を行いました。

ペルー・アマゾン『リオハ地区森林再生計画』

イトーヨーカドーの寄付金を使い、92年からスタートして95年に完成した熱帯林再生プロジェクト。

森林の減少したペルー・アマゾンに再び森林を作るため、リオハ地区に拠点を作り、種の採取、苗床作り、植林を順序立てて進めると同時に、山から町に水を引き、持続性のある農業を指導して町を復活させました。



スタンプカード活動から生まれた寄付金をフリーザイラーITTO事務局長へ手渡しました。



森林再生事業は山から種子を採取して苗床作りをはじめることからスタートしました。

環境監査所見



環境監査人とのミーティング

1995年度環境監査所見

イトーヨーカドー社外環境監査人
(株式会社 エコマネジメント研究所 代表)

森 下 研

1. 環境監査に当たって

この1995年度イトーヨーカドー環境監査所見は、店舗視察、環境開発プロジェクト担当者との懇談及び事務局が作成した環境報告書を基に作成したものです。従って、いわゆる環境監査が必要とする要件を十分に満たした上で実施したものではありません。そういう意味で、この環境監査は、1996年度以降、本格的に実施される取り組みや監査の、テストと位置づけるべきものです。

この所見を、以上のような前提の上で、お読み下さい。

2. 全般的所見

イトーヨーカドーにおける環境への取り組みは、特に業務改革と単品管理による環境負荷低減が着実な成果をあげ、事業活動から発生するロスや排出される廃棄物が減少していることは高く評価できます。

さらに、大手チェーンストアで最も早く環境監査制度を取り入れ、社外の人間を環境監査人に委嘱するとともに、環境への取り組みを全て公開し、その所見を原文のまま掲載するという姿勢は、極めて高く評価でき、大いに賞賛されてしかるべきものです。

ともすれば表面的な取り組み、建前だけの取り組みに終始しがちな企業の中において、100パーセント社外の人間に監査を受けるという大英断を行ったことは、我が国企業の先駆を成すものであり、このような決定を下すこと自体が極めてむずかしいと言われる中で、他の企業の手本となるものとして、敬意を表します。

しかし、これら以外の取り組み、環境マネジメントシステムの構築状況、環境監査の仕組みづくりの状況等は、未だ十分ではないと言え、今後、環境に関する取り組みについての中長期の計画を定め、一つ一つ、課題を達成していくことが望まれます。

3. 個別の取り組みに関する所見

①業務改革と単品管理による環境改善については、チェーンストアという業態そのものに起因する環境負荷を低減しようとするものであり、実は最も重要な取り組みの一つであると言えます。そのような意味において、これを環境に関する取り組みの主要な柱として位置づけ、着実に実行している姿勢及びその成果は高く評価できます。

次年度以降もこのような取り組みに積極的に展開していくことが望まれます。特に、ハンガー納品や通い箱配送は、他社への拡大も含めて、より推進していくことを期待します。但し、具体の目標管理、負荷低減量やコストの把握などが十分に行われていない点もあり、この点についての改善が必要です。

②廃棄物削減及び資源リサイクルについては、実際の店舗でのごみの分別、リサイクルなどは、ほぼ計画的に行われています。なお今後は、各店毎の削減目標値、リサイクル目標値を定めて、順次、取り組んでいくことが望まれます。

③施設、事務部門の省エネ、省資源については、紙使用量の削減、再生紙使用の拡大、フロンガス対策などを含め、改めて店舗及び事務間接部門で取り組むべき課題を明らかにし、順次、計画的に取り組むことが望まれます。

④環境に配慮した商品については、イトーヨーカドーとしての商品の環境に関する考え方等を、2年程度を目処に検討するとともに、その販売やお客様への情報提供を積極的に実施することが望まれます。

⑤その他の取り組みについては、現状の取り組みを次年度以降も継続し、より発展させていくことを期待します。

4. 環境マネジメントシステムの構築について

今回の環境報告書では、取り組みの内容については記載されていますが、イトーヨーカドーが発生させる直接、間接の環境負荷の量は明らかにされていないものもあります。それは、そのような負荷が十分に把握されていないことが原因と考えられます。

1996年度は、これまでの取り組みの継続と並行して、こうした環境負荷の把握を的確に行い、その削減のための具体的目標、行動計画、必要な各種指針等を、順次、策定することが望まれます。そして、これらを含めた効率的な環境マネジメントシステムを構築することを期待します。

5. 環境監査の仕組みづくりについて

今年度の環境監査は簡単な店舗視察と書類審査により行いましたが、次年度以降は、より体系的な監査、全社的な監査の枠組みを整えることが必要です。そのためにはまず環境開発プロジェクト及び各担当者において、できたこと・できなかったこと、その理由・原因、評価すべき点・反省すべき点などに関する真摯な自己評価を行い、それに基づいて外部の監査を受けるという仕組みを構築することが望まれます。

6. 終わりに

この環境監査所見を踏まえ、今年度の環境監査を「初めての1歩」として位置づけ、1996年度以降、より積極的で、体系的な、かつ他のチェーンストアの模範となる取り組みを展開されることを期待します。

1995年度環境監査所見

イトーヨーカドー社内環境監査人
取締役 社会・文化開発室長

水越 さくえ

①環境への負担軽減における小売業の役割

環境問題への対応は、いまや個人、企業の区別なく社会生活を送る上で、その行動規範の一部を占める重要な要素となっています。こうした中において、小売業は個人の消費生活を支える産業として、産業と生活の接点に立って生活の利便性と環境保護をいかに両立させるかといった課題への対応を支援し得る位置にあります。

このため、商品開発、物流、販売活動といった日常業務の中でトータルに「環境への負担を軽減する努力」を進め、さらに地域生活の拠点として、生活の中での身近な環境保護をアピールしていくといった、着実な活動を「面」として展開していくことがなにより求められます。イトーヨーカドーの環境への取り組みにおいても、こうした視点からつねに点検し続けることが重要であると考えられます。

②毎日の業務の中に「環境」への視点を取り入れる

上記の視点に立つとき、IYグループが進めている「業務改革」は、小売業の日常業務の中で環境への負担を軽減するという点で大きな効果を挙げている活動であると評価できます。「業務改革」によってイトーヨーカ堂が展開しているさまざまなロスの排除は、経済的な側面の効率化のみならず、資源の浪費を改めるという点で社会的なロスの排除につながっているということを再認識することは、たいへんに重要なことです。

今後、この点を踏まえて、「環境への負担の軽減」という視点を取り入れた形で、毎日の業務の中で発生しているロスの排除にいっそう力を注いでいくことが期待されます。また、毎日の自分たちの仕事が、広く地球規模での課題である「環境問題」解決の一端に連なっているということを、すべての社員に知ってもらうことで、よりいっそうのモラルアップを図って行くことが重要です。

さらに、IYグループは「業務改革」を通じて、小売業の中心業務の中で環境への負担を軽減する努力を行っている点を、広く社会に伝えていく努力も必要と考えられます。

このように「業務改革」が環境への取り組みの重要な一端を担っていることを、社内外にアピールすると同時に、今後「環境への負担軽減」といった視点で「業務改革」を考え、評価していくための基準づくりも必要になっていると考えられます。

③「環境問題」での社会との連携を進める

1994年度の「所見」では、リサイクルについて「きちっとした仕組みでリサイクルでき、なおかつ業務の中からでるゴミとして大きな部分を占める」分野から優先的に実行し、成果を上げている点を評価しました。

1995年度は、引き続きこうした分野での活動に力を注ぐとともに、新たな仕組みづくりも進めている点が評価できます。その一つは、「IY資源化推進協力会」の発足です。これはイトーヨーカ堂と取引先が、昨今の環境問題に対応した廃棄物処理およびリサイクルの推進のために結成したものです。こうした組織的な取り組みによって、よりいっそう広範な分野でリサイクル技術および仕組みの確立、情報の共有化が進んでいくことが期待されます。

④社会活動の拡充が求められる

1994年度の「所見」でも指摘したように「社会活動分野」での活動の整備は、今後早急に進めるべき課題の一つです。地域のお客さまと一体となったリサイクル活動や廃棄物減量活動など、身近なテーマで実行している店舗もありますが、全店レベルで活動計画を立てて具体化していくことが望まれます。こうした社会活動を通じて地域社会等との間で情報や問題意識を共有することが、環境問題に関する社会的なインフラ整備につながっていくものと考えられます。

⑤より一層の情報発信を

上記のすべての点にわたり、さらに一步踏み込んだ活動を展開していくには、「いまイトーヨーカ堂が実行していることやその考え方」あるいは「いま社会で求めていること」などに関する情報が、オープンにやりとりされる必要があります。

そのために、イトーヨーカ堂の環境問題に対する取り組み・考え方といった情報を発信し続けること、社内各部門および環境問題に取り組む公共的な機関や団体等との情報交流の場を多面的に構築していくことが求められます。

このために、まずイトーヨーカ堂の環境への取り組みについて、さらに一步踏み込んで積極的に情報を発信していくことが必要です。

以上。



■会社概要

名	称：株式会社	イトーヨーカ堂
代	表	者：取締役社長 鈴木敏文
資	本	金：448億6,100万円
売	上	高：1兆5,233億円
従	業	員数：34,760名
店	舗	数：154店舗

お問い合わせ先：

〒105

東京都港区芝公園4-1-4

(株)イトーヨーカ堂

環境開発プロジェクト 事務局

Tel 03-3459-2104(ダイヤルイン)

集約配送・共同配送による車両台数の削減

(セブン・イレブン店1店舗への1日当たり平均配送車両台数)

