



環境マネジメント レポート

いま、暮らしと環境を結ぶ柔らかな創造力

1998年4月

ごあいさつ

イトーヨーカドーはお客さまとお取引先のご支援のもと、環境問題の分野でさまざまな取り組みを続けてまいりました。この小冊子は、関係者の皆さまへの感謝を込めた、そのささやかなご報告です。

私たちは、

①チェーンストアとしての事業活動が環境に及ぼす負荷にはどのようなものがあるか、
②それを「意味のある形」で低減させるためにはどのような方法が有効か———
について考え続け、優先順位をつけて取り組んでまいりました。

私たちは「単品管理」と呼んでおります手法で、さまざまなロスを削減しようとしていますが、環境問題の分野でもすべてに「単品管理」を徹底し、環境への負荷、資源のムダを最少限にしようと考えています。

また、商品の仕入れに当たっては、原則として完全買い取りを実施し、返品をなくしていることもそうした努力の一端です。

そのほか、環境を配慮した店舗の運営、商品の配送システムの合理化による車両走行距離の大幅な削減、環境に配慮した商品づくりと販売、さまざまな資源のリサイクルや環境分野での社会活動などにも取り組んでおります。

私たちはこれからも「イトーヨーカドー環境指針」「環境規約」をもとに、全社を挙げて環境問題に取り組む考えです。どうか皆さまのさらなるご支援をお願い申し上げます。



株式会社イトーヨーカ堂
代表取締役社長 鈴木敏文

私たちは、安全で良質な商品・サービスをお客さまにお届けし、
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、ロス削減、資源の有効利用・再資源化、省エネルギー、廃棄物の削減、環境汚染の予防につとめ、企業の責任を果たします。

2

お客さまとの協力と情報公開

私たちはお客さまとともに環境保護につとめ、活動の結果を監査し、文書化し、広くお客さまや社員に情報公開します。

3

地域社会との協力・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。

4

社員の責任と自覚

私たち社員一人一人は、この環境指針に基づき、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。

5

環境目標の設定と見直し

私たちはこうした取り組みが年ごとに改善されるようにつとめ、環境に関連する法規制を遵守し、企業活動の分野ごとに自主的目標を定め、それを年ごとに見直します。

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 環境と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影響をも評価し、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
お客さま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。

『事業活動全分野におけるロス削減』

- 第3条 ロス削減、店舗施設の省エネルギー、業務の省資源化
事業活動の全分野でロス削減に努力する。また節電、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。
- 第4条 お客さまに提供するサービス活動での省資源化
お客さま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。

『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・地域のクリーンリネス
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につとめる。

目次

■イトーヨーカドー環境指針	2	■リサイクルを進めるために〈店舗での取り組み②〉	
■イトーヨーカドー環境規約	3	ビン・缶	11
■トータルに環境負荷を減らすために		地域との協力	11
イトーヨーカドーグループ環境委員会	5	発泡スチロール	12
小売業の仕事の流れと環境負荷	5	その他のリサイクル	12
1997年度の活動	6	■配送車両や段ボール箱を減らすために〈物流の改革〉	
■環境改善に効果を上げる「業務改革」		物流の合理化	13
業務改革	7	衣料品の通い箱・ハンガー納品	14
店舗での取り組み	8	■資源・エネルギーを有効に使うために〈省エネ、CO ₂ の削減〉	
■廃棄物を減らすために〈店舗での取り組み①〉		エネルギー使用量	15
各店舗の責任者・役割分担の明確化	9	省エネルギー対応	15
333キャンペーン	9	新設備の導入	16
		フロンの管理	16

2.地域社会・お客さまとの協力、社会貢献

- 第9条 地域・お客さまとの協力
地域やお客さま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
イトーヨーカドーグループ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
お客さまに必要な呼びかけを行い、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
社員一人一人が職場の業務を通じ、環境に責任を負っていることを自覚し、十分な注意を払う。こうした社員の意識を高めるため、必要な社員教育活動を行う。

4.組織と環境監査

- 第13条 各社の組織と実行
イトーヨーカドーグループ各社は、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、各社に環境担当役員と担当者を置く。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
イトーヨーカドーグループ各社は、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 「イトーヨーカドー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「イトーヨーカドーグループ環境委員会」を組織する。

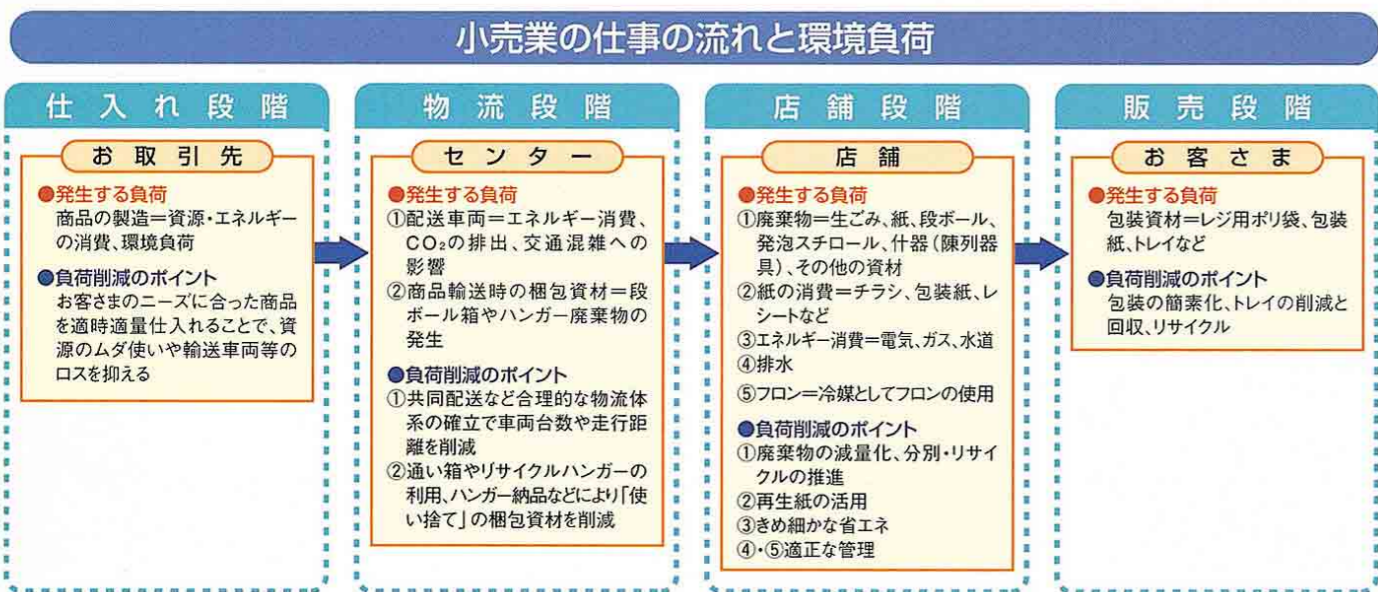
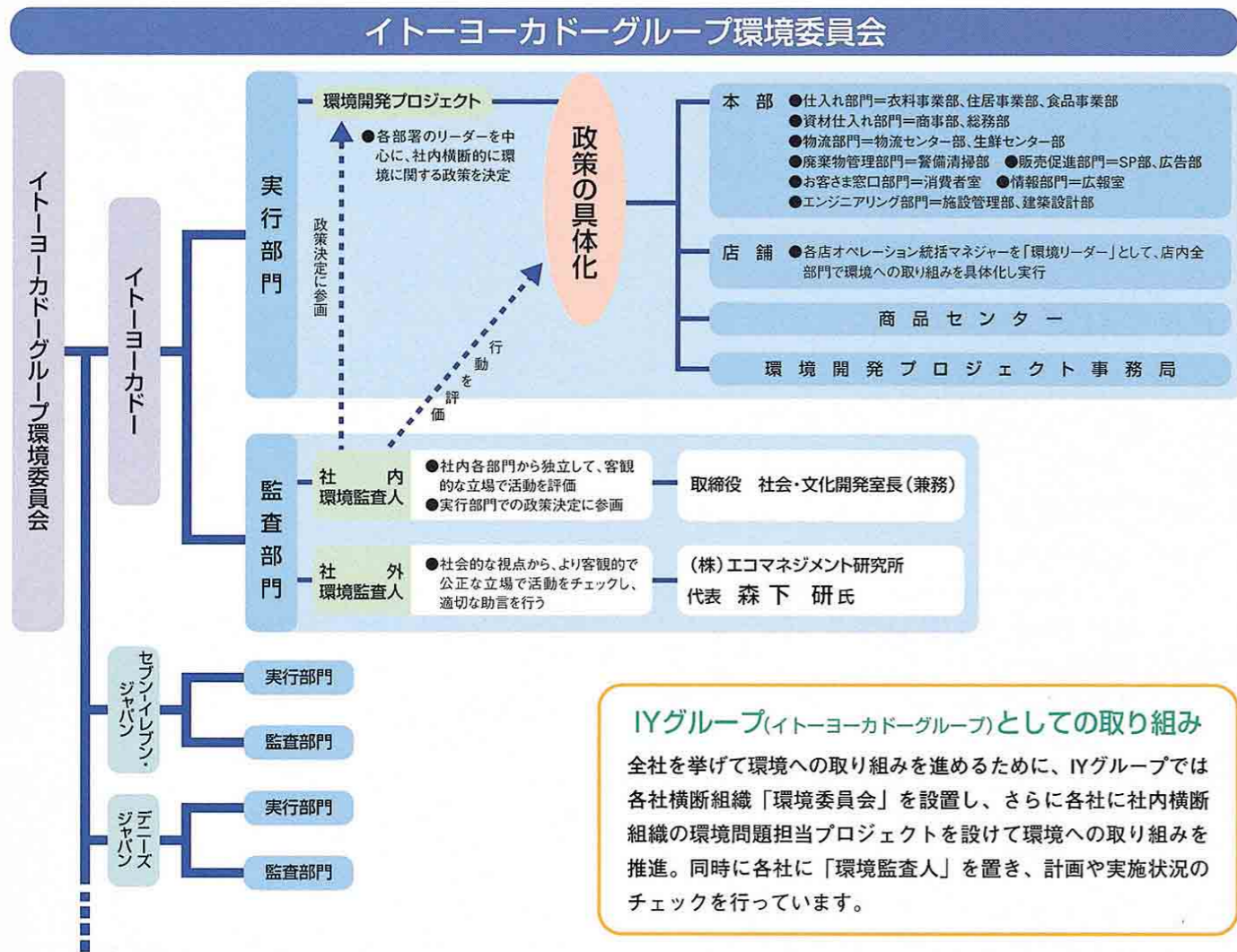
*環境指針、環境規約は1994年4月、「イトーヨーカドーグループ環境委員会」で作成し、グループ共通の環境に対する理念として共有することを決定し、1998年4月、一部改訂しました。

■エコライフのために〈商品・サービスの取り組み〉		■継続的な取り組みを進めています	21
ラップ	17	■1997年度 環境監査所見	23
再生資材の導入	17	■1998年度の取り組みにむけて	26
商品の提案	17		
品揃えの拡充（詰め替え用商品の増加）	17		
包装材の削減	18		
トレイの削減	18		
■地域の皆さまとともに			
地域活動への参加	19		
情報発信	19		
社員への啓発活動	19		
社会への情報公開など	19		
寄付活動	20		
太平洋の東と西に「イトーヨーカドーの森」	20		

本報告書は1997年3月～1998年2月を対象としています。

発行日1998年4月

トータルに環境負荷を減らすために



基本的な取り組み

業務の効率化・ロス排除により環境負荷の削減につとめる

1997年度の活動

1997年度も、前年度の環境監査結果を受けて立案した「目標・計画」に基づいてさまざまな活動を実施しました。ここでは96年度の環境監査結果と97年度の「目標・計画」および特に力を注いだ活動をご紹介します。

1996年度環境監査のポイント

- 評価点**
- 事業活動の各段階ごとに、発生する環境負荷を把握してその低減を図っていること。
 - 直接お客さまの目に触れる部分だけでなく、事業活動全体を見据えた計画と取り組みを行っていること。
 - チェーン・オペレーションの特性を生かして取り組みを進めていること。
- 課題**
- [全体的な課題]**
- 指針と理念がすべての場所で意識され、実践されること。
 - 社員教育をいっそう強化、拡大すること。
- [個別的な課題]**
- エネルギー使用量をこれ以上増やさないようにする。
 - 塩ビ問題に取り組み、商品の提供を通じてお客さまへの生活提案につなげる。
 - データ把握に基づいた目標、計画を策定する。
 - 社会全体の環境負荷削減にも寄与できるよう取り組む。

1997年度の目標と計画

- 基本的目標**
- [事業活動に関して]**
- 「ロス排除」を基本に、「仕入れ、物流、店舗、販売」といった事業活動の各段階ごとに環境負荷削減を進める。→ごみ減量、省資源、省エネ
- [地域やお客さまとの協力]**
- 地域リサイクル拠点としての各店舗の活動および商品提案を通じて、地域やお客さまと一体となった取り組みを行う。

1997年度、とくに力を注いだ活動

- 333キャンペーン**
- 全社員を対象にして、ごみの分別・減量化を目指して、「ごみの3割削減、3分別、ごみ袋の3回使用」を徹底することで、毎日の作業内での分別の意識付けと習慣化を図り、ごみの減量化にも成果を上げました。
- ラップフィルムの変更**
- 店内加工の生鮮品に使用している塩ビ・ラップフィルムを、39店舗で非塩ビ系のポリオレフィン・フィルムに転換しました。(98年4月現在、107店舗で導入済み)

環境改善に効果を上げる「業務改革」

イトーヨーカドーは、小売業の仕事にとって「意味のある形」で環境への負荷を最も効果的に削減できる方法を追求してきました。

そして商品の生産、流通、販売、消費、廃棄にわたるあらゆる段階で生まれる大きな「ロス」に着目し、省資源、省エネルギー、廃棄物削減、温暖化ガス削減などのために、こうしたロスを細かく把握して、削減することが最も優先的な課題であると考え、実行しています。

業務改革

イトーヨーカドーでは、お客さまの立場に立った小売業を実現するために、1982年以来継続して「業務改革」を進めています。これは商品一つ一つに目を向けたきめ細かな商品管理（単品管理）に基づき、商品開発 — 物流 — 販売が一体となってお客さまの求めている商品をタイムリーに、適切な量を提供するための取り組みです。業務改革による「売れ残り」や「売り逃し」などのロスをなくす努力は、次のように環境への負荷の削減にも効果を上げています。



商品の売れ行きを単品ごとにチェックして、品切れや売れ残りのロスを減らします。

- ロス低減により売場からの廃棄物が大幅に減少
- 物流の合理化により車両台数の削減、走行距離などの短縮
- 「計画的な生産 — 販売」体制によって、ニーズに合わない商品を大量に見込み生産することから生まれるムダを解消

業務改革の効果

単品管理の効果

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

経営面のメリット

- お客さま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」により、食品の「廃棄」の発生を2割削減

生鮮食品・惣菜などはつねに新鮮な商品を提供するために、販売期限を過ぎて売れ残った商品は廃棄されます。しかし、毎日、売場で、きめ細かく単品管理を行い、天候や曜日・時間帯などによって変化のお客さまのニーズに合わせた品揃えを進めることで、97年度はこの廃棄の発生を1年間におよそ2割削減することができました（1店舗当たりの廃棄個数ベース）。

店舗での取り組み

イトーヨーカドーの店舗では、衣料、住居、食品の各売場でさまざまな環境への取り組みを実施しています。また、ふだんお客さまの目に触れる機会が少ないバックルームでは、廃棄物の減量化、資源のリサイクルなどに関する取り組みを毎日の仕事の中で進めています。



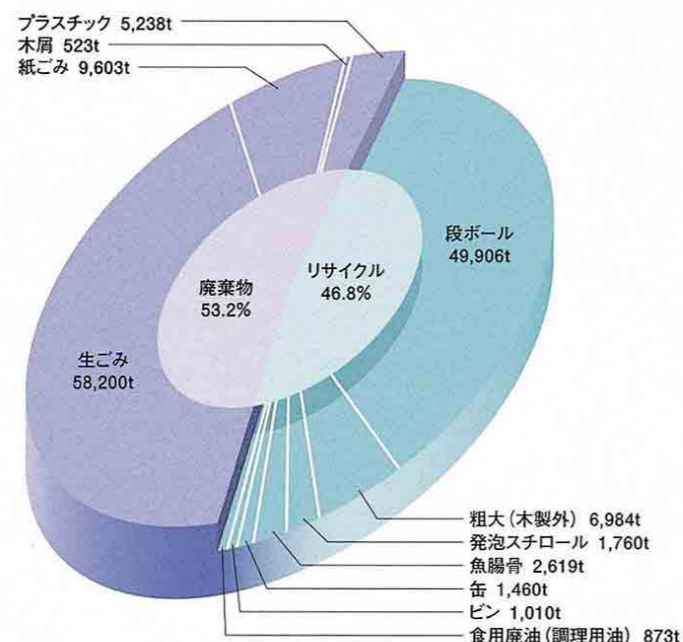
廃棄物を減らすために〈店舗での取り組み①〉

イトーヨーカドーは各店舗に責任者を置き、社員一人一人の役割分担を明確にして、ごみ減量化を図る仕組みを作っています。また、廃棄物処理を手掛けるお取引先とチームを組み、情報交換を進めながら再資源化などの仕組み作りを進めています。

各店舗の責任者・役割分担の明確化

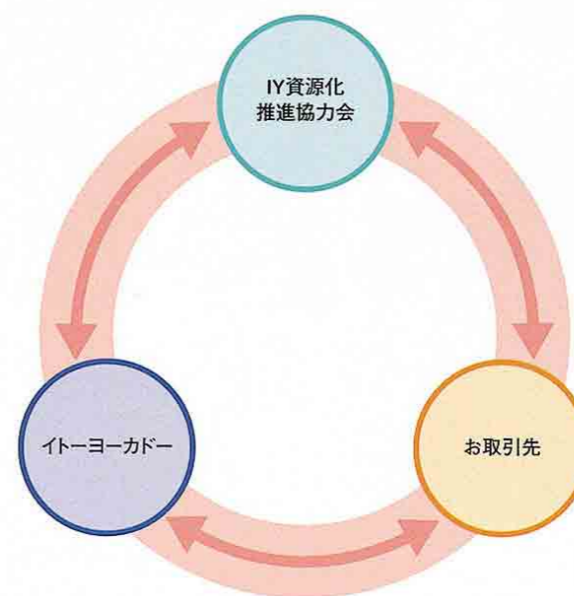
各店舗のオペレーション統括マネジャー（店次長）を責任者として、廃棄物の保管・処理、ごみ減量化に関する監督・指導を行い、日常の仕事の中で全社員にごみの削減、分別の徹底、リサイクルの徹底を図っています。

■廃棄物の種類とリサイクルの状況



■IY資源化推進協会

廃棄物処理と資源化に関する業務をお引き受けいただいているすべてのお取引先と情報の共有化、リサイクルの推進を図るために「IY資源化推進協会」を1995年に設立。廃棄物処理作業マニュアルの発行、リサイクル研究、研修等の活動を進め、廃棄物処理に関する法制や技術の変化にスピーディーに対応するようつとめています。



■「廃棄物・管理マニュアル」の作成



廃棄物処理、管理マニュアル

■1997年度の活動

- イトーヨーカドーと一体となった「333キャンペーン」の推進、廃棄物量の集計
- 容器包装リサイクル法施行に対応した作業の標準化と徹底
- 廃棄物のリサイクルに関する検討

333キャンペーン

ごみの3割削減、3分別の徹底、ごみ袋の3回使用を目指し、97年6月から全社を挙げて取り組んでいます。

■ごみの削減

〈ポイント〉

- ①水分を含むごみは、完全に水を切る
- ②再使用・再利用できるものは捨てない
- ③リサイクルできるものは完全に分ける

〈効果〉

可燃ごみ、不燃ごみの総量 = 全社で13%削減
3t積みパッカー車、5,012台分のごみを減量



事務所の掲示板を使って全社員に徹底〈西新井店（東京都）〉

■3分別

各店舗のバックルームに燃やせるごみ、燃やしてはいけないごみ、リサイクルするものについて分類をきめ細かく具体的に表示し、分別の徹底をアピール。

■ごみ袋の3回使用

紙ごみを入れる袋など1度使っただけでは汚れないごみ袋は、3回使用するようになりました。この結果、ごみ袋の使用量は10%削減できました。

1998年度の目標

キャンペーンを継続して実施し、さらに廃棄物量の10%削減、ごみ袋使用量の10%削減を目指します。



売場ごとにごみを分別〈亀有店（東京都）〉

リサイクルを進めるために〈店舗での取り組み②〉

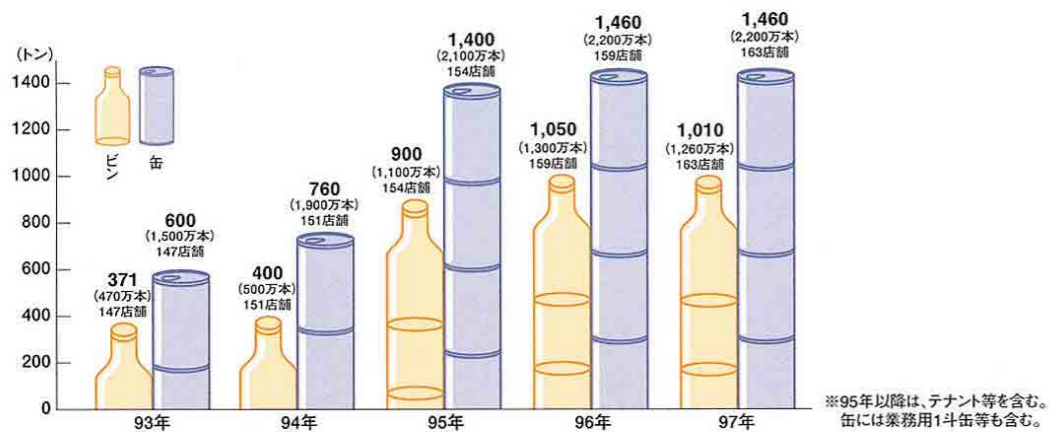
リサイクルの推進で最も重要な点は、仕組み作りです。回収 — 運搬 — 中間処理 — 再生の一連の工程をトータルに把握し、物流面からも経済性からも合理的な仕組みを確立することが、継続的なリサイクルの実現には不可欠です。イトーヨーカドーはこうしたシステム作りを力に注ぎ、お客さまとも一体となって最も効果的なリサイクルのあり方を追求しています。

ビン・缶

■仕組み



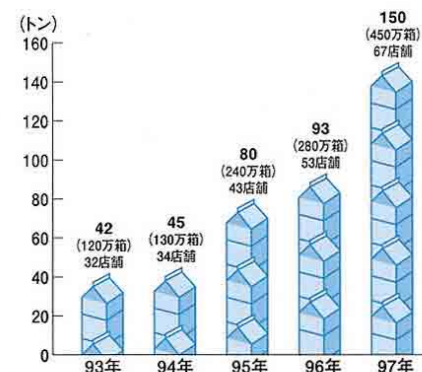
■回収の推移



地域との協力

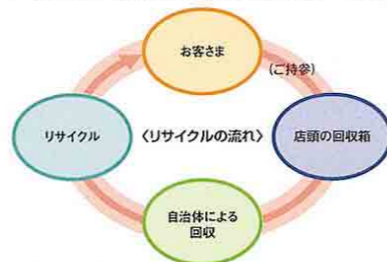
■牛乳パックのリサイクル

地域ボランティア団体等からの要請があった場合、回収スペースの提供、PRなどをお手伝いしています。



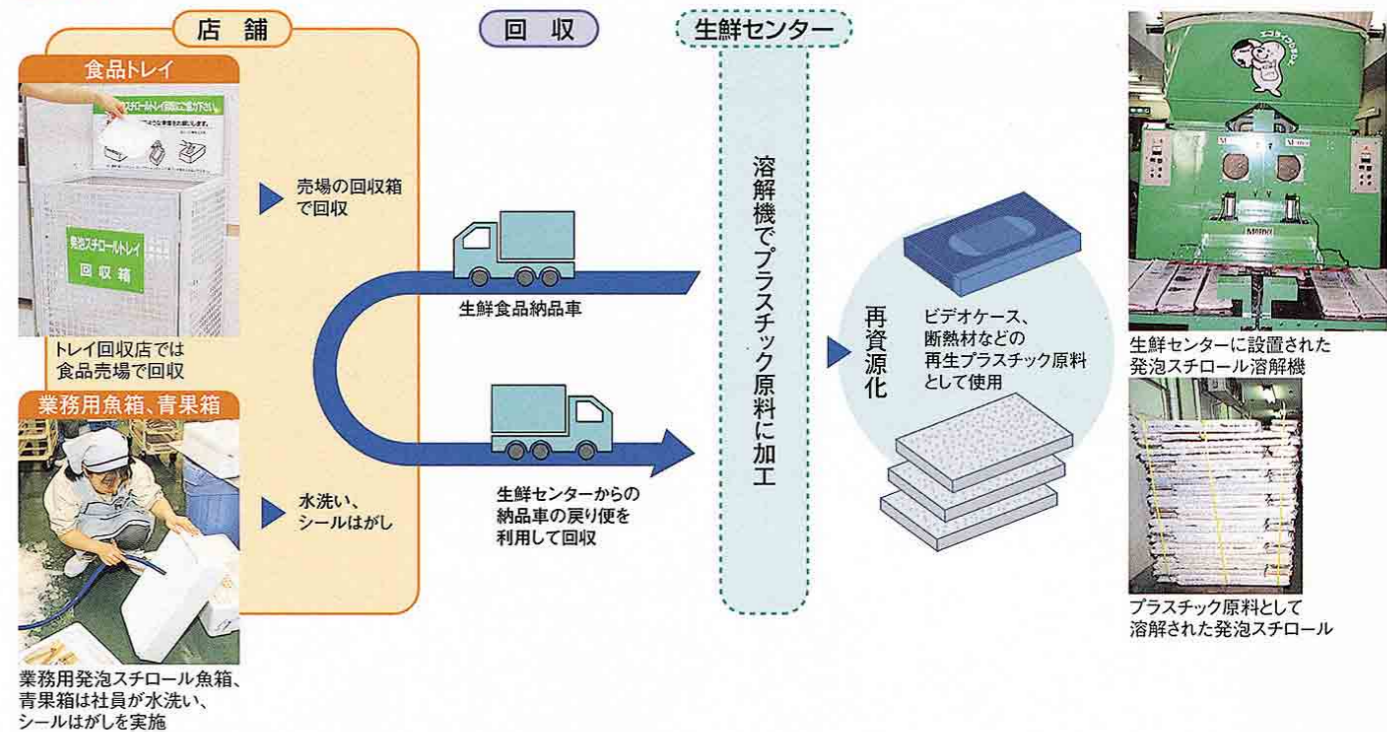
■ペットボトルのリサイクル

地域、自治体との協力を進めています。各店舗は地域のリサイクル拠点として、協力要請があった場合は、要請に基づいて回収に協力しています。97年度は、東京都23区内など26店舗で回収に協力しました。

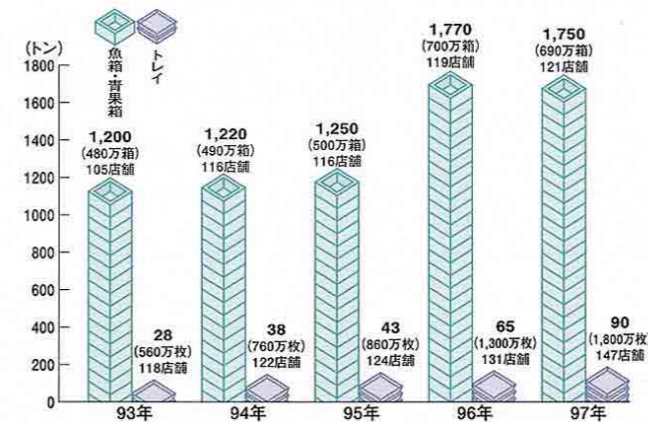


発泡スチロール

■仕組み



■回収の推移



その他のリサイクル

- 段ボール→古紙
- 業務用食用廃油（調理用油）→飼料
- 魚腸骨→飼料
- 管理部門からの紙ごみ→分別回収によりリサイクル
- 電池→売場でお客さまから「水銀電池」「ニッカド電池」を回収

配送車両や段ボール箱を減らすために 〈物流の改革〉

物流の合理化は、作業効率の改善やコスト削減などの効果だけでなく、配送車両台数の削減、1台当たりの走行距離の削減、省エネルギーや温暖化ガスCO₂の削減などにもつながります。イトーヨーカドーはこうしたトータルな視点で、生産地 — 物流センター — 売場の、全体を通したシステムを見直しつづけ、改革を進めています。

物流の合理化

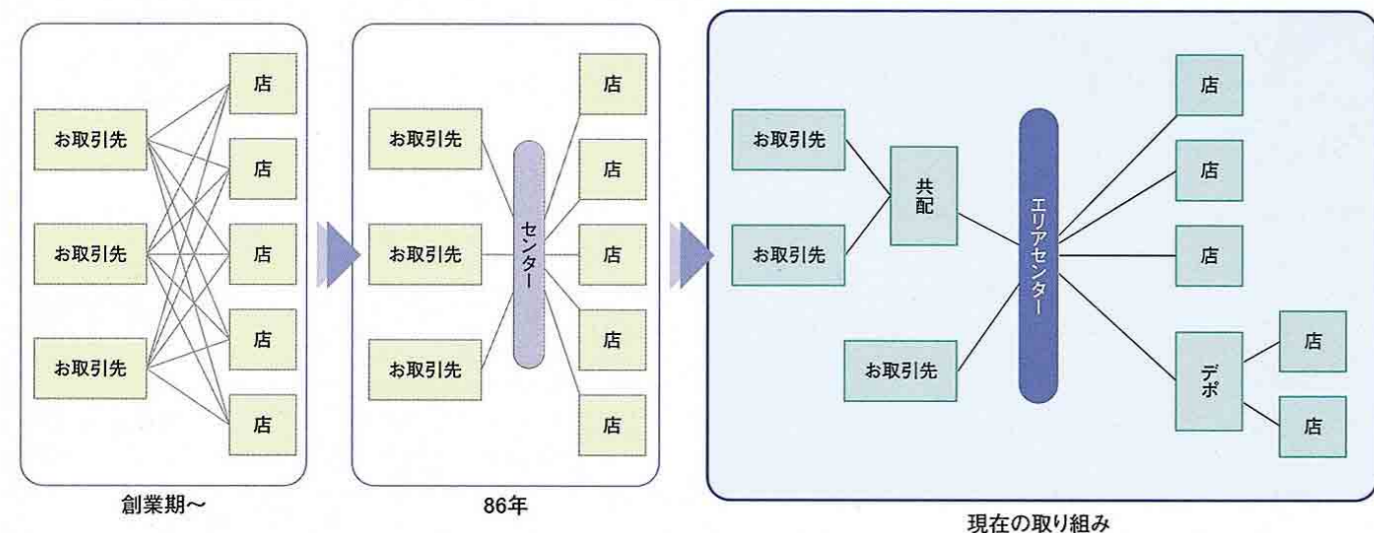
97年度、物流の合理化の一環として、物流センターの分散化=店舗への接近を図り、エリアセンター化をさらに進めました。これにより、センター—店舗間の配送距離と時間が一層削減されました。

〈98年度以降の計画〉

- 温度帯別配送の統合（チルド、冷凍食品の配送の統合）により、店舗への車両台数の一層の削減
- センターから店舗までの車両を削減すると同時にお取引先—センター間の物流の合理化を進め、トータルな車両削減を追求



〈厚木物流センター（神奈川県）〉



●センター—店舗間で使用する輸送車両のNOx、CO₂排出量

		延べ車両台数	総走行距離(千km)	燃料使用量(軽油)(kl)	NOx排出量(kg)	CO ₂ 排出量(千kg)
96年度	生鮮納品車	4t車(265,174台)	21,585	4,073	74,536	2,936
	その他の納品車	2t車(18,060台) 4t車(123,132台) 10t車(21,468台)	24,334	4,412	80,739	3,181
	計	427,834台	45,919	8,485	155,275	6,117
97年度	生鮮納品車	4t車(265,317台)	21,590	4,074	74,540	2,937
	その他の納品車	2t車(20,525台) 4t車(131,652台) 10t車(14,196台)	17,330	3,200	58,560	2,307
	計	431,690台	38,920	7,274	133,100	5,244

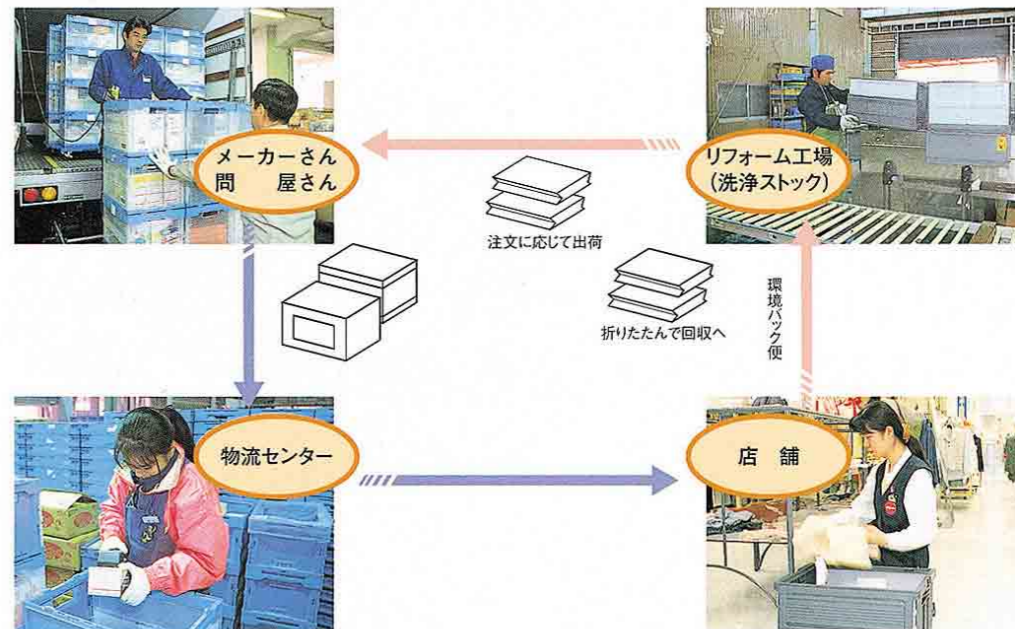
*生鮮納品車=97年度は96年度より9店舗増加しましたが、走行距離は前年とほぼ同じ。
*その他の納品車=97年度から、福島、宮城にセンターを設置し、従来群馬から納品していた東北地域各店舗への配送距離を大幅に削減。
*NOx排出量係数=軽油18.3kg/kl、CO₂排出量係数=軽油721kgc/kl(いずれも環境庁環境影響評価プログラム係数使用)

衣料品の通い箱・ハンガー納品

■通い箱

商品の配送に使う箱を、使い捨ての段ボール箱から繰り返し使える「通い箱」に替えることで、段ボール箱の使用量・廃棄量を削減しています。97年度は新サイズの導入、他量販店との共通仕様の作成などにも取り組みました。

●通い箱の仕組み



●1年間で削減できた段ボール箱の量

96年度	200万箱
97年度	260万箱

*全納品物量に占める通い箱の割合31%

〈対象商品〉
婦人：紳士、子供衣料（ハンガー納品以外のセーター、ポロシャツ等）、肌着、服飾品

〈98年度の目標〉

IYグループ各社への拡大、量販店共通仕様の見直しを図りチェーンストア全体の物流の合理化を一層推進します。また年間350万箱の段ボール削減を目指します。

〈対象商品〉
婦人：スーツ・ワンピース・スカート・スラックス・ジャンパー・ブラウス、
紳士：スーツ・ジャケット・スラックス、
子供：スカート・スラックス、パジャマ、ラウンジウェア

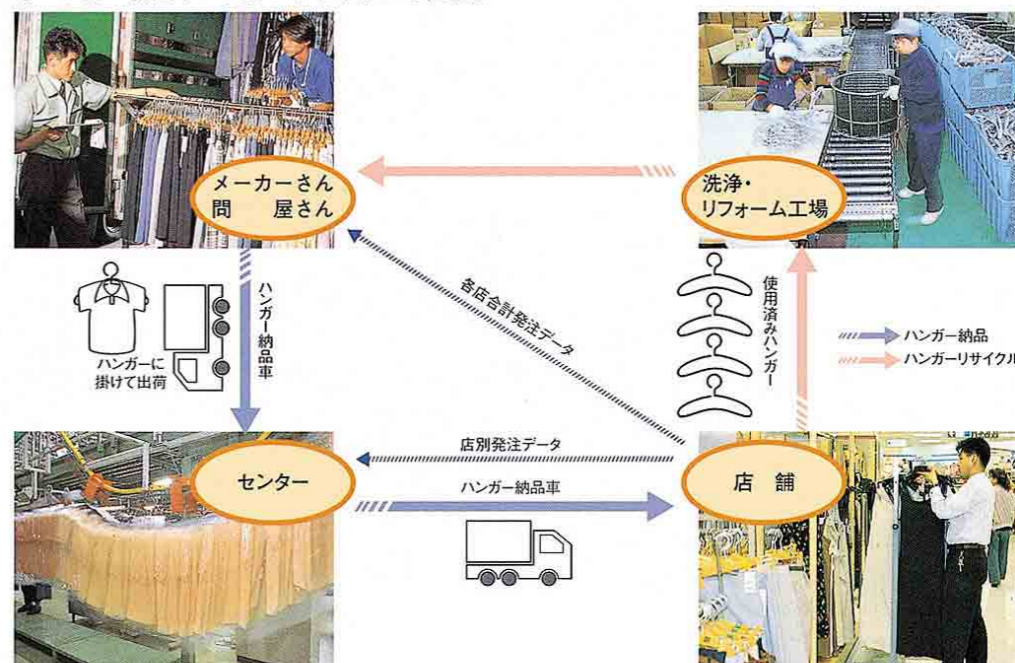
■ハンガーリサイクル

従来、店舗から出るプラスチック廃棄物の多くを占めていたのが使い捨てハンガーでした。イトーヨーカドーではその削減を図り、1992年よりハンガーリサイクルをスタート。お取引先と協力して、ハンガーを繰り返し利用する仕組みを構築しています。

■ハンガー納品

メーカーさん、問屋さん、輸送会社さん等と協力して、衣料品を段ボール箱に梱包せず、ハンガーに掛けたまま出荷—納品を行う仕組みを作っています。97年度は対象服種をさらに拡大しました。

●ハンガー納品+ハンガーリサイクルの仕組み



●1年間で削減できた段ボール箱の量

96年度	1,500万着 (150万箱の段ボール削減)
97年度	1,600万着 (160万箱の段ボール削減)

〈対象商品〉
婦人：スーツ・ワンピース・スカート・スラックス・ジャンパー・ブラウス・水着
紳士：スーツ・ジャケット・スラックス・カジュアルアウター

〈98年度の目標〉

パジャマ等への拡大テストを実施。また、情報システムの変更と連動して、システムの見直し、対象商品の拡大の検討を継続します。

資源・エネルギーを有効に使うために <省エネ、CO₂の削減>

イトーヨーカドーでは70年代以来、継続して店内の明るさの調整、空調温度の管理など省エネルギーに取り組んできました。さらに、省資源、省エネルギー化を進めるため、新技術の導入はもとより、きめ細かな点灯・消灯など日常的な対応の強化も進めています。

エネルギー使用量

■使用量

電気 (千kWh)	780,926 (前年比101.2%)
ガス (km ³)	25,361 (前年比109.1%)
水道 (m ³)	6,510,110 (前年比100.4%)

※97年度中に開店・閉店した店舗をのぞき、前年との比較可能な155店舗の年間使用量です。但し、営業時間延長等に伴い97年度の営業時間前年比は100.7%、また155店舗における売上高前年比は98%です。

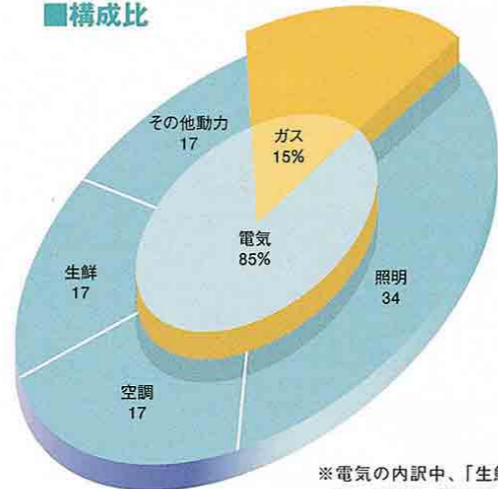
■電気

97年度全般の猛暑やスポットライト使用の抑制が予想以上に進まなかったことなどが影響して、営業時間延長分等を調整しても約0.5%の使用量増加となりました。

■ガス

4店舗で空調機を電気式からガス式に転換したこと、猛暑等の影響で前年より約9%の増加となりました。

■構成比



※電気の内訳中、「生鮮」は冷ケースなど、「その他動力」はエレベーターなどによる使用。

省エネルギー対応

エネルギー使用の構成比から明らかなように、「電気」が大きな比重を占めています。このため、省エネルギー化も電気を中心に対応を進めています。

■売場の照明

段階的調光、閉店と同時に「3分の1照明」切り替え、冷ケース、衣料、住居のスポットライト、サイン照明の見直し

■空調

売場：夏季26℃、冬季18℃
事務所・作業場等：事務所と食堂以外の冷暖房を中止、屋上ドアを常時「閉」

■冷凍機

売場の冷凍機は営業中のみ点灯、オープンケースは閉店後バックルームの冷凍・冷蔵庫に戻し電源オフ、バックルームの冷凍・冷蔵設備はドアの開放禁止

■エレベーター

売場：開店5分前に始動、閉店後お客さまが退店され次第停止
バックルーム：荷物専用とし、使用頻度を低減

新設備の導入

■コージェネレーションシステム

97年11月にオープンした五所川原店に、現地発電を行うコージェネレーションシステムを導入し、テストを実施しました。今後オープンする店舗で可能な地域を選択し、継続して導入を検討していきます。

●五所川原店での導入検証 (97年12月 1カ月間の検証)

	コージェネレーションなし	コージェネレーションあり
電気 (kWh)	918,770	527,870
ガス (Nm ³ /h)	31,187	21,393
重油 (リットル)	0	99,293
CO ₂ 排出量 (kg-C)	378,208	358,849 (CO ₂ 削減率5.12%)



五所川原店（青森県）のコージェネレーションシステム

■省エネ照明器具

八戸店で導入実験を実施し、1台あたり31.7%（基本照明）の省電力効果を上げました。新店への導入を検討しています。

■蓄熱システム

水蓄熱（3店舗）、氷蓄熱（5店舗）の各システムの導入実験を進めています。

■その他

空調方式の変更を検討しています。

■98年度の目標

店舗での省エネルギーの徹底、30%カット照明の実施、新規設備の導入により、総合的に省エネルギー化を進め、売り上げ単位当たりのエネルギー消費量の削減を図ります。

フロンの管理

種類、在庫量を把握し、適正な管理を行っています。また空調機、冷凍機の入れ替え時にはフロンを使用しない機種、オゾン層破壊の恐れがない代替物質を使用した機種を導入しています。

■空調用冷凍機とフロン在庫

- R-11用 ……51台（フロン総量25,480kg）
- R-12用 ……9台（フロン総量2,730kg）
- R-123用 ……5台（フロン総量1,555kg）

R-11、12用冷凍機対応策は

- ①入れ替え時にR-134a用冷凍機か、ガス吸収式冷温水機に交換する。
- ②耐用年数以内の冷凍機は、フロン回収装置を設置し、大気中への放出を抑制する。また、汚れた場合は再生し再利用する。

■生鮮冷凍機とフロン在庫

- R-22用 ……967台（フロン総量85,088.7kg）
- R-502用 ……218台（フロン総量11,860.9kg）

R-502用=冷凍機入れ替え時にR-22用に転換し、フロンガスはメーカーにて回収・精製し他店舗で再利用。耐用年数以内の冷凍機は、代替フロン（TP5R2）を使用。

エコライフのために〈商品・サービスの取り組み〉

必要な包装機能や品質を保ちながら簡易化するよう、包装材の削減、材質の転換等を進めています。また、これまで難しいとされてきた業務用ラップの「非塩ビ化」も、お取引先とチームを組んだ研究開発の結果、成功しました。

ラップ

■非塩ビ系フィルムへの転換

店内加工の生鮮食品に使うラップフィルムについて環境への負荷の軽減を図り、

- ①焼却時に塩素ガス発生のおそれがない
- ②従来より軽量で廃棄物重量が軽減できる「ポリオレフィンフィルム」を、メーカーさんと共同開発しました。97年度は39店舗で導入。98年4月に107店舗に拡大し、98年中には、全店変更を目指します。



店内加工の生鮮食品にポリオレフィンラップを使用〈大井町店（東京都）〉

再生資材の導入

■「エコボディ」

段ボール紙などの端材を溶かして成型した陳列用のマネキンボディを導入。

使用して消耗した場合は再度溶かして成型できます。

- 97年の使用実績……10店舗600体
- 98年の目標……新店を中心に拡大



エコボディ

■トナーカートリッジのリサイクル

- 97年度使用実績……1,096本
- 98年の目標……1,280本のうち70%をリサイクル品に代替（本部パソコンプリンターのトナーもリサイクル）

商品の提案

■ポリエチレン製食品用ラップ

トウモロコシを原料にしたフィルムカッターを取りつけ、使い終わった後はそのまま「燃やせるごみ」になります。これまでの30cm幅のラップに比べ26cm幅でムダを少なくしています。（26cm幅でもほとんどの皿にラップできます）

ポリエチレン製食品用ラップ
………118円（幅26cm×長さ30m）



■トイレット・ペーパー

古紙100%
（内30%が牛乳パック）
イトーヨーカドー・
ソフト4ロール（シングル）
178円（114cm×65m）
イトーヨーカドー・
ソフト4ロール（ダブル）
178円（114cm×32.5m）



■水切り袋

再生ペットボトルのポリエステルを40%使用
三角コーナー用……168円（31cm×27cm×20枚）
排水口用………198円（23cm×26cm×20枚）

品揃えの拡充（詰め替え用商品の増加）

洗剤、柔軟剤、シャンプー、リンスなどは、お客様の環境保護への意識の高まりを反映して、詰め替え用へのニーズが高まっています。イトーヨーカドーではこれに応え、各商品とも詰め替え用の品揃えを大幅に拡充しています。商品本体対詰め替え用商品の比率では、洗剤・衣料用柔軟剤で2：8、ボディーソープ、シャンプーで4：6までと、詰め替え用商品が多くなっています。



日用品コーナー詰め替え用商品のご提案



包装材の削減

■レジ用包装材の使用実績

	94年		95年		96年		97年	
	数量	重量	数量(前年比)	重量	数量(前年比)	重量	数量(前年比)	重量
1店舗当たり	ポリ袋S	37万枚	35万枚(96%)	25t	37万枚(103%)	22t	36万枚(97%)	19t
	ポリ袋M	80万枚	72万枚(90%)		74万枚(103%)		71万枚(96%)	
	ポリ袋L	133万枚	120万枚(90%)		115万枚(96%)		112万枚(97%)	
	ポリ袋特大	41万枚	34万枚(83%)		34万枚(100%)		38万枚(112%)	
	紙袋(衣料)	89万枚	廃止(-)	-	-	-	-	-
	紙製手提袋	13万枚	10万枚(80%)	7t	9万枚(90%)	6t	8万枚(90%)	6t
	衣料用ポリ袋	25万枚	63万枚(249%)	8t	63万枚(100%)	8t	60万枚(95%)	7.5t
計	418万枚	334万枚(80%)	40t	332万枚(99%)	36t	325万枚(98%)	32.5t	
全店計	63,118万枚 (全店151店合計)	51,436万枚(81%) (全店154店合計)	52,788万枚(102%) (全店159店合計)	52,975万枚(100%) (全店163店合計)	95年 衣料用ポリ袋導入により、二重包装の削減。衣料用紙袋廃止。レジ用袋削減。 96年 レジ袋厚み削減による使用プラスチック総重量の削減。(25t→22tへ) 97年 徹底した二重包装の削減。			

■包装の簡素化と素材の変更

- レジ袋=強度や実用上の問題点の検討を行い、96年にレジ袋の厚みを約10%カットしました。
- 衣料用ポリ袋=95年以降、衣料専用のポリ袋を導入し、二重包装を削減しました。



以前の衣料包装（紙袋+ポリ袋）



衣料用ポリ袋（中が透けて見え、持ち手がついているため、衣料品を直接入れられます。）

■その他の包装の簡素化

- 簡易包装紙=のし紙印刷済みの包装紙で、お中元、お歳暮等の贈答品の包装を簡素化。
- 簡易包装箱=化粧箱の簡素化により、ギフトの包装を簡素化。

●ギフト用包装1店当たりの実績（全店計）

	有料包装/数量(全店計)	簡易包装/数量(全店計)	包装紙/重量(全店計)
94年	32,800箱(495万箱)	6,600箱(100万箱)	2,600kg(393t)
95年	34,500箱(531万箱)	5,800箱(90万箱)	2,560kg(394t)
96年	30,800箱(490万箱)	6,300箱(100万箱)	2,110kg(334t)
97年	29,800箱(486万箱)	5,300箱(86万箱)	2,050kg(334t)

トレイの削減

イトーヨーカドーは引き続きトレイに関する基本姿勢の徹底を図っています。

トレイに関する基本3原則

「使わない努力」「必要な商品には最小限に使う」
「使ったトレイはリサイクルする」

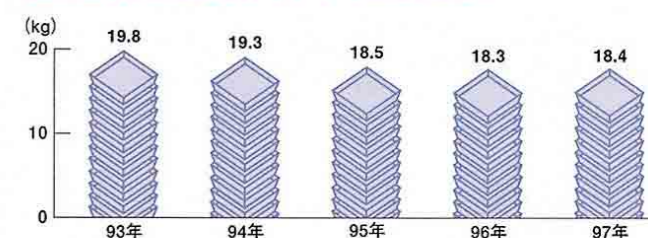
〈対策〉

- 対面販売、バラ売りなど販売方法の変更によりトレイの削減を推進
- リサイクル可能な発泡スチロール・トレイへの転換
- トレイ回収リサイクル店舗の拡大

〈98年の目標〉

さらに基本を徹底し、単位売り上げ当たりの使用量削減を図ります。

■商品1万点当たりのトレイ使用量推移



*97年は個食化ニーズの拡大などに対応して食品の少量パック化が進み、トレイ使用量が増加しました。

●総使用量

93年	1,700t(138店)
94年	1,750t(142店)
95年	1,700t(145店)
96年	1,800t(153店)
97年	1,940t(158店)

地域の皆さまとともに

お客さま、地域社会と一体となって、暮らしに根ざした「環境の保護」に取り組み、各店舗は「地域の拠点」として情報発信などにつとめています。

地域活動への参加

■リサイクルの協力

- 自治体や地域のボランティア団体の要請に可能な限り応え、牛乳パックやペットボトルの回収スペースの提供やPRに協力しています。
- 横浜市でアルミ缶リサイクル協会が実施している有料アルミ缶回収機の設置に協力しています。

■地域イベントへの参加

各地の「エコライフフェア」などに参加しました。

情報発信

1991年以来継続して「エコライフしましょ。」キャンペーンを展開し、環境問題をアピールするパンフレットの配布、ポスターの掲示、パネル展示などを行っています。



リーフレット

ポスター

社員への啓発活動

■店長および店舗幹部社員

毎週実施している店長会議等を通じて環境問題の現状や社会動向などの情報を共有化。各店舗では幹部社員が中心になって教育を徹底しています。

■各店舗の一般社員（アルバイト、パートを含む）

ごみの分別、リサイクル処理のためのルールの徹底、包装簡素化、省エネ意識の徹底を図り、毎日の業務の中で繰り返し理解を深め、環境に対する意識が日常生活の中で身につくようにつとめています。



売場でのごみ分別

店周辺での清掃活動

〈清掃活動〉

各店舗とも定期的に店舗周辺の清掃活動を実施。社員の環境意識やクリンリネスの意識の向上を図っています。

社会への情報公開など

■情報公開

- イトーヨーカドーとIYグループの環境問題への取り組みは、本冊子以外にも次の発行物で随時公表しています。
- 「イトーヨーカドー/IYグループ会社概要（年1回発行）」
- 「事業報告書（年1回発行）」
- 「IY GROUP四季報（年4回発行広報誌）」
- 「ぐるーぶIY（月1回発行社内報）」

■法令等の遵守

- これまで当社を対象とした環境に関する訴訟は発生していません。
- 環境保護や環境破壊の防止に関する取り組みの推進に当たっては、各店舗とも国及び地元自治体の法令等を遵守した活動を進めています。

寄付活動

■スタンプカード

食品レジでは、ポリ袋をご辞退いただいたお客さまにスタンプカードをお渡しし、1回のお買い物につきスタンプを1個押し、20個貯まるとカードを100円に換金しています。同時にカード1枚につき50円を、イトーヨーカドーがお客さまに代わって「国際熱帯木材機関（ITTO）」に寄付しています。

〈97年実績〉

- 年間レジ袋削減数：750万枚
- 年間寄付金額：1,036万円
- 延べ利用者数：414万人
- 91～97年累計レジ袋削減数：5,050万枚
- 91～97年累計寄付金額：6,951万円



食品レジでスタンプカードにスタンプを押印

■その他の寄付活動

- ①公益信託「地球環境日本基金」に「イトーヨーカドーグループ地球環境記念基金」を設置
- ②WWF Japan（世界自然保護基金日本委員会）への寄付
- ③ITTOへの寄付

〈実績〉

91～97年の累計金額：2億99万円

太平洋の東と西に「イトーヨーカドーの森」

ITTOは、イトーヨーカドーからの寄付金の一部を使って、ペルーのアマゾン流域、リオハ地区の熱帯雨林再生プロジェクトを1991年から1995年にかけて実施。

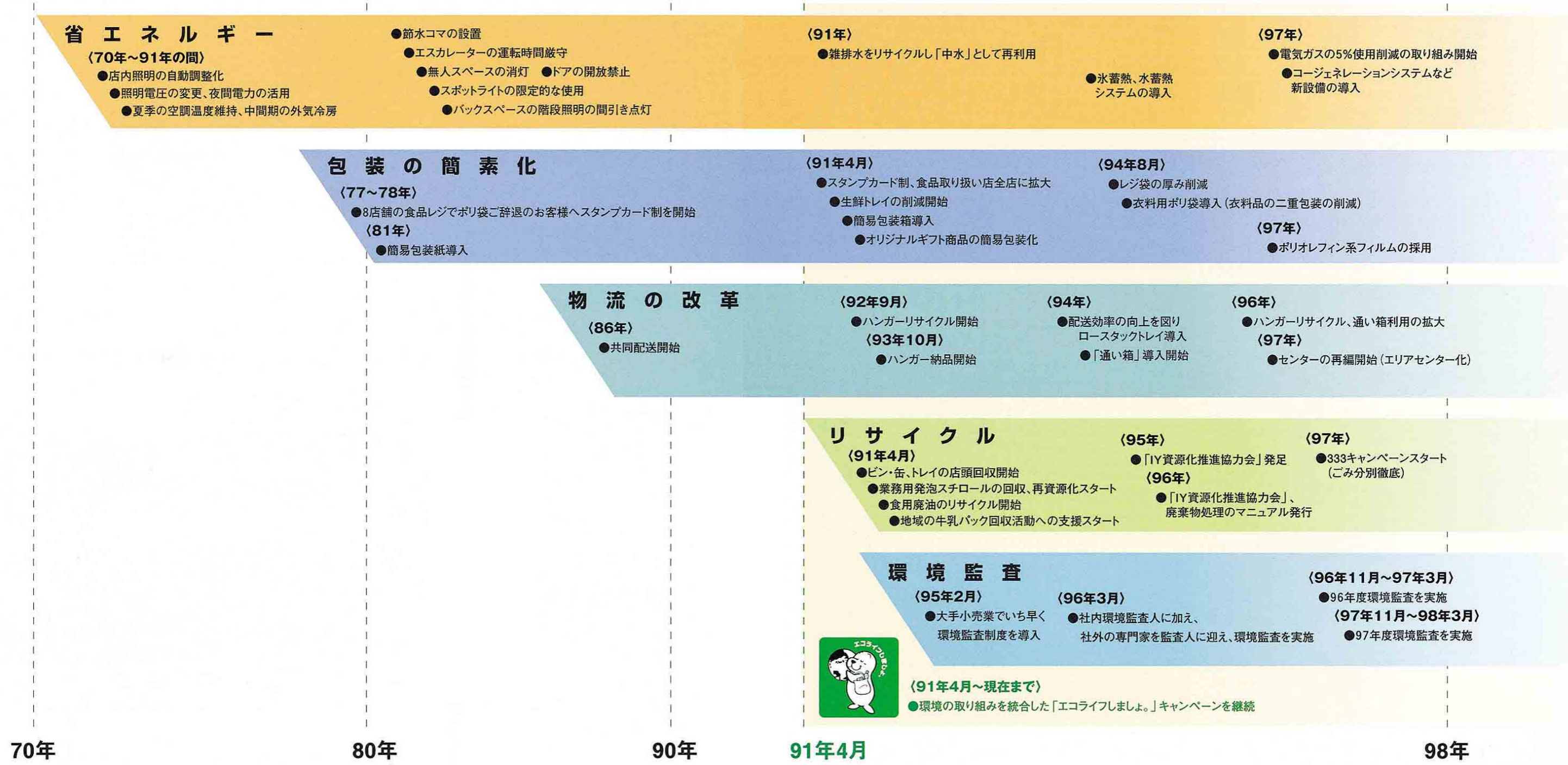
また、1998年からはフィリピン、ルソン島ヌエヴァ・ヴィスカヤ地区でも熱帯雨林再生事業を実施します。いずれも苗木の育成——植林とともに、自然と共生できる持続可能な生産可能な農業の育成などにも力を注いでいます。



ペルー・リオハ地区で育っているイトーヨーカドーの森



継続的な取り組みを進めています



- 90年7月 環境開発プロジェクト発足
- 91年4月 「エコライフしましょ。」キャンペーンスタート
- 91年 クリーンバード・キャンペーン開始
地球サミット、ITTOなど地球規模の環境保護活動への資金的な支援・協力をスタート
- 92年 ITTO、イトーヨーカドーの寄付金を活用してアマゾン上流の熱帯雨林再生事業を開始（～95年）



店舗周辺の清掃活動（津田沼店（千葉県））

- 94年4月 「環境指針」「環境規約」制定
- 95年3月 「環境への取り組みと環境監査」No.1発行
- 96年4月 「環境への取り組みと環境監査」No.2発行
- 97年1～2月 ナホトカ号重油流出事故で、重油回収のボランティア活動を支援
- 97年6月 「環境への取り組みと環境監査」No.3発行
ごみ削減、分別の徹底、資源有効利用を図る「333キャンペーン」を全社を挙げて展開



生鮮作業場でのごみの分別

- 97年12月 ITTO、イトーヨーカドーの寄付金を使い、フィリピン・ルソン島での熱帯雨林再生事業の実施を決定

1997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1997年度イトーヨーカドー環境監査所見は、店舗2カ所及び通い箱リフォーム工場の現地監査、各部の環境に関する取り組み状況についての書類監査及び各担当者との質疑応答に基づき作成したものです。

2. 全般的所見

昨年度(1996年度)の所見では、イトーヨーカドーが事業活動に伴い発生する環境負荷を、仕入れ段階、物流段階、店舗段階及び販売段階の4つのフェーズに分け、そのそれぞれ毎に計画を定め取り組みを行っていることを高く評価しましたが、1997年度は仕入れ段階では商品開発でのロスの削減、環境負荷の小さい商品の開発、物流



ごみの分別状況をチェック(長野店(長野県))

段階では通い箱利用の拡大、店舗段階では廃棄物の削減、販売段階では包装材の削減などの効果がみられ、これらの地道な取り組みが着実に成果を上げていることを評価したいと思います。今後も引き続き各段階での取り組みを強化していくことを期待します。

第二に、特に今年度は廃棄物の「333キャンペーン」に取り組み、廃棄物が10%以上削減されました。店舗監査でも廃棄物がきちんと分別され、適正にリサイクルや処理されていることを確認することができました。廃棄物分別と処理のルールが社員一人一人に浸透し、高い意識を持って取り組まれていることを高く評価します。

第三に店舗数が全体で9店舗増加しているにもかかわらず、配送車両延べ台数及び総走行距離がほぼ前年並で押さえられたことは、配送効率化の取り組みの成果であり、賞賛に値します。今後もより一層の効率化に取り組んでいただきたいと考えています。

しかしその一方で、電気及びガスの使用量は、30%カット照明の導入などの各種の取り組みにもかかわらず、店舗休業日の削減、営業時間の延長などもあり、増加してしまっています。電気やガスなどの使用量の削減は、地球温暖化の原因物質である二酸化炭素排出量の削減に結びつく極めて重要な取り組みです。今後、少なくとも既存店のエネルギー消費を現状よりも増加させない、さらには既に一部設置されつつあるコージェネレーションや省エネ型照明器具の導入などにより使用量削減を図る等、積極的で他の模範となる取り組みを展開していくことを望みます。

また昨年の所見でも指摘致しましたが、全社的な環境マネジメントシステムの構築は、まだやや不十分です。各店、各部が自らの環境目標を認識し、その管理を行い、目標の遂行に責任を持つ体制を整備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食品売場でのロス削減は、廃棄2割減と、大きな改善が見られました。地道な取り組みの成果として評価できます。このようなロスの排除が経営体質の強化にもつながることであり、今後継続した取り組みを望みます。



生鮮作業場での分別状況をチェック(足利店(栃木県))

②衣料品の通い箱使用は前年比134%と大いに伸長し、全体の31%を占めるまでになりました。ハンガー配送も同様に伸長し、これらの取り組みにより420万箱の段ボール使用が削減され、大きな成果が上がっています。今後も取り組みを拡大させるとともに、量販店共通仕様に向けて発展させることを期待します。

③生鮮包装については、業務用の塩ビフィルムがPO(ポリオレフィン)フィルムに代替しつつありますが、他の包装の見直し、簡易包装の取り組み、トレイの使用量の削減などの点でまだもう一步の感があります。容器包装リサイクル法の全面施行への対応も含め、より一層の取り組みを求めます。

④オゾン層を破壊するフロンガスの中で、規制フロンであるR-11及びR-12を冷媒として用いた空調機、冷凍機が、多数使用されています。これらについては「大気中への放出を絶対に行わない」を基本に、これまでと同様、その代替を図っていくことが必要です。

⑤レジポリ袋の使用量は対前年比約10%の削減になりました。今後は特に衣料用以外でのポリ袋の削減を目指し、お客さまと一体となった取り組みの展開を図ることを期待します。

⑥リサイクル素材商品などの環境商品については、いくつか開発・販売が試みられていますが、お客さまに対する情報提供、働きかけが弱いように見受けられます。より積極的なアピールを行っていくことが必要であると考えられます。

⑦スタンプカード1枚につき50円を、熱帯雨林再生事業に協力するためイトーヨーカドーが「国際熱帯木材機関」に寄付をしていることが、アマゾンで「森」に、育ちつつあります。今後は取り組みを継続することはもちろんですが、現地ペルーの人々との交流を深め、地域の発展のための支援を行うことを期待します。

4. 終わりに

1997年度は全般として昨年以上に環境への取り組みは進展したと思います。次年度以降もチェーンストア業界のリーディングカンパニーとして、環境負荷の少ない持続可能な社会の構築に向けて積極的に取り組みを展開していくことを期待します。

1998年3月



回収箱の確認



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

水越さくら

はじめに

経済・社会構造が根底から変化する中で、個人消費がGDP(国内総生産)の6割を超え、生活者の動向が経済・社会を主導する時代を本格的に迎えています。この大きな社会的変化に対応して、モノの生産や流通の構造も、生活者の視点で見直すことが急務となっています。その一方で、廃棄物処理、地球温暖化、資源・エネルギーなど、環境に関するさまざまな課題への対応が、生活に身近な問題としてクローズアップされ、消費生活のあり方自体の見直しも強く求められています。

これからの産業と生活のあり方を考える時、モノづくりから消費までを結びつける産業として小売業が果たすべき役割は、きわめて重要です。

1. 環境負荷の把握の取り組みが全社的な意識の向上に寄与

環境への負荷の軽減という視点から、イトーヨーカドーはこれまで、事業活動が環境に与える負荷の定量的な把握に取り組んできました。その中で、イトーヨーカドーおよびIYグループが進めている「業務改革」は、生活者の視点に立った合理的な仕事の流れをつくることで社会的なロスの解消や経営の効率化をもたらすだけでなく、小売業本来の業務における環境負荷の軽減にとっても重要な取り組みであることが、改めて検証されました。また、環境負荷把握の取り組みは、イトーヨーカドー全部門、全店舗を対象に進められてきた結果、すべての社員に、毎日の仕事の中で「環境への視点」を持つことの大切さを伝え、問題の所在を示す役割も果たしてきました。

こうした現状の検証と情報の共有化は、333キャン



店舗の環境リーダー(オペレーション統括マネージャー)から取り組み状況を聞く

ペーンなどの取り組みを全社的に真剣に実行する企業風土を育ててきた点でも評価できます。

2. 333キャンペーンを通し、自店の問題点の分析を

昨年6月～7月に実施した333キャンペーンのデータ集計結果からは、廃棄物を具体的に分類して分別を徹底することで店舗から出る「燃やしてよいごみ」が確実に削減され、分別とリサイクルへの意識が高まってきたことが確認できました。さらに、キャンペーン期間中だけでなく、毎日の仕事の中で分別やごみ袋の3回利用などの徹底が図られ、廃棄物の削減や資源の有効利用の意識が定着しつつあることも評価できます。今後は、各店舗が廃棄物量などのデータを随時確認できる仕組みを整え、データに基づいて店舗ごとに自店の問題点を分析し、次の行動に結びつけることが大切です。

3. お取引先やご同業との連携の推進

333キャンペーンのデータ収集では、各店舗の廃棄物処理を担当していただいているお取引先にご協力いただきました。また、イトーヨーカドーとの「IY資源化推進協会」の取り組みにも積極的にご参加いただき、廃棄物処理の標準化や新たなリサイクルシステムの研究開発で、着実に成果を上げていただいています。また、通い箱やリサイクルハンガーは、他のチェーンストアとの標準化も検討が進んでいます。廃棄物の減量化などに関する、社会的なインフラの整備という視点からも、こうした外部との連携はきわめて重要な取り組みです。外部の専門家との情報の共有化を進め、イトーヨーカドーの環境への取り組みにフィードバックすることで、環境への負荷の軽減がさらに進むことが期待されます。



通い箱センターのチェック

4. 「環境負荷の小さな生活」の実現に向けて

商品提供では、洗剤やシャンプーなどの「詰め替え用」商品の販売を積極的に進めてきた点が評価できます。ある衣料用仕上げ剤の事例では、96年12月時

点では本体と詰め替え用がほぼ3対7の割合でしたが、97年12月には0.5対9.5と大きく変化しています。他の洗剤やシャンプー、リンスなども同様に変化しています。生活者の環境への意識が急速に高まる中で、その変化に迅速に対応し、求めている商品を実際に提供することは、「環境への負荷の小さな生活」の実現に向けて小売業が果たすべき本来の責務といえます。今後も生活者とともに生活における環境負荷の低減に貢献することが重要です。

5. 環境への視点からの具体的なインフラ整備が急務

これまでの取り組みは、業務改革を環境への負荷削減という視点から再評価することで、環境問題に取り組む社員の意識や士気の向上に寄与したと言えます。今後は、全社的な規模での客観的な基準とそれに基づくセルフチェックの仕組みを早急につくるとともに、環境への視点からどのように毎日の行動を変えていくかという具体的な実行計画の立案と実施が求められます。

また地域社会の環境問題への意識も高まり、小売業への要求もより厳しくなっています。生産から販売にわたる幅広い領域に参与する小売業の特性を生かし、環境への負荷を小さくする業務のあり方を具体的に提示していくことが、これからの小売業経営の重要な責務です。98年度は、生産—販売の各段階でのデータ把握から、データを生かしたインフラ整備へと一歩踏み出すことを期待します。

1998年3月



店内で商品の品揃えを確認

1998年度の取り組みにむけて

■98年度の方針

業務のシステムを変えることによりロスを排除し、すべての業務の流れを合理化することで、経営面でのメリットと環境面での配慮を同時にすすめていこうとするいまの考え方に変わりはありません。

生産、仕入れ、流通、販売、消費、廃棄の各段階においてのロス削減をとおして、お客さまにご支持いただける商品をお客様とともに、省資源、省エネ、ごみ減量などの取り組みをさらに進め、お客さまに安全で快適なライフスタイルをご提案したいと考えています。

そしてISO14000シリーズの要求する事項にも応えられるよう、管理の精度を高めたいと考えております。

■特に今年度の取り組みを改善して行うこととして、

●ロス排除に関して

商品の売れ行きを单品ごとにチェックして、品切れや売れ残りによるロスがでないよう管理する「单品管理」で、97年度は食品の廃棄ロス削減に効果を上げました。今年度は更にその精度を高め、食品においても97年度より10%のロス削減を目標として取り組みます。

また「单品管理」の考え方でロス削減に取り組むことはすべての業務に通じることであり、全社員の基本的な仕事として徹底いたします。

●ごみ減量に関して

97年度に行った「333キャンペーン」がごみ減

量に効果を上げましたが、ことし、もう一度6月にキャンペーンを行い、全社員の意識を徹底し、年間を通してそのモラルが守られること、そしてごみをさらに10%削減できることを目標に取り組みます。

●エネルギーに関して

70年代から日常管理を徹底し、省エネを進めてきたこととあわせ、近年では新規設備の投入も進めてきました。98年度はこうした新技術を新規店舗、改装店舗で実験することとあわせ、社内に省エネ推進のためのプロジェクトチームを組み、売上当たりのエネルギーを削減させることを目標に取り組みます。

●商品に関して

生鮮食品包装用に「非塩ビ」であるポリオレフィン系フィルムを導入しましたが、ことしは商品の包装全体を見直し、素材を把握するとともに、過剰なものをなくす、「塩ビ」包装材を排除する、などに取り組んでいきます。

なお、98年3月から99年2月までの98年度の取り組みは、99年4月に公表いたします。

1998年4月
環境開発プロジェクト事務局
取締役 渉外業務室長

稲岡 稔



■会社概要

名称：株式会社イトヨーカ堂
代表者：代表取締役社長 鈴木敏文
資本金：462億6,000万円（'98年2月）
売上高：1兆5,297億円（'98年2月期）
社員数：15,986名
店舗数：163店舗

■お問い合わせ先

〒105-8571 東京都港区芝公園4-1-4
株式会社イトヨーカ堂
環境開発プロジェクト 事務局
TEL.03-3459-2104（ダイヤルイン）