

いま、暮らしと環境を結ぶ柔らかな創造力

環境マネジメント レポート

ECO
management report
1999

1999年5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、資源のムダを最小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

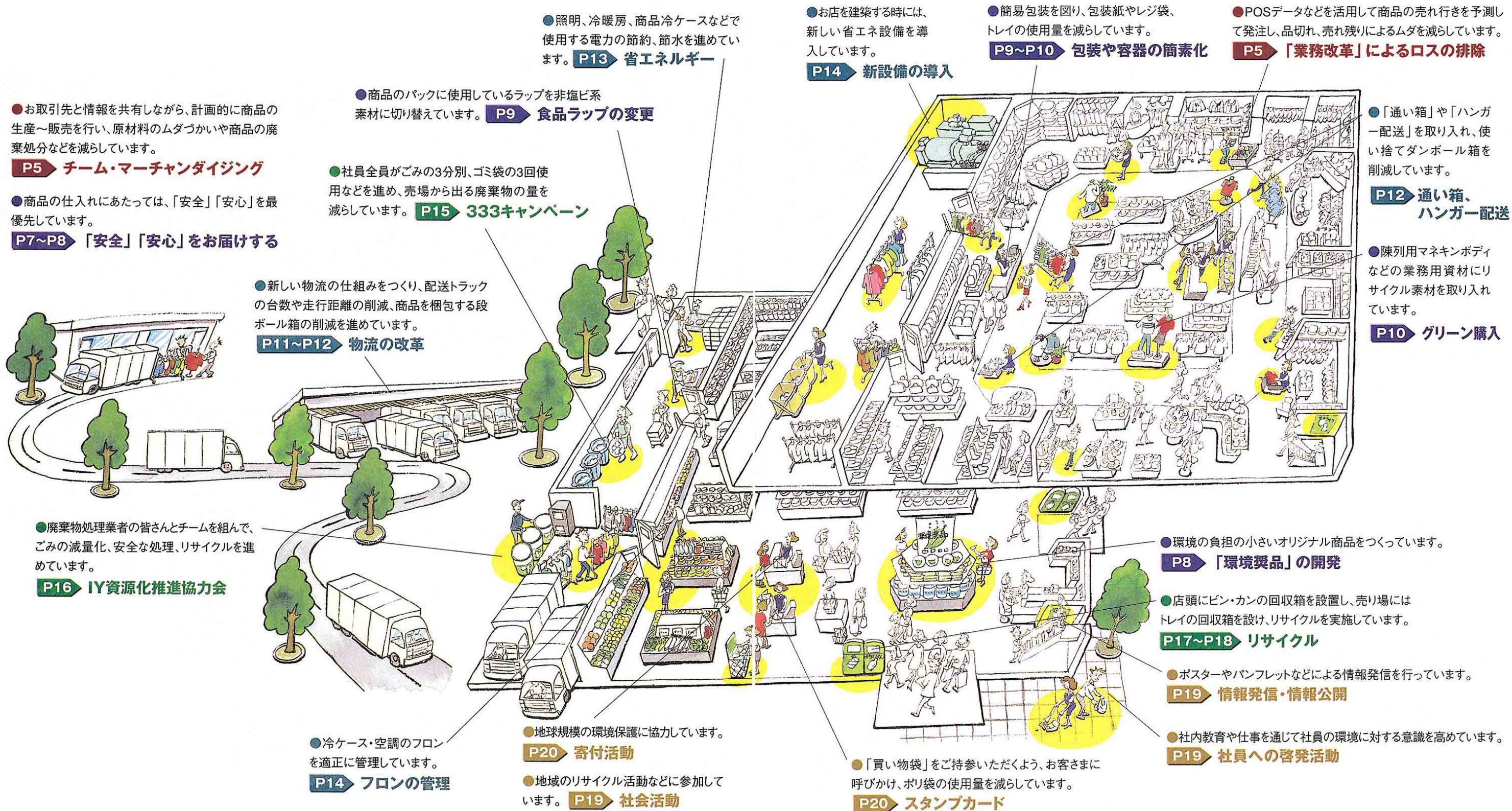
Contents

ごあいさつ	1
毎日の仕事の中で	3
「業務改革」によるロスの排除	5
「安全」「安心」をお届けする	7
包装や容器の簡素化と素材の改善	9
物流の合理化	11
省エネルギー	13
廃棄物の減量化	15
リサイクルの推進	17
社会活動への取り組み	19
環境指針と環境委員会	21
環境規約	22
環境監査所見	23
1999年度の目標	25
年表	26

本報告書は1998年3月～1999年2月を対象としています。
●発行：1999年5月
(次回発行予定は、2000年5月です。)

イトーヨーカドーは、「環境指針」と「環境規約」をもとに、毎日の仕事の中で環境負荷の削減を進めています
 (「環境指針」「環境規約」は21～22ページに掲載)。

とくに、お客さまのニーズの変化や社会環境の変化に合わせて、仕事の進め方や仕組みを変える「業務改革」により、商品の開発～配送～販売まであらゆる段階で、ロスを削減し、ムダなく必要な商品を必要なだけお客さまに提供することで、環境負荷のより小さな小売業を目指しています。



「業務改革」によるロスの排除

イトヨーカドーは1982年以来継続して「業務改革」を進めています。これはPOSシステムの活用などにより商品一つ一つのきめ細かな管理(単品管理)を実現し、情報の共有化を通じて商品開発—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、ムダなく提供する独自の取り組みです。

1998年度の取り組み

品切れによる「売り逃し」や売れ残りによる廃棄処分などのロスをなくすことで、資源の有効利用や廃棄物の減量化など環境負荷の削減にも貢献し、**1998年度は、食品部門で廃棄ロスの1割削減という目標を達成しました。**

「環境負荷の小さな小売業」の実現につながる「業務改革」

生産から販売、消費、廃棄までのすべての段階でのロスを減らすことが、チェーンストアにとって一番効果のある環境負荷の削減となります。■これらを計画的に進め、ニーズに合わない商品のつくりすぎをなくすことは、素材や資源のムダ使いを防ぐとともに、売れ残りによる「廃棄ロス」を減らして、廃棄物減量化にも寄与します。

■物流の合理化は、配送トラックの削減と走行距離の短縮、温暖化ガスの排出量削減やエネルギーの有効利用に寄与します。

食品の廃棄ロスを1割削減

生鮮食品や惣菜などでは、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。売り場では、この廃棄ロスを減らすため、きめ細かな単品管理に基づいた発注を行い、毎日の天候や曜日・時間帯などで変化のお客さまのニーズに合わせた品揃えを追求しています。

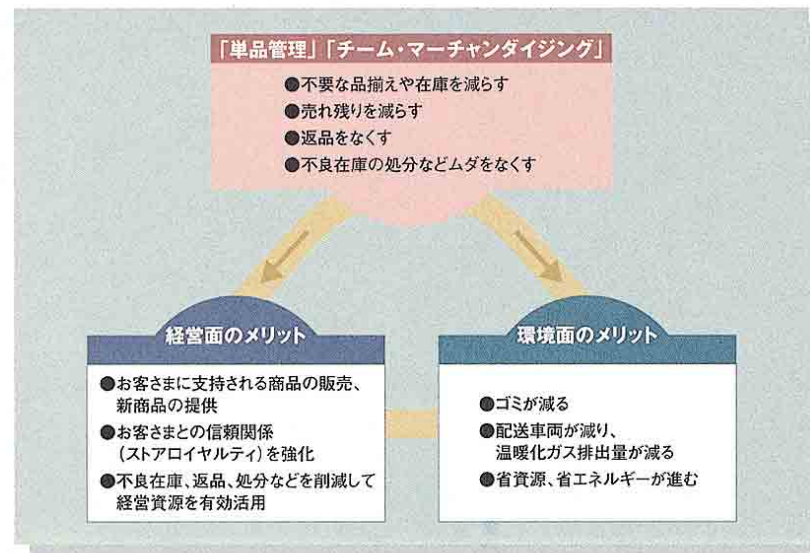
《1998年度の取り組みと成果》

原料の仕入れ単位(原料規格)を大型ロットからムダのない小型ロットへ変更。発注から納品までにかかる時間を短縮して販売数量の予測精度の向上を図りました。この結果、98年度目標の「廃棄ロスの1店舗あたり1割削減」を達成しました。

商品開発から販売まで、専門家が一体となって進めるチーム・マーチャンダイジング(チームMD)

イトヨーカドーでは、商品ごとに、企画、素材、加工、流通などの各分野の専門家

「業務改革」の効果



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。

(専門メーカーさん)とチームを組み、情報を共有しながらお客さまのニーズに応える商品づくりを進めています。

《背景》

独自のチームMDを推進している背景には、次のような「売り手市場」から「買い手市場」への消費環境の変化があります。

■「売り手市場」の時代

- お客さまの旺盛な購買意欲があり、商品をつくって店頭と並べると売れた。
 - 人気商品が品切れしても代替商品を買っていただけ。
- 見込み生産により大量に商品を作って売る時代で、大きな廃棄ロスが出ていた。



チームMDによるオリジナル商品「IYベーシックス」

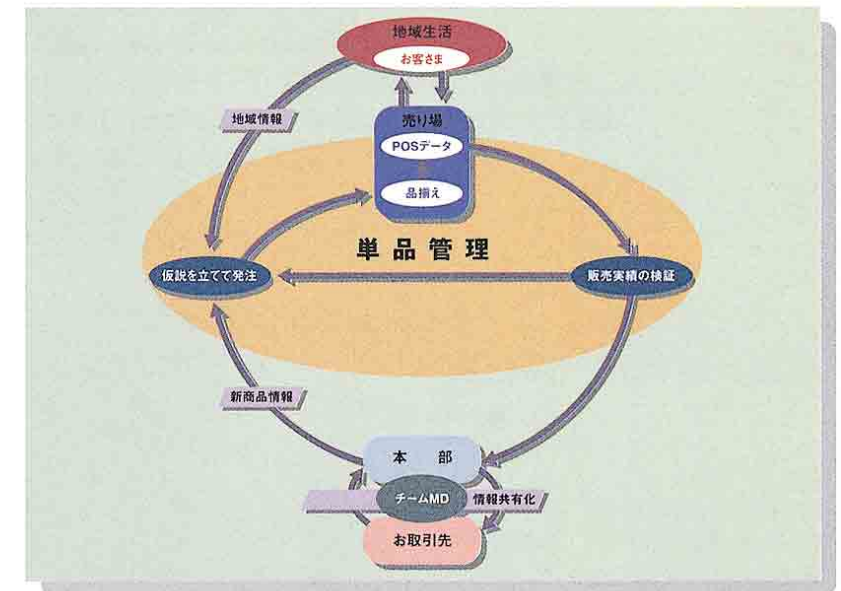
■「買い手市場」の時代

- お客さまに価値を認めていただける商品だけが売れる。
 - 代替商品ではご満足いただけない。
 - 売れ筋商品にニーズが集中し、商品のライフサイクルも短縮。
- ムダな見込み生産をなくし、お客さまのニーズに合わせた商品を、スピーディーに生産・販売する体制が必要。

《効果》

製造から販売まで、専門家がチームを組んで、お客さまのニーズに合った商品開発、売れ行きに合わせた生産を実現することで、売れない商品の生産や商品のつくり過ぎによる「ロス」を解消しています。

■情報システムを活用した単品管理とチーム・マーチャンダイジング



環境会計へのアプローチ

98年度より環境会計の考え方の導入に取り組みました。しかし、小売業という当社の事業活動の中では、本来の業務と環境への取り組みが一体化している部分も多く、環境保全に関わる活動のみを切り離して計上することが難しくなっています。従って、見込みの概算ばかりが増え、実態が見えにくくなることを避けるため、98年度は、比較的明確に環境への取り組みが把握できる範囲の費用と、その効果を集計しました(ただし、社員の人件費などは除外しました)。今後、どのようなコスト集計が当社の環境会計としてふさわしいか検討を重ね、精度を高めてまいります。

98年度の環境関連コストと経費節減効果

廃棄物処理	●廃棄物処理費 全店(一般廃棄物、産業廃棄物処理)……………23億円/年	
	●リサイクルコスト 全店(発泡スチロール(1.2億円) (ビン、カン、廃油、ダンボールなど(2.6億円)) ……3.8億円	★リサイクル物をすべて廃棄物として処理した場合の推定コスト……………22億円

リサイクルによるコストメリット=22億円-3.8億円=18.2億円

省エネルギー対策	既存店での対策	効果	イニシャルコスト	コスト効果
	●冷暖房設備を電気からガスへの転換(1店舗で実施)	電力基本契約120kw減	12,000万円	▲790万円/年
	●高効率照明器具への転換(3店舗で実施)	電力使用量450,000kwh/年削減	12,500万円	▲900万円/年
	新店での導入*	効果	イニシャルコスト	コスト効果
	●コージェネレーションシステム(1店舗に導入)	CO ₂ 排出量4.66%削減	17,400万円	▲4,980万円/年*
	●省エネ型照明設備(7店舗に導入)	電力使用量2,505,000kwh/年削減	▲820万円	▲4,870万円/年*
	●段調光照明設備(9店舗に導入)	電力使用量567,000kwh/年削減	640万円	▲1,100万円/年*
	●節水装置(1店舗に導入)	年間水道使用量520t削減	140万円	▲15万円/年

省エネルギー対策の合計…4億1,860万円の初期投資で、年間1億2,655万円のコストメリット

社会活動	●環境コミュニケーション費用(媒体費用、環境報告書費用)……………880万円	●環境寄付活動(ITTOその他)……………1,320万円
-------------	----------------------------------------	------------------------------

「安全」「安心」をお届けする

毎日の生活の中で安心してお使いいただける商品の提供に力を注ぎ、
とくに健康や環境の面で
安全で安心な商品の開発(仕入れ)を進めています。

1998年度の取り組み

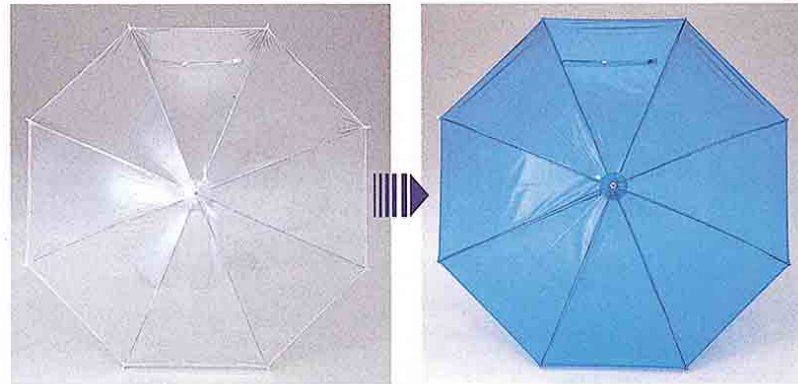
生鮮食品では健康に配慮した「有機野菜」「健康野菜」の取り組みや資源の保護、
また乳幼児を対象とした商品等では内分泌かく乱物質(いわゆる「環境ホルモン」)の
問題への対応に取り組みました。

非塩ビ系素材への転換

オリジナル商品については、できるものから
非塩ビ系素材への変更を推進しています。

- ビニール傘/98年3月よりEVA*素材に転換し、塩ビ使用量をゼロに削減。
- 子供靴/98年12月より子供靴14アイテムにつき、底材を非塩ビ系素材に転換。99年度はパレーシューズ等に拡大の計画。
- ビニール製レインコート/99年2月より、3アイテムをEVA素材に転換。99年度、塩ビ使用量ゼロを実現へ。

*EVA=エチレン・ビニール・アセテート(燃やしても二酸化炭素と水に分解し塩化水素ガスが発生しません)



シート部、取っ手部に塩ビを使用した従来のビニール傘(塩ビ使用量150g/1本) → 98年3月よりEVA素材に変更(塩ビ使用量0g)

内分泌かく乱物質(いわゆる「環境ホルモン」)問題への対応

いわゆる「環境ホルモン」の問題に関しては、科学的な検証の継続と不要な混乱を避けるための配慮が不可欠と考えますが、イトーヨーカドーでは食品が直接触れる容器類や乳幼児向けの商品について、優先的に以下の対応を図りました。

- 直接食品を入れる食器や哺乳ビンでは、ポリカーボネート製商品の取り扱い中止。
- 乳幼児が口に入れる目的がある「歯固め」「おしゃぶり」では、塩ビ製商品の取り扱い中止。



塩ビを使用した従来の簡易レインコート(塩ビ使用量290g/1着) → 99年2月よりEVA素材に変更(塩ビ使用量0g)

「有機野菜」「健康野菜」の取り組み

有機質肥料を基本とした健康な土づくりを行って、野菜本来のおいしさと栄養を追求した農産物の取り扱いを拡大しています。このため、農林水産省のガイドラインに沿ったチェックを行うとともに、味、鮮度をチェックしています。

有機野菜=農林水産省のガイドラインに沿って3年以上無農薬かつ無化学肥料の畑でできた農産物

健康野菜=有機栽培への転換期間中(6ヵ月以上3年未満)の畑でできた農産物。および化学合成肥料と農薬の使用を、一般農法に比べて半分未満に抑えた畑でできた農産物

資源の保護と有効活用への配慮

- 水産資源への配慮…仕入れ基準や規格を設け、「乱獲魚」の仕入れを防止。
- 森林資源の持続的活用への配慮…非木材紙や木材の端材を活用
(例)ティッシュペーパー=ケナフを活用した商品を開発。
紙製トレイ=葦を活用した商品を開発。
紙製手提げ袋=99年度より原料としてバガスを導入予定。
- 再生リサイクル商品の開発

「環境獎品」の開発

イトーヨーカドーでは、環境負荷削減に役立ち、しかも価値のある商品を積極的にお客さまにご提案するため、オリジナルブランド「環境獎品」を開発し、1998年10月から全店で取り扱っています。



- 食品用ラップ
 - ・無添加ポリエチレン製フィルム使用。
 - ・カッターにはトウモロコシを原料とした素材を採用して、使用後箱と一しょに可燃物として廃棄できるようにしています。

- 26cm×30m 118円
- 26cm×80m 298円
- 22cm×50m 198円

「環境獎品」の特長

- 素材や原料、製造工程、使用後のリサイクルなどの観点から、イトーヨーカドーでは環境負荷の削減効果を評価する客観的な基準を独自に設け、基準に合った商品づくりを行った商品を「環境獎品」として、お客さまに分かりやすくご提案しています。
- 環境面での性能だけでなく、商品本来の使いやすさ、便利さなどの価値を高め、お客さまにご満足いただける品質を追求し、より多くのお客さまにご利用いただけるよう図っています。

「環境獎品」の基準

- 環境負荷の削減に役立つ原材料を使っている。
 - ・再生紙などリサイクル資源の活用*。
 - ・環境汚染の恐れのない天然原料の利用。
 - ・環境汚染の恐れのある添加物や原材料の排除。
- 製造工程で環境負荷の削減を図っている。
- 使い終わった後、リサイクルなどが簡単にできる。
- 包装の簡素化などパッケージも環境負荷の削減を図っている。

*商品特性に応じて再生資源の使用率も定めています。

【1999年2月末日現在：38品目】



- 洗たく用粉せっけん
 - ・無香料、無着色
 - ・再生紙製箱

●1.2kg 680円



- グリルパネル
 - ・再生アルミニウム80%使用。

●448円



- 洗たくネット
 - ・再生ペットボトル原料70%使用。

●角型/丸型 680円



包装や容器の簡素化と素材の改善

イトーヨーカドーでは、1970年代から包装の簡素化を継続して進めるとともに、素材の見直しによる軽量化を進め、資源の有効利用、廃棄物の減量化を図っています。

1998年度の取り組み

1997年から生鮮食品のラップフィルムについて、非塩ビ系(ポリオレフィン)フィルムへの変更を進め、1998年6月に全店で100%変更を完了しました。
また衣料品等で使っている透明のギフト箱なども、塩ビ系包装材から非塩ビ系への転換を80%まで進めました。

食品ラップの変更とトレイの削減

《ラップフィルムを100%非塩ビ系に転換》
メーカーさんとラップに適したポリオレフィン・フィルムを共同開発し、全店への導入を完了しました。

- メリット
- 焼却時に塩化水素ガスが発生しない。
- 従来のラップより38%軽量で、ごみの減量化にも寄与。

《トレイの削減》
下記の3原則をもとにトレイの使用を抑制してきましたが、個食化ニーズの拡大などを背景に、97～98年度は食品の少量パック化が進展、またとくに98年度は食品の安全性への配慮から、トレイの使用量が増加しました。

- 3原則の徹底
- 使わない努力
- 必要な商品に限り最少限に使う
- 使ったトレイはリサイクル

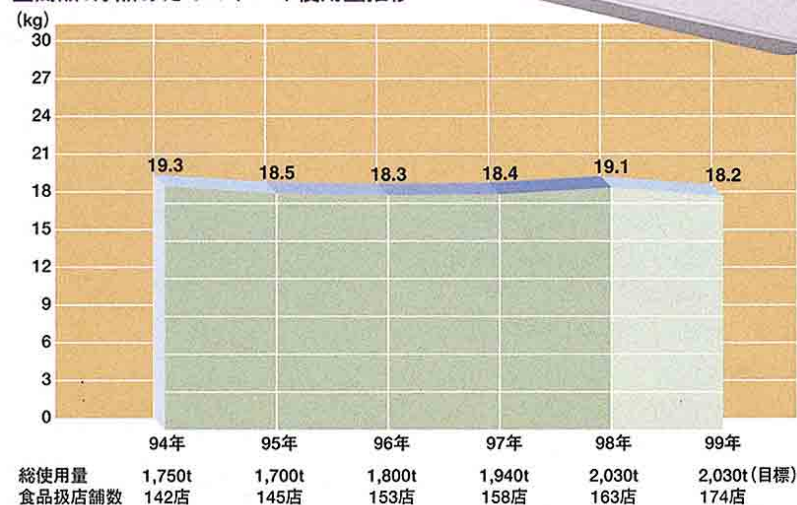


全店で店内加工の生鮮食品用ラップを、非塩ビ系のポリオレフィン・フィルムに転換



従来のトレイより20%軽くなった軽量省資源型トレイ

商品1万点あたりのトレイ使用量推移



*但し、94年～98年は実績値、99年度は目標値

衣料品の包装材見直し

《塩ビ包装材の非塩ビ化》
衣料品の透明ギフト箱、Yシャツのサポーターや襟もとの「蝶キーパー」などを非塩ビ系素材に変更。塩ビ包装材の使用量を41トンから9トンに削減しました。

99年度の目標

透明ギフト箱やワイシャツの包装材での塩ビ全廃を目指します。またポロトレーナーやセーターの中台紙の削減、シャツ、ブラウスの薄紙廃止、パッケージの変更などにより、紙の使用量10%削減およびポリ袋などの5%削減を目指します。

その他資材の素材見直し

- 店頭風除室マットの非塩ビ化
98年6月オープン店より随時、塩ビ製マットの置き換えを進めています。
●98年度実績 20店舗で実施
●99年度の予定 23店舗で実施計画
- 清掃用具の非塩ビ化
●98年7月より順次進めています。
●98年度使用量…260本

ギフト用包装(1店舗あたりの実績)

年	94年	95年	96年	97年	98年
有料包装箱	32,800箱	34,500箱	30,800箱	29,800箱	27,700箱
簡易包装箱	6,600箱	5,800箱	6,300箱	5,300箱	5,870箱
包装紙	2,600kg	2,560kg	2,110kg	2,050kg	1,810kg

※ギフトの簡易包装が進みました。

衣料用塩ビ包装材の使用量推移*

年	販売数量*	塩ビ使用量
97年	1,430万点	41トン
98年	320万点 (1,290万点をポリプロピレン、PET素材に転換)	9トン
99年目標	対象商品の、塩ビ使用全廃を目指しています	0トン

*調査対象商品
父の日、母の日、ホワイトデー、バレンタインのギフト箱(ベルト、財布、服飾小物、肌箱、靴下など)/ワイシャツ/スポーツシャツ

レジ用包装材使用量の推移(1店舗あたりの実績)

品名	94年度		95年度		96年度		97年度		98年度	
	数量	重量	数量	重量	数量	重量	数量	重量	数量	重量
ポリ袋S	37万枚	25t	35万枚(96%)	25t	37万枚(103%)	22t	36万枚(97%)	19t	35万枚(97%)	20t
ポリ袋M	80万枚	25t	72万枚(90%)	25t	74万枚(103%)	22t	71万枚(96%)	19t	71万枚(100%)	20t
ポリ袋L	133万枚	25t	120万枚(90%)	25t	115万枚(96%)	22t	112万枚(97%)	19t	108万枚(96%)	20t
ポリ袋特大	41万枚	25t	34万枚(83%)	25t	34万枚(100%)	22t	38万枚(112%)	19t	43万枚(113%)	20t
紙袋(衣料)	89万枚	7t	廃止	7t	—	—	—	—	—	—
紙製手提袋	13万枚	6t	10万枚(80%)	6t	9万枚(90%)	6t	8万枚(90%)	6t	7万枚(87%)	5t
衣料用ポリ袋	25万枚	8t	63万枚(249%)	8t	63万枚(100%)	8t	60万枚(95%)	7.5t	61万枚(101%)	7.6t
ジャアントポリ袋	—	—	—	—	—	—	—	—	0.4万枚(—)	0.4t
計	418万枚	40t	334万枚(80%)	40t	332万枚(99%)	36t	325万枚(98%)	32.5t	325.4万枚(100%)	33t
店舗数	151店		154店		159店		163店		169店	

*98年11月より非木材紙/バカス利用の手提袋導入、99年3月に全店導入

再生資材の活用「グリーン購入」

- 再生紙の利用…コピー用紙・名刺・ファイル(再生紙100%、金属分別=金具部分を取り外せるようにして、分別廃棄を可能にしています)・印刷物・チラシ類・業務用トイレトペーパー
- 陳列用マネキン「エコボディ」
段ボール等の端材を溶かして成形した陳列用マネキンボディを導入。使用により劣化した場合は再度溶かして成形できます。
97年度…600体、98年度…7,000体
99年度…強度を考慮してペット樹脂を使用した「エコボディ」を導入(劣化した場合は、再度溶かしてリサイクルします)。
- プリンターナーのリサイクル
98年12月より本稼働しています。
98年度の実績=リサイクル率36%(1,656本中600本をリサイクル)



リサイクル可能な「エコボディ」

99年度の目標

- ユニフォーム(生鮮作業用エプロン、キャップ)に再生ペットボトル素材を活用。
- 再生紙の利用を拡大し、レーザープリンター用紙に再生紙を利用。
- プリンターナーのリサイクル率を80%まで高める。

物流の合理化による配送車両台数、走行距離の削減は、「温暖化ガス」CO₂の削減や省エネルギーにつながる重要な取り組みです。

イトーヨーカドーでは、作業効率改善やコスト削減とともに、環境負荷削減の視点からも物流の合理化に力を注いでいます。

1998年度の取り組み

関西や東北など既存出店エリアから離れた地域への出店が増え、配送車両の走行距離が長くなる要因となりました。しかし、センターの再編、再配置を進めて走行距離増を極力抑える努力をし、97年度比で1割増にとどまりました。センターの再編、エリアセンターの構築は、売場効率の向上、生鮮品の鮮度アップなど営業上のメリットとともに、商品の集約など物流の負荷削減に貢献しています。

CO₂、NO_xの削減

物流の合理化の一環として進めているセンター再編、エリアセンターの構築は、店舗数の増加や出店エリアの拡大にともなう配送車両台数と走行距離の増加を抑える役割を果たしています。したがってCO₂、NO_xの排出抑制にも効果を上げています。

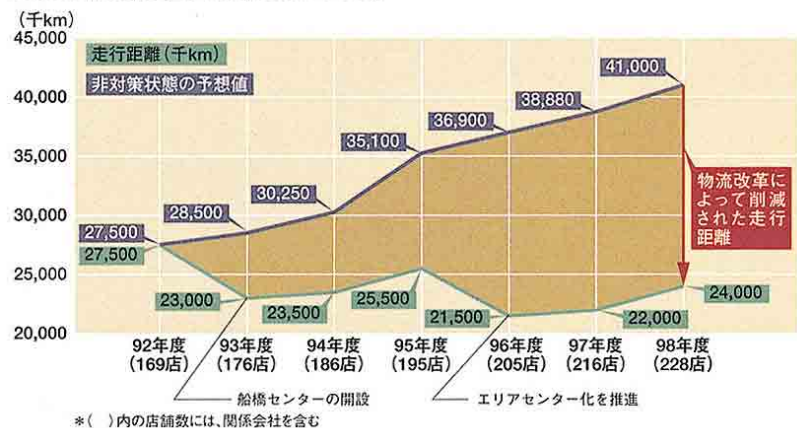


■98年度、納品車両の実績データ内訳

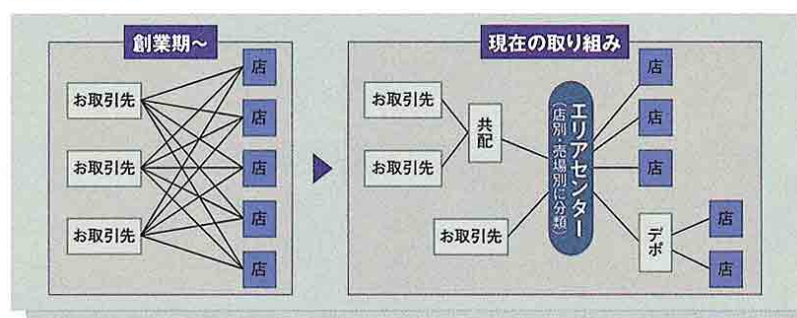
	総走行距離 (千km)	燃料使用量 (kl)	CO ₂ (千kg)	NO _x (kg)
生 鮮	24,439	4,611	3,325	84,381
衣料、住居日用品、加工食品	18,890	3,435	2,477	62,860
計	43,329	8,046	5,802	147,241

■生鮮センター便走行距離

物流改革を行わなかった場合の店舗増による走行距離の増加をシミュレーションしたものと、実際の走行距離の推移を比較したものです。



■エリア配送



生鮮食品の物流

センターをより店舗に近づけるため分散化してセンター数を増やし、配送時間・距離の短縮を図ったことで、精肉、冷凍食品の発注を販売日の前前日から前日に移行できました。このため、販売数量の予測精度が高まり生鮮品のロス排除(廃棄物の削減)に貢献できました。

また、チルドと冷凍食品など温度帯別に配送する方法から、温度設定を変えて同一の車両で運ぶ方法へ変更して、車両台数を増やさない仕組みをつくっています。

日用品の物流

通い箱化を進めるために千葉日用品センターが稼動し、その分の車両台数が増えました。しかし、従来お取引先ごとに分類されていた商品配送を、歯ブラシ、シャンプーなど商品ごとにまとめて通い箱納品ができるようになり、店舗作業が効率化しました。また、お取引先が直接店舗に納品していた部分もセンターに集約できるため、これまで管理できなかったお取引先納品車の削減にもなり、トータルでの物流合理化に寄与しています。

「通い箱」利用の拡大

商品配送に使う箱について、使い捨て段ボール箱から繰り返し使える「通い箱」に替えることで、使い捨て段ボール箱の使用量・廃棄量を削減しています。

■98年度の実績
衣料品=295万箱
日用品=37万箱

99年度の目標

■日用品、加工食品の通い箱、拡大

●日用品センターを、札幌、埼玉にも開設し、通い箱化を拡大して(99年度計画、27万箱)、店舗の作業効率、お取引先納品車の削減を進めます。
●加工食品の通い箱化もスタートさせます(99年度計画、38万箱)

■生鮮通い箱化

99年度は生鮮食品でも青果、塩干魚などの通い箱化を検討し、段ボール削減の仕組みづくりを進める計画です。

衣料品のハンガーリサイクルとハンガー配送

■ハンガーリサイクル

使い捨てハンガーの削減を図り、92年よりお取引先と協力してハンガーリサイクルを推進。98年度は1700万着分のハンガーをリサイクルし、店舗から出るプラスチック廃棄物の削減に寄与しました。

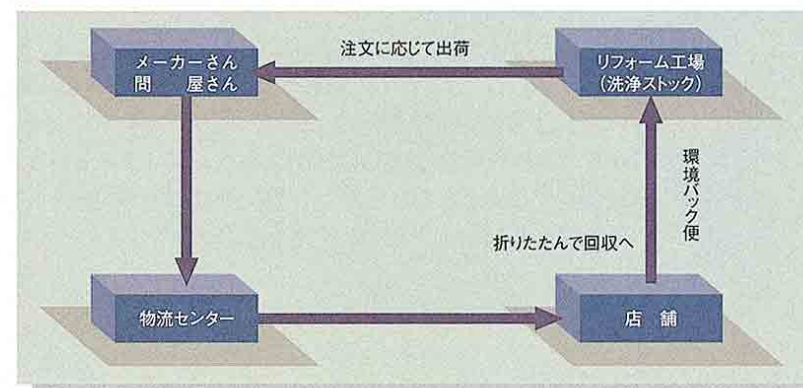
■ハンガー配送

お取引先と協力して、衣料品を段ボール箱に梱包せず、工場出荷段階から店舗までハンガーにかけたまま輸送する仕組みです。

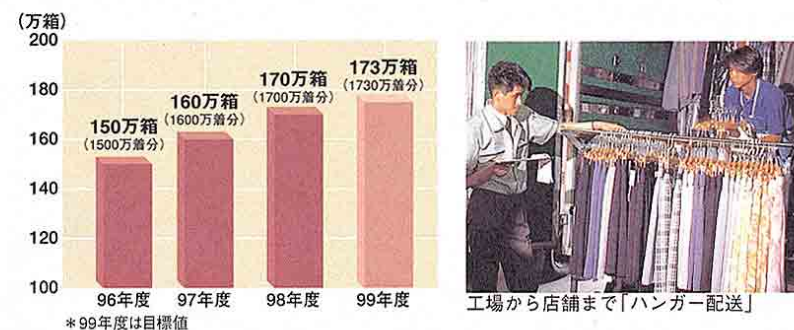
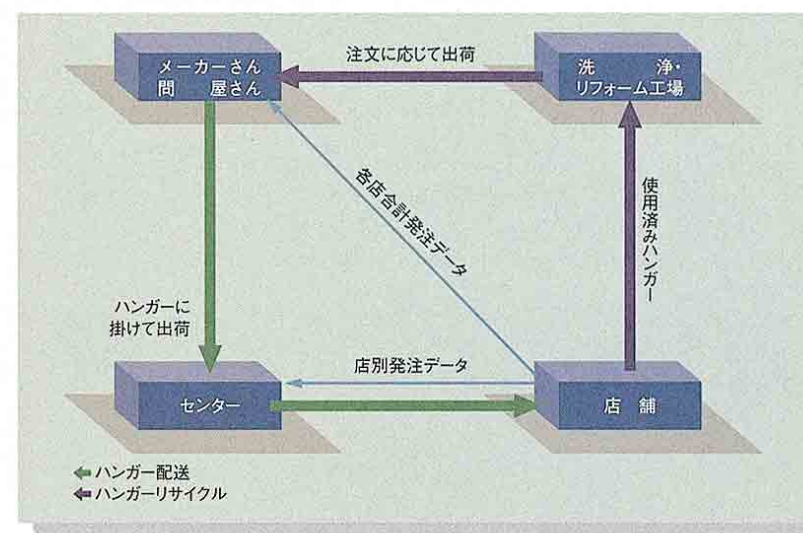
99年度の目標

今後のハンガー配送の拡大を目指してスポーツウェアなどシステム上ハンガー配送ができなかった商品のシステム見直しを実施します。

■「通い箱」化による使い捨て段ボール箱の削減



■ハンガー配送による使い捨て段ボール箱の削減



99年度、通い箱・ハンガー配送による段ボール削減の目標=570万箱

70年代以来、店内の照明、エレベーター、空調などの省エネルギー化に取り組んできました。90年代以降、消費マインドの冷え込みが続く中で、商品アピールのために売り場照明を明るくするなど、エネルギー負荷を高める要因も発生していますが、時間帯別の照明の制御、空調や温度のきめ細かな調整、新技術の導入、点灯・消灯の徹底などによりトータルに省エネ効果を高める努力をしています。

1998年度の取り組み

店舗数の増加、営業時間の延長など、事業の進展にともないエネルギー消費量が增大する傾向にありますが、年ごとの省エネ進捗状況を把握するために、電気、ガス、水道とも、「営業時間・延べ床面積(駐車場を除く)あたり」のエネルギー消費量をとらえることとしました。98年度の同単位あたり消費量の対90年度比は、電気97.7%、ガス84.9%、水道76.7%と減っていますが、97年度比では、電気100.7%、ガス105.5%、水道97%であることがわかりました。

*97年度までは「売り上げ単位あたり」という考え方をとってまいりましたが、今年度からは「営業時間・延べ床面積」を単位として、各年の比較を行います。

CO₂排出量の推移

98年度の単位あたり電気、ガス使用によるCO₂排出量は、90年度対比で4%削減されました。

《電気》

店舗数の増加と営業時間の延長などにより、総使用量は対前年比104.6%となりましたが、節電対策を総合的に推進することで、単位あたり使用量は、ほぼ97年レベル(100.7%)に抑えています。

■節電対応

照明

段階的調光、営業時間外の店舗内作業中は「3分の1照明」、バックルームではこまめに消灯、看板・広告塔照明の時間制御と日照時間に合わせた点・消灯、冷ケースの照明は営業時間外消灯

売り場の空調

(夏季)26℃、(冬季)18℃、(中間季)屋外の冷気を利用した「外気冷房運転」

バックルームの空調

個室には個別エアコンを設置し、使用時以外は停止

冷凍機

入れ換え時に冷却水を消費しない「空冷式」に切り替え

エレベーター・エスカレーター

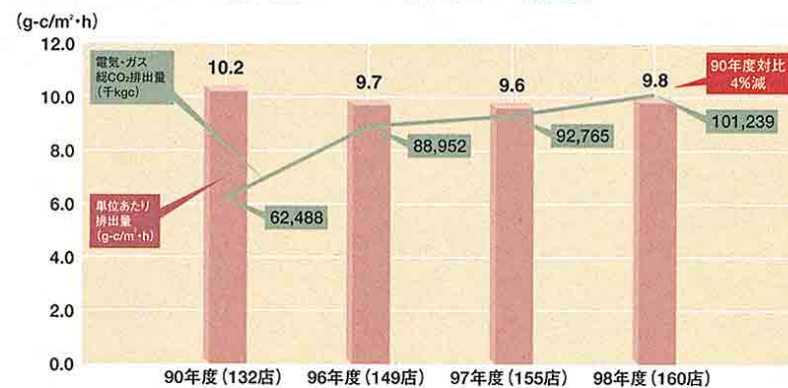
開店5分前に始動し、閉店後お客さまが退店されしだい停止、バックルームのエレベーターは原則として荷物専用

設備管理技術者による省エネ管理の徹底

《ガス》

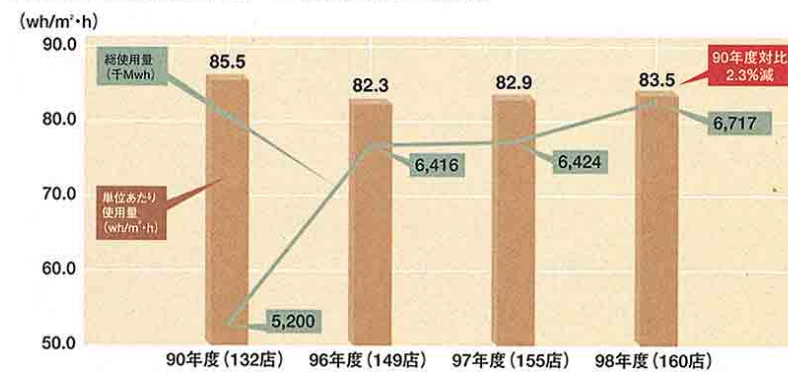
店舗数、営業時間の増加により総使用量は増加しましたが、省エネ対策をきめ細かく実施し、単位あたり使用量はほぼ前年並みに抑えることができました。

■電気・ガスの総CO₂排出量と1m²・1時間あたりの排出量

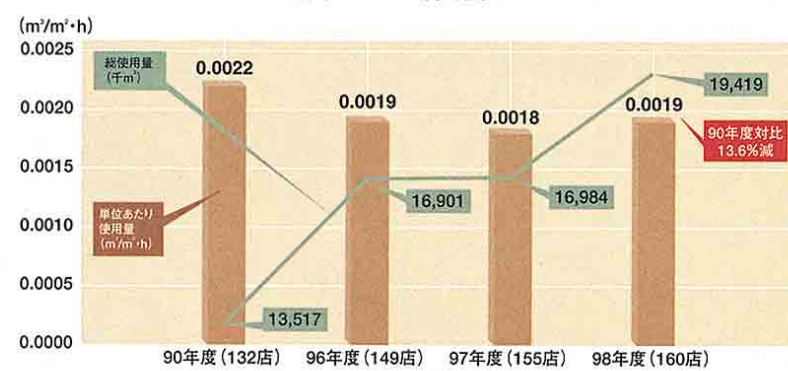


*CO₂排出係数 電気=1kwあたり0.104kg-c/kwh
ガス=1m³あたり0.584kg-c/m³ (11,000kcal)
(単位あたりCO₂の排出量実数値 単位g-c/m²·h)
(環境庁「環境活動評価プログラム」より)

■電気の総使用量と1m²・1時間あたりの使用量



■ガスの総使用量と1m²・1時間あたりの使用量



環境会計へのアプローチ

省エネ照明器具

従来の基本照明器具(店舗内で1,000カ所以上使用)を、1台あたり31.7%の節電効果がある器具を新店および既存店に順次導入。

*既存店3店舗(東村山、上大岡、東松山各店)計

●高効率照明器具導入効果の検証データ*

電力使用量の削減量(kwh/年)	450,000
初期投資額	1億2,500万円
コスト削減額(年間)	900万円

新設備の導入

《CO₂削減効果のあったコージェネレーションシステム》

97年度にオープンした五所川原店、98年度オープンの八戸沼館店に導入後、継続して有効性、地域性や店舗形態による効果の違いなどを継続的に検証してきました。

●99年度新店にも導入を予定しています。

《空調蓄熱システム》

電力使用量の日中・夜間の平準化を図り、日中に使用する冷房電力を深夜に水または氷に蓄えておくシステムを8店舗に導入。省電力効果を検証しています。

■検証データ(五所川原店) 97年12月~98年11月1年間の実績

	コージェネレーターあり	コージェネレーターなし
電力使用量(kWh)	6,181,420	10,567,720
ガス使用量(Nm ³ /h)	291,070	436,849
重油使用量(l)	1,131,540	—
CO ₂ 排出量(kg-C)	4,235,722	4,496,596

●導入メリット CO₂削減率=5.8%



コージェネレーションシステム(五所川原店)

節水対応

- 使用状況を把握し、トイレ、厨房のバルブ絞り込み
- トイレの洗浄用給水タンクの給水弁と室内照明の連動化
- 厨房蛇口に節水コマを取り付け、水量を調整

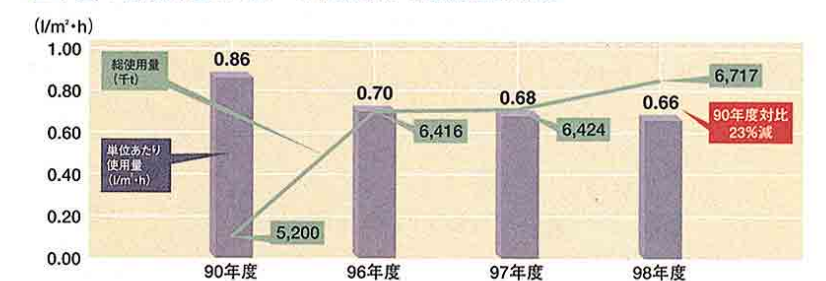
99年度の目標

- 新しく開店する店舗については、これまでの蓄熱設備などの実験結果をもとに店舗規模、地域特性に合わせた省エネ技術を導入。
 - 既存店については、大規模な店舗改修時に機器の更新(ライフサイクル修繕)などを実施。
 - モデル店舗での省エネルギー実験を実施。
- ①照明=使用電圧を下げての点灯
 - ②変圧器を超高効率タイプに交換
 - ③変圧器を切り離し、夜間、冷暖房を行ない季節のロス削減
 - ④送・排風機のインバーター取り付け
 - ⑤夜間の機器停止 など

■99年度の単位あたり使用量の目標

気候変動や商品の良さをアピールするため売り場の照明を明るくするなど、電力へのニーズが高まるケースがあったとしても、トータルのエネルギー使用量を98年度と同水準に抑えることを目指します。また、新技術や各種実験により、いっそうの省エネルギー化を図り、中長期の削減計画づくりに取り組みます。

■水道の総使用量と1m²・1時間あたり使用量の推移



フロンガスの管理

フロンの種類および在庫量を把握し、適正な管理を行っています。また、老朽化した空調機や冷凍機の入れ替え時には、オゾン層破壊の恐れのない代替物質を使用した機種を導入を図っています。

●空調用冷凍機の台数とフロン在庫量
R-11用=34台(フロン総量15,760kg)
→2010年までにオゾン層破壊の恐れのないものに変更予定。

R-12用=7台(フロン総量2,086kg)
→2005年までにオゾン層破壊の恐れのないものに変更予定。

R-123用=7台(フロン総量3,060kg)
→2018年までにオゾン層破壊の恐れのないものに変更予定。

大規模な店舗改修時に無公害機器(R-134aまたはガス吸収式冷温水機)に順次交換しています。

●生鮮冷凍機の台数とフロン在庫量
R-22用=1,205台(フロン総量126,000kg)
→代替のものが確立されしだい、入れ替えを検討。

R-502用=142台(フロン総量10,100kg)
→2005年までにオゾン層破壊の恐れのないものに変更予定。

冷凍機の入替え時にR-502用は、R-22用に転換し、フロンを回収・精製して再利用しています。

イトヨーカドーは廃棄物の減量化を進めるために、全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組織立って減量化を進めています。また、各店舗の廃棄物処理を手掛けているお取引先とチームを組み、情報交換と再資源化などの研究を共同で行っています。

1998年度の取り組み

97年度から始めた「333キャンペーン」(全社員でごみの分別、減量を進める活動)をさらに徹底し、98年度の目標である廃棄物の10%減量を達成しました(売上比で12%減量)。

店舗から出る廃棄物量の削減に効果を上げる「333キャンペーン」

イトヨーカドーでは、全社を挙げて「ごみの3割削減」「3分別の徹底」「ごみ袋の3回使用」を図る「333キャンペーン」を実施。毎年、強化月間を設定して社員の認識を高め、継続して進めています。98年度は強化月間として6月に、各店舗(社員)と廃棄物処理業者のお取引先と本部の間で「キャンペーンメール」を交換し、分別の状況をチェックしました。

《ごみの3割削減》

- ①生ごみ等は水分を完全に切ってから廃棄する。
- 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。

《ごみの3分別》

各店舗バックルームに「燃やせるごみ」「燃やして悪いごみ」「リサイクルするもの」を具体的に表示して、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回の使用だけでは汚れないごみ袋は、3回を目安に繰り返し使用。ごみ袋使用量を10%削減しました。

あわせて、繰り返し使用できる備品、資材も再利用に取り組んでいます。

●98年度の成果

分別が進んだことで、リサイクルされる物が前年比113%と増加し、生ごみや再生できない紙ごみが減りました。廃棄物量は全店1年間計で前年比10%減(売上比では12%減)と、1割削減に成功しました。

99年度の目標

- ごみ減量5%を目標に取り組みます。
- 廃棄物処理業者のお取引先とともに、正しい分別のための仕組みと廃棄物排出量の正確な測定法の確立をめざします。



店内のすべての部門でごみの3割削減、3分別、ごみ袋3回使用を徹底。住居関連売り場のバックルーム(浦和店)



生鮮食品売り場のバックルーム(亀有店)

IY資源化推進協力会

1995年に、イトヨーカドーは、廃棄物処理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ともに「資源化推進協力会」を設立。廃棄物処理作業のマニュアルをつくり作業の標準化を図るとともに、リサイクルや新技術の研究、研修を進めています。同会での活動を通じて廃棄物処理関連の新たな法律・条例の実施や制度改革にも、迅速かつ適切な対応を図っています。

《98年度の主な活動》

●「333キャンペーン」のフォローアップ
店舗とのコミュニケーション強化に向け、「キャンペーンメール(評価表)」を発行。店舗へ派遣されている常駐担当者の実務研修を全国7カ所で開催し、店舗への指導方法などを実施。

●廃棄物リサイクルに関する研究

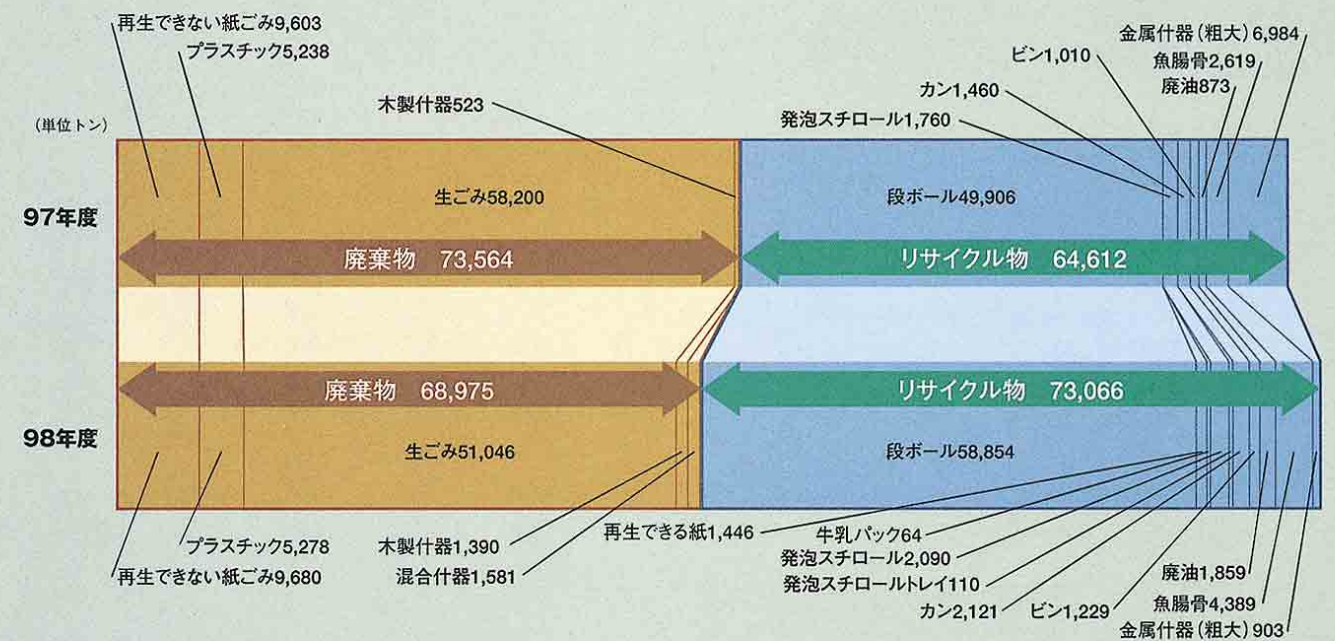


廃棄物処理管理マニュアル

イトヨーカドーと廃棄物処理業者の皆さんが一体となって、廃棄物処理やリサイクルに関する検討を進める「IY資源化推進協力会」

廃棄物の種類とリサイクル状況

●3分別の徹底によって、再利用できるものは廃棄せずリサイクルするようになり、廃棄物を削減することができました。



* 「木製什器」「混合什器」…98年度は、衣料、住居フロアを含む大規模な改装実施店舗が多く、木製および混合什器の廃棄量が増加しました。
 * 「金属什器」…97年度は、食品フロアを中心とした店舗改装が多かったため、金属什器が多くなりました。
 * 本文中で触れている「ごみの1割減量化」は再生できない紙ごみ、プラスチックごみ、および生ごみの合計値を比較したものです。(97年度合計:73,041t、98年度66,004t)
 * 98年度のリサイクル物に計上されている「牛乳パック」は、イトヨーカドーでのリサイクル分のみで、地域団体分は含まれません。
 * 98年度より、中京地区でも「発泡スチロール」のリサイクルをスタートしました。

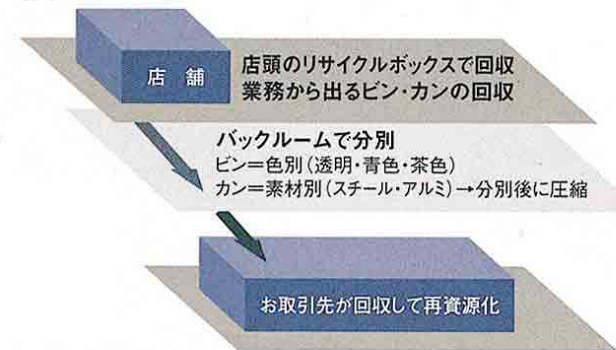
地域のお客さま、お取引先との連携を通じて、リサイクル可能な資源の「回収—運搬—中間処理—再生」と全工程を把握し、経済性の面からも合理的な仕組みを確立して持続的なリサイクルを追求しています。

1998年度の取り組み

中京地区でも発泡スチロールのリサイクルセンターが稼働し、同地区の9店舗で発泡スチロールの自社リサイクルシステムが始まりました。

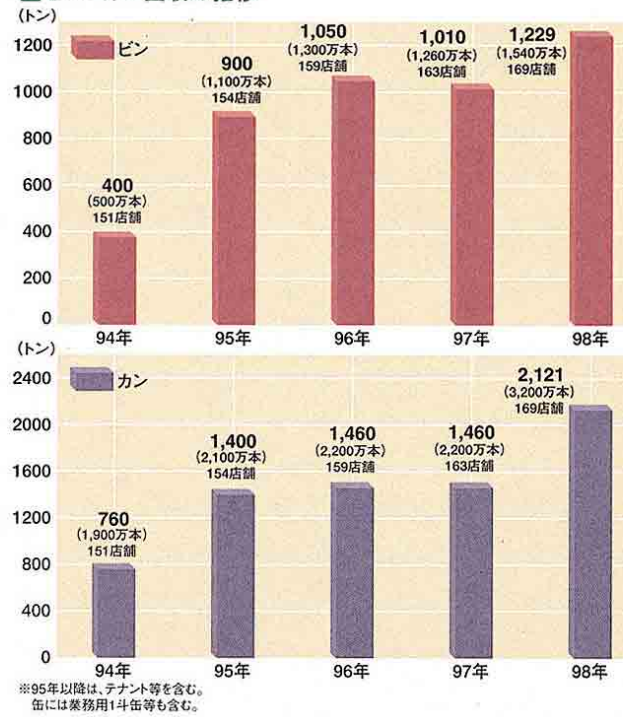
ビン・カンの回収

分別精度が向上したため、リサイクル量が増加しました。

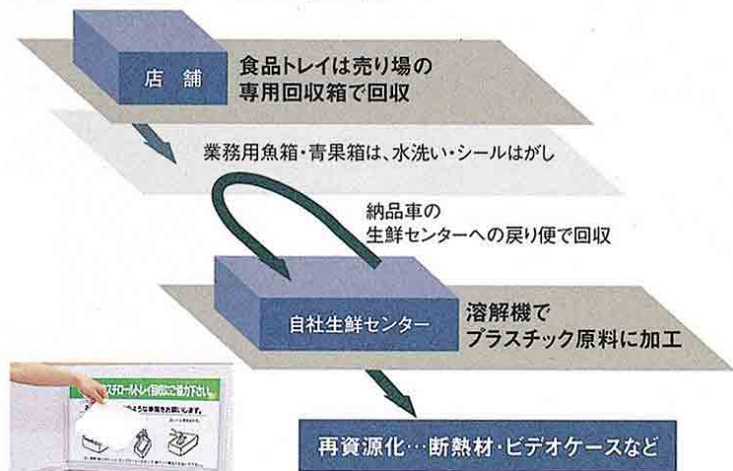


店頭でのビン、カン回収(我孫子店)

■ビン・カン回収の推移

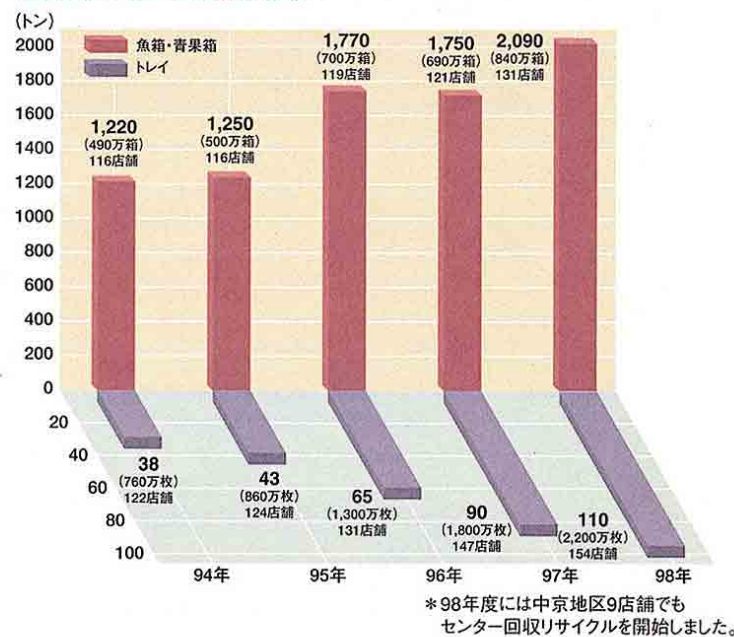


発泡スチロールの回収



食品売り場のトレイ回収箱

■発泡スチロール回収の推移



環境会計へのアプローチ

発泡スチロールの再資源化

【試算】

- 産業廃棄物として処理した場合のコスト
9.2億円(年間1,830トン廃棄。1m³=6kg)…①
 - リサイクルのコスト
溶解機運営の処理人件費、光熱費、設備費など総経費=1.2億円…②
- コストメリット…①-②=8億円
- 8億円のコストメリット

■物流面、経済性を含めて合理的な仕組みの確立が、効果的リサイクルの必須条件です。発泡スチロールはかさ張り、小売業のプラスチック系廃棄物の大きな部分を占めています。イトーヨーカドーでは、納品車両の戻り便を利用して物流面・コスト面の負担を低く抑えた仕組みを確立しています。

発泡スチロールリサイクル(厚木センターリサイクル工場)



地域との協力

- 牛乳パック
地域ボランティア団体等からの要請に基づき、回収スペースの提供やPRなどの協力を実施しました。
- ペットボトル
地域、自治体と協力して取り組んでいます。98年度は東京23区内とその他の地域40店舗で回収に協力しました。

■牛乳パックリサイクルの推移



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
- 管理部門の紙ゴミ・分別回収によりリサイクル
- 電池・「水銀電池」「ニッカド電池」を売り場でお客さまから回収



地域のお客さまと協力して各種容器のリサイクルを推進(能見台店)



店内社員食堂でもきめ細かな分別、リサイクルを徹底(大井町店)

暮らしに役立ち安心して使える商品の提供や情報発信などを通じて、各店舗はお客さま、地域社会との連携を深め、生活に根ざした環境保護活動の拠点となるよう努めています。さらに、寄付活動などを通じて、地球規模の自然保護活動への支援も進めています。

1998年度の取り組み

地域社会との連携をいっそう深めていくため、各店舗では「環境マネジメントレポート」の発行に合わせて店長が地元自治体にかが、当社の環境に関する活動や考え方を直接ご紹介するなど、新たな情報交流に取り組みました。また、お買い物袋のご持参など、お客さまのご協力に感謝して、継続的に国際熱帯木材機関(ITTO)への寄付を行い、熱帯雨林再生事業を支援しました。

地域活動への参加

《リサイクルの協力》

自治体、地域ボランティア団体等からの要請に可能な限りお応えし、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。99年3月末現在、牛乳パック回収協力90店舗、ペットボトル回収協力40店舗

《地域イベントへの参加》

各地の「エコライフフェア」などに参加しています。



お客さまに環境への取り組みをお伝えする店内ポスター



活動成果等をお客さまにご報告する店内ポスター

情報発信・情報公開

「エコライフしましょ。」キャンペーンを継続して実施し、パンフレットやポスターで環境問題をアピールしています。98年度は、「環境マネジメントレポート」の発行時に地域自治体や地域マスコミに、各店舗が積極的に情報を提供するなど、新たな情報の発信にも取り組んでいます。

■環境に関する情報・発行物

- 「環境マネジメントレポート(本冊子)」の発行(年1回)
- 「イトーヨーカドー/Yグループ会社概要」の発行(年1回)
- 広報誌「IY Group四季報」の発行(年4回)
- グループ内コミュニケーション誌「ぐるーぶIY」発行(月1回)
- 「ふれあい豊かに」の発行(年1回)



店舗周辺での清掃活動を定期的実施

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を通じて環境問題に関する最新の情報などを共有化。各店舗では幹部社員を通じて教育を徹底しています。

■アルバイト、パート社員を含む一般社員への教育

日常業務のなかでごみの分別、リサイクルのためのルール徹底、包装簡素化、省エネ意識の徹底を図り、環境への意識が日常生活の中で身につくよう努めています。

■清掃活動

各店舗とも、定期的に店舗周辺の清掃活動を、継続して実施しています。



リサイクル情報などを紹介したパンフレット



売り場内でのごみ分別

法令等の遵守

- 各店舗とも国および地元自治体の法令等を遵守した活動を進めています。
- 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。

寄付活動

■スタンプカード

お客さまにお買い物袋のご持参を呼びかけ、食品レジでポリ袋をご辞退いただくと一回につきスタンプ1個を押し、10個たまると100円に換金しています。また、お客さまのご協力に感謝して、イトーヨーカドーでは、国際熱帯木材機関(ITTO)の熱帯雨林再生事業に継続して寄付を行っています。

《98年度の成果》

レジ袋削減数960万枚
延べご利用数640万人
国際熱帯木材機関への寄付1,000万円
(累積寄付金額 7,951万円)

■その他

イトーヨーカドーでは地球規模での自然環境保護活動を支援するため、世界自然保護基金日本委員会を始め各種団体に寄付を行っています。91年度～98年度の寄付金累積額2億1,419万円

主な寄付先

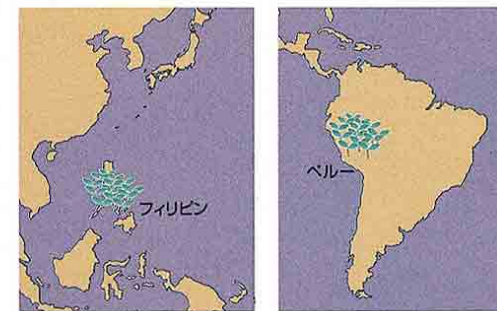
- 公益信託「地球環境日本基金」に「イトーヨーカドーグループ地球環境記念基金」を設置
- WWF Japan(世界自然保護基金日本委員会)
- 経団連自然保護基金



食品レジでは、お買い物袋ご持参のお客さまにスタンプカードを提供し、スタンプを押し

ペルーとフィリピンで育ち始めた「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活用して、1991年から95年までペルーのアマゾン川流域「リオハ」地区の熱帯雨林再生プロジェクトを実施。200ha(ヘクタール)の森林が育っています。さらに1998年からフィリピンのルソン島「ヌエヴァ・ヴィスカヤ」地区で熱帯雨林再生事業を進め、3,000haの森林保護を行っています。いずれも、苗木の育成～植林といった森林再生事業とともに、農業指導を行い「自然の生態系と共生して持続的生産が可能な農業」の育成を行っています。



熱帯雨林再生事業では、苗木の育成から植林まで、および持続的生産可能な農業の指導などを行っています。(写真上・ペルー「リオハ」地区での植林活動、下・同地区での苗木の育成)



El Bosque de la Amistad de ITO-YOKADO

環境指針

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、環境汚染の予防に努め、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努め、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

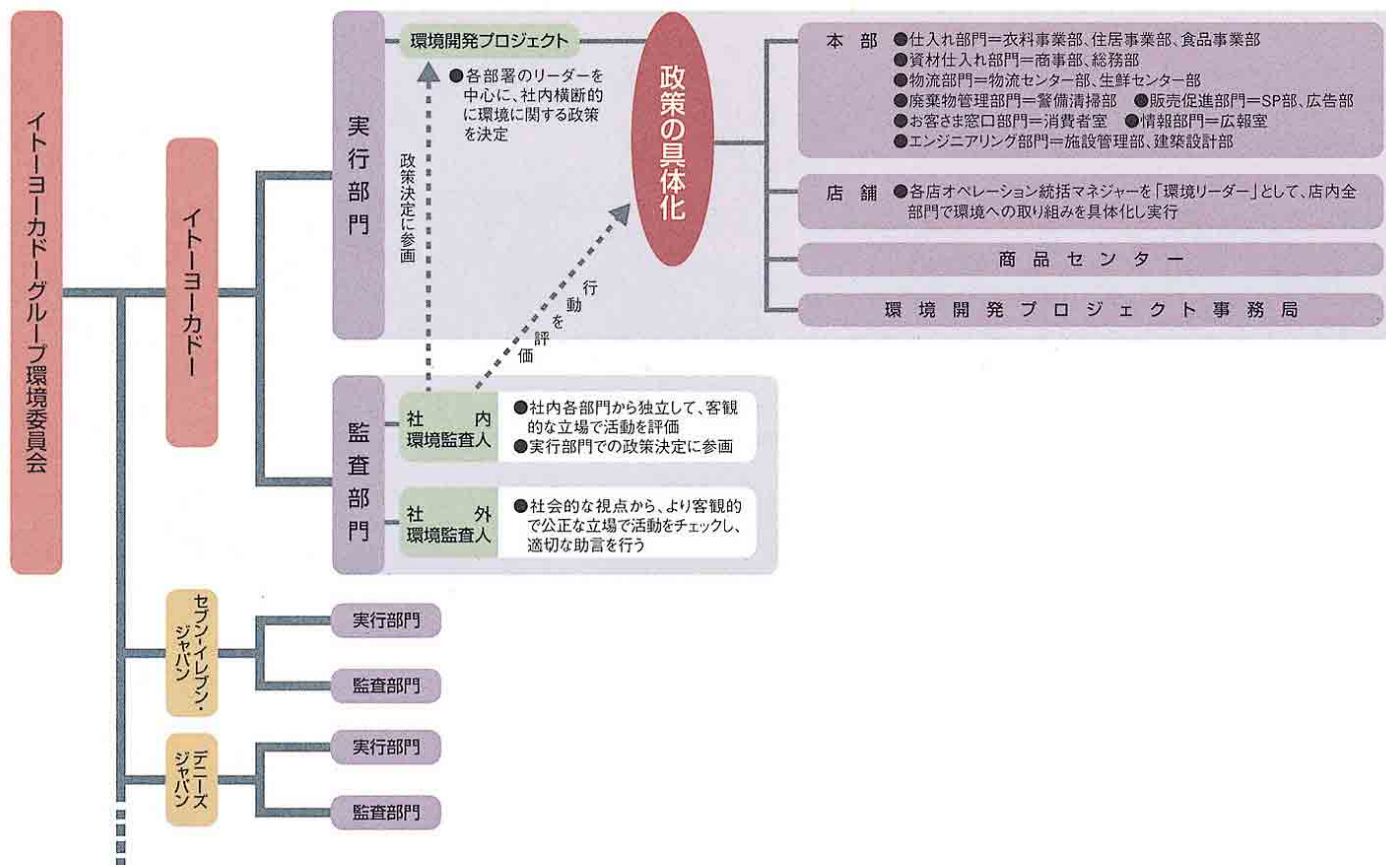
私たちは環境分野の社会貢献活動を継続的にを行い、企業市民としての役割を果たします。

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努めます。

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努め、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。



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。

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。



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1998年度イトーヨーカドー環境監査所見は、店舗2カ所及び店舗廃棄物の処理業者の現地監査、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いて作成したもので、同社の環境への取り組み状況についての第三者意見をとりまとめたものです。従って環境報告書そのものの監査を行ったものではありません。

2. 取り組みの全般的進展を評価します

イトーヨーカドーの環境監査をさせていただいて3年間が経ち、この間の取り組みにより、事業活動に伴って直接的に発生する環境負荷は、二酸化炭素などを除けば大きく削減されてきました。仕入れ段階では商品開発でのロス削減、環境負荷の少ない商品の開発、物流段階では店舗納品車両台数の削減、通い箱利用やハンガー納品の拡大、販売段階では包装材の削減、店舗から排出される廃棄物の分別の徹底と減量化・リサイクルなどは着実に成果を上げてきており、評価できます。今後とも引き続き積極的に取り組んでいかれることを期待します。

中でも98年度の方針にも掲げられた食品部門での廃棄ロスの10%削減が達成されたことは、単品管理、業務改革の成果として高く評価できるものです。全体のごみ削減についても333キャンペーンによる取り組みが定着し、10%（売上比では12%）の削減が図られました。廃棄物量やロス率は全国の流通業の中でトップクラスの少なさであり、引き続きより一層の取り組みを望みます。

また、単位当たりのエネルギー削減（二酸化炭素排出量の削減）についても、90年度比4%減となり、成果が上がってきています。特に新店でのコージェネレーションシステムや蓄熱システムの導入による省エネの推進は、今後とも積極的に進め、実験と検証を積み重ねて下さい。

3. 商品分野での取り組みが進展しつつあります

98年度の取り組みの中では、食品、衣料及び住居の商品関連3事業部において容器包装の削減、簡素化、塩ビ包装の排除などの取り組みが進展しました。特に包装材の塩ビ使用状況については的確な調査がなされ、全廃に向けての計画的な削減が図られています。また、環境への負荷の小さい商品、詰め替え商品なども計画的に開発・販売されつつあります。このような商品分野での取り組みが本格化してきていることを評

価するとともに、今後のより一層の取り組みを期待します。

ただ、このような商品における環境負荷削減の取り組みは、商品のライフサイクル全体を考慮し、イトーヨーカドーとして、きちんとした方針、基準を策定しつつ進められることを望みます。合わせてお客様に対して、商品に関する環境情報をネガティブな情報も含めて表示やPOPなどを活用して的確に提供し、その上でお客様の主体的な判断を尊重することが重要です。さらに環境ホルモン問題や防虫剤など暮らしに潜む汚染問題などについても取り組みが必要です。

4. 全社をあげてのさらなる取り組みへと発展させて下さい

現地監査において、一部の店舗でやや不十分な点が見られました。具体的には、省エネ、省資源や333キャンペーン等の取り組みにおいて、店長の方針が店全体に徹底されているかという点です。全ての項目について、全ての社員が意識を共有化し、取り組んでいくことは大変難しいことですが、社員への環境教育、情報提供のより一層の充実を図り、取り組みを徹底していくことを望みます。

5. 環境負荷総量の削減に向けた取り組みの検討が課題です

事業活動の拡大、厳しい経済環境の中での営業日数と営業時間の増加などに伴い、全体での二酸化炭素排出量などは増加してしまっています。昨年度の所見でも指摘しましたが、事業の発展・拡大と環境負荷総体の削減という二律背反する命題に、我が国の流通業のリーディングカンパニーとしてどのように取り組んでいくのか、お客様や行政とどのようにパートナーシップを組んでチャレンジしていくのかななどを、中長期の削減計画を含めて検討していく必要があります。

6. 終わりに

1998年度も昨年度に引き続き環境への取り組みは進展したと思います。しかし、地球の温暖化、ごみ問題、さらにはダイオキシンや環境ホルモンの問題など、環境問題はますます深刻の度合いを加速しています。持続可能な社会の構築に向けて、イトーヨーカドーがお客様に対して、どのような生活提案をしていくのか、イトーヨーカドーが考える環境負荷の少ない暮らしとは何か、などが問われていると思います。リーディングカンパニーの社会的責任の一つとして、流通業という業態の中で、これらの課題について考えていくこと、イトーヨーカドーらしい「創造力」を発揮させていくことを強く期待します。



イトーヨーカドー社内環境監査人
常務取締役 社会・文化開発室長

水越 さくえ

1. 商品開発の品質管理基準に環境への視点を明確化することが必要です

98年度、イトーヨーカドーでは、お客さまに「環境負荷の少ない商品」を積極的にご提案していくため、「環境奨励品」の開発・発売をスタートさせるなど、小売業にとって最も重要な要素である「商品」にスポットをあてた取り組みは、98年度の新しいチャレンジとして評価できます。

しかし、いかに環境負荷の削減を図った商品であっても、お客さまの支持を得られなければ、売れ残り商品となって廃棄物量の増大に結びついてしまいます。このため、「環境奨励品」などの商品開発に当たっても、お客さまの求めている価値や魅力を持った商品づくりを進めることが不可欠です。

また、日常生活における環境負荷の削減に貢献するという視点から言えば、過渡的には「環境奨励品」のように「環境負荷削減」をアピールする商品の提案はきわめて大切ですが、同時に、今後の商品のあり方を考える時、一般の商品開発における品質管理基準の中に、環境への視点を組み込むことで、「イトーヨーカドーで売場に並ぶどの商品を選んでも環境負荷の小さな暮らしに役立つ」という環境を育てていくことが重要です。今後のマーチャダイジング（商品政策）に環境への視点をどのように取り入れていくか、その方針と基準を明確化していくことが必要です。

2. チームマーチャダイジングによる、ロスの削減をいっそう推進して下さい

チームマーチャダイジングの推進により、とくに衣料などで商品の売れ行きに応じて商品を生産して売場に投入する「クイックレスポンス（以下QR）体制」は、環境負荷の削減という視点からも、見込み生産によって「売れない商品を大量につくる」ことから発生する、資源やエネルギーの浪費、物流上のムダ、廃棄物量の増大などを防ぐ重要な取り組みです。今後、より多くの商品でQR体制を確立していくことが望まれます。

3. 流通業における「環境会計」のフォーマットづくりが急務です

環境負荷削減に関する効果対コストを検証していくために、98年度より「環境会計」の導入を図った点は評価できます。我が国においては環境会計の基準づくりが緒についたばかりであり、流通業においても環境コストを事業活動の中から明確に抽出することが困難です。しかし、環境会計に関する社会的な議論を進めていく上でも、できることから「試算」を積み

上げ、今後の議論の元となるデータを提出していく努力が必要です。その意味で、98年度は一部にとどまったとはいえ、効果対コストの算出に積極的に取り組んだことは重要です。99年度は、さらに個別的な取り組みごとに基準を明確にして、より広範な取り組みについて環境会計データを公開できるようにすることを期待します。

4. 社員の「環境意識」をさらに高め、地域との協力を推進する

98年度も引き続き333キャンペーンなどを通じて、日常業務の中で社員の環境に対する意識の向上を図った点は評価できます。また、各店舗が主体となって地元自治体等へ直接『環境マネジメントレポート』を紹介し、積極的に環境への取り組みについて話し合う機会を持ったことは、地域社会との連携を一步進めることにつながりました。今後も、継続的に地域社会との相互理解を深め、ともに環境対策を進めることが重要です。

5. 環境負荷の削減と持続的な成長を図る経営へ

環境負荷の削減、環境会計などについて、単品管理の考え方を取り入れて、毎日の業務に根ざしたデータの積み上げがさらに必要と考えます。そのためには、定量的なデータ収集のための基準づくりが求められます。

環境負荷削減の取り組みは、MD、物流、店舗運営、売場づくりなど、小売業のあらゆる業務のロス削減、経営資源の有効活用と密接に結びついており、さらにはお客さまへの新しい価値の提供につながっています。また、昨今注目を集めている「エコファンド」にみられるように、環境への積極的な取り組みは、資本市場における一つの評価基準ともなりつつあります。今後、環境への取り組みを経営のプロセスで検証し、産業界や社会とともに議論を進められるよう客観的なデータを蓄積し、公開していくよう、なおいっそうの努力が必要です。



店舗廃棄物処理業者さんの処理工場での現地監査
(千葉県市原市内)

98年度の取り組みのまとめと99年度の目標

イトーヨーカドーではすべての業務におけるロスを排除し、環境面への配慮と経営上のメリットを同時に追求できるように努力していますが、この取り組みは今後とも変わりなく続けます。省資源、省エネルギー、ごみ減量などの取り組みもさらに進めるとともに、お客さまに安全で快適なライフスタイルをご提案し続けてゆきたいと考えます。

●98年度取り組んできたこと

まず第一に、社内の各部署それぞれが自分たちの発生する環境負荷に対して、定量的に把握し、追跡する体制を構築できるように努めました。

例えば、エネルギーの分野においては単位あたりの考え方を「売り上げあたり」から「営業時間(1時間)・延べ床面積あたり(1㎡)(駐車場を除く)」に変更し、店舗数や営業時間に左右されずに比較追跡できる体制を作りました。

またそれぞれの取り組みごとにコストとコストメリットを把握できるような仕組みづくりを試みました(p6「環境会計へのアプローチ」参照)。

そして98年度の環境報告書で掲げた個別の取り組みについては、以下の通りとなりました。

《98年度の環境報告書で特に掲げた目標》

- ①食品部門において、97年度よりも10%の廃棄ロス削減に取り組む。
- ②「333キャンペーン」をさらに進め、ごみ量を10%削減する。
- ③エネルギーの分野において売り上げあたりのエネルギーを削減させる。
- ④包装材について、包装材全体を見直し、塩ビ包装材の削減を進める。

結果として、食品部門では目標であった廃棄ロス10%削減を達成(p5)、また、ごみ量の10%削減についても売上比で12%削減と目標を上回る成果を上げることができ

ました(p16)。そして、包装材の分野においては生鮮食品のポリオレフィンフィルム化が98年6月に全店で完了し、その他包装材の非塩ビ化への取り組みも進みました(p9)。エネルギーの分野では、90年から単位あたりCO₂排出量が4%削減されていることがわかりました。しかし、97年度との単位あたり消費量の比較では、電気では100.7%とほぼ前年並み、水道で97%と減りましたが、ガスでは105.6%となりました(p13~14)。

●99年度の目標として

環境負荷発生量の定量的な追跡と、どんなコストとコストメリットのとらえ方が適切なのかを考え、「環境会計」として、より精度の高いものを目指します。

また、個々の取り組みについては

- ①包装材…容器包装リサイクル法への対応も含め、包装材の素材確認を進めながら、トレイ削減のために20%省資源型のトレイを開発して店舗数が増えても使用量で98年度を超えないことを目指します。
- ②エネルギー…経営環境が厳しい中、商品の良さをアピールするために電力を必要とする場面が多くなるなどの状況ですが、単位あたりのエネルギー量を98年レベルにおさえるよう、省エネに取り組めます。新技術や各種実験の結果を踏まえ、中長期の削減計画づくりに取り組めます。
- ③ごみの減量…98年度に引き続き5%削減を目指します。

1999年5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

年代	省エネルギー	商品開発、包装の簡素化	物流の改革	リサイクル
1970年代	<p>〈70年~91年の間〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●店内照明の自動調整化 ●照明電圧の変更、夜間電力の活用 ●夏季の空調温度維持、中間期の外気冷房 ●節水コマの設置 	<p>〈77~78年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●8店舗の食品レジでポリ袋ご辞退のお客様を対象にしたスタンプカード制を開始 		
1980年代	<p>●エスカレーターの運転時間厳守</p> <p>●無人スペースの消灯</p> <p>●ドアの開放禁止</p> <p>●スポットライトの限定的な使用</p> <p>●バックスペースの階段照明の間引き点灯</p>		<p>〈81年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●簡易包装紙導入 <p>〈86年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●共同配送開始 	
1990年代	<p>環境に関する活動</p> <p>〈90年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●環境開発プロジェクト発足 <p>〈91年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「エコライフしましょ。」キャンペーン開始 ●グリーンバード・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支援・協力開始 <p>〈92年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ITTO、イトーヨーカドーの寄付金を活用してペルーの熱帯雨林再生事業開始 <p>〈94年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「環境指針」「環境規約」制定 <p>〈95年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●大手小売業でいち早く環境監査制度導入 ●ITTO、ペルーでの熱帯雨林再生事業完了 <p>〈96年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●社外環境監査人、新設 <p>〈97年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ITTO、イトーヨーカドーの寄付金を活用してフィリピンの熱帯雨林再生事業決定 <p>〈98年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「グリーン購入」拡充 	<p>〈91年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●雑排水をリサイクル <p>●氷蓄熱、水蓄熱システムの導入</p> <p>〈97年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●電気、ガス使用量5%削減の取り組み開始 ●コージェネレーションシステムなど新設備の導入(五所川原店) <p>〈98年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●コージェネレーションシステムなど新設備の導入(八戸沼館店) <p>〈99年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●コージェネレーションシステムなど新設備の導入(福山店) 	<p>〈91年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●スタンプカード制、食品取り扱い店全店に拡大 ●生鮮トレイの削減開始 ●簡易包装箱導入 ●オリジナルギフト商品の簡易包装化 <p>〈94年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●レジ袋の厚み削減 ●衣料用ポリ袋導入(二重包装削減) <p>〈97年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●食品ラップでポリオレフィンフィルムの導入開始 <p>〈98年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ポリオレフィンフィルムの導入完了 ●「環境製品」30品目の販売開始 ●商品素材の非塩ビ化推進 <p>〈99年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「環境製品」38品目に拡大 ●軽量トレイ開発 	<p>リサイクル</p> <p>〈91年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ビン、カン、トレイの店頭回収開始 ●業務用発泡スチロールの回収、再資源化開始 ●食用廃油のリサイクル開始 ●地域の牛乳パック回収活動への支援開始 <p>〈92年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ハンガーリサイクル開始 <p>〈93年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ハンガー配送開始 <p>〈94年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●配送効率の向上を図り、ロースタックトレイ導入 ●通い箱、導入開始 <p>〈95年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「IY資源化推進協会」発足 <p>〈96年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「IY資源化推進協会」、廃棄物処理のマニュアル発行 <p>〈97年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●333キャンペーン開始 <p>〈98年〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ●中京地区9店舗で発泡スチロールのリサイクル開始
1991年4月	<p>「91年4月、現在まで」</p> <p>●環境の取り組みを統合した「エコライフしましょ。」キャンペーンを継続</p>			
1999年				

■会社概要

名称：株式会社イトーヨーカ堂
 代表者：代表取締役社長 鈴木敏文
 資本金：466億1,200万円
 社員数：15,908名
 店舗数：169店舗
 (99年2月末日現在)

■業績推移(単位 億円)

	98年度	97年度	96年度	95年度	94年度
売上高	15,451	15,297	15,287	15,279	15,233
経常利益	712	703	696	765	750
税引前利益	669	680	689	753	741
当期利益	420	413	431	457	447
店舗数	169	163	158	154	149



■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.03-3459-2922 (ダイヤルイン)



エコマーク認定の
再生紙を使用しています。