

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 2000



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。

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。

現在、私たちの店頭では、商品のライフサイクルがかつてなく短縮化する中、売れる商品は短期間に集中して売れ、お客さまのニーズがすぐに別の商品に移り変わるといった状況がますます進んでいます。このため、お客さまの欲しい時に欲しい商品が店頭にないために起こる「機会損失(売り逃し)」のロスと、お客さまの関心がなくなった商品が不良在庫となって残るロスが同時に増加する傾向にあり、この2つのロスの削減に全社を挙げて取り組んでいます。

環境問題においても、商品の仕入れから物流、販売、消費、廃棄にいたる各段階で発生する数々のムダ(ロス)を削減していくことが、本業での最も優先的な環境負荷削減への取り組みになると考えています。

私たちは「単品管理」と呼んでいる手法により、毎日の仕事の中でロスの削減に取り組んでいます。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しています。

そして、環境への配慮を組み込んだ店舗運営、商品配送システムの合理化による車両走行距離の削減、環境に配慮した商品づくりとご提案、資源のリサイクルや社会活動にも取り組んでいます。

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」をもとに全力を挙げて環境問題に取り組む考えですので、皆さまのさらなるご支援、ご指導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

| | | |
|----|------------|------------------------------|
| 1 | ごあいさつ | |
| 3 | 環境会計 | 事業活動全体を見渡せる「環境会計」を考えました。 |
| 5 | 仕事の流れと環境対策 | 毎日の仕事の中で環境問題に取り組んでいます。 |
| 6 | 基本的な取り組み | ムダを省く努力が、環境負荷の軽減に効果をあげています。 |
| 7 | 商品提案 | “環境に配慮した生活”に役立つ商品を提案します。 |
| 9 | 包装の改善 | 包装・容器のムダを省き、安全な材質へ転換を進めます。 |
| 11 | 物流改革 | 合理的に商品を運ぶ仕組みを構築しています。 |
| 13 | 省エネルギー | いっそうの省資源・省エネルギーを図っています。 |
| 15 | 廃棄物減量化 | 廃棄物の削減に社員全員で取り組んでいます。 |
| 17 | リサイクル | 効率的な仕組みをつくってリサイクルを進めています。 |
| 19 | 社会活動 | 社会や地域の皆さまと協力し合っています。 |
| 21 | 地球環境 | お客さまとともに「イトーヨーカドーの森」を育てています。 |
| 22 | 沿革 | これまでの環境への取り組み |

資料編

| | |
|----|------------------------|
| 23 | イトーヨーカドーグループ環境指針と環境委員会 |
| 24 | イトーヨーカドーグループ環境規約 |
| 25 | 1999年度・環境監査所見 |
| 27 | 2000年度の目標 |
| 28 | 皆さまの声を聞かせください。 |
| 30 | イトーヨーカドー会社概要 |

本報告書は1999年3月～2000年2月を対象としています。
発行：2000年5月
(次回発行予定は、2001年5月です)

事業活動全体を見渡せる「環境会計」を考えました。

この「環境会計」では、事業活動全体を見渡し環境負荷削減の取り組みとそのために発生した追加的コスト負担、環境への取り組みの結果得られたコスト削減効果を集計しました。ただし、流通業では、商品をつくる・運ぶ・販売するといった本来の業務の効率化が、同時に環境負荷の削減の取り組みそのものであるケースが多く、通常の業務に算入すべきコストと環境負荷削減のためのコストとを明確に区分することが困難な項目が多数あります(たとえば、物流の合理化や店舗建築などに関する項目)。そのため、今回は、事業活動全体を見渡しなが、明確に費用と効果を取り出すことが可能な項目に関して集計を行いました。

この表から分かるコスト削減効果

- ①省エネ効果……………7億9,690万円の投資で年間2億5,800万円のコスト削減効果がありました。
- ②廃棄物を減らす効果……………分別の徹底による廃プラスチックなどの処理費用増加分680万円(注1)はあるものの、リサイクルすることで22億円(注2)のコスト削減効果がありました。(注1)分別を徹底することで、かつては分別しきれず燃えるゴミなどに一部混ざっていた廃プラスチック類も適切に処理できるようになった結果、廃プラスチック処理量が増え、処理費用が増加しました。他方、生ゴミなどの燃えるゴミは減少しています。(注2)リサイクル物をすべて廃棄物として処理した場合にかかる費用(推定金額25.6億円)と実際にリサイクルにかかった費用(3.6億円)の差額。
*分別、リサイクルを行わず、すべてを廃棄物として処理したとすれば、その処理費用は、少なくとも実際の廃棄物処理費用

(1999年度=23億680万円)に、上記の推定金額25.6億円を加算した48億6,680万円となります。分別、リサイクルおよびゴミの減量化を進めた結果、実際の処理コストは廃棄物処理費用(23億680万円)とリサイクル費用(3.6億円)で済み、22億円分のコスト削減効果があったものと考えました。

③グリーン購入・包装材対策……………新たな経費をかけずに、2億2,610万円のコスト削減効果がありました。

上記以外にも社会活動やコミュニケーション活動も合わせ、トータルに費用対効果を算出すると、下記の通り約26億5,000万円のコストメリットが認められました。

投資額=7億9,690万円
 経費=4億2,680万円…(A)
 効果=30億7,410万円…(B)
 コストメリット…(B)-(A)=約26億5,000万円

こうした環境負荷削減の取り組みをさらに効果的に進めるには、より効率的で合理的な仕組みづくりが不可欠です。また、合理的な仕組みをつくることで、持続的な取り組みが可能になるものと考えられます。

イトーヨーカドーは、ムダの少ない仕組みをつくることで、環境、経営の両面で成果を上げる取り組みを追求しています。

環境会計(環境への取り組みに伴う費用とコスト効果) *人件費は除く。

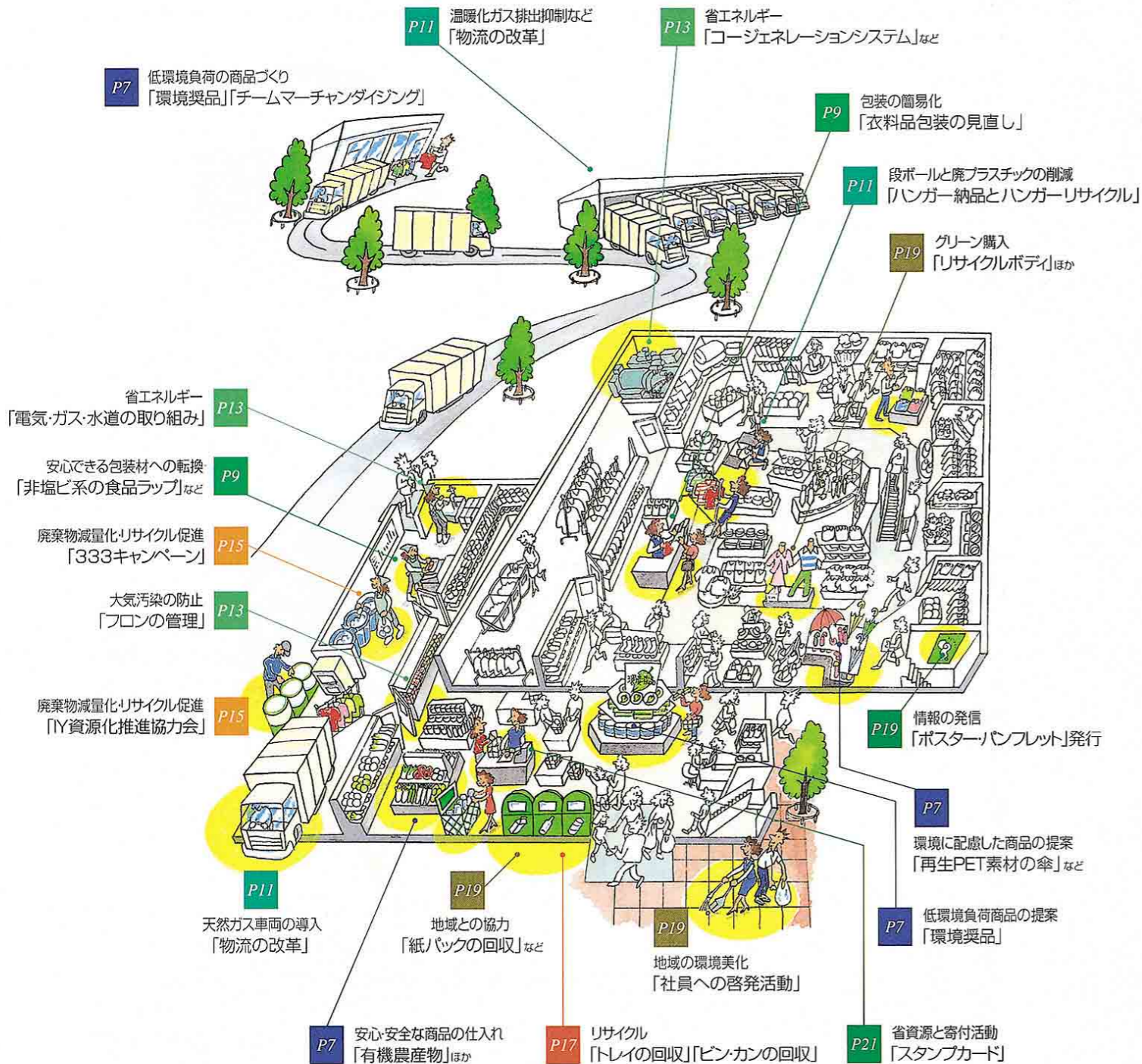
単位:万円

| 分野 | 環境負荷削減のための取り組み | 取り組みの範囲 | 環境負荷削減効果 | 投資額 | 経費 | コスト削減額 コスト回避額 | コスト効果算出の考え方 |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 建築時の配慮 | 植栽 光害対策 | | | | | | 新店の建築物については、環境保全にかかるコストのみを抽出することが難しく、今回は除外 |
| 省エネ設備 | 店内基本照明の省エネ化 空調熱源の省エネ型機器の導入 コージェネレーションシステム 省エネ型照明 段調光照明設備 節水装置 モデル店での省エネ実験 | 既存店11店舗 既存店3店舗 新店2店舗 新店10店舗 新店10店舗 既存店9店舗 既存店1店舗 | 電力使用量2,710Mwh/年削減 ガス30万m ³ 削減/年 年間効果は測定中につき除外 電力3,289Mwh/年削減 電力644Mwh/年削減 水道1.3万t削減 電力192Mwh/年削減 | 18,400 6,300 50,700 (注1) -140 (注2) 230 (注2) 2,800 1,400 | | -5,400 -1,800 -10,000 -6,300 -1,200 -800 -300 | 削減電力分に相当する電力料金 |
| 物流対策 | 通い箱・ハンガー納品 天然ガス車の導入 | 全店 5台 | ダンボール332万箱の削減 | | | | 物流分野は本来の業務と一体の分野であり、集計から除外 |
| 包装材対策 | レジ袋の変更(厚みの削減) 生鮮包装材の環境対応(省資源型トレイ導入) | 全店 全店 | レジ袋の厚み1割減。ポリエチレン400t/年削減 トレイ5~26%の省資源化。ポリスチレン130t/年減 | (注3) | 0 | -6,700 | ポリエチレン使用削減にともなうコスト削減額 集計困難につき、除外 |
| グリーン購入 | 販売備品の再生品利用(リサイクルボディ) 名刺などの再生紙利用 生鮮エプロンの再生素材利用 プリンタートナーリサイクル 再生素材建材の利用(廃ガラス) | 全店 全店 全店舗 全店 3店舗 | 4,000体(マネキン全体の20%)で実施 ケナフ60~100%配合に変更など 再生ペットボトル70%配合に切り替え 18,145本分(全体の80%)リサイクル 廃ガラスを粉砕してセメントやアスファルトに固化し、店頭外床に使用 | | 0 0 0 0 | -6,200 -230 -480 -9,000 | 従来品との差額を集計 従来品との差額 従来品との差額 従来品との差額 従来品との差額なし |
| 廃棄物減量化 | 333キャンペーン活動 リサイクル | 全店 全店 | 食品廃棄物の全店計3%削減。店舗あたりの廃棄物計5%削減 リサイクル物計75,390t(3%増加) | | 680 (注4) 36,000 | | 分別が徹底され、一般廃棄物を削減したコスト効果(-1,150万円)と分別徹底により増加した廃プラ類を特性に合った処理のため上昇したコスト(1,830万円)分の差額 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25.6億円を回避できたと考えて(従って22億円のコストメリット) |
| 社会活動 | 環境面での寄付活動 スタンプカードによるお買い物袋ご持参活動 | 全店 食品扱い全店 | ITTOによる森林再生事業等 レジ袋1,150万枚削減 | | 1,000 3,800 | -3,000 | 経費はお客様にご返金した金額。効果は削減したレジ袋量分に相当する金額 |
| コミュニケーション | 環境報告書、ポスター作成、環境管理費用 | 全店 | | | 1,200 | | |
| 合計 | | | | 79,690 | 42,680 | -307,410 | |

注1: 集計可能な2店舗分を集計。
 注2: 新店の場合は店舗設備と一体になっているため、対策を行わない時との差額、および一般品を取りつけた時との差額を集計。
 注3: レジ袋の厚み削減、省資源型トレイの開発は、期の途中(10月)からの取り組みですが、年間での効果、コストを計上しています。
 注4: 廃棄物処理費用は、全費用(23億680万円)のうち、コスト上昇分(680万円)を今回の取り組みの結果として計上しています。

毎日の仕事の中で、環境問題に取り組んでいます。

イトーヨーカドーは毎日の仕事に根ざした環境負荷削減の取り組みを最も大切にしています。そのため社員一人一人が「環境指針」「環境規約」に基づいてゴミの減量化やリサイクルに努めることはもとより、商品づくり、物流、お客さまへの商品提案や情報提供などあらゆる部門で目標を定め、環境負荷のより小さい小売業を目指して取り組んでいます。



ムダを省く努力が、環境負荷の削減に効果をあげています。

「小売業の事業活動そのものが発生させる環境負荷をより小さくしていくこと」が私たちの環境への取り組みの中心です。私たちのすべての部門で環境負荷を減らす工夫と仕事の見直しを続けることで、商品を生産する人、運ぶ人、販売する人、使う人—その誰の得にもならない「ムダ」を省くことができ、よりスリムで、変化にも素早く対応できる新しい時代のニーズに合った小売業が育っていくものと考えています。

経営、環境両面に効果を上げる「ロス削減」

私たちは1970年代の初めから、チェーンストアとしての事業活動そのものから発生する環境負荷にはどのようなものがあるか、そしてその負荷を低減させるにはどのような方法があるのか、について全社を挙げて考え続けてきました。

長い議論と検証を経て私たちがたどり着いた結論は、「ロスの削減」でした。

高度成長時代につくり上げられた大量生産・大量販売の仕組みは、商品の生産(または収穫)から輸送を経て、販売そして消費・廃棄に至るまで、各段階ごとに膨大なロスを発生させていることが明らかになりました。これは、私たち流通産業に固有の環境負荷です。また、物流、廃棄物などの分野では、そのシステムを変えることにより環境負荷を劇的に削減させることも検証しています。

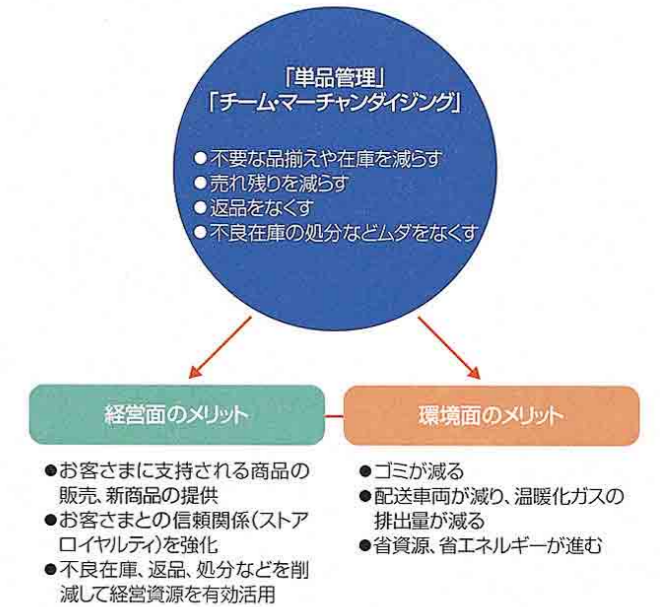
まず私たちの本業そのものの環境負荷を減らすこと、これが私たちの第一の責任だと考えています。

1982年以来、社内で「単品管理」と呼んでいる商品管理手法で、一つ一つの商品に着目して、最も価値の高い商品をお客さまにお届けしようとしています。その手法により、バイヤー、販売員の発注精度を向上させることで、廃棄ロスを削減させ、また廃棄物の取り扱いにも同様の管理手法を組み込むことで、廃棄物を大幅に減らしています。

こうした課題解決の手法は商品だけに留まらず、建物管理、エネルギー管理にも同様の管理手法を応用し、最小限の資源消費で最大のお客さまサービスとコスト削減を両立できるよう取り組んでいます。



イトーヨーカドーが1982年以来進めている改革とその効果



食品の廃棄量をさらに13%削減

食品部門では、毎日新鮮な商品を提供するため、販売期限を過ぎて売れ残った商品は廃棄します。この廃棄ロスを減らすために、売り場では、毎日変化する販売数量の予測精度を高め、お客さまのニーズに合った品揃えを追求しています。1999年度は、廃棄ロスの1割削減を目標に、①毎日の天候変化などに合わせて発注量を変える、②時間帯によって変化するお客さまのニーズに合わせて売り方を変え、積極的に売り切るなどの取り組みを進めました。この結果、廃棄量は13%削減され、目標をクリアすることができました。

廃棄ロスを減らす、鮮魚売り場の取り組み

鮮魚売り場では、午前中は丸のままの魚、昼過ぎから夕方には「開き」や「刺身」など調理のテーマがかからないものなど、同じ魚でも時間帯によって売れる商品の形態が変化します。毎日、このようなニーズの変化を見ながら、売り方(商品の形態)を変えることで、ムダを出さずに売り切るよう努力しています。この結果、鮮魚部門は29%も廃棄ロスを削減できました。



“環境に配慮した生活”に役立つ商品を提案します。

オリジナル商品「環境獎品」のご提案、「有機野菜」「健康野菜」など安心してご利用いただける商品の提供をはじめ、環境負荷の削減につながる商品生産方法の改革など、あらゆる面から商品による「環境負荷」を小さくする努力をしています。



環境負荷の削減に役立つ「環境獎品」

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、環境負荷の削減効果を客観的に評価する基準を設け、環境負荷の削減に役立つ商品を「環境獎品」としてご提案しています。

「環境獎品」は、より多くのお客さまにお使いいただけるよう、環境面の性能ばかりでなく、機能性や使いやすさなど商品本来の価値も追求しています。

「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。



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樹脂を採用して、使用後箱といふ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

素材・生産段階からムダのない商品づくりを目指す チームMD(マーチャндаイジング)

商品ごとに、企画、素材、製造・加工、流通など各分野の専門家やメーカーさんとチームを組み、商品開発から販売まで、情報を共有しながらそれぞれが役割を分担して、お客さまのニーズに合った商品をタイムリーに提供していく「チームMD」を進めています。

チームMDのメリット

- お客さまのニーズのある商品に絞り込んで商品をつくることが可能になり、従来の見込み生産では、大量に発生していた売れ残りによるムダを削減することが可能。
 - 売り場からの情報を、随時、生産部門などにフィードバックすることで、生産や流通過程の在庫を適切にコントロールして、不良在庫の発生を抑えることが可能。
- この結果、環境面でも原材料の有効利用が可能になり、(売れ残った商品の)返品のための配送など社会的な資源のムダ使いも抑えることができます。

再生ペット素材の利用拡大にチームMDが一役

素材メーカーさん、洋傘メーカーさん、商社さんとイトーヨーカドーがチームを組んで、ペットボトルのリサイクル生地を使った超軽量(約140g)の折り畳み傘をつくりました。開発、生産、加工、流通、販売など、それぞれが得意とする分野で力を発揮し合うことで、ニーズに合った価値ある商品を、リーズナブルな価格で提供することができ、多くのお客さまに支持していただける商品に育っています。今後、生地だけでなく、プラスチック部分の原料にも一部ペットボトル再生材を取り入れるなど、



さらに開発を進めていく予定です。また、イトーヨーカドーでは折り畳み傘以外にもリサイクル生地を使ったレインコート、長傘などもチームMDで開発、販売しています。

■ ミニ傘 (直径50cm, 140g / 55cm, 150g / 60cm, 200g) 各2,900円

「環境獎品」

アイテム数の拡大を目指すのではなく、アイテムを絞り込んで一つ一つの商品の品質や環境面での性能を見直し、多くのお客さまに支持していただける商品を育て、商品の育成と生活への普及・浸透を図ります。

重点商品：ラップ、ティッシュペーパー、トイレトロール



「有機野菜」「健康野菜」

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。これらの農産物について、農林水産省のガイドラインを参考にして「有機野菜」「健康野菜」の表示を行うなど、お客さまに正しい情報を提供するように努めています。



「有機野菜」

3年以上の無農薬、無化学肥料でできた有機農産物

「健康野菜」

有機農産物への転換中の畑および化学肥料や農薬の使用を抑えた畑で採れる農産物

ただし、3年以上無農薬、無化学肥料でできた有機農産物の栽培にあたっては日本の高温多湿な気候の下ではウイルスや細菌などがつきやすいといった問題もあるため、「有機野菜」の早急な量的拡大は困難です。しかし、「有機野菜」と合わせて「健康野菜」の拡大によって、トータルでニーズに応えてまいります。

「有機野菜」「健康野菜」の分類と農水省のガイドライン

| 農薬 | 化学肥料 | 無使用 | | 使用 | |
|-----|--------------------|---------|----------|-------------|---------------|
| | | 3年以上無使用 | 6ヶ月以上無使用 | 左記以外 | 減化学肥料栽培農産物 |
| 無使用 | 無農薬栽培農産物 | 有機農産物 | 有機農産物 | 無農薬栽培農産物の表示 | 無農薬栽培農産物の表示 |
| | 慣行的使用の5割以下の使用量 | 有機農産物 | 有機農産物 | 化学肥料使用表示 | 化学肥料使用表示 |
| 使用 | 減農薬栽培農産物 | 有機農産物 | 有機農産物 | 減農薬栽培農産物の表示 | 減農薬栽培農産物の表示 |
| | その他の慣行的使用の5割以上の使用量 | 有機農産物 | 有機農産物 | 農薬使用表示 | 減化学肥料栽培農産物の表示 |
| | | | | | 通常栽培 |

イトーヨーカドーの表示 ▶ 有機野菜 健康野菜

遺伝子組み換え食品への対応

遺伝子組み換え食品については、可能な限り排除します。ただし、非遺伝子組み換えの原料に替えることで、原料価格の高騰、ひいては商品価格の上昇など、お客さまにご迷惑をかけることがあってはいけないと考えています。こうした点に留意しながら、できることから取り組みを進めてまいります。

対象品目についての「遺伝子組み換え」「非遺伝子組み換え」表示に関しては、農林水産省の指針および現在検討中の厚生省の結論を待って表示を行う方針で、現在、表示方法を検討しています。



「イトーヨーカドー・オリジナル商品の豆腐」非遺伝子組み換え大豆の証明がとれた原料を使用し、商品パッケージに「遺伝子組み換え大豆は使用しておりません」と表示。

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。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、優先的に対応を進めています。

- 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。

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。

- ビニール製簡易傘
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
底材の非塩ビ系素材への転換を進め、塩ビ使用量をゼロに削減。
- ビニール製簡易レインコート
EVA素材への転換を進め、塩ビ使用量ゼロに削減。

*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)

資源の保護と有効活用への配慮

- 水産資源への配慮
- 森林資源の持続的活用への配慮
(例)紙製品の原料にケナフや草、バガスを利用
- 再生リサイクル商品の開発



「有機野菜」「健康野菜」

品質、味のチェックを確実にしながら取り扱い拡大(全野菜の品揃え中の構成比を15%から30%へ拡大)を目指します。

包装・容器のムダを省き、安全な材質への転換を進めます。

1970年代から包装の簡素化、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きました。1999年はレジ袋の厚みの10%削減(ポリエチレン使用量で年間400t分の削減効果)、省資源型トレイの導入など、新たな省資源型包装材の開発に取り組みました。衣料品包装材では塩ビ使用量ゼロを達成しました。

厚みを10%薄くしたレジ袋の導入

1999年10月より、厚みを10%削減して軽量化したレジ袋に切り替えました。99年度は1店舗当たりのレジ袋使用数削減とも相まって1店舗当たりのレジ袋使用量(重量)は15%の削減となりました。



ギフト用包装(1店舗当たりの実績)

| | 有料包装箱 | 簡易包装箱 | 包装紙 |
|------|---------|--------|---------|
| 94年度 | 32,800箱 | 6,600箱 | 2,600kg |
| 95年度 | 34,500箱 | 5,800箱 | 2,560kg |
| 96年度 | 30,800箱 | 6,300箱 | 2,110kg |
| 97年度 | 29,800箱 | 5,300箱 | 2,050kg |
| 98年度 | 27,700箱 | 5,870箱 | 1,810kg |
| 99年度 | 24,530箱 | 4,660箱 | 1,740kg |

レジ用包装材使用量の推移(1店舗当たりの実績)

| | 94年度 | | 95年度 | | 96年度 | | 97年度 | | 98年度 | | 99年度 | |
|-----------|-------|-------------------------------------------|------|----------------|------|------------|-------|----------------------|------|-----------------|-------|--|
| | 数量 | 数量(前年比) | 重量 | 数量(前年比) | 重量 | 数量(前年比) | 重量 | 数量(前年比) | 重量 | 数量(前年比) | 重量 | |
| ポリ袋S | 37万枚 | 35万枚(96%) | 25t | 37万枚(103%) | 22t | 36万枚(97%) | 19t | 35万枚(97%) | 20t | 33万枚(94%) | 17t | |
| ポリ袋M | 80万枚 | 72万枚(90%) | | 74万枚(103%) | | 71万枚(96%) | | 71万枚(100%) | | 69万枚(97%) | | |
| ポリ袋L | 133万枚 | 120万枚(90%) | | 115万枚(96%) | | 108万枚(96%) | | 100万枚(92%) | | | | |
| ポリ袋特大 | 41万枚 | 34万枚(83%) | | 34万枚(100%) | | 43万枚(113%) | | 43万枚(100%) | | | | |
| 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 | 7万枚(87%) | 7t | 6万枚(85%) | 4t | |
| 衣料用ポリ袋 | 25万枚 | 63万枚(249%) | 8t | 63万枚(100%) | 8t | 60万枚(96%) | 7.5t | 61万枚(101%) | 7t | 58万枚(95%) | 7.4t | |
| ジャイアントポリ袋 | - | - | - | - | - | - | - | 0.4万枚(-) | 0.4t | 1.4万枚(350%) | 0.4t | |
| 計 | 418万枚 | 334万枚(80%) | 40t | 332万枚(99%) | 36t | 325万枚(98%) | 32.5t | 325.4万枚(100%) | 33t | 310.4万枚(97%) | 28.4t | |
| 店舗数 | 151店 | 154店 | | 159店 | | 163店 | | 169店 | | 176店 | | |
| | | 衣料用ポリ袋導入 二重包装の削減 衣料用紙袋廃止 レジ用紙袋削減 | | レジ袋厚み削減による重量削減 | | 二重包装削減の徹底 | | 重衣料販売拡大に伴い、大型の袋の使用増加 | | 厚み10%削減したレジ袋の導入 | | |

省資源型トレイの導入とトレイの削減

99年度は、従来より20%軽量化したトレイの開発・導入を進め、全体の4割を占めるポリスチレン製トレイの省資源から着手しました。その一方で、引き続き個食化ニーズに対応した少量パック商品の販売数の増加、フタ付きトレイ*の増加などにより、トータルの使用量は昨年より4%増加しました。トレイの削減については、2000年度の課題として再度取り組みます。

*フタ付きトレイ…販売のピーク時に品切れを起こさないために、商品を積み上げる陳列方法が多く取り入れられるようになっています。このため積み重ねができるフタ付きのトレイの使用量が増加しました。

- 3原則
- ① 使わない努力
 - ② 必要な商品に限り最少限に使う
 - ③ 使ったトレイはリサイクル

食品ラップの非塩ビ化

98年6月から全店で店内加工の生鮮食品用ラップを焼却時に塩化水素ガスの発生しないポリオレフィン・フィルムに転換。従来のラップより38%軽量で、ゴミの減量化にも寄与しています。



衣料品の塩ビ包装材削減

99年度は、ワイシャツ、スポーツシャツの袋、ギフト箱の100%非塩ビ化を完了し、衣料品包装材の塩ビ使用量をゼロにしました。

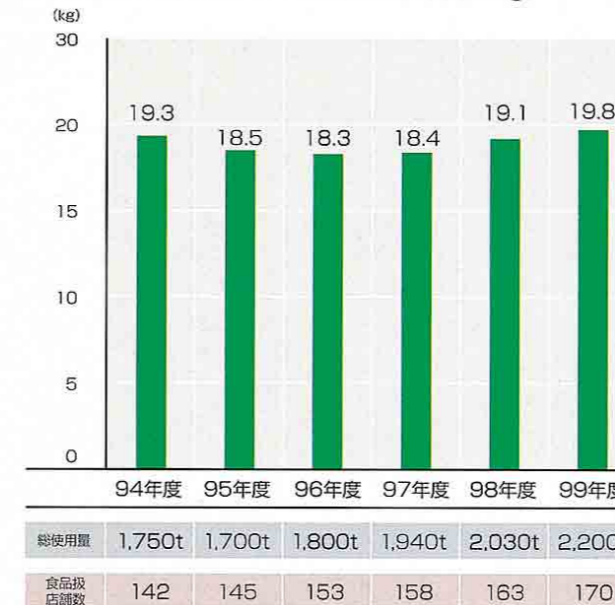
また、オリジナル商品のパッケージについても、ポリ袋の使用量を104tから51tへと半減し、紙の使用量を139tから120tへと14%削減しました。

塩ビ包装材の使用量*

| | 販売数量 | 塩ビ使用量 |
|------|-------------------------------------|-------|
| 97年度 | 1,430万点 | 41t |
| 98年度 | 320万点 (1,290万点をポリプロピレン、PET素材に転換) | 9t |
| 99年度 | 0点 | 0t |

* 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、肌着、靴下など)/ワイシャツ/スポーツシャツ

商品1万点当たりのトレイ使用量推移(単位:kg)



*軽量化トレイの導入効果(試算)=通年使用の場合130c重量削減

容器包装リサイクル法への対応

1999年度に集計した2000年度の財団法人容器包装リサイクル協会への委託料金は、1億5,000万円となりました。包装の簡素化と包装材の軽量化(包装材1枚当たりの量も削減)など、トータルに使用量の削減に取り組んでまいります。



トレイの使用量が増加傾向にあるため、どの程度までの使用が「必要最小限の利用」となるか、再検討を行います。また、省資源型トレイの開発をさらに進め、さらに対象アイテムを拡大して、トータルのトレイ使用量(重量)の増加を抑制します。

合理的に商品を運ぶ仕組みを構築しています。

物流システムの改革を進め、配送の合理化、作業効率の改善など、お取引先から店舗までのトータルな最適化を追求し、お取引先を含めた配送車両の削減や車両走行距離の削減を目指しています。

車両走行距離の抑制

99年度は、これまで「通い箱」配送に取り組んできた衣料品に加え、日用品、加工食品でも「通い箱」配送を進めました。このため、従来お取引先が担当していた共同配送の部分をセンター機能に取り込みました。これが、9店舗の新規出店にともなう店舗増加とともに車両総走行距離を押し上げる要因となりました。その一方、生鮮食品で新たな物流体制を構築し、これまで行っていた神奈川県内の厚木センターから関西地域への長距離配送を廃止するなど走行距離の削減を追求し、トータルで走行距離の大幅な増加を抑えることができました。

CO₂、NO_x排出量の推移



* CO₂排出係数=2,644kg-CO₂/kl, NO_x排出係数=軽油18.3kg/kl(環境庁環境影響評価プログラム係数使用)

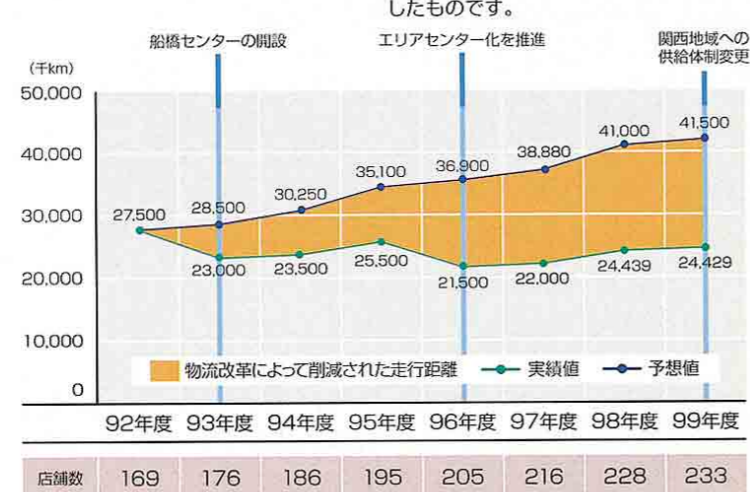
99年度、納品車両の実績データ内訳

| | 総走行距離 (千km) | 燃料使用量 (kl) | CO ₂ (千kg-CO ₂) | NO _x (kg) |
|---------------|-------------|------------|----------------------------------------|----------------------|
| 生鮮 | 24,429 | 4,666 | 12,337 | 85,388 |
| 衣料、住居日用品、加工食品 | 23,050 | 4,191 | 11,081 | 76,695 |
| 合計 | 47,479 | 8,857 | 23,418 | 162,083 |

生鮮食品の物流改革

93年度以降、センターを分散化してより店舗に近づける「エリアセンター」化を進めてきました。99年度には、首都圏でいっそうの分散化を進めるとともに、関西地区では地元市場などからの仕入れの拡充を踏まえて地域内での物流体制に変更し、首都圏から関西地区への配送を削減しました。エリアごとの配送に切りかえるエリアセンター化を進めることで、店舗数の増加にともなう車両走行距離の増加を抑制しています。

生鮮センター便の走行距離推移



| 店舗数 | 169 | 176 | 186 | 195 | 205 | 216 | 228 | 233 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|

*店舗数は関係会社を含む

加工食品・日用品の物流改革

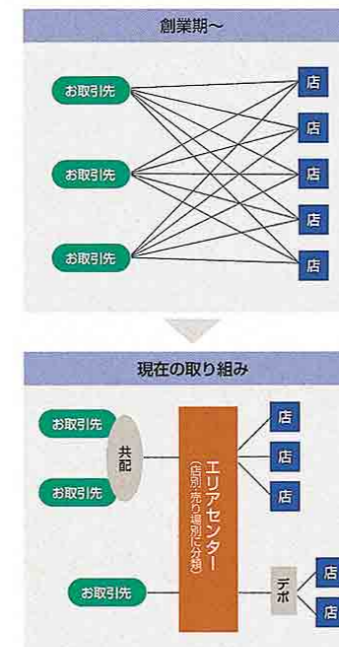
売り場分類別の「通い箱」配送体制を構築することで、お取引先から売り場までの一貫した物流の効率化を進めています。

●加工食品

神奈川県相模原市に加工食品共同配送センターを開設し、首都圏52店舗への売り場分類別の「通い箱」配送を実現しました。同センターでは、従来お取引先が行っていた共同配送機能の一部を取り込み、お取引先から店舗までの全体的な物流の効率化に成果を上げ、トータルな車両台数削減に寄与します。

●日用品

99年度は、埼玉、札幌の2センターを新たに開設し、神奈川、千葉両センターとともに4センターで148店舗への「通い箱」配送体制ができあがりました。



通い箱

| | 96年度 | 97年度 | 98年度 | 99年度 |
|------|-------|-------|-------|-------|
| 衣料 | 200万箱 | 260万箱 | 295万箱 | 242万箱 |
| 日用品 | | | 37万箱 | 69万箱 |
| 加工食品 | | | | 21万箱 |
| 合計 | 200万箱 | 260万箱 | 332万箱 | 332万箱 |

99年度はこれまで先行していた衣料品に続いて、日用品、加工食品も通い箱化が進みました。

但し、衣料品の通い箱が減少しましたが、使い勝手のいい仕組みを再構築中です。



日用品の物流では、東北地区に新たなセンターを設置し、通い箱配送をスタートさせる計画です。加工食品の物流では、東京、埼玉、千葉、静岡に新たな加工食品センターを設置して、首都圏での通い箱配送を確立します。生鮮食品も、現状では63%までが段ボール箱や発泡スチロールなどのワンウェイ容器のため、新たに通い箱化に取り組みます。

衣料品のハンガーリサイクル・ハンガー納品

●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。99年度はコート、スーツ、ジャケット、スカートなど重衣料に関しては、1,700万着分のハンガーリサイクルを実施、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

お取引先との協力により、段ボール箱を使わずに出荷段階から店舗までハンガーにかけたまま配送する仕組みをつくっています。99年度はコート、スーツ、ジャケット、スカートなど重衣料の分野で100%(1,700万着)のハンガー配送が行われ、170万箱のダンボール削減につながりました。

圧縮天然ガス(CNG)車の導入

配送効率の向上、配送距離の削減とともに、車両自体もより環境への負荷を小さくすることを視野に入れ、低公害車として天然ガスを燃料とした配送車両の活用にも着手。厚木センターに5台、相模原加工食品センターに1台導入しました。なお、厚木センターに導入した生鮮品配送用の4t車は全国でも初の事例となりました。

燃料として圧縮天然ガスを使用するにあたっては、単に車両の導入だけでなく、供給体制等のインフラ整備も不可欠です。このため、トヨタカードでは、物流会社、東京ガス、自治体と連携して、この取り組みを進めています。



天然ガスを燃料とした生鮮品配送用の4t車。

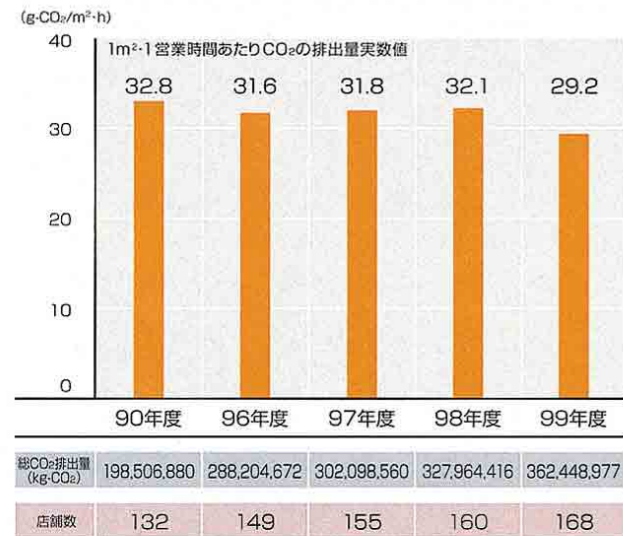
いっそうの省資源・省エネルギーを図っています。

店舗数の増加、営業時間の延長などにより、エネルギー消費量が増加する傾向にあります。きめ細かな省エネルギー対応と新設備の導入などにより、営業時間・延べ床面積当たりの消費量抑制に努め、99年度は電気の消費量を単位当たり9%削減するなどの成果を上げました。

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110%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前年比91%と削減しています。

●99年度の電気使用によるCO₂排出量(単位当たり)



* CO₂排出係数
電気=0.384kg-CO₂/kwh(環境庁「環境活動評価プログラム」)

●単位当たり使用量削減の取り組み

- 省エネ型基本照明(省電力型安定器、省エネ型照明の採用)
 - 既存店11店、新店全10店(増築オープン店1店含む)を導入
- モデル店舗での総合的省エネ実験(照明電圧の低減、高効率型高圧変圧器への転換など) — 希望ヶ丘店
- コージェネレーションシステムの採用 — 新店3店舗
- 蓄熱式空調システムの採用 — 新店3店舗
- 省エネ型空調熱源への転換 — 既存店3店舗

(注)99年度版「環境マネジメントレポート」所載の電気総使用量の数値(90年度～98年度分)に誤りがありました。当該年度の総使用量は右記の通りです。

●コージェネレーションシステム

現地発電で、送電のロスが少なく、排熱を熱源に利用するなど、省資源、環境負荷削減に寄与しています。99年度は新店3店舗(福山店、屯田店、甲府昭和店)に導入し、引き続き有効性、地域性や店舗形態による効果の違いなどを検証しました。



検証データ(福山店)1999年5月～2000年1月までの実績

| | 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) | 5,221,332 | 8,858,432 |
| ガス使用量(Nm ³ /h) | 480,485 | 921,270 |
| 重油使用量(l) | 962,614 | - |
| CO ₂ 排出量(kg-CO ₂) | 4,010,471 | 4,626,082 |

導入メリット CO₂削減率=13.31%

●省エネ管理の徹底

- 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)20℃、(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
- エレベーター・エスカレーター — 閉店5分前に始動し、閉店後お客様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

総使用量と1m²・1時間あたりの電力使用量



ガス

店舗数の増加、営業時間延長などにより、総使用量が増加しましたが、省エネ管理の徹底により単位当たりの使用量の伸びを抑制しました。ただし、大型空調機器を電気からガスに切り替えている要因で、若干増加しました。

総使用量と1m²・1時間当たりのガス使用量の推移



水道

引き続き次の節水対応を進め、単位当たりの使用量を着実に削減しています。

●節水対応

- 使用状況を把握し、トイレ、厨房の元バルブ絞り込み
- 厨房蛇口に節水コマを取り付け、水量を調整

総使用量と1m²・1時間当たりの水道使用量の推移



電気の単位当たり使用量の削減

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、電気使用のニーズが高まるケースがあったとしても、単位当たりのエネルギー使用量の3%削減を目指します。

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への導入とフロンの回収を実施しています。

●空調用冷凍機の台数とフロン在庫量 ()内は前年に対する台数の増減

- R-11用=29台、フロン総量13,810kg(-5台)
 - ▶ 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=4台、フロン総量1,060kg(-3台)
 - ▶ 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(±0)
 - ▶ 2018年までにオゾン層破壊の恐れのないものに変更予定。

店舗設備の更新時にフロンを使用しない吸収式冷温水発生機もしくは無公害のR-134aに転換。またフロン回収装置の取り付けを順次計画しています。

●生鮮冷凍機の台数とフロン在庫量

- R-22用=1,334台、フロン総量140,000kg(129台)
 - ▶ 代替のものが確立されしだい、入れ替えを検討。
- R-502用=84台、フロン総量5,900kg(-58台)
 - ▶ 2005年までにオゾン層破壊の恐れのないものに変更予定。

店舗の冷凍冷蔵庫、冷ケース用フロンは、現状ではR-502とR-22以外に代替品がないため、冷凍機入れ替え時に、オゾン層破壊係数の小さいR-22に切り替えています。

廃棄物の削減に社員全員で取り組んでいます。

全店に責任者を設け、社員一人一人の役割分担を明確にして、廃棄物の削減に取り組んでいます。とくに1997年以来継続して、社員全員でゴミの分別、減量化に向けた「333キャンペーン」を推進し、99年度の目標である1店舗当たり5%廃棄物の削減を実現、333キャンペーン実施前の96年度実績に対しては28%減量化しました。また、店舗数が増加しても生ゴミの全社合計量は3%削減されました。

333キャンペーン

ゴミの3割削減、3分別の徹底、ゴミ袋の3回使用を図る全社的な取り組みで、毎年強化月間を設けて社員の認識を高めています。99年度は、分別の徹底と正確な廃棄物量の測定を目指し、廃棄物処理をお願いしているお取引先と協力して、毎日の廃棄物量および分別状況の確認と記録を行い、それに基づいた改善を進めました。



店内すべての部門で、ゴミの3割削減、3分別、ゴミ袋の3回使用を徹底。(葛西店 住居売り場のバックルーム)

ゴミの3割削減

- ① 生ゴミ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。

ゴミの3分別

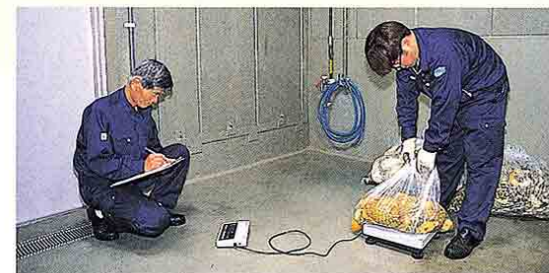
各店舗バックルームに「燃やせるゴミ」「燃やしてはいけないゴミ」「リサイクルするもの」を具体的に表示して、分別の徹底をアピール。

ゴミ袋の3回使用

紙ゴミを入れる袋など、1回の使用だけでは汚れないゴミ袋は、3回を目安に繰り返し使用。



生ゴミの水切りの徹底、3分別に取り組む生鮮売り場のバックルーム。(亀有店)



「333キャンペーン」では、お取引先と協力して、廃棄物量の正確な測定にも取り組む。

IY資源化推進協力会

1995年に、イトーヨーカドーは、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。

●99年度の主な活動

■「333キャンペーン」のフォローアップ

廃棄物量の測定精度アップに向け、お取引先から各店舗に派遣されている常駐担当者による「常駐作業日報」の作成と、各店舗責任者への情報フィードバック、および各店舗の社員への指導を実施。協力会の地区役員による、各店舗の廃棄物処理を担当しているお取引先各社への指導。

■廃棄物リサイクルに関する研究

新しい技術の情報収集と実験を推進。



イトー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・リサイクル物量の推移(1店舗当たりの実績、単位t)



*96年度の1店舗当たり廃棄物量...535t(158店)

廃棄物・リサイクル物量の
内訳と推移(全社計、単位t)

| | 97年度 | 98年度 | 99年度 | |
|--------|------------|--------|--------|--------|
| 廃棄物 | 食品廃棄物(生ゴミ) | 58,200 | 51,046 | 49,594 |
| | 再生できない紙ゴミ | 9,603 | 9,680 | 10,084 |
| | プラスチック | 5,238 | 5,278 | 6,705 |
| | 木製什器 | 523 | 1,390 | 1,081 |
| | 混合什器 | - | 1,581 | 1,073 |
| | 合計 | 73,564 | 68,975 | 68,537 |
| リサイクル物 | 段ボール | 49,906 | 58,854 | 60,720 |
| | 再生できる紙 | - | 1,447 | 2,333 |
| | 牛乳パック | - | 64 | 151 |
| | 発泡スチロール | 1,760 | 2,090 | 2,006 |
| | 発泡スチロールトレイ | - | 110 | 176 |
| | カン | 1,460 | 2,121 | 1,944 |
| | ビン | 1,010 | 1,229 | 1,147 |
| | 廃油 | 873 | 1,859 | 2,236 |
| | 魚腸骨 | 2,619 | 4,389 | 4,022 |
| | 金属什器(粗大) | 6,984 | 903 | 655 |
| 合計 | 64,612 | 73,066 | 75,390 | |

*牛乳パック回収量はイトーヨーカドーのリサイクル分で、地域団体分は含んでいません。

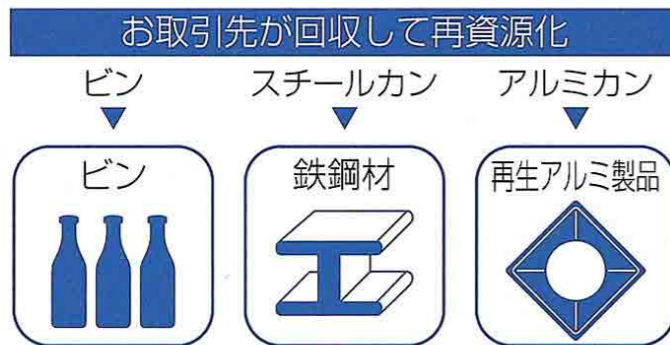


引き続き「333キャンペーン」を実施して、社員全員の廃棄物減量化、リサイクル推進の意識を高め、分別、生ゴミの水切りをさらに徹底することで、リサイクル率の2%アップと廃棄物の5%削減を目指します。

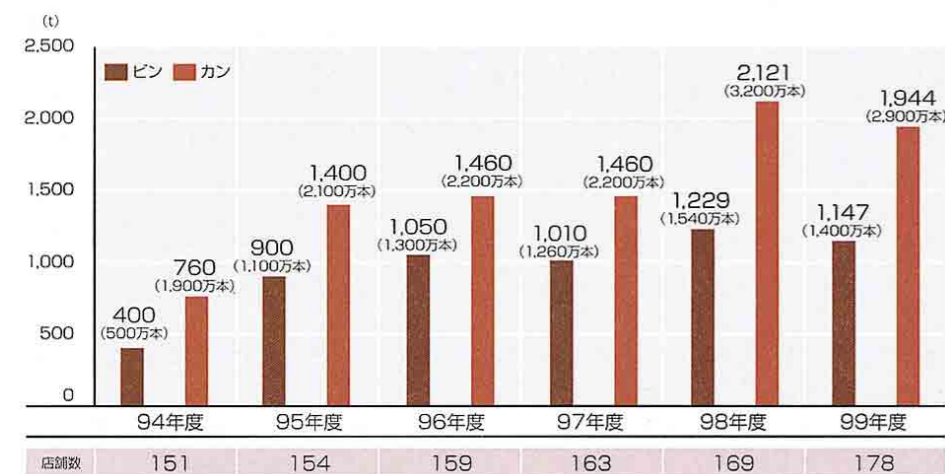
効率的な仕組みをつくらせてリサイクルを進めています。

地域のお客さま、お取引先と連携して、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。

ビン・カンの回収



回収の推移



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、リサイクルに取り組む。(大井町店)

発泡スチロールの回収



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。

●ペットボトル
地域、自治体と協力し、回収拠点としての協力を進めています。

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



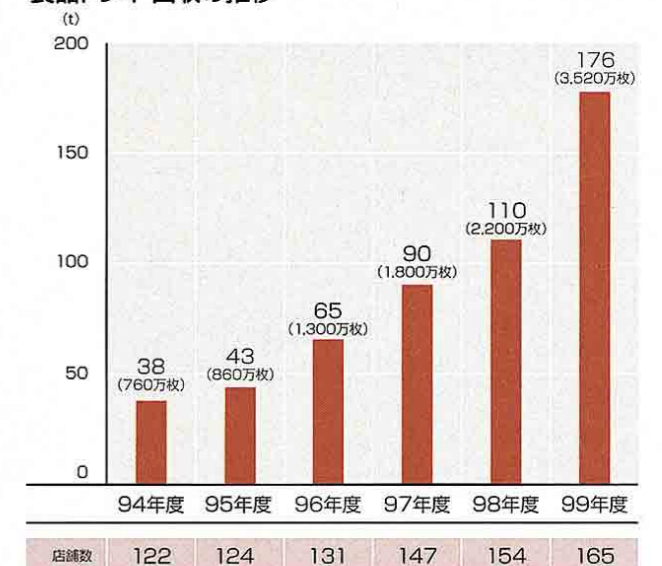
廃家電リサイクル法、食品廃棄物リサイクル法などの新たなリサイクル法施行を視野に入れ、効果的な仕組みづくりに取り組みます。

●食品廃棄物のリサイクル…個別店舗ごとの取り組みではなく、全店舗の組織立ったリサイクルに向けたシステムづくりの研究を進めています。各地域で廃棄物処理をお願いしているお取引先と連携して、チェーン全体でシステム化することで、イトヨーカドーにもまたお取引先にもメリットのある効果的なリサイクル・システムをつくりまします。

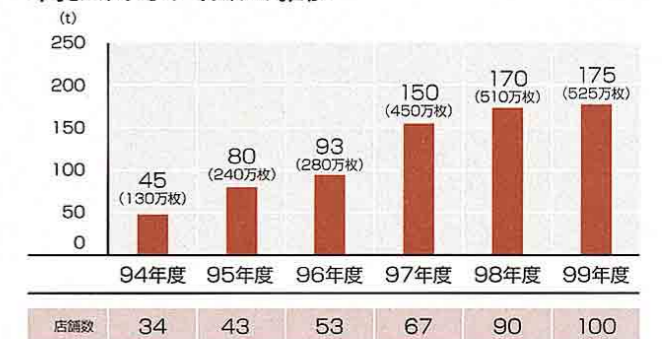
業務用魚・青果箱 回収の推移



食品トレイ 回収の推移



牛乳パックリサイクルの推移



社会や地域の皆さまと協力し合っています。

社会の一員としての責務を果たしていくために、環境負荷の削減に取り組むとともに、地域社会への情報発信、寄付活動による地球規模の自然保護活動の支援などに取り組んでいます。1999年度は、前年に引き続き「環境マネジメントレポート」の発行に合わせて各店舗が地元自治体などに取り組みの説明を実施しました。

関係法規への対応

環境に関する諸法規への対応を責任を持って進め、部門ごとに国の法律や各店舗の地元自治体の条例など関係法規への対応を見直し、チェックしています。

〈内は主な関係部署〉

- 企業活動全体
 - 「環境基本法」「循環型社会形成推進基本法(仮称)」「再生資源利用促進法」
- 新規出店 〈地域開発部〉
 - 「大規模小売店舗立地法」
- 店舗管理 〈建築設計施設管理部〉
 - 「改正省エネ法」
 - 「特定物質規制等によるオゾン層の保護に関する法律」
 - 「水質汚濁防止法」
 - 「騒音規制法」
- 物流管理 〈物流センター部、生鮮センター部〉
 - 「大気汚染防止法」
 - 「自動車から排出される窒素酸化物の特定地域における総量の削減等に関する特別措置法」
 - 「地球温暖化防止行動計画」
- 廃棄物処理 〈警備清掃部〉
 - 「廃棄物処理法」
 - 「食品廃棄物再商品化法(仮称)」
- 使用済み商品などのリサイクル
 - 「容器包装リサイクル法」……〈商品部、総務部〉
 - 「家電リサイクル法」……〈商品部、物流センター部〉
- グリーン購入 〈総務部〉
 - 「グリーン購入法案(仮称)」

●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。

グリーン購入

再生資材を活用してグリーン購入を推進しています。

- 再生紙利用の拡大ーレーザープリンター用紙、名刺、ファイル印刷物、チラシ類、業務用トイレットペーパーなどに拡大名刺台紙にケナフ(配合60%~100%)を採用
- 陳列用マネキンに「リサイクルボディ」(使用により劣化した場合、再度溶かしてリサイクルできるペット樹脂素材)使用本数(見込み):4,000体/年
- プリンターナーリサイクラーリサイクル率を83%に向上99年度リサイクル量:18,145本
- ユニフォームに再生ペット素材を活用ー生鮮作業用エプロン、キャップ99年度使用枚数:21,000枚



再生ペット素材を使った生鮮作業用エプロンとキャップ。



「リサイクルボディ」使用後も再度リサイクルできる。

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、毎年、リサイクルの現況などをご報告するパンフレットやポスターを作成して、お客さまにイトーヨーカドーの環境への取り組みを随時ご紹介しています。また、1年間の環境への取り組みの実績や計画をご報告する「環境マネジメントレポート」の発行時には、各店舗から地元自治体やマスコミなどに積極的に情報を提供しています。

●環境に関する情報を掲載している発行物

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



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。



お客さまへの呼びかけや成果のご報告などを行う店内ポスター。



リサイクル情報などをご紹介したパンフレット。

社員への啓発活動

●店長および店舗幹部社員

全店の店長が本部に集まり毎週開催している「店長会議」を通じて、環境問題に関する最新の情報を全社的に共有化しています。また、各店舗では環境問題を担当する幹部社員を決めて、環境問題に関する情報の共有化と取り組みの徹底を図っています。

●アルバイト、パート社員を含む一般社員への教育

日常業務の中でのコミュニケーションを通じ、ゴミの分別、リサイクルなどのルールの厳守、包装の簡素化や省エネ意識の徹底を図り、環境への意識が社員の日常生活の中に浸透するよう努めています。

●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的に行っています。

地域活動への参加

●リサイクルへの協力

自治体、地域ボランティア団体などからの要請に、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への協力をを行っています。

■2000年3月末現在

- 牛乳パック回収協力店100店舗
- ペットボトル回収協力店47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。

1999年度の表彰

当社および各店舗の環境への取り組みを、各地域の皆さまに評価していただき、下記のような表彰を受けました。

- 5月25日 葛飾区消費者団体連絡会
リサイクル事業推進に対する感謝状ー立石店、高砂店、金町店
- 7月31日 クリーンピアあきた大会(秋田県主催クリーンピアあきた会議)
ゴミ問題に積極的な店舗として表彰ー秋田店
- 11月16日 ごみ減量化推進あいち県民会議
ごみ減量推進優良店ー豊橋店、刈谷店
- 11月18日(財)地球・人間環境フォーラム「環境レポート大賞」
優秀賞ー(株)イトーヨーカ堂

お客さまとともに「イトーヨーカドーの森」を育てています。

日常業務の中で身近な環境負荷の削減に取り組むとともに、地球規模の自然環境保護活動を支援するために、寄付活動を通じて各種団体の環境保護活動を応援しています。

また、国際熱帯木材機関(ITTO)に継続的に寄付を行い、ITTOでは、イトーヨーカドーからの寄付金の一部を活用して、ペルーやフィリピンで熱帯雨林再生・保護事業を進めています。

寄付活動

●スタンプカード

イトーヨーカドーは、1977年以来、ポリ袋の削減の一環として、お客さまにお買い物袋のご持参を呼び掛けています。このため、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回ご辞退いただくごとにスタンプを押し、スタンプが20個貯まるとカードを100円に換金しています。同時に、こうしたお客さまのご協力に感謝して、ITTOの熱帯雨林再生・保護事業に毎年寄付を行っています。



●その他の寄付

1991年にブラジルで開催された地球環境サミットへの資金的支援を行ったのを始めとして、世界自然保護基金日本委員会(WWFJapan)など地球規模の自然環境保護活動に取り組む各種団体に寄付を行ってきました。91年～99年の寄付金の累計額は2億2,419万円に上ります。

■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
- WWFJapan
- 経団連自然保護基金

99年度の実績

- レジ袋削減 — 1,150万枚
- 延べご利用数 — 767万人
- ITTO等の自然保護団体への寄付金額 — 1,000万円

太平洋の東西で育つ、480ヘクタール超の「イトーヨーカドーの森」

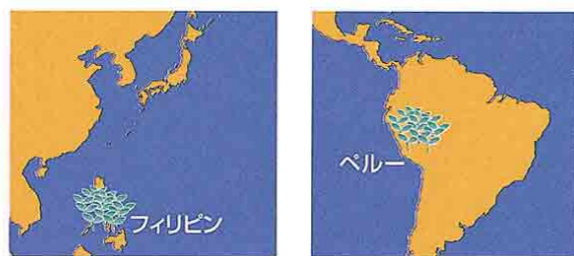
ITTOは、イトーヨーカドーからの寄付金の一部を活用して、1991年から95年にかけてペルーのアマゾン川流域「リオハ地区」の熱帯雨林再生プロジェクトを実施しました。このプロジェクトによって、いまでは282.2ヘクタールの森林が育っています。

さらに1998年からは、フィリピンのルソン島「ヌエヴァ・ヴィスカヤ地区」でも、熱帯雨林の樹木であるメリーサを200ヘクタールにわたって植林し、熱帯雨林の再生事業を進めています。これらのプロジェクトでは、苗木の育成、植林とともに、自然と共生しながら持続的生産が可能な農業の指導なども行っています。

これらの熱帯雨林による二酸化炭素(CO₂)の吸収効果は、「リオハ地区」で8,232トン、「ヌエヴァ・ヴィスカヤ地区」では生育過程にあるために4,000トン(成木となった場合は8,000トン)と試算されています。



ペルー「リオハ地区」での苗木育成。



これまでの環境への取り組み

| | | |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 70年 | 省エネルギー <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・夏季の空調温度管理や中間期の外気冷房などによる電力使用量の節減。 ●節水コマの設置。 | 商品・包装の改革 <ul style="list-style-type: none"> ●衣料品の二重包装の削減。 |
| 77年 | 商品・包装の改革 <ul style="list-style-type: none"> ●8店舗の食品レジでポリ袋ご辞退のお客さまを対象にスタンプカード制を導入、レジ袋使用量削減へ。 | 95年 <ul style="list-style-type: none"> ■「環境監査」 <ul style="list-style-type: none"> ●大手小売業としてはいち早く環境監査制度を導入。(2月) ■情報公開 <ul style="list-style-type: none"> ●「環境報告書(環境への取り組みと環境監査)」第1号発行。(3月、以後毎年発行) ■リサイクル・廃棄物減量化 <ul style="list-style-type: none"> ●IY資源化推進協会、発足。 |
| 81年 | 商品・包装の改革 <ul style="list-style-type: none"> ●簡易包装紙導入。 ●エスカレーターの運転時間遵守、無人スペースの消灯、ドアの開放禁止、スポットライトの限定的な使用、バックスペースの階段照明の間引き点灯。 | 96年 <ul style="list-style-type: none"> ■「環境監査」・社外環境監査人を設置 ■リサイクル・廃棄物減量化 <ul style="list-style-type: none"> ●IY資源化推進協会、廃棄物処理マニュアルを発行。 |
| 86年 | 物流の改革 <ul style="list-style-type: none"> ●共同配送スタート。 | 97年 <ul style="list-style-type: none"> ■社会との連携 <ul style="list-style-type: none"> ●ナホカ号原油流出事故で、重油回収のボランティア活動を支援。(1～2月) ■リサイクル・廃棄物減量化 <ul style="list-style-type: none"> ●ゴミ減量化、分別の徹底を図り「333キャンペーン」スタート。(6月) ■省エネルギー <ul style="list-style-type: none"> ●電気、ガスの5%使用削減開始。 ●コージェネレーションシステムなど新設備導入。 ■物流の改革 <ul style="list-style-type: none"> ●エリアセンター化を図り、物流センターの再編開始。 ■社会との連携 <ul style="list-style-type: none"> ●ITTO、イトーヨーカドーの寄付金によるフィリピン・ルソン島での熱帯雨林再生事業決定。 |
| 90年 | 「環境開発プロジェクト」発足(7月) | |
| 91年 | 「エコライフしましょ。」キャンペーン開始(4月) <small>(現在まで継続)</small> <ul style="list-style-type: none"> ■リサイクル <ul style="list-style-type: none"> ●ピン・カン、トレイの店頭回収開始。 ●業務用発泡スチロール箱の回収、再資源化開始。 ●食用廃油リサイクル開始。 ●地域の牛乳パック回収活動支援、開始。 ●雑排水のリサイクル。 ■商品・包装の改革 <ul style="list-style-type: none"> ●生鮮トレイの削減。 ●簡易包装箱、オリジナルギフト商品の簡易包装開始。 ■社会との連携 <ul style="list-style-type: none"> ●クリーンバードキャンペーン開始。 ●地球サミット、ITTOなど地球環境保護活動への寄付活動、開始。 | |
| 92年 | 社会との連携 <ul style="list-style-type: none"> ●ITTO、イトーヨーカドーの寄付金によりペルー・アマゾン地域の熱帯雨林再生事業開始(～95年)。 物流の改革 <ul style="list-style-type: none"> ●ハンガーリサイクル開始。(9月) | 98年 <ul style="list-style-type: none"> ■商品・包装の改革 <ul style="list-style-type: none"> ●ポリオレフィンフィルムの導入完了。 ●「環境獎品」販売開始。 ●商品素材の非塩ビ化推進。 ●中京地区9店舗で発泡スチロールのリサイクル開始。 ■社会との連携 <ul style="list-style-type: none"> ●グリーン購入拡充。 |
| 93年 | 物流の改革 <ul style="list-style-type: none"> ●ハンガー配送開始。(10月) | 99年 <ul style="list-style-type: none"> ■商品・包装の改革 <ul style="list-style-type: none"> ●軽量トレイ開発、導入開始。 ●レジ袋軽量化。 ■情報公開 <ul style="list-style-type: none"> ●環境会計導入への取り組み開始。 ■物流の改革 <ul style="list-style-type: none"> ●配送車両に天然ガス車導入。 |
| 94年 | 「環境規約、環境指針」制定(3月) <ul style="list-style-type: none"> ■物流の改革 <ul style="list-style-type: none"> ●「通い箱」の導入開始。 | |

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

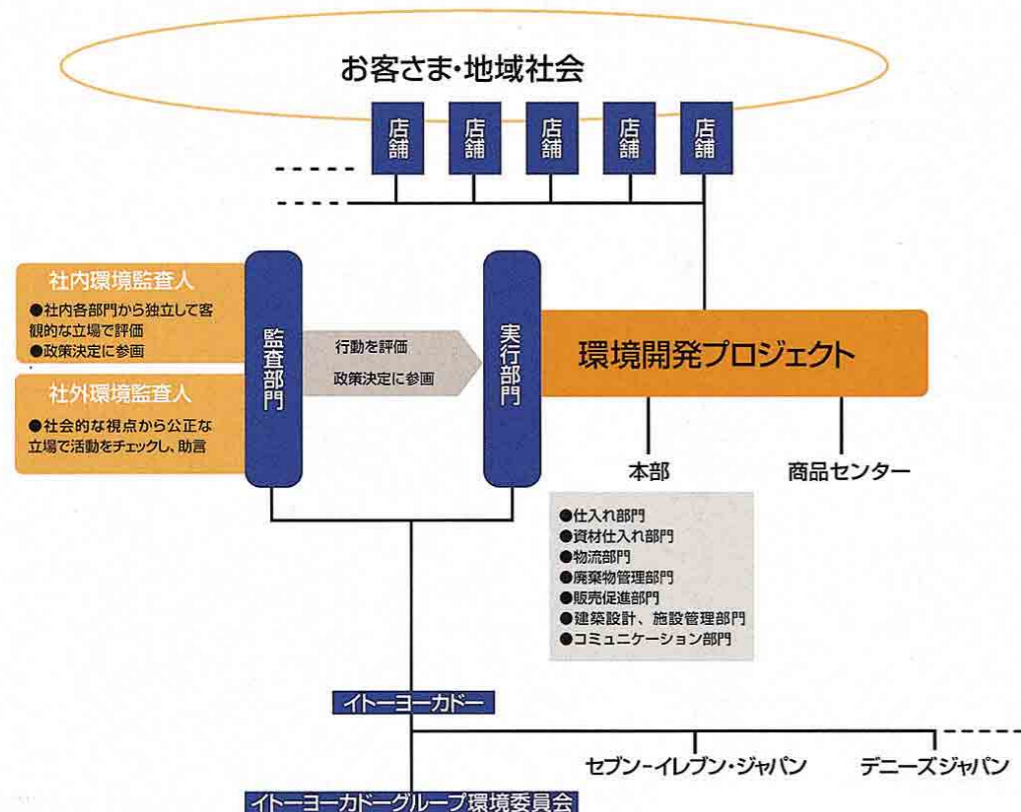
私たちは環境分野の社会貢献活動を継続的にを行い、企業市民としての役割を果たします。

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。



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・仕入れに努める。
- 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、省資源に努める。
- 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努める。

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努める。

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努める。

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」が作成し、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、1998年4月、一部改訂しました。



写真中央：社外環境監査人 永田 勝也 早稲田大学教授
写真左：社内環境監査人 吉澤 幸恵 総括マネジャー

イトーヨーカドー社外環境監査人
早稲田大学理工学部教授
永田 勝也

私はこれまで何度も自治体やメーカーの現場で環境問題への取り組みを見てきましたが、サービス業、ことにチェーンストアの現場をつぶさに見るのは初めてでした。イトーヨーカドーの環境問題への取り組みで、何よりも評価できるのは、自社にとって「環境問題」とは何なのか、事業を運営するうえでの環境負荷にはどういふものがあるのか、これを低減するためには、どういふアプローチが適切なのか——などについて、十分な社内論議を尽くし、理念を固めたうえで方法論に入っている、その組織としての思考パターンです。「環境問題への取り組み」として「手法」が話題になりがちなサービス業の取り組みの中で、イトーヨーカドーのこうした論

理構成は高く評価できます。そうした理念に立って「ロス削減」から優先順位をつけて取り組む、という地道な接近は、いかにも同社らしく、信頼感をもてます。

そしてさまざまな環境負荷の低減にも「システムを組み替えることで劇的に負荷を低減させる」という発想がすべての分野にみられます。これも同社らしい考え方として評価したいところでした。

そうした中で、負荷の定量的計測と、その継続の点で、まだスタートしたばかりの状況とはいえ、やや不完全さが見られました。

自然科学者として、このことは今年度から重視していただくことを求めます。次に強く感じたのは、店頭で買い物をする消費者には見えないところで、たくさんの人々が全国展開のチェーンストアを運営するための環境負荷を低減させるために、想像を超える作業量の多い地道な仕事にたずさわっていることでした。

それはイトーヨーカドーの従業員であったり、アウトソーシング先のお取引先の従業員であったり、まちまちでしたが、それらの現場の人たちすべてが、まじめに誠実に、そして地道に、イトーヨーカドーの環境への取り組みの理念を目に見えるものにする作業に従事していました。

そうした作業は決して楽なものばかりではありません。ことに厳寒、酷暑の作業を思う時、頭の下がる思いがしました。ある作業員は、盛夏に飲料の空きカンが山積みになり、暑い中一日中汗まみれで動き回る話しをしてくださいました。しかも都心でも、果汁の甘い香りに誘われて、大きなハチが飛んできてまわりつくのだ、とっておられました。

そうしたヒト、モノを包含した大きな社内システムが整然と動いていることに一種の驚きを禁じ得ませんでした。そのことを当然のことと考えていることにも、同社の社風の一部を感じました。

外部の目から見ると、こうした膨大なシステムが連日スムーズに動いていることは一種の驚きです。

そこで私は、現場の人たちの労苦に感謝し、その人たちに励ますための何らかの形、現場の人たちの声が取り組みに反映できる何らかの方法を考えるよう提案しました。

この提案を入れられ、今年度から、取引先との協力会の主催で懸賞制度が設けられることになりました。これからはトップだけが考えてもはじまりません。社内それぞれの立場の人が互いに考えを出し合わなければ、新たな取り組みにもつながらない——共創の思想が重要です。

チェーンストア事業は地域、顧客、取引先とともにある業態です。これからも、これらステークホルダーをうまく巻き込んで、課題をチャンスととらえ、環境問題について考え続けて頂きたいと考えます。

永田勝也

イトーヨーカドー社内環境監査人
QC室衣料住居総括マネジャー
吉澤 幸恵

1. 循環型社会に向けて環境面に配慮したマーチャライジング(商品政策)の確立を

21世紀、わが国では世界でも類のない速度で少子・高齢化が進むと予測されています。このような状況下で、環境負荷の削減を推進しながら、成長力の維持を図ることが、社会にとって重要な課題です。

持続可能な発展を図るためには、高度成長期に確立された「大量生産～大量消費～大量廃棄」の仕組みを変革し、廃棄物の発生を抑制するとともに製品の再利用を広く図っていくことが必要です。使用済みの製品を極力リサイクルして、環境への負荷を減少させるために、いま「循環型社会形成推進基本法(仮称)」の議論は大詰めを迎えています。

循環型社会の基本は「リデュース(抑制)、リユース(再利用)、リサイクル」です。商品の原料調達、生産、物流、販売、廃棄の各段階で、地球温暖化影響物質や大気汚染物質をはじめ環境負荷項目などを分析・評価するLCA(ライフサイクルアセスメント)の取り組みが活発になっています。

これからの小売業にとって重要な点は、自ら消費市場(マーケット)の情報を収集して、お客さまのニーズに即した商品をつくることに全力を注ぎ、ニーズに合わないもの、ムダなものをつくらぬことです。そのために、見込み生産によって1度に大量の商品をつくるのではなく、テスト販売などをきめ細かく実施することでお客さまのニーズをとらえ、「売れ筋商品」をスピーディーに生産～供給する体制を構築することが優先課題と考えます。そのためには、企画、開発、生産、加工、配送、販売など商品にかかわるすべての企業、専門家が情報を共有化し、足並みを揃えて取り組むことが必要です。このような体制は、お客さまのニーズに応える上で不可欠であるとともに、環境負荷の削減への取り組みを進める上でも重要な役割を果たすものと期待されます。環境負荷の低減に配慮した素材や包装材の選定、配送用の梱包など物流関連備品のリユース、共同配送システムの有効活用、人気商品の迅速な追加



生産など、マーチャライジング(商品政策)のあらゆる段階が連携して環境負荷を削減していくには、お客さまの最も近くに位置する小売業が自ら商品のプロデューサー役となり、素材開発から生産、物流、販売促進などの各種専門家とチームを組んで、商品をお客さまに提供する「チーム・マーチャライジング」の確立が望まれます。

2. 中長期的な計画・目標や社内外へのアピールが必要

具体的な環境負荷の削減の取り組みについては、各部門において経営の効率化と環境負荷の削減をリンクさせることで、日常の業務に即した環境に対する意識の浸透が図られていると言えます。そのような中で食品の廃棄ロスの排除や、お客さまの健康に配慮した食品、環境に配慮した商品、レジ用包装材の厚みの削減や省資源型トレイの開発などが、着実に進められている点は評価できます。

また、メーカーさんの工場から各店舗に納入されるまでの商品配送過程で「通い箱」を利用している分野の拡大や日用品、加工食品センターの開設による物流集約など、お取引先とともに物流の合理化を図っているほか、各店舗では省エネ、廃棄物の削減、リサイクルに努めるなど、あらゆる段階で取り組みが進んでおり、本業における環境負荷の把握と削減を着実に図っています。

しかし、部門ごとに取り組みの優先順位やスピードが異なっており、今後さらにトータルに整合性のある環境負荷の削減を進めていくには、部門横断的に中・長期的な方向性を明確にするビジョンが必要な時期を迎えていると考えられます。

また、各部門での取り組みや成果を社内でも共有し、日常の業務に浸透させることがどこまでできているか、再度見直すことが求められます。さらに、目標や計画に対して手順が明確で、実行内容のチェック機能が働いているのかという点も見直す必要があります。

2000年度は「循環型社会形成推進基本法」など、これまでも増して環境問題への注目が高まっています。このため、地域社会やお客さまに対しても、イトーヨーカドーの姿勢や取り組みについて積極的に情報を発信し、いっそうご理解をいただく良い機会であると考え、情報発信の仕方についてもさらに十分な検討を進める必要があります。

吉澤幸恵



99年度環境監査は、葛西店、福山店2店舗の現地監査と本部関係部署との環境監査ミーティングにより、行われました。

99年度の取り組み結果と2000年度の目標

イトーヨーカドーでは、事業活動全体を見渡し、ロス(ムダ)を削減することで、環境にも経営にも良好な成果を上げることを目指しています。この基本方針は2000年度も引き続き継承します。省資源、省エネルギー、ゴミの減量化などに力を注ぎ、環境負荷の小さな小売業の実現を目指すとともに、お客さまに安全で快適なライフスタイルの提案を進めてまいります。

99年度の取り組み

●99年度、目標として掲げたこと

- (1) 包装材
容器包装リサイクル法への対応を含めた包装材の削減(とくに省資源型トレイを開発し、店舗数が増えても総使用量が前年を越えないようにすること)。
- (2) エネルギー
1㎡・1時間当たりのエネルギーを前年レベルに抑えること。
- (3) ゴミの減量化
「333キャンペーン」の推進による廃棄物の5%削減。
99年度は以上の3点を目標として掲げました。

●取り組みの結果

- (1) 包装材
包装材の削減においては、厚みを10%削減したレジ袋の開発と簡易包装の推進にともない、店舗当たりのレジ袋使用量(重量)を15%削減できました。
トレイについては、全体の4割を占めるポリスチレン製トレイ

の省資源化に着手しましたが、売上点数当たりの使用量は3.6%増加しました。トレイは必要最小限使用するという原則のもとで使用していますが、お客さまの個食化傾向やフタ付トレイの増加などが、全体の使用量を押し上げる原因となりました。年々、お客さまのニーズが限られた商品に集中する傾向が強まる中で、ピーク時間帯に品切れを起こさないために、売り場に十分な量の商品を用意して積み重ねる必要からフタ付容器の使用量が増加しています。

- (2) エネルギー
総使用量は前年比110%と増加しましたが、1㎡・1時間当たりの使用量は98年度より9%削減できました。
- (3) ゴミの減量化
「333キャンペーン」の徹底により、5%の目標を達成しました。とくに食品廃棄物については、水切り分別の徹底が進み、食品廃棄物総量で98年度より3%削減できました。また、「333キャンペーン」を始める以前の96年度と比較すると、1店舗当たりの廃棄物量(食品廃棄物、紙ゴミ、不燃ゴミの合計)は97~99年度の3年間で28%削減されました。これは、このキャンペーン開始時に目標としていた「ゴミの3割削減」にあと2ポイントまで近づいています。

2000年度の目標

環境会計については、単にコストの集計だけでなく、事業活動全体と環境への取り組みの関係が一目で分かるものを目指し、開示方法をさらに検討いたします。また、個別の取り組みについては、小売業にとっての大きな環境負荷である包装材(トレイ)の削減、省エネルギー、廃棄物の削減について、99年度に引き続き2000年度も重点テーマとして取り組みを続けます。

今後トレイについては、再度、必要最小限の利用を徹底するとともに、トレイの省資源化をさらに進め、使用量(重量)の増加に歯止めをかけるよう力を注ぎます。

また、省エネルギーでは、1㎡・1時間当たりの使用量をさらに3%削減することを目標とし、店舗数が増加するなかでエネルギーの総使用量をできる限り抑制していきます。

ゴミの減量化では、さらに廃棄物の5%削減を目標とし、食品廃棄物のリサイクルについても、チェーン全体として効率のよい方法、仕組みの研究を進めてまいります。

2000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

みなさまのご意見・ご感想をお聞かせください。

このたびは、私たちの環境報告書『イトーヨーカドー環境マネジメントレポート2000』をご覧いただき、たいへんありがとうございます。

私たちは、イトーヨーカドーの環境問題への取り組みや考え方、そして、その成果や環境負荷の現状などについて、本報告書を手にとられる方の立場に立って、より具体的で分かりやすくお伝えしようと考えて、この報告書をまとめました。しかし、まだ十分にお伝えし切れなかった点もあると思います。

私たちはより多くのお客さまとの交流のなかから、さらに、改善を進めてより良い情報発信に取り組んでまいりたいと考えております。

この報告書をお読みいただいたのご感想、ご意見、さらに、イトーヨーカドーの環境問題への取り組みに対するご質問などがございましたら、お聞かせいただければ幸いです。

お手数ですがこの裏側の用紙にご記入の上、下記の「イトーヨーカドー環境開発プロジェクト事務局」まで、ファックスをお送りください。(裏面のファックス用紙をご利用の場合は、本ページ左端の「-----」印を切り離してご使用ください。ご郵送でも結構です。)

ファックスの送り先

03-3459-6462

郵送先 / 〒105-8571 東京都港区芝公園4-1-4
イトーヨーカドー 環境開発プロジェクト事務局

イトヨーカドー「環境マネジメントレポート2000」アンケート

今後、環境報告書作成に当たり、多くのみなさまの声を反映させていただくために、お手数ながら下記の項目にご記入ください。

1. この環境報告書は、分かりやすかったですか。(該当するものに○をつけてください)

| | | |
|------------------------------------|----|--------|
| 分かりやすい | 普通 | 分かりにくい |
| 「内容の分かりやすさ」についてご感想やご意見があればご記入ください。 | | |

2. 情報量は適切でしたか。(該当するものに○をつけてください)

| | | |
|------------------------------------------------|----|-----|
| 十分にある | 普通 | 少ない |
| 不足していると思われる情報や、掲載して欲しい情報などについて、ご意見があればご記入ください。 | | |

3. イトヨーカドーの環境への取り組みについて、どう思われますか。
(該当するものに○をつけてください)

| | | |
|-------------------------------------|----|----------|
| 積極的だと思う | 普通 | まだ十分ではない |
| 不足していると思われる点や評価できる点など、ご意見をお聞かせください。 | | |

4. その他、ご質問やご意見をご自由にご記入ください。

差し支えなければ、ご記入ください。

(このアンケートは、環境報告書作成資料以外の目的では使用いたしません。匿名でも結構です。)

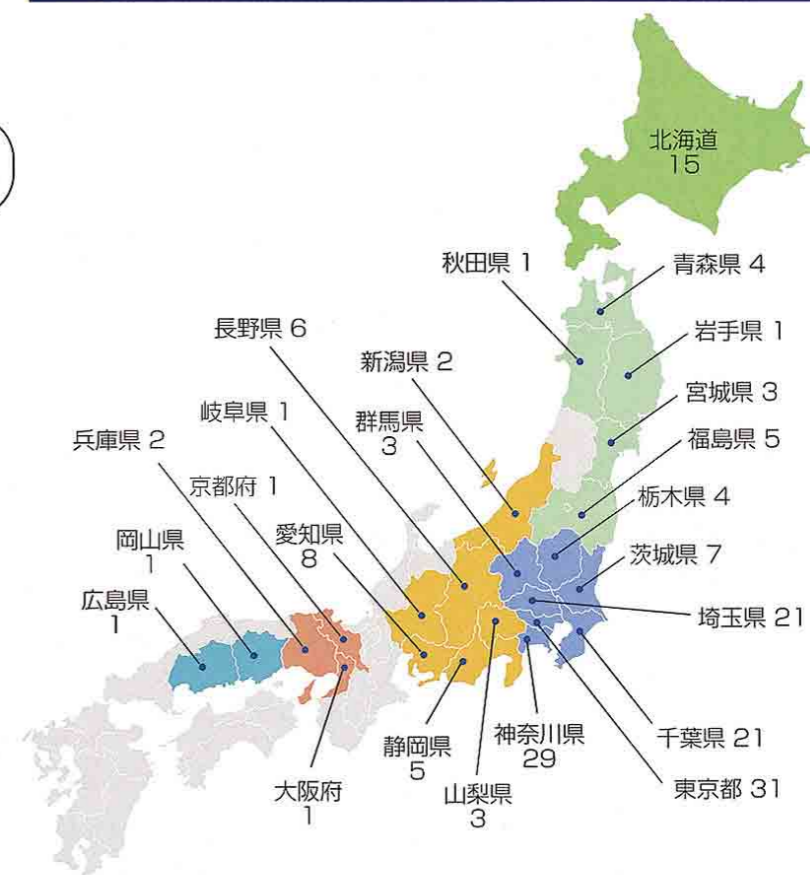
| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| ふりがな お名前 | ご職業・ご所属 |
| ご住所 〒 (連絡先) | |
| お立場 (○で囲んでください。複数でも結構です。) | |
| <input type="checkbox"/> お客さま <input type="checkbox"/> お取引先 <input type="checkbox"/> 株主 <input type="checkbox"/> 行政機関 <input type="checkbox"/> 学生 <input type="checkbox"/> 研究者 <input type="checkbox"/> マスコミ <input type="checkbox"/> NGO <input type="checkbox"/> その他 | |

ファックスの送り先
03-3459-6462

イトヨーカドーの概要

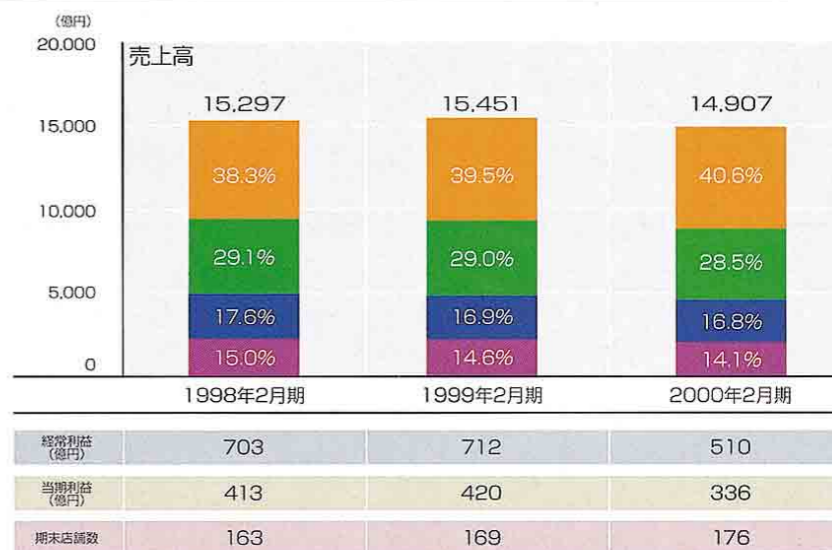
価値ある商品・サービスの提供とともに地域社会の一員として、より良い生活や環境の実現に取り組んでいます。

出店地域と店舗数



(2000年5月末日現在)

業績推移



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 46,674百万円
 従業員数 41,295名
 店舗数 176店
 (2000年2月末日現在)





●お問い合わせ先

株式会社イトヨーカ堂 環境開発プロジェクト 事務局

〒105-8571 東京都港区芝公園4-1-4

TEL.03-3459-2922(ダイヤルイン)

FAX.03-3459-6462

<http://www.itoyokado.iyg.co.jp>



000512

エコマーク認定の
再生紙を使用しています。