

ホームページアドレス

イトヨーカドー

- IY GROUP <http://www.itoyokado.iyg.co.jp>
- セブン-イレブン <http://home.iyg.co.jp>
- セブンドリーム・ドットコム <http://www.sej.co.jp>
- セブンミールサービス <http://www.7dream.com>
- 7-Eleven, Inc. <http://www.7meal.com>
- デニーズ <http://www.7-eleven.com>
- ヨークベニマル <http://www.dennys.co.jp>
- ヨークマート <http://www.yorkbeni.co.jp>
- ダイクマ <http://www.yorkmart.com>
- オッシュマンズ <http://www.ds-daikuma.co.jp>
- saita(咲いた) <http://www.oshmans.co.jp>
- ヨーク青果 <http://www.saita.net>
- アイワイバンク銀行 <http://www.yorkseika.co.jp>
- <http://www.iy-bank.co.jp>



Sustainability Report 2001

より良い生活、環境、社会を未来の世代に引き継ぐための イトヨーカドー企業活動報告

サステナビリティ報告書



お問い合わせ先
 株式会社イトーヨーカ堂 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



010509
 エコマーク認定の
 再生紙を使用しています。



古紙配合率100%再生紙を使用

© 2001 (株)イトーヨーカ堂



ごあいさつ

当社は創業以来、「お客さまにご満足いただける商品・サービスを提供する」「お客さま、お取引先、株主、地域社会、社員に信頼される誠実な企業」を経営理念として事業活動に取り組んでいます。そしていま、激しく変化している経済・社会環境の中にあって自己革新を図り、先進の情報技術などを取り入れながら時代のニーズに合った流通業の仕組みづくりを追求しています。

いま社会的な課題となっている環境負荷削減やバリアフリーなどといった問題についても、当社の事業活動の中に位置づけて取り組んでいます。このような社会的な視点を毎日の仕事に根づかせていくために「企業行動指針」、「環境指針」を独自に定めて徹底を図るとともに、事業活動の客観的な検証にも役立てたいと考えています。

当社のこのような取り組みは、近年、環境問題への取り組みの中で育まれてきたサステナビリティ(“社会全体の持続的な成長・発展”への寄与)の考え方に通じるものと確信しています。当社はこれまで環境負荷削減の取り組みに焦点をあてた報告書「環境マネジメントレポート」を発行してきましたが、報告内容を事業の経済的側面や社会活動の側面に広げ、本年から『より良い生活、環境、社会を未来の世代に引き継ぐためのイーヨーカード企業活動報告「サステナビリティ報告書」』として発行してまいります。もとより本冊子においてはまだ不備な点もあるかと思いますが、今後とも情報開示に努め、企業経営の透明性を高めるよう努力してまいります。また、毎日の事業活動においても社員一人一人が「社是」「企業行動指針」「環境指針」に基づき、時代や社会の要請に全力を挙げて取り組んでまいります。ぜひ、皆さまのさらなるご支援・ご指導をお願い申し上げます。

株式会社イーヨーカ堂
代表取締役社長

鈴木敏文



CONTENTS

1	ごあいさつ	
2	目次 / 「この報告書について」	
3	社是と事業の3つの側面	「社会とともに成長し続けるために」
5	IYグループ企業行動指針	
6	組織図	

事業活動編

7	店舗分布と業績	「変化に合わせて自己革新を続ける」
9	人事制度とノーマライゼーション	「誰もが快適に働ける環境をつくる」
11	クオリティ・マネジメント	「お客さまの信頼に応える」
12	フェアトレード	「公正、誠実な関係を築く」

環境マネジメント編

13	「環境負荷のより小さな小売業を目指して」	
15	イーヨーカードグループ環境指針と環境規約	
17	商品づくりと商品の販売	「環境と安全性への配慮」
19	商品包装・容器	「省資源化とリサイクルへの配慮」
21	物流の合理化	「CO ₂ 排出量の抑制と省資源化」
23	省資源・省エネルギー	「きめ細かな省エネルギーへの取り組み」
25	廃棄物の減量化	「店舗から出る廃棄物の削減」
27	リサイクルなど	「お客さま、地域社会と連携して」
29	環境会計	「持続的な取り組みに役立つ『環境会計』を考えました。」
31	社会との連携	「地域社会の一員として」
32	2001年度の目標	「引き続き毎日の仕事の中で環境負荷削減を追求」

社会活動編

33	ユニバーサルデザイン	「誰もが快適に過ごせる暮らしのステージを」
35	地域社会との連携	「豊かなふれあいと暮らしの拠点として」
37	社会・文化活動	「よりよい暮らし、生活文化の創造へ」
39	寄付・募金活動	「お客さまと社会を結んで」
41	監査所見	
	社外環境・社会活動監査人	永田勝也早稲田大学教授
	社内環境・社会活動監査人	QC室衣料住居総括マネジャー吉澤幸恵
43	沿革	「IYグループの主な社会・文化活動」
44	アンケート	「みなさまのご意見・ご感想をお聞かせください」
46	グループ会社	

この報告書について

95年から年1回イーヨーカードでは環境への取り組みを「環境マネジメントレポート」として発行してきました。今回はGRIの「持続可能性報告のガイドライン」を参考に、環境面での報告に加え、社会的側面の報告も取り入れて『より良い生活、環境、社会を未来の世代に引き継ぐためのイーヨーカード企業活動報告「サステナビリティ報告書」』として発行しました。ただし、今回はまだガイドラインに合わせて報告できることはわずかですので、今後さらに社会・環境・経済の各分野にわたる総合的な報告を行えるよう検討を重ね、当社の社会的責任に関してより充実した報告が提供できるよう取り組みつづけたいと考えています。

* GRI G lobal Reporting I nitiativeの略。1997年設立の団体で、全世界で適用可能な「持続可能性報告のガイドライン」を策定し、普及させることを目指しています。

この報告書は2000年3月～2001年2月のイーヨーカ堂単体の活動を対象としています。皆さまのご意見を承るため、44ページにアンケートを設けております。本書をご覧いただいたご感想、ご意見、ご質問がございましたら、ぜひご利用ください。皆さまから承ったご意見などを次回の報告書づくりに生かしてまいりたいと考えております。発行：2001年6月 次回発行予定：2002年5月

社会とともに成長し続けるために

社是

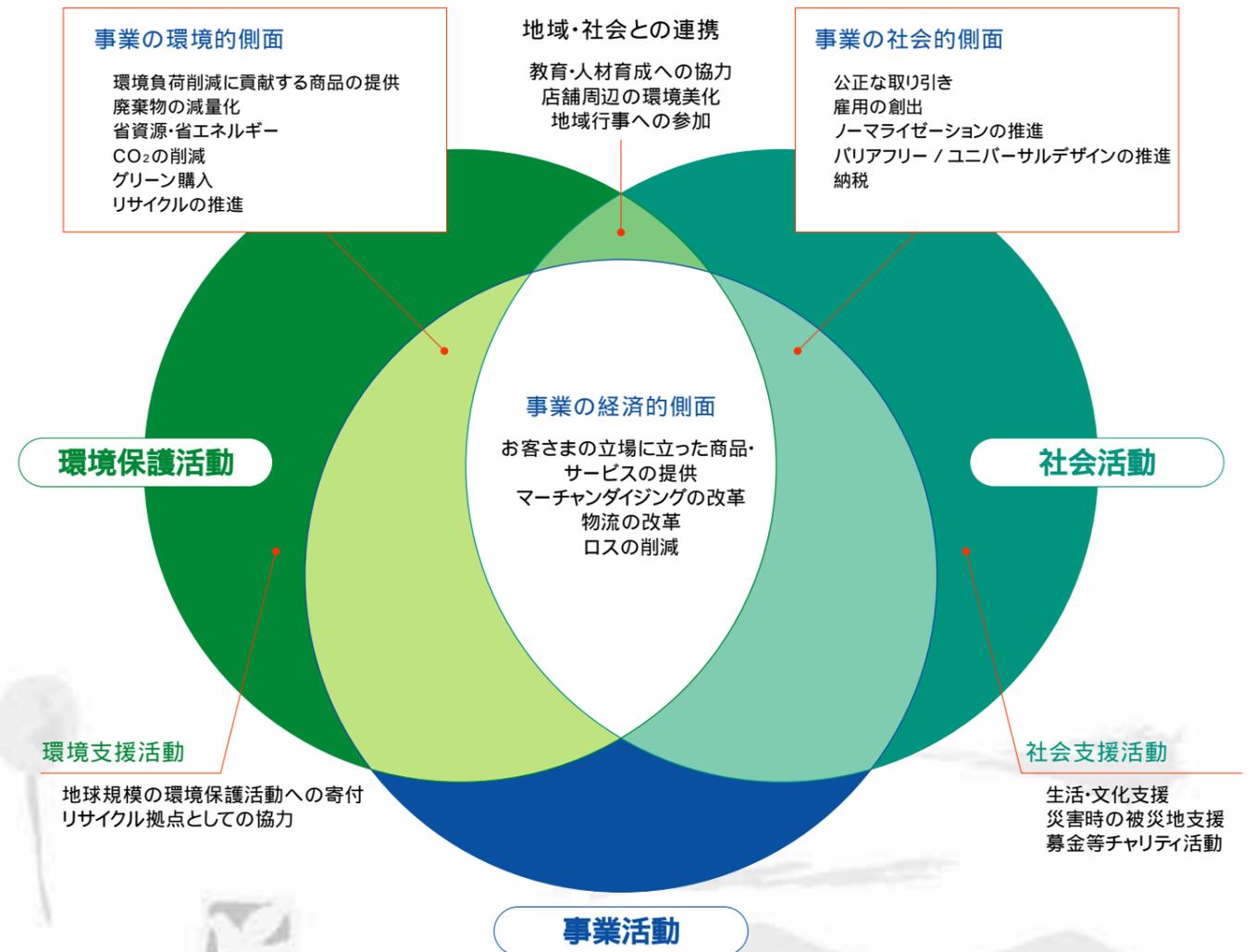
私たちは、お客さまに信頼される、誠実な企業でありたい。
 私たちは、取引先、株主、地域社会に信頼される、誠実な企業でありたい。
 私たちは、社員に信頼される、誠実な企業でありたい。

“できることから”と“ずっと継続的に”

いまや環境問題や高齢化社会への対応などは、身近な問題として社会の誰もが早急に取り組まなければならない課題となっています。毎日の生活に密着している私たち小売業は、商品のご提案から店舗運営や設備の改善など、幅広い分野でそれらの課題のお役に立つことが可能です。そのため、すぐにできることから一つ一つ確実に実行に移し、社会の幅広い人たちと連携し、継続していくことで成果を積み重ねることが重要であると、イトヨーカドーは考えます。「できることから」、そして「ずっと継続的に」。単に「量」や「規模」の拡大を図るのではなく、「質」にこだわりながら一歩ずつ着実に進めていくこと……それが本業でも環境負荷削減や社会活動でも変わることのない基本として、イトヨーカドーが最も大切にしていることです。

経済、環境、社会の調和のとれた成長を目指して

社会の中であって、私たちは、お客さまをはじめさまざまな方々の協力とご支援によって毎日の仕事を進めています。そのため企業活動を、事業活動(経済的側面)、環境、社会的側面という3つの視点からつねにとらえ直し、調和のとれた成長を図り、社会的な使命を果たしていきたいと考えています。



IYGROUP IYグループ企業行動指針

IYグループ(IYグループ)では、お客さま、お取引先、株主、地域、社会および社員に信頼される誠実な企業を目指すという社是と「お客さまに喜んでいただく」という経営理念を原点として、1993年5月、グループ企業に属するすべての役員、社員を対象に「IY企業行動指針」を制定し、時代の変化に合わせて2001年度、改定を行いました。

企業の社会的責任が厳しく問われ、企業活動が国際的に広がっているため、私たちが果たすべき役割ますます増大しています。本指針は、このような責任を日々確実に果たしていくために、日常業務の中で私たちが、どのように行動することが望ましいのか、また社会人として何を守らなければならないのかを、一人一人が考え、実行するための基準を定めたものです。ここでは、その精神を定めた前文と規定項目をご紹介します。

IYグループ企業行動指針

前文

企業の使命は、経営倫理を尊重した経営により、お客様に価値のある商品とサービスを提供し、新たな富と雇用を生み出すことにある。IYGの役員および社員は、こうした使命を果たし、お客様に喜んでいただくことを生きがいとしている。このためにも健全な経営体質を確立し、法令・ルール、社会的規範を遵守し、IYGに関わる全ての人々の人権と尊厳を尊び、国際社会の多様な価値観を尊重しつつ社会的責任を果たす。こうした理念のもと以下の指針に則って業務を行う。

規定項目

経営倫理の尊重・法令遵守(コンプライアンス)

第1章 事業活動

1. お客さまとの関係 販売活動
2. お取引先との関係 取引活動
3. 株主との関係
4. 公正な取引の推進

第2章 社会的責任

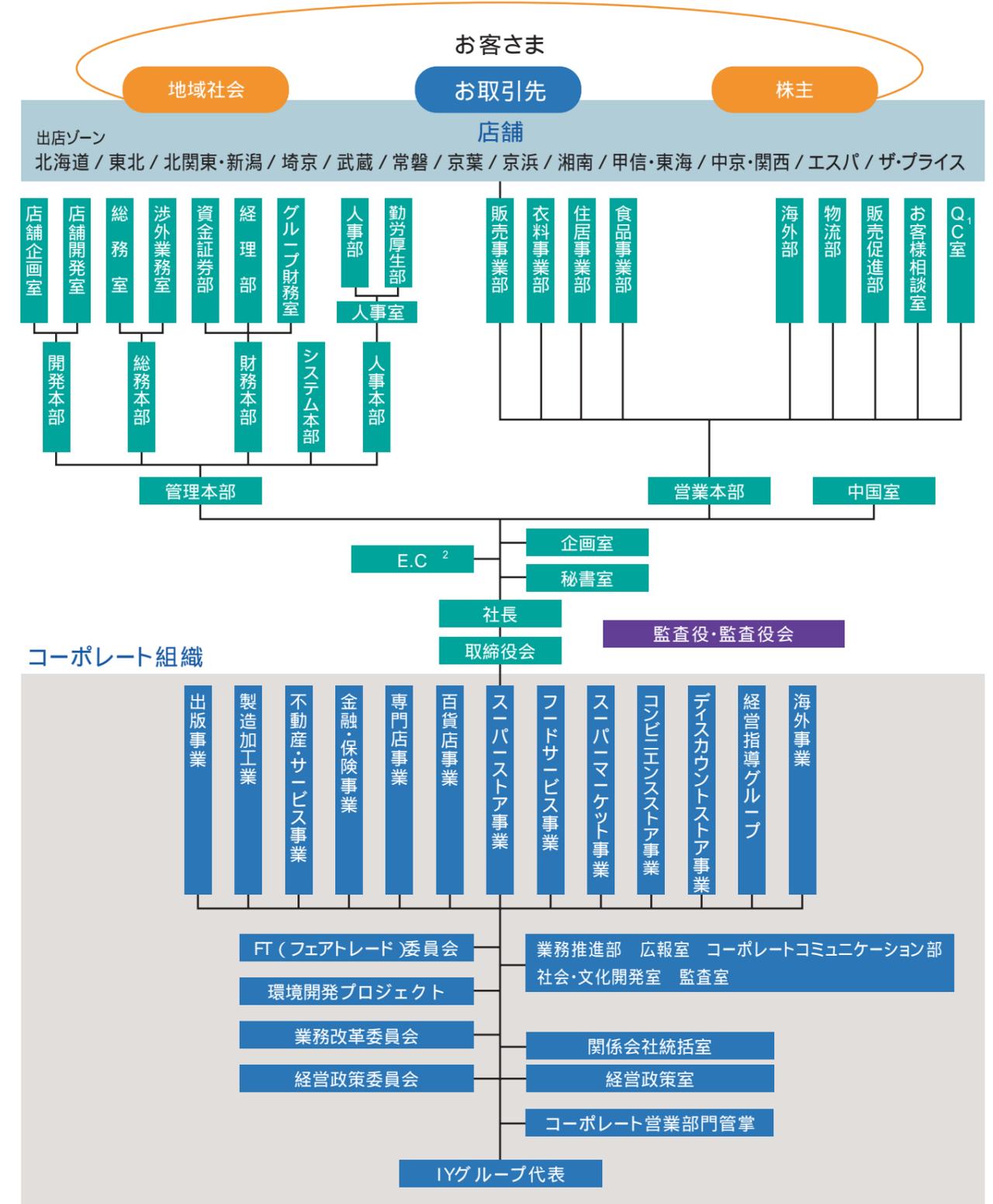
1. 人権・個人の尊厳の尊重
2. 雇用・職場環境
3. 環境管理
4. 地域、社会との関係
5. 情報の管理

(以上、指針文書の用字用語は原文のまま)

私たちは、この指針に基づき、日々お客さまに適切な商品とサービスを提供し続けるとともに、企業の社会的責任を果たし、また、地域社会への支援を行っています。

イトーヨーカドーの組織

社是の精神に則り、私たちはお客さま、地域社会を出発点として組織づくりを行っています。



1: クオリティコントロール

2: エグゼクティブコミティで常務以上のメンバーで構成されています。

変化に合わせて自己革新を続ける

イトヨーカドーは、1都1道2府 20県 にスーパーストアを出店し、つねにニーズの変化に対応した品揃え、フレンドリーなサービスで、お客さまをお迎えしています。



IYグループの事業の内容

イトヨーカドーは、セブンイレブン・ジャパン、デニーズ、ヨークベニマル、さらに米国の7-Eleven, Inc.などの各社とIYグループを形成し、主としてスーパーストア事業、コンビニエンスストア事業およびレストラン事業を行っています。

連結決算5年間の推移

決算年月	1997年 2月期	1998年 2月期	1999年 2月期	2000年 2月期	2001年 2月期
営業収益 (百万円)	2,858,607	2,976,461	3,113,122	3,067,942	3,103,607
税引前当期利益 (百万円)	212,207	212,673	206,600	170,373	163,781
純利益 (百万円)	74,326	70,463	66,620	47,630	48,884
株主資本利益率 (%)	8.7	7.7	6.9	4.8	4.8

連結子会社 51社
持分法適用会社 7社

事業の状況

IYグループではお客さまのニーズの変化に対応し続ける経営体制の確立に努力してきました。マーケティングと商品開発力のレベルアップに努めるとともに、POSシステムを活用した単品管理の徹底による発注や在庫管理の精度向上にも継続的に取り組んでいます。また、国内外の様々な取引先とチームを組み、「チームマーチャンダイジング」の手法で魅力的な商品の開

発にも挑戦してきました。これらの結果、2001年2月期の営業収益は、3兆1,036億7百万円と前年に比べ356億6千5百万円(1.2%)の増収となりました。利益面ではスーパーストア事業の不振により税引前利益は、1,637億8千1百万円と前年度に比べ65億9千2百万円(3.9%)の減益となりましたが、純利益は、主に法人税率の引き下げ(実効税率で約6ポイントの低下)により、488億8千4百万円と前期に比べ12億5千4百万円(2.6%)の増益となりました。



イトヨーカドーの主な事業内容

衣料品(婦人衣料、紳士衣料、服飾・雑貨、肌着、子ども衣料など)、住居関連商品(住居用品、日用雑貨、ホビー・レジャー用品など)、食料品(加工食品、生鮮食品など)の小売業を主として営んでいます。

単体決算5年間の推移

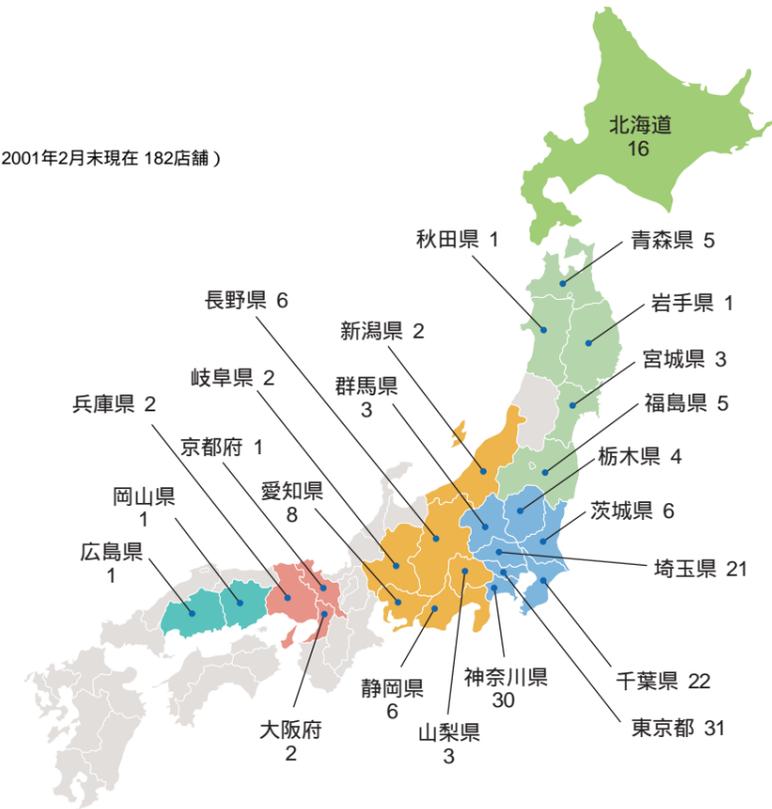
決算年月	1997年 2月期	1998年 2月期	1999年 2月期	2000年 2月期	2001年 2月期
営業収益 (百万円)	1,546,435	1,547,594	1,563,338	1,508,910	1,479,825
経常利益 (百万円)	69,645	70,337	71,202	51,081	42,094
純利益 (百万円)	43,147	41,322	42,099	33,600	20,005

事業の状況

消費マインドの冷え込みに対応するため、イトヨーカドーではいまままでにない「新しい価値のある商品」の提供を図り、MD(マーチャンダイジング)の改革、売り場づくりの改革に取り組んでいます。衣料品部門は、2000年5月に「IYデザインスタジオ」を設立し、デザイン面でもお客さまのニーズに応えるハイクオリティな商品づくりを追求。さらに、産地の開発、生産管理機能の強化に努め、マーケット・ニーズをスピーディーに反映した商品開

発体制を整備してきました。食品部門では、プライベートブランド「買物上手」「料理上手」を軸に差別化商品の育成を図るとともに、生鮮食品では個店ごとの地場仕入れ、BtoB(企業間の電子商取引)などを取り入れて、新鮮でリーズナブルな価格の商品提供に取り組んできました。住居部門では、BtoBなどを活用してチームMDの再構築を図り、IYベシックスなどの差別化商品群の強化を進めてきました。

出店エリアと店舗数(2001年2月末現在 182店舗)



従業員の状況
(2001年2月末現在)

性別	項目	従業員数	前期末比増減	平均年齢	平均勤続年数
男性		10,384名	150名(減)	36歳 10ヵ月	14年 1ヵ月
女性		5,562名	418名(減)	27歳 5ヵ月	6年 10ヵ月
合計または平均		15,946名	568名(減)	33歳 6ヵ月	11年 6ヵ月

(注)上記従業員数のほかにパートタイマー24,515名(1日8時間換算による月平均人数)を雇用しています。

誰もが快適に働ける環境をつくる

働く人のライフスタイルを尊重するとともに、男女共同参画、ノーマライゼーションなど社会的な課題にも積極的に応えています。

Ito Yokado

働きやすい仕組みと環境の整備

流通業の主役は人。イーヨーカードは人を大切にしたい仕事、組織のあり方を追求し、本人がライフスタイルや生活設計に合わせて勤務地を選択する「社員群制度」を導入しています。また、人権啓発室などを中心に、セクシャルハラスメントや差別のない、誰もが働きやすい環境づくりに取り組んでいます。

出産や介護と仕事の両立に「リ・チャレンジプラン」

少子化・高齢化社会にいち早く対応し、男女の区別なく出産や育児、あるいは介護のために勤務時間を短縮した「勤務プラン」、いったん休職後仕事への復帰を支援する「休職プラン」、いったん退職後、一般応募者より優先的に採用される「再雇用プラン」を設け、働く意欲のある人が働き続けやすいよう支援しています。

2000 年取得件数：109 名 累計取得件数：778名

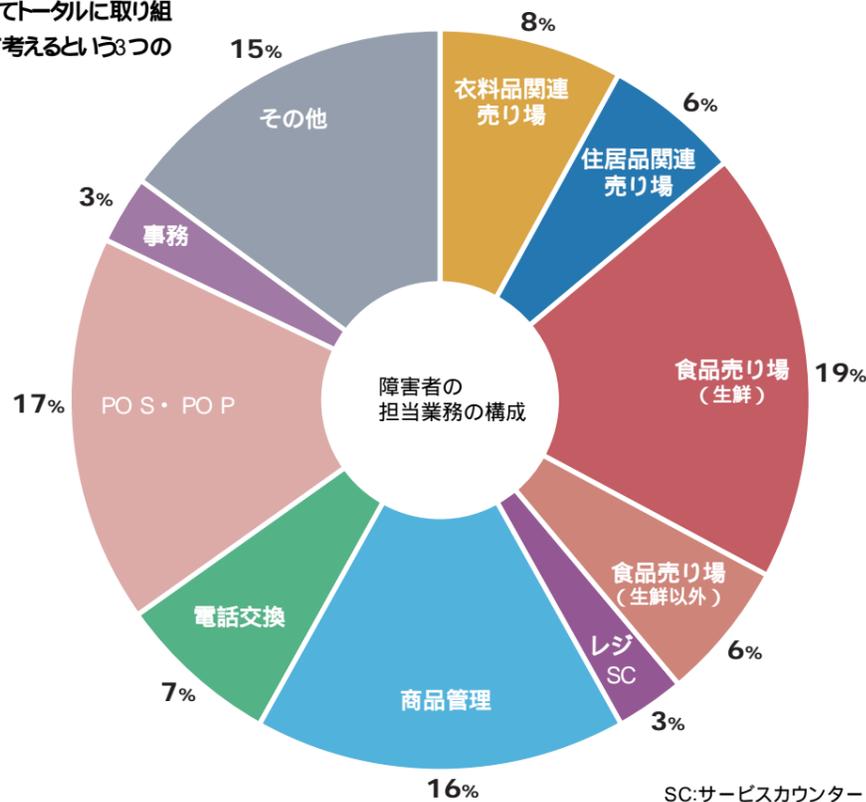
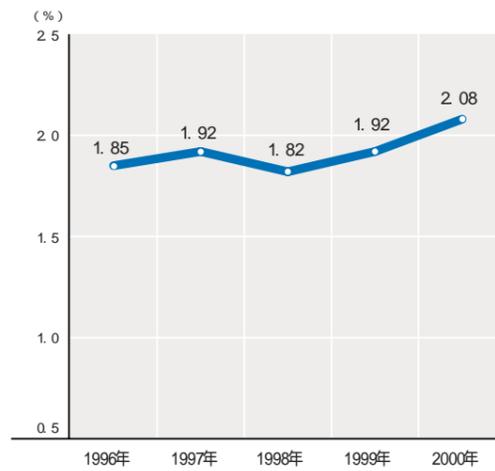
障害者の雇用促進

イーヨーカードでは!人は皆何らかのハンディを持つという謙虚な姿勢で"ハートとハートを組み合わせると"トータルに取り組む#相手の立場、相手の目の高さによって考えると3つの姿勢でノーマライゼーションの推進に取り組み、各店舗・事業所で積極的な障害者雇用を進めています。障害の内容や程度によって働く場所をあらかじめ限定してしまわず、さまざまな人を受け入れることを前提として、どの店舗、どの売り場でも障害のある方が快適に働ける環境の整備に努めています。その結果、いまでは売り場から事務部門まで幅広い分野で、障害のある方が社員として活躍しています。

株式会社テルベ

重度障害者の雇用機会拡大を目指し、北海道北見市と共同出資の株式会社テルベを1994年に設立しました。現在、椎茸栽培、印刷事業に取り組んでいます。

障害者雇用率の実績推移



社員教育の推進

毎日の仕事の中で実地に即した教育に力を注ぐとともに、人事異動や新店のオープンをはじめさまざまな機会に社員研修を実施。業務に関する知識や技術の習得だけでなく、人権、公正取引、バリアフリーなど幅広く、社会人として不可欠な知識の習得を図っています。また、同和問題をはじめ、在日外国人問題、ノーマライゼーション、セクシャルハラスメントなどに関する研修にも積極的に参加しています。

社員のノーマライゼーション研修

障害のある方や高齢の方など、誰もが快適に参加できる社会をみざす「ノーマライゼーション」の考え方を毎日の接客の中で実践できるよう、新入社員研修や新店オープン前の社員研修では、ノーマライゼーション教育を必ず実施しています。

ノーマライゼーションに関する社員教育の実施状況(2000年度)

- 新入社員研修
- 新任役職者研修
- 新店役職者・リーダー担当者研修
- 新店社員研修(パートナー社員、テナント社員含む)
- 新店ノーマライゼーション体験学習
- 既存店社員研修
- 手話講習会

2000 年開催回数：70回 参加人数：約10,000名



体験学習を取り入れ、体の不自由なお客さまの立場で接客の仕方を考える研修も。

手話教育への取り組み

イーヨーカードでは社員の手話習得を積極的に支援しています。研修時などに手話講習会を継続的に開催。初級、中級講座を修了した社員に「手話バッジ」を交付し、お客さまにも社員

手話バッジ取得社員：2001年 5月末日現在約1,000名



グループ入社式の手話講習

お客様の「信頼」に応える

商品やサービスに関するお客様の声を積極的にうかがい、迅速に対応するため、「お客様相談室」QC(クオリティ・コントロール)室が社内各部門と連携して、各種の取り組みを進めています。

Ito Yokado

お客様の声を 店づくりやサービスに生かす 「お客様相談室」

店舗や本部に寄せられるお客様のご意見、ご不満、ご要望、ご質問などを承り、毎日の仕事に反映させるために「お客様相談室」を設けています。

「お客様相談室」では、お客様にご指摘いただいた点につき、商品、サービス、店舗設備など関連部門と連携して改善に取り組んでいます。また社内の情報システムに「お客様の声」の掲示板を開設し、社員が随時、パソコンでお客様の声に触れられるようにして、情報の共有化を図っています。

また、年二回開催される日本チェーンストア協会主催の地域消費生活懇談会を始め、さまざまな機会を通じて地域社会や消費者団体とのコミュニケーションをとっています。

お客様との対話を進める「くらしのアドバイザー」制度
「お客様相談室」では、「消費生活アドバイザー」の資格を持つ方に業務委託し、お客様から直接ご意見やご要望をうかがう「くらしのアドバイザー」制度を取り入れています。現在8名の「くらしのアドバイザー」が各店舗を巡回してお客様の声をうかがい、商品開発やサービスに反映させる役割を果たしています。

お客様の立場に立った品質管理 「QC(クオリティ・コントロール)室」

衣料・住居・食品関連商品それぞれの商品特性に応じた品質管理に取り組み、つねにお客様に安心してご利用いただける商品の提供を追求しています。

衣料部門ではお客様の着用しやすさ、住居部門では安全性・利便性、食品部門では味、鮮度を重視して、品質の向上・改善を図っています。また、事故の予防はもとより、問題が発生した場合は、外部検査機関や行政当局との連携による客観的な原因究明と迅速な対応を図っています。

商品づくりに当たっては、独自の品質基準を設け、お取引先と協力して素材、製法などについてきめ細かな品質管理に力を注いでいます。また生産メーカーさんの工程管理、チェックにきめ細かく協力を求め、環境負荷の削減を図っています。

さらに、売場での商品管理や商品開発への参画など、より踏み込んだ対応を進めています。

品質向上に向けて情報の共有化を図る 「品質改善提案展」

品質向上、不良品発生率の低減に向けて、社員やお取引先の品質への意識を高め、役立つ情報の共有化を図るために、毎年「品質改善提案展」をイーヨーカード本部で開催。実際の商品展示やパネル展示によって、品質に関する問題点や苦情分析、品質管理体制の改善事例などを具体的に紹介しています。



社員やお取引先を対象に、毎年開催している品質改善提案展



お客様のご意見をうかがうために全店に設置されている「お客様の声」ボックス。

公正、誠実な関係を築く

お客様、お取引先から信頼される誠実な企業であり続けるため、社内にFT(フェアトレード)委員会・事務局を設置し、適正な価格表示・原産地表示等の商品表示や取引方法に関する教育、営業活動のチェックを行っています。

Ito Yokado

公正な取引引きを推進する 「FT(フェアトレード)委員会・事務局」

創業以来、お客様、お取引先との公正な取引引きに向けて、各部門ごとにコンプライアンス(法令遵守)の確保に努めてきましたが、さらに組織だった取り組みを進めるため1999年にFT(フェアトレード)委員会およびFT事務局を設置。適正な価格表示・原産地表示等の商品表示、お取引先との公正な取引引きに関するさまざまな活動を進めています。

正確な商品・価格情報の提供に向けて
独占禁止法や景品表示法に基づき、お客様の誤解をまねかない正しい価格表示・原産地表示等の商品表示を行うための方針、社内規則を定め、FT事務局がその実施にあっています。FT事務局は、つねにチラシ、広告表現のチェックを行うとともに、社員教育を進めています。社員教育では、毎週全店の店長が本部に集まって開催する店長会議などでの周知徹底、定期人事異動にともなう新任幹部(店長、統括マネジャー、マネジャーなど)社員研修、新任仕入れ担当者(バイヤー、ディストリビューター)研修の際に、必ず価格表示などに関する教育を実施。さらに新規出店時には新

店の社員、パート・アルバイト社員を対象に、適正な価格表示に関する教育を行っています。その他、適宜、外部から専門家を招いて、関係法規に関する研修などを進めています。

お取引先との「公正取引」の推進
商品仕入れなどに際して、対等な立場に立って公正な取引を行うため、文書に基づいた売買契約などに関するルールを明確に打ち出しています。その一部をご紹介します。
! 新規取引先と取引を開始する際は、売買基本取引約定書を締結し、その他詳細についても相互了解を図る。
" 個々の発注に際しては、発注書を発行する。
約定書・発注書の内容を双方で遵守する。
などです。
これらのルールを徹底するため、「適切な商品・価格表示の推進」に関する場合と同様に、定期人事異動の際の社員研修、店長会議など社内会議の機会に随時、社員教育を進めています。

FT事務局の主な研修活動

1999年

外部講師による独占禁止法講習会(対象:全仕入れ担当者)
資料「下請法・独占禁止法のあらまし(公正取引編)」の関係者全員への配布
価格表示に関する研修(対象:全店長)
社内スタッフによる独占禁止法研修(対象:全仕入れ担当者)
独占禁止法に関するフォロー研修

2000年

下請取引適正化推進講習会テキスト配布(対象:仕入れ担当者)
公正取引研修(対象:新任店長)
公正取引研修(対象:新任仕入れ担当者)
公正取引研修(対象:店舗の新任統括マネジャー)
公正取引研修(対象:店舗の新任食品担当マネジャー)
公正取引研修(対象:店舗の新任衣料担当マネジャー)
公正取引研修(対象:店舗の新任住居担当マネジャー)
公正取引研修(対象:不定期新任マネジャー)
不当な価格表示についての景品表示法上の考え方「手引書」全社配布
新店研修(成田店、甲府昭和店、広畑店、エスパ川崎店、青森店、新浦安店、千歳店、柳津店、武蔵境店、木場店、東大阪店、浜松宮竹店)

環境負荷の より小さな小売業を目指して

イトーヨーカドーでは、環境への取り組みに当たり、なによりも毎日の業務の中で環境負荷を削減していくことを重視しています。そのため、事業の全段階での環境負荷の把握と業務改革によるロスの削減を進めています。

Ito Yokado

「単品管理」を通じて 経営・環境両面の改革を推進

チェーンストアの事業活動そのものから発生する環境負荷を削減すること。イトーヨーカドーの環境への対応は、そこに基本があります。私たちは、70年代以来、商品一つ一つの動向を把握し、お客さまに支持されていない商品(死に筋)を排除して、持続的にお客さまのニーズに合った品揃えを追求する「単品管理」を推進。これにより、売れない商品をつくり続けるロス、売れ残りの商品を廃棄するロスなど、それともなう製造、物流、販売の各段階で発生するロス削減を図っています。

とりわけ、1982年以來取り組んでいる「業務改革」では、単品管理の徹底、お取引先と一体となったマーチャンダイジング、情報システムを活用してお客さまの声を売り場から商品づくりの現場までスピーディーに反映させるといった取り組みに力を注いでいます。

これらの取り組みは、小売業の効率化はもとより、環境負荷の削減にも効果を上げています。たとえば、製造段階での原

材料の消費を最小必要限に抑える、販売段階で売れ残った商品の廃棄などを削減することができます。

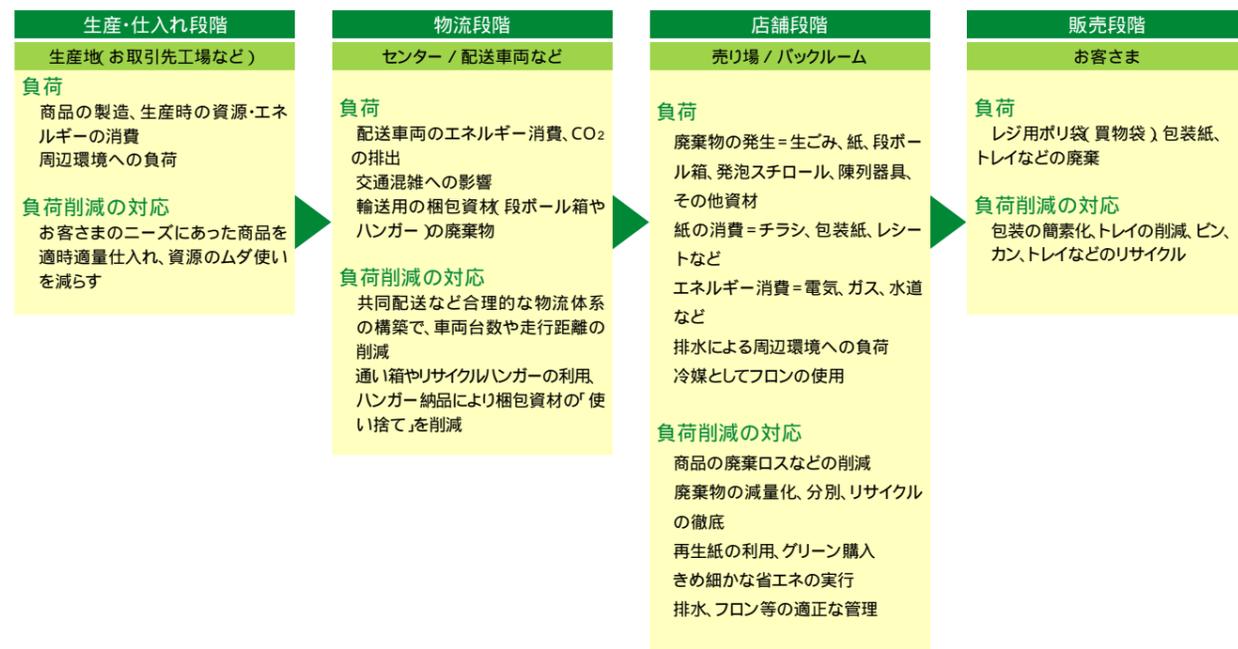
現在、よりいっそう単品管理の精度を上げるとともに、この手法を物流、建物、エネルギー、廃棄物などあらゆる面の管理に導入し、最小限の資源・エネルギー消費と最大のお客さまサービスの両立を追求。経営効率化はもとより、お客さま、お取引先などにメリットを提供できる「単品管理」の取り組みを通じて、持続性のある環境負荷の削減を進めています。

環境負荷の把握と検証

環境負荷の削減には、事業の各段階における環境負荷の把握が不可欠です。私たちは1970年代以来、事業活動における環境負荷の把握に取り組み、全社を挙げてその検証を続けています。

また、1990年以來、環境開発プロジェクトを設置して、組織横断的な議論と検証の場を設け、環境負荷の客観的なデータの蓄積を進めています。

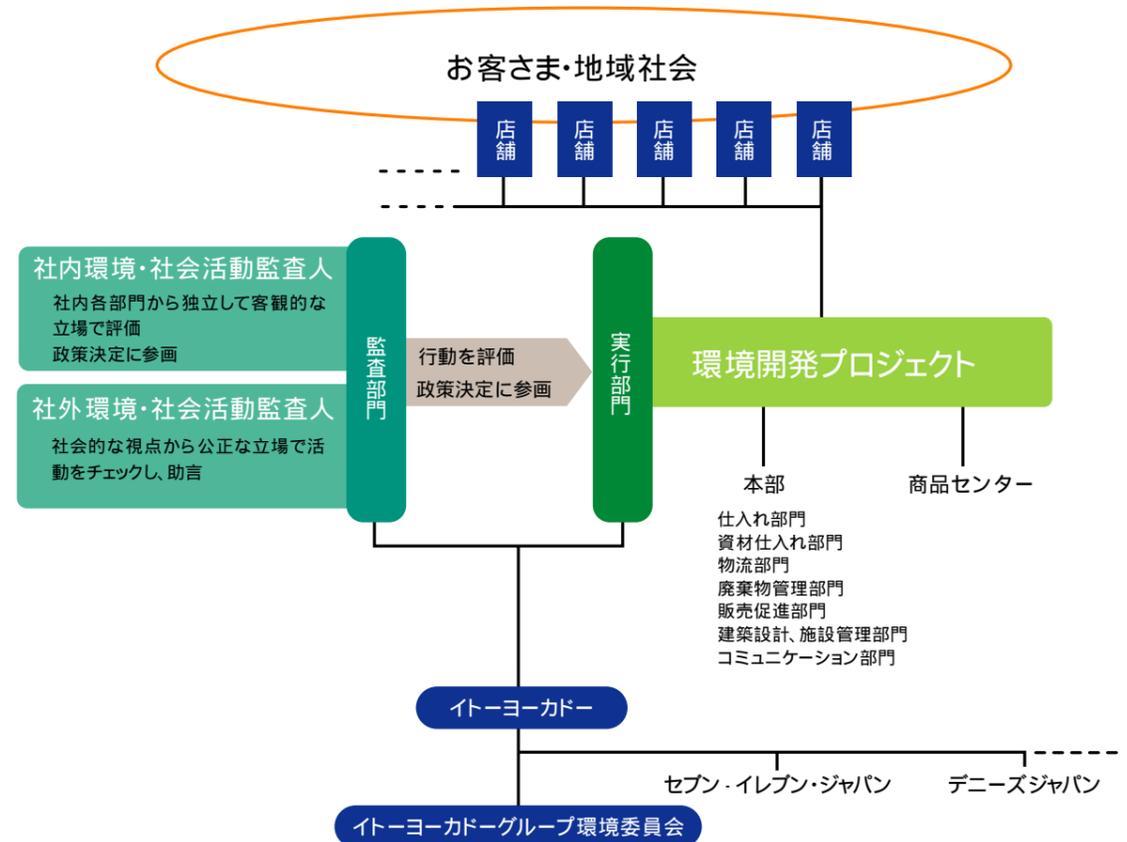
小売業における環境負荷と対応



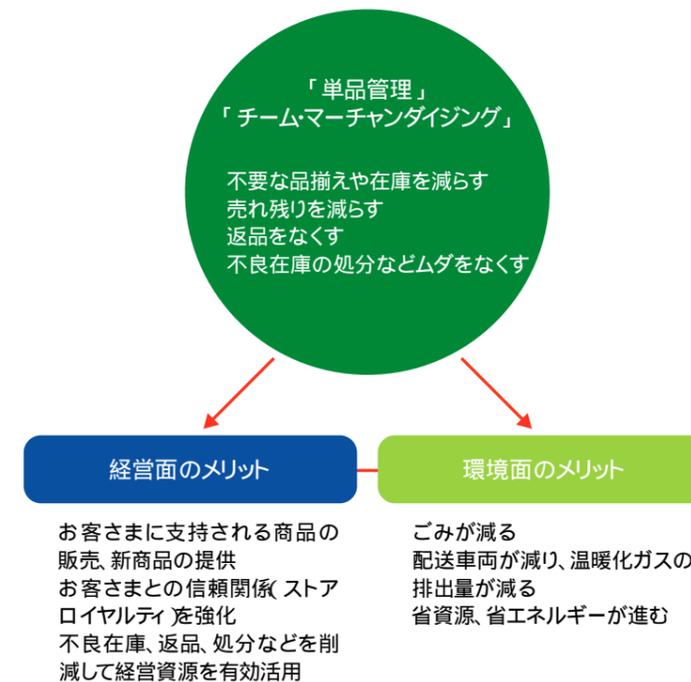
イトーヨーカドーの環境マネジメント組織

特色

- ・部門横断的に環境開発プロジェクトを組織し、全社的に環境負荷削減の取り組みを推進。
- ・監査制度により、定期的な実施状況を監査。



「単品管理」によるロス削減



イトーヨーカドーグループ 環境指針と環境規約

全社員に環境への取り組みの基本的な考え方と具体的な行動へのガイドラインを示すとともに、企業としての姿勢を明確にするため、「環境指針」「環境規約」を定めるとともに、変化に合わせて見直しを続けています。

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。

環境と安全性への配慮

より環境負荷の小さな日常生活を実現するには、衣食住に関する商品に環境への配慮が欠かせません。私たちは、商品開発段階から商品販売に至るまであらゆる段階で環境負荷削減や安全性向上に努めています。

ItoYokado

「環境奨品」

素材、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クリアしたオリジナル商品を「環境奨品」としてご提案しています。



2001年4月末日現在16アイテム

「有機野菜」「健康野菜」

有機肥料を基本とした健康な土づくりから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。販売に当たっては、農林水産省のガイドラインを参考に「有機野菜」「健康野菜」の表示を行い、お客さまに分かりやすく提供しています。



有機野菜 = 3年以上の無農薬、無化学肥料の畑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、化学肥料や農薬の使用を抑えた畑で採れる農産物。

「遺伝子組み換え食品」への対応

遺伝子組み換えの食品29品種、添加物5品目が厚生労働省の安全性審査で認証されていますが、その安全性については世界的に議論され、分別の問題などにまだ不確定要素があり、お客さまの安心感を満たせない環境にあると判断し、基本的に取り扱わない方向で考えています。現在、JAS法の改正による表示義務がスタートし、基準に従って単品毎に再確認の作業を進めています。

非塩ビ系素材への転換

オリジナル商品については、着実に非塩ビ系素材への変更を進めています。衣料品に使用してきた塩ビ包装材についても、すでにワイシャツ、スポーツシャツの袋、ギフト箱の非塩ビ化を完了しています。また、店内加工の生鮮食品用ラップも、全店で非塩ビ系素材への転換を完了しています。

資源の保護、有効活用への配慮

商品開発、生産にあたっては、次の点に配慮しています。

- 水産資源の持続的活用
- 森林資源の持続的活用
- 再生リサイクル素材の活用

Team Merchandising

チームMDによる資源の有効利用

お取引先と一体となった商品開発を行うチームMD(マーチャンドライジング)により、製造段階から販売段階まで、情報の共有化を背景に一貫したマネジメントが可能になります。これは環境面でも次のメリットがあります。

! ニーズのある商品に絞り込んで生産し、従来の見込み生産で発生していた大量の売れ残りによるムダを削減。

" 生産、流通過程の在庫コントロールが可能になり、原材料の有効利用。



売り方の工夫で、廃棄量を削減

食品部門では、新鮮な商品を提供するため、販売期限を過ぎた商品を廃棄します。この廃棄ロスを削減するため、売り場では毎日変化する販売数量の予測精度を高めて、発注(店への仕入れ)量と実際に売れる量を近づける努力を続けています。



「エコシス28」

地球温暖化防止に向けて夏季の電力消費量を削減するため、政府では冷房の28℃設定を推奨しています。「エコシス28」は素材、織り組織、加工、縫製仕様などすべての面で涼感ノウハウを結集し、28℃環境を考えて開発した衣料品。同シリーズには、シャツのほか、ジャケット、スラックスもあります。

省資源化とリサイクルへの配慮

資源の有効利用、家庭の廃棄物減量化に寄与するため、包装の簡素化、容器の素材見直しによる軽量化とリサイクルをトータルに推進。
食品用トレイの軽量化による総使用量(重量)抑制などの効果を上げています。

ItoYokado

トレイの省資源化と削減

食品容器として使われるトレイについては、「3原則」に基づいた取り組みを進め、商品1万点当たりの使用量は12%削減されました。総使用量では、前年度から引き続きフタ付き容器が増加するとともに、商品販売点数の伸びにより、総使用枚数が増加したものの、トレイの軽量化を進めた結果、総使用重量は10%削減しました。

トレイ3原則

- !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

*トレイリサイクルについては27ページをご覧ください

リサイクルできる色柄トレイの開発

2001年の導入を目指し、リサイクルトレイの開発を進めてきました。従来、色柄トレイは店頭回収システムではリサイクルが困難でしたが、色柄のついている表層を剥離できるようにして、店頭回収の促進を図ります。



商品1万点当たりのトレイ使用量推移(単位:kg)



レジ用ポリ袋の使用量削減

1999年10月以降、厚みを10%削減した軽量ポリ袋への転換を進め、2000年度は使用量を1店舗当たり1.7t、全店で315t(原油換算でドラム缶約10万本分)削減できました。



レジ用包装材使用量の推移(1店舗当たりの実績)

	96年度		97年度		98年度		99年度		2000年度	
	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 (103%)	22t	36万枚 (97%)	19t	35万枚 (97%)	20t	33万枚 (94%)	17t	33万枚 (100%)	15t
ポリ袋M	74万枚 (103%)		71万枚 (96%)		71万枚 (100%)		69万枚 (97%)		70万枚 (101%)	
ポリ袋L	115万枚 (96%)		112万枚 (97%)		108万枚 (96%)		100万枚 (92%)		100万枚 (100%)	
ポリ袋特大	34万枚 (100%)		38万枚 (112%)		43万枚 (113%)		43万枚 (100%)		46万枚 (107%)	
紙製手提袋	9万枚 (90%)	6t	8万枚 (90%)	6t	7万枚 (87%)	7t	6万枚 (85%)	4t	6万枚 (100%)	4t
衣料用ポリ袋	63万枚 (100%)	8t	60万枚 (96%)	7.5t	61万枚 (101%)	7t	58万枚 (95%)	7.4t	57万枚 (98%)	7t
ジャイアントポリ袋	-	-	-	-	0.4万枚 (-)	0.4t	1.4万枚 (350%)	0.4t	1.8万枚 (94%)	0.7t
計	332万枚 (99%)	36t	325万枚 (98%)	32.5t	325.4万枚 (100%)	33t	310.4万枚 (97%)	28.4t	313.8万枚 (101%)	26.7t
店舗数	159店		163店		169店		176店		185店	
	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		厚みを10%削減したレジ袋の利用拡大により、全店で315tの重量削減	

容器包装リサイクル法への対応

2000年度、容器包装リサイクル法に基づき、財団法人容器包装リサイクル協会への委託料金(2000年度に集計した2001年度分)を右表の通り支払いました。包装の簡素化と軽量化を進め、トータルに包装材使用量削減に取り組んでいます。また、包装材の識別マーク表示を順次進めています。

容器包装リサイクル法に基づく委託金と見込み排出量

年度	委託金	排出見込み量
2001年度	2億5,000万円	PE T 8,018kg その他プラスチック 10,755,372kg その他紙 2,278,459kg
(参考)2000年度	1億5,000万円	PE T 4,937kg その他プラスチック 10,761,822kg その他紙 2,569,886kg

*委託金 = 排出見込み量 × 算定係数 × 委託単価
**2001年度は算定係数の変更により、委託金が増加

CO₂排出量の抑制と省資源化

物流拠点の整備による配送車両の総走行距離の抑制や「通い箱」、「ハンガー配送」などによる使い捨て段ボール削減など、継続的な物流の改革によって、環境負荷の削減に寄与しています。

Ito Yokado

物流の改革

加工食品、日用品

センターで各店舗の売り場別に商品を仕分けして、「通い箱」でそのまま各売り場まで搬送する「カテゴリーセンター」化を推進。お取引先から売り場までの一貫した物流の効率化に取り組んでいます。

加工食品

川口(埼玉県)、八千代(千葉県)、西多摩(東京都)の3センターを開設。首都圏全店(01年2月末日現在イーヨーカードー157店)のセンター化を実現。

日用品

宮城センターを開設し、全5センターとなり、中京以西と新潟県内を除いて全店をカバーする「通い箱」配送体制を構築。

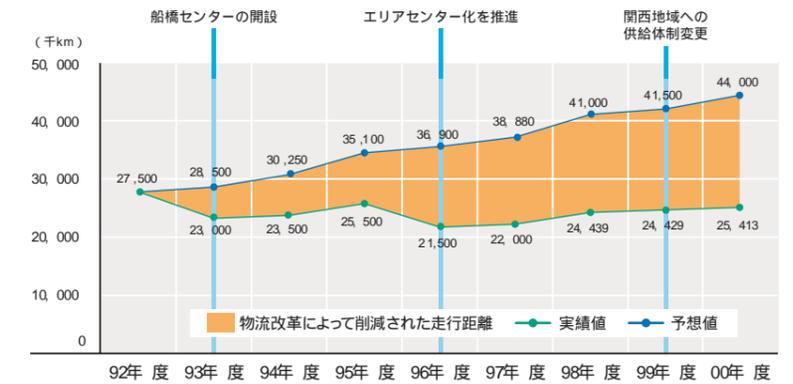
生鮮食品

アウトソーシングによるセンターの分散化で、センターを店舗により近づける「エリアセンター」化を推進。それとともに、納品ルートの見直し、共同配送化、地域物流網の整備、冷凍商品をチルド商品の配送配車両を統合するなどの取り組みを進めました。

車両走行距離の抑制

物流の改革により、配送車両台数、および走行距離の抑制を進めていますが、8店舗の新規出店があり、店舗数の増加と配送エリアの拡大により総走行距離は生鮮、非生鮮分野とも前年より増加しました。引き続き物流改革を進めることで、店舗増や出店エリア拡大によっても大幅な走行距離増とならない仕組みづくりに努めています。

生鮮センター便の走行距離推移



店舗数	169	176	186	195	205	216	228	229	234
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

99年10月より関西方面4店舗への供給体制を生鮮センターからお取引先物流に変更しました。このため、99年度の店舗数は2000年度版「環境マネジメントレポート」における同グラフ99年度店舗数より4店舗減少しています。

*店舗数は関係会社を含む

物流改革の効果シミュレーション

93年以降、生鮮食品ではエリアセンター化などの物流改革を進めてきました。これにより店舗数の増加などによる車両台数、総走行距離の増加を抑制しています。左のグラフは、これらの改革を実施しなかった場合の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。

静脈物流への取り組み

静脈物流とは配送の戻り便を活用する物流システムです。イーヨーカードーは店舗からの戻り便を有効活用することで、「通い箱」「ハンガーサイクル」など、リサイクルシステムを構築しています。

通い箱

使い捨て段ボール箱の削減を図り、94年よりお取引先と協力して進めている「通い箱」化では、引き続き日用品、加工食品部門で「通い箱」の活用を拡大し、合計で前年比178%となりました。

通い箱	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度
衣料	200万箱	260万箱	295万箱	242万箱	204万箱
日用品			37万箱	69万箱	93万箱
加工食品				21万箱	295万箱
合計	200万箱	260万箱	332万箱	332万箱	592万箱

チルド食品にも「通い箱」導入

2000年12月、総合スーパー(GMS)で初めて約140店舗のチルド食品の物流に、お取引先の協力を得て「通い箱」(プラスチック製のレンタル・コンテナ)を導入、2001年度も順次利用を拡大する予定です。また今後、流通業界全体に働きかけ、チルド食品の「通い箱」物流システムの普及に努めていく方針です。

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進めているハンガーリサイクルでは、1,590万着分のハンガーリサイクルを実施。プラスチック廃棄物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、段ボール箱に梱包せず、ハンガーに掛けたまま配送する仕組みをつくり、段ボールを削減しました。

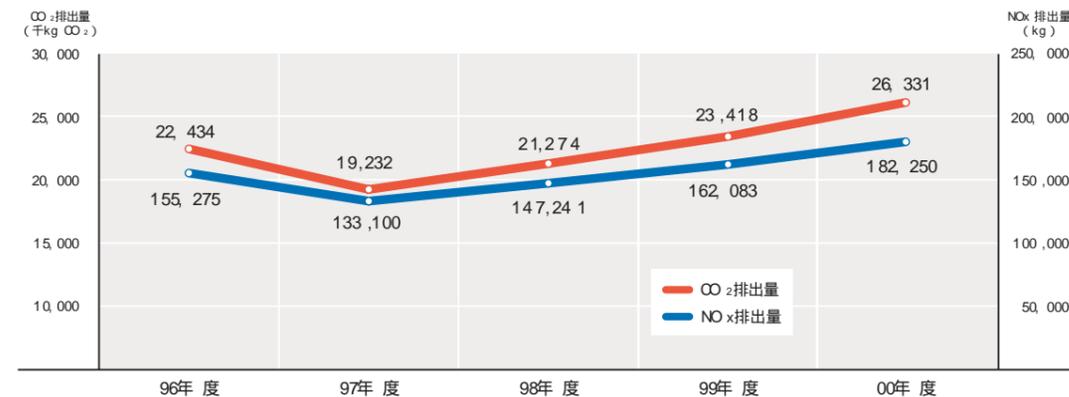
通い箱、ハンガー配送による段ボール削減効果
750万箱分の段ボール箱削減

圧縮天然ガス(CNG)車の導入

環境負荷の小さなCNG車を配送車両として99年度に相模原加工食品共同配送センターに導入(1台)、引き続き2000年度は衣食住関連商品の各物流センターで合計25台を導入しました。2001年度もさらに導入を拡大していく予定です。



CO₂、NO_x排出量の推移



納品車両の総走行距離 (千km)	45,919	38,920	43,329	47,479	53,467
------------------	--------	--------	--------	--------	--------

* 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)

配送車両の実績データ内訳(2000年度)

	総走行距離 (千km)	燃料使用量 (kl)	CO ₂ (千kg CO ₂)	NO _x (kg)
生鮮	25,413	4,859	12,847	88,920
衣料、住居日用品、加工食品	28,054	5,100	13,484	93,330
合計	53,467	9,959	26,331	182,250

きめ細かな省エネルギーへの取り組み

新技術の導入とともに、日常のきめ細かな省エネ対応によって、
単位当たりのエネルギー消費量を引き続き削減し、店舗数増加、営業時間の延長による
総使用量の増加傾向を抑制しています。

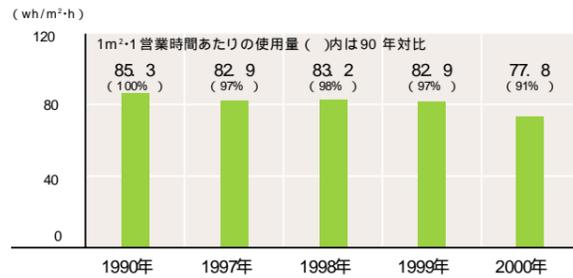
ItoYokado

電気

単位当たり使用量の削減

店舗数増加、営業時間の延長により、総使用量は前年比
103%と増加しました。しかし、総合的な節電対策を引き続き実
施し、単位当たり使用量は前年比93.8%に削減されました。

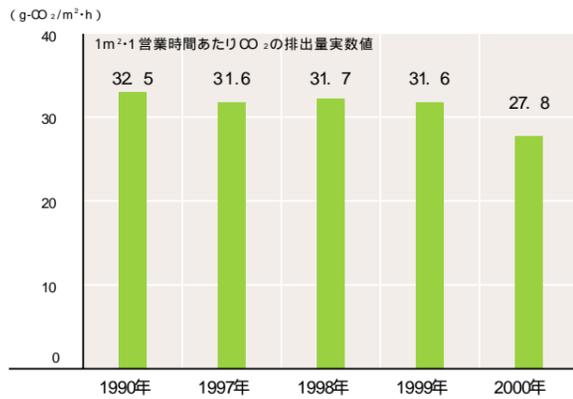
1・1営業時間あたりの電力使用量



項目	1990年	1997年	1998年	1999年	2000年
総使用量 (Mwh)	516,705	781,614	849,451	942,958	974,830
店舗数	131	151	159	167	173

*対象店舗 単位当たり使用量については年間フル稼働店舗。
総使用量については全店舗。

CO₂排出量(単位当たり)



項目	1990年	1997年	1998年	1999年	2000年
総CO ₂ 排出量 (t-CO ₂)	196,864	297,794	323,640	359,266	348,014
店舗数	131	151	159	167	173

*対象店舗 単位当たり使用量については年間フル稼働店舗。
総使用量については全店舗。

*CO₂排出係数 99年以前 0.381kg-CO₂/kWh(環境庁基準(旧))
2000年 0.357kg-CO₂/kWh(環境省基準(新))

使用量削減の取り組み

- 食品売り場の照度見直し
- 省エネ型基本照明への転換(高効率電子安定器の採用=48店舗)
- さらにきめ細かな節電対応
- コージェネレーションシステムの採用
- 省エネ型生鮮冷蔵設備の採用
- 冷却水インバーター制御...38店舗、高効率運転コンプレッサー...128店舗
- 蓄熱式空調システムの採用
- 高効率型空調熱源への転換

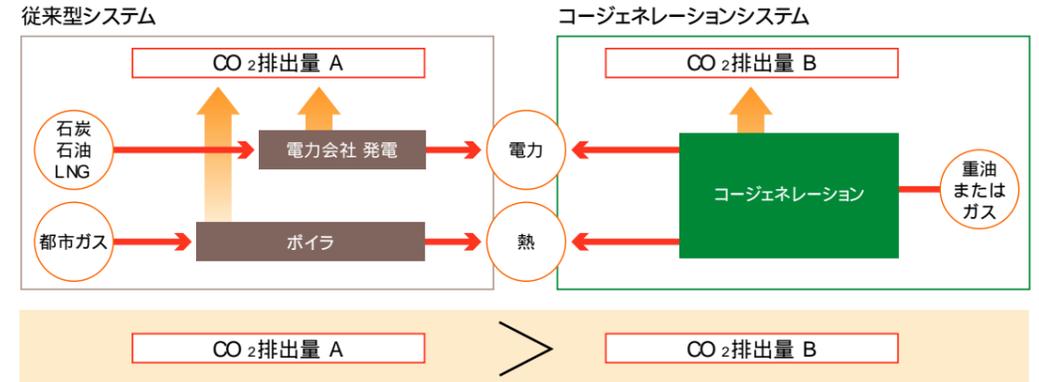
コージェネレーションシステム

2000年度は8店舗で稼働。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。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。

省エネ管理の徹底

- 照明
 - 段階的調光、営業時間外の店舗内準備作業中は「1/3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
- 売場の空調
 - (夏季)26℃、(冬季)18℃、(中間季)外気を利用した「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
 - 開店5分前に始動し、閉店後お客さまが退店されたい停止、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

コージェネレーションシステム概念図



検証データ(甲府昭和店)2000年 2月~2001年 1月までの実績

	従来型システム	コージェネレーションシステム
契約電力(kw)	2,500	1,000
買電使用量(Mwh)	9,973	3,951
ガス使用量(Nm ³)	415,755	201,307
重油使用量(l)	-	4,010,471
CO ₂ 排出量(kg-CO ₂)	4,539,049	2,285,826

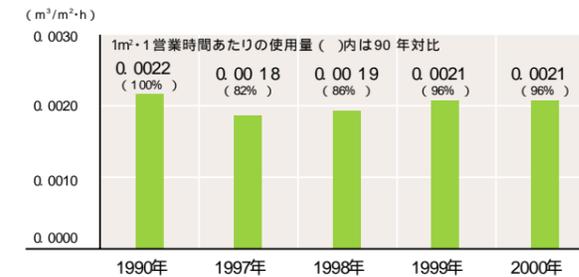
導入メリット
CO₂削減率 = 49.64%

コージェネレーションシステムとは
二酸化炭素(CO₂)の増加を抑える切り札として期待されているものであり、1つの燃料源から2つ以上のエネルギーを同時に得る方法で、エネルギー効率が高まる結果として、エネルギー使用量当たりCO₂の排出削減が可能で、企業にとっても電力使用量の削減も可能。

ガス

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え、
店舗数の増加、営業時間延長などにより、総使用量の大幅な
増加を抑制しています。

1・1営業時間当たり使用量の推移



項目	1990年	1997年	1998年	1999年	2000年
総使用量 (m ³)	13,513,297	16,830,185	18,389,588	24,216,492	26,526,423
店舗数	131	151	159	167	173

*対象店舗 単位当たり使用量については年間フル稼働店舗。
総使用量については全店舗。

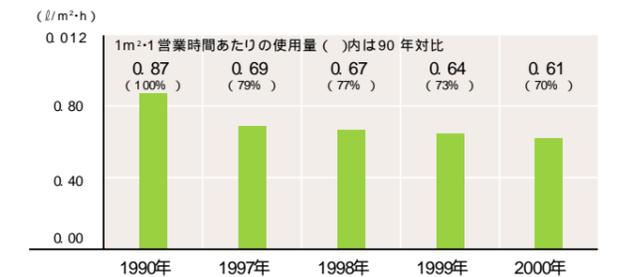
水道

引き続ききめ細かな節水対応を進め、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、厨房などの元バルブ絞り込み
厨房蛇口に節水コマを取り付け、水量を削減

1・1営業時間当たりの水道使用量の推移



項目	1990年	1997年	1998年	1999年	2000年
総使用量 (t)	5,222,828	6,474,999	6,712,591	7,366,820	8,103,976
店舗数	131	151	159	167	173

*対象店舗 単位当たり使用量については年間フル稼働店舗。
総使用量については全店舗。

廃棄物の減量化

店舗から出る廃棄物の削減

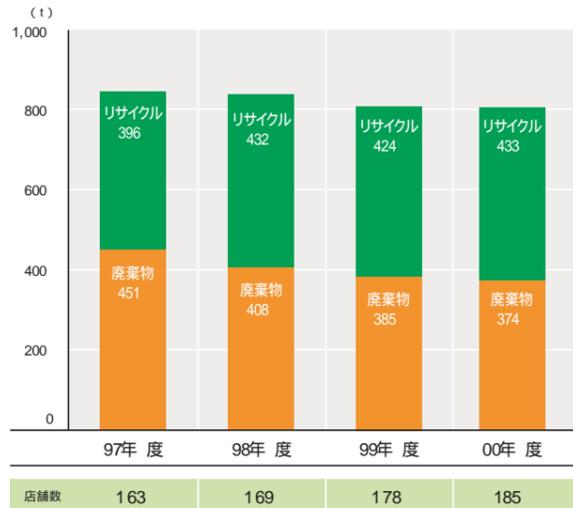
店舗からの廃棄物の削減、リサイクル率の向上を図るために、全社を挙げて「リサイクル333キャンペーン」を継続的に推進。さらにお取引先と緊密に連携して適正で確実な廃棄物処理の仕組みづくりを進めています。

ItoYokado

リサイクル333 キャンペーン

廃棄物の減量化、リサイクルの推進に向けて、「ごみの3割削減、3分別、ごみ袋の3回使用」を図る「リサイクル333キャンペーン」に全社を挙げて97年度以来継続的に取り組んでいます。2000年度は、分別と生ごみの水切りなどの減量の徹底を図り、廃棄物の削減、リサイクル率の向上をさらに進めました。

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）



基本原則

- 「ごみの3割削減」
！生ごみなどは水分を完全に切ってから廃棄する。
" 再使用・再利用できるものは捨てない。
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」「燃やしてはいけないごみ」「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を3回を目安に繰り返し使用するほか、再使用、再利用できるものは繰り返し使う。



廃棄物・リサイクル物量の内訳と推移（全社計、単位t、カッコ内構成比）

	97年度	98年度	99年度	00年度	
廃棄物	食品廃棄物(生ゴミ)	58,200	51,046	49,594	49,609
	再生できない紙ゴミ	9,603	9,680	10,084	9,188
	プラスチック	5,238	5,278	6,705	7,915
	木製什器	523	1,390	1,081	1,034
	混合什器	-	1,581	1,073	1,532
	合計	73,564 (53.2%)	68,975 (48.6%)	68,537 (47.6%)	69,278 (46.4%)
リサイクル物	段ボール	49,906	58,854	60,720	63,183
	再生できる紙	-	1,447	2,333	2,878
	牛乳パック	-	64	151	477
	発泡スチロール	1,760	2,090	2,006	2,477
	発泡スチロールトレイ	-	110	176	252
	カン	1,460	2,121	1,944	1,923
	ビン	1,010	1,229	1,147	1,314
	廃油	873	1,859	2,236	2,538
	魚腸骨	2,619	4,389	4,022	4,506
	金属什器(粗大)	6,984	903	655	633
	合計	64,612 (46.8%)	73,066 (51.4%)	75,390 (52.3%)	80,181 (53.6%)
総計	138,176 (100%)	142,041 (100%)	143,927 (100%)	149,459 (100%)	

* 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。

廃棄物処理事業者との連携

1995年に、各店舗の廃棄物処理業務を委託しているすべてのお取引先とともに「IY資源化推進協会」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、研修などを実施し、廃棄物の安全、確実な処理に取り組んでいます。



2000年度の取り組み

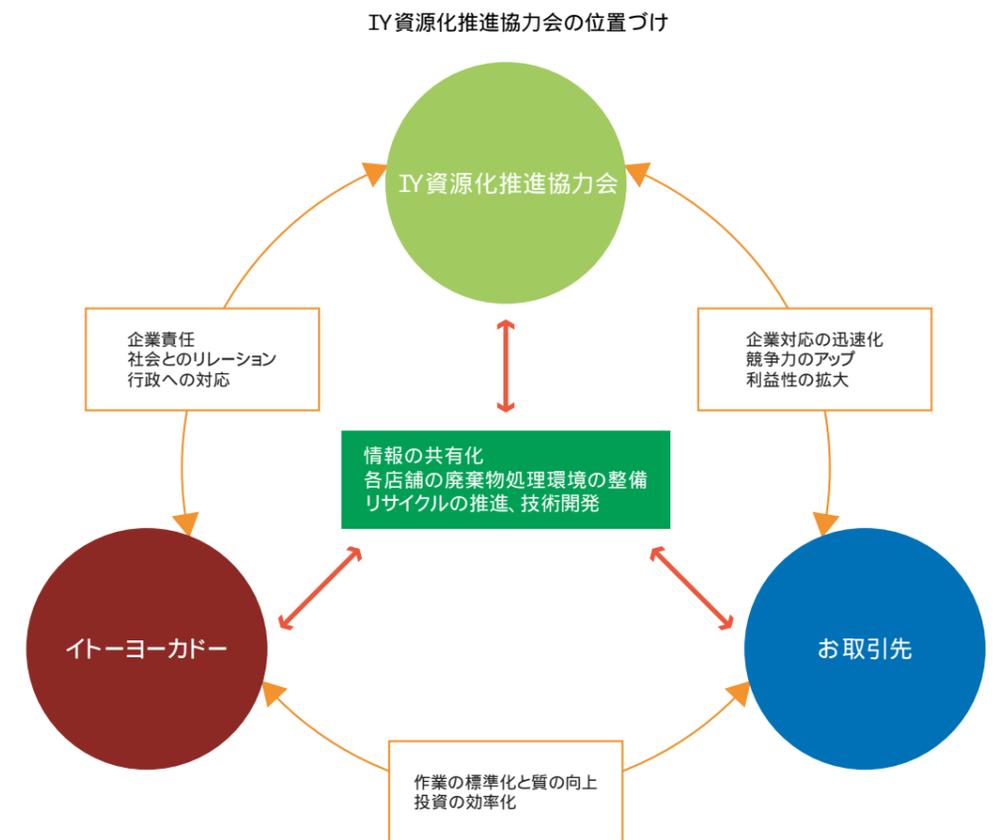
廃棄物保管室の環境整備... 各店舗の廃棄物保管室に分類プレートを分かりやすく掲示し、廃棄物の分別、リサイクルをしやすい環境づくりを推進。
業務プロセスの改革... 各お取引先による業務プロセスの改善・改革を奨励するため報奨制度を導入し、合計27社を表彰。
研修会の実施... 各お取引先の従業員を対象に、廃棄物の処理および店舗別課題に関する情報の共有化を全国7カ所で行った。(2000年度参加者延べ298名)

食品廃棄物リサイクル法への対応

2001年4月より施行される「食品廃棄物リサイクル法」への対応では、「リサイクル333キャンペーン」に基づいて日常的な取り組みの積み重ねを基本に、さらにチェーンとしてのメリットを生かした広域でのリサイクルシステムの構築、再商品化による循環システムの検討、各出店地域の回収事業者と連携したリサイクルシステムの構築、自治体との連動など幅広い取り組みを視野に入れ、肥料化リサイクルシステムの構築に向けた研究を進めています。また、食品におけるリサイクル率20%を目標に、リサイクル率のいっそうの向上を図っています。

日常業務の中での取り組み

- ！ 食品原料の有効活用
- " 過剰製造、過剰発注の防止と売り切りによる発生抑制
- # 各店舗ごとに発生および排出の抑制
- \$ リサイクル率の向上
- など



お客さま、地域社会と連携して

地域のお客さま、お取引先と協力して、合理的で持続性のあるリサイクルの仕組みづくりに取り組んでいます。

Ito Yokado

店舗でのビン・罐の回収



店頭リサイクルボックスで回収

業務用のビン・罐の回収

バックルूमで分別

- ・ビン=色別
- ・カン=素材別に分別して圧縮

お取引先が回収して再資源化



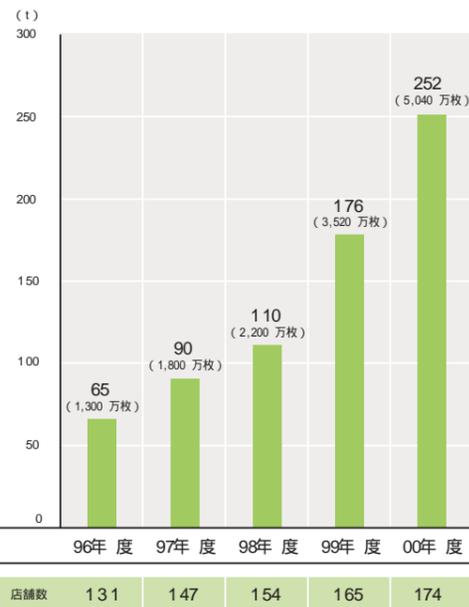
ビン、カン、PETボトル、トレイのリサイクルボックス(能見台店)

店舗での発泡スチロールの回収

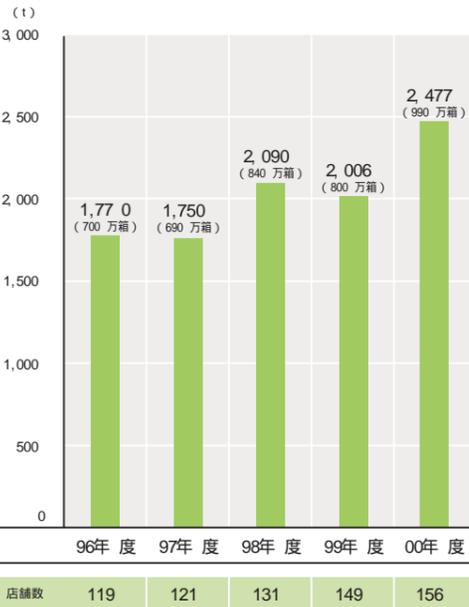
売り場の専用回収箱で回収した食品トレイとバックルームで水洗い・シールはがしをした業務用の魚箱・青果箱を納品車のセンター戻り便で回収し、生鮮センターの溶解機でプラスチック原料に加工。



食品トレイ 回収の推移



業務用魚・青果箱 回収の推移



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などで協力。

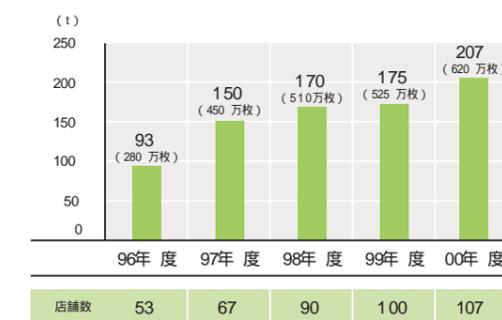
ペットボトル

地域、自治体と連携して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」を売場でお客さまから回収

牛乳パックリサイクルの推移



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.....レーザープリンター用紙、コピー用紙、名刺、ファイル、印刷物、チラシ類、業務用トイレトペーパーなど 古紙含有率と森林保護への有効性を検証へ)
- 陳列用マネキンに再生PET樹脂を活用「リサイクルボディ」(使用本数(見込み):10,000体/年)
- プリンタートナーリサイクル (2000年度リサイクル率98%)
- 生鮮作業用エプロンに再生PET素材を活用 (2000年度使用枚数:26,452枚)
- 店頭風除室マットの非塩ビ化 (2000年度19店舗に導入)



再生PET素材を使った生鮮作業用エプロン



使用后、再度溶かして再生できる「リサイクルボディ」

環境有害物質の管理

環境に影響を及ぼす恐れのある物質については、所定の管理方法を遵守し、管理しています。

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を図っています。

空調用冷凍機の台数とフロン在庫量

店舗設備更新時にフロンを使用しない吸収式冷温水発生機への転換を計画しています。

- R-11用 = 28台(フロン総量13,260kg) 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) 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。

生鮮冷凍機の台数とフロン在庫量

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。

- R-22用 = 1,470台(フロン総量159,509kg) 代替のものが確立されしだい、入れ替えを検討。
- R-502用 = 44台(フロン総量3,538kg) 2005年までにオゾン層破壊の恐れのないものに変更予定。

PCBの管理

PCB使用の電気設備の保管は「特別管理産業廃棄物管理責任者講習会」の受講者を選任し、すべてを専用保管場所に移動して一括管理しています。

対象機器：高圧進相コンデンサー(44台) 昭和42年～47年の製品

持続的な取り組みに役立つ「環境会計」を考えました。

持続的な環境負荷の削減への取り組みには、合理的な仕組みづくりが不可欠です。このため、「環境会計」の集計を通じてその費用と効果を把握し、客観的な検証を進めていきたいと考えています。

環境会計の考え方

流通業では、本来の業務の効率化が同時に環境負荷の削減と密接に結びついています。このため、物流の合理化や店舗建築に関する項目をはじめ、事業活動に算入すべきコストと環境への取り組みのコストを明確に区分することが困難な項目が多数あります。そこで、事業活動全体を見渡しながらか、明確に環境負荷削減の取り組みとして費用と効果を取り出すことができる項目について集計しています。

今後さらに環境会計を事業の実情に即したものにしていけるとともに、環境会計によって得られたデータをもとに検証していくことで、事業活動全体の中に環境負荷削減の取り組みを合理的に位置付けていきたいと考えています。

これにより、イトーヨーカドーはムダの少ない仕組みをつくり、環境、経営の両面で成果の上がる、持続的な取り組みを追求してまいります。

建物の環境配慮

分野	具体的取り組み	範囲	環境負荷削減効果	投資額(千円)
建物の環境配慮	生ごみ保管室の臭気対策 ・床、壁の補修 ・店舗排水設備の改修 ・店舗ドア改修 ・排気設備ダクトの新設 ・クリーニングユニット取付け	8店 8店 2店 1店 6店	既存店舗の老朽化と店舗周囲の与件変化、また、近年の環境問題に対する社会的な意識の高まりなどを考慮して、全店舗を対象にアンケート調査を行って「光害」「排水」「臭気」「騒音」等の個店別の環境問題を把握し、具体的な改善策を実施しました。	25,982
	その他の臭気対策 ・排水処理設備の悪臭対策 ・マンホールの臭気改善 ・空調機の臭気改善	2店 1店		5,604
	騒音対策 ・荷受場のテーブルリフター取り替え ・荷受場に防音設備取付けなど ・生鮮設備改良	6店 1店 1店		5,987
	計			37,573

地域への環境配慮として、臭気対策・騒音対策を既に営業している店に追加で導入しました。新店においては、こうした課題をクリアした建物を建築していますが、環境保全のために使用するコストだけを抽出することは難しく、除外しています。

省エネ設備

分野	具体的取り組み	範囲	環境負荷削減効果	投資額、経費(千円)	コスト削減額
省エネ設備	・基本照明の安定期の取り替え	既存店48	14,167M Wh	787,000	212,505
	・生鮮冷蔵設備の改良(冷却水の流量制御)	既存店38	3,787M Wh	191,000	56,700
	・生鮮冷蔵設備の改良(コンプレッサーの圧力制御)	既存店12	6,500M Wh	114,000	97,500
	・空調設備の改良(冷却水の流量制御)	既存店17	2,130M Wh	112,000	31,950
	・空調設備の改良(室外機に水スプレー噴霧)	既存店8	730M Wh	23,000	10,950
	・節水装置の導入	既存店4	42,000 m ³	53,000 ¹	21,000
	・新方式の調光設備実施	新店11	770M Wh	3,556 ¹	11,457
	・高効率調光型照明器具の導入	新店11	6,881M wh	79,838 ²	31,655
	・コージェネレーションシステムの導入	新店2		430,000	62,000
	・中水に雨水の再利用	新店3	12,657 m ³ の雨水利用	47,500	4,506
	計			1,840,894	540,223

18億4000万円の投資で、5億4000万円のコスト削減効果がありました。

- 1 新店の場合は、対策を行わない時との差額、および従来品を取りつけた時との差額を集計
- 2 コージェネレーションシステムは設備費用のみ集計。純粋な設備費用以外に建物設備が必要ですが、新店の場合は、明確に切り分けることが困難なため除外しています

包装材とグリーン購入

分野	具体的取り組み	範囲	環境負荷削減効果	投資額、経費(千円)	コスト削減額
対策包装材	・容器包装リサイクル法負担金 ・レジ袋の厚み削減 ・生鮮包装材の厚み削減	全店 全店 全店	よりいっそうの包装簡素化と軽量化の推進。 一店舗当たり1.7tの重量削減(全店舗で315t) 総使用重量の10%削減	150,000	52,500
購入グリーン	・店舗屋外舗装工事の路盤に再生砕石利用 ・プリンタートナーリサイクルのリサイクル率の向上 ・店頭マットを非塩ビ素材へ変更	新店1 全店 19店	6,364 で利用 リサイクル達成率を前年80%から98%へアップ 1,500 で利用	コスト差額なし	5,091 58,800
計				150,000	116,391

廃棄物の適正処理とリサイクル

分野	具体的取り組み	範囲	環境負荷削減効果	投資額、経費(千円)	コスト削減額
廃棄物の適正処理		全店	1店舗当たりの廃棄物重量の3%削減	2,300,000	
リサイクル	・ビン、カン、発泡スチロール、食用廃油、魚腸骨等のリサイクル	全店	『リサイクル333キヤンペーン』によるリサイクル率のいっそうの向上	289,455	3,036,786

リサイクルによるコストメリットは、リサイクル物をすべて廃棄物として処理した時とリサイクル費用の差額(3,036,786千円 - 289,455千円)で、約27億5000万円。

社会活動とコミュニケーション

分野	具体的取り組み	範囲	環境負荷削減効果	投資額、経費(千円)	コスト削減額
コミュニケーション	・環境面での寄付活動 ・スタンプカードによるお買い物袋持参活動 ・環境報告書、ポスター作製、環境管理費用	全店 食品扱い全店 全店	ITTCによる森林再生事業など	10,000 44,138 14,000	25,583
計				68,138	25,583

昨年度、環境会計を導入するにあたって全項目につき、投資額および経費の合計とコスト削減効果合計を行い、そこからコストメリット総額を試験的に算出しました。しかし、各項目における投資額、経費、コスト削減効果の意味合いがそれぞれことなるため、単純計算を行っても環境負荷削減効果の実態を示す指標とはなりにくく、社内で環境負荷削減効果の検証を行う過程で、総コストメリットの数値は当社が環境会計を導入した趣旨とも合致しないと判断しました。このため、今年度は総計は行わず、各分野ごとに集計して、それぞれの環境負荷削減効果対コスト(投資額、経費)を個別に判断できるようにしました。

地域社会の一員として

社会の一員として環境問題をとらえ、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。

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るため、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」「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」
「大気汚染防止法」
「下水道法」
「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」
「食品リサイクル法」

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」

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。

2000 年度の環境活動に関する表彰

当社の環境への取り組みを評価していただき、下記の表彰を受けました。

グリーンリポーティングフォーラム、東洋経済新報社共催
「第3回環境報告書賞」優良賞受賞

引き続き毎日の仕事の中で環境負荷の削減を追求

業務改革により、時代の変化に対応した流通業のあり方を追求することでロス(ムダ)を削減し、経営にも環境負荷削減にも良好な成果を上げることを基本に、取り組みを進めます。

2000 年度の目標と取り組み結果

2000 年度の目標

トレイの省資源化・使用数量の削減

1 m²・1時間当たりの電気使用量削減

ごみの減量化(廃棄物5%削減)

取り組み結果

総使用数量はフタ付き容器の増加によって商品販売点数的には増加したものの、トレイ自体の軽量化を進めた結果、総使用重量は10%削減できました。

店舗数の増加や営業時間の延長などを背景に総使用量は昨年比で3.3%増加しましたが、総合的な節電対策を継続的に進めた結果1 m²・1時間当たりの使用量は昨年比で6.2%削減できました。

引き続き「リサイクル333キャンペーン」に全社的に取り組んだ結果、廃棄物の減量化を進めることができましたが、1店舗当たりの廃棄物(食品廃棄物・紙ごみ等)総量は3%削減にとどまりました。また、店舗数の増加などを背景に、食品廃棄物総量は昨年比1%増となりました。今後も「リサイクル333キャンペーン」に継続して取り組み、廃棄物減量化を推進してまいります。

2001 年度の目標・計画

容器・包装材

リサイクルトレイの導入...表層剥離式の色柄トレイの導入により、トレイの店頭回収の拡大を図る。
レジ袋...自治体の要望に対応して透明化を推進
洗剤容器...形態を見直し、家庭の廃棄物減量化に寄与
包装材...再資源化促進(識別)マークを実施

商品

チームMD、クイックレスポンス体制のいっそうの推進...ロスの削減
環境製品の拡充...新規に洗剤、タオルなど6アイテムを発売。
食品のいっそうのロス削減...廃棄物減量化

物流

カテゴリセンターの拡充...日用品センター、加工食品センターの新設と日用品センターの取扱商品の拡大
チルド食品のコンテナレンタルシステムの拡大...使い捨て段ボール箱のいっそうの削減

CNG(圧縮液化天然ガス)車の導入拡大...東京都内の配送車両10%をCNG車に変更
通い箱...日用品、加工食品部門でいっそうの拡大

省エネルギー

コージェネレーションシステム、氷蓄熱システム...継続的な検証
照明設備の効率向上...継続的に推進

廃棄物・リサイクル

廃棄物量...5%削減
リサイクル率...55%達成
廃棄物処理法改正への対応
各種リサイクル法への対応

グリーン購入

店舗用プリンターインカートリッジのリサイクル
コピー・プリンター用紙...再生紙使用率をさらにアップ

ユニバーサルデザイン

誰もが快適に過ごせる暮らしのステージを

バリアフリーからさらに一歩進め、健常者も障害者もともに快適に利用できる商品、サービス、店舗設備を提供するため、イトヨーカドーは「ユニバーサルデザイン」の考え方を取り入れています。

Ito Yokado



ユニバーサルデザイン商品のご提供

小さなお子さまからお年寄りまで、あらゆる人たちが快適に安心して使えることを目指しているのが「ユニバーサルデザイン」です。文具・玩具部門を中心にユニバーサルデザイン商品の開発、既存商品からの選定を行い独自の「UDライフ」ブランドで提供しています。

「UDライフ」コーナー設置店：2001年 2月末日現在33店舗



「UDライフ」コーナー



ユニバーサルデザインの考え方で設計された木場店

一段ごとに色の違う階段

2000年にオープンした木場店では、ユニバーサルデザインの視点を随所に取り入れています。たとえば、階段は一段ごとに色を変えて、各段をはっきりと見やすくすることで、踏み外しなどの危険を減らす工夫をしました。



従来の店舗



木場店

店づくりにもユニバーサルデザインを導入

店舗施設でも、お年寄りや障害のある方、妊娠中の方などの立場に立った見直しを進め、バリアフリーやユニバーサルデザインの考え方を導入しています。

広くて快適な「多目的トイレ」

高齢者、障害者、妊娠中やお子さま連れのお客さまなどに、快適にご利用いただけるよう、便座の位置や洗面台の高さ、ベッドの設置などを工夫したトイレです。



木場店では男性用、女性用にそれぞれ多目的トイレを設置しています。

ゆったり試着室

従来の約2倍の広さで車椅子のままご利用いただけます。



お客さまの声をうかがい「店舗見学会」

新店オープンに先だって、店舗周辺地域にお住まいの高齢者や障害を持った方をご招待し、売り場をご案内して実際にお買い物をしていただいています。見学会では、随時、店舗設備や施設に関するご感想をうかがい、その後の店づくりや店舗運営、接客に生かしています。



お客さまの立場に立って接客サービス

お買い物介助サービス

障害をお持ちの方で、お買い物のお手伝いを必要とされるお客さまには、社員による介助サービスを行っています。電話やファックスによりご予約いただくか、ご来店時にサービスカウンターまでお申し出いただければ対応いたします。



地域や社会と連携して

「みんなのふれあい福祉ショップ・テルベ」

地域の社会福祉協議会に売り場スペースの一部を無償提供し、作業所・福祉施設でつくられた作品や製品などの展示販売、ボランティアの受付、情報交換などの場としてお役立ていただいています。



ショップ設置店舗：2001年 2月末日現在8店舗

社会団体への協力

寄付を通じてバリアフリーに取り組んでいる社会団体の応援も行っています。また、毎年店頭で全国盲導犬施設連合会の募金活動に協力しています。

全国盲導犬施設連合会募金

1991年度～2000年度累計：21,411,939円



店内で実施した全国盲導犬施設連合会の啓発活動。

その他のバリアフリー設備・施設

段差の解消、車椅子のご用意、車椅子に対応した駐車スペースやエレベーター、お体の不自由なお客さま優先レジ(食品売り場)、点字案内板など、新店や既存店の改装時に随時、ハートビル法の考え方に合致した設備・施設を取り入れています。

(以上の設備・施設は、一部の店舗で備えていない場合があります)



点字ブロック



点字案内板

豊かなふれあいと暮らしの拠点として

出店地域の生活の拠点としてイトヨーカドー店舗をご利用いただけるよう、つねに自治体や地域の皆さまとの連携を図るとともに、災害時などいち早く体制を整えて被災地域の復旧をお手伝いしています。

Ito Yokado

地元学校の「体験学習」や自治体等の研修に協力

出店地域の学校からのお申し出にお応えして、「体験学習」に協力しています。地元の学校の生徒さんをお迎えして、朝礼から始まり、バックルームでの品出し作業、売り場での接客対応、商品の包装など、各店舗の社員による指導の下で小売業の体験をしていただいています。

また、障害者の社会参加支援の一環として、養護学校の生徒さんをお迎えして2週間にわたる体験学習を実施しています。さらに行政職員や教職員の研修にも協力しています。

2000 年度体験学習および職員研修実施件数：81件
(2,700 人日)



お客さまやイベントを楽しむ地域の皆さまに情報を提供したり、コミュニケーションや憩いの場を提供することで、文字通り地域生活の拠点としての役割を果たします。

地域行事に店舗スペースを提供

地域イベントでは、ご要望に応じて店舗スペースを提供しています。たとえば、店舗エントランスのパブリックスペースを利用した写真展の開催、地域の社会福祉協議会に無償でスペースを提供して障害者の手作り作品などの販売など、ご来店くださる

店舗周辺地域の清掃活動

各店舗では、「クリーンパード作戦」と銘打って定期的に店舗周辺地域の清掃を実施。地域の皆さまに快適にお店をご利用いただける環境の整備に努めています。また、毎日の仕事の中で、ごみの分別やリサイクルなどのルールを社員間に徹底し、お取引先とも情報交換を密にして店舗の廃棄物保管スペースの環境維持などに力を注いでいます。



地域の環境活動への参加・協力

各店舗は、それぞれの出店地域で行われる「エコライフフェア」などに参加して、地域と連携して環境問題に関するアピールを図っています。

また、自治体や地域ボランティア団体などからのご要望に可能な限りお応えして、牛乳パック、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。

2001年 3月現在、107 店舗で地域ボランティア団体などの要請に基づき牛乳パックの回収スペースの提供やPRに協力し、53店舗でペットボトルの回収拠点として協力しています。

地域の皆さまへの情報の提供

イトヨーカドーが進めている環境保護活動や社会活動、企業活動に関する情報をお客さま、地域社会、お取引先に提供していくために、出版物、インターネットなどさまざまなメディアを通じて情報発信を行っています。

また、より良い生活、環境、社会を未来の世代に引き継ぐためのイトヨーカドー企業活動報告「サステナビリティ報告書」の発行時に、各店舗から地元自治体、マスコミなどに積極的に情報を提供しています。

企業情報の提供

イトヨーカドー / IYグループ会社概要
(年1回発行、日本語、英語、中国語)



公式ホームページ 商品情報、財務情報、入社案内、環境活動報告、ニュースリリースなど。随時更新)

URL <http://www.itoyokado.iyg.co.jp/> (日本語、英語)



財務情報

イトヨーカドーグループ
インベスターズガイド
(年1回発行、和英併記)
アニュアルレポート
(年1回発行、英語)



環境 / 社会活動報告

『より良い生活、環境、社会を
未来の世代に引き継ぐための
イトヨーカドー企業活動報告
「サステナビリティ報告書」』
(年1回、本冊子)



大規模災害時の被災地救援活動

震災や水害など、日常生活の基盤に深刻な損害をもたらす災害の発生時には、イトヨーカドーおよびグループ各社の店舗網や流通ネットワーク、物流機能を生かして生活必需品など救援物資を提供するなど、スピーディーな対応を進めています。さらに、社員のボランティア活動への参加を支援する体制も整備し、あらゆる面から被災した地域の1日も早い復旧・復興を応援しています。

最近の主な被災地支援 [支援物資の提供]

- 1995 年 阪神・淡路大震災
- 1997年 福井県三国町沖タンカー重油流出事故
- 1998 年 東北・北関東等の集中豪雨
- 2000年 伊豆諸島地震活動災害
- 2000年 鳥取県西部地震

地域社会と協力して、緊急時対応の態勢づくり

イトヨーカドーおよびグループ各社は、災害発生時に、被災地の速やかな復旧および生活必需品の継続的な確保・供給に向け、地域の皆さまと協力して緊急物流対応の訓練などを行っています。



よりよい暮らし、生活文化の創造へ

生活、文化などさまざまな社会活動の支援に関しても継続性を重視して、地域の皆さまと広く社会を結ぶ質の高い取り組みを育むよう努めています。

Ito Yokado

未来のママ・子育てを応援する | マタニティ・育児相談室

核家族化が進む中で、身近に出産や育児について気軽に相談できる人がいないといったお客さまの声に応じて、1975年に「母子保健相談」をスタート。以後、ご好評により実施店舗を拡大してきました。

店内施設「赤ちゃん休憩室」を活用して、月に2~4回、無料でマタニティ・育児相談室を開催し、日々の子育ての中の赤ちゃんの健康や離乳食など育児に関する事で、「ちょっと気になること」や「心配なこと」について、また、妊婦の方の健康管理についてもベテランの保健婦さんや助産婦さんがアドバイスをしています。

保健婦さんや助産婦さんは、研修などを通じてつねに最新知識の習得や情報交換に努め、環境の変化に合わせて適切なアドバイスを提供できるように力を注いでいます。

1975年 スタート

実施店舗2001年 2月末日現在：160 店舗

2000 年度相談件数(利用者数)：33万件(11万人)

累計相談件数(利用者数)：576 万件(192万人)



どなたでもご利用いただける | 子ども図書館

より身近な場所で、いつでも気軽に良書と出会う機会を増やし、「子どもたちが本当に面白い本と出会い、本を読むことが好きになって欲しい」と願ってスタート。現在10店舗の店内に「子ども図書館」を開設しています。蔵書は1館当たり約8,000冊で、すべて児童図書専門家が選定したものばかり。各館とも専門の司書が運営に当たっており、読書の相談を受けるほか、お話し会、工作会などを随時開催して、好評を得ています。

図書貸出しに当たって、年齢、住んでいる地域などにかかわらず、簡単な登録でご利用いただけます。

1978年 スタート

2000 年度貸出し実績：33万冊

累計貸出し冊数2001年 2月末日現在：777万 冊



母と子の心を結ぶ | 《小さな童話》大賞

1984年、毎日新聞社が女性へのメッセージ紙「はないちもんめ」の創刊を機に、女性の童話作品を対象に設けられた賞です。イーヨーカードは、「小さな手づくりの童話で、母と子の心の結びつきを育む」という考え方に共鳴し、第1回目から協賛、店頭のパスターを通じてのPRや各店舗での応募の受け付けなどを行っています。

女性の作品であること以外には、特に応募資格を設けていないため、応募される方は幼児から80歳代まで幅広く、日本以外の地域からの応募も毎年数多くあります。また、応募作品のクオリティも高く、童話作家の登竜門としても注目を集めています。

1984年 スタート

年1回新作童話を募集し、大賞を選定

審査員

落合恵子さん、角野栄子さん、俵万智さん、山本容子さん

2000 年度応募総数：3,828編

応募累計：49,000編



IYGROUP

IYグループ各社の文化・スポーツ振興活動

セブン イレブン イトーヨーカドー 地球にやさしい作文・活動報告コンテスト

セブン イレブン SB C子ども音楽コンクール

セブン イレブン 全日本クラブ卓球選手権大会「セブン-イレブン カップ」

セブン イレブン 横浜国際女子駅伝

ヨークベニマル 地域の名著復刻・刊行

ダイクマ TVK ダイクマ少年野球教室

ダイクマ TVK 神奈川少年野球大会「ダイクマカップ」

IYグループ関連の財団法人の教育振興活動

財団法人ヨークベニマル文化教育事業財団

1985年、ヨークベニマル創業者の大高善雄氏の遺志を受け、大高家とヨークベニマルからの基金寄付により設立。毎年福島県内の高校生を対象に、アメリカ・カナダ海外研修プログラムを実施するなど、文化・教育活動を通じて地域の人材育成を支援しています。

財団法人伊藤謝恩育英財団

イーヨーカード・グループの伊藤雅俊名誉会長が私財を拠出して、1994年に設立。次代を担う人材の育成に取り組み、留学生を含む高校~大学院生への奨学金給付「日本語教育機関に学ぶ留学生、日本留学を志している人への奨励金給付#国内、海外で日本研究に取り組んでいる研究者への助成\$日本研究 に関する講演会、研究会の助成などを行っています。

Itoh Foundation, U.S.A.

1999年、伊藤名誉会長が私財を基金として拠出し、米国カリフォルニア州に設立。伊藤謝恩育英財団とも連携し、既存の学問の枠組みや国境などあらゆる壁を越えた先端、複合的な学際研究などを支援しています。

お客さまと社会を結んで

店頭での募金活動を通じて、地域を越えて幅広くお客さまに社会事業の支援や被災地支援を呼びかけ、お客さまからお預かりした浄財を確実に迅速に各事業の窓口にお届けしています。

Ito Yokado

地球規模の自然保護活動への支援

お客さまにお買い物袋のご持参を呼び掛け、食品レジでポリ袋をご辞退いただくと1回につきスタンプ1個をカードに押し、スタンプ20個で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、イトーヨーカドーは国際熱帯木材機関(ITTO)の熱帯雨林再生事業に継続的に寄付を行っています。



2000 年度実績

- ・レジ袋削減数...13, 241, 400枚
- ・延べ利用者数... 441, 380人
- ・ITTO等自然保護団体への寄付金額...1,000万 円

その他の寄付活動

地球規模の自然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はじめ、各種団体に寄付を行っています。

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 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

ペルーとフィリピンで育つ「イトーヨーカドーの森」

ITTOは、イトーヨーカドー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」地区で200ヘクタールに及ぶ熱帯雨林再生プロジェクトを実施。また、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3000ヘクタールに渡る熱帯雨林の保護・再生活動を進めています。



“愛は地球を救う” 24時間チャリティー募金

日本テレビ放送網を中心に全国31社の民間放送会社の共同主催で1978年から毎年開催されている24時間チャリティー募金。イトーヨーカドー・グループは、視聴者だけでなく一般企業や商店街、学校など地域に根ざした同チャリティー募金の取り組みに賛同し、1982年(第5回)から毎年8月の約1ヶ月間、店頭で募金箱を設置して募金活動に協力、また、近年は同チャリティー募金のオリジナル商品の販売にも協力しています。2000年までにイトーヨーカドー・グループ各社の店頭で寄せられた募金は累計で26億5,279万8,885円に達しています。

イトーヨーカドー単体の募金累計(1984年~2000年)
778, 940, 919円



義援金活動

大規模な災害の発生時などは、スピーディーに店頭で義援金を受付け、被災地の1日も早い復旧にお役立ていただいています。

最近の主な義援金募金活動

1995年	阪神淡路大震災	702, 977, 288円 (235, 437, 061円)
1998年	東北・北関東集中豪雨災害	4, 891, 966円 (2,018, 624円)
1999年	台湾大地震	114, 346, 011円 (19, 708, 593円)
2000年	有珠山火山活動災害	68, 206, 000円 (5,347, 250円)
2000年	伊豆諸島地震活動災害	48, 643, 091円 (3,838, 311円)
2000年	東海豪雨災害	1, 136, 117円 (399, 656円)

金額はIYグループ計、()内はそのうちのイトーヨーカドー計



有珠山火山活動災害義援金を被災地へ



三宅島火山活動災害への支援として東京都にヘルメットを寄贈

自動販売機の収益の一部を 社会文化・福祉事業の資金援助に当てる「アベスコ基金」

2000年 7月 イトーヨーカドーは、飲料メーカーさん、自動販売機運営会社さんと共同で「アベスコ基金」を創設。イトーヨーカドー店舗に設置された一部の自動販売機の収益の中から、地雷除去活動など多くの人々に影響する社会・文化・福祉事業の実施団体に資金援助を行います。

2000年度 監査所見

ItoYokado



イトヨーカドー社外環境・社会活動監査人

早稲田大学理工学部教授

永田勝也

昨年度に引き続き、店舗におけるさまざまな環境問題への取り組みに加え、バリアフリーを目指した各種の設備を見学し、現場での討論とともに本社でのミーティングにも参加させていただきました。

環境や品質の管理体制に対してPlan、Do、Check、ActionのPDCAサイクルの重要性が謳われていますが、なりより先肝要なのは、こうしたPDCAサイクルをより大きな理念のもとに実施していくことです。イトヨーカドーの環境問題への取り組みで評価できるのは、社員全てが理念を理解し、共有したうえで、環境問題への取り組みを着実に展開している点です。

こうした組織としての思考・行動パターンがなくしては、私が見、また話を聞かせていただいた販売する商品をはじめ、食品等の加工や店舗の設計・管理、物流等に至るまでの広範囲な取り組みは実現しえないと思います。また、強調しておきたいことは、社員の方々のみでなく、こうした取り組みを、店舗を支える関係者にも浸透させていることです。一例として「Y資源化推進協力会」への対応が挙げられます。そこでは、「私の小さな業務改革-問題・課題へのチャレンジ-」と題して、廃棄物業務の徹底・改善に向けた協力会関係者の発表会を実施し、優秀な取り組みを表彰する制度を導入しています。廃棄物だけでなく、環境問題はすべてにわたって、「誰かに任せておけばよい」では解決しません。立場が異なっても理念を共有し、ともに問題を考え、対策について知恵を出し合い、改善していく「共創」の思想こそが大切です。「私の小さな業務改革」は、大きな展開に繋がる取り組みとして高く評価できます。

また、「ロス削減」を基本とし、優先順位をつけて取り組む、

という地道な接近は、いかにもイトヨーカドーらしく、信頼感をもてます。こうした点を商品の提供に対してだけでなく、店舗の設計・管理でも実現していることを今回はつづきに見てきました。店内の商品展示の方法や床・壁の色に対する配慮、さらにはその日の天候の状態をも考慮した照明の管理には感心しました。空調設備に関する新技術の導入や省エネルギーの照明機器の開発等も進められていましたが、地球温暖化対策が急がれるなか、あらためてエネルギーの需要側での努力とその重要性を認識するとともに、わが国全体としてもこうした対応が必要であり、イトヨーカドーが、その起点になっていただければと願っています。

本年度は、この環境レポートもサステナビリティの視点から取り上げようとしています。サステナビリティは環境問題をも包含した幅広い概念であり、企業として捉えれば、関連する社会の持続性・永続性に対して、いかにその責任を果たしていくかを社会との連携のもとで考え、行動することと理解できます。今回はその一端として、店舗のユニバーサルデザインの導入例を見てきました。体に障害のある方や乳児を連れた方、高齢者に対する配慮を駐車場、階段からトイレ、試着室等に至るまで、さまざまな場面を想定した取り組みが行われていました。わが国の商業施設でははじめての試みというものもあり、利用者の評価を取り入れながらの改善が続けられています。こうした取り組みによって得られたデータや設計手法を公開し、さまざまな施設における普及促進に寄与していただきたいと考えています。

これまで着実に進めてこられた環境問題全般にわたる情報の取得・共有と、それをもとに次なる展開へという対応は、貴重な財産です。新たな取り組みを含めて、こうしたシステムのより一層の高度化が図られることを望みます。

永田勝也

イトヨーカドー社内環境・社会活動監査人 QC(クオリティ・コントロール)室衣料住居総括マネジャー

吉澤幸恵

今年度の4月より、家電リサイクル法、消費者契約法、改正JAS(日本農林規格)法の施行等、生活にかかわる制度や、食品リサイクル法、グリーン購入法、化学物質排出管理法等が制定されました。

法律・制度改正は企業の取り組みいかんによっては、淘汰を促す可能性があります。また、行政関連では情報公開法も施行され、企業の環境への取り組み、社会的側面に関する取り組みを明確にし、目標値と進捗状況を情報公開することは、企業の将来を左右する重要な要素です。

(1) 環境への取り組みについて

店舗では、省エネ、廃棄物の削減・リサイクルに努めており、商品がメーカーから店に届くまでの「通い箱」利用の拡大や日用品、加工食品センター開設による物流集約等の合理化が図られております。

特に、店舗での廃棄物リサイクル管理について、廃棄物分別処理担当者の工夫やアイデアに対してインセンティブを与え、業務改善の結果を全店舗で共有化することにより、大きな成果を生み出しています。

各部では取り組み状況を数値化することを進めており、その数値結果が全員で理解できるシステムづくり、情報の開示方法をつねに改善・修正している姿勢は評価できます。

最終的には社員一人一人が環境数値目標を持って取り組み、結果を出していく企業体質を目指すことも必要と考えます。

商品のライフサイクルが短くなったいま、小売業としてお客様のニーズに応えるべく、お取引先と緊密な情報の共有化のもとで新商品の開発やQR(クイックレスポンス)生産体制の確保

が急務です。取引引きの際には、環境問題への企業の意識を勘案し、積極的な取り組みや効果の出ているメーカーとの取引引きを拡大し、間接的にイトヨーカドーの姿勢を市場に訴えることも必要な時代ではないでしょうか。また、環境対応型商品が売り場に展開されていますが、お客さまに判り易い売り場表示、環境負荷に対する判り易い情報提供方法等を吟味し、より積極的な取り組みも検討されるべきではないかと考えます。

(2) 社会的責任

本場店はユニバーサルデザインを総合的に取り入れた一号店です。一般の人にも足元を識別しやすいように一段ごとに色を変えた階段や付き添いの家族と一緒に入れる多目的トイレや、従来の2倍の広さがある試着室等、これまでの取り組みの集大成としての店づくりがされています。

高齢者や障害者だけでなく、いろいろな視点からお客さまの利便性をとらえた設計がされており、質の高いサービスを提供していると判断します。

ただし、試行錯誤の中での設計であり、お客さまにどう評価されているのかの情報収集方法の確立と、他店に拡大するスケジュールを提示すべきではないかと考えます。

昨年度は大手メーカーで食中毒事件や異物混入、リコール隠し等企業の品質管理をめぐる不祥事が多発しました。お客さまや社会的責任より先企業論理を優先させた結果です。企業の社会的責任に対する注目が集まる中で、企業行動指針を見直し、基本方針と行動基準が明確になったことをスタートとしてとらえ、社員教育によりコンプライアンスの徹底を要望したいと考えます。また、現状にとどまらず、ネガティブ情報を開示する姿勢をとるべき時期ではないでしょうか。自己満足ではなく、多くの人に認知し共感されるよう行動すべきと考えます。

吉澤幸恵



- 1970年 第1回高校生懸賞作文。
- 1971年 独自の「鮮度保証制度」発足。
- 1973年 IRの一環として「イトーヨーカドー株主通信(現在のITY GROUP 四季報)」創刊。
- 1974年 「消費者室」QC室」設置。
- 1975年 消費者室、消費生活コンサルタントによる「お買い物相談コーナー」を神奈川県内の店舗に開設。
- 1975年 藤沢店で「母子保健相談室(現在のマタニティ・育児相談室)」開催
- 1977年 スタンプ方式の買い物袋削減キャンペーン開始。
- 1978年 沼津店に子ども図書館開設。
- 1981年 簡易包装への取り組み開始。
通産省の「消費アドバイザー制度」スタート。イトーヨーカドー社員6名が合格。
「お買い物相談」制度を発展させ「暮らしのアドバイザー」制度発足。
- 1982年 子ども図書館、総貸出数100万冊突破
- 1983年 IYグループ「日本テレビ系列24時間チャリティー募金」に参加開始。
- 1984年 小さな童話 大賞(イトーヨーカドー協賛)スタート。
イトーヨーカドーフレッシュバレーボール教室スタート。
消費者室、QC室、本部で「お客さまに学ぶ」展開催。
- 1985年 G ヨークベニマル文化教育事業財団設立。
商工会議所主催の若手後継者研修、3店舗で受け入れ。
- 1986年 第1回「埼玉県ママさんバレーボール大会『しらこぼと杯』」開催。
- 1990年 「環境開発プロジェクト」発足。
61店舗で環境にやさしい商品を集めて販売。
本部で古紙の分別回収スタート。
千住店、地域のボランティア団体による牛乳パック回収に協力。
「エコライフキャンペーン」スタート
- 1991年 G 「地球にやさしい作文・活動報告コンテスト(セブン イレブン協賛)開始。
社員の育児・介護支援に向け「リ・チャレンジプラン」スタート。
「ノーマライゼーション推進プロジェクト」発足
- 1992年 子ども図書館総貸出数500万冊突破
社内で手話講習会開始。
- 1993年 NHK「いいなあ私のまち100選」にITY静岡店が選ばれる
G 「セブン・イレブン みどりの基金」設立
北海道南西沖地震被災地に義援金募金活動。
介護、ボランティア休暇制度導入。
ハンガー配送開始。
「企業行動指針」制定。
- 1994年 G 伊藤謝恩育英財団設立。
和光店、高齢者・障害者対策建築物として建設省住宅局長より表彰。
- 1995年 三陸はるか沖地震被災地救援に協力、義援金贈呈。
阪神淡路大震災救援に協力、グループ全店で義援金募金。
上大岡店、リサイクル推進協議会より環境庁長官賞受賞。
- 1996年 朝日新聞文化財団「企業の社会貢献」障害者雇用賞受賞。
三島店、静岡障害者自立センターより「バリアフリーデザイン大賞」受賞。
G ヨークベニマル「メセナ大賞」メセナ企画賞、受賞。
- 1997年 朝日新聞文化財団「企業の社会貢献」大賞受賞。
G デニーズ、障害者雇用で東京都知事より表彰。
G 丸大、日本障害者雇用促進協会会長賞受賞。
- 1998年 朝日新聞文化財団「企業の社会貢献」情報公開賞、受賞。
三島店、第1回「福祉のまちづくり賞」大賞受賞。
- 1999年 G 米国にItoh Foundation,U.S.A.を設立。
FT(フェアトレード)委員会・事務局設置。
- 2000年 三宅島火山活動災害支援の一環として、東京都にヘルメット寄贈。
- 2001年 消費者室を「お客様相談室」に改称。

『より良い生活、環境、社会を未来の世代に引き継ぐための
イトーヨーカドー企業活動報告「サステナビリティ報告書」』

声のホットライン

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、私たちの報告書をご覧いただき、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、社会活動などについて、

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みな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います。

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保護や社会活動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「ファックス通信」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

イトーヨーカドー 環境開発プロジェクト事務局

『より良い生活、環境、社会を未来の世代に引き継ぐための
「イーヨーカドー企業活動報告」サステナビリティ報告書』

アンケート

今後、報告書の作成に当たり、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. 見やすさ、読みやすさはいかがですか。(該当するものに をつけてください)

見やすい	普通	見にくい
文字の大きさや図版についての評価やご意見をお聞かせください。		

4. 「イーヨーカドー」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。		

5. 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、本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。)	
お客さま お取引先 株主 行政機関 学生 研究者 マスコミ NGO その他	

ファックスの送り先

03-3459-6462

今年私たちは、この報告書のタイトルを、従来の『環境マネジメントレポート』から『より良い生活、環境、社会を未来の世代に引き継ぐための「イーヨーカドー企業活動報告」サステナビリティ報告書』に改めました。社会の激しい変化を反映して、GR1ガイドラインが試行錯誤を続けている様に『環境報告書』と、ここ1年で人権、雇用分野などの報告をも包含した『サステナビリティ報告書』へと大きく変わってきています。『サステナビリティ』とは何でしょうか。あるいはサステナブルとは企業のどのような在り方を言っているのでしょうか。環境問題を考える中で発生したこの概念は、今では企業の在り方全般に係わるものとなりました。ここで問われているのは企業の社会性、企業の社会的責任です。

ごく最近の多くの調査で、社会的責任を意識し、正面から向きあっている企業は、お客様の支持が高いのみならず、さまざまな経済的指標が高い傾向にあることが検証されております。企業の社会的責任の課題として、人権、雇用、環境、地域社会といった諸分野での取り組みが考えられておりますが、その前提として、高い経営倫理と経営の透明性、説明責任が求められています。

私たちは、これからも企業の社会的責任に正面から取り組み、こうした報告書を充実させる事でも経営の透明性、説明責任を高める努力を続けたいと考えております。

2001年6月
常務取締役 総務本部長

福岡 裕

IYグループ店舗数一覧(2001年2月末日現在)

<p>スーパーストア (株)イーヨーカ堂 182 (株)丸大 3 華糖ヨーカ堂 1 成都イーヨーカ堂 1</p>	<p>コンビニエンスストア (株)セブン-イレブン・ジャパン 8,602 7-Eleven, Inc. 5,756** SEVEN-ELEVEN (HAWAII), INC. 59 (株)セブンドリーム・ドットコム (株)セブン・ミールサービス</p>	<p>スーパーマーケット (株)ヨークベニマル 91 (株)ヨークマート 58 (株)サンエー 2</p>
<p>ディスカウントストア (株)ダイクマ 30 <ザ・プライス>* 2</p>	<p>百貨店 (株)ロビンソン・ジャパン 4 (春日部・宇都宮・札幌・小田原) <エスパ>* 7</p>	<p>専門店 (株)メリアン 56 (株)ステップス 3 (株)オッシュマンズ・ジャパン 5</p>
<p>レストラン (株)デニーズジャパン 534 (株)ファミリー 340 ヨーク物産(株) 138</p>	<p>製造加工業 アイワイフーズ(株) 日本農水産(株) ヨーク青果(株) (株)テルベ (株)ライフフーズ</p>	<p>金融/保険 (株)アイワイバンク銀行 (株)ユニオンリース (株)ヨークインシュアランス</p>
<p>サービス/不動産業 (株)ヨーク警備 (株)浦和ビルディング 日通システム開発(株) (株)ワイ・アール開発</p>	<p>出版事業 (株)芝パーク出版</p>	

*<エスパ>はイーヨーカ堂の百貨店業態の店舗

*<ザ・プライス>はイーヨーカ堂のディスカウントストア業態の店舗(各店舗数はイーヨーカ堂の店舗数にも含まれています)

**7-Eleven, Inc. 店舗数は2000年12月末日現在。