



**Corporate  
Social  
Responsibility  
Annual Report  
2004**

皆様に信頼される、  
誠実な企業であるために



## 「社是」

私たちは、お客様に信頼される、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。

# 報告書作成にあたって

イトヨーカドーは、1995年から『環境報告書』の発行を開始し、2001年には環境だけでなく経済的・社会的側面も含めた『サステナビリティ報告書』に改めました。そして昨2003年には、さらに編集方針を改め『企業の社会的責任報告書』としました。

本2004年も、昨年同様に『企業の社会的責任報告書』として、環境保全に関する報告のほか、お客様・お取引先・株主・地域社会・社員というステークホルダー別に章を分け、皆様から信頼される企業であり続けるための取り組みを報告いたします。

そのさい、当社が、どのようにしてステークホルダーの皆様からご意見やご要望をうかがい、どのように回答し、ご意見・ご要望をどのように企業活動に反映させているのかをご理解いただくために、当社とステークホルダーの皆様との「対話 ( Dialogue )」のありようを紹介しています。

## 報告対象組織

基本的には、(株)イトヨーカ堂の取り組みを報告していますが、一部の報告ではグループ会社についても取りあげています。

## 報告対象分野

(株)イトヨーカ堂の経済活動、社会活動、環境保全活動の3分野について、その計画・取り組み・結果を報告しています。

## 対象期間

基本的には、2003年度(2003年3月1日～2004年2月29日)の取り組みを報告していますが、一部では2003年度以前・以降についても報告しています。

## 他のディスクロージャーとの関係

毎年6月に発行している『年次報告書(Annual Report for Shareholders)』を「財務関連情報」のディスクロージャー、本報告書を「非財務関連情報」のディスクロージャーと位置づけています。また、年4回『IY GROUP四季報』で直近の企業活動に関する情報を発信しています。これらの報告書で当社の事業活動に関する説明責任を果たそうと考えています。

## 参考にしたガイドライン

GRIの「サステナビリティレポートガイドライン 2002」と環境省の「環境報告書ガイドライン(2003年度版)」を参考にしました。また、本報告書の内容とこの2つのガイドラインに照らし合わせた対照表を、当社ホームページに掲載しています。

(<http://www.itoyokado.iyg.co.jp/company/profile/csr/activity.html>)

GRI=Global Reporting Initiativeの略。1997年に設立された団体で、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、その普及に取り組んでいます。当社は「GRI日本フォーラム」に参加しています。



## 発行日などについて

今回の発行 2004年9月

前回の発行 2003年9月

「第7回環境報告書賞」サステナビリティ報告書 最優秀賞

(東洋経済新報社、グリーンリポーターフォーラム共催)

「第7回環境レポート大賞」環境報告書部門 持続可能性報告優秀賞

((財)地球・人間環境フォーラム、(社)全国環境保全推進連合会共催)

次回発行予定 2005年9月

## (免責事項)

本報告書には、「(株)イトヨーカ堂とその関係会社」(IYグループ)の過去と現在の事実だけでなく、発行日時点における計画や見通し、経営計画・経営方針に基づいた将来予測が含まれています。この将来予測は、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定なし判断であり、諸条件の変化によって、将来の事業活動の結果や事象が予測とは異なったものとなる可能性があります。読者の皆様には、以上をご了解いただきますようお願い申し上げます。

# CONTENTS

1	報告書作成にあたって
2	イトヨーカドーの企業姿勢
3	ごあいさつ
	<b>What's Ito Yokado?</b>
4	イトヨーカドーの事業とステークホルダー
6	CSRに関する考え方
8	CSR指標
10	CSR会計
12	CSRを果たしていくための体制
18	<b>Dialogue with Stakeholders</b>
	<b>お客様との対話</b>
21	品質と安全性の追求
27	正確な商品・価格情報の発信
28	お客様のご意見・ご要望を尊重して
31	安全で快適な店舗づくり
	<b>お取引先との対話</b>
35	公正な取引の徹底
37	仕入先との連携
38	店舗運営におけるお取引先との連携
	<b>株主との対話</b>
41	2004年2月期の概況
43	株主・投資家の皆様とのコミュニケーション
44	SR(社会的責任投資)の組み入れ状況
	<b>地域社会との対話</b>
47	地域の方々の子育てを応援
50	地域社会との連携
52	災害への対策
53	出店地域への責任
	<b>社員との対話</b>
55	雇用に関する方針
56	一人ひとりの能力や事情を尊重する教育・人事制度
58	新しい人事賃金制度の制定
59	雇用均等の徹底と女性の登用
60	安全で働きやすい職場環境づくり
62	社員のモチベーション向上のために
63	社員と家族の安心を守る『労働組合』
	<b>環境についての対話</b>
65	事業活動と環境との関わり
66	環境指針・規約と組織
68	2003年度の目標と実績
70	地球温暖化防止に向けて
72	環境会計
73	環境に配慮した商品と販売方法
74	店舗運営における環境配慮
78	物流の改革による環境負荷削減
80	お客様との協力による環境保全活動
82	2003年度IYグループ各社の社会・環境活動トピックス
84	第三者評価・勧告
85	第三者保証報告書
86	第三者の意見を受けて



## イーヨーガダーの企業姿勢

皆様に信頼される企業であるため、  
企業としての社会的責任を果たします。

イーヨーガダーは、企業もまた社会の一員であるという、  
「コーポレート・シチズンシップ」の視点から、  
常に「経済」「社会」「環境」の3つのバランスがとれた事業活動を目指し、  
企業としての社会的責任を果たします。

## ごあいさつ



株式会社イトーヨーカ堂  
代表取締役会長  
最高経営責任者(CEO)

鈴木敏文



株式会社イトーヨーカ堂  
代表取締役社長  
最高執行責任者(COO)

井坂 榮

### CSRについて深く考えることは、 企業の本業そのもの

いま、企業の財務的側面ばかりでなく、その非・財務的側面のあり方が強く意識されております。そうした考え方はCSR<sup>1</sup>をどのように考えるかという論議として、大きなうねりになってきたように思えます。

CSRはさまざまに定義されておりますが、私たちは「当社を取り巻くステークホルダー(利害関係者)の皆様との関係を深く考え、非・財務的側面でも企業として誠実、積極的にその役割に挑戦すること」と考えており、企業がCSRを深く考えることは、事業リスクを低減させ、株主価値、企業価値を向上させ、社員の帰属意識を高め、優秀な人材を確保するために役立つ、と考えております。

当社は創業以来「社是」として「お客様・お取引先・株主の皆様・地域社会の皆様・社員」など、企業活動を支えていただいているさまざまなステークホルダーの皆様方から「信頼される誠実な企業であること」を掲げてまいりました。社是にいう「誠実さ」とは「社員一人ひとりによる企業倫理に即した企業行動」であり、「ステークホルダーのニーズを配慮した経営」であると当社は考えております。

CSRを考えるのは、社員一人ひとりであるとの考えから、2001年度に『IYG(イトーヨーカドーグループ)企業行動指針』を改訂し、さらにグループ全社員に指針の徹底を図るため、グループ各社に専門部署である『企業行動委員会』を設置し、CSRについて継続的な意識づけを行っています。

CSRは古くて新しい課題であります。ステークホルダーごとの社会的ニーズを深く考え、誠実さ・透明性・説明責任を重視した経営を進め、今後も企業価値の向上に努めてまいります。

### 経営の透明性向上をめざして

2003年度、イトーヨーカドーでは、「食」の安心・安全を確保するためトレーサビリティ<sup>2</sup>をさらに強化いたしました。また『FT(フェアトレード)委員会』を中心とした、「お客様の立場にたった、わかりやすく信頼される表示」の推進に努めてまいりました。

環境面でも「環境負荷の小さな小売業」をめざして、商品の生産・仕入れから商品がお客様の手に渡り、消費され、廃棄されるまでの各段階での環境負荷の把握と削減に努めております。また、2001年度より採用しております『IY環境負荷指標』により環境活動の効果・効率を分析、検証しておりますが、2003年は京都議定書の基準年である1990年比で約12%改善されました。

今回の報告書は、当社の事業活動と関わりの強い主要なステークホルダーとの「対話」を中心に編集しております。当社が社会に必要とされ、持続可能な存在であるためには、これらステークホルダーとの対話を、経営の意思決定に生かしていかなければならないと考えております。

当社のCSRの進捗状況を示した「CSR指標」や、ステークホルダーの付加価値の配分を示した『イトーヨーカドーCSR会計』などは、2003年度の報告書から開示しておりますが、CSRをめぐるさまざまな情報をレポートとして開示することにより、当社の経営の透明性を確保し、さらにさまざまなステークホルダーの皆様当社の事業活動をより深くご理解いただき、支持していただきたいと考えております。

皆様のさらなるご支援・ご指導をお願い申し上げます。

1) CSR: Corporate Social Responsibility(企業の社会的責任)の略。  
2) トレーサビリティ: 商品の栽培や飼育など生産履歴が確認できる仕組み。

# What's ItoYokado?

## イトーヨーカドーの事業とステークホルダー

私たちは、時代の「変化」を見据えて、  
事業の拡大・発展に取り組むとともに、  
多様なステークホルダーへの責任を果たします。

### ㈱イトーヨーカ堂の概要

売上高	1兆4,748億800万円 (2004年2月末現在)
資本金	479億8,700万円 (2004年2月末現在)
店舗数	177店 (2004年2月末現在)
出店地域	25都道府県 (2004年2月末現在)
社員数	47,402名 (2004年2月末現在)
お取引先	4,509社 (2004年2月末現在)
株主	10,048名 (2004年2月末現在)
CO <sub>2</sub> 排出量	585,514 t-CO <sub>2</sub> (2003年)

### イトーヨーカドー(IY)グループ

連結売上高 3兆5,421億円 (2004年2月期)  
 連結子会社 53社 (2004年2月末現在)  
 連結従業員数 69,897名 (2004年2月末現在)

スーパーストア  
 ㈱丸大 [3]  
 華糖ヨーカ堂 [3]  
 成都イトーヨーカ堂 [2]

スーパーマーケット  
 ㈱ヨークベニマル [104]  
 ㈱ヨークマート [55]  
 ㈱サンエー [2]

百貨店  
 ㈱ロビンソン百貨店 [3]

専門店  
 ㈱メリーアン [53]  
 ㈱オッシュマンス・ジャパン [4]  
 EXIL SA

製造加工業  
 アイワイフーズ(株)  
 ㈱デルベ  
 ㈱ライフフーズ

コンビニエンスストア  
 ㈱セブン-イレブン・ジャパン [10,355]  
 7-Eleven, Inc. [5,784]  
 SEVEN-ELEVEN(HAWAII), INC. [53]  
 セブン-イレブン北京 [3]  
 ㈱セブンドリーム・ドットコム  
 ㈱セブン・ミールサービス

レストラン  
 ㈱デニーズジャパン [578]  
 ㈱ファミール [335]  
 ヨーク物産(株) [146]

金融・保険  
 ㈱アイワイバンク銀行  
 ㈱アイワイ・カード・サービス  
 ㈱SEキャピタル  
 ㈱ヨークインシュアランス  
 ㈱YGFインシュアランスセンター  
 ㈱YGEージェンシー

サービス・不動産  
 ㈱ヨーク警備  
 ㈱Yリアルエステート

出版  
 ㈱芝パーク出版

[ ]内は2004年5月末現在の店舗数  
 ただし、7-Eleven, Inc.は2004年3月末時点の店舗数

## お客様への責任

「安全・安心」を約束し、  
良質な暮らしを提案します。

## 環境への責任

サプライチェーン全体を  
視野に入れて  
環境負荷を低減します。

## お取引先への責任

公正な取引を土台に、  
ともに品質を改善し、  
新しい市場をつくれます。



## 社員への責任

一人ひとりの人権を尊重し、  
公正に評価・待遇します。

## 株主への責任

積極的に情報を開示し、  
安定的に利益を還元します。

## 地域社会への責任

地域のニーズに応え、  
地域と調和し、  
地域の「生活拠点」になります。

# What's ItoYokado?

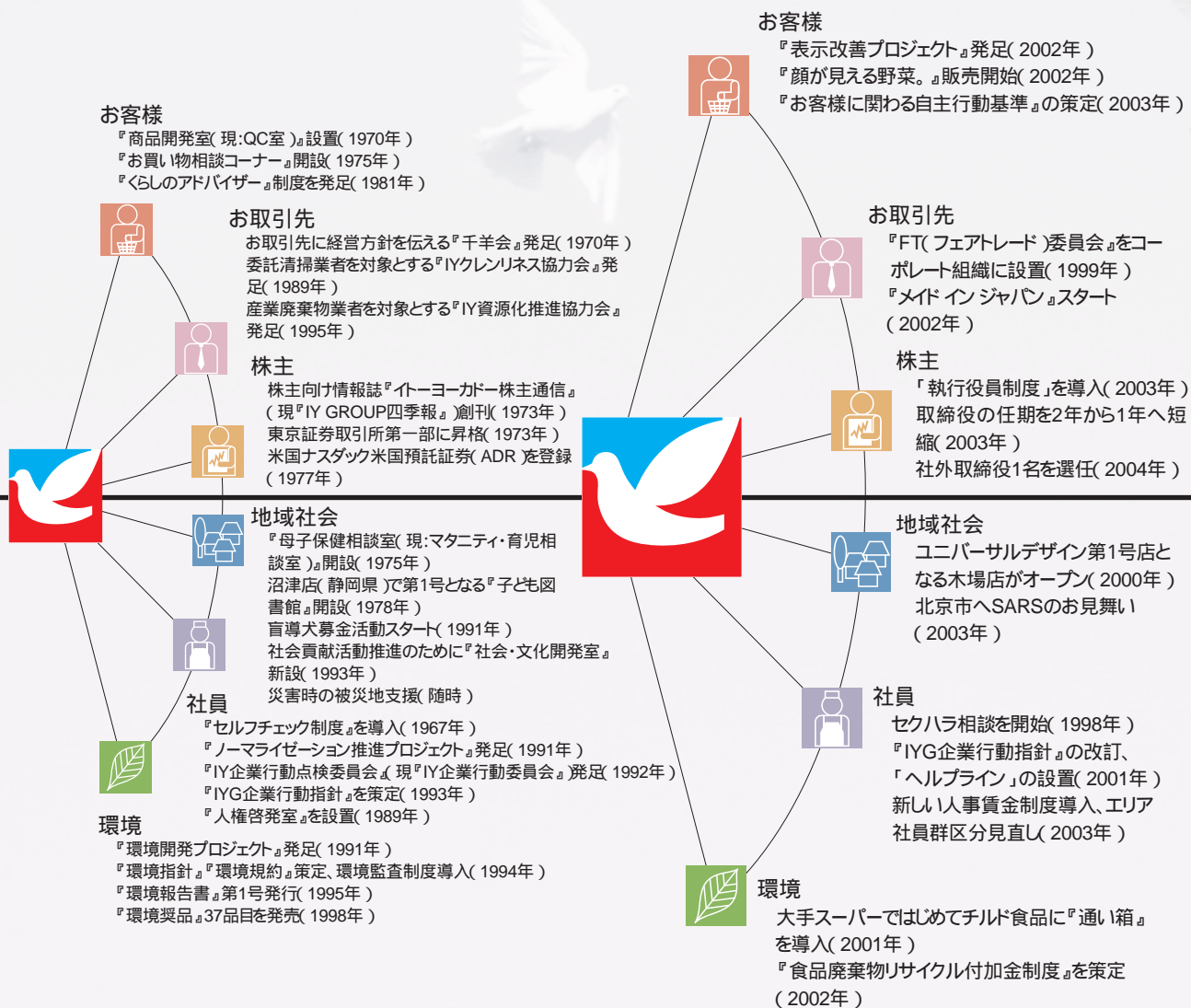
## 1 イトヨーカドーのCSR

### CSRに関する考え方

私たちは、これからも社是の精神に沿って  
CSRを追求していきます。

#### これまでの取り組み(1964年～2004年)

主な取り組みのみを記載(現在は活動していない事例もあります)



#### 当社ロゴマークの意味



イトヨーカドーでは、さまざまなステークホルダーへの責任を明示した「社是」のもと、古くから企業の社会的責任(CSR)を意識した活動に取り組んできました。こうした継続的な取り組みは、当社のロゴマークを構成する3色に込められている「青:清潔」「白:誠実」「赤:情熱」という理念に支えられています。



これからの指針・目標(2004年~)



## CSRへの取り組み状況を定量的に把握し、 企業活動の方向性を検証しています。

イトーヨーカドーは、企業としての社会的責任( CSR )を果たすことは、当社の持続的発展に向けた「投資」であると捉え、企業経営の中核に位置づけています。そして、企業活動のあらゆる局面でステークホルダーの皆様への責任を果たしていくことで、当社の企業価値を高めていきたいと考えています。

そうしたCSRへの取り組み状況を定量的に把握・分析するために、当社は2003年度から「CSR指標」を算出しています。指標の設計・選択にあたっては、ステークホルダーへの説明責任があるもの、とくに影響が大きいと思われるものを重視しました。さらに、2004年度からは新たな指標を加えるとともに、項目をステークホルダー別に分けました。

企業が社会やステークホルダーの皆様にとって本当に必要な存在であるかを判断するためには、財務指標だけでは不十分だとイトーヨーカドーは考えます。今後も、さらに検討を重ねながら、この指標を活用した経営戦略や企業活動の方向性を考えていきます。



		項目
連結		営業収益
		当期純利益
単体		営業収益
		当期純利益
		店舗数
お客様		来店客数の推移( 指数 )
		1店舗当たりのお客様問い合わせ件数 ▶P28
		バリアフリー対応店舗数
		うちハートビル法認定店舗数 ▶P32 うちユニバーサルデザイン対応店舗数
お取引先		商品の仕入先数 ▶P38
		管理部門の取引先数 ▶P38
株主		株主数
		発行済株式総数
		外国人株主比率 ▶P42 個人株主比率 ▶P42
地域社会		『赤ちゃん休憩室』設置店舗 ▶P47
		『マタニティ・育児相談室』設置店舗 ▶P47
		『子ども図書館』設置店舗数 ▶P50
社員		正社員数 ▶P57
		パートタイマー数( 比率 ) ▶P57
		障害者雇用率 ▶P55
		女性管理職比率 ▶P59
		労働組合加入比率 ▶P63
		平均勤続年数 平均年間給与
環境		CO <sub>2</sub> 排出総量 ▶P70
		IY環境負荷指標 ▶P70
		水道使用総量 ▶P74
		廃棄物排出総量 ▶P77
		リサイクル率 ▶P77 食品廃棄物リサイクル率 ▶P77

1) 対象期間は、各年の3月1日から翌年2月末まで  
2) 環境に関わる指標は各年の1月1日から12月31日まで  
3) 2003年度の連結子会社数は53社、持分法適用非連結子会社数は2社、持分法適用関連会社数は7社

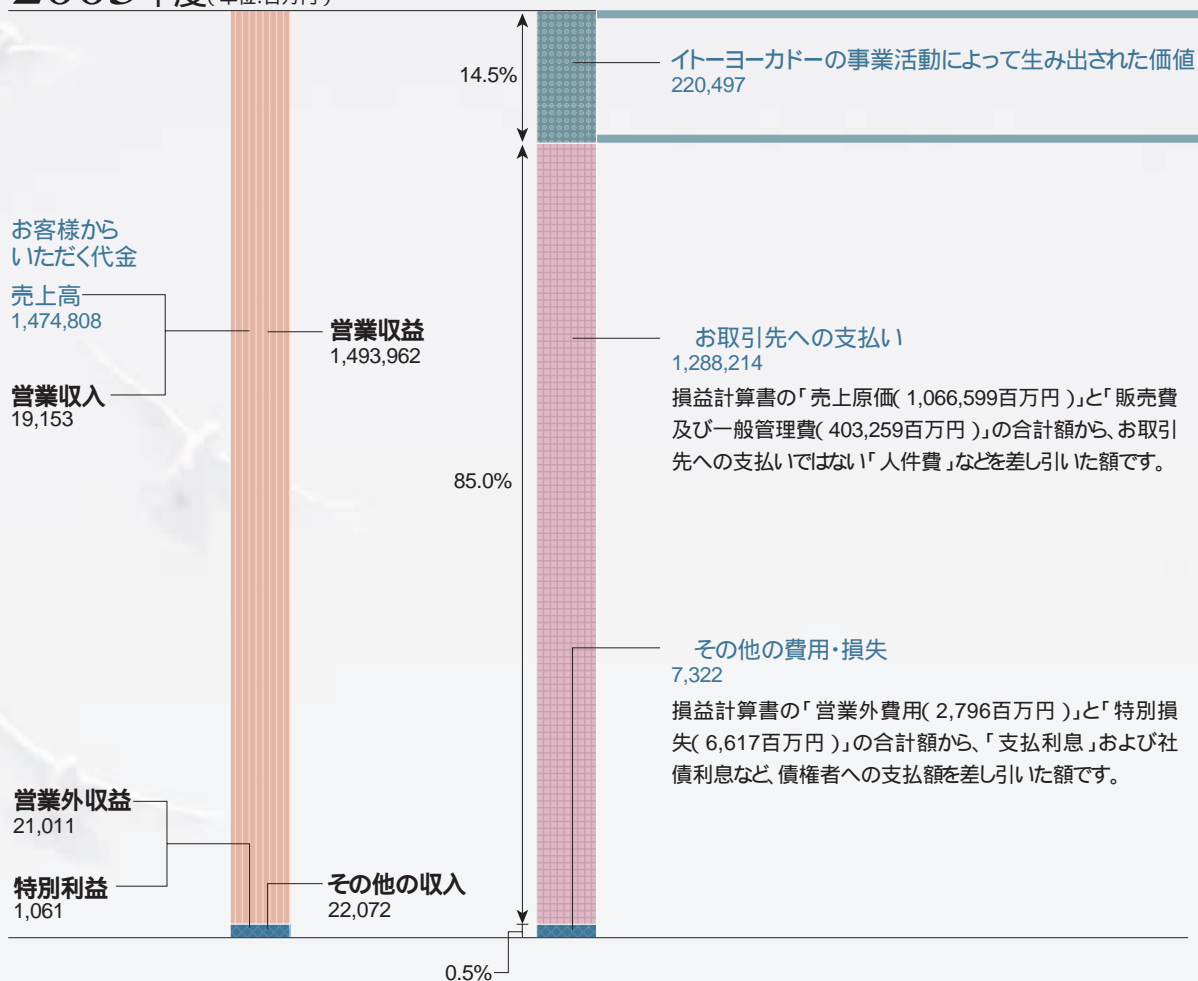
	単位	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度目標・方針
	百万円	-	-	3,530,316	3,542,146	3,560,000
	百万円	-	-	46,623	53,632	62,000
	百万円	1,479,825	1,510,945	1,527,688	1,493,962	1,554,000
	百万円	20,005	25,791	42,767	28,695	30,000
	店	182	181	177	177	8店舗の開店を予定
	2000年度 = 100.0	100.0	102.0	104.0	101.9	
	件	471	494	532	523	
	店	51	52	54	58	価値ある商品・サービスの提供
	店	32	33	35	39	
	店	1	2	4	8	
	社	2,309	2,214	2,214	2,285	公正な取引の徹底
	社	834	808	834	820	
	名	8,420	8,178	8,853	10,048	株主資本当期純利益率と 配当性向の重視
	株	418,072,920	418,717,685	418,717,685	418,717,685	
	%	21.5	17.6	19.3	24.8	迅速かつ適正な情報開示
	%	9.9	9.7	9.8	10.2	
	店	171	170	168	170	地域に根ざした出産・子育て支援
	店	153 (2001年4月末現在)	156 (2002年4月末現在)	160 (2003年4月末現在)	160 (2004年4月末現在)	
	店	12	11	11	11	
	店	15,862	14,786	13,979	13,338	新卒で500人採用予定
	名(%)	29,934(64.7)	30,825(66.7)	32,997(69.6)	34,064(71.3)	パートタイマーの公平な処遇維持 2006年には、パートタイマー比率を80%へ
	%	2.08	2.25	2.24	2.11	2%維持
	%	15.1	14.9	15.2	15.7	男女の差別がない職場環境の維持
	%	95.1	94.4	94.6	95.6	対象をパートタイマーまで拡大
	年	11年6カ月	12年8カ月	14年	15年2カ月	安定的雇用の維持
	円	5,035,000	5,190,488	5,441,940	5,547,680	
	t-CO <sub>2</sub>	539,716	567,159	575,276	585,514	609,201
	t-CO <sub>2</sub> /m <sup>2</sup> ・百万h	43.46	42.50	42.53	41.38	41.73
	m <sup>3</sup>	7,592,798	7,823,162	7,790,774	7,842,644	原単位当たり1.8%増に抑える
	t	149,459	155,987	163,565	161,718	既存店の廃棄物発生量3%減
	%	53.6	54.2	55.8	55.6	57.0%の達成
	%	16.9	17.8	19.4	21.8	20%の維持とさらなる向上

4) 2003年度から日本会計基準を採用しています。  
5) 原単位は、店舗面積×営業時間当たりの原単位  
6) 廃棄物排出総量は、「廃棄物+リサイクル物」

7) パートタイマー数は1日8時間、月間163時間で換算  
8) 平均年間給与には、賞与および基準外賃金を含む  
9) パートタイマー比率は「パートタイマー数÷(年間平均正社員数+パートタイマー数)」で算出

## さまざまなステークホルダーへの バランスのよい付加価値配分を追求しています。

2003年度(単位:百万円)



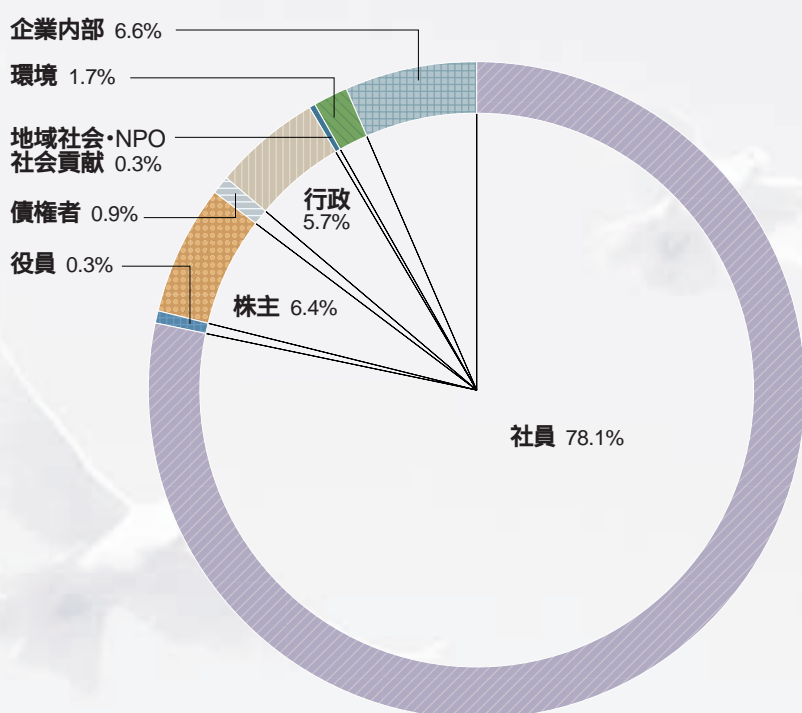
イトーヨーカドーは、さまざまなステークホルダーの皆様との関わりの中で経済的な富(付加価値)を生み出しています。これらを各ステークホルダーの方々にバランスよく配分することは当社の社会的責任の一つです。

そこで、当社は2003年度に独自の『イトーヨーカドーCSR会計』を構築。これを利用し、さまざまなステークホルダーに対して、どのように付加価値を配分しているのかを分析しました。

今回も引き続き、『イトーヨーカドーCSR会計』を利用した分析を行いました。

当社は、この『イトーヨーカドーCSR会計』を継続的に分析・開示していくことで、ステークホルダーの皆様当社の事業活動の状況を、より深く理解していただきたいと考えています。また、今後のCSR活動の方針を検討するためにも、これを活用していきます。

「営業収益」から を差し引いた金額と利益処分による配当金、役員賞与など、株主、役員への分配、社内留保を加えた金額を「イトーヨーカドーの事業活動によって生み出された価値」として、お客様やお取引先以外のステークホルダーに分配しています。



付加価値の分配

分配先	主な項目
社員	人件費 従業員教育研修
役員	役員報酬(監査役含む) 役員賞与 役員退職慰労金 役員退職慰労引当金繰入額
株主	中間配当 配当金
債権者	支払利息および社債利息
行政	法人税等(調整額含む) 販管費(租税公課・事業所税)
地域社会・NPO・社会貢献	寄付金 諸負担金
環境	環境経費
企業内部	次期繰越金・前期繰越金 任意積立金増減



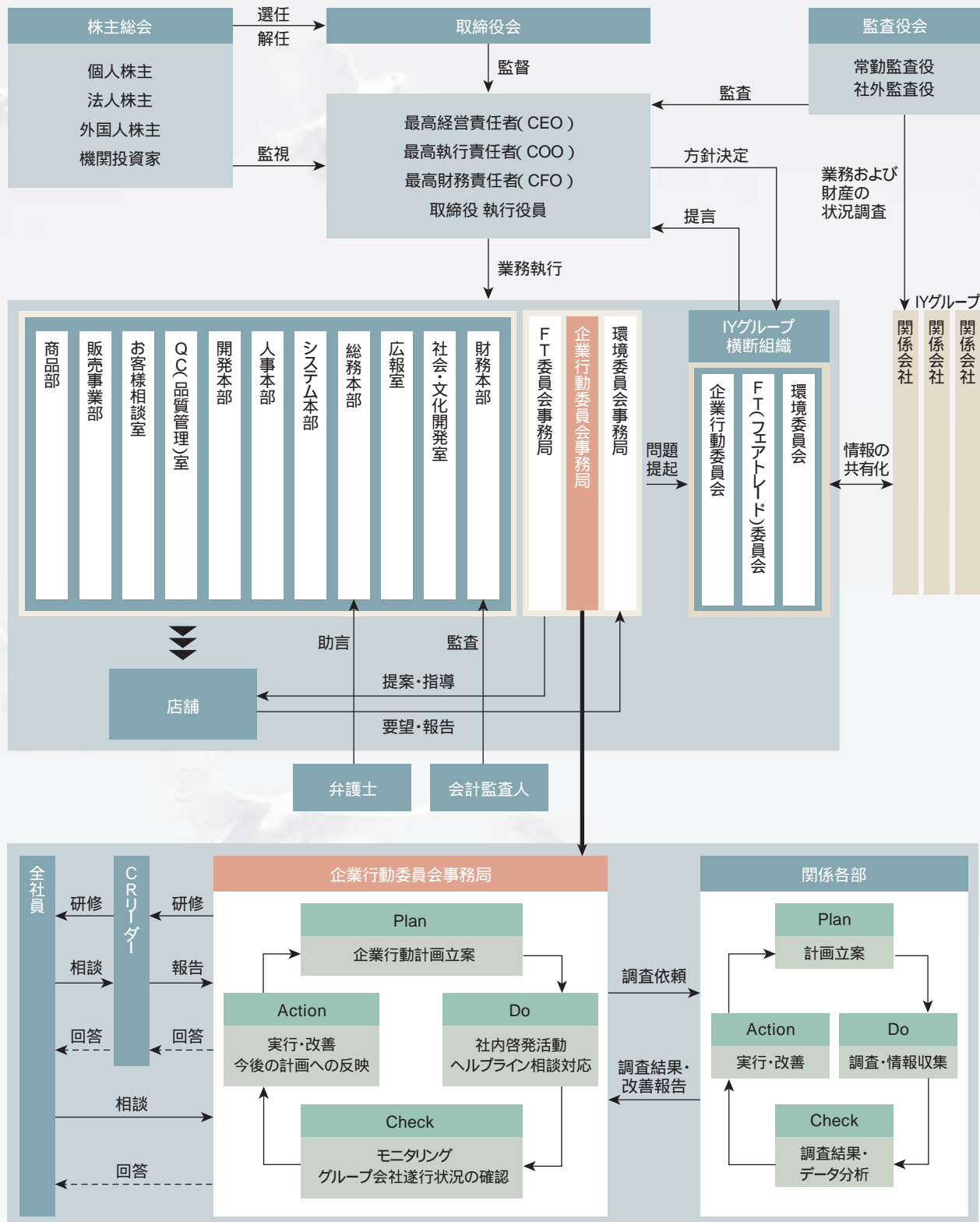
# What's ItoYokado?

## 4

### イトーヨーカドーのCSR

#### CSRを果たしていくための体制

さまざまな社会的責任を果たしていくために、コーポレート・ガバナンスを強化しています。



#### CRリーダ

CRとは「Corporate Responsibility(企業責任)」の略。CRリーダには各店舗・各部署の非役職者が就き、それぞれの職場で『IYG企業行動指針』の周知・徹底を図っています。

## 監査役制度を軸に コーポレート・ガバナンスを強化、充実

イトーヨーカドーは、コーポレート・ガバナンスを、取締役会が取締役の業務執行に対する有効な監督機能を果たせる体制を構築する、徹底したコンプライアンスのもと財務の信頼性を確保する、業務の有効性と効率性を向上させることを合理的に保証することであると考えています。同時に、環境や商品の安全性確保などを含め、企業としての社会的責任(CSR)を広く果たしていくための「仕組み・プロセス」とも位置づけています。

こうした認識にたつて、当社は監査役制度を軸とした経営機構の改革に継続的に取り組み、コーポレート・ガバナンスを強化しようとしています。

## 「執行役員制度」を導入するとともに CSRの専門家を社外取締役に任用

2003年度は、「執行役員制度」を導入して、取締役会の監督機能と執行役員の業務執行機能を分離、取締役は“経営戦略の立案”と“業務執行の監督”に、執行役員は“業務執行”に、それぞれ専念できるようにしました。また、取締役の任期を2年から1年に変更することで、経営に対する責任を明確にしました。

さらに2004年度には、取締役役員数も22名から17名に減らし、変化の激しい時代に柔軟かつ迅速に対応できる体制を整えました。また、社外取締役にCSRの専門家

であるスコット・T・デイヴィス氏(麗澤大学国際経済学部教授)を迎え、CSRの観点から取締役・執行役員の業務を監督する機能を加えました。

なお、監査役会は、2名の社外監査役(財務、法律の専門家)と2名の常勤監査役(財務・経理処理関係の元責任者)から構成され、それぞれが独立した視点から取締役を監視・監査しています。

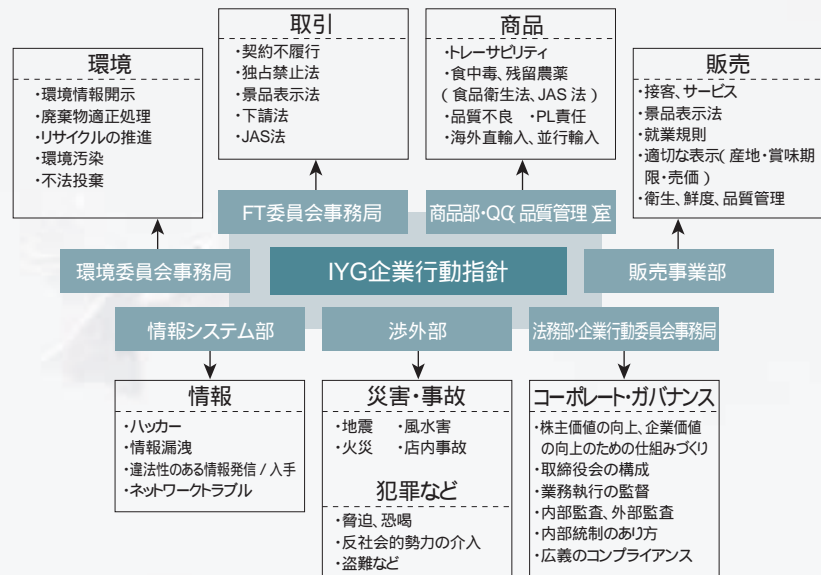
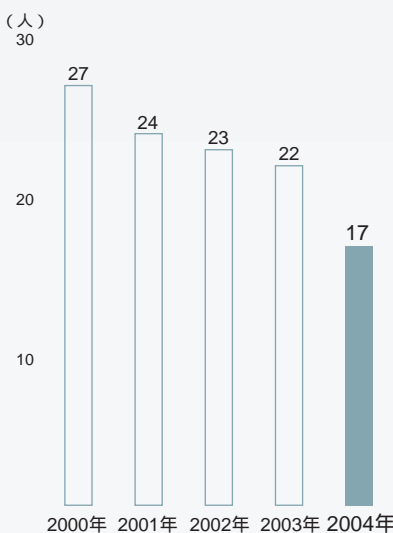
## 全社員の意識啓発を推進する専門組織と リスクマネジメント体制を整備

こうした経営機構の改革を進める一方で、役員・全社員による法令・ルール・社会的規範の遵守、人権尊重などを推進していくための体制整備にも注力しています。

2001年7月には、1993年に策定した『IYG(イトーヨーカドーグループ)企業行動指針』(P14)を改訂するとともに、これを周知徹底するための専門組織『企業行動委員会』を設置。同時に、お客様やお取引先との公正な取引を推進する『FT(フェアトレード)委員会』、環境保全活動を推進する『環境委員会』を設置し、CSRに対する社員の意識啓発に努めています。

さらに、CSRに関わるリスクを『IYG企業行動指針』に基づいて整理し、それぞれのリスクに対処する担当部署を決定。各部署では具体的な予防策を講じるとともに、万が一問題が起きた場合にも迅速に対応できるリスクマネジメント体制を整備しています。

取締役の人数(各年の株主総会後の人数)



## IYG 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制を確立し、法令・ルール、社会的規範を遵守し、IYGが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。

## 規定項目の中の基本方針

### はじめに

#### 経営倫理の尊重・法令遵守(コンプライアンス)

事業運営に当たっては、経営倫理に即した企業行動に徹し、

法令・ルール、社会的規範を遵守し、

社会から求められる企業の社会的責任を果たす。

### 第1章 事業活動

#### 1 お客様との関係...販売活動

IYGは、販売活動に関する法令・ルールを遵守し、経営倫理、社会的規範を踏まえ、公正な販売活動を行うとともに、お客様の立場に立ち、お客様に喜んでいただける優れた商品とサービスを提供する。

#### 2 お取引先との関係...取引活動

IYGは、販売目的の商品・サービスの取引ならびに原材料、資材・サービスの調達に關係する法令・ルールを遵守するとともに、公正な取引関係のもとに必要な商品資材などを適切な品質、価格および納期で取引する。

#### 3 株主との関係

IYGの株主に対して信頼に応えるよう株主価値の最大化を図る。

#### 4 公正な取引の推進

IYGは、販売活動および取引活動の両面において、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律などに関連する法令・ルールなどを遵守する。

### 第2章 社会的責任

#### 1 人権・個人の尊厳の尊重

お客様、お取引先、地域、社会、社員などIYG が関わるすべての人の人権と個人の尊厳を尊重する。また、いかなる差別やいやがらせも許さず、それらを見過ごすことも許さない。

#### 2 雇用・職場環境

雇用、異動、昇進に当たっては、差別のない公平、公正な基準に基づいて行い、職場で一人一人の能力を十分に伸ばすことができ、社員同士が尊重しあい、差別やいやがらせのない職場環境を確保するとともに、活力ある企業風土を醸成させる。社員の心身のゆとり、豊かさを実現できるよう努め、快適、安全で清潔な職場環境作りに努める。また、児童労働は排除する。

#### 3 環境管理

IYGは、事業活動を行うに当たり資源の有効利用・再資源化、省エネルギー、廃棄物の削減、ロス削減、環境汚染の予防に努め、自然との調和を図ることにより、豊かで健康的な社会の環境作りに貢献する。また、地球規模の自然環境保護活動に積極的な支援を行う。

#### 4 地域、社会との関係

IYGは、地域、社会との連携と協調を図り、良好な関係を維持することにより、地域、社会の一員としての責任を果たすとともに、豊かな生活環境作りを支援し、社会性、公共性を勘案し、適切な寄付など社会支援を行う。また、反社会的勢力に対しては、毅然とした態度で対応し、これらの脅威には屈しない。

#### 5 情報の管理

IYGは、高度情報化社会における情報の重要性に鑑み、情報の管理に細心の注意を払う。会社情報の開示に関しては、法令や制度に定められた企業情報の公開はもとより、社会・経済規範およびコーポレートガバナンスの諸原則に照らし、必要と認められる情報を広く一般投資家に対し積極的に開示する。また、経営および事業活動の透明性を高め、企業としての説明責任を果たす。知的所有権・ノウハウなどの情報に関しては、関連する法令・ルールを遵守し、第三者の権利を尊重するとともに、自己の財産の保護に努める。

(以上、指針文書の用字用語は原文のまま)



## 『IYG企業行動指針』を一人ひとりの行動に結びつけるために

イトーヨーカドーは、1992年、不公正な取引の禁止、法令・ルールの遵守、そして社会的な規範・倫理に基づく行動を実現するために、『企業行動点検委員会』を発足し、翌1993年5月に『IYG企業行動指針』を策定。2001年7月には、時代の変化に合わせて言葉遣いや対象範囲などを見直し、より現在の事業環境に即した内容へと改訂しました。さらに、その指針を社員一人ひとりの行動へと結びつけるために、セルフチェック項目や具体的な実践方法を記した『行動指針のガイドライン』を作成し、同年10月にイトーヨーカドーの全社員に配布しました。

この冊子には、代表取締役(現・代表取締役会長)鈴木敏文の「信頼される誠実な企業であるために、一人ひとりが努力してほしい」というメッセージも掲載し、指針への理解と実践を呼びかけています。また、このガイドラインの配布と同時に、『企業行動点検委員会』を『企業行動委員会』へと改称し、社員研修や「ヘルプライン」などを担う『企業行動委員会事務局』を発足しました。



## 役職者・新入社員への研修を実施

イトーヨーカドーは、『IYG企業行動指針』の周知徹底を図るために、さまざまな機会を利用して、『企業行動委員会事務局』および『FT委員会事務局』による社員研修を実施しています。

### 社内推進役、特定の職制を対象とした研修

役員・幹部社員、商品の仕入担当者(バイヤー、ディストリビュータ)を対象とした研修を年3回実施しています。また、『IYG企業行動指針』の重要な柱の一つである公正取引については、『FT委員会事務局』が商品の仕入担当者を対象に、日常的な指導・管理を行っています。

### 新入社員、新任管理職者を対象とした研修

新入社員や新しく管理職に就いた社員に対する教育プログラムの中に『IYG企業行動指針』に関して説明・指導する時間を設けています。

### 新規に開店する店舗勤務者を対象とした研修

新しく開店する店舗では、新たに雇用したパートタイマー、アルバイトに『行動指針のガイドライン』を配付するとともに、全社員を対象とした新規教育研修を実施しています。

### 2003年度の研修実績

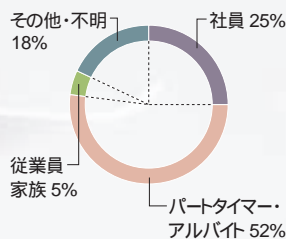
バイヤー、ディストリビュータ研修  
 新任バイヤー、新任ディストリビュータ研修  
 店長研修  
 新任店長、新任統括マネジャー、新任マネジャー研修  
 新人10カ月研修  
 参加者 計2,265名

## 指針に反する行為の抑制・防止を図る「ヘルプライン」制度を導入

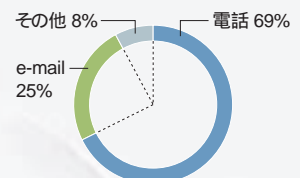
イトーヨーカドーは、2001年9月、『IYG企業行動指針』に反する行為の抑制や防止、早期解決を図ることを目的に「ヘルプライン」制度を導入し、社員からの通報・相談に応じています。また、通報・相談の受付にあたっては匿名の通報・相談であっても対応するなど、相談者に不利益が生じないことを保証しています。

### ヘルプライン運用状況

#### 相談者構成比



#### 問い合わせ手段



#### 問い合わせ件数(月平均)



### IYグループの取り組み

IYグループには、スーパーストアやコンビニエンスストアといった小売業だけでなく、レストラン、金融・保険会社など、さまざまな業種業態の企業が属しています。そこで、グループ全体の『IYG企業行動指針』を各社の事業内容に相応しいものとして実践していくために、それぞれの社内に『企業行動委員会』または専任の担当者を設置することとしました。担当者は年1回『IYグループ企業行動連絡会』を開催し、各社の活動状況を共有するとともに、グループ全体で取り組むべき課題とその対策などについて検討しています。

2004年1月に開催された連絡会では、各社の『IYG企業行動指針』および「ヘルプライン」の運用状況、2005年4月に全面施行される「個人情報保護法」の留意点などについて確認しました。

#### (株)セブン-イレブン・ジャパン

2004年3月に、社長を委員長とする『企業行動委員会』を発足し、コンプライアンスの徹底をはじめとしたCSRへの取り組みを強化しています。

#### (株)デニーズジャパン

2002年7月に『デニーズジャパン企業行動委員会』を発足し、デニーズジャパンの企業行動に関して確認を行う会議を毎月1回開催しています。また、『IYG企業行動指針』と『デニーズ企業行動指針ガイドライン』の浸透を目的とした教育研修を定期的にも実施しています。

#### (株)ヨークベニマル

2003年2月に社長を委員長とする『企業行動委員会』を発足し、企業行動指針を徹底すべく取り組んでいます。また日常においては、営業本部長・業務本部長・人事室長・総務室長・販売事業部長で構成する事務局会議を毎週1回開催し、課題とその対策について検討しています。

#### (株)ロビンソン百貨店

2002年4月から、全役員、店長、本部総括マネジャー、関連営業総括マネジャーおよびシニアバイヤー、関連本部スタッフが参加する『表示改善プロジェクト』を毎週金曜日に開催しています。この『表示改善プロジェクト』は、2004年度から『企業行動委員会』へと改称しました。

#### (株)アイワイバンク銀行

2001年5月から各部署に『コンプライアンスオフィサー』を配置し、担当部署におけるコンプライアンスを徹底しています。また、コンプライアンス全般に関する重要事項は、経営会議の諮問機関である『コンプライアンス委員会』で検討・評価しています。

#### (株)アイワイ・カード・サービス

2002年2月に『コンプライアンス委員会』を発足し、2003年12月に『行動のガイドライン』を策定。消費者保護・割賦販売および貸金業関連の法令を遵守し、とくにお客様からお預かりしている大切な個人情報の保護を最も重要な義務として万全を尽くすために、教育プログラムなどを実施しています。



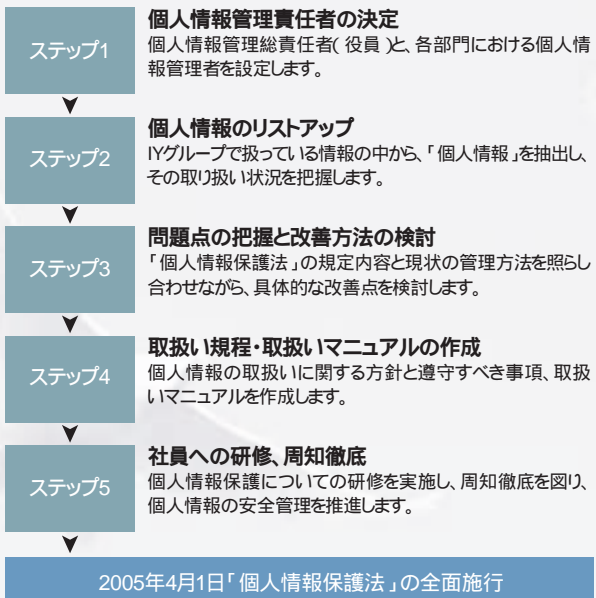
## 「個人情報」の安全管理体制の整備

高度情報化社会の進展にともなって、あらゆる産業分野でネットワークを利用した高速・大容量の情報通信が本格化しました。その結果、氏名・住所・電話番号などの基本情報をはじめ、クレジットカードの決済情報や病院での治療履歴など、さまざまな「個人情報」がネットワーク上を流れ、蓄積されるようになりました。

こうした情報は、インターネットなどのオープンな電子ネットワーク上にあるため、外部からの不正アクセスによって漏洩したり、改ざん・悪用されるといった危険性が指摘されています。このような背景のもと、2003年5月の国会で「個

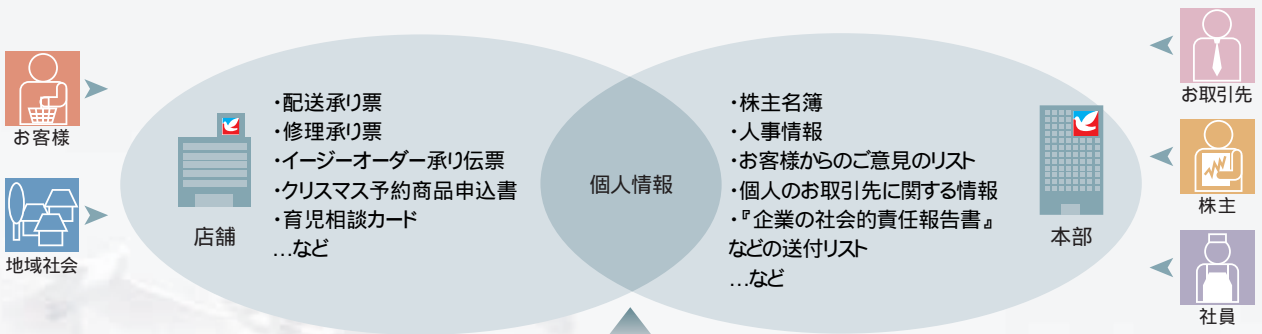
人情報の保護に関する法律(個人情報保護法)」が成立し、2005年4月1日に全面施行されることとなりました。さらに、2004年6月には情報漏洩事故を未然に防ぐための対処方針などをまとめた「個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン」が経済産業省から公表されました。

こうした状況を受けて、IYグループは2005年4月1日までにグループ全社で「個人情報の安全管理体制」を整備することを計画しています。



**「個人情報保護法」**  
個人情報の不正な流用や個人情報のずさんな管理を防止するために、個人情報の適正な取扱いに関する基本的な理念を示すとともに、国・地方公共団体や個人情報取扱事業者の義務などを定めた法律。個人情報取扱事業者の主な義務としては以下のものが挙げられています。

- 1. 利用目的による制限**  
個人情報の利用目的を明確にし、その目的の達成に必要な範囲内で取り扱うこと。
- 2. 適正な方法による取得**  
適正な方法により個人情報を取得すること。
- 3. 内容の正確性の確保**  
保有する個人情報については正確性の確保に努めること。
- 4. 安全管理措置の実施**  
保有する個人情報の安全管理に必要な措置を講じること。
- 5. 透明性の確保**  
保有する個人情報について本人が適切に関与しうるなど、透明性を確保すること。



- イトヨーカドーの「個人情報保護」への取り組み**
- ・個人情報の安全管理体制の整備
  - ・『IYG企業行動指針』
  - ・『お客様に関わる自主行動基準』
  - ・『情報および情報機器等取扱い規程』
  - ・『個人情報保護方針(プライバシーポリシー)』
  - ・業務委託先との個人情報機密保持契約

さまざまなシーンで、さまざまな方法で、  
ステークホルダーとの「対話」を重ねています。



お客様との対話

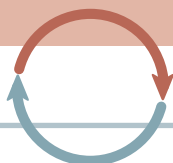
P20 ~

**主な対話手段**

お客様の声ボックス 店頭  
電話 郵便  
ホームページ  
消費者懇談会  
くらしのアドバイザー制度

**情報発信ツール**

・商品説明リーフレット  
・店頭POP  
・『企業の社会的責任報告書』  
・ホームページ



**対応部署**

店舗  
お客様相談室  
QC(品質管理)室



お取引先との対話

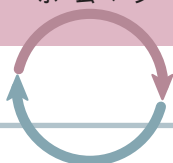
P34 ~

**主な対話手段**

商談  
品質改善提案会 取引先懇談会  
千羊会 専門店会  
IY資源化推進協会  
IYクレンリネス協会  
宅配業者会議 取引先説明会

**情報発信ツール**

・会社概要・『IY GROUP四季報』  
・専門店会誌『フレンドリー』  
・ギフトウィークリー情報  
・IY資源化推進協会誌『エコフレンド』  
・IYクレンリネス協会誌『かがやき』  
・『企業の社会的責任報告書』  
・ホームページ



**対応部署**

QC(品質管理)室 商品部  
広報室 SCテナント開発管理部  
物流センター 生鮮センター 総務部



株主との対話

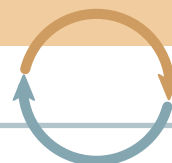
P40 ~

**主な対話手段**

株主総会 決算発表・決算説明会  
個別ミーティング スモールミーティング  
商品説明会・店舗見学会

**情報発信ツール**

・株主総会召集通知・事業報告書  
・SECファイリング・アニュアルレポート  
・インベスターズガイド・IRビデオ  
・『企業の社会的責任報告書』・会社概要  
・『IY GROUP四季報』  
・ホームページ



**対応部署**

資金証券部 経理部  
広報室 渉外部  
法務部

イトーヨーカドーは、企業としての社会的責任(CSR)を果たしていくために、従来のIR活動や広報活動にとらわれない積極的な情報開示に努めるとともに、ステークホルダーの皆様とのさまざまな「対話」を重ねています。



### 地域社会との対話

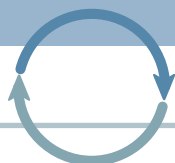
P46 ~

#### 主な対話手段

出店時の説明会  
マタニティ・育児相談室  
新店ユニバーサルデザイン施設・設備見学会  
子ども図書館

#### 情報発信ツール

- ・出産・育児に関するリーフレット
- ・『企業の社会的責任報告書』
- ・ホームページ



#### 対応部署

不動産開発部 お客様相談室  
社会・文化開発室 人権啓発室



### 社員との対話

P54 ~

#### 主な対話手段

ヘルプライン こころの電話相談  
ハロー健康相談ダイヤル  
セクハラ相談室 安全衛生委員会  
労働組合活動 労使協議会  
労使フリートーキング

#### 情報発信ツール

- ・IYグループ誌『ぐるーぶIY』
- ・ハンパキンクラブ誌
- ・会社概要・『IYG企業行動指針』
- ・『行動指針のガイドライン』
- ・『企業の社会的責任報告書』
- ・労働組合機関誌『さんか』『さんかEXPRESS』



#### 対応部署

企業行動委員会事務局 広報室  
人事部 勤労厚生部  
人権啓発室 労働組合



### 環境についての対話

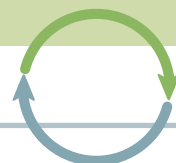
P64 ~

#### 主な対話手段

お客様の声ボックス  
電話 郵便 ホームページ

#### 情報発信ツール

- ・『企業の社会的責任報告書』
- ・環境告知ポスター
- ・ホームページ



#### 対応部署

環境委員会事務局



Dialogue 1



## お客様との対話

お客様の声に耳を傾けて  
商品・サービスを改善し続けています。

イトーヨーカドーは「お客様の立場にたった流通業」をめざし、  
お客様にとって快適な品揃え・サービス・設備の改善に努めるとともに、  
「安全・安心」を重視した商品の開発・調達に努めています。

- 21 品質と安全性の追求
- 27 正確な商品・価格情報の発信
- 28 お客様のご意見・ご要望を尊重して
- 31 安全で快適な店舗づくり

# 品質と安全性 の追求



お客様との対話



## 食品

### 食品の品質管理 図1

イトーヨーカドーは、仕入から売り場への品出し、販売中の全ての段階で、商品の材料・鮮度などを徹底的にチェックしています。また、販売後に不良などが発生した場合も、迅速な対応と拡大防止に努めています。

#### 販売前の管理

食品メーカーなどの仕入先と契約する段階で、イトーヨーカドー独自の品質基準に基づく原材料や添加物の管理がなされているかを検査するために、商品ごとに各種検査・分析証明書の提出を要請しています。また、新規取扱商品については、取扱申請書の提出を求めるほか、必要に応じて適宜、仕入先の工場（海外を含む）への立ち入り検査を実施し、品質管理状況を確認しています。

#### 販売中の管理

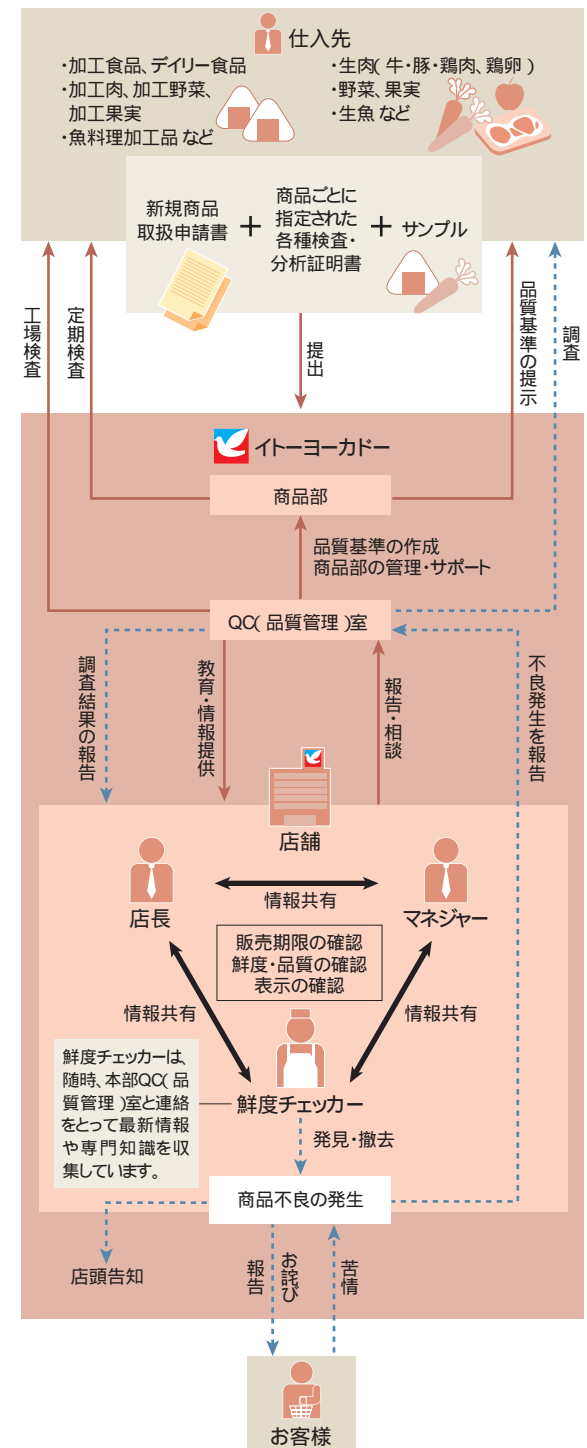
仕入担当者のチェックを経て売り場に並べた商品の販売期限・鮮度・品質とその表示については、さらに店舗ごとに配置されている『鮮度チェッカー』が定期的に確認し、問題があれば売り場から即時撤去しています。また、店舗で加工されるお造りや惣菜などについても、鮮度チェックカレンダーで売り場の温度を1日3回確認するなど、日常的に管理しています。

#### 販売後の対応

販売中の商品、あるいは過去に販売した商品について、その表示内容に誤りがあった場合は、『お客様に関わる自主行動基準』（P30）に基づき、店内ポスターや新聞媒体などに情報を開示しています。

また、イトーヨーカドーで販売した商品に関して重大な欠陥・事故が発生した場合、または発生する可能性がある場合には、お客様の健康・安全の確保を最優先して、その商品を購入されたお客様に迅速かつ適切に対応し、被害の拡大防止に努めています。

図1 食品の品質管理体制



## 信頼性の高い食品の提供

### 『顔が見える食品。』▶グラフ1、図2

小売業の基本的役割は、お客様が求める商品を「必要とされる時に、必要なだけ提供すること」です。しかし、最近では「生産者の取り組みや生産状況を消費者へ知らせる」「生産者へ消費者の生の声や販売状況を伝える」ことも求められはじめています。

そこで、イトヨーカドーは、商品の生産地や生産方法、流通経路を正確に把握し、お客様にお知らせすること（トレーサビリティ）を重視し、これに取り組んでいます。

この一例が、お客様からの「より信頼できる食べ物」へのニーズに応えるために当社が企画した商品ブランド『顔が見える食品。』（『顔が見える野菜。』、『顔が見えるお肉。』）です。この商品のパッケージにはID番号が添付されており、当社ホームページ上で産地情報などを確認することができます。

『顔が見える食品。』は、次の3つを実現することを、お客様から信頼をいただくための礎としています。

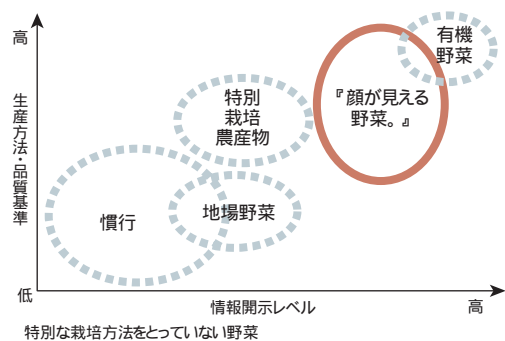
- 1 生産方法と品質の基準化
- 2 外部監査の導入による信頼性の確保
- 3 情報公開による開かれた関係づくり

ホームページで商品の履歴情報をご確認いただけます

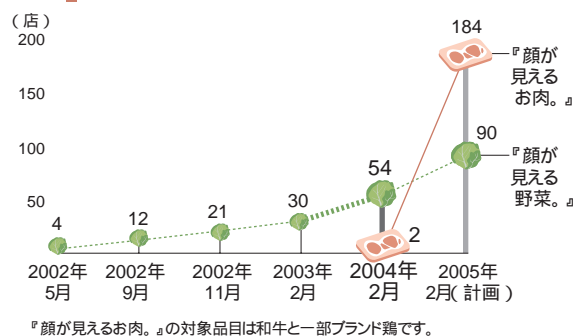


商品のIDを入力して検索ボタンをクリック。

図2 『顔が見える野菜。』の位置づけ



グラフ1 『顔が見える食品。』取扱店舗数



『顔が見える食品。』基準項目の例

生産地	日本国内で生産された農産物
栽培方法	土耕栽培された農産物
使用禁止技術	遺伝子組み換え技術、放射線照射



ご購入された商品を誰がどのように生産、加工したのかをご確認いただけます。

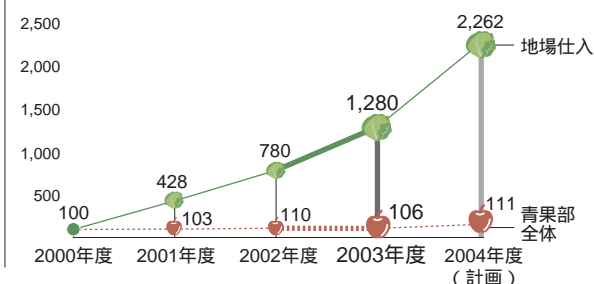


## 「地場農産物」の拡大▶グラフ2

食品売り場における農産物は、その鮮度や品質が店舗の評価を左右すると言われるほど、重要な商品となっています。そこで、イトーヨーカドーは、店舗近隣で農業を営まれる方々(法人・グループ含む)と契約を交わし、地域で採られた新鮮な野菜や果物、フラワーを仕入・販売しています。

こうした取り組みは、各地域の生産者の方々とお客様の交流、「地産地消」の促進にもつながることから、今後も実施店舗を拡大していく考えです。

グラフ2 「地場農産物」の仕入金額の推移  
2000年度を「100」として算出。



## 環境ホルモンへの対応

生物の発育や生殖機能などに異常を引き起こすと言われる内分泌かく乱物質「環境ホルモン」については、食品が直接接触する容器類について、下記のように対応しています。

ポリカーボネート製の食器・容器の販売中止  
ポリカーボネート製の食器・容器から「環境ホルモン」と指摘されているビスフェノールAが溶け出す恐れがあるとされています。まだ行政、業界からの明確な方針は出ていませんが、イトーヨーカドーはお客様の安全を最優先し、1998年9月から販売を中止しています。

## 保存料・合成着色料の排除

2001年秋から、当社管轄の売り場で販売している惣菜や弁当、寿司などでの保存料・合成着色料の使用を一切やめており、今後も使用しません。

## 海外原料のトレーサビリティ

海外から調達している惣菜原料(枝豆・里芋・加熱済みチキン・海老など)についても、トレーサビリティシステムの構築を進めています。

たとえば、中国産鶏肉の加工品に関しては、養鶏場や使用飼料の種類、投与する薬剤を指定するなどの飼育管理を行っているほか、搬送時にもトラック単位でのロット管理を行い、いつ、どの養鶏場で飼育され、どのトラックで運ばれたのかがわかる仕組みを構築しています。また、当社の現地駐在員やバイヤーも現地確認を行うなど、チェック体制を強化しています。



 価格だけでなく、品質や安全性にもこだわってほしいと思います。

 原料や産地、製法などにも注意して「本当に安心できる商品」を揃えています。

## 遺伝子組み換え食品への対応

遺伝子組み換えの食品・添加物は、厚生労働省がその安全性を認めていますが、生産から加工・流通段階での分別・不分別などに、まだ不確定な要素が残されています。

イトーヨーカドーは、こうした状況を見て「お客様の安心感を満たせない」と判断し、基本的に遺伝子組み換えの食品・添加物は、遺伝子組み換えがされているかどうかを確認することができない食用油などを除き、取り扱っていません。

また、JAS法 改正や食品衛生法によって「遺伝子組み換え」の表示が義務づけられたため、新規商品の取り扱い申請時点で商品ごとに確認しています。

### JAS法

正式名称は「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」。JAS規格(日本農林規格)と食品表示(品質表示基準)について定めています。

## 残留農薬の分析・確認

イトーヨーカドーでは、残留農薬が法定基準値以下の商品だけを販売しています。また、無登録農薬の使用は一切許容していません。

この原則を守るために、お取引先と共同で適宜、商品の残留農薬を分析・確認しています。

## TOPICS

## BSE・鳥インフルエンザへの対策

### BSEに対して

2004年12月1日から施行される「牛肉トレーサビリティ法」に先立ち、2004年10月から個体識別番号の店頭表示を本格的に開始する計画です。また、イトーヨーカドーが独自に取り組んでいる生産履歴の情報開示も進めていきます。

### 鳥インフルエンザに対して

鳥インフルエンザの発生を防ぐために、仕入先に対して、防疫のための具体的な管理項目を提示するとともに、管理体制の構築を要請しています。

さらに、万が一発生した場合、早期に発見し、迅速に対応するために、農場別・鶏舎別死鶏数を仕入先から報告していただいているほか、緊急時の連絡に関するフローチャートを作成し、仕入先に配布しています。





## 衣料・住居関連品

### 衣料・住居関連品の品質管理 ▶ 図3

イトーヨーカドーは、衣料品の着用しやすさ、住居関連品の安全性・利便性を重視し、販売前・販売中の品質管理を徹底するとともに、お客様のご意見やご要望をもとにした自主的な品質改善に取り組んでいます。

#### 販売前の管理

イトーヨーカドーでは、法令や業界基準を遵守するだけでなく、当社独自の品質基準を作成し、お取引先との契約には、国内外を問わず、全てこの基準を適用しています。とくに、新規商品については、契約前に「品質確認報告書」を当社が指定した検査機関の検査証を添付して提出してもらうよう、お取引先をお願いします。

#### 販売中の管理

店舗に納品された後も、毎週商品の抜き取り検査を実施し、万が一問題が見つかった場合には、在庫商品の確認や原因の調査・究明を速やかに行い、商品回収や商品改善などの対応をしています。

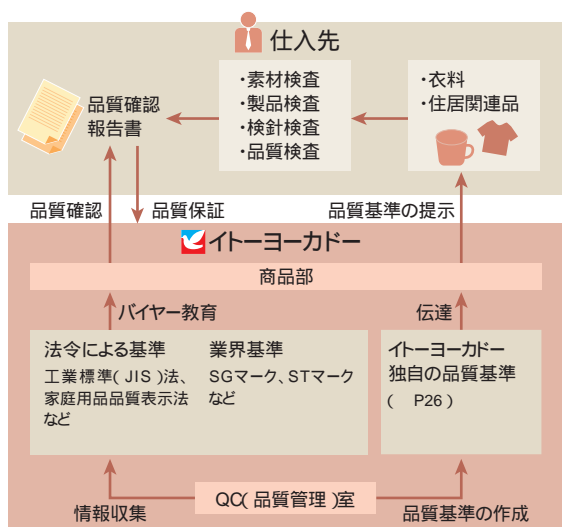
### ベビー用品への配慮

ナチュラルな素材を重視し、お子様にとっての安全性や快適性を追求したイトーヨーカドーのベビー関連用品ブランド『プチ・アイ』シリーズでは、新たに『木のおもちゃシリーズ』を発売しました。この商品は、ポプラなどの天然木を素材に、無塗装、無着色で仕上げた知育玩具です。

当社では、こうした商品開発に加え、店舗での販売に関してもお子様の健康や安全性に配慮しています。たとえば、ホルムアルデヒドの濃度が高い商品は、厚生労働省の定めた法令に従い、ベビー用品などと同じ売り場に置かないことを徹底しているほか、他の商品からホルムアルデヒドが移らないよう袋に入れて販売しています。



図3 衣料・住居関連品の品質管理体制



### 塩化ビニル製品の販売について

塩化ビニル製品には可塑剤(プラスチックを柔らかくするために添加する化学物質)として「環境ホルモン」の疑いがあるフタル酸エステルが含まれ、子どもが舐めたり、噛んだりした時に、この物質が溶出する危険性が指摘されています。

イトーヨーカドーは1998年7月から乳幼児(3歳以下)が口に入れる「歯固め」「おしゃぶり」などの塩化ビニル製品の販売を中止しています。

## ユニバーサルデザイン商品の提案

お客様が障害の有無、年齢、性別、体格、国籍、人種に関わらず、快適に、安全で安心して使える商品を提供するために、イトーヨーカドーは文具関連商品を中心にユニバーサルデザイン商品を販売しています。

これらのユニバーサルデザイン商品は、テコの原理などを利用し、使用時の安全性確保や力の負担の軽減などを実現する設計となっています。

ユニバーサルデザイン商品の一例



ラッチキス



プニョプニョピン



ハサミ(パネ・ロック機能付き)青



2穴ハンチ

## TOPICS

### 住居関連品に関する 独自の品質基準を策定

衣料品には業界の品質基準がありますが、住居関連品には業界基準がなく、法以外の規制は存在しません。そこで、イトーヨーカドーは各種の住居関連品について独自の品質基準を定め、仕入先への周知徹底を図っています。

この基準は、商品の安全性や信頼性を確保するうえでの基本的な注意事項を示したものに過ぎません。しかし、機能面や安全面に問題がある商品の仕入・販売を防ぐ効果があると考えています。

2003年は、ハロゲンヒーターやクリスマスライト、スリッパについての基準を策定しました。2004年は、文具と玩具、家庭用洗濯用品の基準策定を計画しています。

#### 独自の基準事例

##### 鍋・フライパンの基準一例

煮沸容器の取っ手は、亀裂・破損・変形・がたつき・水漏れなどがなく、本体と取っ手との残留たわみは基準値以下であること。

##### ハロゲンヒーターの基準一例

法定表示(ヒューズの種類と性能)も含め、マークや表示項目・表示内容が適切であること、異音・発煙・異常発熱・異臭などがないこと。

##### クリスマスライトの基準一例

安全性については、Sマーク(電気製品の認証マーク)基準を満たしていること、全数の通電確認・点滅切替確認を実施すること。



商品ラベルの表示を信じてよいのでしょうか?



適正表示に努めていますが、  
さらに厳格な表示を追求します。

# 正確な商品・ 価格情報の発信



お客様との対話

## 店舗での適正表示の体制

イトーヨーカドーは、お客様が本当に必要とされる商品・価格情報を、わかりやすく表示するために、2002年3月に『表示改善プロジェクト』を発足し、店舗における表示の改善に取り組んでいます。

また、2004年3月からは、各店舗で衣料・住居関連部門の表示を商品管理マネジャーが週2回チェックしているほか、各店舗の改善事例を全社で共有するための活動を開始しています。

## 『店舗表示チェック』の実施 ▶表1、グラフ1

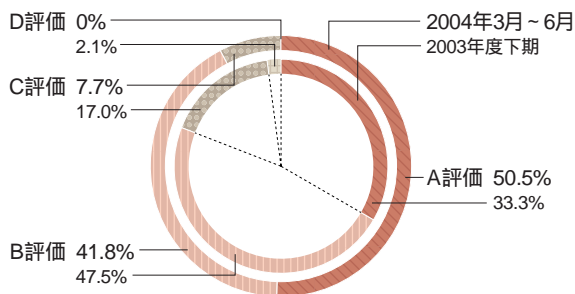
2003年6月に『FT委員会事務局』( P35 )のメンバーを2名から4名へと増員し、各店舗の表示状況の確認・売り場での教育や鮮度チェッカーへのヒヤリングを行う『店舗表示チェック』の回数を増やしました。

このチェックによって各店舗の表示の実態を把握した後は、客観的な数値評価( A ~ D )をもとに、店長ないし売り場の統括マネジャーとともに改善に向けた具体的な対策を練っています。

表1 『店舗表示チェック』実施件数

	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度
実施件数	32	48	113	227

グラフ1 『店舗表示チェック』による各店舗の評価



### 評価基準

- A評価 適切な表示が実施されており、社員の意識も高い。
- B評価 表示について改善の余地があり、一部の部門の社員に認識不足があった。
- C評価 表示について改善の余地があり、社員に対する表示教育の必要がある。
- D評価 至急改善を要し、店全体の仕組みを検討する必要がある。

## 広告媒体の事前チェック

新聞チラシ、パンフレット、テレビ・コマーシャルなど、お客様向けに発信される広告媒体を『FT委員会事務局』が事前にチェックし、お客様から誤認を受けないように努めています。

2003年度は、全店舗の新聞折込みチラシ180件、テレビコマーシャル5本をチェックしました。

## 「デジタルプライスカード」の導入

イトーヨーカドーでは、お客様ニーズや市場動向、商品の相場が地域ごとに異なることを考慮し、店舗単位でデイリーに商品価格を変更しています。

これにとめない、値札やレシートに関するお問い合わせ件数が増加傾向にあるため、価格表示に対する信頼性を向上させるべく、2002年8月から陳列棚の価格表示とレジをオンラインで結び「デジタルプライスカード」の導入を開始し、2005年8月までに全店舗に設置する計画です。

すでにデジタルプライスカードを導入した店舗では、陳列棚での表示価格とレジ登録価格が違う「価格違い」の件数が導入前と比べて、大幅に減少し、お客様の信頼を得ることができるようになりました。そのほか、開店前・営業時間中の価格確認作業に要する時間が短縮されるなどの効果があらわれています。これによって、店舗の社員がこれまで以上に接客や発注業務に専念できるようになりました。

「デジタルプライスカード」導入店舗(2004年7月現在)17店舗  
幕張店 奈良店 大和鶴間店 拜島店 八千代店 錦町店  
湘南台店 東大和店 大井町店 立場店 久喜店 津田沼店  
松戸店 上板橋店 津久野店 大宮宮原店 上永谷店



# お客様のご意見・ご要望を尊重して



## 「お客様の声」を生かしたサービス 図1 グラフ1、2

イトヨーカドーでは、店舗を利用されるお客様の声を直接つかうために、本社に『お客様相談室』を、全店舗に『お客様の声ボックス』を設置しています。また、2004年7月1日から、当社ホームページ上に『お客様の声』コーナーを新設し、インターネット上からも商品やサービスに関するご意見・ご要望をお寄せいただけるようにいたしました。

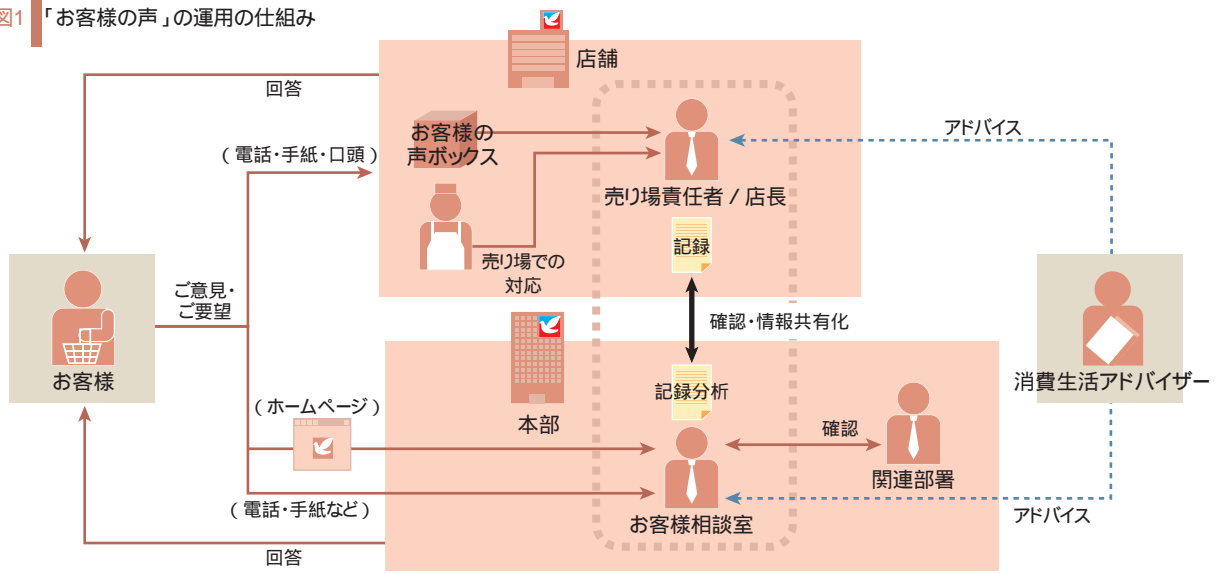
このほか、当社では消費生活アドバイザーの資格をもつ8人に業務委託して、お客様の立場にたったご意

見をいただく『くらしのアドバイザー』制度も1981年から導入しています。

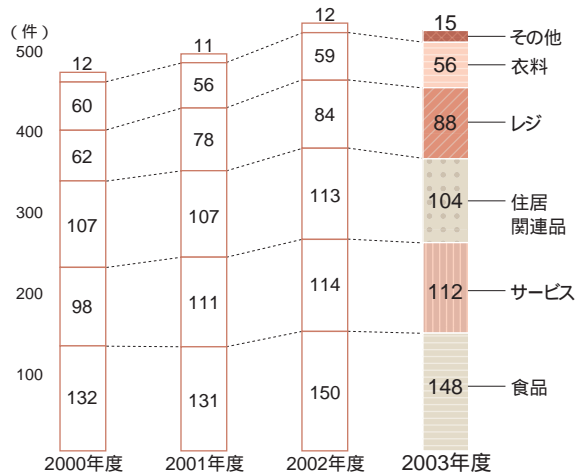
こうして寄せられたご意見・ご不満・ご要望・ご質問などは、社内情報システムを通じて迅速に関係各部へフィードバックし、商品開発・品揃え・売り場づくり・サービス改善に生かしています。

2003年度は、お客様の関心が接客などのサービスに向けられている状況を受けて、各店舗の売り場に『接客推進リーダー』(2004年2月現在 22店舗)を配置。販売員の接客レベル向上に努めています。

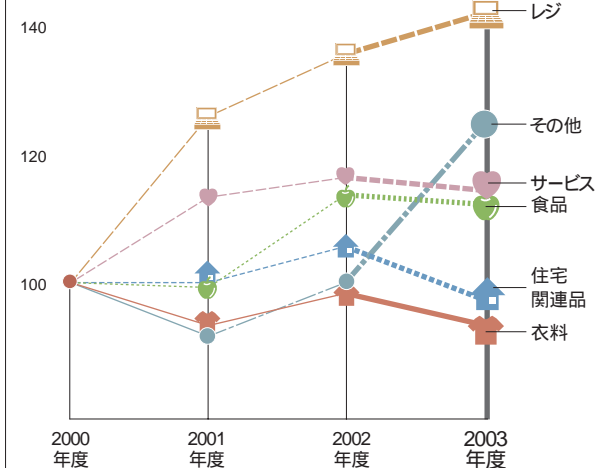
図1 「お客様の声」の運用の仕組み



グラフ1 1店舗当たりの部門別「お客様の声」件数



グラフ2 部門別「お客様の声」件数の推移  
2000年度を「100」として算出。



## 「お客様の声」をもとにした改善

イトーヨーカドーでは、商品に関して寄せられた「お客様の声」を「品質不良」と「商品へのご不満」に分類しそれぞれの内容に応じた対応をしています。

「品質不良」については、不良内容を当社バイヤーから仕入先に対して速やかな品質管理体制の強化を促すとともに、当社においても品質基準の設定・見直し、

### 衣料品の改善例

ワイシャツ売り場で形態安定加工の商品が増加しているなか、綿100%のワイシャツ(形態安定機能はありません)を購入されたお客様から、「洗濯すると皺になる」といったご不満が寄せられました。

さまざまなワイシャツの特性、扱い方について、お客様に正しい知識を持っていただけるよう、オリジナルの小冊子を作成し、売り場で配布しています。

汗ジミ編 / アイロン掛け(入門編) /  
アイロン掛け(形態安定加工ワイシャツ編) /  
洗濯ポイント編 / 絵表示編 / 素材編



販売時の管理体制の改善などに生かしています。こうした継続的な取り組みによって、不良品の発生は着実に減少しています。

また、「商品へのご不満」は、商品の特性や使い方起因するものが多いため、当社商品部、QC(品質管理)室が、仕入先と連携して、お客様への情報提供や商品の改善・改良に取り組んでいます。

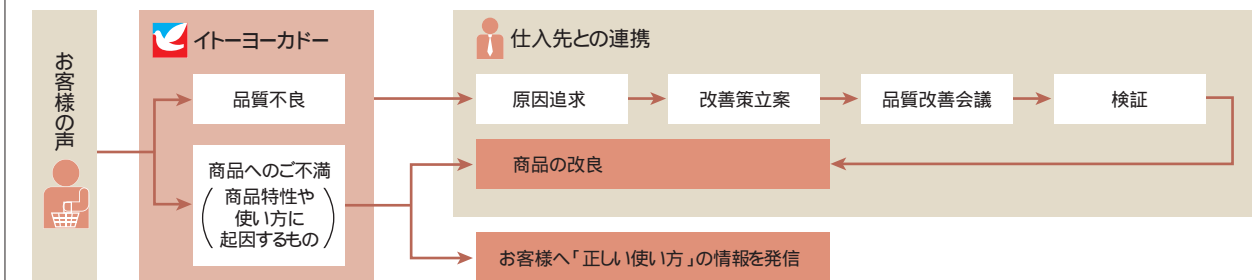
### 住居品の改善例

液体状の洗濯用柔軟剤のキャップが緩んでいたため「買い物を終えて車のシートに置いたさいに漏れてしまった」というご不満が寄せられました。

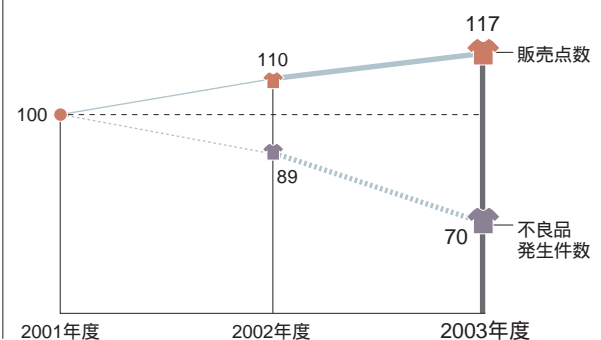
メーカーに改善を依頼し、一部の商品から先行してキャップにマークを付け、確実に閉まっていることを確認できるようにしました。これによって、お客様だけでなく、レジ担当者や売り場責任者もキャップの緩みを発見しやすくなりました。



図2 品質不良・ご不満への対応



グラフ3 不良品発生件数の推移  
2001年度を「100」として算出。





ここ数年、企業の不祥事が相次いでいますが、イトーヨーカドーは大丈夫ですか？



『お客様に関わる自主行動基準』を策定し、お客様への責任を全社員に明らかにしました。

## 『お客様に関わる自主行動基準』の策定

イトーヨーカドーは、2003年に『お客様に関わる自主行動基準』を策定しました。

この自主行動基準には、「お客様に対する責任」「商品に対する責任」についての基本姿勢・方針のほか、お客様から寄せられたご意見・ご不満、当社が営業活動をしていく上で知り得たお客様情報に関する社内管理基準なども定めています。また、この自主行動基準に基づき、2005年4月までに、IYグループ全社で「個

人情報保護法」の規定に準拠した個人情報の安全管理体制を整えることを計画しています( P17 )。

今後も、この内容を全社員へ周知徹底するとともに、社員の教育研修に組み込み、お客様との信頼関係をより一層強固なものにしていきます。

「自主行動基準」とは

度重なる企業不祥事から内閣府が企業と消費者との信頼関係を再構築するために企業自ら策定することが望ましいと指導するもの。内閣府が作成したガイドラインには、個々の事業者の経営姿勢やお客様に関わる方針、遵守すべき法令などを盛り込むことが望ましいと書かれています。

## 『お客様に関わる自主行動基準』

はじめに

### 第1章 お客様に対する責任

- 〔1〕基本姿勢 ●
- 〔2〕適正な商品表示
- 〔3〕お客様の誤解を生じさせない広告・表現の方法
- 〔4〕お客様に対する情報の開示
- 〔5〕緊急時および商品の重大な欠陥・事故が発生した場合の対応
- 〔6〕環境配慮に関する情報
- 〔7〕個人情報の保護と管理 ●
- 〔8〕商品やサービスへのご意見・ご要望の取り扱い

### 第2章 商品に対する責任

- 〔1〕商品の安全性の追求
- 〔2〕商品の質の向上
- 〔3〕お取引先とのパートナーシップ

### 第3章 実践と運用

- 〔1〕社内体制
- 〔2〕対象者の範囲
- 〔3〕ヘルプライン
- 〔4〕モニタリング
- 〔5〕見直し・改定
- 〔6〕再発防止の仕組み

## 抜粋

### 〔1〕基本姿勢

事業活動を行ううえで、関係する法令・ルールを遵守し、経営倫理、社会的な規範も踏まえたうえで、公正な販売活動を行います。またお客様の立場にたち、企業として常に誠実な態度でお客様に接するとともに、お客様に喜んでいただける価値ある商品とサービスを提供するよう努力いたします。

### 〔7〕個人情報の保護と管理

イトーヨーカドーでは、事業活動を行ううえでお客様からお預かりした氏名、住所、電話番号などの個人を識別できる情報(以下個人情報と称します)は、安全対策などを講じ適切に保護・管理するとともに、個人情報に関わる従業員に対しては、教育や啓発を実施いたします。

## 「お客様の声」をグループ全体で共有

IYグループは、毎月『IYグループ消費者室委員会』を開催し、IYグループ各社に寄せられた「お客様の声」を共有しています。

この委員会では、「今月の課題」「実施したこと」「取り組み結果」「来月の取り組み」などを具体的な事例をあげながら発表し合い、グループ全体でのお客様のご不満の解消に努めています。



# 安全で快適な 店舗づくり

お客様との対話 

## 店舗管理のチェックポイントを明文化

イトーヨーカドーは、お客様に安心して気持ちよく買い物をしていただけるように『お客様に喜ばれるお店づくり(店舗管理編)』というリストを作成しました。

これは、店舗管理チェックポイントを具体的な写真を交えて記載したもので、これを開店前・営業時間中の巡回点検時に確認しています。

チェック項目の一例



**駐車場**  
路面表示や案内板が見やすいか、汚れや破損がないか、ゴミが落ちていないかなどをチェック



**通路**  
通路に什器がはみ出していないか、シャッターラインや防火扉の周りに物がいないかなどをチェック

### 巡回点検場所とチェック項目

駐車場	平面駐車場入口 / 平面駐車場内 / 車椅子のスペース / 立体駐車場入口 / 立体駐車場内 など
駐輪場	案内表示 / 不法駐輪 / 設備 / 整理状況 など
店舗外周	屋上看板 / 垂れ幕 / 植栽 / リサイクルボックス など
お客様出入口	店頭広場 / ゴミ箱 / ガラスドア / 案内掲示板 など
売り場	通路 / 天井 / 防火扉 / 非常口・避難通路 など
サービス設備	お客様用トイレ / 『お客様の声ボックス』 など
バックルーム	非常通路 / 防火扉 / 非常階段 / 消防設備 など

## 店内設備・駐車場の改善

イトーヨーカドーでは、設計段階や什器の開発・選定段階からお客様の安全への配慮を行っています。また、店舗や駐車場などで事故が起きた場合には、その原因を分析し、より安全な店舗づくりのための設備・什器の改善に努めています。

### エスカレーターの安全確保に関する研修を実施

エスカレーターの事故が社会的な問題となっていることから、イトーヨーカドーは2004年6月、テナントも含めた全店舗・全社員を対象に教育研修を実施しました。

この研修では、緊急停止方法とセンサー位置の確認をはじめ、エスカレーター付近で遊んでいるお子様への注意、営業時も社員自らがエスカレーターを利用して安全性を確認することなどを再確認しました。



### 「陳列用フックキャップ」の導入

買い物をされていたお子様が、商品のかかっている陳列用フックでけがをしてしまうという事故が起きたため、お子様が多く利用される玩具・文房具売り場を中心に、「陳列用フックキャップ」を取り付けました。



## 「バリアフリー」から 「ユニバーサルデザイン」へ

イトヨーカドーは、1994年から、高齢者や障害のある方、妊娠中の方にも快適に買い物をしていただけるよう、店舗設備を「バリアフリー」化してきました。

たとえば、新規店舗の開店や既存店の改装時には車椅子のご用意、車椅子に対応した駐車スペースやエレベータ、車椅子の方もご利用いただける『ゆったり試着室』、点字案内板など、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。(一部の店舗で備えていない場合もあります)

さらに、こうした考え方を一歩進め、2000年11月にオープンした木場店(東京都江東区)以降の新店舗では、施設、設備から什器に至るまで、従来のバリアフリーに加え、「ユニバーサルデザイン」の視点を取り入れています。

ユニバーサルデザインは、障害の有無、年齢、性別、体格、国籍、人種に関係なく、誰もが使いやすく、快適であるよう配慮した商品や施設、サービス、社会をめざす考え方です。

バリアフリー対応店舗	58店舗
うちハートビル法認定店舗	39店舗
うちユニバーサルデザイン対応店舗	8店舗

(2004年2月現在)

上記該当店舗は、当社ホームページ上でご覧いただけます。

### ハートビル法

「高齢者、身体障害者等が円滑に利用できる特定建築物の建築の促進に関する法律」の略称。病院やショッピングセンターなど不特定多数の方が利用する建築物(政令で定める)に対し、高齢者や障害を持った方にとっての利便性に関する基準を設けています。都道府県では、この基準を満たした建物を「ハートビル法認定建築物」として認定しています。



## 社員の手話習得を支援

耳の不自由なお客様へのスムーズな接客を実現するために、イトヨーカドーは新入社員の合宿研修時に基本的な手話の習得を取り入れるなど、社員の手話習得を支援しています。

2003年にオープンした奈良店・拜島店・東大和店・立場店では、社員と近隣の既存店舗社員を対象に外部講師による手話講座(初級技能レベル)を実施し、修了者93名に初級バッジを交付しました。

また、全社員を対象にした社外通信教育「手話技能修得コース」を修了した社員にも手話バッジを交付しています。売り場では、現在約1,000人の社員が手話バッジを取得し、名札の下に取り付けています。



点字案内板と無料貸出し車椅子



点字付階段



多目的トイレ



ゆったり試着室

## お子様連れのお客様のために

イトーヨーカドーのお客様には、お子様連れの方も多く、そうしたお客様にも、ゆっくりと買い物をしていただきたいと考えています。

そこで店舗内に『赤ちゃん休憩室( P47 )』『ちびっこ広場』を設置しています。また、お子様を乗せられる人気キャラクター付き買い物カート『fun cart( ファンカート )』も置いています。



2003年度の設置状況

『赤ちゃん休憩室』	170店舗
『ちびっこ広場』	165店舗
『fun cart( ファンカート )』	68店舗( 3,156台 )

## 補助犬をお連れのお客様のために

2003年3月1日より、すべての店舗で補助犬( 盲導犬・介助犬・聴導犬 )をお連れのお客様にも安心してお買い物していただける体制を整備しました。

店舗入口ドアには「補助犬同伴可」のシールを貼付し、障害のあるお客様にお知らせするとともに、一般のお客様にご理解とご協力をお願いしています。また、社員に対しては、介助が必要な方へのお声かけ、補助犬にさわったり食べ物を与えたりしないことなどを指導しています。さらに、補助犬の育成・訓練、認定試験の場所として、地域行政や補助犬協会に店舗スペースを提供しています。

2003年9月には、当社の積極的な補助犬受け入れに対し、厚生労働省から感謝状が贈られました。



## 喫煙されないお客様への配慮

2003年5月1日に「健康増進法」が施行されたことを受けて、イトーヨーカドーは店内の喫煙所を原則1カ所にまとめました。

また喫煙所の設置場所は、吹き抜けなどがあり、煙がこもらないスペースとし、お客様の出入口やお子様連れのご家族が長時間利用される場所は極力避けるなど、喫煙されないお客様に配慮しています。



## 安全と人権に配慮した警備

近年、お客様で賑わうスーパーマーケットや百貨店をねらった置引きやスリ、万引きなどが増加しています。こうしたなか、イトーヨーカドーでは、お客様に安全に、安心して買い物をしていただけるよう、警備会社と契約して各店舗へ警備員を配置しているほか、店内放送を通じてお客様に注意を呼びかけています。

警備員に対しては、「万引きなどを発見したさいも」住所・氏名・年齢・電話番号などは一切聞かないこと、「商品は自主的に返還するようお願いし、身体検査は一切行わないこと」など、人権の擁護を十分に配慮し、徹底しています。また、悪質な犯罪が行われた事実を確認した場合には、速やかに警察に通報しています。



Dialogue 2



## お取引先との対話

公正な取引と連携を強化する専門組織を発足し、商品開発や品質改善に取り組んでいます。

イトーヨーカドーは、お取引先に信頼される企業であり続けるために、公正な取引を推進する専門委員会やお取引先との連携を強化する協力を発足。お互いの情報を共有しながら商品開発や品質改善に取り組んでいます。

35 公正な取引の徹底

37 仕入先との連携

38 店舗運営におけるお取引先との連携

# 公正な取引の徹底

お取引先との対話



## 『FT(フェアトレード)委員会』▶図1

イトーヨーカドーは、社是で「お取引先に信頼される誠実な企業でありたい」と明言し、創業以来、公正な取引と信頼関係の構築に取り組んでいます。

こうした取り組みを継続するために、1999年に、社長を委員長、各部門の責任者を委員とした『FT(フェアトレード)委員会』と、その中核組織として専任スタッフを配置した『FT委員会事務局』を発足し、社外との取引が公正であるか否かを厳格にチェックする体制を整えました。

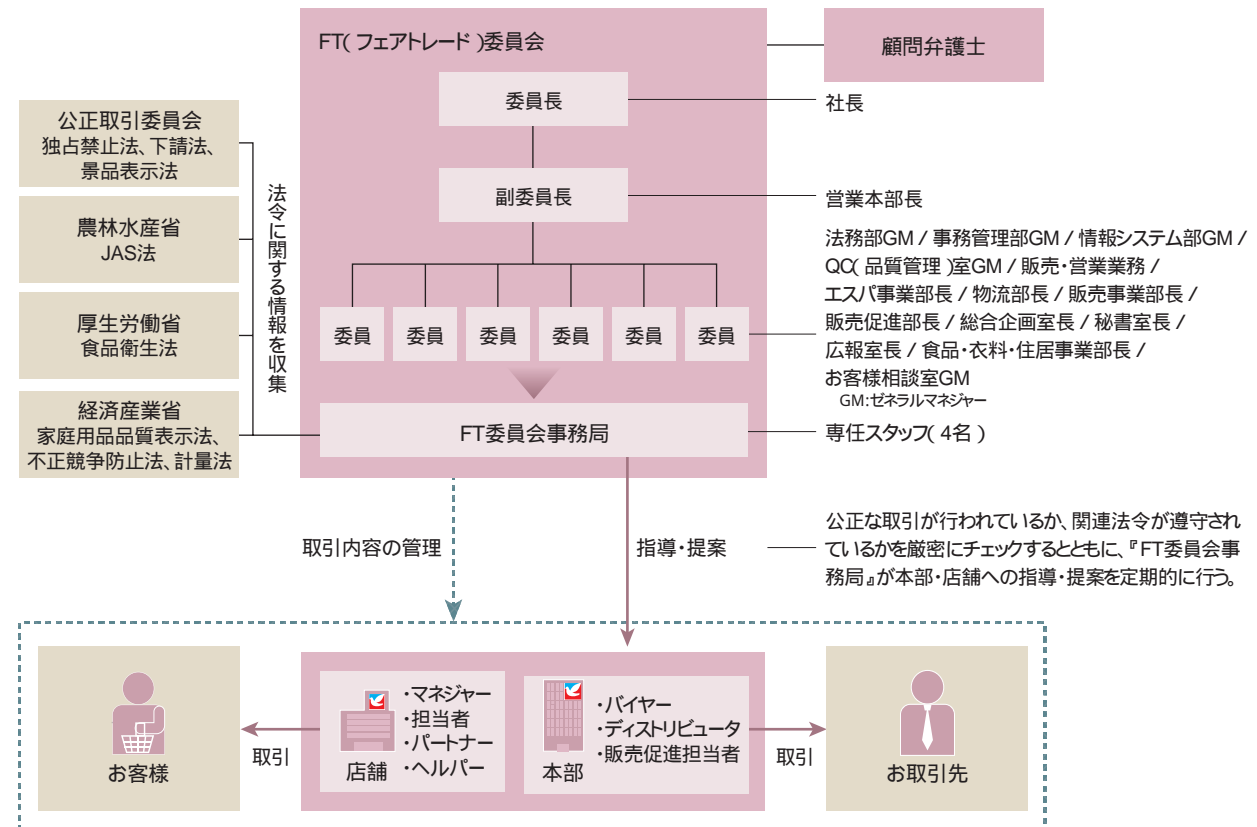
当社は、この体制のもと、社内に法令違反や反社会的な行為が発生しないよう社員に対する教育・研修を実施し、取引面でのコンプライアンスの強化に取り組んでいます。

## バイヤー、ディストリビュータへの教育

お取引先との取引が公正なものであり続けるよう『FT委員会事務局』は独占禁止法や下請法など、商品の仕入や販売に関連する法令をわかりやすくまとめた独自のガイドブックを作成。これをもとにバイヤー(仕入責任者)とディストリビュータ(売り場)の商品提案・配送責任者を対象とした社内研修を年2回実施しています。



図1 『FT(フェアトレード)委員会』の組織体制



## 『お取引先行動指針』を作成中

経済のグローバル化が進むなか、企業は自社の事業活動だけでなく、サプライチェーン全体を見渡して、お取引先に対しても環境保全や法令遵守、労働条件への配慮などの社会的責任（CSR）を求めはじめています。

イトーヨーカドーは、現在当社自身が遵守すべき事柄をまとめた『IYG企業行動指針』『お客様に関わる自主行動基準』（P30）をもとに、『お取引先行動指針』の作成に取り組んでいます。

この『お取引先行動指針』は、適用される現地社会の法令や国際ルールの遵守はもちろん、児童労働や強制労働の禁止を含む「人権の尊重」「雇用・職場環境」、さらに「環境保全」「地域社会との関係」「情報の管理」などについて定めたものになる予定です。

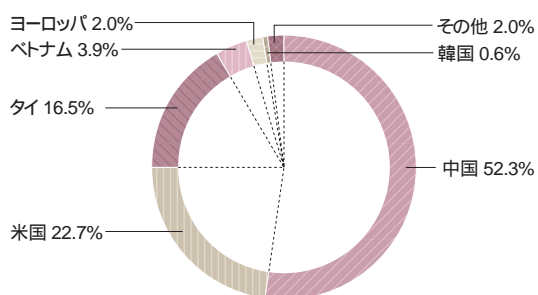
この指針を通じて、当社のお客様に対する考えをお取引先にご理解・遵守していただくことで、お客様からの信頼を獲得していきたいと考えています。

## 直接輸入と間接輸入の状況 ▶ グラフ1、2、3

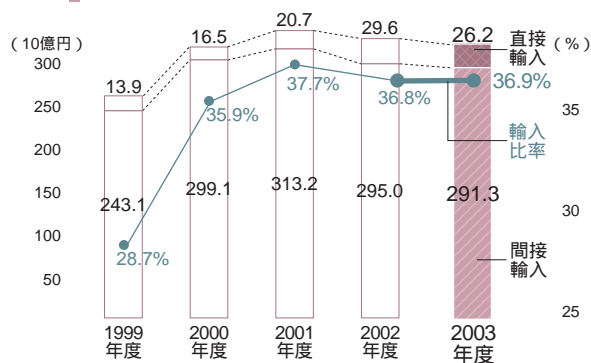
イトーヨーカドーが取り扱う輸入商品には、当社が仕様書を作成し、輸入する「直接輸入商品」と、それらの業務をお取引先などに依頼する「間接輸入商品」があります。

2003年度の総輸入額は、前年度から減少しましたが、仕入総額が減少したことで、部門別の輸入比率は全部門ともに増加しています。

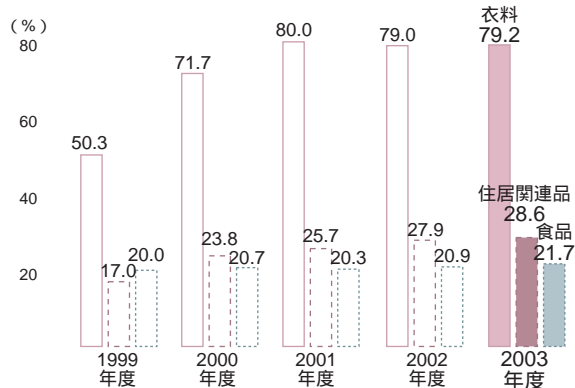
グラフ1 輸入国の割合



グラフ2 輸入額と輸入比率の推移



グラフ3 部門別輸入比率



イトーヨーカドーは取引先に何を求めていますか？



確かな品質・安全性は当然のこと、コンプライアンスや環境、人権にも配慮いたしたいと考えています。

# 仕入先との連携

お取引先との対話



## 『チーム・マーチャライジング』

イトーヨーカドーは、お客様の声や最新の流行を商品開発の現場に的確に伝え、お客様に喜ばれる商品をつくるために、1982年から、仕入先と連携してオリジナルの商品を開発・調達する『チーム・マーチャライジング』に取り組んでいます。

これは、当社のバイヤーが生産、物流、販促など各分野の外部スタッフを集めてチームを編成し、各自が持っている最新情報を交換して共有しながら、新しい商品の開発や調達を行うものです。

これにより、お客様のご要望や市場の傾向にマッチした商品を素早くつくり、売場に並べることが可能になり、売れ残り・品切れ防止などにも効果を発揮しています。また、仕入先の商品開発力や生産力のレベルアップにもつながるものと考えています。

## 日本の技術を生かした商品ブランド

### 『メイド イン ジャパン』

イトーヨーカドーは、2002年5月から「まじめにつくる、ていねいにつくる、しっかりつくる。」をスローガンとした商品ブランド『メイド イン ジャパン』の販売を開始しました。

現在、さまざまな産業分野で生産拠点を海外へシフトする動きが活発化していますが、日本各地にはまだまだ活用すべき技術や技能が残されています。『メイド イン ジャパン』は、そうした日本各地に残る技術を生かし、高付加価値な商品をつくりだすことで、お客様に「日本製」の魅力を再認識していただき、日本国内の産地・メーカーの活性化に貢献することを目的としています。

また、大量生産・安定供給が前提となる全店一律販売ではなく、価値ある商品であれば生産量・生産期間を問わないことを基本方針とし、一部の店舗だけで販売することもあります。

2003年度は、衣料品935品目(190産地)、住居関連品145品目(19産地)を販売し、年間売上は200億円を超えました。今後はさらに商品ラインナップを拡充し、

2004年度に売上300億円を達成することを目標としています。

## 日本初の「ナノテク衣料」を商品化

イトーヨーカドーは2004年2月、衣料に用いられる繊維を従来不可能だったナノ(10億分の1メートル)レベルで加工し、優れた耐久性・撥水性・防汚性・吸水速乾性などの機能を付加した「ナノテク衣料」を日本でいち早く商品化。この技術を利用して、婦人・紳士・子供衣料のほか、傘や靴、帽子などのシリーズ商品を開発しています。この商品は、分子レベルで繊維を加工する独自の技術をもった香港のnano-tex社との連携によって実現しました。

販売初年度となる2004年度は、100億円の売上を目標としています。



### ナノテク

「ナノテクノロジー(nano technology)」の略。10億分の1メートルという微細なレベルで原子・分子を操作して物質を変化させる技術で、半導体や機械、医療分野などで用いられています。

## 『メイド イン ジャパン』の商品例



「兵庫県豊岡のお仕立て鞆」



「新潟県燕市のステンレス三層鍋」

## Made in Japan



「横浜のプリントスカーフ」



「兵庫県西脇のドビーストライブシャツ」

# 店舗運営における お取引先との連携

お取引先との対話



## 仕入先との『品質改善会議』

イトーヨーカドーは、商品の品質向上や不良品発生率の低減に向けて、仕入先と個々の商品の問題点や改善策を話し合う『品質改善会議』を、衣料品・住居関連品は年1回、食品は年に数回開かれるお取引先との定期会議に合わせて開催しています。

会議当日は、実際に店舗で起きた不良品や商品表示の誤りなどの事例を展示した『品質改善提案展』も併せて開催し、より正しく、確実に問題点と改善策を理解し共有化できるように工夫しています。

## お取引先との信頼関係を築く『千羊会』

IYグループは、グループの経営方針をお取引先に伝え、相互の信頼関係を築く機会として1970年に『千羊会』を設立しました。

『千羊会』では、お取引先からトップの方々をお招きして、IYグループの経営方針や考えを直接伝える「総会」を毎年5月に、また、食品と衣料・住居関連品のお取引先から、IYグループ各社の商品・売り場・システムなどに関するご意見・ご提案をいただく「お取引先懇談会」を年2回(春秋)開催しています。

また、「総会」においては、『チーム・マーチャンダイジング』(P37)による商品開発等で貢献して下さったお取引先への表彰先行っています。

『千羊会』への入会にあたっては、「変化への対応力」「商品開発力」「量的・質的対応力」などを基準にしており、現在、798社の主要なお取引先が参加しています。

## テナントとの交流を図る『専門店会』

イトーヨーカドーは店舗内に誘致した専門店(テナント)と連携し、より良い店舗運営を実現するために1970年代に『専門店会』を発足。売り場の運営や会社経営に関するノウハウを共有化するために、会誌の発行や各種コンテスト、教育セミナーを実施しています。また、各店舗では合同朝礼や交流会も行っています。

2004年2月時点で、イトーヨーカドー178店舗に21業種、3,500店の専門店が出店しており、そのうち『専門店会』に参加しているテナントは計3,200店です。

## 会誌『フレンドリー』を発行

テナント間、テナントと当社間のコミュニケーションを促進するために、会誌『フレンドリー』を毎月1回発行し、専門店のオーナー様や店長様、ショッピングセンターの支配人、さらにはイトーヨーカドーの店長およびマネジャーに配布しています。

## 『販売コンテスト』の実施

専門店が相互に協調し、それぞれの売上目標を達成していくことは、店舗全体の活性化につながるのと考えから、イトーヨーカドーは『専門店会』のテナントを対象に、毎年『販売コンテスト』を開催しています。

2003年度は、全てのテナントが参加し、7月1日から12月31日までの6カ月間における売上増加率や単位面積当たりの売上などを競い合いました。

## 教育セミナーの開催

社員に対する教育システムをもっていない中小のテナントを対象に、教育セミナーを開催しています。このセミナーは「指導 具体的な取り組み 効果検証 見直し・指導」というプロセスから成り、具体的な成果があらわれるまで何度も繰り返して実施します。2003年度は「接客」をテーマに、全国10カ所で、500店舗を対象に実施。成果があらわれるまで4回繰り返しました。







## 店舗の清掃状況を評価・管理する『IYクレンリネス協力会』▶図1

IYコーカドーは、全店舗の売り場が常に衛生的かつ快適に保たれるよう、1986年に各店舗の清掃業務を委託している清掃会社と清掃関連資機材メーカーが参加する『IYクレンリネス協力会』を設立しました。

『IYクレンリネス協力会』は、IYコーカドーの店内を効率的に清掃する『I.Y.D.S( IYコーカドー・ドライシステム )』を確立し、全店舗で標準化。また、清掃会社の責任者による自己評価と店長・次長による評価を照らし合わせ、その妥当性を『IYクレンリネス協力会』が客観的にチェックする仕組みを構築することで、全店舗の清掃作業の均一化とより一層の効率化、レベル向上を図っています。

2004年2月時点で、清掃会社と清掃関連資機材メーカー合わせて45社が『IYクレンリネス協力会』に参加しています。

## 廃棄物のリサイクル化を推進する『IY資源化推進協力会』▶図2

IYコーカドーは、1995年から廃棄物の処理や資源化を委託しているお取引先と情報を共有化し、廃棄物処理環境の整備、リサイクルの推進、技術開発などを進める『IY資源化推進協力会』を設置しています。

2003年度は、本来の活動に加えて、各店舗の廃棄物処理業者を集めて生ごみの肥料化工場3カ所、廃プラスチックの燃焼を利用したごみ発電施設1カ所、さらに廃プラスチックの燃焼熱を利用して野菜を栽培している施設1カ所を視察しました。

2004年2月末現在、98社のお取引先が協力会に参加し、下記の活動に取り組んでいます。

### 『IY資源化推進協力会』の主な活動

- 廃棄物処理マニュアルの作成
- リサイクル技術や新技術の共有
- 分別や廃棄物処理作業の標準化
- 新店舗の実務担当者への研修
- 年2回の総会開催
- 廃棄物処理技術や情報の交換



図1 『IYクレンリネス協力会』の体制

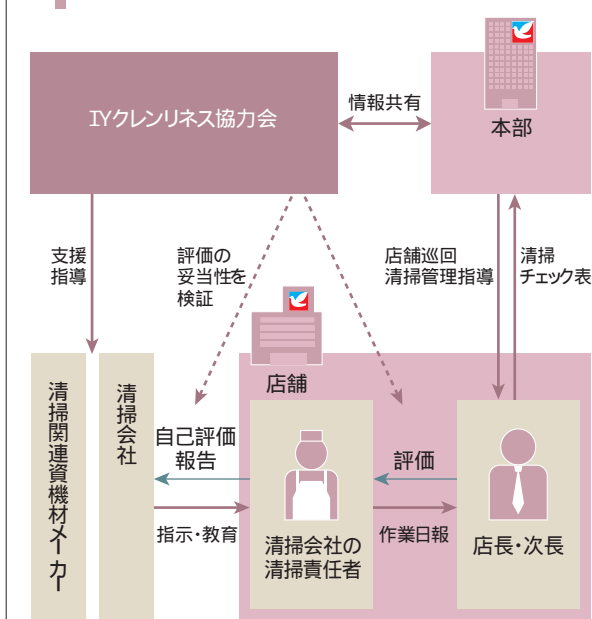
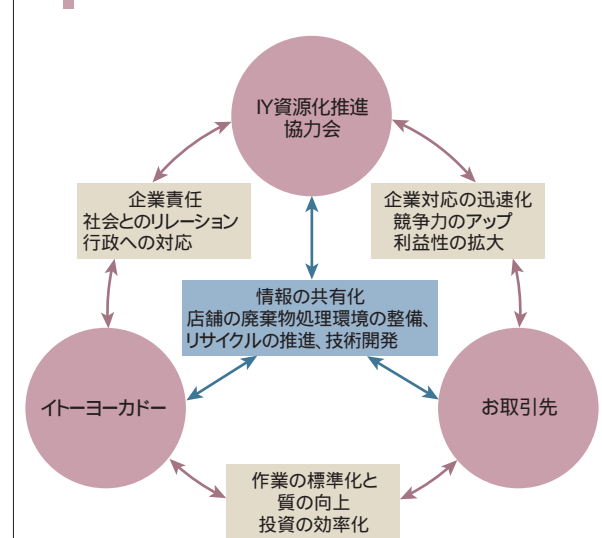


図2 『IY資源化推進協力会』の位置づけ



Dialogue 3

## 株主との対話



経営の健全性、透明性、効率性を高めながら、  
安定的な利益還元に努めています。

イーヨーカードは、新しい価値をもつ商品・サービスの創出によって  
安定的な利益確保と事業の拡大・発展に取り組むとともに、  
株主の皆様への積極的かつ迅速な情報開示を実践しています。

41 2004年2月期の概況

43 株主・投資家の皆様とのコミュニケーション

44 SRI(社会的責任投資)の組み入れ状況

# 2004年2月期の概況

株主との対話



## 決算概況

当期は、雇用の冷え込みや給与所得の低水準化、社会保険料が総報酬制に移行したことなどが影響し、お客様の購買行動は依然として慎重でした。さらに、冷夏や暖冬といった天候不順も影響し、小売業全体も低調に推移しました。

こうした状況にあって、イトーヨーカドーは『メイド イン ジャパン』シリーズ (P37)、「地場農産物」の拡大 (P23) など、付加価値の高い商品の販売に注力しました。

連結決算では、セブンイレブン・ジャパンの商品開発力や積極的な出店戦略によってコンビニエンスストア事

業が増収増益となったこと、アイワイバンク銀行のATM設置や提携金融機関の拡大にともない金融事業が大幅に業績改善したことなどが寄与し、増収増益となりました。

今後も、ほかでは求め得ない新しい価値ある商品とサービスを迅速かつ適切に提供できる体制を構築し、「お客様を中心に据えた経営」をめざしていきます。

### 総報酬制

社会保険庁によって2003年4月から導入された保険制度。賞与においても、毎月の給与と同様の保険料を負担するというもの。

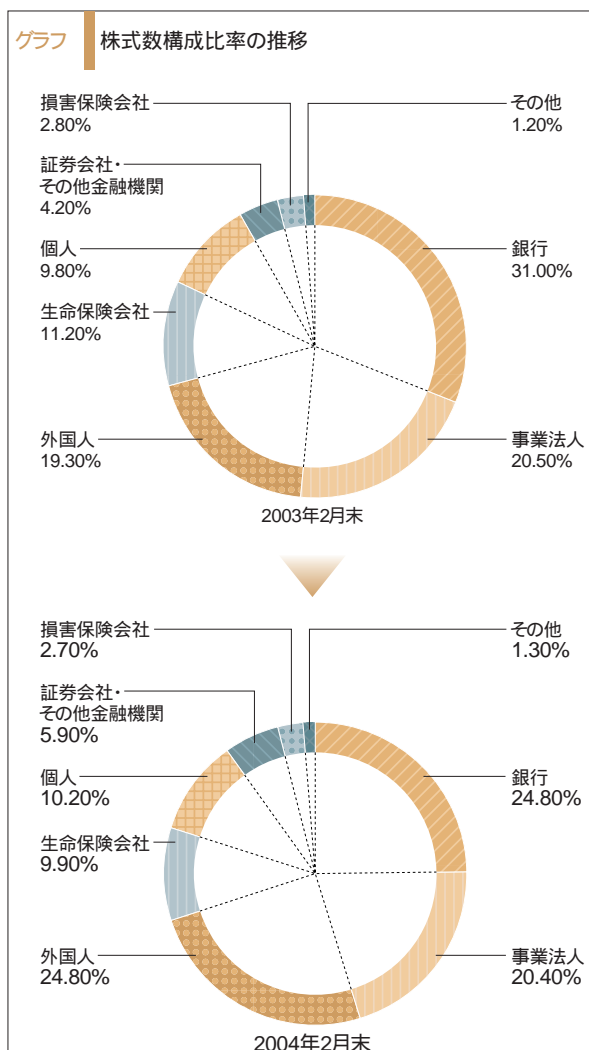
### 主な経営指標の推移

	会計基準	項目	単位	2001年 2月期	2002年 2月期	2003年 2月期	2004年 2月期	2005年2月期予想 または目標
連結	米国	営業収益	百万円	3,103,607	3,332,486	3,342,995	3,338,128	-
		税引前当期利益	百万円	163,781	171,793	159,006	181,021	-
		当期純利益	百万円	48,884	52,323	21,024	49,505	-
		ROE(株主資本当期純利益率)	%	4.8	4.8	1.9	4.5	-
	日本	営業収益	百万円	-	-	3,530,316	3,542,146	3,560,000
		経常利益	百万円	-	-	189,590	200,787	226,000
		当期純利益	百万円	-	-	46,623	53,632	62,000
		1株当たり当期純利益	円	-	-	110.67	128.25	148
		ROE(株主資本当期純利益率)	%	-	-	4.2	4.8	-
	単体	日本	営業収益	百万円	1,479,825	1,510,945	1,527,688	1,493,962
経常利益			百万円	42,094	46,136	49,242	42,317	51,000
当期純利益			百万円	20,005	25,791	42,767	28,695	30,000
1株当たり当期純利益			円	47.99	61.7	101.79	68.65	71.61
ROE(株主資本当期純利益率)			%	2.9	3.7	5.9	3.9	-

2004年2月期から日本会計基準を採用しています。

## ナスダック上場廃止について

イトーヨーカドーは1977年に米国ナスダック市場に上場しましたが、近年、外国人投資家が直接日本市場で取引する動きが活発になったことから、2003年5月に米国ナスダック上場を廃止しました。また、2003年2月通期決算までは主に米国会計基準で開示していた決算情報を、2003年8月の中間決算からは日本の会計基準で開示することとしました。



## 配当に関する基本姿勢

イトーヨーカドーは、市場から調達した資本は、株主の皆様からお預かりしたものと考えています。そこで、ROE(株主資本当期純利益率)や配当性向、内部留保の水準などを総合的に勘案したうえで、利益を還元していくことを基本姿勢としています。

なお、2003年度は1株当たり34円を配当させていただきました。

## 企業格付について ▶表1

イトーヨーカドーでは、株主の皆様には財務の健全性をご理解いただく一つの指標として、格付機関による債券格付を利用しています。

当社は、世界の小売業の中でもとくに優れた財務体質をもつ企業として、さまざまな格付機関において高い評価を受けています。

表1 イトーヨーカドーの債券格付(2004年3月31日現在)

主な格付機関	長期格付	短期格付
スタンダード&プアーズ	AA	A-1+
ムーディーズ インベスターズ サービス	Aa3	P-1
格付投資情報センター	AA+	-
日本格付研究所	AAA	-

短期格付は、イトーヨーカドーの保証のもとに連結子会社である7-Eleven, Inc.が発行しているコマーシャルペーパーに対する格付を指します。

## 単位株の引き下げについて

イトーヨーカドーは、株式の1単元の投資単位を1,000株から100株に引き下げること、2004年4月8日に開催した取締役会で決議しました。

この施策は、個人投資家をはじめ、多くの方々が当社株式を取引しやすい環境をつくり、流動性をさらに向上させることなどを目的としたものです。新しい単位での取引は、2004年8月2日から開始されました。

# 株主・投資家の皆様 とのコミュニケーション

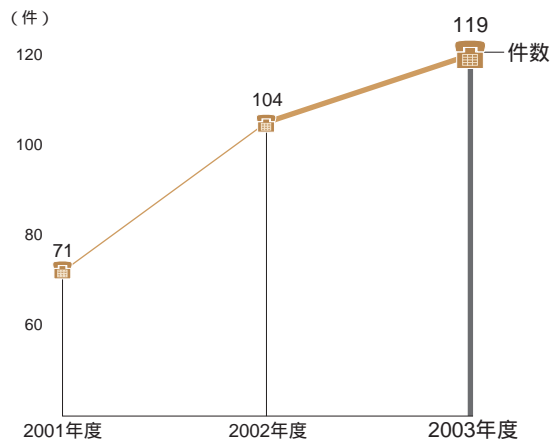


## お問い合わせへの対応と方針 ▶グラフ1 ▶表1

イトヨーカドーは、株主の皆様からのお問い合わせに対し、適正かつ迅速に回答できるよう、社内に専門部署を設けて対応しています。お問い合わせに対しては、「インサイダー情報を漏らさない」など法令遵守に努めるとともに、提供する情報の公平性に配慮しています。

しかし、情報開示については、まだ改善の余地があると認識しています。2004年8月の単位株引き下げにともなって、今後は個人株主の方が増加することが予想されるため、ホームページを活用したコミュニケーションの仕組みを作るなどの方法を検討しています。

グラフ1 株主からのお問い合わせ件数



## わかりやすい株主総会のために

2004年5月27日に開催した第46期の株主総会から、わかりやすい映像を活用した説明資料を導入するなど、株主総会においても当社へのご理解を深めていただくための工夫・改善に努めています。

### 第46期株主総会

参加者 160名  
議決権行使比率 78.78%  
主な質問内容  
当社ホームページについて / 社員教育について / 株主優待について / 自己株式取得について など

表1 お問い合わせ内容の内訳

	構成比
各種手続き(住所変更、税務申告など)	37.3%
業績	15.7%
株価	14.2%
ご意見など	8.2%
資料請求	6.7%
株主優待	5.2%
自己株式取得	4.5%
新聞記事(イトヨーカドーおよびグループ会社に関して)	4.5%
投資単位引き下げ	3.7%



経営情報をもっと開示してください。



ホームページの仕組みを改善するなど  
タイムリーで充実した情報開示に努めます。

# SRK(社会的責任投資)の組み入れ状況

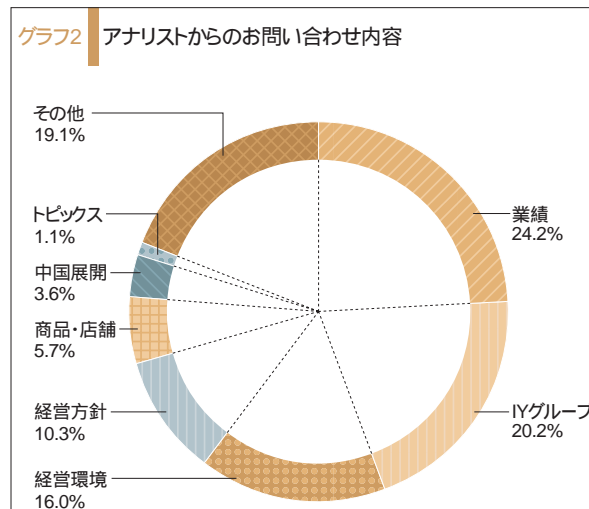


## 投資家・証券アナリストとのコミュニケーション ▶グラフ2

機関投資家や証券アナリストの皆様に対しては、年2回の決算説明会を開催しており、毎回約300人の方が参加しています。

今後も決算説明会以外のミーティングやIRツールの充実を図るなど、当社への理解をより一層深めていただくための活動を継続していきます。

- 2003年度の主な取り組み
- 決算説明会(年2回)
  - 1社ごとの個別ミーティング(年間約400件)
  - 数社共同のスマールミーティング
  - 商品説明会(年1~2回)
  - 店舗見学会(年1~2回)



## 国内外の評価機関から高い評価を獲得

株式投資を検討するにあたって、企業の財務状況や成長性だけを評価するのではなく、その企業がどのように社会的責任を果たしているかまでを検証し、投資の可否を判断する「SRK(社会的責任投資)」が注目を集めています。

このSRKの投資先評価基準には、環境への配慮や法令遵守のほか、雇用の維持・拡大、地域社会への貢献などがあります。イーヨーカードは、これらの項目において、国内外の企業評価機関から高い評価を受け、当社株式は数多くのSRKファンドに組み入れられています。

小売業に対するお客様の関心は今、商品・サービスの品質だけでなく、安心・安全の確保、そして企業行動全般へと広がっています。当社は、社是に掲げている「誠実さ」をベースに業務改革を推進し、収益力向上は当然のこと、さまざまな社会的責任を果たしていくことで、企業価値を高め、株主の皆様への安定的な利益還元が続けられるよう努めています。▶表1、2

表1 米国および欧州のSRK調査機関の主な評価項目

環境経営の実践	動物(実験)に対する配慮
女性に対する配慮	武器製造・取り扱いの有無
マイノリティに対する配慮	同性愛者に対する配慮
慈善活動の実績	外国人の人権・労働環境への配慮
コミュニティへの配慮	タバコに対する配慮
社員家族に対する配慮	特定事業との関わり
雇用・労働環境に対する配慮	・ギャンブル ・アルコール
ディスクロージャーの内容、程度	・原子力発電



## 安定性の高い配当を実現するための施策は?



業績向上は言うまでもなく、CSRへの取り組みを含めた企業価値の向上を図ります。



表2 SRK (社会的責任投資)の組み入れ状況

純資産は2004年4月30日現在

各ファンドの基準日時点での組み入れ状況であり、本報告書の発行時点で最初の基準日を迎えていないファンドについても全て「-」と表記しています。

	ファンド名称	設定・運用会社	組み入れ企業評価機関 (スクリーニング担当)	設定時期	イトーヨーカドーの 組み入れの有無	純資産(億円)
環境 配慮型	日興エコファンド	日興アセットマネジメント	グッドバンカー	1999年8月	-	414
	エコ・ファンド	興銀第一ライフ・アセットマネジメント	グッドバンカー	1999年10月		4,717
	UBS日本株式会社エコ・ファンド (エコ博士)	UBSアセットマネジメント	日本総合研究所	1999年10月	-	3,734
	グローバル・エコ・グロス ファンドBコース「Mrs.グリーン」	大和住銀投信投資顧問	イノベスト社(米)	2001年6月	-	3,997
	グローバル・エコ・グロス ファンドAコース「Mrs.グリーン」				-	2,486
	エコ・パートナーズ「みどりの翼」	UFJパートナーズ投信	UFJ総合研究所	2000年1月		2,890
	「ぶなの森」 (損保ジャパングリーンオープン)	損保ジャパングローバル投信投資顧問	損保ジャパン、損保ジャパン総合研究所、 損保ジャパン・リスクマネジメント	1999年9月		93
	エコ・バランス「海と空」	三井住友海上アセットマネジメント	インターリスク総研	2000年10月		1,165
環境& 社会性 配慮型	日興グローバル・サステナビリティ ファンド(ヘッジあり)「グローブ」	日興アセットマネジメント	SAM社(スイス)	2000年11月		1,398
	日興グローバル・サステナビリティ ファンド(ヘッジなし)「グローブ」					843
	朝日ライフSRI社会貢献ファンド 「あすのはな」	朝日ライフアセット マネジメント	ストック・アット・ステイク(ベルギー) パブリックリソースセンター(NPO)	2000年9月		4,153
	住信SRI・ジャパン・オープン 「グッドカンパニー」	住友アセットマネジメント	日本総研	2003年12月	-	151
	UBSグローバル株式40	UBSグローバル・アセット・マネジメント	UBSグローバルアセット(DJSI World参照)	2003年10月	-	117
	ダイワSRIファンド	大和投資信託	インテグレックス	2004年5月	-	200
	野村グローバルSRI100	野村アセットマネジメント	FTSE社	2004年6月	-	-
	フコクSRK(社会的責任投資)ファンド	しんきんアセットマネジメント投信	富国生命投資顧問	2004年4月	-	28

引用:日経金融新聞

海外インデックス・評価機関



Dow Jones  
(米国の投資顧問会社)

URL <http://www.sustainability-index.com/>



FTSE  
(ロンドン証券取引所と  
フィナンシャル・タイムズの合弁会社)

URL <http://www.ftse.com/>



ETHIBEL  
(ベルギーの非営利団体)

URL <http://www.ethibel.org/>



Storebrand  
(ノルウェー最大の保険会社)

URL <http://www.storebrand.com/>

## SRI普及組織「ASrIA」への加盟

「ASrIA( Association for Sustainable & Responsible Investment in Asia )」は、アジア太平洋地域で「企業の社会的責任」と「持続可能な投資活動」を振興させることを目的とする非営利の会員制

組織で、SRI商品やサービスの創出・促進に取り組んでいます。

イトーヨーカドーは2001年度からASrIAの法人会員になっています。





Dialogue 4



## 地域社会との対話

地域の「生活拠点」となることをめざし  
地域社会・地域の人々との交流を深めています。

イトヨーカドーは、出店地域の人々にとっての「生活拠点」となることをめざし、  
育児の相談をはじめ、自治体や学校への研修協力、災害時の支援、  
寄付金活動など、さまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。

47 地域の方々の子育てを応援

50 地域社会との連携

52 災害への対策

53 出店地域への責任



# 地域の方々の 子育てを応援



## 『赤ちゃん休憩室』の設置

イトーヨーカドーは、乳幼児をお連れのお客様にも安全かつ快適に買い物を楽しんでいただけるよう、170店舗に『赤ちゃん休憩室』を設けています。

この休憩室には、おむつ交換用シート、乳児用の身長計・体重計のほか、調乳用温水浄水器、授乳室、お子様用トイレ（2004年7月現在9店舗）などを設置しています。また、休憩室内には、保健師や助産師が出産・育児の無料相談に応じる『マタニティ・育児相談室』を併設しています。

## 『マタニティ・育児相談室』の開設 ▶グラフ1、2、3

少子化・核家族化などの社会変化にともなって、地域のお母さん、お父さんが出産や育児に関する不安や悩みを相談できる人や場所が少なくなっています。そこでイトーヨーカドーは1975年から妊娠・出産・育児について気軽に相談できる『マタニティ・育児相談室』を店舗の『赤ちゃん休憩室』内に開設しています。

この相談室では、毎月2～6回、無料で妊娠・出産・育児の相談に応じており、予約なしでもご利用いただけます。また、行政の子育て相談窓口と連携をとり、適切なアドバイスができるように努めています。さらに、妊娠・出産・育児のアドバイスやお母さん同士の交流、相談室の認知度向上などを目的とした各種イベントの開催、看護学・助産学・保健学を学んでいる学生への研修など、地域社会に貢献しています。

### 2003年度の活動状況

相談実施店舗	158店舗
相談員数	112人
相談件数(利用者数)	34万4,581件(104,065人)
1回当たりの平均利用者数	16.5人
累計相談件数 ( )内は累計利用者数	687万件(222万人)
イベント実施例	赤ちゃん体操 / おむつはずれ / 虫歯予防 / 離乳食・幼児食 / 事故防止および救急教室 / タッチケア / マタニティスクールなど



赤ちゃんの安全を考えた「調乳用温水浄水器」



ベビーカーゴを入れるゆったりサイズの「お子様用トイレ」



使いやすい「おむつ交換用シート」

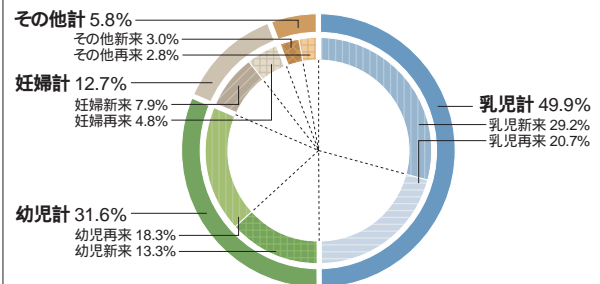


いつでも気軽にお子様の成長を確認できる「身長計・体重計」



専門知識をもった相談員による『マタニティ・育児相談室』

グラフ1 『マタニティ・育児相談室』利用者比率



グラフ2 『マタニティ・育児相談室』相談内容別比率

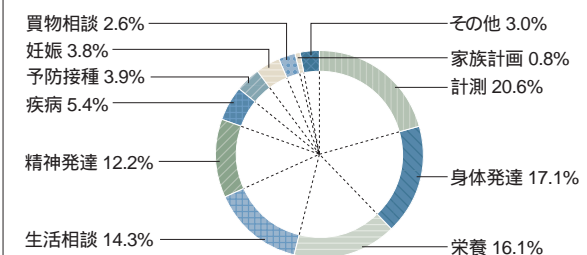
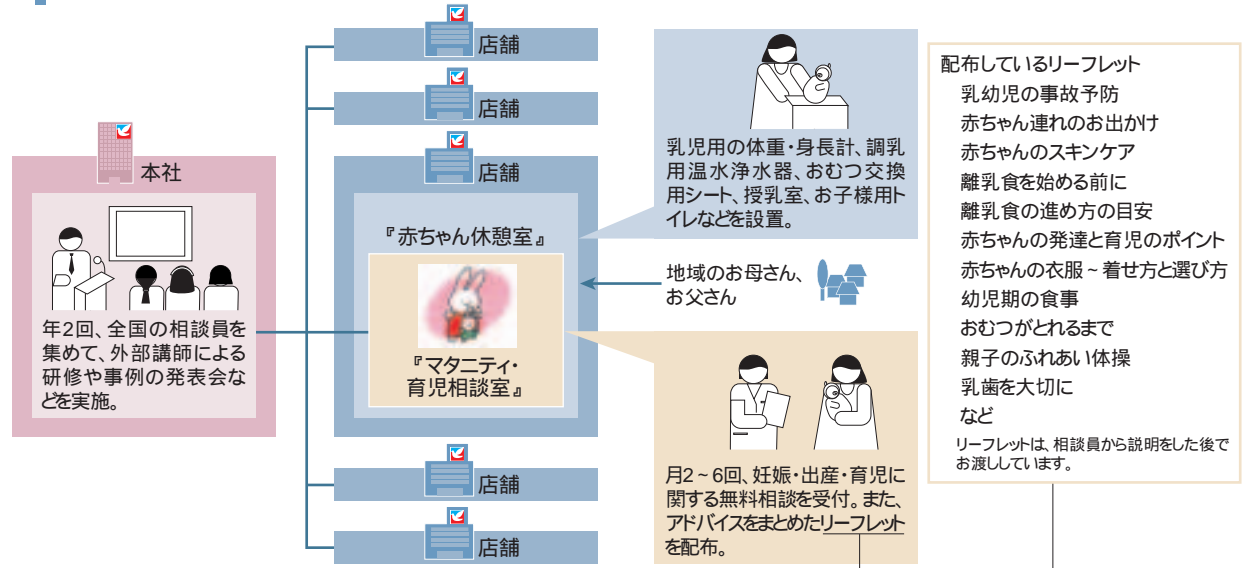


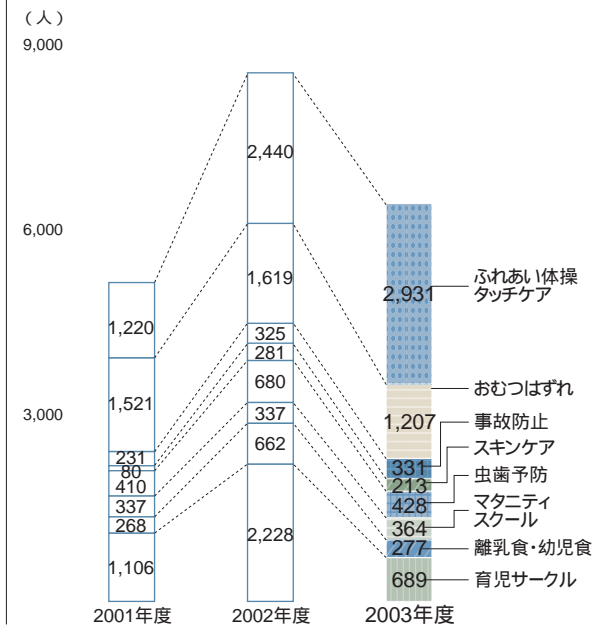
図1 出産・育児の応援体制



育児相談のイベント  
「おむつはずれの勉強会」



グラフ3 『マタニティ・育児相談室』イベント参加家族数





## 相談員に対する各種研修を実施

『マタニティ・育児相談室』の相談員を務める保健師、助産師の知識・スキルを向上させるために、毎年2回、相談員を集めて各種の研修を実施し、必要な情報を提供しています。研修のテーマは毎回異なり、助産師、保健師それぞれが習得してきた知識・スキルの違い、『マタニティ・育児相談室』へ寄せられるさまざまな相談内容などを考慮した内容となっています。

2003年度は「母乳育児」について、また2004年度は幼児の死亡原因の一位を占める「不慮の事故」をテーマに、外部から講師の方を招き、その予防法やお母さん、お父さんへのアドバイスのポイントなどを学びました。



山中龍宏先生による研修



代表相談員による発表

### 社外講師による相談員研修会議

「子どもの事故の現状とその予防」(2004年度)

講師: 緑園こどもクリニック院長  
子どもの事故予防情報センター代表  
山中 龍宏先生

「乳房管理・授乳指導から、母乳育児支援へ」(2003年度)

講師: 聖路加国際病院助産師  
国際認定ラクテーション・コンサルタントIBCLC  
井村 真澄先生

「小児の発達と育児相談時の対応について」(2002年度)

講師: 神奈川県立保健福祉大学教授  
日本タッチケア研究会会長  
前川 喜平先生

「最近の子育て事情・子育て支援について」(2001年度)

講師: 恵泉女学園大学教授  
子育てひろば「あい・ぼーと」施設長  
大日向 雅美先生

「子どもと家族・人を信じて自分も信じる子どもに」(2000年度)

講師: 川崎医療福祉大学教授  
ノースカロライナ大学医学部臨床教授  
佐々木 正美先生



誤飲チェッカーに関する説明を実施



グループディスカッション



育児のことを気軽に相談できる人が  
少なくて困っています。



『マタニティ・育児相談室』を開設して29年、  
さまざまなご相談に無料でお応えしています。

# 地域社会との連携

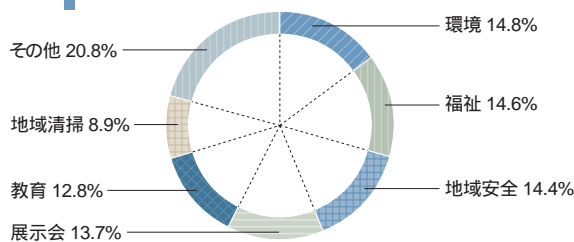


## 店舗を通じた地域社会への貢献 ▶グラフ1、2

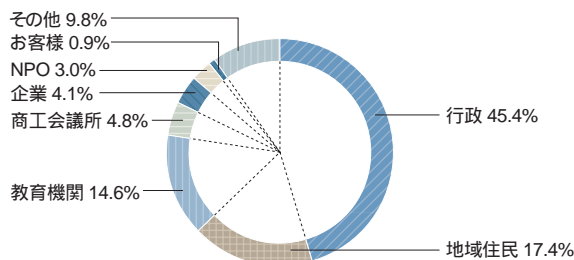
イトーヨーカドーは、出店地域の自治体や各種団体からのご要望に応じて、店舗ごとに地域のさまざまなイベントに参加・協力しています。

2003年度に参加したイベントは、「環境」や「福祉」など、地域社会の維持・発展をテーマとしたものが多く、当社は店舗スペースの提供や資金援助、社員の参加などを通じて、各地域の方々との交流を深めました。

グラフ1 各店舗が参加した地域イベントのテーマ・目的



グラフ2 地域イベントの主権者別内訳



## 地元学校などへの研修協力

イトーヨーカドーは、出店地域の小・中・高等学校からのお申し出に応じて、児童や生徒の皆さんが小売業の店内業務を経験する「体験学習」に協力。実施店舗の社員が指導員となり、朝礼やバックルームでの品出し作業、売り場での接客、商品の包装などを体験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、売り場での販売業務を体験していただいているほか、行政職員や教職員を対象とした企業研修などにも協力しています。

体験学習および職員研修実績 783件

## 『みんなのふれあい福祉ショップ・テルベ』

イトーヨーカドーは、出店地域の社会福祉協議会などに売り場スペースを無償で提供し、福祉施設で作られた作品や製品(小物袋や木工製品)を展示・販売する『みんなのふれあい福祉ショップ・テルベ』を開設しています。

また、このスペースでは、各地域でのボランティア活動の紹介や受付をしているほか、各種イベントなどにもご活用していただいています。

『みんなのふれあい福祉ショップ・テルベ』設置店舗 7店舗  
(2004年2月末現在)  
北見店、和光店、大井町店、湘南台店、静岡店、加古川店、岡山店

## 良い本との出会いを応援する『子ども図書館』

イトーヨーカドーでは、子どもたちが良書に出会える機会を増やすために、児童図書館の専門家が選んだ絵本や物語など、1館当たり約8,000冊を蔵書した『子ども図書館』を、1978年から一部店舗に設置しています。

『子ども図書館』は、年齢やお住まいの地域に関わりなく、簡単な登録手続きだけで、どなたでも無料でご利用いただけます。また、各館とも専門の司書が常駐し、利用者の相談に応じているほか、館内ではお話会や工作会なども随時開催しています。

2003年度は、25周年記念イベントとして『子どものころに読んだ本25人展』『読書感想文パネル展』を全設置店舗(11店舗)で開催し、遠方からも多くの方が参加してくださいました。

また、新川店(北海道)、豊橋店(愛知)、沼津店(静岡)では、女優の藤村志保さんによる絵本の朗読会を開催しました。



『子ども図書館』設置店舗(2004年2月末現在) 11店舗  
新川店、秋田店、郡山店、大宮店、沼津店、浜松駅前店、豊橋店、安城店、堺店、加古川店、福山店



## 「小さな童話」大賞への協賛

「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、毎日新聞社が1983年に設けた「小さな童話」大賞に、イトーヨーカドーは第1回から協賛しています。

この賞はこれまで応募者を女性のみ限定していましたが、20周年を迎えた2003年からは男性にも拡大しました。

この「小さな童話」大賞の開催期間中、イトーヨーカドーでは、ポスターでの店頭PRや応募受付などを行っています。

2003年応募総数 4,236編  
 応募累計(1983年～2003年) 62,078編  
 大賞選者の方々  
 落合 恵子さん(作家)、角野 栄子さん(童話作家)、  
 俵 万智さん(歌人)、山本 容子さん(銅版画家)

## 募金活動による社会貢献

### 「24時間チャリティー募金」への協力

日本テレビ放送網株式会社を中心とした全国31社の民間放送会社が1978年から毎年共同開催している「24時間チャリティー募金」に、IYグループは1984年から協力。開催期間中は店頭で募金箱を設置するほか、このイベントのオリジナル商品を販売するなど、チャリティー募金に協力しています。

この募金は、巡回入浴車や電動車椅子などの寄贈による社会福祉活動の支援、海外援助などに活用されています。

イトーヨーカドー店頭募金累計(1984年～2003年) 9億727万円  
 IYグループ店頭募金累計(1984年～2003年) 30億3,383万円

## 「盲導犬募金箱」の設置

盲導犬の育成支援のため、IYグループでは毎年6月1日からの1カ月間、店頭で募金箱を設置し、盲導犬を育成する全国の公認施設が加盟する「全国盲導犬施設連合会」への募金活動に協力しています。

IYグループ店頭募金累計(1991年～2003年) 3,004万円

## 労働組合員によるチャリティー募金

イトーヨーカドーの労働組合では、年2回の賞与支給時に労働組合員を対象とした募金活動を実施し、社会貢献に役立てています。

募金の60%は地域の福祉施設などへ寄付し、30%は開発途上国への支援金として、10%は災害時の緊急寄付金として活用しています。

2003年度の募金額 2003年夏 525万9,572円  
 2003年冬 603万8,863円

## 中国北京市へのSARS感染拡大 に対するお見舞い

2003年に中国北京市で発生したSARS感染の拡大に対応して、イトーヨーカドーおよびセブン-イレブン・ジャパンは、北京市人民政府民政局へお見舞い金とマスクをお届けしました。

イトーヨーカドー  
 お見舞い金30万円、マスク20万枚(約25万円相当)  
 セブン-イレブン・ジャパン  
 お見舞い金50万円

(1元=約15円換算)

TOPICS



## 未成年者への酒・タバコの販売防止対策

イトーヨーカドーでは、日本チェーンストア協会と協力しながら、未成年者への酒・タバコの販売防止に努めています。

酒取り扱い店舗数 152店舗(2004年4月末現在)  
タバコ取り扱い店舗数 179店舗(2004年4月末現在)  
オーナー免許9店を含む

## ポスター・媒体の設置

酒・タバコ売り場を明確に区別するために、日本チェーンストア協会が作成したPOPを設置しているほか、ポスターや店内放送で「未成年者への販売禁止」をPRしています。

## 販売時の注意

未成年者への酒・タバコ類の販売は絶対に行わないことを徹底しています。未成年者と思われるお客様に対しては身分証明書などで年齢を確認し、未成年者の場合には販売をお断りしています。



## 全国49自治体と支援協定を締結

イトーヨーカドーは、出店地域の49自治体(2004年2月末現在)と支援協定を結び、災害発生時に必要な商品を提供できる体制を整えています。

また、大規模災害の発生時には、全国のイトーヨーカドーとIYグループ各社のネットワークを生かし、全国店舗で義援金を募集するほか、被災地と連絡をとりながら、現地で必要とされている生活必需品などの救援物資を提供しています。

## 『災害対策ガイドライン』の作成

大規模災害の発生に備えて、イトーヨーカドーでは1998年に、人命救助や地域社会への協力・支援、早期の営業再開などに関する手順をまとめた『大規模災害対策要綱』を作成。現在、その内容を改訂中です。

また、大規模な震災が懸念される東海および南関東地域の店舗については、地震が発生したさいの被害規模をシミュレートし、行政が発表している各地域の震度予測を参考にしながら、店舗ごとの問題箇所の洗い出しと対策を進めています。

さらに、災害時の緊急通信手段として、全店舗に衛星携帯電話、FM無線のいずれかを設置し、月1回の緊急連絡訓練を実施しています。

## ビデオと冊子による社員教育

災害発生時の対応や行動に対する社員の意識向上と理解促進に向けて、災害対策に関するビデオを作成し、本社と全店舗で上映しました。

さらに、地震と防災にまつわる知識、災害発生時(夜間、休日、外出中)の行動、店舗の復旧作業、同僚や家族の安否確認の仕方などについてまとめた冊子『もしも、大地震が起きたら』を作成し、全社員に配布しています。

# 出店地域への責任

地域社会との対話

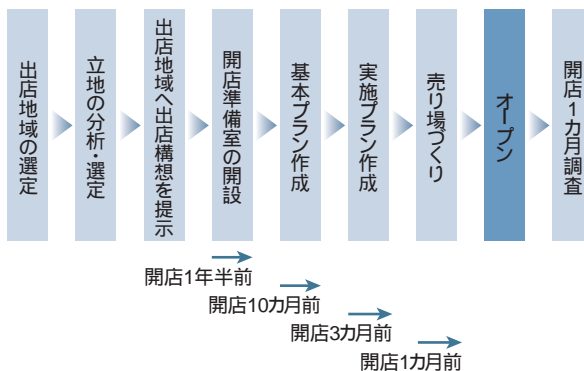


## 新規出店の流れ

新規出店にあたっては、オープンの1年以上前から店長や店舗幹部社員が出店地域に移り住み、各種の市場調査を実施しながら、地域特性に即したプランニングを進めています。

また、地域住民の方々に対しては、大規模小売店立地法に基づく説明会を開催し、店舗の概要および交通、騒音、廃棄物などへの対応を説明したうえで、出店に対するご意見・ご要望をうかがっています。

なお、建設にあたっては、建設会社が関連する法令を遵守していることを確認しています。



### 地域住民からの主なご要望・お問い合わせ

#### 交通

- ・店舗から大通りへの抜け道における歩行者の安全対策など

#### 風害

- ・ビル風の発生を防ぐための高木の植栽など

#### 地域社会への配慮

- ・テナントに入る店舗・業種の確認
- ・深夜営業時の防犯対策の確認

#### 地域文化活動への協力

- ・コミュニティ施設、多目的ホールなどの設置
- ・町会や自治会などへの売り場スペースの無料貸し出し

#### 騒音

- ・工事中の低振動、低騒音対策

#### 電波障害

- ・工事中、開店後の受信障害対策

### 店舗設備の環境配慮の一例

#### 周辺交通への配慮

- ・適切な来店経路の設定と十分な駐車スペースの確保

#### 景観への配慮

- ・店舗周辺への植栽、グリーンベルトの設置

#### 洪水への対策

- ・平面駐車場に浸透性アスファルト舗装を採用

#### 騒音への配慮

- ・駐車場内への防音壁の設置

#### 臭気への配慮

- ・光触媒脱臭装置などの設置

#### 排水への配慮

- ・排水のごみ除外装置、浄化水槽の導入

#### 光害対策・省エネルギーの推進

- ・屋外駐車場、外溝周辺には「光害対策ガイドライン」(環境省)に準拠した照明器具を使用



新店をオープンする時には、  
周辺地域のいろいろな立場の人のことを考慮してください。



「大規模小売店立地法」に基づいて、  
周辺地域への説明会を実施し、ご意見・ご要望を伺っています。



## 社員との対話

社員にとって公正で快適な職場をつくるために独自の制度・システムを構築しています。

イトヨーカドーは、誰もが快適に働くことのできる職場環境をつくるために、あらゆる差別の撤廃、一人ひとりの人権尊重、働きがいの提供を基本としたさまざまな人事賃金制度、評価制度の構築に取り組んでいます。

55 雇用に関する方針

56 一人ひとりの能力や事情を尊重する教育・人事制度

58 新しい人事賃金制度の制定

59 雇用均等の徹底と女性の登用

60 安全で働きやすい職場環境づくり

62 社員のモチベーション向上のために

63 社員と家族の安心を守る『労働組合』



# 雇用に関する方針



## 新卒・中途採用に関する方針

イトーヨーカドーでは、お客様の立場にたつて物事を考えられる人材を求めています。そのため、応募者の志向や意欲を重視し、学歴や性別で選考方法・スケジュールなどを分けることなく、全て同じ選考プロセスを進めています。2003年度は161名を採用しました。

## 障害者の雇用促進 ▶グラフ1、2

イトーヨーカドーは、障害をもった方が快適に働ける職場環境をつくるために、障害の内容や程度に合わせて、部署、店舗、売り場などの配属先を決定しています。また、障害をもった方を対象とした業務研修はもちろん、健常者に対しても障害者をサポートするための研修機会を設けるなど、障害者の雇用を伸ばす努力をしています。

さらに、重度の障害をもつ方々の雇用拡大をめざして、1994年にIYグループ4社と北海道北見市との共同出資による特例子会社『(株)テルベ』を設立。現在、16名の社員が椎茸の栽培、印刷事業に取り組んでいます。

### 特例子会社

「障害者の雇用の促進等に関する法律」で認められた子会社。障害者の雇用に特別な配慮をした子会社が一定の要件を満たしている場合、その子会社に雇用されている労働者も親会社に雇用されているものとみなされ、親会社の障害者雇用率に算入されます。

## 外国人の採用・登用

外国人の採用に関しては、法律( 出入国管理および難民認定法 )を遵守し、法的に就労が認められている方だけを対象に、定められた法的手続きを経て採用しています。同じ立場の日本人社員に比べて、労働条件や給与上の格差はありません。2004年3月末時点での外国人社員数は972名、そのうち正社員は9名です。

## 高齢者の雇用

イトーヨーカドーは、出店地域の( 社 )全国シルバー人材センター事業協会と協力して、まだまだ働く意欲のある高齢者の方に、店舗での駐輪場の管理業務などを

お願いしています。2004年2月末時点での高齢者社員数は実働8時間換算で906名です。

## 閉店時の人事対応

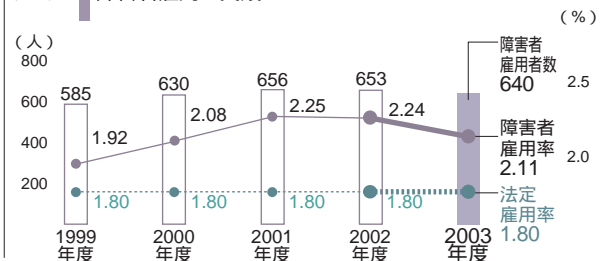
2003年度に閉店した5店舗では、総計979名の社員が働いていました。このうち正社員については100%他店へ異動を実施、パートタイマー、アルバイトについても近隣の店舗への事業所変更を斡旋しました。

その結果、「通勤距離が遠い」「近隣店舗で同一職務が空いていない」「契約時間が合わない」などの理由で辞退された方を除いて、55%のパートタイマーとアルバイトが近隣店舗で引き続き働いています。

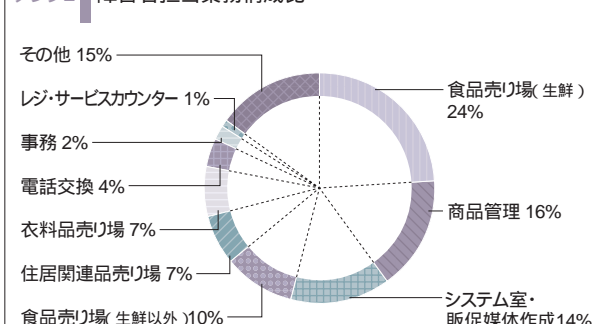
## 雇用調整( リストラ )に対する考え方

イトーヨーカドーでは、人件費の効率化や効率的かつ適切な人員体制の構築を追求していますが、「単純に人員だけを削減しても縮小均衡に陥るだけで効率は上がらない」という認識にたち、在籍社員の雇用調整( リストラ )は、現在のところ考えていません。

グラフ1 障害者雇用の実績



グラフ2 障害者担当業務構成比



# 一人ひとりの能力や事情を尊重する教育・人事制度

社員との対話



## 階層別の研修カリキュラムを整備 ▶ 図1, 2

イトーヨーカドーでは、社員一人ひとりが毎日の仕事の中で自ら学び、考えることを重視しています。そこで、「オン・ザ・ジョブ・トレーニング (OJT)」を教育の基本とし、仕事の中で幅広い情報を取り入れるようアンテナを広げ、お客様の变化を学び、常に自分で仮説を立てて仕事の仕方を変えていくことを奨励しています。

また、職務が変わったり、新たな役職に就いた社員には、部門別・職種別の集合研修を実施します。この研修では、新しい職務に必要な知識や基本姿勢などを伝え、それを毎日の業務に生かせるようにしています。さらに、自分の能力に磨きをかけたいという意欲がある社員に対しては、各種通信教育や語学講座、手話講座などのプログラムも用意し、自己啓発をバックアップしています。

図2 新任役職者研修

対象者	研修テーマ			
新任店長 新任バイヤー 新任ディストリビューター	姿勢・方針			
	経営管理			
	人事	情報管理	危機管理	数値管理
	基礎知識			
	一般知識		実務知識	

図1 研修体系図



 育児のこと、介護のこと、定年後のこと...など、働いていくうえでの心配がたくさんあります。

 一人ひとりの立場や事情を配慮し、それぞれが気持ちよく働ける制度を整えています。



## 人事評価を支える『セルフチェック制度』

イトーヨーカドーでは、公正で透明性のある人事評価を実現するために、1967年から『セルフチェック制度』を設けています。

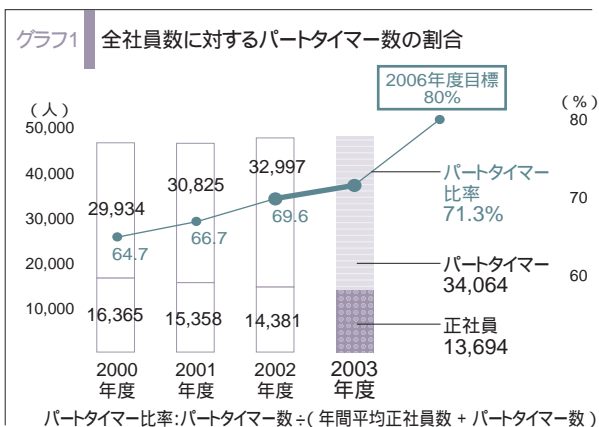
この制度は、まず社員自らが「職場で果たすべき役割」「必要な知識・技術の習得度」「守るべきルールの実践」などの基本項目と、各自が作成した計画の達成度を、年2回評価。その後、一次・二次上長に評価を仰ぎ、さらに上長との面接を通じて評価のギャップなどについて話し合うというものです。

こうして、双方の意見をすり合わせて評価の客観性を高め、その後の研鑽・教育にもつなげています。

## パートタイマーにも『セルフチェック制度』を適用

店舗で働く社員に占めるパートタイマーの割合は年々増えており、近年は、パートタイマーだけで運営する売り場も増えていきます。こうした売り場では、パートタイマー自らが問題を発見し、目標をたて、これらを解決・達成していくことを奨励しています。▶グラフ1

このように、パートタイマーの重要性が高まるなか、2003年度から、パートタイマーの評価についても『セルフチェック制度』を適用することとしました。従来は年功を評価してきましたが、今後は役割・技能・ルール遵守や目標達成度を評価することで、パートタイマーの評価を公正・透明なものとし、モチベーションを向上させていきます。



## 希望する管理職や職種への『立候補制度』▶表1

イトーヨーカドーでは、2002年3月から、全ての管理職ポストと職種に対する『立候補制度』を設けています。これは、現在の仕事の内容、これまでの経験、年功などに制限を設けることなく、入社2年以上の社員(パートタイマーも含む)なら誰もが取り組んでみたい役割や仕事に立候補できる制度です。立候補者については本部が審査を行い、適任者を希望の役職・職務に抜擢します。2003年度は応募者総数1,347名のうち183名が希望の役職・職種に就きました。

こうして、個々の社員が実力や個性にふさわしい仕事・待遇を得ることで、やりがいを感じられる風土をつくり、組織を活性化したいと考えています。

表1 階層別社員比率

本部	人数	%	店舗	人数	%
SMD, GM	169	11.0	店長	189	0.3
マネジャー	116	7.5	次長など	690	1.1
スタッフ	474	30.7	担当マネジャー	3,530	5.8
担当	482	31.2	担当者	7,801	12.8
事務	302	19.6	パートタイマー	37,192	61.3
			アルバイト	11,385	18.7

SMD:シニアマーチャンダイザー  
GM:ゼネラルマネジャー

『シスター』などの管理職含む

## 所属企業の枠組を超えた『IYグループ人材公募制度』

IYグループでは、社員の意思を尊重して、その能力が十分に発揮できる適材適所の配置を実現することを目的に、1991年11月に『IYグループ人材公募制度』を設けました。

2003年度は3名が新しい職場に転籍し、グループ内転職者は累計83名となりました。今後も、所属企業の枠組を超えた人材交流で、グループ全体を活性化していきます。

2003年度の募集企業

セブン-イレブン・ジャパン、デニーズジャパン、ヨークマート、ロビンソン百貨店、セブンドリーム・ドットコム、アイワイバンク銀行

# 新しい人事賃金制度の制定



## 時代にマッチした新しい人事賃金制度

企業の経営環境が急速に変化し、また、働き手の生活環境や意識も大きく変化しています。

そこでイトーヨーカドーでは、従来の人事賃金制度を時代にマッチしたものと改定するため、2003年3月に『労使専門委員会』を設置。ここでの協議結果を労働組合と会社、それぞれに持ち帰り、双方で討議することを繰り返した結果、2004年3月、新しい制度を制定することができました。

### 新しい人事賃金制度の基本理念

- 社員が仕事に意欲を持てる職場環境を整える。
- 期待される成果をあげる(労働生産性を高める)。
- 成果に対しては納得できる評価・処遇をする。

## エリア社員群の区分を見直し ▶ 図1

「自らの価値観に合わせて社員群を選択する」という社員群制度の考え方を一歩進め、住宅、教育、介護などを踏まえて、自分の生活に合った通勤エリアを選択できるように、エリア社員群の区分を見直しました。

図1 エリア社員群の新しい区分

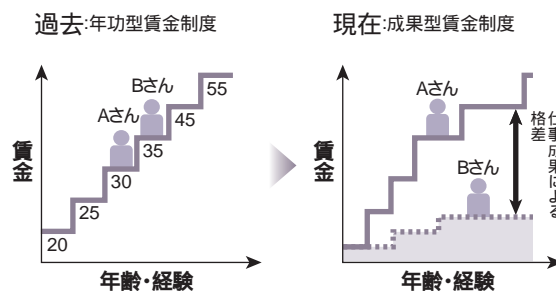
従来	ナショナル社員群 全国勤務が可能な社員	エリア社員群 全国18に分けたエリアの一つを選び、そのエリア内の店舗で勤務する社員	ストア社員群 自分の住まいから通勤できる範囲の店舗のみで勤務する社員
新しい区分	ナショナル社員群	広域エリア社員群 より広範囲な生活圏のなかで転居することが可能	ストア社員群
		狭域エリア社員群 「通勤(認定通勤)」を前提とし、原則的に赴任をともなう異動がない	

## 賃金制度の改訂 ▶ 図2

イトーヨーカドーは、社員一人ひとりが担当している仕事の責任や役割、仕事で達成された成果や会社への貢献度を重視し、会社の業績に連動した賞与制度の仕組みや、個人のプロセス評価・業績評価が直接賃金に反映する仕組みを構築しました。

さらに、今回のエリア社員群の区分を見直したことに合わせて、賃金制度も地域の生活水準・賃金水準をこれまで以上に考慮した内容に改訂しました。

図2 賃金制度の改訂



## 役職定年以降のポスト創設を検討

イトーヨーカドーでは、60歳を「定年」とし、役職者については55歳で役職を退く「役職定年」としています。

2002年度は39名、2003年度は38名の役職定年者があり、優れた管理能力をもちながら一担当者として働く社員が急増していることから、労働組合からも「今まで培ってきた能力を生かすような仕事を開発して欲しい」という要望が出されていました。

そこで現在、役職者が各自の経験や知識を生かして自発的に業務を進められるよう『特別販売職(仮称)』などのポストを設けることを検討しています。

# 雇用均等の徹底と女性の登用



社員との対話



## 処遇・制度の格差を撤廃

イトーヨーカドーでは、従来から、採用、昇進、昇給、賃金、定年など、全ての人事処遇において男女の差別をしていません。また、介護休暇や育児休暇に関しても、男女ともに取得できるようにするなど、性別による制度格差をなくしています。

## 管理職への女性社員の登用

イトーヨーカドーでは、男女の差別を撤廃するだけでなく、女性の能力発揮の促進、登用の実現に積極的に取り組んでいます。

店舗においては、2004年2月末現在、6名の女性店長がおり、また、売り場の管理責任者である統括マネジャーには23名の女性社員が就任しています。

また本部では、部長2名、マネジャー9名が就任しています。

女性役員数	1人(2004年度全役員17人中)
女性管理職数	877人(全管理職の15.7%)
店舗	696人(店舗管理職の16%)
	店長、統括マネジャー、マネジャー、チーフ、シスター、チェッカーマスター、ショップマスター
本部	181人(本部管理職の14.6%)
	部長、マネジャー、バイヤー、ディストリビュータ、スタッフなど



## 女性と男性を対象にした育児・介護休暇制度『リ・チャレンジプラン』

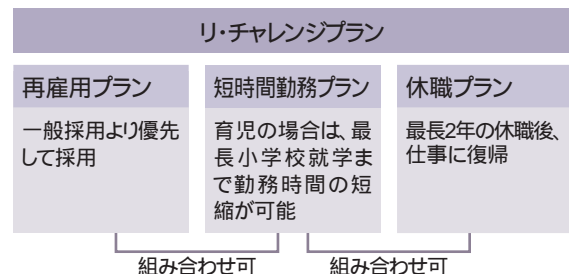
お客様の7割を女性が占めているイトーヨーカドーでは多くの女性社員が活躍しています。そこで女性社員が最長2年間育児に専念した後の職場復帰(休職プラン)、最長4時間までの勤務時間の短縮(短時間勤務プラン)、一旦退職した後の優先雇用(再雇用プラン)など、社員の育児と仕事の両立を支援する「リ・チャレンジプラン」制度を1991年に制定しました。

1993年度からは介護についても制度化し、1992年3月には制度利用資格を勤続3年から1年に引き下げ、1996年4月には男性にも対象を拡大、さらに2002年8月にはパートタイマーも対象に含めるなど、制度の充実を図っています。

2003年度は、育児で168名、介護で12名がこの制度を利用、うち男性は介護で3名が利用しています。

現在、国は少子化対策として「男性の育児休暇取得率10%」という目標を掲げており、当社も、夫婦で育児分担ができるシステムの構築、企業風土の醸成が大切であると考えています。当社はこれからも、利用者の声に耳を傾け、現実に即した改定を行っていきます。

図1 『リ・チャレンジプラン』



『リ・チャレンジプラン』の利用者数

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度
育児	133	103	161	153(11)	168(55)
介護	4	6	3	5(3)	12(4)

( )内はパートタイマーの利用者数

# 安全で働きやすい 職場環境づくり



社員との対話

## 健康診断後のフォローアップを実施 ▶グラフ1

定期健康診断の実施結果に基づき、産業医によるフォローアップを実施し、社員の健康レベルの維持、向上に成果をあげています。

## メンタル面からも社員をサポート

イトーヨーカドーは、1996年4月に24時間受付の『ハロー健康相談ダイヤル』を設置したほか、2002年5月には臨床心理士やカウンセラーなどの専門家による『こころの電話相談』を開始。メンタル面からも社員をサポートしています。

2003年度はIYグループ全体で、『ファミリー健康相談ダイヤル』（『ハロー健康相談ダイヤル』から名称変更）に2,612件、『こころの電話相談』に456件の相談がありました。

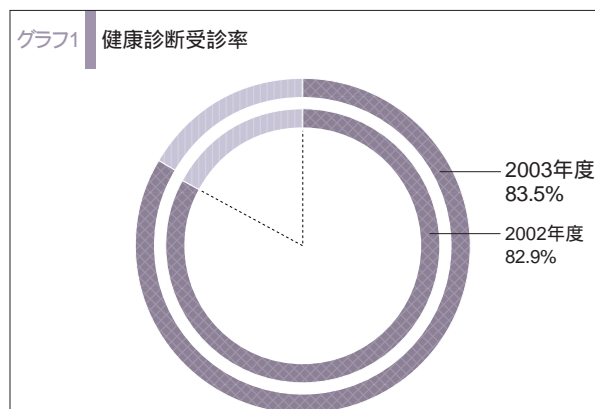


表1 2003年度の度数率・強度率

	全産業	各種商品小売業	イトーヨーカドー
度数率 <sup>1</sup>	1.78	2.63	2.511
強度率 <sup>2</sup>	0.12	0.04	0.037

引用)「平成15年厚生労働省労働災害動向調査」

1)度数率=労働災害による休日が1日以上以上の死傷者数÷延べ実労働時間数×1,000,000

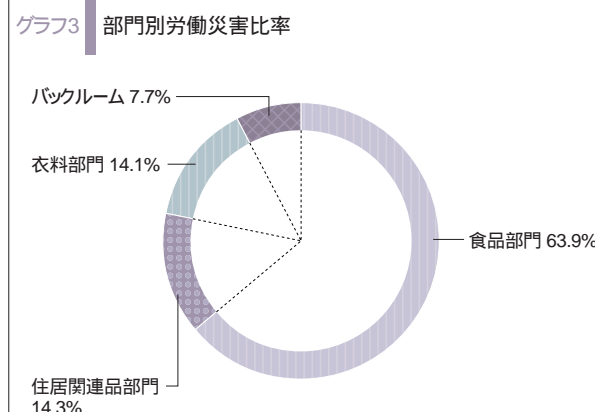
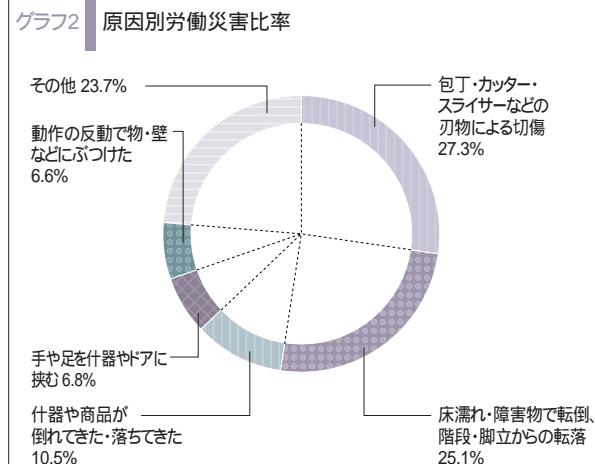
2)強度率=労働損失日数÷延べ実労働時間数×1,000

## 労働災害の防止に向けて ▶表1 ▶グラフ2,3

イトーヨーカドーでは、安全衛生・健康管理・就業管理などさまざまな面で社員にとって安全で働きやすい職場環境を維持するために『安全衛生委員会』を設け、毎月テーマを決めて開催しています。

事故や災害が発生した場合には、発生原因を分析・検証して社員への安全衛生教育を徹底、安全で快適な職場環境確立に取り組んでいます。

2003年度の労働災害の内容を分析すると、「刃物による切傷」「階段からの転落」などの比率が高いため、安全教育の再徹底を図っています。また、精肉部門のスライサーによる切傷などの事故を防止するため、安全性の高い強化繊維製の防刃手袋を導入することも検討しています。





安全で、差別のない職場・店舗でありたいし、  
また、あってほしいと思います。



社内のさまざまな研修・教育を徹底するとともに  
社員の相談を受け付ける専用電話を設置しています。

## あらゆる差別の撤廃と人権教育

イトーヨーカドーは、お客様、お取引先、地域社会、社員など、グループが関わる全ての人々の人権と個人の尊厳を尊重します。社会的身分、門地、人種、信条、性別など業務遂行とは何ら関係のない非合理的な理由で差別をしません。また、社員によるいかなる差別的な言動、いやがらせも許しません。

人権が尊重され、差別のない明るい職場づくりに向けて、1989年に『人権啓発室』を設置し、階層別人権研修をはじめとしたさまざまな人権教育を実施しています。同和問題をはじめ、在日外国人問題、セクシュアルハラスメントやパワーハラスメント、HIVなどによる感染症への差別など、あらゆる人権侵害・差別の問題を正しく理解、認識し、一人ひとりが尊重され、お互いに信頼しあえる社会の実現をめざしています。

また、職場の人権やセクシュアルハラスメントに関する相談を受け付ける専用電話を設置しています。

2003年度相談件数

人権に関する相談	28件
セクシュアルハラスメントに関する相談	1件

## ノーマライゼーションの推進

イトーヨーカドーでは、人は皆何らかのハンディをもっているという考え方を基本に、ハートとハードを組み合わせ、相手の立場・相手の目の高さによって考える---の3つを基本姿勢とし、障害をもった方々や高齢の方々など誰もが快適に参加できる社会をめざす「ノーマライゼーション」を推進しています。

その一環として、体験学習方式によるさまざまな障害に関する基礎知識の習得と適切な接客を身につけるノーマライゼーション教育に取り組んでいます。

人権・ノーマライゼーションに関する社員教育

2003年度の研修開催回数	計77回
参加延べ人数	9,252名

新人社員研修、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、新店ノーマライゼーション体験学習、既存店社員研修 など

## 有志社員によるボランティア組織 『マナー委員会』

イトーヨーカドーでは、社員の挨拶・お取引先への応対・言葉遣い・エレベータ内での対応などが低下してきているのではないかと危機感から、本社の社員数名が自主的に集まり、2001年春に『イトーヨーカドーマナー委員会』を結成しました。

委員会では「相手を尊重する、マナーのよい企業風土をつくりたい」という問題意識から、どう改善したらいいのかについて議論を重ね、「マナーの基本は挨拶である」との結論に達しました。そこで、毎月最終週の午前8時から50分間、本社社員受付で委員会メンバー自作のポスターを掲示しながら自ら挨拶し、グループ会社を含む本社勤務の全社員のマナー向上に努めています。

2004年4月末、3年目を迎えた委員会は、メンバーも徐々に増えています。現在も「継続は力なり」をモットーに活動を続けており、勤務時間後に定期的な打合せを行いながら、現状の問題点や改善の方法などについて意見を交換しています。



# 社員のモチベーション向上のために



社員との対話



## 社員の自主性を重視した新しい制度

イトーヨーカドーは、お客様に一層ご満足いただける売り場環境をつくるために、質が高く価値のある商品の提案や品揃えの充実化などに加え、接客レベルの向上を重視した社員教育に注力しています。

こうした取り組みには、社員一人ひとりの自主性が不可欠であるため、社員のモチベーション向上を目的とした新しい制度を作りました。これらの制度は、『セルフチェック制度』( P57 )とも連動しています。

### 精算・接客レベルの向上のために ▶表1

レジ係に求められる「正確」「接客」「スピード」の3要素をもとに、R1からR4までの資格制度を設定。レジを担当する社員は常に自分自身のレベルを認識しながら仕事に取り組んでいます。レベル上位者には『すごいレジ係』としてバッジが授与され、各自名札の下に取り付けています。

### 包装・接客技術の研鑽のために ▶表2

御進物の包装などを承っているサービスカウンターでは、社員一人ひとりが包装の専門職としての自覚をもち、お客様に安心と感動を与えられる包装・接客技術の習得に取り組んでいます。その成果をはかるために『すごいサービスカウンター』というランキングを設定し、レベル上位者が包装技術を競い合う『ラッピングドリームコンクール』を毎年1回開催。レベルアップに向けた自主的な努力を促しています。

### お褒めの言葉をいただいた社員に『王冠バッジ』

『お客様の声ボックス』( P28 )やお電話などでお客様からお褒めいただいた社員には、その内容確認をした上で、『王冠バッジ』と販売事業部長からの賞状を授与しています。この制度は2002年9月からスタートしたもので、2004年7月末現在、1,215名の社員が『王冠バッジ』を名札の下に付けています。

## 『1Yライセンス』制度の設置を検討

社員一人ひとりが積極的に販売力を身につけ、仕事の成果に結びつけるために、現在、『1Yライセンス』制度を設けることを検討しています。

これは、イトーヨーカドーが指定するライセンスを取得すれば、それが人事データに登録され、昇進や人事異動の参考データになるというものです。人事処遇制度には直接結びつかないものの、日々の仕事と密接に関わるため、『セルフチェック制度』( P57 )の項目に組み込むことも検討しています。

このライセンス取得は、あくまでも社員個人の意思によるものであり、ライセンス取得を目的とした研修などへの参加も個人の判断に委ねます。

#### 主なライセンス

スタイリングコーディネーター、シューフィッター(民間資格)、精肉調理技能士、すし調理技能士、インテリアコーディネーター(民間資格)、自転車整備士(公認資格)、チャイルドシートアドバイザー(運輸省認定)など

表1 『すごいレジ係』のランキング

ランク	スピード	正確性	接客
R4	60秒以内	登録ミスによる打ち間違いがない	・身だしなみがきちんとしている
R3	70秒以内		・顔をみでの挨拶、笑顔
R2	80秒以内		・3人目まで届く声
R1	90秒以内		・お客様一人ひとりに合わせた対応

30品目を入力する時間

表2 『すごいサービスカウンター』のランキング

ランク	全包装	リボン掛け	合わせ	筒	全ての包装スピード
R4					2分30秒以内
R3					3分15秒～2分31秒
R2					4分00秒～3分16秒
R1		3種類のうち一つに合格			45秒以内





# 社員と家族の安心を守る 『労働組合』



## 労働者としての権利を守り、 企業を発展させていくために

イトーヨーカドーは、「雇用の安定」と「労働条件の維持向上」をテーマに、設立時から『労働組合』との情報交換を続けています。

『労働組合』は、イトーヨーカドーで働く全社員の労働者としての権利を守り、同時に雇用主である企業を発展させていくことを基本姿勢とし、年々増加しているパートタイマーにも配慮した活動を行っています。

## 営業時間延長についての『労使協議会』

イトーヨーカドーでは「営業日・営業時間はお客様が決めるもの」という考え方に基づいて、現在、営業時間の延長を進めていますが、当然、社員の生活・安全・健康への配慮も大切です。

そこで、営業時間を延長する店舗を拡大していくにあたっては『労使協議会』を開催し、各地域のお客様の営業時間延長へのニーズの有無だけでなく、社員による売り場管理体制が維持できるか否かを慎重に検討し、可能な店舗に限り実施していくこととしています。

2003年度は「夏場の60日間営業時間延長」と「23時間閉店」について『労使協議会』を開催。個店ごとに労使で十分協議しながら、2003年7月から順次これらを実施しました。



## 労使で『就業確認会』を実施

イトーヨーカドーでは、毎月2～3回、店長会議の後に『就業確認会』を実施しています。これは、長時間労働や就業ルールが守られていないなどの課題がある店舗の店長と支部の組合役員が集まり、本社の人事部と販売部門の幹部も交えて、課題を検討し、今後の対策を協議する会議です。

店舗側の認識に問題がある場合は、他店の取り組み事例なども紹介しながら、組合や人事部などから店長に具体的方策を指導します。また、店舗だけでは解決できない問題については、各地域を統括する本社のマネジャーにも参加を要請して、問題の解決策を練り、改善に努めています。

## パートタイマーへの配慮

現在、イトーヨーカドーのパートタイマーは労働組合に加盟していませんが、2005年度中には、パートタイマーも正社員と同じように、労働組合に加入できるようにする計画です。また現在も、パートタイマーへの評価制度や店舗閉店にともなう近隣・グループ店舗の幹旋などの配置転換についても、労使双方が協議する場を設けています。

さらに、労働組合では、パートタイマーを含めた懇談会や支部交流会などを実施し、生の声を汲み上げていくほか、支部レクリエーションにも参加していただいています。





# 環境についての対話

サプライチェーン全体を視野に入れて  
環境負荷の削減に取り組んでいます。

イトヨーカドーは、「環境負荷が小さい小売業」の実現をめざして、  
商品の仕入から生産、物流、販売、お客様が商品を消費・廃棄するまでの  
あらゆるプロセスを視野に入れ、環境負荷の削減に取り組んでいます。

- 65 事業活動と環境との関わり
- 66 環境指針・規約と組織
- 68 2003年度の目標と実績
- 70 地球温暖化防止に向けて
- 72 環境会計
- 73 環境に配慮した商品と販売方法
- 74 店舗運営における環境配慮
- 78 物流の改革による環境負荷削減
- 80 お客様との協力による環境保全活動



# 事業活動と環境との関わり

環境についての対話

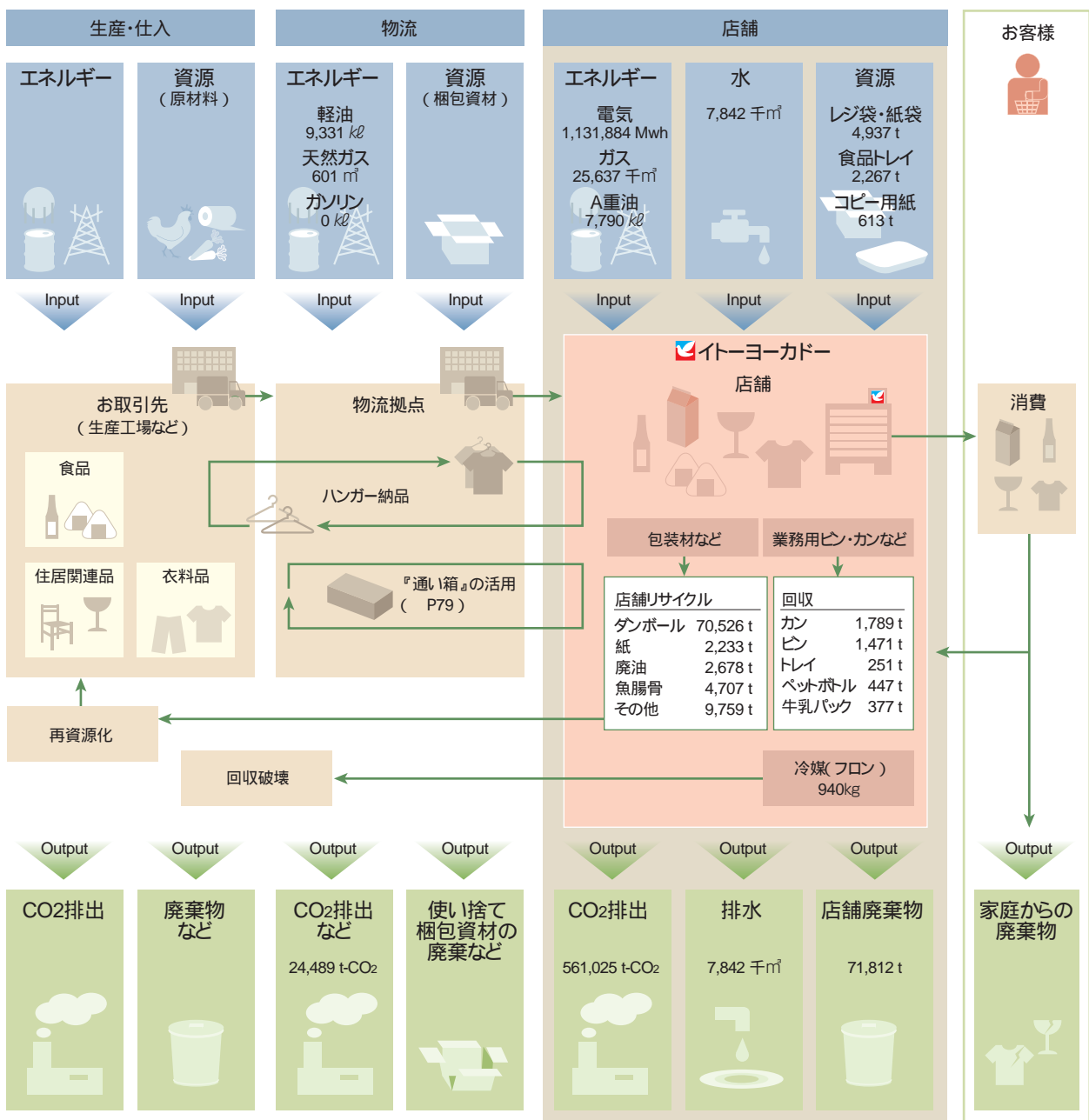


イトーヨーカドーは、事業活動にともなって発生する環境負荷を削減するために、サプライチェーン全体を視野に入れて、商品の生産・仕入から、物流、店舗での販売、お客様が商品を消費・廃棄するまでの各段階で、どのように資源・エネルギーを使用し( Input )ど

のように環境負荷が発生しているのか( Output )を把握・分析しています。

この結果をもとに、環境負荷の削減に向けた改善策を講じて、お取引先やお客様にもご協力いただきながら、日々の事業活動のなかで実行しています。

イトーヨーカドーの事業活動と環境負荷



対象期間は各年の1月1日から12月31日まで

## マネジメント組織『環境委員会』

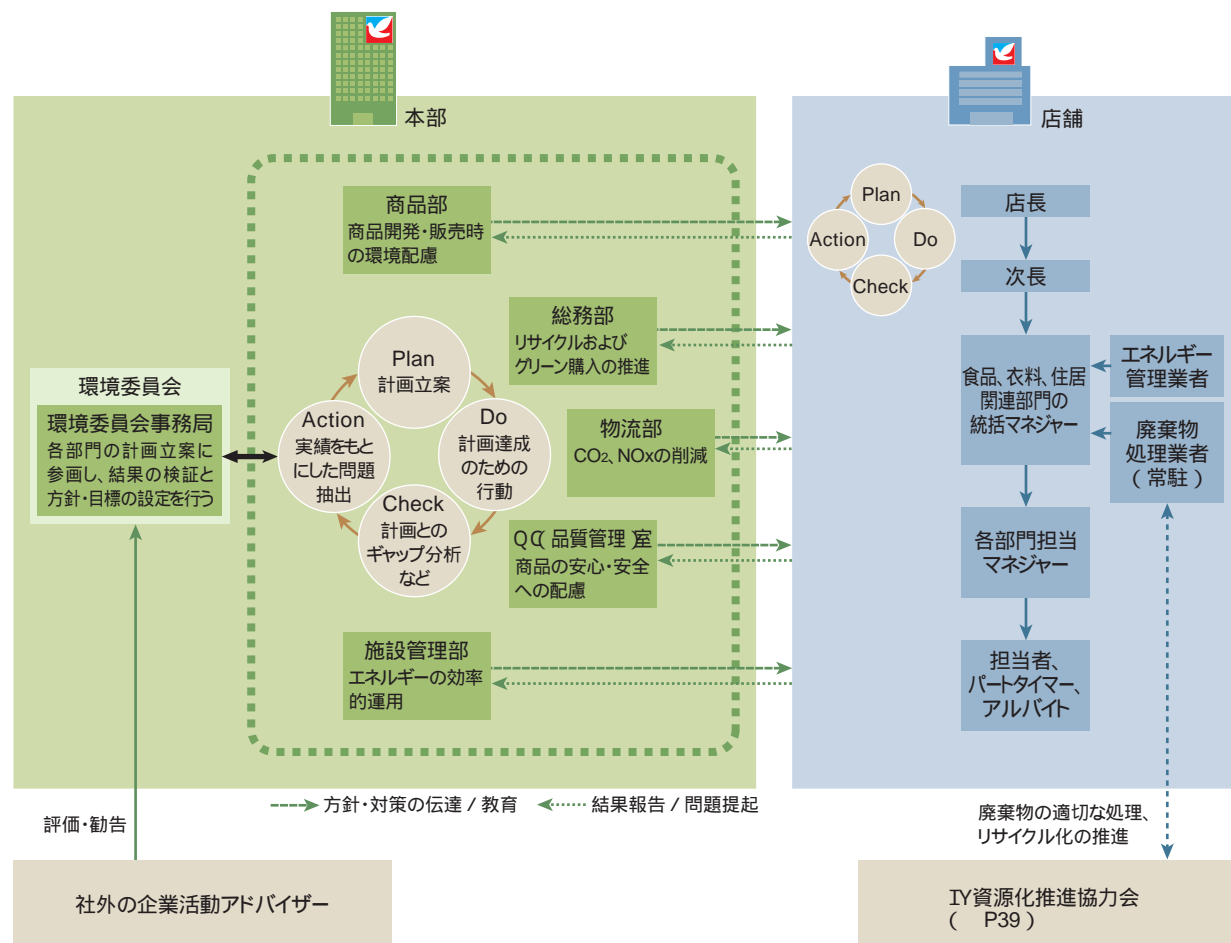
イトーヨーカドーは、全部門・全店舗に責任者を設けるとともに全社の環境負荷削減への取り組みを推進する『環境委員会』を設置し、目標の設定(Plan)、実行(Do)、検証(Check)、改善(Action)というPDCAのサイクルに沿った環境マネジメントシステムを構築。役員をはじめ、マネジャー、社員、パートタイマー、アルバイトまでの全員が参加して、環境負荷の削減に取り組んでいます。

このほかに、2003年度は社外に2名の企業活動アドバイザーを設けました。これは第三者の立場から、環境活動だけでなく、イトーヨーカドーの企業活動全体に関

する客観的・総合的な評価・勧告をいただき、事業活動の改善につなげていくことを目的としたものです。

2003年度は、「CO<sub>2</sub>排出量を削減するための具体的な活動をすべきである」という指摘を受け、新規出店および改装した店舗にはエネルギー効率が高い省エネ型設備を標準仕様として採用しました。さらに、2004年6月に環境省が主催した「百万人の環」キャンペーンに参加。6月19日から21日まで、20時から閉店までの間は全店舗の店舗外周で使用しているライト数を削減または完全消灯しました。その結果、3日間で5.3t-CO<sub>2</sub>を削減することができました。

図1 イトーヨーカドーの環境マネジメント体制





## LYグループ環境指針

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

同時に私たちを取り巻く環境問題についても、私たちにふさわしい責任を果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 お客様との協力と情報公開

私たちはお客様とともに環境保護に努め、活動の結果を監査し、文書化し、広くお客様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

私たち社員一人ひとりは、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。

上記の環境指針、環境規約は1994年に『LYグループ環境委員会』が作成した、LYグループ共通の環境に対する理念です。1998年4月に一部改訂しました。

## LYグループ環境規約

### 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

第2条 環境に配慮した商品の提案

#### 「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

第4条 お客様に提供するサービス活動での省資源化

#### 「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

第6条 リサイクルの推進・リサイクルシステムの開発

#### 「店舗内外の環境整備」

第7条 店舗・地域のクレンジネス

第8条 物流面における環境への配慮

### 2 地域社会・お客様との協力、社会貢献

第9条 地域・お客様との協力

第10条 環境面の社会活動

第11条 情報公開

### 3 社員の責任と自覚

第12条 社員教育活動

### 4 組織と環境監査

第13条 各社の組織と実行

第14条 環境監査

第15条 『LYグループ環境委員会』の設置

## 環境教育の実施

環境教育については、各店舗・部門責任者が率先して日常業務におけるリサイクル推進(ごみの分別)・廃棄物の削減に取り組むとともに、社員全員への指導を徹底しています。

また、新しく入ったパートタイマーやアルバイトを含め、全社員がリサイクルの推進・廃棄物の削減を確実に実行できるよう、部門別に「廃棄物の分類表」と「廃棄物の減量手順表」を作成しています。



# 2003年度の目標と実績

環境についての対話



## 〔商品〕

商品の環境配慮については、量り売り・バラ売り・1個売りなどの販売方法を導入する店舗、「地場商品」の取り扱いなどが拡大しました。

しかし、容器包装の使用量削減、レジ袋の辞退率向上については、個食化や商品単価下落などの影響を受けて、販売点数が増加したため、目標を達成することができませんでした。

## 〔エネルギー〕

エネルギーについては、お客様のご要望に応じて年間総営業時間を既存店ベースで3.1%増加しました。しかし、各エネルギー別の営業時間延床面積当たりの使用量は電気で2002年比0.5%増にとどまり、ガスは5.2%の削減、水道は3.7%の削減となりました。

## 〔物流〕

物流については、店舗数の増加にともなって配送距離が伸びたものの、圧縮天然ガス(CNG)車などの環

2003年度の目標・実績・自己評価

分野 参照ページ	2003年度	
	目標	
環境配慮した商品・販売方法 P73	バラ売り・量り売り・1個売りの推進 トレイ使用量の削減、ご家庭における無駄を省く	新たに精肉で5店舗拡大 新たに惣菜(サラダ)で10店舗拡大 新たに惣菜(和風惣菜)で10店舗拡大
	「地場商品」(野菜・果実)の拡大 物流の効率化による環境負荷の削減、包装資材の削減	野菜 売上高前年比110% 果実 売上高前年比108%
	保存料、合成着色料の排除(弁当・惣菜)	継続実施、プライベートブランドの畜産加工肉が6月1日から保存料排除を開始
	廃棄ロスの削減	1店舗当たり 前年比10%減
	生鮮トレイの使用量抑制	1万点当たり 前年比3%減
	リサイクル適性の高い容器の導入	はがせるトレイ17アイテムに拡充
	トナーリサイクル	リサイクル率(99%)の維持
	インクカートリッジリサイクル	継続的にリサイクル化の検討
	店頭風除室マットの非塩化ビニル化	30店舗(累計125店舗)
	レジ袋辞退率の向上	食品レジ袋辞退率6.0%
	コピー用紙の削減	前年度比 97%
	グリーン購入比率	30.00%
エネルギー P74	営業時間・延床面積当たりの使用量削減	電気 原単位当たりの数値維持
		ガス 0.5%減
		水道 0.5%減
		2003年度に改装を計画していた31店舗を考慮
物流 P78	生鮮品配送車走行距離の抑制	27,240km
	『通い箱』の普及	チルド食品関連で2,000万箱の使用 衣料・住居・食品関連で年間850万枚を目標
	共同配送化の推進と地域物流の整備	パン・米センター開設 中京地区 1月 関西地区 5月 仙台地区 9月 アイスセンター開設 中京地区 5月 関西地区 6月
	カテゴリーセンターの拡充	カテゴリーセンター機能のさらなる拡充(婦人・文具・服飾計8センターを予定)
	服種拡大によるハンガー納品の拡大	2003年下期より婦人共配センターを開設予定。2003年度計1,600万枚を見込む
	CNG車を含む環境適合車 <sup>1)</sup> の導入	生鮮食品配送でCNG車11台(累計67台)の導入 衣料・住居品配送で環境適合車を26台(累計49台)導入
廃棄物 P76	廃棄物処理法改正への対応	食品廃棄物リサイクル付加金制度を利用し、食品リサイクル率20%以上
	各種リサイクル法への対応	『333キャンペーン』を強化し、全社員に周知徹底 廃棄物処理の基本であるマニフェスト運用の再徹底と委託契約メンテナンス

1) 環境適合車: CNG・LPGおよび排出ガス規制車(形式KR-) 2) 難易度は各部門で設定しています。

3) 自己評価(目標に対する達成率) A = 100%以上、B = 70%以上、C = 50%以上、D = 50%未満

環境適合車の導入、売り場別に商品を一括梱包し、車両の積載効率を向上させる『カテゴリーセンター化』の拡大( P78 )が進み、物流におけるCO<sub>2</sub>排出量は2002年度比0.1%増と、ほぼ横ばいで推移しました。

また、繰り返し使えるプラスチック製のコンテナ箱(『通い箱』)の活用( P79 )、商品を箱に梱包しないハンガー配送の導入により、使い捨てダンボール箱を前年度よりさらに451万7,000箱削減しました。

## 〔廃棄物〕

廃棄物については、既存店の廃棄物排出量削減が目標である2002年比3%減に対して2%減に、また、リサイクル率は目標57%に対して55%にとどまりました。しかし、このうち食品廃棄物リサイクル率については、2.4%増の21.8%となり、目標の20%を達成しました。これは、『食品廃棄物リサイクル付加金制度』( P77 )を利用する産業廃棄物処理業者が増えたことによるものです。

			2004年度	
難易度 <sup>2</sup>	実績	自己評価 <sup>3</sup>	目標	難易度
中	6店舗設置	A	新たに精肉で対面販売を8店舗拡大	中
中	8店舗設置	B	新たに精肉でホットデリカを7店舗拡大	中
中			新たに惣菜(サラダ)で8店舗拡大	中
中	野菜・果実の仕入で前年比164%	A	仕入前年比180%	中
中	継続実施中	A	全アイテムについて継続実施	高
高	前年比 6%増	C	1店舗当り 前年比10%減	高
中	1万点当たり使用量 前年比1%増	C	1万点当たり使用量 前年比1%減	高
中	はがせるトレイ15アイテムで横ばい	C	総使用量の5%に導入	高
中	33,067本(99.82%)	A	リサイクル率(99%)の維持	低
中	57,320本(99.79%)	A	継続的にリサイクル率の向上	低
中	18店舗(累計113店)	B	25店舗(累計138店舗)	中
高	食品レジ袋辞退率5.48%(全社3.21%)	B	食品部門 レジ袋辞退率6.0%(全社3.5%)	高
高	613t(113%)	D	前年度比 97%	高
高	23.70%	D	30%	高
高	電気 前年比0.5%増	B	電気 前年比1.0%増	高
高	ガス 前年比5.2%減	A	ガス 前年比2.3%増	高
高	水道 前年比3.7%減	A	水道 前年比1.8%増	高
中	28,347km	B	30,507km	高
中	チルド食品『通い箱』2,082万箱 + 青果『通い箱』305万箱	A	チルド食品『通い箱』2,500万箱 + 青果『通い箱』500万箱	高
中	『通い箱』年間使用実績 914万枚	A	『通い箱』年間使用実績 1,000万枚	中
中	中京地区 3月 関西地区 5月	A	拠点配置は2003年度完了済	-
中	中京地区 11月 信越地区 11月	A	関西地区 2004年3月に設置済	中
中	カテゴリーセンター10カ所(婦人7・住居2・加工食品1)、仕入構成比 衣料品47%、住居品30%	A	カテゴリー6部門の拡大(紳士・子供・靴・スポーツ・ペット・寝装)、仕入構成比 衣料品60%、住居品50%	高
中	婦人共配は開設したが、ハンガー配送1,373万枚	B	婦人共配化によりハンガー配送1,500万枚(昨年比109%)	高
中	新規CNG車2台導入(累計58台)	B	法令に従ってCNG車も含めた環境適合車を導入	高
高	環境適合車145台導入(累計168台)	A	環境適合車40台導入(累計208台)	中
高	食品リサイクル率21.8%(昨年差2.4%増)	A	『食品廃棄物リサイクル付加金制度』の活用による食品廃棄物リサイクル率20%維持とさらなる向上	高
中	一人ひとりの意識づけを中心に社員への指導を徹底	A	『リサイクル333キャンペーン』の強化、実務担当者の社員教育用ビデオ作成と教育の徹底、廃棄物の3%削減(既存店比)とリサイクル率57%の達成	高
高	既存のマニフェスト運用マニュアルに3種類の手引書を追加	A	マニフェスト伝票の運用と確認、委託契約書のメンテナンス	高

2004年度計画している新店8店舗、改装18店舗を考慮

# 地球温暖化防止に向けて

環境についての対話



## 環境負荷総量をCO2排出量に換算する『統合指標』▶表1、2

イーヨーカドーが事業を発展させるためには、店舗の拡大・増設も必要ですが、それに比例して環境負荷が増大しないよう、新規出店・改装時の省エネ設備導入、物流システムの効率化、販売時の工夫、ロス削減や分別排出に関する社員教育の徹底などを通じて、エネルギー・資源の有効活用、CO2排出などの環境負荷低減、環境効率の向上に取り組んでいます。

しかし、さまざまな環境負荷を個別に数値化するだけでは、負荷全体を管理していくことが困難です。そこで2001年度から、集計可能な環境負荷について、その総量をCO2排出量にデータ換算する『統合指標』を運用しています。この指標で、当社全体の年間を通じての環境負荷を客観的数値として把握し、その削減に取り組んでいます。

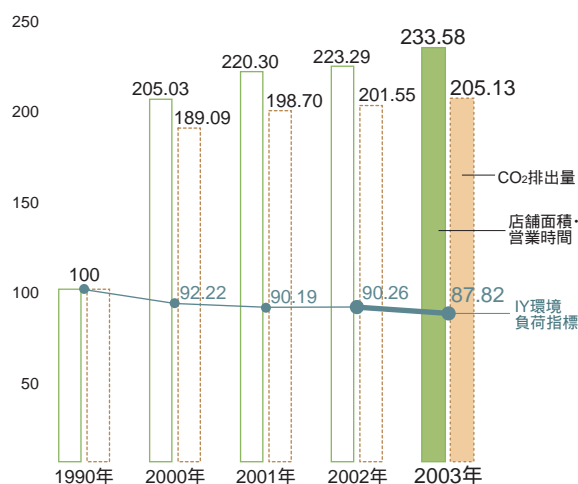
## 『IY環境負荷指標』は1990年比12.2%改善 ▶表1、2 ▶グラフ1~5

上記の『統合指標』を分子、全店舗の合計面積と営業時間の積を分母として、『IY環境負荷指標』を算出し、環境効率を分析しています。

2003年度は新規5店舗の開店(上期1店、下期4店)と5店舗の閉店(上期2店、下期3店)、さらに営業時間の延長などがあり、『統合指標』としてのCO2排出総量は2002年比1.7%増でしたが、『IY環境負荷指標』は41.38となり2.7%改善しました。

京都議定書での基準年(1990年)と比較すると、CO2排出総量は2.0倍ですが、『IY環境負荷指標』は12.2%改善しています。

グラフ1 『IY環境負荷指標』の推移 (1990年を100とした場合)



年	店舗面積・営業時間 (㎡・h)	統合指標 (t-CO2)	IY環境負荷指標 (t-CO2/㎡・百万h)
1990年	6,057,384,615	285,431	47.12
2000年	12,419,568,995	539,716	43.46
2001年	13,344,645,390	567,159	42.50
2002年	13,525,422,535	575,276	42.53
2003年	14,148,561,700	585,514	41.38

営業時間の延長や店舗数拡大の影響もあり、CO2排出量は増加傾向にありますが、『IY環境負荷指標』は年々改善しています。

表2 集計可能な環境負荷

項目	CO2排出係数
販売設備や空調などに使用する電気使用量	0.378 kg-CO2/kWh
販売設備や空調などに使用するガス使用量	0.0513 kg-CO2/MJ
販売設備や空調などに使用するA重油使用量	0.0693 kg-CO2/MJ
商品配送にともなう軽油使用量	0.0687 kg-CO2/MJ
商品配送にともなう天然ガス使用量(CNG車)	0.0513 kg-CO2/MJ
店舗からの可燃ごみ排出量	780 kg-CO2/MJ
店舗からの廃プラスチック排出量	2,600 kg-CO2/MJ

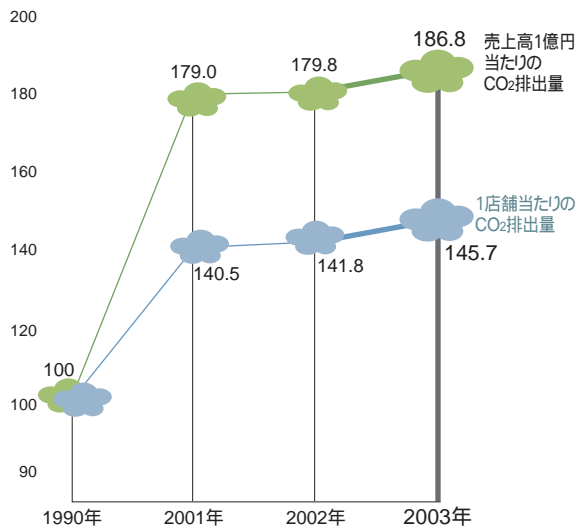
CO2排出量の算出は環境省「事業者からの温室効果ガス排出量算定ガイドライン」(試案)に基づき、発熱量・排出係数を採用し、2002年以前のデータも算出しています。「店舗からの可燃ごみ排出量」は、環境家計簿より水分率を加味して推定した厨芥類の排出係数 780kg-CO2/MJを採用しています。

表1 『統合指標』と『IY環境負荷指標』の算出方法

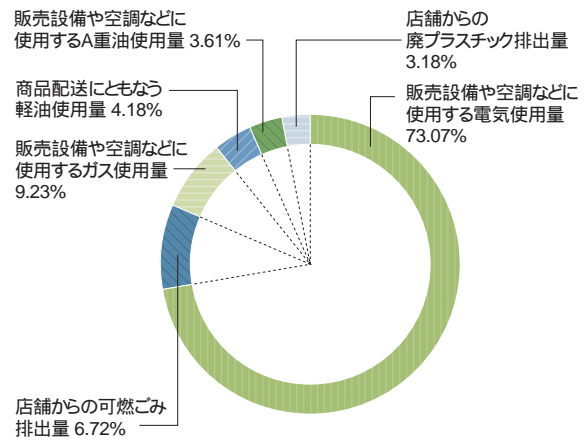
$$\text{集計可能な環境負荷の総量} \times \text{CO}_2 \text{ 排出係数} = \frac{\text{『統合指標』 (年間CO}_2\text{排出量、単位:t-CO}_2\text{)}}{\text{全店舗の合計面積} \times \text{総営業時間(㎡・h)}} = \text{『IY環境負荷指標』 (t-CO}_2\text{/㎡・h)}$$



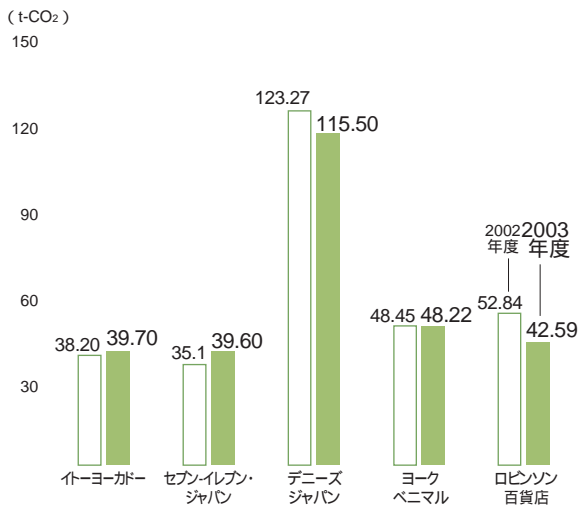
グラフ2 売上高1億円当たり、1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量  
(1990年を100とした場合)



グラフ3 1店舗当たりCO<sub>2</sub>排出量の由来別構成比

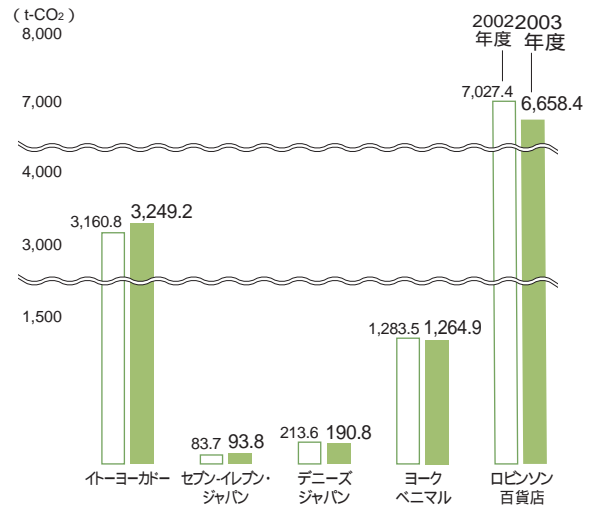


グラフ4 IYグループ売上高1億円当たりCO<sub>2</sub>排出量



イーヨーカードー以外のグループ会社は、年度会計となっています。

グラフ5 IYグループの1店舗当たりCO<sub>2</sub>排出量



**営業時間の延長や店舗の拡大は、  
環境負荷の増大につながっているのでは？**



**CO<sub>2</sub>排出量は店舗数・営業時間の拡大とともに増えていきます。  
そこで、省エネ設備の設置などによって  
環境効率の向上に努めています。**



## 環境会計に関する考え方

流通業では、製造業とは違って、純粋に環境保全だけを目的とした設備導入や研究開発などが少なく、環境負荷削減の大部分は通常業務の効率化によって達成されます。たとえば、物流合理化に役立つ新規設備や店舗建築時の新規設備導入など、通常の事業コストと環境コストのいずれに計上すべきなのかを明確に区分することが困難な項目が多数あります。

このため当社では、明確に環境負荷削減の投資・費用・効果とみなすことができる項目だけを集計しています。2003年度は、全店舗の食品売り場に環境関連のポスターなどを掲示する『環境告知スタンド』を設置し、当社の環境保全活動に関する情報発信を充実させました。

今後さらに環境会計を事業の実情に即したものと改善し、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づけていきたいと考えています。

## 容器包装リサイクル法への対応 ▶表1

容器包装リサイクル法に基づき、(財)容器包装リサイクル協会への再商品化委託料金を下記の通り支払いました。今後も包装の簡素化と軽量化を進め、包装材使用量の削減に努めます。

表1 容器包装リサイクル法に基づく委託料金と見込み排出量

	2003年度	2004年度
委託料金	3億2,435万円	4億3,071万円
ペット排出見込み量	320,337kg	319,384kg
その他プラ排出見込み量	10,796,756kg	12,229,159kg
その他紙	2,293,828kg	2,294,968kg

イトヨーカドーのプライベート商品(飲料品など)、専用包装資材(レジ袋や包装用紙など)が対象となっています。

(単位:千円)

分野 <sup>1</sup>	具体的な取り組み	対象範囲	環境負荷削減効果(物量)	単位	投資額	経費額	投資効果
建物の環境配慮	防音壁の設置工事	6店舗 <sup>2</sup>	-	-	-	10,943	-
包材とグリーン購入	容器包装リサイクル法負担金	全社	包装の簡素化と軽量化の推進	-	-	430,705	-
	トナーリサイクル	全社	33,067	本	-	358,893	179,447
	インクカートリッジリサイクル	全社	57,320	本	-	39,354	20,306
	店頭風除室マットの非塩化ビニル化	18店舗	2,360	m <sup>2</sup>	-	23,600	31,766
計						852,552	231,519
廃棄物の適正処理とリサイクル	廃棄物の適正な処理	全社	分別の推進とリサイクルの強化	-	-	2,483,342	0
	リサイクル処理	全社	89,906	t	-	239,832	3,115,072
計						2,723,174	3,115,072
社会活動とコミュニケーション	環境面での寄付活動	全社	-	-	-	4,780	-
	エコスタンプカードによるレジ袋の削減	全社	213	t	-	64,698	67,272
	CSR報告書、ポスター作成、環境管理費用	全社	-	-	-	15,027	-
計						84,505	67,272
合計						3,671,174	3,413,863

1) 新店や店舗改装時には、省エネ設備の導入や臭気・騒音対策など、地域への環境配慮対策を行っていますが、環境保全のために使用するコストのみを明確に切り分けることが難しいため、2003年度は「省エネ設備」「建物の環境配慮」は集計項目から削除しました。

2) 6店舗 = 金町店、竹ノ塚店、小岩店、函館店、石巻中里店、土浦店

# 環境に配慮した商品と販売方法

環境についての対話



## 環境負荷の低い商品の提供 ▶表1、グラフ1

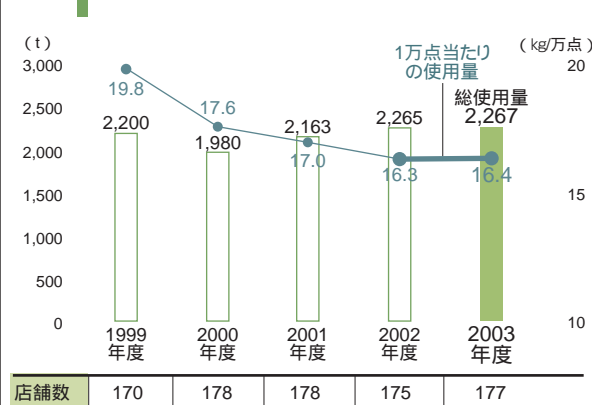
イトーヨーカドーでは、当社のオリジナルブランド商品について、素材、原料、製造工程、使用後のリサイクルなどに関する独自の基準を設け、この基準をクリアしたものを『環境奨品』（全13品目）として販売しています。また、家電製品売り場では、省エネ率など、環境負荷低減に役立つ情報も提供しています。

しかし、いかに「環境負荷が低い商品」でも、必ずお客様に選ばれるとは限りません。お客様には「環境重視」「価格重視」「品質重視」など、さまざまなニーズがあるため、環境負荷の低い商品に特別な売り場は設けず、自社ブランド、メーカーブランド、環境配慮型商品、特に環境に配慮していない商品なども同じ売り場に並べています。

表1 『環境奨品』の一例

分類	商品名	特徴
家庭用アルミ箔	レンジパネルでか	リサイクルアルミを原料に使用
ラップ・ホイル	環境食品用ラップ 26cm×30m	燃やしても有毒ガスの発生しない ポリエチレン製で、刃の原料には 自然に還るトウモロコシを使用
	環境食品用ラップ 22cm×50m	
補修頻度品	KIY紙ひも15号 100mシロ	再生紙100%使用 (太さ約2.0mm、長さ約100m)
	再生紙クラフトテープ	再生紙40%使用 (太さ50mm、長さ50m)
キッチン洗剤	環境奨品 無添加食器洗石鹸	洗浄成分は100%石鹼成分。生分解性がよく河川を汚しにくい

グラフ1 生鮮トレイ・容器使用量の推移



## 容器使用量の削減 ▶グラフ2、表2

少子化・高齢化や健康志向を背景に、「欲しい商品を必要な量だけ」というお客様のニーズが高まっています。イトーヨーカドーでは、精肉、青果、鮮魚、惣菜の各売り場で、「対面販売(量り売り、バラ売り、1個売り)」など新しい販売方法を積極的に導入しています。これはトレイ削減にもつながることから、2003年度は商品単価下落により販売点数が増加したにもかかわらず、トレイの総使用量は0.08%の微増にとどまりました。

また、リサイクルの難しい色柄トレイについては、色柄のついている表層を剥離できる『はがせるトレイ』を独自に開発し、2001年12月に導入しました。2003年度現在、品揃えは15品目となり、導入比率は9.4%となっています。

さらに、当社では環境負荷の少ない素材の導入にも取り組んでおり、惣菜の予約販売商品を中心に紙容器の使用を開始しています。

グラフ2 食品トレイ・容器の部門別構成比

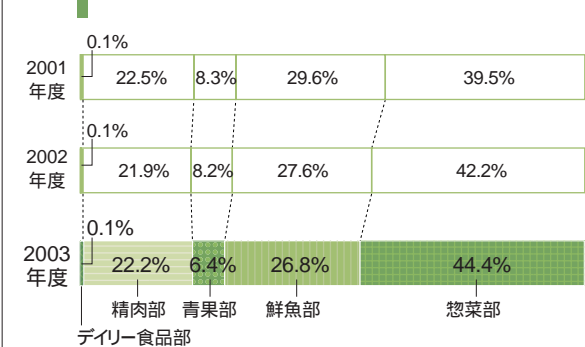


表2 生鮮トレイ・容器の仕入構成比

品名	構成比	
トレイ	白	35.7%
	はがせるトレイ	9.4%
	ふつうの色柄	2.8%
	透明	5.4%
	紙トレイ	0.4%
容器 (フタ付容器のため、リサイクル化が難しいもの)	惣菜容器	24.4%
	刺身容器	4.3%
	弁当・寿司容器	15.0%
	カップ容器	1.6%
	紙容器	1.1%

# 店舗運営における 環境配慮

環境についての対話



## 省エネ・省資源の推進 ▶グラフ1、2、3

店舗運営には、電気・ガスなどのエネルギー、水道などの資源の利用が不可欠です。とくに近年、イーヨーカドーでは、お客様のニーズや生活スタイルに合わせて店舗数・店舗面積・営業時間を年々拡大しており、また、自然光に近い光で売り場を演出するための照明、内装用間接照明なども増加しています。

2003年は、そうした電気を使用する装置がさらに増加したことともない、既存店での電気使用量は営業時間の増加に比例して2002年比3.5%増となりましたが、ガスは1.3%減、水道は0.7%減となりました。また、エネルギー別の営業時間延床面積当たりの使用量は電気では2002年比0.5%増にとどまり、ガスは5.2%の削減、水道は3.7%の削減となりました。

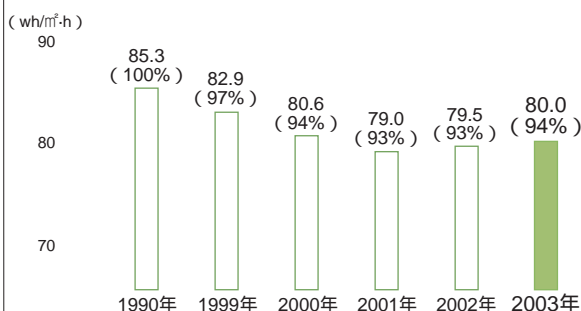
現在、新規出店および店舗の改装時にはエネルギー効率の高い省エネ設備を導入し、電気使用量の削減に取り組んでいます。今後も、ガス会社と連携し、ジェネリンクを採用したガスコージェネレーションを導入するなど、店舗面積の増加、営業時間の延長が資源・エネルギー総使用量の大幅な拡大につながらないよう、省エネ設備の設置やマネジメントの徹底に努めます。また、延床面積・営業時間などから各店舗の環境効率を算出し、その向上に取り組んでいきます。

### ジェネリンク

ガスコージェネレーションから発生する排熱温水を利用して施設の冷房を行うガス吸収冷温水器。

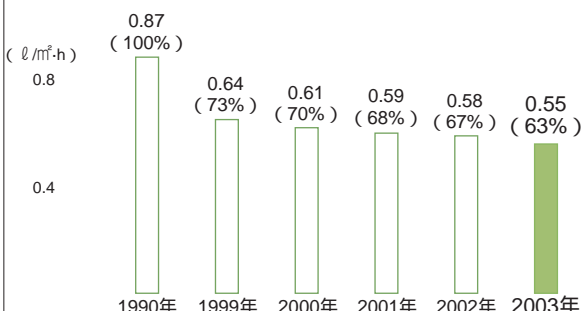


グラフ1 1㎡・1営業時間当たりの電気使用量推移  
( )は1990年を100とした場合の増減率



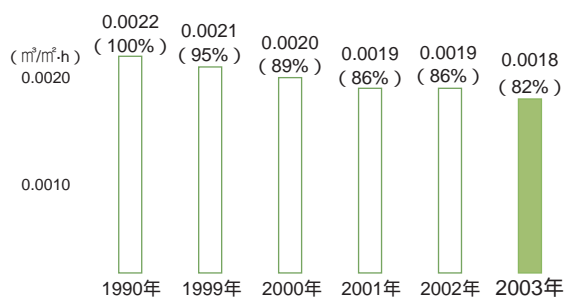
総使用量 (千Mwh)	516	942	1,000	1,054	1,075	1,131
店舗数	131	167	173	172	171	172

グラフ2 1㎡・1営業時間当たりの水使用量  
( )は1990年を100とした場合の増減率



総使用量 (千m <sup>3</sup> )	5,222	7,366	7,592	7,823	7,790	7,842
店舗数	131	167	173	172	171	172

グラフ3 1㎡・1営業時間当たりのガス使用量  
( )は1990年を100とした場合の増減率



総使用量 (千m <sup>3</sup> )	13,513	24,216	24,923	25,287	25,708	25,637
店舗数	131	167	173	172	171	172

対象店舗: 単位当たり使用量については、年間フル稼働した店舗、総使用量については2003年に営業を開始した店舗を含んでいます。

## 省エネ法への対応

「エネルギーの使用の合理化に関する法律(以下、省エネ法)」は、エネルギーの効率的な使用、無駄の排除を促進するための法律で、年間のエネルギー使用量が一定の基準を超える事業所は、毎年5月末までにエネルギー使用の合理化に関する計画書を提出することが義務づけられています。

イトーヨーカドーの省エネ法対象店舗は、2004年2月末現在で1種<sup>1</sup>が3店舗、2種<sup>2</sup>が52店舗あり、すでに計画書は提出しています。また、省エネ法では、管理基準の作成が必要とされていることから、2005年2月までに汎用性のある管理基準を作成する計画です。

### <sup>1</sup>第1種エネルギー指定管理工場

熱(原油換算)使用量3,000kℓ/年以上、または電気使用量1,200万kwh/年以上

### <sup>2</sup>第2種エネルギー指定管理工場

熱(原油換算)使用量1,500kℓ/年以上、または電力使用量600万kwh/年以上

## 排水の管理 ▶表1

イトーヨーカドーは、水質汚濁法の厳格化にともなって浄化槽利用店舗については、検査回数を増やしています。

浄化槽設置店舗 9店舗  
除害施設設置店舗数 86店舗

基準値を超過した店舗については、随時改善指導を施しています。

表1 2003年度の排水測定結果

	測定数 <sup>1</sup>	基準値超過数	基準達成率
BOD測定 <sup>2</sup>	1,140	3件	99.7%
ノルマルヘキサン抽出測定(自主測定)	1,140	13件	98.8%

1)測定数:95店舗×12回/年=1,140

2)BOD:Biochemical Oxygen Demand(生物化学的酸素要求量)の略。水中の汚れ(有機物)が微生物によって分解されるさいに消費される酸素量のことで、この数値が小さい程きれいな水といえます。

## 有害物質の管理

### フロンガスへの対応

イトーヨーカドーは、フロンの種類や保有量を把握し、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(HFC)<sup>1</sup>を使用した機種を導入を進めています。

#### 空調用冷凍機台数と特定フロン<sup>2</sup>(R-11,12)保有量

1990年度	32店舗	冷凍機51台	27,970kg
2002年度	14店舗	冷凍機22台	10,290kg
2003年度	11店舗	冷凍機16台	7,900kg

#### 生鮮用冷凍機台数と特定フロン(R-502)保有量

1990年度	120店舗	冷凍機320台	22,500kg
2002年度	5店舗	冷凍機13台	940kg
2003年度		全て回収破壊済み	

#### <sup>1</sup>代替物質(HFC)

オゾンを破壊しない化合物。イトーヨーカドーではターボ冷凍機などに使用しています。

#### <sup>2</sup>特定フロン

オゾン層を破壊する力がとくに強い5種類のフロンガス。1995年に世界各国で生産が中止されています。

## PCBへの対応

現在、イトーヨーカドーはPCB(ポリ塩化ビフェニル)が使用されている44台の高圧進相コンデンサー(1967年~1972年製造)を保有しています。

土壌や生物に影響を及ぼすPCBを適正に保管・処分するために、「特別管理産業廃棄物管理責任者講習会」の受講者を選任するとともに、埼玉県春日部市に専用保管所を設けて一括管理しています。

#### PCB

ポリ塩化ビフェニルの総称。不燃性で、加熱や冷却しても性質が変わらず、絶縁性や電気的特性に優れていることから店舗照明の安定器などの電気施設関連に使用されています。

## 廃棄物の削減と適正処理

### 処理業者との契約、処理業者の管理

イトーヨーカドーは、廃棄物処理に関する法令を遵守し、違法行為につながること、誤解を招くことは「受けない」「やらない」「やらせない」を徹底しています。

廃棄物業者との契約や廃棄物業者の管理は、本部が一括して行い、年1回契約を更新しています。そのさい1社30分程度、約2週間かけて全ての会社と面談。当社の考えを伝え、さらに契約先の声を聞く機会として、これを重視しています。

### 「廃棄物マニフェスト」の徹底管理

委託契約先(廃棄物処理業者)から提出されるマニフェスト(産業廃棄物管理票)の適正な管理は、廃棄物処理において非常に重要です。イトーヨーカドーでは2003年、従来の運用マニュアルに加え、独自に『基本運用マニュアル』『マニフェスト記入見本』『マニフェスト保管手順』の3種類のマニュアルを作成し、管理の厳密化を図りました。また、従来は散乱しがちであった、さまざまなマニフェストを一括して管理できるようにIYグループ専用のマニフェスト管理ファイルを作成しました。こうしたマニフェスト管理については、一部自治体からも高い評価をいただいています。

店舗でマニフェスト管理を担当しているのは店舗次長ですが、各店舗での管理状況については、本社社員が順次視察して確認しています。2003年度は79店舗を視察、そのさいに店舗に常駐している処理業者の作業員にもヒヤリングし、実態を詳細に確認しています。

### 店舗閉鎖時の什器処理

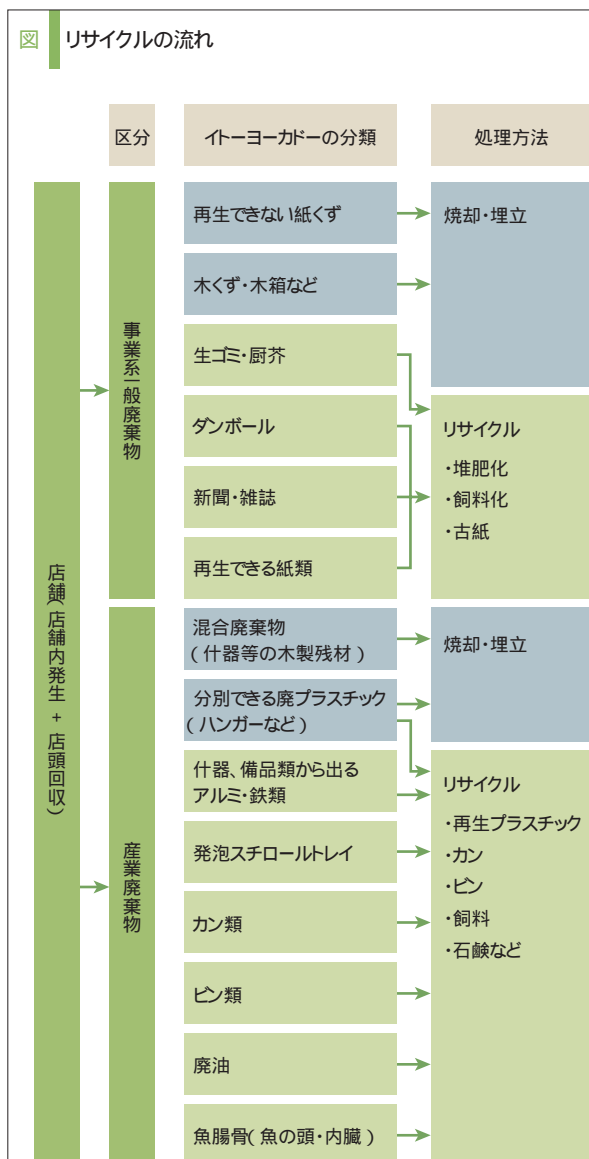
2003年度は5店舗を閉鎖。閉鎖後の陳列什器は木くず・鉄くず・廃プラスチック・ガラスなど、素材別に分別し、リサイクルを容易にしたうえで、適切に処理しました。

### 『リサイクル333キャンペーン』

毎日の仕事の中で「ごみの3分別」「ごみの3割削減」「ごみ袋の3回使用」を徹底する『リサイクル333キャンペーン』を1997年度から展開しています。このキャンペーンの効果を上げるために、2003年6月から売り場担当マネジャーを廃棄物処理の管理・教育責任者として任命し、ガイドブックなどによる教育を行っています。

2003年度は、営業時間の延長などで直接的な教育時間が不足していることを受けて、「廃棄物処理法におけるイトーヨーカドーの責任」「ごみの廃棄に関する基本」「現場での分別の仕方」などをまとめた教育用ビデオを作成。全社員への周知徹底を図っています。

図 リサイクルの流れ





## 『食品廃棄物リサイクル付加金制度』▶グラフ4、5、6

店舗から発生する食品廃棄物のリサイクル化を進めるために、イトーヨーカドーは2002年度に『食品廃棄物リサイクル付加金制度』を設けました。

この制度は、当社が食品廃棄物処理を委託しているお取引先(廃棄物処理業者)を対象に、従来はお取引先が負担してきたリサイクル費用の一部を廃棄物量に応じて補填するというものです。

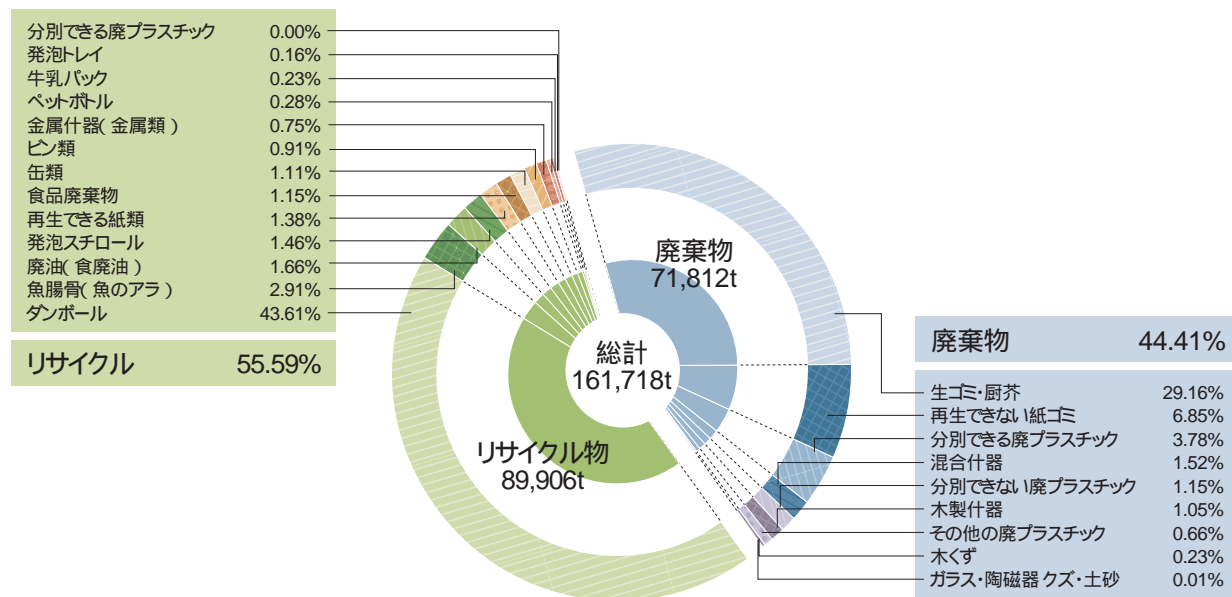
この結果、2003年の食品廃棄物リサイクル率は2002年差2.4%増の21.8%となり、「食品廃棄物リサイクル法」で2006年4月までの実施が義務づけられている食品廃棄物リサイクル率20%を達成しました。

## 食品廃棄物リサイクルを実施している店舗

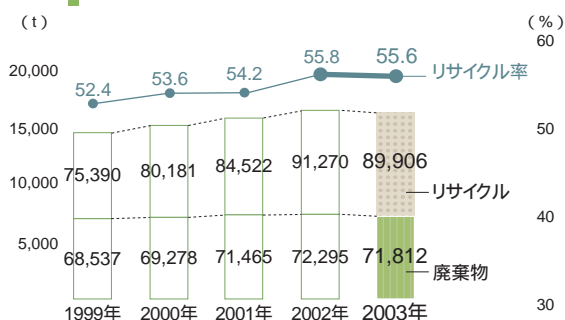
リサイクルの方法	実施店舗			
肥料化	旭川店	仙台泉店	竜ヶ崎店	東大和店
	姉ヶ崎店	市原店	白井店	八千代店
	幕張店	八幡宿店	千歳店	
飼料化	洋光台店	北42条店	新川店	屯田店
	琴似店	福住店		
消滅 (液化・減量処理)	鳴海店			
堆肥化	安城店	尾張旭店	小牧店	知多店

印は、『食品廃棄物リサイクル付加金制度』を利用

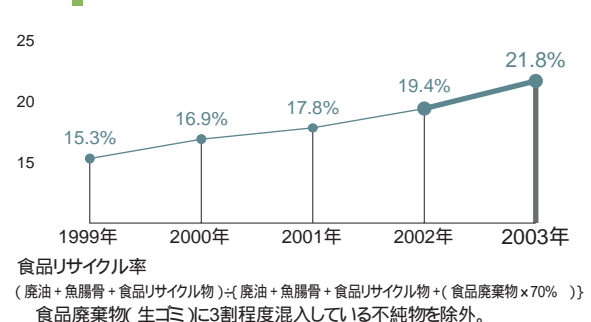
グラフ4 廃棄物・リサイクル物の内訳



グラフ5 廃棄物量・リサイクル量とリサイクル率の推移



グラフ6 食品廃棄物リサイクル率の推移



# 物流の改革による 環境負荷削減

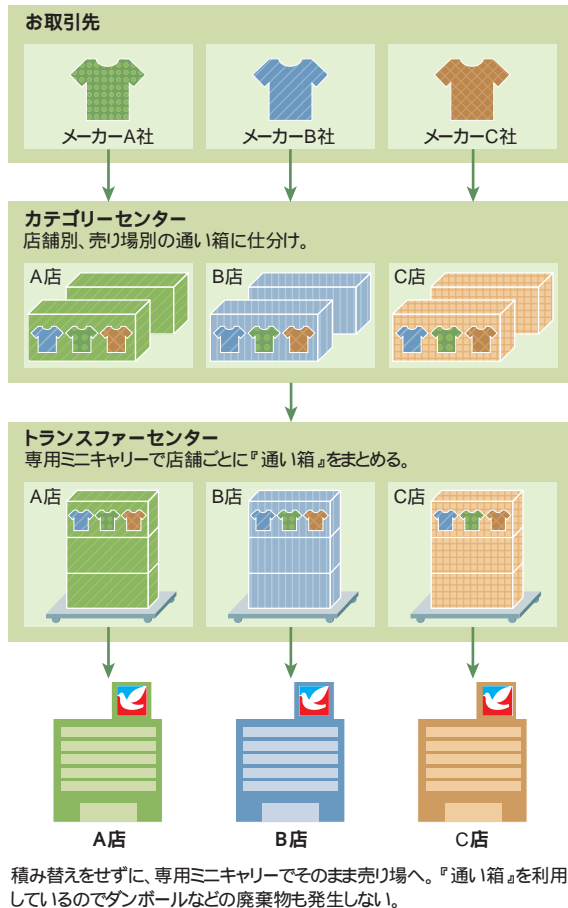
環境についての対話

## 『カテゴリーセンター化』の推進 図1 グラフ1、2、3

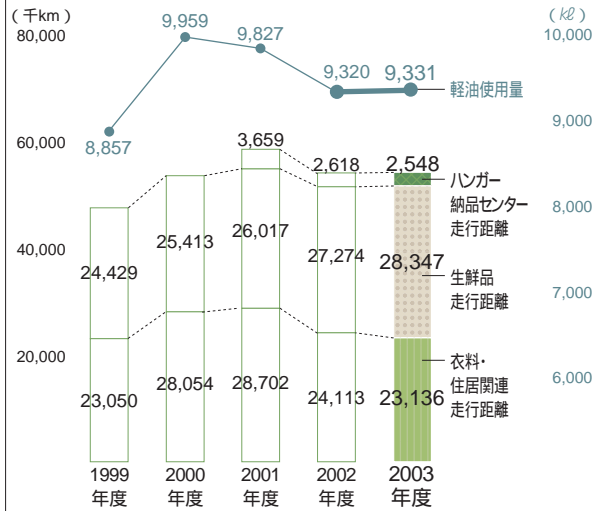
イトーヨーカドーで取り扱う加工食品・衣料品・住居関連品を配送している物流センターでは、各店舗の売り場別に商品を仕分け・一括梱包し、そのまま各売り場まで搬送する『カテゴリーセンター化』を1997年から推進しています。また、商品の梱包には、何度も繰り返して使用できるプラスチック製のコンテナ箱『通い箱』(P79)を使用し、使い捨てダンボールの使用量を削減しています。

2003年度は、『カテゴリーセンター化』が進んだ衣料・住居関連商品において、物流によるCO<sub>2</sub>排出量が2002年度比2.1%減となりました。しかし、生鮮関連品での配送距離が2.1%伸びたことで、物流全体では0.1%増となりました。

図1 カテゴリーセンター化のメリット

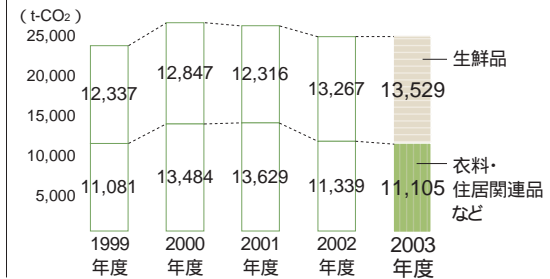


グラフ1 走行距離・軽油使用量の推移

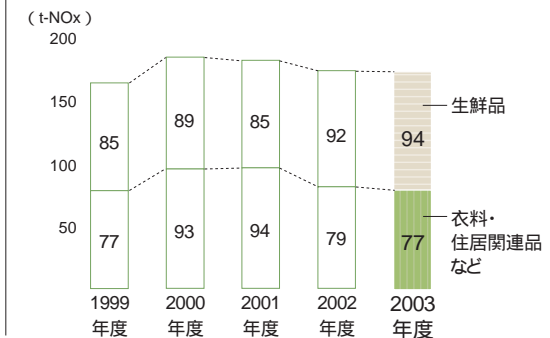


1)ハンガー納品センターの走行距離は2001年度から把握しています。  
2)集計の精度を高めるため、2002年度から集計方法を見直し、当社店舗と物流センター間のみ集計しています。

グラフ2 物流によるCO<sub>2</sub>総排出量の推移



グラフ3 物流によるNO<sub>x</sub>総排出量の推移







## 生鮮食品における物流の効率化

生鮮食品を配送する物流センターを分散化させ、店舗に近い場所にセンターを設置する『エリアセンター化』を推進。全国規模でお取引先の納品ルートの見直しや共同配送、地域物流網の整備などにも取り組みながら、共同配送センターを設置中です。

## 梱包資材をリユースする『通い箱』▶グラフ4、5

イトーヨーカドーでは、使い捨てダンボールの使用量を削減するために、プラスチック製のコンテナ箱を導入。店舗と物流センターとの間を繰り返して往復する『通い箱』として利用しています。当初は衣料品のみを使用していましたが、現在は、日用品や加工食品、チルド食品などにも『通い箱』の活用範囲を広げています。

また、衣料品については箱に梱包せず、ハンガーにかけたまま配送する仕組みと、ハンガー自体の再利用を進めており、2003年度は2,166万本のハンガーを再利用しました。

## 陶器の包装資材にも『通い箱』を導入

これまで小箱に入れて搬送していた陶器についても、プラスチック製の『通い箱』の中に入れ、ウレタンマットとエアクッションで保護しながら搬送しています。その結果、1カ月間で使用する陶器用小箱約15,000個、ダンボール約200ケースを削減。バックルームの仕分け作業や売り場での品出し作業にかかる時間が半減しています。

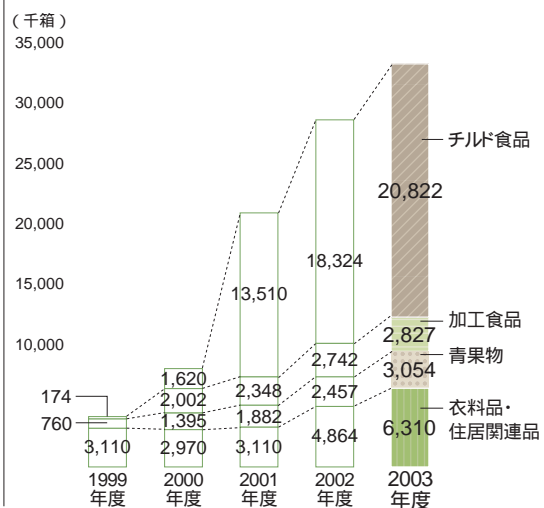
また、緩衝材として使用するウレタンマットとエアクッションも再利用しています。



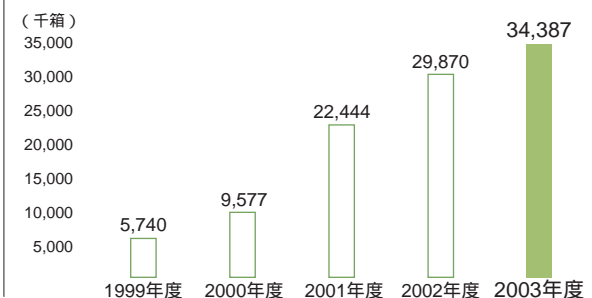
## 環境適合車の導入

イトーヨーカドーは、ディーゼル車より環境負荷の低い圧縮天然ガス(CNG)車を含む環境適合車の導入を進めています。2003年末現在、利用する全ての配送車両が環境適合車であり、うち83台がCNG車です。

グラフ4 『通い箱』利用数の推移



グラフ5 『通い箱』とハンガー配送によるダンボール使用量の削減数



# お客様との協力による 環境保全活動

環境についての対話



## 店舗での資源回収

現在、イトヨーカドーはお客様や自治体と協力し、店頭での資源回収に取り組んでいます。

### ビン・缶 ▶ グラフ1

回収したビンは各店舗のバックルームで色別に、缶はスチール・アルミニウムなどの素材別に分別し、業者に委託して再資源化しています。

### 発泡スチロール ▶ グラフ2

店頭で回収した食品トレイ、業務用の魚箱・青果箱を、生鮮センターの溶解機でプラスチック原料に加工し、リサイクル業者に委託してビデオカセット・ケース、ハンガーなどのプラスチック製品の原料として再利用しています。

### 牛乳パック ▶ グラフ2

地域ボランティア団体などの要請に基づき、回収スペースを提供しています。

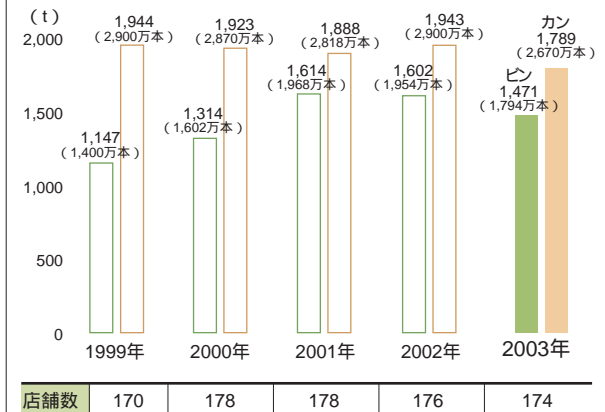
### ペットボトル ▶ グラフ2

ペットボトルの回収拠点として、地域、自治体と連携した回収・リサイクルを進めています。2003年度は東京都内を中心として103店舗に回収ボックスを設置しています。

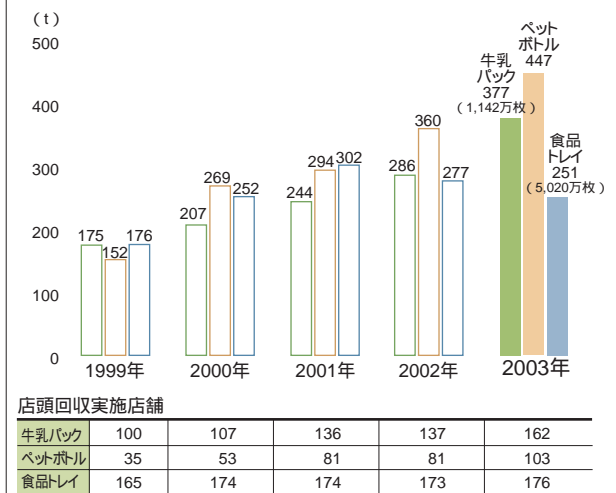
## グリーン購入の推進

紙類、文具などの用度品について、環境配慮型商品を積極的に購入する「グリーン購入」を推進しています。2002年2月からは、グリーン購入に関するIYグループ独自のガイドラインを、(財)日本環境協会の「エコマーク認証基準」に準拠したものに改訂しました。2003年度のグリーン購入率は23.7%となり、前年度差で1.8%増加しました。

グラフ1 ビン・カン回収量の推移



グラフ2 牛乳パック、ペットボトル、食品トレイ回収量の推移



上記グラフは、環境省の「環境家計簿」および日本ポリオレフィンフィルム工業組合ホームページを参考に算出しました





## レジ袋の使用は、さしひかえるべきなのでしょうか？



省資源、廃棄物削減のために  
お客様にもご協力いただきたいと思います。

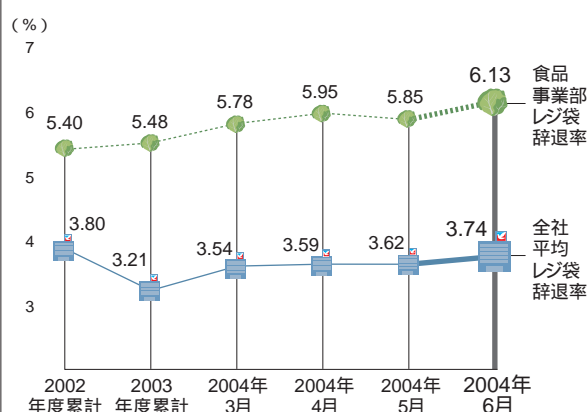
### レジ袋の削減 ▶グラフ3、4

レジ袋を削減するため、レジ袋をご辞退いただいたお客様にスタンプカードを提供し、1回のご辞退につき1回スタンプを押し、20回分たまると100円分のお買い物券としてご利用いただけるキャンペーンを実施しています。2003年10月より財団法人日本環境協会と協力して、全店舗の食料品部門のショッピングカゴ置き場に『環境告知スタンド』を設け、レジ袋削減をも含めた環境負荷低減に関するお客様への広報活動を展開しています。

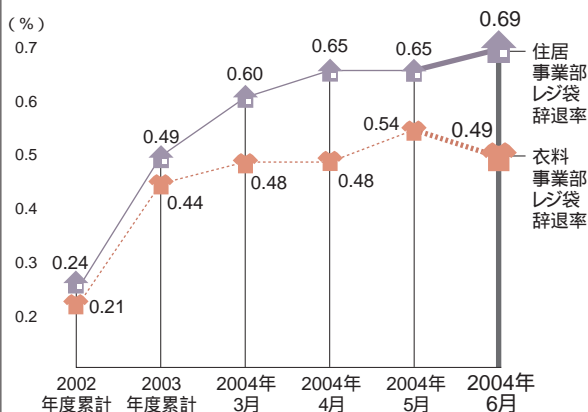
2004年6月現在のレジ袋辞退率は、全部門で3.74%、食品部門では6.13%と2002年度に比べて増加しました。一方、衣料・住居関連部門では、辞退率はまだ低いものの、ご辞退されるお客様は確実に増えています。



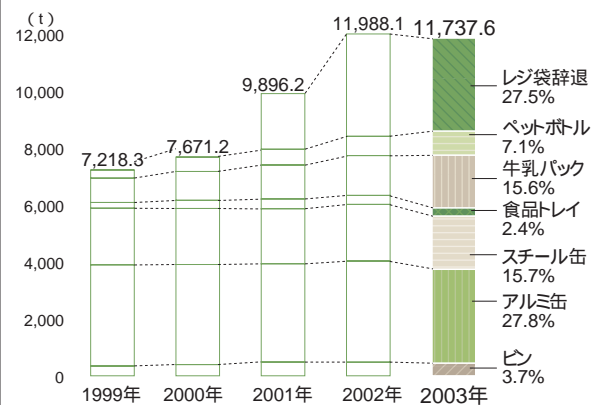
グラフ3 全社平均・食品部門のレジ袋辞退率



グラフ4 衣料品・住居関連部門のレジ袋辞退率



グラフ5 容器類の店頭回収、レジ袋辞退によるCO<sub>2</sub>削減量



### 店頭回収によるCO<sub>2</sub>削減量を算出 ▶グラフ5

店頭で回収した容器類のリサイクル、お客様によるレジ袋の辞退などは確実にCO<sub>2</sub>削減につながっています。

今回、当社は店頭回収によって削減できたCO<sub>2</sub>排出量を試算しました。この結果をもとに、今後もお客様のご協力のもと、CO<sub>2</sub>削減を進めていくための方法を検討していきます。

## 1Yグループピックアップ

### 2003年度1Yグループ各社の社会・環境活動トピックス



#### ㈱セブン-イレブン・ジャパン

URL <http://www.sej.co.jp/>

㈱セブン-イレブン・ジャパンは、コンビニエンスストア事業全体に関わる環境負荷の軽減に努めるとともに、まちの安全・安心の拠点としての「セーフティステーション活動」など、地域共生のための活動や社会貢献活動に継続して取り組んでいます。詳細は『セブン-イレブン・ジャパン 社会・環境報告書2004』でご報告しています。



#### 「レシピマスターシステム」の構築の推進

レシピマスターシステム(商品と原材料のひもづけと、原材料の需給管理のためのシステム)の構築により、原材料リスクの管理と安全な商品を提供するための仕組みづくりを進めています。

「セーフティステーション活動」のトライアル活動実施(社)日本フランチャイズチェーン協会加盟のコンビニエンスストア各社とともに、「安全・安心なまちづくり」のための「セーフティステーション活動」のトライアルを実施しました。セーフティステーション活動では、青少年の健全育成への協力、自主防犯体制の強化、緊急事故に対する通報、女性・子どもなどの駆け込みへの対応、高齢者などの介護補助・連絡などの役割が果たせるように取り組みを進めています。



#### ㈱デニーズジャパン

URL <http://www.dennys.co.jp/dj/index.html>

㈱デニーズジャパンは、お客様の心を豊かにする「食の快適空間」をめざし、地域ごと、個店ごとに「安心・安全・健康」をテーマとして、お客様にご満足いただける料理とサービスレベルの向上に取り組んでいます。



#### 生ごみのリサイクル

2003年4月から、セブン-イレブン・ジャパンと同様のルートを使用し、都内20店舗の生ごみを千葉県内のコンポスト

プラントへ運び、堆肥化する「生ごみのリサイクル化」を開始しました。今後も実施店舗を拡大していく予定です。

#### 店頭チャリティー募金の寄贈

店頭で回収した全店舗分の募金は、社会貢献の一環として、被災地などへの援助や環境保護に努めている団体などへの寄付金として活用しています。



#### ㈱ヨークベニマル

URL <http://www.yorkbeni.co.jp/>

㈱ヨークベニマルは、「お客さまの日常の食卓をより楽しく、豊かに、便利にする」ことをコンセプトとして、明るく元気な挨拶、清潔な売り場づくり、鮮度と味の追求、品切れ防止など、基本的事項のレベル向上に取り組んでいます。



#### 魚のアラのリサイクル

店舗で排出される生ごみの約2割を占める「魚のアラ」を食肉用飼料に加工し、養鶏場などで飼料として活用しています。また、この飼料を使用した安全・安心なブランド「健養卵」などを商品化し、店頭で販売しています。

#### 地域社会との連携

「企業であっても地域社会の一員」という考えのもと、地域清掃活動などに取り組んでいます。

#### Robinson's ㈱ロビンソン百貨店

㈱ロビンソン百貨店は「地域密着型の百貨店」として、マーケットニーズに対応した独自性のある商品開発を強化するとともに、提案型の売り場づくりを進めています。店舗では、お客様にご満足いただける商品知識を身につけ、接客と販売力の強化を図っています。



#### 労使共同による社会貢献活動

会社と労働組合が協力し、店舗募金と労働組合で集めた募金を地域の社会貢献活動に活用しています。2003年度は市内の養護施設にクリスマスケーキなどの差し入れを実施しました。

## 「中国」におけるIYグループの事業活動

めざましい経済成長を遂げている中国では、小売業へのニーズも増大しています。

IYグループは、1997年に「イトーヨーカドー」を四川省成都市に開店。

以来、成都市、北京市を中心に、中国でのスーパーストア事業、コンビニエンスストア事業を展開し、

2004年8月現在、5店舗の「イトーヨーカドー」と、5店舗の「セブン-イレブン」を運営しています。

### 中国の流通近代化に貢献し、 当社の商品開発・調達力も強化

IYグループは、「流通の近代化に向けて、外国の優れた小売業を誘致したい」という中華人民共和国政府の要請を受けて、1998年4月に北京市に「イトーヨーカドー」と同タイプの店舗を開店。また、その前年1997年にも四川省成都に中国1号店となる成都イトーヨーカドーをオープン。現在までに北京3店舗、成都2店舗の5つの「イトーヨーカドー」店舗を運営しています。

スーパーストア事業の現地法人として設立した「成都イトーヨーカ堂(成都市)」および「華糖ヨーカ堂(北京市)」の2社は、イトーヨーカドーが培ってきた小売業のノウハウを継承し、それぞれの地域ニーズ・お客様の声を反映させた品揃えやサービスなどに注力しています。このことは、中国における当社の商品開発、商品調達の強化にも役立っています。

### 北京市、成都市で約4,000人を雇用し、 仕入先は約2,650社にのぼる

現在、北京市、成都市には欧米資本系大型小売店も数多く出店していますが、イトーヨーカドーでは、かつての中国にはなかった“フレンドリーな接客”や、衣料品・住居関連品の“商品提案力”が高い評価を得ています。また2003年北京にてSARSが発生したさい、イトーヨーカドーでは素早い商品手配で品切れをなくしたり、毎時エスカレーターの手すりやカート

などを消毒して衛生管理に努めました。その結果、北京市政府をはじめ、多数のお取引先、お客様から大きな信頼を獲得し、前年比2桁増となる大躍進を遂げました。

また、積極的な出店を背景に2003年12月末現在、両社の仕入先は延べ約2,650社を数え、社員数は約4,000名にのぼっています。同年12月にオープンした豊台北路店ではイトーヨーカドー初の中国人店長が誕生するなど、現地社員の登用も進めています。

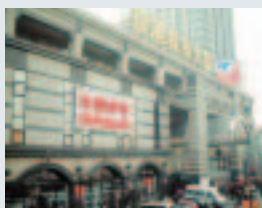
### 中国における食品スーパー事業と コンビニエンス事業の展開

2004年4月、イトーヨーカドーとヨークベニマルは、中国で大型百貨店を展開する北京王府井百貨(集団)との合併会社「王府井ヨーカ堂有限公司」の設立に合意しました。2005年春には、北京市で生鮮食品を中心としたスーパーマーケット事業を開始する予定です。

また、2004年4月15日には、北京市東城区に「セブン-イレブン」店舗の1号店である「東直門(ドンジョーメン)店」をオープンしました。日本のセブン-イレブンが30年にわたって培ってきた弁当・おにぎりなどのオリジナル商品の開発ノウハウ、お客様のニーズを製造・配送・販売に連動させるノウハウなどを活用しながら、中国のお客様のご要望に十分お応えすべく、順次出店を進めていきます。



「王府井ヨーカ堂有限公司」の  
設立調印式



華糖ヨーカ堂の北京1号店  
「十里堡店」



セブン-イレブン北京1号店  
「東直門店」



米国在住  
ASU International社代表  
社会責任コンサルタント  
齋藤 槇

イーヨーカダーは、重視している6つのステークホルダーである顧客、取引先、株主、地域社会、社員、環境に対して、それぞれへの課題を抽出し、そのための策を実施しており、社是の「信頼される誠実な企業」の具現化に向けて取り組んでいます。

それを伝えるCSR報告書が、単なる結果報告に終わることなく、作る過程そのものが、会社の「信頼を獲得するプロセス」になっている点が特に注目に値します。世界の報告書と比較しても質の高い、オリジナリティのある作りです。

以下、3つのポイントでCSRへの取り組み並びに報告書について分析してみました。まとめるに際し、経営者並びに担当者のヒアリング、店舗2カ所の視察を行い、また関係資料を入手しました。

### 経営課題としてCSRを捉え、全社の取り組みになっているか？

CSRの課題を確実に実行するために、CSR専門家を社外取締役役に選任したこと、また、関係会社も含めた横断的な『企業行動委員会』や、公正な取引を推進する『FT(フェアトレード)委員会』を設置し社員教育を実施するなど、徹底したコミットメントが伺われます。また、社内のほぼ全ての部署が報告書作成に関与しており、CSRが全社の取り組みになっています。CSRマネジメントシステムが確立されつつあるなかで、今後、Plan Do Check Actionのサイクルがより効果的に機能することを期待します。

### CSRのテーマの優先順位と目標が明確か？

CSRには「法令遵守」「環境」「人権」などさまざまなテーマが含まれますが、優先順位を決める必要があります。同

社は、ステークホルダーとのきめ細やかなコミュニケーション活動を通じて、ビジョン、事業内容に沿ってその順位を決定し、実行している点が評価できます。

たとえば、顧客との関係において、『お客様の声ボックス』、『お客様相談室』、消費生活アドバイザーの資格を持つ『くらしのアドバイザー』などを設置しており、そこですくい上げた顧客のニーズにきちんと応えています。

信頼できる食べ物の提供を目的とした『顔が見える食品。』ブランドや、安全性を訴求したベビー・ブランド『プチ・アイ』の開発には、事業を通じたCSR活動の理想の姿を見出します。また、『マタニティ・育児相談室』、『ユニバーサルデザイン対応店舗』なども非常にユニークな活動です。今後、各店舗の取り組みレベルが均一化されることを望んでいます。

報告書に関しては、ステークホルダー別に章を分けて、分かりやすく説明責任を果たしている点が、「読ませる報告書」の実現を可能にしています。

### 実態の把握とその課題解決の報告がされているか？

CSR活動はややもすると「きれい事」で終わってしまいがちな上に、報告書が単なる「PRツール」になるケースも多く存在します。しかし、同社は、成果だけでなく、マイナス点も正直に報告し、さらにそれをどう改善したか情報公開しており、誠意を感じさせます。実態をよりわかりやすく伝えるために「CSR指標」や『イーヨーカダーCSR会計』を開発し、独自のモノサシで表現しているのも先進的な取り組みといえます。

今後、これらの有効性・インパクトを分析し、戦略的なCSR目標達成に役立てていくことが期待されます。

CSRに配慮したイーヨーカダーは、人々に「社会や環境をより良くする買い物場」を提供しているといえます。人との接点が多い大規模流通事業だけに、その影響力は計り知れないものがあります。その意味でも、これからもCSRリーダー企業として、まだそのレベルに達していない関係会社・同業他社などとの連携を取りながら、積極的に活動することを望んでいます。

第三者保証報告書

2004年8月24日

株式会社イトーヨーカ堂  
常務取締役 相岡 稔 殿

私たち、株式会社中央青山サステナビリティ認証機構は、株式会社イトーヨーカ堂（以下、「会社」）からの依頼に基づいて「企業の社会的責任報告書—社会・環境報告 2004」（以下、「同報告書」）に関する保証業務を行いました。なお、同報告書の作成責任は会社にあります。

保証業務の目的

私たちの保証業務は、同報告書に記載された重要な企業の社会的責任（以下、「CSR」）に関する情報の収集と報告に関するプロセスの有効性について、独立した第三者の立場から意見を表明することを目的としています。

なお、本年度が初めての保証であるため、2002年度以前の情報は保証の対象ではありません。

意見表明の根拠

現時点では、CSRに関する情報の報告や保証について、一般に認められた国際基準は確立されていません。そのため、私たちは現在確立されつつある慣行と指針を参考としています。

実施した手続の概要

私たちの保証は本部及び本場店の2サイトに関して実施しました。私たちが、同報告書に記載された重要なCSRに関する情報に関連して実施した保証手続は以下のとおりです。

1. 私たちは、以下の4つの要点を検討しました。
  1. CSRに関するマネジメント  
CSRに関する組織態勢および情報システムの概要を把握し、会社のCSRマネジメントの状況を概観的に検討しました。

私たちからの提言

私たちは、今回の保証業務の過程で会社に対していくつかの見解や提言を伝えました。会社の同意を得て、以下にその一部を記載します。

1. ステークホルダー中心のCSRマネジメント  
会社は、同報告書冒頭の「What's IY?」において、自らの存在意義を見つめ直し、ステークホルダーとの関わりを改めて問うています。また、日々、多様な活動・媒体を通じたステークホルダーとの真摯な対話の積み重ねが行なわれていることを述べています。

CSRを果たすことは、自らの透明性を高め、ステークホルダーとの対話を恒常的にやり、それらの意見を積極的に事業経営に取り入れ、変化へ対応していく過程そのものです。その対話を骨格に据え、情報開示を行なおうとしていることは高く評価することができます。

今後は、ステークホルダーとの対話を継続的にやり、CSRに関する全社的な方針のさらなる明確化と経営戦略への統合を図り、その経過と結果について継続的に情報を開示していくことが望まれます。また、CSRの取り組みを評価するために、CSR会計やCSR指標といった定量的な指標を経営管理指標の1つとして活用し、状況を開示していくことが望まれます。

2. CSRに関する取り組みの進展  
会社は、小売業の特性から広範で多様なステークホルダーを対象としているため、会社の果たすべき責任は多岐にわたっており、その中には、社会問題に関連する事項が多く含まれています。

2. CSRに関する情報の収集と報告のプロセス  
重要なCSRに関する情報について、収集と報告のプロセスが確立され、適切に運用されているかを検討しました。

3. 同報告書に記載された環境情報  
同報告書に記載された環境情報について内部資料との整合性を検討したほか、サンプリングしたデータについて外部の根拠資料との整合性を検討しました。

4. 同報告書に記載された環境情報以外の情報  
同報告書に記載された環境情報以外の情報について、内部資料との整合性を検討しました。

11. 上記の検討に際しては、本部及び本場店において以下の手続を実施しました。

- 1) 経営者および関係各部署の担当者へのヒアリング
- 2) 構成案と記載予定項目に関する分析・評価、編集会議への立会
- 3) 同報告書の記載内容と根拠資料の照合

結論

以上の手続を実施した結果、私たちの意見は以下の通りです。同報告書に記載された重要なCSRに関する情報の収集と報告に関するプロセスは、私たちが実施した手続の範囲内において、下記事項を除いて有効です。

環境情報については、適切な集計方法が確立されておらず、同報告書に記載された情報と根拠資料の整合性が確認できないものがありました。

株式会社中央青山サステナビリティ認証機構  
(中央青山監査法人グループ)

代表取締役社長 細野 康 弘

同報告書においては、会社が直面している課題や事業活動の発展に伴って生じる課題と対応を誠実に伝えるよう配慮されており、その姿勢は高く評価することができます。

特に、「社員との対話において」の記載では、少子高齢化への対応や女性の活用等、日本の労働市場での社会的課題への解決を真摯に模索する経営姿勢が印象的です。パートナー社員の増加への対応としての待遇の改善・モチベーションの向上・労働組合への加入計画。仕事と家庭の両立の支援、女性社員・高齢者・障害者の活用等の先進的な取り組み姿勢と実績の開示が充実しています。今後とも、新しい課題へ挑戦し、継続的に情報開示する事が望まれます。

3. 環境パフォーマンスの集計について  
私たちが視察した店舗では、事業活動に即した環境マネジメントは、各担当部署とお取引先の協力により、良好に運用されています。しかしながら、本部における同報告書の環境情報の集計に際しては、集計範囲の不統一、根拠資料と同報告書の環境情報の不整合がありました。これは、環境情報に関して明確な集計基準が確立されていないものがあること、部署間で連携が不十分であることが原因と考えられます。

環境パフォーマンスはこれまでの環境保全活動の結果であり、将来の計画を立案するために重要な指標です。その精度を高めることは今後の環境活動のさらなる推進にとって重要です。今後、会社における統合的な管理体制の強化、部署間の連携、集計基準の統一が望まれます。

## 第三者の意見を受けて

当社では創業以来、社是に定めましたように、ステークホルダーの皆様から信頼される、誠実な企業でありたいと、考え続けております。

私たちの事業はステークホルダーの皆様にご支持いただいてこそ存続できていると、日々、実感しているからです。

年ごとに事業が拡大していくなかで、このことを私たち自身で考え実行し続けることは、時として厳しい挑戦でもあります。

私たちは昨年から、このレポートのタイトルを『企業の社会的責任報告書( CSRレポート)』といたしました。

1990年代半ばから私たちは、環境問題を中心とした視座でレポートをつくって参りました。その歳月を通じ、私たちの中で重みを増してまいりました課題意識をもとに、3年前から、非・財務的側面全般を考え、企業行動を開示しようとする視座に変えました。

昨年はそうした考え方を、さらにはっきり形にする状況になったと考えたからです。

昨年、複数の方からのご意見として「ステークホルダーとの対話」という課題をいただきましたことを踏まえ、今

年はステークホルダーごとに「対話」を軸に考える編集にいたしました。

そして今年は、こうした非・財務的側面の分析をどのように事業戦略に統合し生かしていくかをさらに考え、開示すること、事業分野、事業所ごとの情報やデータをどのように全社的にとまとめ、集計するかについてさらに挑戦すること、などの課題をいただきました。

その課題への対応はもちろんのこと、各店舗、各部署においてCSRの取り組みを計画的に実行し、日々その検証を行いながら推進していくと考えています。

私たちはこの一年、CSRの分野で起こった大きな変化に目を見張り、同時に勇気を与えられました。

このレポートを送り出すこの日から、また新たな挑戦にとりかかります。

皆様のこれまでの暖かいご支援に深く感謝申し上げ、さらなるご支援を、心からお願いいたします。

2004年9月  
常務取締役 常務執行役員  
総務本部長  
稲岡 稔

## 編集後記

今回で二回目の発行となる『企業の社会的責任報告書』の編集にあたっては、二つの点に留意しました。

一つは、当社が創業時から社是に掲げてきたCSR(企業の社会的責任)経営について、これまでの取り組みを整理し直し、今後の指針・目標を明確にする、ということ。もう一つは、当社の各部署がステークホルダーの皆様とどのように対話しているのかを見直すとともに、対話の結果をどのように企業活動に生かしているのかをできる限り具体的に報告する、ということでした。

こうした作業を通して、当社が今後進むべき方向がかなり明確になると同時に、「営業時間延長にともなう

環境負荷をいかに低減していくか」「海外産品を含む商品のトレーサビリティをいかに拡充していくか」「お取引先のコンプライアンスや環境、人権への配慮にどのように関わっていくべきか」などの課題が浮上してきました。また、これらの課題を、ステークホルダーの皆様との対話を進めながら解決していくためのヒントを得ました。

これらの全てを一冊の報告書に盛りこむことはできませんでしたが、本報告書を通じて、当社の企業活動に対するご理解を深めていただければ幸いです。

トヨタ自動車株式会社 企業行動委員会事務局



名称	株式会社イトヨカ堂
代表取締役会長 最高経営責任者(CEO)	鈴木 敏文
代表取締役社長 最高執行責任者(COO)	井坂 榮
創業	1920年
資本金	479億8,700万円(2004年2月)
売上高	1兆4,748億800万円(2004年2月期)
社員数	47,402名(2004年2月末現在)
店舗数	177店舗(2004年2月末現在)
東証第一部上場	
本部所在地	〒102-8450 東京都千代田区二番町8番地8 TEL.03-6238-2111(代表) <a href="http://www.itoyokado.iyg.co.jp">http://www.itoyokado.iyg.co.jp</a>

## 店舗一覧(2004年8月末現在)

### 北海道・東北

#### 北海道

旭川 / 恵庭 / 江別 / 帯広 / 北見  
北四十二条 / 釧路 / 琴似 / 新川  
千歳 / 苫小牧 / 屯田 / 函館 / 福住

#### 青森県

青森 / 五所川原 / 八戸沼館 / 弘前

#### 岩手県

花巻

#### 宮城県

石巻あけぼの / 石巻中里 / 仙台泉

#### 秋田県

秋田

#### 福島県

いわき植田 / 郡山 / 平 / 福島

### 関東・甲信越

#### 茨城県

古河 / 高萩 / 土浦 / 日立 / 竜ヶ崎

#### 栃木県

足利 / 宇都宮 / 小山 / 鹿沼

#### 群馬県

伊勢崎 / 藤岡 / 前橋

#### 埼玉県

上尾 / 浦和 / 大宮 / 大宮宮原 / 加須 /  
春日部 / 上福岡西 / 上福岡東 / 川口 /  
川越 / 久喜 / 越ヶ谷 / 坂戸 / 新田  
せんげん台 / 草加 / 西川口 / 錦町  
東松山 / 深谷 / 和光 / 蕨

#### 東京都

赤羽 / 綾瀬 / エスパ昭島 / 大井町  
葛西 / 金町 / 上板橋 / 亀有 / 木場  
恋ヶ窪 / 小岩 / 千住 / 高砂 / 滝山  
竹の塚 / 立石 / 田無 / 多摩センター  
戸越 / 西新井 / 拝島 / 八王子  
東久留米 / 東村山 / 東大和 / 曳舟  
府中 / 南大沢 / 三ノ輪 / 武蔵境  
四つ木

#### 千葉県

姉崎 / 我孫子 / 市原 / 白井  
エスパ我孫子 / 柏 / 鎌ヶ谷 / 君津  
五香 / 新浦安 / 津田沼 / 流山 / 成田  
東習志野 / 船橋 / 幕張 / 松戸 / 八千代  
八柱 / 八幡宿 / 四街道

#### 神奈川県

厚木 / 伊勢原 / エスパ川崎 / 大船  
小田原 / 桂台 / 上大岡 / 上永谷  
川崎港町 / 希望ヶ丘 / 古淵 / 相模原  
湘南台 / 新百合ヶ丘 / 立場  
たまプラーザ / 茅ヶ崎 / 綱島 / 鶴ヶ峰  
鶴見 / 能見台 / 橋本 / 秦野 / 藤沢  
溝ノ口 / 武蔵小杉 / 大和鶴間 / 洋光台  
横浜別所 / 若葉台

#### 新潟県

直江津 / 新潟木戸

#### 山梨県

甲府昭和 / 富士吉田

#### 長野県

上田 / エスパ松本 / 塩尻 / 長野  
南松本

### 中部

#### 岐阜県

各務原 / 柳津

#### 静岡県

静岡 / 沼津 / 浜松駅前 / 浜松宮竹  
富士 / 三島

#### 愛知県

安城 / 犬山 / 尾張旭 / 刈谷 / 小牧  
知多 / 豊橋 / 鳴海

### 近畿

#### 京都府

六地蔵

#### 奈良県

奈良

#### 大阪府

堺 / 津久野 / 東大阪

#### 兵庫県

加古川 / 広畑

### 中国

#### 岡山県

岡山

#### 広島県

福山



お問い合わせ先  
株式会社イトヨーカ堂 企業行動委員会事務局  
〒102-8450 東京都千代田区二番町8番地8  
TEL.03-6238-2203(ダイヤルイン)  
FAX.03-6238-3490



GR12002		2003年度版報告書	
		頁	記載項目
<b>1. ビジョンと戦略</b>			
1.1 持続可能な発展への寄与に関する組織のビジョンと戦略に関する説明	組織の主要課題、ステークホルダーの関与、個々の課題に関して組織から最も影響を受けるステークホルダー、組織の価値・事業戦略への課題の反映、目的と対応	2/3	イートヨーカドーの企業姿勢 ステークホルダーとのかわり
1.2 報告書の主要要素を表す最高経営責任者（または同等の上級管理職）の声明			ごあいさつ A
<b>2. 報告組織の概要</b>			
組織概要			
2.1 報告組織の名称		裏表紙	名称 A
2.2 主な製品やサービス、それが適切な場合には、ブランド名も含む。			イートヨーカドーの事業内容 A
2.3 報告組織の事業構造		22	企業統治構造 A
2.4 主要部門、製造部門子会社、系列企業および合併企業の記述			IVグループ A
2.5 事業所の所在国名		裏表紙	住所 A
2.6 企業形態（法的形態）	例）株式会社、有限会社など	裏表紙	住所 A
2.7 対象市場の特質		裏表紙	決算概況 A
2.8 組織規模	従業員数、提供している製造製品/サービス（数量または分量）、売上高、負債と自己資本とに分けた資本総額		決算概況 A
2.9 ステークホルダーのリスト。その特質、および報告組織との関係。	地域社会、顧客、株主および出資者、供給業者、労働組合、直接的および間接的従業員、その他（ビジネスパートナー、地元当局、NGO）	2/3	ステークホルダーとのかわり A
<b>報告書の範囲</b>			
2.10 報告書に関する問い合わせ先。電子メールやホームページアドレスなど。		裏表紙	お問合せ先 (TEL, FAX)、ホームページアドレス A
2.11 記載情報の報告期間（年度/暦年など）			A
2.12 前回の報告書の発行日（該当する場合）	例）会計年度、暦年（特に注釈のない限り）	1	この報告書について A
2.13 報告組織の範囲と、もしあれば報告内容の範囲	国/地域、製品/サービス、部門/施設/合併事業/子会社		
2.14 前回の報告書以降に発生した重大な変更	規模、構造、所有形態または製品/サービス等	24	決算概況 A
2.15 時系列での、また報告組織での比較に重大な影響を及ぼす報告上の基礎的事柄	合併事業、子会社、リース施設、外部委託業務、その他	25	新規事業 D
2.16 以前発行した報告書に含まれている情報について、発行しなおす場合、再報告の性質、効果および理由	合併/吸収、基準年/期間、事業内容、または測定方法の変更など	44	地球温暖化防止(CO2排出係数の変更) A
<b>報告書の概要</b>			
2.17 報告書作成に際しGRIの原則または規定を適用しない旨の決定の記述。		1	この報告書について [ 報告書作成に当たってはGRIガイドラインを参考としています ] A
2.18 経済・環境・社会的コストと効果の算出に使用された規準/定義。		1	この報告書について A
2.19 主要な経済・環境・社会情報に適用されている測定手法、前回報告書発行以降の大きな変更。		3	CSR会計 A
2.20 持続可能性報告書に必要な、正確性、網羅性、信頼性を増進し保証するための方針と組織の取り組み。	経営陣が依拠している内部のマネジメントシステム、プロセス、監査が含まれる。	64-66	第三者意見書 A
2.21 報告書全体についての第三者保証書を付帯することに關する方針と現行の取り組み。		64-66	第三者意見書 A
2.22 報告書利用者が、個別施設の情報も含め、組織の活動の経済・環境・社会的側面に関する追加情報報告書を手でできる方法（可能な場合には）。		1	この報告書について A
<b>3. 統治構造とマネジメントシステム</b>			
<b>企業統治</b>			
3.1 組織の統治構造。取締役会の下にある、戦略設定と組織の監督に責任を持つ主要委員会を含む。	すべての主要委員会についてその責任範囲を記述し、経済・社会・環境パフォーマンスに関する各直接責任について明示	22	企業統治構造 A
3.2 取締役会構成員のうち、独立している取締役、執行権を持たない取締役の割合（百分率）			C
3.3 環境および社会的な面でリスクと機会に関連した課題を含めて、組織の戦略の方向を導くための専門的知見が必要であるが、そのような知見を持った取締役選任プロセス。			C
3.4 組織の経済・環境・社会的なリスクや機会を特定し管理するための、取締役会レベルにおける監督プロセス。		22	企業統治構造 B
3.5 役員報酬と、組織の財務的ならびに非財務的な目標（環境パフォーマンス、労働慣行など）の達成度との相関。		3	CSR会計 B
3.6 経済・環境・社会と他の関連事項に関する各方針の、監督、実施、監査に責任を持つ組織構造と主務者。	取締役会より下位の一般的な組織構造のみならず、取締役会より下のレベルで環境および社会の方針設定とその実行に直接責任を持つ最高位の管理職の明示を含むこと。	4	企業行動指針と企業行動委員会 A
3.7 組織の使命と価値の声明。組織内で開発された行動規範または原則。経済・環境・社会各パフォーマンスにかかわる方針とその実行についての方針。	組織内の異なる地域および部門/事業所において規範を適用する、という観点からの実行状況を記述すること。	4	企業行動指針 A
3.8 取締役会への株主による勧告ないし指導のメカニズム。	少数派株主が経営陣に意見を述べることが可能にするための、株主決議の行使やそれに代わる仕組みに関する方針またはプロセスへの言及を含める。	24	株主への対応 B
<b>ステークホルダーの参画</b>			
3.9 主要ステークホルダーの定義および選出の根拠。		2	ステークホルダーとのかわり A
3.10 ステークホルダーとの協議の手法。協議の種類別ごとに、またステークホルダーのグループごとに協議頻度に換算して報告。		3	ステークホルダーとのかわり A
3.11 ステークホルダーとの協議から生じた情報の種類。		6	ヘルプライン A
3.12 ステークホルダーの参画からもたらされる情報の活用状況。		14	お客様への対応 A
		21	お取引先とのコミュニケーション A
		24	株主への対応 A
		64-66	第三者意見書 A
		3	ステークホルダーとのかわり A
		6	ヘルプライン A
		14	お客様への対応 A
		21	お取引先とのコミュニケーション A
		24	株主への対応 A
		64-66	第三者意見書 A
		3	ステークホルダーとのかわり A
		6	ヘルプライン A
		14	お客様への対応 A
		21	お取引先とのコミュニケーション A
		24	株主への対応 A
		64-66	第三者意見書 A
<b>統括的方針およびマネジメントシステム</b>			
3.13 組織が予防的アプローチまたは予防原則を採用しているのか、また、採用している場合はその方法の説明。	事業計画または新製品開発や市場投入におけるリスクマネジメントを含む	4	企業行動指針と企業行動委員会 A
3.14 組織が任意に参加、または支援している、外部で作成された経済・環境・社会的憲章、原則類や、各種のイニシアチブ		22	企業統治構造 A
3.15 産業および業界団体、あるいは国内/国際的な提言団体の会員になっているものうちの主なもの			D

開示状況の自己分析		2004年度版報告書	
		頁	記載項目
記載している	A		
部分的に記載している	B		
今後開示を検討する	C		
該当事項なし	D		
現在イートヨーカドーが開示情報として位置づけていない指任意指標のうち記載していないもの	E		
<b>2004年度版報告書</b>			
記載項目			
4-17	What's Ito Yokado ?		A
18	Dialogue with Stakeholders		A
3	ごあいさつ		A
裏表紙 名称 A			
4	イートヨーカドーの事業とステークホルダー		A
12	CSRを果たしていくための体制		A
4	イートヨーカドーの事業とステークホルダー		A
裏表紙 住所 A			
41	決算概況		A
41	名称、裏証一部上場		A
41	決算概況		A
8	CSR指標		A
4	イートヨーカドーの事業とステークホルダー		A
18	Dialogue with Stakeholders		A
裏表紙 お問合せ先 (TEL, FAX)、ホームページアドレス A			
			A
1	報告書作成にあたって		A
41	決算概況		A
83	中国におけるIVグループの事業活動		A
			D
78	CSR指標、地球温暖化防止にむけて（環境に関わる指標の7ヶ集計対象期間）		A
1	この報告書について [ 報告書作成に当たってはGRIガイドラインと環境省のガイドラインを参考としています ]		A
1	報告書にあたって		A
10	CSR会計		A
41	2003年度決算概況（会計基準）		A
72	環境会計		A
70	地球温暖化防止にむけて（CO2係数の変更）		A
84-86	第三者評価 勧告		A
	第三者保証報告書		A
	編集後記		A
84-86	第三者評価 勧告		A
	第三者保証報告書		A
	編集後記		A
1	報告書作成にあたって		A
各ページ	関連情報のURLを記載		A
<b>2004年度版報告書</b>			
記載項目			
12	CSRを果たしていくための体制		A
12	CSRを果たしていくための体制		B
12	CSRを果たしていくための体制		B
12	CSRを果たしていくための体制		B
10	CSR会計		B
12	CSRを果たしていくための体制		A
66	環境指針 規約と組織		A
表紙裏	社名		A
14	IVG企業行動指針		A
167	IYグループ環境指針・環境規約		A
43	株主・投資家の皆様とのコミュニケーション		B
5	What's Ito Yokado ?		A
18	Dialogue with Stakeholders		A
5	What's Ito Yokado ?		A
18	Dialogue with Stakeholders		A
15	ヘルプライン		A
27-28	お客様のご意見・ご要望を尊重して		A
36-39	仕入れ先 店舗運営における取引先との連携		A
43-44	株主		A
47-53	主 投資家の皆様とのコミュニケーション		A
84-86	地域社会との対話		A
5	What's Ito Yokado ?		A
18	Dialogue with Stakeholders		A
15	ヘルプライン		A
27-28	お客様のご意見・ご要望を尊重して		A
36-39	仕入れ先 店舗運営における取引先との連携		A
43-44	株主		A
47-53	主 投資家の皆様とのコミュニケーション		A
84-86	地域社会との対話		A
5	What's Ito Yokado ?		A
18	Dialogue with Stakeholders		A
15	ヘルプライン		A
27-28	お客様のご意見・ご要望を尊重して		A
36-39	仕入れ先 店舗運営における取引先との連携		A
43-44	株主		A
47-53	主 投資家の皆様とのコミュニケーション		A
84-86	地域社会との対話		A
12-15	CSRを果たしていくための体制		A
			D
44	SRI（社会的責任投資）の組み入れ状況		A

3.16	上流および下流部門での影響を管理するための方針とシステム。	外部委託と供給業者の環境・社会的パフォーマンスにかかわる、サプライ・チェーンマネジメント方針。 製品・サービス責任（スチュワードシップ）についての取り組み。	8 21	安全と品質の追求 海外との取引	A	21 35-36	品質と安全性の追求 公正な取引の徹底	A
3.17	自己の活動の結果、間接的に生じる経済・環境・社会的影響を管理するための報告組織としての取り組み。	間接的な経済的影響の論述には「経済のパフォーマンス指標」を参照。	3	CSR会計	A	10	CSR会計	A
3.18	報告期間内における、所在地または事業内容の変更に関する主要な決定。	施設または工場の開設、閉鎖、拡充、縮小などの主要な決定についての説明。			D	8 83	CSR指標 2003年度IYグループ「各社ヒックス」	B
3.19	経済・環境・社会的パフォーマンスに関するプログラムと手順。	優先順位と目標設定、パフォーマンス改善のための主要計画、組織内コミュニケーションと訓練、パフォーマンスの監視、内部および外部監査、上級経営陣による見直し	40 46 42	企業行動委員会 環境マネジメント/組織 環境教育 目標と実績	A	12 66 68	CSRを果たしているための体制 環境指針 規約と組織 2003年度の目標と実績	A
3.20	経済・環境・社会的マネジメントシステムに関わる認証状況。	公式の認証が可能な、環境マネジメントシステムの規格、労働あるいは社会的説明責任についてのマネジメントシステムなどの順守状況			D			D
4. GRIガイドライン対照表（付属文書6を参照）								
4.1 GRI報告内容の各要素の所在を各セクションおよび指標ごとに示した表								
ビジョンと戦略：1.1および1.2 概要：2.1から2.22まで 統治構造とマネジメントシステム：3.1から3.20まで パフォーマンス指標：必須パフォーマンス指標。省略がある場合その説明箇所の表示。 報告書に含めることを決めた、パートCのセクション5に由来する追加指標								
5. パフォーマンス指標								
総合指標								
体系的指標（組織自体がその一部であるところの広範な経済・環境・社会システムと組織の活動を？ 自組織のパフォーマンスを体系的なシステムあるいはベンチマークに関連して記述）								
44	統合指標」と「環境負荷指標」。	例）ある国のその業種では、職域事故がどれくらいの割合にあるか。 自組織の雇用創出総数を、地域における雇用創出総数に占める割合で示す。	A			70	地球温暖化防止に向けて	B
横断的指標（経済・環境・社会的パフォーマンスの2つ以上の側面を直接結びつけるもの）								
44	統合指標」と「環境負荷指標」。	例）単位算出量当たり、または売上高一単位当たりの送出货量。	A			70	地球温暖化防止に向けて	A
経済的パフォーマンス								
経済的指標は伝統的な財務指標を超えた範囲と目的を持っている。								
直接的な影響								
顧客								
EC1	総売上げ		24	決算概況	A	41	決算概況	A
EC2	市場の地域別内訳	個々の製品、ないし製品カテゴリごとの個別市場シェア（25%以上のものについて） 国ごとの市場シェアと売上げ（その国での売上げが国内総生産の5%を超えるものについて）	24	決算概況	B	41	決算概況	B
供給業者								
EC3	製品、資材、サービスなど全調達品の総コスト。		3	C S R 会計	A	10	C S R 会計	A
EC4	契約条件の適用なしに、合意済みの条件で支払い済みの契約件数のパーセンテージ。	詳細条件によるすれ違いにより支払われた契約の全体に占めるパーセンテージ。			E			E
EC11	組織別と国別の供給業者内訳。	報告対象期間内に総調達額の10%以上の取引があった供給業者のリスト。さらには総調達額がその国のGDPの5%を超えるすべての国名。	19	輸入国割合	B	36	輸入国割合	B
従業員								
EC5	給与と給付金（時間給、年金その他の給付金と退職金も含む）総支払額の国ないし地域ごとの内訳。	対象となる報酬は現時点ですべて支払われているものであって、将来的な支払いを約束されているものは含まない。			A	8	平均年間給与	A
投資家								
EC6	債務と借入金について利子ごとに分類された投資家への配当、また株式のすべてのカテゴリごとに分類された配当・優先配当金の遅延も含む。	長期的な債務だけでなく、すべての形の債務と借入金が含まれる。	3 24	CSR会計 概況	A 決算	10 41	CSR会計 決算概況	A A
EC7	期末時点での内部留保の増減		3	CSR会計		10 41	CSR会計 決算概況	A
公共部門								
EC8	支払税額の種類別についての国別内訳		3	CSR会計	B	10	CSR会計	B
EC9	助成金等についての国ないし地域別の内訳	助成金、税金控除や、商品やサービスの取引扱いに直接関係しない金銭的な利益が含まれる。			D			D
EC10	地域社会、市民団体、その他の団体への寄付。金銭と物品別に付けた寄付先団体タイプごとの寄付額の内訳。		30	地域社会との連携	A	51	地域社会との連携	A
EC12	コアビジネスではない領域でのインフラ整備にかかわる支出	主力ビジネスの領域以外で整備したインフラにかかわる支出。	25	新規事業	B			D
間接的な影響								
EC13	報告組織の間接的な経済的影響	取引扱い製品とサービスにかかわる主要な外部効果を特定。						D
環境パフォーマンス								
原材料								
EN1	水の使用量を除いた、原材料の種類別総物質使用量。	原材料の種類別に定義する。トン、キログラム、あるいは容積を用いて報告する。	39		C	65	事業活動と環境との関わり	B
EN2	外部から報告組織に持ち込まれた廃棄物（処理、未処理を問わず）が、製品作りの原材料として使用された割合。	製品使用後リサイクル物と製造時発生物の両方を含む。トン、キログラム、あるいは容積を用いて報告する。	50	環境製品	B	73	環境製品	B
エネルギー								
EN3	直接的エネルギー使用量。	報告組織自身が使うエネルギーをはじめ、他の組織へのエネルギー製品（電気、熱など）の生産とデリバリーに、使用した全エネルギー源に関する報告。ジュールを用いて報告する。	39	事業活動と環境負荷	A	65	事業活動と環境との関わり	A
EN17	再生可能なエネルギー源の使用、およびエネルギー効率の向上に関する取り組み。							
EN4	間接的エネルギー使用量。	報告組織が購入する、エネルギー製品を生産しデリバリーするために使われた全エネルギー（電気、熱など）。ジュールを用いて報告する。			D			C
EN18	主要な製品のエネルギー消費量フットプリント（製品が耐用年数中に必要とするエネルギーの年率）。	ジュールを用いて報告する。						
EN19	他の間接的（上流/下流）なエネルギーの使用とその意味合い、業務上の移動、製品のライフサイクルマネジメント、エネルギー集約型原材料の使用量など。							
水								
EN5	水の総使用量。		58	水使用量の推移	A	74	水使用量の推移	A
EN20	報告組織の水の使用によって著しく影響を受ける水源とそれに関連する生態系/生息地。	ラムサール条約登録湿地、および環境の動向に影響を与えるすべての活動。						
EN21	水源からの年間利用可能な水量に占める、地下及び地上からの取水量。	地域別内訳						C
EN22	水のリサイクル量および再利用量の総量。	廃水やその他の使用済みの水（冷却水など）を含む。						C
生物多様性								
EN6	生物多様性の高い地域に所有、賃借、管理している土地の所在と面積。	生物多様性の高い生息地に関する詳しいガイドはwww.globalreporting.orgで開示予定。			E			E
EN23	生産活動や探鉱のために所有、賃借、管理している土地の割合。							
EN7	陸上、淡水域、海洋において報告組織が行う活動や提供する製品とサービスによって発生する生物多様性への主な影響の内容。				E			E
EN24	購入または賃借した土地のうち、不透明性の地表面の割合。							
EN25	事業活動と操業による、自然保護区や脆弱な生態系地域への影響。	IUCN保護区カテゴリの1から4、ユネスコの世界遺産および生物圏保護区など。						
EN26	事業活動と操業に起因する、自然生息地の改変内容、および生息地が保護または復元された割合。	影響を受けた生息地とその状態をタイプ別に明示する。						
EN27	生態系が劣化した地域における、原生の生態系とそこに生息する種の保護と回復のための方針、プログラムおよび目標。							
EN28	操業によって影響を受ける地域に生息する、IUCN絶滅危惧種の数。	IUCN保護区カテゴリの1から4、ユネスコの世界遺産および生物圏保護区など。						
EN29	保護地域あるいは脆弱な生態系からなる地域とその周辺において、進行中または計画中の事業。							
放出物、排出物および廃棄物								

EN8. 温室効果ガス排出量 (CO2, CH4, N2O, HFCs, PFCs, SF6)。	以下の2点についてガスの種類ごとにトンとCO2換算のトンで報告すること：・報告組織自身が所有または管理している排出源からの直接排出量・購入した電気熱あるいは蒸気からの間接的な排出量 「WRI-IBCSO温室効果ガスプロトコル」参照。	44	地球温暖化防止	A	70	地球温暖化防止に向けて	A
EN30. その他の間接的な温室効果ガス排出量 (CO2, CH4, N2O, HFCs, PFCs, SF6)。	報告組織の活動のために、他の組織から放出されるガス排出量について、ガスの種類ごとに、トンとCO2換算のトンで報告する。「WRI-IBCSO温室効果ガスプロトコル」参照。						
EN9. オゾン層破壊物質の使用量と排出量	CFC-11換算(オゾン層破壊係数)をトンで表示し、 Montreal Protocol 議定書付属文書のA, B, CおよびEに従って各数値を個別に報告すること。	59	フロンガス	A	75	フロンガス	A
EN31. バーゼル条約 付属文書、および「有害」とされるすべての廃棄物の生産、輸送、輸入あるいは輸出。							
EN10. Nox、Sox、その他の重要な放出物(タイプ別)。	下記で規制されている物質を含めること：・地域の法規制 ・ストックホルム条約(POPs条約)(付属文書A, B, C)・残留性有機汚染物質の規制 ・事前情報に基づく同意手続に関するロッテルダム条約(PIC) ・長距離越境大気汚染に関するヘルシンキ、ソフィア、ジェノバ議定書	61	物流によるNOx総排出量の推移	A	78	物流によるNOx総排出量の推移	B
EN11. 種類別と処理方法別の廃棄物総量。	「処理方法」とは、廃棄物が肥料への転換、再使用、リサイクル、再生、焼却あるいは埋立てなど、どのように扱われるかということを目指す。分類方法と推計方法について説明のこと。	55	廃棄物・リサイクル物の内訳	A	77	廃棄物・リサイクル物の内訳	A
EN12. 種類別の主要な排水。	「GRI水の測定規定」を参照のこと。	39	事業活動と環境負荷	B	65	事業活動と環境との関わり	B
EN13. 化学物質、石油および燃料の重大な漏出について、全件数と排出量。	重大性は排出量と周辺環境への影響の両面から特定する。	D		D			D
EN32. 報告組織からの排水と流出によって重大な影響を受ける、水源とそれに関する生態系/生態地。	ラムサール条約登録湿地と環境の動向に影響を与えるようなすべての寄与を含む。「GRI水の測定規定」を参照。						
供給業者							
EN33. 「統治構造とマネジメントシステム」(3.16項)に対応する「プログラムと手続き」の、環境に関する供給業者のパフォーマンス。							
製品とサービス							
EN14. 主要製品およびサービスの主な環境影響。	記述するとともに必要に応じて定量化のこと。	50	環境に配慮した商品と販売	A	73	環境に配慮した商品と販売	A
EN15. 製品使用後に再生利用可能となし販売された製品の重量比、および実際に再生利用された比率。	「再生利用可能」とは、製品の原料および部品がリサイクルまたは再使用可能であることを意味する。	52	店舗での資源回収	B	80	店舗での資源回収	B
法の遵守							
EN16. 環境に関する国際的な宣言/協定/条約、全国レベルの規制、地方レベルの規制の違反に対する付帯の義務と罰金。	事業活動を行う国別の状況を説明のこと。			D	74	店舗運営における環境配慮	A
輸送							
EN34. 物流を目的とした輸送に関する重要な環境影響。		60-61	物流の改革	A	78-79	物流の改革	A
その他全般							
EN35. 種類別の環境に対する総支出。	支出の種類別に定義付けをすること。	46	環境会計	A	72	環境会計	A
社会的パフォーマンス指標							
労働慣行と公正な労働条件							
雇用							
LA1. 労働力の内訳(可能であれば)：地域・国別、身分別(従業員・非従業員)、勤務形態別(常勤・非常勤)、雇用契約別(期限不特定および終身雇用・固定期間および臨時)。また、他の雇用者に雇われている従業員(派遣社員や出向社員)の地域・国別の区分。		33	従業員数・パート・社員数 従業員の内訳	A	8 57	従業員数・パート・社員数 従業員の内訳	A
LA2. 雇用前出納計と平均離職率を地域別・国別		-33	平均勤続年数	B	8	CSR指標	B
LA12. 従業員に対する法定以上の福利厚生	(例：医療、身体障害、出産、教育および退職に対する手当)。	33 34 35	研修体制 女性の働きやすさ 職場の環境	A	56 59 60/61	研修体制 女性の働きやすさ 職場の環境	A
労働/労使関係							
LA3. 独立した労働組合もしくは真に従業員を代表する者・団体の従業員代表によりカバーされている従業員の地理的な割合。または団体交渉協定によりカバーされている従業員の地域・国別の割合。		35	労働組合員加入状況	A	8	CSR指標	A
LA4. 報告組織の運営に関する変更(例：リストラックチャリング)の際の従業員への情報提供、協議、交渉に関する方針と手順。		35	社員と家族の安心を守る労働組合	B	55 63	雇用に関する方針 社員と家族の安心を守る労働組合	A
LA13. 意思決定および経営(企業統治を含む)に正規従業員が参画するための規定。		6 35	ヘルプライン 社員と家族の安心を守る労働組合	B	15 63	ヘルプライン 社員と家族の安心を守る労働組合	B
安全衛生							
LA5. 労働災害および職業性疾患に関する記録・通知の慣行。ならびに「労働災害と職業病の記録と通知に関するILO行動規範」への整合性。		36	安全で働きやすい職場環境	B	60/61	安全で働きやすい職場環境	B
LA6. 経営陣と労働者代表からなる公式の合同安全衛生委員会の記述と、この様な委員会が対象としている従業員の割合。		36	安全で働きやすい職場環境	B	60/61	安全で働きやすい職場環境	B
LA7. 一般的な疾病、病欠、欠勤率、および業務上の死亡者数(下請け従業員を含む)。				C	60	欠勤率・強度率	A
LA8. HIV/AIDSについての方針およびプログラム(職場についてだけでなく全般的なもの)。		36	あらゆる差別の撤廃	A	61	あらゆる差別の撤廃	A
LA14. 「労働安全衛生マネジメントシステムに関するILOガイドライン」の実質的遵守の立証。							
LA15. 職場の安全衛生に関する労働組合または真に従業員を代表する者・団体従業員代表との公式な取り決めの記述と、これらの取り決めの対象となる従業員の割合。							
教育研修							
LA9. 従業員当たりの職位・職域別年間平均研修時間。	(例：上級管理職、中間管理職、専門職、技術職、事務職、生産、整備など)	8 18 33 37	企業行動指針 委員会 研修体制 ノーマライゼーション/人権に関する社員教育	FT B	15 35 56 61	IYG企業行動指針 FT委員会 研修体制 ノーマライゼーション/人権に関する社員教育	B
LA16. 雇用適正を維持するための従業員支援および職務終了への対処プログラムの記述。		32	従業員の信頼	A	54	従業員との対話	A
LA17. 技能管理または生涯学習のための特別方針とプログラム。		33	研修体制	B	56	研修体制	A
多様性と機会							
LA10. 機会均等に関する方針とプログラムと、その履行状況を保証する監視システムおよびその結果の記述。	機会均等の方針は、職場におけるいやがらせや歴史的差別に対する差別撤廃措置についても言及する。	34 36 37	女性の働きやすさ あらゆる差別の撤廃 ノーマライゼーションの推進	A	59 61 61	雇用均等の徹底と女性の登用 あらゆる差別の撤廃 ノーマライゼーションの推進	A
LA11. 上級管理職および企業統治機関(取締役会を含む)の構成。男女比率及びその他、多様性を示す文化的に適切な指標を含む。		34	女性の登用	A	59	雇用均等の徹底と女性の登用	A
人権							
方針とマネジメント							
HR1. 業務上の人権問題の全側面に関する方針、ガイドライン、組織構成、手順に関する記述(監視システムとその結果を含む)。	これらの方針が世界人権宣言やILOの基本的人権規約など既存の国際基準への整合性についても言及すること。	19 34 36 37 37	輸入取引先の社会・環境の配慮 女性の働きやすさ あらゆる差別の撤廃 ノーマライゼーションの推進 障害者の雇用促進	A	36 55 59 61 61	輸入取引先の社会・環境の配慮 障害者の雇用促進 雇用均等の徹底と女性の登用 あらゆる差別の撤廃 ノーマライゼーションの推進	A
HR2. 投資および調達に関する意思決定(供給業者、請負業者の選定を含む)の中に人権に与える影響への配慮が含まれているか否かの立証。	「人権パフォーマンス」は、GRIパフォーマンス指標の報告側面中、人権の側面を意味する。	19	輸入取引先の社会・環境の配慮	B	36	「取引先行動指針」を作成中	B
HR3. サプライチェーンや請負業者における人権パフォーマンスの評価と取り組みに関する方針と手順(監視システムとその結果を含む)の記述。	「人権パフォーマンス」は、GRIパフォーマンス指標の報告側面中、人権の側面を意味する。	19	輸入取引先の社会・環境の配慮	B	36	「取引先行動指針」を作成中	B
HR8. 業務上の人権問題の全側面に関する方針と手順についての従業員研修。	訓練形態、研修参加者数、平均研修期間を含めること。	8 37	企業行動指針 ノーマライゼーション/人権に関する社員教育	A	14 61	IYG企業行動指針 ノーマライゼーション/人権に関する社員教育	A
差別対策							
HR4. 業務上のあらゆる差別の撤廃に関するグローバルな方針、手順、プログラムの記述(監視システムとその結果を含む)。		4-7 36	企業行動指針と企業行動委員会 あらゆる差別の撤廃	A	12-17 61	CSRを果たしていくための体制 あらゆる差別の撤廃	A
組合結成と団体交渉の自由							
HR5. 組合結成の自由に関する方針と、この方針が地域法から独立して国際的に適用される範囲の記述。またこれらの問題に取り組むための手順・プログラムの記述。		35	社員と家族の安心を守る労働組合	A	63	社員と家族の安心を守る労働組合	A
児童労働							

HR6. ILO条約第138号で規定されている児童労働の撤廃に関する方針と、この方針が明白に述べられ適用されている範囲の記述。またこの問題に取り組むための手順・プログラム（監視システムとその結果を含む）の記述。		4-7 19	企業行動指針と企業行動員委員会 輸入取引先の社会・環境の配慮	A		12-17 36	CSRを果たしていくための体制 「取引先行動指針」を作成中	A
<b>強制・義務労働</b>								
HR7. 強制・義務労働撤廃に関する方針と、この方針が明白に述べられ適用されている範囲の記述。またこの問題に取り組むための手順・プログラム（監視システムとその結果を含む）の記述。		4-7 19	企業行動指針と企業行動員委員会 輸入取引先の社会・環境の配慮	A		12-17 36	CSRを果たしていくための体制 「取引先行動指針」を作成中	A
<b>懲罰性</b>								
HR9. 不服申し立てについての業務慣行（人権問題を含むが、それに限定されない）の記述。	供述と抗議のプロセスの記述。					15 61	「WJ」ライ 安全で働きやすい職場環境づくり	A
HR10. 報復防止措置と、実効的な秘密保持・苦情処理システムの記述（人権への影響を含むが、それに限定されない）。						15 61	「WJ」ライ 安全で働きやすい職場環境づくり	B
<b>保安慣行</b>								
HR11. 保安担当職員への人権研修。研修の種類、研修受講者数、平均研修期間も含むこと。						33	安全で快適な店舗づくり	B
<b>先住民の権利</b>								
HR12. 先住民のニーズに取り組む方針、ガイドライン、手順についての記述。	従業員として雇用されている先住民と、組織が現在操業中および将来の操業が予定される地域の先住民が含まれる。					61	安全で働きやすい職場環境づくり	B
HR13. 共同運営している地域苦情処理制度 / 管理機関の記述。								
HR14. 事業地区からの営業収入のうち、地元地域社会に再配分される割合。								
<b>社会</b>								
<b>地域社会</b>								
S01. 組織の活動により影響を受ける地域への影響管理方針。またそれらの問題に取り組むための手順と計画（監視システムとその結果を含む）の記述。	地域のステークホルダーを特定し、対話を進めるための手順の説明も含めること。	16 28 30	店舗の利用のしやすさ 育ての応援 会との連携	子 地域社	A	31 46	安全で快適な店舗づくり 地域社会との対話	A
<b>贈収賄と汚職</b>								
S02. 贈収賄と汚職に関する方針、手順 / マネジメントシステムと組織と従業員の遵守システムの記述。	また、「国際取引における外務公務員の収賄防止に関するOECD議定書」の必要条件を満たしているかについても記述すること。	4-7	企業行動指針と企業行動員委員会	A		12-17	CSRを果たしていくための体制	A
<b>政治献金</b>								
S03. 政治的なロビー活動や献金に関する方針、手順 / マネジメントシステムと遵守システムの記述。		4-7	企業行動指針と企業行動員委員会	A		12-17	CSRを果たしていくための体制	A
S04. 社会的、倫理的、環境「フォーカス」に関する表彰		1 21 34	この報告書について メイドイン・ジャパン 女性の働きやすさ	A		1	報告書作成にあたって	A
S05. 政党および政党候補への資金提供を主目的とした政党や団体への献金額。								
<b>競争と価格設定</b>								
S06. 反トラストと独占禁止法令に関する訴訟の判決。								
S07. 不正競争行為を防ぐための組織の方針、手順 / マネジメントシステム、遵守システムの記述。		18	FT委員会	A		35	FT委員会	A
<b>製品責任</b>								
<b>顧客の安全衛生</b>								
PR1. 製品・サービスの使用における顧客の安全衛生の保護に関する方針、この方針が明白に述べられ適用されている範囲、またこの問題に取り組むための手順 / プログラム（監視システムとその結果を含む）の記述。	製品のマーケティング・販売において複数基準が存在する場合は、その理由を説明すること。	8 13	安心と品質の追求 的確な情報提供	A		21 27	品質と安全性の追求 正確な商品・価格情報の発信	A
PR4. 顧客の安全衛生に関する規制への不適合、およびこれらの違反に課された処罰・罰金の件数と類型。								
PR5. 製品とサービスの安全衛生を監督、規制する所轄機関、および同種の公的機関に報告されている苦情件数。								
PR6. 報告組織が使用することを許されたかもしくは受け入れた、社会的、環境的責任に関する自主規範の遵守、製品ラベル、あるいは受賞。	関連プロセスおよび基準の説明も含めること。							
<b>製品とサービス</b>								
PR2. 商品情報と品質表示に関する組織の方針、手順 / マネジメントシステム、遵守システムの記述。		8 13	安心と品質の追求 的確な情報提供	A		21 27	品質と安全性の追求 正確な商品・価格情報の発信	A
PR7. 製品情報と品質表示に関する規制への不適合の件数と類型（これらの違反に課された処罰・罰金を含む）。								
PR8. 顧客満足度に関する組織の方針、手順 / マネジメントシステム、遵守システム（顧客満足度調査の結果を含む）の記述。	対象となる地域を明記すること。	12 14	お客様のご不満率 様への対応	お客	A	28/29	お客様の声件数・不良品発生件数	A
<b>広告</b>								
PR9. 広告に関する規程や自主規範の遵守システムに関する方針、手順・マネジメントの記述。	対象となる地域を明記すること。	13	正確な商品・価格情報の発信	A		27	正確な商品・価格情報の発信	A
PR10. 広告、マーケティングに関する法律違反の件数と類型。								
<b>プライバシーの尊重</b>								
PR3. 消費者のプライバシー保護に関する、方針、手順 / マネジメントシステム、遵守システムの記述。	方針の適応対象となる地域を明記すること。	14	自主行動基準の策定	B		17 30	個人情報「の安全管理体制の整備 自主行動基準の策定	A
PR11. 消費者のプライバシー侵害に関して正当な根拠のある苦情件数。								

<b>GRI対照表カバー率</b>	
<b>自己分析評価</b>	
A	61.3%
B	10.6%
C	2.1%
D	4.9%
E	2.1%
(計算式 Aの回答数/全問数計)	
<b>IYの採点結果 = IYが記載すべきと考える項目のカバー率</b>	
(Aに該当する問数) *1点 + (Bに該当する問数) *0.5点 + (Cに該当する問数) *0点 (Aに該当する問数) + (Bに該当する問数) + (Cに該当する問数)	
<b>加A</b> - 率	90.0%
(カバー率 = / *100)	

# 環境省 環境報告書ガイドライン (2003年度版) 対照表

新 (2003年度版)	
項目	記載することが望ましいと考える情報
経営者の 緒言 (総括及び 誓約を含む)	ア 環境問題の現状、事業活動における環境配慮の取組の必要性及び持続可能な社会のあり方についての認識
	イ 自らの業種、規模、事業特性等に応じた事業活動における環境配慮の方針、戦略
	ウ 自らの業種、規模、事業特性等に応じた事業活動に伴う環境負荷の状況 (重大な環境側面)の総括
	エ 自らの業種、規模、事業特性等に応じた事業活動に伴う環境負荷の低減に向けた取組の内容、実績及び目標等の総括
	オ これらの取組を確実に実施し、目標等を明示した期限までに達成することへの誓約 (Commitment) : (正に経営責任者が「社会全体に対して、公式に約束するものであり、達成できなかった場合には、一定の責任を取る覚悟が必要であるほど重いものです。)
	カ 環境報告の記載内容について、事業活動に伴う重大な環境負荷及びその削減の目標取組等を漏れなく記載し、正確であること記載
	キ 経営責任者等の署名
	ク 環境報告書の審査を受審し、その登録をした場合はその旨
(報告に あたって 期間、基本 的要素)	ア 報告対象組織 (工場・事業所・子会社等の範囲、海外事業所の範囲、連結決算対象組織との異同、全体を対象としない場合は、全体を対象とするまでの予想スケジュール等を記載する。また記載項目等により範囲が異なる場合は、項目毎の範囲を記載する。)
	イ 報告対象期間、発行日及び次回発行予定 (なお、以前に環境報告書を発行している場合は、直近の報告書の発行日も記載する。)
	ウ 報告対象分野 (環境的側面・社会的側面・経済的側面)
	エ 準拠あるいは参考にした環境報告書等に関する基準又はガイドライン等 (業種毎のものを含む)
	オ 作成部署及びその連絡先 (電話番号、FAX番号、電子メールアドレス等も記載する)
	カ 利害関係者からの意見や質問を受け付け、質問等に答える旨の記述等、何らかのフィードバックの手段について記載する。
	キ ホームページのURL
	ク 主な関連公表資料の一覧 (会社案内、有価証券報告書、ISO14001認証取得事業者はその環境方針及び著しい環境側面に関するコミュニケーション資料、環境パンフレット、技術パンフレット等の主な関連資料の一覧と必要な場合はその概要、入手方法)
事業の 概況	ア 全体的な経営方針等
	イ 主たる事業の種類 (業種業態)、主要な製品・サービスの内容 (事業分野等)
	ウ 売上額又は生産額 (少なくとも過去5年間程度を記載する)
	エ 従業員数 (少なくとも過去5年間程度を記載する)
	オ その他報告組織の活動に関する経営関連情報 (総資産額、純損益、床面積等)
	カ 主たる事業活動の範囲、工場、事業所数、本社及び主要な工場、事業場の所在地及びそれぞれの生産品目 (主要な原材料の採掘、調達、営業や販売活動を行なっている地域について、日本国内だけでなく、海外でもか、特定地域のみか等を含む)
	キ 報告対象期間中に発生した、組織の成長や増進、所有形態、表出サービスにおける重大な変化の状況 (合併、分社化、新規事業分野への進出、工場等の建設等の変化があった場合)
	ク 事業者の沿革及び事業活動における環境配慮の取組の歴史等の概要
環境 事業 活動 にお ける 環 境 配 慮 の 取 組 に 関 する	ア 事業活動における環境配慮の方針 (事業内容や製品・サービスの特性や規模、また、事業活動に伴う重大な環境負荷等に対応して適切であること)
	イ 制定時期、制定方法、全体的な経営方針等との整合性及び位置付け、コーポレート・ガバナンスとの関連
	ウ 事業活動における環境配慮の方針が意図する具体的内容、将来ビジョン、制定した背景等に関するわかりやすい説明
	エ 同意する (遵守する) 環境に関する憲章、協定等の名称と内容
	ア 環境負荷の実績及び推移 (過去5年間程度)
	イ 環境負荷の実績及び推移に関する分析 検討内容
	ウ 事業活動における環境配慮の取組に関する中長期目標及びその推移、当期及び次期対象期間の目標 (事業特性、規模等に対応して適切な達成目標であること)
	エ 中長期目標については、制定時期、基準とした時期、対象期間及び目標時期
環 境 配 慮 の 取 組 に 関 する	ア 目標の対象期間未までの達成状況
	イ 事業活動における環境配慮の取組に関する中長期目標、当期及び次期対象期間の目標に対応した計画
	ウ 事業活動における環境配慮の取組に関する中長期目標、当期及び次期対象期間の目標に対応した報告対象期間の環境負荷の実績、事業活動における環境配慮の取組結果等に対する評価

開示状況の自己分析	
記載している	A
部分的に記載している	B
今後開示を検討する	C
該当事項なし	D
現在イートヨーカドーが開示情報として位置づけてい	E
2004年度版報告書	
頁	記載コンテンツ名
3	ごあいさつ B (Page66:環境指針 規約と組織) (Page70:地球温暖化防止にむけて) (Page70:地球温暖化防止にむけて) (Page3:ごあいさつ) (Page68:2003年度の目標と実績) (Page85:第三者保証報告書) (Page3:ごあいさつ) (Page85:第三者保証報告書) (Page68:2003年度の目標と実績)
1	報告書作成にあたって A
1	報告書作成にあたって A
1	報告書作成にあたって A
1	この報告書について [ 報告書作成に当たってはGRIガイドラインと環境
裏表紙	名称 A
18	Dialogue with Stakeholders A アンケート
1	報告書作成にあたって A
18	Dialogue with Stakeholders B
3	ごあいさつ A
4	イートヨーカドーの事業とステークホルダー A
8	CSR指標 A
8	CSR指標 A
8	CSR指標 A
裏表紙	名称 A
8	CSR指標 B
6	CSRに関する考え方 A
10	CSR会計 A
8	CSR指標 A
66	環境指針 規約と組織 A
12	CSRを果たしていくための体制 A
66	環境指針 規約と組織 A
66	環境指針 規約と組織 A
68	2003年度の目標と実績 D
8	CSR指標 A
70	地球温暖化防止に向けて A
70	地球温暖化防止に向けて A
66	環境指針 規約と組織 A
68	2003年度の目標と実績 A
66	環境指針 規約と組織 A
68	2003年度の目標と実績 A
68	2003年度の目標と実績 A
68	2003年度の目標と実績 A
68	2003年度の目標と実績 A

に 関 する 目 標 、 計 画 及 び 実 績 等 の 総	ク	基準とした時期のデータ
	ケ	環境報告書全体の概要 (要約・サマリー)及びそれぞれの内容の対応ページ
	コ	事業内容・製品・サービスの特性に応じた事業活動における環境配慮の取組の課題
	サ	報告対象期間における特徴的な取組
	シ	前回の報告時と比べて追加・改善した取組等
	ス	経営指標と関連付けた環境効率性を表す指標による実績 (経年変化)
	セ	経営指標と関連付けた異なる環境負荷指標を統合した指標による実績 (経年変化)
事 業 活 動 の ラ ム	ア	事業活動に伴う環境負荷の全体像 (事業活動への資源等に関するインプットの状況、事業活動からの製品及び商品等の提供又は廃棄物等の排出に関するアウトプットの状況、並びに廃棄物等の循環的な利用に関する状況等 (事業活動のマテリアルバランス)について可能な限り図表等を示して、わかりやすくかつ、簡潔に記載する)
	イ	上記の図等に、可能な場合は環境に配慮したサプライチェーンマネジメントや製品等のライフサイクル全体を踏まえた環境負荷を付け加える
環 境 会 計 情 報 の 総 括	ア	環境保全コスト
	イ	環境保全効果
	ウ	環境保全対策に伴う経済効果
環 境 マ ネ ジ メ ン ト シ ス テ ム の 状 況	ア	全社的な環境マネジメントの組織体制の状況 (環境管理に対する内部統制システムの整備状況、それぞれの責任、権限、組織の説明を含む)及びその組織体制図
	イ	環境に関するリスク管理体制の整備状況
	ウ	全社的な環境マネジメントシステムの構築及び運用状況 (システムの説明を含む)
	エ	環境マネジメントシステム構築事業所の数、割合
	オ	ISO14001及びエコアクション21等の外部認証を取得している場合には、取得している事業所の数、割合 (全従業員に対する認証取得事業所等の従業員の割合等)、認証取得時期
	カ	環境保全に関する従業員教育、訓練等の実施状況
	キ	想定される緊急事態の内容と緊急時対応の状況
	ク	環境影響の監視、測定の実施状況
	ケ	環境マネジメントシステムの監査の基準、実施状況 (監査の回数)、監査結果及びその対応方法等
	コ	環境マネジメントシステムの全体像を示すフロー図
	サ	環境保全に関する従業員教育、訓練の実施状況の定量的情報 (研修実施回数、教育等を受けた従業員の数、割合、従業員一人当たりの年間教育時間数等)
	シ	事業活動における環境配慮の取組成果の社員等の業績評価への反映
	ス	社内での表彰制度
SCM	ア	環境に配慮したサプライチェーンマネジメントの方針、目標、計画等の概要
	イ	環境に配慮したサプライチェーンマネジメントの実績等の概要
環 境 に 配 慮 し た 新 技 術	ア	環境に配慮した生産技術、工法等に関する研究開発の状況
	イ	製品・サービスの環境適合設計 (DfE)等の研究開発の状況
	ウ	LCA (ライフサイクルアセスメント)手法を用いた研究開発の状況
	エ	環境に配慮した販売、営業方法の工夫、ビジネスモデル等
	オ	環境適合設計 (DfE)等の研究開発に充当した研究開発資金
シ ョ ン 情 報 開 示 、 コ ミ ュ ニ ケー シ ョ ン	ア	環境報告書、環境ラベル等による環境情報開示の状況
	イ	主要な利害関係者との環境コミュニケーション等の状況 (例えば調査の実施、地域住民との懇談会、定期的な訪問や報告、取引先との懇談会、ステークホルダー・ダイアログ、ニュースレター、利害関係者からの問い合わせへの対応等によるコミュニケーションの状況と種別ごとの回数)
	ウ	環境報告書又はサイト単位の環境レポートを発行している事業所の状況
	エ	環境関連展示会等への出展の状況
	オ	環境関連広告・宣伝の状況
環 境 に 関 する 規 制 遵 守 の 状 況	ア	事業活動との関連が強い重要な法規制等を遵守していることの確認方法 (定期又は不定期の内部チェックの体制の内容)
	イ	少なくとも過去3年以内の重要な法規制等の違反の有無 (重要な法規制違反、基準超過等につき規制当局から指導、勧告、命令、処分を受けた場合には、その内容、改善状況、再発防止に向けた取組の状況、そうした事項がない場合には、その旨を記載)
	ウ	環境規制を上回る自主基準を設定している場合は、その内容
	エ	環境ラベル、環境広告、製品環境情報等における違反表示、誤表示等の状況
	オ	環境に関する罰金、料料等の金額及び件数
	カ	環境関連の訴訟を行っている又は受けている場合は、その内容及び対応状況
	キ	環境に関する苦情や利害関係者からの要求等の内容及び件数 (騒音及び振動、悪臭等に対する苦情等の状況を含む)
	ク	従業員の有給ボランティア活動の状況
環 境	ア	従業員の有給ボランティア活動の状況

68	2003年度の目標と実績	A
8	CSR指標	A
65	事業活動と環境との関わり	
70	地球温暖化防止に向けて	B
68	2003年度の目標と実績	A
77	食品リサイクル付加金制度	
68	2003年度の目標と実績	A
70	統合指標」と「Y環境負荷指標」	A
70	統合指標」と「Y環境負荷指標」	A
65	事業活動と環境との関わり	A
65	事業活動と環境との関わり	B
72	環境会計	A
72	環境会計	A
72	環境会計	A
66	環境指針・規約と組織	A
14	CSRを果たしていくための体制	A
66	環境指針・規約と組織	A
66	環境指針・規約と組織	A
8	CSR指標	A
66	環境指針・規約と組織	A
		D
15	IYG企業行動指針研修	B
67	環境教育	
12~13	CSRを果たしていくための体制	B
52	災害への対策	
74~75	店舗運営における環境配慮	A
39	店舗運営におけるお取引先との連携	B
66	環境指針・規約と組織	
66	環境指針・規約と組織	A
67	環境指針・規約と組織	B
		E
		E
36	取引先行動指針の作成	A
		C
		D
		D
		D
73	環境に配慮した商品と販売方法	A
		D
18	Dialogue with Stakeholders	A
73	環境に配慮した商品と販売方法	
18	Dialogue with Stakeholders	A
28~29	お客様のご意見・ご要望を尊重して	
50~53	地域社会との連携	
HP	個店別の環境関連-その他サービス	A
	情報を公表	
50	地域社会との連携	A
73	環境に配慮した商品と販売方法	B
12	CSRを果たしていくための体制	A
74~76	店舗運営における環境配慮	
74	店舗運営における環境配慮	B
68	2003年度の目標と実績	B
27	正確な商品 価格情報の発信	A
		D
		D
28	お客様の声件数	B
50	地域社会との連携	B



に関する社会貢献活動の状況	イ	加盟又は支援する環境保全に関する団体 (NPO、業界団体等)
	ウ	環境保全を進めるNPO、業界団体への支援状況、支援額、物質援助額等
	エ	地域社会に提供された環境教育プログラムの状況
	オ	地域社会と協力して実施した環境・社会的活動の状況
	カ	利害関係者と協力して実施した、上記以外の活動の状況
	キ	環境保全活動に関する表彰の状況
	ク	緑化、植林、自然修復等の状況
	ケ	生物多様性の保全に関する取組の状況
量総エネルギー投入	ア	総エネルギー投入量及びその低減対策
	イ	投入エネルギーの内訳 (種類別及び購入・自家発電の別)
	ウ	新エネルギー利用の状況
	エ	エネルギー生産性及びその向上対策
び総その質低投入量策及	ア	総物質投入量 (又は主要な原材料等の購入量、容器包装を含む) 及びその低減対策
	イ	資源の種類別投入量
	ウ	資源生産性及びその向上対策
	エ	循環利用量及び循環利用率、循環利用率の向上対策
	オ	製品・商品以外の消耗品等として消費する資源 (容器包装のための資材を除く)の量
	カ	企業等の内部で循環的な利用がなされている物質
	キ	自ら所有する資本財として設備投資等に投入する資源の量
	ク	請け負った土木・建築工事等に投入する資源の量
水資源投入量	ア	水資源投入量及びその低減対策
	イ	水資源投入量の内訳
	ウ	事業者内部での水の循環利用量及びその増大対策
温室効果ガス等の大気への排出量及びその低減対策	ア	温室効果ガス排出量及びその低減対策
	イ	二酸化炭素排出量
	ウ	温室効果ガスの種類別内訳
	エ	京都メカニズムを活用している場合には、その内容、削減量
	オ	硫酸酸化物 (SOx)排出量 (トン) 及びその低減対策
	カ	窒素酸化物 (NOx)排出量 (トン) 及びその低減対策
	キ	排出規制項目排出濃度及びその低減対策
移動化学物質排出	ア	化学物質の排出量・移動量及び管理状況
	イ	大気汚染防止法の有害大気汚染物質のうち指定物質 (ベンゼン、トリクロロエチレン、テトラクロロエチレン) の排出能動
	ウ	土壌・地下水・底質汚染状況 (ストック汚染)
販売総製品生産量又は	ア	総製品生産量又は総商品販売量
	イ	容器包装使用量
	ウ	主要な製品及び商品並びに容器包装の回収量
	エ	環境ラベル認定等製品の生産量又は販売量
廃棄物等総排出量、移動量	ア	廃棄物の発生抑制、削減、リサイクル対策に関する方針、計画の概要
	イ	拡大生産者責任に対する対応
	ウ	廃棄物の総排出量及びその低減対策
	エ	廃棄物最終処分量及びその低減対策
	オ	廃棄物等の処理方法の内訳
	カ	廃棄物等総排出量の主な内訳
	キ	事業内部で再使用された循環資源の量

50	地域社会との連携	B
10	CSR会計	B
50	地域社会との連携	B
50	地域社会との連携	B
50	地域社会との連携	A
50	地域社会との連携	A
1	報告書作成にあたって	A
		D
		E
70~71	地球温暖化防止に向けて	A
74	店舗運営における環境配慮	A
65	事業活動と環境との関わり	B
74	店舗運営における環境配慮	B
74	店舗運営における環境配慮	B
74	店舗運営における環境配慮	B
65	事業活動と環境との関わり	A
73	環境に配慮した商品と販売方法	A
65	事業活動と環境との関わり	A
73	環境に配慮した商品と販売方法	A
73	環境に配慮した商品と販売方法	B
81	お客様との協力による環境保全活動	B
78~79	物流の改革による環境負荷削減	A
80~81	お客様との協力による環境保全活動	A
80	お客様との協力による環境保全活動	B
78~79	物流の改革による環境負荷削減	A
		E
		E
74	店舗運営における環境配慮	A
		C
		C
70	地球温暖化防止に向けて	A
70	地球温暖化防止に向けて	A
70	地球温暖化防止に向けて	A
75	店舗運営における環境配慮	A
78~79	物流の改革による環境負荷削減	A
		D
78~79	物流の改革による環境負荷削減	B
78~79	物流の改革による環境負荷削減	B
78~79	物流の改革による環境負荷削減	B
75	店舗運営における環境配慮	A
		D
		C
		E
73	環境に配慮して商品と販売方法	A
80	店頭回収数量	A
73	環境に配慮して商品と販売方法	B
76~77	店舗運営における環境配慮	A
80~81	お客様との協力による環境保全活動	B
76~77	店舗運営における環境配慮	A
76~77	店舗運営における環境配慮	A
76~77	店舗運営における環境配慮	A
76~77	店舗運営における環境配慮	A
76~77	店舗運営における環境配慮	A
78~79	物流の改革による環境負荷削減	B

	ク	事業内部で再生利用された循環資源の量
	ケ	事業内部で熱回収された循環資源の量
総排水量及びその低減対策	ア	総排水量及びその低減対策
	イ	排出先の内訳（公共用水域、下水道等）
	ウ	排水の水質（BOD又はCOD）及びその低減対策
	エ	窒素、燐排出量及びその低減対策
	オ	排水規制項目排出濃度及びその低減対策
輸送に係る環境負	ア	物流全般における環境負荷低減対策の方針及び計画の概要
	イ	総輸送量及びその低減対策
	ウ	輸送に伴うCO2排出量及びその低減対策
グリーン購入の状況	ア	グリーン購入 調達の状況
	イ	グリーン購入 調達の方針、目標、計画
	ウ	グリーン購入 調達の実績
	エ	環境配慮型製品・サービスの購入量又は金額
	オ	低公害車、低燃料車の導入台数及び保有台数
環境負荷の低減に資する商品、サービスの状況	ア	環境負荷低減に資する製品・サービスの生産量又は販売量及び全体に占める割合、それによる環境保全効果の概要
	イ	省エネルギー基準適合製品数
	ウ	解体、リサイクル、再利用又は省資源に配慮した設計がされた製品数
	エ	主要製品のライフサイクル全体からの環境負荷の分析評価（LCA）の結果
	オ	製品群毎のエネルギー消費効率
	カ	製品の使用に伴うCO2排出総量（当年出荷製品全体の推計及び主要製品のCO2排出係数）
	キ	製品群毎の再利用・再生利用可能部分の比率
	ク	使用済み製品、容器、包装の回収量
	ケ	回収した使用済み製品、容器・包装の再使用量、再生利用量、熱回収量及び各々の率
	社会的取組	ア
イ		人権及び雇用に係る情報 人権及び雇用に関する方針、計画、取組の概要 労働力の内訳（正社員、派遣、短期契約社員、パートタイマー等の割合、高齢者雇用の状況） 男女雇用機会均等法に係る情報（役員、管理職、正社員全体の男女別割合） 障害者の雇用の促進等に関する法律による身体障害者又は知的障害者の雇用状況 福利厚生の状況（産休・育児休暇の取得状況、子育て支援の取組、従業員の勤務時間外教育及びNPO活動等の支援、有給及び法定外休暇の取得状況等） 労使関係の状況（労働組合の組織率、団体交渉の状況、解雇及び人員整理に対する基本方針と履行状況、労働紛争、訴訟等の状況、労働基準監督局からの指導、勧告等の状況） 職場環境改善の取組状況（セクシャルハラスメント、その他のいじめ防止の取組状況及びこれらに関するクレームの状況） 児童労働、強制・義務労働防止の取組状況（サプライチェーンを含むこれらに関する撤廃プログラムの状況等）
ウ		地域の文化の尊重及び保護等に係る情報 地域文化の尊重、保護等に係る方針、計画、取組の概要 発展途上国における取組
エ		環境関連以外の情報開示及び社会的コミュニケーションの状況
オ		広範な消費者保護及び製品安全に係る情報

		D
		D
65	事業活動にと環境との関わり	B
		C
76	店舗運営における環境配慮	B
		E
75	店舗運営における環境配慮	B
78~79	物流の改革による環境負荷削減	A
78~79	物流の改革による環境負荷削減	B
78~79	物流の改革による環境負荷削減	A
80	グリーン購入比率	A
80	グリーン購入比率	B
80	グリーン購入比率	A
		E
		E
73 81	環境に配慮した商品と販売方法 お客様との協力による環境保全活動	B
		E
		E
		E
		E
		E
80	お客様との協力による環境保全活動	A
80	お客様との協力による環境保全活動	A
60~61	安全で働きやすい職場環境づくり	A
60~61	安全で働きやすい職場環境づくり	A
60~61	安全で働きやすい職場環境づくり	A
		E
60~61	安全で働きやすい職場環境づくり	A
		E
55 61	雇用に関する方針 安全で働きやすい職場環境づくり	A
8 57	CSR指標 パートナー数 比率	A
59	雇用均等の徹底と女性の登用	A
55	雇用に関する方針	A
56 59	雇用に関する方針 雇用均等の徹底と女性の登用	A
63	社員と家族の安心を守る労働組合	A
15 60/61	ヘルプライン 安全で働きやすい職場づくり	A
36	公正な取引の徹底	B
36	公正な取引の徹底	B
		C
18 28 38 43 50	Dialogue with Stakeholders お客様のご意見・ご要望を尊重して 店舗運営におけるお取引先との連携 株主・投資家の皆様とのコミュニケーション 地域社会との連携	A

消費者保護、製品安全及び品質に係る方針、計画、取組の概要
PL法対策、特に製品設計、製造及び表示における安全対策
販売後の点検、修理等のアフターサービスプログラム
消費者クレーム窓口の設置及びその処理状況
製品等のリコール及び回収等の状況
特定商取引遵守に関する通信販売、訪問販売等の適正化プログラム及びその遵守状況
<b>カ</b> 政治及び倫理に係る情報
企業倫理に係る方針、計画、取組の概要
環境関連分野以外の寄付、献金の寄付、献金先及び金額
環境関連以外の法律等の違反、行政機関からの指導・命令・処分等の内容及び件数（独占禁止法、景品表示法、公正競争規約、特定商取引法、PL法等を含む）、環境関連以外の訴訟を行なっている又は受けている場合は、その全ての内容及び対応状況
行動規範策定の状況
独占禁止法遵守等の公正取引の取組状況（独占禁止法遵守プログラム、景品表示法遵守の取組状況、下請代金支払い遅延防止対策の状況、流通取引慣行ガイドライン遵守プログラムの状況等）
<b>キ</b> 個人情報保護に係る情報
個人情報保護及び内部通報者保護に係る方針、計画、取組の概要

28～30	お客様に関わる自主行動基準	A
21	食品の品質管理体制	
25	衣料・住居関連商品の品質管理体制	
25～26	品質と安全性の追求	A
30	お客様に関わる自主行動基準	
28	お客様のご意見・ご要望を尊重して	A
30	お客様に関わる自主行動基準	
28～30	お客様のご意見・ご要望を尊重して	A
28～30	お客様のご意見・ご要望を尊重して	A
		C
12～15	CSRを果たしていくための体制	A
10	CSR会計	A
50～51	地域社会との連携	D
		D
12～15	CSRを果たしていくための体制	A
27	正確な商品・価格情報の発信	A
35	公正な取引の徹底	
15	ヘルプライン	A
17	個人情報の安全管理体制の整備	

**環境省ガイドライン対照表カバー率**

**自己分析評価**

A	56.4%
B	20.9%
C	4.1%
D	8.7%
E	9.9%

（計算式 Aの回答数/全問数計）

**IYの採点結果 = IYが記載すべきと考える項目のカバー率**

（Aに該当する問数）\*1点 + （Bに該当する問数）\*0.5点 + （Cに該当する問数）\*0点  
（Aに該当する問数） + （Bに該当する問数） + （Cに該当する問数）

**カバー率**

82.1%  
（カバー率 = / \*100）