

Sustainability Report

AEON环境·社会报告书2003

—— 我们所追求的目标 ——





关于《AEON 环境·社会报告书 2003》的发行

2001年8月21日，随着 AEON 株式会社的诞生，我们集团的名称也由 AEON 集团改为 AEON。从这天起，为了实现“以顾客为原点，追求和平，尊重他人，为地区社会做贡献”这一 AEON 永恒的企业理念，我们每一天都在采取着“正确的行动”。

在正确的行动和追求利益之间必须二者择一时，我们 AEON 会毫不犹豫地选择前者。我们不仅要自觉地遵守法令，而且要通过正确的行动，承诺到任何时候都将对所有与 AEON 有关的人以诚相待。另外，我们相信，AEON 作为 21 世纪零售业的先驱不断地挑战，这将有助于地区社会 and 居民生活的变革。在维持现状和向变革挑战这二者之间必须选择其一时，我们会毫不犹豫地选择变革。

我们希望 AEON 将成为以“顾客第一”为纽带，以实现“地区中服务质量第一”为目标的企业。这一点，在多年来一直与顾客共同开展的环保活动和为社会做贡献方面也绝非例外。不仅如此，在建设能够持续发展的社会已成为燃眉之急的今天，作为企业市民，为了实现自己的社会责任，我们要将其作为企业活动的一个重要组成部分，进一步加强与地区居民之间的协作关系，为实现循环型社会而努力奋斗。

这次，在汇总 AEON 2002 年度环保和社会贡献活动的报告方面，我们采纳了国际标准 GRI (Global Reporting Initiative) 的理念，顾及经济性、社会性和环保这三个方面，使其成为一个多方面的报告书。今后，我们也将不辜负广大顾客的期待和信赖，为实现“充满希望的美好未来 (AEON)”，勇于挑战，在不断变革中求得更大的发展。衷心地希望能得到各位的理解和宝贵的意见。

2003 年 5 月



AEON 株式会社董事长
常盤敏時



AEON 株式会社总经理
岡田元也

编辑方针

始于 1996 年的环境报告书的发行，至此已是第 8 次。这次，我们将标题改为《AEON 环境·社会报告书 2003 Sustainability Report》，并加上副标题“我们所追求的目标”。“我们”这一词的另一个重要意义在于“与顾客携手共进”。在这次报告书中，将通过对 AEON 的现状进行公开，并在 AEON 所开展的各项活动中明确揭示“我们所追求的目标”，以期找出今后与广大顾客共同创造崭新未来的路标。

※文中的“AEON”指 13 种事业共 142 家公司的整体，而“AEON (株)”则指从事综合超市事业的 AEON 株式会社。

报告对象范围

AEON 142 家公司

报告对象读者

主要以顾客为对象。另外，再加上股东、集团所有店铺附近的居民以及客户、NPO、员工等所有与 AEON 有关的人。

报告对象期间

2002 年度 (2002 年 2 月 21 日 ~ 2003 年 2 月 20 日)

※由于此次为首次编写可持续性报告书，因此对 2002 年度以前的活动开展情况也根据需要，部分进行刊载。此外，报告对象范围由于有结算时期不同等情况，对某些对象期间不同的数据将注明其对象期间。

Sustainability Report (可持续性报告书)

以环保和企业活动的经济性、社会性为观点的可持续性报告书。本报告书是以国际标准 GRI (Global Reporting Initiative) 为参考编写的。

※右边的标志分别代表
各页报告项目所属的
范畴



经济



环境



社会

目录

致辞

编辑方针 1

AEON 是什么意思? 2

介绍实践
AEON 理念的集团企业 4

与顾客携手
开展“开放式经营” 6

与顾客携手
改变 AEON 的活动 7

与顾客携手
不断丰富“人生与生活的每一天” 10

1) 坚持从顾客角度开发商品的
“TOPVALU” 11

2) 为确保安全、安心的管理体制 16

3) 加深与商业伙伴之间信赖关系的
交易行为准则 17

4) 追求生态商品新价值的活动 19

5) 为实现“无障碍社会”的活动 20

6) 在与社会共生方面
AEON 所能做的 22

7) 与顾客的交流活动 24

与顾客携手
共建“充满希望的美好未来” 26

1) 与顾客共同开展的为社会做贡献活动 27

2) 与顾客共同开展的环保活动 36

3) 为了社会、为了地球，AEON 所能做的。 42

环境会计报告 48

ISO14001 的目标与成绩 50

关于 AEON 的环境管理推进体制 52

第三者的评价 53

AEON 是什么意思？



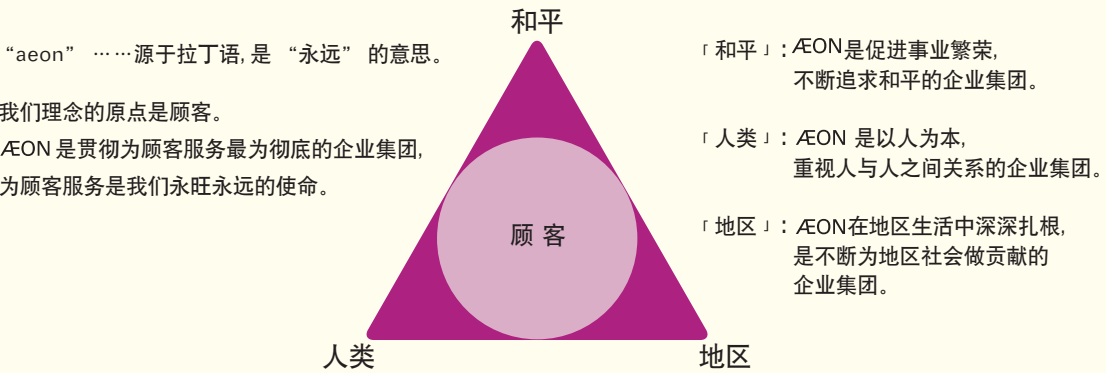
“AEON” 一词在拉丁语中是 “永远” 的意思，
而我们又赋予了它创造 “充满希望的美好未来” 这样一种内涵。
所谓 “充满希望的美好未来” 必须是与顾客共同创造的，
因为我们最基本的行为准则是 “顾客第一”。

例如，产生于顾客的意见和建议的安全、安心的私家品牌便是其中一例。
另外，与顾客一起开展的植树活动也是其中一例。
所有活动都是在当地社会生存下去所不可缺少的。

我们 AEON 总是在自问：AEON 是否已真正成为了顾客所需要的存在？
出于这种思想，建立了将顾客的意见积极反馈到经营中去的制度。

作为地球大家庭中的一员，作为广大顾客每天生活的忠实伙伴，
今后我们也将同顾客一起，积极致力于开创 “充满希望的美好未来”。

〈 AEON 的基本理念 〉



〈 AEON 宣言 〉

AEON 的涵义是
以宽广的胸怀和富有活力的行动
使人生与生活的每一天都变成充满希望的美好未来 (AEON)

关于 AEON 行为规范的制定

2003 年 4 月，AEON 制定了旨在使集团内各公司能够对 “顾客第一” 的
AEON 价值观有一个共识，并明确规定作为集团成员应该遵守的行为规范。
今后，我们每一位员工，都要把自己看成是 AEON 的代表，
作为 AEON 人，要在自觉遵守行为规范的同时，
不断努力加强同广大顾客以及商业伙伴和其他 AEON 人之间的友好信赖关系。

〈 AEON 行为规范 (节选) 〉

【宣言】

- 一、AEON 人永远感谢众多提供支持和帮助的其他个体，永远谨记以谦虚的态度行事。
- 二、AEON 人注重诚信胜于一切，在任何情况下坚持诚实、守信。
- 三、AEON 人将不懈努力，以不断满足顾客的期望。
- 四、AEON 人将为实现 AEON 的理想而永远挑战变革。
- 五、AEON 人支持地区社会的发展，将作为良好的企业市民为社会做出贡献。

【我们对顾客的承诺】

从 “一切为了顾客” 的视点出发，我们将努力提供与顾客的日常生活紧密相关的 “可靠性” 和 “信任”。
为顾客的生活文化做出积极的贡献是 AEON 永远的使命。

【我们的伙伴和 AEON】

●地区社会和 AEON
作为企业市民，AEON 将与地区社会的人们一起，努力成为为地区社会的发展和生活的提高做出贡献的代表企业。

●商业伙伴和 AEON
AEON 尊重为实现 “让顾客满意” 的目标而不断挑战革新性经营的商业伙伴。
而且，通过公正的交易，作为平等的伙伴关系实现共同的繁荣。

※ “商业伙伴” 指所有与我们有商业关系的伙伴，包括那些与我们进行商品交易、设备相关交易的伙伴及加盟店等。

●股东和 AEON
AEON 通过努力进行创新地、健全地经营管理来为我们的股东带来高额回报。

【与 AEON 人同行】

要实现 “让顾客满意”，我们必须建立一个能够培养亲密的人际关系和具有意义的工作环境。
如果无法实现这样的工作环境，那么也就不可能开展让顾客满意的商务。
建立一个有意义的工作环境是我们每个人的责任。

介绍实践 AEON 理念的集团企业



AEON是在日本国内外从事以零售业为主, 包括众多行业种类和行业形态的企业集团。

我们以 “Global 10” ——进入世界零售业前 10 名为目标,

不断努力加强集团体制, 力争使每一个事业、 每一个项目都成为成功事例,

并通过使之成为整个集团的共有财产,

从而建立和完善相互不断成长的 AEON 独特的商务模式。

为了实现上述目标, 我们深知最重要的是必须与顾客共同前进。

我们深信, 只要整个集团都能忠实地实践 AEON 的理念, 我们的目标就一定能够实现。

(单位: 百万日元)

营业收入(整个集团)



(单位: 百万日元)

经常利润(整个集团)



不同事业的店铺数(截止至2003年2月)

事业体名称	店铺数
综合超市事业	460
一般超市事业	451
药品销售事业	1,643
家居中心事业	57
便利店事业	2,361
百货公司事业	3
专门店事业	2,627
房地产事业	—
金融服务事业	62
一般服务事业	582
食品服务事业	332
流通加工・贸易事业	—
电子商务事业	—

※药品销售事业的店铺数中包括加盟 AEON Welcia Stores 但不属于 AEON 集团的其他企业
※便利店事业的店铺中包括联营店



IT'S A CLASSIC
The Talbots, Inc.(美国)



(株)Blue Grass



(株)Cox



(株)Yamaya



(株)Home Wide



Homac(株)



(株)Diamond City



AEON Mall(株)



Maxvalu北海道(株)
Maxvalu 东北(株)
Maxvalu 中部(株)
Maxvalu 西日本(株)



Ministop(株)



九州JUSCO(株)
Jaya JUSCO Stores Bhd.
(马来西亚)
JUSCO Stores(Hong Kong)
(中国)



AEON(株)



AEON Credit Service(株)
AEON Credit Service (Asia) Co.,Ltd.
AEON Thana Sinsap (Thailand) Plc.



(株)Tsuruha



Kraft(株)



(株)Sugi药局



(株)Hac Kimisawa



(株)Green Cross Coa



寺岛药局(株)

(株)AEON Fantasy

综合超市事业

• AEON(株)
• Jaya JUSCO Stores Bhd.
• JUSCO Stores(Hong Kong) Co., Ltd.
• 九州JUSCO (株)
琉球JUSCO (株)
Siam JUSCO Co., Ltd.
Guangdong JUSCO Teem Stores Co., Ltd.
Qingdao Dongtai JUSCO Co., Ltd.
Shenzhen JUSCO Friendship Stores Co., Ltd.

一般超市事业

• Maxvalu北海道(株)
• Maxvalu 东北(株)
• Maxvalu 中部(株)
• Maxvalu 西日本(株)
Maxvalu 东海(株)
Maxvalu 九州(株)
西九州Well Mart(株)
(株)Hallo

药品销售事业

• (株)Tsuruha
• Kraft(株)
• (株)Sugi药局
• (株)Hac Kimisawa
• (株)Green Cross Coa
• 寺岛药局(株)
(株) Medical 一光
(株) Drug Eleven
Takiya(株)
(株)Wellpark
(株)饭野
(株)Aoki药品

家居中心事业

• Homac(株)
• (株)Home Wide

便利店事业

• Ministop(株)

百货公司事业

(株)Bon Belta伊势甚
(株)Bon Belta
(株)橘百货店

专门店事业

• The Talbots, Inc.
• (株)Blue Grass
• (株)Cox
• (株)Yamaya
Talbots Japan(株)
Laura Ashley Japan(株)
(株) AEON Forest
(株)Mega Sports
Claire's Nippon(株)
(株)NuStep
Abilities JUSCO(株)
(株)Book Bahn
Pet City(株)
(株)Kojima
Mega Petro(株)

房地产事业

• (株)Diamond City
• AEON Mall(株)
(株)Diamond Family
LOC开发(株)

金融服务事业

• AEON Credit Service(株)
• AEON Credit Service(Asia) Co., Ltd.
• AEON Thana Sinsap(Thailand) Plc.
ACS Credit Service(M) Sdn. Bhd.
ACS Credit Service(Taiwan) Co., Ltd.

一般服务事业

• (株)AEON Fantasy
Jusvel(株)
Reform Studio(株)
(株)Zwei
(株)AEON Techno Service
AEON Cinema(株)
(株)品质管理中心

食品服务事业

(株)Gourmet D'Or
Jack(株)

物流加工・贸易事业

Certo(株)
(株)Food Supply Jusco
AIC(株)
(株)友邻
大阪Delica(株)
Tasmania Feedlot Pty. Ltd.

电子商务事业

(株)AEON Visty

AEON 1%俱乐部
(财)AEON 环境财团
(财)冈田文化财团

• 股票公开企业

与顾客携手开展“开放式经营”

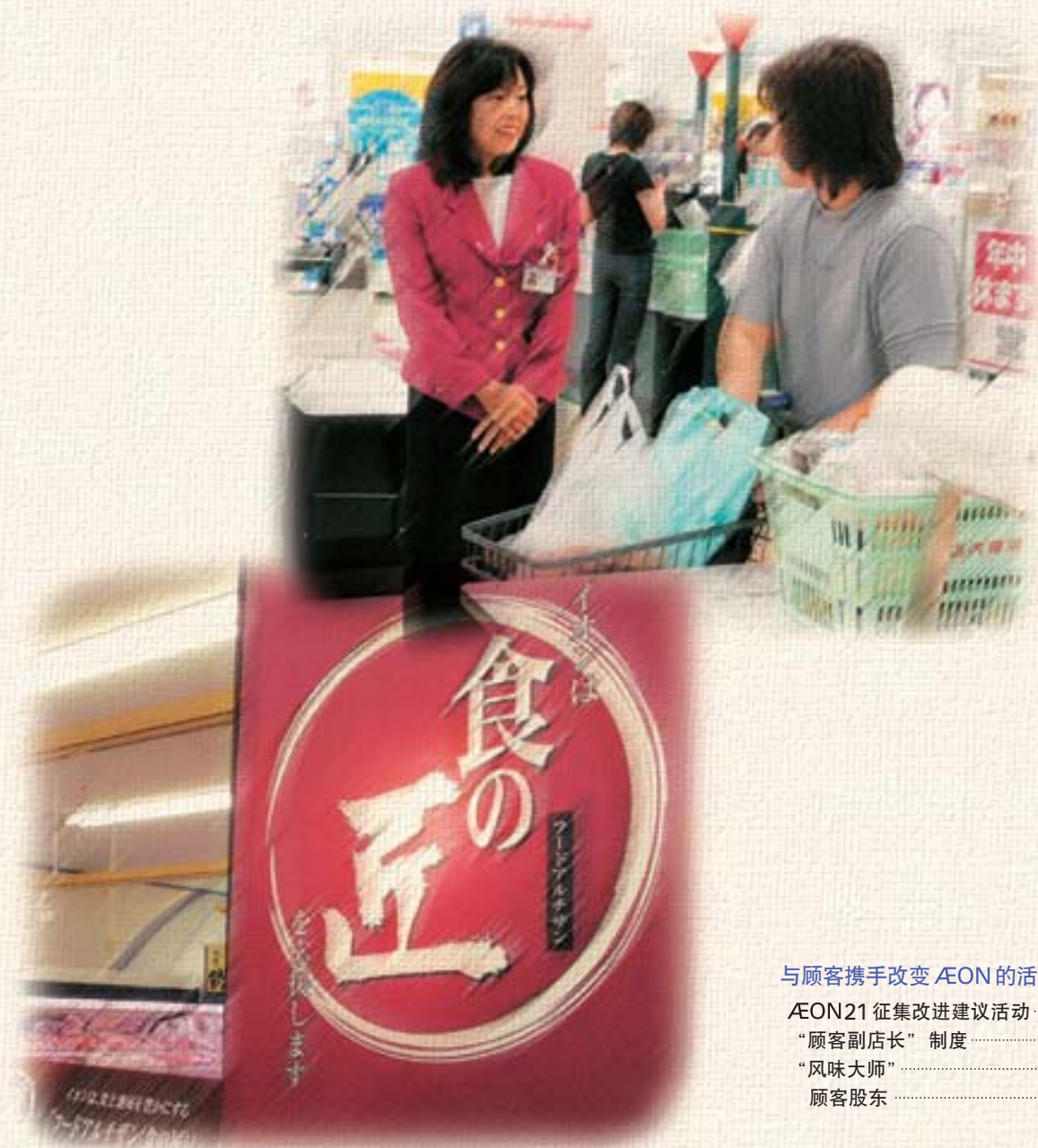
我们 AEON 经营的出发点是“顾客第一”，
最重要的是时刻不忘从顾客的角度出发。

例如，从 2002 年度开始，在 JUSCO 的 34 个店铺引进了“顾客副店长”制度。

从实际利用 JUSCO 的顾客当中通过公开招聘的方式进行录用，

作为顾客代表请其参与店铺的经营。这项尝试，很快就出了成果，

被“顾客副店长”指正的许多地方都是以往所没有注意到的。



与顾客携手改变 AEON 的活动

AEON21 征集改进建议活动	p 7
“顾客副店长”制度	p 8
“风味大师”	p 9
顾客股东	p 9

与顾客携手改变 AEON 的活动

AEON21 征集改进建议活动

〈我们所追求的目标〉

为使 AEON 能够不断革新，不断前进，希望将广大顾客的希望和建议反映到公司经营中去是此项活动的指导思想，活动方式是向顾客和员工征集对“理想的 AEON”的合理化建议。

2002 年度的实施状况

【实施企业】AEON 各公司(共有 68 家公司参加)

【活动开始时期】2001 年度

【活动成果】应征总数达 219,627 件(顾客：10,741 件
员工 208,886 件)

【目标达成情况】131.5%(目标：167,000 件)

每次都征集到各种希望改进 AEON 的建议

以 2001 年度公司更改名称为时机，开展起向顾客、员工征集对商品、服务、员工和企业形象等方面改进建议和希望的“AEON 21 征集改进建议活动”。本活动每年设定题目，请应征者按照题目进行提案，提案可通过因特网或邮寄方式送交公司。所有提案都将被输入数据库，以作为今后经营方面的宝贵资源。

2002 年的题目

“顾客第一”、“和平”、
“生命(人类)”、“地区”

征集期间

2002 年 5 月 21 日 ~ 8 月 18 日

表彰内容

由公司内外众多的评委参加评选，以公正的观点进行慎重的评审，最终选出 1002 名应征者，并向其颁发“充满希望的美好未来”奖。

- | | |
|---------------------------|--------------------|
| ● “充满希望的美好未来”顾客奖(2 名) | 奖金 50 万日元 |
| ● “充满希望的美好未来”和平奖(1 名) | 奖金 50 万日元 |
| ● “充满希望的美好未来”生命(人类)奖(1 名) | 奖金 50 万日元 |
| ● “充满希望的美好未来”地区奖(1 名) | 奖金 50 万日元 |
| ● “充满希望的美好未来”策划奖(19 名) | 奖金 10 万日元 |
| ● “充满希望的美好未来”好点子奖(100 名) | 奖金 1 万日元 |
| ● “充满希望的美好未来”提案奖(878 名) | 3,000 日元的 AEON 商品券 |



除奖励获奖者 50 万日元奖金以外，还分别以获奖者的名义向在各地从事各种为社会做贡献活动的志愿者团体等单位捐赠了 50 万日元。

与顾客携手开展“开放式经营”



“充满希望的美好未来”顾客奖
“顾客采购员认定制度” 柴田茂博(三重县)

将喜欢旅行并且对各国情况非常精通，如非常通晓某国或某地区文化、物产的人作为 AEON 顾客采购员进行认定，委托其广泛征集有关该国或该地区的信息。

接收捐赠单位 社会福利法人 三铃会 智障者厚生设施
Shirasagi 园

接收捐赠单位 社会福利法人 和顺会 智障者厚生设施
铃鹿和顺学园 和顺寮

※柴田茂博向以上两个福利团体分别捐赠了 25 万日元

“充满希望的美好未来”顾客奖
“带回家试穿服务” 下村孝子(福冈县)

以老年人或残疾人为对象，在购买衣服时，向其提供只要交一定的押金，可以带回家去试穿的服务。

接收捐赠单位 社团法人 OISCA 甘木朝仓支局

“充满希望的美好未来”和平奖
“作为将日常生活与国际贡献相结合的桥梁” 平林妙子(爱知县)

建议 AEON 通过以合理的价格销售发展中国家的商品，来达到支援发展中国家的目的。

接收捐赠单位 Tomorrow's World Organization

“充满希望的美好未来”生命(人类)奖
“咸菜师傅” 石川成道(东京都)

为了继承日本的饮食文化，建议 AEON 培养做日本传统咸菜的名手，并安排在各店铺，以使咸菜文化更加发扬光大。

接收捐赠单位 重度残疾人职业介绍设施 Needs Center 花之家

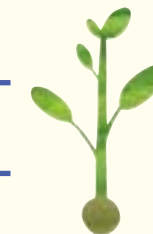
“充满希望的美好未来”地区奖
“建设新型地区” 中村智彦(大阪府)

通过建设具有商店街那人人与人之间交流、共生等传统地区功能的购物中心，使 AEON 在建设新型地区方面发挥主导作用。

接收捐赠单位 财团法人 蒲公英之家

2003 年度的活动内容

本活动今后也将作为“开放式经营”的一环，继续开展下去。



与顾客携手改变AEON的活动

“顾客副店长”制度



〈我们所追求的目标〉

以公开招聘形式录用的“顾客副店长”作为当地顾客的代表参与店铺的经营,我们希望通过这一制度建立起一种与当地社会之间更加紧密的鱼水关系。

2002年度的实施状况

【实施企业】AEON(株)、九州JUSCO(株)
【活动开始时期】2002年度
【活动成果】在34个店铺实施

89位“顾客副店长”活跃在第一线

本制度是根据第一届“AEON21征集改进建议活动”的提案产生的。“顾客副店长”采取公开招聘的形式,任期一年。2002年度在34个店铺总共诞生了89位“顾客副店长”。



“顾客副店长”的工作

- 站在顾客的角度对商品种类、质量、店员的服务态度以及店铺的服务质量进行严格的检查评比。
- 积极听取顾客的意见。不仅在“顾客副店长柜台”回答顾客的问题,还经常在店内巡回,主动向顾客打招呼,听取顾客的反映。
- 与店员的沟通也是“顾客副店长”的重要任务之一。通过了解店员们的想法,包括各种不满或对公司的意见,以及在各柜台广泛收集顾客的意见,将这些意见反映到创造心情舒畅的理想工作环境等方面。

“顾客副店长”们的谈话

“主动反映情况的店员也多起来了”

我每周上三、四天班。在店里时,除了主动向顾客打招呼,检查商品的陈列和价格标牌是否有问题以外,还要主动和店员沟通,了解他们的想法。最近,主动向我们反映情况的店员也逐渐多了起来。有时他们自己不好直接说,我就可以利用自己的身分为他们反映上去。例如,员工更衣室的地面,由于我的反映换成了易于清扫的塑料地面以后,店员们都非常高兴。



中岛泰子

“成为让顾客购物更加方便的商店是我的目标”

我担任“顾客副店长”已经10个月了。要说有值得反省的地方,那就是有时不自觉地会站在公司的角度去考虑问题。在为期不长的剩余任期里,我要注意时刻从顾客的立场出发来考虑问题。要说今后的目标,主要是尽量改善商品陈列,什么东西在哪里能够一目了然,让顾客感到更方便。因为店里很大,要尽量让顾客找东西好找。



山本唯子

“做一个为顾客着想的‘好管闲事’的人”

由于家住附近,所以顾客中熟人很多,不光在店里,在学校的家长会上,也经常有人问起店里的事。在顾客为难的时候,穿着这身制服确实很好发挥作用。自从我们参加管理以后,店里发生的变化有很多,比如,二楼的联络通道实施了全面禁烟。这样一来,可以防止未成年者吸烟,整个通道也没有了烟味,大家反应很好。另外,原来只有带小孩坐椅的B型购物推车,从今年二月新增加了可以让婴儿躺着的新型推车。



新保明美

2003年度的活动内容

作为实现真正的“顾客第一”的店铺所不可缺少的这一制度,将被推广到全国所有的店铺。

“风味大师”



〈我们所追求的目标〉

如今,人们对家乡传统味道的关心和钟爱日益加深,AEON愿意与具有高度生产技术的食品生产者一道,为继承日本优秀的“饮食文化”,进而为振兴地区经济贡献力量。

2002年度的实施状况

【实施企业】AEON(株)、九州JUSCO(株)、琉球JUSCO(株)、Maxvalu(株)所有店铺
【活动开始时期】2002年度开始招聘
【活动成果】到目前为止销售商品种类达100种

如今,日本的饮食生活正在发生着巨大的变化。

近年来,随着人们对食品安全性越来越关心,市场上对既好吃又放心的“当地特产”或“令人怀旧的风味”的需求日益高涨。

开展介绍“风味大师”的活动

为了满足消费者的需求,AEON与具有优秀的生产、制作技术,继承着家乡独特风味的“风味大师”一起,以对等的合作伙伴关系,通过推广、介绍饮食文化,为消费者带来感动,并希望能振兴当地的经济贡献力量。



以“风味大师”为品牌的各种风味食品于2002年11月开始销售

2003年度的活动内容

争取获得更多的“风味大师”的赞同,将这一活动推广到全国。

顾客股东



〈我们所追求的目标〉

作为推行开放式经营的一环,请实际利用AEON店铺的顾客作为股东参与经营,通过吸收大家对经营的意见,使整个店铺的经营更加完善。

2002年度的实施状况

【实施企业】AEON(株)

我们真心希望顾客成为股东。

出于希望让顾客了解AEON的经营状况和所开展的活动这样一种愿望,我们推出了“顾客股东”的构想,而“顾客股东”这个词也就由此产生了。为了使顾客更加容易地购买股票,我们将股票购买最低股数由1000股降低为100股,以促进顾客购买股票,进而推进顾客参与AEON未来的建设。

发行方便实惠的“AEON股东卡”

根据8月20日、2月20日的股东名单,对持有100股以上AEON股票的新股东寄送“股东卡申请表”,对申请者发给AEON股东卡”。凭此卡并根据持有股票数的多少和购物金额,每过半年将可享受不同百分比的现金回扣。



2002年股东大会后的联谊会情景。欢谈笑语中的某一句话说不定就能改变AEON的未来……



※除AEON(株)以外,九州JUSCO(株)、Maxvalu东北(株)、Maxvalu中部(株)、Maxvalu西日本(株)、(株)Diamond City、AEON Mall(株)虽然没用“顾客股东”这个词,但也将购买股票的最低股数由1000股降低为100股。



我们 AEON 所从事的事业和人们每天的生活密切相关。

为消费者提供安全、安心的食品是我们义不容辞的责任。

不仅如此,对产品的原材料我们也都进行严格的把关。

同时,对我们提供原材料的人们的生活,也给予必要的关照。

例如,(株)AEON Forest 在日本全国设有店铺的 The Body Shop 的英国总公司决定提升主力商品的质量,

改用更高一级的原材料。结果,改为从非洲的纳米比亚进口高质量的原材料。

另外,AEON 在促进事业伙伴女性的自立方面发挥着重要的作用。

1) 坚持从顾客角度开发商品的 TOPVALU

TOPVALU	p 11
2002 年度 TOPVALU 畅销商品<例>	p 12
TOPVALU 共环宣言	p 13
TOPVALU Green Eye	p 14
食物过敏物质信息的标注	p 15
基因转换原材料信息的标注	p 15

2) 为确保安全、安心的管理体制

生产、销售管理 / 质量管理	p 16
----------------------	------

3) 加深与商业伙伴信赖关系的交易行为准则

交易行为准则 (供应厂商 CoC)	p 17
地区贸易	p 18

4) 追求生态商品新价值的活动

SELF + SERVICE	p 19
----------------------	------

5) 为实现“无障碍社会”的活动

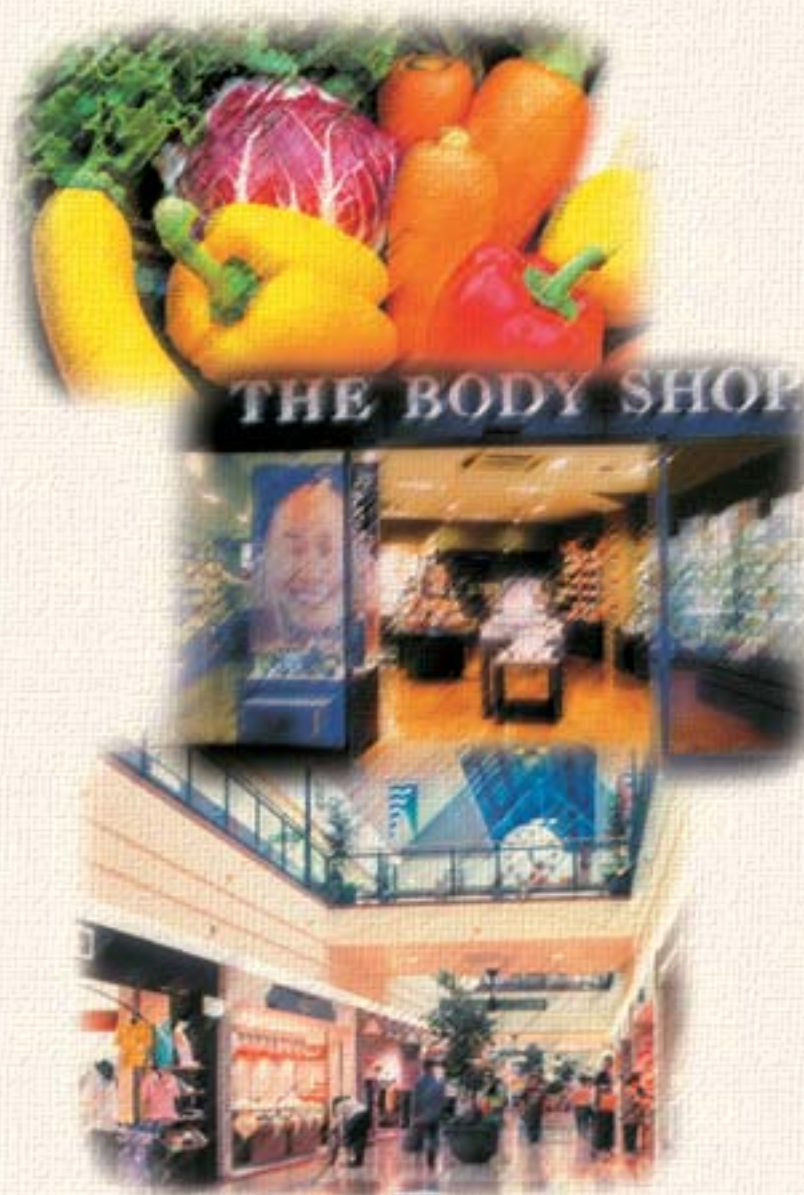
贯彻执行《残疾人辅助犬法》	p 20
向员工开展的照顾残疾人和哑语培训	p 20
AEON 爱心建筑设计标准	p 21

6) 在与社会共生方面 AEON 所能做的

与新 AEON 人同行	p 22
-------------------	------

7) 与顾客的交流活动

意见箱	p 24
将顾客意见反应在经营上的反馈体制	p 24
“神秘顾客”	p 25



1) 坚持从顾客角度开发商品的 TOPVALU

TOPVALU



〈我们所追求的目标〉

最大限度地听取顾客的意见,开发在质量、价格、安全、安心方面真正受到顾客信赖的AEON 的私家品牌 (PB)。

2002 年度的实施状况

【实施的企业】综合超市(日本国内)、一般超市、
家居中心、便利店

【活动成果】销售品种达1,824种

凝聚着 AEON 服务理念的私家品牌

AEON 的私家品牌 (PB) 是以安全、安心和诚实为理念,通过最大限度地吸收顾客意见而开发出来的,是凝聚着“顾客第一”这一 AEON 的思想,与人们每天的衣、食、住密切相关的商品系列。TOPVALU 的商品多达1,824种,由于我们认真贯彻“TOPVALU 的五项承诺”,所有品种都能保证质量优良、用起来安全、放心,真正做到了物美价廉,深受广大消费者的好评。



TOPVALU 的四大品牌





1) 坚持从顾客角度开发商品的 TOPVALU

2002年度的TOPVALU商品〈例〉

注重味道和营养的糕点 TOPVALU 营养食品系列

为满足顾客对增进健康的要求,开发了可摄取营养的各种糕点。在开发过程中最看重的是味道。不仅要营养丰富,而且要保证可口。营养成分主要是顾客呼声较高的钙、铁和维生素C这三种。每袋中的营养相当于每天应该摄取量的三分之一。为了使消费者对所含营养成分一目了然,包装上以彩色显示。另外,包装材料使用的是具有防氧化功能的铝包装。



价格：98日元

注重繁殖环境、肉实味美 鹿儿岛产烤鳗鱼

为了让消费者吃起来放心,从繁殖到加工采取一条龙式的生产。利用地下水,用计算机管理水温。鱼食也实行合理控制,以使鱼肉更加紧实、鲜美。成长激素、肉骨粉、疫苗、药类一律不使用。烤制时用的佐料是参考了七十多家专门店的味道独自加工出来的。佐料的原料也一律不使用合成化合物、着色料、基因组转换原料等。



价格：1条580~980日元

实现了惊人的低廉价格 带闪光灯一次性照相机

为了满足消费者的要求,对一次性照相机进行了改进,如将闪光灯的按钮改为醒目的黄色,为保护环境,在包装上不再使用铝纸等。胶卷为ISO400的高感度胶卷,实现了高质量的洗印效果。从镜头到机身的塑料以及包装都是可以再利用的循环性商品,深受环保意识高的消费者的好评。

价格：24张的498日元,
39张的698日元

销售点：在全国4,000个店铺销售



去污能力超强 Super Clean 洗涤剂

为满足追求“更白”的消费者的需求,以分解蛋白质、油脂等污渍的三种酵素配制而成,具有去污效率高的特点。另外,为了不使落在水中的脏污成分重新沾在衣服上,还加进了再附着防止剂。为了增加漂白效果而加进的漂白剂除了漂白,还具有防止杂菌繁殖的功能,因此将洗过的衣服挂在室内也不会有难闻的气味。

价格：198日元<1.2kg>



刷牙效果极佳 超极细毛牙刷

随着年轻人牙周病患者的日益增多,人们对具有保护牙龈效果的牙刷的需求也日益增加。为满足人们的这种需求,开发了可以将齿周狭窄兜灶内的齿垢和食物残渣拨拉出来的超极细的牙刷毛。另外,在整个牙刷毛有平有尖,形成高低不平的形状,使清洁牙齿表面的效果也大大提高。在设计上注重在嘴中容易转动等易用性。

价格：98日元



既好骑又不易生锈 27 型彩色城市自行车〈10 色〉

适应消费者的需求,既好骑又具有环保性的自行车。为防止生锈,零件采用了很多不锈钢材料。为了使人们骑起来放心,车架的强度超过了JIS规格(日本工业规格)的规定。另外,车架采用平行型,即使穿裙子也可以放心地上下。颜色的种类也很丰富。如此出色的自行车,实现了10,000日元的低价。

价格：10,000日元

三速变速型13,800日元



形状稳定、抗菌加工 男仕衬衣

为消除顾客对“找不到适合自己尺寸的衬衣”的不满,设计推出了总共98种尺寸的衬衣。不仅尺寸的种类丰富,还具有形态稳定、抗菌加工等特点,并使用品质优良的埃及棉和新合织,使衬衣穿起来柔软舒适。

价格：1,900日元



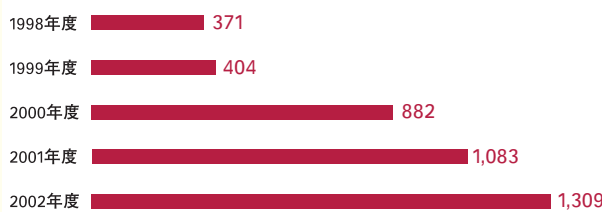
采用严寒地带水鸟优质羽毛 羽绒被

羽绒中的90%使用的是生长在严寒地带的水鸟胸脯处极其珍贵的柔软羽毛,所以具有出类拔萃的弹性和保温性。被面和被里采用高密度的斜纹和缎纹织物,以防止羽毛钻出。另外,为确保羽绒被均衡的保温性和舒适性,采用特殊的立体缝合方法,使被子的两头都能有充足的羽毛。

价格：单人被15,800日元



TOPVALU的销售额推移(亿日元)



使用“Super 100面料”的1万日元男仕西装登场!!

从2003年4月1万日元男仕西装大幅度进化。决定西装舒适程度的最大因素是面料。这次推出了使用非常受欢迎的“Super 100”的1万日元西装,缝制和功能都实现了高质量,尺寸型号也非常丰富,使顾客可以在很短的时间内选到自己合适的型号。

TOPVALU共环宣言

〈我们所追求的目标〉

对资源进行回收再利用。尽量避免大气和水质造成污染。尽量使用自然材料。注重环保,积极开发便于消费者反复使用的商品。

2002年度的实施状况

【活动开始时期】2000年度

【活动成果】销售品种达250种

TOPVALU共环宣言是旨在为未来的孩子们留下美好的大自然,为消费者提供具备环保功能的商品的品牌的。另外,作为环保的一环,在店头设置回收资源用的回收箱,以利于回收顾客购物后产生的可再利用的垃圾。

有关店头资源回收请参看第40页

使用无添加聚乙烯制成 食品保存薄膜

无添加聚乙烯的特点是焚烧也不会产生二噁英,而且虽然是聚乙烯制,但具有极好的附着性。撕扯用的刀刃使用的是以玉米淀粉为原料的分解性塑料刀刃,既锋利好用,用后又可以焚烧。

价格：长型98日元(30cm×40m)

短型88日元(22cm×40m)



不用洗涤剂也能去污 小苏打电解水清洁剂

现在,人们对去污性能好,又具备安全和环保功能的界面活性剂的需求日益高涨,为了满足人们的需求,着眼于用于食品的小苏打的去污性能而开发了小苏打电解水清洁剂。其特点是利用电解小苏打产生的负离子(重碳酸离子、碳酸离子)那优异的去污性能,可广泛用于室内的清洁卫生。

价格：598日元(500ml)



使用自然材料制成 天然橡胶手套(薄型M、中厚型M、中厚型L、极薄型)

焚烧时不会产生二噁英,天然橡胶具有在土中分解的特性。

价格：薄型M128日元(1副)

中厚型M 158日元(1副)

薄型和中厚型L 158日元(1副)

极薄型198日元(10副)



※以上价格均不包括税金



1) 坚持从顾客角度开发商品的 TOPVALU

TOPVALU Green Eye



〈我们所追求的目标〉

为了使广大消费者能够放心地品尝和摄取食品原有的美味和营养,我们将始终如一地追求以大自然力量生产的农产品、水产品 and 畜产品。另外,我们不仅保证在产品上标明有关安全、安心的信息,还将积极地公开和提供有利于增进消费者健康,提高人们生活水平的信息和资料。

2002年度的实施状况

【活动开始时期】1993年度 开始销售农产品品牌 “Green Eye”
2000年度 将品牌名改为 “TOPVALUGreen Eye”
【活动成果】在网页上公开有关生产的信息

关注健康与自然,以安全、安心为本。

TOPVALU Green Eye 是注重消费者的健康和自然环境,追求高度的安全和安心的生鲜食品及其加工品的品牌。



〔TOPVALU Green Eye 的五个标准〕

- 1 保证进货商品不使用人工着色剂、人工保存剂、人工甜味剂。
- 2 在商品生产中最大限度地控制化肥、农药、抗生物质等化学制品的使用。
- 3 重视自然养殖,促进适地、适期、适养。
- 4 对环保型农业提供支援。
- 5 按照自定标准,对生产和销售实行严格管理。

在蔬菜生产中发挥“生态农户”的作用

在日本,有一种对从事包括有机农业在内的环保型农业的生产者由当地政府首长授予“生态农户”称号的制度。Green Eye 与被认定为“生态农户”的农户合作,按适合当地的栽培方法和品种,为当地的消费者提供新鲜优质的农产品,我们称这种生产方式为“地区循环型农业”。

在因特网上也可浏览有关生产信息。

有关 TOPVALU Green Eye 的 17 种农产品的生产信息除因特网的主页以外,还在 JUSCO 品川 Seaside 店(东京都)以及 JUSCO 大和鹤间店的农产品信息公开终端予以公开。这是利用财团法人食品流通构造改善促进机构所拥有并在独立行政法人食品综合研究所和农林水产研究计算中心(隶属于农林水产省)的协助下运作的公共数据库——青果网上商品目录“SEICA”,将栽培团体所有生产者的集体照片、生产者(生产团体)名等有关生产者的信息、土壤改善以及肥料和农药的使用状况等逐次进行公开的系统。



可以检索带目录号码的商品的生产信息

可浏览生产信息的 17 种农产品 (截止到 2003 年 1 月 15 日)

栽培地区	商品名	栽培地区	商品名
有机农产品 熊本县产	胡萝卜	无化肥栽培 青森县产	苹果
有机农产品 宫崎县产	胡萝卜	减农药栽培 熊本县产	西红柿
有机农产品 宫崎县产	芋头	减农药栽培 千叶县产	胡萝卜
无化肥、减农药栽培 熊本县产	胡萝卜	减农药栽培 栃木县产	草莓(密乙女)
无化肥、减农药栽培 长崎县产	草莓(丰香)	减农药栽培 熊本县产	西红柿
无化肥、减农药栽培 长崎县产	蜜柑	减农药栽培 北海道产	土豆(五月皇后)
无化肥、减农药栽培 千叶县产	小松菜	减农药栽培 北海道产	土豆(男爵)
无化肥、减农药栽培 熊本县产	茄子	减农药栽培 熊本县产	西红柿
无化肥栽培 佐贺县产	几维果		

销售期间和销售商店因商品而异

2003 年的活动内容

争取在 2003 年之内将信息公开的对象商品扩大为 TOPVALU Green Eye 的所有品种、进口农产品以及符合 A—Q (AEON 农产品交易客户品质管理标准) 的所有农产品。

食物过敏物质信息的标注
基因转换原材料信息的标注



〈我们所追求的目标〉

为了向消费者提供安全、安心、真实的商品,通过注明顾客所需商品有关信息来建立与顾客之间更加稳固的信赖关系。

2002 年度的实施状况

【活动开始时期】1999 年 9 月 开始标注基因转换原材料信息
2001 年 10 月 开始标注食物过敏物质信息
【活动成果】TOPVALU 所有商品均已开始标注
【目标达成情况】100%

有关食物过敏物质信息,除了按规定必须标注的品种以外,在“最好标注”的 19 个品种也都已开始标注。

食品卫生法规定,对成为食物过敏原因的物质“变应原”必须标注。TOPVALU 的商品除了上述必须标注的品种以外,对被规定为“最好标注”的 19 个品种也都已开始标注。鉴于有关食物过敏物质的信息是顾客最为关心的,所以标注时还注意使信息简明易懂,一目了然。



〔对象食品〕

有标注义务的 5 个品种

小麦、荞麦、鸡蛋、牛奶、花生

被规定为“最好标注”的 19 个品种

鲑鱼、墨鱼、咸鲑鱼子、虾、柑桔、螃蟹、几维果、牛肉、核桃、鲑鱼、鲭、大豆、鸡肉、猪肉、香菇、桃、山药、苹果、动物胶

使基因转换原材料的标注更加清楚、易懂

经过修改的 JAS 法(日本农林规格)于 2001 年开始实施。从在此之前的 1999 年 9 月起,AEON(株)(当时为 JUSCO(株))便主动开始在 TOPVALU 等私家品牌的商品上标注有关基因转换原材料的信息。当初是在店头标注,但因为对顾客来说,标注是唯一可供判断的材料,所以现在均在商品的外包装上注明有关信息。

〔对象商品〕

大豆(包括毛豆、豆芽)、玉米、马铃薯、油菜籽、棉籽

TOPVALU 独自の
食物过敏物质信息标注方法

作为 TOPVALU 独自の标注方法,在统一的标注以外,还设有信息栏。如果从收获到加工的某一个环节,对象产品曾和其他商品使用同一设施或设备,也在信息栏中注明。

TOPVALU 独自の
基因转换原材料信息标注方法

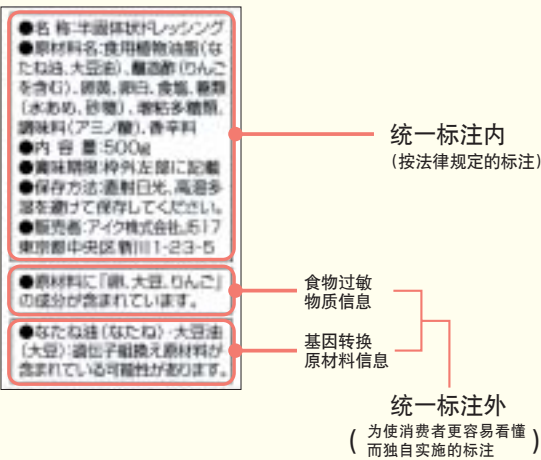
1 在所有 TOPVALU 对象商品上均标注“应用生物技术食品标志(关于基因转换的标志)”。

2001 年 12 月东京都开始实施以后,AEON 也于同时期开始实施。



2 在统一的标注以外,还设有信息栏,以简明易懂的文字加以标注。

食物过敏物质信息标注
基因转换原材料信息标注 (以 2002 年度为例)





2) 为确保安全、安心的管理体制

生产、销售管理



〈我们所追求的目标〉

我们希望通过公开有关商品信息,来获得消费者的信任。特别是与消费者健康紧密相关的农产品、畜产品和加工食品要严格地进行管理。

2002年度的实施状况

【实施企业】AEON(株)、九州JUSCO(株)
【活动开始时期】2002年度

制定了独自の牛肉安全基准

自从在日本发现疯牛病以后, AEON便对使用牛提取物等牛成分的“TOPVALU”以及在店内加工的各种副食原料规定了严格的安全标准。对交易客户,则委托他们对商品中使用的来自牛身上的原材料产地以及使用部位进行调查,对使用有产地尚未经过安全确认的牛和牛的某部位的214种商品,毅然从柜台上撤掉。在整个行业中,独自制定了有关疯牛病安全标准的企业或企业集团, AEON是最早的一家。



在28个店铺先后设置了 用于公开国产牛肉生产过程的信息终端

2002年2月21日,在JUSCO大和鹤间店(神奈川县)的国产牛肉对面式销售柜台,首次设置了用于公开国产牛肉的生产及饲料等详细信息的信息终端“牛肉安心确认系统”。这是配合以全国农业协同组合联合会(全农)为事业主体推进的农林水产省“提供安全、安心信息高度化事业”而开展的一项活动。自终端设置以来,受到了消费者的一致好评。根据消费者的要求,从2002年5月31日以后又相继在全国28家店铺的国产牛肉对面式销售柜台引进了信息终端“牛肉安心确认系统”。此外,在东京和周围四个县的JUSCO,以包装销售的牛肉为对象,也引进了在家上网就可浏览生产过程等信息的系统。

※仅限于日本国产的黑毛牛



质量管理



〈我们所追求的目标〉

为了提供安全、安心的商品,要不断加强管理体制。除动用内部力量以外,还将积极与外部公正的专门机关和专家配合,以实现能够满足消费者需求的质量管理。

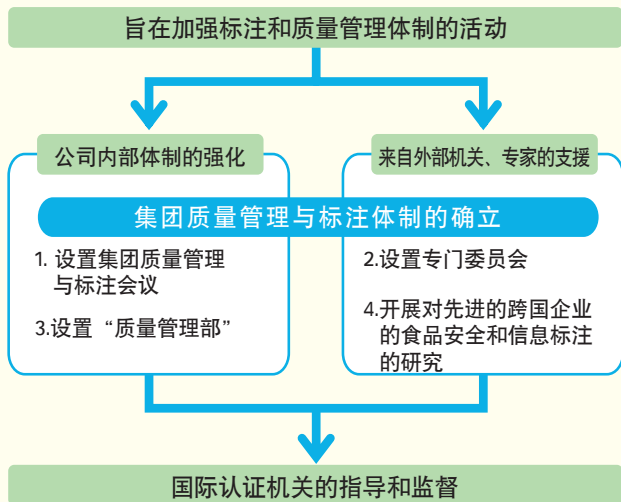
2002年度的实施状况

【实施企业】AEON(株)

不断加强为确保安全、安心的管理体制

为加强商品信息的标注和质量管理体制,在公司内部设置了集团质量管理和信息标注会议以及“质量管理部”。除此以外,还邀请外部的机关和有关专家成立专门委员会,并对先进的跨国企业的食品安全和信息标注等进行研究。

AEON的标注和质量管理体制



3) 加深与商业伙伴信赖关系的交易行为准则

交易行为准则(供应厂商CoC)



〈我们所追求的目标〉

AEON 和客户共同承诺将保证AEON所提供的商品不仅是安全可靠的,并且是在不违反伦理,不侵犯人权的正常劳动环境下生产出来的。

→Code of Conduct

与客户建立新型的关系

AEON 供应厂商CoC(交易行为准则)是为了保证在国际市场实现以人道、伦理和环保为主题的商务交易而制定的。商品生产现场从业人员的待遇必须是符合伦理的,工作环境和生活条件以及工资必须得到一定的保障。这些是避免难以预测的风险,顺利开展跨国商务的必要条件,对我们的客户来说也是有利的。我们坚信,通过这种供应厂商CoC、AEON与客户之间的合作关系必将得到进一步的发展,从而实现共同繁荣的目标。

对客户的要求 以符合该国的法律规定为基准

制定交易行为准则,最重要的前提是要符合该国的法律、法令所规定的社会责任准则。在此基础上,以遵守有关禁止童工劳动和强制劳动、安全卫生、工资以及福利等方面的法令为条件,与对方签订合同。当然,作为委托方,有义务要保证有计划地委托,避免因缺乏计划性给对方造成困难。

强化检查、监督体制(普查功能)

不仅要制定交易行为准则,还要保证对方切实按照要求的内容去做才行。比如,可考虑每年1次请外部机关进行抽查。只有这样,才能保证能够切实掌握 AEON的商品是在什么样的环境下,如何进行生产的。

2003年度的活动内容

预定开展将AEON行为规范(参照第3页)中所规定的客户与AEON双方的行为准则反映在商品中的活动。计划从TOP-VALU开始实施。通过商品来显示 AEON 和客户之间公正的交易,并且使购买该商品的顾客成为体现“安全、安心、诚实”这一经营理念的见证人。

一杯咖啡和国际贡献

Certo(株)和(株)Gourmet D'Or这两家公司作为旨在支援国际纠纷地区难民自立的“公平贸易”的一环,从危地马拉向日本进口咖啡。这是两家公司因赞同日本非政府组织Peace Winds Japan开展的事业而参与的一项国际贡献活动。危地马拉是一个饱受内战折磨的国家,其主要产品是咖啡,通过长期稳定地进口该国的咖啡,可以支援当地人们的生活。对一般消费者来说,只需喝一杯咖啡就可以支援难民的这一活动,是不脱离日常生活便可以做到的最简单的国际贡献。





3) 加深与商业伙伴信赖关系的交易行为准则

地区贸易



〈我们所追求的目标〉

向顾客提倡通过商品为社会做贡献。例如,通过采用某种优质原料,使顾客购买商品,可由此对提供原料的人们生活形成支援。

2002年度的实施状况

【实施的企业】(株)AEON Forest

【活动开始时期】2002年度

【活动成果】新商品系列 “The Body Shop Make-Up”
中采用了通过地区贸易采购的原材料



(株)AEON Forest在日本全国设店的The Body Shop于2002年度推出了新商品系列 “The Body Shop Make-Up”。大约200种品种几乎都是使用来自纳米比亚女性协同组合采购的 “marula nut oil” 这一新原料配制而成的。marula是非洲南部最为人熟知的树木之一,其中维生素C含量非常丰富,果实可以生吃,也可做为果汁或酒类的原料。近年来,人们发现从marula提炼的油脂具有保湿性强等优异的护肤功能,因而开始被用于化妆品。



向顾客提案

通过商品为社会做贡献

The Body Shop将环保、人权等“五个价值观”作为开展商务和社会活动的基础。“地区贸易”也是其中一项。这是一项通过从社会和经济尚不发达的世界各地的先住民、女性以及小规模农户等直接持续性地采购商品原料,间接地支援、促进当地医疗和教育发展的项目。



90年代前期

与巴西原住民的邂逅是一切的开端

The Body Shop英国总公司创始人安妮特·罗迪克(Anita Roddick)在亚马逊河流域遇到因森林破坏和乱开发的影响而陷于困境的当地先住民,她决心想方设法地对他们进行支援。当她得知他们作为点心原料出口的巴西胡桃的油适于做整



发剂的原料后,就主动将榨油机提供给他们,从此与他们之间建立起对等的商务伙伴的合作关系。

与纳米比亚北部

女性协同组合开始地区贸易

“marula nut oil”是从销售和管理纳米比亚北部天然资源的Eudafano女性协同组合采购的。通过marula的采集和加工获得的收入被用于儿童教育和家庭医疗以及购买生活必需品,女性们的经济和社会地位也因此得到逐步提高。



2003年的活动内容

将于6月上市的以水果为原料的护肤产品等多种新商品,均采用通过地区贸易采购来的原料。



4) 追求生态商品新价值的活动

SELF+SERVICE



〈我们所追求的目标〉

“SELF+SERVICE”这一名称中包含着“自觉提高环保意识,从自己能做的小事做起”的意思。我们希望通过这一品牌,为实现循环型社会做贡献。

2002年度的实施状况

【实施企业】AEON(株)

【活动开始时期】1999年度



重视环保

时装·生活用品时尚商店

担任商品开发的是在巴黎时装展上也经常有作品展出的著名时装设计师永泽阳一先生。他所设计的时装和生活用品既反映了环保理念,又非常时尚。



不使用合成界面活性剂
无添加物的肥皂、香波



伸缩性圆领多半截袖衫



皮革制品
(笔盒)



使用再生塑料瓶做
原料的购物袋

在全国的JUSCO均设有店铺或柜台

2002年度新设了7个店,店铺数增加到了24个。另外,在JUSCO的通常店铺也设有“SELF+SERVICE”柜台,在45个店铺销售服装,在35个店铺销售床上用品,在79个店铺销售文具和杂货。



什么是“Ecomate”标志?

日本服装产业协会对根据认定基准认定为“可循环再利用型”商品发给的区别用标志(共分为五个商品类型)。其目的是使可再利用型商品能够一目了然。

“Ecomate”标志



标在标签右下角

SELF+SERVICE在日本最早在店头销售带“Ecomate”标志的商品



带“Ecomate”
标志的衬衣

2003年的活动内容

预计从今年秋季开始回收带“Ecomate”标志的服装类商品。为了使售出去的服装等商品不变成垃圾烧掉,将与旧纤维业者合作,利用旧衣服开发新产品。首先在24个店铺实施,逐步扩大。



5) 为实现 “无障碍社会” 的活动

〈我们所追求的目标〉

为了让老年人、残疾人当然也包括健全的人能够安心、方便地购物,逐步消除店铺建筑物的各种障碍。不仅是设备等硬件,在哑语和介护等软件方面的力量也力求进一步充实,使店铺真正成为处处替顾客着想的空间。

贯彻执行《残疾人辅助犬法》



2002年度的实施状况

【实施企业】AEON各公司
【活动开始时期】2002年度

《残疾人辅助犬法》颁布后,在饭店和超市等地方,残疾人也可以和导盲犬等“辅助犬”一起利用了。AEON在2002年10月1日该法施行之前的9月11日“AEON Day”开始提前实施。在员工培训方面,除了以往已在各店铺开展的如何照顾和导盲犬一起来的客人以外,又加上了关于如何照顾和介助犬、导听犬一起来的残疾顾客的教育和培训。



店门口贴有标示

3种辅助犬会聚一堂

2002年11月30日,在Bon Belta伊势举办了旨在促进残疾人自立和参与社会的“残疾人辅助犬表演”活动,包括日本全国只有20只的导听犬在内的辅助犬会聚一堂,并和训练士一起进行了表演。



向员工开展的照顾残疾人和哑语培训



2002年度的实施状况

【实施企业】AEON各公司

为了保证在顾客需要帮助的时候马上能为其提供必要的帮助,公司对员工开展诸如轮椅的用法或如何引导盲人等协助购物服务,以及哑语培训等教育,如让店员携带印有寒暄语和常用会话的卡片。2001年度以前参加过学习的大约1600名店员都可以用哑语和顾客进行交流。



2003年度的活动内容

2003年度在更新了内容的基础上,重办哑语讲习班,进一步充实哑语培训。

AEON 爱心建筑设计标准



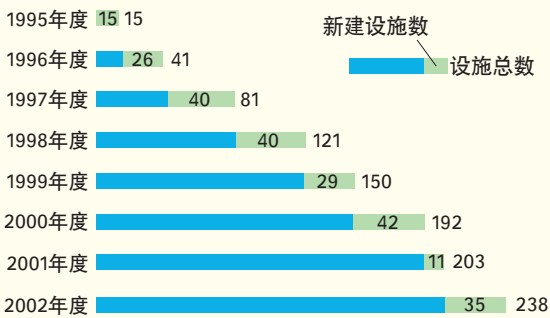
2002年度的实施状况

【实施企业】综合超市(日本国内)事业、一般超市事业、房地产业各公司
【活动开始时期】1994年度
【活动成果】每年35个设施,累计有238个设施已获认定。

积极贯彻1994年开始施行的“爱心建筑法”,于同年12月在JUSCO南方店(宫城县)建成了日本全国第一幢符合该法标准的建筑。以此为契机,加上 AEON 独自の更加细致的考量,制定出了“AEON 爱心建筑设计标准”,并将其作为新店铺设计、施工的标准。到目前为止,已有238个设施获“爱心建筑法”的认定。



“爱心建筑法” 认定设施的推移



无障碍设施的五个特征

- 1 走廊的宽度要使坐轮椅的人以及有视觉或听觉障碍的人能够安心地通过。
- 2 进出口地面没有高低差。
- 3 台阶设有扶手,并且不能太陡。
- 4 大门和房间门的宽度要能让轮椅通过。
- 5 停车场要能使用轮椅。

为了达到上述标准,“AEON 爱心建筑设计标准”中制定了具体详细的有关设计和设置的规定。另外,还附加有AEON 独自的设备,如坐轮椅者也能使用的自动售货机、ATM以及各种用于出租的福利用具(轮椅、老花镜等)。

在众多人的协助下
大力推进无障碍化

由AEON Mall(株)参加设立的“下田Town(株)”(由官民共同出资设立的法人)作为2002年度推进无障碍化功劳者获得“内阁总理大臣表彰”奖。AEON Mall(株)在策划和建设购物中心的过程中,广泛听取残疾人和老年人的意见,实现了全馆地面无高低差,并设置了照顾残疾人的厕所,在青森成为首家获“爱心建筑法”认定的商业设施。此外,还与当地的NPO团体合作,在购物中心内开设了为老年人提供洗澡等服务的设施,积极致力于福利事业。在硬件和软件两方面的优异表现是获得承认的决定性因素。



降低台阶的高低差,台阶两侧设有双层扶手,地面采用醒目的材料。



设有带盲文的台阶层数标志牌。

作为地区避难场所的作用

我们不仅要发挥作为零售商的作用,还要努力成为对当地居民有用的存在。如我们开设了很多个24小时营业的便利店。此外,我们还在设想能否将停车场作为发生地震等自然灾害时的避难场所等等。



6) 在与社会共生方面AEON所能做的

与新AEON人同行



〈我们所追求的目标〉

在设立新店铺时,为了尽快成为当地社会的一员,员工全部从当地招聘,在熟悉和理解当地情况的基础上,为搞活当地经济贡献力量。

2002年度的实施状况

【实施企业】AEON各公司

海外新设店铺的雇用情况
与环保和为社会做贡献的活动

东南亚首家JUSCO店,在马来西亚领导人马哈蒂尔的大力支持下,于1985年在吉隆坡开设。从那以来,包括今年新增加的4个店,在马来西亚、泰国、中国大陆和香港一共开设了35个海外店铺。员工全部从当地招收,不仅为顾客提供着安全和安心,而且还在努力实践着AEON的经营理念。



中国广东JUSCO的3号店,首次在东莞市设店。
JUSCO 东莞花园广场店
2002年6月21日正式开张
员工人数(新AEON人)
正式员工 38人 钟点工 288人

积极致力于环保和为社会做贡献的活动,在庆祝东莞花园广场店开张时,作为庆祝活动的一环,向市内的中小学捐书1万册。

JUSCO Taman Universiti 购物中心
2002年8月8日正式开张
员工人数(新AEON人)
正式员工 319人
钟点工 244人
临时打工者 53人

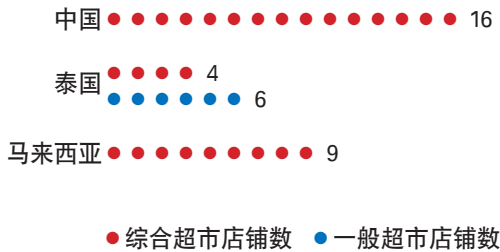
作为环保活动,于2002年7月6日举行植树活动,共植树11000棵。

培养肩负着马来西亚零售业未来的人才

2002年5月,Jaya JUSCO Stores Bhd.和马来西亚的一般对外开放大学UNITEM合作,在Alpha Angle购物中心内设立了一个可以一边工作一边学习零售业的学校“UNITEM-JUSCO零售中心”。该校设有7个月和30个月的两种课程,学生一边系统地学习从一般教养到有关零售业的专业知识,一边在马来西亚各地的Jaya JUSCO超市作为店员进行实习。学费由Jaya JUSCO Stores Bhd.援助,其中一部分由学生的工资中扣除。今年在JUSCO Taman Universiti购物中心又开设了第二所学校“柔佛校”。



综合超市·一般超市事业 海外店铺数



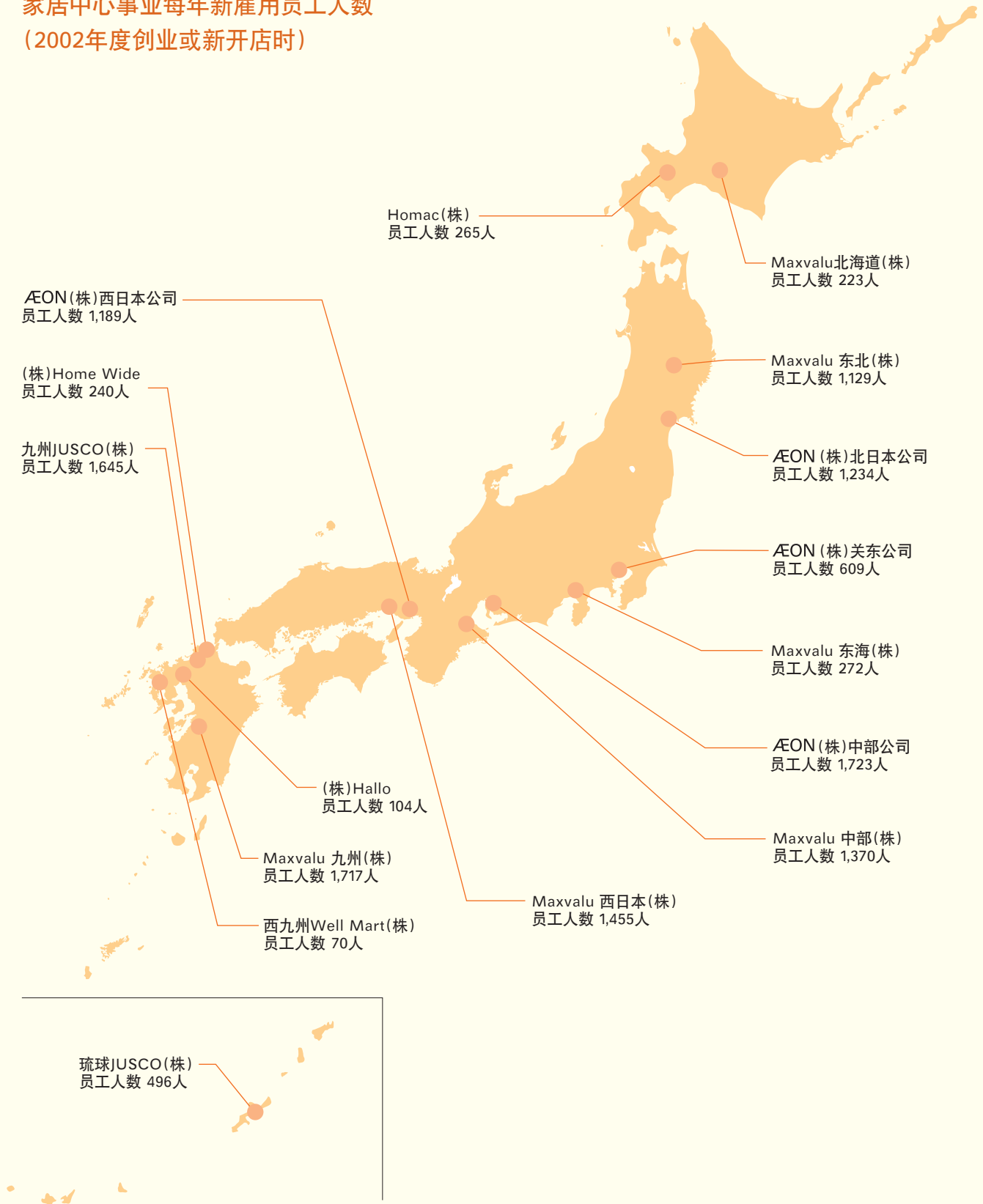
广东深圳 JUSCO 1号店开张,今后计划在深圳市设立多家。
JUSCO 城市广场店
2002年9月28日正式开张
员工人数(新AEON人)
正式员工 467人 钟点工 102人

作为环保活动,2002年9月10日在购物中心用地范围内植树1600棵。另外,在中国国内的JUSCO,首次尝试引进了生活垃圾再利用机。再利用产生的肥料还原给当地的农户。

广东珠海首家店
JUSCO 珠海扬名广场店
2002年12月18日正式开张
员工人数(新AEON人)
正式员工 78人 钟点工 293人

在开张之际,向市内的两所小学捐赠了用于购买图书的钱款两万元。另外,向把环保作为施政重点的珠海市政府捐赠了用于设置在街头的大型垃圾箱80个。

国内综合超市事业、一般超市事业以及家居中心事业每年新雇用员工人数
(2002年度创业或新开店时)



※员工人数为2002年度创业或新开店时的雇用人数,不包括开店以后或既存店铺的雇用人数。



7) 与顾客交流活动

意见箱



〈我们所追求的目标〉

为了使我们的服务更加完善,创造使顾客便于提出意见的环境,做到有意见必回答。

2002年度的实施状况

- 【实施企业】综合超市事业(日本国内)、一般超市事业、家居中心事业各公司
- 【活动成果】收到了众多的宝贵意见
- 【目标的达成情况】答复率达100%

意见箱和公开复信的做法

我们非常重视顾客的意见,对于顾客的意见和希望,我们均给予迅速认真的答复。在店头设有意见箱和交流板(用于公开提出意见与希望),以利于我们不断改善工作,提高服务质量。来自顾客的意见中,有很多是从店员的角度很难发现的。意见箱中的意见卡,每一张都要过目,店长或副店长尽可能迅速地给予答复并在交流板上予以公开。此外,在网页上也设有征求意见栏目。顾客的意见是我们在开展商品开发和改善服务以及开展环保活动的强大动力。我们衷心希望今后广大顾客将一如既往地给我们提出更多的宝贵意见。



将顾客意见反映在经营上的反馈体制



〈我们所追求的目标〉

对来自顾客的意见,我们力争迅速对应,一定答复,并根据顾客的意见不断改善商品与服务质量。

2002年度的实施状况

- 【实施企业】AEON(株)
- 【活动开始时期】1991年度

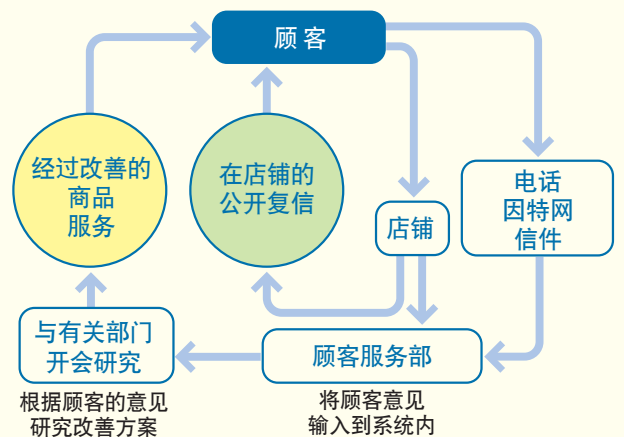
大约收到了24600条意见。[※]

顾客可通过免费电话、因特网和书信等形式提意见。能马上答复的尽量马上答复,无法马上答复的待下周与有关部门协商之后再予以答复。总之,对于顾客的意见,力争迅速准确地予以答复。另外,为了将顾客的宝贵意见反馈到经营中,我们还将意见反馈给店领导以及公司的经营者们。

※ 顾客服务部接到的部分

反映顾客意见的商务机制

比如,当顾客对本公司开发的商品有不满或改进意见时,在下一周便和负责该商品的部门开会研究,然后迅速提供经过改善的商品。



“神秘顾客”



〈我们所追求的目标〉

向顾客打招呼是服务最基本的一条,本项活动的目的就是为了在员工中把打招呼这一条贯彻得更加彻底,同时也使大家对其作用和意义有一个更加深刻的认识。

2002年度的实施状况

- 【实施企业】AEON(株)
- 【活动开始时期】2002年度

让大家学会出自内心地向顾客打招呼

为顾客服务最基本的一条就是打招呼。作为店员,只有任何时候都能够精神饱满地热情地打招呼,才能够获得顾客的信任 and 好感。那么,我们的店员究竟在这点上做得如何呢?为了掌握情况,我们做了一项调查,取名为“神秘顾客”。做法是派大家都不认识的调查员装做顾客到各店铺去实地了解情况。看看究竟哪位店员做得好,那位店员做得不好。评价在80分以下的店要反复进行考核,直到合格为止。打招呼不光是要精神饱满,而且还要使人感到是出自内心才行。通过这种调查,力争使所有店员在打招呼方面一天比一天好。



关于事故的预防以及万一发生事故后如何防止再次发生(例)

〈煤油流出事故的经过与对策〉

【事故状况】

2003年2月9日(星期日)
据市民通报,河上漂着像油样的东西,消防署派人到Maxvalu北海道(株)岩见泽东店查看。经查看,河上漂的是暖气用的煤油。

【发生原因】

2月3日(星期一)暖气用油罐空了,
所以委托煤油公司给油。
3天前刚给过油,所以觉得奇怪。
调查的结果,发现配管有破损处。

【流出量和流出途径】

约600升
油罐→(约3米)→排水侧沟→(约100米)→河

【措施】

在煤油流出处以及河里铺设滤油网/清除打扫油罐周围和排水侧沟的积雪/清除河里冰上的油污(连冰一起清除)/与北海道、国家、市、消防等有关部门的协调/关于事故后的道歉以及在报上登告示/采取预防措施以防止再次发生

【事故的教训】

- 要事先预估和掌握油与污水流出时的途径及影响。
- 平常就要对设备经常检查。
- 事故发生后要及时处理,迅速通告有关部门和公司内紧急联络部门。

【为防止事故而采取的强化检查措施】

接受事故教训, AEON 召开有关危机管理的会议,加强检查、预防、事故处理的体制。此外, AEON (株) 还向公司所有店长发出严格进行检查的指示,以加强全公司的安全体制。

与顾客携手共建“充满希望的美好未来”



我们 AEON 以实现可持续性的经济活动为目标,

为了保护环境,保护地球,我们将不遗余力地努力。

例如,为了减少购物时的塑料袋,

AEON 大力推进名为“My Basket”的使用自己菜篮的运动。

在广大顾客的配合下,运动效果显著,

实现了削减成为塑料袋原料的石油的消费,也减少了废塑料袋等垃圾。

今后,我们将一如既往地广大顾客一道,

为了实现美好的未来而开展各种有益的活动。



1) 与顾客共同开展的为社会做贡献活动

AEON Day	p 27
“幸福的黄色发票”活动	p 28
AEON“儿童 ECO 俱乐部”	p 30
“5 A DAY”运动	p 31
AEON 1% 俱乐部	p 32
财团法人 冈田文化财团・财团法人 AEON 环境财团	p 33
AEON 的募捐活动	p 34
AEON 社会福利基金	p 34
各公司开展的志愿者、慈善、募捐活动<例>	p 35

2) 与顾客共同开展的环保活动

“AEON 营造家乡的森林”活动	p 36
自带购物袋运动(减少店里提供的免费塑料袋)	p 38
店头再利用物品的回收	p 40
为防止地球暖化而开展的活动	p 41

3) 为了社会、为了地球,AEON 所能做的。

为防止地球暖化而开展的活动	p 42
事业活动对环境的影响	p 43
减少废弃物	p 44
绿色采购	p 46
物流系统	p 47

1) 与顾客共同开展的为社会做贡献活动



AEON Day



〈我们所追求的目标〉

活动目的在于平日与顾客一起就环保和为地区做贡献进行交流与实践。



2002 年度的实施状况

【实施企业】AEON 各公司
【活动开始时期】2001 年度
【活动成果】全年开展 12 次
【目标达成情况】100%

将每月 11 日定为“AEON Day”

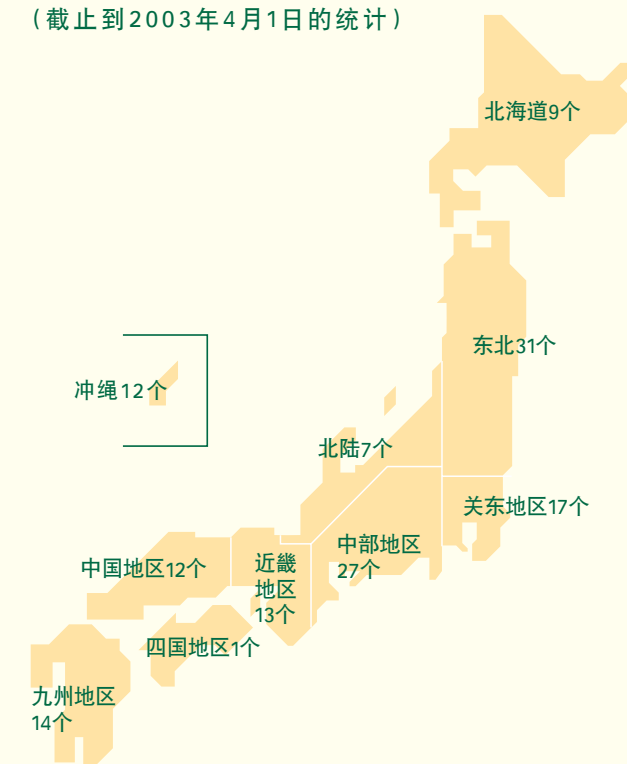
以 2001 年 8 月 21 日公司改名为时机,将每月 11 日定为“AEON Day”,并以“环保”和“还原当地”为主题,作为企业市民,与当地消费者共同开展植树育树、清洁卫生、募捐等各项为地区社会做贡献的活动。“AEON Day”是与顾客共同思考环境问题和为社会做贡献问题并付诸于行动的日子。

“AEON Day”开展“AEON 清洁道路”活动

将 AEON 的“清洁和绿色活动”与国土交通省的“支援志愿者项目”配合起来,以店铺周围的国道为中心,对人行道、立交桥和地下通道、植树地带进行清扫。此外,还积极参加当地政府组织的“Adopt a Road Program”等清洁卫生的活动。



在 143 个店铺开展了“AEON 清洁道路”活动
(截止到 2003 年 4 月 1 日的统计)





1) 与顾客共同开展的为社会做贡献活动

“幸福的黄色发票”活动



〈我们所追求的目标〉

在介绍地区内开展的各种活动的同时,向顾客提供对其所赞同的活动进行支援的机会,以实现“充满希望的美好未来”。

2002年度的实施状况

【实施企业】综合超市事业(日本国内)3家、
Maxvalu北海道(株)、Maxvalu中部(株)、
Maxvalu西日本(株)、Maxvalu东海(株)、
西九州Well Mart(株)、百货公司事业3家、
Abilities JUSCO(株)、AEON Mall(株)
总共13家

【活动开始时期】2001年度

【活动成果】还原商品总价值达3,955万日元

援助当地的志愿者团体

在每月11号“AEON Day”这一天,在店里设置标有社区内志愿者团体及其开展活动内容的信箱。这天购物时的发票是黄色的,顾客把黄色的发票投入自己喜欢或声援的团体的信箱内,最后以相当于投入发票总额1%的金额为该团体购买所希望的商品。AEON所起到的作用,是充当联结志愿者团体和消费者之间的桥梁。各团体的活动内容标注在信箱上,请将黄色发票投入您所喜欢的团体的信箱中。



活动内容被介绍在受捐赠团体的报刊上

【支援金额】

登录团体数为3,313,一年中顾客投入信箱的发票总额达39亿5,549万日元。相当于其1%的3,955万日元以商品的形式被还原给这些团体。

顾客那“幸福的黄色发票”变成了人们幸福笑容的过程

Step 1



购物时领取黄色发票

每月11日为“AEON Day”,这天购物时的发票是黄色的。

Step 2



将黄色发票投进自己喜欢的团体的信箱内

店内设有投放发票的信箱,信箱按社区内的志愿者团体分开,上面除了团体名以外,还标注有该团体所从事活动的内容介绍等。顾客将黄色的发票投进自己想声援的团体的信箱内即可。

Step 3



统计投进的黄色发票数

投进信箱的黄色发票按团体进行统计,算出每个团体的金额。

Step 4



捐赠相当于总金额1%的商品

相当于总金额1%的钱以商品的形式由AEON捐赠给有关团体。比如黄色的发票总共为100万日元的话,捐赠金额则为1万日元。顾客不需花一分钱,请踊跃参加此项活动。

来自接受捐赠单位的声音

接受捐赠单位: 志愿者小组“声音风景”村田

AEON(株)JUSCO新东根店
1989年11月,在山形县东根市,24名业余学习盲文的同学以“有残疾和无残疾的人都是同样的人,让我们携手共建美好社会”为口号设立了志愿者小组。我们不仅在一起学习盲文,还学习如何开展志愿者活动。从那以后,我们相继开展了许多活动,如开设盲文教室,与残疾人一起举办圣诞节,与盲人一起去体验散步式滑雪,在中小学举办盲文讲座等等。贵公司通过“幸福的黄色发票”活动,为我们捐赠的袖珍型盲文板、盲文用纸,对我们非常有用,我们已把它们用在盲文教室和在学校举办的盲文讲座上。你们的这种热情援助,使我们很感动,也使我们的活动更加方便。今后我们将不辜负大家的鼓励,为建设使残疾人和健全人都能心情舒畅的社会而贡献力量。谢谢大家!



接受捐赠单位:日立综合医院志愿者小组星

(株)Bon Belta伊势甚日立店
2月24日,在身穿粉色工作服的伙伴当中,又新加入了一位蓝色的伙伴。那就是贵店通过“幸福的黄色发票”活动为我们捐赠的吸尘器。自从“她”来到我们这里以后,房间里一下子变得干净多了。我们衷心感谢大家的关心和爱护。今后,我们将为发展本地的医疗事业更加努力。谢谢大家!



接受捐赠单位:身心障碍者小规模设施若叶学园 久保田

Maxvalu 西日本(株)
Maxvalu 今福店 Maxvalu安田店

由于购物方便,我们之中利用Maxvalu的人很多,特别是11日举办的“幸福的黄色发票”活动,居委会会长向居民们大力宣传,所以更是人人皆知。贵店捐赠给我们的砂糖,是我们学园做自主产品饼干和蛋糕不可缺少的材料,所以非常感激,可以说是帮了我们的大忙。我们衷心感谢“幸福的黄色发票”活动和广大居民们的爱心,并且祝愿“幸福的黄色发票”活动今后进一步发扬光大。



在店内也开展面向社区内居民的公关活动

AEON(株)JUSCO冈崎南店

2002年夏季举办的AEON节期间,“幸福的黄色发票”活动登录团体分别在店内开展了募捐活动。该活动的目的是让尽量多的人了解各团体的活动内容、活动状况,通过黄色的发票促进登录团体和当地居民之间的交流。该活动深受顾客的好评,其他店也开展了同样的活动。



爱知县灾害救助犬协会



日本导听犬协会



Works Aoi



米山寮

还举办了支援慈善义卖活动

AEON(株)JUSCO茅之崎店

2003年1月3日,和“幸福的黄色发票活动”登录团体在JUSCO茅之崎店举办了旨在进一步促进人们对活动的理解的支援慈善义卖活动。义卖商品由顾客提供,在商店的正门前举办。义卖收益金加上当天JUSCO直营店和专门店营业额的1%全部捐赠给了“幸福的黄色发票”活动登录团体。



2003年度的活动内容

又有7家公司参加本项活动,它们分别是Maxvalu东北(株)(3个店铺)、Maxvalu九州(株)(9个店铺)、Laura Ashley Japan(株)、(株)Mega Sports、Pet City(株)、(株)Gourmet D'Or、Jack(株)。今后,将鼓励更多的企业参加,以创造更多的顾客与当地志愿者团体交流的机会。



1) 与顾客共同开展的为社会做贡献活动

ÆON “儿童ECO俱乐部”



〈我们所追求的目标〉

为了使未来的地球成为人和所有生物都能舒适居住的空间，从现在起就要对肩负着未来的孩子们开展环保教育。

2002年度的实施状况

【实施企业】综合超市事业(日本国内)3家、
Maxvalu北海道(株)、Maxvalu 东北(株)、
Maxvalu 西日本(株)

【活动开始时期】1996年度

为了给肩负着未来的孩子们提供学习环保的场所,环境省从1995年提倡创办“儿童ECO俱乐部”事业,并对孩子们在社区的环保学习和实践活动提供支援。ÆON响应环境省的号召,在集团内积极开展“儿童ECO俱乐部”的活动,仅2002年就有154个俱乐部共3,510个儿童在373名店员的辅导下,在日本全国各地的 ÆON店铺开展了多种多样的活动。



2002年田地里的生物调查
(农林水产省、环境省协力事业)
孩子们对在田地里生活着什么生物进行了调查。



参加了各种活动
通过体验干农活和在船上学习,学到了许多环保知识。

以中小小学生为对象的俱乐部

会员都是居住在店铺所在地的中小小学生,入会一律免费,通过ÆON辅导员报告一年的活动后,将可得到“地球护卫者认定证”。



儿童环境特派员活动2002

通过在滋贺县环保学习专用船“海之子”号以及琵琶湖博物馆等开展的体验学习,加深了孩子们对保护地球环境重要性的认识。



参加了2002年牛奶纸容器回收再利用大赛
大家一起制作的“回收再利用大箱”获得了团体部的鼓励奖。



红蜻蜓的“寻找家乡”
7月在7百只红蜻蜓的翅膀上画上标记,9月开展了再寻红蜻蜓的活动。



“儿童ECO俱乐部全国联欢节”

用张贴“宣传壁报”的形式对一年的活动进行了回顾,从全国各地选拔出来的俱乐部参加了在长崎县佐世保市举办的“佐世保儿童ECO俱乐部全国联欢节”。2002年度,ÆON集团被选拔上的有分别属于JUSCO御所野店、JUSCO山形南店、JUSCO取手店、九州JUSCO佐贺大和店的4个俱乐部。

“5 A DAY”运动



〈我们所追求的目标〉

向肩负着未来的孩子们提供通过体验学习饮食重要性的机会与空间。

2002年度的实施状况

【实施企业】综合超市事业(日本国内)3家

【活动开始时期】2001年度

【活动成果】一年当中举办了8次面向小学生的“食育”体验学习会

通过体验学习会使儿童理解合理饮食的重要性

ÆON为了支援消费者健康合理的饮食生活,从2001年6月率先开展号召人们每天至少要吃5盘蔬菜和200克以上的水果(总共为550克以上、5种以上)的“5 A DAY”运动。这是为了改善据说是35%致癌原因的不良的饮食习惯,于80年代后期在美国发起的运动。ÆON的“5 A DAY”运动其目的是为了让孩子理解每天合理地摄取一定的蔬菜和水果的重要性,以及每天应该摄取的蔬菜、水果的种类及标准摄取量。

商店的食品柜台是汇集着活教材的图书馆

在学习会上,首先由管理营养师森野真由美老师介绍可作为每天摄取食物的参考的“食物金字塔”。“最下面的一层是面包和米饭,可以多吃;最上面的一层是甜食,要尽量少吃。”由于使用图画解释,所以通俗易懂。听完“食物金字塔”的介绍之后,分成小组做购物游戏,做法是“黄组专买黄色蔬菜和水果”,买完东西后自己动手用当地产的蔬菜和水果做沙拉。包括问题的问答在内,一共大约需要70分钟。在JUSCO Marinpia举办的“5 A DAY”运动学习会已是第10次,这次是作为“千叶地区农林业5 A DAY”活动的一环和千叶县千叶支厅共同主办的。千叶市高洲第二小学五年级的47名同学参加了活动。



“食物金字塔”

(要维持健康的饮食生活所必需的食物构成比的概念图示。1992年由美国农业部发表。)

多吃水果,不仅能增进健康,还能提高注意力!

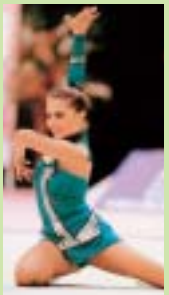


以往举办过“食育体验学习会”的店铺

- 2001年12月13日 JUSCO 茅野店
- 2002年2月20日 Maxvalu 茅野店
- 2002年5月15日 JUSCO 诹访之森店
- 2002年5月23日 JUSCO 半田店
- 2002年6月12日 Maxvalu 山形店
- 2002年7月3日 JUSCO 洛南店
- 2002年8月22日 JUSCO 上越店
- 2002年10月28日 JUSCO 八事店
- 2002年11月15日 JUSCO Marinpia店
- 2002年2月14日 JUSCO Marinpia店

ÆON杯2002世界新体操俱乐部锦标赛

ÆON以冠名赞助商的身分予以赞助的这个赛事。自从1994年发生波黑内战时,运动员们出于希望和平的心愿自主举办以来作为以和平为主题的赛事而闻名。本次大会的门票收入的一部分通过联合国难民事务高级专员办事处(UNHCR)驻日、韩地区代表处捐赠给了难民的孩子。





1) 与顾客共同开展的为社会做贡献活动

AEON 1%俱乐部



AEON 1%俱乐部是为了开展以“环保”、“国际文化和人才交流”、“地区文化、社会的振兴”等为主题的各种活动于1989年设立的。将AEON 集团内优良企业的税前毛利的1%拿出来作为活动资金开展“ECO音乐剧”等活动。2002年拿出的金额为4.33亿日元,累计金额已达55.35亿日元。

【AEON 1%俱乐部成员企业】

AEON (株)	Laura Ashley Japan (株)
AEON Credit Service (株)	(株) AEON Forest
Ministop (株)	(株) Gourmet D'Or
九州JUSCO (株)	(株) AEON Fantasy
琉球JUSCO (株)	Certo (株)
Maxvalu北海道 (株)	(株) AEON Techno Service
Maxvalu 东北 (株)	Reform Studio (株)
Maxvalu 中部 (株)	(株) Zwei
Maxvalu 西日本 (株)	(株) Food Supply JUSCO
西九州Well Mart (株)	AIC (株)
(株) Home Wide	AEON Mall (株)
(株) Blue Grass	(株) Diamond City

AEON 1%俱乐部主要活动内容

“小大使们”的交流

作为“国际文化和人才交流”的一环,以增进肩负着建设未来重任的青少年的国际交流为目的。1990年首次邀请马来西亚的青少年访日,从那以后从11个国家总共已有304位外国青少年应邀访问了日本。2002年从印度尼西亚邀请了24名高中学生来日。通过住在日本人家中和短期体验入学,加深了同日本高中学生之间的交流和理解,并且得以共同思考环境问题。2003年预定邀请中国广东省的青年来日。



为在柬埔寨建学校而捐款

与(财)日本联合国儿童基金会一道,从2001年起开展一个为期3年的募捐活动,目的是为了因内战致使教育制度遭到彻底破坏的柬埔寨每年建20所以上的学校。捐款主要来自顾客和 AEON%俱乐部的义捐,所有捐款全部捐赠给(财)日本联合国儿童基金会,2001年度建立了21所,2002年度建立了57所学校。



参加柬埔寨学校开学典礼

用支援柬埔寨建立学校的捐款建立的小学,有3所小学于2002年3月举行了开校典礼。从日本有176位志愿者参加了典礼,并和当地的孩子们进行了交流,分享了开学的喜悦。此外,来自日本的志愿者们还和当地的人们一起在吴哥窟周围参加了植树活动,栽种了当地的婆罗双树和柚木等树种。



为支援阿富汗复兴的募捐活动

为帮助阿富汗人民尽早能够过上安心的日子,从2002年10月开始了募捐活动。来自顾客的和 AEON 1%俱乐部的义捐全部托付给非政府组织 Japan Platform,请其用于支援阿富汗复兴的活动。



支援清除地雷的活动

为了支援阿富汗清除地雷,从2002年3月开始募捐活动并销售以小兔Sunny为主人公的图画书《不要地雷,我要花》(画:叶祥明文:柳濑房子)。来自顾客的和 AEON 1%俱乐部的义捐以及售书收入的一部分捐赠给NPO法人“救助难民之会”用以支援阿富汗清除地雷等活动。



“ECO音乐剧”

同“家乡与羁旅”剧团一道,举办以自然和森林为主题的“ECO音乐剧”。在演出当地还通过面试挑选当地的孩子们也一起参加演出。自1997年至2002年,《小熊的森林》和《瓶森的河童》这两部剧已在日本全国49个会场演出,观众人数累计达56,683人。



儿童ECO绘画交流展

本交流展自1993年开始举办,目的在于培养和陶冶孩子们对环保的关心和爱护自然的心灵。2002年度参加应征的作品达8,000幅以上,在日本国内20个JUSCO的店铺和海外4个国家举办了展览。



财团法人 冈田文化财团



(财)冈田文化财团是为了促进三重县的文化艺术的发展和振兴于1979年设立的(1980年正式获准成立财团)。现在以AEON (株)的股票1,000万股为基本财产,主要从事向美术馆捐赠作品,对美术展览会和美术普及活动和对表彰、培养艺术家提供支援等活动。到目前为止,捐赠的作品(西洋、日本的近代画等)已达400多幅,价值达11亿日元。



财团法人 AEON环境财团



(财) AEON 环境财团是以促进和支援发展中国家和日本国内的环境保护活动为目的于1991年设立的。从1991年起,每年通过公开募集和选考团体和个人的支援对象,到目前为止,支援金额累计已达10亿7,797万日元。AEON对(财) AEON 环境财团的事业提供支援。

对环境NGO的支援

(财) AEON 环境财团出于要保护好地球和地球环境,市民的活动是不可缺少的这样一种认识,对环境NGO也提供着援助。援助对象为公开募集,2002年已是第12次。从2002年7月1日至8月31日,以“为了保护地球的未来”、“植树、绿化、防止沙漠化”、“野生动物和生态环境的保护”等七个题目进行了募集,其间应征件数为257件,经过选拔最后对其中的137件给予了援助。

七个题目的援助对象一览表

题目	活动内容
植树、绿化、防止沙漠化	21
野生动物和生态环境的保护	9
自然环境的净化	3
环境信息的收集、提供	37
环境教育活动	51
参加国际环境会议	7
其他地球环保活动	9

(财) AEON 环境财团迄今为止通过公开募集所开展的援助统计

年度	应征数(件)	援助(件)	援助金额(万日元)
1991	109	59	8,164
1992	122	74	8,003
1993	138	75	8,000
1994	146	86	7,930
1995	130	87	7,900
1996	157	112	8,000
1997	184	138	10,000
1998	190	129	9,950
1999	204	130	10,000
2000	251	147	9,930
2001	325	184	9,920
2002	257	137	10,000
合计	2,213	1,358	107,797

为恢复知床森林的植树活动

(财) AEON 环境财团与JR北海道、斜里町以及(财)自然TOPIA知床管理财团合作,开展为恢复知床的森林的植树活动。购买因乱开发而使森林遭受严重破坏的开垦地,开展为恢复森林的“知床100平米造绿运动”。在2002年9月5日开展的植树活动中,有750人参加了植树。该活动是将生态系的再生作为目标,着眼于百年后的宏大规划的一部分,栽种的树苗主要是红松,为了防止树皮被鹿啃吃,还采取了将废旧塑料瓶绑在树干上的防范措施。



“保护猩猩的森林”活动

2002年11月29日至12月25日, AEON各公司开展了“保护猩猩的森林”募捐活动。为了挽救面临灭绝危机的猩猩和其赖以生存的森林,首先需要植树以恢复森林,此活动的目的便是为了支援植树运动。对使用由吉米·大西设计的包装纸的顾客,请其捐款10日元,另外,还销售了5万个猩猩布娃娃。最后将顾客的义捐和 AEON (株)的捐赠加上卖布娃娃的钱全部捐赠给了(财)世界自然保护基金(WWF) Japan。





1) 与顾客共同开展的为社会做贡献活动

AEON的募捐活动



为了支援在日本国内外发生地震、洪水等自然灾害时的救灾活动,或在店头向顾客募捐,或在员工之间募捐。募捐是AEON整个集团同心协力开展的一项具有代表性的社会贡献活动。今后我们将一如既往地大力开展顾客、员工和公司三位一体的福利活动。



同“幸福的黄色发票”登录团体的人们以及AEON“儿童ECO俱乐部”小会员们的交流日益扩大。

2002年度的主要募捐活动

活动名称(参加企业数)、活动期间	来自顾客和员工的义捐	AEON的捐赠	总额	捐赠对象
为支援清除地雷的募捐活动(44个公司) 2002.3.8 ~ 2002.3.28	1,459万8,590日元 包括部分销售图书的收益	1,600万日元 AEON 1%俱乐部捐赠	3,059万8,590日元	NPO法人 “救助难民之会”
为支援柬埔寨建学校的捐款活动(60个公司) 2002.4.21 ~ 2002.7.21	6,448万6,324日元	6,300万日元 AEON 1%俱乐部捐赠	12,748万6,324日元	财团法人 日本联合国儿童基金会
为支援阿富汗北部抗震救灾的募捐活动(56个公司) 2002.3.29 ~ 2002.4.14	1,312万8,545日元	700万日元 AEON 1%俱乐部捐赠	2,012万8,545日元	财团法人 日本联合国儿童基金会
为支援阿富汗复兴的募捐活动(67个公司) 2002.9.27 ~ 2002.10.27	2,960万4,515日元	3,000万日元 AEON 1%俱乐部捐赠	5,960万4,515日元	非政府组织 Japan Platform
“保护猩猩的森林”募捐活动(14个公司) 2002.11.29 ~ 2002.12.25	1,086万4,669日元 包括销售布娃娃的收益	1,000万日元 AEON 环境财团捐赠	2,086万4,669日元	财团法人 世界自然保护基金 (WWF) Japan

2002年度持续性的募捐活动

活动名称(参加企业数)、活动期间	2001年度募捐金额	2002年度募捐金额	累计募捐金额	捐赠对象
红羽毛共同募捐 2002.10. 1 ~ 2002.10.31	608万5,963日元	570万4,310日元	11,043万6,764日元 (1983年度 ~ 2002年度)	社会福利法人 中央共同募金会
为支援培训导盲犬的募捐(15个公司) 2002. 8. 1 ~ 2002. 9.26 2002.11. 1 ~ 2002.12.20	1,284万8,048日元	1,323万3,581日元	12,972万5,066日元 (1989年度 ~ 2002年度)	全国导盲犬设施联合会
为支援白血病患者的募捐 2003. 1.21 ~ 2003. 2.20	537万2,686日元	558万9,766日元	1,223万4,373日元 (2000年度 ~ 2002年度)	NPO法人 全国骨髓库推进联络协议会

AEON社会福利基金



为了提高全国福利设施中重度身心残疾人的福利水平,在工会和资方合作的基础上于1977年9月设立。现在参加企业有38家,员工每人每月由工会和资方负担100日元作为基金积累,基金以设施赞助、志愿活动赞助和特别赞助这3种形式开展赞助活动。

2002年度的赞助情况

设施赞助…15个设施(每个设施赞助100万日元)
志愿活动赞助…402个设施(每个设施赞助5万日元并开展志愿活动)

各公司开展的志愿者活动、慈善活动、募捐活动〈例〉



〈我们所追求的目标〉

我们认为,顾客、员工和AEON三方应该同心协力,从现在可以做的事做起。同时我们坚信,只要坚持开展各种活动,它所产生的力量终究会扩展和影响到全球。

以艾滋病为主题的活动

【实施企业】(株)AEON Forest
【活动开始时期】1997年度

The Body Shop在第6次以艾滋病为主题的活动中提出“艾滋病是每一个人的问题,是全世界共同的问题”。强调艾滋病的根本问题在于人类自己制造出来的贫困和性歧视等社会环境。通过销售带有表示对艾滋病有理解的红饰条的商品(销售额的一部分用于捐赠)和在店头的募捐活动,呼吁公众对因缺乏知识和信息而不幸感染上艾滋病的柬埔寨农村地区妇女和青少年的启蒙活动提供支援。此外,为了支援将于2003年度在神户召开的第7届亚太地区艾滋病国际会议,特别是以青少年为主的预防艾滋病活动,将进一步开展顾客参与型的各种活动。



JF(日本食品服务协会)“爱的募捐”

【实施企业】(株)Gourmet D'Or

作为餐饮业为社会做贡献的一环,每年在11月和12月在店头开展面向顾客的“JF爱的募捐”活动。募捐到的款项将用于援助世界上苦于饥饿的人们,或捐赠给为了环保推进植树运动的WFP(世界粮食计划署)以及积极致力于为特殊奥运会的志愿者活动的Special Olympics Nippon、健康饮食生活协会、国土绿化推进机构等组织。2002年度募捐到的捐款达19,073,325日元。



为日本夏季特殊奥运会提供赞助

【实施企业】Ministop(株)、(株)AEON Forest
【活动开始时期】2001年度

2002年8月15日至17日,日本夏季特殊奥运会(Special Olympics Nippon National Summer Games Tokyo)在东京隆重开幕。大会共有1,571名运动员、4,800名志愿者和551名工作人员参加。Ministop(株)除了为集中在高田马场和代代木会场的共3,000人免费提供午饭,还帮助在会场分发饭盒以及进行饭后的收拾工作。(株)AEON Forest为大会提供了The Body Shop的护脚用产品。获得奖牌的运动员那喜悦的笑容令人难忘。



积攒兴奋点数活动

【实施企业】AEON Credit Service(株)
【活动开始时期】1996年度

在使用现金卡的优惠菜单之一“积攒兴奋点数”的反馈方法中,增设了“捐赠给环保和福利事业”的项目,号召顾客进行善意的捐赠活动。2002年的捐赠总额达6,078,500日元,其中4,038,500日元捐赠给了社会福利法人日本盲文图书馆,2,040,000日元捐赠给了社团法人国土绿化推进机构。



“花环运动”

【实施企业】Ministop(株)
【活动开始时期】1991年度

“花环运动”是财团法人“花与绿的农艺财团”为了使肩负着建设未来重任的孩子们通过培育花草,理解大自然和生命之宝贵而开展的一项活动。Ministop(株)已经连续12年对这项活动提供赞助。2002年度总共有2,668所小学应征,抽签结果,有452所小学有幸参加了此项活动。到目前为止,已有2,587所小学参加了这项活动。“花环运动”的资金来源,除了在店头来自顾客的义捐以外,还包括从2002年5月开始的“星期六是软雪糕日”的软雪糕销售额(全国所有店铺)中捐赠的1%。





2) 与顾客共同开展的环保活动

AEON营造家乡的森林



〈我们所追求的目标〉

与当地居民们一起植树,再现曾经成为人与大自然共生之象征的“镇守森林”是我们的理想。我们的植树活动已经坚持了10多年,同我们一道植过数的顾客约有45万人。我们不仅限于日本国内,还积极参加世界各地的植树活动。

2002年度的实施状况

- 【实施企业】AEON各公司
- 【活动开始时期】1991年度
- 【活动成果】共植树304,617棵

在购物中心和物流中心院内
与顾客一起栽种树苗

1991年开展活动以来,共约有45万顾客参加过植树。种树地点共达350处,栽种树苗数累计为4,562,585棵。其中,仅2002年度就在44处种植了304,617棵树苗。



生活离不开森林的力量

AEON 每当开设新的购物中心或物流中心时,总要开展植树活动。在店铺周围营造树林,可以让树木吸收成为地球暖化原因的二氧化碳以及太阳的热能。另外,有树林的地方保水能力高,下大雨时它可以吸收雨水,发挥水库的作用,它那深深扎在地下的树根还可以防止塌方,具有许多优异的作用。特别是它那抚慰人心的作用,对现代人来说尤为宝贵,可以说是现代的“镇守森林”。森林的力量对营造“有梦想的未来”也是不可缺少的。AEON 今后将一如既往地和广大顾客一道积极致力于植树活动。



AEON之所以开始“营造家乡的森林”的理由

“人类的文明总是在有绿色和水的地方获得繁荣,而毁掉绿色与水,文明也会随之毁灭。希腊文明如此,埃及文明如此,现在的文明,几百年以后也有可能变为一片废墟。”AEON的冈田名誉会长很早就敏锐地察觉到了环境遭受破坏的可能性,以零售业为主要事业的AEON的植树活动就是遵循冈田名誉会长的这一思想,从1991年在马来西亚开设Jaya JUSCO Stores Bhd.的马六甲店时开始的。

因地制宜地开展植树活动

“我们应当认识到,树木和绿色的问题其实是人类作为生物的一员,由于生存环境的荒废而引起的一种本能性的防卫冲动。”这是横滨国立大学名誉教授宫协昭先生的一席话。宫协先生的思想也对我们的植树活动有很大的影响。宫协先生提倡“混合栽种各种当地原有树木的树苗,令它们形成一种成长的竞争”这一植树法,从1989年起就开始指导我们种树。



宫协昭 名誉教授

不单单是栽种树苗
还开展观察其成长的“育树节”

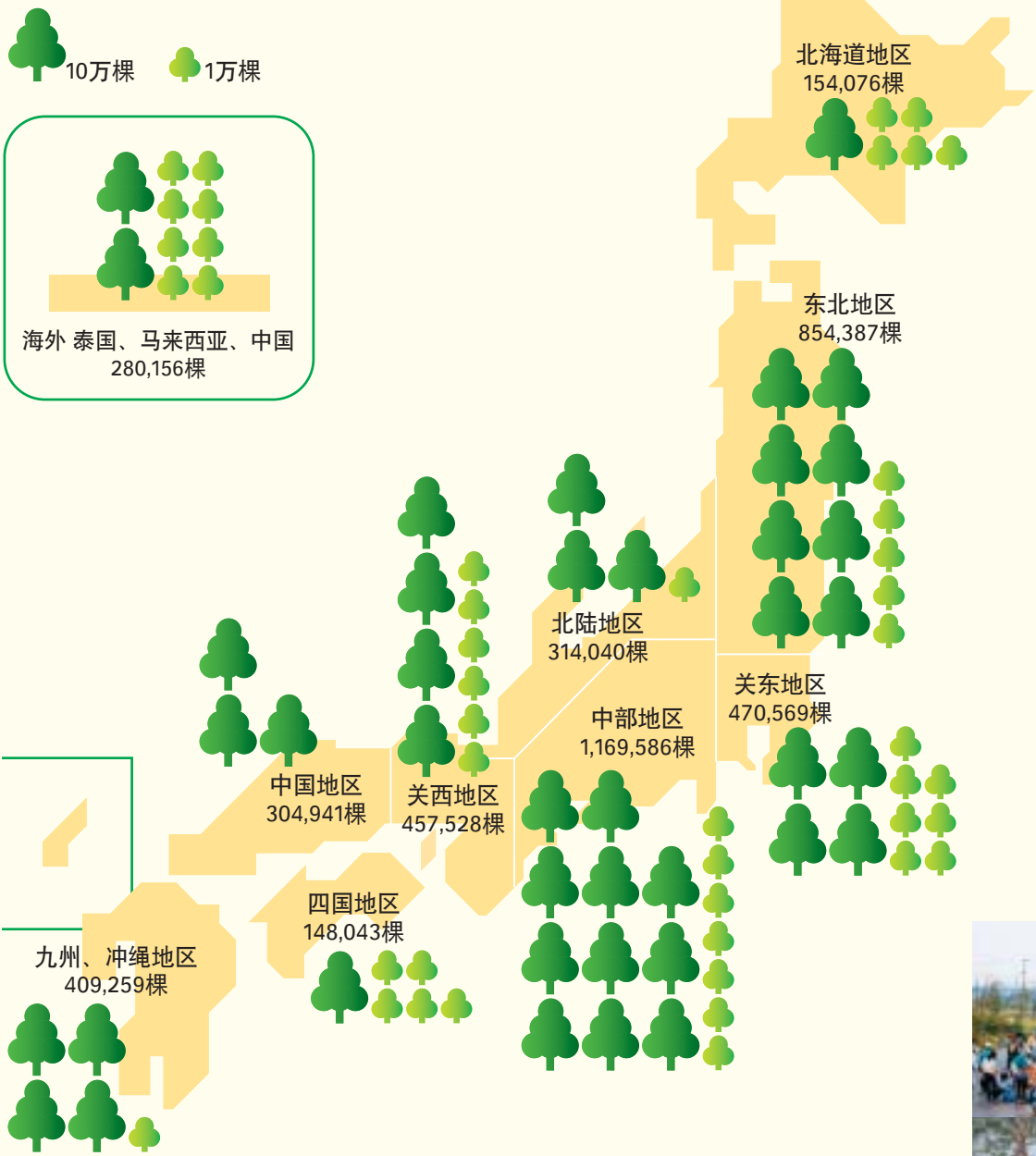
“营造家乡的森林”不能栽完了事,每年以4月29日为中心的“绿色周”期间还将和居民们一起开展观察树木成长的“育树节”。除草以及修剪树枝,也起着预防病虫害的作用。2002年在日本全国101个店铺开展了施肥、除草和剪枝等活动。



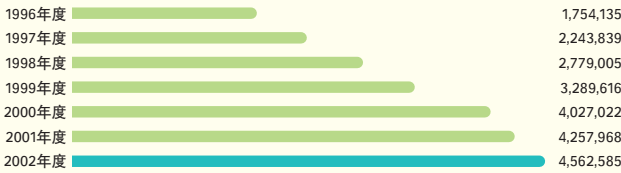
2003年度的活动内容

计划在新建的店铺以及物流中心每年栽种33万棵树

AEON 营造家乡的森林地图



累计植树棵数推移图(单位 棵)





2) 与顾客共同开展的环保活动

自带购物袋运动 (减少店里提供的免费塑料袋)



〈我们所追求的目标〉

自带购物袋运动是与顾客一起开展的一项旨在节省能源的活动。不光能减少垃圾,还能减少石油资源的消费以及焚烧塑料袋时所造成的大气污染。

2002年度的实施状况

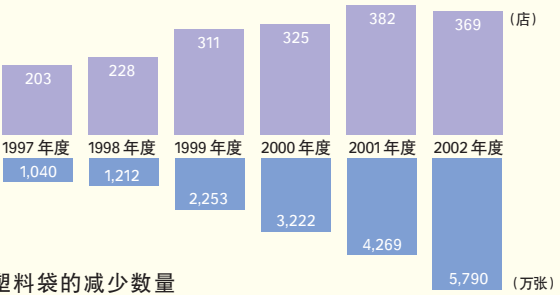
【实施企业】综合超市事业(日本国内)3个公司、一般超市事业7个公司、便利店事业
【活动开始时期】1991年度
【活动成果】一年减少的数量是上一年度的135.6%
(以 AEON (株)为例)

〔减少免费塑料袋的活动〕

- 1 请顾客自带购物袋,以减少免费塑料袋。
- 2 销售可用作购物袋的包、篮。
- 3 适量提供塑料袋,以减少使用数量。
- 4 改进塑料袋,使其变得更薄更轻。

“自带购物袋运动”与免费塑料袋减少数量的推移 (以 AEON (株)为例)

实施“自带购物袋运动”的店铺数(包括期间中关闭或转让的店铺)



节省资源的效果(以 AEON (株)为例)



计算方法/按APME(欧洲塑料制造协会)的试算,生产1,000个塑料袋所需的能源如换算成石油的话,约等于32kg。2002年减少数量为57,900,000个,所以应为 $57,900,000 \times 0.032\text{kg} = 1,852,800\text{kg}$ 。
石油 $1\text{kg} = 1.08\text{L}$ (参照日本通商产业调查会《来自能源未来的警钟》),所以2002年度石油削减量为 $1,852,800\text{kg} \times 1.08\text{L} = 2,001,024\text{L}$ 。
 $2,001,024\text{L} \div 200\text{L} = 10,005.12\text{桶}$

通过改进(减薄)塑料袋,减少环境污染

【实施企业】Ministop(株)
【活动开始时期】2002年度
【活动成果】比原来的塑料袋减轻了10%

Ministop(株)与同行业的大型连锁店Lawson(罗森)经过协议决定使用同样的购物袋。两家公司原来使用的都是带有各自公司标志的购物袋,如果去掉公司标志使用同样袋子的话,一是可以降低对环境的影响,二是可以压缩成本。双方不谋而合,因此决定使用同样的购物袋。新的购物袋比旧的要薄很多,重量轻了10%,成本降低了大约5%。从2003年1月起,等旧袋库存用完之后,便可使用新袋。



できることから ひとつずつ
資源を大切に
レジ袋がご不要な方は、お申し出下さい。

(从可以做的事,一件一件地做起。
珍惜资源!
不需要购物袋的顾客,请声明。)

去掉企业标志,改为呼吁环保。

参加“杉并ECO标条事业”

Ministop(株)从2002年11月起,赞同杉并区开展减少购物袋运动的宗旨,开始参加“杉并ECO标条事业”。该区内的所有店铺均参加此项事业,也向顾客呼吁配合减少使用购物袋。



“杉并ECO标条事业”的内容
对声明不要购物袋的顾客发给价值4日元的标条,标条的成本由事业者和杉并区共同负担。攒到25张时发给100日元的购物券,购物券在所有参加该项事业的加盟店均可使用。通过杉并区、区内事业者和顾客三方的合作,共同推进减少使用购物袋的运动,在为环保做贡献的同时,又可望振兴地区经济。

推广自带购物袋、购物篮运动

【实施企业】综合超市事业(日本国内)3家、一般超市事业7家
【活动开始时期】2000年度
【活动成果】自带购物篮数量累计436,658个
※累计期间:2000年6月1日~2003年2月20日

作为减少免费塑料袋运动的一环,推销自己的购物篮和购物袋。使用自己的购物袋或购物篮不必再重新装一次,省事又节能,因此深受顾客的好评。该运动是接受顾客投放到意见箱的建议而开始的,开始实施后又相继接到了不少有关改进做法的建议。今后,将通过在店内广播、张贴宣传画、散发传单等形式大力进行宣传,以使其更加深入人心。



自带购物篮
如有破损时可免费换新。为防止汁液下滴,还免费奉送篮底垫。



自带购物袋
(专用于购物)



自带购物袋
(可用于外出)

自带购物篮的使用方法

Step 1



购物篮请在店内服务柜台购买(300日元)。用后不要时可随时退还,钱将全部退还给顾客。

Step 2



购物放在购物车上,然后在上
面摆上店内用的购物筐。

Step 3



付款和以往一样在付款台。店
员将商品从店内用购物筐倒到
自己的购物篮里。

Step 4



在“购物袋盖章卡”上盖一个章。
盖章次数到20次时,将奉送环保
型礼品(礼品种类因店而异)。

Step 5



在购物篮上贴上“已付钱”的
标条便可回家了。

自带购物袋的使用方法(用于在付款台装商品)

Step 1



购物袋请在店内服务柜台购买
(1000日元)。

Step 2



在付款台把购物袋交给店员,
店员将商品装进自己的购物袋。

Step 3



在“购物袋盖章卡”上盖一个
章。盖章次数到20次时,将奉
送环保型礼品(礼品种类因店
而异)。

Step 4



用购物袋两边的扎绳将购物袋
扎紧,以防商品掉出来。

Step 5



购物袋的尺寸和自行车上的标
准型号正好吻合。

推进“购物袋盖章卡”制度

【实施企业】综合超市事业(日本国内)3家、一般超市事业7家
【活动开始时期】1991年度

如不要塑料袋时请在付款时声明,店员将叫给您一张“购物袋盖章卡”,付款一次盖一个章,盖章次数到20次时将奉送环保型商品(商品种类因店而异)。起初这个做法只限于食品柜台,后来接受顾客的建议,推广到所有柜台。



无塑料袋日

每月5日是日本连锁店协会的“无塑料袋日”。
“无塑料袋日”始于2002年10月,加盟协会的101家企业的6,200个店铺均在这一天向顾客宣传减少免费塑料袋的意义。

※在百货店事业领域,虽然未使用自带购物袋运动这一名称,但也开展着内容相同的活动。



2) 与顾客共同开展的环保活动

店头再利用物品的回收



〈我们所追求的目标〉

通过回收再利用垃圾可以变为资源。我们的目标是和顾客携起手来将能够回收的物品百分之百地加以回收。

2002年度的实施状况

【实施企业】综合超市事业(日本国内)、一般超市事业

请广大顾客对资源回收予以协助

旨在将垃圾变为资源的“容器包装再利用法”自施行已经过了3年。本公司通过在店头设置回收箱对空铝罐、食品托盘、牛奶纸容器、塑料瓶(一部分地区)进行回收,积极致力于资源的回收再利用。回收的资源用来生产“TOPVALU共环宣言”系列产品。



每年每个店的平均回收量(以AEON(株)为例)



231,607个
空铝罐



161,490个
牛奶纸容器



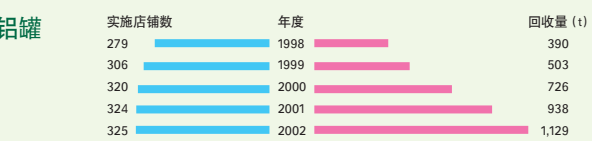
464,979个
食品托盘



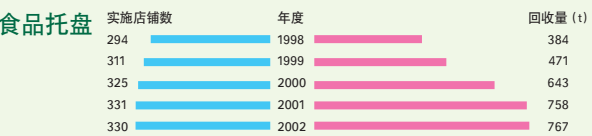
146,044个
塑料瓶

以空铝罐(350ml) 1个=15g、牛奶纸容器(1,000ml) 1个=30g
塑料瓶(500ml) 1个=50g 来换算

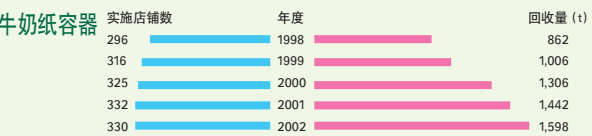
不同容器回收量(以AEON(株)为例)



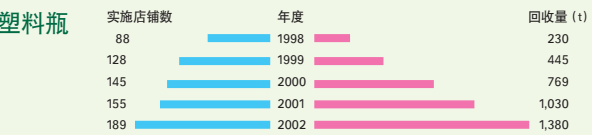
区分铝罐和铁罐的方法是看罐上有没有标明是铝制的标志。里面剩有残留物时,会影响再生效果。



食品托盘暂时在家保管时,用热水冲洗一下可去除臭味。



使用后请用水冲洗干净并打开凉干,最后用绳捆扎起来。如表面沾有牛奶,会使再生产品带上难闻的气味。



需要增加回收店铺。因为塑料瓶占地方,所以请踩瘪以后再放入回收箱。沾有食用油等油污的塑料瓶不能回收再利用。

利用回收资源生产的商品<例>
(有效利用店头回收资源)



全面型3口
煤气炉铝罩
100%使用回收铝罐



无芯卫生纸
原料30%为回收的牛奶纸容器,
70%为旧纸。

为防止地球暖化而开展的活动



〈我们所追求的目标〉

与顾客一起开展防止地球暖化的活动,以保护地球环境。

开展削减二氧化碳(CO₂)的活动

2002年度的实施状况

【实施企业】(株)AEON Forest

【活动开始时期】2002年度

配合在南非约翰内斯堡召开的“环境开发峰会”,在(株)AEON Forest的所有The Body Shop店内均开展了防止地球变暖的活动。

将防止地球暖化的使者命名为“哈顿”

关于在The Body Shop店内充当防止地球变暖的使者的吉祥物北极熊的名字,经在店头和因特网上募集和严格的审查,最后决定命名为“哈顿”。



20万人参加削减二氧化碳的挑战!

向顾客宣传在日本家庭排出的二氧化碳的增加已经成为不容忽视的问题,在此基础上提出了具体削减二氧化碳的建议。作为挑战“哈顿”倡议的“削减二氧化碳”的宣言,请大家在店头的绿色标签上签名,然后贴在呈世界地图形状的纸上。大约800名顾客签名后,一张绿色的世界地图即告完成。呼吁大家把近邻好友也请来一起参加,那样效果就会更大。多一个人,就会多一份保护地球的力量。



建议削减二氧化碳,呼吁顾客参与。

仅一年从一个家庭排出的二氧化碳就达3,360kg。京都议定书的削减案里规定,削减二氧化碳的目标是561kg。例如,每天把冲淋浴的时间缩短1分钟,就可以削减65kg的二氧化碳。另外,购物时为了减少垃圾而使用自己的购物袋,注意随时关灯等等,日常的一点小事,只要注意坚持,都能达到削减二氧化碳的效果。

倡导停车时完全关掉引擎

一直呼吁装卸货时的汽车要完全关掉引擎,以减少造成大气污染的废气的排出。完全关机一个小时,就能削减500g~1kg的二氧化碳的产生。为了请顾客也提供合作,店里专门为此而广播。



停车时完全关掉引擎运动的标签



3) 为了社会、为了地球, **ÆON** 所能做的。

为防止地球暖化而开展的活动



〈我们所追求的目标〉

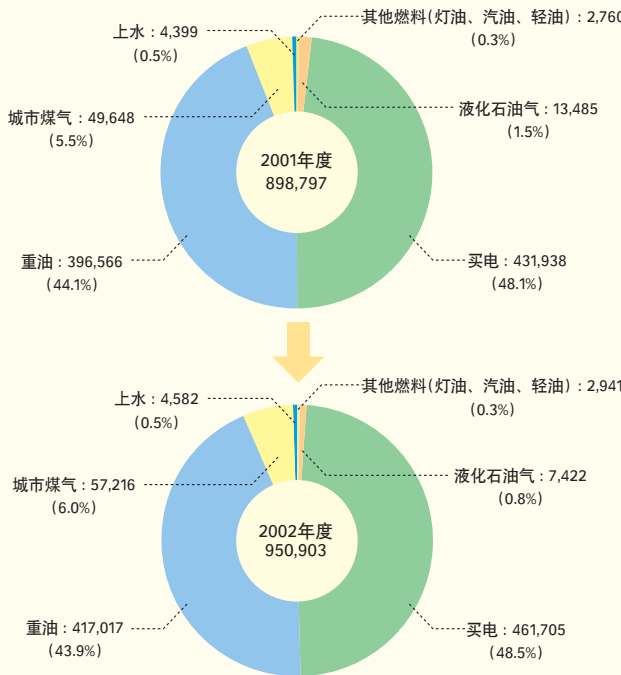
为防止因地球暖化而产生的气温上升、异常气候以及对生态环境的影响,尽量减少能源的消费。

积极开展节省能源的活动

ÆON (株)从1995年4月开始引进根据店铺建筑特点采用效率最好的节能设备的“综合节能系统”,到2002年度引进该系统的店铺已达197家。此外,还引进了二次利用燃气轮机排热的“发电及废热供暖系统”。为了减少用水量,在水管上安装防止忘关龙头的感应器,在厕所里安装根据坐在便座上的时间自动调节冲水量的感应器。通过这些措施,提高了节水的效果。另外,所有店员都按照“能源管理规定”,自觉地控制空调和照明的使用。

以 ÆON (株)为例

产生二氧化碳的出处 (基本单位: t-CO₂)



以 ÆON (株)为例

不同年度电力使用量的推移 (基本单位: wh/m² · h)



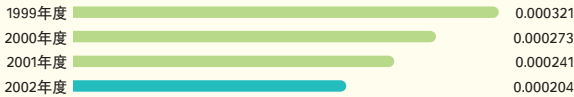
不同年度煤气 (城市煤气) 使用量的推移 (基本单位: m³/m² · h)



不同年度重油使用量的推移 (基本单位: l/m² · h)



不同年度水使用量的推移 (基本单位: m³/m² · h)



开始在澳大利亚开展植树事业

ÆON (株)为了获得二氧化碳的排放权,开始为澳大利亚的共同植树事业出资。从2003年以后,在澳大利亚的南澳大利亚州阿得雷德地区,每年在“牧草地”上种植1,000公顷的澳洲原产树种桉树,用10年的时间最终使种植面积达到1万公顷。利用采伐后再造林的方法,开展持续性的森林经营,也为促进地区环保和振兴地区经济贡献力量。

公司名称: Adelaide Blue Gum Pty Ltd.(ABL)

出资企业: 三菱制纸(株)、北越制纸(株)、东京煤气(株)、日本邮船(株)、中部电力(株)、三菱商事(株)、ÆON (株)

事业活动对环境的影响



〈我们所追求的目标〉

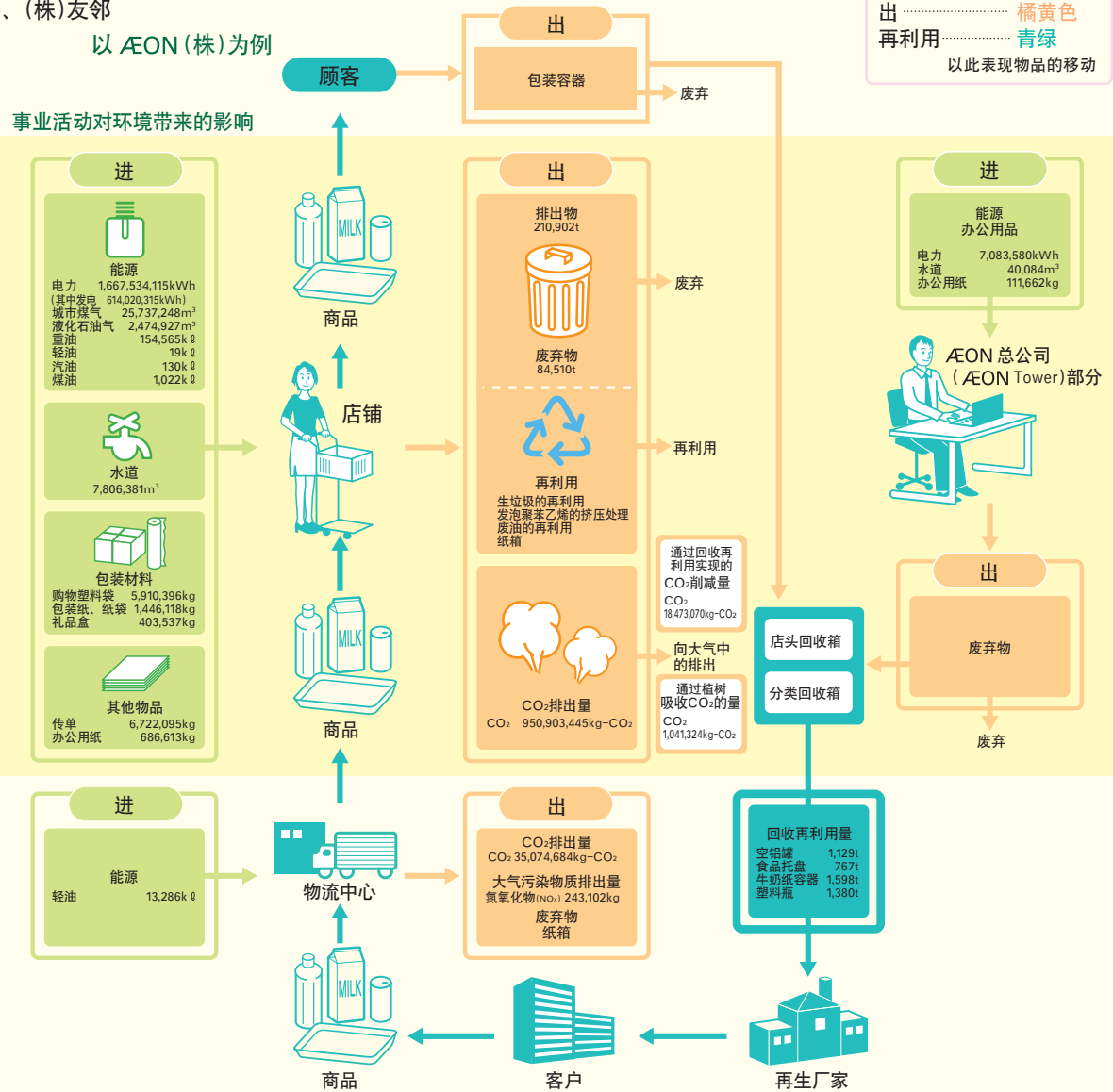
我们承诺要详细、广泛地掌握我们所有事业对环境所带来的影响,并且尽一切努力去减少这种影响。

2002年度的实施状况

【实施企业】

ÆON (株)、九州JUSCO(株)、琉球JUSCO(株)、Maxvalu东北(株)、Maxvalu中部(株)、Maxvalu西日本(株)、西九州Well Mart(株)、(株)Diamond City、ÆON Mall(株)、ÆON Credit Service(株)、Certo(株)、(株)Food Supply JUSCO、(株)友邻

以 ÆON (株)为例





3) 为了社会、为了地球, AEON 所能做的。

减少废弃物



〈我们所追求的目标〉

为实现循环型社会,减少废弃物,推进回收再利用,最大程度地实现垃圾的再生资源化。

2002年度的实施状况

【实施企业】AEON 各公司

全体员工同心协力共同开展

按照《废弃物管理规定》,切实遵守Reduce(节约资源,减少垃圾)、Reuse(重复使用,多次利用)、Recycle(分类回收,循环再生)这三项原则。为减少垃圾,推进废弃物的再生资源化,尽量使用可反复使用的周转货箱,服装等商品则推进使用

衣服吊架直接进货,同时进一步提高员工的职责意识。

废弃物管理规定

- 1 尽职尽责,尽量控制废弃物的产生。
- 2 促销品、促销材料按需进货。
- 3 鉴于商品、促销品和材料顾客购买后最终会成为垃圾,销售时注意尽量控制容器、包装材料的使用。
- 4 在店头积极向顾客提供有关环境的信息。
- 5 当大量产生或有可能大量产生废弃物时,要及时向总公司有关部门联系,以便采取措施防止污染的扩大。

对店铺业务中废弃物实际状况的调查(以 AEON(株)为例)

分类标准		对应物品	2001年度的循环再利用率为57.7%	2002年度的循环再利用率为 59.9%
罐、瓶	1	罐	铝、铁	空罐67.7% 废油罐18.2%
	2	瓶	无色、茶、其他	41.6%
纸箱	3	纸箱	纸箱	46.9%
	3	纸箱	100%	100%
废食用油	4	废食用油	炸东西用过的油(业务垃圾)	100%
	4	废食用油	100%	100%
可焚烧垃圾	5	纸类	报纸、杂志、办公用纸	36.6%
	5	纸类	75.2%	75.2%
	6	生垃圾	剩饭、鱼骨等	14.6%
	6	生垃圾	18.0%	18.0%
	7	一般垃圾(无法分类的可焚烧垃圾)	无法进一步分类的东西	0.0%
	7	一般垃圾(无法分类的可焚烧垃圾)	0.0%	0.0%
发泡聚苯乙烯	8	发泡聚苯乙烯(产业废弃物)	装食品的浅底箱、包装材料	60.8%
	8	发泡聚苯乙烯(产业废弃物)	75.3%	75.3%
废旧塑料	9	废旧塑料	装菜食、鱼、精肉、生蔬菜的容器(里边是生垃圾)	塑料衣架13.9% 塑料4.6%
	9	废旧塑料	26.6%	26.6%
不可焚烧垃圾	10	大型垃圾	废旧家电	—
	10	大型垃圾	3.7%	3.7%
	11	荧光灯	店铺使用过的(产业废弃物)	0.0%
	11	荧光灯	13.2%	13.2%
	12	电池	店铺使用过的	2.9%
	12	电池	9.9%	9.9%
	13	不可焚烧垃圾	无法进一步分类的东西、陶器、玻璃、废旧家具等	0.0%
	13	不可焚烧垃圾	18.9%	18.9%
塑料瓶	14	塑料瓶	塑料瓶	41.6%
	14	塑料瓶	90.9%	90.9%

※2001年度的调查方法：于2001年7月27日(星期五)或8月3日(星期五)的其中一天在JUSCO的268个店、Maxvalu的2个店、Megamart的34个店实施,其中48个店使用生垃圾处理机。
※2002年度的调查方法：于2002年8月2日(星期五)或8月9日(星期五)的其中一天在JUSCO的220个店、Maxvalu的52个店、Megamart的35个店实施,其中75个店使用生垃圾处理机。

通过改变食品的运输方法,减少了废弃物。

生鲜蔬菜和水果从产地装箱时使用可反复用的周转货箱,然后直接运到店铺,当场零售或用秤称着卖;衣服也采用挂在吊架上直接运到店里的方法销售,这样使得食品托盘、纸箱等包装材料大为减少。连以往出于担心运输途中的碰压,认为不能用周转货箱运输的进口香蕉也都开始使用这种方法运输。另外,运送生鲜食品的发泡聚苯乙烯后用压缩机进行压缩处理,然后循环再利用。2003年2月,有40台压缩机在运转。店里的废油也100%地回收,然后加工成肥皂、饲料和肥料来使用。

为推进循环再利用的效率,引进了生垃圾处理机。

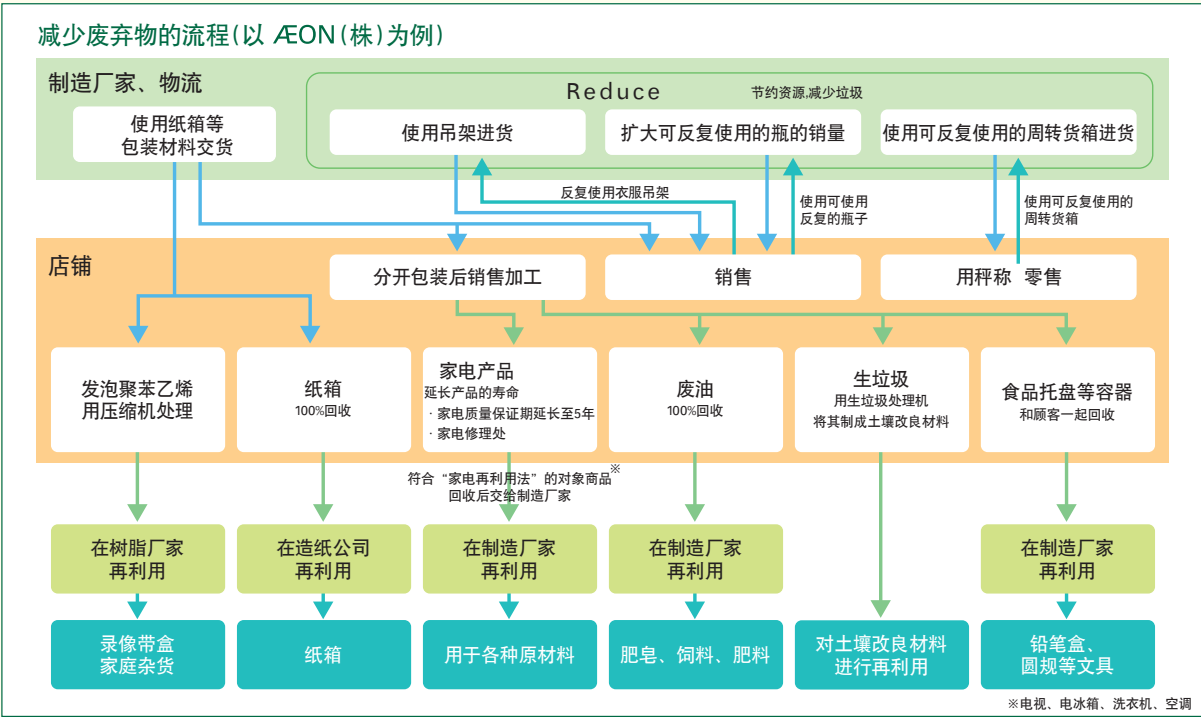
除了加大努力尽量减少卖剩下的或在生产过程当中产生食品废弃物的同时,从1994年开始引进生垃圾处理机,以店为单位对生垃圾进行处理。截止到2003年2月20日,共有74台生垃圾处理机在运转,平均每天处理的生垃圾达14.8吨。用生垃圾制成的土壤改良材料,于每月19日、20日的“筹宾日”赠送给需要的顾客。

制定不剩货指针,减少废弃商品。

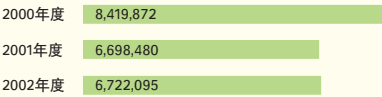
对农产品、水产品、畜产品、熟食、现烤面包等食品种类,分别制定了如何不剩货、当天卖完的销售指针。特别是对鲜度高的商品,为了避免发生缺货或卖剩下的现象,对作业现场的时间管理和何时改换效果更好的加工形态等做了详细的规定。对为了维持高品质而需要遵守的事项也做了详细的规定,以提高员工的意识。

增加使用可反复使用的瓶

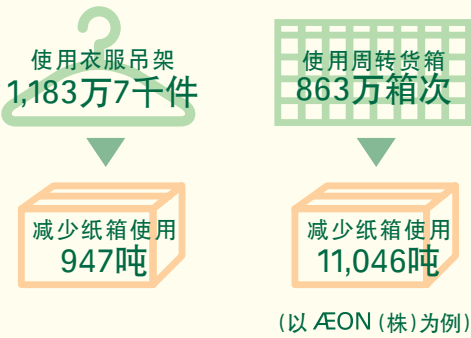
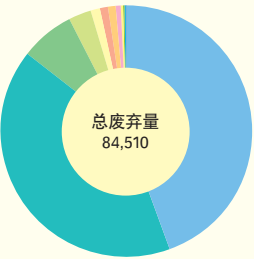
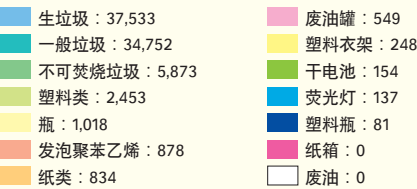
为了实现到2002年将瓶装啤酒的销量扩大到1998年的40%这一目标,加强了推销的力度。啤酒瓶的再利用较早地形成了机制,现在再利用率已达99%。2002年度的再利用率是去年的102.8%。



传单的减少与纸使用量的推移(单位:张)



2002年度的废弃物类别(店铺)(单位:吨)





3) 为了社会、为了地球,AEON 所能做的。

绿色采购



〈我们所追求的目标〉

进货时我们的方针是只进真正需要的货物和真正需要的数量,而且尽量使用对环境影响少的东西,以减轻对地球环境的影响。

2002年度的实施状况

- 【实施企业】AEON 各公司
- 【活动开始时期】1996年度
- 【活动成果】对办公用品、包装、销售用材料、建材实行绿色采购

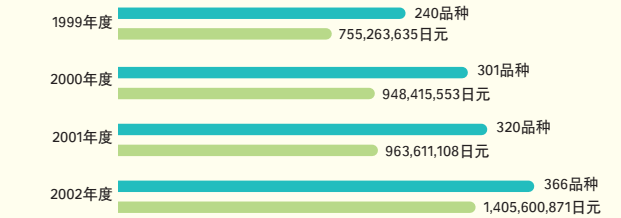
进一步推进绿色采购

AEON从1996年起实行绿色采购。办公用品只进符合绿色采购指针的东西,制服是采用塑料瓶的再生材料做的,传单100%地使用再生纸。这些现在看来是很普通的事,AEON从1996年便已开始做起了。

从2001年开始,建筑材料也开始实行绿色采购,首先引进的是再生碎石。另外,从山形县的三川店开始用起的粘合剂用量只需要一般地板的75%,并且可以100%地再利用的纺织制品地板,在其他新店也开始采用。



绿色采购费的推移(以 AEON (株)为例)



绿色采购指针(采购商品的选择标准)

- 已取得环境标签的
- 在制造阶段注重环保的
 - 如使用再生材料、余材或废材
- 在使用阶段注重环保的
 - 使用时资源、能源消费少
 - 可修理、换零件或换芯(内容)
 - 包装材料、捆包材料的原料
- 在废弃、再利用阶段注重环保的
 - 如可分类废弃、循环再利用
 - 具有耐久性,可长期使用
- 在使用和废弃阶段不产生有害物质的

重新研究是否真正需要

即使再实行绿色采购,如果用量不得当,也达不到减少对环境的影响的作用。例如,为了实现开会不用纸,一部分会议引进了电子会议系统。今后,还将扩大电子会议的范围。



电子会议画面

[电子会议的好处]

- 可节省纸张
- 不用从各地专门来会场
- 节省交通费 and 住宿费
- 使开会时的注意力更集中
- 可复数参加,沟通速度更快
- 等等

2003年度的活动内容

从整个集团的角度出发,以战略性的眼光,发挥规模效益,不断开创新的进货方法。

物流系统



〈我们所追求的目标〉

对 AEON 来说,重新建立物流网络是经营战略的一个重要支柱。克服高成本结构,在全球性竞争中取胜是我们的目标。同时,我们要最大限度地控制二氧化碳、氮氧化物的排放,以保护环境。

2002年度的实施状况

- 【实施企业】综合超市事业(日本国内)、一般超市事业各公司
- 【活动开始时期】2001年度
- 【活动成果】开设了6处物流中心

对物流中心进行重新规划

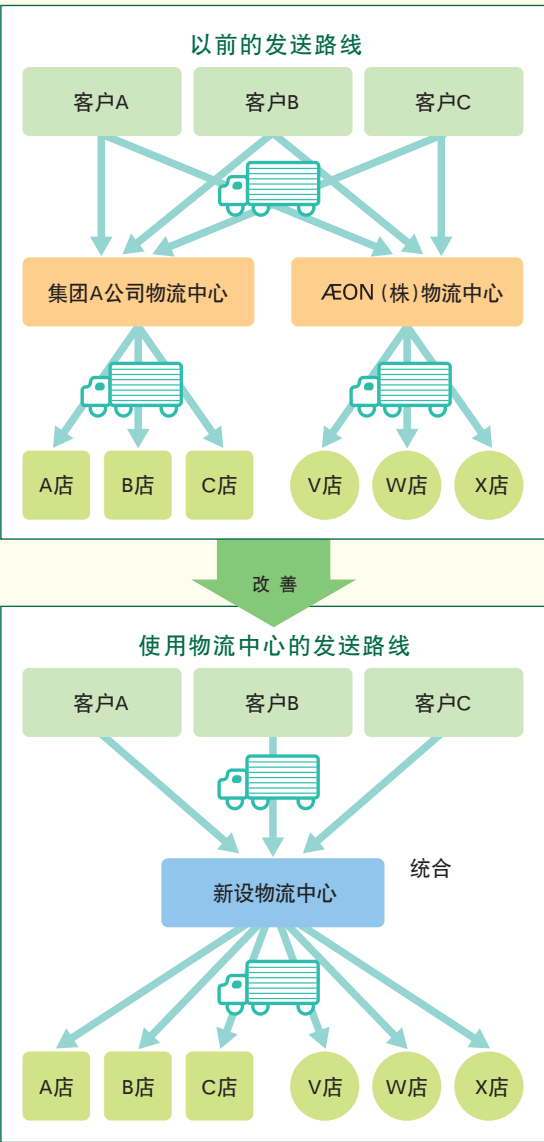
计划在2004年之前完成对126处物流中心的重新规划。通过统筹安排集团内兄弟企业的物流,使到物流中心的运货车相对集中,同时对发送路线重新进行规划,以达到缩短发送距离,减少二氧化碳、氮氧化物等有害气体的排放的目的。

2002年开设了6处物流中心

2001年6月在建立了仙台RDC(地区物流中心)以后,2002年又相继开设了6个物流中心。目前正在对新物流中心投入使用后,客户与中心之间以及中心与店铺之间,运输卡车的数量究竟发生了多大变化进行检验。

集团内其他公司也在进行各种摸索

(株)友邻为了减少配送车次,正在进行增加每次运载量的尝试。Maxvalu西日本(株)为了节省发送经费,开始重新规划配送路线。Ministop(株)从1998年开始引进二氧化碳排放量少的天然气(CNG)车。



2003年度的活动内容

2003年度中进一步推进物流中心的重组和统合,以提高减轻环境负荷和压缩成本的效果。

2002年度环境会计的特征	今后的方向性
①记载的数值为 AEON (株)、Maxvalu东北 (株)、 Maxvalu中部 (株)、琉球JUSCO(株)这4家公司总的数值。	本年度暂仅就上述4家公司的统计进行报告,今后将进一步扩大参加企业的数量。
②4家公司单独的数值可参看网页。 (http://www.aeon.info/)	
③为使其作为环境管理系统的一环发挥应有的作用,按照“ISO14001”的环境目标对有关项目进行了整理。	
④货币效果只限于实质的经济效果,避免危机效果等推定效果未予算出。	

2002年度环境会计的算定标准 统计期间 从2002年2月21日至2003年2月20日的一年 统计范围：AEON(株)、Maxvalu东北(株)、Maxvalu中部(株)、琉球JUSCO(株) 单位 :百万日元

环保基准的计算标准		经济效益的计算标准	
①复合成本	与环保以外的成本结合在一起的复合成本按一下顺序算出。 1.差额的统计 2.按比例统计(根据合理的考虑,以符合成本为目的进行分配) 3.按简便法进行统计(采用人工费项目) 4.带特记全额计算	①节能对策所产生的减少效果	将年度内引进的旨在减轻环境负荷的有关设备一年中的节电效果(推定)计算在内
②人工费	将与环保活动有直接关系的部门(负责环保和会贡献、推进ISO)的人工费计算在内。	②节水对策所产生的减少效果	将年度内引进的节水设备一年中的节水效果(推定)计算在内
③投资	将年度内向为减轻环境负荷而引进的有关设备或设施的投资额(如属租赁时则按取得价格算)计算在内。	③免费塑料袋使用量的减少和加薄所带来的效果	(盖章卡的回收张数×20×每回使用张数×每个塑料袋的单价)(购物袋自带率=盖章卡的回收张数×20×食品付款台通过的顾客人数)
④折旧费	鉴于从过去的资产总帐进行统计相当困难,并且尚没有一个计算折旧费累计额的统一办法,今年折旧费暂不计算在内。	④使用周转货箱和移动衣服吊架所带来的减少纸箱的效果	计算通过使用多次使用的周转货箱和移动衣服吊架进货所带来的纸箱减少重量(kg),按后算出减少成本金额。(一般废弃物处理费用为每公斤14.4日元)
⑤环保型商品及“SELF+SERVICE”的开发费	包含环保型商品开发者(按参与环保型商品开发的比重计算)的人工费和商品试用者经费以及商品包装设计费。“SELF+SERVICE”的开发费里则包括总部人员的人工费和设计咨询费。	⑤店头循环再利用所带来的收入	将通过店头循环再利用活动回收的有价值物(牛奶纸容器、空铝罐)的销售收入计算在内。根据每个店的调查结果(捐献除外)平均得出：牛奶纸容器的平均收购价为每公斤4.7日元,空铝罐为每公斤20.6日元。

2002年度的目的与目标		活动内容	环保成本		环保效果		各目标的数值累计中所包括的企业				活动的详细内容
			2002年的投资	2002年的费用	2002年的经济效益	活动成果(无公司名时为 AEON (株)所开展的活动)	AEON (株)	Maxvalu东北(株)	Maxvalu中部(株)	琉球JUSCO(株)	
提供注重环保的商品	环保型商品的开发和销售	开发环保型商品“TOPVALU共环宣言”,扩大销量。				环保型商品“TOPVALU共环宣言”、“TOPVALU Green Eye”、“SELF+SERVICE”的2002年度的营业额为294.7亿日元,占总营业额的1.88%。“SELF+SERVICE”2002年度新设了7个店,店铺总数已达24个。Maxvalu中部 (株)的营业额为10亿日元,琉球JUSCO(株)的营业额为8,550万日元。	○	○	○	○	P11~P14 P19
	“TOPVALU Green Eye”的开发和销售	开发“TOPVALU Green Eye”扩大销量和签约产地		45			○	○	○	○	
	“SELF+SERVICE”的展开	“SELF+SERVICE”的展开和扩大		132			○				
节省能源、资源的活动	减少用电量	引进节能设备	302		84	本年度引进的节能系统 19个店铺(去年为44个店铺),节电量为2.1百万kWh(去年为6.3百万kWh),引进“Night shutter”(关店后将冰箱盖上盖)的为36个店铺(去年为60个),节电量为0.6百万kWh(去年为2.2百万kWh)。	○	○	○	○	P42
	减少用水量	引进节水装置和雨水活用系统	27	15	61	本年度引进的节水设备 40个店铺安装了节水阀,节水量达2万3千m ³ (去年安装节水阀的有87个店铺,节水量为7万9千m ³)。开发、引进雨水活用系统的店铺(去年为1个店铺、节水量为9千m ³)今年没有。	○	○	○		
	减少复印纸、办公用纸的用量	推进电子邮件和双面复印					○				—
	提高购物袋自带率	推进自带购物袋、购物篮的运动		189	110	由于倡导自带购物袋运动,购物袋自带率上升到6.7%(去年为5.3%)。免费塑料袋的年减少数量为5,790万个(去年为4,269万个)。	○	○	○	○	P38~P39
	减少免费塑料袋	通过减薄塑料袋的厚度推进减量化				今年没有进行塑料袋的加薄	○				—
	提高物流系统的效率	提高发送路线的效率,减少发送车次,增加装载量。					○				P47
推进废弃物的减少和再资源化	推进废弃物的分类	引进生活垃圾处理机,以推进资源的再利用。	99	3	1	本年度有7家店铺引进(去年为5家),堆肥处理达245吨。整个引进的店铺已达74家店铺,总堆肥处理量为5,408吨(去年为5,091吨)。	○				P45
		引进发泡聚苯乙烯用压缩机,以推进资源的再利用。	11			本年度引进3台(去年为6台)发泡聚苯乙烯压缩机,对4吨发泡聚苯乙烯进行了挤压处理。引进的压缩机总共已达40台。另外,Maxvalu中部 (株)也引进了1台,总共已达2台。	○		○		
	减少来自店里的纸箱	使用可反复使用的周转货箱进货,以减少纸箱的使用量。			163	可反复使用的周转货箱使用量为863万箱次(去年为680万箱次),因此而节省的纸箱消费为11,046吨(去年为8,699吨)。	○		○		
		使用衣服吊架直接进货,以减少纸箱的使用量。			14	用可反复使用的衣服吊架直接进货的衣服为1,184万件(去年为1,148万件),因此而节省的纸箱消费为947吨(去年为918吨)。	○			○	
	推进店头循环再利用活动	推进店头的循环再利用		155	25	回收再利用的成果(去年的数字) 空铝罐1,129吨(938吨)、牛奶纸容器1,598吨(1,422吨)、食品托盘767吨(758吨)、塑料瓶1,380吨(1,030吨)。	○	○	○	○	P40
绿色采购	绿色采购标准的制定和实施	制定和实施绿色采购标准				办公用品的绿色采购种类为366种(去年为320种),价值为1,405百万日元(去年为964百万日元)。在建材领域,利用废材的瓷砖、再利用地毯等14个品种实行了绿色采购。	○	○	○	○	P46
植树活动	继续开展 AEON“营造家乡的森林”活动	与地区居民共同开展“AEON 营造家乡的森林”活动	225	166		在国内外的购物中心或物流中心,与当地的居民一起开展的种植当地原生树种的植树活动。本年度花费了372百万日元的费用,在17个地方栽种了21万2千棵树(去年为20万5千棵)。	○	○	○	○	P36~P37
遵守法律法规	测定煤烟,实施水质检查,贯彻容器包装再利用法。			332		作为容器包装再利用法的再商品化义务委托费支付了248百万日元(去年为231百万日元)。(本年度的415百万日元减去去年度清算后退回的167百万日元)此外,为防止大气污染和水质污染,开展了煤烟测定和水质检查。	○	○	○	○	—
	改进一般业务废弃物的处理方法			2,616		为妥善处理来自店铺和办公楼的废弃物的一般业务废弃物处理委托经费	○	○	○	○	P44~P45
	按照产业废弃物处理指南改进处理方法			1,135		来自店铺和办公楼的废弃物的一般业务废弃物处理委托经费(关于家电产品和家具等物品的交易,总共处理了13万2千件,费用为306百万日元。同样,在琉球JUSCO(株)总共处理了7,800件,费用为26百万日元。)	○	○	○	○	
自觉开展防止公害的活动	自觉开展防止公害(大气、水质、土壤的污染,地盘下沉、恶臭、光害)的活动		144	315		主要包括安装熟食用油防油堤、油水分离槽(包括检修和清洁)、生活垃圾室冷气装置、对地下泄油池的检修等费用	○	○	○	○	—
同地区居民之间的环境交流活动	保护自然、美化环境的活动			10		每月11号“AEON Day”所开展的各种清洁卫生活动的费用	○	○	○	○	P27
	与当地居民开展环保活动			47		“儿童ECO俱乐部”、“ECO音乐剧”、“儿童ECO绘画展”等活动的经费	○	○		○	P30、P32
	公开有关环境的信息			936		环保型商品的电视广告、环境展上对环境信息的公开、环境报告书以及环境网页的制作等费用	○		○	○	—
	向环保团体的捐献、支援活动			48		AEON“幸福的黄色发票”活动的材料(信箱和各种宣传品制作费约为102万日元)费用。2002年9月、2003年3月,向各店当地的志愿者团体(2,637个团体)捐赠了2,917万日元的商品。	○		○	○	P28~P29
环保活动的管理成本	向员工开展环保教育			5		为了提高员工的环保意识,顺利操控环境管理系统,本年度聘请外部讲师举办了“内部环境监查员培训专题讲座”,培养了154名(去年为179名)内部环境监查员。(到目前为止,已取得内部环境监查员资格者已达561人。)	○	○	○	○	—
	环境管理系统的维持和管理			24		2002年6月接受的定期审查费和为推进ISO所购买的教材、器材等费用	○	○	○	○	
	环保部门的人工费			237		总公司环保和社会贡献部人员、负责推进ISO的人员以及各公司、各事业本部负责环保、ISO的人员的人工费	○	○	○	○	
环境损害的修复成本	防止土壤污染、保护自然免遭破坏			3		●食用油流出事故发生了3起,3起均发生在店内,未发生外流。●净化槽污水外溢事故3起。●由于店铺的发电机马达发生故障,致使润滑油外漏90L,幸好发生在店内,漏出的油已全部及时回收。	○		○		P25

ISO14001 的目标与成绩

ÆON (株) 的目标与成绩

◎已达成 △尚未达成,仍在努力。

环保方针	环保目的 (力争实现2002年度的目标)	2002年度的目标		2002年度的成绩			
1. 努力提供注重环保的商品	进行环保型商品的开发和销售	家居时尚装饰、非食品、书籍、文具	环保型商品销售目标为316亿日元,占总销售额的2.0% (“TOPVALU共环宣言”、“TOPVALU Green Eye”、“SELF+SERVICE”) ※通过修改预算,将销售额目标由327亿日元改为316亿日元。	TOPVALU共环宣言23.8亿日元	99.1%	△	
		农产品等		TOPVALU Green Eye 270.4亿日元	98.3%	△	
		SELF+SERVICE		SELF+SERVICE 8.3亿日元	86.5%	△	
		共计		总销售额302.5亿日元 (销售额比达1.93%)	92.4%	△	
	设定私家品牌商品的容器包装材料的环保基准	所有私家品牌商品均使用符合基准的容器包装和识别标志		作为全公司的统一部署全面实行识别标志制度		109.3%	◎
		98.5%以上的私家品牌商品的外包装均使用原料的80%以上为旧纸的纸箱				97.8%	△
	推进注重环保的销售方法	农产品的散装销售率一年平均要达成50%		43.0%	85.9%	△	
		水产品尽量增加不使用发泡聚苯乙烯容器的比率		达100个品种	101.0%	◎	
		将引进可反复使用人体模型的店铺再增加50家		已引进的店铺达50家	100.0%	◎	
		店铺选择目标	随着家电再利用法的施行进一步严格对货票的管理	内部监查结果表明已深入人心	-	◎	
		家电5年保证的获得率达1.4%		1.23%	87.9%	△	
2. 积极致力于节能、节省资源和减少废弃物	推进节能	以用电量为基本单位,同2001年度相比,减少2.0%。 基本单位: 48.9wh/m ² ·h		基本单位: 44.0wh/m ² ·h	90.0%	◎	
	推进节省资源	以用水量为基本单位,同2001年度相比,减少2.0%。 基本单位: 232.8wh/m ² ·h		基本单位: 204.1cc/m ² ·h	87.7%	◎	
		严格规定办公用纸的使用,掌握确切的用量。		使用174,036,250张	-	-	
		将来自物流中心的发票减少了10%,3,984万张。		打印46,945,599张	117.8%	△	
		复印纸使用量: 维持了2001年度的水平 2001年度为95,715,221张		使用96,590,285张	100.9%	△	
		盖章卡回收张数: 同2001年度相比,增加了20%。 (购物袋自带率达6.5%)		盖章卡回收卡回收张数同2001年相比增加32.5%(购物袋自带率6.7%)	102.9%	◎	
		免费塑料袋使用量: 同2001年度相比,减少5%。 销售额平均1亿日元为345.5kg		使用342kg	102.5%	△	
3. 为实现循环型社会积极致力于资源再利用、绿色采购	为了减少废弃物 推进废弃物的分类	食品托盘、牛奶纸容器的再利用		牛奶纸容器在151个店 食品托盘在195个店再利用实施		△	
		店铺选择目标	生活垃圾的再利用率达17%	生活垃圾再利用率达23.7%	139.4%	◎	
	为了减少来自家庭的垃圾 推进在店头的资源回收	店铺选择目标	回收量成绩管理 或回收量增加	空铝罐1,129,082kg 占全体的120.3%		◎	
				牛奶纸容器 1,598,750kg 占全体的111.2%		◎	
				食品托盘 767,215kg 占全体的101.7%		◎	
	减少纸箱的使用	可反复使用的周转货箱 1年使用量为750万箱次		863万箱	115.0%	◎	
		用可反复使用的衣服衣架进货的衣服数达1,300万件		11,837,521件	91.1%	△	
	制定绿色采购标准 实施、扩大绿色采购	制定材料的绿色采购标准 进一步扩大绿色采购量		开设新店时使用再生石材等 绿色采购材料	-	◎	
4. 为防止地球暖化 控制二氧化碳的排放	提高物流系统的效率	运送车辆的运行距离同2001年相比 缩短了2%(基本单位)		运行距离: 46,500,530km 同去年相比增加了9.4%	111.6%	△	
	继续开展“ÆON”营造家乡的森林”活动	二氧化碳的排出量同2001年相比平均每1营业小时· 总楼层面积1平米减少了2% 30.32g/m ² /h		基本单位: 24.31g/m ² /h	80.1%	◎	
5. 与当地居民一起开展植树活动		在14处栽种了22万棵树		在17个地方共植树21万2千棵	96.4%	△	
		店铺选择目标	儿童ECO俱乐部会员增多	会员数3,510名(同2001年相比 增加了12%)154个俱乐部	-	◎	

关于2002年的目标和成绩数值以同等规模对比来管理

环保方针	环保目的 (计划于2005年度达成)	2003年度目标
1.提供注重环保的商品	使环保型商品的销售额比达3.0%	实现占整体的2.0%制定新的适应环保需要的标准
	减少TOPVALU商品的塑料容器包装(基本单位)	为减少TOPVALU商品的容器和包装材料中塑料的使用量而开始实验
2.致力于节能、节省资源、减少废弃物	将单位生产的用电量同2001年相比减少5%	同2002年度相比减少2.0%
	将塑料包装材料和纸包装材料以重量计算同2002年相比减少2%	同2002年度相比减少0.5%
	使购物袋的自带率达到30%	使购物袋自带率达到14.5%
	将废弃物卖价变更额同2002年相比减少20%	同2002年度相比减少5%
	将生活垃圾再利用率达到30%	使生活垃圾的再利用率达到25%
	在各公司、Maxvalu和Megamart的样板店(6个店铺)实现垃圾的计量、分类做好向全店铺推广的准备。	在关东地区暂定3个店铺为样板店,完善包括人事在内的样板模式。
	将纸的排出量同2002年相比减少20%	以工作方式改革推进会议为基础,推进总公司的无纸化。
3. 为实现循环型社会积极致力于资源的再利用和绿色采购	推进使用可反复使用的周转货箱以减少发泡聚苯乙烯的产生	将使用可反复使用的周转箱的品种增至30种(关东地区的公司从下半年度开始引进)
	在所有事业所(总公司、公司、店铺)	掌握所有事业所(总公司、公司、店铺)的循环再利用量,争取使所有事业所都能实施。
	增加建筑材料的绿色采购品种	在建新店时,在能够使用特定的绿色采购品(7个品种)的施工处,绿色采购品的使用率要达10%以上。
	制定环保店的标准	推进环保型店铺建设(如楼顶的绿化以及雨水的再利用等)
	进一步扩大绿色采购范围	明确的ÆON绿色采购标准,办公用品全部采用。符合该标准的物品(市面上尚无符合该标准的商品时除外)。
4. 为防止地球暖化控制二氧化碳的排放	将二氧化碳排出量以基本单位计算同2002年度相比减少5%	制定防止地球暖化的对策和规划
	运输车辆全部符合限制柴油车规定的车辆	关东地区(东京、神奈川、千叶、埼玉)100%地引进符合限制柴油车规定的车辆,天然气车辆累计引进台数达15台。
5. 与当地居民一起开展植树活动	继续开展ÆON“营造家乡森林”	在23个店铺、7个物流中心总共30处植树33万棵
6. 遵守法令 信守诺言	确立不产生土壤污染的体制	确立方针的拟定、措施的制定、实施、检验评估的机制

对2002年度活动的总结

ÆON 株式会社取得ISO14001的全部认证后已经过了3年。最大的成果在于产生了使整个公司有计划地、持续性地而不是突击性地开展环保活动的土壤。我们在开展环保活动时,历来注重与当地社区居民携手并肩地开展,在推进ISO方面也不例外。在2002的定期审查时,与当地居民共同开展的各店铺的活动均获得了高度的评价。这也显示了 ÆON 的理念已渗透到推进ISO的活动当中,环保活动已经成为了我们的一项恒常性活动。

在对上年度活动进行总结的基础上,本年度以每个员工“改变意识,改变行动”为口号,在运作方法上进行了必要的调整,将活动的重心从全公司的共同活动转移到各部门、各店铺的“本来业务”上,以使全体员工将环保活动作为日常业务的一环,将其融入到日常业务中去。

另一方面,2002年在 ÆON 的店铺发生了环境事故,其中的几起对周围的环境造成了影响。虽然我们及时采取了根本性的措施以防止再次发生,但仍应引起我们高度的重视和深刻的反省。

在守法和风险管理方面,今后我们要进一步推进信息的共有化,将二者作为 ÆON 集团共同的课题来对待。

随着 ÆON 2003年将转变为事业控股公司,我们将以构筑整个集团的环保活动作为新的目标。也就是说,要从单一的某个公司的环境管理系统转变为整个集团的环境管理系统。将ISO14001作为共通的工具,为了共同的理念、共同的目的和目标,采取适合各公司业务种类和业务形态的形式,共同构筑减少环境污染的机制。同时还要建立起包括社会责任在内的管理系统。总之,全体员工将同心同德, 向着新的目标共同努力。

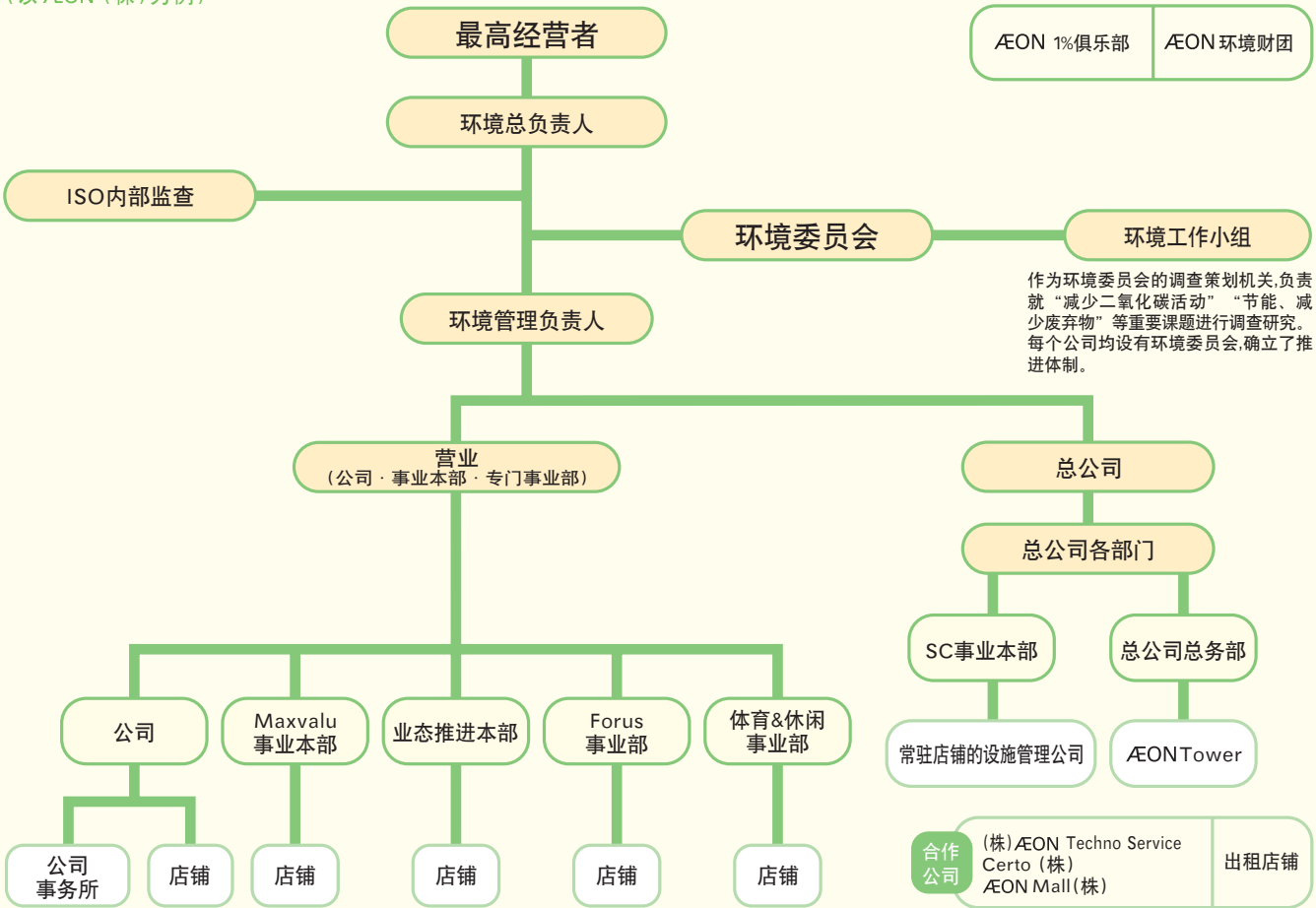


环境管理负责人
常务董事 林 直树

以整个集团共同推进环境管理为目标

AEON将环保活动作为重要的经营课题,积极推进将事业和环保结合在一起的环境管理活动。截止到2003年2月20日,在 AEON 集团中,已获得环境管理系统国际规格ISO14001的公司已达14家。各公司均已设立了以总经理为首的环境管理体制。作为对环境问题进行审议的机关,还设立了环境委员会。此外,还设定了适合各公司业务种类和业务形态的课题,积极致力于减少环境污染的活动。AEON 环境委员会的成员当中包括各公司的高层干部,所有决议均作为集团的方针贯彻到各公司,使整个集团将其共有。在共同拥有目标、理念和机制的同时,各公司还因地制宜地开展能够发挥各公司特点的环保活动。

环境管理组织
(以 AEON (株) 为例)



关于《AEON 环境·社会报告书2003》



财团法人 地球环境战略研究机关
理事长 森岛 昭夫

2003年版的报告书的题目由原来的《 AEON 环境报告书》 改为《 AEON 环境·社会报告书》,而且还加了副标题“Sustainability Report”。众所周知,“sustainability”(可持续性)一词是10年前在巴西里约热内卢召开联合国环发大会(UNCED)之后迅速流行开来的。由于20世纪的大量生产、大量消费,世界的资源已接近枯竭,环境也不断遭到破坏,这种状况持续下去,人类将无法生存下去。因此大会呼吁世界各国要创造一个能够兼顾环保和开发(发展)的可持续性的经济社会。此外,去年在南非约翰内斯堡召开的可持续发展世界首脑会议(WSSD)要求各国不仅要推进环保,还要对社会制度进行改革。

为适应这种形势,今年的报告书内容不仅限于环保,更突出了AEON 重视为社会做贡献这一点。对此,我认为应该给予高度的评价。同以往的报告书相比,今年的报告书的另一个明显特点是强调了“与顾客一起”这一行动方针。与顾客一起开展“开放式经营”,开发受消费者信赖的商品,同时开展为社会做贡献与环保的活动是非常重要的。

以零售业为主的 AEON 为建设可持续性社会做贡献,通过向顾客提供安全的环保型商品,促使顾客选择有助于保护环境的循环型生活是最为有效的办法。而要使顾客做出这种选择,就需要使AEON的店员具备足够的知识,必要时能够向顾客介绍才行。

今年我也有幸对店铺(虽然只去了京都的洛南店)进行了考察。对店铺进行考察是为了了解 AEON 的理念究竟在多大程度上渗透到了现场。

给我的印象是,以安全、环保和再利用为理念的 AEON 独创的商品(PB)TOPVALU的数量年年都在增加。柜台的位置也设在醒目的位置,所占面积也不小。店员对PB也有比较清楚的认识,听说相当畅销。TOPVALU包括“共环宣言”、“Green Eye”、“SELECT”等多种品牌,每种品牌在设计上都相当讲究、时尚。顾客是否真是因为这些商品安全或有助于环保才买的呢?带着这一问题,我向几位顾客问了问,回答是关于衣服不太清楚,但食品是因为放心。

此外,对废弃物的减量、处理,以及在对食品托盘等的回收方面也做出了很大的努力。

今年的报告书首次提出的关于推进店铺无障碍化也是值得关注的一点。我考察的店铺在无障碍化方面做得很好,店内的气氛也非常舒适、明亮。

我本人参加对 AEON 环保活动的评价已有5年了。我对AEON 确立了可持续发展的经营方针,并且这种方针在第一线也得到认真地贯彻感到由衷的欣慰。希望广大店员今后能够更加努力,进一步加深与顾客之间的交流和信赖关系。

2003年3月31日





30%
Minimum
SA-coc-1196

FSC TRADEMARK © 1996 FOREST STEWARDSHIP COUNCIL A.C.

本印刷品所用纸张中的木材纤维的30%以上来自于受到适当管理的森林中砍伐的树木。所谓受到适当管理的森林是指按照FSC的规定，得到独立机关认证的森林。



印刷使用的是生分解性好，
不含芳烃的大豆油墨。



AEON株式会社是英国环境管理体系
国际标准“ISO 14001”认证的企業

联系窗口 对本报告书的内容或AEON所开展的环保和社会贡献活动有疑问或意见时，请与以下联系。

AEON株式会社 环境·社会贡献部 Tel : 043-212-6037 Fax : 043-212-6790 AEON网址 <http://www.aeon.info/>