

# Sustainability Report 2004

AEON 环境·社会报告书 2004



世 代 相 承 真 意 在



# 我们每个人都是ÆON的一员

我们愿与顾客携手共建“永久型社会”

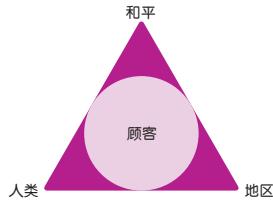
共同寻找“充满希望的美好未来”

## 〈ÆON的基本理念〉

“æon”……源于拉丁语，是“永远”的意思。

我们理念的原点是顾客

ÆON是贯彻为顾客服务最为彻底的企业集团，  
为顾客服务是我们永无止境的使命。



“和平”：ÆON是促进事业繁荣，不断追求和平的企业集团。

“人类”：ÆON是以人为本，重视人与人之间关系的企业集团。

“地区”：ÆON在地区生活中深深扎根，是不断为地区社会做贡献的企业集团。

## 〈ÆON宣言〉

ÆON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(ÆON)



## 集团主要企业一览

\* 股份公开企业

**综合超市事业**  
\* ÆON (株)  
\* ÆON九州 (株)  
\* Jaya JUSCO Stores Bhd.  
\* ÆON Stores (Hong Kong) Co., Ltd.  
\* 球JUSCO (株)  
(株) MYCAL  
(株) MYCAL九州  
(株) POSFUL

Siam JUSCO Co., Ltd.  
Guangdong JUSCO Team Stores Co., Ltd.  
Qingdao ÆON Dongtai Co., Ltd.  
Shenzhen JUSCO Friendship Stores Co., Ltd.  
Taiwan ÆON 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)  
\* (株) KASUMI

**药品销售事业**  
\*(株) Tsuruha  
\*(株) Kraft (株)  
\*(株) Sugi药局  
\*(株) CFS Corporation  
\*(株) Green Cross Coa  
寺岛药局 (株)  
(株) Medical 一光  
Takuya (株)  
(株) Welpark

**百货公司事业**  
(株) Bon Belta伊势甚  
(株) Bon Belta  
(株) 橘百货店

**家居中心事业**  
\*(株) Homac (株)

**专门店事业**

\* The Tabots, Inc.  
\*(株) Blue Grass  
(株) Cox  
(株) Yamaya

**便利店事业**  
\*(株) Ministop (株)

**房地产事业**  
Taibots Japan (株)  
Laura Ashley Japan (株)  
\*(株) ÆON Forest  
(株) Mega Sports  
Claire's Nippon (株)  
(株) NUStep  
Abilities JUSCO (株)  
(株) Book Bahn  
Petcity (株)  
Mega Petro (株)

**金融服务业**

\* ÆON Credit Service (株)  
\* ÆON Credit Service (Asia) Co., Ltd.  
\*(株) ÆON Fantasy  
Jusvel (株)

**物流加工与贸易事业**

Reform Studio (株)  
(株) Zwei  
(株) ÆON Techno Service  
(株) Diamond Family LOC开发 (株)  
\*(株) Diamond City  
\*(株) ÆON Mall (株)  
(株) Mega Forest  
(株) ÆON Credit Service (M) Sdn. Bhd.  
ÆON Credit Service (Taiwan) Co., Ltd.  
ÆON Cinemas (株)  
(株) 品质管理中心  
Pty. Ltd.

**电子商务事业**

Certo (株)  
(财) ÆON环境财团  
(财) 冈田文化财团

## 目 录

### 2003年度 ÆON Sustainability topics

“永旺行为规范”的制定	04
危机管理体制的确立	06
开放式经营的两大改革	08

### 从透明性与伦理性透视ÆON的“经营”方式

国内外共同享有的集团文化	11
在经营上采纳公司内外的意见	12
营造员工可安心工作的环境	14
建立与地区息息相关的SC (购物中心)	16

### 从商品和服务透视ÆON与“社会”的关系

ÆON积极开发“私家品牌”(Private Brand)	19
店铺与奉献社会的新纽带	22
ÆON供应商CoC (交易行为准则)的制定与推进	24
立脚于顾客视点的活动	26
通用型设计方式的推进	28

### 从店铺到地方直至整个地球的ÆON与“环境”的关系

以植树活动为主题的社区建设	31
加强顾客与ÆON关系的活动	32
与顾客共同进行的体验活动	34
店铺开创的环保活动	36
做为企业市民对社会的奉献活动	40

### 资料与总结

关于ÆON环境管理推进体制	42
环境会计报告	43
ISO14001的目标与成绩	44
第三者评价 关于“ÆON环境·社会报告书2004”	46

### 编辑方针

此次的环境报告书是由“ÆON (株) 环境报告书”更名为“ÆON环境·社会报告书 (Sustainability Report)”后的第2次发行，是自1996年环境报告书发行以来的第9次发行。在此，ÆON就迄今为止“与顾客携手”进行的活动及今后的奋斗目标做一个具体简截的报告。副标题为“世代相承真意在”。ÆON是一个拥有158家公司的集团。由于报告书版面有限，无法登载ÆON所有企业的活动内容，所以我们选择一些具有先驱性及象征性的活动或者ÆON全体公司共同进行的活动加以登载。有关不足之处，敬请参照各个企业的主页。

\* 文中的“ÆON”是指事业共158家公司的整体。“ÆON (株)”指ÆON株式会社。

报告对象范围 —————ÆON的158家公司

报告对象读者 —————

主要以顾客为对象，还面向股东、集团所有店铺附近的居民以及客户、NPO、员工等所有与ÆON相关的人士。

报告对象期间 —————2003年度(2003年度2月21日至2004年2月20日)

\* 由于报告对象结算时期不同等情况，对报告对象期间不同的数据都将具体注明其报告对象期间。

### Sustainability Report

(可持续发展报告书)  
※各项报告的所属范围与经济、环境、社会中的哪一方面相关，都以右侧标志标明。



本报告书为可持续发展报告书，在报告环保活动时，还从企业活动的经济性、社会性角度阐述了观点。本报告书是以国际标准GRI (Global Reporting Initiative) 为参考编写的。

## “永旺行为规范”的制定

**AEON与顾客接触最多的就是我们的员工  
因此，我们对员工每天的行动和观念规范都作了规定**

### AEON 的 行 为 规 范 —— 一 切 为 了 顾 客

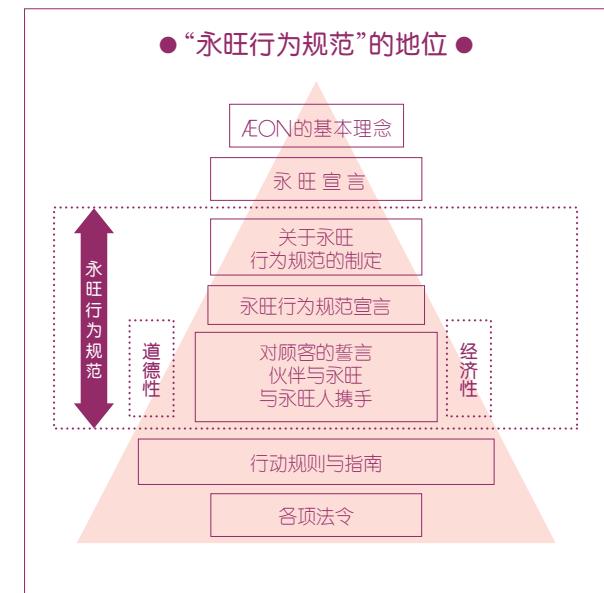
AEON拥有一个以顾客为主、和平、人类、地区三大要素的“AEON的基本理念”（参照第2页）。为实现这一理念应该如何行动？为使AEON全体员工对此具有共识，作为具体方针，我们于2003年4月制定了“永旺行为规范”。



在“永旺行为规范”中建立了

- ①顾客②地区社会③商业伙伴④股东⑤永旺人等5大支柱，分别明文规定了各自的观念与具体行动的基准。特别是将②③④定位在永旺的伙伴关系上，应该与他们保持的关系分别是：与②的关系是“做为企业法人，要与地区的居民携手为地区的发展做贡献”；与③的关系是“通过公平交易谋求共荣”；与④的关系是“努力建立一个不断革新、健全的经营方式，

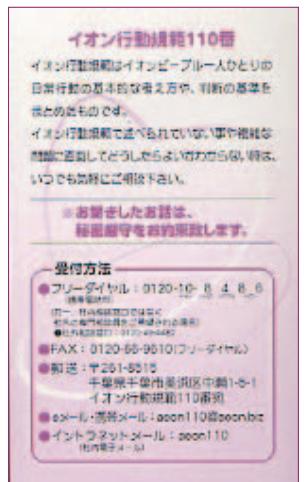
以实现股东的利益”。而且各项行动基准可以根据需要随时重新考虑、更改，使其具有适应性和发展性。可以说“永旺行为规范”是每个AEON人向着“充满希望的美好未来”不断挑战的起点。



#### 目的是使每个人理解并实践“永旺行为规范”

在“永旺行为规范”导入时，首先以AEON各公司的高层管理人员、各店铺和事务所的店长、管理人员为对象进行了培训。使他们理解“AEON的基本理念”、企业伦理的基本思想以及“永旺行为规范”所要求的思维方式。进而以各公司的企业伦理推进窗口、店铺和事务所的店长为中心，根据各自的服务和工作场所的具体情况，分别对公司新员工、按资格录用的员工、不同职位层次的员工依次规划并导入了各自的教育内容。

培训时，通过各种事例来学习按照“永旺行为规范”应该采取什么样的行动。通过看录像和共同讨论方式加强对“永旺行为规范”的理解。尽管如此，在每天的工作中也许会遇到一些不知所措的情况，“这种时候应该怎么办？”“那样做是否正确？”为此，AEON集团设立了“永旺行为规范110”，以便随时听取各种咨询。“永旺行为规范110”将每个员工的问题做为AEON全体的问题，尽快寻找解决问题的途径，因此，做一个相互支援的制度也发挥着作用。



AEON株式会社  
董事兼执行总经理

伊藤元也

我们AEON集团以打进世界超市行业的“世界10大企业”为目标，赢得社会信赖，为此不断进行着改革。我们的目标不仅是在经济上，同时还努力在社会上赢得“优质公司”的评价。这一目标也反应了我们坚强的意志和对未来理想的追求。

我们认为，经济增长与包括环保在内的对社会的奉献活动，绝不是一种取舍关系，它们如同一辆汽车的两个车轮，同时又是企业的核心。AEON公司一直在实施一些实实在在的环保活动。比如，加强融入安全与环保因素的“TOPVALU”商品的开发与贩卖，与顾客携手举办节省资源的“自己的购物袋、自己的购物篮”运动、“AEON营造家乡的森林”等活动。我们希望能够得到顾客更大的期待与支持。我们坚信这将关系到AEON对未来的规划，并成为AEON持续成长的巨大能源。为此我们将不断地将改革持续下去。

我们在AEON公司，继承了创业以来所拥有的诚实、正当经商的传统。而且在我们的历史中，还集各行各业于一身，发展至今。在这个发展过程中，培育出了具有“多样性”、“对不同事物拥有包容性”的企业特质。去年，“MYCAL”等新伙伴集团又加入了我们的行列。为了追求这种富有多样性集团间的相辅相成的效果，我们开始推进“公司管理体制改革”和“集团管理体制改革”。这些改革必将在以集团为首的环保活动中、在奉献社会的实践中成为一个强大推动力。各公司的经验和一些好的做法将成为AEON集团向“优质公司”迈进的指南针。

此次，在就AEON集团2003年度所实施的环保活动和对社会的奉献活动进行报告之际，我们比去年更强调从集团观点出发，并导入了代表国际标准的GRI (Global Reporting Initiative)的思想，使之成为一个多方位的报告书。

今后我们也将不辜负顾客的期待和信赖，以诚实的态度来对待顾客，同时为实现AEON宣言中的“充满希望的美好未来”，我们将毫不犹豫的坚持改革。

祈望在得到各位理解的同时，还期待着各位中肯的意见和建议。

## 危机管理体制的确立

集所有数据及想像力，力求防止事故的发生  
AEON还认为，做好以防万一的准备也是同等重要的

### 集团全体共同参与的“AEON共同防灾训练”——设想东海防震对策

企业活动的危机不仅会发生在经济上，同时也存在于人为要素、自然灾害等方面。AEON平时就尽可能地做好了准备，始终致力于让顾客能够安心购物，而且万一在附近地区发生灾难时还可以迅速、准确地援助受害人员。我们整个集团都遵循这一方针。特别是在当防不胜防的地震发生时，如何使员工能够冷静、及时地做出行动是我们目前急需确立的一个重要体制。现在AEON的各个公司在意识和行动方面都分别进行定期训练。

在2003年度9月1号的“防灾日”这天，以AEON为首，除在全国范围内实行训练的AEON Credit Service（株）、MYCAL（株）以外，还有Maxvalu东北（株）、AEON Credit Service（株）、Reform Studio（株）、Book Bahn（株）、Talbots Japan（株）等企业参加，在共计1,328个据点进行了“AEON共同防灾训练”。

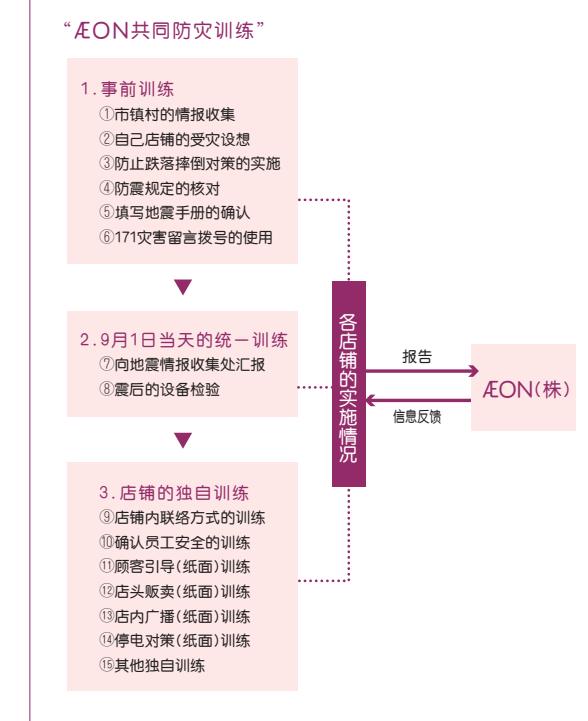
此次“AEON共同防灾训练”分为平日所着手的训练和训练当天共同进行的统一训练，还有各店铺独自实施的训练。平日所进行的训练是指收集市镇村的情报、设想自己店铺的受害情况、“171（灾害留言拨打）”的使用训练等。在此基础上在全国范围内，在训练当天的统一训练中还听取了各店铺的报告，实施了检验震后设备的演习。店铺还各自进行了引导顾客、店内广播、停电对策、店铺内的联络方式、确认员工安全等训练。

各公司训练的实施情况由AEON（株）总务部归纳总结后，做为反应各种实际情况的参考事例，其调查结果反馈到了全国。不过报告书的书写格式今后还需要统一。

“AEON共同防灾训练”今后还将在9月1日（防灾日）和1月17日（阪神、淡路大地震发生日）定期举行，以此来提高全体员工在意识和行动上的精确度。

另外，就设想东海地震，我们预定在中部、东海地区的各店铺（包括准备开业的店铺）分别设置防震设备，并实施防震训练。当然

在推进规划过程中所得到的情报及有关安全改善的建议都将成为全国所有店铺的共识。对地震受害者的救援活动，自地震发生起72小时以内的最初阶段行动是极其重要的。AEON通过进行一些生活中所必需的紧急援救活动，比如为附近居民提供暂时避难所、医疗场所、提供食物和救援物资的颁发场所、洗澡设施等，力求为地区的防灾对策做出贡献。



### 关于AEON大和购物中心发生的事故

2003年11月5日早晨，在AEON大和购物中心（神奈川县大和市）的含水分垃圾处理设施发生了爆炸事故。从该购物中心的JUSCO大和鹤间店所设置的含水分垃圾处理机中冒出了原因不明的烟雾，经过10分钟的灭火活动后爆炸发生了。消防队员和警察共有11人受伤（其中3人住院），建筑屋一部分遭到毁坏。这一事故给附近居民、顾客及有关单位带来了很大麻烦，到2004年3月末为止警察和消防人员还在就事故原因进行调查。AEON也在事故发生后立即委托安全工学协会，主动进行调查。此外，AEON（株）总公司对其他已设置了含水分垃圾处理机的店铺，从各店的使用程序等各个方面进行再次确认，以防事故的再次发生，同时还彻底整顿了体制。AEON充分认识到食品废弃物的回收再利用对社会是一个重要的课题。今后还将继续致力于与那些“食品回收再利用法”中所指

定的登录再生利用事业者携手，共同推进回收再利用、自企业的含水分垃圾堆肥化等课题，并努力选择最佳对策。在此再次向受害者及有关人士、顾客及社会各界深表歉意，同时也希望得到各位的理解和支持。



朝日新闻 2003年11月5日

礼节等方面，除对800名员工外，还对约2,000名的小时工、约3,700名的从事招集会员业务的外勤员工进行了培训。我们在数据室的电脑输入输出、操作管理（彻底贯彻实行不将顾客数据公开给集团员工的规章制度）上采用了最新的安全保护模式。另外，为了防止万一由于系统故障而引起情报外流，我们预备了详细的手册指南，确立了统括集团整体的危机管理体制，这一做法领先于同行。



非常重视对“员工的教育”。因为无论有多么高度的保护体制，如果员工的职业道德低下，这个保护体制将没有任何意义。该公司从保护个人情报的重要性到法律知识、伦理、

\*1 2004年2月末  
\*2 (财)由日本情报处理开发协会审查、认定的“关于个人情报保护的事业者”的证明的标志。

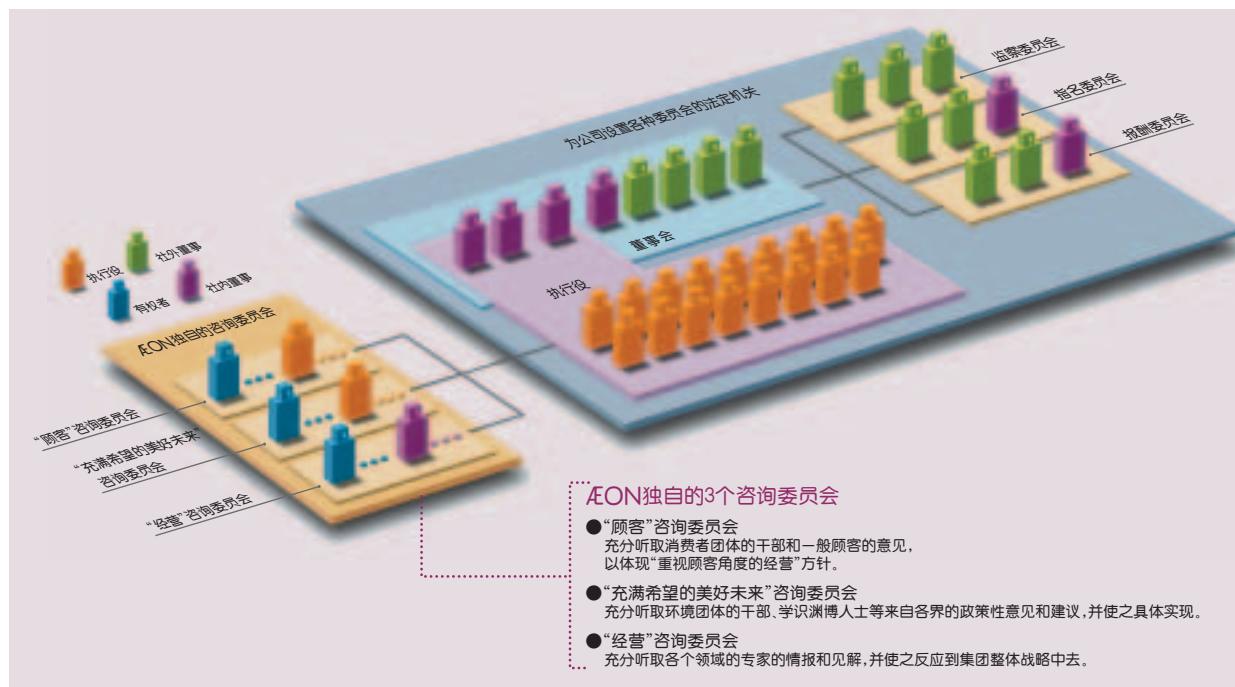
## 开放式经营的两大改革

### 为了互相推敲、互相提高， 构筑了更开放的经营转换机制

AEON的长期目标是在2010年名副其实地打入世界超市事业前10位的“Global 10”行列。

为实现这一目标，2003年度以国际水准的集团经营体制为基石，进行了两大改革。

#### 向更有效率、更透明的经营体制迈进——“公司管理体制改革”



AEON的核心公司AEON（株）于2003年5月过渡为“设置各种委员会的公司”。因为我们确信随着经营发展速度的提高，拥有更客观的视点，排除闭塞性、不透明性和暧昧性的经营方式是AEON必须迈出的一步。在内容上将经营的监督工作和执行工作完全分离，使其公正地各负其责。“董事”专门负责经营基本方针的决定和监督；“执行役”充分发挥曾属于董事会决议事项的新股份发行和人事等权限，使经营得到更迅速的发展。由于“执行役”随时受到董事会及与其处于协作关系的3个委员会（监察、指名、报酬）的检查，因此

使经营保持了高度透明性。另外AEON还将社内外董事会的人员构成定为相同比率，各4名，监察委员会的3名委员为社外董事，制定了比商法规定更加严格的体制。此外，为使来自各方面的客观性意见能够得到充分体现，还欢迎外部有识之士的参与，使AEON的3个“咨询委员会”顺利运转。与提高事业发展速度密切相关的职能分工、追究经营者自身责任体制的自主构筑，加之积极听取外部呼声的企划制定。公司管理体制改革就是AEON希望“成为让顾客和股东容易明白的公司”这一愿望的最好证明。

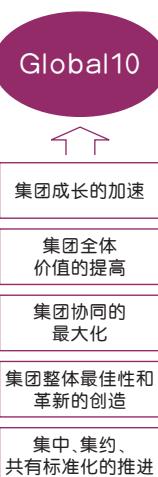
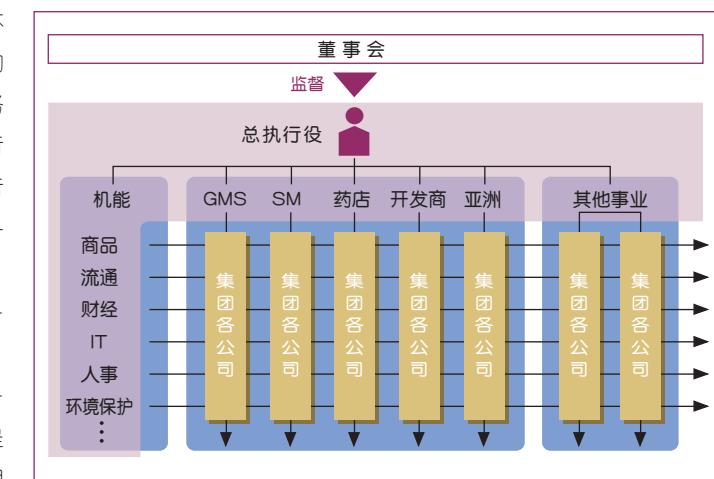
#### 力求实现相辅相成的最大效果——〈集团管理体制改〉

这是一个以Global 10为目标的另一个改革。即让AEON的综合能力得到发挥的集团管理体制改。GMS (General Merchandise Store) 事业、SM (Supermarket) 事业等AEON各事业在追求Best Practice的同时，加强各事业间的携手合作关系，创造出AEON独特的Group Synergy。

首先，共同享有集团各公司内部的成功经验，并使其体现到其他公司。在此基础上，综合几个不同的业种，建立别人无法模仿的地区战略。当然IT、流通、总务和会计等可以集约的部分就进行集约，以大幅度的合理化来推行EDLP (Everyday Low Price)。

AEON作为一个“Group”，一方面虽可发挥各公司的多样性，但另一方面一步走错就会变成一个失去效率的集团。这也是AEON的一个特性。当正确管理

这一特性的能力被培养出来了的时候，释放出的能量将是巨大无比的。AEON在尊重集团内各公司自主性的同时，从最适合于整体的角度出发，构筑经营战略，使大规模的利益得到相辅相成的发展，而所有这一切的最终目标则是AEON所追求的“顾客满意”。



#### 改革第一年度的现状与课题

要提高集团管理体制改的成果，有必要先将管理公开化。可以说，两个改革同时进行才会发挥其真正的价值。2003年度在不断推进IT、流通等集团经济基盘的建立的同时，SM “Max Valu”的深夜营业采用了发挥24小时便利店经验的“Ministop”

等，也开始出现了一些可以说是得益于信息共享化的实例。今后，AEON也将细心倾听来自公司内外的改善性建议，集结集团的总体力量不断取得更大的飞跃。



## 从透明性与伦理性透视AEON的“经营”方式

遵纪守法理所当然是AEON经营的基本准则。同时，AEON还秉持对所有顾客诚实真挚的原则，进行符合社会规范的经营活动。我们每一名AEON成员都是在这个基础理念之下开展工作的。另外，我们AEON人还积极与顾客携手，共同努力营造一个“更透明的AEON”。

## 国内外共同享有的集团文化

### 通过相互理解新的个性，创造新的商机



#### 与集团新伙伴MYCAL的联合经营

##### ● “AEON文化”相得益彰的效果

2003年11月29日，在日本国内经营VIVER、SATY等购物中心的MYCAL集团成为了AEON大家族中的一员。这样，AEON伞下的综合购物城（GMS:General Merchandise Store）、超市（SM:Super Market）在日本国内超过了1,000家。由此，AEON所经营的商品得到了充实，联合开展的减价活动，形成了更大规模的经营体制。同时，遵循AEON经营理念的经

营活动也在更广范围内得以实践。

此外，MYCAL伞下的各家公司所积累的经验和企业文化也给AEON注入了新鲜的血液，促使AEON伞下的各个公司更加确信要继续追求并实现“顾客第一”的信念。MYCAL的加入为AEON实现自己的经营理念带来了无比的推动力。在此推动力的影响下，所有集团成员以更加开放的经营方式开展多元化的合作，不缺乏相互竞争，也不忘相互切磋经营技巧，共同营造一个前所未有的“值得顾客信赖的AEON”。



#### 海外成员也遵循“顾客第一”的经营理念

2003年度，AEON在台湾、马来西亚、中国开设了新店铺，AEON在海外的经营企业达到了39家。这些企业聘用当地的员工，在为活跃当地经济发展做出贡献的同时，还致力于实现扎根于当地的经营方式。AEON为顾客提供安全的、可以放心购买的商品，这一经营理念通行世界。



员工人数(人)

(广东JUSCO) JUSCO中山君悦广场分店	390
(台湾AEON) JUSCO新竹分店	610
(Jaya JUSCO Stores) JUSCO Permas Jaya SC*	379
(Jaya JUSCO Stores) JUSCO Metro Prima SC*	487

\*SC(购物中心)

“持续就是力量。我们开店就是要一步一步地走，稳扎稳打”

加入AEON后首先感受到的就是“反复实践”的企业风气。MYCAL以前的经营方式是确定好了一个经营目标就一条直线地走下去。而AEON却是制定好一个目标后，在朝着这个目标前进的同时还不断听取周围的意见，对目标进行反复的修正，由此往往可以取得比原先设定的目标更好的成绩。对员工进行的教育也同样，不论是销售科长、小组长，还是临时工（小时工）都要接受几次意识教育。我本人就已参加过三次集体学习。这些学习已在员工们具体的工作中发挥出了效果。随着开会次数的增加，员工们变得越发活跃了，他们的意见更趋于顾客的立场。这就使我们改善经营的速度有了很大的提高。以前我们也把“顾客第一”经常挂在嘴边，而

AEON通过对企业员工的教育，为上至领导层到员工提供了一个如何具体实现“顾客第一”这一目标的突破口。这样，我们就有了经营的方向感。现在，我们店里一共有600名员工，每个星期天都会有一、两千人次的顾客到我们店里来。从这个意义上来说，我们店就像是一个小城市似的。我们店与当地居民、当地经济之间的关系就显得越来越重要了。我们希望的不仅仅是本店商品的畅销，还希望通过稳扎稳打的经营方式，不断改善经营，与当地居民融为一体，赢得消费者们的欢迎。

株式会社MYCAL  
茨木SATY店长  
堀田 茂



## 在经营上采纳公司内外的意见



### 第二期聘用的110名正在积极工作

#### ● “顾客副店长”制度

这是一个为促进超市与当地居民之间的交流而在JUSCO各店施行的制度。邀请普通顾客作为地方居民的代表担任当地JUSCO分店的副店长，任期为一年。“顾客副店长”既要站在消费者的角度对商品的品种、质量、店内服务等进行评判，对于不足之处提出相应的改善建议，对店员接待顾客的态度等进行监督，还需要在店内巡视，通过与顾客交谈，积极地听取消消费者的意見。另外，“顾客副店长”还可从员工一方积极听取他们对公司的意见，有利于营造一个良好的工作环境。2003年，又有11家JUSCO的分店开始实施“顾客副店长”制度，实施这项制度的已达43家。这项制度也得到了消费者的普遍欢迎，JUSCO在2003年招聘第二任“顾客副店长”的时候，全国共有1,000多人应聘。

筛选的结果，有110名消费者当上了“顾客副店长”（第一任“顾客副店长”为89人）。

\*第二期“顾客副店长”的任期是从2003年10月21日到2004年10月20日为止，任期为一年。

#### 根据“顾客副店长”的提议采取的经营改善例

\*[ ]内为实施店铺

◎鲜鱼销售柜台销售的半成品“鳕鱼火锅”，其味道和当地的特色菜“鳕鱼汤”相同，得知这一消息后，商店立即把商品名改为了“鳕鱼汤（鳕鱼火锅）”。[JUSCO山形南分店]

◎当地居民住宅的储藏空间都不大，所以店内销售保管时间长又占位置的五月娃娃（五月送给男孩的传统礼物）时，附上了保管箱的尺寸及照片，给顾客购买时提供了重要的参考，方便了顾客。[JUSCO品川临海分店]

◎过去，猪肉馅都采用的是200克一包的包装。但是，一包大容量饺子皮却标注需要250克肉馅。顾客副店长向JUSCO商品部反映了这一情况，为了使肉馅与饺子皮的需要量相匹配，JUSCO把猪肉馅的包装容量改为了250克一包。[JUSCO名古屋港分店]

◎解除店内“幼儿游乐园”玩具器械的危险性  
过去店内“幼儿游乐园”所使用的玩具器械都是硬塑料制品，这样的玩具容易破损，破损后的缺口容易给孩子带来危险。在顾客副店长的建议下，商店把所有的玩具都换成了危险性小的海绵制品。[JUSCO日吉津店]



### 将顾客购物的实际感受反映到经营工作中

#### ● 顾客股东

希望平时利用AEON的顾客也成为企业的股东来参与企业经营，从多方位营造真正立足于顾客的商店这一观点出发，AEON集团的各个企业都把自己的股票买卖的最小单位从过去的1,000股降为100股，给更多的顾客成为AEON股东带来了更大的可能性。



#### 股票买卖最小单位为100股的集团企业一览

- AEON(株式会社)
- Ministop(株式会社)
- AEON九州(株式会社)
- (株式会社)Diamond City
- MaxValu北海道(株式会社)
- (株式会社)AEON Mall(株式会社)
- MaxValu东北(株式会社)
- AEON Credit Service(株式会社)
- MaxValu中部(株式会社)
- (株式会社)AEON Fantasy
- MaxValu西日本(株式会社)



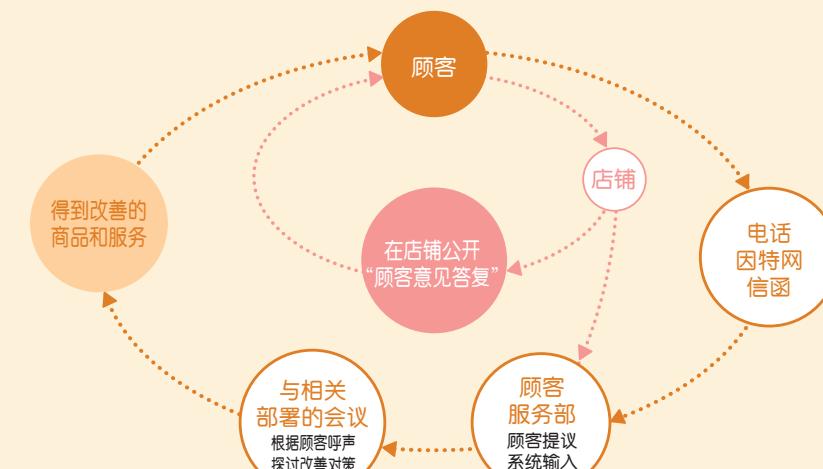
### 反馈到更多的顾客和员工

#### ● 积极利用意见

我们经常会收到顾客对服务的各种要求和建议，有时也收到顾客坦率的批评指正。在2003年，顾客们通过电话、信函、电子邮件，或者是在服务现场直接向我们的店员反映情况，给予了我们许多宝贵的意见和建议。我们认为，每位顾客的意见其实反映的是许

多顾客的共同呼声，每位顾客的提议都会使整个AEON的经营得到收益。所以，我们在因特网上设立了顾客和企业员工的电子公告揭示板，使它成为一个登载和记录来自顾客及员工们的意見和建议的数据库。同时，我们还在各个分店门前醒目的位置设置了“顾客意见箱”，对于从意见箱里收集到的顾客意见，都由各店店长、副店长亲笔书写回复，并把回复粘贴在设于店内的“顾

客意见答复栏”上，向所有顾客公开。我们认为，有顾客提出意见和建议正说明我们的服务仍存在有待改善之处，而每位顾客的意见和建议都有可能给我们提供新的商机。所以，我们把顾客的意见和建议都当作无价之宝。



## “顾客与AEON双方都以公开的方式，提出各种建议”

◎我本来就很欣赏“TOPVALU共环宣言”，而且我又住在附近，所以在商店招聘“顾客副店长”时，我就积极地报了名，最后有幸被聘用了。我觉得作为顾客副店长最难的一件事儿就是如何把握好自己所处的位置，顾客和店铺双方的立场都不能忽视。如果忽视了顾客的立场，那我们3个人就毫无存在价值了。通过这项工作以及与AEON的交流，我开始考虑参加一些环保或者是对社会有益的活动。（山口）

◎迄今为止，在我们的建议下店铺在许多方面都进行了改善，比方说在小孩专用洗手间里放置香皂、在停车场内也放置购物推车等等。坦率地说，这份工作干久了，不知不觉就会变得很容易站在商店立场上考虑问题，所以这份工作比我们原先想象的要难。我们店里共有3名顾客副店长，我们共同实施的顾客意见问卷调查，得到了顾客们积极的支持。我们深感今后还能为顾客提供更多的服务。（西尾）

AEON(株式会社)JUSCO品川Seaside分店 顾客副店长  
西尾妙子(右)  
山口美保里(左)



## 营造员工可安心工作的环境

力求为员工营造一个良好的工作环境，提高员工的工作热情



### 完善工作环境

为了给员工营造一个良好的工作环境，就需要对工作时间等各个项目制定明确的标准。AEON为了确保员工们的安全和健康，营造舒适的工作环境，店铺、事务所等经营单位每个月都定期召开一次“安全卫生委员会”，分店店长、事务总管、员工代表、工会代表都出席会议，讨论如何保持和改善工作环境。



### 企业内部教育制度

AEON为了给所有员工提供平等接受企业教育的机会，于2003年启动了一项名为“AEON航行”的企业内部教育制度，这

项制度反映出对一个处于成长阶段的人来说“教育是一个最好的福利”，这是AEON创业以来一直秉持的理念。不论是被聘用的新员工，还是管理阶层的经营者，都可以得到平等接受企业教育的机会。这个机会不会因在企业内部所处地位的不同而出现差别。



### 福利保健

AEON为使每个员工都能愉快地工作，积极采取措施改善工作环境和工作程序，并设置了员工休息室、吸烟室等设施。此外，为充实员工们的福利生活，调动员工的工作积极性，AEON还设置了名为“AEON美好生活俱乐部”的员工互助组



### 社区员工制度

AEON从2004年2月21日起开始实施“社区员工制度”。这项制度旨在创造一个公平的企业内部环境，确保企业内部人才能够长期工作下去。这项制度消除了国籍、年龄、性别、企业内地位等差别，贯彻以工作能力和成果选拔人才、奖励员工的原则。同时，这项制度还废除了正式员工与临时工的区分。把在某个特定地区固定工作、生活的员工称为“社区员工”，以他们的工作热情和工作能力决定他们的工作内容、职责和待遇。通过消除因区分员工而带来的职责或工作目标的差异、接受企业内部教育机会的差异、按资格录用员工机会的差异，即使是临时



工也有可能通过自己的努力被任命为中小型分店的店长。

### ●MaxValu东北(株式会社)所采取的措施

MaxValu东北(株式会社)在AEON集团企业中率先聘用临时工担任分店干部，制定了完全以工作能力招聘人才的公平的人事制度。至2004年4月为止，共有3名分店店长是临时工，还有500多名临时工被任命为各个部门的负责人。希望通过这样的制度能够尽可能地站在顾客立场考虑问题，提供满足当地顾客需求的商品和服务，从而使店铺受到顾客的欢迎、得到顾客的爱戴。

### AEON社会福利基金

AEON社会福利基金是于1977年9月在劳使双方的合作下设立的，基金旨在提高在全国各个福利设施生活的患有身体残疾或者精神障碍的重度患者的福利水平。现有38家集团企业加入了这一基金，按照员工每人每个月100日元的标准由劳使负担向基金提供资金，再由基金向有关福利设施捐赠设施费、志愿者活动费等等。2003年度，就向15个设施提供了设施费（平均每个设施100万日元），向320个设施提供了志愿者活动费（平均每个设施5万日元）。



在销售CD、DVD、图书、杂志的SCRUM工作的员工们

### ●让残疾人加入到经营的行列中来

为了向残疾人提供工作机会、创造一个残疾人也能与正常人一起愉快工作的工作环境，AEON(株式会社)与Abilities Carenet(株式会社)共同合作创建了Abilities JUSCO(株式会社)，并于1983年4月开设了销售书籍、杂志、CD、DVD等连锁零售商店“SCRUM”。“SCRUM”希望通过招聘残疾工作者，给他们提供一个展示自己能力的场所，为他们提供一个与正常人一样的愉快的工作环境。至2004年2月为止，SCRUM在宫城县、山形县已设立了4家连锁店。



“因为这位临时工女店长就生活在附近地区，可发挥出作为一名家庭主妇的威力”



MaxValu东北(株式会社)营业总部秋田营业部  
CSM县央地区负责人·将军野店店长  
笠谷加代子

店内的地位是临时工，而店内的职务却是店长，正是由于这是一项新的人事制度，所以在施行之初遇到了许多困难。现在，自己的经营决策立即在现场得到实现，我感到既担心又有趣。如果是正式员工担任店长，那么一般一到两年就会被调动到别的店铺，所以很难彻底了解当地消费者的需求。但是像我们这样的临时工担任店长，因我们就住在这里，不存在被经常调动的可能，所以我们能够彻底了解顾客的愿望，为他们提供优质的服务。（笠谷）

当初作临时工，就是为了能够自由地工作。所以想让我担任店长时，一开始我一口就拒绝了。但是后来经理找我谈话，告诉我这个店长不是一个摆设，而是希望我能够发挥出作为主妇深知当地消费者需求的优势，我就答应了。男店长一般难于主动与顾客交流，但是作为女性我可以站在顾客立场跟他们交谈，直接了解他们的意见，这就是我作为主妇、作为一个母亲担任店长的优势。（相马）



MaxValu东北(株式会社)营业总部秋田营业部  
CSM县南地区负责人·中仙店店长  
相马美津江

## 建立与地区息息相关的SC（购物中心）



### 尽量减轻环境负荷，使商店为地区发展做出贡献

2003年，AEON在大约20多个街市开设了购物中心。购物中心开张时，AEON所考虑的要素是什么呢？下面就以2003年12月AEON在群马县开张的AEON太田购物中心为例作一下介绍。



新开设店铺本身就会给环境带来一定程度的负担

→ AEON在新开设分店时与当地居民携手，在购物中心周围进行植树活动

AEON太田购物中心邀请了市内幼儿园等48个团体共3,500人一起进行植树活动，一共种下了适合当地生长的青栲、红楠等54种共计2万棵树木，购物中心用地内设置的蓄水池，也起到了调节周围生态环境的作用。



### 购物中心的目标是建立“无废弃购物中心”

→ 全店致力于削减垃圾废品、尽量使用无污染的安全材料

导入了如果不亲自对垃圾进行计量和登记就无法废弃的系统，以此来提高削减垃圾废品的意识，贯彻将垃圾分类废弃的习惯。从店内饮食小吃城产生的含水分垃圾都委托当地专业垃圾处理公司进行处理，使其成为农业肥料。店内设施也都尽量使用无污染的安全材料，比方说店内一楼地板使用的就是以回收CD为原材料制造的地板砖。



### 目的是活跃地区经济

→ AEON太田购物中心内部构成分为本地商店、国内名牌、在当地新开张的商店，各占三分之一

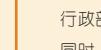
这是AEON追求的指标。AEON太田购物中心除了JUSCO外，还包括130多家专门店，其中承包给关东以北（群马、栃木、茨城）的约占30%，承包给第一次在县内开店的约占60%。我们的愿望就是为活跃地区经济作出贡献。



针对交通流量增大的情况，为缓解前来购物的顾客的交通堵塞状况采取了相应的措施

→ AEON太田购物中心设置了顾客专用停车场，共有3,500个车位

此外，为了避免前来购物的顾客的车辆造成一般道路堵塞的发生，在购物中心用地周围修建了外环道路。购物中心还与当地政府部门进行协商，在一般车道上分出了通往购物中心的左转车线，并在购物中心用地内设立了公共汽车站。



### 能为地区提供稳定的雇佣

→ 每个月接待大约100万人的AEON太田购物中心，就好像在太田市建设了一条新的街区一样

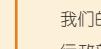


在AEON太田购物中心，正式员工和临时工共计2,400人，其中约占75%的1,800人都是本地人。

### 请把我们的购物中心当作地区居民交流的场所吧

→ 大型购物中心可以成为地区社团开展活动的场所

AEON太田购物中心设有节假日也不休息的行政服务中心、收集志愿者活动信息的非盈利组织NPO活动中心、消费生活中心等，店内的购物走廊中央还设置了邮政信箱，这些都受到了消费者的好评。



### “为了与地区共同发展，AEON太田购物中心从小事做起”

我们的开店计划决定后，每个月都与当地各区的区长、有关行政部门定期举行说明研讨会。在说明建筑工程进展情况的同时，也从他们那里了解到了许多顾客们对购物中心的期待和意见。我们这个具有高度社会公益性的都市型购物商业城由此诞生了。让蓄水池起到调节周围生态环境的作用也是在研讨会上产生的主意。你看，在蓄水池里放养的水鸭现在已经安家落户了，还孵化了小水鸭。我在工作间隙休息的时候就喜欢到蓄水池边去看一看水鸭们自由自在地游来游去。把购物中心的大厅作为为居民提供行政服务的场所，这在日本国内还是首例。大厅成为当地居民纳税申请、缴纳税金的场所。这不仅方便了顾客，对税务局来说也省去了设置临时

办公场所、聘请事务解说员的费用，给顾客与税务局都带来了方便。在购物中心的幼儿代管处和妇女服饰柜台的旁边设置的为孩子哺乳、换尿布的专设房间等也受到了顾客好评。前几天，一位顾客对我们说，自己的孩子在东京工作，以前孩子总是不愿意回家探亲，现在听说这里新开了这样一个丰富的购物中心，就表示想回来看看。通过这件事，我们深深感到，一个新设的公共场所对改善当地居民生活方式也会起到巨大作用。AEON太田购物中心希望从小事做起，不断采取新措施，完善自己的服务，使购物中心成为顾客们购物、进而享受生活的一个愉快场所，为地区经济的发展、改善当地居民生活方式起到积极作用。

AEON Mall（株式会社）AEON太田购物中心  
总经理  
下岸春雄





## 从商品和服务透视AEON与“社会”的关系

这几年,顾客与政府对生活用品的安全性提出了越来越高的要求。AEON对于包括私家品牌(PB: Private Brand)“TOPVALU”在内的所有商品和服务,都力争做到对顾客、对社会诚实信用,希望受到顾客与社会各界的欢迎。

## AEON积极开发“私家品牌”(Private Brand)

AEON的私家品牌是通过采纳顾客的愿望、在AEON的经营理念下独自开发出来的



AEON坚持确保安全、  
让顾客放心、诚信的原则

### ●AEON的私家品牌“TOPVALU”

AEON向顾客提供的食品、衣物、日用品等商品都是有安全保障的,我们希望为顾客提供一个可以安心的衣食住环境。AEON的私家品牌“TOPVALU”是应顾客的共同要求、由AEON独自开发的。现在,“TOPVALU”的三个系列品牌产品共有4大类,约1,700个品种。所有的“TOPVALU”的产品都是遵循AEON向顾客提出的“五项承诺”、在严格的质量管理之下生产出来的,能够使顾客在质量、价格、健康、环保等方面心满意足。

#### 1.肉类产品的例子

2003年,疯牛病与鸡瘟的流行给顾客消费心理带来了很大的不安。AEON在此期间为保证所有销售的肉类产品的安全性所做出的努力,受到了包括顾客在内的社会各界的好评。“TOPVALU”系列品牌“TOPVALU Green Eye”产品、



- 1 将顾客的意见反映在商品开发上  
通过请消费者试用不断提高质量和性能。
- 2 提供在安全性和环保性等方面让消费者放心的商品  
减少添加剂,尽量使用不污染环境的原材料和包装材料。
- 3 简明易懂地标注必要信息  
清楚地标注基因转换或营养成分。
- 4 以低廉的价格向顾客提供商品  
价格设定低于一般品牌。
- 5 保证让顾客满意  
万一有不能令顾客满意的商品,保证退款或换新。

#### TOPVALU的五项承诺

“塔斯马尼亚牛肉(Tasmania Beef)”是AEON在澳大利亚经营的“Feedlot”公司的牧场里、在严格的卫生管理和品质量检下生产出来的。这里的牛的饲料不含任何肉骨粉、转基因饲料、抗生素、生长激素,所以这里生产的牛肉是真正高品质纯天然食品,日本消费者能够安心食用,因此受到了日本消费者的欢迎。AEON在20年前就开始在澳大利亚生产高品质纯天然牛肉,这如实地表现出AEON为确保食品安全所做出的努力,也正是AEON得到众多顾客信任和喜爱的原因之一。

“以美味的商品价值支持  
新一代的农业食品”

AEON(株式会社)SSM商品总部  
农产品开发部部长  
高桥 勉

我所负责的农产品不是企业生产的,而是委托各个农户生产,

所以不管如何进行安全管理,作为个人总会出现疏忽遗漏。因此,为了获得消费者长久的信赖,AEON考虑不仅仅要明确农产品生产的流程,还需要采取新措施。比方说,我们在好几个地方县市已经开始对当地的农业发展提供援助,以确保当地农业发展的持续性。农业是当地经济发展的基础,所以我们通过援助的方式使当地所有农民都加入到保证农产品安全、推动农业发展的行列中来。这也能够使当地的农产品实

现品牌化,也给下一代继承农业生产提供了有力的保障。

“TOPVALU”在顾客当中的知名度越来越高,另一方面,“TOPVALU Green Eye”系列产品正是因为是食品,所以光靠知名度是不行的,还需要切实在食品成分和味道上赢得顾客满意。如何继续创造商品的价值是我们当前的主要课题。只要商品质量能够保证美味,并对健康有力,那么就会引起社会的共鸣。所以,我们希望以食品的质量来争胜负。



贯注我们的智慧和祈愿，为您提供在大自然润泽下生产出来的产品



## 2. 农产品方面所采取的措施

安全性。同时，AEON建立了《农产品数据管理系统》，这个系统的具体内容是，生产农户通过电脑、手机、传真等手段将自己生产的产品的农药或化肥的使用状况、农产品生长状况报告等信息传送到AEON管理总部，AEON对这些信息进行收集整理，并通过各个分店的宣传栏以及网页信息栏向顾客公开，这种方法对传送信息的农户来说也是简单易行且花费便宜的。AEON还邀请第三者对食品安全管理的整体系统进行监督，以保证食品安全管理系统的透明性与可靠性。

至2004年4月为止，AEON委托生产的签约农户数量在日本全国达到3,500家，这么多的农业生产者分散在各地，要对农产品进行统一的质量安全管理并不是一件容易的事情。由此，AEON制定了《AEON签约农户产品质量管理标准》，以保证蔬菜新鲜及水果类的

今后，AEON筹划着不仅仅是向消费者提供商品，还提供有关如何科学地安排饮食、如何作出美味的菜肴等方面的信息，为消费者的饮食安全尽力。



“ 在保证食品安全的前提下不断追求更好的食品的味道，我认为这是时代的要求 ”

我们家从江户时代起，连续十几代人都是从事农业生产的。所以比起其他农户，我感到责任更重。现在我们家有父母、妻子和我共4口人，冬天种胡罗卜，夏天种西瓜，秋天种番茄。以前我们家种的东西到底被送到什么地方出售，根本不知道。后来通过农业合作社（JA）成了“TOPVALU Green Eye”的签约农户。看到在AEON的销售柜台上摆放着自己生产出来的新鲜蔬菜时，能从心底感受到了自己劳动的意义，生产热情也更加旺盛了。食品关系到人体健康，所以生产食品的人就必须保证食品的安全。我认为今后在保证食品安全的前提下还要不断追求食品的美味，这毕竟是时代的要求。

常有人说当今的孩子们很少吃蔬菜，我觉得其中的主要



“TOPVALU Green Eye”的签约生产农户  
(千叶县富里市)  
筱原 弘安

## 3. 对商品的说明和包装所采取的措施

AEON积极开展自主检查工作，并公开信息，在食品包装上严格标识出食品原料中是否含有转基因成分或容易造成过敏的成分。

日本的《JAS法》（全称：《关于农林物质规格标准化及品质标识合理化的法律》）在2001年被修改后得以实施。修改后的《JAS法》要求加工食品如果使用了转基因原料，就必须在包装上予以说明。而AEON早在1999年就开始对自己销售的食品采取了这一措施。现

在，所有“TOPVALU”食品的商品包装上都以一目了然的符号对是否使用了转基因原料作了清楚的标识。除此之外，还在区别于一般原料说明栏的专门说明栏中对所使用的转基因原料作了详细说明。

对于容易造成过敏的食品原料，AEON对既有商

●名称：納豆 ●原材料：納豆（丸大豆（中国）、納豆菌）、添付調味料【たれ】砂糖、たん白加水分解物（大豆、小麦を含む）、しょうゆ（本醸造）（小麦、大豆を含む）、発酵調味液、食塩、醸造酢、魚介エキス（昆布、かつお、煮干し）（大豆を含む）、水飴、調味料（アミノ酸等）、酒精、酸味料（乳酸）【からいからし】食塩、醸造酢、酵母エキス、酒精、酸味料、香辛料、着色料（うこん）、ビタミンC、増粘多糖類、●内容量：納豆80g(40gx2個) ●賞味期限：袋外天面に記載 ●保存方法：冷蔵庫（10℃以下）で保存してください。

●販売者：イオングループ会社 J547 千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1

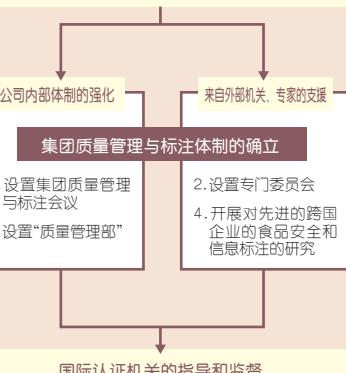
●原材料に「小麦、大豆」の成分が含まれています。 食品中的过敏物质信息

●納豆（大豆）：遺伝子組換えではありません。 转基因食品原料信息

\*表面上来看是透明的塑料袋，但是这种塑料袋使用的是与食品垃圾可以一起进行处理、埋到土壤中可以自行分解成无害的自然物质的新型材料。以下将介绍的江户川高中在课堂上也对这种材料进行了说明。

## AEON的食品标识及质量管理体系

将食品标注及质量管理体系导入经营体制中



“ 在高中的‘家庭课’这门科目中，介绍了‘TOPVALU Green Eye’ ”

◎以前在购买食品时只关注保质期，今后还要仔细看看是否有绿色食品标识、有无关使用农药的说明等。（菅田 AZUSA）

◎通过这堂课，我对农作物的认识有了改变。考虑到环境问题就等于是思考农作物的问题，同样考虑农作物的问题也就等于是思考环境问题。（江藤隼斗）

◎虽然我以前也经常遇到“TOPVALU”的商品，但是通过这堂课我对“TOPVALU”商品更感兴趣了。食物不仅仅是好吃，安全也非常重要。（饭岛诚）

◎我感到作为食品销售企业来说不仅仅是要追求经济利润，企业需要把购买食品者的健康作为最为重要的一点来考虑。关于这一点，特意来给我们作介绍的AEON公司的人非常了不起。他们真正是把这一点落实了，说这话一点儿也不是恭维。（永井夕贵）

◎本来吃食物是为了生存，但是如果吃了有害的食物就会事得其反。有害的食

物绝对不能流入市场。（余智成）

◎通过这堂课，对“Green Eye”所持的理念和为环保所采取的措施我都有了充分的了解。给我印象最深的是用马铃薯为原料制成的可以在土壤里自然分解成无害物质的塑料袋。关于农业、食物、环境和未来，这堂课使我学习到了并思考了许多东西。（坂本佳菜江）

◎我家附近就有一家AEON（JUSCO），虽然我常去，但是从来不了解他们为了保证食品安全竟然付出了这么多的努力。（松沼弘隆）

◎在听了这堂课以后，我产生了一个想法：想住在农村，自己种地种蔬菜。（伊藤香织）

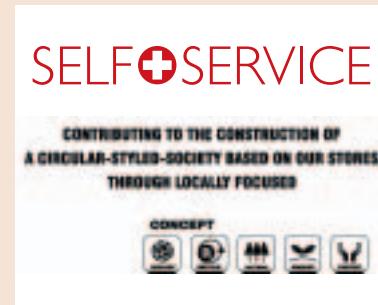
2004年3月，AEON有关人员在东京都立江户川高中以“食品安全”为题讲了一堂课。学生们听了这堂课以后的感想，我们作了介绍。

### 选择商品、使用商品和奉献社会逐步结合



服装衣料开始回收再利用

#### ● SELF+SERVICE



这就是“重视环境，享受时尚感觉”的AEON环保商店、SELF+SERVICE。本年度在10家JUSCO新设商店，使环保商店扩大到34家店铺。2003年度在店头开始实施了新的资源再利用系统。这是以削减服装衣料垃圾这一服装产业的重要课题为目的而实施的。SELF+SERVICE销售的Ecomate标志<sup>\*1</sup>商品废弃后由店头回收，通过与旧纤维业者和顾客的三者配合，逐步削减了年产100万吨服装衣料垃圾，积极地创造资源循环带的系统。

关于旧纤维业者方面，是和国内最大公司Nakano（株）合作，建立了可以对付更多种服装衣料的体制。从开始实施的2003年10月20日起<sup>\*2</sup>截至年度末的回收量达到约3,000件。为了进一步增加回收量，



SELF+SERVICE正考虑把回收对象扩大到Ecomate标志以外的纤维制品。目前正在探讨的是，针对回收服装衣料中的聚酯制品，利用帝人FIBER株式会社的化学再利用技术<sup>\*3</sup>，把回收商品作为原料进行新商品的开发。

并且从今春开始，计划跟销售有机棉以及自然染料Fair Trade商品的（株）Fair Trade Company开始新的合作。环保商店不仅销售利用回收原材料所生产的商品，而且还要发展为商品本身就可进行重新利用的商店。同时还向顾客提供可以广

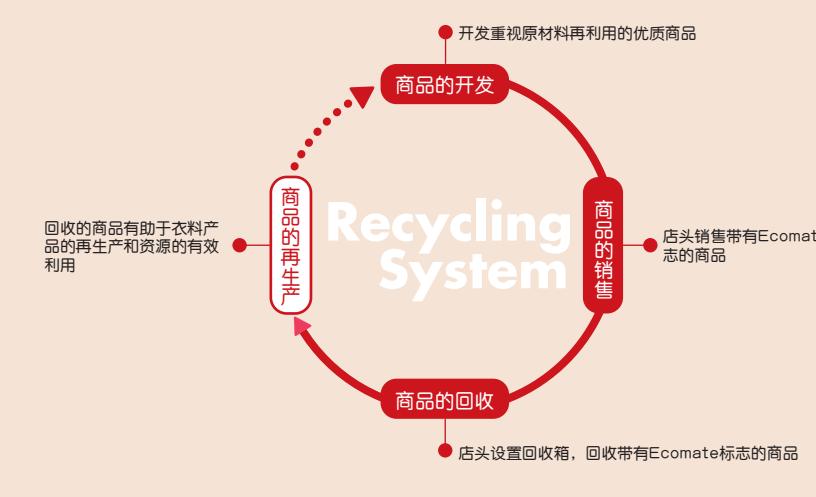


\*1 (社)日本服装产业协会认定的“可再利用设计商品”的服装上印制的标志。服装衣料的区别用标志更有利于回收。

\*2借用数字10和20所包含的“一圈两圈”的寓意，故设为“资源再利用日”。

\*3因能从回收商品中获得多种原料，再利用技术抑制了对石油的消费。

#### SELF+SERVICE 资源再利用系统



#### 顾客给予了我们机会

#### ● Fair Trade咖啡

“听说有一种叫‘Fair Trade’的消费者运动。能否通过开展这种活动，使AEON的店头成为市民参与奉献世界的场所？”这是在AEON21（参照第26页）征集改进建议活动时从顾客那里得到的建议。Fair Trade是从社会、经济不发达地区，以与劳动相应的价格持续购买商品和原料，其目的是为了支援生产者自立。在欧美，已有众多企业开展了这项活动。

根据援助计划和对生产地的现地调查结果，

AEON在（株）UNICAFE等的协助下，于2003年9月将印度尼西亚产的两种Fair Trade咖啡（粉）摆上了店头。此后由于受到媒体关注，还陆续收到了来自全

国各地顾客的有关垂询。现在通过AEON的网上商店就可以买到该产品。



报道“AEON从日本来视察”的当地报纸



(株)UNICAFE使用国际NPO“TRANSFAIR”认定的原料，Fair Trade咖啡上标有NPO标志（见上面的照片）



印度尼西亚 / Linton Organic咖啡企划成员



收到当地生产者用日语写来的“希望加深伙伴关系”的信函

“正因为困难，更要坚持下去”

开发Fair Trade咖啡最初源于AEON21征集改进建议活动时的顾客建议。我们认为在概念上理解了这项活动的含义，可是随着工作的深入才真正领悟到其中更深刻的内涵。购买咖啡豆不仅有助于生产者，对购买商品的顾客来说也应该具有价值。此外，我们在向生产者转达日本顾客的愿望的同时，也有责任对顾客说明购买该商品将

其他商品也能实施这项活动。（仲谷）

AEON（株）商品战略·TOPVALU总部  
TOPVALU部门经理  
**仲谷正员**

AEON（株）TOPVALU总部  
商品企划部SSM负责人  
**宫坂文人**



ÆON承担制造工序方面的说明责任



近年来，随着以因特网为代表的通信手段的发达，市民社会在世界范围内趋向成熟，从事全球性活动的企业行为越来越影响到劳动者、地区、股东的利益。在这种情况下，就要求AEON向顾客所提供之一切商品，不仅要安全、优质，而且今后还要承担说明该商品在制造工序方面情况的义务。也就是说可以随时向顾客说明该商品不

委托制造商工厂（世界24个国家、约250家工厂）



## ●进展情况

AEON于2003年5月面向“TOPVALU”的约400家委托制造商举办了说明会，要求供应厂商遵守AEON供应厂商CoC，同时确认委托制造商工厂并收领了供应厂商提交的遵守宣言书。同年7月在中国深圳、上海、青岛以及泰国曼谷为委托制造商工厂的负责人也举行了说明会，希望各工厂理解并遵守AEON供应厂商CoC。并于同年9月起，通过因特网向国外的工厂送交了预先问答卷，得到回答后再将评价结果通知客户和工厂。AEON通过这种方式把握各工厂尚未达到要求的具体情况，并开始实施由AEON所进行的监查和有关专门机关的监查。

今后还计划实施对国内的委托制造商工厂的监查。

今后还计划实施对国内的委托制造商工厂的监查。

ÆON供应厂商CoC(交易行为准则)内容要求

符合进行制造与供应所在国的法定社会责任标准。

遵守法令

符合该国的法律、法规

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| 1. 童工劳动 .....          | 禁止违法的童工劳动             |
| 2. 强制劳动 .....          | 禁止强制、囚犯、拘留劳动          |
| 3. 安全卫生与健康 .....       | 提供安全健康的劳动场所           |
| 4. 结社的自由和团体交涉的权利 ..... | 尊重从业员工的权利             |
| 5. 歧视 .....            | 不许因出身背景、信仰而歧视         |
| 6. 惩罚 .....            | 不许对员工实施残酷的惩罚          |
| 7. 劳动时间 .....          | 遵守有关劳动时间的相关法令         |
| 8. 工资和福利保健 .....       | 遵守有关工资以及福利保健的法令       |
| 9. 经营责任 .....          | 宣布遵守ÆON供应厂商CoC        |
| 10. 环境 .....           | 加强防止环境污染和环境破坏         |
| 11. 商业交易 .....         | 遵守有关地区的商业交易法令         |
| 12. 认证、监查、监视（监督） ..... | 接受ÆON供应厂商CoC的认证、监查、监督 |
| 13. 禁止馈赠 .....         | ÆON和供应厂商禁止馈赠礼品        |

#### ● 监查、监督体制

无论提出多么完美的改善要求并要求遵守，也必须有一套能够确认所提要求是否得以实施、现况是否得以改善的体制。  
AEON供应厂商CoC不仅提出改善要求事项，AEON与供应厂商双方还通过监查、监督体制，指导、督促委托制造商工厂

遵守AEON供应厂商CoC。

- 目标  
AEON和客户结为一体，负责对“TOP VALU”的委托制造商工厂的人权、劳动环境、劳动条件和环保进行企业说明，并通过改善工厂的劳动环境，向购买AEON商品的顾客提供“安全、放心、诚信”的服务。



#### AON销售的芦笋的出厂工序



SWIFT公司的员工

“就 AEON 供应厂商 COC ,  
泰国的 SWIFT 公司发来信函”

通过这次COC活动，我们对E.ON监督供应厂商和采购商的劳动环境的认真态度深感敬佩。E.ON的检查内容在各个细节上都考虑得非常周到。这种企业姿态和活动，以非常通俗易懂的方式使我们这样的相关企业，认识到不单是人权和劳动环境，公平的待遇以及符合伦理的环保政策也是至关重要的。

ÆON供应厂商CoC对保护我们的居住环境和实现生活致富必将发挥直接或间接的作用。同时我们坚信ÆON为全球商业界领先企业之一，在提高企业的伦理观方面无疑将产生巨大的影响。

The corporate policy of AEON, the mission, and the auditing have created direction and awareness, not only on human right and working environment, but also on fair treatment to all as well as other ethical and environmental safe-guarding practices of the business entities that supply goods and services to AEON.

The policy will directly and indirectly create a gentler and better world that we are all live in. As one of the leaders in the corporate world, A&ON has a great impact in its call for ethical business practices.



**Paichayon Ua-Thaveekul**  
Chairman(right)  
**Paphavee Susavyvat**  
Managing Director(left)

来自顾客的建议，是推动ÆON发展的宝贵动力



### 顾客所创造的理想的ÆON

#### ÆON21征集改进建议活动

以“顾客第一”为经营理念核心的ÆON，时刻希望能够与顾客共同思考、行动，实现“充满希望的美好未来”。向顾客和员工征集建议的ÆON21征集改进建议活动正是为了实现上述目标而开始的。这一活动从公司名称由“JUSCO”改为“ÆON”的2001年开始，到2003年已实施3年了。第3次的活动主题是“如果有这样的‘商店’、‘服务’、‘商品’就好了。”



要是‘ÆON’变成这样就好了”，针对

这一主题，来自顾客的建议共有23,644条，来自员工的提议共有120,685条。特别是顾客提出的改进建议数量达到上次的两倍以上，由此可见顾客对这一活动的关注程度之高。

在迄今为止所征集到的建议中，“风味大师”、“顾客副店长”等制度（参照第12页）都已付诸实施。对ÆON来说，如何使顾客的日常生活变得更为丰富多彩是比什么都重要的使命。今后ÆON将坚持倾听顾客的呼声，努力把ÆON创造成

顾客心目中最理想的商店。

#### ● “风味大师”

与全国各地承继乡土风味的生产者合作，在ÆON的商店里出售当地特产，继承和发展地区传统饮食文化。以此为宗旨而开展的介绍“风味大师”活动，是以第一次ÆON21征集改进建议活动时顾客提出的建议为开端而实施的。截至2004年1月6日现在，172种产品通过了严格的审查，从黄酱、酱油到茶叶、纳豆、魔芋等多种名优产品深受广大顾客的喜爱。

这一活动受到农林水产省综合食粮局所主管的地区食品认证标准调整委员会的高度评价，“风味大师”事务局的负责人被任命为该委员会的委员。预计今后还将扩大这一活动的规模，进一步为振兴地区经济做出贡献。



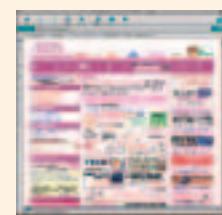
#### CS明星

通过员工的推荐和顾客的表扬评选出的ÆON“CS明星”。亲身实践了“顾客第一”精神的员工被授予了这一称号，2003年度共有1,948名员工受到了表彰。



#### 充实网上购物

函购网站中拥有最大级的利用者数的“aeonshop.com”经过翻新，更加方便顾客使用。新增设的内容，包括开设了介绍电视广告宣传商品内容的栏目、增设了以对话形式解决顾客所咨询的问题的功能等等，从而使顾客更便于利用。



#### ● 托儿所

有时想从孩子身上解脱出来，充分享受一下购物的快乐。为了满足母亲们的这一愿望，部分店铺里增设了托儿所。截至2003年3月现在，已经有29家店铺开设了托儿所。

“希望能向各年龄段的人宣传‘日本的饮食文化’”

“风味大师”  
群马YAMAFUJI总店 手工生产魔芋工房 代表  
佐佐木 信也



被称为魔芋产地的下仁田由于机械化的普及，手工制作的商店只剩下我们一家了。作为日本特有的饮食文化的魔芋生产正濒临危机。比如说所谓“妈妈的家常菜”之所以受人喜爱，主要就是因为那是妈妈亲手制作的独特味道。无论对商品有多么自信，让别人从中体验到你的真诚是非常困难的。从这一点来说，参加大企业所举办的像介绍“风味大师”这样的活动，比起我自己到处宣传“我们的魔芋非

常好吃”更具有说服力。事实上自从在ÆON销售以来，来自顾客方面的咨询大大增加了。同时店里所举办的手工制作魔芋教室在这3年共接待了1,500人，使我们与各年龄段的人有了广泛的接触。今后如何向这些人介绍魔芋的历史和文化将是一个非常重要的课题。因为是否理解商品的价值将会直接影响到对价格的评价。每当顾客想再次品尝而光临小店的时候，也是我感到最为庆幸的时候。

“有时对顾客的选择提出不同意见，也是一个非常重要的服务”

(株)Mega Sports 营业总部 熊谷·太田地区负责人  
地区经理  
实成 信



站在顾客的立场上接待顾客是我们的服务宗旨。虽然备有服务指南，但上面只记载了“顾客第一”这一基本精神，而具体接待顾客的方法则在于个人的创造性。就我而言，我最基本的做法就是寻找适合顾客的商品并推荐给顾客。因此在顾客觉得“虽然大了一点也勉强可以了”，并决定购买的时候，我反而会劝告顾客不要购买。特别是跑鞋，如果尺寸不合适，还容易引起脚部受伤……。

由于我的做法深得顾客满意，被调到千叶的ÆON成田店后，在神奈川县秦野店认识的顾客还特意来店里找我，虽然顾客解释说是偶尔路过的，但实际上经电话确认我上班后才来的。那一次使我真正体会到从事这个工作是多门幸福。

## 通用型设计方式的推进

目的是成为让所有顾客都感到方便和舒适的AEON

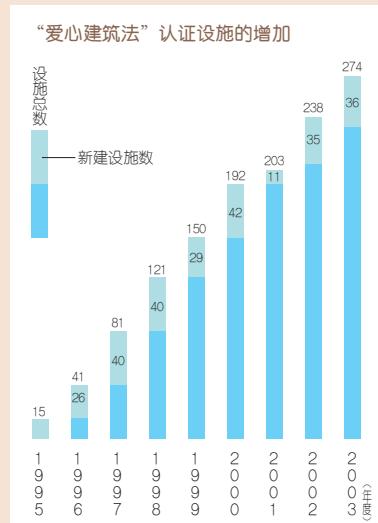
AEON的目标是成为一个更加完善的公共场所，所以积极地引进通用型设计方式，“让所有顾客都能方便和舒适地利用”。为此，不仅仅要推广设施的无障碍化，还要力图提高服务质量、员工素质。

### 1. 店铺和设施力所能及的



在2003年度有36家店铺获得了爱心建筑法\*认证。此外还制定了AEON独自的“AEON爱心建筑设计标准”，营造一个为顾客提供周到细致服务的商店。

\*为了加快建设便于老年人、残疾人利用的设施而制定的有关建筑标准的法律。已于1994年开始实施。



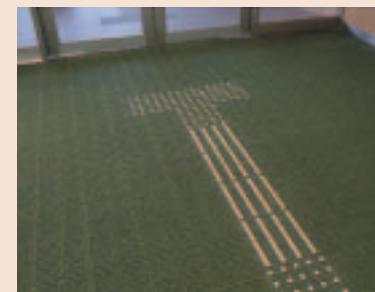
■本页的照片摄于Diamond City Hana (京都市)



备有可供租用的轮椅和可装在轮椅上的购物车



店铺的入口处装有内部对讲机，在需要照顾时可以直接呼叫店员



尽量减少地面的高低不平，很多地方都使用了令人舒适的地毯



根据顾客提出的“拥挤时轮椅行动不便”的意见，设置了轮椅顾客优先电梯



为了提醒司机注意，轮椅使用者专用停车场、步行者通道的标志设置都非常醒目

### 2. 理解和认识的功力

●贯彻执行残疾人辅助犬法  
2003年10月，规定所有非特定多数人员利用的设施都要有接受导盲犬等辅助犬义务的“残疾人辅助犬法”开始全面生效。AEON在法律生效前的2002年9月就开始在全店铺范围内着手整修。2003年度37家店铺为支援导盲犬的训练、普及而开展了“导盲犬训练支援募捐（1989年开始）”和“残疾人辅助犬（导盲犬）运动（全国导盲犬设施联合会主办）”。

### 右侧的宣传画

用于对员工的教育

赞助

特定非营利活动

法人日本辅助犬

学会



厚生劳动省的宣传画

### 3. 人人力所能及

●员工的帮助

在2003年12月开始营业的AEON太田购物中心（参照第16页），咨询柜台的全体员工都接受了哑语培训。此外，其他店铺的员工也通过学习轮椅的使用方法以及对视觉障碍顾客的照料方法，提高了服务质量。

## “让残疾人专用停车场名副其实”

在购物中心的人口附近设有可停放20辆车的残疾人专用停车场，但是一般顾客也常在此停放车辆，使专用停车场不能发挥效力。使用轮椅的顾客在上下车时需要更大的空间，其困难程度是一般的正常人很难想象的。虽然知道是残疾人专用停车场，却简单地认为“稍停一下也没关系吧”，就随便地把车停放在那里了。因此，今年我们决定开展名为“我不把车停放在残

疾人专用停车场”的活动。此活动内容是由男鹿市的渡边幸哉先生所倡导的推广普及残疾人专用停车场的运动，我们购物中心决定赞助他。我们希望通过这一活动为轮椅使用者和正常人提供交流的场所，以此来宣传残疾人专用停车场的重要性。具体的做法是由购物中心提供开展活动的场所，并在多方面提供援助。我们期望通过增进相互之间的理解，能够推动残疾人专用停车场的有效利用。

AEON Mall (株) AEON秋田购物中心  
总经理  
藤原雄三





## 从店铺到地方直至整个地球的AEON与“环境”的关系

在国内外广泛分布的AEON的店铺。所有这些店铺对AEON来说都是重要的商业网点。同时每个店铺又是与顾客及当地居民共同探讨“力所能及的活动”、相互交流、共同行动的重要场所。

### 以植树活动为主题的社区建设

2003年在60处新植树木31万棵。让我们一起种植更多的树木

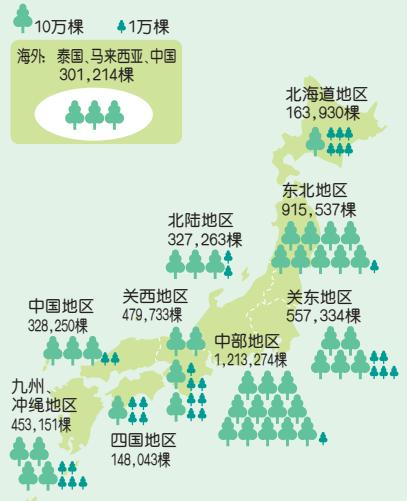


#### 孕育对未来的憧憬、对地区的感情

##### ● AEON营造家乡的森林

AEON多年来以SC（购物中心）的院内为中心，坚持与顾客共同开展植树活动。我们的目标就是让新建的SC成为充满绿荫的店铺，成为与地区环境融为一体的一

AEON营造家乡的森林地图（截至2004年2月20日）



公共交流场所，进而让孕育绿色的爱心

从儿童开始一直扩展到全世界。树苗的选定从活动伊始就邀请横滨国立大学的宫胁昭名誉教授给予指导，采取了将当地的数十种树苗混合栽种，使其遵循一种竞争成长的方针。

植树活动不仅局限于国内，而且在国外的AEON店铺和物流中心也得到广泛开展（最早开始植树活动的是1991年马来西亚Jaya JUSCO Stores Bhd.的马六甲店）。至今共在411个地方植树约489万棵。最近当新的店铺还在建设之中就会收到“什么时候开始植树”的询问，

希望参加植树的要求越来越多了。

另外，以每年4月下旬的“绿色周”为中心，各地的店铺和居民共同开办观察树苗的成长、剪枝和除草的“育树节”。2003年度在125个店铺举行了这一活动，各地居民都踊跃参加。

除此以外AEON还以多种形式，在许多地区通过植树、森林再生活动保护环境（请参照本册第40页及下列网页）。计划今后不仅局限于店铺和设施，还要进一步拓宽视野，为地区营造森林、保护环境活动尽力。

#### 累计植树棵数推移图（单位：棵）



“ 和当地居民共享‘植树的喜悦’ ”



◎我自己在家常摆弄菜园和庭院。但和顾客一起参加这样的活动，使我感到是与当地居民共同建设店铺，所以分外高兴。我的主要工作是向顾客分发准备好的树苗。每位顾客都牢牢记下了自己所栽种的位置。在店铺开始营业的同时，大家也种下了属于自己的美好记忆，这真是令人难忘的一天。

◎或许是由于我做过促销工作，所以坦率地讲最初认为这只是“借环境问题吸引顾客”的一个策略。可是亲身参加了这项活动后，看到大家生气勃勃的面容，我也开始觉得栽种树木是多么令人愉快。特别是看到孩子们那幸福的笑容、他们父母那喜悦的表情，也使我沉浸到幸福之中了。再过十年，这个店将深深扎根在这里……。我盼望着早日能将这段体验讲述给自己的孩子。

(株)Diamond City  
SC营业部  
松本智幸



Reform Studio (株) Magic Machine  
Diamond City · Hana 五条店 店长  
铃木义明

## 加强顾客与ÆON关系的活动

“每月11日(ÆON日)”都是一个新开端。我们的理念永远不变



深入到地区和顾客之中

### ●ÆON日

以2001年8月更改社名为契机，ÆON将每月的11日定为“ÆON日”。以Ecology（环境）和Local（回报地区）为主题，作为地区的一员与顾客共同开展多种活动。ÆON通过“ÆON日”开展的将购物总金额的1%回赠地区义务团体的“ÆON幸福的黄色发票”活动，以及员工义务清扫店铺周围地区的“ÆON清洁道路”活动，密切了与地区的关系。每一名员工都把这一天作为重温“顾客第一”的精神并付诸于行动的日子。

### ●ÆON幸福的黄色发票活动

在每月11日的“ÆON日”举办“ÆON幸福的黄色发票”活动，其内容是与顾客共同支援以地区为基础开展义务活动的义务团体。现在活动范围已经扩展到全国的ÆON店铺。

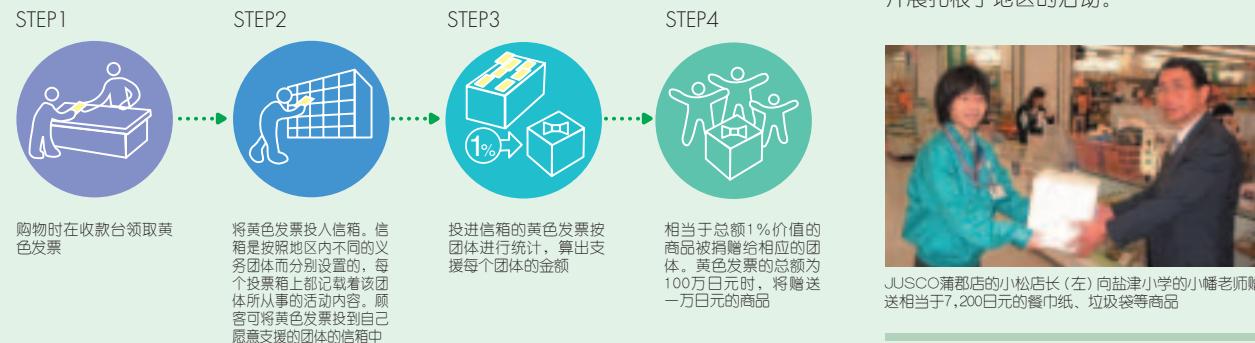
具体的活动内容是，顾客把“ÆON日”购物当天收到的黄色发票投入店内的专用信箱，这样相当于发票总额1%价值的商品就会被捐赠给当地的义务团体。通过向义务团体捐赠义务活动所需物品，从而实现回报地区居民的目的。



2003年度投函的发票总额约为55亿2,109万日元。相当于上述金额1%的价值5,521万日元的商品被捐赠给8,005个义务团体\*。

此外，“ÆON幸福的黄色发票”活动从2001年开始到2004年2月为止，在ÆON集团的14个公司中施行，共向16,887个团体（累计团体数）捐赠了价值1亿1,342万日元的商品。今后ÆON将进一步通过“ÆON幸福的黄色发票”活动，加强与当地顾客间的联系纽带，提高对义务服务活动的认识。

\*上半年和下半年的合计团体数



JUSCO蒲郡店的小松店长（左）向盐津小学的小幡老师赠送相当于7,200日元的餐巾纸、垃圾袋等商品

### ●ÆON的清洁活动

ÆON从1991年4月起坚持开展名为“清洁和绿色活动”（ÆON各个公司员工的义务清扫活动）。主要是对公园、河岸边的公共设施和周围地区进行清扫。与此同时，从2002年1月11日起，还开展了与国土交通省的“支援义务项目”\*相配合的“ÆON清洁道路”活动。这一活动主要是清理以店铺周围的主干线公路为主的人行横道、立交桥和地下通道的垃圾，

以及清扫植树地带。

另外也有一些店铺、事务所参加当地政府组织的“Adopt a Road Program”的清扫活动。通过清洁活动，ÆON再次向公司内外宣传了与当地居民共同实现地区的发展和提高文化生活水平这一基本理念。今后ÆON将更加珍视行动规范中的“顾客第一”的价值观，作为良好的企业市民广泛地开展活动。

◎在151处开展了“ÆON清洁道路”活动



冲绳  
11个

\*“支援义务项目”按国土交通省各地方的整备局分别登记清扫场所。



## “为少年儿童活动提供各方支援”



2003年8月，在大泷岐青少年旅行村举行的“高年级野营”的一个场面。为了在惯例的烹饪比赛中获胜，孩子们挑战并不熟悉的烹调制作。此外，还举办了体育竞赛、比试胆量等活动，度过了愉快的4天3夜

本中心向少年儿童提供利于他们成长的生活体验和观赏体验的机会，还参加了让少年儿童积极参与社会活动的MIE儿童热线\*等面向所有儿童的公益活动。另外，根据最近的社会状况，还开展了育儿支援服务活动。各大企业也对我们予以支援，“ÆON幸福的黄色发票”活动所得到的复印纸就被利用于宣传活动。

\*18岁以下儿童使用的专用电话。无论是烦恼还是咨询，对电话内容不加以限制。接电话的则小到高中生，大到25岁左右的青年。

特定非营利法人  
松阪儿童NPO中心 理事长  
**金谷惠子**

## 与顾客共同进行的体验活动

笑得开心，感动，然后学习。这都能成为孩子们的力量



### 为了宝贵的孩子们

#### ● AEON“儿童ECO俱乐部”

为了给肩负未来的孩子们提供学习环境的场所，环境省在1995年提倡“儿童ECO俱乐部”，深入地区支援他们的环保学习和实践活动。赞成这个主张的AEON全体员工积极推进AEON“儿童ECO俱乐部”活动。2003年度138个俱乐部、3,314个孩子们和354个支援者，以全国各地的AEON为据点展开了各种各样的活动。



稍带紧张的表情接受江岛·下关市长鼓励的AEON安冈儿童ECO俱乐部的成员



调查水田里的生物  
AEON(株)JUSCO土岐港店

8月6日在秋田县仙南村举行。气温30度以上的暑天，共有46名调查员寻找青蛙和鱼等。



有度山的植树活动  
AEON(株)JUSCO清水店

在前年春天种植的“AEON儿童ECO俱乐部森林”里，换植了树苗。享受了大自然的风光。



秋田的大自然观察会  
Maxvalu东北(株)

为了让孩子们了解秋田的大自然，在红叶盛开的10月里举行。孩子们高兴地采红叶、检毛栗。



体验插秧、割稻

AEON(株)关东公司5家店铺  
JUSCO平川NEW TOWN店、JUSCO AEON岐阜店、  
JUSCO成田店、JUSCO横取店、JUSCO高松木戸店  
由AEON“儿童ECO俱乐部”和“花卉绿色农艺财团”共同举办。32名孩子参加了自然古代米、黑米的插秧和割稻活动。



观察鸟类  
琉球JUSCO(株)JUSCO那霸店

11月23日，在那霸市环保科的协助下，共计23名参加。手持望远镜观察水鸟湿地中心的鸟类。



孩子们对环境的研究  
Maxvalu北海道(株)

趁鲑鱼逆流而上期间，在瑟似发寒川举行了“观察鲑鱼”活动。很多孩子们享受到了接触大自然的快乐。



当地河川清扫活动  
AEON九州(株)JUSCO唐津店

以“让玉岛川成为鲑鱼畅游无阻的河流”为口号，清扫了河川。孩子们认真地从河底将垃圾捡上来。



参观新大吕发电站  
AEON(株)JUSCO鸟取店

访问水利发电站，学习水流产生电力的原理。孩子们双眼炯炯发光，关注着木炭电池的实验。

### ● “5 A DAY”活动

为了实现健康的饮食生活，AEON提出了“5 A DAY”活动。每天5盘指的是鼓励孩子们每天吃5盘（1盘70g）蔬菜和200g水果的改善饮食生活的活动。AEON还将此项活动扩展为饮食教育活动。包括以小学生为对象的“饮食教育体验学习会”、以父母孩子为对象的“收割体验旅游”、由营养师在店头实际演示健康食谱“Let's 5 A DAY”等。

“饮食教育体验学习会”通过五官让孩子了解学习饮食平衡的重要性。至2004年3月为止，在全国19个地方曾经举办过。有1,000多名孩子参加了这项活动。“收割体验旅游”就是去店里所销售的蔬菜、水果的产地，通过收割这一体验活动来与生产者进行交流。每年都招待近1,000名左右的成员。此外“Let's 5 A DAY”活动还在店头实际演习健康食谱。



饮食教育体验学习会／不用菜刀，而用安全的方法做了蔬菜色拉，并享用了当地收割的时鲜蔬菜

“肩负未来的孩子们，请尽多地接触大自然吧”

为了让各加盟店更多地了解饭盒、饭团中所使用的低农药栽培大米的好处，Ministop(株)每年都举行“低农药栽培稻米旅游”活动。今年迎来了第5个年头。

2003年度由于签约农户的大力协助，举行了5次旅游。通过插秧、割稻等农活，了解农户的苦心，从参加者那里得

到了好评。另外生产农户也高兴地说“能听到店里销售人员的意见，生产劲头也高了”。双方由此加深了交流，起到提高质量的效果。

另外参加此旅游的基本要求是孩子家长要同行，这在孩子们与大自然接触中起到了很重要的作用。从这个年度起，招募对象将扩大到一般顾客。让更多的孩子了解在大自然中学习的重要性。

\* 详情请参阅“Ministop环境·社会报告书2004”的第20页。

Ministop(株)商品总部  
米饭·面条·面包商品部部长  
竹本龙治



## 店铺开创的环保活动

和顾客携手，坚持开展力所能及的活动



### 为了保护珍贵的资源

- 自带购物袋运动（减少店铺提供的免费塑料袋）
- 免费塑料袋是用石油做成的，购物完毕后就成了垃圾。AEON从1991年起提出“和顾客携手节省资源”，开始了自备购物袋的活动。不仅能减少垃圾，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。

#### 《自己的购物袋、自己的购物篮》

作为减少免费塑料袋运动的一环，推售“自己的购物袋和自己的购物篮”。不使用店铺提供的免费塑料袋，将买好的商品装入自带的购物袋或购物篮的做法深受好评。“自己的购物袋”在2003年5月改为新设计。另外由顾客提议而实现的“自己的购物篮”使用数量已达539,353个\*。

\*累计期间为 2001年6月1日~2004年2月20日



随着回收量的增加，很多没冲洗的容器和不同材料的容器混杂在一起，因此在2003年度，为了容易区别能回收的容器，在回收箱上贴上了说明标志。今后AEON还将和顾客携手推进回收再利用活动。



### 减少免费塑料袋的具体措施

- 1 请顾客自备购物袋，以减少使用免费塑料袋。
- 2 销售“自己的购物袋、自己的购物篮”等相关商品。
- 3 适量提供免费塑料袋，以减少其使用量。
- 4 将免费塑料袋重量减轻10~20%。

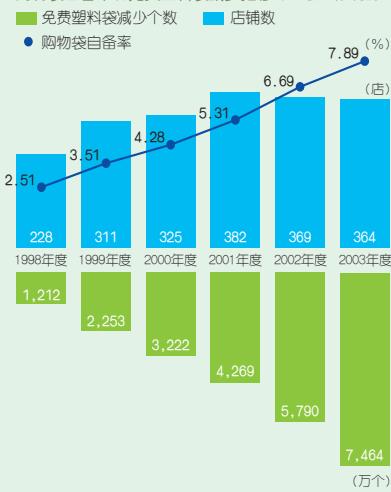
### 节省资源的效果(以AEON(株)为例)

节约了约合12,897桶(每桶200l)的石油。

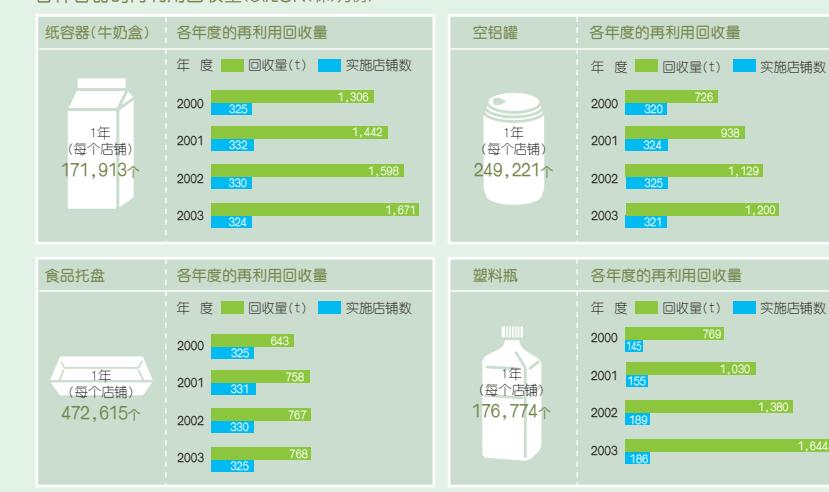


计算式 / 根据APIME(欧洲塑料制造协会)的试算，生产1,000个塑料袋所需消耗能量若以石油换算，大约需要32kg。2003年度所削减塑料袋数量4,639,704个  $\times 0.032kg = 2,388,441kg$   
若石油1kg=1.08 l (参照日本通商产业调查会《来自未来的能源的警钟》，2003年度的石油削减量为2,388,441kg  $\times 1.08 l = 2,579,516$  l  
 $2,579,516 \div 200 = 12,897.58$  桶

### 购物袋自备率和免费塑料袋减少推移(以AEON(株)为例)



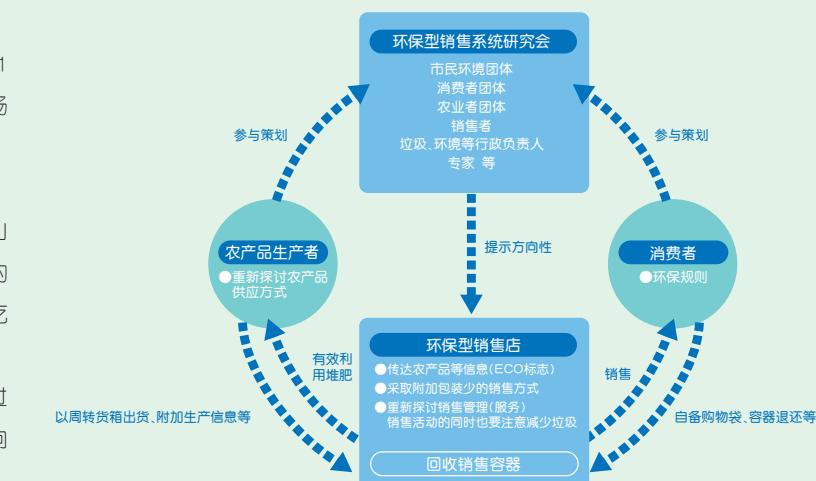
### 各种容器的再利用回收量(以AEON(株)为例)



### 实行环保型农产品循环系统

- 在京都实验本地产、本地销活动
- 从生产到流通、销售、消费、废弃为止，每个流程的主体都有意识地将所有过程有机地连接起来，由此环保型农产品环境系统才开始发挥效果。AEON也参与了以京都大学研究生院教授植田和弘(环境经济学)为首的、包括消费者、NGO、贩卖店、行政、农业生产者等有关人士策划设立的“环保型销售系统研究会”。为渗透环保型农产品循环系统，自2001年开始，从生产、流通、消费各个现场都开始力所能及地进行一些社会性实验，主动提供流通、销售场所。

“时鲜的东西对身体有益”、“生产地和消费地离得近，运输、保管所消费的环境成本就会降低”等社会价值观念。以JUSCO东山二条店所实施的“当地食品、当地吃法、当地消费”为开端的当地产、当地消的试行办法，现在在市内JUSCO的四个店铺也已展开，作为环保型农产品循环系统的新提案受到了广泛瞩目。



## “消费者、NPO、贩卖店、行政、农业生产者携手制定环保型销售系统的规则”

为了实行环保型销售，不仅贩卖店本身改进了就行，生产者也要生产环保型农产品，将环保信息附加到农产品上，然后再出货。消费者通过这些信息，评价这些农产品对环境、对自己的健康是否有益，然后才购买，以此支持农户。

为了使这个循环运作起来，用什么方法提供什么样的信息才行呢？这就关系到市民、消费者、农户、环保团体、行政、贩卖店、大学等各种主体都要拥有一个共识和信息。在环保型销售系统研究会上，



环保型销售系统研究会代表  
京都大学研究生院教授(环境经济学)  
植田和弘

## 店铺开创的环保活动

在日常业务中也不忘做出积极的贡献



### 二氧化碳(CO<sub>2</sub>)排放量和垃圾的削减

#### ●防止地球暖化的企业活动

防止地球暖化活动的开展已超越了国家和地区范围。地球暖化的到来比想象来得快，不用说已到了急需着手对付的时候。对我们AEON来说，减少二氧化碳的排放量，以至防止地球暖化已被定位为集团的共同课题。在此认识基础之上，2003年度为了减少二氧化碳而展开了各种各样的活动。将暂停车时也关阀门运动日常化，平时就注意随时关灯，因“自己的购物袋”的普

及而减少使用免费塑料袋等等，通过日常活动中的一点一滴的积累，的确减少了二氧化碳的排放量。

#### ●在澳洲的植林事业

AEON为了确保二氧化碳排放权，从2003年度起开始在澳洲的阿德莱德(Adelaide)地区出资参与共同植林事业。这一事业就是每年在1,000公顷的“牧草地”上种植澳洲原产的桉树，10年内植树总面积要达到1万公顷。

通过这一植树造林事业，AEON不仅确保了二氧化碳的排放权，而且为保护森林资源、防止盐害、复兴当地经济作出了很大贡献。

为此，AEON利用引进可再次利用燃气轮机排热的“发电机废热供暖系统”、综合

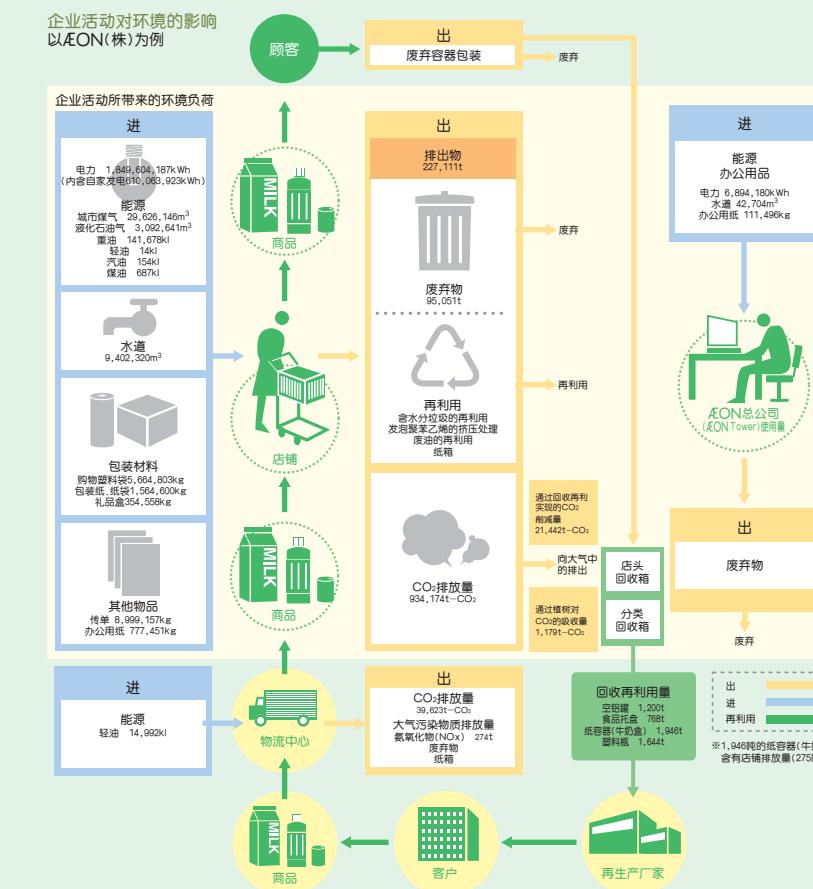
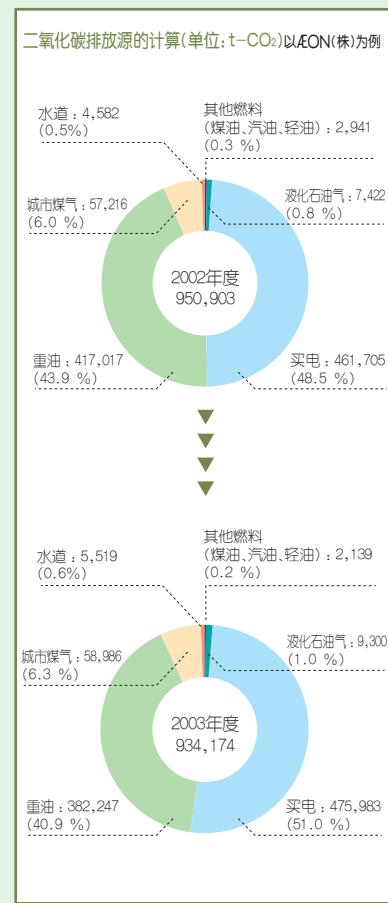
节能系统来努力推进节省能源的活动。

#### ●减少废弃物

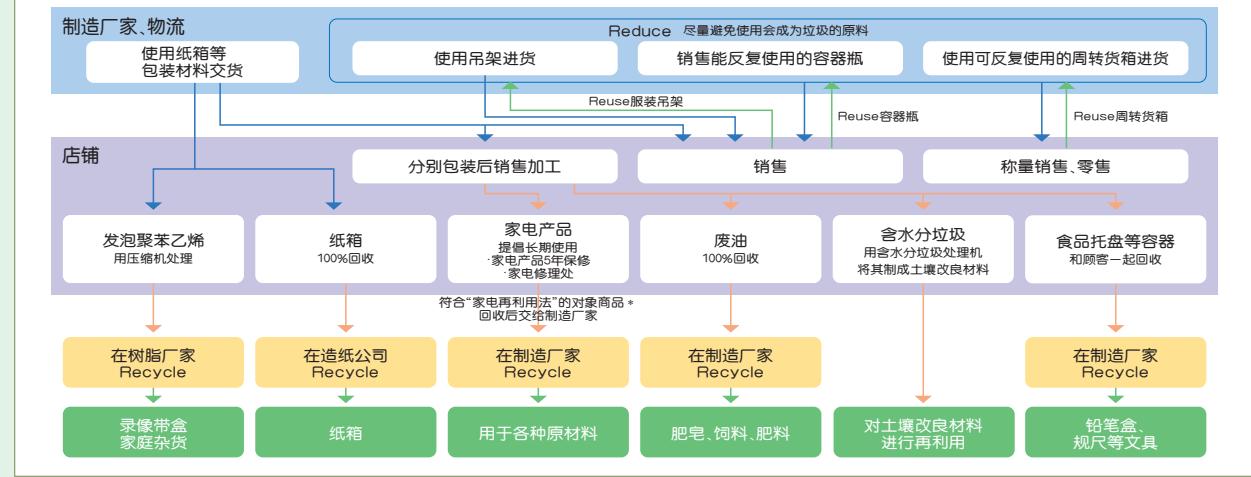
为了有效地利用有限的资源，实现理想的循环型社会，废物的减少和废物的再利用是不可缺少的。针对这一课题，AEON从根本上实施3R的原则，即“Reduce”(尽量避免使用会成为垃圾的原料)、“Reuse”(反复使用)、“Recycle”(作为资源回收再利用)。

具体方面，为了减少来自店铺的含水分垃圾，引进了含水分垃圾处理机。至2004年2月20日为止，共引进了77台，每天平均减少的含水分垃圾达到16吨。另外，搬运蔬菜和水果时，利用了1,301箱能反复使用的周转货箱，使将成为垃圾的纸箱减少了16,649吨。在购进1,415万件的服装时，由于使用了能反复使用的吊

架，使纸箱减少了1,179吨。此外，还开发出了以玉米和红薯为原料的发泡聚苯乙烯袋，将用过的食用油100%地再利用到肥皂、肥料上等等。AEON就这样在日常的业务体制中推进环保活动的。



废物减少的流程(以AEON(株)为例)



“追求美味和减少垃圾缺一不可。  
我们只是刚刚迈出了第一步”

株式会社Gourmet D' Or  
CS部 总括经理  
关谷义道

对饮食店来说，缩短烹调时间是重要的课题，但是这也和减少垃圾相关。用我们的例子来说，蔬菜在厨房里切、烹调很费时间，而且一年要排出15吨的废弃边料。引进在中央厨房切好的蔬菜，大约可减少450kg废弃边料。调味汁类也分小包装，浪费减少了很多。炸猪排等油炸东西时，我们在炸锅里安上过滤器，实验是否能减少油的使用量。准备工作用的纸箱改为能反复使用的周转货箱，一年内减少了40万个纸箱。

员工们的思想意识得到了深化，年轻的临时工们说“在这里学到了在家里没有学到的东西”，而家庭主妇的小时工各自把自家的绝活拿来，店里反而说“这个注意好！店里采用了”。2003年度和JUSCO(株)合并后，削减外卖的包装材料又成了新课题。我们还要学习超市的熟食等部门的经验，将垃圾进一步减少。



## 做为企业市民对社会的奉献活动

与顾客携手，共创“充满希望的美好未来”



### ÆON 1%俱乐部

ÆON 1%俱乐部，是从集团优良企业的税前毛利中拿出1%作为资金，举行以“环保”、“国际文化和人才交流”、“地区文化和社会的振兴”为主题的各种社会活动。2003年度所提供的金额为7.78亿日元，累计提供总金额为63.12亿日元。



支援“柬埔寨学校建设” / 共建设了149所学校，这大大超过了原来的计划。约8万名孩子能上学了



ECO音乐剧 / 扮演鱼儿角色的孩子们尽情地欢歌乐舞。他们认真的演技迎来了会场盛大的掌声



### 财团法人ÆON环境财团

(财)ÆON环境财团是以实施和永久性支援发展中国家和日本国内的环保活动为目的于1991年设立的。2003年度，以“为保护自然生态系统”为主题，公开征集了援助对象。经过严格审查，从180个应征对象中选拔出103个，援助额达到1亿日元。从设立至今，累计总援助额为11亿7,797万日元。



佐渡 为朱鹭造林 / 开展了能成为朱鹭提供安巢环境的造林活动。计划几年后，朱鹭将回归野生



知床 森林的再生植树活动 / 2003年10月，超过100名的志愿者参加，共种植了约1,000棵阔叶树

习ECO生活”的旅游活动，让肩负着下一个时代的孩子们也来考虑环境问题。共48名中小学生参加，他们参观了ECO农场、风力发电等等，在环保先进国家德国获得了宝贵的体验机会。



“学习德国ECO生活”旅游活动 / 正在说明环保设备的ECO农场的主人。孩子们再次学习了环保的重要性

活动”等等。共约1,000名志愿人员参加了上述活动，种植了约8,800棵树苗。



岐阜与大山火灾区 森林再生与植树活动 / 以森林早日再生为目的，开展了以行政和当地居民为主的植树活动



### 财团法人 冈田文化财团

以振兴三重县的艺术和文化为目的而设立的（财）冈田文化财团，2004年迎来了创立25周年。2003年度，把法国印象派代表画家克洛德·莫奈的油画捐赠给了三重县立美术馆。作为这个美术馆20周年纪念展览会上的主要展览作品，受到了极大瞩目。到目前为止，该财团除夏加尔的作品以外，还捐赠了西洋画、日本画、雕刻等400多件艺术作品。在表彰和培养艺术家方面倾注了很大的力量。



理事长冈田卓也向三重县知事野吕捐赠克洛德·莫奈的油画“阿尔让特伊大桥”

#### ◆2003年度主要募捐活动

活动名称(参加企业数), 活动期间	来自顾客和员工的义捐	ÆON的捐赠	总额	捐赠对象
“支援柬埔寨学校建设”募捐活动 (59家公司) 2003/4/21～2003/6/22	5,578万9,478日元	5,600万日元 (ÆON 1%俱乐部捐款)	1亿1,178万9,478日元	财团法人 日本联合国儿童基金会
“防止地球暖化运动”募捐 (35家公司) 2003/6/26～2003/9/7	1,028万6,742日元	1,100万日元 (ÆON 1%俱乐部捐款)	2,128万6,742日元	财团法人 世界自然保护基金 (WWF) Japan
“2003年十胜冲地震受灾者义援金” (2家公司) 2003/10/11～2003/10/12	635万2,000日元	—	635万2,000日元	日本红十字会北海道支部
“让朱鹭重返森林！”募捐活动 (39家公司) 2003/11/28～2003/12/25	907万7,666日元	1,000万日元 (ÆON环境财团捐款)	1,907万7,666日元	新泻朱鹭保护募捐推进委员会
伊朗大地震 “受灾者紧急支援” 募捐 (52家公司) 2003/12/30～2004/1/12	5,707万9,597日元	5,500万日元 (ÆON 1%俱乐部捐款)	1亿1,207万9,597日元	Japan Platform
合计	1亿3,858万5,483日元	1亿3,200万日元	2亿7,058万5,483日元	

#### ◆2003年度持续性的募捐活动

活动名称(参加企业数), 活动期间	2003年度募捐金额	累计募捐金额	捐赠对象
红羽毛共同募捐 2003/10/1～2003/10/31	541万6,250日元	1亿1,585万3,014日元 (1983年度～2003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 (17家公司) 2003/9/21～2003/11/20	1,851万6,419日元	1亿4,824万1,485日元 (1989年度～2003年度)	全国导盲犬设施联合会
为支援白血病患者的募捐 2004/1/21～2004/2/20	420万1,993日元	1,640万6,366日元 (2000年度～2003年度)	NPO法人 全国骨髓库推进联络协议会

“但愿朱鹭栖息的森林复活，我们植树约2,000棵”



ÆON Credit Service (株)  
新泻支店  
赤间実香

去年10月，实施了“佐渡为朱鹭造林”的植树活动。

共计188名志愿人员参加。以赤松为主，还种植了水柏、大山樱等树苗。

◎参加这次植树活动，亲眼目睹了土沙倒塌后的实际情况，涌起了要用自己的双手为这块土地做点什么的使命感。种植的树苗就象自己的孩子，10年后、20年后值得期待。

◎到达植树地点需要70分钟的山道，很辛苦。仅此就可得到植树的充实感。不满足被分配的植树份额，一个人种了15棵树苗，特别地高兴。朱鹭不仅对日本，对当地来说都是重要的鸟类。但愿朱鹭能在这些山林扎根落户。



ÆON Credit Service (株)  
立川营业所  
池崎一也

## AEON的环境理念

我们AEON在“以顾客为原点，追求和平，尊重人类，贡献地区社会”这一集团理念下，为了尽到作为企业市民的社会责任，大力推进社会奉献活动和环保活动。同时我们认识到，这些活动是扎根于地区的活动，因此需要和当地人培养良好的伙伴关系，目标是建设一个循环型社会。

### 以推进集团整体的环境管理为目标

AEON将环保活动定位为重要的经营课题，大力推进将企业活动和环保活动结为一体的环境管理活动。取得了环境管理体系国际规格ISO14001认证的企业，截至2004年2月20日止已达17家。各公司以社长为首，构筑了管理体制，还设置了审议环境问题的“环境委员会”等。按照业务种类、业务形态设定课题，力求减少对环境的负荷。此外，AEON（株）环境委员会所决定的事项均作为AEON的方针，得到整个集团的遵循。一方面对目标、理念和组织结构持有共识，另一方面也大力推进各公司独具特色的环保活动。

已取得ISO（14001、9000系列）认证的企业一览		截至2004年2月20日	
公司名	规格	公司名	规格
AEON（株）	ISO14001	AEON Mall（株）	ISO14001
青岛永旺东泰商业有限公司	ISO9001	AEON 九州（株）	ISO14001
Maxvalu东北（株）	ISO14001	AEON Credit Service（株）	ISO14001, ISO9001
（株）品质管理中心	ISO9002	琉球JUSCO（株）	ISO14001
Certo（株）	ISO14001	（株）AEON Techno Service	ISO9002, ISO14001
（株）Food Supply JUSCO	ISO14001	Maxvalu北海道（株）	ISO14001
Maxvalu西日本（株）	ISO14001	Maxvalu九州（株）	ISO14001
（株）Diamond City	ISO14001	Ministop（株）	ISO14001
Maxvalu中部（株）	ISO14001, ISO9001	Laura Ashley Japan（株）	ISO14001
AIC（株）	ISO14001	（按照取得ISO认证的先后顺序排列）	

### AEON株式会社 环境方针

AEON株式会社以“顾客第一”为基本，作为零售业，为顾客提供安全的、可放心利用的商品和服务，通过经营店铺，来实现富裕的生活和地球环保的并存，为建设一个循环型社会尽力。此外，作为地区社会的一员，通过对肩负未来的孩子们进行环保教育并提供实践的机会，来帮助他们健康成长。

- 根据环境管理系统，在预防业务所造成的污染的同时，寻求尽量少对环境造成负荷又能创造出更大价值的工作方式，提高环保效率。此外，对这项活动定期进行重新认识，持续不断地进行改善。  
①经营提供环保商品和服务的店铺。  
②推广节能能源、节省资源。  
③推广Reduce、Reuse、Recycle，削减废弃物。对所排放废弃物进行妥当处理。  
④为了防止地球暖化，减少CO<sub>2</sub>的排放量。  
⑤推广绿色采购，努力使用、采购对环境负荷少的东西。  
⑥与当地居民携手推广植树活动。
- 规定有关环保法规，遵守已表示赞同的决定。
- 让全体员工彻底了解这一方针，使每个人自觉地认识到自己应发挥的作用。
- 广泛宣传这一方针，并通过与所有的人一起积极开展环保交流活动，培育伙伴关系，共同推进环保活动。

AEON株式会社 2003年8月21日

董事兼总执行社长  
董事兼执行副社长  
(环境总负责人)

田口 之也



截至2004年2月20日

### 2003年度环境会计的特征

- 记载的数值为AEON（株）、琉球JUSCO（株）、Maxvalu北海道（株）、Maxvalu东北（株）、Maxvalu中部（株）、Maxvalu西日本（株）这6家公司总的数值。
- 6家公司单独的数值可参看网页。
- 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。

### 今后的方向性

- ①本年度暂仅就上述6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。

### 2003年度环境会计的算定标准

统计期间：从2003年2月21日至2004年2月20日的一年  
统计范围：AEON（株）、琉球JUSCO（株）、Maxvalu北海道（株）、Maxvalu东北（株）、Maxvalu中部（株）、Maxvalu西日本（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	与环保以外的成本综合在一起的复合成本按以下顺序算出 1. 差额的统计。2. 按比例统计（根据合理的考虑，以复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. 带标记全额统计	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（负责环保和社会贡献、推进ISO的人工费计算在内。（负责人兼职以50%计算）	将年度内引进的节水设备和一年中的节水效果（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（如房租费时则按取得价格算）计算在内。	（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	基于从过去的资产总账进行统计相当困难，并且尚没有一个计算折旧费用累计的统一办法，今年折旧费用暂不计算在内。	通过使用可反复使用的周转货箱和移动衣服吊架进货的进货量计算出削减纸箱的重量（kg）及削减金额（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。	将通过店头循环再利用所带来的收入

### 2003年度环境会计

2003年度的目的与目标	活动内容	环保成本		登载页数
		投资金额	经费金额	
提供注重环保的商品	环保型商品的开发和销售 “TOPVALU Green Eye”的开发和销售 “SELF+SERVICE”的展开	0 0 0	0 45 126	P19 P19~P21 P22
节省能源、资源的活动	小计 减少用电量 减少用水量 减少复印纸、办公用纸的用量 提高购物袋自带率 减少免费塑料袋 提高物流系统的效率	171 233 87 0 0 0	42 20 0 0 0 7	0 — — — — —
	小计	321	272	280
推进废弃物的分类	引进含水分垃圾处理机，以推进资源的再利用 引进泡聚苯乙烯压缩机，以推进资源的再利用 日光灯再利用成本	35 4 0	0 18 0	P38~P39 — —
推进废弃物的减少和再资源化	小计 使用可反复使用的周转货箱进货，以减少纸箱的使用量 使用衣服吊架直接进货，以减少纸箱的使用量	39 90 0	12 260 0	22 P38~P39 P38~P39
减少来自店里的纸箱	小计 推进店头循环再利用活动	90 8	0 569	260 P36 68
	小计	137	580	350
绿色采购	制定和实施绿色采购标准	0	2	0
植树活动	与地区居民共同开展“AEON营造家乡的森林”活动	7	229	0
遵守法令法规	测定煤烟，实施水质检查，贯彻容器包装再利用法 改进一般业务废弃物的处理方法 按照产业废弃物处理指南改进处理方法	0 0 9	761 4,686 1,226	0 P38~P39 0
自觉开展防止公害的活动	小计 保护自然、美化环境的活动 与当地居民开展环保活动 公开有关环境的信息 向环保团体的捐献、支援活动	9 0 0 0	6,673 44 56 663	0 — — —
同地区居民之间的环境交流活动	小计 向员工开展环保教育 环境管理系统的维持和管理 环保部门的人工费	0 0 0	885 26 141	0 — 0
环保活动的管理成本	小计 环境损害的修复成本	0 0	175 7	0 —
成本总计	成本总计	1,067	9,422	630

# ISO14001的目标与成绩

ÆON(株)的目标与成绩

		2003年度			
环保方针	环保目的(计划于2005年度达成)	目标	结果	超出率	评价
1.努力提供注重环保的商品	使环保型商品的销售额比达3.0%	(1)①环保商品的销售额比例达到2.0% TOPVALU Green Eye 26,387百万日元 TOPVALU共环宣言 2,265百万日元 SELF+SERVICE 1,442百万日元 ②决定新的环保标准	1.56% 21,922百万日元 2,539百万日元 1,318百万日元 未能制定环保标准	83.1% 112.1% 91.4% —	△
	减少TOPVALU商品的塑料容器包装使用量	(2)为了减少TOPVALU商品的容器包装材料使用量而开始了新的实践	“材料”、“易区分”、“量”、“转装”等基本方案已制定好，但尚未实施	—	△
2.积极致力于节能、节省资源和减少废弃物	将用电量以基本单位计算同2002年相比减少5%	(1)将用电量以基本单位计算同2002年度相比削减2.0% 累计基本单位目标43Wh/m <sup>2</sup> ·h	34.8Wh/m <sup>2</sup> ·h	80.9%	◎
	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%	(2)塑料包装材料、纸包装材料的使用量以重量计算和2002年度相比减少0.5%	未能实施	—	△
	使购物袋的自带率达到30%	(3)购物袋自带率达到14.5% 盖章卡回收张数 全店和去年比 126% 121万张⇒152万张	上半期 7.18% 下半期 8.71% 一年 7.89%	54.4%	△
	将废弃物卖价变更额同2002年相比减少20%	(4)废弃物卖价变更额和2002年度对比减少5% 目标金额120.5亿日元(4家公司合计)	139.4亿日元	115.6%	△
	将含水分垃圾再利用率达到30%	(5)含水分垃圾的再利用率到达25%	26%	104.0%	◎
	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	(6)在关东地区设3家试验店铺实施区分垃圾类别,建立包括人事在内的模式	实验店铺未能实施	—	△
3.为实现循环型社会积极致力于资源再利用、绿色采购	推进使用可反复使用的水产品周转货箱以减少废发泡聚苯乙烯的产生	(1)计划水产部门利用可反复使用的周转货箱进货30品种 利用纸箱进货50品种(共计80品种)	B0品种(仅纸箱) ※可反复使用的水产品周转货箱未能实现	100.0%	◎
	在所有事业所(总公司、公司、店铺)实施纸张的回收再利用	(2)①掌握所有店铺、各个事业所使用办公用纸再利用量 ②力争不出现不使用再生纸的事业所	①在127家店铺掌握了实际使用情况 ②其他约250家店铺未能实施	—	△
	增加绿色采购品种	(3)在建设新店时在能使用特定的绿色采购品种(7品种)的施工处,使用率要达10%以上	间伐木材 61% 再生聚酯薄膜 55% 再生柏油合成材料 76% 等	—	◎
	制定环保店的标准	(4)推进环保型店铺建设(如楼顶的绿化以及雨水的再利用等)	(在以下的JUSCO店铺实施) 雨水利用:津田店、昭岛店 屋顶绿化:东云店、昭岛店、津田沼店 太阳热发电街灯:昭岛店、人间店	—	◎
	进一步扩大绿色采购范围	(5)明确ÆON绿色采购标准,办公用品全部采用符合该标准的物品	不仅是办公用品,还扩大到包装材料和账票类。但办公用品未能实施全部转换,调色剂的再利用系统确立了	—	△
	纸张使用量同2002年相比减少20%	(6)以工作方式改革推进会议为基础,推进公司的无纸化	出借无纸会议用品 使用小型电子书库 扩大无纸会议	—	△
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%	(1)制定地球暖化对策目标	掌握集团22家公司的排放量	—	△
	运输车辆全部符合限制柴油车规定的车辆	(2)①关东地区(东京、千叶、埼玉、神奈川)100%使用符合规定的车辆 ②使用天然气车辆累计15辆	①转换完毕 ②已引进15辆	—	◎
5.与当地居民一起开展植树活动	继续开展ÆON“营造家乡的森林”活动	(1)在30处植树33万棵	植树已达20.3万棵	61.5%	△
6.遵守法令信守诺言	确定不产生土壤污染的体制	(1)方针的制定及所实施对策从制定、实施到验证的程度的确立	决定了集团各公司负责人 实施公司自有土地171件列表调查 根据登记册,实施土地历史调查	—	◎

ÆON(株)以外各公司也制定并实施了“环保方针”、“环保目的”和“环保目标”。

\*关于2003年度目标和实际成绩数值,以同等规模对比方式进行管理。

环保目的(2005年度达成)	2004年度	
	目标	
使环保型商品的销售额比达3.0%	(1)①环保商品的销售额比例达到1.6% “TOPVALU Green Eye” 24,190百万日元 “TOPVALU共环宣言” 2,510百万日元 SELF+SERVICE 1,760百万日元 ②决定新的环保标准	
减少TOPVALU商品的塑料容器包装使用量	(2)作为重新认定环保商品标准一环,制定容器包装的环保标准⇒开始商品化	
将用电量以基本单位计算同2002年相比减少5%	(1)将用电量以基本单位计算同2002年度相比减少了3.5%	
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%	(2)以重量计算同2002年度对比减少了1% (目标是统一包装材料的ECO标志,减少库存,从而降低成本)	
使购物袋的自带率达到30%	(3)购物袋自带率达到14.5% ①员工的意识改革 ②基本指示项目的进一步彻底化 ③“自己的购物袋”的扩大销售 等	
将废弃物卖价变更额同2002年相比减少20%	(4)食品部门的废弃物卖价变更额已达销售额构成比2%以下。	
将含水分垃圾再利用率达到30%	(5)含水分垃圾再利用率达到27% 重新定含水分垃圾再利用的优先顺序 1.委托登记再生利用事业者 2.委托非登记再生利用事业者 3.利用含水分垃圾处理机,公司自行堆肥化	
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	(6)以JUSCO鹤间店为示范店,按废弃物类别进行区分、计量	
推进利用可反复使用的水产品周转货箱以减少废发泡聚苯乙烯的产生	(1)使用可反复使用的水产品周转货箱累计30品种(关东、西日本在下半期预定实施)	
在所有事业所(总公司、公司、店铺)实施纸张的回收再利用	(2)①实施废物利用127店铺→和2003年度比105% ②未实施店铺→掌握所有事业所的废物利用量	
增加绿色采购品种	(3)在建设新店时在能使用特定的绿色采购品种(7品种)的施工处,使用率要达10%以上	
制定环保店的标准	(4)制定环保店的标准 “这就是ÆON的环保店” 关于 ①建设材料的低环境负荷材料 ②自然能源 ③室内环境 等	
进一步扩大绿色采购范围	(5)①促销器材1,500种以上,店铺里使用的账票类、说明书250种材料的印刷使用环保墨。 ②在全店实施日光灯再利用系统	
纸张使用量同2002年相比减少20%	(6)更进一步地推广无纸运动 ①扩大使用店铺 ②连接电子书库,利用“索引工具” ③各项业务都有效地利用内部网络	
将二氧化碳排出量以基本单位计算同2002年度相比减少5%	(1)制定防止地球暖化对策目标 从2005年度开始掌握集团40家公司实施情况 设定集团削减目标	
运输车辆全部符合限制柴油车规定的车辆	(2)①构筑送货车辆管理体制 管理 NOx·PM法的遵守状况 ②引进天然气车辆累计20辆	
继续开展ÆON“营造家乡的森林”活动	(1)集团在72处种植37万5千棵树 (2)ÆON“儿童ECO俱乐部”会员达到3,800名	
确定不产生土壤污染的体制	(1)继续调查 从剩余的161处土地中列出应该进行土地历史调查的,继续进行调查	



环境管理负责人  
专务执行董事  
人事总务负责人  
林 直树

## 2003年度活动的总结

ÆON在ISO14001的基础上开始着手构筑环境管理系统(EMS)以来,已历经6年了。在这期间,取得了ISO14001或9000系列的集团内企业,截止到2004年2月20日为止,已达到了19家。关于ISO的运用及落实情况,各公司、各事务所虽有所不同,但的确取得了成果。例如:针对过去曾引起严重后果的“流油事故”,我们加强了日常管理,对设备进行了重新审定,对当事人进行了彻底的教育和训练。为预防上述事故的发生,我们做了很多努力,这使2003年度的事故发生次数大幅度减少了。应该说这是将ISO的运用与危机管理有效地结合在一起的成功事例。

另外,由于2003年度着手进行的“公司管理体制变革”(向设置委员会的公司转移)、“集团管理体制变革”(向ÆON(株)的事业持公司转移),EMS也迎来了巨大的变革时机。由于MYCAL等新企业的加入,壮大了集团的成长,同时ÆON的业务活动给环境也带来了正面和负面的影响。比如:环保型商品“TOPVALU Green Eye”已经渗透到更多的顾客之中,但是还没有达到令人满足的地步。另外在CO<sub>2</sub>排放量上,怎样从ÆON整体的角度来管理排放总量还是一个大课题。另一方面,从个别企业水准来看,ÆON(株)在2003年度的目标是,将作为零售业本身的业务与减轻环境负荷更紧密地联系起来,但是很多目标还未达到。

在对环境的影响上,我们所做的努力还未收到相应大的成果。为了响应社会对ÆON所抱有的越来越大的期待,需要将现在各公司各自实施的环保活动进行统合,在发挥强有力的效果的同时,还必须充实适合于各公司所处的环境及行业形态的个别活动。为此,我们将ISO作为一个管理工具,争取2005年有40家公司能够取得认证。同时,除了环境以外,为了发挥更大的社会责任,我们的目标是构筑一个与现存管理体制形成一体的ÆON环境管理系统。

## 第三者评价 关于“AEON环境·社会报告书2004”



**森島 昭夫**  
财团法人 地球环境战略研究机构 理事长

每年，我都负责AEON环境·社会报告书的第三者评价工作。2004年，为了验证AEON的行动规范在现场是否得到实施，我走访了东京都的2家店铺。其中1家店铺就是与品川区天王洲购物中心相邻的品川Seaside店。它开店刚一年多，为大型店铺，充分地考虑到利用雨水洗衣来节省资源。被命名为“TOPVALU”的环保商品，特别是和产地直接相连的环保型商品“TOPVALU Green Eye”以及再利用家庭用品“TOPVALU共环宣言”等产品，都堂堂皇皇地排列在店铺中央，真是压卷之作。我向店铺的店员（好象是小时工）询问有关商品的情况时，得到了非常自信的说明。从这点可以看出，AEON所陈列的TOPVALU商品，不仅是一个经营方针，而且已完全落实到了店铺。在品川Seaside店里，销售再利用纤维服装和天然油脂肥皂等ECO商品的时髦店“SELF+SERVICE”的卖场面积很大，还实施服装回收再利用。在卖场我询问了顾客，好象消费者并未从正面过分意识回收再利用是怎么一回事，倒是出于时尚角度在购买。这不是一件好事吗？通过消费者，AEON实施环保的活动会直接联系到对社会的改变。

我访问的另1家店铺是大田区的JUSCO御岳山驿前店，和品川Seaside店相比，开店已有18年，为小型店铺。但是TOPVALU商品放在店铺面中央的醒目之处，这就明确地表示了店铺重视的是对顾客的安全和环保意识。特别是最近的消费者，对食品的安全性非常关心。Green Eye农产品在和生产农家之间很下工夫，形成了通过互联网或手机随时交换使用农药情况的系统，这在品川Seaside店也是如此。有关包装纸的安全性标识也比以前详细多了。总而言之，我认为AEON的行动规范在店铺所扎下的根一年比一年扎实了。



**后藤 敏夫**  
GRI FORUM JAPAN 代表干事

第二次的可持续发展报告书的内容充实多了。这充分显示了AEON希望带头构筑一个具有可持续性的社会的姿态。作为可持续发展报告书的内容，来自环境、经济、社会这3个侧面，也就是说3个底线。不仅需要记载这3个方面的情况，还需要将这3个方面综合起来，并作为一个整体去构成一个可持续发展的社会，并对企业的可持续发展进行说明。作为零售业，环境和社会、社会和经营的融合度虽然会被认为很高，但AEON在所有方面都听取顾客意见，苦下工夫，而且简单明了地给予了说明。

在今年的报告书里，我认为“了不起”的地方就是“AEON供应商CoC”的大力开展。现在，企业最受世界瞩目的重大课题就是“供应链管理”。只针对环保或一次性绿色采购已经不容易了，而要追溯到商品的根源就不那么容易了。这一做法甚至扩展到了包括国际市场的人道和理论方面，这在日本的零售业里大概还是第一家吧？不断增多的恐怖主义，根本的原因就在于发展中国家的贫穷。所有企业都像AEON一样的话，那世界就会实现和平。

如果说有问题的话，首先就是目录。报告书包含这么多内容，如果再宏观一些、更容易理解一些，整体就更容易看懂了。其次，近来“社长的话”受到了极大重视。虽然有很多方法，但是将社长的卷头言搞得更重点的话，感觉会更好。还有，到处都是AEON用语，对于集团外的人来说比较难懂。要么减少，要么加一些脚注。最后，我还希望对员工们和地区社会的经济贡献和回报等信息更充实一些。



AEON概要		
营业收益(整个集团)	决算期	(百万日元)
2000.02	2,522,210	
2001.02	2,738,638	
2002.02	2,934,592	
2003.02	3,086,504	
2004.02	3,546,215	
营业利润(整个集团)	决算期	(百万日元)
2000.02	71,212	
2001.02	92,060	
2002.02	119,222	
2003.02	132,172	
2004.02	132,212	
经常利润(整个集团)	决算期	(百万日元)
2000.02	64,689	
2001.02	87,415	
2002.02	114,759	
2003.02	127,431	
2004.02	131,354	
店铺数	2004.02	2003.02
●综合超市事业	665	460
●一般超市事业	579	452
●药品销售事业 <sup>*1</sup>	1,561	1,443
●家居中心事业 <sup>*2</sup>	—	57
●便利店事业 <sup>*3</sup>	2,633	2,361
●百货公司事业	3	3
●专门店事业	2,666	2,585
●房地产事业	—	—
●金融服务事业	58	62
●一般服务事业	665	582
●食品服务事业	579	332
●流通加工·贸易事业	—	—
●电子商务事业	—	—

\*1 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  
\*2 2003年2月的家庭中心事业的57店铺在2004年2月包含于综合超市事业。  
\*3 便利店事业的店铺中包括联营店

**封面解说** 排列着谁的家族场面，祖父母和父母亲把慈爱教给大家，每人都是微笑满面，重要的是充满活力的生机勃勃。超越时代，超越年代，向未来传授脉脉相承的丰富的人类环境，这个责任肩负在我们身上。为了这个目标，我们每个人应该做什么，能做什么，希望这份报告书能给大家一些提示。我们将这一愿望全部体现到了封面上。



AEON株式会社  
董事兼董事会议长

李 盤 駿 時

我们把“宣誓以顾客为原点，追求和平，尊重人类，为地区社会做贡献”这个AEON不变的理念具体化，每天实践“正确的行动”，在本报告书里进行了详细的汇报。

我们把“顾客第一”当作磁铁，希望成为“地区第一的服务”集合体的企业。为了达到这一目标，首先真挚地倾听“顾客的呼声”才是开始一切的第一步。

AEON在2003年度听取了许多“顾客的呼声”。当然批评也有很多。我们一个一个进行了彻底的改善，并公开结果，这种持续性的活动才是“经营透明度”的坚强后盾。

AEON去年，开始转向成为设置委员会公司，开始了“企业支配改革”，其中AEON独自设置了3个咨询委员会，引入能让外部人员自由发言的结构（“顾客”咨询委员会、“充满希望的美好未来”咨询委员会、“经营”咨询委员会）。其中“充满希望的美好未来”咨询委员会在环保、社会贡献活动及品牌化活动中，用不同于公司内部人员的眼光，指出了很多问题。我们把这种做法加以制度化。

我们的想法是，让AEON成为经营透明度高且容易理解的企业。第一，在成为顾客容易理解的企业同时，也让集团内所有员工能看到公司的全貌，按照AEON的行为规范，朝着每个人都自问如何进行自我变革的企业迈进。

在本报告书中汇报了2003年度AEON的环保和社会贡献活动，在2004年度里，为了成为对“顾客的呼声”最为敏感的企业，我们决心毫不犹豫地继续向变革挑战。



印刷时采用不排出有害液体的  
“无水印刷”方式。



采用对地球环境无危害、不含VOC  
(挥发性有机化合物)成分的油墨。



## ÆON环境·社会报告书编辑委员会

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

ÆON株式会社 环境·社会贡献部 邮编261-8515 千叶县千叶市美滨区中瀬1-5-1

Tel : +81-43-212-6037 Fax : +81-43-212-6790 ÆON网址 : <http://www.aeon.info/> 2004年5月发行