

为人类,为社会。走向充满希望的美好未来。

# Sustainability Report 2005

ÆON 环境·社会报告书 2005



singing []/EON

# 正因为是零售业。正因为是ÆON。

## 目录

200	4年	度	话	
-----	----	---	---	--

新潟县中越地震给与我们的启示:************************************	04
荣获了"绿色采购大奖":	06
累计植树超过了500万棵。	07
制定了削減二氧化碳的基本方针。	08
■ÆON共同体	
旨在追求更"永远(ÆON)"	12

### ■与顾客和地区携手培育的事业

经济、环境、社会与购物中心	17
作为社区交流的场所	20
为培养下一代	22
作为社会的一员	24

### ■为确保安全、安心、正直

将顾客意见反馈到经营中:

	1
<b>(25)</b>	4

	1	"饮食"的安全	26	
2	2	私家品牌	28	
(	3	Fair Trade(公平贸易)	30	
营造大家便利的店铺 ;				
身!	QI	信息化社会	33	
在:	父	易过程中	34	

### ■ÆON与环境2004-2005 环倍管理推讲休制:

ISO14001的目标与成绩	38
环境会计报告	40
■Æ○NI从资产	

■第三者评价 …

作为工作单位的AON	42
培养人才和提高自身	44

# ■ ÆON Sustainability Report用语集 47



























### 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旺永远的使命。



"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": EON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的含义是

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)。

### 永旺行为规范 宣言

- 一、永旺人对来自大家的众多支持常怀感激之心,时 刻保持谦虚的态度。
- 一、永旺人将人与人之间的信任看得高于一切,任何 时候都坚持正直,诚实的行为。
- 一、永旺人为了超越顾客的期望,不断磨砺自己。
- 一、永旺人为实现永旺的理想,不断挑战变革。
- 一、永旺人以地区发展为己愿,成为良好的企业市民, 努力为社会作贡献。

### 编辑方针

该报告书是"ÆON(株)环境报告书"更名为"ÆON环境·社会报告书(Sustainability Report)"后的第3次、1996年环境报告书发行以来的第10次发行。我们将 ÆON的可持续性发展定位为"贯彻安全、安心、正直的基本姿态,与顾客携手同行,通过本行工作为地区社会做贡献,继续重视企业伦理和环保",为今后报告更 充实的内容,我们还将继续做出各种努力。 此次报告书包括:

- 1. 具体简截地报告在ON迄今为止"与顾客携手同行"所开展的活动以及今后的奋斗目标。
- 2. 报告在ON集团企业各自开展的具有先驱性和象征性的活动,以及在ON全体公司开展的活动。 此外,利用卷末的《EON Sustainability Report用语集》对流通等行业的专业术语加以说明。

※文中的"ÆON"是13种事业共计157家公司的整体。"ÆON(株)"指ÆON株式会社。

### 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,都以上述标识注明。 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。

### 报告对象范围

ÆON的157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、员工等所有与是ON相关的人士。

2004年度(2004年2月21日至2005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。

2004年度

与顾客和地区 携手培育的事业

安全、安心、正直 2004-2005

ÆON与环境

**ÆON**J



充气式避难帐篷。长约22米,宽约12米, 顶棚约3米高(能够设置80张单人床, 包括过道),不用1个小时就可设置完



室内的情景。大型充气式避难帐篷还 可作为救灾物资发放中心、医疗中心

> ※我们向新潟县地震灾民深表慰问。我们还向苏门答腊岛附近海域地震、福冈县西 方海域地震,以及屡次发生的自然灾害的日本国内外受害灾民深表慰问。我们衷心 期望受害灾民能早日恢复幸福安宁的生活。

我们再次认识到零售业的使命是 为顾客稳定地提供日常生活必需品。

### EON的社会使命

### 尽早恢复营业就是最大的支援

地区社会的和平和稳定是零售业的基础。 因此,作为零售业的一员, ÆON平时就和 当地居民积极合作,共同研究防灾措施。 这样,一旦发生灾情就能迅速发挥作用。 例如, EON能够提供大量与居民衣食住 等日常生活密切相关的物资,宽广的店铺 用地以及大规模的设施也可以作为居民 交流沟通的场所使用。通过发挥ÆON自 身的特色,来提供各种各样的支援。EON 认为,在发生意外灾害之际能尽快恢复营 业,才是EON对地区社会所能做出的最 大贡献。

### 新潟县中越地震中所采取的措施及今 后的课题

2004年10月23日,新潟县中越地区发生了 7级大地震, ÆON(株) 立即设置了指挥总 部, EON整个集团公司都按照《地震防灾 规定》行动起来,采取了向灾区调派救灾 先遣队、迅速向灾区调配救援物资等一系 列措施。当地的JUSCO六日町店等单位, 也积极响应行政部门的紧急号召,迅速提 供了面包、饮料等生活物资。

另外,JUSCO袋井店(静冈县)与非营利 组织Peace Winds Japan(PWJ)合作, 把双方配备的4个大型充气式避难帐篷运 送到JUSCO小千谷店停车场的空地上,

并在此设置了临时避难所,为将近500名 灾民提供了临时居住和生活的场所。在日 本,大型充气式避难帐篷的使用这还是首 次。通过这次救灾的实际使用,我们发现 大型充气式避难帐篷作为临时避难所虽 然可以解决灾害发生之初的燃眉之急,但 也存在着一些不足和缺陷。例如,大型充 气式避难帐篷不能满足灾民中长期避难 生活的需要;设置方法虽简单,但平时训 练不可缺少; 若缺乏分发救灾物资等救灾 活动的组织性管理,就有可能导致新的混 乱,等等。我们尤其感到,在救灾活动中与 行政部门、警察、消防人员以及非营利组 织进行紧密配合十分重要。

### 为确保顾客的"日常生活"

截止于2005年2月,除JUSCO袋井店外, EON在JUSCO滨松志都吕购物中心(静 冈县)、Maxvalu东海(株)各配备了一个 大型充气式避难帐篷,今后将计划在更多 的店铺配备。此外,ÆON将在各地采取一 系列防灾措施,例如每月定期组织集团公

震后仅43天,JUSCO小干谷店就在停车场设置了临时店铺开始营业。

司共同参加防灾训练,向全体员工发放《地 震防灾手册》,利用卫星通讯手机建立紧 急通讯网络等等。在震后仅43天,JUSCO 小千谷店就在停车场内设置了临时店铺 开始营业。灾区其他分店也都各自采取了 相应的措施,尽快恢复了营业。截止于 2005年3月,就商品的供货来看,ÆON基

本上恢复到了灾前的状况。 EON吸取这 次防灾救灾经验,今后将进一步采取有效 的防灾措施,为地区居民提供更加便捷的 服务,为灾民尽早安居乐业助一臂之力。



### 让附近店铺成为"安心之所"。

Maxvalu中部(株)和Ministop(株)

Maxvalu中部(株)与三重具警察总部合作,从2004年1 月起开始实施"110报警店"。三重县内所有店铺(56家\*) 附近若发生违法行为,或是有发生犯罪的迹象,或是受 害者进入店内寻求庇护,店内工作人员都将采取措施保 护受害者,同时迅速拨打110报警。店铺张贴出"110报警 店"的标识,这既可以警告罪犯,同时也可以使所有店内 员工提高防范意识。我们还请求警方加强对店铺的巡逻, 更有效地防止犯罪行为的发生。

Ministop(株)也和爱知县丰桥警署合作,从2004年4月

起在丰桥市内所有Ministop店(9家※)开始实施"24小时 便利店110报警"。Ministop(株)是日本连锁店协会的加 盟店,响应该协会开展的创办"地区安全生活基地"活动, 意外事件发生时为市民提供安全避难所,积极参与加强 周边地区对犯罪分子的警戒,防止犯罪行为的发生。充分 发挥便利店深夜也有店员工作的优势,为居民建立安心 生活的市区贡献自己的力量。



※店铺数截止于2005年2月20日



"EON 营造家乡的森林"将参加植树的人名记载于标牌上。

日本国内第1号店JUSCO新久居店(三重县)。 1992年4月开展植树活动。

环保活动也是出于让顾客生活得安全、安心这一美好愿望。 我们希望能通过商品,使这个美好愿望传遍四方。

ÆON株式会社 食品商品总部 Green Eye开发部部长 植原 千之

### "与顾客携手同行"获得的成果

是ON(株)在2004年的"绿色采购大奖"评选中,荣获了经济产业大臣奖大奖。"绿色采购大奖\*"表彰在推进采购绿色商品工作中表现突出的企业团体,促进普及绿色采购。是ON获奖的理由是,私家品牌"TOPVALU"的商品选定标准非常明确,商品说明非常简单,环保品牌"SELF+SERVICE"提高了顾客对绿色商品的认识,对顾客购买绿色商品起到了促进作用。

对零售业的是ON来说,这些工作都缺少不了顾客的理解和参与。只有通过在顾客间的推广,绿色采购的效果才能得以飞跃提高。在ON分后将继续"与顾客携手同行",努力使丰富多彩的生活和地球环保得以相承并存。

※评选活动每年由非政府组织"绿色采购组织GPN"举办、该组织的目的是促进采购绿色商品事业。组织成员包括企业、行政部门以及消费者。2004年为第7次评选,还首次在仙台召开了国际会议,共计37个国家和地区的约1,000人参加。

### "TOPVALU<sup>\*\*</sup>"的实施

"TOPVALU"包括两个内容:一个是注重安全和环保的"TOPVALU Green Eye",另一个是以资源循环再利用、清洁、自然为视点而开发的"TOPVALU 共环宣言"。 "TOPVALU Green Eye"注重从生产阶段就开始积极公开商品信息,使用可反复使用的周转货箱运输商品,采用以植物为原料的可自然分解型包装材料包装商品;"TOPVALU 共环宣言"注重资源的循环利用,以回收的饮料铝罐、纸盒等为材料生产商品,从生产到回收再利用的整个过程都贯彻环保意识。此外是ON还在"TOPVALU Green Eye(农产品)"产品包装上注明标识,让顾客一目了然。

※请同时参照第28页

"TOPVALU Green Eye"商品标识例



### "SELF+SERVICE"的实施

"SELF+SERVICE"是兼顾环保和流行时尚的环保商店。从2003年10月起,"SELF+SERVICE"开始从顾客那里回收带有"Ecomate\*"标识的服装。现在,全国35家"SELF+SERVICE"已经回收了大约8,000件服装。还积极推广环保原材料的商品化,例如采用对旧衣物纤维进行化学处理而生产出来的新型原材料,将纺织时剩下的边角废料制成可循环利用棉等等。

※在被社团法人日本服装产业协会认定 为"可循环利用设计商品"的服装上所 印制的标识。

店铺回收服装的件数 2003年度 **3000**件 2004年度

# 累计植树500万棵之际

包括"ÆON营造家乡的森林"活动在内, 我们与顾客携手在日本国内外植树造林, 截止于2004年4月,已超过了500万棵(截 止于2005年2月在468个地方植树约为531 万棵)。ÆON借此之际,勿改"植树"初志, 继续为地区社会的环保奉献力量。

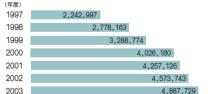
### "ÆON营造家乡的森林"

"ÆON营造家乡的森林"活动旨在绿化购物中心,融洽地区环境,让培育绿色之心遍布日本国内外。此活动始于1991年Jaya JUSCO Stores(株)\*的JUSCO 马六甲店。活动内容是,在新设的购物中心或物流中心用地内,与地区居民携手栽培当地土生植物,并精心培育。活动之始,我们邀请横滨国立大学的宫胁昭名誉教

授对树种选定等工作予以指导,采用10种 当地土生树种混合栽种,使其竞争成长的 方针。2004年度在57个地方4万多人参加 了该活动。栽种树苗累计423,392棵。

※自2004年9月15日起公司名称改为"ÆON马来西亚株式会社"。

累计植树棵数(单位:棵)





#### 财团法人ÆON环境财团参与"森林保护人促进事业"

对未来和地区社会寄托美好梦想,

今后将继续与顾客携手植树造林。

除"ÆON营造家乡的森林"外,ÆON还积极开展其它植树活动。2004年度ÆON参与了栽种新森林的"森林保护人促进事业"。该事业是由长野县作为森林持有者和大力进行森林保护活动的企业的牵线人而开展的。

2004年10月,财团法人ÆON环境财团与长野县上田市签署了"森林保护人契约",实施了纪念"上田市营造家乡的森林"的植树节。约有400名市民参加,植树约30种4,000棵。



制定了削减 二氧化碳的基本方针。

■ ★ ★

ÆON全体成员努力实现 《京都议定书》构想。

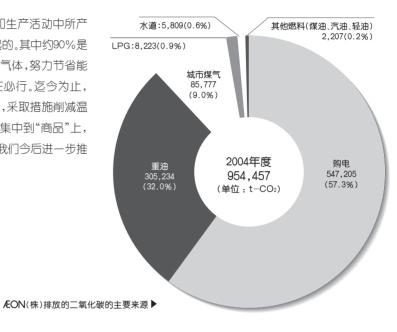


《京都议定书》于1997年12月召开的防止地球暖化 京都会议上被采纳,并于2005年2月16日正式生效。 为削减二氧化碳等温室效应气体,日本等141个国家\*\* 批准了《京都议定书》。ÆON全体成员尊重《京都 议定书》的意义,并将通过本行工作做出贡献。

※截止于2005年2月16日

# 通过与顾客携手同行,加之各店铺所采取的措施, 积极削减来自"商品"的二氧化碳。

地球暖化主要是由人类生活和生产活动中所产 生的过量温室效应气体而引起的。其中约90%是 二氧化碳。为了削减温室效应气体,努力节省能 源和资源,减少垃圾排放势在必行。迄今为止, ÆON主要是以各个店铺为主,采取措施削减温 室效应气体。现在我们把视点集中到"商品"上, 制定了新的基本方针。这将是我们今后进一步推 进削减温室效应气体的依据。



### **Æ○N**(株)关于防止地球暖化(削减二氧化碳等)的基本方针

ÆON遵循京都议定书的精神, 为实现规定目标竭尽全力。

首先通过本行工作削减二氧化碳, 利用"京都机制\*"补足未达标部分。

### 商品

- 通过商品开发,努力在生产和运送过 程中使环保效率得以最大提高。
- ●在商品容器和包装上积极采用 环境负荷低的新材料。

## 店铺

- ●推进"环保商店\*"的开发,扩大发展。 ※请参照第17~19页。
- ●空调等设备争取"不使用氟利昂"。

- 进一步呼吁更多的顾客采购绿色商品, 减少使用购物塑料袋。
- 为对保护森林资源做出贡献, 推广使用环保原料制成的纸张。



# 商品 店铺 与顾客携手 同行

"商品""店铺""与顾客携手同行"。 从这3个角度,控制和削减二氧化碳。

### 商品

### 生产、输送、陈列

EON从2004年起开始实行新体制,将商品 开发等过程中所需要的资源和能源换算成 二氧化碳的排放量。现在,除ÆON(株)外, 还有其他7个集团公司也在导入这项新体制。 今后我们将把所取得的成果推广到集团所 有成员以及私家品牌商品的生产委托厂商, 旨在更有效地控制二氧化碳的排放量,并 广泛运用于研究二氧化碳的削减对策和积 极公开信息等方面。

在店铺,运输蔬菜和水果使用的是可反复 使用的周转货箱,陈列衣物使用的是可反 复使用的吊架,这些不仅能在商品运输中 反复使用,而且也能用于商品的陈列。我们 还致力于减少纸箱的使用量。在运输过程 中为了提高流涌系统的效率, 还着手探讨 改变运输方式,将货车长途运输改为可减 小环境负荷的铁路运输或船运。

#### 反复使用的周转货箱 11,046 2002 863 16 649 2003 1 301 19,806 反复使田的足型 (単位: 吨) 947 2002 1.183 1.179 2003 1 415

节约纸箱的成果

### 采用新型原材料, 节约石油石炭燃料

商品的容器和包装是家庭垃圾的一大来源。 EON从2004年开始对部分商品容器和包 装采用可自然分解的塑料袋\*。今后,我们 将进一步扩大这种包装塑料袋的使用,并 石油石炭燃料做出贡献。

积极采用可循环利用的植物原料,为节约

※外观与聚乙烯袋没有什么区别,是由玉米等植物的淀粉而制成的,所以可与餐厨垃圾一起焚烧处理。

2004 1,428

■ 反复使用的周转货箱和反复使用的吊架的使用量



### 信用卡和付款通知单的信封用纸也环保。

ÆON Credit Service (株)

至今发行的氯乙烯制信用卡,在焚烧时不仅会产生产生二恶英的PET-G(非氯乙烯)制信用卡。该公司 大量的二氧化碳,而且还会产生对人体有害的二恶英。 在每年达5,000万封付款通知单信封的透明开窗部

所以EON Credit Service(株)采用焚烧时不会 位所使用的玻璃纸,如同普通纸一样可以再利用。



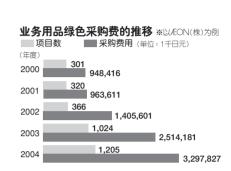
### 店铺

### 建材和用品的采用标准也是"环保"

EON全国的店铺,都使用环保建材,绿色 采购办公用品。EON的许多成员从1996 年起开始导入"全面节省能源系统\*"。具 体来说,就是结合店铺的经营状况,有效 使用空调、照明、冷冻冷藏库等设备、最大 限度地节省能源。另外, ÆON(株)还对不

同的商品设定了相应的绿色采购标准,达 到有效地定购和使用环保商品的目的。

※截止于2005年2月,导人该系统的店铺达到102家。



### 将"不使用氟利昂"列入产品标准规格

1992年世界各国达成协议,为保护地球臭 氧层全面停止氟利昂的生产。但是,在此 限制出台之前所生产的空调设备和冷冻 冷藏库等产品中,仍然有一部分使用了氟

利昂。ÆON不仅在采购新设备时选用淘 沐氟利昂的产品,对于现有设备也进行检查, 积极采取相应措施。

### 与顾客携手同行

### 正因为是零售业。

ÆON充分利用零售业"能够与顾客进行 日常交流"的优势,始终注重与顾客携手 开展环保活动。我们一直开展的自带购物 袋运动,以及在店铺回收可循环利用资源\*\* 等都是代表性的例子。白带购物袋,就是 通过减少使用塑料购物袋,来减少塑料购

物袋的生产,从而节约石油石炭资源,并 减少其生产过程中所排放的二氧化碳;回 收可循环利用资源,就是再利用铝罐、纸 盒等材料,同时尽可能减少焚烧时会产生 二氧化碳的家庭垃圾。

此外,如第6页所介绍,ÆON还积极为顾

客提供更多参与绿色采购的机会,包装和 业务用纸改用废纸、再生纸或FSC认证

※请参昭第41页

### 利用"京都机制"补足本行工作未达标部分

为了有效地推进二氧化碳的削减工作,《京都议定书》采用可 有效发挥市场运作机制的"京都机制",为各国削减二氧化碳 排放量的工作提供补足措施。在ON在本行工作未达到削减量 的既定目标值时,也利用"京都机制"作为补足措施。具体而言, 2003年合资\*\*设立了Adelaide Blue Gum Pty Ltd.(ABL),

在阿德雷德(澳大利亚)实施植树造林事业,并参与该公司的植树、 育树和采伐等循环工程项目。

※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)、EON(株)7家公司。

# 旨在追求更"永远(ÆON)"

新的管理体制已经开始运作。旨在更好地服务顾客, 进一步加速改革步伐将是我们今后的课题。





ÆON(株)过渡为诸委员会设置公司已经2年了。我们得到了公司内部的理 解和社外董事们的热情支持,取得了出乎预料的良好效果。

ÆCN(株)独自设立的委员会有"顾客"咨询委员会和"充满希望的美好未来" 委员会。在这些委员会设立之初,原本计划每年公布一个结论,但是在第一 年未能实现。本年度,各委员会都分别召开了2次会议,就如何将EON的重 要价值具体化展开了讨论。预计在近期可向公司内外公布。

### "辅助营业的监查工作"得以进一步开展

这2年我们取得的最大成果就是"监查"工作。本年度,在担任监查委员的社 外董事的热心指导下,我们对监查体制、人员和内容进行了重新斟酌。年轻 员工也加入到监查工作中来,这使他们能尽早地全面了解公司各店铺的经 营情况,教育效果良好。监查进度以前是每个店铺7年进行1次,现在缩短为2 年半进行1次。另外,我们还制定了一个新制度,要求各个店长每个月都进行 一次"自我监查"。这样店长及各店铺的管理人员就会充分认识到监查工作 也是自己工作的一部分,这对加强店铺管理层的经营风险意识以及店铺管

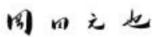
零售业的监查工作,并不是议论营业部门所做的工作的缺点,而是为获得新 的商机,完善合同书,为今后营业部门的工作铺路,提供支持。

### 希望进一步提高经营效率

进一步提高经营效率,是执行官的课题。现实情况是所有人员还没有充分发 挥被委任的权限。举一个例子,最近有意见反映店铺待客不太热情。到店铺 进行实地考察的社外董事也反映说,店员"太忙",顾客对待客不满也多了。 待客是零售业的要害,必须把这个问题作为公司的课题认真对待,尽早改善。 把握公司的组织和规模是零售业的一个非常重要的课题。对还处于发展中 的EON来说,2005年将是重要的一年,要把"顾客第一"这一理念完全落实 到具体行动中。

FON今后将利用多样化和具体行动。 继续改革进取。

ÆON株式会社



### 集团相乘作用有利于促进公司的成长

我们ÆON所采取的发展战略认为,经济全球化背景下的自由竞争环境既是 市场机遇,也是扩大业务的大好时机。为此,2003年同时进行了集团管理体制 和公司管理体制改革。前者在于集团的相乘作用,后者在于加快经营决策速 度,提高集团经营的透明度。

我们认为ÆON的优势是,自创业以来一直秉持的"以德经商"、"对多样性和 特异性兼容并包的开放性企业文化"。从于自由主义市场经济瞬息万变的今 天,这样的多样性和开放性会变为灵活应变的适应能力。另外,各具特色的集 团成员对"安全·安心·正直"这一价值观抱以共识,齐心合力携手共进,所发 挥出的能量一定远远大于单一企业。

### 在经济、环境、社会三方面进入"Global 10"

我们制定了在2010年进入世界零售业10强的"Global 10"目标。我们的方针 是,达到"经济",以及GRI思想中所包含的"环保"和"社会效益"这3个基本指 标,不断变革进入世界10强。在环境方面,今年5月第一家环保商店将开业。它 会展现21世纪型店铺的"应有形象";在社会效益方面,本年度在日本零售业 中率先荣获了世界众所周知的企业道德和劳动环境"SA8000"标准认证,进 一步认识到要对私家品牌"TOPVALU"生产过程进行严格管理,尽到向顾 客提供产品信息的责任。此外,我们还公布加入联合国全球协定。

### 每个人都要面向"充满希望的美好未来"而努力进取

2004年是一个多事之年,新潟县中越地震令人难忘。我们衷心祝愿灾民能够 尽早恢复往日的生活。当地的ÆON店铺也受到了损坏,在当地员工无法通 讯联系的情况下,很多情况都是以各自的主观判断而采取了必要的措施,在 现场表现出了每个人的自立,作为EON的一大优点深感骄傲。

ÆON还将继续以愚公移山的执着精神,贯彻"顾客第一"的原则,并努力增 强自我实力,不断改革锐意进取,为实现EON宣言中所提到的"充满希望的 美好未来"而奋发努力。

诚愿ÆON能得到更多顾客的理解和支持,并提出宝贵意见。



从监督诸委员会设置公司的角度出发

从执行经营方针的角度出发

集团概况

### ÆON由157个成员公司组成,是一个以"顾客第一"为宗旨的企业集团。

力争讲人"Global 10"的 13种事业 集团主要企业成员

ÆON是一个以ÆON(株)为核心企业、 中日本国内外157家公司构成的零售业集 团。在2010年以前名副其实地进入世界零 售业10强 "Global 10"是我们的远期目 标,力争建立一个强有力的集团经营体制。

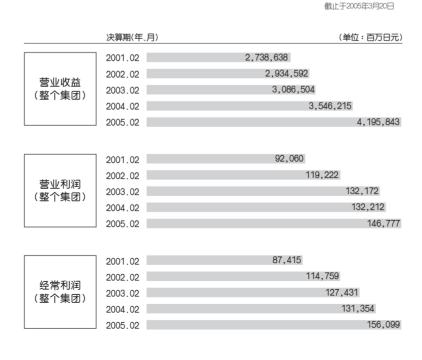
从经营成果来看,虽然GMS和SM事业在 进一步提高集团整体的经营业绩。

2004年遇到了一些困难,但今后我们计划 通过改革供货渠道创造出更大利润,以及 彻底贯彻紧密联系地区经济的经营方式,

一般超市事业 综合超市事业 金融服务事业 \*(株)KASUMI \*ÆON(株) ÆON(China)Co.,Ltd. \*ÆON Credit Service(株) Guangdong JUSCO Teem Stores Co.,Ltd. \*ÆON Credit Service (Asia)Co.,Ltd. \*Maxvalu中部(株) \*(株)POSFUL \*EON Stores
(HongKong)Co.,Ltd. Oingdao &ON
Dongtai Co., Ltd. ÆON Credit Service (Taiwan)Co.,Ltd. \*Maxvalu西日本(株) \*ÆON Thana Sinsap \*Maxvalu东北(株) **ÆON** information Service (Shenzhen)Co.,Ltd. 便利店事业 ★Maxvalu东海(株) Shenzhen ÆON Friendship Stores Co.,Ltd. ACS债权管理回收(株) \*ÆON九州(株) \*Maxvalu北海道(株 \*Ministon(株) NCS业产(株) ₩ Marché(株) Maxvalu力.州(株) **ÆON** Credit Card (Taiwan)Co.,Ltd. (株)MYCAI Taiwan ÆON Stores Co..Ltd. (株)Joy (株)MYCAL九州 Siam JUSCO Co., Ltd 药品销售事业 琉球JUSCO(株) 物流加工与贸易事业 \*(株)CFS Corporation ★(株)Medical 一光 AIC(株) \*(株)Tsuruha (株)饭野 (株)Food Supply JUSCO \*(株)Sugi药局 (株)Welpark Tasmania Feedlot Pty. Ltd. 房地产事业 \*(株)Green Cross Coa (株)Aoki药品 \*(株)Diamond City \*Kraft(株) Takiya(株) \*#FON Mall(株) \* 寺岛药局(株) 食品服务事业 (株)Diamond Family 一般服务事业 (株)Gourmet D'Or 百货公司事业 专门店事业 LOC开发(株) (株)MYCAL IST (株)橘百货店 \*THE Talbots, Inc. Talbots Japan(株) \*(株)Japan Maintenance (株)NuStep ★(株)ÆON Fantasy \*(株)Yamaya (株)Bon Belta 家居中心事业 (株)Bon Belta伊势甚 \*(株)Cox (株)Book Bahn ★(株)Zwei ÆON1%俱乐部 \*(株)Blue Grass ★Certo(株) Petcity(株) \*Homac(株) (财)ÆON环境财团 Abilities JUSCO(株) (株)Mega Sports ÆON Cinemas(株) \*(株)Sunday 电子商务事业 (财)冈田文化财团 (株)ÆON Forest Mega Petro(株) (株)ÆON Techno Service (株)ÆON Visty Claire's Nippon(株) Laura Ashley Japan(株) Jusvel(株) (株)品质管理由心 Reform Studio(株) \*为股份公开企业 ★为2004年新上市企业。 (株)ÆON Fantasy由东京证券交易所第二部升至第一部

店铺数	2005年2月	2004年2月	2003年2月
综合超市事业	679	665	460
一般超市事业	598	579	452
药品销售事业 <sup>※1</sup>	1,743	1,561	1,443
家居中心事业※2	44	_	57
便利店事业※3	2,681	2,633	2,361
百货公司事业	3	3	3
专门店事业	2,760	2,666	2,585
房地产事业	_	_	_
金融服务事业	57	58	62
一般服务事业	739	669	582
食品服务事业	572	577	332
物流加工与贸易事业	_	_	_
电子商务事业	_	_	_

- ※1 药品销售事业的店铺数中包括加盟ÆON Welcia Stores的非ÆON
- ※2 2003年2月家居中心事业的57家店铺,在2004年2月以后属于综合超市
- ※3 便利店事业的店铺数也包含联锁店。

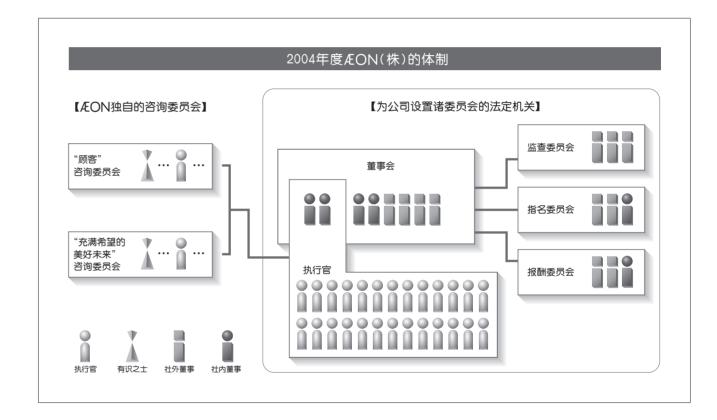


的实现ÆON式 2顶改革

2003年5月, EON进行了让EON(株)向 诸委员会设置公司过渡的"公司管理体制

改革"。这项改革,旨在明确地分离经营的 监督权和执行权、严格追究执行责任和成 效责任、提高经营的透明度。同时,还着手 进行了"集团管理体制改革"。ÆON(株) 作为企业控股公司和集团总公司,从集团 整体利益出发负责集团经营。2004年,作 为该改革的一环,增设了8名执行官,

EON独有的咨询委员会也开始运作。这 样, EON独有的开放式高效率经营方式, 以及能创造集团相乘作用的经营环境正 式开始启动。



# Ŕ 集团共有的准则 永旺行为规范

要对集团整体进行有效管理,就需要建立 一个集团共通的准则。在ON于2003年4月\*\* 制定了"永旺行为规范",在顾客、地区社会、 客户、股东以及ÆON人等各个方面,就实 现ÆON基本理念的设想以及具体的行为

准则都分别做出了明文规定。2004年,集 团各企业都正式开始推广巩固"永旺行为 规范"。依据"永旺行为规范",使整个集团 的经营方向得以统一。通过每一个员工的 理解和付诸于实践,来使经营和体现企业 面貌的实际工作现场得以改善。由此就可 获得顾客对ÆON牢不可破的信赖以及 EON自身不断变革进取的原动力。

※请同时参昭第45页



ÆON

# 将顾客意见反馈到经营中

### 注重与顾客对话,实施开放式经营。

### 田上京

广泛征集改善意见

**FON 21** 

以2001年更改公司名称为契机, ÆON开 始了向顾客和员工收集对公司经营意见 的"ÆON 21宣传活动"。在第4期的2004 年,我们把活动名称更改为"ÆON 21", 重新迈出步伐。第4期活动的主题是"啊! 我的意见被采纳了",共征集到顾客意见 22,015条,员工意见68,789条。过去的3期 活动中所征集到的意见超过了55万条,从 中诞生了"风味大师"、"顾客副店长"等新 制度。

2004年,我们利用因特网揭示板系统,在 ÆON网页上开设了"ÆON 21 comcompark",在此顾客可以随意地、公开 地交换意见。

# 田市

### 作为股东参与经营

### 顾客股东

ÆON的日常顾客最应该了解ÆON的经 营和措施,所以我们邀请他们作为股东参 与到我们企业的经营中来。基于这个思想, ÆON各公司以100股为股票买卖单位的 企业增加了。

"顾客股东"通过从2002年6月起开始大力 宣传推广,2004年8月实施了公开征集增资。 通过这些活动, ÆON的顾客股东从2002 年2月年度末的7,681名扩大到76,580名, 约增加了9倍。

### 田市 作为顾客代表

### 阿客副店长

通过公开招聘的方式从顾客中采用的副 店长,作为地区顾客的代表参与公司经营 活动。这就是ÆON独有的"顾客副店长" 制度。在第1期"ÆON 21宣传活动"中被 采纳,于2002年开始得以具体实施。在第3 期的2004年度导入该制度的店铺与2003 年度相比,新增了5家,共达到48家,"顾客 副店长"共计120名。任期从11月1日开始 为1年,以顾客的角度为店铺经营提出建议。 迄今为止,共有201名顾客副店长为我们 提出了4,100条改善意见。

### 股票买卖最小单位为100股的集团企业一览

- ÆON(株)
- (株)POSFUL
- Æ○N力 州(株)
- MaxValu中部(株) ● MaxValu西日本(株)
- MaxValu东北(株)
- Maxvalu东海(株)
- Maxvalu北海道(株) ● (株)Tsuruha
- (株)Sugi药局 ● (株)Green Cross Coa
- Kraft(株)
- Homac(株)
  - (株)Sunday
  - Ministop(株)
  - (株)Diamond City
  - (株)Yamaya
- 寺岛药局(株) ● ÆON Mall(株)
  - ÆON Credit Service(株) ● (株), Janan Maintenance
    - (株)ÆON Fantasy
  - (株)Zwei

#### ● Certo(株)

### 我们基本上是立足于顾客的立场,有时也出于员工的角度,努力提出各种改善意见。 EON株式会社 JUSCO津田沼店 顾客副店长 一村 干绘(左) 大柴 京子(右)



我希望能把自己现在正在养孩子的 经验发挥到顾客副店长工作中。例如, 很多电动玩具不附带电池,顾客很容 易忘买。为此我提议在各商品上粘贴 标明了所需电池的种类和个数的POP。 我的建议立刻得到了卖场员工的支持, 今我深受感动。(一村)

从顾客的立场,或者从员工的角度改 善店铺经营就是我们的工作。我感到 这项工作非常有意义。为吸取2005年 2月事件的教训,ÆON重新斟酌了菜 刀卖场的安全性。我们店对放置于咖 啡豆碾磨机处和卖米柜台的剪刀,都 用绳子固定,进一步保障了安全。 (大柴)

### 发挥才智,创建市民和地区交流的购物中心。

环境、社会与购物中心



ÆON八千代绿之丘购物中心(千叶县)

### ■★★

新购物中心开业,多多少少都会给周围地 区的经济和环境带来影响。不仅占用大面 积的土地,使用大量建材,而且还会产生人 与物的新的流动,并创造出干人规模的就 业机会。有时还能成为孩子们体验社会的 一个场所。EON在新建购物中心时,视上 述因素与市场调查同等重要。在此基础上 积极采用环保技术和资材,努力缩小对经济. 环境、社会的负面影响,提高正面效应。

作为设计和评价购物中心的环保指标, ÆON正在筹划一个"环保商店"的构想。这 个构想就是,从包括硬件(建筑物等)和软件 (店铺的措施等)2个侧面的8项指标出发,将 关于环保的3个观念具体化。另外,作为评价 设施环境性能的一个标准,还充分利用环 境性能评价系统"CASBEE\*"。

今后, EON在新建和翻修购物中心时,将 以"环保商店"构想为设计和规格标准的依据: 以此作为ÆON与地区和社会之间关系的 象征。

※基于环境性能效率等新概念,对有关建筑物的环境性能 进行综合评价的系统。该系统得到日本国土交通省的大力 支持,是产业界,政府机构,学研机构共同研究开发项目。

### "环保商店"的 观念和8项指标

强与地区社会的合作

变革和 技术革新 学习和互动》公布信息

利用新技术积极积累经验

推动后代关心环境,并加

以诵俗易懂的方式系 统公布ÆON的环保活动

17

### 硬件侧面

### 1. 节省(创造)能源

积极利用适合当地的风力、太阳能 水力等自然能源。

#### 2. 环境效率

利用环境负荷小的资材建店。

#### 3. 自然环境

悉心钻研利用光、声音、水等自然资源。

#### 4. 景观和生物的多样性

提供人以及众多生物共存的空间。

### 软件侧面

#### 5. 安全、安心、环保 积极提供环保商品。

#### 6. 地区循环

ÆON积极采取措施,与地区市民(包括行政部门、非 营利组织等)携手合作,推进地区废弃物品的循环利

#### 7. 公布信息

以通俗易懂的方式公布店铺各自以及ÆON整体实 施的环保工作。

#### 8. 21世纪型社区

力争成为无需购物袋(=不浪费使用资源)的商店。

# 经济、环境、社会与购物中心

### ÆON努力实现未来型购物中心。

### 田上京

ÆON今后在新建购物中心时,将推进前页所介绍的"环保商店"构想。

在此,以2005年5月将在名古屋市内开业的"环保商店"1号店、EON千种购物中心为例,

具体介绍至今全店所实施的积极销售环保商品、店铺回收循环利用资源、

在设施面依据"8项指标"的具体事例。

### 节省(创造)能源

我们设置了对购物中心各处可进行调节的节能设备, 例如整体节能系统, 节水系统和利用昼夜温差的外气 空调设备等等。

设置了太阳能发电和风力发电设备。购物中心用电尽 量采用白然能源。



在千种购物中心,为让孩子们了解 环境,还导人了小型风力发电设备。 建筑物正面设置了3个风车。



2004年11月新装修开业的ÆON北户田购物中心(埼玉县)在南侧 墙壁安装了面积达360平方米的太阳能发电板\*\*。1年发电量约为7,863kWh。 换算成二氧化碳的削减量,1年达2.9t-CO<sub>2</sub>。

※与NEDO(独立行政法人 新能源产业技术综合开发机构)共同开发

### 公布信息

购物中心内的"环保信息之角"设置了大型屏幕和触摸 式信息电脑终端。在此介绍环保方面所采取的措施以 及节能数据等等。孩子们在此也可以学到许多环保知 识。

### 景观和生物的多样性

与顾客携手开展"ÆON营造家乡的森林"植树活动, 在购物中心周围种植当地本土树木。

在千种购物中心,种植当地的樟树作为标志购物中心的象征物。

在墙壁上配备绿色,在天窗上部分采用木质材料,赋予外表一个柔和的 印象。

### 环境效率

在建材方面,大量采用环保材料, 比如间伐木材, 非胶合板材, 非氯 乙烯绝缘电线等。

在广场或店内设置地区市民利用的交流空间 千种购物中心在再开发区域的中央地带(插图中建筑

可用于各种活动。 作为民间设施的ÆON太田购物中心(2003年开业/ 群马县)的大厅被利用为所得税最后申报场所,这

在日本全国还是首次。 为缓解周边道路的交通阻塞,大型停车场必须设置。

千种购物中心虽然处于城市繁华地带,但可确保909辆汽车的停放。

疏导前来购物的车辆,有效地缓解交通阻塞。

为把停车场与千种购物中心所面对的若宫大道(通称100m道路)连接起来, 在购物中心用地内设置了停车等待区域。另外,在附近的红绿灯处于红色 状态时,为了让购物车辆也能安全驶入购物中心,还设置了诱导行车道。

### ÆON千种购物中心

名古屋市在市中心地区正在进行占地约9万平方米的 再开发项目"干种 Earth Square"。是ON干种购物 中心作为该项目的商业设施,计划于2005年5月开业。 它将成为ÆON所提倡的"环保商店"1号店。

●店舗数 / 80家

●占地面积/30,828平方米 ●卖场面积/13,689平方米

### 自然环境

采用利用自然光的采光设计和雨水活用系统。 在路面铺装上采用吸水性和保湿性好的材料, 利用蒸发所吸收的雨水而产生的汽化热来有 效地抑制热岛现象。

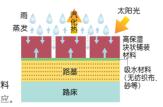


把自然光引入底层,既可节约电力,又可创造明

#### 设备和内部装修积极采用再生材料。

纤维质地板材料跟瓷砖相比,既可节约清扫费用,又可 在废弃时100%循环再利用。另外,这种材料还具有吸收 冲击力的功能,可让小孩子和老人安心。

> 吸水性和保湿性优越的铺装材料 跟泼水降温的原理一样,可有效抑制热岛效应。



发挥人、店铺和商品的相乘作用,提供一个生活方式中心。 ÆON株式会社 ÆON干种购物中心 购物商场经理 冈村 四郎

EON干种购物中心完工预想图



建立"环保商店"是全体购物中心的工 作。我们努力做到不论是员工、专卖店 店员还是保安人员、清洁工都能够回 答顾客关于环保的提问。从社区意义 上来说,正因为我们处于市中心,所以 希望能够为市民提供一个生活方式中 心。广场式公园可以作为地区俱乐部 或学生们自由表现的场所,可以请周

边的市民自治会在这里各自栽种花坛 等等。关于环保信息,我们正在与当地 有关方面讨论是否可以进一步提供一 些有益信息,而不是单纯公布信息。购 物中心里承租的各个店铺各自都在积 极地开展工作,我们希望把这些也介 绍给大家。

### 21世纪型社区

在店内积极开展"自己的购物袋、自己的购物 篮运动"、"店头再利用物品的回收"等活动。







作为社区交流的场所

# 每个月都与顾客携手开展社会贡献活动。

### 田上京

■★

每月11日是环境和地区贡献日

### **FONE**

ÆON在2001年8月更改公司名称之际,把 每月11日定为"ÆON日",以环境和回报地 区为主题,与顾客携手开展丰富多彩的贡 献活动。例如,把购物金额的1%捐献给地 区志愿者团体的"ÆON幸福的黄色发票" 活动,店内员工志愿清扫店铺周围地区的 "ÆON清洁道路"活动,把清扫范围扩大到 周边地区的公园和河岸的"清洁和绿色活动" 等等。在ON日已成为众所周知,与顾客共 同思考并实施环境和社会贡献活动。

支援地区志愿者团体

### ÆON 幸福的黄色发票活动

"ÆON日"所实施的该项活动旨在与顾客 携手支援地区志愿者团体。参加办法是, 只要顾客把在"ÆON日"当天购物得到的 黄色购物发票,或交换自带购物袋运动\* 的盖章卡所得到的"投函卡"\*投入店内的 专设信箱,地区的志愿者团体就可获得相 当于投入合计金额1%的捐赠物品。2004 年度,发票总额为50亿5,681万日元,加之 投函卡,我们将约为其总额的1%的5,072 万日元的各种物品捐赠给了9,369个团体。 ÆON 幸福的黄色发票活动从2001年开始 到2005年2月为止,共有ÆON(株)等14家 集团企业参加。累计向26,256个团体(含 重复计算)捐赠了价值1亿6,414万日元的 物品。

※每20个图章可换取一张投函卡,一张投函卡价值100日元。



# STEP1 购物时在收款台领取黄色发票。



信箱是按照地区内不同的义务团体而分别设置的, 每个投票箱上都记载着该团体所从事的活动内容。 顾客可将黄色发票投到自己愿意支援的团体的信箱中。



STEP4

相当于总额1%价值的商品被捐赠给相应的团体 黄色发票的总额为100万元时,将赠送一万元的商品。

### 清扫也是重要的社会贡献

### ÆON的清洁活动

"清洁和绿色活动"是ÆON从1991年4月 开始实施的一项清扫活动。ÆON各公司 的员工作为志愿者参加清扫公园、河岸、 公共设施等活动。同时从2002年1月起,还 开展了与日本国土交通省的"支援义务项目" 相配合的"ÆON 清洁道路"活动,主要清 洁店铺周围的国有道路,拾捡垃圾,清扫 植树带等等。

Y

2004年度全国的店铺也开展了各种清洁 活动。今后在ON将继续在各地积极开展 这项活动。





### 加强与地区的合作,着手开展新的活动。

断的地区循环网络实验事业

### 将废弃食用油转化为燃料

Maxvalu中部(株)把油炸食品的废弃食用 油转换成牛物柴油燃料(BDF)进行再利用。 该活动作为三重县的地区循环网络的实验 事业,是由Maxvalu中部(株)与三重县环 境森林部、津市、地方非营利团体、 Komatsu三重(株)以及(株)鱼国总公司三 重分公司共同合作实施的。具体而言,就是 从Maxvalu各个店铺、(株)鱼国总公司、三 重县政府机关食堂以及津市的一般家庭回 收废弃食用油,然后拿到Komatsu三重(株) 经过加工制成生物柴油燃料。

BDF是柴油发动机车所使用的燃料,不必 改造发动机即可使用,可得到和轻油基本



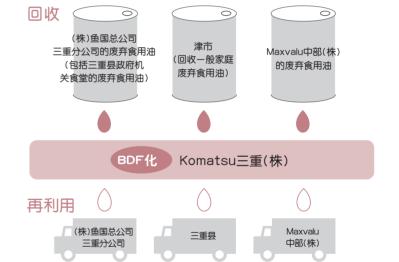
相同的发动力。而且不会产生造成酸雨的 硫磺酸化物,不会排放很多柴油车特有的 黑烟,是名副其实的"环保燃料"。

而且,由于BDF为植物件,即使燃烧会排放 二氧化碳,也不会受到京都议定书所规定 的二氧化碳排放量的限制。植物的生长需 要吸收空气中的二氧化碳,BDF所产生的 二氧化碳就如同是将植物所吸收的二氧化 碳又叶回空气中一样。

Maxvalu中部(株)现在(截止于2005年2月 20日)有2家店铺的废弃食用油被加工成 BDF,并被利用于公司内部用车的燃料。 今后我们将继续开展这顶工作。







# YR 通过"饮食"激活地区经济

利用当地的食品材料,以当地的食用方式在 当地消费。ÆON积极实施"地产地消活动"。 在JUSCO东山二条店(京都府)和京都大学 研究生院教授植田和弘等地区领导合作,自 2001年起开始这项活动。现在,我们正在探 讨尽量减小环境负荷的销售方式,并希望通

地产地消活动



过地产地消活动创造出新的"饮食"流通循环。 另外,Maxvalu中部(株)还举行了汇集本地 农产品、水产品的"地产地消展销会"。2004 年度,三重县还制定了促进地产地消的"三



重土特产日"。地产地消活动正在向多样化、 广范围扩展。

与顾客和地区携手培育的事业

### 通过各种方式努力提高下一代对自然和环境的关注。

YR

在爱知县举办的"儿童ECO俱乐部全国联欢节——美滨半田之旅"。 在ON山形南儿童ECO俱乐部(山形县代

表)、EON新居滨儿童ECO俱乐部(爱媛县代表)以及EON唐津儿童ECO俱乐部(佐贺县代表)被邀请参加。

为孩子们提供了解环境的场所

ÆON"川童ECO俱乐部)

为了给肩负下一代重任的儿童提供了解 环境的场所,日本环境厅(现环境省)从 1995年开始提倡开展"儿童ECO俱乐部" 活动,并为儿童在地区了解环境以及开展 各种实践活动提供支援。ÆON遵循这一 宗旨,积极推进ÆON"儿童ECO俱乐部"

活动,得到了公司内外的普遍好评。

ÆON"儿童ECO俱乐部"的会员是居住 在店铺周边地区的中小学生,无需会费, 活动期为1年,但过了1年也可继续参加。 ÆON的员工作为俱乐部辅导员,与地区 居民合作支援孩子们的活动。

2004年度,151个俱乐部、3,561名儿童以 及482名俱乐部辅导员,以各地ÆON为基 地开展了丰富多彩的活动。宣传墙报对此 也作了综合报道。

环境省每年都举办"儿童ECO俱乐部全

国联欢节",各个都道府县推选该地区的 一个俱乐部参加。2004年度,有3个县的 ÆON"儿童ECO俱乐部"被推选参加。



(山形县代表)



**EON新居滨儿童ECO俱乐部** (爱媛县代表)



ÆON唐津儿童ECO俱乐部 (佐贺县代表)





鲑鱼采卵教室 [ÆON(株)JUSCO札幌元町店]

孩子们在"札幌市丰平川鲑鱼科学馆"实习,取出鲑鱼 卵进行人工授精。从这些受精卵孵化出来的小鲑鱼将 于2005年5月被放入太平洋,开始它们的海洋生活。



营造故乡山林活动 [Æ○N九州(株)JUSCO唐津店]

2005年1月23日,参加在熊本县宫原町举行的营造故乡 山林活动(ÆON环境财团主办的体验乡村和修整竹林 活动)。当地的孩子和志愿者们一起修整竹林,编制竹棚, 田竹笼蒸馒头。



用"Eco猪"包饺子 [琉球JUSCO(株)JUSCO那霸店]

活动的主题是"寻找关联"。2005年1月23日,孩子们用 "Eco猪"包饺子。所谓的"Eco猪"就是用FON店铺 的餐厨垃圾饲养的猪。孩子们以身边题材体验了"利用 循环资源的生活"。



「Maxvalu西日本(株)Maxvalu北条店]

2004年9月11日,在店内会议室制作汇报1年活动的墙报。 大家共同讨论内容,然后分班将参加自然学校的感想、 参观循环资源中心的体会等书写成文。



调查水田里的生物 [ÆON(株)JUSCO新潟店、JUSCO新潟东店、 JUSCO白根店共同举办]

调查自然通水渠和人工混泥土通水渠里生活的生物的 不同。孩子们通过调查水渠中鱼的种类和特征,以及观 察在自然通水渠中放入甲鱼之后生态的变化等,对生态



EON Eco-Eco学习馆

ÆON Eco-Eco学习馆为孩子们了解生 态学的专门网站,希望孩子们能通过该 网站了解维护生态平衡、循环利用资源 和培育森林的重要性。孩子们可在可爱 的小动物带领下一起浏览网页,轻松愉 快地学到生态学知识。该网页可以说是 孩子们学习环保的一部良好教材。



2004年10月24日,为孩子们举办了题为"健康的身体喜 爱蔬菜"的健康饮食体验会。孩子们在营养管理师的指 导下,通过猜谜、购物游戏、做色拉等活动,切身体会到 了每天吃蔬菜和水果对健康的重要性。



收获和品尝冬季蔬菜

[ÆON(株)JUSCO奈良店、JUSCO生驹店、 JUSCO奈良南店共同举办]

收获萝卜、水菜、胡萝卜、花茎甘蓝等冬季蔬菜。 之后先 行20分钟左右到志愿者活动中心,用刚刚收获的蔬菜制 作并品尝了猪肉汤和色拉,吃了盒饭。最后,对2004年的 活动进行了总结。



Y 把全国的店铺作为了解环境的场所 ÆON Eco-Eco商店探除以

ÆON组织了"ÆON Eco-Eco商店探 险队"活动,旨在增强地区孩子们的环保 意识,提高他们参加环保活动的热情,并 加深他们对环保重要性的理解。这个探险 队由小学生组成,通过走访JUSCO、 Maxvalu、Megamart等各店铺,亲身体 会和了解资源循环利用、削减垃圾排放等 环保工作。店铺随时接受附近小学参加此 顶活动的由请,



是"环保商店探险队"。孩子们了解了ÆON为减少垃圾 所采取的措施和资源循环回收的流程。





# 与顾客和地区携手培育的事业 作为社会的一员

### 从各种角度,支援"充满希望的美好未来"。

**#** 

### 

在支援国内外发生的灾害和环保方面, EON通过店铺呼吁顾客协助,员工相互 协助,积极开展募捐活动。

2004年度各地发生了亟待紧急支援的灾害,对此顾客格外关心。此外,还开展了从地球上根除地雷这一被称为最残酷的武器的"根除地雷!宣传活动",把Jimmy·大西先生设计的包装纸和馈赠礼品卡片的

销售款项用作森林保护的资金的"让鸺鹠 返回森林!"等活动。在这些活动中也募集 到了大量捐款。



新潟县中越地震和台风23号募捐活动(JUSCO三好店)。

■☆

# EON社会福利基金

设立于1977年,依靠在ON各公司劳资提供的每月50日元(劳资双方共100日元)的公济金运营。现有38家集团成员企业参加,以残疾人自立、参与社会、促进福利为宗旨而开展支援活动。基金对全国的每个身心残疾人设施提供100万日元(或者50万日元)的"设施款项",2004年度累计达到355个设施。

### 2004年度主要募捐活动

活动名称(参加企业数)和活动期间	顾客和员工的捐赠额	ÆON的捐赠额	总额	捐赠对象
"尼泊尔学校建设"支援募捐(58家) 2004/3/21~2004/5/20	5,356万5,538日元	5,400万日元 (ÆON1%俱乐部捐赠)	1亿756万5,538日元	财团法人 日本联合国儿童基金协会
"根除地雷! 宣传活动"(51家) 2004/7/1~2004/8/31	2,689万9,570日元	2,700万日元 (ÆON1%俱乐部捐赠)	5,389万9,570日元	NPO法人"难民救援会"
台风23号受灾者紧急支援募捐(65家) 2004/10/26~2004/11/7	4,324万7,448日元	4,300万日元 (ÆON1%俱乐部捐赠)	8,624万7,448日元	兵库县受灾指挥总部 京都府受灾指挥总部 寄川县受灾指挥总部 德岛县受灾指挥总部
新潟县中越地震受灾者紧急支援募捐(65家) 2004/10/26~2004/11/7	1亿877万1,115日元	1亿800万日元 (ÆON1%俱乐部捐赠)	2亿1,677万1,115日元	新 <b>潟</b> 县受灾指挥总部
"让鸺鹠返回森林!"募捐活动(31家) 2004/11/29~2004/12/25	920万8,134日元	1,000万日元 (ÆON环境财团捐赠)	1,920万8,134日元	财团法人 知床财团
苏门答腊岛附近海域地震引发海啸的受灾者 紧急支援募捐(67家) 2004/12/28~2005/1/16	9,380万8,211日元	9,500万日元 (ÆON1%俱乐部捐赠)	1亿8,880万8,211日元	财团法人 日本联合国儿童基金协会
总计	3亿3,550万0,016日元	3亿3,700日万元	6亿7,250万0,016日元	

### 2004年度连续实行的募捐活动

活动名称(参加企业数)和活动期间	顾客和员工的捐赠额	累计捐赠额 (累计期间)	捐赠对象
红羽毛共同募捐 2004/10/1~2004/10/31	529万0,934日元	1亿2,114万3,948日元 (1983年度~2004年度)	社会福利法人 中央共同募捐会
支援导盲犬培训募捐(26家) 2004/9/21~2004/11/20	1,763万2,612日元	1亿6,587万4,097日元 (1989年度~2004年度)	全国导盲犬设施联合会
支援白血病患者募捐(2家) 2005/1/24~2005/2/20	622万9,616日元	2,266万5,982日元 (2000年度~2004年度)	NPO法人 全国骨髓库推进联络协议会
总计	2,915万3,162日元	3亿968万4,027日元	

田上京

### 从了解环境到国际交流

### ÆON1%俱乐部

1989年成立的"ÆON 1 %俱乐部",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。2004年度拿出9.39亿日元,累计提供总额为72.46亿日元。

2004年度,8月举办了第2次"学习德国 ECO生活"旅游活动。54名中小学生参加, 向环保先进大国德国学习如何区分垃圾、 再利用资源、充分利用自然资源等等。在7 月至8月实施的"根除地雷!宣传活动"中, 为与顾客共同思考根除地雷问题,开办了 地雷学习班,实施了募捐活动。

11月,为实施作为"国际文化和人才交流"



第2届"向德国学习ECO生活"的旅游活动。在德雷斯顿市内学习区分家庭垃圾类别。

地雷はいらない

呼吁人们支援"根除地雷 官传活动"

一环的"小大使"事业,邀请中国广东省的 20名高中生参加体验日本高中的生活、参 观太田市再利用市场、观察东京湾海滩等 丰富多彩的环境活动。



来自中国广东省的"小大使"们。在东京湾海滩"三番濑"观察到丰富的生物生态。

### 田上京

### 在国内外开展丰富多彩的植树活动\_ 财团法人 在〇N环境财团

(财) 在ON环境财团在迎来成立15周年的2005年,以支援发展中国家和日本国内的环保活动为目的,开展各项事业,提供资金援助。2004年度,7月与北京市人民政府共同举办了"万里长城与森林再生工程"育树植树活动,日中两国的300名志愿者栽种了约4,300棵树苗。9月为纪念JayaJUSCO Stores(株)\*成立20周年开展了植树活动,有2,850名志愿者参加,种植了约3万棵树苗。10月在日本,与志愿者共同开展了"知床森林再生与植树活动"(植树约700棵)、"上田市、家乡造林植树节"(植树约700棵)、"上田市、家乡造林植树节"(植

树约4,000棵)、"加贺海岸、家乡造林植树节"(植树约15,000棵)等活动。

2004年度,还对致力于环保的国内外非政府组织NGO活动的156个项目实施赞助,总计1亿5,000万日元。从成立至今,累计赞助总额达13亿2,707万日元。

※2004年9月15日公司改名为"ÆON马来西亚株式会社"。



自2003年起开始实施"万里长城与森林再生工程"育树植树活动运行计划

### 

(财)冈田文化财团于1979年成立,旨在发展和振兴三重县的艺术和文化。2004年11月23日在三重县文化馆举办纪念成立25周年音乐会。维也纳交响管弦乐团的选拔团员和本财团赞助的3名独奏者进行了同台表演。

# "饮食"的安全

### 让顾客"安心"有根有据,努力为健康打好基础。



YR 公布信息直接关系到"安心" 在畜产品方面所采取的措施

疯牛病使日本对食肉的安全性越来越关注。 EON正在积极构筑一个可以确保食肉 来源更加安全、安心的系统。2003年, Æ○N对国产牛肉采用了追踪系统\*1。顾 客可以根据包装价牌上的"生产履历确认 号码"和"个体识别号码",亲自确认该产 品是"在哪儿饲养的、谁饲养的、用的是什 么饲料"。2004年4月取得了"牛产信息公 布牛肉JAS"\*2认证,11月取得了"生产信

■生产信息公布JAS标准的构架 牛产信息的 记录、保管、公布 牛产企业到取得 传直 因特网等公布信息 认证生产工程管理企业 认证分包装企业 (生产企业等) (销售业等)

息公布猪肉JAS"\*3认证,在ÆON的店 铺可为顾客提供贴有JAS标识的猪牛肉。 今后,将进一步推广这一工作,努力扩大 服务范围和商品种类。

※1 截止于2005年2月,在一部分地区的一部分商品中导人了

※2 FON的食肉加工中心(株)Food Supply JUSCO南关 东中心和(株)北海道畜产公社北见事业所作为"分包装企业", ÆON"食品大师"的交易客户TS Angus宫下牧场作为"生产 工程管理企业"分别取得该认证。

※3 (株)Food Supply JUSCO南关东中心作为"分包装企 业",(株)十和田湖高原农场作为"生产工程管理企业"分别取

与生产者携手确保"安心" 在农产品方面所采取的措施

> "TOPVALU Green Eye\*"的观念就是, 最大限度依靠自然的力量,即要美味、营养 丰富,又要环保。在农产品方面,以往利用 店铺的电脑终端向顾客提供部分商品的生 产者情况,但从2004年度起,引进了顾客通 过手机就可直接查询的系统。手机读出商 品的QR编码后就可访问生产者的网站。这 样除了生产者的姓名和相片,产品所使用 的农药、肥料等信息都可确认,可以获得更

YR



加确凿的安心。另外,生产者听取顾客的意 见,将之反映到生产上,也有助于生产效率 的提高。EON计划今后不仅是对全国销 售的产品,对扎根干地区饮食文化的蔬菜, 也采用这种方法,建立能够使顾客和生产 者产生共鸣的系统。截止于2005年2月,可 利用该系统的商品达到70种,2005年还预 计在350种商品中导人该系统。

※"TOPVALU"请参照28~30页。

提供健康饮食生活指南

### 5 A DAY运动

始源于美国改善饮食生活的运动,即 每天吃5盘(1盘70克)以上的蔬菜和 200克以上的水果。2001年ÆON在日 本零售业率先开展了许多丰富多彩的 饮食教育活动。在店铺设置营养师实 际演示的"烹饪展示台"(2005年2月由 "Let's 5 A DAY"改称),向顾客介 绍以蔬菜为主的健康食谱。



YR

-年四季质量稳定

在水产品方面所采取的措施

不少顾客不放心养殖鱼的安全和质量。 而在养殖场,积极地为顾客提供美味、优 质养殖鱼的养殖人员却在增多。因此, ÆON在2004年4月建立了为顾客和生 产者牵线的"鱼牧场"。该措施旨在通过 对养殖环境和饲养状况进行细致管理, 从而更好地向顾客提供美味、可放心食 用的"鱼"。同时也是出于介绍养殖鱼的 优点,例如容易采取确保安全手段;一

年四季均可品尝;不易对自然资源造成 危害,等等。截止于2005年2月"鱼牧场" 介绍了宫崎县佐土原町产的鳗鱼、鹿儿 岛县东町产的鰤鱼、熊本县天草产的鰤鱼、 泰国产Vannamei去壳虾4个品种。今后 计划进一步充实品种,向顾客提供更多



### 确保安全,也是生产者的追求。

"TOPVALU Green Eye"塔斯马尼亚牛肉

样自然环境保护得很好的岛屿在世界 上屈指可数。"TOPVALU Green Eye" 品牌的"塔斯马尼亚牛肉"是在清洁的 环境中精心培育的黑色安格斯牛。日 本人所嗜好的柔软多汁的肉质,就是 在ÆON直营的Tasmania Feedlot 公司严格彻底的卫生质量管理下,经 过200天以上长期谷物饲养(未使用任 何肉骨粉、转基因饲料、抗生素、生长 激素)的结果。这一 育肥环境获得了澳

像澳大利亚最南端的塔斯马尼亚岛这 大利亚塔斯马尼亚州政府颁发的证书, 在生产过程中采用第三者认证系统

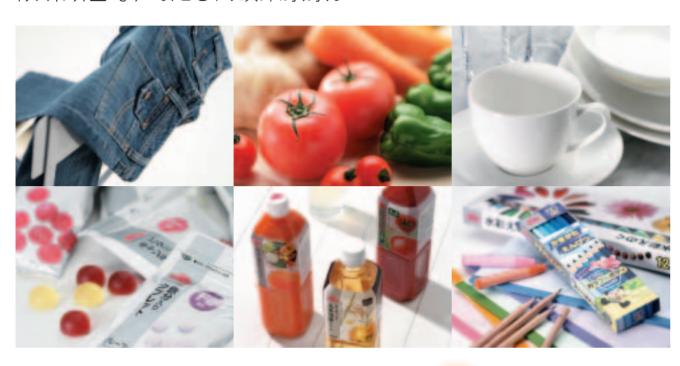
> ※SQF为Safe Quality Food的略称。由世 界最大民间验证审查登记机构SGS进行认证



由第三者机关(登记认证机关)对企业向顾客传达的食品生产信息是否正确进行认定的流程。

商品-2 私家品牌

### 倾听顾客呼声。 EON硕果累累。



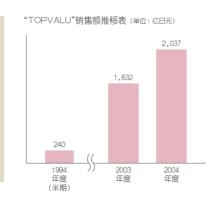


1994年诞生的EON私家品牌(PB) "TOPVALU",作为"追求顾客第一的私 家品牌",其发展过程也体现出了时代所 要求的价值。"EON 21活动\*"征集到的 有关"TOPVALU"的意见和建议逐年增加。 为了满足顾客要求,2004年时隔4年进行 了翻新,商品开发的幅度超过以往。无庸 置疑, EON对顾客约定的"五项承诺"得 以继承发扬。"TOPVALU"开发的商品数 量,截止于2005年1月末达到2,400种,在 集团40个公司约4,200店铺销售。

※请参昭第16页



#### TOPVALU的五项承诺 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 清楚地标明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



以通俗易懂的方式 公布顾客想了解的信息

### Yİ

### TOPVALU的详细介绍

翻新后的"TOPVALU",包装外观有了很 大变化,但为顾客提供安全、安心的商品 信息这一宗旨没有变。在JAS修正法规定 实施义务化以前,就对食品的转基因原料 进行了标注。除规定必须注明的5种原料外,

TOPVALU 土豆片(清汤味)的表示例

出差成分字示

食 塩 相 当 量 0.7g (株) 品質管理センターにて検査

对顾客咨询颇多的

"食盐含量"予以标注

对大豆、明胶等可任意注明的20\*种原料 也都加以注明,对含有过敏物质的原料也 加以注明。近年来顾客对"食盐含量"的容 询很多。这些内容,依据规定在统一栏内 或在ÆON单设的专栏内都有注明,让顾 客一目了然。

※截止于2005年2月20日的商品种类数目。若种类有所增加,将 迅速采取对应措施。

「バントアック ばれいしょ(国産)、植物油館(米油、バール 油)、糖質、鶏肉パウダー(豚肉を含む) 8 食塩、香辛料(大豆を含む)、オニオンパ ウダー、たい白加水分解物(大豆を含む) 粉末掘油(大豆、小麦を含む)

作为削减一氧化碳排放量的一环 🔀 🕏

### 利用牛物原料的包装

"TOPVALU Green Eye"从去年开始 使用生物原料制成的聚乙烯袋\*,它因可 减少二氧化碳排放量而倍受瞩目。2004年 度为进一步扩大用途,正式在哥伦比亚产 有机栽培香蕉上采用该包装。"TOPVALU" 以外的部分蛋类包装也采用了同种原料。 并且在这些商品的流通、陈列中还积极采 用再利用型货物箱,充分发挥零售业特有 的可"与顾客携手削减废弃物"的优势。今 后还计划将该包装推广到更多商品。

※原料为玉米的淀粉。焚烧时所产生的二氧化碳,是玉米成长 过程中从大气吸取的部分,因此焚烧并没有增加大气二氧化



### 为追求安全和健康的顾客信心十足地推荐商品。

容易引起食物 过敏的25种物质

株式会社MYCAL 天王街Saty店长





初次品尝"TOPVALU"商品时,我不禁 惊叹食品的美味。为了把这种惊喜传 达给顾客,本店努力尝试食品的品尝 销售,获得了顾客的好评。在评论员会 议上有人提出"5份冷冻赞岐面条包装 不好保存"的意见。这个意见反映到总 部,立刻改为将5份分别包装。评论员 感叹地说"ÆON的改进真快呀"。最近 Green Eye和减盐蔬菜果汁销量很好,

这也反映出顾客对食品的安全、健康 和环境问题很敏感。今后我们还筹划 开展食谱介绍,通过将相关商品摆放 在一起来促进交叉销售等工作,充分 向顾客展示信息提供型"TOPVALU" 的长处。

# 商品-3 Fair Trade (公平贸易)

### 店铺与顾客携手同行,参与社会贡献。



"Fair Trade"这个用语被译为"公平贸易", 近来变得越来越常见。它以恰当的价格从 生产者手中购买商品和原料,以此来支援 生产者的经济发展、社会自立和环境保护。 EON在EON21活动\*中征集到顾客"希 望提供日常能参与社会贡献活动的场所" 的建议后,从2003年开始着手"Fair Trade"。 "Fair Trade"只有通过扩大商品的购买 机会才会得到效果,而且更重要的是要坚 持开展下去,而不是一时性的。ÆON希望 充分利用可在全球采购这一零售业优势, 在更广泛的领域与顾客携手,共同开展这 项活动。

※请参照16页。



ÆON以Fair Trade(公平贸易)方式销 售咖啡豆始于2003年9月。此后,为使该项 活动得以扩展,经过各种调整,于2004年 创建了一个完整的"TOPVALU"品牌销 售体制。"TOPVALU Fair Trade咖啡"



咖啡"的包装上标有FLO的





使用的是得到欧美等17个国家加盟的 Fair Trade认证组织FLO\*认证的咖啡 豆。从印度尼西亚、泰国和埃塞俄比亚3 个产地进口。每种咖啡分为普通袋装和 带滤纸包装2种类型,顾客可根据不同嗜 好加以选择。这些商品在ÆON网上商店 也可购买到。

\*Fairtrade Labelling Organizations International





Fair Trade与捐赠或提供物资援助不同, 它是一种基于平等伙伴关系上的商业行为。 它通过支付正当的报酬,支援发展中国家 的生产者提高设计水平和产品质量,使其 达到自立的目的。"SELF+SERVICE"

的观念是重视环境和享受时尚,二者兼顾。 它与以"People Tree"品牌开展多种多 样Fair Trade事业的Fair Trade Company(株)合作,从2004年7月起,在 店铺推出了有机棉T恤衫和首饰等代表 性Fair Trade商品。生产者在与Fair Trade Company(株)和在ON的交易中, 不仅仅学到了质量管理和商品计划方面 的知识,这种持续性的销售还确保了他们 的收入来源,推动了地区社会的发展。 2005年,我们计划开发更多的新产品来装 点"SELF+SERVICE"店头。此外,还筹 划在集团各公司开展的事业中探讨进一 步利用Fair Trade的可行性,以期更广 泛的推广。



囲とす THE BODY SHOP

### THE BODY SHOP

(株) EON Forest 在日本国内销售英 国"THE BODY SHOP"品牌的化妆品。 该品牌以"商业活动和社会变革二者兼顾" 为目标,在英国1号店开设伊始,就坚持以 "Values"的5个价值观为核心,利用业务 开展社会贡献活动。其核心之一就是"地 区贸易(Community Trade)"。 这是"THE BODY SHOP"独自实行的Fair Trade

方式,它以"不是援助,而是贸易!"为观念, 在尊重需要支援的世界各地区的环境和 文化的基础上,直接购买原料,建立持续



的贸易伙伴关系, 以此来支援当地 经济和社会的发 展。截止于2005 年2月,已和27个 地区开展了贸易。





### 从硬件和软件双方出发,积极营造方便顾客的商店。

营造大家便利的店铺/身处信息化社会

# ÆON爱心建筑设计标准

EON遵照1994年施行的爱心建筑法,制 定了独自的"ÆON爱心建筑设计标准"。 在建设新店铺和改建旧店铺时,积极引进"各 种顾客都能方便舒适利用"的通用型设计。 为此,不仅要去除设施的障碍,还要力图 提高员工素质,这对服务来说必不可少。 在硬件和软件双方面,积极营造方便顾客 的商店。在ON还为员工提供手语和看护 等方面知识的指导。

2004年度在58家店铺新取得了爱心建筑 法认证。现累计共有344家设施和店铺获 得了该认证。



以不同颜色区分各个停车场区域,在 人口处设置提示空位状况的显示板 残疾人专用停车场的空位状况可-



尽量减少地面的高低不平,很多



为了提示司机,步行者通道的标识

设置得非常醒日

通道宽度和服务台的设计考虑到了轮椅顾

爱心建筑法认证设施推移表



店铺人口处设置的对讲机。需要

帮助时可直接呼叫店员。

轮椅出人方便的宽敞厕所,没置了成人田护

#### 1995 15 1996 27 42 设施总数 40 123 新建设施数 29 152 2000 //3 105 2001 12 207 2002 38 245 41 286

备有和用轮椅和可装在轮椅 F的购物车

#### 从使用者出发逐一改善。这才是通用型设计的根本所在。 深谷 雅明 EON Mall株式会社 EON下田购物中心总经理



营建日本引以为豪的福利型购物中心! 为实现这一理想,ÆON下田购物中 心从开发之始就听取老年人和残疾

人的意见,以营建硬件软件都非常充 实的福利购物中心为目标。我们征集 到的建议都逐一得以落实。例如,残 疾人和健全人都能舒适使用的"便利 厕所"、无高低差异的防滑地板、残疾 人也易于使用的自动售货机,等等。 我们所贯彻的福利设计赢得了好评。 1995年ÆON下田购物中心取得了爱 心建筑法认证,这在青森县还是第1家, 在日本是第2家。之后,我们与当地的 NPO法人合作,实施了支援老年人和 残疾人舒适购物的义务导购制度,并

在购物中心内开设了购物当天看护 服务设施,这在日本很罕见。2002年 下田购物中心的业绩受到了表彰,荣 获了内阁总理大臣奖最高奖。下田购 物中心在当地发挥了巨大的作用,现 已成为一个重要的存在。当然,这一 成绩的取得并不是我一个人的力量。 历届负责人的努力、行政部门的支持 以及老年人和残疾人的宝贵意见都 起到了至关重要的作用。

### 严格管理和保护顾客的个人信息。

# 方便、舒适、安心的支柱 保护个人信息

2005年4月1日个人信息保护法开始实施。 该法颁布之前, ÆON各公司率先对顾客 个人信息的管理方法加以再次确认和完善。 关于个人信息问题,现介绍2家在业务上 与此关联最多的公司所采取的措施。

#### 顾客信息=公司的资产

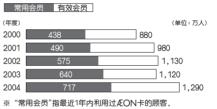
截止于2005年2月, EON Credit Service (株)拥有信用卡会员达1,290万名。我们认为 保障顾客的个人信息与保护公司的资产同 等重要。2002年1月个人信息保护管理体制 取得了"ISO9001"认证。之后2003年1月取 得了"Privacy Mark",2004年7月取得了 "ISMS"认证\*。随着因特网不断普及, 2004年7月和最新的数据暗号化技术一并 取得了"TRUSTe"认证。此外,还在公司 内部逐步导入了利用手指静脉纹的个人 认证系统;检查操作程序运用状况的内部 监查体制; 对包括小时工在内的全体员工

实施职业道德教育等新项目。自2003年11 月起,以每月例行的安全委员会为核心, 安全管理体制得以逐步强化。作为保护顾 客信用卡的对策,现在正在着手引进带有 IC芯片的信用卡。

从保护个人信息的角度改进业务,这样做 有时会妨碍提高效率。但是, FON Credit Service (株)仍二者兼顾,大力 强化保护顾客个人信息的管理体制。

※取得3项认证在信用卡界尚属首次。

### ÆON卡会员人数推移表





-定要经过邮件室检查收件人地址 出人房间需要通过D卡、



### 真正的幸福来自真正的信赖

(株)Zwei是一家提供以结婚为前提的交 友场所的公司。会员数截止于2005年2月 约达4万1千人。因该行业管理的是需要高 度机密的个人信息,成立伊始就采取了各 种措施和信息管理手段,其合理性和安全 件获得了好评,干1999年取得了Privacy Mark认证。又在2004年9月同时取得了信 息安全管理的国际标准"BS-7799"和国 内标准"ISMS"认证\*。以上认证的范围包 括(株)Zwei的所有业务、47处(截止于 2005年5月) 处事业所及员工,信息保护体 制得以进一步加强和完善。2004年4月又 新成立了风险管理委员会和信息安全委 员会,从而构成了一个使信息保护系统日 臻发展完善的体制。

※同时取得这些认证在同行业尚属首次。

### · ^ = \*LL+10+

(株)Zwei会员数推移表								
男性名	会员 女性会员							
(年度)						(	单位:人)	
2000	15,445	11	1,184	26	,629			
2001	14,832	12	,072	26	,904			
2002	16,239		14,574		30,813	3		
2003	17,963		19	9,3	40	37	,303	
2004	10 161			21	701		40 042	

### 有关个人信息保护的代表性认证制度(ABCIDIR)

### BS-7799

British Standards Institution(英国标准协会)于1995 年制定,为面向企业、团体 的信息系统安全管理指南。 其最新版(BS7799-2:2002) 为右侧ISMS的认证的基准。

### ISMS

Information Security Management System的简 称。2004年4月,(财)日本信 息处理开发协会设立的信 息安全管理系统评估制度。

### Privacy Mark

在处理个人信息管理方面 采取了妥善保管措施的企 业被授权使用该标识。认证 基准依据日本工业标准 "JISQ15001(有关个人信息 保护法律纲要的要求事项)"。

### **TRUSTe**

美国非营利法人"TRUSTe" 以许可的形式实施认证制度。 它作为一个国际性个人信 息保护组织而闻名。旨在通 过促进公正地使用信息,建 立对因特网的信任和信赖。

### 为确保安全、安心、正直 在交易过程中

### ÆON认为,对商品的生产过程也应负责。

田上京

FON供応厂商CoC

### 要求国内外500多家公司遵守

除了商品的质量和安全性, ÆON认为对 其生产的环境和过程,对社会也要承担起 说明责任。因此,2003年制定了面向世界 24个国家交易伙伴的"ÆON供应厂商 CoC(Code of Conduct/交易行为准 则)"。该准则的内容是,以遵守所在国家 和地区的法律法规为基本,让生产者和工 厂劳动者在注重环保的工厂里工作,其人 权必须受到尊重,并保障安全卫生的劳动 环境和恰当的报酬。

以2003年5月召开的面向约400家 "TOPVALU"生产委托商的说明会为始, 所实施的说明会在日本3次,在海外中国 3次、泰国1次。至今已对500多家公司进 行了说明,要求他们遵守该准则,并向 ÆON提交遵守誓约。

### 利用第三者的监查、评价体制

以"ÆON供应厂商CoC要求内容"为基 准的工厂监查体制,包括由ÆON的监查 负责人进行的"双方监查"和由外部专门 监查机关进行的"三者监查"。亲临工厂, 监查所要求事项是否得以遵守。我们认为, 无论提出多么完美的要求,必须需要一个 检查所提出的要求是否得以真正实施和 改善的体制。

"ÆON供应厂商CoC"规定ÆON与交 易伙伴共同承担对商品的说明责任,同 时也要求改善包括国外在内的生产委托 商一方的劳动者的生活和工作环境。为 了使"TOPVALU"成为让牛产者也感到 "安全"、"安心"的品牌, EON将积极推 讲"ÆON供应厂商CoC"。

### 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 · · · · ·	······ 尊重从业员工的人权
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・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	·····································

### 開生冷 对ÆON内部也实行客观衡量 取得SA8000认证

#### 作为"要求一方"的自我管理

EON于2004年11月,作为日本零售业在 TOPVALU的供应商管理和ÆON(株) 的总公司业务方面,首次取得了国际闻名 的企业伦理和劳动环境"SA8000"标准认

证。"SA8000"的名称源于英语的社会责 仟(Social Accountability) 一词,是针 对全世界的工厂和企业,对人权的尊重和 改善劳动环境而制定的国际标准。其中包 括要求保护人权、消除雇用差别等8个事项, 以及建立和不断改善相应的管理体制。 ÆON认为既然要求供应商遵守"ÆON 供应厂商CoC",就应该对自己也实行更 严格的管理,因此提出了申请。在认证审 查阶段,劳动安全卫生的定期报告和劳动

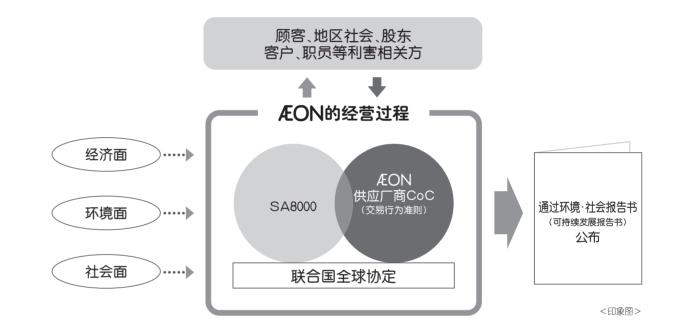
时间的改善等几个方面被指出了问题。 ÆON立即着手采取改善措施。另外还与 各公司\*\*及集团所属公司交流经验,探讨 扩大"SA8000"标准的适用范围。

※ÆON(株)将日本分为4大区作为经营基地,实行公司独立

### FON(株)2004年9月声明参加联合国全球协定。

全球企业都在朝努力"赢得社会信赖"方向发展,EON也积极响应来自社会的各种需求,通过推动SA8000和EON供应厂商CoC,并 按照联合国全球协定所规定的10项原则以及GRI\*大纲条款,监督自身的经营过程,实现是ON对社会的说明责任。

**%**Global Reporting Initiative



在制造私家品牌(PB)商品中,实际体验了社会责任。 田中 Kaori ÆON株式会社 家庭时装商品总部



2004年4月,作为ÆON供应厂商CoC 的双方监查的一环,访问了通过日本 供应商委托生产"TOPVALU"品牌拖 鞋的上海伯乐鞋业有限公司(中国)的 工厂,确认改善状况。在1个月前的双 方监查中,就垃圾处理和加班费的计 算方法等6个项目提出了改善要求。此 次有2个项目得到了根本改善,其他的 项目也有所进展。该公司的陈代表感

慨地说:"你们给予的指导使我们受益 匪浅。通过这些改善,我们公司成为一 个符合世界标准的企业,今后可以信 心十足地与世界任何企业进行交易"。 通过这次监查,使我对经营者的经营 理念和长期合作关系在PB商品的生 产中所体现出的社会责任有了更切实 的感受。

# 环境管理推进体制

**EON与环境 2004-2005** 

### EON的环境理念

我们ÆON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,

大力推讲社会贡献活动和环保活动。

同时我们认识到,这些活动是扎根干地区的活动,

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。

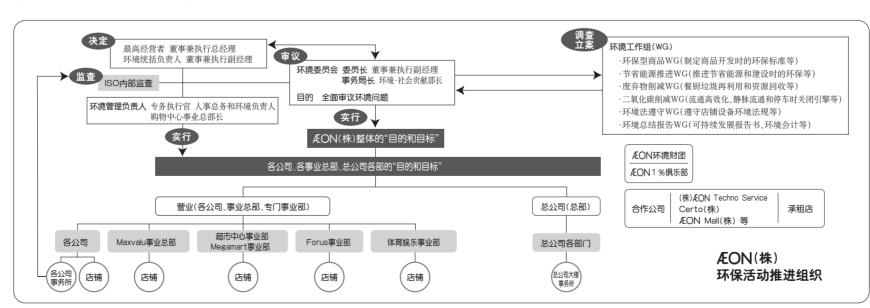
### EON整个集团推进环境管理活动。

#### 取得ISO认证的企业一览 截止于2005年2月20日

ÆON(株)	ISO14001
青岛永旺东泰商业有限公司	ISO9001
Maxvalu东北(株)	ISO14001
(株)品质管理中心	ISO9002
Certo(株)	ISO14001
(株)Food Supply JUSCO	ISO14001
Maxvalu西日本(株)	ISO14001
(株)Diamond City	ISO14001
Maxvalu中部(株)	ISO9001、ISO14001
AIC(株)	ISO14001
ÆON Mall(株)	ISO14001
ÆON 九州(株)	ISO14001
ÆON Credit Service(株)	ISO9001、ISO14001
琉球JUSCO(株)	ISO14001
(株)ÆON Techno Service	ISO9002、ISO14001
Maxvalu北海道(株)	ISO14001
Maxvalu九州(株)	ISO14001
Ministop(株)	ISO14001
Laura Ashley Japan(株)	ISO14001
(株)Mega Sports	ISO14001
※按照取得ISO认证的先后顺序	排列

ÆON将日常的环保活动视为重要的经营 的工作。 课题,大力推进将企业活动和环保活动相 此外, EON(株)环境委员会所决定的事项 认证的企业已达到18家。以各公司经理为首, 构筑了管理体制,还设置了审议环境问题 的"环境委员会"等等。按照业务种类和业 务形态制定课题,大力开展减少环境负荷

结合的环境管理活动。截止于2005年2月20 都会作为ÆON的方针,被整个集团所共有。 日获得了环境管理系统国际标准ISO14001 我们不仅对目标、理念和组织结构持有共识, 同时也大力推进各公司独具特色的环保活动。



### EON株式会社 环境方针

ÆON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。

1. 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推广节省能源、节省资源。
- ③推广节省使用(Reduce) 反复使用(Reuse) 再利用(Recycle) 削减废弃物 对所排放废弃品讲行妥当处理
- ④为了防止地球腭化、减少一氧化碳的排放量
- ⑤推广绿色采购,努力使用、采购对环境负荷少的东西。
- ⑥与当地顾客携手推广植树活动。
- 2. 规定有关环保法规,遵守已表示赞同的决定。
- 3. 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
- 4. 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 讲环保活动.

> ÆON株式会社 2003年8月21日 董事兼执行总经理 图 加 之 之

董事兼执行副经理





林 直树 环境管理负责人 专务执行官 人事总务和环境负责人

ÆON(株)在多处取得ISO14001认证,已将近5年了。各店铺 通过运用环境管理系统,再利用资源、节省能源和节省资源 等环保活动有了进一步发展,有关排水、废弃物管理等环境 法规的守法状况也有所改善。这些都使我们再次认识到, ISO14001在遵纪守法和管理店铺设备等方面是一个非常有 效的"工具"。

ÆON(株)在2005年春实施的机构改革中,将ISO事物局从 原来的环境社会贡献部移至总务总部。这一组织变更旨在 强化对包括集团各公司在内的所有店铺守法状况和店铺设 备的管理。我们今后的目标是,将违反水质标准或漏油事故 等店铺减少至零。利用ISO这一有效工具,大力营建让顾客 可安心利用的购物中心。

京都议定书自2005年2月开始生效。ÆON集团各公司削减 二氧化碳排放量的工作也成为一个重要的经营课题。对 ÆON而言,建设新的购物中心以及延长营业时间等因素都 会导致二氧化碳排放量的增多,因此必须从战略角度追加 更多的削减措施。我们计划进一步强化并扩大引进节省能 源设备和利用自然能源。对商品规划、生产、流通、销售这一 经营过程加以重新探讨,扩大店铺建设中的绿色采购。主要 以这些措施为主,若出现不足将探讨利用京都机制。

我们在ON所做的减轻环境负荷的努力,还远远不够。伴随 CSR(企业的社会责任)多方位企业评价方式的推广,社会 对EON的期待也越来越大。为了不辜负顾客的期望,赢得 顾客的信赖,今后还将进一步推进整个集团的环保活动。

# ISO14001的目标与成绩

#### ÆON(株)的目标和成绩

#### ◎=已达成 △=尚未达成,仍在努力

环保方针		2004年度		
小体/JTI	目标	结果	超出率	评
	(1)①环保商品的销售额比例达到1.6%	销售额比例为1.5%	93.7%	_
	TOPVALU Green Eye 24,190百万日元	21,185百万日元	87.6%	·
-				+
	TOPVALU 共环宣言 2,510百万日元	2,343百万日元	93.3%	
	SELF+SERVICE 1,760百万日元	1,584百万日元	90.0%	4
是供注重环保的	②制定新的环保标准	进行了探讨,但尚未决定		4
商品和服务, 营建店铺	(2)作为重新探讨环保商品标准的一环,制定容器包装的 环保标准 → 着手商品化	探讨了容器包装材料的标准,尚未决定		Ţ.
	(3)制定生态商店标准《这就是EON的环保商店》 ①环境负荷小的建材 ②导入自然能源	环保商店构想的完成 ①决定8项指标		
	③室内环境 等	②环保商店1号店的开业准备		
	(1)用电量以基本单位计算比2002年度削减3.5% ※但要将营业时间合理地反映到基本单位计算中	2002年度的成绩为"43.9wh/m²·h", 2004年度的成绩为"36.4wh/m²·h"	86.1%	
生进节省能源和节省资源	(2)免费塑料袋和时装塑料袋以重量计算比2002年度削减1% (通过统一为"singing②/EeN",争取减少库存和降低成本)	使用重量的目标为10,984t, 实际成绩为10,557t	96.1%	
	(3)①建立运输车辆管理体制,管理NOx、PM法的遵守状况	①运输车辆管理体制已形成,但对遵守状况尚未加以确认		4
	。 ②引进天然气燃料车累计20辆	 ②引进天然气燃料车累计21辆	105.5%	
	(1)胸物袋自带率达到14.5% ①员工的意识改革 ②进一步贯彻基本指示项目	购物袋自带率目标为14.5%, 实际成绩为8.99%	62.0%	
	③扩大销售自己的购物袋 等 (2)食品废弃时的卖价变更额控制在销售额比例的2%以下	序女狮·韦·//	109.2%	<u> </u>
	通过ISO,将卖价变更信息纳入PDCA循环	废弃物卖价变更率的实际成绩为2.2%	109.276	<u> </u>
	(3)餐厨垃圾的再利用率达到27% 餐厨垃圾再利用的优先顺序 ①委托给已经登记的再利用事业者 ②委托给未登记的再利用事业者 ③利用餐厨垃圾外理机自行堆肥	餐厨垃圾的再利用率为27.1%	100.4%	
推广节省使用(Reduce)、 反复使用(Reuse)、 再利用(Recycle)	(4)以JUSCO大和鹤间店为样板店,实施废弃物的分类和计量 自6月度开始在JUSCO大和鹤间店实施废弃物的分类和计量			
	(5)减少用发泡聚苯乙烯容器进货 (用纸箱进货:30种商品 用可反复使用的周转货箱进货:20种商品) 共计50种商品	目标为50种商品, 实际成绩达到52种商品 (可反复使用的周转货箱:4种商品 纸箱:48种商品)	104.0%	
	(6)2003年度已经掌握了办公用纸再利用量的店铺继续实施, 同时扩大采用同样措施的店铺数	2003年度为127家店铺,2004年度扩大到144家店铺 继续开展掌握办公用纸再利用量工作		
	(7)进一步推广不使用纸张 ①增加实施店铺 ②与小型电子书库衔接,导人"检索工具" ③网络的各业务系统开始运行	推广ÆON Ring小型电子书库的利用扩广不使用纸张		
削减二氧化碳排放量	(1)制定地球暖化对策展望 氧化碳排放量			
	(1)①将所有促销材料和账簿类相关材料的 一半资财所使用的油墨改为大豆油墨	①1,251种改为大豆油墨	129%	
t 进绿色采购	②在全店铺5)进荧光灯管再利用系统 (预计2004年度在185家店铺实施)	②在213家店铺实施	115%	
	(2)新建店铺时,在可使用特定绿色采购用品(共7个品种)的施工位置,使用10%以上	在7家店铺平均使用10%以上的7个特定绿色采购用品		
ラ当地居民	(1)整个集团在72处植树37万5千棵	在57处植树42万3千棵	112.9%	
-起开展植树活动	(2)AON"儿童ECO俱乐部"会员达到3,800名	会员达到3,561名	93.7%	1
遵守法令	继续进行土壤污染调查	对可变卖闲置不动产进行调查		

※2004年度的目标和实际数值以	1月知暦37日で1	HISPATH:
※2004年反即日彻彻天彻效阻。	시민씨()돗지 [[.] 기 시	,四1.] B垤

2005年度			
目标	责任部门		
环保型商品的销售额比例达到1.6% TOPVALU Green Eye 23,228百万日元 TOPVALU 共环宣言 2,168百万日元 SELF+SERVICE 1,770百万日元	TOPVALU 商品部 各商品部 SELF+ SERVICE		
制定并开始运用"环保商品"的标准 ※加入削减容器包装和使用环保材料等 有关容器包装的标准	环保型 商品WG		
环保商店的进一步推广 ①开发MaxValu(SM事业型样板店 ②制定开发环保商店的公司内部评价标准 ③导入自然能源	环境· 社会贡献部		
用电量以基本单位计算比2002年度削减5% ※争取总用电量比上个年度减少1%	总务总部 设施管理G		
免费塑料袋、时装塑料袋使用量以重量计算 比2002年度减少2%	总务总部 ISO事务局		
建立运输车辆管理体制,100%管理车辆NOX、 PM法的遵守状况 争取累计与进25辆天然气燃料车	SCM		
购物袋自带率争取达到20%(第3季度末) ①导入TOPVALU商品100日元減价券 ②进一步贯彻基本指示项目 ③扩大销售自己的购物袋和自己的购物篮	环境· 社会贡献部		
食品的废弃物卖价变更率控制在销售额的1%以下	卖价变更 削减工作组 ISO事务局		
餐厨垃圾的再利用率达到28% ①进一步有效地利用餐厨垃圾再利用事业者 ②推广鱼骨的再利用 ③提高现有餐厨垃圾处理机的运转率	总务总部 设施管理G		
为提高废弃物排放量的数据精度, JUSCO大和鹤间店实验采用以重量标准的 计算方式向废弃物处理公司付款, 预计在其他店铺也采用同样方式	总务总部 ISO事务局		
削减使用发担聚苯乙烯容器进货 (争取50种商品采用纸箱进货)	水产商品部		
2004年度已经掌握了办公用纸再利用量的店铺 继续实施,同时扩大采用同样措施的店铺数	总务部		
继续推广不使用纸张 ①增加实施店铺 ②与小型电子书库衔接,导人"检索工具" ③网络的各业务系统开始运行	Store Operation 部		
二氧化碳的排放量以基本单位计算比 2002年度減少5% 掌握集团40家公司的排放量	环境 · 社会贡献部		
里新探讨ÆON绿色采购标准,制定新的标准 ①整理现有的标准 ②制定符合当前社会形势的新标准	总务总部 间接材采购说 ISO事务局		
2005年开业的GMS新店铺,在可使用特定绿色 采购用品(共7个品种)的施工位置,使用10%以上	建设部		
"ÆON 营造家乡的森林"活动中整个 集团在79处植树42万8千棵	环境· 社会贡献部		
运营主体由ÆON(株)变为ÆON1%俱乐部			

继续采取土壤污染应付措施

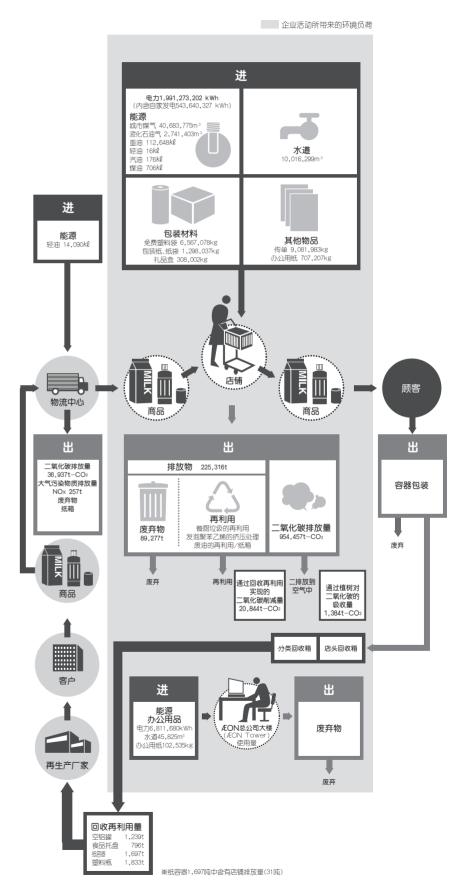
①对可变卖闲置不动产进行调查

②将土壤污染应付措施的详情提供给集团各公司

不动产

统括部

### 企业活动对环境的影响 以ÆON(株)为例



**EON与环境2004-2005** 

#### 2004年度环境会计

- ①记载的数值为下述7家公司的综合统计。
- ②各公司的数值可参看网页。
- ③为使其作为环境管理系统的一环发挥应有的作用,按 照前页"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

自明年开始在集团内部将进一步增加参加公布的企业。

#### 2004年度环境会计的算定标准

【统计期间】2004年2月21日至2005年2月20日的一年 axvalu中部(株)为2004年4月1日至2005年3月31日的一年 【统计范围】 ÆON(株)、琉球JUSCO(株)、Maxvalu 北海道(株)、Maxvalu东北(株)、Maxvalu 东海(株)、Maxvalu中部(株)、Maxvalu西 日本(株)

【统计单位】1千日元

#### 环保成本的计算标准

■环俣基准的计算标准

一个从坐在01月升70年		
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4.带特记全额统计	
② 环保商品	包含环保商品开发者(按参与环保商品开发的比重计算)的人工费商品试用者经费以及商品包装设计费。"SELF+SERVICE"的开发费里包括总部的人工费和设计咨询费。	
③ 投资	年度內为减轻环境负荷而投入的有关设备或设施的投资额(租赁则按取得价格计算)。	
④ 人工费	直接参与环保活动的环保社会员献部和负责推进ISO的部门的人工费(兼职负责人以50%计算)。	
⑤ 折旧费	基于从过去的资产总账进行统计相当困难,并且累计额的计算方法尚未确定,暂不予以计算。	

#### ■经济效益的计算标准

① 节能对策所产生的削减效果	从年度内以城轻环境负荷为目的而投资的有关设备的1年用电量中算出(推算)。
② 节水对策所产生的削减效果	从年度内投资的节水设备的1年用水量中算出(推算)。
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) 使用周转货箱和移动衣服吊架 从货箱和进货量算出削减纸箱的重量(kg),以一般废弃 所带来的纸箱削减效果 费=14.4日元/kg计算。	
⑤ 店头循环再利用所带来的 收入	店头循环再利用活动回收的有价物(纸容器和空铅罐)的出售额

(单位: 1千日元)

2004年度的目的和目标			投资金额	经费	经济效益
	环保型商品的开发和销售		0	0	0
######################################	"TOPVALU Green Eye"的开发和销售		0	44,600	0
提供环保商品	生态商店"SELF+SERVICE"的推广	生态商店"SELF+SERVICE"的推广		131,268	0
小计			20,968	175,868	0
	削减用电量(包括开发和导入自然能源)		384,642	100	93,805
+/\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\	削减用水量		60,958	0	50,454
节省能源、资源活动	提高购物袋自带率		0	354,204	31,429
	小计	小计		354,304	175,688
		引进餐厨垃圾处理机,以推进资源的再利用	3,544	8,084	6,700
		51进发泡聚苯乙烯压缩机,以推进资源的再利用	0	0	25,501
	推进废弃物的分类	日光灯管的再利用	0	20,377	0
推进废弃物的		小计	3,544	28,461	32,201
削減和再资源化		使用可反复使用的周转货箱进货,以减少纸箱的使用量	114,520	39,607	184,249
	削减来自店铺的纸箱	使用可反复使用的吊架直接进货,以减少纸箱的使用量	20,570	20	6,780
		小计	135,090	39,627	191,029
	推进店头循环再利用活动		5,316	276,058	211,960
	小计		143,950	344,146	435,190
	制定和实施绿色采购标准		0	0	0
绿色采购	小计		0	0	0
######################################	继续开展"AON营造家乡的森林"活动		0	256,769	0
植树活动	小计		0	256,769	0
		测定煤烟,实施水质检查,贯彻容器包装再利用法	0	895,607	0
\ <del>\</del>	<b>コナヘナ</b> ね	改进一般业务废弃物的处理方法	0	4,006,313	0
遵守法令法规 按照产		按照产业废弃物处理指南改进处理方法	0	1,495,526	0
		小计	0	6,397,446	0
			604,619	174,502	0
		保护自然、美化环境的活动	0	74,876	0
		与当地居民开展环保活动	0	54,424	0
同地区居民	之间的环境交流活动	公开有关环境的信息	0	577,704	0
		向环保团体的捐献、支援活动	0	77,985	0
		小计	0	784,989	0
		向员工开展环保教育	0	656	0
		环境管理系统的维持和管理	0	22,442	0
环保活	<b>活动的管理成本</b>	环保部门的人工费	0	275,351	0
		小计	0	298,449	0
环境损害的修复成本		0	0	0	

顾客携手开展

### 自带购物袋运动

### 自带购物袋运动 (店铺免费塑料袋的削减措施)

免费塑料袋是用石油制成的。购物完毕后 就会成为垃圾。ÆON从1991年起提议"与 顾客携手节省资源",开始了自备购物袋活动。 这样不仅能减少垃圾,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

作为削减免费塑料袋活动的一环,大力推 广使用自己的购物袋和自己的购物篮。选 好的商品放入自己的购物篮中,无需换装 到店铺提供的免费塑料袋里,买好后就可 带走,这种做法深受好评。2004年6月(株)在 MYCAL的Saty店也开始采用。累计是ON 整体的使用数量已达633,051个。(累计期间 为2000年6月1日~2005年2月20日)

# 顾客携手开展 店头再利用物品的回收

在2000年4月容器包装法实施以前, ÆON 就在店头设置了空铝罐、食品托盘、纸容器、 塑料桶(一部分地区)的回收箱,和顾客一起 开展回收再利用活动。将收回的资源重新 商品化,生产出"TOPVALU共环宣言"系 列产品并销售,呼吁更多的顾客参与回收 再利用活动。

### 减少免费塑料袋的具体措施

- 请顾客自备购物袋, 以减少使用免费塑料袋。
- 2 推广改用自己的购物袋 自己的购物篮。
- 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ÆON(株)为例) 节约了**约合16,560桶**(每桶200ℓ)的石油。



计算式/根据APME(欧洲塑料制造协 会)的试算,生产1,000个塑料袋所需消 费能量若以石油换算,大约需要32kg。 2004年度所削減塑料袋数量(95,838,776  $\% \div 1.000\%) \times 32 \text{kg} = 3.066.841 \text{kg}$ 若石油1kg=1.08ℓ(参照日本通商产业 调查会《来自未来能源的警钟》),2004 **在度的石油削减量为** 3,066,841kg × 1.08 \ell=3,312,188 \ell

相当于3,312,188ℓ÷200ℓ=16,560.94桶



# 自己的购物篮

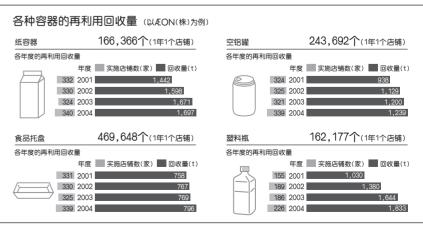
### 活用回收再利用材料的商品(例)(有效利用店头回收资源)



TOPVALU 共環宣言 油烟机罩 100%使用







以纸容器(1,000ml)1个=30g、空铝罐(350ml)1个=15g、食品托盘1个=5g、塑料瓶(500ml)1个=50g来换算

## 人才活用和改善工作环境的根本都在干"尊重个人"。

FON将FON人,即人才视为最重要的 经营资产之一。人事也是以"为继续成长 的人才长期工作创造企业环境"、"废除国 籍、年龄、性别、员工的区分,贯彻重视能 力和成绩的人事"这2个基本观念为支柱 的。对共同持有"顾客第一"价值观的所有 EON人,采取以能力、成绩和工作热情 决定职位和工作,并按照职位和工作决定 待遇的制度。

作为工作单位的ÆON

ÆON人资产

# 女性员工也能大显身手 员工构成

FON(株)以4种类型来划分员丁。①N(全 国)员工、@R(地区)员工、@2004年2月 开始导入的社区员工、以及④以短期合 同工为主的临时工。N员工实行包括海外 在内的全国工作调动; R员工在大区\*内 实行工作调动;社区员工和临时工不会 因迁居而实行工作调动。就工作时间而言,

N员工和R员工为全日制,社区员工既有 全日制又有定时制。临时工只有定时制。 员工构成特点是,以社区员工为主的定 时制员工占绝大多数,且女性员工比例 较高。这一特点基于地区产业经营战略, 即对身为零售企业的EON而言,让地 区居民(特别是女性)参与,也就是让"当 地的、生活者的"视点在提高服务质量 等工作中受到重视。定时制的女件员工 在很多店铺都作为工作骨干大显身手。 ÆON在晋升方面,一直采取不问性别 和年龄、机会均等的原则,但在起用女 性经营干部方面并没有太大进展。例如 ÆON(株),管理监督M职称的5,636人 中565人为女性,而经营干部S职称的 954人中女性只有15人。ÆON(株)为了 解决这个问题,首先设立了劳资专门委 员会。专门委员会的首要课题就是,协 调育儿和工作的两立并存,发挥女性员 工的作用,进一步推动改革。

此外,截止于2004年6月法定报告日为止, ÆON(株)的残疾人雇用率为1.80%。 还与残疾人共办事业,设立了Abilities JUSCO(株)。在东北地区和北海道的6 家店铺(截止于2005年2月)开设了残疾 人也能充分发挥自我能力,与健全人一 起工作的CD店"SCRUM"。

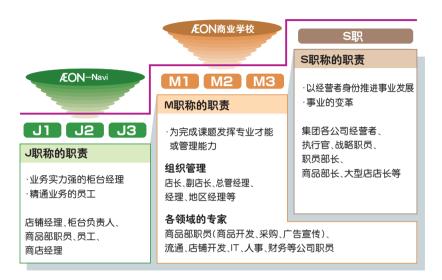
※ÆON(株)将日本分为4大区作为经营基地,实行公司独立





### EON的职业生涯设计和教育

EON(株)的职业生涯进阶可分为7 个阶段(如图所示)。对于定时制员工 的晋升,原规定最高可相当于J1级。 伴随社区员工制度的建立,全面废除 了因员工类型不同而产生的资格、起 用机会的不平等。在教育方面,所有 EON人都可参加EON-Navi基础 教育。FON商业学校也是自愿获得 理想职位的阶梯,任何类型的员工都 可参加挑战。另外社区员工也可转为 N员工或R员工。自创业伊始继承下 来的"教育就是最大的福利"这一 FON精神,今后将永不改变。



### #ON-Navi

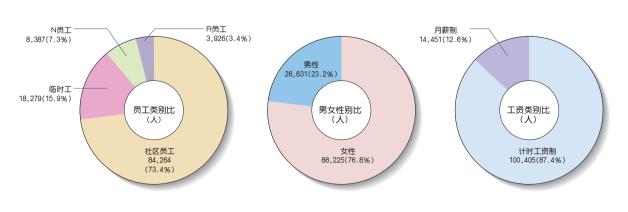
Ŕ

ÆON的基础教育制度。旨在掌握为"满足顾客" 的基本业务,培养经理人才。该制度以上司主导的 OJT(工作单位内部教育)为基础,由学校教育和 职务类别培训构成。

### ÆON商业学校

培养ÆON骨干的骨干教育系统。是员工获得理 想职位的途径。在此也可获得店长、商品部、店铺 开发等理想职位所必须的知识,技能和思考力。

### **尼ON(株)的员工构成** ※ 员工总数: 114,856人(截止于2005年2月20日)



支援和机会都平等 社区员工制度

EON为实现理想的人事制度,从2004年2 月起ÆON(株)导入了"社区员工制度"。 这一制度将在特定地区发挥作用的员工 定义为"社区员工",这种员工不会因迁居 而调动工作。而且不划分员工的界限,定 时制员工和N员工、R员工一样,也能充分 发挥能力和工作热情。根据此制度,在 EON(株)全面废除因不同员工类型而产 生的职责或期待的不同、教育机会的差别 以及资格起用的差别。还排除了年龄、工 龄等因素,形成了一个以能力为基准的人

事制度。今后还将进一步发挥员工能力, 充实在人生发展各阶段可采取相应的工 作方式的人事制度。另外在ON九州(株)、 Maxvalu各公司等集团企业也在推行采 用不问员工类型、可充分发挥能力和工作 热情的人事制度。

"ÆON特色"成为坚实的基础 营建可安心工作的环境

EON的各种保障制度,是实现"可安心工 作的环境"的坚实基础。在ÆON,通过共 济会"ÆON Good Life Club"采用多种 多样的福利保健。为员工安心地生活、愉

快地生活、中长期准备提供支援。另外考 虑到少子化老龄化时代的需要,也在推 进可实现多样化工作方式的生活工作平衡。 ÆON(株)在育儿、看护方面也早已采取 了超出法定水准的制度。并针对2005年4 月1日实施的育儿和看护休假法、培育下 一代支援对策法,开始采取相应的措施。 特别是为育儿和工作能够两立并存,将 进一步积极采取对策。在改善工作环境 方面,为确保员工的安全和健康,创造舒 适的工作环境,在各店铺、事务所以事业 部门为单位设立了"安全卫牛委员会"。 由店长、总管经理、员工代表和工会代表 参加,每月开1次会。在总公司也坚持召 开"安全卫生委员会",这对总公司获得 "SA8000"的认证起到了积极作用。

"永旺行为规范"的地位

Ħ

2003年4月所制定的"永旺行为规范",其

重要性仅次于"ÆON的基本理念"和"永

旺宣言"。它主张ÆON人与顾客、地区社

会、商业伙伴、股东一样,也是"ÆON特色"

的一大支柱。只要每个ÆON人"为顾客"

采取诚实、正直的行动,就可以树立起

ÆON的企业文化和品牌。有关ÆON"人

才"的想法和相关措施,都是以"永旺行为

规范"为基础的,而且明文规定在性别、国

籍等任何不同条件下都提供平等的机会

和待遇。另外,作为相互支援制度还设置

了"永旺行为规范110"咨询窗口,旨在使

ÆON人日常工作中的烦恼以及对存在

问题的认识能被ÆON全体共有,并得以

# 培养人才和提高自身

### 为进一步满足顾客,以客观的视点有效地提高技能。

追求技术和意识的提高

### 企业内部认证资格

EON为向顾客提供安全、安心的商品和 良好的服务,制定了与业务相关的丰富多 彩的企业内部认证资格。截止于2005年2月, 企业内部6个资格得到了日本厚生劳动省 的认定,这也说明ÆON的企业内部资格 达到了很高的水平。通过掌握正确、广泛 的知识和高度标准化的技术,不仅可以提 高销售质量,而且还可以增加个人的自信, 进而提高对职业生涯发展的兴趣。资格取 得者还可在工作中将自己的知识和技术 传授给店内的其他员工。

### ÆON的企业内部认证资格

※资格取得者人数截止于2005年2月。( )内为导入年度。★为日本厚生劳动省认证资格

#### ★热食大师(2001)

负责熟食柜台的热食(油炸食品和天 麸罗等)部门。要求具有烹饪技术和 知识, 还要检查烹饪速度和商品外观。 全国热食大师有1,132名。

#### ★寿司大师(2001)

负责熟食柜台的寿司部门。对所售商 品的商品化技术和基础知识达到— 定水平的员工获得该资格。全国寿司 大师有1,275名。

#### 副食师(2001)

熟食柜台要求具有实现"商品标准化"、 提高"烹饪技术负责人质与量的水准" 的能力。以拥有上述"热食大师"和" 寿司大师"2个资格为条件, 在柜台中 发挥中心作用。现有297名副食师。

#### ★农产大师(2003)

要求具有对切块水果和水果礼品的 商品化、蔬菜的陈列技术等农产品方 面的全面知识和技术。全国农产大师 现有311名。

#### ★鲜鱼师(1999)

为统一全公司水产部门的水准,创建 能够满足顾客要求的柜台而设立的 资格,按照烹饪技术的难易程度分为 1至3级,鲜鱼师在全国3级1,634名、2 级1,190名、1级最高级9名。

#### ★园艺大师(2002)

特别需要商品化技术的"合栽"、"园艺 礼品"等技术和知识达到认证水准的 员工获得该资格。全国园艺大师有80名。

### ★草木大师(2002)

特别需要商品化技术的"花卉布置"、"花 吏""草木礼品" 等技术和知识达到 认证水准的员工获得该资格。全国草 木大师有128名。

#### 绿色顾问(2004)

在园艺、草木部门要求有能力实现"商 品标准化,安定化",提高"商品化技术" 和"烹饪技术负责人质与量的水准"。 以拥有上述"园艺大师"和"草木大师" 2个资格为条件。2004年刚刚设立的资 格,尚无人获得该认证。

掌握有关自行车的基础知识和技术, 必须通过 "自行车维修师考试"公 认资格认定。合格后还要经过公司 内部培训才能获得该资格。全国自 行车顾问有408名。

#### 数码产品顾问(2002)

术的训练课程。必须通过(财)家电产 品协会认定的"家电产品顾问考试"。 该资格取得者,不仅要求具有高度的 商品知识和待客技巧,为顾客的咨询 和要求提供准确的建议,还要具备培 养教育其他员工的能力。全国数码产 品顾问有141名。

并能以此获得博得顾客好感的待客 技巧,以及能为顾客的需求提供适当 建议的员工可获得该资格。2004年度 开始实施,已有婴儿用品顾问26名。

以此为起点 以此为归结 "永旺行为规范"

培养数码家电的商品知识和待客技

### 婴儿用品顾问(2004)

具有婴儿用品柜台所需的商品知识,

ÆON的基本理念 永旺宣言 关于永旺行为规范的 制定 永旺行为规范宣言 对顾客的誓言 伙伴与永旺 与永旺人携手 行动规则与指南

各项法令

迅速解决。今后ÆON将把"永旺行为规范" 作为每个ÆON人的准则,同时也作为决 定ÆON发展方向的指南继续遵循下去,

川崎 浩史

并使其充分发挥作用。

# 旨在顾客再次光顾购物 待客销售技术比赛

作为提高待客技术教育的一环,举办全国 范围的比赛。2004年5月举行的"第2届待 客销售技术比赛",有34人从全国选拔参加。 采用角色扮演形式,以顾客角色的员工为 对象,对推荐商品的综合能力进行竞赛。 另外在2004年6月的"收款比赛"中,有来 自全国的38名精锐参加。在会场上实际布 置货架和收款机,除基本的收款待客外, 还就如何对待顾客的询问和要求进行了 严格的审查。ÆON期望通过这些活动,进 一步提高顾客的满意程度。

顾客和职工就是审判员

CS明星

ÆON(株)作为培养CS\*思想的一环而 实施的职工表彰制度。通过顾客表扬信和 员工相互推荐,每月选出月份最佳员工, 并从中每个地区选出6名接受公司经理表 彰。通过员工相互推荐可以发现各个店铺

的典型事例,这些事例还可在店铺内以及 ÆON全体共享,进一步培育CS思想。员 工相互推荐的标准是,遵照"永旺行为规范" 提供了"优质服务"的员工,为全体员工奋 发工作创造了愉快的工作环境的员工。 2004年度共有1,208人受到表彰。

※Customer Satisfaction/顾客满意

株式会社Mega Sports 人事总务总部 人事经理

推广普及"永旺行为规范",并结合到具体行动中。

为了将"一切为了顾客"这一"永旺行 为规范"贯彻到实际工作中,Mega Sports设定期限以及各阶段的目标 开展推广普及活动。首先从员工中选 出符合行为规范的榜样人物,1家店 铺设置1名指导员。然后为他们举办 以学习事例为主的培训活动。截止于 2004年9月培训大体结束。之后进入 各个指导员将培训中所学到的知识 和技能传授给自己店铺的员工阶段。 这项工作进行到2005年1月。由于在 活动开展过程中又有5家店铺开业, 所以现在有的店铺仍在进行中。原有 店铺(共57家)都按原计划结束了工作。 我认为"永旺行为规范"已经确实贯

彻到了实际工作中。作为教育的材料, 2005年度将准备新的学习事例。另外, 计划从夏季开始开展与去年相同的 活动,使"永旺行为规范"得以进一步 深入贯彻。我的使命就是要让所有员 工理解"一切为了顾客"这一理念,并 付诸于行动。

资格认证旨在"满足顾客"。

Maxvalu东北(株)

Maxvalu东北(株)正在致力于充实独自的公司内部资格认证制度,公司上下同心协力提 高每个员工的技术水平。其背景是该公司经过数次合并才形成现有的形式。该制度实施初 始的目的是为了避免因原属公司不同而使商品或待客产生差别,并通过标准化提高技术。 按照收款员/水产/农产/畜产/面点/熟食/酒水等部门分别将学习内容列出项目,如收 款员1级、农产2级等将职务等级明确化。在此基础上彻底培养"只有全体员工都成为各自 领域的专家,才能让顾客满意"的意识。

# 第三者评价



森岛昭夫
财团法人 地球环境战略研究机构 理事长

ÆON《环境报告书》从2003年起将标题改为《环境·社会报告书(Sustainability Report)》,从零售业的立场出发, ÆON (株)更明确地表明了为建设可持续发展的未来社会做贡献的方针。在每年的报告书里都明确记载着ÆON的社会(顾客)贡献的基本理念、永旺宣言和永旺行为规范宣言。在此方针指导下具体开展了植树活动、儿童ECO俱乐部等为地区社会做贡献的活动,但是最为重要的是为顾客开发和提供安全、安心的商品。ÆON将这些商品的品牌命名为"TOPVALU"。其中特别注重安全环保食品的商品被命名为"TOPVALU"。其中特别注重安全环保食品的商品被命名为"TOPVALU Green Eye"。再生纸等再利用商品被命名为"TOPVALU共环宣言"。名称起得都很不错,但究竟有多少TOPVALU共环宣言"。名称起得都很不错,但究竟有多少TOPVALU商品摆放到了柜台上,负责销售的员工是否真正理解了TOPVALU理念,顾客是否购买了TOPVALU商品,这些才是我想要着重评价的地方。

在环保和社会贡献方面,在ON的行动方针在日本的企业中可以说是居于前列的。在此,我认为我所要做的评价工作,就是确认上层的方针是否贯彻到了柜台最终端,是否对顾客产生了效果,还是只停留在光打雷不下雨的阶段。今年我参观了开业1年半的大型店铺JUSCO热田店(爱知县)。首先请店里的干部聚在一起,询问了干部自身的环保意识、员工教育和信息传达等问题。然后又视察了柜台,直接向几位售货员提问。店铺比较新,TOPVALU商品的种类有所增加,都陈列在柜台醒目的地方,商品的说明(标识)也有改善。我感到员工(被要求)进行了刻苦地学习,从干部到员工都对在ON的安全和环保理念拥有共识。但同时,也发现了一些问题,例如在商品信息等各种信息尚未充分整理的状态下(如所使用的材料发生变更),售货员自身尚未理解就不得不向顾客解释。就安全和环保而言,出现问题就为时已晚,因此企业的规模越大,就越有必要对信息收集和危机管理系统进行探讨研究。







后藤敏彦 GRI FORUM JAPAN 代表理事

董事会议长在谈话中谈到要"充实监查"工作的问题。监查的充实度取决于Plan、Do、Check、Act这一PDCA循环方式是否有效地发挥了作用。过去在日本总是倾向于将"监查"视为"鸡蛋里面挑骨头",实际上内部监查就相当于PDCA中的Check机能。从这里就可以了解到采取措施的充实度。另外,在供应链锁管理和可追踪系统方面的努力也变得越来越充实。虽然如此,但就日本整体而言还是一个刚刚起步的课题,希望在ON能够一直保持领先。

为了实现社长所承诺的以"顾客第一"、"充满希望的美好未来"为目标的改革,我提出以下几点希望。

希望将内部监查改为年度监查,进一步深化。

食品的安全性常常被提到。我希望不仅在安心方面,而且在确保稳定供给方面也应充实措施和记述。地区交流是一件非常好的事,但作为一个全球性企业,我希望能够充实有关国外交流方面的记述。地球暖化是关系到人类存亡的重大问题。极端地讲京都议定书已经过时了,希望能制定更长远的目标,诸如设定"到2050年为止将利用石油石炭燃料的能源消减80%"等方针,希望提出根本的解决方案。

涉及生物多样性这一点也是很领先的,若能有方针、目标和 成绩就更好了。

该报告书参考了GRI指南,如果附有对照表,会对今后的行动 更有帮助。另外还有一处,在编辑方针中标明对象范围是 ÆON集团157家公司。仅此记述不太明确,有必要加以更具 体的记述。

### ÆON Sustainability Report用语集(按ABC顺序排列)

#### [ABL Adelaide Blue Gum Pty Ltd.]

包括ÆON在内的7家公司合资在阿德雷德(澳大利亚)设立的公司,经营植树造林业务,以确保二氧化碳排放权和造纸原料的安定供给。10年来坚持每年栽种成长迅速的桉树苗木,种植面积达1,000公顷。第11年,从最初年度种植的桉树开始,采伐1年的种植量,并将之化为资源。在采伐后的空地上再次种植苗木。以植树→育树→采伐→植树的周期循环方式开展植树造林业务。

#### 【FSC Forest Stewardship Council】 (森林管理协议会)

对采伐等活动"受到恰当管理的森林"由第三者机关提供认证,推广"在利用木材的同时保护森林"的会员制非营利性团体。截止于2004年10月,在全世界共拥有4,701万公顷的认证森林,有74个国家的629个团体/个人成为会员。这份报告书所使用的纸张,也是采用来自FSC认证森林的原料。

#### [GMS General Merchandise Store]

被翻译为"综合超市事业",指提供丰富的衣食住商品的大型零售商店。其特征是店铺设计以低成本为基本,主要按不同部门将低价格带商品集中一处,这就是与百货店的不同之处。 JUSCO就是代表件的一例。

#### 【ISO International Organization for Standardization】 (国际标准化机构)

1947年在伦敦成立的制定统一标准的国际合作机关。现在总部设在日内瓦。截止于2003年4月有146个国家参加。其简称源于希腊语"ISOS"一词,意为"平等",所以与英文名称缩写字母排序不同。

#### [ÆON]

ÆON的员工。是ÆON最重要的一大资产,也是创造ÆON价值的主人公。每个ÆON人都注重倾听工作伙伴的心声,互相平等相待。

#### 【京都机制】

利用国际合作以期顺利达到京都议定书所公约的二氧化碳削减目标的体制。包括3个部分:"排放量交易"——先进国家之间相互买卖所持排放量;"共同执行"——将先进国家的共同开发计划所获得的成果分配给所有参加国;"清洁开发机制"——先进国家为协助发展中国家减少排放量,承担分配给该国家的排放量。

#### 【集团相乘作用】

通过利用集团特有的多样性和规模优势而获得的相乘效果。可以在商品采购、促销活动、社会贡献活动的各个领域发挥出将1+1等于3甚至4的效果。

#### 【供应连锁管理】

将开发、采购/生产、运输、销售这一整套业务,从供应商到顾客,视为一条锁链实施管理。 ÆON认为,"TOPVALU"商品特别负有对上 述全过程的说明责任,因此制定了"ÆON供应 厂商CoC(交易行为准则)"。积极致力于建立 向顾客提供更为安全、安心的体制。

#### 【地产地消】

当地所生产的食品在当地消费。其优点不仅可以节省流通的费用和能源,还可以通过食品增进人与人之间的交流,继承地区的美食文化,加强饮食文化教育,通过名特产振兴地区经济。

#### [Traceability]

将英语的"Trace(追踪)"和"ability(可行性)"结合起来的用语。可检索追踪到生产现场并确认生鲜食品安全性的系统。在ON已经开始建立该系统,顾客可通过因特网核实所购买的国产牛肉、国产猪肉、农产品等部分商品的生产简历。

#### 【牛物资源】

区别于石油、石炭等资源,为来源于生物的资源的总称。可以作为能源或原材料持续利用。可大致区分为玉米和甘蔗等资源农作物;麦秆等未被利用的生物资源;餐厨垃圾和建筑废材等废弃物类生物资源。

#### 【风味大师】

与全国各地乡土风味的生产者合作,通过在 ÆON的商店出售他们的产品,继承和发展地区 的传统饮食文化,提供饮食文化教育场所。参 考第1次ÆON21征集改进建议活动时顾客所提 出的建议而实施。由包括顾客代表在内的审查 委员会对自荐、他人推荐的产品进行评审。截 止于2005年4月21日共销售325种商品。

#### 【私家品牌(PB)】

零售商独自计划、开发的独家商品品牌。参考顾客的意见,将在ON的理念付诸成形的"TOPVALU"是代表性私家品牌。而知名度较高的一般企业所生产的商品则被称为"National Brand (NB)"。

### [Best Practice]

最有效果、效率的方法。每个店铺、公司所采 用的有效促销手段,都会迅速地被整个集团共有。 有助于提高公司整体的服务质量。

|46|

# singing √EON

2004年9月, €ON公布了一个新的品牌形象——"singing ②/€ON"。该信息蕴含了我们期待顾客每次来店购物,每次接触 €ON的业务或服务时,都能有新的发现,产生新的惊奇,都会拥有一份"会情不自禁地哼起歌曲的愉悦心情"。同时,该信息也是公司全体员工的一个行为准则,让每个员工以工作为乐,并将这种情绪反应到各个店铺和事务所的工作上。截止于2005年2月,该品牌形象主要在JUSCO等店铺和电视广告中宣传。今后,我们将创造更多的机会,让更多的顾客了解它,并希望通过它使顾客和 €ON之间的关系更加密切。









ÆON 环境·社会报告书 编辑委员会

田中普子(株式会社MYCAL) 奥野善徳(Maxvalu中部株式会社) 森出芳孝、川越靖史(Ministop株式会社) 冈崎隆夫(ÆON Mall株式会社) 仲谷正员、二宫大佑、梶田 茂、西面和己、上山静一、室伏惠子、狄野星珠(ÆON株式会社)

联系窗□ 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。