

AEON环境·社会报告书2006

Sustainability Report 2006



建设人人喜爱的城市。

与顾客共同成长起来的AEON 在一年中的工作报告。

AEON的目标	AEON的基本理念	3
	AEON宣言	3
	集团主要企业一览	4
	冈田元也总经理承诺 从零售行业到顾客满意行业的蜕变	5
	公司管理体制改革的进度	6

从关心 “家人” 的视点出发	Q.在开发新商品时应注意哪些问题？ ●TOPVALU	8
	Q.能否详细告知商品内容？ ●TOPVALU的详细介绍	9
	Q.是否能够调查商品的安全问题？ ●追踪系统	10
	Q.怎样来开发安全商品？ ●TOPVALU Green Eye ●TOPVALU Green Eye 塔斯马尼亚牛肉 ●签约栽培大米	11 12
	Q.石棉问题令人担忧。AEON商店安全吗？ ●针对石棉问题所采取的措施	13
	Q.有没有出台对购物时身体不舒服的人的应付策略？ ●AED的导入(自动体外式除细动器)	13
	Q.对个人信息保护措施是否万全？ ●保护个人信息	14

与“地区”共存	Q.是否能够激活地区经济？ ●地产地销 ●利用返回车等的地区活性化 ●委托开店和提供技术信息	16 17
	Q.店铺建在什么地方？ ●居民共同参与的城市建设	18
	Q.购物真的与社会贡献活动有关吗？ ●Fair Trade(公平贸易) ●AEON幸福的黄颜色发票活动	19 20
	Q.AEON是否在做社会贡献活动？ ●AEON社会福利基金 ●财团法人 冈田文化财团	20
	Q.我们是否也能参加AEON的社会贡献活动？ ●AEON的募捐活动	21

编辑方针

1996开始发行的环境报告书第4次更名为AEON环境・社会报告书(Sustainability Report)，现在是第11次报告。报告内容包括为实现社会的可持续发展，AEON要和顾客一起做出怎样的行动？AEON应该向以顾客、AEON人(员工)为首的有利害关系的人们保证什么？以及具体说明每项活动的经过，进程及不足之处，它还指明了下一个目标，成为了与顾客共建“充满希望的美好未来”之路的里程碑。这次的报告以顾客关心的“家人”、“地区”、“地球”3个主题为中心，通俗易懂的介绍了AEON整个公司的改革以及集团企业的象征性活动。

与“地区”共存



Q.有孩子们可以参加的活动吗？ ●AEON Cheers 俱乐部 ●AEON Eco-Eco 学习馆	22
Q.跟当地社会保持密切的合作吗？ ●顾客副店长 ●AEON爱心建筑设计标准 ●AEON日	23 24
Q.在海外有什么样的活动？ ●在亚洲地区的事业	25
Q.是否跟交易伙伴交往的过程中制定规定？是否遵守这些规定？ ●AEON供应厂商CoC ●SA8000	26
Q.怎样使员工做到积极肯干？ ●多样性的对策 ●工作与生活两不误 ●支援人才成长	27 28 29 30

把丰富多彩的 “地球” 留给未来



Q.防止地球暖化的方针是什么？ ●防止地球暖化的基本方针 ●循环型社会的关键词3个R	32
Q.我们能为削减二氧化碳做些什么？ ●为削减二氧化碳活动 ●自带购物袋运动 ●店头再利用物品的回收	33 34
Q.贵店为削减二氧化碳做些什么呢？ ●生物资源包装材料 ●My cup 自动贩卖机 ●削减运送时的瓦楞纸板 ●SCM(Supply Chain Management)环境负荷最小化	35 36
Q.与充满希望的美好未来有关的活动有哪些？ ●AEON营造家乡的森林 ●财团法人AEON环境财团 ●AEON1%俱乐部	37 38

AEON和环境

环境管理推进体制	39 40
报告一下ISO14001的2005年度的实际成绩。 ●AEON(株)2005年度实际成绩 ●2005年度在一家SC(Shopping Center)对环境的影响 ●2005年度企业活动对环境的影响 ●ISO14001实绩话题“环保商店”	41 42 43
环境会计报告	44

第三者评价

财团法人 地球环境战略研究机构 理事长 森岛 昭夫	45
GRI Forum Japan 代表理事 后藤 敏彦	45
常盘敏时董事会议长承诺	46

报告对象范围

与AEON拥有共同理念的集团企业有157家(截止于2006年4月20日)

报告对象读者

报告对象除了顾客和AEON人外，还包括股东、与所有集团店铺临近的居民、客户、NPO等AEON的利害关系人。

报告对象期间

2005年度(2005年2月21日至2006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)

此次报告不仅涉及了环保活动，也是以企业活动的经济性 / 社会性为观点的可持续发展报告书。本报告的制作以国际标准GRI指导方针为参考。

※各项报告的所属范围与经济、环境、社会中的哪一方面相关，都标识注明。



AEON的目标

和平

人类

地区

“AEON”……源于拉丁语，是“永远”的意思。

我们理念的原点是顾客
AEON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”AEON是促进事业繁荣，不断追求和平的企业集团。
“人类”AEON是以人为本，重视人与人之间关系的企业集团。
“地区”AEON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。

AEON宣言

AEON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”(AEON)。

店铺数	2006年2月	2005年2月	2004年2月
综合超市事业※1	683	672	665
一般超市事业	623	605	579
超市中心事业	9	—	—
药品销售事业※2	2,067	2,127	1,929
家居中心事业	41	44	—
便利店事业※3	2,854	2,681	2,633
百货公司事业	2	3	3
专门店事业	3,246	2,759	2,666
房地产业	—	—	—
金融服务事业	62	58	58
一般服务事业	791	736	669
食品服务事业	541	576	577
物流加工与贸易事业	—	—	—
电子商务事业	—	—	—

※1 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
※2 药品销售事业的店铺数中包括加盟 AEON Welcia Stores 的非 AEON 连结对象企业以及 AEON(株)等药品
经销商店。
※3 便利店事业的店铺数也包含连锁店。

	决算期	(单位:百万日元)
营业收益 (整个集团)	2002年2月	2,934,592
	2003年2月	3,086,504
	2004年2月	3,546,215
	2005年2月	4,195,843
	2006年2月	4,430,285
营业利润 (整个集团)	2002年2月	119,222
	2003年2月	132,172
	2004年2月	132,212
	2005年2月	146,777
	2006年2月	166,105
经常利润 (整个集团)	2002年2月	114,759
	2003年2月	127,431
	2004年2月	131,354
	2005年2月	156,099
	2006年2月	175,989

集团主要企业一览

“AEON”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。

AEON 是一个以控股公司 AEON（株）为核心企业、由日本国内外 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。为了应对零售业环境的变化，我们以“扩大事业基础来促进成长”和“实现收益/财务内容质的飞跃”为经营的两个基点，积极向成为国际企业集团的目标迈进。在国外，重点推进以中国市场为首的亚洲的事业，加速经营的本地化，强化与地区的密切配合，力争集团全体业绩的上升。

※截止于 2006 年 4 月 20 日

综合超市事业 *AEON(株) *(株)POSFUL *AEON Stores(HongKong)Co.,Ltd. *AEON Co. (M)BHD. *AEON九州(株) AEON Marché(株) (株)MYCAL (株)MYCAL九州 琉球JUSCO(株) AEON(China)Co.,Ltd. Guangdong JUSCO Teem Stores Co.,Ltd. Qingdao AEON Dongtai Co., Ltd. Shenzhen AEON Friendship Stores Co.,Ltd. Taiwan AEON Stores Co.,Ltd.	百货公司事业 (株)橘百货店 (株)Bon Belta (株)Bon Belta伊势甚	一般服务事业 *(株)Japan Maintenance *(株)AEON Fantasy *(株)Zwei *Certo(株) AEON Cinemas(株) (株)AEON Techno Service Jusvel(株) (株)品质管理中心 Reform Studio(株) (株)MYCAL Create
一般超市事业 *(株)KASUMI *Maxvalu中部(株) *Maxvalu西日本(株) *Maxvalu东北(株) *Maxvalu东海(株) *Maxvalu北海道(株) Maxvalu九州(株) (株)Joy Siam JUSCO Co., Ltd.	专门店事业 *THE Talbots, Inc. *(株)TakaQ *(株)Yamaya *(株)Tsuruya鞋店 *(株)Cox *(株)Blue Grass Abilities JUSCO(株) (株)AEON Forest Claire's Nippon(株) Talbots Japan(株) (株)NuStep (株)Book Bahn Petcity(株) (株)Mega Sports Mega Petro(株) Laura Ashley Japan(株) (株)MYCAL Cantevole	食品服务事业 *Origin东秀(株) (株)Gourmet D'Or (株)MYCAL IST
超市中心事业 AEON 超市中心(株)	房地产业 *(株)Diamond City *AEON Mall(株) LOC开发(株)	物流加工与贸易事业 AIC(株) (株)Food Supply JUSCO Tasmania Feedlot Pty. Ltd.
药品销售事业 *(株)CFS Corporation *(株)Tsuruha Holdings, Inc. *(株)Welcia关东 *(株)Aoki药品 *Kraft(株) *寺岛药局(株) *(株)Medical 一光 (株)Welpark Takiya(株)	电子商务事业 (株)AEON Visty	电子商务事业 (株)AEON Visty
家居中心事业 *Homac(株) *(株)Sunday	金融服务事业 *AEON Credit Service(株) *AEON Credit Service(Asia)Co.,Ltd. *AEON Thana Sinsap(Thailand)Plc. ACS债权管理回收(株) NCS兴产(株) AEON Credit Card(Taiwan)Co.,Ltd. AEON Credit Service(M)Sdn.Bhd. AEON Credit Service(Taiwan)Co.,Ltd. AEON Information Service(Shenzhen)Co.,Ltd.	为股份公开企业 ※截止于2006年4月20日
便利店事业 *Ministop(株)		○AEON 1 %俱乐部 ○(财)AEON环境财团 ○(财)网田文化财团

从零售行业到 顾客满意行业的蜕变



AEON株式会社
董事兼执行总经理

山田 元也

消费者主权的思想和行动必不可缺

“我们为什么要存在于这个社会”，对于这样一个根本性的问题，我的回答是：“实现顾客丰富的消费生活，在经营上具有消费者的代理功能”。这就是我们的社会贡献。AEON 公司的基本理念是以顾客为中心、企业集体重视“和平”、“人类”和“地区”。这种理念在世界上非常普遍通用，我认为这也是在瞬息万变的环境中绝对不能动摇的价值观。2005 年度我们提出了“扎根于地区生活，企业为地区作贡献”这个课题，针对该课题集中彻底地解决问题。其中问题之一就是“城建三法”。我们认为解决地区问题首先是在制定城市规划时要有当地居民的参与，并且在思想和行动上必须要以消费者为主导。发挥消费者代理功能、以建设该地区独有的购物中心为目标、与拥有特定文化的地区实现共存，我们认为这是至关重要的。为此，我们不仅理所当然地提供专有技术，并且希望在当地广大居民参与的基础上，为共同构筑“与地区共存”做出应有的贡献。

从各方面对思考方法和工作方法进行革新

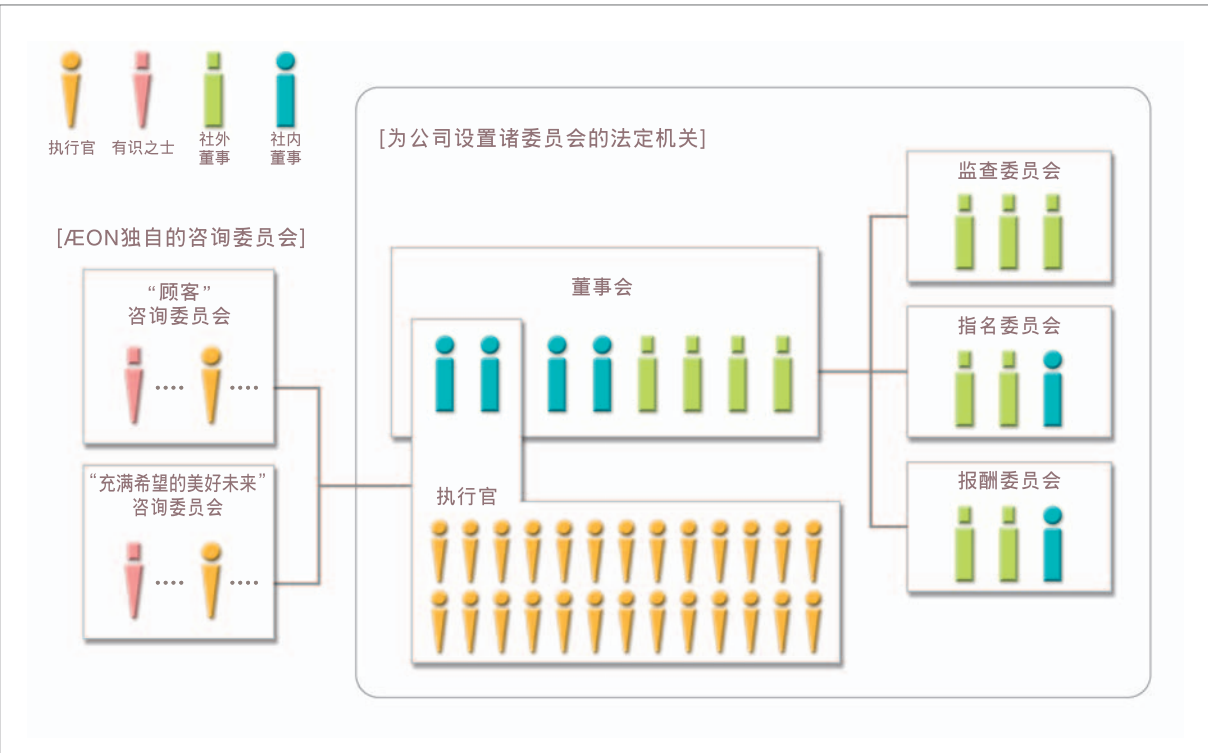
我们从零售行业和流通业转变为“顾客满意行业”，所以需要从各个方面转变我们的思考方法和工作方法。“小我的顾客至上”实际上是“自我至上”，这是一种错误认识。以“大我的顾客至上”为目标，通过新商品、新商店以及新服务，我深信我们必定能够实现“顾客满意行业”的转变。这在“环境经营、社会贡献”领域也是同样的道理。即使是对“防止地球温暖化”这样一个超长期的课题，我们今后也必须要以新的思考方法采取计划性的行动。去年我们策划了“AEON 防止地球暖化中期计划”，并进行了具体的实施。

向降低环境负担和提高生产性能并存挑战

我们的主营业务是商品和店铺开发，但是现在必须要改变工作方法，通过控制二氧化碳的排放量等措施来降低环境负担和提高生产性能，向这种鱼和熊掌兼得的的新商业模式创新发起挑战。另外，AEON 株式会社每天都有超过 200 万的顾客光临购物，所以应该与顾客共同倡议改变生活方式。具体举例来说，如 2004 年取得关于人权和劳动环境国际标准的 SA8000 认证；通过 AEON 供应厂商 CoC(商业行为准则)对自有品牌商品“TOPVALU”的生产过程中的人权和环境等问题进行责任落实；通过开发环保商店控制二氧化碳排放量和提高环境效率；有效利用自己的购物袋、自己的购物篮和“包袱皮”等来控制垃圾袋排量等等。这些都是以消费者为主导的思想和行动，也是我们为社会所做的实质性贡献。

我们把 2006 年作为 21 世纪新 AEON 的“改革年”，从每一名员工的具体思考方法和工作方法着手，勇往直前地向变革发起挑战，以实现 AEON 宣言中的“充满希望的美好未来”。希望大家能够给予理解支持并不吝赐教。

2005年AEON (株)的体制



设立了许多意见受理处，实践 AEON 的独立经营。

公司管理体制改革的进度

AEON (株) 在 2003 年 5 月实行了向“设置委员会的公司”转变的公司管理体制改革的。其目标是进一步加速经营成长，经营监督与执行明确分离，严把执行责任、成果责任感，实现经营的高度透明化。同时，为了将更多客观的意见应用到经营之中，特开设了两个 AEON 独有的咨询委员会。“顾客”咨询委员会听取各界人士及顾客副店长代表诚挚的意见，将顾客的观点反映的经营之中。2005 年度，AEON 以 2007 年到达退休年龄的群体为主题，针对应该为他们做些什么进行了讨论。另外，“充满希望的美好未来”咨询委员会听取了来自专业人士等诸多方面的策略性建议。召集与城市建设有关的有识之士，以城市建设三法为主题，就在老龄化社会怎样建设小型城市进行了

充分的讨论。以外部人员的意见为开端，将更多的意见积极运用到经营之中的组织结构中，有一个以 2001 年公司名称变更为契机，以后每年都在实施的“AEON21”。听取顾客和员工有关经营的许多想法，诞生了“顾客副店长”“风味大师”等制度。有了这些制度，再加上事业的明确职能负责制、严格责任制，就可以广泛听取意见，实践公开明朗化的经营。

从关心“家人”的视点出发



AEON的活动全部以“顾客第一”为基本点。

对顾客来说最亲近的是家人。

我们将顾客在日常生活中关心家人的视点

运用到商品、服务及各项活动中，

让每天的生命和生活都成为“充满希望的美好未来”。

Q. 在开发新商品时应注意哪些问题？

A. 我们要以顾客的要求为基准生产安全的商品，并认真考虑环境问题。

TOPVALU

【正在实施活动的企业】
AEON集团46家公司



品质和信赖的私家品牌

AEON，正因为是每天都与顾客直接接触的零售业，才更想要提供顾客所需要的商品。以此为信念，AEON正在进行私家品牌TOPVALU的开发。对“AEON21”的意见和建议也增加了与TOPVALU相关的内容。为了能够反映顾客的心声，在开发的时候，请顾客监督员对品质和机能进行检查，使用环境负荷少的原材料·包装。这样的每一个举措都是贯彻“顾客第一”思想的结晶。

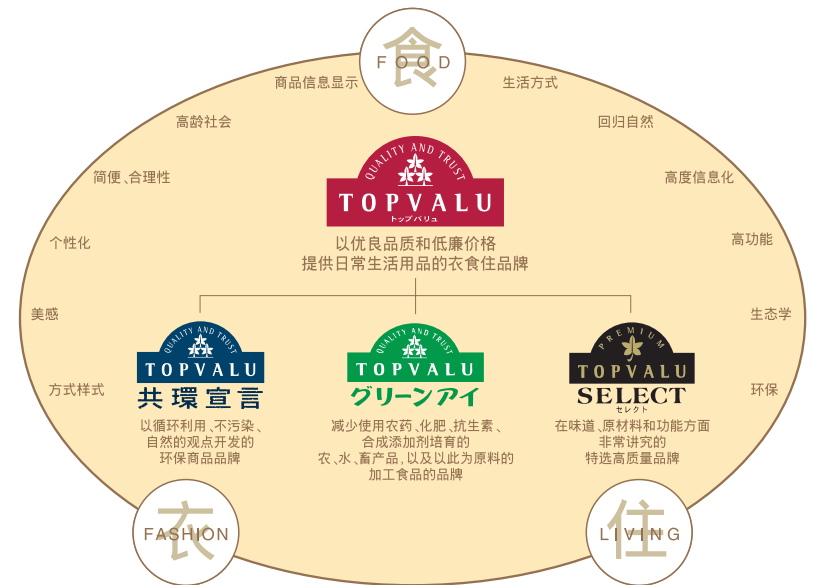
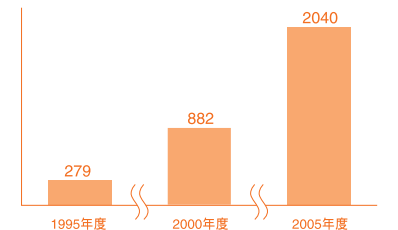
与顾客约定的“5项承诺”

“TOPVALU”优良品质，价格低廉，是包含了“TOPVALU 共环宣言”，“TOPVALU Green Eye”，“TOPVALU SELECT”三个副代理品牌的AEON衣食住综合品牌。自1994年诞生以来，继承“5项承诺”，向顾客承诺不仅在品质和价格方面，同时在健康和环境方面为使顾客满意也正进行彻底的管理。截至2006年2月20日，共提供了3,100个种类的商品。

TOPVALU的5项承诺

1. 将顾客的意见反映在商品开发上。
通过请顾客试用等不断提高商品质量和性能。
2. 提供在安全性和环保性等方面让顾客放心的商品。
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，保证退换或换新。

TOPVALU的销售额推移表(单位: 亿日元)



用过才知道。倾力向您推荐。

2005年度的目标是提高TOPVALU的知名度。为此，应先从我们自身很好的了解商品开始。在员工食堂举行汤品试吃会，对鉴定人进行问卷调查，实行试吃销售。尝试豆浆火锅也很美味。孩子们很高兴。因为自信地倾力推荐，所以顾客的反应也非常好。本店的商业圈以家庭小团体居多，所以主要面向这些顾客举办竞赛或联欢会。举办婴儿会时介绍安全、放心的婴儿护肤品，举办宠物训练教室时介绍宠物食品等，我们策划了很多这样的体验机会。因为顾客对安全，放心此类的概念是很敏感的，推销演讲时要让顾客切实感受到各个商品的魅力。2006年度要努力扩大TOPVALU的销售。

株式会社MYCAL 大井Saty
市场调查课长 西条 克则





Q. 能否详细告知商品内容？

A. 简单明了的标注顾客想了解的问题。

TOPVALU 的详细介绍



如今，食品安全和食物过敏受到广泛关注。“TOPVALU”一直坚持尽量简单明了的说明顾客想了解的问题的态度。表示的方法除法律规定的总括框标记之外，增加了“TOPVALU”的专有标记框，使顾客能够方便及时地掌握必要的信息。

TOPVALU 土豆片 (清汤味) 的表示例

TOPVALU 的详细介绍 1

原材料に「小麦、大豆、蕎麦、豚」の成分が含まれています。

●ばれいしょ・香辛料(大豆、とうもろこし)・遺伝子組換えではありません。

●この商品の原材料(大豆、とうもろこし) 遺伝子組換え不分別(遺伝子組換え原材料が含まれる可能性があります)。

●表示単位(90g)当たり

エネルギー	497kcal
たんぱく質	4.8g
脂質	32.5g
炭水化物	45.5g
食物繊維	3.7g
ナトリウム	272mg

※截至2006年2月20日的品种数量。有品种追加时，AEON将立即反映到标注中。

必须标注：蛋类、乳制品、小麦、荞麦面、花生

奖励标注：鲑鱼、墨斗鱼、盐腌鲑鱼子、虾、橙子、螃蟹、猕猴桃、牛肉、核桃、鲑鱼、青花鱼、大豆、鸡肉、猪肉、松蘑、桃子、山芋、苹果、明胶、香蕉

以“去除、减少”为主题，消减不必要的添加物质，对盐分和脂肪等的分量进行重新估量。

TOPVALU以“安全、放心”为基础，为实现丰富的饮食生活而努力。不含味精的“土豆片”、不使用保鲜剂的“块状猪肉香肠”等，坚持“去除、减少”，为即时满足顾客越来越高的需求生产自己独有的商品。

例如

不使用味精。

- 土豆片
- 米饭用调味品
- 鸡蛋汤等



例如

不使用保鲜剂。

- 块状猪肉香肠
- 肉丸子
- 鸡块等



Q. 是否能够调查商品的安全问题？

A. 为使顾客能够放心的买到安全食品，出台了简明告知生产履历的办法。

追踪系统



在现今社会能够“安心”食用“安全”的食品是至关重要的，因此AEON及时引入了一种追踪系统。通过这种系统可以看到店头摆放的食品产地的情况介绍。为了每个家庭的幸福我们采取了各种保证食品安全、安心的措施。

公开畜产品信息

因BSE问题，现在对肉类食品的安全意识进一步提高。AEON与顾客一起严格审查食品的安全性，并在2003年在国产牛肉中引入了追踪系统。包装封条上标有“生产履历确认号码”和“个体识别号码”，顾客可以据此亲自

了解商品的产地、生产者和饲料等相关问题。另外，在2004年，为了确认能够向顾客准确传达生产信息，通过第三者机关，作为农林水产大臣认证的“生产信息公布JAS标准※1”的分包装企业，集团企业“Food Supply JUSCO”的南关东中心得到了认定，并出售了国内第一个标有JAS标志的牛肉。目前标有JAS表示的猪肉※2也开始出售了。

※1 AEON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”，AEON“风味大师”的交易客户TS Angus宫下牧场作为“生产工程型企业”，分别取得了该认证。

※2 (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“生产工程型企业”，分别取得了该认证。

更加详细的公开农产品信息

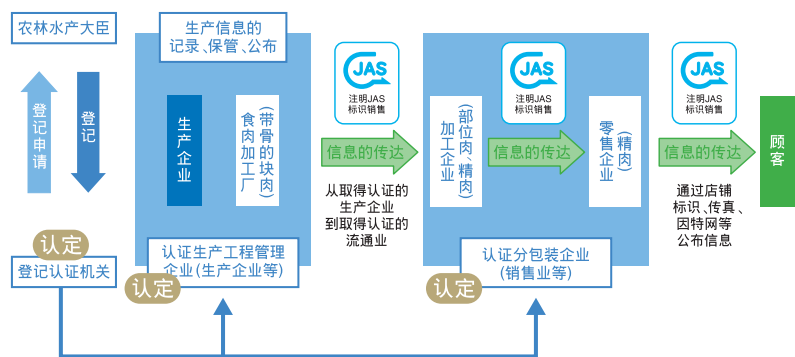
为了能够使一种更简单明了的方式公开食品的安全性，引进了从生产阶段开始对农产品的农药和化肥使用进行正确的管理的

“AEON 农产品供应商品品质管理标准”(A-Q)，并开发了与其配套的“农产品数据管理”系统。对从田地到餐桌的品质进行彻底的管理，满足顾客放心购物的需求。

向生产者传达顾客的心声

“TOPVALU Green Eye”通过有条形码读取功能的手机，读取包装上的QR代码，可以轻易的存取生产信息画面。在确认生产者的推荐语及农药、化肥使用情况的同时，还开始建立通过问卷调查将顾客的想法传达给生产者的构架。将顾客的要求引入生产现场，这是一种新的尝试。累计引进的商品有204种。

生产信息公布JAS标准的构架



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。

TOPVALU Green Eye 生产者信息QR代码

用带拍照功能的手机对印刷的QR代码拍照，就可以简便的读取信息。





Q. 怎样来开发安全商品？

A. 提供满足5个自主标准的蔬菜。

TOPVALU Green Eye



【正在实施活动的企业】
AEON集团 14家公司



“TOPVALU Green Eye”的概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。与顾客一道制定了一套严格的自主标准，确保蔬果食品的安全危害达到最小。

与环保农场合力打造

对推进以有机为首的、有益于环

保的农业生产者，有一套由都道府县知事认定的“环保农场”制度。“TOPVALU Green Eye”集合了实施环保农场制度的农业生产者的方法和力量，用各自地区的品种和培育方法，给当地的顾客提供时令的农产品，这种蔬菜种植以“地区循环型农业”为基础。



TOPVALU Green Eye 的5个标准

- ① 经营不使用人工色素、人工保鲜剂、人工甜剂的食品。
- ② 生产商品时尽量控制使用化学肥料、农药、抗生物等化学产品。
- ③ 重视适宜的土地、适宜的时期、适宜的作物、适宜的育肥等来自自然的美味。
- ④ 支持保护环境和生态系统的农业。
- ⑤ 按照自主标准对从生产到销售的各个环节进行管理。

A. 在AEON直营的丰富的自然环境中经过严格管理才成长起来的。

TOPVALU Green Eye 塔斯马尼亚牛肉



“TOPVALU Green Eye 塔斯马尼亚牛肉”是向顾客推出的“美味”和“安全”兼顾的，AEON的特色和汗水的结晶。产地是澳大利亚最南端的塔斯马尼亚岛，像这样自然环境保护得很好的岛屿在世界上屈指可数。这种品牌的牛肉是继承黑色安格斯牛的血统，在AEON直营的Tasmania Feedlot公司严格彻底的卫生品质管理下

未使用任何肉骨粉和生长激素精心培育的。日本人所嗜好的柔软多汁的肉质就是这样饲养的结果。这一育肥环境得到了澳大利亚塔斯马尼亚州政府的认定。在生产过程中采用第三者认证系统—SQF2000※进行管理。

※ SQF为Safe Quality Food的简称。这是由世界最大的民间验证审查登记机构SGS进行认证的系统。这在日本国内的零售业为首次引入。



TOPVALU Green Eye 塔斯马尼亚牛肉的承诺

- 饲料中一概不使用肉骨粉。
- 没有使用转基因饲料。
- 没有使用抗生素和生长激素。



澳大利亚塔斯马尼亚州政府品质保证书



塔斯马尼亚牛肉

A. 和农民朋友一起生产安全的大米。

签约栽培大米



【正在实施活动的企业】
Ministop(株)

Ministop(株)正在研制“签约栽培大米”，这种米可以提高集“安心食用”和“美味”于一体的日本人的主食“大米”的质量。日本地形纵长，整体上高湿度的地区比较多，所以较易受到病虫害的影响。现在对农药和基因重组有一种不信任感，为了种植使用最低限度的必要的农药但又安全的水稻，必须从精心打造土质开始着手。在全国农民的支持下，

“签约栽培大米”结合地区和品种后农药的使用量一般在50%以下，这种米可以用于盒饭、饭团子和寿司。而且还对生产到销售的各个环节进行管理，收获后以稻谷的形式保存，每次只把3天使用量的稻谷碾成白米，以确保给顾客提供最优质的食物。



顾客、生产者、加盟店共同进行签约栽培米的收割



使用签约栽培大米做成的饭团子

产地信息	使用品种	用途
北海道中川郡美深町	Hakuchomochi	红小豆糯米饭/糯米小豆饭
北海道空知郡上富良野町	Kirara397	寿司等
岩手县盛冈市近郊	Hitomebore	东海以西的盒饭/饭团子
岩手县花卷市	Hitomebore	东海以西的盒饭/饭团子
山形县最上地区/置赐地区	Akitakomachi / Haenuki	关东以北的盒饭/饭团子
群馬县那须地区・大田原市・芳贺野地区	Koshihikari	东海以西的盒饭/饭团子
茨城县常总HIKARI地区	Koshihikari	关东以北的盒饭/饭团子
滋贺县甲贺郡甲贺地区	Kinuhikari	东海以西的寿司等

禽流感对策

TOPVALU Green Eye 纯辉鸡

“TOPVALU Green Eye 纯辉鸡”只提供签约农场（青森/岩手/岐阜/广岛）的经过严格管理的鸡。每天都报告禽类的状况，并有一系列严格的标准，如在农场前撒石灰、进屋时消毒、对饲料运送车进行消毒等。而且每天还进行死禽报告，确认是否有禽流感的发生。通过使食物的安全危害性最小化来预防禽流感的发生。



纯辉鸡

3项承诺

- ① 用不使用抗生物物质和合成抗菌剂的饲料来喂养。
- ② 在AEON定点农场定期进行饲料和管理状况的检查。
- ③ 对处理场和后勤中心定期进行卫生管理和细菌检查。



Q. 石棉问题令人担忧。AEON商店安全吗？

A. 对商店中石棉的调查和对策已经完成。

针对石棉问题所采取的措施



【正在实施该活动的企业】
AEON集团 11家公司

【经过】

(株) MYCAL 为了让顾客放心地购物，对商店内喷涂材料的石棉含量进行了调查。对 1995 年以前开业的 78 家商店进行调查发现，含有石棉的为 6 家。其中在顾客利用的地方虽然确认了喷涂材料的外露，但只是在高田 SATY 第一立体停车场的主要部分。

【对策】

高田 SATY 在 2005 年 11 月 20 日

已经组织专家完成了对策工程。并在顾客没有使用的地方经过确认后剩余的 5 家店铺进行了石棉悬浮量的调查。大气污染防治法中规定的大气中浓度的标准为 10 条 / 升，但是据测定结果显示，在最高的地方只有 0.5 条 / 升。测定分析根据作业环境测定法，

由国家注册机关进行。其测定结果为“与普通空气浓度相同”。

【今后的对策】

对上述确认了外露的 5 家店铺，今后将进行定期的测定调查，如有必要将实施专门商家的对策。

集团各公司应付石棉的状况

(截至 2006 年 2 月 20 日)

集团	调查店铺数 (95 年以前竣工)	在顾客要使用的场所所有外露情况的 店铺数(其中有 2 家店铺已经开业)	在顾客不使用的场所 所有外露情况的店铺数
AEON(株)	173	2 ^{※1}	9 (其中 2 家店铺闭店)
(株) POSFUL	16	1 ^{※1}	0
(株) MYCAL	78	1 ^{※1}	5
(株) KASUMI	114	0	3
Maxvalu 西日本(株)	28	0	1
Maxvalu 东北(株)	62	0	3
Maxvalu 东海(株)	19	0	1
Maxvalu 北海道(株)	19	1 ^{※1}	1
(株) Joy	17	0	1
(株) INAGEYA	26	0	11
Ministop(株)	617	0	2

* 调查的店铺还有 AEON 九州(株)、AEON Marché(株)、(株) MYCAL 九州、琉球 Jusco(株)、Maxvalu 中部(株)、Maxvalu 九州(株)、(株) Bon Belta、(株) Diamond City、AEON Mall(株)、(株) 横百货店，但是并没有发现外露现象。

※ 1 确认外露的地方除去法令规定的之外，都实施了封锁、围网等对策工程，并实施定期的石棉浮游量调查。

Q. 有没有出台对购物时身体不舒服的人的应付策略？

A. 已做好发生“万一”时的准备。

AED 的导入



【正在实施活动的企业】
Maxvalu 中部(株)

旨在打造随时都能放心购物商店的 Maxvalu 中部(株)于 2005 年 11 月，为了应付顾客在店铺里突然心脏停止的情况，在店铺里

设置了 AED (自动体外式除颤器)，这种装置可以在救护车到达主要的 5 家店铺 (Maxvalu 小牧堀之内店、Maxvalu 川井町店及其他) 前作一些应急措施。AED 是一种通过电击使心脏停止痉挛而恢复正常的装置。每个店铺在导入该装置时都要开展 AED 操作讲习会，店长将接受由消防署实施的一般急救讲习课。



AED 操作讲习会

Q. 对个人信息的保护措施是否万全？

A. 尽力强化对个人信息保护的管理。

保护个人信息



【获得 Privacy Mark 的企业】
AEON(株)、AEON Credit Service(株)、(株) Zwei

AEON 认识到保护个人信息的重要性，谨慎处理每个人的信息，希望大家都能够过上放心富足的生活。每个人的个人信息都是自己的独自性及其价值观形成的东西，所以我们把它放在与人同等的位置，对地区居民托我们代管的信息进行正确安全的管理，以构筑一种可靠的信赖关系。

行业领先的情报管理体制

AEON Credit Service(株)把保守顾客的信息与保守公司的资产放在同等的位置，以个人信息为首，为确保信息资产的安全性，正在构筑更加严格的管理体制，2003 年 1 月已经取得 Privacy Mark。强化网络安全之后，不仅只有网站而且还有手机网站都取得了“TRUSTe”的执照。2005 年 7 月在全部营业场所都取得了信息安全管理系统“ISMS”和英国规格的“BS7799”。同时取得这两种认证在信用行业尚属首次。2005 年 8 月引进了全公司统一 IC 卡管理的“入室管理系统”。这种系统不仅可以防止不正当侵入，

还可以准确掌握 365 天 24 小时“何时、何地、何人、在何处进入”等信息，更彻底地完善了保守重要个人信息的制度。



Privacy Mark 许可证



使用入室管理系统的图象

对 TECO 液晶 TV 不良状况的应对措施

2005 年 7 月 8 日弄清了在 JUSCO / SATY / Carrefour / POSFUL 销售的“TECO 32 型液晶电视”中有程序设定错误的商品。这是由有顾客提出“声音的切换方法与操作说明书不同”才知道的。经检查和维修，还有一部分顾客多次提出“有时声音会中断”。调查结果显示，在电波较弱的地区和信号弱的时候可能会发生上述问题，对此重新进行了检查和维修。

对象商品名“型名”
“TECO 32 型液晶电视” (TAL0032)



图像是镶嵌合成的。

2005 年 7 月 8 日 在 AEON 集团的各公司销售“TECO 32 型液晶电视”
7 月 13 日 根据顾客的提议判定声音多重错误显示等的不正常情况
7 月 20 日 通过 PC 的修改程序 (Ver.2) 的安装开始维修
8 月中旬 维修后顾客提出“有时声音中断”
9 月 5 日 各店负责人与委托同业者上门拜访开始重新维修
10 月底 重新维修完成 90.0% (对判定总数的维修完成率)
2006 年 3 月 2 日 重新维修完成 97.0% (对判定总数的维修完成率)
- 以后 对销售台数总数中未判定的顾客的店铺，继续进行铺面告知

今后的对策

明文规定“AEON 视觉效果出厂检查标准”，并进行彻底的检查，再加上第三者机关的安全检查，旨在加强第三者机关对在操作说明书里所有的项目进行检查的体制。



AEON非常重视与地区的共存。

例如,地区的经济、志愿活动、防止犯罪和孩子的成长等问题

我们都把它看作AEON自己的事情来处理。

我们不仅会让当地市民快乐地购物,还起到了“工作”、“活动”、“学习”、“接触”等作用,深深的扎根于地区之中。

Q. 是否能够激活地区经济?

A. 通过饮食举办很多激活地区经济的活动。

地产地销



地产地销活动是通过用当地的食用方法来消费当地的食物原料,不仅可以激活地区经济,还可以继承当地的饮食文化。在以对食物的安全、安心要求的提高为背景,可以扩展到全国的范围。与地区共存的AEON在进行应“AEON21”的顾客的要求而推出的风味大师活动,同时还积极推

进地产地销活动。AEON(株)开展由青森县赞助的“大型集市”。在茨城县举办“好吃茨城”、在新泻县举办“好吃新泻”等活动,受到广泛好评。在这些活动中,由地方行政机关和支援团体的各界人士提供生产者信息和检查机关的信息,充分利用AEON顾客的信息和流通技巧等,可以扩大销售和开发更加优秀的商品。

利用返回车等的地区活性化



AEON(株)和青森县共同举办的“大型集市”已经把名称变更为“青森县商品展览会”,除了当地青森县外还有在千叶县的津田沼店和大阪府的野田阪神店等地都举办了此类展览会并受到了好评。现在加上地产地销,其他地区的人们利用返回车[※]等把乡土的气息介绍到其他的地区的活动在地区行政部门和支援团体的思想带动下蓬勃发展。AEON与想要支撑更开心和丰富的饮食生活的食物原料的各个地区的生产商朋友邂逅,以此来扩大地区活性化的范围。

※返回车指的是给店铺交货后返回的运送车。它并不是空车而是满载当地的食物原料返回,可以在现有的物流体制下进行更高效的运输。



“大型集市”



“大型集市”



“好吃茨城”



“好吃新泻”



青森县商品展览会

三重地产第一日

通过每月的时令盒饭来品味食物原料的宝库——三重

Maxvalu中部株式会社
执行官员 名古屋商品部长 秦 建治

三重县举县实行“地产地销”制度,把每月的第三个星期天(家庭日)及其前一天的星期六作为“三重地产第一日”。三重县山珍海味非常丰富,还有很多连县民都不知晓的食物,所以计划开发新的食品和重新定位美食,这就是“地产第一盒饭”。我们设计着能否让顾客在盒饭中轻松享受到三重县生产的时令食物原料。写下食物原料的产地名,所以需要注意的是不要产地不同的食物原料混在一起。在这一点上我公司拥有的热食加工厂,从采购到烹调一条龙管理,因此不会混在一起。2005年度推出了顾客可以从5种米饭和5种菜中自由挑选方式的盒饭。每月从选材开始都是很复杂的计划,但是顾客的满意就是给我们最大的鼓励。





A. 提供商业机会和技术信息。

委托开店和提供技术信息



购物中心(SC)的三成为当地商店
AEON Mall(株)所有的购物中心,以实现当地商店占专卖店的三成为目标。加入与当地顾客有密切关系的商店是购物中心的巨大魅力之一。另外三成是全国性品牌店,再剩下的三成是在当地首次开业的店铺,最后的一成是委托在AEON Mall中首次开业的专卖店。我们开展与众不同的有地区特色的购物中心,提供

有亲和力的有都市魅力的商品,并追求新奇的东西。

为商店街提供技术信息

AEON(株)以在其能力范围内向商店街提供技术信息作为能与地区共存的一个环节。另外还采取许多措施,比如参加根据城市建设观点来计划实现市中心街区的激活和维持的策划TMO(市镇经营组织),AEON(株)的OB(辞职者或退休者)为振兴公司修建商业设施等。只依靠提供现阶段的技术信息是不够的,所以要让有经验的店长能够取得日本购

物中心协会举办的购物中心经营专家资格,努力培育掌握商业设施运行技术的人才。另外,对于在购物中心经营的专卖店,通过购物中心分店经营者所构成的组织,支援后继者的培训和提供经营建议。仅2005年度就有约5,000人接受了关于工作人员如何接待顾客等方面的一些培训,有利于提高专业技术。我们与开发者不同,要站在零售业经营者的立场上,为支持商务提供技术信息,而且今后也将继续下去。



AEON宫崎SC <AEON Mall(株)>



AEON水户内原SC <AEON Mall(株)>

24小时营业

因顾客需求过多,AEON(株)直营的Maxvalu开展了24小时营业的超级市场业务。目前共有75家店铺实行了24小时营业(截至2006年2月20日)。Maxvalu设有常驻保安员,顾客反映说“即使在深夜也能够放心的购物”。在雇用人员方面,希望可以值夜班的有很多人,这也为当地做出了一些贡献。深夜的噪音和照明方面都是以法律为前提的,就这些与临近的居民沟通并征得同意后,分店才开始公开经营。对“夜晚的照明太亮不能入睡”等意见,采取了相应的措施,如减少停车场的照明或挂遮光窗帘等。另外,关于夜间出售烟酒的问题,为了防止向未成年人出售烟酒,与地区社会联手采取了确认年龄等措施。

Q. 店铺建在什么地方?

A. AEON在地区顾客感到方便的地方建店。

居民共同参与的城市建设



与地区共存

AEON把与地区共存放在第一位,不仅随时提供价格优惠的优良物品,同时融入地区生活,争取成为被地区支持的商店。AEON通过各种各样的形式努力为地区做贡献。比如,提供各种服务设施、提供结识和交流的场所、扩大销售本地产品、雇用本地人、招徕本地专卖店、为地方财政做贡献、工作人员在本地进行志愿者活动等。

对城市建设不可或缺的东西

根据城市建设三法的修改,大幅度强化了大型商店的建店规则。虽然今后建立大型商店变得越来越难,但其客观效果,对众消费者来说也未尝不是一件好事。城市建设本来就不应该是由法律整齐划一的,而是应该根据“消费主义”进行,只有顺应民意,才能建设有魅力的城市。虽然有规则来强化,但AEON依然打算与地区的大众一起开发商业设施,为地区的城市建设做贡献。

商店是可以放心的地方

Safety station(地区安全生活基地) Ministop(株)

安全放心的城市是由自己创造的。Ministop(株)与加盟(社)日本连锁店协会的便利店一起,与店铺、警察局、自治体、本地的居民共同建立地区安全放心的生活据点“地区安全生活基地”。2005年10月已经在全国展开此项活动。以“共同建立安全放心的城市”、“为青少年的健康成长的措施”、“相关事项”三点为主题,利用海报、对应指南、视频等工具,举办让地区安全、放心的活动。

便利店、安全站活动



国家、地方自治体、相关团体

地区、居民

“110报警商店”Maxvalu中部(株)

为了防范城市犯罪,Maxvalu中部(株)在三重县内的56家店铺与三重县警局总部签署了“有关保卫地区安全的‘110报警商店’协定”,并于2004年1月开展活动。2005年9月,爱知县内直营的5家Maxvalu店铺也开展了“110报警商店”活动。与爱知县警局总部互相合作,在店铺周边发生犯罪行为或有可能发生犯罪时向警察署通报,并可以把店铺暂时作为受害者紧急避难的场所。



城市建设三法的修改

建设对居民有魅力的城市才是最重要的

城市建设三法的修改理由是:不能控制市中心人口的不断减少,即使是周末商店街也十分闲散的局面不见改善等;另外以人口的减少、高龄者的增加的情况下,生活圈缩小为较好的这种在欧洲也常见的“城市小型化”思想为背景。新的规定试图强化总占地面积超过1万平方米的大规模吸引消费者设施的布局控制。

消费者主权的构思和行动是不可或缺的

由于汽车社会化的进展,为求得更宽敞的居住环境,住宅正在向郊外扩展,自治体的政府大厅、学校、医院和警察局等也在向郊外转移。现在道路铺修整齐,到郊外的大型店购物变得更加方便。但是,如果开车进城的话既受到交通规则的限制,又会堵车,也有可能停车场不够。如果现在控制在郊外建设大型商店的话,原有的商店街还能保证原来的客流量吗?数据可以证明城市的衰退和商店街的衰退,但是不能证明这是与建立大商店有直接因果关系的。对于已经在郊外居住的老年人来说,要将住处转移到中心地区不是容易的事情。更重要的问题在于,如果没有健全的竞争机制,将很有可能产生对顾客不利的情况。



Q. 购物真的与社会贡献活动有关吗？

A. 扩大了通过提供商品和服务为社会做贡献的范围。

Fair Trade (公平贸易)



【正在实施该活动的企业】
AEON集团各公司

我们AEON也希望可以为世界地区活性化做出贡献。为此的一项措施就是“Fair Trade”（公平贸易）。这项活动以合适的价格购买需要援助地区的原料和商品，以此来支援经济社会的自立和环境保护。在“AEON21”的活动中，应顾客“希望可以提供通过日常生活可以参与社会贡献的场所”的要求，AEON正进一步扩大店铺与社会贡献相结合的活动。



泰国的Doicyan村的人们



天然保湿霜Shea butter合成的Body butter



迦纳北部的女性



Shea butter是在迦纳采集的坚果油脂

THE BODY SHOP

这是以“不是援助，而是贸易”为理念，一方面尊重世界各个需要支援地区（Community）的环境和文化，另一方面直接购买当地的原料，构筑合作伙伴关系，满足当地经济和社会的需求。（株）AEON Forest 在开始日本国内经营英国的化妆品专卖店“THE BODY SHOP”，以“商务与社会变革并重”为目标，以同“Values”总称的5个价值观为中心，开展社会贡献活动。

TOPVALU Fair Trade 咖啡

在能够以低廉价格购买到安全、放心商品的“TOPVALU”中也能买到 Fair Trade 咖啡。这是一种有欧美等17个国家加盟的、通过 Fair Trade 认证组织及 FLO*认证的咖啡豆。从印度尼西亚、泰国、埃塞俄比亚三个产地进口。有普通型和滴落型多种类型。另外这些商品也可以在线购买。

※Fairtrade Labelling Organizations International



“TOPVALU Fair Trade咖啡”的正面包装上标有FLO的认证标志。



TOPVALU Fair Trade 咖啡



泰国咖啡豆产地

AEON幸福的黄颜色发票活动

在每月11日的AEON日，都将开展“AEON幸福的黄颜色发票活动”，活动内容是将购物金额的1%捐赠给地方志愿者团体。详情请参阅第24页。

“SELF+SERVICE”

环境与时尚并重的生态型商店“SELF+SERVICE”通过提供适当的报酬，支援提高设计和品质等，帮助发展中国家的生产商自立。“SELF+SERVICE”与正在开展“People Tree”品牌的 Fair Trade Company（株）联合，从2004年7月开始出售纯棉T恤（organic cotton T-shirt）和饰品等公平贸易商品。让生产商

SELF+SERVICE

CONTRIBUTING TO THE CONSTRUCTION OF
A CIRCULAR-Styled-SOCIETY BASED ON OUR STORES,
THROUGH LOCALLY FOCUSED



通过经商学习到品质管理和商品企划方面的知识，以稳定的交易确保收入，促进地区经济的发展。



Fair Trade 商品

Q. AEON是否在做社会贡献活动？

A. 劳资共同开展的支援活动也十分积极。

AEON 社会福利基金



【正在实施该活动的企业】
AEON集团38家公司

这是AEON各公司劳资通过合作，支持“充满希望的美好未来”的社会福利活动。它成立于1977年，以AEON的劳资每月50日元（劳资双方100日元）的基金进行运营。现在集团中共有38家公司参加，以增进残疾人的自立、社

会参与和福利等为目的实行各种各样的支援活动。全国的残疾人设施每件赠送100万日元（或50万日元）的“设施费”，2005年赠送这些设施费的设施总数累计为364件。

A. 进行有利于发展和振兴艺术/文化的活动。

财团法人 冈田文化财团



1979年，以为发展、振兴三重县艺术、文化做出贡献为目的，设立了（财）冈田文化财团。2004年11月23日在三重县文化馆举办了设立25周年纪念

音乐会。参加汇演的有维也纳交响管乐团的选拔团员和本财团支持的三重县本地的三名独奏者。

通过“心跳积分”进行的环境/社会贡献活动

AEON Credit Service (株)



AEON Credit Service (株) 利用顾客的日常用卡来进行各

种社会贡献活动已经坚持不懈的进行了十年。使用卡时积累的“心跳积分”，可以用来兑换商品券或各种商品，也可以根据顾客的意愿，捐献给日本盲文图书馆或国土绿化推进机构。从1995年开始活动的这10年间捐款总额为53,620,050日元。消费者的慈善活动有很多，其中包括以植树活动为首的绿化活动和为盲人制作盲文图书等活动成效显著。

Q. 我们是否也能参加AEON的社会贡献活动？

A. 通过各种各样的募捐活动，将大家的想法传达给社会。

AEON的募捐活动

对在世界范围内掀起的对台风和地震等灾害及环保问题进行的各种支援运动，AEON在店铺呼吁顾客的合作，工作人员之间也互相鼓励，积极进行募捐活动。2005年4月1日开始“为了苏门答腊岛海域地震中受灾的孩子们”实施了复兴支援募捐。从9月3日开始，在集团各公司店铺及各事务所为美国南部遭受超大型飓风“卡特琳娜”受灾群众举办募捐活动。



给巴基斯坦、印度的地震灾区人们进行紧急募捐活动



对在新泻县中越大地震中给予支援活动的会社授予奖励(作为AEON1%俱乐部成员企业代表的AEON(株)、AEON Credit Service(株)、AEON Mall(株)、Ministop(株)的4家公司)



“为了苏门答腊岛海域地震中受灾的孩子们”复兴支援募捐金



“24小时电视28”基金

2005年度主要的募捐活动(日本国内)

活动名称(参加企业数)活动期间	顾客和工作人员的募捐金额	AEON捐献的金额	总额	赠与者
“为了苏门答腊岛海域地震中受灾的孩子们”实施了复兴支援募捐(63家) 2005/4/1 ~ 2005/5/22	4,286万1,074日元	4,300万日元 AEON1%俱乐部捐献	8,586万1,074日元	财团法人 日本联合国儿童基金会协会
“24小时电视28”基金(63家) 2005/7/29 ~ 2005/8/31	2亿464万7,643日元	—	2亿464万7,643日元	以日本电视为首 全国31家私营广播电视台
美国飓风“卡特琳娜”灾害救援募捐(62家) 2005/9/3 ~ 2005/9/20	1,867万9,013日元	1,900万日元 AEON1%俱乐部捐献	3,767万9,013日元	驻日美国大使馆
给巴基斯坦、印度的地震灾区人们进行紧急募捐活动(66家) 2005/10/9 ~ 2005/10/30	2,685万7,470日元	3000万日元 AEON1%俱乐部捐献	5,685万7,470日元	Japan Platform
保卫世界自然文化遗产知床的森林Christmas lapping campaign募捐(28家) 2005/10/28 ~ 2005/12/25	1,087万1,917日元	1,100万日元 AEON环境财团捐献	2,187万1,917日元	知床国立公园内森林保全基金
合计	3亿391万7,117日元	1亿300万日元	4亿691万7,117日元	

2005年度继续的募捐活动

活动名称(参加企业数)活动期限	顾客和员工募捐的数额	累计募捐金额	赠与者
红羽毛共同募捐 2005/9/21 ~ 2005/11/20	846万5,655日元	1亿2,960万9,603日元 (1983年度_2005年度)	财团法人 中央共同募捐会
支援培育导盲犬募捐(25家) 2005/10/1 ~ 2005/11/30	1,549万9,219日元	1亿8,137万3,316日元 (1989年度_2005年度)	全国导盲犬设施联合会
合计	2,396万4,874日元	3亿1,098万2,919日元	

Q. 有孩子们可以参加的活动吗？

A. 为未来的主人翁提供环境学习的场所。

AEON Cheers俱乐部

为了给未来世纪的主人翁提供学习环境问题的场所，1995年日本环境厅(现称环境省)提倡“儿童Eco俱乐部”，2005年5月迎来了活动开始10周年。AEON十分赞同其主旨，将“儿童Eco俱乐部”更名为“AEON Cheers俱乐部”，进一步促进其活动，旨在“培养健全的儿童”。通过活动，不仅要让孩子们学会与大自然共生，更要发挥孩子们原有的好奇心和思考能力，从团队合作中学会社会规则和礼仪。2005年的年度主题是“垃圾”。Cheers俱乐部的会员以各地的AEON店铺为据点举办活动。另外，还召开了AEON Cheers俱乐部高级会议，公开了一年来的活动情况。2006年的主题是“回收再利用”，借助各地区人士的支持，与孩子们一起思考，一起行动。



AEON若松Cheers俱乐部(九州AEON) 清洁活动之后进行了垃圾分类情况调查



AEON四日市尾平Cheers俱乐部 太好了!! 获得了AEON Cheers俱乐部高级会议中部大会特级优秀奖!!



AEON 苫小牧Cheers俱乐部 看，那里有一只鸟!! 近邻的观察野鸟会



AEON今市Cheers俱乐部 河里都有哪些生物呢？



AEON 鸟取Cheers俱乐部 学会了边在森林中散步，边观察植物的方法!!



AEON MV 东北Cheers俱乐部 现在是马铃薯收获季节。我们也来做Eco cooking吧!!

AEON Eco-Eco学习馆

希望孩子们能够轻松愉快的学到环保的重要性、回收再利用

的必要性和植树造林的意义。“AEON Eco-Eco学习馆”就是以此为目的开设的给孩子们专用的生态学网站。能够轻松愉快的掌握生态学相关的知识。



“AEON Eco-Eco学习馆”首页画面



Q. 跟当地社会保持密切的合作吗？

A. 倾听顾客的意见，建立良好的关系。

分别站在顾客和职工的立场上 顾客副店长



【正在实施该活动的企业】
AEON (株) AEON九州 (株)

这是作为当地顾客代表参与营业的“顾客副店长”制度。该制度自从在第一届“AEON21”采用了建议以来一直沿袭到现在，2005年度97名顾客副店长活跃于全国40所店铺。到现在为止，由于顾客提出意见改善条件的店铺已经达到了5,970所。“我每次都有目的地巡回店里，比如在新生活开始的季节主要以家庭



AEON (株) JUSCO津田沼店 顾客副店长
山田七重女士 (左)·大枝美和子女士 (右)

休闲服装为主题巡回等。上一次，因为排气口的开关靠近头的位置，所以我贴了“注意排气口的开关”的牌子。”(山田七重女士)“由于设立了儿童室内鞋的样本中心，试穿的情况比以前更方便了。另外，为了‘顾客副店长’制度渗透到当地社会当中，在联合早会上办个发表意见的场所，沟通更加流利了。”(大枝美和子女士)

推进通用型设计化 AEON 爱心建筑 设计标准



【正在实施该活动的企业】
AEON集团18家公司

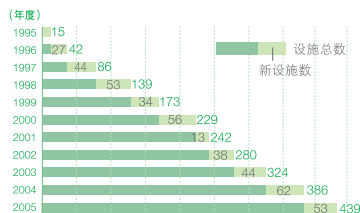
建立店铺时，AEON积极采用通用型设计的观念，即“每个人既方便又舒适地利用”。根据1994年施行的爱心建筑法，AEON制作了独特的“AEON爱心建筑设计标准”，已经引进于新店铺的建设以及原有店

铺的改建。除了设置无障碍设施外，还试图提高职工的服务素质和技术，从硬件和软件两个方面来推进建设人性化的店铺。另外，也实施对职工的手语教育和照顾残疾人的教育。2005年度，53所店铺新取得了爱心建筑法的认定的设施、店铺累计达到了439所。



准备了出借的轮椅、可以安装在轮椅上的购物车。

爱心建筑法认定设施的变迁



跟NPO的共同协作“ECO·SEED”一起共同表现AEON的愿望。

“ECO·SEED”是由结业于名古屋环境学习中心的培养人才班“名古屋环境私塾”的同志建立的集团，它通过实施环境学习以及搜集、发送环境信息，以扩大环境保护意识强的市民的范围为目标。现在，在AEON千种购物中心里不断地计划并且实施“店铺内ECO巡回”、“ECO手艺”等跟环境问题有关的信息发送以及讲座。

每月第四个星期六举办的讲座日程 (内容有可能变动)

- 2006年4月 用竹子制作玩具 [第一]竹马
- 5月 第一届植树节
- 6月 用棕榈叶制作蝗虫
- 7月 学扔垃圾的分类
- 8月 种小型蔬菜、豆芽

“ECO·SEED”会员的反馈

“我很高兴企业和市民能够共同建立意识到环境保护的重要性的气氛。”“我想介绍自己动手可以做出来的东西以及掌握创造性的东西。”“我们的愿望是播下环境的种子。只要有动机，孩子们就发芽。我们想通过参与活动，实现这样的希望。”“非常感谢给我们提供活动场所。”“在许多企业当中，AEON (株)是最认真负责实施相关环境问题的企业。”

AEON千种购物中心 商城经理 冈村 四郎

“AEON千种购物中心是第一个环保商店。虽然有考虑到环境的硬件性的东西，但是让更多的人意识到环境的重要性还是有一定的难度。我们想通过认识更多的会员，扩大珍惜环境的市民的范围。”



在AEON千种购物中心里的活动情景

A. 每月跟顾客共同参加志愿以及清扫活动。

每月11日是环境、地区贡献日 AEON日



AEON借助于2001年8月更改社名时，规定了以每月11日为AEON日，作为当地社会一成员，跟顾客共同展开以环境和地域反馈为主题的丰富多彩的贡献活动。将购买总额的1%返还给地域志愿者团体的“AEON幸福黄颜色发票活动”，职工志愿清扫店铺周围的“AEON清洁道路”，还有把范围扩大到周围的公园以及河岸开阔地的“清洁和绿色活动”等，“AEON日”越来越渗透到当地社会中。众所周知，“AEON日”是每个职工根据“顾客第一”的原则，跟顾客一起考虑环境、社会贡献活动并付诸行动。

支援地区的志愿活动

AEON 幸福黄颜色发票活动

AEON幸福黄颜色发票活动实施于“AEON日”，这是AEON跟顾客共同支援贴近当地社会的志愿者团体的活动。只要您把交付于“AEON日”的黄颜色发票或者和自带购物袋活动※1图章卡交换到的“投函卡”※2投进到店铺所设置的箱子里，就可以参加该活动。AEON赠送当地社会的志愿者团体相当于发票总额的1%加上投函卡总额的物品，这些物品都是志愿者团体所需要的东西。2005年度，发票的总额总共达到了57亿1,306万日元。其中把相当于发票总额的1%加上投函卡的总额5,786万日元的物品赠送给10,837所集团。“AEON幸福黄颜色发票活动”自从2001年开始到2006年2月现在，已参加了AEON集团的14家公司，给大约37,093所团体赠送了相当于2亿2,206万日元的物品。

※1 请看第34页。
※2 积累图章20点交换一张投函卡。
一张投函卡相当于100日元。

通过清扫对社会做贡献

AEON 的清扫活动

“清洁和绿色活动”于1991年4月开始，是AEON集团的职工志愿清扫公园、河岸开阔地、公共设施等地的活动。从2002年1月将开展“AEON清洁道路”活动，这是与日本国土交通省的“支援志愿活动项目”协作的活动。主要在店铺周围的国道，捡垃圾以及清扫种树地带等活动。2005年度实施“AEON清洁道路”活动的店铺达到了154所。另外，其它地区也展开了各种清扫活动。AEON今后也将在全国各地积极推进清扫活动。



AEON日的清扫活动

AEON幸福黄颜色发票活动流程

步骤1



购物后在收款台领取黄颜色发票。

步骤2



将黄颜色发票投入信箱。信箱是按照当地不同志愿者团体而分别设置的，每个投票箱都记载着该团体所从事的活动内容。顾客可将黄颜色发票投到自己愿意支援的团体的信箱中。

步骤3



算出每个集团箱子里的发票的总额，给该集团赠送总额的1%的物品。比如发票总额达到100万日元的话，赠送相当于1万日元的物品。



Q. 在海外有什么样的活动？

A. 重点推进以中国为首的事业。

在亚洲地区 的事业



为了保持不断稳步的发展，AEON 进一步推进在中国等亚洲地区的事业，实行营业的当地化以及当地的密切化。

作为商品供应地、物流基地

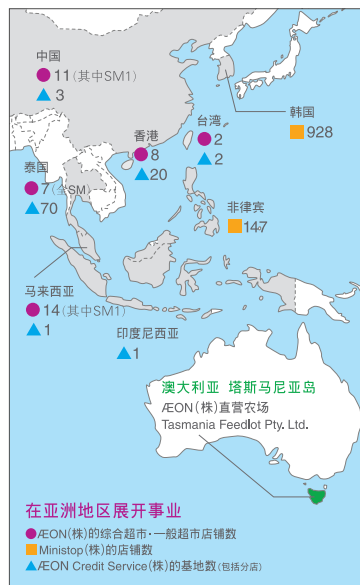
1985 年 AEON(株) 在马来西亚设立了“Jaya-JUSCO-Stores”，这是 AEON 第一次打入海外的店铺。在设立 20 周年时，改名为“AEON 马来西亚”，实现了新的飞跃。2005 年度，AEON 总共设立了 42 所海外店铺，中国 11 所、香港 8 所、台湾 2 所、马来西亚 14 所、泰国 7 所，其中 2005 年增加了 6 家店铺。无论国内还是海外，AEON 贯彻“顾客第一”的营业理念。为了实现“充满希望的美好未来”，AEON 实施“AEON21”，广泛征集顾客和职工的创意，这次从中

国顾客也接受了许多优秀的建议。另外，还实施“顾客副店长”制度，展开更加贴近当地社会的经营方式。经济强劲增长的中国是重要的商品供应基地，也是亚洲物流的基地。AEON 已经在上海、青岛、深圳三个地区设立了 GXD (global-cross-dock)，这是具有加工和检查功能的物流中心，向包括日本等在内的世界各国物流网提供高效率的服务，同时也加大了 AEON 集团整体的筹办能力。我们将追求更进一步的集团配合效应。

给中国提供金融服务

AEON Credit Service (株) 于 1987 年在香港建立分店，1990 年设立了当地法人公司 AEON Credit Service (Asia) Co., Ltd.，到 2006 年 2 月为止，会员数 87 万人，分店数 20 所，处理额达到 54 亿 1300 万港元，成为了著名的信用卡公司。2000 年，在广东省深圳设立了当地法人公司，为了今后中国大陆的信用事业的

展开，逐步进行准备。2005 年，由于实现与中国银联(由中国大银行设立的信用卡结算公司)的合作，AEON 的信用服务公司在日本企业当中第一次取得了在香港发行信用卡的营业执照，从 2006 年 4 月开始发行与中国银联的合作卡——“中国银联卡”。



JUSCO 青岛店

Q. 是否跟交易伙伴交往的过程中制定规定？是否遵守这些规定？

A. 不管在商务流程还是在跟客户交往的过程中，我们贯彻安全、安心、正直的营业态度。

AEON 供应厂商CoC



AEON 的安全、安心、正直的营业态度涉及到生产商品的过程和环境。我们有对社会说明的义务。因此，2003 年制定了面向世界 25 个国家和地区的交易伙伴“AEON 供厂商 CoC (Code of Conduct / 交易行为准则)”。其中包括了生产、制造产品时应该遵守该国家或地区的法律法规，尊重厂家、工厂劳动者的人权，保证他们在考虑到环境保护的工厂里，在安全、卫生的劳动环境的条件下从事业务工作并且保障适当的薪水等的内容。委托制造“TOPVALU”品牌产品的达到了 400 所，而且在国内 8 次，在中国 3 次，在泰国 1 次，举办了当地说明会。到现在为止，AEON 对 500 以上的供应厂商进行说明

“AEON 供应厂商 CoC”的内容并且要求遵守该规范的项目，这些供应厂商已经给 AEON 提交了遵守宣言书。我们认为最重要的是确认是否实行或改善所要求遵守的项目。至于根据“AEON 供应厂商 CoC 要求内容”的工厂检查体制，AEON 采取两种体制，即 AEON 负责人来进行检查的“二者检查”和外部专门机构来进行检查的“三者检查”。在海外，用双重清点体制，一年一次实行“二者检查”或“三者检查”。在国内，实行“二者检查”的地方为 30 所、“三者检查”的地方为 50 所。至于“二者检查”，由于定期检查和职工的监视，可以确认改善的情况并且不断地进行改善指导，就这样得到了明显的成果。另外，为了加强检查本身的效率化，AEON 供实施当地检查员的培养，到现在为止在中国和泰国已经认定了 10 名当地检查员，

建立了能够覆盖 87.5% 的海外工厂的体制。AEON 今后也推进检查员的培养，通过确认是否遵守规范的检查来和供应商树立起坚固的信赖关系。

SA8000



AEON 在“TOPVALU”品牌产品供应厂商的管理和 AEON(株) 本公司的业务内，都取得了关于人权和劳动环境等方面的国际标准“SA8000”的认证，这是以 AEON 的职工和生产商为对象的。名为 Social Accountability (对社会的说明责任) 的“SA8000”是为了改善世界各国的工厂、企业的人权尊重以及劳动环境等情况而构成的国际标准。它要求企业遵守保护人权、消除雇佣歧视等 8 个项目，还要求建立并且不断改善其管理系统。还有，2004 年 9 月作为日本零售商，第一次表明参与联合国的全球协定 (Global Compact)，2005 年在巴塞尔纳大会上，宣布了“AEON 供应厂商 CoC”的事例。AEON 探讨今后跟各个公司*以及集团公司共同享受生产技能，来扩大应用“SA8000”标准的范围。

* AEON(株) 作为经营的基础，引入了把全国分为 4 个区域的公司制度。



AEON 供应厂商CoC (交易行为准则)的内容要求

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 AEON 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 AEON 供应厂商 CoC 的认证、监查、监督
13. 禁止馈赠 AEON 和供应厂商禁止馈赠礼品



Q. 怎样使员工做到积极肯干？

A. 采取能让每个人都可以发挥其最大能力的组织形式

培育新的价值和竞争力 多样性的对策



在顾客和市场的多样化正在进行中，AEON 充分利用 AEON 人多样化的能力，根据多种观点不断提出有价值的建议，提高市场优势地位。AEON 人对于 AEON 来说是最重要的经营资源之一。在人事方面以“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”和“为继续成长的人才长期工作创造企业环境”为中心思想，为 AEON 人提供能够发挥其最大能力的环境。



员工构成

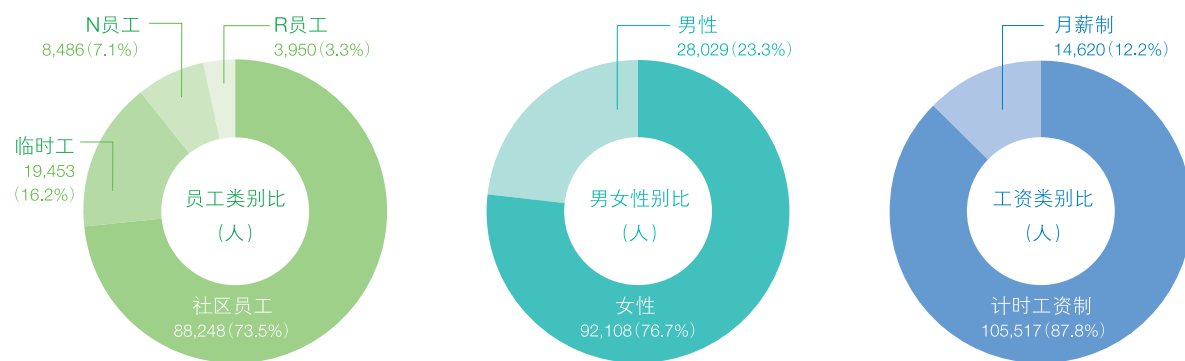
为了实现多样化的工作方式，AEON(株)对员工设立了(1)N(全国)员工、(2)R(地区)员工、(3)2004 年 2 月开始导入的社区员工和(4)以短期合同工为主的临时工的四种类型。N 员工基本上是在全国包括国外调动工作的人员。R 员工有在大区*内的工作调动。社区员工和临时工没有要迁居的工作调动。在工作时间方面，N 员工和 R 员工为全日制，社区员工可以选择全日制或定时制，临时工只有定时制。员工的构成特点是，以社区员工为主的定时制员工占绝大多数，且女性员工比例较高。

* AEON(株)以经营为基础，引入了把全国分为 4 区的公司制。

社区员工制度

员工构成中社区员工占了绝大多数。AEON(株)认为为了应对市场的多样性，在经营中最大限度发挥社区员工的能力。打破正式员工和临时工的框架，使临时工也能够和 N 员工 R 员工一样充分发挥其能力和积极性，取消了一切职责和期望值、教育机会、资格任命机会的差异。人事体系排除年龄和工作年数等因素，以能力为基准。另外，AEON 九州(株)、Maxvalu 各公司等集团企业也引入了不管员工类型，根据其能力和积极性能够活跃的的制度。

AEON(株)的员工构成 ※员工总数:120137(截止于2006年2月20日)



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

支持女性的积极参与

对于从事零售业的 AEON 来说，能有当地居民（特别是女性）的参与，是以“当地的视点”在商品齐备、提高服务上反映作为地区产业经营的战略基础。在晋升等方面一直采取不问性别、年龄，机会均等的原则，可是却出现了尽管工作中许多女性员工积极肯干，但却没有被任命为经营负责人等问题。例如 AEON(株)，管理监督者的 M 职的 5,993 名中，有 689 名是女性，可在经营干部 S 职的 1,011 名中，女性却仅有 24 名。为解决这一问题，AEON



(株)在 2005 年度成立了劳资专门委员会，将支持育儿和工作并举、把女性的活跃作为大的课题，进一步加深了共识。对于女性的任命和任用，采用了积极的改变男性的认识、改变女性自身认识、改善劳动环境、推进工作和生活两不误等措施。另外我们的中期目标是 2010 年店铺的女性经理的比例能够达到半数。

60 岁以上人员的雇用

Maxvalu 西日本(株)以 2006 年 2 月 21 日迎来 60 岁退休年龄的员工、临时工为对象，制定了再次雇用到 65 岁的制度。希望他们可以继续在在工作中积累的专业技术和知识，为顾客提供更好的服务。这项制度不仅适用于正式员工，也同样适用于作为基干工作人员的弹性工作时间制员工（临时工）。另外，AEON(株)对面临 60 岁退休的员工，可根据本人的意愿进行再雇用。从

2006 年开始，对于同意再雇用的全体即将退休人员，再次雇用到 65 岁。Maxvalu 具备多种工作方式，可以满足工作人员的多样化需求。

残疾人的雇用

截至于 2005 年 6 月的法定报告日为止，AEON(株)对残疾人的雇用率为 1.81%。另外，与残疾人共办事业设立了 Abilities JUSCO(株)。让残疾人发挥自己的能力和正常人一样工作的 CD 店“SCRUM”在东北地区和北海道共开设了 7 家店铺(截至于 2006 年 2 月)。

只要自身有能力和积极性， 就可以有平等的机会。

AEON Credit Service 株式会社
商业援助中心 代理负责人
铃木 明将



我进入公司5年了。最初在商业援助中心任职，后来调到系统部门、管理部门去工作。2年前又回到商业援助中心，做商业援助中心长代理。以前所在的系统部门，主要从事缩短进款通知单到达时间的业务。将送达地区的邮政编码按地区分类，采用时间差印刷作业和发送作业，使通知单去全部可以在第二天到达。目前在商业援助中心，共有包括我在内的14名残疾人任职。以前只是做简单的出勤输入等，现在又回来之后，开始从事金卡转换业务和 ETC 卡的入会业务等。因为隶属于顾客第一的公司顾客窗口部门，自然对工作抱有极大的责任感。

以架设中日桥梁为目标。

AEON Credit Service 株式会社
人事总务总部 录用教育科
潘 艳



我是中国湖南人。大学时来到日本，因对信用卡有极大的兴趣，进入了 AEON Credit Service(株)。进入公司刚刚两年，就在录用教育科负责教育和培训。主要负责对新进入公司人员的培训和保护个人信息的教育，对员工进行作为信用卡公司为完成社会责任的基本教育。现在在中国除香港以外的很多地区还不能利用信用卡，因此我打算利用在日本积累的经验，发展中国的信用卡市场。为架设中国和日本两国人民之间的桥梁而努力。



A. 考虑到每个人的“创造长久工作的环境”和“积极肯干”改善工作场所环境和支援成长。

以建立更为舒畅的工作环境为目标

工作与生活两不误



为了能够在公司长久的工作，需要能够适应生活改变工作方法的组织形式。AEON 正在推行能够使工作方式多样化的工作与生活两不误的措施。另外，为了使每个 AEON 人切实感受到工作环境舒畅，正在改善安全放心的工作环境。

支援育儿制度、支援看护制度

AEON(株) 在很久以前就已经制定了优越于法律的育儿和看护方面的制度。2005 年 4 月施行的修正育儿、看护休假法和支援培育下一代教育措施推进法等法则也在顺利实施中。特别是对于育儿和工作并存，施行给予最大限度彻底支持的方针。

安全卫生委员会

工作环境整改方面，为了确保员

工的健康和安全，推行舒适的工作场所建设，在店铺、事务所等事业单位设置“安全卫生委员会”。由店长、总管经理、员工代表、工会代表们参加，每月举行一次。在总部“安全卫生委员会”也一直在实施，并且与总部取得“SA8000”认证相联系。

AEON Good Life Club

AEON 的各项制度都是以实现“能够放心工作的上班场所”为基础的。AEON 共济会“AEON Good Life Club”经营多姿多彩的福利项目，实施对安心生活的支援、对幸福生活的支援、和对中长期准备的支援。



应对积极性措施

支援人才成长



AEON(株) 实施可以自愿提高自我的公开教育制度。所有的 AEON 人都可以参加基础教育讲座。自愿获得理想职位阶梯的 AEON 商务学校，也不管是何类员工都可以进行尝试。另外还可以从社区员工转为 N 员工・R 员工。自创业以来 AEON 就在传承“教育就是最大的福利”的 AEON 精神，今后将永不改变。

OJT 教育

是 AEON 的基本教育制度。目的是取得“顾客满意”的基本实务及经理的教育成长。以上司制定的 OJT 为基础，由短期在校学习和分职务培训构成。

AEON的企业内部认定资格 ※获得资格的人数截至2006年2月 ※括号内为导人年度 ◎为厚生劳动省认定资格。

美容顾问(2005年)

培育在销售化妆品柜台拥有专门知识的员工，他将能够根据顾客的要求进行商品说明。学习不单是在化妆品领域，还要丰富在健康方面的知识和接待顾客的技术。从2005年刚刚开始引入此项制度，就已经有32名被认定。

老年人看护顾问(2005年)

作为“老年人看护柜台的销售员”应该掌握关于“福利用具”的正确知识，我们旨在培育对顾客的要求可以推荐最适合的商品的人才。另外还要理解关于“介护”的地区“行政”及“专职”的作用，与相关部门携手打造对顾客有利的体制。从2005年刚刚开始引入此项制度，就已经有74名被认定。

◎热食大师(2001年)

◎寿司大师(2001年)

副食师(2001年)

◎农产大师(2003年)

◎鲜鱼师(1999年)

◎园艺大师(2002年)

◎草木大师(2002年)

绿色顾问(2004年)

自行车顾问(1998年)

数码产品顾问(2002年)

婴儿用品顾问(2004年)

在全国获取资格者1,558名。

在全国获取资格者1,594名。

在全国获取资格者306名。

在全国获取资格者539名。

在全国获取资格者3级1,483名，2级805名，最高级别1级9名。

在全国获取资格者135名。

在全国获取资格者202名。

在全国获取资格者6名。

在全国获取资格者360名。

在全国获取资格者181名。

在全国获取资格者101名。

More Info

AEON 商务学校

是 AEON 培育核心人材的基于教育系统。是自己获得理想职位的龙门。希望就任店长或商品部、开发店铺部等员工的职务所必须的知识、技术和思考能力，都可以在这里获得。

企业内部认证资格

为了能够向顾客提供更加安全放心的商品及服务，AEON 制定了适应实际业务的丰富多彩的企业内部认证资格。虽说是企业内部认证资格，但截至至 2006 年 2 月有 6 个资格得到了日本厚生劳动省的认定，是具有很高水准的。通过掌握正确的渊博的知识和高度标准化的技术，提高销售质量，并且提高自身的自信及对职业生涯发展的兴趣。取得此类资格的人，也通过工作将自己的知识和技术传授给其它的员工。

More Info

公开招募制度

AEON 以集团员工为对象，引入了呼吁加入新兴事业的公开招募制度。企业身处环境瞬息万变的现在，不应该是把自己的职业生涯简单的交付给公司，而是要自己把握工作和职位的制度。2005 年实施“2020 年制定 Group Vision Project Team”和“AEON 超市中心(株)及 AEON(株)超市中心事业”等的企业内公开招募。在发展变化的 AEON 事业中积极安排热情、积极的人才。

AEON 行为规范

2003 年 4 月制定的“AEON 行为规范”，是实现“AEON 基本理念”和“AEON 宣言”具体指南。是每个 AEON 人实践“顾客第一”、更提高 AEON 的企业文化、品牌的依据。并且是每个 AEON 人开创“充满希望的美好未来”的标准。AEON 关于“人才”的思想、相关政策等，都是以“AEON 行为规范”为基础的，明文规定了不论性别、国籍，都提供公平的机会、评价和待遇。另外，设置了“AEON 行为规范 110”的咨询窗口，AEON 人迷惑、烦恼的问题可以通过咨询窗口与 AEON 全体共同分担，快速解决并相互支援的制度而发挥作用。



以普及AEON行为规范为目标。

“加盟店是合作伙伴，对顾客来说就是AEON。”

Ministop 株式会社
管理总部 人事部
负责教育的经理
细江 雅彦



AEON 行为规范制定的 2003 年，集合全体员工，由人事部门分地区进行了说明会。第二年以后级别不同的提拔任用研讨会上用 3 - 4 小时的时间学习行为规范，根据多种事例自己思考。然后分组讨论，听取大家的意见，正确的答案不止一个，所以要通过讨论，将行为规范渗透到实际工作之中。问题是接受培训的员工和没有接受培训的员工很分散，这样的话就要设立自我管理培训，使培训机会较少的员工也提供讨论的时间。更要对管理人员进行教育，之后再让他们对部下进行行为规范教育，目的是强化其在全公司的普及。另外，加盟店是我们的合作伙伴，但是对顾客来说，加盟店本身就相当于我们 AEON。所以在今后的日子里，我们还要努力向各加盟店提高 AEON 行为规范的渗透度。

把丰富多彩的“地球”留给未来



AEON非常关注地球问题。
不排出垃圾、反复使用、不扔掉，再利用。
与顾客一起继续从小事做起，
扩大活动圈子和范围，
把丰富多彩的“地球”留给未来。

Q. 防止地球暖化的方针是什么？

A. 尊重《京都议定书》的意义，在工作中削减二氧化碳排放量。

防止地球暖化的基本方针



地球暖化的主要因素就是温室气体，其中90%是CO₂(二氧化碳)。努力节省能源、资源，减少垃圾是不可或缺的。AEON在2004年就制定了关于防止地球暖化(削减二氧化碳等)的基本方针，强化对于削减二氧化碳的实施。

循环型社会的关键词3个R



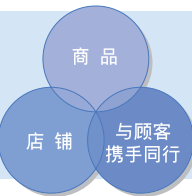
为了减少垃圾彻底施行3个R
为了有效利用有限的地球资源，减少垃圾是首要的。AEON与顾客携手同行贯彻3个R，即Reduce=

AEON关于防止地球暖化(削减二氧化碳等)的基本方针

AEON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^{※1}”补足未达标部分。

※1 为了更加有效的推进削减二氧化碳措施，AEON将削减排放量达不到目标值时，按“京都机制”活用政策实施。
具体与2003年开始的在Aderedol(澳大利亚)开展植树活动的Adelaide Blue Gum Pty Ltd.(ABL)的设立共同出资^{※2}。
参与植树、培育、采伐的循环程序，计划确保CO₂排出权。
※2 三菱制纸(株)、北越制纸(株)、日本邮船(株)、中部电力(株)、三菱商事(株)、AEON(株)等7家公司

“商品”“店铺”“与顾客携手同行”。
以此三个视点，为防止地球暖化削减二氧化碳的排放量。



尽量减少垃圾、Reuse= 尽量反复使用、Recycle= 不抛弃实现再资源化。京都议定书中规定日本的义务是温室气体排放量要比1990年减少6%，作为国民计划“Team Minus 6%”的参与企业，应与顾客一起，为实现零垃圾而努力。

Reduce 尽量减少垃圾



自己的购物篮[®]



自己的购物袋



散卖



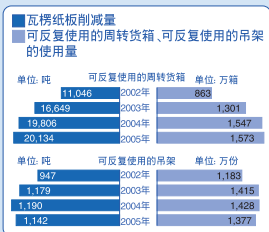
My cup 自动贩卖机



TOPVALU Green Eye 生物包装材料



可反复使用的周转货箱



Reuse 尽量反复使用

AEON的3个R



店头回收箱



利用回收材料制成的商品

Recycle 不抛弃实现再资源化

词语解释【Team Minus 6%】为解决地球暖化问题，世界合作制定的京都议定书于2005年2月16日生效。与世界约定的日本的目标是削减6%的温室气体排放量，为实现这一目标制定了国民计划，即Team Minus 6%。

Q. 我们能为削减二氧化碳做些什么？

A. 希望顾客参加自带购物袋运动和店头再利用物品的回收。

为削减二氧化碳活动

AEON 作为每天与顾客接触的零售业，与顾客一起积极推进保护环境运动。其中有代表性的例子就是自带购物袋运动和店头再利用物品的回收。自带购物袋运动是想通过控制免费塑料袋的使用量达到节省资源和削减二氧化碳排放量的目的。店头再利用物品的回收是在店前回收食品托盘和纸盒，以实现资源的再利用，并帮助减少家庭垃圾。

重新修订容器包装回收再利用法的课题

以减少垃圾、建立循环型社会为目标制定的容器包装回收再利用法（容 Re 法）到 2005 年是其制定 10 周年，在两次审议会上进行了重新修订的讨论。容 Re 法包含不公平性和不透明性两个大问题。前者是存在不公正企业的问题，免费塑料袋和托盘的制造企业和利用企业的义务委托费的负担比例为 0.5:99.5(2004 年度)，出现差距异常等情况。另外后者是分类收集、分选保管的费用内容出现了城乡差别等情况，义务委托费的资金流向没有做到公开化等问题。通过这次的修订，问题得到了一些改善，但是仍然存在一些不足，所以有必要在下次的修订中提出其它的一些问题。另外，关于为抑制免费塑料袋的使用而实行的收费化并没有被义务性的广泛推行，实际上并不是所有的零售业都参与了进去。AEON 与顾客一起实行控制据说在每年使用 300 亿个免费塑料袋排出的活动，并以此为契机，改变市民的生活方式（比如使用自己的购物袋购物）来控制其它垃圾，符合不仅只包含企业而且也包含城乡等经营体的 3R 的工作方法的改革，并以此为目的为不断开展活动而努力。（2005 年度 AEON33 社的义务委托费的支付金额是 18 亿 9,734 万日元，其中 AEON(株)10 亿 9,740 万日元）。



店头回收箱



与顾客共同进行节约资源活动
自带购物袋运动



【正在实施活动的企业】
AEON集团15家公司

自带购物袋运动（削减免费塑料袋活动）
AEON 1991 年开始以“与顾客共同进行节约资源活动”开展自带购物袋运动。从 2005 年 4 月 1 日开始作为“购物袋图章卡”活动的特典，以 TOPVALUE 的全部商品为对象的 100 日元的优惠券。通过这些与顾客一起强化运动，使 2005 年自带购物袋率提高了 15.48%。

自己的购物袋、自己的购物篮[®]
自己的购物袋和自己的购物篮是削减免费塑料袋运动的一环，正在扩大推广。不将所购物品用免费塑料袋重装而直接带走的自己的购物篮

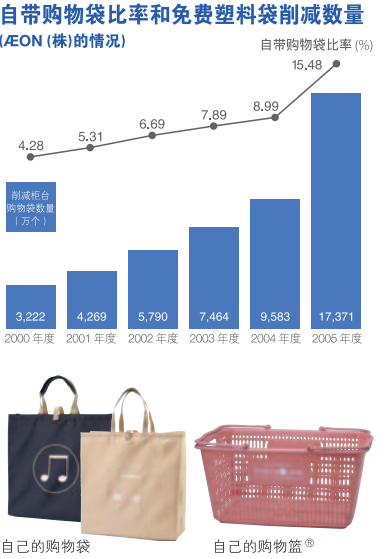
与顾客携手开展环保活动
店头再利用物品的回收



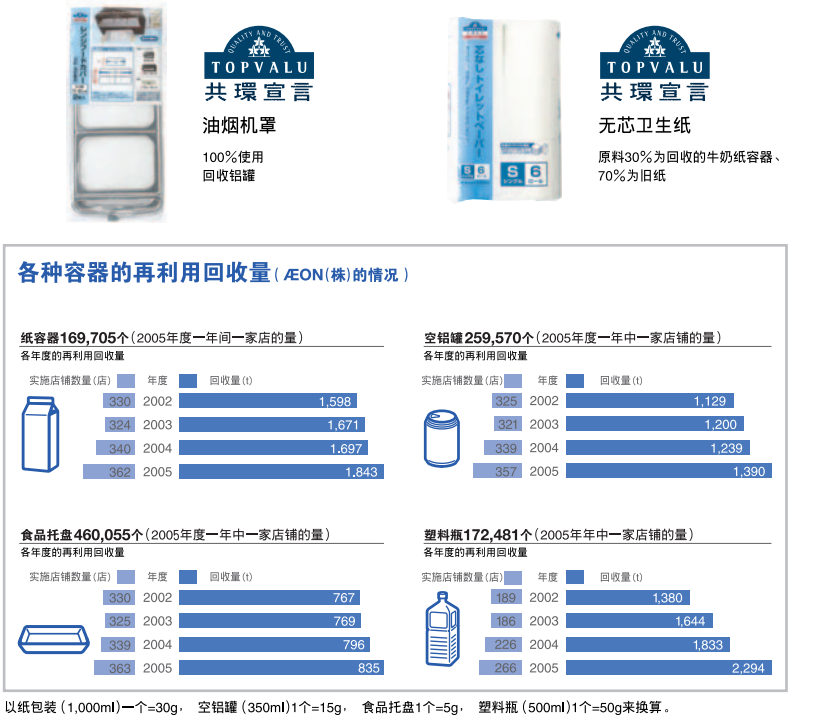
【正在实施该活动的企业】
AEON集团15家公司

与顾客携手开展了在店头回收再利用物品的环保活动。在容器包装回收再利用法实施以前，AEON 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店头再利用物品回收再利用活动。

系统得到了好评。AEON 全体的使用数量累计为 785,022 个(累计期间为 2000 年 6 月 1 日~2006 年 2 月 20 日)。以免费塑料袋收费化为契机，为了与顾客一起收到削减免费塑料袋的巨大成果，AEON 很早就重新修订自己的购物袋的材料和设计。还附加了保冷功能。拿着自己的购物袋会切实觉得很开心、很有型、也很方便，因此也得到了很高的认可度，为提高自带率还将继续积极推行。



活用回收再利用材料的商品(例) (有效利用店头回收资源)



Q. 贵店为削减二氧化碳在做些什么呢？

A. 按照AEON独特的环境指标，努力做到负荷最小、效果最大。

减少包装材料
生物资源包装材料

AEON开始减少包装材料。另外，将以食品为主的包装材料逐渐换成回归自然的生物资源包装材料。生物资源就是指“来自生物的资源”。AEON采用的包装用塑料也是由玉米等植物的淀粉制作的。其最大的特点是，植物资源的原料，所以最后可以分解为水和二氧化碳，节约宝贵的石油资源。“TOPVALU Green Eye”的农作物为主，约有30种商品包装开始使用生物资源塑料。包装的每一个小变化积累起来就会取得很大的成果。AEON与顾客一起迈出第一步。



把握垃圾量，反馈用在垃圾削减。
全店引入废弃物计量系统

Maxvalu中部(株)2003年抢在集团之前在全店引入了废弃物计量系统，彻底进行垃圾分类和垃圾重量把握。全店的计量器通过网络，将8类29种的废弃物量交给总部管理，再把数值反馈回全店。通过数值化提高了工作人员削减垃圾量的意识。将可以利用的资源回收再利用。油炸虾和其他油炸食品产生的废油的一部分将被作为不污染环境的生物柴油燃料(BDF)再次在公司公用车上利用。另外，AEONMall(株)也在13个购物中心中引入了废弃物计量系统。



减少一次性纸杯
My cup自动贩卖机

Certo(株)认为减少是环境对策的第一步，作为提供考虑环境的商品、服务的一环，2005年12月开始开展“My cup自动贩卖机”。这种自动贩卖机用顾客自带的杯子代替一次性纸杯，当然，没有自己带杯子的顾客还可以像从前一样使用一次性纸杯。据说日本国内共有16万台纸杯自动贩卖机，每年要消耗20亿个一次性纸杯。预计使用My cup自动贩卖机可以减少十分之二到三成的纸杯使用量，希望可以达到保护资源的效果。



削减运送时的瓦楞纸板

“TOPVALU Green Eye”的农产品在运送时使用可反复使用的周转货箱，以削减瓦楞纸板的使用，并对这些商品贴上了特有的“有效利用可反复使用的周转货箱”标志。这项活动已经在黄瓜等部分商品中开始适用。2005年的共削减瓦楞纸板合计2万吨。今后，有望在其它商品中扩大适用范围。



A. 采用对地球环境无害的新型物流体制。

SCM (Supply Chain Management)
环境负荷最小化

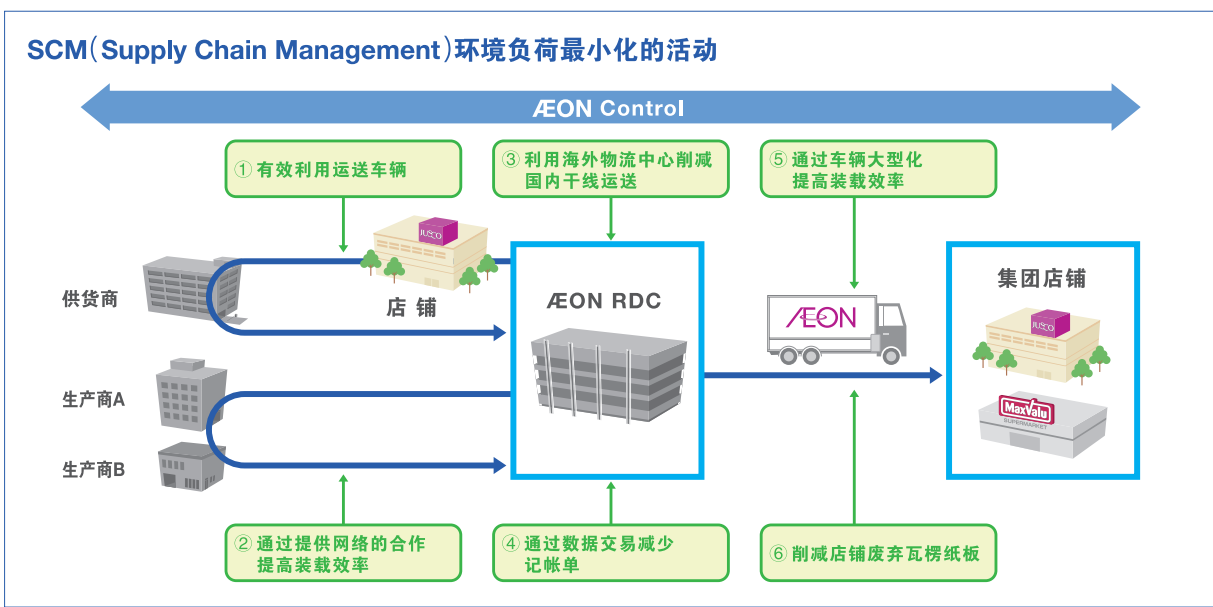
AEON(株)正在积极推行一项改革，即通过提高运送商品物流效率来削减二氧化碳。之前也对物流体质的效率化进行过合并、撤销物流中心的措施，这次通过引入天然气车和强化配送支援系统等推进二氧化碳的削减。为了尽可能降低环境负荷，正在强化6种活动。

- ① 有效利用运送车辆
向店铺运送商品的车辆在返回中心的途中，去供货商处提货，这样就可以减少车辆的空车运转，提高配送效率。
- ② 通过供应网络的合作提高装载效率
以前商品都是由各生产商运送，现在由AEON的车辆到各处去提货，这样就可以提高配送效率和装载效率。
- ③ 利用海外物流中心削减国内干线运送
从中国物流中心运送的货物，代替了从前先集中到东京港，再由中国物流中心分别向各地区运送的方式，这样就减少了从东京到各地区的卡车运送。
- ④ 通过数据交易减少记帐单
将交货时的记帐单用电子数据代替，这样就可以减少纸资源浪费。例如有4千万件的交货时，每件

大约会有1.7张记帐单，而通过电子数据，就可以削减6,800万张记帐单。

⑤ 通过车辆大型化提高装载效率
将超市中心运送的车辆换成挂车，这样就可以提高装载效率。例如，挂车一次运送的货物，大约是4t车的2.8倍，10t车的1.3倍。

⑥ 削减店铺废弃瓦楞纸板
积极实行农产品的交货时利用可反复使用的周转货箱，衣物在交货时利用衣架，大幅度削减废弃瓦楞纸板。



词语解释【RDC】这是向分散在各地的店铺配送商品的大型库存中心。通过将各地的抽样作业汇集化，旨在提高物流效率并降低成本。

Q. 与充满希望的美好未来有关的活动有哪些？

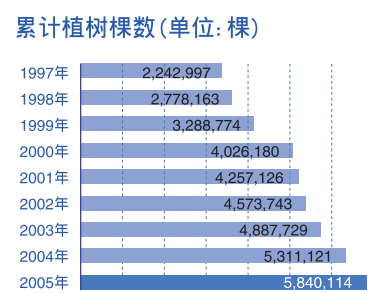
A. 与顾客携手进行植树活动。

AEON营造家乡的森林

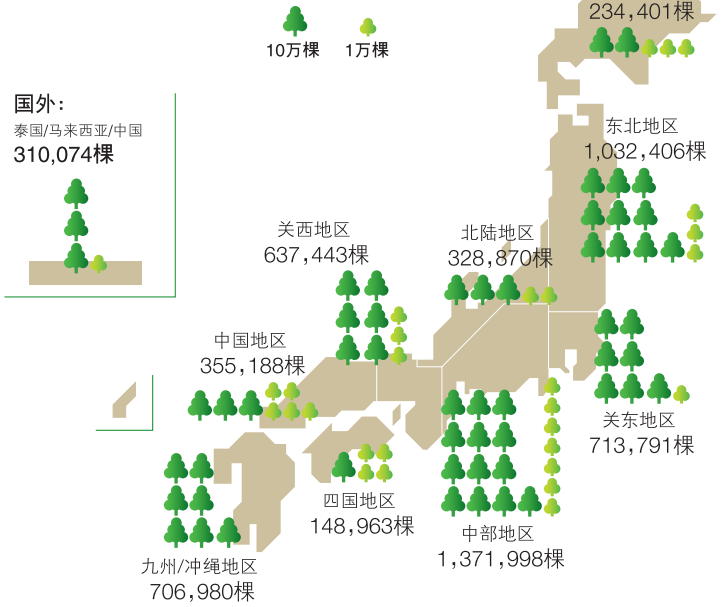
“AEON 营造家乡的森林”活动旨在绿化新的购物中心，成长到融洽地区环境社区，让培育绿色之心遍布日本国内外。此活动始于 1991 年 Jaya JUSCO Stores(株)※的 JUSCO 马六甲店。活动的内容是，在购物中心或物流中心用地内，与当地居民携手栽培当地土生植物，并精心培育。活动之初，我们邀请横滨国立大学的宫胁昭名誉教授对树种选定等工作给与指导，采用数十种当地土生树种混合栽种使其竞争成长的方针。2005 年度在 59 个地方约 5 万

多人参加了该活动。栽种树苗累计 528,993 棵。截至 2006 年 2 月在 527 个地方累计栽种树苗 5,840,114 棵。通过植树使二氧化碳固定化(吸收)的 2010 年的目标为 471 家店铺(推测)共 1,658 吨二氧化碳。

※自2004年9月15日起公司名称为“AEON马来西亚株式会社”。



AEON 营造家乡的森林活动图 (截至2006年2月)



财团法人 AEON环境财团

(财)AEON 环境财团在迎来成立 15 周年的 2005 年，招聘了 2004 年获得诺贝尔和平奖的肯尼亚环境副大臣 Wangari Maathai 女士，举办了隆重的纪念仪式。在国外的中国青岛市崂山坝周边及泰国的普吉岛海啸受灾地区、在国内的三重县宫川村及和歌山县桃山街等地举行了植树活动。(财)AEON 环境财团于 1991 年设立，其目的在于持续地实施和促进国内外的环保事业。在环境 NGO 的促进事业上，从设立之初到现在已经给 1,766 个团体支援了总额达 14 亿 7,497 万日元，在万里长城和知床等国内外地区共植树 78 万棵。



Wangari Maathai环境副大臣



在三重县的植树活动

A. 进行国际性的环保和文化/人才的交流活动。

AEON1%俱乐部

为促进肩负下一代的青少年国际间的相互理解和加深交流，接待了“小大使”——来自韩国/光州市周围的 20 名高中生。除了体验在三重县的高中上学、家庭交流、在有太阳能发电设施和有利于环保的最先进技术的工厂实习，他们还在遭台风袭击的三重县宫川村进行植树活动。这项事业从 1990 年一直持续到现在。在第 15 年的 2005 年也举办同窗会。最初从马来西亚开始，还有英国、

巴西等地 11 个国家邀请的 370 名历代的小大使中，有 183 名参加了该项活动，进行了超越国界、世代和文化的交流。同时，“AEON Cheers 俱乐部”还在 AEON 店铺的周围举行环保活动，满足孩子们的好奇心，旨在“培育孩子们的健康”。2005 年度还举行了各种各样的活动。详细情况请参考 22 页。AEON1% 俱乐部从集团优秀企业中抽出税前利润的 1% 作为资金，举行以“环保”、“国际性文化和人才交流/人才培养”、“地区文化和社会振兴”为主题的各种社会活动。



正在对田间生物进行调查！ AEON 新东根 Cheers 俱乐部



韩国的“小大使”们

在爱·地球博进行的活动

种植“蓝花楹(Jacaranda)”树

在 2005 年 4 月 29 日的“AEON 家乡的森林”植树节之际，AEON Mall(株)的 AEON 东浦购物中心举行了肯尼亚代表性的苗木“蓝花楹(Jacaranda)”的植树活动。这次活动是东浦町和肯尼亚在爱·地球博的“一市街村一国伙伴关系事业”上进行合作的结果。在爱知万博肯尼亚馆展示了与肯尼亚驻日 Dennis N. O. Awori 特命全权大使的纪念合影，这张合影成为了东浦町和肯尼亚友好交流的见证。



在爱·地球博上展示的照片

EXPO环保货币

AEON(株)以防止地球暖化和实现循环型社会为目标，参加了由市民、企业和行政单位举行的“关怀环境的活动”，并进行了促进削减二氧化碳排放量的环境通货试验。按自带购物袋活动发行的证卡的 1 个盖章，在万博的环保货币中心就可以发行 1 个积分的环保货币。积分可以选择还原成环保旅游或与环保商品的交换等个人的还原，或植树造林社会的还原。环保中心从万博会场移至 Asunal 金山※内，并现在还持有证卡的都可以转换成环保货币积分。

※Asunal 金山 营业时间 2005年11月20日~2006年9月末

儿童环境首脑会议

爱知万博举办期间的从 7 月 26 日到 29 日实施的“儿童环境首脑会议”，有来自“AEON Cheer 俱乐部”的 20 名成员参加。来自世界 65 个国家的 600 个孩子(10 岁到 14 岁)欢聚一堂。向世界各国首脑们要求重视能源、生物多样性、水、回收再利用等问题的同时，孩子们自己也发誓要发起有利于环保的行动。



7月28日在丰桥市的I-plaza丰桥举办的会议的情况

AEON的环境理念

我们AEON“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,

大力推进社会贡献活动和环保活动。

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。

AEON株式会社 环境方针

AEON株式会社作为顾客满意业,通过给顾客提供安全放心的商店、商品和服务,争取实现富足的生活和地球环保的并存。

同时,为充满希望的持续健康发展的社会做出献,培育肩负未来的孩子们的健康和成长。

在推进这些活动的时候,运用环境管理系统,进行定期的评价并继续改善。

- 1. AEON株式会社提高事业活动的环保效率,并降低对环境的负荷。特别是要本着京都议定书的精神对防止暖化这样一个全球规模的话题重点实施。
 - 1)与顾客携手行动
 - ① 实践节省使用、反复使用和再利用,推进节省资源活动
 - ② 励行植树/育树活动
 - 2)提供有利于环保的商品
 - ① 给顾客提供有利于环保的商品,并向顾客推荐这样的商品。同时我们也积极开发对环境负荷少的商品。
 - ② 重新认识生产、分配、销售、使用、废弃这一商品的全部生命周期,对此加以变革。
 - 3)运营对环境负荷少的店铺
 - ① 推广节省能源、节省资源活动,开展环保商店(有利于环保的商店)
 - ② 减少废弃物,对废弃物能正确地处理
 - ③ 对要使用的材料和物品尽量选择对环境负荷少的东西
- 2. AEON株式会社对环境负荷高的物质进行适当的管理,预防造成污染。同时还重视生物多样性的保全。
- 3. AEON株式会社遵守有关环境方面的法规法规以及决定业务的各项其他要求和事项。
- 4. AEON株式会社让员工以及支持本公司事业活动的所有的人都了解这一方针,让每个人都能发挥自身的作用,自觉的行动起来。
- 5. AEON株式会社将广泛宣传这一方针。并与更多的朋友建立一种伙伴关系,共同推进环保活动。

2006年2月21日制定
AEON株式会社
董事兼执行总经理 岡田元也

AEON整个集团
推进环境管理活动。

AEON 将日常的环保活动视为重要的经营课题,大力推进将企业活动和环保活动相结合的环境管理活动。截止于2006年2月22日获得了环境管理系统国际标准ISO14001 认证的企业已达到21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的工作。此外,AEON(株)环境委员会所决定的事项都会作为AEON的方针,被整个集团所共有。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。

取得ISO认证的企业一览

截止于2006年2月22日

(株)MYCAL商品研究所	ISO9001、ISO14001
AEON(株) (含AEON超市中心事业部(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	ISO9001
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
AEON Mall(株)	ISO14001
AEON 九州(株)	ISO14001
AEON Credit Service(株)	ISO9001、ISO14001
琉球JUSCO(株)	ISO14001
(株)AEON Techno Service	ISO9001、ISO14001
Maxvalu北海道(株)	ISO14001
Maxvalu九州(株)	ISO14001
Ministop(株)	ISO14001
Laura Ashley Japan(株)	ISO14001
(株)Mega Sports	ISO14001
(株)Japan Maintenance	ISO9001
Maxvalu 东海 (株)	ISO14001
(株)Blue Grass	ISO14001

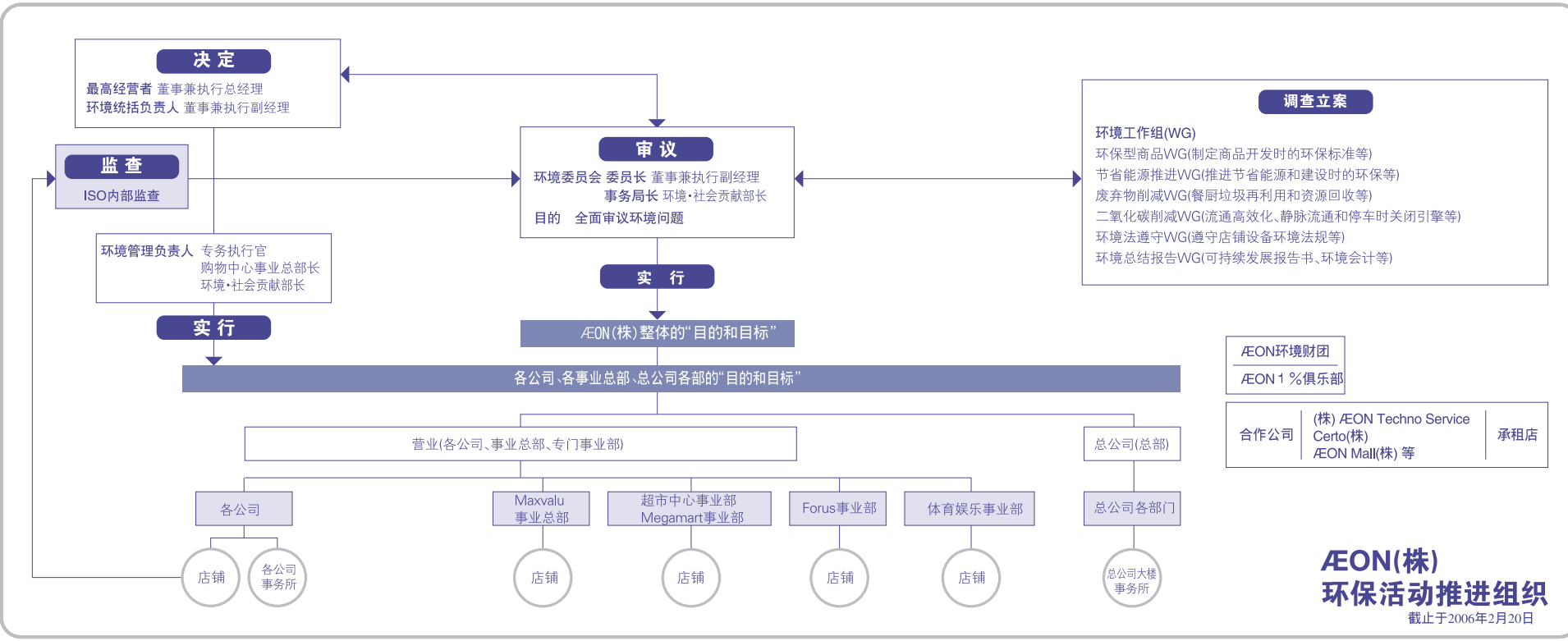
※按照取得ISO认证的先后顺序排列

AEON株式会社
环境管理负责人
专务理事 开发担当
林 直树



AEON(株)取得ISO14001认证已经六年时间了。2005年度把ISO事务局从原来的环境/社会贡献部转移至总务本部,作为在现场能够迅速解决问题的体制,主要着眼于防止漏油等环境事故和违反环境法的发生,推进环保活动。关于废弃物管理和排水等的环境法规法规一年比一年严格,除了要构建让全部顾客能安全放心利用的SC(购物中心)外,还要作为一旦发生地震等灾害时的“避难所”的地区共同体,这是SC的作用也是CSR(企业的社会责任),这种思想已经在社会上广为流传。同时,随着顾客“环境”意识的提高,也提出了一些对有利于健康和环境的商品的意见和要求,为实现社会的持续发展,顾客对AEON的期待如希望能够发挥环保活动的信息发信功能等越来越高涨。其中,AEON在本年度构筑了“AEON环境管理系统”,实施让“单个公司的环保活动”转变到“集团整体的环保活动”的体制。

2005年2月京都议定书开始生效,二氧化碳排放量的削减已经成为了集团的大问题。同时,废弃物的削减、节省能源的推进、容器包装的削减等也是集团各个公司的共同问题。集团集结了各公司的“智慧”来完成目标,同时也把防止环境事故和违反环境法的发生作为重点来整治。为了能够满足顾客的各种希望,我们将使用好ISO这一工具,集团上下都推进环保活动。



报告一下ISO14001的2005年度的实际成绩。

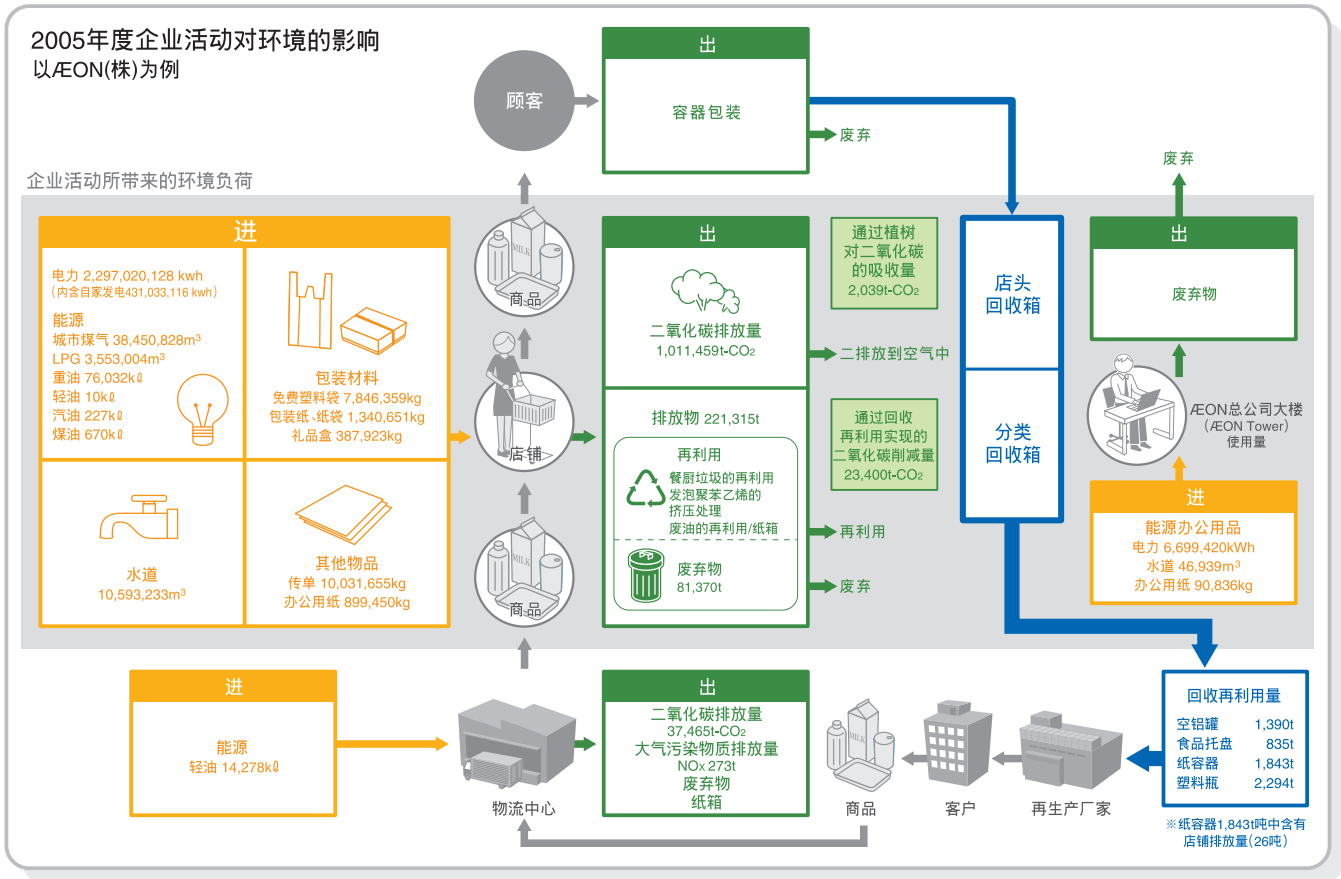
AEON (株) 2005年度的实际成绩

◎ = 已达成 △ = 尚未达成, 仍在努力

环保方针	2005年度				
	目标	结果	超出率	评价	责任部门
提供注重环保的商品和服务, 营建店铺	(1) ①环保商品的销售额比例达到1.6%	销售额比例为1.5%	93.8%		TOPVALU 商品部
	TOPVALU Green Eye 23,228百万日元	17,957百万日元	77.3%		
	TOPVALU 共环宣言 2,168百万日元	2,048百万日元	94.5%		各商品部
	SELF+SERVICE 1,697百万日元			△	
	(由于新开业的分店比当初计划的要少, 所以销售额也从当初的1,770百万日元调整成1,697百万日元)	1,765百万日元	104.0%		SELF+SERVICE
	(2) 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	相对于容器包装的使用量减少232t的目标, 实际上减少了44t	19.0%	△	环保型商品WG
	(3) 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. ③导入自然能源	①环保商店1号店 (千种SC) OPEN ②没有制成 ③三川SC引进风力发电	—	△	环境·社会贡献部
推进节省能源和节省资源	(1) 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%	相对于2002年度“43.9wh/m ² ·h”的实际成绩 2005年度实际成绩为“36.2wh/m ² ·h”	86.8%	◎	总务总部 设施管理G
	(2) 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%	大幅度超过5,792t的目标值, 达到7,846t	135.5%	△	总务总部 ISO事务局
	(3) ①建立运输车辆管理体制, 100%管理车辆NOx, PM法的遵守状况 ②争取累计引进25辆天然气燃料车	①制作管理台帐, 努力改善发送效率 ②累计引进达到42台	168.0%	◎	SCM
推广节省使用、反复使用、再利用	(1) 购物袋自带率争取达到20% (第3季度末) ①导入TOPVALU商品100日元减价券 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	自带率的目标为20.0%, 但实际上只达到15.4%	77.4%	△	环境·社会贡献部
	(2) 食品的废弃物卖价变更率控制在销售额的1%以下	废弃变卖率目标为1.0%, 但实际却达到1.3%	130.0%	△	卖价变更 削减工作组 ISO事务局
	(3) 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	含餐厨垃圾再利用率达到28.4%	101.4%	◎	总务总部 设施管理G
	(4) 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	对一年中废弃物的实际统计结果显示, 所得统计数据与废弃物商家的报告值没有显著的差别, 还不能转换到重量基数合同上 其结果是没有向其他的商店水平展开	—	△	总务总部 ISO事务局
	(5) 削减使用发泡聚苯乙烯容器进货 (争取50种商品采用纸箱进货)	目标为50个项目, 达到57个项目	114.0%	◎	水产商品部
	(6) 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	2004年度只有144家店铺, 2005年度扩大到172家, 继续保持已有的再利用量	—	◎	总务部
	(7) 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, 导入“检索工具” ③网络的各业务系统开始运行	继续实施①、②、③的项目	—	◎	Store Operation 部
削减二氧化碳排放量	(1) 制定防止地球暖化中期计划 (2005年度中期变更目标)	制定关于防止地球暖化 (减少二氧化碳等) 的中期计划	—	◎	环境·社会贡献部
推进绿色采购	(1) 重新探讨AEON绿色采购标准, 制定新的标准	采用有利于环保的纸等新标准, 制定新标准	—	◎	总务总部 间接材采购课 ISO事务局
	(2) 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	在GMS的新店平均使用10%以上的7个特定绿色采购用品	—	◎	建设部
与当地居民一起开展植树活动	(1) “AEON营造家乡的森林” 活动中整个集团在79处植树42.8万棵	在59处植树52.8万棵	123.4%	◎	环境·社会贡献部
遵守法令	(1) 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子公司	对可变卖闲置不动产进行实施调查	—	◎	不动产统括部

AEON(株)以外的各个公司也制定并实施了“环境方针”、“环境目的”和“环境目标”。

※2005年度的目标和实际数值以同规模对比方式进行管理。



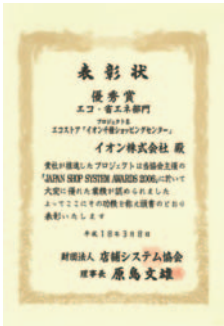
环境会计报告

ISO14001实绩话题 “环保商店”

AEON 到现在为止已经对购物中心 (SC) 周边地区的经济和社会、以及环境带来了各种各样的影响进行查明,充分发挥现有的智慧尽量显示购物中心应有的姿态。这就是“环保商店”。发挥新雇用和交易的地区的活性化工作、学习以及互相接触的社区的作用,积极采用有利于环境的技术、材料和计划,努力使它对经济、环境、社会 (GRI 的指导方针) 各个侧面的负面影响达到最小而正面效果达到最大。“环保商店”关于环境的 3 个概念从包括硬面 (建筑等) 和软面 (店铺活动等) 两方面的 8 个指标具体显示出来。今后将在激活现有商店的基础上,把环保商店的成功技术等信息扩大到各个商店。



AEON千种购物中心



获得了“JAPAN SHOP SYSTEM AWARDS 2006”环保、节能部门的优秀奖



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

AEON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用。

7. 公布信息

以通俗易懂的方式公布店铺各自以及AEON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。

AEON千种购物中心削减二氧化碳的实际成果 (2005年7月~11月的5个月) (单位kg-CO2)

削减二氧化碳的措施		一年削减计划量	5个月的实际成绩	进步率
新的措施	太阳能发电	5,745	1,107	—
	风力发电	1,541	41	—
	采光井	8,474	9,182	—
	超级GHP(空调系统内部)	—	14,166	—
	木制天窗及反射薄膜	12,254	1,396	—
	ESCA自动运转	23,473	17,356	—
	冷箱自动运转	—	54,121	—
	节能发射	—	1,832	—
	其他	1,186	494	—
	小计	52,673	99,695	189%
标准做法	空调系统	706,284	228,495	—
	调光系统	21,158	34,719	—
	昼光传感器	10,425	1,741	—
	Hi型荧光灯	6,008	2,503	—
小计		743,875	267,458	36%
合计		796,548	367,154	46%

※实际值为能源管理系统抽取的2005年7月~11月的数据

	使用能源		削减二氧化碳量 :kg
	削减电量 :kWh	削减煤气量 :m³	
年度计划	516,337	221,941	796,548
5个月实际成绩※	219,796	115,519	367,154

※把由能源管理系统抽取的2005年7月~11月的数据及绿化和环保资产使用等的减少量按比例分配到5个月中的数据进行统计后作为实际成绩作了报告。

2005年环保成本的计算标准		环保成本的计算标准	
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41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		■ 环保基准的计算标准	
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 4.带特记全额统计	■ 经济效益的计算标准	
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。	①节能对策所产生的削减效果	从年度内以减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)。
③投资	年度内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)。	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)。
④人工费	直接参与环保活动的环保社会贡献部和负责推进ISO的部门的人工费(兼职负责人以50%计算)。	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)÷食品付款台通过为顾客人数
⑤折旧费	基于从过去的资产总额进行统计相当困难,并且累计额的计算方法尚未确定,暂不予以计算。	④使用周转货箱和移动衣服吊架所带来的纸箱削减效果	从货箱和进货量算出削减纸箱的重量(kg),以一般废弃物处理费=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值(纸容器和空罐罐)的出售额

(单位:1千日元)

2005年度的 目的和目标			投资金额	经费	经济效益
提供环保商品	环保型商品的开发和销售		0	1,821	0
	“TOPVALU Green Eye”的开发和销售		0	55,685	0
	生态型商店“SELF+SERVICE”的推广		0	131,777	0
	小计		0	189,283	0
节省能源、资源活动	削减用电量(包括开发和导入自然能源)		386,446	0	104,932
	削减用水量		68,933	0	40,682
	削减复印纸和办公用纸的使用量		0	0	659
	提高购物袋自带率		0	639,476	66,149
	削减免费塑料袋的使用量		0	0	0
	提高物流系统的效率		0	0	5,733
小计			455,379	639,476	218,155
推进废弃物的削减和再资源化	推进废弃物的分类	引进餐厨垃圾处理机,以推进资源的再利用	9,923	16,128	1,700
		引进发泡聚苯乙烯压缩机,以推进资源的再利用	2,500	0	22,428
		废弃材料的再利用	0	470,000	0
		日光灯管的再利用	0	26,499	0
		小计	12,423	512,627	24,128
	削减来自店铺的纸箱	使用可反复使用的周转货箱进货,以减少纸箱的使用量	0	88,114	352,860
		使用可反复使用的吊架直接进货,以减少纸箱的使用量	300	0	6,146
		小计	300	88,114	359,006
	推进店头循环再利用活动		3,513	206,621	66,313
	小计			16,236	807,362
绿色采购	制定和实施绿色采购标准		110,352	0	0
	小计		110,352	0	0
植树活动	继续开展“AEON营造家乡的森林”活动		0	206,968	0
	小计		0	206,968	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		0	1,423,070	0
	改进一般业务废弃物的处理方法		0	3,795,170	0
	按照产业废弃物处理指南改进处理方法		0	1,371,130	0
	小计		0	6,589,370	0
自觉开展防止公害的活动			536,991	448,541	98
同地区居民之间的环境交流活动	保护自然、美化环境的活动		124,758	7,311	0
	与当地居民开展环保活动		0	8,586	0
	公开有关环境的信息		19,470	433,407	0
	向环保团体的捐献、支援活动		0	85,271	0
	小计		144,228	534,575	0
环保活动的管理成本	向员工开展环保教育		0	6,439	0
	环境管理系统的维持和管理		0	22,008	0
	环保部门的人工费		0	343,002	0
	小计		0	371,449	0
环境损害的修复成本			0	8,800	0
成本总计			1,263,186	9,795,824	667,700

MoreInfo

第三者评价



财团法人
地球环境战略研究机构 理事长
森岛 昭夫

“环保商店”AEON千种购物中心

我访问了去年5月在名古屋开业的第一家“环保商店”——AEON千种购物中心。所谓“环保商店”，首先要在建筑等硬件方面，具备以前的购物中心所没有的节省能源、节省资源的设施，其设计是考虑到自然环境和景观的。更重要的一点是，在店铺的销售业务等软件方面，贯彻AEON为顾客提供安全并关怀环保商品的方针，进一步发展到向商店周边的地区传递信息，在工作中与市民共建循环型地区社会的想法。“环保商店”打破了以往单纯向顾客销售商品的消费流通（销售）业的框架，采取了以21世纪地区共存型商业为目标的积极主动的战略。

根据战后城市规划出现的纵横交错的宽道中，原有的高级公寓和写字楼相混杂，在这些地区中，作为再开发计划的一部分而建设的就是千种的环保商店。占地面积3万平米的巨大建筑物的正面，设置了太阳能发电板，左右的墙面几乎全被绿色植物覆盖，屋顶停车场的一部分也配有绿化设施。建筑正面屋顶附近，小型的三基纵型风力发电机正在运转。店内的采光及地板也都充分关怀环保。另外店内中央有一个展示板，登有对这些新能源设备通俗易懂的说明。商店的外观可能会让顾客觉得匪夷所思，但是在店内接触安全环保的TOPVALU商品，回收利用等各种各样的与环境相关的信息，可以使市民在不知不觉加深对环境问题的理解。从这一观点出发，将店内的装饰材料 and 地板材料等，特别是向小朋友传递简单易懂的信息也不失为一个好办法。

在环保商店的软件方面，与名古屋市的生涯学习团体等合作开办过多次活动。在开业不到10个月的时间里，已经与地区居民建立了合作关系。计划在地区定期举行活动，我希望地区共存型的新尝试能够取得成功。



GRI Forum Japan 代表理事
后藤 敏彦

AEON以“顾客”为基本理念的 中心，把对顾客的贡献作为永远 = AEON 的使命，列举了3个关键词：和平、人类、地区。在此基础上，以“关心家人的视点”、“与地区共存”、“把丰富多彩的地球留给未来”3个内容为主题，作了有关社会和环境问题的报告。因为编辑方针很独特，所以对于读惯了其它报告书的读者可能有些难以理解。因此，加上GRI 指导方针等的对照表是不是会更好一些。

近来，应用网络来确保报告书信息的包罗性，重视报告书上以重要原则为基础的信息记载。我认为以重要原则为基础的信息是2 + 1。 2，就是防止暖化和生物多样性。1，就是以企业和社会的关系为重中之重。这是AEON集团对“顾客”问题上最重要课题的报告。另外，关于防止暖化的记述也是很充分的。但是关于生物多样性只是提到了植树等，而并没有提出比较明确的方针。

作为大型全球性零售业的供应链管理对发展中国家消灭贫穷、保护环境、人权等都是十分重要的。完善的CSR 调度机制正在发展，但同时也希望在所有商品中都可以开展起来。不仅要有Fair Trade 的记载，如果能将发展中国家的CSR 调度机制的示例也记载上去也许会更好。

报告信息定性的记述很多，但也有不得已的一面，SQF2000、ISMS、SA8000、ISO9000s、ISO14001 等取得第三方认证信息可以弥补定性信息公开的缺陷等，但希望能够尽量制作一些定量的信息。比如关于“女性积极支援”的话题只有直接的叙述，希望能再多一些定量对策的记述。

与顾客面对面的零售业。
现在是培育人才
需要新的观点的时刻。



AEON 株式会社
董事兼董事会议长
(预计于2006年5月12日就任顾问职务)

常盤敏時

公司管理体制改革经过了3年时间

AEON(株)向公司设置诸委员会转变已经经过了3年的时间。现如今这个制度已经在我公司切实落实了下来。原因是多方面的，比如引入制度之前稳固的基础上设计规划良好等，但公司外部董事对我内容及引入制度的目的给予充分的理解也是一个重要的因素。公司外部董事的意见，从公司经营经验中产生，有意义且高水准，代表了公司之外对我们严格的关注，很值得听取。另外，三委员会也完成了预期的使命，给予战略部、经营检查部等相关部门有力的支持。在此基础上，作为引入目的的经营监视、监督已经达到了基本水平。另一个目的是提高经营执行的效率。关于这一点，伴随近期经营环境的激烈变化，虽然不能说十分充分，但也是竭尽全力来应对的。今后的效率化有待作出具体的评价方法。

公司内部改革中取得了切实的进步

面对2010年“Global 10”的构想，不仅是指在销售额和市场占有率方面，在来自社会的评价方面，为了跻身世界前十强企业也要进行改革。构想提出后的5年间，在各种各样的改革中回顾公司内部的工作，其中AEON21和顾客副店长等活动十分成功。改革的时机很好，行为规范的设定要和环境管理同步发展。本来就环境问题与商业是必需有直接联系的表里一体的关系。在组织急速扩大的过程中能实施这些措施的原因，可以说将这一点向社内容易渗透，同时，以实现社会责任为荣，让工作人员有自豪感的环境中进行措施。

提高全体员工素质及人才的培养

现在经营环境瞬息万变，希望经营负责人能够做到以下两点。一是，为了在将来评为领先世界性的企业，应该树立远大的志向，以充实组织、提高业绩、为社会做出更大贡献，积极领导公司、领导业界的发展。如行为规范中规定的一样，毫不犹豫的自觉挑战改革。只有这种能量超出其它公司，AEON才能常立于不败之地。另一点是培养人才。特别是对在第一线工作人员的教育尤为重要。为此，提高事业部长和店长的管理水平势在必行。让我们更深一层思考交流的含义吧。现在轻视交流的风气盛行。为了发展顾客满意业，首先需要提高员工的满意度和追求积极肯干。追求积极肯干人员的增加是与高水平地实践“顾客第一”理念相联系的。



採用對地球環境無危害、不含VOC (揮發性有機化合物)成分的油墨。



AEON 环境·社会报告书 2006 编辑委员会

奥野善德(Maxvalu中部株式会社) 杉山惠美(AEON Credit Service株式会社) 松井正子(AEON Mall株式会社) 田中誉子(株式会社MYCAL)
森出芳孝(Ministop株式会社) 藤田纪久子(株式会社AEON Forest) 上山静一、仲谷正员、二宫大佑、西面和己、阿部纯子(AEON株式会社)

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

AEON株式会社 环境·社会贡献部 邮编261-8515 日本千叶县千叶市美滨区中藏1-5-1 Tel:+81-43-212-6037 Fax:+81-43-212-6790 /AEON网址: <http://www.aeon.info/> 2006年5月发行