

永旺的

AEON Sustainability Magazine

环保举措与社会贡献活动

2012

矢志不渝，与您永伴！

开展每天的环保



永旺大力开展环保活动。
从利用环保购物袋、环保购物篮，
致敬售生鲜食品、资源再生及植树造林。
我们与顾客携手并肩，度过舒适的每一天。
普及渗透，天天环保。

<http://www.aeon.info/environment/maieco/>



联系窗口 有关本报告书内容及永旺的环保与社会贡献活动的垂询与建议，请与以下窗口联系。

永旺株式会社 集团环保与社会贡献部 日本千叶县千叶市美滨区中瀬1-5-1 邮政编码261-8515
电话：+81-43-212-6037 传真：+81-43-212-6790
永旺网址 <http://www.aeon.info/>

为了让顾客安全放心， 保护地球环境和社会发展，永旺竭智尽力。

为了向顾客提供安全放心的商品与服务。
为了保护不可替代的地球环境，创建更加美好的社会。
介绍日本境内外约200家集团公司和超过30万名员工开展的活动内容。

永旺的基本理念 3

领导致辞 4

活动焦点

1. 推动节能 5
“永旺的店铺遍及日本全国各地，
理应率先垂范开展节能”，
为此群策群力采取节能措施。

2. 发行当地WAON 7
发行与地区商店街和自治团体相结合的
“当地WAON”，
为“活化地区社会生活”作贡献。

3. TOPVALU的质量管理 9
安全性、质量、易用性……
聆听顾客心声，力求日新月异。
——永旺TOPVALU。

4. 在中国和东南亚地区的举措 11
扎根于亚洲各国的店铺运营，
积极开展解决地区课题的
环境和社会贡献活动。

5. 满足老龄化社会需求 13
创造令所有年龄层顾客满意的
商场、商品和服务，
为“振兴日本”作贡献。

6. 以实际行动支援3.11灾后重建 15
历时十年的植树造林活动。以赈灾重建
为目的的“永旺黄色收银条活动”。
永旺永记不忘东日本大地震震灾。

永旺活动成果2011

环保活动 保护生物多样性 17

环保活动 防止地球气候变化与节省资源 19

确保安全放心 21

社会贡献 23

培养下一代人才 26

永旺集团事业介绍 29

敬读者 30



关于封面照片
封面照片是2012年3月在宫城县的
“永旺城盐釜”（该店经历东日本大
地震后于2011年6月重新开张），开
展重建植树的情景。



《永旺的环保举措与社会贡献活动 2012》编辑方针

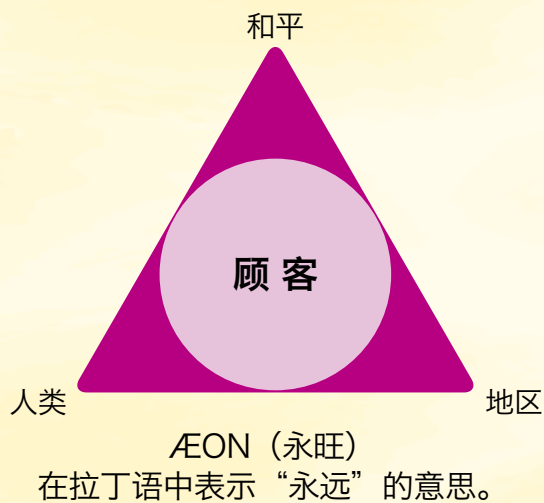
永旺为“实现可持续发展（Sustainable）社会”，在面向顾客和交易方等各界利益相关者履行说明责任的同时，为促进有益于各项活动顺利开展的相互沟通交流，自1996年起每年发行《永旺环境报告书》（2003年起更名为《永旺环境·社会报告书》）。

鉴于近年活动范围扩大，报告内容和专业性叙述也随之增多，一部分读者提出了“希望版面精简易读”的建议，我们根据刊物媒体和网络媒体等的媒体特性，对2012年度版进行了内容的编辑。

- 本刊《永旺的环保举措与社会贡献活动 2012》增添话题和视觉效果，通过便于阅读的杂志方式介绍开展活动内容。
- 摘要《永旺的环保举措与社会贡献活动 2012》以儿童也喜欢阅读的小册子形式，介绍各店铺开展的活动。
URL <http://www.aeon.info/environment/report/index.html>（提供下载专用的PDF文档）
- 网站《永旺环境·社会报告书2012》详细活动内容与绩效数据等，通过“企业网站（PDF文档）”进行系统性涵盖性介绍。
URL <http://www.aeon.info/environment/report/index.html>（拟于2012年9月刊登）

网站
《永旺的环保举措与社会贡献活动》
介绍永旺的环保举措与社会贡献活动，
以及最新动态。

永旺 环境·社会贡献活动 搜索



永旺坚持“以顾客为原点，追求和平，尊重人类，贡献地区”这一永恒不变的基本理念，并将《永旺宣言》作为具体实现这一理念的行动方针，继续贯彻“顾客至上”。

- “和平”：永旺是通过事业的繁荣，不断追求和平的企业集团。
- “人类”：永旺是尊重个人，重视人与人之间的关系的企业集团。
- “地区”：永旺在地区深深扎根生活，不断为地区社会作贡献的企业集团。

永旺宣言

永旺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）。

可持续发展基本方针

永旺秉持“以顾客为原点，追求和平，尊重人类，贡献地区”的基本理念，与广大利益相关者同心协力，共同创建可持续发展社会。基于“实现低碳社会”、“保护生物多样性”、“有效利用资源”以及“解决社会课题”等四项核心课题，积极开展立足全球，扎根地区的活动措施。

通过业务活动，
率先解决地区居民与社会的切实所需和各种难题。

永旺株式会社
董事兼执行总裁

周田元也



带来前所未有巨大灾害的东日本大地震已时隔一年，在此谨向受灾群众表示深切的慰问，同时希望受灾地区能够尽早恢复重建。

面对亘古未有的灾难，永旺集团精诚团结，在尽早恢复店铺营业的同时，积极开展募捐和促销灾区土特产品等的支援活动。顾客价值观和需求在恢复到重建的过程中时刻变化，永旺及时准确地提供相应的商品和服务。

永旺开展这些活动的动力，源于作为提供生活基础的零售业的使命感以及“以顾客为原点，追求和平，尊重人类，贡献地区”的永旺理念。东北灾区的交易商和永旺人尽管自身受灾，但仍克服困难为地区消费者送去“日常生活所需”。他们的行动，让所有永旺人对零售业的神圣使命和所追寻的理念有了重新认识。同时，也让我深刻地认识到履行使命、实践理念、率先解决地区居民与社会的切实所需和各种难题正是经营者的首要任务。

为此，永旺在中期经营计划的“4个转换”中，将积极为消费者提供切实所需和解决难题，以及与广大群众携手共进的崇高意识纳入了其中。

面对老龄化和信息化社会的发展，为了让所有消费者安心舒适购物，对店铺、商品、商场和销售方式实行革新的“向老年人消费市场转换”和“向信息化

社会方向转换”；推动符合城市居民生活模式的店铺和商业形态开发的“大都市化转换”；为了响应增长强劲的亚洲各国市场对“安心商品和美好生活”更高要求的“向亚洲市场转换”等，我们在追求永旺价值观的同时，为提高日本乃至全亚洲人民的日常生活品质而付出不懈的努力。

执行中期经营计划，意味着日本国内和店铺所在的亚洲各地区的永旺利益相关者将会增多，换言之，永旺与居民群众、社会 and 环境的涉及面将更加广泛，影响范围也将随之扩大。

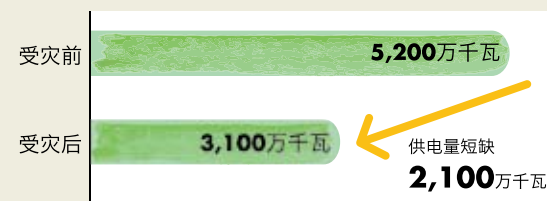
我们将充分认清形势、提高责任意识，在通过公平和具有吸引力的业务活动为消费者“安心富足生活”贡献力量量的同时，进一步开展扎根地区社会的环保活动和社会贡献活动。2011年12月成立的中国总部，正是永旺大力推行“本地化”的具体表现，在不久的将来，我们还计划成立东南亚总部。

作为零售业，永旺将不辱使命，在追求为和平、人类和地区发展作贡献的企业理念的同时，与地区居民携手共进，为实现“憧憬的未来”而付出不懈努力。

面向全民节能运动

由于东日本大地震给东京电力公司和东北电力公司的发电站带来了严重的损害，2011年5月政府要求各管区内的企业和家庭在高峰段的用电量同比削减15%。此外，受福岛第一核电站事故的影响，各地核电站也相继停止运转，除冲绳县之外日本全国各地实施了“冬季节电”活动。永旺一直致力于节电节能的减排活动，2011年将再接再厉，制定更高的减排目标，开展节电节能活动。

受东日本大地震影响供电量不足（东京电力）



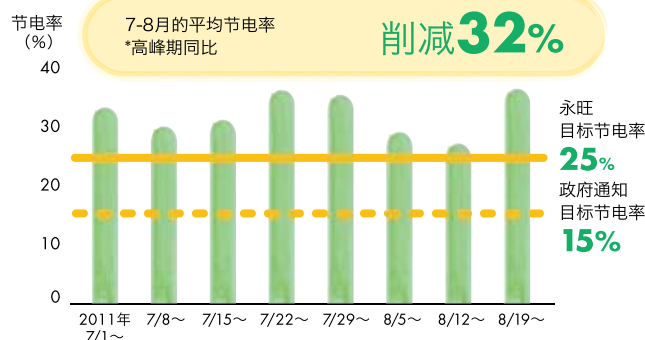
（出处）经济产业省《能源白皮书2011》

“永旺的店铺遍及日本全国各地，理应率先开展节能”，为此群策群力采取节能措施。

实施“夏季节电”和“冬季节电”

永旺在东京电力和东北电力管区内约有370家店铺，店铺中的空调、照明和冷柜、冷藏柜等的用电量较大。在政府要求一般家庭也要“削减15%的高峰用电量”的情况下，用电量较大地区的永旺意识到带头开展节能活动是企业市民的应尽义务。在与有关人员协调商议后，制定了高出政府要求的“削减25%的目标”，大力开展“夏季节电”措施。通过减少店内照明数量、换成LED照明、调节空调和饮料冷柜温度设定，以及在部分事业所采用夏令时等措施，使夏季7-8月两个月的高峰用电量同比削减了32%。在冬季全民节电遍布日本全国之际，永旺对夏季部分店铺“温度较高”给顾客造成的不便进行了反省，开展了以舒适购物为重点的节电活动。今后，永旺集团将同心协力，积极响应社会的节能号召。

夏季电力高峰期的同比（对2010年）削减率
（东北电力和东京电力管区内）



永旺节电项目工作小组（左起）

永旺株式会社集团
环境与社会贡献部

永旺零售株式会社
总务部

永旺株式会社
集团总务部

永旺永乐株式会社
环境业务总部

张叶

忌部守人

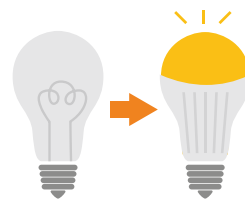
本松才二

小林雅弘

“永旺”及“MaxValu”全部1200家店铺的室内照明均更换成LED照明。

由于核电站停止运转，日本全国陷入长期供电不足的状况。对此，永旺自2011年11月起对日本境内近1200家的综合购物中心“永旺”及超市“MaxValu”的基本照明和聚光灯依次更换为LED照明，并发表了每家店铺平均削减15%用电量的计划。

此外，为保持舒适的购物环境，适当调节店内的照明间隔和亮度。



照明方面

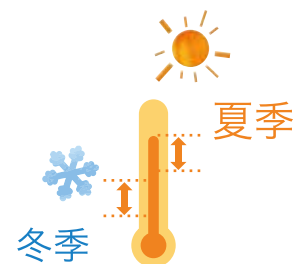


空调方面



彻底管理空调的温度和风量，力求实现舒适性与节能性的两立。

合理使用店铺空调可取得巨大的节能效果。永旺分别设定了夏季和冬季的适合温度，并通过仔细检查风量等措施，在提高节能效果的同时创建舒适的购物环境。



按商品种类制定《温度设定指南》，彻底执行冷柜管理。

永旺从质量管理和节能的角度出发，按商品种类制定了《冷柜温度设定指南》，贯彻执行温度管理。2011年夏季采取了关闭冷柜内照明，以及对罐装饮料等非冷藏食品冷柜进行常温或高出通常温度设定等的节电措施。此外，部分店铺还采用了带拉门的冷冻柜陈列冷冻商品，积极采取节能措施。



冷柜方面



控制装置方面

引进“需量控制器”，计划控制用电量。

永旺为减少高峰用电量，在店铺安装了“需量控制器”装置。该装置在监控用电的同时，可在超出预先设定的电力数值时控制电气设备的使用。

永旺永乐株式会社荣获“节能大赛（节能典范部门）”最高奖殊荣



2012年2月在财团法人节能中心主办的2011年度节能大赛（节能典范部门）中，永旺永乐株式会社的“发挥物业管理公司的软件优势，实现最大节能效果”的事例赢得高度评价，荣获最高殊荣“经济产业大臣奖”。

在活化地区交流和发展地区经济的形势下

尽管“地方迁至三大城市圈的移动人口数”与经济高度增长长期相比有所下降，但目前每年仍有数万人迁离地方城市，加上东北部分地区受东日本大地震灾害影响，许多住民也不得不迁移他乡。此外，城市和地方的收入差距仍然存在，活化地区交流和发展地区经济成为日本所面临的重要课题。为刺激地区经济和提高地区生活质量，永旺通过发行电子货币“当地WAON”等活动，积极为地区社会的发展作贡献。

日本人口增减率（2005年-2010年）

全国平均 增加 **0.2%** 三大城市圈^{*1} 增加 **1.0%** 地方^{*2} 减少 **1.9%**

^{*1} 东京地区（东京都、神奈川县、千叶县、埼玉县）、中京地区（爱知县、三重县、岐阜县）、关西地区（大阪府、兵库县、京都府、奈良县）
^{*2} 三大城市圈以外

出处：根据总务省《人口普查》的省市乡镇人口计算

发行与地区商店街互惠互利、共同繁荣的 IC 卡

永旺与日本全国各省市乡镇合作，发行将电子货币“WAON”使用金额的一部分捐给地区社会贡献活动的“当地WAON”（24页）。例如，在香川县发行的“Megurin WAON”，其特点是与在香川县高松市为首的全四国地区普及的地区IC卡“Megurin”联手合作。“Megurin WAON”不仅可在日本全国超过13万家的WAON加盟店中使用，而且还可地区商店街、医疗机构和健身俱乐部等Megurin加盟店中使用。此外，在加盟店中利用WAON进行购物结算，可同时积攒“Megurin积分”和“WAON积分”，例如在香川县内的永旺店铺购物积攒“Megurin积分”，然后利用积分在当地购物等。永旺今后将继续在提高顾客购物便利性的同时，不断创造与地区居民共同繁荣的全新服务。



香川县高松兵库町商店街的34家店铺加盟。为方便顾客利用，在商店街进口附近设置通往永旺的巴士站。



日本职业篮球联盟球队“高松五箭”与“Megurin”联手合作。球队的会员卡可利用“Megurin”的各项服务。

发行与地区商店街和自治团体相结合的“当地WAON”，为“活化地区社会生活”作贡献。

基于全面合作协议，参加中四国地区最大规模的户外演出活动“MONSTER baSH”。邀请县畜产科和旅游科开店，并可利用“Megurin WAON”进行结算。



2011年5月与香川县签署全面合作协议



“Megurin WAON”也可在体育馆、武道馆等的县公共设施中使用。

通过“Megurin”促进香川县兴旺发展

2009年1月开始发行集地区通用积分、优惠券和联票等一体利用的“Megurin”卡。同年6月，与电子货币“WAON”合作，以“让消费者更加方便、更加实惠”为目的，推出“Megurin WAON”卡服务。为了让“Megurin WAON”成为地区消费者“必不可少”的一卡，我们将继续扩充服务内容。

Megurin服务事务局局长
善生 宪司 先生

与地区消费者互惠互利、共同繁荣

“Megurin”与“WAON”的有机结合，促成了地区商店街与大型购物中心互惠互利、共同繁荣的关系。今后，我们将继续与商店街经营者一同推动提高服务质量和搞活地区经济的各项活动，为地区社会的发展作贡献。

永旺零售株式会社 中四国分公司
营业企划部
长谷川 洋



在商品安全性备受瞩目的形势下

由于儿童玩打火机造成的火灾及游乐设施故障引发的伤害事故等，消费者愈加重视“商品的安全性”。尤其是屡次发生的危及“食品安全”的事故，是人命关天的问题，引起了众多消费者的重视。广大消费者开始将注重“商品的安全性”作为购买动机之一。永旺的“TOPVALU”不断追求安全与安心，积极开发推出采纳消费者建议的产品。

选择商品及服务时的“决定”因素（前四位因素）

第1位	第2位	第3位	第4位
诚信度	安心感	价格低	安全性
60.4点	53.6点	53.5点	50.2点

出处：摘自经济产业省《消费者购物需求动向调查》（2010年4月调查结果）

“TOPVALU BESTPRICE”
将逐步更换为新标志



安全性、质量、便利性…… 聆听顾客心声，力求日新月异。 ——永旺 TOPVALU。

TOPVALU 基础知识

作为 PB（Private Brand）商品的先锋

永旺推出首款自有品牌商品是在1974年。当时，受经济过热影响，在各厂商相继提升商品价格的情况下，永旺独家开发的杯装方便面作为绝对低价并具高质量的商品，赢得了广大消费者的狂热支持。同时也给流通行业带来了巨大的冲击，之后其他各类企业也相继效仿，开始着手开发PB商品。



始于1974年
独家商品“J-CUP”杯装
方便面



1984年“TOPVALU”品牌前
身的“TOPVALUE”诞生

为什么生产商栏中 写的是“永旺株式会社”？

为了履行“零售业” 诚挚待客的应尽责任

公司企划商品的安全与安心，不应只是交给“他人”管理，而是应由公司负责质量保证。因此，永旺在商品的“生产商”栏中标明“永旺”，以示对该商品质量负全责，并且不断提高商品质量。

永旺TOPVALU株式会社
常务董事

落合 克彦



聆听“顾客心声”， 扩充商品种类。

秉承“顾客至上”理念，“以优惠的价格持续稳定提供优质产品”——象征永旺企业精神的品牌“TOPVALU”，是从聆听“顾客心声”开始，现已发展成为年销售额约5,300亿日元的日本最大的自有品牌（Private Brand）。永旺通过“采纳顾客建议”、“重视安全环保”、“标明必要信息”、“提供优惠价格”和“满足顾客需求”，不断追求“TOPVALU 5信条”（21页），为顾客提供兼具“安心”“环保”“便利”普遍价值的各种所需商品。今后，永旺将继续悉心聆听广大消费者的心声，不断开发提供至高（TOP）价值（VALUE）的商品。

如何确认商品的质量和 安全性呢？

深入供应厂商的生产现场， 确认质量和卫生管理状况

为确保商品的质量与安全，永旺基于公司的《供应商行为规范》，直接到供应厂商的生产现场，调查其生产工序、质量和卫生的管理方法。例如，“TOPVALU 盐水煮蚕豆”等冷冻蔬菜，公司派人到中国的农场，对栽培状况和农药使用记录等进行了确认。此外，在加工厂中也有对商品的安全性进行确认。为确保顾客所期待的质量，提供安全与安心的商品，集团公司“株式会社生活质量科学研究所”积极与供应厂商合作，并不断强化优质商品的生产体制。



株式会社生活质量科学研究所 鸭志田NIRE

针对核辐射问题， 永旺采取了何种措施？

为了顾客的安全与安心， 实施监测并公开检测结果

为了让顾客安心购物，永旺自主实施由第三方机构进行蔬菜、水果、大米、肉类、水产类的检测。万一检测出核辐射物质超标，永旺规定立即在网站公开检测结果，暂停采购或更换商品产地和养殖场。此外，为响应顾客“希望公开检测结果”的要求，于2011年11月通过公司官方网站公开检测结果。为了顾客的安全与安心，今后我们将继续采取各种建设性的措施。



永旺TOPVALU株式会社
农产商品企划开发部
川口 美奈子



多达约 6,000 种的丰富商品。现已推向中国市场

从杯装方便面起步的永旺“TOPVALU”品牌商品，现已扩展至衣食住行全领域，多达约6,000品种。近年，永旺积极加强生鲜蔬菜（21页）及熟食的商品种类，并于2012年3月开始了在中国店铺的销售，不断扩充符合中国人生活习惯的商品种类。



在中国市场开始
销售的“TOPVALU
（特惠优）”商品

确保“TOPVALU”
商品的安全和放心

▶ 详见 21页

TOPVALU 共环宣言

▶ 详见 20页

MSC/FSC认证商品

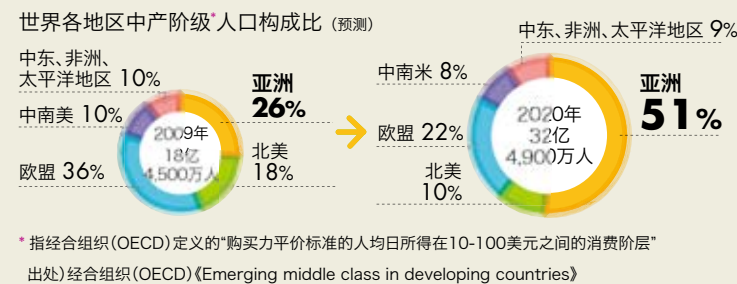
▶ 详见 18页

公平贸易商品

▶ 详见 25页

在亚洲增长备受瞩目的形势下

预计到2020年，亚洲主要国家的GDP增长率要远远超过北美和欧洲等国。在亚洲地区，消费旺盛的中产阶级日益增多，经济的发展扩大已成必然。而新兴国家的经济发展关键在于如何扩大这一中产阶级。永旺将通过业务活动，为实现亚洲消费者的“美好生活”作贡献。



扎根于亚洲各国的店铺运营，积极开展解决地区课题的环境和社会贡献活动。

作为“连结亚洲的超级地区零售商”，为地区社会的可持续发展作贡献。

永旺在很早以前就看好亚洲地区的市场发展，自1985年在马来西亚和泰国、1987年在中国（香港）开店以来，通过运用在日本积累的店铺开发和运营经验，开展符合亚洲当地顾客需求和市场特色的零售业务，并且通过开展扎根地区社会的环保与社会贡献活动，为亚洲各国地区社会的可持续发展作贡献。据预测，2020年亚洲地区有望成为“全球最大的消费市场”。在此背景下，永旺力求发展成为“连结亚洲的超级地区零售商”。永旺各店铺将与当地顾客和地区社会融为一体，为实现整个亚洲地区的和平与繁荣付出不懈的努力。



MaxValu Laksi店（泰国）

泰国
29店铺

Malaysia
马来西亚
28店铺



永旺武吉英达购物中心（马来西亚）

越南
2店铺



AEON VIETNAM Co., LTD
(永旺越南)

Nguyen Hoang
Bao Khuyen

在东南亚地区

在越南筹备首家店铺的同时，继续开展社会贡献活动

2012年3月AEON VIETNAM Co., LTD（永旺越南）正式开始运营，加快2014年在越南开设首家店铺的筹备工作。永旺与越南的交流始于2007年永旺1%俱乐部开展的“青少年大使（小大使）活动（28页）”，之后又相继开展了“援建学校活动（27页）”、“东南亚大学生环境论坛（28页）”、“永旺奖学金（28页）”及与胡志明市人文社会科学大学签署合作协议等各种活动，通过这些贡献活动，永旺在越南已成为家喻户晓的企业。今后，永旺将再接再厉，通过推动开展符合越南地区社会需求的各种活动，不断提高贡献力度。

* 永旺1%俱乐部：1989年成立，由永旺集团主要企业组成，成员企业通过捐赠1%的税前利润金额，以“环保”、“国际文化与人才交流、人才培养”和“振兴地区社会与文化”为目的推动开展各项环保与社会贡献活动。



永旺北京国际商城购物中心（中国）

china
中国
41店铺
29店铺



吉之岛超市
五号停机坪店（中国）

philippines
菲律宾
327店铺



吉之岛天河城店（中国）



迷你岛店铺（菲律宾）

永旺在中国和东南亚地区的发展史

为了环境，为了人类，为了美好生活。

永旺通过将业务活动与环境和社会贡献活动的结合，为实现亚洲地区顾客的“美好生活”作贡献。

在中国



在东南亚

在中国

成立“中国总部”，集团各公司一体同心开展环保与社会贡献活动

2011年12月，永旺集团在北京市成立了中国总部，并在成立前的2011年9月1日，作为集团全体员工的“再入社仪式”，举行了“永旺中国宣誓大会”。集团各公司共派出300余名员工参加大会，进一步加强了共享永旺人



永旺（中国）投资有限公司
(永旺集团中国总部)

胡连云

价值观及各公司的协作关系。永旺在华共有约20家的集团公司（截至2012年2月末），迄今为止分别由各公司开展植树造林等环保活动和社会贡献活动，而通过统一管理运营，今后可更加有效地开展环保与社会贡献活动。基于在中国总部成立同时制定的《中国永旺CSR方针》，开展“永旺整体团队”的环保与社会贡献活动。此外，计划2012年8月开始永旺所有在华公司共同开展“永旺幸福的黄色收银条活动”。

在社会各界“对应老龄化”的呼声日益高涨的形势下

预计2020年的亚洲老龄人口数将由2010年的2.8亿增至1.4倍的4亿。包括老龄人口比例高达23%的“超老龄社会”的日本在内，在不久的将来，亚洲各国也将在各领域面临“老龄化对策”这一共通的社会问题。永旺目前以日本为先例，开发和提供受老年人消费者欢迎的商场、商品和服务。

日本总体消费市场与老年人消费市场变化（预测）



出处：根据总务省《人口普查》家庭总数及总务省《家庭支出》计算

创造令所有年龄层顾客满意的商场、商品和服务，为“振兴日本”作贡献。

在家族顾客的基础上，强化面向“老年人顾客”的服务

预计日本老龄人口比例将由2010年的23%升高至2020年的29%，在零售市场缩小的形势下，日本国内老龄消费市场却已占据了总体市场的四成。为此，永旺积极建设受老年人消费者欢迎的店铺。



“生活金融广场”

专业店方面



文化学习班

设置全方位支援生活的专卖店。

设置多学科诊疗的综合诊所及提供保险、投资和贷款等金融服务的“生活金融广场”等专卖店，为创建安心美满的生活提供支援。

提供符合各年龄层消费者爱好和生活模式的精心服务。

2012年4月开张的“永旺梦乐城船桥”是在让既有的家族顾客安心购物的同时，也力求让“老年人顾客安心舒适购物”的新型店铺。在店铺筹备期间，不只是单一划分“老年人消费者”，而是根据年龄和地区各异的爱好和生活模式进行了细致的设计。今后我们将继续提供令所有顾客满意的服务，为“振兴日本”贡献力量。



永旺梦乐城船桥
梦乐城经理

小泉 雅敬



永旺船桥店
店长

小寺 博之



“YUYU WAON”

服务方面

提供更加优惠和方便的购物服务。

发行为65岁以上顾客提供优惠的电子货币“YUYU WAON”，以及为方便购物，提供当天送货上门的“当天配送”服务*。

* 适用于附近地区居民



可当天配好远近两用眼镜的“OptValu”



扩充小包装、少量和适量商品的种类

商品方面

扩充符合老年人消费者生活模式的商品种类。

针对逐渐增多的以老年人为首的单身家庭，永旺扩充了“TOPVALU”品牌中的“单餐化”和“注重健康”需求的商品。此外，面向喜爱运动的老年人消费者，充实了兼具时尚性和功能性的服装产品。

举办“GRAND GENERATION'S COLLECTION in TOKYO”

2012年4月在东京国际会议中心举办的展会上，永旺集团26家公司参展，向参观者介绍了永旺从商品到服务的各项措施，并且悉心听取各种建议，积极反馈到今后的业务活动中。

* GRAND GENERATION（鼎盛一代）：指退休后积极健康享受闲情雅致的人生经验丰富的老年人。引自小山薰堂倡言，意为“人生中的最鼎盛期”。



活动会场



实施“商品标签文字”及“店内指南标示”的大型化



在试衣间内设置扶手



增设店内休息空间

商场方面

加强软硬件双方面的服务。

为便于所有顾客浏览，在商品和店内指南标识方面采用了通用设计，并且设置了多处休息空间，为顾客提供舒适的购物环境。此外，在配置帮助顾客购物的“服务辅助人员”（22页）的同时，积极培养“认知障碍护理员”（22页）。



东日本大地震已时隔一年，受灾地区目前仍在全力抢修和重建。面对巨大地震、海啸袭击和核电站泄漏污染带来的前所未有的多重灾难，恢复重建工作困难重重。全体国民在祈望尽快重建的同时，尽己所能贡献力量。永旺也将永记此次灾难，持续开展各种赈灾重建活动。

东日本大地震前后的“行动意识”转变（前三位）



出处：博报堂生活综合研究所调查（2010年5月及2011年5月调查结果）

历时十年的植树造林活动 以赈灾重建为目的的 “永旺黄色收银条活动” 永旺永远不忘东日本大地震。



从地震当时到现在， 永旺一直持续开展赈灾重建活动

永旺作为扎根地区的零售企业，从地震当时就一直开展各种赈灾救援活动。包括顾客、员工和集团各公司捐款在内的捐赠物资总额超过了50亿日元。截至2011年12月为止，由员工和其家属参加的志愿者活动共10次、累计达到了320人次。此外，鉴于恢复灾区产业是地区重建的关键，永旺与东北太平洋沿岸地区的渔业相关人员合作，积极开展在永旺店铺销售当地水产鱼类等活动。

开展各项 “3.11 重建家园”活动

在震灾一年后的2012年3月，永旺集团30万员工决定继续同心协力开展长期支援活动，以“3.11 重建家园”为标题，开始了为期十年的在灾区植树30万棵的活动，实施自3月9日起为期三天的“永旺黄色收银条活动”，在年度内实施21次、预计700人参加的灾区志愿者活动等……，永旺不会忘记东日本大地震带来的灾难，全体员工将继续团结一致，采取各种方法措施为灾区的重建贡献力量。

“永旺黄色收银条活动”

每月11日的“永旺黄色收银条活动”延长实施三天。将顾客投函的收银条总计金额1%的约1亿2,192万日元捐给“公益社团法人Save the Children Japan”，为灾区的育儿支援事业贡献力量。



“永旺心连心植树造林”

为重建被海啸掠走的绿色树林，永旺与地方政府及NPO团体合作推动开展植树活动。2012年3月11日，在永旺城盐釜（宫城县盐釜市）开展了第一届活动，与地区居民共同植树1,200棵。

志愿者活动

2011年度，与石卷市赈灾志愿者中心合作开展志愿活动。2012年3月起，与岩手县远野市NPO团体合作，以陆前高田市为中心开展志愿活动。

寄语灾后重建

从志愿者的支援中得到鼓励

受灾当初我非常悲观沮丧，现在心情平复多了，可以“坦然地对待眼前的一切”。通过这次震灾让我再次认识到伙伴、组织和朋友的重要性。志愿者们的支援给了我生活下去的勇气和动力，在此我向全世界支援灾区重建的各位表示感谢。



永旺员工开展志愿活动的旅馆——“悠闲村”代表

坂下 清子 女士

不忘震灾，世代永传

2011年8月，我参加了志愿赈灾活动。当我目睹到残瓦颓垣和被海啸袭击的房屋时，凄惨的景象让我触目惊心。可是当地员工和旅馆经营者坂下女士在自身受灾的情况下，仍然坚强乐观的精神反而给了我极大的勇气和鼓励。我将永远记住这次灾难，并传述给下一代。



永旺琉球株式会社
上原 美佐绪

全体永旺人开展重建支援活动

将盼望尽早恢复重建的灾区人民的心情与尽心竭力赈灾的永旺人的心情连结一起——永旺公司与员工联合开展“永旺心连心项目”活动。以向灾区派遣志愿者、植树造林及支援各公司活动为中心，积极与各团体合作开展各项活动。

“永旺心连心项目”
事務局
何 菽戎

永旺集团 工会联合会
社会贡献负责事務局
竹内 健二



环保活动 保护生物多样性

永旺的业务开展离不开农作物和水产品等生物资源。为此制定了《永旺生物多样性方针》，在保护生物多样性的基础上进行商品开发，并开展植树造林活动。

将生机盎然的森林留给子孙后代

永旺的植树活动

与顾客
共同行动

为了让店铺扎根地区成为交流场所，并将绿化活动传播给地区居民，永旺从1991年起开展新店铺开业之际与顾客一同植树美化场地的“永旺绿化故乡”活动。此外，公益财团法人永旺环境财团配合国家与地方自治团体，开展重建因自然灾害等荒芜森林的植树造林活动。

截至2012年2月末，两项活动累计植树967万5,858棵*。

永旺在世界各地继续开展绿化造林活动。

* “永旺绿化故乡”与公益财团法人永旺环境财团的植树总计

“永旺绿化故乡”活动特点

- 特点**
选取符合地区自然环境的原生树种。
- 特点**
采用数十种原生树种混合种植、优胜劣汰的植树方法。
- 特点**
让各地区顾客成为主人公，亲手种植棵棵幼苗。

永旺 植树活动

搜索

总计 9,675,858 棵



在雅加达的植树活动（印度尼西亚）

肯尼亚
3,450 棵

老挝
148,250 棵

泰国
225,500 棵

马来西亚
224,184 棵

印度尼西亚
14,000 棵

中国
1,153,117 棵



在爱知县知多市的植树活动（日本）

日本
7,865,313 棵

越南
29,000 棵

柬埔寨
12,844 棵

澳大利亚
200 棵



在“永旺大牟田购物中心”的植树活动（日本）



在顺化省的植树活动（越南）



在吴哥窟遗址附近的植树活动（柬埔寨）

不断为顾客提供天然鲜鱼销售

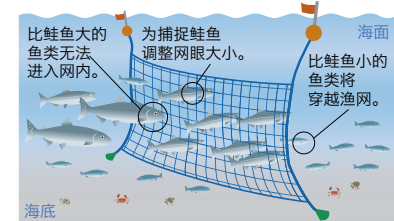
“海洋环保标志”

认证商品

商品
举措



取得MSC认证的“TOPVALU 天然腌红鲑鱼”



例如：调整网眼大小，不捕捉鲑鱼以外的鱼类。

为保护宝贵的海洋水产资源，“MSC（海洋管理协议会）”对经过合理管理的渔场进行认证，只有在获得认证的渔场中捕捞的水产品才可以标贴“海洋环保标志”。

永旺自2006年起开始出售取得“MSC认证”的阿拉斯加产红鲑鱼和鲑鱼子，之后逐渐扩大腌鲑鱼和辣鲑鱼子等认证商品，截至2012年2月末，出售的认证商品已达到12个品种的26类，是日本国内经销该认证商品最多的企业。

通过销售

FSC®认证商品

保护孕育无限生命的繁茂森林

商品
举措



“TOPVALU 共环宣言A4笔记本”上的FSC认证标志



“FSC（森林管理协议会）认证”是合理管理可持续生长森林木材的认证。永旺自2008年起开始出售使用FSC认证纸张的笔记本等商品。并且从2011年度开始，在价格标签和货签等使用频率高的辅材方面，开始采用FSC认证材料。

重视护生物多样性的店铺建设

扩展使用日本国产FSC®认证木材的环保型店铺

店铺
举措

永旺积极开展重视保护生态环境的店铺开发活动。例如，迷你岛株式会社开设了完全使用日本国产FSC认证木材的“越谷湖城东店”，成为日本国内首家取得“FSC认证”的便利店。截至2012年2月末，店铺数量已达到25家，今后将积极扩展使用日本国产FSC认证木材的环保型店铺。



迷你岛店铺



建设中的店铺

(FSC-JPN-0036 ©FSC, A.C. All rights reserved.)

第2届“生物多样性日本奖”颁奖

公益财团法人永旺环境财团以2010年在日本召开的生物多样性条约第十届缔约国会议（COP10）为契机，设立了“生物多样性日本奖”，对在“保护生物多样性”和“推动可持续利用生物多样性”方面有杰出贡献的措施予以表彰。2011年实施了第2次征奖，共选出5项优秀奖，并在其中选出1项最高奖予以表彰。



2011年10月21日颁奖仪式最高奖“日本雁保护会”（宫城县）

环保活动 防止地球气候变化与节省资源

永旺基于《永旺防止全球变暖宣言》，为减少二氧化碳排放量，积极扩展低环境负荷店铺及开发环保型商品。并与顾客一同开展节省资源活动。

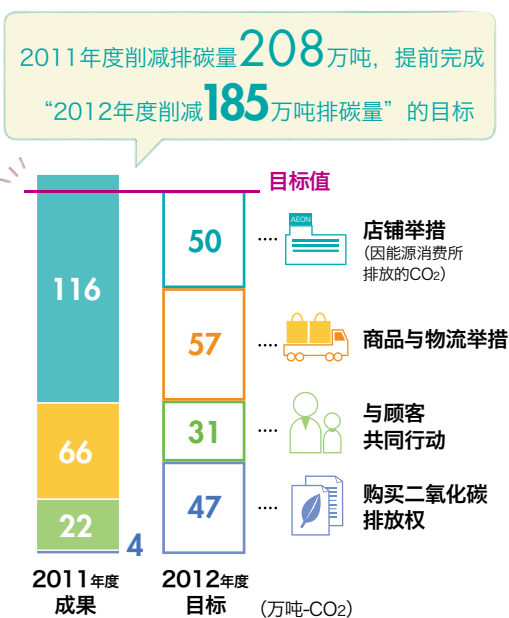
提前一年完成

《永旺防止全球变暖宣言》制定的减排目标

永旺于2008年3月发表了“2012年度总排碳量（CO₂）比2006年度削减185万吨”的数值目标，并制定了明确具体措施的《永旺防止全球变暖宣言》。

2008年度以后，以扩展“环保型商场”等的“店铺设备与运营方面的减排措施”、通过改良商品包装材料和运输方式等的“商品与物流方面的减排措施”以及减少使用塑料购物袋等的“与顾客共同行动的减排措施”的三项措施为主，大力开展减排活动。

2011年度，店铺方面的减排措施卓有成效，总排碳量削减了208万吨，提前完成了2012年度的减排目标。



力求削减30%排碳量的永旺“环保型商场”第12家店 隆重开业



店铺举措

与原有店铺相比，永旺“环保型商场”力求实现削减20%以上的排碳量。2012年4月，永旺第12家“环保型商场”的“永旺梦乐城船桥”（千叶县船桥市）隆重开业。

永旺梦乐城船桥中的永旺直营店、购物商场和停车场的照明全面采用了LED照明，设施总体照明的97.6%为LED。此外，在消费者的环保意识高涨的情况下，为对应今后日益普及的电动汽车，在停车场设置了3处电动汽车的充电停车位。

该店铺通过采用先进的技术与管理措施，力争比原有店铺减少30%的排碳量。

在“2011年购物中心评奖”中荣获“Best of the Best”嘉奖

2011年5月，在国际购物中心协会（ICSC）主办的“2011年购物中心评奖”活动中，永旺湖城荣获可持续发展设计部门的最高殊荣“Best of the Best”嘉奖。在地区社会环境保护和可持续发展方面采取的各种措施，赢得了“环保友好型”购物中心的高度评价。



2011年5月的颁奖仪式

帮助家庭削减排碳量及节省资源销售

“TOPVALU 共环宣言”商品

TOPVALU 共環宣言



“TOPVALU 共环宣言LED灯泡”

“TOPVALU共环宣言 香草型超洁浓缩洗涤剂”

永旺2000年开发推出的“TOPVALU共环宣言”商品群是以减量（Reduce）、复用（Reuse）、再生（Recycle）、回收（Returnable）的“4R”为基本概念的环保型品牌商品。勇于打破“环保型商品价格高”的常识，为顾客提供物美价廉的魅力商品。

2011年度，包括价格不到1,000日元的LED灯泡在内，为了响应顾客“希望购买各种形状LED灯泡”的需求，开始出售球形和镀银型LED灯泡。

推动削减塑料袋使用量

自备购物袋活动

与顾客共同行动

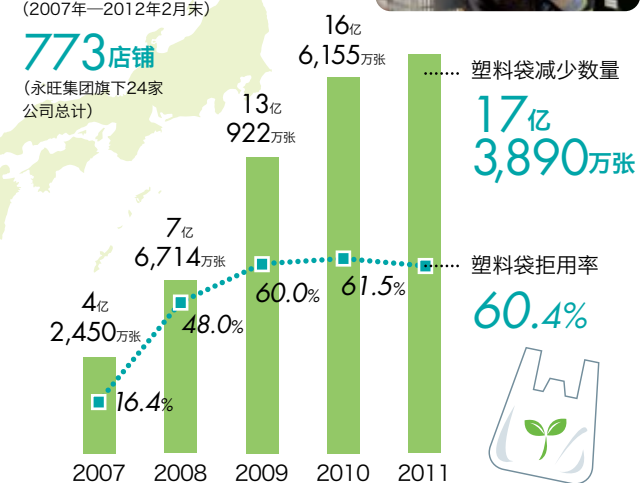
永旺为了节省用于塑料袋原料的石油资源，以及削减塑料袋生产过程中的二氧化碳排放量，自1991年起开展呼吁顾客自带环保购物袋的“自备购物袋活动”，并于2000年开展“环保购物篮活动”。此外，作为日本首家“停止免费提供塑料袋”的连锁店企业，永旺早在2007年就开始该活动。截至2012年2月末，日本全国实施店铺扩大至773店铺。

此外，还在2009年开始开展将有偿塑料袋收益金*用于环保的活动。2011年度的收益金约1亿1,100万日元，计划捐给地方政府及市民团体等，而且从2011年6月起，开始采用了以植物原料为主的有偿塑料袋，在削减塑料袋使用量的同时，为削减生产塑料袋本身所产生的二氧化碳排放量作贡献。

* 有偿塑料袋收益金：销售价-（消费税+进货价）

停止免费提供塑料袋的店铺
店铺总计数
(2007年—2012年2月末)

773店铺
(永旺集团旗下24家公司总计)



回收纸容器、食品盒和衣物

再生成为商品原料及生物燃料



店铺中的回收箱



“SELF + SERVICE”
衣物回收宣传报

永旺在店铺设置纸容器、食品盒、铝罐和饮料瓶回收箱，呼吁顾客协助回收再生。回收后的纸容器及铝罐将进行再资源化，一部分用于“TOPVALU共环宣言”商品的原料，食品盒及塑料瓶将进行合理再生。

衣料、日用杂货专卖店“SELF + SERVICE（自助服务）”自2003年起开展衣物回收与扩大再生用途等业务。2011年度回收了近2万4,000件衣物，并且将部分废旧衣物转换为生物乙醇。

纸容器

约1亿2,353万个
2011年度回收量3,706吨

食品盒

约3,890万个
2011年度回收量2,162吨

铝罐

约2,786万罐
2011年度回收量3,326吨

饮料瓶

约1,681万瓶
2011年度回收量6,730吨

永旺集团旗下21家公司总计

按照1个纸容器（1000ml）=30g、1个食品盒=7g、1个铝罐（350ml）=16g、1个饮料瓶=63g进行估算。

确保安全第一

永旺积极采取各项措施，创建让顾客安心购物，让老幼妇孺及残障人士等所有顾客方便购物的店铺。

为了让顾客放心使用，从顾客角度出发

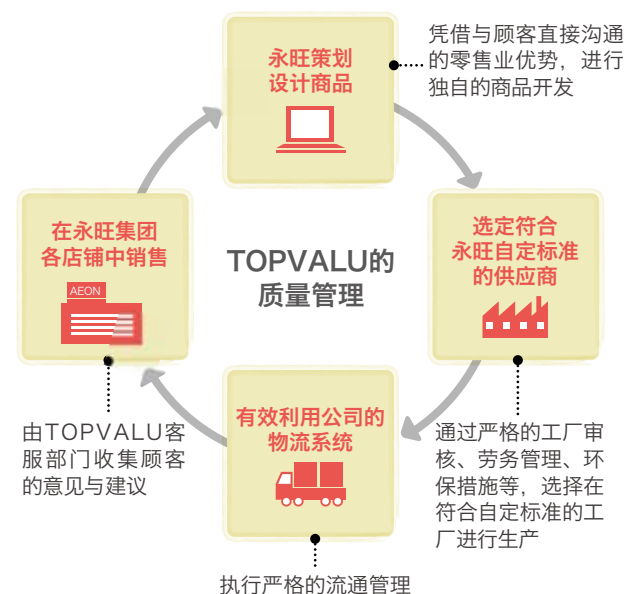
确保“TOPVALU”
商品的安全和放心

为了让“顾客的日常生活更加优质”，永旺独家策划开发出“TOPVALU”系列商品。从商品的策划设计到选定供应商、确定商品规格、生产管理和销售，实行从顾客角度出发的商品生产。

首先在商品策划设计阶段，为防止出现安全问题或发生危害健康的情况，开发、质量管理和客服等负责人对原材料的供应商、安全性、添加物使用和加工过程进行评审。此外，在选定供应商方面，永旺根据供应商行为准则（CoC*）对其审核、检验产品安全和调查工厂卫生等。其后，试制商品，由“顾客回馈”及员工等对样品进行评价，以及对原材料、添加物和生产工序进行重审后，最终决定商品的规格。根据商品规格生产的商品，经质量检验后仅将符合标准的合格产品交给店铺。永旺在销售商品后，依然定期对商品实行质量标准检验，并通过工厂卫生调查等实施供应商审核，努力确保商品的安全和放心。

此外，鉴于东日本大地震之后对商品产地的垂询有所增多，2011年4月开始通过公司网站公布垂询件数较多的商品产地信息。

* 永旺供应商行为准则（CoC）：永旺要求供应商遵守的独自制定的交易行为准则。根据该行为准则，供应商需遵守国家和地区法律，提供安全健康的工作环境，尊重人权并确保劳动环境和工资待遇等。



TOPVALU 5信条

- 1 将顾客的建议反馈在商品开发中。
- 2 注重安全性和环保性，提供让消费者放心的商品。
- 3 简明易懂地标注必要信息。
- 4 以低廉的价格向顾客提供商品。
- 5 保证让顾客满意。

8个TOPVALU品牌



永旺农业创造株式会社的蔬菜列入“TOPVALU”商品

为稳定提供“安全安心”“新鲜”“实惠”的蔬菜，永旺开始经营自营农场。担任农场运营的是永旺农业创造株式会社，自2009年7月成立后，开始进行各种蔬菜的种植生产，并且从2011年5月起作为“TOPVALU”商品开始出售。2011年首次在关东地区以外的大分县及2012年在岛根县开辟了自营农场。今后将继续向日本全国各地的消费者提供新鲜美味的各种蔬菜。



永旺自营农场（茨城县牛久市）

永旺基于1994年实施的《爱心建筑法》（2006年更名为《无障碍设施新法》）*制定了独自的设计标准，并在兴建新店铺和改建现有店铺时采用该标准。截至2012年2月末，已有650以上的设施取得了《无障碍设施新法》认证。

此外，积极将“通用设计”理念运用到店铺建设中，强化其功能和设计。今后，在原有顾客的基础上，为对应不断增加的老年人顾客，计划在全店铺实施通用化设计。

* 《爱心建筑法》（无障碍设施新法）：有关促进兴建方便老年人和残障人士居住利用的特殊建筑物法的《爱心建筑法》于2006年12月更名为《无障碍设施新法》

创建人人

店铺
举措

方便、舒适购物的店铺



无台阶入口

（永旺湖城）

培养“服务辅助人员”
及“认知障碍护理员”
支援老年人及需要帮助的人士

店铺
举措

永旺为了让老年人和需要护理的顾客能够放心购物，鼓励员工取得“服务辅助人员”^{*1}资格。截至2012年2月末，已有9,028人取得“服务辅助人员”资格。

此外，为正确理解认知障碍，并提供适当的支援，永旺面向员工开办“认知障碍护理员培训讲座”，培养“认知障碍护理员”^{*2}。

截至2012年2月末，已培养出“认知障碍护理员”2万9,201人，可担任培训讲座讲师的“团队成员”达到661人。

^{*1} 服务辅助人员：由NPO法人“日本关注健康服务协会”主办认定的资格

^{*2} 认知障碍护理员：指对认知障碍有所理解，关怀照料认知障碍者及其家属，并在可能的范围内提供帮助的人员，在接受规定的讲座后方可取得认定。



服务辅助人员的
培训情景

“团队成员”培训讲座时的
职能演习

认知障碍护理员的标志
“徽章”和“橙色手环”

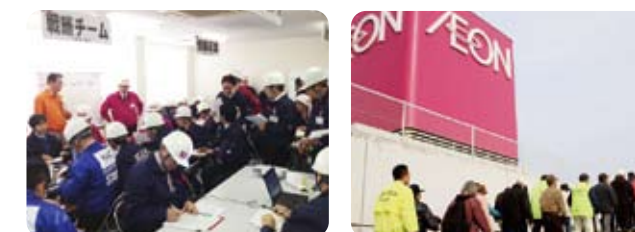
永旺作为广大消费者利用的商业设施，在发生灾害时为了迅速及时确保顾客与员工的安全，积极采取各种防灾措施。

以2011年3月11日发生的东日本大地震为鉴，为了进一步加强防灾体制，从2011年度起集团综合地震防灾训练增至每年实施2次。2012年3月8日，在模拟首都圈垂直地震和东海、东南海、南海3联动地震同时发生、位于千叶市的永旺总部大楼也有受灾的情况下，实施了组织临时对策总部、海啸避难、确认员工安危等训练。

永旺对发生概率较高的首都圈垂直地震及东海、东南海、南海3联动地震积极做准备，不断开展具体性和实践性的训练。

为确保灾害发生时的
生命安全、防止受灾扩大，

实施集团综合 地震防灾训练



收集信息训练
（爱知县 永旺小牧店）

海啸预警时向店铺楼顶避难的模拟演习
（爱知县 永旺南阳店）

社会贡献

与顾客和地区群众共创和谐社会，积极开展促进地区经济发展的贡献活动，推动对人类同胞的援助，为地区社会与国际社会作贡献。

通过购物支援地区社会， “永旺幸福的黄色收银条活动”

许多志愿团体需要支援后盾。另一方面，希望支援这些团体活动的顾客也不在少数。为了让双方的想法得以实现，永旺作为地区社会一员积极发挥作用。由此开展“永旺幸福的黄色收银条活动”。实施顾客在每月11日的“永旺日”将黄色收银条投进标有团体名称和活动内容的投票箱后，由永旺将相当于投票收银条总计金额1%的物品捐赠给各团体。

2011年度，实施店铺已达到22家公司1,219家店铺，共向2万1,700团体捐赠了总计近3亿252万日元的物品。自2001年起开展该项活动以来，今年已持续开展了11年。迄今为止，共向15万600团体捐赠了总计近16亿6,685万日元的物品。

今后，永旺将再接再厉，通过活动宣传及邀请志愿者团体来店介绍活动内容等，积极号召更多顾客的参与。



设立 “永旺社会福利基金”， 支援残障人士



在福利设施举行惯例的打年糕活动



赠送福利车辆

为促进日本全国残障人士的自立和参加社会活动、提高残障人士的福利待遇，永旺于1977年设立了“永旺社会福利基金”。该基金由公司和员工按每人每月各出50日元（公司与员工双方共计100日元）公积金，开展以“赠送福利车辆”、“志愿者活动”为主的社会福利活动。截至2012年2月末，永旺集团共有52,000名员工加入该基金。

2011年度，向东日本大地震受灾严重的岩手县、宫城县和福岛县的残障福利设施各赠送2台、向秋田县的设施赠送了1台福利车辆。自设立基金以来，迄今为止共赠送车辆32台。

此外，在志愿者活动方面，前往日本全国约900家设施看望慰问，并举行圣诞会和打年糕等活动。迄今为止累计访问设施约7,800家。

为日本全国各地的环保和旅游发展 作贡献 扩大“当地WAON”

可在永旺各店铺及日本全国13万以上的加盟店中使用的电子货币“WAON”。永旺在日本全国发行将部分WAON利用金额用于地区社会贡献*的“当地WAON”卡。

通过当地WAON的社会贡献活动涉及从各地的环保、旅游发展、文化遗产保留到体育振兴和动物保护的各方面。截至2011年2月末，共发行66种独具地区特色的当地WAON，2011年度的捐款对象金额超过了5,000万日元。

自2007年4月发行以来，WAON卡的数量日益递增，截至2012年2月末的累计发行数量超过了2,400万张。永旺在提供方便顾客利用电子货币服务的同时，积极推动充满活力与魅力的地区社会的发展与建设。

* 一部分WAON卡除外。



推动签署确保地区社会的 安全放心及促进经济发展的 全面合作协议

广岛县的事例



与广岛县签署全面合作协议



在签署协议的同时，发行“广岛县 IKU CHAN育儿 WAON”，并将部分利用金额捐给广岛县的育儿支援事业



以“BUY HIROSHIMA”为主题销售广岛县名特产品



在广岛县内的部分永旺店铺中开设“广岛县育儿支援站AIAI儿童”

与 **1道2府**
34县
签署协议

永旺与日本全国各地区行政部门协同配合，推动开展防灾、福利与环保活动，以及通过利用“当地WAON”振兴地区商业与观光等，签署在多种领域双方资源有效互用的合作协议。继2010年6月首次与大阪府签署后，截至2012年2月末已与1道2府34县签署了合作协议。

例如，在各地区发生灾害时永旺提供物资和避难场所，以及在永旺店铺举办特产品展销、旅游宣传和共同策划使用地区农产品为食材的盒饭等活动。通过这些活动为促进地区经济发展和提高生活水平作贡献。

截至2012年2月末签署的地方政府

- | | | | | |
|-------|--------|-------|-------|--------|
| ● 北海道 | ● 栃木县 | ● 山梨县 | ● 大阪府 | ● 香川县 |
| ● 青森县 | ● 群马县 | ● 长野县 | ● 奈良县 | ● 爱媛县 |
| ● 岩手县 | ● 埼玉县 | ● 岐阜县 | ● 兵库县 | ● 高知县 |
| ● 宫城县 | ● 千叶县 | ● 静岡県 | ● 鸟取县 | ● 鹿儿岛县 |
| ● 秋田县 | ● 神奈川县 | ● 爱知县 | ● 岛根县 | ● 冲绳县 |
| ● 山形县 | ● 新潟县 | ● 三重县 | ● 冈山县 | |
| ● 福岛县 | ● 富山县 | ● 滋贺县 | ● 广岛县 | |
| ● 茨城县 | ● 石川县 | ● 京都府 | ● 山口县 | |

社会贡献

支援世界各地的 灾后重建

在世界



向和歌山县捐赠援款

向柬埔寨红十字会捐赠援款



在遭受严重自然灾害之际，为了让受灾群众尽快恢复到正常生活，永旺在向灾区捐助震灾援款的同时，积极开展店内募捐活动。此外，在顾客和员工捐款数额的基础上，永旺另加大致相同的数额一同捐给灾区。

2011年度，针对损失惨重的东日本大地震及泰国和柬埔寨的洪涝灾害，永旺在捐赠赈灾援款的同时，实施了店内募捐。此外，对遭受12号台风袭击的和歌山县和奈良县灾区、土耳其震灾区、菲律宾台风受灾地等捐赠了赈灾援款。其结果，捐款总额达到了40亿4,154万日元（其中顾客捐款金额约为14亿8,317万日元），此外，还实施了部分物资援助。

推进公平贸易商品的普及，通过公平交易援助 在发展中国家处于弱势的生产者的自立

在世界

永旺从顾客提出的“希望通过日常购物参与国际贡献”的想法中得到启发，从2004年开始开发和销售咖啡、巧克力等的公平贸易*商品。

2011年度，NPO法人日本公平贸易标签（FLJ）参加了每年5月份举办的“公平贸易月活动”。该活动由推动普及公平贸易的企业、团体和学校共同举办，2011年度在东京、大阪和名古屋等地实施。在“永旺梦乐城大日”举办的大阪地区活动中，除了提供公平贸易商品试饮试吃之外，还有模拟体验发达国家和发展中国家之间差距的“贸易游戏”等，开展亲身体验公平贸易随处可见的各种活动。

* 公平贸易：是指在发展中国家同需要援助的生产者以与其劳动相符的价格进行原料与商品交易，帮助生产者在经济上和社会上自立，并推广环保的活动。

“TOPVALU 公平贸易
特调滴滤式咖啡”FLO（国际公平贸易标签组织）
认证标志

“TOPVALU 公平贸易巧克力”



多明尼加共和国的可可豆生产

在“永旺梦乐城大日”
举办的活动

设立“迷你岛公平贸易研究所”，支援公平贸易活动

迷你岛自2005年开始销售公平贸易商品以来，于2010年开始销售亚洲首次取得认证的“公平贸易香蕉”商品等，积极开展公平贸易的普及与启蒙活动。2011年10月设立“迷你岛公平贸易研究所”，并计划通过同时开设的Facebook®网页，加深与更多人的沟通交流。

“迷你岛公平贸易研究所”标志
与“公平贸易香蕉”

培养下一代人才

为使肩负未来的孩子们健康成长，充满欢笑，
永旺通过提供学习机会、促进国际交流等方式，开展支援国内外的青少年的活动。

通过学习体验环保，
促进儿童健康成长

在地区

“永旺Cheers 俱乐部”

永旺 Cheers俱乐部全国大会
in 洞爷湖

板报发表一年的活动内容

“永旺Cheers 俱乐部”以从小学1年级到中学3年级的学生为对象，为他们提供环境学习和体验的场所。居住在永旺各店铺附近的孩子们会大致1月集中一次，在各个店铺营业员的帮助下开展各类有关“环境”的活动。

活动主题每年更换，6年一周期。2011年度的主题为“垃圾”，由日本全国约400家俱乐部的约6,000名儿童参加，开展了海岸和公园的清扫以及参观废弃物处理厂和回收再生工厂等活动。2011年7月，在北海道洞爷湖召开了“永旺Cheers俱乐部全国大会”，由各地区大会选拔出来的前30俱乐部组成的约180人参加，通过板报形式发表了一年来的活动内容。此外，通过驱除防治外来物种的内田小龙虾和围网捕鱼等的体验学习活动，加深对环境理解。

第1年	垃圾	第4年	太阳与自然
第2年	再生	第5年	植物
第3年	资源（能源）	第6年	动物 （包括鱼、鸟和昆虫等）

为培养孩子们珍爱自然和爱惜粮食，永旺于2008年开始推动开展“小学生耕作活动”。在各地农业合作社和NPO法人的帮助下，通过体验插秧、收割及商店卖米，开展通过种稻的饮食教育活动。

2011年度，在滋贺县、岩手县、秋田县和佐贺县的4个县中开展了第4次活动。为了满足参加儿童“希望支援灾区”的愿望，将收获的大米送给了灾区小学。

由滋贺县、岩手县和秋田县的孩子们耕作的减少化学合成农药和化学肥料的“TOPVALU Gurinai 特别种植米”。（佐贺县的孩子们耕作的大米品种是“TOPVALU 九州HINOHIKARI”）



通过种稻 培养保护生态和爱惜粮食的意识 “小学生耕作活动”

在地区

岩手县盛冈市立
湍民小学佐贺县佐贺市立
赤松小学

秋田县大仙市立协和小学



滋贺县长浜市立速水小学

培养下一代人才

让孩子们感受上学的快乐 推动“援建学校”活动

永旺通过与公益财团法人日本联合国儿童基金会的合作，实施了为需要充实教育设施的亚洲地区的学校建设提供支援的活动。邀请顾客参与在遍布全国的旗下各公司的店铺、事业所所进行的“援建学校”活动，截至2009年为止，为柬埔寨、尼泊尔、老挝等国家合计326所学校的建设提供了支援。共计约23万名儿童因此得以就学。

2010年起，在越南顺化省开始支援学校建设，计划到2012年的3年中建30所，截至2011年度已建成10所学校。

在世界

在新校舍学习的儿童



在越南建成的新校舍



在永旺购物中心举办活动

为柬埔寨和老挝儿童们提供干净的水 安全供水活动

在世界

永旺自2010年开始实施为期3年的“永旺联合国儿童基金会安全供水活动”。该活动通过在柬埔寨和老挝设置供水设施，提供安全饮用水，让当地儿童从远距离步行往返打水的艰苦劳动中解放出来。

2011年度，永旺向公益财团法人日本联合国儿童基金会捐赠项目款4,000万日元。通过这项活动，每年可以为4万名儿童提供安全的水。

在老挝建成的供水设施

为亚洲儿童提供疫苗、营养配餐、学习用品的

在世界

塑料饮料瓶盖义捐活动

从2008年开始，永旺与商务伙伴之一的浪速运送株式会社合作，在店铺从顾客手中回收塑料饮料瓶盖。将瓶盖作为可再生资源换钱后，捐赠给3个国际支援团体^{*1}，为支援亚洲发展中国家儿童们的活动作出了贡献。

2011年度共计捐赠了3亿6,489万个^{*2}塑料饮料瓶盖的金额。同时，还通过各种团体向越南、缅甸等的儿童们送去了疫苗、营养配餐和学习用品。



为越南儿童提供营养配餐



为缅甸、老挝、不丹、瓦努阿图儿童接种疫苗

©JCV未经许可，严禁转载



为越南儿童发放学习用品



^{*1} 3个国际支援团体：
认定NPO法人 Japan Committee Vaccines for the World's Children(JCV)
公益社团法人 Save the Children Japan
公益财团法人 Plan Japan

^{*2} 2010年8月21日—2011年8月20日回收部分

日本与海外高中生通过交流加深友谊 “青少年大使”

在世界



日本高中生拜见印度尼西亚总统

在北京市私立汇佳学校
中国学生正在教日本学生中国传统的扇子舞

邀请世界各国高中生来日本进行环境学习和高中体验入学的“青少年大使（小大使）”活动。截至2011年度，共计15个国家的803名高中生进行了相互交流。

2011年度，邀请印度尼西亚雅加达的高中生，在友好城市东京都开展了高中体验入学和家庭寄宿活动。同时，派日本高中生访问印度尼西亚，开展了前往雅加达总统府拜见总统等活动。

此外，以2009年举办的中国北京高中生“青少年大使”活动为契机，开始了“中日高中生交流活动”。截至2011年度，共计217名中日高中生通过文化、艺术和体育交流活动加深了彼此的友谊。

肩负新时代重任的年轻人相互学习多样性的价值观 “东南亚大学生环境论坛”

在世界

“东南亚大学生环境论坛”开始于2010年度，是汇集亚洲大学生，通过考察国外社会情况和讨论来加深相互理解的活动。

在2011年度举办的第二届活动中，由来自日本、泰国、越南的各30名大学生参加，大家在越南胡志明市汇聚一堂，以“环境与经济”为题进行了热烈的讨论。

2012年度，计划由日本、泰国、越南和印度尼西亚的4个国家参加，共计约100名大学生在日本举办交流活动。



以“环境与经济”为题进行讨论

在越南国立胡志明市人文社会科学大学的植树纪念活动



资助来自亚洲的留学生和亚洲各国大学生的 “永旺奖学金”

在世界

面向肩负新时代重任的来自亚洲的留学生及亚洲各国的大学生，永旺于2006年设立了“永旺奖学金”制度。

2011年度，继日本、中国和泰国之后，开始向越南大学生提供永旺奖学金。2011年9月，对越南2所大学的奖学生举行了认证书颁发仪式。

同时，与越南国立胡志明市人文社会科学大学签署了“人才采用”及“以零售业发展为课题的共同研究”等方面的合作协议。今后，计划与中国、马来西亚、泰国等各大学开展同样的合作项目。



认证书颁发仪式（越南）

2006-2011年度的实际资助

日本	14所大学	197人*
中国	7所大学	1,538人
泰国	2所大学	16人
越南	2所大学	60人
总计		1,811人

* 来自亚洲各国的私费留学生

永旺集团事业介绍

永旺集团海内外近200家企业与30万余人员工同心协力，
不断提供符合当地生活特性的舒适购物与便捷服务。

永旺开展丰富多彩的生活支援活动，为实现顾客便利与舒适的生活贡献力量。

一般服务事业

提供安全舒适利用购物
中心的各种服务。



药品配药销售事业

以专业知识和全心全意的服务支援健康生活。



DS（折扣店）事业

提供种类丰富、物美价廉的生活日用品。

GMS（综合百货超市）事业

通过生活模式提案型商场，
支援顾客的衣食住行。



电子商务事业

推行使用互联网等的
新型购物模式。



专卖店事业

拓展时装及体育用品等
各类专卖店。



综合金融事业

活用零售业特性，提供帮
助购物的金融服务。

商业地产开发事业

推动开发与地区社会和谐共存的购物中心。



战略型小型店事业

积极推动与日常生活密切相关的
店铺建设。



SM（食品超市）事业

开展扎根地区的店铺，
支援顾客的日常购物。

东南亚事业

亦在东南亚各国开展扎根地区
社会的店铺和金融服务业。



中国事业

集团整体全力以赴，
在中国开展多元化事业。



敬读者



永旺株式会社
集团环境最高责任者
小松 幸代

东日本大地震已时隔一年，在此对受灾群众再次表示深切的慰问，同时希望灾区尽早恢复重建。

作为集团环境最高责任者，现就永旺2011年度实施的“环保与社会贡献”相关的措施成果及今后方向如下介绍。

东日本大地震受灾及永旺的社会责任

永旺秉持“和平”“人类”“地区”这一基本理念，高度意识到将业务活动积累的经营资源有效投放到东日本大地震的受灾重建工作中是企业重要的社会责任之一。

在这一高度意识的基础上，永旺集团30万员工团结一心，为了表达持久开展支援工作的决心，于2012年3月发表了“以实际行动支援3.11灾后重建”的措施计划。作为措施的一环，公司和员工联合成立了“心连心项目”，目前正在开展灾区植树造林活动及由员工和家属组成的志愿者活动。

永旺全体员工将继续一体同心，为支援灾区重建和实现“憧憬的未来”付出不懈的努力。

开展可持续发展经营

企业的发展，与环境保护和社会的可持续发展有着相辅相成、必不可分的关系。

为此，永旺在2011年3月制定了《永旺可持续发展基本方针》，将“实现低碳社会”“保护生物多样性”“有效利用资源”“解决社会所需”作为4项重点课题，并分别制定了掌握各课题进展情况的可测性目标。从今年度开始，我们通过《永旺环境·社会报告书2012》（预定在2012年9月进行网站公布）向各位利益相关者汇报进展情况。

永旺将再接再厉，诚挚对应业务活动所带来的环境和社会方面的课题，为满足各界利益相关者人士的需求，不断开展各种措施活动。