

知るほど なるほど



イオンの根っこ

AEON BOOK

私たちは創業からずっと変わりつづけてきました。

そしていまも新しいことに絶えずチャレンジしています。

そこには、いつの時代も変わることはないココロがあります。

さまざまな取り組みの根っこにある想いを、

いくつかのエピソードを通してたくさんの皆さまへお伝えするために、

この冊子をつくりました。

すべてを読み終わったとき、一つひとつに私たちの基本理念のエッセンスである

「平和」「人間」「地域」が息づいていることが おわかりいただけると思います。

なぜいまのイオンがあるのか、これからどこへ向かおうとしているか。

私たちの気持ちを少しでも感じていただければ幸いです。

みんなに話したくなる

エピソード 根っこの イオンの

東海道を 行商しながら 渋沢栄一に 会いに行こう



六世惣右衛門

イオンの名誉会長相談役である岡田卓也の父・六世惣右衛門は、四日市商業学校の卒業生。同校の科目で特に異彩を放っていたのが「行商」でした。科目に取り組むために、惣右衛門は夏休みに友人5人と「行商しながら東海道を進み、東京で産業界の立役者・渋沢栄一翁に会う」という壮大な計画を立て、それを実現させました。実はこの行商こそ、お客さまとまっすぐ向き合うことを大切にする私たちの商いのルーツなのです。



大正時代の店舗

江戸時代に行商をしていた頃からずっと、イオンの商売の原点は「お客さま」でした。

創業期の岡田屋は表通りから入った横町にあり、

お店に座っているだけではたくさんのご要望に応えることができませんでした。

そこで天秤棒を肩に、一軒一軒お客さまのご要望をうかがいながら地域の村々を行商したのです。

この行商に始まり、江戸時代から生の声を直にお聞きすることで

培われてきたのが「お客さま第一」の精神です。

若き惣右衛門が地元の産物を背負い、行商で旅費を稼ぎながら、

ついには東京で渋沢栄一翁との面会を果たせたのも、

道中でお客さまとの一期一会を大切にしていたからでしょう。

そのDNAは、現在のイオンに受け継がれています。

「お困りごと」への答えをつみあげて きたら いまのイオンになりました。

なぜイオンは幅広い商いを日本全国で行うまでに成長したのでしょうか？

もちろん会社が大きくなるほどたくさんのお客さまのさまざまな想いを満たすことはできますが、
どちらかという和生活者の困りごと一つひとつにお応えしていくうちに、イオンの事業は自然に広がりました。

豊かなくらしにはモノが必要で、そのためにはお手頃な価格でお買物ができる場が必要です。

さらに、欲しいときに欲しいモノを手に入れるには支払いが必要です。

いまなら当たり前のことが思うようにできなかった時代から、

ずっと困りごとへの答えをつみあげていくうちに、いまのイオンになっていきました。

そして、より多くの皆さまへお買物体験を楽しんでいただきたくて、

志を同じくする全国のパートナーとつながり、店舗も増やしていったのです。



小売業には、「消費者代位機能」を果たすという役割があるとイオンは考えます。必要とする商品やサービスのすべてを、生活者の皆さまが自分で調達するのは大変なこと。そこで、私たちが代わって調達し、お求めやすい価格でご提供しています。そんな取り組みを通じて、豊かなくらしをサポートしたいと考えています。

「ない困る」
モノやコトを
かなえるのが仕事です。



いつでもどこでもお買物を快適・便利に楽しんでいただけるように、いま私たちはオンラインマーケットや移動販売など幅広い方法で商品をお届けしています。天秤棒を担いでの商売は、デジタル技術やモビリティを活かしたサービスに変わりましたが、お買物を通じてくらしを豊かにしたいという想い、「お客さまを原点に」という考えは決して変わることがありません。

満足のゆく
お買物は、
お店だけで
楽しむもの!?

イオンの答え

商品

ヘルス&ウエルネス

ディスカウント

国際

スーパーマーケット

総合金融

サービス

専門店

ディベロッパー

総合スーパー

1990

健康・環境志向を先取りし、
自然派化粧品ブランドと提携

2001

健康志向の高まりに応え
イオンドラッグ連合構想

1985

マレーシア首相の要請に
応え海外初出店

1990

お買物が楽しめるよう
各国で金融サービスを提供

1981

銀行ではできなかった
主婦向けクレジットサービス開始

2007

365日21時まで
開いている銀行開業

1973

アパレル専門店立ち上げ

1984~

服、雑貨などの
海外ブランドと提携

1758創業

行商から始まり、
お客さまの要望に
応え続ける

2010~

台頭する専門店に
負けない品揃えに

1960~

小売先進国アメリカに学び
チェーンストア化・セルフサービス化

1974

メーカーの値上げに対抗し
プライベートブランドを開発

2021

インフレ下での生活を
応援するため「トップバリュ」
5,000品目の価格を凍結

1987

価格志向に応え
ディスカウント業態を開発

2008~

都市への人口集中を受け
小型ディスカウントストアを展開

1982

大規模小売店舗の出店規制に
対抗し、小型スーパーマーケットを開発

2010~

地域NO.1を目指し、
全国スーパーマーケット各社と
業務資本提携

1970~

旅行代理業、飲食の
サービス開始

1990~

ショッピングセンターを
彩る室内遊園地、
シネマを展開

1987

店舗を中心とする
ビルメンテナンスを開始

1969

車社会を先取りし日本初の
商業専門ディベロッパー
として事業を開始

2010~

駅前立地や
ビジネス複合施設
などに進化

1990~

キツネやタヌキの出るところに
出店し新たなまちの核に

大売出しの行列に並ぶ お客さまの涙こそ 平和の証じゃないか



第2次世界大戦で店舗を焼失した岡田屋でしたが、終戦の翌年、焼け野原で大売出しを実施。そのチラシを握り締めて「やっと平和になりましたね」と涙ぐむお客さまの姿に、当時社長であった岡田卓也は「小売業の繁栄は平和の象徴」であることを実感しました。その後、日本は高度経済成長期を迎え豊かな時代へと入っていきましたが、平和なくらしがいつまでも続くようにと、私たちは小売業の立場から絶えず働きかけてきました。



戦後の岡田屋



当たり前のかたちは、
当然の努力では守れない。

小売業が店を開き、お客さまが買物に来てくださる。

そんな当然の生活ができるのは世の中が平和だからです。

ただし、たくさんのお客さまが快適にお買物を楽しめる環境をつくり、

保っていくには、企業にも努力が必要です。

そこで私たちは、充実した店舗づくりはもちろんのこと、

事業を通じたさまざまな社会活動、環境保全、省エネ・創エネ、

人権尊重、防災や防疫、さらに生産者と手を携えての良質な農産物づくりなど、

小売業が平和の礎であり続けるために幅広いアングルから取り組んでいます。

楽しいときも、悲しいときも、 皆さまとともに助けあうことを誓います。

いつの時代も生活者の近くにて、どんな商品やサービスが求められているかを知っているのが小売業でした。

画一的な商品が飛ぶように売れていた時代が終わり、

価値観が多様化するいまも、その情報をいちばん持っているのは私たちです。

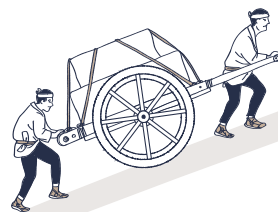
だから、本当に必要とされているものをお届けし、暮らしを豊かにするお手伝いをしたいのです。

お買物など楽しいときはもちろん、例えば災害など悲しいことが起こったとき、

私たちの事業は社会インフラ、ライフラインとしてなくてはならないものになっています。

私たちは地域の中で、皆さまと手を取り合い、ともに平和な時間を過ごせるようにと願っています。

1758
岡田屋創業



1958

■車社会の拡大に伴い急増する交通遺児への奨学金制度「風樹会」を組織

1965

■岡崎店の出店に際し、開店パーティをやめて、市民の憩いの場所を創るため桜の苗木を寄贈。いまなお桜の名所に

育成

次世代を担う若者を支援しています。

植樹

国境を越えて植樹活動を継続しています。

国際交流

豊かな社会を残すために、学ぶ機会を提供しています。

募金

お客さまと同じ立場で同額を寄付しています。

地域

お買物を通して社会貢献できる仕組みをつくっています。

1990~

■各国の高校生を日本に招待し、日本の高校生がその国を訪れ社会や文化への相互理解を深める「小さな大使(現ティーンエイジアンバサダー)」を実施

1991~

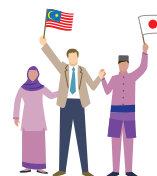
■店が人々の集う現代の鎮守の森になることを願い「イオン ふるさとの森づくり」を実施

1996~

■環境問題に国境はないという想いから万里の長城で植樹。以後アジア各地で植樹活動
■店舗を拠点に環境と集団生活を学ぶ「こどもエコクラブ(現イオンチアーズクラブ)」を実施

私たちは、若者たちが国際的な文化・人材交流を通じて相互理解を深め、友好親善の中で国際人として成長していくことを支援しています。日本と海外の高校生が互いの国を訪問する交流プログラム「ティーンエイジアンバサダー」、アジア各国の高校生が共通の社会問題について議論を重ねて解決策を提案するプログラム「アジアユースリーダーズ」がその代表格。多様な価値観を認め合う国際交流によって、参加者たちがアジアの明るい未来をともに築いていくことを期待しています。

ともに
認め合うが、
国際交流の合言葉。



2000~

■「平和な社会の実現には基礎教育の充実が不可欠」という想いのもと、アジア各国で学校建設支援を実施
■有珠山火山活動災害義援金を皮切りに国内の災害救援の募金を実施
■インド西部大地震被災者救済募金を皮切りに海外の災害救援募金を実施
■地雷ZEROキャンペーン募金を皮切りに国際的人道支援募金を実施

2011~

■アジア各国の高校生が社会問題を討議し、解決策を提言する「アジアユースリーダーズ」を開始
■グローバルな環境分野の人材育成を目的として、アジア各国の大学生が集い、国境を越えて討議、提言する「アジア学生交流環境フォーラム(ASEP)」を開始

2001~

■毎月11日にお買物の1%を地域の団体に寄付する「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」を開始
■全国どこで使っても利用額の0.1%を地域活性化に役立てる「ご当地WAON」を発行

2017

■三重県の高校生を支援する形で「風樹会」を復活

2022

■ウクライナ子ども救援募金を実施

イオンのキホンは、
お客さまと同じ気持ちで、
同額を寄付。

私たち小売業には、イオンを利用されるお客さまというしよに社会貢献ができるというメリットがあります。そして、募金活動でお預かりした寄付金に、同額を上乗せして、必要なところへお届けしています。近年では、「新型コロナウイルス医療従事者支援募金」や「イオンウクライナ子ども救援募金」で、お客さまからの多大な募金に同額の支援金を加えて寄付を行いました。

この星の未来を見つめ、 木を植えています。

私たちは、新しい店舗がオープンする際、お客さまといっしょに木を植える「イオン ふるさとの森づくり」を1991年から行っています。きっかけの一つは、1960年代、三重県四日市市にあった岡田卓也の自宅の庭にあった南天の実がなくなったことでした。当時、四日市はコンビナートによる大気と海の汚染が深刻な問題に。岡田は地球環境の異変を感じ、お客さまと接する小売業最大の特長を活かした「イオン ふるさとの森づくり」の着想に至りました。人々の集まる店舗に森をつくることで、かつてコミュニティの中心にあった「鎮守の森」のような場所を目指したのです。

「イオン ふるさとの森づくり」の活動は、1991年、マレーシアのジャスコマラッカ店（現イオンマラッカショッピングセンター）でスタートしました。つまり、記念すべき活動の第1回は、海外の店舗だったのです。日本では1年後の1992年に、三重県津市のジャスコ新久居店（現イオン久居店）から実施。その後、国内はもちろん海外の店舗でも活動に力を注ぎ、2023年時点で世界11カ国に広がっています。当初植えられた木々たちは、豊かな生態系を育む森をつくり、地域の皆さまのコミュニティの場として愛されています。

マレーシアで植樹を始め、
日本に逆輸入！

私たちは、店舗の敷地内だけでなく、中国の「万里の長城」でも植樹・育樹活動を行いました。現地で調査を行ったところ、当時は低灌木と草木だけだった万里の長城付近にも、かつてはモウコナラの森があったことがわかりました。そこで、モウコナラの種であるドングリ30万個を現地の人々の手で採取して苗木を育て、イオン環境財団が1998年に第1回の植樹を実施しました。当初の3年間、4,000人もの皆さまが10万円以上の自費負担で日本から参加。たくさんの想いに支えられて、緑の万里の長城が蘇っていったのです。



「万里の長城」の再生は、
地道などんぐり集めから。



苗木を植えれば、
本当に森に
なるのでしょうか？



店舗の新規オープンに合わせて次々と誕生する「イオン ふるさとの森」は、本当に「森」の役割を果たしているのでしょうか？ お客さまの協力のもと、2021～2022年の2年間にのべ101店舗で実施した調査では1,318種ものいきものが見つかり、地域の生物多様性の価値を高める役割を担っていることを確認。お客さまとともにを行う植樹が地域の自然環境にもたらす効果は明らかです。



地球へのやさしさは、 地域の未来につながるもの。

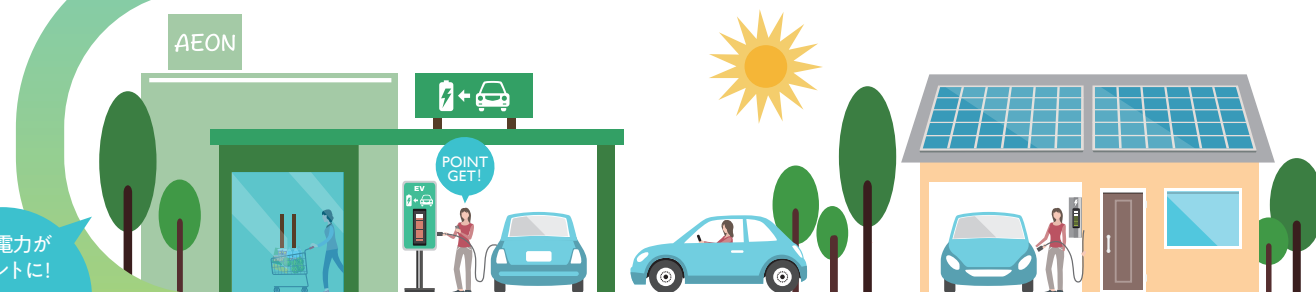
私たちは、脱炭素社会の実現をはじめ、
生物多様性の保全、資源循環の促進、廃棄物の削減などに力を注いでいます。
それらは、地球はもちろん、地域の未来を見つめた活動であり、
小売業らしくお客さまと想いを一つに、協力しながら進めています。

2019年、大阪府藤井寺市に、使用電力の100%を再生可能エネルギー（再エネ）で賄うイオン藤井寺ショッピングセンターがオープン。それを皮切りに、再エネ100%使用店舗が続々と誕生しています。その一方で、地域内で再エネを融通し合う新たな取り組みも始めました。太陽光発電設備とEVの両方をお持ちのお客さまが、家庭で発電した再エネをご自身のEVに充電した状態で来店し、余剰再エネを放電していただくと、電力量に応じてイオンからポイントを進呈するというもの。今後、関西エリアから順次拡大していく計画です。



おうちでつくった再エネに
ポイント差し上げます。

余剰電力が
ポイントに！
EV活用で
再エネ化



ボトル
to
ボトル
プロジェクト

ペットボトルは
ペットボトルへ
生まれ変わる
わかりやすさ。

私たちは、完全循環型のペットボトル利用を目指す「ボトル to ボトル プロジェクト」を2021年2月から推進しています。イオンのお店で回収したペットボトルを原料とする再生PET樹脂を使用して、トップバリュとして再製品化して販売するというもの。2022年3月には「トップバリュ グリーンアイオーガニック」茶飲料4品目を全国の約1,600店舗で発売。回収ボックスに入れていただいたペットボトルをリサイクルし、再びお客さまのもとへお届けしています。



目指すは完全循環型！
IONTE
I Gyokuro
ボトルはイオンの店舗で回収した100%リサイクル樹脂PETを使用しています。



生産者とともに 育てているのは、未来です。

私たちは、ただ「売り手」として農産物や畜産物、水産物などを販売しているわけではありません。生産の現場から立ち会い、責任をもって良質な商品をご提供し続け、現在もますますラインアップを広げています。その背景には、生活者が求める本当に良いものを追求する姿勢と、たくさんの生産者との固いパートナーシップがあります。



発売から30年、
グリーンアイには
「愛」がある。

1993年にイオンのブランド「グリーンアイ」として誕生した「トップバリュ グリーンアイ」は、2023年に発売30周年を迎えました。化学合成農薬や化学肥料に頼らず栽培した農産物を中心にスタート。いまや「トップバリュ グリーンアイオーガニック」は、日本の小売業が展開するプライベートブランドのオーガニック商品で、最大規模のブランドにまで成長しました。ちなみに、ブランド名の「グリーン」には自然やエコロジーを表す「グリーン」を、「アイ」にはLOVEの「愛」、自分自身の「I」、ものを見つめる「EYE」の3つの意味が込められているってご存知でした？

わかめを食卓へ。
サステナブルな
海の恵みを未来に残していくために、トップバリュでは「サステナブルシーフード」を推進し、「MSC」、「ASC」の認証商品を取り揃えています。水産資源や環境に配慮した持続可能な漁業で獲られた水産物の証である「MSC認証」。持続可能な養殖で生産された水産物に与えられる「ASC認証」。それぞれのラベルが付いた商品をお買い求めいただくことは、資源と環境の保全に取り組む漁業者を応援することにもつながります。2022年11月には、「トップバリュ グリーンアイナチュラル宮城県十三浜わかめ」が日本初のASC認証わかめになりました。



1974年、ジャスコ（現イオン）はおいしい牛肉をお値打ち価格でご提供するために、オーストラリアとブラジルで牧場経営の合併会社を設立。同年にはオーストラリアのタスマニア州に牧場を作りました。牧場では輸入牛肉の安全性に対する不安を解消しようと、成長ホルモン剤や抗生物質を一切使わずに牛を肥育。それを証明する認定機関がなかったため、タスマニア州の首相に交渉し、何度も牧場の検査を行い、首相から「品質保証」を受けました。2003年、米国でBSE（牛海綿状脳症）が発生し輸入牛肉に対する食の安全が問われた際も、イオンは安全・安心なタスマニアビーフをお届けし続けました。

タスマニアビーフの安全は、
州首相のお墨付き！



有機農業の町 とも仲良しです。

宮崎県のほぼ中央に位置する綾町は、「有機農業の町」をスローガンとし、町おこしの成功例として知られ、全国各地から移住者が増加。町を挙げてオーガニック農業に取り組み、有機JASの登録認証機関の資格を有する日本初の自治体です。イオン宮崎店では、2023年春より、同町で栽培されたサニーレタス、レタス、さつまいも、にんじんなどのオーガニック野菜を「トップバリュ グリーンアイオーガニック」として発売。地域の生産農家も販路が拡大し、WIN-WINの関係のもと、地域の生活者にも大きなうるおいをお届けしています。

被災しても 営業を続けたのは 理由があります。

イオンのお店は、自然災害などが発生した際に地域の避難所となるだけでなく、水や食料、衣料などを扱っているためライフラインとして重要な役割も担います。2011年3月に発生した東日本大震災では、被災地の各店舗は甚大な被害を受けながら、避難所として地域の皆さまを受け入れ、できる限り早く営業を再開して日常を取り戻すことに努めました。ここでは、震災発生直後のエピソードをいくつかご紹介します。

イオン 多賀城店 救助まで26時間、 約600人が屋上に。

宮城県多賀城市のイオン多賀城店は、5階の屋上と4階の駐車場に約600人が避難。その後、地響きとともに津波が発生し、家や車などが流されていきました。さらに近くの石油コンビナートで火災が起きます。生きた心地がしない中、屋上で長い時間を過ごした人々。翌日の夕方になってようやく自衛隊により全員が救助されました。2階部分で営業を再開したのは、約5か月後の8月4日。ただし、4月2日からは近隣にある食品スーパーのマックスバリュ多賀城鶴ヶ谷店（現ザ・ビッグ多賀城鶴ヶ谷店）で総合スーパー「イオン」の取り扱い商品を販売するなど、少しでもお客さまの要望にお応えするようにしました。

自分たちのお店を、 復興のシンボルに。

イオン気仙沼店は、大きな被害を受けながらもいち早く4月1日より屋上で営業を再開。開店前の朝礼では、感極まって涙をこぼすスタッフも。彼らからは「お客さまのためになって良かった」「気仙沼の復興のシンボルになれるように頑張りたい」といった声が聞かれました。



営業を再開しお客さまにぎわう
イオン気仙沼店の屋上

「これが普通 なんだけど、 すごく 幸せな 気持ち。」



イオン石巻店では、被災から5日目にボランティアを募集。すると地元の中学生在が手を挙げ、それがきっかけとなり周りの方々も参加するようになりました。需要の高かった自転車の販売を3月20日に始め、31日には食品などの販売も再開。来店したお客さまは「これが普通なんだけど、いままでが普通じゃなかったから、なんかすごく幸せな気持ち」と話していました。

イオン仙台中山店は、建物の損傷が大きく、3階建ての店舗の3階部分がつぶれ、全員が店外に脱出。それでも、「いまある商品だけでもお客さまにお分けしよう」と店頭販売を決定。店外の駐車場側にワゴンを並べ、販売を始めました。それがロコミで広がり、翌日の朝6時くらいからかなりの行列ができました。すぐに食料品が底を尽くのはわかっていたので、スタッフは無理を承知で破損したガラスなどに気を付けながら店内に入り、商品をかき集めて営業を続けました。



お分けます、
そこに商品がある限り。

明るさを失わず、 力を合わせて乗り切ろう。

イオンモール石巻では、「10メートル級の津波が来る」と地元の警察に告げられ、地域の方々を店内に受け入れることを決断。2日目には避難者が2,300人にまで膨らみました。同店のスタッフは、食品売場から食料を確保する係、食事を配給する係、トイレを管理する係、館内でお客さまに対応する係に分かれ、それぞれの役割をこなしていきました。ポリシーは「明るさを失わない」こと。「ここはみんなが力を合わせて乗り切ろう」と常に言い続けました。

グループを挙げて、 万一のときに備えています。

被災地ではATMが利用できないケースもありますが、生活のためには現金が必要です。そこでイオン銀行では、災害時に「移動ATM車両」を派遣しています。また、家族の一員であるペットの安全も守りたいもの。イオンペットでは、防災への備えとしてペットへのマイクロチップ装着の啓発・普及活動を推進する一方で、被災地に駆けつけてペットの搬送や治療が行える「ドクターカー」を配備しています。

震災発生後、全国から被災地へ人とモノを動かすことで、いち早く営業を再開し、被災地の復興に寄与するよう努めました。でも、安全・安心な毎日のためにやれることはもっとあるはず。各店舗はそれまでも消防訓練を年2回、地震対応訓練を年1回実施していましたが、東日本大震災を機に地震対応訓練を年2回に増やしました。私たちの店舗が地域のライフラインであることを深く理解し、防災対策を進化させています。



イオンモール
いわき小名浜での
訓練風景

私たちに
はもつと
やれる
ことが、
きつと
ある。



いっしょにつくろう にぎわい東北

震災から5年たっても変わらず東北を応援していくために、私たちは“にぎわい東北—つなげよう、ふるさとのチカラ”というスローガンのもと、被災地の地域創生を目指す活動を2016年から始めました。東北産の原材料を東北で加工した商品の全国展開や、地域の人たちとイオンの従業員の交流を通じた環境・社会活動など、「復興支援」ではなく「にぎわい」を創出していくのが目的。いっしょに未来をつくっていく、そんな気持ちでこれからも続けていきます。



全国への 店舗展開を アメリカの 連邦制のよう にしてはどうか

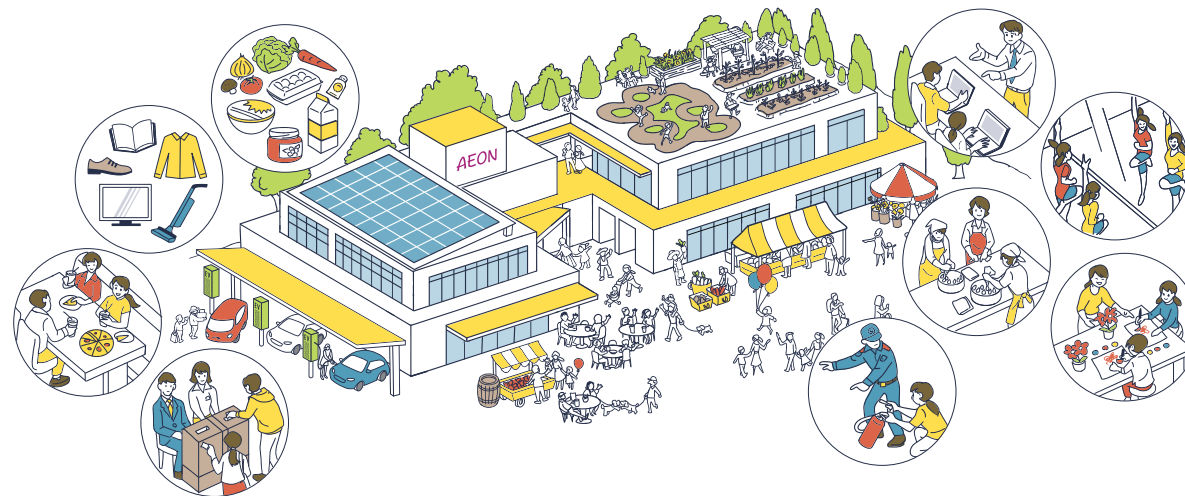
1969年のジャスコ創設時、各地域で店舗を運営する法人と本部との関係を、アメリカの州と国家の関係になぞり「連邦制経営」と呼びました。各地域の法人が自立した営業活動を行い、本部は、集中化したほうがメリットのある商品提供や店舗開発、人事教育、財務、情報システムなどの経営ノウハウを提供。地域の特徴を活かしつつ、分権・独立により経営のスピードを高めました。こうした地域密着のあり方は、現在のイオンに受け継がれています。



千葉県を中心に百貨店や総合スーパーチェーンを展開する扇屋との合併（1976年）で、「連邦制経営」の方針が明確に

地域に根ざしたイオン生活圏の構築。

合併によって全国の店舗ネットワークを広げていったジャスコですが、各地域法人の代表者は原則として合併前の社長がそのまま就任していました。その地方で育ち、社業を発展させてきた経営者こそが、地元のことを一番よく知っているからです。地域それぞれの特徴を大切にするその精神をいまでも私たちは大切にし、各エリアで新たな価値を創造する地域密着型経営を進めています。「地域・地元を豊かにしたい」というお客さまのニーズに応えるため、地域の拠点となり、お買物だけではなく、多様な事業や店舗網とデジタルをかけ合わせて、事業者・行政とも連携しながら地域に根ざしたイオン生活圏を形成しています。



「今日どこいく？」 「とりあえずイオン」の幸せ。

1969年、日本初の商業専門ディベロッパー、(株)ダイヤモンドシティ(現イオンモール(株))が誕生。

その翌年に東住吉(大阪)、72年には総合スーパーと百貨店の2つの核店舗を持つ

本格的なショッピングセンターが奈良にオープンしました。

それからずっと、イオンのお店はお買物はもちろん、

グルメ、アミューズメント、物産展などのイベント、行政・コミュニティ機能など、

その街に住む人々の生活シーンの中に溶け込み、ワクワクする暮らしをお手伝いしています。

毎月11日は、
「いい日・いい街・
イオン・デー」

2001年8月、ジャスコ株式会社はイオン株式会社へ社名を変更。それを機に、毎月11日を「いい日・いい街・イオン・デー」とし、従業員がお客さまとともに地域の環境保全・社会貢献活動を行う日としました。同年10月11日、イオン・デーに実施するキャンペーンの一つとしてスタートしたのが、「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」です。この日に発行される黄色いレシートを応援したい団体のボックスに投函いただくと、レシート合計金額の1%相当の品物をイオンが各団体に寄贈する活動で、2023年2月までに累計で49億1,071万円相当の品物を贈呈してきました。



15時過ぎても、
イオンの銀行は
開いている。

「お買物ついでに銀行を利用したい」「平日の15時以降や土日祝日も営業する銀行があったら」「もっと気軽に住宅ローンや資産運用の相談ができれば」。そんな銀行に対するたくさんの想いに応え、2007年、小売業から誕生した金融機関がイオン銀行です。気軽に立ち寄れる有人店舗の“リアル”と、パソコンやスマートフォンで利用できる“ネット”を融合することで、「いつでも、どこでも、つながる」身近な金融機関として、毎日の暮らしにお役立ていただいています。

地元への愛を、 WAONカードに込めて。

電子マネー「WAON」の中で、ご利用金額の0.1%をイオンが自治体などに寄付させていただき、地域の経済活性化や環境保全、観光振興、子育て支援などにお役立ていただけるのが「ご当地WAON」です。2009年4月、島根県にある世界遺産の「石見銀山WAON」が登場して以来、券種は増え続け、現在では160種類以上を発行しています。参考までに、その中で発行枚数・寄付金額ともにナンバーワンを誇るのが、北海道の観光名所、名産品がコラージュされた「ほっかいどう遺産WAON」。2023年2月末時点で約27万2,500枚を発行しています。



ランドセルの色は 黒か赤と 誰が決めたというのだろう

ランドセルは幕末に輸入され、1887年に伊藤博文が皇太子(のちの大正天皇)の学習院ご入学祝いに箱型の通学かばんを献上したのが、現在のような箱型ランドセルの始まりとされています。その3年後、素材が黒革に決定。牛皮革をムラなく染色するのは難しく、比較的美しく仕上げることができる黒と赤が、自然と「ランドセルの色」になったとも言われています。これには諸説ありますが、誰が決めたわけでもないその「常識」を覆したのがイオンでした。

お客さまの「欲しい」を満たす商品がないなら作ればいい。



「自分だけの色のランドセルが欲しい」。

そんな子どもたちの声を耳にしたのが、

「イオンの24色ランドセル」開発のきっかけでした。

2001年の発売から現在まで、さらに新色を出し、使いやすさも進化を続けています。

小売業でありつつ、使う人の声を反映させた商品を企画・製造・販売しているのは、

「お客さま第一」の想いのあらわれ。

いまランドセルに限らず幅広いジャンルで、

私たちの理念を反映させた商品を生活者のもとへお届けしています。



お客さま目線の安心と満足を さまざまな商品に込めたい。

イオンのブランド「トップバリュ」は、

「お客さまのくらしがもっと楽しく、お客さまがもっと幸せになるためのお手伝いをしたい」という

私たちの想いに共感していただけるお取引先さまと商品開発を行っています。

発売前にはお客さまモニターテストを、発売後もホームユーステストなどを実施し、

お客さまの声を活かした商品の開発や改善に取り組んでいます。

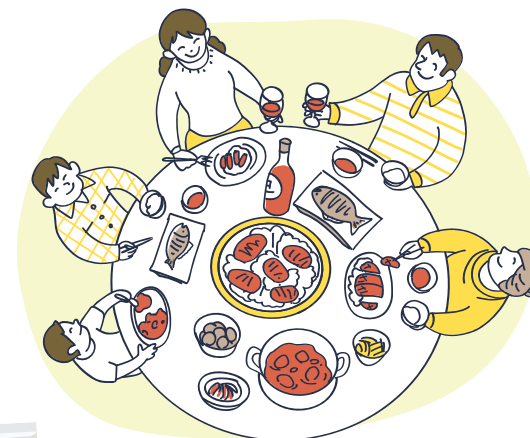
さらに、必要情報の表示に加えて生産者情報を開示、自主検査をはじめとする

各商品への品質管理を徹底し、安心して選んでいただける商品としてご提供しています。



家族みんなで、
おいしいに舌鼓。

「トップバリュ やさしごはん」シリーズは、アレルギーを
起こしやすいとされる食品で、特に発症数、重篤度の高
い、法律で表示が義務づけられている特定原材料7品目
(卵・乳・小麦・えび・かに・そば・落花生)を使用せずに
企画・開発。アレルギーをお持ちの方がいらっしゃるご
家庭でも、みんなが同じメニューを楽しめる、そんな食
卓を演出します。実は、この商品の開発者は、お嬢さん
が食物アレルギーだったことから日々の買物の大変さを感じていました。同じような方に少しでも買物の時間や
調理の時間を短くし、家族団らんの時間を過ごしていただ
きたいという想いから生まれた商品なのです。



「トップバリュ やさしごはん」シリーズを
使った定番メニューやアレンジレシピを
WEBサイトでご紹介しています

<https://www.topvalu.net/yasashi-gohan>

くらしの
品質を守るのも
私たちの仕事。



トップバリュは、私たちが企画・設計から販売まで
のすべてにおいて責任を持つという考えから、
パッケージには「販売者:イオン株式会社」と表示
しています。さらに、グループ会社の(株)生活
品質科学研究所が、トップバリュをはじめとする
イオングループで提供される商品・サービスにつ
いて、試作品の検査、工場の調査、販売後の抜き
取りチェックなどを徹底的に行っています。安全
だけでなく、おいしさや心地よさに関わる味覚・
嗅覚・触覚などの官能評価も行い、「くらしの品
質」の向上に貢献しています。



(株)生活品質科学研究所

一国の首相の依頼である マレーシアへの出店を 迷う理由はない

1983年、マレーシアのマハティール首相(当時)が日本を公式訪問した際、岡田卓也に直々に「マレーシアの流通近代化に貢献してほしい」と要請しました。それを受けて岡田は自ら同国を訪れ、実験店として首都・クアラルンプールに海外1号店を出店することを決めたのです。一国の首相による流通近代化の依頼に応えたマレーシアでの出店をはじめ、この頃からイオンはタイ、香港、のちの中国などアジアでの事業を積極的に展開していききました。



マハティール首相(右)と岡田卓也(左)



「日本のイオン」ではなく、地元企業として暮らしを豊かに。

1985年にマレーシアに海外1号店を出店して以来、
私たちはアジア各国で地域に根ざした事業を展開しています。
地域の暮らしを支える地元企業としてローカライズを進め、
そこに住まう皆さまの生活ニーズに応える真のローカル企業となることを目指しています。
アジア全域をマーケットと捉えて、現地の暮らしがより豊かになり、
地域の持続的な成長に貢献する、そんな事業を行っています。

アジアでも 地域開発のまん中にいます。

イオンのお店ができて、そこに人々が集まり、にぎわいが生まれる。

その周りに住宅地がどんどん広がり、地域の経済が豊かになっていく。

1970年代から日本国内で大型ショッピングセンターの出店を通じて地域の活性化に貢献してきたように、
私たちはアジアにおいても地域開発の核となり、アジアの人々に新しいくらしの提案を行っています。



まさか一人きりとは思わなかった。 香港での金融事業立ち上げ。



便利な金融サービスで、もっとお買物を楽しみ、もっと豊かになっていただきたい。それは海外でも変わりません。香港で事業開始のために派遣されたのはなんと社員一人だけでした。当時の香港では個人消費者向けのクレジットはリスクが大きすぎて誰も手が出せませんでした。そこで、小売業ならではの発想でジャスコストアーズ香港の持つ当時最大級の家電売場で分割払い、無金利セールを実施して大好評を得たのです。その成功をもとに加盟店を増やし、さらにアジア各国に事業を展開していきます。信販系にはない、お客さまに密着した発想とグループの協力が、たった一人からでも事業を始めることを可能としたのです。



木も、子どもたちの成長も、 未来への贈りもの。

私たちはアジアの店舗でも植樹を行い、豊かな環境を未来につなげるサポートを行ってきました。また、イオンワンパーセントクラブは、教育施設の整備が遅れているアジア5カ国で、2000年から学校建設を支援しています。2022年12月末時点で、カンボジア、ネパール、ラオス、ベトナム、ミャンマーにおいて426校の学校が完成し、約37万人の子どもたちが学んでいます。建物や設備の整備だけでなく、教員の養成などソフト面での支援も。嬉しいことに、私たちの支援によってできた学校で学び、いまは教員となって子どもたちに教えている卒業生もいます。



ベトナム



カンボジア

採用したのは 女子社員ではない 将来の経営リーダーだ

ジャスコの創設者で、イオングループの共同創業者、そしてイオンの名誉顧問の故小嶋千鶴子が人事担当の取締役を務めていた1971年、高松店の新規オープンにあたり、同店の総務課長が98人の女性の採用を決めました。すると小嶋は、「彼女らが1年経つと月商1,500万円の責任者、経営のリーダーになることを考えながら面接したのか?」と問いただしたそうです。そこには男女を問わず活躍の道を与えるダイバーシティの考えがあり、実践していたのです。



すべての人々が一人残らず働きやすく、
心ゆくまで活躍できる場所に。

ジャスコの時代から変わらない基本理念の一つが、
「国籍、年齢、性別、従業員区分を廃し、能力と成果に貫かれた人事」です。
私たちは、その理念のもとでダイバーシティ経営を進めています。
私たちが未来へ向かってさらに成長、拡大を続けていくには、
従業員が働きやすく、活躍できる企業環境づくりの実現が必要です。
そのため、従業員とその家族、会社、お客さま、
社外ステークホルダーのすべてが満足する取り組みを
“ダイ満足”活動と名づけ、グループ共通で取り組んでいます。



一人ひとりの成長に、 最大限のチャンス。

みんなが
ダイ満足で
働けますように。



私たちは、グループ企業がその事業特性を活かしてダイバーシティ&インクルージョン(D&I)推進の好事例を表彰する“ダイ満足”アワードや、女性階層別の研修や障がい者活躍研修など多様な人材を応援する“ダイ満足”カレッジ、経営層、管理職向けの“ダイ満足”フォーラムなどを開催。全国から参加者が集まり、グループ内の横のつながりができ、D&Iを進めていく上でのさまざまな知見や事例などを共有する場になっています。

従業員の
教育で育むのは
お客さまの
満足です。



私たちは、教育によって従業員の能力が向上することが、お客さまのより高い満足につながり、本人も人間的に成長していくことが従業員に対する最大の福祉としています。そして、その考え方を表す「教育は最大の福祉」という言葉を、代々受け継いできました。キャリア公募制度やイオンビジネススクールなど、従業員のキャリア形成の選択肢と、そのための勉強の場の提供などの投資を積極的に行っています。



業界初の企業内大学

イオンは人種や国籍、年齢、性別に捉われず、意欲ある人が平等にチャレンジできる環境を整え、従業員一人ひとりの成長がお客さま満足を高めることのできる企業を目指しています。小売業とは日々多くのお客さまに接し、人と人とのつながりを基盤とする「人間産業」です。だからこそ、一人ひとりが能力を最大限に発揮できるように教育環境も整えています。

障がい
があっても
活躍したい！
という想いを応援。



障がいを持つ方々の就労支援事業に加え、健常者と障がい者が手を取り合って働くCD・書籍販売店舗「スクラム」を運営する、アビリティーズジャスコ(株)。自らも小児麻痺のため身体に障がいがあり、障がい者が気兼ねなく働ける職場として日本アビリティーズ社を設立した伊東弘泰氏が、1979年に当時のジャスコ社長 岡田卓也に申し出て、翌年ジャスコとの共同で誕生した会社です。設立にあたって伊藤氏は、「やる以上は障がい者という甘えは持たない。ビジネスとしてやる。必ず採算ベースに乗せてみせる」と誓ったのです。その熱い想いが、全業種の中で雇用率が一番低いと言われていた流通業の障がい者雇用促進に一石を投じたのでした。

私たちの
保育園は、
1年365日
開いています。



イオンモールなどの事業所内に設置している「イオンゆめみらい保育園」は、イオンの従業員だけでなく、テナントで働く従業員や、地域の子育て世代の方々も利用できる保育施設です。原則として、土日祝日・年末年始を含めた365日、7時から22時まで開園。従業員それぞれの勤務時間に合わせて利用できるようにし、出産・育児休職からのスムーズな復職や、子育てをしながらの活躍をサポートしています。

革新を続けていくためには、 一歩踏み込むことが必要だ

(2023年4月1日、「イオン入社歓迎の集い」での代表執行役会長 岡田元也の講話より)

小売業は平和産業であり、人間産業であり、地域産業である。これを永続していくために、絶えずお客さまを原点にして革新をし続けていく。我々はそういう集まりです。この平和の重要性をイオンは大きく謳っているわけですが、東日本大震災のときも、中国の武漢で新型コロナウイルス感染症が拡大したときも、そこに残って地域の人のために営業を継続しました。それらは、皆が「平和産業」を無意識のうちに実践したものだったと考えています。

今般、ウクライナの戦争が起きています。この戦争についてイオンは「反対します」と宣言し、お店にいらっしゃるお客さまに募金を呼びかけました。他の会社は「ウクライナの子どもたちを救おう」といった表現にとどまりましたが、イオンははっきりと戦争反対を宣言したのです。結果、実に10億円近い募金をお客さまから頂戴して、ユニセフに贈っています。ここで重要なのは、小売業は積極的にこの「平和の

維持」、あるいは「戦争の防止」というものに貢献していかなければいけないこと。そして、戦争や災害ほかさまざまな不幸が起こったら、そこからいかに力強く立ち上がっていくかということです。

「平和でなければ小売業ができないので、平和が大切です」とする方がいますが、イオンはそうには考えません。それだけでは全く不十分です。もう一歩踏み込んで、能動的に関与することで初めて平和は保たれるものです。

なぜイオンは「戦争反対」と訴えたのか。イオンはなぜ安易な価格の引き上げに反対しているのか。なぜ給与の改善、賃金の引き上げをパートタイマーから行ったのか。なぜ「新型コロナウイルス防疫プロトコル」を打ち出し、お客さまを守り、従業員を守り、地域を守ることが重要だと考えたのか。なぜイオンはそうしたのか、本日それを少しでもおわかりいただけたのであれば大変うれしく思います。

イオンのカラーは、 平和・人間・地域のシルシ。

2001年、ジャスコからイオンへの社名変更に併せ、現在のロゴが制定されました。

カラーは、赤と青の融合色であるマゼンタ。

赤は人の心・情熱・元気・楽しさを、青は地球・平和・変化を表し、イオンの理念「平和」「人間」「地域」をイメージしています。

ÆとOを結んでいる「エターナルリング」は、人間性を基にした永遠の世界観と平和の概念、

企業集団としての一体感を象徴する、永遠に廻り続ける輪を表現。

デザイン全体としては「未来性」「先進性」「革新性」をイメージさせ、新しい時代に向けたイオンの姿とエネルギーをシンボライズしています。

ÆON



イオンは「夢のある未来」の意味を改めて自身に問いかけ、
「イオングループ未来ビジョン」を新たに策定しました。
新しさを徹底追求する一方で、変わることのないのは「イオンの基本理念」です。

イオンの基本理念

お客さまを原点に

平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する。

イオンは、小売業が平和産業であり、人間産業であり、地域産業であると信じ、

その使命を果たす企業集団として永続するために、

お客さまを原点に絶えず革新し続けてゆきます。



「イオンの基本理念」に込められた想いについては以下をご覧ください。
<https://www.aeon.info/company/concept/>



イオングループ未来ビジョン



ビジョンステートメント

一人ひとりの笑顔が咲く 未来の暮らしを創造する

イオングループが実現したい未来は、

お客さまが「明るくなっていく社会」と「自分らしい幸せ」を実感できることで

「心豊かに暮らし、笑顔が広がる」未来です。

イオングループのありたい姿は、暮らしの共創をリードし

一人ひとりも社会全体もより豊かにするグループです。



「イオングループ未来ビジョン」の詳細については以下をご覧ください。
https://www.aeon.info/company/code_of_conduct/

