

AEON Report 2017



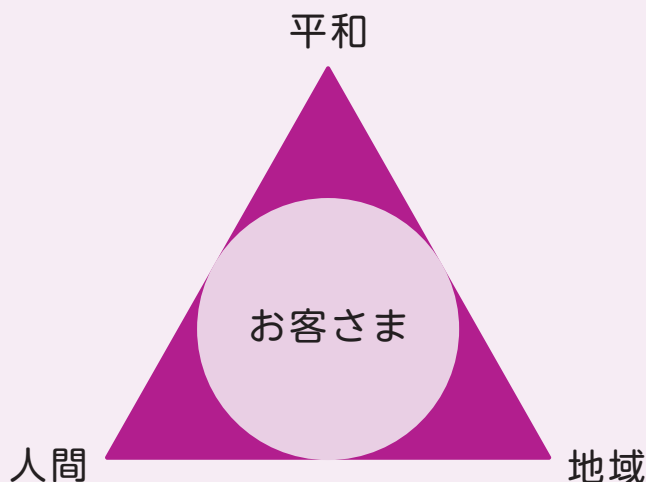


木が育ち、
人が集い、
未来をつくる



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(AEON)とは、ラテン語で「永遠」をあらわします。
私たちの理念の中心は「お客さま」:イオンは、お客さまへの貢献を
永遠の使命とし、最もお客さま志向に徹する企業集団です。

- 「**平 和**」イオンは、事業の繁栄を通じて、平和を追求し続ける企業集団です。
「**人 間**」イオンは、人間を尊重し、人間的なつながりを重視する企業集団です。
「**地 域**」イオンは、地域のくらしに根ざし、地域社会に貢献し続ける企業集団です。

イオンは基本理念のもと、**絶えず革新し続ける企業集団**として、
「お客さま第一」を実践してまいります。

編集方針

イオンは、事業活動そのものが、持続可能な社会の形成に貢献していると考えています。イオンの事業活動をステークホルダーの皆さまにより深くご理解いただくため、当期より「イオン環境・社会報告書」を含めた「統合報告書」を発行することとしました。

冊子前半は、経営の方向性や戦略、各取り組みの紹介に加え、イオンの経営そのものをさまざまな角度から編集するとともに、社会貢献活動などの非財務情報を総合的に盛り込んだ内容となっています。

後半では、純粋持株会社であるイオン(株)と、GMS(総合スーパー)事業、SM(スーパーマーケット)事業を中心に、「環境

「社会」の両面からグループ各社のサステナビリティの取り組みを取り上げています。また、2016年度に実施したマテリアリティアセスメントを通じ新たに特定した社会面の重点課題4項目を含めた7つの重点課題について、マネジメントアプローチやKPIの進捗状況、個々の活動内容を詳細に報告しています。

なお、本報告書は、全体を通して、「国際統合報告評議会(IIRC)」が提供する「国際統合報告フレームワーク」を参考にしながら、社内各部門を横断したプロジェクトメンバーが、外部専門家の知見を取り入れて制作にあたりました。

※本報告書記載の「イオン」とは、イオン(株)と約300社の企業からなるグループの総称としています。

目次

イントロダクション	4	リスクマネジメント	52
数字で見るイオン	4	情報セキュリティ	53
価値創造モデル	6	コンプライアンス(企業倫理)	54
価値創造の全体像	8		
経営の特徴	10	イオンのサステナビリティ	57
小売を中心とした多様な事業展開		イオンの植樹25周年	58
地域に根ざしたサステナブル経営		特集1 ステークホルダー・ダイアログ	60
多様な人材を活かした経営		特集2 バリューチェーンにおけるCSRの推進	66
事業概要	14	イオングループのCSR	70
グローバル展開	16	環境マネジメント	76
ハイライト	18		
財務ハイライト		2016年度の取り組み報告	82
非財務ハイライト		環境活動報告	
イオンの戦略	22	低炭素社会の実現	84
トップメッセージ	24	生物多様性の保全	92
CFOメッセージ	26	資源循環の促進	102
イオングループ中期経営計画 (2017年度～2019年度)	28	社会活動報告	
中期経営計画の初年度	32	多様な消費者課題への対応	110
イオンリテールとダイエーの収益構造改革を完遂		公正な事業活動の実践	122
イオンリテール改革		人権と多様性を重視した職場づくり	130
ダイエー改革		コミュニティとの協働	140
イオンの商品に対する考え方	38	「平成28年熊本地震」への対応	148
コーポレート・ガバナンス	40	継続報告 東北創生の輪を広げる活動	150
イオンのガバナンスの特徴	40	社外からの表彰一覧(2016年度)	153
取締役会議長メッセージ	42	主な環境保全活動・社会貢献活動	
監査委員会議長メッセージ	44	公益財団法人の取り組み	154
指名・報酬委員会議長メッセージ	45	GRIガイドライン対照表	160
役員紹介	46	会社概要	166
コーポレート・ガバナンスの状況	50		

● 報告期間

2016年度(2016年3月1日～2017年2月28日)*

※決算時期が異なる一部の事業会社や一部の取り組みについては、報告項目ごとに対象期間を明記しています。

● 報告対象組織

純粋持株会社イオン(株)および連結子会社296社、持分法適用関連会社32社(2017年2月末現在)

対象範囲が上記と異なる場合は、報告項目ごとに明示しています。また、グループ主要各社が税引き前利益の1%を拠出し、さまざまな社会貢献活動を展開する「(公財)イオンワンパーセントクラブ」、および地球環境の保全に向けた「(公財)イオン環境財団」の取り組みも報告しています。

● 対象読者

お客さま、株主さま、投資家の皆さま、学生、グループ店舗の近隣住民の方々、お取引先さま、NPO、NGO、行政、イオンピープル(グループ従業員)

● 参照したガイドライン

- ・IIRC国政統合報告フレームワーク
- ・GRI(Global Reporting Initiative)「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン第4版(G4)」
- ・環境省「環境報告ガイドライン2012年版」
- ・環境省「環境会計ガイドライン2005年版」
- ・ISO26000 社会的責任に関する手引

免責事項

本報告書には、イオンの将来についての計画や戦略、業績に関する予想および見通しの記述が含まれています。これらの記述は、当社グループが現時点で把握可能な情報から判断した事項および所信に基づく見込みです。

SNAPSHOT

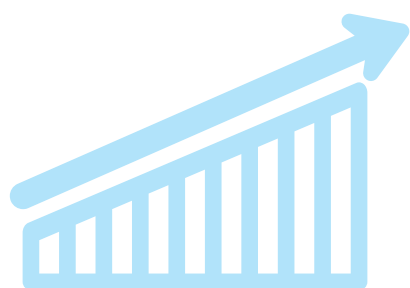
(2017年2月末現在)

259年

創業からの年数

1758年、現在のイオンの前身のひとつ「岡田屋」が三重県四日市で創業しました。以来、「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」という理念のもと、革新を続けてきました。

1758

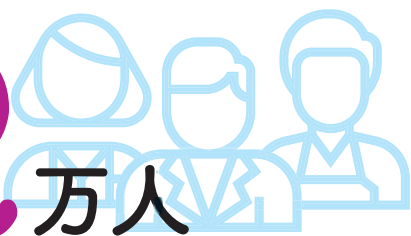


8兆2,101億円

営業収益

競争力のある企業、事業が高いシナジーを創出し、6期連続で営業収益日本小売業No.1を達成しました。また、2015年度は日本の小売業で初めて8兆円を突破しました。

52万人



グループ従業員数

イオンは日本および各国に約300社のグループ会社を有し、多様な人材が活躍しています。その価値観の違いを活かし、個々のスキルや能力が発揮されることで、一人ひとりが輝く環境づくりに注力しています。

13カ国

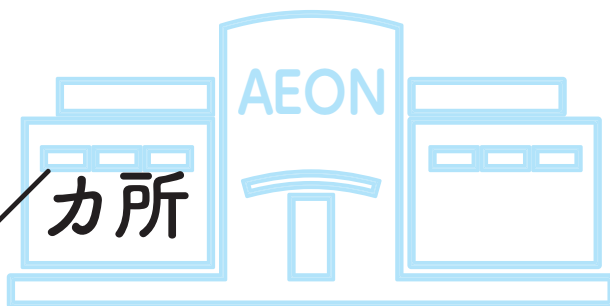


アジア展開国数

流通の近代化と生活文化の向上、平和で豊かな社会づくりに貢献したいという思いから、1984年のマレーシアを皮切りに、タイ、香港などでの事業を開始。お客さまのよりよい暮らしへの貢献を目指し、着実にアジアを中心に展開地域を拡大しています。



21,113 店舗※／カ所



店舗

イオンは、小売業を中心に7つの事業による独自のビジネスモデルで展開しています。国内外に広がるイオンの店舗は、地域のすべてのお客さまが安全・安心で快適な毎日をおくれるよう、地域に密着した新たな生活文化を提案しています。

※ 連結子会社、持分法適用関連会社

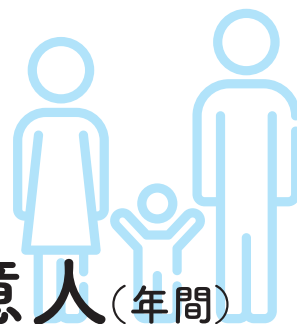
3,894 万人



イオンカード連結有効会員数

イオンでは、毎日のお買物に欠かせない決済手段として、1981年より金融事業をスタート。「イオンカード」の連結有効会員数は約3,894万人となり、日本をはじめ、アジア各国で会員数を伸ばしています。

12 億人(年間)



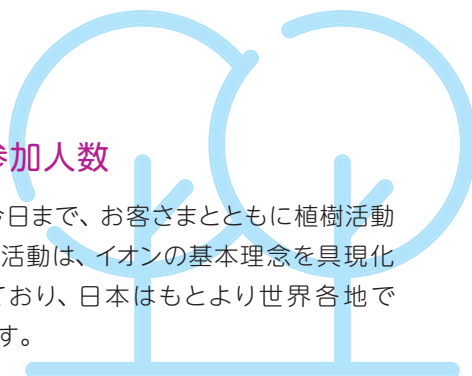
国内イオンモール来店客数

イオンは1969年、国内でいち早くショッピングセンターの開発に着手しました。これまで培ってきたノウハウを活かしながら、多くの地域でお客さまの豊かなくらしを実現しています。

1,144 万本
114 万人

植樹本数／延べ参加人数

イオンは1991年より今日まで、お客さまとともに植樹活動を継続しています。この活動は、イオンの基本理念を具現化する活動と位置づけており、日本はもとより世界各地で積極的に推進しています。



VALUE CREATION MODEL

私たちイオンは、「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」という基本理念のもと、「持続可能な社会の実現」と「グループの成長」の両立を目指しています。それを実現することが、日々のいのちとくらしを「夢のある未来」に変えていくことにつながるとの信念によるものです。

その推進に向けて、すべての根幹となる基本理念のもと、サステナブルな経営方針を基軸にして、社会課題に対応しながら事業戦略と財務戦略の両輪で中期経営計画を実行し、グループシナジー創出へとつなげます。そしてイオンは、絶えず革新し続ける企業集団として、歩みを止めることなく価値創造を実現していきます。

グループ・事業の
さらなる成長

環境変化へ適合
マクロ環境／法規制

環境課題

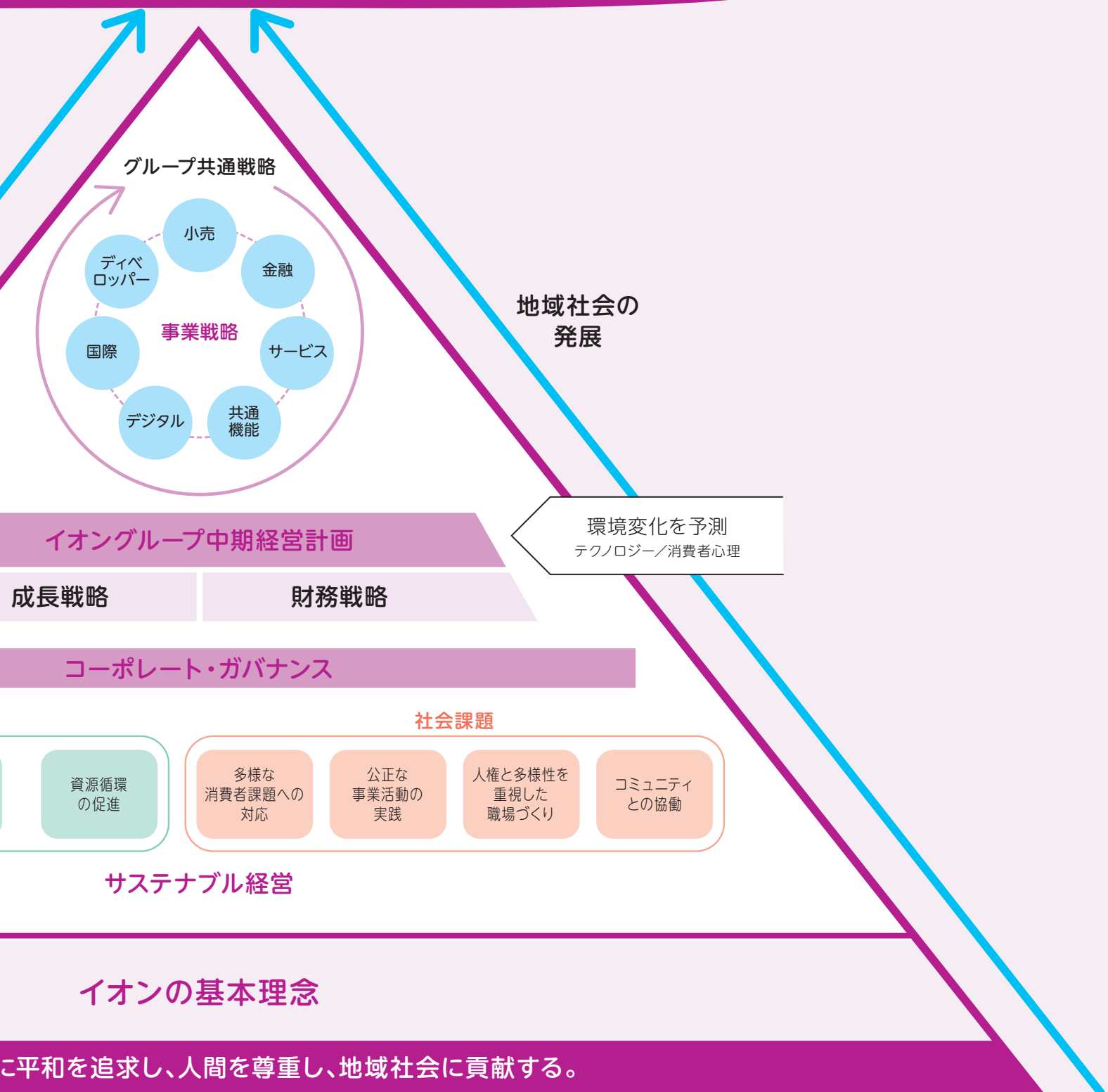
低炭素社会
の実現

生物多様性
の保全

お客さまを原点に



2025年を見据えた 夢のある未来へ

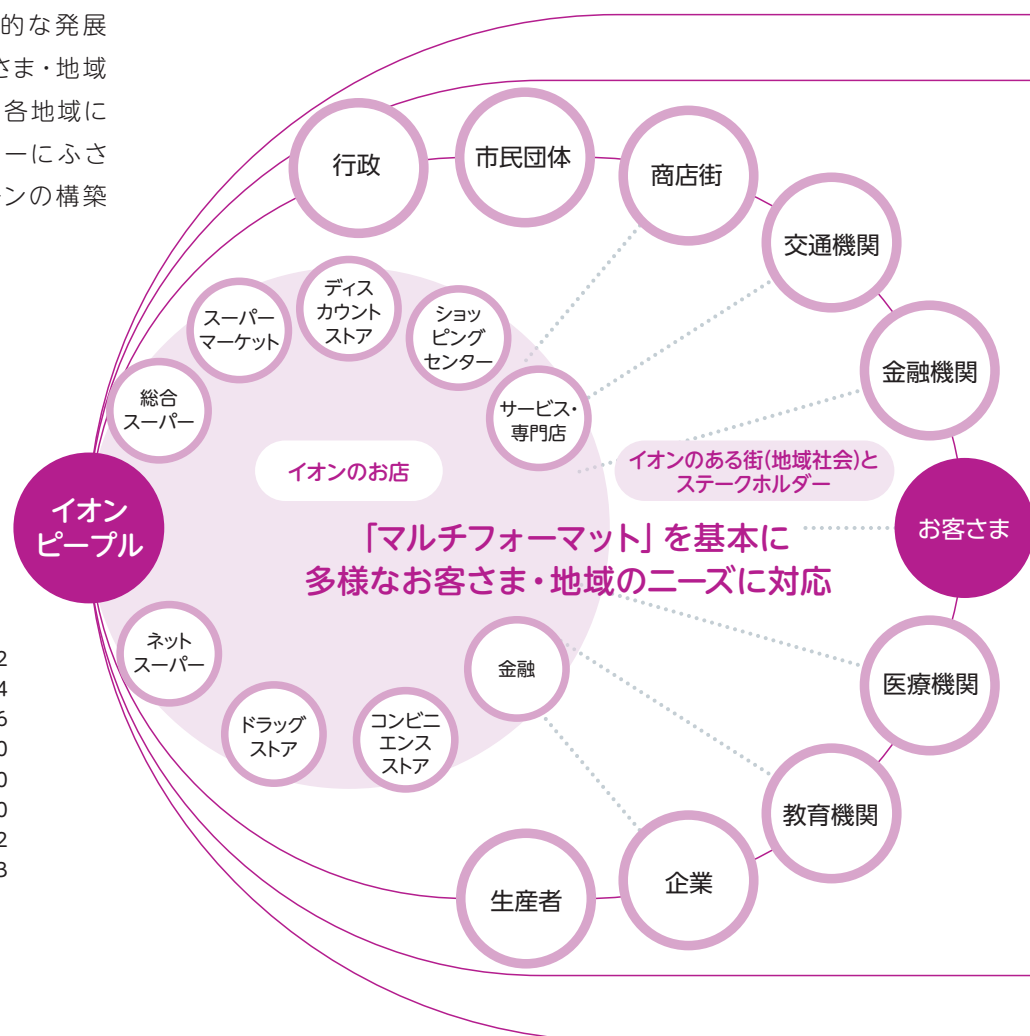


VALUE CREATION OVERVIEW

イオンでは、地域社会の持続的な発展に貢献するべく、多様なお客さま・地域のニーズに対応するとともに、各地域において、アジアNo.1リテラーにふさわしい責任あるバリューチェーンの構築を推進しています。

「イオン行動規範」など 企業行動指針に 則って事業を推進

・イオンの基本理念	P.2
・イオン行動規範	P.54
・コーポレートガバナンス基本方針	P.46
・イオン サステナビリティ基本方針	P.70
・イオン人事の基本理念	P.130
・イオンの人権基本方針	P.130
・ダイバーシティ推進	P.132
・イオン個人情報保護方針	P.53



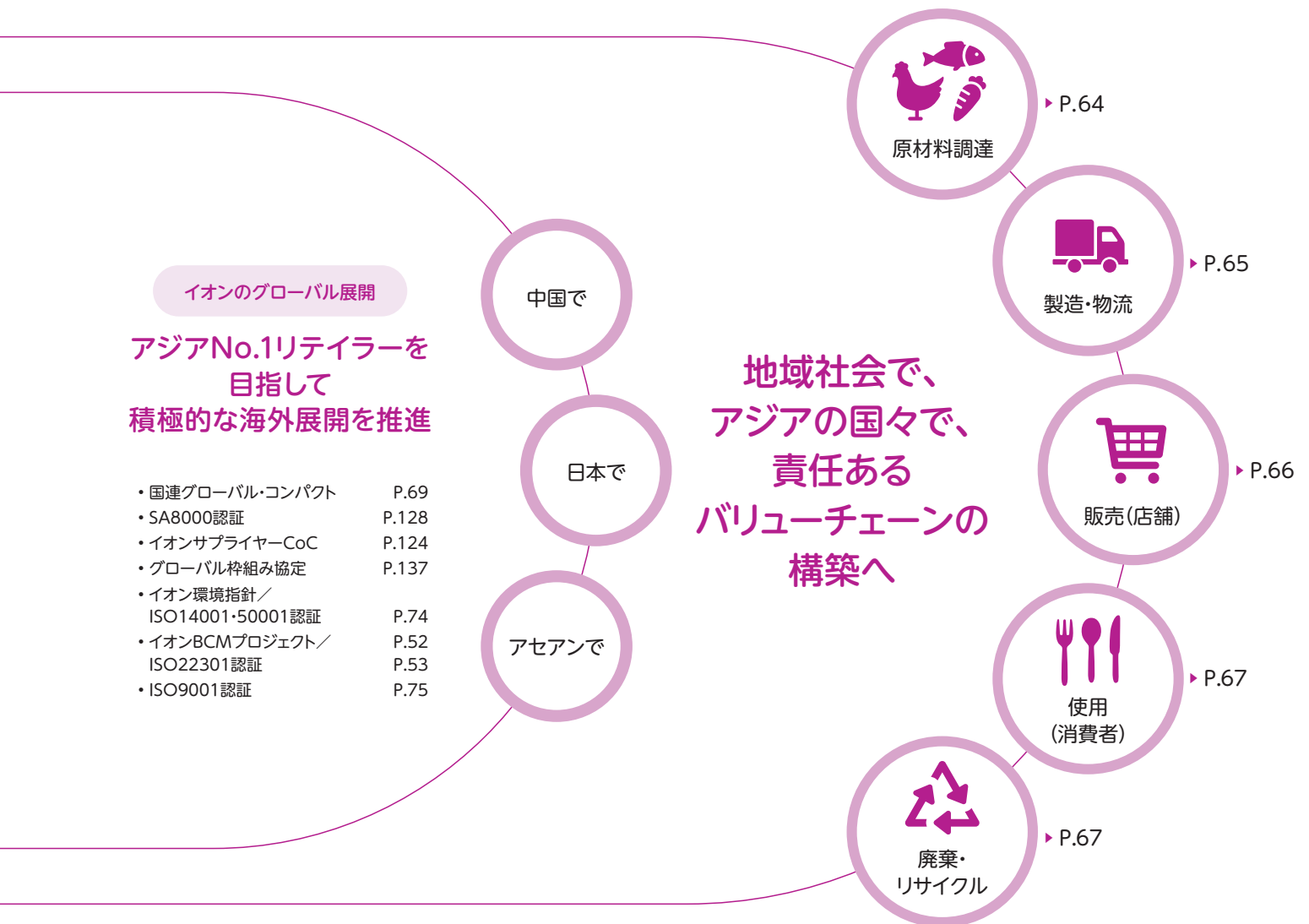
地域の人々とともに サステナブルな社会の実現へ

・イオン 森の循環プログラム	P.98	・公益財団法人イオンワンパーセントクラブ	P.154
・にぎわい東北／イオン心をつなぐプロジェクト	P.150	・公益財団法人イオン環境財団	P.158
・イオン社会福祉基金	P.144		

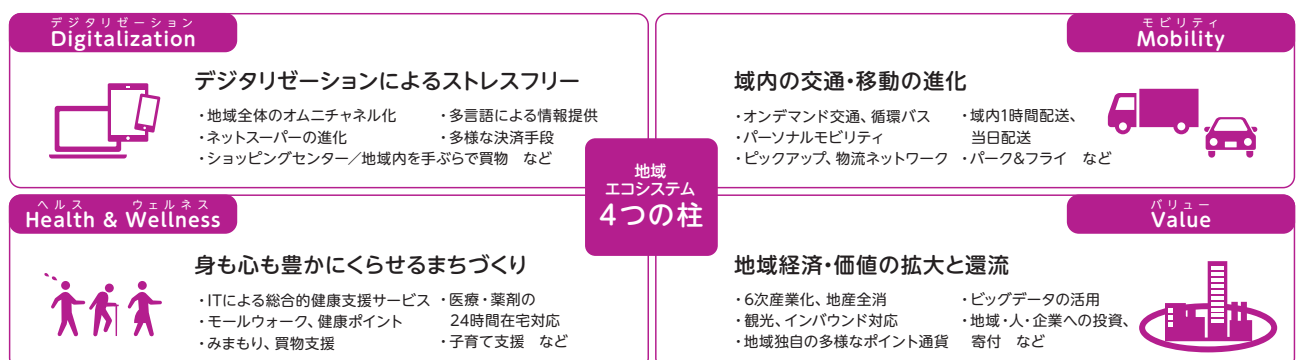
デジタル時代における 地域の皆さまの 新しい価値観に応え、 新たな地域発展を目指す 「地域エコシステム」構築を開始

2016年4月、イオンは、基本理念に基づき「小売業は地域産業」という考えの具現化のひとつとして「地域エコシステム」の構築に向けた取り組みを開始しました。同取り組みは、地域の皆さまや行政、企業などさまざまなメンバーと一体となって地域が抱える「課題」を解消しながら「魅力」や「競争力」を共創していく活動です。「デジタルリゼーション」「ヘルス&ウェルネス」「モビリティ」「バリュー」をキーワードに、地域社会の持続的な発展を実現する生活・産業プラットフォームの構築を目指します。

イオンの本社がある千葉市を皮切りに同市の未来都市実証特区において、さまざまな新しい取り組みに地域・行政と一体となって挑戦しています。



エリアごとに「地域エコシステム」の輪を広げ、
地域社会の発展・明るい未来の創造に寄与していきます。



OUR STRENGTH

小売中心の多様な事業展開で、 グループマネジメントを推進

国内外の約300社が連携し、
事業の枠を超えたスケールメリットを活かすとともに
グループシナジーを追求しています。
事業各社の成功事例はグループで水平展開し、
より大きな成果につなげています。
また、情報システム開発や経理・
会計業務などのバックオフィス機能は
グループで集約することにより
コスト削減を実現しています。



イオンのNo.1事業領域 (2016年度実績)

総合スーパー売上	食品スーパー売上	国内ショッピングセンター売上	流通系クレジットカード ショッピング取扱高
3.0兆円	2.9兆円	2,700億円	4.5兆円
ドラッグストア売上	ビル・マンション管理売上	アミューズメント施設売上	
6,230億円	2,670億円	650億円	



次代を見据えた新たな事業創造の変遷

日本国内の社会情勢	イオンの革新
1970年代 日本の消費構造の変化、 小売業の地位向上	チェーンストア確立、ショッピングセンターの開発 イオンは、小売業のビジネスの在り方そのものを見直し、継続的に革新を続けています。日本においては個人商店が主流の時代から、チェーンストアの確立を先導し、店舗・企業規模の拡大、流通の近代化を推進しました。さらには、急速に進展するモータリゼーションを背景に、ワンストップショッピングを提供するショッピングセンターの開発にもいち早く着手しました。
1980年代 消費の充実、 生活水準の高度化	「新業種・新業態」の開発、東南アジアへの展開 1980年代は、バブル経済の到来により生活スタイルが変化し、市場が急速に拡大していきました。イオンはその流れを受け、コンビニエンス事業を手がけるとともに、次々と専門店事業を開発。さらに、決済手段を提供する金融事業に加え、日本で培った近代小売業の技術をアジアでも展開するなど、小売業を中心とした多角化経営を国内外で推進しました。
1990年代 デフレ経済の到来と 少子高齢化の加速	大型スーパーマーケットの開発、ドラッグストアの展開 1990年代に入ると、バブル経済の崩壊や大店立地法の規制緩和など小売業を取り巻く環境が激変する中、イオンは業態構造をゼロベースで再構築しました。既存店舗のスクラップ&ビルドを加速すると同時に、大型スーパーマーケット「マックスバリュ」を開発。また、少子高齢化社会の到来や健康保険制度の改正などの環境変化を踏まえドラッグストア事業の展開も推進しました。
2000年代 海外企業による日本進出 加速化と生活スタイルの 多様化	店舗拡大と合併の加速、新たな業態・電子マネーの開発 2000年代に入ると、日本企業のグローバル化とともに、海外企業の日本進出も加速化。イオンは、世界に通用する小売グループとなるべく、各地の有力小売業との合併や店舗拡大に注力しました。また、都市部での人口増加を踏まえ、都市向けの小型スーパーマーケットを開発。また、電子マネー「WAON」の導入など、お客さまの変化を見据え、さまざまな挑戦を続けました。
2010年代 グローバル化の進展と 消費環境の多様化	グローバル展開の加速、多様なニーズに応える業態の開発 2011年、イオン(株)は、アセアン本社、中国本社を設立、アジアにおいてグループ一体となりマルチフォーマットでの展開を進めました。国内ではシニア人口や単身世帯、働く女性の増加による生活スタイルの多様化に合わせ、独自のGMSモデル「イオンスタイル」を開発。さらに、フランスの冷凍食品スーパー「ピカル」、同じくフランスのオーガニックスーパー「ピオセボン」を日本で初めて展開するなど、消費環境の多様化に対応しています。



地域に根ざした サステナブル 経営

イオンは、「地域社会への貢献」を基本理念の柱に掲げています。

事業を通じて、地域社会の発展に寄与することこそが私たちの使命であると考えています。



多様な 人材を活かした 経営

イオンは「企業の最大の資産は従業員である」という考え方のもと、一貫して人材育成を重視してきました。また、多様な従業員の個々の能力や価値観を最大限経営に活かすことが企業成長につながると考えています。





グループ・事業の発展と 地域社会への貢献を両立

お客さまが感じる「幸福感(ハピネス)」という価値を、持続的に提供し続けられるよう、常に環境への配慮と地域社会の発展を願う、コーポレート・シチズンシップの精神を重視しています。

イオン 幸せの黄色いレシート
キャンペーン登録団体数

25,300団体

(2017年2月末時点)

地域密着経営の 推進

「お客さま第一」を原点に、地域ごとに異なる消費者のニーズに迅速に対応し、地域に根ざした活動や事業を展開しています。

行政との包括提携数
(道府県・政令指定都市・市町)

102件

(2017年2月末時点)

新たな地域共生のカたち 「地域エコシステム」の 構築を推進

デジタル化が進む現代社会において、地域の発展を願う行政機関や病院、大学や他の企業・施設などと連携した新たな地域共生のカたちを構築していきます。

「ご当地WAON」累計寄付額総額

9億8,400万円

(2017年2月末時点)

企業の歴史は 合併の歴史

1969年のジャスコ誕生以来、「商業を通じて、地域社会に奉仕しよう」という同じ志を持つ企業と「心と心の合併」を重ね、互いの企業文化を尊重ながら発展してきました。



オーナーシップを育む 教育制度

「従業員に対する最大の福祉は教育である」という考えのもと、次世代の経営人材育成機関「イオンDNA伝承大学」を開校するなど、あらゆるキャリアステージに応じた従業員教育に取り組んでいます。

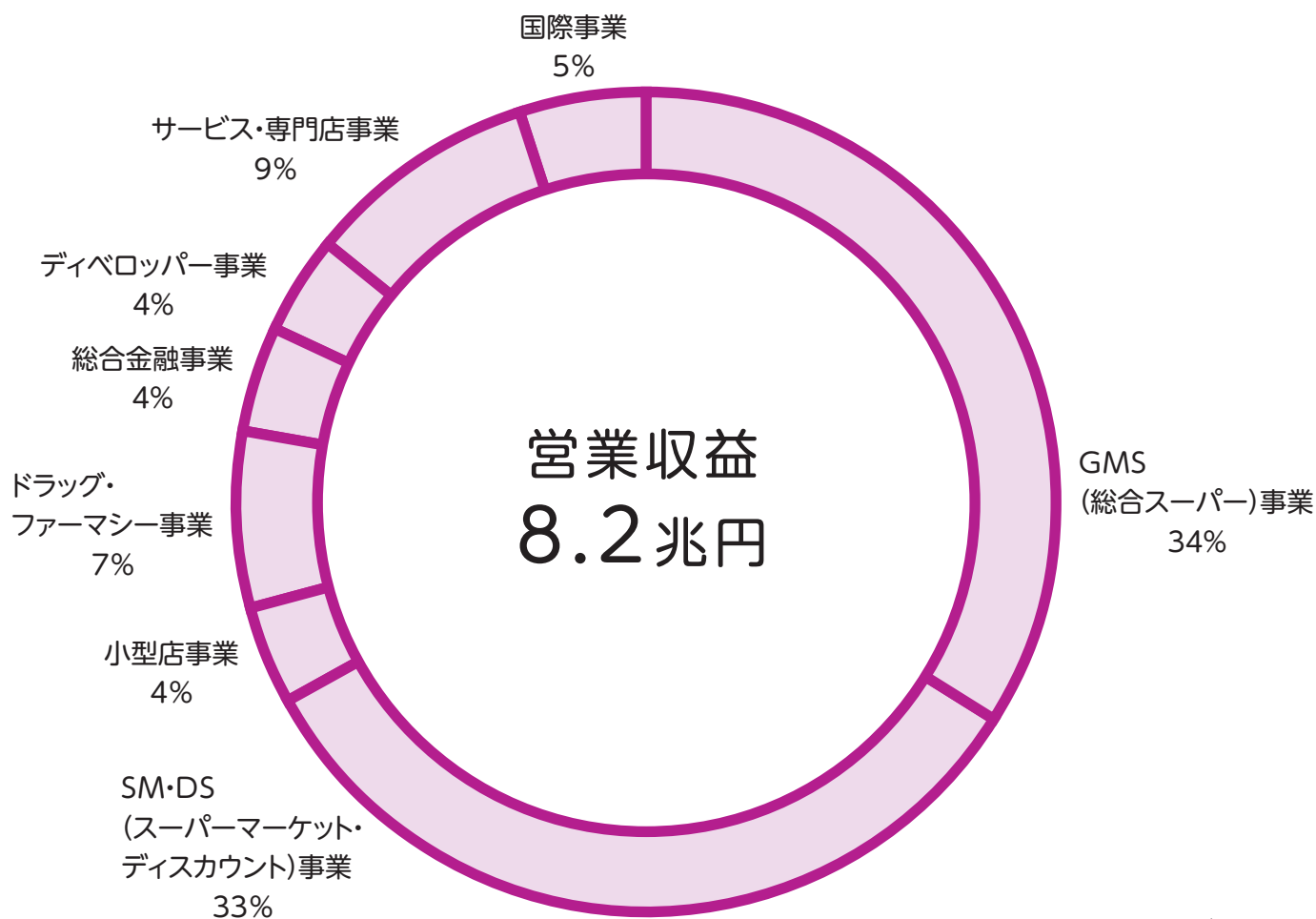


多様性を活かした 人材活用

機会均等と公正の原則を貫きながら、国籍、性別、学歴、年齢を問わない実力主義、能力主義をベースとした人事制度の精神を大切にしています。



BUSINESS OVERVIEW



※2016年度実績ベース・事業セグメント



GMS(総合スーパー) 事業※

専門性の高い品揃えとサービスで、お客さまの衣食住をサポートする総合スーパーを展開しています。



SM・DS(スーパーマーケット・ディスカウント) 事業※

地域に密着したスーパーマーケット・ディスカウントストア・小型店を展開。食品を中心に、毎日の暮らしに欠かせない商品の品揃えとサービスの充実を図っています。



ドラッグ・ファーマシー事業

地域の皆さまの健康をサポートするドラッグストア・調剤薬局を展開。医薬品をはじめ、健康食品や日用品など、品揃えの充実に加え、在宅調剤などのサービス拡充に取り組んでいます。



総合金融事業

クレジットカード、銀行、保険、電子マネー「WAON」を連携させた小売業発の総合金融サービスを提供。アジア各国においても、クレジット事業などを展開しています。



ディベロッパー事業

日本およびアジア各国で地域と共生するショッピングモールを開発・運営。グループ各事業と連携しながら、時代や社会のニーズに合わせ、サービス・施設の充実を図っています。



サービス・専門店事業

毎日の生活を一層便利で快適にするサービスの提供と、お客さまの幅広いニーズに応える多彩なジャンルの専門店を展開しています。



国際事業

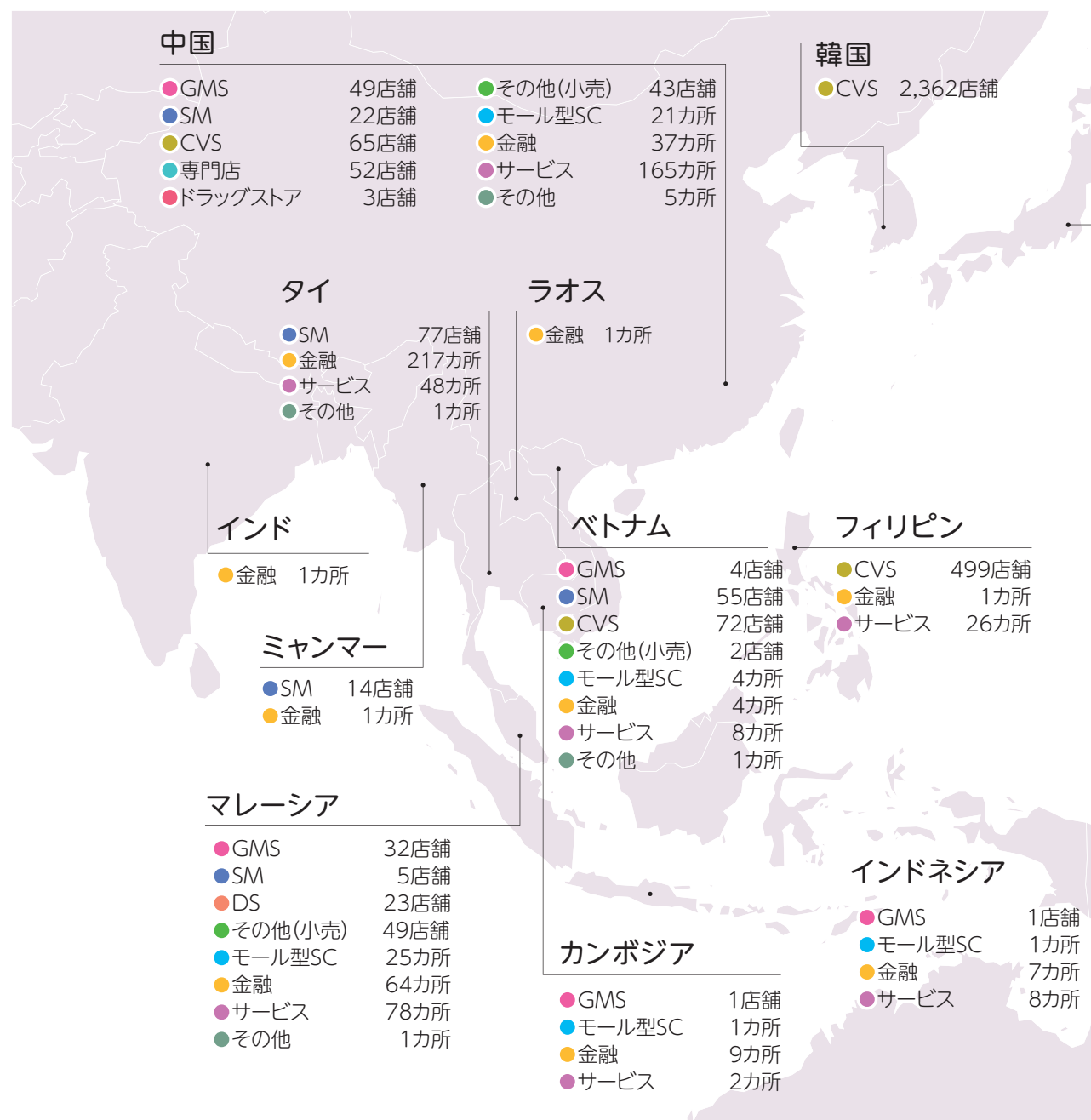
中国・アセアン各国において、総合スーパー、スーパーマーケット、ディスカウントストアなどを展開。国・地域で異なるライフスタイルに合わせた商品・サービスを提供しています。

※報告セグメントの変更などに関する事項

2017年度第1四半期連結会計期間より、事業セグメントの区分方法を見直し、「SM(スーパーマーケット)・DS(ディスカウントストア)」および「小型店」事業を統合し「SM」事業とするとともに、従来「その他」に含めていた「デジタル」事業を「GMS(総合スーパー)」事業に統合しました。また、主な事業会社の変動として、従来「小型店」事業に含めていたオリジン東秀株式会社は、「GMS」事業との親和性を考慮し「GMS」事業に変更しています。

GLOBAL EXPANSION

連結子会社、持分法適用関連会社の店舗および駐在員事務所の数



● GMS(総合スーパー)	626店舗	● SM(スーパーマーケット)	2,129店舗	● DS(ディスカウントストア)	566店舗
● HC(ホームセンター)	119店舗	● CVS(コンビニエンスストア)	5,261店舗	● 専門店	4,352店舗
● ドラッグストア	3,980店舗 ^{※1}	● その他(小売)	883店舗	● モール型SC(ショッピングセンター)	303カ所 ^{※2}
● NSC(近隣型ショッピングセンター)	175カ所 ^{※3}	● 金融	705カ所	● サービス	2,005カ所
● その他	9カ所				

※1 友好連携会社を含む

※2 名称が「イオンモール」のSCに加え、総賃貸面積20,000㎡以上のものを含む

※3 名称が「イオンタウン」のNSC

合計 **21,113** 店舗／カ所
(2017年2月末現在)

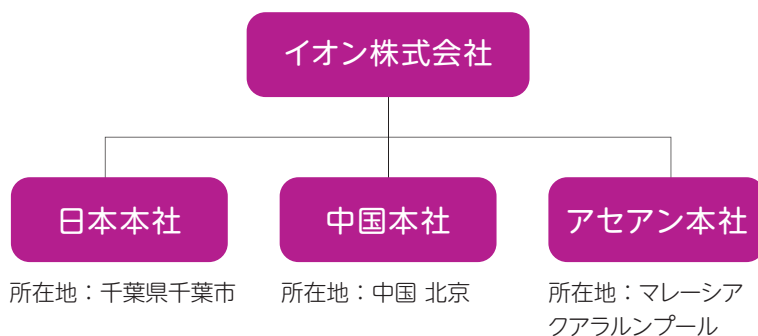
3本社体制

日本

●GMS	539店舗
●SM	1,956店舗
●DS	543店舗
●HC	119店舗
●CVS	2,263店舗
●専門店	4,300店舗
●ドラッグストア	3,977店舗
●その他(小売)	789店舗
●モール型SC	251カ所
●NSC	175カ所
●金融	363カ所
●サービス	1,670カ所

オーストラリア

●その他 1カ所



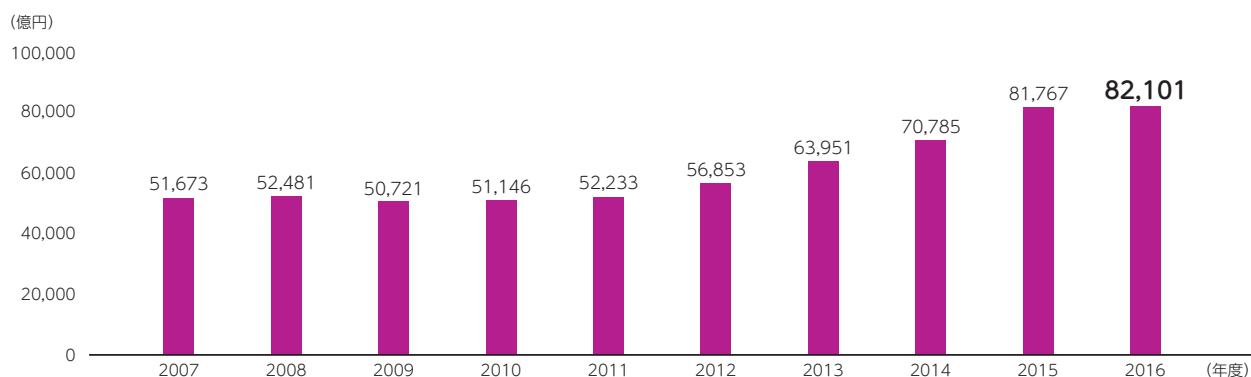
中国・アセアン地域におけるイオンの主な歩み

1985年	ジャスコストアーズ(香港)を設立(現 イオンストアーズ香港)
1985年	マレーシア・タイに海外1号店をオープン
1987年	中国(香港)に1号店をオープン
1991年	「イオン ふるさとの森づくり」スタート 1号店はジャヤ・ジャスコストアーズ マラッカ店(現 イオンマラッカSC)
1996年	中国本土に1号店をオープン
1998年	中国「万里の長城・森の再生プロジェクト」 1回目の植樹を実施(現 (公財)イオン環境財団)
2001年	アジア地域での「学校建設支援事業」をカンボジアからスタート (現 (公財)イオンワンパーセントクラブ)
2002年	アセアン地域各国での植樹活動をカンボジアからスタート ～ (現 (公財)イオン環境財団)
2011年	アセアン本社を設立
2011年	中国本社を設立
2012年	マレーシアで「イオン チアーズクラブ」活動開始
2012年	中国で「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」開始
2014年	ベトナム1号店、カンボジア1号店を出店
2014年	中国で「イオン チアーズクラブ」活動開始
2015年	インドネシア1号店を出店
2015年	タイ、カンボジアで「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」開始
2016年	ミャンマーで、スーパーマーケット事業を開始

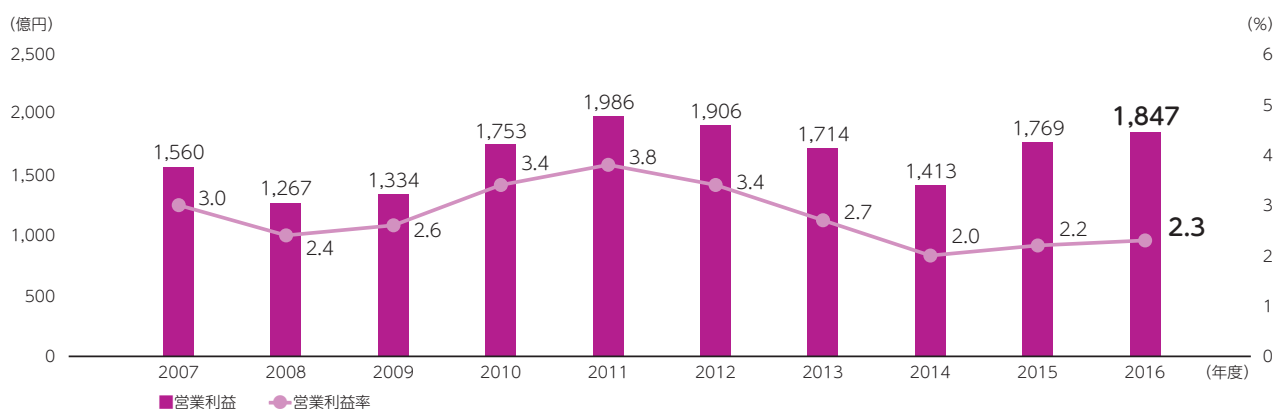
HIGHLIGHTS

財務ハイライト

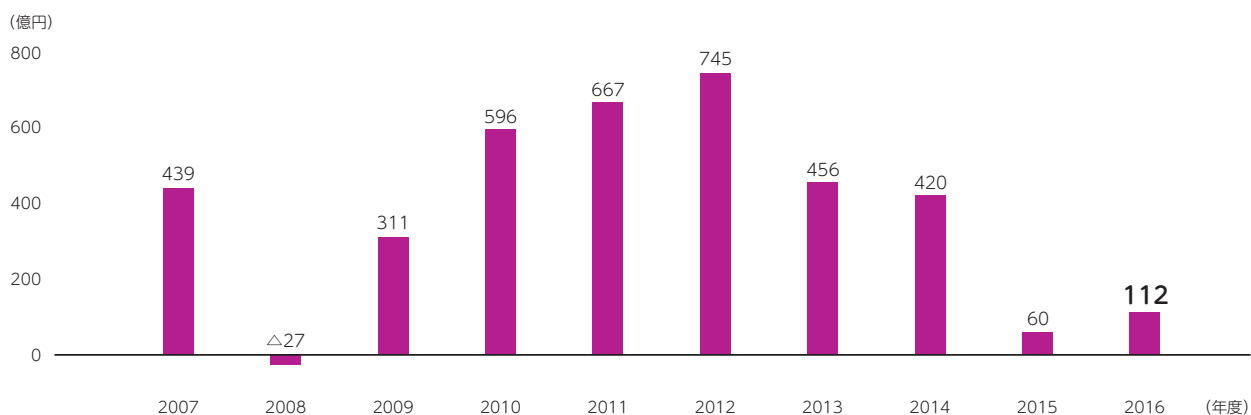
営業収益



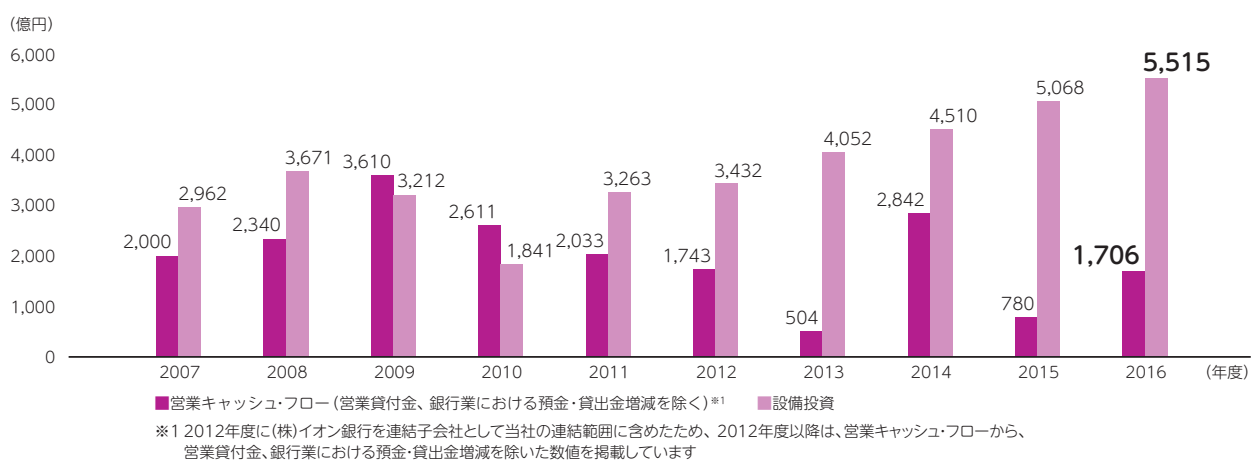
営業利益／営業利益率



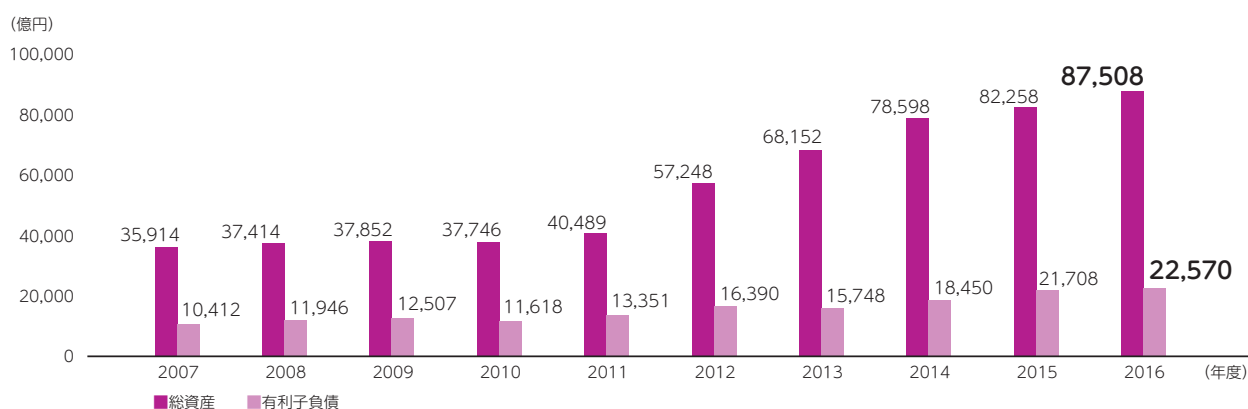
親会社株主に帰属する当期純利益



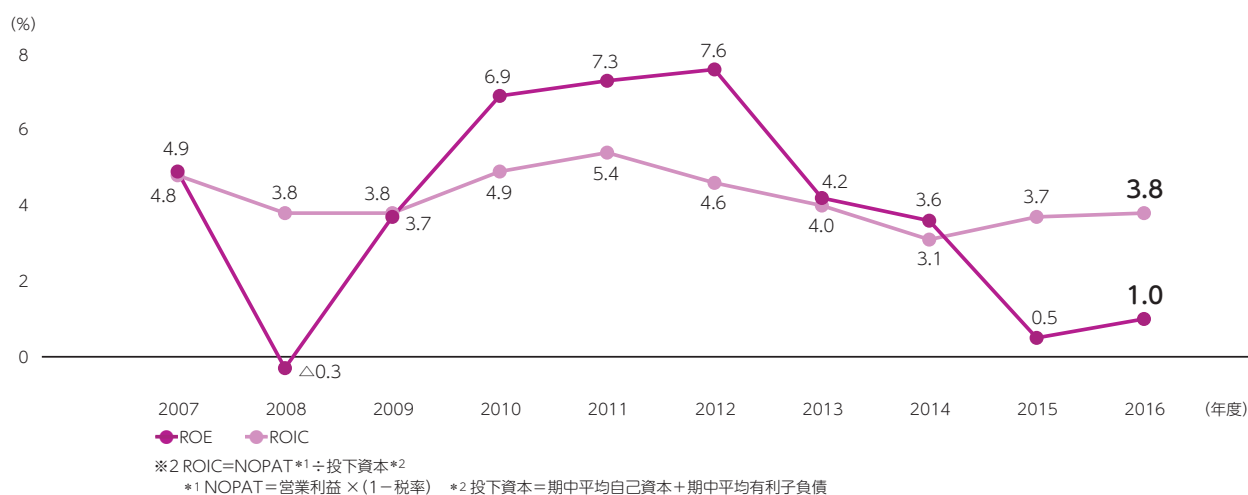
営業キャッシュ・フロー(営業貸付金、銀行業における預金・貸出金増減を除く)^{※1}／設備投資



総資産／有利子負債

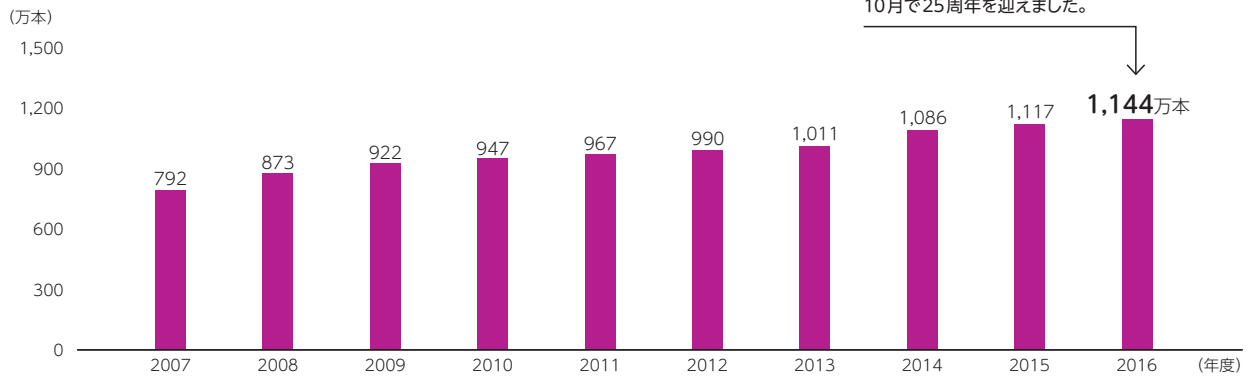


ROE／ROIC^{※2}

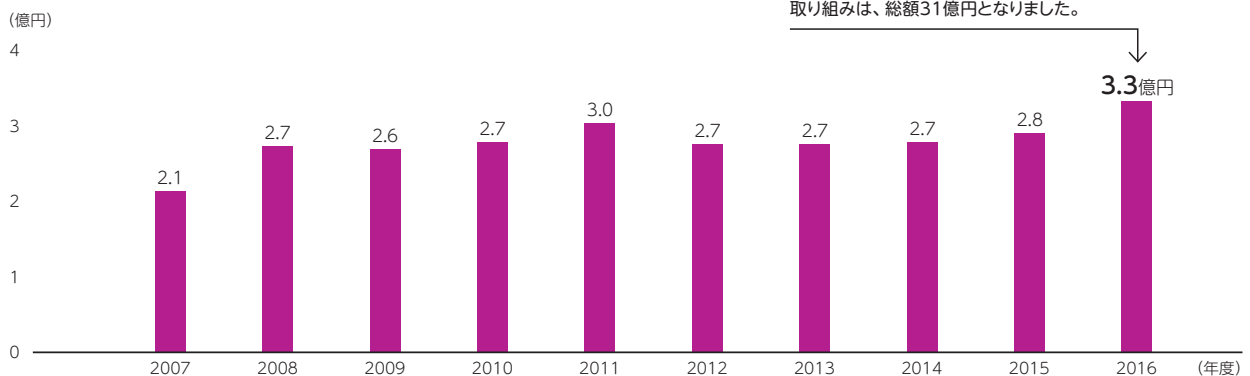


非財務ハイライト

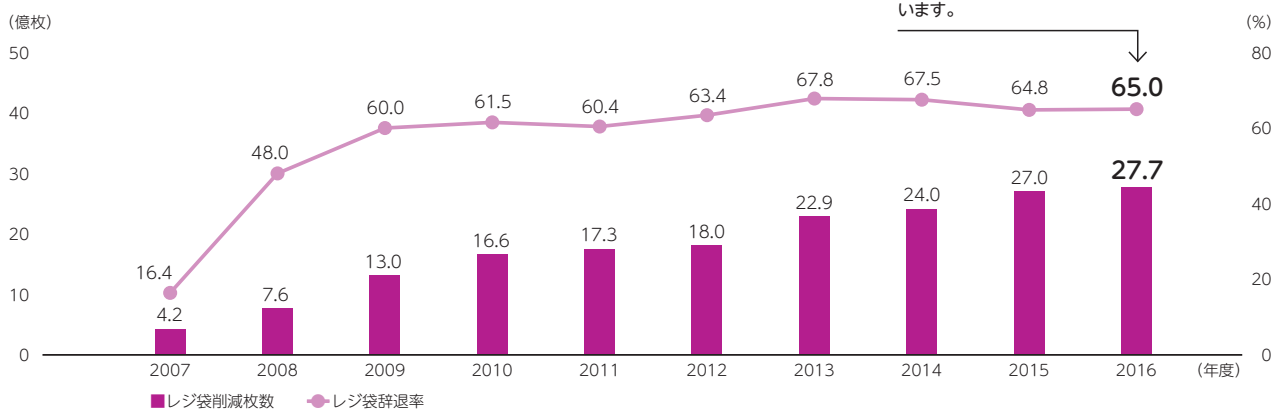
植樹累計本数 (P.80参照)



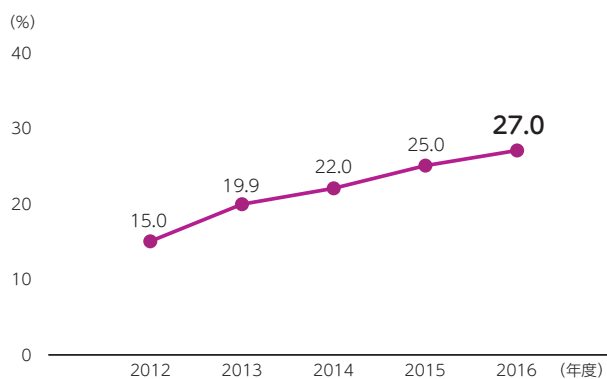
イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン贈呈金額 (P.142参照)



レジ袋削減枚数／レジ袋辞退率 (P.107参照)



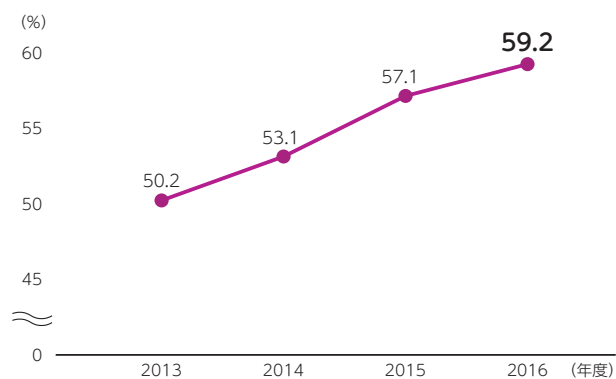
エネルギー使用量削減率(原単位)^{※1、2} (P.86参照)



※1 熱量÷延床面積

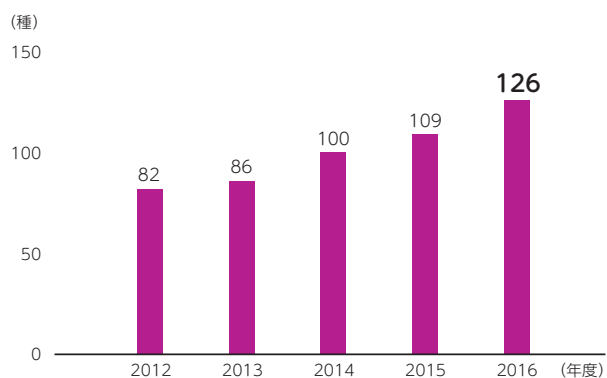
※2 2020年度に2010年度比(2.783GJ/m²)50%削減を目標とする

食品廃棄物再生等利用率[※] (P.105参照)

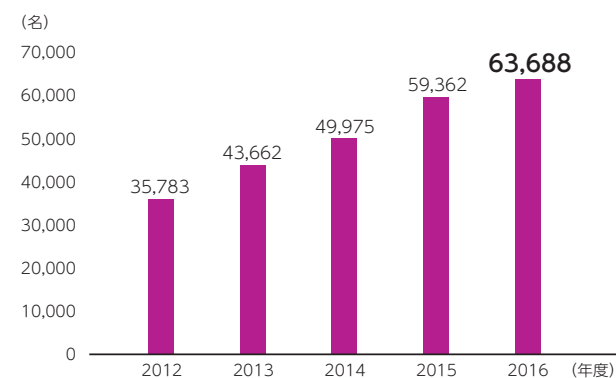


※ 食品リサイクル法で定められている再生利用等実施率試算式より算出

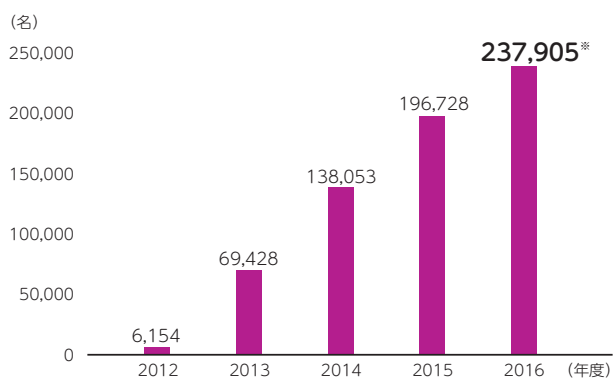
ご当地WAON種類累計数 (P.142参照)



認知症サポーター累計人数 (P.120参照)

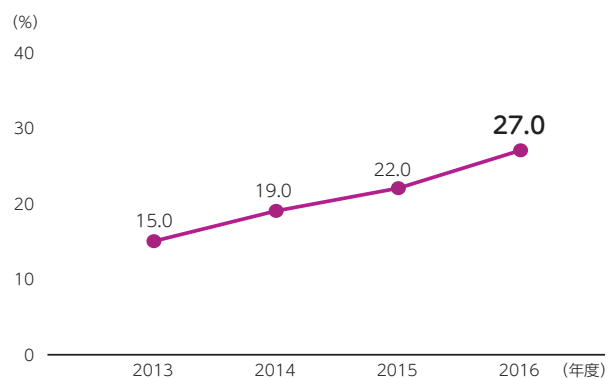


東日本大震災被災地ボランティア累計人数 (P.151参照)



※ 「イオン未来共創プログラム」ボランティア3,100人含む

女性管理職比率 (P.132参照)



OUR STRATEGY





イオンの戦略

トップメッセージ	24
CFOメッセージ	26
イオングループ中期経営計画 (2017年度～2019年度)	28
中期経営計画の初年度	32
イオンリテールとダイエーの収益構造改革を完遂	
イオンの商品に対する考え方	38
コーポレート・ガバナンス	40

お客さまの幸福感を追求する、 真のグローバルリテイラーへ

取締役 代表執行役社長／グループCEO
岡田 元也

イオンは、前身のひとつである岡田屋の創業から260年、そして小売業の近代化を目指して誕生したジャスコ(株)の設立50周年を目前に控えています。これら節目を前に、このたびイオンとして初の統合報告書を発刊する運びとなりました。

イオンの理念の原点、「お客さま第一」を追求

私たちはいつの時代も、「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」というゆるぎない基本理念のもと、「お客さま第一」の姿勢を貫いてきました。時代のニーズや環境変化に合わせ、リスクを恐れることなく挑戦する、この変革への挑戦こそ創業より受け継いできたイオンの企業風土です。

飛躍的な成長に向けて、絶えず革新を続ける

今、世界では地政学的なリスクや人口動態の変化、さらにはITをはじめとする技術革新により、これまでの常識では考えられなかったようなスピードで、非常に大きな環境変化が生じています。こうした変化によりお客さまにおいても、単なる物質的な充足にとどまらず、

精神的な心の満足に価値を見出すようになるなど、小売業を取り巻く経営環境も激変しています。この激動の時代だからこそ、私たちは数年先ではなく、より長期的な視点に立ったグループ経営の在り方を考えなければなりません。将来起こりうるさまざまな変化を予測し、過去の成功体験を打ち破り、真に生活者の“幸福感”を実現するグループへとトランスフォーム(変容)していきます。それぞれの地域・事業におけるNo.1企業の集合体へと革新を図ることで、イオンは2025年には世界の小売業トップ10として、名実ともにグローバルリテイラーとなることを目指します。

グループの成長と社会の発展の両立を目指す 「サステナブル経営」

「心身ともに健やかでありたい」「地域に根ざして心穏やかにくらしたい」というニーズが高まる一方、地域社会に目を転じると環境破壊や、労働者不足の問題、経済的な地域格差など、さまざまな課題を抱えており、課題解決に向け企業の果たす役割の重要性はますます高まっています。こうしたお客さまや地域社会が抱く期待に応えるべく、イオンはこれまでも地球規模の課題



解決に向けグループ一体となって取り組んできました。イオンは21世紀を見据え、1989年、イオングループ1%クラブ^{※1}を、翌1990年にはイオングループ環境財団^{※2}を設立。長期的な視点に立ち、企業市民として環境・社会貢献活動に取り組み、今日に至るまで継続しています。

さらに、農産物や水産物など生き物の恵みなしには事業活動は成り立たないとの認識のもと、生態系を健全に守る取り組みについても、イオンは業界に先駆けて率先して取り組んできました。2010年に「イオン生物多様性方針」を策定し、自然の恵みや資源を守り、維持すべく、生態系の保全にさまざまな形で取り組むことを発表。2011年には「イオンサステナビリティ基本方針」を策定、その取り組みを一層強化すべく本年4月には「イオン持続可能な調達方針」と目標を発表し、自然・生態系・社会と調和がとれ、持続可能で国際的な基準に則った調達を行うことを表明しています。

一方、私たちの重要な資産である従業員にとっても、またお取引先さまも含めたすべてのステークホルダーにとっても、「健康」であることは幸福を追求するうえでの大前提であると考えています。そこでイオン(株)は、2004年、日本の小売業として初めて、国連の「グローバル・

コンパクト」への参加を表明。「イオンサプライヤー CoC」の制定や人権や労働環境に関する国際的な認証規格「SA8000」の取得を進めるなど、活動の輪を広げています。

心の豊かさ、心身の健やかさの実現に向けた、ヘルス&ウェルネスの取り組み

地球の未来は、私たち一人ひとりの意志とアクションにかかっています。心身の健やかさや心の豊かさといった「ヘルス&ウェルネス」の概念は、今や私たちに欠かせない要素であり、「健康」なくして幸福感の実現は成し遂げられません。お客さまのいのちとくらしを守ることがイオンの責務であるというゆるぎない決意のもと、イオンはこの「ヘルス&ウェルネス」領域におけるリーディングカンパニーとして、生活文化の提案をはじめとする新たな価値創造を追求します。

そして、企業の成長と社会の発展の両輪を同時に達成しながら、長期的、持続的な視野に立ち、豊かな未来の創造に全力で取り組んでいきます。

※1 現 公益財団法人イオンワンパーセントクラブ

※2 現 公益財団法人イオン環境財団

革新的な財務戦略を実施し、
グループのさらなる成長を目指します。

取締役 執行役副社長
財務・経営管理担当
山下 昭典



前例のない新しい挑戦を続けてきた イオンの革新的なDNAを次世代につなげる

イオンでは、企業価値の向上に向けて中長期的な視野を持ち、資産と負債のバランスを取りながら利益を生む体質を構築することを財務戦略の根幹としています。他社にはないイオンの財務戦略の大きな特徴としては、「大黒柱に車をつけよ」という岡田屋(イオンの前身企業のひとつ)の家訓がDNAとして脈々と受け継がれていることが挙げられます。店の屋台骨を支える大黒柱に車をつけるがごとく、時代やお客さまの変化に応じて革新を続ける。この思想をベースにしてきたからこそ、成長に向けた資金調達戦略、不動産戦略、資金決済において、日本初・業界初といった、前例のない財務上の取り組みを数多く実績として残してくることができたと捉えています。

資金決済の取り組みとしては、クレジット取引、ファームバンキングなど、常に業界に先駆けたモデルを取り入れてきました。今では一般的となりましたが、企業と銀行間を通信回線で結び各種データの処理を行うファームバンキングは、イオンが流通業界で初めて導入したものであり、公共料金の自動引き落としも業界に先駆けて導入するなど、イオンは資金決済業務の効率を飛躍的

に改善しました。また、資金調達においても、1974年の株式上場以来、その時々における財務規律に合致した調達方法を自ら開発してきました。2005年には20年債を起債し、2006年には、日本の事業会社としては初めて、償還期間が50年の超長期となるハイブリッド債を発行しました。この起債以降も、証券会社とともにイオン独自の調達手法に取り組んできており、ハイブリッド市場をつくってきたのは私たちイオンであるという自負を持っています。さらに2000年、SPC(特別目的会社)を活用した開発型証券化による新規出店を行ったのも日本初の試みでした。

このような新しい価値を生み出すDNAを私たちは受け継いでおり、私たちは絶えず挑戦と革新の試みを続けています。そして、このDNAを残し、次代の成長につなげていくことも私のミッションのひとつと考えています。

店舗開発と財務戦略の一体化によって 成長を生み出す

資産と負債のバランスを取りながら利益を生む体質を構築するという、イオンの基本的財務戦略(具体的には、小売を中心とするイオンにおいて、在庫の回転とキャッシュ

の回転、すなわち、回転差資金を基準にしながら、不動産などの有形固定資産と固定負債のバランスをとって、成長戦略に資するという財務戦略)において、不動産戦略や投資戦略は重要な役割を担っています。財務規律を維持しながら、成長に向けた出店を維持していくため、イオンでは店舗開発と財務戦略が表裏一体となった活動を行い、開発部門と財務部門は常に密接かつ連携的なコミュニケーションを図っています。

店舗の出店方式は、土地も建物も自己資金、土地は借地で建物は自己資金、土地も建物もオールリースといった3つに分かれます。イオンでは、古くから出店する地域・市場の特性に合わせて、この3タイプのバランスを開発案件ごとに精査・検討しながら、全体のキャッシュマネジメントを実践してきました。現在では、イオンモールがディベロッパー機能を主に担っていますが、基本的な考え方は以前と同様です。2013年には、イオンリート投資法人が上場し、イオングループの資金調達手段の多様化を実現することができました。これにより、物件の価値を向上させる活性化投資を計画的に行い、長期的に店舗の競争力を高める仕組みも構築できたと考えています。

さらなる成長に向けてグループのガバナンスを強化

イオンは各エリアの有力企業と合併(M&A)を重ねることで成長してきましたが、合併で大切なのは双方のコミュニケーションと価値観の融合、すなわち「心と心の合併」だと考えます。私自身も(株)ヤオハンや(株)マイカルの再生に向けて、先陣を切って取り組んできました。イオン流を押しつけるのではなく、実際にそこで会社を動かす従業員一人ひとりの価値観を尊重し、融合していかなければ、真の意味での合併は成し遂げられません。当時の再生にあたった企業の従業員たちとは、今でも戦友のような絆を感じています。

こうしたさまざまな取り組みを通じて、現在、イオンの事業は多様化し、事業ごとにキャッシュの流れも異なりながら、その展開地域はグローバルに拡大しています。今後、ますます企業グループ全体のガバナンス、モニタリングが重要になっていく中、ホールディングスの財務としては、経営という視点で、事業内容の細部にわたる状況把握が必要です。再生途上にある事業や、ホールディ

ングスの支援が必要な新規設立したばかりの事業への対応を強化し、グループ構造改革を推進します。

そして、これらのガバナンスを維持し、グループ各社の財務戦略を推進していくためには、何より人材の開発・育成が鍵となります。各国・各地の資金需要や規制などにも精通する人材、また各社CFOの育成にも我々は最大限力を注ぎます。

グループガバナンスの強化を通じて 収益基盤の拡充とシナジーの創出を目指す

現在、従前から取り組んできたグループ構造改革により、多様な事業が利益を生み出せる体制が整っています。ホールディングスとしてのガバナンスをさらに強化し、現在取り組んでいるGMS・SM事業の収益構造改革を成功させます。そして、連結当期利益水準を高めると同時に、資産効率の改善により最適な資本構成を実現することでROEの向上を図ります。

グループ全体の収益基盤のさらなる拡充に向け、GMS事業の活性化投資や、SM・ディスカウント事業などの成長事業への投資を強化します。それと同時に、IT・物流基盤などへの投資によりグループシナジーを着実に創出することで、利益拡大に努めていきます。

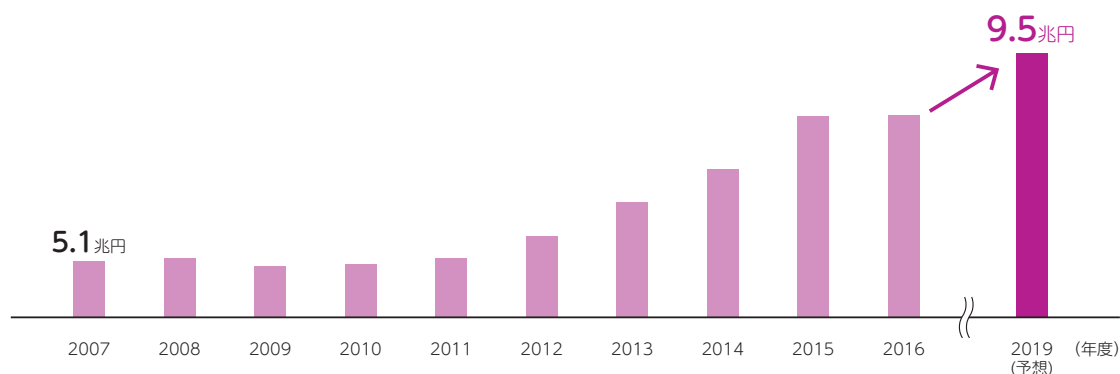
資源の最適配分の考えのもと、成長分野への重点投資配分と投資効率の改善を進めるとともに、グループ内資金の効率化や在庫水準の適切な管理によりキャッシュ・フローを改善し、有利子負債をコントロールすることが重要だと考えています。特に在庫効率については、グループ各社による平均在庫金額、在庫日数の管理強化により回転差資金を改善しキャッシュ・フローを創出します。

株主還元方針については、中長期的な成長による企業価値向上と利益還元のバランスの最適化を図ることを重点政策と位置づけています。株主の皆さまから預かりした資本に対していかに報いるかという視点に立ち、「前年以上を維持しつつ、連結配当性向30%以上」を目標とする配当政策に加え、お買物特典などの株主優待制度による還元策も継続的に実行します。

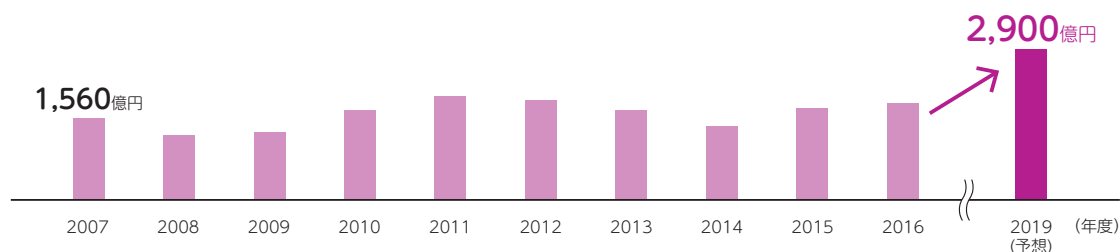
イオングループ中期経営計画 (2017年度～2019年度)

10カ年の推移と中期経営計画最終年度目標数値

営業収益



営業利益



利益成長の軌道回復に向け、
2025年に目指すべき姿から経営計画を再構築していきます。

環境分析と中期経営計画における策定背景

イオンは、2020年以降の環境変化を見据え、将来にわたる持続的な成長を実現すべく、「イオングループ中期経営計画(2017年度～2019年度)」を策定しました。

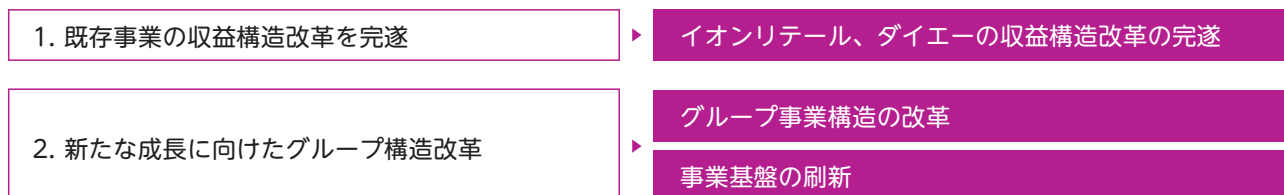
この策定の背景として、業績を振り返ると、過去順調に業容を拡大してきました。前中期経営計画(2014年度～2016年度)の真中の2015年度には、日本の小売業で初めて営業収益8兆円超を達成しました。一方、イオンの各事業を取り巻く経営環境のみならず、全世界がパラダイムシフトの最中にある現在、これに適切に対応し一層の成長機会を見出していく必要があります。新中期経営計画では、事業構造改革を含めた根本的な改革に着手し、テクノロジーの進歩や価値観の多様化により変化するお客さまのご要望に対応できる企業体へと進化することを中核に考えています。

小売業界でも、いくつもの大きな変化が始まってい

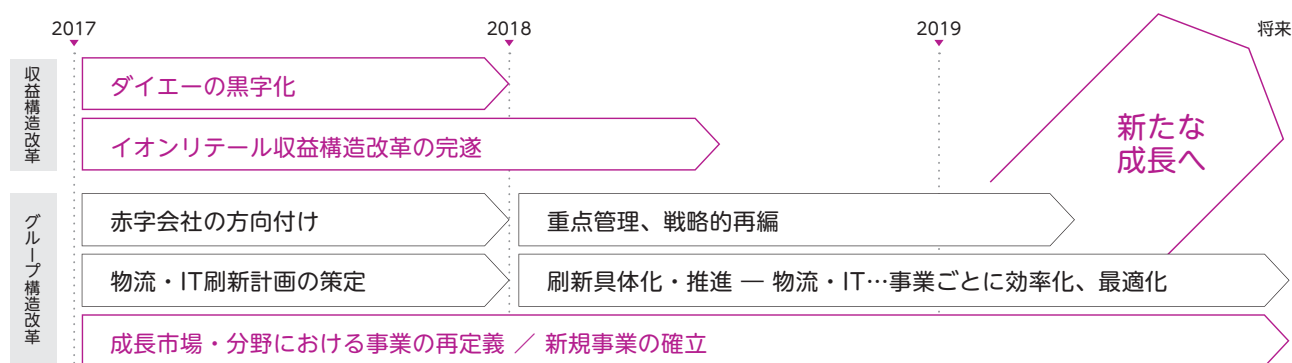
ます。例えば、近年、欧米のディスカウントストアが変化してきています。これまで、余剰商品などを大量に仕入れることによって低価格を実現していましたが、現在では品質は維持しながら余分な機能・装飾を排除したり品種を限ることで低価格を実現しています。所得の高い低いにかかわらずディスカウントストアが利用されるようになっており、こだわり消費と節約消費という二極消費の中で成長性を見出しています。このほか、テクノロジーの飛躍的進化により、実店舗とオンラインショップの境界もなくなりつつあります。

このように社会・経済環境が大きく変化する中、その足元の変化にとらわれるのではなく、目線を少し先に置き、2025年に見出す社会環境、そこに生活する消費者に対し、イオンは企業グループとしてどうあるべきかを検討しなければならないと考えました。つまり、前中期経営計画を引き継ぐ延長線上にある中期経営計画では、今後の中長期的な成長は実現できないと捉えています。

中期経営計画の主要改革



中期経営計画のロードマップ



そこでイオンは、直近の3カ年の計画をいったん公表すると同時に、2025年にどういう姿になりたいのか、いかに差別化を図るべきかをあらためて明確に描く議論を進めていくこととしました。

2017年度～2019年度の3カ年における取り組み

中期経営計画は、2025年に目指す姿へ向けての第1段階として位置づけ、「既存事業の収益構造改革の完遂」と「新たな成長に向けたグループ構造改革」の2つを軸とし、グループ全体の事業構造を大きく進化させ、高い収益を実現できる体質へと変革させていきます。

既存事業の改革においては、イオンリテール(株)ならびに(株)ダイエーの収益改善に力を注ぎます。これまでも、重複事業の再編、共通インフラの相互活用などの実行に伴い、目に見える成果を上げてきましたが、投資効率と収益性の劇的な改善を果たす必要があります。

まず、イオングループの成長においてイオンリテール(株)、(株)ダイエーの収益回復は、第一に解決すべき課題と認識しており、確実に収益構造改革を完遂させます(詳細はP.32～37をご参照ください)。

さらに、新たな成長に向けたグループ構造改革は、この3カ年においてグローバル水準の規模と収益性を有する「真のグローバルリタイラーへの進化」に向けた基盤固めであり、その主要な取り組みとして、グループ事業構造の改革と事業基盤の刷新を行っていきます。

グループ事業構造の改革では、それぞれの地域・事業において、No.1を目指していくことが重要だと認識しています。既存事業の再定義と事業分野の見直しを推進し、グループ企業の統合・分割・再編を一層加速させることで激しい競争を勝ち抜いていける適切な規模を実現し、高収益体質へと生まれ変わります。また、他社にはない独自のプライベートブランド商品の開発により差別化を図るほか、Eコマースの比率を大きく引き上げます。さらに、成長分野での事業を確立

グループ事業構造の改革

それぞれの地域・事業においてNo.1を目指す企業の集合体へと変革

1. 既存事業の再定義・事業分野の見直し
2. グループ企業の統合・分割・再編
3. 地域を軸に規模の優位性と地域密着を両立
4. ディベロッパー、総合金融、ドラッグ・ファーマシー事業のさらなる進化・革新
5. 「エンターテインメント」「ウエルネス」「ヘルスケア」をはじめとするサービス分野・市場における取り組みの強化
6. グループの新たな収益の柱としてのディスカウント事業の確立
7. 赤字企業の戦略的整理・統廃合

すべく、ディスカウント事業を新たな収益の柱として育てていくとともに、消費におけるサービス支出の高まりに応じ、サービス分野・市場における取り組みも強化していきます。消費者の関心がますます高まる「ヘルス&ウエルネス」分野では、未病・予防領域での商品、サービスの拡充に努めます。

「事業基盤の刷新」については、事業別に収益を最大化できるIT・物流・サプライチェーンマネジメント基盤とともに、アジア域内でお客さまが求める商品を自由自在に供給できる体制を構築していく計画です。ITや物流、サプライチェーンは、顧客利便性の向上やコスト面において競争力の源泉として、過去にないほど重要性を増しています。そのため、従来の枠組みからは完全に脱却し、将来の環境変化を見据えたインフラ構築を目指します。IT改革については、「お客さま」「店舗」「商品」「後方支援」「デジタル」「物流」の6項目を改革領域として捉え、AIを活用したシステムを整備するなど、3カ年でグループ成長を支えるIT基盤に

刷新していきます。物流改革については、「調達・在庫」「センター・物流網再編」「センター・店舗オペレーション」「プロセスセンター・カミサリー」の4項目を改革領域とし、それぞれプロジェクトチームを立ち上げ、生産・物流から店舗オペレーションまでのサプライチェーン全体の改革を実行していきます。そのうえで、共通部分においてはグループ共通基盤を整備し、グループシナジーを追求していきます。

2025年に向けて

2025年にイオンが実現したい目指すべき姿は、小売業におけるグローバルトップ10です。今後は、競合する企業が小売業だけでなくオンライン企業、サービス企業などとボーダーレス化し、業界構造の変化が加速度的に進むと予想されます。そうした環境の中、イオンは「2025年の目指すべき姿」をより具体的に描き、現中期経営計画の3カ年で事業の再定義を行っていく考えです。

事業基盤の刷新



営業収益や利益率などの数値目標においても、グローバルトップ10にふさわしいものになります。

一方で、こうした姿を実現していくには、3カ年計画に加えて、組織風土の大改革が不可欠だと考えます。前中期経営計画で未達部分が少なからずあり、これは完遂する企業風土が弱かったことも原因だと捉えています。今後は、目標に対し、グループの資産を活用し、すべての力を結集して完遂する文化をあらためて醸成していきます。

目指すべき姿を検討するにあたっては、社会や地球環境に対していかに貢献していくかも、企業グループの存続意義が問われる重要な課題です。これまでのイオンの経営を振り返ってみても、社会課題への対応は本業による取り組みとイコールであると考えています。例えば、イオンのブランド「トップバリュ」においては、他社に先駆け環境に配慮した商品開発に取り組み、今後も展開を加速させていく考えです。

また、イオンが今後、さらに社会に貢献していくた

めには、多様化するお客さまを起点に、地域や生活における新たなパラダイムに対応した企業集団になっていくことが不可欠だと考えています。その取り組みの一環として、私たちは2016年から「地域エコシステム」の実証実験をスタートさせました。これは、デジタル時代に対応してイオンが有している施設や商品、サービスと医療や行政、市民団体、企業などが連携し、地域に住む方々の新しい価値観に答えるとともに、そこに住むことの価値を高める地域発展の新たな枠組みです。幕張・稲毛地区から実験を開始していますが、千葉市をはじめ、近隣住民の方々などから高い評価をいただいております。今後、医療機関との連携や地域通貨構想などを核に、各地に水平展開すべく検討を進めていきます。

このように、2025年に向けた目指すべき姿をしっかりと定義し、グループ丸となって改革に取り組んでいきます。そして、革新し続ける企業集団として、この改革を成し遂げる所存です。

イオンリテールとダイエーの収益構造改革を完遂

これまで推進してきた改革

AEON

イオン



daiei

ダイエー



重複事業の
再編・統合

共通インフラの
相互活用

PB・会員カードの
統廃合

共同販促の
実施

今後の重点テーマ

売上高の拡大

新規出店、既存店のリニューアル

荒利率の改善

商品構成の見直し
大型ユニット ホームコーディの全国展開(イオンリテール)

営業総利益の改善

空床率の改善等による家賃収入の改善

販売管理費の削減

販促費の見通し・働き方改革による人件費削減
システム統合(ダイエー)

中期経営計画3カ年において完遂させ、安定的に利益を創出できる事業構造へ



2013年8月の(株)ダイエー(以下、ダイエー)連結子会社化以降、日々ダイエーの店舗をご利用いただくお客さまの期待にお応えするため、グループのノウハウを最大限に活用し、ダイエーの事業構造改革を推進してきました。まずは、収益性改善に向けてイオンと重複する専門店事業の再編・統合や両社が保有する資産(共通インフラ)の相互活用、イオンのブランド「トップバリュ」の導入などの施策を実施してきました。また、ダイエーが有する会員カードから、「イオンカード」や「WAON POINTカード」への集約やスケールメリットを活用した商品調達、各地に点在する物流拠点を活用したサプライチェーンの効率化などを進め、ダイエーの競争力の向上とともに、グループ各社においてもメリットを享受できる仕組みや体制づくりを戦略的に進めてきました。

ダイエーの特長は、大都市圏に数多く店舗を有する都市型スーパーマーケットである点です。連結子会社以来行ってきた改革では、ダイエーが従前より強みとしていた食品分野に特化したスーパーマーケット事業に集中するとともにエリアとしては、北海道・名古屋・九州の店舗運営をイオン各社へ承継し、首都圏・京阪神地域の店舗に経営資源を集中させてきました。新中期経営計画においては、2017年度の黒字化を目指して、業態改革、商品改革、構造改革の3つの改革を進めて

いきます。業態改革においては、すでに新業態「イオンフードスタイルストア」へとリニューアルを進めており、お客さまのニーズに対応した新たなサービス、売場を展開しています。これからもダイエーの魅力を最大化させながら、店舗の活性化と収益改善を強力に押し進めます。

一方、イオンリテール(株)は、お客さまの多様なライフスタイルやニーズに対応した「イオンスタイル」店舗や、急速に市場が拡大するシニアマーケットに対応する「G.Gストア」の開発を進めるなど、2015年度より本格的なGMS改革に取り組んできました。2017年度は、改革の3年目として、これまでの取り組みをより深化させるべく、お客さま本位の商品分類と地域密着経営をさらに推進していきます。お客さまの生活シーンやライフスタイルを基軸として、衣料や住居余暇、食品、ヘルス&ビューティーケアなど、各分野をひとつの事業として戦えるモデルへと進化させていくとともに、地域のお客さまの多様なニーズにすばやく対応できる組織体制とすべく、権限委譲を一層進めていきます。

2017年度からの中期経営計画では、グループ収益の中で大きなウエイト占めるイオンリテール(株)、ダイエーの収益構造改革を完遂していくことで、グループの連結営業業績の改善を図ります。

イオンリテール改革

イオンならではの新しい挑戦を重ね、 持続的な成長を実現

新たな成長フェーズへー中期経営計画

イオンの中核企業のひとつイオンリテール(株)は、これまで、衣・食・住すべてが揃う総合スーパー(GMS)を展開し、お客さまに便利で楽しいお買物環境を提供してきました。しかし、時代の変化とともに、お客さまのライフスタイルや価値観も大きく様変わりしています。その変化に合わせてこれまでのやり方を見直し、持続的な成長を実現するために新たな分野への挑戦を進めています。

1

イオンスタイルの推進

全国画一的な店舗フォーマットから、より地域のお客さまに最適な商品・サービスを提供できるよう、進化させた「イオンスタイル」店舗を2017年2月時点で37店舗を展開しており、2019年までに90店舗まで増やす計画です。

2

新規事業への挑戦

お客さまの嗜好の変化への対応とテクノロジーの進化を見据え、専門性の高い新たな事業領域への挑戦も試みています。

3

収益構造改革の推進

内部環境・外部環境のさまざまな変化に伴い、投資配分のバランスの見直しを進めています。

飲食の領域への挑戦

単身世帯の増加や、女性の社会進出などにより、家庭での飲食スタイルは大きく変化しています。それに対応して開発を進めているのが、デリ(惣菜)をはじめとする中食^{*}です。特に、お買物をしたその場で食べられる「ここdeデリ」(=ここで食べよう+デリ)は、イオンの資産(場所・商品・機能)を最大限活用できる新しい飲食スタイルであり、成長戦略の一つとして取り組んでいます。2017年にオープンした「イオンスタイル神戸南」「イオンスタイルumie」「イオンスタイル新浦安MONA」では、大型のイートインコーナーを備え、サラダや惣菜・パスタといった自社開発の飲食店舗を揃え、ワイン等のアルコール飲料も手軽に楽しめるようになっています。これらは、その場で食べるから新鮮で安全、早くてスマート、そしてお手頃価格で食べられるという、今の

イオンスタイルの進化

「イオンスタイル」とは、専門性の高いこだわりの品揃え・売場を「ユニット」としてまとめ、そのユニットの集合体を各地域に合わせて編集し、商品提案や接客から売場設計・店舗開発までを追求した、イオンならではの新たな店舗のことです。店舗それぞれが各地域のお客さまに最適な売場を実現するため、商品の仕入れなども店舗が決定することにより、これまでの画一的な売場から脱却し、他社との差別化を図っています。





時代に即した取り組みです。これをさらに進化させるため、食品配送センターの増設、店内作業の効率化やメニュー開発に向けた研究センターを稼働させています。

※ 総菜や市販の弁当など調理された食品を購入して持ち帰り、家庭で食べる食事スタイルのこと

シニアシフト

イオンは「シニアシフト」を推進するうえで、人生で最上の世代である“G.G(グランド・ジェネレーション)”のお客さまに、毎日を豊かにする「モノ」「コト」を提案する「G.Gストア」の開発を進めています。

その第1号店「イオン葛西店」では、早朝から体操や卓球、囲碁といった「朝活」を楽しんでいただくとともに、個食化・健康志向に応じた品揃え、さらには地域の皆さまが集うコミュニティの場を創出するなど、シニア層だけでなく幅広い年齢層のお客さまから高い評価をいただいています。今後も「G.Gストア」の開発を推進し、2025年までに全国100店舗以上を「G.Gストア」にする計画です。

地域密着経営の実現

地域ごとのお客さまのニーズに迅速に対応していくため、地域カンパニー制を導入し、権限委譲を行っています。全国6つのエリアに分類した各カンパニーが、地域特性に合わせた品揃え、売価設定、採用、そして店舗改装などを主体的に実行し、地域密着経営を進めています。

2015年度、柔軟かつ迅速な経営体制を実現するため、本社機能をスリム化する一方、各エリア組織や店舗の人材、権限、機能を強化しました。そして2017年度、これまでの衣食住別のラインの壁を取り払い、お客さまの生活シーンやライフスタイルを基軸とした、18の商品分類を設定しました。これによって、お客さまのご要望にきめ細かく、かつ迅速に応えることができ、エリアごとの競争力を高めるだけでなく、収益性の改善を実現できる体制となりました。

専門性の高いこだわりの売場(ユニット)

○ HOME COORDY (ホームコーディ)

性別・年齢を問わず、シンプルで飽きのこないデザインで「長く」使えるホームファッション商品の専門店。高品質でどれを組み合わせても調和がとれる商品をお求めやすい価格で提供します。



○ Glam Beautique (グラムビューティーク)

お客さまを応援する美と健康の拠点として、オーガニック商品や漢方、ウェルネスフーズなど幅広い品揃えと専門スキルを持つ販売員によるカウンセリングを提供します。



○ KIDS REPUBLIC (キッズリパブリック)

「みらいをつくる人を、つくりたい」がコンセプトのベビー・キッズ専門店。コト・サービスの充実、地域全体で「子どもを安心して産み育てられる場」として、地域・行政・企業の三位一体で“子育て支援サービス業”を展開します。



ダイエー改革

収益構造改革の断行と イオンフードスタイルストアへの転換で再成長へ

新中期経営計画の要諦

2015年1月にイオン(株)の完全子会社となった(株)ダイエー(以下、ダイエー)は、経営再建に向け、抜本的な改革を強力に推進してきました。2015年9月には北海道と名古屋、九州の店舗運営をイオンのグループ各社へ承継し、さらに2016年3月には関東や近畿で展開する一部店舗を承継することで、それぞれの地域で「ベストローカル」を目指す企業としての第一歩を踏み出しました。

「イオングループ中期経営計画(2017年度～2019年度)」において、ダイエーの収益構造改革の完遂は、必ず達成すべき課題であると位置づけています。ダイエーが、さらなる成長を遂げていくため、基本戦略を「選択と集中」としています。ダイエーのブランド力が強い首都圏・京阪神地域での店舗展開に経営資源を集中して、ダイエーの強みである食品を中心に事業再編を進めています。かつてGMS(総合スーパー)であった一部店舗については、食品をダイエーが担う一方、衣料品や住居余暇商品はグループ企業やテナント群で構成し、不動産収入を得つつ「食品」に経営資源を集中することで、国内No.1の「総合食品小売業」を目指していく考えです。

3つの改革の推進

この収益構造改革を推進すべく、「業態改革」「商品改革」「構造改革」の3つの改革を策定、実行していきます。

「業態改革」では、「おいしく食べて“ココロとカラダ”健康に」をスローガンとして掲げた新業態「イオンフードスタイルストア」へと店舗を進化させ、都市部にお住まいの方々のライフスタイルに合った食材や周辺商品を提供する売場づくりと商品開発を積極的に行っていきます。現在、人口構造の急激な変化に伴い、食の市場も減少しています。そこで、家庭で料理する内食だけに限らず、惣菜部門の強化に取り組むとともに、子会社であるオレンジフードコートを活用したイトインやテイクアウトでのグリル事業を本格化させていくことで、中食、さらには外食も取り込んでいく考えです。

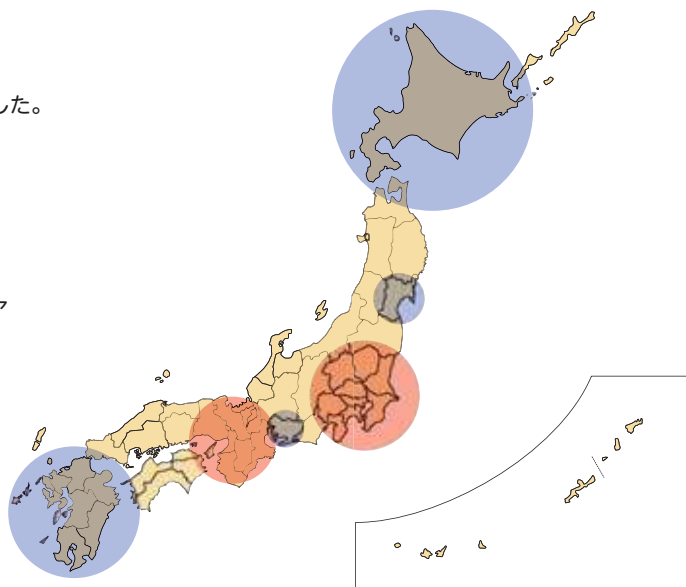
「商品改革」では、鮮度のよい商品や付加価値の高い商品をお届けできるよう、素材から加工、配送、販売まで一体となって改革に取り組んでいきます。ダイエーでは、1970年から黒毛和牛生産事業に取り組んでおり、中でも、創業時より畜産部門に特に力を入れてきたダイエーは、1970年から直営農場での黒毛和牛

国内No.1「総合食品小売業」に向けたエリア再編の推進

ダイエーは、事業領域を食品スーパーへ、エリアを首都圏、京阪神に資源を集中しました。他エリアと総合スーパー(GMS)は、グループ各社に店舗を移管しています。

※2016年3月に再編を完了

- … (株)ダイエーが担うエリア
- … (株)ダイエーから移管エリア



生産事業に着手。肥育から店頭に並ぶまでの一貫管理体制を実現し、2006年にはブランド和牛「さつま姫牛」の販売を開始しました。直営の農場では、「SQF」※認証を取得し、日本で唯一和牛生産における世界レベルの食の安全を担保しています。また、2017年、鹿児島県の繁殖農家の事業を継承し、業界初となる国産牛の繁殖事業を開始しました。これにより、和牛の安定供給を図るとともにコストの削減を実現させることで、お客さまに新たな価値を提供していきます。

「構造改革」では、食品スーパー事業に適した経営システムを構築するとともに、誰もが活躍できる企業づくりを目指し、その一環として教育投資に力を入れていきます。役員からコミュニティ社員まで、すべての教育体系を見直すほか、イオンのグループ各社との人材交流によってさらなるシナジーを生み出していきます。またIT・物流においても、イオン全体の新システム統合を行うことで、生産性の向上を図っていきます。

※ Safe Quality Food: 食の安全と品質を確保するための国際基準

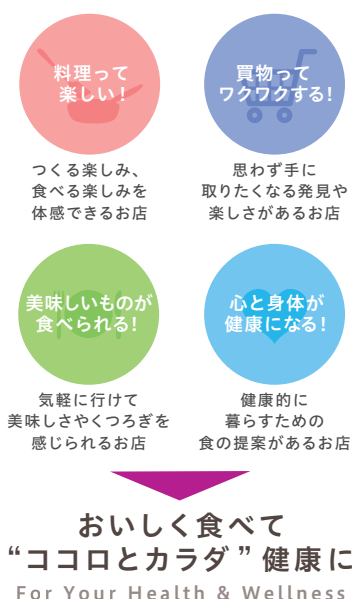
今後の成長戦略

こうした収益構造改革により、2016年度には前年度から50億円の利益改善を実現し、早期の黒字化達成を目指します。今後は、ヘルス&ウエルネスに積極的に取り組みながら「イオンフードスタイルストア」をより進化させるとともに、新規出店を再開し、首都圏と京阪神における優位性を一層強固にしていきます。

さらに、グローバルな視点も取り入れつつバランスに優れたローカライズ戦略も、着実に推し進めていきます。具体的には、地域に密着したスーパーマーケットとして、商圈500m～1km四方のお客さまの声から収集した、その地域ならではのタイムリーな重点商品の発掘・販売を週単位で展開していきます。

2017年ダイエーは、創業60周年を迎えました。今後もお客さま第一の姿勢を貫きながら、創業からのダイエーのDNAとイオンの革新のDNAをかけ合わせることで、「総合食品小売業」No.1へと進化させます。

イオンフードスタイルの提供価値



イオンの商品に対する考え方

お客さまの多様なニーズに対応すべく、革新的な取り組みを推進

徹底した「お客さま第一」を追求

イオンは創業以来、商品についても、常に「お客さま第一」を貫いてきました。充実した品揃えと、お値打ち価格で商品を提供し、お客さまにご満足いただく。そして、イオンでのお買物がお客さまにとってより便利で価値のあるものであるように、革新的な取り組みを続けています。また、このようなお客さまの消費行動における自由および権利を重視する思想のもと、既成概念や業界の常識とは一線を画した挑戦も行ってきました。それを象徴する出来事として、イオンのビール取引に関する事例が挙げられます。2012年7月、ビールの仕入れにおいて、イオンが卸売業者に対して仕入原価を下回る価格で納入を要請しているのではないか、という誤解を招きかねない報道がなされました。これは2005年、ビールメーカー（以下、メーカー）による新取引制度導入に伴い、メーカーから卸売業者への販売奨励金（リベート）が廃止されたことで、卸売業者が小売業者へ価格変更（値上げ）を要望したことに端を発します。

そもそもこの値上げ要請は、メーカーと卸売業者間の取引制度変更によるものであり、イオンは原材料高騰などお客さまにご納得いただける正当な理由のないものは、販売価格に転嫁するわけにはいかないと考えました。そこで、創業以来変わることなく「お客さま第一」を貫くイオンは、メーカーの製造工場から自社物流センターに直接商品を納品するという、当時の国内小売業ではイオンのみが有する仕組みを構築し、合理的にコストを削減するための企業努力を重ねました。それ

によりビールの価格を値上げすることなくお値打ち価格でお客さまへご提供することができました。

イオンは、2011年11月から半年に及ぶ公正取引委員会の調査を受けましたが、調査の結果、当然のことながらイオンが違反している事実はなかったことが証明されました。

これを受け、2012年8月にイオンは、「イオンの安さには、正当な理由と変わらない理念があります」という意見広告を出し、改めてお客さまへイオンの企業姿勢と安さの仕組みについてお知らせしました。

また、2017年6月の改正酒税法等により、ビールの販売価格が相次いで値上げされた際にも、イオン独自の企業努力によって主要ビールの価格を据え置き、お値打ち価格でお客さまにご提供することができました。

**イオンの安さには、
正当な理由と
変わらない理念があります。**

イオンは、創業以来変わることなく「お客さま第一」を貫いてきました。充実した品揃えと、お値打ち価格で商品を提供し、お客さまにご満足いただく。そして、イオンでのお買物がお客さまにとってより便利で価値のあるものであるように、革新的な取り組みを続けています。また、このようなお客さまの消費行動における自由および権利を重視する思想のもと、既成概念や業界の常識とは一線を画した挑戦も行ってきました。それを象徴する出来事として、イオンのビール取引に関する事例が挙げられます。2012年7月、ビールの仕入れにおいて、イオンが卸売業者に対して仕入原価を下回る価格で納入を要請しているのではないか、という誤解を招きかねない報道がなされました。これは2005年、ビールメーカー（以下、メーカー）による新取引制度導入に伴い、メーカーから卸売業者への販売奨励金（リベート）が廃止されたことで、卸売業者が小売業者へ価格変更（値上げ）を要望したことに端を発します。

そもそもこの値上げ要請は、メーカーと卸売業者間の取引制度変更によるものであり、イオンは原材料高騰などお客さまにご納得いただける正当な理由のないものは、販売価格に転嫁するわけにはいかないと考えました。そこで、創業以来変わることなく「お客さま第一」を貫くイオンは、メーカーの製造工場から自社物流センターに直接商品を納品するという、当時の国内小売業ではイオンのみが有する仕組みを構築し、合理的にコストを削減するための企業努力を重ねました。それによりビールの価格を値上げすることなくお値打ち価格でお客さまへご提供することができました。

イオンは、2011年11月から半年に及ぶ公正取引委員会の調査を受けましたが、調査の結果、当然のことながらイオンが違反している事実はなかったことが証明されました。

これを受け、2012年8月にイオンは、「イオンの安さには、正当な理由と変わらない理念があります」という意見広告を出し、改めてお客さまへイオンの企業姿勢と安さの仕組みについてお知らせしました。

また、2017年6月の改正酒税法等により、ビールの販売価格が相次いで値上げされた際にも、イオン独自の企業努力によって主要ビールの価格を据え置き、お値打ち価格でお客さまにご提供することができました。

AEON

流通業者都合によるビールの値上げに対して、応じない姿勢を示した新聞広告



お客様の声を起点とした「トップバリュ」開発

このような企業努力により、よりお値打ち価格で商品をご提供するとともに、イオンのブランド「トップバリュ」の商品開発にも力を入れています。

「トップバリュ」は“すべてはお客様のために”というイオンの思想を商品として具現化し、すべてのステークホルダーの皆さまに体験・共感していただくものと考えています。商品開発においても、継続してお客様の声を活かした開発を重視してきました。「トップバリュ」では、イオンが運営する多業態の店舗でさまざまなお客様の声が収集できること、大規模なモニター調査による結果を開発に活かせること、そしてイオンが直接問い合わせ窓口となり責任を負うことで、得られた意見をすぐに反映できる仕組みが整っていることなどが大きな強みになっています。従来のお客様の節約志向・生活防衛意識の強まりに対応し、今年の4月に続き8月にも、「トップバリュ」114品目の値下げを実施しました。値下げ対象商品は、売数・売上ともに前年同期比で大きく伸張しており、お客様から大きなご支持をいただいております。今後も小売業の使命として、合理的かつ適切な価格戦略を推進します。

一方で高齢化社会の進展に伴い、身体的健康と精神的健康の両方を重視する社会へ変化していくと予想され、お客様の日々のいのちとくらしを守るイオンが担う役割は極めて大きいものと捉えています。

この変化に適合して、「トップバリュ」は健康志向のお客様向けに「トップバリュ グリーンアイ」の商品開発を進めています。例えば、抗生物質や成長ホルモン剤などを一切使わずに育てたタスマニアビーフや、農薬や化学肥料を3年以上使用していない農地で育てた公的なオーガニック認証を受けた有機野菜、オーガニックコットン商品などが多くのお客様から支持を得ています。また、お客様が商品購入の際に気にされる添加物や原材料、成分、使用に配慮した商品シリーズであるグリーンアイ、フリーフロムの商品開発に力を入れています。

2016年11月には、食物アレルギーのご家族をお持ちのお客様の声を受け、「家族みんなで食べられる、手軽で、からだにやさしく安全な食事」をコンセプトに企画開発した、特定原材料7品目を使用しない食品「トップバリュ やさしごはん」を発売しました。現在、同シリーズでは17種類を販売しており、料理メニューのレパートリーやアレンジの幅が広がったとお客様に好評です。今後も、変化するお客様の多様なニーズに対応しながら、商品開発を進めていきます。



「トップバリュ やさしごはん」

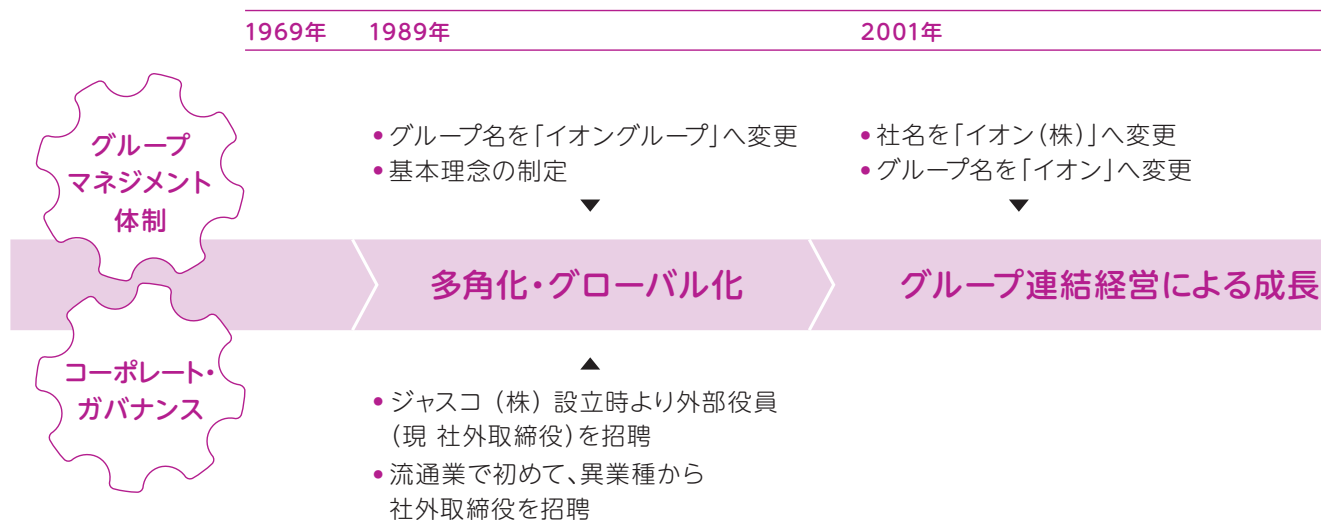
1974年に発売したカップ入りラーメン「ジェーカップ」

1973年のオイルショックは、原材料高騰を理由にメーカー側の便乗値上げを誘発するなど、小売業にも深刻な影響を与えました。カップラーメンを値上げするというメーカーからの一方的な通告に対し、当時のジャスコ(株)は「正当な理由のない値上げは受け入れられない」と抗議。販売停止に踏み切り、独自の商品開発に乗り出して、1974年に「ジェーカップ」を発売しました。従前より、当社は小売業の社会的使命は、お客様が必要とされる商品やサービスをお客様に代わって仕入れ、お値打ち価格で販売するという「消費者代位機能」を果たすことであると考えています。



コーポレート・ガバナンス

イオンのガバナンスの特徴



当社は、お客さまのニーズや競争環境の変化に応じて変革を続けるDNAを継承しながら、「グループマネジメント体制」と「コーポレート・ガバナンス」という両輪を回しながら企業経営していくことを重要視しています。

グループマネジメント体制の改革

イオンには、ジャスコ（株）設立以来、地方の有力企業と提携・合併を重ねながら、全国的なチェーン展開によるグループの規模拡大と、グループマネジメント体制の変革を進めてきた歴史があります。

ジャスコ発足以降は、提携・合併戦略のもと「連邦制経営」を推進。この体制下では、グループ経営として各社共通の課題解決に取り組むため、管理部門業務は本部で集約・効率化を図るとともに、それぞれの法人が独自に地域密着型で営業活動を展開できるよう、大幅に権限を委譲することとしました。その後、事業の多角化、国際化を進める中、1989年には、グループ戦略の大変革を掲げ、グループ名を「ジャスコグループ」から「イオングループ」に改称しました。変革時においては、各社の自主性を重んじながらも、相互にノウハウを共有し、グループ全体の成長を見据える、「ゆるやかな連帯」という形式を採りました。

2001年には、グローバルリテラーとの本格的な競争に打ち勝ち、グループ連結経営による成長を加速させるための決意を込め、「ジャスコ株式会社」から「イオン株式会社」へ社名を変更するとともに、グループ名称

も「イオン」に変更しました。さらなるグループの成長を遂げるため、グローバルとベストローカルを追求し、「絶えず革新する企業集団」として「お客さま第一」を実践することを改めて宣言しました。

2003年、事業規模が拡大していく中、委員会等設置会社への移行を機に、従来までの体制を改め事業別マネジメント体制を強化しました。また、グループの経営資源を有効活用し、企業価値の向上を目指す真の事業持株会社としての経営体制を整えました。さらに2008年には、モール型ショッピングセンターの開発や小型店事業の展開、またM&A戦略を推進する中、グループ規模の拡大と小売業を中心とした事業に多角化を進めるうえで、ホールディングスと事業会社の組織構造を明確にした「純粋持株会社」へとマネジメント体制を変革しました。

その後も「お客さま第一」「地域密着経営」「現場主義」を貫きながら、外部環境や競争環境の変化、そしてグループの事業規模に適合した経営体制の変革を進めています。これらのマネジメント体制の変革を経て、現在、総合金融事業、GMS事業、SM事業、ディベロッパー事業、ドラッグ・ファーマシー事業は国内を代表する事業規模となり、2016年度には、連結営業収益が8兆2000億円を超える企業グループへと成長を遂げました。

グループ経営の透明性を高める 企業統治体制の変革

イオンは、ジャスコ（株）設立時より、企業経営には

2003年

2008年

2009年

2016年

2017年

- 真の事業持株会社として
経営体制を構築

- 純粋持株会社へ移行

モール型SC・小型店展開・M&Aによる成長

- 委員会等設置会社へ移行
3委員会議長は社外取締役から選任

- 取締役会・3委員会の過半数を
社外取締役で構成

コーポレート ガバナンス 基本方針策定

第三者の公正な立場・視点による忌憚のない意見や視座を取り入れた「コーポレート・ガバナンス」が重要であることを認識し、外部から役員を招聘しています。

2003年4月、「株式会社の監査等に関する商法の特例に関する法律(商法特例法)」改正を機に、国内企業としてはいち早くガバナンス体制を「委員会等設置会社」へ移行しました。

「委員会等設置会社」とは、取締役会の経営の監督機能と、業務執行の機能を分離することで、グループ経営の透明性の担保と公明正大な企業経営を実現する統治体制です。イオンは、この統治体制の透明性と監督機能をさらに高めるため、法律で定められた基準を超える独自の統治体制を構築して、現在に至っています。その特徴は次のとおりです。

イオンでは、取締役会の議長は執行を行わないものとしており、さらに、「指名委員会」「報酬委員会」「監査委員会」の各議長は社外取締役としています。2009年からは取締役の過半数は社外取締役が占めており、現在は9名のうち5名が社外取締役という構成となっています。各委員会の構成も、監査委員会は委員4名全員が社外取締役となっているほか、報酬委員会、指名委員会では4名のうち3名を社外取締役とし、経営の透明性と公平性を一層高めています。

イオンの社外取締役については、「イオンの基本理念」や価値観を理解・共有いただける方、そしてイオンの経営判断上必要な分野における豊かな経験と知見を有する日本を代表する方々を選任しています。また、

当社の経営陣から独立して判断を下し、客観的な立場で経営に参画いただいています。

グループ企業のガバナンスについても、イオン(株)の監査委員会に直結した経営監査室がグループ子会社の状態を監督する体制を構築しています。グループ各社の内部監査部門は、合計約415名(2017年2月末現在)の従業員が厳格に企業経営をチェックする体制となっており、緊張感あるグループの統治体制が構築されています。

「コーポレートガバナンス基本方針」の制定

2015年6月、「コーポレートガバナンス・コード」への対応が求められる中、当社はこれをイオン独自のガバナンスをより進化させる好機と捉えました。取締役会において「イオングループが目指すべき姿はどのようなものか」といった原点に立ち返った議論を重ね、企業の在り方や企業経営とガバナンスに関する基本姿勢などを示した独自の「コーポレートガバナンス基本方針」を2016年4月に制定しました。この基本方針では、当社が創業以来培ってきた基本理念と、これまで育んできた革新のDNAを受け継ぎ、長期的な視点に立って、グループ経営を行うための基本的な考え方を示しています。



基本理念を基軸にPDCAサイクルの運用を重視し、
継続的なコーポレート・ガバナンスの強化を図ることにより、
イオンらしい経営を推進し、企業価値を高めていきます。

取締役 取締役会議長
横尾 博

ガバナンスの継続的な強化は最重要課題と捉え、 今後も先進的な取り組みを推進

イオンは創業以来、心を持った企業市民として、長期的・持続的に地域社会に貢献していくことが大切な使命であると考え「平和・人間・地域」を基軸とする「イオンの基本理念」を根幹に置いた経営を貫いてきました。経営そのものであるコーポレート・ガバナンスについても、いかに社会から信頼される組織にしていけるかを重視しており、ガバナンスの継続的な強化は最重要課題のひとつと捉えています。

こうした考えのもと、2003年5月には、会社法改正に伴い、日本企業の先駆けとして委員会等設置会社に移行しました。その構成も、取締役会の過半を社外取締役とし、社外取締役を中心とした委員会、特に監査委員会はすべて社外取締役というもので、執行

役を的確に監督・牽制できる仕組みであると考えています。執行側としても、外部から厳しい目で見ってもらうことで、自分たちは思い切った業務の遂行が可能となり、「革新し続ける企業集団」と定めるイオンの思想にも合致する体制であると思います。当該機関設計のもと、イオンは現在に至るまで、社外取締役の方々からの厳格かつ真摯な指摘・助言を活かし、ガバナンスの強化を進めているところです。

PDCAを回し、取締役会の実効性向上を図る

イオンでは、ガバナンス強化に向けて先進的に取り組んできたと自負していますが、ガバナンスには「これでよい」という正解はなく、今後においても継続的に強化を図る所存です。コーポレート・ガバナンスは、機関設計だけでなく、構築したガバナンス体制をどの

ように運営し、いかに実効性を向上させるか、すなわちPDCAサイクル^{*}の運用が重要だと考えています。

取締役会自体の実効性向上に向けては、取締役会で本質的な意義のある議論がなされることが肝要です。現在、取締役会の実効性評価として、定期的に議事内容と意見を体系的に捉えた分析を行っています。評価の方法としては、これまで社外取締役への個別ヒアリングや、社外取締役のみで実施する会議で行っていましたが、2016年度からは、さらなる実効性の充実に向け、議題に挙がらない案件や社外取締役の方々が普段感じておられることに対する個別アンケートによる調査も実施しました。

そして、ここで指摘のあった重点事項については、すでに2017年度の実効性評価として年間計画を設定しています。具体的には、グループ会社の経営監督として、予算と実績の乖離が大きい会社や新規設立会社などの重点管理会社について、経営の方向性や進捗を精緻に審議することとしたほか、次世代経営者育成の仕組み・制度の体系的な明示やIT・物流などのインフラ整備の進捗管理などが挙げられます。

また、今般公表した「イオングループ中期経営計画(2017年度～2019年度)」については、策定当初から社外取締役が参画し、戦略策定の実効性を高めてきましたが、その推進は今後のイオンの経営において重要な柱であることは間違いありません。取締役会で進捗確認を行っていき、将来的な方向性についても議論していくこととしています。

※ Plan (計画) - Do (実行) - Check (評価・分析) - Action (対策) のサイクルのこと

社外取締役の能力発揮に向けた環境整備に注力

また、こうした実効性あるガバナンスを機能させていくためには、社外取締役の方々にその見識能力を最大限に発揮していただくことが鍵となります。現在、社外取締役の方々からは非常に活発な指摘・助言をいただいております。社外取締役と社内取締役との関係についても、共通の目的を持ちながら緊張感のある、望ましい状態だと認識しています。しかし、社外取締役にとって、多様な業種・業態によって構成されているイオンの実情把握は容易ではありません。非常に膨大な情報量とはなりますが、議論のベースとなる情報を提供し続けることは極めて重要になります。

これは取締役会議長として私の大きな役割のひとつ

つとも捉えており、取締役会の議題に関連し、数多くの個別面談を実施し、議題の背景や補足事項の事前共有などを積極的に行うこととしています。

また、2017年度は新たに就任された2名の社外取締役の方には、これまでのイオンの経営の経緯や議論内容をはじめ、イオンの各事業、各企業の理解促進に努めています。具体的には、店舗に赴いての現場社員との意見交換をはじめ、海外での植樹活動へも参加いただいております。

基本理念を基軸にグループガバナンスの強化を果たし、革新を続ける

私が今後のイオンのガバナンスにおいて、重点課題だと捉えているのが、グループ企業各社のガバナンスです。イオンは約300社の企業で構成され、グループ全体のガバナンスを強化するためには、各社のガバナンスを一層充実したものとしていくことが欠かせません。グループ各社は、企業家精神を持って、自社のお客さまや地域への貢献を果たしていくことを重視し、日々の業務を行っています。その中で重要なのが、各社の経営者がイオンの考え方を体内化しイオングループの考え方を理解するとともに、全従業員が常に基本理念に基づいた行動をとっていくことです。

現在、私自身が率先し、主要グループ会社の監査役が集まる会議の招集をはじめ、機会あるごとにグループ会社に足を運び、事例とともにイオンの経営の考え方や問題意識について共有・議論しています。昨年策定した「コーポレートガバナンス基本方針」は、私たちが目指す企業の在り方や経営思想を定義したものであることから、こうした議論の場においても非常に有効活用しています。今後も積極的に「コーポレートガバナンス基本方針」に掲げる考え方をベースにしながら、グループガバナンスの強化に努めていきます。

私たちの経営は、基本理念が根底にあるからこそ、イオンらしく、革新を続けられるものと考えています。今後も、変化し続けるお客さまのニーズや社会の課題に対応しながら、一層の貢献を果たしていくため、取締役会の実効性を高め、PDCAサイクルを明確に回し、革新に向けて取り組み続けます。



社外取締役
監査委員会議長、報酬委員
佐藤 謙

独立性と透明性の高い委員会制度のもと、
社外取締役の意見を結集して
イオンの成長に寄与していきます。

私は2011年より社外取締役に務めていますが、イオンの委員会制度は決して形式的なものではなく有効に機能していることから、ガバナンスは非常に優秀だと評価しています。委員会での議論を進めるにあたり、事前に提供される情報や対応が丁寧で誠実であることが印象深く、これが社外取締役も含めて充実した議論を交わす状況につながっていると考えます。

中でも監査委員会は、社外取締役に構成された完全に独立した組織であり、グループ監査室が収集した情報および分析結果をもとに、イオンが企業理念に則って業務を行っているかについて討議しています。私は、企業の発展には企業理念の定着が不可欠だと考えており、イオンの監査委員会は経営に対する監視・監督の中核として非常に重要な存在だと捉えています。特に、グループ会社約300社を有するイオンが持続的成長を続けるためには、コンプライアンスが非常に重要です。リスクを見逃すことなく厳しく監査する必要があるため、事務局であるグループ監査室に加えて、会計監査人との連携も必要だと考えています。そこで会計監査人には四半期報告の会計監査に加えて、独自の視点も含めた知見や気づきの点など有用な意見を挙げていただけるよう求めています。そうした報告に基づいて多角的に現状を把握しています。

イオングループは2015年度に営業収益8兆円を超え、拡大を続けていますが、同時に、経営環境も大きく様変わりしてきています。イオンにとって新しいフェーズに入っていく時期だからこそ、長期的かつ多角的な視点と構造変化に対する抜本的な対応がより重要となります。執行役には日々の事業運営に責任を持ち、業績改善に全力を投じていただいています。私たち社外取締役が存在する意義は、さまざまなバックグラウンドを持ち、異なった角度から長期的な提案ができることであり、イオンのガバナンスの実効性をより高めていくためには、社外取締役と執行役との対話の機会を増やす必要があると感じています。今後取り組むべき課題である国際化や人材育成など、イオングループの現状と問題認識を共有化し、長期的な視点でこれからのイオンについて活発に議論を重ねていきたいと考えています。

また、監査委員会議長として、社外取締役の方々にさまざまな意見を率直に述べていただける環境づくりを行うとともに、限られた時間の中で有意義な議論を尽くせるよう努力を重ねていく所存です。そして今後も、自らの役割を果たし、イオンの成長に寄与していきます。

指名委員会議長メッセージ



社外取締役
指名委員会議長、監査委員
内永 ゆか子

経営の仕組みをはじめとした課題に向き合い、
持続的な成長に寄与していきます。

指名委員会として果たしていくべきことは、大きく2つあると考えています。1つ目は、次期取締役を選任することです。2つ目は、次期経営者選定についての議論をすることです。これからは、次期経営者や幹部役員の選定基準や選定の仕組みなど、ITを活用して見える化・共有化させていくことは重要です。次期経営者候補を育てる仕組みの強化も検討すべきで、真摯にこの課題に向き合っていく構えです。

イオンの取締役会は、厳しい意見も躊躇することなく明言し、最善の解決策を探る場としてしっかりと機能していると感じています。これは取締役会メンバーの誰もが“イオン愛”にあふれ、少しでもよくなるようにと、活発な議論を交わしている証です。一方、イオンは300社を超える企業から成るグループを形成しており、潜んでいるリスクも多様であるため、グループ各社に対するガバナンスは大きなテーマです。ただ、ガバナンスを強めすぎるとビジネスの自由度を損ねることにもつながるため、バランスをとることが必要ですが、これは容易ではありません。こうした課題を踏まえ、私は、イオンが有する経営資源を最大限活用しつつ持続的な成長を実現するうえで、グループ全体を通じた情報の見える化・共有化を推進し、一気通貫の経営を行うことが最も重要だと思います。私自身も、イオンの課題に真摯に向き合い、知恵の限りを出すことで、イオンの持続的な成長に寄与していきます。

報酬委員会議長メッセージ



社外取締役
報酬委員会議長、監査委員
長島 徹

イオンに最も適した経営を追求し、
非財務面も含めた企業価値向上に寄与していきます。

コーポレート・ガバナンスで重要なことは、その会社に最も適合したシステムを構築することであり、その過程でガバナンスの実効性も強化されるものと考えています。イオンのガバナンスには、社外取締役が真剣かつ自由闊達に提言・指摘を行い、社内の取締役がそれらを極めて真摯に受けとめ経営に反映する、そういった風土があると感じています。現在、重点課題となっているグループガバナンスの強化や、グループ全体での情報インフラの構築などに対しても、基本理念を基軸に、各社・各店舗が地域に密着しているというイオンならではの強みを活かせるよう、充実した議論を重ねています。

報酬委員会においても、その役割は社長以下、役員の報酬を決定するものですが、その要諦はイオンらしい評価の仕組み・基準を設計し、経営の在り方を構築することだと捉えています。現在のイオンの評価基準は、業績連動型ではあるものの、今後は財務面以外の評価も検討する必要があると考えています。イオンは、いわゆるESGといわれる非財務的価値が高く、その取り組みも非常に充実しています。例えば、こうした無形のものも含めた企業価値を一定の客観性を持って見定め、それらも評価していければ、イオンが目指す経営とも一致してくるでしょう。

イオンだからこそできることは、まだまだ豊富にあります。私も社外取締役として、これまで以上に積極的な議論を進め、企業価値向上に貢献していきます。

役員紹介 (2017年5月24日現在)

取締役



取締役
取締役会議長

横尾 博 1950年12月27日生

所有株式数
13千株

1974年4月 当社入社
1989年4月 ミニストップ(株)取締役就任
2000年5月 同社代表取締役社長就任
2008年5月 同社取締役会長就任
2008年8月 当社執行役就任 戦略的小型店事業
最高経営責任者
2010年3月 当社執行役 当社戦略的小型店事業
最高経営責任者 兼 グループ商品・
商品改革最高責任者
2014年5月 当社取締役 兼 取締役会議長就任(現)



取締役
代表執行役社長 グループCEO
指名委員、報酬委員

岡田 元也 1951年6月17日生

所有株式数
2,477千株

1979年3月 当社入社
1990年5月 当社取締役就任
1997年6月 当社代表取締役社長就任
2003年5月 当社取締役 兼 代表執行役社長就任(現)
2012年3月 当社グループCEO就任(現)



取締役
代表執行役副社長 グループCOO

森 美樹 1950年9月16日生

所有株式数
28千株

1973年3月 当社入社
1984年5月 日本クレジットサービス(株) (現 イオンフィ
ナンシャルサービス(株)) 取締役就任
1995年5月 同社代表取締役社長就任
2003年5月 当社取締役就任(現)
2007年4月 当社総合金融事業EC議長
2008年8月 当社執行役就任
当社総合金融事業最高経営責任者
2010年3月 当社代表執行役副社長就任(現) 当社総合金融事
業共同最高経営責任者

2012年3月 当社グループCOO就任(現) 当社総合金融事業
共同最高経営責任者
2013年3月 当社グループ財務最高責任者



取締役
執行役副社長 財務・経営管理担当

山下 昭典 1954年1月1日生

所有株式数
10千株

1977年4月 当社入社
2004年5月 当社執行役就任
2007年5月 (株)ダイエー常務取締役就任
2013年9月 当社グループ財務責任者
2014年3月 当社専務執行役就任
当社総合金融事業最高経営責任者 兼
グループ電子マネー事業責任者
2014年6月 イオンフィナンシャルサービス(株)
代表取締役社長就任
(株)イオン銀行取締役就任

2016年3月 当社執行役副社長就任(現)
当社財務担当
イオンリテール(株)代表取締役会長就任
2016年5月 当社取締役就任(現)
2017年3月 当社財務・経営管理担当(現)
イオンリテール(株)取締役就任(現)



取締役
監査委員会議長
報酬委員

佐藤 謙 1943年11月17日生

所有株式数
—

1966年4月 大蔵省入省
1985年6月 同省主計局主計官
1992年6月 同省理財局次長
1997年7月 防衛庁防衛局長
2000年1月 防衛事務次官
2002年7月 都市基盤整備公団(現 独立行政法人
都市再生機構) 副総裁就任
2004年7月 財団法人世界平和研究所
(現 公益財団法人世界平和研究所)
副会長就任

2009年12月 同研究所理事長就任(現)
2011年 5月 当社取締役就任(現)
2011年 6月 日本テレビ放送網(株)
(現 日本テレビホールディングス(株))
取締役就任(現)
2012年10月 日本テレビ放送網(株)取締役就任(現)

取締役 所有株式数：計 2,530千株

(注1) 取締役 佐藤謙、内永ゆか子、長島徹、塚本隆史、大野恒太郎は社外取締役です。

(注2) 取締役の任期は、2016年度に係る定時株主総会終結の時から2017年度に係る定時株主総会終結の時までです。



取締役
指名委員会議長
監査委員

内永 ゆか子 1946年7月5日生

所有株式数
—

1971年7月 日本アイ・ピー・エム(株)入社
1995年4月 同社取締役就任
2000年4月 同社常務取締役就任
2004年4月 同社取締役専務執行役員就任
2007年4月 同社技術顧問
特定非営利活動法人ジャパン・ウィメンズ・
イノベティブ・ネットワーク理事長就任(現)
(株)ベネッセコーポレーション取締役就任
2007年6月
2008年4月 同社取締役副会長就任
ベルリッツコーポレーション代表取締役
会長 兼 社長 兼 CEO就任

2008年 6月 ソニー(株)社外取締役就任
2009年10月 (株)ベネッセホールディングス
取締役副社長就任
2013年 4月 ベルリッツコーポレーション名誉会長就任
2013年 5月 当社取締役就任(現)
2013年 6月 HOYA(株)社外取締役就任(現)
2013年 9月 (株)グローバリゼーションリサーチインスチ
チュート代表取締役社長就任(現)
2014年 3月 DIC(株)社外取締役就任(現)
2014年 4月 一般社団法人ジャパンダイバーシティ
ネットワーク代表理事就任(現)



取締役
報酬委員会議長
監査委員

長島 徹 1943年1月2日生

所有株式数
—

1965年 4月 帝人(株)入社
2000年 6月 同社取締役就任
2001年 6月 同社常務取締役就任
2001年11月 同社代表取締役社長(COO)就任
2002年 6月 同社代表取締役社長(CEO)就任
2008年 6月 同社取締役会長就任
2011年 6月 積水化学工業(株)社外取締役就任
2013年3月 花王(株)社外取締役就任
帝人(株)取締役相談役就任

2013年6月 同社相談役就任(現)
2015年8月 特定非営利活動法人日本コーポレート・
ガバナンス・ネットワーク理事(現)
2016年5月 当社取締役就任(現)
2016年6月 ダイキン工業(株)社外監査役就任(現)



取締役
指名委員、報酬委員

塚本 隆史 1950年8月2日生

所有株式数
—

1974年4月 (株)第一勧業銀行(現(株)みずほ銀行)入行
2002年4月 (株)みずほコーポレート銀行(現(株)みずほ銀行)
執行役員就任
2003年3月 (株)みずほフィナンシャルグループ常務執行役員就任
2004年4月 (株)みずほコーポレート銀行(現(株)みずほ銀行)
常務執行役員就任
2006年3月 同行常務取締役就任
2007年4月 同行取締役副頭取就任
2008年4月 (株)みずほフィナンシャルグループ副社長
執行役員就任

2008年6月 同社取締役副社長就任
2009年4月 同社取締役社長就任
2011年6月 同社取締役会長就任
(株)みずほ銀行取締役頭取就任
2013年7月 同行取締役会長就任
2014年4月 みずほフィナンシャルグループ常任顧問
2016年6月 一般社団法人日英協会理事長就任(現)
2016年7月 朝日生命保険相互会社社外取締役就任(現)
2017年4月 みずほフィナンシャルグループ名誉顧問(現)
2017年5月 当社取締役就任(現)



取締役
監査委員、指名委員

大野 恒太郎 1952年4月1日生

所有株式数
—

1976年 4月 東京地方検察庁検事任官
2001年12月 内閣司法制度改革推進本部事務局次長
2005年 8月 最高検察庁総務部長
2007年 7月 法務省刑事局長
2009年 7月 法務事務次官
2011年 8月 仙台高等検察庁検事長
2012年 7月 東京高等検察庁検事長
2014年 7月 検事総長

2016年11月 弁護士登録
2017年 5月 当社取締役就任(現)

執行役

代表執行役社長
グループCEO
岡田 元也

代表執行役副社長
グループCOO
森 美樹

執行役副社長
財務・経営管理担当
山下 昭典

執行役副社長
経営企画担当
若生 信弥

執行役
GMS事業担当
岡崎 双一

執行役
商品担当
柴田 英二

執行役
ディベロッパー事業担当
吉田 昭夫

執行役
IT担当
小佐野 豪績

執行役
SM事業担当
藤田 元宏

執行役
ドラッグ・ファーマシー事業担当
水野 秀晴

執行役
サービス・専門店事業担当
中山 一平

執行役
総合金融事業担当
鈴木 正規

執行役
中国事業担当
羽生 有希

執行役
環境・社会貢献・PR・IR担当
三宅 香

執行役
人事・管理担当 兼
リスクマネジメント管掌
高橋 丈晴

コーポレート・ガバナンスの状況

基本的な考え方

イオンは「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」ことを基本理念に定め、すべての企業活動の指針としてきました。

この基本理念や革新のDNAを基盤とした長期的な視野に立った経営を、時代を超えて継続していくために、イオンのコーポレート・ガバナンスにおいて重視すべき価値観、経営姿勢、企業統治の基本的な考え方を、以下に示す「コーポレートガバナンスにおける基本姿勢」として定め、これを中核とした「コーポレートガバナンス基本方針」を2016年4月に制定し公表しました。

《コーポレートガバナンスにおける基本姿勢》

お客さま基点、現場主義による価値創造

お客さまの幸福の実現を最大の企業使命として、お客さまとの接点である現場主義を貫き、常にお客さま基点で考えることで、変化するお客さまのニーズに対応した最適な価値創造を追求します。

最大の経営資源である人間の尊重

人間こそが最大の経営資源であるとの信念に基づき、従業員を尊重し、多様性を重視し、教育機会を積極的に提供することで従業員が自己成長に努め、強い絆で結ばれ、お客さまへの貢献を至上の喜びとする従業員で構成された企業を目指します。

地域社会とともに発展する姿勢

地域社会の一員、心を持った企業市民として、同じ地域社会の参加者であるお客さま、従業員、株主、取引先とともに発展し、地域社会の豊かさ、自然環境の持続性、平和に貢献することを目指します。

長期的な視野と絶えざる革新に基づく持続的な成長

お客さま、地域社会の期待に応え続けるために、変化する経営環境に対応するための絶えざる革新に挑戦することで、長期的な視野に立った価値創造を伴う持続的な成長と、グループ全体の継続的な価値向上を志向する経営に努めます。

透明性があり、規律ある経営の追求

お客さま、ステークホルダーとの積極的な対話に努め、評価を真摯に受け止め、常に自らを律することで、透明性と規律がある経営を追求します。

コーポレート・ガバナンス体制

当社は、グループ全体を視野に入れた基本理念に基づく経営、透明かつ持続性と安定性を持った経営、お客さまを原点とした絶えざる革新、これらを実践するための最適な企業統治体制として、指名委員会等設置会社を選択しています。

経営の監督と業務執行を分離し、執行役に大幅な権限移譲を行い迅速な経営の意思決定を実現する体制を整える一方、社外取締役を過半数とする指名委員会・監査委員会・報酬委員会の3委員会を設置し、経営の透明性と客観性を担保しています。

常に最適な企業統治を目指し、継続的に体制の検討・見直しを実施します。

■取締役会の役割と体制

取締役会は、当社の経営の意思決定機関として法定事項を決議するとともに、経営の基本方針ならびに業務執行上の重要な事項を決定・承認し、取締役及び執行役の職務の遂行を監督しています。

取締役会の実効性を高めるため、多様な経験・能力・専門知識を持つ取締役により取締役会を構成しています。

取締役会の監督機能を高めるため、社外取締役を過半数としています。

■社外取締役

経営の監督機能と業務執行が制度的に分離された指名委員会等設置会社である当社の取締役会は取締役9名のうち5名が社外取締役で構成されており、外部の視点を重視した監督のもとで、透明性の高い経営を実践しています。

社外取締役は、イオンの理念や価値観を共有いただける日本を代表する方々をお願いし、客観的な立場から各人が持つ経験や知識を最大限に発揮いただいています。

なお、社外取締役と当社との間に特別な利害関係はないことから、当社は社外取締役5名全員を「独立役員」として指定し、東京証券取引所に届け出ております。

■取締役会の運営

取締役会議長は、取締役会における活発な議論と適切な判断、公正な監督を可能にするための体制を整備しています。

取締役会資料の事前配布、必要に応じた事前説明、経営全般の重要情報の共有などを通して、社外取締役に十分な情報提供をすることで、社外取締役の知見や客観性に基づく意見を取締役会の運営に反映させています。

中期経営計画や重要な政策など重点的な議論が必要な課題に対しては、取締役会における審議に向けて別途議論の機会を設け、取締役による十分な議論の時間を確保しています。

年度終了後の取締役会にて前年度の活動と成果を討議し、その結果を経営陣と共有するとともに、その概要を開示しています。

社外取締役の選任理由 (2017年5月24日現在)

氏名	担当	選任理由
佐藤 謙 氏	取締役 監査委員会 議長 報酬委員	豊富なキャリアと専門的知識を有しておられ、危機管理のほか、経営の透明性と客観性向上についてご指導いただくため、社外取締役として選任し、かつ、「独立役員」として指定しています。
内永 ゆか子 氏	取締役 指名委員会 議長 監査委員	IT企業での幅広い経験や専門性に加え、ダイバーシティ(多様性)に対する深い造詣を有しておられ、健全かつ効率的な経営の推進についてご指導いただくため、社外取締役として選任し、かつ、「独立役員」として指定しています。
長島 徹 氏	取締役 報酬委員会 議長 監査委員	グローバルな企業経営における豊富な経験および幅広い見識等を有しておられ、当社のグローバル経営の推進やコーポレート・ガバナンスの向上についてご指導いただくため、社外取締役として選任し、かつ、「独立役員」として指定しています。
塚本 隆史 氏 (新任)	取締役 指名委員 報酬委員	大手金融機関の経営者を務め、金融・財務分野において国際的に活躍し、経営全般について高い見識と抱負な経験を有しておられ、経営全般の透明性と健全性の維持向上およびコーポレート・ガバナンスの向上についてご指導いただくため、社外取締役として選任し、かつ、「独立役員」として指定しています。
大野 恒太郎 氏 (新任)	取締役 監査委員 指名委員	法務事務次官、検事長・検事総長を歴任された弁護士として、法律・コンプライアンスに関する豊富な経験・見識を有しておられ、コンプライアンス経営の推進にあたりご指導いただくため、社外取締役として選任し、かつ、「独立役員」として指定しています。

取締役会および委員会の実施状況(2016年度)

	開催状況	主な役割
取締役会	年7回	・取締役および執行役の職務執行の監督 ・会社法第416条に定められる取締役会で決定しなければならない事項および執行役に委任することができない事項の決定
監査委員会	年9回	・取締役および執行役の職務執行の監督 ・株主総会に提出する会計監査人の選任・解任・再任しないことに関する議案内容の決定
指名委員会	年3回	・株主総会に提出する取締役の選任および解任に関する議案内容の決定
報酬委員会	年3回	・取締役および執行役が受ける個人別の報酬等の内容の決定

3委員会

指名委員会・監査委員会・報酬委員会は、各委員会の議長を社外取締役より選任することで、より客観性・透明性の高い委員会運営を行っています。

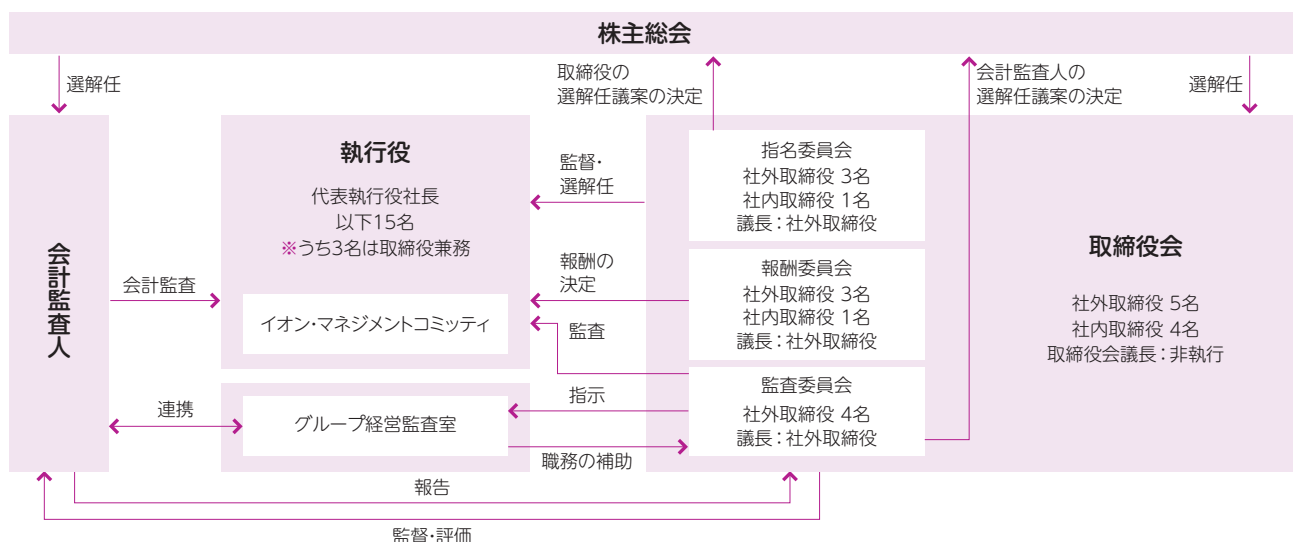
指名委員会・報酬委員会は委員4名中3名を社外取締役としています。

監査委員会は、委員全員を社外取締役とすることで執行から完全に分離し、取締役および執行役の職務が適法かつ妥当に運営されるべく監督しています。また、業務執行部門より独立した内部監査部門による職務の補助、外部会計監査人との連携によりその機能向上に努めています。

執行役

代表執行役は、当社を代表し、取締役会から委任された事項の決定および業務に関する一切の行為を行っています。執行役は、代表執行役の指揮命令のもとに、取締役会決議に基づき委任を受けた事項の決定、および経営執行を行っています。

コーポレート・ガバナンス体制 (2017年5月24日現在)



■業務執行に関わる意思決定

取締役会の権限を、会社法上または定款上、取締役会で決議しなければならない事項を除き、代表執行役に委任し、より迅速な意思決定を行っています。

代表執行役をはじめとする経営幹部で構成する「イオン・マネジメントコミティ」※において業務執行方針や重要案件を付議し、協議を経て代表執行役がこれを決定しています。

代表執行役は、各執行役の職務と権限を明確にすることで、責任体制の明確化と経営判断の迅速化を図っています。

※「イオン・マネジメントコミティ」とは、代表執行役社長を議長とし、執行役、経営管理担当、その他代表執行役社長が指名する者から構成される会議体であり、イオングループの経営戦略、投資計画をはじめとする、イオングループの経営上、重要な案件について審議、決定しています。

■内部監査および監査委員会監査組織の設置

イオンは指名委員会等設置会社であるため、経営監視機能の中心的役割は取締役会および監査委員会が担っています。その監査委員会を補助する組織として、業務執行部門から独立した組織である「グループ経営監査室」を設置し、グループ各社の常勤監査役および内部監査部門や会計監査人と連携して内部監査を行うほか、監査委員会の職務の補助や監査委員会の事務局業務を行っています。

■役員の報酬等の決定に関する方針

取締役、執行役の報酬は社外取締役が議長かつ、過半数を占める報酬委員会で決定することで、客観的な視点を入れた透明性の高い報酬制度としています。

I. 報酬基本方針

- (i) 当社の経営戦略および業績と連動し、経営戦略遂行を強く動機付けできる報酬制度とします。
- (ii) パートナー（お客さま、株主、従業員等）より納得され支持される、透明性・公正感が高くわかりやすい報酬制度とします。

II. 取締役報酬

- (i) 取締役には、基本報酬を支給します。
- (ii) 業務の執行を兼務する取締役には、取締役としての報酬は支給しません。

III. 執行役報酬

- (i) 基本報酬
役位別に設定した基準金額内で、個別評価に基づき定めます。

(ii) 業績報酬

総現金報酬（基本報酬+業績報酬）に占める執行役業績報酬のウエイトは、30%から50%程度として、上位役位ほどそのウエイトを高めます。

業績報酬の支給率は、期首に設定した目標達成時に基準金額の100%を支給するものとして、当該年度の業績および個人別評価に基づき0%から200%の範囲で変動させます。

執行役業績報酬は、全社業績報酬と個人別業績報酬により構成します。ただし、代表執行役は全社業績報酬のみとします。

a. 全社業績報酬

役位別基準金額に対して、連結業績の達成率に基づく係数により算出し、業績を総合的に勘案し決定します。

b. 個人別業績報酬

役位別基準金額に対して、部門別業績と経営目標達成度による個人別評価に基づく係数により決定します。

(iii) 株式報酬型ストックオプション

株価や業績と報酬との連動性を高め、株価上昇によるメリットのみならず株価下落によるリスクまでも株主と共有することで、継続した業績向上と企業価値増大への意欲や士気を高めることを目的に、業績を反映させた株式報酬型ストックオプションとして新株予約権を割り当てます。

新株予約権の割り当て数については、役位別基準数に対して、当該年度の業績に基づき決定します。

当社の取締役および執行役の報酬等の総額

2016年度の取締役の報酬額

	支給人員 (名)	支給額 (百万円)
報酬委員会決議に基づく基本報酬	7	121
報酬委員会決議に基づく基本報酬 (うち、社外取締役)	6	75

当期末現在の執行役に対する報酬額

当期の執行役業績報酬は「当社の取締役および執行役が受ける個人別の報酬等の内容の決定に関する方針」Ⅲの(ii)に基づき、連結業績に鑑み支給額は、規定額の60%としました。また、株式報酬型ストックオプションによる報酬は、同方針Ⅲの(iii)に基づき、規定数の56%とすることとしています。

地位	代表執行役 社長	その他の 執行役	合計
人数(名)	1	9	10
報酬委員会決議に基づく 基本報酬 (百万円)	36	223	259
報酬委員会決議に基づく 業績報酬 (百万円)	26	92	118
株式報酬型 ストックオプションによる報酬 (百万円)	6	34	40
合計(百万円)	68	350	418

(注1) 執行役業績報酬は、第92期の業績に基づき2017年4月12日開催の報酬委員会
で決定し、2017年5月に支給しています。

(注2) 株式報酬型ストックオプションは、第92期の業績に基づき2017年5月24日開催の
報酬委員会および取締役会で決定し、2017年6月21日に割り当てることとしてい
ます。新株予約権の総個数は241個、目的である株式数は24,100株であり、支給
額は、2017年2月末日の当社株式の東京証券取引所における終値に基づき算定
しています。

(注3) 上記のほか、期中退任の3名の執行役に対し、当期中に基本報酬45百万円を支給
しています。

(注4) 業務の執行を兼任する取締役には、取締役としての報酬は支給していません。

ステークホルダーと経営陣の対話

イオンは、お客さまや地域社会、株主・投資家などすべてのステークホルダーの皆さまを経営のパートナーと位置づけ、積極的な対話に努めています。適時・適切な情報開示と長期的な視野に基づく建設的な対話を行い、経営戦略や財務情報に加えて、環境・社会貢献、企業統治など非財務情報に関しても理解の促進に努めています。

株主・投資家との建設的な対話を進めるための窓口として、IRを掌管する執行役の下にIR担当部門を設置しています。IR担当部門と広報、総務、環境・社会貢献、財務、経理、事業会社などの関連組織が有機的に連携し、対話内容の充実に努めています。対話においてはIR担当部門が個別に対応するほか、重要事項については取締役、執行役、経営幹部が直接対応しています。

また、株主総会において積極的な経営方針の開示・説明と丁寧な質疑応答に努めるほか、機関投資家を対象とした説明会や国内外事業所の視察の実施、個人株主を対象とした各地域での株主懇親会や企業概要説明会などの実施を通じて、株主・投資家の理解をより深める情報開示や対話の充実に深めています。

対話を通じて得られたご意見については、取締役会や経営会議において適時・適切に討議を行い、その内容について株主・投資家との対話に反映するよう努めています。

※ コーポレートガバナンス・コードへの対応

2017年5月、東京証券取引所から上場企業に対し求められているコーポレートガバナンス・コードへの対応について、イオンは、その各原則すべてを実施、対応しています。詳しくは、<http://www.aeon.info/ir/policy/governance.html>より、コーポレートガバナンス報告書をご覧ください。

リスクマネジメント

基本的な考え方

イオンは、リスクマネジメントを、各部署において責任を持って取り組むべき重要な経営課題と位置づけています。このような認識に基づき、日常的なリスクマネジメントは、各社・各部署単位で対応するとともに、グループ総務部などが各部署におけるリスクマネジメント状況を監視しています。

一方、個社で対応できないリスク、例えば新型感染症や大規模地震などの外部要因リスクやグループ事業に共通する商品・施設・サービスなどに起因するリスクについては、「イオン・マネジメントコミッティ(最高経営会議)」のもとに「リスクマネジメント委員会」に置いて、審議・意思決定を行っています。特に影響度の高いリスクについては、部門横断のタスクフォースを編成し、リスクの予見・予知・予防に努めています。

また、反社会的勢力の排除に向けては、社内規定の整備や捜査機関などとの緊密な連携を通じて、組織での対応を図っています。

大規模自然災害、重大な事件事故発生時の対応

イオンは従来より、大規模な自然災害や重大な事件事故が発生した場合の対応について規程・手順書を定め、迅速かつ的確に対応できるよう教育訓練を継続して実施しています。

また、東日本大震災以降は、BCP(事業継続計画)^{※1}に基づき、被災地を含む全国各地で防災対策を実施してきました。

近年は、地震や異常気象による集中豪雨などの自然災害が増加するとともに、テロや爆発事故など、想定されるリスクも多様化しています。

このような環境変化のもと、イオンはBCPの実行性を高めるマネジメント体制の構築を目指し、「イオングループBCM(事業継続マネジメント)^{※2} 5カ年計画」を策定。2016年3月より、実行に向けて「イオンBCMプロジェクト」を始動しました。

イオンは、①情報システム ②施設 ③商品・物流 ④訓練 ⑤外部連携 の5分野でBCMを推進し、運用体制の構築を目指します。

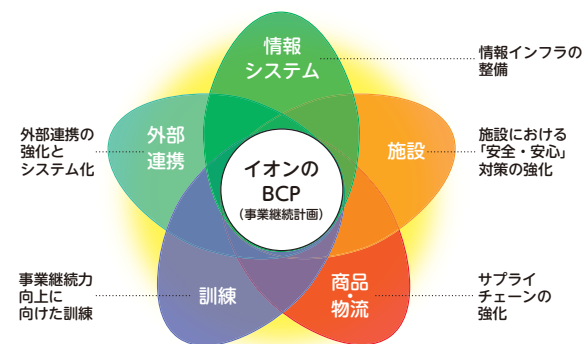
^{※1} BCP: Business Continuity Plan

災害などリスクが発生した時に重要業務が中断することを防ぐ、あるいは万一事業活動が中断した場合でも、目標復旧時間内に重要な機能を再開させ、リスクを最低限にするために、平時から事業継続について戦略的に準備しておく計画。

^{※2} BCM: Business Continuity Management

BCPが確実に実行されているかを総合的に管理するプロセスとして考案され、BCPをいかに機能させるかという課題への対応策として期待されている。BCMを運用することで、新たなシステム変更や被災地における効率的な物資輸送など、実行計画に対して進捗状況を管理することが可能になる。

＜「イオンBCMプロジェクト」で取り組む5分野＞



1. 情報システム(情報インフラの整備)

災害発生時におけるグループ315社の情報インフラを整備します。災害情報や安否確認結果、店舗被災状況など災害に関わる各情報が一元化できる新システム“BCM総合集約システム”へ切り替えを行い、各社間の連携をより一層強化します。

2. 施設(施設における安全・安心対策の強化)

施設における安全・安心対策を強化するため、2020年度までに100カ所の防災拠点を整備します。この取り組みは2012年から開始し、現在27カ所の拠点整備が完了しています。2016年度は新たに9店舗の防災拠点を整備しました。

3. 商品・物流(サプライチェーンの強化)

2016年3月より食品、日用品メーカーなど約50社と連携し、災害時に活用する新システムの運用を開始しました。取引先とクラウドコンピューティングでつなぐ「BCPポータルサイト」を活用し、グループ関連各社と取引先との情報を可視化し、出荷できる工場・倉庫・商品などの情報を一元管理しています。

4. 訓練(事業継続力向上に向けた訓練)

イオンは、「イオングループ総合地震防災訓練」を定期的 to実施しています。今後は、被災状況など情報集約型の訓練だけでなく、店舗・事業所の訓練を推進し、現場の事業継続能力を向上させ、リスクからお客さまや従業員を守ることを目指します。

5. 外部連携(外部連携の強化とシステム化)

災害発生時、事業継続のために必要となるエネルギー会社に加えて、地域行政や病院、大学、また各エリアの民間企業など、各地域に根差した外部パートナーとの連携を強化していきます。

「ISO22301」認証

イオン(株)は、2017年2月に、本社機能と店舗を含めた取組みとして国内総合小売業で初めて、事業継続マネジメントシステム(BCMS)の国際規格「ISO22301」認証を取得しました。

「ISO22301」とは、2012年に施行された認証制度で、地震・洪水・台風などの自然災害をはじめ、システムトラブル・感染症の流行・停電・火災など、さまざまなリスクが現実となった場合に備えて、それらのリスクが事業に与える影響を最小化するための対策を立案し、効率的かつ効果的に対応するための事業継続マネジメントシステム(BCMS)の国際規格です。

イオングループは、事業継続マネジメント(BCM)に関わる活動が経営と密接に結びついた形で実施され、効果的・効率的に運用されるようにするための仕組みの整備・運用を目指しています。

本認証の活動登録範囲は、グループ危機管理業務とイオンモール幕張新都心におけるショッピングセンターの運営および管理業務、総合小売業、総合ファシリティマネジメントサービスです。

認証の概要

登録事業者	イオン(株)
登録証番号	JQA-BC0031
認証規格	ISO 22301:2012 / JIS Q 22301:2013
認証機関	一般財団法人 日本品質保証機構(JQA)
認定機関	一般財団法人 日本情報経済社会推進協会(JIPDEC)
登録日	2017年2月20日
登録活動範囲	グループ危機管理業務とイオンモール幕張新都心におけるショッピングセンターの運営および管理業務、総合小売業、総合ファシリティマネジメントサービス <関連事業所> ・イオン(株)グループ総務部 ・イオン(株)グループ総務部 イオン小牧危機管理センター ・イオンモール(株)イオンモール幕張新都心 ・イオンリテール(株)イオンスタイル幕張新都心 ・イオンディライト(株)幕張新都心第一センター



個人情報保護方針

イオンは、個人情報を適切・安全に保護するために、「個人情報保護方針」および「プライバシーポリシー」を定めています。お客さまが当社の商品およびサービス等を安心してご購入、ご利用いただけるよう、当社はお客さまに係る個人情報の取り扱いに細心の注意を払っています。当社、役員および従業員は、個人情報を保護することの重要性を認識し、法令遵守および情報の安全な取り扱いの維持向上に努めています。

【基本方針】

イオンは、「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」という理念のもと、個人情報保護の重要性を認識し、個々の情報を大切に取り扱い、安心で豊かな暮らしに寄与していきます。また、個人情報はその人の独自性や価値観を形成するものとして、人と同じように尊重するとともに、地域の皆さまからお預かりした情報は正しく安全に管理し、確かな信頼関係を築き上げていきます。

1. 個人情報保護についての取り組み

当社は、個人情報保護に関する基本方針を徹底するために以下の活動を行います。

- 1-1. 役員およびすべての従業員は、個人情報に関する法令および社内の規範を遵守します。
- 1-2. 個人情報保護管理責任者を選任し、個人情報保護の実施および運用に関する責任および権限を与え、教育訓練等を実施して個人情報の厳重な管理を行います。
- 1-3. 個人情報保護監査責任者を選任し、個人情報保護に関する監査を実施します。
- 1-4. 監査結果に基づき、社内の規程、運用を改善します。
- 1-5. 取引先および関係先に対し、個人情報保護のための協力を要請します。
- 1-6. 本方針は、当社ホームページおよび会社案内などに掲載することによりいつでも閲覧可能な状態にします。

2. 個人情報の取り扱いについて

- 2-1. 収集、利用、提供については、収集時に利用目的を明らかにし、収集した個人情報は、その利用目的の範囲内で使用します。
- 2-2. 個人情報に対し、開示・訂正・中止を求められたときは、合理的な期間、妥当な範囲内でこれに速やかに応じます。
- 2-3. 安全対策の実施については、不正アクセス、紛失、改ざん、漏えいなどの問題が起きないように適切に取り扱います。

2004年9月21日
イオン株式会社
取締役 代表執行役社長
岡田 元也

個人情報保護方針およびプライバシーポリシーURL
<https://www.aeon.info/privacy/>

コンプライアンス(企業倫理)

基本的な考え方(基本規程)

——「イオン行動規範」

イオンは、「イオンの基本理念」を具体的な規範として示すために、「イオン行動規範」を2003年に制定しました。また、制定と同時に行動規範の教育・研修、内部通報制度(ヘルプライン)の導入やモニタリング(イオン行動規範アンケート)も同年から開始しました。

「イオン行動規範」は、グループ従業員が「イオンの基本理念」のもと、お客さまのために「どう行動したらよいか」「どう考えたらよいか」「どう判断したらよいか」について、「形式知」化したもので、価値共有型の内容で構成されていることが特徴です。

2004年から、「イオン行動規範」を全従業員が共有・共感することを目指して、国内グループ企業に向けたイオン行動規範研修を本格的に開始したのち、2006年以降は、海外グループ企業についても同様の研修を実施しています。

また2011年度からは、中期経営計画で掲げている戦略の一つである「アジアシフト」への対応として、海外のグループ企業への共有・共感体制構築に取り組んでいます。

イオン行動規範 宣言

- 一、イオンピープルは、常に多くの人々から支えられていることに感謝し、ひとときも謙虚な気持ちを忘れません。
- 一、イオンピープルは、人々との信頼をなによりも重んじ、いかなる時も正直で誠実な行動を貫きます。
- 一、イオンピープルは、お客さまの期待を感動に高めるため、常に自らを磨きます。
- 一、イオンピープルは、イオンの理想を実現するため、ためらうことなく変革への挑戦を続けます。
- 一、イオンピープルは、地域の発展を願い、よき企業市民として社会への奉仕につとめます。

推進体制

イオングループの行動規範推進の主幹部署として、人事・管理担当 兼 リスクマネジメントの管轄のもと「企業倫理チーム」を設置しています。企業倫理チームは、年度方針に基づき、グループ全体の施策の立案・実施および各企業の問題・課題について具体的対応策を提言・助言しています。また、グループ全体の行動規範の推進および課題解決への取り組み状況は、イオン(株)執行機関である「イオン・マネジメントコミッティ(最高経営会議)」、監査委員会(社外取締役)に報告しています。

グループ各社・各カンパニーでは、社長・支社長を「行動規範推進総責任者」としたうえで、実務をつかさどる「行動規範推進事務局責任者」を設置しており、イオン行動規範研修の実施、ヘルプラインに寄せられた相談案件の事実調査、是正対応、イオン(株)への状況報告などを行っています。

さらに各店舗・事業所では、1～3名の「行動規範推進リーダー」を選出し、研修インストラクターほか、事業所レベルで「イオン行動規範」の共有・共感に向けた活動を推進しています。

ヘルプラインシステム

イオンは、2004年より、内部通報制度として「イオン行動規範110番」を設置しています。法令違反や不正などの通報にとどまらず、「上司に話せないこと」「困っていること」など職場に関わるさまざまな問題に対応する窓口として、広く通報・相談を受け付けています。対象はイオングループで働くすべての従業員で、社内と社外の2本立てで相談窓口を用意しています。

通報・相談内容は、企業倫理チームにより、グループ該当各社に連絡され、その後2週間をめぐりに事実関係を調査し対応のうえ、是正措置を含む結果について企業倫理チームへ報告するというルールを徹底しています。また、すべての相談内容は、イオン(株)経営幹部ならびにグループ各社社長に週・月単位で報告を行っています。

教育・研修

イオンは、企業倫理推進の柱となる「イオン行動規範」の共有・共感活動において、「イオン役員コンプライアンス研修」「幹部社員行動規範研修」「一般社員行動規範研修」「入社時研修」の4つをメインに実施しています。このほか、各登用試験の課題項目や登用時の研修の中に、行動規範の内容やカリキュラムを盛り込んでいます。

● イオン役員コンプライアンス研修(2014年～)

グループの全役員を対象とし、ケースメソッド等を利用し、明文化されている法令やイオンの自主基準のみならず、イオンの基本理念に照らした判断や行動を再確認することで、イオンの暖簾を守る立場である役員として高い志、高い倫理観、強い責任感を持ち、さらなるお客さま志向の経営を実行することを目的としています。

● 幹部社員行動規範研修(2003年～)

グループ各社の経営者層および部室長等の幹部社員を対象とし、企業倫理、リスクマネジメント、コンプライアンスにおける社外、社内の状況を把握、共有することで、自らが倫理基準をもって意思決定を行うことを目的としています。

● 一般社員行動規範研修(2003年～)

グループ各社の一般社員、時間給社員を対象とし、行動規範基本項目の確認と行動規範に沿った行動を考え、お客さま視点での実際の行動につなげることを目的としています。

● 入社時研修(2004年～)

グループ各社の新規入社者、新たにグループ入りした企業の従業員を対象とし、イオンの基本理念、行動規範の基本の理解、およびイオンピープルとしての意識醸成を行うことを目的としています。

海外グループ企業への共有・共感活動

イオンは、2006年から、海外のグループ企業においてもイオン行動規範研修、ヘルプラインの設置、モニタリング(イオン行動規範アンケート)の導入を開始しています。

2016年度は、海外グループ企業63社を対象にイオン行動規範研修を実施しました。幹部・推進リーダー・一般従業員・新入社員の階層別に研修を行い、計56,000人が参加しました。

2017年度は、「イオン行動規範」を新規導入予定のグループ企業を含め、合計67社、約60,000人のイオンピープルを対象に研修を実施する計画です。

「イオン行動規範アンケート」を実施

2003年以降、毎年1回、「イオン行動規範」の推進状況や職場の問題点、従業員の働き方、働きがいなどを把握するため、匿名でのモニタリング(イオン行動規範アンケート)を実施しています。この調査を通じて、推進活動自体の認知度や個人のコミット、職場の状況など、海外を含めたイオン全体の職場風土および従業員意識を測り、推進活動の基礎資料としています。

これらの集計・分析結果をグループ企業で共有し、具体的な課題解決につなげています。

2016年度は、海外グループ企業67社を対象にアンケートを実施し、40,000人から回答を得ました。

2017年度は、海外69社、45,000人を対象にアンケートを実施予定です。またモラルサーベイ調査を国内のグループ会社74社、130,000人を対象にアンケートを実施予定です。回答結果の分析をもとに、各社が現状を把握し、風土改革施策を立案し実行する体制を構築することで、コンプライアンスリスクへの対応強化を図っていきます。

支援・啓発ツールの作成

イオンでは、行動規範の共有・共感に向けて、各種研修を実施するほか、さまざまな啓発ツールを作成しています。

2004年から隔月1回発行している「イオン行動規範通信」では、創業者の著作物から「イオンの大切に考える考え方」を抜粋した内容や、研修での成果やヘルプラインへの相談からの事例、グループ各社の取り組みなどを紹介しています。

グループ企業の従業員に向けて毎回約30万部配布していますが、従業員からの反響も多く、行動規範への理解をさらに深めるきっかけとなっているほか、「イオン行動規範110番」の活用にも貢献しています。

Topics

イオンの基本理念の共有に絵本を活用

新たにイオングループ各社に入社した新入社員向け、グループ合同新入社員研修の中で、「イオンの基本理念」を共有・共感してもらうためのツールとして、絵本「ありがとうの約束」(文：おちまさと、絵：永島壮矢)を活用しています。

どんな時も「ありがとう」という感謝の気持ちを持つことの大切さを紹介するこの絵本を通じて、理念の本質を直感的に理解してもらうことを目指しています。

OUR SUSTAINABILITY





イオンのサステナビリティ

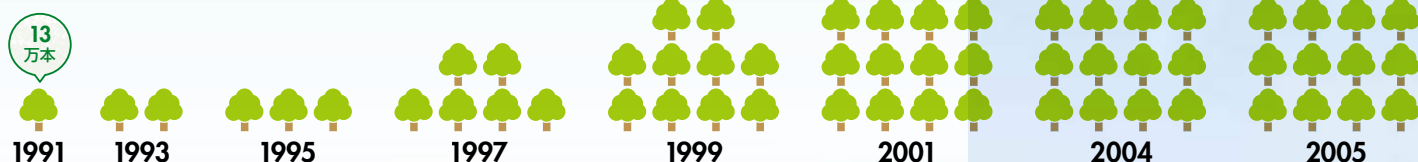
イオンの植樹25周年	58
特集1 ステークホルダー・ダイアログ	60
特集2 バリューチェーンにおけるCSRの推進	66
イオングループのCSR	70
環境マネジメント	76

イオンの植樹活動が 25周年を迎えました。

1991年度から世界各地のお客さまとともに実施してきたイオンの植樹活動が
2016年10月、おかげさまで25周年を迎えました。

イオンはこれからも、グループを挙げて

森林資源を「植える」「育てる」「活かす」活動にいつそう力を注いでいきます。



植樹本数の推移と植樹活動のあゆみ ※本数は以下の合算です。・「イオン ふるさとの森づくり」・(公財)イオン環境財団による植樹・「イオン 東北復興ふるさとの森づくり」



1991

「イオン ふるさとの森づくり」
1号店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)

1992

日本での活動1号店となった
ジャスコ新久居店
(現 イオン久居店)

1998

イオングループ環境財団(現 (公財)イオン環境財団)が
「万里の長城・森の再生プロジェクト」を開始

イオンの基本理念を 具現化する活動として

イオンは、植樹活動を「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」という基本理念を具現化する活動と位置づけています。



「人間」が 生き生きと交流する

植樹には、お子さまからご年配の方まで多くの方が集います。そこには挨拶や会話が生まれ、笑顔が広がります。イオンは、植樹を通じてそんな生き生きとした交流の場をさらに広げていきたいと考えています。

「平和」の礎を築く

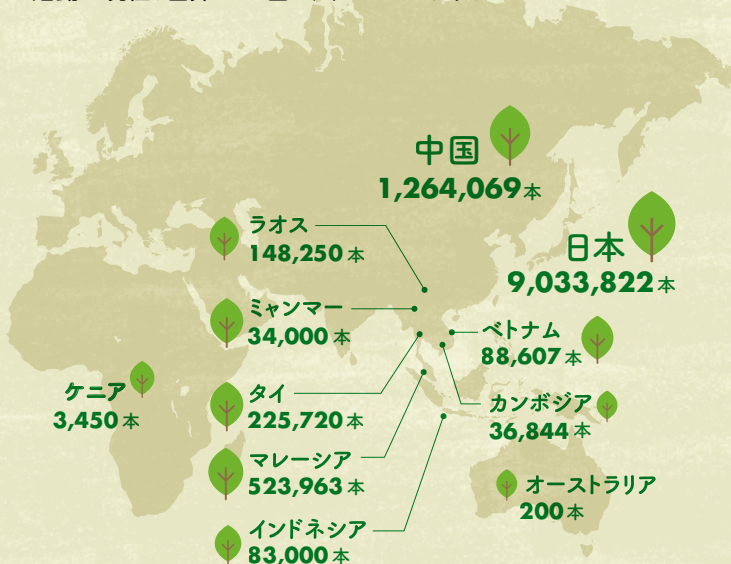
環境問題は、私たちのすこやかで平和な暮らしを脅かす人類共通の課題です。人々の暮らしに密着した事業を展開するイオンは、平和な社会があってこそ事業は成り立つという認識のもと、植樹を通じて環境問題の解決に取り組んでいます。

「地域」の人々とともに 成長する

イオンは、その土地に自生する樹種を中心に植樹することで、地域に根ざした森を育てていくことを目指しています。また、木を育てるプロセスで得られるさまざまな気づきを多くの人々と共有し、常に成長し続けていきたいと考えています。

事業のグローバル化と ともに世界各地で活動を推進

新店舗がオープンする際に近隣のお客さまとともに敷地内に植樹を行う「イオン ふるさとの森づくり」。1991年、マレーシアで始めた活動は現在、世界11カ国に広がっています。

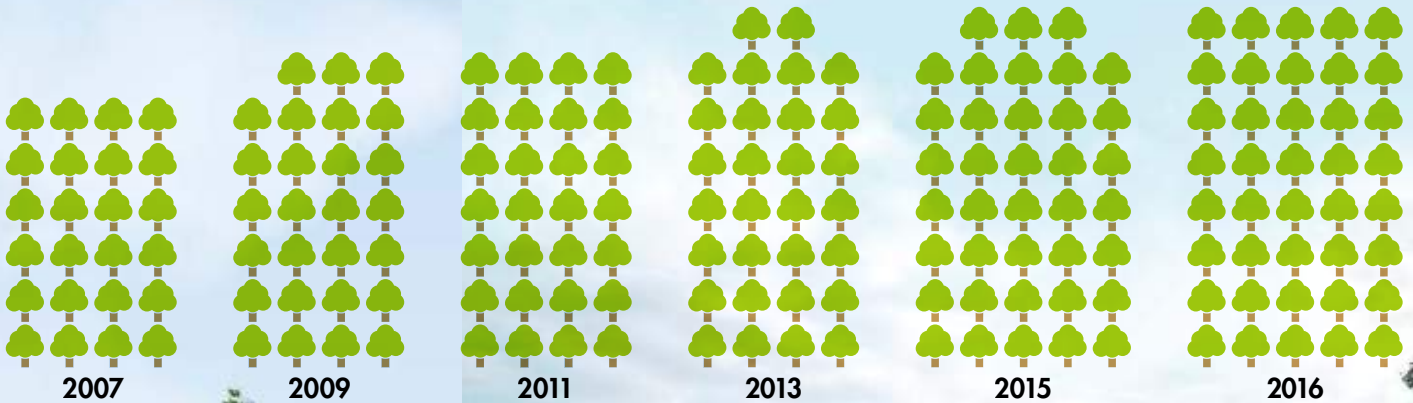


累計植樹本数

1,144万1,925本

(2017年2月末現在)

1,000
万本



2012

東日本大震災被災地の復興に向けて
「イオン 東北復興ふるさとの森づくり」を開始。
2021年までの10年間で東北各地に30万本の植樹を実施
写真はイオンタウン塩釜



2013

植樹1,000万本を記念して、
イオンモール幕張新都心で
記念碑の除幕式を実施

思いを未来に伝えるために ——森の循環プログラム

イオンは、2013年に植樹本数1,000万本を突破した
ことを機に、「植える」「育てる」「活かす」をテーマとした
「イオン 森の循環プログラム」を開始しました。



「イオン ふるさとの森づくり」
イオンモール長久手

地域のため、未来のために、
次の1,000万本に向けて木
を植え続けていきます。

「イオン ふるさとの森づくり」を行う
とともに、世界各地の森林の再生を
目指す(公財)イオン環境財団によ
る植樹活動、東日本大震災被災地
での植樹活動も実施しています。

植える



イオン
森の循環プログラム
「植える」「育てる」「活かす」

育てる

森を育て、森の循環がもたらす恵みに
よって、人々の暮らしを豊かにすること
を目指します。

これまで植えた木々の育成・管理を行っていま
す。また、三重県、NPO法人みやがわ森選組と
ともに林業の後継者育成にも取り組
み、事業との連携を目指しています。

林業の後継者を育成する
「森つなぎプロジェクト」
を2014年から開始



活かす

適切に管理された森から生産さ
れた木材を、商品原料や店舗の
資材に活用していきます。

国産FSC®認証木材を100%使用した
店舗(ミニストップ)を展開しています。店舗数は
206店舗に拡大しています(2017年2月末現
在)。森を育て、森の循環がもたらす恵みによ
って、人々の暮らしを豊かにすることを目指します。

国産FSC®認証
木材を使用した
店舗の拡大



「サステナブルな消費行動」に向けて 小売業としてイオンが果たすべき 役割とは

2017年のステークホルダー・ダイアログは、「イオンでのお買物が未来を変える」というスローガンを掲げて積極的に取り組んできた、環境・社会に配慮した消費行動「サステナビリティ消費」について、どうすればより多く一般消費者の皆さまに広げていけるかについて意見交換を行いました。



古谷 由紀子 氏
サステナビリティ消費者会議
代表

10年前から MSC認証魚の取り扱いを開始

金丸 私どもイオンは、約300のグループ企業が13カ国で事業を展開しています。事業の推進にあたっては、「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」という基本理念のもと、環境・社会課題を解決しながら「持続可能な社会の実現」を目指すサステナブル経営の実践に努めています。その中でも、イオンは一日数百万人のお客さまと接点を持つという小売業の特性をいかして、地域のお客さまのご協力のもと、ともに地球社会のサステナビリティを追求していくことを何よりも大切にしています。

三宅 それを実現するためのアクションのひとつが、2014年に制定した「イオン持続可能な調達原則」です。これは近年、国際社会で重要性が増している「サプライチェーンにおける社会的責任」をより確実に果たすための原則で、2017年4月には具体的な行動指針として、水産物をはじめ農産

物、畜産物、紙・パルプ・木材、パーム油について「イオン持続可能な調達方針」「2020年の調達目標」を発表しました。

金丸 これらの品目の中でも、持続可能な漁業で獲られた天然水産物を示すMSC認証商品については、業界に先駆けて2006年から販売を開始しており、2014年には養殖魚を対象としたASC認証商品をアジアの小売業で初めて販売しました。さらに、2016年からは、これら認証魚だけを陳列する常設売場「フィッシュバトン」の展開を開始しています。ちなみに、水産物での目標は2つあり、イオンのすべての総合スーパー、スーパーマーケットでMSCとASCの流通・加工認証の取得を目指すことと、主要な全魚種で持続可能な裏づけのあるプライベートブランドを提供することです。フィッシュバトンの店舗展開はその目標を先導する取り組みといえます。

黒田 私はいま、持続可能性を軸に、社会的責任、地域づくり、社会性評価を柱に活動するCSOネットワークという組織に所属しています。10年ほど前、「SA8000」を策定した米国NGOのSAIにフェローとして在籍したことがあります。SAIは、MSCやFSC同様、英国にある国際社会環境認定表示連合(ISEAL)の構成メンバーです。社会的責任の規格や認証ラベルのインパクト評価の必要性が高まっていた時期で、SAIでは「SA8000」のインパクト調査を担当しました。日本ではほとんどの方がMSC認証というものを認識していない時代でしたが、すでに「SA8000」の認証を取得していたイオンが、MSC製品の取り扱いを開始するというニュースを見て「ようやく日本もこういう時代になったか」と感慨を抱きました。それから10年、粘り強く活動を発展させておられることに敬意を表したいと思います。





黒田 かおり 氏

CSOネットワーク
事務局長・理事



三宅 香

イオン株式会社
執行役 環境・社会貢献・PR・IR担当



金丸 治子

イオン株式会社
グループ環境・社会貢献部長

古谷 私は消費生活アドバイザーとして、現在は消費者問題の専門家を中心に消費者課題の解決を目指す「サステナビリティ消費者会議」で活動しています。そこでは、持続可能な社会への取り組みは、企業が消費者とともに取り組むことが重要と考えており、イオンが推進する、日々のお買物を通じて多くのお客さまがサステナビリティへの意識を高めていけるような活動、いわゆる「エシカル消費」を生活者に普及させていく取り組みは評価できると考えています。

金丸 評価いただきありがとうございます。ただ、この10年間、MSCやASCに取り組み、その意義をわかりやすくお伝えするフィッシュボタンなども展開し、さらにフェアトレード商品なども数多く取り扱ってきましたが、お客さまの「サステナビリティ」への関心、さらに「エシカル」という消費行動については、先行する欧米に比べてわれわれが思うようには広がっていないという実感があります。そのあたりの理由や解決策についてご意見をちょうだいできればと思います。

「安全・安心」とともに社会課題の解決も

古谷 サステナビリティ消費がいま一つ盛り上がらない理由については、いくつか考えられます。その第一は、消費者にとって重要な安全・安心の問題が持続可能な社会の問題とされていないこと。第二に、社会や地球のサステナビリティの行動のための情報が消費者に十分発信されていないことです。つまり未来の暮らしがどうなるのか、どういう課題があって、どうすれば解決するのかといった情報発信が弱いのではないかと思います。

黒田 生産の在り方を重視して、消費の在り方を変えると意識が薄かったということですね。

古谷 消費者団体は消費者保護のみならず、消費者の消費をサステナブルなものにするために積極的に情報発信していくことが求められますね。

三宅 商品の安全・安心は、消費者の強いニーズでもあるわけですが、消費者自らが行動することで、安全・安心を含めた社会のサステナビリティが強化されることに気づくことが大切なんですね。

古谷 実際、くらしの安全・安心を脅かす不祥事はあとを絶ちません。従って消費者にとっては安全などの問題も依然として重要ですが、これからはそれに加えて、長期的かつ社会的な問題の解決にも取り組んでいく必要があります。その点、欧米の消費者のほうが進んでいると言われることもありますが、日本の消費者の意識は低くないという調査結果も多数存在します。日本では、先ほども申し上げましたが消費者が行動するための情報が十分提供されていないことが問題なのだと思います。欧米では消費者がサステナビリティの観点で商品を選択するために、消費者団体などの市民組織が情報を積極的に発信しており、その結果、消費者がサステナビリティの観点で不買運動や商品・サービスを積極的に購入するバイコット運動も盛り上がっています。

黒田 確かに欧米の市民社会組織は、政府に安全基準の厳格化を要請するだけでなく、企業や消費者に対して、サプライチェーンで生じている環境・社会課題を積極的に発信しています。その結果、企業の行動規範の策定に大きな影響を与えると同時に、消費者の意識も大きく変えていきました。

原材料の安全性はどうか、生産時の従業員の人权や周辺環境はどう保全されているのか、廃棄物はどう処理されるかなど、関心が多方面に広がり、では消費者は何をすべきかといった発想から、サプライチェーン全体に影響を与えるサステナブルな消費行動が生まれてきたという経緯があります。

古谷 日本では2012年に成立した消費者教育推進法に基づいて、消費者庁が中心となって「消費者市民社会」の普及に力を入れています、その広がりはまだ十分とは言えません。同法では「消費者市民社会」について、「消費者が自らの消費生活に関する行動が現在および将来の世代にわたって内外の社会経済情勢および地球環境に影響をおよぼしうるものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」としており、まさに持続可能な社会、サステナブルな社会のことを指しています。

金丸 まったく異論はありませんが、率直に言って「消費者市民社会」という言葉がややわかりづらい印象、サステナビリティと遠い印象を持ちました。

古谷 言葉の問題は確かに大きいと思います。ただ、日本の法律にそいながらも、世界的視野で持続可能な社会を構築する取り組みを実践していくことが重要ではないでしょうか。



金丸 確かに、いま、政府はSDGs推進本部を設けるなどして、持続可能な社会の実現に向けて官民一体で取り組んでいく姿勢を国内外でアピールしていますね。だからというわけではありませんが、私どももこれまで取り組んできた活動に関して、SDGsとの関わりをより明確にうち出すようにしています。

古谷 消費者団体も消費者市民社会への取り組みとあわせて、いかにSDGsを社会全体で推進していくかが問われているのだと思います。

社会全体で 消費者の行動を支援するために

三宅 「消費者の自覚」を社会全体で促すために、具体的にどんなことをしていけばよいのでしょうか。ご意見をうかがいたいと思います。

黒田 まず行政ということ言えば、金丸さんがおっしゃったように政府がSDGsの達成を前面にうち出していること

は非常によいことだと思います。今後は2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、関連する企業の中に「持続可能な調達」が広がることも期待できます。また、NPO、NGOに関しては先ほど欧米の例で紹介したように、商品の安全・安心だけでなく、企業のサプライチェーンに目を凝らして声をあげていくことが必要だと思います。また昨今、多くの企業は何かしらサステナビリティに関連するステートメントを発信していますが、その文言をきちんとチェックし、モニタリングして報告するなど、欧米などで慣習となっているチェック機能を果たしていくことも重要だと考えます。リスクにどう対応するか。気候変動は大きなリスクですが、緩和策、適応策への取り組みはビジネスチャンスにもなります。

金丸 企業に関してはどうでしょうか。私どもは冒頭でもお話ししたように常日頃からMSC・ASC認証のほか完全養殖マグロやオーガニック商品、フェアトレード商品の取り扱いを高めながら「イオンでお買物をする事で未来が変わる」とアピールしているのですが、まだまだ一部のお客さまにしかその意義をお伝えできていないようなものかしさも感じています。

古谷 「お客さまといっしょになって課題解決をしていく」というのは小売業ならではの特性をいかした取り組みであり、強化してほしいと思います。ただ、それがどこまで伝わっているかが問題で、「環境・社会により商品だから買ってください」という日本企業によく見られるアプローチでは消費者に課題を伝えて行動してもらうことにはつながりません。

金丸 確かに突然、目の前に認証商品を並べても買っていないだけの動機にはなりませんからね。

三宅 そうならないよう、どんな環境・社会課題があるのかなどをPOPなどでなるべくわかりやすく説明していますが、あらためて本当にそれがわかりやすいか、点検が必要かもしれません。

古谷 遠い世界の話にならないよう、情報発信する企業の側には「自分の消費行動によって社会が変わる」という実感を持てただけのようなストーリー、戦略が必要です。また、その行動がどれだけ成果をもたらしたのかまでも含めて情報提供がなされたら、かなり変わってくるのではないのでしょうか。

黒田 日々のお買物と世界のサステナビリティが繋がらないというのは、一般の消費者にとってある意味当たり前のことです。想像力をどう働かせてもらえるかが知恵の見せどころですね。ちなみに、イオンの環境・社会報告書を拝見したのですが、ミニストップでは100%国産材のFSC

認証の店舗が200以上あるんですね。こうした情報をもっと積極的に、店舗などでもわかりやすく発信して、なぜFSC認証なのかといったことを世界の森林問題や日本の林業が抱える課題などを含めて教えてもらえると効果的だと思います。

金丸 ご指摘のとおりで、もっとわかりやすく訴求しようといま、店内の表示を進めているところです。

「原産地」ではなく「プロセス(サプライチェーン)」への気づきを促す

金丸 ちょっとお話が変わってしまうかもしれませんが、今、国産材というお話があったので申し上げますと、日本の消費者は安全・安心を求めるあまり、国産品にこだわる方が多いと実感しています。国産材は国内林業の持続的な成長につながるからいいのですが、例えば、有機JASの認証をとったオーガニックの食材は必ずしも国産ではないために、「イオンのオーガニックは海外産なんですか」と驚かれたことがあります。本来、オーガニックは健康によい安全な食品という側面だけでなく、畑を中心とした生態系の維持といったサステナビリティの観点が含まれているんですが、なかなかそこまで関心を持ってもらうまでには至っていません。

黒田 安全・安心という価値だけが重要視されているんですね。だからそうした商品は当然、国産品だろう、という思い込みが発生しがちです。カロリーベースの食糧自給率が約4割という現実をどこかで意識していれば海外産の食材のほうが多いというのはある程度想像できると思うのですが、その「自覚」がうまく定着していないんですね。

金丸 あと、「地産地消」という言葉も、国産品としての安全・安心という側面だけを見る方がいて、地域経済の活性化や地域の農林畜産業の活性化を通じた食糧自給率の高まりといった経済・社会のサステナビリティの側面が見失われていると感じています。

古谷 日本人の安全・安心志向は根強いものがあり、原産地にこだわる方が多いのは事実です。ただ、そうした消費者を否定するのではなく、そこからサステナブルな消費という観点へと広げていくことが重要だと思います。例えば原産地志向の高い消費者の関心をいかし、「今、どのプロセスで、何が問題になっているのかを見ていくことも大事ですよ」というキャンペーンがあってもいいと思います。プロセス全体、つまりサプライチェーンを見渡しながら、安全・安心

といった品質と同時に、人権、労働環境、環境負荷、そして日本で言えば食糧自給率の問題までを含めて消費がサステナブルなものになっているかどうかをチェックすることが大切であるというメッセージを送るのはいかがでしょうか。

三宅 サプライチェーンにフォーカスすることで、サステナビリティの多様な観点を訴求していくのはとても有効な方法ですね。参考にさせていただきます。

情報発信者同士の「連携」が重要

古谷 サプライチェーンへのフォーカスという点では、先ほど欧米のNPO、NGOの情報発信の話をしましたが、科学者やメディア、教育関係者も同様なんですね。

黒田 メディアもサプライチェーンの課題をかなり取り上げていますし、企業のCSR活動のレーティング(評価)も積極的に報道しています。また、消費者団体とNPO、NGOが積極的に連携して、消費者市民教育を展開するなど、日本とは随分違う印象です。

三宅 教育に関してはどう違うのでしょうか。古谷さん、ご存知でしょうか。

古谷 消費者教育を行う際に、日本では重要なイシューに関する知識、対応策を重視している印象がありますが、海外は、世界の食事情から始まって、その中で、あなたはどこから来たものを食べているのか、そこにどんな問題があるのか、さらに将来はどんな生活をしたのか、そのためにはどんな消費スタイルがふさわしいのかといった一連のストーリーを通して、世界的・長期的な課題解決の視点が培われていくような工夫があります。また、特に欧米では大学のみならず、消費者団体などの市民組織、そして企業などによる消費者のサステナブルな消費を促す研究が盛んです。イオンもサステナブルな消費に関わる研究をされてはどうでしょうか。

金丸 先ほどのサプライチェーン全体にフォーカスして消費者を啓発するお話と共通項がありますね。

黒田 消費者教育もそうですが、先ほど話した情報発信という点でもトータルという観点が重要なんだと思います。政府、NPO、NGO、企業、研究機関、教育機関…欧米ではそうしたいろいろなセクターがバランスよく、それぞれサステ



ナビリティの問題に取り組んでいます。その意味で、イオンはチアーズクラブという、小・中学生に対する環境学習の機会を提供してられますが、外部団体と協働しながら進めているのがとてもよい取り組みだと思いました。

金丸 現在、全国で約450クラブ、約7,800人の子どもたちが参加していますが、いまのお話をうかがうと、せっかく小・中学校で9年間もあるのですから、点ではなく、線として環境・社会問題の全体像を学ぶ必要があると思いました。

黒田 加えて指摘しておきたいのは、「連携」ということです。海外では経営者や研究者、労働組合、NPO、NGOといったバックグラウンドが異なる人が、同じテーブルを囲んで議論をしたり、何か新しいことを生み出していったりすることが、90年代ごろから始まりました。GRIやSAIもそうした団体で、当時マルチ・ステークホルダー・イニシアティブ(MSI)というような呼び方をしていました。日本は違うグループの人と横の関係をつくっていくというのが不得手と言われてきましたが、ここ数年はマルチ・ステークホルダーの枠組みが増えてきたように思います。



トップの意思表示と対話がCSR活動を活性化する

三宅 日本の取り組みに連携が少ないというのは、個々の企業やNPOが組織として縦割りになっていて、組織自体も縦割りになっているように、門外漢も含めた多様な意見を力にできないという、きわめて日本的な組織の問題が大きいと思います。ただ、それだけだと一般論としての評論で終わってしまいますので、何かしら解決の糸口があればご意見をちょうだいできればと思います。

古谷 イオンは関係省庁や事業者団体などの活動に積極的に参加していらっしゃるよね。地域の自治体との連携や小・中学生との交流も積極的になさっている。こうしたことは一部門だけではできないことだと思います。なぜ、それができるのか、そこにひとつのヒントがあると思っています。つまり、トップが強いメッセージを発するということです。それによって、利害が対立する部門間・組織間でも対話を重ねて一つの目標に向かっていく組織風土ができていくのだと思います。今年の2月にロンドンで、ある企業のイベ

ントに参加した時に感じたのは、サステナビリティを重視する企業はどこもトップが強いメッセージを発していて、各部門がそれぞれの役割に応じて社内外で連携し合っているということです。イオンもそういう風になっているのではないでしょうか。

三宅 確かにそうかもしれません。サステナビリティに関して社長の岡田はかなり明快です。「グローバルで行く」と。イオンのお客さまはグローバルだから、グローバル基準にのっとって事業を推進するのは当然という考えです。多くの日本企業がエビデンス不足やステークホルダーとの面倒な利害調整の前に「言い切っているのか」と躊躇する中、非常にありがたいことで、実際現場も動きやすいと評判です。もちろん、経営上のあらゆる課題にメッセージを発するのは難しいのですが、サステナビリティに関する考え方は一貫しています。

黒田 興味深いのは、イオンがどういうきっかけでこうした活動を開始したのかという点です。例えば英国の小売業であるマックス&スペンサーは、サステナビリティにおけるリーディングカンパニーの一つですが、以前はいろいろな問題を抱えており、NGOなどからの多くの批判に一つひとつ応えていく中で、ある意味鍛えられ、トップの認識も変わっていったと聞いています。

三宅 問題発生を機に認識を深めていったというプロセスはイオンもほぼ同様です。実は2000年ごろ、日本の鯨食が問題視され、米国のグループ会社が不買運動にさらされました。ピケを張られるなど典型的な抗議運動でした。その際、私たち現場は「そのうち収まるだろう」ぐらいの認識だったのですが、岡田は状況を理解すると自分で出向いてNGO団体の方と直談判を始めたんです。企業のリスク管理としてはあり得ないのですが、本人の強い意思だったと聞いています。そこから丸2年ほど、たまたま私も対応チームにいたのですが、時間をかけて何度もNGO団体を訪ねて話し合いました。正直、当時の気分としては「日本の文化だから放っておいて」というもので、「決裂してもいい」とさえ思っていました。岡田の方針は「とにかく話し合いなさい」というもので、そのうち、相手の団体も話を聞いてくれるようになり、「では、こうしたらどうか」という建設的な話になっていったという経緯があります。

古谷 対話を重ね、成果をもたらしたというお話ですね。

三宅 はい。そのことがきっかけとなり、2003年の「イオンサプライヤーCoC」の制定、2004年の「グローバル・コンパクト」への賛同表明、「SA8000」の取得へとつながっていき

ます。また、このNGO団体はいまでも年に何回か来日いただいていて、意見交換しながらいっしょに何ができるかという話をしています。また、この時の経験を踏まえて、NPO、NGOなどステークホルダーときちんと向かい合うことが成長につながるという企業文化が醸成されていったと思います。もちろん、何もかも受け入れるのではなく、企業としてできることとできないことを分けたうえで、すぐに対応すること、中長期的に検討することなどの判断はしています。

黒田 お話を聞いていて符号する点があると思いました。それは何かというと、企業とNPO、NGOの関係性の変化です。1997年ごろ、有名な話ですが米国のナイキの生産委託工場で児童労働・強制労働があったとして大規模な不買運動が起こりました。それまでのNPO、NGOは、問題点を指摘しながら企業を攻撃し、不買運動を仕掛けたり反対キャンペーンを行ったりすることがありました。多くの団体ではこの事件をきっかけに、自分たちの最終的な目標は企業を叩くことではなく、人権侵害のない、環境に配慮する社会をつくっていくことなんだと再確認して、企業との継続的な対話を開始しました。いまのお話がまさにそうですが、数年かけて対話を重ねながらソリューションを見つけていくのです。そして、サプライチェーン上で何か問題があった場合には、その解決に共同であたっていく…そんな関係が起こり始めたのが、まさに2000年以降で、いまのお話とかなり符号すると思いました。

ローカルな視点も含めて次世代を育成

三宅 では、最後のお話とさせていただきますが、私どもの取り組みに対して、一部の方から「大企業だからできること」と言われることがあります。先ほど、岡田の発言として「グローバル基準」と申しましたが、それは決してグローバル基準に満たない…例えばグローバルGAP認証を取得していない地域の農業生産者を相手にしないということではなく、その地域固有の食文化を全国にアピールする「フードアルチザン(食の匠)」活動なども推進しています。こうした動きをイオンでは「グローバル経営」と呼んでいるのですが、その方向性に対してご意見をちょうだいできますでしょうか。

黒田 地域に根ざした小売業ならではの取り組みということで、評価されてしかるべきだと思います。一方で、中小企業が国際認証を取得することに関してはハードルが高いのも事実です。自治体は公共調達において、例えば環境に配慮した事業所にインセンティブをつけて加点する、いわゆる

総合評価方式をとって支援するところも少しずつ増えているようですので、イオンもそうした総合的な観点から地域産業の活性化を図っていただければと思います。

古谷 本日のテーマであるサステナブル消費に関しては、80年代から2000年代に生まれた若い世代…いわゆるミレニアル世代の人たちは生まれた時から環境問題が身近なこともありけっこう関心を持っています。また、そうした人たちは生まれ育った地域に愛着があり、起業家精神も旺盛な世代です。ですので、そうした地域の若い経営者を巻き込んで、地産品やいわゆるソーシャルプロダクツなどの取り扱いを増やし、積極的にアピールすることで、自社のサステナブルな取り組みと消費者のサステナブル消費につながる取り組みを実践していただきたいと思います。

三宅 ご意見ありがとうございます。本日は「サステナビリティ消費」というテーマで、その広がりを阻む理由は何か、推進していくためにはどうすればよいかというお話をいろいろな観点からお聞かせいただきました。その中でも、お客さまとの接点を持つ小売業としての情報発信の在り方、お客さまにストーリーとして訴求する点、サステナブル消費の効果を訴求する点などは大変参考になり、早速、営業部門と検討させていただきたいと思います。イオンは、これからも皆さまのご意見をもとに地域ごとに、そしてグローバルな観点からサステナビリティに配慮した取り組みを推進してまいります。今後も引き続きご意見をいただければと思います。本日はありがとうございました。





人にやさしく、環境にもやさしい 「トップバリュ グリーンアイ」を 3つの商品ラインに拡充。

「安全・安心」と「自然環境への配慮」に こだわったプライベートブランド

健康やエコへの関心が高まる中、イオンは1993年から“安全・安心”と“自然環境への配慮”にこだわったブランド「グリーンアイ(2000年に「トップバリュ グリーンアイ」に改称)」の開発・販売を開始しました。

農薬や化学肥料を可能な限り抑えた農産物からスタート。1997年からは畜産物や加工食品など取り扱い商品を拡大し、抗生物質や成長ホルモン剤を使わずに飼育したタスマニアビーフや純輝鶏、有機豆腐・有機味噌をはじめとした加工食品などを提供してきました。また、2006年からは、天然魚を減らさないように海の環境や生きものに配慮した漁業を行っていることを認証する「MSC認証商品」、2014年からは、アジアの小売業で初めて、海の環境や生きもの、社会や人権に配慮した養殖であることを認証する「ASC認証商品」

の販売を開始しました。さらに、2014 年からは「トップバリュ グリーンアイ オーガニック」シリーズを展開。幅広いオーガニック商品をお客さまに提案しています。

「よりナチュラルな食」のニーズに対応するために ヘルス&ウェルネス商品を強化

そして現在、「オーガニックの商品をもっと増やしてほしい」「なるべく添加物の入っていない食品がほしい」など、“ナチュラル志向”のお客さまがますます増加しています。そこでイオンは、ヘルス&ウェルネス商品の強化をグループ成長戦略の柱に位置づけるとともに、2016年11月から「トップバリュ グリーンアイ」を、“オーガニック”“ナチュラル”“フリーフロム”の3つのラインに拡充。全570品目を全国の「イオン」「イオンスタイル」「マックスバリュ」「ダイエー」などグループ約2,600 店舗で販売を開始しました。



「オーガニック」は、農薬や化学肥料などを使用しない有機栽培を行い、公的なオーガニック認証を受けている商品です。



トップバリュ グリーンアイ オーガニック カットトマト



「ナチュラル」は、化学合成された薬品や飼料の使用を可能な限り抑えて生産・飼育開発された商品です。イオンの自社牧場で飼育しているタスマニアビーフ、持続可能な方法で漁獲されたMSC認証、ASC認証の魚などがあります。



トップバリュ グリーンアイ ナチュラル 純輝鶏サラダチキン



「フリーフロム^{※1}」は、お客さまが購入の際に気にされる添加物と原材料の中の109種類^{※2}に配慮して開発した加工食品などの商品です。



トップバリュ グリーンアイ フリーフロム パン・ド・ミ

※1 「free」は「ない」または「存在しない」を意味し、食品における「free from」は一般的にはお客さまが気にされる添加物や原材料を使用していないことを指します。

※2 合成着色料29種類、合成保存料15種類、発色剤3種類、防かび剤5種類、合成甘味料10種類、調味料(アミノ酸)23種類、調味料(核酸)6種類、酸化防止剤3種類、漂白剤3種類、製造用剤6種類、トランス脂肪酸が含まれることの多い食品6種類。

KEY-WORD

イオン持続可能な調達原則

重点課題② P.94

12 つくば環境 つかう資源 14 海の豊かさ 15 山の豊かさ

イオン持続可能な調達方針・2020年目標

重点課題② P.94

12 つくば環境 つかう資源 14 海の豊かさ 15 山の豊かさ

イオン水産物調達方針 MSC・ASC認証商品・完全養殖

重点課題② P.95

12 つくば環境 つかう資源 14 海の豊かさ

イオン森林資源調達方針 FSC®認証木材・FSC®認証店舗

重点課題② P.96

12 つくば環境 つかう資源 15 山の豊かさ

JAS有機農産物加工食品の「認定輸入業者」資格

重点課題② P.97

12 つくば環境 つかう資源

「トップバリュ グリーンアイ」 オーガニック・ナチュラル・フリーフロム

重点課題②④ P.116

3 安全・安心 12 つくば環境 つかう資源

フェアトレード認証商品 フェアトレード調達プログラム

重点課題⑤ P.128

1 労働者の権利 8 農産物の生産 10 人や国の平等 12 つくば環境 つかう資源

ハラル認証商品

重点課題④ P.116

12 つくば環境 つかう資源

トレーサビリティ／生産者情報検索システム

重点課題④ P.115

12 つくば環境 つかう資源

グリーン購入(建設資材)

重点課題⑥ P.106

12 つくば環境 つかう資源 15 山の豊かさ



イオンと花王による 「トレーラーの中継輸送」の取り組みが 『経済産業大臣表彰』を受賞。

異業種企業と共同でモーダルシフトを推進

イオンの物流を担うイオングローバルSCM(株)は、同社が推進する「モーダルシフト研究会」を通じ、会員各社と共同で輸送の取り組みを研究し、CO₂排出量の削減を目指しています。

貨物自動車輸送においては、花王(株)との共同で関東・中部から両社のトレーラーが自社商品を運び、中継地点で積荷を交換し、受け取った積荷を相手企業へ輸送する「トレーラーの中継輸送」を2016年6月より開始しました。

「トレーラーの中継輸送」は、乗務員の業務環境改善やCO₂排出量の低減を目的として運行を開始したもので、中継輸送により乗務員の日帰り勤務が可能となり、乗務員一人あたりの拘束時間を短縮することで業務効率を改善



納品商品荷卸の様子

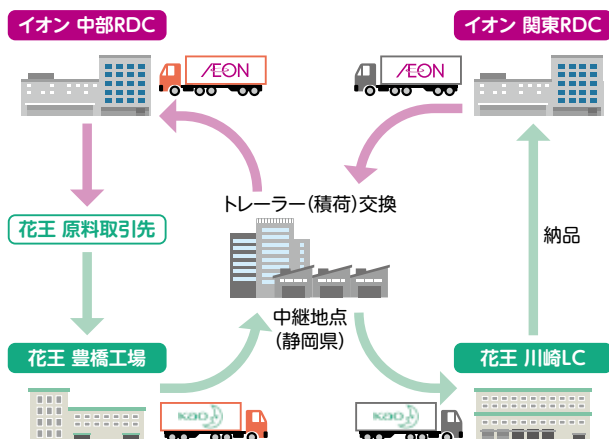
するとともに、実車率の向上による運行本数の削減でCO₂排出量を27.5%削減することができました。

「グリーン物流優良事業者表彰」で 「経済産業大臣表彰」を受賞

このような取り組みが評価され、2016年12月、国土交通省や経済産業省などが主催する「グリーン物流パートナーシップ会議」の「グリーン物流優良事業者表彰」で、「経済産業大臣表彰」を受賞しました。

この賞は、持続可能な物流体系の構築に特に顕著な功績があった優良な取り組みに対して贈られるもので、イオンは2015年の「イオン鉄道輸送研究会」専用列車による環境負荷低減の取り組みに続き2年連続での受賞となります。

今後も業界を超え、また鉄道以外の手段におけるモーダルシフトも積極的に進め、CO₂排出量の削減に取り組んでいきます。



受賞の様子(共同受賞者である向島運送株式会社様、福山通運株式会社様とともに。中央は経済産業省住田審議官)

KEY-WORD

「イオンサプライヤーCoC
(取引行動規範)」

重点課題⑤
▶ P.124



SA8000認証

重点課題⑤
▶ P.128



「トップバリュ」の品質管理/
ISO9001認証

重点課題④
▶ P.75



製造段階での容器包装資材の削減

重点課題③
▶ P.104



食品安全マネジメント規格「JFS
-E-C」認証

重点課題④
▶ P.113



モーダルシフト/
トレーラーの中継輸送

重点課題①
▶ P.89





「イオンモール多摩平の森」の 生物多様性保全の取り組みが ABINC特別賞を受賞。

生態系の保全と創出に配慮した 店舗開発を実践

イオンは、店舗が周辺の自然環境や生態系におよぼす影響をできる限り少なくとどめるために、店舗開設時に生物多様性評価や環境負荷軽減策を立案するなど、生態系の保全と創出に配慮した店舗開発を実践しています。

その一環として、イオンは2013年度から「一般社団法人いきもの共生事業推進協議会(ABINC)」による「いきもの共生事業所®認証(都市・SC版)」を取得し、店舗における生物多様性の保全状況を客観的に評価しています。これまでに「イオンモール東員」「イオンモール多摩平の森」「イオンモール常滑」「イオンモール四條畷」「イオンモール堺鉄砲町」「イオンモール長久手」の6つの店舗で認証を取得しています。

「大型商業施設の生物多様性保全活動の パイオニア的存在」として評価を獲得

これら店舗の中で、2014年に「緑あふれる美しい庭」をコンセプトにオープンした「イオンモール多摩平の森」が、2016年10月、第一回ABINC賞において特別賞(都市・SC版)を受賞しました。受賞にあたっては「事業的な制約がある中で屋上ビオトープや『雨の庭™』を設置するなど、大型商業施設における生物多様性保全の可能性に取り組んだパイオニア的な事例である」ことが評価されました。

イオンは、これからも地域の生態系を守る仕組みをつくり、その実践を通じて地域の生物多様性保全に貢献していきます。



既存樹木の保存・遊歩道の整備

ケヤキやイチョウなどの既存樹木のうち、約50本をそのままの姿で保存しています。敷地北側・東側には、既存樹木を保存した緑地帯を整備し、「多摩平の森」の面影を残した安全ですこやかな歩行空間を確保しています。



屋上ビオトープ

4階の「丘の原っぱ」には、屋上ビオトープを導入。環境学習や環境保護啓発に役立てています。



「雨の庭™」

雨水には、排気ガスなどに含まれる物質が混じることがあり、そのまま川や海に流れ込むと生態系を壊すおそれがあります。「雨の庭™」は、雨水を地中に浸透させて浄化することで、生態系への負の影響を減らします。

KEY-WORD

「イオンのecoプロジェクト」/ スマートイオン

重点課題① ▶ P.112

7 エコポイントの導入
11 省エネ設備の導入
13 気候変動に
関係する
環境負荷の削減

「イオン自然冷媒宣言」

重点課題① ▶ P.87

7 エコポイントの導入
13 気候変動に
関係する
環境負荷の削減

エコチューニング事業者

重点課題① ▶ P.112

7 エコポイントの導入
13 気候変動に
関係する
環境負荷の削減

「いきもの共生事業所®認証(都市・SC版)」

重点課題② ▶ P.100

11 省エネ設備の導入
13 気候変動に
関係する
環境負荷の削減
15 緑の豊かさ
の向上

フィッシュボタン

重点課題② ▶ P.96

12 水資源の
有効利用
14 水質の
向上

「イオン食品衛生認定制度」

重点課題④ ▶ P.115

12 水資源の
有効利用



CO₂排出量削減に貢献する傘、 「トップバリュ fururi」が エコプロダクツ大賞を受賞。



原材料にサトウキビ由来の グリーンポリエチレンを使用

イオンは、CO₂排出量削減に貢献する商品の開発・販売に取り組んでいます。その一つがビニール傘「トップバリュ fururi」で、原材料の一部にCO₂排出量を抑えるサトウキビ由来のグリーンポリエチレンを使用しています。またビニール生地、石突き、傘骨のパーツごとに分解できるため、ごみの分別がしやすく、リサイクルにつながります。また、傘骨がグラスファイバー製で、やわらかく折れにくいいため、長く使えて廃棄ゴミの削減にもつながる商品です。

使い捨てが当たり前とされたビニール傘をお客さまにできるだけ長く使っていただけるよう、ビニール生地と傘骨をそれぞれ組み合わせて「着せ替え」ができるよう工夫。エコでファッショナブルなビニール傘として好評を博しています。

こうした特長が評価され、2016年の11月には、エコプロダクツ大賞推進協議会が主催する「第13回エコプロダクツ大賞」において「エコプロダクツ大賞推進協議会会長賞（優秀賞）」を受賞しました。

KEY-WORD

レジ袋削減／買物袋持参運動

重点課題③ ▶ P.107



店頭資源回収(容器包装)

重点課題③ ▶ P.108



店頭資源回収(製品)

重点課題③ ▶ P.108



食品廃棄物削減

重点課題③ ▶ P.105



ローリングストック

重点課題④ ▶ P.117



店頭での啓蒙活動

重点課題③ ▶ P.108



使用段階での廃棄物削減への配慮

重点課題③ ▶ P.104



食品残さを堆肥とする 食品リサイクルループを通じて 農産物の本格出荷を開始。

「イオン完結型食品リサイクルループ」で 採れた約520トンの農産物を出荷

イオングループの農業法人、イオンアグリ創造(株)は、2016年6月から、関西地区のイオングループ店舗で「イオン完結型食品リサイクルループ」で生産したキャベツの本格出荷をスタートしました。食品リサイクルループとは、店舗から出る食べ残しなどの食品残さを堆肥化させて土に還し、その土で農産物などを栽培する取り組みです。イオンでは、グループ内店舗から排出した食品残さを堆肥とし、イオンの直営農場で農産物を生産、再びグループ店舗

に供給する「クローズド・リサイクルループ」のかたちで食品リサイクルを実施しています。

2016年度は、キャベツのほか、大根、白菜、ほうれん草、ミニトマトなど約520トンの農産物を出荷しました。



KEY-WORD

イオンの「廃棄物ゼロ」取り組み コンセプト

重点課題③ ▶ P.102



ゼロエミッションモール (イオンモール)

重点課題③ ▶ P.104



食品リサイクルループ

重点課題③ ▶ P.105



リターナブルコンテナ

重点課題③ ▶ P.106



リユースハンガー

重点課題③ ▶ P.106



回収資源の再商品化

重点課題③ ▶ P.104



「商業を通じた地域社会への奉仕」という社是を原点に。

CSR活動の原点

事業拡大にともなう

“責任ある取り組み”を展開

1969年、「商業を通じて地域社会に奉仕しよう」を社是(当時)として、(株)岡田屋、フタギ(株)、(株)シロの3社が合併、イオンの前身であるジャスコ(株)が誕生しました。以来、イオンは、小売業の企業化・近代化・産業化という志を同じくする企業と連携しながら事業を拡大し、この46年間で売上高は5億円から8兆円へ、店舗数は70店舗から2万1,113店舗/カ所へ、従業員数は4,000人から約52万人へと増加しました。

こうした歩みの中で、イオンは、多様な能力をもった人材が結集することで、時代の変化に対応する新たな力が生まれることや、安全・安心な商品を提供していくためには、お取引先をはじめ多くのステークホルダーの皆さまと協働して品質などの価値を高める必要があること、企業規模に応じて雇用や環境対応など社会から求められる役割や期待が拡大していくことなど、事業拡大にともなう“責任ある取り組み”の重要性と認識を高めていきました。

植樹活動の原点

豊かさの根源を未来に引き継ぐために

1960年代。当時、(株)岡田屋(現イオン)の社長だった岡田卓也(現名誉会長相談役)は、自宅の庭の南天の花が咲かなくなったことに地球環境の異変を感じました。また、そのあとも、経済成長にともなう大気汚染などの公害が社会問題となる中、「自然の恵みを失うことは、豊かさの根源を失うこと」と大きな危機感を抱き、「小売業としてできることは何か」を考え続けました。そして、地域に密着した小売業の特長をいかした取り組みとして、1991年より店舗周辺での植樹活動である「イオン ふるさとの森づくり」を開始しました。地域のお客さまとともに植樹をすることで、自然の大切さを理解しながら地域の人々とのつながりを深め、平和である喜びを分かち合う——イオンの基本理念の実践を植樹活動として具現化していきました。

1989年 - 2001年

CSR推進組織の構築、新たな取り組みの開始

「植樹」をはじめ、現在のCSRの取り組みにつながるさまざまな活動を開始

日本、そしてアジアを代表するリテ일러にふさわしい企業行動を実践していくために、また小売業として最も重要な「豊かさ」という価値を持続的に提供していくために、イオンは、1980年代後半からCSR活動を組織的に取り組むための体制づくりを進めました。

1989年、「イオングループ1%クラブ(現(公財)イオンワンパーセントクラブ)」(▶P.156)の発足を皮切りに、1990年には「地球にやさしいジャスコ委員会」「(財)イオングループ環境財団(現(公財)イオン環境財団)」(▶P.158)を設立しました。

また、こうした体制をもとに、1991年から「イオン ふるさとの森づくり」を開始したほか、「買物袋持参運動」「店頭資源回収運動」の実験を開始。2000年には環境マネジメントの国際規格「ISO14001」認証を取得、2001年には社名変更を機に、毎月11日を「イオン・デー」として「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」をスタートするなど、現在のCSR活動につながるさまざまな活動を開始しました。

- 1989年 「イオングループ1%クラブ」発足
- 1990年 「地球にやさしいジャスコ委員会」設立
「(財)イオングループ環境財団」設立
- 1991年 「イオン ふるさとの森づくり」開始
「クリーン&グリーン活動」開始
「買物袋持参運動」「店頭資源回収運動」の実験を開始
- 2000年 環境マネジメントの国際規格「ISO14001」認証を取得
- 2001年 「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」開始

グループ
売上高
グループ
従業員数

植樹本数
の推移※



※「イオン ふるさとの森づくり」、(公財)イオン環境財団による植樹、「イオン 東北復興ふるさとの森づくり」の合算

2002年 - 2007年

グローバルな視点での活動を拡大

国連「グローバル・コンパクト」 10原則を踏まえた取り組みを開始

イオン(株)は、2004年、グローバルな観点からCSR活動を強化していくために、日本の小売業として初めて、国連が提唱する「グローバル・コンパクト」への賛同を表明しました。また、同年に人権や労働環境に関する国際的な認証規格「SA8000」(▶P.128)認証を取得しました。この前年の2003年に制定した「イオンサプライヤーCoC(取引行動規範)」は、「グローバル・コンパクト」の10原則および「SA8000」の要求事項を踏まえた内容となっています。これらの活動を基盤に、2014年には、イオン(株)と国際的な労働組織であるUNIグローバルユニオンなど3つの労働団体が、労働、人権、環境に関する「グローバル枠組み協定」を締結しました。



2003年 「イオンサプライヤーCoC」を制定
2004年 「国連グローバル・コンパクト」への賛同を表明
人権や労働環境に関する国際的な認証規格「SA8000」
認証を取得

2008年 - 2010年

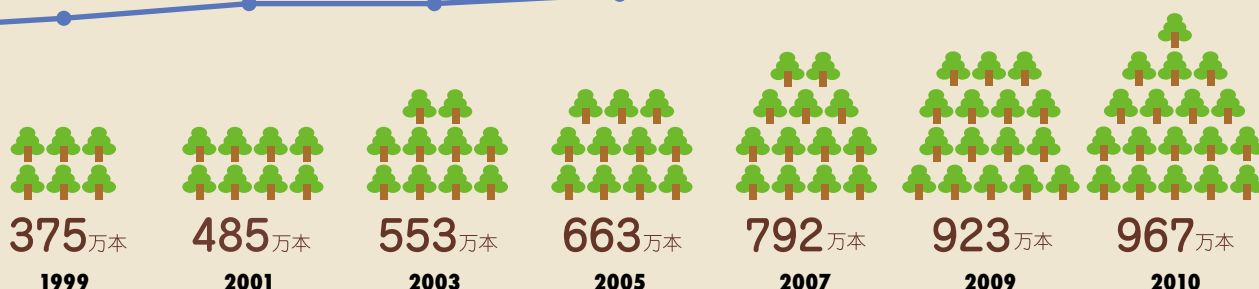
より組織的・計画的な活動推進を

「温暖化防止」「生物多様性」に関する グループ方針を策定

2008年、イオンは、CO₂の排出削減目標について、国内小売業で初めて具体的な数値を定めた「イオン温暖化防止宣言」を発表しました。エコストアの開発などによる「店舗」での取り組み、包装資材の省資源化や輸送手段の変更など「商品」を通じた取り組み、さらに店舗での植樹活動を「お客さま」とともに進めることで、2012年度にCO₂排出総量を2006年度比で30%(185万トン)削減という数値目標を掲げ、1年前倒しの2011年度に208万トン削減を達成。現在、CO₂排出量削減だけでなく防災拠点としての取り組みを加えた「イオンのecoプロジェクト」(▶P.84)を推進しています。

また、生物多様性条約第10回締約国会議(COP10)が日本で開催された2010年には「イオン生物多様性方針」を策定。従来から取り組んできたMSC・FSC認証を受けた生物多様性に配慮した商品の開発・販売や、生態系の保全に配慮した店舗づくりなどに継続して取り組んでいます。

2008年 「イオン温暖化防止宣言」発表
2010年 「イオン生物多様性方針」策定



「イオン サステナビリティ基本方針」をもとに重点課題・KPIを定めてCSR活動を推進。

2011年 - 2013年

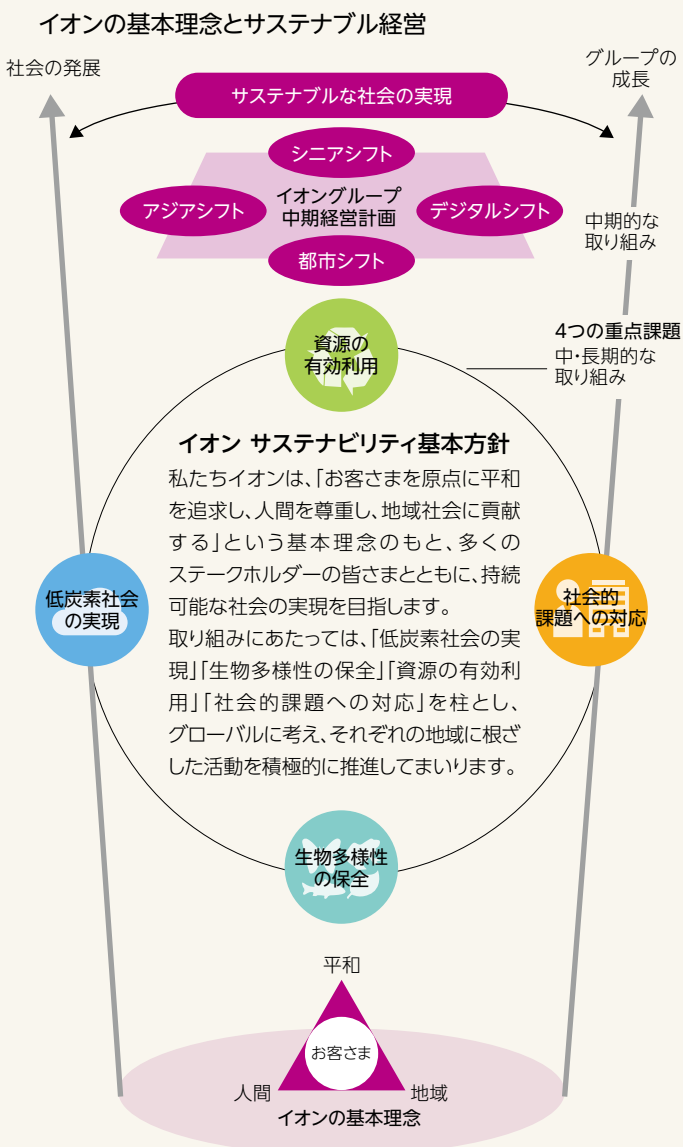
「グループの成長」と「社会の発展」を目指して

4つの重点分野を定めて サステナブル経営を推進

事業のグローバル化が大きく進展し、環境・社会への影響度も格段に高まりつつある中、グループ全体でより積極的にCSR活動を推進し、「グループの成長」と「社会の発展」を両立させる「サステナブル経営」を実現していくために、イオン(株)は2011年3月、「イオン サステナビリティ基本方針」を策定・発表しました。

策定にあたっては、世界のメガトレンドや人々の価値観の変化、「国連ミレニアム開発目標(MDGs)」に示された社会課題、ISO26000など社会的責任に関するガイドラインと、新たな中期経営計画の骨子を踏まえ、環境アドバイザーボードや社外取締役、CSR活動に携わっているイオンピープルなど社内外のステークホルダーによる討議を実施。イオングループが取り組むべき4つの重点課題を決定するとともに、重点課題ごとに中・長期の達成指標「KPI:Key Performance Indicator」を定め、その進捗を毎年、「環境・社会報告書」などを通じて公表しています。

- 2011年 「イオン サステナビリティ基本方針」策定
- 2012年 「イオンのecoプロジェクト」開始
- 2014年 「イオン持続可能な調達原則」策定
「グローバル枠組み協定」締結

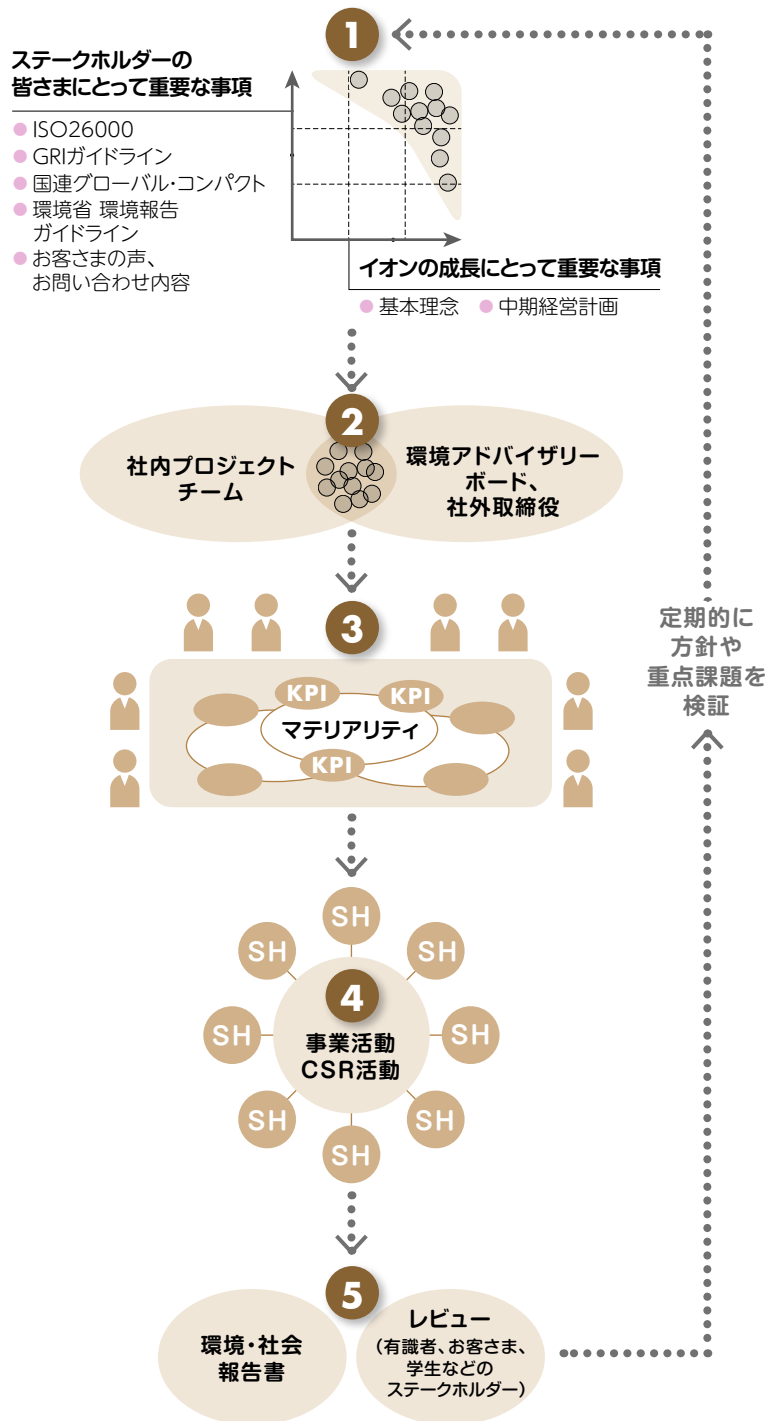


植樹本数
1,000万本突破



マテリアリティ策定プロセス

マテリアリティアセスメントのサイクルを活用して 社内外のステークホルダーの声を反映



イオンは、「社会からの要請・期待」と「イオンの経営にとっての重要性」の2つの観点からCSRに関わる重要事項を導き出し、社内外のステークホルダーの討議を踏まえて経営会議で重点課題を決定しています。また、重点課題に基づいたさまざまな取り組みを、年次ごとに発行する「環境・社会報告書」を通じて広く社会に発信しています。さらに、これらの情報発信や日々の事業活動によって得られたステークホルダーの皆さまの声を、新たなマテリアリティの策定にいかしています。このように、イオンは、マテリアリティアセスメントのサイクルを活用して常にCSRに関する活動レベルの向上を図っています。

- ① 2つの観点からCSRに関わる重要事項を抽出
- ② 社内・社外のキーパーソンが議論しながら重点課題を設定
- ③ 経営会議「イオン・マネジメント・コミッティ」で重点課題とKPI（達成指標）を決定
- ④ ステークホルダーとともに事業／CSR活動を実践
- ⑤ 活動をまとめた「環境・社会報告書」の発行や日々のステークホルダーとの対話を通じて新たな重要事項をキャッチアップ

サステナビリティ経営の実践へ①

2020年を目標とした
「ビッグチャレンジ」を開始

2014年、イオンは社会環境や経営環境の変化に対応しながらサステナブル経営をさらに前進させていくために、CSR活動の成果を、企業経営における社会・環境・経済面のリスクがコントロールされた段階(Stage I)、CSR活動を社会課題の解決プロセスとして機能させ、成長機会とする段階(Stage II)、CSR活動と事業活動が一体化した、CSVを実現する段階(Stage III)の3段階に分類しました。そして、現状の活動レベルをStage IIと自己評価したうえで、2020年までにより多くの取り組みがStage IIIに到達するために、達成に必要な10の活動項目からなる「ビッグチャレンジ」を掲げました。

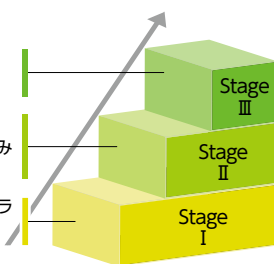
また、これらの活動の進捗状況をもとに、社外の有識者の皆さまとのダイアログを定期的に開催。グループ環境・社会貢献部が事務局となってマテリアリティの見直しやビッグチャレンジの活動項目を適宜見直す体制を強化しました。

CSR活動の成果

CSRと事業が一体化した経営
≡CSV(Creating Shared Value)

リスク強化→強みの創造
社会課題の解決プロセスへの組み込み
(成長機会の創出)

リスクコントロール(企業倫理、コンプライアンス)理念に基づく個々の活動



レビュー 2016年、ステークホルダーダイアログでの有識者の声

「アジアNo.1リテラー」として、アジアのサステナビリティのスタンダードをつくるくらいの意気込みに期待しています。そのためには、これまでの活動を踏まえた長期目標を設定して活動を深化させていく必要があります。また、MSC認証なども売り場でもっとアピールしてほしい。多くの消費者が集まるお店で、単なる売り手と買い手の関係だけではなく、ともにサステナビリティを考えていくお店になってほしいと思います。

LRQAジャパン 事業開発部門長 富田 秀実氏

小売業はSDGsの目標12「持続可能な消費と生産」の要です。フェアトレード、オーガニック商品の取り扱いなど、バリューチェーンの各段階でどう取り組んでいるのかをぜひ示していただきたいと思います。特に国産材の利用やFSC認証などの「木」とMSC認証に代表される「魚」はイオンの顔。そうした活動を通じてエシカル消費を喚起していくことで目標12を達成する力になっていただきたいと思います。

株式会社大和総研 調査本部 主席研究員 河口 真理子氏

サステナビリティ経営の実践へ②

社会やステークホルダーの要請を踏まえて
基本方針や重点課題などの見直しを実施

2015年9月、国連総会でMDGsに代わる新たな国際目標「持続可能な開発目標(SDGs)」が採択されました。また、2015年12月には気候変動枠組条約締結国会議(COP21)において新たな国際枠組みとなる「パリ協定」が合意されました。

こうした状況を踏まえて、イオンは2016年6月に「社会の変化とイオンが果たすべき責任」をテーマに有識者とのダイアログを実施しました。そして、国際情勢やダイアログでの意見をもとに、「環境」「社会」の2つの側面からあらためてマテリアリティアセスメントを実施。社内での議論を経て2017年4月、「サステナビリティ基本方針」を見直すとともに、「社会的課題への対応」としていた社会面の重点課題を4つ特定。これにあわせてビッグチャレンジの活動項目も充実させました。

さらに、世界経済の国際化とともに重要視される「サプライチェーンにおける社会的責任」を果たしていくために、2014年に制定した「イオン持続可能な調達原則」を、より具体的な行動指針とした「イオン持続可能な調達方針」(P.94)を制定しました。

イオンは、これからも社内外のステークホルダーとの対話を推進し、現状に留まることなく、真のアジアNo.1リテラーにふさわしい責任ある企業行動に努めていきます。

持続可能な開発目標 (SDGs)



	海洋汚染の防止／3Rの推進	エネルギー管理／フロン漏洩防止／資源保護／森林破壊の防止／食品廃棄物の管理
自然環境との調和	生態系への配慮／化学物質管理	廃棄物の管理
水資源の保全	土壌汚染防止／排水管理／騒音防止／悪臭の防止／排気ガスの低減	

イオンの経営にとっての重要性

低炭素社会の実現

生物多様性の保全

資源循環の促進

イオン サステナビリティ基本方針(2017年11月改訂)

私たちイオンは、「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」という基本理念のもと、「持続可能な社会の実現」と「グループの成長」の両立を目指します。取り組みにあたっては、「環境」「社会」の両側面で、グローバルに考え、それぞれの地域に根ざした活動を、多くのステークホルダーの皆さまとともに積極的に推進してまいります。

多様な消費者課題への対応

公正な事業活動の実践

人権と多様性を重視した職場づくり

コミュニティとの協働

	人権への対応／店舗の「安全・安心」確保／災害時の地域の生活インフラ機能／買物弱者への対応／お客さまとの対話	商品の「安全・安心」確保／高齢者への対応／健康に配慮した商品・サービスの提供
被災地支援／障がい者支援／子育て支援／子どもの成長支援	地域社会への貢献／雇用の創出／倫理的取引の拡大／お客さまへの情報開示／情報セキュリティ対策	ダイバーシティ推進／従業員の心身の健康／サプライチェーン・マネジメント
国際社会への貢献／貧困への対応／中小企業育成支援／文化の継承	お客さまへの環境・社会配慮の啓発	従業員のワークライフバランス／従業員の能力開発

イオンの経営にとっての重要性

「ビッグチャレンジ2020」
13の活動項目

1 低炭素社会の実現

- 「イオンのecoプロジェクト」の推進
- エネルギー&フロンポスト2020年目標の設定

2 生物多様性の保全

- 「イオン 森の循環プログラム」の実施
- 自然資源の持続可能な調達と消費

3 資源循環の促進

- 廃棄物ゼロの推進
- 食品廃棄物ゼロの推進
- 自然循環 ポスト2020年目標の設定

4 多様な消費者の期待に応える商品・サービスの提供

- ヘルス&ウェルネスの実現
- BCM(事業継続マネジメント) 5カ年計画

5 公正な事業活動の実践

- フェアトレードなどの拡大

6 人権と多様性を重視した職場づくり

- ダイバーシティの推進
- ウェルネス経営の推進

7 コミュニティとの協働

- 地域エコシステムとの連動

重点課題を「ビッグチャレンジ」に反映

売上高 **8兆2,101億円**従業員数 約 **52万人**

植樹本数

1,144万1,925本

(2017年2月末現在)

レビューやトレンドを踏まえて基本方針と重点課題を再定義

社会からの要請・期待

環境マネジメント

環境方針体系

イオンは、「イオンの基本理念」のもと、イオングループすべての企業が環境と社会に対して取り組むべき基本方針として、「イオン サステナビリティ基本方針」を定めています。この方針にのっとり、「イオンのecoプロジェクト」、「イオン生物多様性方針」など、具体的なグループ全体の目標・方針を設定しています。

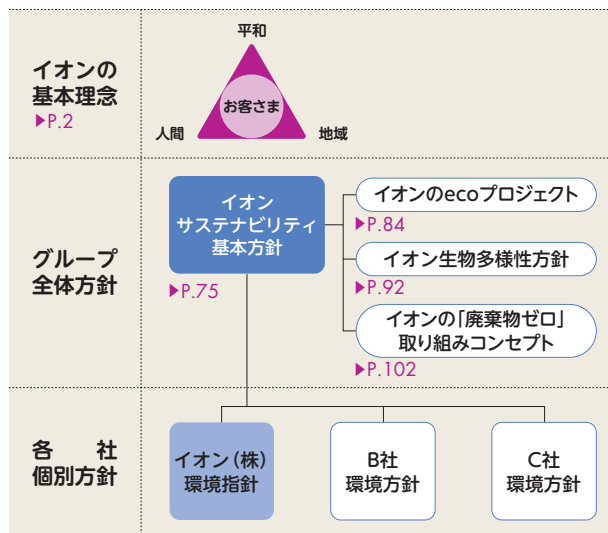
一方、グループ各社では、自社の特性にそった環境に関する方針や環境マネジメントシステムを定め、実効性の高い取り組みを行っています。これは、さまざまな事業を展開するイオングループは、各事業の業種・業態によって課題が異なるためです。

例えばイオン(株)では、「イオン サステナビリティ基本方針」の重点課題にのっとり、イオン(株)の環境保全活動の目的・目標を定めた「イオン(株)環境指針」のもとに、環境保全活動に取り組んでいます。

各社の取り組み状況は、イオン(株)執行役経営企画担当※を中心にグループ全体で共有し、その達成度合いを評価するなど、次年度の目標設定にいかされています。

※ 2017年4月から、環境・社会貢献、広報IRなどの組織を、経営企画部門から独立させ運営していく体制に変更し、現在は、執行役環境・社会貢献・PR・IR担当がこの役割を担っています。

環境方針体系



イオン(株)環境指針※

私たちは、お客さまへの安全・安心な店舗・商品・サービスの提供を通じて、豊かな暮らしと地球環境保全の両立に取り組めます。

取組みの推進にあたっては、環境マネジメントシステムを運用し、定期的な見直しを行い、継続的に改善を進めます。

1. 私たちは、低炭素社会の実現のため、全ての事業活動における温室効果ガスの排出削減に取り組めます。
 - (1) 店舗におけるエネルギー効率を継続的に改善します。
 - (2) 商品のサプライチェーン全体で削減に取り組めます。
2. 私たちは、事業活動を通じた生態系への影響と恩恵を把握し、保全活動を推進します。
 - (1) 持続可能性に配慮し資源管理された商品開発・調達に取り組めます。
 - (2) 植樹・育樹活動等を推進し、地域の生態系を守り育む活動に取り組めます。
3. 私たちは、持続可能な資源利用のために省資源、資源循環に取り組めます。
 - (1) 資源のリデュース・リユース・リサイクルを推進します。
 - (2) 環境負荷の少ない原料・資材等を選択するよう努めます。
4. 私たちは、環境側面に関わる法規制等を順守し、汚染の予防に努めます。また、本指針を従業員および当社の事業活動を支えるすべての人々に周知するとともに、広く公開します。
5. 私たちは、お客さまをはじめとする多くの方々とパートナーシップを築き、取組みの輪を広げていきます。

2011年3月1日制定
イオン株式会社
取締役 代表執行役社長
岡田 元也

※ イオン(株)環境指針は、以下のグループ会社で適用されています
イオン(株)、イオンリテール(株)、イオンリテールストア(株)、
イオンスーパーセンター(株)、マックスバリュ南東北(株)、
マックスバリュ関東(株)、マックスバリュ長野(株)、マックスバリュ北陸(株)、
イオンビッグ(株)、イオンアイビス(株)、まいばすけっと(株)、イオンバイク(株)、
イオンリカー(株)

ISO認証取得状況

環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証取得した企業は36社となりました(2017年2月現在)。各社でそれぞれPDCAサイクルを運用し、継続的に環境負荷の低減に取り組み、成果を上げています。

ISO認証取得企業一覧表(2017年2月末現在)

社名		社名	
イオン(株)	●	イオン琉球(株)	●
イオンリテール(株)	●	マックスバリュ九州(株)	●
イオンスーパーセンター(株)	●	マックスバリュ北海道(株)	●
マックスバリュ南東北(株)	●	イオンディライト(株)	●
マックスバリュ関東(株)	●	ローラアシュレイジャパン(株)	●
マックスバリュ長野(株)	●	(株)メガスポーツ	●
マックスバリュ北陸(株)	●	(株)コックス	●
イオンアイビス(株)	●	マックスバリュ東海(株)	●
イオンビッグ(株)	●	(株)生活品質科学研究所	●
イオンリテールストア(株)	●	イオン北海道(株)	●
まいばすけっと(株) 本社	●	イオングローバルSCM(株)	●
イオンバイク(株) 本社	●	広東イオン	●
イオンリカー(株) 本社	●	(株)ダイエー	●
マックスバリュ東北(株)	●	イオンマーケット(株)	●
イオンフードサプライ(株)	●	(株)マルエツ	●
マックスバリュ西日本(株)	●	(株)カスミ精肉加工センター	●
マックスバリュ中部(株)	●	イオンクレジットサービスアジア	●
イオンモール(株)	●	イオンクレジットサービスオーストラリア	●
イオン九州(株)	●	イオンタナサンサップタイランド	●
イオンストア九州(株)	●	イオン青島	●
イオンクレジットサービス(株)	●	イオントップバリュ(株)	●

● ISO9001 ● ISO14001

2015年にISO14001の規格が改訂され、業務プロセスと環境マネジメントシステムの統合、トップのリーダーシップ、パフォーマンスの向上重視などがうち出されました。

イオンでは、この改訂をマネジメント体制の強化の機会ととらえ、積極的に移行に取り組んでいます。

イオン(株)では、グループ各社のスムーズな移行を支援するため、経営・マネジメント層を対象としたセミナーを実施し、計209名が受講しました。また、コンテンツを継続的に活用できるよう、動画の教材も提供しています。

イオンリテール(株)では、2016年より内部監査員養成セミナーを「2015年版」にのっとり実施したほか、実務担当者への教育を行うなど、移行に向けた準備を進めています。

グループの認証取得企業は、今後2018年までに、順次移行を進め、事業と一体となった環境マネジメントシステムを構築していきます。

■マックスバリュ九州(株)が

ISO14001「2015年版」での認証を取得

マックスバリュ九州(株)は、2017年4月にISO14001「2015年版」への移行審査を受審し、認証を取得しました。

移行審査にあたっては、監査部、監査員への差分教育や、店舗のマニュアル変更および従業員教育などを実施しました。「2015年版」では環境目標の達成が必須であることを従業員に周知させ、ISO14001に継続して取り組んでいきます。



更新審査時の様子

排水管理の取り組み

イオンの店舗から出る排水は、毒性の高い物質が混じる可能性はほぼありませんが、油類などが多く含まれていると法的基準が順守できなかったり、排水管が詰まったりするなどの事故につながる可能性があります。このためイオンでは、グリーストラップの清掃など、日常の運用が正しく行われるようDVDなどの教材を整備し、テナント従業員も含めて教育・訓練を実施しています。グリーストラップの管理状況については、定期的に写真をとって指導するなど、日常管理を強化して改善するとともに、衛生チェックの項目として組み込み、定期的に第三者がチェックする仕組みを採っています。

また、イオンリテール(株)など複数のグループ企業では、毎年、「自主検査」として、下水道も含めて一斉に水質検査を実施しています。法定の基準値より厳しい「自主基準値」を超過した店舗では確実に是正するという取り組みを継続することで、排水管理レベルの向上を図っています。

環境教育

イオンは、従業員の環境への意識の向上を目的として、各種研修の中でイオンの環境理念や取り組みについて学ぶ時間を設けています。

2008年度から、「環境社会検定試験®(eco検定)※」の受検を推奨しています。本社部長以上、各店店長などが受検しています。また、ISO14001の認証を取得している企業では、各社ごとに従業員への研修を実施しています。例えばイオンリテール(株)では、Webサイト上で受講できる教育ツールを整備しているほか、全従業員にISO14001のハンドブックの携行を義務付けています。

また、環境マネジメントシステムの運営を円滑に行うため、有資格者による「内部環境監査員養成セミナー」を毎年実施しています。ISO14001の認証を取得した2000年以降、累計で1,876人が受講しています(2017年2月現在)。

※ 環境社会検定試験:東京商工会議所が主催する検定試験で、環境問題への幅広い基本的知識を有し、問題意識を日常の行動に活かす「人づくり」、そして環境と経済を両立させた「持続可能な社会」構築を目指して、2006年から開始。

グループ会社の取り組み

イオンリテール(株)の取り組み

Webサイト上で受講できる教育ツールを整備しているほか、全従業員にISO14001のハンドブックの携行を義務付けています。

イオンモール(株)の取り組み

「全社員のeco検定合格」を中期環境方針に掲げ、そのために従業員への環境教育を実施するなど、全社を挙げて推進しています。

イオンファイナンスサービス(株)の取り組み

キャリアアップに向けた資格取得を目的に、各種公的資格や検定試験に対する助成制度を設けており、eco検定もそのひとつとして資格取得を推進しています。

イオンディライト(株)の取り組み

施設の快適性や生産性を確保しつつ、設備機器・システムの適切な運用改善を行うエコチューニング技術者資格を150名が取得し、2017年3月に事業者認定されました。

また、ISO14001の内部環境監査員養成などの環境教育、エネルギー管理士などの資格取得を推進し、環境負荷軽減技術を修得した人材育成を行っています。

ブランシェス(株)の取り組み

東京商工会議所が主催する「eco検定アワード2016」において、ブランシェス(株)が「優秀賞」を受賞しました。

「eco検定アワード」は、模範となる環境活動を実践しているエコピープル(eco検定合格者)およびエコユニット(企業・団体)の実績を称える事業です。

ブランシェス(株)は「さんごの森」の再生活動など多数の貢献が評価され、「eco検定アワード」エコユニット部門では4年連続受賞となりました。

2016年度 ISO14001目標と実績

【全社目標】

○=達成できました △・×=達成できませんでしたが努力を続けています

環境指針	区分	全社目標	目標	実績	評価	主管
低炭素 社会実現	店舗	◎	省エネの推進 電気使用量2015年度対比 1～2%以上削減 ※目標は企業によって異なります。	目標:1,937,567kWh 実績:1,957,000kWh 目標対比:101.0% 昨年対比:99.8% イオンリテール(株)、イオンスーパーセンター(株)、マックスパリュ南東北(株)、マックスパリュ関東(株)、マックスパリュ長野(株)、マックスパリュ北陸(株)、イオンビッグ(株)の合計	△	イオン(株) グループ各社
資源 有効利用	店舗	◎	資材の使用金額の削減 2015年度対比 5%以上削減 ※目標は企業によって異なります。	目標:838,347千円 実績:808,114千円 目標対比:96.4% 昨年対比:92.2% イオンリテール(株)、イオンスーパーセンター(株)、マックスパリュ南東北(株)、マックスパリュ関東(株)、マックスパリュ長野(株)、マックスパリュ北陸(株)、イオンビッグ(株)の合計	○	イオン(株) グループ各社
		◎	食品の廃棄売変率0.50%以下の達成 ※目標は企業によって異なります。	〈平均〉 実績:0.521% 目標対比:107.5% 昨年対比:98.6% イオンリテール(株)、イオンスーパーセンター(株)、マックスパリュ南東北(株)、マックスパリュ関東(株)、マックスパリュ長野(株)、マックスパリュ北陸(株)、イオンビッグ(株)の実績	△	イオン(株) グループ各社

【部門目標】

環境指針	区分	全社目標	目標	実績	評価	主管
低炭素・ 資源・ 生物 多様性	商品	—	環境保全型商品の拡販	LED電球・シーリングライトの拡販 サステナブルシーフード(MSC・ASC)の拡販 オーガニック・ナチュラル商品の取り扱い拡大 節水トイレの拡販 SELF+SERVICE商品の拡販など	○	イオン(株) イオン トップパリュ(株) イオンリテール(株) グループ各社
パートナ シップ	お客さま とともに	—	イオン チアーズクラブの活動の推進 ①GMS全店で年4回以上活動を実施 80%以上 ②「壁新聞」完成店舗 80%以上	4回以上の活動をした店舗は453店舗中336店舗 (下期新店除く、リテールストア含む) 実施率74.2%、目標対比92.8% ・活動ゼロ店舗に働きかけ、モチベーションを上げる施策に取り組む。 ・グループ内企業と連携したプログラムの推進。	△	イオン(株) グループ各社
汚染予防	店舗	—	排水の適正管理の実施(基準の順守・事故予防) ①常時適正値の維持を目指すための取り組みを行う ②問題店舗(違反未是正・設備不備)への個別対応を継続	一斉自主検査を実施 初回自主基準違反率27.7% (悪化) ・取り組み強化のため、教育DVDを作成。教育ツールの整備を実施。 ・設備導入を推進。 ・重点管理店舗以外での基準値違反が多く発生。教育の遅延などが課題。 〈好事例〉 清掃の過程を写真撮りし、正しい清掃ができるよう指導。	△	イオン(株) グループ各社

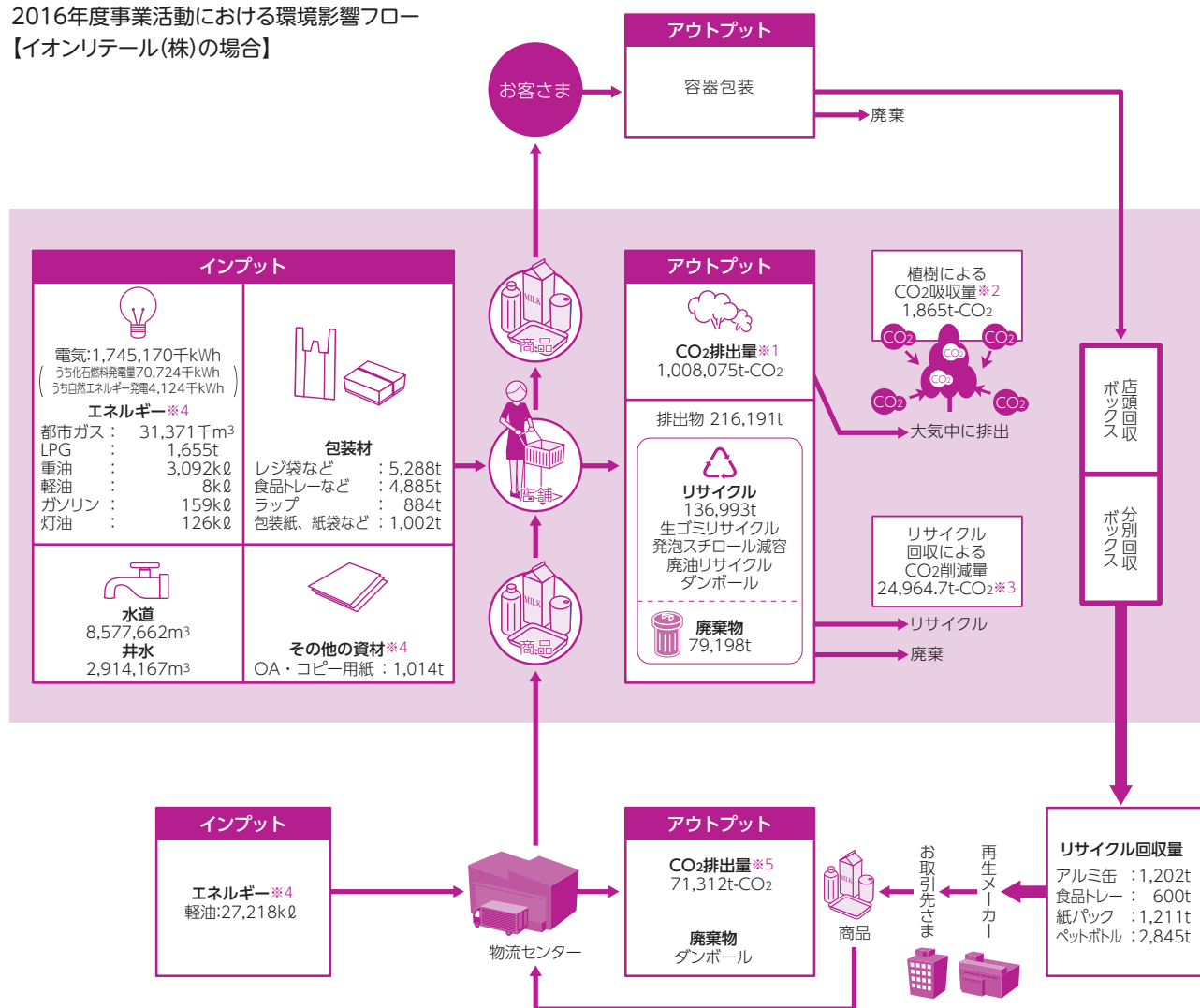
2016年度 イオングループ環境会計

大分類	中分類	計上項目	環境保全コスト (千円)	経済効果 (千円)	CO ₂ 削減効果 (t-CO ₂)
低炭素社会の実現	創エネルギー	太陽光発電の導入	335,722	194,316	5,751
	省エネルギー	省エネ設備の導入など (LED照明機器、エネルギー使用状況の見える化など)	8,363,502	1,636,970	46,876
	フロン管理	自然冷媒機器の導入、フロン充填・漏えい管理など	1,966,940	7,975	432
	カーボンオフセット	カーボンオフセット(CO ₂ 排出権取引)	3,018	—	437
	物流	モーダルシフトの導入、リターナブルコンテナの運用	2,472,465	—	19,442
		小計	13,141,647	1,839,261	72,937
生物多様性の保全	植樹活動	「イオン ふるさとの森づくり」植樹祭、施工費	219,855	—	1,865
		植栽帯の定期メンテナンス	632,434	—	
	商品認証	認証商品、調達ガイドライン研究など	965	—	—
		小計	853,254	—	1,865
資源有効利用	廃棄物削減	店頭資源回収(リサイクル回収)処理、 食品残さリサイクル運用	1,180,018	435,720	103,262
		レジ袋削減活動	864,500	893,054	85,334
	容器包装資材削減	容リ法再商品化実施委託料	1,308,090	—	—
	家電リサイクル	家電リサイクル運用	102,175	—	—
		小計	3,454,783	1,328,774	188,596
社会的課題への対応	地域社会への還元	「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」拠出金※	499,842	—	—
	人材育成	「イオン チアーズクラブ」活動	119,217	—	—
		小計	619,059	—	—
環境コミュニケーション	媒体物	環境・社会報告書作成、環境ホームページ運営	33,287	—	—
	展示物	環境イベント出展、広告など関連制作物	503,801	—	—
	寄付など	環境関連団体への会費、 寄付(ご当地WAONの寄付など)	1,020,381	—	—
		小計	1,557,469	—	—
環境マネジメント	廃棄物処理	店舗・事業所などにおける廃棄物処理、計量器導入など	11,712,294	192,034	—
	廃棄物管理	環境マネジメントシステム運用(ISO)、 廃棄物管理セミナー	84,045	—	—
	設備メンテナンス	公害防止設備の維持管理、 環境事故の予防および発生時の修復	4,399,197	—	—
	人件費	人件費	459,703	—	—
		小計	16,655,239	192,034	—
合計			36,281,451	3,360,069	263,398

対象会社：グループ連結企業68社(GMS事業、SM・DS事業、ドラッグ・ファーマシー事業、総合金融事業、ディベロッパー事業、サービス専門店事業、機能会社など)

※ 「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」拠出先のボランティア団体活動内容：①福祉の増進 ②環境保全・環境学習の推進 ③街づくりの推進 ④文化・芸術の振興 ⑤子どもの健康と安全の増進

2016年度事業活動における環境影響フロー
【イオンリテール(株)の場合】



※1 店舗・事業所の設備で使用するエネルギー使用量を元に算出しています。また、CO2排出量は、軽油の排出係数「2.62t-CO2/kJ」で換算し算出しています。

※2 「イオン ふるさとの森づくり」グループ合計の植樹本数を元に算出しています。

※3 「3R原単位の算出方法」(環境省 廃棄物・リサイクル対策部 平成25年3月)に基づいて算出しています。

※4 イオングローバルSCM(株)が使用しているエネルギー全体に、イオンリテール取り扱い金額構成比を乗じて算出しています。

※5 CO2排出量を軽油のCO2排出係数「2.62t-CO2/kJ」で算出しています。



2016年度の取り組み報告

環境活動報告

低炭素社会の実現	84
生物多様性の保全	92
資源循環の促進	102

社会活動報告

多様な消費者課題への対応	110
公正な事業活動の実践	122
人権と多様性を重視した職場づくり	130

コミュニティとの協働

コミュニティとの協働	140
「平成28年熊本地震」への対応	148
継続報告 東北創生の輪を広げる活動	150
社外からの表彰一覧(2016年度)	153
主な環境保全活動・社会貢献活動	153
公益財団の取り組み	154
GRIガイドライン対照表	160

イオングループのCSR

イオンは、サステナブル経営の実現に向けて、2011年度にKPIを策定しました。合わせて、KPIごとに推進責任部署・責任者を定め、活動の達成度を定期的に把握・管理する体制を整備。2012年度より、各KPIの進捗状況を報告し、ステークホルダーの皆さまとの共有に努めています。

また、社内外の環境変化などを鑑みて、KPIの見直しを定期的に行っています。KPIの見直しについては、社外の専門家や政府関係者などの意見を踏まえ、KPIごとに定められた推進責任部署・責任者が提案を行い、「イオン・マネジメント・コミッティ」で承認を受け決定します。

CSR推進体制

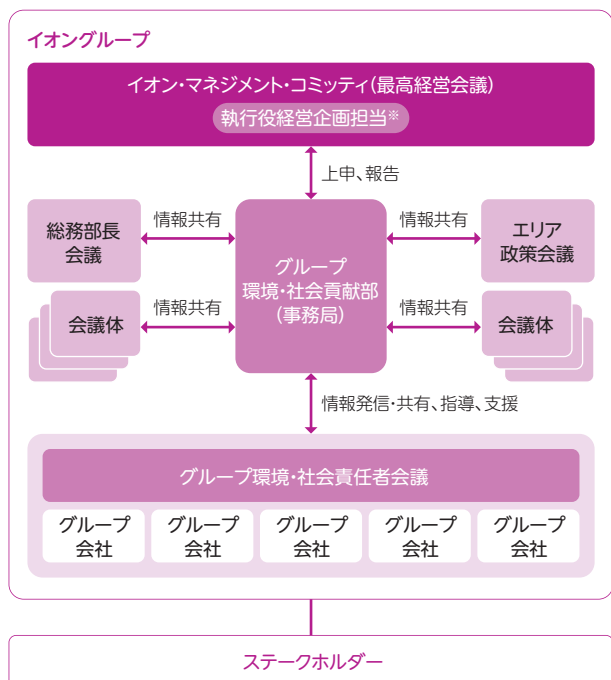
イオンでは、CSR(環境・社会貢献)活動に関する重要事項の審議・決議を、全執行役がメンバーである経営会議体「イオン・マネジメント・コミッティ(MC)」において実施しています。これは、企業規模や事業エリアが拡大し、社会や環境に対する影響が増すなかで、イオンがこれからも「お客さまを原点に、平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する」という理念を実践し、「お客さま満足の上昇」と「地域社会の発展」「グループの成長」を実現していくためには、さまざまな社会課題の解決に事業機会を見出し、成長をステークホルダーの皆さまと分かち合う「サステナブル経営」の推進が不可欠であるという考えに基づいています。

MCへの提案・報告は、CSRに関する最高責任者である執行役経営企画担当※が行い、決議された内容は、グループ各社に発信し、共有と周知徹底を図っています。

イオングループのCSR活動の運営責任部署として、「グループ環境・社会貢献部」を設置しています。グループ環境・社会貢献部は、活動の事務局として、執行役経営企画担当への上申、報告を行うほか、グループ各社への情報発信・共有、指導、支援する役割を担っており、定期的に「グループ環境・社会責任者会議」を開催し、個社の課題への対策・検討を行っています。グループ会社との連携を通じて、PDCAサイクルで取り組みを推進しています。また、ISO14001、50001事務局としてイオングループ全体の環境マネジメントシステムの運用・確立に取り組んでいます。

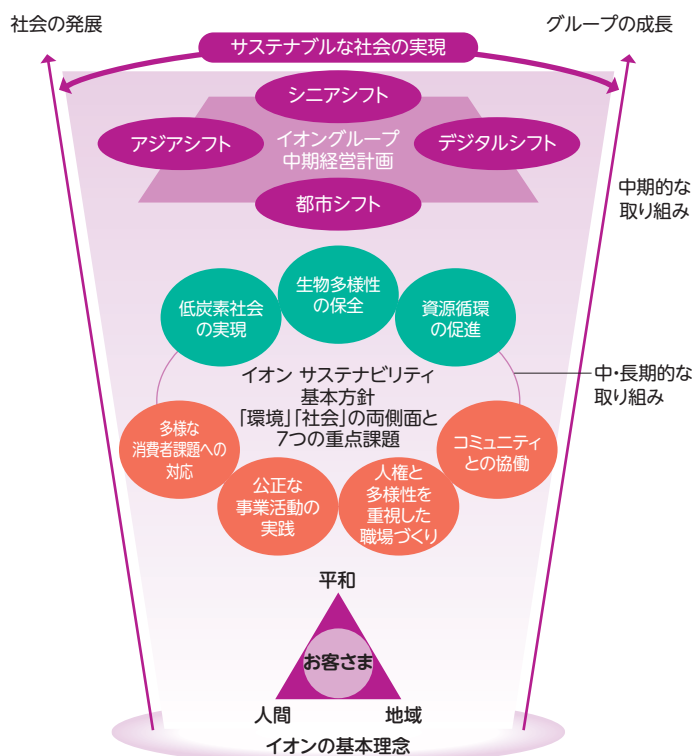
このほか、グループ環境・社会貢献部のメンバーが、総務部長会議やエリア政策会議など社内の会議体に参加し、各部署との情報共有・連携を図っています。

CSR推進体制



※ 2017年4月から、環境・社会貢献、広報IRなどの組織を、経営企画部門から独立させ運営していく体制に変更し、現在は、執行役環境・社会貢献・PR・IR担当がこの役割を担っています。

イオンの基本理念とサステナブル経営



低炭素社会の実現

マネジメントアプローチ

課題認識

地球温暖化問題が地球環境に大きな負の影響をもたらしています。イオンは世界13カ国、2万1,113店舗／カ所で事業を展開しており、事業活動が地球温暖化に与える影響として、店舗運営でのエネルギーの使用が大きく、また、冷蔵・

冷凍ケースでの代替フロン冷媒の利用も関与していると考えています。温室効果ガスの排出が少ない社会——「低炭素社会の実現」を重点課題に掲げ、さまざまな取り組みを行っています。

イオンのアプローチ

イオンは、2020年度に向けた環境目標「イオンのecoプロジェクト」を掲げています。2012年9月にスタートしたこの目標は、近年の節電・省エネに対する社会的ニーズの高まりや東日本大震災の経験を踏まえ、エネルギーの使用を「へらす」、再生可能エネルギーを「つくる」という環境保全の視点に加え、非常時には防災拠点として地域を「まもる」という“くらしのラ

イフライン”としての役割をうち出しています。2011年度には「イオン自然冷媒宣言」を発表し、地球温暖化係数の小さい自然冷媒(CO₂)の冷蔵・冷凍ケースの導入も進めています。

また、商品・物流におけるCO₂排出量の削減にも取り組んでいます。

今後の取り組み

2015年7月、政府は、2030年までに国内の温暖化ガス排出量を2013年度比で26%削減する温暖化対策目標を決定しました。イオンは、この目標達成に貢献するために、引き続き「イオンのecoプロジェクト」に取り組むとともに、国内で培ったエネルギーマネジメントのノウハウを中国やASEANのグループ会社にも展開していきます。

また、2016年10月に採択された「キガリ改正」では、代替フロンが新たに「モントリオール議定書」の規制対象となり、代替フロンの生産・消費量について明確な削減目標が定められ、対応が必要となっています。こうした背景を踏まえて、イオンは中長期計画を策定し、新店での自然冷媒(CO₂)設備の導入拡大を目指します。

イオンのecoプロジェクト

イオンは、2020年度に向けた環境目標「イオンのecoプロジェクト」を掲げ、その達成に向けたさまざまな取り組みを行っています。かしこくエネルギーを使用して省エネを推進する「へらそう作戦」、太陽光発電を中心として再生可能エネルギーを創電する「つくろう作戦」といった省エネ・創エネを目的とした目標に加え、非常時に店舗が“くらしのライフライン”として機能するよう防災拠点化する「まもろう作戦」を盛り込んでいます。

この「イオンのecoプロジェクト」を実践する取り組みのひとつが、「スマートイオン」です。2016年度末までに、10店舗の「スマートイオン」が誕生しています。(▶P.88)



	2016年度実績	2020年度の達成目標	取り組み例
へらそう作戦 ▶ P.86	エネルギー使用量27%削減見込み (2010年度対比)	店舗でのエネルギー使用量を 2010年度比で50%削減	LED照明への切り替え 全国4,562店舗の基本照明、 スポットライトを順次LED照明に変更 (2016年度までの累計)
つくろう作戦 ▶ P.91	太陽光パネル導入店舗923店舗 創電能力5万6,900kW (2016年度までの累計)	20万kWの 再生可能エネルギーを創出	太陽光パネルを設置
まもろう作戦 ▶ P.120	防災拠点全国33カ所 (2016年度までの累計)	全国100カ所の イオンの店舗を防災拠点に	自家発電設備の設置

2016年度のKPIの進捗状況

大分類	中分類	KPI	対象範囲	目標	2016年度実績	2016年度取り組み内容
店舗でのCO ₂ 削減	CO ₂ 排出量の削減	年間CO ₂ 排出量 原単位 (CO ₂ 排出量／ 延床面積)	国内外連結対象 グループ企業 (日本、中国、 ASEAN)	2010年度：0.103t/m ² (実績) ▼ 2016年度：0.075t/m ² 以下 2020年度：0.052t/m ² 以下	0.075t/m ² (見込み)	①省エネ機器導入・更新 ・店舗照明のさらなるLED化 (基本照明、スポットライトなど) ・空調関連機器、冷蔵冷凍 ケースの省エネ機器導入・ 更新 ②運用改善 (照明、冷蔵冷蔵 ケース、空調など)による省エ ネ ・エネルギーアドバイザー研 修による教育 ・エネルギーの合理的な管理 手法の検証 ・省エネチェックリストや運用 手順書を用いた省エネ運用 推進 ・エコチューニングの推進 ③ISO50001を活用したエネル ギーマネジメント活動
	【ecoプロジェクトの推進…へらそう作戦】 エネルギー使用効率の向上	年間エネルギー 使用量原単位 (熱量／延床面積)	国内外連結対象 グループ企業 (日本、中国、 ASEAN)	2010年度：2.783GJ/m ² (実績) ▼ 2016年度：2.032GJ/m ² 以下 2020年度：1.392GJ/m ² 以下	2.032GJ/m ² (見込み)	
	フロン類の漏洩防止と自然冷媒設備の導入推進 【自然冷媒宣言】	空調・冷蔵冷凍 機器のフロン類の 補充量完全把握と 漏洩防止	国内連結対象企業	2016年度： フロン排出抑制法に対応した 管理システムの稼働	2016年度からイオンデライ ト(株)により導入されている、 一元管理システムが本格稼働 し、グループ各社の漏洩管理を 実施	①機器の簡易・定期点検 ②フロン漏えい量管理と定期報 告フォロー
		自然冷媒の冷蔵・ 冷凍ケースの導入	国内連結対象の GMS、SM、 小型店企業	新店導入計画 2016年度：新店全店舗に導入	GMS新店6店舗をはじめ、小型 店の新店58店舗、ドラッグ新店 26店舗、コンビニエンスストア 新店8店舗、DS新店1店舗、お よび他店舗も含め、計104店舗 に導入(累計146店舗)	①ノンフロン導入プロジェクト の開催継続 ②取り扱いメーカー拡大のため の情報収集と内蔵型CO ₂ 冷 媒の冷凍・冷蔵ケースの導入 拡大を検討
商品・物流でのCO ₂ 削減	物流での見える化による CO ₂ 削減	物流センターから 店舗までの 配送における 1ケースあたり CO ₂ 排出量	イオングローバル SCM(株)	ケースあたりCO ₂ 排出量 2016年度： 2013年度比13%削減 (128.0gCO ₂ /ケース)	ケースあたりCO ₂ 排出量 2016年度： 2013年度比11.9%削減 (131.1gCO ₂ /ケース)	①環境車両の導入拡大 ②エコドライブ講習・運転の継 続実施 ③優秀ドライバーの表彰 ④エコタイヤ、バイオディーゼル 燃料などの使用
店舗での創エネルギー	【ecoプロジェクトの推進…つくる作戦】 再生可能エネルギーの創出	再生可能エネルギー (発電のみ)の 発電能力	国内連結対象の GMS、SM企業	2020年までに再生可能な エネルギー20万Kw	累計出力合計 約5.7万kW	太陽光パネル7店舗に設置 (累計923店舗) ※2015年度以前の報告数値が間違っ ていたため、2016年度より修正して います。

店舗でのCO₂削減CO₂排出量の削減／エネルギー効率の向上
[イオンのecoプロジェクト:へらそう作戦]

イオンの店舗では、空調や照明、冷凍・冷蔵ケースなど、多くのエネルギー※1を使用しています。日本はもとより、アジア各国に広がる店舗網を持つイオンにとって、店舗からのエネルギー由来のCO₂排出量※2削減が、イオン全体の温室効果ガス排出量削減に大きな効果をもたらすことから、店舗でのエネルギー使用量削減によるCO₂削減に特に注力しています。

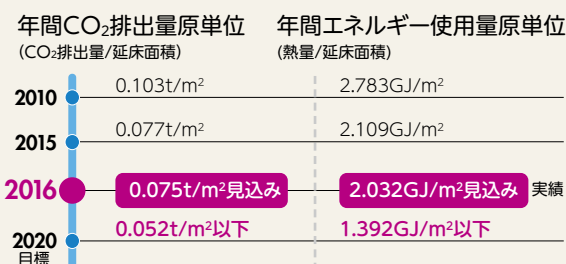
2016年度は、引き続き、店舗照明のLEDへの切り替えを積極的に進め、全国223店舗、累計で4,562店舗の基本照明・スポットライトをLED照明に変更しました。また省エネ機器の導入・更新やエネルギーの合理的な管理手法の検証などに取り組みました。例えば、エネルギー使用量原単位からみてエネルギー消費効率がよくない店舗については、事業会社であるイオンリテール(株)の施設管理担当者が店舗のエネルギーアドバイザーとともに対策の立案・実施に関わるなど、省エネの運用改善に注力しました。こうした取り組みの結果、2016年度の電力使用量は2010年度比で約27%の削減となる見込みです。これは主にLED照明導入および各省エネ機器・施策導入、運用改善などによる効果です。

2017年度は、さらなる使用量削減を目指して、新たな省エネ機器の導入、省エネ運用の徹底に取り組みます。中でも、冷温水発生器を使用した空調設備の設置店舗における対策を重点項目に据え、2020年度目標の達成に向けて取り組みを進めていきます。

※1 使用エネルギーの内訳を熱量換算すると、電気が約94%、残りが都市ガス、LPガス、重油となります。

※2 店舗から排出するCO₂は、エネルギー使用によるものがすべてで、都市ガス、LPガス、重油の燃焼による直接排出(スコープ1)が約7%、電気の使用による間接排出(スコープ2)が約93%です。電気の使用によるCO₂排出量の算定には、温暖化対策法に則った算定基準と排出係数を使用しています。

KPIの2016年度実績・今後の目標



※ 事業再編などにより、新たにグループ入りする企業については、2010年度にさかのぼって数値を再計算しています。

「ISO50001」を取得

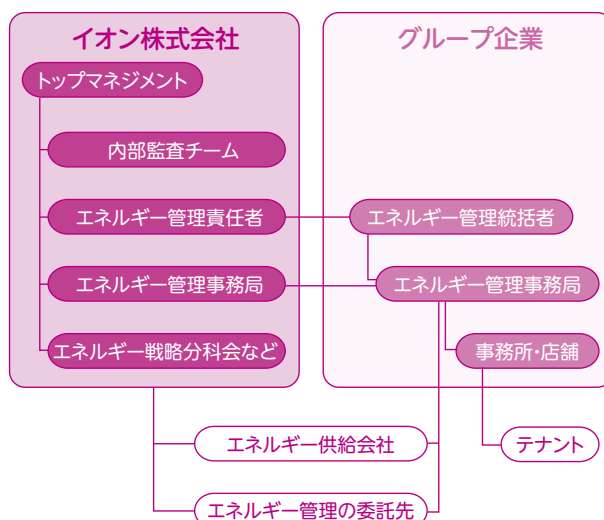
イオン(株)は、2013年7月に日本の小売業で初めて、国際標準化機構(ISO)のエネルギーマネジメント規格「ISO50001」を取得しました。「ISO50001」は、事業者がエネルギーマネジメントシステムを確立する際に必要な要求事項を定めた国際標準規格で、米国・中国をはじめ世界各国で導入が進んでいます。



ISO50001認証書

イオン(株)は、「イオンのecoプロジェクト」で定めた省エネ目標の達成に向けて、効率的なエネルギーの利用にグループ一体となって取り組むために、エネルギーマネジメント体制を構築し活動を進めています。「ISO50001」認証の適用範囲は、イオン(株)がグループ全体を対象に行う統括的なエネルギーマネジメント活動です。

● エネルギーマネジメントシステム(EnMS)推進体制



エネルギー管理レベルの向上

イオンは、イオンリテール(株)の店舗において「イオンのecoプロジェクト」を運用する人材の育成に向けて、社内資格「イオン エネルギーアドバイザー」を制度化しています。

「エネルギーアドバイザー」は、店舗でのエネルギーの使用状況を把握するとともに、効率的な利用に向けた対策立案や推進を担います。2017年2月末現在、累計582人がエネルギーアドバイザーに認定されています。

今後も新規認定者を育成するとともに、既認定者のレベルアップと海外を含むグループ各社への制度拡大を推進していきます。

フロン類の漏洩防止と自然冷媒設備の導入推進

1987年に採択された「モントリオール議定書」において、オゾン層の破壊につながる特定フロンの生産・使用が廃止されて以降、オゾン層を破壊しない代替フロンを冷媒とする冷蔵・冷凍設備が普及しました。しかし、代替フロンは地球温暖化係数※1が非常に高く、大気への漏洩が問題となっていることから、地球温暖化係数が低い自然冷媒への転換が求められてきました。また、2016年10月に採択された「キガリ改正」では代替フロンが新たに「モントリオール議定書」の規制対象となり、代替フロンの生産・消費量について、明確な削減目標が定められ、対応が必要となっています。

イオンは、2009年に日本の小売業で初めて、地球温暖化係数の小さい自然冷媒※2(CO₂)の冷蔵・冷凍ケースを導入。その後2011年には、「イオン自然冷媒宣言」を発表し、以降もオープンする新店舗への自然冷媒機器の導入を計画しています。

2017年2月末現在、GMSの新店や、食品スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアなど146店舗に、自然冷媒の冷蔵・冷凍ケースを導入しており、今後、既存店舗についても順次自然冷媒に切り替える検討をしていきます。

自然冷媒の導入に向けては、製造メーカーが少なく導入コストが高いなど課題があります。こうした課題を解決し、業界全体で自然冷媒の導入が進むよう、これまでに得た導入効果をいかし、業界への啓発や同業種・他業種との連携などに今後も積極的に取り組んでいきます。

※1 地球温暖化係数:地球温暖化への影響度を示す係数。CO₂を1とすると、冷蔵・冷凍ケースに使用されている代替フロンは数千倍になる

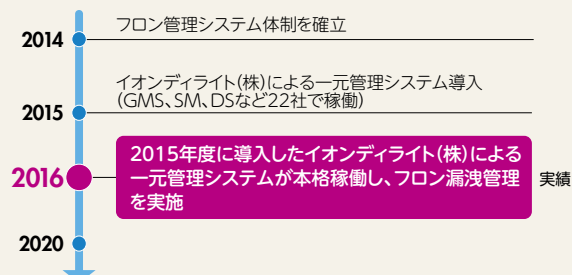
※2 自然冷媒:自然界に存在する冷媒で、CO₂のほか、アンモニアや炭化水素などがある



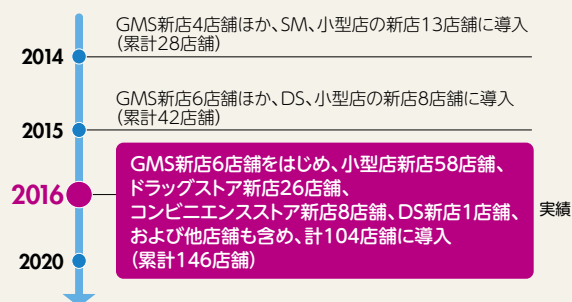
イオンスタイル新小松

KPIの2016年度実績・今後の目標

空調のフロン類の補充量完全把握と漏洩防止



冷ケースの自然冷媒設備の導入全店舗



電気自動車充電ステーションの設置

イオンは、電気自動車やプラグインハイブリッド車の普及に対応するため、2008年に「イオンレイクタウン」(埼玉県越谷市)に初めて電気自動車急速充電器を設置しました。以降、新たに開店するショッピングセンターの大半に電気自動車充電器を設置しているほか、既存の店舗にも状況に応じて設置を進めています。

2016年度は、既存店への設置を積極的に進め、2017年4月末現在の設置数は、全国207店舗・482基(うち急速充電器216基、普通充電器266基)となりました。今後も、積極的な導入を推進していきます。

電気自動車充電ステーション設置数

合計店舗数(2017年4月末現在)

207店舗・482基



エコストアの開発 [スマートイオンの展開]

イオンは、「従来型店舗と比べて20%以上のCO₂排出量削減とCASBEE※1 A評価以上を取得した店舗」を「エコストア」と定義し、環境にやさしい店舗づくりに取り組んできました。2005年5月にエコストア1号店「イオンタウン千種」が誕生して以降、2013年2月までに12店舗のエコストアを展開しました。

2012年9月、この取り組みをさらに進化させた「次世代エコストア(スマートイオン)」の取り組みを開始しました。従来の環境負荷の少ない“店舗づくり”に加えて、エネルギーの効率的な利用や防災対応などに地域と協働で取り組む“まちづくり”や“コミュニティづくり”の視点を取り入れた5つの基準(スマートエネルギー、電子マネー・ネットとの融合、交通環境(スマートモビリティ)、生物多様性・景観、防災・地域インフラ)を策定。「イオンのecoプロジェクト」を実践する取り組みとして位置付けています。

2013年3月のスマートイオン1号店「イオンモール八幡東」のオープンを皮切りに、2016年度は「イオンモール堺鉄砲町」をスマートイオンとして展開し、2017年2月末現在、10店舗※2のスマートイオンが誕生しています。

※1 CASBEE:2001年に、国土交通省主導のもとで開発された建築物の環境性能評価システム。地球環境・周辺環境にいかに対応しているか、ランニングコストに無駄がないか、利用者にとって快適か、などの性能を客観的に評価・表示する指標として利用されている

※2 「イオンモール八幡東」、「イオンタウン新船橋」、「イオンモール大阪ドームシティ」、「イオンモール幕張新都心」、「イオンモール名古屋茶屋」、「イオンモール京都桂川」、「イオンモール木更津」、「イオンモール沖縄ライカム」、「イオンモール四條畷」、「イオンモール堺鉄砲町」の10店舗



Voice

イオンリテール株式会社
総務部
施設管理グループ マネージャー
忌部 守人



店舗における節電・省エネの取り組みは、小売業として快適にお買物をしていただける店舗環境の提供と、節電・省エネの意識のバランスを取ることが非常に重要です。「へらそう」「つくろう」「まもうろ」の各作戦では、2020年度に向けた数値目標を掲げています。イオンがこれまでに蓄積してきたさまざまな知見、アイデアを出し合い、オールイオンで達成を目指していきます。

Topics

「CO₂削減／ライトダウンキャンペーン」に参加

イオンは、地球温暖化防止対策として環境省が展開する「CO₂／ライトダウンキャンペーン」に2003年から参加しています。14回目となった2016年は、6月21日の夏至の日と7月7日のクールアース・デー※1に、全国のイオングループ店舗や事業所、物流センターなど約1,600施設で20時～22時の間、屋外照明の一部を消灯しました。この取り組みにより、イオングループ全体で約7万4,400kWhの電力を削減できました。これは一般家庭約5,400世帯が一日で使用する電力量※2に相当します。

また、お客さまとともにCO₂削減について考える機会として、発電時にCO₂を排出しないマグネシウム電池で光る短冊をつくるイベントもイオンモール幕張新都心で開催しました。

イオンは、低炭素社会の実現に向けて政府が主導し、エコにつながる製品やサービス、行動など「賢い選択」を促す国民運動「COOL CHOICE(クールチョイス)」に賛同しています。この「CO₂削減／ライトダウンキャンペーン」も、「COOL CHOICE」の活動のひとつです。

※1 クールアース・デー:年に一度、天の川を見ながら地球環境の大切さを日本国民全体で再確認し、低炭素社会への歩みを実感するとともに、家庭や職場での環境への取り組みを推進する日

※2 一世帯の一日あたりの電気使用量は、総務省統計局「家計調査」平成27年12月分速報より13.76kWhで換算



ライトダウンキャンペーンのイベントの様子



COOL CHOICEのロゴ

商品・物流でのCO₂削減

物流での見える化の推進

イオンは、「物流センターから店舗までの配送における1ケース当たりCO₂排出量」をKPIに定め、物流に関わるCO₂排出量を「見える化」することで、排出削減に努めています。

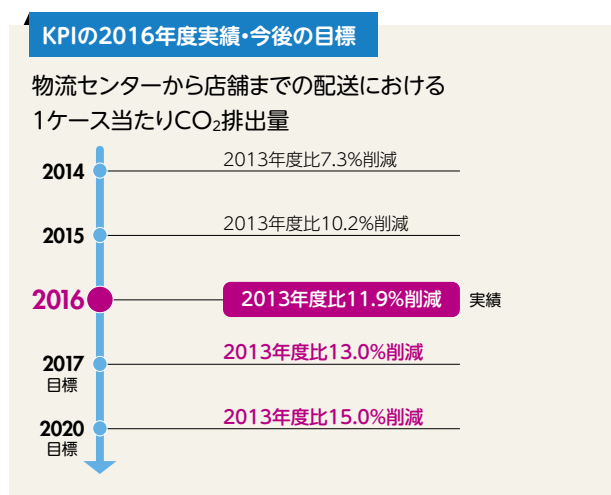
2016年度は、物流拠点の再配置、エコドライブの推進、配送車両の積載率の向上による配送のべ回数の削減、環境適応車両の導入などの取り組みの結果、物流センターから店舗までの配送における1ケース当たりCO₂排出量は131.1gCO₂となり、2015年度比で約1%削減しました。

2017年度は、物流センターから店舗までの配送における1ケース当たりCO₂排出量を128.0gCO₂、2013年度比で13%削減を目標とします。

また、行政、物流事業者、ガス供給会社、自動車メーカー、大学などが立ち上げている環境に関する各種研究会に参加するとともに、イオンが主催する環境車輛研究会やモーダルシフト研究会(2017年より名称変更)を通じて、環境適応車両の導入や内航船を含めたモーダルシフトの拡大を推進しています。

今後も、こうした取り組みを継続するほか、環境適応車両の100%導入、「エコドライブ※講習会」の実施(2016年は各社推進リーダーの研修を実施)や優良ドライバー表彰制度の拡充など、ハード・ソフトの両面で取り組みを進めていきます。

※ エコドライブ: 優しい発進を心がけたり、無駄なアイドリングをやめるなど燃料の節約に努め、CO₂排出量を減らす運転のこと



異業種企業と共同でモーダルシフトを推進

イオンの物流を担うイオングローバルSCM(株)は、同社が主催する「モーダルシフト研究会」を通じて、会員各社と共同で鉄道輸送の取り組みを研究し、CO₂排出量の削減を目指しています。



モーダルシフト研究会の専用列車

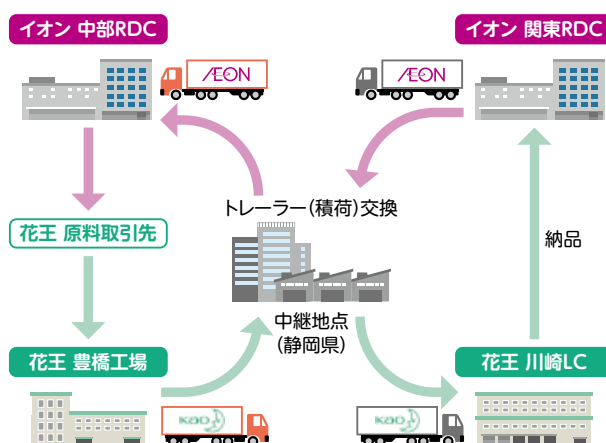
その取り組みとして、日本貨物鉄道(株)の協力を得て、同研究会に参加するメーカー7社※と共同で東京⇄大阪間に専用列車を運行しており、イオンの鉄道輸送によるコンテナ数は年間4万2,177基(12フィート換算)と大幅に拡大しています。

また、貨物自動車輸送においては、花王(株)との共同で関東・中部から両社のトレーラーが自社商品を運び、中継地点

で積荷を交換し、受け取った積荷を相手企業へ輸送するトレーラーチェンジの輸送を開始。ドライバーの拘束時間の短縮とCO₂排出量を27.5%削減することができました。このような取り組みが評価され、2016年12月、国土交通省や経済産業省などが主催する「グリーン物流パートナーシップ会議」の「グリーン物流優良事業者表彰」で2015年に引き続き「経済産業大臣表彰」を受賞しました。同賞は企業間の連携によりCO₂排出量の削減など持続可能な物流体系の構築において顕著な功績のあった取り組みを顕彰するものです。

今後も業界を超え、また鉄道以外の手段におけるモーダルシフトを積極的に進め、CO₂削減に取り組んでいきます。

※ アサヒビール(株)、味の素(株)、江崎グリコ(株)、花王(株)、サッポロビール(株)、ネスレ日本(株)、プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン(株)(P&G) (五十音順)



CO₂削減のお客さまへのコミュニケーション

イオンは、商品の全ライフサイクル(原材料、加工段階、流通、消費、廃棄、リサイクル)を通じて発生するCO₂排出量を商品に表示して“見える化”する「カーボンフットプリント(CFP)」に取り組んでいます。“見える化”の取り組みを通じて、CO₂排出量の削減や、お客さまの環境への関心をより高めていくことを目指しています。

2008年より、経済産業省が主催する「カーボンフットプリント(CFP)研究会」に参加し、のべ約20の商品で、カーボンフットプリントの検証に取り組んできました。

2014年3月には、「バイオ・マイバスケ」のCO₂算定・検証を実施。その結果をもとに、2016年度も、排出したCO₂をほかの場所でのCO₂削減活動で埋め合わせするカーボンオフセットを実施しました。

●カーボンオフセットの取り組み実績

- ・対象商品: バイオ・マイバスケ
- ・対象期間: 2016年1月～2017年4月
- ・数量: 800t-CO₂

CO₂排出削減に貢献する商品の開発・販売

イオンは、CO₂排出削減に貢献する商品の開発・販売に取り組んでいます。

例えば、「トップバリュ グリーンアイ 北海道洞爺産雪蔵じゃがいも」はそのひとつです。このじゃがいもは、収穫後の保管時の保冷に雪を利用することで、電気使用量の削減、ひいてはCO₂排出量の削減につながっています。2016年度のJAとうや湖全体のじゃがいも出荷量のうち、イオンの取り扱い量は25%を占め、この取り組みによるCO₂排出量削減は約38トンになりました。



トップバリュ グリーンアイ
北海道洞爺産雪蔵じゃがいも

Topics

CO₂削減に貢献する傘 「トップバリュ fururi」のキッズ用を発売

2016年11月より、ビニール生地と傘骨をそれぞれ組み合わせて着せ替えできるビニール傘「トップバリュ fururi」に新たにキッズ用と大人用新柄を加え、イオン・イオンスタイル約380店舗※にて発売を開始しました。

この商品は原料の一部にCO₂排出量を抑えるサトウキビ由来のグリーンポリエチレンを使用しています。またビニール生地、石突き、傘骨のパーツごとに分解できるので、ごみの分別がしやすく、リサイクルにつながります。

大人用は最大48通り、キッズ用は最大46通りの組み合わせが可能で、“着せ替え”で自分らしく、自由にお好きな色や柄で組み合わせができます。これまでの使い捨てが当たり前とされたビニール傘を長く使っていただくために開発した、エコでファッショナブルな次世代のビニール傘となっています。

また、この商品の売上の一部は、生産国であるカンボジアの子どもたちの教育支援のため、アジア地域において青少年の健全な育成などを目的に活動する公益財団法人イオンワンパーセントクラブを通じ、認定NPO法人難民を助ける会「AAR Japan」に寄付します。



55cm傘(キッズ用)



60cm傘(大人用新作)

※ 北海道・本州・四国・九州・沖縄の「イオン」「イオンスタイル」約380店舗。店舗によって取り扱いしている商品が異なります。北海道、九州のイオンでは、キッズ用の取扱いはありません。

バリューチェーン全体のCO₂排出量を集計

近年、企業自身が直接排出した温室効果ガス排出量(スコープ1)、および電力利用などによる自社の間接排出量(スコープ2)の管理に加え、企業のバリューチェーン全体を通じた排出量(スコープ3)の管理が求められています。こうした動きに対応し、イオンは2012年度からスコープ3排出量の算定※を行っています。

2016年度はスコープ3のうち、輸送、配送(上流)による排出量について、第三者による検証を受けました。

今後も、データ収集の精度向上や算定範囲の拡大に努め、収集したデータを分析し、CO₂排出削減に向けた取り組みを推進していきます。

※ 算定に当たっては、「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出などの算定のための排出原単位データベース(Ver.2.3)」などを参照しています。

● 2016年度スコープ3排出量

カテゴリー	スコープ3排出量カテゴリー	排出量(t-CO ₂ e)
1	購入した製品・サービス	2,801,654
2	資本財	1,850,520
3	Scoope1,2に含まれない燃料およびエネルギー関連活動	353,178
4	輸送、配送(上流)	231,540.4
5	事業活動から出る廃棄物	113,813
6	出張	77
7	雇用者の通勤	47,433
8	リース資産(上流)	—
9	投資	15,861
10	輸送、配送(下流)	—
11	販売した製品の加工	—
12	販売した製品の使用	126,297
13	販売した製品の廃棄	70,430
14	投資リース資産(下流)	645,067
15	フランチャイズ	—

Topics

温室効果ガス排出量についての 第三者検証を受審

2016年度は、イオングループの物流の中核を担うイオングローバルSCM(株)の輸送にともなう温室効果ガス排出量の第三者検証を実施しました。

1. 検証範囲

2015年3月1日から2016年2月29日のイオングローバルSCM(株)が取り扱った商品の国内輸送にともなう温室効果ガスの一部

2. 検証方法

ISO14064-3(2006):Greenhouse gases-Part3: Specification with guidance for the validation and verification of greenhouse gas assertsの要求事項に基づき、第三者による検証を受けた。



検証された温室効果ガス排出量

スコープ3カテゴリー 42,240t-CO₂e

店舗での創エネルギー

再生可能エネルギーの創出

「イオンのecoプロジェクト:つくろう作戦」

イオンは、「イオンのecoプロジェクト」のひとつである「つくろう作戦」において、2020年までに20万kWの創電能力を備えることを目標としています。

2016年度は、平屋のスーパーマーケット店舗、大型店舗の新店、コンビニエンスストアを合わせて、合計7店舗・426kWの創電能力の太陽光パネルを設置しました。これにより、累計の導入店舗数は923店舗、創電能力は5万6,900kW※となりました。

太陽光で発電した電気は、自家消費により電力使用量の削減につなげているほか、固定価格買取制度を利用して電力会社に売電しています。売電によって得た利益は、



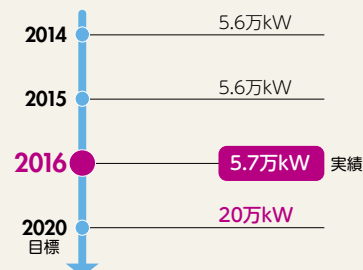
太陽光パネルを設置

電力上昇分の相殺およびBCP対応、環境投資、再生可能エネルギーへ再投資しています。

※ 5万6,900kWは、一般的な家庭のおよそ1万3,000世帯の年間電力をまかなう能力に相当します。

KPIの2016年度実績・今後の目標

再生可能エネルギー(売電のみ)の発電能力



グループ会社の取り組み

イオンリテール(株)
ホームファッション商品部リフォーム物流グループ

「うちエコ診断」の取り組み

環境省は、一般家庭部門の温室効果ガス排出削減を目的として、地球温暖化や省エネ家電などに関する幅広い知識を持った診断士が、専用のソフトを活用して各家庭の実情に合わせた実効性の高い省CO₂・省エネ提案・アドバイスを行う「うちエコ診断」を推進しています。

生活者視点の光熱費削減・節約につながる省エネ提案を重点施策に定めるイオンリテール(株)は、この施策の推進に向けて、「うちエコ診断」実施機関への登録を実施。2014年7月に認定を受け、2017年2月までに155人が「うちエコ診断士」資格試験に合格しました。

さらに、店舗や各地域のイベントを通し2017年6月までに1,202人の診断を実施しました。

2016年度は、全国115店舗のリフォーム売場で店頭訴求、ポスター掲示を行いました。また、うちエコ診断リーフレットを、店頭やうちエコ催事などで配布し、PR活動を継続しています。2017年度は、うちエコ診断件数500件を目指して、さらなる省エネ推進を図っていきます。



診断の様子

課題認識

あらゆる企業は、原材料の調達から生産、販売、使用、廃棄までのライフサイクルの各段階において、生態系が生み出す資源などの恵み、いわゆる生態系サービスを活用して事業を営んでいます。その一方で、世界では熱帯林を中心に森林面積が減少し続けているほか、絶滅危惧種としてレッド

リストに掲載される動植物種数も増加し続けています。イオンの事業も、農産・水産・林産物などの生態系サービスなしには成り立たないという認識に基づき、「生物多様性の保全」を重要課題と捉え、持続可能な資源利用に向けたさまざまな取り組みを行っています。

イオンのアプローチ

イオンは、生物多様性を保全しながら持続可能な資源利用を進めていくために、2010年度に「イオン生物多様性方針」を策定しています。この方針で定めた行動指針にのっとり、さまざまな取り組みを推進しています。

●持続可能な調達

自然資源の持続可能性と事業活動の継続的発展との両立を目指すために、2014年度に「イオン持続可能な調達原則」を策定。2017年4月には、農産物、畜産物、水産物、紙・パルプ・木材、パーム油について「イオン持続可能な調達方針」、および「持続可能な調達2020年目標」を発

表しました。グローバル基準に基づいて生産された商品の調達をさらに推進していきます。

●お客さまとともに「イオン 森の循環プログラム」

「イオンの基本理念」を具現化する活動として、1991年度よりお客さまとともに植樹活動を行っています。2013年度に植樹本数1,000万本を突破したことを機に、「植える」「育てる」「活かす」をテーマとした「イオン 森の循環プログラム」を開始。イオンの植樹活動が25周年を迎えた2016年度より、当プログラムをさらに加速させました。

今後の取り組み

環境省や生物多様性条約に基づく国際会議(COP)では、生物多様性の保全と持続可能な利用を、地球規模から身近な市民生活のレベルまで、さまざまな社会経済活動の中に組み込む「生物多様性の主流化」を目指しています。こうした中、イオンは、日々多くの消費者の皆さまと接する業態特性をいかして、身近な「店舗」や「商品」を通じて生物多様性の

重要性を紹介し続けていきます。特に「イオン持続可能な調達原則」に基づいた取り組みは、2015年に国連総会で選択された「持続可能な開発目標(SDGs)」にも深く関わるものでもあり、「持続可能な調達2020年目標」の達成に向けてさらに取り組みを推進していきます。

イオン生物多様性方針

イオンの事業活動は、農産・水産・林産物など、生きものの恵みなしには成り立ちません。イオンは、こうした認識のもと、持続可能な社会のために必要な生物多様性の保全を目指し、2010年3月に「イオン生物多様性方針」を策定しました。

基本方針

事業活動全体における、生態系への影響を把握し、お客さまや行政、NGOなどステークホルダーの皆さまと連携しながら、その影響の低減と保全活動を積極的に推進します。

わたしたちは、「生態系」について事業活動を通じ

1. 「めぐみ」と「いたみ」を自覚します。
2. 「まもる」「そだてる」ための活動を実行します。
3. 活動内容をお知らせします。

行動指針(抜粋)

1. 商品: 持続可能性に配慮し資源管理された生鮮品やそれらの加工品についての目標を設定し、お取引先さまと共有しながら、仕入れ・販売活動を行い、お客さまにその情報を発信します。
2. 店舗: 継続して店舗出店時の植樹活動をお客さまと推進するとともに、店舗の環境負荷を減少させるエコストアの開発を進めます。
3. お客さまとともに: 植樹活動などを通じて環境意識を皆さまと共有し学習してまいります。

2016年度のKPIの進捗状況

大分類	中分類	KPI	対象範囲	目標	2016年度実績	2016年度取り組み内容
持続可能な資源利用	持続可能な調達の推進(商品)	水産物における持続可能な調達	国内連結対象グループ企業	イオン持続可能な調達原則、水産物調達方針に基づいた取り組みを拡大	・イオングループ企業でのMSC・ASCのCoC(Chain of Custody)認証の拡大。GMS企業4社、SM企業8社で取得。2社が認証取得準備中 MSC認証18魚種38品目 ASC認証5魚種10品目 ・MSC・ASC認証商品のみを陳列する常設コーナー「Fish Baton」をイオンリテール(株)の51店舗で設置 (2017年2月末現在)	①アセスメント委員会(水産物)にて、社内外のステークホルダーからのインプットを元に、持続可能な調達のためのリスクと機会を分析 ②推進委員会(水産物)にて、取り組みの優先順位と実行可能性を特定し、具体的な取り組みに落とし込みを実施
		農産物における持続可能な調達	国内連結対象GMS、SM、小型店企業	オーガニック商品の取り扱いの拡大	「トップバリュ グリーンアイ」オーガニックシリーズとして16品目を新発売。190品目に拡大 (2017年2月末現在) ※2016年11月にはトップバリュ グリーンアイより「オーガニック」「ナチュラル」「フリーフロム」3シリーズへ拡大	トップバリュ グリーンアイのリブランディングで、オーガニックシリーズとして、独自のロゴ・パッケージデザインを設定し、公的な認証を受けた商品であることを明確化
	持続可能な調達の推進(商品・店舗)	森林資源における持続可能な調達	国内連結対象グループ企業	森林資源の調達方針の策定	(商品) ・ステーションナリーとH&BCのPB商品で約130品目のFSC®認証商品を発売。また、3カテゴリーでFSC®認証の扱い100%を達成 ・衣料品の下げ札や、食品のパッケージでもPB商品でFSC®認証紙を活用 (店舗) ・ミニストップの国産FSC®認証材利用店舗数:のべ206店舗 (2017年2月末現在)	①森林資源の持続可能な調達方針の策定、公表 ②商品面での持続可能な調達の組織体制の整備 ③商品面での取り組み内容を公表
イオン 森の循環プログラムの推進	店舗段階での生物多様性保全	「イオン ふるさとの森づくり」植栽帯の維持・管理	「イオン ふるさとの森づくり」実施企業	「イオン ふるさとの森づくり」植栽帯管理の100%実施	・GMS店舗を中心に、管理マニュアルに基づく植栽帯管理を徹底 ・従業員の植樹体験機会の創出	①イオンの植樹活動25周年と関連させた従業員の意識啓発 ②GMS各店舗の管理計画の進捗状況を確認、実施の徹底 ③GMS各店舗にグリーン&グリーン活動を活用した従業員による除草、清掃の徹底 ④植栽帯管理研修による施設管理担当者の力量向上
	森林保全活動での地域貢献	「森びと養成講座「森つなぎプロジェクト」」の活動状況	イオン(株)	行政・市民・企業が協業した国内林業支援活動のモデルづくり	三重県の林業就業者支援政策の中で、市民・企業協業の初心者誘導施策として本講座を位置づけ	「森びと養成講座「森つなぎプロジェクト」」の開催 ・三重県主催の「森のせんせい」「もりびと塾」との連携 ・講座で伐採した間伐材を利用した木育イベントの店頭での開催

持続可能な資源利用

持続可能な調達の推進

乱獲による生態系の破壊や地球温暖化がもたらす異常気象による農作物の不作など、自然の恵みである資源は危機的な状況となりつつあります。また、サプライチェーンが全世界に広がる中で、調達先の人権や労働環境に配慮し、贈収賄、強要など腐敗防止に取り組むことが求められています。

イオンが販売・製造する商品は、自然の恩恵によるものであり、また、世界各地の生産者・生産地を経て調達しています。より持続可能性の高い調達の実現に向けて、2011年から調達ガイドライン策定に向けた取り組みを開始しました。CSR調達活動についての情報収集や社内の関連部署の担当者で構成する「CSR調達ガイドライン研究会」の実施などを経て、2014年2月、「イオン持続可能な調達原則」を策定・公表しました。

2017年4月には、農産物、畜産物、水産物、紙・パルプ・木材、パーム油について「イオン持続可能な調達方針」、および「持続可能な調達2020年目標」を発表しました。グローバル基準に基づいて生産された商品の調達をさらに推進していきます。

イオン持続可能な調達原則

1. 自然資源の違法な取引・採取・漁獲を排除します。
2. 生物多様性保全、自然資源枯渇防止の観点で、イオン基準を設定・運用します。
3. 再生不可能な資源の利用については、最小限に留めます。
4. 農産物や漁業資源の産地、漁獲方法などのトレーサビリティを確立します。
5. 林産物において、保護価値の高い森林の破壊を防止します。

● イオン持続可能な調達方針・2020年目標

対象	イオン持続可能な調達方針	持続可能な調達2020年目標
農産物	自然・生態系・社会と調和の取れた持続可能な農産物の調達に努めます。 自らも野菜を栽培することで安全でおいしい野菜を提供し、安心してらせる食の未来の創造に貢献します。	・プライベートブランドは、GFSI※1ベースの適正農業規範(GAP)管理の100%実施を目指す ・オーガニック農産物売上構成比5%を目指す
畜産物	自然・生態系・社会と調和の取れた持続可能な畜産物の調達に努めます。 自らも牛肉を生産することで安全でおいしい牛肉を提供し、安心してらせる食の未来の創造に貢献します。	・プライベートブランドは、GFSIベースの食品安全マネジメントシステム(FSMS)または、適正農業規範(GAP)による管理の100%実施を目指す
水産物	資源の枯渇防止と生物多様性保全の観点から、定期的なリスク評価を行います。また、リスク低減のために、実行可能な対策を検討し、持続可能な水産物の調達に努めます。(*1)	・イオン(株)連結対象の総合スーパー、スーパーマーケット企業で、MSC※2、ASC※3の流通・加工認証(CoC)の100%取得を目指す ・主要な全魚種で、持続可能な裏付けのあるプライベートブランドを提供する
紙・パルプ・木材	適切に管理された森から生産された木材やパルプを商品の原材料や店舗の資材に活用し、森林破壊の防止に努めます。(*2)	・主要なカテゴリーのプライベートブランドについて、持続可能な認証(FSC※4認証など)原料の100%利用を目指す
パーム油	商品の原材料として使われるパーム油について、森林破壊の防止および生物多様性に配慮した調達に努めます。	・プライベートブランドは、持続可能な認証(RSPO※5など)原料の100%利用を目指す

(*1) 水産物に関する調達方針は、2014年に「イオン水産物調達方針」として先行して定めたものです。

(*2) 紙・パルプ・木材に関する調達方針は、2016年に「イオン森林資源調達方針」として先行して定めたものです。

※1 GFSI(Global Food Safety Initiative):世界食品安全イニシアチブグローバルに展開する小売業、食品メーカーで構成するTCGF(The Consumer Goods Forum)傘下の食品安全の推進団体。食品安全規格の認定も実施

※2 MSC(Marine Stewardship Council):海洋管理協議会
持続可能で社会的に責任ある方法で漁獲された天然水産物の認証制度を運営

※3 ASC(Aquaculture Stewardship Council):水産養殖管理協議会
環境や社会に配慮した養殖場で生産された水産物の認証制度を運営

※4 FSC®(Forest Stewardship Council):森林管理協議会
管理や伐採が、環境や地域社会に配慮して行われている森林の認証制度を運営

※5 RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil):持続可能なパーム油のための円卓会議
世界的に信頼される認証基準の策定とステークホルダー(関係者)の参加を通じ、持続可能なパーム油の生産と利用を推進

水産物の持続可能な調達を推進

イオンは、限りある水産資源を守り、伝統的な魚食文化を未来の子どもたちに残していくために、2014年2月に「イオン水産物調達方針」を定めました。

策定にあたっては、グループ内事業会社・機能会社、ならびに純粋持株会社であるイオン(株)の環境部門などで構成される「水産物アセスメント委員会」を設置し、社外のステークホルダー(NGO、政府、漁業者)のご意見をもとに、リスク・機会の分析と実行可能な取り組みの検討を通じて、重点取り組み計画を立案しました。

イオン水産物調達方針

資源枯渇防止と生物多様性保全の観点から、定期的にリスク評価を行います。また、リスク低減のために、実行可能な対策を検討し、持続可能な水産物の調達に努めます。

具体的な取り組み事項

イオンは将来にわたって、絶滅が危惧される水産物から、持続可能な裏付けのある水産物にシフトする施策を常に考え実行しています。

1. 持続可能な商品の販売
 - ・「MSC認証」、「ASC認証」などの持続可能な水産物の積極的な販売
 - ・完全養殖の取り扱いを強化
2. 違法な取引の排除
 - ・ワシントン条約などの国際条約を順守
3. トレーサビリティの確立
 - ・インドネシアでの資源管理強化の働きかけ
4. 定期的なリスク評価
 - ・持続可能な調達の推進組織の発足

推進のため「アセスメント会議」「持続可能な調達推進委員会」を設けるなど組織づくりにも着手しました。

Voice

イオントップバリュ株式会社
グループ商品戦略部
山本 泰幸



イオンは水産資源の持続可能性という観点から、従来よりさまざまな取り組みを行ってきました。2001年にオーガニックEU基準をもとに「グリーンアイ水産物生産基準」を策定。「トップバリュ グリーンアイ うなぎ蒲焼」を開発したのが始まりです。MSC認証商品、ASC認証商品、完全養殖マグロと、持続可能性に配慮した水産物の取り扱いをさらに拡大しています。これからもイオンは、近い未来で起こりうる変化を見据え、商品のサプライチェーンにおける環境や生物多様性、人権や労働問題などに真摯に対応していきます。

「MSC認証」「ASC認証」商品の開発・販売

MSC(Marine Stewardship Council: 海洋管理協議会)は、持続可能で適切に管理された天然水産物の認証制度を運営する非営利団体で、認証された漁業で獲られた水産物には、「海のエコラベル」をつけることができます。天然の魚を将来世代まで残していけるよう、海的环境や資源に配慮した漁業を行っています。イオンは、2006年に「MSC認証」商品の取り扱いを開始したのち、順次、取扱商品を拡大。2017年2月現在、日本の小売業最多の18魚種、38品目を販売しています。



トップバリュ グリーンアイナチュラル
MSC認証塩紅鮭

また、イオンはASC(Aquaculture Stewardship Council: 水産養殖管理協議会)認証のサーモンを2014年にアジアで初めて発売し、2017年2月現在、5魚種、10品目を取り扱っています。環境に大きな負担をかけず、地域社会や人権にも配慮している「責任ある養殖水産物」の普及を通じ、持続可能な調達を目指しています。



トップバリュ ASC認証骨取り・皮なし
白身魚の切身(パンガシウス)

2017年2月末現在、イオングループのGMS企業4社、SM企業8社がCoC(Chain of Custody)認証を取得しています。CoC認証とは、MSC・ASC認証商品の信頼性を確保するもので、消費者に認証商品を確実に流通させるトレーサビリティが担保されていることを認証する制度です。

これからもイオンは、認証取得企業の拡大を通じて、水産物の持続可能な調達を推進していきます。

“完全養殖魚”の開発・販売

イオンは、資源枯渇防止と生物多様性保全の観点から、天然資源に依存しない、まぐろの完全養殖※の提供を2015年よりはじめ、



トップバリュ グリーンアイナチュラル 熊本県産活メ真鯛

2017年2月末現在、4品目の完全養殖魚を扱っています。

※ 完全養殖:人工ふ化により育ったまぐろを親魚として受精卵をとり、その受精卵を、ふ化〜稚魚〜成魚まで育て、天然のまぐろ資源に依存しないサイクルを確立した養殖を指します。

“フィッシュバトン”コーナーの展開を拡大

「次世代に豊かな食文化をつなげていきたい」との想いのもと、持続可能な水産物であることを示すMSC認証、ASC認証の商品で構成した「Fish Baton(フィッシュバトン)」と名付けた常設コーナーの展開を2015年度より開始。2017年2月末時点で51店舗展開しています。また、2020年までにイオン(株)連結対象の総合スーパー、スーパーマーケット企業で、MSC、ASCのCoC認証(流通・加工認証)の100%取得を目指します。

イオンは、今後もお客さまの日々のお買物がエコにつながる商品や売場を提案し、お客さまとともに生物多様性の保全に取り組んでいきます。

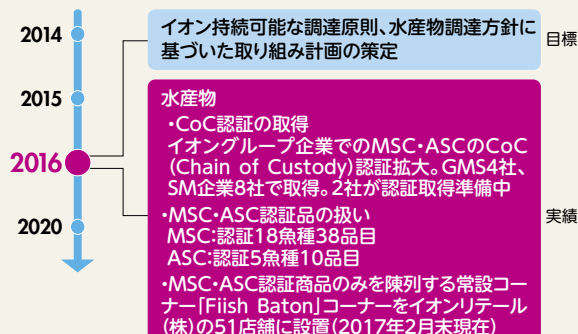


イオンスタイル板橋前野

※ MSC認証商品、ASC認証商品は“フィッシュバトン”設置店舗以外の店舗でも取り扱いしています。

KPIの2016年度実績・今後の目標

水産物における持続可能な調達の取り組み



林産物の持続可能な調達を推進

「イオン水産物調達方針」につづき、2016年に「イオン森林資源調達方針」を定めました。方針に基づき、森林資源の保全と活用の両立に貢献することを目指します。

イオン森林資源調達方針(紙・パルプ・木材)

適切に管理された森から生産された木材やパルプを商品の原材料や店舗の資材に活用し、森林破壊の防止につとめます。

商品での取り組み

リスクと機会を特定し、実行可能な手法を検討し、継続的に改善していくことで持続可能な調達を目指します。

1. 持続可能な認証商品の扱い

適切に管理された森林からの原材料であることを認証するFSC®認証を取得した商品を積極的に取り扱いします。

2. 日本での国産材の有効活用

日本の森林の持続可能な循環のために、国産材の有効活用に取り組みます。

3. トレーサビリティの確保

リスクの高い国や地域については、森林までのトレーサビリティの確認がとれた原材料を優先的に取り扱いします。

4. 違法な森林伐採の防止

合法伐採木材などの利用の促進に関する法律に基づき、合法木材などであることの確認を行います。

5. 保護価値の高い地域の保全

保護価値の高い地域の維持のため、予防措置を講じているか確認してまいります。

商品での取り組み:FSC®認証紙を使用した商品

適切に管理された森から生産された木材や紙であることを認証するのが「FSC®(Forest Stewardship Council®: 森林管理協議会)認証」です。

イオンではFSC®認証紙を使用したノートなどを2008年から販売しています。また、2011年度からは、値札やタグといった使用頻度の高い副資材に、FSC®認証の資材を使用しています。これまでに、ステーションナリーやH&BCカテゴリーの約130品目にわたるFSC®認証商品を販売、パッケージなどにもFSC®認証の資材の使用を広げています。(FSC® C005942)



FSC®認証紙を使用したトップバリュベストプライス ティッシュペーパー

店舗での取り組み:国産FSC®認証木材を使用した店舗

イオンは、生態系の保全に配慮した店舗開発を実践しています。例えば、ミニストップ(株)は、国産FSC®認証木材を100%使用し、コンビニエンスストアとしては日本で初めて「FSC®認証」を取得した店舗を2009年に开店、2017年2月末現在、その店舗数は206店舗となりました。今後も国産FSC®認証木材を使用した環境配慮型の店舗を積極的に展開していく計画です。



工事中の店舗



ミニストップ店舗

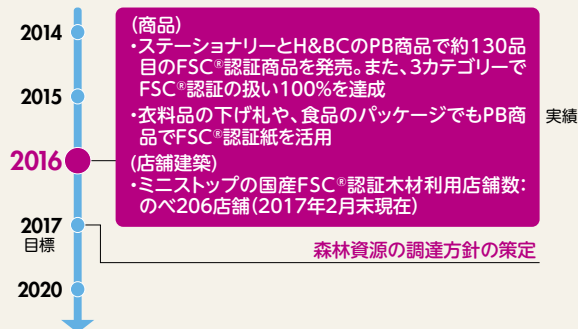


適切に管理された山梨県のFSC®認証林



KPIの2016年度実績・今後の目標

森林資源の持続可能な調達方針



Topics

(株)イオンファンタジー公式キャラクターのララちゃん・イオくんが2016年FSCジャパン親善大使に任命

(株)イオンファンタジーの公式キャラクターである、ララちゃん・イオくんはこれまでの活動が認められ、2016年5月にFSCジャパン親善大使に任命されました。子どもたちの目線でFSCのさらなる認知・理解の拡大をすべく、さまざまなイベントで活躍しています。



オーガニック商品の開発、調達を推進

「トップバリュ グリーンアイ」オーガニックシリーズでは、国内外で有機認証を受けた環境配慮商品を、豊富な品揃えで提供しており、2017年2月現在、日本小売業プライベートブランドで最大規模の190品目(食品、H&BC)を取り扱っています。

健康志向や食の「安全・安心」への関心の高まりを受け、お客さまからの「取り扱いを増やしてほしい」とのご要望にお応えするために、農林水産省が定めるJAS※有機農産物加工食品の「認定輸入業者」資格を活用し、国内外のオーガニック商品の開発、調達を推進しています。

食品、H&BC商品だけでなく、「トップバリュ」のレディース、メンズ、ベビーの肌着でオーガニックシリーズのラインナップを取り揃えています。

また、イオンリテール(株)店舗では、農産売場でオーガニックコーナーを展開。2017年3月現在、当コーナーの展開を140店舗に拡大しています。



「トップバリュ グリーンアイ」オーガニックシリーズ

※有機JASマークについて
農林水産大臣が登録した第三者機関に認定された事業者のみが有機JASマークを商品につけることができます。農薬や化学肥料などの化学物質に頼らないで、自然界の力で生産された食品を表しており、農産物、加工食品、飼料および畜産物につけられています。



有機JASマーク

Voice

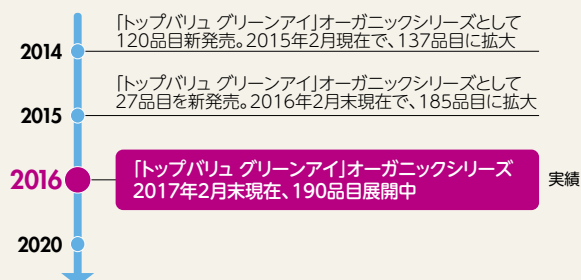
イオンアグリ創造株式会社
事業企画部
南 幸信



有機JASマークは、その商品が有機JAS法に基づく登録認定機関による検査を受け、法が定める基準に合格したことが公的に認められた証です。欧米の先進国では、オーガニック市場が10年前の3~5倍と急成長しています。日本でも環境資源と生物多様性を守るため、ライフスタイルとしてオーガニックを選択するお客さまが着実に増えています。これからもお客さまの期待に応える商品を提供していきます。

KPIの2016年度実績・今後の目標

プライベートブランドにおける該当商品



Topics

オーガニックスーパーマーケット
「Bio c' bon(ビオセボン)」が
日本1号店を出店

2016年12月、東京都港区麻布十番に日本初の「Bio c' bon 麻布十番店」がオープンしました。有機農産物、有機加工品、フランス直輸入のビオ(有機)ワインやチーズなどを豊富に品揃えし、お客さまにビオのあるくらしを楽しんでいただける店づくりに努めています。イオンは「Bio c' bon」の展開を通じてビオの魅力をお客さまにお伝えし、オーガニック市場の拡大を進めていきます。



Bio c' bon 麻布十番店の様子

「イオン 森の循環プログラム」の推進

イオン 森の循環プログラム

新しい店舗がオープンする際に、お客さまとともに店舗の敷地内に植樹をする「イオン ふるさとの森づくり」。1991年、マレーシア ジャスコマラッカ店(現イオンマラッカSC)でこの取り組みを開始して以来、お客さまとともに積み重ねてきたイオンの植樹が、2013年に累計1,000万本を突破しました。

これを機にイオンは、新しいステージに進むために「植える」「育てる」「活かす」をテーマとした「イオン 森の循環プログラム」を開始しました。世界各地のくらしを豊かにする植樹や、津波や災害から地域を守るための植樹などの「植える」活動に加え、植えた木々の育成や管理、林業後継者を育成する「育てる」活動、さらには木材などの林産物を商品原料や店舗の建材などに積極的に「活かす」活動などを推進していきます。



「森の循環」——「植える」「育てる」
「イオン ふるさとの森づくり」

新しくできる店舗が、地域のコミュニティの場となるように、そして緑を育む心が、地域の人々にも広がっていくように。そんな想いを込めて、イオンは1991年から、新しい店舗がオープンする際に、お客さまとともに店舗の敷地内に植樹をする「イオン ふるさとの森づくり」を行っています。

また、毎月11日の「イオン・デー」を中心に、管理マニュアルに基づき、各店舗で「イオン ふるさとの森づくり」植栽帯の清掃・除草などを実施しています。

2016年にはイオンの植樹活動は25周年を迎え、累計植樹本数は1,144万1,925本※となりました。これまで、植樹活動にご参加いただいたお客さまへの感謝の想いを胸に、イオンはこれからも、お客さま・地域の皆さまとともに、木を植え、育てていきます。

※「イオン ふるさとの森づくり」、(公財)イオン環境財団による植樹、「イオン 東北復興ふるさとの森づくり」の植樹の合算



イオンの植樹活動は25周年を迎えました



「イオン ふるさとの森づくり」
イオンモール長久手

Voice

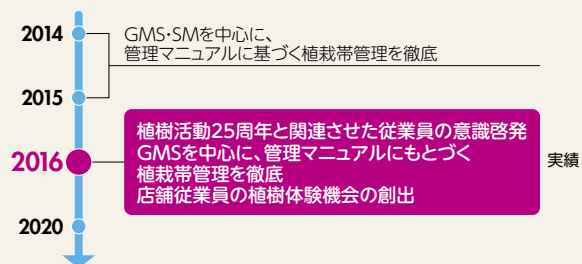
イオンモール徳島の植樹祭にお越しいただいたお客さまの声

これから子どもたちとイオンに来るたびに「この木を植えたね」と語り合えるように。また、子どもたちとともに、この木の成長を見守っていかたいと思います、植樹祭に参加させていただきました。

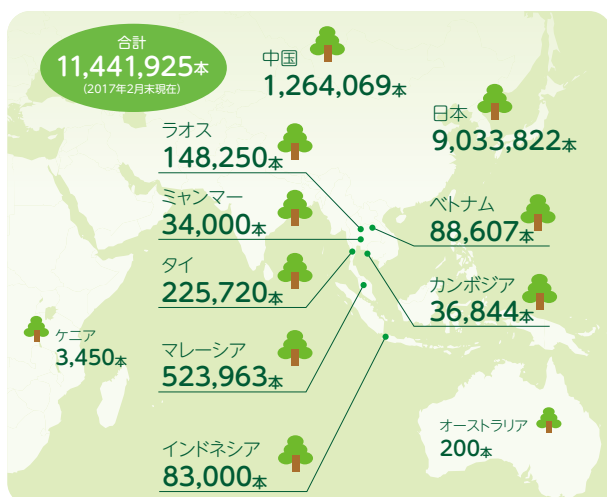
地域から「鎮守の森」が減っているので、イオンがこのような形で、また新しく「鎮守の森」をつくる取り組みを行っていることは、とてもよいことだと思います。

KPIの2016年度実績・今後の目標

森としての維持・管理状況



● 国別植樹本数



「森の循環」——「育てる」 森びと養成講座「森つなぎプロジェクト」始動

近年、地球温暖化防止や生物多様性の保全のみならず、日本文化の伝承やレクリエーションの場など多面的な役割を担う森と、人と自然の共生の場である里の保全・持続可能な利用が社会の喫緊の課題となっています。

「森びと養成講座『森つなぎプロジェクト』」は、イオン・三重県・NPO法人みやがわ森選組の三者が協力して林業後継者の育成を目指すもので、さまざまなプログラムを通じて日本の森林管理について理解を深めてもらうことを目的としています。

3年目となる2016年度は、2016年10月8日から2017年3月26日までの約半年間にわたって、三重県大台町にて実施しました。カリキュラムは、林業・森林に関する講義・フィールドワーク（「森ゼミ」5日間）や実地研修・ワークショップ（「森ワザ」9日間、「森コミュ（ニケーション）」5日間）の計19日間です。

「作業歩道をつくる」というテーマを通して、大台町の山林を舞台に林業作業や技術を学ぶ「森ワザ」の9日間は、林業実体験の場として毎年好評を得ており、本年は12名の受講者が全カリキュラムを修了しました。

今年は新たなカリキュラムとして、受講生自らが間伐材を利用して製作した遊具やオブジェなどを、イオンの店頭でお客様にご利用いただく「森コミュ（ニケーション）」を実施しました。

本事業の目的の一つである「木育」の推進にも結びつくカリキュラムであり、この「三重モデル」を他地域へ普及拡大することを視野に入れ、取り組みを次年度につなげていきます。



「森つなぎプロジェクト」

「森の循環」——「活かす」 森林資源の活用

FSC®認証商品の販売（▶P.96）や、国産FSC®認証木材を100%使用した店舗を展開（▶P.97）しているほか、さまざまな方法で森林資源の活用推進に取り組んでいます。例えば「イオンモール東員」では、三重の県産林を活用した常設のキッズスペース「みえの木ひろば」を設置しています。

また、グループ事業所内の保育施設「イオンゆめみらい保育園」（▶P.136）では、子どもたちに木のよさを知ってもらうために、FSC®認証木材を使用した机や椅子、国産材の積み木などの導入を進めています。

幼少期から木とふれあうことを通じて、人と木や森との関わりを考える豊かな心を育んでもらうことを目指しています。



イオンゆめみらい保育園で導入しているFSC®認証木材を使用した椅子

Topics

「エコプロ2016」に出展

イオンは、「エコプロ2016」に「森」をテーマとしたブースを出展しました。イオンの植樹活動が25周年を迎え節目の年の出展となった今回は、植樹活動の意義や歴史に加えて、森の循環プログラムのもとに実施している「植える」「育てる」「活かす」取り組みを紹介しました。「イオン ふるさと森づくり」を再現したほか、木のコースターづくりを通して実際に間伐材の檜と杉に触れながら学ぶ木育ワークショップを開催するなど、五感に訴えかける展示内容で、多くの学生や家族連れのお客様にご来場いただきました。

また、「第13回エコプロダクツ大賞」においてエコプロダクツ大賞推進協議会会長賞（優秀賞）を受賞した次世代ビニール傘「トップバリュ fururi（ふるり）」もあわせて展示しました。



「エコプロ2016」イオンブースの様子

店舗での取り組み

指標開発と評価

イオンは、店舗が周辺の自然環境や生態系におよぼす影響をできる限り少なくとどめるために、店舗開設時の生物多様性評価や環境負荷軽減策の立案・実施など、生態系の保全と創出に配慮した店舗開発を実践しています。「イオンふるさと森づくり」の推進や一部のショッピングセンターへのビオトープの導入は、こうした取り組みの一例です。

店舗の生物多様性評価の一環として、2013年度から「一般社団法人 いきもの共生事業推進協議会 (ABINC)」による「いきもの共生事業所®認証(都市・SC版)」の認証を取得しています。2016年度は「イオンモール長久手」の1SCが認証を受け、「イオンモール東員」が3年ごとの更新認証を受けています。また、2016年10月には、「イオンモール多摩平の森」が、ABINC賞において特別賞(都市・SC版)を受賞しました。



ビオトープ

一部店舗の敷地や屋上にビオトープを導入。環境学習や環境保全啓発に役立てています。



「雨の庭™」

雨水には、排気ガスなどに含まれる物質が混じることがあり、そのまま川や海に流れ込むと生態系を壊すおそれがあります。「雨の庭™」は、雨水を地中に浸透させて浄化することで、生態系への負の影響を減らします。

資源循環の促進

マネジメントアプローチ

課題認識

増加する地球人口は、現在の72億人から2050年には98億人を突破と言われていています。一方で、途上国の飢餓や貧困問題は現在も解決しておらず、世界の人々の生活水準を持続的に向上させていくためには、地球上の限りある資源を有効利用することが必須です。イオンは、事業活動におい

て廃棄物などを排出しているほか、レジ袋や容器包装などお客さまの商品使用後の廃棄物にも関わっていることから、「資源循環の促進」を重要課題としてさまざまな取り組みを行っています。

イオンのアプローチ

イオンは、1991年からお客さまとともに「買物袋持参運動」を開始したほか、容器包装資材の仕様変更や提供方法の見直しなど、資源循環の促進に向けた取り組みを継続的に進めています。

廃棄物削減への社会的要請は国内外ともに高まっており、2015年に採択された国連の持続可能な開発目標(SDGs)に廃棄物や食品廃棄物の削減に関する目標が盛り込まれ、また、日本でも食品リサイクル法や廃棄物処理法

などの関連規制が強化される見通しです。

イオンは2014年に「2020年度までに廃棄物ゼロ(=そのまま廃棄・焼却・埋め立てする廃棄物をゼロにする)」を目指すことを宣言し、「イオンの『廃棄物ゼロ』取り組みコンセプト」を定め、取り組みを推進しています。中でも、食品廃棄物はイオンの事業との関連性から重要なテーマであり、「店舗・商品で」、「お客さまとのコミュニケーションを通じて」、「地域とともに」の3つの切り口で取り組みを強化しています。

今後の取り組み

国連の持続可能な開発目標(SDGs)で目標に掲げられるなど、廃棄物削減への社会的要請の高まりを踏まえ、イオンでは、個々の会社や地域ごとに取り組んでいる活動を集約し、活動の基本的な考え方や事例、指標などを整理してグ

ループ共通のインフラの構築に取り組んでいきます。また、2017年度からは、各社で目標を設定して、取り組みを進めていく計画です。

イオンの「廃棄物ゼロ」取り組みコンセプト

「リデュース」「リユース」「リサイクル」の3Rの手法で、廃棄・燃焼し、埋め立てに回るゴミをゼロにしていきます。取り組みにあたっては、お客さまをはじめとするステークホルダーと連携し、資源循環型社会の構築に寄与します。



店舗・商品で

見える化、ISO14001、廃棄売価削減、分別・リサイクルなどを通じて、店舗と商品のサプライチェーンの食品廃棄物を削減



お客さまとのコミュニケーションを通じて

食育や店頭キャンペーンを通じて、お客さまとともに食品廃棄物を削減



地域とともに

地域のステークホルダーと連携して、リサイクルループの構築や、フードバンクなどへの寄付を通じて食品廃棄物を削減

2016年度のKPIの進捗状況

大分類	中分類	KPI	対象範囲	目標	2016年度実績	2016年度取り組み内容
店舗・商品における廃棄物ゼロに向けた取り組み	容器包装資材の使用量削減	容器包装リサイクル法の再商品化委託量(売上1億円当たりの原単位)	国内連結対象企業の中の容器包装リサイクル法の特定事業者	2010年度：1.175トン 2016年度： 2010年度比20%以上削減	1.127トン 2010年度比4.1%削減	レジ袋削減など販売資材の使用量削減 ・包装資材の仕様変更 ・提供方法の見直し ※事業構造の変化をうけ、目標を見直し
	廃棄物削減	廃棄物排出量の削減	国内外連結対象グループ企業(日本、中国、ASEAN)	取り組みの拡大	グループ各社の取り組みの集約と情報共有(継続取り組み)	<グループ企業事例> ①自社が排出する廃棄物の削減 ・イオンモール(株)：基本17品目に廃棄物を分別。専門店に協力いただき、品目別に計量するシステムを導入。「見える化」を図り、削減に取り組む ②販売した商品を回収しリサイクル。お客さまのところで排出される廃棄物の削減に寄与 ・イオンリテール(株)、(株)コックスなど
	食品廃棄物削減	食品廃棄物排出量(売上百万当たりの原単位)	国内連結対象のGMS、SM企業の中の食品関連企業	2016年度：前年度より削減	2015年度実績：35.58kg/百万 2016年度実績：34.27kg/百万(見込み) 食品廃棄物について、企業ごとの目標設定のガイドラインを制定 ※食品小売業対象	①商品(食品)の廃棄による売価変更の削減 ②資源となるものの分別の徹底 ③計量機の導入による「見える化」、一元管理 ④取り組みの進んでいる企業の情報を共有 ⑤目標設定のガイドラインの制定
		食品廃棄物再生等利用率	国内連結対象のGMS、SM企業の中の食品関連企業	2015-2019年度：55%(食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針にのっとり) ※前年比プラス1%	2015年度実績：57.1% 2016年度実績：59.2%(見込み) ※食品小売業対象	①廃油・魚アラのリサイクル、再生事業者への委託推進 ②リサイクルループの構築、運用推進
		食品リサイクルループ構築	国内連結対象企業の中の食品関連企業	リサイクルループの構築(1カ所/年)	食品残渣回収を76店舗で実施	イオングループ各社が食品残渣回収店舗を拡大
	レジ袋削減	お客さまのレジ袋辞退率(全店平均)	国内連結対象のGMS、SM企業	2016年度：70%以上 2020年度：80%以上	2016年度：65%(レジ袋無料配布中止店舗21店舗増加、累計1,574店舗)	①レジ袋無料配布中止店舗ならびにレジ袋辞退率のグループ各社への情報提供 ②地域でのレジ袋無料配布中止協定への積極的参加と働きかけ
管理体制の強化	廃棄物排出管理体制	排出管理向上のための社内教育修了者数	国内連結対象グループ企業	2016年度：合格者360人以上(2010年度からの累計)	2016年度受講者数1回目54人、2回目46人、計100人 検定受検者47人中合格者33人、累計394人	外部専門機関による研修を実施。テレビ会議の活用、本社関連部署への積極的なアナウンスにより、受講者数倍増
		電子マニフェストの導入率	国内連結対象グループ企業	2016年度までに導入率50%(国の目標：2016年度までに導入率50%)	2016年度末までの導入企業(95%以上)18社： イオン九州(株)、(株)ダイエー、イオンリカー(株)、MV南東北(株)、MV関東(株)、MV長野(株)、MV中部(株)、MV西日本(株)、MV九州(株)、イオンマーケット(株)、(株)マルエツ、イオンビッパ(株)、(株)カスミ、(株)レッドキャベツ、オリジン東秀(株)、まいばすけっと(株)、アコレ(株)、(株)イオンファンタジー (50%以上95%未満)9社： イオンリテール(株)、イオンリテールストア(株)、イオン北海道(株)、イオンストア九州(株)、イオンバイク(株)、(株)マルナカ、(株)山陽マルナカ、イオンタウン(株)、(株)ジーファット (50%未満)5社： MV北海道(株)、MV北陸(株)、イオンモール(株)、ミニストップ(株)、ウェルシアHD(株)	①管理業者に委託、契約管理と連動した仕組みの導入による業務の効率化 ②店・本社・管理委託会社との役割分担や、コミュニケーションルールの見直しの実施や、内部監査などでのチェック体制の構築

店舗・商品における 廃棄物ゼロに向けた取り組み

容器包装資材の使用量削減

家庭から排出されるごみの多くを容器包装ごみが占めています。容器包装資材の使用量の削減を通じて、ごみの削減に貢献することは、生活に密着した商品を販売する小売業の責任として重要であると認識し、イオンは容器包装資材の削減に積極的に取り組んでいます。

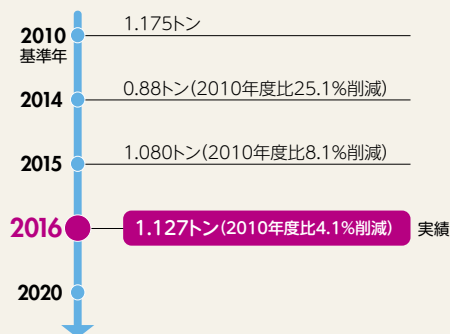
商品販売時では、レジ袋削減に注力するほか、食品トレーの薄肉化やエコトレーの導入を図っています。

トップバリュ商品の開発時には、容器包装についても吟味を重ねており、品質への影響や運搬時の安全性などに十分に配慮したうえで、軽量化・薄肉化、リサイクル素材への切り替えを図っています。また、お客さまからお寄せいただくご意見をもとに、詰め替え商品の開発や包装材料の変更に積極的に取り組んでいます。

こうした取り組みの結果、2016年度の容器包装リサイクル法の再商品化委託量(売上1億円当たりの原単位)は、1.127トンとなり、2010年度比で4.1%削減しました。今後さらなる取り組みを進めていきます。

KPIの2016年度実績・今後の目標

容器包装リサイクル法の再商品化委託量(売上1億円当たりの原単位)



包装資材削減事例①

「トップバリュベストプライス 毎日の食卓 バターロール」では、留め具をなくし袋の長さを短くするなど資材の節約に努めました。その結果、包装資材の重量をナショナルブランド商品の約50%に削減しました。



留め具をなくし、パッケージを最小化
「トップバリュベストプライス 毎日の食卓 バターロール」

包装資材削減事例②

従来、お弁当やサラダに品名シールとサーマルシールの両方を貼っていましたが、サーマルシールにトップバリュロゴを入れることで、品名シールを撤廃しました。これにより、2016年度は約1,540万枚のシール削減につながりました。



品名とサーマルシールの2枚貼りを1枚に集約「トップバリュお弁当」

廃棄物の削減

イオンは、国内外で約2万1,113店舗・カ所で事業を営む事業者として、多くの廃棄物を排出しています。廃棄物削減への社会的要請は、海外・国内ともに高まってきており、2015年に国連総会で採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」に廃棄物管理や食品廃棄物削減に関する目標が盛り込まれたほか、EUにおいても規制が強化されています。また、日本国内でも、食品リサイクル法や廃棄物処理法などの廃棄物関連法規制が強化される予定です。

こうした要請に応えるため、イオンは廃棄物削減に向けた取り組みをいっそう強化することを決定し、「2020年度までに廃棄物ゼロ(=そのまま廃棄・焼却・埋め立てする廃棄物をゼロにする)」を目指し、取り組みを開始しました。

現在、イオンのグループ各社では、廃棄物削減に向けたさまざまな取り組みを実施しています。

例えば、イオンモール(株)では、2017年5月に2020年度までの中期環境計画を定め、廃棄物については、廃棄物リサイクル率80%以上の維持と、専門店への廃棄物教育の実施を柱に、ゼロエミッションモールを目指しています。専門店にご協力いただき、廃棄物を基本17品目に分別し、品目ごとに計量するシステムを導入し、廃棄物の「見える化」を図っています。分別された廃棄物で、可能なものはリサイクルに回し、品目ごとにリサイクル率を集計し、2016年度のリサイクル率は86.8%と目標を上回る水準を維持しています。

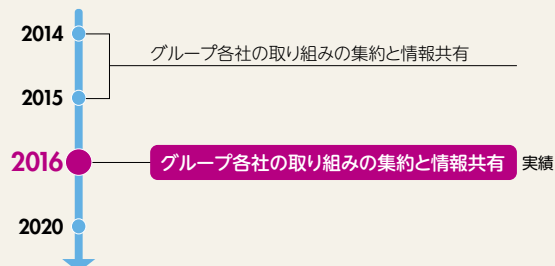
このように、多くのグループ企業でさまざまな取り組みを実施しています。

廃棄物については、廃棄物そのものの特性や法的制約によって、地域ごとの取り組みが重要です。リサイクル業者や生産者、行政やNPOなど地域のステークホルダーと連携し、店頭回収を強化して再商品化までの取り組みを進め、

廃棄削減・資源循環における、地域のプラットフォームの構築を目指します。

KPIの2016年度実績・今後の目標

食品廃棄物以外の排出量削減



食品廃棄物の削減

イオンは、店舗で発生する食品廃棄物の排出抑制に努めています。

その一環として、多くの企業で「食品廃棄売変率※」「売変率」を目標に掲げて取り組んでいます。2016年度は、「FOOD WASTE(食品廃棄物)ベストプラクティス集」を発行し、各社の優れた取り組みを共有し、全体のレベルアップを図りました。



「FOOD WASTE(食品廃棄物)ベストプラクティス集」

また、2016年度は、食品廃棄物に関する目標設定のガイドラインを策定。具体的には、食品リサイクル法で規定された食品廃棄物再生等利用率を指標とし、各社の現状を踏まえ、かつチャレンジングなレベルで設定することとしました。

2017年度は、ガイドラインに基づき、個別の企業ごとの目標設定を進め、削減の取り組みをさらに進めていきます。

※ 廃棄売変率: 廃棄商品×販売価格／売上

グループ会社の取り組み

イオンリテール(株)の取り組み

店舗ごと、エリアごとに責任者のリーダーシップのもと、売価変更のきめ細かな進捗管理の実践やミーティングによる情報共有を促進し、試食などによる売り切り、鮮度劣化商品の早期抜き取りなどを行うなどの取り組みを実施しています。食品廃棄売変率0.5%以下という目標を掲げ、前年から1割近く食品廃棄売変率を改善することができました。

イオン琉球(株)の取り組み

目標達成に向け、生鮮3品およびデリカについて在庫

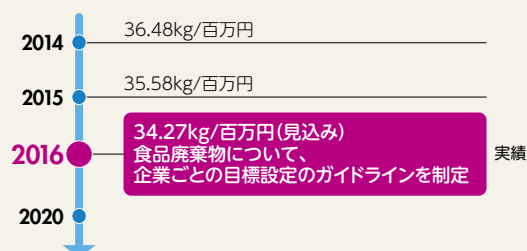
回転日数をそれぞれ設定し、店ごとに進捗管理を行うなど、在庫管理を徹底するとともに、発注精度の向上に取り組んでいます。売上や荒利の確保など関連づけて、目標を明示することがモチベーションの向上をもたらし、廃棄物の削減につながっています。

イオンフードサプライ(株)の取り組み

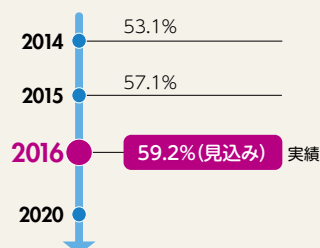
食品製造業であるイオンフードサプライ(株)は、「製造ロスの撲滅」「原材料の加工日数および賞味期限などの管理強化」「畜産商品のMAP包装による消費期限延長への取り組み」「入荷検品強化による品質不良品の削減」「商品事故(異物混入・表示不適・品質不良)の削減」などを目標に掲げて、日々の生産活動を通じて廃棄物削減に取り組んでいます。

KPIの2016年度実績・今後の目標

食品廃棄物排出量(売上百万円当たりの原単位)



食品廃棄物再生等利用率



食品リサイクルループの構築

イオン直営農場を運営するイオンアグリ創造(株)は、再資源化事業に取り組む大栄環境(株)と「食品リサイクルループ推進に関する協定」を2014年9月に締結しました。これにより、農場・店舗・堆肥化処理施設を結ぶ、堆肥化リサイクルループの構築とその拡大を目指します。

店舗などで発生する野菜やお肉などの食品残渣を大栄環境(株)の堆肥化施設で堆肥に加工し、イオン三木里協農場で使用します。この堆肥で栽



イオン三木里協農場から出荷されたキャベツ

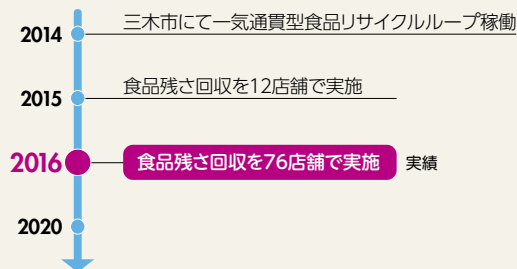
培した野菜を収穫して、イオンの店舗で販売していくことで、「イオン完結型食品リサイクルループ」が構築されます。

2016年1月より土づくりに着手し、6月より兵庫県内のグループ店舗に本格出荷をスタート。キャベツのほか、だいこん、はくさい、ほうれん草、ミニトマトなど約520トンの農産物を出荷しました。

また、「クローズド・リサイクルループ」としての実施規模などが世界的に評価され、2016年4月、TCGF(The Consumer Goods Forum / 世界70カ国、約400社)のぼる世界最大の消費財流通業界の組織)にてベストプラクティスとして紹介されました。6月には、ESD(持続可能な開発のための教育)の考え方にに基づき、「三木かんきょうフェスティバル」を開催。食品リサイクル施設の見学や環境学習、食品リサイクルループの紹介など、未来を担う子どもたちへの環境教育活動にも積極的に取り組んでいます。

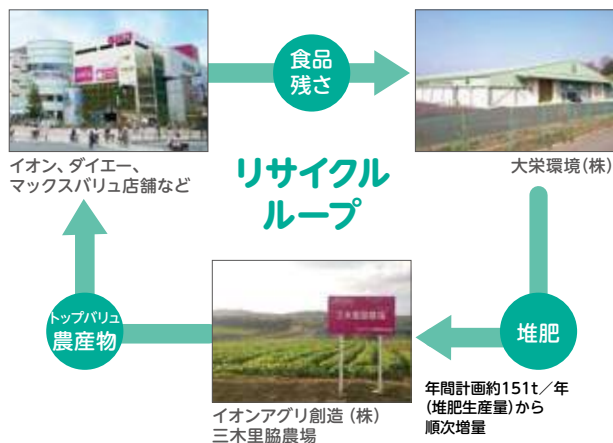
KPIの2016年度実績・今後の目標

食品リサイクルループ構築



● 循環フロー図

年間計画約3,540t／年(残さ回収量) から順次増量
(イオングループ対象店舗およびトップバリュ製造工場の合計)



リターナブルコンテナの使用

イオンは、商品の運搬時に繰り返し使うことができるリターナブルコンテナや農産コンテナを利用することで、お店で捨てられるダンボールを削減しています。

また衣料品売場では、衣料品を陳列用ハンガーにかけたままお店に運び、そのまま売場に陳列するリユースハンガー納品を行うことで、輸送時に使用していたダンボール箱や輸送用ハンガーを削減しています。

2016年度は、リターナブルコンテナ※の使用量は8,504.2万ケース、農産コンテナの使用量は2,462.9万ケースとなり、廃棄するダンボールの削減を実現しました。

※ イオンの自社専用コンテナのみ

● リターナブルコンテナ・農産コンテナの使用量



グリーン購入の推進

イオンは、1996年から「グリーン購入」の取り組みを開始しました。業務で使う資材や文房具などを購入する際には、その必要性を十分に検討し、環境への負荷の少ないものを優先的に購入しています。事務用品はもとより、売場で使用する陳列什器棚、建設用資材などにも対象範囲が広がっています。

2001年からは建設用資材のグリーン調達を開始しています。GMS店舗の新規開店物件において、建設用資材のグリーン調達について目標を立てて、積極的に推進しています。

Voice

大栄環境ホールディングス株式会社
代表取締役社長
金子 文雄 様



「食」と「農」を支える暮らしに身近な「イオン完結型リサイクルループ」は、時代が求める「安全・安心」に直結する資源有効活用の新たな取り組みとなっています。今後、取り扱い量をさらに拡大しながら、食卓に並ぶ野菜たちの“おいしさ”もしっかりと意識した「安全・安心」な堆肥の安定供給を担っていきます。

お客さまとともに

レジ袋削減

イオンは、レジ袋の原料である石油資源の節約やレジ袋生産時のCO₂排出量を削減するために、1991年から20年以上にわたって、さまざまな取り組みを行っています。

2017年2月末現在、グループ28社におけるレジ袋削減枚数は27億7,058万枚、レジ袋辞退率は65.0%で、小売業界平均の52.6%※1を大きく上回る結果となっており、これによるCO₂の削減量は8万5,334トン※2となります。

また、レジ袋をご希望のお客さまには有料でレジ袋を提供しています。その収益金※3は自治体などを通じて地域の環境保全活動に役立てていただいています。2016年度の収益金は、2,826万円、2007年からの有料レジ袋の収益金累計は約6億3,061万円となりました。

※1 2016年7月現在。日本チェーンストア協会調べ

※2 CO₂削減量の原単位:レジ袋辞退1回当たり(使用されなかったレジ袋(HDPE製6.8g)とする)30.8g-CO₂
出典:環境省「3R行動見える化ツール」より

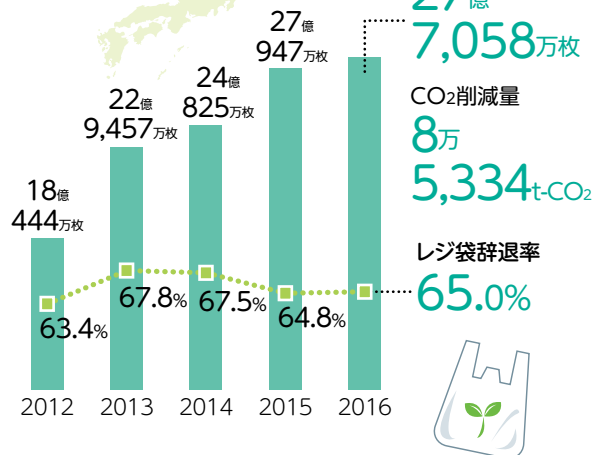
※3 有料レジ袋の収益金:売価-(消費税+仕入原価)

● レジ袋無料配布中止店舗数

合計店舗数
(2016年度実績)

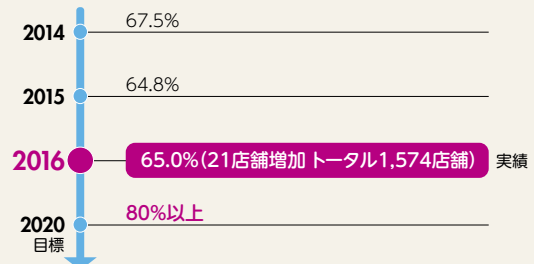
1,574店舗

(連結子会社中の28社の合計)



KPIの2016年度実績・今後の目標

お客さまのレジ袋辞退率(全店平均)



● レジ袋削減の歩み



店舗での資源回収による廃棄物削減

貴重な資源を捨てずに再資源化するために、イオンの店頭では紙パック、食品トレイ、アルミ缶、ペットボトルの回収ボックスを設置しています。回収したアルミ缶や紙パックは「トップバリュ」の原料の一部に使用し再商品化するなど、循環型社会の構築に向けた取り組みを続けています。また、惣菜コーナーなどで使用された油は100%回収し、回収した油はせっけんや飼料、肥料などにリサイクルされています。



「トップバリュベストプライス 再生紙トイレットペーパー シングル」古紙パルプを100%使用した再生紙トイレットペーパーです。

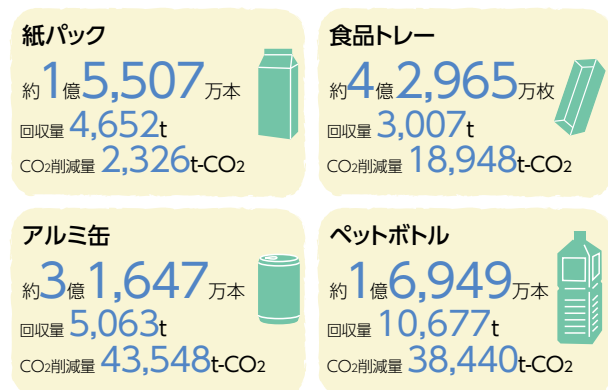


「トップバリュ 油はねガード」ガスレンジまわりの油はねなどの汚れを防ぐアルミ製の油はねガード。店頭などで回収されたアルミ缶を溶解し、地金再生したアルミを80%以上利用して作られています。



店頭に設置した回収ボックス

● 容器別店頭回収量(2016年度実績) 連結子会社中26社の合計



重量換算:紙パック(1000ml)1本=30g、食品トレイ1枚=7g、アルミ缶(350ml)1本=16g、ペットボトル1本=63gとして換算

※CO₂削減量の原単位(回収量1kg当たり):

紙パック:0.50kg-CO₂、食品トレイ:6.3kg-CO₂、アルミ缶:8.6kg-CO₂、ペットボトル(マテリアルリサイクル):3.6kg-CO₂

出典:環境省「3R行動見える化ツール」より

WAONと連動した古紙・ペットボトルの回収を開始

イオンは、資源の回収促進とお客さまの利便性向上を目的として、資源回収にご協力いただいたお客さまにWAONポイントを付与する資源回収(古紙・ペットボトル)を行っています。

資源ごみの回収頻度が少ない自治体の店舗を中心に取り組みを進めており、2017年6月末現在、イオンリテール(株)74店舗、イオン九州(株)42店舗、マックスバリュ東海(株)15店舗、マックスバリュ中部(株)28店舗など、計215店舗で導入され、お客さまから好評をいただいています。導入にあたっては、回収業者との役割分担を明確にし、継続して回収を実施できるよう体制を整えています。



「リサイクルステーション」(古紙・ペットボトル回収機)

グループ会社の取り組み

イオンリテール(株)

【衣料品で】回収・再利用を推進

イオンリテール(株)では、(株)アイコレットジャパン(以下アイコ)※1と共同で、衣料品の下取りを定期的実施する体制を整備し、2015年から本格的に取り組みを開始しました。2016年度の下取り実績は15万3,930件、約386トンとなりました。下取りした衣料品は、捨てられることなく1週間程度でアイコ提携工場に運搬し、そのうち同社海外提携企業工場で約400種類に分類・選別され、6割をリウェア(再着用)として活用し、それ以外は状態や用途に応じてリサイクルされています。継続的に衣料品のリウェア(再着用)を主目的とした下取りキャンペーンを実施し、循環型社会の実現を目指していきます。

(株)コックス

【衣料品で】回収・再利用を推進

(株)コックスにおいても、アイコと組んで2011年より全国の店頭にて「古着回収活動」に取り組んでいます。お客さまのご協力により、2016年度は、前年実績を20%上回る約12トンの古着を回収することができました。2017年度は年4回に実施回数を増やし、古着回収キャンペーンを実施していきます。



タルボットジャパン(株)、イオンリテール(株)

【衣料品で】回収・再利用を推進

タルボットジャパン(株)、イオンリテール(株)が運営するファッションショップ「セルフ+サービス」では、衣料品を100%リサイクルする「FUKU-FUKUプロジェクト」に参加し、不要になった婦人服と子ども服を対象に衣料品回収※2を実施しています。皆さまから回収した衣料品の繊維からエタノールなどをつくる技術を活用しています。



(株)ジーフット

【靴で】リユース・リサイクルを推進

(株)ジーフットは、靴の回収とリユース・リサイクルに積極的に取り組んでいます。アイコと共同で下取りを恒常的に実施できる体制を整備し、資源循環への貢献に取り組んでいます。2017年5月末時点で190万9,310足、約1,336トン回収しました。下取りした靴でまだ使えるものは、リユースとして海外で靴を必要としている方々に提供するほか、リユースできないものはリサイクルで道路建材などに再資源化してゴミの削減を推進しています。

※1 アイコ(ICO)はI COLLECTの略で、世界最大の繊維と靴のリサイクル会社SOEX(ソエックス)の子会社。2017年3月1日より「(株)アイコレットジャパン」に社名が変更

※2 限定店舗にて回収実施

管理体制の強化

廃棄物排出管理体制

イオンは、廃棄物管理レベルの向上に向けた社内教育を継続して行っています。グループ各社の環境責任者、廃棄物管理リーダーに対しては、外部の専門機関と連携して作成したプログラムを活用し、「廃棄物管理研修」を実施しています。

2016年度は、廃棄物管理者研修を100人が受講、そのうち、47人が廃棄物管理者検定を受検し33人が合格しました。この結果、2011年度以降の累計で受講者は461人、検定合格者は251人となりました。研修を継続して実施することで、グループの廃棄物管理レベルの向上につながっています。

一方、実務担当者に対しては、廃棄物マニフェスト管理など、必要なスキルや知識の修得に向けた教育を実施しています。

また、マニフェスト管理の効率化、管理精度向上のため、電子マニフェスト※を順次導入しています。

電子マニフェスト導入により、省力化・効率化が進む一方、入力された内容のチェック・確認は必要であり、管理委託会社とのコミュニケーションも含め、各社の実状に合ったルール確立が課題です。

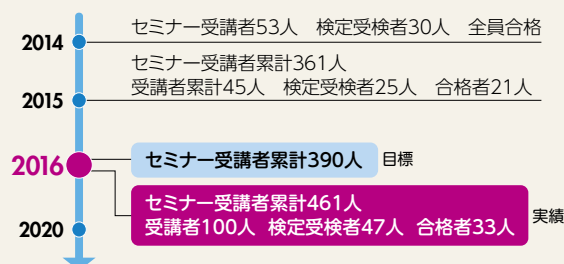
例えば、マックスバリュ関東(株)では、電子マニフェストと連動し、委託先を一元管理できるITシステムを導入すると同時に、信頼できる管理会社に業務委託し、委託先との役割分担を明確化、チェックできる体制をつくりました。これによって、コンプライアンス体制が強化できると同時に、管理に必要な人時を削減し、廃棄物にかかわるコストも年間で約1,000万円削減することができました。

2017年2月末現在、一部事業所での導入企業を含め28社が導入しています。グループの半数の企業での導入を目標に据えて取り組みを続けていきます。

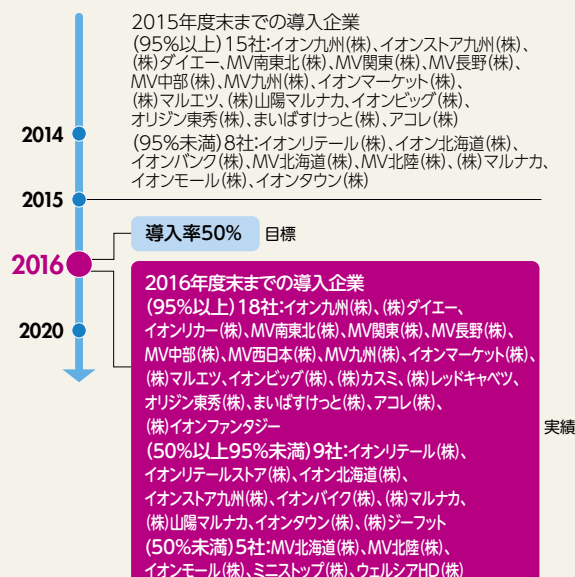
※ 電子マニフェスト:産業廃棄物を排出する際に、処理が確実に行われたことを確認するために発行する管理票。従来は排出者と処理業者の間で紙の帳票で運用されていましたが、近年マニフェストの情報を電子化しネットワークを介してやりとりする電子マニフェストが普及してきています

KPIの2016年度実績・今後の目標

排出管理向上のための社内教育修了者数



電子マニフェストの導入率



多様な消費者課題への対応

マネジメントアプローチ

課題認識

お客さまの安全・安心は、いつの時代も変わることなく何よりも最優先すべき課題です。近年は、サプライチェーンがグローバルに広がる中、商品の品質や安全性確保がますます大きな社会課題となっています。製品事故の発生は、お客さまに多大なご迷惑をおかけするだけでなく、国際社会に大きな

不安をもたらすおそれがあります。

また、お客さまが求める価値は国や地域によって多岐にわたります。こうした声に応え続けるためには、お客さまと積極的に対話する仕組みや、お客さまの声を反映する商品・サービスおよび店舗開発の仕組みづくりが欠かせません。

イオンのアプローチ

イオンは、2003年4月に制定した「イオン行動規範」の中で「お客さまへの誓い」を定めています。

この誓いを実践していくために、イオンのブランド「トップバリュ」においては、日本・海外のサプライヤーさまとともに安全・安心な商品づくりを進めています。また、トレーサビリティシステムの構築や原材料表示のルールづくりなどを通じて、お客さまに安心して商品をご利用いただけるよう努めて

います。施設面においては、ハード・ソフトの両面で安全で快適な店舗づくりに取り組んでいます。

さらに、時代とともに変化する社会からの多様な声に応えるために、定期的にお客さまの声を収集する仕組みを構築し、近年は「高齢者」「健康」「地域産品」などをキーワードとした商品・サービスおよび店舗開発に注力しています。

今後の取り組み

「お客さまへの貢献」を永遠の使命と位置づけるイオンにとって、「多様な消費者の期待に応える商品・サービスの提供」は、将来にわたって重点課題であり続けます。

世界的な高齢化や健康志向に応える「ヘルス&ウェルネ

ス」商品・サービスの拡充、大規模自然災害の発生に備えた店舗づくりなど、イオンはこれからもお客さまの声を起点とした商品・サービス・店舗開発に努めていきます。

イオン行動規範～お客さまへの誓い～

イオンは、「すべてはお客さまのために」の視点で行動し、お客さまの日々の暮らしに密着した「安心」と「信頼」を提供します。イオンは、お客さまの生活文化に貢献することを永遠の使命とします。

イオンは、お客さまの安全を最優先し、「イオンだからできる」安心を提供します。

私たちは、商品・サービス・衛生・施設・情報など、営業活動に関わるすべてにおいて、お客さまの安全を何よりも最優先に考えます。安全面で疑問が生じた場合、事の大小に関わらず、正確な事実の把握につとめ迅速な対応をします。

イオンは、お客さまとの約束を守り、いかなるときも正直に行動します。

私たちは、チラシや広告による約束をはじめ、配達・修理など、一人ひとりのお客さまとの約束についても責任をもって守ります。また、事故や営業上の問題が生じた場合、事実を隠すことなく正直にお知らせします。

イオンは、よりよい商品・サービスをお値打ち価格で提供します。

私たちは、お客さまの豊かな生活の実現を願い、より品質の高い商品・サービスの提供につとめます。そして同時に、経営の革新を通じて低価格への挑戦を続けます。イオンは、お客さまが満足される品質と価格を実現する代表的な企業を目指します。

イオンは、商品・サービスに挨拶と笑顔を添えます。

私たちは、商品やサービスに笑顔を添えて提供します。お客さまへの挨拶はもちろんのこと、売場・事業所の窓口・電話対応など、お客さまが私たちと接するあらゆる場面で、「親切的なイオン」に触れることができるよう対応します。

イオンは、お客さまの声を経営の原点と考え、その実現に全力をつくします。

私たちは、お客さまからのご意見・ご要望、また、苦情などすべてがイオンの経営の原点と考えます。お客さまからいただいた“声”に感謝の気持ちを込めて耳を傾け、すばやく実現につとめます。

2016年度のKPIの進捗状況

大分類	中分類	KPI	対象範囲	目標	2016年度実績	2016年度取り組み内容
消費者課題	商品の安全・安心	トップバリュ商品の重大な商品事故による撤去件数	国内外連結対象グループ企業 (日本、中国、ASEAN)	2020年度：30件 (衣料品12件、食品8件、住居・HBC10件)	2016年度：27件 (衣料品17件、食品6件、住居・HBC4件) ※課題抽出会議の実施による改善効果 ※昨年より大幅改善 (2016年実績:48件)	トップバリュお客さまの声委員会を開催し、お申出・ご意見を集約し、特に解決の必要な案件を集中論議することで、不具合を解消
	お客さまの多様な期待に応える商品の提供	商品面における健康配慮の取り組み	国内外連結対象グループ企業	ヘルス&ウェルネスのコンセプトにそった商品の開発	お客さまが購入の際に気にされる添加物・原材料に配慮した商品シリーズ「トップバリュ グリーンアイ フリーフロム」商品を22品目発売 (2016年11月現在)	電話やWEBなどでいただくお客さまの声の中に、原材料や添加物にお問い合わせが多かったこと、欧米の小売企業では添加物や原材料に配慮した商品をシリーズ化して、成功を収めていることが開発の経緯 開発にあたり、アンケート調査などで配慮する添加物・原材料を決定するなど、お客さまのご意見を可能な限り商品に反映
	店舗の安全・安心	耐震強化店舗数	国内連結対象のGMS、SM、DV企業	耐震強化店舗数 2013年度以降：対象となる270店舗について順次対応	2016年度までに実施完了した店舗：135店舗	大震災時における甚大な被害を軽減するために、天井の振れ止め、冷温水配管などの落下防止、排煙口・ダクトの脱落防止、防煙垂壁の不燃シート化などを実施
	【eコマース】地域を育む生活インフラ機能の発揮 【eコマース】の推進・まぜろっ作戦	防災拠点数	国内連結対象のGMS企業	2020年までに全国100カ所の防災拠点	2016年度： イオンモール堺鉄砲町、イオン洲本店などの新店および既存店の計6店舗 累計33店舗の整備を実施済み	災害時における一時避難場所、救援・救護の活動拠点、生活必需品の提供の実施に向けて、災害時にも食品売場を営業できるようエネルギーセキュリティ対策を実施
	お客さまとの対話の仕組み	ご意見承り件数と称賛件数	国内外連結対象グループ企業	ご意見承り(サービス苦情)件数 2020年度：2,420件 称賛件数 2020年度：2,900件	ご意見承り(サービス苦情)件数 2016年度：1万3,890件 称賛件数 2016年度：2,328件	インターネットメールによるご意見承りが増加 お客さまの声収集システムによる苦情内容・傾向の分析を実施し、関係部署への報告・共有を行うことで、再発防止策の検討ならびに対応を実施

消費者課題 商品の安全・安心

「トップバリュ」の品質管理

「お客さまの普段の生活をよりよく」との想いから、自ら企画・開発したイオンのブランド「トップバリュ」。商品の企画・設計段階から製造委託先の選定、商品仕様の決定、製造管理、販売に至るまで、お客さまの視点で商品づくりに取り組んでいます。

● 「トップバリュ」ブランド体系



お客さまの期待を感動に高める、生活品質向上ブランドです



納得品質で、地域いちばんの低価格を目指すブランドです



毎日のくらしに最上質の体験を提供するブランドです



有機栽培を行い、公的なオーガニック認証を取得した商品です



化学合成された薬品を原則として使用せずに生産された水畜産商品です



お客さまが気にされる添加物や原材料、成分に配慮した加工商品です

「トップバリュ」5つのこだわり

1. お客さまの声を商品にいかします。
2. 安全と環境に配慮した安心な商品をおとどけます。
3. 必要な情報をわかりやすく表示します。
4. お買い得価格でご提供します。
5. お客さまの満足をお約束します。

● 「トップバリュ」商品がお客さまに届くまで

商品づくりの流れ

トップバリュは、商品の企画・設計段階から製造委託先の選定・商品仕様の決定・商品の検査・販売の各段階において、お客さまの視点で商品づくりをしています。



① 商品の企画・設計

お客さまの声を反映させて期待される商品の性能を実現するとともに、原材料の調達先や安全性、添加物の使用、製造工程での適正などについて開発担当者・品質管理担当者・お客さまサービス担当者などで検討します。

② 製造委託先の選定

イオンCoC監査・製品安全診断・工場衛生調査など、企業の健全性や製造工程が適正に管理されているかを審査し、期待する商品をつくっていただける工場を選定し契約を交わします。

③ 商品仕様の決定

できあがった試作品を「お客さまモニター」や従業員などによって評価します。また、原材料の選定や添加物の使用、製造工程などを再度評価し、商品の仕様を最終決定し製造委託先と仕様についての契約を交わします。

④ 商品の検査

商品仕様に基づいて製造した商品が、最初に期待していた品質基準を満たしているかを検査します。検査に合格した商品が各店舗に納入されお客さまのもとに届きます。

⑤ 発売後の管理

製造委託先との契約に基づいて、製造委託先で製造ロットごとに、取り決めた項目について検査し、記録を残します。また、「決められた品質基準を満たしているか」を調べるための商品検査を定期的に行うとともに、工場衛生調査など製造委託先の監査を実施しています。

商品の安全・安心確保に向けた取り組みを実践しているものの、商品に欠陥や不備などのあることが判明した場合、イオンは、すみやかにその事実を公表し、該当商品の回収・撤去を実施しています。

2016年度のトップバリュ商品の重大な商品事故による撤去件数は、27件でした。

「お客さまの声」をもとに、問題点の洗い出し、関連部門間の連携強化、商品の製造・出荷段階での問題点の見直しなどを通じて、商品事故の発生抑制に努めていきます。

2016年度「トップバリュ」商品事故事例

トップバリュ 大麦若葉100%使用青汁

事故内容：本来原材料に含まれない「小麦」の検出

対応：商品撤去および自主回収
(店頭回収告知POP、ホームページ、新聞広告)

トップバリュ ミックスベジタブル、グリーンピース

事故内容：冷凍野菜にリステリア菌混入の可能性

対応：商品撤去および自主回収
(店頭回収告知POP、ホームページ)

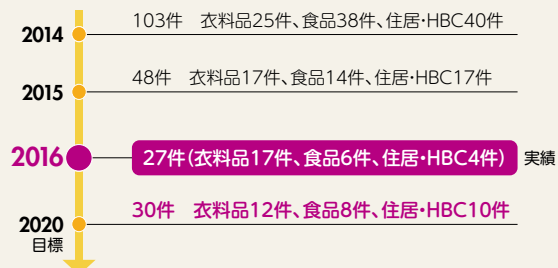
トップバリュ ランドセル

事故内容：固定金具取り付け部分(背カン)にぐらつき

対応：商品撤去および自主回収
(店頭回収告知POP、ホームページ)

KPIの2016年度実績・今後の目標

トップバリュ商品の重大な商品事故による撤去件数



生鮮品の生産工程管理

農産物の品質管理

イオン直営農場を運営するイオンアグリ創造(株)では、世界で最も普及している安全な農場運営の認証「GLOBAL G.A.P.」をすべての直営農場で取得しています。農場運営では残留農薬、農作業事故、環境破壊などさまざまなリスクがともないます。そのため、GLOBAL G.A.P.が求めているのは、商品の安全だけでなく、農場で働く従業員の安全や、近隣で生活する方々の安全、さらには地域の生態系の保全なども含んでいます。イオン農場では、企業型の農業の持続可能な経営管理のツールとして、「食品安全」に加えて、「環境保全」、「労働安全」、「マネジメント」の観点からGLOBAL G.A.P.を活用しています。

畜産物の品質管理

「トップバリュ グリーンアイ ナチュラル タスマニアビーフ」は、オーストラリア・タスマニア島にある直営牧場で、抗生物質・成長ホルモン剤・遺伝子組み換え飼料を使用せずに育てています。この飼育方法の安全性については、第三者機関の監査を受け、国際食品安全イニシアチブ(GFSI)で認められた国際食品安全規格のひとつである「SQF」を取得しています。

また、「トップバリュ グリーンアイ ナチュラル 純輝鶏」は、抗生物質・合成抗菌剤を使用せずに育てています。「純輝鶏」についても、一部農場で国際食品安全規格「SQF」を取得しています。



Topics

イオンの食品製造・加工センターが食品安全管理規格「JFS-E-C」認証を取得

イオンを含む小売業や食品製造業など食品関連企業18社は、2016年1月、日本独自の食品にも適用しやすい食品安全の仕組みをつくることを目的に「一般財団法人食品安全マネジメント協会(JFSM)」を設立しました。JFSMは、日本発の食品安全管理規格として、適正製造規範(一般的衛生管理)やハザード制御、食品安全マネジメントシステムなどの57項目の要求事項で構成される「JFS-E-C」※を構築し、食品関連企業に対する認証の発行を開始しています。

2017年1月、イオングループで販売する生鮮品や惣菜などの製造加工・配送事業を担うイオンフードサプライ(株)の長泉センター(静岡県)は、「JFS-E-C」の要求事項をすべてクリアし、全国で3事業所目、小売グループの食品加工会社として初めてとなる認証を取得しました。

※「JFS」はJapan Food Safetyの略称で、「E」は食品製造セクター、「C」はA～Cの3段階のうち、国際取引にも使われる最も高いレベルの規格を表す

商品情報の表示・開示

「トップバリュ」商品を、お客さまに安心してご利用、お召し上がりいただくために、イオンは、商品に関する情報をさまざまな形で表示・開示しています。

アレルギー物質の表示

商品のアレルギー物質をより確認しやすくするため、食品全商品のパッケージ表面に、統一のアイコンで表示しています※1。

食物アレルギー対象物質については、商品パッケージの表面に表示を義務付けられている特定原材料7品目※2を記載。裏面には、表示が推奨されている特定原材料に準じる20品目※3も含め、27品目すべてについて記載しています。さらに、製造工程におけるコンタミネーション(混入)アレルギー物質も記載するよう努めています。

また、表示した内容を確認するため、対象となる商品について、毎年アレルギー物質の検査を実施しています。

※1 一部未対応の商品があります

※2 特定原材料7品目:重篤性が高い、または発生頻度が高いアレルギー物質で、法令による表示義務がある7品目のこと(卵、乳、小麦、えび、かに、そば、落花生)

※3 特定原材料に準じる20品目:通知により表示が奨励されている20品目のアレルギー物質のこと(あわび、いか、いくら、オレンジ、カシューナッツ、キウイフルーツ、牛肉、くるみ、ごま、さけ、さば、大豆、鶏肉、バナナ、豚肉、まつたけ、もも、やまいも、りんご、ゼラチン)



●「乳、小麦、大豆、りんご」の成分を含んだ原材料を使用しています。
●同じ生産工程で「卵、落花生、ごま、バナナ、豚肉」を含んだ食品を扱っています。

アレルギー表示例

栄養成分の表示

従来から、「トップバリュ」商品では、アレルギー表示が目立つようにパッケージの表面に表示するなどの取り組みを行ってきました。2014年からは、どんな表示が必要とされているか、お客さまの声をうかがい、エネルギーや脂質などの栄養成分※もパッケージの表面に表示しています。パッケージ表面の定位置に栄養成分情報を整理して記載することで、1日の健康的な食事のバランスを意識し、お客さま一人ひとりが食を通して健康を管理する目安にしていいただくことを目的としています。

※ エネルギー、たんぱく質、脂質、炭水化物、ナトリウムの5つ



エネルギー	たんぱく質	脂質	炭水化物	ナトリウム
185 kcal	3.2 g	1.7 g	42.2 g	219 mg

本食品50g当たり 食塩相当量 0.6g

遺伝子組換え食品の表示

2001年4月に遺伝子組換え食品の表示制度が法律によって施行されましたが、イオンは、お客さまの声に応え、法律施行以前の2000年9月より、「トップバリュ」商品への遺伝子組換え食品情報を表示しています。表示基準についても、表示範囲を拡大して、法律では任意表示となっているものについても表示するよう努めています。

また、対象となる商品(分別品)については、きちんと分別生産流通管理されているかの証明書(IPハンドリング)もしくは遺伝子組換えDNA検査で表示内容を確認しています。

加工食品の原料原産地表示

2006年10月以降、乾燥きのこ類、緑茶、こんにゃくなど26食品群について、原料原産地の表示が法律で義務付けられています。「トップバリュ」では、お客さまのご要望・お問い合わせに応えるため、法律で義務付けられている食品群にとどまらず、原産地が特定できる主原料には、産地情報を表示するよう努めています。



名 称	塩昆布
原材料名	昆布(北海道)、しょうゆ(大豆・小麦を含む)、食塩、たん白加水分解物(大豆を含む)、調味料(アミノ酸等)、甘味料(ソルビトール、カンゾウ)、カラメル色素、増粘多糖類
内 容 量	28g

賞味期限 反対面下部に記載

原料原産地の表示例

農産物の生産者情報の開示

イオンの「トップバリュ グリーンアイ」では、Webサイトで生産者情報をご覧いただけるように、2003年から「生産者情報検索システム」を導入しました。2004年からは生産者情報QRコードを使った携帯電話のバーコード読取機能を追加。産地・生産者のこだわりや栽培の様子を公開しています。



QRコードを表示した商品

国内産牛肉情報の開示

イオンでは、牛肉トレーサビリティ法[※]が施行される以前の2002年に「国内産牛肉安心確認システム」を導入し、「どこで生まれ、どこの誰が、どんな飼料を与えて育てた牛なのか」といった生産・飼育情報をお客さまに開示しています。このシステムは、Webサイトでご利用いただけます。

[※] 牛肉トレーサビリティ法:2004年12月に施行。正式名称は「牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法」

放射能・放射性物質関連情報の開示

イオンでは2011年3月から国産牛肉や水産物、農産物などの放射能、放射性物質の自主検査を継続しています。検査結果はWebサイトで公開しています。

製造所固有記号検索システム

「トップバリュ」商品は、イオンが企画・設計から販売にいたるまで、すべてにおいて責任を持つという理念のもと、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。

食品または添加物の製造所および所在地は、商品に記載されている「製造所固有記号」というあらかじめ消費者庁長官に届け出た記号(アルファベットと数字の文字記号)を、「トップバリュ」Webサイト内の製造所固有記号検索システム画面に入力することで、製造所名・所在地を検索いただくことができます。

[※] ペットボトル飲料などは、キャップに記載されています。商品により記載場所が異なりますので、パッケージをご確認ください



「製造所固有記号検索システム」の検索画面

食品衛生管理

イオンは、1995年に策定した「イオン食品衛生認定制度」のもと、食中毒や異物混入などの食品事故を発生させないためのさまざまな活動に取り組んでいます。

2017年2月末現在、GMS事業、SM事業の26社で当制度を運用しており、9,882部門が認定を受けています。

クオリティキーパー

イオンでは、店舗の衛生と商品の品質を確認する「クオリティキーパー」を各店舗に配置しています。クオリティキーパーは、店頭の商品や店舗の食品作業場をチェックして、問題があれば改善指示を出しています。また、売場担当者が陳列ケースや冷蔵・冷凍庫などの温度管理を記入する「温度管理表」や商品ごとに設定した「販売限度日」、生鮮食品の鮮度チェックなど、衛生や品質管理に関わる事項を点検しています。

従業員を対象とした衛生教育

イオン店舗の食品売場従業員は、毎年1回以上必ず衛生教育を受けています。基本的な衛生知識や食品作業場ルールなどを理解するとともに、さらに検定手帳に基づき一人ひとりに実技検定を実施しています。

2016年度は、食中毒予防3原則―「つけない」「増やさない」「やっつける」をポイントに、現場で気をつけなければならない項目に関する教育を強化しました。

食品作業場監査

毎年2回以上、食品作業場監査を実施しています。定められた水準以上になるまで継続して監査を行っています。

消費者課題

お客さまの多様な期待に応える商品の提供

添加物・原材料に配慮した商品シリーズの発売

2016年度はお客さまが購入の際に気にされる添加物・原材料の中の109種類※1に配慮した「トップバリュグリーンアイ フリーフロム※2」の開発に取り組みました。

電話やWebなどでいただくお客さまの声の中に、原材料や添加物にお問い合わせが非常に多かったことに加えて、欧米の小売企業では添加物や原材料に配慮した商品をシリーズ化し、成功を収めていることが開発の経緯です。

開発にあたり、アンケート調査などで配慮する添加物・原材料を決定するなど、お客さまのご意見を可能な限り反映させました。

11月の発売以降、多くのお客さまからご支持いただき、好調に推移しています。

また、2017年3月より、シャンプー、ボディソープや、衣料用洗剤といった、肌に直接触れる日用品にも、取り組みの範囲を拡大しました。日用品は食品とは異なるニーズがあると考え、商品カテゴリーごとに配慮する成分を決定し、開発に取り組んでいます。

※1 合成着色料29種類、合成保存料15種類、発色剤3種類、防かび剤5種類、合成甘味料10種類、調味料(アミノ酸)23種類、調味料(核酸)6種類、酸化防止剤3種類、漂白剤3種類、製造用剤6種類、トランス脂肪酸が含まれることの多い食品6種類

※2「free」は「ない」または「存在しない」を意味し、食品における「free from」は一般的にはお客さまが気にされる添加物や原材料を使用していないことを指します



ハラール認証食品の常設展開を開始

イオンは、イオントップバリュマレーシアからハラール認証食品を輸入し、2016年3月より関東圏のイオン食品売場でムスリム(イスラム教徒)向け「ハラール食品」常設展開をスタートしました。

「ハラール」とはアラビア語で“(神によって)許されたもの”を意味し、主に食品などではイスラム法上、食べることが許されている食材や料理を指します。

イオントップバリュマレーシアがマレーシア政府サポートのもと、JAKIM(マレーシア政府のハラール認証機関)を取得したハラール食品を147品目開発しています。

現在、日本におけるムスリム人口はおよそ15万人(日本国籍含む)とされていますが、これまで在日ムスリムの方にとってハラール食品の購入場所が限られてきたことや、訪日外国人観光客の急増にともなうムスリム観光客の増加も相まって、今後よりいっそうハラール食品に対するニーズが高まることが推測されます。これらの課題やニーズを受け、GMS25店舗においてハラール食品約30品目の常設展開を開始しました。今後はお客さまのご意見をうかがい品揃えを拡充するとともに、展開店舗の拡大も行っていく予定です。



マレーシア国内で販売している商品例

Voice

トップバリュ株式会社
マーケティング本部
コミュニケーション部 部長
佐々木 いづみ



イオンでは、「よりナチュラルでおいしい食にこだわりたい」という、お客さまのヘルス&ウェルネス商品へのご要望の高まりを受け、「トップバリュ グリーンアイ」を新たに「オーガニック」「ナチュラル」「フリーフロム」の3ラインに再構築しました。特定の添加物や原材料に配慮した「フリーフロム」はトップバリュから初めて展開する商品群で、より気軽にお求めいただけるよう、企画開発に取り組みました。これからもトップバリュは、身体への健やかさと自然環境のやさしさに配慮した商品を提供していきます。

Topics

「家族みんなで同じメニュー」 トップバリュからアレルギーに配慮した 「やさしごはん」が誕生

「トップバリュ やさしごはん」シリーズは、食物アレルギーに配慮した商品に関するお客さまのご要望にお応えして2016年11月に誕生しました。特定原材料7品目※を使用せず、「家族みんなで食べられる、カラダにやさしい食事」をコンセプトに企画・開発し、2017年2月末現在で12種類をラインアップしています。さまざまな料理にアレンジできるミックス粉やホワイトソース、手軽に作れるグラタンセットやパスタセットなど、種類豊富な展開で、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食卓を演出し、日々の暮らしに密着した“安心”と“信頼”の提供に努めていきます。

※ 卵・乳・小麦・落花生・そば・えび・かに



ローリングストックの提案

イオンは、災害時の被害を少しでも減らせるよう、お客さまに日常生活の中で無理なく継続的に実践できる備えを呼びかけています。災害発生直後に想定される在宅避難では、最低でも3日から1週間分の食糧備蓄が必要だと言われていることから、イオンでは「トップバリュ」を用いたローリングストックを提案しています。普段、食べているものを余分に買い置きし、食べた分を常に買い足す循環により、日々のお買物で揃えたものを非常時に活用することができます。お客さまの生活インフラとしての役割を果たすべく、今後も店舗や商品を通じて減災の取り組みを提案していきます。

シニア世代への対応

イオンは、アクティブで消費に積極的なシニア世代を「G.G (グランドジェネレーション)」と名づけ、「G.Gモール」や「G.Gカード」の展開など、シニア世代のお買物ニーズに応える店舗づくりやサービスの提供に取り組んでいます。例えば、「G.Gモール」としてリニューアルしたイオン葛西店で

は、健康づくりをお手伝いするフィットネススタジオや、2つのスタジオと6つの教室を備えた「イオンカルチャークラブ」を開設するなど、「モノ」を販売するだけでなく「コト」も体験できる新しい「場」を提供しています。

また、高齢化の進展を背景とした医療ニーズの高まりに応えるため、「イオン」の店舗内に「イオン薬局」を展開するほか、複数の診療科目を有した総合クリニックの誘致を推進しています。

一方、商品面では、お客さまの健康ニーズに応えるために、特定保健用食品(トクホ)の開発にも注力しています。

さまざまなお買物環境の提供

店舗に赴くことが難しい方や時間の制約にかかわらず買物がしたいなど、買物ニーズの多様化により、ネットショッピングは身近で便利な買物手段となりつつあります。イオンは、グループの総合ポータルサイト「イオンスクエア」をプラットフォームに、ネットショッピングニーズに 대응しています。加えて、全国各地に多様な店舗網を持つ強みをいかして、インターネットで発注した商品の店舗受け取りや、店舗で購入した商品の自宅配送など、インターネットと店舗のサービスを融合するオムニチャネル戦略を強化しています。

また、商店が少ない東京・神奈川の都市部を中心に、生鮮食品や惣菜、加工食品や日用品を取り揃える都市型小型店の出店を強化するなど、さまざまなお買物ニーズに応える施策を進めています。

Topics

千葉市花見川区での お買物支援「移動販売車」の運行開始

イオンは2016年11月より、千葉市花見川区こてはし台地区で、日頃のお買物に不便を感じている皆さまのお買物支援として「移動販売車」の運行を開始しました。この取り組みは、イオンが進める「地域エコシステム」における「ヘルス&ウェルネス:身も心も豊かにくらせるまちづくり」の一環として、増加する高齢化人口を見据え、特に高齢者のお買物支援を目的としています。月曜日から土曜日の午前・午後の2回ずつ、事前に決めた時間帯と場所で移動販売車を30分停車させて販売するとともに、事前に注文を受けたお客さまに商品をお届けする「御用聞き」も実施しています。

消費者課題 店舗の安全・安心

店舗の耐震強化

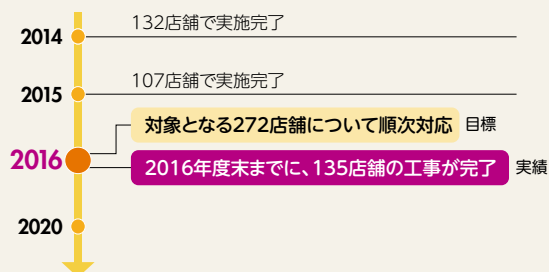
東日本大震災において、店舗建物が甚大な損傷を被ったことはもとより、それに起因して人命にも被害がおよびました。今後、震度5強以上で被災する可能性が高い地域の店舗から優先的に、人命を守ることを最重要視して、法令が定める基準以上の自社基準にのっとり、安全対策工事を進めています。また、「平成28年熊本地震」以降は対象範囲を広げ、全店を対象としていきます。

イオンリテール(株)では、2016年度末までに、135店舗の工事が完了しました。2017年度は、21店舗(リテールストア含む)の安全対策工事を実施する予定です。

また、イオンモール(株)も「平成28年熊本地震」を受けて、2017年度に、35モールの既存店のさらなる地震安全対策を予定しています。今後は、イオン九州(株)およびイオン北海道(株)についての対応を検討・実施していきます。

KPIの2016年度実績・今後の目標

さらなる安全・安心に利用できるハード面の整備



防災・防火対策

イオンは、多くのお客さまにご利用いただく商業施設として、災害が発生した際にはすみやかにお客さまと従業員の安全を確保するための対策・訓練を実施しています。

グループ総合地震防災訓練

イオンは、東日本大震災の教訓から、災害発生時にすみやかにお客さまと従業員の安全を確保できるよう、2011年度からグループ総合地震防災訓練を年2回実施しています。

2014年3月には、首都直下地震を想定したBCPに基づき、愛知県小牧市にあるイオン小牧店に「イオン小牧危機管理センター」を立ち上げました。7月には、首都直下地震により幕張本社が被災して機能不全に陥ったことを想定し、「イ

オン小牧危機管理センター」が代替対策本部として業務を遂行する訓練を実施しました。

今後も、災害発生時に被災エリアの現地対策本部が迅速に対応するために、被災想定を変えながら、グループ企業全体の総力を結集した訓練を繰り返し実施していきます。



イオン小牧危機管理センター

各店舗での防災・防火訓練

イオンの各店舗では、日々、安全確認や防災チェックを実施し、閉店後にも警備担当または店舗責任者が最終点検を実施しています。

また、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、2011年3月に発生した東日本大震災を機に、2012年から地震対応訓練を年2回に増やしました。さまざまな事態を想定して訓練内容を毎回変更し、身体で覚える訓練の実践に努めています。これらの訓練には、各店舗の社員、パートタイマー、アルバイト、テナント従業員が参加。火災や地震が発生した時にも迅速に対応し、お客さまの安全を守ることができるよう努めています。

防犯対策

ここ数年、スーパーマーケットで針などの危害物が食品に混入する事件が発生しています。イオンは食品売場に安全カメラを設置するとともに、各店舗に「検針器」を導入しています。万が一、針が見つかった際は、警察や保健所にすみやかに届け出を行うほか、店頭POPや店内放送を通じてお客さまに告知するとともに、近隣のグループ各社店舗にも注意喚起をして被害拡大防止に努めています。

また、店内で事件・事故が起きた場合に備え、お客さまの安全を守るための防犯訓練を行っています。

新型インフルエンザ対策

イオンは、強毒性鳥インフルエンザ(H5N1)が、ヒトの病
気として流行し新型インフルエンザとなる感染症リスクに対
し、2006年にプロジェクトチームを始動。同年9月に「新型
インフルエンザ規定」を制定し、以降、お客さまと従業員の
安全を確保するための感染予防策を整備・強化しています。

2010年には、イオン新型インフルエンザ総合システムを
構築し、全国のイオングループ各店・各事業所のインフルエ
ンザ感染状況を把握する仕組みを整備しました。また、同
年11月に「弱毒性新型インフルエンザ規定」を制定し、強毒
性・弱毒性のそれぞれの場合の対応を明確にしました。

「新型インフルエンザ等対策特別措置法」施行に基づく
「ワクチン特定接種」の登録事業者申請を実施し、営業継
続体制の構築に努めます。

店舗設備・什器の安全強化

イオンは、お客さまが店舗内で事故などに遭われたりす
ることのないよう、店内の設備・什器の安全性の向上に努
めています。

エスカレーターの安全対策

近年、ショッピングモールや百貨店でエスカレーターと壁
の隙間に子どもが進入する事故が増加しています。イオン
の店舗では、隙間進入防止柵や仕切板を設置して、エスカ
レーターでの事故の防止に努めています。

また、新店においては、高齢者
の転倒防止対策として、下りエス
カレーターの速度を、30m/分か
ら20m/分に落として稼働してい
ます。



エスカレーターの安全対策

「駐車場ガードパイプ」の設置

商業施設の駐車場でのアクセルとブレーキの踏み間違い
による事故が多発しています。店
内への突入事故を防止するため
に、「駐車場ガードパイプ」を設
置し、お客さまの安全確保に努め
ています。



駐車場ガードパイプ

「AED(自動体外式除細動器)」の導入

イオンは、突如、心肺停止状態になった人に蘇生措置とし
て電気ショックを与える「AED(自動体外式除細動器)」の各
店舗への設置を進めるとともに、幹部社員・警備員などを対
象とした救急救命講習を実施しています。

2016年度は、設置台数が少ない小型食品スーパーへの設
置拡大に取り組みました。この結果、イオングループ全体で
の設置店舗は989店舗、設置台数は1,587台となりました。

誰にとっても便利で快適な店舗づくり

イオンでは、1994年に施行された「ハートビル法(2006
年から「バリアフリー新法」)※に基づく独自の設計基準を
作成し、新店舗の建築や既存店舗の改築時に活用していま
す。2017年2月末現在、750以上の施設が「バリアフリー新
法」の認定を取得しています。

また、「ユニバーサルデザイン」の考え方を店舗づくりに採
り入れ、機能・デザイン面を強化しています。

今後、従来の顧客層に加えてシニア層のお客さまが増え
ることを考慮し、ユニバーサルデザインの考え方を全店舗
に広げていくことを目指しています。

※ ハートビル法(バリアフリー新法):高齢者、身体障がい者などが円滑に利用できる
特定建築物の建築の促進に関する法律である「ハートビル法」が2006年12月に
「バリアフリー新法」に改定



段差のない入口(イオンレイクタウン) 視線に入りやすい館内サイン

「サービス介助士」の養成

イオンは、ご高齢の方や介助が必要な方にも安心してお買
物をしていただけるよう、従業員に「サービス介助士」※の取
得を推奨しています。イオングループの「サービス介助士」の
取得者は2017年2月末現在、1万67人になりました。

※ サービス介助士:「公益財団法人 日本ケアフィット共育機構」が主催認定する資格



サービス介助士の研修の様子

「認知症サポーター」の養成

従業員が認知症を正しく理解し、適切なサポートを実践できるよう、イオンは、2007年から厚生労働省とNPO法人「地域ケア政策ネットワーク」が協働で推進している「認知症サポーターキャラバン」にグループを挙げて参画しています。

これまで、さまざまな機会に「認知症サポーター養成講座」を開催し「認知症サポーター」※を養成するとともに、同講座の講師（企業内キャラバン・メイト）の育成を図っています。また、新店の開設準備期に従業員が当講座を受講し、開店前に「認知症サポーター」となっています。

2016年度は、GMS店舗では、「イオンスタイル今治新都市（愛媛県）」、「イオンスタイル出雲（島根県）」、「イオンスタイルユウカリが丘（千葉県）」、「イオンスタイル長久手（愛知県）」などで開店前に当講座を開催。従業員が認知症のお客さまと接する時の心構えなどを学びました。

2017年2月末現在、「認知症サポーター」は日本国内企業で最大規模となる累計約6万3,688人、また、「キャラバン・メイト」は899人になりました。イオンは今後も、認知症の方やご家族をサポートする取り組みを拡大し、地域の皆さまとともに安心してらせるまちづくりを目指していきます。

※ 認知症サポーター：認知症について理解し、認知症の人やその家族を温かく見守り、できる範囲での手助けをする人のことで、自治体などが実施する所定の講座を受講することで認定される



「認知症サポーター」のマークとオレンジリング



「認知症サポーター養成講座」の講義とロールプレイングの様子

消費者課題

地域を守る生活インフラ機能の発揮

防災拠点の設置

「イオンのecoプロジェクト：まもろう作戦」

イオンは、「イオンのecoプロジェクト」(P.84)において、「2020年度までに、全国100カ所の防災拠点を設ける」ことを目標に掲げています。

防災拠点の役割としては、災害時における一時避難所の提供、救援・救護の活動拠点、生活必需品の提供などが挙げられます。こうした役割を果たすため、防災拠点対象店舗には、災害時の停電や断水に備えて、自家発電設備の設置や受水槽に仮設給水口を取りつけるなどの対策を行っています。

2016年度は、「イオンモール堺鉄砲町」「イオン洲本店」などの新店および既存店の計6店舗を、防災拠点店舗として設置・整備しました。2017年2月現在、累計で33店舗の整備を実施済みです。

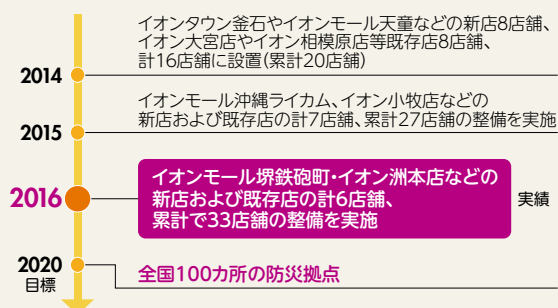
2017年度は18店舗、2020年までに100店舗以上を防災拠点店舗として設置・整備していく計画です。



自家発電設備の設置

KPIの2016年度実績・今後の目標

防災拠点の設置数



消費者課題

お客さまとの対話の仕組み

お客さまの声をお聞きする仕組み

イオンは、お客さまの声を「経営の原点」と位置づけ、お客さまから気軽にご意見をいただける環境を整えるとともに、お客さまの声を品揃えやサービスの改善、環境保全活動などに迅速に反映していくよう努めています。

「ご意見承りBOX」と「ご意見・お返事公開ボード」

イオンの各店舗に、「ご意見承りBOX」と「ご意見・お返事公開ボード」を設置しています。これは、お客さまからいただいたさまざまなご意見に、店舗責任者が直接回答を記入し、公開するものです。店舗や従業員の視点では気づきにくいご意見をたくさんいただき、品揃えやサービスの改善、環境保全活動などに活用させていただいています。



ご意見・お返事公開ボードと
ご意見承りBOX

お客さまサービス部

イオン本社の「お客さまサービス部」は、店舗を利用されるお客さまから商品・サービスに関するご意見・ご要望を、電話・インターネット・手紙などでうかがっています。また、「トップバリュ」商品は専用コールセンターを設置して、お客さまの声を収集しています。これらの情報は取締役・執行役に報告されるほか、お客さまの声を管理するシステムなどを通じて、関連部署の従業員が共有しています。

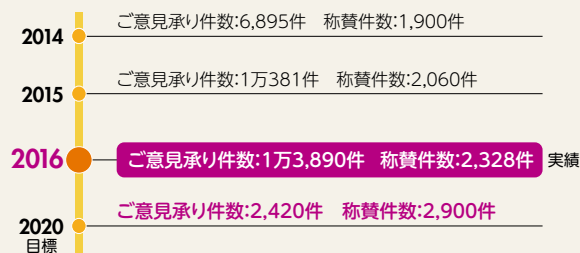
2016年度に、お客さまからイオン本社にいただいたご意見やお問い合わせは10万8,804件で、2015年度比で102%、1,883件増加しました。お電話、インターネットメールによるお問い合わせや苦情が増加しました。

ご意見承り件数は1万3,890件で、2015年度比で133.8%、3,509件増加しました。また、称賛件数は2,328件で2015年度より268件増えました。

今後も、お客さま一人ひとりの声に耳を傾け、商品・サービスの改善につなげていきます。

KPIの2016年度実績・今後の目標

ご意見承り件数と称賛件数



Topics

お客さまの声に基づく 商品開発・改善事例

2016年、「濃いトマトケチャップ」のリコピン含有量に関するお問い合わせが多く寄せられたため、含有量をわかりやすく記載しました。また、横置きにしていると液漏れが発生してしまうとのご意見をもとに、キャップの内側を改善しました。お料理の際に片手でキャップを開けるお客さまも多いことから、弱い力でもキャップが開けられるようキャップの形状も改善しました。

使いやすさも「トップバリュ」の開発理念であり、お客さまの声をもとに、さまざまな改善を着実にを行っています。

**濃い
トマト
ケチャップ**

**リコピンは
どれくらい入っているんですか？**

お問い合わせが増えているリコピン含有量をわかりやすく記載しました。また、お子さまが食べやすい定番の味わいをそのままに、従来品よりトマトの使用量を増やし、品質・価格ともにお客さまに喜ばれる商品に仕上げました。

**大さじ2杯
トマト一個分**

**リコピン含量
26mg／大さじ1**

**横置きにしていると液が漏れてしまうので、
改良できませんか？**

改良前

ノズル部分のピン(栓)を二重にして中身が外に漏れにくく改良

ヒンジ部分の切れ込みをなくし外に漏れにくく改良

改良後

**手の力が弱い方でも
開封しやすいキャップ**

ひっかけやすいように、キャップのツバ(出っ張り)の幅を広げ、力が入りやすいように側面の溝も大きくしました。

プラス

改良

公正な事業活動の実践

マネジメントアプローチ

課題認識

国境を超えたサプライチェーンが広がる中、企業が健全に成長していくためには、事業を推進する地域における法令や社会規範を遵守し、公正な取引を徹底する必要があります。また、世界的な人口増加や経済発展を背景に、エネルギーや食糧資源の確保も重要なテーマとなっています。こうした

中、それぞれの国や地域が持続可能な社会を実現するためには、あらゆる企業が地域の資源・環境や人権、品質、労働慣行などに配慮した責任あるサプライチェーンを構築する必要があります。

イオンのアプローチ

イオンは、「イオン行動規範」の中で、「取引先とイオン」を定めています。

この規範の実践のひとつとして、イオンのブランド「トップバリュ」のサプライヤー管理において、人権と労働環境に関する国際基準である「SA8000」認証を取得しています。

2003年に制定した「イオンサプライヤーCoC(取引行動規範)」は、グローバル・コンパクトの10原則および「SA8000」の要求事項を踏まえた内容となっています。イオンは、日本・海外のサプライヤーさまとともに、持続可能なサプライチェーンの構築を目指しています。

今後の取り組み

イオンは、これからも「サプライヤーCoC」と「SA8000」を両輪に、お取引先さまとともに公正で持続可能な事業活動に努めていきます。

また、生産者と消費者を結ぶ小売業としての特性をいか

して、事業面においても社会課題の解決を目指したフェアトレード商品の拡大、サステナブル消費に応える商品・サービスのラインナップを増やしていく計画です。

イオン行動規範～パートナーとイオン「取引先とイオン」～

イオンは、「お客さま満足」の実現のため、革新的な経営に挑戦する取引先※を尊重します。そして公正な取引を通じ、対等なパートナーとして、お互いの繁栄を目指します。

※「取引先」とは、商品の取引をはじめ、設備関連、同友店など、事業の運営に関わるすべてのパートナーを指します。

イオンは、大切なパートナーである取引先と協力し、次代を開く革新的な経営を推進します。

私たちは、取引先との強固なパートナーシップに基づき、経営革新につとめ、よりよい商品・サービスを開発し、お互いの永続的な発展を目指します。

イオンは、取引内容・条件を文書で明確にし、合意した内容を遵守します。

私たちと取引先は、契約に基づく対等な関係で結ばれたパートナーです。文書で約束したことはお互いに遵守します。

イオンは、商品・サービスについて安全・安心を最優先する取引先を尊重します。

私たちは、「お客さま満足」の原則をすべての取引先と共有します。商品・サービスの安全性や信頼性にわずかも疑問が生じた場合、協力して事実の把握につとめ、迅速誠実に対応します。

イオンは、取引先に対して、国際基準を遵守・実践するよう求めます。

私たちは、ISOをはじめ、労働基準・環境保全・品質管理などに関し広く社会から認められている国際基準を尊重します。同時に、取引先にもこれらの基準を遵守・実践するよう求めます。

イオンは、取引先から金品の贈与、もてなしは受けません。

私たちは、商品やサービスの品質向上と、よりお値打な価格の実現を取引の条件と考えます。本来の取引と関係のない金品の授受や接待を受けることはありません。すべては、お客さまへのサービスに還元します。

2016年度のKPIの進捗状況

大分類	中分類	KPI	対象範囲	目標	2016年度実績	2016年度取り組み内容
公正な事業慣行	イオンサプライヤーCCO(取引行動規範)の推進	持続可能なサプライチェーン構築に向けた、監査体制の構築	イオン二者監査、認定監査員	2016年度： 日本12人、海外32人	2016年度： 日本12人、海外33人	①海外では工場とのコミュニケーションに社会環境の変化を反映するため、現地で情報や教育の更新を強化 各地域ごとに監査員リーダーを育成し、監査における評価、監査員への教育などに対して、迅速かつ手厚く対応する体制を整備 ②日本では初回よりイオン認定監査員による二者監査にて運用することから監査件数の1.25倍の増加が見込まれたため、1.5倍の増員を計画し達成
	フェアトレードの実践	フェアトレード商品の取り扱い	トップバリュ商品	国際フェアトレード認証 カカオの取引量を 2020年度までに10倍の 40トンに(2012年度対比)	国際フェアトレード認証 カカオの取引量：35.7トン フェアトレード 調達プログラムで 徳用チョコを発売 (アーモンド2016年9月、 クリーミー2016年11月) 発売後実績133百万円 (～2017年2月)	国際フェアトレード・ラベル機構の「フェアトレード調達プログラム」と「フェアトレード」(フル認証)の2軸でフェアトレード原料の調達量を拡大

公正な事業慣行

イオンサプライヤーCoC(取引行動規範)の推進

イオンサプライヤーCoC※(取引行動規範)

イオンがお客さまにお届けする商品は、世界各地で調達・製造されており、さまざまな過程を経て作られています。販売者であるイオンは、商品の原料段階から商品化に至るサプライチェーン全体に責任を持つという考えのもと、サプライヤー(製造委託先)さまとともに、商品の安全・安心の確保に取り組んでいます。

イオンでは、2003年に制定した「イオンサプライヤーCoC(取引行動規範)」に基づき、働く人々が安全な労働環境で働いているか、法令を遵守しているかなどを確認し、改善につなげています。現在は、「トップバリュ」および「トップバリュコレクション」のサプライヤーさまに対して要求事項の遵守をお願いしています。

2017年2月末現在、1,567社から遵守の宣言書を提出いただいております。サプライヤーさまとともに持続可能なサプライチェーン構築に努めています。

※ CoC: Code of Conduct

イオンサプライヤーCoC(取引行動規範)要求事項

製造・調達を行う国や地域において法的に定められている社会的責任基準に適合すること

法令遵守 その国の法律・規制に適合する

1. 児童労働: 違法な児童労働は許されない
2. 強制労働: 強制・囚人・拘束労働は許されない
3. 安全衛生および健康: 安全で健康な職場を提供すること
4. 結社の自由および団体交渉の権利: 従業員の権利を尊重すること
5. 差別: 生まれた背景、信条で差別してはならない
6. 懲罰: 従業員に過酷な懲罰を課してはならない
7. 労働時間: 労働時間に関する法令を遵守
8. 賃金および福利厚生: 賃金および福利厚生に関する法令の遵守
9. 経営責任: イオンサプライヤーCoCの遵守宣言をすること
10. 環境: 環境汚染・破壊防止に取り組むこと
11. 商取引: 地域の商取引に関する法令を遵守すること
12. 認証・監査・モニタリング: イオンサプライヤーCoCの認証・監査・モニタリングを受けること
13. 贈答禁止: イオンとサプライヤーの贈答禁止

製造委託先への監査

イオンは、「イオンサプライヤーCoC」要求事項の遵守状況を確認するため、サプライヤー(製造委託先)さまへの監査を行っています。監査には、外部監査機関が客観的に適合基準到達を確認・評価する「第三者監査」、イオンの監査員が対話をしながらモニタリングする「二者監査」、管理体制の継続と向上をサプライヤーさま自身で確認いただく「一者監査」があり、監査結果に応じて段階的に監査方法を移行するとともに、サプライヤーさまの管理をサポートしています。

2003年の開始より2015年度(2016年2月末現在)までは、日本も海外もすべての最終加工工場に対して初回は第三者監査を実施していました。しかし海外と日本の抱える環境や問題が異なることから、2016年度から第三者監査は海外工場を対象とし、日本の工場はイオンの認定監査員による二者監査でコミュニケーションを図りながら確認していくことにしました。海外工場においても、2回目以降はモニタリング監査として二者監査を実施しています。

「イオンサプライヤーCoC」は、サプライヤーさまとの信頼に基づく取り組みのため、基本的には抜き打ち監査は行っておりませんが、第三者監査では、監査機関と評価機関を別にするすることで、監査結果の客観性・信頼性向上を図っています。

また、原料調達面では、現在、直接の監査での確認はほぼ着手できていない状況ではありますが、1次サプライヤーさまから、2次・3次サプライヤーさまへの要求事項の遵守要請とその確認をしていただくようお願いしています。こうして、管理力向上のスパイラルを、サプライチェーン全体で形成していくことが、「イオンサプライヤーCoC」の最終目的です。

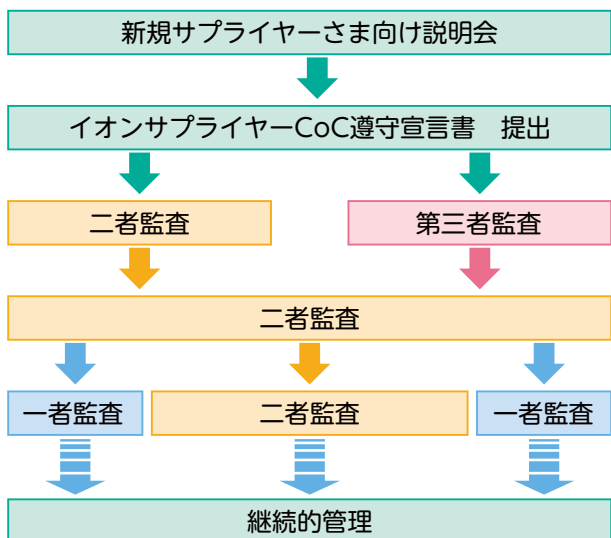
Voice

イオンリテール株式会社
商品管理本部 グループ品質管理部
イオンサプライヤーCoC事務局
マネージャー
木村 紀子



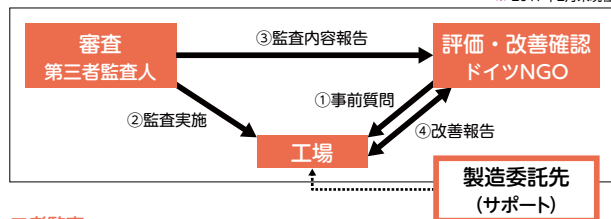
イオンサプライヤーCoCの特色は、監査の結果そのものが即取引の条件となるのではなく、問題と一緒に解決していきながら、サプライヤーさまのキャパシティ・ビルディング(能力向上)につなげていく仕組みにあります。イオンは、サプライヤーさまのCoC遵守の自立管理を支援するとともに、CoC遵守の輪を2次・3次サプライヤーさまへ、サプライチェーン全体へ広げることを目指しています。今後もサプライヤーさまとともに持続可能な成長を目指した監査に取り組んでいきます。

●「イオンサプライヤーCoC」認証手続きと監査の流れ

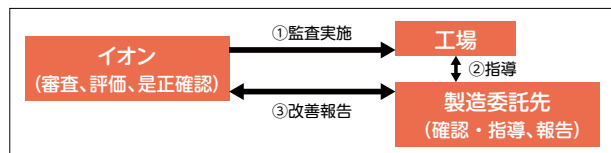


第三者監査

※ 2017年2月末現在



二者監査



第三者監査

日本以外の工場に対して、原則、初回に行われる「第三者監査」では、外部監査機関が世界共通の350項目以上の確認項目に基づき監査を行い、監査機関とは異なる評価機関がその内容を評価します。

評価機関は、是正項目があれば指摘し、改善されたことを確認します。その際、結果的な事象だけではなく、管理の仕組みができていないことを確認するため、やり取りは数十回におよぶこともあります。最終的には是正が完了すると、CoC適合基準到達として認証書が発行されます。2016年度末までに、2,938工場(日本工場含む)の適合基準到達が認証されています。

二者監査

第三者監査でCoC適合基準到達が認証されたのちは、イオンの認定監査員が原則2年に1回、必要と判断した場合はそれ以上の頻度で工場を訪ねて適合状況を確認する「二者監査」を実施します。2004年度から2016年度までに4,556件の二者監査を実施しています。

一者監査

第三者監査、二者監査を通じて良好なマネジメントが確立されていることを確認した工場には、チェックリストをお渡しして、サプライヤーさまおよび工場が自ら確認する「一者監査」に移行していただいています。2009年度から始めた一者監査は、2016年度に146件(昨年比130%)となり、サプライチェーン全体の管理レベルが着実に向上していると言えます。

二者監査認定監査員の育成

社内認定監査員は、日本12人、海外33人になりました。
(2017年2月末現在)

監査員は監査を実施するだけでなく、改善のフォローも行っています。

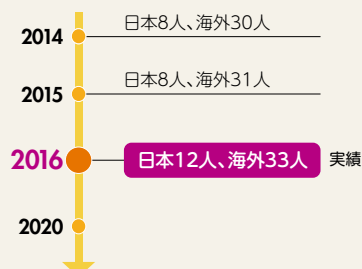
特に海外は、社会環境が年々変化しているため、工場とのコミュニケーションにそれらを逐一反映していかなければならず、現地で情報や教育を更新していく必要があります。

そこで、各地域ごとにリーダーを育成し、監査における評価、監査員への教育などに対して、迅速かつ手厚く対応する体制を整えています。

日本では、海外と同様に初回第三者監査を実施していましたが、2016年度より二者監査で確認を行うことになりました。そのため、二者監査件数が増加し、監査員の増員を図る必要があり、2016年度は4人の新規監査員を認定しました。

KPIの2016年度実績・今後の目標

持続可能なサプライチェーン構築に向けた監査体制の構築

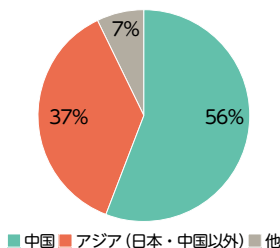


二者監査認定者の育成

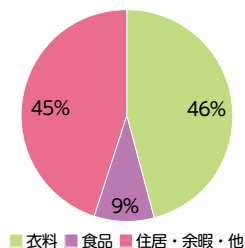
● 2016年度末時点の監査実績

第三者監査

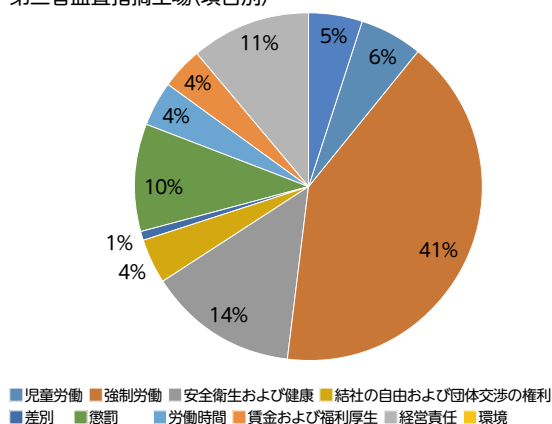
第三者監査実施工場(地域別)



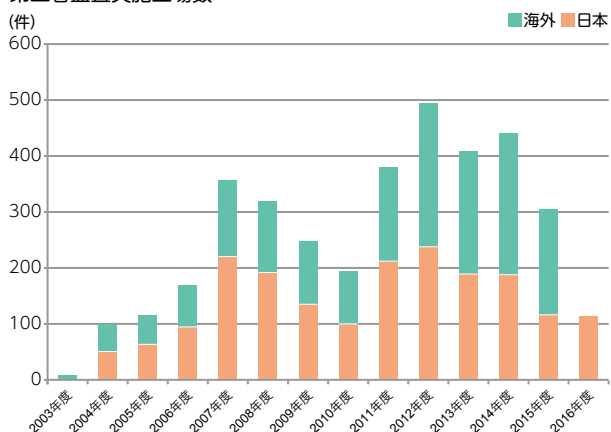
第三者監査実施工場(産業別)



第三者監査指摘工場(項目別)

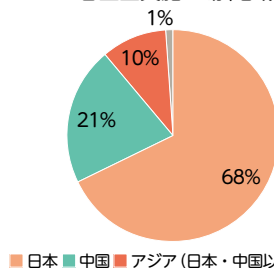


第三者監査実施工場数

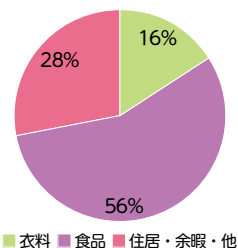


二者監査

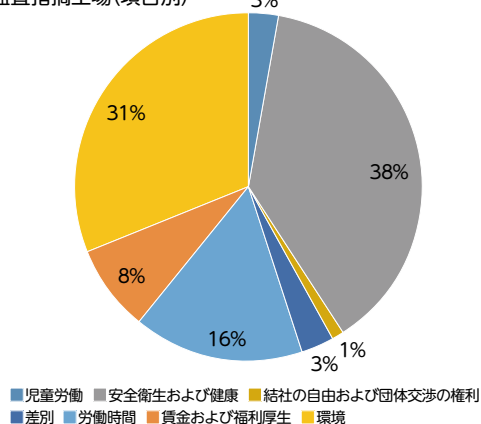
二者監査実施工場(地域別)



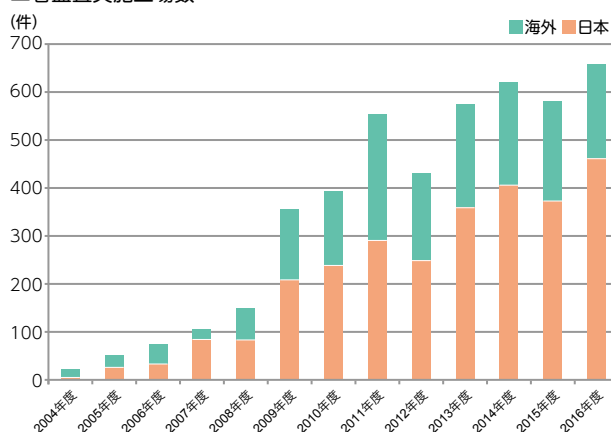
二者監査実施工場(産業別)



二者監査指摘工場(項目別)

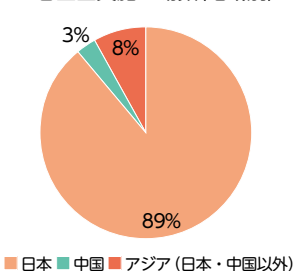


二者監査実施工場数

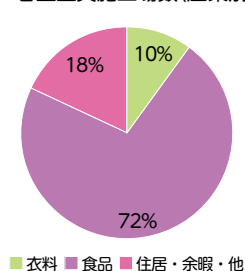


一者監査

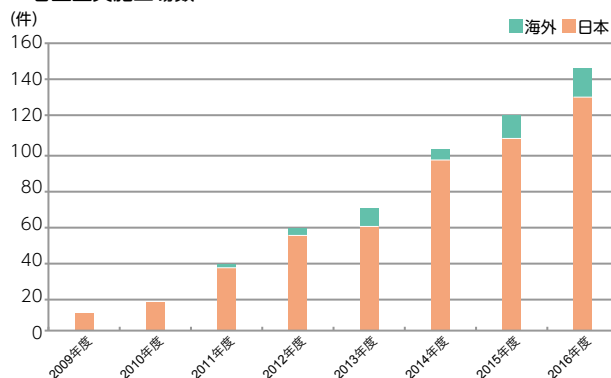
一者監査実施工場数(地域別)



一者監査実施工場数(産業別)



一者監査実施工場数



● 参考) 実際の監査事例

最重要管理対象：「トップバリュ」サプライヤー

● 管理方法：

全最終加工場の第三者監査および/または二者監査の実施で状況確認、改善の確認。

一定評価を満たした工場は製造委託先が監査を実施し、改善を確認する。

2016年度から第三者監査は海外工場を対象とし、日本の工場はイオンの認定監査員による二者監査で確認。

● 対象製造委託先：

日本578社、海外457社 合計1,035社
(2017年2月末現在取引中)

● 対象工場：

日本2,148工場、海外2,084工場 合計4,232工場
(2017年2月末現在)

● 2016年度監査実施数：

第三者監査 合計115件

地域別：中国65、アジア(中国除く)42、欧州7、北米1
産業別：衣料53、食品10、住余52

二者監査 合計607件

地域別：日本411、中国129、アジア(中国除く)62、欧州5
産業別：衣料97、食品341、住余169

日本 衣料8、食品319、住余84

海外 衣料89、食品22、住余85

一者監査 合計146件

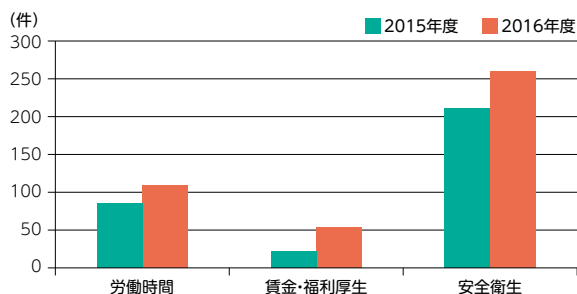
地域別：日本130、中国4、アジア(中国除く)12
産業別：衣料15、食105、住余26

日本 衣料7、食101、住余22

海外 衣料8、食品4、住余4

● 2016年度監査における指摘：

1. 全体的に労働時間、賃金・福利厚生、安全衛生に関する指摘が増えてきた



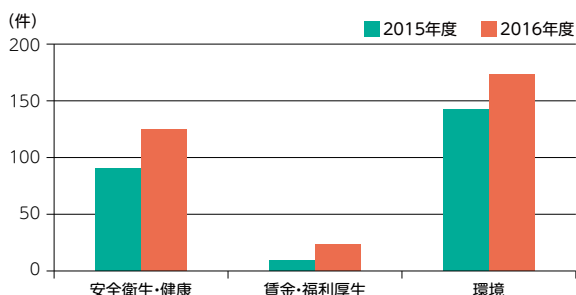
2. 日本では、安全衛生・健康、賃金・福利厚生、および環境に関する指摘が増えてきた

理由：

・新規工場もイオン認定監査員による監査を実施し、より法律の深いところまで確認を行ったため

・産業廃棄物横流し事件を受け、廃棄物に関する確認事項を増やしたため

・従業員の健康・安全面に関する確認事項を増やしたため



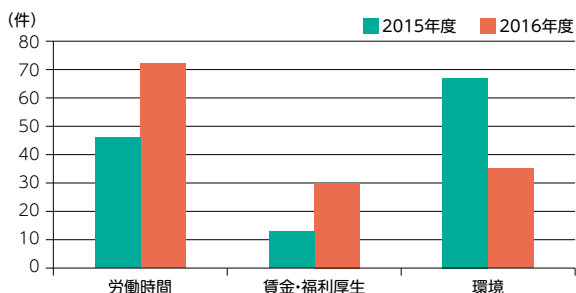
3. 海外(中国およびほかのアジア各国)では、労働時間、賃金・福利厚生に関する指摘が増えてきた一方で、環境に関する指摘が昨年以前に比べて減ってきた

理由：

・人件費と原材料費の高騰を受け、人件費を抑えつつ生産力を高めようと、多くの工場で一人あたりの残業時間を増やすようになったため

・最低賃金が上がったが、その反面、社会保険、産休、有給休暇などの福利厚生の未提供が多くなったため

・中国では新しい環境法が執行され、国の法令遵守の管理も強まったため



「SA8000」認証

イオンは、2004年に日本の小売業として初めて国際基準「SA8000」の認証を取得しました。これは、国際的な労働市場での労働者の人権保護に関する規範を定めたもので、人権保護・雇用差別など8つの要求事項の遵守とそのマネジメントシステムを構築し、改善し続けていくことが求められます。

2003年に制定した「イオンサプライヤーCoC(取引行動規範)」は、この「SA8000」の要求事項を踏まえた内容になっています。

「SA8000」の認証取得範囲は、イオン(株)、イオンリテール(株)、イオントップバリュ(株)の本社業務管理とイオンのブランド「トップバリュ」のサプライヤー管理です。3年に一度の更新審査と半年に一度の維持審査を受け、認証を更新しています。

イオンは、「イオンサプライヤーCoC(取引行動規範)」と「SA8000」を両輪に、今後もお取引先さまとともに適切なビジネスプロセスを追求していきます。

イオンSA8000の目的

1. 職場における従業員の基本的な人権を尊重するとともに、安全・安心と健康を確保し、快適な労働環境を形成します。
2. 対等なパートナーである取引先とともに、人権・労働基準に関わる法令の遵守、およびその継続的な改善を図ることによって、普遍的な人権を尊重し、労働環境を改善していく社会の構築を目指します。

イオンSA8000推進方針

1. 人権および労働基準における国際規範・法令を遵守し、その継続的な改善をはかります。
 - ① 児童労働: 児童労働を禁止するとともに救済措置を講じます。
 - ② 強制労働: あらゆる形態の強制労働を排除します。
 - ③ 健康と安全: 従業員の健康と安全を確保し衛生的な職場環境を提供します。
 - ④ 結社の自由および団体交渉権: 団結権および団体交渉権を保障します。
 - ⑤ 差別: 国籍・人種・性別・学歴・宗教・身体上のハンディキャップ・年齢による差別をしません。
 - ⑥ 懲罰: 体罰や精神的・肉体的な強制、および言葉による虐待をしません。
 - ⑦ 労働時間: 労働時間、休憩および休日に関する法令、労働協約を遵守します。
 - ⑧ 報酬: 適正な賃金の支払いに関する法令を遵守します。
2. この方針を具現化するために、全従業員に周知徹底する教育プログラムを実行するとともに、この活動の定期的な見直しをおこない、継続的改善に努めます。
3. サプライヤーである取引先に対し、人権および労働基準に関する取引行動規範を制定し、遵守を働きかけ、イオンとともに継続的改善をはかります。
4. この方針を広く公開し適切な情報提供に努め、企業の社会説明責任(SA:ソーシャル・アカウンタビリティ)を全うします。

公正な事業慣行 フェアトレードの実践

フェアトレード認証商品

イオンは、「日常のお買物を通じて国際貢献がしたい」というお客さまの声をきっかけに、2004年に国際フェアトレード[※]認証コーヒー、2010年に同認証の国産チョコレート、それぞれ日本で初めてプライベートブランド商品として開発・販売しています。

より多くのお客さまに手軽にご利用いただくために、2014年1月、国際フェアトレード・ラベル機構(Fairtrade International)が新たに開始した「国際フェアトレード認証調達プログラム」に参加し、2020年までに国際フェアトレード認証カカオ豆の取引量を2012年比の10倍にすることを旨を表明しました。

2016年秋には国際フェアトレード認証カカオ豆原料を使った商品をリニューアルし、2020年までの調達計画どおり進んでいます。

今後、国際フェアトレード認証サトウキビ糖原料をはじめ、ほかの製品も認証を取得し、より幅広くフェアトレード認証商品を展開する予定です。

また、若い世代にフェアトレードに対する理解を深めていただくために、全国の中学校・高校で出前授業も実施しています。

[※] フェアトレード: 開発途上国などで支援が必要な生産者と、労働に見合う価格で原料や商品を取引することで、生産者の経済的・社会的自立や環境保全を支援すること



国際フェアトレード・ラベル機構
(Fairtrade International)
の認証ラベル



トップバリュ
フェアトレードチョコレートミルク



「国際フェアトレード認証調達
プログラム」ラベル(カカオ)

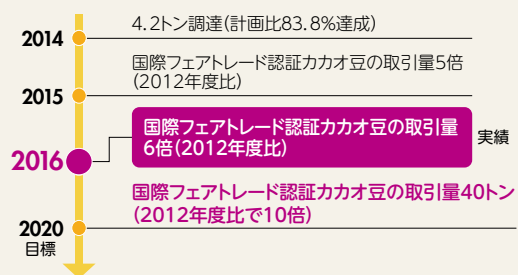
*Registered for the European Union at European Union Intellectual Property Office (EUIPO) with registration no. 012422143.
*Registered at the World Intellectual Property Organization (WIPO) according to the Madrid Contract and Protocol with registration no. 1231866.
*日本において登録出願中



トップバリュ
なめらかな口どけ
ひとくちミルクチョコレート

KPIの2016年度実績・今後の目標

フェアトレード商品の取り扱い



人権と多様性を重視した職場づくり

マネジメントアプローチ

課題認識

企業活動のグローバル化とともに、多国籍企業を中心に多くの国・地域を結ぶ広大なサプライチェーンが構築されています。その中には、法制度が未整備な国・地域もあり、こうした国・地域で持続可能なビジネスを行うためには、現地の法令を遵守するだけでなく、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則(通称「ラギー・フレームワーク」)などを踏まえた事

業活動を推進していく必要があります。

また、近年は、国籍や出身地など多様なバックボーンを持つ人々の人権を尊重すると同時に、その多様性をいかして新たな価値の創造につなげていくことが企業の成長に不可欠な人材戦略として定着しつつあります。

イオンのアプローチ

イオンは、基本理念である「人間尊重の経営」を実現するために、「イオン人事の基本理念」、「イオンの人権基本方針」を定めています。

この理念や方針を実践していくために、人権啓発教育をグローバルに展開しています。また、人権啓発推進委員会を定期的に開催することで、グループの課題を着実に解決していくよう努めています。また、「トップバリュ」の製造委託先に対しても、「イオンサプライヤーCoC」を活用して、安全で健康

な職場環境が維持されていること、人権が尊重され労働環境や賃金が保証されていることなどを確認しています。

ダイバーシティ推進の面では、アジア各国で人材を採用するとともに人材交流の機会を設けています。また、高齢者雇用やLGBT研修などを実施しています。日本において大きな課題とされている女性の活躍推進に関しては、「ダイバーシティ推進室」を設置してワークライフバランスの問題や女性管理職の登用を進めています。

今後の取り組み

「人権」はすべての社会課題の基盤となる課題であり、さまざまな国際的なガイドラインにおいても、人権問題への企業の主体的な取り組みが求められています。イオンは自社従業員の「人権」だけでなく、バリューチェーン全体の「人権」への対応について、関連部署が連携して組織横断的に取り組む体制を目指します。

また、ダイバーシティ推進においては、女性管理職比率50%など2020年目標の達成を目指し、各施策を継続していきます。

2016年には「イオンの健康経営宣言」を行いました。従業員の健康づくりが企業活動の要であるという考えのもと、健康経営を推進していきます。

イオン行動規範～イオンピープルとともに～

イオンは、人権を尊重し、国籍・人種・性別・学歴・宗教・心身に障がいのあることなどを理由とした差別を一切行いません。イオンピープル一人ひとりが、ともに働く仲間の声に耳を傾け、お互いを自分と等しく尊重します。イオンは人間に最も優しい企業を目指します。

人事の基本理念

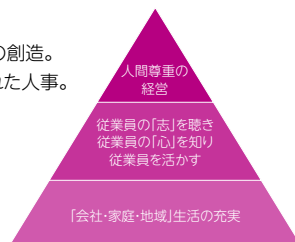
「人間尊重の経営」を志向するイオンは、従業員の「志」を聴き、従業員の「心」を知り、従業員を活かすことを人事の基本理念とし、イオンピープル一人ひとりの「会社・家庭・地域」生活をともに充実することを人事の行動理念とする。

人事の基本的な考え方

- 継続成長する人材が長期にわたり働き続ける企業環境の創造。
- 国籍・年齢・性別・従業員区分を排し、能力と成果に貴かれた人事。

人事五原則

1. 公正の原則
2. 人間尊重の原則
3. 変化即応の原則
4. 合理性の原則
5. 能力開発の原則



イオンの人権基本方針の基本項目

1. 人権規範の尊重
 2. 差別の禁止
 3. 働きやすい職場環境の確立
 4. 公正採用の実施
 5. 人権啓発研修の実施
- (詳細は ▶ P.135)

2016年度のKPIの進捗状況

大分類	中分類	KPI	対象範囲	目標	2016年度実績	2016年度取り組み内容
人権労働慣行	ダイバーシティの推進	女性管理職比率	国内外連結対象 グループ企業	2016年度：30% 2020年度：50%	女性管理職比率 27%(9,366人) (2017年2月末現在)	①グループ共通の課題を解決するために女性や管理職を対象としたセミナーを実施 ②各社の取り組みを表彰するアワード開催 ③事業所内保育施設の設置拡大(現12カ所+2カ所(連携)) ④イクボスづくりに向けたイクボス検定の実施 グループ管理職の約4割にあたる約1万人が合格(2017年2月末現在)
		グループ内 国際人材交流人数	国内外連結対象 グループ企業	2016年度：累計600人 2020年度：累計1,500人	累計404人 (2013～2016年度)	①日本研修メニューの見直し(技術訓練の導入など) ②公募による人材の発掘
		障がい者雇用率 および人数	国内連結対象 グループ企業	2020年度：3.0%超 1万人	障がい者雇用率2.19% 障がい者雇用人数6,795人 (2017年6月1日現在)	①雇用状況の進捗管理を定期的に実施 ②障がい者雇用における課題と対策をグループ各社で共有し、採用・定着に繋げる
	安全で働きやすい職場づくり	「くるみんマーク」 取得企業数	国内連結対象 グループ企業	次世代育成支援対策推進法「一般事業主行動計画」の取り組み推進(「くるみんマーク」取得企業の拡大)	「くるみんマーク」取得企業 14社 「プラチナくるみん」取得企業 1社 「えるぼし」認定企業 23社(3つ星15社、2つ星8社)	2016年4月1日より施行の女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画と次世代育成支援対策推進法に基づく一般事業主行動計画、そして自社のダイバーシティ推進に向けた取り組みをまとめた“ダイ満足”プランを全社で作成 「くるみんマーク」のみならず、女性活躍推進法に基づく「えるぼし」の認定取得をグループで推進

人権・労働慣行 ダイバーシティの推進

ダイバーシティの推進

イオンは、創業以来、人権を尊重し、国籍・人種・性別・学歴・宗教・心身に障がいのあることなどを理由とした差別をいっさい行わず、多様な人材が活躍できる企業を目指してきました。

ビジネスがグローバル化し、変化へのいち早い対応が求められる中、従業員一人ひとりの個性を尊重し、多様な人材の力をいかして新たな価値を創造し続けていくため、イオンは、2013年7月にグループCEO直轄組織として「ダイバーシティ推進室」を設置。その第一歩として「日本一女性が働きやすく、活躍できる会社」、「日本一女性が働きたい会社」の実現に向けて取り組みを開始しました。

2014年4月には、グループ約70社に推進体制を設置し、グループをあげてダイバーシティを推進しています。

イオンのダイバーシティ推進活動のキーワードは“ダイ満足”。これは、ダイバーシティが生み出す「従業員・従業員の家族」と「お客さま」と「会社」の満足を実現していこうというものです。“ダイ満足”の実現に向けて、2016年度は、ダイバーシティ推進に関するセミナーやグループ内アワードの開催、事業所内保育施設の拡大に加え、新たに「イクボス」(P.136)づくりに向けたイクボス検定の実施など、現管理職の育成に力を入れました。



ダイバーシティ推進体制の構築——“ダイ満足”サミット

グループ65社に、「ダイバーシティ推進責任者」「女性が活躍できる会社リーダー」「女性が働きやすい会社リーダー」を配置し、各社ごとに現状分析、課題設定を行い、解決に向けて自ら考え実行に移しています。1年に4回、ダイバーシティ推進責任者・リーダーが参加する“ダイ満足”サミットを開催し、グループ各社間で情報共有し自社の活動にいかしています。

2016年度は年間4回開催。うち1回をグループのダイバーシティアワードの公開プレゼン審査会とし、ネットワークをつないで各社の取り組みを共有しました。



ダイバーシティ研修の実施——“ダイ満足”カレッジ

2016年度は、女性の役員候補育成を目的として、新たに「トップマネジメントコース」を開講しました。

2017年度は、昨年までの4コースをさらに進化させ、異業種企業との合同開催などを組み入れて実施していきます。



キャリアアップコース



マネジメントコース



キャリアデザインコース

表彰制度の整備——“ダイ満足”アワード

グループ内のダイバーシティ推進企業を表彰する“ダイ満足”アワードを設けています。第3回は、ダイバーシティ推進に重要な取り組みである6項目のうち、すでに全社完了した2部門を除く4部門について部門賞を設定。(株)ジーフット、(株)光洋、イオン琉球(株)、イオンビッグ(株)が部門賞を受賞し、その4部門の中で最も取り組みが優れた企業として「ベスト・オブ・アクション賞」を(株)ジーフットが受賞。さらには、部門単独でなく企業全体でダイバーシティが進んだ企業としてイオン九州(株)が「ダイバーシティ推進企業賞」を受賞しました。



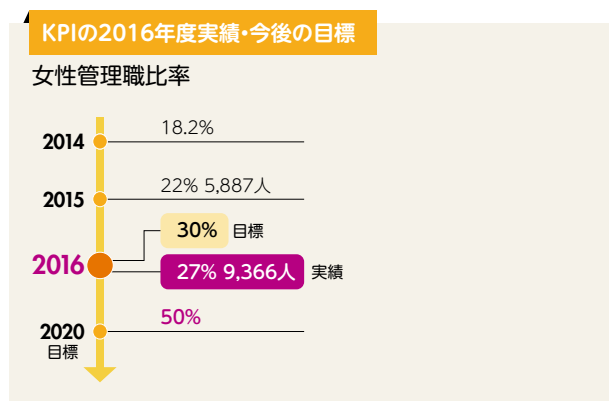
受賞の様子

女性管理職の登用

イオンは、グループの女性管理職比率を、2016年度までに30%、2020年度までに50%にするという目標を掲げて、積極登用に取り組んでいます。

2016年度末(2017年2月末)現在、女性管理職比率は27%(連結子会社を含む)となりました。

2020年度目標の必達へ向けて、女性の積極登用に取り組んでいます。



外国籍従業員の雇用・登用とグループ内国際人材交流

イオンは、中期経営計画における「アジアシフト」戦略のもと、日本・中国・台湾・マレーシア・タイ・インドネシア・ベトナムなどアジア各国で、将来を担う若い人材を積極的に採用しています。

また、国を越えてグローバルに活躍できる人材を積極的に採用するとともに、グループ全体で国際人材交流を進めています。

2013年度から2016年度までの累計で600人、2020年度までの累計で1,500人の人材交流を目標に掲げています。2013年度から2016年度までの累計で404人の人材交流を行いました。



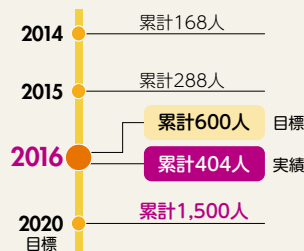
海外での研修風景(香港)



海外での研修風景(マレーシア)

KPIの2016年度実績・今後の目標

グループ内国際人材交流



障がい者雇用

イオンは、グループ全体で、障がいのある方々が働きがいを持って仕事ができる環境の整備に努めています。

1980年に設立したアビリティーズジャスコ(株)は、障がい者と健常者がともに働くCD/DVD&Booksショップ「スクラム」を4店舗、就労移行支援事業所を10事業所で展開しています。また、イオンスーパーセンター(株)が、ダイバーシティ推進アクションプランのひとつとして、アビリティーズジャスコ(株)の協力のもと、障がい者の方のテレワークを採用しています。

2017年6月現在のグループ企業合計の障がい者雇用人数は6,795人、雇用率は2.19%です。

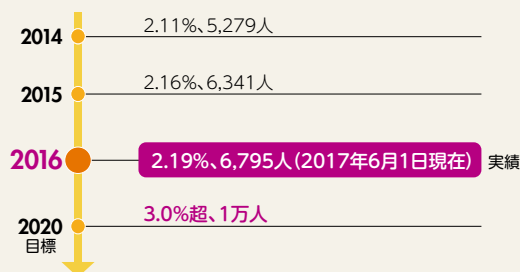
法定雇用率2.0%を上回っており、2020年までの目標「障がい者雇用率3.0%、1万人」に向け、引き続き進めています。



「スクラム」で働く従業員

KPIの2016年度実績・今後の目標

障がい者雇用率と障がい者雇用人数



パートタイマーの機会均等を推進

イオンは、パートタイマーにも職場で活躍していただけるよう、さまざまな制度づくりに取り組んでいます。

例えば、イオンリテール(株)では、社員・パートタイマーといった従業員区分による役割・期待・処遇の違いをなくし、能力・成果・意欲によってすべての従業員が成長を続けることができる「コミュニティ社員制度」により、教育・登用機会の違いをなくしています。また、コミュニティ社員として入社したあとも、本人が希望し、会社が定める要件を満たす場合は、社員や上位職へチャレンジできる仕組みとしています。

高齢者雇用制度を整備

高い意欲を持っている方に60歳以降も働き続けてほしいという経営ニーズと、これまでの知識や経験をいかして安心して働き続けたいという従業員のニーズに応え、イオンリテール(株)では、2007年より「65歳定年制度」を導入しています。

2017年2月末現在、のべ約2万6,700人の従業員(時間給社員含む)が、これまで培った経験や技能、知識をいかして活躍しています。

人権研修の実施

「イオンの人権基本方針」を推進するために、イオングループとしての人権啓発推進体制を構築し、各種社内研修などを通じて、人権意識の向上に努めています。

全従業員に正しい理解と認識を深めてもらうため、同和問題や障がい者問題、在日外国人問題、ハラスメント問題、ダイバーシティ、ワークライフバランスなどさまざまな課題についての啓発研修を実施しています。

①人権啓発委員会(半期に1回開催)

イオンにおける人権啓発の方向性、課題の審議・決定とグループ各社の推進責任者研修

②人権啓発学習会(半期に1回開催)

グループ各社の推進責任者の育成を目的とした学習会

③人権カレッジ(年に4回開催)

人権を基礎から学ぶコースを設定。主に、グループ各社の人事教育の責任者、マネージャー、担当者、推進責任者、担当者が参加する基礎学習の場

「人権・イオン行動規範研修」については、イオン(株)の人権啓発室と企業倫理チームが連携し、グループ各社からの研修ニーズにそったテーマ選定を行い、各社の指導にあたっています。

また、基礎知識を醸成するためのツールとして2015年に「人権啓発ガイドブック」を作成しました。ツールを整えるとともにガイドブックを活用した研修教材の開発を継続して実施しています。2017年度も継続して全従業員を対象とした「人権・イオン行動規範研修」を行う予定です。



人権啓発ガイドブック

イオンの人権基本方針

1. 人権規範の尊重

イオンは、イオン行動規範および2004年に参加表明した「国連グローバル・コンパクト」の原則にそって、人権や労働に関する国内法はもとより、国際人権章典や国際労働機関(ILO)条約に記された人権規範を遵守します。

2. 差別の禁止

イオンは、個人の多様な価値観・個性・プライバシーを尊重し、人権・国籍・民族・性別・年齢・出身地・宗教・学歴・心身の障がい・性的指向と性自認などを理由とした差別を一切行いません。

3. 働きやすい職場環境の確立

イオンは、すべてのイオンピープルー一人ひとりが、ともに働く仲間の声に耳を傾け、自分と等しく尊重することで、人権を尊重する職場風土を醸成します。そして、人格と尊厳を損なう行為である、セクシュアル・ハラスメントやパワー・ハラスメントなどのない、働きやすい職場環境を確立します。

4. 公正採用の実施

イオンは、採用にあたって、本人の能力と適性のみを基準とした、公平・公正な選考を行います。

5. 人権啓発研修の実施

イオンは、人権に関する課題の解決のために、イオンピープルー一人ひとりが人権に対する正しい知識と理解を深めるために人権啓発研修に取り組みます。

LGBTに関する研修を実施

「性的マイノリティ(LGBT)の人権問題」への関心の高まりを受け、イオンは最新の人権知識を学び、従業員一人ひとりが自分らしく働ける職場づくりを目指し、LGBTに関する研修を開催しています。

2015年度より、新入社員オリエンテーションにおいても、この研修を取り入れ、累計約8,000人が受講しました。グループ全体では、累計約2万人以上の従業員が当研修を受講しています。

2016年度は、work with Pride※が日本で初めて策定したLGBTに関する取り組みの評価指標「PRIDE指標」で、イオン(株)およびイオントップバリュ(株)がシルバー賞を受賞しました。これからも積極的に取り組んでいる企業の事例を収集しながらグループ全体への浸透を目指します。



※ LGBTに関するダイバーシティ・マネジメントの促進と定着を支援する任意団体

人権・労働慣行

安全で働きやすい職場づくり

仕事と子育ての両立支援

イオンは、従業員の仕事と子育ての両立に向けて、残業時間の削減、男性も含めた育児休職取得の推進、年次有給休暇の取得推進などに取り組んでいます。

グループ各社が「次世代育成支援対策推進法」に基づき策定した「一般事業主行動計画」の取り組みを推進した結果、2016年5月、イオン(株)は「プラチナくるみん」を取得しました。また、「くるみんマーク」については、グループ14社が取得※しています。

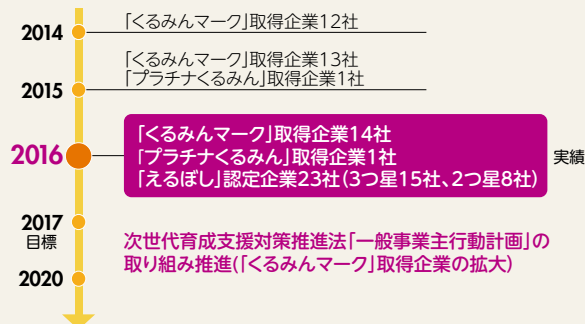
今後も、仕事と子育ての両立に向けた取り組みを一層推進していきます。

※ 「プラチナくるみん」取得会社：イオン(株)
「くるみんマーク」認定取得会社：イオン九州(株)、イオンクレジットサービス(株)、イオングローバルSCM(株)、イオントップバリュ(株)、イオンビッグ(株)、イオンモール(株)、イオンリテール(株)、イオン琉球(株)、オリジン東秀(株)、(株)カスミ、(株)サンデー、(株)ダイエー、マックスバリュ中部(株)、マックスバリュ西日本(株)(五十音順)



KPIの2016年度実績・今後の目標

安全で働きやすい職場づくり



仕事と子育ての両立を支援するインフラなどの整備

イオンの従業員だけではなく、イオンモール内のテナントで働く従業員、地域の方々も安心して仕事と子育ての両立ができるよう、グループ事業所内に保育施設「イオンゆめみらい保育園」を設置しています。

出産・育児にあたる従業員のスムーズな復職、子育てをしながら働く従業員の活躍支援を目的とする同園は、原則土日祝日・年末年始を含めた365日、7時から22時まで開園しています。また、曜日や時間と関係なく保育時間数のみの保育料金にすることで、従業員の金銭的な負担と二次保育などの手配の負担を軽減することにつなげています。



「イオンゆめみらい保育園」
茅ヶ崎保育園

2016年4月には「イオンスタイル湘南茅ヶ崎」、「イオンレイクタウンmori」に、6月には「イオンモール佐賀大和」に開園したほか、11月には「イオンモール名取」「イオンモール名古屋茶屋」「イオンモール長久手」「イオンモール水戸内原」に開園しました。2017年度も「イオンモール新小松」「イオンモール福岡東」に開園します。これからも、子育てしながら働く方々を支援していきます。

また、2015年4月には、学童保育「イオン放課後教室」を「イオンマリニピア店別館」「ダイエー成増店」に開校しました。体育・知育・徳育・食育が学べる総合学童保育である当教室は、保護者の方々の送り迎えやお子さまの通学に便利な駅前に立地しています。



また、仕事と子育ての両立を実現するうえでは、多様性を認め経営にいかす上司・組織の存在が必要との考えのもと、イオン(株)と(株)ダイエーは、2015年6月、小売業で初めて「イクボス※企業同盟」に加盟しました。2017年4月現在では、グループ企業39社が「イクボス企業同盟」に加盟しています。



※「イクボス」:特定非営利活動法人ファザーリング・ジャパンが提唱・推進している人物像のことで、職場でともに働く部下・スタッフのワークライフバランスを考え、その人のキャリアと人生を応援しながら、組織の業績も結果を出しつつ、自らも仕事と私生活を楽しむことができる上司(男女の経営者や管理職)を指します。

Topics

「女性が活躍する会社Best100 2017」において「女性活躍推進度1位」を獲得

2017年5月、イオン(株)は「日経WOMAN」と「日経ウーマノミクス・プロジェクト」の共同調査「企業の女性活用度調査」をもとに発表された「女性が活躍する会社Best100 2017」※において、対象4,300社の中で「女性活躍推進度1位」となりました。これは、女性が働きがいを持ち活躍していくために専任組織を設置し、グループ会社とともにダイバーシティ推進活動を行っていること、組織横断的な女性社員向けの研修の実施、人事制度の改定、「イクボス」の育成などが評価されたことによるものです。5月19日に開催された式典で、イオンは上位企業として表彰を受けました。

イオンは今後も人材育成や職場環境の整備を進め、多様な人材が活躍できるよう、ダイバーシティ経営を推進していきます。

※ 国内企業を対象に1～2月に実施される「企業の女性活用度調査」で、女性の管理職登用度、女性活躍推進度、ワークライフバランス(仕事と生活の調和)度、ダイバーシティ浸透度の4項目で採点され、その総合点によって算出されます



5月19日に行われた表彰式

Voice

イオンビッグ株式会社
ザ・ビッグエクストラ玉城店
副店長
石川 仁



2016年10月、三重県主催の第3回「ファザー・オブ・ザ・イヤーinみえ」で「イクボスさん、いらっしやい」部門の大賞をいただきました。「家族あつての仕事」との考えのもと、部下の仕事と生活の両立を実現するために、業務の効率化を図ったことが評価されたと感じています。今後もさらにイクボスとして、部下が働きやすい環境づくりに取り組んでいきます。

ワークライフバランスの確保

グループ全従業員数の約4分の1を占めるイオンリテール(株)では、2017年に「フェアネス」と「チャレンジ」というコンセプトに基づいた人事制度を導入しました。

この制度は、多様な能力を持った従業員が、自らの意思や適性をいかしたキャリアスタイルで、さらなる活躍とやりがいを感じ、それぞれのライフスタイルに合わせて、生き生きと働き続け、成長することができる環境を目指しています。

また、自律的なキャリア形成を支援する制度として「キャリアスタイルプラン」、ライフステージの変化の中で長期に働き続けられるように支援する制度として「ライフスタイルプラン」があります。

今後も、制度や仕組みの整備をさらに進め、男女ともに結婚や育児、介護と仕事を両立しながら、活躍し続けることができる環境づくりに努めていきます。

イオンリテール(株)

「3つのキャリアコース」 「従業員の勤務エリア」

《キャリアコース》

- ゼネラルコース
さまざまな経験を積みながら、幅広い範囲でキャリアアップを目指すコース
- ユニットコース
専門知識や専門スキルを高めながらスペシャリストを目指すコース
- プロフェッショナルコース
高度な専門職を目指すコース

《従業員の勤務エリア》

- N区分社員：海外を含め、全国転勤が基本
- R区分社員：一定のブロック内での転勤あり
- L区分社員：転居をともなう転勤はなし
- コミュニティ社員・アルバイト：転居をともなう転勤はなし／パートタイムのみ

育児・介護支援制度

イオンリテール(株)では、子どもを養育する従業員が仕事をしながら育児を行うための育児休職制度や育児勤務制度を設けています。育児と仕事を両立しながら活躍し続けることができるよう育児勤務期間を最長で「子どもが中学校へ入学する年の4月20日」までとしています。育児・介護休業法では子どもの小学校入学までを努力義務としていますが、実際にはそれ以降も子どものために時間が必要な場合が発生するためです。

また、介護あるいは看護の必要があると認められたご家族を持つ従業員が勤務時間を短縮できる介護勤務制度および介護休職制度を設けています。

福利厚生制度

グループ従業員約27万5,000人が加入する「イオングッドライフクラブ」は、イオンの共済会として、祝金や各種見舞金の給付(共助)、育児・介護への補助や各種保険(自助支援)、余暇や健康への支援(生きがい支援)など多彩な事業を行っています。グループ従業員が安心感・連帯感・誇りを持てるグループ共通の福祉の実現・向上に貢献することを目指しています。

「安全衛生委員会」を開催

従業員の安全と健康を確保し、働きやすい職場づくりを推進するために、「安全衛生委員会」を店舗・事務所などの事業所単位で実施しています。例えばイオンリテール(株)の店舗では、店長、人事総務課長、従業員代表、労働組合代表らが参加し、毎月1回開催しています。従業員の就労状況や職場環境の改善点について労使双方で検討し改善につなげています。

労働組合の状況

イオンは、労使間の対話を重視し、安全衛生委員会や労使協議会などを通じて、労働組合と意見交換を行っています。

労働組合では、パートタイマーの加入を促進し、2017年4月末現在、約26万5,000人(うちパートタイマー約21万6,000人)が労働組合に加入しています。組合員が参加する職場集会を通じて、生の声を積極的に吸い上げ、労使で課題解決へ向けた取り組みを進めています。

「グローバル枠組み協定」を締結

2014年11月、イオンは国際的な労働組合組織「UNI グローバルユニオン」、UAゼンセン、イオングループ労働組合連合会と、労働・人権・環境に関する「グローバル枠組み協定」を締結しました。これは、企業がグローバルに事業展開するにあたり、企業と労働組合がお互いをパートナーと認識し、ともに取り組むことを宣言するものです。

世界で100を超える企業が締結しており、アジアにおける良好な労使関係のモデルとなるよう、4者が協力し労働・人権・環境に関する取り組みを推進していきます。



「グローバル枠組み協定」締結会見

イオンの健康経営について

従業員の健康づくりが企業活動の要であり、健康であってこそ地域のお客さまにサービスを提供できるという考えのもと、健康経営を推進しています。

2016年度は、従業員とその家族が心身ともにすこやかで、継続して成長する人材が長期にわたり働き続けられることを目指して「健康経営宣言」を行いました。

イオンの健康経営宣言

イオンは従業員と家族の健康をサポートします
そして、従業員とともに地域社会の健康とハピネスを実現します

労働安全衛生法で規定されている従業員の健康管理を的確に実施するため、定期健康診断の100%受診と事後対応(受診結果に基づく受診勧奨・就業配慮)の徹底に取り組んでいます。また、健康状態を維持・向上させるため、40歳以上のイオン健康保険組合加入者を対象に、保険事業による人間ドック受診制度を整備するとともに、毎年全加入者を対象とした「健康チャレンジキャンペーン」を実施し、日常生活における健康増進活動を定着させる取り組みを行っています。

メンタルヘルス施策としては、イオングループの共済会「イオングッドライフクラブ」の会員サービスの一環として、カウンセリング窓口を提供しています。

今後もイオンは、グループ健康責任者のもと健康経営推進体制を構築し、従業員の健康状態の見える化や、生活習慣病予防、メンタルヘルスの増進、シニアの健康増進などを重点項目とし、さらに取り組みを進めていきます。

Topics

イオン(株)とイオンリテール(株)が健康経営優良法人(ホワイト500)認定へ

イオン(株)とイオンリテール(株)は、経済産業省と日本健康会議※が共同で新たに開始した「健康経営優良法人(ホワイト500)」の初年度の認定企業となりました。

◆ 健康経営優良法人(ホワイト500)について

経済産業省と日本健康会議が、2016年より共同で新たに開始した優良な健康経営を実践している法人を認定する制度で、2020年までに500社の認定が予定されています。



※日本健康会議:国民一人ひとりの健康寿命延伸と適正な医療について、民間組織が連携し行政の全面的な支援のもと実効的な活動を行うために組織された活動団体。経済団体、医療団体、保険者などの民間組織や自治体が連携し、職場、地域で具体的な対応策を実現していくことを目的としています。

従業員意識調査の実施

イオンでは、グループの全従業員を対象に、従業員満足度調査(モラルサーベイ)を隔年で実施しています。この調査は、従業員の声を働きやすい職場づくりやモチベーション向上をもたらす組織・制度づくりにいかすことにより、従業員満足・お客さま満足の向上につなげていくことが目的です。

調査結果をもとに自社の状況を客観的に把握し、より具体的な満足度向上施策を立案・実行し、さらなる従業員満足度向上に努めています。

従業員の成長を支える教育制度を整備

イオンには、「教育は最大の福祉」という考え方があります。この言葉には、給与や福利厚生だけではなく、教育こそが従業員の人生を豊かにするという想いが込められています。こうした考えのもと、従業員の向上心に応え、成長を支える各種教育制度を整備しています。

また、年に2回、業務実績・課題の振り返りや将来の希望などを上司と話し合う面談の場を設け、個人の業績やキャリアを定期的に評価しています。

「イオン基礎教育」

入社後3年間にわたって、グループ共通の教育カリキュラムを実施。イオンの基本理念・価値観の共有はもとより、イオン人としての素養、基本スキルの完全修得を目指します。

「グループ自己申告書」制度

イオングループの幅広い事業領域の中で、会社の枠を越えたグループ内異動を推進する制度。2016年度は、グループ43社の経営幹部層を対象として実施しました。

「国内大学院派遣」

イオングループの将来の経営を担う人材育成のため、グループ各社から人材を公募し、国内大学院(MBA)へ派遣する制度。経営に関わる専門知識の修得と社外ネットワークの形成を目指します。

「グローバルトレーニー」制度

将来の海外事業のリーダー、グローバルレベルに活躍できる人材を育成するために、日本・中国・ASEANの国境を越えて、優秀な人材をグループ会社に派遣する制度。海外での業務経験や研修を通じて必要な知識や技術の修得を目指します。

「イオンビジネススクール」

将来目指す職務に必要な知識を自主的に学ぶ講座。意欲ある人材の自己実現を支援するシステムです。2016年度は、13コース開かれ、のべ452人が参加しました。

「グループ公募」制度

所属する事業や会社の枠にとらわれることなく、希望する事業や職種にチャレンジできる制度。2016年度は「イオンマーケティング(株)」「イオン保険サービス(株)」「イオンアイビス(株)」「イオントップバリュ(株)」および海外事業(中国・ASEAN)のスタッフ公募(グローバルトレーニー含む)を実施しました。

「社内認定資格」制度

実務にそくした多彩な「社内認定資格」を設けています。そのうち8つの資格が厚生労働省の認定を受けており、質の高い認定資格として認められています。



鮮魚士技術コンクール

● 資格名と在籍取得者数※(2017年2月末現在)

◎イオン鮮魚士1級	19人
◎イオン鮮魚士2級	1,815人
◎イオン鮮魚士3級	3,304人
・イオンベビーアドバイザー	781人
・イオンファッションアドバイザー	1,215人
・イオンリカーアドバイザー	743人
・イオンおさかなアドバイザー	442人
・イオンデジタルアドバイザー	290人
・イオン生活家電アドバイザー	83人
・イオン総合家電アドバイザー	63人
・イオンサイクルアドバイザー	1,257人
・イオンサイクルシニアアドバイザー	297人
・イオンビューティケアアドバイザー	875人
・イオンハンドクラフトアドバイザー	595人
・イオンシニアケアアドバイザー	64人
◎イオンホットデリカマスター	2,562人
◎イオン寿司マスター	2,445人
◎イオン農産マスター	1,327人
◎イオングリナリーマスター	687人
◎イオンガーデニングマスター	365人
・イオンエネルギーアドバイザー	474人

◎ 厚生労働省認定資格です。

※対象企業(20社):イオンリテール(株)、イオンスーパーセンター(株)、イオン北海道(株)、イオン九州(株)、イオン琉球(株)、マックスバリュ北海道(株)、マックスバリュ東北(株)、マックスバリュ中部(株)、マックスバリュ九州(株)、マックスバリュ南東北(株)、マックスバリュ関東(株)、マックスバリュ長野(株)、マックスバリュ北陸(株)、マックスバリュ西日本(株)、イオンビッグ(株)、(株)光洋、イオンリカー(株)、イオンバイク(株)、イオンリテールストア(株)、イオンストア九州(株)

「イオンDNA伝承大学」

創業期から現在まで受け継がれてきた「理念」や「価値観」などのDNAを次世代に伝承し、将来の経営を担う人材の育成を目的として、2012年9月に設立され、グループCEO自らが指導に当たっています。

2016年度は、4月に8期生19人、10月に9期生20人を迎えて指導を開始。2017年4月末時点で約160人が当大学を修学しグループ各社にて活躍しています。



講義の様子

課題認識

貧困、教育、食糧、医療、健康、少子化、高齢化など、地域はそれぞれ固有の社会課題を抱えています。こうした中、多くの国や地域では、自治体やNPO・NGO、国際機関が連携しながらこれらの課題解決に取り組んでいます。近年は企業が持つ技術や知見、情報や資金、さらに経営ノウハウといった資源を有効に活用することで、より大きな力を持続的に

に発揮していこうとする動きが活発化しています。

一方、企業においても、社会課題に対応した商品・サービスの開発、人的ネットワークを通じた円滑な事業運営など、安定した事業運営のためには地域社会の発展が不可欠であるという認識が高まっています。

イオンのアプローチ

イオンは「地域の暮らしに根ざし、地域社会に貢献する」という基本理念を掲げ、2003年に制定した「イオン行動規範」の中で、「地域社会とイオン」を定めています。また、長年にわたり日本・中国・ASEAN地域の人々との交流を通じて、各地域の社会的課題の解決に取り組んでいます。

さらに、地域の食文化に対応した商品を積極的に開発・販売するなど、事業を展開する地域の産業の活性化を目指したバリューチェーンの構築にも力を入れています。

イオンは、企業市民として、地域の人々とともに、地域社会の発展と生活文化の向上に貢献する企業を目指します。

今後の取り組み

イオンは、今後も「小売業は地域産業」という考えを実践していくために、事業活動を通じて地域の人々とのコミュニケーションを図っていきます。

その取り組みのひとつが「地域エコシステム」(P9)の構築です。これは、地域の皆さまや行政、企業などさまざまなメン

バーと一体となって地域が抱える「課題」を解消しながら「魅力」や「競争力」を共創していくための枠組みで、地域社会の持続的な発展を支える生活・産業プラットフォームの実現を目指しています。

イオン行動規範～パートナーとイオン「地域社会とイオン」～

イオンは、企業市民として、地域の人々とともに、地域社会の発展と生活文化の向上に貢献する代表的な企業を目指します。

イオンは、地域社会に密着した経営を推進します。

私たちは、地域社会を「パートナー」と位置づけています。地域のお客さまの生活文化についてパートナーの皆さまと積極的に情報を交換し「地域らしさ」を経営に反映します。私たちは地域の生活文化の向上を目指した経営を推進します。

イオンは、地域社会が求める要望を実現し、人々が集うコミュニティの場を広げます。

私たちは、よりよい商品・サービスの提供、施設の快適さや利便性など、お客さまの多様化する生活を先取りした経営に徹します。同時に、教育の場を提供したり、情報交換の機会を設けるなど、地域社会の人々が集うコミュニティの場を広げます。

イオンは、地域社会とともに環境保護活動を推進します。

私たちは、資源の再利用やゴミの排出削減など、循環型社会に対応し、地域の皆さまとともに緑豊かで清潔な街づくりにつとめます。私たちは地域を越え、国を超え、美しい地球を守る代表的な企業を目指します。

イオンは、地域社会とともにボランティア活動を推進します。

私たちは、イオンの理念を共有する人たちとともに、地域における福祉活動などボランティア活動を積極的に支援します。私たちは国内だけでなく、国境を超えた人々とのふれあいを大切にします。

イオンは、地域の文化や伝統を尊重し、支援事業を行います。

私たちは、地域社会で伝承されている文化や伝統を尊重します。地域の皆さまと協力して、それらの発掘・保存事業を支援します。

2016年度のKPIの進捗状況

大分類	中分類	KPI	対象範囲	目標	2016年度実績	2016年度取り組み内容
コミュニティ参画	地域社会への還元	「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」の投函率	国内連結対象のGMS・SM・DS企業	2016年度： GMS企業全店で投函率20%以上 SM・DS企業全店で投函率15%以上 2020年度： GMS企業全店で投函率30%以上 SM・DS企業全店で投函率20%以上	GMS企業： 投函率20%以上の店舗384店舗(全体の62.7%) SM・DS企業： 投函率15%以上の店舗534店舗(全体の49.4%)	①店舗でのコミュニケーション強化 ②メディアでのコミュニケーション強化 ③適正な運用管理
		地域固有の製品の取り扱い	国内連結対象のGMS・SM企業	地域固有の製品の取り扱い拡大 「フードアルチザン」商品の取り扱い拡大 「フードアルチザン」原料を使った6次産業化の推進	「フードアルチザン」商品：1道1府25県・37品目(2017年2月末現在)	「フードアルチザン」活動を通じて生産した群馬県高崎市産「国分になじん」、福島県会津若松市産「会津みしらず柿」など郷土の品を販売
	次代を担う人材育成	「イオン チアーズクラブ」の活動回数	国内連結対象のGMS・一部SM企業	実施店舗全店で年4回以上活動を実施	年4回以上活動した店舗：336店舗(全体の74.2%)	①基本の徹底と運営基盤の強化 ・全店舗で「チアーズクラブ開始式」の実施 ・コーディネーター研修のレベルアップ版のトライアル実施(6/23・24九州エリア) ②1回完結型の「イオントップバリュ エコ農業体験プロジェクト」「イオンアグリ体験農場プログラム」のほかに、継続学習型の新規プログラム「ファーマーズプログラム」を東海エリア・近畿エリアの2カ所で開始 ③パブリシティの強化
東北復興支援	被災地での植樹	被災地沿岸部の海岸林の再生	国内連結対象グループ企業	2012～2021年度の10年間で、30万本植樹達成	2016年度：5万6,403本 累計20万2,682本	行政(国、県、市町村)と協働で津波で失われた海岸林を再生する植樹活動を実施
	イオンビールのボランティア参加	被災地支援としてグループ従業員のボランティア活動推進	国内連結対象グループ企業	2012～2021年度の10年間で、30万人の従業員ボランティア参加者達成	2016年度：4万1,177人 累計23万7,905人	①被災地での現地ボランティア活動 ②グループ各社が東北に赴かなくても支援できる各社・各地域でのボランティア活動 ③交流を通じた地域課題の課題への支援を目指す「イオン未来共創プログラム」の推進

コミュニティ参画 地域社会への還元

イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン

サポートを必要としているボランティア団体※と、地域の活性化に貢献している団体の活動を「応援したい」という気持ちをお持ちのお客さま。そんな双方の想いを結びつけて、イオンも地域社会の一員としてお手伝いしたい。こうした想いから始まったのが、「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」です。毎月11日の「イオン・デー」にお客さまにお渡しする黄色いレシートを団体名や活動内容が書かれた備えつけの箱に投函いただくことで、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取り組みです。

2016年度は、1,690店舗で実施し、のべ約2万5,300団体に総額3億3,118万円相当の品物を寄贈。KPIとして定めている「レシートの投函率 GMS企業20%以上、SM・DS企業15%以上の店舗の割合」は、実施店舗全体の54.2%となりました。

2001年にキャンペーンを開始して以降、16年間に支援した団体はのべ約26万7,900団体、累計贈呈相当額は31億1,540万円にのびります。

また、2012年からイオン中国で、2015年からイオンタイランド、イオンカンボジアでも当キャンペーンを開始しています。

今後も、より多くのお客さまにレシートを投函いただけるよう、キャンペーン参加のお声かけや、ボランティア団体の皆さまに店内で活動を紹介いただくなど、積極的な取り組みを進めていきます。

※ ボランティア団体の活動内容が、以下の5つの分野のいずれかにあてはまる必要があります。

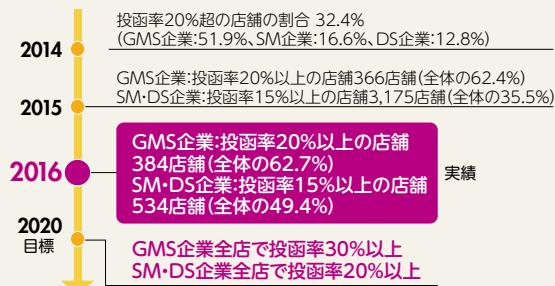
1. 福祉の増進を図る活動
2. 環境保全・環境学習の推進を図る活動
3. 街づくりの推進を図る活動
4. 文化・芸術の振興を図る活動
5. 子どもの健康と安全の増進を図る活動

● 黄色いレシートキャンペーンの仕組み



KPIの2016年度実績・今後の目標

「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」の投函率



Voice

イオンリテール株式会社
イオン船橋店
環境・社会貢献担当
大森 紀代美



「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」は地域の皆さまとの「絆」と「助け合い」の素晴らしさを感じることができ、大変やりがいを感じています。いつも「団体さまとともに」という気持ちで取り組んでいます。団体さまには、毎月11日の「イオン・デー」に店頭でのPR活動にご協力いただいています。これからも地域や活動への想いでつながりながら、協力し合える関係を続けていきます。

クリーン&グリーン活動

イオンは、店舗周辺の街並みの美化に積極的に取り組んでいます。1991年から実施している「クリーン&グリーン活動」は、従業員がボランティアで店舗付近の公園や河川敷、公共施設などを清掃する取り組みで、2001年からは毎月11日の「イオン・デー」に、店舗はもとより、本社・事業所でも実施しています。

「クリーン&グリーン活動」の一環として、「イオン ふるさとの森づくり」で植えた木々の植栽帯内のごみの収集や雑草の除去も行っています。

ご当地WAONの発行

イオンの店舗はもちろん、全国約28万6,000カ所以上の加盟店で使えるイオンの電子マネー「WAON」。イオンは、日本各地の自治体との連携のもと、ご利用金額の一部が地域社会への貢献につながる※「ご当地WAON」の発行を日本全国で行っています。

「ご当地WAON」を通じた地域貢献の内容は、各地の環境保全、観光振興や文化的資産の保存から、スポーツ振

興、動物愛護に関するものまでさまざまです。2017年2月末現在、126種類の地域色豊かな「ご当地WAON」が発行されており、これまでの累計寄付金額は約9億8,000万円となりました。

イオンは、お客さまに便利にご利用いただける電子マネー「ご当地WAON」を通じて、地域への貢献を積極的に推進していきます。

※ 一部カードを除きます

● ご当地WAON(一例) 2017年2月末現在



包括連携協定の締結

イオンは、日本各地の自治体と協働し、特産品の拡販や防災・健康・福祉・環境保全の推進、「ご当地WAON」などを活用した商業・観光の振興など、さまざまな分野で双方が有する資源を有効に活用するための協定締結を進めています。2010年6月の大阪府との締結を皮切りに、2017年2月末現在、1道2府41県16政令市42市町と協定を締結しています。

これにより、例えば、各地域で災害が発生した場合に、要請に応じて物資の供給や避難場所の提供などを行うほか、イオンの店舗での特産品フェアや観光PR、地域の食材を使ったお弁当の共同開発などを実施。地域の活性化や生活サービスの向上などにつなげるべく、さまざまな取り組みを行っています。



締結式(かほく市)

地域産業の活性化、郷土の食文化の継承を支援

イオンは、地域経済への貢献や食文化などの伝統を継承する活動に取り組んでいます。

漁業協同組合との直接取引

イオンは、より鮮度の高い水産物をお客さまにお届けするとともに、日本の魚食文化の継承を目的として、2008年から漁業協同組合との直接取引を行っています。2017年2月末までに、4つの漁業協同組合※と直接取引を行っています。

2013年7月からは、「朝獲れ鮮魚」の提供を開始。朝に水揚げされた鮮魚をその日の午後には店頭に並べることで、新鮮な魚をご家庭でお楽しみいただいています。魚が苦手なお子さまにもおいしく食べていただくメニュー提案も行っています。

また、水揚げした魚を冷凍保存し、旬の時期以外にもおいしい魚を提供する計画凍結の取り組みも開始しました。旬の時期に獲れたのどぐろをすり身加工したり、市場には出荷できない規格外の小魚を使ったすり身の商品の販売も実施しています。



漁船一隻が漁獲した鮮魚をイオンがすべて購入

今後も、全国漁業協同組合連合会との対話などを通じて、お客さまに喜ばれ、また水産物流における課題解決にも役立つ取り組みを進めていきます。



「朝獲れ鮮魚」

※ JFしほね、JF広島、JF石川、JF片瀬江の島

「フードアルチザン(食の匠)」活動を推進

イオンは、2001年から、郷土の味を守り続ける日本各地の生産者の皆さまとともに「フードアルチザン(食の匠)」活動を進めています。これは、郷土の食文化を継承することを目的としており、地域の優れた食文化を支える食材や伝統技術(匠の技)を全国へ発信し、保護・保存・ブランド化を進めようとする活動です。

「フードアルチザン」商品は、2017年2月末現在で、1道1府25県、取り扱い37品目となっており、各地の郷土の味を、全国のお客さまにお届けしています。





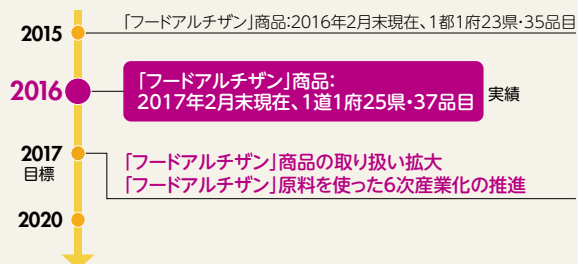
「国分になじん」
群馬県高崎市で栽培されている「国分になじん」。長さ60cmほどと長く、甘く、香りも高い柔らかい食感のになじんです。



「会津みしらず柿」
福島県会津若松市で栽培されています。名前の由来は、徳川時代に将軍に献上した際、「いまだかか美味なる柿を知らず」と賞賛されたことからきています。

KPIの2016年度実績・今後の目標

地域固有産品の取り扱い



イオン社会福祉基金

イオンは、全国の障がい者の方々の方々の自立と社会活動への参加促進、障がい者福祉の向上を図ることを目的に、1977年に「イオン社会福祉基金」を設立しました。この基金は、労使双方が一人当たり毎月50円ずつ(労使双方で100円)を積み立てるもので、「福祉車両の贈呈」「ボランティア活動」を柱とした社会福祉活動を行っています。2017年2月末現在、グループ90社、約6万6,240人の従業員が加入しています。

2016年度は、新規出店に際し、近隣地域の障がい者福祉施設に福祉車両を贈呈。基金設立からこれまでに贈呈した福祉車両はのべ75台になります。また、ボランティア活動として、全国約1,000の施設を訪問し、クリスマス会などへの参加を通じて施設の方々との交流を図りました。これまでに訪問した施設はのべ約1万1,110施設となりました。



福祉車両贈呈式

防災協定の締結

イオンは、店舗で働く従業員に、常に地域の一員として行動するよう求めています。それは災害時も同様で、万一の際に地域の皆さまのお役に立てるよう、地方自治体への協力支援を約束する「防災協定」の締結を日本各地で進めています。

2017年5月現在、全国で約750カ所の自治体と防災協定を結んでおり、災害時には救援物資を提供したり、避難場所として駐車場スペースを提供したりすることになっています。ほかにも共同で防災訓練を実施するなど、地域の防災活動に協力し、連携強化も進めています。

「バルーンシェルター」の導入

地震などの災害に遭遇した時に備えて、イオンでは2004年から緊急避難用大型テント「バルーンシェルター」の導入を進め、全国のショッピングセンターを中心に合計29カ所にテントを配備しています(2017年2月末現在)。軽量で運びやすいため、緊急時には近隣の拠点に配備したテントを被災地に運び込むことができます。



バルーンシェルター
専用の送風機でふくらませるだけで、40分程度で簡単にできあがり、2基1セットで約100人が横になれる収容能力を持っています。

コミュニティ参画 次代を担う人材育成

イオン チアーズクラブ

小学1年生から中学3年生までの子どもたちを対象に、環境学習や体験の場を提供する「イオン チアーズクラブ」。イオン各店舗の近隣に住む子どもたちが月に1回程度集まり、店舗の従業員のサポートのもと、「環境」に関するさまざまな活動に取り組んでいます。

2016年度のテーマは「動物」。全国で約450クラブ、約7,800人の子どもたちが活動に参加しました。また、2016年7月に沖縄で、8月に北海道で開催された第6回「イオン チアーズクラブ全国大会」に、各地区大会で上位入賞した計50クラブ・235人が集まり、各クラブが1年間の学習成果を発表し、自然体験プログラムに取り組みました。

また、「動物」をテーマとした教育プログラムとして、グループ企業のイオンペット(株)との協働プログラムを実施。

日本のペット事情や人と動物が共生できる社会について、イオンペット(株)が地元の行政機関などと協力して、ワンちゃん・ネコちゃんに新しい家族を見つけるお手伝いをする「LIFE HOUSE」という活動について学びました。このプログラムには全国で7店舗のチアーズクラブのメンバー約80人が参加しました。

2017年度は、「ゴミ・リサイクル」をテーマに活動を実施する予定です。



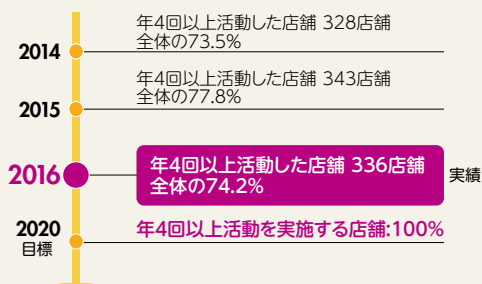
店舗近隣で昆虫を観察



畑で生きものを観察

KPIの2016年度実績・今後の目標

「イオン チアーズクラブ」の活動回数



中国・ASEANでの展開

2012年からイオンマレーシアで、2014年からイオン中国でも「イオン チアーズクラブ」活動を開始しています。

イオンマレーシアでは約30クラブ、約1,600人、イオン中国では約60クラブ、約1,600人の子どもたちが活動に参加しています。

農業体験プログラムを実施

2012年より、チアーズクラブに所属する子どもたちを対象に「エコ農業体験プロジェクト」を実施しています。これは、全国の「トップバリュ」の生産地を子どもたちが訪れ、野菜の収穫や包装作業などの農業体験を通じて、環境に配慮した野菜づくりや安全・安心のための工夫、おいしさへのこだわりについて楽しみながら学ぶことを目的としています。2016年度は、のべ42店舗のチアーズクラブのメンバーなど534人が参加し、19産地で合計26回開催。2016年度までの累計では112産地で開催、4,856人が参加しました。

また2016年度より、農作物の成長する過程を一貫して学ぶ「イオン チアーズクラブ ファーマーズプログラム」を新たに開始しました。初年度はグループ企業のイオンアグリ創造(株)が運営するイオン三重いなべ農場と、イオン兵庫三木里脇農場で計7回実施し、6クラブのべ127人が参加しました。

2017年度は開催エリアを拡大し、全国6エリアで実施します。



サラダ白菜の根の動きについて学習

イオン すくすくラボ

子育て世代を対象に、「イオン すくすくラボ」を2007年度から毎年実施しています。イオンのショッピングセンターなどで、子育てに関する有識者を講師に迎えた子育て支援セミナーを行うとともに、日本の童謡・唱歌を親子でいっしょに歌い、親子のふれあいや歌い継がれてきた童謡・唱歌の大切さを考える機会を提供しています。

2016年度は、国内4カ所で開催し、大人394人、お子さま263人の合計657人の方にご参加いただき、2017年3月末までの累計開催数は46回、累計参加人数は約9,300人となりました。

2017年度は、全国3カ所で開催する予定です。



筑波大学医学医療系教授 徳田克己先生による子育てセミナー



由紀さおりさん、安田祥子さん姉妹による童謡コンサート

トップバリュ お米プロジェクト

お米づくりを通じて、自然の恵みや食の大切さを子どもたちに知ってほしいという思いから「トップバリュ お米プロジェクト」を4県4校で行っています。各地の農業協同組合や、行政、教育委員会などの協力のもと、それぞれの県で地域に合わせた活動を行い、田植えから稲刈り、お米の店頭販売までを小学生に体験してもらう、お米づくりを通じた食育活動を続けています。

滋賀県速水小学校では、ニゴロブナの稚魚を田んぼで育成するなど、生き物のいのちを守り育て続けることの大切さも学んでいます。

滋賀県、秋田県での活動は2017年度で10年目を迎えます。



お米の販売体験
(佐賀県赤松小学校)



ニゴロブナの観察会
(滋賀県速水小学校)



稲刈り体験
(秋田県協和小学校)



お米の販売体験
(岩手県波民小学校)

イオンおよび公益財団法人イオンワンパーセントクラブの次世代育成の取り組み

乳幼児から大学生までの各ライフステージで子どもたちの成長を支援する多彩なプログラムを提供しています。

「イオン
すくすくラボ」
▶P.145 / 157



「イオン チアーズクラブ」
▶P.144 / 154



「ティーンエイジ・
アンバサダー」
▶P.155



「イオン
スカラシップ」
▶P.156



「アジア学生交流
環境フォーラム」
▶P.159



乳幼児

小学生

中学生

高校生

大学生

「トップバリュ
お米プロジェクト」
▶P.146



「中学生
環境作文
コンクール」
▶P.154



「イオン eco-1
グランプリ」 ▶P.154



「アジア・ユース
リーダーズ」
▶P.156



ペットボトルキャップ回収キャンペーン

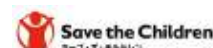
イオンは2008年から、店頭でお客さまからペットボトルキャップを回収しています。キャップはリサイクル資源として換金し、3つの国際支援団体※1に寄付し、アジアの途上国の子どもたちを支援する活動に役立てていただいています。

2016年度は、約3億8,312万個※2のペットボトルキャップの売却金491万8,131円を寄付しました。この寄付金は、それぞれの団体を通じて、ワクチン、栄養給食、図書として、アジアの子どもたちに届けていただきます。

- ※1 3つの国際支援団体:
公益財団法人 プラン・インターナショナル・ジャパン
公益社団法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン
認定NPO法人 世界の子どもにワクチンを 日本委員会
- ※2 回収期間:2016年3月1日～2017年2月28日



ベトナムの子どもたちに栄養給食を支給
©Save the Children in Vietnam



図書の取り扱いについて
トレーニングを受けるベトナムの子どもたち
©プラン・インターナショナル



ラオスのモン族の
子どもたちへのワクチン接種
©JCV



2016年度募金活動

活動名称	活動期間	実施箇所数	全国募金額	イオン1%クラブからの寄付金	総額	贈呈先
ミャンマー学校建設支援募金	2016年4月2日 ～4月15日	6,525カ所	689万2,752円	5,110万7,248円	5,800万円	特定非営利活動法人 ADRA Japan(アドラ・ジャパン)
24時間テレビ39募金	2016年6月11日 ～9月4日	1万2,641カ所	2億9,765万7,897円	—	2億9,765万7,897円	公益社団法人 24時間テレビチャリティー委員会
イオン・ユニセフ セーフフォー ターキャンペーン募金	2016年10月4日 ～10月30日	6,781カ所	1,233万1,492円	1,320万5,092円	2,553万6,584円	公益財団法人 日本ユニセフ協会
アジア障がい者支援募金	2016年11月5日 ～12月4日	8,134カ所	1,555万8,751円	1,555万8,751円	3,111万7,502円	特定非営利活動法人 難民を助ける会(AAR Japan)
「グラウンドを作ろう」プロジェ クト支援募金(地区限定)	2017年1月28日 ～2月28日	346カ所	342万1,560円	—	342万1,560円	特定非営利活動法人 Charity.org(チャリティオルグ)
障がい者ものづくり応援募金	2017年2月11日 ～3月12日	7,850カ所	1,798万9,762円	1,798万9,762円	3,597万9,524円	特定非営利活動法人 難民を助ける会(AAR Japan)
合計金額			3億5,385万2,214円	9,786万853円	4億5,171万3,067円	

緊急支援募金活動

活動名称	活動期間	実施箇所数	全国募金額	イオン1%クラブからの寄付金	イオン(株)および グループ各社からの寄付金	総額	贈呈先
熊本地震緊急支援募金・第1弾	2016年4月15日 ～4月24日	8,683カ所	1億7,606万9,640円	1億円	—	2億7,606万9,640円	熊本県
熊本・大分地震緊急支援募金・ 第2弾	2016年4月25日 ～6月22日	1万120カ所	※1 2億6,475万779円	—	※2 6,869万8,535円	3億3,344万9,314円	熊本県・大分県
平成28年台風10号大雨被害 緊急支援募金(地区限定)	2016年9月3日 ～9月20日	354カ所	409万8,096円	1,000万円	—	1,409万8,096円	岩手県
イタリア中部地震緊急支援募金 (イタリアフェア実施企業)	2016年9月6日 ～10月2日	957カ所	882万2,751円	1,000万円	※3 463万7,921円	2,346万672円	駐日イタリア大使館
北海道 8月台風被害緊急支援 募金(地区限定)	2016年9月8日 ～9月25日	174カ所	379万6,599円	500万円	—	879万6,599円	北見市・池田町・ 芽室町・清水町・ 新得町・幕別町・ 南富良野町(1市6町)
糸魚川市における大規模火災 被害緊急支援募金(地区限定)	2016年12月24日 ～2017年1月9日	1,567カ所	628万3,220円	—	371万6,780円	1,000万円	新潟県
合計金額			4億6,382万1,085円	1億2,500万円	7,705万3,236円	6億6,587万4,321円	

- ※1 WAONポイント募金含む
※2 「熊本・大分復興支援 イオン 黄色いレシートキャンペーン」によるグループ各社からの寄付
※3 「イタリアフェア」対象商品売上額の1%を寄付

継続的な募金活動

活動名称	活動期間	お客さまと従業員からの募金額	累計募金額	贈呈先
赤い羽根募金	2016年10月1日 ～12月31日	1,939万6,703円	2億9,386万4,704円	社会福祉法人 中央共同募金会

「平成28年熊本地震」への対応

～東日本大震災での経験を踏まえた取り組み～

2016年4月14日以降、熊本県と大分県で相次いで発生した「平成28年熊本地震」は、最大震度7を記録し、甚大な被害をもたらしました。被災された皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

イオンは東日本大震災での経験を踏まえ、「くらしのライフライン」である小売業の使命を果たすために、グループの総力を結集して被災地の復旧・復興に全力で取り組みました。

「地域社会の一員」として

●包括協定に基づき緊急支援物資を提供

各自治体との包括協定(▶P.143)に基づき、イオングループの商品調達力や物流網を活用し、地震発生直後より、被災エリアの熊本県、熊本市、大津町、御船町、大分県や、経済産業省、陸上自衛隊、日本赤十字社など計11団体からの約530万個の緊急支援物資要請を受託し、生活必需品をお届けしました。

輸送を円滑かつ迅速に進めるために、「緊急物資の輸送に関する覚書」を締結している日本航空(株)や陸上自衛隊、各自治体など外部パートナーと連携。日本航空(株)には搭



載便を手配いただき、発災から5日間で計49便を利用し、緊急支援物資や店舗販売用商品を空輸しました。

●一時避難場所を提供

本震が発生した4月16日、熊本県益城郡御船町からの要請を受け、日本航空(株)のご協力のもと、緊急避難用大型テント「バルーンシェルター(▶P.144)」を羽田空港から長崎空港へ空輸しました。避難場所である御船町ふれあい広場までは、長崎県の陸上自衛隊にトラック輸送にご協力いただき、グループ企業のイオンディライト(株)がバルーンシェルターを設置し、迅速に一時避難場所を提供しました。



「地域の生活インフラ」として

●一刻も早い営業再開を目指して

被災された地域の皆さまに一日も早く普段の生活を取り戻していただくために、イオンはグループ一体となって営業再開を目指しました。地震発生直後は、熊本県・大分県内の84店舗が営業を見合わせ、または部分営業となりましたが、グループ各社の従業員1,017人が被災地入りし、グループをあげて営業再開に取り組みました。



●移動販売の実施・仮設店舗の開店

幹線道路の復旧が見込めなかった熊本県阿蘇村へ、5月20日から7月13日まで移動販売を実施しました。また、熊本県内最大の仮設住宅団地となる熊本県益城町の「テクノ仮設団地」内に、仮設店舗を9月6日に開店しました。



●その他の取り組み

イオンフィナンシャルサービス(株)によるイオン銀行の移動ATM(現金自動預け払い機)の設置や、イオンペット(株)による被災したペットのケアなど、グループの総合力をいかした支援に取り組みました。



「全国に店舗を展開する企業」として

●復興応援特別企画を開催

被災地の生産者の皆さまを、全国のお客さまとともに応援したいという想いのもと、5月下旬に全国の「イオン」「イオンスタイル」約510店舗で、復興応援特別企画「熊本・大分のおいしいもので応援!」を開催しました。



●募金活動

4月14日から5月31日まで、「熊本地震 緊急支援募金」を全国のイオングループの店舗・事業所で実施しました。イオン(株)からの拠出金、海外のグループ企業での募金、「WAONポイント募金」とあわせて、熊本県・大分県に合計5億4,082万419円を寄付しました。



●イオン 黄色いレシートキャンペーン

5月29日・30日の2日間、被災地の一日も早い復旧・復興を願う、全国のお客さまの想いをお届けするため「熊本・大分復興支援 イオン 黄色いレシートキャンペーン」を全国の「イオン」「イオンスタイル」「イオンスーパーセンター」など約600店舗で実施しました。お客さまに投函いただいたレシート合計金額の1%相当額の6,869万8,535円を熊本県・大分県に寄付しました。



●障がい者の皆さまの「ものづくり」を応援

2016年8月、イオンワンパーセントクラブは「平成28年熊本地震」によって被害を受けた障がい者就労支援事業所の支援に役立てていただくため、支援金3,000万円を熊本県社会就労センター協議会に贈呈しました。

この度の地震で、熊本県内の障がい者就労支援事業所では建物や生産設備の破損などの被害が発生しました。支援金を熊本県内の障がい者就労支援事業所計51カ所にお届けし、設備の修理・修繕など、障害者の皆さまが「ものづくり」に励む環境の整備に役立てていただきます。また、障がい者の皆さまによって生産された産品が、より多くのお客さまの手に届くよう、イオングループ各社が販路の確保・提供の支援も行います。

こうした支援を通じ、障がい者の皆さまの自立と社会参画のさらなる促進を願うとともに、被災地の未来へ向けた持続的な発展に貢献していきます。

「イオン 心をつなぐプロジェクト」第2期(2016年度)の活動報告

2012年3月に発足した「イオン 心をつなぐプロジェクト」。2021年までの10年間、イオンの全従業員が経営活動で得た多様な資源をいかして、創造性を発揮し、東日本大震災の復興に貢献することを目指しています。

2015年度から2017年度の第2期は、東北の被災地における社会的課題を「持続可能な地域共同体の再生」と捉え、地域交流型の支援活動「イオン 未来共創プログラム」を地域社会と協働して取り組みます。プロジェクトの活動による学びやネットワークが、イオンの「地域産業の活性化」につながるよう進めていきます。

「イオン 心をつなぐプロジェクト」10年プロジェクト

第1期 初期的構築期

目標：プロジェクトをグループ内に周知し浸透させる

- NPOなどと連携し、その時々々の現地ニーズに合わせ計画的に生活再建の応援活動を行う
- 1年を通じて同じ地域へ定期的にイオンピープルが訪れ、地元の人々とのつながりを構築

2012

2013

2014

第2期 自立拡大期

目標：地域の人々との交流によって、グループ企業・労使が一つの地域と関係を持ち、長期にわたって寄り添い、継続的な支援を実践する

2015

「イオン 東北復興ふるさとの森づくり」

第1期の取り組み概要

- 岩手・宮城・福島の前線部での植樹活動
- 植樹活動を通じて地域の皆さまと交流し、自然豊かなふるさとが復興することを目指す



第2期の取り組み概要

- 東北各地での植樹活動を通じた地域間交流を推進
- 樹木に限らず、果樹や花木を植樹し、産業や観光の振興を支援
- 地域の皆さまの心の拠り所となっている鎮守の森の再生や、津波被害にあった駅前広場への植樹を実施

「被災地へのボランティア派遣」

第1期の取り組み概要

- 2012年度に岩手県陸前高田市、2013年度から福島県南相馬市で活動し、現在も継続
- 多くのイオンピープルが被災地を訪れ、現場を肌身で感じ汗を流しボランティア活動を実施
- 地域の皆さまの想いに寄り添うことができるよう努める



第2期の取り組み概要

- 原発事故による避難生活から、地域再生に向かう福島県浜通りでの活動を通じ、被災地の問題を現場で確認
- 活動を通じ、イオンピープルがそれぞれの社会生活や仕事にこの体験をいかしていく

「イオン 未来共創プログラム」

- 東北被災地における社会的課題を「持続可能な地域共同体の再生」と捉え、地域交流型の支援活動「イオン 未来共創プログラム」に被災地*とグループ各社が共同で取り組む

「グループ各社が実施するボランティア活動」

第1期の取り組み概要

- グループ各社に「推進責任者」を置き、被災地での現地研修を継続して実施
- グループ各社・労使が各社独自の活動を展開
- 「東北復興マルシェ」の実施やドキュメンタリー映画「うたごころ」の各地での上映などを通じ、プロジェクトのスタートを社内外に発信



第2期の取り組み概要

- グループ各社が東北の復興創生のために、遠方からでもできる支援を継続して推進
- グループ各社が被災地復興創生を自主的・自立的に考え、地域とのつながりを模索し支援を進める

「イオン 心をつなぐプロジェクト」

●基本コンセプト

イオンの理念である「平和」「人間」「地域」に基づき、全世界のイオンピープルが、イオンの経営活動で得た多様な資源をいかして、創造性を発揮し、創発的取り組みとして、東日本大震災の復興に貢献する。イオンピープルにとって、この体験はイオンの理念を体現し体感する機会であるとともに、人間としての成長の機会となる。ひるがえってそれは、商人（ビジネスパーソン）としての成長でもある。



●復興支援の目的

人と人とのつながりを持ち、人と自然、自然と産業が共存する持続可能な地域共同体の復興をサポートする。

●プロジェクトのビジョン

私たちはイオンの理念「平和」「人間」「地域」と「復興支援の目的」を重ね合わせて、その実現に向けて「やりたいこと」「できること」を主体的に考え、創造し、行動し、被災地の再生復興に立ち上がる地域の人々に寄り添うように貢献し続ける。

- グループ企業・労使は、交流によって学んだこと、自らの想いや特長をいかし、被災地に貢献できることを主体的に創造し、活動する
- キーコンセプトは「交流と創造」

第3期 整理充実期

目標：プロジェクトの成果を体系化し活用へと結びつける

- 事前防災を含めた、減災への備えとライフラインとしての危機管理意識の深耕
- 東北地域の再生は、日本社会の再生と同じ意味であり、この実践活動を通じ会得した知見を資源としていかしていく

2016

2017

2018

2019

2020

2021



2016年4月
相馬松川浦海岸防災林 植樹祭



2016年3月
早馬神社 鎮守の森づくり 植樹祭

2017年2月末現在の支援実績

被災地での植樹本数

202,682 本

2021年度までの支援目標

300,000 本



2016年10月
第3回ボランティア活動

2017年2月末現在の支援実績

被災地ボランティアに参加した従業員数

のべ 3,100 人

※岩手県、宮城県、福島県の6地域

- 1.岩手県釜石市大槌町
- 2.岩手県遠野市米通り
- 3.宮城県気仙沼市大島
- 4.宮城県丸森町
- 5.福島県浪江町二本松
- 6.福島県南相馬市小高



2016年9月～
岩手県釜石市大槌町での未来共創プログラム



2016年12月 復興支援クリスマスイベント「サンタが100人やってきた!」(イオンリテール(株)東海・長野カンパニー・イオン九州(株)・イオンクレジットサービス(株))



2016年8月 「陸前高田七夕まつり体験学習2016」((株)カスミ)

2017年2月末現在の支援実績

各地・各社でのボランティアに参加した従業員数

のべ 234,805 人

2021年度までの支援目標

300,000 人

※被災地ボランティア参加の従業員数も含む



「にぎわい東北—つなげよう、ふるさとのチカラ」 2016年度の主な東北応援活動

イオンは東日本大震災発生直後から、被災地を支援するさまざまな取り組みを実施してきました。震災から1年となる2012年3月には、「3.11復興への願いをカタチに」をスローガンに被災地の復旧・復興を支える活動を開始。震災から5年が経過した2016年3月からは、「復興支援」から次のステージの「地域（ふるさと）の創生」を目指し、東北の元気を日本中、世界中につないでいこうと「にぎわい東北」の取り組みを始めています。「にぎわい」あふれる東北の未来をつくりたいという想いのもと、4つの方針を柱に、これから東北の創生に向けて皆さまとともに歩んでいきます。

東北の創生に向けた4つの方針

- ① 事業を通じた地域産業の活性化
- ② 雇用の創出と働きやすい環境づくり
- ③ 地域の未来を“ともにつくる”
環境・社会貢献活動
- ④ 安全・安心にくらせるまちづくり

1. 事業を通じた地域産業の活性化

東北をいままで以上に活気あふれる場所にするために、東北の生産者が育む素晴らしい商品の数々を、地元はもちろん、東北のお客さまや全国のお客さま、そして世界のお客さまへとつなぎ、元気のサイクルを回していくプロジェクトを進めています。

「にぎわい東北フェア」の開催で東北製品の販路を拡大

東北を中心としたグループ企業が、東北製品の販路拡大を目指し、「にぎわい東北フェア」を企画。2017年3月には、イオンレイクタウン店で福島フェア、イオン板橋店で宮城フェア、イオン熱田店で塩竈フェア、イオン名取店で岩手フェアを開催しました。



2017年3月 イオン板橋店での宮城フェア

2. 雇用の創出と働きやすい環境づくり

被災地域へ出店することで、雇用を創出します。

また、事業所内に保育施設を設置するなど、子育て中の従業員も含め、誰もが働きやすい環境づくりに取り組みます。

「イオンモール名取」に事業所内保育施設を開設

他地域からの移住などにより、待機児童の増加傾向が見られる名取市の状況を鑑み、2016年秋に「イオンモール名取」に事業所内保育施設「イオンゆめみらい保育園」を開園しました。今後も、地域の皆さまが安心して働ける環境づくりに努めます。



他地域のイオンゆめみらい保育園の様子

3. 地域の未来を“ともにつくる”環境・社会貢献活動

「イオン 心をつなぐプロジェクト」(P.150)の活動など、地域の方々とともに環境・社会貢献活動に取り組み、東北の創生やまちづくり、子どもたちのすこやかな成長に寄与していきます。

東北応援「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」

岩手・宮城・福島の被災された方々を、全国のお客さまとともに応援すべく、毎月11日に実施している「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」を、毎年3月は9～11日に拡大し実施しています。期間中、お客さまから投函していただいたレシート合計金額の1%を寄付。2017年春までに同キャンペーンを通じて被災地に贈られた累計寄付金額は8億1,592万円にのびります。



「東北復興支援WAON」を通じて子どもたちを支援

2012年5月、ご利用金額の0.1%を岩手・宮城・福島3県の被災された子どもたちの「くらし」と「学び」を応援する育英基金に寄付する、「東北復興支援WAON」を発行。2017年春までに、計2,589万3,683円を寄付しました。



4. 安全・安心にくらせるまちづくり

東日本大震災の経験をもとに、防災体制を強化し、安全・安心にくらせるまちづくりを目指します。

防災拠点の拡大

イオンは災害時にショッピングセンターを防災拠点として利用していただけるよう、全国の店舗において、自家発電施設などエネルギー供給体制を確保するなどの安全対策を強化しています。現在33カ所の拠点整備が完了しており、2020年までに100カ所の整備を目指します。

社外からの表彰一覧(2016年度)

日付	タイトル
2016年 3月	厚生労働大臣認定マーク「えるぼし」を取得(イオン北海道(株))
2016年 5月	厚生労働大臣認定マーク「えるぼし」を取得(イオンモール(株)、(株)イオンファンタジー)
2016年 6月	厚生労働大臣認定マーク「えるぼし」「プラチナくるみん」をダブル認定(イオン(株))
2016年 6月	厚生労働大臣認定マーク「えるぼし」を取得(イオンリテール(株))
2016年 7月	「日経BP社 環境ブランド調査2016」 2016年総合ランキング第4位
2016年 7月	「しずおかWAON」が富士山麓の植生保全などの取り組みが公益への貢献として認められ紺綬褒章を受章(イオンリテール(株)、マックスバリュ東海(株))
2016年 9月	「ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックス」の「ワールド・インデックス」および「アジア・パシフィック・インデックス」の構成銘柄にダブル選定(イオン(株))
2016年 10月	第3回「ファザー・オブ・ザ・イヤーinみえ」“イクボスさん、いらっしやい!”部門の大賞を受賞(イオンビッグ(株) ザ・ビッグエクストラ玉城店 副店長)
2016年 10月	日本初のLGBT指標「PRIDE指標」でシルバーを受賞(イオン(株)、トップバリュコレクション(株))
2016年 11月	「ちばイクボス同盟アワード2016」で「イクボス」として表彰(ミニストップ(株)海外事業本部 海外事業部 部長)
2016年 12月	トップバリュfururiが第13回「エコプロダクツ大賞」優秀賞を受賞(イオントップバリュ(株))
2016年 12月	伊勢志摩サミット三重県民会議の事業を支援する取り組みが認められイオングループ8社が三重県で紺綬褒章を受章(イオン(株)、(株)イオン銀行、イオンクレジットサービス(株)、イオンディライト(株)、イオンモール(株)、イオンリテール(株)、マックスバリュ中部(株)、ミニストップ(株))
2016年 12月	イオンと花王による「トローラーの中継輸送」の取り組みが経済産業省の定める「グリーン物流パートナーシップ優良事業者表彰」において「経済産業大臣表彰」を受賞(イオン(株))
2016年 12月	イオンマレーシアのイオン ふるさとの森づくりが「VOLUNTEER MALAYSIA AWARDS 2016」Private Sectorで“Best Volunteer Initiative”を受賞(イオン(株)、AEON CO.(M)BHD.)
2017年 1月	小売グループで初めて食品安全マネジメント規格「JFS-E-C」認証を取得(イオン(株)、イオンフードサプライ(株))
2017年 2月	「イオン環境・社会報告書」が第20回「環境報告優秀賞」を受賞(イオン(株))
2017年 2月	経済産業省と日本健康会議が共同で新たに開始した「健康経営優良法人(ホワイト500)」で認定(イオン(株)、イオンリテール(株))
2017年 3月	日本政策投資銀行の環境格付において最高ランクを取得、小売業として特別表彰を初受賞(イオン(株))
2017年 3月	事業継続マネジメントシステムの国際基準「ISO22301」認証を取得(イオン(株))
2017年 5月	日経WOMANと日経ウーマノミクス・プロジェクトの共同調査で「女性が活躍する会社Best100 2017」において「女性活躍推進度1位」表彰(イオン(株))



■海外 ■日本

主な環境保全活動・社会貢献活動

1965	岡崎オカダヤ開店時に1,000本の桜を岡崎市に寄贈	日本の総合小売業で初めて、環境省と「循環型社会構築に向けた取り組みに関する協定」締結
1977	「ジャスコ社会福祉基金(現イオン社会福祉基金)」設立	イオンワンパーセントクラブ、「イオン すくすくラボ」開始
1979	「財団法人岡田文化財団(現公益財団法人岡田文化財団)」設立	CO ₂ の排出削減目標について日本企業で初めて具体的数値を定めた「イオン温暖化防止宣言」を策定
1989	「イオングループ1%クラブ(現公益財団法人イオンワンパーセントクラブ)」創設	「日本縦断 イオン・グリーンキャンペーン」実施
1990	「地球にやさしいジャスコ委員会」発足	「ペットボトルキャップ回収キャンペーン」スタート
	イオンワンパーセントクラブ、「小さな大使(現ティーンエイジアンバサダー)」事業開始	「小学生の田んぼ活動」開始
	「財団法人イオングループ環境財団(現公益財団法人イオン環境財団)」設立	2009 「トップバリュ」7品目9種類で「カーボンフットプリント」表示商品を試験販売
1991	「イオン ふるさとの森づくり」スタート 1号店「ジャスコマラッカ店(現イオンマラッカSC)」(マレーシア)	イオン環境財団、「生物多様性日本アワード」創設
	「クリーン&グリーン活動」開始	「日本気候リーダーズ・パートナーシップ(Japan-CLP)」に設立メンバーとして参加
	「買物袋持参運動」実験開始	コンビニエンスストアとして日本で初めて「FSC®認証」を取得した店舗を出店
	「店頭リサイクル(食品トレーの回収)運動」実験開始	2010 「イオン生物多様性方針」を策定
1992	「イオン ふるさとの森づくり」日本1号店としてジャスコ新久居店(現イオン久居店)で植樹祭実施	イオンワンパーセントクラブ、「アセアン大学交流フォーラム(現アジア ユースリーダーズ)」、「イオン・ユニセフ セーフウォーターキャンペーン」開始
1993	有機栽培などによる農作物を自社ブランド「グリーンアイ(現トップバリュ グリーンアイ)」として展開開始	イオン環境財団、北京「万里の長城植樹」で累計植樹本数100万本を達成
1994	「ハートビル法(2006年12月よりリアフリー新法)」に基づき独自の「イオンハートビル設計規準」を作成。ハートビル法認定1号店のジャスコ南方店オープン	イオン環境財団、「生物多様性みどり賞」創設
1995	「リターナブルコンテナ・リユースハンガー」導入	2011 「イオン サステナビリティ基本方針」策定
1996	「環境委員会」発足	「イオン自然冷媒宣言」発表
1997	「ジャスコこどもエコクラブ(現イオン チアーズクラブ)」発足	2012 KPI策定
1998	イオン環境財団、「万里の長城・森の再生プロジェクト」1回目の植樹を実施	イオン環境財団、「アジア学生交流フォーラム」開始
2000	「マイバスケット・マイバッグ運動」開始	イオンワンパーセントクラブ、「イオン eco-1グランプリ」開始
	エコロジーショップ「SELF+SERVICE」展開開始	エコストア12号店「イオンモール船橋」オープン
	「ISO14001」を全社一括で認定取得	「サステナブル経営委員会」設置
2001	イオン株式会社に社名変更、「イオン・デー」開始	「イオンのecoプロジェクト」開始
	「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」スタート	「イオン 心をつなぐプロジェクト」開始
	イオンワンパーセントクラブ、「学校建設支援」事業開始	2013 スマートイオン1号店「イオンモール八幡東」オープン
2002	国土交通省の「ボランティア・サポート・プログラム」とタイアップした「イオン・グリーンロード」活動を展開	日本の小売業初、「ISO50001」取得
2003	「バイオマス包装資材」採用開始	累計植樹本数が1,000万本を突破
	「イオンサプライヤーCoC」制定	2014 「イオン持続可能な調達原則」「イオン水産物調達方針」策定
2004	「地球温暖化防止に関する基本方針」策定	ASC認証商品の取り扱いを開始
	国連が提唱する「グローバル・コンパクト」への参加を表明	スマートイオン7号店「イオンモール木更津」オープン
	イオン(株)、トップバリュのサプライヤー管理とイオン本社業務において「SA8000」認証取得	「グローバル枠組み協定」締結
	「トップバリュ フェアトレードコーヒー」販売開始	2015 スマートイオン8号店「イオンモール沖縄ライカム」9号店「イオンモール四條畷」オープン
2005	エコストア1号店「イオン千種SC(現イオンタウン千種)」オープン	イオンモール幕張新都心事業所内「イオンゆめみらい保育園」が千葉市の認可取得
2006	日本の総合小売業で初めて、MSC認証商品の加工・流通のライセンスCoC認証(「MSC-CoC」)を店舗とセンターで取得。MSC認証された魚介類の販売開始	国内プライベートブランド商品初「完全養殖本まぐろ」販売を開始
	イオンワンパーセントクラブ、「イオン スカラシップ」開始	2016 イオンの植樹活動25周年
2007	食品売場のレジ袋無料配布の中止をジャスコ東山二条店(現イオン東山二条店)より開始	スマートイオン10号店「イオンモール堺鉄砲町」オープン
		トップバリュグリーンアイから「オーガニック」、「ナチュラル」、「フリーフロム」が発売

公益財団法人の取り組み

イオンは、事業活動を通じた環境・社会貢献の取り組みとともに、「公益財団法人イオンワンパーセントクラブ」「公益財団法人イオン環境財団」による環境・社会貢献活動を推進しています。

公益財団法人イオンワンパーセントクラブ

公益財団法人 イオンワンパーセントクラブ

「お客さまからいただいた利益を、地域社会のため、未来のために正しく使う企業でありたい」という想いのもと、「イオンワンパーセントクラブ」を1989年に設立しました。「次代を担う青少年の健全な育成」「諸外国との友好親善の促進」「地域社会の持続的発展」を柱とした活動に取り組んでいます。イオングループ主要各社が、税引き前利益の1%を同財団に寄付しています。

次代を担う青少年の健全な育成

イオン チアーズクラブ

小学1年生から中学3年生までの子どもたちを対象に、環境学習や体験の場を提供する「イオン チアーズクラブ」。子どもたちが月に1回程度集まり、「環境」に関するさまざまな活動に取り組んでいます。

2016年度のテーマは「動物」。全国で約450クラブ、約7,800人の子どもたちが活動に参加しました。また、2016年7月に沖縄で、8月に北海道で、第6回「イオン チアーズクラブ全国大会」を開催。各地区大会で上位入賞した計50クラブ・235人が集まり、各クラブが1年間の学習成果を発表し、自然体験プログラムに参加しました。

2017年度は、「ゴミ・リサイクル」をテーマに活動を実施する予定です。



昆虫を観察



畑で生きものを観察

「中学生環境作文コンクール」の入選者を対象に、 「生物多様性研修 in 屋久島」を実施

全国の中学生を対象に、「中学生環境作文コンクール」を実施し、コンクールの上位入賞者を環境問題や生物多様性について学ぶ研修に招待しています。これまでに、環境先進国であるドイツや、豊かな自然が残るオーストラリア・タスマニア島などで研修を実施してきました。

2014年度・2015年度に引き続き2016年度も、世界自然遺産に認定されている鹿児島県熊毛郡屋久島町で本研修を実施しました。コンクールの上位入賞者35人に加え、マレーシアで「イオン チアーズクラブ」の活動を行っている子どもたちの中から選抜された4人の中学生も参加。樹齢1,000年を超える屋久杉をはじめ、原生の天然林が現存する屋久島の豊かな自然を体感しながら、生物多様性について学ぶさまざまなプログラムを実施しました。



大川の滝の前で

イオン eco-1 (エコワン) グランプリ

高校生の優れたエコ活動を顕彰する「イオン eco-1 グランプリ」。環境活動に取り組む全国の高校が成果発表と情報共有を行う場です。地球の未来を担う若者たちが、環境問題について考え、行動するきっかけとなることを願い、2012年にスタートしました。

グランプリ大会のほか、活動を継続的に応援するエコの環(わ)スクール登録制度や気軽に始められる「イージー・エントリー制度」などを通じ、エコ活動の普及を目指しています。



地元の名産品である瓢箪(ひょうたん)でグリーンカーテンを作製。(2016年度グランプリ校 岐阜県立大垣養老高等学校)



最優秀校に贈られた「内閣総理大臣賞」

学校建設支援事業

「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、教育施設の整備が遅れているアジア5カ国において、2000年より学校建設支援を行っています。全国のお客さまから寄せられた募金とイオンワンパーセントクラブからの拠出金を活用し、これまでにネパール、ベトナム、ラオス、ミャンマー、カンボジアの5カ国で合計401校の学校を開校しました。開校した学校では、約37万人の子どもたちが学んでいます。

校舎の建設はもちろん、給水施設の整備のほか、教員の養成など、ソフト面での支援も行っています。開校式では、由紀さおりさん・安田祥子さん姉妹による童謡コンサートや、日本から参加したお客さまと喜びを分かち合う交流会を行っています。

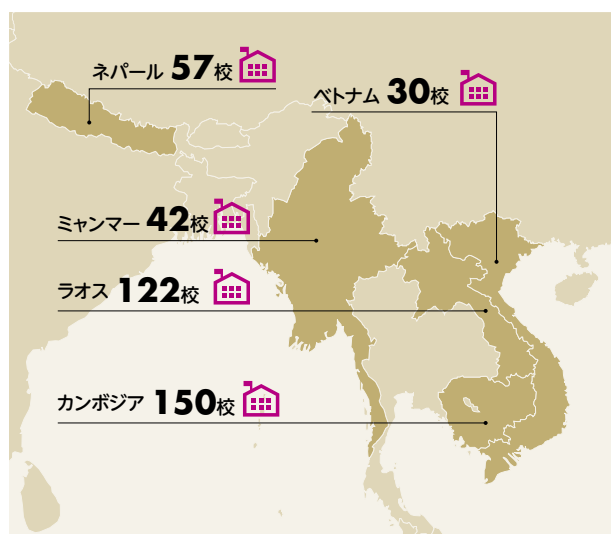
2017年度は、ミャンマーとカンボジアで建設支援を実施予定です。



新しい教室に笑顔がこぼれる子どもたち
(ベトナム)



紙風船や折り紙を通じ生徒と交流する
日本からのお客さま(ミャンマー)



イオン ユニセフ セーフウォーター キャンペーン

カンボジア、ラオス、ミャンマーの一部地域では、衛生的な水の確保が難しく、不衛生な池の水や、健康を害する恐れのある物質を含んだ地下水が生活用水として使われています。また、遠方への水汲みに時間をとられ、学校で学べない子どもたちもいます。同キャンペーンは、こうした子どもたちを健康・教育の両面でサポートするため2010年にスタートしました。日本ユニセフ協会を通じ、お客さまからの募金とイオンワンパーセントクラブからの拠出金が、安全な水の供給や給水施設の設置に役立てられています。これまでに、ミャンマー、ラオス、カンボジアの3カ国で約49万3,000人の方々が安全な水を飲めるようになるとともに、水汲みなどの労働が軽減され、多くの子どもたちが学校に通えるようになっていきます。



安全な水が使える手洗い場を設置(ミャンマー)

2017年度は、カンボジアとミャンマーにおいて支援を実施する予定です。

諸外国との友好親善の促進

ティーンエイジ アンバサダー

「ティーンエイジ アンバサダー(小さな大使)」事業は、日本と海外の高校生が互いの国を訪問し、国際的な相互理解と親交を深める交流プログラムです。文化や伝統、生活習慣の異なる同世代の若者たちが、「大使活動」「交流活動」「歴史・文化活動」の3つの活動を通じて交流します。同事業は、1990年より毎年実施しているもので、これまでに日本を含む18カ国2,256名が参加。2009年には、過去の参加者を世界各国から日本に招致し同窓会を実施するなど、日本と海外の国々をつなぐ友好の輪が広がっています。

●日本 アセアン ティーンエイジ アンバサダー

1990年にマレーシアと実施した第1回「ティーンエイジ アンバサダー」事業以来、インドネシア、カンボジア、タイ、フィリピン、ベトナム、ミャンマー、ラオスも含めたアセアン8カ国と交流を行っています。各国でのプログラムでは、イオンワンパーセントクラブが建設を支援した学校への訪問や、日本国内での募金活動を通じて支援している国際NGOの

公益財団法人イオンワンパーセントクラブ

福祉施設の視察など、事業の枠組みを越えた活動を実施し、訪問国の社会状況について理解を深める機会を提供しています。2016年度はミャンマー・ベトナムとの交流を行いました。2017年度は、インドネシア、カンボジアの高校生との交流を予定しています。



ミャンマー連邦共和国教育省の副大臣を表敬訪問

●日本 中国 ティーンエイジ アンバサダー

中国との「ティーンエイジ アンバサダー」事業は、2009年に行った北京市との交流において、同市政府ならびに両国の参加生徒から高い評価を受けました。以来、中国外交部や北京市政府、在日中国大使館などの協力のもと、日中間のさらなる友好親善に寄与すべく、武漢や青島にも交流エリアを拡大し、毎年実施しています。これまでに、日本と中国から合計1,050名の高校生たちが小さな大使として友情の絆を築いてきました。

同事業は、日中国交正常化45周年を記念する周年行事として外務省より認定されています。



日本の高校で授業を体験する中国人高校生(東京)

アジア ユースリーダーズ

「アジア ユースリーダーズ」は、アジア各国の若者たちが一堂に会し、開催国の社会問題をテーマに、視察や専門家によるレクチャーのあと、ディスカッションを行うプログラムです。異なるバックグラウンドを持つインドネシア、タイ、中国、日本、ベトナム、マレーシア6カ国の学生たちが、英語を共通言語として議論を重ね、問題への解決策を模索することで、グローバル感覚や、互いの価値観を認め合う姿勢を養います。

2017年度は、「食と健康」をテーマに日本で開催する予定です。



バンコクの水質環境向上を目指すキャンペーン案を練る学生たち



バンコク都政府へ提言書を提出

イオン スカラシップ

「イオン スカラシップ」は、アジア各国の大学生および日本で学ぶアジアの私費留学生を対象とした給付型奨学金制度です。将来、それぞれの専門分野で、日本と祖国の架け橋となり活躍してほしいとの願いのもと、2006年にスタートしました。年間を通じた経済的支援のほか、日本で学ぶ奨学生を対象に、さまざまな研修カリキュラムやボランティア活動などの機会を提供し、グローバル人材への成長を目指す学生たちをサポートしています。各国で開催する認定証授与式では、奨学生が自らの夢と目標を語るスピーチ発表が行われます。

これまでに支援した奨学生は7カ国34大学5,047人にのぼります。

2017年度は、日本、中国、アセアン各国にて授与式を開催する予定です。



認定証を手に笑顔を見せるタイの学生たち

地域社会の持続的発展

ふるさと未来支援

イオンワンパーセントクラブでは、地域社会の一員として、未来の子どもたちへ受け継ぐべき伝統文化や歴史風土の普及に取り組むとともに、地域でくらす人々が絆を深める機会を提供し、よりよいコミュニティづくりを支援します。

●地域社会行事支援

地域に根づく伝統文化や歴史の継承を目指し、全国のお祭りや市民行事を支援しています。2016年度は33件の行事を支援したほか、「見る・使う・楽しむ・買う」をテーマに、伝統的工芸品をより身近に感じられるイベント「伝統的工芸品展」の開催を支援しました。



さんさ踊り(盛岡市)

●ふるさと発見伝

次代を担う子どもたちに「ふるさと」の魅力を再認識してもらいたいとの願いのもと、全国の神社や名所旧跡などを舞台に、女優の浅野温子さんによる地域民話の「よみ語り」を実施しています。2012年に東北の復興支援事業として始まり、そののち、開催エリアを拡大し、現在では全国各地で地域の中

学生を招待しています。2016年は岩手県陸前高田市の黒崎神社と長野県の戸隠神社において開催しました。2017年度は東北地方と山陰地方での開催を予定しています。



神社に祀られている神様のお話を披露
(浜松市 五社神社諏訪神社)



©東海新報社
表情豊かに熟演する浅野温子さん

●イオン すくすくラボ

子育て世代を対象に、「イオン すくすくラボ」を2007年度から毎年実施しています。日本各地で、子育てに関する有識者を講師に迎えた子育て支援セミナーを行うとともに、日本の童謡・唱歌を親子でいっしょに歌い、親子のふれあいや歌い継がれてきた童謡・唱歌の大切さを考える機会を提供しています。

2016年度は、国内4カ所で開催し、大人394人、お子さま263人の合計657人の方にご参加いただき、2017年3月末までの累計開催数は46回、累計参加人数は約9,300人となりました。

2017年度は、全国3カ所で開催する予定です。



筑波大学医学医療系教授 徳田克己先生による子育てセミナー



由紀さおりさん、安田祥子さん姉妹による童謡コンサート

●食と農業支援

食と農業支援は、農業活性化に取り組む団体と連携し、日本の未来の「食」と「農業」の担い手を応援する取り組みです。従事者の減少や高齢化、食料自給率の低下など、さまざまな要因のもとで転換期を迎える農業の振興を図るべく、2016年にスタートしました。初年度は、女性や若者などによる革新的な農業アイデアを顕彰するグランプリや、大学生が主体となった農業サミットなどの開催を支援しました。2017年度は農業活性化に取り組む団体への支援を継続して行います。



大地の力 コンペ表彰式の様子

災害復興支援

イオンワンパーセントクラブは、被災地の復興と、さらなる発展を願っています。大規模災害により被災した方々が、日常生活を一日でも早く取り戻せるよう、復旧・復興を支援しています。また、東日本大震災の被災地において、未来へのさらなる発展を支える取り組みを行っています。

●福島キッズ森もりプロジェクト

東日本大震災以降、外遊び不足・自然体験不足が案じられている福島県の子どもたちを、森林セラピーの先進地として知られる長野県信濃町や同町黒姫の「アフアの森」に招待しています。身体を動かし、自然と親しむ機会を子どもたちに提供するプログラムです。



「アフアの森」で自然とふれあう福島の子どもたち

●緊急復興支援金

国内外で発生した災害の被災地において、復興活動にお役立ていただくため、迅速な緊急支援金の拠出を行っています。

2016年度は、熊本地震、イタリア中部地震、台風10号(岩手県・北海道)の被災地に対して緊急支援金を拠出しました。



イタリア大使館での贈呈式

●障がい者ものづくり応援募金

東北の復興と活性化を支援するため、2011年にスタートした取り組みです。寄附金は「認定NPO法人難民を助ける会」を通じ、岩手県・宮城県・福島県の障がい者就労支援事業所に届けられ、障がい者の方々のさらなる自立と社会参加の支援に役立てられています。

また、2016年よりアジア各国の障がい者の方々を対象にした募金活動もスタートしました。



お菓子を製造する事業所



公益財団法人 イオン1%クラブ
<http://aeon1p.or.jp/1p/>

公益財団法人 イオン環境財団

イオンは、環境保全活動を積極的に展開するとともに、同じ志を有する各団体への支援・助成の実施を目的として、「イオン環境財団」を1990年に設立しました。世界各地における植樹活動に加え、生物多様性の保全や環境分野における人材育成など、地域の皆さまとともに、さまざまな環境保全活動を実施しています。

イオン環境財団の植樹活動

イオン環境財団は、各国政府や地方自治体と協力し、自然災害などで荒廃した森を再生させることを目的として、日本はもとよりアジアを中心とした世界各地で植樹活動を行っています。

2016年度は、国内では千葉県千葉市、北海道厚真町、宮城県亘理町、大分県竹田市、愛知県岡崎市にて、海外では、カンボジア・プノンペン、ミャンマー・ヤンゴン、中国・北京市密雲、ベトナム・ハノイにおいて植樹活動を実施しました。

2017年度は、国内では北海道厚真町、福島県いわき市、宮城県亘理町、大分県竹田市、千葉県千葉市、沖縄県糸満市にて、海外ではカンボジア・プノンペン、ミャンマー・ヤンゴン、中国・北京市密雲、ベトナム・ハノイにおいて植樹活動を実施します。



北海道 厚真町での植樹活動
(2016年7月2日)



宮城県 亘理町での植樹活動
(2016年10月1日)



カンボジア・プノンペンでの植樹活動
(2016年6月11日)



ミャンマー・ヤンゴンでの植樹活動
(2016年7月16日)

環境活動への助成

イオン環境財団は1990年の設立以来、開発途上国および日本国内で、生物多様性の保全とその持続可能な利用のために活動する団体に助成を行っています。

2016年度は日本国内外で、植樹や森林整備、砂漠化防止、里地・里山・里海の保全、湖沼・河川の浄化、野生生物の保護、絶滅危惧生物の保護などを行う99の団体に9,797万円の助成を行いました。累計では2,744の団体に助成を行い、助成総額は24億9,700万円となりました。

2017年度も、継続して環境活動への助成を実施します。



NPO法人イカオ・アコ 現地高校生とともにいったフィリピンでの植林活動

生物多様性保全活動を顕彰

イオン環境財団は、生物多様性の保全と持続可能な利用の推進を目的として、2009年に国内賞の「生物多様性日本アワード」を、また翌年には国際賞の「The MIDORI Prize for Biodiversity(生物多様性みどり賞)」を創設しま



アルフォンソ・アギーレ・ムニョス氏
(メキシコ)



ユーリ・ダーマン氏
(ロシア)



ヴァンダナ・シヴァ氏(インド)



笑顔を見せる受賞者たち

した。これら2つアワードでは、隔年で優れた取り組みを顕彰しています。

2016年度の第4回「生物多様性アワード みどり賞」(国際賞)は、アルフォンソ・アギーレ＝ムーニョス氏(メキシコ)、ユーリ・ダーマン氏(ロシア)、ヴァンダナ・シヴァ氏(インド)の3氏が受賞しました。

2017年度は、第5回「生物多様性日本アワード」(国内賞)を実施します。

環境教育の推進

アジア学生交流環境フォーラム

2011年に「国連生物多様性の10年」がスタートしたことを契機に、2012年度から、「アジア学生交流環境フォーラム(ASEP)」を開催しています。本フォーラムは、グローバルなステージで活躍する環境分野の人材育成を目的としており、アジア各地の大学生が集まり、各国の自然環境や歴史・文化、価値観の違いを学びながら生物多様性について意見を交換するものです。

第5回となる2016年度は、「生物多様性と叡智」をテーマに、王立ポンペン大学(カンボジア)、清華大学(中国)、インドネシア大学(インドネシア)、早稲田大学(日本)、高麗大学校(韓国)、マラヤ大学(マレーシア)、ベトナム国家大学ハノイ校(ベトナム)計84名の学生が日本で開催されたフォーラムに参加しました。

フォーラムでは、環境保全や自然との共生のあり方についてディス



フォーラムに参加した学生たち(早稲田大学大隈講堂前)
(2016年8月3日)

カッションを重ね、北海道の知床でフィールドワーク、有識者からの講義や地域の方々へのインタビューなどを実施しました。

2017年度は、「生物多様性と再生」をテーマに日本で開催いたします。

太陽光発電システムを小中学校に寄贈

イオン環境財団は、再生可能エネルギー活用の啓発・普及および環境について学ぶ教材として役立てていただくことを目的に、小中学校への太陽光発電システムの寄贈を2009年から行ってまいりました。2016年までに、日本、マレーシア、ベトナム、中国の合計40校に寄贈しました。

2017年度は中国武漢市の小中学校合計5校へ寄贈いたします。



中国進出20周年を記念して太陽光発電システムを寄贈(武漢市光谷第九小学校)
(2016年10月16日)



公益財団法人 イオン環境財団

<https://www.aeon.info/ef/>

GRIガイドライン対照表

一般標準開示項目

戦略および分析

項目	指標	掲載箇所
G4-1	組織の持続可能性の関連性と組織の持続性に取り組むための戦略に関して、組織の最高意思決定者（CEO、会長またはそれに相当する上級幹部）の声明	・トップメッセージ
G4-2	主要な影響、リスクと機会	・トップメッセージ ・イオングループのCSR ・特集1 バリューチェーンにおけるCSRの推進 ・特集2 ステークホルダーダイアログ ・リスクマネジメント

組織のプロフィール

項目	指標	掲載箇所
G4-3	組織の名称	・イオングループの概要
G4-4	主要なブランド、製品およびサービス	・イオングループの概要
G4-5	組織の本社の所在地	・イオングループの概要 ・裏表紙
G4-6	組織が事業展開している国の数、および組織が重要な事業所を有している国、報告書中に掲載している持続可能性のテーマに特に関連のある国の名称	・イオングループの概要
G4-7	組織の所有形態や法人格の形態	・イオングループの概要
G4-8	参入市場（地理的内訳、参入セクター、顧客および受益者の種類を含む）	・イオングループの概要
G4-9	組織の規模	・イオングループの概要
G4-10	・雇用契約別および男女別の総従業員数 ・雇用の種類別、男女別の総正社員数 ・従業員・派遣労働者別、男女別の総労働力 ・地域別、男女別の総労働力 ・組織の作業の相当部分を担う者が、法的に自営業者と認められる労働者であるか否か、従業員や請負労働者（請負業者の従業員とその派遣労働者を含む）以外の者であるか否か ・雇用者数の著しい変動（例えば観光業や農業における雇用の季節変動）	・イオングループの概要
G4-11	団体交渉協定の対象となる全従業員の比率	・労働組合の状況
G4-12	組織のサプライチェーン	—
G4-13	報告期間中に、組織の規模、構造、所有形態またはサプライチェーンに関して重大な変更が発生した場合はその事実を報告	—

外部イニシアティブへのコミットメント

G4-14	組織が予防的アプローチや予防原則に取り組んでいるか否か、およびその取り組み方	・リスクマネジメント ・コンプライアンス ・イオンサプライヤーCoC（取引行動規範） ・「トップバリュ」の品質管理
G4-15	外部で作成された経済、環境、社会憲章、原則あるいはその他のイニシアティブで、組織が署名または支持したものを一覧表示	・イオングループのCSR
G4-16	（企業団体など）団体や国内外の提言機関で、会員資格を一覧表示	—

特定されたマテリアルな側面とバウンダリー

項目	指標	掲載箇所
G4-17	・組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっているすべての事業体の一覧 ・組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっている事業体のいずれかが報告書の掲載から外れていることはないか	・イオングループの概要
G4-18	・報告書の内容および側面のバウンダリーを確定するためのプロセス ・組織が「報告内容に関する原則」をどのように適用したか	・イオングループのCSR
G4-19	報告書の内容を確定するためのプロセスで特定したすべてのマテリアルな側面の一覧	・イオングループのCSR
G4-20	各マテリアルな側面について、組織内の側面のバウンダリー	・2016年度重点課題1～7のKPI進捗状況
G4-21	各マテリアルな側面について、組織外の側面のバウンダリー	—
G4-22	過去の報告書で提供した情報を修正再記述する場合には、その影響および理由	・第三者監査実施工場数
G4-23	スコープおよび側面のバウンダリーについて、過去の報告期間からの重要な変更	該当なし

ステークホルダー・エンゲージメント

項目	指標	掲載箇所
G4-24	組織がエンゲージメントしたステークホルダー・グループの一覧	・イオングループのCSR
G4-25	組織がエンゲージメントしたステークホルダーの特定および選定基準	・編集方針 ・イオングループのCSR

G4-26	ステークホルダー・エンゲージメントへの組織のアプローチ方法（種類別、ステークホルダー・グループ別のエンゲージメント頻度など）、またエンゲージメントを特に報告書作成プロセスの一環として行ったものか否か	・特集2 ステークホルダー・ダイアログ
G4-27	ステークホルダー・エンゲージメントにより提起された主なテーマや懸念、およびそれに対して組織がどう対応したか（報告を行って対応したものを含む）。また主なテーマや懸念を提起したステークホルダー・グループ	・特集2 ステークホルダー・ダイアログ

報告書のプロフィール

項目	指標	掲載箇所
G4-28	提供情報の報告期間（会計年度、暦年など）	・編集方針
G4-29	最新の発行済報告書の日付	・編集方針
G4-30	報告サイクル（年次、隔年など）	・編集方針
G4-31	報告書またはその内容に関する質問の窓口	・裏表紙

GRI内容索引

G4-32	・組織が選択した「準拠」のオプション ・選択したオプションのGRI内容索引 ・報告書が外部保証を受けている場合、外部保証報告書の参照情報	・GRIガイドライン対照表
-------	--	---------------

保証

G4-33	・報告書の外部保証に関する組織の方針および現在の実務慣行 ・サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基準 ・組織と保証の提供者の関係 ・最高ガバナンス組織や役員が、組織のサステナビリティ報告書の保証に関わっているか否か	—
-------	---	---

ガバナンス

項目	指標	掲載箇所
ガバナンスの構造と構成		
G4-34	・組織のガバナンス構造（最高ガバナンス組織の委員会を含む） ・経済、環境、社会影響に関する意思決定の責任を負う委員会があれば特定	・コーポレートガバナンス ・CSR推進体制
G4-35	最高ガバナンス組織から役員や他の従業員へ、経済、環境、社会テーマに関して権限委譲を行うプロセス	・CSR推進体制
G4-36	組織が、役員レベルの地位にある者を経済、環境、社会テーマの責任者として任命しているか、その地位にある者が最高ガバナンス組織の直属となっているか否か	・CSR推進体制
G4-37	ステークホルダーと最高ガバナンス組織の間で、経済、環境、社会テーマについて協議するプロセス。協議が権限移譲されている場合は、誰に委任されているか、最高ガバナンス組織へのフィードバック・プロセスがある場合はそのプロセス	・コーポレートガバナンス
G4-38	最高ガバナンス組織およびその委員会の構成	・コーポレートガバナンス
G4-39	最高ガバナンス組織の議長が執行役員を兼ねているか否か（兼ねている場合は、組織の経営における役割とそのような人事の理由）	・コーポレートガバナンス
G4-40	・最高ガバナンス組織とその委員会のための指名・選出プロセス ・最高ガバナンス組織のメンバーの指名や選出で用いられる基準	・コーポレートガバナンス
G4-41	最高ガバナンス組織が、利益相反が排除され、マネジメントされていることを確実にするプロセス。ステークホルダーに対する利益相反に関する情報開示の実施状況	・コーポレートガバナンス

目的、価値、戦略の設定における最高ガバナンス組織の役割

G4-42	経済、環境、社会影響に関わる組織の目的、価値、ミッション・ステートメント、戦略、方針、および目標、策定、承認、更新における最高ガバナンス組織と役員の役割	・CSR推進体制
-------	--	----------

最高ガバナンス組織の能力およびパフォーマンスの評価

G4-43	経済、環境、社会テーマに関する最高ガバナンス組織の集会的知見を発展・強化するために講じた対策	・CSR推進体制
G4-44	・最高ガバナンス組織の経済、環境、社会テーマのガバナンスに関わるパフォーマンスを評価するためのプロセス。当該評価の独立性が確保されているか否かおよび評価の頻度。また当該評価が自己評価であるか否か。 ・最高ガバナンス組織の経済、環境、社会テーマのガバナンスに関わるパフォーマンスの評価に対応して講じた措置	・イオングループのCSR

リスク・マネジメントにおける最高ガバナンス組織の役割

G4-45	・経済、環境、社会影響、リスクと機会の特定、マネジメントにおける最高ガバナンス組織の役割（デュー・デリジェンス・プロセスの実施における最高ガバナンス組織の役割） ・ステークホルダーとの協議が、最高ガバナンス組織による経済、環境、社会影響、リスクと機会の特定、マネジメントをサポートするために活用されているか否か	・リスクマネジメント
G4-46	組織の経済、環境、社会的テーマに関わるリスク・マネジメント・プロセスの有効性をレビューする際に最高ガバナンス組織が負う役割	・リスクマネジメント
G4-47	最高ガバナンス組織が実施する経済、環境、社会影響、リスクと機会のレビューを行う頻度	—

GRIガイドライン対照表

サステナビリティ報告における最高ガバナンス組織の役割		
G4-48	組織のサステナビリティ報告書の正式なレビューや承認を行い、すべてのマテリアルな側面が取り上げられていることを確認するための最高位の委員会または役職	・CSR推進体制
経済、環境、社会パフォーマンスの評価における最高ガバナンス組織の役割		
G4-49	最高ガバナンス組織に対して重大な懸念事項を通知するためのプロセス	・リスクマネジメント
G4-50	最高ガバナンス組織に通知された重大な懸念事項の性質と総数、およびその対応と解決のために実施した手段	—
報酬とインセンティブ		
G4-51	最高ガバナンス組織および役員に対する報酬方針	・コーポレートガバナンス
G4-52	報酬の決定プロセス。報酬コンサルタントが報酬の決定に関与しているか否か、また報酬コンサルタントが経営陣から独立しているか否か、報酬コンサルタントと組織の間にこの他の関係がある場合には報告	・コーポレートガバナンス
G4-53	報酬に関するステークホルダーの意見をどのように求め考慮しているか	・コーポレートガバナンス
G4-54	組織の重要事業所があるそれぞれの国における最高給与受給者の年間報酬総額、同じ国の全従業員の年間報酬総額の中央値（最高給与受給者を除く）に対する比率	—
G4-55	組織の重要事業所があるそれぞれの国における最高給与受給者の年間報酬総額の増加率、同じ国の全従業員の年間報酬総額の中央値（最高給与受給者を除く）の増加率に対する比率	—
倫理と誠実性		
項目	指標	掲載箇所
G4-56	組織の価値、理念および行動基準・規範（行動規範、倫理規定など）	・イオンの基本理念 ・イオンサステナビリティ基本方針 ・イオン行動規範
G4-57	倫理的、法的行為や誠実性に関する事項について助言を与えるため組織内外に設けてある制度（電話相談窓口）	・ヘルプラインシステム ・お客さまの声をお聞きする仕組み
G4-58	非倫理的あるいは違法な行為についての懸念や、組織の誠実性に関する事項の通報のために組織内外に設けてある制度（ライン管理職による上申制度、内部告発制度、ホットラインなど）	・ヘルプラインシステム ・お客さまの声をお聞きする仕組み
特定標準開示項目		
項目	指標	掲載箇所
マネジメント手法の開示項目		
G4-DMA	・側面がマテリアルである理由。当該側面をマテリアルと判断する要因となる影響 ・マテリアルな側面やその影響に関する組織のマネジメント方法 ・マネジメント手法の評価	・イオングループのCSR ・特集2 ステークホルダー・ダイアログ ・各重点課題のマネジメントアプローチ
経済		
項目	指標	掲載箇所
側面：経済パフォーマンス		
G4-EC1	創出、分配した直接的経済価値	・イオングループの概要
G4-EC2	気候変動によって組織の活動が受ける財務上の影響、その他のリスクと機会	・CO ₂ 排出削減に貢献する商品の開発・販売
G4-EC3	確定給付型年金制度の組織負担の範囲	—
G4-EC4	政府から受けた財務援助	—
側面：地域での存在感		
G4-EC5	重要事業拠点における地域最低賃金に対する標準最低給与との比率（男女別）	—
G4-EC6	重要事業拠点における、地域コミュニティから採用した上級管理職の比率	—
側面：間接的な経済影響		
G4-EC7	インフラ投資および支援サービスの展開と影響	・特集1 バリューチェーンにおけるCSRの推進 ・「スマートイオン」の展開 ・コミュニティ参画
G4-EC8	著しい間接的な経済影響（影響の程度を含む）	—
側面：調達慣行		
G4-EC9	重要事業拠点における地元サプライヤーへの支出の比率	—
環境		
項目	指標	掲載箇所
側面：原材料		
G4-EN1	使用原材料の重量または量	・事業活動における環境影響フロー
G4-EN2	使用原材料におけるリサイクル材料の割合	—

側面:エネルギー		
G4-EN3	組織内のエネルギー消費量	・事業活動における環境影響フロー
G4-EN4	組織外のエネルギー消費量	—
G4-EN5	エネルギー原単位	・エネルギー効率の向上
G4-EN6	エネルギー消費の削減量	・エネルギー効率の向上
G4-EN7	製品およびサービスが必要とするエネルギーの削減量	—
側面:水		
G4-EN8	水源別の総取水量	・事業活動における環境影響フロー
G4-EN9	取水によって著しい影響を受ける水源	—
G4-EN10	リサイクルおよびリユースした水の総量と比率	—
側面:生物多様性		
G4-EN11	保護地域の内部や隣接地域または保護地域外の生物多様性価値の高い地域に所有、賃借、管理している事業サイト	該当なし
G4-EN12	保護地域や保護地域外の生物多様性価値の高い地域において、活動、製品、サービスが生物多様性に対しておよび著しい影響の記述	・生物多様性の保全
G4-EN13	保護または復元されている生息地	・持続可能な調達方針・2020年目標 ・イオン森の循環プログラム ・店舗での取り組み ・イオン環境財団の植樹活動
G4-EN14	事業の影響を受ける地域に生息するIUCNレッドリストおよび国内保全種リスト対象の生物種の総数。これらを絶滅危険性のレベルで分類する	該当なし
側面:大気への排出		
G4-EN15	直接的な温室効果ガス (GHG) 排出量 (スコープ1)	・温室効果ガス排出量
G4-EN16	間接的な温室効果ガス (GHG) 排出量 (スコープ2)	・温室効果ガス排出量
G4-EN17	その他の間接的な温室効果ガス (GHG) 排出 (スコープ3)	・スコープ3排出量
G4-EN18	温室効果ガス (GHG) 排出原単位	・CO ₂ 排出量の削減
G4-EN19	温室効果ガス (GHG) 排出量の削減量	—
G4-EN20	オゾン層破壊物質 (ODS) の排出量	—
G4-EN21	NOX、SOX、およびその他の重大な大気排出	—
側面:排水および廃棄物		
G4-EN22	水質および排出先ごとの総排水量	—
G4-EN23	種類別および処分方法別の廃棄物の総重量	・事業活動における環境影響フロー ・店舗・商品における廃棄物ゼロの取り組み
G4-EN24	重大な漏出の総件数および漏出量	該当なし
G4-EN25	パーゼル条約2付属文書I、II、III、VIIIに定める有害廃棄物の輸送、輸入、輸出、処理重量、および国際輸送した廃棄物の比率	—
G4-EN26	組織の排水や流出液により著しい影響を受ける水域ならびに関連生息地の場所、規模、保護状況および生物多様性価値	—
側面:製品およびサービス		
G4-EN27	製品およびサービスによる環境影響緩和の程度	・エコストア(「スマートイオン」)の開発 ・電気自動車充電ステーションの設置 ・CO ₂ 排出削減に貢献する商品の開発・販売 ・持続可能な資源使用 ・店舗・商品における廃棄物ゼロの取り組み ・お客さまとともに取り組む廃棄物削減
G4-EN28	使用済み製品や梱包材のリユース、リサイクル比率 (区分別)	・リターナブルコンテナの使用 ・店舗での資源回収による廃棄物削減
側面:コンプライアンス		
G4-EN29	環境法規制の違反に関する高額罰金の額、罰金以外の制裁措置の件数	該当なし
側面:輸送・移動		
G4-EN30	製品の輸送、業務に使用するその他の物品や原材料の輸送、従業員の移動から生じる著しい環境影響	・物流での見える化の推進
側面:環境全般		
G4-EN31	環境保護目的の総支出と総投資 (種類別)	・環境会計
側面:サプライヤーの環境評価		
G4-EN32	環境クライテリアにより選定した新規サプライヤーの比率	—
G4-EN33	サプライチェーンにおける著しいマイナス環境影響 (現実的、潜在的なもの)、および行った措置	・イオンサプライヤーCoC
側面:環境に関する苦情処理制度		
G4-EN34	環境影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度を通じて申立、対応、解決を行ったものの件数	該当なし

GRIガイドライン対照表

社会

項目	指標	掲載箇所
労働慣行とディーセント・ワーク		
側面：雇用		
G4-LA1	従業員の新規雇用者と離職者の総数と比率（年齢、性別、地域による内訳）	—
G4-LA2	派遣社員とアルバイト従業員には支給せず、正社員に支給する給付（主要事業拠点ごと）	—
G4-LA3	出産・育児休暇後の復職率と定着率（男女別）	・安全で働きやすい職場づくり ・ワークライフバランスの確保
側面：労使関係		
G4-LA4	業務上の変更を実施する場合の最低通知期間（労働協約で定めているか否かも含む）	—
側面：労働安全衛生		
G4-LA5	労働安全衛生プログラムについてモニタリング、助言を行う労使合同安全衛生委員会に代表を送る母体となっている総労働力の比率	・「安全衛生委員会」を開催 ・労働組合の状況
G4-LA6	傷害の種類と、傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤の比率および業務上の死亡者数（地域別、男女別）	—
G4-LA7	業務関連の事故や疾病発症のリスクが高い労働者数	—
G4-LA8	労働組合との正式協定に定められている安全衛生関連のテーマ	・「グローバル枠組み協定」を締結
側面：研修および教育		
G4-LA9	従業員一人あたりの年間平均研修時間（男女別、従業員区分別）	—
G4-LA10	スキル・マネジメントや生涯学習のプログラムによる従業員の継続雇用と雇用終了計画の支援	・従業員の成長を支える教育制度を整備
G4-LA11	業績とキャリア開発についての定期的評価を受けている従業員の比率（男女別、従業員区分別）	・従業員の成長を支える教育制度を整備
側面：多様性と機会均等		
G4-LA12	ガバナンス組織の構成と従業員区分別の内訳（性別、年齢、マイノリティグループその他の多様性指標別）	・ダイバーシティの推進 ・障がい者雇用 ・LGBTに関する研修を実施
側面：男女同一報酬		
G4-LA13	女性の基本給と報酬総額の対男性比（従業員区分別、主要事業拠点別）	—
側面：サプライヤーの労働慣行評価		
G4-LA14	労働慣行クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	—
G4-LA15	サプライチェーンでの労働慣行に関する著しいマイナス影響（現実のもの、潜在的なもの）と実施した措置	・イオンサプライヤーCoC
側面：労働慣行に関する苦情処理		
G4-LA16	労働慣行に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数	・「グローバル枠組み協定」
人権		
側面：投資		
G4-HR1	重要な投資協定や契約で、人権条項を定めているもの、人権スクリーニングを受けたものの総数とその比率	—
G4-HR2	業務関連の人権側面についての方針、手順を内容とする従業員研修を行った総時間（研修を受けた従業員の比率を含む）	・人権研修の実施
側面：非差別		
G4-HR3	差別事例の総件数と実施した是正措置	—
側面：結社の自由と団体交渉		
G4-HR4	結社の自由や団体交渉の権利行使が、侵害されたり著しいリスクにさらされたりしているかもしれないと特定された業務やサプライヤー、および当該権利を支援するために実施した対策	・イオンサプライヤーCoC
側面：児童労働		
G4-HR5	児童労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、および児童労働の効果的な根絶のために実施した対策	・イオンサプライヤーCoC
側面：強制労働		
G4-HR6	強制労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、およびあらゆる形態の強制労働を撲滅するための対策	・イオンサプライヤーCoC
側面：保安慣行		
G4-HR7	業務関連の人権方針や手順について研修を受けた保安要員の比率	—
側面：先住民の権利		
G4-HR8	先住民族の権利を侵害した事例の総件数と実施した措置	—

側面:人権評価		
G4-HR9	人権レビューや影響評価の対象とした業務の総数とその比率	—
側面:サプライヤーの人権評価		
G4-HR10	人権クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	—
G4-HR11	サプライチェーンにおける人権への著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)および実施した措置	・イオンサプライヤーCoC
側面:人権に関する苦情処理制度		
G4-HR12	人権影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数	該当なし
社会		
側面:地域コミュニティ		
G4-SO1	事業のうち、地域コミュニティとのエンゲージメント、影響評価、コミュニティ開発プログラムを実施したものの比率	・特集1バリューチェーンにおけるCSRの推進 ・コミュニティ参画
G4-SO2	地域コミュニティに著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)をおよぼす事業	該当なし
側面:腐敗防止		
G4-SO3	腐敗に関するリスク評価を行っている事業の総数と比率、特定した著しいリスク	—
G4-SO4	腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修	・コンプライアンス教育・研修 ・海外グループ会社への共有・共感活動
G4-SO5	確定した腐敗事例、および実施した措置	該当なし
側面:公共政策		
G4-SO6	政治献金の総額(国別、受領者・受益者別)	—
側面:反競争的行為		
G4-SO7	反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により法的措置を受けた事例の総件数およびその結果	該当なし
側面:コンプライアンス		
G4-SO8	法規制への違反に対する相当額以上の罰金金額および罰金以外の制裁措置の件数	該当なし
側面:サプライヤーの社会への影響評価		
G4-SO9	社会におよぼす影響に関するクライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	—
G4-SO10	サプライチェーンで社会におよぼす著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)および実施した措置	・イオンサプライヤーCoC
側面:社会への影響に関する苦情処理制度		
G4-SO11	社会におよぼす影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度に申立、対応、解決を図ったものの件数	該当なし
製品責任		
側面:顧客の安全衛生		
G4-PR1	主要な製品やサービスで、安全衛生の影響評価を行い、改善を図っているものの比率	・「トップバリュ」の品質管理
G4-PR2	製品やサービスのライフサイクルにおいて発生した、安全衛生に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別)	—
側面:製品およびサービスのラベリング		
G4-PR3	組織が製品およびサービスの情報とラベリングに関して手順を定めている場合、手順が適用される製品およびサービスに関する情報の種類と、このような情報要求事項の対象となる主要な製品およびサービスの比率	・商品情報の表示・開示 ・栄養成分の表示
G4-PR4	製品およびサービスの情報とラベリングに関する規制ならびに自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別)	—
G4-PR5	顧客満足度調査の結果	・お客さまとの対話の仕組み
側面:マーケティング・コミュニケーション		
G4-PR6	販売禁止製品、係争中の製品の売上	該当なし
G4-PR7	マーケティング・コミュニケーション(広告、プロモーション、スポンサー活動を含む)に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別)	該当なし
側面:顧客プライバシー		
G4-PR8	顧客プライバシーの侵害および顧客データの紛失に関して実証された不服申立の総件数	該当なし
側面:コンプライアンス		
G4-PR9	製品およびサービスの提供、使用に関する法律や規制の違反に対する相当額以上の罰金金額	該当なし

会社概要

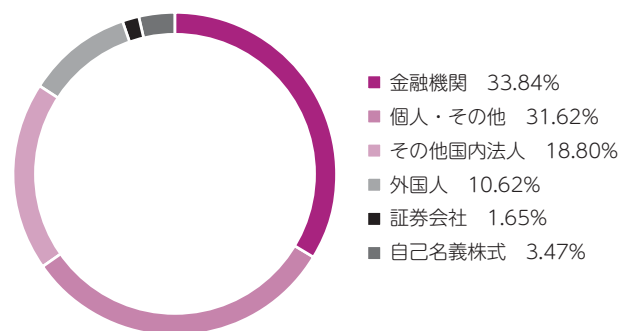
本社所在地	〒261-8515 千葉県千葉市美浜区中瀬1丁目5番地1
代表者	取締役 兼 代表執行役社長 グループCEO 岡田 元也
創業	1758年(宝暦8年)
設立	1926年(大正15年)9月
従業員数	518,997名
決算日	2月末日
定時株主総会	5月末日までに開催
上場証券取引所	株式会社東京証券取引所
会計監査法人	有限責任監査法人トーマツ
株主名簿管理人	〒100-8233 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
株主数	709,325名
発行済株式総数	871,924,572株
URL	https://www.aeon.info/

大株主 (2017年2月末現在)

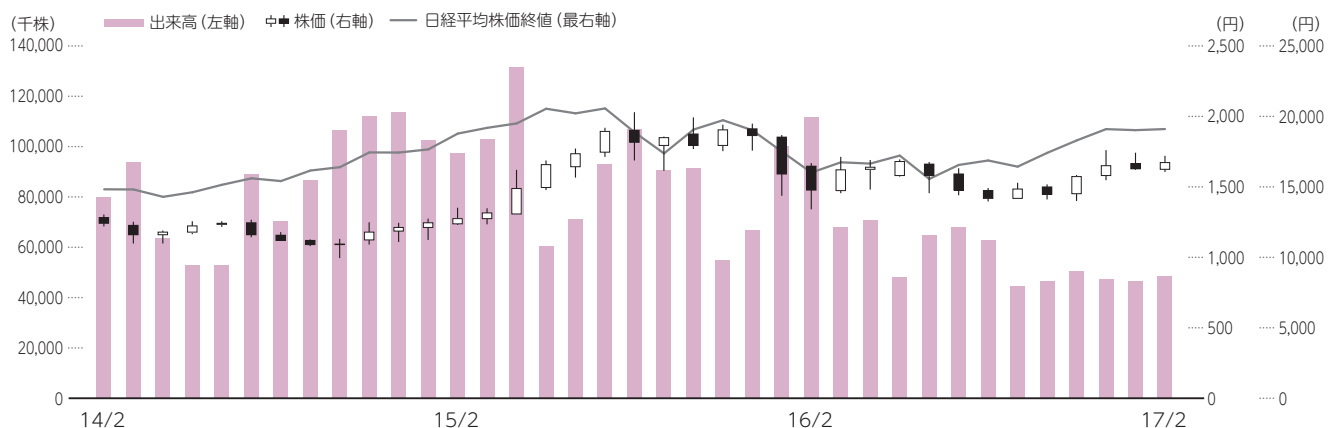
株主名	所有株式数 (千株)	発行済株式総数 に対する所有株式 数の割合 (%)
三菱商事株式会社	40,422	4.80
株式会社みずほ銀行	33,292	3.96
日本マスタートラスト信託銀行 株式会社(信託口)	30,317	3.60
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	25,664	3.05
公益財団法人イオン環境財団	21,482	2.55
公益財団法人岡田文化財団	21,040	2.50
農林中央金庫	18,133	2.15
イオン社員持株会	13,630	1.62
イオン共栄会(野村證券口)	12,073	1.43
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口7)	10,135	1.20

(注1) 所有株式数の割合は自己株式(30,272,244株)を控除して計算しています。
(注2) 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)、日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)、日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口7)の所有株式は、証券投資信託等の信託を受けている株式です。

所有者別株主分布



株価・出来高推移



ウェブサイトのご紹介

本統合報告書に掲載できなかった活動やデータなどは、ウェブサイトに掲載しています。
そのほか、さまざまな情報発信も各サイトで行っています。

コーポレートサイト



<https://www.aeon.info/>

さまざまなステークホルダーの方々に向けた情報を掲載しています。最新の企業情報やリリースは、こちらでご確認ください。

IRサイト



<https://www.aeon.info/ir/>

経営方針や財務・業績情報、株式情報、IR資料などを掲載しています。

環境・社会貢献活動サイト



<https://www.aeon.info/environment/>

環境や社会問題に対する基本方針や具体的な取り組みを掲載しています。

「イオン歴史館」のご紹介

イオン(株)の歴史の中で磨かれ、確立された理念の意義と真髄を伝える「イオン歴史館」。

従業員同伴または事前予約(電話 043-212-6614)にてご入館いただけます。

所在地:
千葉県千葉市美浜区中瀬1丁目5番地1
イオン(株)本社ビル低層棟2階



