

S U S T A I N A B I L I T Y   R E P O R T

**環境・社会活動報告書 2003**

**株式会社 西武百貨店**



ムシカク(別名オオカメノキ) / ハッ岳高原海の口自然郷にて

# 目次

会社概要 ..... 1  
 環境・社会活動のあゆみ ..... 2  
 この報告書の編集方針 ..... 2  
 環境・社会活動に関するインフォメーション ..... 2  
 コミットメント ..... 3  
 全社行動基準 / 環境方針 ..... 4  
 お客さまや地域の方々の声を聴くことが  
 西武百貨店の活動の出発点です。 ..... 5

## エコアクション 2002

西武百貨店の企業活動と環境への影響 ..... 7  
 環境にやさしい店づくりへの取り組み ..... 9  
 2002年度 環境活動トピックス ..... 11

## 環境マネジメント 2002

環境を守る仕組みと活動 ..... 13  
 サイトレポート① 店舗の活動状況 ..... 15  
 サイトレポート② 法人外商部の活動状況 ..... 17  
 環境目標と成果  
 6つの柱 10の取り組み ..... 19  
 2002年度にいただいた表彰・授賞 ..... 21  
 環境会計 ..... 23  
 ISO14001定期審査報告 ..... 24

## 社会責任にもとづく活動

誰もがショッピングを楽しめる店づくり ..... 25  
 社員一人ひとりの手で社会貢献 ..... 25  
 あらゆる社員にとって働きやすい環境づくり ..... 26  
 能力を磨き自らキャリアをつくっていく仕組み ..... 26

### 「環境・社会活動報告書 2003」の対象範囲

#### 【主な対象期間】

2002年度

(2002年3月～2003年2月。一部、それ以外および以降の情報も含まれます)

#### 【記載内容の範囲】

西武百貨店 全店・全事業所

表紙写真 吉野 信

八ヶ岳高原海の口自然郷は、西武百貨店関連会社である(株)八ヶ岳高原ロッジが運営する高原リゾートです。ホテル「八ヶ岳高原ロッジ」、国内外のアーティストの演奏が楽しめる「八ヶ岳高原音楽堂」などの施設をはじめ、八ヶ岳山麓に広がる四季折々の豊かな自然にふれることができます。

# 会社概要 (2003年2月末現在 / 代表者、事業所数の項を除く)

## 株式会社 西武百貨店

The Seibu Department Stores, LTD

本社所在地 〒171-8569 東京都豊島区南池袋1丁目28番1号

設立 1940(昭和15)年3月14日

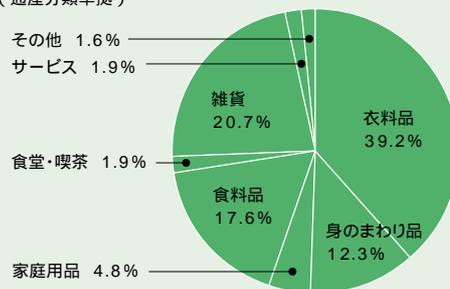
資本金 103億4,890万4千円

代表者 代表取締役社長 大崎 文明(2003年5月28日就任)

代表取締役副社長 荒木 俊雄(2003年5月28日就任)

事業内容 百貨店業

商品構成 (通産分類準拠)



## 事業所数

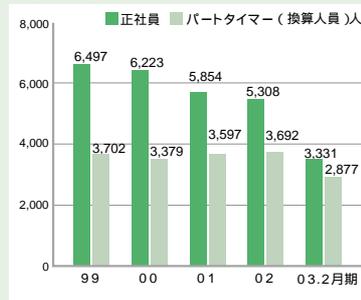
店舗	店舗運営部・管理部	法人外商部
18	1	1

2003年9月現在 高槻店に塚新営業部を含む

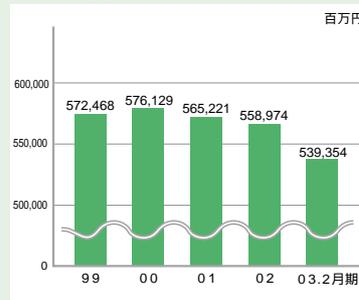
## 関連会社

朝日工業(株) 朝日食品工業(株)  
 (株)池袋ショッピングパーク (株)シェルガーデン  
 (株)西武ごっつお便 (株)西洋ランドシステムズ  
 (株)八ヶ岳高原ロッジ (株)ロフト

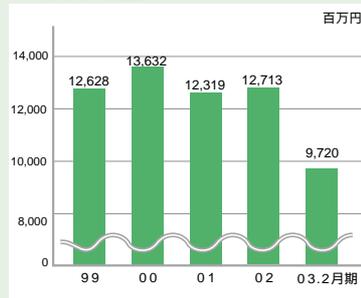
## 従業員数



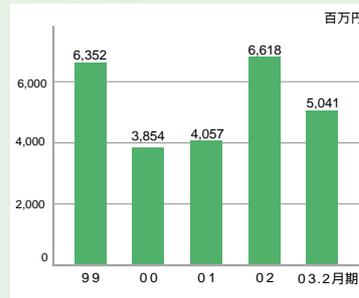
## 売上高



## 営業利益



## 経常利益



**環境・社会活動のあゆみ** < 2003年5月までの活動を含む >

- 1990年7月 エコ包装の取り組み開始。包装紙・手提袋・名刺などの社内用品に再生紙使用開始
- 1992年8月 「西武百貨店エコロジーハンドブック」発行  
独自の「環境商品基準」に基づいた環境商品にアイキヤッチマーク(エコノザウルス)を表示
- 1995年3月 関東圏10店舗で「ハンガー納品」システム導入開始  
4月 ファミリー・ケア・ダイヤル開設  
9月 成果主義に基づく新人事制度、目標管理制度を導入
- 1998年3月 社内報で環境についての連載開始  
4月 ISO14001規格認証取得に向けた活動を開始  
8月 女性社員の制服に再生ペット素材を使用  
9月 「環境方針」制定  
11月 環境活動アイキャッチマークを社内募集
- 1999年4月 ISO14001規格認証取得(4月9日)  
10月 ハートビル法モデル店・東戸塚店開店(エコステーション設置店)
- 2000年4月 西武百貨店「環境記念日」(4月9日)を制定  
6月 「西武オリジナルエコロジーバッグ」販売開始  
9月 オーガニック食品「OAO」販売開始  
『環境活動報告書2000』発行。環境会計を掲載  
ハートビル法モデル店・岡崎店開店(エコステーション設置店)
- 2001年4月 西武百貨店「環境記念日」に「西武オリジナルエコバッグ」収益金の一部を地球環境基金へ寄付  
6月 ハートフルアドバイザー育成開始(高齢者、身体障害者のお買い物サポート)  
メンタルヘルスカウンセリング導入  
8月 『環境活動報告書2001』発行  
10月 「くまちゃんのどんぐりを育てようキャンペーン」植樹(第1回)  
11月 池袋店に生ごみ処理機7台導入  
12月 敬宮愛子さまご誕生記念「子供たちの未来の森」苗木配布「エコプロダクツ2001」出展
- 2002年2月 「商品適正表示小委員会」設置  
3月 使用済みプリペイドカード「みんなで集めようキャンペーン」でジョイセブ(家族計画国際協力財団)に寄付  
4月 ISO14001規格 第1回登録更新  
西武百貨店「環境記念日」に「西武オリジナルエコバッグ」収益金の一部を地球環境基金へ寄付(第2回)  
6月 『環境活動報告書2002』発行  
西武のおすすめする環境配慮商品の表示開始  
「eco包装アイデア」社内コンテスト実施  
8月 本西武に生ごみ処理機2台導入  
10月 正社員向け環境教育に「eラーニング」を導入  
「くまちゃんのどんぐりを育てようキャンペーン」植樹(第2回)  
「エコプロダクツ2002」出展
- 2003年3月 「みんなで集めようキャンペーン」(第2回)  
5月 「環境方針」改訂(新しく経済・社会視点を追加)

= 環境活動      = 社会活動

**この報告書の編集方針**

西武百貨店の環境保全活動の報告書として、2000年度より「環境活動報告書」を発行してまいりました。今号から「環境・社会活動報告書」と名称をあらため、環境的な側面に加え、経済的・社会的な側面を含め、お客さまや地域の方々からのいろいろな声を出発点として地域に根ざす西武百貨店の経営姿勢「次世代に続く『新しい豊かさ』に向けた活動」を具体的に報告いたします。

データは可能な限り定量的な情報とし、イラストや写真も多用して取り組みの成果をわかりやすく表現するよう努めました。また、新たに事業活動範囲と環境影響(インプット・アウトプット)を図示するとともに、サイトレポートとして地域や店舗の特性に則した19のサイト(店舗・事業所)の取り組みを個々に掲載しました。

内容については、環境省の「環境報告書ガイドライン」に準拠し、GRI「持続可能性報告書ガイドライン」を参考にしました。

**環境・社会活動に関するインフォメーション**

**環境活動報告書の改訂履歴**

- ① 2000年度版(2000年9月発行:初版)  
環境マネジメントシステム導入からISO14001規格認証取得、第1回目の定期審査までの活動報告。
- ② 2001年度版(2001年8月発行)  
環境負荷の少ない商品開発、店舗運営の仕組みなどを中心とした前編と、環境マネジメントシステムに関する後編の2部構成。
- ③ 2002年度版(2002年6月発行)  
2001年度版をさらに進化させ、環境保全活動・社会貢献活動などを報告する本編と、環境マネジメントシステム編を分冊化。
- ④ 2003年度版(2003年9月発行:本誌)  
環境・社会活動報告書として発行。

**読者からのアンケート結果**

2002年度に発行した「環境活動報告書の読後アンケート」に、企業・一般の方から72件の回答があり、その91.3%が西武百貨店の環境活動について評価できるという結果でした。活動をイラストであらわしたエコガイドや詳細な数値の掲出に評価をいただいた反面、マイナス情報や地域での具体的な活動をもっと開示してほしいとのご意見もあり、2003年度の報告書作成では「各店に寄せられたお客さまからのご指摘」や「サイトレポート」などに反映いたしました。

**インターネット**

西武百貨店ホームページのなかに環境サイトを開設しています。2002年10月からは、「エコキッズルーム」も新設し、子供たちの環境教育に活用できる情報を提供しています。



西武百貨店HP「環境への取り組み」  
<http://www.seibu.co.jp/corporate/ecology/main.html>  
 エコキッズルームHP  
<http://www.seibu.co.jp/corporate/ecology/ecokids/>

ホームページでは、クラブ・オン会員の方に定期的なWebアンケートも実施し、環境に配慮した商品、売り方、サービスなどについてご意見をいただいています。

【2002年度実績】9月「環境商品(ショッピングバッグ)に関するアンケート」、11月「環境にやさしいお買い物アンケート」

**個別ご対応窓口**

裏表紙掲載の各店へお問い合わせください。

# 事業活動の特性、そしてお客さまや地域の声をふまえ、 「次世代の豊かさ」を環境活動を通じて実現していきます。



株式会社 西武百貨店  
代表取締役社長

大崎 文明

### 企業市民としての社会的責任を遂行

「私たちは、常に社会の一員として自覚をもって行動します。」これは西武百貨店の「全社行動基準」の冒頭です。地域に根ざす小売業として、常に西武百貨店は企業市民としての活動を心がけてまいりました。

今日、企業も消費者も大きくその意識と行動の転換を余儀なくされています。地球温暖化による気温の上昇や生態系への影響、不祥事による企業への信頼感の喪失、食卓の安全性への危惧等のなかで、成熟した消費者は、単線的な大量消費・大量廃棄の社会から、循環型の持続可能な豊かな社会を模索しています。「次世代に続く『新しい豊かさ』」に向け、企業もさまざまなステークホルダーの皆さまと手を携え、経済的側面だけでなく、社会的、環境的な側面から、地域との調和と発展に対し責任を果たしていくことが重要になってきました。

### ISOに基づく環境活動と仕事の改善

西武百貨店では、全社行動基準にうたった社会的役割のひとつとして、環境問題を重点テーマと捉え、「環境方針」を定め、環境マネジメントシステムISO14001に則り、活動を地道に進めてまいりました。法令遵守に基づく環境リスク管理に始まり、お取引先との納品の仕組みの見直し、環境配慮商品の選定、お客さまのご協力を得てのエコ包装やマイバッグの利用促進など、活動範囲も自社内から、社会と共に行う活動へとその範囲を広げてきております。

西武百貨店においてISOの仕組みは、個々の部門における仕事の仕組みを環境という側面から見直すマネジメントツールとして位置付けられています。特定の部門や社員が推進するのではなく、全社員が参加して活動を進めています。百貨店には、自社社員だけでなく、

お取引先・業務委託先・派遣社員などさまざまな社員が働いています。各人が日常業務のなかで環境視点から仕事を少しずつ見直すことで、結果として企業の環境負荷を総合的に軽減していくことを実感しております。

### 中期目標と2003年度の重点活動

現在は、2001年から3年間の中期目標として「6つの柱10の取り組み」に基づく活動を、お客さまの声を反映させながら進めておりますが、2002年度は、食品の生ごみ肥料で栽培した野菜の販売、化粧品びんのリサイクル、子ども向け環境ホームページ開設などを新たに実現いたしました。また日々お客さまと接している社員からも、新たな包装材や地域との共同清掃などの提案があり、活動を拡大できました。2003年度は、環境に配慮した販売方法の改善、廃棄物の削減、物流効率化によるCO<sub>2</sub>削減、地域と行う社会貢献活動を重点的に推進いたします。

### 環境活動の推進がもたらす企業活力

年を追うごとに、社員の意識も自社の環境活動から地域と共に行う社会貢献活動へと高まりを見せております。毎年実施する環境アンケートでは、「さらにお客さまの目線で活動を改善していくべき」、「地域ボランティアをもっと積極的に」等、能動的な意見が数多く集まりました。環境活動が、企業の活力を高めるパワーとして有効に作用していることを、改めて強く感じております。

今回の「環境・社会活動報告書」は、企業の社会的使命と、社会の持続可能な発展に向けた企業行動の増幅を意識し、サステナビリティ視点を入れた報告書といたしました。皆さまから率直なご意見・ご批判を賜りながら、今後の企業活動に活かして参りたいと存じます。

## ( 全社行動基準 )

- ① 私たちは、常に社会の一員として自覚をもって行動します。
- ② 私たちは、常にお客さまの立場に立って行動します。
- ③ 私たちは、挑戦と革新をしつづけます。
- ④ 私たちは、常にコミュニケーションを大切にします。
- ⑤ 私たちは、業務のシステム化を推進しつづけます。
- ⑥ 私たちは、専門能力を磨きつづけます。

### 環境方針

#### [ 基本理念 ]

西武百貨店は、環境・社会・経済活動を通じ、  
お客さまや地域・社会と共に  
「次世代に続く豊かなくらしづくり」に取り組みます。

#### [ 行動指針 ]

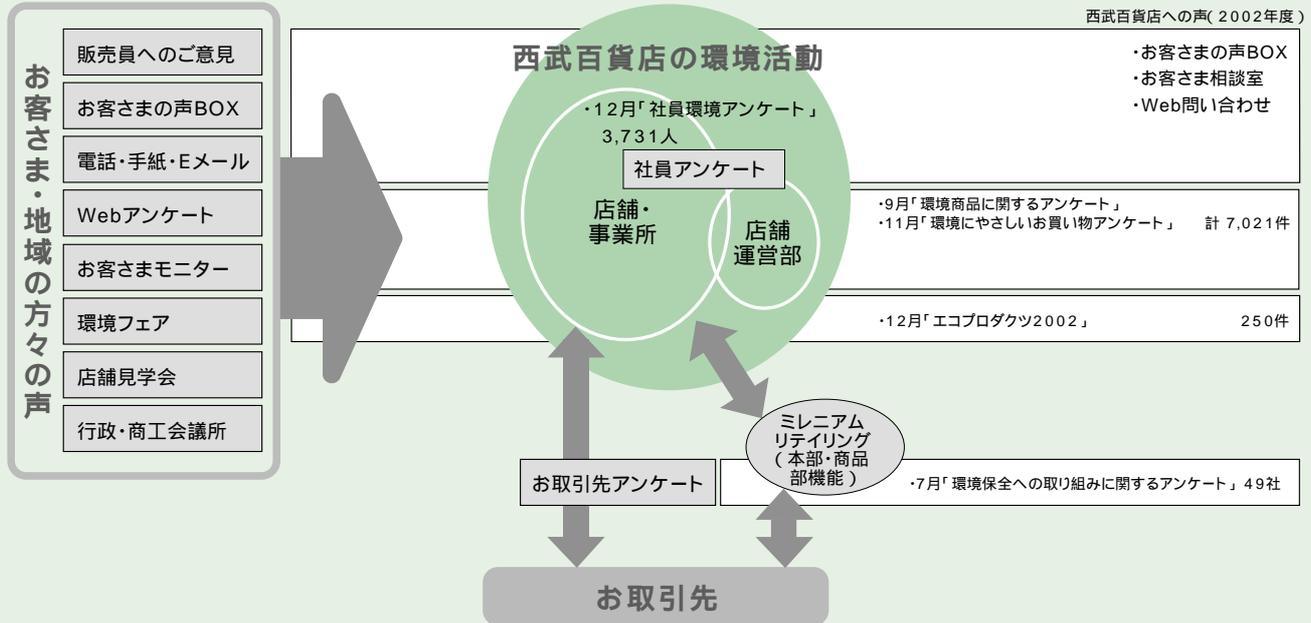
1. 小売業として自社の事業活動に加え、お取引先やお客さまへの環境影響を少なくするよう努めます。
2. ①環境に配慮した品揃えと売りかたの改善  
②廃棄物の削減とリサイクルの推進  
③物流の効率化や省エネルギーによる温暖化防止  
④地域での社会貢献活動の推進  
を重点に仕事の仕組みや手法を見直し、継続的に改善を進めます。
3. 社員一人ひとりが環境や社会問題に自発的に取り組むように教育と啓発を行い、快適な環境の提供を通じてお客さまへのサービス向上・社会への貢献に誇りをもつ企業風土を築きます。
4. 法規制の遵守はもとより、挑戦的な自主基準をつくり、目標に対する検証を行い、常に活動の向上を心がけます。

この環境方針は全社員に周知させるとともに、社外にも公開します。

制定：1998年9月1日 改訂：2003年5月28日

# お客さまや地域の方々の声を聴くことが、西武百貨店の活動の出発点です。

## ■ 社外・社内の声を活動に生かす仕組み



## お客さまとともに

## お客さまの声を聴く窓口の拡充に努めています

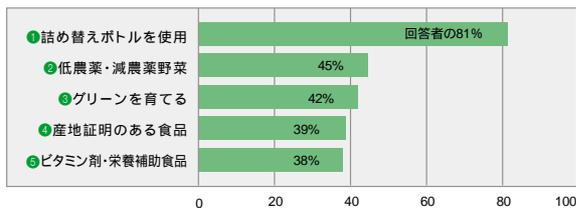
お客さまからのご意見・ご要望などをお寄せいただくための窓口を複数開設しています。商品開発のポイン

トや満足していただける接客のあり方、店内環境の改善などについて、多くのヒントをいただいています。

### ● お客さまの声から知る 「環境にやさしいお買い物」とは?

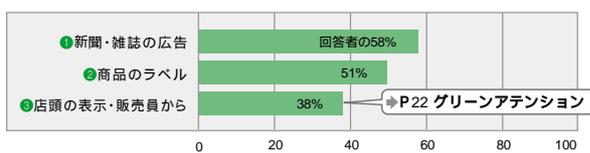
Webアンケート「第2回 環境にやさしいお買い物アンケート」結果より  
2002年11月8日～13日実施。配信約130,000件、有効回答6,707件。  
回答者の年齢構成上位は30～34歳(27.2%)、25～29歳(22.8%)、35～39歳(19.3%)。

Q 暮らしのなかで、実際に環境や健康を考えて取り入れている「もの」「こと」は? <複数回答/上位5項目>



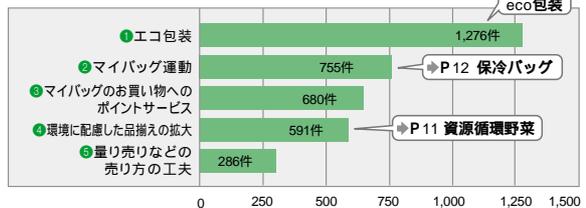
特徴的だったのは、20・30代は「詰め替え」「栄養補助食品」「リサイクルショップ」などに関心が高い一方、40・50代では「低農薬」「産地証明」「省電設計の家電」「有機食品」「天然素材の肌着」「低ホルムアルデヒドの家具」などへの関心が高く、環境や健康が商品選択の決定ポイントになっていることです。

Q “環境に配慮した”店や商品・サービスの情報はどこから? <3つ以内 複数選択回答>



4割近い回答者が「店頭の表示・販売員から」をあげており、ご来店時に環境商品や情報の露出を高めることがいかに重要であるかが分かります。

Q 百貨店が実施したほうがよいと思うことは? <自由回答2,699件を集計/複数回答>



もっとも多かったご要望は「過剰な包装への対応」でした。自治体でのごみ分別が進むなか、「百貨店で買うと後でごみの分別が大変」というご指摘や、「自分からは言い出しづらいので、包装のラベルを選べるなどの仕組みを百貨店側で用意してもらえるとうれしい」などのご意見をいただきました。

### 各店に寄せられたお客さまからのご指摘

発生時期 / 店舗	ご指摘の方の属性	内容	対応
2002年4月 / 沼津店	50代女性	【騒音】食品のタイムサービス「呼び込み鐘」の音	【改善】フロア内で店内放送が聞き取れる大きさに実施
2002年4月 / 池袋店	50代男性	【騒音・臭気】早朝納品車両の入構待機時のアイドリング・ディーゼル排気ガス	【改善】納入車両のアイドリングストップの徹底、納品業者への再依頼。排気ガスは規制法に準ずる
2003年7月 / 渋谷店	ビルオーナー会社 担当者	【臭気】厨房排気	【実態調査】臭気測定の実施(結果は基準内)
2003年7月 / 八尾店	50代男性	【騒音】早朝納品車両の入構待機時のアイドリング	【改善】納入車両のアイドリングストップの徹底、納品業者への再依頼

## 行政とともに

### 連携を強化し、地域の活動を進めています

環境活動に関するアンケート依頼、地域イベントや環境ネットワークへの参加要請をいただく機会が年々増加しています。西武百貨店からも自治体や商工会などに店長が活動をご紹介する取り組みを行っており、2002年度にいただいたお問い合わせは全サイトで計88件(2000年度31件、2001年度80件)。そのうち、行政からのお問い合わせは51件でした。

行政からのお問い合わせおよび対応件数 <2002年度>

アンケート・調査依頼	15件
条例等への対応に関する計画書・報告書提出	10件
環境フェア・セミナーへの出展・講演の依頼	10件
環境キャンペーン等、地域活動への協力要請	6件
環境会議、委員会等への参加要請	3件
環境ネットワーク、環境推進店認定制度等への登録	2件
その他	5件

## 店頭から

### お客さまと接している社員の実感が、実りある活動を支えています

店頭での接客を通じて、社員一人ひとりが「お客さまはこんな環境へのニーズをもっている」「こんなやり方なら受け入れてもらえる」といった活動のヒントを蓄積

## お取引先とともに

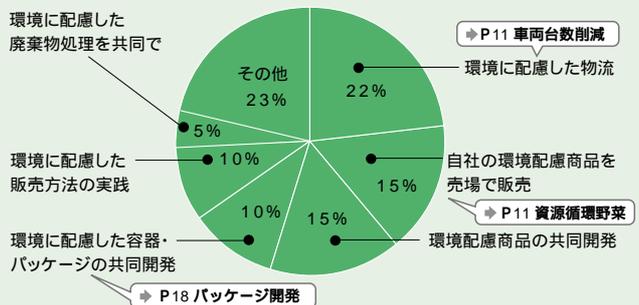
### コミュニケーションをとりながら新たな活動につなげています

小売業である百貨店の環境活動は、その多くが商品の生産や調達、物流を担っているお取引先といっしょに取り組む活動となります。お客さまとの接点から西武百貨店が得た環境ニーズをお取引先と共有し、次の新たな活動へと手をたずさえて挑戦を続けています。

お取引先の声から探る

「西武百貨店と取り組んでいきたい環境活動」とは?

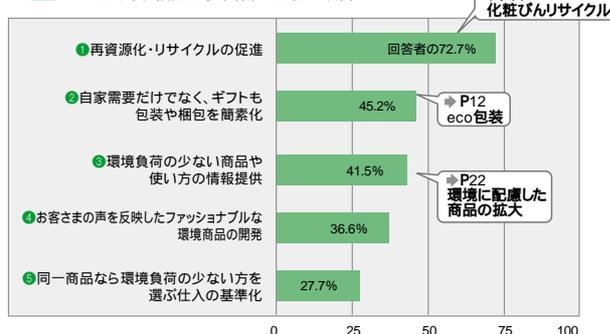
「環境保全への取り組みに関するアンケート」結果より  
2002年7月～8月実施。お取引先企業58社に郵送アンケート。回答社数49社(衣料17社、婦人雑貨7社、インテリア雑貨6社、食品10社、その他9社)



## 社員の声に見る環境意識

「今後の私たちの活動に必要なこと」は?

西武百貨店として重点的に取り組むべきだと思う活動は?  
<3つ以内 複数選択回答 / 上位5項目>



「社員環境アンケート」結果より

2002年10月28日～12月28日、eラーニングシステムによる環境教育の一環として実施。  
有効回答3,731件

その他の視点(自由回答より)

社員アンケートの中で、「環境活動を見直していくために必要なこと」について、自由に記述してもらったところ、

- ① 「他社の環境活動を学ぶ機会が欲しい」
- ② 「環境ボランティアなどの情報提供をして欲しい」
- ③ 「ボランティア休暇などの活動支援を、会社としてして欲しい」

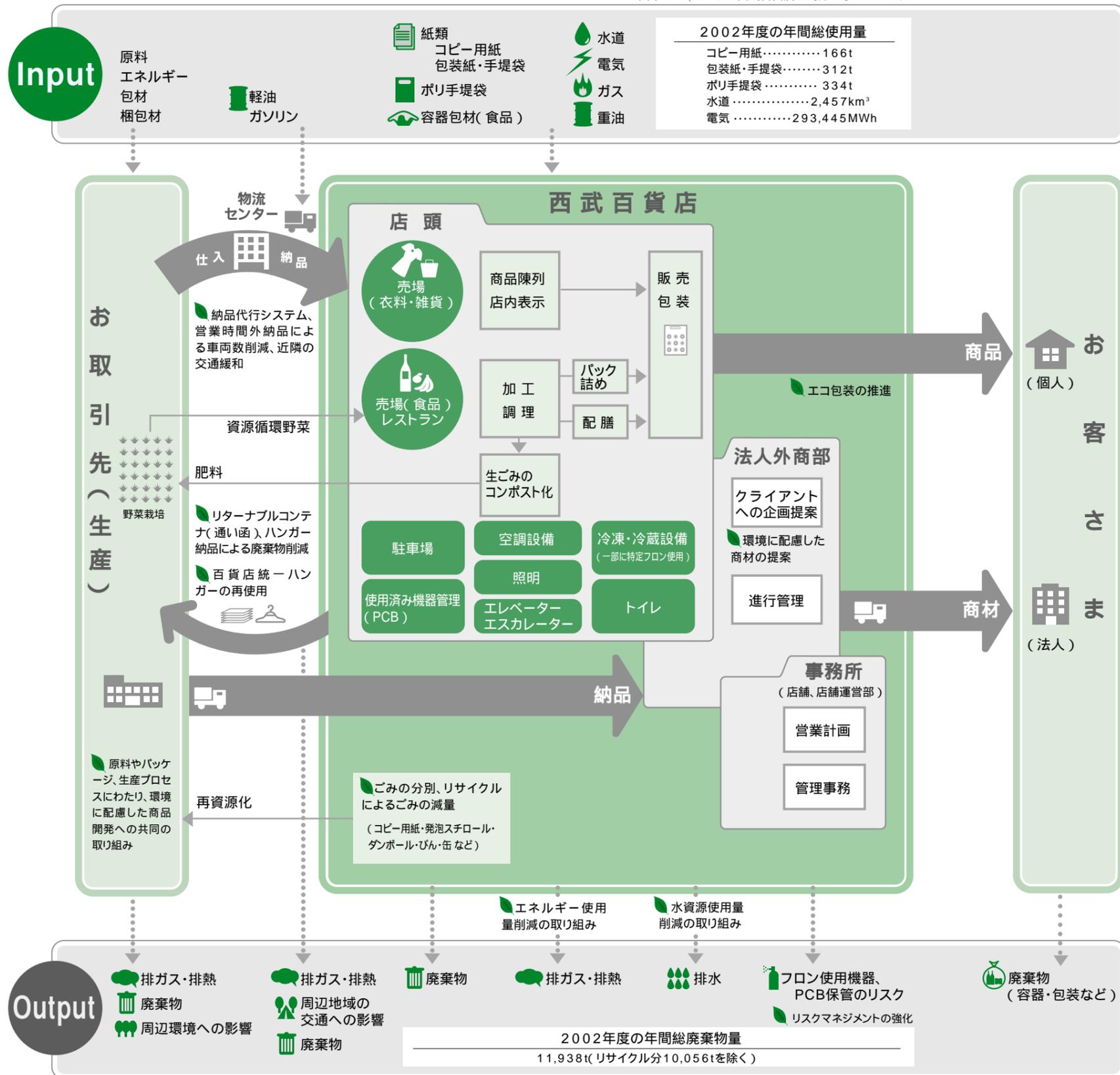
といった回答が3割以上の社員から寄せられました。

アンケートに回答した社員は、環境活動を社内活動だけでなく社外への視野を持ってとらえ、活動自体をひろげることで社内活動もさらに充実させられると考えていることがわかりました。

# 西武百貨店の企業活動と環境への影響

西武百貨店の事業活動がどのような環境負荷を発生させているのかを、可能なかぎり数量的に把握し、全社で取り組む具体的な活動の目的・目標を定めています。

図中のマークは西武百貨店の対応を示しています



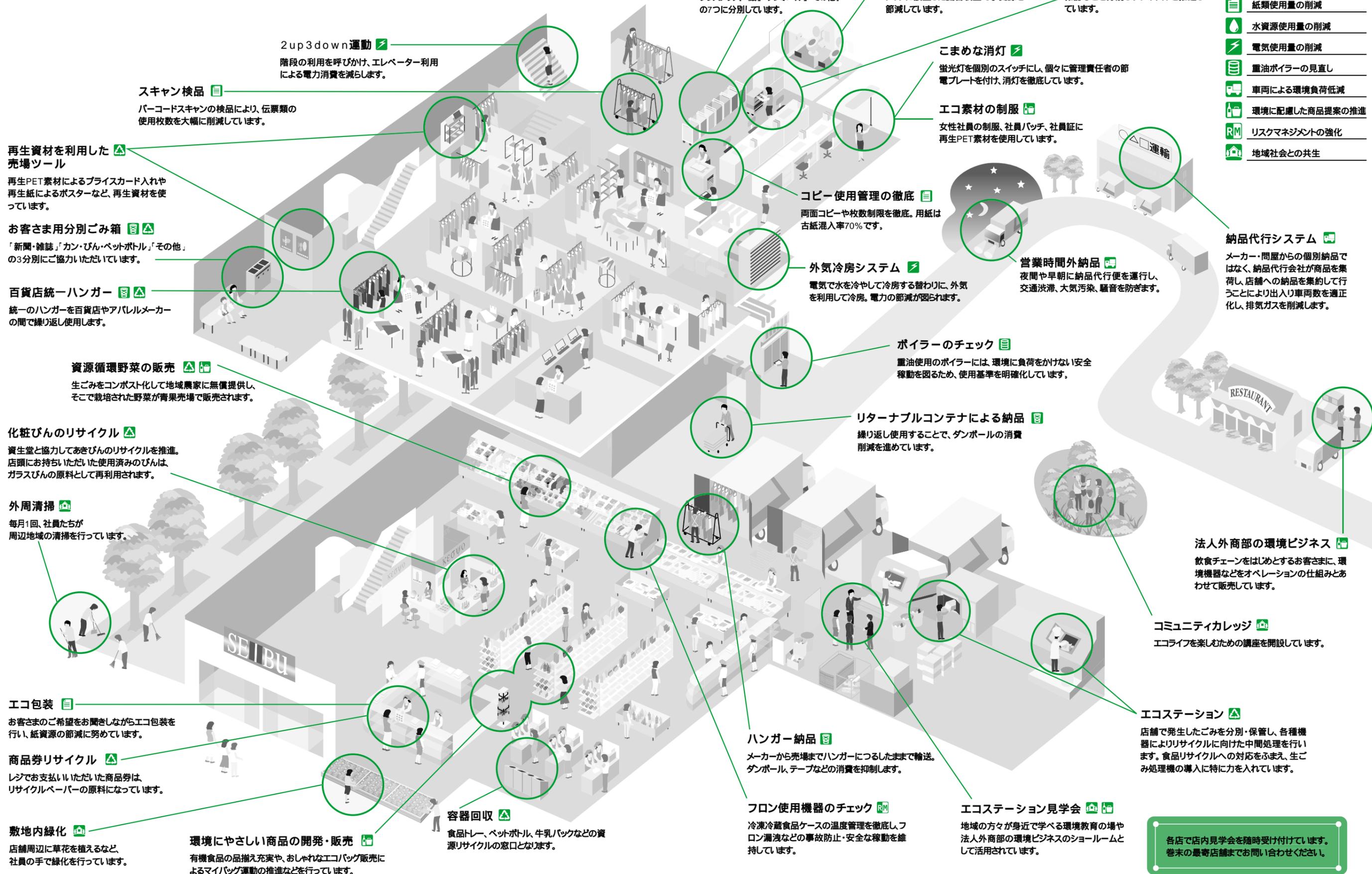
左記のような事業活動にともなう環境への影響のなかでも特に影響が著しいものについて、マイナスの影響を抑制し、プラスの影響を拡大することをめざしています。2001年度から2003年度については、中期3カ年計画に基づき下記の目的・目標にそって活動しています。(2000年度~2002年度の実績はP.19~22参照)

2003年度の目的・目標		
【10の取り組み】	2003年度目標	【6つの柱】
<p><b>マイナスの影響がある活動</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>小売業という事業にともなう各種の<b>廃棄物の発生</b></li> <li>コピー用紙や手提袋・包装紙など、<b>紙類の使用</b></li> <li><b>ポリ手提袋の使用</b> 森林保護のため、紙手提袋からダイオキシンの出ないポリ手提袋への移行促進</li> <li>食品売場やトイレ、食堂、清掃での<b>水道水の使用</b></li> <li>冷暖房、照明やエスカレーター、エレベーターなどの<b>電気の使用</b></li> <li>ボイラーや自家用発電機の燃料としての<b>重油の使用</b></li> <li>商品の納品・返品、ごみの収集運搬、自社所有している車両など、<b>業務車両の出入</b></li> <li>フロンを冷媒とした<b>冷凍冷蔵庫の使用</b></li> <li>PCB使用機器の使用・撤去・保管</li> <li>売場やバックヤードでの<b>防火管理</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実廃棄量 10,359t</li> <li>リサイクル率 46.1%</li> <li>紙類使用量の削減 使用量 657t</li> <li>水資源使用量の削減 使用量 2,222km<sup>3</sup></li> <li>電力使用量の削減 使用量 257,003MWh</li> <li>重油ボイラーの見直し 重油ボイラーの入れ替え計画</li> <li>車両による環境負荷低減 業務用出入車両 2,300台/日 社用車の低公害車導入率62.5%</li> <li>年4回以上防災訓練参加 フロン管理強化 PCB管理の徹底</li> <li>環境に配慮した商品提案の推進 環境商品売上 50億円 エコバッグ売上 9,112千円</li> <li>店舗外周清掃 370回 地域コミュニケーション 81回</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>循環型社会の推進</li> <li>省資源</li> <li>温暖化対策</li> <li>リスクマネジメント</li> <li>環境商品の拡大</li> <li>社会貢献</li> </ul>
<p><b>プラスの影響がある活動</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>エコロジーバッグをはじめ、<b>環境に配慮した商品の品揃え拡大・拡販</b></li> <li>店舗周辺<b>地域の定期清掃、地域の環境活動への参加</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境に配慮した商品提案の推進</li> <li>地域社会との共生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境商品の拡大</li> <li>社会貢献</li> </ul>

具体的な活動計画へ反映

**ステークホルダー** (お客さま・地域・行政・お取引先・社員などの声)

# 環境にやさしい店づくりへの取り組み



- 廃棄物の削減
- リサイクルの向上
- 紙類使用量の削減
- 水資源使用量の削減
- 電気使用量の削減
- 重油ボイラーの見直し
- 車両による環境負荷低減
- 環境に配慮した商品提案の推進
- リスクマネジメントの強化
- 地域社会との共生

**2up3down運動** 階段の利用を呼びかけ、エレベーター利用による電力消費を減らします。

**スキャン検品** バーコードスキャンの検品により、伝票類の使用枚数を大幅に削減しています。

**再生資材を利用した売場ツール** 再生PET素材によるプライスカード入れや再生紙によるポスターなど、再生資材を使っています。

**お客さま用分別ごみ箱** 「新聞・雑誌」「カン・びん・ペットボトル」「その他」の3分別にご協力いただいています。

**百貨店統一ハンガー** 統一のハンガーを百貨店やアパレルメーカーの間で繰り返し使用します。

**資源循環野菜の販売** 生ごみをコンポスト化して地域農家に無償提供し、そこで栽培された野菜が青果売場で販売されます。

**化粧びんのリサイクル** 資生堂と協力してあきびんのリサイクルを推進。店頭にお持ちいただいた使用済みのびんは、ガラスびんの原料として再利用されます。

**外周清掃** 毎月1回、社員たちが周辺地域の清掃を行っています。

**エコ包装** お客さまのご希望をお聞きしながらエコ包装を行い、紙資源の節減に努めています。

**商品券リサイクル** レジでお支払いいただいた商品券は、リサイクルペーパーの原料になっています。

**敷地内緑化** 店舗周辺に草花を植えるなど、社員の手で緑化を行っています。

**環境にやさしい商品の開発・販売** 有機食品の品揃え充実や、おしゃれなエコバッグ販売によるマイバッグ運動の推進などを行っています。

**容器回収** 食品トレイ、ペットボトル、牛乳パックなどの資源リサイクルの窓口となります。

**社員用分別ごみ箱** 「ペットボトル」「びん」「カン」「ビニール・プラスチック」「紙」「ダンボール」「その他」の7つに分別しています。

**洗面所の節水** 水道に取り付けた節水コマや女性用トイレに設置した擬音装置で水資源を節減しています。

**リサイクルボックス** 片面使用済みのコピー用紙や新聞・雑誌などを分別しリサイクルを推進しています。

**こまめな消灯** 蛍光灯を個別のスイッチにし、個々に管理責任者の節電プレートを付け、消灯を徹底しています。

**エコ素材の制服** 女性社員の制服、社員バッジ、社員証に再生PET素材を使用しています。

**コピー使用管理の徹底** 両面コピーや枚数制限を徹底。用紙は古紙混入率70%です。

**外気冷房システム** 電気で水を冷やして冷房する代わりに、外気を利用して冷房。電力の節減が図られます。

**ボイラーのチェック** 重油使用のボイラーには、環境に負荷をかけない安全稼働を図るため、使用基準を明確化しています。

**リターナブルコンテナによる納品** 繰り返し使用することで、ダンボールの消費削減を進めています。

**営業時間外納品** 夜間や早期に納品代行便を運行し、交通渋滞、大気汚染、騒音を防ぎます。

**納品代行システム** メーカー・問屋からの個別納品ではなく、納品代行会社が商品を集荷し、店舗への納品を集約して行うことにより出入り車両数を適正化し、排気ガスを削減します。

**法人外商部の環境ビジネス** 飲食チェーンをはじめとするお客さまに、環境機器などをオペレーションの仕組みとあわせて販売しています。

**コミュニティカレッジ** エコライフを楽しむための講座を開設しています。

**エコステーション** 店舗で発生したごみを分別・保管し、各種機器によりリサイクルに向けた中間処理を行います。食品リサイクルへの対応をふまえ、生ごみ処理機の導入に特に力を入れています。

**ハンガー納品** メーカーから売場までハンガーにつるしたままで輸送。ダンボール、テープなどの消費を抑制します。

**フロン使用機器のチェック** 冷凍冷蔵食品ケースの温度管理を徹底し、フロン漏洩などの事故防止・安全な稼働を維持しています。

**エコステーション見学会** 地域の方々が生きて学べる環境教育の場や法人外商部の環境ビジネスのショールームとして活用されています。

各店で店内見学会を随時受け付けています。巻末の最寄店舗までお問い合わせください。

# 2002年度 環境活動トピックス

西武百貨店は、百貨店としての環境課題に取り組みつつ、生活者であるお客さまやさまざまなお取引先とのつながりを活かし、環境にやさしい暮らし・お買い物のしかたの普及に努めています。2002年度も、多方面にわたる方々のご協力をいただき、リサイクルやCO<sub>2</sub>削減、環境に配慮した商品開発などに成果をあげることができました。

## ● 社外のパートナーと取り組む

### [ 資源循環野菜の販売 ]

地域社会にかかる廃棄物処理の負担を減らすため、西武百貨店では生ごみ処理機の導入を進めています。生ごみをコンポスト(有機肥料原料)化して近隣の契約農家に提供し、生産された野菜を店頭で販売するという循環型システムです。2002年6月、池袋店のコンポストで育てられた野菜が、食品売場に登場しました。9月から所沢店でも取り扱いを開始し、安全・安心な野菜としてお客さまに提供しています。



生ごみ処理機設置状況

店名	稼働開始日	2002年*コンポスト生産量	処理機による食品リサイクル率(02年末現在)
東戸塚店	1999.10.7	83.0t	100.0%
岡崎店	2000.9.21	90.1t	100.0%
池袋店	2001.11.8	66.2t	20.2%
本金西武	2002.8.8	6.0t	100.0%

\*行政提出期間に合わせ、期間は1月1日～12月31日。  
処理機の運営は、東戸塚店:(株)ミレニアム企画、岡崎店:イオンモール(株)、池袋店:自社、本金西武:友愛サービスによる。



## ● お取引先と協働で環境にやさしい仕組みをつくる

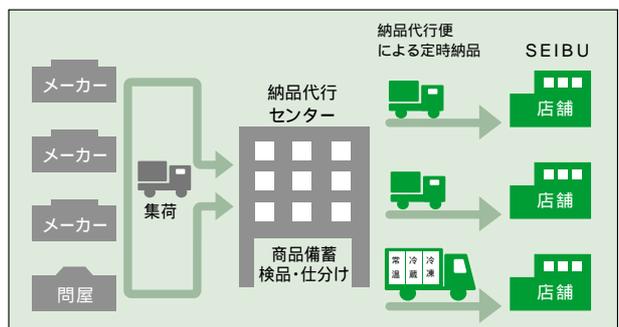
### [ 化粧品びんリサイクル ]

資生堂のご協力により、2002年8月から全店の化粧品売場で「資生堂化粧品ガラスびんのリサイクル」がスタート。店頭にお持ちいただいた使用済みのガラスびんは、再処理工場に運ばれ、再度ガラスびんの原料としてリサイクルされます。お客さまのご理解・ご協力により、開始以来2003年7月までの回収量は全店で約2,000本となりました。



### [ 車両台数の削減によるCO<sub>2</sub>の削減 ]

2002年度は、これまで衣料・雑貨中心だった納品代行のしくみを食品領域にも広げました。池袋店・渋谷店・高槻店・八尾店・大津店で実施され、お取引先のご協力で1日あたり出入り車両が701台削減されました。夜間や早朝に納品し交通混雑・排気ガスを防止する「営業時間外納品」もさらに前進し、2002年度の出入り車両は1日あたり273台減少し、1,588台になりました。



食品の納品代行では、温度帯別管理のできる特別車で商品鮮度を守っています。

## ●お客さまのご要望を起点とした商品・サービス開発

### [ 保冷タイプのエコロジーバッグ ]

素材に再生ポリエステルを使用し、繰り返し使用できる環境にやさしいオリジナルエコロジーバッグ。2002年9月から新たに保冷タイプが登場しました。ホームページ上で実施したアンケートにおいて、多くのお客さまからの「保冷や保温のできるタイプがほしい」という声にお応えしたものです。現在、池袋店・船橋店・沼津店・岡崎店・高槻店・大津店・本金西武の各店食品売場で取り扱っています(2003年9月現在)。



保冷タイプのみ再生素材は不使用。(ナイロン、アルミ素材使用)



### Column ▶▶

#### eco包装アイデアコンテストを実施

「簡素かつ百貨店らしいセンスを感じさせる包装」は、お客さまの共感を得ながらエコ包装を進めていくうえでつねに課題となっています。そこで、2002年6月、環境月間の活動の一つとして「eco包装アイデアコンテスト」を全社で実施しました。総数168作品が各店の社員から寄せられ、「包装しないで直接箱にかけられるロゴ入



りりボン」をはじめとする4案(応募者は計7名)が優秀賞に選ばれました。

優秀賞の1つ、巾着タイプの袋は、2002年クリスマス用の簡易ギフト包装として実用化されました。

## ●地域の環境教育をバックアップ

### [ エコキッズインストラクター養成講座 ]

NPOとともに子どもたちの環境教育を支援しています。2002年から池袋コミュニティカレッジで開設した「子供版環境ISO教育アドバイザー(エコキッズインストラクター)養成講座」はその一例。国際的なNPO「ArTech(国際芸術技術協力機構)」が開発した子ども向け環境マネジメント教育プログラム「Kids ISOプログラム」の指導者を養成するものです。

「Kids ISOプログラム」は、ISC(国際標準化機構)、国連大学、文部科学省、環境省が後援している教育支援プログラムです。



### [ ご利用が増える店内見学 ]

生ごみリサイクルを行っているエコステーションをはじめ、環境活動にかかわる店内各所を環境教育の場として開放しています。地域の小・中・高校や、自治体・民間団体等のご要望に応じて見学を受け付け、各店で見学会を実施しています。



#### 最近実施した主な店内見学

2003年 1月	池袋店	こどもエコクラブ(環境省 後援) 「シーズ」メンバーとサポーター
5月	池袋店	立教女学院 1年生~3年生
5月	本金西武	田代中学校 2年生
6月	高槻店	青い鳥幼稚園 園生
7月	札幌店	北海道教育大学札幌校 1年生~3年生
7月	東戸塚店	名瀬中学校 1年生~3年生

# 環境を守る仕組みと活動

## ISO14001の基準に基づいた継続的な活動

### ●西武百貨店の環境マネジメントシステム

西武百貨店では、効果的な環境保全活動に全社で継続的に取り組んでいくために環境マネジメントシステムの構築を図り、1999年4月9日、国際規格「ISO14001」を全店・全事業所一括のマルチサイト方式で、百貨店業界で初めて取得しました。店舗18・事業所2の20サイトが、1つの環境方針のもとで、環境目的・目標の達成に向けて活動を続けています。

#### 西武百貨店の環境マネジメントシステムの特徴

- ①マルチサイト展開による  
全店・全事業所が一体となった活動
- ②全社統一の大きいPDCAと、地域やお客さまとの接点となる店舗・事業所の個々のPDCAの連鎖
- ③全社員運動として継続的に推進するための教育とコミュニケーション体制の整備
- ④手づくりのシステム構築による自立的な活動体質

### ●PDCAサイクルに基づいた継続的な改善

環境マネジメントシステムはPLAN(計画) DO(実行) CHECK(点検) ACTION(見直し)の4段階のサイクルによる効果的な管理により、継続的な改善を図る仕組みです。

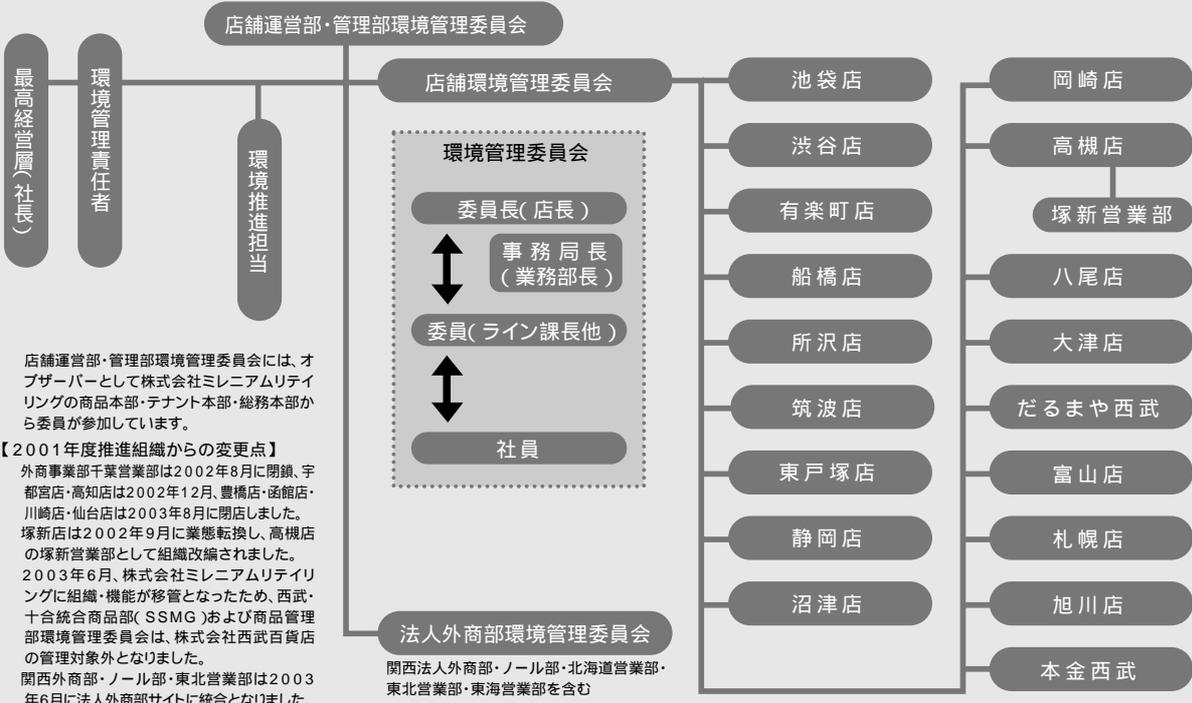
#### [ PLAN ]

2003年5月28日、新社長が新しい「環境方針」を制定しました。西武百貨店では、従業員のワークスケジュールと店舗付帯設備や施設に基づき「環境側面」の抽出を行っています。環境に著しい影響を与えている側面を特定し、法規制等やステークホルダーの見解を考慮し、技術的にも財政的にも可能な範囲で、悪い側面は削減し良い側面は拡大していくための「目的および目標」を設定します。各店舗・事業所は目標を達成するために具体的な「プログラム」を組み、責任・手段・日程を明確化しています。

#### [ DO ]

店舗では店長を中心に環境管理委員会を組織し、「教育」、「社内外とのコミュニケーション」、「文書管理」、「運用管理」、「緊急事態への準備および対応」などのシステムの運用をしています。教育・啓発活動においては、

## 環境マネジメントシステム推進組織



社員一人ひとりが環境や社会的な問題に自発的に取り組む意識・行動力を持つことをめざしています。

[ CHECK ]

目標達成に向けた進捗管理は月ごと、四半期ごとに行っています。自主基準値や目標未達成、法規制値超過等の「不適合」事項が発生した場合は、所定の様式に基づき「原因調査」、「是正・予防処置」と「効果の確認」を行います。その他、法遵守状況点検を年に2回、自店によるシステム全体の点検を年に2回、他店舗の監査員による内部環境監査を年に1回実施し、システムの改善に努めています。

[ ACTION ]

環境マネジメントシステムにおける継続的改善の適切性、妥当性、有効性を確実にするために、年度の終わりに活動を総括し、必要に応じて改善を行います。全社のレビューは社長が行い、店舗・事業所のレビューは環境管理委員会委員長が実施します。2003年度は、新社長によるレビューの結果、環境方針の改訂、最高経営層・環境管理責任者の変更、株式会社ミレニアムリテイリング\*の発足に伴う対象範囲の変更、目的・目標の項目変更等についてシステムの変更を行いました。

\*株式会社ミレニアムリテイリング：株式会社そごうと株式会社西武百貨店の持株会社として2003年6月1日発足。両社の本部機能を担っている。

**環境教育** ▶▶▶ 2002年度 教育実績約30,000人  
(パート・派遣・業務委託先社員含む)

啓発活動

店舗ごとに週1日「環境デー」を設け、月別テーマに基づいた重点活動の徹底を図っています。また、社内ホームページに各店舗・事業所の活動レポートやトピックスを掲載し、情報公開と好事例の紹介を行っています。

一般教育・研修

新規入店の従業員はすべて入店時研修で環境方針や活動の基本を学びます。既存社員には毎年1回それぞれの職層や役割に応じた「層別環境教育」を実施しています。2002年度は正社員を対象に、eラーニングによる「理解できるまで繰り返し何度でも取り組める」教育形態を導入しました。

専門環境教育

PCB・フロン等の管理、自家用発電設備およびボイラーの操作、廃棄物処理を担当する従業員には、年2回の専門教育を実施しています。

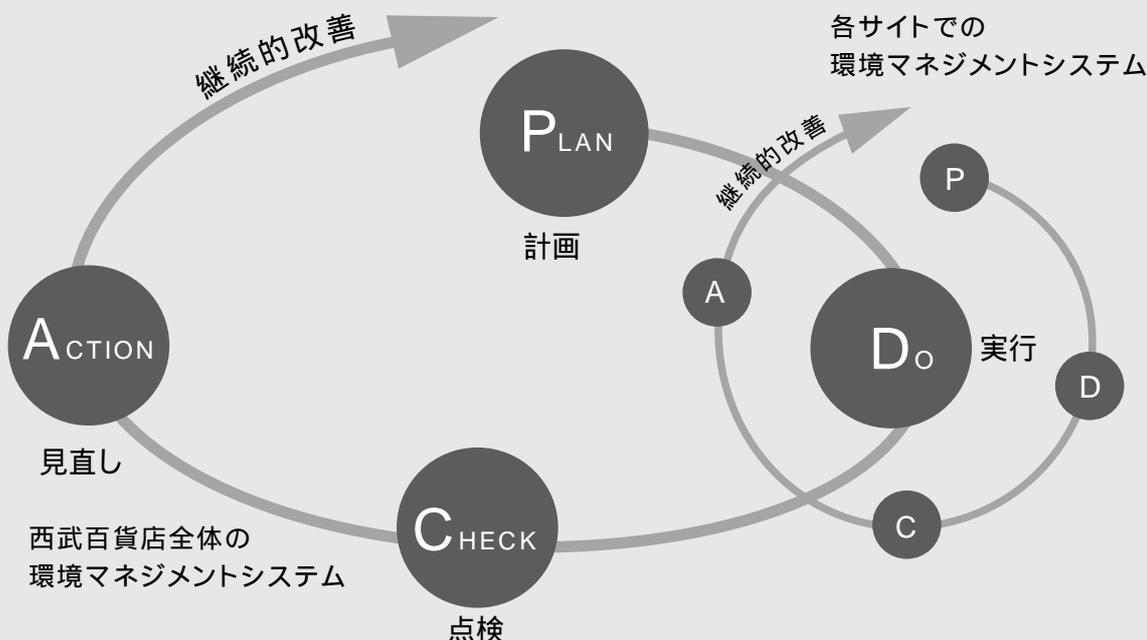
内部環境監査員研修

内部環境監査員新規認定のため、年に1回養成研修を開催し、修了テストを実施しています。監査経験者に対してはスキルアップ研修を実施し、監査の質的向上に努めています。2002年度の新規認定者は10名、スキルアップ研修参加者は44名でした。内部環境監査の監査チームは研修に出席した監査員のみで構成しています。(2003年2月末時点 内部環境監査員資格保持者49名)

領域別教育

目標の1つである「環境配慮商品の拡大」に向け、個々の領域に合わせたバイヤー研修を実施しています。

**環境マネジメントシステムの運用**



西武百貨店全体としてのPDCAに加え、各サイト内でも個々にPDCA活動を行い、相互に連携しています。

# サイトレポート 店舗の活動状況

## 表の見方

目標達成度.....そのサイトの2002年度目標に対する実績を表します。  
 :できている(削減目標比100%以下、拡大目標比100%以上)  
 :やや未達成(削減目標比100%超120%以下、拡大目標比80%以上100%未満)  
 x:できなかった(削減目標比120%超、拡大目標比80%未満)  
 店舗タイプ..... お取引先が運営している売場での売上シェアが全店平均を越えている店舗(全店平均64.3%)  
 ショッピングセンターの核テナントとして営業している店舗  
 食品の売上年間総売上の25%以上を占めている店舗(平均17.5%)  
 .....その目標項目において比較指標が全サイト\*中上位20%の実績をあげた場合に表示(\*店舗運営部・管理部をのぞく)

## 有楽町店

売場面積(m<sup>2</sup>) 15,581

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	92t	155t	6t	34km <sup>3</sup>	6,299MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	4.6kg	62.7%	405.9g	0.65ℓ	121.62Wh

### サイトの重点活動

電子機器活用によるペーパーレス会議の促進や、Web利用で紙を使わない情報の共有化を推進。

## 渋谷店

売場面積(m<sup>2</sup>) 36,044

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	556t	710t	18t	158km <sup>3</sup>	25,298MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	9.9kg	56.1%	508.0g	1.16ℓ	185.82Wh

### サイトの重点活動

渋谷区環境会議メンバーとして「渋谷区環境まちづくり宣言」などの環境活動に積極的に参加。

## 札幌店

売場面積(m<sup>2</sup>) 19,485

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	469t	420t	30t	101km <sup>3</sup>	12,451MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	17.4kg	47.2%	747.6g	1.41ℓ	173.86Wh

### サイトの重点活動

札幌市内の環境ネットワークに参加。企業として地域の環境教育を積極的に支援。

## 池袋店

売場面積(m<sup>2</sup>) 63,470

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	2,861t	2,433t	178t	599km <sup>3</sup>	58,944MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	17.7kg	46.0%	765.9g	2.40ℓ	236.01Wh

### サイトの重点活動

正社員だけでなく、入れ替わりの多いお取引先社員(毎月約500人)の入店時の環境教育を完全実施し、現場の環境活動レベルを維持向上。

## 東戸塚店

売場面積(m<sup>2</sup>) 19,452

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	93t	274t	17t	36km <sup>3</sup>	6,398MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	11.1kg	74.7%	660.5g	0.47ℓ	82.67Wh

### サイトの重点活動

1999年の開店時からエコステーションを効率的に活用。リサイクル率は全店1位。他の目標についても開店以来、高いパフォーマンスを維持。

## 岡崎店

売場面積(m<sup>2</sup>) 16,350

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	124t	265t	14t	47km <sup>3</sup>	5,848MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	13.6kg	68.1%	612.0g	0.72ℓ	89.27Wh

### サイトの重点活動

月1回発行する店内報で環境活動について情報を掲載。エコステーションの効率的な活用などで2000年の開店以来、高いパフォーマンスを維持。

## 高槻店

売場面積(m<sup>2</sup>) 21,067

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	670t	666t	28t	177km <sup>3</sup>	18,286MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	25.9kg	49.9%	837.6g	2.26ℓ	233.40Wh

### サイトの重点活動

生鮮売場、レストランなど水使用量の多い部門への重点啓発で効率的な水資源使用に成果。 塚新営業部含めず

## 大津店

売場面積(m<sup>2</sup>) 17,895

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	676t	504t	18t	94km <sup>3</sup>	14,965MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	39.7kg	42.7%	770.9g	1.41ℓ	224.80Wh

### サイトの重点活動

社員買物のマイバッグ使用促進などにより、包材の効率的な使用の啓発推進。また、水使用量の多い生鮮売場・レストランなどへの重点啓発で効率的な水資源使用に成果。

## 沼津店

売場面積(m<sup>2</sup>) 9,794

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	168t	277t	20t	49km <sup>3</sup>	4,111MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	14.8kg	62.3%	1,002.8g	1.44ℓ	120.87Wh

### サイトの重点活動

独自に「沼津西武環境白書」を発行。社員の環境への意識啓発で各活動に成果。特に店内のごみの分別徹底でリサイクル率向上。

店舗は、①店舗タイプ、②売上100万円当りの実廃棄物量が少ない店舗、の順に掲載しています。

実廃棄物量 = 廃棄物総量 - リサイクル量  
 原単位 = 総使用量 ÷ ( 売場面積 [ m<sup>2</sup> ] × 年間営業時間 [ h ] )

## 所沢店

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	577t	809t	45t	102km <sup>3</sup>	12,485MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	24.0kg	58.4%	886.8g	1.27ℓ	155.99Wh

### サイトの重点活動

地域団体や行政からの要請で、地域の催しや会合の粗品にエコバッグを大口受注。

売場面積 (m<sup>2</sup>)  
21,792

## 静岡店

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	199t	118t	16t	121km <sup>3</sup>	8,265MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	14.2kg	37.1%	692.8g	1.65ℓ	112.65Wh

### サイトの重点活動

店内の文書発信・回覧ルールを徹底し、店内掲示板や社内Web活用で情報のレベルを落とさず、紙類の使用を抑制。

売場面積 (m<sup>2</sup>)  
20,214

## 本金西武

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	491t	350t	24t	51km <sup>3</sup>	5,965MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	53.0kg	41.6%	785.0g	1.75ℓ	206.26Wh

### サイトの重点活動

2002年度、新規に生ごみ処理機を導入。積極的なリサイクルへの取り組みに成果。お客さまの声から、食品トレーの回収を行っている。

売場面積 (m<sup>2</sup>)  
8,667

## 富山店

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	192t	140t	11t	58km <sup>3</sup>	5,421MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	22.8kg	42.1%	869.7g	1.39ℓ	130.80Wh

### サイトの重点活動

富山県認定「エコショップ」。地域で環境に配慮するお店として認知されている。

売場面積 (m<sup>2</sup>)  
12,048

## 船橋店

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	339t	331t	27t	149km <sup>3</sup>	17,623MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	11.5kg	49.4%	786.2g	1.06ℓ	125.56Wh

### サイトの重点活動

地域美化推進運動「船橋をきれいにする会」に参加するなど、地域に密着した企業として地元の環境活動に積極的に参加。

売場面積 (m<sup>2</sup>)  
36,830

## 旭川店

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	607t	172t	25t	74km <sup>3</sup>	9,651MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	38.2kg	22.1%	997.7g	1.09ℓ	142.79Wh

### サイトの重点活動

2002年クリスマスeco包装に積極的な提案(全社用品品として実現)。水使用量の多い生鮮売場・レストランなどへの重点啓発で効率的な水資源使用にも成果。

売場面積 (m<sup>2</sup>)  
19,572

## だるまや西武

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	214t	271t	27t	88km <sup>3</sup>	9,052MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	12.0kg	55.9%	1,027.1g	1.40ℓ	143.12Wh

### サイトの重点活動

各フロアのダストシュートを廃止し、分別ごみをフロアごとに回収するなどしてリサイクルを促進。

売場面積 (m<sup>2</sup>)  
18,071

## 八尾店

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	1,296t	525t	31t	132km <sup>3</sup>	16,395MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	59.9kg	28.8%	1,215.5g	1.25ℓ	155.21Wh

### サイトの重点活動

営業時間拡大の中、照明消灯・点灯ルールを店内に周知徹底、テナント売場とも協力し、お客さまへのサービスレベルを落とさずエネルギー使用を効率化。

売場面積 (m<sup>2</sup>)  
29,750

## 筑波店

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	283t	312t	30t	81km <sup>3</sup>	8,717MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
	13.0kg	52.4%	937.9g	1.32ℓ	142.52Wh

### サイトの重点活動

フロアごとに環境リーダーを配置し、包装紙・手提袋の効率的な使用やごみ分別の啓発で活動のレベルアップを促進。

売場面積 (m<sup>2</sup>)  
16,688

## 店舗運営部・管理部

### 主な環境目的・目標の達成度

	実廃棄物量	リサイクル量	手提袋・包装紙 納品量 (ポリ手提袋含む)	水資源使用量	電力使用量
目標達成度					
年間総量	79t	117t		17km <sup>3</sup>	2,263MWh
比較指標	売上100万円当り	リサイクル率	100客当り	原単位	原単位
		59.8%		0.29ℓ	38.67Wh

### サイトの重点活動

事務部門として書類やコピー用紙の削減とごみ分別に重点的に取り組み、リサイクル量の増大に成果。2002年度は本部ビルサイトとして活動

# サイトレポート 法人外商部の活動状況

## ● 6領域でビジネスを展開しています

企業や各種団体をお客さまとしてビジネスを行っている法人外商部では、環境に配慮した企業活動をめざすお客さまのニーズにお応えするため、「環境基本商材」として6つの分野を設定しています。日ごろからお客さまへの提案には、環境に配慮のある素材、環境に影響の少ない生産工程などを盛り込むように努め、環境保全につながる活動の拡大に努めています。

## ● 営業チームの専門性拡充に注力

企業の環境活動にもライフサイクル視点の導入がすすみ、体系的なアプローチが必要になってきています。そこで、2002年度下期から法人外商部では2つの専門営業部隊をつくりました。「環境ビジネスチーム」では、食品メーカーのお客さまを中心に汚泥や食品廃棄物の処理機器・システムの提案を。「包材・資材チーム」では商品パッケージの開発を、受注・物流なども含めた一つの仕組みとして提供しています。

2002年度 法人外商部の環境商材売上 目標と成果

環境基本商材	SP (セールスプロモーション)	ユニフォーム	ギフト	建装 (ノール含む)	環境機器	包材・資材	法人外商部 合計
再生素材を使った販促キャンペーンなどのノベルティ、記念品など	再生素材を使ったオリジナルティの高いユニフォームなど	有機農法による食品などのギフトアイテム	再生素材を使った空間プロデュースや緑化、「ノール」取り扱いなど <b>事例 1</b>	生ゴミ処理機やそれに伴う循環型システムコーデインなど <b>事例 2</b> <b>事例 3</b>	再生素材の使用や廃棄時の環境影響に配慮したパッケージなど <b>事例 4</b>		
目標達成度		×	×	×			
2002年度売上高	242,090万円	23,989万円	318万円	94,262万円	41,559万円	93,443万円	495,663万円
目標比	121%	56%	5%	83%	109%	118%	103%
前年比	125%	64%	-	107%	250%	121%	107%

### 事例 1

## 環境にも使う人にもやさしい 「Knoll(ノール)」

アメリカの家具メーカー「Knoll(ノール)」は、モダンデザインの名作を数多く世に送り出してきただけでなく、再生素材ファブリックの使用や有害な塗料の排除など、早い時期から環境への配慮を行ってきた企業です。法人外商部はその日本総代理店として、建装ビジネスなどでノールの家具を積極的に採用してきました。また、近年ではインテリアへの関心の高まりとともに個人の方からのお問い合わせが増加してきたため、2001年にインターネット上に販売サイトを設けました。2002年度はさらに販売が伸び、前年度比148%と好調に推移しています。リサイクルを前提として設計された商品については、アメリカ国内で販売されたものと同様に、廃棄時の引き取りを行っています。

# Knoll



### 環境配慮型商品「ライフチェア」

クリーンテクノロジー……使用されているアルミニウムはコーティング加工なし。揮発性有機化合物は使用されていません。

「グリーンガード」に対応……アメリカのAQS社が室内建材の有害化学物質について定めたエコラベルの基準値をクリアしています。

リサイクル……使用されているアルミニウムの64%、ファブリックの100%、その他すべての使用原料の80%がリサイクル可能です。

事例2

## 環境&エネルギーセミナーを開催

環境機器の導入を検討している食品系企業・工場の環境・施設担当者の方々を対象に2002年11月、「環境&エネルギーセミナー」を開催しました。環境監査やISO取得支援コンサルティングなど、食品系企業の環境改善に経験豊富な2社から講師を招き、業界の環境課題、取り組み動向やソリューションについてお話しいただいたほか、西武百貨店の食品リサイクル法への対応などについても紹介しました。

### 【セミナー内容】

『産業廃棄物処理のリスク管理とコストダウン』  
 (株)トーマツ環境品質研究所  
 環境経営コンサルティンググループMG  
 中作憲展氏

『コージェネレーションシステムを利用した省エネルギー策について』  
 東京ガス(株)産業エネルギー事業部  
 コージェネレーショングループ主任  
 山本博道氏

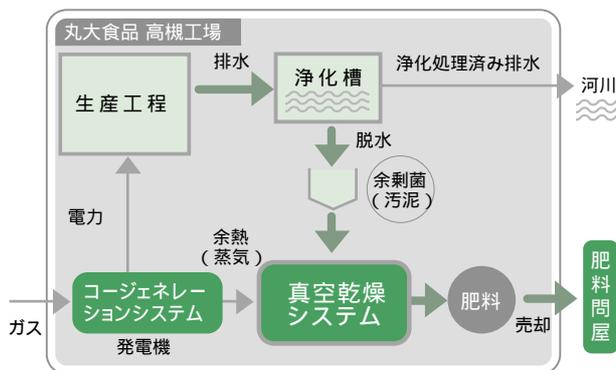
ほか



事例3

## 丸大食品(株)高槻工場の真空乾燥処理システムをコーディネート

工場から排出される汚水を浄化する際には、余剰菌(汚泥)が発生します。これを肥料として活用するための仕組みを提案、設置しました。余剰菌を真空乾燥するためのエネルギーには、コージェネレーションシステム(発電機)を稼働させたときの余熱を利用。乾燥後の余剰菌の肥料登録、肥料としての売却先コーディネートも行いました。



事例4

## 中元ギフトのメイン商材「食源探訪」のパッケージ開発

2003年中元で人気を集めた「食源探訪」シリーズは、「食べることへの心からの喜びを取り戻す」をテーマに、商品本部のバイヤーが産地に深く入りこみ、素材を厳選し、昔の製法に学んでつくったギフト。その思い出が伝わるパッケージをつくらうと、開発の初期段階からパッケージ担当として参画しました。シンプルで商品のよさを引き立てるデザイン、再生素材、印刷に大豆インクを使用するなどの環境配慮、そして低コストというバランスを、計35点のシリーズ商品に実現しました。



# 環境目標と成果 6つの柱10の取り組み

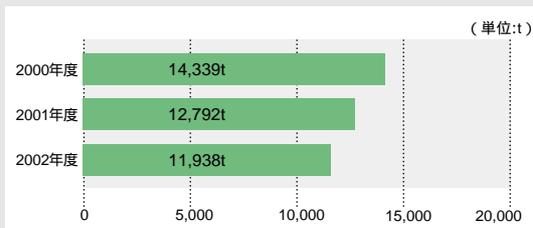
## 循環型社会の推進

### 1 廃棄物の削減



実廃棄物量\*削減 \*総廃棄物量からリサイクルされた分を除いたもの

達成 目標:12,037t 実績:11,938t  
目標差: 99t



#### 達成理由

納品時にごみを出さない、リサイクル・リユースに向けた仕事の仕組みの徹底(ハンガーラックでの納品、リタ・ナブルコンテナでの納品、リユースできる百貨店統一ハンガーの使用)

食品売場の廃棄食材を抑制する売り方の促進(惣菜の少量量り売り)

事務所の廃棄物削減に向けたごみ分別の社員啓発の徹底

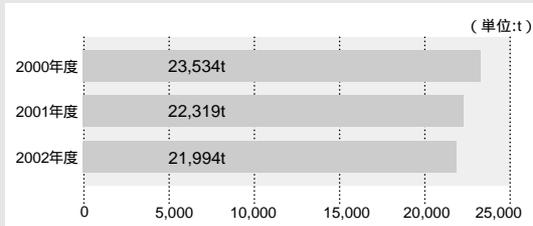
#### 2003年度の施策

ごみを出さないハンガー納品、リタ・ナブルコンテナ(折りたたみコンテナ)納品の拡大

食品売場の廃棄食材を抑制する適正発注促進

事務所の廃棄物削減に向けた、ごみ分別の社員啓発の継続

#### 参考 総廃棄物量の推移



推移指標	実廃棄量	1998年度比
売上100万円当り	22.1kg	71.1%
営業1時間当り	135.9kg	58.3%
売場面積1m <sup>2</sup> 当り	23.5kg	65.0%

## 循環型社会の推進

### 2 リサイクルの向上

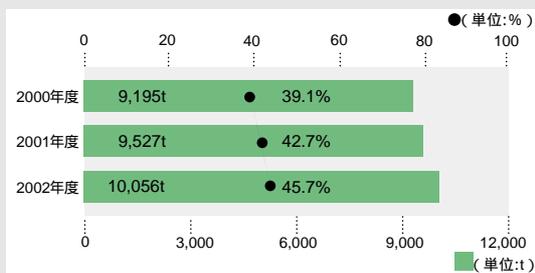


リサイクル量の拡大

達成 目標:9,931t 実績:10,056t  
目標差:125t

リサイクル率の向上

達成 目標:45.2% 実績:45.7%  
目標差:0.5%



#### 達成理由

リサイクルアイテムの拡大(使用済み商品券、ミックスペーパー、生ごみ、発泡スチロール)

ごみ分別促進によるリサイクル率の向上

生ごみ処理機の導入(本金西武)

#### 2003年度の施策

リサイクル向上に向けた、ごみ分別徹底と社員啓発の徹底

廃棄物処理業者の開拓によるリサイクルアイテムの拡大

生ごみ処理機、発泡スチロール溶融機の活用

#### 店舗での主なリサイクル実施状況

ダンボール	全店
びん・缶	15店舗
コピー用紙・新聞紙・雑誌	14店舗
発泡スチロール	11店舗
生ごみ	4店舗
廃油	13店舗
使用済み商品券	全店

推移指標	リサイクル量	1998年度比
売上100万円当り	18.6kg	149.6%
営業1時間当り	114.5kg	122.5%
売場面積1m <sup>2</sup> 当り	19.8kg	136.8%

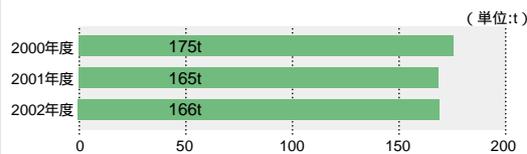
省資源

3 紙類使用量の削減

以下のデータの「使用量」は納品量実績です

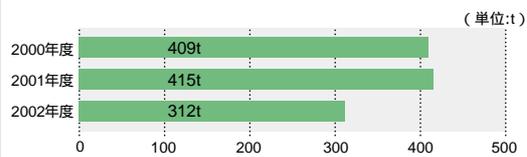
コピー用紙使用量の削減

達成 目標:179t 実績:166t  
目標差: 13t



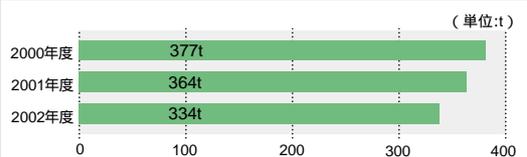
包装紙・手提袋使用量の削減

達成 目標:363t 実績:312t  
目標差: 51t



ポリ手提袋使用量の削減

達成 目標:349t 実績:334t  
目標差: 15t



達成理由

中元・歳暮期、通常期のエコ包装おすすめ推進  
エコ包装・適正サイズ袋入れマニュアルの作成と教育の実施

仕事の進め方の改善で、事務所のコピー用紙の使用量減少

紙を使わない電子棚卸の促進

2003年度の施策

お取引先運営売場でのエコ包装促進の依頼  
エコ包装・適正サイズ袋入れマニュアルの活用  
電子メール等、社内Webを活用した紙を使わない情報共有化の促進

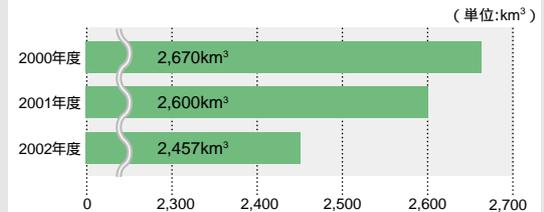
推移指標	紙類総使用量	1998年度比
売上100万円当り	1506.3g	92.6%
営業1時間当り	9250.9g	75.8%
売場面積1m <sup>2</sup> 当り	1599.0g	84.7%
100客当り(手提袋・包装紙のみ)	793.3g	—

省資源

4 水資源使用量の削減

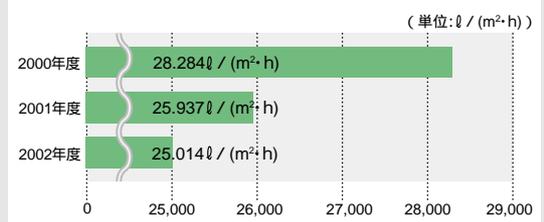
水道使用量の削減

達成 目標:2,545km<sup>3</sup> 実績:2,457km<sup>3</sup>  
目標差: 88km<sup>3</sup>



水道原単位使用量の削減

達成 目標:26.566ℓ/(m<sup>2</sup>・h) 実績:25.014ℓ/(m<sup>2</sup>・h)  
目標差: 1.552ℓ/(m<sup>2</sup>・h)



達成理由

トイレの擬音装置の設置と活用の啓発

厨房使用水の垂れ流しの防止と適正使用ルール作成・使用量基準化

給水設備の定期的なメンテナンス

2003年度の施策

社員のトイレ使用时、手洗い・歯磨き時の節水意識啓発に向けた教育の継続

厨房使用水の垂れ流しの防止と適正使用ルール・使用量基準の運用徹底

給水設備の定期的なメンテナンスの継続

個別使用量目標の設定

お取引先運営売場の毎日の使用量確認と節水の指導

推移指標	水道使用量	1998年度比
売上100万円当り	4.6m <sup>3</sup>	83.1%
営業1時間当り	28.0m <sup>3</sup>	68.0%
売場面積1m <sup>2</sup> 当り	4.8m <sup>3</sup>	75.9%

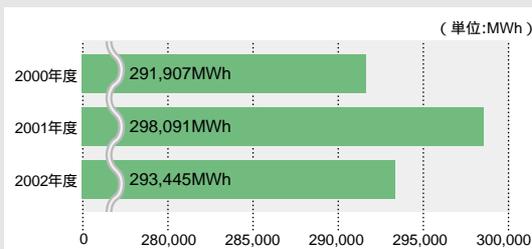
# 環境目標と成果 6つの柱10の取り組み

## 温暖化対策

### 5 電力使用量の削減

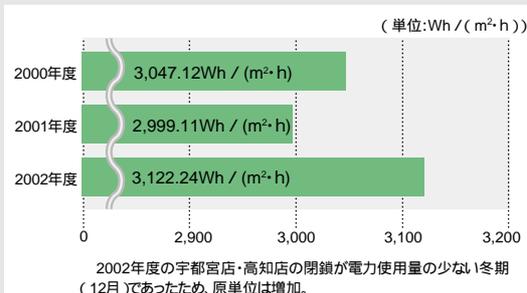
#### 電力使用量の削減

達成 目標:297,715MWh 実績:293,445MWh  
目標差: 4,270MWh



#### 電力原単位使用量の削減

達成 目標:3,204.60Wh/(m<sup>2</sup>・h) 実績:3,122.24Wh/(m<sup>2</sup>・h)  
目標差: 82.36Wh/(m<sup>2</sup>・h)



#### 達成理由

基準に基づく店内適正温度の設定とこまめな点検

運営管理基準に基づく店舗照明の時間帯での点消灯の実施

節電プレートによる不要灯の消灯

管球類の省電力型への切り替え

#### 2003年度の施策

改装時の省電力型売場への移行促進(冷気の流れを妨げない売場設計)

運営管理基準に基づく店内適正温度の設定

管球類の省電力型への切り替え促進

不要灯消灯や適正温度の設定に向けた社員啓発の継続

お取引先運営売場と協働した省エネ活動推進

推移指標	電力使用量	1998年度比
売上100万円当り	544.1kWh	107.7%
営業1時間当り	3341.3kWh	88.2%
売場面積1m <sup>2</sup> 当り	577.5kWh	98.5%

## 温暖化対策

### 6 重油ボイラーの見直し

重油からクリーンエネルギーへ熱源の見直し(投資計画を検討中)。

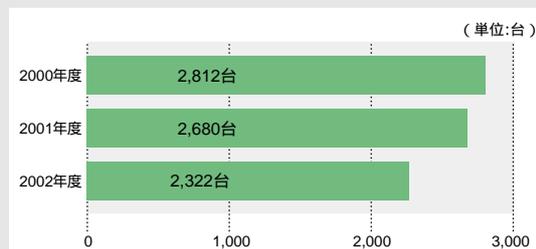
2003年9月末現在、重油ボイラー使用店舗は船橋店・静岡店・大津店・だるまや西武・旭川店の5店舗

## 温暖化対策

### 7 車両による環境負荷低減

#### 1日当り(全店平均)業務出入車両数の削減

達成 目標:2,420台 実績:2,322台  
目標差: 98台



#### 達成理由

営業時間外納品の実施

納品代行システムの利用拡大

食品納品代行システムの5店舗先行導入

納品車両、社用車のアイドリングストップの実施

#### 2003年度の施策

営業時間外納品アイテムの拡大

納品代行システム利用お取引先数の拡大

食品納品代行システムの導入店舗拡大

納品車両、社用車のアイドリングストップの継続

## 2002年度にいただいた表彰・授賞

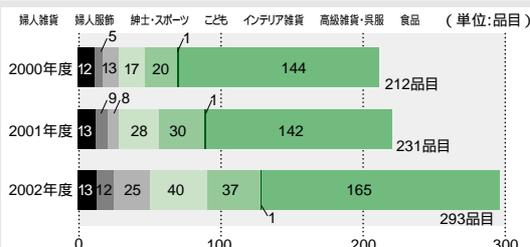
日本経済新聞社 第6回環境経営度調査  
非製造業部門ランキング1位(2002年12月)  
「運営体制」「情報公開」「啓発活動・サービス」「ビジョン」「リスク管理」「資源循環」「温暖化対策」の7項目から評価が行われ、2001年度に引き続き非製造業部門で1位をいただきました。

## 環境商品の拡大

### 8 環境に配慮した商品提案の推進

#### 環境選定商品拡大

達成 目標:280品目 実績:293品目  
目標差:13品目



#### 達成理由

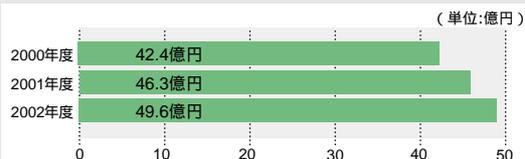
農薬、化学肥料、枯葉剤等を使用しないオーガニックコットン、製造過程で溶剤を廃棄せずリサイクルし環境に悪影響のある薬品も未使用のテンセルなど、環境配慮素材を使用したジャケット、パンツ、ベビー服の新規認定(前年より62アイテム拡大)

#### 2003年度の施策

売場で「環境選定商品」のポイントをご紹介するグリーンアクションカードの掲出再徹底

#### 環境商材売上拡大

達成 目標:48.0億円 実績:49.6億円  
目標差:1.6億円



#### 達成理由

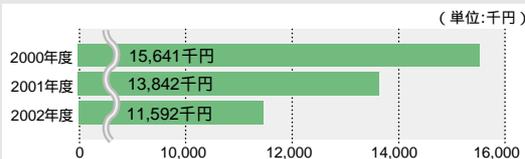
環境商材を取り扱う専門営業部を組織化。「環境機器」の拡販や「包材・資材」担当による開発商品の提供などの売上拡大

#### 2003年度の施策

SP、建築、ギフト、ユニフォーム営業についても、製造から販売・廃棄までトータルな環境負荷低減の提案型営業を推進

#### オリジナルエコロジーバッグ売上拡大 \*販売開始は2000年6月から

未達成 目標:13,618千円 実績:11,592千円  
目標差:2,026千円



#### 未達成理由

新型の導入なし  
担当者変更時に、販売目的やオペレーションの引き継ぎが不徹底

#### 2003年度の施策

新型2種の導入および保冷バッグの販売店舗拡大  
各店エコバッグ売場担当者一覧を作成し、オペレーション手順を再徹底  
レジ脇など新たな販売場所を検討

## リスクマネジメント

### 9 リスクマネジメントの強化

#### 防災訓練参加拡大

達成 目標:年4回以上防災訓練参加  
実績:延べ参加人員137,249人

#### 達成理由

対象売場・部門に訓練計画を早期に通知し、あらかじめ個別にスケジュール化することで参加率を向上

#### フロン管理強化

特定フロン使用機器削減を目標に、売場改装等の機会に入れ替え促進や、日常管理を徹底

#### PCB管理の徹底

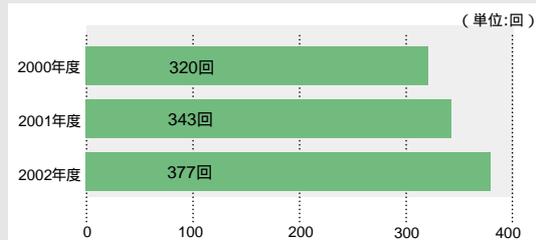
現在5店舗(池袋店・渋谷店・静岡店・沼津店・札幌店)でPCB使用電気機器を保管。該当店舗では特別管理産業廃棄物管理責任者を設置して管理を徹底。処理計画を検討

## 社会貢献

### 10 地域社会との共生

#### 店舗外周清掃の実施

達成 目標:334回 実績:377回  
目標差:43回



#### 達成理由

清掃地域を駅前や公園まで広げる、行政・団体・他企業・地域住民との合同クリーンキャンペーンを実施するなど、取り組み拡大

札幌店や池袋店ではお客さまから「一生懸命掃除をしている姿に心をうたれました。自分もごみを捨てないように気をつけます」という手紙をいただき、社員の励みとなった。

#### 地域コミュニケーションの実施

達成 目標:50回 実績:85回  
目標差:35回

#### 達成理由

地域環境フェアへの出展や、使用済みプリペイドカードの回収などを積極的に行ったほか、高知店や函館店など閉鎖店舗では、行政と連動して什器や備品をボランティア団体等に寄付。

小・中学生などお客さまを対象とした店内環境学習会が好評。今年度も継続的に実施予定。

# 環境会計 < 2001 - 2002年度 >

## 環境会計の目的と考え方

環境対応の投資・経費とその効果を明確にし、経営指標の一つとする。

環境会計を通じて、西武百貨店の環境保全活動について社会に理解を求めます。

環境保全活動の費用対効果に主眼を置き、環境保全活動を環境負荷との関係から分類し、その費用と効果を集計する。効果については、金額とエネルギー・廃棄物など項目別の削減量を表記するとともに、一般家庭との比較などとCO<sub>2</sub>排出量換算を併記し“わかりやすい環境会計”とする。

## 対象期間と集計範囲

2002年3月1日～2003年2月28日(財務会計と同一)

環境マネジメントシステムの対象となる全事業所の集計

## 定義と算定基準

投資および経費のなかで、環境保全に関わるものを環境保全コストとする。

環境保全活動を進めた結果、利益に貢献した効果を環境保全活動に伴う経済効果とする。(貨幣単位)

環境保全活動を進めた結果、環境負荷の低減に貢献した効果を環境保全効果とする。(物量単位)

環境保全活動に伴う経済効果は、収益または費用節減とし、費用節減は前期との単純比較により算定する。

環境保全効果は、投入(排出)量の削減量とし、前期との単純比較により算定する。

[参考資料]

平成14年2月 環境省発行「環境会計ガイドライン2002年度版」

( )内は2001年度実績 単位:百万円

分類	環境保全コスト		環境保全活動に伴う経済効果 (貨幣単位)	環境保全効果 (物量単位)		
	投資	経費			CO <sub>2</sub> 排出量換算	
公害防止	大気汚染防止	38 (10)	24 (54)	213(237)	投入する資源に関する効果 ・コピー用紙 宇都宮・高知・塚新分を除く 11t(10t) 直径14cm×高さ8m樹木 233本分(217本分) ・包装紙・手提袋 宇都宮・高知・塚新分を除く 68t(1t) 直径14cm×高さ8m樹木 1,522本分(27本分) ・電力使用量 営業機会拡大および 宇都宮・高知・塚新分を除く 2,060MWh(3,570MWh) 一般家庭 592世帯分/年(1,026世帯分/年) ・水道使用量 営業機会拡大および 宇都宮・高知・塚新分を除く 124km <sup>3</sup> (152km <sup>3</sup> ) 50mプール50個分(61個分) ・ガンリン使用量 20kg(5kg)	3t(3t)
	水質汚濁防止	7 (7)	55 (61)			
	土壌汚染防止		0.1 (2)			
	騒音防止	17 (8)	33 (23)			
	振動防止		0.2 (2)			
	悪臭防止	8 (11)	94 (33)			
	地盤沈下防止		0 (0.3)			
	その他	6 (0)	78 (25)			
小計	76 (36)	284 (200)				
地球環境保全	地球温暖化防止・省エネルギー	99 (53)	230 (97)	680(653)	排出する廃棄物に関する効果 ・ごみ総量 営業機会拡大および 宇都宮・高知・塚新分を除く 4t(1,215t) 4t車1台分(304台分) ・リサイクル率 3.0%(3.6%) 輸送に関する効果 ・業務用出入り車両数 130千台(48千台) ・折りたたみコンテナ利用数 (4千個) ・百貨店統一ハンガー利用数 (7千本)	187t(325t)
	オゾン層破壊防止	16 (25)	39 (54)			
	省資源	11 (56)	22 (19)			
小計	126(134)	291 (170)				
資源循環	廃棄物処理	0 (5)	689 (709)	0(0)	0(0)	0(0)
	リサイクル	0 (52)	22 (12)			
小計	0 (57)	711 (720)				
人件費	-	117 (129)				
事業エリア内		202(227)	1,403(1,219)			
グリーン購入			0.8 (10)	677(653)	ガンリン使用量 20kg(5kg)	13t(3t)
環境配慮商品販売			5 (1)			
容器包装リサイクル			7 (10)			
製品・商品等のリサイクル			2 (1)			
人件費			339 (320)			
上・下流コスト			354 (342)			
環境マネジメントシステム運用			2 (3)	0(0)	0(0)	0(0)
環境情報開示			8 (7)			
環境教育			3 (2)			
事業所周辺の美化・緑化			0 (0.2)			
人件費			51 (50)			
管理活動			65 (62)			
環境配慮商品の開発			-	0(0)	0(0)	0(0)
環境に配慮した販売方法の開発			0.2 (0.4)			
人件費			0.1 (0.2)			
研究開発			-			
事業所・事業所周辺以外の緑化			3 (7)	0(0)	0(0)	0(0)
環境保全を行う団体に対する寄付・支援			1 (1)			
地域住民の行う環境活動支援・情報提供			2 (2)			
人件費			0.6 (1)			
社会活動			7 (11)			
環境損傷			-			
合計	202(227)	1,829(1,636)	894(891)		CO <sub>2</sub> 排出量換算 合計	246t(647t)

\*CO<sub>2</sub>排出量換算係数(東京都エコ・アップ事業所東京宣言「グリーンノート」を参考)

ごみ:0.24(t-CO<sub>2</sub>/t) 紙:0.32(t-CO<sub>2</sub>/t) 電力:0.091(t-CO<sub>2</sub>/MWh) 水道:0.155(t-CO<sub>2</sub>/km<sup>3</sup>) ガンリン:0.643(t-CO<sub>2</sub>/kg)

# ISO14001 定期審査報告

## 定期審査実施概要

JQA登録証番号：EM0401

登録範囲：マルチサイト(全店、全事業所)

審査対象：トップマネジメント(社長)、環境管理責任者・  
環境推進担当 / 店舗運営部、法人外商部、  
所沢店、池袋店、渋谷店、船橋店、高槻店(塚  
新営業部含む)、東戸塚店 < 審査順 >

審査日程：2003年8月13日～15日  
(審査時間4人 / 日:移動工数1人 / 日)

審査員：財団法人日本品質保証機構(JQA)  
主任審査員 上山 太郎、審査員 榊原 一寛

変更点：閉鎖・統合等に伴う登録関連事業所の変更  
《削除》宇都宮店、高知店、川崎店、豊橋店、  
仙台店、函館店、朝霞センター、門真  
センター、千葉営業部、本部ビル  
《追加》店舗運営部・管理部、法人外商部、  
北海道営業部  
《変更》塚新西武より塚新営業部(高槻店構  
成組織)

審査結果：ISO14001規格に基づく環境マネジメントシステムが維持管理されていると判定。  
改善指摘事項は発見されなかった。

## 主任審査員 所見

### しっかりした教育体系

今回は昨年4月の登録更新以降、第1回目の定期審査となります。今回チームリーダーを担当しましたが、西武百貨店の審査を担当するのはこれで2回目です。1回目は認証を取得した翌年の定期審査で、やはりチームリーダーとして審査にあたりました。当時は合計33のサイトがあり、物流センターや外商事業部の営業部を含むかたちで構成されていましたが、店舗閉鎖や組織統合などにより現在では20サイトのマルチサイトシステムとなっています。

まず、審査全体を通じて、パフォーマンスが良好であるという印象を受けました。審査に伺った各店舗では、環境活動目標を達成するために全従業員が力を合わせて真摯に環境活動に取り組んでいる様子が見受けられました。その活動を支えているのが教育システムです。2002年度の下期から導入された「eラーニング」による教育内容は、従業員のさらなる自覚の向上を図るため、西武百貨店の環境管理委員会の活動全般が適切に理解できる、大変充実したものです。また、内部環境監査前に監査員に対して実施している「内部環境監査員スキルアップ研修」は、組織の変化をふまえた環境マネジ

メントシステムに対応し、適切な監査を実施するために、また監査員の能力の維持向上を図るために、有効なシステムとして評価できます。

さらに、「環境活動報告書」を発行する都度、店長が地域の行政・商工会議所・近隣企業などにお届けし、報告や説明を行うと同時に店舗への協力要請などの情報収集を図っていると聞き、店トップが自ら率先して積極的なコミュニケーションを行っていることに感心しました。今後もぜひ継続し、企業イメージの向上とともに地域社会へのさらなる貢献を期待いたします。

### 改善の機会

西武百貨店には、1999年の認証取得時に「文書管理」と「緊急事態への準備及び対応」という2件の改善指摘事項がありましたが、早期に是正・予防処置をとったことで、その後昨年の更新審査に至るまで改善指摘事項は一切ありません。今回も改善指摘事項に該当する項目はありませんでした。ただし、中期計画策定システム、法規制に関する情報の整理や遵守状況チェックシステム、排水の水質測定手順など、10件ほど「改善の機会」として見直しをお願いしました。

本年度の組織改編・機能分担により、活動に密接に関連する総務・商品主務が株式会社ミレニアムリテイリングに移行しました。同社ともよく調整を図り、お取引先や消費者への環境影響も視野に入れたダイナミックな中期戦略を策定し、本業に直結した環境管理活動をより一層促進されることを、ぜひご検討ください。

財団法人日本品質保証機構(JQA)

JQA認定ISO14001 主任審査員 上山 太郎

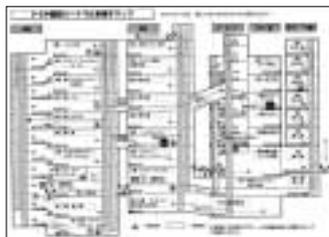


# 人にやさしい店、人を活かせる企業をめざして

## ● 誰もがショッピングを楽しめる店づくり



池袋店・地階食品フロアのスロープ



**渋谷店**  
**ハートフル車椅子マップ**  
 店内のスロープや段差の位置、車椅子の貸し出し場所、専用トイレの場所などが分かるマップを、社員の発案で作成したものです。



### ハートフルアドバイザー

「財団法人総合健康推進財団」による民間資格「ハートフルアドバイザー」取得をめざす研修を2001年から実施しています。売場のご案内や試着も含めた「お買い物をお手伝いする」技術として認定者の拡大に努めています(2003年4月現在で認定者206人)。

## 店舗のバリアフリー化

西武百貨店では、高齢者や障害者の方々にも利用しやすい建築物について基準を定めた「ハートビル法」に準拠した店舗設計を取り入れています。1999年に開店した東戸塚店や2000年開店の岡崎店では、段差のないフロア・出入口、エレベーターの点字付運転盤や点字ブロック、店舗入口の介助者呼出用のインターホン、ベビーカーごと入れるトイレなどを設置。また池袋店では、2002年9月の食品フロア改装時にスロープを増設し、車椅子やベビーカーをご利用の方がスムーズに出入りできる環境を整えました。



### 介助犬・聴導犬の受け入れ

2002年10月から「身体障害者補助犬法」が施行され、介助犬や聴導犬も盲導犬と同様に公共施設・公共機関への同伴が可能になりました。デパートや飲食店などについては対応のための猶予期間が2003年10月まで認められていますが、西武百貨店では2002年10月から受け入れ体制を整えています。



### 快適な分煙環境へ

2003年5月に施行された「健康増進法」に伴い、西武百貨店では、レストラン・喫茶店の入口やメニューケースに禁煙・喫煙席の有無を掲出しました。また、休憩所の喫煙・禁煙の別をわかりやすい表示に徹底するなど、どちらのお客さまも快適にご利用できる分煙環境を整備しました。

## ● 社員一人ひとりの手で社会貢献



### プリペイドカードや古切手を回収

2003年1月から約2カ月間、全店で労働組合との共催による「みんなで集めようキャンペーン」が実施されました。社員からは書き損じハガキ533枚・使用済みプリペイドカード41,197枚・古切手18,499グラムが集まり、途上国での寄生虫予防や栄養改善などに必要な医薬品・備品の購入にあてるため、ジョイセフ(家族計画国際協力財団)に寄付しました。



### こどもエコクラブの窓口開設

「こどもエコクラブ」は、環境省が地方公共団体と実施している小・中学生を対象とした環境活動クラブ。西武百貨店では船橋店、所沢店、東戸塚店、本金西武に会員登録窓口を開設し、会員募集に協力しています。また、窓口では店内環境施設見学のご案内も行っています。

### 高知店の什器をNPOへ寄付

2002年12月に閉店した高知店では、店舗で使用していた陳列什器・事務机・椅子・ロッカー・文具など約1,000点を「企業・NPO資源循環システム」を通じてNPO、市民のボランティア団体など70団体に無償提供しました。高知県ボランティア・NPOセンターとNPO高知市民会議が推進しているこのシステムは、企業とNPOの橋渡しをめざしたもので、高知店のケースはその運用テストとしても成功をおさめました。



### 今年もどんぐりの苗を植えました

1998年から池袋店では、「こどもと育てる未来の森 クマちゃんのどんぐりを育てようキャンペーン」を続けています。毎年キャンペーン期間中、店内でこどもたちにどんぐりの実を配り、自宅で苗を育ててもらい、植樹を行います。2002年10月も、群馬県水上町の国有林でボランティアのスタッフや苗を育てたご家族がいっしょに植樹を行いました。

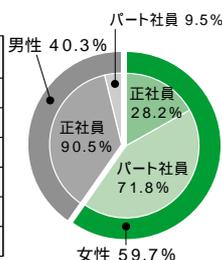


## ● あらゆる社員にとって働きやすい環境づくり

仕事の成果を公正に評価し、性別に偏らない公平な人事制度を整備して社員の処遇を行っています。社員一人ひとりが仕事と家庭生活を両立し、安心して業務に取り組み、十分に能力を発揮していける職場環境を整えること。それが社員の活力を引き出し、百貨店として、お客さまに充実したサービスをご提供する土台になると考えています。

従業員の状況

区分	従業員数	平均年齢	平均勤続	係長以上登用率
男性正社員	2,285人	43.4歳	19.8年	38.3%
パート社員	218人	31.0歳	3.0年	-
小計	2,503人	42.0歳	-	-
女性正社員	1,046人	36.4歳	14.6年	13.6%
パート社員	2,659人	37.2歳	3.6年	-
小計	3,705人	36.7歳	-	-



出産・育児休暇制度……法律に基づき、出産前休暇、出産後休暇および育児休暇の制度を設けています。

勤務時間短縮制度……育児・介護・病氣療養・自己啓発・ボランティアなどのために、一定の期間、就労時間を短縮して勤務する制度を設け、申請と審査により実施しています。

セクシャルハラスメント相談窓口……会社および労働組合ともに窓口を設置して、プライバシーを守りながら相談できる体制を敷いています。

労働組合……基本的には正社員が加入しています。

企業年金・健康保険組合……正社員のほかに、一部長時間勤務のパート社員も加入しています。

社内向けコミュニケーションツール……社内報や社内Webサイト上に情報を発信し、情報の開示と共有に努めています。

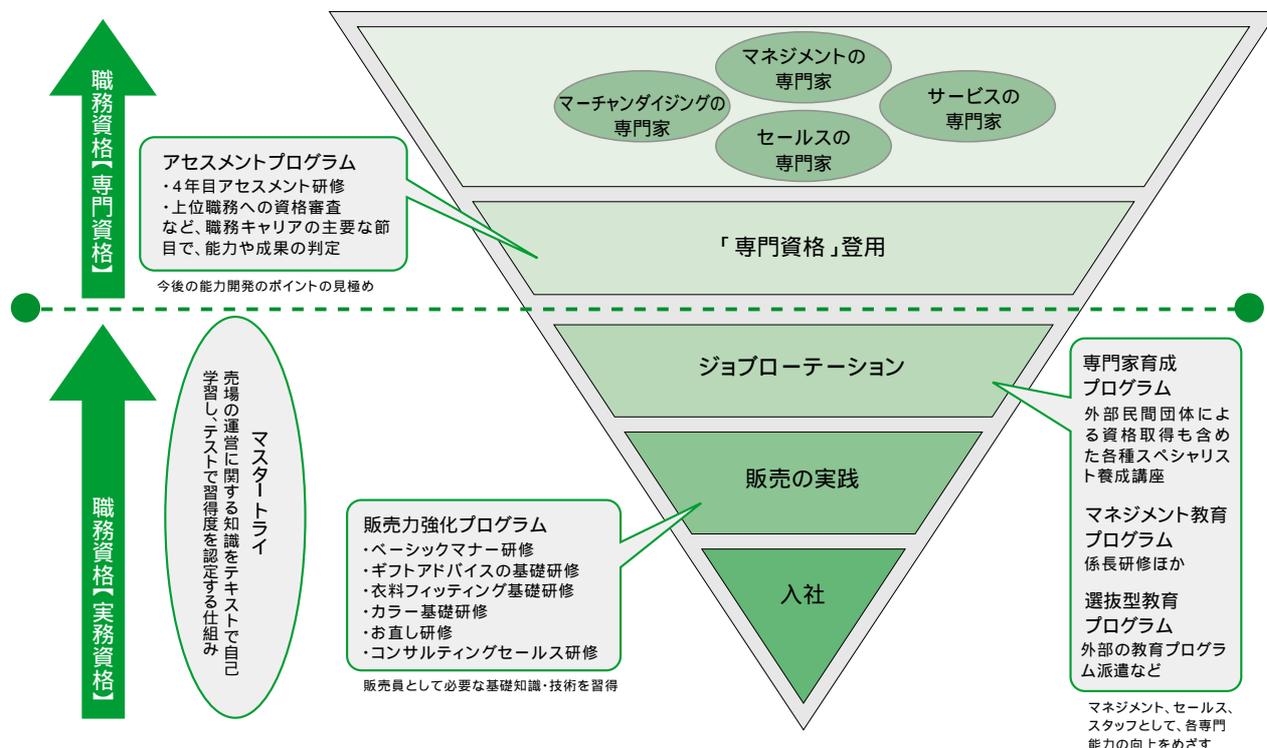
健康相談……健康保険組合被保険者とその家族は、全国どこからでもフリーダイヤルで健康・介護・妊娠・出産・メンタルヘルスについて外部の専門家のアドバイスを受けることができます。

## ● 能力を磨き自らキャリアをつくっていく仕組み

西武百貨店では、「キャリアは自分で創るもの」という考え方を基本にして能力開発が行われています。そのため一人ひとりが主体的に能力を発揮できる人材育成制度を取り入れています。社員は、現場で実践的

な教育を受けながら経験を積み、ジョブローテーションのなかで適性を見極め、専門能力を高めるための教育プログラムに自主的に取り組みます。

■ 専門家の育成を基本とした能力開発の仕組み(正社員の場合)





JQA-EM0401

お客様の声に耳を傾け、環境にやさしい暮らしをお手伝いいたします。

「ISO14001」規格認証(マルチサイト方式)登録サイト (2003年9月現在)

池袋店	郵便番号171-8569 東京都豊島区南池袋1-28-1 電話03(3981)0111大代表	八尾店	郵便番号581-8680 大阪府八尾市光町2-60 電話0729(97)0111大代表
渋谷店	郵便番号150-8330 東京都渋谷区宇田川町21-1 電話03(3462)0111大代表	大津店	郵便番号520-8580 滋賀県大津市におの浜2-3-1 電話077(521)0111大代表
有楽町店	郵便番号100-0006 東京都千代田区有楽町2-5-1 電話03(3286)0111大代表	だるまや西武	郵便番号910-8582 福井県福井市中央1-8-1 電話0776(27)0111大代表
船橋店	郵便番号273-8550 千葉県船橋市本町1-2-1 電話047(425)0111大代表	富山店	郵便番号930-8503 富山県富山市総曲輪3-4-15 電話076(492)0111大代表
所沢店	郵便番号359-1198 埼玉県所沢市日吉町12-1 電話042(927)0111大代表	札幌店	郵便番号060-8555 北海道札幌市中央区北4条西3丁目 電話011(251)0111大代表
筑波店	郵便番号305-0031 茨城県つくば市吾妻1-7-1 電話029(851)0111大代表	旭川店	郵便番号070-8507 北海道旭川市1条通18丁目右1号 電話0166(21)0111大代表
東戸塚店	郵便番号244-8530 神奈川県横浜市戸塚区品濃町537-1 電話045(827)0111大代表	本金西武	郵便番号010-8505 秋田県秋田市中通2-6-1 電話018(832)0111大代表
静岡店	郵便番号420-8555 静岡県静岡市紺屋町6-7 電話054(274)0111大代表	法人外商部	郵便番号100-0005 東京都千代田区丸の内1-1-2 JFEビル 電話03(6213)7602ダイヤルイン
沼津店	郵便番号410-8570 静岡県沼津市大手町3-1-1 電話055(961)0111大代表	店舗運営部・ 管理部	郵便番号171-8569 東京都豊島区南池袋1-28-1 電話03(5949)3514ダイヤルイン
岡崎店	郵便番号444-8710 愛知県岡崎市戸崎町字外山38-5 電話0564(59)0111大代表		
高槻店	郵便番号569-1196 大阪府高槻市白梅町4-1 電話072(683)0111大代表		
塚新営業部	郵便番号661-0001 兵庫県尼崎市塚口本町4-8-1 電話06(6420)0111		

お問い合わせ

2003年9月30日発行(次号は2004年6月発行予定)

(株)西武百貨店 店舗運営部 環境推進担当

郵便番号171-8569 東京都豊島区南池袋1-28-1 西武百貨店池袋店書籍館6階  
電話03(5949)3514 FAX 03(5992)8739  
西武百貨店ホームページ <http://www.seibu.co.jp>



本誌はエコマーク認定の再生紙・大豆油インキを使用し、再生可能です。