企業調査レポート（ESG 統合版）

イオン

8267 東証 1 部

企業情報はこちら >>>

2017 年 2 月 21 日（火）

執筆：フィスコアナリスト
清水さくら
FISCO Ltd. Analyst **Sakura Shimizu**

FISCO Ltd.
http://www.fisco.co.jp

イオン
8267 東証 1 部
2017 年 2 月 21 日（火）
https://www.aeon.info/ir/library/report.html

目次

■要約 01
■事業の特質と収益構造 02
■企業理念と中長期の成長戦略 07
■環境への取り組み 12
■社会との関わり 21
■経営の正当性、透明性、柔軟性、組織としての完成度の高さ 28
■リスク低減、事業機会の獲得につながる CSR コミュニケーション 29
■ ESG にかかる外部評価、第三者保証 30

本レポートは、環境省実施の環境情報開示基盤整備事業に参画している各企業が
環境情報開示システムに登録している環境情報を一部参照しています。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

要約

ステークホルダーとともに環境・社会課題の解決に挑む

イオン <8267> は、日本・中国・ASEAN などで、小売り・金融・ディベロッパーサービスなど幅広い事業を展開。

1. 経済価値

2016 年 2 月期の連結業績は、営業収益が 8,176,732 百万円、営業利益は 176,977 百万円で、GMS（総合スーパー）事業及びスーパーマーケット・ディスカウントストア事業（以下、SM・DS 事業）は営業収益の 2/3 を占めるが、営業利益の半分は総合金融事業とディベロッパー事業が稼ぐ。2017 年 2 月期に最終年度を迎える中期経営計画で掲げている営業収益 8,000,000 百万円超は達成しているが、営業利益 280,000 百万円以上及び ROIC6% 以上の達成は厳しい状況。詳細な情報開示がされており、すべてのステークホルダーに対する説明責任は成されていると言える。

2. 環境価値

2011 年 3 月に制定したサステナビリティ基本方針で、低炭素社会の実現、生物多様性の保全、資源の有効活用を重点課題に掲げている。サステナビリティ基本方針の下に位置する環境指針では、温室効果ガスの排出削減、生態系の保全活動の推進、省資源・資源循環への取り組み、環境汚染への予防に努めるとともに、顧客を始めとする多くの人々とパートナーシップを築き、取り組みの輪を広げていくとしている。店舗周辺の植樹活動から始まり、店舗運営における省エネや環境に優しい資源の利用、買物袋持参運動に代表される廃棄物削減の取り組み、他社との共同配送やモーダルシフト、商品開発における CO_2 削減などを実施。また、生物多様性方針のもと、持続可能な調達原則、水産物調達方針、森林資源調達方針を策定・運用している。

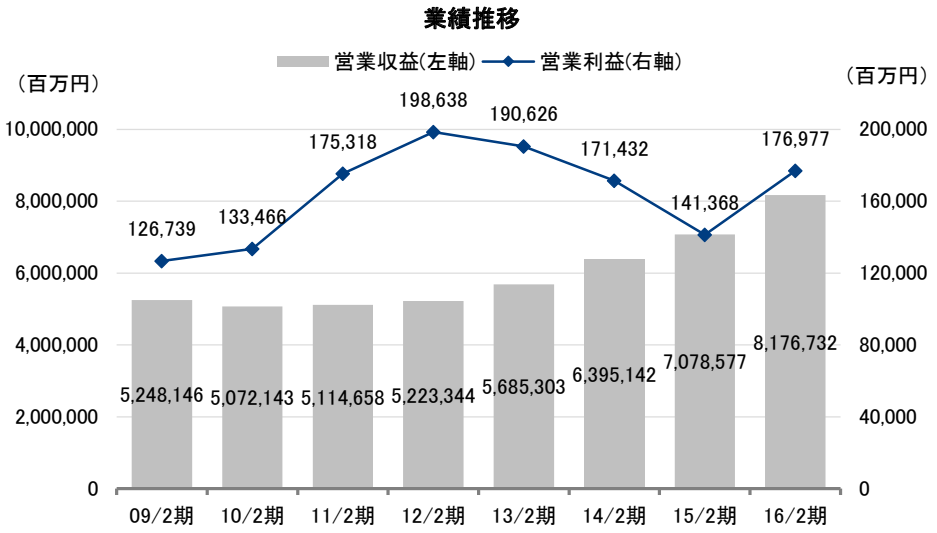
3. 社会価値

サステナビリティ基本方針で社会的課題への対応を重点課題の 1 つに掲げており、グローカル企業として、コミュニティ参画、公正な事業慣行、消費者課題、人権・労働慣行を中心に積極的に社会的課題にも取り組んでいる。事業の特性上、地域社会への還元や人材育成、消費者課題などに重点を置いているようだ。防災・災害対応も注力しており、2016 年に発生した熊本地震の際には、地震発生直後から活動を開始、緊急支援物資の配送や一時避難場所の提供などその力を発揮した。

4. ガバナンス

指名委員会等設置会社。同社の取締役会において社外取締役は全 9 名中 5 名と過半数を超えている。社外取締役の導入により、外部の視線で経営の監視を行う狙いがあるようだ。これらの社外取締役がどのように同社に貢献し、同社の企業価値を向上させているか外部からは分かりにくいため、今後の開示に期待したい。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.



出所：ホームページよりフィスコ作成

注：本レポートでは、イオン及び同社グループの ESG を論ずることを目的としているため、イオン及びグループ各社を指す場合でも「イオン」もしくは「同社」と簡易的な表記に統一している。

事業の特質と収益構造

幅広い事業展開、総合金融事業とディベロッパー事業の利益貢献が屋台骨を支える

1. 事業内容

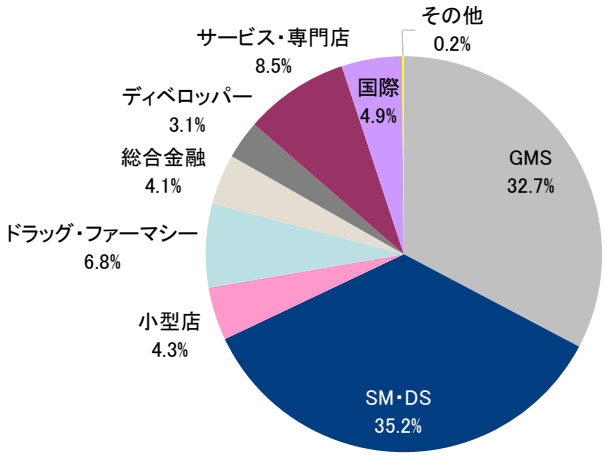
同社の事業は幅広く、GMS 事業、SM･DS 事業、小型店事業、ドラッグ･ファーマシー事業、総合金融事業、ディベロッパー事業、サービス・専門店事業、デジタル事業、国際事業を抱える。日本・中国・ASEAN など 13 ヶ国に展開、2016 年 2 月時点の国内外のグループ企業数は 300 社超、グループ従業員数は約 52 万名、イオンフィナンシャルサービス <8570> の連結有効会員数は 3,722 万人、電子マネー WAON の年間利用額は 2 兆円超と巨大な企業となっている。

2. コアビジネス

GMS 事業及び SM・DS 事業が同社のコアビジネスと言える。2016 年 2 月期における GMS 事業と SM・DS 事業がそれぞれ営業収益の 32.7%、35.2% を占める。営業利益段階では GMS 事業が 5.5%、SM・DS 事業が 12.4%、対して、総合金融事業が 32.2%、ディベロッパー事業が 26.4% と、これら 2 事業が大きく利益をけん引していることが分かる。

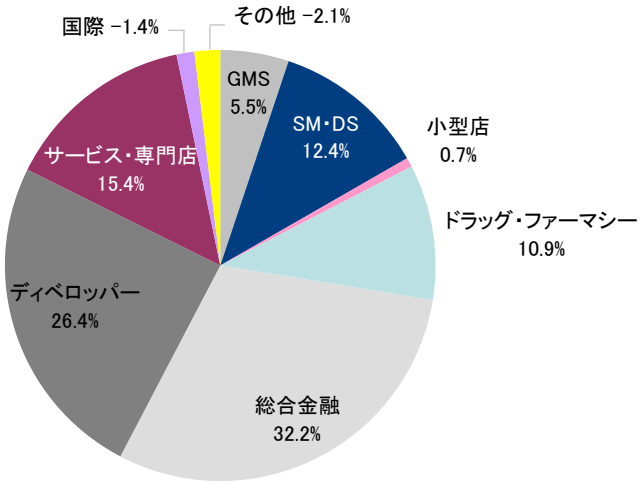
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業セグメント別営業収益



出所：ホームページよりフィスコ作成

事業セグメント別営業利益

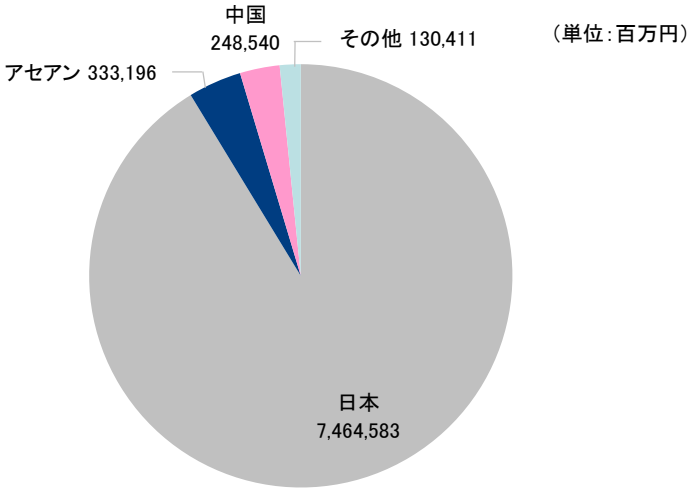


出所：ホームページよりフィスコ作成

所在地別では ASEAN が利益に貢献をしているが、日本の構成比が 93.8% とまだ高く、コアビジネスは日本にあると言える。

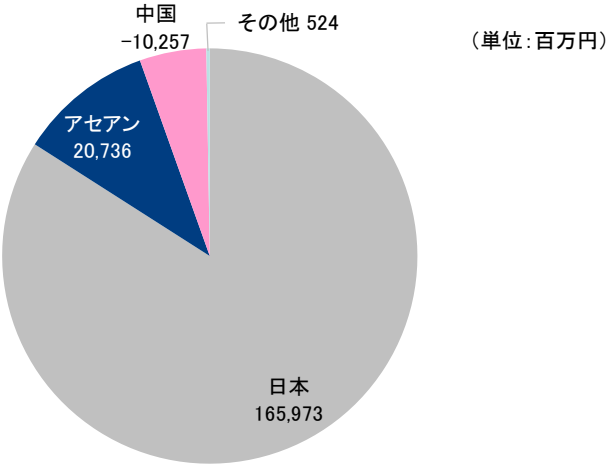
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

所在地セグメント別営業収益



出所：ホームページよりフィスコ作成

所在地セグメント別営業利益



出所：ホームページよりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

3. 連結営業収益、セグメント別営業収益と営業利益

2016 年 2 月期の連結業績は、営業収益 8,176,732 百万円と営業利益 176,977 百万円。セグメント別営業収益並びに営業利益の内訳は、営業収益では、GMS（32.7%）と SM・DS（35.2%）が二本柱で、次にサービス・専門店 (8.5%)、ドラッグ･ファーマシー (6.8%)、国際 (4.9%)、小型店 (4.3%)、総合金融 (4.1%)、ディベロッパー (3.1%)、その他 (0.2%) が続いている。一方で、営業利益段階ではその順位が大きく変わり、総合金融 (32.2%)、ディベロッパー (26.4%)、サービス・専門店 (15.4%)、SM・DS(12.4%)、ドラッグ・ファーマシー (10.9%)、GMS(5.5%)、小型店 (0.7%) の順で、国際及びその他はそれぞれ 2,449 百万円と 3,518 百万円の営業損失を計上した。

連結損益計算書

(単位：百万円)

	09/2 期	10/2 期	11/2 期	12/2 期	13/2 期	14/2 期	15/2 期	16/2 期
営業収益	5,248,146	5,072,143	5,114,658	5,223,344	5,685,303	6,395,142	7,078,577	8,176,732
前期比 (%)	1.6%	-3.4%	0.8%	2.1%	8.8%	12.5%	10.7%	15.5%
営業利益	126,739	133,466	175,318	198,638	190,626	171,432	141,368	176,977
前期比 (%)	-18.8%	5.3%	31.4%	13.3%	-4.0%	-10.1%	-17.5%	25.2%
経常利益	126,030	130,198	182,080	212,260	212,535	176,854	152,509	179,674
前期比 (%)	-24.2%	3.3%	39.8%	16.6%	0.1%	-16.8%	-13.8%	17.8%
当期純利益	-2,760	31,123	59,688	66,750	74,511	45,600	42,069	6,008
前期比 (%)	-106.3%	-1227.6%	91.8%	11.8%	11.6%	-38.8%	-7.7%	-85.7%

出所：ホームページよりフィスコ作成

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	09/2 期	10/2 期	11/2 期	12/2 期	13/2 期	14/2 期	15/2 期	16/2 期
流動資産	1,513,935	1,533,085	1,509,462	1,372,530	2,903,558	3,612,778	4,217,621	4,435,940
現預金・現金同等物	243,662	297,799	324,721	186,522	698,697	823,612	1,005,396	973,823
棚卸資産	342,904	333,624	308,951	340,971	377,027	468,499	557,331	575,620
固定資産	2,227,278	2,252,202	2,265,166	2,676,406	2,821,277	3,202,463	3,642,181	3,789,934
有形固定資産	1,422,764	1,432,648	1,407,068	1,749,903	1,941,702	2,182,809	2,467,229	2,615,442
総資産計	3,741,447	3,785,288	3,774,628	4,048,937	5,724,835	6,815,241	7,859,803	8,225,874
流動負債	1,528,089	1,388,050	1,418,913	1,539,334	2,942,480	3,665,246	4,288,130	4,531,966
短期性有利子負債	418,121	307,472	291,282	433,523	637,206	535,688	577,346	744,327
固定負債	1,107,646	1,252,802	1,136,478	1,227,537	1,335,678	1,465,426	1,741,691	1,874,432
長期性有利子負債	776,490	943,262	870,568	901,663	1,001,842	1,039,204	1,267,685	1,426,473
負債計	2,635,735	2,640,853	2,555,391	2,766,871	4,278,159	5,130,672	6,029,822	6,406,399
新株予約権	787	920	1,118	1,313	1,514	1,670	1,910	1,979
少数株主持分	283,846	302,980	330,746	345,015	412,575	562,802	621,763	675,700
純資産計	1,105,712	1,144,434	1,219,236	1,282,066	1,446,676	1,684,569	1,829,980	1,819,474

出所：有価証券報告書及び決算短信よりフィスコ作成
注：09/2 ～ 11/2 期の有利子負債は、短期借入金、1 年内返済予定の長期借入金、1 年内償還予定の社債、コマーシャル・ペーパー、リース債務 (流動負債)、社債、新株予約権付社債、長期借入金、リース債務 (固定負債) の合計値

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	09/2 期	10/2 期	11/2 期	12/2 期	13/2 期	14/2 期	15/2 期	16/2 期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	234,082	361,096	261,132	203,382	142,289	482,765	398,453	43,156
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-325,758	-324,573	-105,517	-327,865	-324,869	-221,621	-361,838	-446,612
財務活動によるキャッシュ・フロー	165,000	11,179	-121,847	-13,061	223,234	-67,806	95,527	313,344
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	-91,676	36,523	155,615	-124,483	-182,580	261,144	36,615	-403,456
現金及び現金同等物の期末残高	224,625	280,521	306,820	166,277	424,701	633,123	778,151	700,511

出所：ホームページよりフィスコ作成

連結経営指標

	09/2 期	10/2 期	11/2 期	12/2 期	13/2 期	14/2 期	15/2 期	16/2 期
営業収益営業利益率 (%)	2.4	2.6	3.4	3.8	3.4	2.7	2.0	2.2
営業収益経常利益率 (%)	2.4	2.6	3.6	4.1	3.7	2.8	2.2	2.2
営業収益当期純利益率 (%)	-0.1	0.6	1.2	1.3	1.3	0.7	0.6	0.1
EPS (円)	-3.61	40.68	78.01	87.23	95.49	55.92	50.22	7.19
潜在株式調整後 EPS (円)	-	39.21	68.31	76.30	87.42	50.13	49.56	7.02
BPS (円)	1,073.13	1,098.56	1,159.73	1,216.22	1,305.14	1,336.83	1,443.97	1,364.57
DPS (円)	17.0	20.0	21.0	23.0	24.0	26.0	28.0	28.0
配当性向 (%)	-	49.2	26.9	26.4	25.1	46.5	55.8	389.4
ROIC (%)	3.8	3.8	4.9	5.4	4.6	4.0	3.1	3.7
ROA (%)	3.4	3.5	4.8	5.4	4.3	2.8	2.1	2.2
ROE (%)	-0.3	3.7	6.9	7.3	7.6	4.2	3.6	0.5
総資産回転率 (回)	1.43	1.35	1.35	1.34	1.16	1.02	0.96	1.02
自己資本比率 (%)	21.9	22.2	23.5	23.1	18.0	16.4	15.3	13.9
ネット・デット（キャッシュ）(百万円)	950,949	952,936	837,133	1,148,644	940,351	751,280	839,636	1,196,977
有利子負債 (百万円)	1,194,611	1,250,735	1,161,854	1,335,186	1,639,048	1,574,892	1,845,032	2,170,800
現金及び現金同等物 (百万円)	243,662	297,799	324,721	186,522	698,697	823,612	1,005,396	973,823

出所：有価証券報告書、決算短信及びホームページよりフィスコ作成
注：09/2 ～ 11/2 期の有利子負債は、短期借入金、1 年内返済予定の長期借入金、1 年内償還予定の社債、コマーシャル・ペーパー、リース債務 (流動負債)、社債、新株予約権付社債、長期借入金、リース債務 (固定負債) の合計値

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

4. 1 株当たり配当

2016 年 2 月期の 1 株当たり配当額は 28 円で連結配当性向（1 株当たり配当額÷連結の 1 株当たり当期純利益）は 389.4% だった。同社は前年以上の 1 株当たり年間配当金を維持しつつ、連結配当性向 30% 以上を目標としている。

5. バランスシートとフリー・キャッシュ・フロー

2016 年 2 月期の自己資本比率は 13.9% と低水準で、上場企業の平均と言われる 3 割を下回る。直近 8 ヶ年のフリー･キャッシュ･フローの平均は 39,037 百万円の支出となっており、設備投資に積極的な姿勢が読み取れる。

6. 収益目標

進行中の中期経営計画は 2015 年 2 月期～2017 年 2 月期を対象で、2020 年に向けた飛躍的な成長への第 2 フェーズと位置付けている。前中期経営計画で取り組んだアジアシフト、都市シフト、シニアシフト、デジタルシフトの 4 シフトの加速と、商品本位の改革を掲げている。連結数値目標は、営業収益 8,000,000 百万円以上（2016 年 2 月期実績は 8,176,732 百万円）、営業利益 280,000 百万円以上（同 176,977 百万円）、ROIC6% 以上（同 3.7%）、総合金融事業を除く DE レシオは 1 倍程度（同 1.2 倍）としている。営業収益は既に超過達成しているが、営業利益及び ROIC の目標は現時点でハードルが高いだろう。

7. 事業内容、収益構造、財務体質から透けて見える、ステークホルダーとともに歩む姿勢

BtoC の事業を多く運営している特性上、一般消費者や最終利用者と接する機会が多い。利益面では存在感が落ちるが、GMS 事業や SM・DS 事業など人が多く集まる場所を提供しているのも特徴で、ステークホルダーの中でも顧客や地域社会との重要性が高いようだ。このような背景をもとに、後述する企業理念や ESG に対する取り組みでは、顧客や地域社会とともに歩む姿勢が感じられる。

■企業理念と中長期の成長戦略

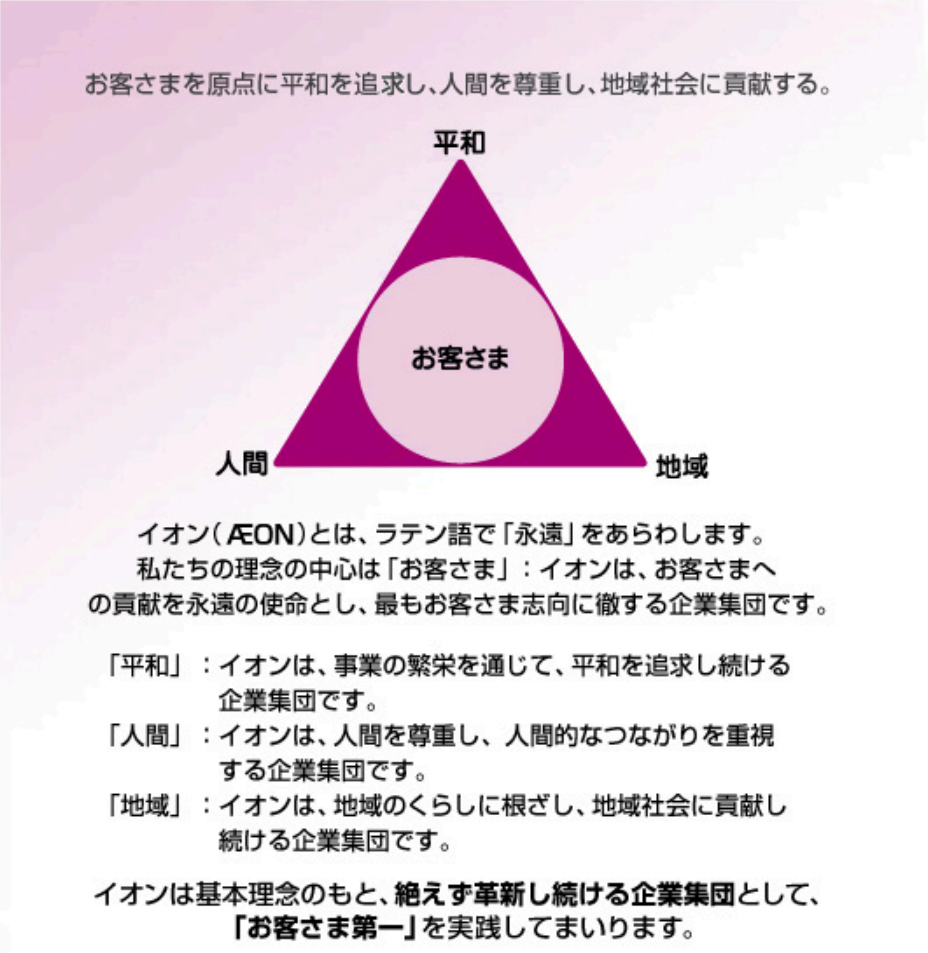
「お客様を原点に平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する」

1. 基本理念

同社は、基本理念に、「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」を掲げている。戦後に「小売業は平和産業」という基本理念の 1 つが生まれた。なお、社名のイオンは、ラテン語で永遠を意味する。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

イオンの基本理念



出所：ホームページより掲載

2. 経営方針

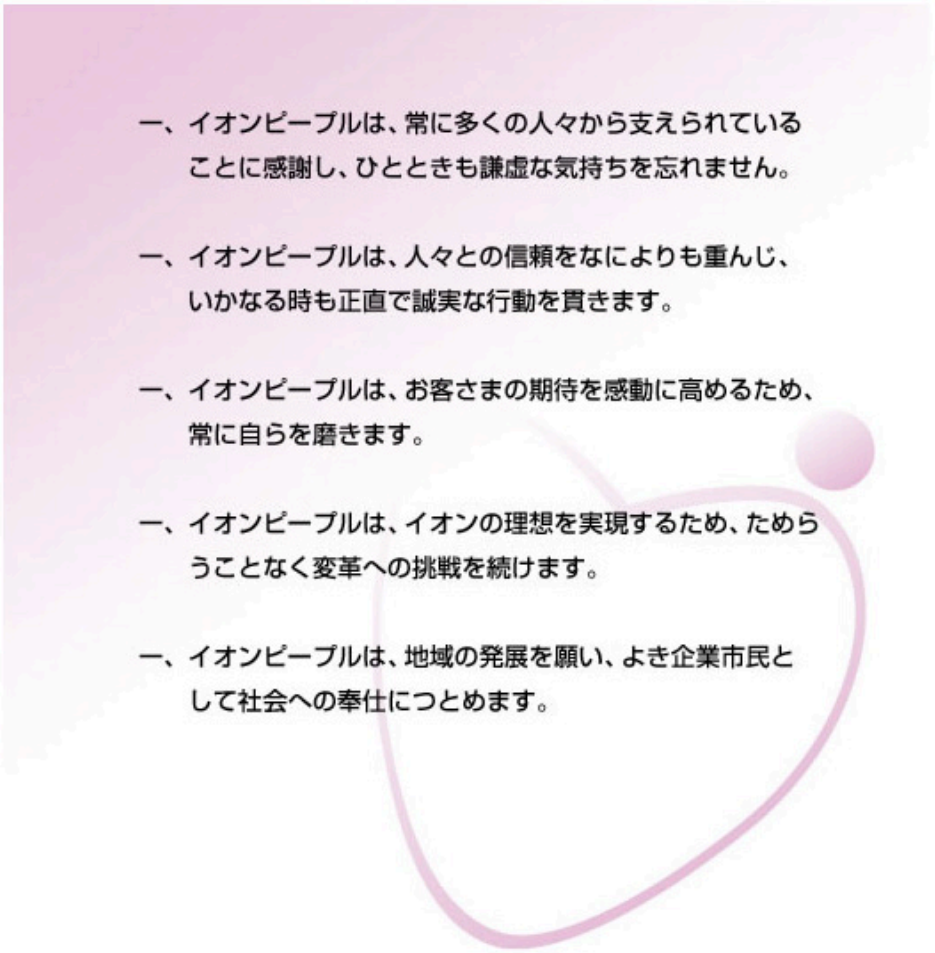
同社は、基本理念のもと、「すべてはお客さまのために」という視点から、外部環境や顧客ニーズの変化に迅速かつ的確に対応し、絶えず革新し続けることで「顧客第一の顧客満足業」への進化を果たすとしている。また、同社は、グローバルレベルで通用する経営品質と地域（ローカル）に密着した経営の双方を高いレベルで真に実現する“グローカル”な企業を目指す。

3. 行動規範

2001 年 8 月にイオン宣言を公表、2003 年 4 月に次の行動規範を制定している。同年から行動規範の教育・研修、内部通報制度（ヘルプライン）の導入やモニタリング（行動規範アンケート）を開始するとともに、行動規範の浸透を目的に 2006 年以降は海外グループ企業にも研修を実施している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

イオン行動規範　宣言



出所：ホームページより掲載

これをもとに、同社は、お客さまへの誓い、パートナーとイオン、イオンピープルとともにを策定している。お客さまへの誓いには、「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」とあり、顧客重視の姿勢がうかがえる。パートナーとイオンでは、地域社会、取引先、株主別に内容を定め、ホームページに開示している。従業員を対象としたイオンピープルとともにでは、「イオンピープルは、かけがえのない資産」と位置付けている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

4. サステナビリティ基本方針

サステナビリティの基本方針には、4 つの重点課題として、低炭素社会の実現、生物多様性の保全、資源の有効活用、社会的課題への対応が掲げられている。

イオン 環境指針

イオン サステナビリティ基本方針

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、多くのステークホルダーの皆さまとともに、持続可能な社会の実現を目指します。

取組みにあたっては、「低炭素社会の実現」、「生物多様性の保全」、「資源の有効利用」、「社会的課題への対応」を柱とし、グローバルに考え、それぞれの地域に根ざした活動を積極的に推進してまいります。

2011年3月1日制定

出所：ホームページより掲載

サステナビリティ基本方針策定までの経緯は、次のとおり。

1989 年～ 2001 年：植樹を始め、現在の CSR の取り組みにつながる様々な活動を開始
2002 年～ 2008 年：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
2008 年～ 2010 年：温暖化防止・生物多様性に関するグループ方針を策定
2011 年～ 2013 年：4 つの重点分野を定めてサステナブル経営を推進
2014 年～ 2020 年：2020 年を目標としたビッグチャレンジを開始

5. ビッグチャレンジ 2020

サステナビリティ基本方針の 4 つの重点課題をベースに、ビッグチャレンジ 2020 には 10 の活動項目が定められている。低炭素社会の実現においては、eco プロジェクトの推進、自然冷媒宣言の実行、商品・サービスでの CO_2 削減、生物多様性の保全下には、持続可能な調達ガイドラインの制定、森の循環プログラムにおけるネクスト 1000 万本、資源の有効利用という観点から廃棄物ゼロへの挑戦を設定している。社会的課題への対応には、顧客のヘルシーライフを応援する商品の提供、ソーシャルブランドの強化、外国人従業員の雇用拡大、女性管理職比率の拡大がある。

● eco プロジェクト

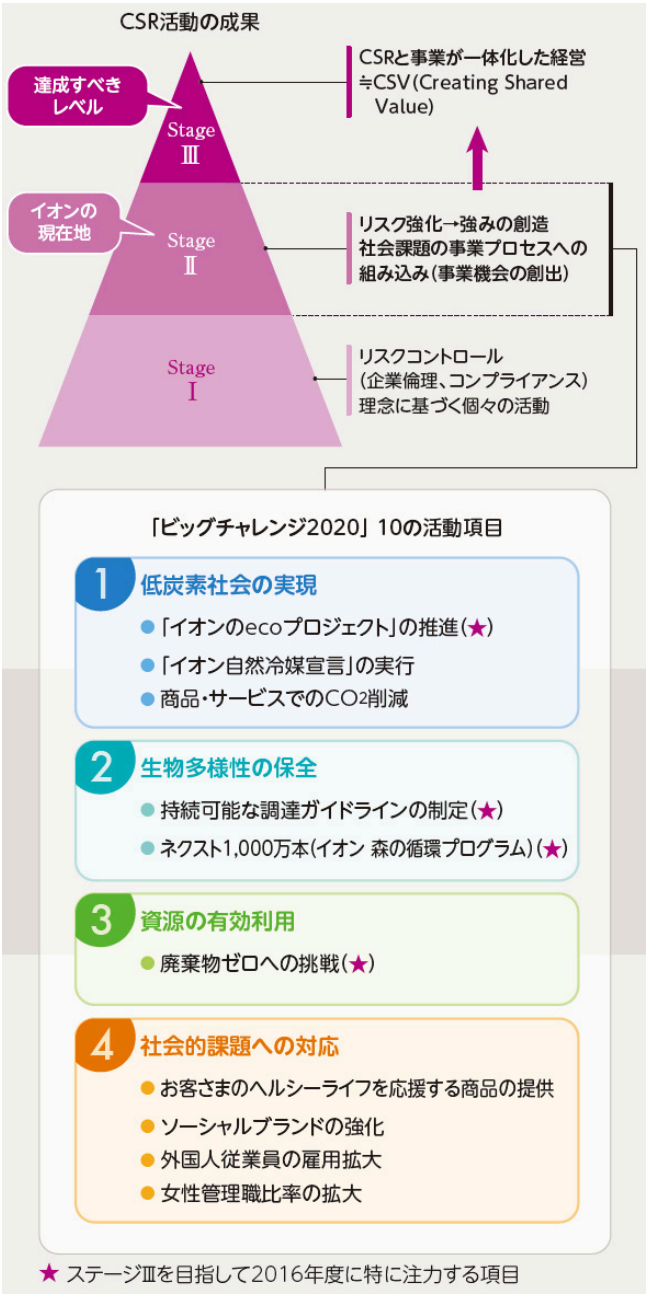
2020 年に向けたエネルギー方針であり、店舗エネルギー使用量の 50% 削減（2010 年比）、再生可能エネルギー 20 万 kW の創出、全国 100 店舗の防災拠点化を掲げている。東日本大震災の経験を踏まえて作成したもので、災害時にも地域の人々がよりどころとなれるように防災拠点としての機能を保有し、店舗に太陽光パネルを設置することにより自力でエネルギー調達ができるような仕組みを構築するよう努めている。同社が社会における役割を強く意識していることが分かる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

6. CSR の成果

同社が特徴的なのは、CSR 活動の成果を下から Stage1 ～ 3 まで 3 階層に分け、自らの現在の立ち位置を、Stage2 のリスク強化から強みの創造、社会課題の事業プロセスへの組み込み（事業機会の創出）にあるとしていることだ。最高位の Stage3 では、CSR と事業が一体化した経営≒ CSV（Creating Shared Value）で、事業戦略等を考える場合に自発的に社会的課題を取り込み自らの成長に結びつける形を目指しているようだ。

CSR 活動の成果



出所：「環境・社会報告書 2016」より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

7. 事業の変遷

江戸中期の 1758 年に岡田惣左衛門（おかだそうざえもん）氏が三重県四日市久六町において岡田屋を創業したのが起源。戦後の 1946 年に大売出しを開催、基本理念の 1 つである「小売業は平和産業」が生まれた。1969 年に (株) 岡田屋、フタギ (株)、(株) シロの 3 社の合併によりジャスコが誕生、1974 年に東名阪 3 市場に同時上場した。

1985 年にはマレーシアに海外初出店となるジャヤ・ジャスコストアーズダヤブミ店がオープン、国際化が進んだ。1989 年にジャスコグループからイオングループに改称。1997 年に会社更生手続き開始申し立て中のヤオハンジャパン (株) への協力を開始した。2001 年には、ジャスコ (株) からイオン (株) に社名変更し、グループ名称を「イオン」に改称、イオン宣言を策定したほか、(株) マイカルの支援を表明した。2007 年に電子マネー「WAON」を導入。2008 年に純粋持株会社に移行。2011 年には、日本、中国、ASEAN の 3 本社体制へ。また、イオンリテール (株)、マイカル、イオンマルシェ (株) の 3 社を統合、総合スーパーの名称を「AEON」に統一した。2012 年に仏カルフールのカルフール・マレーシア事業を買収、2013 年には銀行持株会社であるイオンフィナンシャルサービスが誕生、(株) ダイエーが連結子会社になった。また、イオンリート投資法人 <3292> が上場。2014 年にはベトナム 1 号店であるイオンモール <8905> タンフーセラドン、カンボジア 1 号店のイオンモールプノンペン、2015 年にはインドネシア 1 号店のイオンモール BSD CITY が相次いでオープンした。2015 年にはウエルシアホールディングス <3141> が連結子会社になり、ユナイテッド･スーパーマーケット・ホールディングス <3222> が、(株) マルエツ、(株) カスミ、マックスバリュ関東 (株) の共同持株会社として発足した。

■環境への取り組み

1960 年代に、当時社長であった岡田卓也（おかだたくや）氏が、自宅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たことが環境問題等を考えるきっかけとなり、1991 年の植樹活動から同社の取り組みがスタートした。

顧客に環境価値を提供する

1. 環境指針

環境指針は、サステナビリティ基本方針で定めた重点課題をもとに、2011 年 3 月に改訂された。内容は以下のとおりで、地域に密着した小売業を主体とする会社であることを生かし、内容には「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。」という一文を含んでいる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

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組みます。
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組みます。

(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組みます。

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・調達に取組みます。

(2)商品のサプライチェーン全体で削減に取組みます。

3.私たちは、持続可能な資源利用のために省資源、資源循環に取組みます。

(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。

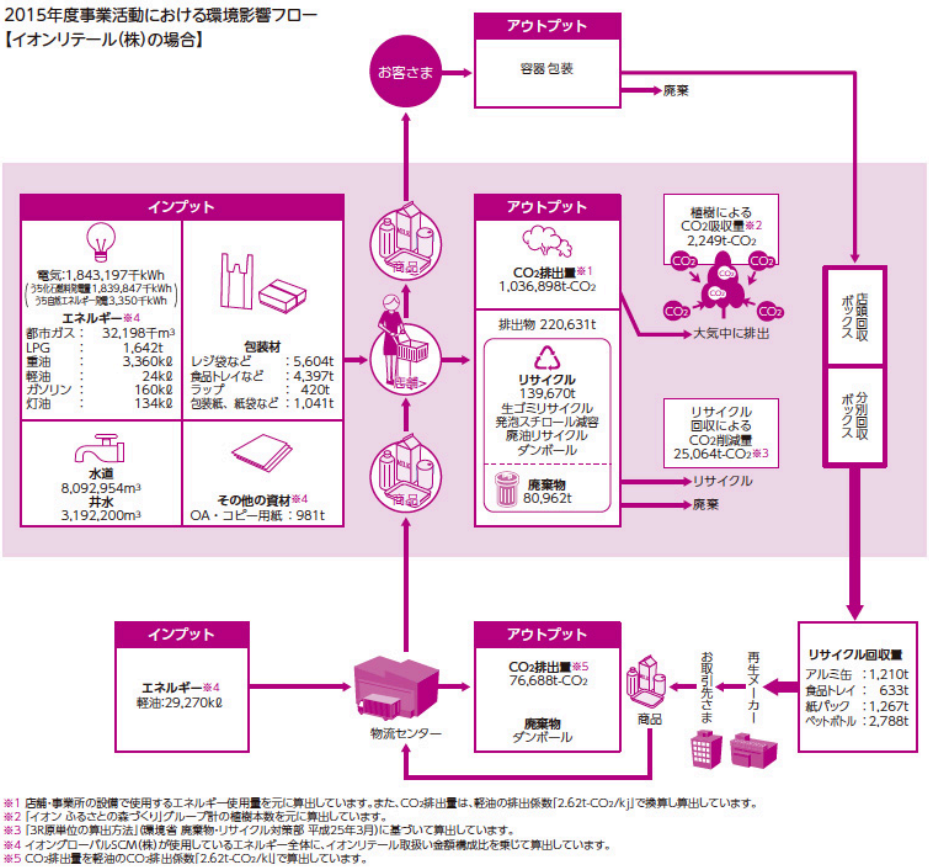
出所：ホームページより掲載

2. 環境マネジメント

同社は、環境方針体系として、基本理念をトップに据え、その下にグループ全体方針であるイオンサステナビリティ基本方針を設定している。サステナビリティ方針には、eco プロジェクト、生物多様性方針、持続可能な調達原則を従えている。これらの次に、イオンにおける環境指針など各社の個別方針が続く。イオンリテールの 2016 年 2 月期事業活動における環境影響フローを参照。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

環境マネジメント



※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/kl]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/kl]で算出しています。

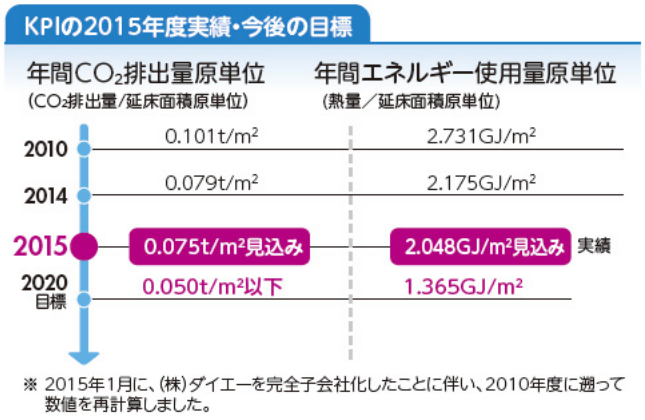
出所：「環境・社会報告書 2016」より掲載

3. 低炭素社会の実現

同社は、世界 13 ヶ国において 20,756 店舗・箇所で事業を展開しており、その規模は大きく環境への影響は無視できない。同社は、特に地球温暖化に与える影響として、店舗運営におけるエネルギーの使用、冷蔵･冷凍ケースでの代替フロン冷媒の利用が大きいとみている。eco プロジェクトの下、エネルギーの使用を減らす、再生可能エネルギーをつくる、非常時には防災拠点として地域を守るという 3 つの機能から、2021 年 2 月期の目標を、LED 照明への切り替え等により店舗でのエネルギー使用量を 2011 年 2 月期比で 50% 削減（2016 年 2 月期実績は 25% 削減見込み）、太陽光パネルの設置により 20 万 kW の再生可能エネルギーを創出（同 5.7 万 kW）、自家発電設備の設置で全国 100 ヶ所の店舗を拠点防災にする（同 27 ヶ所）こととし、取り組んでいる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

KPI の 2015 年度実績・今後の目標



出所：「環境・社会報告書 2016」より掲載

(1) 店舗での CO_2 削減への取り組み

a) 省エネ機器・施策の導入及び省エネ運用の徹底

省エネ機器・施策導入及び省エネ運用を徹底している。具体的には、店舗照明とスポットライトを LED 照明に変更したほか、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んでいる。店舗だけに任せるのではなく、エネルギー消費効率がよくない店舗には、イオンリテールの施設管理担当者が対策の立案・実施に関わっている。これらの取り組みに加えて、2017 年 2 月期には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ている。

b) エネルギーアドバイザー

同社では、店舗でのエネルギーの使用状況を把握、効率的な利用に向けた対策立案や推進を担う社内資格であるエネルギーアドバイザーを制度化している。2016 年 2 月末においてのべ 500 名がエネルギーアドバイザーに認定されている。

c) フロン類の漏洩防止と自然冷媒設備の導入推進

冷蔵・冷凍庫は同社の事業活動上、欠かせない設備ではあるが、オゾン層を破壊せず、また、温室効果ガスの排出量が少ない冷媒の導入が以前から求められてきた。そこでアンモニアや炭化水素などの自然冷媒が登場、その普及・導入拡大が期待されるものの、依然として製造業者が少なく導入コストが高いなどの課題がある。

同社は、2009 年に、日本の小売業で初めて、地球温暖化係数が低いアンモニアや炭化水素などの自然冷媒を使用した冷蔵・冷凍ケースを導入した。また、2011 年には自然冷媒宣言を発表、導入拡大を推進しており、2016 年 2 月時点で食品スーパーのマックスバリュやコンビニエンスストアのミニストップ <9946> などの 42 店舗に導入済みとなっている。

d) エコストアとスマートイオンの展開

同社は、従来型店舗と比べ 20% 以上の CO_2 排出量削減と、国土交通省主導のもとで開発された建設物の環境性能評価システムである CASBEE において A 評価以上を取得した店舗をエコストアと定義し、導入拡大してきた。2005 年 5 月に 1 号店が誕生して以降、2013 年 2 月までに 12 店舗がエコストアと認定された。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

2012 年 9 月からは、次世代エコストアとして、環境負荷の少ない“店舗づくり”だけでなく、“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、生物多様性・景観、防災・地域インフラ）を新たに加え、スマートイオンと銘打って展開し、2016 年 2 月末までに 9 店舗がスマートイオンと認定されている。

（2）商品・物流での CO_2 削減

a）物流での見える化の推進

同社は、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 CO_2 排出量を KPI に定めて、物流における CO_2 排出量の削減に取り組んでいる。具体的な施策としては、大型天然ガス車両や電気自動車などの環境車両の導入やエコドライブの推進など。2016 年 2 月期における、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 CO_2 排出量は 132.3gCO_2 で前期比 10.1％の削減を達成した。

加えて、同社は、イオン鉄道輸送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、モーダルシフトも推進している。トラックなどの軽油やガソリンより温室効果ガスの排出量の少ない列車を利用することで、CO_2 の削減に努めている。

b）CO_2 排出削減に貢献する商品の開発・販売

CO_2 排出削減に貢献する商品も展開している。「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、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につなげている。また、ビニール傘の「トップバリュ fururi」は、原料の一部に CO_2 排出量が低いサトウキビ由来のポリエチレンを使用しているほか、ビニール生地と傘骨を組み合わせて 46 通りの着せ替えが可能で長く使いやすいこと、また、パーツごとに分解できごみの分別がしやすいという特徴がある。エコだけでなく、ファッション性も犠牲にしない商品で、この商品の売上の一部は、生産国であるカンボジアの子供たちの教育支援のために NPO 団体を通じて寄付される。

（3）店舗での創エネルギー

前述のとおり、同社は eco プロジェクトにおいて、2020 年までに 20 万 kW の創電能力を配備することを目標として掲げており、2016 年 2 月期までに累計 1,029 店舗において導入され、創電規模は 5.7 万ｋ W になっている。

4. 生物多様性の保全

同社の事業活動は、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、生物多様性の保全に取り組んでいる。

（1）生物多様性方針

同社は、2011 年 2 月期に下にある生物多様性方針を策定、この方針に基づく行動指針に則り、持続可能な調達及び森の循環プログラムなどを推進するとしている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

イオン生物多様性方針

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。

出所：「環境・社会報告書 2016」より掲載

2015 年度の KPI の進捗状況

大分類	中分類	KPI	対象範囲	目標	2015年度実績	2015年度取り組み内容
商品における持続可能な資源利用	持続可能な調達の推進	水産物における持続可能な調達の取り組み	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	(水産物) ・イオングループ企業でのMSC・ASCのCoC(Chain of Custody)認証の拡大。GMS4社、SM企業8社で取得 MSC:18魚種36品目(2016年2月末現在) ASC:4魚種9品目(2016年2月末現在) ・MSC、ASC認証商品のみを陳列する常設コーナー「Fish Baton」コーナーをイオンリテール(株)の15店舗で設置(2016年4月現在) ・2015年6月、完全養殖マグロの販売開始	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
店舗商品における持続可能な資源利用	持続可能な調達の推進	森林資源における持続可能な調達の取り組み	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) ・ステーショナリーとH&BCのPB商品で約130品目のFSC認証商品を発売。学習帳では100%をFSC認証に切り替え ・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:152店舗(2016年2月末現在)	①森林資源の持続可能な調達方針の策定、公表の準備 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の検討
店舗段階での保全	イオンふるさとの森づくり	森としての維持・管理状況	イオンふるさとの森づくり実施企業	100%実施	GMS・SMを中心に、管理マニュアルに基づく植栽帯管理を徹底	①GMS各店舗の管理計画の進捗状況を確認、実施の徹底 ②GMS各店舗にクリーン&グリーン活動を活用した従業員による除草、清掃の徹底 ③管理マニュアルの改訂(附則マニュアルの作成)
地域への貢献	持続可能な森林保全	イオン 森の循環プログラムの開発	国内連結対象グループ企業	「植える」「育てる」「活かす」の各分野での新規事業の推進	「育てる」分野での試行事業の実施	「森びと養成講座「森つなぎプロジェクト」」の開催 ・三重県・みやがわ森選組との共催 ・受講生および三重県との共同による店頭での木育イベント開催
商品での取り組み	生態系に配慮した商品の提供	プライベートブランドにおける該当商品	国内連結対象GMS、SM、小型店企業	トップバリュグリーンアイ商品の拡大	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27品目を新発売。185品目に拡大。(2016年2月末現在)	農林水産省が定めるJAS有機農産物加工商品の「認定輸入業者」を取得し、国内外のオーガニック商品の開発、調達を推進

出所：「環境・社会報告書 2016」より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（2）持続可能な調達

同社が販売・製造する商品は自然の恩恵によるものであり、世界各地の生産者・生産地を経て調達しているため、持続可能な資源利用が必要と結論付けており、持続可能な調達原則、水産物調達方針、森林資源調達方針を下記のように公表している。

イオン接続可能な調達原則

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。

出所：「環境・社会報告書 2016」より掲載

イオン水産物調達方針

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」等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。

出所：「環境・社会報告書 2016」より掲載

イオン森林資源調達方針（紙・パルプ・木材）

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めざします。

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扱います。

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ます。

4.違法な森林伐採の防止

合法伐採木材等の利用の促進に関する法律に基づき、合法木材等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。

出所：「環境・社会報告書 2016」より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

具体例としては、「トップバリュ グリーンアイ」商品の展開、MSC（Marine Stewardship Council：海洋管理協議会）・ASC（Aquaculture Stewardship Council: 水産養殖管理協議会）認証商品及び完全養殖魚の開発・販売、FSC（Forest Stewardship Council: 森林管理協議会）認証紙や同認証木材を使用した店舗などがある。「トップバリュ グリーンアイ」とは、体へのすこやかさと自然環境へのやさしさに配慮した食の安全・安心ブランドで、「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ぞろえで提供しており、2016 年 2 月時点において日本小売業プライベートブランドで最大規模の 185 品目を取り扱っている。MSC は持続可能な漁業を推奨する独立した非営利団体で、認証された漁業で取られた水産物に「海のエコラベル」を貼っている。2016 年 2 月現在で、同社は日本小売業最多の 18 魚種、36 品目を販売。養殖版海のエコラベルである ASC 認証商品の販売も 2014 年にアジアで初めて開始、4 魚種、9 品目に拡大している。また、絶滅のおそれがある野生生物として指定され地域によっては漁獲量が制限されているクロマグロは、まぐろの完全養殖サイクルを確立しているマルハニチロ <1333> の協力により、2015 年 6 月から完全養殖本マグロの販売を開始した。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 FSC の認証紙を利用した商品を 2008 年から販売しており、2016 年 2 月期の取扱商品は約 130 品目まで拡大している。国産 FSC 認証木材を利用したミニストップの店舗開発も実施しており、2016 年 2 月末時点で 152 店舗に及んでいる。

（3）持続可能な森林保全

● 森の循環プログラム

植樹活動は昔から同社が注力している取り組みである。新店舗をオープンする際に顧客と共に店舗の敷地内に植樹するふるさとの森づくりは、マレーシアのジャスコマラッカ店（現・イオンマラッカ SC）で始まった。2013 年に累計 1000 万本の植樹を突破し、2016 年には植樹活動が 25 年を迎えた。植樹だけでなく、植えた木々の育成や管理、林業後継者を育成する活動や、木材などの林産物を商品原料や店舗建材などの積極的に生かす活動にまで拡大、森の循環プログラムとして推進している。

5. 資源の有効利用

店舗・商品で、顧客とのコミュニケーションを通じて、地域とともに資源の有効利用に努めている。

● 廃棄物ゼロの取り組み

同社店舗 20,476 店舗が生み出す廃棄物は無視できないほど大きいのは明らかだ。同社は廃棄物ゼロをそのまま埋め立てする廃棄物をゼロにすることと定義、廃棄物ゼロを目標に掲げている。廃棄物ゼロを達成するために、同社は店舗・商品の方からのアプローチと顧客とともに行うアプローチの両方から取り組んでいる。店舗及び商品では、弁当やパンなどの容器包装資材の使用量の削減、食品廃棄物の削減、食品リサイクルグループの構築、リターナブルコンテナの使用、グリーン購入の推進などで、顧客とともに行う取り組みには、レジ袋削減、店舗での資源回収による廃棄物削減などがある。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

包装資材削減事例として、バターロールの留め具をなくし袋の長さを短くし、包装資材の重量をナショナルブランド商品の約半分にまで削減できたほか、商品の運搬時に繰り返し使用できるリターナブルコンテナや農産コンテナを使用することですぐに廃棄されてしまう段ボールの量を削減。イオンリテールでは食品廃棄売変率（廃棄商品×販売価格 / 売上げ）を 0.5% 以下という目標、マックスバリュ中部では食品廃棄物を含む一般廃棄物の重量の前年比 5% 削減を目標に掲げている。全社レベルでも廃棄金額÷売上金額で算出される廃棄率目標を設定している。また、出てしまった食品残渣は、直営農場を運営するイオンアグリ創造 (株) で再資源化事業に取り組む大栄環境 (株) への堆肥化施設で堆肥に使用し、それをイオン三木里脇農場で使用、堆肥で栽培した野菜を収穫して同社の店舗で販売することで、完結型食品リサイクルループを構築している。

同社の「買物袋持参運動」は既に開始から 25 年を超え、顧客のレジ袋辞退率（全店平均）は 2016 年 2 月期には 64.8% になった。これにより、レジ袋削減枚数は 27 億 947 万枚、CO_2 削減量は 83,452t-CO_2 に上る。2021 年 2 月期の目標であるレジ袋辞退率 80% を目指す。また、店舗では紙パック、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、商品などに再利用している。2016 年 2 月期の店頭回収量は、紙パックが 1 億 6,105 万本、回収量 4,831 トン、CO_2 削減量 2,416t-CO_2、食品トレイは約 4 億 4,606 万枚、回収量 3,122 トン、CO_2 削減量 19,671t-CO_2、アルミ缶約 3 億 385 万本、回収量 4,861 トン、CO_2 削減量 41,810t-CO_2、ペットボトル約 1 億 5,075 万本、回収量 9,497 トン、CO_2 削減量 34,191 t -CO_2 と規模が大きい。

また、同社は、廃棄物管理レベルの向上にも取り組んでおり、独自の廃棄物管理研修を実施している。2016 年 2 月期にはこの研修を 45 人が受講、うち、25 人が廃棄物管理者検定を受験し 21 人が合格した。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

社会との関わり

社会的課題にコミュニティ参画、公正な事業慣行、消費者課題、人権・労働慣行でアプローチ

1. コミュニティ参画

（1）地域社会への還元

地域社会への還元として、様々な取り組みをしているが、ここでいくつか紹介したい。

「幸せの黄色いレシートキャンペーン」では、毎月 11 日に顧客に渡す黄色いレシートを団体名や活動内容が書かれた備付けの箱に投函することでレシート合計金額の 1% 分の品物を同社が各団体に寄贈する。この取り組みは 2001 年に開始され、2016 年 2 月期には 1,670 店舗で実施された。このキャンペーンにより 15 年間に支援した団体は延べ約 24 万 2,600 団体、累計贈呈相当額は 2,784 百万円に上る。毎日 11 日にはクリーン＆グリーン活動も実施している。従業員がボランティアで本社・店舗や事業所付近の公園や河川敷、公共施設などの清掃、「ふるさとの森づくり」で植樹した樹木の周辺のごみの収集や雑草の除去を行っている。また、店頭で回収されたペットボトルキャップは、リサイクル資源として換金し 3 つの国際支援団体を通してアジアの途上国の子供たちに、ワクチン・栄養給食・図書を支援する活動に使われる。ほかにも漁業共同組合との直接取引、フードアルチザン（食の匠）活動の推進、地産地消を推進する「じものの日」の開催などを行っている。また、（公財）ワンパーセントクラブが地域社会行事の支援も行っており、青森ねぶた祭り、秋田竿灯祭り、盛岡さんさ祭りなどのお祭りや地域行事の支援を行っている。

また、防災や災害復興支援という点においても同社は注力しており、地方自治体への協力支援を約束する防災協定の締結を進め、災害時では同社が救援物資や避難場所として駐車場スペースを提供する体制を敷いている。2016 年 5 月末時点で全国約 700 ヶ所の自治体と防災協定を締結。このほかにも 2004 年から軽量で運びやすい緊急避難用大型テント「バルーンシェルター」を導入、災害発生時には被災地に運び込めるようにしている。

（2）次代を担う人材育成

次世代育成の取り組みとして、乳幼児から大学生までの各ライフステージで子供たちの成長を支援する多彩なプログラムを提供している。「すくすくラボ」では、ショッピングセンターで子育てセミナーや日本の童謡・唱歌を親子で一緒に歌うイベントを提供、小学生から中学生を対象にした「チアーズクラブ」では、店舗周辺に住む子供たちが月に一回程度環境に関する活動を行っている。「チアーズクラブ」の活動の 1 つである「エコ農業体験プロジェクト」では、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作りや安全・安心のための工夫や、おいしさのこだわりなどを学んでいる。「トップバリュ お米プロジェクト」では田植えから稲刈り・店頭での販売を小学生が体験する取り組みとなっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

同社は、中国、ASEAN を中心にアジアにも幅広く展開しており、アジアを対象とした活動も充実している。（公財）イオンワンパーセントクラブによるアジア各国の大学生及び日本で学ぶアジアの私費留学生を対象に給付型奨学金制度や、日本やアジアの高校生・大学生が開催国の環境・社会問題の解決に向け話し合い解決案を提言するプログラムである「アジア　ユースリーダーズ」、教育施設が不足しているアジアの国々において取り組んでいる学校建設支援事業の他、（公財）イオン環境財団によるアジア各地の大学生が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交換をするアジア学生交流環境フォーラムなどがある。奨学金制度は 2006 年にスタート、これまでに支援した大学は日本だけでなく、中国、タイ、ベトナム、インドネシア、カンボジア、ミャンマーの 7 ヶ国 34 大学に及び、支援奨学生数は 4393 名に上る。学校支援建設事業は 2000 年から実施しており、2016 年 2 月末までにカンボジア、ネパール、ラオス、ベトナム、ミャンマーにおいて 393 校の小学校建設を支援、他にも教員の育成や水回り施設等の支援も実施している。

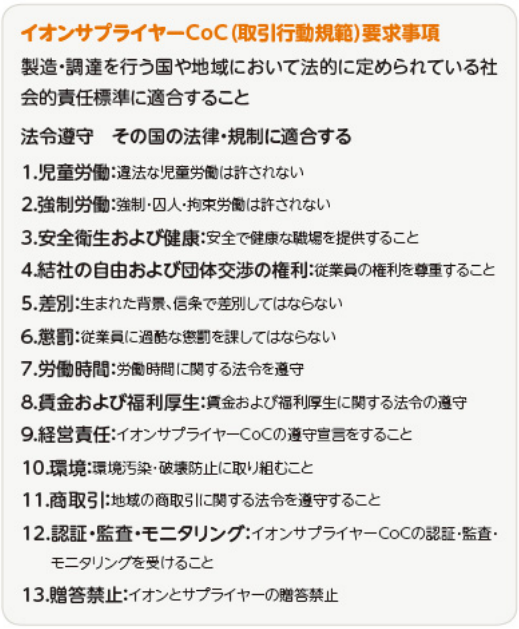
同社は地域の文化につながる活動を多く行っている。国内における地域活動が、国外の別の地域への活動に貢献するといったような地域間のつながりも喚起し、啓発活動だけにとどまらない。消費者としての立場からも活動内容もよく吟味されていることがうかがえる。

2. 公正な事業慣行

（1）サプライヤー CoC（Code of Conduct: 取引行動規範 ）

販売者である同社は、商品の原材料の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下、2003 年にサプライヤー CoC（Code of Conduct: 取引行動規範 ）を制定した。サプライヤー CoC の要求事項は以下の通りに設定している。

イオンサプライヤー CoC（取引行動規範）要求事項



出所：「環境・社会報告書 2016」より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

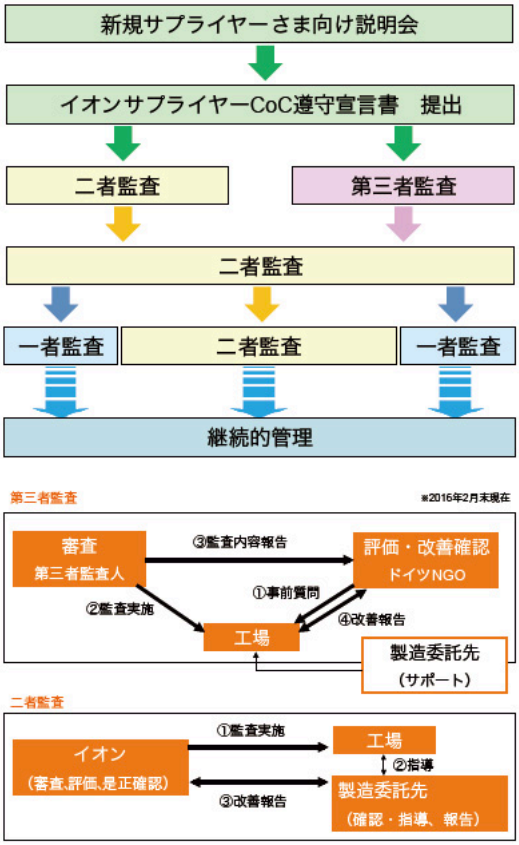
現在は、「トップバリュ」及び「トップバリュコレクション」のサプライヤーに対して要求事項の遵守を依頼している。2016 年 2 月末時点において遵守の宣言書を提出したサプライヤー数は約 1,540 社。

(2) 監査

同社はサプライヤーへ監査を行っている。監査の種類は 3 通りで、第三者監査では、外部監査期間が客観的に適合基準到達を確認・評価し、二者監査は原則 2 年に 1 度の実施で同社の監査員が対話をしながらモニタリングをする。第三者監査では、監査機関と異なる評価機関が監査内容を評価している。良好なマネジメントが確立されていると評価されたサプライヤーには、管理体制の継続と向上をサプライヤー自身で確認する一者監査がある。監査では、結果的な事象だけでなく、管理の仕組みができていることを確認することに重点を置いている。

2016 年 2 月期までは対象となる国内外すべての最終加工場に対して初回は第三者監査を行っていたが、国内外では環境や問題が異なることから 2016 年 3 月期からは第三者監査は海外を対象とし、国内についてはニ者監査に修正を行っている。なお、現在は、監査対象は 1 次サプライヤーのみだが、1 次サプライヤーから 2 次以降のサプライヤーへ要求事項の遵守要請とその確認を依頼している。

「イオンサプライヤー CoC」認証手続きと監査の流れ



出所：「環境・社会報告書 2016」より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

2016 年 2 月期の第三者監査指摘工場の項目では、安全衛生及び健康が 35% と最も多く、その次に 16% となった結社の自由及び団体交渉の権利、13% の環境が続く。二者監査においても同様の傾向が見られ、安全衛生及び健康が 46% を占め、環境が 25%、労働時間が 17% となった。

「トップバリュ」のサプライヤーに対する実際の監査事例も開示されており、それによれば、2016 年 2 月期における指摘には、中国及びほかのアジア各国において労働時間や給与に関する項目が昨年以前に比べて指摘が少なくなり、全体的な評価が向上しているという。これは、当該国の法令遵守の管理が強まったことやマクロ要因によるところもあるが、既存工場の継続使用で CoC 管理が改善した工場を使用することになったことや、監査前に簡単な指導や説明を実施していることが奏功したと説明している。

3. 消費者課題

消費者課題については、商品の安全・安心、店舗の安全・安心、地域を守る生活インフラ機能の発揮、顧客との対話の仕組み、ヘルシーライフを応援する商品の提供、シニア世代への対応、様々な買物環境の提供に視点を定め取り組んでいる。

（1）商品と店舗の安全・安心

同社は、商品と店舗の安全･安心の観点から、商品では、「トップバリュ」の品質管理、商品情報の表示･開示、食品衛生管理に取り組んでいる。

a）商品

同社のプライベートブランドである「トップバリュ」は、商品企画・設計から、製造委託先の選定、商品仕様の決定、流通・販売まで品質管理に取り組んでいる。商品企画・設計の段階では原材料の調達先や安全性、添加物の使用、製造工程などについて開発担当者だけでなく、品質管理担当者及び顧客サービス担当者などを含めて検討する。次にサプライヤー CoC 監査、工場衛生調査などを実施しサプライヤーを選定。続いてモニターや従業員などが評価、原材料や添加物・製造工程なども再度評価し、商品仕様を最終決定する。出来上がった商品は品質基準を満たしているか検査され、合格品のみが店舗に並ぶ。販売後も商品検査を定期的に行うほか、製造委託先の監査も実施している。

商品の欠陥や不備が判明した場合は、同社は速やかにその事実を公表し、当該商品の回収･撤去を実施している。「トップバリュ」商品の重大な商品事故による撤去件数は、2015 年 2 月期には 103 件（衣料品 25 件、食品 38 件、住居・HBC40 件）だったが、2016 年 2 月期には 48 件（衣料品 17 件、食品 14 件、住居・HBC17 件）に減少した。同社は、2021 年 2 月期にこれを 30 件（衣料品 12 件、食品 8 件、住居・HBC10 件）まで削減する目標を打ち立てている。

同社は、きめ細やかな表示・開示にも注力しており、その対象はアレルギー物質・栄養成分、遺伝子組換え食品、加工食品の原料原産地、農産物の生産者情報、国内産牛肉情報、放射能・放射性物質関連情報などと多岐に及んでいる。「トップバリュ」商品については、顧客が製造所固有番号というあらかじめ消費者庁長官に届け出た記号を Web サイト内の製造所固有記号検索システムに入力することで、製造所名及び所在地を検索できる仕組みを構築している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

1995 年に策定した食品衛生認定制度は、2016 年 2 月末時点で、GMS 事業、スーパーマーケット事業の 24 社で運用されており、8,923 部門が認定されている。同社はクオリティキーパーと呼ばれる店舗の衛生と商品の品質を確認する担当者を各店舗に配置している。食品売場従業員も年 1 回以上、必ず衛生教育を受けるほか、食品作業監査も毎年 2 回以上、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る。

b）店舗

店舗の安全・安心にも重視しており、店舗の耐震強化、防災・防火対策、店舗設備・什器の安全強化、便利で快適な店舗づくり、防災拠点の設置などにも取り組んでいる。同社は、2011 年の東日本大震災での体験を経て強い必要性を感じたようだ。人命を守ることを最重要視し、同社は法令が定める基準以上の自社基準を策定し安全対策工事を行っている。イオンリテールにおける安全対策工事対象店舗は 272 店舗であり、2016 年 2 月末までに 107 店舗の工事が完了、イオンモールの対象店舗は 32 店舗で 2014 年 2 月期中に完了している。また、同社は、eco プロジェクトにおいて 2021 年 2 月期までに全国 100 ヶ所の防災拠点を設けることを目標に掲げている。災害時に一時避難所の提供、救援・救護の活動拠点、生活必需品の提供などを想定し、対象店舗においては自家発電設備の設置や受水槽に仮設給水口を取り付けるなどの対策を行っている。2016 年 2 月末までに累計 27 店舗の整備を実施済み。

防災・防火対策も充実しており、グループ総合地震防災訓練を始め、各店舗での防災・防火訓練、防犯対策、新型インフルエンザ対策にも取り組んでいる。グループ総合地震防災訓練は年 2 回実施、各店舗においては消防訓練と地震対応訓練をそれぞれ年 2 回実施、針などの危険物の食品への混入対策として、食品売場に安全カメラを設置、店舗には検針器を装備している。同社は、新型インフルエンザ対策を 2006 年に策定しており、現在は強毒性・弱毒性の両方の対応を明確にしている。

店舗設備・什器の安全強化では、エスカレーターの安全対策のほか、駐車場ガードパイプの設置、AED の導入も行っている。また、便利で快適な店舗でもあるべく、2016 年 2 月末時点で約 750 以上の施設がバリアフリー新法の認定を取得しているほか、サービス介助士や認知症サポーターの養成にも力を入れている。

● 熊本地震において発揮された力

これらの店舗での取り組みは、2016 年の熊本地震において大いに発揮された。地震直後から同社は活動を開始。包括協定に基づき、同社の商品調達力や物流網を活用し、被災エリアの自治体や経済産業省、陸上自衛隊、日本赤十字社などから約 530 万個の緊急支援物資要請を受託。外部パートナーと連携しながら生活必需品を届け、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た。同時に店舗の営業再開や、移動販売の実施・仮設店舗の開店、イオン銀行の移動 ATM や被災したペットのケアに取り組んだ。

被災地外では、2016 年 5 月下旬に全国の約 510 店舗において復興応援特別企画を開催したほか、顧客募金や 2 日間に渡って約 600 店において行われた黄色いレシートキャンペーンを通じた同社からの拠出金を熊本県・大分県に寄付した。また、イオンワンパーセントクラブは、建物や生産設備の破損などの被害が発生した障がい者就労支援事務所に支援金を届け、そこで生産された産品を同社が販路の確保と提供の支援まで行った。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

「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」

(2) 顧客との対話の仕組みと様々なニーズを考慮した商品やサービス

同社は、顧客の声を「経営の原点」と位置付け、「ご意見承り BOX」と「ご意見・お返事公開ボード」、お客さまサービス部、お客さまモニター制度を設定している。店舗に設置している「ご意見承り BOX」にて顧客の意見を吸い上げ、「ご意見・お返事公開ボード」にて公開、「トップバリュ」商品は専用コールセンターを設置、電話・インターネット・手紙による意見・要望を本社のお客さまサービス部が聞いている。2016 年 2 月期の同社 106,921 件で、前期比 1,055 件増加した。サービス苦情件数は 10,381 件で同 3,486 件増、お褒め件数は 2,060 件で前期より増加した。同社はこれらについて KPI を設けており、2021 年 2 月期目標は、ご意見承り件数 2,420 件、お褒め件数 2,900 件としている。また、お客さまモニター制度も設けており、店頭で商品の情報を一切提供せずに行うものと、家庭で試用するホームユースモニターがある。後者については、味だけでなく、量・価格・使いやすさなども評価対象としている。これらの顧客の声に基づき冷凍食品の「きざみねぎ」などのジッパーからはさみ切り取りラインまでの幅を拡げ開けやすく改善を行った。

健康に配慮した商品も提供している。過剰摂取に陥りやすい塩分やエネルギー、脂質についてはなくしたり減らした食品を提供、糖質を 10g 以下に抑えた「トップバリュ シュークリーム」などがある。

イスラム教の教えに則った処理方法で製造しているハラール食品の提供も充実している。日本に拠点をおいている人口に対してイスラム教徒の構成は大きくないと思うが、少数の顧客にも配慮した店舗・商品づくりがなされていると評価したい。

シニア世代の買物ニーズに応える店舗づくりやサービスの提供にも取り組んでいる。アクティブで消費に積極的なシニアも増えてきており、そのような対象にはフィットネススタジオやカルチャークラブの開設などモノだけでなくコトも提供している。店舗づくりという点においては、医療ニーズに応えるために薬局を展開するほか、クリニックの誘致、特定保健用食品（トクホ）の開発にも取り組んでいる。

同社は、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を始め様々な買物環境を提供するように努めている。商店が少ない都市部を中心に都市型小型店の出店を行っている。

「イオンピープルは、かけがえのない資産」の実行

4. 人権・労働慣行

(1) 人事

同社の人事の基本理念のトップに人間尊重の経営を置き、その下に従業員の「志」を聴き、従業員の「心」を知り、従業員を活かすこととしている。基本的な考え方に、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と、国籍・年齢・性別・従業員区分を排し能力と成果に貫かれた人事としている。人事五原則に、公正の原則、人間尊重の原則、変化即応の原則、合理性の原則、能力開発の原則を掲げている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（2）ダイバーシティの推進

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、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んでいる。ダイバーシティの推進に「ダイ満足」というキーワードを使用している。このキーワードには、ダイバーシティが生み出す従業員・従業員の家族と顧客と会社の満足を実現していこうという意味が込められている。ダイバーシティを考える機会や研修、表彰制度の整備を行っている。女性管理職の登用はもちろんのことながら、外国籍従業員の雇用・登用と同社内の国際人材交流、障がい者雇用、パートタイマーの機会均等、高齢者雇用整備などにも取り組んでいる。

（3）人権

同社は人権基本方針を掲げており、その基本項目は、人権規範の尊重、差別の禁止、働きやすい職場環境の確立、公正採用の実施、人権啓発研修の実施となっている。研修も実施しており、人権啓発委員会は半期に 1 度開催、人権啓発学習会も同じく半期に 1 回、人権カレッジを年に 4 回開催している。研修内容は、人権啓発室と企業倫理チームが連携の上で当たり、LGBT に関する研修も含まれる。

（4）安全で働きやすい職場づくり

従業員の仕事と子育ての両立に向けて、事業所内に「ゆめみらい保育園」を設置、学童保育も開校した。これだけにとどまらず、多様性を認め経営に生かす上司・組織の存在が必要と考え、2015 年にイオンとダイエーが小売業で初めて「イクボス企業同盟」に加盟した。

5. 社会を巻き込んで

同社は消費者に密接に関わる事業を多く展開しているため、同社の取り組みや啓発活動によって消費者の意識や行動を変え、ひいては社会全体を変えるポテンシャルがあると考えている。環境や社会など直接的には業績に貢献はしないものが多いと思われるが、ここまで紹介した取り組みは CSV につながり、短期的ではなく、中長期的観点において社会的意義が増してくる可能性があると考える。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

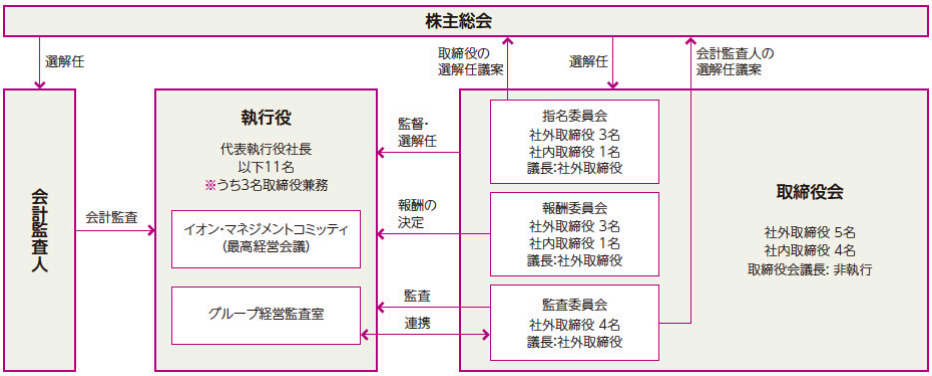
経営の正当性、透明性、柔軟性、組織としての完成度の高さ

外部の視線で経営の監視を行う狙いで取締役会の過半数は社外取締役

● ガバナンス

同社は、指名委員会等設置会社である。同社のガバナンス体制は、法定で構成メンバーが社外取締役を過半数とする指名委員会・報酬委員会・監査委員会を設置している。これらの委員会においては、社外取締役が委員長の任に就いている。

コーポレート・ガバナンス体制（2016 年 5 月 25 日現在）



出所：「環境・社会報告書 2016」より掲載

（1）社外取締役が全 9 名中 5 名

同社の社外取締役は、（株）三菱東京 UFJ 銀行出身の末吉竹二郎（すえよしたけじろう）氏、元・検事総長の但木敬一（ただきけいいち）氏、旧・大蔵省出身の佐藤謙（さとうけん）氏、元・日本アイ・ビー・エム（株）取締役専務執行役員（元・（株）ベネッセコーポレーション取締役副会長）の内永ゆか子（うちながゆかこ）氏、元・帝人 <3401> 代表取締役社長 CEO の長島徹（ながしまとおる）氏が就任しており、全取締役 9 名のうち、5 名を占める。社外取締役の選任理由についても開示されている。社外取締役の導入により、外部の視線で経営の監視を行う狙いがあるようだ。

（2）リスクマネジメント

同社は、リスクマネジメントは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付け、グループ総務部等がそのリスクマネジメント状況を監視している。各社・各部署単位で対応できないリスクなどは、イオンマネジメントコミッティ（最高経営会議）の下にリスクマネジメント委員会を設置し、そこで審議・意思決定を行っている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（3）コンプライアンス（企業倫理）

同社は、行動規範を従業員が顧客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したものと位置付けている。

a）体制

行動規範推進の主幹部署として企業倫理チームを設置、同社全体の施策の立案・実施及び各企業の問題・課題について具体的対応策を提言・助言、取り組み状況等をマネジメントコミッティ及び監査委員会に報告している。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、実務を担う行動規範推進事務局責任者があり、研修の実施や次に紹介するヘルプラインシステムの相談案件の調査、是正対応、報告などを行っている。

b）ヘルプラインシステム

2004 年より内部通報制度として行動規範 110 番を設置している。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るのが特徴で、同社で働くすべての従業員が対象となっている。社内と社外の 2 本立てで相談窓口を用意している。

c）行動規範アンケート

同社は、2003 年以降、匿名での行動規範アンケートを実施している。これにより、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しているのに使用している。2016 年 2 月期は、海外グループ企業 59 社を対象にアンケートを実施し、37,000 名より回答を得た。

リスク低減、事業機会の獲得につながるCSR コミュニケーション

きめ細やかな社会貢献活動とステークホルダーとのコミュニケーション

1. 消費者とのコミュニケーション

同社は、前述のとおり、顧客の声を経営の原点と位置付けて注力している。詳細は、顧客との対話の仕組みと様々なニーズを考慮した商品やサービスの項を参照。

2. 社会貢献活動

社会との関わりの項で同社の活動を紹介した通り、小売業の特性を生かして、店舗を拠点に顧客とともに様々な社会貢献活動を実施している。他には、「心をつなぐプロジェクト」における東北復興ふるさとの森づくりやボランティア派遣、東北復興支援 WAON の発行などがある。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

3. 株主及び投資家との対話

株主・投資家・証券アナリストなどに積極的に情報を開示している。機関投資家や証券アナリストを対象にした決算説明会は年に 4 回開催しているほか、日英対応の決算補足資料や月次の営業概況データも提供、海外投資家には英語の Aeon Review を発行している。また、個人投資家にも店舗などにおいて会社説明会を行っており、2016 年は 3 回開催したほか、全国 7 箇所で株主懇親会も開催した。これらのことから、同社は説明責任を果たしていると考える。

■ESG にかかる外部評価、第三者保証

社外から様々な表彰を受ける

1. SRI インデックスへの組み入れ

同社は、FTSE が環境、人権、サプライ・チェーンにおける労働基準、贈収賄防止、気候変動など、企業の社会的責任に関する取り組みに基づいて選定した社会的責任投資（SRI）の指標である FTSE4Good 及びモーニングスター社会的責任投資株価指数である MS-SRI、SRI 評価の代表的な会社である RobecoSAM も選定に関わる Dow Jones Sustainability Indices、SNAM Sustainability Index に採用されている。また、投資運用業界で幅広く使用されている MSCI Global SRI Indexes 及び MSCI Global Sustainability Indexes にも採用された。

2. 評価

同社のモーダルシフトへの取り組みは、2015 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た。

イオンモールは、2015 年 3 月、第 1 回ジャパン・レジリエンス・アワード（日本強靭化大賞）2015 の優秀賞を受賞。イオンモールは、防災対応型スマートイオンの展開で大規模災害など有事の際に地域の防災拠点の役割を担うと同時にライフラインの役割を維持できるよう耐震性や復興拠点としての機能を店舗づくりに取り入れている点が評価された。

イオンは厚生労働大臣認定の「えるぼし」の最高位と、従業員の仕事と家庭の両立支援の取り組みが優良な事業主に与えられる「プラチナくるみん」のダブル認定を獲得した。「えるぼし」は、女性活躍推進法に基づき、採用、継続就業、労働時間等の働き方、管理職比率、多様なキャリアコースの評価項目においてすべての基準を満たしたことで認定されたもの。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

2016 年 2 月における社外からの表彰一覧は以下のとおり。

社外からの表彰一覧（2015 年度）

日付	タイトル
2015年 3月	「2015 J-Win ダイバーシティ・アワード」においてベーシックアチーブメント大賞を受賞
2015年 3月	「国連生物多様性の10年日本委員会(UNDB-J)」より連携事業として認定
2015年 3月	平成26年度 ダイバーシティ経営企業100選に選定
2015年 3月	「ジャパン・レジリエンス・アワード2015」において優秀賞を受賞(イオンモール(株))
2015年 3月	韓国政府(雇用労働部)より雇用創出に貢献した優秀100大企業として表彰(韓国ミニストップ)
2015年 9月	厚生労働省および独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構より「障がい者に関する賞」受賞(イオンスーパーセンター(株)アビリティージャスコ(株)の従業員千葉朱美さん)
2015年 9月	「障害者雇用職場改善好事例募集」にて、優秀賞「独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構理事長賞」を受賞(イオンスーパーセンター(株))
2015年 9月	「障害者雇用優良事業所等表彰」にて「厚生労働大臣表彰 優秀勤労障害者」を受賞(アビリティジャスコ(株))
2015年 9月	「障害者雇用優良事業所等表彰」にて「独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構理事長努力賞」を受賞(イオン(株))
2015年 9月	「FANPEKKA(ファンペッカ)」は2015年CCFA金百合賞「チェーンストア・ブランド最人気賞」を受賞(イオンファンタジー中国)
2015年 10月	厚生労働省推進の「イクボスアワード2015」特別奨励賞を受賞((株)ダイエー)
2015年 10月	アジア太平洋小売業協会連合会(FAPRA)より名誉会員の称号を授与(岡田卓也名誉会長相談役)
2015年 10月	カンボジア王国観光省が主催する「エコビジネスアワード」において、「イオンモールプノンペン」が特別賞(環境賞および3R賞)を受賞(イオンモールプノンペン)
2015年 12月	「イオン鉄道輸送研究会」専用列車による取り組みが経済産業大臣表彰を受賞(イオングローバルSCM(株))
2015年 12月	フランス政府より「レジオン・ドヌール勲章」を受賞(岡田元也代表執行役社長)
2015年 12月	持続可能な木材調達やCO_2排出量削減への貢献が認められ「ウッドデザイン賞2015(新・木づかい顕彰)」を受賞(ミニストップ(株))
2015年 12月	第5回カーボン・オフセット大賞において「経済産業大臣賞」を受賞((株)マルナカ、(株)山陽マルナカ)
2015年 12月	厚生労働省より平成27年度「パートタイム労働者活躍推進企業表彰」を受賞((株)山陽マルナカ)
2016年 1月	2015年度「岡山市景観まちづくり賞」を受賞(イオンモール岡山)
2016年 1月	2015年度「インドネシア・プロパティ・アワード」において「トップ・プロパティ・アワード」を受賞(イオンモールBCD CITY)
2016年 2月	「イオン環境・社会報告書2015」が第19回「環境報告大賞(環境大臣賞)」を受賞
2016年 2月	「第五回カーボンオフセット大賞」奨励賞を受賞((株)マルエツ)
2016年 2月	「かごしま温室効果ガス排出抑制事業者表彰」にて優秀賞を受賞(イオン九州(株))
2016年 6月	厚生労働大臣認定「えるぼし」「プラチナくるみん」をダブル認定
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

■海外　■日本

出所：「環境・社会報告書 2016」より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

FISCO

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“ＪＡＳＤＡＱ ＩＮＤＥＸ”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものですが、その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようにお願いします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ