

セブン-イレブン北京有限会社

設立 : 2004年1月
 本部所在地 : 中国北京市
 事業内容 : 中国国内におけるフランチャイズ方式によるコンビニエンスストア事業
 資本金 : US\$3,500万
 売上高 : 52億円
 従業員数 : 1,678人
 店舗数 : 92店



華糖ヨーカ堂有限会社

設立 : 1997年9月
 本部所在地 : 中国北京市
 事業内容 : 衣料品、住居関連商品、食品を販売するスーパーストア事業
 資本金 : US\$6,500万
 売上高 : 319億円
 従業員数 : 3,172人
 店舗数 : 9店



世界での店舗ネットワーク
 約**39,100**店*

成都イトーヨーカ堂有限会社

設立 : 1996年12月
 本部所在地 : 中国四川省成都市
 事業内容 : 衣料品、住居関連商品、食品を販売するスーパーストア事業
 資本金 : US\$2,300万
 売上高 : 411億円
 従業員数 : 3,151人
 店舗数 : 4店



7-Eleven, Inc.

Webサイト : <http://corp.7-eleven.com/>

設立 : 1927年8月(前身のサウスランド社)、1999年4月に7-Eleven, Inc.に社名変更
 本部所在地 : One Arts Plaza 1722 Routh Street, Dallas, Texas, USA
 事業内容 : 北米でのコンビニエンスストア展開および世界各地にエリア・ライセンス供与
 資本金 : US\$11,000
 売上高 : 1兆3,946億円
 従業員数 : 20,766人
 店舗数 : 6,389店



王府井ヨーカ堂有限会社

設立 : 2004年11月
 本部所在地 : 中国北京市
 事業内容 : 食品を中心に衣料品、住居関連商品を販売するスーパーストア事業
 資本金 : US\$1,800万
 売上高 : 14億円
 従業員数 : 201人
 店舗数 : 1店



海外での取り組み

海外での取り組み

■…店舗を展開している地域

*店舗数(日本は2010年2月末、その他の国・地域は2009年12月末)には以下を含みます。
 ・当社の子会社がそれぞれの国・地域で運営している店舗数
 ・7-Eleven, Inc. のエリアライセンスが各国で運営している店舗数
 ・そごう・西武との契約のもと商標を使用し、運営している店舗数

各会社概要について
 ・12月期決算(店舗数は2009年12月末)です。・中国の子会社の売上高には増値税を含んでおりません。
 ・為替換算レートは1US\$=93.65円、1元=13.72円です。
 ・従業員数は2010年2月末現在のものです、パートタイマー(1日8時間換算による月平均人員)を含みます。

グローバルブランドの確立

「セブン-イレブン」のブランド力強化に向けて

セブン-イレブンは、2010年6月末現在、世界16カ国に38,432店舗を展開しています。各国のセブン-イレブンがより緊密に連携し、取り組みやノウハウを共有しながら各々の運営力の向上を図り、全体の成長を加速させていくことを目的に、「インターナショナル・ライセンス・サミット」を開催しています。

2010年のサミットでは、セブン-イレブン・ジャパンの環境配慮型店舗や情報・物流システムについて、さらに店舗設備の共通化や世界ブランドの開発な

どについて話し合いました。

セブン-イレブンはこうした機会を積極的に設け、ブランドイメージの統一化や各国の営業力の向上、規模を活かした取り組みに向けて動き出しています。



インターナショナル・ライセンス・サミットの様子

日米共同のPB商品の開発

2009年11月、米国の7-Eleven, Inc.と日本の事業会社が初めて共同で企画・開発したワインの販売を開始しました。ワイナリーの選定には、7-Eleven, Inc.の持つ産地情報を活かし、開発過程においてはセブン-イレブン・ジャパンの手法を活かしました。原料、物流を含めた日米のインフラを共有し、事業の規模を活かすことでコストを削減しています。

ワインの次の共同開発商品として、2010年9月にはコーヒーの販売を開始しました。米国では店頭で提供する入

れたてコーヒーとして、日本では缶コーヒーなどとして、各国のお客様の趣向に合わせた商品形態にしました。今後も共同開発時には工場、製品、原材料を共有しながら、商品特性・市場特性に応じた開発体制をとっていきます。



日米担当者での話し合いの様子

中国事業の強化に向けて

中国では、グループ会社のシナジー効果を最大限活かすため、各社の事業内容にとらわれず、連携を深めています。2004年7月から、「セブン&アイHLDGS.中国協議会」を開催し、各社の販売状況の確認や課題と解決策、戦略など、重要な経営情報を共有しています。また各社のノウハウや仕入れルートを活用しながら、共同開発した商品を販売しています。

2010年6月には、セブン&アイグループのプライベートブランド「セブンプレミアム」の菓子類の販売を中国で開始しま

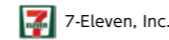
した。この商品は、日本のセブンプレミアムを製造し、考え方を理解いただいているメーカーによって中国本土で製造されています。現地の「安全・安心」へのニーズに応えて、今後も高品質で差別化された商品を提供していきます。



中国の「セブンプレミアム」

コンビニエンスストア事業(米国)

環境配慮型店舗の初出店



※1 この店舗は、コンビニエンスストア業界のコミュニケーション会社である CSP情報グループから「2010年環境スチュワードシップ大賞」を受賞しました。この賞は、コンビニエンスストア業界の中で、環境に優れた企業に贈られる賞です。

※2 室内温度が極端な温度になることを防ぐだけでなく、ハリケーンが起きやすい地域では建築の必須事項である風速120マイル/h(毎時約193キロメートル)の風にも耐えられます。

地域に調和した省エネ店舗が誕生しました

7-Eleven, Inc.は、米国グリーンビジネス評議会(USBC)のエネルギーと環境デザインにおけるリーダーシップ(LEED)基準に沿った環境配慮型店舗をフロリダに開店しました。*1土地開発のさいの環境配慮、水の効率使用、エネルギーと空気清浄、建築資材に対する配慮、店舗内外の環境設計において、その環境配慮型店舗の基準を満たしています。現在同店舗はその認証申請中ですが、第三者の認証を受けることで、さらに店舗の信頼性を高めていきたいと考えています。

店舗の外観の色はベージュで、茶色と緑色がアクセントになっており、この店が「環境にやさしい」店であることを伝えています。また、敷地の3分の1以上にはフロリダ原生の干ばつに強い植物を植え、表面には浸透性のある素材を使っています。その他、学生や近くで働く人々がくつろいだり食事をとったり

できる場所も設けています。

正面の壁面の高さは24フィート(約7メートル)もあり、アーチ上の入り口にははげ継ぎの屋根やトップライト(天窗)があり、フロリダの町の雰囲気になじんだ建物となっており、地域の景観とも調和しています。

7-Eleven, Inc.は、同店舗に導入した設備を新店や既存店改装時に導入できるよう、この店舗の効果を検証していきます。

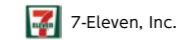


環境配慮型店舗

この環境配慮型店舗の導入施策例

敷地	<ul style="list-style-type: none"> まったく浸透性がなかったアスファルトから、敷地の35%は植物や浸透性がある地面に変更。これにより市の排水管にかかる負荷を減少 駐車場の表面を淡い色にして、「ヒートアイランド現象」を緩和 屋根には反射素材を利用し、熱の発生を減少 低燃費・低排出ガス車、相乗り車専用の駐車場を設置
建築資材	<ul style="list-style-type: none"> 建築廃棄物を多く利用 店舗の500マイル(約804キロメートル)以内から調達した建築素材を多く使用 リサイクル素材を使用 木材の半分以上はFSC認証の木材を使用 州内にあるオーランドで調達・製造された壁を使用 室内で使う建築資材にはVOC(揮発性有機化合物)を抑えた素材を使用
エネルギーと空気清浄	<ul style="list-style-type: none"> 高効率な冷暖房・空調 排熱利用システム LEDの店頭看板・店内照明の使用と、日中は太陽光を使用することで、電気使用量を削減 断熱壁*2により、暖房と冷房費を削減 天井の2つの冷暖房・空調設備にはUV照明を設置。これにより、効率的なエネルギー使用と同時に、気流からウイルス、バクテリア、カビを除去
水	<ul style="list-style-type: none"> 化粧室を効率的な水回りにすることで水の使用量を削減 ドリッピング灌漑にし、干ばつに強い植物を植えることで、水やりに使う水の量を削減

「良き住民」としてのコミュニティ支援



商品の販売を通じて、社会貢献を行っています

社会的課題の解決に貢献することと、コミュニティとの良い関係を構築することは、7-Eleven, Inc.とその加盟店にとって、重要です。*3

2010年2月、7-Eleven, Inc.は、社会貢献活動の一つとして「カップ・ウィズ・ア・コウズ(目的を持ったカップ)」キャンペーンを開始しました。*4このキャンペーンは、有名人がデザインした20オンス(約591ミリリットル)のホット飲料容器を購入いただくと、売上げの一部がその有名人の選んだ団体に寄付されるという仕組みになっています。2010年末まで続き、異なる有名人がデザインした容器が期間ごとに登場します。お客様の購入数によっては、1年間の寄付金額は200万ドルにも達する可能性があります。

このキャンペーンは、7-Elevenというブランド・おいしいコーヒー・知名度の高い有名人という3つの強みを活かしたものです。社会的課題を解決するために活動しているさまざまな団体への関心を高め、その団体を支援することを目的に、キャンペーンを推進しています。



「カップ・ウィズ・ア・コウズ」キャンペーン第一弾の飲料容器

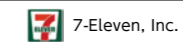
※3 7-Eleven, Inc.の2009年支援実績、支援団体数

お客様・加盟店・従業員・会社からの寄付金と、物品の提供やボランティア活動への参加時間を金額に換算すると、合計250万ドル以上になります。支援した団体の数は約500です。

※4 第一弾として、Nicole Richie、Joel Madden、Benji Maddenがデザインした飲料容器を販売

7-Eleven, Inc.は、支援先である「リッチー・マッデン子供基金」に25万ドルを寄付しました。寄付金は、運動場建設のために活用されました。

人種の多様性を尊重した加盟店プログラム



さまざまな人種・職歴の方に、加盟店オーナーになる機会を提供しています

7-Eleven, Inc.は、人材の多様性と包括的な職場環境は重要であると考えています。そのため、公平で偏りのないフランチャイザーとして、さまざまな経歴を持つ熱意のある方々に、個人経営者になる機会を提供しています。*5

例えば、企業としての成長はもちろん、フランチャイズのより良いビジネスモデルの創出を目指しながら、多種多様な人材に店舗店主になっていただくことを目的に「フランチャイズ・ダイバーシティ・プログラム」に取り組んでいます。

さらに、退役軍人の就職が困難な状況の中、7-Eleven, Inc.は、軍隊で得た経験や専門知識は、独立したビジネスマンとして成功

するのに理想的な経歴であると考えています。2009年、新たに「退役軍人向けの加盟店プログラム」*6を開始し、退役軍人が、少ない初期費用でビジネスを開始できるようにしました。これにより、経営者になる、というアメリカンドリームをつかむ機会を提供しています。



「退役軍人向けの加盟店プログラム」のロゴ

※5

重点施策であった、社会的少数派の加盟機会とプログラムの質が認められ、2009年には人種の多様性やビジネス関連の複数の出版社から、評価を受けました。

※6 退役軍人向けの加盟店プログラム

7-Elevenの加盟店に初めて登録される方には、1店目の加盟店初期費用が10%減額されます。その額は店舗によって異なり、5,000ドルから約35,000ドルになります。米国の30州で適用されています。

スーパーストア事業(中国)

エコ&バリアフリーへの取り組み

華糖コーカ堂

全てのお客様が快適に利用できる店舗を目指しています

中国では、企業の社会的責任に対する関心が高まっており、中国政府から環境への配慮や店舗設備のバリアフリー対応などが求められています。

2010年1月にオープンした華糖コーカ堂十里堡店では、このような動きに対応し、北京市でトップクラスのエコ&バリアフリー対応設備を導入しました。

これまでも、中国の店舗(一部を除く)では、エコ対応として、基本照明を省エネ型に切り替え、冷凍・冷蔵庫へのインバータ取り付けなど、設備の改善を実施してきました。バリアフリー対応についても、障がい者用トイレや店舗入口のスロープの設置を行いました。華

糖コーカ堂十里堡店は、このような最新の取り組みを集約した店舗です。

今後も、中国の各店舗で省エネの取り組みをさらに強化していく方針です。華糖コーカ堂では、十里堡店の効果を検証し、全店舗の設備を同レベルまで改善していくほか、2011年に開店予定の馬家堡店の基本照明にLED照明を採用する計画があります。さらに、2010年度中に、夜間電力を有効利用した冷房システムの試験導入を行う予定です。

また、ソフト面においても、手話のできる人員を配置するなど、接客対応を強化していきます。

華糖コーカ堂十里堡店バリアフリーの取り組み



車椅子利用者に配慮した店舗入口のスロープ



車椅子利用者用の低いレジ台



視覚障がい者用にエレベーターのボタンに記した点字



車椅子利用者用レジの案内表示



低い位置に設置した公衆電話



広いスペースの中で、便器や手すりの設置などを工夫したトイレ

安全・安心な商品の提供

華糖コーカ堂 成都イトーヨーカ堂 王府井ヨーカ堂

商品の管理体制を強化し、安全性の確保に努めています

「食の安全・安心」への関心が高まる中国では、中国各社がお客様の関心に応えるために、日本の衛生管理・鮮度管理のノウハウを活かし、品質管理の徹底を図っています。また、管理レベルの強化を目的に、各店舗において生鮮食品を扱う従業員を対象とした衛生管理・鮮度管理に関する研修を実施しています。

例えば、王府井ヨーカ堂では、全従業員を対象とした衛生検査を毎週実施しています。検査項目は、身だしなみ、手指の消毒、作業環境の衛生管理などです。また、店舗の役職者に対して、国の食品安全基準や管理ルールについての研修会を年4回実施しています。

さらに、「安全・安心」な商品を提供するために、トレーサビリティ(生産履歴の管理)システムの構築や、地場農産物・有機農産物の販売拡大にも取り組んでいます。

例えば、成都イトーヨーカ堂では、精肉・たまごの一部商品の生産者や産地などを確認できる端末を設置しています。また、華糖コーカ堂では、売場のPOPで有機野菜の生産者や生産管理について紹介するほか、売場にも端末を設置してさらなる情報を確認できるようにしています。

今後も、お客様の「食の安全・安心」への期待に応えるために、取り組みの拡大・強化に努めていきます。



売場に設置した情報検索用端末

地域社会への貢献

華糖コーカ堂 成都イトーヨーカ堂

貧困対策としての寄付活動や被災者への支援を実施しています

中国各社では、出店地域の貧困対策や災害発生時の支援、店舗での募金活動など、地域社会への貢献活動に力を入れています。

華糖コーカ堂では、北京郊外にある小学校と幼稚園の教育環境改善のため、北京市慈善協会とともに創設した「華堂愛心助学専項慈善基金」を通じて、10万元(約137万円)を寄付しました。

成都イトーヨーカ堂では、2010年4月に発生した青海省地震のさい、被災地で支援活動を行う消防士へ食料や飲料を提供しました。さらに、被災者救援を目的とした募金活動を各店舗で実施し、総額53,016.15元(約72

万円)が寄せられました。

青海省地震については、中国各社や日本国内のセブン&アイHLDGS.各事業会社でも、店頭募金や従業員による寄付を実施しました。



寄付金は、小学校の教育環境改善に役立てられています

スーパーストア事業／ コンビニエンスストア事業(中国)

※1 フレンドリーサービス認定制度

テナント社員やお取引先派遣販売員なども含めた全従業員を対象に、専属トレーナー3人が評価基準に従い審査を行います。月曜から金曜の平日、1日4回(1回15分)の訓練を実施し、その中で審査・認定を行っています。2009年度の制度参加人数503人のうち、一ツ星認定者は416人、二ツ星認定者は5人、三ツ星認定者は3人です。

※2 成果発表会

接客・販売促進・コスト削減・環境改善などの視点から、個人・部単位で事例を報告し、優れた事例を表彰しています。

※3 従業員数

セブン-イレブン北京は、セブン-イレブン・ジャパンからの出向社員14人と、中国人従業員1,678人で成り立っています(2010年2月末)。

※4 OFC

店舗を訪問して、経営アドバイスをする店舗経営相談員のことです。

現地従業員の人材育成を推進

華糖ヨーカ堂 成都イトーヨーカ堂 王府井ヨーカ堂

能力向上のための制度づくりに努めています

中国各社では、地域のニーズに即した商品を提供するとともに人材育成に力を入れ、「人材の現地化」を進めています。

店舗・本部のマネジャー以上の役職者に現地従業員を約9割登用するとともに、女性の登用も行っています。このような現地従業員の登用促進において、従業員一人ひとりのモチベーションの向上は重要な課題です。

店舗の従業員の能力向上を目的に、王府井ヨーカ堂では、2009年1月にフレンドリーサービス認定制度^{※1}を開始しました。また、2009年度には接客販売力が弱い販売員を対象に、接客技術教育を新たに開始しました。接客技術や話し方、売り込み方の教育を2回実施しました。

成都イトーヨーカ堂では、お客様の満足度向上と日常業務の効率向上を目的に、全従業員から業務改善提案を募集しています。

また、四半期ごとに技術コンテストを実施し、商品陳列や生鮮・レジ・接客技術の向上を図っています。また、華糖ヨーカ堂では、成都イトーヨーカ堂でも実施している「成果発表会」^{※2}を開催し、従業員のモチベーションと能力の向上を図っています。

中国各社では、今後も能力向上支援を推進していきます。



成果発表会の様子

現地で採用した人材を育成しています

セブン-イレブン北京

セブン-イレブン北京では、全ての現場で働く従業員に中国人を採用し、日本人社員はセブン-イレブン・ジャパンの考え方やノウハウの普及に努めています。^{※3}

OFC^{※4}の育成方法の一つとして、商業関連大学と提携し、実習生の紹介を受けています。店舗業務を体験した実習生の中から希望者を正社員として採用し、店舗勤務の経験を経てOFCに登用しています。また一方で、オーナー希望の社員を2~3年間直営店に配属し、優れた店長に育成しています。オーナーとして独立してもらうという方法をとりながら、店舗数を増やしています。

社員の士気を高めるための取り組みとして、OFC会議や店長会議のさいには、良い成績をあげた個人の事例発表を常時実施して

います。その他、商品の予約活動や接客などにおいて優秀な社員を表彰しています。さらに海外研修制度を設けており、選抜した社員をセブン-イレブン・ジャパンの商品展示会へ派遣しています。これにより日本の取り組みを直に学ぶ機会を提供しています。



店内で行われるOFCの勉強会の様子