

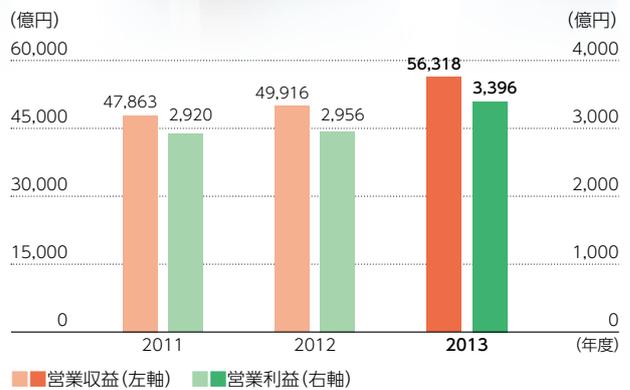




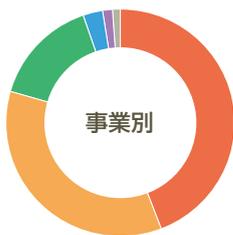
会社概要 (2014年2月末現在)

社名 株式会社セブン&アイ・ホールディングス
本部所在地 〒102-8452 東京都千代田区二番町8番地8
設立 2005年9月1日
事業内容 コンビニエンスストア・総合スーパー・百貨店・食品スーパー・フードサービス・金融サービス・IT/サービスなど、各事業を中心とした企業グループの企画・管理・運営(純粋持株会社)
資本金 500億円
連結従業員 148,594人
 (月間163時間換算の臨時従業員を含む)
Webサイト <http://www.7andi.com/>

営業収益および営業利益

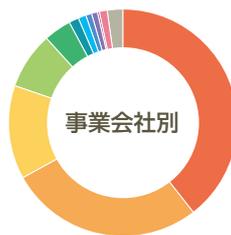


営業収益の内訳 (2013年度)



事業別	割合
コンビニエンスストア事業	44.4%
スーパーストア事業	35.3%
百貨店事業	15.3%
金融関連事業	2.8%
フードサービス事業	1.4%
その他の事業	0.9%

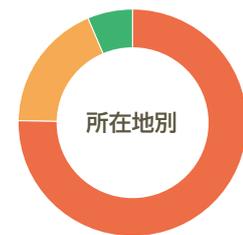
売上高の内訳 (2013年度)



事業会社別	割合
セブン-イレブン・ジャパン ^{※1}	39.4%
7-Eleven, Inc. ^{※1}	27.5%
イトーヨーカドー	13.3%
そごう・西武	8.2%
ヨークベニマル	3.9%
ヨークマート	1.3%
セブン銀行 ^{※2}	1.0%
セブン&アイ・フードシステムズ	0.8%
赤ちゃん本舗	0.9%
SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.	0.3%
中国事業	1.2%
その他	2.0%

^{※1} セブン-イレブン・ジャパンおよび7-Eleven, Inc.の売上高はチェーン全店の売上高です。
^{※2} セブン銀行の売上高は経常収益です。

連結従業員数の内訳 (2013年度)



所在地別	割合
日本	75.4%
北米	18.4%
中国	6.2%



所在地別	割合
日本	65.4%
北米	32.5%
中国	2.1%

会社概要や経営状況に関しては、Webサイトをご覧ください。

● <http://www.7andi.com/ir/index.html>

CSRレポートについて

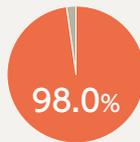
本レポート「CSR Report 2014」は、持株会社であるセブン&アイHLDGS.と事業会社の代表的なCSR活動について報告しています。

ステークホルダーの期待や要請にグループ一丸となって取り組んでいくために、特定した「5つの重点課題(マテリアリティ)」について、特定するまでのプロセスを掲載しています。

報告対象組織

下記の各社を主な報告対象組織としています。各社の情報は、Webサイトでも公開しています(URLは各社WebサイトのCSR関連ページまたはトップページです)。

全売上高に占める
報告対象組織の売上高比率



(株)セブン&アイ・ホールディングス

● <http://www.7andi.com/csr/index.html>

(株)セブン-イレブン・ジャパン

● <http://www.sej.co.jp/social/index.html>

(株)イトーヨーカ堂

● <http://www.itoyokado.co.jp/company/iycsr/>

(株)そごう・西武

● <http://www.sogo-seibu.co.jp/csr.html>

(株)ヨークベニマル

● <http://www.yorkbeni.co.jp/enviro/index.html>

(株)ヨークマート

● <http://www.yorkmart.com/company/preservation/>

(株)セブン&アイ・フードシステムズ

● <http://www.7andi-fs.co.jp/7fs/company/csr.html>

(株)セブン銀行

● <http://www.sevenbank.co.jp/corp/csr/>

(株)赤ちゃん本舗

● <http://www.akachan.jp/csr/index.html>

7-Eleven, Inc.

● <https://www.7-eleven.com/>

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.

● <http://www.7elevenhawaii.com/home>

セブン-イレブン北京、セブン-イレブン天津

● <http://www.7-11bj.com.cn/>

セブン-イレブン成都

● <http://www.7-11cd.cn/>

華糖ヨーカ堂

● <http://www.ht-store.com/d/index.do>

成都イトーヨーカ堂

● <http://www.iy-cd.com/>

報告対象期間

2013年度(2013年3月~2014年2月)の活動報告を基本に、2014年度の活動についても一部報告しています。

参考にしたガイドライン

・GRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン」

第4版(G4)

・ISO26000

発行日 2014年9月

次回発行予定 2015年9月

目次

トップコミットメント	3
CSRに関する方針	4
企業統治・CSRマネジメントの強化	5

重点課題(マテリアリティ)の特定 9

第一回ステークホルダーダイアログ 11



第二回ステークホルダーダイアログ 15



セブン&アイHLDGS.の重点課題 19

年次活動報告

高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供	21
商品や店舗を通じた安全・安心の提供	27
商品、原材料、エネルギーのムダのない利用	37
社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援	45
お客様、お取引先を巻き込んだ エシカルな社会づくりと資源の持続可能性向上	55

社会貢献活動	63
海外での取り組み	65
受賞歴・社外からの評価	77
温室効果ガス排出量検証報告書	78
GRIガイドライン第4版/ISO26000内容索引	79

免責事項

本レポートに掲載している情報は、記述した時点での情報に基づいています。そのため、将来の社会の変化によって実際の活動や結果は変わる可能性があります。

トップコミットメント

グループが一体となり、事業活動を通じて 社会課題の解決につながる取り組みを強力に推進してまいります。



代表取締役会長
最高経営責任者 (CEO)

鈴木敏文

日本経済は長期にわたるデフレの時代を抜け、アベノミクス効果により、ようやく景気回復の兆しが見え始めています。しかしながら、国内の消費税増税の影響、欧州の不安定な経済情勢など、今後の経済の動向は予断を許しません。

また、社内に目を転じると、セブン&アイHLDGS.の事業会社の数も約150社にまで拡大しており、新しくグループに加わった会社も含めてコーポレート・ガバナンスが機能しているのか、常に確認することが重要であると考えています。

一方で、私たちを取り巻く社会環境全体を見ると、地球温暖化や食の安全に対する関心の高まり、さらに少子高齢化、女性の社会進出、小売り・サービス拠点の減少など、社会の変化から生じる問題に企業として責任を持って対応することが強く求められております。

このような中、本年度においてはISO26000などから国際的にも要請されているステークホルダーダイアログ(対話)を開催しました。これまでのCSRの取り組みの検証と今後取り組むべき重点課題(マテリアリティ)の特定を行い、グループのCSR活動の方向性をより明確にいたしました。

特定した重点課題の中の一つに、少子高齢化や女性の社会進出、生活拠点の空洞化といった課題があります。これに対しては、ステークホルダーとの対話を通じて、お客様のご不便を少しでも解消するために、「近くて便利」なお店を目指しているセブン-イレブンの出店を拡大するとともに、現代の「ご用聞き」としてイトーヨーカドーの「ネットスーパー」やセブン-イレブンの「お届けサービス」などご家庭への配達サービスを行っています。また、ご年配の方にとっては食事をつくったり、片づけたりするのは大変な手間であり、少しでも家事の軽減につながればと、グループ共通のプライベートブランド「セブンプレミアム」を中心に、簡単に調理ができる商品を開発しています。



代表取締役社長
最高執行責任者 (COO)

村田紀敏

また、今後も労働力人口の減少が避けられない中、女性の活躍推進が求められていますが、お客様の多くが女性であり、グループで働く従業員も多くが女性であるという事業特性から、経営的にも重要な課題であると考えています。グループ各社では、店長や商品開発部門に女性を積極的に登用することで営業面の効果も出ており、今後も積極的に進めてまいります。

さらに、経済のグローバル化とともに、商品の原産地や製造委託先が世界各国に広がっており、商品の原材料調達から販売・消費に至るサプライチェーン全体に対するCSRマネジメントを要請する動きが、世界的に一層高まってきております。

2012年7月に署名した「国連グローバル・コンパクト」の10原則を実践する上でも、本年度は「セブンプレミアム」など各社プライベートブランドの製造委託先を中心に第三者機関によるCSR監査をより一層拡大し、お取引先との協働によるCSRを推進してまいります。

加えて、グループにおけるリアル店舗とネットをシームレスに連携させながらお客様にアプローチしていく、オムニチャネル戦略に向けた取り組みを、2013年度下期より開始いたしました。私たちは、国内で約18,000店の店舗ネットワークを持ち、コンビニエンスストア、総合スーパー、百貨店、食品スーパー、専門店、レストランなどさまざまな業態を擁しております。これらの店舗とネットを融合させることで、「いつでも」「どこでも」さまざまな商品やサービスを提供していくことにより、お客様のご要望に応え続けてまいります。

私たちは、今後もグループ各社の事業特性に合わせて、本業を通じた社会課題の解決につながる取り組みを推進するとともに、ステークホルダーから信頼される誠実な企業であり続けるよう努力してまいります。

CSRに関連する方針

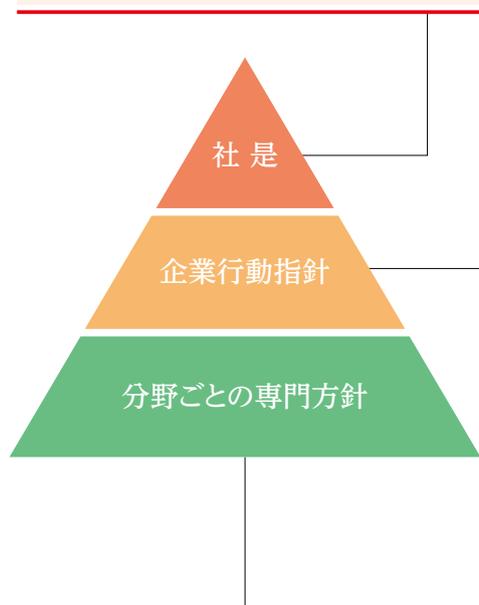
私たちは、すべてのステークホルダーに「信頼される、誠実な企業でありたい」という社是に基づいて、事業を営んでいます。その実現のためにとるべき行動を「企業行動指針」として明文化しています。

社 是

私たちは、お客様に信頼される、誠実な企業でありたい。

私たちは、取引先、株主、地域社会に信頼される、誠実な企業でありたい。

私たちは、社員に信頼される、誠実な企業でありたい。



セブン&アイHLDGS.社員の基本姿勢

● <http://www.7andi.com/csr/policy/guidelines.html>

1. コンプライアンス(法令遵守)
2. お客様との関係
3. お取引先との関係
4. 株主・投資家との関係
5. 地域社会との関係
6. 雇用・職場環境
7. 環境管理
8. 社会・文化貢献活動
9. 不正・違反行為の報告

取り組みごとの各種方針

品質方針

● <http://www.7andi.com/csr/policy/quality.html>

持続可能な調達基本方針

● <http://www.7andi.com/csr/policy/procurement.html>

環境指針、環境規約

● <http://www.7andi.com/csr/policy/environment.html>

環境宣言、地球温暖化防止に関する基本方針

● http://www.7andi.com/csr/policy/environment_02.html

社会・文化貢献活動基本方針、社会・文化貢献活動行動指針

● <http://www.7andi.com/csr/policy/contribute.html>

セブン&アイHLDGS.は、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組みである「国連グローバル・コンパクト」の10原則を支持し、その実現のために本業を通じてCSR活動に取り組んでいます。

※国連グローバル・コンパクトについては以下のURLをご覧ください。

● <http://www.ungcjn.org/index.html>



企業統治・CSRマネジメントの強化

傘下の事業会社を監督・統括する持株会社として

コーポレート・ガバナンスの強化とグループ企業価値の最大化を使命としています。

執行役員制度と監査役制度を軸とした企業統治

セブン&アイHLDGS.の取締役会は、14名の取締役（うち4名は独立社外取締役）で構成されています。取締役の任期は、株主の意向をより適時に反映するために1年としています。また、迅速な意思決定と業務執行のために執行役員制度を導入。取締役会は経営戦略の立案と業務執行の監督を行い、取締役兼務者を含む19名の執行役員が業務執行にあたっています。

監査役会は5名の監査役（うち3名は独立社外監査役）から構成されており、経営をモニタリングしています。監査役は取締役会をはじめとする重要な会議に出席することに加え、代表取締役との意見交換や取締役に業務執行状況を聴取しています。また事業会社の取締役、監査役とも情報共有などを図り、取締役の職務の執行を厳しく監査するとともに会計監査人とも情報交換を行い、会計監査における緊密な連携を図っています。

社外取締役・社外監査役は、取締役会の意思決定および業務執行の妥当性と適正性を確保するための助言や提言を実施しているほか、取締役などとのミーティン

グで会社の経営やコーポレート・ガバナンスなどについて意見交換することにより、業務執行を監督・監査しています。

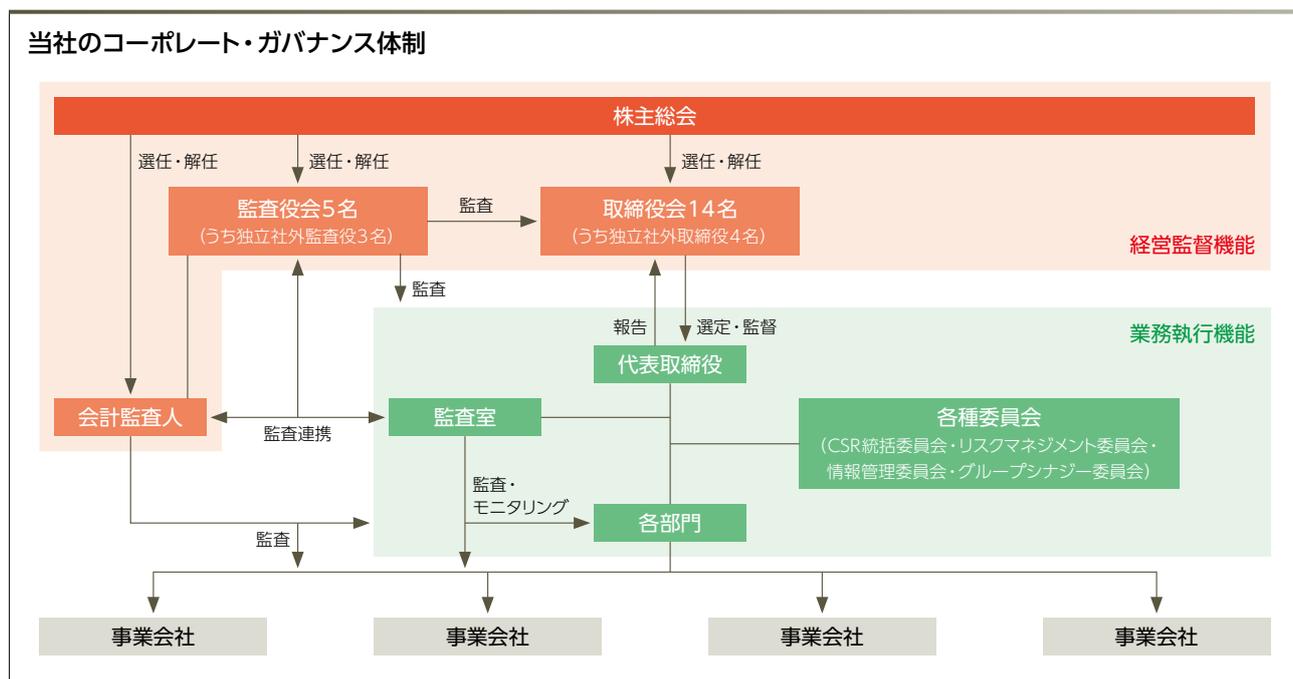
※1 セブン&アイHLDGS.は、一般株主と利益相反が生じるおそれがなく、客観的で中立的立場から専門知識や経験を活かした監督・監査と助言、提言などをしていただけるよう、社外取締役、社外監査役の選任については、独立性を重視しています。

※2 人数は2014年8月末のものです。

内部統制システム

セブン&アイHLDGS.では、①業務の有効性と効率性、②財務報告の信頼性、③事業活動における法令の遵守、④資産の適正な保全を目的に、内部統制システムの充実と強化に取り組んでいます。

独立した内部監査部門である監査室には、主要事業会社の内部監査を確認し指導する、または直接監査する統括機能と、持株会社であるセブン&アイHLDGS.自体を監査する内部監査機能があります。これらの業務にあたる「業務監査担当」に加え、主要事業会社の内部統制評価を実施する「内部統制評価担当」を設置しています。



各種委員会

セブン&アイHLDGS.は、代表取締役のもとに「CSR統括委員会」「情報管理委員会」「リスクマネジメント委員会」「グループシナジー委員会」を設置しています。各委員会が事業会社と連携しながらグループの方針を決定し、その浸透と実行を管理・監督することでコーポレート・ガバナンスの強化を図っています。

CSR統括委員会

CSR統括委員会は、さまざまなステークホルダーに「誠実に対応すること」を基本に「セブン&アイHLDGS.企業行動指針」の遵守の徹底に努めています。本指針を確実に遵守していくため、委員会の傘下に「企業行動部会」「消費者・公正取引部会」「環境部会」を設置しています。各部会では、グループの事業特性を考慮して取り組むべき主要課題に優先順位をつけ、課題解決策を立案・実行しています。

なお、2013年11月に株式会社そごう・西武および株式会社モールエスシー開発が管理する店舗施設内の飲食テナントの一部店舗において、実際に使用された食材とメニューなどの表示が異なった不適切な表示がありました。そのためそごう・西武では、不適切な表示が判明した時点で速やかに是正するよう各テナントおよびその運営会社に対し徹底させるとともに、再発防止に向けてメニューなどの表示の確認を一層強化していきます。

情報管理委員会

情報管理委員会は、情報管理上の課題を統括することを目的に活動しています。

2013年度は、情報セキュリティの強化を目指し、「IT情報セキュリティネットビジネス関連ガイドライン」の遵守状況に関する自主点検および第三者チェックを、前年

度を実施しなかった5社について実施し、点検結果に基づく改善を進めました。

2014年度は、2012年度にセキュリティ診断を実施した7社の再点検を実施するとともに、外部環境の変化に対応したグループ共通の情報セキュリティポリシーとITセキュリティ基準の策定を進めています。

リスクマネジメント委員会

リスクマネジメント委員会では、事業の継続を脅かし持続的成長の妨げとなるすべての事象をリスクとして認識し、包括的かつ統合的なリスク管理の強化に努めています。

2013年度は、リスク評価方法の改善や事業会社間での知見・ノウハウの共有化を進め、リスク管理の適正性向上を図りました。

2014年度は、グループの経営健全性、事業継続性に対する管理を継続するとともに、持続的成長を確かなものとすべく、経営管理との連携強化やコンプライアンス・リスク管理の強化に取り組んでいます。

グループシナジー委員会

グループシナジー委員会は、マーチャндаイジング、システム、建築設備、販売促進などの部会で構成しています。各事業会社が個々に培ってきた「商品開発」「販売」「プロモーション」などのノウハウを共有・活用することで、「セブンプレミアム」に代表される安全・安心かつ便利で高品質な商品・サービスを生み出しています。また、グループのスケールメリットを活かし、商材・建築資材の共同購入によるコストダウンに努めています。

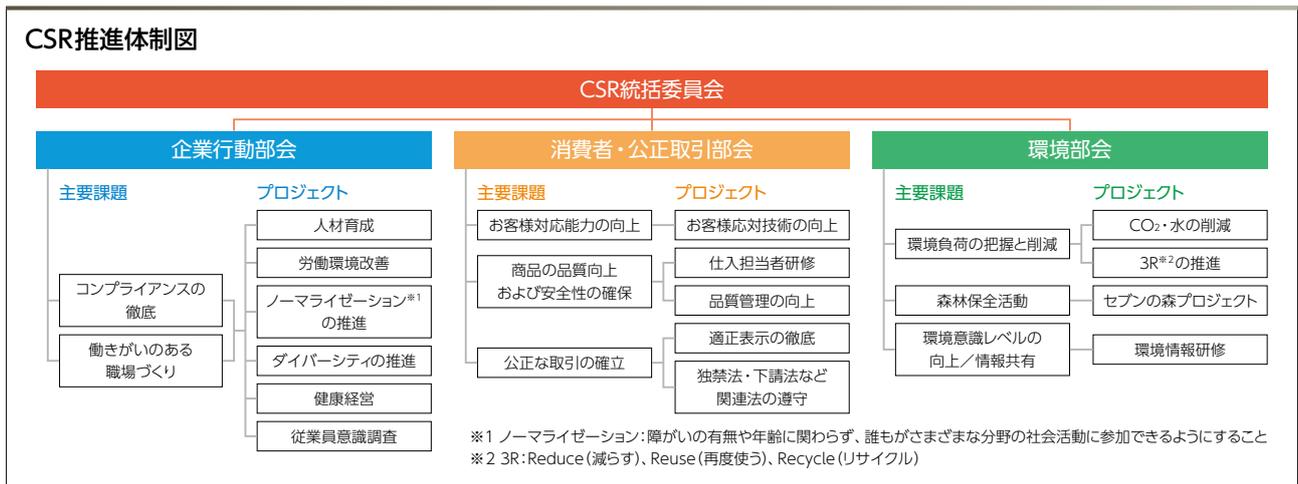
2013年度下期からは、グループ戦略であるオムニチャネルの推進に向けた新たな部会組織を編成し、その進捗について共有および確認を行っています。

CSR推進体制

セブン&アイHLDGS.では、CSRの取り組みを推進するために、社長を委員長としたCSRに関連する責任者で構成する「CSR統括委員会」と、その下部組織として「企業行動部会」「消費者・公正取引部会」「環境部会」の3つ

の部会を運営しています。

各部会にプロジェクトを設けて、重点課題の解決に向けた具体的な対策を検討・立案し、部会の承認をもってグループ全体で実行しています。



ステークホルダーとの対話を深め、本業を通じた社会課題の解決に積極的に取り組んでまいります。



取締役執行役員
CSR統括部 シニアオフィサー
伊藤 順朗

昨年発生した食品偽装など、食に対する安全性や信頼性へのお客様の不安感の増加、金融庁による「日本版スチュワードシップ・コード」*1の公表、IPCC*2第5次評価報告書にみる気候変動に伴うリスクの増加など、ステークホルダーの要請は変化し、日本国内およびグローバルにおける社会課題に対し、中長期的視点に立った企業行動への期待が一層高まっています。

セブン&アイHLDGS.では、これまでCSR統括委員会および傘下3つの部会の推進体制の下、主に事業を遂行する上での法令の遵守(コンプライアンス)並びに事業活動自体が環境・社会に及ぼす負の影響を認識・把握した上で、その除去・低減・改善など「企業の責任」としての取り組みに傾注してきました。

現在、「企業の責任」を全うすることを徹底しつつ、社会課題の解決と企業の競争力向上を両立させ、社会と企業の両方に価値を生み出す取り組み=CSV(Creating Shared Value=共有価値の創造)を推進することで、持続可能な社会に向けたより大きな価値を生み出すことを目指しています。

今後も信頼される誠実な企業であり続けるために、ステークホルダーとの対話を深め、企業の責任を果たすとともに、本年度特定した「5つの重点課題」の解決に、本業を通じて積極的に取り組んでまいります。

※1 「日本版スチュワードシップ・コード」

機関投資家が対話を通じて企業の中長期的な成長をうながすなど受託者責任を果たすための原則(2014年2月金融庁「日本版スチュワードシップ・コードに関する有識者検討会」が公表。)

金融庁は本コードに賛同して参加を表明した機関投資家に対して、取り組み方針や実践結果の公表・報告を求めている。

※2 IPCC

気候変化、影響、適応および緩和方策に関し、科学的、技術的、社会経済学的な見地から包括的な評価を行うことを目的として、1988年に世界気象機関(WMO)と国連環境計画(UNEP)により設立された組織(第5次評価報告書は、2014年3月公表)

各部署の目標と進捗状況

2013年度の主な活動計画	2013年度の活動実績	評価	2014年度の活動計画
企業行動部			
コンプライアンスの徹底・働きがいのある職場づくり			
社などグループ共通の従業員向け教育基本項目の策定と教育ツールの開発	基本9項目を策定し、教育ツールに反映	○	基本項目に関する各社の教育状況のチェックとフォローの実施
グループ全体の障がい者雇用の促進と法定雇用率の達成	障がい者雇用率2.19% (グループ適用)	○	2015年4月の雇用納付金対象会社拡大に対応して、常用雇用労働者101人以上の事業会社の障がい者雇用促進をサポート
ノーマライゼーション浸透のための従業員の意識啓発とツールの作成	人事・採用・教育担当者向け「セブン&アイHLDGS. ノーマライゼーションサポートガイド」を作成	○	「ノーマライゼーションサポートガイド」の活用促進と体験学習見学会の開催
グループの労働環境に関わる基準作成	休日・休暇の取得や時間外労働に関わるグループ基準を策定	○	基準達成とさらなる改善を目指してグループ各社の取り組み情報の共有促進
従業員の健康増進に関する取り組みのプロジェクト化	セブン&アイ健康経営プロジェクトを発足しグループ従業員の健康増進に関する課題の抽出	○	健康増進に関する課題整理と目標設定、行為計画の立案 健康経営を取り組む組織体制の整備 従業員の健康増進に向けた、健康管理システムの導入
【ダイバーシティ(人材の多様性)推進プロジェクト】			
女性のネットワークづくりのためのイベントの拡大	子育て中の女性社員を対象にしたイベントを隔月で6回開催	○	女性のネットワークづくりイベントの各事業会社への拡大
育児休職復職者へのオリエンテーションの実施	ロールモデルを紹介したDVDを作成し、グループ各社でオリエンテーションを実施	○	育児復職者オリエンテーションの実施会社への拡大と運用方法の見直し
管理職向けの啓発のためのイベントの実施	ダイバーシティ推進に関する講演会を8月、2月に実施	○	管理職向けの啓発のためのイベントの実施
社内報などを活用した啓発活動の継続	社内報などを活用した啓発活動の実施	○	女性の活躍推進に特化したコーナーを社内報に年間掲載
社外への積極的な情報発信(ポジティブアクション宣言の実施)	ポジティブアクション宣言の実施・エンパワメント大賞受賞 など	○	社外への継続的な情報発信
子育て中の男性社員に向けた啓発活動の実施	子育て中の男性社員に向けた育児参画意欲向上のためのイベント実施	○	父親向けの育児参画意欲向上のためのイベントの実施
			管理職向けのハンドブックの制作
消費者・公正取引部			
①お客様対応能力の向上			
お客様相談室新人向けグループ合同研修会開催	4月に新任者向け、10月に経験者向けの合同研修会を開催	○	お客様相談室経験者向けグループ合同研修会の継続開催
②商品の品質向上と安全性の確保			
検査機関と連携した衣料仕入れ担当者向け合同研修会開催	グループ合同繊維研修会を年4回実施(209名、受講率78%)	○	衣料・住まいの品仕入れ担当者向けグループ研修会開催
(衣料・住まいの品)「製品安全に関する流通事業者ガイド」に基づく品質管理体制の検証	「製品安全ガイド」に基づくグループ各社の品質管理体制の整備	○	グループ各社の品質管理体制整備・品質方針の策定
(食品)グループ各社QC担当によるお取引先工場の合同チェック	グループ共通の工場検査表による検査項目の確認を実施(5月、1月)	△	(食品)商品・メニューの表示に関する自主ガイドラインの見直し
③公正な取引の確立			
グループ各社の公正取引に向けた取り組みの共有と良さの拡大	新規グループ加入会社を含め体制確認と整備を実施各社の取り組みを共有	○	グループ各社の公正取引を確保のための管理体制と教育体制の整備継続
「下請法」、「独占禁止法」に関わる定期研修会の開催	4月、11月にグループ合同研修会を実施	○	「下請法」、「独占禁止法」に関わる定期研修会の継続開催
消費税転嫁法に対するグループ各社対応の共有	6月にグループ各社合同研修会を実施行政対応状況などを共有	○	2015年増税に向けたグループ各社の対応共有
環境部			
①環境負荷の把握と低減			
CO ₂ マネジメントの改善(目標設定、第三者検証の強化)	温室効果ガス排出量第三者検証の対象事業会社を5社⇒9社へ拡大	○	温室効果ガス排出量第三者検証の対象事業会社を9社⇒10社へ拡大
食品リサイクルの推進、ペットボトル回収機の設置拡大	食品残さを利用した循環型農業セブンファーム7カ所⇒10カ所へ拡大 ペットボトル自動回収機207店舗⇒230店舗へ設置拡大	○	食品リサイクルの推進 ペットボトル回収機の設置拡大
環境マネジメントシステムの強化	セブン・イレブン・ジャパンのISO14001取得	○	ISO取得範囲の拡大
②森林保全活動			
従業員ボランティアの継続	森林保全活動など28回151名のグループ社員が参加	○	従業員ボランティアの拡大
間伐材利用のプライベートブランド商品の開発	プライベートブランド商品でセブンの森の間伐材を使用した紙製飲料2アイテムを開発	○	環境配慮型商品のアイテム数の増加
③環境意識レベルの向上/情報共有			
環境情報研修の実施	グループ各社の従業員の階層別教育における環境研修の実施	○	従業員教育の強化とeco検定取得チャレンジ

重点課題 (マテリアリティ) の特定

セブン&アイHLDGS.は、ステークホルダーの期待や要請にグループが一体となって応えていくために、多くのステークホルダーの方々との対話を行い、取り組むべき重点課題を特定しました。ここではその特定するためのプロセスについてご紹介します。

●重点課題特定プロセス

Step 1

検討すべき社会課題の抽出

重点課題を特定するにあたって、検討すべき社会課題の抽出を行いました。グループの企業行動指針などの方針だけでなく、GRIガイドライン第4版、ISO26000、ミレニアム開発目標などの世界的な枠組みや、日本政府の会議などで議論される日本の課題、CSR評価機関の調査項目も加味した上で、92項目の社会課題に整理。そこからグループの事業との関連性を評価し、検討すべき33項目の社会課題を抽出しました。

●抽出方法



Step 2

ステークホルダーからのヒアリング

抽出した33項目の社会課題について、ステークホルダーの皆様からのグループに対する今後の期待や要請を把握するため、お客様、お取引先、株主・投資家、社員に対してアンケート形式でヒアリング調査を実施しました。それぞれの課題にグループがどの程度優先的に取り組む必要があるかを定性的に評価いただきました。また、グループへの期待と、その理由などについてもコメントをいただきました。

●ヒアリングしたステークホルダーと期待

	ヒアリング対象	ステークホルダーの期待(例)
お客様	主要事業会社のお客様	・商品の安全性向上 ・個人情報の確実な保護 など
お取引先	主要事業会社の 主なお取引先	・買物不便者支援を通じたバ リューチェーン全体のさらなる 信頼性の向上 ・被災地支援の継続 など
株主・投資家	小売業界のアナリスト	・廃棄ロスへの対応 ・高齢者ニーズへの対応 など
社員	主要グループ会社の 役職者および社員	・高齢化へのグループ全体で の対応 ・品質、安全のさらなる追求 など

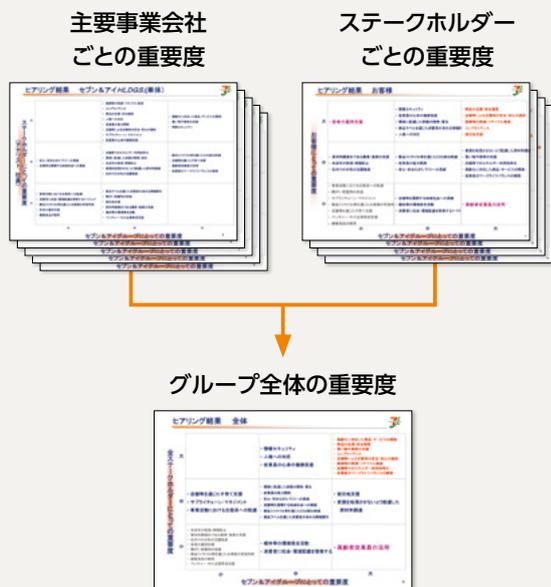
重点課題特定の目的

- セブン&アイHLDGS.の事業領域が拡大し、関係する社会課題や社会要請が多様化する中、特に重視すべき課題に集中し、適切に対応する
- グループ全体のCSRの方向性を明確にし、グループシナジーを最大化する
- グローバルスタンダードに対応したCSRマネジメント、情報開示を推進する

Step 3

ヒアリング結果をもとに 重点課題候補の作成

各ステークホルダーからの期待をもとに、33項目の社会課題をステークホルダーごと、主要事業会社ごとに、ステークホルダーにとっての重要度と当社事業にとっての重要度の2軸で評価しました。そして、それぞれの重要性を統合し全体の重要性を評価した上で、グループ全体での重点課題の候補を作成しました。



Step 4

ステークホルダーとの ダイアログ

ヒアリングの結果、作成した重点課題候補をもとに、これからセブン&アイHLDGS.がどのようなことに注力すべきなのかを議論するため、有識者の方を交えてダイアログを行いました。ダイアログは、セブン&アイHLDGS.および主要事業会社の代表取締役社長をはじめとする経営陣が参加し、グループ全体と事業領域ごとについて議論する場をそれぞれ設け、有識者の方々と意見交換を行いました。

● ダイアログ開催概要



全体でのダイアログ
有識者の方をお招きし、セブン&アイHLDGS.の経営陣とグループ全体で取り組むべき重点課題について議論しました。

詳細はP.11



主要事業会社ごとのダイアログ
有識者の方をお招きし、主要事業会社(セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、そごう・西武)の代表取締役社長がそれぞれ、各事業会社の重点課題について議論しました。

詳細はP.15

第一回ステークホルダーダイアログ



企業を取り巻く社会課題が山積する現在、私たちセブン&アイHLDGS.も、事業領域拡大とともに、より多様な社会課題、社会的要請に直面するようになっていきます。その中で、特に力を入れて取り組むべき課題とは何なのか、重点課題の特定に向けて有識者の皆様と経営陣が語り合いました。

有識者

後藤 敏彦 氏

NPO法人サステナビリティ日本フォーラム 代表理事

川北 秀人 氏

IIHOE[人と組織と地球のための国際研究所] 代表者

スコット・デイヴィス 氏

立教大学教授
株式会社セブン&アイ・ホールディングス 社外取締役

セブン&アイHLDGS.

村田 紀敏

代表取締役社長 最高執行責任者(COO)

後藤 克弘

取締役 常務執行役員 最高管理責任者(CAO)

伊藤 順朗

取締役 執行役員 CSR統括部シニアオフィサー



ESG——トリプルボトムラインを意識した経営へ

後藤(敏)氏 最近、金融の世界ではESG (Environment、Social、Governance)という言葉が注目を集めています。企業がESGをどう考えているのか。つまり、さまざまな環境(Environment)問題にどう対応するのか、人権や地域貢献などの社会(Social)課題にどう取り組むのか、そしてそのためにどんな形のガバナンス(Governance)を実現するのかが、企業の長期的成功のベースとして問われるようになってきているのです。

2006年に国連が「責任投資原則」を提唱して以来、欧米ではこのESGを考慮した投資行動や、利益だけではなく倫理的な観点を取り入れたSRI投資の割合が急速に拡大し、約半分にまで増加しました。一方、日本では0.2%という数字にとどまってきましたが、今年2月に金融庁が「日本版スチュワードシップ・コード(「責任ある機関投資家」の諸原則)」を発表しました。ここには、機関投資家は長期的観点で投資先と対話し、投資先企業の持続的成長に資するとともに、その内容を顧客に説明する必要があるといったことが挙げられています。

今後、日本の金融機関も、御社のような企業にそうした「対話」を求めてくる可能性が高まるのではないのでしょうか。経済的側面だけではなく環境的、社会的側面を視野に入れたトリプルボトムラインによる経営がますます重要になってくると言えます。

また、もう一つ欧州での重要な動きを紹介しておくと、今年4月に「取締役会の多様性について方針をつくり、それを開示すること」を大企業に義務付けるという法案が欧州議会を通過しました。ダイバーシティのないガバナンスはイノベーションを生みず、企業の発展、ひいては欧州全体の発展を阻害するという考え方です。実際に各国で国内法制化されるのは2~3年後になるでしょうが、これも世界的な流れの表れと言えると思います。



セブン&アイHLDGS.
村田 紀敏

NPO法人サステナビリティ
日本フォーラム
後藤 敏彦氏



川北氏 同法案には、従業員500名以上の会社に対して、ESGに関する情報の開示を義務付けるというのもあり、やはり、持続可能な経営という観点の重要性が強まっていると感じます。

村田 そのことは私たちは仕事の中で常に認識しております。特に2008年のリーマンショック以降、こうした問題の重要性が大きくなっていると考えています。

後藤(敏)氏 このようにESGが重視されるようになっているのは、現在では企業価値の大部分、8割を無形資産が占めると言われているからです。ESGを強化することが無形資産を拡大し、企業価値を高めるという考え方ですね。

デイヴィス氏 特にセブン&アイのような小売業の場合、金融や自動車業界など購入・契約の時点でお客様との何年ものお付き合いが決定する業界とは違い、毎日お客様と接しながら、良い関係を常に更新していかなくてはなりません。そこから築かれてくる社会関係資本も、重要な無形資産の一つだと思います。

村田 当グループは「信頼と誠実」を理念に掲げて、今で言うステークホルダーとの関係構築に創業当初から取り組んできました。それが可能だったのは、トップが企業組織を管理するのではなく、同じグループの中で働く従業員がチームを組んで行動できる組織力を強化してきたからです。いわば組織の末端にあるガバナンスの仕組みづくりが経営において重要なのです。これからオムニチャネルなどを通じて新しい小売業の時代に対応するためにも、グループの全員が経営に参加する組織づくりを進めていくことが大切だと考えています。

20年先の社会を考えたビジネスモデルの構築を

川北氏 今、企業に対して株主をはじめとする外部のステークホルダーが期待しているのは、現在価値だけではなく「未来価値」をどう高めていくかということです。短期的な財務的指標だけでなく、中長期的な非財務的指標についてもしっかりと示して、実行していくことが求められます。そうすると、自社だけでなく日本全体の将来像についても、直視せざるを得なくなります。例えば、身近な問題としては急速な高齢化が挙げられます。75歳以上の後期高齢者のみで構成されている世帯は、2000年時点では4%だったのが、現在では7%となり、2020年には10%以上になる見込みです。そうすると、今後は高齢者の方同士にある程度まとまって住んで、支え合いながら暮らしていただくという計画も出てくるでしょう。

それによって、御社のビジネスのあり方も変わってくる。現在は、高齢者の方のお宅へ商品を届けるというサービスを前提に考えているかもしれませんが、それだけではなく、住まいそのものを支えていくという発想も必要になってきます。

後藤(克) 確かに、なかなか「未来価値」という考え方にまでは至らないところがあります。今後は、10年20年先の将来はこうなるんだから、今何をすべきなのかという、いわゆるバックキャストの発想を経営の中に入れておく必要があるのかもしれない。

川北氏 その意味で、資源枯渇の問題も重要です。林産資源や海洋資源についても、倫理的であると同時に持続可能な調達を求める取り組みが世界的に進んできています。



セブン&アイHLDGS.
後藤 克弘

IIHOE
【人と組織と地球のための国際研究所】

川北 秀人氏



後藤(敏)氏 特にグローバル調達に関しては、日本はまだ認識が足りない気がしています。特に最近、欧州のNGOがアジア企業のサプライチェーンにおける環境問題や人権問題について、詳細な調査を進める動きがあります。現場での直接的な改善は非常に困難なので、「買う立場」である御社のような企業に改善を求めてくることもあります。それに対して「うちはただ買っているだけだから」では通らなくなってきています。

川北氏 それから、女性の活躍推進、また若者の雇用も、「未来価値」から考えた時に非常に重要な課題です。御社で働いている人たちが、どう喜びや未来を共有できるのか、どうすれば御社で働いていることを誇りだと思ってもらえるのか、をステークホルダーとの関係を考える上で大切にしたいと思います。

デイヴィス氏 あわせて、高齢者従業員の活用という課題もあります。高齢者従業員は経験が豊富でスキルもありますが、休息を必要とするタイミングが若手とは違います。彼らにも働きやすい環境を担保していくことによって、職場全体の人権への取り組みが進展します。そして、社会全体と同じように、年配の方と若い方が一緒になって一つの目標に向かえるような環境をつくっていったほうが、お互いにやりがいもあるし、豊かな人間味も生まれてくるのではないのでしょうか。

村田 私たちはこれからも国内で事業をもっとしっかりと高めていく必要があります。そのためには、ご指摘の高齢者への対応、若者の雇用、女性の活用は避けて通れませんし、すぐに私たちが取り掛かれることだと思っています。

商品・サービスを通じて価値を創造する

デイヴィス氏 先ほど川北さんから高齢化についての話がありました。私は高齢化が問題だとは思っていません。長寿は大昔からの人間の憧れだったわけで、それを実現できたのならこんな幸せなことはいくらでもあります。つまり、問題なのは高齢化そのものではなく、私たちの社会が作り上げている高齢者の暮らしの実態なのではないでしょうか。高齢者の方たちが、毎日楽しくワクワクしながら暮らしていけるようにするために、自分たちには何ができるのか、相手の立場に立って考えるという視点が必要だと思います。

これまでお付き合いをさせていただき、御社には「相手の立場に立って考える」視点がDNAとして根付いていると感じます。CSRは、本来なら本業に徹して社会に貢献していれば実現できるものですが、御社はまさに「これがCSRだ」ということをほとんど意識せずに実践し、社会価値の創造に取り組んできたと思います。それがなぜできたのかということをもっと発信していただきたい。同時に、グループ全体が成長し、新たな会社も加わってくる中で、グループ全体の意思疎通をどう図っていくのかについても考えていただければと思います。

村田 先ほども組織の末端でのガバナンスが重要だと申し上げましたが、私どもは2005年9月にホールディングス化した後、各企業間の壁を低くし、それぞれが持っている事業インフラ、人的インフラを生かしながら成長していこうということでやってまいりました。それが具体的な形になったのがプライベート・ブランド(PB)づくりです。単にメーカーに発注するのではなく、グループ全員が、そしてパートナーを組んでいただける企業にも協力していただいてチームを組み、シナジーを生み出すことによってお客様の求めるものを実現する。そうしてできたのが、「セブンプレミアム」というPBです。



セブン&アイHLDGS.
伊藤 順朗



立教大学
スコット・デイヴィス 氏

後藤(敏)氏 PBづくりというのは、まさにステークホルダー・エンゲージメントの典型例ですね。グループ内の壁を取っ払ってエンゲージメントする、そこからシナジーが生まれてくるんです。

デイヴィス氏 今、多くの企業がPBを出している様々なやり方があると思いますが、一般的には「品質の割に価格が安いから買ってもらう」という消費者の妥協によって成り立つ商品ではないかと考えています。それと違って、御社のPBは、多くの関係者が何度も対話を重ねて企画を練り上げて完成した、お客様の立場を意識した「価値」をベースとした商品です。「安いから」ではなく、厚い信頼がそこにあるからこそ買ってもらえる。こうしたPBづくりが、物理的なシナジーだけではなく、心理的なシナジーも生み出していると言えると思います。

伊藤 またお客様への価値だけでなく、環境配慮という点でもシナジーを生み出せると感じています。商品を開発するチームに環境問題などをインプットすることで、最近では商品における環境配慮へのアイデアがよく出るようになってきました。このような社会的な課題のインプットは、チームの一員として私たちが伝えていく重要なことだと思っています。

後藤(克) 今回、重点課題の策定に向けてさまざまな課題整理を行ったわけですが、その中から「新たな気づき」がいくつも生まれてきました。その気づきをベースにした取り組みを、素早く確実に実行に移していけるのが当グループの強みでもあると思いますし、こうした体系的な課題整理は継続的に行っていく必要があると感じます。

第二回ステークホルダーダイアログ

第二回ステークホルダーダイアログのテーマは、事業会社ごとの重点課題について、それぞれの業態の特性をふまえ、どのように社会的責任を果たしていくのかを、有識者のお二人と主要事業会社のトップがそれぞれダイアログを行い、意見を交換しました。

有識者



河口 真理子 氏

株式会社大和総研 調査本部 主席研究員

古谷 由紀子 氏

公益社団法人日本消費生活
アドバイザー・コンサルタント協会 常任顧問



井阪 隆一

株式会社セブン-イレブン・ジャパン
代表取締役社長



戸井 和久

株式会社イトーヨーカ堂
代表取締役社長



松本 隆

株式会社そごう・西武
代表取締役社長





持続可能なバリューチェーンの構築を

井阪 私たちが力を入れていきたいと考えている課題の一つが、サプライチェーン・マネジメントです。これまでは、需要の予測に基づいて見込み生産し、それを広告コストをかけて販売するというやり方でしたが、各店舗がお客様の需要を正確に把握し、それに基づいて工場が受注生産をするなど、各階層で無駄を省いて効率的なサプライチェーンを構築していきたいと考えています。

古谷氏 それは、フードロスの削減という観点からも重要ですね。今、いわゆる「3分の1ルール^{*}」の緩和が話題になっていますが、多くの消費者はそもそもそういうルールを知りません。それを前提にルールの内実を含めて消費者が判断できるような情報提供をいただくことが大切だと思います。

井阪 そのテーマに関しては私たちも重く捉えていて、ルール改善のための実証実験にも参加しています。そこで得た学びについては全店に展開していこうと考えています。

河口氏 お客様の需要というのは、要求される最高の価値をということだと思うのですが、コンビニを利用される方の中にも、エシカル、持続可能といった要素を価値として捉える消費者が一定数はいると思います。例えば全部は無理だとしても、カップ麺の中でかやく(具材)だけ、調味料だけというようにパーツごとに、オーガニックなもの、エシカルなものを増やしていくことも可能ではないでしょうか。

特に今重要だと思うのが、水産資源保全の取り組みです。持続可能な漁業を推進する「MSC(海洋管理協議会)認証を



取得した鮭のおにぎり」というような商品も検討してみてもうでしょう。

コミュニティの生活拠点を狙って

井阪 近年は、地域社会の中に、行政や銀行の窓口などの生活拠点が減少しています。一方で高齢化で遠くに出掛けづらい交通弱者が増加しています。そうした状況の中で、私たちコンビニはもっと存在意義を発揮できるのではないかと考えています。

例えば、24時間営業ですから金融機関のATMもいつでも使える。また、住民票発行など一部の行政サービスをコンビニで代行することで、行政コストの削減にもなります。あるいは、店舗の2階に託児所や保育所を設置して、子どもを迎えに来た方に帰りにお買物をさせていただくなど、さまざまな業種とのコラボレーションによって地域の生活を豊かにするということができればいいなと思っています。

さらに高齢化が進む社会状況を考えれば、「ご用聞き」が今後の重要な流通のあり方になっていくと思います。

河口氏 そうして地域の課題を吸い上げて対応する方向に行くことは重要ですね。

古谷氏 コンビニが地域社会の中で果たせる役割は非常に大きいと思います。例えば今、高齢者への訪問販売や通信販売などの消費者被害が非常に大きな問題になっています。先ほど「ご用聞き」という言葉が出たように、コンビニが各家庭に注文のものを届ける際、こういった情報なども一緒に届けられれば、被害の減少にもつながるのではないのでしょうか。

井阪 そのほかにも地域における雇用などについても、社会からの期待の大きさを感じます。一部ではコンビニは飽和状態であるかのように言われることもありますが、全くそういうことは無く実際にはまだまだ必要とされている場所はあるし、私たちが果たせる役割はあることを強く感じています。今後も、オムニチャネルを進めることで地域社会に更なる貢献をしていきたい。

※ 3分の1ルール:加工食品の製造日から賞味期限までの期間を3等分して納品期限や販売期限を設定する流通段階の商習慣

イトーヨーカドー



生産地と協力した持続可能な調達活動

戸井 今、私たちが積極的に進めている取り組みの一つが、いわゆるフードロスの削減です。まだ販売できるのに返品・処分するというのはおかしいし、ロスを減らせばメーカーや問屋にも結果的にメリットが出る。加工食品で始めた納品期限の見直しの取り組みだけでなく、衣料を含めたあらゆる商品に関してロス削減に取り組むことで、トータルの廃棄量が減るなどの効果が出てきています。

古谷氏 メーカーと流通が協力してのそうした取り組みは評価したいですね。あとはぜひ、消費者への啓発にも取り組んでいただきたい。一緒にこれからの社会や環境を考えていこうというスタンスが大事だと思います。

河口氏 一方で、私が御社の売場を見ていて気になるのは、オーガニック、エコといったメッセージがあまり受け取れないことです。そういうものは扱っていないタイプのお店なんだなと感じてしまいます。

戸井 生鮮売場では、生産から販売までのトレーサビリティが100%確保できる「顔が見える食品。」を扱っていますし、循環型農業の推進にも力を入れています。100%オーガニックではないにしても、安全性にこだわった商品をメインに拡大していますが、お客様に対してこれらの商品へのこだわりをもっと強く伝えていきたいですね。

古谷氏 お話を聞けば、持続可能な農業や漁業に関する取り組みに力を入れておられるというのはわかるんですが、消費者にそれが十分に伝わっていないように思います。

河口氏 循環型農業のお話も出ましたが、今の日本では環境配慮=エネルギーの問題と捉えられがちですね。でも実際にはもっと大きい「資源循環」という観点が必要です。無駄な資源を使わない、ゴミを出さない、といったメッセージを、御社としても引き続き発信していただきたいと思います。

ダイバーシティに配慮したサービスを目指して

戸井 また、最近店舗運営において力を入れているのは、「さまざまなターゲット層に合わせたサービスの提供」です。例えば学生のお客様を対象にした商品であれば、同年代の店員がフレンドリーに接したほうが喜ばれるでしょうし、主婦の方には女性の感性にあった提案が必要、年配の方ならある程度年齢の高い店員が、きちんとした対応をしたほうがいい。ネットスーパーの利用促進を念頭に、高齢者向けのパソコン教室を開いている店舗もあるんです。

河口氏 その意味では、「イクメン」支援にも力を入れてほしいな、と思います。今、女性活躍が盛んに言われていますが、そのためには男性も変わる必要がある。父親が子どもを連れて公園に行ったら男性1人で寂しかったなんていう話もよく聞きますし、男子トイレにもベビーベッドを置くなどの工夫で、家事や育児を担う男性を応援するのに一役買っていたらいいのではないのでしょうか。

戸井 なるほど。そのサポートは重要ですね。子供を持つ女性だけでなく男性に向けて支援できるサービスの検討も必要ですね。

あともう一つ、店舗でしっかりと打ち出していこうと思っているのは、「良いものの良さ」です。日本の伝統的技術を大切に「Made in JAPAN」の商品をはじめとして、本当に良いものを、お客様に実際に触れて、体験してもらうことや、ビジュアル面も含めて、「良さ」をきちんと伝えられるよう、見せ方や接客の仕方を向上させていきたいと考えています。



女性視点の経営を

松本 女性活躍支援という点に特に力を入れておりまして、西武所沢店では運営を担う正社員の大半を女性にするという新しい試みを取り入れています。女性は人間関係のつくり方がフラットなので、結果的に無駄を省くことにつながっていると感じます。

河口氏 育児中の母親グループなどもそうですからね。上下関係がない。私は女性が働くとは合理的に仕事をするという仮説を常々持っていたので、御社の取り組みの結果には非常に感動しています。

松本 また、組織の壁を越えたコミュニケーションが盛んで、思いついたことはすぐに相談して実行に移すし、新しいことに挑戦して学び合う姿勢も強い。時間管理の意識も高いですね。一方で、ストレートに結果を求めると、それに悩んだり、馴染めないと感じることもあると思います。ただ、そうした厳しい環境で一人ひとりの成長を促すものなので、一定期間で配置のローテーションを組むなども検討したいと思っています。

価値を発信する拠点として

河口氏 店舗を見ていて感じるのは、オーガニックやエシカルなどの「ストーリー」のある商品がたくさんありながら、埋もれてしまっているということです。何らかのフラグを立てないと、そうした商品に関心のある人にも気づかれないのでは。

松本 確かに、こだわりをうまく伝えられないというのは、私たちの大きな課題ですね。ただ大きな看板やPOPを出せばいいというものではない。特に「エシカル」という概念は、今後の私たちの機軸にもなる可能性がある非常に重要なものだと思います。人に任せて選ぶのではなく、自分たちが現場を見ておすすめできる商品を選ぶように徹底しています。またイベントをする際も、中途半端なものはいけません。しっかりと継続して続けられるものに絞って行っています。



河口氏 「エシカル」だけでなく、日本の伝統的な暮らし方を伝えるもの、地域経済の活性化につながるご当地オリジナル商品、高齢者の暮らしを楽しくするようなものなど、製品を通じてお客様とコミュニケーションをしながらメッセージを発信していく責任が百貨店にはあるのではないのでしょうか。

古谷氏 その意味では、例えば御社の「プレママステーション」は、助産師の方が常駐して、子育てに関する相談を無料で受けているそうですが、それだけにとどめるのではなく、今、抱っこひもなどに関する事故も非常に多いから商品安全などに関する情報発信の場としても活用できないでしょうか。

松本 なるほど。安全な選び方や使い方について、セミナーの開催なども検討できそうですね。地域に貢献できる仕事にもなると思います。

私はずっとグループの中での百貨店の役割を考えてきましたが、そうした価値を伝え、実現していくという役割は非常に重要ですね。今回の話を受けて、具体的にできることは実践していきたいと思います。

セブン&アイHLDGS.の重点課題

持続可能な社会の実現に向けて、さまざまなステークホルダーとの対話を通じ、セブン&アイHLDGS.の取り組むべき重点課題を特定しました。今後は、グループ一丸となってこれらのテーマに取り組んでいきます。

重点課題の整理

ダイアログをふまえ、それぞれの重点課題候補の重要性を見直し、下記のような形で改めて整理を行いました。



特定した重点課題

重要性を整理した重点課題候補をもとに、ステークホルダーとグループの事業の双方にとって重要性の高い項目について、関連性を考え、下記の形で統合し当社グループの重点課題としました。

※コンプライアンスに関する項目については当然対応すべき内容として重点課題としては取り上げておりません

- 重点課題** 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供
- 重点課題** 商品や店舗を通じた安全・安心の提供
- 重点課題** 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用
- 重点課題** 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援
- 重点課題** お客様、お取引先を巻き込んだエシカルな社会づくりと資源の持続可能性向上

各重点課題に対するセブン&アイHLDGS.の考え方および重点課題の解決に向けたグループの具体的な取り組みについて、次のページよりご紹介します。

重点
課題

高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供 ▶P.21



小売店舗をはじめさまざまな生活拠点が減少する中で、日常のお買物や食事に不便や困難を感じている方が、高齢者を中心に全国で増えています。こうした社会課題を見据え、これまで築き上げてきた店舗網や物流・情報システムなどのインフラを活用して、新たな「お買物支援」サービスの創出に取り組んでいます。

重点
課題

商品や店舗を通じた安全・安心の提供 ▶P.27



食品添加物や残留農薬問題など、食の安全に関するお客様の関心が高まっています。また、近年の地震や洪水などの天災による被害が増加する中、災害に対する備えへの関心も高まっています。こうした背景を受け、商品や店舗を通じた安全・安心の提供に取り組んでいます。

重点
課題

商品、原材料、エネルギーのムダのない利用 ▶P.37



地球環境を保全し、豊かで美しい自然環境を次世代へ継承することこそが、人類共通の課題であり、私たちの使命であると考えています。そのために、事業における環境配慮を行うとともに、お客様やお取引先、地域社会の皆様と協力し、資源の無駄のない利用に取り組んでいます。

重点
課題

社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援 ▶P.45



働き手の確保が大きな問題となる中、人材はこれからも競争力の源泉です。個人の属性やライフステージに関わらず従業員一人ひとりが十分に活躍できる環境を整え、従業員にとって魅力的で働きがいのある職場づくりを進めています。また、子育てと仕事の両立が大変な女性を商品・サービスを通じて支援しています。

重点
課題

お客様、お取引先を巻き込んだエシカルな社会づくりと資源の持続可能性向上 ▶P.55



商品、サービスの価値やコストパフォーマンスにより判断されてきた、これまでの消費スタイルが変化し、人・社会や地球環境のことを考えた倫理的に正しい「エシカルな消費」への関心が高まっています。さまざまな商品・サービスを通じて、お客様やお取引先を巻き込んだエシカルな社会づくりに挑戦しています。



重点課題の考え方

セブン&アイHLDGS.では、人口の減少による少子高齢化や女性の社会進出、小売店舗の減少といった社会環境の変化に対応し、お買物が不便なお客様を支援するために、全国にグループ約18,000店舗を展開するという社会インフラとしての事業特性を活かしながら、お買物の利便性向上に取り組んでいます。こうした多様なお客様のニーズを満たすことは、私たちに絶えず求められる重要な社会的役割であると認識しており、最重要課題の一つとしてこれからも取り組みを進めていきます。

重点課題の背景

高齢化、人口減少に伴う生活拠点の空洞化による買物その他のサービス不便

高齢化、人口減少の進む日本では、2060年には総人口が9000万人を割り込み、高齢化率は40%近い水準になると推計されています*。なかでも、ひとり暮らしの高齢者は年々増加傾向にあり、2030年には現在のおよそ1.5倍にまで増加することが予測されています。

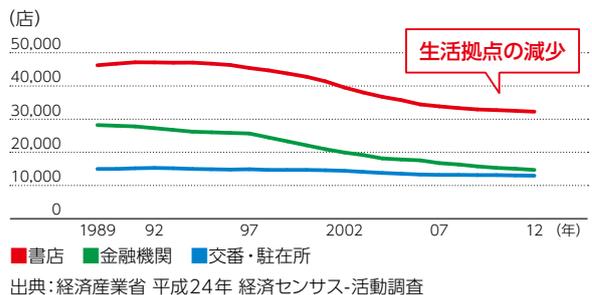
一方で、人口減少に伴う生活拠点の空洞化も日本の抱える大きな社会課題です。2030年には徒歩圏内に生鮮食品店がない高齢者単身世帯の数が約2倍にまで増えることが予測されています。

*出典：平成25年度 総務省統計局「人口推計」

高齢者単身世帯数の推移



社会的インフラ拠点数の推移



「セブン&アイHLDGS.のオムニチャネル」の実現

セブン&アイHLDGS.はグループ全体が一つとなり、取り扱っている約300万点の商品をグループ約18,000の店舗とインターネットを組み合わせることで、お客様がいつでも必要な時に、好きな場所でお買物が楽しめ、商品の受け取りが出来るオムニチャネル化を進めています。

売場

業態間のつなぎ目をなくし、リアルとネットの融合により、お客様が都合の良い方法で欲しいものが購入できる売り方や商品提案に取り組んでいます。

商品

グループ力を活かし、「新しさ」「おいしさ」「上質さ」などにこだわった魅力的な価値ある商品開発に取り組んでいます。

接客

リアル店舗だけでなく、ネットにおける接客の技術も磨いていくことで、お客様満足を高めていきます。

セブン&アイHLDGS.の取り組み

お買物の支援

買物不慣れ者への商品配達や移動販売の実施

家事の軽減

食事に不便や困難を感じている方に向けた商品開発

社会インフラとしてのサービス拡充

サービス拠点の減少を補完するための公共サービスの提供

多様なお客様へのサービス

高齢者、障がい者を含むすべてのお客様に安心してお買物していただくためのお買物支援

社会にとっての価値

高齢者の生活支援

新しい生活拠点の提供

セブン&アイHLDGS.にとっての価値

高齢化、生活拠点の空洞化に伴う将来顧客の創造

高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

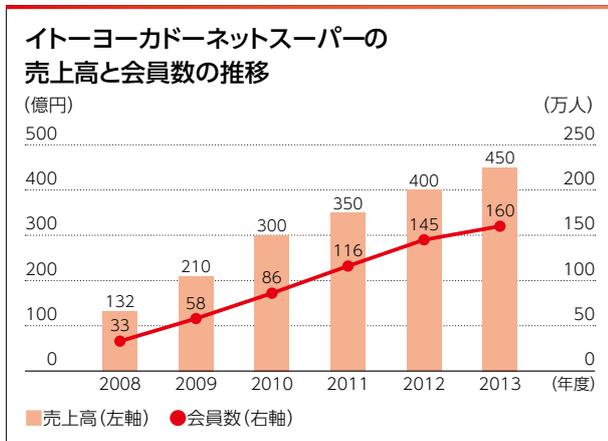
お買物の支援

ネットスーパー

イトーヨーカドーは、パソコンや携帯電話などからご注文いただき、指定の時間帯にお届けする「ネットスーパー」を2001年から実施しています。店舗に並んだ新鮮な商品を店舗と同一価格で購入でき、ご注文から最短4時間でお届けします。

2014年2月末現在、全国24都道府県の144店舗で実施しており、会員数は160万人にのびります。さらに、2013年11月からは第二类医薬品の販売を開始。2014年2月末現在、医薬品の取扱店舗を104店舗まで拡大しました。なお医薬品に関するお問い合わせには、各店舗の薬剤師や登録販売者が対応するなど、安全・安心と便利さを提供しています。

また、ヨークベニマルにおいては、現在新たなネットスーパーのモデルを構想中で、2016年度以降に開始する予定です。



店舗に並んだ新鮮な商品から売場の担当者が集荷

セブン-イレブン商品受け取りサービス

セブン&アイHLDGS.では、ご自宅での商品受け取りに不安を感じる方や、帰宅時間が遅く配達時にご自宅で商品を受け取れないなど、時間の制約がある方でも、セブンネットショッピングのショッピングサイトでご注文いただいた商品*をお近くのセブン-イレブンでお客様の好きな時間に、代金と引き替えに受け取ることができます。

今後もお客様のニーズに合わせ順次取扱商品を拡大する予定です。

*書籍・CD・DVDのほか、そごう・西武の「e.デパート」、アカチャンホンポのネット通販、タワーレコードオンラインなどの一部商品



お好きな時間にお近くのセブン-イレブンで受け取り

店舗からの商品配達

セブン-イレブンでは、店舗でご購入いただいた商品や、事前に電話などでご注文いただいた店内のほぼすべての商品をお客様のご自宅などにお届けするサービス「セブンらくらくお届け便」を実施しています。2014年2月末現在、超小型電気自動車約800台を稼働しており、2015年までに約1,000台に拡大していく予定です。また、電動アシスト自転車の導入も進めており、2014年2月末現在約1,200台が稼働。2015年までに3,000台に拡大する予定です。



電動アシスト自転車と超小型電気自動車「コムス」

高齢者介護施設への訪問販売

イトーヨーカドーは、2004年3月から、高齢者介護施設などに入居されている要介護者・要支援者の方々にもお買物を楽しんでいただくために、高齢者介護施設を訪れて「ふれあいショッピング」を実施しています。

「ご入居者に自分で商品を見て、欲しい物を選ぶお買物の楽しさを味わってほしい」という施設のオーナーや介護スタッフの方々のご要望に基づき、施設内の食堂やホールなどに“小さなイトーヨーカドーの売場”を設置し、各店舗で取り扱っているすべての商品（肉や魚などの生鮮食品、お酒、タバコなどを除く）から、ご要望に合わせて商品を揃えています。2013年度は、約80店舗が「ふれあいショッピング」を実施しました。



「ふれあいショッピング」の様子

移動販売による買物支援

セブン-イレブンでは、2011年5月に茨城県で移動販売サービス「セブンあんしんお届け便」を開始しました。独自に開発した販売設備付きの軽トラックで、日常のお買物に不便なエリアや移動手段にお困りの高齢者が多い地域を中心に巡回。常温から冷凍品まで、さまざまな食品や飲料などを販売しています。

「セブンあんしんお届け便」は1道15県35店舗（2014年3月末現在）で運用しており、今後もお客様のニーズに合わせ順次拡大する予定です。



セブンあんしんお届け便

また、イトーヨーカドーでは、独自に開発した販売設備付きトラックで、日常のお買物に不便なエリアや移動手段にお困りの高齢者が多い地域を中心に巡回する移動販売「イトーヨーカドーあんしんお届け便」を、長野県、札幌市、多摩市、花巻市、いわき市で運行しています。



イトーヨーカドーあんしんお届け便

高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

家事の軽減

食事の準備が簡単な商品・サービスの開発

セブン&アイHLDGS.では、高齢化、女性の社会進出を受け、お客様の「お買物をする時間がない」「家事の手間を省きたい」といった声に対応し、個食・少量・簡便を切り口とした商品を開発しています。

例えば、セブン-イレブンでは、毎日の食事の準備に不便を感じている方や、健康に配慮した食事をしたいとされている方に栄養バランスを考えた食事をご自宅までお届けするサービス「セブンミール」を約13,000店で実施しています。管理栄養士が監修した日替り弁当では、食材を15品目以上、野菜も120g以上を使用するなど、健康に配慮したメニューも提供しており、高齢者や主婦の個人需要に加え、オフィスでのランチとしてもご利用いただいています。



お食事お届けサービス「セブンミール」

また、プライベートブランド「セブンプレミアム」では、盛り付けるだけ、焼くだけなどの簡単調理の惣菜メニュー、レンジで簡単便利な冷凍食品など、家事の手間やわずらわしさを解決して、お客様のニーズに応える商品開発をしています。



盛り付けるだけ、焼くだけなどの簡単調理の「惣菜メニュー」

社会インフラとしてのサービスの拡充

行政サービス(各種証明書発行)

セブン-イレブンでは、店内のマルチコピー機を利用して、住民票の写しと印鑑登録証明書を発行するサービスを提供しており、2014年2月末現在で81の自治体と連携しています。さらに、31自治体では戸籍証明書の発行、30自治体では税の証明書を発行できるなど、サービスを拡充しています。

このサービスは住民基本台帳カードをかざす簡単な操作で、夜間や休日でも利用できます。個人情報専用ネットワークと高度なセキュリティで保護し、特殊印刷によって偽造や改ざんを防止しています。

なお、イトーヨーカドーの木場店、大森店、アリオ亀倉店、アリオ鷺宮店、そごう・西武の西武池袋本店でも同様のサービスをご利用いただけます。

保険加入と保険料支払いサービス

セブン-イレブンでは、無保険事故の撲滅を目的として、バイク自賠責保険加入と保険料の支払いサービスを、業界に先駆けて1990年に開始しました。

店内のマルチコピー機で画面に氏名や住所などの必要情報を入力し、レジで保険料をお支払いいただくことで24時間簡単に加入できます。自転車向けの保険加入サービスは2011年より開始しています。



マルチコピー機 画面イメージ

多様なお客様へのサービス

体の不自由な方へのお買い物支援

セブン&アイHLDGS.では、高齢者、障がい者を含むすべてのお客様が安心してお買い物していただけるように、ユニバーサルデザインの考えを取り入れた店舗づくりを進めています。

イトーヨーカドーでは、新規店舗の出店や既存店舗の改装に合わせて、多目的トイレや車いす利用者に配慮した駐車スペースの設置など、ユニバーサルデザイン設備を順次導入しています。また、お店づくりにお客様の声を活かすために、新店オープン前には店舗見学会を開催しています。



音声ガイドを設置した「多目的トイレ」

また、イトーヨーカドーでは耳の不自由なお客様への接客のために新入社員の合宿研修や新店開店時に基本的な手話講習会を実施しています。そごう・西武では、公益財団法人総合健康推進財団が認定する「ハートフルアドバイザー[※]」の資格取得を推進しています。

[※] 高齢者・障がい者に対する接客サービスの技能資格



手話講習会

音声ガイダンスによるATM操作

セブン銀行では、視覚障がいなどでタッチパネルを操作できない方に対応した「音声ガイダンスサービス」を実施しています。これは、ATMに備え付けのインターホンから流れる音声ガイダンスに従ってボタンを操作することで、お預入れやお引出し、残高照会ができるサービスで、提携金融機関[※]のカードでもご利用いただけます。

なお、この音声ガイダンスのシステムは、視覚障がいのある方にご意見を伺い、操作性を検証しながら開発しました。

[※] セブン銀行と提携している銀行、信用金庫、信用組合、ろうきん、JAバンク、JFマリンバンク、証券会社など。なお、生命保険会社、クレジット会社などの上記以外の金融機関は提携していても対応していません。



約540社の提携金融機関でご利用いただけます(2014年2月末現在)

高齢者の生活をサポートする商品の販売

イトーヨーカドーでは、高齢者の生活と健康をサポートする商品から介護商品まで、衣料品・生活用品・食品をトータルにそろえる「あんしんサポートショップ」を展開しています。(2014年7月末現在107店舗)

販売している商品の約4割がお客様の要望を取り入れて開発したオリジナル商品です。販売時にはお客様のお悩みをお聞きし、最適な商品をご案内する接客を徹底しています。



重点課題の考え方

セブン&アイHLDGS.では、グループで約300万アイテムの商品を取り扱うほか、プライベートブランドとしてさまざまな商品の開発も行っています。そのため、商品の「安全・安心」は何よりも重要なものとして取り組んでいます。

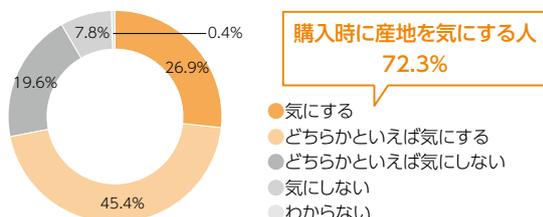
また、災害などの緊急時にでも、いつでもご利用いただける社会インフラとしての役割を担うことも重要な課題であると認識しています。

重点課題の背景

食の安全性

食のグローバル化や、近年の食の安全・安心を脅かす事件・事故が発生する中、原材料管理や食品添加物、残留農薬問題など食の安全性に関する関心が高まっています。特に消費者庁による調査では、約7割の人が購入時に産地を気にすると答えており、企業へのさらなる品質管理体制の強化が求められています。

あなたは、普段のお買物で食品がどこで生産されたかを気にしますか？

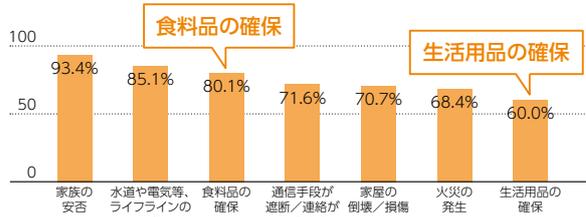


消費者庁「食の安全に関する消費者の意識調査」(平成23年)

震災時に心配な事

近年、気候変動などの影響もあり、大雨による洪水が頻発。また、日本の地形に由来する大規模地震が発生するなど、数多くの自然災害の発生が続いています。特に日本は災害により被害を受ける人々が多く、大規模災害が発生したときは、生活に必要な商品・サービスの提供が求められるなどの社会インフラの役割が重要視され、安全・安心な拠点としての事業継続が求められています。

震災時に心配なことは何ですか？(複数回答)



明治安田生命「震災に関するアンケート調査」2011年8月

セブン&アイHLDGS.の方針

セブン&アイHLDGS.は、お客様に豊かで健康的な生活を提供できるよう安全・安心と、「新しさ」「上質」を追求し、グループ各社の連携により、お客様にご満足していただける商品・サービスを提供し続けます。

基本方針

お客様満足の向上

私たちは、お客様の立場に立って、商品、サービスの開発・提供を行い、お客様にご満足していただけるよう品質の向上に努めます。

安全な商品・サービスの提供

私たちは、お客様の立場に立って、安全で安心してご使用・ご利用いただける商品・サービスの提供に努めます。

適切な情報の提供

私たちは、お客様の立場に立って、商品・サービスに関わる法令やルールを遵守し、必要な情報を適切かつ、わかりやすい方法で提供できるよう努めます。

「品質方針」より

セブン&アイHLDGS.の取り組み

品質管理体制の構築

安全・安心な商品をお客様に提供するために国際的な品質・衛生に関する管理マネジメントシステム規格や管理手法を導入

食品のトレーサビリティ

原材料調達から販売に至るすべての段階で安全性、信頼性を重視した取り組みとして商品のトレーサビリティ（流通履歴）を積極的に公開

放射性物質の検査

東日本大震災以後、行政による放射性物質のモニタリング調査を補完するために自主検査・確認を実施

物流における温度管理

良質で新鮮な食品の原材料を調達するために「コールドチェーン（低温物流網）」を導入

店内における食品の管理

商品の鮮度や賞味期限・消費期限切れなどの確認を従業員全員で実施

健康への配慮

食品添加物の使用を低減した商品、健康や食物アレルギーに配慮した商品の販売を積極的に推進

商品・サービスの適切な情報開示

アレルギー体質の方にも安心して商品を選んでいただけるよう商品ごとにアレルギーの材料の含有を表示

防犯への対応

各社の事業特性に合わせて、お客様に安全で安心してご利用いただける拠点となるべく、防犯対策を強化

災害時の安全・安心の提供

災害発生時における社会インフラとしての機能を果たすため、緊急物資配送用の燃料備蓄基地を設置するなど、さまざまな取り組みを実施

東日本震災復興支援

被災地の企業や生産者を自社の店舗における商品の販売を通じて支援

社会にとっての価値

食品などの安全・安心向上

災害時の生活支援

セブン&アイHLDGS.にとっての価値

お客様をはじめとするステークホルダーとの信頼関係強化

商品や店舗を通じた安全・安心の提供

品質管理体制の構築

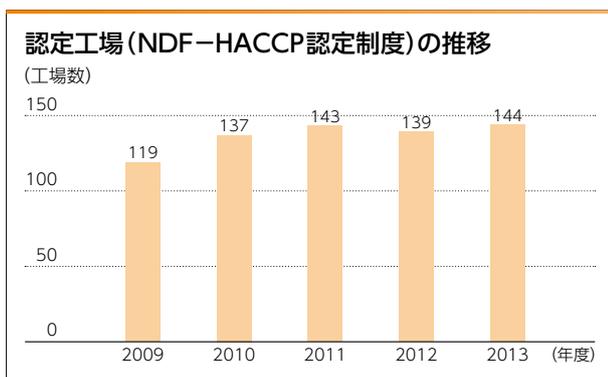
「NDF-HACCP 認定制度」の運用

セブン-イレブンでは、食品の衛生管理手法HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point: 危害分析重要管理点)を1997年から採用しています。また、2002年からは専用工場の品質管理状況を審査・認定する「NDF-HACCP認定制度」を運用しています。この制度は、HACCPをもとに設定した約140項目にわたる安全性基準が守られているかをチェックし、一定以上の水準であると認められた優良な工場を認定するというものです。審査は第三者機関に依頼し、日本デリカフーズ協同組合(NDF)*がその結果を精査して認証します。認定取得後も管理レベルを維持するための審査を実施しています。

「NDF-HACCP認定制度」に基づく品質管理が定着したことで、不良商品の出荷を未然に防ぐ仕組みが強化され、設備・機器の保守点検に対する改善も進んでいます。

※日本デリカフーズ協同組合(NDF):

デイリー商品の製造工場における衛生面での品質管理レベルの向上や、地区による品質差をなくすために1979年に米飯メーカーを中心に結成されました。



JGAP 認証取得

イトーヨーカドーでは、プライベートブランド「顔が見える野菜。果物。」(P30参照)において、品質管理レベルのさらなる向上のために、JGAP (Japan Good Agricultural Practice)の認証取得に取り組んでいます。

JGAPとは、農林水産省が導入を推奨する農業生産工程管理手法の一つで安全性向上や環境保全を図るために、日々の農場管理の中で実践すべき基準を定めたものです。2014年2月末現在、15産地で認証を取得しており、今後も継続して進めていきます。

また、同様に「セブンファーム」(P43参照)でも、2009年に富里・つくば・北海道の各拠点・農場でJGAP認証を取得、今後は全拠点での認証取得を目指しています。

ISO9001をふまえた衛生管理

セブン&アイ・フードシステムズでは、衛生管理部門のQC室が品質マネジメントに関わる国際標準規格ISO9001の認証を取得しています(適用範囲は「店舗における食品衛生管理システムの規格と提供」)。このシステムを活用して、店舗での衛生管理と従業員教育に努めています。

衛生管理については、誰もが実行できるわかりやすい鮮度管理に重点を置き、毎日、店長や調理責任者が在庫や発注状況、また、料理の仕込み時に食材の在庫数と使用期限を確認しています。さらに、第三者の衛生検査機関による抜き打ち検査を実施しています。

また、店舗従業員の教育について、食品衛生責任者である店長、調理責任者を中心に衛生管理の指導を徹底しています。その他、地区責任者による定期的な店舗チェックの実施、従業員一人ひとりの自己点検の徹底により、鮮度管理・衛生管理に対する意識を高め、衛生管理のレベルアップを図っています。

お取引先と連携した品質改善の取り組み

セブン&アイHLDGS.では、プライベートブランド「セブンプレミアム」のグループ開発部門をはじめ、セブン-イレブンやイトーヨーカドーのお取引先と定期的に会議を開催し、現状の品質管理の課題、問題点の確認と改善行為について情報共有を図っています。

お取引先との会議の実施状況(2013年度累計)

	参加お取引先数	参加者数
セブン&アイHLDGS.	183社	312名
セブン-イレブン・ジャパン	767社	5,683名
イトーヨーカドー	714社	1,041名

イトーヨーカドーでは、以下の製品安全の取り組みが評価され、2011年に続き、経済産業省主催「平成25年度第7回製品安全対策優良企業表彰」大企業小売販売事業者部門にて、経済産業大臣賞を受賞しました。



- ・自社独自の品質基準の策定およびグループ各社・お取引先との共有
- ・第三者認証機関を活用した工場監査の強化
- ・お取引先が行うリコールへの迅速な協力体制の整備



イトーヨーカドー品質改善提案会

食品のトレーサビリティ

「顔が見える食品。」「産地が見える商品」

イトーヨーカドーでは、商品の生産地や生産方法、流通経路を正確に把握してお客様にお伝えるプライベートブランド「顔が見える食品。」を販売しています。「顔が見える食品。」はイトーヨーカドーのWebサイトやスマートフォン・携帯電話から生産者情報を確認することができます。また、これらの商品はイトーヨーカドー独自の安全基準に沿った第三者機関による監査を行っています。

「顔が見える食品。」は、2014年2月末現在で野菜、果物、肉、たまご、魚と生鮮食品全体をカバーする222アイテムを取り扱っています。

● <http://look.itoyokado.co.jp/kao/top.php>

イトーヨーカドーの生産者情報の公開方法

ホームページで情報を公開

詳しい生産者情報は…

携帯電話・スマートフォンでも情報を公開

ヨークベニマルでは、自社のホームページに「ヨークベニマルの産地が見える商品」というコーナーを設けて、自社が厳選した生鮮食品の産地や特徴、生産工程、生産者などの情報を発信しています。お客様が商品に貼付されたシールの生産番号を入力すると、その商品の生産履歴をご覧いただけます。2014年2月末現在、約30アイテムを取り扱っています。

● <http://www.yorkbeni.co.jp/trace/index.html>

商品や店舗を通じた安全・安心の提供

生産履歴を集中管理

セブン-イレブンでは、米飯や惣菜などのデイリー商品は1メニュー当たり平均40種の原材料(調味料を含む)を使用しています。こうした個々の商品を管理し、どの工場、どのような原材料がどれくらい使用されているのかを明確にするために、300社を超えるお取引先のメーカーおよび約170の専用工場の情報をすべてデータベースで管理、店舗のPOSデータと連動させ、商品の原材料産地から店頭へ並ぶまでの流れを確認することができます。これにより、万が一、原材料などに問題が見つかった場合でも、即座に対応することができます。

また、全工場で使用する原材料や包装容器の使用量の正確な把握ができるため、過剰な生産を抑えるなど、廃棄物削減に役立っています。

加えて、品種の混同を防ぐための米のDNA検査や、放射性物質の検査を自主的に実施しています。

青果物の産地情報管理

セブン&アイ・フードシステムズでは、全国各地の産地に、食材を栽培する作業の内容、実施時期などが記載された「栽培計画書」と「栽培実績書」の提出を依頼しています。さらに、季節や収穫状況に合わせて調達先の産地を変更し、品質などを確認した上で、安全でおいしい野菜を提供しています。なお、デニーズのホームページではメニューに使用されている主要食材の産地情報を公開しています。

● <http://www.dennys.jp/dny/approach/>

放射性物質の調査

自主検査と検査結果の公表

ヨークベニマルでは、東日本大震災以後、お客様が安心してお買物ができるよう、社内組織「放射能プロジェクト」を設置。行政による放射性物質のモニタリング調査を補完することを目的に自主検査を行い、その結果を公表しています。

例えば、「三ツ星野菜・果実」の場合、バイヤーが産地に出向き、土壌の検査やサンプルの自主検査を実施し、基準を満たした商品の販売に努めています。

● <http://www.yorkbeni.co.jp/radioactivity/index.html>

セブン-イレブンの原材料の生産履歴管理の仕組み



● 物流における温度管理

「コールドチェーン」(低温物流網)

セブン-イレブンでは、良質で新鮮な原材料を調達するために、2005年より「コールドチェーン(低温物流網)」を導入しています。サラダやサンドイッチなどに使用する非加熱の野菜は、畑で収穫された後にその場で低温保管され、さらに低温輸送によって品質低下を防ぎ、長時間にわたり野菜の鮮度を維持することが可能です。また、おにぎりなどは、生産加工する工場や共同配送センターだけでなく、トラックの庫内も常に20℃に設定し、商品の劣化を最小限に抑えています。

セブン&アイ・フードシステムズのデニーズでも、使用する食材の特性に応じて常温、冷蔵、冷凍の3種類の温度帯で保管し、収穫から店舗冷蔵庫まで一貫した温度管理により食材の鮮度、安全を確保しています。

● 店内における食品の管理

商品の鮮度管理

イトーヨーカドーでは、食品の鮮度を専門に管理する「鮮度チェッカー」という店長直轄の専任者が、野菜の変質や商品・原材料の賞味期限・消費期限、売場・バックルームの冷蔵庫の時間帯別温度などを確認しています。

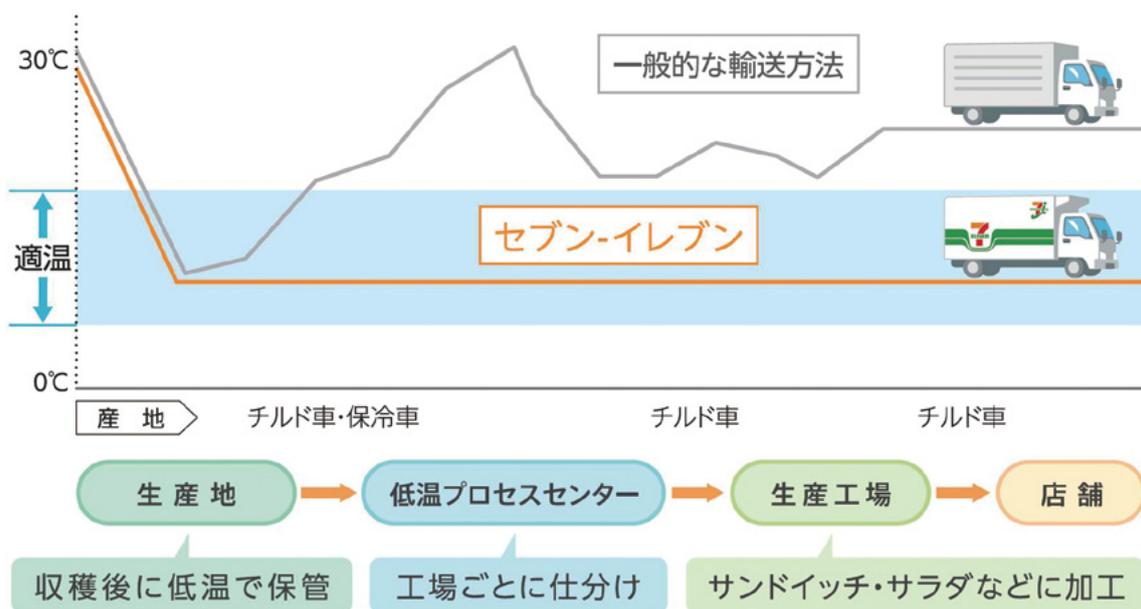
また、生鮮商品(青果・精肉・鮮魚・惣菜)を除く干物などの加工食品、牛乳、豆腐などのデイリー食品については賞味期限・消費期限が切れた商品を販売しないように店舗の従業員全員で商品の日付を確認しています。

同じような取り組みをヨークベニマルでは「鮮度パトロール委員会」、ヨークマートでは「コンプライアンスチーム」という組織で行われています。



イトーヨーカドーの「鮮度チェッカー」

セブン-イレブンのコールドチェーン



商品や店舗を通じた安全・安心の提供

健康への配慮

食品添加物の使用低減

セブン&アイHLDGS.では、食品の添加物の使用低減に取り組んでいます。

セブン-イレブンでは、オリジナルデイリー商品における合成着色料・保存料を排除。また、イトーヨーカドーでは惣菜・弁当・すしから合成着色料・保存料を排除しました。

さらに、セブン-イレブンでは、2007年には、過剰に摂取するとカルシウムの吸収を阻害するといわれている「リン酸塩」を、オリジナル商品のサンドイッチ類に使用するハム・ソーセージから排除しました。

2005年からは、心臓疾患のリスクを高めるといわれるトランス脂肪酸の低減を原材料メーカーと連携して独自の取り組みを続けています。

また、「トランス脂肪酸の情報開示に関する指針」(消費者庁)に基づき、代表的な商品について、2011年5月からWebサイトに飽和脂肪酸、トランス脂肪酸、コレステロールの含有量を開示しています。

● <http://www.sej.co.jp/products/safety01.html>

健康に配慮した商品

イトーヨーカドーは、株式会社ユーグレナと「ミドリムシカラダに委員会」プロジェクトを発足し、ユーグレナ社が生産、販売する藻の一種“石垣産ユーグレナ(和名:ミドリムシ)”を配合した商品を食品メーカー8社と共同開発。日本初となるユーグレナ入り食品コーナーを2014年4月より、イトーヨーカドー165店舗で展開しています。ユーグレナは植物と動物の両方の性質と、59種類の栄養素を含み、現代人に不足しがちな栄養を、より手軽に補うことができます。



※一部の商品は販売を終了しています

食物アレルギーに配慮した商品の販売

イトーヨーカドーでは、食物アレルギーに悩むお子様などにも安心してケーキを食べていただけるよう、特定原材料を使用しない「米粉と豆乳クリームのケーキ」をクリスマスやお誕生日用に予約販売しています。また、毎日のデザート用にカップケーキ3アイテムの販売も行っています(2014年5月末現在70店舗、一部アイテムのみの場合もあります)。これらの商品は、すべての原材料・製品をロットごとに管理しているほか、外部機関による検査も実施しています。

また、87店舗(2014年5月末現在)では、食品売場内に食物アレルギーに配慮した商品を扱うコーナーを設けて、調味料や食品メーカーの食物アレルギー配慮商品シリーズを扱っています。

セブン&アイ・フードシステムズのデニーズでは、食物アレルギーに配慮したお子様向けメニュー「低アレルゲンメニュー」を開発し、継続販売しています。このメニューに使用する食材は、一般メニューの食材などが混入しないよう隔離保存しているほか、食品工場加工調理の際にも、専用に管理された調理器具や容器を使用しています。

また、店舗での調理では加熱・盛り付けを通常の調理ラインを離れてスタッフが担当、食器類は個々に洗浄保管したものを使うことで、アレルギー物質の二次混入の防止に努めています。このような取り組みが評価され、キッズデザイン協議会(内閣府認証NPO)主催の2013年度「第7回キッズデザイン賞～子ども視点の安全安心デザイン 子ども部門～」において、特定原材料不使用の「低アレルゲンメニュー」が、キッズデザイン賞を受賞しました。

商品・サービスの適切な情報開示

アレルギー情報の表示

セブン&アイHLDGS.では、アレルギー体質の方にも安心して商品を選んでいただけるよう、お取引先から仕入れた商品はもちろん、店内調理品についても、どの商品にどのアレルギーの材料が含まれているのか、お客様にわかりやすい表示をするように努めています。

セブン-イレブンの店内調理商品(ホットスナック・おでん・中華まん)と、デニーズで提供しているメニューについては、「特定原材料」および「特定原材料に準ずるもの」の使用状況をWeb上で情報公開しています。

● <http://www.sej.co.jp/products/index.html>

● <http://www.dennys-jp.com/allergy.html>

従業員への商品表示に関する教育

セブン&アイHLDGS.では、毎年2回、グループ各社の新任仕入れ担当者を対象とした「景品表示法」に関する合同研修会を開催しています。法令で禁止されている不当表示や過大な景品の提供に関する研修には、2013年度合計131名が受講しました。

「あいまい表示自主ガイドライン」の策定

セブン&アイHLDGS.ではお客様に誤解を与える表現を避けるため、JAS法や食品衛生法の対象外となっているあいまいな表現について、2012年9月にグループ統一の「あいまい表示自主ガイドライン」を作成しました。その後、2014年3月に消費者庁が公表した「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について」を参考に、自主ガイドラインを全面的に改訂しました。

防犯への対応

セーフティステーション活動

セブン-イレブンでは、年中無休で営業することを基本とし、深夜でも明かりがとまり、店内には従業員がいる事業特性を活かして、地域社会の一員として「安全・安心なまちづくり」や「青少年環境の健全化」をテーマとしたセーフティステーション活動に積極的に取り組んでいます。全国で開催している商品展示会では、未成年者の飲酒・喫煙防止策の情報発信に努めています。



ATMでの安全なお取引

セブン銀行では、現金の引出しや振込みなどを安心して安全にご利用いただくために、記録用カメラを設置しているほか、ATMに取り付けられた不審物の検知器を設置するなど、セキュリティ対策を強化しています。

お客様が振込め詐欺の被害に遭わないよう、ATMでお振込みをされる時に画面表示や音声で注意喚起を行っています。また、ATMの犯罪利用を防ぐため、国内銀行取引きで導入しているICカード対応を、海外発行カード取引きなどにも拡充していく予定です。

セブン銀行口座では、口座開設時の本人確認の厳格化による口座の犯罪使用への未然防止や、マネー・ローンダリングへの対応として、過去に金融犯罪に関わっていた人物や、口座を利用できない人物のフィルタリングを行っています。口座開設後は、不審な取引引きを検知する「口座モニタリングシステム」を導入、更に、フィッシング詐欺への対応も強化しています。

商品や店舗を通じた安全・安心の提供

○ 災害時の安全・安心の提供

災害時の迅速な地域救援活動と地域への啓発

セブン&アイHLDGS.は、自治体との「災害時支援協定」の締結を推進し、災害時の迅速な地域救援に備えています。水道水・トイレ・災害情報などを提供すると同時に、食料品や日用品の調達協力を行っています。また、店舗では、災害対策コーナーの展開などを行い、お客様の災害に対する意識啓発を行っています。

各社別災害時支援協定締結自治体数 (2014年8月末)

セブン-イレブン・ジャパン	95自治体
イトーヨーカドー	87自治体
ヨークベニマル	26自治体
ヨークマート	3自治体
そごう・西武	4自治体
セブン&アイ・フードシステムズ	17自治体

緊急物資配送用の燃料備蓄基地

セブン&アイHLDGS.では、東日本大震災における被災地や首都圏の深刻な燃料不足の問題に対して「燃料の供給網確保」を最重要課題の一つと考え、国内小売業で初めて、商品配送車両に使用する「燃料備蓄基地」を埼玉県にあるイトーヨーカドーの物流センター敷地内に2014年5月に設置しました。

この基地は、燃料400キロリットルを常時備蓄するもので、被災地域をはじめとする避難所や東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県にあるグループ各店舗に最大10日間、緊急物資や商品を迅速・確実に配送が可能となります。



燃料備蓄基地

「災害対策マップシステム」の運用

セブン&アイHLDGS.は、大規模地震発生時にグループ各店の被害状況や影響範囲などをパソコン画面の地図上に表示させる「災害対策マップシステム」を運用しています。これにより、地震発生時の該当店舗の震度・被災地のライフラインの状況・交通機関の状況などの情報を一元管理し、店舗支援の迅速化を図ることが可能になりました。



震度情報画面

大規模災害時のテレビ会議システム利用

セブン-イレブン・ジャパンでは、災害時における店舗営業の継続を図るために、2014年3月にテレビ会議システムを利用した大規模災害発生時の模擬訓練を実施しました。携帯電話による安否確認を全社員約6,500人に実施するとともに、被災地と想定された4地区と東京の本部を同システムでつなぎ、けが人の有無や停電の状況、近隣セブン-イレブン店舗の状況などを模擬報告しました。このシステムは、最大で20地区の事務所と同時にやりとりができます。

災害時のネットワークの確保

セブン-イレブン・ジャパンでは、本部・配送委託会社・共同配送センター・全配送車両が、災害時に相互に連絡がとれる無線ネットワークを構築しています。このような災害時の無線ネットワークによる連絡網を、グループ各社において整備しています。

また、セブン-イレブンでは、災害などの非常時には、東京23区内のセブン-イレブン店舗(約1,200店)に、無料で利用できるNTT東日本の非常用電話(特設公衆電話)を設置しています。

さらに、携帯電話が通話困難になった時の安否確認や帰宅困難な人の連絡手段として提供している無線LANサービス「セブンスポット」は2014年2月現在、14,638店に導入しています。

東日本震災復興支援

東北かけはしプロジェクト

セブン&アイHLDGS.は福島県、宮城県、岩手県などの東北各県と協力し、東日本大震災で被災した企業や大手メーカーと連携した復興支援企画「東北かけはしプロジェクト」を2011年11月から実施しています。2014年7月(第9弾)には協賛・参加各社239社、1,710アイテムまで規模を拡大しました。

イトーヨーカドーをはじめ、グループ各社*の店舗で東北の商品を販売するほか、各県の知事にも参加いただくなど、行政と一体となったイベントを実施。被災地への思いを風化させないよう、年2~3回キャンペーンとして大きく打ち出すことで、東北の農業、水産業などの復興を支援しています。

*イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークマート、シェルガーデン、セブン&アイ・ネットメディアの5社



復興支援企画「東北かけはしプロジェクト」

被災地の生産者支援

セブン&アイ・フードシステムズでは、2014年3月に自社が運営する社員食堂(一部店舗)にて、東日本大震災の被災地である宮城県七ヶ浜の食材を使用したメニューを提供するとともに、商品としてのわかめやのりを販売しました。

また、2014年5月には第2弾として、そごう・西武の首都圏4店舗で、宮城県七ヶ浜のわかめ・のりを使用した「義援金つき 復興応援メニュー」を販売しました。

専門知識や販売ノウハウを活かした支援

そごう・西武は、故郷を離れ、仮設住宅での生活を余儀なくされている福島県飯舘村の女性たちの自立支援をしています。女性たちが、全国の皆様から善意で寄贈された着物を、古くからの和装技術でリメイクした「までい着*」や小物類を販売するために、販売会場・陳列什器の提供にとどまらず、事前告知や当日の販売応援などの協力をしています。また、法人外商部のデザイナーや、この活動に賛同いただいたお取引先が仮設住宅まで出向き、デザイン、型紙の提供や縫製の技術指導を行っています。(2012年3月から2014年3月までに計5回販売会を開催)



までい着の販売会

*「までい」とは、「大切に」「心を込めて」という意味の福島県の言葉です。

社員によるボランティア支援

セブン&アイHLDGS.では、一般財団法人セブン-イレブン記念財団が活動している「東日本大震災復興プロジェクト」に参加し、甚大な被害を受けた地域での復興支援活動を継続しています。

2013年9月には、セブン-イレブン加盟店オーナーや本部社員、セブン&アイHLDGS.のグループ社員75名のボランティアが宮城県気仙沼市唐桑町の「唐桑創生^{からくわそうせい}むら村」で、養殖作業に必要な種ガキの挟み込み、養殖仕掛けのピン通し、養殖用のロープ準備、といった漁師の方が日頃行っている作業をお手伝いしました。



種ガキの挟み込み



重点課題
の考え方

セブン&アイHLDGS.は、小売業を中心に、国内で約18,000店舗を運営し、多くの商品を取り扱っています。そのため、グループの事業活動により消費するエネルギーや廃棄物を削減することは、持続可能な社会の実現に向けて大きな影響を持つと考えています。

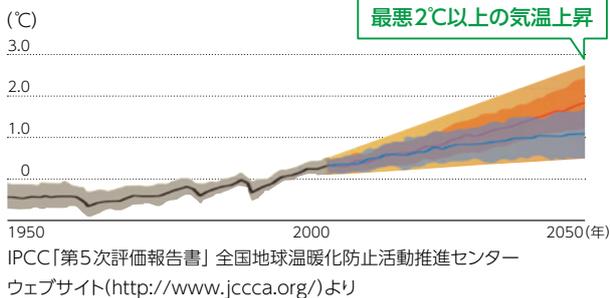
一方で、そうした無駄の削減は、商品や原材料のコスト削減、またエネルギーコストの削減にもつながり、セブン&アイHLDGS.にとっても大きな価値があります。そのため、私たちは商品、原材料、エネルギーの無駄をなくすことを最重要課題の一つと捉え、その対策に取り組んでいきます。

重点課題の背景

気候変動

地球規模の課題である、環境問題。特に気候変動問題は、海水面の上昇や、異常気象の増加、農漁業への影響など、将来世代まで影響の及ぶ重大な脅威です。IPCCの報告によれば、地球の温暖化は「疑う余地がなく」、このままでは2050年に最悪の場合、気温が2℃近く上昇するとされており、その主たる原因はCO₂排出によるものとされています。

世界の気温上昇予測



食品廃棄物

2011年の世界の食料援助量は390万トンにもものぼるものの、人口増加や異常気象により、食料問題が顕在化し、8人に1人が慢性的な飢餓に苦しんでいると考えられています。一方で、日本では毎年1,700万トン以上の食料を廃棄しており、その中には、食べ残しや賞味期限切れなど、まだ食べられるはずの食べ物、いわゆる食品ロスが500万～800万トンも含まれています。

世界の食料援助量と日本の年間食品ロス



農林水産省「食品ロス削減に向けて」

セブン&アイHLDGS.の方針

私たちは、今、地球環境を保全し、豊かで美しい自然環境を次世代へ継承することこそが、人類共通の課題であり、私たちの使命であると考えています。地球環境と企業活動の調和を実現するため、商品の開発、製造、物流、販売に至るサプライチェーン全体でお客様、地域社会、お取引先様と協力し合いながら、商品の安全・安心はもとより、環境問題対策において世界の小売業のトップリーダーを目指しセブン&アイグループ全社をあげて取り組みます。

私たちは、地球温暖化の防止は地球上における最大かつ喫緊の課題であると認識し、低炭素社会の実現に向けて、温暖化の主因である二酸化炭素の排出削減をより一層積極的に推進します。

私たちは、グループ全社員への環境教育などを通じた啓発に努めるとともに、社員一人ひとりが企業市民としての社会的責任を自覚し、地球環境、地域社会との共生に取り組みます。

私たちは、誠実かつ透明性の観点から、こうした取り組みについて正確・確実・迅速に情報を公開していきます。

「環境宣言」より

セブン&アイHLDGS.の取り組み

環境負荷の適切な把握

CO₂排出量の削減目標を定め、環境負荷低減の取り組みを評価・検証するために、CO₂排出量の第三者審査を受審

店舗における環境負荷の低減

グループで排出するCO₂の約9割は、店舗運営に欠かせない設備のエネルギー使用によるものであるため、省エネルギー設備の導入を推進

物流におけるCO₂排出量の削減

物流の中心である車両によるCO₂排出を抑制する必要性から、環境配慮型車両の導入などさまざまな取り組みを推進

食品リサイクルの推進

売上高に占める食品の比率が約6割と高いことから、「食品リサイクル率の向上」を重要テーマに掲げて取り組みを推進

容器包装材などの削減

商品提供時に使用する容器包装材について、パッケージの簡素化などを推進して廃棄物量を削減

社会にとっての価値

廃棄物の削減

CO₂排出量の削減

セブン&アイHLDGS.にとっての価値

商品ロスの削減

エネルギーコストの削減

商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

環境負荷の適切な把握

CO₂排出量の削減目標の設定

セブン&アイHLDGS.は、地球温暖化防止を目的とした「CO₂排出量の削減目標値」を設定しています。最新の省エネ設備、再生可能エネルギーの導入などにより、日本国内の事業会社9社^{*1}の2011年度の環境対策と同レベルの対応をした場合2017年度見込みCO₂排出量から約10%削減することを目指しています。

CO₂排出量の第三者審査

セブン&アイHLDGS.では、環境負荷低減の取り組みを正しく評価・検証するために、店舗運営に伴うCO₂排出量の第三者審査を2011年度以降受けており、2011年度は5社^{*2}、2012年度は9社^{*1}、2013年度は7-Eleven, Inc.を追加した10社と、対象事業会社を拡大しています。これにより、グループ全体の売上高に対する審査対象事業会社のカバー率は当初の約72%から96%と大幅に上がり、数値の正確性を高め、社内外への信頼性を高めることにつながっています。(第三者検証報告書はP78)

^{*1} 対象会社：セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、そごう・西武、ヨークベニマル、セブン&アイ・フードシステムズ、ヨークマート、赤ちゃん本舗、ロフト、シェルガーデンの9社

^{*2} セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、そごう・西武、ヨークベニマル、セブン&アイ・フードシステムズの5社

ISO14001の取得

セブン&アイHLDGS.は、環境マネジメントシステムの強化を目的にISO14001の取得を推進しています。

そごう・西武では、1999年に百貨店業界で初めてISO14001を取得し、現在全店で継続して運用しています。

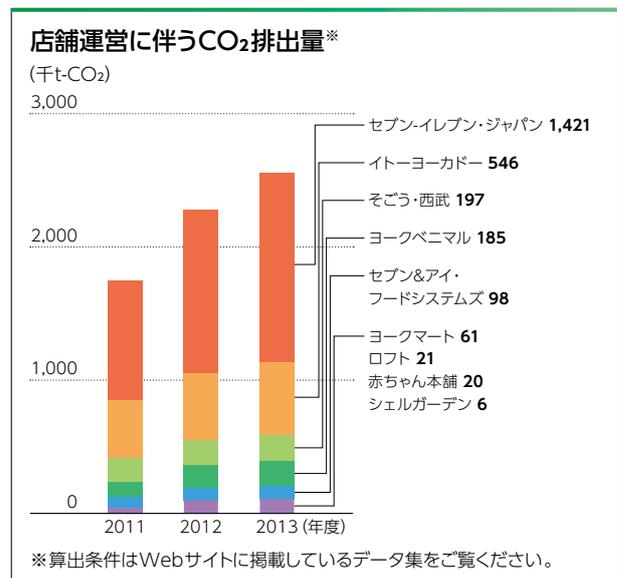
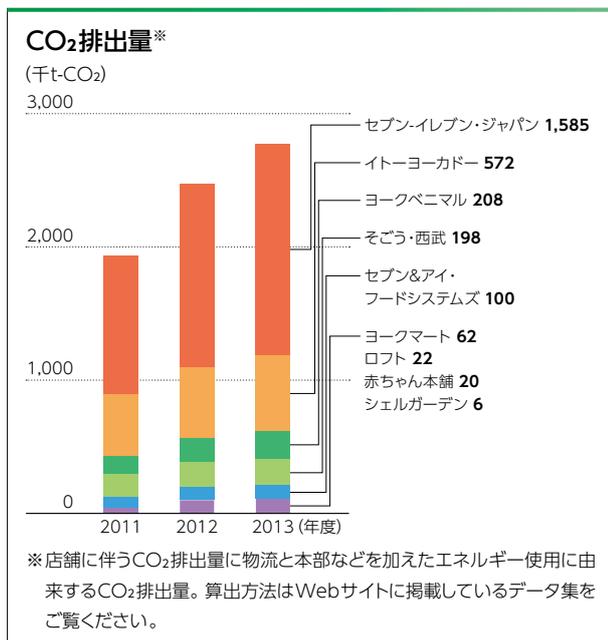
また、セブン-イレブン・ジャパンでは、2014年2月末に本部および東京都内の事務所・直営店を対象としてISO14001を取得しました。この取得により、事業活動を通じた環境負荷の低減に各部署が取り組んでいます。

TOPICS

従業員への意識啓発

セブン&アイHLDGS.は、従業員の環境意識の向上を目的として、「eco検定^{*}」取得キャンペーンを実施しました。このキャンペーンは、eco検定合格者に対し一定額の補助を支給するもので、2014年7月のeco検定において、グループ全体で598人が受検し、487人が合格しました。

^{*}東京商工会議所が主催している環境に関する検定試験
正式名称は環境社会検定試験[®]



◎ 店舗における環境負荷の低減

省エネ設備の導入促進

セブン&アイHLDGS.では、店舗の増加や大型化に比例して環境負荷が増大しないよう、新店オープンや既存店の改装に合わせ、LED照明や太陽光発電パネルなどの省エネルギー設備の導入を進めています。

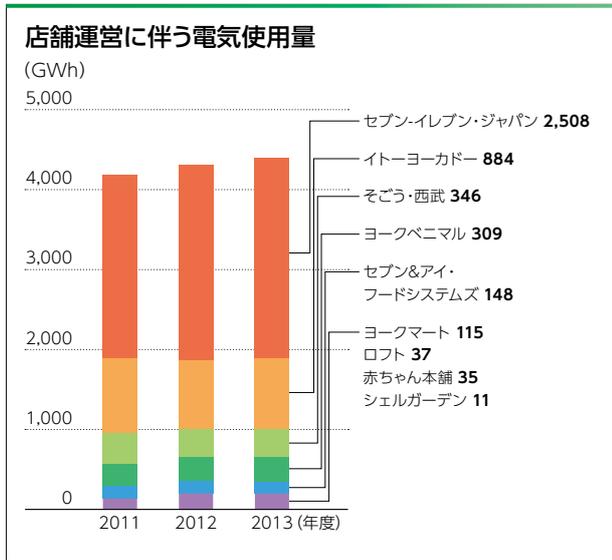
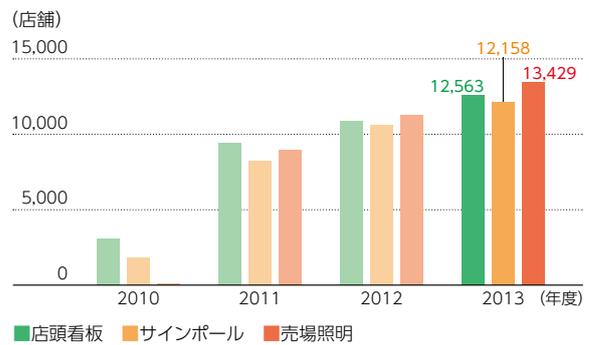
セブン-イレブンでは、2008年から店頭看板に、2009年8月からは一部の店舗および改装店の売場照明にLEDを採用し、さらに2011年9月からは標準仕様としました。また、太陽光発電パネルの設置店舗数は、2011年2月末の209店舗から、2014年2月末までに6,548店舗と順次拡大しています。加えて、省エネ型の空調システムや換気システムなどの設備の設置を2009年10月より標準仕様としています。

イトーヨーカドーでは、店舗運営に伴う環境負荷低減のために、2014年2月末現在でLED照明を176店、太陽光パネルを13店に設置しています。



売場照明

セブン-イレブンのLED照明設置店舗数の推移



TOPICS

木造店舗の出店

セブン-イレブンでは、鉄骨構造の店舗と比べ、資材調達から建設に伴うCO₂排出量が少なく、建物解体時に発生する産業廃棄物を削減できる木造店舗の出店を2009年度より開始しました。施工には寒冷地にも強いツーバイフォー工法を採用しており、北海道の積雪も考慮した設計になっています。2014年2月末現在、北海道に115店舗出店しており、今後も継続して出店していく予定です。



建設中の木造店舗

商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

「電気の見える化」による省エネの取り組み

セブン&アイHLDGS.は、エネルギー使用量を可視化し解析することで、エネルギー使用量の削減に取り組んでいます。

セブン-イレブンでは、店舗の分電盤に「電気の見える化」のための計測器「スマートセンサー（インテリジェント分電盤）」を2014年2月末現在で16,036店舗に設置しています。店舗の電力がどの設備で、いつ、どれだけ使われたかをパソコンで確認し、設備の使用上における問題などを把握し、是正することで無駄な電力消費を削減しています。この取り組みが評価を受け、セブン-イレブン・ジャパンとスマートセンサーを共同開発した日本電気株式会社は、グリーンIT推進協議会が主催する「グリーンITアワード2013」の「ITによる省エネ(by IT)」部門で「経済産業省 商務情報政策局長賞」を受賞しました。



スマートセンサーによる節電



フロンの管理

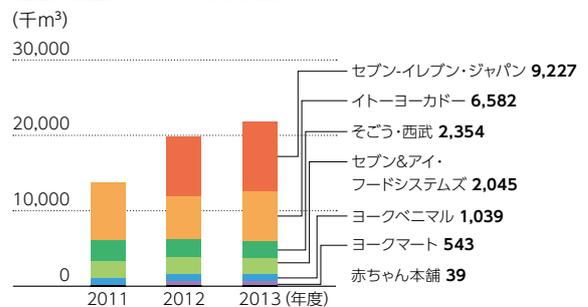
セブン&アイHLDGS.の店舗では、店舗改装時などにフロン使用機器を代替フロン機器に交換しています。また、フロン類の漏えいを防ぐために毎日温度点検を実施しており、機器廃棄時には法律に則って専門の業者にフロンの回収を依頼。事業者から発行される引取証明書で適正な処理を確認しています。

また、ノンフロン機器の導入も今後進めていく予定であり、セブン-イレブンでは、CO₂冷媒を使用した冷凍冷蔵設備を開発し、2013年度は5店舗でテスト運用を開始しました。

節水対策

セブン&アイHLDGS.の店舗では、日頃から節水に努めるとともに、節水タップの設置や省エネタイプの水洗トイレの導入、さらに雨水などを活用することで水使用量の削減を図っています。

店舗運営に伴う水使用量



TOPICS

店舗の什器や建材を再利用

セブン-イレブンでは、店舗の建て替えや閉店の際には商品陳列棚や什器を、廃棄せずに整備して、他店舗で再利用しています。また、店舗解体時に発生する建設廃棄物を削減するために、再利用できる鉄骨やリサイクルできるサッシを使い建設しています。

リユース型店舗への取り組み

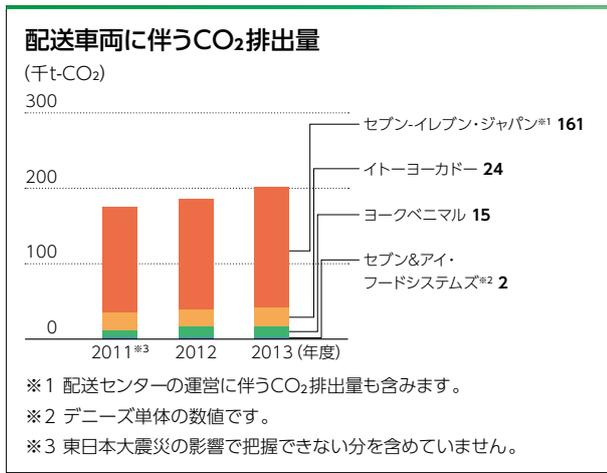
リユース型店舗の工法	
DJ-HDJ工法	骨組みの鉄骨が解体でき、リユースが可能
サッシの工法	従来は店舗につくりつけていたが、ボルト止めだけで取り外しできる工法に変更



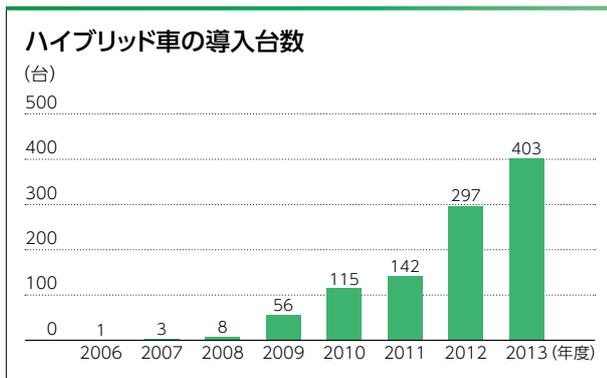
● 物流におけるCO₂排出量の削減

配送におけるCO₂排出量の削減

セブン&アイHLDGS.は、環境配慮型車両の導入を進めているほか、燃費改善、店舗への配送回数の削減などに取り組んでいます。また、トラックの走行状況を記録する車載端末の導入を進めており、データに基づいた運行指導やエコドライブ講習会を実施しています。



セブン-イレブンでは、減速時に発生するエネルギーを回収し、発進・加速時のモーター駆動に二次利用できるハイブリッドトラックへ入れ替えを進めています。これにより、燃費向上やCO₂排出削減などの効果が期待できます。配送車両は4,493台(2014年2月末)で、そのうち、ハイブリッドトラックは403台を占めています。2020年までに全体の20%を環境配慮型車両に切り替えていく予定です。



物流センターにおけるCO₂排出量の削減

セブン&アイHLDGS.は、商品の種類や温度帯が異なる商品でも一括して店舗に配送できるよう、物流センターの拠点立地の見直しを進めています。

セブン-イレブンのフローゼンセンターでは、アイスクリームを「保冷ボックス」に入れて店舗へ配送しています。従来は納品時も冷気を止めないよう、エンジンを停止せずに配送していましたが、保冷ボックスを使用することで、納品時のエンジン停止が可能になり、燃費向上や排ガス削減にもつながっています。



保冷ボックス



保冷ボックスの納品



保冷ボックスの回収

また、物流センターでは、各設備の使用電力量を監視し、一定の範囲を超えないよう使用中の設備に制御をかける「デマンドコントローラー」を導入し、センター内の無駄な電力削減を促進しています。2014年2月末現在、149センター中、59センターで導入が完了しています。今後も順次配置していく予定です。

さらに、原材料(常温)の配送についてもモーダルシフト(トラックから鉄道への展開)の取り組みを進め、CO₂排出削減による地球温暖化防止に努めています。

商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

食品リサイクルの推進

食品廃棄物の飼料化・堆肥化

セブン-イレブンでは、廃棄物の適正処理・リサイクルを推進する仕組み「エコ物流」を1994年から推奨しています。この仕組みの中で、販売期限切れ商品の飼料・堆肥などへのリサイクルに取り組んでおり、23都府県において実施しています。販売期限切れ商品と廃食油を合わせた食品リサイクル率は2013年度50.9%となりました。今後も加盟店やお取引先の理解と協力をいただきながら、リサイクルを推進します。



生ごみ処理機の設定

イトーヨーカドーでは、2011年10月から微生物の働きを利用した「生物分解型生ごみ処理機」を6店舗に設置しています。繊維質が多いなど、リサイクルに向かない生ごみを微生物の力で水とCO₂に分解することにより、焼却処分に比べてCO₂発生量の低減が図れると同時に、ごみの減量化にも効果があります。

セブン-イレブンでも、2013年11月より小型化された「生物分解型生ごみ処理機」を実験的に5店舗に導入しております。

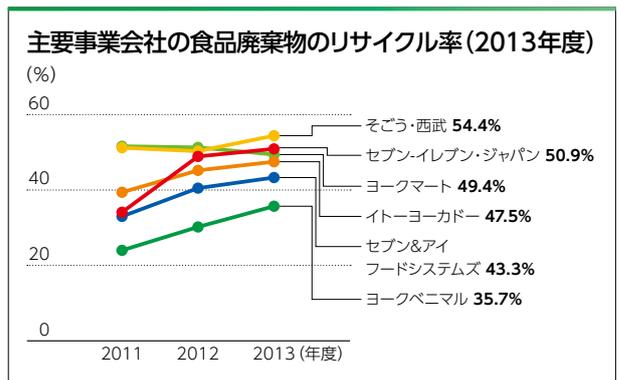


環境循環型農業(セブンファーム)

イトーヨーカドーは、2008年8月に食品リサイクル率の向上と地域農業の活性化を目的として、農業生産法人「セブンファーム富里」(千葉県富里市)を設立し、「環境循環型農業」を小売業で初めて開始しました。

「環境循環型農業」とは、イトーヨーカドー店舗から排出される食品残さ(生ごみ)を堆肥化し、当社が運営する専用農場に搬入、そこで栽培・収穫された農産物を食品残さが排出された店舗などで販売するものです。2014年2月には全国で10カ所目となる「セブンファーム銚子」を設立しました。

この取り組みが評価され、2014年3月に一般財団法人食品産業センターおよび公益財団法人食品流通構造改善促進機構主催(後援:農林水産省)第35回食品産業優良企業等表彰環境部門で農林水産大臣賞を受賞しました。



◎ 容器包装材などの削減

ペットボトル自動回収機を設置

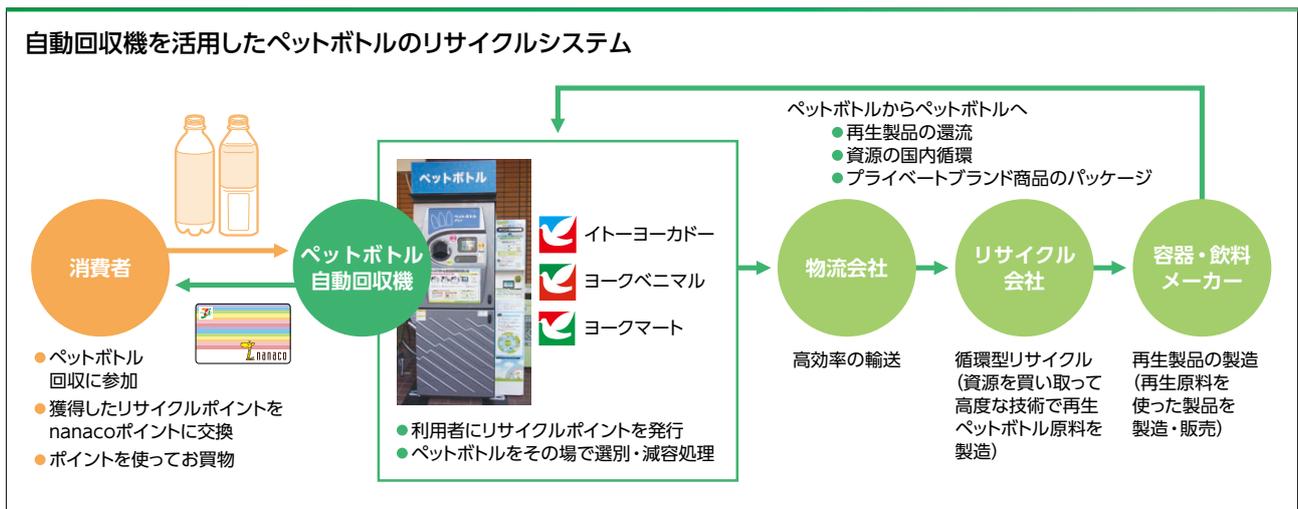
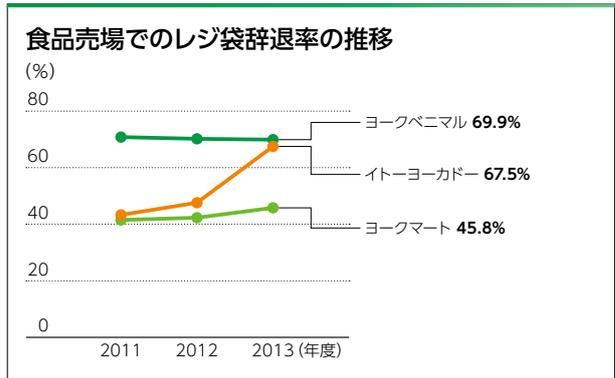
イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークマートは、2011年からペットボトル自動回収機を店頭を設置しています。店頭で自動回収機に投入されたペットボトルは、自動的に異物の除去・減容（圧縮または破砕）されるため、店舗からリサイクル工場まで一度で大量に輸送することができ、配送回数を削減できます。さらに、セブン&アイHLDGS.の物流ルートを活用することで、より効率的な輸送が可能となり、配送に関わるCO₂排出量の削減につながります。

加えて、回収されたペットボトルの一部は、国内でペットボトルなどに再生されます。こうしたペットボトルからペットボトルへの「循環型リサイクル」システムは、国内の大手小売チェーン全体としては初めての取り組みです。2014年7月末現在、3社合計で228店舗に設置しており、2014年度中にさらに20店舗拡大する予定です。これにより回収されたペットボトルの量は、2013年度で約2,500tになりました。また、自動回収機設置店舗では、ペットボトルのキャップも回収し、国内でリサイクルしています。

レジ袋の削減を推進

セブン&アイHLDGS.は、お客様への声かけやマイバッグ持参のお願いをするポスター・POPの掲出、イベントなどを通じてレジ袋の削減を推進しています。

例えば、イトーヨーカドーでは、全店舗で食品売場のレジ袋無料配布を中止しました。2013年度の食品売場でのレジ袋辞退率は67.5%になりました。





重点課題の考え方

セブン&アイHLDGS.では、グループ全体で15万人近くの従業員が働いています。職場には、パートタイマー、アルバイト、育児のために短時間で働く従業員などもおり、多様な働き方を支援することが企業としての責務であると認識しています。

従業員の活躍を支援し、働きがいをもち仕事ができるよう、従業員にとって魅力的な職場をつくることに取り組んでいます。こうした取り組みは、多様な人財の確保を円滑に進めることができるだけでなく、全く新しい考え方を取り入れて新たな価値を生み出す力となり、私たちの競争力の源泉となります。

重点課題の背景

高齢化と生産年齢人口の減少

日本は出生率の低下とともに高齢化が進み、生産年齢人口が減少しており、今後30年程度で、さらに2,000万人以上も生産年齢人口が低下することが予測されています。そのため、従業員の能力強化による生産性の向上や多様な人材の育成は経済社会の活性化につながります。

30年ごとの人口の増減



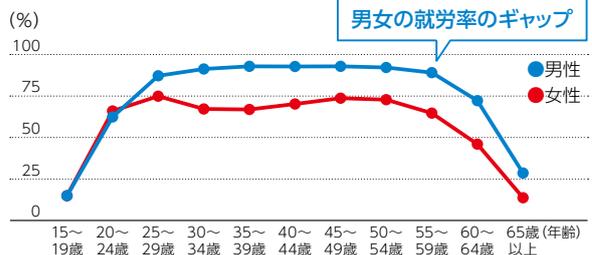
総務省統計局「人口推計」

国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」

女性活躍支援

生産年齢人口が減少する中、女性の活躍推進は必要不可欠です。しかし、子育てと仕事の両立ができない、子育て後に就職ができないなど多くの理由で働きたくても働けない女性が多くいます。また、日本の女性の管理職比率は11.6%(2012年)と低いため、高い能力を持つ女性が活躍できるように職場を整備していくことが課題となっています。

男女年齢別就業率(2013年)



総務省「労働力調査」

セブン&アイHLDGS.の方針

基本方針

5. 雇用・異動・昇進にあたっては、差別のない公平・公正な基準に基づいて行い、一人ひとりが十分に能力を伸ばし働きがいを感じられる活力ある企業風土を醸成します。多様な人材を受け入れ、社員同士が尊重し合い、差別やいやがらせのない職場環境を確保するとともに、社員との対話を図り、社員の心身のゆとり、豊かさを実現できるよう努めます。

行動基準

6. 雇用・職場環境

2 私たちは、お互いの人権・個性・多様性を尊重し、差別やいやがらせのない職場環境づくりを進め、基本的人権およびそこから派生する諸権利の擁護につき、理解・認識の向上を図るための教育などを実施します。また、障がいのある人もない人も一緒に働き・生活するノーマライゼーションの実現に貢献していきます。

「企業行動指針」より

セブン&アイHLDGS.の取り組み

多様な人材の活用

女性の活躍推進を重点課題と捉え、“多様性を明日への力に”のスローガンのもと、様々な取り組みを推進

ワークライフバランスの実現

パートタイマーを含む従業員が育児や介護をしながらでも働き続けられるよう、各社ともに育児・介護支援制度を整備

従業員の能力向上支援

各社が事業特性に合わせた研修体系を整えて人材育成に取り組み、従業員一人ひとりの能力向上を支援

公正な評価・処遇

個々の従業員の能力を最大限に引き出し、公正な評価を実現することを目的に、さまざまな評価制度を運用

労働安全衛生への配慮

各社が安全で働きやすい職場環境の維持に向けて、「安全衛生委員会」の開催など、さまざまな取り組みを実施

従業員意識調査の結果に基づく改善

従業員意識調査の結果に基づき、各社で良き社風醸成のための取り組みを実施するとともに、グループで取り組みを共有

子育て・育児支援

核家族化が進み、子育てについて気軽に相談できる相手がいない中、店舗で育児のさまざまなサポートを実施

社会にとっての価値

女性、若者、高齢者の活躍機会の提供

働く人のワークライフバランスの実現

セブン&アイHLDGS.にとっての価値

生産年齢人口不足時代における人財確保

ダイバーシティ推進による競争力の向上

社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

多様な人材の活用

女性の活躍推進

セブン&アイHLDGS.では、店舗を利用されるお客様の多くが女性であることから、女性の視点や感覚を活かした商品・サービスの開発や売場づくりがお客様満足の向上につながると考えています。また、企業の構造改革や持続可能な企業の競争力の強化につながるよう、さまざまな場面での女性の活躍を積極的に推進しています。

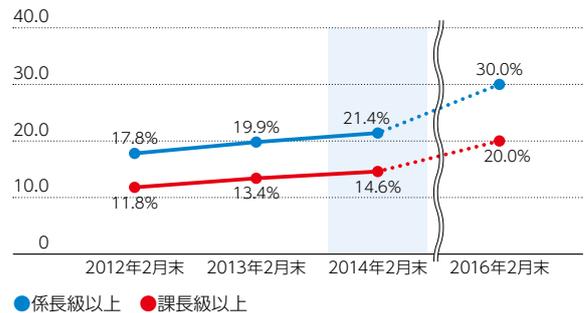
セブン&アイHLDGS.は、女性の活躍推進を重点課題と捉え、2012年度に「セブン&アイグループダイバーシティ推進プロジェクト」を設置。“多様性を明日への力に”のスローガンのもと、4つの目標を設定してさまざまな取り組みを進めています。

2015年度末までの4つの目標：

1. 女性管理職比率 課長級以上：20%達成
係長級以上：30%達成
2. 男性の育児参加促進
3. 従業員満足度の向上
4. 社会的評価の向上 (2014年3月改定)

2013年度末には目標の一つであった「女性管理職比率20%」を1年前倒しで達成。そのため、「2015年度末までに女性管理職比率30%」と目標を引き上げました。また、2013年度には、事業会社のセブン-イレブン・ジャパンやイトーヨーカドー、そごう・西武の社内においても女性の活躍を推進する専門組織を発足し、さらに機動力を高めて取り組みを進めています。

女性管理職比率の推移



※グループ8社(セブン&アイHLDGS.、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、そごう・西武、ヨークベニマル、セブン&アイ・フードシステムズ、セブン銀行、赤ちゃん本舗)合計

これまでの取り組みが評価され、2014年2月に公益財団法人日本生産性本部ワーキングウーマン・パワーアップ会議が主催する第1回「エンパワーメント大賞」表彰にて、大賞を受賞しました。



授賞式の様子

セミナーや研修による意識啓発

女性がさらに活躍する上での課題を抽出するために実施したヒアリングでは、仕事と育児の両立に対して不安を抱えていることが明らかになったため、2012年7月より育児中の女性のネットワーク構築を目的とした「ママ'sコミュニティ」を実施。昼休みを利用して、仕事と子育ての両立についてディスカッションを行い、社員のモチベーションアップや不安解消を図っています。また、コミュニティ活動の中で、子育て経験や生活者視点を活かした商品のモニタリングも毎回実施し、商品開発に活かしています。

一方、子育て中の女性のさらなる活躍のためには、男性の育児参加が必要不可欠なことから、2013年10月より子育て中の男性社員を対象とした「イクメン推進プログラム」を実施。2014年6月からは、NPO法人ファザーリング・ジャパンによる講演やワークショップを行い、男性の働き方の見直しや育児参加意欲の向上に取り組んでいます。

また、2012年10月からはグループ力を活かした女性管理職のネットワークづくりやキャリアアップの支援を目的として、女性の管理職を対象とした「Women's Management Community」を実施。有識者を招いた講演会やグループディスカッションを行うことで、自己研さんの場としています。



イクメン推進プログラム

各事業会社の取り組み

事業会社の取り組みとしては、2013年9月にセブン-イレブン・ジャパンとそごう・西武、2014年1月にイトーヨーカドーの社内にダイバーシティ推進の専門組織が発足。セブン-イレブン・ジャパンでは、職域の拡大と業務プロセスの見直しを目的に、教育体制の見直しやメンター制度の導入などを行い、女性の店舗経営相談員(OFC)の育成に取り組んでいます。

イトーヨーカドーでは、パートタイマーの比率が高くその多くが女性であることから、女性が能力を発揮できる環境整備の推進とパートタイマーの活躍推進に取り組んでいます。

そごう・西武では、女性を中心として運営している西武所沢店をモデル店舗と位置づけ、全社で業務プロセスの見直しを実施。西武所沢店では、報告方法や車座会議

の導入によるミーティング方法の見直しを実施し、売場づくりなどのさまざまな企画の発案から実行までのスピードがアップ。業務の効率化を図る一方で、情報の共有化による部門を超えた取り組みも可能となり、女性ならではの生活者視点を活かした売場づくりを実現しています。

ヨークベニマルでも、女性を中心に運営している片平店をモデル店舗と位置づけ、今まで女性の配属が少なかった部門への登用をきっかけに教育制度の見直しを実施。職域の拡大や女性が働きやすい環境・仕組みづくりにつなげています。



西武所沢店の車座会議

今後の女性活躍推進の取り組み

今後は、女性のキャリア支援やセミナーによる啓発、制度や運用の見直しを行うと同時に、管理職の意識改革に取り組んでいきます。NPO法人ファザーリング・ジャパンとコラボレーションした管理職セミナーを2014年6月と9月に実施し、延べ約770名が参加しました。こういった取り組みを拡大することで、多様な従業員一人ひとりの仕事のやりがいや活躍の場を広げ、多様性を活かす社風を醸成していきます。



ダイバーシティマネジメントセミナー

社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

障がい者雇用の促進

セブン&アイHLDGS.では、誰もが活躍できる職場づくりを理念に掲げ、障がいのある人が力を発揮できる環境づくりに取り組んでいます。各社は一人ひとりの障がいの程度や内容、本人の希望などを考慮しながら、配属先と担当業務や就業時間を決定しており、さまざまな部門で障がいのある人が仕事をしています。

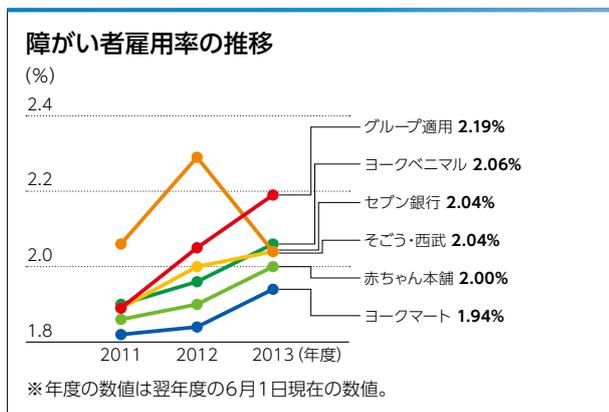
各社の採用・教育担当者が障がいに対する配慮の周知と実行を図れるよう、各事業会社には共通の手引書を配備しています。採用にあたり、イトーヨーカドーや赤ちゃん本舗では、特別支援学校と連携して店舗での職場実習を行っています。また地域のハローワークが主催する就職面接会への参加や、職業能力学校とも連携しています。実際に働く際の環境整備として、例えば赤ちゃん本舗では、読書拡大機や大きなPCモニターを導入しています。

重度の障がいがある方の雇用を促進するために設立された特例子会社(株)テルベ^{*1}では、2014年6月1日現在、重度障がい者10名を含む19名の障がいのある方を雇用しています。その結果、テルベを含むグループの障がい者雇用率^{*2}は2.19%となりました。(2014年6月1日現在)

^{*1} セブン&アイHLDGS.、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、セブン&アイ・フードシステムズの5社と北海道北見市が共同出資して1994年に設立。障がいのある方が安心して働き続けられる環境づくりとノーマライゼーション理念の普及活動を実施しています。

^{*2} セブン&アイHLDGS.、テルベ、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、セブン&アイ・フードシステムズ5社によるグループ雇用率。

● **テルベHP:**<http://terube.jp/index.html>



ワークライフバランスの実現

育児・介護支援制度の充実

セブン&アイHLDGS.では、パートタイマーを含む従業員が育児や介護をしながらでも働き続けられるよう、各社ともに育児・介護支援制度を整備し、育児に関しては法定水準を超える制度を運用しています。

赤ちゃん本舗では、「慣らし保育」の期間を支援するため、休業できる期間を1歳到達直後の5月15日まで延長し、育児短時間勤務は小学校4年生まで利用できる制度にしています。2013年12月現在、正社員のうち、育児休業者は32名、育児短時間勤務者は52名で、これは正社員全体の9.5%を占めています。出産・育児を経験した多くの社員が職場に復帰し活躍しており、復帰率は90%以上となっています。2012年4月には、社員の出産祝い金を改定し、最高30万円としました。新たに、子育て中の全従業員を対象に自社商品の割引制度も導入し、子育てを支援しています。また、社内SNS「育アカチャンネル」を立ち上げ、育児をしながら働く仲間同士のつながりをサポートしています。



妊婦・育児中の従業員で構成された社内SNS「育アカチャンネル」のWeb画面

セブン&アイ・フードシステムズでは、育児に専念したい社員は子どもが1歳到達後の4月15日までの間(やむを得ない場合はさらに1年間延長可能)、または介護を必要とする家族のいる社員が、最長2年間休職した後に職場復帰できる「休職プラン」、勤務時間を最大4時間短縮できる「短時間勤務プラン」、一旦退職した後に優先的に再雇用を受けられる「再雇用プラン」を設けています。この制度はパートタイマーも利用できます。短時間勤務に関しては、中学1年生になる年の4月15日まで利用できます。

ボランティア休暇制度を運用

福祉や環境美化、震災復興支援など、さまざまなボランティア活動への参加を支援するために、セブン-イレブン、イトーヨーカドー、セブン&アイ・フードシステムズでは、年5日の「ボランティア休暇制度」を定めています。

2013年度は、イトーヨーカドーで9名の従業員がボランティア休暇を取得し、募金活動や手話講習、ボーイスカウト活動などのボランティアに参加しました。

くるみんマークの取得

次世代育成支援対策の認定事業者として、セブン&アイHLDGS.は2013年に、イトーヨーカドーは2007年と2011年に、セブン銀行は2009年に、そごう・西武は2014年に、「次世代認定マーク(くるみんマーク)」を取得しています。



介護研修を実施

セブン銀行では、高齢化社会における介護について、基礎知識を学ぶ介護セミナーを開催しました。2013年12月に「初めての介護～家族に介護が必要になったら～」と題し、計44名がセミナーに参加しました。

TOPICS

人権啓発標語コンテスト

セブン&アイHLDGS.は、人権について考える機会となるよう、毎年、グループの従業員とその家族から人権啓発標語を募集しています。2013年度は過去最多の63,556点(従業員：61,534点、家族：2,022点)が寄せられました。

最優秀作品：

従業員「たくさん色や形が集まって
きれいな景色をつくりだす
大切にしようみんなの個性」
家族「目を見て訊こう「大丈夫?」、
声に出して言おう「ありがとう」」

従業員的能力向上支援

人材公募制度の運用

セブン&アイHLDGS.は、従業員の意思を尊重し、その能力を十分に発揮できる適材適所の配置を目指して、事業会社の枠を超えた「セブン&アイHLDGS.人材公募制度」を運用しています。

また、各社でも社内公募制度を導入しており、例えばイトーヨーカドーでは、入社満2年以上の従業員であれば、業務経験や年功を問わずすべての管理職ポストと職種に立候補できます。2013年度は332名が応募し、うち53名が希望の役職や職種に就きました。

赤ちゃん本舗でも、自らが挑戦したい職務に立候補できる制度を2013年度から開始。初年度は74名の社員が希望する職務に立候補しました。今後も、社員の意欲を向上させ、その能力を発揮できる環境づくりを拡大していきます。

自己啓発への補助

セブン&アイHLDGS.は、各社が事業特性に合わせた研修体系を整え、人材の育成に取り組んでおり、独自の制度や仕組みを使って従業員一人ひとりの能力向上を支援しています。その一つとして、自己啓発への補助を各社で実施しています。

例えば、セブン&アイ・フードシステムズでは、調理師・衛生管理者・管理栄養士などの国家資格の取得の補助を行い、従業員の「食の安全・安心」に対する意識を向上するために積極的な支援を行っています。

セブン銀行では、次世代リーダーの育成を目的とする社会人向けビジネススクール(大学による開講)へ、2008年度より毎年数名を派遣。あわせて、外国語でコミュニケーションがとれる人材の育成にも力を入れており、2013年度は会社が推奨する通信教育の修了後に、TOEICで一定以上の点数を取得した従業員に対して補助金を支給。このほか、外部の語学研修を活用した語学習得支援も行いました。

社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

公正な評価・処遇

自己評価(セルフチェック)方式による公平性

セブン&アイHLDGS.では、個々の従業員の能力を最大限に引き出し、社会的身分・出身・人種・信条または性別など、非合理的な理由での差別を認めず、公正な評価を実現することを目的に、自己評価を起点とする評価制度を設けています。各社とも年に2回以上実施しており、評価制度の対象はパートタイマーを含めた全従業員です。従業員自身の自己評価後、上長が評価し、その後面談します。これにより、従業員が自らの成果や長所と課題を把握するとともに、評価の透明性・公平性を確保しています。

多様な働き方の選択

セブン&アイHLDGS.では、個々の従業員が多様な働き方を選べ、やりがいを持てる制度の整備に力を入れています。

例えば、イトーヨーカドーでは、パートタイマーが働き方を自ら選択できる「ステップアップ選択制度」を導入しています。本人が希望し、技術や仕事が認められた場合に、「レギュラーパートナー」から「キャリアパートナー」「リーダーパートナー」へステップアップできます。また、リーダーパートナーに認定されたパートタイマーを月給制の正社員・契約社員に登用する制度も導入しています。これまでにパートタイマーから月給制の正社員・契約社員に約600名が登用されています。さらにパートタイマーからも多くの方が、売場担当マネジャーやチーフなどの役職に登用されています。

赤ちゃん本舗では、2013年9月から「パートリーダー制度」がスタートしました。パートタイマーの商品や業務知識を審査し、継続して高評価を受けた者がパートリーダーにステップアップできるという制度です。初回導入時には、56名のパートタイマーが「パートリーダー職」に認定されました。「パートリーダー職」に認定されれば、より高い職務に就くことも可能となります。

セブン&アイ・フードシステムズでは、店舗で働く従業員の約9割を占めるパートタイマーについて、能力に応じた評価処遇制度を導入しています。本人の能力・技能などに応じて時給に反映するとともに、自分の目標やライフスタイルに合わせて働くことを選択できます。また、今年より新たに契約社員制度を導入し、パートタイマーからの転換や新規の登用を行うことで店長職への任命を進めています。(2014年7月末現在累計で契約社員登用49名、正社員登用1名)

成果をあげた従業員を表彰

セブン&アイHLDGS.では、独自の表彰制度を設けて士気向上につなげています。各事業会社の社長からの表彰でその功績をたたえ、表彰された事例は社内で紹介しています。

セブン-イレブンでは、社員を対象に、目標の達成・新規業務への挑戦・全社への影響度合い・社会への貢献といった評価項目から表彰者を選出する「元気が出るキャンペーン」を実施。表彰された事例は社内会議の中でビデオ上映し、広く共有するとともに、社長が表彰状を授与しています。2007年の開始から、2014年2月までに累計延べ6,767名の社員が表彰されています。



表彰式の様子

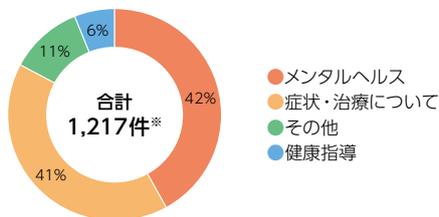
ヨークベニマルでは、全社の模範となる取り組みを行った従業員を表彰する「感動、創造と挑戦の祭典」を実施。自ら目標を掲げ挑戦する過程で、大きく成長し成果をあげた従業員を表彰する制度であり、ここで表彰されることは大きな励みになっております。

労働安全衛生への配慮

健康相談サービス

セブン&アイHLDGS.は、安全で働きやすい職場環境の維持にあたり、各社での「安全衛生委員会」の開催、定期健康診断の実施、本部での健康管理センター設置に加えて、臨床心理士やカウンセラーによるメンタル面の相談を電話やメールで受け付ける制度も導入。さらに、従業員の家族も利用できる、健康相談や医療機関の案内サービスも提供しています。

グループ健康相談窓口への相談内訳(2013年度)



*家族からの健康相談を含む

管理者向け「メンタルヘルスセミナー」

セブン&アイHLDGS.は、グループ各社において、管理者に対する傾聴力を高める研修や全従業員を対象としたセルフケアの研修を行うなど、メンタル不調の発生予防に努めています。例えばイトーヨーカドーでは、店長会議で管理職向けのうつ病に関するセミナーを開催しました。グループ各社ではメンタル不調の従業員に対して、健康管理センターおよび産業医と連携し、復調に向けてサポートしています。

従業員意識調査の結果に基づく改善

セブン&アイHLDGS.は、2013年1月～2月に実施した「従業員意識調査」に基づき、企業行動部会や部会傘下のプロジェクトを通じて、職場環境の改善、管理職のマネジメント力養成などの改善策を検討するとともに、各事業会社が自社固有の問題を発見し、改善方法を学ぶ勉強会を開催しました。また、各社の取り組みを共有することで、さらなる改善に役立てています。

TOPICS

健全な労使関係

「セブン&アイグループ労働組合連合会」は、11^{*1}の労働組合で構成されています(2014年7月現在の合計組合員数約60,000名)。各組合が組織運営や組合員の労働条件などについて情報交換をして連携することで、それぞれが独自性を保ちながら、より強固な組織にしていくことを基本的な考えとして活動しています。

イトーヨーカドーは、ユニオンショップ制^{*2}を採用しており、組合員数が約36,000名とグループ中で最も多く、2014年7月現在、全従業員(学生アルバイトを除く)に占める労働組合の加入率は77.4%です。労働者の権利を尊重し、継続して労働条件や従業員の働く環境に関するさまざまな課題について、労使間で活発な議論を重ね、改善を図っていくことで、相互の理解と信頼に基づく健全で良好な関係を構築しています。また、組合員の活動参加にあたり、勤務シフトなどに配慮しています。

2013年度の労使交渉では、賃金改定や一時金の交渉をはじめ、休日取得制度の見直しなどについて交渉を行い、5つの労使協定を締結しました。2014年度の賃金改定においては、ベースアップを実施しています。

また、労使専門委員会として「就業改善プロジェクト」を立ち上げ、休日・休暇取得の促進や長時間労働削減について連携して取り組みを推進しています。例えば、問題が見られる店舗に対し、労使のメンバーがその店舗の安全衛生委員会に出席し、改善策を話し合っています。

その他、労働組合が支部ごとに開催している組合員の座談会(2013年度は延べ30,303名が参加)で出てきた労働環境や営業課題に対する組合員の声は、労使交渉の中で採り上げられています。

※1 イトーヨーカドー、セブン&アイ・フードシステムズ、ヨークマート、丸大、サンエー、ヨークベニマル、赤ちゃん本舗、そごう・西武、ライフフーズ、ロフト、シェルガーデン

※2 会社が労働者を雇用する場合、採用された労働者は必ず労働組合に加入しなければならない、労働組合を脱退した場合、会社はその労働者を解雇しなければならないという制度

社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

子育て・育児支援

地域自治体などと連携した 「子育て支援」への参加

セブン&アイHLDGS.では、地域自治体などが実施する、「子育て支援」に積極的に参加することで地域の子育て家庭を応援しています。

例えば、赤ちゃん本舗では、都道府県や市町村が取り組んでいる子育て応援事業へ登録をしています。「子育てにやさしい店」として、おむつ替えスペースや授乳スペース、ミルクのお湯提供など地域の皆様にご利用いただきやすい売場環境を整えています。(2014年2月末現在、20都道府県8市区町村にある58店舗)



「子育てにやさしい店」の登録ステッカーの一例

また、セブン&アイ・フードシステムズのデニーズでは1府10県2市の支援参加地域において、自治体が発行する優待カードを提示していただくとお食事代金の割引やお子様のドリンクサービスなどの特典を提供しています。

絵本の読み聞かせ会

セブン銀行では、親子のコミュニケーション促進を目的とした読み聞かせ絵本「ボノロン」の発行に協賛・協力しているほか、絵本の無料配布や読み聞かせ会の開催を続けています。



従業員ボランティアによる読み聞かせ

育児相談サービスの提供

イトーヨーカドーでは1975年から「赤ちゃん休憩室」内に「マタニティ・育児相談室」を開設しています(2014年2月末現在120店舗)。相談室では、保健師や助産師の資格を持つ相談員が妊娠中の健康や育児について毎月2~9回、無料で相談を承っています。



マタニティ・育児相談

そごう・西武では、助産師が常駐する「プレママステーション」に加え、定期的に助産師をはじめとする専門スタッフに相談ができる「プレママカウンター」を設置しています。初めてママになる方ならではの不安や悩みに、専門スタッフがアドバイスしているほか、ベビー休憩室には、授乳用個室や給湯器、子ども専用トイレなどを備えています。

「プレママステーション」は、2014年2月末現在6店舗、「プレママカウンター」は11店舗に設置しています。



プレママステーション

食育の支援活動

セブン&アイHLDGS.ではさまざまな経験を通じて「食」に関する知識と、健全な食生活を実践することができる人を育てるために、次代を担う子どもたちに「食育活動」を推進しています。

例えば、セブン&アイ・フードシステムズでは、正しい食習慣を子どもの時から身につけていただくために、ゲームやクイズなどを盛り込みながら、食に関わるマナーや知識、重要性などの情報を掲載した小冊子「たべものポノロン」をデニーズで配布しています。



店内で配布している「たべものポノロン」
(c)NSP2005、(c)ポノロンといっしょ。2007

ヨークベニマルでは2013年度、店舗を教室に見立て、買物体験や調理学習を通じて栄養やバランスの良い食事の重要性を習得する「スーパーマーケットツアー」(開催回数76回 参加児童数1,936名)を開催しました。また、幼稚園や特別支援学校などの声にお応えしてヨークベニマル従業員が出向いて行う「出前教室」も開催しました。(実施回数8回 参加者約350名)

イトーヨーカドーでは、2014年5月に産官民連携の食育イベント「笑顔のお米作り体験(田植え体験)」を千葉県そうき匝瑳市で開催し、23家族53名の方にご参加いただきました。



「田植え体験」の様子

就労体験の機会提供

セブン&アイHLDGS.では、出店地域の小・中学校や高等学校などからのお申し出に応じて身近な小売業の店内業務を経験する「就労体験学習」に協力しています。現場での社員の仕事の見学や、実際に売場で品だし作業や接客・包装業務を体験する場を提供しています。

セブン-イレブン・ジャパンでは、2003年から東京都品川区と公益社団法人ジュニア・アチーブメント日本が協業で行っている「品川スチューデント・シティ」に出店しています。これは小学校の中に仮想の街をつくるというもので、街には区役所や銀行・薬局などさまざまな会社が出店し、小学生に就業体験の機会を提供しています。子どもたちは、セブン-イレブン店内で接客からレジ操作を行う会計、売場づくりなどの商品の販売、運営本部からお弁当の注文を受けての請求書の発行なども体験し、普段のお買物ではわからない仕事を体験することで、社会の仕組みを学びます。2013年度は約2,646名の小学生が接客・販売を通して働くことの楽しさや難しさを体験しました。



小学生が円滑に店舗運営できるようセブン-イレブンの社員がサポート



重点課題
の考え方

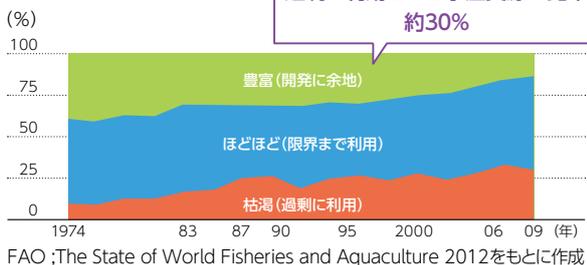
セブン&アイHLDGS.は、膨大な商品・サービスを提供する上で、社会・環境に配慮したものにし、エシカルな社会づくりに貢献していくことが、グループとしての重要な役割であると考えています。また、商品の原材料の調達からお客様のもとに届くまでのすべてのプロセスにおいて、法令を遵守するだけでなく社会・環境に配慮した価値のあるものを提供することが重要です。近年高まる、「エシカルな消費」への意識に対応するとともに、資源の持続可能性向上に寄与するため、お取引先を含むサプライチェーン全体で取り組みを進めていきます。

重点課題の背景

漁業資源の減少・枯渇

近年、魚介類の消費量が増加する中で、乱獲や環境を壊すような資源利用などが行われてきました。その結果、健全な状態の水産資源が確実に減少する一方で、枯渇の危機にある資源が増えてきています。私たちの身近なものでもクロマグロやニホンウナギが絶滅の危機にひんしています。

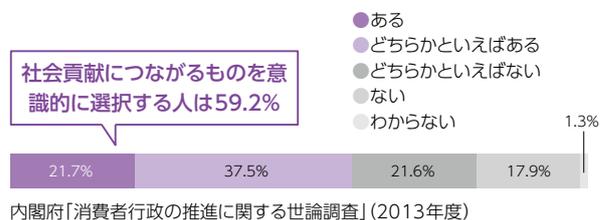
世界の水産資源の動向



サプライチェーンの社会・環境影響への
関心の高まり

世界中でさまざまな社会課題が存在する中、フェアトレードで生産されたものを購入したいという消費者が増えています。こうしたエシカル(倫理的)な消費に対する意識の高まりに合わせて、サプライチェーン全体での持続可能なビジネスモデルを構築することが重要になっています。

商品・サービスを選択する際に社会貢献につながる
ものを意識的に選択することがありますか？



セブン&アイHLDGS.の方針

地球上では人口増加や生活の変化による自然資本の枯渇、生物多様性の損失などさまざまな環境問題に直面しています。地球の持続可能性を保ちながら、企業も持続的に成長するために、各ステークホルダーと連携しながら、以下に基づいた行動に努めます。

- ① 生物多様性への配慮、その回復に向けた活動への協力
- ② 違法な自然資本の取引引きや伐採・漁獲の排除
- ③ 枯渇の危機にある自然資本への配慮
- ④ 農畜水産物のトレーサビリティと情報発信の推進

※この方針は社会状況の変化や新たな情報に応じて改定します。

「持続可能な調達基本方針」より

セブン&アイHLDGS.の取り組み

「持続可能な調達基本方針」の策定

自然資源の商品調達に関し、将来世代にわたり持続可能な調達が求められており、各ステークホルダーからの要請をふまえて調達方針を策定

お取引先行動指針の強化

お客様に安全・安心な商品を提供し、お取引先と協働で人権・労働・環境面などの社会的責任を果たしていくため、お取引先行動指針の運用を強化

持続可能な森林保全活動

地球温暖化防止に貢献し、生物多様性の保全に寄与することを目的に、「セブンの森」プロジェクトを実施

お客様への啓発活動

お客様に地球温暖化防止や生物多様性など、持続可能な社会の必要性についてご理解いただけるように環境配慮商品を開発・提供

社会にとっての価値

資源の持続可能性向上

お客様、サプライヤーの社会・環境配慮の向上

セブン&アイHLDGS.にとっての価値

原材料確保の持続性向上

サプライチェーンリスクの低減

お客様、お取引先を巻き込んだ エシカルな社会づくりと資源の持続可能性向上

「持続可能な調達基本方針」の策定

地球環境問題への関心が高まる中、地球温暖化とともに、人口増加や生活の変化による自然資本の枯渇や生物多様性への配慮が企業に対しても求められています。そのような中、セブン&アイHLDGS.は、お客様をはじめとしたステークホルダーからの要請や期待に応え、事業を通じてさまざまな価値を創造し続けるとともに、持続可能な社会づくりに取り組みつつ、企業も合わせて持続的に成長することを目的として、2014年9月「持続可能な調達基本方針」(以下、本方針といいます)を策定して、グループの調達活動に関する取り組み方針を改めて明文化いたしました。

生物多様性への配慮、コンプライアンスの徹底や枯渇問題への配慮、トレーサビリティの把握などに取り組むことで、ステークホルダーと連携して持続可能な社会の実現に貢献していくことを目指します。

今後は、グループ内での本方針の浸透を図るとともに、本方針に基づく各カテゴリーの基準を定め、お取引先の理解と協力を得ながら、サプライチェーン全体で持続可能な社会の実現を目指します。

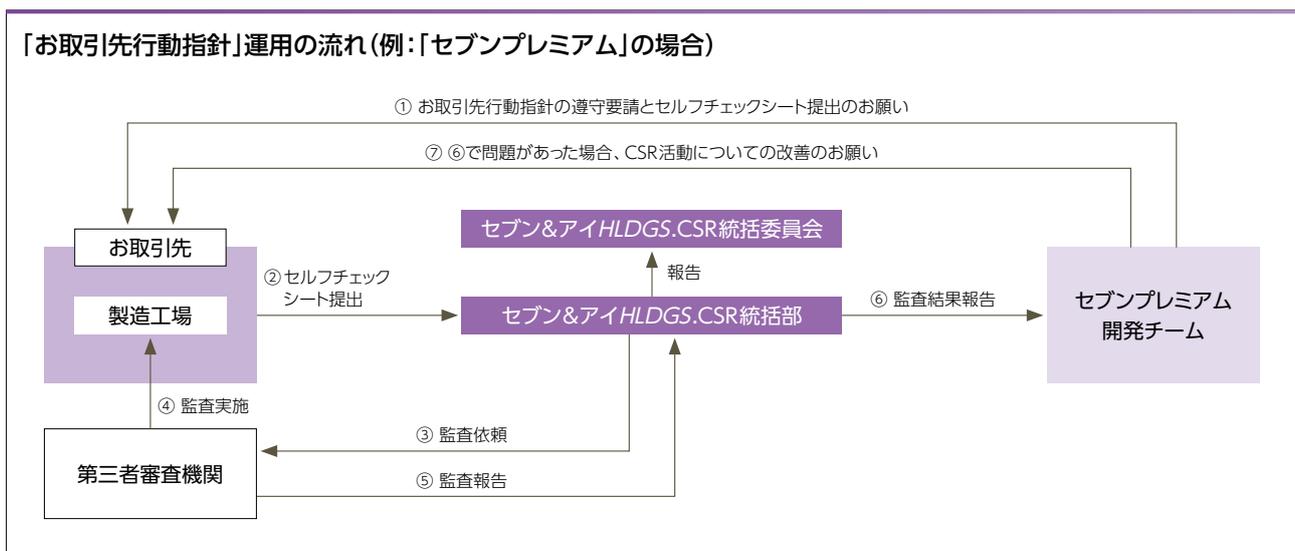
お取引先行動指針の運用強化

取り組みの背景

セブン&アイHLDGS.では、経済のグローバル化とともに製造委託先や原産地が世界各国へと広がる中、お客様に安全・安心な商品を提供するため、またお取引先と協働で人権・労働・環境面などの社会的責任を果たしていくため、お取引先行動指針を運用しています。

社会的課題が複雑化、多様化している中、その解決にはさまざまなステークホルダーの関与が求められていると同時に、企業の社会的責任の範囲は、自社の事業活動にとどまらず、取り扱っている商品・サービスの企画・生産段階からお客様が消費し廃棄するまでのサプライチェーン全体に対し責任を持つことが求められる時代となっておりまして。

労働時間や賃金の適正な管理、労働者の働く環境や居住施設の安全・衛生、さらには工場やその周辺地域に対する環境への配慮などは、商品の安定的な品質を確保し、工場の生産効率があがるだけでなく、労働者の働きがいの向上やマネジメント層との意思疎通が図れ、結果的にお取引先とセブン&アイHLDGS.双方の持続的成長に寄与するものと考えています。



お取引先行動指針の徹底

セブン&アイHLDGS.は、2007年に「セブン&アイHLDGS.お取引先行動指針」(以下、本指針といいます)を策定し、お取引先に本指針への理解と遵守を要請しています。

本指針の趣旨は、取り扱う商品・サービスの「安全・安心」の確保だけでなく、サプライチェーン全体を考慮にいれた法令遵守、環境保全、労働条件への配慮などを推進し、お取引先の皆様とともに社会的責任を果たすことにあります。

本指針については各社のお取引先とのさまざまな会議を通じて周知を図っています。

セブン&アイHLDGS.お取引先行動指針(抜粋)

- | | |
|----------------|------------|
| 1. 法令遵守 | 6. 情報の管理 |
| 2. 人権・個人の尊厳の尊重 | 7. 商品の安全確保 |
| 3. 雇用・職場環境 | 8. 公正な取引 |
| 4. 環境管理 | 9. モニタリング |
| 5. 地域・社会との関係 | |

全文はWebサイトで公開しています。

● <http://www.7andi.com/csr/suppliers/guide.html>



お取引先行動指針についての説明会の様子

「セルフチェックシート」による指針遵守

セブン&アイHLDGS.では、本指針の遵守に必要な具体的事項を明記したお取引先向けのセルフチェックシートを作成しています。このチェックシートは、「ISO26000」「経団連企業行動憲章」「OECD多国籍企業行動指針」などを参考にしています。

お取引先に本指針を理解いただき、実効性のあるCSRの取り組みに役立てていただくとともに、セブン&アイHLDGS.としてお取引先のCSRの取り組み状況を把握させていただいています。現在、グループ共通の戦略商品であるプライベートブランド「セブンプレミアム」およびイトーヨーカドーの海外直輸入のお取引先に対してチェックシートの提出をお願いしています。

CSR監査の推進

セブン&アイHLDGS.では、2012年度よりセルフチェックシートの提出をお願いした一部のお取引先に対し、チェックシートに基づきセブン&アイHLDGS.が独自に作成した監査項目(16の大項目と約140のチェック項目)に沿って、外部の審査機関がお取引先の工場に対する本指針への遵守状況を確認するCSR監査を実施しています。

このCSR監査において監査項目に適合しない事項(不適合事項)が発見された場合には、外部の審査機関より当該お取引先に対し不適合事項の指摘を行います。お取引先には、この指摘に基づいた「是正処置計画(CAP)」を監査終了後10営業日以内に審査機関に提出していただくとともに、直ちに指摘事項の改善に取り組んでいただきます。

お客様、お取引先を巻き込んだ エシカルな社会づくりと資源の持続可能性向上

さらに、重大・品質不適合、主要な軽微不適合の是正が完了しているか、または計画内容が有効であると審査機関およびセブン&アイHLDGS.が判断した時点で、お取引先に対して「適合認証書」が発行されます。ただし、重大・品質不適合が10項目以上ある場合などは、再監査を実施し徹底した改善をうながしていきます。



16の大項目

1. マネジメントシステムおよび規範実施
2. 強制労働
3. 結社の自由
4. 健康および安全
5. 児童労働および若年労働者
6. 生活賃金
7. 労働時間
8. 差別
9. 正規雇用
10. 下請け契約、家内工業、外部加工
11. 懲罰
12. 環境
13. 公正な取引引き
14. 商品の安全確保のために
15. セキュリティ管理
16. 地域社会の便益

2013年度の監査結果

2013年度は中国、タイ、ミャンマー、インドネシア、ベトナム、カンボジア、韓国の7カ国、30工場に対しCSR監査を実施しました。その結果、全監査実施工場における本指針の平均遵守率は91.7%、再監査は6工場でした。主に改善が必要な項目は、「労働環境」面、「安全・衛生」面、「許認可」面で多く見られ、監査終了後各工場から提出される「是正処置計画(CAP)」、改善を示した写真・担保資料、さらに再監査などを通して、改善完了の確認を行いました。

①「労働環境」面(代表的事例)

- ・無届けや法基準を超えた長時間労働
- ・出退勤の記録管理の不備
- ・従業員に対する懲罰的罰金の賦課

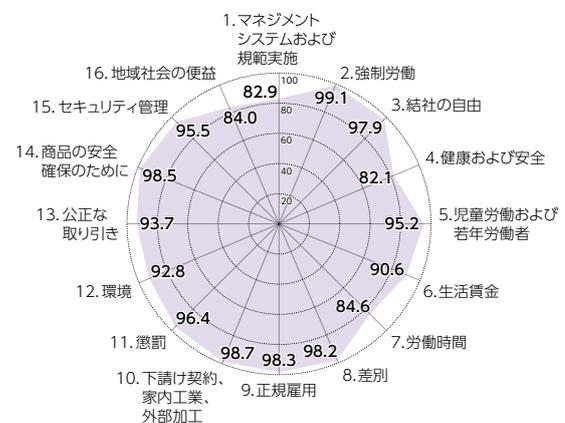
②「安全衛生」面(代表的事例)

- ・消防・防火設備の不備
- ・機械の安全装置の未装備
- ・有害化学薬品の誤った取り扱い、保管

③「許認可」面(代表的事例)

- ・事業免許の未取得、未更新
- ・無免許による機械操作、運転
- ・施設、工場などの建築時の環境許可の不備

CSR要求項目平均遵守率



2014年度のCSR監査の拡大

2014年度は、途上国におけるセブンプレミアムの製造工場およびイトーヨーカドーの海外直輸入工場、約350工場を対象としたCSR監査の実施を計画しています。また、そごう・西武(商品部・法人外商部)や赤ちゃん本舗のプライベートブランド商品の一部についても、CSR監査の実施を計画しています。

CSR監査の対象工場の大幅な拡大に向けて、再度お取引先行動指針の趣旨、2013年度のCSR監査結果の共有、さらにCSR監査の具体的内容やお願い事項などについて事前説明会を国内外で開催し、お取引先にCSR監査への理解と協力を要請しました。

事前説明会開催実績

2014年4月 セブンプレミアムの食品の全お取引先向け(商品カテゴリーごとに8回開催)

5月 イトーヨーカドー海外直輸入の中国国内お取引先向け(中国青島市と上海市で計2回)

7月 セブンプレミアムの海外製造商品のお取引先向け(国内1回)
イトーヨーカドー海外直輸入の衣料・住居関連のお取引先向け(国内1回)

8月 イトーヨーカドー海外直輸入のASEAN諸国衣料・住居関連のお取引先向け(ミャンマー、カンボジア、タイ 各1回)

今後も引き続きグループ会社の商品部や品質管理部など関係部署とCSR監査結果の共有を図るとともに、お取引先の改善に向けた取り組みを確認・支援していきます。

TOPICS

お取引先相談窓口の運用

取引先における疑問やご意見などをお取引先から受け付け、迅速な改善を図ることで公正な取引先の確保に努めることを目的に、「お取引先専用ヘルプライン」を設置しています。

受付窓口を委託する第三者機関と業務委託契約および機密保持契約を結び、相談・通報者の個人情報、プライバシーを厳守しています。本人の希望に応じて氏名や所属は第三者機関の窓口にとどめ、匿名でセブン&アイHLDGS.へ報告することも可能です。また、相談・通報者が相談窓口を利用したことによる不利益な取り扱いをセブン&アイHLDGS.およびグループ各社から受けないことを確認するため、通報対応終了後の1カ月をめぐりに第三者機関から相談・通報者に対し、報復行為の有無を確認しています。

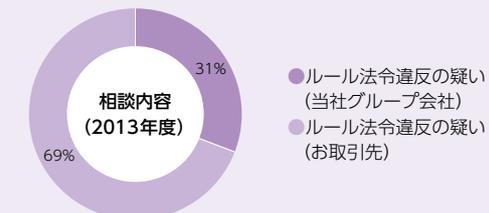
※お取引先専用ヘルプラインについてはWebサイトで詳しく紹介しています。

● <http://www.7andi.com/csr/suppliers/helpline.html>

2013年度相談受付件数

2013年度	16件
2012年度	12件
2011年度	15件

相談内容の内訳



お客様、お取引先を巻き込んだ エシカルな社会づくりと資源の持続可能性向上

持続可能な森林保全活動

セブンの森

セブン&アイHLDGS.は、一般財団法人セブン-イレブン記念財団*とともに地球温暖化防止に貢献し、生物多様性の維持・保全に寄与することを目的として、「セブンの森」森林保全プロジェクトを全国14カ所で行っています。森の木々は、CO₂を吸収して酸素に変えますが、植えてから20年を過ぎると吸収する機能が衰えます。人が手入れすることで、CO₂の吸収を維持できます。植樹活動に限定することなく、「健全な森林づくり」に必要な間伐や下草刈り、樹種転換などの森林整備活動を行うことで、生物多様性の保全と調和した持続可能な森林保全活動を目指しています。グループ社員やセブン-イレブン加盟店のボランティアによる森林整備も定期的を実施しており、2014年8月までに24回開催し合計2,220人が参加しました。

また、長野の活動地では、森林から得られる木質材をグループ内の店舗資材や事務備品として使用するほか、商品化を進めることで国産木材の活用を促進しています。

※加盟店とセブン-イレブン本部が一体となって環境をテーマにした社会貢献活動に取り組むことを目的として、1993年に設立されました。セブン-イレブンの店頭募金とセブン-イレブン本部からの寄付金をもとに、「地球温暖化防止」「地域活動支援」「自然環境保護・保全」「災害復興支援」「広報」の事業領域を設け活動しています。

2013年度の店頭募金総額は454,007,883円、公募助成先総数(継続を含む)は260件、助成総額は155,948,445円でした。



「セブンの森」森林保全プロジェクトの概要



TOPICS

九重ふるさと自然学校

セブン-イレブン記念財団では、2007年から大分県玖珠郡九重町で、日本の貴重な自然や生態系の保護・保全活動に取り組む「九重ふるさと自然学校」を運営しています。

ビオトープの整備や環境教育の実践に加え、活動紹介ツールの制作・広報に力を入れており、田んぼの賢明な利用の意識向上に対して具体的な効果が期待されるとして、自然学校の「自然共生型田んぼ」が、2014年3月に国連生物多様性の10年日本委員会(UNDB-J)による連携事業に認定されました。

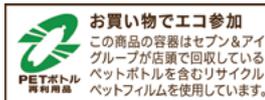


田んぼの生きもの観察

お客様への啓発活動

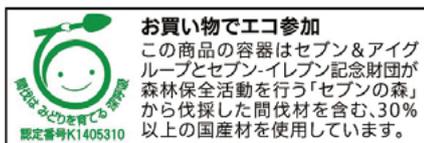
ペットボトルのリサイクル商品

セブン&アイHLDGS.では、グループ各店舗で回収したペットボトルをリサイクルし、容器に使用した詰め替え用ボディソープを、プライベートブランド「セブンプレミアム」で2014年8月より販売しています。



包材への間伐材活用

セブン&アイHLDGS.は、2013年6月に「長野セブンの森」から伐採した間伐材を使った紙製飲料容器「カートカン」を採用した飲料を、セブンプレミアムで発売しました。容器には国産木材を30%以上使用しており、健全な森林育成と地球温暖化防止につながっています。現在カップ麺など飲料以外にも範囲を広げるべく、開発を進めております。



また、そごう・西武では、ギフトをご注文の際、「地球環境を考える」というメッセージもあわせて贈ることができる「グリーンラッピング」を提案しています。お客様にリーフマスコット付きリボンを100円(税込み)でご購入いただくと、1件につき50円が植樹・育樹活動に寄付され、80件で1本の植樹につながります。また、お中元、お歳暮ギフトでは「簡易包装」へのご協力4,000件で1本の植樹を行っています。(2009年から2014年8月末までの累計で5,465本を植樹)



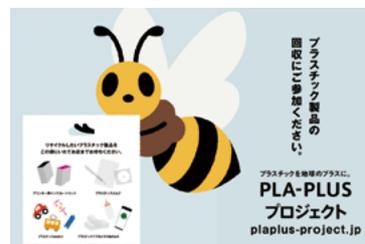
グリーンラッピング

イトーヨーカドーは、農薬・化学肥料を減らすだけでなく、野生生物が生息できる田んぼをつくり「生物多様性農業」を実践している「環境保全・自然共生型栽培米」シリーズを販売しています。この商品の収益の一部は産地の環境整備のために寄付しており、2013年度は「コウノトリ育むお米 コシヒカリ」で約21万円をコウノトリ育成基金へ、「朱鷺と暮らす郷づくり認証米 新潟県佐渡産 コシヒカリ」で約36万円を佐渡市トキ環境整備基金へ寄付しました。



店頭での環境啓発活動

セブン&アイHLDGS.では、環境省と日本環境設計株式会社が進める「PLA-PLUSプロジェクト」に参加しています。ご家庭で不要になったプラスチック製品を店頭で回収し、それをリサイクルする活動に2013年11月から期間限定で協力しました。



※参加事業会社：
イトーヨーカドー、ロフト、
赤ちゃん本舗

そごう・西武では、CO₂削減や夏の節電対策として、環境省が推進する「グリーンカーテンプロジェクト」に全店舗で参加。店舗の屋上や出入口で、近隣の幼稚園や保育園のお子様とともにゴーヤの苗植えを行うなど、身近な地球温暖化対策に興味を持っていただく活動を推進しています。



強い日差しを和らげる
グリーンカーテン

社会貢献活動

セブン&アイHLDGS.は「事業を通じて地域の発展や豊かな生活環境づくりに貢献する」という方針のもと、社会・文化貢献活動を社会的責任の一つとして捉え、7つの重点領域*を定めています。

その重点領域の中でも、「社会性と公益性が高く社会から広く理解が得られる」「事業活動との関連」「国際的な課題との関連」の3つの判断基準に勘案し、国内外での地域貢献活動の一環として、各事業会社が商品・サービスの提供を通じた寄付活動を積極的に実施しています。

社会・文化貢献活動基本方針

セブン&アイHLDGS.、その事業会社および関係会社は、企業行動指針の精神に沿って、地域社会、国際社会との連携と協調を図り、良好な関係を維持することにより、地域社会、国際社会の一員として、社会・文化貢献活動を社会的責任の一つとして捉え、積極的に平和で豊かな生活環境づくりを支援していきます。

※社会・文化貢献活動に関する重点領域

- ① 未来の社会をつくる子どもたちや青少年の支援
- ② 誰もが暮らしやすい安全で安心な地域社会づくりの支援
- ③ 地域環境・地球環境の保全
- ④ 文化芸術・スポーツ振興の継承と発展
- ⑤ 国際的な貧困の撲滅
- ⑥ 国際交流・協力
- ⑦ 災害支援

各団体と連携した取り組み

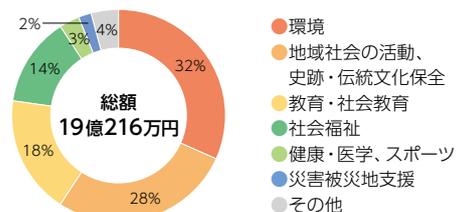
ザンビアの子どもたちに靴を贈る

そごう・西武では、全店舗に「子ども靴 下取りコーナー」を常設し、公益財団法人ジョイセフ(以下、ジョイセフ)を通じてザンビア共和国の子どもたちにお客様からお預かりした靴を贈っています。この靴ははだしの子どもたちが足のけがが原因で破傷風や寄生虫病にかかることを防ぐために役立てられており、お預かりした子ども靴は、2009年から2014年6月末までの累計で42万5,776足になりました。2014年4月からはイトーヨーカドーでも同じ取り組みを実施しています。



子どもたちに靴を配布している様子

社会貢献活動費(2013年度)



※セブン&アイHLDGS.、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、そごう・西武、ヨークベニマル、セブン&アイ・フードシステムズ、セブン銀行、ヨークマート、赤ちゃん本舗の合計額。

計算方法は(一社)日本経済団体連合会「2011年度社会貢献活動実績調査実施要項」に準拠。

「ホワイトリボン運動」への協力

赤ちゃん本舗とそごう・西武では、ジョイセフが推進している、世界中の妊産婦と赤ちゃんの命と健康を守る運動「ホワイトリボン運動」に賛同し、ジョイセフとのパートナーシップのもと「アフリカ・ザンビアにマタニティハウス（出産待機施設）を贈ろうプロジェクト」の活動を応援しています。店頭やインターネットでの募金受付を実施するほか、店内など全国に75台（うち、赤ちゃん本舗52台、そごう・西武23台）のホワイトリボン支援自動販売機を設置し、飲料をお買い上げ1本につき2円（飲料メーカー1円+設置した事業会社1円）をこのプロジェクトへ寄付しています。加えて、そごう・西武では2013年12月に、クリスマスに合わせて「ホワイトリボンピンバッジ」を作製し、販売した収益金55万円を寄付しています。

また、赤ちゃん本舗では2013年5月に、「Facebookで“いいね!” チャリティ企画」を実施。赤ちゃん本舗広報担当がFacebook内で投稿したザンビアでの体験レポートへの“いいね!” 数を集計し、1いいね!につき10円をこのプロジェクトへ寄付しました。（2012年5月～2013年12月までに集まった店頭・Web募金総額741,521円）

また、お客様から不要になった赤ちゃんの肌着・ベビーウェアをお預かりし、ジョイセフを通じてザンビアに届ける活動を2010年4月から継続実施しています。お預かりした肌着・ベビーウェアは、妊産婦・乳幼児検診の巡回活動などで配布されるほか、妊婦さんの安全なお産を守るために建設されたマタニティ出産待機施設の利用促進にも活用されています。（2014年2月末現在25店舗で実施）



赤ちゃん本舗の担当者がザンビアで配布現場を確認

商品を通じた取り組み

国連WFP「レッドカップキャンペーン」への参加

セブン&アイHLDGS.は、2013年5月に国連の食糧支援機関である「国連WFP」の学校給食支援を応援するため、「レッドカップキャンペーン」へ参加しました。このキャンペーンの目的である「飢餓と貧困の撲滅」に賛同し、「セブンプレミアム」のお菓子5アイテム、「セブンゴールド」のカップ麺3アイテムの売上金額の一部を寄付することで活動を支援しました。



「アベスコ基金」

イトーヨーカドーでは、2000年に飲料メーカーなどと「セブン&アイ アベスコ基金」を共同設立。店舗に設置した特定の自動販売機の収益の一部を、国際人道支援活動に取り組んでいる団体に寄付しています。

2013年6月には、公益財団法人プラン・ジャパンなど国際人道支援に取り組む4団体へ409台分の支援金1,488万円を寄贈しました。



自動販売機の活動告知

海外での取り組み

セブン&アイHLDGS.は世界16の国と地域でグローバルに事業を展開しています

世界での店舗ネットワーク

約**54,000**店※

※ 店舗数(日本は2014年2月末、その他の国・地域は2013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
- 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

中国事業

セブン-イレブン北京有限公司

150店舗



エリアライセンス: 1,716店舗

セブン-イレブン天津有限公司

56店舗



セブン-イレブン成都有限公司

79店舗



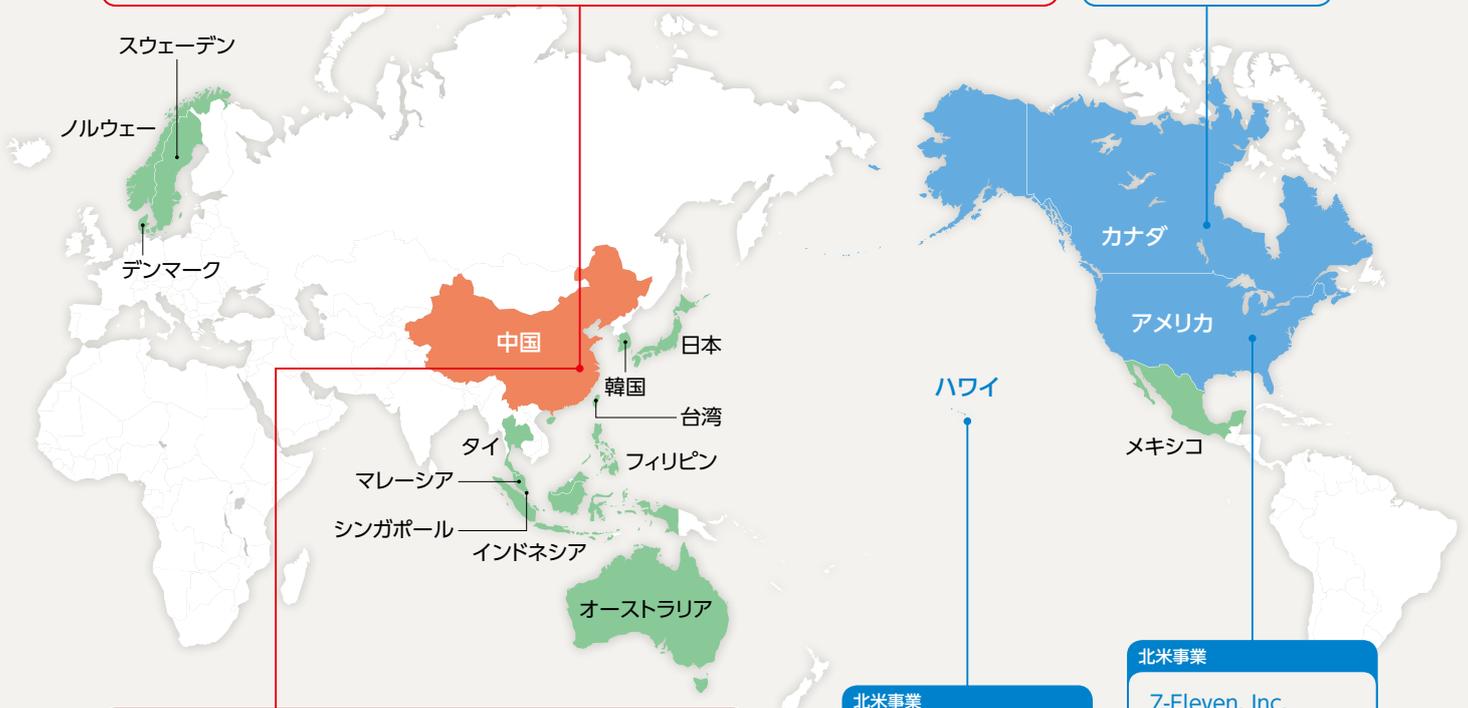
▶▶P.72

北米事業

7-Eleven, Inc.

カナダ: 486店舗

▶▶P.66



中国事業

華糖ヨーカ堂有限公司

9店舗



そごう 3店舗

AllDay's 1店舗

成都イトーヨーカ堂有限公司

5店舗



▶▶P.75

北米事業

SEVEN-ELEVEN
HAWAII, INC.

59店舗



▶▶P.70

北米事業

7-Eleven, Inc.

アメリカ: 7,806店舗

エリアライセンス:
290店舗



▶▶P.66

※ この後のページではエリアライセンスとそごう、AllDay'sを除く会社の取り組みを主に紹介します。中国事業のセブン-イレブンは、「セブン-イレブン(中国)投資有限公司」の子会社(出資比率が50%超)の3社について紹介します。

7-Eleven, Inc. (アメリカ7,806店舗、カナダ486店舗)

沿革

7-Eleven, Inc. の前身であるサウスランド社は1927年にアメリカで誕生し、朝7時から夜11時までという営業時間にちなんで1946年に店名を「7-Eleven」に変更しました。2013年12月末現在、店舗数はアメリカに7,806店舗、カナダに486店舗を展開しています。

環境負荷の低減

7-Eleven, Inc. は、消費する資源や廃棄物、CO₂の排出など、事業に伴う環境負荷の低減に取り組んでいます。2013年度は、さまざまな取り組みによって25万8,000トンのCO₂排出量削減効果と、4,200万ドルのコスト削減効果をあげました。

省エネルギーの推進

省エネ店舗の標準設備としてLED照明を採用しており、新店オープンと既存店の改装時に設置しています。LED照明は省電力であり寿命が長くメンテナンスも少ないため廃棄も減ります。水銀を含む蛍光灯と異なり危険物質を含みません。ほかにも光害を減らし、地域の夜間の光度や輝度の規制を満たすという効果もあります。2011年に設置を開始し、現在は4,500を超える店舗でLED照明を使用しており、CO₂削減に大きく貢献しています。



LED照明の設置前(左)と設置後(右)

店舗での節水策

水使用量を減らすため、2012年度に新たな節水型の蛇口を新店すべてに導入を開始。それ以降、この蛇口を新店の標準仕様としています。

包装における環境配慮

木材は持続可能な資源であり、7-Eleven, Inc. は容器の多くに紙を使用しています。また、商品の品質保持や安全性を確保しつつ、容器・包装の使用量削減に努めるため、適正サイズと使用する素材の選定に注力しています。

2013年度にはホットドッグの紙容器のデザインを見直したことで、製造時に使用するボール紙の使用量を2% (年間使用量の50トン相当)削減することができました。



7-Eleven, Inc.の店舗数と店舗運営に伴う環境関連データ

	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度 目標
店舗数	7,149	8,118	8,292	8,372
電気使用量 (GWh)	1,771	1,854	2,099 ^{*1}	2,201
CO ₂ 排出量 ^{*2} (千t-CO ₂)	1,138	1,203	1,011 ^{*3}	1,061
水使用量 (千m ³)	5,955	6,707	8,966 ^{*1}	8,822
レジ袋使用量 (t)	1,496	1,390	2,985 ^{*4}	2,891

※1 使用量が把握できない店舗は推計値を用いて算出。

※2 2012年度分まではアメリカとカナダそれぞれUS EPAの平均排出係数で算出。2013年度分のアメリカ分はUS EPAのジップコード別カーボン排出量に沿った排出係数で算出。カナダ分は「2014 CLIMATE REGISTRY TABLE 14.2 Canadian Emission Factors for Electric Grid by Province」に沿って算出。

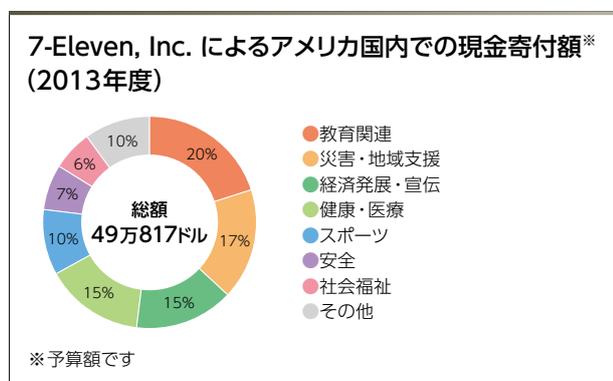
※3 第三者審査を受けています。

※4 店舗数と売上の増加のために、使用量が増えました。

地域社会との共生 (アメリカ)

7-Eleven, Inc.は、良き企業市民としての責任を果たし、出店地域に貢献することを目指して、本部と加盟店が一体となった社会貢献活動を推進しています。活動の中心となる分野は、青少年の育成、地域の安全、飢餓の救済、軍人への支援です。

2013年度は、お客様・加盟店・従業員および本部からの募金、物品提供、ボランティア活動などを通じ、金額換算で約300万ドル以上の支援を、1,000を超える団体に対して実施しました。



青少年の育成

子どもの良い行動を大人がきちんと認めて褒めることは、非行や犯罪を防止する長期的な効果が期待できます。

子どもたちに良い行いをうながし、そのごほうびとなるよう、7-Eleven, Inc.は各地の警察に炭酸飲料「スラーピー」の無料引き換えクーポン券を配布する「オペレーション・チル」活動を実施しています。警察官は巡回中に子どもに目を配り、困っている人を助ける、自転車やスケートボードに乗っている際にヘルメットをかぶる、地域の活動に参加する、犯罪を抑止するといった良い行動をする子どもを見かけたら話しかけ、クーポン券を渡し

ます。この活動は青少年と警察官が日常的に会話をして信頼関係を築く機会づくりにも役立っています。2013年度は夏季から9月の新学期にかけて、600以上の都市の子どもたちに配布されました。



活動資金の不足に困っている学校や青少年のスポーツ団体に対して、7-Eleven, Inc.は子どもたちの健やかな成長の機会を資金面で支える新たな取り組みを開始しました。

各店舗の店長から、助成を必要としている近隣の学校やスポーツ団体への補助金申請が7-Eleven, Inc. 本部にされます。支援金は加盟店と本部で用意し、子どもたちが楽しんで学校に通い続けるために支援が必要な研究活動や、課外活動、運動活動に対して提供しています。2013年度、本部と加盟店は380件、約14万ドルを学校と団体に寄付しました。この支援金は学校図書や校外学習、遊具・運動設備などに使われました。



地域の安全

7-Eleven, Inc.と地域住民が共に安全性を高めるために、「ナショナル・ナイト・アウト®」をはじめとした地域活動に参加しています。「ナショナル・ナイト・アウト®」とは住民と警察官が交流を深めることを目的としたイベントで、全米各地で開催され、市民、警察官、市議会委員、自治体の職員も参加しています。皆が団結して犯罪抑止と薬物防止に対する関心を高め、地域全体で犯罪者に立ち向かうというメッセージを発信しています。

2013年度、7-Eleven, Inc.はこのイベントに多数参加し、地域の安全性への取り組みや、「オペレーション・チル・宣誓」を通じた青少年の育成活動を紹介しました。子どもたちは、法律を遵守し危険な行動をせず、良き住民であることを宣誓します。

飢餓救済

米国農務省によると、アメリカで、十分な栄養をとれていない18歳未満の子どもは1,600万人にのぼります。7-Eleven, Inc. はすべての子どもの心と体の育成には、健康的な食事を十分に食べられる環境が必要だと考えています。

子どもの飢餓を解決するため、7-Eleven, Inc. は9月の飢餓救済月間にあわせ、飢餓救済のチャリティ団体として有名な「フィーディング・アメリカ」と組み、認知向上の活動と店頭募金を実施しました。集まった約17万ドルは、募金があった地域のフードバンク団体に送られ、130万食を超える食事として活用されます。



9月の飢餓救済月間には、食品飲料メーカーの「オーク・ファームズ・デイリー」とともにフードバンク「ノース・テキサス・フード・バンク」を支援するキャンペーンを実施しました。これは、テキサス州ダラス・フォートワース地域の7-Eleven店舗で、牛乳1ガロン(3.785リットル)を販売するごとに、7-Eleven, Inc. と「オーク・ファームズ・デイリー」から1食分に相当する金額を寄付する取り組みです。結果、両社で約8万食分相当の26,500ドルを提供しました。

そのフードバンクは、日持ちする上、栄養価が高い食べ物を詰めたパックを、給食が提供されない週末の食事として、子どもたちに配布しています。飢餓救済月間の開始時には7-Eleven, Inc. の従業員ボランティアがその子ども向け食事パックをつくる作業を手伝いました。



健康食品の拡大

健康志向のお客様に対応するため、果物や生野菜を各種販売しています。2013年度には、7-Eleven, Inc. のプライベートブランドである「7-Select®」でドライフルーツ、野菜チップス、ナッツ、バナナチップスなどの商品の販売を開始しました。



外出先でも手軽に食べることができるように容器で販売

社員の声



7-Eleven, Inc.
商品部シニアバイスプレジデント
Rebecca Frechette

簡単に食事を済ませたいと思うお客様は、健康的でかつ味に満足できる商品を求めています。健康志向のお菓子は、急成長している分野の一つです。私たちは健康的でおいしい商品を手頃な価格で各種提供していくことを目指して、取り組みを進めています。

従業員の能力開発支援

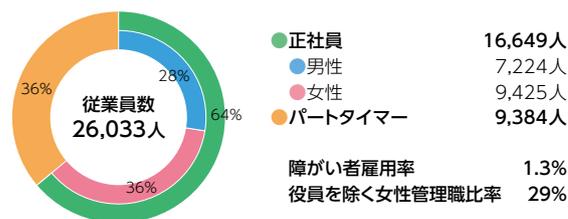
7-Eleven, Inc. は、アメリカとカナダを合わせて26,000人以上の自社従業員と、加盟店を含め8,292店舗を擁しています。企業の成長には従業員の能力を高めることが不可欠であるため、教育プログラムを充実させています。

例えば、OFC (店舗経営相談員)と本部従業員を対象とした教育カリキュラムに「セブン・エクセル・ユニバーシティ」があります。このカリキュラムはリーダーシップ

やマネジメント力、ビジネススキル(店舗運営・商品知識・業務プロセス)を向上させることを目的としています。2013年度には、このプログラムをモバイルでもアクセスできるようにするなど、より効果的に学習できるように改善しました。

その他、2013年度は店舗運営者に役立つよう「優れた従業員の採用」「業務内容の教育」「お客様への接客」の事例・手順・方法をまとめました。この情報は店舗で確認することが可能です。7-Elevenの店舗運営には、従業員の協力が重要な役割を果たします。店舗従業員の能力開発により、店舗の生産性とお客様満足度の向上に努めています。

アメリカとカナダの従業員関連データ
(2013年12月末現在)



TOPICS

海外の7-Eleven運営企業の取り組み

7-Eleven, Inc. は16の国と地域に「7-Eleven」のエリアライセンス権を付与しています。各国7-Elevenはそのエリアライセンス権を持つ企業が運営しており、ロイヤリティフィーが7-Eleven, Inc. の営業収入に計上されます。小売業として世界最大の店舗数を築いてきた7-Elevenの店舗数は、世界で5万店を超えます。ここでは、2カ国の7-Elevenの代表的な活動を紹介します。

タイで7,429店舗を運営するCP ALL Public Company Ltd.[Charoen Pokphand Group]では、以前からお客様を

巻き込んだ形でのレジ袋の削減に取り組んでいます。また、2013年には省エネ店舗を初出店しました。

韓国で7,085店舗を運営するKorea Seven Co., Ltd. [Lotte Group]は、フードバンクを通じて生活必需品を提供したり、お弁当やケーキなどの利益の1%で乳幼児用の粉ミルクを寄付したりすることで、韓国社会福祉協会を支援しています。

※店舗数は2013年12月末現在です。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. (59店舗)

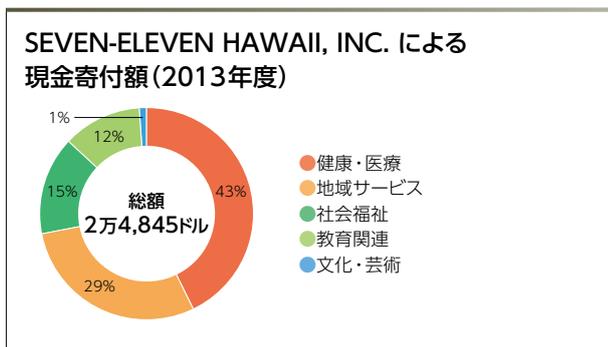
沿革

セブン-イレブン・ジャパンがアメリカサウスランド社(現7-Eleven, Inc.)から1989年にハワイ事業部を買収し、SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. (以下SEH)は事業を開始しました。2013年12月末現在、オアフ島のほかマウイ島などに59店舗を展開しています。



地域社会との共生

良き企業市民として、SEHは子ども・教育・福祉・健康に関するNPOや活動を支援しています。2013年度、SEHはお客様・加盟店・従業員・会社からの募金、物品提供、ボランティア活動などを通じて、金額換算で約15万ドル相当の支援を、94団体に対して実施しました。



フィリピン台風災害への救援募金活動

SEHではフィリピン系の従業員が多く働いており、その親族は今もフィリピンに住んでいます。2013年11月にフィリピンで発生した台風「ハイヤン」の被災者を支援するため、募金活動を2014年2月まで実施し、SEHを含むハワイ州の企業・市民から65万ドルが集まりました。この金額に「コンスエロ財団^{*1}」が同額を寄付し、合計130万ドルが「フィリピーノ・コミュニティ・センター^{*2}」に送られ、緊急時の食料、損壊した学校の補修などに活用されました。

*1 ハワイとフィリピンで活動する子どもや女性、家族の虐待防止とケアなどを目的にする財団

*2 ハワイでフィリピンの文化を伝えるセンターを運営

高齢者への支援

SEHは1978年から寄付金集めのためのチャリティ活動ゴルフトーナメント「セブン-イレブン・チャリティ・ゴルフ・クラシック」を開催しています。このチャリティで集まった金額を、2013年度は「ラナキラ・ミールズ・オン・ウィールズ」に寄付しました。ハワイでは高齢者の飢餓が問題となっています。そうした中、この団体はボランティアによりオアフ島内全域でお年寄りの自宅に栄養バランスのとれた食事を配達しています。

環境負荷の低減

SEHは電気使用量を削減する「エネルギー・スマート・プログラム」を2012年度から実施しています。2年目となる2013年度は、地元のコンサルティング会社やセブン-イレブン・ジャパンと連携しながら、新店や既存店の改装時に省エネを推し進めた結果、前年度比で電気使用量が98%、費用は96%になるという成果をあげました。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. の店舗数と店舗運営に伴う環境関連データ

	2011年度	2012年度	2013年度
店舗数	58	59	59
電気使用量 (MWh)	18,468	18,079	17,848

中国での取り組み

中国でコンビニエンスストアと総合スーパーストアなどを展開しています。

事業概要

コンビニエンスストア事業の概要

セブン-イレブン・ジャパンは2004年より北京市・天津市において中国でのコンビニエンスストア事業の本格展開を開始し、その後、成都市、青島市、重慶市へと出店を拡大してきました。

中国では国の政策により都市は近代化されており、屋台などの中国の伝統的な店舗が減少しています。そうした中、セブン-イレブンが安全・安心な食を提供することで、都市における近くて便利な生活インフラとして社会に貢献していくことを理念に掲げ、事業を行っています。



総合スーパーストア事業の概要

イトーヨーカドーは1996年に中国政府からの要請を受け、1997年9月には北京市に「華糖ヨーカ堂有限公司」を設立しました。これと平行して四川省成都市からも要請を受けて、1996年12月には成都市に「成都イトーヨーカ堂有限公司」を設立しました。

日本で培った「安全・安心な商品」の提供や丁寧な接客に加え、中国のお客様のニーズにあった品揃えやサービスを追求するとともに、中国国内からの商品調達や現地従業員による店舗運営など、「中国人の、中国人による、中国人のための店舗」を目指しています。



中国事業の強化に向けて

中国における積極的な業務拡大に向けた体制を確立するため、コンビニエンスストア事業の運営会社と総合スーパーストア事業の運営会社を傘下に置く統括会社（投資性会社）として「セブン-イレブン（中国）投資有限公司」と「イトーヨーカ堂（中国）投資有限公司」を2012年に設立しました。

CSR推進に向けて

近年中国では、急激な経済発展に伴い環境問題、労働問題が顕在化し、さらに中国政府の方針のもと、CSRの取り組みガイドラインや評価指標の策定、CSR評価ランキングの公表など、CSRへの関心が急速に高まっています。これまでのCSR活動を推進し、こうした中国社会の流れに対応するため、2014年2月にはセブン-イレブン（中国）投資会社、イトーヨーカ堂（中国）投資会社および両社傘下の子会社に

日本の事業会社が構築しているCSR推進体制（p7）と同じ体制を構築しました。

体制構築にあたり、2013年12月、セブン&アイHLDGS.のCSR責任者が中国を訪問し、CSRに関する基本的な考え方、日本のCSR推進体制と具体的な活動に関して董事長を含む日本人・中国人の幹部社員と共有しました。中国事業会社各社は新たに構築した体制の下、自社のCSR課題を特定し、それに基づき従業員へのCSR教育を行うことでCSRを推進していきます。



● セブン-イレブン北京(150店舗)、セブン-イレブン天津(56店舗)、セブン-イレブン成都(79店舗)

人材の育成・活躍支援

能力向上支援

店舗展開を進める上で、中国人従業員の育成・登用は不可欠です。店舗運営の経験を積み、高いコミュニケーション能力を持って加盟店オーナーとスムーズに交流できる人材、なおかつ店舗をより良くするという視点から仕事を考えられる人材の育成を目指して、さまざまな施策を実施しています。

社員はOFC(発注や品揃え、従業員の教育面など経営全般をさまざまな角度から加盟店にアドバイスをする店舗経営相談員)になる前に、トレーニングストアで勤務経験を積みます。セブン-イレブン成都では、その社員向け教育プログラムを改善し、入社からOFCになるまでの23カ月にかけて「基本4原則(フレンドリーサービス、クリンリネス、鮮度管理、品揃え)」、「単品管理」、「従業員の採用・教育・作業割り当て・評価」、「経営数値」などについて教育しています。一方、OFC向けの教育として数値改善・問題解決能力を高めることを目的に、2013年11月に各部門責任者が必要な知識を教える研修時間を設けるようにしました。また、OFCの店舗を見る力を向上させるために、地区ごとに実際の店舗に入り研修をしています。

セブン-イレブン北京では管理者を対象に、部下の育成方法や部下との円滑なコミュニケーション方法に関する研修を実施しています。本社業務社員の教育としては、2013年9月から10月にかけて、商品部・開発部・トレーニング部・財務会計部の計7名の社員が、セブン-イレブン・ジャパンの研修に参加し、効率的な仕事の進め



方を学びました。2014年度は、OFC向けに加盟店との円滑なコミュニケーションを向上させる研修を開催していきます。

公平な評価・処遇

3社では毎月の面談評価と年1回の年間評価を社員に実施しています。月間評価では、社員とその直属の上長(一次上長)が、各自が設定した月ごとの業務目標に対する達成度合いについて話し合います。年間評価では、各自の自己評価をまず一次上長が評価した上で、二次上長が評価と面談を実施します。管理者に対しては、毎月実施する部下の評価方法とその評価に応じた給与算出方法に関する研修を定期的に行っています。

職場環境の改善

セブン-イレブン北京の子会社であるセブン-イレブン天津では、セブン-イレブン北京のノウハウの習得に加え、従業員の声を聞いて働きやすい職場にしていくために従業員相談受付専用のメールアドレスを設けて、社内体制、社員の福利厚生、人間関係の悩みに関して従業員が自由に提案・相談できる環境を整えています。

女性の活躍推進

中国では、出産や育児に関する休暇を男女に手厚く与えるよう労働契約法で定められています。こうした法制度と実力本位の管理職登用が相まって、セブン-イレブン北京の役員を除く女性管理職比率は2013年12月末現在58.3%と、前年度の47.0%から大幅に増えました。2012年11月には、初となる中国人女性董事がセブン-イレブン天津で誕生しました。2013年にはセブン-イレブン北京の財務会計本部長の女性と人事部長の女性がそれぞれ副総経理に就きました。2014年2月にはセブン-イレブン成都の管理本部長の女性が副総経理に就き、女性の登用が進んでいます。

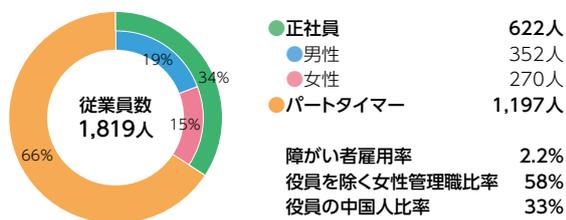
社員の声



セブン-イレブン成都
副総経理兼管理本部本部長
許亜利 (XU YALI)

入社前に成都イトーヨーカ堂有限公司で働いていました。その際に複数の部門でさまざまな経験を積むことができたため、コミュニケーション能力には自信があります。仕事から、政府・地域社会・マスコミの知り合いが多くいることで、セブン-イレブン成都の創業時から成長期に大いに貢献することが出来たと考えています。これから、自分の積み重ねてきた経験と人脈を最大限に活用し、会社の発展に力を尽くし、成都市民にとって「近くて便利」な店をつくるという会社の目標を達成するために、皆と一緒に頑張っていきます。

セブン-イレブン北京の従業員関連データ
(2013年12月末現在)



お客様満足度の向上

3社ではお客様の立場で商品・サービスを改善するため、お客様相談窓口を設けています。いただいた情報は内容ごとに分類し、各部署や店舗に発信しています。セブン-イレブン北京とセブン-イレブン天津では、お客様からのお褒めの言葉は、店舗からの申請に基づきOFCと関連部門によるチェックを経て、「総経理賞」として社内で表彰しています。

接客サービスの向上策として、3社では店舗でのフレンドリーさや業務能力が高いと判断される従業員を表彰する制度を設けています。この制度により、お客様へのフレンドリーさを高め、なおかつ従業員のモチベーション

を上げ、店勤務の定着率向上を図っています。また、セブン-イレブン北京とセブン-イレブン成都では優れた接客内容を全店舗に拡大させるため、店舗に配布する社内誌にその事例を掲示しています。

そのほかにも、お客様のニーズの変化を把握し商品と売場の改善、そして接客能力の向上につなげるため、セブン-イレブン天津とセブン-イレブン成都では商圈と時間帯別に、社員による入店調査とお客様へのアンケート調査を毎年実施しています。



セブン-イレブン成都で表彰された受賞者と経営層

地域社会との共生

セブン-イレブン北京では、2006年11月から店舗に募金箱を設置してお客様から寄付を募り、政府公認の環境保護団体「北京緑化基金会」に寄付しています。

同基金会は、砂塵被害や砂漠化への対策として、市民の寄付金をもとに木を植え、北京および周辺地域に防砂林をつくる活動をしています。

セブン-イレブン成都は社会貢献活動が業界および政府から高い評価を得ており、成都小売チェーン協会、成都市商務局などから、2012年度は「小売業社会責任賞」を受賞し、2013年度は「年度公益貢献賞」を受賞しました。

募金額の推移

2011年度	148,586元
2012年度	164,884元
2013年度	112,406元



セブン-イレブン成都の活動事例

- ① [7月11日][11月7日]を「7-11 DAY」とし、地域社会への貢献と清潔な都市環境の整備への貢献を目的とした活動を2012年より実施しています。これまでに例えば店舗や本部周辺での清掃活動やポイ捨て禁止を伝え携帯用灰皿を無償で提供しました。



7-11 DAYではセブン-イレブンの環境保護の理念を市民に説明し、署名を募っています。

- ② 2013年からは脳に障がいがある児童・青少年が暮らす「善工家園」を、6月1日の児童節とクリスマスの際に董事長と社員が訪問。プレゼントを渡したり、授業に参加することで絆を深めています。



- ③ 2013年4月に発生した四川省雅安での大地震発生時には、いち早く被災地におにぎりや肉まん、ミネラルウォーターを届けました。迅速な取り組みはSNSやメディアで評価を受けました。

環境負荷の低減

中国では、伸び続ける電力需要によって供給不足が生じ、電気料金が高騰しています。企業では、環境負荷低減に加えてコスト抑制のためにも節電が不可欠となっています。セブン-イレブン北京では2013年度、2店舗にLED照明をテスト導入しました。2014年度には、すべての既存店舗の照明をLEDにする予定です。セブン-イレブン天津では店頭看板のLEDはセブン-イレブン・ジャパンと同じメーカーのものを使用することでコストメリットを発揮しています。

セブン-イレブン北京の専用工場として、セブン-イレブン・ジャパンがわらべや日洋株式会社と合同出資した旺洋工場が2011年2月から稼働しています。中国で初めて弁当の生産許可認定を受けた工場であり、排水・廃油処理について模範的な設備を完備しており、環境にも配慮した工場です。また不要な食材は養豚場の飼料に利用されています。ほかにも、工場では地元出身の社員を積極的に雇用し、原材料も地元の業者から仕入れることで、地域経済の活性化に貢献しています。

セブン-イレブン北京の店舗数と環境関連データ

	2011年度	2012年度	2013年度
店舗数	147	200	150 ^{※3}
電気使用量(MWh)	13,216	20,675 ^{※1}	19,648
水使用量(千m ³)	55	82 ^{※2}	69

※1 政府によりガスの使用が規制されたことを受け、店内の厨房をガスから電気に変更しました。それにとまない、2012年度は電気使用量が増えました。

※2 データの収集方法を変更しました。

※3 セブン-イレブン北京に含んでいた天津市内の店舗をセブン-イレブン天津に移管しました。それにより2012年度と比較して年度末の店舗数は大幅に減っています。

● 華糖ヨーカ堂・成都イトーヨーカ堂

中国人従業員の登用

「現地化」の基本方針のもと、中国人従業員の積極的な登用を進めています。中国人従業員主体の店舗運営体制を整備し、2013年12月末現在の役員を除く管理職に占める中国人の割合は華糖ヨーカ堂で94%、成都イトーヨーカ堂で86%となりました。店舗では、華糖ヨーカ堂で9店中7店、成都イトーヨーカ堂では全店で中国人店長が活躍しています。

また、中国では女性の登用も進んでおり、女性の管理職比率は、華糖ヨーカ堂が68%、成都イトーヨーカ堂が48%となっています。

従業員の能力向上支援

現地従業員のやる気を引き出し、各人の能力が最大限発揮されるように、研修制度を整備するとともに、従業員同士が競い合うさまざまなコンクールや表彰制度を導入しています。

また、成都イトーヨーカ堂では、幹部社員のコミュニケーション能力の向上やリーダーシップの発揮を目的に、2013年11月から社外講師による幹部社員育成プログラムを導入しました。この研修を通じて、幹部社員は部下を育成するという自らの役割を改めて認識し、部下の自主性を最大限引き出すコミュニケーション方法を学んでいます。

華糖ヨーカ堂の主なコンクール・表彰制度

成果発表会	半期ごとに開催 接客や販売促進・コスト削減・環境改善などの視点から個人または部単位で事例を報告し優れた事例を表彰
優秀社員表彰制度	会社への貢献度が高く模範となる従業員・お取引先・店中店(テナント)従業員を表彰
販売技能コンテスト	主な祝祭日に売上金額の伸びなどを競い合う社内でも上位3店舗の優秀店を表彰 店舗ごとにも5つの優秀部門を表彰
業務改善提案発表会	業務改善の提案を募集し、各店・各部門1名を選出し、提案の発表を行う

従業員の一体感を醸成する運動会の開催

成都イトーヨーカ堂は2011年から毎年、全従業員・全テナントが参加する運動会を開催しています。店舗ごとにチームを組み応援やさまざまな団体競技を通じて、従業員の一体感を醸成しています。また、一部のお取引先の幹部の方や地域のお客様にもご参加いただくことでお取引先や地域社会との交流の場にもなっています。

TOPICS

2014年5月に成都イトーヨーカ堂に初の中国人女性総経理(社長)が誕生しました



成都イトーヨーカ堂
総経理
金 暁蘇

私は、1998年に成都イトーヨーカ堂1号店出店の際に通訳として入社しました。最初は管理本部長の通訳を務めましたが、現場との橋渡しをする中で感じたことなどを、積極的に提案しました。それが認められて業務担当となり、その後も次々と責任ある仕事を任せられるようになりました。

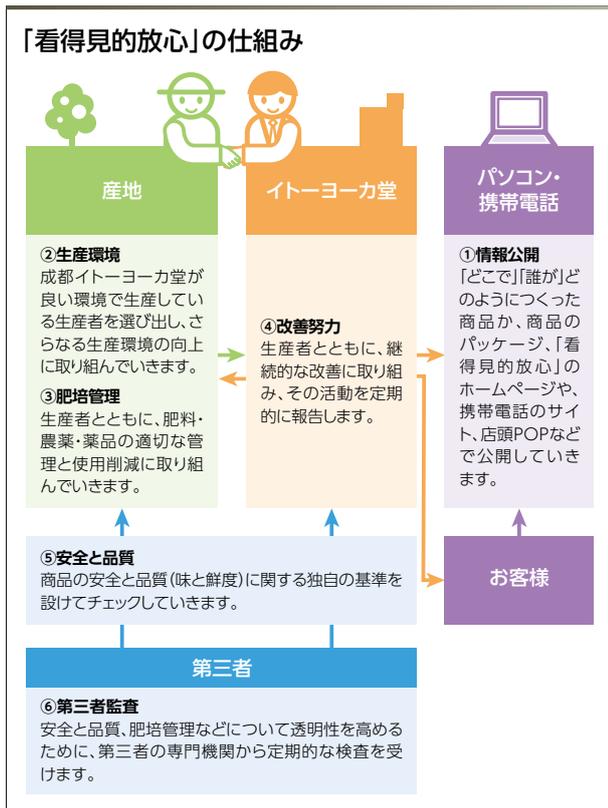
私が日本人幹部から学んだことは、誠実に仕事をするということ。そして、誠実に仕事に取り組み、それを認めてくれる会社であることを、私も周囲の人たちも実感しています。

成都イトーヨーカ堂は、中国社員・日本社員の隔てなく、誰もが自由に発言し、話し合っています。社員たちは積極的に提案し、会社の方針も自分のこととして受け止めて実行できます。これがチームワークと徹底力の基盤だと思います。

今後は総経理として、先輩たちが築いてきたこの社風を受け継ぎ、社員がやりがいを持って働ける企業として発展させていきたいと考えています。

「看得見的放心」(顔が見える食品。)の販売

成都イトーヨーカ堂は、中国国内で高まる食の不安の解消に向けて、2013年3月から日本で取り扱っている「顔が見える食品。」(P30参照)と同様のコンセプトで「看得見的放心」の販売を開始しました。この商品は、「どのような生産者」が「どこで」「どのように育てた商品なのか」を専用のウェブサイトで確認できます。お子様がいらっしゃるお客様、妊娠中のお客様など、特に安全・安心に関心の高いお客様から好評です。2013年12月末現在で、野菜33アイテム、果物11アイテムを販売しており、2014年1月には豚肉の販売を開始しました。さらにカットフルーツや牛肉・鮮魚の販売に向けて準備を進めています。



お客様の声の活用

よりよい商品・お店づくりのために、お客様の声を収集する「お客様の声ボックス」を全店舗に設置しています。華糖ヨーカ堂では、毎週各店のお客様相談室担当を

集めて会議を開催し、お客様の声を共有しています。成都イトーヨーカ堂では、週単位で収集されたお客様の声を関係部署・店舗に送り共有するとともに、毎月全店の幹部社員が集まりお客様満足度委員会を開催して、お客様からいただいた重要なお意見について改善策を検討しています。

環境負荷の低減

中国では深刻化する環境問題の解決のため、企業も取り組みを求められています。華糖ヨーカ堂は、北京市と省エネ目標責任書を締結し、2012年度から428標準炭トンのエネルギー使用削減を義務付けられ、空調の温度管理や照明時間の管理などを徹底して熱量の使用を削減したことで、427標準炭トンの削減を達成しました。2014年度はさらなる省エネに向けてLED照明の導入などを進める計画です。同様に成都イトーヨーカ堂も、成都市と省エネ目標責任書を締結し、春熙店の基本照明のLED化や電気使用管理のマニュアルの徹底などを通じて、1,002標準炭トンの大幅な削減を達成しました。2014年度は、LED照明の導入など設備の改善に努めるとともに、本部に省エネプロジェクトを店舗に省エネ実行チームを結成し、環境負荷の低減に向けた施策を検討・実行していく計画です。

華糖ヨーカ堂環境関連データ

	2011年度	2012年度	2013年度
期末店舗数	8	8	9
電気使用量(MWh)	55,847	54,609	56,232
水使用量(千m ³)	413	360	359

成都イトーヨーカ堂環境関連データ

	2011年度	2012年度	2013年度
期末店舗数	5	5	5
電気使用量(MWh)	61,378	84,226	77,169
水使用量(千m ³)	571	674	761

受賞歴・社外からの評価

2013年度の主な受賞や評価

評価や賞の名称	主催者や授与団体	評価理由	対象
「NICES総合ランキング」1位	日本経済新聞社	投資家、消費者・取引先、従業員、社会、潜在力の5つの指標から総合的に評価	(株)セブン&アイ・ホールディングス
「平成25年度 第35回食品産業優良企業等表彰」環境部門にて農林水産大臣賞	一般財団法人食品産業センターおよび公益財団法人食品流通構造改善促進機構	環境に配慮した循環型農業を実践するために、2008年から設置を進めている農業生産法人「セブンファーム」の取り組みを評価	(株)イトーヨーカドー
第17回「企業の環境経営度調査」小売・外食部門2位	日本経済新聞社	環境対策推進組織を店舗ごとに設け、顧客や従業員の声を活かした取り組みを推進している点	(株)そごう・西武
グリーンITアワード2013の「経済産業省 商務情報政策局賞」(ITによる社会の省エネ部門)	グリーンIT推進協議会	電気の見える化システムとインテリジェント分電盤	(株)セブン-イレブン・ジャパン
「平成25年度 第7回製品安全対策優良企業表彰」大企業小売販売事業者部門にて、経済産業大臣賞	経済産業省	製品安全を基軸とした自社独自の品質基準の策定及び、グループ各社・取引先との共有。第三者認証機関を活用した工場監査の強化。取引先が行うリコールへの迅速な協力体制を整備	(株)イトーヨーカドー
第7回キッズデザイン賞	特定非営利活動法人キッズデザイン協議会	子どもの安全・安心と健やかな成長・発達に役立つデザインとして、デニースの「低アレルギーメニュー」2品と、赤ちゃん本舗の乳歯ブラシなど3品が受賞	(株)セブン&アイ・フードシステムズ、(株)赤ちゃん本舗
エンパワーメント大賞	公益財団法人 日本生産性本部ワーキングウーマン・パワーアップ会議	女性の役員・店長等への積極的な登用を進め、女性を中心とする店舗運営、グループ横断イベントの実施などに取り組んでいることを評価	(株)セブン&アイ・ホールディングス
「平成25年度 エコドライブコンテスト」最優秀賞	大分県	大分南北地区の店舗経営指導員(OFC)が車両の積載量を減らしたことや、無事故・無違反などを評価	(株)セブン-イレブン・ジャパン
「千代田区温暖化配慮行動計画書制度」最優秀賞	東京都千代田区	打ち水やグリーンカーテンなど、お客様とともに行う省エネの取り組みをはじめ、環境教育・地域貢献の取り組みを評価	(株)そごう・西武

SRI (社会的責任投資)に関する主な評価(2014年9月26日現在)

セブン&アイHLDGS.は以下のSRIの構成銘柄に選ばれています。



Dow Jones Sustainability Index:
Member of DJSI Asia-Pacific.



モーニングスター
社会的責任投資株価指数



ETHIBEL
Excellence
Reconfirmed since
July 18, 2013



ETHIBEL
Sustainability
Index Global
Reconfirmed since
September 22, 2014

温室効果ガス排出量検証報告書

株式会社セブン&アイ・ホールディングス 御中



BUREAU
VERITAS

2014年8月29日

ビューローベリタスジャパン株式会社
システム認証事業本部



ビューローベリタスジャパン株式会社(以下、ビューローベリタス)は、セブン&アイ HLDGS. CSR Report 2014 において株式会社セブン&アイ・ホールディングス(以下、セブン&アイ)により報告される温室効果ガス排出量に対して限定的保証業務を行った。

1. 検証範囲

セブン&アイはビューローベリタスに対し、以下の温室効果ガス情報の正確性について検証を行うことを依頼した。

・スコープ 1 及びスコープ 2 温室効果ガス排出量

日本国内、米国(7-Eleven, Inc.のエアライセンシーが運営する店舗は含まない)、カナダにおける下記の店舗運営にともなうエネルギー消費による CO₂ 排出量

会社名	対象店舗数	対象報告期間
株式会社セブン-イレブン・ジャパン	16,319	2013年3月1日から2014年2月28日
株式会社イトーヨーカ堂	182	2013年4月1日から2014年3月31日
株式会社ヨークベニマル	191	
株式会社そごう・西武	24	
株式会社セブン&アイ・フードシステムズ	595	
株式会社ヨークマート	76	
株式会社ロフト	78	
株式会社赤ちゃん本舗	97	
株式会社シェルガーデン	22	
7-Eleven, Inc.	8,292	2013年1月1日から2013年12月31日

2. 検証方法

ビューローベリタスは、ISO 14064-3(2006): Greenhouse gases - Part 3: Specification with guidance for the validation and verification of greenhouse gas assertions の要求事項に従って検証を行った。

ビューローベリタスは、限定的保証の一環として以下の活動を行った。

- ・温室効果ガス排出量を特定し算定する責任のあるセブン&アイの関係者へのインタビュー
- ・セブン&アイの温室効果ガス排出量を決定するために用いられた情報に対する、情報システムと収集・集計・分析方法の確認
- ・温室効果ガス排出量の正確性を確認するための元データのサンプル監査

3. 結論

実施した検証作業とプロセスによれば、温室効果ガス主張が以下であることを示す証拠は認められなかった。

- ・著しく正確性を欠き、対象範囲内の活動からの温室効果ガス排出量を適切に表していない
- ・セブン&アイが定めた温室効果ガス排出量算定方法に従って作成されていない

検証された温室効果ガス排出量	
スコープ 1 128,342 t-CO ₂ e	スコープ 2 3,439,021 t-CO ₂ e

【独立性、公平性及び力量の声明】

ビューローベリタスは、独立保証業務の提供に180年の歴史を持つ、品質・健康・安全・社会・環境管理に特化した独立の専門サービス会社です。検証チームメンバーは、当該任務の要求の範囲外において、セブン&アイとのビジネス上の関係は有していません。ビューローベリタスは、日常業務活動におけるスタッフの高い倫理基準を維持するため、倫理規定を導入しています。検証チームは、環境・社会・倫理・健康・安全の情報・システム・プロセスに対する保証について広範囲な経験を有しています。

GRIガイドライン第4版/ISO26000 内容索引

本レポートには、GRI (Global Reporting Initiative)「サステナビリティ・レポート・ガイドライン 第4版」による標準開示項目の情報を記載しています。

また、ISO26000「社会的責任に関する手引き」の7つの中核主題に該当する項目を示しています。

GRI項目	GRI指標	ISO26000:2010	記載ページ
一般標準開示項目			
戦略および分析		7.2 組織の特性と社会的責任との関係	
		4.7 国際行動規範の尊重	
		6.2 組織統治	
		7.4.2 社会的責任に関する組織の方向性の決定	
G4-1	組織の持続可能性の関連性と組織の持続性に取り組むための戦略に関して、組織の最高意思決定者（CEO、会長またはそれに相当する上級幹部）の声明		トップコミットメント(3)
G4-2	主要な影響、リスクと機会		トップコミットメント(3) 重点課題（マテリアリティ）の特定(9-18) セブン&アイHLDGS.の重点課題(18-19) 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供(21-22) 商品や店舗を通じた安全・安心の提供(27-28) 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用(37-38) 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援(45-46) お客様、お取引先を巻き込んだエシカルな社会づくりと資源の持続可能性向上(55-56)
組織のプロフィール		6.3.10 労働における基本的原則及び権利	
		6.4.1-6.4.2 労働慣行	
		6.4.3 雇用及び雇用関係	
		6.4.4 労働条件及び社会的保護	
		6.4.5 社会対話	
		6.8.5 雇用創出及び技能開発	
		7.8 社会的責任に関する自主的なイニシアチブ	
G4-3	組織の名称		会社概要(1)
G4-4	主要なブランド、製品およびサービス		会社概要(1)
G4-5	組織の本社の所在地		会社概要(1)
G4-6	組織が事業展開している国の数、および組織が重要な事業所を有している国、報告書中に掲載している持続可能性のテーマに特に関連のある国の名称		海外での取り組み(65)
G4-7	組織の所有形態や法人格の形態		会社概要(1) CSRレポートについて(2)
G4-8	参入市場(地理的内訳、参入セクター、顧客および受益者の種類を含む)		会社概要(1)
G4-9	組織の規模		会社概要(1) 営業収益および営業利益(1) 営業収益の内訳(1) 売上高の内訳(1) 連結従業員数の内訳(1)
G4-10	・雇用契約別および男女別の総従業員数 ・雇用の種類別、男女別の総正社員数 ・従業員・派遣労働者別、男女別の総労働力 ・地域別、男女別の総労働力 ・組織の作業の相当部分を担う者が、法的に自営業者と認められる労働者であるか否か、従業員や請負労働者(請負業者の従業員とその派遣労働者を含む)以外の者であるか否か ・雇用者数の著しい変動(例えば観光業や農業における雇用の季節変動)		会社概要(1) 連結従業員数の内訳(1) CSRデータ集
G4-11	団体交渉協定の対象となる全従業員の比率		健全な労使関係(54)
G4-12	組織のサプライチェーン		
G4-13	報告期間中に、組織の規模、構造、所有形態またはサプライチェーンに関して重大な変更が発生した場合はその事実		
外部のイニシアチブへのコミットメント			
G4-14	組織が予防的アプローチや予防原則に取り組んでいるか否か、およびその取り組み方		企業統治・CSRマネジメントの強化>リスクマネジメント委員会(6)
G4-15	外部で作成された経済、環境、社会憲章、原則あるいはその他のイニシアチブで、組織が署名または支持したもの		トップコミットメント(3) CSRレポートについて(2)
G4-16	(企業団体など)団体や国内外の提言機関で、組織が次の項目に該当する位置付けにあるものについて、会員資格		
特定されたマテリアルな側面とバウンダリー			
		5.2 社会的責任の認識	
		7.3.2 組織にとっての中核主題及び課題の関連性及び重要性の判断	
		7.3.3 組織の影響力の範囲	
		7.3.4 課題に取り組むための優先順位の決定	
G4-17	・組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっているすべての事業体 ・組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっている事業体のいずれかが報告書の掲載から外れていることはないか		会社概要(1) CSRレポートについて(2)
G4-18	・報告書の内容および側面のバウンダリーを確定するためのプロセス ・組織が「報告内容に関する原則」をどのように適用したか		重点課題（マテリアリティ）の特定(9-18)
G4-19	報告書の内容を確定するためのプロセスで特定したすべてのマテリアルな側面		セブン&アイHLDGS.の重点課題(18-19)
G4-20	各マテリアルな側面について、組織内の側面のバウンダリー		重点課題（マテリアリティ）の特定(9-18)
G4-21	各マテリアルな側面について、組織外の側面のバウンダリー		重点課題（マテリアリティ）の特定(9-18)
G4-22	過去の報告書で提供した情報を修正再記述する場合には、その影響および理由		該当なし
G4-23	スコープおよび側面のバウンダリーについて、過去の報告期間からの重要な変更		CSRレポートについて(2)
ステークホルダー・エンゲージメント			
		5.3 ステークホルダーの特定及びステークホルダーエンゲージメント	
G4-24	組織がエンゲージメントしたステークホルダー・グループの一覧		CSRIに関連する方針(4)
G4-25	組織がエンゲージメントしたステークホルダーの特定および選定基準		重点課題（マテリアリティ）の特定(9-10)

GRI項目	GRI指標	ISO26000:2010	記載ページ
G4-26	ステークホルダー・エンゲージメントへの組織のアプローチ方法(種類別、ステークホルダー・グループ別のエンゲージメント頻度など)		重点課題(マテリアリティ)の特定(9-18)
G4-27	ステークホルダー・エンゲージメントにより提起された主なテーマや懸念、およびそれに対して組織がどう対応したか(報告を行って対応したものを含む)		重点課題(マテリアリティ)の特定(9-18)
報告書のプロフィール		7.5.3 7.6.2	社会的責任に関するコミュニケーションの種類 社会的責任に関する報告及び主張の信頼性向上
G4-28	提供情報の報告期間(会計年度、暦年など)		CSRLレポートについて(2)
G4-29	最新の発行済報告書の日付(該当する場合)		CSRLレポートについて(2)
G4-30	報告サイクル(年次、隔年など)		CSRLレポートについて(2)
G4-31	報告書またはその内容に関する質問の窓口		
GRI内容索引			
G4-32	・組織が選択した「準拠」のオプション ・選択したオプションのGRI内容索引 ・報告書が外部保証を受けている場合、外部保証報告書の参照情報		GRIガイドライン/ISO26000内容索引(79-84)
保証			
G4-33	・報告書の外部保証に関する組織の方針および現在の実務慣行 ・サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基準 ・組織と保証の提供者の関係 ・最高ガバナンス組織や役員が、組織のサステナビリティ報告書の保証に関わっているか否か		温室効果ガス排出量検証報告書(78)
ガバナンス		6.2 7.4.3 7.7.5	組織統治 組織の統治、システム及び手順への社会的責任の組み込み パフォーマンスの改善
ガバナンスの構造と構成			
G4-34	組織のガバナンス構造(最高ガバナンス組織の委員会を含む)		企業統治・CSRマネジメントの強化(5-8)
G4-35	最高ガバナンス組織から役員や他の従業員へ、経済、環境、社会テーマに関して権限委譲を行うプロセス		企業統治・CSRマネジメントの強化(5-8)
G4-36	組織が、役員レベルの地位にある者を経済、環境、社会テーマの責任者として任命しているか、その地位にある者が最高ガバナンス組織の直属となっているか否か		企業統治・CSRマネジメントの強化(5-8)
G4-37	ステークホルダーと最高ガバナンス組織の間で、経済、環境、社会テーマについて協議するプロセス		企業統治・CSRマネジメントの強化(5-8)
G4-38	最高ガバナンス組織およびその委員会の構成		
G4-39	最高ガバナンス組織の議長が執行役員を兼ねているか否か		企業統治・CSRマネジメントの強化(5-8)
G4-40	最高ガバナンス組織とその委員会のための指名・選出プロセス		
G4-41	最高ガバナンス組織が、利益相反が排除され、マネジメントされていることを確実にするプロセス		企業統治・CSRマネジメントの強化(5-8)
目的、価値、戦略の設定における最高ガバナンス組織の役割			
G4-42	経済、環境、社会影響に関わる組織の目的、価値、ミッション・ステートメント、戦略、方針、および目標、策定、承認、更新における最高ガバナンス組織と役員の役割		企業統治・CSRマネジメントの強化(5-8)
最高ガバナンス組織の能力およびパフォーマンスの評価			
G4-43	経済、環境、社会テーマに関する最高ガバナンス組織の集会的知見を発展・強化するために講じた対策		企業統治・CSRマネジメントの強化(5-8)
G4-44	・最高ガバナンス組織の経済、環境、社会テーマのガバナンスに関するパフォーマンスを評価するためのプロセス ・最高ガバナンス組織の経済、環境、社会テーマのガバナンスに関するパフォーマンスの評価に対応して講じた措置		企業統治・CSRマネジメントの強化(5-8)
リスク・マネジメントにおける最高ガバナンス組織の役割			
G4-45	・経済、環境、社会影響、リスクと機会の特定、マネジメントにおける最高ガバナンス組織の役割 ・ステークホルダーとの協議が、最高ガバナンス組織による経済、環境、社会影響、リスクと機会の特定、マネジメントをサポートするために活用されているか否か		企業統治・CSRマネジメントの強化(5-8)
G4-46	組織の経済、環境、社会的テーマに関するリスク・マネジメント・プロセスの有効性をレビューする際に最高ガバナンス組織が負う役割		企業統治・CSRマネジメントの強化(5-8)
G4-47	最高ガバナンス組織が実施する経済、環境、社会影響、リスクと機会のレビューを行う頻度		
サステナビリティ報告における最高ガバナンス組織の役割			
G4-48	組織のサステナビリティ報告書の正式なレビューや承認を行い、すべてのマテリアルな側面が取り上げられていることを確認するための最高位の委員会または役職		
経済、環境、社会パフォーマンスの評価における最高ガバナンス組織の役割			
G4-49	最高ガバナンス組織に対して重大な懸念事項を通知するためのプロセス		
G4-50	最高ガバナンス組織に通知された重大な懸念事項の性質と総数、およびその対応と解決のために実施した手段		
報酬とインセンティブ			
G4-51	最高ガバナンス組織および役員に対する報酬方針		
G4-52	報酬の決定プロセス		
G4-53	報酬に関するステークホルダーの意見をどのように求め考慮しているか		
G4-54	組織の重要事業所があるそれぞれの国における最高給与受給者の年間報酬総額について、同じ国の全従業員の年間報酬総額の中央値(最高給与受給者を除く)に対する比率		
G4-55	組織の重要事業所があるそれぞれの国における最高給与受給者の年間報酬総額の増加率について、同じ国の全従業員の年間報酬総額の中央値(最高給与受給者を除く)の増加率に対する比率		
倫理と誠実性		4.4 6.6.3	倫理的な行動 汚職防止
G4-56	組織の価値、理念および行動基準・規範(行動規範、倫理規定など)		CSRIに関連する方針(4)
G4-57	倫理的、法的行為や誠実性に関する事項について助言を与えるため組織内外に設けてある制度(電話相談窓口)		お取引先相談窓口の運用(62)
G4-58	非倫理的あるいは違法な行為についての懸念や、組織の誠実性に関する事項の通報のために組織内外に設けてある制度(ライン管理職による上申制度、内部告発制度、ホットラインなど)		お取引先相談窓口の運用(62) CSRデータ集

GRI項目	GRI指標	ISO26000:2010	記載ページ
特定標準開示項目			
マネジメント手法の開示項目に関する手引き			
G4-DMA	側面がマテリアルである理由	6 7.3.1 7.4.3 7.7.3 7.7.5	社会的責任の中核主題に関する手引き デューデリジエンス 組織の統治、システム及び手順への社会的責任の組み込み 社会的責任に関する組織の進捗及びパフォーマンスの確認 パフォーマンスの改善
側面: マテリアリティ			
重点課題(マテリアリティ)の特定(9-18) セブン&アイHLDGS.の重点課題(18-19)			
カテゴリ: 経済			
側面: 経済パフォーマンス			
G4-EC1	創出、分配した直接的経済価値	6.8.1-6.8.2 6.8.3 6.8.7 6.8.9	コミュニティへの参画及びコミュニティの発展 コミュニティへの参画 富及び所得の創出 社会的投資
G4-EC2	気候変動によって組織の活動が受ける財務上の影響、その他のリスクと機会	6.5.5	気候変動の緩和及び気候変動への適応
G4-EC3	確定給付型年金制度の組織負担の範囲	6.8.7	富及び所得の創出
G4-EC4	政府から受けた財務援助		
側面: 地域での存在感			
G4-EC5	重要事業拠点における地域最低賃金に対する標準最低給与の比率(男女別)	6.3.7 6.3.10 6.4.3 6.4.4 6.8.1-6.8.2	差別及び社会的弱者 労働における基本的原則及び権利 雇用及び雇用関係 労働条件及び社会的保護 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展
G4-EC6	重要事業拠点における、地域コミュニティから採用した上級管理職の比率	6.4.3 6.8.1-6.8.2 6.8.5 6.8.7	雇用及び雇用関係 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展 雇用創出及び技能開発 富及び所得の創出
側面: 間接的な経済影響			
G4-EC7	インフラ投資および支援サービスの展開と影響	6.3.9 6.8.1-6.8.2 6.8.7 6.8.9	経済的、社会的及び文化的権利 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展 富及び所得の創出 社会的投資
G4-EC8	著しい間接的な経済影響(影響の程度を含む)	6.3.9 6.6.6 6.6.7 6.7.8 6.8.1-6.8.2 6.8.5 6.8.7 6.8.9	経済的、社会的及び文化的権利 バリューチェーンにおける社会的責任の推進 財産権の尊重 必要不可欠なサービスへのアクセス コミュニティへの参画及びコミュニティの発展 雇用創出及び技能開発 富及び所得の創出 社会的投資
側面: 調達慣行			
G4-EC9	重要事業拠点における地元サプライヤーへの支出の比率	6.4.3 6.6.6 6.8.1-6.8.2 6.8.7	雇用及び雇用関係 バリューチェーンにおける社会的責任の推進 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展 富及び所得の創出
カテゴリ: 環境			
側面: 原材料			
G4-EN1	使用原材料の重量または量	6.5.4	持続可能な資源の利用
G4-EN2	使用原材料におけるリサイクル材料の割合	6.5.4	持続可能な資源の利用
側面: エネルギー			
G4-EN3	組織内のエネルギー消費量	6.5.4	持続可能な資源の利用
G4-EN4	組織外のエネルギー消費量	6.5.4	持続可能な資源の利用
G4-EN5	エネルギー原単位	6.5.4	持続可能な資源の利用
G4-EN6	エネルギー消費の削減量	6.5.4 6.5.5	持続可能な資源の利用 気候変動の緩和及び気候変動への適応
G4-EN7	製品およびサービスが必要とするエネルギーの削減量	6.5.4 6.5.5	持続可能な資源の利用 気候変動の緩和及び気候変動への適応
側面: 水			
G4-EN8	水源別の総取水量	6.5.4	持続可能な資源の利用
G4-EN9	取水によって著しい影響を受ける水源	6.5.4	持続可能な資源の利用
G4-EN10	リサイクルおよびリユースした水の総量と比率	6.5.4	持続可能な資源の利用
側面: 生物多様性			
G4-EN11	保護地域の内部や隣接地域または保護地域外の生物多様性価値の高い地域に所有、賃借、管理している事業サイト	6.5.6	環境保護、生物多様性、及び自然生息地の回復
G4-EN12	保護地域や保護地域外の生物多様性価値の高い地域において、活動、製品、サービスが生物多様性に対して及ぼす著しい影響の記述	6.5.6	環境保護、生物多様性、及び自然生息地の回復
G4-EN13	保護または復元されている生息地	6.5.6	環境保護、生物多様性、及び自然生息地の回復
G4-EN14	事業の影響を受ける地域に生息するIUCNレッドリストおよび国内保全種リスト対象の生物種の総数	6.5.6	環境保護、生物多様性、及び自然生息地の回復

GRI項目	GRI指標	ISO26000:2010	記載ページ
側面:大気への排出			
G4-EN15	直接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ1)	6.5.5 気候変動の緩和及び気候変動への適応	環境負荷の適切な把握(39) 温室効果ガス排出量検証報告書(78) CSRデータ集
G4-EN16	間接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ2)	6.5.5 気候変動の緩和及び気候変動への適応	環境負荷の適切な把握(39) 環境負荷の低減(66) 温室効果ガス排出量検証報告書(78) CSRデータ集
G4-EN17	その他の間接的な温室効果ガス(GHG)排出(スコープ3)	6.5.5 気候変動の緩和及び気候変動への適応	物流におけるCO ₂ 排出量の削減(42) CSRデータ集
G4-EN18	温室効果ガス(GHG)排出原単位	6.5.5 気候変動の緩和及び気候変動への適応	
G4-EN19	温室効果ガス(GHG)排出量の削減量	6.5.5 気候変動の緩和及び気候変動への適応	環境負荷の適切な把握(39) 物流におけるCO ₂ 排出量の削減(42) CSRデータ集
G4-EN20	オゾン層破壊物質(ODS)の排出量	6.5.3 汚染の予防 6.5.5 気候変動の緩和及び気候変動への適応	フロン管理(41)
G4-EN21	NOx、SOx、およびその他の重大な大気排出	6.5.3 汚染の予防	
側面:排水および廃棄物			
G4-EN22	水質および排出先ごとの総排水量	6.5.3 汚染の予防 6.5.4 持続可能な資源の利用	
G4-EN23	種類別および処分方法別の廃棄物の総重量	6.5.3 汚染の予防	食品リサイクルの推進(43) 包装容器などの削減(44) CSRデータ集
G4-EN24	重大な漏出の総件数および漏出量	6.5.3 汚染の予防	
G4-EN25	パーゼル条約付属文書I、II、III、VIIIに定める有害廃棄物の輸送、輸入、輸出、処理重量、および国際輸送した廃棄物の比率	6.5.3 汚染の予防	
G4-EN26	組織の排水や流出液により著しい影響を受ける水域ならびに関連生息地の場所、規模、保護状況および生物多様性価値	6.5.3 汚染の予防 6.5.4 持続可能な資源の利用 6.5.6 環境保護、生物多様性、及び自然生息地の回復	
側面:製品およびサービス			
G4-EN27	製品およびサービスによる環境影響緩和の程度	6.5.3 汚染の予防 6.5.4 持続可能な資源の利用 6.5.5 気候変動の緩和及び気候変動への適応 6.7.5 持続可能な消費	店舗におけるCO ₂ 排出量の削減(40-41) CSRデータ集
G4-EN28	使用済み製品や梱包材のリユース、リサイクル比率(区分別)	6.5.3 汚染の予防 6.5.4 持続可能な資源の利用 6.7.5 持続可能な消費	食品リサイクルの推進(43) 容器包装材などの削減(44)
側面:コンプライアンス			
G4-EN29	環境法規制の違反に関する高額罰金の額、罰金以外の制裁措置の件数	4.6 法の支配の尊重	
側面:輸送・移動			
G4-EN30	製品の輸送、業務に使用するその他の物品や原材料の輸送、従業員の移動から生じる著しい環境影響	6.5.4 持続可能な資源の利用 6.6.6 パリュチェーンにおける社会的責任の推進	物流におけるCO ₂ 排出量の削減(42)
側面:環境全般			
G4-EN31	環境保護目的の総支出と総投資(種類別)	6.5.1-6.5.2 環境	
側面:サプライヤーの環境評価			
G4-EN32	環境クライテリアにより選定した新規サプライヤーの比率	6.3.5 加担の回避 6.6.6 パリュチェーンにおける社会的責任の推進 7.3.1 デューデリジエンス	
G4-EN33	サプライチェーンにおける著しいマイナス環境影響(現実的、潜在的なもの)、および行った措置	6.3.5 加担の回避 6.6.6 パリュチェーンにおける社会的責任の推進 7.3.1 デューデリジエンス	お取引先行動指針の運用強化(59-62)
側面:環境に関する苦情処理制度			
G4-EN34	環境影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度を通じて申立、対応、解決を行ったものの件数	6.3.6 苦情解決	
カテゴリー:社会			
サブカテゴリー:労働慣行とディーセント・ワーク		6.4.1-6.4.2 労働慣行	
側面:雇用			
G4-LA1	従業員の新規雇用者と離職者の総数と比率(年齢、性別、地域による内訳)	6.4.3 雇用及び雇用関係	
G4-LA2	派遣社員とアルバイト従業員には支給せず、正社員に支給する給付(主要事業拠点ごと)	6.4.4 労働条件及び社会的保護 6.8.7 富及び所得の創出	
G4-LA3	出産・育児休暇後の復職率と定着率(男女別)	6.4.4 労働条件及び社会的保護	ワークライフバランスの実現(49)
側面:労使関係			
G4-LA4	業務上の変更を実施する場合の最低通知期間(労働協約で定めているか否かも含む)	6.4.3 雇用及び雇用関係 6.4.5 社会対話	
側面:労働安全衛生			
G4-LA5	労働安全衛生プログラムについてモニタリング、助言を行う労使合同安全衛生委員会に代表を送る母体となっている総労働力の比率	6.4.6 労働における安全衛生	労働安全衛生への配慮(54)
G4-LA6	傷害の種類と、傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤の比率および業務上の死亡者数(地域別、男女別)	6.4.6 労働における安全衛生 6.8.8 健康	CSRデータ集
G4-LA7	業務関連の事故や疾病発症のリスクが高い労働者数	6.4.6 労働における安全衛生 6.8.8 健康	
G4-LA8	労働組合との正式協定に定められている安全衛生関連のテーマ	6.4.6 労働における安全衛生	
側面:研修および教育			
G4-LA9	従業員一人あたりの年間平均研修時間(男女別、従業員区分別)	6.4.7 職場における人材育成及び訓練	
G4-LA10	スキル・マネジメントや生涯学習のプログラムによる従業員の継続雇用と雇用終了計画の支援	6.4.7 職場における人材育成及び訓練 6.8.5 雇用創出及び技能開発	公正な評価・処遇(53)
G4-LA11	業績とキャリア開発についての定期的評価を受けている従業員の比率(男女別、従業員区分別)	6.4.7 職場における人材育成及び訓練	

GRI項目	GRI指標	ISO26000:2010	記載ページ	
側面:多様性と機会均等				
G4-LA12	ガバナンス組織の構成と従業員区分別の内訳(性別、年齢、マイノリティーグループその他の多様性指標別)	6.2.3 6.3.7 6.3.10 6.4.3	意思決定のプロセス及び構造 差別及び社会的弱者 労働における基本的原則及び権利 雇用及び雇用関係	連結従業員数の内訳(1)
側面:男女同一報酬				
G4-LA13	女性の基本給と報酬総額の対男性比(従業員区分別、主要事業拠点別)	6.3.7 6.3.10 6.4.3 6.4.4	差別及び社会的弱者 労働における基本的原則及び権利 雇用及び雇用関係 労働条件及び社会的保護	
側面:サプライヤーの労働慣行評価				
G4-LA14	労働慣行クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	6.3.5 6.4.3 6.6.6 7.3.1	加担の回避 雇用及び雇用関係 バリューチェーンにおける社会的責任の推進 デューデリジエンス	
G4-LA15	サプライチェーンでの労働慣行に関する著しいマイナス影響(現実のもの、潜在的なもの)と実施した措置	6.3.5 6.4.3 6.6.6 7.3.1	加担の回避 雇用及び雇用関係 バリューチェーンにおける社会的責任の推進 デューデリジエンス	お取引先行動指針の運用強化(59-62)
側面:労働慣行に関する苦情処理制度				
G4-LA16	労働慣行に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数	6.3.6	苦情解決	
サブカテゴリー:人権				
		4.8 6.3.1-6.3.2	人権の尊重 人権	
側面:投資				
G4-HR1	重要な投資協定や契約で、人権条項を定めているもの、人権スクリーニングを受けたものの総数とその比率	6.3.3 6.3.5 6.6.6	デューデリジエンス 加担の回避 バリューチェーンにおける社会的責任の推進	
G4-HR2	業務関連の人権側面についての方針、手順を内容とする従業員研修を行った総時間(研修を受けた従業員の比率を含む)	6.3.5	加担の回避	
側面:非差別				
G4-HR3	差別事例の総件数と実施した是正措置	6.3.6 6.3.7 6.3.10 6.4.3	苦情解決 差別及び社会的弱者 労働における基本的原則及び権利 雇用及び雇用関係	
側面:結社の自由と団体交渉				
G4-HR4	結社の自由や団体交渉の権利行使が、侵害されたり著しいリスクにさらされているかもしれないと特定された業務やサプライヤー、および当該権利を支援するために実施した対策	6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.8 6.3.10 6.4.5 6.6.6	デューデリジエンス 人権に関する危機的状況 加担の回避 市民的及び政治的権利 労働における基本的原則及び権利 社会対話 バリューチェーンにおける社会的責任の推進	
側面:児童労働				
G4-HR5	児童労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、および児童労働の効果的な根絶のために実施した対策	6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.7 6.3.10 6.6.6 6.8.4	デューデリジエンス 人権に関する危機的状況 加担の回避 差別及び社会的弱者 労働における基本的原則及び権利 バリューチェーンにおける社会的責任の推進 教育及び文化	
側面:強制労働				
G4-HR6	強制労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、およびあらゆる形態の強制労働を撲滅するための対策	6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.10 6.6.6	デューデリジエンス 人権に関する危機的状況 加担の回避 労働における基本的原則及び権利 バリューチェーンにおける社会的責任の推進	
側面:保安慣行				
G4-HR7	業務関連の人権方針や手順について研修を受けた保安要員の比率	6.3.4 6.3.5 6.6.6	人権に関する危機的状況 加担の回避 バリューチェーンにおける社会的責任の推進	
側面:先住民の権利				
G4-HR8	先住民族の権利を侵害した事例の総件数と実施した措置	6.3.4 6.3.6 6.3.7 6.3.8 6.6.7 6.8.3	人権に関する危機的状況 苦情解決 差別及び社会的弱者 市民的及び政治的権利 財産権の尊重 コミュニティへの参加	
側面:人権評価				
G4-HR9	人権レビューや影響評価の対象とした業務の総数とその比率	6.3.3 6.3.4 6.3.5	デューデリジエンス 人権に関する危機的状況 加担の回避	
側面:サプライヤーの人権評価				
G4-HR10	人権クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.6.6	デューデリジエンス 人権に関する危機的状況 加担の回避 バリューチェーンにおける社会的責任の推進	
G4-HR11	サプライチェーンにおける人権への著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)および実施した措置	6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.6.6	デューデリジエンス 人権に関する危機的状況 加担の回避 バリューチェーンにおける社会的責任の推進	お取引先行動指針の運用強化(59-62)
側面:人権に関する苦情処理制度				
G4-HR12	人権影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数	6.3.6	苦情解決	

GRI項目	GRI指標	ISO26000:2010	記載ページ
サブカテゴリー: 社会			
側面: 地域コミュニティ			
G4-SO1	事業のうち、地域コミュニティとのエンゲージメント、影響評価、コミュニティ開発プログラムを実施したものの比率	6.3.9 経済的、社会的及び文化的権利 6.5.1-6.5.2 環境 6.5.3 汚染の予防 6.8 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	東日本震災復興支援(36) 子育て・育児支援(51-52) 持続可能な森林保全活動(57) 社会貢献活動(63-64)
G4-SO2	地域コミュニティに著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)を及ぼす事業	6.3.9 経済的、社会的及び文化的権利 6.5.3 汚染の予防 6.8 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	
側面: 腐敗防止			
G4-SO3	腐敗に関するリスク評価を行っている事業の総数と比率、特定した著しいリスク	6.6.1-6.6.2 公正な事業慣行 6.6.3 汚職防止	
G4-SO4	腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修	6.6.1-6.6.2 公正な事業慣行 6.6.3 汚職防止 6.6.6 パリューチェーンにおける社会的責任の推進	
G4-SO5	確定した腐敗事例、および実施した措置	6.6.1-6.6.2 公正な事業慣行 6.6.3 汚職防止	
側面: 公共政策			
G4-SO6	政治献金の総額(国別、受領者・受益者別)	6.6.1-6.6.2 公正な事業慣行 6.6.4 責任ある政治的関与	
側面: 反競争的行為			
G4-SO7	反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により法的措置を受けた事例の総件数およびその結果	6.6.1-6.6.2 公正な事業慣行 6.6.5 公正な競争 6.6.7 財産権の尊重	
側面: コンプライアンス			
G4-SO8	法規制への違反に対する相当額以上の罰金金額および罰金以外の制裁措置の件数	4.6 法の支配の尊重	
側面: サプライヤーの社会への影響評価			
G4-SO9	社会に及ぼす影響に関するクライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	6.3.5 加担の回避 6.6.1-6.6.2 公正な事業慣行 6.6.6 パリューチェーンにおける社会的責任の推進 6.8.1-6.8.2 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展 7.3.1 デューデリジエンス	
G4-SO10	サプライチェーンで社会に及ぼす著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)および実施した措置	6.3.5 加担の回避 6.6.1-6.6.2 公正な事業慣行 6.6.6 パリューチェーンにおける社会的責任の推進 6.8.1-6.8.2 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展 7.3.1 デューデリジエンス	お取引先行動指針の運用強化(59-62)
側面: 社会への影響に関する苦情処理制度			
G4-SO11	社会に及ぼす影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度に申立、対応、解決を図ったものの件数	6.3.6 苦情解決 6.6.1-6.6.2 公正な事業慣行 6.8.1-6.8.2 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	
サブカテゴリー: 製品責任			
側面: 顧客の安全衛生			
G4-PR1	主要な製品やサービスで、安全衛生の影響評価を行い、改善を図っているものの比率	6.7.1-6.7.2 消費者課題 6.7.4 消費者の安全衛生の保護 6.7.5 持続可能な消費 6.8.8 健康	品質管理体制の構築(29-30) 食品のトレーサビリティ(30-31) 健康への配慮(33) 商品・サービスの適切な情報開示(34)
G4-PR2	製品やサービスのライフサイクルにおいて発生した、安全衛生に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別)	4.6 法の支配の尊重 6.7.1-6.7.2 消費者課題 6.7.4 消費者の安全衛生の保護 6.7.5 持続可能な消費 6.8.8 健康	
側面: 製品およびサービスのラベリング			
G4-PR3	組織が製品およびサービスの情報とラベリングに関して手順を定めている場合、手順が適用される製品およびサービスに関する情報の種類と、このような情報要求事項の対象となる主要な製品およびサービスの比率	6.7.1-6.7.2 消費者課題 6.7.3 公正なマーケティング、事実即した偏りのない情報、及び公正な契約慣行 6.7.4 消費者の安全衛生の保護 6.7.5 持続可能な消費 6.7.9 教育及び意識向上	商品・サービスの適切な情報開示(34)
G4-PR4	製品およびサービスの情報とラベリングに関する規制ならびに自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別)	4.6 法の支配の尊重 6.7.1-6.7.2 消費者課題 6.7.3 公正なマーケティング、事実即した偏りのない情報、及び公正な契約慣行 6.7.4 消費者の安全衛生の保護 6.7.5 持続可能な消費 6.7.9 教育及び意識向上	
G4-PR5	顧客満足度調査の結果	6.7.1-6.7.2 消費者課題 6.7.6 消費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決	
側面: マーケティング・コミュニケーション			
G4-PR6	販売禁止製品、係争中の製品の売上		
G4-PR7	マーケティング・コミュニケーション(広告、プロモーション、スポンサー活動を含む)に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別)	4.6 法の支配の尊重 6.7.1-6.7.2 消費者課題 6.7.3 公正なマーケティング、事実即した偏りのない情報、及び公正な契約慣行	
側面: 顧客プライバシー			
G4-PR8	顧客プライバシーの侵害および顧客データの紛失に関して実証された不服申立の総件数	6.7.1-6.7.2 消費者課題 6.7.7 消費者データ保護及びプライバシー	
側面: コンプライアンス			
G4-PR9	製品およびサービスの提供、使用に関する法律や規制の違反に対する相当額以上の罰金金額	4.6 法の支配の尊重 6.7.1-6.7.2 消費者課題 6.7.6 消費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決	



株式会社 **セブン&アイ** HLDGS.

CSR統括部

〒102-8452 東京都千代田区二番町8番地8

TEL. 03-6238-2448

<http://www.7andi.com/>

UD FONT

ユニバーサルデザイン(UD)の考え方に基づき、株式会社モリサワが開発したより多くの人に見やすく読み間違えにくいデザインの文字を採用しています。