



社会課題解決に焦点をあてた
事業展開を
グローバル企業としての
“使命”と位置づけ
経営の質を高め続けてまいります

代表取締役 専務執行役員
最高サステナビリティ責任者 (CSuO)
伊藤 順朗

グループの持続的な成長を支える
重点課題 (マテリアリティ) を再特定

当社グループは、サステナブル経営の一層の深化に向けて、2022年に「重点課題」を見直しました。

その背景には、事業を取り巻く社会の変化があります。その最も大きなものは、温暖化をはじめとした地球環境や人権の問題に対する関心の高まりです。これら人々の関心は、国連が掲げる持続可能な開発目標 (以下、SDGs) の浸透も相まって高まり続けており、今やグローバル企業にとって社会課題解決に焦点をあてた事業展開は一つの“使命”になっていると感じています。

この変化を踏まえ、SDGsなどの世界的な枠組みやESG評価機関の調査項目などを加味して検討すべき社会課題を抽出しました。そして、セブン-イレブン加盟店オーナーを含めた5,000人を超えるス

テークホルダーへ「当社グループが取り組むべき課題」についてアンケートを実施し、有識者とのダイアログも踏まえ、約1年かけて、「重点課題」を見直しました。

小売業にとって重要な「人」にフォーカス

重点課題の見直しに際して、私たち経営陣が最も重視したポイントは、「人」です。

小売業は、品揃えや価格はもちろんですが、お客様にいかに気持ちよくお買物をしていただけるかが極めて重要です。当社グループは国内外に16万人以上、世界のセブン-イレブン加盟店も含めるとさらに多くの従業員に支えられており、お客様に日々新たなお買物体験をしていただくためには、すべての従業員が健康で前向きな気持ちで仕事ができる職場環境の整備や従業員の能力向上の機会の提供が不

可欠です。こうした観点から、今回、改めて“あらゆる人々の働きがい・働きやすさを高めていくこと”を経営の約束として明示しました。

「目指す企業像」の実現に向けて、
ステークホルダーの皆様とともに
経営の質を高めていく

当社グループは、原材料メーカーや製造メーカーが生み出した価値を、ステークホルダーの皆様へ責任を持ってお届けする役割を担っており、日々約6,000万人の世界中のお客様をはじめ、多くのお取引先様・加盟店オーナーの皆様との接点を有しています。また、当社グループは現在、「『食』を中心とした世界トップクラスのリテールグループ」を目指して、国内外コンビニエンスストア事業を成長ドライバーと位置づけ、世界各地でバリューチェーンを拡大しています。

そのような当社グループにとって、「世界トップクラスを目指す」とは、売上や利益といった量的な面もさることながら、経営の質的な面でもトップクラスであること、すなわち地球環境や地域社会のサステナビリティについて、バリューチェーンを構成する世界各地のお客様、お取引先様・加盟店オーナーの皆様、従業員とともに高めていく企業グループであらねばならないと考えています。そうした想いをもとに、今回新たに重点課題として加えたのが“パートナーシップを通じて持続可能な社会を実現する”という項目です。

2012年から国内外のお取引先様とともに取り組んでいる「CSR監査」、2019年に改定した「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」、当該指針に基づく人権デュー・ディリジェンス体制の強化などはパートナーシップ強化の一環です。環境面では、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』

の取り組みを北米の7-Eleven, Inc.とともに取り組んでおり、今後も世界各地に広げていく計画です。また、お客様とともにサステナビリティを高めていくために、各種のサステナビリティ認証を取得した水産物の販売にも注力し、セブンプレミアムを含むオリジナル商品では2050年までに100%持続可能性が担保された食品原材料にすることを目標に掲げています。さらに、地域社会との関係では、国内各自治体と地産地消や高齢者支援、健康増進、環境保全など幅広い分野で連携する「包括連携協定」の締結を推進しており、今後も拡大していく計画です。

成長のなかでも忘れてはならないこと——
地域のお客様に寄り添う

小売業は、地域のお客様の生活に密着した業種・業態です。積極的なグローバル化を進めていくなかでも、小売業である我々が決して忘れてはならないのは、その地域で暮らし、働く、一人ひとりのお客様のお困りごとや、ご不安・ご不満に寄り添いながら、その解決策を提案していくことです。これらご不安やご不満は潜在的なニーズであり、それらに一つひとつお応えしていくことこそ、本業を通じて社会課題を解決していく当社グループのサステナビリティ経営の基本であると信じています。

世界各地で事業を展開する「グローバル企業」は数多く存在しますが、「グローバルコンシューマー」は存在しません。お客様はあくまでそれぞれの地域にお住まいになり、地域ごとの習慣や文化のなかで生活されています。このことを肝に銘じて、Think Global, Act Local.の精神で、これからも環境や人権などの重要な社会の課題解決に1店舗1店舗のお店を通して取り組んでまいります。

6つのプロセスで重点課題を改定

当社グループは、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、2014年にさまざまな立場のステークホルダーの方々との対話を行い、「社会の持続的な発展」と「企業の持続的成長」に向けた重点課題(マテリアリティ)を特定しました。また、特定から7年が経過した2021年には、当社グループを取り巻く事業環境の変化(P13)や中核であるコンビニエンスストア事業のグローバル化などを踏まえて、改めて「社会課題の抽出」から始まる6つの改定プロセスを実施。2022年3月に7つの重点課題を社内外に発表しました。

① 社会課題を抽出

SDGsや世界経済フォーラムのリスクレポート、ESG評価機関の調査項目などとともに中期経営計画で検討した外部環境の変化も加味して480の社会課題項目を抽出。

② ステークホルダーへアンケートを実施

35項目を選び、セブン-イレブン加盟店オーナーや7-Eleven, Inc.の従業員を対象に加えたアンケートを実施。5,000件を超える回答と1,000件を超えるコメントを収集。

③ 有識者とダイアログを実施

当社経営陣とサステナビリティに関する幅広い知見を持つ有識者の方々がダイアログを実施。当社グループが解決すべき社会課題について意見交換。



④ 多様な声を反映した重点課題を特定

ステークホルダーにとっての重要度と対象会社にとっての重要度をグループ会社9社で検討し、マトリクスを作成。これらを集約したグループのマトリクス(右記)を作成し、アンケートのコメントや有識者とのダイアログ、事業会社経営陣へのヒアリングなどで挙がった意見を考慮し、7つの重点課題を決定。

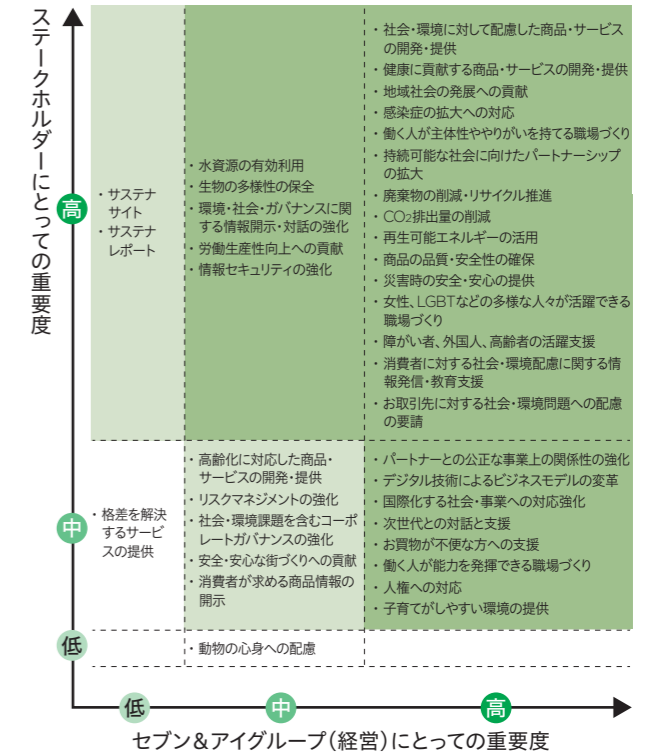
⑤ 重点課題に関わるリスクと機会を整理

新たな取り組みを創出するとともにリスクの低減を図っていくため、重点課題に関わるリスクと機会を整理。

⑥ アクションプランを策定

SDGコンパス[※]の手法を活用し、各事業会社において事業を通じた重点課題の解決に資する具体的な取り組みを策定。

※ GRI(グローバル・レポート・イニシアティブ)、国連グローバル・コンパクト、WBCSD(持続可能な発展のための世界経済人会議)の3団体が共同で作成した、企業がSDGsにどのように取り組むべきを示した行動指針。



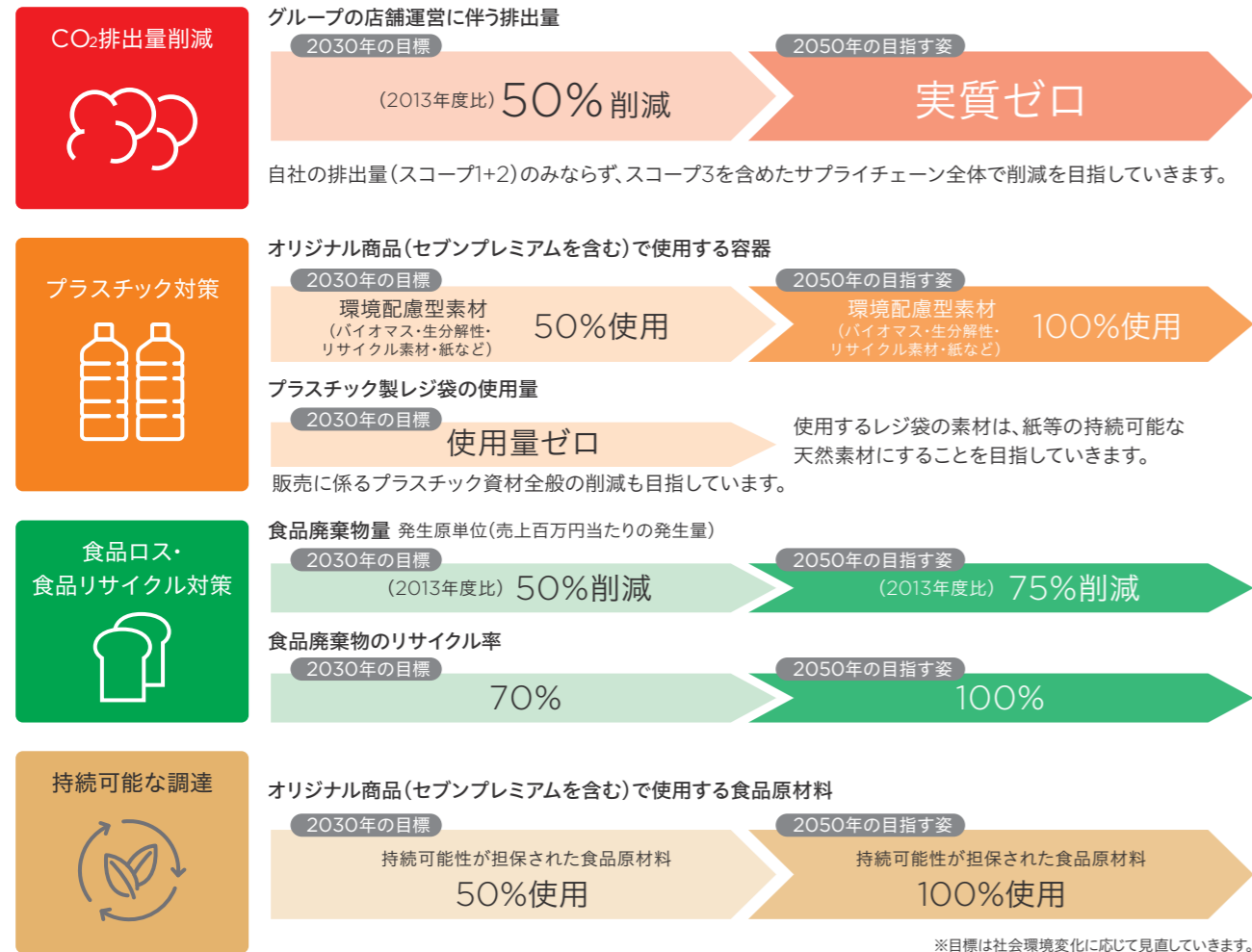
7つの重点課題(マテリアリティ)	課題解決に向けた具体的な取り組み例
<p>1 お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに住みやすい社会を実現する</p>	<p>高齢化・人口減少など地域課題の解決を目指した経営</p> <ul style="list-style-type: none"> ネットコンビニ・ネットスーパー・移動販売車の拡大 行政サービス(各種証明書発行) 自治体と連携した地域商品の開発
<p>2 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する</p>	<p>安全で豊かな社会の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 健康に配慮した商品の開発・販売の拡大 品質管理体制の強化 健康管理アプリの開発
<p>3 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する</p>	<p>環境に配慮した経営</p> <ul style="list-style-type: none"> 環境配慮型店舗の開発 PETボトル循環型リサイクル、環境配慮型容器の使用拡大 食品ロス削減、食品廃棄物リサイクル 認証商品の取扱い拡大
<p>4 多様な人々が活躍できる社会を実現する</p>	<p>色々な価値観・ライフスタイルを認める社会の実現</p> <ul style="list-style-type: none"> 子育て支援・次世代教育支援 ノーマライゼーション・ユニバーサルデザイン
<p>5 グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する</p>	<p>やりがいと達成感を得られる会社づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティ&インクルージョンの推進 人財育成・対話によるエンゲージメント向上 DX推進による労働環境の改善
<p>6 お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する</p>	<p>お客様と一緒に豊かな地域を実現</p> <ul style="list-style-type: none"> お客様への啓発・協働(フードドライブ・ライトダウンなど) お客様の声を活かしたサービスの改善
<p>7 パートナーシップを通じて持続可能な社会を実現する</p>	<p>お取引先と一緒に豊かな社会を実現</p> <ul style="list-style-type: none"> お取引先CSR監査(強制労働・児童労働の根絶) NPO・NGOとの協働、お取引先・異業種・同業種企業との協業

リスク	機会
<ul style="list-style-type: none"> 生活拠点の減少により人口減少・過疎化・高齢化が進行し、販売機会が減少 地域との連携不足に伴い計画通りに新規出店が進まず、新たな価値が提供できない など 	<ul style="list-style-type: none"> 生活インフラとしての社会的役割の拡大によるステークホルダーからの信頼獲得 地域活性化による販売機会の拡大 など
<ul style="list-style-type: none"> 商品事故および店頭事故の発生による顧客の離反 品質管理、表示等の法令違反による信用低下 健康商品開発の遅れによる顧客の離反 など 	<ul style="list-style-type: none"> 徹底した安全・品質管理による顧客ロイヤリティの向上 健康配慮商品、お客様ニーズに即した新しい商品提供による販売機会の拡大 など
<ul style="list-style-type: none"> 気候変動がもたらす自然災害の増加による店舗・物流網への物理的損害 異常気象がもたらす需給の変化や原油等原材料価格変動による、仕入価格の高騰 食品廃棄・温暖化ガス排出などの環境負荷の高い企業イメージの定着による顧客の離反など 	<ul style="list-style-type: none"> 省エネや廃棄物削減、リサイクル、エネルギー供給源の見直しによるコスト削減 環境対策先進企業としてのブランド価値の創出 など
<ul style="list-style-type: none"> 差別・偏見などの放置による企業イメージの棄損、顧客の離反、従業員エンゲージメントの低下 人財の確保困難や人財の社外流出 など 	<ul style="list-style-type: none"> 次世代や若者世代、さまざまな価値観を持つ人々との対話・育成による将来の顧客の獲得、新たなサービスの開発 など
<ul style="list-style-type: none"> 労働環境が改善しないことによる従業員エンゲージメントの低下 人財の確保困難や人財の社外流出 など 	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティ経営推進による競争力の強化 従業員の能力・自律性を高めることによる生産性の向上 新規事業の開発と優秀な人財の獲得 など
<ul style="list-style-type: none"> 生活者のライフスタイルの変化や価値観の多様化への対応遅れにより、商品とサービスを通じた新たな価値を提供できない など 	<ul style="list-style-type: none"> エシカル消費に対応した商品・サービスの提供による販売機会の拡大 顧客協働による顧客ロイヤリティの向上 など
<ul style="list-style-type: none"> サプライチェーン上の労働環境・人権問題やコンプライアンス違反による商品供給の停止や品質の劣化および、それらに伴う不買運動による社会的評価の低下 など 	<ul style="list-style-type: none"> 持続可能な原材料調達によるレジリエンスの向上 取引先・同業種・他業種協働による新たな商品・サービスの提供 など

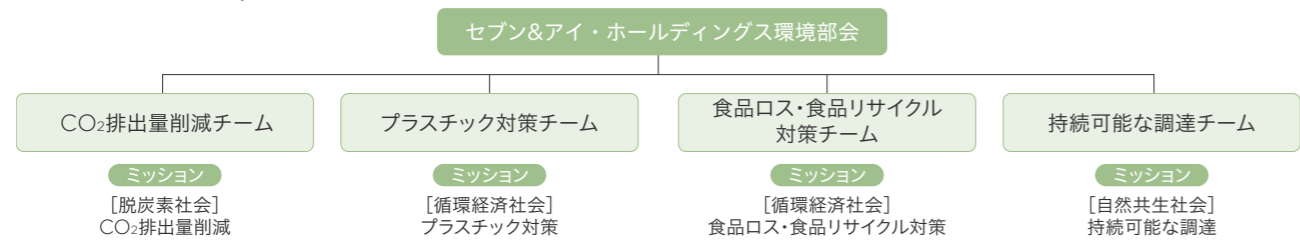
環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を策定し、グループの環境負荷を低減

当社グループは、さまざまな社会環境の変化への対応として、さらなる環境負荷低減を推進し、豊かな地球を未来世代へつないでいくために、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を定め、すべてのステークホルダーの皆様とともに豊かで持続可能な社会の実現に取り組んでいます。また、環境宣

言で掲げた目標を達成するために、4つのテーマを特定し、イノベーションチームを設け、グループ横断で取り組みを推進しています。



4つのイノベーションチーム

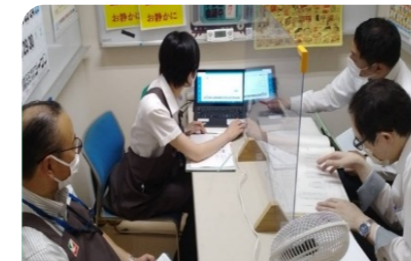


CO₂排出量削減

店舗運営に伴う電気使用量の削減、再生可能エネルギーの利用拡大

当社グループのCO₂排出量の約95%は、店舗運営における電気の使用に由来しています。そのため、まず確実に「省エネ」を行い、その上で「創エネ」「再エネ

調達」によって再生可能エネルギーの利用を拡大し、CO₂排出量の削減を進めています。



省エネ

セブン-イレブン・ジャパン、ヨークベニマルなど、グループ20,000店以上で電気の使用状況が見える化。使用状況をもとに、店舗への省エネ支援活動を実施。



創エネ

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、ヨークなど、グループの8,889店(2023年2月末)に太陽光発電パネルを設置。



再エネ調達

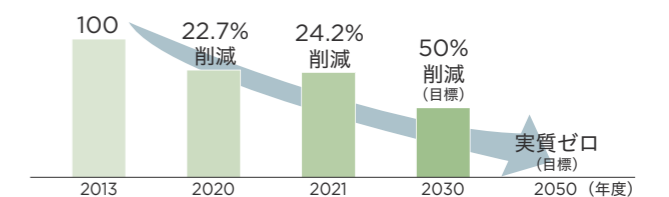
全国3つのエリアでオフサイトPPAによって再生可能エネルギーを調達。

また、2023年6月より、お取引先の持つ先進技術を集め、新たな環境負荷低減店舗の開発を目指す実証実験を「セブン-イレブン三郷彦成2丁目店」で開始しました。この実証実験では、新型冷凍冷蔵設備、次世代太陽光発電パネル、可動式蓄電池(バッテリーキューブ)の設置、エネルギー使用の全体最適を図るEMS[※]の導入などによって、省エネの促進と再生可能

エネルギーの有効活用を進め、CO₂排出量を2013年度比で約70%削減することを目指しています。

※ エネルギーマネジメントシステム

店舗運営に伴うCO₂排出量の削減率 (2013年度比)



※ 集計期間は4月～3月。前年4月から当年3月までの集計期間について当年度と表示しています。(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)ヨークベニマル、(株)ライフフーズ、(株)ヨーク、(株)セルガーデン、アイワイフーズ(株)、(株)そごう・西武、(株)赤ちゃん本舗、(株)パーニーズジャパン、(株)セブン&アイ・フードシステムズ、(株)ロフトの12社の合計値。



セブン-イレブン三郷彦成2丁目店(環境負荷低減店舗)

サプライチェーン全体の脱炭素化

サプライチェーン全体の脱炭素化を実現するためには、製造、配送、販売が一体となった取り組みが重要です。

そのため、2023年4月より、「再生可能エネルギーの活用における小売業サプライチェーン脱炭素化循環モデル事業[※]」を構築し、実証実験を開始しまし

た。この実証実験では、都内の当社グループ店舗、およびお取引先である食品工場、物流センターを拠点に、EVトラック、太陽光発電、バイオマス発電など再生可能エネルギーの利活用におけるエネルギーマネジメントの実証を行っています。

※ 東京都および(公財)東京都環境公社が実施する「新エネルギーの推進に係る技術開発支援事業」に採択されました。

プラスチック対策

資源の店頭回収・リサイクルと再生素材の活用

当社グループは、資源を有効に活用する循環経済社会（サーキュラーエコノミー）の実現を目指して、お客様、お取引先、地域行政と連携し、資源の店頭回収・リサイクル、再生素材の活用などに取り組んでいます。

また、オリジナル商品の容器包材について環境配慮設計に取り組むとともに、販売に係るプラスチック全般の削減を推進しています。

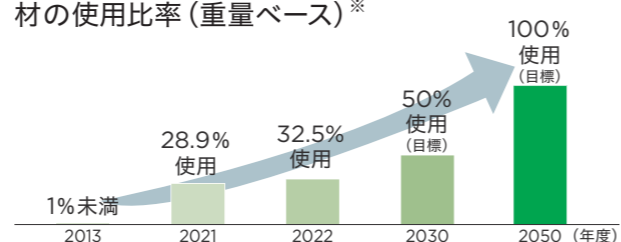
ペットボトルの資源循環

当社グループでは、2012年から店頭でペットボトル回収機を設置しています。

投入されたペットボトルは、センサーで異物のあるものは弾かれ、減容（圧縮または破碎）されるため、品質の高い資源としてリサイクルできます。また、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で、配送回数も削減しています。

回収されたペットボトルの一部は、ペットボトルや衣料品、商品包材などにリサイクルされます。2023年2月末現在、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、ヨークの4社合計で3,174

オリジナル商品で使用する容器の環境配慮型素材の使用比率（重量ベース）※



※オリジナル商品（セブンプレミアムを含む）で使用する容器の環境配慮型素材（バイオマス・生分解性・リサイクル素材・紙など）の使用比率。算出対象はオリジナル商品を取扱う8社（（株）セブン-イレブン・ジャパン、（株）イトーヨーカ堂、（株）ヨークベニマル、（株）ヨーク、アイワイフーズ（株）、（株）赤ちゃん本舗、（株）セブン&アイ・フードシステムズ、（株）パーニーズジャパン）

台の回収機を設置しています。

お客様のご協力により、2022年度は約4億7,000万本相当のペットボトルを回収・リサイクルすることができました。お客様、お取引先、自治体のご協力のもと、プラスチック資源循環の輪が着実に広がっています。



リサイクルしやすい容器の採用

セブン-イレブン・ジャパンでは、弁当や惣菜などで使用する容器を、石油由来のインクや着色剤を削減したものに变更しています。

今回採用した容器では、インクや着色剤を削減することでリサイクルし易い設計に取り組んでいます。また、これにより容器本体と容器製造時などのCO₂排出量を年間約800トン削減することができます。

2022年12月から北海道内のセブン-イレブンの店舗で先行導入し、さまざまな角度から検証を行ってきました。その結果を踏まえ、現在は全国の店舗で順次導入を進めています。

新容器の特長

	変更前	変更後
お弁当などの容器	着色剤使用	着色剤削減
麺類などの容器	透明フィルム+印刷インク	印刷インク削減



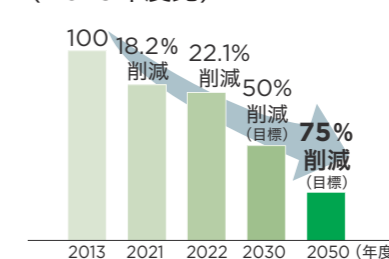
食品ロス・食品リサイクル対策

店舗で発生する食品廃棄物の削減

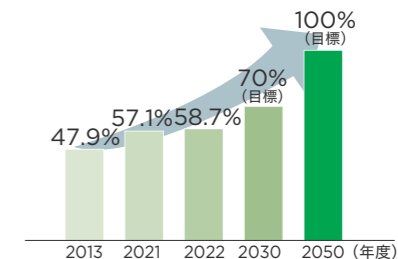
売上の約6割を食品が占める当社グループでは、店舗で発生する食品廃棄物の削減を進めています。売場での食品ロス対策にお客様にもご参加いただき、発生抑制につながる仕組みづくりに取り組んでいます。

また、発生してしまった食品廃棄物は、リサイクルに努めています。

食品廃棄物の発生量※1,2
（2013年度比）



食品リサイクル率※2



※1 売上百万円当たりの食品廃棄物発生量。

※2 集計期間は4月～3月。前年4月から当年3月までの集計期間について当年度と表示しています。食品関連事業会社6社（（株）セブン-イレブン・ジャパン、（株）イトーヨーカ堂、（株）ヨークベニマル、（株）ヨーク、（株）シェルガーデン、（株）セブン&アイ・フードシステムズ）

「てまえどり」活動

セブン-イレブン・ジャパンは、消費者庁、農林水産省、環境省、および他コンビニエンスストア各社とともに、2021年6月から順次「てまえどり」の活動を実施しています。「てまえどり」とは、すぐに召し上がる予定で食品を購入されるお客様に、手前に置いてある商品から選んでご購入いただくことを促すことによって、食品ロスの削減を目指す活動です。



「mottECO(モッテコ)」の普及と啓発

セブン&アイ・フードシステムズは、環境省「令和5年度食品廃棄ゼロエリア創出モデル事業等」に共同応募し、「mottECO 導入モデル事業」として採択されました。これは、お客様が食べ切れない料理のお持ち帰りをご希望された場合、安全にお召し上がりいただくための注意喚起チラシと容器をお渡しし、ご自身の責任においてお持ち帰りいただくこと

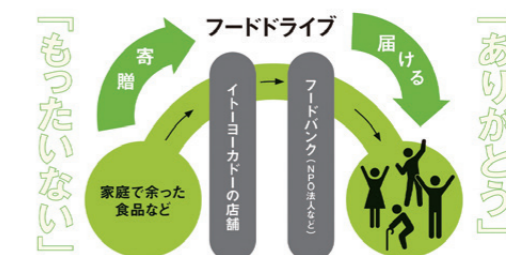
で、「食べ残したものは自分の責任で持って帰る文化」の普及と啓発を図るものです。



「フードドライブ」の実施

イトーヨーカドーでは、ご家庭で消費しきれない食品を、お客様から寄付していただき、店舗からフードバンク団体へ無償でお渡しし、子ども食堂や食の支援を必要としている方々へお届けしています。

この食品ロスの削減につながる身近な活動を、2023年2月末現在、75店舗で実施しています。



持続可能な調達

サプライチェーン全体で取り組む自然共生社会の実現

気候変動、自然資本の枯渇、生物多様性の損失などの環境問題や、人権・労働問題など、社会がさまざまな問題に直面しているなか、当社グループはステークホルダーと連携しながら、サプライチェーン全体で持続可能な調達に取り組んでいます。

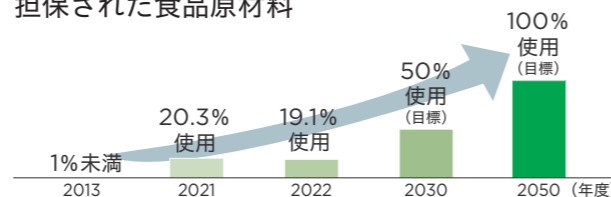
2022年4月には「セブン&アイグループ持続可能な調達原則・方針」を改訂し、原則・方針に基づき取り組みを強化しています。

GAP認証を取得した野菜の取り扱い強化

「GAP認証」を取得した農作物の取り扱いと商品の販売を拡大しています。「GAP認証」は、食品安全や労働安全を確保し環境にも配慮した持続可能な農業で生産された農作物に与えられる認証です。

拡大に向けグループの商品開発担当者に「JGAP指導員」の資格取得を促し、お取引先や生産者様との連携を進めています。2023年2月末時点で、150名がJGAP指導員の資格を取得しています。

オリジナル商品で使用する持続可能性が担保された食品原材料



※ オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で使用する食品原材料のうち、持続可能性が担保された原材料の使用比率。算出対象は食品関連事業会社6社((株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)ヨークベニマル、(株)ヨーク、アイワイフーズ(株)、(株)セブン&アイ・フードシステムズ)

また、こうした取り組みが認められ、セブン-イレブン・ジャパンは2022年にGAP普及大賞を受賞しました。



MSC・ASC CoC認証の取得と店内での認証水産物の認知拡大

当社は、国際的な非営利団体MSC(海洋管理協議会)とASC(水産養殖管理協議会)による自然環境に配慮した認証水産物の流通管理に関する認証規格「CoC認証」を2022年10月に取得しました。取得により、水産商品の主力品である「セブンプレミアム フレッシュ」など、グループのスーパーの店内で加工した刺身や切身の商品などもグループのスーパー3社、453店舗で認証商品として販売しています。

(2023年1月末時点)。今後もMSC・ASCをはじめとする認証水産物の取り扱いを拡大し、認知拡大に取り組んでいきます。



環境配慮と持続的な農産物の生産を実現する「工場野菜」を使用

当社グループは、天候に左右されることなく安定した生産が可能な「工場野菜」を積極的に採用しています。テクノロジーにより管理された栽培システムは、水や肥料の使用量も低減できるなど、環境負荷は小さいながらも、土地面積当たりの収量は高いことが特徴です。

2022年よりセブン-イレブン東北地区で販売を開始したカット野菜には、宮城県美里町にある「美里グリーンベース」(舞台ファーム様)で栽培された工場野菜レタスを使用。お取引先と連携して、2023年7月からはサラダ・惣菜の原材料としても使用をはじめ、販売地域の拡大も進めています。

TCFD提言への対応

当社グループは、衣食住、金融サービスなど、多様な顧客接点を有しており、国内約22,800店舗で1日2,220万人以上の方にご来店いただいています。お客様の生活の場があってこそ私たちの事業が成り立っており、地域社会が持続可能になるよう、サステナブル経営を推進することが私たちの責任です。

当社グループでは、気候変動問題は、企業の持続的な発展のために解決すべき課題と認識し、パリ協定の温室効果ガス削減目標達成を目指しています。2019年5月、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を発出し、これを目指すべき未来の社会へのロードマップと位置づけています。環境宣言では、「CO₂排出量削減」に取り組むべきテーマの1つに掲げ、削減に向けた施策を実行しています。

当社グループは2019年8月にTCFD提言に賛同

を表明し、企業や金融機関などが一体となって取り組みを推進するために設立されたTCFDコンソーシアムに参加しました。これまで行ってきたTCFD提言に基づいたシナリオ分析[※]では、事業体ごとに2030年時点で想定される気候変動リスクおよび機会を特定し、そのリスク低減と機会の最大化を図る対応策の検討を実施しています。これらの対応策と経営戦略との連動を進め、サステナブル経営に活かしていきます。

また自然資本に対する取り組みとしては、TNFDの理念に賛同し、2023年1月にTNFDフォーラム、2月にSBTN Corporate Engagement Programに参画。TNFDの枠組みに基づいた分析・開示の準備を進めています。

※ シナリオ分析: TCFD提言に基づく気候変動のシナリオ分析。以下、同様の意味で使用しています。

TCFDに関する経緯と今後の実施計画

事業体	2019年度～2021年度	2022年度	2023年度
当社グループ全体	● TCFD提言に賛同	● 開示内容を更新(ウェブサイト・経営レポート)	● 移行計画を開示(ウェブサイト) ● 分析結果を開示(ウェブサイト・経営レポート)
国内コンビニエンスストア事業	● シナリオ分析実施(国内CVS事業) ⇒ 21年度に分析深化	● シナリオ分析実施(国内CVS事業の分析結果をもとに実施)	● シナリオ分析のアップデートと対応策の進捗確認
スーパーストア事業	● 初の情報開示	● シナリオ分析実施(国内CVS事業の分析結果をもとに実施)	● シナリオ分析のアップデートと対応策の進捗確認
海外コンビニエンスストア事業(7-Eleven, Inc.)			● シナリオ分析を実施中(国内CVS事業およびスーパーストア事業の分析結果をもとに実施)
金融関連事業	● TCFD提言に賛同	● シナリオ分析実施 ● 初の情報開示(セブン銀行ウェブサイト)	● 分析結果を開示(統合報告書ディスクロージャー誌・有価証券報告書・ウェブサイト)

当社グループは、2019年度～2021年度に国内コンビニエンスストア事業(セブン-イレブン・ジャパン)を対象としたシナリオ分析を実施、その結果を開示し、コンビニエンスストア事業の固有リスクにつき一定の示唆を得ることができました。脱炭素シナリオと温暖化進行シナリオの複数シナリオで分析を進め、財務影響が大きい主なリスクとして、「炭素税の課税」「自然災害による被害」「原材料原価の上昇」を認識しました。これら3つの気候変動リスクをはじめ、重要なリスク・機会および対応策を取りまと

め、戦略との連動を進めています。2022年度の取り組みとしては、地理的条件を同じくする国内事業として、スーパーストア事業(イトーヨーカドー、ヨーク、ヨークベニマル)のシナリオ分析を実施し、2023年度にその結果を開示しています。さらに、2023年度は、国内事業におけるシナリオ分析の結果を海外事業の分析に有効活用し、より効果的・効率的に7-Eleven, Inc.のシナリオ分析を実施しています。

セブン-イレブン・ジャパンの主な気候変動リスク(2030年の影響)

シナリオ	項目	事業インパクト	試算の前提
脱炭素シナリオ(1.5°C~2°C)	炭素税の課税	126億円	●炭素税額：135ドル/トン-CO ₂ (IEA「World Energy Outlook 2022」の最大金額) ●為替レート：131.62円/ドル(23年2月期決算時の使用レート) ※2022年度、最新のパラメータでリスクを再試算しています。
温暖化進行シナリオ(2.7°C~4°C)	自然災害による被害	112億円	●首都圏店舗の洪水被害(荒川の氾濫を想定)を試算。 ●過去の洪水被害の実績から試算。被害の程度を把握するため、保険適用を考慮せずに試算を実施。
	原材料原価の上昇	57億円	●気候変動により収量が低下したことのみによる原価上昇を試算。 ●試算対象として、「米、海苔、畜産物(牛肉、豚肉、鶏肉、卵)」を選定。 米：22億円、海苔：19億円、畜産物(牛肉、豚肉、鶏肉、卵)：16億円

なお、2021年度までのTCFD対応については、シナリオ分析結果およびTCFD提言で推奨されている開示項目を、当社のウェブサイトおよび本レポート


で情報開示しています。以下、2022年度にシナリオ分析を行ったスーパーストア事業のTCFD対応について説明します。

スーパーストア事業でのTCFD対応(イトーヨーカドー、ヨーク、ヨークベニマル)

ガバナンス

当社グループでは、気候変動問題はグループ会社横断で取り組むべき重要課題の1つと考え、取締役会による監督とCSR統括委員会を中心とするガバナンス体制を構築しています。スーパーストア3社も出席するCSR統括委員会は、当社の代表取締役社長を委員

長として、グループ会社のCSR推進責任者(代表取締役社長など)と当社のCSR関連部署の責任者が委員として出席し、年2回開催されています。

 サステナビリティ推進体制
<https://www.7andi.com/sustainability/organization.html>

戦略

●シナリオ分析体制

スーパーストア3社内にて、それぞれシナリオ分析体制を組織し、管理部門および気候変動に関わる主

要部門が参加。各部門単位でリスク・機会や対応策を議論したことで、実態に即した分析ができ、気候変動への対応力向上につながりました。

●シナリオ分析の前提条件

シナリオ	脱炭素シナリオ(1.5°C~2°C)、温暖化進行シナリオ(2.7°C~4°C) ※IEA「World Energy Outlook」で示されているSTEPS(公表政策シナリオ)、NZE2050(2050年実質排出量ゼロシナリオ)などのシナリオをはじめとして、政府や国際機関が発行した将来予測に関するレポートなどを参考に2つのシナリオを設定
対象事業	イトーヨーカドー、ヨーク、ヨークベニマルの日本国内店舗運営
分析手法	店舗が直接受ける物理的な影響に加え、店舗運営に伴って発生するコスト、店舗運営に大きな影響を与える商品のサプライチェーン(原材料、商品を製造する工場、商品の配送)やお客様の行動について分析
対象年	2030年時点の影響

●重要なリスクと機会(事業インパクト評価と対応策)

2021年度の国内コンビニエンスストア事業の分析事例や各レポートを参考に、スーパーストア事業に影響を与えるリスク・機会を3社の各部門で具体的に議論し、それぞれ多くのリスク・機会があがりました。これらが、売上・利益などの財務面、店舗運営・

商品調達などの戦略面に与える影響の大きさを検討。重要なリスク・機会の項目として、「各国の炭素排出目標/政策」「消費者の嗜好変化」「異常気象の深刻化・増加等」「降水・気象パターンの変化」について、事業に与えるインパクトを定性・定量で評価し、対応策を立案しました。

重要なリスクと機会・対応策の一覧表

移行リスク・機会(脱炭素シナリオ1.5°C~2°C)

重要なリスク・機会の項目	具体的な事例	影響	シナリオ	事業リスク	事業機会	主な対応策
政策・規制	各国の炭素排出目標/政策	炭素価格の導入	運営コスト	●炭素税が導入され、CO ₂ 排出量に応じて課税され、店舗運営などに係るコスト増加	○	CO ₂ 排出量削減に向けて、主に下記施策を推進(環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」) ●店舗における省エネ推進、省エネ設備の導入(店内照度、冷蔵冷凍設備の温度見直し・LED照明の入れ替え等) ●店舗における再生可能エネルギー活用の推進(太陽光発電・オフサイトPPA・バイオマス発電等) ●生ごみ処理機の導入による食品残さの収集運搬コストおよびCO ₂ の削減
				●配送用燃料費を中心に、サプライチェーンの各段階で炭素税が課税されることでのコスト増(調達、商品、包装資材、店舗建築設備、販売、物流等) ●低炭素社会に向けて、配送車両EV化の投資コスト増	○	●お取引先の省エネや再エネ利用拡大への支援 ●EV車両など環境配慮型車両の利用拡大 ●物流効率化、物流グリーン化施策の推進(配送体制見直し、共同配送、モーダルシフト、置き配の拡大等) ●地産地消の推進による調達コスト低減
		電力小売価格の変動	運営コスト	●再エネシフトに伴う電力小売価格の上昇 ●サプライチェーンを通じてのコスト増(調達、商品、包装資材、店舗建築設備、販売、物流等)	○	●店舗における省エネ推進、省エネ設備の導入 ●お取引先における省エネ設備導入への支援など
		EV車両の普及拡大	運営コスト	●店舗駐車場でのEV充電器に係る設置・メンテナンスコスト増	○	●店舗駐車場でのEV充電サービス拡大で、売上客数の増加を見込む
			売上	●店舗駐車場でのEV充電サービスによる来店動機増加	○	
評判	消費者の嗜好変化	サステナブル商品販売による売上の変化	売上	●消費者のサステナブル商品への関心が高まり、それに応える商品を品揃えすることで売上が増加 ●消費者のサステナブルなサービスへの関心が高まり、資源回収やリサイクル等の取組による来店動機増加、評判向上	○	●認証原材料(オーガニック農産品・認証海産品等)の品揃え拡大(「GREEN CHALLENGE 2050」の目標「持続可能な調達」) ●大豆ミート等代替肉の品揃え ●ノントレイ、ラベルレス等の環境配慮型容器包装導入やペットボトル回収・リサイクルの推進(「GREEN CHALLENGE 2050」の目標「プラスチック対策」) ●リサイクル素材を使用した買物かごの導入

物理的リスク・機会(温暖化進行シナリオ2.7°C~4°C)

重要なリスク・機会の項目	具体的な事例	影響	シナリオ	事業リスク	事業機会	主な対応策
急性	異常気象の深刻化・増加等	自然災害による被害	運営コスト	●自然災害の発生頻度や強度が強まり、大雨や台風による洪水での店舗被害や商品損害、休業による売上損失、復旧費、従業員の安全確保等で被害額が増加 ●生産地や物流網等のサプライチェーン被害による欠品、機会損失 ●防災対策の投資コスト増	○	●水害を想定した出店戦略、店づくり ●災害に強い物流拠点・供給網の構築 ●災害協定など店舗インフラを活用した災害拠点化(地域住民の避難場所等) ●止水板や防潮板の設置拡大による浸水被害の防止 ●蓄電池の性能向上などフェーズフリー設備による災害時の営業継続 ●緊急物資配送用の燃料備蓄 ●井水導入で非常時の水確保(イトーヨーカドー)
			レジリエンス向上による信頼・売上増	●消費者の防災意識が高まることで、災害対策商品の需要増加	○	●防災用品や備蓄品、簡便即食商品の品揃え拡大
		自然災害に関する保険料の支払い	運営コスト	●自然災害の発生頻度や強度が強まることで、自然災害に関する保険料の支払い額が増加	○	●各種被害防止策により損失を抑制
慢性	降水・気象パターンの変化	農畜水産物の原材料価格の変動	運営コスト	●農畜水産物の収量や品質が低下することで、原材料価格が上がり、調達コストが増加	○	●原材料生産地の分散と集約 ●工場野菜や陸上養殖、品種改良商品などの気候耐性のある原材料調達拡大による安定的な仕入の確保 ●デジタル技術やAIの活用 ●気候に左右されにくい、冷凍食品や加工食品の品揃え拡大
		平均気温の上昇	運営コスト	●平均気温の上昇により、夏季を中心に、空調や冷蔵冷凍設備にかかる電気使用量が増加し、電気料金の支払いが増加	○	●店舗における省エネ推進、省エネ設備の導入 ●暖房費、除雪費用等の冬季の運営コスト削減(ヨークベニマル：寒冷地域) ●冬季の来客増(ヨークベニマル：寒冷地域)
			売上	●暑熱による外出頻度低下 ●お届け事業ECサービスの需要増加	○	●お届け事業、ECサービス拡大(イトーヨーカドー：大型センターによる配送枠増) ●クーリングシールドとして来店の呼びかけ
		新たな販売機会の創出・販売機会の拡大	売上	●気温上昇によるお客様の嗜好の変化	○	●暑熱対応商品(冷感商品、涼味商品、日焼け止め等)の品揃え拡大

※事業インパクト評価にあたっては、それぞれ影響が大きい方のシナリオを参照

1 移行リスク・機会とその対応策

脱炭素シナリオ(1.5℃~2℃)

1.5℃目標達成に向けてさまざまな規制の導入が進むなか、最も大きな影響が予測される炭素税について、以下のとおり分析しました。

脱炭素シナリオにおける移行リスク

炭素税の影響

項目	事業インパクト
炭素税額	74億円

<前提>
 ・炭素税額：135ドル/トン-CO₂
 (IEA「World Energy Outlook 2022」の最大金額)
 ・為替レート：131.62円/ドル
 (23年2月期決算時に使用したレートに合わせています)

スーパーストア3社での炭素税額合計は、事業活動の成長に伴いCO₂排出量が増加した場合の単純計算では107億円になります。しかし、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』に掲げるとおり、CO₂排出量を、2030年に2013年度比50%削減することで、炭素税額は33億円削減でき、74億円になると見込んでいます。さらに、2050年目標であるCO₂排出量実質ゼロに向けて取り組みを推進することで、最終的に炭素税の影響はなくなる見込みです。

脱炭素シナリオにおける事業機会

お客様にサステナブルな商品やサービスに大きく関心を持っていただくことが機会に結びつくと考えています。

- ・店舗駐車場でEV充電サービス拡充
- ・オリジナル商品の環境配慮型容器包装
- ・ペットボトル回収&リサイクル推進
- ・認証原材料などサステナブル商品の品揃え拡大

脱炭素シナリオにおける対応策

環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』に基づいて、各種対応策を実施しています。詳しくは、P45~49の取り組みをご覧ください。

- ・店舗省エネ推進(設備、教育)による電気料金削減
- ・省エネに加えて、太陽光発電パネル設置などの再エネ活用推進により、炭素税の影響を大幅に軽減

- ・サステナブルな商品やサービスの拡大で、お客様の関心を得られ、来客増加(認証原材料、ペットボトル回収)
- ・店舗駐車場でEV充電サービス
 設置基数：2,373基(2023年6月末時点 3社計)



イトーヨーカドー駐車場(イトーヨーカドーでは計2,373基設置)

2 物理的リスク・機会とその対応策

温暖化進行シナリオ(2.7℃~4℃)

大きな影響が予測される「異常気象の深刻化・増加等」「原材料原価の上昇」について、以下のとおり分析しました。

温暖化進行シナリオにおける物理的リスク

自然災害による影響

項目	事業インパクト
店舗被害、商品損害、休業による売上の損失、復旧費用など	55億円

<前提>2019年(台風19号到来)と同規模災害が発生
 ※2019年災害時の被害実績と災害や洪水の発生頻度増加予測から試算
 ※被害の程度を把握するため、保険適用を考慮せず試算を実施

自然災害は発生予測が難しく、一度発生すれば甚大な被害をもたらします。近年、災害をもたらす大雨などの極端な気象現象の発生が増加しており、本シナリオではさらにこの傾向が強まります。そこで、甚大かつ広域な被害が予想される「計画休業を実施した2019年の台風19号と同規模の災害が発生した場合」を想定し、店舗や商品損害、休業による売上損失、復旧費用などの被害金額を、スーパーストア3社合計55億円と試算しました。

原材料原価上昇の影響

「降水・気象パターンの変化」による原材料原価上昇の影響を分析。気候変動の影響で収穫量が低下^{※1}し、仕入金額が増加すると仮定して、その増加額

を試算しました。「米・トマト・豚肉^{※2}」の調達において、主に温暖化進行シナリオで大きな影響が見込まれることがわかりました。さらに、前述した「炭素税」や「異常気象の深刻化・増加等」も影響することが見込まれ、対応策を推進しています。

※1 収穫量変化は、省庁や研究所などのデータから試算
 ※2 分析原材料は、今後、拡大予定

温暖化進行シナリオにおける事業機会

お客様の防災意識の高まりや、気温上昇に伴った嗜好・行動変化を事業機会としてとらえています。

- ・災害対策商品や冷感商品の需要増加
- ・酷暑により外出頻度低下、お届け事業やネット通販などECサービスの利用増加

温暖化進行シナリオにおける対応策

災害対応

- 災害対応の充実を図ることで、災害時に店舗の営業を早期に再開し、また、インフラや避難場所などの災害拠点として機能することで、地域のお客様への貢献を続けていきます。
- ・水害を想定した店づくり、災害に強い物流網(止水板、防潮板、蓄電池などフェーズフリー設備)
- ・災害協定など店舗インフラを活用した災害拠点化



2023年2月にはヨークベニマルが那須塩原市と「カーボンニュートラル推進及び災害に伴う大規模な停電発生時の協力に関する協定」締結式

自治体との包括連携協定数

(地産地消や高齢者支援、環境保全、災害支援など幅広い分野で連携)

	2020年 2月末	2021年 2月末	2022年 2月末
イトーヨーカドー	56	56	79
ヨークベニマル	10	10	11
ヨーク	4	4	4
グループ合計	270	279	332

酷暑対応

冷感商品の品揃えや、お届け事業やネット通販などECサービスを拡充していくほか、クーリングシェルターとしての対応も進めていきます。



年々拡大するお客様の配達ニーズに対応するため、2023年8月、『イトーヨーカドーネットスーパー 新横浜センター』を開設。近隣のイトーヨーカドー約30店舗の配送エリアおよび、同センターから約30km圏内を配送エリアとする大型拠点です。

原材料調達への対応

安定的な原材料調達のために、サプライヤーとの連携強化をはじめとした「持続可能な調達」の取り組みを進めます(P49)。

- ・原材料生産地の分散と集約
- ・工場野菜や陸上養殖、気候耐性品種の品揃え
- ・認証商品(水産物・農産物)の品揃え

リスク管理

当社グループでは、リスク管理の基本規程に基づき、リスクマネジメント委員会を中核とするリスク管理体制を構築しています。グループ各社は、グループ共通のリスク分類に基づき、自社のリスクを洗い出し、リスクの影響度・発生可能性を考慮して定量・定性両面でリスクを評価、対応策とともにリスク調査票にまとめて、リスクマネジメント委員会事務局に提出。このリスク調査票には、CO₂排出規制など気候変動に関わるリスクも含まれます。

WEB 事業等のリスク
<https://www.7andi.com/ir/management/risks.html>

気候変動に関わる指標・目標

当社グループは、2019年5月に環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を策定し、「CO₂排出量削減」の数値目標を掲げ、グループ横断の取り組みを進めています(P45~49)。

人的資本の強化

経営戦略と連動した人財政策

当社グループの成長力の源泉は「人財」であり、多様な従業員が「働きがい」と「働きやすさ」を感じられる職場と企業文化（カルチャー）を醸成し、一人ひとりが活躍できる環境をつくることで、企業としての成長につながると考えています。このたびグループの経営戦略の実現に向けて、人的資本経営を強力に推進し、企業理念の浸透や経営戦略と連動した人財戦略の策定・実行を加速化するため、2023年4月にCHRO体制に移行しました。

カルチャー変革に向けて、当社グループは「従業員エンゲージメントの向上」と「ダイバーシティ&インクルージョンの推進」を柱とする人財政策を進めていま

従業員エンゲージメントの向上

当社グループは、多様な人財にとって、働きやすく、働きがいのある職場づくりを進め、エンゲージメントの向上に取り組んでいます。組織の状態を可視化するものとして毎年1回「従業員エンゲージメント調査」を実施。企業と従業員が抱えている課題を把握し、改善活動を行っています。個々の人財のエンゲージメントや貢献意欲を高めることが、組織の活性化を促進し、企業としての競争力強化につながると考えています。

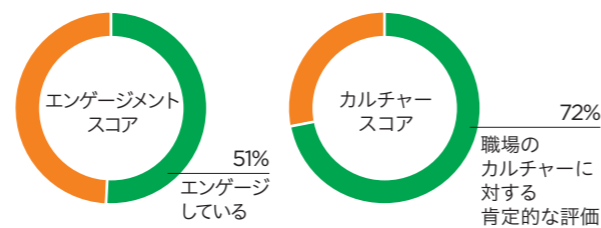
この取り組みの実効性を高めるべく、グループ各社には「エンゲージメント向上委員会」を設置しています。委員長は主に各社の人事部門責任者が務め、メンバーには多様な人財を選出しています。グループ各社では、同委員会が中心となり、エンゲージメント向上への行動施策を策定するとともに、その実行状況を定期的にモニタリングしています。調査結果は、エンゲージメント向上委員会を通じて、当社およびグループ各社の経営会議などへ報告し、分析や課題整理を行っています。優良な活動事例を共有し、相互理解を進めることで、さらなる活動の推進に活かしています。

2022年度は従業員エンゲージメント調査を、「従業

員エンゲージメント・カルチャーサーベイ」として発展させ、国内32社、約72,000名の従業員（月給制・パートアルバイト・時給正社員含む）を対象に実施しました。全社に対するエンゲージメントと同時に、それぞれの職場ごとのカルチャーの状態を測る7設問（誠実さ、主体性の尊重、挑戦の推奨、風通しの良さなど）を追加。エンゲージメントスコアは51%、カルチャーの設問に対して肯定的な評価をした割合は平均72%でした（ともに月給制社員）。企業と従業員が持続的に成長し、働きがいや働きやすさを実感し、多様な意見が尊重される企業文化の醸成に向けて取り組んでまいります。

こうした取り組みを推進していくために、会社の目指す方向性や社会における存在意義をしっかりと示すと同時に、対話を通じて従業員の想いや一人ひとりの目指す姿を重ね合わせる機会を積極的に設けるほか、すべての事業活動を支える働き方改革や生産性向上、健康経営を進め、年齢や性別・性自認、国籍などにかかわらず、従業員誰もが安心して働ける、働きやすい職場環境の整備に取り組んでいます。

2022年度「従業員エンゲージメント・カルチャーサーベイ」調査結果（月給制社員）



※ 全社に対するエンゲージメントと同時に、それぞれの職場ごとのカルチャーの状態（誠実さ、主体性の尊重、挑戦の推奨、風通しの良さなど）を測る調査を実施

ダイバーシティ&インクルージョンの推進

当社グループは、さまざまな背景・経験や能力を持つ多様な人財一人ひとりが、働きがいを感じながらイキイキと活躍できるよう、ダイバーシティ&インクルージョン（以下、D&I）を推進しています。D&Iの推進は、生産性の向上や優秀な人財の確保、さらにはお客様満足度の向上やイノベーションの創出につながります。

取り組みを着実に進めるため、2012年に「ダイバーシティ&インクルージョン推進プロジェクト」を設置し、同プロジェクトにおいてグループ横断の施策方針を示し、各社の活動のサポートを継続しています。また、グループ主要会社で構成するD&I推進連絡会を定期的に開催し、D&Iに関する方針や各社の活動の進捗・課題を共有しており、好事例のスピーディーな水平展開を図っています。これら活動内容は、グループ各社の人事責任者が集まる企業行動部会や経営陣が参加するCSR統括委員会にて定期的に報告しています。

現在、D&Iの取り組みにおいて特に重点に置いているのが、女性の活躍推進です。2026年2月末までに女性執行役員比率と女性管理職比率を30%とするグループ目標を設定しており、取り組みを促進するためグループ各社では、女性管理職比率や女性従業員の採用・離職・登用などに関する数値目標とアクションプランを策定。グループ各社と、グループ全体でPDCAサイクルを回すことで、目標の達成を目指しています。



女性エンカレッジメントセミナー

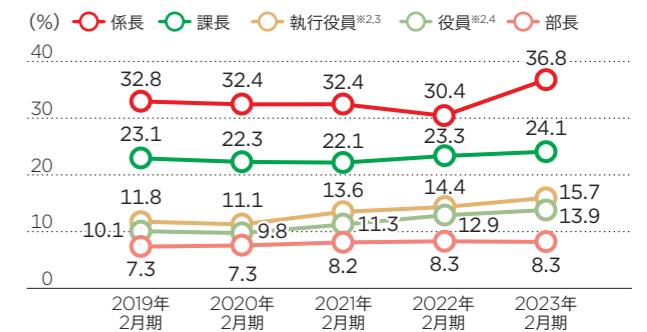
また、2021年から女性管理職候補者の育成を目的としたグループ横断研修「女性エンカレッジメントセミナー」を開催しています。社長をはじめとした経営陣から、経営方針・理念や応援メッセージなどを聞き、参加者同士でディスカッションする機会を提供することで、参加者の管理職への挑戦意欲が向上する効果も見られています。2022年からは女性執行役員の登用を促進するため、女性リーダーエンパワメントセッションも開始しました。

このほかにも、世代間ギャップやアンコンシャスバイアスの解消を図る啓発活動も継続して実施するなど、さまざまな活動を通じて、多様な人財が活躍できる環境づくりに取り組んでいます。

ダイバーシティ推進目標

1. 女性執行役員比率 30%
女性管理職（課長級・係長級）比率 30%
（いずれも2026年2月末まで）
2. 男性の家事・育児参画促進
3. 介護離職ゼロ
4. ノーマライゼーションの推進
5. LGBTに関する理解促進

女性執行役員・管理職比率の推移^{※1}



※1 グループ8社（(株)セブン&アイ・ホールディングス、(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)ヨークベニマル、(株)そごう・西武、(株)赤ちゃん本舗、(株)セブン&アイ・フードシステムズ、(株)セブン銀行）合計

※2 毎年5月末現在の数値、グループ6社（(株)セブン&アイ・ホールディングス、(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)ヨークベニマル、(株)ヨーク、(株)そごう・西武）合計

※3 取締役を兼務する執行役員は除く

※4 役員は取締役・監査役・執行役員の合計

人権への取り組み

セブン&アイグループ人権方針

企業活動のグローバル化が進み、企業の人権への取り組みに対して、社会からの関心が高まっています。当社グループでは、企業行動指針をベースに人権を守る活動を行ってまいりましたが、国際基準に準拠し、ステークホルダーの人権を尊重していくことが極めて重要だと考えています。2021年、国際人権章典（世界人権宣言と国際人権規約）、労働における基本的原則および権利に関する国際労働機関の宣言、

国連グローバル・コンパクトの10原則、および「国連ビジネスと人権に関する指導原則」などをもとに、「セブン&アイグループ人権方針」を定めました。これからも従業員やサプライチェーン、地域社会に対する働きかけを行うなど、人権尊重の取り組みを一層強化していきます。

 セブン&アイグループ人権方針
https://www.7andi.com/sustainability/policy/human_rights.html

推進体制

人権方針をグループで推進するためのグループ横断組織として「人権推進プロジェクト」を発足し、継続的な取り組みを実施しています。このプロジェクトには、CSR統括委員会傘下の4部会（企業行動部会、サプライチェーン部会、コンプライアンス部会、環境部会）の各部長や、人権啓発・ノーマライゼーションに関わる業務を統括する専門部署として常設された人権啓発センターのセンター長などが参

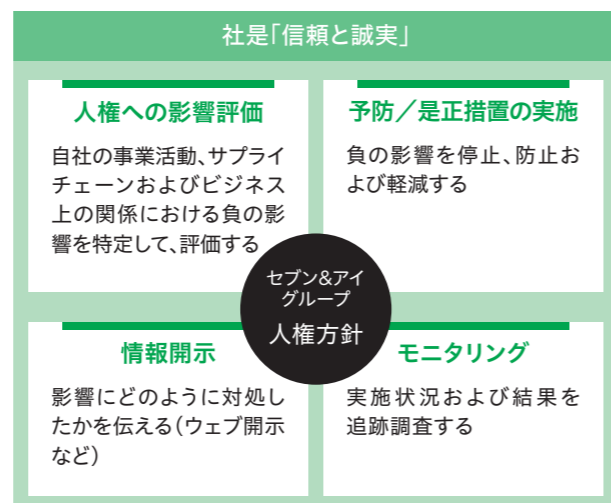
加し、事業特有の人権問題の特定、予防是正対応、定期的なモニタリング、情報開示など、人権デュー・ディリジェンスの取り組みを推進しています。取り組みの計画立案や実施進捗状況の確認は、人権推進プロジェクトの会議において実施しています。

 CSR統括委員会
<https://www.7andi.com/ir/management/governance/structure.html>

人権デュー・ディリジェンスの実施

当社グループでは、「国連ビジネスと人権に関する指導原則」および「責任ある企業行動のためのOECDデュー・ディリジェンス・ガイダンス」に基づく手順に沿って「人権デュー・ディリジェンス」の仕組みを構築し、人権への悪影響に対する予防、是正措置の実施、また軽減に努めています。グループの事業活動が人権侵害を引き起こしている、あるいは、それを助長していることが明らかになった場合は、その是正・救済を行います。また、グループの事業活動が引き起こした、あるいは、助長したものでなくても、取引関係によってグループの商品・サービスが人権侵害に直接関与している場合は、是正への働きかけを行います。

人権デュー・ディリジェンスプロセス



人権への影響評価

当社グループは事業活動が人権に影響を及ぼす可能性のあることを認識し、人や社会に対する負の影響の原因を特定し、その影響の軽減・是正に努めています。

当社グループは2022年に、グループおよびお取引先の事業が人権に及ぼす潜在的な負の影響評価を実施し、自社およびサプライチェーンに対するヒアリング、調査を行い、人権課題を特定しました。特定された人権課題については、国際機関などが公表している人権リスク指標に基づき、深刻度と発生可能性を算出、スコア化することで人権リスクを評価し、リスクの軽減を図っています。当該人権課題の特定は、外部の専門家の支援・助言を得ながら実施しています。

 人権リスクの評価についてはこちら
https://www.7andi.com/sustainability/human_rights/risks.html

予防軽減措置の実施

当社グループは、重点的に発生の防止と対応に取り組んでいく人権リスク（および国・地域）を特定し、当該特定された優先順位の高い人権リスクに対して、グループ内において是正措置を実施するとともに、予防に向けた教育や研修などの活動を実施して

モニタリング

当社グループの企業活動が与える、人権への負の影響を特定し、継続的な改善を進めるために、グループ内およびサプライチェーンに対し、モニタリングを実施し、社内外の情報を収集しています。

お取引先に対しては、当社グループの従業員の言動が、社是や企業行動指針に則ったものであるかを確認するため、お取引先に無記名でご回答いただく「お取引先アンケート」を実施しています。2022年度はグループ各社合計で約10,900名のお取引先に

外部への情報開示

人権尊重の取り組みについて、ウェブサイトや本レポートなどのコミュニケーション手段を通じて、定期的に開示しています。

特定された人権課題の深刻度と発生可能性

人権課題	深刻度 ^{※1}		発生可能性 ^{※2}	
	自社	サプライチェーン	自社	サプライチェーン
従業員				
強制労働・人身取引	3.67	4.33	6.04	6.05
児童労働	4.00	4.33	4.04	4.26
差別	3.00	3.00	4.14	6.87
非人道的な扱い	4.00	4.00	3.67	3.32
結社の自由・団体交渉権	3.00	3.00	6.06	7.35
労働時間・賃金	3.33	3.50	4.83	6.73
労働安全衛生	4.00	4.67	5.33	6.73
移民労働者の人権	3.00	3.67	6.28	4.59
プライバシーに対する権利(従業員)	2.33	2.33	2.74	4.36
お客様				
倫理的/責任あるマーケティング	2.67		2.29	
子どもの権利(児童労働以外)	3.33		2.29	
プライバシーに対する権利(消費者)	3.33		2.74	
製品の安全・品質	4.33		3.00	
地域社会				
周辺住民の健康	3.00	4.33	2.35	3.21
土地の問題	2.33	3.67	1.52	3.34
水へのアクセス、衛生	3.33	4.67	2.04	5.40
先住民の権利	3.00	4.33	2.02	4.91
警備担当者等による人権侵害		4.00		3.59
責任ある鉱物調達		4.00		1.54
その他のハイリスクな状況	4.33	4.33	2.52	2.92

※1 深刻度：5段階のスコアに換算（0がリスクが低く、5がリスクが高い）

※2 発生可能性：10段階のスコアに換算（0がリスクが低く、10がリスクが高い）

います。また、サプライチェーンにおける人権リスクに対しては、関連するステークホルダーとの対話と協議、指針の周知を継続的に行い、人権尊重の取り組みの向上と改善に努め、リスクが顕在化した際には、その是正を行っています。

ご回答いただきました。

サプライチェーンのモニタリングとして、グループのプライベートブランド商品「セブンプレミアム」および海外でのグループプライベートブランド商品製造委託先の最終製造工場に対して、「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」への遵守状況を確認するCSR監査を実施しています。2022年度は国内外13カ国の846工場に対してCSR監査を実施しました。

サプライチェーン・マネジメント

お取引先とともに築く持続可能なサプライチェーン

当社グループは創業以来、「社是」に掲げるさまざまなステークホルダーの皆様から信頼される誠実な企業であることをつねに心掛けています。

世界では人権に関するさまざまな問題が発生しています。企業に対しては自社が取り扱う商品・サービスにおけるサプライチェーン全体の人権の尊重と保護、法令遵守、環境保全、労働条件への配慮など、社会的責任を果たすことが強く求められています。当社グループでは、人権の尊重と保護を何

よりも優先し、お取引先に「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」(以下、行動指針)のご理解と実行をお願いしています。お取引先とともに行動指針を運用し、持続的発展可能なサプライチェーンを構築することで、お客様に安全性と品質が担保された商品・サービスを提供するだけでなく、サプライチェーン全体で人権の尊重、法令遵守、地球環境保全、労働環境への配慮などを推進しています。

お取引先CSR監査の運用

当社グループでは、プライベートブランド商品「セブンプレミアム」およびグループ各社のプライベートブランド商品の製造委託先工場のうち、リスク管理の観点から特に重要であると判断した地域(主に中国・東南アジア)の工場については、CSR監査にご協力いただいています。また、行動指針の推進状況をお取引先と共有し、問題点の是正処置を支援

しています。グループ各社と新規にお取引をお願いする場合は、行動指針の理解と遵守をお願いし、CSR監査を受けていただいています。CSR監査の結果と是正対応状況から適合と認められたお取引先には「適合認証書」を発行したうえで、お取引開始とさせていただきます。お取引継続のためには「適合認証書」の更新取得を前提としています。

中国・東南アジアのプライベートブランド商品製造工場CSR監査認証の流れ



CSR監査の様子

CSR監査の項目・実施手順

当社グループは、世界標準であるILO(国際労働機関)条約などの国際条約とISO26000に準拠した独自の監査項目に沿って、第三者機関がお取引先の製造工場を監査しています。監査項目は、「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」「人権の尊重」「法令遵守」「労働安全衛生」「環境保全」などで構成されており、最も重要視している分類は、「強制労働」「児童労働および若年労働者」「生活賃金(最低賃金)」「懲罰」の4分類です。監査では現場・書類・データの確認と管理者や労働者へのインタビューによって、CSR監査項目の遵守状況を確認しています。労働者へのインタビューは、使用者からの指示や報復などを防ぐため、別室にて監査員のみでの立ち合いで行います。監査の結果、監査項目に適合しない事項が発見された場合は、第三者の監査機関より当該のお取引先に対し、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「是正処置計画書」を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いています。お取引先から指摘事項の改善完了の報告を受けた後、改善を示した担保資料の提出などを受けて、改善完了の確認

を行います。ただし、重大な不適合項目が多数発生する場合など、一定の基準を超えた場合は、工場を再訪問し、再監査を実施することで問題の改善を確認しています。

CSR監査16大分類

最も重視している4分類

No.	分類
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(最低賃金)
7	労働時間
8	差別・ハラスメント
9	正規雇用
10	下請契約、家内工業、外部加工
11	懲罰
12	地球環境保全
13	腐敗防止・公正な取引
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・災害対応

CSR監査の実績

2022年度の海外CSRの監査結果では、7工場で重大な不適合が確認され、是正対応を実施しています。生活賃金(最低賃金)関連(5件)、若年労働関連(6件)の不適合が確認され、生活賃金(最低賃金)関連の不適合のなかには、賃金支払い記録不備も不適合として対応しています。若年労働関連の不適合は、若年労働者の未登録、書類不備などの6件で、すべて是正処置を確認しました。また、CSR監査の結果、強制

労働および15歳未満の児童労働、懲罰に該当する不適合は確認されていません。なお、2022年度の国内のCSR監査は、国内のプライベートブランド商品「セブンプレミアム」の製造委託先535工場を実施し、1件の児童労働に関する重大な不適合が確認されましたが、就業規則の記載ミスに起因するもので、児童労働の実態はありませんでした。

CSR監査件数(海外工場)

年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度計画
監査工場数	245件	215件	274件	304件	413件	357件	322件	327件
実施率(%) ^{※1}	100.0	100.0	100.0	100.0	89.8 ^{※2}	79.9 ^{※2}	74.2 ^{※2}	-

※1 監査計画工場数に対する監査実施工場数の割合(生産終了、取引停止により審査の必要がなくなった工場を除く)

※2 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、一部工場で監査を中止