

CSR データブック 2020

CSR DATA BOOK 2020

目次

トップメッセージ	2
CSR活動基本方針	3
環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」	5
ステークホルダー・エンゲージメント	6
企業統治	8
コンプライアンス	12
人権への取り組み	20
CSRマネジメント	23
サステナビリティを巡るリスク・機会	32
TCFD提言への対応	35
セブン&アイHLDGS.の重点課題	41
重点課題 1 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供	45
重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供	58
重点課題 3 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用	87
重点課題 4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援	122
重点課題 5 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	156
社会貢献活動	178
海外での取り組み	182
受賞歴・社外からの評価	213
データ集	216

CSRデータブックについて

本レポート「CSRデータブック2020」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、「重点課題」ごとの各事業会社における取り組みや海外におけるCSR活動など、網羅的に報告しています。2019年5月には、社会ニーズの変化や環境問題など、さまざまな社会環境の変化に対応するため、セブン&アイグループの環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」を策定しました。さらなる環境負荷低減を推進し、豊かな地球環境を未来世代に繋いでいくため、グループで実施した取り組みとその進捗状況も報告しています。

報告対象期間

2019年度(2019年3月~2020年2月)の活動報告を基本に、2020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・スタンダード」
- ・ ISO26000

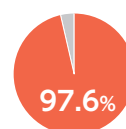
発行年月

2020年10月

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。

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
(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)ヨークマート
(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
7-Eleven, Inc.
SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.
セブン-イレブン北京
セブン-イレブン成都
セブン-イレブン天津
成都イトーヨーカ堂
華糖ヨーカ堂

トップメッセージ

セブン&アイグループは、お客様をはじめとして、お取引先様、株主様、地域社会、加盟店、そして社員を含めたすべてのステークホルダーの皆様から「信頼される、誠実な企業でありたい。」という社是※1にもとづき、コロナ禍においても立ち止まることなく、SDGs（持続可能な開発目標）※2が掲げる持続可能な社会の実現を目指しています。

弊社グループは、社会の期待や要請に応じていくために、2012年に署名した「国連グローバル・コンパクト※3」の10原則を支持し、本業を通じて実践に努めています。また、ステークホルダーの皆様との対話を通じて特定した、社会と弊社グループにとって重要性の高い重点課題（マテリアリティ）の解決に向け、社会課題解決と企業価値向上の両立を図り、持続可能な成長に資する流通サービスの実現に取り組んでいます。

新型コロナウイルス感染症拡大によって、お客様の日常生活が大きく変容するとともに、私たちの事業環境も変化する中、お客様の暮らしに寄り添い、お客様の暮らしから発想することが、事業活動の原点であり、サステナビリティ（持続可能性）を追求するうえでの基本であると考えています。

2019年に公表した環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』では、2030年、2050年の目指す姿と具体的な目標を掲げ、その達成に向けて4つのテーマ※4ごとにイノベーションチームを立ち上げました。それぞれのチームが、多様な新技術の導入や、お客様、お取引先様、地域社会の皆様と連携した循環型社会の構築など、限りある地球環境や資源を活かし、未来世代につなげていくためにグループ一丸となって環境負荷の低減に取り組んでいます。

これからも、セブン&アイグループは、お客様の暮らしになくてはならないグループとして、「With コロナ」の時代にあっても、お客様ニーズの変化へ対応し、事業活動を通じた社会課題の解決に向けて取り組んでまいります。

※1 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

※2 SDGs：Sustainable Development Goals =「持続可能な開発目標」

国連総会の「持続可能な開発サミット」（2015年9月）で、193加盟国の全会一致で採択された国際社会全体の目標。2030年に向けて地球規模の優先課題や世界のあるべき姿を明らかにする17の目標と169のターゲットからなる。

※3 国連グローバル・コンパクト：

各企業・団体が責任ある創造的なリーダーシップを発揮することによって、社会の良き一員として行動し、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組み作りに参加する自発的な取り組み。世界的に採択・合意された普遍的な価値として国際社会で認められている4分野（人権、労働、環境、腐敗防止）10原則からなる。

※4 4つのテーマ：

CO2排出量削減、プラスチック対策、食品ロス・食品リサイクル対策、持続可能な調達



代表取締役社長

井阪隆一

CSR活動基本方針

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

企業行動指針

基本方針

1. 安全で高品質な商品・サービスの提供
2. 公正で透明な取引の確保
3. 地域社会・国際社会との連携
4. 人権の尊重
5. 多様性の尊重と働きがいの向上
6. 会社の資産や情報の保全
7. 持続可能な社会実現への貢献
8. ステークホルダーとの対話
9. 社会課題への取り組み

行動基準

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・国際社会との関係
6. 会社と役員・従業員との関係
7. 地球環境の保全

取り組みごとの各種方針

- 品質方針
- 環境指針、環境規約
- 環境宣言、地球温暖化防止に関する基本方針
- 持続可能な調達基本方針
- お取引先行動指針
- 社会・文化貢献活動基本方針、社会・文化貢献活動行動指針

国連グローバル・コンパクトの支持

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。



Network Japan
WE SUPPORT

＞ グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン 

持続可能な開発目標（SDGs）への対応

セブン&アイHLDGS. は、2015年に国連サミットで採択された「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals）※」の達成に向けて、本業を通じた社会課題の解決に取り組んでいます。

※ 2030年までに、すべての人に平和と豊かさを実現するために社会・経済・環境面における持続可能な開発を目指す国際社会共通の目標

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



＞ 持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals） 

環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』

環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』

セブン&アイグループは、これまで様々な社会環境の変化に、価値ある商品やサービスの提供を通じて対応し、豊かで便利なくらしの実現に努めてまいりました。その一方で、様々な環境問題や外部不経済等の社会課題が顕在化し、社会の持続的発展にはその解決が急務となっています。

このような現状認識に基づき、全国の店舗ネットワークとサプライチェーン全体で、さらなる環境負荷低減を推進し、豊かな地球環境を未来世代に繋いでいくため、グループ全従業員が一丸となって取り組んでまいります。

策定日 2019年4月

目指す姿	具体的な取組	2030年の目標	2050年の目指す姿
脱炭素社会	CO2排出量削減	グループの店舗運営に伴う排出量30%削減(2013年度比)。	グループの店舗運営に伴う排出量80%以上削減(2013年度比)。
		自社の排出量(スコープ1+2)のみならず、スコープ3を含めたサプライチェーン全体で削減を目指す。	
循環経済社会	プラスチック対策	オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で使用する容器は、環境配慮型素材(バイオマス・生分解性・リサイクル素材・紙、等)50%使用。	オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で使用する容器は、環境配慮型素材(バイオマス・生分解性・リサイクル素材・紙、等)100%使用。
		プラスチック製レジ袋の使用量ゼロ。使用するレジ袋の素材は、紙等の持続可能な天然素材にすることを旨とする。	—
	食品ロス・食品リサイクル対策	食品廃棄物を発生原単位(売上百万円あたりの発生量)50%削減(2013年度比)。	食品廃棄物を発生原単位(売上百万円あたりの発生量)75%削減(2013年度比)。
		食品廃棄物のリサイクル率70%。	食品廃棄物のリサイクル率100%。
自然共生社会	持続可能な調達	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は、持続可能性が担保された材料50%使用。	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は、持続可能性が担保された材料100%使用。

※目標は、社会環境変化に応じて見直してまいります。

▶『GREEN CHALLENGE 2050』のニュースリリースは[こちら](#)

ステークホルダー・エンゲージメント

セブン&アイHLDGS. は創業以来、お客様をはじめとして、お取引先・株主・地域社会・従業員を含めたすべてのステークホルダーの皆様から信頼される誠実な企業を目指しています。ステークホルダーの皆様の社会や当社グループに対する要請や期待を的確に把握し、それらに応えていくことが重要と考えています。

そのため、セブン&アイHLDGS. とグループ各社は、ステークホルダーの皆様との対話を通して得られたご意見やご要望、ご不満、お申し出などの「声」に迅速に対応するよう努めています。また、こうした「声」を経営や事業活動に反映させています。

セブン&アイHLDGS. のステークホルダー

ステークホルダーとの関わり		主なエンゲージメント方法	主な対応方針
お客様	私たちは、常にお客様の立場に立って考え、お客様の信頼を得るためにコミュニケーションを大切にし、お客様の声に応え続けていきます。	<ul style="list-style-type: none"> ● 日々の営業活動 ● お客様相談室へのお問い合わせ ● お客様アンケート ● お客様参加型コミュニティサイト 	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様の生活を豊かにする商品・サービスの提供 ● 商品・サービスの改善、安全性の確保 ● 正確でわかりやすい表示 ● 個人情報の適正な管理 ● ユニバーサルデザインの推進
お取引先	私たちの商品・サービスは、お取引先のご協力なしには提供できません。公正な取引に関連する法令や社内ルールの遵守、安全・安心、人権・環境への配慮を保つためにお取引先との信頼関係を構築し、ともに社会的責任を果たしていきます。	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品開発会議 ● 品質改善会議 ● お取引先懇談会 ● お取引先CSR監査 ● お取引先ヘルプライン(通報窓口) ● お取引先アンケート 	<ul style="list-style-type: none"> ● チームマーチャンダイジング(MD)による商品・サービスの開発 ● 公正な取引の徹底 ● サプライチェーンを通じた法令遵守、人権・環境への配慮
株主・投資家	私たちの事業は、株主・投資家の皆様の出資に基づいています。その信頼に応えるためにも、透明性の高い経営とコミュニケーションを重視し、説明責任を果たしていきます。	<ul style="list-style-type: none"> ● 株主総会 ● 決算説明会 ● 投資家とのミーティング ● 投資家向け情報サイト・機関紙 	<ul style="list-style-type: none"> ● 株主価値の最大化と利益の還元 ● 適切な会計処理と適時情報開示 ● 透明性の高い経営 ● 受益者に対する説明責任
地域社会	私たちは、地域社会になくてはならない存在を目指しています。そのために、地域の生活にあった商品・サービスを提供するとともに、地産地消の推進や地域との共生を図るなど、地域の発展へ貢献する活動を推進しています。	<ul style="list-style-type: none"> ● 自治体との地域包括連携協定 ● 地域活動への参加 ● 業界団体を通じた対話 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域特性に合った商品・サービスの提供 ● 地域の生活環境への配慮 ● 地域の発展への貢献 ● NGO・NPOなどと連携した社会課題の解決 ● 行政と連携した安全・安心な街づくり ● 地産地消、食育、子育て、高齢者、障がい者の支援 ● 災害発生時の商品の提供と被災地復興支援 ● ボランティア活動への参加

ステークホルダーとの関わり	主なエンゲージメント方法	主な対応方針
加盟店オーナー	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営相談員による定期的な店舗訪問 ● 商品展示会 ● 地区ごとの研修・勉強会 ● オーナー向け機関紙 	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営体質の強化 ● 店舗運営力の強化 ● パートナーシップの強化 ● 競争力の高いフランチャイズシステムの構築と改善
従業員	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営方針説明会 ● 従業員意識調査 ● 従業員研修 ● 自己評価(セルフチェック)制度と個人面談 ● 社内ポータルサイト・社内報 ● 従業員ヘルプライン(内部通報窓口) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 人権・多様性・個性の尊重 ● 差別のない人権に配慮した職場づくり ● 多様な人材の活用 ● 労働安全衛生・労働災害の防止 ● ワークライフバランスの実現 ● メンタルヘルス不調の未然防止 ● 従業員の健康増進 ● 透明性・公平性のある評価 ● 従業員の団結権などの諸権利の尊重 ● 能力向上支援
地球環境	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様相談室へのお問い合わせ ● 商品・包装材仕入先との会議 ● 国・自治体、店舗近隣住民の方々、NPO・NGOの方々との対話 ● 設備・メンテナンス会社・廃棄物処理業者との対話 	<ul style="list-style-type: none"> ● CO2排出量の削減 ● エネルギー消費量の削減 ● 従業員への意識啓発 ● 環境法令の遵守 ● 省エネ設備、環境配慮型設備の導入 ● 節水対策 ● 廃棄物の削減・リサイクルの推進 ● 容器包装材などの削減 ● 生物多様性の保全 ● 環境に配慮した商品・サービス

企業統治

セブン&アイHLDGS. は、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。

組織形態

セブン&アイHLDGS. は、監査役設置会社です。監査役制度に則り、経営の監督を実施しています。取締役会は13名で構成されており、うち5名は社外取締役、1名は女性取締役です。セブン&アイHLDGS. では、独立性を保持し、高度な経営に対する知識や経験を有する複数の社外取締役の見識を活用することで、一般株主の利益を確保するとともに、事業執行における意思決定の質を高めています。経営陣の選任については、株主の意向をよりの確に反映させるため、任期を1年としています。

また、迅速な意思決定と業務執行を実現するため、執行役員制度を導入しています。取締役会は「経営戦略の立案と業務執行の監督」に、執行役員は「業務執行」にそれぞれ専念できる環境を整備しており、執行役員は18名（男性17名、女性1名）で構成されています。

監査役会は5名で構成されており、うち3名は独立性を保持し、法律や財務会計などの専門知識などを有する社外監査役です。各監査役は、取締役会その他重要な会議に出席するほか、代表取締役との意見交換、定期的な取締役などからの業務執行状況の聴取、内部監査部門との積極的な情報交換などを行います。こうした活動を通じて取締役の職務の執行を監査しています。このほか、会計監査人とも積極的に情報交換を行い、会計監査における緊密な連携を図っています。

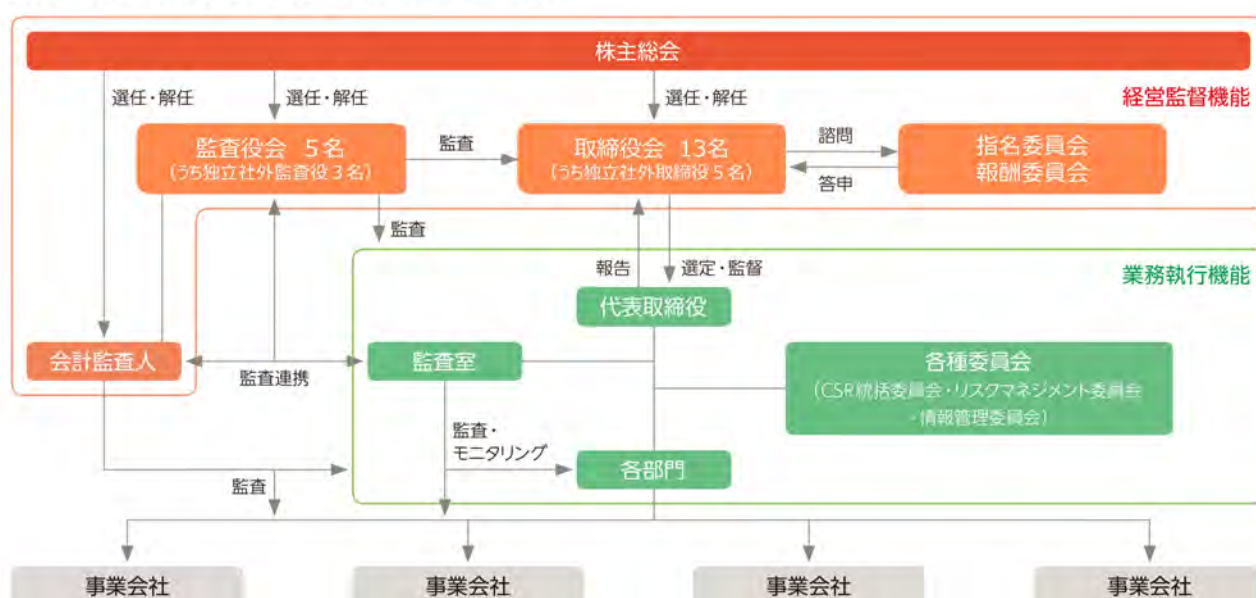
※人数は2020年5月末のものです。

企業統治の強化

セブン&アイHLDGS.の社外取締役および社外監査役は、全員が当社から独立しています。当社において独立役員とは、当社の一般株主と利益相反が生じるおそれのない社外役員をいい、当社経営陣から著しいコントロールを受け得る者である場合や、当社経営陣に対して著しいコントロールを及ぼし得る者である場合は、一般株主との利益相反が生じるおそれがあり、独立性はないと判断しています。これらの基本的な考え方を踏まえ、金融商品取引所が定める独立性基準を当社の社外役員の独立性基準としています。

社外取締役および社外監査役は、取締役会のほかに代表取締役および取締役などとのミーティングを随時行い、企業経営やコーポレートガバナンスなどについての意見交換を行っています。また、セブン&アイHLDGS.は社外取締役および社外監査役について、その職務を補助する使用人を置き、その他の取締役および監査役と円滑な情報交換や緊密な連携を可能とするサポート体制を確立しています。

当社のコーポレートガバナンス体制 (2020年5月28日現在)



指名・報酬委員会

セブン&アイHLDGS.は、取締役会の諮問機関として、「指名委員会」および「報酬委員会」を設置しております。各委員会の委員構成は、独立社外取締役3名、社内取締役2名（独立社外取締役が過半数）とし、委員長は、独立社外取締役が務めております。なお、報酬委員会の社内委員は、代表取締役以外の取締役より選定しております。

指名委員会においては、代表取締役、取締役、監査役および執行役員の指名について、報酬委員会においては、代表取締役、取締役、監査役および執行役員の報酬などについて審議することにより、社外役員の知見および助言を活かすとともに、代表取締役、取締役、監査役および執行役員の指名および報酬などの決定に関する手続きの客観性および透明性を確保し、もって、取締役会の監督機能を向上させ、コーポレートガバナンス機能のさらなる充実を図っております。

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」「リスクマネジメント委員会」「情報管理委員会」を設置しております。各委員会は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おります。

CSR統括委員会

セブン&アイHLDGS. はグループ全社的なCSR活動の推進・管理・統括を目的としたCSR統括委員会を設置し、同委員会傘下にグループ全体の「5つの重点課題」に対する具体的な施策の検討・実行を担うグループ横断的な組織として「コンプライアンス部会」「企業行動部会」「サプライチェーン部会」「環境部会」「社会価値創造部会」を設けています。これらの部会の活動を通して、コンプライアンスのさらなる徹底およびステークホルダーに係る社会課題の解決に資する事業活動を推進するとともに、ESG（環境、社会、ガバナンス）の視点から社会と当社グループ双方の持続可能な発展を目指しています。

また、当社はグループ全体の内部統制の一環として当社グループ役員・従業員およびお取引先が利用可能な内部通報制度を運用しており、CSR統括委員会の担当役員が、取締役会において内部通報制度の運用状況について、定期的に報告・確認を行っています。

リスクマネジメント委員会

セブン&アイHLDGS. およびグループ各社では、経営環境およびリスク要因の変化を踏まえ、各事業におけるリスクを適正に分析・評価し、的確に対応するため、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統合的なリスク管理体制を構築・整備・運用しています。

リスクマネジメント委員会は、各リスク管理統括部署より自社のリスク管理状況に関する報告を受け、リスクの網羅的な把握、その評価・分析および対策について協議し、今後の方向性を定めています。

一方、各リスクについては、当社の各リスク管理統括部署を主体とするグループ横断の会議体などを活用し、グループ各社のリスク評価・分析および低減策の実行支援や社内外のリスク関連情報の共有などを通じて、グループ全体のリスク管理のさらなる強化に取り組んでおります。

情報管理委員会

セブン&アイHLDGS. は、グループの役職員が知得、作成または保有する業務に関する一切の情報について、情報管理基本規程に基づき、情報管理統括責任者を委員長とする情報管理委員会を設置し、情報管理に関するリスクの分析、評価および対策を講じております。

当事業年度において、前事業年度に引き続き、情報収集・管理体制の強化に努め、各社の重要情報を適時・適切に収集し、協働して対処する体制を強化するとともに、その情報を一元的に管理し、経営および関連部門へ遺漏・遅滞なく報告する体制の強化に取り組みました。

情報セキュリティにおいては、7pay（セブンペイ）にかかわる不正アクセスが発生したことを受け、セキュリティについての専門性を有する人財を拡充し、当社グループにおけるセキュリティ施策を統括的に所管し、かつ、業務執行から独立した専門部署を設置いたしました。その上で、当社グループにおいて横断的に適用される、セキュリティに関するポリシー、ガイドラインなどの再整備をし、社内教育の高度化およびモニタリングの強化を通じて、セキュリティに対する意識向上および高度化に取り組んでおります。

これらの取り組みを通じて、グループの情報管理および情報セキュリティの強化に努めております。

内部統制システムの強化

セブン&アイHLDGS.では、内部統制の目的である「業務の有効性と効率性」「財務報告の信頼性」「事業活動における法令の遵守」「資産の適正な保全」という4つの要件を達成するため、内部統制システムの充実を図ってきました。

2006年5月の会社法施行に伴い、「内部統制システムに関する基本方針」を取締役会で決議し、各種規程の整備やリスク管理状況の確認を実施しています。2009年2月には、金融商品取引法に基づく内部統制報告書制度導入への対応の一環として、「財務報告に係わる内部統制の構築規程」および「財務報告に係わる内部統制の評価規程」を制定しました。これらの規程に基づき、2009年3月に監査室に内部統制評価担当を配置し、グループ全体の「財務報告に係る内部統制評価」を実施しています。

このような制度面での充実に加え「内部統制ハンドブック」を作成し、グループの従業員に対して内部統制の目的および重要性の理解浸透に努めています。また、2015年5月の会社法および会社法施行規則の改正に伴い、セブン&アイHLDGS. およびグループ子会社から成る企業集団における業務の適正を確保するための体制を整備するとともに、監査を支える体制などに関する規程の充実・具体化を図りました。

▶ [コーポレートガバナンスに関する詳細はこちら](#)

コンプライアンス

セブン&アイHLDGS.は、法令や社会規範の遵守をすべてに優先させ、経営に健全なコーポレートガバナンス（企業統治）が機能し、かつ確保されるよう配慮します。

セブン&アイグループ企業行動指針

セブン&アイグループ企業行動指針は、グループの社是に掲げる「信頼と誠実」の精神を実現するため、従業員一人ひとりが実践すべき行動の在り方を示したものです。法令や社会規範を遵守すること、私的独占の禁止および公正取引の確保に関する法律などの関係法令や社内ルールを守り、取引にあたっては健全な商習慣にしたがい適切な条件のもとで取引を行うこと、反社会的勢力とは関わりを持たないことなどを掲げています。

▶ [セブン&アイグループ企業行動指針の詳細はこちら](#)

基本方針

1. 安全で高品質な商品・サービスの提供
2. 公正で透明な取引の確保
3. 地域社会・国際社会との連携
4. 人権の尊重
5. 多様性の尊重と働きがいの向上
6. 会社の資産や情報の保全
7. 持続可能な社会実現への貢献
8. ステークホルダーとの対話
9. 社会課題への取り組み

行動基準

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・国際社会との関係
6. 会社と役員・従業員との関係
7. 地球環境の保全

コンプライアンス体制

セブン&アイHLDGS.では、代表取締役社長を委員長とした「CSR統括委員会」および下部組織である「コンプライアンス部会」「企業行動部会」「サプライチェーン部会」「環境部会」が、グループ各社と連携し、企業行動指針の浸透とコンプライアンスの徹底に努めています。



内部通報制度

セブン&アイHLDGS.では、社会からの信頼を失うような行為の防止と早期発見、早期是正、再発防止を目的に、日本国内の事業会社の従業員などを対象とした通報窓口「グループ共通従業員ヘルプライン」と、経営幹部に関する通報窓口「監査役ホットライン」、お取引先様を対象にした通報窓口「お取引先専用ヘルプライン」を設けています。



いずれも、業務委託契約および機密保持契約を結んだ第三者の通報窓口を連絡先とし、相談・通報者のプライバシーを厳守しているため、内容が社外に開示・漏洩することはありません。Eメール・電話・FAX・手紙により受け付けています(電話の場合、受付時間内での受付となります)。

通報があった場合には、速やかに事実を確認し、違反行為を発見した場合は是正、再発防止に努めています。また、通報しやすい環境づくりのため、匿名でも通報でき、通報者は通報したことによる不利益な取扱いを受けることが一切ないことを運用規程に定めています。相談者に報復や不利益が起きていないかを確認するため、案件終了通知の翌月末には、第三者の受付窓口から相談者に確認連絡を行っています。

グループ各社への通報件数、通報内容および対応状況については、セブン&アイHLDGS. のサステナビリティ推進部が把握し、対象となる事業会社の対応方法が適切であるか確認しています。もし、重大な違反行為などが認められた場合は、直ちに代表取締役様に報告し、関係部署・関係各社とともに対応を協議し、必要な措置を講じます。また、内部通報の運用状況については、セブン&アイHLDGS.の取締役会において報告しています。

消費者庁の内部通報制度認証(自己適合宣言登録制度)に登録

コンプライアンス経営の一層の強化を図り、お客様やお取引先様をはじめとするすべてのステークホルダーの皆様に信頼されるグループを目指していくため、2019年7月に当社グループの内部通報制度「グループ共通従業員ヘルプライン」を、消費者庁の内部通報制度認証(自己適合宣言登録制度)へ登録し、継続更新しています。



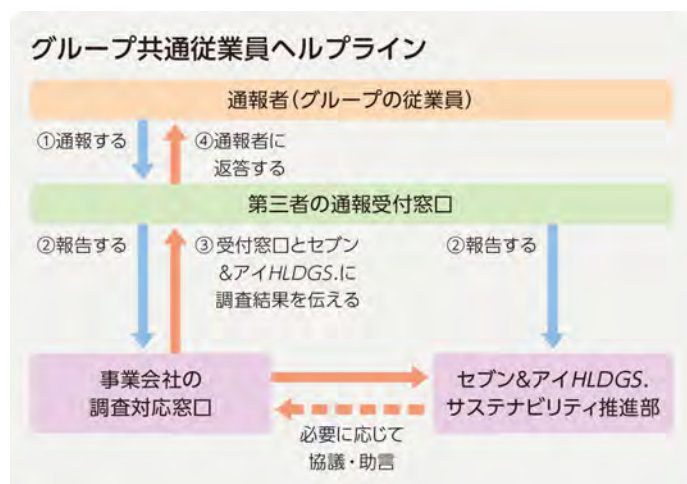
※自己適合宣言登録制度

消費者庁の「公益通報者保護法を踏まえた内部通報制度の運用・整備に関する民間事業者向けガイドライン」を、事業者が自らの制度と照らし合わせ、同ガイドラインに適合している場合、WCMSマークの使用を許諾される制度

グループ共通従業員ヘルプライン(内部通報制度)

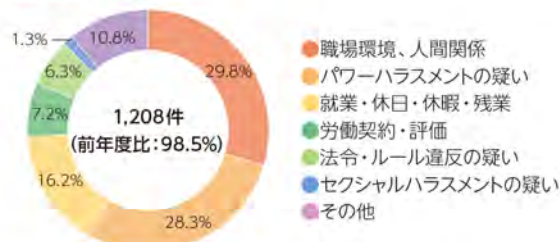
グループ共通従業員ヘルプラインは、グループの従業員と役員、退職者、およびその家族が利用することができます。制度の内容と連絡先の周知のため、従業員研修の中での制度説明やイントラネットでの掲載、各事務所・店舗へのポスター掲示を行っています。また、隔年で実施している従業員エンゲージメント調査の中で、ヘルプライン利用に関する意識調査も実施しています。

受付の流れ



2019年度通報結果

通報の内訳



※「従業員ヘルプライン」は第三者の通報窓口に加え、事業会社内に個別の通報窓口を設けている会社もあります。なお、北米・中国の事業会社は、それぞれが社内の通報制度を設けて、従業員からの通報・相談を受け付けています。

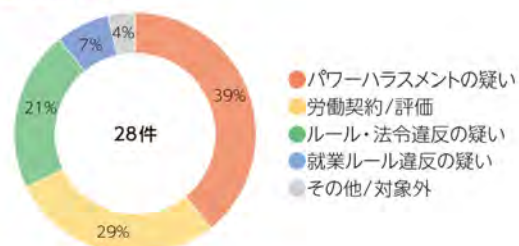
■ 監査役ホットライン(内部通報制度)

監査役ホットラインは、国内グループ会社の取締役、監査役、執行役員など、経営幹部の関与が疑われる社会からの信頼を失うような行為に関して、経営層から独立して通報を受け付け、調査対応を行うことを目的に、2019年2月より運用しています。通報を受け付けた場合は、セブン & アイHLDGS.の監査役と事業会社の監査役が連携して事実を確認し、違反行為を発見した場合は是正、再発防止に努めています。



2019年度通報結果

通報の内訳



お取引先専用ヘルプライン(内部通報制度)

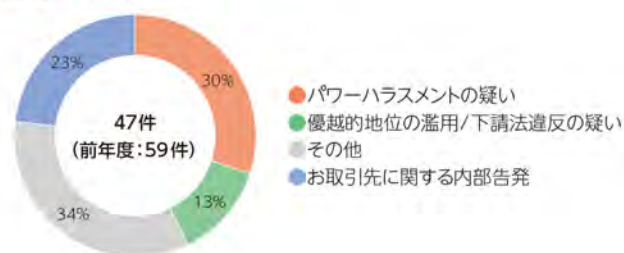
お取引先専用ヘルプラインは、国内グループ会社のお取引先様の役員、従業員、元従業員が利用することができます。お取引先様向け説明会の中で、制度の紹介やリーフレットの配布を通して周知を図っています。

受付の流れ



2019年度通報結果

通報の内訳



従業員への教育・研修

セブン&アイHLDGS.およびグループ各社では、自社の事業特性にあわせて、従業員がセブン&アイグループ企業行動指針を実践するためにどのように行動したらよいかを具体的に示したガイドラインを作成し、従業員への企業行動指針の浸透・周知を図っています。また、入社時からマネジメント層までの各階層別集合研修の際には、企業行動指針やコンプライアンスをテーマにした教育を実施しています。

2015年度からはセブン&アイHLDGS.およびグループ各社の社長をはじめ、幹部を対象としたコンプライアンスセミナーを毎年開催しています。加えて、2016年度から国内グループ会社の従業員を対象としたeラーニング(一部はDVD視聴)による教育を定期的に行っています。



コンプライアンス意識に関する調査

セブン&アイHLDGS.では、社是やコンプライアンス意識の従業員への浸透度合いを測るため、「従業員エンゲージメント調査」においてコンプライアンスに関する設問を設け、定期的に確認しています。調査結果から判明したグループ共通の課題に対しては、グループ全体での施策を実施するとともに、グループ各社では自社の課題に応じた施策を立案し、改善を図っています。

▶ [従業員エンゲージメント調査についてはこちら](#)

腐敗防止について

セブン&アイHLDGS.は、国連が提唱する「グローバル・コンパクト」に署名し、社是に掲げた「信頼と誠実」の精神のもと、事業活動を行う地域の法令を遵守し、強要や贈収賄を含む腐敗防止に取り組んでいます。

セブン&アイグループでは、企業行動指針において、「取引にあたっては健全な商慣習に従い適切な条件のもと取引を行い、私的な利益は受けません」と基本方針で定めています。具体的には、国内外の公務員およびこれらに準ずる者に対する贈り物・接待・金銭的利益を提供することや、お取引先様から私的な利益を受けること、贈収賄や違法な政治献金、マネーロンダリング、横領など、あらゆる形の腐敗・不正行為を禁止しています。グループ各社では、国際社会の一員として、国際経済制裁や貿易制裁の対象となっている国や地域・団体・個人に対しては、細心の注意を払うように努めています。また、企業行動指針を実践するためのガイドラインを自社の事業特性を踏まえて作成し、従業員への周知・教育に活用しています。

セブン&アイグループでは、腐敗を含むコンプライアンス違反の疑いがあれば上長への報告する以外の報告方法として、従業員からはグループ共通従業員ヘルプライン、お取引先様からはお取引先専用ヘルプラインにおいて通報を受け付けています。もし、重大な違反が発生した場合は取締役会へ報告するとともに、社内規程に基づいて懲戒処分を行います。また、企業行動指針の遵守状況については、2年に1度実施する「従業員エンゲージメント調査」、毎年実施している「お取引先様アンケート」で確認しています。

さらに、お取引先様に対して「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」の運用を通じて腐敗防止と公正な取引引きをお願いしています。また、お取引先様を対象とした説明会を開催して、お取引先行動指針の周知を図るとともに、行動指針の推進状況を確認するセルフチェックシートを運用しています。そのほかにも、CSRリスクの高い中国・東南アジア地域のプライベートブランド商品製造委託先お取引先様に対してコンプライアンス研修を開催しています。

▶ [セブン&アイグループ企業行動指針、行動基準はこちら](#)

▶ [セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針はこちら](#)

取引に関する違反防止の体制

セブン&アイHLDGS.では、「コンプライアンス部会」において、取引に関する法令の最新情報や、グループ各社や同業他社で発生した不公正な取引事案の改善施策を共有することで、違反防止に取り組んでいます。

不公正な取引事案またはその疑いが発生した場合は、「FT情報共有会議」およびサステナビリティ推進部が連携し、該当部署とお取引先様の双方に事実を確認します。その上で、問題があれば行政の指導に沿って適切に対応しています。

グループ各社での違反防止

グループ各社では、社長を委員長とする「FT委員会」など、公正な取引を徹底する部署を設置し、仕入れ担当者に対して独占禁止法や下請法をはじめとした契約に関する法令の研修を実施しています。グループ各社の法令遵守状況は、「FT情報共有会議」がグループ各社にモニタリング調査を行い確認しています。

お取引先との違反防止

お取引先様との最終段階の商談時には、自社の仕入れ担当者とお取引先様の担当者間で商談後に契約内容に関して齟齬が生じることがないよう、定型フォームに話し合いで決定した内容を記録し、それぞれが保管するようにしています。

また、セブン&アイグループでは半期に1度、従業員の上長による個人面談を実施しており、各仕入れ担当者の個人面談時には公正取引に関する遵守状況を評価して報酬に反映しています。

2016年度からは、お取引先様に対する従業員の言動が企業行動指針に則ったものであるのかを確認するため、お取引先様が無記名で回答いただく「お取引先様アンケート」を実施しています。2019年5月には、グループ各社合計で約8,300名のお取引先ご担当者様にご回答いただきました。



個人情報の保護・情報資産の適切な安全確保

セブン&アイHLDGS.はステークホルダーから信頼される誠実な企業を目指し、グループが取扱う個人情報の保護と情報資産の適切な安全確保が、経営および事業における重要課題であるとともに社会的責任として役員および全従業員が取り組む義務と位置づけています。

当社では、「個人情報保護基本方針」と「情報セキュリティ基本方針」を定めるとともに、全従業員が個人情報保護法などの関連法令や社内ルールを遵守することで個人情報の保護と情報資産の活用を通じた適正な業務執行が行われることを目指しています。

▶ 「個人情報保護基本方針」はこちら

▶ 「情報セキュリティ基本方針」はこちら

税務に関する方針

セブン&アイHLDGS.は、「セブン&アイHLDGS.グローバル納税方針」のもと、経営戦略と合致した税務戦略および全社的・統一的な税務マネジメントを遂行しています。

セブン&アイHLDGS. グローバル納税方針

セブン&アイHLDGS.では、当社および海外子会社を含むグループ各社において、健全で持続的な成長を確保し、社会的信頼に応える良質な企業統治体制を確立することを基本方針としています。その上で、税務ガバナンスをめぐる国内外の環境変化とレピュテーションの低下、ブランド価値の毀損、企業の社会的責任も含む税務リスクに適切に対処するため、経営戦略と合致した税務戦略および全社的・統一的な税務マネジメントを遂行します。

このことを踏まえ、セブン&アイHLDGS.では、グローバル納税方針を以下のように定めています。

■ 1. 法令遵守

セブン&アイHLDGS.では、当社および海外子会社を含むグループ会社は、常に、各社が事業活動を行っている国で適用される税法への準拠のみならず、その精神をも尊重した適切な納税を行い、当該国の経済発展に寄与します。

また、納税に関わる法令への準拠と税務マネジメントの適正性を確保すべく、財務報告に係る内部統制の構築規程などにしたが、適正な会計処理および財務報告を確保することができる内部統制システムを構築・整備し、これを適正に運用します。さらに、会計監査人による監査並びに社内外の監査役がその有効性評価を実施し、確認を行います。

■ 2. 透明性の確保

セブン&アイHLDGS.では、当社および海外子会社を含むグループ会社は、事業活動を行っている各国の国内法に準じて経営数値および納税状況を適時・適切に開示します。

また、当社および海外子会社を含むグループ会社は、過度な節税行為である租税回避は実施せず、各事業会社間の取引についても、アームスレングス原則の下に実施します。

■ 3. 税務当局との関係性

セブン&アイHLDGS.では、当社および海外子会社を含むグループ会社が事業を行う各国内あるいは関係する国際的な税務当局に誠意を持って対応することにより、税務に関わる透明性と信頼性を確保するよう努めます。



税務に関するリスク

セブン&アイHLDGS.は、税務上のリスクが将来の価値創造に与える影響を評価した結果、財務上のリスクは移転価格税制などの会計基準や税制の変更を、事業上のリスクはM&Aや企業再編を、それぞれリスクとして捉えています。

財務上のリスク

当社グループが予期しない、会計基準や税制の新たな導入・変更により、当社グループの業績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。

事業上のリスク

M&Aおよび他社との業務提携や合併会社設立などを通じて、当社グループは新規事業の展開やグループ事業の再編を行っています。しかしながら、当初期待した戦略投資の効果が得られず、その目的が達成できない場合、当社グループの業績および財務状況に影響を及ぼす可能性があります。

税務に関する報告



2019年度の国・地域別納税額

(単位:百万円)

	日本	北米	中国
営業収益	3,745,475	2,782,055	118,118
営業利益	321,441	101,777	1,199
納税額	84,798	7,532	298

人権への取り組み

セブン&アイグループでは、「セブン&アイグループ企業行動指針」に基づき、国際的な行動規範を遵守するとともに、あらゆるステークホルダーの人権尊重に向けた取り組みを進めています。

人権の尊重に関する考え方・方針

セブン&アイグループでは、ご利用いただくお客様をはじめ、お取引先、地域社会の方々、職場で働く従業員などあらゆる方々に対して、常に人権を尊重し、差別をしない・させない社風を培ってきました。人権の尊重は事業活動において極めて重要な社会的責任であると認識しており、世界人権宣言などで定める基本的人権を尊重し、「セブン&アイグループ企業行動指針」においても、社会的身分・国籍・人種・門地・信条・年齢・性別・性的指向※・性自認※・心身の障がいの有無などによる不当な差別やいやがらせを行わないことを定め、周知徹底を図っています。

さらに、事業活動に関わるすべての人々の人権・個人の尊厳を尊重した取り組みを進めるためには、お取引先の皆様のご協力が必要と考え、「セブン&アイグループお取引先行動指針」を定め、お取引先に本指針を理解し遵守していただくことに努めています。

また、セブン&アイHLDGS.は人権を尊重するために、国連が提唱する「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」に関する10原則からなる「国連グローバル・コンパクト」へ署名し、支持を表明しています。

※性的指向: いずれの性別を恋愛や性愛の対象とするかをいう人間の根本的な性傾向

※性自認: 自身がどの性別に属するかという認識や感覚

■ セブン&アイグループ企業行動指針

➤ 基本方針 4.人権の尊重

■ セブン&アイグループお取引先行動指針

➤ 2.人権の尊重

推進体制

セブン&アイHLDGS.は、セブン&アイグループの人権啓発やノーマライゼーションに関わる業務を統括し、その推進を図る専門組織である、人権啓発センターを設置しています。人権啓発センターはグループ各社の人事部門やCSR推進部門と連携し、さまざまな啓発・教育活動を行っています。また、CSR統括委員会傘下の企業行動部会においても、定期的に人権啓発に関する取り組みの進捗状況を共有し、グループ各社の従業員一人ひとりが人権を正しく理解・認識し、差別や偏見のない企業風土・文化の醸成に向けた活動を推進しています。

サプライチェーンにおける人権への取り組みについては、CSR統括委員会傘下のサプライチェーン部会が中心となり、お取引先への働きかけを行っています。

人権に関する啓発と教育

セブン&アイグループでは、すべてのお客様、お取引先、地域社会の方々、職場の同僚などに対して、人権を尊重し、あらゆる差別・偏見に気付き、差別をしない・させない・許さない、企業風土作りを目指し、さまざまな啓発活動と従業員教育を行っています。

研修の実施

セブン&アイグループ各社では、パートタイマー・アルバイトを含む従業員に向けた、さまざまな人権啓発教育を行っています。

例えば、イトーヨーカドーでは入社時をはじめ、役職に合わせた教育内容で階層別に人権啓発研修を実施しています。人権問題が身近なもので日常生活の中にあることを認識させ、日々の行動に結び付けられるように研修内容には具体的な事例や新しい動向・話題を採り入れて実施。2019年度は、合計で48回、925人が受講しました。セブン&アイHLDGS.では、グループ各社の教育を一層後押しするため、人権啓発ハンドブック「学ぶことから始まるみんなの人権」を活用し、従業員の理解促進を図っています。



「学ぶことから始まるみんなの人権」ハンドブック



人権研修の様子

人権啓発標語の募集

セブン&アイグループでは、企業行動指針に定められている「ひとり一人の人権が尊重される企業風土を創る」ために、パートタイマー・アルバイトを含む従業員と従業員の家族を対象に、人権啓発標語を毎年グループ内で募集しています。標語を考える過程で、一人ひとりの従業員が「人権」と向き合うことで、人権に対する意識の向上を図っています。応募作品の中から優秀作品を選考し、社内報や社内ポータルサイトなどを通じて発表し、表彰しています。29回目となる2019年度の応募作品数は61,142点と、例年同様、多数の応募となり、日常生活の中で感じたことからより広い視野に立ち考えたものまで、人権課題について改めて考えることの重要性を提起した作品が揃う結果となりました。



人権標語募集のポスター

人権の尊重に関する評価

従業員エンゲージメント調査の実施

セブン&アイグループでは、セブン&アイHLDGS.およびグループ各社を対象に従業員エンゲージメント調査を実施しています。質問の中には、多様性の尊重や職場で従業員の問題のある言動を見聞きしたことがないかどうかなどを問う質問が含まれており、企業行動指針に定めている人権の尊重を遵守できているか確認しています。2018年11月の調査では国内グループ28社、約35,000人の従業員を対象に調査を実施しました。次回は2020年度下期に行われる予定です。

▶ [従業員エンゲージメント調査の詳細についてはこちら](#)

従業員向けの相談窓口

セブン&アイグループでは、職場において人権問題が発生した場合に、グループ従業員とその家族、退職者が相談・通報できる通報窓口「グループ共通ヘルプライン」を設置しています。通報窓口は、業務委託契約および機密保持契約を結んだ第三者の通報窓口を連絡先とし、相談・通報者のプライバシーを厳守しています。通報・相談があった場合は、必要に応じて相談者の同意を得た上で事実関係の確認および問題の解決を図ります。また、相談者本人および事実関係の確認に協力した方に対して、不利益な取扱いをしないことを通報窓口の運用ルールで定めています。

▶ [従業員ヘルプラインについての詳細はこちら](#)

お取引先向け「セルフチェックシート」によるアセスメント

セブン&アイグループでは、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」を理解いただき、この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運用しています。セルフチェックシート項目の中には、工場で働く人が相談できる窓口の有無、自社の取引先に本指針の遵守を求めているかといった、人権の尊重に関する内容を含む61の項目があり、回答の内容はデータベース化して取引引きの継続の判断材料にしています。

▶ [お取引先向け「セルフチェックシート」の詳細はこちら](#)

お取引先製造工場へのCSR監査の実施

セブン&アイグループのプライベートブランド「セブンプレミアム」およびイトーヨーカドーの海外直輸入のお取引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。

CSR監査では、「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、セブン&アイHLDGS.が独自に作成した人権や労働環境などに関する監査項目（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を監査しています。2019年度は13か国の304工場に対してCSR監査を実施しました。

▶ [お取引先CSR監査の詳細はこちら](#)

CSRマネジメント

セブン&アイHLDGS. は、商品・サービスなどの事業の発展・開発を通じた、本業による社会課題の解決に取り組むとともに、社会と企業の双方に価値を生み出す持続可能な発展を目指します。

CSR推進体制

セブン&アイHLDGS. は、グループ全体の効果的、効率的なCSR活動を推進するために、年2回開催する、代表取締役社長を委員長とした「CSR統括委員会」において、傘下の5部会の活動状況報告を受けて指導・改善を図るとともに、持株会社と事業会社の連携の強化を図っています。

● CSR推進体制図

2020年3月現在



※インクルージョン: 性別や人種、民族や国籍、社会的地位、障がいの有無など、持っている属性によって排除されことなく、生活することができる状態

※TCFD: 気候変動関連財務情報開示タスクフォース

コンプライアンス部会

グループ会社の社員が法令および社会的規範を遵守し、お客様やお取引先との間の公正取引を含むコンプライアンスを実践することは、当社グループの社是「信頼と誠実」の実現のために欠くことができない重要な基盤です。グループ各社レベルでのコンプライアンスの徹底はもとより、持株会社である当社がグループ各社のコンプライアンス体制強化のサポートおよび監督の実効性を確保するため、コンプライアンス部会を新たに設置します。

企業行動部会

グループ会社の社員が当社グループの社是を理解し、企業行動指針を徹底することは、当社グループの社是「信頼と誠実」の実現のために欠くことができない重要な基盤です。企業行動部会では、グループ会社の社員を対象に、社是や企業行動指針の周知、教育による意識向上など、企業行動指針の徹底を基軸とした活動を行っています。また、働きがいのある職場づくりを目指すため、従業員エンゲージメント調査を実施するほか、女性や障がい者など多様な人材の活躍推進、介護と仕事の両立支援、長時間労働の是正をはじめとした労働環境の改善、休日・休暇の取得促進など、すべての社員が安心して働ける環境づくりを進めています。

▶ [セブン&アイグループ企業行動指針の詳細はこちら](#)

サプライチェーン部会

国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」や「持続可能な開発目標(SDGs)」へ迅速に対応し、人権や環境に配慮した健全なサプライチェーンを構築することは、企業の重要な社会的責任の一つであると同時に、ステークホルダーからも強く求められています。グループ各社ごとの品質向上と安全性の確保のため、当社グループの「品質方針」に基づいて、グループ各社の品質基準や管理体制の整備・強化を図ります。また、商品・サービスにおけるサプライチェーン全体での社会的責任を果たすため、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」のご理解と実行をお願いしています。その遵守状況をCSR監査等を通じて定期的に検証・共有し、教育・啓発・是正を進めるため、サプライチェーン部会を新たに設置します。

▶ [「品質方針」の詳細はこちら](#)

▶ [セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針の詳細はこちら](#)

環境部会

気候変動や資源の枯渇などの問題に対して、商品や原材料、エネルギーを無駄なく利用するとともに、お客様やお取引先にも協力いただきながらサプライチェーン全体で環境負荷低減に取り組むことは、社会の持続的な発展に資するとともに当社グループの持続的な成長に繋がる重要な要素です。そのため、環境部会では、2019年5月に公表した「GREEN CHALLENGE 2050」に基づき、「脱炭素社会」、「循環経済社会」、「自然共生社会」の実現を目指した取り組みを推進するとともに、気候変動関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)の提言も踏まえ、開示について検討を進めてまいります。

社会価値創造部会

社会価値創造部会では、事業領域が拡大し、関係する社会課題が多様化するなか、社会課題の解決に取り組むことが新しいビジネス機会につながるという認識のもと、社会的価値と経済的価値の双方を生み出す事業の創出(CSV＝共通価値の創造)を目的とした活動を行っています。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て特定した取り組むべき「5つの重点課題」に対して、これまで培ってきた事業インフラやノウハウなど、事業特性・経営資源を活かして本業を通じた社会課題起点の新規事業の企画・立案・実行に取り組むほか、お取引先や社会起業家、NPOといった外部との連携も視野に入れて、取り組みの深化に努めます。

各部署の目標と進捗状況

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

2019年度の主な活動計画	2019年度の活動実績	評価	2020年度の主な活動計画
コンプライアンス部会			
(1)公正な取引の確立			
<ul style="list-style-type: none"> ● 消費税増税に向けて消費税転嫁法の遵守状況と是正対応を進める ● 新任商品開発担当向けに優越的地位の濫用と下請法、表示関連法のグループ集合研修を3月・10月に実施 ● eラーニングの実施予定 5月:表示、景品など 9月:消費税転嫁法 10月:独占禁止法(優越的地位の濫用・下請法) 	<ul style="list-style-type: none"> ● FTプロジェクトにて情報共有グループ29社参加 参加人数:59人 ● 集合研修実績 35回開催 参加人数:1,819人 ● eラーニング実績 5回開催 参加人数:19,373人 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 独禁法、下請法、景品表示法、消費税転嫁法の遵守状況の確認と是正対応 ● FT研修 eラーニング 4月:表示一般(食品含む)4,000人 7月:景品規制 3,000人 11月:下請法・優越的地位の濫用 9,000人(延べ人数) ● 集合教育 上期:10回 450人 下期:20回 900人
(2)コンプライアンスの徹底			
—	—	○	<ul style="list-style-type: none"> ● コンプライアンス機能アンケート及びインタビューの実施(11月~12月) ● コンプライアンス eラーニング実施
(3)予防法務機能の充実			
—	—	○	<ul style="list-style-type: none"> ● コンプライアンス機能アンケート及びインタビューの実施(11月~12月)
(4)内部通用制度の強化			
<ul style="list-style-type: none"> ● 「従業員ヘルプライン」について、消費者庁の「内部通報制度認証(自己適合宣言登録制度)」への登録を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「内部通報制度認証(自己適合宣言登録制度)」に登録 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ会社のヘルプライン担当者に対する外部講師による研修の実施(年1回以上) ● 「従業員ヘルプライン」について、消費者庁の「内部通報制度認証(自己適合宣言登録制度)」の更新登録の実施

2019年度の主な活動計画	2019年度の活動実績	評価	2020年度の主な活動計画
企業行動部会			
(1)企業行動指針の徹底			
<ul style="list-style-type: none"> ● 従業員教育において「社是」「企業行動指針」を説明 ● 次回の従業員エンゲージメント調査において、「企業行動指針」遵守状況の改善を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ● コンプライアンス月間に「企業行動指針」を読み合わせ(2019年11月) ● 20年秋の従業員エンゲージメント調査に向けて、準備を進める 	△	<ul style="list-style-type: none"> ● 従業員教育において、「社是」「企業行動指針」の周知に注力し、浸透推進 ● 秋実施の従業員エンゲージメント調査において、「企業行動指針」遵守状況を把握
<ul style="list-style-type: none"> ● 本業を通じた社会課題の解決、および社会情勢の変化を取り入れたに関するeラーニングの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● 本業を通じた社会課題の解決などについて取り扱ったeラーニングを実施 	○	—
<ul style="list-style-type: none"> ● コンプライアンスやハラスメントに関するeラーニングを継続実施 ● 外部講師によるコンプライアンス研修を、2018年度未実施の事業会社で行う 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「企業行動指針」の読み合わせを中心に取組んだため、コンプライアンスなどに関するeラーニングは未実施 ● 外部講師によるコンプライアンス研修を事業会社において実施 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● コンプライアンス研修(⇒部会再編成にともない、コンプライアンス部会へ) ● ハラスメント防止強化を踏まえた ハラスメント研修の実施
(2)働きがいのある職場づくり			
<ul style="list-style-type: none"> ● 2018年11月実施の従業員エンゲージメント調査結果に基づく課題整理と、改善策の立案・実行 	<ul style="list-style-type: none"> ● 調査結果に基づく課題整理を実施し、改善策の立案・実行についてモニタリングを実施 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 改善策の立案・実行のモニタリング、改善事例の共有 ● 従業員エンゲージメント調査実施 ● 調査結果に基づく課題整理と改善策の立案・実行
<ul style="list-style-type: none"> ● 障がい者雇用のさらなる促進のため、事業会社との情報共有とサポートの実施 ※障がい者の雇用と定着に関するDVDの作成 ● グループ適用5社における障がい者の法定雇用率維持・向上(障がい者雇用率目標2.96%) 	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ各社の事業特性に応じた障がい者雇用の施策の立案、雇用推進 ※障がい者の雇用と定着に関するDVDを配布し、啓発を進める ● グループ適用5社計の障がい者雇用率2.96%(2020年6月1日現在) 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 法改正に対応した障がい者雇用促進とノーマライゼーション推進 ● グループ適用5社における障がい者の法定雇用率維持・向上 ● 障がい者の雇用と定着促進のためのノーマライゼーションサポートガイド改訂と活用
<ul style="list-style-type: none"> ● グループ全体で累計40,000人の認知症サポーター養成を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ● 認知症サポーター累計養成人数約37,000人(2020年2月末) 	△	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ全体で累計40,000人の認知症サポーター養成を目指す

2019年度の主な活動計画	2019年度の活動実績	評価	2020年度の主な活動計画
(3)ダイバーシティ&インクルージョン推進プロジェクト			
<ul style="list-style-type: none"> ● 2020年女性管理職比率30%達成に向けたKPI設定および半期ごとの進捗管理 ● 女性管理職候補層の育成の強化継続 	<ul style="list-style-type: none"> ● 女性管理職比率(2020年2月末) 課長級:22.3% 係長級:32.4% ● 女性管理職向けセミナーの継続開催(4回) ● グループD&I推進連絡会の開催(3回) 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 2022年女性管理職比率30%達成に向けたKPI設定および半期ごとの進捗管理、施策立案および実行 ● 女性管理職候補層の育成強化 ● 意識改革に向けた研修の実施
<ul style="list-style-type: none"> ● グループ各社幹部・管理職に向けた啓発活動の継続 ● 男性の家事・育児参画を促進 ● 男性の育児休業・育児休暇の取得促進 	<ul style="list-style-type: none"> ● ダイバーシティ・マネジメントセミナーの開催(3回) ● イクメン推進プログラムの開催(2回) ● 子育てコミュニティの開催(4回) 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ各社幹部・管理職に向けた啓発活動の継続 ● 男性の家事・育児参画促進 ● 男性の育児休業・育児休暇の取得促進
<ul style="list-style-type: none"> ● 仕事と介護の両立に関する基礎知識の周知 	<ul style="list-style-type: none"> ● 介護セミナーの開催(2回) ● グループ広報誌において仕事と介護を両立しているロールモデル、介護制度の紹介を掲載 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 仕事と介護の両立に関する基礎知識の周知
<ul style="list-style-type: none"> ● ダイバーシティ&インクルージョン推進、ワークライフ・シナジーに関する社内広報の継続 ● LGBTの理解促進 ● 社外への積極的な情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ広報誌を通じたロールモデルの提示、LGBT特集の掲載 ● LGBTセミナーの継続開催 ● セブン-イレブン・ジャパンの東京レインボープライド2019への出展、そごう・西武によるレインボー懸垂幕の掲出(西武渋谷店) 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● ダイバーシティ&インクルージョン、ワークライフ・シナジーに関する社内広報の継続 ● LGBTの理解促進 ● 社外への積極的な情報発信
(4)健康経営推進			
<ul style="list-style-type: none"> ● 健康維持・未病、健康回復に向けた取り組みの実施 ● 従業員の健康に対する意識の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「健康宣言NEXT」の策定、周知 ● 定期健康診断の受診項目の拡大 ● 首都圏での外部ウォーキングイベント参加と四ツ谷本部でのウォーキングセミナーの実施 ● 社内ポータルサイトを活用した個人参加型ウォーキングイベントの実施(2回) ● ウェアラブル端末を試験的に「導入し従業員に貸与(1,000台)」 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 「健康宣言NEXT」に基づく施策の立案、実施 ● 健康維持・未病、健康回復に向けた取り組みの実施 ● 従業員の健康に対する意識の向上
<ul style="list-style-type: none"> ● 心身ともに健康で働きやすい職場づくり ● 健康で快適な職場環境の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ● 四ツ谷本部ビルでの禁煙時間の段階的導入(2019年12月～) ● 受動喫煙防止と喫煙率低下に向けた、喫煙スペースの改廃 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 心身ともに健康で働きやすい職場づくり ● 健康で快適な職場環境の整備

2019年度の主な活動計画	2019年度の活動実績	評価	2020年度の主な活動計画
サプライチェーン部会			
(1)商品の品質向上と安全性の確保			
<ul style="list-style-type: none"> ● グループ各社の基盤整備、組織・人員の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ● 営業部門とは独立した専門部署をグループ各社が設置(対象16社中15社) ● グループ各社が人員を増加 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ各社の基盤整備、組織・人員のさらなる強化
<ul style="list-style-type: none"> ● 品質方針の改定 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2014年に策定した品質方針を改定 持続可能性の追求: サプライチェーン マネジメントの強化 法令遵守: 法令・社会規範の遵守 	○	—
<ul style="list-style-type: none"> ● PB商品(衣料・住まいの品)製造工場の外部監査機関による工程監査実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● テスト監査を実施 監査実績: 22工場 監査合格: 20工場 ※CSR監査・工程監査ともに合格した工場に対してセブン&アイホールディングスとして適合認証書を発行: 8工場 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● PB商品(衣料・住まいの品)製造工場の外部監査機関による工程監査実施
<ul style="list-style-type: none"> ● MD研修の実施(繊維・雑貨・薬機法など) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 繊維・薬機法・食物アレルギー研修 ● グループ各社計 研修実績: 2,031人 セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨークマート、シェルガーデン、アイワイフーズ、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、ニッセン、バーニーズジャパン、オッシュマンズ 研修受講率: 95% 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● MD研修の実施(繊維・雑貨・薬機法など) ● 必須研修は研修対象者100%が受講
<ul style="list-style-type: none"> ● HACCP制度化に向け、オリジナル商品製造工場の国際基準に基づく認証取得を促進 	<ul style="list-style-type: none"> ● セブン-イレブン・ジャパンのお弁当、おにぎり、サンドイッチ、惣菜、麺類、パン・ペストリーなどのオリジナル商品を製造する全ての専用工場、165工場がJFS規格の認証・適合証明を取得 ● セブンプレミアムを製造する全ての工場においてISO22000、FSSC22000、JFS規格等、コーデックスHACCPを含む国際標準に整合した食品安全マネジメント規格の認証・適合証明を取得(取得状況: 68%) 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● HACCP制度化に向け、オリジナル商品製造工場の国際基準に基づく認証取得を促進(対象工場100%取得)
<ul style="list-style-type: none"> ● 店舗におけるHACCPの対応 	<ul style="list-style-type: none"> ● HACCPの考え方を取り入れた衛生管理を実施 各社でマニュアル等を作成、売場の担当者を品質管理部門、トレーナー、スーパーバイザー等が教育を実施 対象事業会社: 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、シェルガーデン、そごう・西武 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 店舗におけるHACCPの運用状況のチェック 対象店舗(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、シェルガーデン、そごう・西武) 従業員に対するeラーニングの実施(受講予定人数: 約1,500人)

2019年度の主な活動計画	2019年度の活動実績	評価	2020年度の主な活動計画
<ul style="list-style-type: none"> ● 栄養成分表示:食品表示法で定められた表示5項目(熱量、たんぱく質、脂質、炭水化物、食塩相当量)に加え、食物繊維、糖質の表示を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● セブンプレミアム・セブン-イレブンのデイリー商品、イトーヨーカドーの惣菜で実施 ※任意表示商品や表示面積が小さいなど、一部の商品を除く 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 食物繊維および糖質表示が未実施の事業会社のオリジナル商品について、表示を実施
<ul style="list-style-type: none"> ● 食品衛生管理研修:食物アレルギー研修の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● eラーニング受講者:1,650人 	○	—
(2)お取引先行動指針の運用徹底			
<ul style="list-style-type: none"> ● 現地説明会開催 中国:4会場(3月) 東南アジア(4月) (ミャンマー、カンボジア、タイ、ベトナム、インドネシア) 	<ul style="list-style-type: none"> ● お取引先行動指針説明会実績 合計9会場 参加者:483人(287工場) 中国:4会場(3月) 東南アジア:5会場(4月) 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● お取引先サステナブル行動指針(2019年12月改定)の説明会開催 ※新型コロナウイルス感染症のため、WEBで開催 国内向け(6月) 中国・東南アジア向け(8月) ● 社内商品開発、調達担当者勉強会(5月、6月、7月)
<ul style="list-style-type: none"> ● コンプライアンスセミナー開催 中国:4月・6月・8月 東南アジア5カ国:5月・7月・9月 	<ul style="list-style-type: none"> ● コンプライアンスセミナー実績 合計19回実施 参加者:768人(458工場) 中国:3会場(4月)、2会場(6月) 3会場(8月) 東南アジア:4会場(5月)、 3会場(7月)、4会場(9月) 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● コンプライアンスセミナー ※新型コロナウイルス感染症のため、WEBでB開催 国内向け(8月) 中国・東南アジア向け(9月)
<ul style="list-style-type: none"> ● CSR監査の実施 約700工場を予定 海外:13カ国370工場 国内:330工場CSR監査の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● CSR監査実績 海外:中国・東南アジア13カ国 304工場 ※取引終了により減少 国内:セブンプレミアム328工場 ※全体の約25%:従業員数を考慮 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● CSR監査計画 海外:中国・東南アジア600工場 国内:セブンプレミアム関連500工場 ※新型コロナウイルス感染症の影響により、縮小の可能性あり
環境部会			
(1)脱炭素社会の実現に向けた取り組み			
<ul style="list-style-type: none"> ● CO₂排出量削減にむけた取り組みを正しく評価・検証するため、グループ12社で第三者検証を継続実施 ● グループ各社のCO₂排出量削減行為などの情報を集約し、進捗確認と共有を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ12社で第三者検証を実施 ● 環境部会などを通じてグループ事業会社のCO₂排出削減行為を共有 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● CO₂排出量削減にむけた取り組みを正しく評価・検証するため、グループ12社で第三者検証を継続実施 ● 太陽光パネルなど再エネ設備の設置拡大

2019年度の主な活動計画	2019年度の活動実績	評価	2020年度の主な活動計画
(2)循環経済社会の実現に向けた取り組み			
<ul style="list-style-type: none"> ● セブンプレミアムで新たに650アイテム(累計2,700アイテム)に環境に配慮した包材を導入 	<ul style="list-style-type: none"> ● セブンプレミアム 和惣菜パウチや、鍋つゆパウチに環境配慮対応包材(リサイクルPETフィルム)を採用 ● セブンプレミアム パン包材等に環境対応包材(バイオマスフィルム)を採用 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● セブン-イレブンのお弁当・惣菜容器に環境配慮素材を導入 ● セブンプレミアムの飲料容器改良でプラスチック使用量を削減
<ul style="list-style-type: none"> ● 店頭で回収したペットボトルの再生ペット素材100%を使用したセブンプレミアムペットボトル飲料の開発・販売 	<ul style="list-style-type: none"> ● セブンプレミアム「一(はじめ)緑茶一日一本」で、グループで回収したペットボトル100%を使用したペットボトルを採用 ● セブンプレミアム「ボディークーラー」の一部に、グループで回収したペットボトル素材を活用 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 「一(はじめ)緑茶」シリーズの100%リサイクルボトル商品の拡大 ● 新たなお取引先と完全循環型ペットボトル商品を開発
<ul style="list-style-type: none"> ● 食品廃棄物の発生抑制を目的に、セブン-イレブンで販売期限が近づいたデイリー商品を購入するとnanacoポイントを追加付与する取り組みを開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● セブン-イレブンの一部の地区(北海道・四国)にて、食品廃棄物の発生抑制を目的としたエシカルプロジェクトのテストを開始 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 食品廃棄物の発生抑制を目的としたエシカルプロジェクトの全国拡大(販売期限が近づいたデイリー商品を購入するとnanacoポイントを追加付与する取り組み)
(3)自然共生社会の実現に向けた取り組み			
<ul style="list-style-type: none"> ● 食品原材料のサステナブル調達方針・基準を策定 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2019年10月に「持続可能な調達基本方針」を改定 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 認証商品の種類拡大
(4)従業員の環境意識啓発			
<ul style="list-style-type: none"> ● eco検定合格者:4,000人(累計:10,615人) 	<ul style="list-style-type: none"> ● eco検定合格者:3,064人(累計:9,579人) 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● eco検定合格者:650人(累計:約10,230人) <p>※新型コロナウイルス感染拡大防止策として、試験回数・受験可能人数が減少しているため</p>
社会価値創造部会			
(1)社会課題の理解促進			
<ul style="list-style-type: none"> ● 第一線で活躍している社会起業家を招へいし、事業モデルの立案から起業・事業成長までの実体験を講義いただき、事業創出のノウハウを習得 	<ul style="list-style-type: none"> ● 社会起業家を招へいしたCSVの理解促進および新規事業創出に関する講義を開催(グループ17社の事業開発担当) 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 将来を見据えた新規事業の検討と創出を担う人材の育成を目的とした社内での新規CSV開発に関する教育を実施
(2)新規CSV事業の創出			
<ul style="list-style-type: none"> ● 社会課題起点の新規事業開発プログラムを運用し、社会的価値と経済的価値を両立する新規事業を創出 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「社会課題解決」というテーマを掲げ、グループ内でソーシャルビジネスを創出する取り組みを開始 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● ソーシャルビジネス創出のノウハウを習得できるプログラムを継続運用

従業員のCSR教育

セブン&アイHLDGS.では、従業員の入社時および昇格・昇進による新任役職者への集合研修のほか、社内報やCSRデータブックなどを通じたCSR教育を行っています。

また、コンプライアンスやダイバーシティ&インクルージョン、環境などの専門分野に関する勉強会およびセミナーなどの定期開催や、社内ポータルサイトを通じた従業員向けボランティア情報を発信しています。

加えて、国内のグループ全従業員を対象としたeラーニングによるCSR教育を実施しています。2019年度は、お取引先様と関わりを持つ従業員を対象として、独占禁止法（優越的地位の濫用）、下請法、商品表示などに関するeラーニングを実施しました。



サステナビリティを巡るリスク・機会

環境・社会に関わる様々な課題は、企業のサステナビリティを脅かすリスクとなる一方、社会課題の解決に取り組むことは、新しいビジネスチャンスにつながります。当社では、5つの重点課題に関わるリスクとチャンスを把握し、リスクの低減に努めるとともに、社会課題を解決する新たなビジネスモデルの創出を通じて、持続可能な社会と企業の持続的成長を目指しています。

そのために、企業行動指針をはじめとした各種方針を定め、グループ横断組織CSR統括委員会とその傘下に企業行動部会、消費者・公正取引部会、環境部会、社会価値創造部会を設置し、具体的な対応を検討しています。

「重点課題(マテリアリティ)」と主なリスク・機会

重点課題1 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

【リスク】

- 高齢化に伴うニーズの変化への対応が遅れた場合の来店動機の低下
- 人口減少による来店客数の減少 など

【機会】

- 高齢化に対応した商品やネットをはじめとした便利なお買物環境・サービスの創出による販売機会の拡大
- 生活インフラとしての社会的役割の拡大とステークホルダーからの信頼獲得 など



【リスク低減と機会の創出】

1. 方針: 企業行動指針
2. 体制・仕組み: CSR統括委員会および傘下の社会価値創造部会、デジタル戦略部
3. 取り組み: ネットを活用したお買物支援サービスの提供、個食・少量・便利を切り口にした商品提供、様々な公共サービス提供、自治体との連携協定、外国人旅行者向け(多言語サービス)

重点課題2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

【リスク】

- 商品事故・店頭事故の発生や法令違反による信用の低下
- 自然災害による営業停止
- 個人情報事故によるお客様からの信頼低下
- 機密情報漏洩による経済的損失
- 情報システム停止 など

【機会】

- 徹底した安全・品質管理や健康配慮商品等、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
- 災害時の早期の営業再開による社会的価値の提供
- グループ会社のお客様情報を総合したCRM戦略による販売機会の拡大 など

【リスク低減と機会の創出】

1. 方針: 企業行動指針、品質方針、情報セキュリティ基本方針、個人情報保護基本方針、情報セキュリティ基準、個人情報基準
2. 体制・仕組み: CSR統括委員会および傘下の消費者・公正取引部会、社会価値創造部会、グループQCプロジェクト、情報管理委員会、デジタル戦略部、内部通報制度(従業員・お取引先)
3. 取り組み: NDF-HACCP運用、健康志向に配慮した商品の開発・提供(保存料・着色料排除・トランス脂肪酸・低アレルギーメニュー)、食品トレーサビリティ情報の公開、情報セキュリティ教育

重点課題3 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

【リスク】

- 気候変動に伴う店舗・物流網への物理的損害
- 環境規制の強化とコスト増加
- 生産地の気候の変化や資源をめぐる紛争による原材料調達の困難化
- エシカル消費への関心の高まりに対応が遅れた場合のお客様の減少
- 廃棄物の増大による社会的批判と処理コストの増加 など

【機会】

- 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
- 環境保全活動推進による企業イメージの向上
- エシカル消費・環境配慮型商品の売上拡大 など

【リスク低減と機会の創出】

1. 方針: 企業行動指針、環境宣言、地球温暖化基本方針、環境指針・規約、持続可能な調達基本方針
2. 体制・仕組み: CSR統括委員会および傘下の環境部会
3. 取り組み: 省エネ設備の導入、再生可能エネルギー・新エネルギー(水素)の導入、環境配慮車両の導入、パッケージの簡素化・素材見直し、食品廃棄物の飼料化・肥料化、循環型農業の実施、店頭資源回収、従業員の環境意識啓発

重点課題4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

【リスク】

- 労働力人口の減少による人材不足・人件費の高騰
- メンタルヘルス・ハラスメント、長時間労働問題の発生による人材確保の困難化・社会的評価の低下 など

【機会】

- ダイバーシティ経営推進による競争力の強化・新規事業の開発と優秀な人材の獲得
- ワークライフバランス実現による社員のモチベーション向上
- AI・IoTなどを活用した労働生産性の向上とコスト削減など

【リスク低減と機会の創出】

1. 方針:企業行動指針
2. 体制・仕組み:CSR統括委員会および傘下の企業行動部会、ダイバーシティ推進プロジェクト、内部通報制度
3. 取り組み:ダイバーシティ意識啓発(管理職向け・女性向けセミナー)、経営幹部候補社員の育成(研修会)、育児・介護との両立支援策の導入、健康経営の推進、障がい者雇用の推進、特例子会社、学生のキャリア教育への協力

重点課題5 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

【リスク】

- サプライチェーン上の人権問題の発生による商品供給の停止や品質の劣化・社会的評価の低下(風評の拡散)
- 漁業資源をはじめとする天然資源の枯渇による原材料仕入れの困難化 など

【機会】

- サプライチェーンの人権・環境配慮の徹底による高品質商品の安定的仕入
- 持続可能な原材料調達による競争力の拡大・エシカル消費に対応した商品・サービス提供による販売機会の拡大 など

【リスク低減と機会の創出】

1. 方針:企業行動指針、お取引先行動指針、持続可能な調達基本方針
2. 体制・仕組み:CSR統括委員会および傘下の消費者・公正取引部会、環境部会
3. 取り組み:お取引先アンケート・お取引先CSR監査、内部通報制度(お取引先)、森林保全活動、FSC認証紙の活用、ASC・オーガニック商品の取り扱い、お取引先行動指針説明会の開催

TCFD提言への対応

気候変動問題は年々深刻さを増し、地球規模で人々の生活に大きな影響を及ぼしています。日本においても、2019年度は、台風15号・19号や千葉県での豪雨災害などにより、市民生活が影響を受け、経済活動にも大きな被害が発生しました。

セブン&アイグループでは、気候変動問題は、企業の持続的な発展に欠かせない安定した社会を損なうものと認識し、パリ協定の温室効果ガス削減目標の達成に貢献したいと考えています。2019年5月に策定した『GREEN CHALLENGE 2050』では、CO₂排出量削減に取り組むべきテーマの1つに掲げ、CO₂排出量削減に向けた施策を検討・実行しています。

また、気候変動問題が深刻化する中で、金融安定理事会（FSB）は、気候変動リスクが金融システムの安定を損なう恐れがあるという認識のもと、TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）を設置しました。2017年6月にTCFDが公開した最終報告書では、投資家が気候関連のリスクと機会を適切に評価し、投資判断を行えるように、企業に気候変動に関わる情報、とりわけ財務関連情報を開示することを促しています。セブン&アイグループは、ステークホルダーとの信頼関係を構築するために、情報開示の充実が必須のものと考え、2019年8月にTCFD提言に賛同を表明しました。あわせて、TCFD提言に賛同する日本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コンソーシアムにも参加し、より良い情報開示とステークホルダーとの対話のあり方について検討を進めています。

今後、TCFD提言を活用して積極的にグループの取り組みをお伝えし、ステークホルダーとの信頼関係を確実なものにすることで、企業価値の向上に努めてまいります。



気候変動に関わるガバナンス・リスク管理

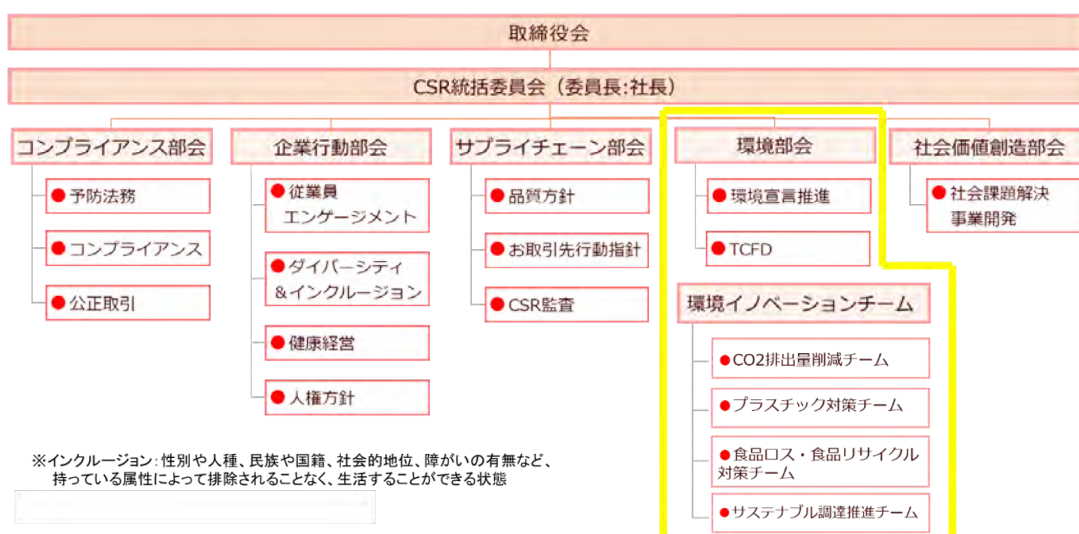
ガバナンス

セブン&アイグループでは、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、セブン&アイHLDGS.代表取締役社長を委員長とするCSR統括委員会において取り組みの管理を行っています。CSR統括委員会は、グループ会社のCSR推進責任者とセブン&アイHLDGS.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。CSR統括委員会のもとには、気候変動問題に対処するための下部組織として、環境部会を設置しています。環境部会は、事業会社の環境部門の責任者によって構成されています。また、CO₂排出量削減に向けたグループ横断のイノベーションを生み出していくために、2019年5月の環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」の策定とあわせて、主要事業会社の主管部門の執行役員以上をリーダーとするCO₂排出量削減チームを発足しました。

CSR統括委員会は、CO₂排出量をはじめとする気候変動問題に関わる指標の推移や緩和策を中心とした取り組みについて報告を受け、部会やグループ各社で実施される対策の承認と必要な助言を行っています。また、こうした気候変動問題を含むサステナビリティに関わる取り組みの進捗は、年1回以上、取締役会に報告されることになっており、適宜、方針・取り組みの見直しを行っています。

● CSR推進体制図

2020年3月現在



リスク管理

セブン&アイHLDGS.では、当社およびグループ各社のリスクを適正に分析・評価し、的確に対応するため、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統合的なリスク管理体制を構築・整備・運用しています。気候変動に関わるリスクについても、この統合的なリスク管理体制のもとで管理しています。

グループ各社は、年2回、グループ共通のリスク分類に基づき、自社のリスクの洗い出しを実施。リスクの影響度・発生可能性を考慮したリスク評価の定量化とともに、各リスクへの対応策をリスク調査票にまとめて当社リスク統括部（リスクマネジメント委員会事務局）に提出します。このリスク調査票には、CO₂排出規制、昨今の大型台風などによる事業継続リスク、さらには、商品原材料の生産地・漁場の変化など、定量面だけでなく定性面も含めたリスクなども含まれています。

年2回開催されるリスクマネジメント委員会は、グループ各社から提出されたリスク評価と対策をもとに、グループのリスク状況を網羅的に把握し、重大性・改善の喫緊性などの観点から、各社のリスク管理・改善の取り組みに対するモニタリングを実施しています。

こうしたリスク管理の状況は原則年1回、セブン&アイHLDGS.取締役会に報告が行われています。

シナリオ分析の実施

シナリオ分析への着手

セブン&アイグループでは、将来の気候変動がもたらす「リスク」と「機会」を明確にし、「リスク」を低減し、「機会」を拡大するための事業戦略立案にむけて、シナリオ分析に着手しています。シナリオ分析に着手するにあたり、2019年10月に環境省の「TCFDに沿った気候リスク・機会のシナリオ分析支援事業」に参加しました。

シナリオ分析では、サプライチェーンを含むグループ全体を対象とする必要があると認識していますが、今回の分析では、シナリオや対象範囲を限定して、試験的に分析を行いました。シナリオは、2℃シナリオと4℃シナリオを採用しました。分析対象は、グループの営業利益の約6割を占めるセブン-イレブン・ジャパンの店舗運営を対象にしました。

■ 分析の範囲

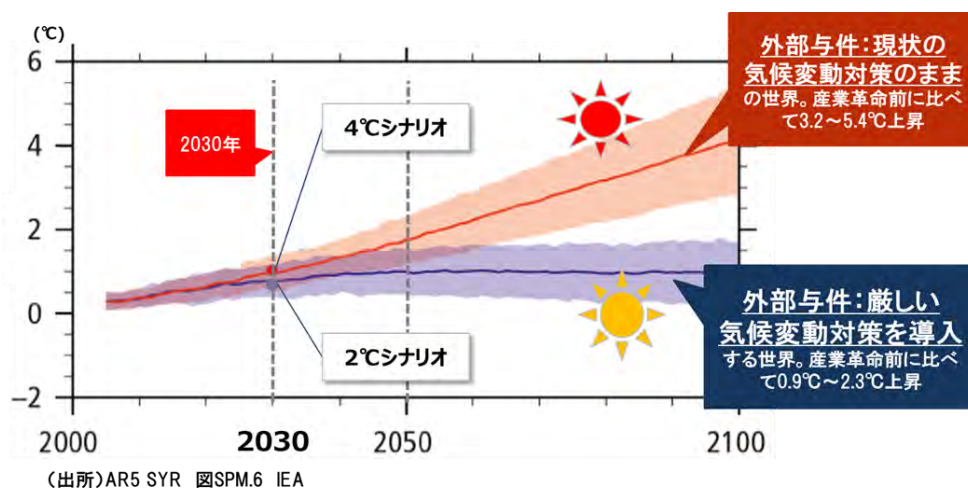
シナリオ	2℃シナリオ・4℃シナリオ
対象事業	セブン-イレブン・ジャパンの国内店舗運営
対象期間	2030年

シナリオの定義

2030年段階での、2℃シナリオ、4℃シナリオにおけるセブン-イレブン・ジャパンの店舗運営を取り巻く環境を、以下の通りに検討しました。

2030年段階での2つのシナリオの大きな差は、主に気候変動対策の違いによる移行リスクの部分に現れてくると考えられます。+2℃の世界では、温室効果ガス削減のための規制が強化されて低・脱炭素化が進み、移行リスクが高まると考えられます。一方+4℃の世界では、規制などの移行リスクの影響は小さいものの、異常気象などの物理的リスクが高まると考えられます。

■ 二つの将来シナリオ



■ セブン-イレブン店舗を取り巻く環境

	+ 2℃の世界	+ 4℃の世界
特徴	・移行リスクの影響大 ・物理的リスクの影響は増加するものの、影響は小～中程度	・物理的リスクの影響大 ・規制に伴う移行リスクの影響は小さいものの、お客様の嗜好変化（評判リスク）が現れる
政策	・炭素税の導入 ・省エネ・再エネ推進	・気候変動対策は現状のまま ・炭素税は導入されない
電気代	・サプライチェーン全体で値上がり	・低下
再エネ	・広がる	・広がらない
生産地	・一部で農産物の収量・品質の低下 ・一部で原材料価格の上昇	・農産物の収量・品質の低下 ・原材料価格の上昇
物流・店舗	・物流の遅延・寸断、豪雨による店舗への被害が限定的であるが現在より増加する	・物流の遅延・寸断が増加。豪雨による店舗への被害が増加する
消費者の変化	・低・脱炭素商品への関心が高まる ・サステナブルなライフスタイルの定着	・低・脱炭素商品への関心が高まる ・防災・備蓄商品への関心が高まる

重要なリスク・機会とインパクト評価

事業インパクトを評価するにあたり、まず、セブン-イレブン店舗の運営に関わりの深いリスク・機会項目の洗い出しを行いました。次に、その中でも重要な影響を与えるリスク・機会として、「炭素価格」「各国の炭素排出目標／政策」「消費者の評判変化」「異常気象の激甚化」「降水・気象パターンの変化」の5つを抽出しました。

今回は、初めての試みであることから、インパクト評価では、上記の5つの重要なリスク・機会に関わる具体的な事例で、できるだけ客観的な予測データを手に入れるものを選択して、定量・定性の両面から評価を行いました。結果は、以下の通りとなりました。

■ 2030年の事業インパクト評価結果の概要

重要なリスク・機会の項目		具体的な事例	事業インパクト	
			+ 2℃の世界	+ 4℃の世界
移行リスク・機会	政策・規制	炭素価格	・ CO2排出量と想定される炭素価格から評価。炭素価格導入で支出が増加する。 ・ サプライチェーン全体で、商品生産に関わるコストが増大し、調達コストも上昇する懸念がある。	・ 炭素価格は導入されない見込み。
		各国の炭素排出目標／政策	・ 電気使用量と想定される電気価格から評価。電気代の上昇で支出が増加する。 ・ サプライチェーン全体で、商品生産に関わるコストが増大し、調達コストも上昇する懸念がある。	・ 電気使用量と想定される電気価格から評価。電気代の低下で、支出が減少する。
	評判	サステナブル商品の売上	・ 消費者のサステナブルな消費生活にあわせた商品開発で売上が増加する。	・ 異常気象の増加により、消費者の企業に対する目が厳しくなり、サステナブルな商品への関心が高まり、売上が増加する。
		EV充電サービスの拡充	・ EV自動車の普及に合わせ、充電サービスの拡充を図ることで売上が増加する。	・ EV自動車の普及は2℃の世界に比べて限定的ではあるものの、充電サービスの拡充を図ることで売上が増加する。
物理的リスク・機会	急性	保険料負担	・ 影響は限定的であっても、自然災害の増加により保険料が値上がりし、支出が増加する。	・ 自然災害の増加により保険料が値上がりし、支出が増加する。 ・ 自然災害の発生状況によっては、保険の仕組みそのものが機能しなくなることも懸念される。
		休業による売上損失(営業利益)	・ 自然災害の増加の予測と1店舗あたりの営業利益をもとに評価。影響は限定的であっても、休業日数は現在より増加し、売上が減少する。	・ 自然災害の増加の予測と1店舗あたりの営業利益をもとに評価。休業日数が増加し、売上が減少する。 ・ 自然災害の規模や発生頻度によっては、復旧にかかる時間が長くなり、休業が長引くことで売上損失が拡大することが懸念される。
	慢性	原材料(米)の収穫量の変化	・ 多種多様な商品を扱う中で、重要な原材料の1つである国産米について評価。収穫量の減少で売上が減少する。	・ 多種多様な商品を扱う中で、重要な原材料の1つである国産米について評価。収穫量の減少で売上が減少する。
		空調負荷の増加	・ 平均気温の上昇による空調負荷の増加を評価。影響は限定的であっても、負荷の増加で支出が増加する。	・ 平均気温の上昇による空調負荷の増加を評価。負荷の増加で支出が増加する。

対応策の検討と指標・目標

セブン&アイグループでは、2019年5月に環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」を発表しました。「GREEN CHALLENGE 2050」では、「脱炭素社会」「循環経済社会」「自然共生社会」を目指すべき社会の姿として掲げ、CO₂排出量削減、プラスチック対策、食品ロス・食品リサイクル対策、持続可能な調達の4つを具体的な取り組みテーマとしました。CO₂排出量削減の取り組みでは、具体的な数値目標として、グループの店舗運営に伴うCO₂排出量を、2013年度と比較して、2030年には30%、2050年には80%以上削減することを定めています。

今回は、いくつかの具体的な事例に限定して事業インパクト評価を行ったため、気候変動によるインパクトを総合的に判断することはできませんが、分析の対象としたリスク・機会は、現在行っている災害対応や「GREEN CHALLENGE 2050」の取り組みを推進することで、リスクの低減や機会の拡大を図れるものと考えています。

例えば、炭素価格や電気代の上昇のリスクに対しては、CO₂排出量削減につながる省エネや再エネの活用を拡大することが対応策の1つと考えられます。また、原材料の調達リスクに関しても同様に、「GREEN CHALLENGE 2050」の持続可能な調達を推進する中で、グループ内での産地情報の共有、グループ共同の産地開発などを進めることが、リスクの低減につながると考えられます。

さらに、異常気象などの災害の増加に対しては、現在進めている自治体との連携を通じて、災害時のインフラとしての役割を拡大してまいります。

■「GREEN CHALLENGE 2050」に定めるCO₂排出量削減目標



※グループの店舗運営に伴うCO₂排出量

TCFD提言への今後の対応

今回、TCFD提言に沿ってシナリオ分析に着手し、情報開示を開始しましたが、シナリオ分析の対象は限定的で定量化できたリスク・機会は一部にとどまっています。今後、サプライチェーン全体を通じたリスク・機会の定量化や消費者の評判変化に関する情報の収集が必要だと考えています。

異常気象による災害が増加・激甚化する中で、企業の気候変動対策に対する社会からの懸念・期待は、高まるものと考えられます。2°Cシナリオ、4°Cシナリオを含めた気候変動の影響下でも、持続的に発展できる企業であるために、シナリオ分析の精度を上げてまいります。まずは、分析の範囲の拡大・定量化を図ることで、より正確な財務上の影響把握に努め、戦略的な対応策立案につなげます。また、その結果を開示することで、ステークホルダーの懸念・期待にお応えしてまいります。

セブン&アイHLDGS.の重点課題

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、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、取り組むべき重点課題を2014年に特定しました。ここでは、その特定までのプロセスについてご紹介します。

重点課題特定の目的

- セブン&アイグループ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

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、社会課題を抽出しました。



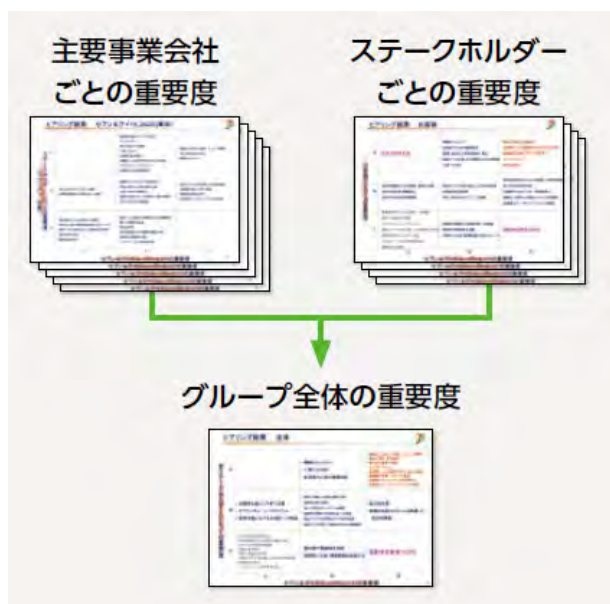
STEP 2 ステークホルダーからのヒアリング

抽出した社会課題について、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評価いただきました。

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

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、社会課題を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。さらにそれらを統合し、グループ全体での重点課題の候補を作成しました。



STEP 4 有識者とのダイアログ

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。

STEP 5 重点課題の決定

ステークホルダーの方々と有識者の意見をもとに、それぞれの重点課題候補の重要性を見直し、整理しました。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、関連性を考慮し5つに統合。社長を委員長とするCSR統括委員会で、グループとして取り組むべき重点課題を決定しました。



セブン&アイHLDGS.の重点課題

重点課題 1

高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供



[詳しくはこちら](#)

重点課題 2

商品や店舗を通じた安全・安心の提供



[詳しくはこちら](#)

重点課題 3

商品、原材料、エネルギーのムダのない利用



[詳しくはこちら](#)

重点課題 4

社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援



[詳しくはこちら](#)

重点課題 5

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



[詳しくはこちら](#)

重点課題 1 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

重点課題の考え方

セブン&アイHLDGS.では、少子高齢化に伴う生産人口減少による女性や高齢者の就業率の増加、デジタル化社会の進展による購買方法の多様化、人口減少による生活拠点の減少といった社会環境の変化に対応し、全国に約22,500店舗を展開するというグループの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。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とデジタル社会の進展によるお買物やその他サービスの変化

高齢化、人口減少が進む日本では、2060年には総人口が9,000万人を割り込み、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、2035年には2010年に比べ1.75倍にまで増加することが予測されています。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となっています。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。

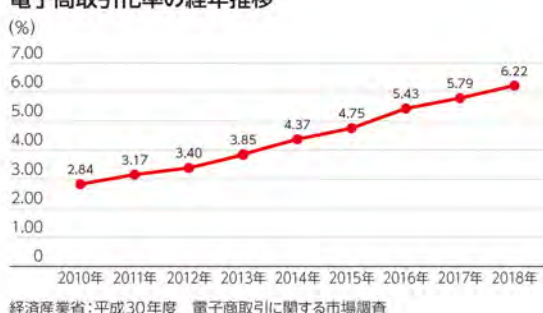
一方で、デジタル機器の普及や通信環境の整備により、注文方法や決済方法、受け取り方法など、お客様のお買物習慣や必要とされるサービスも変化しています。

※出典:「日本の将来推計人口(平成29年推計)」国立社会保障・人口問題研究所

高齢者単身世帯数の推移



電子商取引化率の経年推移



重点課題の推進体制

本重点課題は、本業を通じた社会課題解決の取り組みとしてグループ各社がさまざまなサービスを展開しています。これらの進捗確認ならびに新規の取り組みについては、セブン&アイHLDGS. 取締役 常務執行役員 経営推進本部長を責任者に、CSR統括委員会とその傘下の社会価値創造部会を中心に推進しています。

SDGsへの貢献

この重点課題に取り組むことで、セブン&アイグループは高齢者を含むさまざまな方に公共サービスをはじめとする生活インフラを提供し、持続可能な開発目標 (SDGs) の目標9と11、16の達成に貢献します。



セブン&アイHLDGS.の取り組み

お買物の支援

お買物がご不便なお客様を支援するために、新たな「お買物支援」サービスの創出に取り組んでいます。

[詳しくはこちら](#)

家事の軽減

食事に不便や困難を感じている方へ向けた個食・少量・簡便を切り口とした調理済み商品を開発・販売しています。

[詳しくはこちら](#)

社会インフラとしてのサービスの拡充

社会インフラ拠点の減少により生活に不便を感じる方へ、不便を軽減するための公共サービスを提供しています。

[詳しくはこちら](#)

多様なお客様へのサービス

ご来店いただくすべてのお客様が安心してご利用いただくためのサービスを拡大し、お買物を支援しています。

[詳しくはこちら](#)

重点課題 1 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

セブン&アイHLDGS. は、お買物がご不便なお客様を支援するために、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。



ネットスーパー

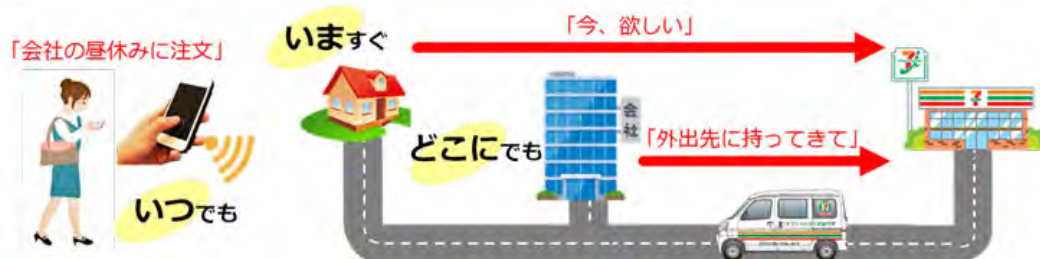
イトーヨーカドーでは、パソコンやスマートフォンで商品をご注文いただくと、ご指定の時間帯に商品をお届けする「ネットスーパー」を122店舗で展開しています(2020年2月末現在)。近くの店舗からお届けするネットスーパーは、食料品・日用品を取扱っています。また、2014年12月から子育て応援として、発行から4年以内の母子手帳をご提示・ご登録いただくと登録日より4年間、配達料を102円(税込)にするサービスを提供しています。さらに、多様化するお客様の受け取りニーズに応えるとともに、お客様の利便性と配達の効率化を図る取り組みとして、『非接触お届け』サービスや『置き配受取り』サービスの拡充も進めています。2020年3月からは東京都内のセブン-イレブン2店舗に設置した、国内初となる「冷蔵・冷凍・常温」の温度帯に対応したロッカーで、ご注文いただいた商品を受け取れる『7&iロッカー受取り』サービスも開始しました。



ネットスーパー

ネットコンビニ

セブン-イレブン・ジャパンでは、コンビニで取扱っているおにぎりや弁当など2,800品から商品をパソコンやスマートフォンで注文し、最短2時間後にご自宅など指定した場所で受け取ることができるサービスを行っています。2020年2月現在、札幌市、小樽市、広島市など約270店舗で実証実験を実施しています。今後もさらなるサービスの拡大を予定しています。



店内の商品をお届けする「セブンらくらくお届け便」

セブン-イレブン・ジャパンでは、店内のほぼすべての商品を対象に、事前に電話などでご注文いただき、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。2020年2月末現在、配達に使用する超小型電気自動車「コムス」は約757台が稼働しており、また導入を進めている電動アシスト自転車も約1,180台が稼働しています。



セブンらくらくお届け便

移動販売サービス「セブンあんしんお届け便」「イトーヨーカドーあんしんお届け便」

セブン-イレブン・ジャパンでは、2020年2月末現在、移動販売サービス「セブンあんしんお届け便」を1都1道2府33県102店舗で運用しています。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し、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。今後もお客様のニーズに合わせ、順次拡大する予定です。

イトーヨーカドーでは、2020年2月末現在、独自に開発した販売設備付きトラックで巡回する移動販売「イトーヨーカドーあんしんお届け便」を、長野県上田地区、多摩市、八王子市、花巻市、いわき市の5地区4店舗で運行しています。また、2020年4月30日より、株式会社とくし丸と連携し「イトーヨーカドーとくし丸1号車」の運用を、イトーヨーカドー南大沢店で開始しました。とくし丸は、移動スーパーの取り組みを通じ、お買物に不便を感じているお客様のお買物支援を行うとともに、地域と連携しながら見守り活動に関する事業を進めています。



セブンあんしんお届け便



イトーヨーカドーあんしんお届け便



イトーヨーカドーとくし丸

オムニ7

セブン&アイHLDGS. は、お客様がグループのあらゆる商品をいつでもご注文でき、ご都合に合わせてお近くのグループ店舗やご自宅で商品を受け取り、返品もできる「オムニ7」に取り組んでいます。店舗での販売はもとより、パソコンやスマートフォンで商品をご注文いただけます。

また、EC市場の拡大などにより、宅配便の取扱いは増加傾向にある一方、運送業の人手不足は深刻化しています。セブンネットショッピングでは、注文した商品を近くのセブン-イレブンで受け取ることができる『店頭受取りサービス』を行っており、再配達の削減、配達時に発生するCO2削減に貢献しています。



商品をお届けの際もお買物をサポート

重点課題 1 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

家事の軽減

セブン&アイHLDGS.では、お客様の「お買物をする時間がない」「家事に時間をかけられない」といった声に対応し、食事に不便や困難を感じている方へ向けた個食・少量・簡便を切り口とした調理済み商品を開発・販売しています。



お届けサービス「セブンミール」

セブン-イレブン・ジャパンでは、毎日の食事の準備に不便を感じている方や、栄養のバランスを考えた食事をしたいと思われている方へ、ネットや電話からご注文いただくことで、商品をお渡しするサービスを提供しています。商品の受け取りは「セブン-イレブン店舗での受け取り」または「ご自宅などへのお届け」をお選びいただけます。

▶ [セブンミールの詳細はこちら](#)

食事の準備が簡単な商品・サービスの開発

セブン-イレブン・ジャパンでは、「セブンミール」のサービスの一つとして、1食分、1人前からご注文いただける、主菜と副菜のセットメニューが約20分で完成するレシピ付きの調理キット「ミールキット」を取扱っています。「ミールキット」は素材のみでなく調味料においても保存料・合成着色料を使用していません。素材についてはカット済みのため、調理時間を短縮できます。

また、イトーヨーカドーではフライパンや電子レンジで手軽に調理できる「シェフズレシピ」シリーズを精肉・鮮魚売場で取扱っています（首都圏、北関東、静岡）。フライパンメニュー※は、肉や魚がカット・調味済みで、短時間で簡単にフライパン調理ができます。お好みの野菜と一緒に炒めるなどの栄養バランスに配慮したアレンジも可能です。惣菜売場では、お忙しい時に便利な冷凍惣菜シリーズ「フローズンデリ」をご用意しています。

※メニューは季節により変更になります。



セブンミール「ミールキット」



フローズンデリ「オムライス」

重点課題 1 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

社会インフラとしてのサービスの拡充

セブン&アイHLDGS.は、近所の行政や銀行の窓口、小売店舗などの社会インフラ拠点の減少により生活に不便を感じる方へ、自治体と連携し、不便を軽減するための公共サービスを提供しています。



包括連携協定など、自治体との連携を推進

セブン&アイグループは、地域の活性化に向け、各自治体と、地産地消、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」の締結を推進しています。また、通常の店舗営業時やお届けサービスの中で、高齢者などの異変を察知した時に、自治体と連携して対応することや、高齢者雇用の促進、認知症サポーター養成への協力などの活動に関して自治体と連携する「見守り協定」の締結も推進しています。

そのほか、「物資支援協定」を締結することで災害時の迅速な地域支援に備えるとともに、可能な範囲で水道水やトイレ使用、周辺情報を提供する「帰宅困難者支援協定」の締結も進めています。

各社別自治体との包括連携協定数

	2018年2月末	2019年2月末	2020年2月末
セブン-イレブン・ジャパン	91	140	184
イトーヨーカドー	42	63	66
そごう・西武	9	13	13
ヨークベニマル	8	13	13
ヨーク	2	4	4
セブン&アイ・フードシステムズ	1	1	3
合計	153	234	283

➤ [災害時における支援についてはこちら](#)

自治体と連携した地域活性化支援

セブン&アイグループでは、包括連携協定の締結を機会として、各自治体と連携したさまざまな地域活性化の取り組みを進めています。

セブン-イレブン・ジャパンでは、地元の味や食文化を大切に、地域の食材を使用した商品の開発を行っているほか、イトーヨーカドー、そごう・西武、ヨークベニマルなどでは、地域商品や地域の食材を使用したメニューの提案などを行い、地域の魅力を発信することで地域活性化に貢献しています。

また、ヨークマートでは千葉県八千代市の店舗にて、行政との取り組みの一環として地元の高校生が考案したパンの製造・販売するイベント「やちパン プロジェクト」に参加し、3種のパンを販売しました。



長野地区のセブン-イレブンで販売した
♪1/2日分の野菜！上州地粉のおつきりこみ



青森県のイトーヨーカドーで販売した
「中短生(青森中央短期大学生)が伝える味!
縄文遺跡群登録応援弁当」



西武福井店で開催した
「おいしいふくい大博覧会」



千葉県八千代市のヨークマート2店舗で
「やちパン プロジェクト」に参加

行政サービス(各種証明書発行)

セブン-イレブン・ジャパンでは、店内のマルチコピー機を利用し、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、717の市区町村と連携しています(2020年2月末現在)。さらに、494自治体では戸籍証明書の発行、503自治体では税の証明書が発行できるなど、サービスを拡充しています(ご利用にはマイナンバーカードが必要になります)。このサービスはマイナンバー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。

保険加入と保険料支払いサービス

セブン-イレブン・ジャパンでは、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時間いつでも簡単にバイク自賠責保険(原動機付自転車・車検不要の排気量250cc以下の二輪自動車対象)と自転車向け保険の加入、保険料の支払いができるサービスを、業界に先駆けて展開しています。

2015年9月からは、「1DAY保険」(1日単位の自動車保険)を、2018年4月からは、必要な補償を必要な時にだけ受けられる商品「1DAYレジャー保険」を、2020年6月からは、「ガン保険」をセブン-イレブン全店で販売しています。



コピーやプリント、各種証明書発行、保険加入などできるマルチコピー機

自転車シェアリング

セブン-イレブン・ジャパンでは、店舗敷地内の駐輪スペースをシェア自転車の貸し出しや返却の拠点にする取り組みを開始しました。エリアを順次拡大し、2019年度に首都圏や地方都市の630店で合計3,700台を設置しました。また、イトーヨーカドーは2018年6月、デニーズは2018年9月から取り組みを開始しています。

自転車シェアリングは、一定区域内にある複数のステーションのどこからでも乗ることができ、借り場所ではなく最寄りのステーションに返却することが可能です。交通機関が十分でないエリアでは、公共交通機関の補完として期待されており、インフラとしての役割を担っていきます。



シェア自転車の拠点となる店舗

店舗内に選挙の投票所の設置

イトーヨーカドー、そごう・西武では、市町村合併による投票所の減少や投票率の低下、さらに改正公職選挙法の施行で、選挙権年齢が満18歳以上へ引き下げとなったことに伴い、投票率の向上を目指す自治体と連携し、店舗内に投票所を無償で設置しています。有権者がよりアクセスしやすくなることで、お買物ついでにご活用いただいています。2019年度は、イトーヨーカドー25店舗、そごう・西武4店舗にて実施し、店内ポスターの掲示や店内放送、レシートへの印字などの告知による選挙の啓発活動を行いました。



イトーヨーカドー店舗内に設置した投票所

重点課題 1 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

多様なお客様へのサービス

セブン&アイHLDGS. は、高齢者や障がい者、年々増加する外国人居住者など、ご来店いただくすべてのお客様が安心してご利用いただくためのサービスを拡大し、お買物を支援しています。



認知症サポーターの育成

セブン&アイグループは、出店地域において認知症の方とその家族が安心して暮らせる街づくりを支援するために、従業員に「認知症サポーター養成講座」の受講を推進しています。

グループ各社で養成講座を開催し、サポーターの人数は2020年2月末現在、グループ26社※合計で累計37,550人となりました。今後も認知症サポーターの育成を強化していきます。

※対象26社で国内グループ売上高の98%を占める。

認知症サポーター受講者数推移

年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度 (目標)
累計 人数	16,554人	24,029人	29,623人	34,110人	37,550人	40,000人



認知症サポーター養成講座

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・食料品を総合的に取扱っている「あんしんサポートショップ」を104店舗で展開しています(2020年2月末現在)。販売時には専門の資格を持つ販売員である社会福祉用具相談員が商品の特性をご説明することに加え、介護や福祉全般に関する相談を受け付けています(2020年2月現在、305人が在籍)。また、お客様の声を活かした商品づくりにも取り組んでおり、段差を乗り越えられるシルバーカーや、シャフトを通常の約1.3倍に太くして安定感を持たせた「頼れるステッキ」などを開発し、ご好評いただいています。

そごう・西武では、一般社団法人ケアリングデザインと連携し、50歳代以上のお客様の暮らしと住まいづくりをサポートする「くらしのデザインサロン」を西武池袋本店に常設し、歳を重ねても自分らしく暮らせるよう、年齢とともに起こる身体変化へのケア・サポートをさりげなく施した、美しい住まいを提案しています。



あんしんサポートショップ



段差乗越えシルバーカー



頼れるステッキ

> 「あんしんサポートショップ」の詳細はこちら [🔗](#)

> 「くらしのデザインサロン」の詳細はこちら [🔗](#)

外国人の生活をサポートする情報の発信

セブン銀行では、海外送金サービスをご利用のお客様向けに、9言語に対応した「海外送金アプリ」を提供しています。2016年より、このアプリを通じて地域情報を発信することを主な目的として、外国人が多く暮らす自治体と多文化共生の推進に関する協定などの締結を進め始めました。該当地域に居住する方に対して、暮らしの情報や災害情報などを多言語で配信することで、お客様の日本での安心かつ便利な暮らしにつながっています。2020年3月末現在、13の地方公共団体と協定を締結しています。

多様なお客様が操作しやすいATMの開発

セブン銀行では、すべてのお客様に安心してご利用いただけるよう、ATM機能やサービスを日々進化させています。主に視覚障がいのあるお客様にご利用いただいている音声ガイダンスサービスでは、ATMに備え付けのインターホンから流れる音声案内に沿ってインターホンのボタンを操作することで、お取引いただけます。提携する約540社の金融機関※のカードでご利用可能です。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うかがい、操作性を検証しながら開発しました。また、誰もが使いやすいATMを目指して、セブン-イレブン店内のATMに杖・ドリンクホルダーを備え付けています。

※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。



音声ガイダンスサービス



杖・ドリンクホルダーを設置したATM

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

重点課題の考え方

セブン&アイグループでは、各社の店舗で約300万アイテムの商品を取扱うほか、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」をはじめとする品質の確保は何よりも重要なものとして取り組んでいます。また、災害などの緊急時でも安心して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。

■ 関連する方針

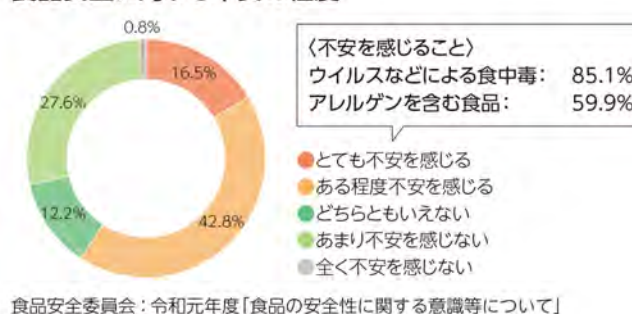
➤ [品質方針](#)

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、アレルギー成分表示など食の安全性に関する関心が高まっています。内閣府による調査では、約6割の人が食品安全について不安を感じると答えており、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。

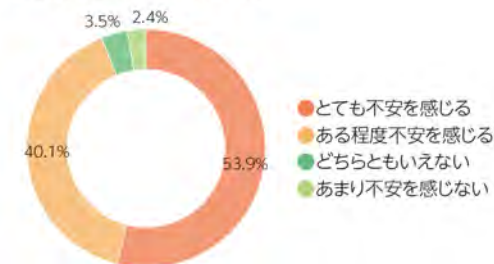
食品安全に対する不安の程度



多発する自然災害

近年、気候変動などの影響もあり、大雨による洪水や地滑りが頻発しています。また、日本列島の位置に由来する大規模地震など、数多くの自然災害の発生が続いています。内閣府による調査では、9割以上の人が自然災害について不安を感じると答えており、災害の発生時には、生活に必要な商品・サービスの提供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。

自然災害に対する不安



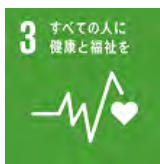
食品安全委員会：令和元年度「食品の安全性に関する意識等について」

重点課題の推進体制

本重点課題は、セブン&アイHLDGS. 取締役 常務執行役員 経営推進本部長を責任者にCSR統括委員会とその傘下のサプライチェーン部会が、グループ各社・関係部署と連携しながら推進しています。また、情報セキュリティにおいては、グループ情報管理委員会のもと取り組みを推進しています。

SDGsへの貢献

この重点課題に取り組むことで、セブン&アイグループは気候変動に起因する自然災害などが発生した際の安全・安心を確保する生活拠点を提供し、持続可能な開発目標(SDGs)の目標2と3、9、11、13の達成に貢献します。



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の導入に取り組んでいます。

[詳しくはこちら](#)

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、商品のトレーサビリティ(流通履歴)を積極的に公開しています。

[詳しくはこちら](#)

健康と栄養

お客様のさらなる健康志向に配慮して、食品の添加物の使用を低減し、栄養バランスがとれた食品を提供することに努めています。

[詳しくはこちら](#)

お客様とのコミュニケーション

お客様の立場に立って商品・サービスを改善していくために、グループ各社に「お客様相談窓口」を設けて、ご意見・ご要望などを承り、迅速に対応しています。

[詳しくはこちら](#)

情報セキュリティおよび個人情報保護

グループが取扱う情報資産の適切な安全確保を重要な義務と位置付けて取り組んでいます。

[詳しくはこちら](#)

商品・サービスの適切な販売・情報開示

お客様の適切な商品・サービスの選択のために、正確でわかりやすい表示に努め、誤解を与えることがないようにします。

[詳しくはこちら](#)

地域防犯対策

お客様に安全で安心してご利用いただける拠点になるべく、地域の防犯に協力しています。

[詳しくはこちら](#)

災害における支援

地域のライフラインを守ることを使命として災害時においても早期の営業再開と継続に努めています。

[詳しくはこちら](#)

震災復興支援

東日本大震災の復興支援策として、商品の販売を通じた活動をはじめとして、従業員ボランティア、NPOと協働した活動に取り組んでいます。

[詳しくはこちら](#)

重点課題 2 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

セブン&アイHLDGS. は、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の導入に取り組んでいます。



グループ各社の品質管理の基盤整備

セブン&アイHLDGS. では、グループの一つの会社で起きた商品事故が、グループ全体に影響を及ぼすことを認識し、品質管理の体制整備を進めています。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」の開発部門をはじめ、食品を扱うグループ会社12社、衣料品・住まいの品を扱うグループ会社10社の品質管理責任者が定期的に集まり、方針や情報を共有することで、事故の未然防止と事故発生時の迅速な対応を強化しています。具体的には、グループ各社において以下のような品質管理の基盤を整備しています。

品質管理の基盤整備

1. 専門部署として客観的に事故への対応を判断できる体制
2. 重大事故発生時の経営トップへの迅速な報告体制
3. 重大事故発生時の商品回収・販売継続判断のガイドライン策定

品質管理に関する従業員教育

セブン&アイグループでは、商品事故を未然に防ぐために、商品の開発・仕入れを担当するマーチャンダイザーや売場の担当者に対して、品質管理に関する従業員教育を実施しています。セブン&アイHLDGS.および食品を取扱うグループ各社では、グループ各社の食品の店内調理担当者全員に対して、毎年、食物アレルギーの表示方法、アレルギー事故を防ぐためのルールなどについて継続的に「食物アレルギー研修」を実施しています。

セブン&アイHLDGS.では、2019年度に食物アレルギー研修を対象者1,651人へ実施しました。2020年には、HACCP^{※1}が制度化されるため（食品衛生法改正）、2020年6月にHACCPの重要性、食品の製造・加工における注意点などに関する食品HACCP研修^{※2}を1,210人へ実施しました。また、衣料品や住まいの品の担当者に対して、グループ全体で外部の検査機関による「繊維研修」、「薬機法研修」を実施しています

。「繊維研修」は、繊維製品（衣料品・寝具など）の担当者を対象に、新任の担当者には「繊維基礎研修」を、既存の担当者には「繊維素材研修」「繊維縫製研修」を実施しています。家庭用品品質表示法などの法令をはじめ、糸 → 織物・編み物 → 染色 → 縫製 → 検品という衣料品ができるまでの流れや、製造工場の工程管理、不良品事故のケーススタディなどの知識の習得を図ることにより、安全で上質な商品をお客様に提供することを目指しています。

※1 HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) : 原材料の受け入れから最終製品までの各工程の危害要因を分析した上で、危害の防止につながる、特に重要な工程を継続的に監視・記録する工程管理システム

※2 食品HACCP (eラーニング) 研修の対象事業会社 : ヨークマート、シェルガーデン、そごう・西武、ごっつお便(※そのほかの食品を取扱う事業会社は各社ごとのメニューでHACCP研修を実施)

2019年度 セブン&アイHLDGS.で実施した研修受講実績

研修内容	受講人数	受講率	受講対象者
食物アレルギー研修 ^{※1}	1,651人	100%	食品の店内調理等担当者
繊維基礎研修 ^{※2}	58人	64%	衣料・寝具など繊維製品仕入担当者
繊維素材研修 ^{※2}	55人	44%	衣料・寝具など繊維製品仕入担当者
繊維縫製研修 ^{※2}	62人	39%	衣料・寝具など繊維製品仕入担当者
薬機法研修	205人	64%	衣料・住まいの品仕入担当者

※1 食物アレルギー (eラーニング) 研修の対象事業会社 : ヨークマート、シェルガーデン、アイワイフーズ、そごう・西武、ごっつお便(※そのほかの食品を取扱う事業会社は各社ごとのメニューでアレルギー研修を実施)

※2 繊維(基礎・素材・縫製)研修・薬機法研修の対象事業会社 : セブン・イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、ニッセン、バーニーズジャパン、オッシュマンズ・ジャパン

食品の安全や品質管理に関する業界団体への参画

セブン&アイHLDGS.は、日本国内での輸入食品の取扱いの増大(グローバル化)への対応と、国内の食品安全管理の向上を目的として、食品関係企業と農林水産省、大学の研究者の連携により、日本発の食品安全マネジメント規格の運営主体として2016年に設立された一般財団法人食品安全マネジメント協会(JFSM)※1の設立にあたり、国内外の食品メーカーとともに設立者の1社となりました。同協会が開発したJFS規格※2を活用することにより、サプライチェーンを構築する小売りグループとして食品の品質向上を目指しています。

現在、食品を取扱うグループ8社※3がJFSM会員になり、グループ内の食品安全管理レベルの向上を推進しています。また、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」やセブン-イレブンのお弁当、おにぎり、サンドイッチ、惣菜、麺類、パン・ペストリーなどのオリジナルデイリー商品を製造している工場に対して、JFS規格の認証・適合証明の取得を進めています。

※1 日本発の食品安全マネジメント規格(JFS規格)とその認証・適合証明の仕組みの構築・運営を行う機関

※2 JFSMが開発したコーデックスHACCPを含む国際標準に整合した日本発の食品安全マネジメント規格

※3 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、ヨークマート、シェルガーデン、そごう・西武、ごっつお便、セブン&アイ・フードシステムズ

国際標準に整合した食品安全マネジメント規格の認証取得

セブン-イレブン・ジャパンでは、商品製造時の品質管理レベル向上を目的に食品の衛生管理手法であるHACCPを1997年から採用しています。日本デリカフーズ協同組合(NDF)※1では、多品種少量生産、労働集約型産業に即した独自の「NDF-HACCP認証制度」を構築し、すべての製造工場にて認定を取得しています。さらに、2018年10月には、HACCPの制度化に対応すべく、国際標準に整合したJFS規格※2の認証・適合証明を取得する目標を掲げました。そして、2020年3月には、お弁当やおにぎり、サンドイッチ、惣菜、麺類、パン・ペストリーなどのオリジナル商品を製造するすべての専用工場(165工場)が認証・適合証明を取得しました。同様に、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」を製造するすべての製造工場において、ISO22000、FSSC22000、JFS規格など、コーデックスHACCPを含む国際標準に整合した食品安全マネジメント規格の認証・適合証明の取得を進めています。(2020年3月末現在、68%の製造工場が取得完了)

※1 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管理レベルの向上や、地区による商品品質の差をなくすために1979年に結成

※2 JFS規格: 一般財団法人食品安全マネジメント協会(JFSM)が開発した、コーデックスHACCPを含む国際標準に整合した日本発の食品安全マネジメント規格

▶ セブン-イレブンの取り組み詳細はこちら 



製造工場の工程監査「適合認証書」の発行

セブン&アイグループでは、衣料品・住まいの品について、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」をはじめ、グループ各社においてもプライベートブランド商品を販売しており、安全・安心な商品を提供するため、国内外の製造工場に対して工程監査を実施しています。（2019年度は、22工場で監査を実施）

衣料品・住まいの品の製造工場に対しては、品質管理レベルを担保する公的認証が存在しないため、セブン&アイHLDGS.は独自の基準を策定し、グループ各社はその基準に基づいて外部の専門機関による監査を実施しています。セブン&アイHLDGS.では、監査の結果が一定の基準をクリアした工場に対して、工程監査「適合認証書」を発行しています。



適合認証書

GAP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。」「顔が見える果物。」のさらなる品質管理レベル向上を目的に、農業生産工程管理手法の一つであるGAP認証（Good Agricultural Practice）の取得を推奨しています。GAP認証とは、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、2020年2月末現在、200名の生産者が認証を取得しており、今後も継続して進めていきます。

▶ [イトーヨーカドーの取り組み詳細はこちら](#)

ISO22000の認証取得

ヨークベニマルでは、ヨークベニマル大槻店（福島県郡山市）において、国際的な食品安全マネジメントシステムである「ISO22000」の認証を取得しました。今後は、ISO22000の認証取得の経験を活かし、各店舗の従業員教育を実施しながらHACCPシステムを全店に導入し、地域のお客様の食卓のさらなる安全・安心を実現するとともに、商品の仕入れから販売までの品質改善により一層努めます。

また、グループの食品製造メーカーであるアイワイフーズは、2016年8月にISO22000の認証を取得しました。



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、衛生管理部署のQC室が品質マネジメントに関わる国際標準規格「ISO9001」の認証を取得しており、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（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」）。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くとともに、QC室などによる店舗チェックと合わせ、第三者の衛生検査機関による抜き打ちの店舗衛生検査（ふき取り検査）を実施しています。また、店舗従業員への衛生管理研修を定期的実施することにより、衛生管理のレベルアップを図っています。

➤ セブン&アイ・フードシステムズの取り組み詳細はこちら 



品質管理の取り組みに対する表彰

イトーヨーカドーは、製品安全対策優良企業表彰※1経済産業大臣賞を3度受賞し、製品安全対策ゴールド企業※2として認定されています。

※1 経済産業省が、企業の製品安全に対する意識の向上や企業の枠を越えて、製品安全という重要な価値を共有する「製品安全文化」の定着を図り、社会全体で製品の安全が守られる社会の実現を目的として、2007年度より実施している表彰

※2 認定から5年経過ごとに認定時の取り組みが引き続き維持されているか、審査委員会によるフォローアップを実施

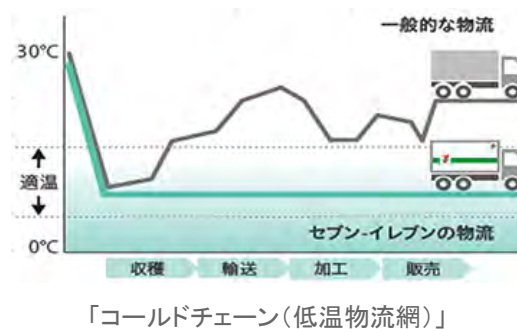
- 2011年 2013年 2015年 イトーヨーカドー：「製品安全対策優良企業表彰・経済産業大臣賞」受賞
- 2015年 イトーヨーカドー：「製品安全対策ゴールド企業」認定



製品安全対策ゴールド企業

コールドチェーン(低温物流網)の導入

セブン-イレブンのオリジナルのデイリー商品(米飯、サンドイッチ、調理パン、サラダ、惣菜、麺類など)には、さまざまな葉物野菜が使われており、野菜の鮮度を高く保つための仕組みとして、畑で収穫された野菜を商品にして店舗に届けるまで、低温で輸送・加工する「コールドチェーン(低温物流網)」を2005年より導入しています。収穫した野菜は配送車、仕分けセンター、生産工場から店舗の売場の棚まで一貫した温度管理をしています。また、消費地の近くで収穫した国産野菜を積極的に使用することで、輸送のためのエネルギー使用量を削減しています。



放射性物質の検査

セブン&アイグループでは、東日本大震災以後、お問い合わせが増加したことを受け、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を実施してホームページで公開しています。

例えば、ヨークベニマルでは、お客様が安心してお買物ができるように、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、社内に「放射能プロジェクト」を設置しています。出店エリア内の主要拠点に放射性物質測定器を備え置き、定期的に社内組織による自主検査を行い、その検査結果をホームページで公開しています。プライベートブランド「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みを販売しています。

また、イトーヨーカドーの「顔が見える食品。」でも放射性物質検査を実施し、結果をホームページで公開しています。

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

食品のトレーサビリティ

セブン&アイグループは、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)情報を積極的に公開しています。

「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す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、仕入担当者が適切な栽培・飼育管理がされているかを現地で生産者とともに確認しています。また、残留農薬検査をはじめ、土壌や飼料、水質の検査を行い、第三者機関の確認を受けて販売しています。さらに、放射性物質についても、法定を超える厳しい基準で検査を実施しています。生産者や検査結果の情報はイトーヨーカドーのホームページで公開し、パソコンやスマートフォンなどで確認することができます。「顔が見える食品。」は、2020年2月末現在、野菜、果物、肉、たまご、魚、米と生鮮食品で品揃えしており、全体で251アイテムを取扱っています。

また、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。2020年2月末現在、約30アイテムを取扱っています。

▶ [イトーヨーカドーの取り組み詳細はこちら](#)

▶ [ヨークベニマルの取り組み詳細はこちら](#)

生産者情報の公開方法（イトーヨーカドーの例）



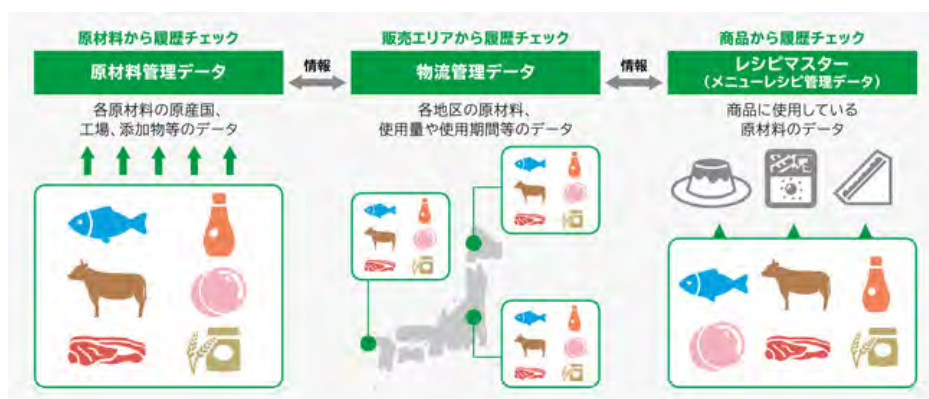
生産履歴を集中管理

セブン-イレブン・ジャパンでは、米飯や惣菜などのデイリー商品において、1メニュー当たり平均40種類の原材料（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、どの工場で作られ、どのような原材料がどの地区で使用されているのかを正確に把握するために、約180の専用工場の情報をすべてデータベースで管理し、店舗のPOSデータと連動させて、商品の原材料産地から店頭へ並ぶまでの生産履歴を管理しています。これにより、万が一原材料などに問題が発生した場合でも、即座に対応することができます。さらに、商品に含まれるアレルギー物質や添加物の有無も確認し、万全を期して販売しています。

また、全工場で使用する原材料や包装容器の使用量も正確に把握できるため、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。

➤ [セブン-イレブンの取り組み詳細はこちら](#)

原材料の生産履歴管理の仕組み



重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

健康と栄養

セブン&アイHLDGS. は、肥満、糖尿病、メタボリックシンドローム、栄養不足など、健康と栄養への注目が高まっている中、お客様のさらなる健康志向に配慮して、食品の添加物の使用を低減し、栄養バランスがとれた食品を提供することに努めています。

2020年5月、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」の新たな価値を創造するために、環境対応・健康対応・上質商品・グローバル対応の4つの柱で構成する、「セブンプレミアム コネクト宣言」を策定しました。具体的な施策として、栄養成分表示に「糖質」と「食物繊維」を表示（2019年9月～）、塩分・糖質を抑えた商品の開発、添加物削減の推進などを行っています。セブンプレミアムの商品開発については、対象となる商品に最適なお取引先様とグループの商品開発部門でチームを組み、それぞれの専門家の情報やノウハウを結集させて商品を開発する「チームマーチャндаイジング」の手法を採用しています。このチームの中には、栄養や健康に関する専門家を抱えるお取引先様や、研究開発センターを所有しているお取引先様も含まれています。



健康食品の一例



「セブンプレミアムそのまま飲める炭酸水プラス490ml」
難消化性デキストリン（食物繊維として）5gを含んだ、特定保健用食品

食品添加物の使用低減

セブン&アイHLDGS. では、不必要な食品添加物は極力低減するという考えのもと、使用の削減に取り組んでいます。例えば、セブン-イレブンのおにぎりやお弁当などのフレッシュフード(約2,000アイテム)では、衛生管理・温度管理を徹底することにより、保存料を使用せず、品質を保持しています。また、イトーヨーカドーでは、店内製造の惣菜・弁当・寿司に合成着色料と保存料を使用していません。



トランス脂肪酸低減の推移

(例)ほのかな甘み苺ジャムマーガリン 100gあたりの含有量

2005年	2007年	2012年	2019年
1.86g	0.18g	0.15g	0.11g

▶ セブン-イレブンの取り組み詳細はこちら [🔗](#)

安全・安心・健康にこだわった商品

セブン-イレブン・ジャパンでは、2018年3月より、全国のセブン-イレブン店舗において、『カラダへの想いこの手から』のキャッチフレーズを新たに採用し、「安全・安心・健康」にこだわった商品の展開を強化しています。昨今、「健康を意識した食事をとりたい」というニーズが高まる中、レタス約1個分の食物繊維量が摂取できる食材を使用した商品や、1日に必要な野菜摂取量の1/2以上※を使用した商品に対し、『カラダへの想いこの手から』マークを添付して、お客様への訴求を強化しています。今後もカテゴリー・品揃えを拡充していく予定です。

また、イトーヨーカドーでは、栄養バランスに配慮した管理栄養士監修のお弁当を取り扱っています。食物繊維、野菜などを加え、塩分、糖質などを減らし、使用する添加物を低減することで、より健康に配慮した商品をお客様へ提供していきます。

※「健康日本21(第二次)」では野菜摂取量の目安値を1日当たり平均摂取量350gとしています。

※レタス可食部215gを約1日分としています。



セブン-イレブン『カラダへの想いこの手から』マーク



セブン-イレブン『カラダへの想いこの手から』シリーズ商品



イトーヨーカドー 管理栄養士監修の弁当の例1



イトーヨーカドー 管理栄養士監修の弁当の例2

栄養成分の表示

セブン&アイグループでは、2020年4月から完全施行される食品表示法で定められた「エネルギー」「たんぱく質」「脂質」「炭水化物」「食塩相当量」5項目の表示※に加え、お客様からご要望の多い「糖質」「食物繊維」の2項目を積極的に表示することを進めており、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」、セブン-イレブンのお弁当、おにぎり、サンドイッチ、惣菜、麺類、パン・ペストリーなどのオリジナルデイリー商品、イトーヨーカドーの店内で調理したお寿司、惣菜については、「糖質」「食物繊維」を表示しています。

また、一部商品については、任意表示である「飽和脂肪酸」「トランス脂肪酸」「コレステロール」などの表示も行っています。カロリーについては、お客様が商品選択時に目に付きやすいよう、多くの商品について前面に表示しています。

※任意表示商品で、かつ表面積が小さい一部の商品を除きます。



「セブンプレミアム 糖質0gのサラダチキン」の栄養成分表示



栄養成分表示: 1枚当たり	
エネルギー	170kcal
たんぱく質	5.9g
脂質	2.7g
- 飽和脂肪酸	0.7g
- トランス脂肪酸	0g
コレステロール	0mg
炭水化物	30.5g
食塩相当量	0.9g

この表示値は、目安です。

食品100g当たり、飽和脂肪酸0.1g未満、トランス脂肪酸0.3g未満、コレステロール5mg未満の場合は0gとしております。

「セブンプレミアム セブンブレッド(6枚入)」の栄養成分表示

食物アレルギー情報の表示

食物アレルギーは、身体が食物(に含まれるタンパク質)を異物として認識し、自分の身体を防御するために過敏な反応を起こすことです。主な症状は、「皮膚がかゆくなる」、「じんましんがでる」、「せきがでる」などですが、重い症状の場合には、「意識がなくなる」、「血圧が低下してショック状態になる」などのように、命の危険を伴う場合もあります。

セブン&アイグループでは、食物アレルギーをお持ちの方にも安心して商品を選んでいただけるよう、食品表示法で表示することが義務付けられている「特定原材料」7品目(卵、乳、小麦、えび、かに、そば、落花生)に加え、表示が推奨されている「特定原材料に準ずるもの」21品目(あわび、いか、いくら、オレンジ、カシューナッツ、キウイフルーツ、牛肉、くるみ、ごま、さけ、さば、大豆、鶏肉、バナナ、豚肉、まつたけ、もも、やまいも、りんご、ゼラチン、アーモンド)についても積極的に表示を進めています。

セブン-イレブン・ジャパンでは、お弁当、おにぎり、サンドイッチ、惣菜、麺類、パン・ペストリーなどのオリジナルデ일리商品のすべてに「特定原材料」に加えて「特定原材料に準ずるもの(アーモンドを除く)※」を表示しています。また、店内調理商品(ホットスナック・おでん・中華まん)については、「特定原材料」に加えて「特定原材料に準ずるもの(アーモンドを除く)※」の使用状況をホームページで情報公開しています。

イトーヨーカドーでは、店内調理をしたお寿司、惣菜などについて「特定原材料」に加えて「特定原材料に準ずるもの(アーモンドを除く)※」を含めた表示を、容器に入った商品はラベルに、バラ売りの商品は商品ごとに何のアレルギーが含まれているかを一覧表にして店頭に掲示しています。

セブン&アイ・フードシステムズのデニーズでは、2018年9月のメニュー改訂より、全時間帯のすべてのメニューブックにアレルギー物質(「特定原材料」に加えて「特定原材料に準ずるもの(アーモンドを含む)※」)の使用状況(アレルギー情報)を掲載しています。また、ホームページでの情報公開に加え、2017年7月から、メニューごとにアレルギー情報を検索できる端末タブレットを全店に導入し、注文時にも簡単な操作で詳細情報を確認できるようになりました。

セブン-イレブン・ジャパンとイトーヨーカドーでは、2019年9月に、消費者庁がアーモンドによるアレルギー発症者の増加を踏まえ、「特定原材料に準ずるもの」にアーモンドを追加したことにより、アーモンドについても積極的に表示を進めています。

※特定原材料に準ずるもの 推奨されている品目:あわび、いか、いくら、オレンジ、カシューナッツ、キウイフルーツ、牛肉、くるみ、ごま、さけ、さば、大豆、鶏肉、バナナ、豚肉、まつたけ、もも、やまいも、りんご、ゼラチン、アーモンド

▶ セブン-イレブン・ジャパンの取り組み詳細はこちら 

▶ デニーズの取り組み詳細はこちら 

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多くの方が安心してお召し上がりいただける特定原材料を使用しないケーキとして、「すこやかフルーツケーキ」を予約販売しております。

▶ [イトーヨーカドーの取り組み詳細はこちら](#) 



すこやかフルーツケーキ

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、特定原材料の7品目（たまご・乳・小麦・そば・落花生・えび・かに）を使用しないお子様向けメニュー「低アレルゲンメニュー」や「低アレルゲンケーキ」を販売しています。店舗で調理する際は従業員が通常の調理設備とは別の場所に加熱・盛り付けを行うとともに、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。

また、デニーズは「特定原材料」「特定原材料に準ずるもの」の使用状況を検索できるタブレットを導入しているほか、全時間帯のすべてのメニューにアレルギー物質（特定原材料7品目および特定原材料に準ずるもの21品目）の使用状況などを掲載しています。

▶ [デニーズの取り組み詳細はこちら](#) 



低アレルゲンメニュー



低アレルゲンケーキ

遺伝子組み換え食品の扱いについて

セブン&アイHLDGS.では、遺伝子組み換え食品に関して、国内の関連法規に従って表示をしております。また、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」では、表示が義務付けられている主原料では、遺伝子組み換えの原材料を使用しておりません。（日本政府より輸入が認められている遺伝子組み換えのじゃがいも、コーン、大豆などを使用した醤油、油などの一部の商品は除きます。）

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

お客様とのコミュニケーション

セブン&アイグループでは、お客様の立場に立って商品・サービスを改善していくために、グループ各社に「お客様相談窓口」を設けて、eメールや電話でご意見・ご要望などを承り、迅速に対応しています。お客様からいただいたご意見・ご要望は情報保護の観点から、個人情報を削除して内容ごとに分類し、各部署や店舗に発信して改善を図っています。

▶ セブン-イレブンのお客様相談受付状況はこちら 

▶ イトーヨーカドーのお客様相談受付状況はこちら 

お客様対応の品質向上

セブン&アイHLDGS. では、グループ会社単体に限らず、グループ全体でお客様のご不満の要因を減らし、顧客満足度を高めていくために、グループ各社のお客様相談窓口責任者が出席する「セブン&アイグループお客様相談室情報連絡会」を毎月開催し、お客様から承ったご意見やご要望への対応状況を定期的に共有し、商品・サービスの向上に反映させています。また、グループ各社の「お客様相談窓口」担当者のお客様対応技術の向上を目的とした研修を毎年開催しています。



研修の様子

お客様の声の収集

セブン&アイグループでは、ご来店されたお客様から接客や売場づくり、商品の品揃えなどに関するご意見を集めて、提供する商品・サービスの改善に努めています。

例えば、イトーヨーカドーでは、消費生活アドバイザーの資格を持つ社外の方々に「店頭調査」を委託し、来店されたお客様のご意見を集めていただいています。グループ各社では調査の結果をもとにお客様の評価と意見を活かし、商品開発やサービスの向上に努めています。

WEBサイトを活用した商品開発

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」では、お客様のご要望にお応えした商品づくりを追求し、お客様参加型の商品開発コミュニティサイト「セブンプレミアム向上委員会」を2009年から開設しています。このWEBサイトでは、利用者に個々の商品への評価や、「セブンプレミアム」商品を使った独自のレシピを掲載いただくとともに、商品のモニター調査にご応募いただいています。このWEBサイトで寄せられた情報を通じて、お客様のご利用方法やご利用場面を分析し、商品開発に反映させています。

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

情報セキュリティおよび個人情報保護

セブン&アイHLDGS. は、グループが取扱う情報資産の適切な安全確保を経営並びに事業における重要課題および社会的責任として、役員・全従業員が取り組む義務と位置づけています。また、特にお客様からお預かりする個人情報を厳格に管理し、情報の流出などの事故がないように細心の注意を払っています。

情報セキュリティ管理体制の構築

セブン&アイHLDGS. では、オムニチャネル戦略によりお客様との接点が拡大することが見込まれています。このような状況において、食の安全と同様、情報資産の安全・安心を確保していく取り組みが、オムニチャネル戦略を支える基盤と考えています。

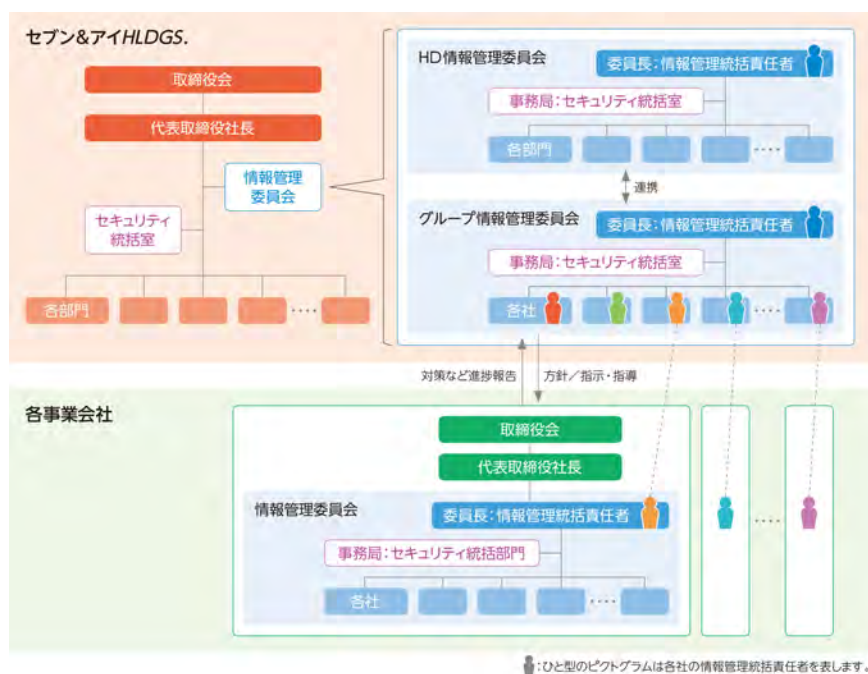
セブン&アイHLDGS. は、オムニチャネルの取り組みで取得する顧客情報(個人情報)の適正な保護と利用を促進し、事業の安全・安心な運用を推進するため、「情報セキュリティ基本方針」と「個人情報保護基本方針」を定めるとともに、情報セキュリティマネジメントシステムISMS認証(ISO27001)を取得しました。ISMSに関わるPDCAサイクルの実施により、高いレベルでの情報セキュリティ体制の構築をしています。あわせて、オムニチャネルシステムにおける、特にクレジットカード情報および取引先情報を安全に取扱うことを目的に、グローバルセキュリティ基準であるPCIDSS認定を取得しています。

また、情報セキュリティを重要なリスクの1つと捉え、情報管理委員会を設置してリスクの分析・評価・対策を検討しており、これをもとにした管理体制の構築を行っています。具体的には、グループの達成すべき情報セキュリティの水準を定め、グループ各社へISMS認証におけるPDCAサイクルによる手法に準拠した展開を実施することで、情報管理・セキュリティの強化に取り組んでいます。

▶ 「情報セキュリティ基本方針」はこちら

▶ 「個人情報保護基本方針」はこちら

▶ ISMS認証取得拠点の一覧およびPCIDSS認定取得についてはこちら 



情報セキュリティ管理体制

情報セキュリティ／サイバーセキュリティの意識向上のための従業員教育

セブン&アイHLDGS. は、従業員の情報セキュリティやサイバーセキュリティの意識向上を図るために、グループ各社の全役員・従業員を対象に、eラーニングおよび集合研修によるセキュリティ教育を実施しています。あわせて、朝礼や部署ごとのミーティングの中で利用できる教育ツールを揃え、各部門内の教育も後押ししています。また、入社時および退職時に全従業員が「秘密保持に関する誓約書」に署名し、情報セキュリティに関する意識を高めています。

日常業務を通じた従業員教育やミーティングにおいて、問題点があればいち早く各部門の情報管理責任者へ報告・連絡・相談をすることを従業員に周知するとともに、eラーニングと集合研修における教育においても、疑わしき事象はすぐに報告すべきことを教育しており、事象のレベルに応じた経営層までのレポートラインを整備しています。加えて、「重要事実報告ガイドライン」を策定し、グループ全体に影響を与えるような重要事実が発生した場合は、発生したグループ会社の社内において経営層まで報告するレポートラインを構築するとともに、セブン&アイHLDGS. の情報管理部に報告し、セブン&アイHLDGS. の経営層へ報告するレポートラインを構築しています。これら2つのレポートラインを構築することで、情報伝達の確実性を担保し、迅速に対応できる体制づくりに努めています。

サイバー攻撃への対応

セブン&アイHLDGS. は、外部からのサイバー攻撃への対応として、情報セキュリティ事故に対する迅速かつ適正な対応・収束を組織的に行うことにより、特に技術的な面で影響・被害を最小限にする役割を担う7&i CSIRT(7&i Computer Security Incident Response Team)を設置しています。

また、発生した情報セキュリティ事故が、7&i CSIRTにおいて重大インシデント(被害の程度が大きい状況など)と判断された場合には、7&i SIRT(7&i Security Incident Response Team)を招集し、緊急対応方法や復旧に向けた標準的な対応方法、公表方法などの対外的な対応を判断し実行する体制を構築し、1年に1度テストを実施しています。

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

商品・サービスの適切な販売・情報開示

セブン&アイHLDGS.は、お客様に安全・安心な商品・サービスを提供するため、責任あるマーケティング活動を徹底しています。企業行動指針の行動基準において、「私たちは、お客様が適切な商品・サービスを選択できるように、誤解を与えることのない正確でわかりやすい表示に努めます。」と定めています。また、以下の内容についても、グループ各社で確認の上、お客様への情報発信に努めています。

- お客様にとって有益な情報となる場合、それが企業にとってネガティブな情報であってもお客様の立場に立って周知する（例：この商品を消費すると危険、体に良くないなど）
- CM、広告で発信する画像、音声などの情報は視聴者に適した表現を使用する
- 健康面、環境、その他のサステナビリティに関して法令以上の情報を提供する

お客様へ提供する情報の管理体制の構築

セブン&アイグループは、新聞チラシ、パンフレット、テレビCMなどの各種広告媒体について、記載されている商品情報や価格情報が正確であるか、お客様に誤認を与える情報が載っていないかなどを事前に確認しています。

例えば、イトーヨーカドーでは、新聞折込チラシなどで比較対照価格と販売価格との二重価格や値引き表示などを行う場合には、FT(公正取引)委員会事務局による事前承認を必要としています。

従業員への商品表示に関する教育

セブン&アイHLDGS.では、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基礎知識の習得を目的として、グループ各社の新任仕入担当者を対象とした「景品表示法」「食品表示法」など表示に関する法令の合同研修会を、年2回定期的に行っています。2019年度は17社237人が受講しました。また、グループの仕入担当者や本部スタッフ向けにeラーニングを実施しています。2019年度は23社で合計19,373人が受講しました。



表示に関する合同研修会

不適切な表示の防止

セブン&アイHLDGS.では、お客様に誤解を与える表現を使わないよう、商品の表示に関する「グループ共通あいまい表示自主ガイドライン」を設け、グループ各社の商品開発担当および品質管理担当へ周知し、運用しています。例えば、「永久」という表現は、将来にわたり「永続的」な効果・効能を合理的に示すことが困難なため、基本的に使用しないことを定めています。

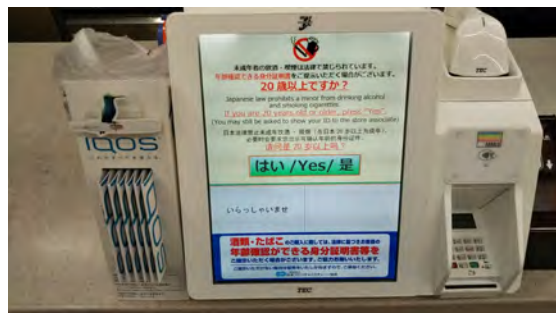
酒類・たばこの販売について

セブン&アイグループ各社では、酒類・たばこを販売しており、20歳未満者の飲酒・喫煙防止に向けて適切に対応することが企業としての社会的責任であると認識しています。

セブン-イレブン・ジャパンでは、酒類・たばこを取扱う店舗のレジの近くに「年齢確認実施中」のポスターを掲出し、20歳未満者および20歳代と思われるお客様には、身分証明書による年齢確認を実施しています。また、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会と連携して、年に3回、酒類・たばこ販売時の年齢確認の強化月間を設け、加盟店従業員への教育・啓発を行い、20歳未満者へ販売しないように努めています。



年齢確認実施についてご案内するポスター



お客様に身分証明書のご提示を促すレジ表示

イトーヨーカドーでは、20歳未満者への酒類・たばこの販売防止に向けて、酒類の売場に陳列している商品が酒類であると識別できる表示と、購入者が20歳以上であると確認ができない場合に販売しない旨を記載した案内を必ず掲示して、お客様への注意喚起を行っています。店舗で働くすべての従業員に対しては、入社時に酒類・たばこの年齢確認の仕方について研修を実施しています。さらに、レジ精算の専任担当者に対しては、毎日業務を行う前に20歳未満者に酒類やたばこを販売しないための対応の練習と唱和を実施するとともに、その実施状況を本部の教育部門が定期的に確認しています。



酒類・たばこ販売時のレジ対応練習の様子

セブン&アイグループのプライベートブランド商品であるセブンプレミアムの酒類は、飲酒に関する連絡協議会が定めた「酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」に基づいた商品表示を行っています。また、酒類を取扱うセブン&アイグループ各店舗では、20歳以上のお客様を対象として、アルコール飲料の代替えであるノンアルコール飲料を取扱っています。

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

地域防犯対策

セブン&アイHLDGS.は、グループ各社の事業特性に合わせて、お客様および地域の方々に、安全・安心を提供できる拠点となるべく、地域の防犯に協力しています。



セーフティステーション活動(SS活動)

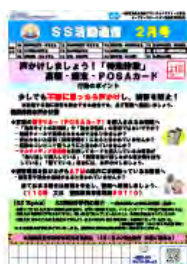
セブン-イレブンでは、年中無休、24時間営業という店舗特性を活かして、女性・子どもの駆け込みや高齢者保護、強盗・万引き・特殊詐欺被害の防止、災害や事故、急病人への対応など、安全・安心を見守る地域の拠点として「セーフティステーション活動(SS活動)」に取り組んでいます。未成年者(20歳未満者)にお酒・たばこを販売しないなど、青少年を取り巻く環境の健全化に努めるとともに、毎月発行している「SS活動通信」を通して、加盟店のコンプライアンス意識や防犯意識を高める情報発信をしています。



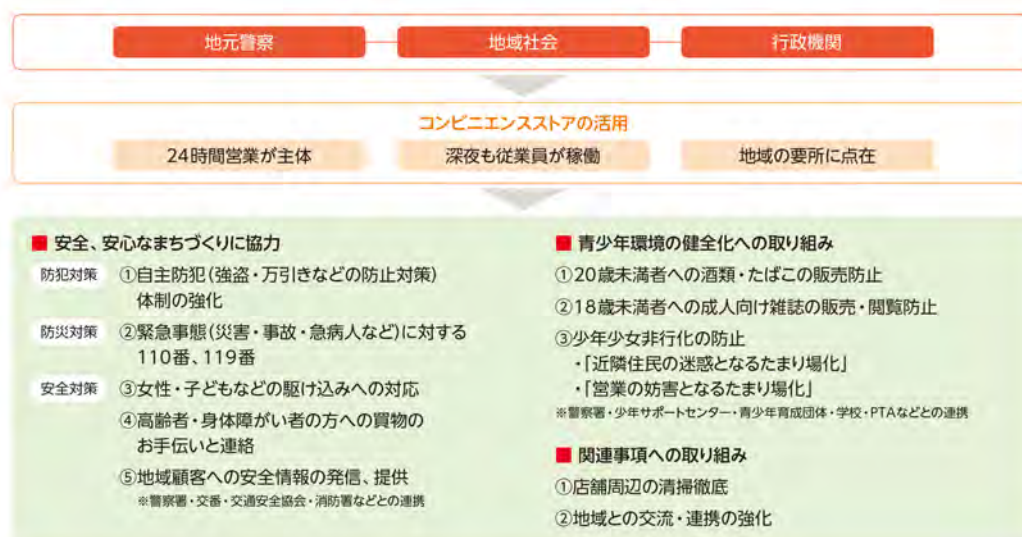
店舗ポスターにて活動を周知



20歳未満者への酒・たばこの販売防止



「SS活動通信」



▶ [日本フランチャイズチェーン協会\(JFA\)ホームページ「SS広場」](#)

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

災害における支援

セブン&アイHLDGS.は、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、地域のライフラインを守ることを使命として災害時においても早期の営業再開と継続に努めています。



災害時の迅速な地域救援活動と地域への啓発

セブン&アイグループ各店舗では、災害時に地域のライフラインを守るため、早期の営業再開と営業の継続に努めるとともに、迅速な地域救援や水道水・トイレ・災害情報などの提供を行っています。本部も商品供給や人員の応援などで店舗をサポートし、あらゆる事態に備え、現地と一体となり、社会インフラとしての役割を果たしています。

さらに、セブン&アイグループ各社は、自治体との「災害時の物資支援協定や帰宅困難者支援協定」の締結を推進し、災害時には自治体からの要請に基づき支援物資を提供しています。グループ各店舗においては、被災者を支援するため、募金活動を実施するとともに、店舗の無料Wi-Fi「セブンスポット」を開放しています。2017年7月にはセブン&アイHLDGS.、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドーのグループ3社が「災害対策基本法」に基づく指定公共機関に指定されました。

また、日頃は店舗において、災害対策コーナーの展開や防災イベントの開催などを行い、お客様の災害に対する意識啓発を行っています。

災害時の各自治体との協力

セブン-イレブン・ジャパンとセブン&アイ・フードシステムズのデニーズでは、協定を結んでいる一部の都道府県で店舗を「災害時帰宅支援ステーション」として登録しています。大規模災害時に帰宅困難者に対して、可能な範囲で水道水、トイレ、情報の提供を行います。



災害帰宅支援ステーションステッカー

非常時の連絡手段の提供

セブン&アイHLDGS.は、災害など非常時の安否確認や帰宅が困難な人々の連絡手段として、全国のグループ各店舗、約20,000カ所に設置されている無料Wi-Fi「セブンスポット」を災害発生時に特別開放し、会員登録せずにご利用いただけます。また、セブン-イレブンでは、無料で利用できる非常用電話機(災害用特設公衆電話)を東京23区内の一部店舗に設置しています。



非常用電話機



無料Wi-Fiサービス「セブンスポット」

「セブンVIEW」(セブン・ビュー)

セブン&アイHLDGS.は、グループ内にある情報を集約するだけでなく、お取引先様などと協力して、災害情報の提供・共有ができるシステム「セブンVIEW※」の構築に取り組んでいます。「セブンVIEW」は被災地の店舗・物流拠点の状態をクラウドマップ上に表示し、関係部門が状況を把握できるシステムです。これまでのハザードマップや被災関連のSNS表示、天候予測等の機能に加え、2019年度は国や研究機関と連携を強化し、被災からの早期復旧にさらに寄与すべく進化を続けています。



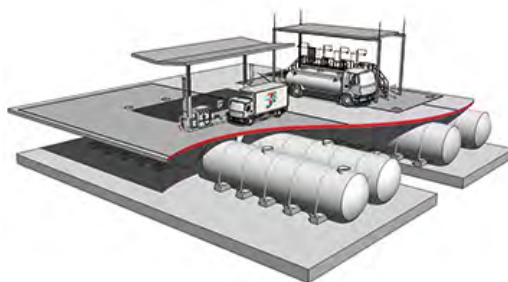
セブンVIEWの画面

※Visual-Information-Emergency-Webの略

緊急物資配送用の燃料備蓄基地

セブン&アイHLDGS. では、緊急時におけるBCP(事業継続計画)の観点から、大規模災害発生時における「燃料の供給網確保」を重要課題の一つと考えています。そのため、緊急物資配送用の商品配送車両に使用する燃料を備蓄する基地を、国内小売業で初めて、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設置しています。

この基地では、燃料400キロリットルを常時備蓄し、災害発生時には、被災地域をはじめとする避難所や首都圏にあるグループ各店舗に最大10日間、緊急物資や商品を配送することが可能となります。



車両に使用する燃料を地下タンクに備蓄

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

震災復興支援

2011年3月の東日本大震災は東北地方を中心に甚大な被害をもたらしました。セブン&アイグループでは、その復興支援策としてお客様とお取引先様をつなぐという小売業の事業特性を活かし、商品の販売を通じた活動をはじめとして、従業員ボランティア、NPOと協働した活動に取り組んでいます。

「東北かけはしプロジェクト」

セブン&アイグループは、福島県、宮城県、岩手県などの東北各県・各行政のご協力のもと、東北の皆様と全国の皆様を復興を応援する想いでつなぐ「かけはし」となるべく、復興支援企画「東北かけはしプロジェクト」を開催しています。

被災した地域の商品を調達し、販売することで農業・水産物を活性化するとともに、被災地への思いを風化させないことを目的として、被災された東北の企業や食品メーカー様の商品の販売会をイトーヨーカドーをはじめとしたグループ合計約150店舗で実施しています。協賛・参加企業数は270社、約2,700アイテムとなり、開始当初と比べて10倍以上の規模に拡大しました。

東北かけはしプロジェクト

	開始時期	協賛・参加社数	商品展開
第1弾	2011年11月7日より実施	22社	約200
第2弾	2012年3月5日より実施	58社	約600
第3弾	2012年7月17日より実施	81社	約800
第4弾	2012年11月19日より実施	109社	約1,000
第5弾	2013年3月4日より実施	123社	約1,200
第6弾	2013年7月9日より実施	160社	約1,300
第7弾	2013年10月9日より実施	188社	約1,400
第8弾	2014年3月4日より実施	219社	約1,500
第9弾	2014年7月14日より実施	239社	約1,710
第10弾	2014年10月6日より実施	247社	約1,800
第11弾	2015年3月2日より実施	250社	約1,850
第12弾	2015年7月14日より実施	257社	約1,900
第13弾	2015年10月5日より実施	259社	約2,000
第14弾	2016年3月7日より実施	267社	約2,200
第15弾	2016年7月12日より実施	260社	約2,000
第16弾	2016年10月17日より実施	270社	約2,200
第17弾	2017年3月6日より実施	270社	約2,200
第18弾	2017年10月16日より実施	270社	約2,200
第19弾	2018年3月5日より実施	270社	約2,300
第20弾	2018年10月15日より実施	270社	約2,300
第21弾	2019年3月5日より実施	270社	約2,300
第22弾	2019年10月14日より実施	270社	約2,300
第23弾	2020年3月2日より実施	270社	約2,700



▶ [東北かけはしプロジェクトの詳細はこちら](#)

「ペップキッズこおりやま」の支援

ヨークベニマルでは、東日本大震災に伴う原発事故の影響で、屋外に出る機会が減った子どもたちが思いきり体を動かして遊ぶことができる「遊び・学び・育つ」をコンセプトとした屋内施設として、郡山市元気な遊びのひろば「ペップキッズこおりやま」(福島県)を支援しています。



ペップキッズこおりやま

▶ [ペップキッズこおりやまの概要はこちら](#)

「東日本大震災復興プロジェクト」への参加

セブン&アイHLDGS. は、2011年6月より一般財団法人セブン-イレブン記念財団と「東日本大震災復興プロジェクト」を通じ、甚大な被害を受けた地域での復興支援活動を継続してまいりました。セブン & アイグループ各社の従業員、セブン-イレブン加盟店やその従業員の方などが、毎年ボランティア活動に参加しています。2019年9月に実施された「第15回東日本大震災復興プロジェクト」では、宮城県気仙沼市唐桑町の「唐桑創生村」において、牡蠣の養殖作業支援活動として、いかだのアンカーづくりや牡蠣の耳吊り作業を、宮城県大崎市鳴子温泉の「宮城セブンの森」において、こけしの原料となるミズキの植樹と捕植作業を行いました。

▶ [セブン-イレブン記念財団の東日本大震災復興プロジェクトの詳細はこちら](#)

重点課題 3 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

重点課題の考え方

セブン&アイグループは、小売業を中心に国内約22,500店舗を展開し、1日に2,500万人以上のお客様にご利用いただけるまでに成長してまいりました。こうした事業の発展が環境負荷の増大につながらないように、バリューチェーンのさまざまなステークホルダーと連携し、エネルギー消費によるCO₂排出量の削減、廃棄物の削減やリサイクルの推進などに取り組んでいます。

2019年5月には、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」を公表しました。「GREEN CHALLENGE 2050」では、「脱炭素社会」「循環経済社会」「自然共生社会」をセブン&アイグループが目指すべき社会の姿として掲げ、CO₂排出量の削減、プラスチック対策、食品ロス・食品リサイクル対策、持続可能な調達に関わる2030年、2050年の目標を定めました。目標達成に向け、エネルギーや資源、原材料の無駄をなくすことは、コストの削減にもつながるものと考えています。

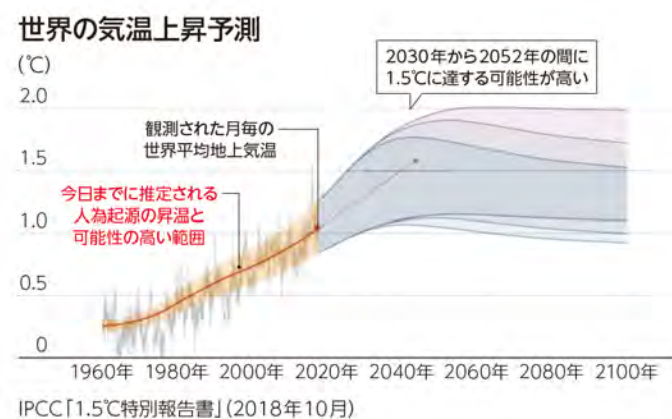
■ 関連する方針

- ＞ 環境指針・環境規約
- ＞ 環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』
- ＞ お取引先サステナブル行動指針

重点課題の背景

気候変動

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、将来世代にまで影響の及ぶ重大な脅威です。2018年にIPCC(気候変動に関する政府間パネル)が発表した「1.5℃特別報告書」によると、現在までに産業革命前に比べて平均気温は約1.0℃上昇しており、気温上昇を1.5℃におさえるためには、2050年までにCO₂排出量を正味ゼロにする必要があるとされています。



食品廃棄物

世界では9人に1人が栄養不足に苦しんでいる一方、日本では年間2,550万トンの食品廃棄物等が出されています。そのうち本来食べられるのにも関わらず廃棄されている「食品ロス」は612万トンで、これは国民1人が毎日お茶碗1杯分のご飯を捨てているのと同じ量になります。

食品廃棄物等と食品ロスの発生量



農林水産省：令和2年度「食品ロス及びリサイクルをめぐる情勢」

資源循環

利便性が高いプラスチックは、私たちの生活のさまざまな場面で活用されており、1950年以降、プラスチックの生産量は83億トンを超えました※。一方で、リサイクルされるプラスチックは9%で、79%は埋め立てまたは自然に投棄されています。このままのペースでは、2050年までに120億トンのプラスチックが埋め立てまたは自然に投棄されると推測され、海洋中のプラスチックの量が魚の量を超えるという報告もあります※。今ある資源をムダなく有効に活用する循環型経済社会の構築が課題となっています。

※環境省プラスチックスマート「プラスチックを取り巻く国内外の状況<第4回資料集>」より

重点課題の推進体制

本重点課題は、セブン&アイHLDGS. 取締役 常務執行役員 経営推進本部長を責任者にCSR統括委員会(委員長:セブン&アイHLDGS.代表取締役社長)の傘下に環境部会(部会長:セブン&アイHLDGS. 執行役員 サステナビリティ推進部 シニアオフィサー)を設置し、グループ会社・関係部門と連携しながら、取り組みを推進しています。環境部会は、事業会社の環境部門の責任者によって構成されています。また、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」の達成に向けて、グループ横断のイノベーションを生み出していくために、主要事業会社の主管部門の執行役員以上をリーダーとするイノベーションチームを組織しています。

SDGsへの貢献

この重点課題に取り組むことで、セブン&アイグループはCO₂排出量や食品などの廃棄物削減を実施し、持続可能な開発目標(SDGs)の目標4と7、12、13、15の達成に貢献します。



セブン&アイHLDGS. の取り組み

環境マネジメント

セブン&アイHLDGS. 環境部会などの会議体を通して、グループ会社で情報を共有し、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」の達成に向けた取り組みを推進しています。グループ各社も、自社の業態に応じたマネジメント体制を構築しています。

[詳しくはこちら](#)

気候変動対策

気候変動問題を社会と企業の持続的な発展への脅威と認識し、「脱炭素社会」に向けた取り組みを推進しています。リスク管理を徹底し、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」の目標達成に向けた省エネルギーの推進、再生可能エネルギーの利用拡大を進めています。

[詳しくはこちら](#)

サプライチェーンマネジメント(環境)

自社の環境負荷低減とともに、お取引先と連携し、サプライチェーン全体で環境負荷の低減に努めています。

[詳しくはこちら](#)

食品ロス・食品リサイクル対策

売上の6割を食品が占める企業の責任として、「GREEN CHALLENGE 2050」において、食品ロス削減、食品リサイクルの推進を重要テーマの1つに掲げて取り組んでいます。

[詳しくはこちら](#)

資源の有効活用

資源を有効に活用する循環型経済社会の目指すべき社会の姿を考え、お客様・お取引先様とも連携して、廃棄物の削減、資源の店頭回収・リサイクルの推進、再生素材の活用などに取り組んでいます。

[詳しくはこちら](#)

環境に配慮した容器・包装の導入

商品の容器・包装は、商品を保護したり、原材料などの情報を表示したりする重要な役割がありますが、商品使用後には廃棄物となってしまいます。リサイクル素材や生分解性素材などを原材料に使用することで容器・包装の環境負荷低減に努めています。

[詳しくはこちら](#)

社内外とのコミュニケーション

環境活動の推進では、お客様をはじめとするさまざまなステークホルダーとのコミュニケーションを大切にしています。また、従業員への啓発に力を入れています。

[詳しくはこちら](#)

重点課題 3 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

環境マネジメント

セブン&アイグループは、持続可能な社会づくりに貢献し、未来世代に豊かな地球をつないでいくために、環境負荷の低減に積極的に取り組んでいます。2019年5月には、目指す社会の姿と2030年、2050年の目標を定めた環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」を公表しました。

グループ会社の環境部門の責任者が出席するセブン&アイHLDGS.環境部会や、GREEN CHALLENGE 2050の取り組みテーマごとに設置したイノベーションチームを通じて、取り組みを推進しています。また、グループ各社は、自社の業態にあわせた環境マネジメント体制を整えています。



ISO14001の取得

セブン&アイHLDGS. は、環境負荷の低減を目的として、国際規格であるISO14001の取得を推進し、取得した事業会社では、内部監査を毎年実施しています。そごう・西武では、1999年に百貨店業界で初めてISO14001を取得し、全事業所が継続運用しています。また、セブン-イレブン・ジャパンは2015年2月末に全国の事務所・直営店を対象に取得しました。さらに、2015年2月にセブン&アイ・フードシステムズが、2016年2月にアイワイフーズが取得し、ISO14001を取得している事業会社の売上高比率はグループ売上高の約50%となっています。

エコアクション21の認証取得

セブン-イレブン・ジャパンでは、日本デリカフーズ協同組合（NDF）と連携し、年2回のNDF全国CSR推進会議にて、省エネ効果の高い取り組み事例の情報共有を行っています。また、コンプライアンス遵守、省エネ活動継続、CO2排出量の削減、食品ロス削減など、さまざまな環境課題に対応する体制構築の必要性を確認しています。

その確認結果をふまえ、環境マネジメントシステムの活用を提言しており、なかでも環境省が制定したエコアクション21の取得について説明会を実施するなど、積極的に推進しています。デイリー商品を製造する24社56工場が、エコアクション21を中心とした環境マネジメントシステムの認証を取得しているほか、認証取得に向けて活動を開始したメーカー様や工場を含めると38社130工場が取り組んでいます。（2020年2月末現在）

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、2015年から毎年、店舗運営に伴うCO₂排出量の第三者審査を毎年受けています。2020年は、12社※¹を対象に行い、審査対象会社売上高はグループ全体の約97%をカバーしています。12社の2019年度の店舗運営に伴うCO₂排出量は、スコープ1が122,391トン、スコープ2が2,853,560トンとなりました。また、スコープ3排出量の約半分を占めるセブン-イレブン・ジャパンの 카테고리1※²の排出量(10,049,038トン)についても、第三者審査を受けることで、数値の正確性と社内外からの信頼性の向上につなげています。

※1 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、ヨークマート、シェルガーデン、ライフフーズ、アイワイフーズ、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、セブン&アイ・フードシステムズ、7-Eleven, Inc. 12社。

※2 スコープ3の15のカテゴリ分類のうち「購入した製品・サービス」(原材料の調達、パッケージングの外部委託、消耗品の調達など)に伴うCO₂排出量

第三者検証報告書

▶ 第三者検証報告書

水の管理

セブン&アイグループの各店舗では、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。その結果、2019年度の店舗運営に伴う水使用量は23,606千m³※で、2018年度比95.2%となりました。

※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、ヨークマート、シェルガーデン、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、セブン&アイ・フードシステムズ 9社

	2017年度	2018年度	2019年度
水使用量(千m ³)	24,551	24,809	23,606
売上100万円当たりの 水使用量(m ³ /百万円)	3.4	3.3	3.1

フロン管理

セブン&アイグループの各店舗では、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2015年4月から施行されたフロン排出抑制法に則り、国の定めた定期点検・漏洩量の把握を実施しています。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。

代替フロンの中のHCFC（ハイドロクロロフルオロカーボン）は2020年までに先進国で生産が全廃され、他の種類への切り替えと対応が必要となるため、店舗で使用している商品陳列用の冷凍冷蔵ケースのノンフロン化を進めています。セブン-イレブンではCO2冷媒を使用した冷凍冷蔵設備を199店舗（2020年2月末現在）にテスト導入し、イトーヨーカドーでも5店舗においてテスト運用しています。

紙の管理

セブン-イレブンでは、これまで紙で出力されていた会計帳票のペーパーレス化を進めており、2019年6月から全店に拡大しています。この取り組みにより、1店舗あたり年間約3,000枚の紙使用を削減することができ、環境負荷の低減につながっています。

重点課題 3 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

気候変動対策

セブン&アイグループでは、気候変動問題は企業の持続的な発展に欠かせない安定した社会を損なうものと認識し、パリ協定の温室効果ガス削減目標の達成に貢献したいと考えています。2019年5月に策定した環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」において、「脱炭素社会」を目指すべき社会の姿として掲げ、店舗運営に伴うCO₂排出量を2013年度比で2030年度までに30%、2050年度までに80%削減※を目標に、省エネ・再生可能エネルギーの利用拡大を進めています。

※対象は、日本国内の「エネルギーの使用の合理化等に関する法律(省エネ法)」対象事業会社12社(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、ヨークマート、シェルガーデン、ライフフーズ、アイワイフーズ、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、セブン&アイ・フードシステムズ、バーニーズ ジャパン)



気候変動によるリスクの管理

セブン&アイHLDGS.は、気候変動によって、国内外の規制の強化(規制リスク)、大規模災害の発生(物理的リスク)、さらに気温の変化によるお客様の購買行動の変化、気候変動問題への対応が企業評価の基準になる(評判リスク)など、さまざまな影響を受けます。とりわけ、気温の変化や大規模災害の発生は、店舗設備や物流網が被害を受け、営業の制約や中止、販売機会の損失といった影響を受けるのみならず、グループ各社の商品調達先と原材料購入価格に影響を及ぼすと考えられます。このように、気候変動は商品開発・生産から物流、店舗運営、取扱商品・品揃えといった事業活動すべてにリスク要因として関係します。そのため、セブン&アイHLDGS.では、気候・気温にいち早く対応できるビジネスモデルを構築・運用していくことが、成長を維持することにつながると認識しています。

セブン&アイHLDGS.では、当社およびグループ各社のリスクを適正に分析・評価し、的確に対応するため、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統合的なリスク管理体制を構築・整備・運用しています。気候変動に関わるリスクについても、この統合的なリスク管理体制のもとで管理しています。

グループ各社は、年2回、グループ共通のリスク分類に基づき、自社のリスクの洗い出しを実施。リスクの影響度・発生可能性を考慮したリスク評価の定量化とともに、各リスクへの対応策をリスク調査票にまとめて当社リスク統括部(リスクマネジメント委員会事務局)へ提出します。このリスク調査票には、CO₂排出規制、昨今の大型台風などによる事業継続リスク、さらには、商品原材料の生産地・漁場の変化など、定量面だけでなく定性面も含めたリスクなども含まれています。

年2回開催されるリスクマネジメント委員会は、グループ各社から提出されたリスク評価と対策をもとに、グループのリスク状況を網羅的に把握し、重大性・改善の喫緊性などの観点から、各社のリスク管理・改善の取り組みに対するモニタリングを実施しています。

こうしたリスク管理の状況は原則、年1回、セブン&アイHLDGS.取締役会に報告が行われています。

▶ TCFD提言への対応

気候変動によるリスクへの適応策・緩和策

セブン&アイHLDGS.では、常に天気・気温の変化に関心を持ち、毎日の発注や売場作りに反映しています。また、商品開発・品揃えにおいても、数カ月単位の天気の変化を踏まえた仮説を立て、お客様のニーズに合致した商品の提供に努めています。同様に、気候変動による異常気象や気温の変化によるお客様の購買行動の変化に対しても、きめ細かく対応していきます。

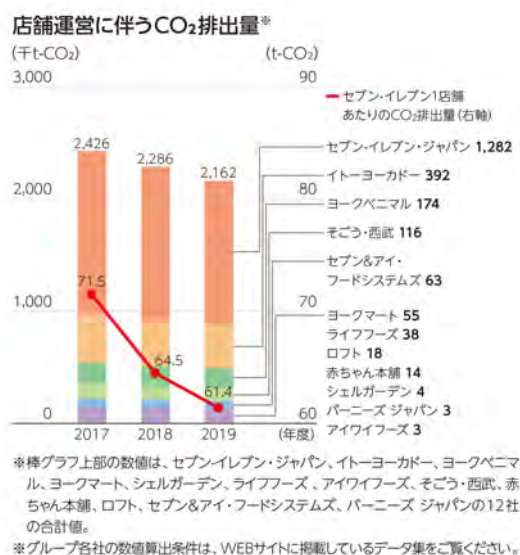
また、イトーヨーカドーによる環境循環型農業「セブンファーム」は、収穫した農作物を規格外商品も含め全量を買収しているため、市場の動向に影響されずに仕入れ、販売することができるなど、商品の安定調達という側面も持ち合わせています。この「セブンファーム」は、日本全国に12カ所（計約290ヘクタール）展開しています。（2020年2月末現在）

加えて、セブン&アイHLDGS.では、最近国内で多発している豪雨や土砂災害など、突発的な気象現象による災害に備えた体制を整備しています。例えば、緊急時の対応方法をまとめた冊子を社員へ配布しているほか、テレビ会議システムなどを利用した模擬訓練を定期的に開催しています。また、グループ内にある情報を集約するだけでなく、お取引先様などと協力して、災害情報の提供・共有・共用ができるシステム「7VIEW」（ビジュアル・インフォメーション・エマージェンシー・ウェブ）の構築に取り組んでいます。

気候変動への緩和策については、店舗での省エネ、再生可能エネルギーの使用、日本国内での森林整備活動など、環境負荷の低減に係るさまざまな取り組みを行っています。

CO₂排出量の削減目標

セブン&アイグループ各社が排出するCO₂の約9割は、店舗運営のためのエネルギー使用に由来しています。そのため、事業の拡大・店舗数の増加に伴い、CO₂排出量が増加しないように、日本国内の事業会社12社の店舗運営に伴うCO₂排出量を、2050年度までに、2013年度に比較して80%削減する目標を定めました。

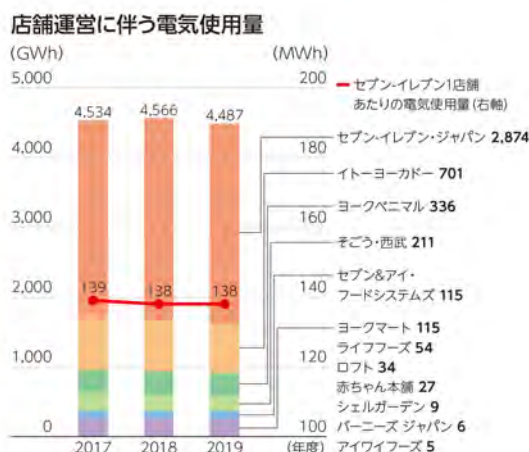


店舗における省エネ設備の導入促進

セブン&アイグループ各社では、店舗の増加や大型化、商品・サービスの拡充に比例した環境負荷の増加を抑制するために、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。店舗での省エネの推進は、エネルギー使用に関わるコストにもつながります。

例えば、セブン-イレブンでは、環境に配慮した店舗づくりを推進するために、店頭看板や店内照明、サインポールなど、あらゆる照明のLED化を進めています。また、2014年には店内照明の電気使用量をさらに約50%削減できる新仕様のLED照明を導入しました。加えて、太陽光発電パネルの設置も進めており、設置店舗は8,073店舗(2020年2月末現在)まで拡大しています。

イトーヨーカドーにおいても、LED照明をほぼ全店舗(166店舗)に、太陽光発電パネルを13店舗(2020年2月末現在)に設置しています。ヨークマートでは、2020年2月に、太陽光発電パネルを1店舗に設置しました。また、冷蔵ケースや冷凍ケースに冷気を逃がさない扉がついたリーチインへの切り替えを進めています。



LED照明



太陽光発電パネル

主な環境設備の投資・費用と効果(2019年度)※

環境投資 (百万円)	環境費用 (百万円)	経費削減想定 (百万円)	CO ₂ 削減効果 (トン)
11,731	401	608	19,195

※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、シェルガーデン、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、セブン&アイ・フードシステムズの9社合計

水素ステーション併設店舗

セブン-イレブン・ジャパンは、岩谷産業株式会社と水素ステーションの店舗併設に関する包括合意書を締結しています。2017年3月には、宮城県仙台市に併設店舗を開店。すでに設置済みの東京都大田区池上と愛知県刈谷市の併設店舗と合わせ、合計3店舗となりました。

今後、水素ステーションを併設したセブン-イレブン店舗において、純水素型燃料電池を設置し、店舗の環境負荷低減について実証実験を行い、小売店舗における燃料電池活用の将来性について検証していきます。地域に根差した「近くて便利」なお店づくりを推進するとともに、「商品」「サービス」「クリーンエネルギー」を1カ所で提供することができる社会インフラとしての拠点づくりを目指します。



水素ステーション併設のセブン-イレブン大田区池上8丁目店

「ひとと環境にやさしい」セブン-イレブンの次世代型店舗

セブン-イレブン・ジャパンでは、2017年12月に「セブン-イレブン千代田二番町店」を、次世代にあるべき店舗の礎となる新しい技術を結集した店舗としてリニューアルしました。

国内外のさまざまな分野を代表する企業の技術や設備により、店舗全体の外部調達電力を約28%削減※1することが可能となり、対象設備に関連する作業時間を1日あたり約5.5時間※2削減することができるようになりました。

また、2018年5月には神奈川県相模原市で「環境負荷の低減」「働きやすさの向上」「快適な店内環境づくり」の3つをテーマとした店舗をオープンしました。使用電力の約46%を再生可能エネルギーでまかなえ、1日あたりの作業時間を約7.1時間削減することが可能な設備を導入しています。

※1 標準店舗に設置した場合の換算、2013年度比

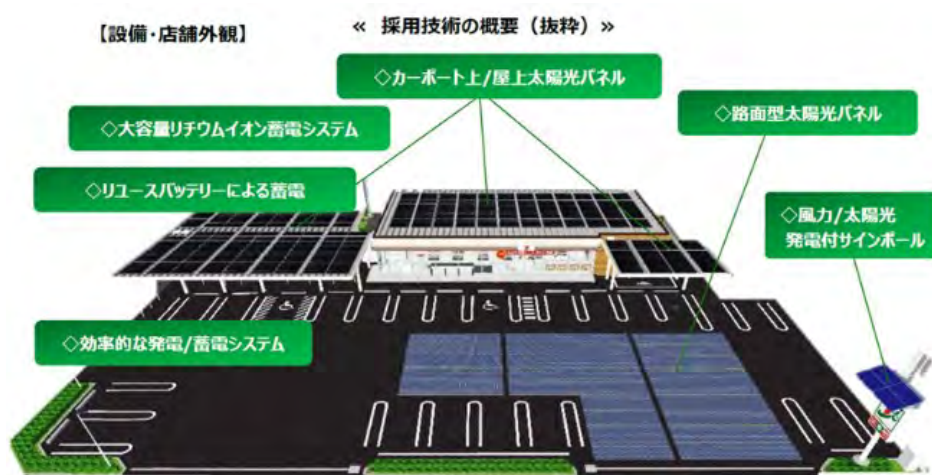
※2 平均的な店舗環境において、従来のあるべき手順で作業を実施した場合と比較した計算値



セブン-イレブン千代田二番町店



スライド式の棚板



セブン-イレブン相模原橋本台1丁目店

「再エネ100%」の店舗運営の実証実験開始

セブン-イレブン・ジャパンでは、2019年9月に、神奈川県との「SDGs推進に係る連携と協力に関する協定」と、セブン&アイグループの環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」に基づく取り組みとして、神奈川県内のセブン-イレブン10店舗において、店舗運営に関する電力エネルギーをすべて再生可能エネルギーで調達する実証実験を開始しました。

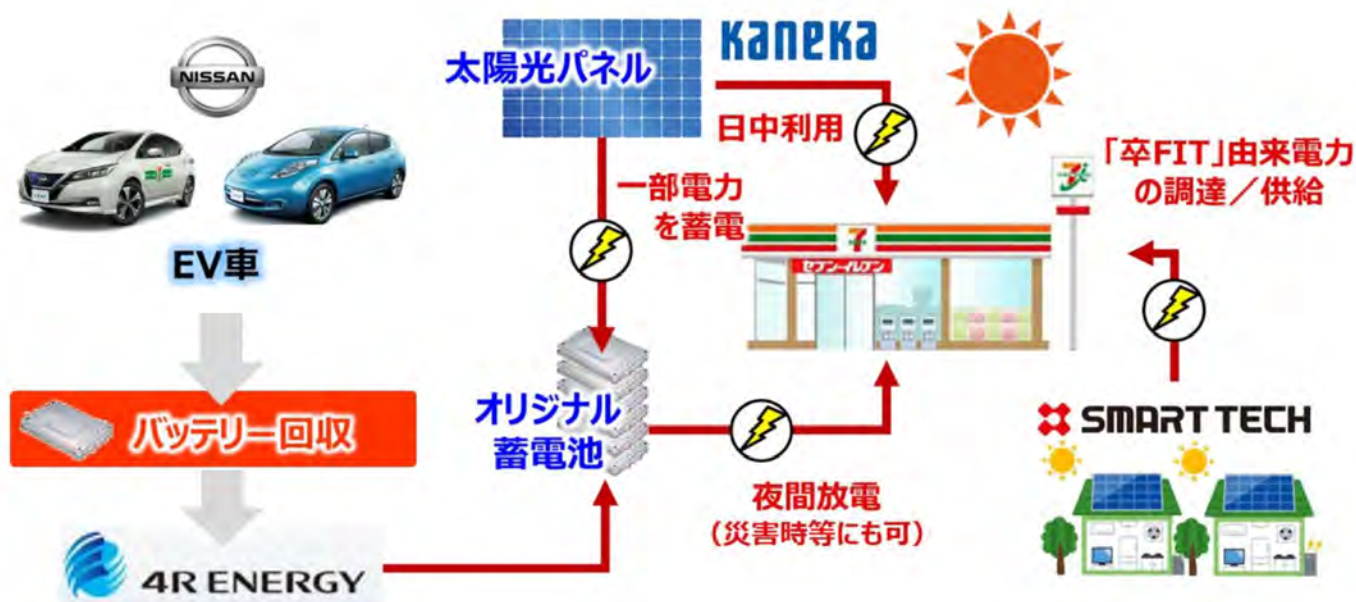
実験店舗では、日産自動車株式会社の電気自動車「日産リーフ」のリユースバッテリーを活用したフォーアールエナジー株式会社によるオリジナル蓄電池や、株式会社カネカの発電効率を大幅に高めた太陽光パネルを設置し、自家発電による電力を効率的に活用します。また、発電分以外の電力の調達については、2019年11月から、株式会社スマートテックより「卒FIT^{※1}」由来の電力を供給いただくことで、自家発電分とあわせ、実質再生可能エネルギー比率100%^{※2}の達成が可能になりました。日中発電した電力は蓄電して夜間に利用し、店舗の省電力化と災害時の地域インフラとしての機能を強化していきます。

これまでの「ひとと環境にやさしい店舗」などの取り組みに加え、本取り組みも通じて、CO₂排出量の大幅な削減を目指します。

※1 FIT=Feed-in Tariffの略で、固定価格買い取り制度を指す。生産エネルギーの買取価格を固定する助成制度。2019年11月より、制度の期限切れを迎える太陽光発電電力が順次発生する見込み

※2 店舗における発電・蓄電活用と、「卒FIT」由来の電力の活用をあわせ、実質再生可能エネルギー比率100%を実現

取り組みの概要



電気自動車用充電器の設置

セブン&アイHLDGS.と日本電気株式会社は、全国42店舗の「イトーヨーカドー」「Ario」「西武百貨店」「そごう」に合計約2,800台（2020年2月末現在）の電気自動車(EV)・プラグインハイブリッド自動車(PHV)用充電器を設置し、有料充電サービスを提供しています。決済は国内自動車メーカー様4社が設立した合同会社日本充電サービスが発行する充電カードやクレジットカードを利用いただきます。

この取り組みは国内最大規模のEV・PHV用充電器導入事例であり、これにより、商業施設としての利便性の向上を目指すとともに、お買物ついでに充電していただけるEV・PHVの利用スタイルの確立や、環境配慮型の次世代自動車の普及促進による低炭素社会の実現に貢献することを目的としています。



電気自動車用充電器

リース車両の環境配慮

セブン-イレブン・ジャパンでは、店舗経営相談員であるOFC（オペレーションフィールドカウンセラー）が各店舗を訪問する際に使用しているリース車両を順次、ハイブリッド車へ切り替えています。2019年度は、約670台の切り替えを実施し、延べ2,474 台の切り替えが完了しました。

重点課題 3 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

サプライチェーンマネジメント(環境)

セブン&アイグループでは、グループの環境負荷低減を図るとともに、お取引先様と連携してサプライチェーン全体での環境負荷低減にも力を入れています。オリジナル商品の製造委託先には、「お取引先サステナブル行動指針」の遵守をお願いしているほか、工場の省エネや環境配慮型車両の導入などにも取り組んでいます。



お取引先サステナブル行動指針の運用

セブン&アイHLDGS.では、お取引先様とともに環境負荷の低減をはじめとする社会的責任を果たしていくために、2007年に「お取引先行動指針」を策定し、お取引先様に遵守をお願いしています。2019年12月には、お取引先様とともにサステナブルな社会を築いていくという意思を明確にするために、人権・労働に関する項目を充実させ、名称を「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」に変更しました。

セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針では、「8. 地球環境保全」において、環境法令の遵守や、排水・廃棄物の適切な処理、生物多様性への配慮、環境配慮型技術の積極的な導入といった項目や、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」に関わる項目も定めています。

このお取引先サステナブル行動指針をお取引先様にご理解いただき、実効性ある活動を展開いただくために、主にグループ各社のオリジナル商品の製造委託先を対象に以下の活動を実施しています。特に、お取引先様の取り組み推進を支援することを目的に、2018年度からお取引先様向けの研修を開催しており、2019年は、3月と4月に中国4会場、東南アジア5会場で、お取引先サステナブル行動指針および関連する方針の現地説明会を開催し、合計287工場(参加率94.4%※)、482名のお取引先様にご参加いただきました。

- ◆周知・浸透:説明会の開催
- ◆実行の確認:セルフチェックシートの運用
- ◆実行の支援:コンプライアンス研修の開催
- ◆実行の検証:CSR監査の実施と是正促進

※2019年度CSR監査対象工場(海外)に占める説明会参加工場の割合

▶ [セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針の詳細はこちら](#)

CSR監査と是正措置

セブン&アイグループでは、2012年度からは途上国にあるプライベートブランド商品のお取引先様の製造工場について、第三者審査機関によるCSR監査を実施しています。CSR監査の項目には、人権・労働に関わる項目から環境関連の法令遵守、排水や化学物質の管理のほか、省エネ・環境保全活動の推進など「環境」に関するものが含まれています。

監査の結果、適合と認められた場合はお取引先様に「適合認証書」を発行しています。一方、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、第三者の監査機関より当該お取引先様に対し、不適合事項の指摘を行っています。お取引先様には、この指摘に基づいた「是正処置計画（CAP）」を監査終了後10営業日以内に監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いています。お取引先様から指摘事項の改善完了の報告を受けた後、改善を示した写真・担保資料（エビデンス）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した場合など、一定の基準を超えた工場には再度訪問し、再監査を実施することで問題の改善を確認しています。不適合の是正が完了しているか、またはCAPに記載された計画内容が有効であると第三者監査機関およびセブン&アイHLDGS.が判断した時点で、お取引先様に「適合認証書」を発行しています。

お取引引きを継続するには、この「適合認証書」の発行を前提としています。また、新規でお取引引きをお願いする場合は、「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」の理解と遵守をお願いし、CSR監査の「適合認証書」発行後にお取引引きを開始することとしています。

[▶ お取引先CSR監査の詳細はこちら](#)

製造工場における環境情報管理の推進

セブン-イレブン・ジャパンでは、オリジナルデイリー商品を製造する複数のお取引先メーカー様で組織する「日本デリカフーズ協同組合」より、CO₂排出量や発生する廃棄物量・食品リサイクル率をご報告いただいています。また、お取引先メーカー様の環境情報を把握するとともに、日本デリカフーズ協同組合の「CSR推進会議」の下部組織「環境部会」を通して、各メーカー様の事例を共有・拡大し、環境課題の解決に取り組んでいます。さらに、セブン-イレブン・ジャパンでは、環境省が制定したエコアクション21を活用することを提言し、説明会の実施などに取り組んでおり、デイリー商品を製造する24社56工場で認証を取得しています（2020年2月末現在）。

また、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」の製造を委託している国内の181工場では、環境マネジメントシステムISO14001を取得しています。

スコープ3※1排出量の算定

セブン&アイHLDGS.では、「地球温暖化防止に関する基本方針」で掲げた、サプライチェーンから販売、消費までのすべての段階における環境負荷を評価し、CO₂排出量を削減することを目的に、環境省の「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドラインVer2.1」に沿って、グループのサプライチェーン全体におけるCO₂排出量(スコープ3)を算定しています。2019年度はグループ主要10社※2を算定し、その結果、スコープ3が排出量全体の9割近く占めており、その中でも8割以上が原材料調達の工程からの排出となりました。算定結果を分析し、サプライチェーン全体でのCO₂排出量の削減に活かしていきます。

※1.自社排出量以外の、原材料・商品の調達、配送、商品使用、廃棄過程から出るCO₂排出量

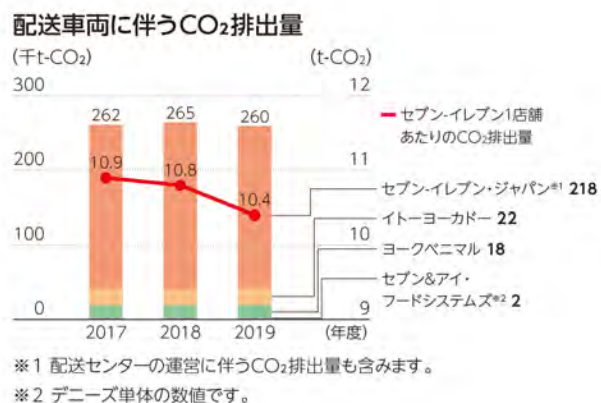
※2.セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークマート、シェルガーデン、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、セブン&アイ・フードシステムズ、セブン銀行の10社

2019年度 スコープ3に基づくCO₂排出量(10社合計)

カテゴリー	構成比	
スコープ1	0.4%	
スコープ2	10.1%	
スコープ3 cat(カテゴリー)1～cat15(小計)	89.6%	100.0%
cat1(購入した製品・サービス)		86.0%
cat2(資本財)		3.2%
cat3(スコープ1・2に含まれない燃料・エネルギー活動)		1.0%
cat4(輸送・配送(上流))		1.6%
cat5(事業から出る廃棄物)		0.3%
cat6(出張)		0.1%
cat7(雇用者の通勤)		0.2%
cat8(リース資産(上流))		0.0%
cat9(輸送・配送(下流))		0.2%
cat10(販売した製品の加工)		—
cat11(販売した製品の使用)		0.4%
cat12(販売した製品の廃棄)		6.1%
cat13(リース資産(下流))		1.0%
cat14(フランチャイズ)		—
cat15(投資)		—
その他		0.1%
スコープ1・2・3合計	100.0%	

配送に伴うCO₂排出量の削減

セブン&アイHLDGS.は、商品を店舗に納品していただくお取引先様に、環境配慮型車両の導入や燃費の改善、店舗への配送回数の削減などの取り組みへのご協力をお願いしています。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、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。



環境にやさしい配送車両の導入

セブン-イレブン・ジャパンでは、脱炭素化社会の実現に向けて、店舗に商品を配送する車両には環境にやさしいクリーンディーゼルエンジン、CNG(天然ガス)、ハイブリッドと、配送中にCO₂排出量を排出しないEV・水素などの燃料電池トラックを導入し、CO₂排出量の削減を目指しています。配送車両6,231台のうち、環境配慮型車両の導入は3,159台となりました(2020年2月末現在)。

2018年3月より、愛媛県が取り組む「使用済み天ぷら油」を原料としたバイオディーゼル燃料の利用促進に賛同し、県内の家庭やセブン-イレブン店内のフライヤー、専用工場の揚げ物製造から発生する油を回収して精製しています。月間の燃料使用量は約25kl、配送にかかるCO₂の排出削減量は約2,590kg-CO₂/月を見込んでいます。

また、2019年4月にはトヨタ自動車株式会社が開発した燃料電池小型トラック2台を導入しました。このトラックは、水素で発電する仕組みの燃料電池(FCユニット)で走行し、最大積載量は3トン、航続距離は約200キロで、走行中に環境負荷物質を排出せず、FCユニットで発電した電力は冷蔵ユニットの電源にも使用しています。



バイオディーゼル燃料を使用した配送車



日本初「EV配送車」



「燃料電池小型トラック」

エコタイヤの導入

セブン-イレブン・ジャパンでは、配送車両のタイヤの転がり抵抗を低減する「エコタイヤ」の導入を促進しています。2020年2月末現在、全車両の約99%にあたる6,231台の配送車両に導入しています。

また、寿命が終了したタイヤの路面と接する面のゴムを決められた寸度に削り、その上に新しいゴムを張り付け、溝をつけて配送車両の後輪に再生利用(リユース)する「リトレッドタイヤ(更生タイヤ)」の導入についても、延べ850台(2020年2月末現在)で採用しています。使用後のタイヤを再利用でき、省資源、廃棄物削減に貢献できるとして導入を促進しています。



リトレッドタイヤ(更生タイヤ)

物流センターにおける省エネ設備の導入

セブン-イレブン・ジャパンの配送センターでは、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163センター中65センターで導入し、センター内の無駄な電力使用削減を図っています(2020年2月末現在)。

重点課題 3 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

食品ロス・食品リサイクル対策

セブン&アイグループの売上の約6割を食品が占めており、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」では、食品ロス・食品リサイクル対策をテーマの1つに掲げ、取り組みを推進しています。「GREEN CHALLENGE 2050」では、食品リサイクル率を2030年に70%、2050年に100%にすること、食品廃棄物量※を2013年度と比較して2030年50%削減、2050年75%削減することを目標としています。
※売上100万円あたりの発生量



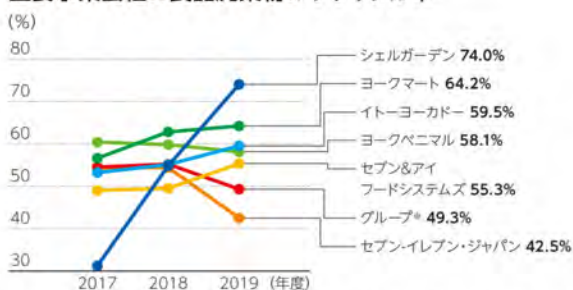
※対象は、食品関連事業会社6社(セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨーク、シェルガーデン、セブン&アイ・フードシステムズ)

食品廃棄物の削減についての考え方

食品廃棄物の削減については、発生抑制、再利用、飼料化、肥料化で優先順位があります。セブン&アイグループでは、優先順位に基づいて、それぞれの段階において取り組みを実施しています。



主要事業会社の食品廃棄物のリサイクル率



※ 食品関連事業会社6社(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、ヨークマート、セブン&アイ・フードシステムズ、シェルガーデン)。

食品廃棄物の発生量

年度	2017年度	2018年度	2019年度
売上百万円あたりの発生量(kg)※	22.58kg	21.80kg	22.35kg

※食品関連事業会社6社(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、ヨークマート、シェルガーデン、セブン&アイ・フードシステムズ)

発生抑制の取り組み

セブン-イレブン・ジャパンでは2020年5月から全国の店舗で、食品ロス削減を目的に「エシカルプロジェクト」を開始しました。これは、おにぎりやパン、総菜スイーツなど合計7つの分類において、販売期限が近づいた対象商品に店頭税抜価格の5%分のnanaco ボーナスポイントを付与することで、食品廃棄物の発生を抑制する取り組みです。

また、オリジナルデイリー商品において、セブン-イレブン専用工場の優位性を活かした技術革新により、製造工程や温度、衛生管理を見直すことで保存料を使うことなく安全・安心を保ちつつ、味・品質を高めながら消費期限延長（長鮮度商品開発）を実現しています。2009年のチルド弁当からスタートし、グラタン・ドリア、スパゲティ・パスタ、サンドイッチ、惣菜などにも鮮度延長商品の拡充を実施して、2020年5月末現在、オリジナルデイリー商品に占める24時間以上の販売期限がある商品の比率は約84%となっています。

そのほか、イトーヨーカドーでは、バラ売り・小分けパックやカット野菜などの品揃えを導入することで、お客様が必要な分だけを購入できるようにしています。セブン＆アイ・フードシステムズのデニーズでは、食べ切れるサイズの小盛のメニューやお持ち帰り用の容器を提供しています。このように、セブン＆アイグループでは食品廃棄物削減のために、販売方法・商品などでさまざまな工夫を行っています。

再利用の取り組み

イトーヨーカドーでは、2017年度から一部の店舗から出る賞味期限前の商品をフードバンク団体へ寄付しています。また、セブン-イレブン・ジャパンでは、閉店・改装時に在庫となった加工食品のフードバンク団体への寄付を開始し、2018年度からは自治体と地域包括連携協定を締結し、社会福祉協議会への寄付も始めました。2020年2月末現在、184の自治体と地域包括連携協定を締結しています。

飼料化・堆肥化の取り組み

セブン-イレブン・ジャパンでは、廃棄物の適正処理・リサイクルを推進する仕組みとして「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・堆肥などへの食品リサイクルに取り組んでおり、その結果、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2019年度 42.5%となりました。

イトーヨーカドーでは、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、イトーヨーカドーの店舗から排出される食品残さ(生ごみ)を堆肥化してセブンファームの農場で使用し、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取り組みです。2020年2月末現在、セブンファームの取り組みは全国12カ所に拡大しています。セブンファームでは、農業生産工程管理手法のひとつであるJGAP認証(Japan Good Agricultural Practice)の取得を積極的に進めており、セブンファーム内の10カ所の農場でJGAP認証を取得しています。

そのほか、ヨークベニマルでは店舗から廃棄される魚腸骨の飼料化を実施しています。なお、グループ各社の店舗内で発生した惣菜調理用の揚げ油などの廃油は100%リサイクルしています。今後も、セブン&アイグループでは食品リサイクルを推進していきます。

※エコ物流:セブン-イレブン独自の廃棄物回収システム

地域ごとに加盟店へ推奨した廃棄物処理業者がセブン-イレブン各店舗から排出する廃棄物を一括して収集し、適切な処理とリサイクルを推進しています



セブンファーム



環境循環型リサイクル

▶ [セブンファームの詳細はこちら](#)

敷地内処理(生ごみ処理機)の取り組み

そごう・西武では、2001年にレストランや社員食堂から発生した生ごみを肥料にする製造機の設置を開始し、2020年2月現在、2店舗に合計9台設置しています。製造した肥料は提携農園に無償で提供し、その農園で生産された野菜を店舗で販売することで食品リサイクルの推進に努めています。

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」を導入し、2020年2月末現在、20店舗の敷地内に設置しています。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の発生量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。また、セブン-イレブン・ジャパンにおいても、「生物分解型生ごみ処理機」の運用テストを2013年から開始しています。

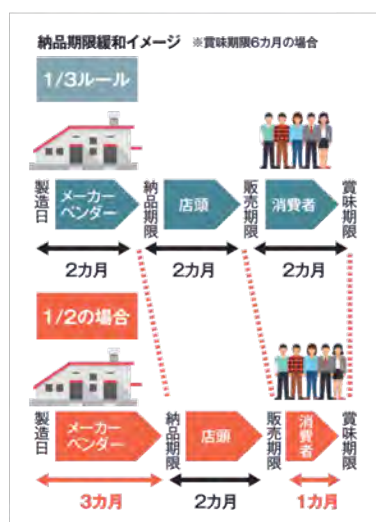
このような敷地内での食品廃棄物処理は、各自治体の処理センターなどへの配送が不要となり、配送時や焼却時に排出されるCO₂排出量削減にも貢献しています。



生ごみ処理機

サプライチェーン全体での取り組み

セブン&アイグループは、サプライチェーンを通じた食品ロス削減の取り組みを継続して実施しています。一例として、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、ヨークでは、商品の納品期限の緩和を実施しています。これまでは商習慣として、商品を製造日から賞味期限の「3分の1」が経過する前までに店舗へ納品する「3分の1ルール」で運用していましたが、2012年以降、食品ロス削減の取り組みとして一部のカテゴリーの商品から、製造日から賞味期限の半分までに納品期限を緩和する「2分の1」への見直しを進めています。今後、対象のカテゴリーを拡大することでメーカー様やベンダー様の在庫負担を軽減し、さらなる食品ロスの削減に取り組んでいきます。



納品期限の緩和のイメージ図

また、セブン-イレブン・ジャパンでは、オリジナルデイリー品の製造工場での衛生管理レベル向上による消費期限の延長や、配送センターにおける在庫処分費用の削減、店舗での販売期限の近づいた商品にnanacoポイントを付与する「エシカルプロジェクト」による食品廃棄物の発生抑制など、サプライチェーン全体で食品ロス削減の取り組みを推進しています。2020年7月、これらの取り組みが評価され、経済産業省の「サプライチェーン イノベーション大賞2020」において、優秀賞と特別賞を受賞しました。

食品ロス削減にむけた啓発活動

セブン&アイグループでは、自社の食品ロス削減の取り組みを実施するとともに、食品ロスの約半分が家庭から出ていることを受けて、ご家庭での食品ロス削減に向けた啓発活動を行っています。2019年10月には、食品ロス削減月間にあわせて食材を丸ごと使い切るエコレシポの配布や一部店舗での実演調理のほか、イトーヨーカドー、そごう・西武の一部店舗において、ご家庭で余っている食品を店舗へお持ちいただいてフードバンク団体に寄付する「フードドライブ」などを実施しました。また、セブン&アイHLDGS.とセブン銀行の本部においても、従業員への啓発を目的に「フードドライブ」を実施しました。

セブン&アイ・フードシステムでは、外食企業の責任として食べ切りについての取り組みを推進しています。2020年2月末現在、全国13の自治体において「食べきり協力店」などの食品ロス削減の推進店として登録しています。そのほか、2019年10月からデニーズのメニューブックに、食べ切りやすい「少なめライス」が選べるように明記するとともに、食品ロス削減国民運動のロゴマークである「ろすのん」を掲載しています。

重点課題 3 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

資源の有効活用

石油をはじめとした資源の枯渇が問題となっています。セブン&アイ HLDGS.は、資源を有効に活用する循環経済社会を目指すべき社会の姿と考え、お客様・お取引先様と連携して、廃棄物の削減、資源の店頭回収・リサイクルの推進、再生素材の活用などに取り組んでいます。

昨今、関心が高まっているレジ袋の削減については、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」において、プラスチック製レジ袋の使用量を2030年までにゼロにすること、使用するレジ袋の素材は、紙などの持続可能な天然素材にすることを目指しています。



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、ヨークでは、2012年からペットボトル自動回収機を店頭で設置しています。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（圧縮または破碎）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&アイグループ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。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。2020年2月末現在、自動回収機は4社合計で820台設置しており、約9,740トンのペットボトルが回収されました。

さらに、店頭で回収したペットボトルのリサイクル素材を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」のパッケージに使用する取り組みを進めています。商品パッケージには、回収からリサイクルまでの流れの説明を印刷しています。

セブン-イレブン・ジャパンでも、2015年12月より、東京都江東区内の5店舗でペットボトル自動回収機の実証実験を実施し、その後2017年12月から東京都と埼玉県の300店舗に順次拡大しています。また、2019年6月から東京都東大和市、東大和市清掃事業協同組合、日本財団と連携し、東大和市内のセブン-イレブン全店にBottle to Bottleのリサイクル促進を目的としたペットボトル自動回収機を設置しました。さらに、2019年9月に沖縄県でも県内のコンビニエンスストアでは初めて、ペットボトル回収機を設置しました。今後は沖縄県でも設置店舗を拡大する計画です。

セブン&アイグループでは、地域社会と一体になったサーキュラーエコノミー活動に取り組み、循環型社会の実現と海洋ごみの削減を推進していきます。



コンビニ用小型ペットボトル自動回収機

自動回収機を活用したペットボトルのリサイクルシステム



ペットボトル自動回収機の設置台数と回収量

	2017年度	2018年度	2019年度
回収量(トン)	7,100	8,900	9,740
設置数(台)	701	759	820

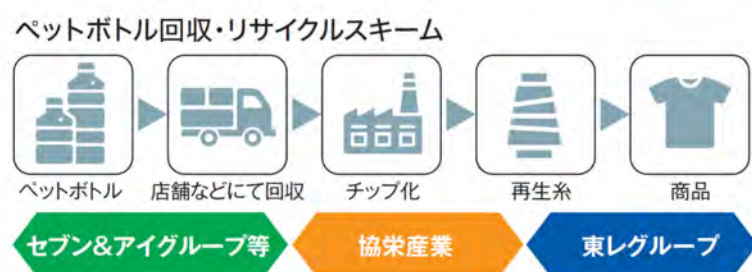
完全循環型ペットボトルリサイクルの実現

2019年6月、セブン&アイグループは店頭でのペットボトル回収機で回収したペットボトルを100%使用し、再びペットボトルにリサイクルした「セブンプレミアムー(はじめ)緑茶 一日本」の発売を開始しました。特定の流通グループの店頭で回収したペットボトルをリサイクルし、同一の流通グループにおいて再び商品として販売する取り組みは世界初※となります。

※2019年6月5日時点。日本コカ・コーラおよびセブン&アイHLDGS.調べ

再生PET素材の衣料品への活用

セブン&アイグループでは、ペットボトル回収の促進とあわせて、再生PET素材の活用拡大に取り組んでいます。2020年2月には、グループの店頭で設置したペットボトル自動回収機で回収されたペットボトルを活用し、そのペットボトルを原料とする再生糸を使用した肌着「セブンプレミアム ライフスタイル ボディクーラー」の販売を全国のイトーヨーカドー、ヨークベニマル、そごう・西武の各店舗で開始しました。グループで回収したペットボトルを使用した衣料品の発売は今回が初めてです。



店頭での資源回収

セブン&アイグループでは、販売した商品の空容器などを回収して再資源化を図ることも重要な取り組みだと考えています。グループ各社では、お客様や自治体と協力し、各地域の廃棄物分類ルールに従って、店頭でビン・カン、発砲スチロール、紙パック、ペットボトルなどの資源回収に取り組んでいます。また、近年、「都市鉱山」として注目を集めている小型家電についても、自治体と協力して一部店舗で回収を実施しています。

レジ袋の削減を推進

セブン&アイグループは、会計時レジでのお客様への声かけのほか、マイバッグ持参をお願いするポスターやPOPの掲出、啓発イベントなどを通じてレジ袋の削減を進めてきました。

セブン-イレブン・ジャパンは、海洋プラスチックごみ問題が社会課題となる中で、さらなる石油由来のプラスチック使用料の削減に取り組むため、植物由来のバイオマスポリエチレンを30%配合したレジ袋の使用を加盟店に推奨しており、2019年4月に全国21,000店への推奨が完了しました。環境に優しいバイオマスポリエチレンを使用したレジ袋を消費者にとって身近な全国のコンビニエンスストアが推奨することで、バイオマス製品の全国的な普及推進と環境負荷低減に努めており、その功績が認められて2019年11月には「第9回バイオ製品普及推進功績賞(日本バイオマス製品推進協議会主催)」を受賞しました。

また、2020年7月の「プラスチック製買物袋有料化」以降、セブン-イレブンでは辞退率が約75%に伸長し(有料化前は約30%)、イトーヨーカドーやそごう・西武を含めたグループ全体の辞退率は80%弱になっています。

廃棄物の削減

イトーヨーカドーでは、廃棄物量の削減のために発生抑制や再利用、リサイクルを進めています。例えば、商品納品の際には、繰り返し使うことができる「通い箱」を利用するほか、衣料品のハンガー納品を推奨することで包装材やダンボールの使用を削減しています。また、店舗ではリサイクルへの理解を促進するため、廃棄物の分別を徹底しています。



店舗に納品される「通い箱」

閉店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、撤収した商品陳列棚や什器、冷蔵ケースを整備した上で他店舗にて再利用しています。そのほか、店舗解体時に発生する鉄骨やサッシを店舗建設時に再利用することで、建設廃棄物を削減しています。



重点課題 3 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

環境に配慮した容器・包装の導入

商品の容器・包装は、商品を保護したり、原材料などの情報を表示したりする重要な役割がありますが、商品使用後には廃棄物となってしまいます。セブン&アイグループでは、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」において、2030年までにオリジナル商品（セブンプレミアムを含む）で使用する容器包装を2050年までに50%、2050年までに100%環境配慮型素材にすることを目標として掲げ、容器・包装に係る環境負荷の低減を推進しています。



プラスチック使用量削減の取り組み

イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークでは、生鮮食品および惣菜の量り売り・ばら売りなど販売方法を工夫し、容器包装使用量の削減を図っています。また、惣菜売場ではコロッケ・唐揚げなどの販売方法について、プラスチック容器を使わない紙袋による販売も拡大しています。そのほか、精肉売場で販売している一部商品ではトレイを使用せず、ポリ袋包装で販売する方法を採用しています。

また、セブン-イレブン・ジャパンでは、サラダシリーズ「カップデリ」の容器のフタを「トップシール」に変更し、従来の容器に比べ、1個当たり約25%のプラスチック使用量を削減しました。



トップシールを使用した「カップデリ」



トップシールを使用した「カップデリ」

リサイクル可能な包材への変更

2015年7月からは、「セブンプレミアム」の紙パックの酒類各種を従来のアルミパック素材からノンアルミパック素材に変更しました。この変更により、容器は紙パックとしてのリサイクルが可能となります。また、原材料調達や製造工程における1本当たりのCO₂排出量が、従来のアルミパックと比較して約12%少なくなります。なお、この取り組みにより、年間で約250トンのCO₂排出量削減効果があり、これは杉の木約18,000本分のCO₂吸収量に相当します。



識別マークも「紙マーク」から「紙パックマーク」へ変更

バイオマス原料の活用

セブン-イレブン・ジャパンでは、2015年度から、店舗のチルドケースで販売しているオリジナルの「サラダカップ容器」を、石油由来のPET容器から「環境配慮型PET(リサイクルPET、バイオマスPET)」を配合した容器へ切り替えています。同様に、イトーヨーカドーでも、カットフルーツ用の容器や弁当容器には、原料の一部に植物性由来の原料が使用されているバイオプラスチック容器を使用しています。



環境配慮型PETを使った「サラダカップ容器」の一例



バイオプラスチック容器



バイオプラスチック容器に入ったカットフルーツ

セブン-イレブン・ジャパンでは、2016年4月より、店舗で販売している「おにぎり」のパッケージの印刷に、米ぬかから抽出する米ぬか油の非食用部分を原料とする「ライスインキ」を使用しています。「ライスインキ」は、従来の石油を原料としたインキと比較し、年間約60トンのCO₂排出量を削減するなど環境負荷の低減となります。また、原料となる米ぬか油には国産の米ぬかを使用しており、パッケージにおける地産地消の取り組みにもつながっています。

さらに、2016年12月には、セブン-イレブンのオリジナルパンのパッケージのフィルムとインキを植物性由来のものに変更しました。これにより、従来の石油を原料としたパッケージと比較し、年間約108トンのCO₂排出量削減効果があります。



植物由来原材料を使用した商品パッケージ

紙製容器の導入

セブン-イレブン・ジャパンでは、2020年6月から、首都圏で販売する「チルド弁当」の容器を従来のプラスチック製から紙製に切り替えています（順次全国へ拡大）。この取り組みにより、2020年度は約800トンのプラスチック使用量削減を見込んでいます。



チルド弁当用の紙容器



紙容器に入ったチルド弁当（牛丼）

間伐材の活用

「セブンプレミアム」のカップスープやヨーグルト飲料の一部の容器・包装に「セブンの森」の間伐材を利用しています。日本では整備されずに放置された人工林が多く、CO₂排出量の吸収など森林が持っている機能が十分に果たされていない現状があり、間伐材の利用は、健全な森づくりと地球温暖化防止に貢献できます。

また、全国のセブン-イレブン店舗を中心に販売している「セブンカフェ」のホットカップの外側スリーブ部にも、間伐材を使用しています。



間伐材を使用した商品



セブンカフェカップと「間伐材マーク」（側面裏側に印刷）

▶「セブンの森」の詳細はこちら [🔗](#)

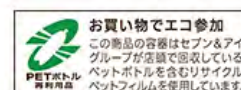
リサイクル素材の導入

イトーヨーカドーとヨークでは、エコマーク認証を受けたお取引先様が製造する再生トレイの導入を進めており、2019年度は約670種類の再生トレイを採用しました。この再生トレイ導入によるCO₂排出量の抑制効果は約2,300トンでした。

また、セブンプレミアム「詰め替え用ボディソープ」などの生活家庭用品のパッケージには、グループ各店で回収したペットボトルをリサイクルした素材の一部が採用されています。



再生トレイ



ペットボトルのリサイクル素材を採用したパッケージ

「セブンカフェ」の環境配慮

多くのお客様からご支持いただいているセブンカフェでは、さまざまな方法で環境配慮を進めています。例えば、ホットカップの外側のスリーブ部には間伐材を使用。アイスカップにはリサイクルPETを配合した素材を採用しています。そのほか、軽量化・薄肉化などで限りある資源の使用を削減しています。

また、2017年度から、一部の店舗から回収したコーヒーかすをリサイクルした「消臭除菌剤」を開発し、セブン-イレブン店舗での清掃用として導入しています。

さらに、2019年11月には、100%植物由来で生分解性を有する、株式会社カネカのバイオポリマー「PHBH®」を採用したセブンカフェ用のストローを約10,000店に導入しました。また、残る11,000店においてはFSC認証を取得した紙製ストローを導入しています。セブン-イレブン全店において石油由来のプラスチック製ストローの配布量削減に取り組み、セブンカフェの環境対応を推進しています。



「セブンカフェ」の環境配慮



コーヒーかすをリサイクルした「消臭除菌剤」

重点課題 3 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

社内外とのコミュニケーション

セブン&アイグループでは、日本国内だけでも毎日約2,500万人のお客様にご利用いただく小売業の特長を活かし、お客様とともに環境活動を進めています。さらに、外部団体の活動への参加やNPOとのコミュニケーションを通して、さまざまなステークホルダーとの協働も重視しています。また、環境活動推進のためには、国内10万人を超える従業員一人ひとりの行動が必要であることから、従業員への啓発活動にも力を入れています。



お客様とのコミュニケーション

セブン&アイグループでは、多くのお客様と直接関わることができるという小売業の特長を活かし、お客様とのコミュニケーションを大切にしています。2019年度は、10月の「食品ロス削減月間」に合わせて、食品ロスを削減するキャンペーンやイベントを開催しました。例えば、賞味期限の正しい知識をお客様に知っていただくために、環境省とセブン&アイグループが共同で作成したポスターやPOPを店内に掲示したり、食材を最後まで使い切ることで、ゴミを減らし、環境にも家計にもやさしい「エコレシピ」を配布するなどの啓発活動を実施しました。また、横浜市内のイトーヨーカドー3店舗、西武所沢ショッピングセンターでは、ご家庭で使い切れない食品を持参していただきフードバンクへ寄付する「フードドライブ」も実施しました。さらに、イトーヨーカドーでは多くのお客様に「フードドライブ」にご協力いただけたことから、2020年8月から15店舗で寄付食品の受付場所を常設しています。

また2019年度は、環境展示会「エコプロダクツ2019」への出展をはじめとして、社外のイベントにも参加し、お客様からペットボトルを回収してリサイクルする取り組みなどを紹介し、来場者へ資源回収のご協力をお願いしました。

さらに、セブン&アイHLDGS.で初の取り組みとして、2020年2月にお客様参加による購入型クラウドファンディング「“海の絵本”制作プロジェクト」を実施しました。未来を担う子どもたちに向けて、水産資源の枯渇やプラスチック問題などの重要性を伝えるとともに、絵本の読み聞かせの読み手である現役世代の行動を変えていただくことを目的に制作しました。絵本の制作は、三陸の若き漁業従事者の団体「一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン」を中心に、専門家の学術的な視点だけでなく、その魚を扱う流通小売などの、マルチステークホルダーの想いを詰め込んだ内容になっています。

NPOなど環境団体への支援

セブン&アイHLDGS.は、環境動物保全団体である「公益財団法人 世界自然保護基金ジャパン(WWFジャパン)」や、国内外のNGOなどが実施する自然保護活動支援や生物多様性に関する普及啓発を行う「公益信託 経団連自然保護基金」など、各環境団体への寄付を続けています。そのほか、気候変動関連では、気候変動イニシアティブ(JCI)や日本リーダーズ・パートナーシップ(JCLP)、TCFDコンソーシアムに加入し、プラスチック問題では、クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス(CLOMA)へ加入するなど、さまざまな企業・団体とも連携しながら環境活動を推進しています。

また、セブン-イレブン・ジャパンは、「一般財団法人セブン-イレブン記念財団」を通じて、加盟店と一体となった環境をテーマにした社会貢献活動に1993年から取り組んでいます。セブン-イレブン記念財団では、セブン-イレブンの店頭募金箱にお客様から寄せられた募金^{※1}とセブン-イレブン・ジャパンからの寄付金などをもとに、環境市民活動支援事業、自然環境保護・保全事業、広報事業、災害復興支援事業に取り組んでいます。なかでも、環境市民活動支援の大きな柱である「環境市民活動助成」^{※2}では、地域でお預かりした募金を地域の環境活動に活かしていただくために、2001年より毎年、地域で環境活動を行うNPOを公募し、活動資金を助成しています。19年間の累計で3,809件の活動に、23億1,212万6,282円の募金をお届けしました。

また、「人と自然、自然環境と地域社会の共存・共栄を自然から学ぶ」を基本理念に、大分県玖珠郡九重町で「九重ふるさと自然学校」を、東京都八王子市で「高尾の森自然学校」を運営しています。「九重ふるさと自然学校」では、地域が育んだ豊かな自然や生態系、歴史・文化の保護・保全活動に取り組んでいます。「生きもの育む自然共生型田んぼづくり」は、国連生物多様性の10年日本委員会連携事業に認定されています。また、「高尾の森自然学校」は、東京都との協働事業として、約26.5ヘクタールの都所有の森をフィールドに、「野鳥観察会」「森林ボランティア体験」「草木の観察会」「クラフトワーク」などのプログラムを実施しています。

※1. 2019年度の店頭募金総額は4億7,129万3,805円 :1994年度からの店頭募金総額は79億3,585万2,211円

※2. 2019年度の環境市民活動助成(継続助成を含む):助成先件数は289件、助成総額は1億3,340万2,934円



高尾の森自然学校



店頭に設置している募金箱



九重ふるさと自然学校

ご意見・ご要望への対応

お客様や市民団体からの環境に関するご意見・ご要望については、グループ各社のお客様相談室やセブン&アイHLDGS. サステナビリティ推進部などで受け付けて回答しています。また、2014年にセブン&アイHLDGS.が重点的に取り組むべき課題を検討した際には、ステークホルダーであるお客様、お取引先様、株主・投資家の皆様のほか、CSRに関する有識者対話を行ったうえで重点課題を特定しました。

▶ [重点課題の選定プロセスの詳細はこちら](#)

従業員への環境教育・eco検定の取得促進

セブン&アイグループ各社では、それぞれの事業特性に合わせて新入社員や新任役職者などを対象として、環境に関する基礎知識の習得と理解促進を目的とした研修を定期的を実施しています。また、2019年度からは、2019年5月に公表した環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」に関するグループ共通eラーニングを毎年6月に実施しています。

さらに、多様化する環境問題を幅広く体系的に習得するための教育ツールとして、2014年度から従業員の「eco検定」取得を進めています。2020年度までにグループ累計のeco検定合格者12,000人を目指して、各社では、受験料の補助や勉強会の開催などを通じて、受験者の合格を支援しています。2019年度は、3,064名が合格しました(2014年度からの累計合格者数は9,579人)。

従業員向け環境意識啓発イベントの開催

セブン&アイHLDGS.では、従業員の環境意識を高める機会として社内で環境イベントを開催しています。例えば、セブン-イレブン記念財団が募集するボランティア活動にセブン-イレブンの加盟店とともにグループの従業員も参加しています。代表的な活動として、全国17カ所にある「セブンの森」での植樹から間伐・下刈りまでの森の保育を行う活動や、水質浄化やCO₂を減らすアマモ場の育成、東京湾や大阪湾を豊かな海に再生する「海の森づくり」、富士山の保全活動などがあります。これらの活動に2019年度は、セブン-イレブンの加盟店と本部社員をはじめ、グループの従業員の合計2,041人が参加しました。

また、6月の環境月間や10月の食品ロス月間には、従業員の意識啓発のためのさまざまな取り組みを行っています。2019年度は、グループ全従業員を対象とした外部講師による環境講演会やセブン-イレブン記念財団が東京都と協働事業として運営する高尾の森自然学校での環境学習会のほか、家庭で余っている食品を持ち寄りフードバンクに寄付する「フードドライブ」なども開催し、従業員が体験を通じて環境について考える機会を提供しました。

▶ [「セブンの森」の詳細はこちら](#) 

▶ [東京湾 UMI プロジェクトの詳細はこちら](#) 

重点課題 4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

重点課題の考え方

セブン&アイグループでは、グループ全体で約14万人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、外国籍の従業員、育児や介護をしながら働く従業員など多様な従業員がおり、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。そして、多様な従業員の活躍を支援し、働きがいを持って仕事ができるよう、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、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。

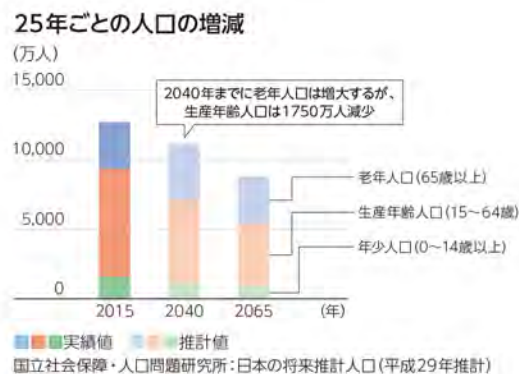
■ 関連する方針

▶ セブン&アイグループ企業行動指針

重点課題の背景

高齢化と生産年齢人口の減少

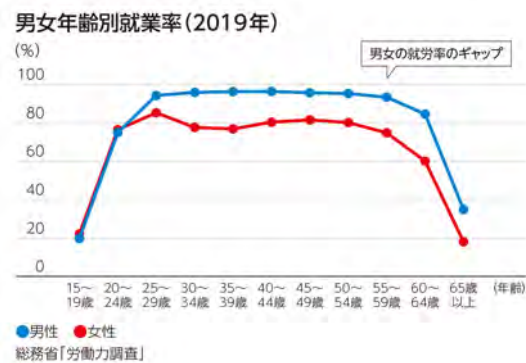
日本は出生率の低下とともに高齢化が進み、生産年齢人口が減少しています。2040年までに、老年人口は増大する一方、生産年齢人口は約1,750万人減少することが予測されています。そのため、従業員の能力強化による生産性の向上や多様な人材の雇用と育成は、企業の競争力を高めるだけでなく、社会・経済の活性化につながります。



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、日本では管理職に占める女性の割合は、課長相当職以上で11.8%※(2018年)と世界に比べても低いため、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。

※厚生労働省「平成30年度雇用均等基本調査(確報)」より



重点課題の推進体制

本重点課題は、セブン&アイHLDGS. 取締役 常務執行役員 経営推進本部長を責任者にCSR統括委員会とその傘下の企業行動部会が、グループ各社・関連部門と連携しながら従業員一人ひとりが十分に活躍できる環境を整え、魅力的で働きがいのある職場づくりを推進しています。

SDGsへの貢献

この重点課題に取り組むことで、セブン&アイグループは性別・年齢に関係なく社内外の人々が働きやすい環境を提供し、持続可能な開発目標(SDGs)の目標3と4、5、8、10の達成に貢献します。



セブン&アイHLDGS. の取り組み

ダイバーシティ&インクルージョン

多様な人材の活躍により、企業の競争力を高め、持続可能な競争力を持つ企業になることを目指しています。

[詳しくはこちら](#)

ワーク・ライフ・バランスの実現

従業員の働きやすさ向上のために、さまざまな人事制度を運用するとともに、長時間労働の是正や休暇の取得促進に取り組んでいます。

[詳しくはこちら](#)

従業員の能力向上支援

グループ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します。

[詳しくはこちら](#)

公正な評価・処遇

従業員一人ひとりの能力を最大限に引き出し、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さまざまな評価制度を運用しています。

[詳しくはこちら](#)

従業員の健康への配慮、労働安全衛生

従業員の健康増進と安全で働きやすい職場環境の維持に向けて、さまざまな取り組みを実施しています。

[詳しくはこちら](#)

従業員エンゲージメント調査

働きがいのある職場づくりを目指して、従業員エンゲージメント調査を行っています。

[詳しくはこちら](#)

健全な労使関係

国際的な規範に基づき、労働者の団結権などの諸権利を認め、従業員との対話を通じて職場環境の改善に努めます。

[詳しくはこちら](#)

子育て支援

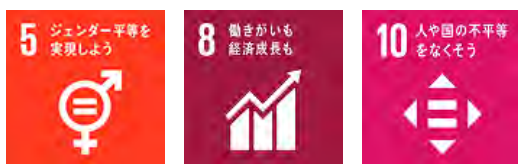
店舗を活用して育児に関するさまざまなサポートを実施しています。

[詳しくはこちら](#)

重点課題 4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

ダイバーシティ&インクルージョン

セブン&アイグループでは、グループ全体で約14万人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、外国籍の従業員、育児や介護をしながら働く従業員など多様な従業員が働いており、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考えています。多様な従業員の活躍を支援し、働きがいを持って仕事ができるよう、職場環境を整備することが、生産性の向上や人材の確保につながるだけでなく、お客様の満足度向上やイノベーション創出につながり、競争力の源泉になると認識しています。



ダイバーシティ&インクルージョン推進の目標とステップ

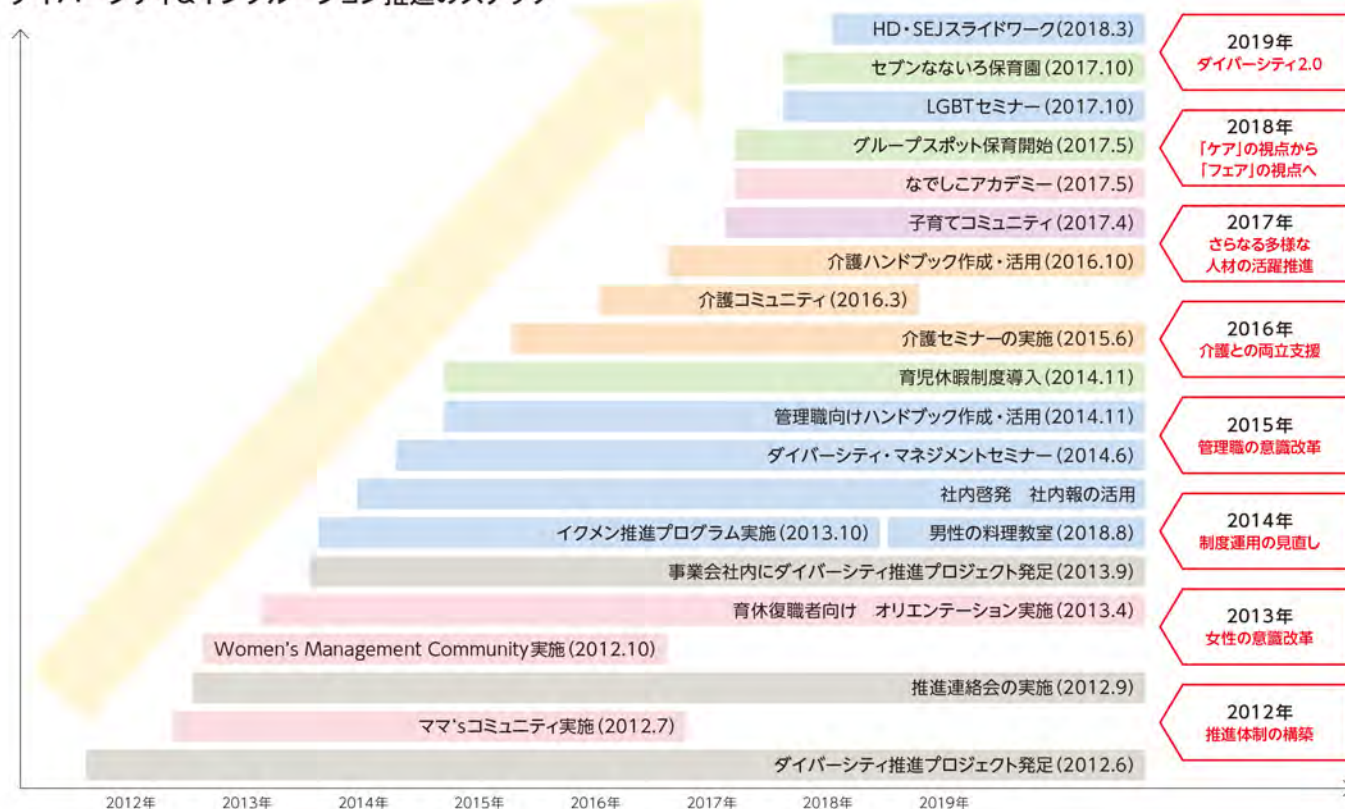
セブン&アイHLDGS. は、2012年に「ダイバーシティ推進プロジェクト」を設置し、グループの店舗に来店されるお客様の多くが女性であることから、女性の視点や感覚を活かした商品・サービスの開発や売場づくりがお客様満足の向上につながると考え、女性の管理職比率を始めとした5つの目標を設定しました。2012年度に推進体制を構築、2013年度には女性自身の意識改革と制度運用の見直し、2014年度には管理職の意識改革、2015年度からは仕事と介護の両立支援、2017年度からはLGBTの理解促進、2019年度は原点に戻り「ダイバーシティ2.0」の推進などとテーマを決めて取り組みを行っております。また同時に、多様な人材の活躍の壁となる長時間労働の是正と、従業員のワーク・ライフ・バランス実現の観点から、生産性向上に向けた働き方の見直しも進めています。

ダイバーシティ推進目標

2022年までに

1. 女性管理職比率:30%達成
2. 男性の家事育児参画促進
3. 介護離職者ゼロ
4. ノーマライゼーションの推進
5. LGBTに関する理解促進

ダイバーシティ&インクルージョン推進のステップ



ダイバーシティ&インクルージョンの推進体制

セブン&アイHLDGS. は、トップのコミットメントのもと、2012年にCSR統括委員会傘下の企業行動部会の中に、「セブン & アイグループ ダイバーシティ&インクルージョン推進プロジェクト」(当初はダイバーシティ推進プロジェクト)を設置し、グループのダイバーシティ&インクルージョン推進活動の方針立案や、グループ横断施策の立案・実行をしています。

2013年からは、セブン-イレブン・ジャパンやイトーヨーカドーなどにおいてもダイバーシティの専任組織が発足し、グループ会社の特性に応じた個別の目標を設定して取り組みを進めています。また、グループ主要11社のダイバーシティ推進担当者が集まるダイバーシティ推進連絡会を定期的に開催し、グループ各社の推進活動の進捗や課題を共有するとともに、良い取り組みのグループ他社への水平展開を図っています。活動の内容は、グループ28社の人事・CSR責任者が集まる企業行動部会、およびセブン & アイHLDGS. の代表取締役社長を委員長としたCSR統括委員会において定期的に報告し、グループ全体のダイバーシティ&インクルージョン活動の浸透と具現化を目指しています。

➤「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」行動宣言ホームページ(男女共同参画局) 

女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画

➤ 株式会社セブン&アイ・ホールディングス 

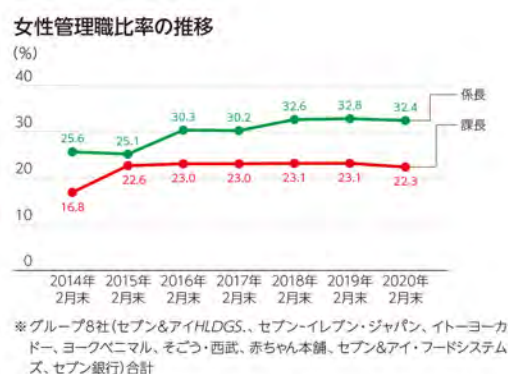
➤ 株式会社セブン-イレブン・ジャパン 

➤ 株式会社イトーヨーカ堂 

➤ 株式会社そごう・西武 

女性管理職比率の推移

ダイバーシティ推進目標の一つである「女性の管理職比率30%達成」に向けて、能力のある女性の登用と人材育成の強化に取り組んでおり、2020年2月末現在、女性管理職比率は係長級が32.4%、課長級が22.3%となっています。また、女性や管理職の意識改革が進み、子育て中の管理職や時間短縮勤務中の管理職も多数誕生しています。現在は、グループ各社において管理職や幹部候補者の選抜研修の実施や面談時の上司とのキャリアプランの共有などを行うことにより、女性の育成と登用を進めています。



➤ 事業会社別の女性管理職比率はこちら(データ集) 

多様な人材が活躍できる風土の醸成

セブン&アイグループは、女性をはじめ多様な人材が活躍できる風土の醸成に向けて、さまざまな層を対象としたコミュニティ活動や研修などを実施しています。

子育て中の従業員への支援

セブン&アイHLDGS.では、グループ横断の取り組みとして、2012年より子育て中の従業員、妊娠中の従業員のネットワーク構築と不安解消を目的としたコミュニティ活動を実施しています。仕事と子育ての両立について、毎回テーマを決めて昼休みに情報交換とディスカッションを行い、働き方の見直しにつなげています。2019年度は4回開催し、グループ各社から85人が参加しました。



子育てコミュニティ

グループ各社では、仕事と育児を両立する従業員が最大限の力を発揮できる環境づくりを進めるため、さまざまな啓発活動・支援を実施しています。

セブン-イレブン・ジャパンでは、育児休職から復職する従業員を対象に、2015年より「復職ガイダンス」を開催しています。2018年度からは、春・秋の年2回実施しており、2018年度は162人、2019年度は130人の従業員が参加しました。ガイダンスは東京の本社と全国の事業所をTV会議システムでつなぎ、また子どもを預けて参加が出来るように、社内で一時保育を行うなど、参加しやすい環境を整えています。

セブン&アイ・フードシステムズでは、2019年度は育児をしながら働く従業員を応援する「パパママコミュニティ」を開催しました。育児から間もなく復帰する従業員やこれから産休を考える方を対象に、リ・チャレンジ制度の説明や先輩ママ従業員とのコミュニティの場を設け、両立の不安を軽減するための働きかけを行いました。

また、ヨークマートでは、子どもがいる女性従業員を対象とした交流会を2019年度は3回開催しました。そのうちの2回は労使共催で実施し、託児室を設け育児休職中の従業員も交えて、仕事と育児の両立に関する課題や目標を共有しました。



「復職ガイダンス」の様子(セブン-イレブン・ジャパン)

女性のキャリア開発支援

セブン&アイHLDGSでは、ポジティブアクションの一環として女性のキャリア開発支援に向けた取り組みを継続しています。2017年からは、将来の管理職層を育成するため、管理職で必要となる知識やスキルを学ぶ「なでしこアカデミー」の開催を始めました。2020年2月末までに延べ12回開催し、グループ各社から約1,500人が参加しています。2020年度からは、さらに対象者を広げたセミナーを開催予定です。



なでしこアカデミー

男性の家事・育児参画の促進

セブン&アイHLDGSでは、グループ横断の取り組みとして、2013年から、男性の家事・育児参画意欲を高めるため、男性社員を対象とした「イクメン推進プログラム」を実施しています。2019年度はセブン-イレブンの料理キットを利用した時短料理教室を開催しました。

また、セブン-イレブン・ジャパンでは、育児休業や育児休暇の制度の概要や利用方法を紹介した「働く父親のガイドブック」を作成し、従業員がいつでも閲覧できるようにすることで、男性の育児参画の促進を図っています。

[男性の育児休暇・育児休業取得促進についてはこちら](#)



男性社員向け料理教室

管理者向けの研修・意識啓発

セブン&アイHLDGSでは、グループ横断の取り組みとして、2014年から、ダイバーシティ&インクルージョンの重要性と、多様な人材のマネジメントに関する管理職の意識改革を目的とした「ダイバーシティ・マネジメントセミナー」を実施しています。2020年2月末までに延べ20回開催し、グループ各社から約5,500人が参加しました。多様な部下のマネジメントや働き方改革、リーダーシップなどのテーマで外部講師によるセミナーを行い、さまざまな切り口でダイバーシティについて考える場となっています。2020年度はアンコンシャスバイアスの払拭に向けた研修をスタートしています。

また、管理職を対象に仕事と育児や介護を両立している部下とのコミュニケーションの促進を目的とした「ダイバーシティ・マネジメントハンドブック」をグループ各社の管理職へ配布して階層別の研修の中で説明するなど、多様な人材を活かし、成果を出せる管理職の育成につなげています。

セブン・イレブン・ジャパンでは、2017年より毎月「ダイバーシティ通信」を発行して管理職を含む全従業員に共有し、ダイバーシティ・マネジメントの意義やLGBTの知識、両立支援制度の理解など、ダイバーシティに関する意識醸成を図っています。イトーヨーカドーでは、階層別の役職者研修の中で、多様な従業員が活躍できる職場の重要性や、育児や介護と仕事の両立のための制度理解、時間短縮勤務者の評価など多様な部下のマネジメントに関するセッションを実施しています。2019年度は5回開催し、124人の役職者が参加しました。



ダイバーシティ・マネジメントセミナー

LGBTへの取り組み

セブン&アイHLDGSは2016年にグループの企業行動指針を改定し、新たに「性的指向・性自認による差別の禁止」を明記して取り組みを進めています。2017年より毎年外部講師によるLGBTの理解促進のためのセミナーを開催し、2020年2月末までに合計でグループ17社387人が参加しました。また、2018年には国内グループ従業員を対象としたeラーニングを実施し、約17,000人が受講。グループ従業員に配布する社内報では、LGBTの基礎知識を特集するなど、継続した啓発を行っています。

セブン・イレブン・ジャパンでは、2018年・2019年の2年連続で、日本最大のLGBT啓発イベントである「東京レインボープライド」に企業ブースを出展しLGBTフレンドリーでありたいという私たちの企業姿勢を社内外に発信しています。2018年には、「九州レインボープライド」にもブースを出展し、地方での啓発活動にも取り組んでいます。こうした取り組みを通して「PRIDE指標」(LGBTに関する取り組み進捗度を測る国内唯一の指標)において、2018年に「ゴールド」、2019年に「シルバー」に認定されました。



「東京レインボープライド2019」出展



PRIDE指標 シルバー2019

社外からの評価

セブン&アイHLDGS. は、女性の活躍推進のための具体的な目標を設定し、グループ一丸となって取り組みを進めてきました。これらの取り組みや積極的な女性管理職への登用により、社外から評価をいただいております。

社外からの主な評価

- 2014年 「エンパワーメント大賞」受賞（日本生産性本部）
- 2015年 「女性が輝く先進企業表彰・内閣総理大臣表彰」受賞（内閣府）
- 2015年 「企業行動表彰」受賞（東京証券取引所）
- 2017年 「なでしこ銘柄2017」選定（経済産業省・東京証券取引所）
- 2019年 「準なでしこ2019」選定（経済産業省・東京証券取引所）



準なでしこ2019

セブン&アイHLDGS. は、女性活躍推進法に基づき、女性の活躍推進に関する優良な企業として認定され、「えるぼし」の最上位である“3段階目”を取得しました。「採用」「継続就業」「労働時間等の働き方」「管理職比率」「多様なキャリアコース」の5つの評価項目すべてにおいて認定基準を満たしています。同様に、イトーヨーカドー、そごう・西武、セブン銀行、セブン・カードサービス、セブン・フィナンシャルサービス、ニッセン、ニッセンライフにおいて「えるぼし」“3段階目”を、セブン&アイ・フードシステムズにおいて“2段階目”を取得しています（2020年2月末現在）。また、2020年9月に、セブン-イレブン・ジャパンは「えるぼし」“2段階目”を取得しました。



3段階目



2段階目

認定マーク「えるぼし」

障がい者雇用の促進

セブン&アイHLDGS. は、誰もが活躍できる職場づくりを理念に掲げ、障がいのある人も力を発揮できる環境づくりに取り組んでいます。事業会社では、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、就業時間を協議・決定し、さまざまな部門で障がいのある方が仕事をしています。

採用にあたり、特別支援学校と連携した店舗での職場実習や地域のハローワークが主催する就職面接会への参加のほか、職業能力学校とも連携しています。また、各社の採用・教育担当が障がいに関する配慮の周知と実行を図れるように、障がいのある方を雇用するうえでの基本的な知識および実際の採用方法などをまとめた「セブン&アイHLDGS.ノーマライゼーションサポートガイド」を配布しています。

また、重度の障がいがある方の雇用を促進するために設立した特例子会社テルベ※₁では、2020年6月1日現在、22人の障がいのある方を雇用し、テルベを含むグループの障がい者雇用率※₂は2.96%となりました。2020年度は2.96%の目標を掲げております。

テルベは設立から23年間、障がい者が働きやすい職場環境を目指し、ノーマライゼーションの実践に取り組んできたことが評価され、2017年に初めて実施された「障害者活躍企業」認証で、記念すべき第一号の認証となりました。

※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



特例子会社テルベの様子



障害者活躍企業2017 認証第1号



障がい者の雇用に向けて行政と連携した就労支援研修の実施

セブン-イレブン・ジャパンでは、各地の行政と連携し、障がいのある方の就労支援の一環として、特別支援学校の教諭・生徒向けに就労支援研修「セブン-イレブンの仕事体験」を実施しています。現在、北海道、大阪府、京都府、福岡県で実施しており、今後もエリアを拡大していきます。



就労支援研修「セブン-イレブンの仕事体験」の様子

多様な方々への向きあい方を学ぶ「ユニバーサルマナー」への取り組み

セブン-イレブン・ジャパンでは、高齢者や障がい者、外国人など、多様な方々への基本的な向き合い方を学ぶ機会として「ユニバーサルマナー検定3級」検定取得の講習を開催しています。講習では「ユニバーサルマナーとはなにか」「自分とは違う人のことを思いやり、適切な理解のもと行動しよう」など、講義やグループワークを通じて理解を深めています。この取り組みは2018年7月から開始し、2020年2月末までに159人が3級の認定を受けています。今後も従業員一人ひとりが働きやすい環境づくりを推進していきます。

障がいのある社員の職場定着支援

セブン-イレブン・ジャパンでは、障がいのある社員の職場定着支援策として、「障害者の雇用の促進等に関する法律」による厚生労働省が定める資格の取得を推進しています。2020年2月末時点では、「障害者職業生活相談員」の認定を受けた社員が89名、「ジョブコーチ(企業在籍型職場適応援助者)」は12名が認定を受けるなど、取り組みを進めています。

シニア層や外国籍従業員の活躍支援

セブン&アイグループ各社では、定年再雇用制度を運用し、ベテラン従業員のスキルや能力を活かせる場を提供しています。例えば、イトーヨーカドーでは、定年後も働き続けたいと希望する従業員の声に応じて、1995年に65歳まで雇用を継続する、定年再雇用制度を導入しました。希望に応じて勤務日数や勤務時間について、3通りのパターンから選択でき、多様な働き方ができるよう整備しています。2006年4月からは、パートタイマーも65歳まで働くことができる「シニアパートナー制度」を導入し、2020年2月末現在、7,471人のシニアパートナーが活躍しています。さらに2017年5月には最長70歳まで勤務を継続できるよう、制度を拡充しました。

セブン-イレブン・ジャパンでは、少子高齢化や労働人口の減少が進む中、働く意欲のあるシニア層の雇用を創出しています。各自治体が開催する高齢者雇用についての企業合同説明会に積極的に参加し、シニア層の採用を促進しています。特にコンビニエンスストアで働くことに不安を感じる方に対しては丁寧な説明を心がけ、安心して働ける環境づくりにも努めています。また、外国籍従業員の方のお店に占める割合が増加しており、全国平均では2020年2月末現在約9.7%、約39,000名となっています。シニア従業員だけでなく、留学生や外国籍の従業員に対しても研修によるバックアップを行っています。



「シニアお仕事説明会」の様子

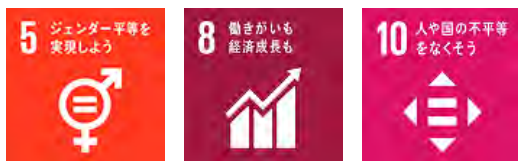
移住希望者への独立支援制度

セブン-イレブン・ジャパンでは、地元に戻って商売をしたいと検討している方や、子育てや住環境の充実した地域に生活基盤を移したいと考えている方などを応援する「移住希望者 独立支援制度」を始めています。地方などでセブン-イレブンを開業したいと考えている方に対して、引っ越し費用や物件確認のための宿泊費・交通費の支給など、移住を支援することで、買物拠点や就業機会の創出といった地域振興に貢献しています。

重点課題 4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

ワーク・ライフ・バランスの実現

セブン&アイHLDGS.では、「ワークライフ・シナジー」を掲げ、生活者視点を仕事に活かすと同時に、仕事で学んだことを生活にも活かし、相乗効果を生み出すことを目指しています。そのため、多様な従業員が安心して勤務できるよう、法定水準を超えるさまざまな支援制度を運用しています。また同時に、従業員の働きやすさ向上のために、長時間労働の是正や休暇の取得促進に取り組んでいます。



多様な働き方のための制度の拡充

セブン&アイグループ各社では、パートタイマーを含む従業員が育児や介護をしながら、安心して勤務を継続できるよう、法定水準を超えるさまざまな制度を運用しています。

例えば、従業員数が約3万人と事業会社の中で最も多いイトーヨーカドーでは、出産・育児制度と介護制度の2つの制度があり、いずれも男性・女性の区別なく入社1年以上の従業員を対象とし、パートタイマーの方も利用可能です。これらの制度は本人が自由に選択でき、「休職プラン＋短時間勤務プラン」といった組み合わせも可能です。制度は従業員すべてが見ることができるよう社内イントラネットに掲示し、若手の研修や階層別の研修においても制度の理解を促しています。

イトーヨーカドーの育児・介護支援制度

	育児支援制度	介護支援制度
短時間勤務	子どもが中学1年生の4月15日まで勤務時間の短縮が可能 ※休職との併用が可能	事由発生以降、最長で3年まで勤務時間の短縮が可能 ※休職との併用が可能
午後7時までの勤務	中学1年生の8月末日までフルタイム勤務で午後7時までに勤務終了	なし
休職	最長2年の休職後仕事に復帰 ※事情により最長3年 (短時間勤務との併用が可能)	事由発生以降、最長で1年間休職が可能。また分割して取得可能 ※短時間勤務と併用が可能
再雇用	育児のために退職後、3年以内であれば優先的に採用	介護のために退職後、3年以内であれば優先的に採用
所定外労働の制限・免除 深夜勤務の免除	子どもが中学1年生の4月15日まで時間外勤務の免除・制限、深夜勤務の免除が可能	家族を介護する場合、時間外勤務を制限、または免除が可能。深夜勤務の免除が可能。
子の看護・介護休暇	未就学の子どもの看護する場合に、子ども1人の場合は年に5日、2人以上の場合は10日の休暇(有給)が半日単位で取得可能	家族を介護する場合に、対象の家族が1人の場合は年に5日、2人以上の場合は10日の休暇(有給)が半日単位で取得可能
育児休暇	未就学の子どものいる場合、育児を理由に年間5日を上限に休暇(有給)の取得が可能	—

従業員の子育て支援

セブン-イレブン・ジャパンでは、子育て中の従業員の活躍を支援するため、2016年10月より「スポット保育」の取り組みを開始しました。フランチャイズチェーン本部であるセブン-イレブン・ジャパンでは、店舗の繁忙期である祝日や年末年始については基本的に勤務日となっています。一方で子育て中の従業員にとって、祝日や年末年始などの大型連休に子どもの預け先を確保することが難しい状況があるため、臨時的保育施設を自社の会議室や事業所付近の施設に開設しています。

4事業所でテスト運用を開始し、2017年5月より本運用を開始、2019年2月末時点で、全国の拠点（33エリア）へ拡大しています。2020年2月末時点で、従業員の延べ利用数は1,321人、お預かりしたお子様の人数は延べ1,769人となっています。さらに、2017年5月からはセブン&アイグループ14社に「スポット保育」を拡大し、従業員が存分に活躍できる環境づくりをグループで推進しています。

また、2017年10月にセブン-イレブン加盟店の経営者、従業員に加え、地域住民の方々、セブン-イレブン・ジャパン社員も対象とした保育施設「セブンなないろ保育園」を東京都大田区と広島市の2カ所に開園しました。2018年7月には仙台市、2019年6月には東京都町田市、京都市でも開園しており、今後も順次拡大していく予定です。

イトーヨーカドーでは、ショッピングセンター内にテナントとして、1都4県8カ所の認可保育所および企業主導型保育所といった保育施設を導入しており、従業員や地域住民の方々が利用しています。



スポット保育の様子



セブンなないろ保育園外観

男性の育児休暇・育児休業取得促進

セブン&アイグループでは、男性の育児参画を促進するために、2014年にグループ各社にて独自の育児休暇制度を導入しました。この制度は、未就学児がいる従業員を対象に、年に5日、1日単位で有給として取得できる特別休暇です。配偶者の出産時をはじめ、子どもの入園式や卒園式、運動会といったイベント参加など育児全般を理由に取得できることから、導入当初から多くの従業員が取得しています。2019年度は、セブン&アイHLDGS.では44人、セブン-イレブン・ジャパンでは519人、イトーヨーカドーでは393人の男性従業員が育児休暇を取得しました。

また、セブン&アイグループでは、男性の育児休業取得促進ポスターを管理職向けと取得者向けに作製して掲示するなど、男性従業員の育児休業取得促進にも取り組んでいます。

男性も思いきって 育児休業 とりませんか？

子どもが1歳になるまでの間（一定の場合には、1歳6ヶ月に達するまで）、
育児休業の取得が可能です。
子育ての中で、新たな視点やビジネスのヒントが生まれます。
それも一つの
「ワークライフ・シナジー」です。
特に男性が子どもの時間を増やすためには
上司・同僚のバックアップが必須です。
ぜひ、職場全体で考えてみてください。



セブン&アイグループ
ダイバーシティ推進プロジェクト

取得者向けポスター

育児休業を とらせて下さい。

職場全体でバックアップする環境を整えましょう。

子どもが1歳になるまでの間（一定の場合には、1歳6ヶ月に達するまで）、
育児休業の取得が可能です。
子育ての中で、新たな視点や
ビジネスのヒントが生まれます。
それも一つの
「ワークライフ・シナジー」。
ぜひ子どもとふれあう時間を
大切にしてください。



Q. 育児休業がとれそうな雰囲気は？

セブン&アイグループ
ダイバーシティ
推進プロジェクト

管理職向けポスター

子育て支援に関する外部からの評価

イトーヨーカドーは、厚生労働省より子育てサポート企業として「プラチナくるみん」の認定を受けました。「プラチナくるみん」とは、すでに「くるみん」の認定を受け、相当程度両立支援制度の利用が進み、高い水準の取り組みを行っている企業を表彰し、継続的な取り組みを推進するために創設された認定制度です。

また、セブン&アイHLDGS.、セブン-イレブン・ジャパン、ヨークベニマル、そごう・西武、セブン&アイ・フードシステムズ、セブン銀行は、「くるみん」を取得しています（2020年2月末現在）。



くるみんマーク

介護と仕事の両立支援

セブン&アイグループでは、仕事と介護の両立支援にも取り組んでいます。従業員の介護従事状況を調査すると、近い将来、仕事と介護の両立の可能性のある従業員は約7割を占めており、今後大きな課題になることが見込まれていることから、介護の事前準備について外部の専門家を招いた「介護セミナー」を定期的を実施しています。2019年度はグループ各社から225人が参加しました。

また、「仕事と介護の両立支援ハンドブック」を作成してグループ各事業会社の研修などで活用、相談窓口の周知、仕事と介護の両立事例を社内報で掲載するなど、仕事と介護の両立がしやすい環境づくりに努めています。

セブン-イレブン・ジャパンでは仕事と介護の両立を行うためのサポートとして、2019年に「仕事と介護の両立ハンドブック」をリニューアルしました。このハンドブックは、すべての従業員が必要に応じて確認出来るよう、イントラネットの掲示板に掲載しています。これからも従業員が仕事と介護の両立についての知識を正しく理解し、仕事と介護の両立体制を構築できるように、啓発活動を行っていきます。

在宅勤務制度

セブン&アイHLDGS.、セブン-イレブン・ジャパン、セブン&アイ・フードシステムズ、ニッセンホールディングス、セブン銀行では、生産性向上とワーク・ライフ・バランスの両立を目的として、就業前後の時間を有効に活用できるよう、在宅勤務制度を設けています。

長時間労働の抑制と休暇取得の促進

セブン&アイグループでは、働きやすい職場づくりのために、適切な就労環境の整備が大切であると考え、長時間労働の抑制と、年次有給休暇の取得率向上に取り組んでいます。グループ各社にて残業の見える化を推進し、管理職や従業員本人が残業を随時把握できるシステムを導入しています。また、残業の多い部門の業務の見直しや業務配分の見直しを進めるとともに、ノー残業デーの実施やポスターの掲示などを通じて就業環境を改善に向けた風土の醸成を図っています。また、グループで「年次有給休暇取得率70%」を目標に掲げ、グループ各社にて年に2回の長期休暇取得の推奨、休暇取得計画の見える化など、休暇取得促進のための取り組みを実施しています。

スライドワークの実施

セブン&アイHLDGS.とセブン-イレブン・ジャパンでは、2018年度より、プライベートな理由で就業時間を選択できる時差出勤「スライドワーク」を制度化しています。始業時刻を8時、9時、10時のいずれかから選択することができ、自ら始業時刻を決めることで、能動的・効率的な働き方を推進することを目的としています。

なお、2020年2月より新型コロナウイルス感染症拡大防止を目的として、7時、7時30分、11時の始業時刻を追加して選択できるようになっています。セブン-イレブン・ジャパンにおいては、特にスタッフ部門で8割以上の利用実績となっており、社員のプライベートな時間の充実や通勤の負担軽減につながっています。

変形労働時間制の実施

セブン&アイ・フードシステムズでは、2017年より、業務の繁忙・閑散に合わせた勤務を計画できる「1カ月単位の変形労働時間制」を導入しました。この制度の導入により正社員の年間休日取得日数が増加し、平均月間残業時間も減少したため、社員のワーク・ライフ・バランスが向上しています。

ボランティア休暇制度の運用

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、セブン&アイ・フードシステムズ、セブン銀行では、障がい者や介護の支援、環境保全、震災復興支援など、従業員の地域活動への参加を支援するために、年5日の「ボランティア休暇制度」を定めています。2019年度は、グループで33人の従業員がボランティア休暇を取得しました。

重点課題 4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

従業員の能力向上支援

セブン&アイHLDGS. は、グループ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します。



教育体系の整備

セブン&アイグループでは、グループ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います。特に、お客様と接する店舗従業員の能力向上は必要不可欠なため、役職別の集合研修の定期的な実施だけでなく、パートタイマーを含めた一人ひとりの能力開発とキャリア形成に努めています。

例えばイトーヨーカドーでは、パートタイマーを含む全従業員に対し、会社の方針や商売の基本、仕事に必要な知識・技術を学ぶ「入社時研修」を行っています。さらに所属部門の商品知識や、接客対応・生鮮技術のレベルアップを目的に、店舗でのOJTにつなげるための研修を継続的に実施し、従業員のスキルアップをサポートしています。そのほか、新入社員から売場担当者、売場マネジャー、統括マネジャー、店長に至るまで、その職務に応じた「売場管理」や「マネジメントスキル」を段階的に身に付ける研修や、次の役職に向けた事前のステップアップ研修も実施しています。

また、ヨークベニマルでは、従業員一人ひとりの現在の技術・能力や、今後習得すべき教育上の課題と目標を従業員個人とその上長で明確にするため、「目標設定カルテ」を運用しています。「目標設定カルテ」では、接客や売場管理、発注、調理技術など、業務遂行に必要な項目が細かく設定され、0～5までの6段階で個人の技術・能力を診断するものです。担当社員・パートタイマー向けの「技術編」については、担当している業務の特性・取扱商品に応じて部門ごとに診断項目を設定しています。また、店長、副店長、CS(カスタマーサービス)統括マネジャー・部門マネジャーなど店舗責任者の管理能力の向上と標準化を目指した「マネジメント編」も設定しています。従業員は、このカルテをもとに、自分のレベルを上長と確認し、年2回、上長と進捗状況を共有して次の目標を設定することで、自分の成長を確認するとともに、モチベーションの向上を図っています。



研修の様子

イトーヨーカドーの教育体制

役職	研修内容		情報共有
パートタイマー	入社時研修	・会社の基本、商売の基本	
	生鮮技術研修	・安心・安全、基本技術習得	
新入社員	入社時研修	・会社の基本、商売の基本	新入社員集合研修
	レジ・サービス研修	・レジ、サービスカウンター業務の基本	
	単品管理研修	・仮説、実行、検証、修正の考え方	
	部門別研修	・部門別の基礎知識、基本技術	
担当者	生鮮技術研修	・技術項目ごとの習得訓練	
	ステップアップ研修	・マネジメントの基礎、基本、 役職者としての必要スキルの習得	
担当マネジャー	新任研修	・売場責任者としてのマネジメント、数値分析、人の教育	担当マネジャー会議
	生鮮技術研修	・重点カテゴリー技術確認と習得	
	ステップアップ研修	・部門、事業部のマネジメント、統括マネジャーとしての 必要スキルの習得	
統括マネジャー	新任研修	・店舗運営に必要な知識、マネジメント	統括マネジャー会議
	ステップアップ研修	・事業部、店計のマネジメント、 店長としての必要スキルの習得	
店長	新任研修	・会社の基礎知識・経営視点での店舗運営	店長会議
	店長塾	・課題解決+人材育成	
	IY経営塾(羊雅塾)	・人材活用+組織力強化	

目上啓発支援(通信教育・エコ検定など)

研修施設の整備

セブン&アイHLDGS.は、事業特性に合わせ、販売や調理などの専門技術の習得を支援するとともに、グループの創業の精神を伝え、次世代を担う人材を育成するため、2012年に、神奈川県横浜市に「伊藤研修センター」を開設しました。研修センターには会議室のほか、生鮮担当者のための技能室(惣菜、鮮魚、寿司、精肉、青果)、レジ実習室、売場を再現した陳列実習室を完備。さらに、創業の精神と経営理念の浸透を図るための「史料室」を設けています。また、研修センター内には宿泊施設が備えており、車イス対応のユニバーサルデザイン室4室を含めた65部屋の宿泊室があります。



伊藤研修センター

▶ [伊藤研修センターの詳細はこちら](#)

人材公募制度の運用

セブン&アイHLDGS. は、従業員一人ひとりの意思を尊重し、その能力を十分に発揮できる適材適所の配置と組織の活性化を目指して、事業会社の枠を超えた「セブン&アイ キャリアチャレンジ制度」を運用しており、毎年実施しています。対象会社に勤務し、現職務担当および現役職期間が2年以上の正社員であれば応募できます。

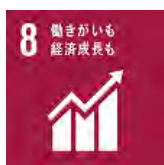
また、グループ各社でも社内公募制度を導入しており、例えばイトーヨーカドーでは、入社満1年以上の従業員であれば、業務経験や年功を問わずすべての管理職ポストと職種に立候補できます。2019年度は259人が応募し、うち15人が希望の役職や職種に就きました。

今後も、従業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推進していきます。

重点課題 4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

公正な評価・処遇

セブン&アイHLDGS.は、従業員一人ひとり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さまざまな評価制度を運用しています。



自己評価(セルフチェック)方式による公平性の確保

セブン&アイグループ各社では、従業員一人ひとりの能力の発揮と公正な評価を実現することを目的とした評価制度「セルフチェック制度」を設けています。各社とも年に2回実施しており、まず部下が自身の仕事を評価し、次に上司が評価し、両者の評価について面談で話し合います。面談で直接対話することにより、従業員が自らの成果や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。

また、上司と面談することで、職場でのマネジメントレベル・知識・スキルなどの課題を確認し、さらなるキャリアアップにつなげていきます。会社からの一方的な評価ではないため、従業員の納得感やモチベーションアップが図れるとともに、着実に業務レベルを向上するための制度となっています。

「マネジメント・チェック」の実施

セブン-イレブン・ジャパンでは、2017年11月から、部下と上司が「ともに会社をより良くし、社内の風通しを良くするため」の人事施策として、マネジメント・チェックを開始しました。部下が上司に対して「部下に対するマネジメント状態」を評価します。部下は上司を「人間力」「思考力」「行動力」「遵守」の4分類(各5問、全20問)で評価し、自由記入欄にコメントも入力します。結果は個人が特定されないように評価者全員の点数を平均化し、コメントは集約します。上司本人には結果を直接開示せず、評価対象者の上司から対象者へ中間面談時(年2回)に口頭でフィードバックし、一人ひとりの自己成長につなげて成果を創出するために積極的に活用しています。

従業員の処遇制度

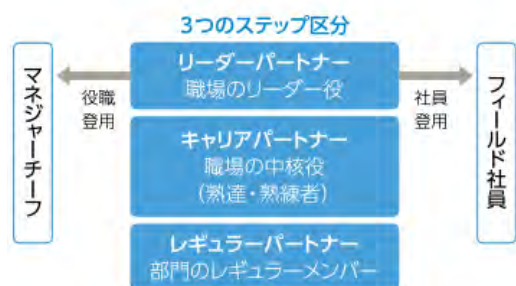
イトーヨーカドーでは、従業員が個人の生活設計や価値観に合わせて「働く地域」を選択できる「社員群制度」を設けています。この制度を基本に、業務遂行能力やスキルによって格付けされる「資格制度」と、現在担っている業務や役職に応じた「職責」の2つにより評価しています。また、仕事の成果や貢献度などから決まる個人の「評価」は、給与と賞与に直接反映しています。

多様な働き方の選択

セブン&アイHLDGS.では、従業員が多様な働き方を選んで、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。この制度は、本人が希望し、一定以上の評価と販売スキルを習得していくに従ってランクアップしていく制度です。また、最上位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180人が正社員となり、活躍しています（2020年2月末現在）。2020年1月には、初めてパートタイマー出身の店長が誕生しました。

さらに、パートタイマーからも多くの人が、売場責任者などの役職に登用されています。この取り組みが評価され、厚生労働省において2015年度に創設された「パートタイム労働者活躍推進企業表彰」で最優良賞（厚生労働大臣賞）を受賞しました。

イトーヨーカドーの「ステップアップ選択制度」



表彰式(2016年1月)

重点課題 4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

従業員の健康への配慮、労働安全衛生

セブン&アイHLDGS.は、グループの持続的成長と地域社会の健康増進を目指すべく、3つの目標を掲げた「セブン&アイ健康宣言 NEXT」の策定や働きやすい職場環境の維持を目的に「安全衛生委員会」の開催など、さまざまな取り組みを実施しています。



「セブン&アイ健康宣言 NEXT」の3つの目標

1. 私たちは、自らの健康課題を把握し、改善に向けて行動します
2. 私たちは、社員の誰もがイキイキと仕事に取り組める職場作りを実現していきます
3. 私たちは、「健康応援」の商品やサービスを通じて、お客様の健やかな毎日をサポートする企業であり続けます

<トップメッセージ>

セブン&アイHLDGS.は、社員の健康増進が会社全体の活性化をもたらし、さらに社会的な「生活の質（QOL）」向上にも寄与するものと捉え、社員一人ひとりの積極的な健康増進の取り組みを支援しています。このため2014年10月には、社員の健康、生活の質を高め、企業の活力を増進させることを目指し「セブン&アイ健康宣言2018」をスタートさせ、健康に関するさまざまな取り組みを実施することで、一定の成果を収めてまいりました。

これを踏まえ、取り組みの一層強化を図り、新たに3つの目標を掲げた「セブン&アイ健康宣言NEXT」を策定し、その取り組みをスタートします。

本宣言では、個々の社員、企業、社会それぞれに関わるテーマを設定し、具体的な施策を通じて、成果を上げていくことを目指しています。

社員の健康増進は、個人の生活の質を高める基盤となり、仕事においても一人ひとりがよりいっそう活躍する機会を広げ、私たちグループの持続的成長の源泉となります。

また、安全・安心な商品をご提供するという基本理念に基づき、味・品質にこだわりながら添加物の低減に取り組む商品開発とお客様の関心が高い食品成分表示の徹底、健康サポート商品の開発提供、健康的な食生活や食育支援などを通じて、日々私たちグループの店舗や商品をご利用いただいているお客様への健康応援に努め、地域社会の健康増進にも寄与してまいります。

セブン&アイHLDGS.はこれからも日々の暮らしに密着した視点から、生活や社会の健やかな成長発展に貢献する取り組みを深化させ、社員や社会の皆様から信頼され、必要とされる企業を目指してまいります。

2019年10月
代表取締役社長
井阪 隆一

『セブン&アイ健康宣言NEXT』の具体的な取り組み内容

【個人の取り組み】

テーマ1:健康維持・未病、健康回復に向けた取り組み

内 容:健康課題を把握し、改善に向けた取り組みの実施

- 定期健康診断の充実
- 未病、疾病早期発見への取り組み
- 生活習慣病予防対策
- 喫煙率低下に向けた取り組み

テーマ2:ITも活用した健康増進への取り組み

内 容:IT(ウェアラブルやアプリ)を活用した健康意識の醸成

【職場の取り組み】

テーマ1:心身ともに健康で、働きやすい職場づくり

内 容:適切な就労環境の整備を通じたワーク・ライフ・バランスの推進

- 労働時間の適正化
- 休日・休暇取得促進と有効活用

心身の健康向上に向けた取り組み

- サーベイを活用した組織課題の把握と改善に向けた取り組み
- メンタルヘルス研修実施によるメンタル疾患の未然防止

コミュニケーション促進に向けた取り組み

- 社内コミュニケーション活性化に向けた職場環境整備
- 社員交流のためのイベント実施

仕事と療養の両立に向けた環境整備および支援への取り組み

テーマ2:健康で快適な職場環境の整備

内 容:受動喫煙防止に向けた職場環境の整備

- 禁煙／分煙環境の整備

リラックス(休養)スペースの設置

- 誰もが利用しやすい休養スペースの設置

労災防止に向けた職場環境の整備および救護の取り組み

- 労災防止の徹底と応急救護知識の深耕

【社会への取り組み】

テーマ1:社会に対する健康応援の取り組み ～SDGsへの貢献～

内 容:安全・安心な商品開発

- 食品添加物の使用低減
- 栄養成分、アレルギー情報の提供

健康サポート商品の開発、提供

- 「カラダへの想いこの手から」シリーズの拡充(セブン-イレブン)
- セブンプレミアム健康系商品の開発および展開

さまざまな形での健康的な食生活支援

- クッキングサポートによる健康的な食生活情報提供(イトーヨーカドー)
- ミールキット、冷凍食品を通じた食生活支援

地域行政と連携した健康応援の取り組み

- 店舗の催事場を活用した健康イベントの実施

グループの持続的成長と地域社会の健康増進の取り組み

セブン&アイHLDGS.では、従業員の健康は生活の質を上げるだけでなく、企業が活力を増して経営の効率を高めていくものと捉え、セブン&アイ・ホールディングス健康保険組合と連携し、2014年度に「セブン&アイ健康宣言2018」をスタートさせ、さらなる取り組みの強化を図るべく2019年10月に「セブン&アイ健康宣言 NEXT」を策定しました。目標の達成に向けて、セブン&アイHLDGS.代表取締役社長を委員長とした「CSR統括委員会」傘下の企業行動部会の中に「健康経営推進」を組み入れ、セブン&アイHLDGS.人事企画部、健康管理センター、健康保険組合が中心となり、グループ各社の人事・勤労責任者と連携し、各施策を推進しています。

「セブン&アイ健康宣言 NEXT」では、生活習慣病のリスクや喫煙率の低下、年次有給休暇取得率の向上、長時間労働の削減などを目標として設定しました。その支援策としてポータルサイト「健康管理システム『MY HEALTH WEB』」の活用やメンタルヘルス研修、健康イベント、社員食堂での低カロリー・減塩メニューの提供、社内報などを通じて健康に関する意識を啓発し、従業員一人ひとりが健康を維持管理できるようにサポートしています。

「MY HEALTH WEB」は、一人ひとりがWEB上で、自らの過去5年分の健康診断データを閲覧でき、健康状態の確認と目標設定、改善のアドバイスが受けられるツールで、スマートフォン向けアプリも活用できる環境になっています。

また、グループ各社では、労働安全衛生法に基づき、従業員の適切な健康管理に向けて、定期健康診断の受診と診断後の措置の徹底、ストレスチェックの実施の徹底に取り組んでいます。

2020年3月には、これらの取り組みが評価され、セブン&アイHLDGS.とセブン・イレブン・ジャパン、そごう・西武、ヨークベニマル、ヨークマート、セブン&アイ・フードシステムズの6社が、経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人2020 ～ホワイト500～」に認定されました。



「健康経営優良法人2020」認定証

セブン&アイ健康宣言 NEXT

目標	2023年3月末までの目標の具体的内容					
1. 適正な体重にコントロールさせる	BMI25以上の人の割合※1					
		2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2023年3月末目標
	男性	34.6%	35.5%	37.6%	38.5%	28%以下
	女性	25.0%	25.6%	26.8%	27.6%	18%以下
2. 喫煙率を低下させる	社員全体の喫煙率※1					
		2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2023年3月末目標
	全体	31.3% (男性:42.8%、女性:23.0%)	30.3% (男性:41.3%、女性:22.7%)	29.3% (男性:39.7%、女性:21.8%)	28.1% (男性:38.0%、女性:21.2%)	20%以下
3. 年次有給休暇取得率を向上させる	年次有給休暇取得率 70%以上					
4. 長時間労働を減らす	長時間労働(所定外勤務月45時間以上)の割合 5%未満					
5. 当社開発商品において、健康サポート商品を増加させる						
6. 健康をテーマにしたクッキングサポート※2の回数を増加させる						

※1 BMI・喫煙率はセブン&アイHLDGS. 健康保険組合加入のグループ23社合計

※2 店舗におけるメニュー提案

労働災害の防止

セブン&アイ HLDGS. では、安全で働きやすい職場環境の維持にあたり、グループ各社で法令に基づいて「安全衛生委員会」を開催し、就労状況を含めた職場環境の改善とともに、労働災害防止のための施策を実施しています。例えば、イトーヨーカドーでは、生鮮食品を扱う従業員を対象に、包丁などの器具の取扱いに関する教育を実施しています。また、セブン&アイ・フードシステムズでは、啓発ポスターなどを年3回店舗に掲示して労働災害防止を呼びかけています。労働災害が起きた店舗にはヒアリングに入り、原因と具体的な防止策を共有しています。

2019年度のグループ8社の労働災害に関するデータ

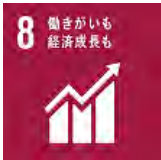
	セブン&アイ HLDGS.	セブン-イレ ブン・ジャパ ン	イトーヨー カドー	そごう・西 武	ヨークベニ マル	セブン&ア イ・フードシ ステムズ	赤ちゃん 本舗	セブン銀行
労働災害度数率	0.00	0.54	1.37	0.69	3.58	1.18	0.33	0.00
労働災害強度率	0.00	0.01	0.03	0.01	0.01	0.02	0.03	0.00

※労災に伴う死亡は発生していません。

重点課題 4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

従業員エンゲージメント調査

セブン&アイHLDGS.では、働きがいのある職場づくりを目指して、従業員エンゲージメント調査を行っています。



従業員エンゲージメント調査

従業員エンゲージメント調査とは、従業員の「一人ひとりが常に主役である気持ち」と「自分の仕事に対する誇りと情熱」を持ち、期待以上の成果を出すまで諦めずに頑張る気持ちを指標化したものです。2018年度は、国内28社、約35,000人の従業員を対象に調査を実施しました。2年に1度、調査を実施しており、次回の調査は2020年度下期を予定しています。

従業員エンゲージメント調査の結果（一例）

- 会社に対して自発的な貢献意欲のある従業員の割合※

男性	50%
女性	43%
全体	47%

※2018年度の調査結果。従業員の会社に対する自発的な貢献意欲の度合いを4段階に分類し、上表の数値は、「非常に高い意欲がある」「意欲がある」「やや意欲がある」従業員の割合。

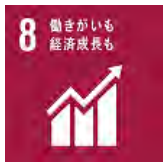
改善活動の促進

従業員エンゲージメント調査の結果は、経営層に報告するとともに、グループ各社において調査結果の分析や課題の整理を進めています。今後、整理された課題に基づき改善のための施策を立案し、順次実行に移していくとともに、次回の従業員エンゲージメント調査において検証を行う予定です。

重点課題 4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

健全な労使関係

セブン&アイHLDGS. は、結社の自由・団結権・団体交渉権を労働者の権利として尊重しており、企業行動指針においても「国際的な規範に基づき労働者の団結権などの諸権利を認め、従業員との対話を通じて職場環境の改善に努めます」と定めています。



結社の自由、団体交渉権の尊重

セブン&アイHLDGS. では、グループ内の11※の労働組合が「セブン&アイグループ労働組合連合会」を組織し(2020年3月現在、組合員数約52,000人(全11労働組合)、組織率70.7%(イトーヨーカドー労働組合))、「涸れた井戸からは水は汲めない」という考えのもと、組合員を対象としたさまざまな活動に取り組んでいます。また、組合員の組織運営や労働条件などについて情報交換を行い、連携を図っています。

各加盟組合が主体的に独立性を持った組織を創り、その上で連携・連帯し、お互いが力を補完し合うこと、また共通の労働条件について統一して向上させていくことが、それぞれの労働組合や労働組合連合会をより強固な組織にしていこうという基本的な考え方をもって活動しています。セブン&アイHLDGS. と労働組合では、労使間で活発な議論を重ね、労働条件や従業員の働く環境に関する諸問題の改善を図っています。

例えば、イトーヨーカドーでは、組合員・従業員に関わる処遇制度や労働諸条件について話し合い、課題解決・生産性向上に向けた労使協議の場を大切にしています。昨今の働き方改革の推進は労使協働の取り組みとし、ワークルールの周知徹底、休日・休暇取得の促進を図り、労働環境の適正化とワーク・ライフ・バランスの実現を目指して取り組んでいます。

※イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨーク、シェルガーデン、丸大、ライフフーズ、サンエー、そごう・西武、赤ちゃん本舗、セブン&アイ・フードシステムズ、ロフトの11社

重点課題 4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

子育て支援

セブン&アイグループは、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少なくなっている中、店舗を活用して育児に関するさまざまなサポートを実施しています。



マタニティ・育児相談サービスの提供

イトーヨーカドー、そごう・西武では、2020年2月末現在、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無料で相談を承る「マタニティ・育児相談室」を108店舗、「プレママステーション」を5店舗、それぞれ展開するほか、授乳用個室や給湯器、子ども専用トイレなどを備えた休憩室を設置しています。



育児に関する相談窓口

イトーヨーカドーの育児相談件数(利用者の実績)

2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
237,336件	246,060件	245,988件	239,934件	224,552件

子育て支援イベントの開催

イトーヨーカドーでは、子育てのアドバイスや保護者同士の交流を目的とした、さまざまなイベントを開催しています。大学や自治体、メーカー様数社と連携し、「産官学が連携し、家庭で楽しめる」をテーマに、母親の健康維持・増進・リフレッシュ・子育てに役立つ情報の提供を目的としたイベントにも積極的に取り組み、イベントを通じて地域の皆様の子育て支援の輪を広げています。



産官学が連携した子育て支援イベント

キャリア教育の支援

セブン&アイグループは、小・中学校や高等学校、大学でのキャリア教育を支援するため、学校からのご依頼に応じて、各校への社員の派遣や、職場見学、店舗において身近な店内業務を経験する職場体験に協力しています。例えば、ヨークでは店舗での食品加工作業の見学や、売場で商品の陳列などを体験する場を提供しており、毎年約7,000人の小・中学生が参加しています。また、イトーヨーカドーでも店舗で職場体験を受け入れており、年間約9,000人の児童・生徒・学生にコーディネート提案や試食販売などを通じて、お客様への提案として自ら考え、表現することの楽しさや、安全・安心を守るための基本項目を守ることの大切さを体験していただいています。そのほか、セブン&アイ・フードシステムズでは、レストランの店長の仕事や、食材の管理、おもてなしの大切さなどを実際の体験を通じて学んでいただく職場体験を実施しており、2019年度は120校の児童・生徒が参加しました。セブン&アイグループの研修施設、伊藤研修センターでは、売場づくり体験や食品加工体験のほか、車いすのお客様への対応など、さまざまなお客様の立場に立った対応の場を提供しています。それらの体験を通じて働くことの意義やお客様に接する喜びなどを感じていただけるようにしています。



伊藤研修センターでのレジ接客体験学習

さらに、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り、さまざまな企業が出店する中で、就業および社会体験の機会を提供するものです。子どもたちは、セブン-イレブン店内で接客から売場づくりなどを体験することで社会の仕組みを学びます。2019年度は2,223名の児童が接客・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。



品川スチューデント・シティ

企業と学校の交流

セブン-イレブン・ジャパンでは、企業と学校の交流を図る「読売教育ネットワーク」の一環として、出前授業を開催しています。2019年3月に東京都杉並区の小学校で出前授業を行い、授業では地図上の架空の町にセブン-イレブンを出店するグループワークを実施。児童たちには、グループワークを通じてセブン-イレブンの社会的役割を楽しく理解していただいています。同時に、社会環境の変化（お客様のニーズの変化）に合わせて近くて便利なお店づくりを目指すセブン-イレブンの商品・サービスがどう変化してきたか（CRM戦略※やSDGsへの対応）を学んでいただき、児童にとってコンビニエンスストアという身近な存在から社会を考える良いきっかけにもなっています。

※CRM: Customer Relationship Management＝「顧客関係管理」

（顧客満足度と顧客ロイヤルティの向上を通して、売上の拡大と収益性の向上を目指す経営戦略/手法）



出前授業の様子

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「森の戦士ボノロン」の発行（偶数月に約100万部発行）に協賛・協力しているほか、絵本の無料配布や従業員が子どもたちに児童館などで読み聞かせ会を継続して開催しています。また、セブン&アイ・フードシステムズのデニーズでも、同様に読み聞かせ会を開催しています。



従業員による読み聞かせ会

食育の支援活動

セブン&アイグループでは、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「たべものボノロン」をデニーズで配布しています。

また、デニーズでは2019年度に合計9回「おこさま食育スクール」を開催しています。「お箸の使い方」、「ナイフ、フォーク、スプーンなどの使い方」のお話や基本的な作法を学ぶ「マナー」と「食材」をテーマにパネルを使った説明やクイズを交えて楽しく野菜のことを学べる場となっています。



©コアミックス, ©ボノロンといっしょ。2007
食育フリーペーパー「たべものボノロン」



食育スクール

ザンビアの子どもたちへ靴を寄贈

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)とともに「ザンビアのこどもたちに靴を贈ろう」プロジェクトに取り組んでいます。お客様からお預かりした靴は、ジョイセフを通じてザンビア共和国の子どもたちに贈っています。この靴は、裸足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2020年2月末までの累計で約95万足になりました。

※途上国の女性、こどもの命と健康を守る活動をしている日本生まれの国際協力NGO。



「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、2020年2月末現在、店内外に60台(赤ちゃん本舗44台、そごう・西武16台)のホワイトリボン支援自動販売機を設置し、飲料をお買上げ1本につき2円(飲料メーカー様1円+設置した事業会社1円)をジョイセフに寄付しています。また、そごう・西武では、2010年よりオリジナルの「ホワイトリボンピンバッジ」を作成し、収益全額を「ホワイトリボン運動」に寄付しています。



ホワイトリボン支援自動販売機



2019年 ホワイトリボンピンバッジ

重点課題 5 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

重点課題の考え方

セブン&アイHLDGS.は、お客様に提供する商品・サービスを社会・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。

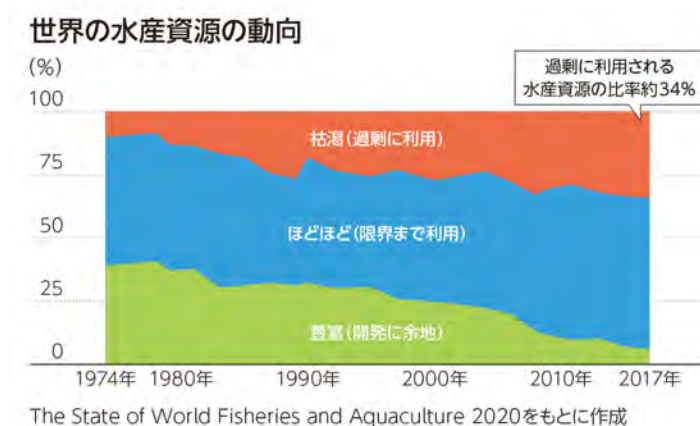
商品の原材料の調達からお客様のもとに届くまでのすべてのプロセスにおいて、法令を遵守するだけでなく社会・環境に配慮した価値のある商品を提供することは、資源の持続可能性向上に寄与するとともに、サプライチェーンの強靱さを向上し、事業継続性を担保するうえで重要です。また、近年高まる「エシカルな消費」へのお客様の意識に対応することで、競争力の強化にもつながります。そのため、お取引先様を含むサプライチェーン全体で取り組みを進めていきます。

※「倫理的」「道徳的」という意味。近年では、環境保全や持続可能な社会実現への貢献という意味が強くなっている。

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。



サプライチェーンの社会・環境影響への関心の高まり

現代奴隷とは、強制労働や人身売買、性的搾取、強制結婚などをさせられている人たちのことで、世界に約4,000万人いると言われています。調査によると、そのうちの約7割は女性で、子どもも25%含まれます※。

世界中でこのような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。エシカル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。

※Global Slavery Index 2018 より



重点課題の推進体制

本重点課題は、セブン&アイHLDGS. 取締役 常務執行役員 経営推進本部長を責任者にCSR統括委員会とその傘下のサプライチェーン部会では、「サプライチェーンの社会・環境影響への対応」、環境部会では、「自然資源の枯渇」「生物多様性の損失」といった商品調達、お取引先様に関わる課題を挙げ、具体的な対策を検討・立案し、グループ全体で取り組んでいます。

SDGsへの貢献

この重点課題に取り組むことで、セブン&アイグループはサプライチェーン全体で持続可能な食資源の生産と消費形態を実現し、持続可能な開発目標(SDGs)の目標2と7、8、10、12、13、14、15、16の達成に貢献します。



セブン&アイHLDGS.の取り組み

お取引先行動指針の運用強化

お客様に安全・安心な商品を提供し、お取引先様と協働で人権・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しています。

[詳しくはこちら](#)

持続可能な環境保全活動

NPO法人や各種団体と協働して、地球温暖化防止への貢献、生物多様性の保全に取り組んでいます。

[詳しくはこちら](#)

持続可能な原材料の調達

自然資源の将来世代にわたる持続可能な利用のために、「持続可能な調達基本方針」を定め、さまざまなステークホルダーと連携しながら取り組みを進めています。

[詳しくはこちら](#)

重点課題 5 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

お取引先行動指針の運用強化

セブン&アイHLDGS. は、お客様に安全・安心な商品を提供し、お取引先様と協働で人権・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しています。

お取引先行動指針の徹底

セブン&アイHLDGS. は、2007年に策定した「セブン&アイHLDGS. お取引先行動指針」を、2017年4月に「セブン & アイグループお取引先行動指針」(以下、本指針)として改定し、お取引先様に本指針への理解と遵守をお願いしてまいりました。さらに、2019年12月に「セブン & アイグループお取引先サステナブル行動指針」として改定いたしました。本指針の趣旨は、グループで取扱っている商品・サービスの安全性と品質の確保だけでなく、サプライチェーン全体の人権の保護と尊重、法令遵守、地球環境保全、労働環境への配慮などを推進し、お取引先様の皆様とともに社会的責任を果たすことです。本指針については、グループ各社のお取引先様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&アイグループお取引先サステナブル行動指針(抜粋)

1. 人権の尊重と保護
2. 法令遵守
3. 児童労働の禁止、若年労働者の保護
4. 強制労働の禁止
5. 生活賃金の支払い
6. 虐待・ハラスメント・差別・懲罰の撤廃
7. 雇用・労働者保護
8. 地球環境保全
9. 機密漏洩防止・情報管理
10. 個人情報管理
11. 品質管理とエシカル対応
12. 地域社会・国際社会との関係
13. 腐敗防止と公正な取引
14. 知的財産の保護
15. 輸出入管理
16. 内部通報制度の整備
17. 災害対策
18. サプライチェーンへの展開
19. モニタリング

▶ [セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針はこちら](#)

セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針の推進

セブン&アイHLDGS.は、社是の「信頼と誠実」の精神に則り、お取引先様とともに「共存共栄・持続的発展」を目指して、セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針を推進してまいります。

当社では、SDGsへの貢献とESGへの対応を目的に、お取引先様に本指針をご理解いただき、実効性のあるサステナブルな活動を推進しています。加えて、主にセブン&アイグループ各社のプライベートブランド商品の製造委託お取引先様向けに、セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針の理解および周知、実践を方針に掲げて以下の通り、PDCAのサイクルにて取り組んでいます。

- 周知・浸透 : 説明会の開催
- 実行の確認 : セルフチェックシートの運用
- 実行の支援 : コンプライアンス研修の開催
- 実行の検証 : CSR監査の実施と是正促進

サプライヤーリスクを人権・労働環境・地球環境保全などの視点から、地域別に5段階(R1〜5)に分け、最もリスクの高い地域を「R1」とし、「中国・東南アジアの新興地域」を位置づけ、この地域を重点的に対応しています。

セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針の配布・配信

2018年6～10月に、セブン&アイグループ各社の商品開発担当者より、18,484社のお取引先様に指針の配布・配信を実施しました。

セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針および品質方針説明会の開催

セブン&アイHLDGS.は、プライベートブランド商品の製造を委託しているお取引先様のうち、CSRリスクが高いと思われる中国・東南アジア地域について、お取引先行動指針および関連する方針の現地説明会を開催しています。2018年4月と10月に青島、上海、深圳の中国3会場およびタイ(バンコク)、カンボジア(プノンペン)、ベトナム(ホーチミン)の東南アジア3会場で開催し、合計260工場(参加率94.9%※¹)、402名のお取引先様が参加しました。2019年3月と4月には、大連、青島、上海、深圳の中国4会場およびミャンマー(ヤンゴン)、タイ(バンコク)、カンボジア(プノンペン)、ベトナム(ホーチミン)、インドネシア(ジャカルタ)の東南アジア5会場で開催し、合計287工場(参加率94.4%※²)、482名のお取引先様が参加しました。

また、説明会では品質管理とCSR監査項目の管理が優良なお取引先様を表彰し、表彰状とトロフィーを授与しています。

※1 2018年度CSR監査対象工場(海外)のうち、説明会参加工場の割合

※2 2019年度CSR監査対象工場(海外)のうち、説明会参加工場の割合

お取引先行動指針説明会の様子



2019年3月 上海会場



2019年4月 ジャカルタ会場

セルフチェックの実施

セブン&アイグループでは、お取引先行動指針の推進状況を確認させていただき、是正対応を支援させていただくために、お取引先様向けセルフチェックシートを運用しています。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」「ILO国際労働基準」などを参考に作成したものです。2018年11月にセブン&アイグループ各社のプライベートブランド商品製造委託先を対象に人権と労働環境や地球環境保全、情報管理など61項目について実施しています。

セルフチェック回答状況

項目	配布お取引先数	回答お取引先数	回答率	回答工場数合計	国内工場数	海外工場数
数値	1,437社	1,050社	73.1%	1,902工場	1,468工場	434工場

セルフチェックシートの項目（抜粋）

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

（「本指針の遵守を証明する文書・実施記録を作成し、適切に保管しているか」を問う）

【お取引先様】コンプライアンス研修の開催

セブン&アイHLDGSは、CSRリスクの高い中国・東南アジア地域のプライベートブランド商品製造委託先お取引先様に対し、人権や労働環境、地球環境保全などに関する啓発と、関連基本法令に関する理解促進と法令遵守の徹底を目的に、コンプライアンス研修を開催しています。この研修では、セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針やILO国際労働条約、ISO26000、各国の労働安全法令、設備管理、化学薬品管理についての周知と、CSR監査結果を踏まえた是正対応についての相談を実施しています。研修の運営準備については、CSR監査の委託先であるテュフ ラインランド ジャパン株式会社に依頼しています。

2018年度の実施状況

開催時期	開催地	参加人数	参加工場数
2018年4月	中国(上海)	33名	22工場
2018年7月	中国(青島)	44名	28工場
	中国(上海)	50名	37工場
	タイ(バンコク)	48名	30工場
2018年9月	中国(青島)	24名	18工場
	中国(上海)	28名	25工場
	タイ(バンコク)	17名	11工場

2019年度の実施状況(2020年2月末現在)

開催時期	開催地		参加人数	参加工場数
2019年4月	中国(1回目)	3会場	185名	123工場
2019年5月	東南アジア(1回目)	4カ国	117名	67工場
2019年6月	中国(2回目)	3会場	135名	96工場
2019年7月	東南アジア(2回目)	3カ国	42名	24工場
2019年8月	中国(3回目)	3会場	176名	116工場
2019年9月	東南アジア(3回目)	4カ国	113名	59工場
延べ実施回数	20回			



2019年4月 青島会場



2019年5月 バンコク会場

【社内】コンプライアンス研修の開催

セブン&アイグループでは、商品開発および商品仕入を担当している部署の責任者および担当者が出席する会議において、CSR監査の結果報告と監査に関する勉強会を実施しています。また、勉強会ではCSR監査の委託先であるテュフ ラインランド ジャパン株式会社の監査責任者を招へいし、製造委託先の工場がある国・地域に関する情報や法令について、具体的な事例を用いてご説明いただいています。

開催	概要	参加人数
2019年1月	消費者・公正取引部会 グループ事業会社28社幹部 ・18年CSR監査概要	61名
2019年6月 (2回開催)	CSR監査研修会	59名
2019年7月	消費者・公正取引部会 グループ事業会社28社幹部 ・19年第1四半期CSR監査概要 ・20年対応案	49名
2019年11月	消費者・公正取引部会 グループ事業会社28社幹部 ・19年第2四半期CSR監査概要 ・20年対応準備	50名
2019年12月	セブン&アイグループCSR監査報告勉強会 ・サプライチェーンマネジメントとCSR監査結果 ・世界と日本のサプライチェーン管理の動向 ・中国のCSR監査の現状報告	79名
2020年1月	消費者・公正取引部会 グループ事業会社28社幹部 ・19年第3四半期CSR監査概要 ・20年度計画	63名
2020年2月 (3回開催)	新お取引先サステナブル行動指針勉強会 各事業会社CSR監査担当者	19名

人権・経済関連団体との連携

セブン&アイHLDGSは、人権・経済関連団体とも連携しながら、サプライチェーンマネジメントに関する情報収集と情報発信に努めています。

主な活動：

- ・ 2019年9月：グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン（GCNJ）
GCNJの「基礎セミナー」において、お取引先行動指針とCSR監査について説明を行いました。
- ・ 2019年11月：日本経済団体連合会のOECD諮問委員会と企業行動・SDGs委員会、BIAC日本代表委員
OECD、EU、日本政府、ILOが共同主催する「アジアにおける持続可能なサプライチェーン実現に向けて～責任ある企業行動のための国際協調の促進～」に参加し、情報収集を行いました。
- ・ 2020年1月：公益社団法人 企業市民協議会(CBCC)
CBCC主催の「サプライチェーンにおけるCSR推進に向けた課題に関する懇談会」において情報共有を行いました。

お取引先CSR監査の実施

セブン&アイグループは、お客様に提供する商品の安全・安心の確保と、お取引先様との共存共栄による持続的発展可能な社会の実現、セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針の推進とその実効性の検証を目的としたCSR監査を実施しています。

セブン&アイグループCSR監査項目

セブン&アイグループが実施しているCSR監査では、独自に作成した監査項目（16大項目と114のチェック項目）に沿って、第三者機関がお取引先様の工場を監査しています。監査項目は、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、「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」「人権の保護」「法令遵守」「労働安全衛生」「環境保全」などで構成されています。

監査項目16大項目と114チェック項目（抜粋）

■ 1. マネジメントシステムおよび規範実施

- 組織は、セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針のすべての項目に準拠したシステムを実行し、維持しなければならない。
- 組織は、実現可能な場合、同指針を自社のサプライチェーンに拡大すべきである。
- 組織は、関連する法令および国際条約などを把握し、遵守しなければならない。

■ 2. 強制労働

- 強制、拘束、あるいは、強要された囚人労働がないこと。
- 雇用者に供託金あるいはパスポートなどの身分証明書の提出が強要されておらず、移動の自由が確保されていること。
- 退職時は妥当な通知を行った後、自由意思に基づいて退職できること。
- 強制労働に関する国・地域の法律が認識されていること。

■ 3. 結社の自由

- 作業者は、差別されることなく、彼ら自身が選択する労働組合に参加する、あるいは、結成する権利を有し、団体交渉権を有す。
- 結社の自由に関する地域の法律や作業者の権利が認識されていること。

■ 4. 健康および安全

- 設備機械には安全保護策が施され、予防的なメンテナンス訪問が実施されていること。
- 化学薬品の取扱い・保管が適切であること。
- すべての必要な防具(PE)は、購入され、定期的に交換されていること。

■ 5. 児童労働および若年労働者

- 児童労働をさせてはならない。
- 児童および18歳未満の若年者は、夜間および危険な環境での就業はしてはならない。これらの業務には、化学物質を使用する、または、その近くでの作業、危険な機械のある場所や過度に騒音のある場所での業務を含み、重労働、夜間労働、長時間労働も含む。

■ 6. 生活賃金

- 賃金は、国・地域の法令で定める標準以上であること。
- 残業手当は、法的に義務付けられた比率で支払われること。
- すべての法的義務のある手当や福利厚生は従業員に提供されること。
- 賃金伝票、採用担当者に関する情報、契約書など、労働者の労働条件を詳述する書類を労働者に開示すること。

■ 7. 労働時間

- 作業者は習慣的に、48時間/週を越える労働が要求されてはならず、少なくとも、平均で7日ごとに1日の休日を与えられなければならない。残業は任意でなければならない、12時間/週を越えてはならない。また、習慣的に要求されてはならず、常に追加料金が支払われなければならない。

■ 8. 差別

- 採用、報酬、訓練授与、昇給、解雇、および、退職における、人種、階級、国籍、宗教、年齢、障がい、性別、配偶者の有無、性的指向、組合員、所属政党で差別されないこと。

■ 9. 正規雇用

- 可能な限り、国家法規制に基づいた、広く認められた雇用関係をベースに業務は実行されなければならない。
- 労働者が職を得るための斡旋料は労働者ではなく、地域の労働法で認められる場合を除いて、雇用主が負担していること（事業主負担の原則）。

■ 10. 下請け契約、家内工業、外部加工

- 顧客との事前合意がない限り、下請契約は実施してはならない。

■ 11. 懲罰

- 身体的虐待、あるいは懲罰、身体的虐待の脅威、性的あるいはその他ハラスメントおよび、言葉による虐待、あるいは脅迫は禁止されなければならない。
- 懲罰方法は公正で効果的であり、恣意的なものであってはならない。
- 雇用者は、必要な懲罰行為に関連して、作業者の精神的・感情的・身体的健康への尊重を示すこと。

■ 12. 環境

- 組織は、その環境パフォーマンスにおいて継続的改善を追求していかなければならず、最低限、地域の要求事項や国際法規制に準拠すること。
- 国際条約または法規制で禁止されている化学物質を使用していないこと。

■ 13. 公正な取引

- 公正な取引に関連する法令を把握し、遵守していること。

■ 14. 商品の安全確保のために

- グループ各社に納入する商品において、該当事業会社から要請された品質基準および日本で定められている関連法基準を遵守していること。

■ 15. セキュリティ管理

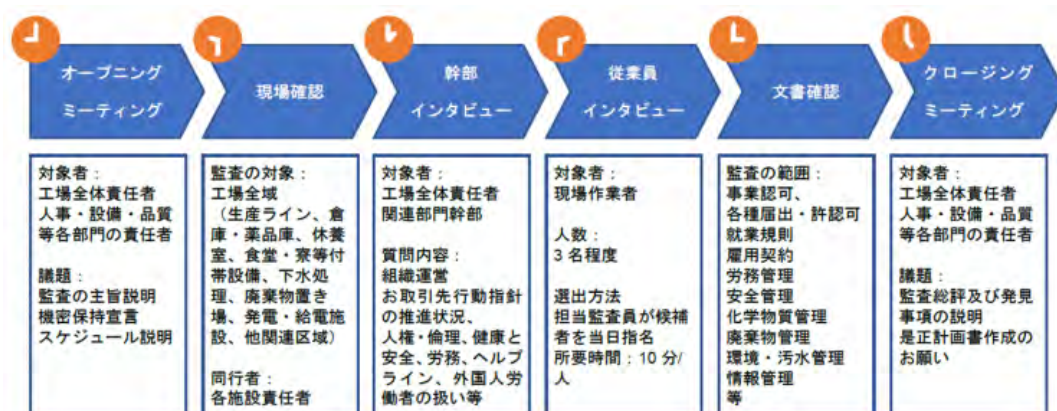
- 悪意のあるアクセスから情報を保護するため、セキュリティの仕組みが導入されていること。

■ 16. 地域社会の便益

- 反社会的勢力との関係を断絶していること。

CSR監査の流れ

監査する工場には、事前に通告したうえで訪問し、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監査項目の遵守の有無を確認しています。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の立ち合いで行います。実地監査は、原則午前9時～午後6時の1日で実施します。ただし、工場からご質問などをいただき、納得いただけるようご説明し、時間が延長される場合もあります。監査時にご提出いただいた資料・画像については機密保持契約に基づき外部に流出することはありません。



監査後の是正確認

監査の結果、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、第三者の監査機関より当該お取引先様に対し、不適合事項の指摘を行います。お取引先様には、この指摘に基づいた「是正処置計画(CAP)」を監査終了後10営業日以内に監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いています。お取引先様から指摘事項の改善完了の報告を受けた後、改善を示した写真・担保資料(エビデンス)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、再度工場を訪問し、再監査を実施することで問題の改善を確認しています。

● 是正措置計画書(CAP: Corrective Action Plan)提出の流れ

- (1) 不適合項目発生原因の報告・是正計画: 10日以内に監査人に提出
- (2) 是正措置の実施: 90日以内にエビデンスを監査人に提出※
- (3) 適正なCAP: 監査人受理→セブン&アイHLDGS.確認・承認→認証書発行、
不適正なCAP: 差し戻し

※監査終了後90日以内に是正のエビデンスの提出がない場合は、再監査(フォローアップ監査)を実施

重大不適合への対応

セブン&アイHLDGS.では、CSR監査において上記の16大項目のうち、「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」に関する不適合を発見した場合は【重大不適合Critical 1】とし、該当工場と契約するグループの事業会社にお取引中止勧告を行います。

また、「健康および安全」「労働時間」「下請け契約」「環境」「商品の安全」に関する法令不適合は【重大不適合Critical 2】とし、該当工場と契約するグループの事業会社にお取引継続の検討を通達します。【Critical 1】【Critical2】のどちらの場合も、取引を継続する際は再監査（フォローアップ監査）を実施し、是正を確認した上でお取引継続となります。

CSR監査適合認証制度

セブン&アイHLDGS.では、CSR監査の結果、適合と認められた場合はお取引先様に「適合認証書」を発行しています。不適合が発見された場合は、不適合の是正が完了しているか、またはCAPに記載された計画内容が有効であると第三者監査機関およびセブン&アイHLDGS.が判断した時点で、お取引先様に「適合認証書」を発行しています。



適合認証書

お取引先CSR監査の実績

セブン&アイグループでは、海外および国内工場における実地監査は第三者機関であるテュフ ラインランド ジャパン株式会社に委託しています。

海外工場のCSR監査

セブン&アイHLDGS.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お取引先様のうち、リスク管理の観点から特に重要であると判断した工場※をクリティカルサプライヤーと定義し、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監査を毎年実施しています。

※セブン&アイHLDGS.のプライベートブランド商品(セブンプレミアム)の製造委託先工場およびグループ各社のプライベートブランド商品を製造する中国、東南アジア(13ヶ国)の製造委託先工場

CSR監査件数(海外工場)

年 度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度 計画
件 数	17件	28件	328件	226件	245件	215件	274件 ^{※1}	304件	約600件 ^{※2}

※1 2018年監査実績に再監査数が含まれていたため工場数として修正しました

※2 2020年は、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響により縮小の可能性があります

2019年度の監査結果では、80.0%の工場で何らかの法令違反が確認され、是正対応を実施しています。不適合事例として環境対応関連(80件)、労働時間関連(76件)、設備安全・保守関連(44件)、残業手当関連(42件)、法的手当関連(36件)、化学薬品取扱い関連(33件)が確認され、すべては是正対応を行いました。また、強制労働は確認されませんでした。重要な不適合または多数の不適合が確認された75工場については、再監査(フォローアップ監査)を実施しました。

国内工場のCSR監査

セブン-イレブン・ジャパンでは、国内の一部のお取引先様に対して、セブン&アイグループCSR監査と同じ基準で、第三者機関に委託しCSR監査を実施しています。2016年度から取り組みを開始し、2019年2月末時点までに54工場で監査を実施しました。今後もサプライチェーンを巻き込んでCSRを推進していきます。

セブン&アイHLDGS.では、従業員の働き方改革や外国人労働者の雇用、地球環境保全などの課題に適切に対応するために、2018年より国内のプライベート商品(セブンプレミアム)の製造委託先工場へのCSR監査を開始しました。監査件数は2018年度に50工場でテストを実施し、2019年度は327工場(全体の約30%)で監査を実施しています。2019年度の監査結果では、約90%の工場について何らかの不適合が確認され、是正対応を行っています。なお、外国人労働者に関する差別や強制労働に関する不適合はありませんでした。

今後の対応

お取引先との契約継続と新規契約について

セブン&アイグループは、セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針を推進し、SDGs・ESGへの対応を強化してまいります。お取引先様とともに、SDGsの目標8に掲げられている「働きがいのある人間らしい雇用」「強制労働の根絶」「児童労働の禁止および撲滅」の実現を目指します。また、「サプライチェーンにおける労働の適正化」などお取引先様の適正な労働環境の維持・向上にも積極的に取り組めます。今後、このような取り組みにご賛同いただけるお取引先様と持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

CSR監査と認証制度の運用

セブン&アイHLDGS.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、人権保護、法令遵守についてリスクの高い地域（主に中国・東南アジア）については、CSR監査にご協力いただきます。また、「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」の推進状況を共有し、問題点の是正対応を支援しています。

- ・CSR監査の結果と是正対応状況から「適合認証書」を発行します。お取引継続のためには「適合認証」を前提とさせていただきます。

- ・新しくお取引をお願いする場合は、「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」の理解と遵守をお願いし、CSR監査の「適合認証」にてお取引開始とさせていただきます。

重点課題 5 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

持続可能な環境保全活動

セブン&アイHLDGS.は、NPO法人や各種団体と協働して、地球温暖化防止への貢献、生物多様性の保全に取り組んでいます。



地域とともに豊かな自然を次世代へ

セブン&アイHLDGS.では、地球の温暖化防止、生物多様性の維持・保全に寄与することを主旨として、一般財団法人セブン-イレブン記念財団が全国17カ所で行っている「セブンの森」づくりに参画しています。「セブンの森」づくりは、全国の行政、NPO法人などと協定を締結し、セブン-イレブン加盟店や地域市民の方々からボランティアを募って活動しています。2019年度は25回開催し、延べ3,153名が活動に参加しました。

また、セブン&アイHLDGS.では、間伐した木材の利用を推奨することが日本の森が抱える問題の解決につながることから、「セブンの森」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。

▶ 「セブンの森」の詳細はこちら [🔗](#)



「セブンの森」づくり

「セブンの森」づくりの概要



セブン-イレブン記念財団

一般財団法人セブン-イレブン記念財団は、加盟店と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。お客様からお預かりした店頭募金と本部からの寄付金をもとに、環境市民活動支援事業、自然環境保護・保全事業、災害復興支援事業に取り組んでいます。2019年度の募金総額は4億7,129万3,805円、地域市民の環境活動を支援する「環境市民活動助成」における助成先総数は289件、助成総額は1億3,340万2,934円でした。

セブン-イレブン記念財団では、さまざまな団体と協力して豊かな自然環境の再生をテーマに、「森・河畔林・海」という自然のサイクルを保護し、CO₂の吸収と酸素の排出を増やす「セブンの森」づくり活動を続けています。「山の森づくり」では植樹から下刈り、間伐までの保育活動を行い、豊かな森林の保全・再生につなげています。また、「海の森づくり」では、海中のCO₂を吸収し炭素を蓄積することで、海水を浄化し生物多様性の保全に役立つアマモを増やす活動に取り組んでいます。これらは行政やNPO法人などと協定を締結し、セブン-イレブン加盟店や市民の方々と活動しており、地域の皆様とともに多様な生物が息づく豊かな自然環境を目指しています。

▶ [セブン-イレブン記念財団のHPはこちら](#) 

海ごみゼロウィーク

セブン-イレブン・ジャパンでは、環境省と日本財団が推進する「海ごみゼロウィーク」に賛同し、2019年5月に湘南江ノ島エリアの清掃活動を実施しました。この活動には加盟店オーナー様、従業員様、本部社員の合計約100名が参加しています。今後も全国各地の環境美化活動を通じて、美しい街づくりと環境保全に取り組んでいきます。



海ごみゼロウィーク

グリーンラッピング

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」に取り組んでいます。お客様にリーフマスコット付きリボンを100円(税込)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2020年2月末までの累計で14,679本を植樹)。



グリーンラッピング



社員の手でお客様の「やさしさ」がたまった苗木を大切に植樹

環境保全・自然共生型栽培米の販売

イトーヨーカドーでは、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、2019年度は「コウノトリ育むお米 コシヒカリ」で約3万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4万円を佐渡市トキ環境整備基金へ寄付しました。



環境保全、自然共生栽培米

重点課題 5 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

持続可能な原材料の調達

セブン&アイグループでは、トレーサビリティ、生物多様性の保全、気候変動問題への対応、人権配慮などを内容とする「持続可能な調達基本方針」を定め、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」に掲げる自然共生社会の実現に向けた取り組みを推進しています。また、「GREEN CHALLENGE 2050」では、持続可能な調達の取り組み目標として、2030年までにオリジナル商品（セブンプレミアムを含む）で使用する食品原材料の50%を、2050年に100%を持続可能性が担保された原材料にすることを定めています。



水産物の調達に関する考え方

セブン&アイグループでは、豊かな海の恵みを未来世代に引き継ぐためにMSC※をはじめとした持続可能性が担保された商品の販売に取り組んでいます。また、生産者とお客様をつなぐ小売業の責任として、こうした商品の価値や生産者の想いを店頭・ウェブサイトなどを通じて、お客様にお伝えすることにも、力を入れています。

※MSC: Marine Stewardship Council

「持続可能で環境に配慮した漁業」の認証制度を運営・管理する機関

<https://www.msc.org/jp/home>

MSC認証商品の販売

2018年10月より、セブン&アイグループのプライベートブランド「セブンプレミアム」の水産商品において、水産資源や海洋環境に配慮した漁業で獲られた天然水産物で、その加工・流通の過程でも管理体制の審査を通過したMSC認証のたらこ8品、辛子明太子13品（2020年2月末現在）をグループの各店舗で販売しています。



MSC認証を取得した水産商品



MSC認証

ASC認証商品の販売

イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークでは、グループのプライベートブランド「セブンプレミアム」の水産商品において、環境と社会に配慮した責任ある養殖業に与えられるASC認証※商品5アイテム(2020年2月末現在)を販売しています。

※ASC: Aquaculture Stewardship Council

養殖に関する国際認証制度を運営・管理する機関

<https://www.asc-aqua.org/>



ASC認証を取得した水産商品



ASC認証

MEL認証商品の販売

イトーヨーカドーでは、日本の大手小売業として初めて、環境に配慮し漁獲・養殖された水産物の認証制度である「MEL 認証」を取得しました。2020年4月より、オリジナル商品『顔が見えるお魚。』のぶり、かんぱち、真鯛、平目の合計4魚種に「MELマーク」を付与し、全国 155 店舗のイトーヨーカドーで販売を開始しました。また、お客様にこうした認証商品の価値をお伝えするために、一部店舗の鮮魚売場では、各認証について説明するPOPを取り付けています。

※MEL: マリン・エコラベル・ジャパン

水産資源の持続的利用、環境や生態系の保全に配慮した管理を積極的に行っている漁業・養殖の生産者と、そのような生産者からの水産物を加工・流通している事業者を認証する水産エコラベル

<https://www.melj.jp/>



MEL認証を取得した水産商品



MELマーク



水産認証の説明POP

アラスカシーフードの販売

セブン&アイグループ各店舗では、環境に配慮した漁業を実践する「アラスカシーフード」を積極的に販売し、お客様にその良さをお伝えしています。「アラスカシーフード」はすべて天然の水産品で、産地のアラスカ州では、この天然水産資源が育まれる生態系を損なうことのないよう資源管理・漁業管理などを徹底しています。

2019年度は、そごう・西武では12店舗でアラスカシーフードの店頭プロモーションを開催し、お客様にアラスカシーフードの魅力をお伝えしました。また、お中元やお歳暮でのアラスカシーフードギフトの提案も実施しました。

イトーヨーカドーでは、食品売場で「紅鮭(新物)」と「筋子」の販売を強化しました。



セブンプレミアム 天然紅鮭の塩焼

▶ [アラスカシーフード\(アラスカシーフードマーケティング協会\)のHPはこちら](#)

農産品の調達に関する考え方

セブン&アイグループでは、持続可能性が担保された農産物の調達を推進するために、安全な農場運営や適性管理のためのGAP(Good Agricultural Practice)認証の取得を進めているほか、農薬の使用を低減したもの、オーガニック、フェアトレードなどの認証された原材料を調達しています。

GAP認証取得促進・農薬低減商品の販売

イトーヨーカドーのオリジナル商品「顔が見える野菜。」「顔が見える果物。」と、イトーヨーカドーによる環境循環型農業「セブンファーム」では、農産物の安全性確保、農場の適正な経営などを目指し、GAP(Good Agricultural Practice)認証取得を推奨しています。GAPとは、農林水産省が導入を推奨してい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が定められています。GAPの中には「食品安全」と「環境保全」に関する取り組みがあるため、こうした商品でも農薬の使用は必要最低限にとどめています。

また、イトーヨーカドーとヨークベニマルでは、農薬の使用を法律基準値よりも低減させたオリジナル商品を販売しています。例えば、イトーヨーカドーでは減農薬で栽培され、生産地と生産履歴が担保されたオリジナル商品「顔が見える野菜。」「顔が見える果物。」を販売しています。これらの商品の2019年度の売上は約228億円です。

農薬の使い方や使用回数は地域や作物によってさまざまですが、「顔が見える野菜。」などでは、それぞれの地域で通常使用されている回数(地方公共団体などの公的機関が各作物について定めている平均的な使用回数)の半分以上を目標としています。



顔が見える野菜。

「顔が見える野菜。」「顔が見える果物。」5つの約束

1. 国産の農作物に限定して取扱います。
2. 適地適作に取り組む農家の方を、全国をまわって厳選します。
3. ひとりひとりの農家の方のお名前で、お客様にお届けします。
4. こだわりや人柄を、ホームページや売場で紹介します。
5. 農薬抑制の目標を掲げ、農薬や放射性物質を継続的にチェックします。

GAPの取り組み(抜粋)

■ 食品安全(食品の安全を保つためのルール作りを行い、実施する)

- 環境由来の重金属やカビ毒などによる汚染を防止・低減する対策
- 農薬の適正な保管・使用、作業員自身の健康・衛生管理
- 農機具等の安全な保管・取扱い
- 異物の混入防止、収穫した農作物の保管方法 など

■ 環境保全(農場および周辺の環境の安全を守るためのルール作りを行い、実施する)

- 農薬による環境汚染の防止
- 適切な土壌管理
- 正しい廃棄物処理方法・排水処理方法
- 不必要・非効率なエネルギー消費の節減
- 有害鳥獣による被害防止策の作成 など

有機JAS認証食品の販売

セブン&アイグループのプライベートブランド「セブンプレミアム」では、たけのこなどの農産品やコーヒーなどの加工食品で有機JAS認証商品を販売しています。また、イトーヨーカドーでも、オリジナル商品「顔が見える野菜。」で有機JAS認証の商品を販売しています。

国際フェアトレード認証商品の販売

セブン&アイグループのプライベートブランド「セブンプレミアム」では、開発途上国の生産者の持続可能性と食生活を支える仕組み「国際フェアトレード認証」を取得したコーヒー豆などを販売しています。

パーム油の調達について

パーム油は、さまざまな加工食品をはじめ、洗剤などの住居関連商品にも広く利用されていますが、生産国での自然環境破壊や農園での児童労働・強制労働などの問題も指摘されています。セブン&アイグループは、2020年1月に「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO : Roundtable on Sustainable Palm Oil)」に加盟し、持続可能性が担保されたパーム油の利用に向けた取り組みを検討しています。

コットンの調達に関する考え方

セブン&アイグループでは、安全・安心、環境に配慮した商品への関心が高まりを受け、持続可能な調達の取り組みの一環として、肌着や寝具などで使用するオーガニックコットンの調達を進めています。2020年2月からは、オーガニックコットンの価値をわかりやすくお客様に伝えるために、オーガニックの国際認証「アメリカ有機繊維基準(OCS)」または、「オーガニックテキスタイル世界基準(GOTS)」のコットンであることなどの条件をクリアした商品に、共通のアイコンを順次取り付けて販売しています。



オーガニックコットンのアイコン1



オーガニックコットンのアイコン2

オーガニックコットン製品の販売

セブン&アイグループのプライベートブランド「セブンプレミアム」では、2015年12月に初めて厳しい有機製造基準をクリアした女性用肌着「オーガニックコットン100%インナー」を全国のイトーヨーカドー127店舗(2020年2月末現在)とグループの総合通販サイト「オムニ7」で販売しています。この商品には「アメリカ有機繊維基準(OCS)」の認証を取得したオーガニックコットンのみを使用しています。そのほか、オーガニックコットンを使用した掛布団カバーや枕カバーなどの寝具や、タオルなども販売しています。



「セブンプレミアムライフスタイル」オーガニックコットン 100%インナー

森林資源の活用に関する考え方

セブン&アイグループでは、適切に管理された森から生産された木材や紙製品の活用に取り組んでいます。

森林認証紙の活用

セブン&アイHLDGS.では、森林の保全につながる「FSC®森林認証」「PEFC森林認証紙」の活用を進めています。2017年3月からプライベートブランド「セブンプレミアム」の紙箱へのFSC®認証紙の採用を開始しました。2020年2月末現在、アイスクリーム用容器をはじめとした356アイテムでFSC®認証紙を、37アイテムでPEFC認証紙を採用しています。

また、セブン-イレブン・ジャパンは、2016年度から、セブンカフェの焼菓子販売する什器についてFSC®認証紙を採用しています。そのほか、セブン銀行でもATMに設置している現金封筒や「森の戦士ボノロン」の雑誌でFSC®認証紙を採用しています。

※FSC®N002571

※FSC®森林認証は、適切に管理された森林や、その森林から切り出された木材の適切な加工・流通を証明する国際的な認証制度です。

社会貢献活動

セブン&アイグループでは、地域社会との連携と協調を図り、地域社会の一員としての責任を果たすこと、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し、社会性・公共性を勘案して適切な寄付などの社会支援を行っています。

社会貢献活動は、セブン&アイHLDGS. 取締役 常務執行役員 経営推進本部長を責任者に、サステナビリティ推進部がグループ各社・関係部門と連携しながら活動を推進しています。

社会貢献活動費(2019年度)

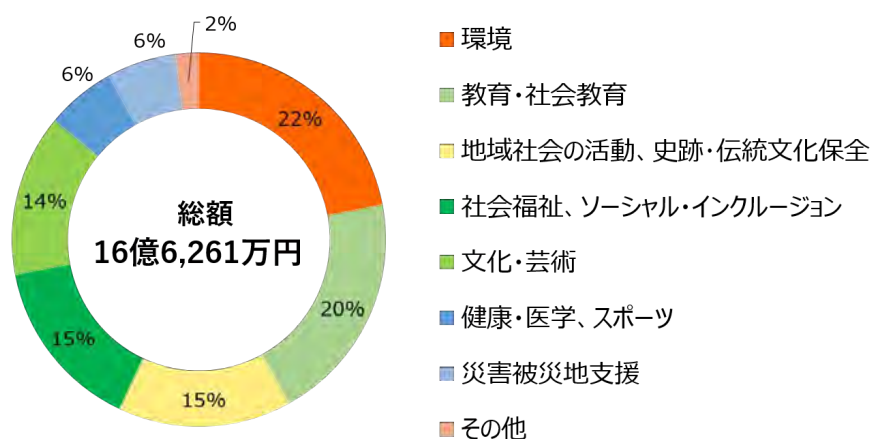
セブン&アイグループが、2019年度に会社からの金銭・物品提供、活動に携わった従業員の人件費などを金額換算した総額は約16億6,261万円でした。そのうちの現金支給額は約3億3千万円でした。

2019年度の社会貢献活動費

(千円)

分類	金額
管理費	1,060,485
金銭寄付	333,860
物品支給額	146,487
勤務時間内に活動へ参加した従業員の人件費	100,339
自社施設の開放・提供費	21,442
合計	1,662,613

2019年度の社会貢献活動費



※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、ヨークマート、そごう・西武、赤ちゃん本舗、セブン&アイ・フードシステムズ、セブン銀行の合計額(対象の9社で国内グループ売上高の96%を占める)

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。ただし、政治献金額を除く。

効果測定方法

セブン&アイHLDGS. は、事業活動に伴い発生する環境負荷を緩和する活動や、より良い社会づくりに貢献する事業活動を実施しています。活動にあたり、外部のパートナーと組む場合には、当社と共通した理念を有していること、十分な専門知識を有していることを選定条件としています。

社会貢献活動は4つの視点を用いて、その効果を測定しています。なお、活動に費やしたインプット、活動終了後の自社・社会それぞれに対するアウトプット、最終的に生み出した自社・社会それぞれに対するインパクトを、より精度高く測定することができるよう、測定方法は今後見直していく予定です。



効果測定方法	詳細
① 1年間の社会貢献活動費用の検証	活動費用は活動分野別・形態別に検証しています。
② KPIによる検証	設定した評価項目に対する数値で効果を測定しています。例えば、高齢者支援として「お買物支援」サービス(セブンミール、ネットスーパー、移動販売など)を実施しています。この取り組みの効果は、実施している店舗数や稼働車両台数、売上などをKPIに用いて検証しています。この数値に加え、利用者からの反応については、次年度の計画策定に反映しています。 ▶「お買物支援」の取り組み詳細はこちら
③ 支援団体との対話	NPOなどの資金の援助先からご報告いただく活動の成果を確認し、受益者の人数や受益者にもたらされたプラスの効果などの報告内容と、支援先団体との対話で得る生の声から活動の効果を検証しています。また、次回の支援先と実施プロジェクトを決定する際にも参考にしています。
④ 活動に参加した従業員への調査	会社が企画した活動にボランティアで参加した従業員へ満足度や改善点などを聞くアンケートを実施し、その結果を活動の効果の測定に用いて、次回の企画作りに活用しています。

従業員の社会貢献活動への参加促進

セブン&アイHLDGS. では、従業員の社会貢献活動への参加も重要と捉え、自然に触れる機会や震災復興支援活動などを企画・実施しています。さらに、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨーク、セブン&アイ・フードシステムズ、セブン銀行では、従業員のボランティア活動への参加を推奨することを目的にボランティア休暇制度(年5日)を設けています。イトーヨーカドーでは、パートタイマーもボランティア休暇を取得することができます。

社会課題解決の支援を目的とした募金箱の設置

イトーヨーカドーでは、2016年3月から、全国のほぼすべてのレジに募金箱を設置し、年間を通じてお客様・従業員へ募金を呼びかける活動を開始しました。総合スーパーでは初となるこの通年を通した募金は、3カ月単位でさまざまな社会課題解決の支援を目的に展開しています。

この店頭募金活動に対し、お客様・従業員から寄せられた2019年度の募金総額は28,242,793円となりました。

2019年度の募金実績

(円)

実施期間	日数	募金内容	金額
3月1日～5月31日	92	子供未来応援基金	3,777,856
6月1日～8月31日	92	全国盲導犬募金	6,679,793
9月1日～11月30日	48	トーゴ共和国の「障がいのある子ども教育支援」プロジェクトのための募金	2,856,625
(うち9月13日～9月29日)	17	令和元年台風第15号被害に対する支援金募金	2,863,631
(うち10月16日～11月10日)	26	令和元年台風第19号被害に対する支援金募金	7,022,442
12月1日～2月29日	91	東日本大震災 災害復興募金	5,042,446

盲導犬の育成支援

セブン&アイグループ各社では盲導犬の育成を支援しており、イトーヨーカドー、そごう・西武、ヨークの店舗では店頭募金を実施しています。

そごう・西武では、全店に犬型の募金箱を常時設置し、お客様に盲導犬育成事業への支援を募っています。お客様からお預かりした店頭募金に加えて、社員が任意で毎月募金を積み立てている「ワン！コイン倶楽部」と「そごう・西武基金(会社と労働組合が設立)」を、全国の盲導犬育成団体へ寄付しています(2003年3月から2020年2月末までの累計で約6億4,900万円)。募金活動以外にもお客様への啓発活動として、視覚に障がいのある方と盲導犬への理解を深めていただくイベントを春と秋の年2回、全店で開催しています。



商品寄贈による社会貢献活動

セブン-イレブン・ジャパンでは、2017年8月から、店舗の改装時などに発生する酒類やタバコ、切手類などの免許品、鮮度管理商品以外の在庫商品の一部をフードバンク団体のセカンドハーベスト・ジャパンに寄贈しています。

また、2018年4月には横浜市および横浜市社会福祉協議会と三者協定を締結し、同様の取り組みを開始しました。2020年2月末時点で28自治体に取り組みを拡大しています。寄贈した商品は社会福祉協議会を通じて、高齢者、障がい者、子ども、生活困窮者などへ支援を行っている団体・施設に分配され、地域福祉の推進やフードロスの削減につなげています。



商品寄贈による社会貢献

海外での取り組み

北米での取り組み

セブン&アイHLDGS. は、北米においてコンビニエンスストアを展開しています。

7-Eleven, Inc.



売上: 3,936,217百万円(チェーン全店売上)

店舗数: 9,682店舗

[詳しくはこちら](#)

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.



売上: 34,823百万円

店舗数: 66店舗

[詳しくはこちら](#)

※為替換算レートはU.S.\$1=109.03円

※店舗数は2019年12月末現在

中国での取り組み

セブン&アイHLDGS. は、中国においてコンビニエンスストアと総合スーパーを展開しています。

コンビニエンスストア

[詳しくはこちら](#)

セブン-イレブン北京有限公司



売上: 26,859百万円

店舗数: 275店舗

設立: 2004年1月

セブン-イレブン天津有限公司



売上: 4,781百万円

店舗数: 178店舗

設立: 2012年11月

セブン-イレブン成都有限公司



売上: 4,517百万円

店舗数: 75店舗

設立: 2010年12月

総合スーパー

[詳しくはこちら](#)

成都イトーヨーカ堂有限公司



売上: 73,751百万円

店舗数: 9店舗

設立: 1996年12月

華糖ヨーカ堂有限公司



売上: 4,882百万円

店舗数: 1店舗

設立: 1997年9月

※為替換算レートは1元＝15.78円

※売上高には増値税(付加価値税)を含まず

※店舗数は2019年12月末現在

7-Eleven, Inc.

環境負荷の低減

7-Eleven, Inc. (以下SEI)は環境負荷の低減に向けて、エネルギー資源の効率性を高め、消費と無駄を削減する施策を行うことと、持続可能性を高めるプログラムへ戦略的に投資することの重要性を認識し、積極的に取り組んでいます。2019年度は、省エネルギーとエネルギーの効率的な利用を重視したサステナビリティ施策を継続実施することで、温室効果ガスの削減目標を前倒しで上回ることができました。引き続き、さらなる削減に向けた取り組みを継続していきます。

【SEIの環境目標】

2027年※までに、店舗運営に伴うCO₂排出量を2015年度比で20%削減する

※SEIは2027年に創業100周年を迎えます。



外部団体との連携

SEIは、環境保全活動を推進するために世界最大の小売業界団体である「リテール・インダストリー・リーダーズ・アソシエーション (RILA)」の「リテール・サステナビリティ・コミッティ」に参加しています。このコミッティは、米国最大の小売業者を対象とした教育フォーラムで、環境に関する先進的な取り組みを共有し、将来の傾向を特定し、同業他社をベンチマークに同一の基準で評価を行い、業界特有の持続可能性に関する課題について共同研究を行っています。

省エネルギーの推進と温室効果ガス(GHG)排出量の削減

SEIは、エネルギー使用量の削減と環境効率の向上に取り組むことで、2027年までに店舗運営に伴う温室効果ガス(GHG)排出量を2015年度比で20%削減するという目標を掲げています。2019年度は、省エネルギー対策により、店舗面積あたりのGHG排出量を2018年度比4.55 MTCO₂e/1000Sqft/年、2015年度比で12.43 MTCO₂e/1000Sqft/年削減しました。GHG排出量を2015年度から2019年度にかけて28%削減し、2027年度の目標を8年前倒しで達成しました。これは、1年間に乗用車約69,289台が排出する温室効果ガス排出量に相当します。

地球温暖化係数の低い冷媒の導入

SEIは、2019年7月に米国およびカナダ全域に設置された冷凍ケースをサポートする遠隔コンデンサのSEI標準として、ハネウェル社のSolstice N40(R-448A) 冷媒の採用を発表しました。Solstice N40は、従来の冷媒(R-404A)の不燃性の代替品で、世界中の店舗で最も広く受け入れられている地球温暖化係数(GWP)の最も低い冷媒です。フルオロオレフィン(HFO)技術をベースにしたSolstice N40は、R-404Aのような従来のハイドロフルオロカーボン(HFC)冷媒よりも約60%低い地球温暖化係数を提供します。さらに、Solstice N40はエネルギー消費量も少なく、米国および欧州のスーパーマーケットでの試験において、従来の冷媒(R-404A)と比較して低温用途で平均5%のエネルギー消費量の減少、中温用途では5~15%のエネルギー消費量の減少を示しています。

LED照明の導入

SEIのLED照明プログラムは、SEIの省エネルギー型店舗の設計基準の一部であり、CO2削減目標に大きく貢献するものです。2019年度は、689店舗にLED照明を設置し、2019年12月末現在、7,002店舗がLED照明を導入しています。蛍光灯からLED照明に変更した場合、1店舗あたり年間約38,756 kWhの電気使用量削減効果が見込まれます。また、LED照明は、高効率な照明であるとともに、環境に悪影響を与える物質を使用せずに生産でき、光害に関する地域の規制に対応できるなどの性質があり、お客様の購買体験満足度の向上と店舗の安全性の向上に貢献します。

暖房換気と空調（HVAC）

SEIは、エネルギー使用量削減のために、冷暖房の効率化も効果的な環境対策として実施しています。2019年度は1,042台の省エネルギー空調ユニットを設置し、店舗の省エネルギー化に貢献しています。2008年度から2019年度の間に10,005台の空調ユニットを設置し、設置店舗では年間7,000 kWh/台のエネルギー使用量削減を見込めます。

エネルギーマネジメントシステム（EMS）

セブン-イレブン店舗に導入しているEMSは、消費電力が大きい空調や冷蔵用機器を遠隔でコントロールしています。このシステムは、電力を使用する機器を監視・管理し、動作の最適化を図るもので、消費電力の削減と経費管理に必要な診断、通常業務の問題の分析と最適化を行うためのリアルタイムデータを算出しています。2019年度は293店舗にEMSを導入し、現在、6,524店舗にEMSが導入されており、1店舗当たり年間16,323 kWhの電気使用量削減効果が見込まれます。

再生可能エネルギーへのシフト

SEIは、2018年度に、従来の省エネプロジェクトを継続しながらも、初めての風力発電活用プロジェクトを開始しました。SEIは、TXU Energy社から100%テキサス州の風力発電所で発電された電力を、競争の激しい電力市場であるテキサス州の全店舗向けに購入する契約を締結しました。テキサス州には、10,000機以上の風力タービンが設置されており、設置予定のものも含めて風力発電の発電能力は、全米一位であり、米国の大規模風力発電所10カ所のうち4カ所が立地しています。

2019年度、SEIはTXU Energyから288,467 MWhの再生可能エネルギーを購入し、テキサス州の約820店舗に提供しました。この再生可能エネルギー・プログラムにより、SEIのCO2排出量は推定13%削減されると同時に、大幅な経費の節減が見込まれています。SEIが消費する電力の13%は再生可能エネルギーによるものです。



風力発電所の風力タービン

天然資源の保護

SEIは、水の効率的な利用は水供給の需要を減らし、不可欠な天然資源を保全するのに役立つと考えています。SEIでは水使用量を削減するために、新店舗へ設置する標準的な省エネルギー設備の一つとして、蛇口から出る水に空気を取り入れることで水使用量を削減できる低流量エアレーター水栓を採用しています。

電気自動車充電スタンド

電気自動車用の高速充電器は、電気自動車の運転手の利便性を向上し、周辺地域によりクリーンな空気を提供します。SEIは、2019年度に米国で初めて、7-Elevenブランドで保有・運用するEV(電気自動車)充電器をテスト導入しました。カリフォルニア州パモナにあるセブン-イレブン店舗に、約30分で最大80%の充電ができる高速EV充電器「チャージポイント・エクスプレス250」を2台設置しました。2台の充電器をペアリングすることで、1台の充電器にさらに多くの電力を供給することができ、2台の充電器の間で電力を共有できます。1台の充電器で同時に2台の電気自動車へ電力を供給することができます。それぞれの充電器は62.5kWの電力を供給することができ、ペアリングされている場合は、125kWを供給できます。

SEIはSouthern California Edison (SCE)社と提携し、カリフォルニア州のゼロエミッションポリシーをサポートするための支援策「チャージ・レディー・プログラム」を通して、EV充電インフラ設備の設置と維持、設置費用の補填を行っています。その一方で、SCEはEV充電器を保有、運用、維持管理しています。セブン-イレブン店舗は、米国内33,000カ所以上のEV充電場所のネットワークである「ChargePoint」の充電拠点として登録されており、「ChargePoint アプリ」に掲載される予定です。電気自動車の利用者はスマートフォンのアプリで最寄りのスタンドを探し、経路を確認することで、電気自動車への充電を開始することができます。SEIは2011年度に電気自動車プログラムを開始し、現在、カリフォルニア州、イリノイ州、ニューヨーク州、オレゴン州内の14カ所で合計16台の電気自動車充電器を設置しています。



電気自動車用高速充電器

7-Eleven, Inc.の店舗数と店舗運営に伴う環境関連データ

	2017年	2018年	2019年
店舗数	9,317	9,387	9,682
GHG排出量※1(千t-CO ₂ e)	1,017	961	819
CO ₂ 排出量※1,2(千t-CO ₂)	1,012	959	817
電気使用量※1 (GWh)	2,430	2,383	2,306
水使用量 ※1 (千m ³)	16,456	11,365	10,892

※1 使用量が把握できない店舗は推計値を用いて算出。

※2 データの第三者審査受信済み。

環境に配慮した容器・包装

SEIでは、商品の品質や安全性の確保、原材料に関する情報提供などを目的に使用している容器・包装について、環境に配慮した素材の使用や梱包材の削減により、オリジナル商品の容器・包装に関わる環境負荷低減に取り組んでいます。



【SEIの容器包装に関する目標】

2027年※までに、オリジナル商品の容器・包装を100%環境配慮型にする

※SEIは2027年に創業100周年を迎えます。

SEIは付加価値の高いオリジナル商品の提供を追求するとともに、環境に配慮した容器・包装への転換を図っています。2016年には、2027年までにオリジナル商品の容器・包装に環境配慮型素材を100%使用することを目標に掲げました。SEIの環境に配慮した容器・包装に使用する原材料は、再生可能または再資源化、リサイクル可能な素材、堆肥化できる植物由来の原材料を使用しています。また、商品の品質や安全性を損なうことなく、包装材の使用量を可能な限り削減しています。2019年12月31日現在、オリジナル商品の容器・包装の72.3%に環境に配慮した素材を使用しています。

2019年度の主な取り組み

植物由来材料で作られたストローの使用

2019年度、SEIは石油系プラスチックの使用量を削減することを目的に、従来のポリプロピレンを使用したストローの代替品として、新素材の植物系プラスチックを使用した環境配慮型のストローへの転換を実施しました。その結果、店頭で販売しているコールドドリンク用の石油系プラスチックストローの使用を廃止しました。

SEIの新しいポリ乳酸(PLA)ストローは環境に優しく、100%堆肥化することが可能です。このストローに使用しているPLAは、トウモロコシおよびその他の関連する原材料から製造されており、米国の生分解性プラスチック製品協会(BPI)が認証した堆肥化の可能な原材料です。ストローは紙の個別包装となっているため、包装資材を含めた提供するストローとして堆肥化が可能な生分解性の高いものとなっています。店頭販売している清涼飲料水およびSlurpee®(スラッピー)ドリンクのストローは、プラスチック・ポリプロピレンストローの代替品として、州の要件を満たしています。SEIは米国で最大の、初めて完全なPLAストローへの転換を実現した小売業者の一つです。PLAストローは、プラスチックの環境配慮型への解決策を提供するだけでなく、より良いお客様の体験を提供するとともに、紙のストローよりも低いコストで提供できます。また、SEIは石油系プラスチックのマドラーや備品の代替品として、植物由来の環境配慮型資材へ転換することを選択肢として検討しています。



ポリ乳酸(PLA)ストロー

レジ袋へのプラスチック再生材の使用

SEIはサステナビリティの施策をさらに推進するために、2019年度に原料の40%に使用済みプラスチックの再生材を使用した、新しい環境に配慮したレジ袋の試験運用を一部地域で実施しました。今回の試験運用では、バッグの性能とお客様体験を確認しました。試験運用が成功したことを受け、このレジ袋の2020年度の全国展開に向けて準備を進めています。この取り組みにより、再生プラスチックを40%使用することで、加工に使用される原材料、エネルギー、CO2排出量や、お客様の使用に伴う廃棄物量、プラスチックの埋め立て処分量が削減でき、環境負荷を軽減することができます。



再生プラスチック40%使用のレジ袋

梱包の削減と持続可能な資材の使用

2019年度、SEIはパッケージの性能を向上させるとともに持続可能性を高めるために、デザインを変更した新しいピザボックスを導入しました。六角形の新しい設計により、箱のサイズを小さくし、段ボールの使用量を6.25%削減しました。また、原材料の使用量削減にも取り組んでおり、このピザボックスは100%持続可能な森林の利用に寄与する原材料を適切に使用したFSC(Forest Stewardship Council)やSFI(Sustainable Forestry Initiative)の認定を受けた段ボールで作られています。FSCは世界の森林の責任ある管理を推進しており、その認証プロセスにおいて、紙製品の製造に使用される木繊維の管理の流れを追跡しています。SFIは、基準作りや森林保全、コミュニティ、教育における活動を通じて、持続可能な森林経営を行っている代表的な非営利の認証機関です。

SEIは、ホットドリンクのカップについても、ダンボール製スリーブの使用を中止するために、二重壁構造の紙カップといった対応策の導入を検討しています。



六角形のピザ用容器

プラスチックの排除

SEIは容器包装の継続的な改善を目指した結果、プラスチック使用量の削減または不使用の取り組みがさらに進展しました。例えば、大型チキンウィングの専用箱を、軽量波型紙を使用した代替品に変更しました。紙製容器への切り替えにより、74万5千ポンドのプラスチック使用量を削減することができました。また、プラスチックの使用量が少なく、100%リサイクルが可能で軽量化した、次世代の店頭販売しているコールドドリンク用カップを導入しました。

環境に有害な塗料の除去

SEIは、商品から発生する湿気や油分の漏洩防止策として包装表面へ塗布されるフッ素塗料PFAS※が環境に有害な物質と考えられていることから、PFASを使用した容器を、繊維を用いて成形した容器などの代替品へ積極的に切り替えることを開始しました。

※PFAS: パーフルオロアルキル化合物およびポリフルオロアルキル化合物

持続可能な原材料の調達(コーヒー)

高品質で環境に配慮した商品を提供するために、SEIは2019年にレインフォレスト・アライアンス(RFA)※認定品種である「セブン・リザーブ®スマトラ」と「セブン・リザーブ®エルサルバドル」の2つのコーヒーを導入し、持続可能な調達のコーヒープログラムを拡大しました。SEIは、この期間限定の2つの品種を導入したことで、入れたてコーヒーで新たな節目を迎えました。現在、半分(56%)以上が「レインフォレスト・アライアンス認証」のコーヒー豆から作られています。

※レインフォレスト・アライアンスは、生物多様性の保全と持続可能な生計の確保を目指す国際的な非営利組織です。小さな緑ガエルのレインフォレスト・アライアンス認証シールを保有することは、アラビカ100%のアラビカ豆が厳しい基準を満たしたコーヒー栽培者から調達されることを意味しています。この基準は環境を保全し、野生生物を保護し、地域社会のより良い生活を促進するために設けられたものです。

セブン・リザーブ® スマトラ

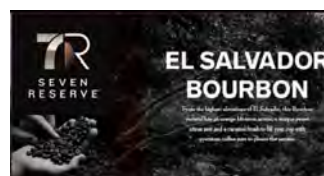
倫理的に調達されたキナラ・スマトラ・マンデリングブレンドは、SEIにとって、アジア太平洋地域で初めての「レインフォレスト・アライアンス認証」コーヒーであり、RFAシールを持つSEIの6番目のコーヒーです。コーヒー豆は、世界で6番目に大きな島であるスマトラ島の火山高原にある小規模農家のRahmat Kinara協同組合によって栽培されています。

セブン・リザーブ® エルサルバドル ブルボン

エルサルバドル・ブルボン・シングルオリジン・プレミアムコーヒーは、SEIが初めて、独立した家族経営の農家から直接調達したコーヒーです。エルサルバドル・ブルボンは、「レインフォレスト・アライアンス認証」シールを持つSEIの7番目のコーヒーです。2016年度以降、SEIは、ニカラグア、メキシコ、ペルー、スマトラ、エルサルバドル、コロンビアから合計7種類の「レインフォレスト・アライアンス認証」コーヒーと、エチオピア、ルワンダからのアフリカブレンドを導入し、すべてが責任を持って栽培されています。シングルオリジンの100%コロンビア産の「レインフォレスト・アライアンス認証」コーヒーは、ホット飲料コーナーの常設品であり、最も売れている商品です。



セブン・リザーブ® スマトラ



セブン・リザーブ® エルサルバドル ブルボン

地域社会との共生(アメリカ)

SEI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。



教育を通じた青少年の育成

SEIの地域奉仕プログラム「プロジェクトA-Game」は、教育や遊びを通じて有意義な青少年育成の機会を提供するためのプログラムであり、子どもたちの将来の成功のための強固な基盤づくりを目的としています。

SEIの加盟店や直営店のオーナーは、助成を必要としている地域の学校、青少年スポーツ団体、法執行機関、地域団体を支援するための助成金を申請し、地域社会の青少年育成に貢献しています。地元の加盟店とSEIが共同で資金を提供する助成金は、青少年向けの学力、体力、安全、食料などの支援プログラムに欠かせない資金を提供するのに役立ちます。

2019年度、SEIと加盟店は、420以上の団体に500件以上の「プロジェクトA-Game助成金」を贈呈しました。これは約40万ドルの地域支援であり、約16万人の子どもたちに貢献することができました。SEIと加盟店はプロジェクトの開始以来、累計で4,650件以上の助成金を贈呈しており、300万ドル近い地域への資金援助となります。助成金は、子どもたちが学校に通い続けるために必要な資源や励みとなる、数学や科学の特別教育や家庭教師、学用品、スポーツ用品など、取り組みの資金として利用されました。



プロジェクトA-Game

青少年の善行を奨励

米国の警察署は地域の住民に対して、周囲の様子を観察し、不審な点がある場合には報告するなど、警察の職務や近隣の安全な地域づくりのお手伝いをしていただいています。そのためには、警察官が地域市民と良好な関係を青少年の頃から築いていくことが重要です。SEIと「Operation Chill®(オペレーション・チル)プログラム」では、警察官と市民の良好な関係を築くための取り組みを24年間行ってきました。オペレーション・チルは、SEIで最も長く続き、最も人気のある、青少年の行動を褒める地域奉仕プログラムです。犯罪を減らし、警察と若者の関係を強化することも目的としています。SEIは米国とカナダの法執行機関と協力して、毎年実施している「オペレーション・チル」を通して、良い行いや社会に有益な行動をした青少年にご褒美として警察官から無料の「Slurpee®(スラッピー)ドリンク」クーポンを渡しています。クーポンをお渡しする行動の例としては、人を助けること、安全法や交通法に従うこと、地域や警察が主催するイベントに参加することなどが挙げられます。オペレーション・チルは、子どもたちの積極的な行動を促すだけでなく、警察官が地域の青少年と交流する機会を提供するとともに、関係性向上の機会作りになります。

クーポンは、1枚でSEIの店舗においてスモールサイズのスラッピードリンク1杯と無料で交換できます。2019年度、SEIは1,100以上の法執行機関に140万枚以上のスラッピードリンククーポンを発行し、夏季と新学期に配布されました。1995年のプログラム開始以来、オペレーション・チルは米国とカナダの1,100以上の法執行機関に拡大しました。SEIが店舗を展開している市や町では、これまでに2,200万枚以上のクーポンを巡回する警察官へ提供しています。



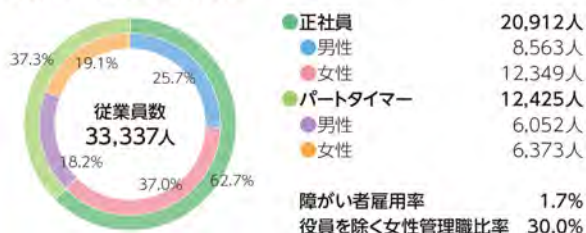
クーポンを持った警察官と子どもたち



働きがいのある職場づくり

SEIの目標達成には高い能力を持つ従業員の存在が重要です。従業員個人の成長を促進し、本人が持つ潜在能力を最大化させるためには、従業員の能力向上が不可欠であると認識しています。

アメリカとカナダの従業員関連データ
(2019年12月末現在)



北米での取り組み

➤ [SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.についてはこちら](#)

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.

2016年3月にSEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.(SEH)は「Our Promise(私たちの約束)」をSEHが大事にする価値観の中に追加しました。この目的は「近くて便利なお店」という方向性を後押しし、企業文化を形作り、そしてSEHが大切にしている価値観を強固なものにすることです。「Our Promise」は以下の3つの価値観から構成されています。

1. お客様・ベンダーパートナー・従業員に笑顔を
2. チームとして一丸となりゴールを目指す
3. さらなる高みを目指す

「Our Promise」を推進させるために、優秀な従業員を評価する取り組みを開始しました。まず、全従業員に3つの価値観を実践している個人を推薦するよう奨励します。そして、選出された人に、ピンバッジとボーナスを贈呈し、そのことを社内報と社員限定のFacebookページで紹介します。

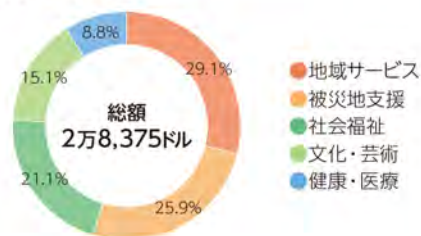
これらの価値観はSEHが地域・お取引先・従業員のためのビジネスであることを定義しており、この「Our Promise」を実践してからは、その内容が従業員の言動の礎となっています。



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・健康に関する活動やNPOを支援しています。2019年度、SEHはお客様・店舗・従業員・会社からの募金、物資支援、ボランティア活動などを通じて、61団体に金額に換算すると約5万3,000ドル相当の支援を行いました。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. による現金寄付額
(2019年度)



店頭募金を通じたNPO支援

SEHは開店以来、地域貢献のためにさまざまなNPOを支援する店頭募金を実施しています。この募金の助成を希望する団体は、団体の「使命」および「なぜこのプログラムに参加を希望するのか」を記載した申請書を提出し、毎月1団体が助成先として選出されます。選出された団体は、健康・安全・教育の領域で活動しており、助成金はハワイ州内で使われています。2019年度の募金額は83,878ドルでした。

クーポン券の販売を通じた社会貢献

SEHは、2001年から「リマ・コクアクーポン券」を学校やスポーツチームなどのNPO向けに販売しています。このSEH店舗で利用できるクーポン券を購入した団体は、第三者に販売することで利益を得ることができます。SEHはこのクーポン券の販売を通じて、こうしたNPOの活動を支援しています。2019年度は20団体がこの制度を利用し、その多くが再注文となり好評を博しました。



「リマ・コクアクーポン券」の仕組み



「ロカリシャス※・ハワイ」プログラムを通じた地域農業教育への貢献

ハワイ農業財団 (HAF) は、2014年に、公立学校での地域農業教育の持続に貢献しているレストランへの社会認識を高めるために、「ロカリシャス・ハワイ」を立ち上げました。翌年、ハワイ州議会はこのプログラムを支持するために、3月を「ロカリシャス・ハワイ月間」とする宣言をしました。3月中は、ロカリシャスメニューとして指定されたメニューの収益の一部がレストランからHAFに寄付されます。このメニューは少なくとも一つは地元の材料を使っていなければなりません。

SEHは今年度、チキン・パステレシチューとガンドュールライス弁当を対象メニューとし、2回目の参加をしました。これは、2018年度に開催した学生お弁当レシピコンテストの優勝メニューです。このお弁当は、オアフ島クニアの地域農場で育ったグリーンバナナを使用しています。健康に配慮した地元の家庭料理はお客様に大変人気があり、4,000ドルを超える寄付により、HAFの農業推進政策を援助することができました。

※「ローカル(地元)」と「デリシャス(美味しい)」を組み合わせた言葉

学生が参加する健康配慮メニューコンテストを協賛

SEHは、ハワイ保健局の紹介で太平洋料理協会との協働し、協会の学生を対象にした健康配慮メニューコンテストを、前年度の反響が大きかったため、2019年も開催しました。学生たちは美味しく、市場性があり、お客様にとってより良いメニュー作りに挑戦しました。コンテストの対象メニューとなるためには、特別なガイドラインに従わなければなりません。最も難しかったのは、味の決め手となる塩分の量が10g以下というルールでした。そのほかにも多くのルールがありましたが、生徒たちは工夫を凝らしてメニューを作りました。

2019年は、2つのコミュニティーカレッジから13名の応募があり、8名の決勝進出者が審査員試食の後にプレゼンテーションを行いました。1位はカイノア・リロザとシニガンライスヌードルスープ、2位はチキンヘッカロングライスヌードル、そして、一般審査員賞は麻婆豆腐うどんとなりました。

子どもへの支援

2019年11月11日から、4年目となる「サンタへの手紙キャンペーン」を開催しました。店舗近隣の子どもたちが、サンタクロース宛てに欲しいものを書いた手紙を店舗に持ってきました。SEHでは、マーケティング部で届いたすべての手紙を読み、約50通の手紙を選考し、その願い事を叶えました。

その中でも特に優れた手紙を書いた3人は、地元のバラエティショーで取り上げられました。一人は自分のおもちゃを進んで譲ってあげることで選ばれました。もう一人は、自分の自由時間に、小さい子どものお守りをしたり、聖書について教えてあげたりしていることで選ばれました。最後の一人は、ほかの生徒からしばしば無視されて孤独を感じていた自閉症のクラスメートと仲良くしていることで選ばれました。3人にはSEHから希望するプレゼントを贈りました。

SEHは、子どもたちに笑顔をもたらす「サンタへの手紙キャンペーン」を今後も継続する予定です。キャンペーンに参加する子どもたちは、その希望を叶えられる財政的な基盤が無い家庭の子どもたちですが、彼らはクリスマスの意義「無条件で与える」ことを実践しています。SEHは、子どもたちを助けることを通じて、子どもたちから多くのことを学んでいます。

HHHの住宅補修支援活動への参加

SEHでは、2019年9月、12人のボランティアがホノルル・ハビタット・フォー・ヒューマニティ(HHH)が主催する「チーム・ビルド」に参加しました。HHHは、すべての人が尊厳を持って安全に暮らせる場所を持つべきだという信念に基づいて、住宅の建設・修復・保全を通して、地域や世界で標準以下の住宅を無くす活動を行っています。SEHの12人のメンバーは、住宅の外装を塗装し、この住宅の持ち主の家族から大変感謝されました。参加したメンバーは自分たちの地域に貢献できたことを嬉しく思いました。

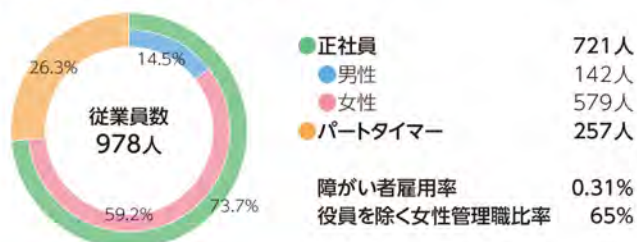
スケートボードパーク清掃イベントの開催

SEHは、2019年12月、オーガニック・アマゾン社と提携し、スケートボードパークの清掃イベントをバンザイスケートパークで行いました。清掃活動の間、参加者は音楽や飲み物や軽食を楽しむことができ、SEHは7セレクト・コールドプレスジュースとバナナを提供しました。また、参加者はスケートボードをしたり、トップアスリートの技を見たりすることもでき、好評なイベントとなりました。

ダイバーシティ&インクルージョン

ハワイは、言語、文化、教育、年齢などが、非常に多様な地域です。何世代にも渡って、お互いの違いを受け入れ、感謝し合い、物語を共有し続けてきました。その結果、「ハワイの文化」が生まれ、食物や、言葉、そして祝祭などの多くが、ユニークなものとなっています。ダイバーシティ&インクルージョンはSEHの文化に根付いていて、公共の場所や職場でのすべての関係の中に息づいています。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.の従業員関連データ
(2019年12月末現在)



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年から実施しています。2019年は、多くの店舗でアイスクリームの入れ替えを行いました。また、旧型のサンドイッチ販売什器も商品陳列量が増化に伴い、入れ替えを行っています。これらの取り組みを進めていますが、2019年の電力使用量は昨年とほぼ同水準となりました。



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

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年目標
店舗数	63	64	64	66	65
電気使用量(MWh)	18,097	18,334	18,425	18,849	19,414
水使用量(千m ³)	46	47	51	50	51

プラスチック対策

SEHでは、世界的に関心が高まるプラスチック問題に対して、主に容器包装での使用削減に取り組んでいます。

【取り組み事例】

- スプーン・フォークなどの食器をあらかじめお弁当に付けず、必要な方にレジでお渡しする
- プラスチック製レジ袋の廃止
- シュリンクラップ※を導入して生鮮品の包装を最小化する
- マイカップの持参を促す「Bring your own cup」プログラムの実施

※熱で収縮する包装用プラスチックフィルムを使用した密閉包装

2019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	受賞理由
ハワイアン ベスト スパムおむすび	Star Advertiser	読者投票
ハワイアン ベスト弁当	Star Advertiser	読者投票
ホノルルマガジンのベストおむすび	ホノルルマガジン	読者投票

北米での取り組み

➤ [7-Eleven, Inc.についてはこちら](#)

中国コンビニエンスストア事業

安全・安心な商品づくり

「食」の安全・安心に対する関心が高まる中国で、セブン-イレブン北京有限公司、セブン-イレブン天津有限公司、セブン-イレブン成都有限公司では、日本で培った品質管理・商品開発力を活かして、安全・安心な商品の提供に努めています。



商品の品質管理

中国におけるプライベートブランド商品には、原材料の選定に厳しい基準を適用しており、製造工場は日本への輸出経験があるなどの項目を審査して、品質レベルの高い工場を選定しています。

プライベートブランド商品のみを製造する専用工場では、食品安全管理の国際システムや日本の工場での対策を取り入れて品質管理を強化しています。セブン-イレブン北京と天津の専用工場である北京旺洋食品と香奈維斯工場では、同業他社よりも早い2017年2月にチルド食品の「SC(食品生産許可)」を取得しました。SCとは、それまでの「QS(食品品質安全)」から2018年10月までに切り替えて取得する必要がある食品製造に関する中国の法令です。また、キューズカフェ工場は2017年3月に、北京旺洋食品は2018年3月にHACCP※1を取得しています。セブン-イレブン成都も、お取引先に国内法令よりも厳しい独自基準への適合を依頼するとともに、店舗従業員にも定期的に品質管理に関する勉強会を開催し、安全・安心の確保に努めています。

3社では、商品の味・品質をより安定させるために、製造工程の自動化を進めています。セブン-イレブン成都に商品を供給する成都永利食品有限公司は、2018年7月におにぎりの成型包装機械の導入を拡大し、2019年からは、製麺機械を採り入れました。北京旺洋食品は2019年3月から本格稼働を始めた調理パン専用工場で、製パン工程や商品の包装を中心に機械化を図りました。

そのほか、セブン-イレブン成都は、2019年2月から専用の産地で栽培管理を行い、低温で輸送・加工(「コールドチェーン(低温物流網)」)することで高い鮮度を保った野菜を使用したサラダの販売を始めました。同様にセブン-イレブン天津も、2019年7月からコールドチェーンを利用したサラダの販売を開始しています。

※1 食品の衛生管理手法HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point:危害分析重要管理)

健康への配慮

セブン-イレブン北京と天津、成都のオリジナル商品の常温パンについては、心臓疾患のリスクを高めるといわれているトランス脂肪酸の“0(ゼロ)”を実現しています。また、2019年1月より、おにぎり・お寿司のアレルゲン表示を開始し、順次、お弁当・サンドイッチなどのデイリー商品に拡大しています。

また、セブン-イレブン天津は、2020年度下半期から健康をテーマにして、雑穀ご飯などのお弁当や野菜を豊富に使ったサラダなどを発売する予定です。

お客様満足の向上

セブン-イレブン北京と天津、成都では、お客様の立場で商品・サービスを改善するために、お客様の声の収集に努めています。お客様からいただいたご意見は、日々各部署や店舗と共有しています。お客様ニーズの変化を把握し商品に反映させるために、セブン-イレブン北京と成都では定期的にお客様アンケート調査を実施しています。また、セブン-イレブン天津は、2019年9月に商品展示会を開催しました。そこで新商品の試食や、今後のニーズなどのアンケート調査を行い、商品開発に活かしています。

3社では、従業員の接客サービスを向上させることを目的とした研修を実施しています。セブン-イレブン北京は、2019年度に全店舗の夜間帯の責任者を対象として、地域の責任者が講師となり接客教育を実施しました。セブン-イレブン天津は、2019年度に10回の研修に41店舗、72人が参加、接客の重要性やレジでの接客方法などを実際の事例をもとに習得しました。さらに、テストに合格した従業員には「接客スター」のバッジを配布しました。セブン-イレブン成都是、2020年度から、接客レベル向上のための研修プログラムを導入しました。トレーナーが店舗を訪問し、従業員の接客などを評価(0~100点)し、課題がある店舗については集中研修を行い、評価をフィードバックする一連のサイクルを通じて、レベルアップを図っています。

また、セブン-イレブン北京は、接客サービスに優れた従業員を表彰する「親和賞」を設けて、3カ月に1度表彰を行っています。受賞者を会議などの場で表彰することでモチベーションの向上を図るとともに、その受賞理由となった事例を広く紹介することで模範事例の拡大を図っています。



セブン-イレブン天津での教育の様子

地域社会との共生

地域社会の一員として、セブン-イレブン北京と天津、成都では、それぞれの会社が社会貢献活動を実施しています。



店頭募金による環境保全活動

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の寄付を募り、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対策として、市民の寄付をもとに木を植え、北京および周辺地域に砂防林をつくる活動をしています。2018年度からはお客様に気軽にご参加いただける活動として、コーヒーをお買上げいただくと売上の一部を北京緑化基金に寄付する取り組みも開始しました。2019年度は、100,996円を寄付するとともに、従業員50名が北京郊外で植樹活動を行いました。

北京緑化基金への募金額の推移

2017年度	2018年度	2019年度
126,434円	108,974円	100,996円

子どもへの支援

セブン-イレブン成都是、2013年から脳に障がいがある児童の暮らす「善工家園」へ継続的に支援を行っています。2019年度は、12月に総経理と有志従業員が善工家園を訪問し、アトラクションをしたり、ゲームをしたりして子どもたちと一緒に遊びました。また、会社からは生活用品などを寄付しました。

セブン-イレブン成都による「善工家園」への物品寄贈金額

2017年度	2018年度	2019年度
1,826元	1,992元	2,000元



「善工家園」訪問の様子

働きがいのある職場づくり

中国での店舗展開を進めるにあたっては、現地従業員の育成・登用が不可欠です。セブン-イレブン北京と天津、成都では、従業員のコミュニケーション能力を高め、自ら考えて行動できる従業員の育成を目的に、各種研修の開催と能力を最大限に発揮できる職場づくりに努めています。



従業員関連データ(2019年度)

	セブン-イレブン北京	セブン-イレブン天津	セブン-イレブン成都
正社員(男性・女性)	491人(246人・245人)	208人(76人・132人)	528人(183人・345人)
パートタイマー	774人	97人	296人
障がい者雇用率	2.40%	2.30%	1.32%

能力向上支援

本部と加盟店オーナーを結ぶ重要な役割を果たす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）候補者は、まずトレーニングストアで店舗勤務の経験を積み、「基本4原則」「単品管理」「従業員の採用・教育・作業割り当て・評価」「経営数値」などの基本的なことを学びます。セブン-イレブン北京と天津では、AFC（OFCのアシスタント）候補者とAFCへの教育に力を入れています。セブン-イレブン北京では、AFCがOFCに同行して店舗を回り、OFC業務への理解を深めるOJTを充実しているほか、商品部・建築・人事などの関連部門の業務を学ぶ研修も採り入れています。セブン-イレブン天津では、2019年度にAFCの評価項目の見直しと、定量評価の仕組みを導入しました。従来の定性的な評価を改め、コミュニケーション能力など評価項目ごとに基準を明確化し、点数化して評価を行います。

OFCには、毎週開催する全OFCが集まる会議の中で、会社の方針を共有するとともに、加盟店との円滑なコミュニケーションの図り方などの職務能力向上に必要な教育を実施しています。また、セブン-イレブン成都では、本部社員向けに会社の体制や業務に関する法律・考え方のほか、ビジネスマナーやパソコン操作などを学ぶトレーニングを実施しています。

また、セブン-イレブン成都では、2018年度から新たに店長を対象とした研修を開始し、経営数値の分析や業務に必要なパソコン操作などの教育を実施しています。2019年度は、50名の店長向けに数値分析や従業員の育成、店舗管理の知識などの研修を12回実施しました。



研修の様子

意欲を高めるための仕組み

従業員の悩みを解決し、意欲を高めるためのさまざまな施策を実施しています。例えば、セブン-イレブン天津、セブン-イレブン成都では、従業員が希望する職種に応募できる「社内立候補制度」を導入しており、希望者と本部各部門や人事部などとの面接を通じて選抜しています。セブン-イレブン北京は、従業員の生の声を収集し、改善に活かしていくために、契約更新面談と退職面談を仕組み化しています。

社員の意欲を高めるための仕組みの例

- ・従業員が会社に相談できる連絡窓口を運用
- ・社員に対する人事部門による面談
- ・新入社員に対する上司による面談
- ・従業員間の交流を深める社員懇談会
- ・意識アンケート調査
- ・優秀社員を表彰することで、ロールモデルを社員間に共有



公平な評価・処遇

セブン-イレブン北京と天津、成都では、毎月の面談評価と年間評価を組み合わせた評価制度を採用しています。毎月一次上長と業績達成度合いについて面談するのに加え、年1回、各自が自己評価を行った上で、一次上長、二次上長が評価と面談を行います。なお、毎月の評価は会社業績・部門業績と個人の仕事ぶりで評価しています。評価方法は常に改善を図っており、例えばセブン-イレブン北京では、社外の専門業者にご協力いただき、各職務に必要な能力の項目の見直しを行いました。さらに、面談を年1回から四半期ごとに変更し、年度の業績目標を達成できるよう、定期的に進捗を確認するようにしました。また、セブン-イレブン天津は、従業員一人ひとりが仕事の成果を意識して業務に取り組むようにするため、評価項目に行為計画の達成状況を加えました。セブン-イレブン成都是、2019年度に組織変更と評価制度の変更を実施しました。2020年度からは、管理職には四半期ごとに評価・面談を実施、管理職以外は毎月評価を実施するようにしました。

評価をする管理職者に対しては、正しく部下の評価を行い、人材育成を図れるように教育を実施しています。例えばセブン-イレブン天津では、2019年度は、社外の講師による研修を実施しました。

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。また、男女平等であり、女性は結婚後も働き続けることが一般的です。こうした法制度と実力本位の管理職登用が相まって、各社では女性の役職への登用が進んでいます。2012年には、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。2018年12月末現在、セブン-イレブン北京と天津、成都では、役員を除く管理職の約半数が女性となっています。また、2018年3月には、セブン-イレブン北京で新たに董事副総経理・董事へ、セブン-イレブン天津で董事に女性が登用されました。

インターンシップの実施

セブン-イレブン天津と成都是、優秀な人材確保のほか、地域の人材の雇用、青少年の育成などを目的として、インターンシップを実施しており、高校卒業生の就職を促進する政府の「青年就職インターン基地」として認められています。セブン-イレブン天津では、2019年度は63人を受け入れ、そのうち22人がセブン-イレブン天津に就職しました。セブン-イレブン成都では、138人を受け入れ、そのうち19人がセブン-イレブン成都に就職しました。

環境負荷の低減

中国政府は気候変動問題を重要視しています。北京市では年間のCO₂排出量が5,000トンを超える企業は、重点的排出企業として業態ごとにCO₂排出量の上限が定められ、超過する分については排出権の購入が必要になります。この制度の対象となるセブン-イレブン北京では、2019年度は、店舗数の増加やチルドケースの増加によって全体のCO₂排出量が増加したことで、上限排出量を超過したため、約14,000トンの排出権を購入しました。また、セブン-イレブン天津と成都是、店舗数の増加や冷凍・冷蔵設備の新規導入などにより、いずれも電気使用量は増加しています。



店舗における省エネ対策

セブン-イレブン北京と天津、成都では、3社とも全店でLED照明を店内照明として導入しているほか、冷気の流出を防止するためにウォークイン冷蔵庫へカーテンを設置するなどの省エネ設備の導入や、従業員の意識啓発などを通じて電気使用量の削減に取り組んでいます。セブン-イレブン成都是、2019年度に35店舗で中華まんの什器にLED照明を導入しました。また、不要な時間の電気の消灯やエアコンの電源オフを徹底しています。セブン-イレブン北京は、OFC（店舗経営相談員）向けの会議や商品展示会の場を通じて、OFCや加盟店オーナー様に省エネの徹底について情報共有を図っています。



ウォークイン冷蔵庫へカーテンを設置

専用工場の環境対策

セブン-イレブン北京と天津の専用工場である旺洋工場では、工場から出る不要な食材を養豚場の飼料に利用しています。同様に香奈維斯工場では、パン生地残渣を養殖場と契約して回収していただいています。また、両工場では汚水を排出しないように、行政の基準以上に清浄する排水設備の設置や廃油の回収を実施しています。そのほかにも大気汚染防止の観点から排煙の定期検査を実施しています。

さらに、香奈維斯工場では、省エネのためにボイラーからの放熱ロスの削減を進め、ガスの使用量削減を図っています。

中国での取り組み

▶ [中国のスーパーストア事業についてはこちら](#)

中国での取り組み

トップメッセージ

1997年11月、成都市に春熙店を開店したところからイトーヨーカドーの中国事業は開始され、成都、北京の地で2019年に、23周年を迎えることができました。これも、ご支援をいただいたお客様、お取引先様、株主、地域社会、そして社員の皆様のお陰であると感謝しております。これまで、我々の企業理念である「信頼と誠実」、「お客様第一主義」の下に、さまざまな環境の変化に対応してまいりました。この22年間で中国経済は目覚ましく発展し、お客様の所得も増加、中間所得者層の規模が大きくなってきました。中間所得者層にとっての「豊かな生活」は「健康で自分らしい生活を送ること」へと変化しています。安全・安心な食品、自己表現できるファッション、時間を有効活用できる利便性の高いサービス、スポーツや娯楽といった趣味の時間などを求めています。こういったニーズに応えるため、安全性や味にこだわった商品「見える安心」の販売、工場や生産現場の衛生管理体制、検査体制、法規遵守を定期的に確認し、加えて従業員への衛生基準、品質管理、安全に関する法令法規などの教育に力を注いでいます。

また、店舗内では、快適なお買物環境づくりのため、コミュニティの場としてもご活用いただける飲食店の充実や子どもの遊び場の設置、休憩スペースの拡大、トイレの環境改善を継続して行っております。これらの実現のため、北京のアジア村店では18年5月、開店以来初の大規模改装を実施しました。外部環境では、IT技術の進化を利用した新しいサービスが続々と誕生しております。そこで、2017年成都にEC会社を設立し、リアルとネットを融合した小売業へと進化を図っております。

さらに、企業の社会的責任として、環境負荷低減のためのCO₂排出量の削減や、高齢者や子どもたちに向けたボランティア活動に引き続き取り組んでまいります。



イトーヨーカ堂(中国)投資有限公司
華糖ヨーカ堂有限公司
成都イトーヨーカ堂有限公司
董事長
黄 亜美

中国事業の歴史

年	できごと
1996年	中国政府、四川省成都市から総合スーパー設立の要請を受ける
1996年12月	成都市に「成都イトーヨーカ堂有限公司」設立
1997年9月	北京市に「華糖ヨーカ堂有限公司」設立
1997年11月	春熙店 開店(成都市)
2001年12月	亜運村店 開店(北京市)
2003年9月	双楠店 開店(成都市)
2007年12月	綿華店 開店(成都市)
2009年11月	建設路店 開店(成都市)
2011年11月	高新店 開店(成都市)
2014年1月	温江店 開店(成都市)
2014年	董事長(当時)の三枝富博に日本人の民間企業経営者としては初の「成都市荣誉市民」の称号が授与される
2017年1月	眉山店 開店(眉山市)
2017年4月	成都市に「成都イトーヨーカ堂電子商務有限公司」設立
2018年11月	食品生活館 華府大道店 開店(成都市)
2019年 1月	伊藤広場 開店(成都市)

会社概要

	成都イトーヨーカ堂	華糖ヨーカ堂
		
売上高	737億円	48億円
従業員数	3,073人	183人
店舗数	9店舗(春熙・双楠・綿華・建設路・高新・温江・眉山・華府大道・伊藤広場)	1店舗(巫運村)
設立	1996年12月	1997年9月
董事長	黄 亜美	黄 亜美
総経理	惠本 芳尚	長田 哲
CSR推進体制	CSR統括委員会	企業行動委員会
	企業行動部会	企業行動部会
	消費者・公正取引部会	環境部会
	環境部会	
	情報管理委員会	

※従業員数・店舗数:2019年12月末現在

※為替換算レート1元＝15.60円

※売上高には増値税(付加価値税)を含まず

CSR活動の推進



CSR推進体制

中国では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、社会的にもCSR推進の姿勢が企業に求められています。成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂は2013年度から、より包括的にCSR推進を行うための組織をつくり、定期的に委員会を開催しています。成都イトーヨーカ堂の企業行動部会では、インターネットを活用した通信教育を通じ、社員が業務知識や技能知識を習得し、正しい企業行動ができるカリキュラムを確立しました。華糖ヨーカ堂の企業行動部会では、商売の原点に立ち返り、社是や行動規範を社員に周知徹底し、環境部会においては成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂ともに節電・節水を心がけ、具体的な削減目標をもって省エネに配慮した店舗運営をするよう協議を進めました。消費者・公正部会では、安全・安心な商品サービスの提供を目標として活動し、よりよい商品・サービスの提供につなげています。

CSRレポートの発行

成都イトーヨーカ堂は、2016年7月に初めて社会・環境の取り組みをまとめた「CSR Report」を発行しました。レポートの作成にあたっては、中国社会科学院発行の「中国企業社会責任報告書編集マニュアル(CASS-CSR3.0)」や国際的なガイドラインGlobal Reporting Initiative(GRI)「サステナビリティ・レポートガイドライン」(G4)などを参考にし、巻末には、両ガイドラインとの対照表も掲載しています。2019年度のCSRレポートは2019年7月に発行、四川省CSR報告 発表会や民間向けの会議の出席者に配布するほか、中国工業経済聯合会が北京で行ったCSR報告大会にも提供しました。



お客様への約束



品質・鮮度管理

「食」の安全・安心への関心が高まる中、日本の品質・鮮度管理のノウハウを活かして商品の提供をしています。販売員・商品部・品質管理部門に対して、安全法律法規、生産・加工基準、衛生基準等の教育を実施し、成都イトーヨーカ堂・華糖ヨーカ堂の従業員約625名が安全・品質管理の知識を習得しました。

成都イトーヨーカ堂では従業員一人ひとりに「標準作業手順書」を配布し、生産・加工の基準を統一しました。品質の向上をはかるとともに、本部の担当者が定期的に店舗を巡回して基準に沿った商品をご提供できているか、確認を行っています。この他にも年に1度、外部機関による監査を実施しています。

華糖ヨーカ堂では、食品従事者を対象に年4回の品質管理教育を実施し、品質管理基準の順守を徹底しています。

また、お取引先様の農場や工場についても設備施設、衛生・生産管理、検査体制、個人衛生、法規CSRについて基準を満たしているか、現場に入り、定期的に確認しています。2019年度は、成都イトーヨーカ堂においては32回、華糖ヨーカ堂においては6回のお取引先様に対して監査を実施しました。

トレーサビリティ情報の提供

2013年から、成都イトーヨーカ堂では、日本で取扱っている「顔が見える食品。」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。商品添付のQRコードをスマートフォンなどの端末で読み取ると、専用のウェブサイトで「どのような生産者」「どこで」「どのように育てたのか」を確認できるようになっています。2019年度も継続して「看得見的放心」を取扱うとともに、新たに「看得見的放心」シリーズの米、果物、野菜の販売を開始しました。「米」では五常稻花香1kg、越光大米1kgを、「果物」ではシャインマスカット、ブルーベリーなどを、「野菜」ではカリフラワー、紫カリフラワー、トマト、カボチャなどの販売をしています。食の安全に対する関心の高まりにより、お客様からご好評をいただいております。

華糖ヨーカ堂では、2014年度から生産農家と協力し、徹底した安全管理体制と年間計画のもとに育てられた有機食品を販売しています。2018年からは、安全・安心な環境で栽培された水耕栽培の野菜を取扱っています。また、売場に設置した機械を利用して、製造元を確認できる「放心肉項目（安心できる肉プロジェクト）」も継続して展開しています。

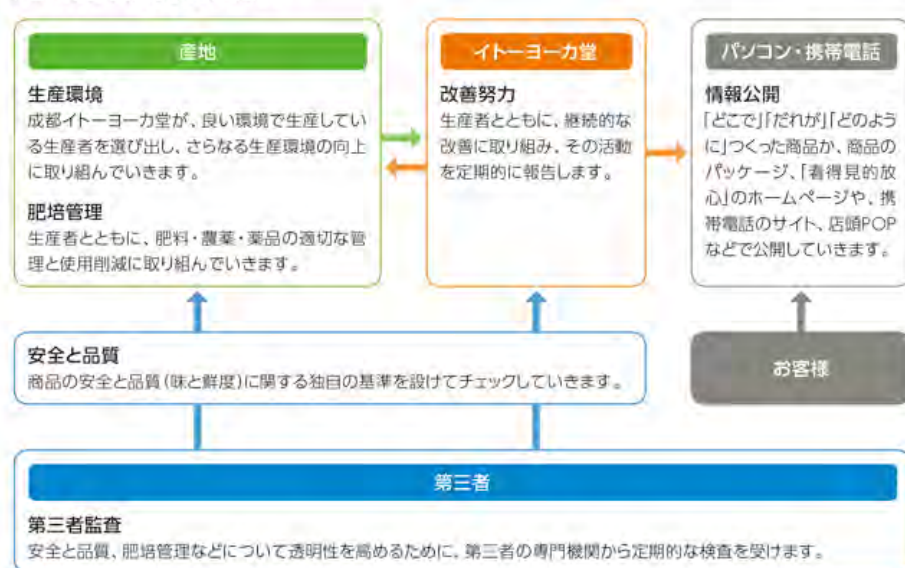


「看得見的放心」ブランドマーク



「看得見的放心」の展開

「看得見的放心」の仕組み



品質監督員制度とお客様懇談会

成都イトーヨーカ堂では、実際にお買物をされるお客様の基準で商品や店舗の改善をはかって図っていくために、2008年から各店舗で10名のお客様に「品質監督員」にご就任いただいています。品質監督員の方には、四半期に2度、各店舗ごとに会議を開催しご意見を伺うほか、随時、気が付いた点をご提供いただいております。品質監督員から、従業員が勤務中に携帯電話を操作していることに対してのご意見をいただき、勤務中の携帯電話に関するルールを新たに定め、改善につなげました。

また、品質監督員のほかに85人のお客様のご協力により、124件のご意見をいただきました。これらのご意見をもとに、量目の見直しなども含めてよりよい商品の提供につなげています。

このほかにも、店舗周辺の1,800人のお客様のご自宅にお伺いしてご意見をいただきました。3月・6月・9月にはお客様満足度調査を実施し、34,384人からご意見をお伺いしました。

成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂ではWEBや電話、意見箱、店頭でもご意見をお伺いしています。2019年度は、成都イトーヨーカ堂で31,054件、華糖ヨーカ堂で19,983件のご意見を頂戴いたしました。これらのご意見をもとに、シンプルでリーズナブルな寝具をシリーズ化し、ご好評いただいています。お客様の声を大切にし、ご要望に沿ったお店づくりができるよう、体制を整えています。



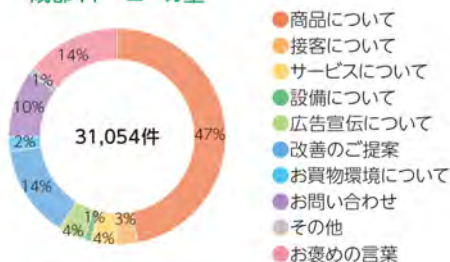
品質管理員のご家族へ(ミニファン手作りイベント)



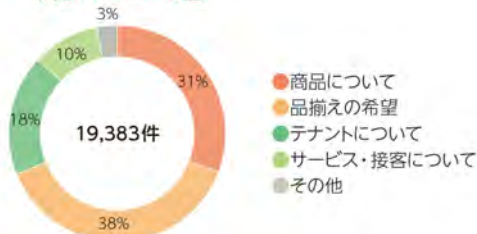
ブランドショップでの体験イベント

お客様の声の受付状況

成都イトーヨーカ堂



華糖イトーヨーカ堂



地域社会への約束



寄付活動とステークホルダーとの交流活動

成都イトーヨーカ堂では、教育支援や生活に困窮している家庭への支援を行っています。四川大学への寄付は毎年継続して行っており、2019年で22回目を数えます。これまでに延べ616人の学生を支援しました。2019年度は、四川大学日本語専攻の成績優秀な学生へ奨学金72,000円を支給し、日本学院へ20,000円を寄付しています。また、恵まれない子どもたちを支援し、学校の施設・設備を改善するために、2007年から小学校4校を選んで寄付を行っています。実際にその4校を訪れ、学校の要望に応じて、文具、教具、体育用品などを寄贈しました。そのほかにも地域の生活に困っている家庭、障がいのある方、一人暮らしの高齢の方に対して季節の節目ごとに訪問をし、生活必需品を贈る活動をしています。

2019年には、4校を対象に24人の児童を集めて1泊2日の夏期キャンプを実施し、テレビタワー・野生動物博物館への見学と、建設路店と伊藤広場の職業体験などに参加しました。こどもの日には、蒲江の友愛小学校を慰問し、学校の希望に応じて10,000円分の本を寄贈し、生活に困窮する児童に対して生活補助金を寄付しました。2019年度は社会貢献活動で合計820,000円を拠出しました。



夏期キャンプの様子



小学校へ本の寄贈

ボランティア活動

成都イトーヨーカ堂では、毎月第三週の水曜日に各店にて従業員が店舗周辺の清掃活動を実施しています。建設路店では、年末に清掃作業員へハンドクリームをプレゼントするとともに、日頃の感謝の気持ちをお伝えしました。加えて、清掃作業員が無料で飲料水を飲める場所も確保しています。

華糖ヨーカ堂では、清掃活動を日課としており、従業員が率先して街の美化活動に努めています。

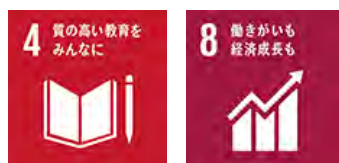


清掃活動の様子



美化活動の様子

社員への約束



現地従業員による店舗運営

地域に根差したお店づくりのため、中国出店当初から、積極的に現地の従業員を登用しています。成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂ともにすべての店舗で中国人の店長が活躍しています。役員を除く管理職に占める中国人従業員の割合は、成都イトーヨーカ堂が99.5%、華糖ヨーカ堂が97.8%で、ほぼ現地の従業員で運営しています。

また、女性の登用も進んでおり、役員を除く管理職の女性の割合は成都イトーヨーカ堂が64.3%で10店舗のうち、6店舗が女性店長です。華糖ヨーカ堂は女性管理職比率が65.4%となっています。

従業員データ（2018年12月末現在）

	成都イトーヨーカ堂	華糖ヨーカ堂
従業員数	3,073人	183人
うちパートタイマー	325人	9人
管理職に占める中国人の割合	100%	99%
管理職に占める女性社員の割合	64.3%	65.4%
障がい者雇用人数	50人	10人

CSR教育

成都イトーヨーカ堂では、2018年にCSR関連の活動計画を立案し、実行に移してまいりました。2019年度は特にごみの分別に力を入れ、ごみ分別の専門会社を招いて、ごみの分別について学び、店内のごみ箱も分別できるものに変更しました。これらの活動を通じて、限られた資源を大切に、有効活用することの意義を伝えています。

華糖ヨーカ堂では、内部統制会議をはじめとする各社経営会議や教育会議などを通じて、社是や行動規範に則って行動できる人材を育成することに注力しました。社是に掲げる「信頼と誠実」を遵守し、信頼される誠実な企業であり続けることが社会要請であることを従業員に教育しました。

自己推薦制度

成都イトーヨーカ堂では、社員の自主性を尊重し、その意欲に応えるために、2015年度より「自己推薦制度」を運用しています。この制度では、入社1年以上を経過した社員は希望する職種に自己推薦することができます。

審査を通過した応募者は、研修を経て希望の職場に配属されます。

人材育成制度

従業員のやる気を引き出し、各人の能力が最大限発揮できるように、研修制度を充実させています。

成都イトーヨーカ堂では、2019年度は五つの戦略(テーマ戦略・商品戦略・PB戦略・サービス戦略・Made in 成都戦略)に対して挑戦する人材を育成するために、主管適任力・職場業務技能・そのほかの技能カリキュラム(フォーム作成・包装・牛肉・レジ)などの教育を、ネットでの遠隔教育システムを活用することで遠隔地も含めて充実した内容で実施しています。

また、実技研修では、研修の対象者ではないけれど意欲のある従業員には傍聴席を設け、講師から直接学べる環境も用意しています。また、従業員同士が切磋琢磨できるように、店内で業務技能コンクールを行い、お客様にも現場で採点していただきながら、優秀者を決定する制度を運用しています。華糖ヨーカ堂では、毎月第1週目の月曜日に優秀社員および月間優秀部門の表彰を行い、社員のモチベーションアップを図っています。また、すべての正社員・パートナー社員・テナント従業員を対象として、一定基準以上のサービスができる人材を1店舗5名選出し、「サービススター」として推薦・表彰しています。



業務技能コンクール(成都イトーヨーカ堂)

人材育成教育

座学教育

中国のイトーヨーカ堂では、職務・職位別の能力・責任を高め、自主的に思考・行動できる意欲の高いチームを作るため、社内の教育機関が4種類の教育を実施しており、延べ2,584人の従業員が受講しました。そのうち、幹部が149人で、今回新しく100人が主管に昇格しました。そのほか、会社の方針や現場の実行能力、チームワークなどの内容を中心に社内講師による教育を実施しました。

eラーニング

中国のイトーヨーカ堂では、全社員への教育を一律化し、会社の方針をスピーディーに共有し、自律性のある人材を育てるために、2019年度は通信教育を55回実施しました。コース内容と実施回数はそれぞれ、企業文化・会社方針関係:16回、管理関係:15回、技術関係:23回、基本教育:1回でした。9店舗と本部を含めて、中国のイトーヨーカ堂の通信教育の利用者数は延べ15,484人(自営社員とテナント販売員の合計)、視聴完了数は224,369回となり、多くの従業員が積極的に受講し、意識を高めています。

環境についての約束



省エネの取り組み

中国では、大気汚染問題をはじめとして環境問題への関心が高まり、政府も環境大国としての方針を打ち出し、規制を強化するなか、成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂は省エネ設備の導入などを通じて、環境負荷の低減に取り組んでいます。店舗改装時に、省エネルギーの照明器具に変更、省エネルギー設備の増設を行い、新店では冷凍・冷蔵システムがEMS人工知能を採用し、省エネ設備へ投資をしています。バックルームにおいても、電気をムダに使用することのないよう啓発ポスターを作成しました。また、お湯をリサイクルできる食洗機を導入し、節水にも努めました。

成都イトーヨーカ堂では、本部および店舗従業員に対して、特に節電と省エネに関する教育と管理を徹底したことで、1店舗当たりの電気使用量を前年度比で98.6%、1店舗あたりのエネルギー使用量を前年比86.8%まで削減しました。また、各店舗のお手洗いに節水のシールを貼り、バックルームに「節水節電」のポスターを掲示するなどの取り組みを通じて、1店舗当たり水使用量は、前年度比85.8%となりました。

華糖ヨーカ堂においては、環境負荷低減のために商品を一度センターに集約してから店舗ごとに仕分けして納品する仕組みを継続して行い、納品車両の削減によるCO₂排出量の削減、都市部の渋滞緩和、騒音、大気汚染の防止に貢献しています。

成都イトーヨーカ堂

	2017年度	2018年度	2019年度
店舗数	7	8	9
エネルギー使用量(標準炭トン)	12,067	13,516	13,150
電力使用量(MWh)	83,110	89,743	99,836
ガス使用量(1,000m ³)	670	670	667
水使用量(1,000m ³)	965	884	853

華糖ヨーカ堂

	2017年度	2018年度	2019年度
店舗数	1	1	1
エネルギー使用量(標準炭トン)	1,414	1,434	1,549
電力使用量(MWh)	7,189	7,241	8,106
ガス使用量(1,000m ³)	380	35	380
水使用量(1,000m ³)	125	41	60

2019年度受賞一覧

成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂でのさまざまな取り組みが認められ、2019年度は以下の表彰を受賞しました。

【成都イトーヨーカ堂】

賞の名前	主催団体
2019年度 “武侯区納税優秀企業”	武侯区政府
2019年度 “現代商務商貿納税優秀企業 ペスト10”	武侯区政府
2019年度 成都市模範労働関係友好企業	成都市人力資源社会保障局
2019年度 成都小売企業ベスト10	成都市小売業協会
2019年度 成都商業総評価小売業貢献賞	成都日報新聞社
2019年度 風尚成都商業総評価・ロコミ服務賞	成都日報新聞社
2019年度 風尚成都商業総評価・区域商業価値賞—伊藤広場	成都日報新聞社
2019年度 見本中国・成都商業総ランカー業界促進者	封面マスコミ
2019年度 新浪四川ロコミ類ランク・活気大賞	新浪ミニブロック
2019年度 貢献大賞	成都市慈善総会
2019年度 成都企業社会責任模範賞	成都市慈善総会

【華糖ヨーカ堂】

賞の名前	主催団体
2019年度 納税信用A級企業	朝陽区国家税務局
2019年度 安全生産先進企業	朝陽区小関街道

中国での取り組み

▶ [中国のコンビニエンスストア事業についてはこちら](#)

受賞歴・社外からの評価

2019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
「準なでしこ2019」選定	経済産業省・東京証券取引所	女性の活躍推進のための具体的な目標を設定し、グループ丸となって取り組んでいる推進施策や積極的な女性管理職への登用が評価されました。	セブン&アイ HLDGS.
「第68回(2019年度)日経広告賞」環境部門最優秀賞／環境大臣賞	日本経済新聞社	環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」で定めた、二酸化炭素(CO ₂)の排出削減をはじめとする4つのテーマと2050年の数値目標を具体的に掲示した「宣言型の広告」として高く評価されました。	セブン&アイ HLDGS.
「PRIDE指標2019」シルバー認定	任意団体「work with Pride」	LGBTなどの性的マイノリティに対する取り組みが評価されました。	セブン-イレブン・ジャパン
「令和元年度やまなし省エネスマートカンパニー大賞」奨励賞	山梨県	高効率空調機やCO ₂ 冷媒冷凍冷蔵設備の導入により、省エネ化と温暖化対策に努めたことと、太陽光発電を設置して自家消費し、電力使用量の削減を図ったこと、「省エネ重点6項目」を運用し、各店舗における省エネに努めたことが評価されました。	セブン-イレブン・ジャパン
マザーズセレクション大賞 2019	一般社団法人日本マザーズ協会	セブンプレミアムゴールド もっちり食感金の食パン/セブンプレミアム セブンブレッド/セブンプレミアム しっとり食パンの3商品が、安全・安心を意識して、原材料にこだわった商品開発や、美味しく子どもにも食べやすいことなどが評価されました。	セブン-イレブン・ジャパン
マザーズセレクション大賞 2019	一般社団法人日本マザーズ協会	化粧品の技術を応用して防腐剤を必要最小限に抑えたオリジナル商品『水99%Superシリーズ』が、新生児から使える赤ちゃんのおしりふきとして評価されました。	赤ちゃん本舗
第13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	「10/10 トツキトオカは赤ちゃんの日、赤ちゃんへの感謝の気持ちをあらわそう」と「ドレスオール肌着付き」が子どもたちを生み育てやすいデザイン部門で、「離乳食スタートからずっと使えるステップアップお食事セット」が子どもたちの安全・安心に貢献するデザイン部門で受賞しました。 ※9年連続受賞(通算受賞数25品)	赤ちゃん本舗

評価や賞の名称	主催者や授与団体	評価理由	対象
「令和元年かながわ地球環境賞」	神奈川県・ かながわ地球環境 保全推進会議	ファミリーレストランなどにおいて、空調機、給湯器、調理器、照明などの高効率化を積極的に進め、全店舗のエネルギー使用量を把握・データベース化し、省エネ対策の効果測定や設備の更新計画策定などに活用していることと、外部の環境検定試験への全社員受験の推進など、社内環境教育にも力を入れていることにより、平成29年度のCO ₂ 排出量が基準年度(平成24年度)に対して約25%と大幅な削減を実現したことが評価されました。	セブン&アイ・ フードシステ ムズ
「コンタクトセンター・アワード2019」オペレーション部門賞	株式会社リックテレ コム コールセンタ ージャパン編集部	チャットボットとRPA(自動ロボット)を組み合わせた取り組みの改善実績が高く評価されました。	ニッセン

▶ [中国のスーパーストア事業の受賞歴についてはこちら](#)

CSRに関する主な評価(2020年9月末現在)

セブン&アイHLDGS. は以下の構成銘柄に選ばれています。



「Dow Jones Sustainability Index」は1999年に初のグローバルな持続可能性ベンチマークとして開始され、RobecoSAMとS&P DowJonesによって提供されています。当シリーズは経済・環境・社会の観点から、世界のリーディングカンパニーのパフォーマンス推移を測定しています。当社は、アジア・太平洋地域を対象にした「DJSI Asia Pacific」の構成銘柄に選定されています。

[Dow Jones Sustainability Indexについてはこちら](#)



FTSE4Good Index Series はグローバルなインデックスプロバイダーであるFTSE Russellが作成し、環境、社会、ガバナンス(ESG)について優れた対応を行っている企業のパフォーマンスを測定するために設計されたものです。FTSE4Good Index Series は責任投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されています。当社も構成銘柄に選定されました。

[FTSE4Good Index Series についてはこちら](#)



FTSE Blossom Japan Index はグローバルなインデックスプロバイダーであるFTSE Russellが作成し、環境、社会、ガバナンス(ESG)について優れた対応を行っている日本企業のパフォーマンスを測定するために設計されたものです。FTSE Blossom Japan Index はサステナブル投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されています。当社も構成銘柄に選定されました。

[FTSE Blossom Japan Index についてはこちら](#)



MSCI ESG Leaders Indexes は、環境、社会、ガバナンス(ESG)のESG評価の高い企業群のパフォーマンスを表す浮動株修正時価総額加重指数です。当社はMSCI ESG格付け評価でBB(AAA-CCCの基準で)の格付けを受けました。

[MSCI ESG Leaders Indexes についてはこちら](#)

セブン&アイ HLDGS.のMSCIインデックスへの組み入れ、およびMSCIのロゴ、商標、サービスマークまたはインデックス名の使用は、MSCIまたはその関連会社によるセブン&アイHLDGS.の後援、推薦またはプロモーションではありません。MSCIインデックスはMSCIの独占的財産です。MSCIおよびMSCIインデックスの名称およびロゴはMSCIまたはその関連会社の商標またはサービスマークです。

株式会社セブン&アイ・ホールディングス

Webサイト: <http://www.7andi.com/csr/index.html>

グループ環境関連データ(日本国内)

課題	単位	2017年度	2018年度	2019年度
CO ₂ 排出量 ^{※1}	t-CO ₂	2,692,849	2,559,454	2,425,478
店舗運営に伴うCO ₂ 排出量 ^{※1}	t-CO ₂	2,426,071	2,286,121	2,162,003
店舗運営に伴う電気使用量 ^{※1}	GWh	4,534	4,564	4,487
店舗運営に伴う水使用量 ^{※2}	千m ³	24,511	24,769	23,573

※1 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、ヨークマート、シェルガーデン、ライフフーズ、アイワイフーズ、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、セブン&アイ・フードシステムズ、パーニーズ ジャパンの12社の合計値。算出条件は、各事業会社のデータ集に記載している環境関連データをご覧ください。

※2 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、ヨークマート、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、セブン&アイ・フードシステムズの8社の合計値。なお、2017年度及び2018年度の数値については、セブン-イレブン・ジャパンにおける算出方法変更のため、数値を変更しています。

グループ人事関連データ(日本国内) ^{※1}

従業員の内訳(2020年2月末)		(人)
正社員 ^{※2}		24,895
	男性	18,118
	女性	6,777
パートタイマー ^{※3}		46,583
	男性	9,461
	女性	37,112
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		71,478
新卒採用者数		815
	男性	455
	女性	360
中途採用者数		361
	男性	284
	女性	77
離職者(正社員)		1,358
	男性	767
	女性	591

		2017年度	2018年度	2019年度
正社員平均勤続年数		16年1ヵ月	16年9ヵ月	16年5ヵ月
	男性	17年5ヵ月	18年0ヵ月	17年5ヵ月
	女性	13年0ヵ月	13年3ヵ月	13年7ヵ月
育児休職取得者数※4 (うち男性、パートタイマー)		1,233人 (10、583)	1,205人 (35、547)	1,198人 (37、601)
介護休職取得者数※4 (うち男性、パートタイマー)		50人 (10、33)	54人 (5、38)	53人 (9、33)
ボランティア休暇取得者数		27人	16人	31人
女性正社員比率		27.0%	27.1%	27.2%
女性管理職数(比率)※5		2,781人(26.9%)	2,545人(27.2%)	2,422人(26.5%)
	係長	2,012人(32.6%)	1,828人(32.8%)	1,709人(32.4%)
	課長	695人(23.1%)	644人(23.1%)	616人(22.3%)
	部長	74人(8.2%)	73人(7.3%)	75人(7.6%)
	役員	24人(13.4%)	22人(12.5%)	22人(11.8%)
障がい者雇用率※6		2.66%	2.84%	2.96%
有給休暇取得率		38.0%	45.5%	49.2%
正社員離職率		4.5%	4.9%	5.4%

※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、そごう・西武、赤ちゃん本舗、セブン&アイ・フードシステムズ、セブン銀行の8社合計。(対象の8社で国内グループ売上高の94%を占める)

※2 定年再雇用者1,289人を含みます。

※3 1日8時間換算による月平均人員。契約社員を含みます。

※4 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)

※5 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、そごう・西武、赤ちゃん本舗、セブン&アイ・フードシステムズ、セブン銀行の8社合計。2017年度および2018年度は、役員を除いた係長級以上の比率。

※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。セブン&アイHLDGS.、テルベ(重度障がい者が働く特例子会社)、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社によるグループ適用雇用率。

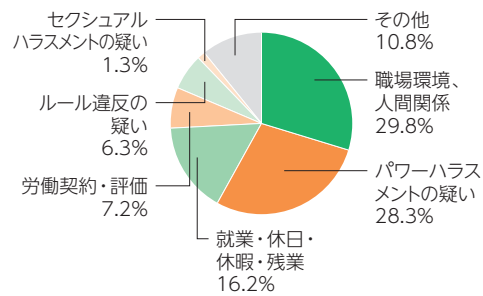
グループ共通従業員 相談受付関連データ

セブン&アイHLDGS.では、グループ全体の内部統制の一環として、従業員からの相談・通報窓口(ヘルプライン)を、社外の第三者機関と社内に設置しています。

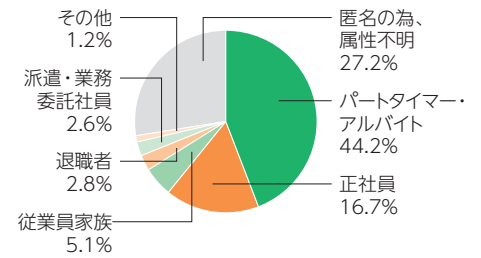
これは、セブン&アイHLDGS.および国内連結子会社の従業員を対象とした制度で、グループ全体で、社会からの信頼を失うような行為の未然防止と早期発見、早期是正、再発防止を図ることを目的としています。

	2017年度	2018年度	2019年度
受付件数	1,047件	1,226件	1,208件

2019年度相談内容の内訳



相談者の内訳



高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
育児・高齢者支援など				
	●移動販売車120台 引き続き買物にお困りのお客様の支援を実施 出店エリア全都道府県への出走を目指す	●累計稼働台数:102台 新規出車とともに、環境の変化による展開エリアの変更も並行し実施	△	●累計稼働台数:108台 展開エリアを精査しながら展開エリアの変更と新規エリアへの拡大を平行して実施する
地域活性化への協力				
	●50自治体とのホームページ連携 行政との包括連携を強化し社会課題の解決を図る	●49自治体とのホームページと連携し、U・Iターンの取り組みや募集情報の掲載を実施。引き続き、リクルート部と情報連携していく	○	—

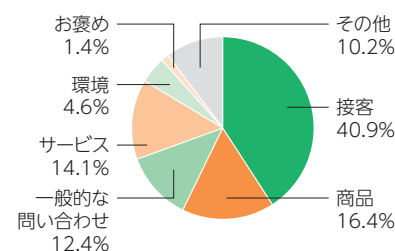
商品や店舗を通じた安全・安心の提供

お客様相談受付関連データ

お客様のご指摘に対して、お客様相談室では「寄り添う」姿勢の強化をしています。お電話でお話をうかがう際にお怒りやご不満の原因がどこにあるのか、しっかりと話を伺うようにしております。お客様からいただいたご意見・ご指摘は同様の問題が発生しないよう経営トップや関連部署にフィードバックし、根本的な課題解決を目指しています。

2019年度相談内容の内訳

受付件数187,394件(前年度比106.5%)



2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	<ul style="list-style-type: none"> ●全デイリー専用工場の認証取得完了 ●プライベートブランド商品のメーカーについては認証取得を推進(2020年末までに完了) 	<ul style="list-style-type: none"> ●「JFS-B規格」に準じた「NDF-FSMS認証」を全デイリー専用工場で取得 ●プライベートブランド商品では68%取得済 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●全デイリー専用工場で認証維持継続 監査プログラムのさらなる進化(JFS-C規格相当)を目指す ●プライベートブランド商品のメーカーについては認証取得推進を継続(2020年末までに完了)
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	<ul style="list-style-type: none"> ●バリアフリー(車椅子対応トイレ設置)新規導入店舗:550店 ●車両飛び込み事故防止のためのガードパイプ設置(新規・増設)店舗:500店 	<ul style="list-style-type: none"> ●バリアフリー(車椅子対応トイレ設置)新規導入店舗:542店 ●車両飛び込み事故防止のためのガードパイプ設置(新規・増設)店舗:1,117店 	<p>△</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●バリアフリー(車椅子対応トイレ設置)新規導入店舗:550店 ●車両飛び込み事故防止のためのガードパイプ設置(新規・増設)店舗:650店
適切な情報提供				
	<ul style="list-style-type: none"> ●CSRサイトの更新頻度向上 ●CSR冊子「セブン・イレブン マインドブック」を通じて、CSR活動のわかりやすい情報公開に努める 	<ul style="list-style-type: none"> ●CSRニュース更新回数:42回(前年度:33回) ●セブン・イレブンのCSRの取り組みをステークホルダーにわかりやすく伝えることを目的に冊子を発行。有識者と社長の対談など、これまでにない客観的な視点を取り入れた内容を掲載 	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●CSRサイトおよびCSR冊子のリニューアル(サステナビリティブック) ●よりわかりやすいCSR活動の情報公開に努める
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> ●お客様自身で問い合わせ内容を自己解決できる情報提供方法に取り組む。発生原因の改善に取り組む ●お客様のご指摘集計をシステム化し、より早く問題解決が進むよう現場への関与を強化する 	<ul style="list-style-type: none"> ●ホームページやお客様相談室FAQを通して商品・キャンペーン情報をわかりやすく提供 ●課題に取り上げた内容は継続して分析しタイムリーに経営者に提供を続けた 	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●社会の課題解決を企業として事業を通じて解決すべき課題と捉え、商品・サービスを通して改善の取り組みを継続実施する
災害時の支援				
	<ul style="list-style-type: none"> ●災害発生時に店舗営業継続を含めたインフラ機能を果たすべく、災害時支援協定の運用を整理するとともに、お取引先様を含めた効果的な訓練の実施を通じ、国や自治体などとの連携強化を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ●効果的な自治体支援のため、県レベルでの市町村への災害時支援の優先順付けを依頼したが、運用上の整理は改善の余地があり、引続き調整が必要 ●お取引先様を含めた訓練を企画し、実施は2020年度の予定 ●台風15号、19号の被害に対し、千葉県、福島県、茨城県、神奈川県自治体に物資支援を実施した 	△	<ul style="list-style-type: none"> ●災害発生時に店舗営業継続を含めたインフラ機能を果たすべく、直近の災害対応(台風15号・19号など)の検証を行い、事業継続計画の見直しを進める ●社内訓練のみならず、国や自治体が主催する防災訓練への参加、情報交換などを通じ、連携強化を進める
地域防犯対策				
	<ul style="list-style-type: none"> ●各都道府県の警察や所轄警察署と防災訓練・講習会の開催情報を共有するなどの連携を図り、参加率を50%以上とする 	<ul style="list-style-type: none"> ●7,124店(35.2%)が防犯訓練・講習会に参加。従来の強盗抑止訓練に加え、特殊詐欺防止訓練など社会情勢を踏まえた内容に変更して実施 	△	<ul style="list-style-type: none"> ●各都道府県の警察や所轄警察署と訓練開催情報を共有するなどの連携を図り、防犯訓練・講習会への参加率を50%以上とする

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	●ISO14001に基づくEMSをさらに進めることで、前年度よりもグッドポイント(高評価)を獲得する	●認証取得以来、過去最高のグッドポイント(高評価)数を獲得した	○	●ISO14001によりEMSをさらに深耕させ、指摘事項(不適合・改善の機会)を前年度よりも削減する
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	●省エネ性の高いLED照明を1,600店へ導入(新店・切り替え店を含む合計) ●物流配送車の環境にやさしい車両を1,110台まで増加	●省エネ性の高いLED照明を1,119店へ導入(新店・切り替え店を含む合計) ●環境に優しい車両を2,105台導入したことで、配送に伴うCO ₂ 排出量を4.9%削減	△ ○	●省エネ性の高いLED照明を1,350店へ導入(新店・切り替え店を含む合計) ●環境に優しい車両を2,800台導入(全車両の45.0%) ●EV車、FCV車の実証実験
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	●1店舗当たりのレジ袋使用量を前年度よりも削減 ●食品リサイクル率:50%以上の達成	●1店舗当たりのレジ袋使用量(937.3kg)	○	●1店舗当たりのレジ袋使用量を前年度よりも削減させる
従業員への意識啓発				
	●エコ検定年間合格者1,000人 ●エコ検定累計合格者3,800人 ●エコ検定受験者に環境保全ボランティア活動を案内	●エコ検定年間合格者850人 ●エコ検定累計合格者3,683人 ●エコ検定受験者に環境保全ボランティア活動を案内	△ △ ○	●エコ検定年間合格者500人 ※管理職者100%合格 ●エコ検定受験者に環境保全ボランティア活動を案内 ●全社員対象eラーニングによる啓発

環境関連データ

課題	単位	2017年度	2018年度	2019年度
CO ₂ 排出量※1※2※3	t-CO ₂	1,672,443	1,578,963	1,501,795
店舗運営に伴うCO ₂ 排出量(1店舗当たり)※1※3	t-CO ₂	1,449,109 (71.5)	1,350,259 (64.6)	1,281,810 (61.4)
物流に伴うCO ₂ 排出量(1店舗当たり)※1※4	t-CO ₂	220,357(10.9)	225,959(10.8)	217,811(10.4)
店舗運営に伴う電気使用量(1店舗当たり)※1※3	GWh(MWh)	2,807(139)	2,888(138)	2,874(138)
店舗運営に伴う水使用量※1※5	千m ³	13,198	13,749	13,176
1店舗当たりのレジ袋使用重量	t	0.88	0.95	0.94
廃棄物量(リサイクル率)※6	t(%)	382,003(44.1)	366,920(57.8)	384,028(61.6)
食品廃棄物のリサイクル率※7	%	54.3	54.4	42.5

※1 集計期間は4月～3月。

※2 店舗運営・本部・物流センターの運営と配送車両に伴うエネルギー使用に由来するCO₂排出量。

※3 電気使用量が把握できない店舗は推計値を用いて算出。

※4 配送センターの運営および配送車両のエネルギー使用に伴うCO₂排出量。

※5 水道の検針データが確認可能な店舗の使用量より推計して算出する方法に変更しています。

※6 食品廃棄物を除いた廃棄物量およびリサイクル率。東京都などの店舗の排出量から推計して算出。集計期間は4月～3月。なお食品廃棄物量については、※7の基準で算出しました。

※7 食品リサイクル実施業者からの報告に基づく。集計期間は4月～3月。

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
能力向上支援				
	<ul style="list-style-type: none"> ●全社員対象CSR eラーニングを開講 ●店舗勤務社員へのコンプライアンスeラーニングを毎月開講 ●定期研修内における啓発 	<ul style="list-style-type: none"> ●全社員対象CSR eラーニングを4講座開講 ●店舗勤務社員へのコンプライアンスeラーニングを毎月開講 ●定期研修内における啓発 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●全社員対象eラーニングによる学習支援 ●店舗勤務社員へのコンプライアンスeラーニングを毎月開講 ●定期研修内における啓発
公正な評価・処遇				
	<ul style="list-style-type: none"> ●評価制度のさらなる浸透と定着を目指し、管理職研修を継続して実施する 	<ul style="list-style-type: none"> ●評価制度のさらなる浸透と定着のため、制度の一部改定と管理職研修を実施 	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●評価制度の発展と定着のため、制度を一部改定するとともに、より浸透・定着を目指し、研修・eラーニングで啓発する
ワークライフバランスの実現				
	<ul style="list-style-type: none"> ●社員の意見を聞いた上で、より利用しやすい時差出勤制度へ見直す ●長期休暇取得促進を全社員向けに案内し、より有給休暇を取得しやすい職場環境を醸成する 	<ul style="list-style-type: none"> ●社員の意見を聞くためにWEBアンケートを実施し、意見をもとに利用条件を緩和 ●長期休暇取得促進を全社員向けに案内し、有給休暇を取得しやすい環境を醸成した結果、すべての社員が5日以上の有給休暇を取得 <ul style="list-style-type: none"> ①年間有休取得日数:12.9日/人 ②年間残業時間目標:298.3時間/人 	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●在宅勤務制度を導入し、より多様な働き方を推進する ●会社所定休日を増やし、ワークライフバランスの充実をより促進する <ul style="list-style-type: none"> ①年間有休取得目標:15.0日/人 ②年間残業時間目標:270.4時間/人 ③四半期ごとに安全衛生委員会において労働災害未然防止の情報を発信
多様な人材の活躍				
	<ul style="list-style-type: none"> ●障がい者雇用率:2.2% 企業在籍型ジョブコーチの配置 障がい者社員の職場定着支援強化のため、専任社員による企業在籍型ジョブコーチ制度を拡大 2019年度11人体制へ ●女性管理職比率:30% スポット保育の拡大 社員の祝日勤務をサポートするため「スポット保育」の実施エリアを全国拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ●障がい者雇用率:2.26% 企業在籍型ジョブコーチ 2019年度末時点:12人 ●女性管理職比率:22.7% ●スポット保育の実施エリア拡大 2018年度28事業所から2019年度は36事業所に拡大し、全事業所で利用可能に 	<p>○</p> <p>×</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●障がい者雇用率:2.3% 障害者職業生活相談員の拡大:99人 企業在籍型ジョブコーチの拡大:15人 障がい者社員の職場定着支援を強化 ●女性管理職比率:25% 社内のキャリアアップ研修への参加の促進 女性社員構成比:30% ●育児と仕事の両立社員への働く環境支援としてオンラインコミュニケーションツール(Teams)を活用し、社内コミュニティを発足。両立社員同士、また先輩社員へ相談できる場を提供していく
労働安全衛生への配慮				
	<ul style="list-style-type: none"> ●管理職者へのメンタルヘルス研修を現場へ拡大 ●労働災害未然防止の情報を発信 前年度と比較し発生件数を削減させる 	<ul style="list-style-type: none"> ●管理職者へのメンタルヘルス研修を現場へ拡大し、284人が受講完了 ●四半期ごとに労働災害未然防止の情報を発信 前年度と比較し、2019年度の発生件数は横ばい 	<p>○</p> <p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●副店長向けおよび新任管理職者向けのメンタルヘルス研修を継続 ●労働災害未然防止の情報発信を継続 前年度と比較し発生件数の削減を目指す

人事関連データ

従業員の内訳(2020年2月末)		(人)
正社員※1		8,812
	男性	6,415
	女性	2,397
パートタイマー※2		2,414
	男性	1,039
	女性	1,375
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		11,226
	男性	7,454
	女性	3,772
新卒採用者数		286
	男性	200
	女性	86
中途採用者数		218
	男性	189
	女性	29

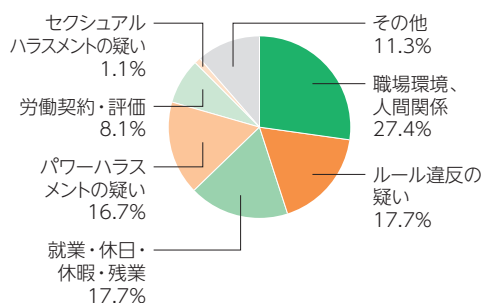
	2017年度	2018年度	2019年度
正社員平均勤続年数	8年10カ月	9年0カ月	9年10カ月
育児休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	283人 (4、4)	316人 (16、2)	316人 (20、5)
介護休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	7人 (5、0)	8人 (4、0)	8人 (3、0)
ボランティア休暇取得者数	1人	0人	7人
女性管理職数(比率)※4	288人(30.5%)	247人(26.2%)	217人(21.6%)
課長	281人(34.0%)	240人(29.4%)	206人(24.7%)
部長	7人(5.9%)	7人(5.4%)	7人(4.7%)
役員	3人(11.1%)	4人(16.7%)	4人(13.3%)
障がい者雇用率※5	2.17%	2.30%	2.38%
正社員有給休暇取得率	65.2%	80.1%	74.4%
労働災害度数率	0.19	0.53	0.54
労働災害強度率	0.00	0.03	0.01

※1 定年再雇用者91人を含みます。
 ※2 1日8時間換算による月平均人員。契約社員を含みます。
 ※3 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)
 ※4 課長級以上の比率。
 ※5 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

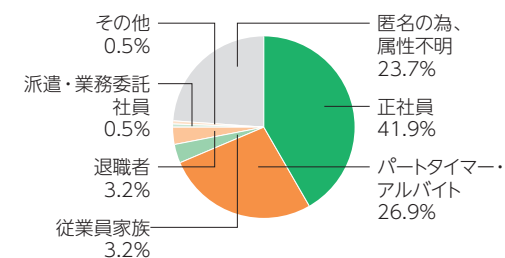
従業員相談受付関連データ

全従業員に対して、職場環境に関する意識調査を行うと同時に、社内通報窓口への周知を進めてきました。また、2018年11月より、社内通報窓口のWEB受付を新たに整備したこともあり、2019年度の受付件数は大幅に増加しています。相談に対して、早期に不正行為の是正や適切な対応をすることで企業のリスク管理と法令遵守を図っています。また、コンプライアンスに関する研修を実施し、eラーニングで全従業員の知識の習得と意識醸成を図っています。

2019年度相談内容の内訳 受付件数186件(前年度比146.5%)



相談者の内訳



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

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
環境に配慮した商品の提供				
	●おにぎりカテゴリー全品を対象に、パッケージを植物性フィルムに変更	●おにぎりカテゴリー全品を対象に、パッケージを植物性フィルムに変更	○	●チルド弁当の一部商品で紙容器を採用し、年間800tのプラスチック使用量削減を目指す
	●店頭で配布しているおしぼりのサイズを25%削減	●店頭で配布しているおしぼりのサイズを25%削減	○	●弁当で使用している中皿付き容器の中皿を排除し、年間326tのプラスチック削減を目指す

高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

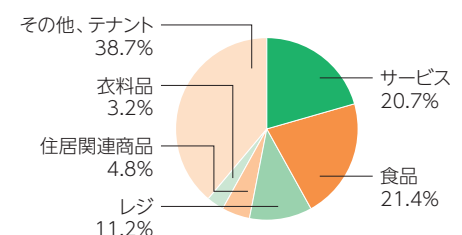
課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
育児・高齢者支援など	<p>【高齢者に焦点を当てた商品開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●価格対応商品の開発からお客様のご不満を解消する機能商品の開発 開発商品売上金額: 950百万円 売上前年度比: 103% 開発商品構成比: 33% ●他部門との連携 化粧品、医薬品などの関連商品との販売促進活動、商品展開を実施 来店客数前年度比: 105% 	<p>【高齢者に焦点を当てた商品開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●初めて使用する方に向けた 低価格でデザイン性を重視した婦人吸水ショーツ開発、吸水帯機能向上による、繊維メーカーとの商品開発 開発商品売上金額: 846百万円 売上前年度比: 92% 開発商品構成比: 29% 外出用品・衛生用品売上前年度比: 102% シーズン与件による衣料品不振の影響が大きい ●カテゴリを超えた販促実施による新規顧客の獲得 健康測定器の設置による来店促進 来店客数前年度比: 98% 	△	<p>【高齢者に焦点を当てた商品開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●コロナ禍において、お客様需要の高い防水シーツ、パジャマなど、抗ウイルス、抗菌、消臭といった衛生対策商品開発強化。高齢者向けの基本機能に加え、サイズ・体型・症状などお客様の声・お悩みを解消する商品を開発 開発商品売上金額: 850百万円 売上前年度比: 100% 開発商品構成比: 30% ●あんしんサポート売場のさらなる認知度向上にむけた活動強化 メーカーと共同してケアマネージャーへのアプローチ 新型コロナにおける来店客減少をリアルからネットに誘導する施策での対応 ネット売上前年度比: 120% 【子育て支援の取り組み】 ●マタニティ育児相談室 助産師・保健師による無料の育児相談を107店舗・年間5,500回実施 22万件の相談に対応(前年度比: 100%) 【お買物の利便性向上にむけて】 ●とくし丸(移動販売車) ネットスーパーやネット通販でカバーしきれない生活者を支援し、地域のライフラインとしての役割を果たす 拡大予定: 25店舗26台 売上目標: 1台当たり平均日版8万円

商品や店舗を通じた安全・安心の提供

お客様相談受付関連データ

お客様の声承り件数は、前年度比99%とほぼ横ばいとなりました。
また、約20%を占めるサービスに関するご不満につきましては前年度比84%に減少いたしました。さらにお客様のご不満を削減するために、発生原因の分析を進めて再発防止策を講じてまいります。

2019年度相談内容の内訳 受付件数44,478件(前年度比99.4%)



2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	<ul style="list-style-type: none"> ●食品を中心に鮮度不良や異物混合による店起因のご不満の受付件数を削減(前年度比:70%) ●特に青果物の鮮度不良の削減を最重点課題とする 	<ul style="list-style-type: none"> ●食品に関するご不満の受付件数 前年度比:98% ●青果:5,866件(前年度比93%) 	×	<ul style="list-style-type: none"> ●食品のご不満の受付件数の削減(前年度比:80%) ●引き続き、青果物の鮮度不良の削減を重点課題として取り組む
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	<ul style="list-style-type: none"> ●災害用通信手段(無線等)の見直しと整備 ●官公庁による被害想定などの変更を確認し、内容を対策書などに反映 	<ul style="list-style-type: none"> ●受信環境の悪い29店舗に対し、MCA無線とIP無線のハイブリッド機を導入 ●各店で自治体発行のハザードマップを入手し、自店の被害想定を確認。風水害対策書を8月に更新 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●閉店やヨーク移管店舗より回収した通信機器があり、受信環境に合わせて、既存店に再配備し、有効に活用 ●バッテリー消耗のため、順次交換実施 ●店舗の防火管理委員会にて、年間を通して各災害対策の確認を実施
適切な情報提供				
	<ul style="list-style-type: none"> ●引き続き毎週の販売会議を利用し、現場(店舗)と本部で情報の共有を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ●毎週月曜日に、前週の問題・課題および翌週以降の取り組みを本部から店舗へ説明・共有することを継続実施 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●毎週の販売会議を活用し、お客様のご意見・ご要望・ご指摘の情報共有を図る
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> ●お客様からのご指摘、ご要望について詳細をデータ化し、継続して改善・修正に繋げる ●「接客対応」に関するご不満を前年度比で20%削減 	<ul style="list-style-type: none"> ●ご指摘・ご要望についてデータの「見える化」をさらに促進し、傾向とボリュームを把握することでタイムリーな対策を実施することができた ●「接客対応」に関するご不満:2,845件 前年度比:81% 	△	<ul style="list-style-type: none"> ●ご指摘・ご要望を傾聴し、再来店につながる具体的な提案 ●データの見える化はさらに深耕させ、関係各部へ情報共有する ●「接客対応」に関するご不満を前年度比で20%削減
災害時の支援				
	<ul style="list-style-type: none"> ●災害協定書フォームの整理し、店舗出店地で災害時支援協定が未締結の自治体などとの締結 ●過去に締結した協定の内容を順次見直し 	<ul style="list-style-type: none"> ●物資支援、一時避難場所提供など、協定ごとにひな型を作成。福島県、南千住警察、上田市と新規締結 ●ふじみ野市、大阪府と協定内見直し 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●店舗出店地で災害時支援協定が未締結の自治体などとの締結 ●過去に締結した協定の内容を順次見直し

商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	<ul style="list-style-type: none"> ●34店舗で売場・バックルーム・立体駐車場の蛍光灯をLED化 ●8店舗で売場空調機制御をインバータ化 ●1店舗あたりの配送距離:155千km ※稼働平均店舗数にて算出 	<ul style="list-style-type: none"> ●34店舗、約36,000台の蛍光灯をLED化 ●6店舗、51台をインバータ化 ●1店舗あたりの配送距離:223千km ※稼働平均店舗数にて算出 	<p>○</p> <p>△</p> <p>×</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●45店舗、約35,000台の残存蛍光灯をLED化 ●導入可能店舗の売場空調設備のインバータ化をすべて完了 ●1店舗当たりの配送距離:155千km ※稼働平均店舗数にて算出
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	<ul style="list-style-type: none"> ●食品リサイクル率:56.0%(計量器の活用による分別徹底) ●リサイクル実施店舗数:90店舗(新規開拓+ドミナント) 	<ul style="list-style-type: none"> ●食品リサイクル率:59.5% ●リサイクル実施店舗数:157店舗(実施率:100%) 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●食品リサイクル率:65.0% ●リサイクル実施率:100% 食品関連取扱店舗(157店舗)すべてで引き続きリサイクルを実施
従業員への意識啓発				
	<ul style="list-style-type: none"> ●エコ検定受験者目標:2,370人 合格率90%目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ●エコ検定受験者:2,271人 合格者:1,344人 合格率59.2% 	△	<ul style="list-style-type: none"> ●エコ検定受験者目標:1,300人 合格率目標:90% ●グリーンチャレンジ2050のeラーニングを100%受講

環境関連データ

課題	単位	2017年度	2018年度	2019年度
CO ₂ 排出量※1※2※3	t-CO ₂	464,556	452,906	414,126
店舗運営に伴うCO ₂ 排出量※1※3 (環境負荷指標※4)	t-CO ₂ (t-CO ₂ /(100万㎡×千h))	441,313 (93)	428,636 (92)	391,680 (100)
配送車両に伴うCO ₂ 排出量※1※3	t-CO ₂	22,932	21,454	22,158
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	767	745	701
店舗運営に伴う水使用量※1	千㎡	6,264	6,138	5,842
食品売場でのレジ袋使用重量(辞退率)	t(%)	1,033(71.6)	1,012(72.7)	756(74.4)
廃棄物量	t	124,349	125,267	119,172
食品廃棄物のリサイクル率	%	53.2	55.1	59.5

※1 集計期間は4月～3月。

※2 店舗運営・本部・研修センター・物流センターの運営と配送車両に伴うエネルギー使用に由来するCO₂排出量。

※3 CO₂排出量は「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO₂排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

※4 (総営業面積×営業時間)当たりのCO₂排出量。

社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
能力向上支援				
	<ul style="list-style-type: none"> ●研修と店舗でのOJTの組み合わせを実現するため、週2日×4週間に研修期間を変更。研修⇒店舗で実行⇒研修⇒実施を繰り返す 参加目標:150人 参加率:50% ●売場責任者に、売上構成の高い商品群に対して、商品作りの基準とマネジメントについて、商品部、本部スーパーパイザーと連携して部門別研修を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●週2日×4週間と研修期間をコンパクトにしたことで参加しやすい体制を構築した一方、技術の習得度の格差が一部で発生 参加人数:151人 参加率:45.1% ●店舗所在地単位で開催 精肉…牛肉の商品作り 鮮魚…まぐろの商品作り 惣菜…ロースカツ製造 役職者の技術レベルの再確認と製造マニュアル基準の確認を実施 	<p>△</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●人員政策による異動者も含めて、社員の部門異動者の育成と技術習得を中心に、上期50人へ研修を実施 ●研修生の辞令を発令し、1カ月間の研修、3カ月間の店舗での実践研修の4カ月間の教育カリキュラムを運営 ●重点商品群に対しての技術確認やマニュアル確認を売場責任者研修の中で実施 ●商品作りマニュアルだけでなく、衛生管理を含めた新基準マニュアルの作成と教育食品従事者全員にTV会議での録画視聴を実施
多様な人材の活躍				
	<ul style="list-style-type: none"> ●人権と多様性の尊重および、ノーマライゼーションの推進についての正しい理解と認識のもと、行動できる従業員の育成を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ●研修実績:48回 参加延べ人数:925人 	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●人権と多様性の尊重、ノーマライゼーション推進の観点から、正しい知識と理解が得られるように、研修と実践による教育を行い、適切に行動できる従業員の育成を目指す ●入社時・新任役職者階層別の研修に加え、新店開店時には対象者全員に人権啓発研修を行う
労働安全衛生への配慮				
	<ul style="list-style-type: none"> ●休業4日以上重大労働災害発生件数を前年度比90%まで削減メンタル・ハラスメント研修を階層別実施する 	<ul style="list-style-type: none"> ●休業4日以上重大労働災害発生件数は前年度比70%まで削減 ●労働環境改善プロジェクトの一環として以下の取り組みを実施 10月と11月に、執行役員を含む本部マネジャー以上に対し、パワハラ防止研修を実施 約200人(受講率:約70%)が参加し、パワハラ防止法などの知識獲得およびハラスメント防止に対する意識向上を図った 	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●休業4日以上重大労働災害発生件数は前年度比90%まで削減 ●ハラスメント研修の継続と就業違反者に対する啓発教育の実施

人事関連データ

従業員の内訳(2020年2月末)		(人)
正社員※1		7,131
	男性	5,140
	女性	1,991
パートタイマー※2		21,581
	男性	4,342
	女性	17,239
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		28,712
	男性	9,482
	女性	19,230
新卒採用者数		156
	男性	73
	女性	83
中途採用者数		73
	男性	50
	女性	23

	2017年度	2018年度	2019年度
正社員平均勤続年数	22年10カ月	24年7カ月	23年2カ月
育児休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	302人 (2、184)	323人 (3、183)	290人 (8、194)
介護休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	20人 (0、17)	32人 (1、26)	26人 (5、17)
ボランティア休暇取得者数	3人	4人	7人
女性管理職数(比率)※4	948人(24.2%)	798人(26.3%)	752人(26.1%)
	係長	859人(27.2%)	707人(30.9%)
	課長	72人(14.0%)	71人(13.8%)
	部長	21人(9.2%)	20人(8.8%)
	役員	2人(10.5%)	2人(9.5%)
障がい者雇用率※5	2.77%	2.99%	3.15%
正社員有給休暇取得率	17.7%	26.3%	32.8%
労働災害度数率	1.45	1.65	1.37
労働災害強度率	0.04	0.04	0.03

※1 定年再雇用者694人を含みます。

※2 1日8時間換算による月平均人員。契約社員を含みます。

※3 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)

※4 係長級以上の比率。

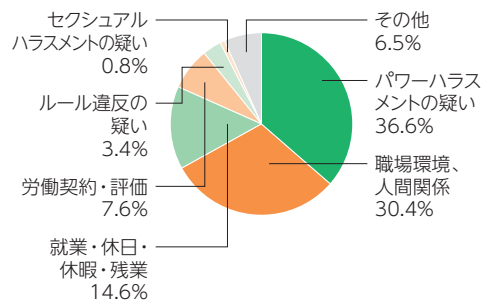
※5 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

従業員相談受付関連データ

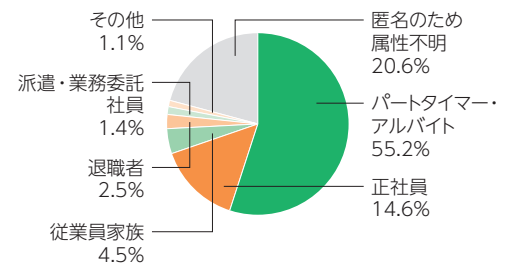
2018年度と比較して2019 年度の相談件数は81.6%と減少していますが、ハラスメントに関する相談件数は昨年と変わらぬ推移となっています。引き続き役職者に対するコーチング研修やハラスメント教育に取り組み、コミュニケーションの取りやすい、働きやすい職場環境づくりに努めていきます。

2019年度相談内容の内訳

受付件数355件(前年度比81.6%)



相談者の内訳



株式会社ヨークベニマル

Webサイト: <https://yorkbenimaru.com/company/mecenat/>

2019年度末の店舗数: 230店舗

高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
育児・高齢者支援など				
	●献血活動の継続実施	●10月ハートフルサタデー 献血者数:402人	○	●献血活動の継続実施
地域活性化への協力				
	●各店舗で誕生祭(開店した月に実施する店舗独自の催し)の実施	●各店舗で誕生祭を実施	○	●各店舗で誕生祭の継続実施

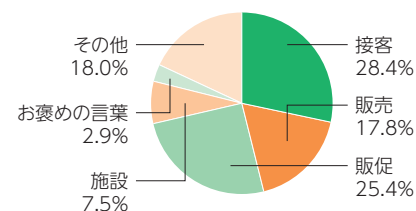
商品や店舗を通じた安全・安心の提供

お客様相談受付関連データ

お客様の声に耳を傾け、一つひとつの声に応じていく取り組みとして、各店のお客様の要望に応えた事例を全店で共有しています。店舗と本部が連携をとり、よりスピーディーに返答をしていくことで、一つでも多くのご意見を形にしながら、楽しく、安心してお買い物できるお店づくりに努めています。

2019年度相談内容の内訳

受付件数3,551件(前年度比99.5%)



2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	●プライベートブランド「三ツ星野菜・果物」の売上目標:前年度比104.0%	●「三ツ星野菜・果物」の売上実績:前年度比96.5%	×	●「三ツ星野菜・果物」の売上目標(既存店舗売上):前年度比106%
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	●バリアフリー新法適用店舗を新店に拡大していく	●バリアフリー新法適用店舗:127店舗	○	●新店に関しては、バリアフリー新法の適用を目指していく
災害時の支援				
	●災害協定締結などの要請があった自治体に対して、協力を検討	●新しく協定を締結した自治体なし	—	●災害協定締結などの要請があった自治体に対して、協力を検討
地域防犯対策				
	●警察からの要請に対して、今後も継続して協力	●「こども110番の店」活動に協力	○	●今後も、新店に関しては「こども110番の店」活動に協力していく

商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	●電気使用量 既存店前年度比:96.9%	●電気使用量 既存店前年度比:98.2% ●冷蔵・冷凍ケース遠隔サポートシステムの導入 設置店舗:58店舗	×	●電気使用量 既存店前年度比:98.0% ●冷蔵・冷凍ケース遠隔サポートシステムの導入店舗の拡大 新規設置店舗数:45店舗

環境関連データ

課題	単位	2017年度	2018年度	2019年度
CO ₂ 排出量※1※2※3	t-CO ₂	193,182	192,977	192,650
店舗運営に伴うCO ₂ 排出量(1店舗当たり)※1※3	t-CO ₂	176,150(804)	175,576(787)	174,464(755)
配送車両に伴うCO ₂ 排出量※1※3	t-CO ₂	16,721	17,097	17,868
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	325	338	336
店舗運営に伴う水使用量※4	千m ³	1,104	1,097	1,072
食品売場でのレジ袋使用重量(辞退率)	t(%)	503(70.5)	516(70.5)	496(72.6)
廃棄物量(リサイクル率)※4	t(%)	43,497(52.8)	44,697(52.2)	52,953(52.1)
食品廃棄物のリサイクル率※4	%	60.4	59.8	58.1

※1 集計期間は4月～3月。

※2 店舗運営・本部・研修センター・物流センターの運営と配送車両に伴うエネルギー使用に由来するCO₂排出量。

※3 CO₂排出量は「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO₂排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

※4 集計期間は3月～2月。

社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
能力向上支援				
	●「教育推進室」を新設し、人材育成、教育の機能を集中させ、入社から昇格までの階層別教育の一元化をはかる	●技術認定(生鮮・陳列・接客サービス)合格者:1,142人(計画比129%) ●発注担当者教育(レベル4・5):818人(計画比125%) ●フィードバック研修:8ゾーンにて48回実施	○	●教育推進室のトレーナー部と能力開発部を統合し、「教育推進部」とすることで階層別教育やOJT教育を推進する ●技術認定(生鮮・陳列・接客サービス)合格者:1,316人 ●発注担当者教育(レベル4・5):542人 ●フィードバック研修:6ゾーンにて36回
ワークライフバランスの実現				
	●年間有給平均取得日数(正社員):5日	●年間有給平均取得日数(正社員):7.2日	○	●年間有給休日取得日数(正社員):10日
多様な人材の活躍				
	●幹部養成カリキュラムを推進し、女性管理職比率(係長級)28%を目指す	●女性管理者比率(係長級):26%	△	●幹部養成カリキュラムを推進し、女性管理者比率(係長級)28%を目指す
労働安全衛生への配慮				
	●年間労災件数前年度比:80%	●年間労災件数前年度比:92%	×	●年間労災件数前年度比:80%

人事関連データ

従業員の内訳(2020年2月末)		(人)
正社員※1		3,006
	男性	2,564
	女性	442
パートタイマー※2		11,763
	男性	1,996
	女性	9,767
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		14,769
	男性	4,560
	女性	10,209
新卒採用者数		151
	男性	92
	女性	59
中途採用者数		0
	男性	0
	女性	0

	2017年度	2018年度	2019年度
正社員平均勤続年数	14年8カ月	14年8カ月	14年8カ月
育児休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	201人 (0、177)	185人 (0、161)	196人 (0、170)
介護休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	13人 (0、13)	4人 (0、4)	5人 (0、5)
ボランティア休暇取得者数	制度なし	制度なし	制度なし
女性管理職数(比率)※4	599人(25.5%)	601人(25.3%)	607人(25.3%)
係長	386人(25.5%)	395人(26.1%)	381人(25.3%)
課長	199人(36.5%)	191人(34.6%)	207人(36.4%)
部長	20人(5.8%)	15人(4.9%)	16人(5.3%)
役員	3人(10.7%)	3人(11.1%)	3人(10.3%)
障がい者雇用率※5	2.85%	2.97%	3.10%
正社員有給休暇取得率	24.7%	26.5%	40.0%
労働災害度数率	3.70	3.33	3.58
労働災害強度率	0.01	0.01	0.01

※1 定年再雇用者242人を含みます。

※2 1日8時間換算による月平均人員。契約社員を含みます。

※3 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)

※4 係長級以上の比率。

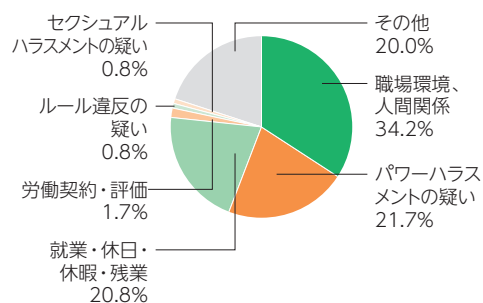
※5 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

従業員相談受付関連データ

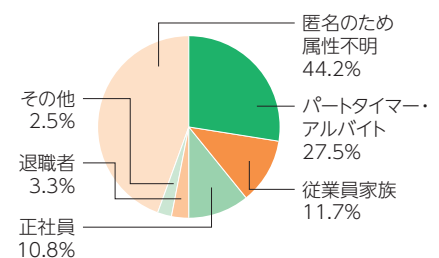
社内の職場環境に関する悩みごとや、不正の疑いに対する調査依頼など、従業員の声を受け付けて、より良い職場環境にしていくためのきっかけとなるよう、努めています。

2019年度相談内容の内訳

受付件数120件(前年度比85.7%)



相談者の内訳



高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
育児・高齢者支援など				
	<ul style="list-style-type: none"> ●リ・チャレンジ制度利用者の拡大を強化し、退職者減少へ ●社内報へ制度利用者掲載により制度の周知を図る ●育休復職者向けのオリエンテーションの継続開催と課題への改善を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ●リ・チャレンジ制度利用者64人(うちパートナー25人)前年度比103.2% ●制度利用者を社内報に掲載制度を周知 ●四半期に1回育休復職者向けオリエンテーションを開催 	<p>○</p> <p>△</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●リ・チャレンジ制度利用者の拡大を強化し、退職者減少へ ●社内報へ制度利用者掲載により制度の周知を図る ●育休復職者向けのオリエンテーションの継続開催と課題への改善を図る
地域活性化への協力				
	<ul style="list-style-type: none"> ●小中学生の職場見学、職業体験受け入れの継続 ●認知症サポーター: 累計1,800人養成 	<ul style="list-style-type: none"> ●小中学生の職場見学、職業体験受け入れ ●認知症サポーター: 取得人数: 275人 累計1,860人養成 	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●小中学校への研修協力(職場見学、職業体験、CSRリーフレットの提供) ●認知症サポーター: 累計2,800人養成

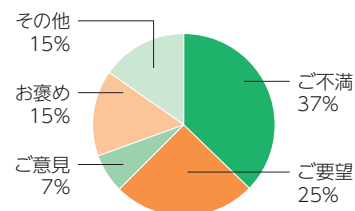
商品や店舗を通じた安全・安心の提供

お客様相談受付関連データ

2019年度のフリーダイヤル受付件数は1,922件。うちお問い合わせが1,264件、ご意見として伺ったものは658件と前年度並みでした。店舗へのご意見と合わせて、合計8,188件の声をいただいております。これからも、いただいた声は社内共有し、ご要望に素早く対応できるよう取り組んでまいります。

2019年度相談内容の内訳

受付件数8,188件(前年度比109%)



2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	<ul style="list-style-type: none"> ●店舗の責任者会議を通じて、日付管理、正しい産地、履歴表示などについてダイレクトコミュニケーションの強化 ●店舗へのインタビューによるコンプライアンスチームの支援の強化 ●衛生設備(ピュアスター水)活用の徹底継続 	<ul style="list-style-type: none"> ●販売事業部とのコミュニケーションを強化。店舗責任者会議でコミュニケーションを実施 ●近隣5店舗程度のチームメンバーの小規模な集まりによる取り組みや課題の共有を図った ●外部業者に委託して隔月での使用状況を確認するとともに、本部QC担当者インタビュー時に説明を行い、適切な活用を維持 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●店舗の責任者会議を通じて日付管理、正しい産地、履歴表示などについて、ダイレクトコミュニケーションの強化 ●本部QC担当者の店舗でのコンプライアンスチームメンバーとのコミュニケーションの強化 ●衛生設備(ピュアスター水)の店舗巡回による運用確認
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	<ul style="list-style-type: none"> ●ふれあいコーナーの拡充 ●店舗の床材に防滑タイプのセラミックタイル導入(新店) 	<ul style="list-style-type: none"> ●既存店3店舗でふれあいコーナーを改装 ●新店2店舗への防滑タイプのセラミックタイル導入 	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●改造店でのふれあいコーナーのリフレッシュ ●店舗の床材に防滑タイプのセラミックタイルの継続導入(新店2店舗)
適切な情報提供				
	<ul style="list-style-type: none"> ●内部統制監査チームが法令に関わる表示監査を全店で実施。初回の監査で不備項目は店責任者と共有し、下期に改善されているかを確認し、定着させる ●本部QC担当者によるウェブ会議、Eメールによる店舗への衛生管理、鮮度管理、アレルギー表示などに関する情報発信の継続、各会議を通じたダイレクトコミュニケーションの強化 ●近隣店舗での実地確認を通じた、小人数での食品衛生、表示研修を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●全体の不備店舗数は横ばい ●不備項目は店責任者と共有し、全社の課題として業務トレーナーが週1回Eメールにて注意喚起の情報を発信した ●本部QC担当者による月1回のウェブ会議、毎週のEメールによる店舗への情報発信、店の責任者会議でのコミュニケーションを実施 ●近隣店舗の実地確認を通じた、5店舗程度の小規模な研修を、年2回全店に対して実施 	<p>△</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●監査結果の課題を、販売事業部と毎週共有し、改善に努める。業務トレーナーからの情報発信を継続し、会社全体で対応する ●本部QC担当者によるウェブ会議、Eメールによる店舗への衛生管理、鮮度管理、アレルギー表示などに関する情報発信の継続、各会議を通じたダイレクトコミュニケーションの強化 ●近隣店舗での実地確認を通じた、5店舗程度の小規模な食品衛生、表示研修を年2回実施
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> ●お客様の声からご要望・ご意見にお応えすることでお褒めのご意見をいただけるように対応する ●お客様の声を毎週幹部社員と確認し、関連部署につなげて店舗運営改善を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ●お客様の声年間8,188件、うちお褒めの言葉1,262件 ●お客様の声を毎週幹部社員と共有し、改善を図った 	<p>△</p> <p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●チラシへのフリーダイヤル掲載や店舗のお客様の声ボックスの環境整備を継続し、より多くのお客様の声をいただいて店舗運営改善につなげる ●いただいた声を幹部社員と店舗従業員で共有し、店舗運営改善を図る

商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	●BEMSの活用	●BEMSの活用による電気使用量を抑制	△	●BEMSの活用
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	●冷凍多段ケースのリーチイン化継続	●リーチイン化(2店舗) 太陽光発電設備設置(1店舗)	○	●冷凍多段ケースのリーチイン化継続(3店舗) 太陽光発電設備設置(2店舗) ●残存する蛍光灯照明のLED化(5店舗)
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	<ul style="list-style-type: none"> ●食品廃棄物リサイクル率:63.8% ●レジ袋辞退率:51.5% 使用重量:昨年比98% 	<ul style="list-style-type: none"> ●食品廃棄物リサイクル率:64.2% ●レジ袋辞退率:54.5% 使用重量:昨年比91% 	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●食品廃棄物リサイクル率:64.8% ●レジ袋辞退率:70% 使用重量:昨年比85%
従業員への意識啓発				
	●エコ検定合格者数:50人	●エコ検定合格者数:41人	△	●エコ検定合格者数:30人

環境関連データ

課題	単位	2017年度	2018年度	2019年度
CO ₂ 排出量※1※2※3	t-CO ₂	56,309	56,375	54,891
店舗運営に伴うCO ₂ 排出量(1店舗当たり)※1※3	t-CO ₂	56,272(712)	56,337(696)	54,852(660)
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	114	117	115
店舗運営に伴う水使用量※1	千m ³	529	513	483
食品売場でのレジ袋辞退率	%	49.9	50.6	54.5
廃棄物量(リサイクル率)	t(%)	21,547(66.0)	21,891(77.9)	20,097(80.2)
食品廃棄物のリサイクル率	%	56.6	62.8	64.2

※1 集計期間は4月～3月。

※2 店舗運営・本部の運営に伴うエネルギー使用に由来するCO₂排出量。

※3 CO₂排出量は「セブン&アイHLDGS. グループ共通CO₂排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
能力向上支援				
	<ul style="list-style-type: none"> ●教育者のスキル向上を目的としたアンガーマネジメントセミナー実施 ●若年層社員の集合研修を実施し、技術レベル向上と仲間意識醸成を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ●役員、店長、2部門のマネジャーに対して実施(約140人) ●新入社員に対する集合研修で、社会人研修、技術研修を実施 	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●総括マネジャー、ゾーンマネジャー、店長、マネジャーへの実施 ●新入社員のWEB研修、技術研修
ワークライフバランスの実現				
	●総労働時間の削減のために、平均残業時間数を前年度比10%削減	●平均残業時間:31.3時間(前年度比89.4%)	○	●総労働時間の削減のために、平均残業時間数を前年度比10%削減
多様な人材の活躍				
	<ul style="list-style-type: none"> ●エキスパート社員の登用:20人 ●正社員登用:25人 ●女性幹部登用:5人 ●女性管理職比率:26% 	<ul style="list-style-type: none"> ●エキスパート社員の登用:12人 ●正社員登用:12人 ●女性幹部登用:2人 ●女性管理職比率:24.4% 	<p>△</p> <p>△</p> <p>△</p> <p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●エキスパート社員の登用:15人 ●正社員登用:15人 ●女性幹部登用:4人 ●女性管理職比率:25%
労働安全衛生への配慮				
	●労働災害発生の削減 発生原因と対策を周知 休業を要する労働災害の削減	<ul style="list-style-type: none"> ●度数率:4.61→2.46 ●強度率:0.09→0.06 ●休業日数:1,114日→730日 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>	●労働災害発生の削減 発生原因と対策を周知 休業を要する労働災害の削減

人事関連データ

従業員の内訳(2020年2月末)		(人)
正社員※1		1,318
	男性	1,027
	女性	291
パートタイマー※2		4,582
	男性	1,280
	女性	3,302
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		5,900
	男性	2,307
	女性	3,593
新卒採用者数		90
	男性	42
	女性	48
中途採用者数		10
	男性	9
	女性	1

	2017年度	2018年度	2019年度
正社員平均勤続年数	15年5カ月	15年11カ月	15年7カ月
育児休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	46人 (0、28)	51人 (0、23)	41人 (0、23)
介護休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	0人 (0、0)	2人 (0、2)	0人 (0、0)
ボランティア休暇取得者数	0人	0人	2人
女性管理職数(比率)※4	201人(22.8%)	218人(24.8%)	214人(24.5%)
係長	164人(31.5%)	172人(28.7%)	169人(28.7%)
課長	27人(11.5%)	38人(23.0%)	36人(22.9%)
部長	9人(7.5%)	8人(7.0%)	8人(6.7%)
役員	1人(7.7%)	1人(7.1%)	1人(6.7%)
障がい者雇用率※5	2.12%	2.22%	2.30%
正社員有給休暇取得率	16.0%	20.9%	34.6%
労働災害度数率	3.29	4.61	2.46
労働災害強度率	0.05	0.09	0.06

※1 定年再雇用者85人を含みます。

※2 1日8時間換算による月平均人員。契約社員を含みます。

※3 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)

※4 2017年度および2018年度は、役員を除いた係長級以上の比率。

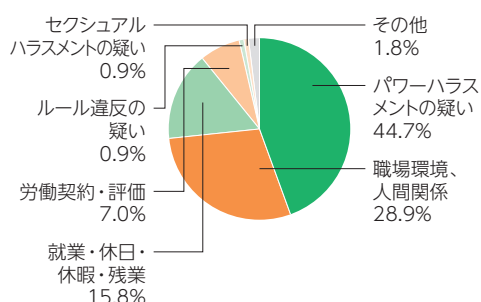
※5 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

従業員相談受付関連データ

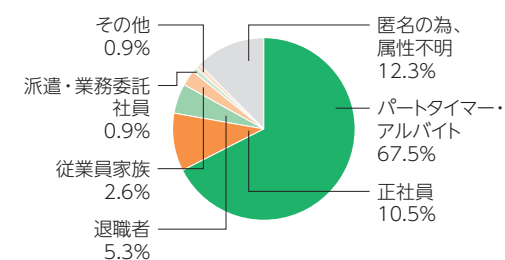
日頃のコミュニケーションの問題に起因する通報が多く寄せられており、対応策として特に役職者に対するコーチング研修やハラスメント教育に取り組んでいます。また、就労環境の改善にも取り組んでいます。

2019年度相談内容の内訳

受付件数114件(前年度比91.2%)



相談者の内訳



高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
育児・高齢者支援など				
	<ul style="list-style-type: none"> ●プレマステーション・カウンターの継続と親子参加型イベント・マタニティ教室、お取引先様と連携した講習会の開催 ●利用客数拡大の取り組みを再強化(告知、イベント内容と頻度、お取引先様合同企画の見直し) ●新規育成目標 シューフィッター:10人 フォーマルスペシャリスト:5人 ハートフルアドバイザー:15人 ●認知症サポーター:489人 累計:5,200人 ●こども靴下取り足数:91,644足 ●盲導犬育成事業への協力 	<ul style="list-style-type: none"> ●各プレマステーション・カウンターにて親子参加型イベントやマタニティ教室、講習会を毎月実施 ●プレマステーション・カウンター実績:14,686人 ※うちリピーター4,849人 リピート率:前年度比+3% ●新規育成実績 シューフィッター:10人 フォーマルスペシャリスト:9人 ハートフルアドバイザー:40人 ●認知症サポーター:297人 累計:5,008人 ●こども靴下取り足数:95,768足 2009年からの累計足数:951,395足 ●盲導犬育成事業団への募金活動:38,354千円 2003年からの累計金額:649,303千円 	<p>○</p> <p>△</p> <p>○</p> <p>×</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●プレマステーション・カウンターの継続と親子参加型イベント・マタニティ教室、お取引先様と連携したお客様向けの講習会の開催 ●新規育成目標 シューフィッター:10人 フォーマルスペシャリスト:10人 ハートフルアドバイザー:15人 ●新入社員を中心に認知症サポーターを増員 累計目標:5,300人 ●こども靴下取り目標 2009年からの累計足数:100万足 ●盲導犬育成事業への協力継続
地域活性化への協力				
	<ul style="list-style-type: none"> ●次世代に向けSDGsと連携した教育を実施(「グリーンカーテン」「打ち水」「お仕事体験」「フードバンクキャンペーン」「夏休みSDGsイベント」など) ●期日前投票所設置により有権者の投票の利便性向上の継続実施 ●店舗が主体となり、地域のそれぞれの伝統・技術・文化・地域限定商品、特産品の紹介、販売を推進(継続) ●店舗間での各地域限定商品、特産品の情報共有・告知・販売(継続) ●LGBTへの対応 行政・地域と連携した理解促進と従業員に向けた研修の実施 ●地元大学との連携 出張授業、学生主体のイベント実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●地域(行政、学校)と連携し、「グリーンカーテン」「お仕事体験」「夏休みキッズアカデミー」などSDGsに関連したイベントを各店舗にて実施 ●期日前投票所を4店舗(池袋本店・千葉店・東戸塚店・福井店)に設置 ●地域の特産品を紹介、販売する地産地消費事などを地域と連携して実施(横浜店・千葉店・広島店・大宮店・福井店・大津店・徳島店) ●福井(信越)物産展を開催(千葉店・大宮店) ●行政・地域と連携したLGBTイベント(レインボープライド)への参画と従業員研修の実施(渋谷店) ●SDGsに関連する特別講演などの実施(早稲田大学、立教大学) 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●自治体などと締結している「包括連携協定」など、行政と連携した取り組みを強化 ●利便性向上と投票率向上に向けた各選挙時の期日前投票所の設置と告知の実施 ●店舗個別での地域産品のお中元・お歳暮ギフト紹介など、地産地消のさらなる推進 ●店舗周辺清掃・環境美化活動、屋上を活用した緑地推進を継続実施 ●地域(行政、学校、企業、NPOなど)と連携したイベントの実施

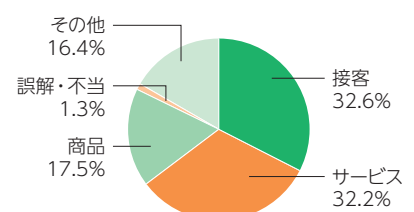
商品や店舗を通じた安全・安心の提供

お客様相談受付関連データ

各店舗のお客様相談窓口へ寄せられた「お客様の声」を受けて、接客レベルの向上・商品の品揃え・付帯サービス・施設の改善などに活かせるように社内でも共有。お客様のご不満の解消と、お客様のニーズを営業施策に反映するための活動を推進してきました。

今後も、「お客様の声」からのご意見・ご要望を受けて、お客様の求める商品・サービスの提供を実践し、店舗と本部が連携して、顧客満足の向上と維持に努めてまいります。

2019年度相談内容の内訳 受付件数7,903件(前年度比104.4%)



2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	<ul style="list-style-type: none"> ●店舗従業員の衛生管理知識向上の継続 ●店舗ごとに食品衛生の課題を明確にし、店舗品質管理委員会のPDCA活動において改善・検証を継続実施 ●衣料・雑貨領域の商品に対する専門機関によるサンプリング検査の継続実施 ●店舗従業員のスキルアップのために階層別研修を継続 	<ul style="list-style-type: none"> ●小冊子「食品衛生管理の基本ポイント」や・DVD・eラーニングを研修、朝昼礼や現場指導で活用 ●店舗品質管理委員会で月次課題を整理し改善・検証を実施 ●ベビー衣料、婦人衣料、季節商品など、サンプリング検査を月次でテーマごとに実施 ●店舗従業員のスキルアップのために階層別研修を34回実施 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●店舗従業員の衛生管理知識向上の継続 ●店舗ごとに食品衛生の課題を明確にし、店舗品質管理委員会のPDCA活動において改善・検証を継続実施 ●衣料・雑貨領域の商品に対する専門機関によるサンプリング検査の継続実施 ●店舗従業員のスキルアップのために階層別研修を継続
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	<ul style="list-style-type: none"> ●横浜店の多目的トイレの増設 ●ユニバーサルデザイン視点での店舗・設備の点検を継続 	<ul style="list-style-type: none"> ●多目的トイレ3カ所を新設（横浜店） ●トイレ内の機能配置を検証し、改修に反映 ●埼玉県と連携し、西武所沢ショッピングセンターの障がい者用駐車場区画を青く塗装 	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●ユニバーサルデザイン視点での店舗・設備の点検を継続
適切な情報提供				
	<ul style="list-style-type: none"> ●専門機関と提携した「表示」の確認・点検を実施し、適切な表示と情報開示を継続 	<ul style="list-style-type: none"> ●食品・飲食（厨房・売場）・衣料・雑貨を対象に専門機関の「表示」点検を150回実施 	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●専門機関と提携した「表示」の確認・点検を実施し、適切な表示と情報開示を継続（全店舗で年2回以上の定期点検の実施）
お客様の声への誠実な対応（体制）				
	<ul style="list-style-type: none"> ●「お客様の声」からのご意見やご要望に対して真摯に耳を傾け、店舗と本部が連携して問題解決を図り、さらなる従業員のサービスマインドの向上を推進 ●お客様からの「ご不満の声」の削減：2,900件以下 	<ul style="list-style-type: none"> ●継続して「お客様の声」を活用した「サービス注意報」を毎週発信し、ご不満の解消とサービスマインド向上の活動を継続して実施 ●「ご不満の声」は2,591件（目標差▲309件） 	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●「お客様の声」からのご意見やご要望に対して真摯に耳を傾け、店舗と本部が連携して問題解決を図り、さらなる従業員のサービスマインドの向上を推進 ●お客様からの「ご不満の声」の削減：2,450件以下
災害時の支援				
	<ul style="list-style-type: none"> ●すでに締結している「地域連携包括協定」や地震災害時「帰宅困難者対策」を含めた地元自治体・企業との連携・協力体制の継続 ●「防災フェア」などの開催を通じ、地域と連携した防災への意識啓発活動の推進継続 	<ul style="list-style-type: none"> ●防災とボランティア週間や火災予防週間に合わせ、各店舗で防災教育や防災訓練の実施 ●行政機関、地域事業者と連携した「帰宅困難者対策協議会」「駅周辺混乱防止対策協議会」への積極的な参加 ●所轄消防署、地域事業者と連携した「地域防災訓練」「自衛消防訓練審査会」に従業員教育を兼ね、積極的に参加 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●従業員教育の一環として、行政と連携した防災教育、訓練の継続実施 ●地域事業者と連携した防災力向上について、消防署、行政との取り組み実施 ●行政関係者との連携強化に向け、地域事業者の代表として、各種の訓練、取り組みへの積極的な参加
地域防犯対策				
	<ul style="list-style-type: none"> ●地域事業者が一体となり、警察関係者とのコミュニケーション強化を継続 	<ul style="list-style-type: none"> ●地域事業者、警察関係者と連携し、「防犯パトロール」や「テロ対策訓練」に参加 ●警察協議会副会長として、警察行政に参画し、地域事業者としてリーダーシップを発揮した（池袋本店・池袋警察署） 	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●地域事業者と連携し、警察関係者とのコミュニケーション強化を継続

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	●ISO14001 定期審査での推奨事項の拡大、指摘事項の削減	●ISO14001 更新審査結果:推奨事項8件(前回差±0件)、不備0件 ※さまざまなステークホルダーと連携したSDGsへの取り組みを、教育などを含め精力的に実施した点がストロングポイントとして評価	○	●ISO14001 定期審査での推奨事項の拡大、不備0件継続
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	●営業店舗ベースで、前年度比1%削減 ●LED導入の拡大を継続	●営業店舗ベースで、前年度比1%超削減 ●3店舗に232百万円を投資してLED照明を導入 年間637t-CO ₂ を削減	○ ○	●営業店舗ベースで、前年度比1%削減 ●LED照明の導入拡大を継続
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	●食品廃棄物リサイクル率:73.2%(前年度比+1.0%) ●廃棄物リサイクル率:70.6%(前年度比+1.0%) ●引き続き分別細分化による廃棄物リサイクル率の向上(継続)	●食品廃棄物リサイクル率:72.6%(前年度比+0.4%) ●廃棄物リサイクル率:70.2%(前年度比+0.6%)	△ △	●食品廃棄物リサイクル率:73.6%(前年度比+1.0%) ●廃棄物リサイクル率:71.0%(前年度比+0.8%) ●引き続き分別細分化による廃棄物リサイクル率の向上(継続)
生物多様性への対応				
	●植樹:1,500本 ●グリーンラッピング目標:54,009件 ●社員ボランティアによる植樹活動の実施	●植樹:1,230本 ●グリーンラッピング実績:44,944件 ●社員ボランティアによる植樹活動の実施(6月:山梨県笛吹市)	× × ○	●グリーンラッピング、レジ袋削減、簡易包装・エコ包装の推進による植樹活動の強化 レジ袋辞退率目標:30% 植樹目標:1,500本
従業員への意識啓発				
	●環境eラーニング:全従業員受講 ●エコ検定受験者:140人 合格率:90% ●第2回CSVアイデアコンペ最優秀案の実現	●環境Eラーニング:全従業員受講 ●社会環境課題について社内報での連載(SDGs特集) ●エコ検定受験者:128人 合格率:85.7% ●CSVアイデアコンペ:琵琶湖で駆除した外来魚を堆肥化し栽培した果実の店頭販売と琵琶湖保全の情報宣伝活動を実現	○ △ ○	●全従業員への環境教育の実施 ●エコ検定合格者:100人 合格率:90% ●社会貢献と企業発展が両立する従業員アイデアコンペの継続実施

環境関連データ

課題	単位	2017年度	2018年度	2019年度
店舗数	店舗	17	15	15
CO ₂ 排出量※1※2※3	t-CO ₂	142,853	123,507	116,173
店舗運営に伴うCO ₂ 排出量※1※3	t-CO ₂	142,241	123,062	115,753
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	261	221	211
店舗運営に伴う水使用量※1	千m ³	1,855	1,656	1,583
容器包装使用量	t	1,276	1,280	1,281
廃棄物量(リサイクル率)	t(%)	24,310(67.3)	21,226(69.6)	21,060(70.2)
食品廃棄物のリサイクル率	%	69.4	72.2	72.6

※1 集計期間は4月～3月。

※2 店舗運営・本部・法人外資部・物流センターの運営に伴うエネルギー使用に由来するCO₂排出量。※3 CO₂排出量は「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO₂排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
能力向上支援				
	<ul style="list-style-type: none"> ●各種研修の新規受講数：1,800人（内訳） <ul style="list-style-type: none"> ・販売基礎研修：1,200人 ・キャリアアップ研修：600人 	<ul style="list-style-type: none"> ●各種研修の新規受講者数：1,090人（内訳） <ul style="list-style-type: none"> ・販売基礎研修：849人 ・キャリアアップ研修 2018年度で終了 ⇒2019年以降は「グロービス学び放題」に移行 グロービス学び放題受講完了者：241人 	×	<ul style="list-style-type: none"> ●各種研修の新規受講者数：1,200人（内訳） <ul style="list-style-type: none"> ・動画基礎研修（マネジメント支援サービスクリップライン） 必須受講者：200人 （2020年新入社員120人 2019年新入社員80人） ・グロービス学び放題 受講完了者：1,000人
ワークライフバランスの実現				
	<ul style="list-style-type: none"> ●年間総労働時間の見直し（年間所定休日の拡充） ●年次有給休暇の取得促進（半休取得上限の拡大） ●パートナー社員の休暇制度の見直し ●出産・育児支援制度のさらなる周知 	<ul style="list-style-type: none"> ●年間総労働時間：15.5時間削減（年間所定休日を114日（+2日）に改定） ●年次有給休暇取得率：19.7%（+1.7%） ●パートナー社員の慶弔休暇、育児休職期間、介護休職の日数・期間などを正社員同様の日数に改定 ●育児休暇取得率：33.8%（+5.0%） ※男性社員の取得率：28.0%（-10.1%） 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●年間総労働時間のさらなる見直し 目標年間所定労働時間：1,867.5時間（-77.45時間） 目標年間所定休日：116日（+2日） ●年次有給休暇の取得率：25% ●男性社員の育児休暇取得率：35%
多様な人材の活躍				
	<ul style="list-style-type: none"> ●契約社員からの正社員登用：50人 ●専門人材の中途採用数：5人 ※2019年度は上期のみ実施 ●女性管理職比率（課長級以上）：15.1%（45人） 	<ul style="list-style-type: none"> ●正社員登用：32人 店舗限定社員登用：28人 ●専門人材の中途採用：3人 <ul style="list-style-type: none"> ・美術専門セールス：1人 ・紳士フィッター：1人 ・経理スタッフ：1人 ●女性管理職比率（課長級）：13.0%（35人） 	<p>△</p> <p>△</p> <p>×</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●働き方の多様化に対応した 店舗限定社員への登用促進 ●専門人材の中途採用：3人 ●女性管理職比率（課長級）：20%（54人）
労働安全衛生への配慮				
	<ul style="list-style-type: none"> ●BMI25%以上でかつ生活習慣病リスクが高い社員への健康増進活動の展開 	<ul style="list-style-type: none"> ●メタボリックシンドローム改善のため、社員食堂を活用した健康キャンペーンを継続的に展開 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●社員食堂を活用したキャンペーンの継続実施と合わせて、健康セミナーなどの健康増進活動を展開

人事関連データ

従業員の内訳(2020年2月末)		(人)
正社員※1		2,780
	男性	1,746
	女性	1,034
パートタイマー※2		2,568
	男性	262
	女性	2,305
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		5,348
	男性	2,008
	女性	3,339
新卒採用者数		63
	男性	23
	女性	40
中途採用者数		0
	男性	0
	女性	0

	2017年度	2018年度	2019年度
正社員平均勤続年数	22年8カ月	22年8カ月	23年0カ月
育児休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	222人 (5、118)	220人 (8、116)	183人 (7、101)
介護休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	7人 (0、4)	7人 (0、5)	11人 (0、9)
ボランティア休暇取得者数	制度なし	制度なし	制度なし
女性管理職数(比率)※4	400人(34.0%)	366人(33.7%)	329人(34.8%)
係長	338人(54.0%)	302人(54.7%)	269人(59.0%)
課長	34人(11.1%)	39人(13.1%)	35人(13.0%)
部長	28人(12.0%)	25人(10.6%)	23人(11.3%)
役員	3人(13.0%)	2人(8.7%)	2人(8.7%)
障がい者雇用率※5	2.16%	2.25%	2.22%
正社員有給休暇取得率	27.4%	24.4%	20.8%
労働災害度数率	0.37	0.33	0.69
労働災害強度率	0.00	0.01	0.01

※1 定年再雇用者101人を含みます。
※2 1日8時間換算による月平均人員。契約社員を含みます。
※3 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)
※4 係長級以上の比率。
※5 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

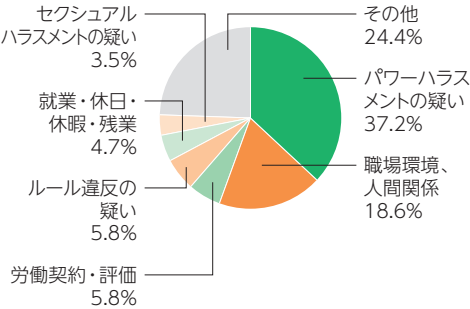
従業員相談受付関連データ

今年度の受付件数は前年度より約50%増加しました。相談内容としては、前年度同様パワハラ・職場環境に起因する案件が全体の5割超となる結果となりました。これは、従業員相談窓口(社内通報制度)の周知徹底とともに、匿名性の確保により、相談者自身の活用への抵抗感が小さくなったことも大きく影響していると考えています。

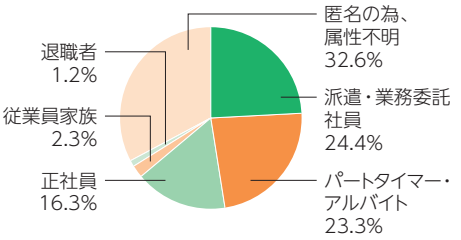
相談内容については、事実関係の確認と原因・課題を明らかにした上で、顧問弁護士による助言や関連部門と連携を図り、改善措置の構築と再発防止に取り組んでいます。

また、従業員に対するコンプライアンスおよびリスクマネジメントの徹底についての研修を定期的に行い、法令および社内規定の遵守徹底を図っております。今後も、従業員相談窓口の信頼性向上と事件・事故の未然防止に努めます。

2019年度相談内容の内訳
受付件数86件(前年度比150.9%)



相談者の内訳



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

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
環境に配慮した商品の提供	●アラスカシーフードフェア、お歳暮カタログへの掲載を継続実施	●アラスカシーフードフェアを12店舗(前年度+4店舗)で実施、お中元・お歳暮カタログ掲載 ●途上国への寄付付きバレンタインチョコレートの販売(新規)	○	●アラスカシーフードなど、認証マーク付き商品の提案強化 ●オーガニックやリサイクル素材など環境配慮商品の展開強化

高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

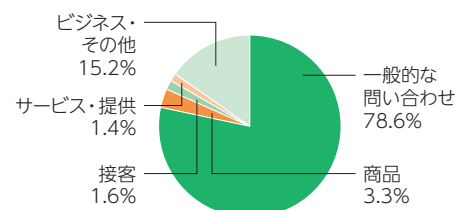
課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
育児・高齢者支援など	●社内資格取得者(マタニティアドバイザー)を増やし、職務者(マタニティアドバイザー取得者で出産準備の接客を主として行う者)を全店舗へ配置(新店以外)を目指す	●マタニティアドバイザー資格者208名へ倍増も職務者数129人、91店舗と全店舗への配置には一歩届かず	△	●マタニティアドバイザー職務者(マタニティアドバイザー取得者で出産準備の接客を主として行う者)を全店舗に配置(新店以外)を目指す
災害時の支援	●要請があれば応えていく方針	●2019年9月「令和元年台風15号」災害支援金募金の実施 ●2019年10月「令和元年台風第19号」災害支援金募金の実施	○	●要請があれば応えていく方針

商品や店舗を通じた安全・安心の提供

お客様相談受付関連データ

「年中無休、無料通話ダイヤルのお客様相談窓口」として、お客様からのご要望、ご意見、お問い合わせなどを承り、お客様に寄り添い、迅速かつ誠実に対応しています。初めてご利用いただくお客様が多いため、わからないこと、不安なことをたくさん抱えておられます。その気持ちを少しでも和らげることができるよう丁寧な対応を心がけています。2019年3月より当社アプリがグループアプリと連携となり、アプリに関するご質問などの対応を迅速に行えるよう、今まで以上に店舗への情報共有の強化、コールセンター対応者のスキルアップに取り組んでいます。

2019年度相談内容の内訳 受付件数16,916件(前年度比104.6%)



2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	<ul style="list-style-type: none"> ●ロット不良目標件数:25件以下 ●前年度と同じ目標を再度掲げ、納入前の最終確認段階である検品にて発生を防ぐとともに、それぞれの商品不良が発生した要因と、その対策を立案し実行することより、改善へとつなげることを徹底 	<ul style="list-style-type: none"> ●ロット不良件数:21件(うちプライベートブランド商品:10件) ●目標に対しては達成 ただし、再検品が必要なために返品したケースも多くあり、年間総返品実績(委託除く)は、前年度実績を若干上回る結果となった ●重点お取引先様を選定し、改善に取り組んだが効果の差があった 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●ロット不良件数:20件以下、総返品実績前年度比:80%以下 ●商品事故発生の根本要因を特定した上で対策を図り、商品事故の未然防止に努める
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	●新店舗内にイベントスペース兼休憩スペースを積極的に確保	●新店舗内にイベントスペース兼休憩スペースを積極的に確保した	△	●新店舗内にイベントスペース兼休憩スペースを積極的に確保
適切な情報提供				
	<ul style="list-style-type: none"> ●FT関連法令について社内研修を実施【4回】 ・景品表示法 ・優越的地位の濫用 ・下請法 ・消費税転嫁対策特別措置法 ●CSR活動の社内共有を、年4回CSRレポート社内版を発行して実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●社内研修実施数:8回 ・下請法(製造委託)研修実施数:2回 ・消費税転嫁対策特別措置法の研修実施数:4回 ・新任バイヤー研修を実施 ・商品販売会議にて、通常価格の考え方について説明 ●CSR活動の社内共有を年4回実施 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●景品表示法について詳細資料を作成し、社内にリリースする ●下請法に関する商品区分について、新任バイヤー研修(実務対応)を実施する ●CSR活動の社内共有 年4回
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> ●苦情目標は前年度同様、前年度実績を下回る。店舗により対応レベルの差があるため、全店舗が同レベルで対応出来るよう、お客様一次対応などの店舗用FAQを作成し、初動対応・報告精度を高め歯止めとする ●レジ・サービスカウンター、売場で苦情の7割が発生しており、業務マニュアルの再確認と一つひとつの業務を丁寧に、お客様と相互確認を行うよう指導する 	<ul style="list-style-type: none"> ●接客サービス苦情:510件(▲16件、昨年比97%) PPM値*:26.2(+0.6、昨年比102%)と、苦情件数は減少するも、PPM値は悪化。苦情件数は全体では減少もサービス提供が前年差+20件と悪化。多様な販促、クーポン、特典に対しての案内不足が主因 ●お褒め:60件(昨年差+11件、昨年比122%) 苦情事例だけでなく、お褒め(お礼)も本社・店舗スタッフと即時共有し、パートタイマーのモチベーション向上に努めた 	△	<ul style="list-style-type: none"> ●苦情目標は前年度同様、前年度実績を下回る 前週のお客様からのご意見や前年同週の苦情案件からタイムリーな話題やシーズン苦情傾向を適時に開示し、事前準備から苦情の抑制につなげる また、お客様と店舗からの声を活かし、お客様ファーストを意識した応対と円滑な店舗オペレーションの提案、本部と連携したマニュアル整備を継続 前年度より導入のスタッフ向けのチャットボット(自動会話プログラム)の積極利用を目指し、店舗が迅速に、いつでもお問い合わせ対応が出来るような環境整備、週次更新に力を入れていく

※PPM(苦情発生率)・・・苦情件数/来店客数/100万分の1で算出。

商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	●アピタ新守山店 照明器具更新(年間約10.4t-CO ₂ 削減)	●アピタ新守山店 照明器具更新(年間約28.0t-CO ₂ 削減)	○	●ララガーデンつくば店のGHP(ガスヒートポンプ)空調設備更新(年間約158t-CO ₂)
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	●レジ袋辞退率目標:8.0%	●レジ袋辞退率:6.1%		<ul style="list-style-type: none"> ●レジ袋辞退率:8.0%(~6/30) ●レジ袋非購入率:60%(7/1~2/28)
従業員への意識啓発				
	<ul style="list-style-type: none"> ●「6月の環境月間」に合わせ、社内報・業務通信で積極的な啓発を図る ●環境月間の6月から2020年2月までコンタクトレンズ空ケースの回収を全社で実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●社内報(年4回)・業務通信(月1回)で環境への取り組みを積極的に啓発 ●環境月間の6月から2020年2月までコンタクトレンズ空ケースの回収を全社で実施 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●社内報(年4回)・業務通信(月1回)で環境への取り組みを積極的に啓発 ●2020年度もコンタクトレンズ空ケースの回収を全社で実施

環境関連データ

課題	単位	2017年度	2018年度	2019年度
CO ₂ 排出量※1※2※3	t-CO ₂	16,669	15,822	14,645
店舗運営に伴うCO ₂ 排出量(1店舗当たり)※1※3	t-CO ₂	16,432(144)	15,615(142)	14,478(124)
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	29	29	27
店舗運営に伴う水使用量※1	千m ³	22	28	20
レジ袋辞退率	%	5.8%	5.6%	6.1%

※1 集計期間は4月～3月。

※2 店舗運営・本社のエネルギー使用に由来するCO₂排出量。

※3 CO₂排出量は「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO₂排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
能力向上支援				
	●新入社員のほか、2年目、3年目の全社員研修(若手階層別研修)を実施	●若手社員参加の研修(部会)を実施	○	●若手社員に推奨する講座を増やし通信研修を年2回実施
公正な評価・処遇				
	●休日取得率:100%	●休日取得率:100%	○	●休日取得率:100%
ワークライフバランスの実現				
	●育児休暇取得率:30%以上 ●一人当たりの月間残業時間:14時間未満	●育児休暇取得率:23.0% ●一人当たりの月間残業時間:8.4時間	× ○	●一人当たりの月間残業時間:6時間未満
多様な人材の活躍				
	●パートリーダー不在店舗「0(ゼロ)」へ ●女性管理職比率(課長級クラス):30% ●現状の育児短時間勤務者を維持	●パートリーダー不在店舗残り5店舗(新店除く) ●女性管理職比率(課長級クラス):22.5% ●育児短時間勤務者維持	△	●パートリーダー不在店舗「0(ゼロ)」へ ●女性管理職比率(課長級クラス):30%
労働安全衛生への配慮				
	●労働災害発生件数:30件未満	●労働災害発生件数:27件	○	●労働災害発生件数:30件未満

人事関連データ

従業員の内訳(2020年2月末)		(人)
正社員※1		1,012
	男性	586
	女性	426
パートタイマー※2		1,207
	男性	60
	女性	1,147
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		2,219
	男性	646
	女性	1,573
新卒採用者数		92
	男性	38
	女性	54
中途採用者数		14
	男性	9
	女性	5

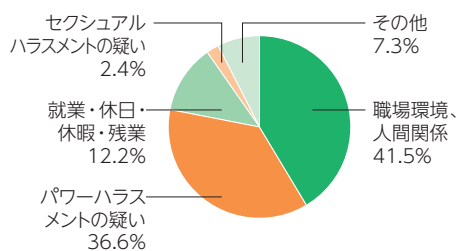
	2017年度	2018年度	2019年度
正社員平均勤続年数	14年10カ月	14年7カ月	14年7カ月
育児休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	108人 (0、64)	73人 (0、41)	132人 (0、94)
介護休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	4人 (0、4)	3人 (0、3)	1人 (0、1)
ボランティア休暇取得者数	制度なし	制度なし	制度なし
女性管理職数(比率)※4	188人(33.7%)	189人(34.4%)	201人(36.0%)
係長	120人(46.0%)	131人(49.2%)	139人(51.1%)
課長	67人(25.6%)	55人(22.3%)	56人(22.5%)
部長	1人(3.6%)	3人(8.1%)	5人(15.2%)
役員	3人(18.8%)	1人(8.3%)	1人(7.1%)
障がい者雇用率※5	2.10%	2.10%	2.26%
正社員有給休暇取得率	41.2%	36.6%	38.6%
労働災害度数率	0.35	0.34	0.33
労働災害強度率	0.01	0.04	0.03

- ※1 定年再雇用者18人を含みます。
 ※2 1日8時間換算による月平均人員。契約社員を含みます。
 ※3 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)
 ※4 係長級以上の比率。
 ※5 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

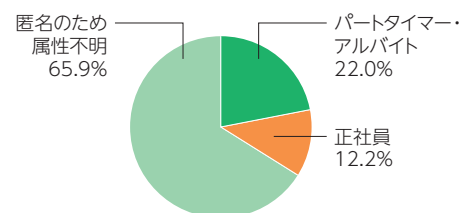
従業員相談受付関連データ

不十分な意思疎通により、従業員がパワーハラスメントと受け止める相談が多くありました。全社的に、コミュニケーションの重要性について、反復して意識づけを図っています。
 2020年度も継続して、新入社員から専門職に至るまで、教育部門を中心に、公正取引・品質管理・法務などが連携してコンプライアンス研修を実施していきます。

2019年度相談内容の内訳 受付件数41件(前年度比93.2%)



相談者の内訳



高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
育児・高齢者支援など	●職場体験の積極的な受け入れ態勢の維持継続 ●食の知識を学ぶお子様向け食育教室の開催の継続	●中学校職場体験: 121校(334人) 小学生の職場体験: 21人 ●食育教室の開催: 9回	○ ○	●職場体験の積極的な受け入れ態勢の維持継続と、高校生の課題授業の受け入れ ●食育教室の開催エリア・店舗の拡大
	地域活性化への協力	●レタス、キャベツ、白菜などの葉物野菜を中心に実施 ●子育て支援はデニーズの出店するすべての自治体と締結 食品ロス削減の協定は新規に3件締結 ●認知症サポーター養成講座: 未開催	△ ○ ×	●米の産地拡大、産地との共生を図る契約方法の新たな検討(例: 複数年契約) ●子育て支援の連携継続、食品ロス削減の協定の拡大 ●フードバンクへの食材寄贈を通じた地域各種福祉施設などへの支援の実施
災害時の支援	●自治体からの災害時受け入れ要請への積極的対応を継続	●九都県市、関西広域連合との帰宅困難者支援の協定を継続	○	●自治体からの災害時受け入れ要請への積極的対応を継続

商品や店舗を通じた安全・安心の提供

お客様相談受付関連データ

2019年度のご不満の受付件数は前年度比91.8%と減少しましたが、お褒めも前年度比88.3%と減少しました。ご不満の内容は、「調理では「料理が冷たい」「盛り付けが雑」が上位となっており、接客では「苦情発生時の対応が悪い」が上位となっています。

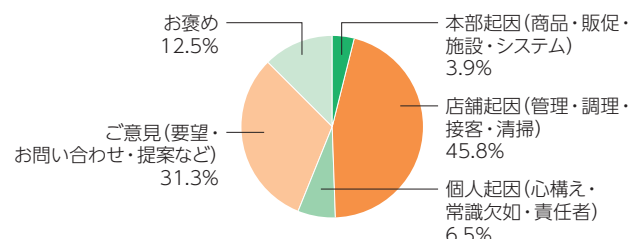
ご不満件数 3,033件⇒2,785件(248件減少、前年度比91.8%)

お褒め件数 913件⇒807件(106件減少、前年度比88.3%)

2020年度は店舗に関するご不満の受付件数の削減とお褒め獲得件数の増加を目標に、1件1件のご意見に真摯に対応して、お客様満足の向上に努めてまいります。

2019年度相談室内容の内訳

受付件数5,933件(前年度比89.0%)



2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	<ul style="list-style-type: none"> ●e-BASEの内容の精度向上(栄養成分) ●店舗要因の苦情件数を前年度比90%以下にする 	<ul style="list-style-type: none"> ●消費者庁から表示推奨品目への追加依頼があったアレルギー情報の追加対応 ●全食材のアレルギー情報の再チェックと食材変更時の運用ルールの全面見直し ●店舗要因の苦情件数:前年度比91.8% 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●新規・変更商品の栄養成分・アレルギー表示についてメーカーとの更なる連携強化。部内にて確認し、担当者を配置し定期的にチェックする ●店舗苦情:前年度比60%以下 お褒め件数:前年度比100%以上
適切な情報提供				
	<ul style="list-style-type: none"> ●2019年下期にはホームページ内にて、「特定原材料に準ずるもの20品目」の英語での情報提供を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●2019年10月に「特定原材料に準ずるもの20品目」の英語表記での情報提供を実施 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●2020年度上期にアレルギー情報にアーモンドを加えた「特定原材料に準ずるもの21品目」をメニュー媒体、ホームページ上で公開
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> ●毎週、幹部にお客様からのご意見状況を共有し、速やかな改善に繋げる 苦情は前年度比80%、お褒めは前年度比120%にする 	<ul style="list-style-type: none"> ●営業幹部向けに苦情項目のワースト項目に絞って、事例から原因と改善策を共有し、店舗への指導を実施 	△	<ul style="list-style-type: none"> ●毎週、毎月、お客様ご意見を幹部(部門長)に共有し、問題点を幹部全員が共通の認識を持ち改善に取り組む
災害時の支援				
	<ul style="list-style-type: none"> ●自治体からの災害時受け入れ要請への積極的対応を継続 	<ul style="list-style-type: none"> ●九都県市、関西広域連合との帰宅困難者支援の協定を継続 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●自治体からの災害時受け入れ要請への積極的対応を継続

商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	<ul style="list-style-type: none"> ●経年で機能低下した個別空調機の交換:178台、55店舗 	<ul style="list-style-type: none"> ●空調機器の交換:249台、89店舗で実施 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●個別空調機の交換に加え、新店への太陽光パネルの設置(目標3店舗)
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	<ul style="list-style-type: none"> ●食品リサイクルループの申請(農水省・環境省・経産省の認可取得) ●食品リサイクル率:50% 	<ul style="list-style-type: none"> ●外食5社合同リサイクルループ認定(同業の合同認定は日本初)15トン/年の食品残渣資源化の増加 ●食品リサイクル率:55.3% 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●コーヒー豆かすに特化した食品リサイクルループの認定 ●食品リサイクル率:56%
従業員への意識啓発				
	<ul style="list-style-type: none"> ●エコ検定:2020年までに全社員合格を目指し積極推進 年間受験者数:450人 	<ul style="list-style-type: none"> ●年間受験者数:640人 累計合格者:1,116人 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●エコ検定の受験推進:年間受験者数100人 ※2019年度、2020年度新入社員を中心に受験推進

環境関連データ

課題	単位	2017年度	2018年度	2019年度
CO ₂ 排出量※1※2※3	t-CO ₂	75,209	69,638	64,894
店舗運営に伴うCO ₂ 排出量※1※3	t-CO ₂	73,161	67,634	62,897
配送車両に伴うCO ₂ 排出量※1※3※4	t-CO ₂	1,889	1,845	1,856
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	121	118	115
店舗運営に伴う水使用量※1※4	千m ³	1,493	1,543	1,353
廃棄物量(リサイクル率)	t(%)	11,029(29.7)	10,021(24.9)	8,959(22.8)
食品廃棄物のリサイクル率	%	49.0	49.5	55.3

※1 集計期間は4月～3月。

※2 店舗運営(セブン&アイ・フードシステムズ)・本部と配送車両に伴うエネルギー使用に由来するCO₂排出量。

※3 CO₂排出量は「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO₂排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

※4 デニース単体の数値。

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
能力向上支援				
	●7FS Universityによる理念の教育および基礎研修を全社員対象に実施	●基礎研修I:79回開催(1,359人受講) ●基礎研修II:48回開催(727人受講)	○	●店長実務研修:40回開催(444人対象) ●リーダー・担当向け実務研修:27回開催(196人対象) ●マネージャー任命研修、単科研修の実施
公正な評価・処遇				
	●評価制度の抜本的な見直しを実施	●定量評価制度の制度設計 基本項目と法令遵守および業務遂行度の54項目を点数化する評価制度を設計	○	●定量評価制度の運用開始(デニーズ)
ワークライフバランスの実現				
	月平均残業時間 ●ナショナル・エリア社員:16時間 ●契約社員:16時間 ●パートタイマー:3時間 ●月間休日取得率:85%以上	●ナショナル・エリア社員:16時間 ●契約社員:16時間 ●パートタイマー:3時間 ●月間休日取得率:95%	○ ○ ○ ○	●ナショナル・エリア社員:15時間 ●契約社員:15時間 ●パートタイマー:3時間 ●月間休日取得率:95%以上
多様な人材の活躍				
	●シニア層雇用率:7%以上 ●外国人雇用者数:350人 ●女性管理職比率 課長級以上:11% 係長級以上:12%	●シニア層雇用率:7% ●外国人雇用者数:352人 ●女性管理職比率 課長級以上:9% 係長級以上:27%	○ ○ △ ○	●シニア層雇用率:7%以上 ●外国人雇用者数:350人(2.46%) ●女性管理職比率 課長級以上:10% 係長級以上:30%
労働安全衛生への配慮				
	●業務上労働災害件数:250件以下 ●定期健康診断受診率:100% ●二次健康診断受診率:100% ●深夜健康診断受診率:100% ●ストレスチェック受診率:100%	●業務上労働災害件数:322件 ●定期健康診断受診率:99.6% ●二次健康診断受診率:85% ●深夜健康診断受診率:95% ●ストレスチェック受診率:100%	× △ × △ ○	●業務上労働災害件数:300件以下 ●定期健康診断受診率:100% ●二次健康診断受診率:100% ●深夜健康診断受診率:95% ●ストレスチェック受診率:100%

人事関連データ

従業員の内訳(2020年2月末)		(人)
正社員 ^{※1}		1,159
	男性	943
	女性	216
パートタイマー ^{※2}		6,947
	男性	1,753
	女性	5,194
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		8,106
新卒採用者数		54
	男性	22
	女性	32
中途採用者数		1
	男性	1
	女性	0

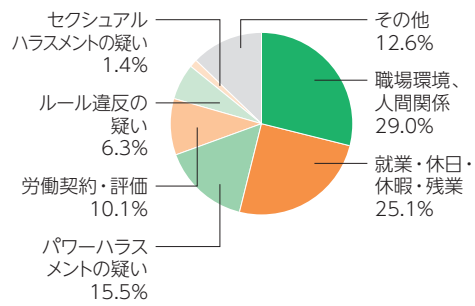
	2017年度	2018年度	2019年度
正社員平均勤続年数	14年8カ月	15年2カ月	15年10カ月
育児休職取得者数 ^{※3} (うち男性、パートタイマー)	45人 (1、39)	54人 (6、38)	49人 (1、33)
介護休職取得者数 ^{※3} (うち男性、パートタイマー)	1人 (0、1)	0人 (0、0)	1人 (0、1)
ボランティア休暇取得者数	0人	4人	4人
女性管理職数(比率) ^{※4}	277人(28.1%)	268人(28.3%)	228人(25.5%)
係長	268人(30.3%)	259人(30.5%)	216人(27.4%)
課長	9人(10.8%)	8人(9.8%)	7人(9.0%)
部長	0人(0.0%)	1人(6.7%)	1人(7.1%)
役員	5人(38.5%)	4人(28.6%)	4人(28.6%)
障がい者雇用率 ^{※5}	2.55%	2.74%	2.87%
正社員有給休暇取得率	36.6%	36.6%	58.2%
労働災害度数率	0.78	0.85	1.18
労働災害強度率	0.02	0.03	0.02

※1 定年再雇用者64人を含みます。
 ※2 1日8時間換算による月平均人員。契約社員を含みます。
 ※3 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)
 ※4 係長級以上の比率。
 ※5 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

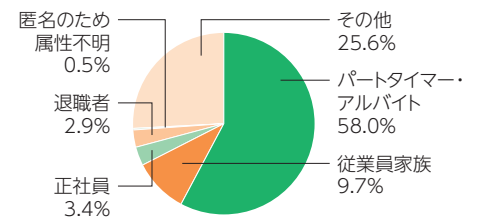
従業員相談受付関連データ

2019年6月、改正労働施策総合推進法が公布され、社会通念の変化に伴い相談件数が増加し前年度比111.9%(2018年度185件)になりました。職場環境改善の重要性はますます高まっており、ハラスメントとワーク・ライフ・バランスに焦点を絞り、対象や役職により研修内容を変え、目的を持った啓発活動で職場環境改善に努めます。

2019年度相談内容の内訳 受付件数207件(前年度比111.9%)



相談者の内訳



高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
育児・高齢者支援など	<ul style="list-style-type: none"> ●絵本「ボノロン」への協賛を柱とした読み聞かせ活動の促進 ●絵本の寄贈の継続 ●児童館との連携強化 	<ul style="list-style-type: none"> ●児童館、国立オリンピック記念青少年総合センター、ペップキッズ郡山で従業員によるボノロン絵本読み聞かせ会を開催 ●ボノロンキャッシュカード発行による児童館への絵本寄贈を継続実施 ●一般財団法人 児童健全育成推進財団「みんなのコミュニケーション応援プロジェクト」への寄付 	○	●読み聞かせ絵本「森の戦士 ボノロン」への協賛を中心とした次世代育成支援の継続
地域活性化への協力	<ul style="list-style-type: none"> ●従業員の地域貢献活動への参加促進 	<ul style="list-style-type: none"> ●ボランティア休暇取得数: 13件 ●グループ全国一斉清掃活動への参加 ●ATM音声ガイダンスサービス認知促進のためのATMワークショップを実施(日本点字図書館、川崎市視覚障害者情報文化センターとの連携) 	○	●従業員の地域貢献活動への参加促進
地域防犯対策	<ul style="list-style-type: none"> ●反社情報収集継続と情報活用による取引排除の対応継続 ●金融犯罪の防止に有効な対策を継続的に遂行し、安心・安全な決済環境をすべてのお客様に提供する ●捜査機関、提携先などとの連携強化により、金融犯罪の拡大防止に努める 	<ul style="list-style-type: none"> ●反社情報収集継続と情報活用による取引排除を適切に実施 ●進化・多様化する金融犯罪に対して、新システムの導入などを実施し対策を強化 ●捜査機関、提携先などとの連携強化により、金融犯罪全体の防止に向けた取り組みを実施 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●継続的に収集した情報を基に、システムを活用した取引排除を実施 ●金融犯罪防止に有効な対策を継続的に遂行し、安心・安全な決済環境をすべてのお客様に提供する ●捜査機関、提携先などとの連携強化により、金融犯罪の撲滅に努める

商品や店舗を通じた安全・安心の提供

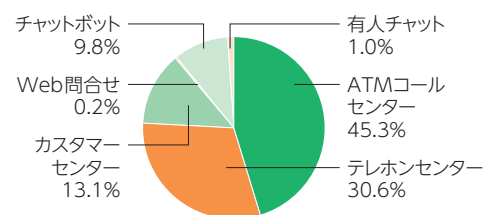
お客様相談受付関連データ

セブン銀行では、お客様から寄せられるご意見・ご要望を真摯に受け止め、お問い合わせ内容をもとに、次なるサービスの充実・発展に努めています。

カスタマーセンターでは、9言語でのお問い合わせに対応しています。

2019年度相談内容の内訳

受付件数1,102,511件(前年度比119.8%*)



※2019年度より、チャットボット・有人チャット経由のご相談を相談件数として含む

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	●BCPを確実に実行するため、継続的な訓練実施により体制の維持強化を図る	●BCP訓練(対策本部初動訓練等)を継続的に実施し、体制の維持強化を実現 訓練実施回数:23回	○	●BCPの想定範囲を拡大し、更なる体制強化を図る 訓練予定回数:17回
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	●多様なニーズに対応したATM機能の推進継続	●金融機関以外とのサービス拡大 資金移動事業者との提携拡大(auPAY、PayPay、メルペイ等) ●第4世代ATMの設置開始 設置台数:1,150台 ●ATMでの顔認証による口座開設の実証実験を実施	○	●多様なニーズに対応した金融サービスの推進
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	●CS(顧客満足度)向上の取り組みの継続実施 ●お客さまとの最大の接点として「顧客満足度向上・最適な情報提供/提案・マーケティング活用・グループ連携」ができるセンター構築 ●対応チャネルの最適化 ●商品サービスの改善/新サービス対応	●新サービスへの対応体制を整備 ・新サービス開始に伴う入電大幅増加対応を想定した対策の検討 ・第4世代ATMに関するお客さまの声を捉え、関係部と共有 ●チャットボットの回答範囲拡大、AI精度向上による顧客満足度向上と対応チャネルの最適化を実施	○	●CS向上の取り組みの継続実施 ●ATMを快適にご利用いただくための分析と改善検討 ●時代に合わせた多チャネルのお問い合わせ対応を可能とするシステム・体制に向けた準備

商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	●間接的に排出するサプライチェーンでの温室効果ガス排出量(スコープ3)の継続的把握と開示	●セブン&アイグループ全体でスコープ3を継続的に把握し、開示(うち当社は、3,557[t-CO ₂])	○	●間接的に排出するサプライチェーンでの温室効果ガス排出量(スコープ3)の継続的把握と開示
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	●ペーパーレスの推進	●会議のペーパーレス化、フリーアドレス化に伴う文書の削減 ●文書保管年限見直しによる保管文書の削減	○	●ペーパーレスの継続推進
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	●オフィスを含めた3R(リデュース、リユース、リサイクル)の促進	●オフィス家具の一部にレンタル家具を使用 ●撤去したATMをメンテナンスし再設置 ●廃棄ATMのリサイクル(100%)	○	●オフィスを含めた3R(リデュース、リユース、リサイクル)の促進
従業員への意識啓発				
	●セブン&アイグループの環境ボランティア、地域のボランティアなどの活動への積極的な参加の継続 ●セブン銀行自主プログラムでの環境ボランティア活動の充実	●フードドライブ活動によるフードバンク「セカンド・ハーベストジャパン」への食品寄贈 ●コンタクトレンズ空ケース回収活動への参加 ●高尾の森自然学校での環境保全活動を実施:31人(ご家族含む)参加	○	●環境ボランティア活動への積極的な参加の継続(セブン・イレブン記念財団の環境保全活動に参加)

環境関連データ

課題	単位	2017年度	2018年度	2019年度
OA用紙発注量	千枚	4,591	4,804	3,298
オフィスでの電気使用量*	MWh	1,134	1,143	1,141

※ テナント入居のため一部把握できていない使用量もあります。有人店舗・直営ATM コーナーを含みます。

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
能力向上支援				
	<ul style="list-style-type: none"> ●社内外での人材交流の機会を増やし、次世代リーダーが自律的に成長することを支援する 	<ul style="list-style-type: none"> ●中堅社員向けビジネススクール派遣 派遣実績:17人 ●管理職研修(コーチング、1on1) 研修受講人数:65人 ●国内大学院派遣 派遣人数:1人 ●セブン&アイ・ホールディングス主催リーダー養成研修 研修人数:2人 ●経営幹部候補社員向け外部研修など 研修人数:15人 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●社内外での人材交流の機会を増やし、次世代リーダーが自律的に成長するような「鍛えられる職場」をつくる ・リモート環境下での部下マネジメント研修(管理職層向け) ・社内コミュニケーション活性化研修(新規入社者向け) ・自己啓発プログラムの拡充 ・セブン&アイ・ホールディングス主催リーダー養成研修 ・経営幹部候補社員向け外部研修など
ワークライフバランスの実現				
	<ul style="list-style-type: none"> ●育児・介護等と仕事との両立支援に関する制度の積極的活用 	<ul style="list-style-type: none"> ●育児・介護等事由による短時間勤務・休職等両立支援制度の運用継続 ●スライド勤務開始 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●育児・介護等と仕事との両立支援に関する制度の積極的活用
多様な人材の活躍				
	<ul style="list-style-type: none"> ●ダイバーシティ&インクルージョンの推進 ●国籍・性別に関わらず活躍できる環境・意識づくり ●インナーコミュニケーションの活性化 ●全社員の参加機会の創出 ●エンゲージメント向上の取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> ●生涯設計セミナーの実施 ●インナーコミュニケーション推進施策の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ランチタイムセミナー(社員同士の業務理解の促進) ・シャッフルランチ(部署間の交流) ●エンゲージメント調査(従業員意識調査)の実施 ●適時適切な採用による社内の活性化 ●社内SNS活用促進 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●ダイバーシティ&インクルージョンの推進 ●国籍・性別に関わらず活躍できる環境・意識づくり ●インナーコミュニケーションの活性化 ●全社員の参加機会の創出 ●エンゲージメント向上の取り組み 【具体的施策として】 <ul style="list-style-type: none"> ・新任管理職向けダイバーシティ研修の継続実施 ・リチャレンジプランの拡充検討 ・社内ウェビナーの実施 ・社内人材公募の実施 ・スライド勤務等の柔軟な就業体制の整備
労働安全衛生への配慮				
	<ul style="list-style-type: none"> ●有給休暇取得率の向上 ●時間外労働の上限規制への対応としての残業削減施策の実施 ●ストレスチェックの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●有給休暇取得率:82.7% ※2020年3月末現在 ●定時退社励行期間(年2回) ●新就業管理システムによる労働時間・残業時間に対するマネジメントの進化 ひと月当たりの平均残業時間:20.9時間 ●ストレスチェックの実施 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●有給休暇取得率の向上 ●時間外労働の上限規制への対応としての残業削減施策の実施 ●ストレスチェックの実施

人事関連データ

従業員の内訳(2020年2月末)		(人)
正社員※1		407
	男性	284
	女性	123
パートタイマー※2		84
	男性	9
	女性	75
従業員数(正社員数+契約・パート社員数)※3		491
	男性	293
	女性	198
新卒採用者数		13
	男性	7
	女性	6
中途採用者数		39
	男性	21
	女性	18

	2017年度	2018年度	2019年度
正社員平均勤続年数※4	8年2カ月	8年3カ月	8年0カ月
育児休職取得者数※5 (うち男性、パートタイマー)	16人 (2、5)	12人 (2、4)	11人 (1、4)
介護休職取得者数※5 (うち男性、パートタイマー)	0人 (0、0)	0人 (0、0)	0人 (0、0)
ボランティア休暇取得者数	13人	8人	13人
女性管理職数(比率)※6	55人(17.9%)	55人(19.4%)	63人(23.6%)
	係長	32人(30.8%)	34人(32.1%)
	課長	23人(12.8%)	20人(12.2%)
	部長	0人(0.0%)	1人(7.1%)
	役員	2人(8.3%)	3人(12.5%)
障がい者雇用率※7	2.20%	2.31%	2.20%
正社員有給休暇取得率	87.2%	75.7%	78.2%
労働災害度数率	0.00	0.00	0.00
労働災害強度率	0.00	0.00	0.00
従業員相談受付数	2件	3件	11件

※1 定年再雇用者39人を含みます。

※2 1日8時間換算による月平均人員。

※3 従業員数は、役員、執行役員、当社から社外への出向者、派遣スタッフを除き、社外から当社への出向者を含めた就業人員。

※4 会社設立は2001年。

※5 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)

※6 2017年度および2018年度は、役員を除いた係長級以上の比率。

※7 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

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

2019年度の活動目標・実績と2020年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2019年度の目標・計画	2019年度の実績・成果	評価	2020年度の目標
環境に配慮した商品の提供	●環境に配慮したATMの安定的運用	●環境に配慮し、第3世代ATMに対し約40%省電力化した第4世代ATMの設置開始	○	●省電力化した第4世代ATMの入替設置の推進