

# サステナビリティ データブック 2021

## SUSTAINABILITY DATA BOOK 2021

### 目次

サステナビリティ活動基本方針	2
環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』	4
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	11
人権への取り組み	19
サステナビリティ推進体制	22
サステナビリティを巡るリスク・機会	30
TCFD提言への対応	33
セブン&アイHLDGS.の重点課題	38
<b>重点課題 1 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供</b>	42
<b>重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供</b>	55
<b>重点課題 3 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用</b>	88
<b>重点課題 4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援</b>	128
<b>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</b>	159
社会貢献活動	195
海外での取り組み	200
社外からの評価・表彰	237
データ集	241

### サステナビリティデータブックについて

本レポート「サステナビリティデータブック2021」は、持株会社であるセブン&アイHLDGS.と事業会社の代表的なサステナビリティ活動について、「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サステナビリティ活動など、網羅的に報告しています。また、2015年に国連サミットで採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成に向けたセブン&アイグループの取り組みにはSDGsのロゴを掲載しています。

#### 報告対象期間

2020年度(2020年3月~2021年2月)の活動報告を基本に、2021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

2021年11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

97.6%

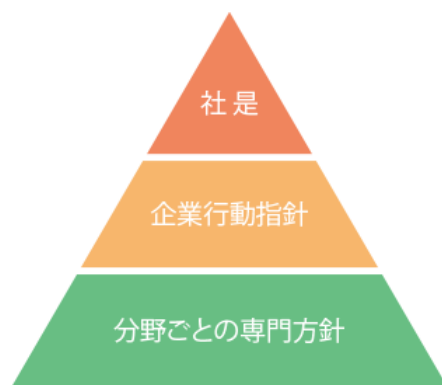
(株)セブン&アイ・ホールディングス  
(株)セブン-イレブン・ジャパン  
(株)イトーヨーカ堂  
(株)ヨークベニマル  
(株)ヨーク  
(株)そごう・西武  
(株)赤ちゃん本舗  
(株)セブン&アイ・フードシステムズ  
(株)セブン銀行  
7-Eleven, Inc.  
SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.  
セブン-イレブン北京  
セブン-イレブン成都  
セブン-イレブン天津  
成都イトーヨーカ堂  
華糖ヨーカ堂

# サステナビリティ活動基本方針

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。

「企業行動指針」は、セブン&アイグループの全役員および従業員の基本姿勢を示したものであり、グループとしての考え方を定めた「基本方針」と行動の原則を定めた「行動基準」に分かれています。

またグループ各社では、業態に応じ具体的行動レベルに落とし込んだガイドライン・行動規範を作成し、本指針と一緒に新入社員や新任役職者研修などを通じて、周知しています。さらに、社是やコンプライアンス意識の浸透度合いを「従業員エンゲージメント調査」において定期的に確認しています。



## 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&アイグループ企業行動指針

[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

- セブン&アイグループ人権方針 [🔗](#)
- お取引先行動指針 [🔗](#)
- 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 [🔗](#)
- 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。



[> 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確保するために社会・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



[> 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、これまでさまざま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、さまざまな環境問題や外部不経済など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 5月

改定日 2020年12月

改定日 2021年 5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50%削減（2013年度比）。	グループの店舗運営に伴う排出量実質ゼロ。
		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目指す。	—
	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。



## 4つのテーマの特定について

### 現状への認識

セブン&アイグループは、コンビニエンスストア、スーパー、百貨店、専門店など、多彩な流通サービス業態を擁しています。これらの店舗網を通じて、お客様の毎日の生活のニーズにお応えするとともに、時代や社会が求める新たな価値の提供に努めることで、国内で約22,600店を超える店舗網を展開し、毎日約2,240万人のお客様にご来店いただけるまでに成長することができました（数値は2021年2月末）。その結果、私たちの商品やサービス提供は多くのお客様にご利用いただけるようになる一方で、地球環境に少なからぬ影響を及ぼすようになっていきます。

SDGs（持続可能な開発目標）に示されているように、地球全体で持続可能な発展が真剣に模索されている中、私たちグループがお客様と共に成長し、社会と発展を共にしていくには、これらの環境負荷を積極的に低減していくことが不可欠です。

### テーマの特定

セブン&アイグループの事業活動によって生じる環境負荷などの中で、とくに社会的な影響の大きい分野を特定することで、環境負荷等の削減に向けた取り組みをより具体的に描き出すように努めました。その結果、照明や冷凍・冷蔵など店舗運営に必要な電力使用などで生じている「CO2 排出」、さまざまな商品やレジ袋、包装材料などの「プラスチック利用」、商品の廃棄などで生じている「食品ロス」、そして原材料、加工、製造などの過程で環境や社会への影響が生じる「商品調達」、この4つが私たちの事業活動にとりわけ密接で、社会的な影響度も大きいテーマであると特定しました。

### 目標値の設定

セブン&アイグループは、実効性のある対応を図るために、この4つのテーマごとに現状を把握し、目標を定量的に定めることで、2030年という近い将来、そして2050年という次世代社会での使命と責務を具体的に示しました。私たちは「信頼と誠実」の社是に掲げるステークホルダーに「未来世代」も含めて考え、この環境宣言の目標を未来にわたる各世代と共有していきたいと願っています。

### 全従業員が一丸となって

まずグループ全従業員がこの環境宣言の趣旨と目標を共有し、毎日の仕事の中でその達成に取り組みます。その一方で、目標の達成には、企業と企業の「間」で生じている社会的な不経済への対応も不可欠です。私たちはグループ一丸となった真剣な取り組みを通じて、お客様や地域社会、お取引先様など、あらゆるステークホルダーの皆様との緊密な協力体制を広げ、持続可能な社会の構築に向けた革新を推進していきます。

## 4つのテーマ別イノベーションチームの発足

セブン&アイグループでは、「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つのテーマで新たなイノベーションに取り組むため、各事業会社の主管部門からリーダー（執行役員以上）を選出し、2030年、2050年の目標達成に向け、グループ横断での取り組みを推進しています。

- ＜ [CO2排出量削減についての取り組みはこちら](#) ＞
- ＜ [プラスチック使用量削減についての取り組みはこちら](#) ＞
- ＜ [プラスチック資源の有効利用についての取り組みはこちら](#) ＞
- ＜ [食品ロス・食品リサイクル対策についての取り組みはこちら](#) ＞
- ＜ [持続可能な調達についての取り組みはこちら](#) ＞

# 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"> <li>● 日々の営業活動</li> <li>● お客様相談室へのお問い合わせ</li> <li>● お客様アンケート</li> <li>● お客様参加型コミュニティサイト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様の生活を豊かにする商品・サービスの提供</li> <li>● 商品・サービスの改善、安全性の確保</li> <li>● 正確でわかりやすい表示</li> <li>● 個人情報の適正な管理</li> <li>● ユニバーサルデザインの推進</li> </ul>
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"> <li>● 商品開発会議</li> <li>● 品質改善会議</li> <li>● お取引先懇談会</li> <li>● お取引先CSR監査</li> <li>● お取引先ヘルプライン（通報窓口）</li> <li>● お取引先アンケート</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● 公正な取引の徹底</li> <li>● サプライチェーンを通じた法令遵守、人権、環境への配慮</li> </ul>
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"> <li>● 株主総会</li> <li>● 決算説明会</li> <li>● 投資家とのミーティング</li> <li>● 投資家向け情報サイト・機関紙</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 株主価値の最大化と利益の還元</li> <li>● 適切な会計処理と適時情報開示</li> <li>● 透明性の高い経営</li> <li>● 受益者に対する説明責任</li> </ul>
地域社会	私たちは、地域社会になく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"> <li>● 自治体との地域包括連携協定</li> <li>● 地域活動への参加</li> <li>● 業界団体を通じた対話</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域特性に合った商品・サービスの提供</li> <li>● 地域の生活環境への配慮</li> <li>● 地域の発展への貢献</li> <li>● NGO・NPOなどと連携した社会課題の解決</li> <li>● 行政と連携した安全・安心な街づくり</li> <li>● 地産地消、食育、子育て、高齢者、障がい者の支援</li> <li>● 災害発生時の商品の提供と被災地復興支援</li> <li>● ボランティア活動への参加</li> </ul>
加盟店オーナー	セブン-イレブン・ジャパンは、加盟店オーナーの皆様との信頼関係が事業の根幹であり、共存共栄の関係にあります。店舗経営相談員との対話を通して、お互いに強い信頼感を基盤とした良好な関係を構築し、お客様の快適で豊かな生活の実現に貢献していきます。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 経営相談員による定期的な店舗訪問</li> <li>● 商品展示会</li> <li>● 地区ごとの研修・勉強会</li> <li>● オーナー向け機関紙</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 経営体質の強化</li> <li>● 店舗運営力の強化</li> <li>● パートナリシップの強化</li> <li>● 競争力の高いフランチャイズシステムの構築と改善</li> </ul>

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
従業員	<p>私たちは、従業員が働き甲斐をもって生き生きと活躍できる職場を目指します。そのために、公平・公正で人権に配慮した職場環境をつくりまします。また、プライバシーや安全を守るとともに、能力向上を支援し働きやすい環境をつくっていきます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 経営方針説明会</li> <li>● 従業員意識調査</li> <li>● 従業員研修</li> <li>● 自己評価（セルフチェック）制度と個人面談</li> <li>● 社内ポータルサイト・社内報</li> <li>● 従業員ヘルプライン（内部通報窓口）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 人権・多様性・個性の尊重</li> <li>● 差別のない人権に配慮した職場づくり</li> <li>● 多様な人材の活用</li> <li>● 労働安全衛生・労働災害の防止</li> <li>● ワークライフバランスの実現</li> <li>● メンタルヘルス不調の未然防止</li> <li>● 従業員の健康増進</li> <li>● 透明性・公平性のある評価</li> <li>● 従業員の団結権などの諸権利の尊重</li> <li>● 能力向上支援</li> </ul>
地球環境	<p>私たちの事業は、地球環境の恩恵なしには成り立ちません。そのため、環境の持続可能性を配慮した商品・サービスの提供を行うとともに、お客様・お取引先・従業員とも協力しサプライチェーン全体で環境負荷の低減に取り組んでいます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様相談室へのお問い合わせ</li> <li>● 商品・包装材仕入先との会議</li> <li>● 国・自治体、店舗近隣住民の方々、NPO・NGOの方々との対話</li> <li>● 設備・メンテナンス会社・廃棄物処理業者との対話</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CO2排出量の削減</li> <li>● エネルギー消費量の削減</li> <li>● 従業員への意識啓発</li> <li>● 環境法令の遵守</li> <li>● 省エネ設備、環境配慮型設備の導入</li> <li>● 節水対策</li> <li>● 廃棄物の削減・リサイクルの推進</li> <li>● 容器包装材などの削減</li> <li>● 生物多様性の保全</li> <li>● 環境に配慮した商品・サービス</li> </ul>

## 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。

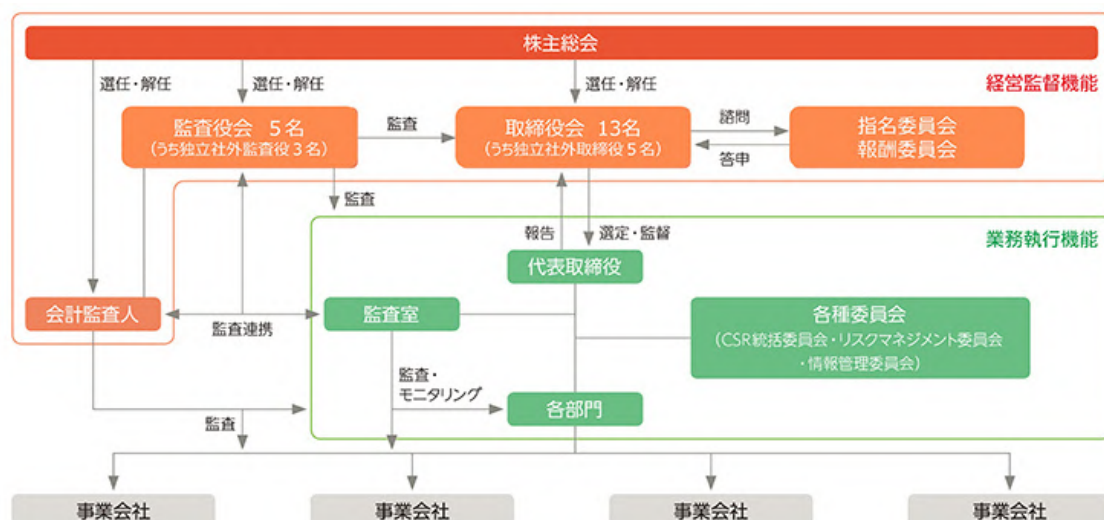
監査役会は5名で構成されており、うち3名は独立性を保持し、法律や財務会計などの専門知識などを有する社外監査役です。各監査役は、取締役会その他重要な会議に出席するほか、代表取締役との意見交換、定期的な取締役などからの業務執行状況の聴取、内部監査部門との積極的な情報交換などを行います。こうした活動を通じて取締役の職務の執行を監査しています。このほか、会計監査人とも積極的に情報交換を行い、会計監査における緊密な連携を図っています。

※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、全員がセブン&アイHLDGS. から独立しています。セブン&アイHLDGS. において独立役員とは、セブン&アイHLDGS. 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、セブン&アイHLDGS. 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、セブン&アイHLDGS. 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セブン&アイHLDGS. 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。



## 指名委員会・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」を設置しています。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います。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います。

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います。

## 各種委員会

セブン&アイHLDGS. は、代表取締役のもとに「CSR統括委員会」「リスクマネジメント委員会」「情報管理委員会」を設置しています。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います。

## CSR統括委員会

セブン&アイHLDGS. は、社会課題の解決に貢献し、社会とセブン&アイグループの持続的成長を目指すため、事業活動を通じたグループ全体のCSR活動の推進・管理・統括を目的としたCSR統括委員会をCSR基本規程に基づき設置しています。また、ステークホルダーの期待や要請に対応するために特定した「5つの重点課題」の解決およびコンプライアンスのさらなる徹底に資する事業活動を推進するために、同委員会傘下に具体的な施策の検討・推進を担う下部組織として5つの部会を設け、課題の解決並びに未然防止に取り組んでいます。

2020年3月には、ESG推進およびコンプライアンス・内部統制の強化を目的に「コンプライアンス部会」を新たに設置しました。また、「5つの重点課題」の当該課題ごとに、気候変動や資源の枯渇などの環境負荷低減を「環境部会」、人権や環境に配慮した健全なサプライチェーンの構築と商品・サービスにおける品質向上と安全性の確保を「サプライチェーン部会」、社是・企業行動指針の周知徹底・働きがいのある職場づくり、多様な人材の活躍推進・労働環境の改善を「企業行動部会」、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・実行を「社会価値創造部会」が担い、グループ横断的な具体的課題の改善施策の立案・展開を行っています。

なお、セブン&アイグループ全体の内部統制の一環としてグループ役員・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統括委員会の事務局の担当役員が、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・確認を行うなど、コンプライアンス体制の強化を図っています。

## 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、セブン&アイHLDGS. 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います。



## 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、2019年度に一新した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のもと、情報管理に対するリスクの分析、評価および対策を講じています。

2020年度において、2019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、グループ共有のセキュリティ体制の構築と強化を進めています。具体的には、セブン&アイHLDGS.の代表取締役直轄組織として業務執行から独立したセキュリティ統括部門を設置、グループの共通指針となる「情報セキュリティポリシー、ガイドライン等」の再整備を行うとともに、各事業会社のセキュリティ環境の構築支援やモニタリングの強化、および教育の高度化や統制評価などを行っています。さらに先に述べた情報管理委員会のもと、グループ全体のセキュリティに対する意識の向上と、専門部会を通じたさらなる強化と徹底を図り、グループ全体での安全・安心の確保を推進しています。

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います。

## 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月にセブン&アイ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

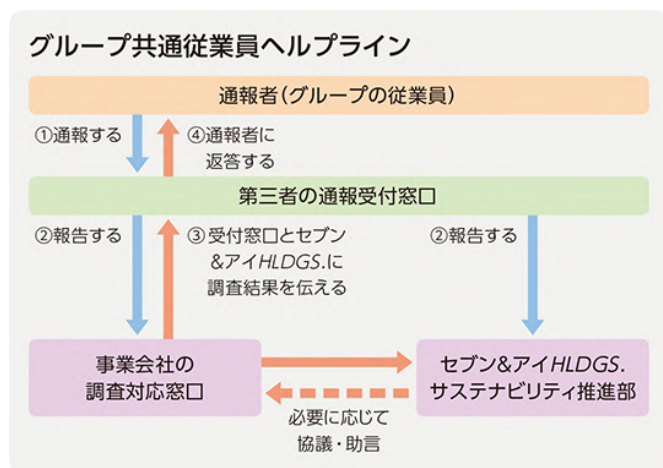
消費者庁の「公益通報者保護法を踏まえた内部通報制度の運用・整備に関する民間事業者向けガイドライン」を、事業者が自らの制度と照らし合わせ、同ガイドラインに適合している場合、WCMSマークの使用を許諾される制度



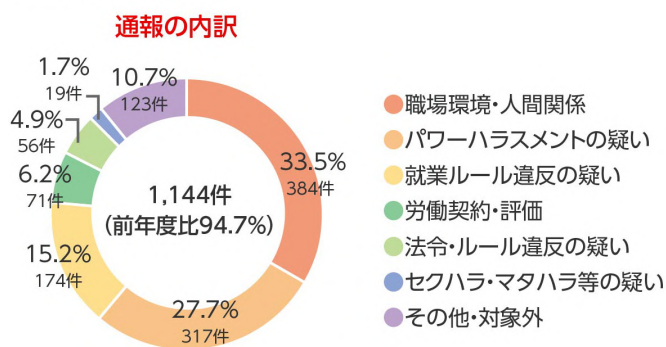
## グループ共通従業員ヘルプライン（内部通報制度）

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



### 2020年度通報結果



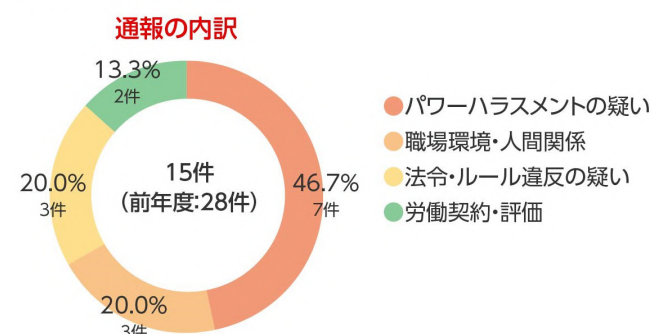
※「従業員ヘルプライン」は第三者の通報窓口に加え、事業会社内に個別の通報窓口を設けている会社もあります。なお、北米・中国の事業会社は、それぞれが社内の通報制度を設けて、従業員からの通報・相談を受け付けています。

## ■ 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。



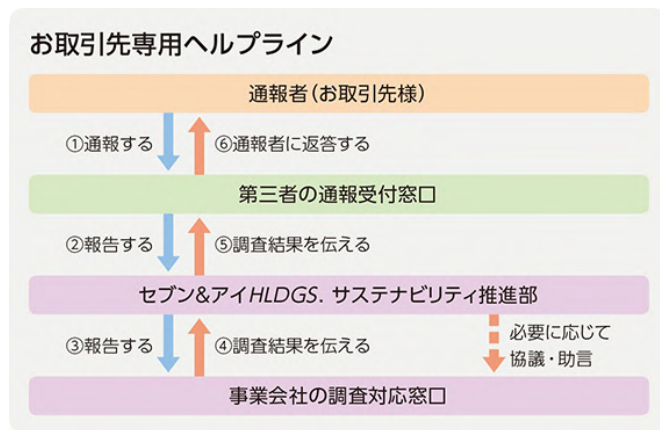
### 2020年度通報結果



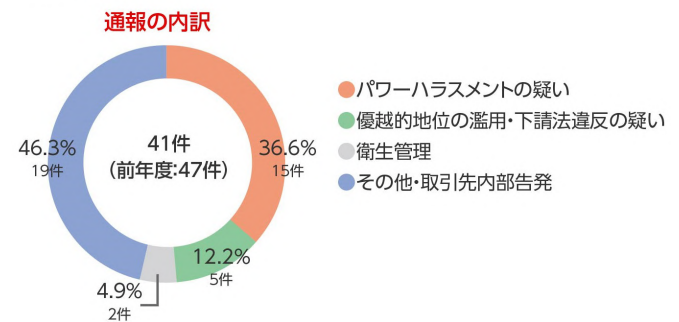
## お取引先専用ヘルプライン（内部通報制度）

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



### 2020年度通報結果



## 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、毎年実施する「従業員エンゲージメント調査」、「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を願っています。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に、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。2020年11月から12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。

セブン&アイHLDGS.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、低税率国への価値移転などの過度な節税行為である租税回避（タックスヘイブン）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

セブン&アイ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、セブン&アイ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



### 2020年度の国・地域別納税額

(単位：百万円)

	日本	米国	カナダ	中国
売上高（営業収益）	3,435,146	2,012,186	220,048	100,707
税引前利益	183,085	73,049	1,139	1,440
法人税等	48,193	△13,252	848	518
納税額	79,893	22,628	64	107



# 人権への取り組み

## 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、お取引先様、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・偏見に気づき、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。

1987年から、東京に本社を置く企業を中心に123社（2020年7月現在）で組織されている「東京人権啓発企業連絡会」（加盟当時名称「東京同和問題企業連絡会」）に入会し、毎月会議体へ参加することで、会員企業各社と相互研鑽しながら人権教育・啓発体制のさらなる充実を図っています。

＜ [東京人権啓発企業連絡会の活動内容についてはこちら](#) ＞

## 研修の実施

セブン&アイグループ各社では、管理職からパートタイマー・アルバイトまで含む従業員に向け、基本的な人権の考え方、ハラスメント防止等さまざまな人権問題についての啓発教育を行っています。加えて、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」や「ノーマライゼーションサポートガイド」を活用し、従業員の理解促進を図っています。

例えば、イトーヨーカドーでは入社時をはじめ、新店・地方店赴任時や、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パワーハラスメントやセクシュアルハラスメントなど、具体的な事例や最新の動向・話題を採り入れて実施。2020年度は、合計で17回、864人が受講しました。

ヨークでは、入社時の研修の中でノーマライゼーションの体験研修を取り入れ、目の不自由な方や車いすの方への介助方法などを教育しています。そごう・西武では、入店時研修として新入社員やお取引先様の店舗従業員に対し、補助犬の受け入れやユニバーサルデザインの説明など、多様なお客様への対応に関する教育を実施しています。

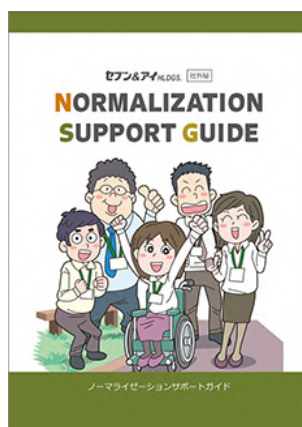
また、セブン&アイHLDGS.では、サプライチェーン上の人権リスクなどの低減・緩和のため、お取引先様および社内の商品開発・仕入担当者に向けた、コンプライアンス研修を行っています。

＜ [お取引先様向けコンプライアンス研修についてはこちら](#) ＞

＜ [社内の商品開発・仕入担当者向けコンプライアンス研修についてはこちら](#) ＞



「学ぶことから始まるみんなの人権」ハンドブック



ノーマライゼーションサポートガイド



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、そのご家族を対象に、人権啓発標語を毎年グループ内で募集しています。人権標語を考える過程において、従業員一人ひとりが「人権」と向き合う機会を作ることにより、人権に対する意識の向上を図っています。応募作品の中から選考した優秀作品については、社内報や社内ポータルサイトなどを通じて従業員へ発表し、表彰しています。30回目となる2020年度の応募作品数は47,130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って考えたもので、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。



人権啓発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

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の従業員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を確認しています。2020年11月の調査では、国内グループ30社、約82,000人の従業員を対象に調査を実施しました。次回は2021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](#)

### 従業員へのインタビュー調査の実施

セブン&アイグループでは、事業、または事業会社特有の人権問題を特定し、人権リスクの低減・緩和を行う目的で、人権啓発センターによる店舗従業員のインタビュー調査を実施しています。2021年3月には、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の全従業員に対するインタビューを完了しました。今後も順次、インタビュー調査を実施する予定です。



## 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、お取引先様に「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」をご理解いただき、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様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の項目には、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、回答内容はデータベース化して取り引き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](#) 

## お取引先様アンケート

セブン&アイグループでは、2016年度からお取引先様に対する当社グループの従業員の言動が、社是や企業行動指針に則ったものであるのかを確認するため、お取引先様が無記名でご回答いただく「お取引先様アンケート」を実施しています。2020年11月から12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。

## 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」およびイトーヨーカドーの海外直輸入のお取引先様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様の工場を監査しています。2020年度は11か国の413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](#) 

## 人権問題に関する相談窓口

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。また、国内グループ会社のお取引先様の役員、従業員、元従業員が相談・通報できる通報窓口「お取引先専用ヘルプライン」を設置しています。通報窓口は、当社が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、通報・相談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、事実関係の確認を行い、問題が確認された場合は、是正措置を講じます。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。

＜ [グループ共通ヘルプラインについての詳細はこちら](#) 

＜ [お取引先専用ヘルプラインについての詳細はこちら](#) 

# サステナビリティ推進体制

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ることなく、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。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し、グループ各社レベルでのコンプライアンスの徹底に努めています。

## 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おります。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監査などを通じて定期的に検証・共有し、教育・啓発・是正を進めてまいります。

＜ [「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います。

## 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ています。

## 各部会の目標と進捗状況

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

2020年度の主な活動計画	2020年度の活動実績	評価	2021年度の主な活動計画
<b>コンプライアンス部会</b>			
(1)公正な取引の確立			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 独禁法、下請法、景品表示法、消費 税転嫁対策特別措置法の遵守状況の 確認と是正 対応</li> <li>● 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）</li> <li>● 集合教育 上期：10回 450人 下期：20回 900人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● FTプロジェクト会議にて年2回情報共 有 上期：グループ25社 59人参加 下期：グループ27社 64人参加</li> <li>● FT研修eラーニング 4月：表示一般（食品含む） 4,230人 8月：景品規制 3,417人 11月：下請法・優越的地位の濫用 11,372人（延べ人数）</li> <li>● 集合教育（オンライン含む） 上期：4回 162人 下期：13回 579人</li> <li>● お取引先様アンケートの実施 回答数：約8,300件</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 独禁法、下請法、景品表示法、消費 税 転嫁対策特別措置法の遵守状況の確認 と是正対応 （FTプロジェクト会議 年2回開催）</li> <li>● FT研修 eラーニング 5月：表示一般（食品含む） 5,000人 7月：景品規制 3,000人 11月：公正取引（下請法・優越的地位 の濫用） 9,000人（延べ人数）</li> <li>● 集合教育（オンライン含む） 上期：10回 400人 下期：20回 600人</li> <li>● お取引先様アンケートの実施</li> </ul>
(2)コンプライアンスの徹底			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンス機能アンケートお よびインタビューの実施（11月～ 12月）</li> <li>● コンプライアンス e ラーニング実 施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンス機能アンケートおよ びインタビューの実施（26社）</li> <li>● コンプライアンス e ラーニングコン テンツの作成</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンス機能アンケートおよ びインタビューの実施（26社）</li> <li>● コンプライアンス e ラーニング実施 （9～10月）</li> </ul>
(3)予防法務機能の充実			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンス機能アンケートお よびインタビューの実施（11月～ 12月）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンス機能アンケートおよ びインタビューの実施（26社）</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンス機能アンケートおよ びインタビューの実施（26社）</li> </ul>
(4)内部通用制度の強化			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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）</li> <li>● 「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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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を実施（20 年8月・80名）</li> <li>● 「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）」の登録を更新（20 年8月）</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 改正公益通報者保護法に基づき、必要 に応じて体制整備を実施</li> <li>● 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）</li> <li>● 「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</li> </ul>

2020年度の主な活動計画	2020年度の活動実績	評価	2021年度の主な活動計画
<b>企業行動部会</b>			
(1)企業行動指針の徹底			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 従業員エンゲージメント調査実施時に、「社是」「企業行動指針」の遵守状況を確認 「企業行動指針」遵守の割合：90%</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● 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」遵守状況を定期的にモニタリング</li> </ul>
(2)働きがいのある職場づくり			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 改善策の立案・実行のモニタリング、改善事例の共有</li> <li>● 従業員エンゲージメント調査実施</li> <li>● 調査結果に基づく課題整理と改善策の立案・実行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● エンゲージメント調査の実施（11月） 対象者：グループ30社 約81,000人</li> <li>● 調査結果のフィードバック実施</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>● グループ各社におけるエンゲージメント向上委員会の発足</li> <li>● 調査結果を受け、従業員との対話を通じた改善施策の検討、計画立案</li> <li>● 従業員エンゲージメント調査の実施</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● 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</li> <li>● 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 実雇用率の向上に向け、イトーヨーカドーを中心に特別支援学校からの実習生受け入れを強化（15校 計18人の生徒の実習を実施）</li> <li>● グループ適用5社計では実雇用率2.96%を維持</li> <li>● ノーマライゼーションサポートガイドを改訂、グループ各社へ配布</li> </ul>	○   ○  △	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 障がい者雇用の促進 法定雇用率未達企業の事業会社に対し採用活動の支援、定着支援促進</li> <li>● 法定雇用率の維持・向上 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</li> <li>● グループ各社への啓発活動の強化 障がい者雇用など人権問題に関わる法律、制度改定や実際に発生した差別事案・事件などを共有し注意喚起の実施</li> </ul>
(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"> <li>● 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</li> <li>● 女性管理職候補者の育成強化</li> <li>● 意識改革に向けた研修の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 女性管理職比率（2021年2月末） 課長級：22.1% 係長級：32.4%</li> <li>● ダイバーシティ＆インクルージョン推進委員会の開催</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ダイバーシティ＆インクルージョン推進に関する社内外への情報発信の強化</li> <li>● 女性管理職候補者研修（女性エンカレッジメントセミナー）の実施</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● グループ各社幹部・管理職に向けた啓発活動の継続</li> <li>● 男性の家事・育児参画促進</li> <li>● 男性の育児休業・育児休暇の取得促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● グループ各社の人事・教育役職者対象のアンコンシャスバイアス研修の実施</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>● グループ各社幹部・管理職に向けた啓発活動の継続</li> <li>● 男性の育児休業・育児休暇の取得促進</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 仕事と介護の両立に関する基礎知識の周知</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 仕事と介護の両立オンラインセミナー実施 20社：156人参加</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 仕事と介護の両立に関する基礎知識の周知</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● LGBTの理解促進</li> <li>● 社外への積極的な情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新型コロナウィルスの影響で、啓発機会が減少しつつも、グループ各社において周知活動を継続</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ダイバーシティ＆インクルージョンに関する社内広報の継続</li> <li>● LGBTの理解促進</li> </ul>

2020年度の主な活動計画	2020年度の活動実績	評価	2021年度の主な活動計画
(4)健康経営推進			
<ul style="list-style-type: none"><li>● 「健康宣言NEXT」に基づく施策の立案、実施</li><li>● 健康維持・未病、健康回復に向けた取り組みの実施</li><li>● 従業員の健康に対する意識の向上</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● ウォーキングイベントの実施 28社：2,638人参加</li><li>● 健康意識向上セミナーの実施 16社：193人参加</li></ul>	○	<ul style="list-style-type: none"><li>● 「健康宣言NEXT」に基づく施策の立案、実施</li><li>● 健康維持・未病、健康回復に向けた取り組みの実施</li><li>● 従業員の健康に対する意識の向上</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● 心身ともに健康で働きやすい職場づくり</li><li>● 健康で快適な職場環境の整備</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● ラインケア研修・セルフケア研修の実施</li><li>● 就業時間内禁煙の実施（7月より）</li></ul>	○	<ul style="list-style-type: none"><li>● 心身ともに健康で働きやすい職場づくり</li><li>● 健康で快適な職場環境の整備</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● 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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● ハラスメント研修実施（15社）</li><li>● グループ誌2020年11月号において職場のハラスメント防止を特集、社長メッセージ掲載。 配布対象：約70,000人</li></ul>	○	
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"><li>● グループ各社の基盤整備、組織・人員のさらなる強化</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 衣料住居品質基準改訂の実施</li><li>● グループ内での課題共有を目的とした定例会議の実施</li></ul>	○	<ul style="list-style-type: none"><li>● 品質基準改訂ワーキンググループを月次にて実施</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● 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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 新型コロナウイルス感染症の影響で工程監査は未実施 ※各事業会社による工場調査は実施</li></ul>	△	<ul style="list-style-type: none"><li>● 監査が困難なPB工場に対し、セルフチェック、誓約書による対応を実施</li><li>● サプライチェーンマネジメントシステムを利用したデータベース化</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● MD研修の実施（繊維・雑貨・薬機法など）</li><li>● 必須研修は研修対象者100%が受講</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● お客様のニーズ（清潔など）に合わせた研修や、法改正に適合した表示研修などをオンラインにて実施 受講人数（延べ人数） 食品：995人 衣料・住居：935人</li></ul>	○	<ul style="list-style-type: none"><li>● カテゴリー別により細分化した教育プログラムを構築、仕入担当者の専門的な知見を向上</li><li>● サステナブル素材に関する研修など、時勢に合わせた研修の拡充</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● 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）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● セブン-イレブン・ジャパンにおいては商品を共有いただいている「日本デリカフーズ協同組合の対象工場165工場」で2020年にJFS規格認証を取得</li><li>● セブンプレミアムについては製造委託工場の94%がHACCP認証を取得</li></ul>	△	<ul style="list-style-type: none"><li>● セブンプレミアム製造委託工場について2021年度内に全工場がHACCP認証を取得</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● 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）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 6月から施行となった「HACCPに沿った衛生管理」に沿った運用マニュアルを各店舗に配布し、運用を開始</li></ul>	○	<ul style="list-style-type: none"><li>● 店舗巡回によるマニュアルの運用の確認。各社の運用状況の情報共有</li></ul>



2020年度の主な活動計画	2020年度の活動実績	評価	2021年度の主な活動計画
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 一部の事業会社の店内製造品に関して、システム改修が進まず未実施</li> <li>● その他の商品については実施済</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>● システム改修を含む、食物繊維および糖質表示のための環境整備の推進</li> </ul>
(2)お取引先サステナブル行動指針の運用徹底			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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）</li> <li>● 社内商品開発、調達担当者勉強会（5月、6月、7月）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● お取引先サステナブル行動指針説明会実績 国内向け（6月） 274人：178社 中国・東南アジア向け（8月） 79人：66社 ※オンライン開催のため、データは説明会期間のアクセス数</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>● お取引先サステナブル行動指針説明会2021（オンライン） セブンプレミアム国内向け（2月） PB海外製造受託国内取引先（2月） 中国・東南アジア向け 多言語説明会（3月）</li> <li>● 社内仕入担当向け説明会・研修（4月・7月・10月・1月）</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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オンラインで開催 国内向け（8月） 中国・東南アジア向け（9月）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンスセミナー実績 中国向け（1月）304人：215社 国内向け（2月）213人：145社 ※オンライン開催のため、データはセミナー期間のアクセス数</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンスセミナー 国内向け（5月・8月・11月） 海外工場向け（6月・9月・12月）</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中国・東南アジアCSR監査実績：413工場</li> <li>● 国内セブンプレミアム関連CSR監査実績：271工場 ※新型コロナウイルス感染症拡大によりPB商品製造稼働47工場で延期対応</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CSR監査計画 海外：中国・東南アジア500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 ※オンライン活用によるリモート監査も導入</li> </ul>
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"> <li>● 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CO2排出量第三者検証を継続実施</li> <li>● 太陽光パネルなど再エネ設備の設置拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● グループ12社でCO2排出量第三者検証を実施</li> <li>● グループの8,681店舗に、太陽光発電パネルを設置 特に、イトーヨーカドーアリオ市原店に、国内商業施設最大級のメガソーラーを設置</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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、CO2排出量第三者検証実施の会社を15社へ拡大</li> <li>● 太陽光パネルなど再エネ設備の設置拡大とともに、再エネ調達を拡大</li> </ul>
(2)循環経済社会の実現に向けた取り組み			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● セブン-イレブンのお弁当・お惣菜容器に環境配慮素材を導入</li> <li>● 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● チルド弁当の容器を紙化することで、約800tのプラスチックを削減</li> <li>● 惣菜「カップデリ」シリーズの蓋をトップシール化することで、従来品と比べて約25%のプラスチックを削減</li> <li>● 「セブンプレミアム カフェラテ」シリーズで、フィルム不要の新容器を採用し、従来品と比べて約10%のプラスチックを削減</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● セブン-イレブンのおにぎり・サンドイッチに環境配慮素材を導入</li> <li>● セブンプレミアムの飲料で、リサイクルペットボトルを使用した商品の拡大</li> </ul>

2020年度の主な活動計画	2020年度の活動実績	評価	2021年度の主な活動計画
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「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</li> <li>● 新たなお取引先と完全循環型ペットボトル商品を開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新たに「一（はじめ）緑茶」シリーズ3品に完全循環型ペットボトルの取り組みを拡大</li> <li>● グループで回収したペットボトルを原料とした再生糸を使用した「セブンプレミアムライフスタイルボディクーラー」を発売</li> <li>● 循環型社会の達成に向け、ヴェオリア・ジャパン(株)・三井物産(株)と「PETボトルリサイクル工場」合併会社設立に合意</li> <li>● 使用済みプラスチックの再資源化事業への取り組み「株式会社アールプラスジャパン」へ資本参加</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ペットボトル回収機の設置拡大によるお客様と協働の資源循環を推進</li> <li>● プラスチック資源循環における、新たなお取引先との取り組みやプラットフォームへの参画</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 食品廃棄物の発生抑制を目的として、セブン-イレブンでエシカルプロジェクトを全店舗に導入（販売期限が近づいた対象商品を購入するとnanacoポイントを付与する取り組み）</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 食品廃棄物削減を目指す、新しい啓発活動「てまえどり企画」を、セブン-イレブン全店舗にて展開（省庁・JFA連携）</li> </ul>
(3)自然共生社会の実現に向けた取り組み			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 認証商品の種類拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 4月よりイトーヨーカドーで水産エコラベル「MEL」認証を取得し、オリジナル商品「顔が見えるお魚。」4魚種にマークを付与して販売開始</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新規認証商品の開発・導入</li> </ul>
(4)従業員の環境意識啓発			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● eco検定合格者：650人（累計：約10,230人）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● eco検定合格者：462人（累計：10,041人）</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>● eco検定合格者：500人（累計：約10,500人）</li> <li>※ インターネット受験方式移行に伴い受験可能人数が減少しているため</li> </ul>
社会価値創造部会			
(1)社会課題の理解促進			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社会起業家の講義および各事業会社のCSV活動の共有を実施（17事業会社31件の取り組みを実施）</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 各事業会社のCSV活用の共有に加えて、2回目となる社会課題解決型事業開発プログラムを開催予定</li> </ul>
(2)新規CSV（Creating Shared Value）事業の創出			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2019年度より実施のソーシャルビジネスプログラムを継続して運用</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ソーシャルビジネスプログラムから生まれた事業案が、事業として成立するかの検証を実施</li> </ul>



## 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。2020年度も、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ラーニングや、グループの環境宣言『Green Challenge 2050』について学ぶeラーニングなどを実施しました。



# 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、グループDX戦略本部
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、外国人居住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サプライチェーン部会・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、セキュリティ統括室、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・低アレルゲンメニュー）、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サプライチェーン部会・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、CO<sub>2</sub>排出量削減に取り組むべきテーマの1つに掲げ、CO<sub>2</sub>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。

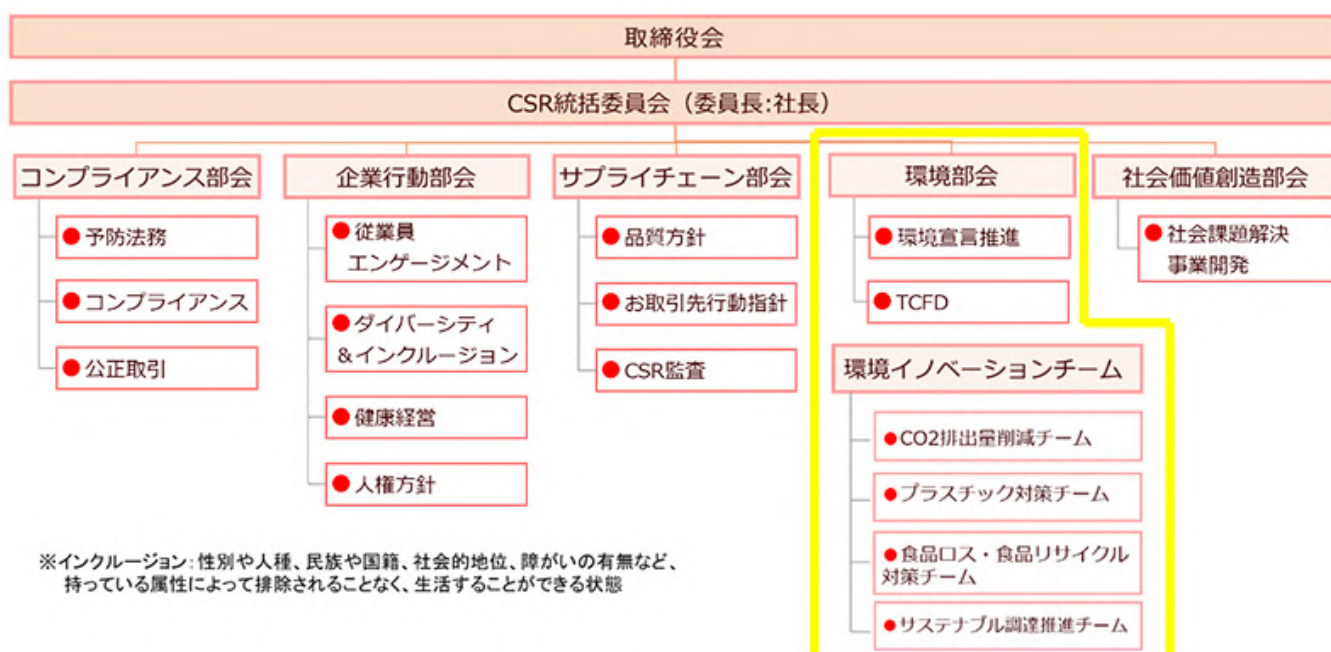


## 気候変動に関わるガバナンス・リスク管理

### 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.代表取締役社長を気候変動問題の責任者とし、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、CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>排出量削減チームを発足しました。

CSR統括委員会は、CO<sub>2</sub>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。



## 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、CO<sub>2</sub>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

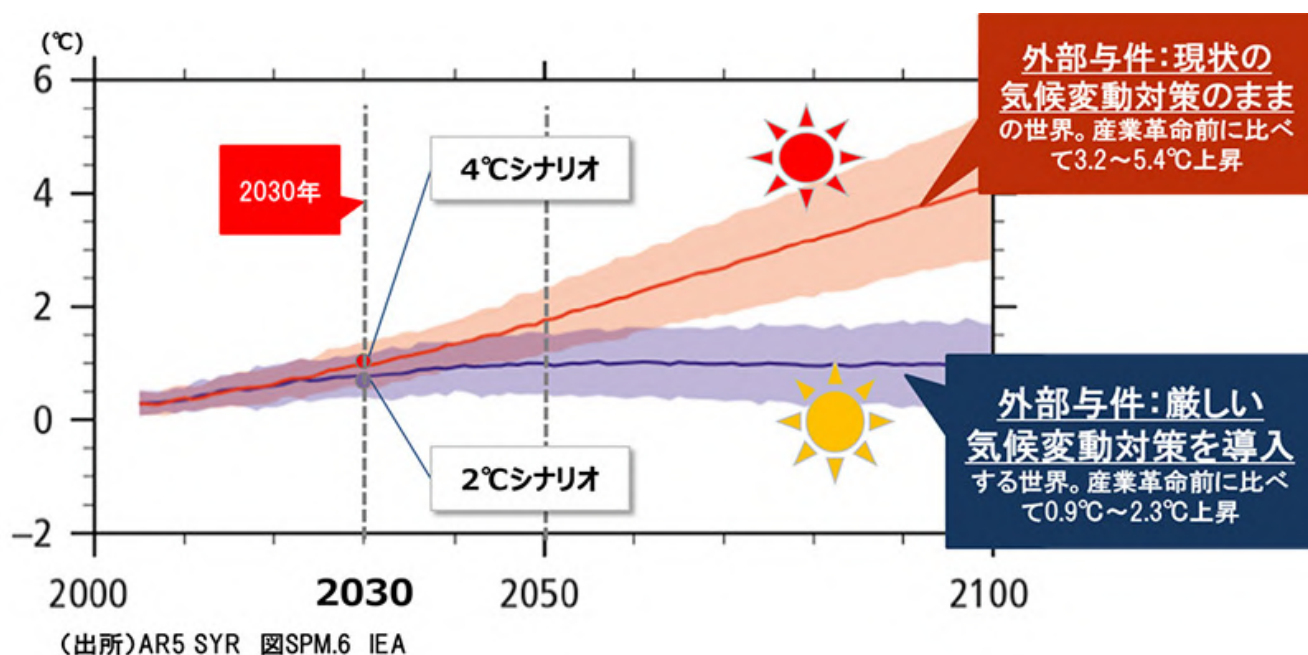
シナリオ	2℃シナリオ・4℃シナリオ
対象事業	セブン・イレブン・ジャパンの国内店舗運営
対象期間	2030年

## 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入手できるものを選択して、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	炭素価格	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・炭素価格は導入されない見込み。</li> </ul>
		各国の炭素排出目標／政策	電気代	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
	評判	消費者の評判変化	サステナブル商品の売上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者のサステナブルな消費生活に合わせた商品開発で売上が増加する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
			EV充電サービスの拡充	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
物理的リスク・機会	急性	異常気象の激甚化	保険料負担	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>
			休業による売上損失(営業利益)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>
	慢性	降水・気象パターンの変化	原材料(米)の収穫量の変化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
			空調負荷の増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>



## 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、CO<sub>2</sub>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。CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>排出量を、2013年度と比較して、2030年には50%、2050年には実質ゼロと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、CO<sub>2</sub>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。

## 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℃シナリオ、4℃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あげてまいります。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。

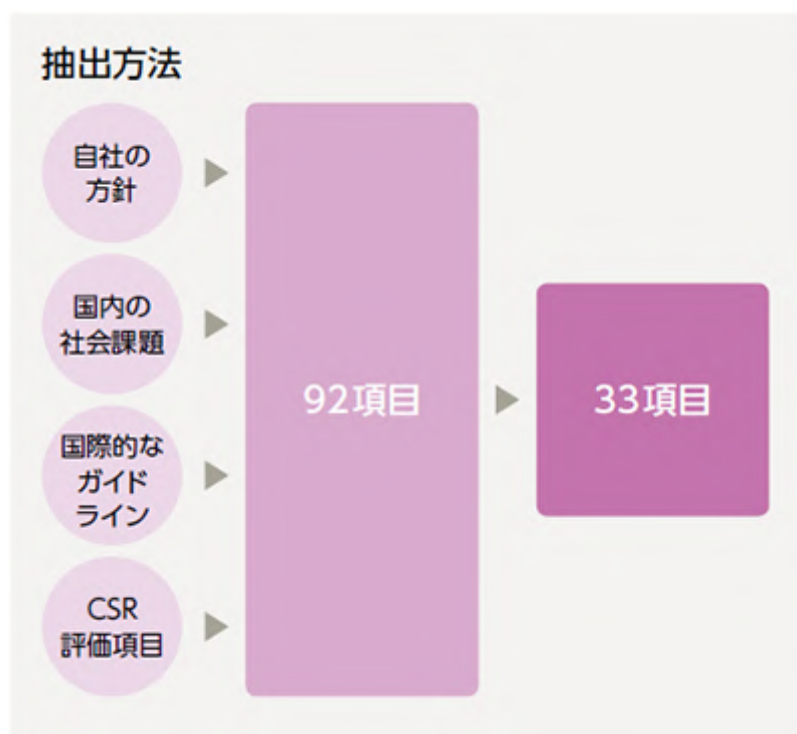
### 重点課題特定目的

- 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

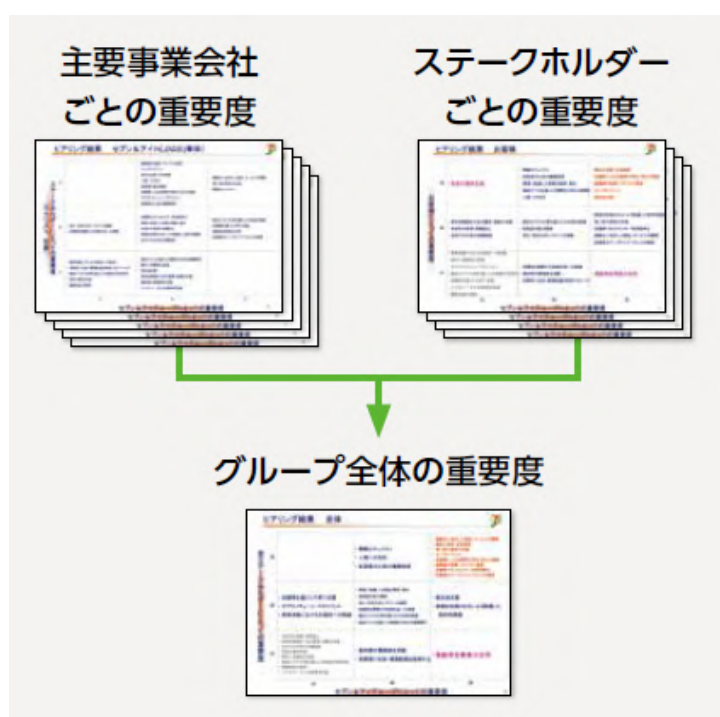
抽出した社会課題について、ステークホルダーの皆様からのグループに対する今後の期待や要請を把握するため、お客様、お取引先、株主・投資家、社員に対してアンケート形式でヒアリング調査を実施しました。それぞれの課題に、グループがどの程度優先的に取り組む必要があるかを評価いただきました。

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22,600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

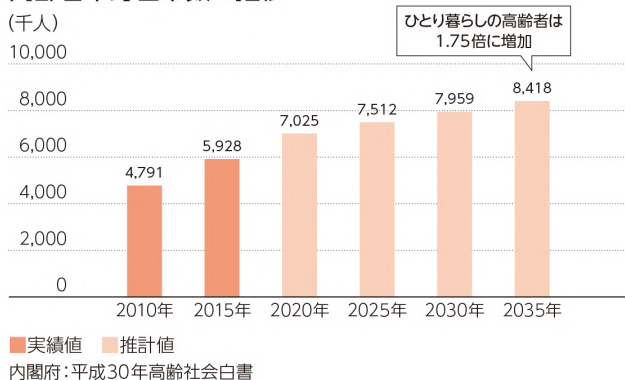
#### 高齢化、人口減少に伴う生活拠点の空洞化とデジタル社会の進展によるお買物やその他サービスの変化

高齢化、人口減少の進む日本では、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。

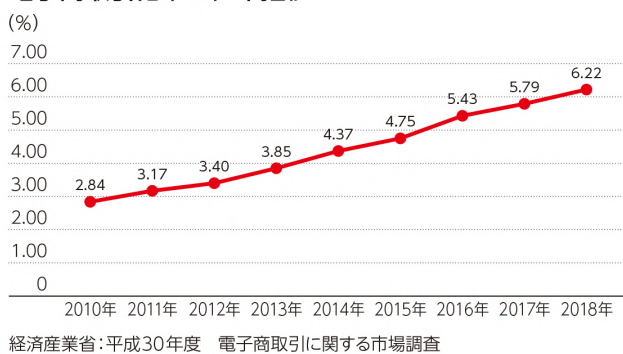
一方で、デジタル機器の普及や通信環境の整備により、注文方法や決済方法、受け取り方法など、お客様のお買物習慣や必要とされるサービスも変化しています。

※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

お買物を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。

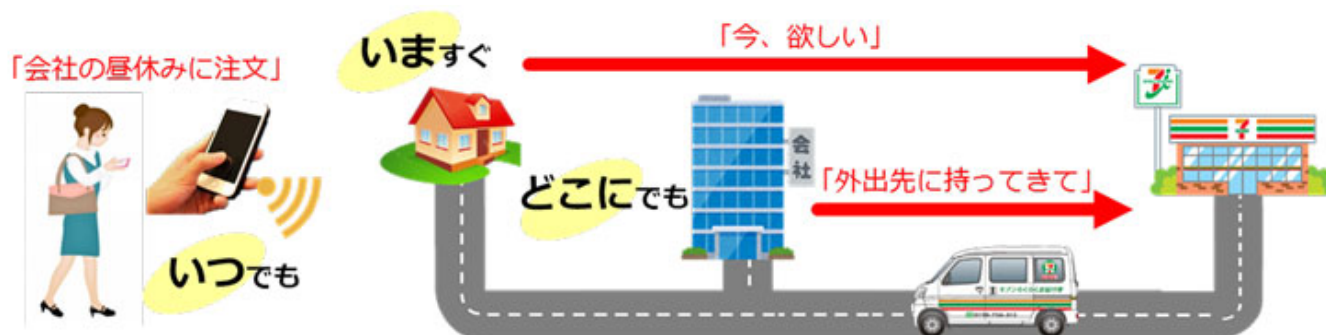


### 店内の商品をお届けするサービス

セブン&アイグループは、地域の皆様がより快適に日々のお買物をできるように、店頭での販売だけでなく、インターネットや電話でご注文いただいた商品を指定の場所へお届けするサービスを提供しています。

#### ネットコンビニ

セブン-イレブン・ジャパンでは、「いつでも」「いますぐ」「どこにでも」の実現を目指して、お客様のスマートフォンからご注文いただくと店頭で販売している商品約2,800品を最短30分でご指定の場所へお届けするネットコンビニサービスを提供しています。2021年2月末現在、北海道・東京都・広島県の一部エリア約350店舗で実証実験を実施しており、2021年度末までに1,000店舗への拡大を目指しています。



## 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。2021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643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731台が稼働しています。



セブンらくらくお届け便

## ネットスーパー

イトーヨーカドーは、食料品・日用品に関してパソコンやスマートフォンで商品をご注文いただくと、近くの店舗からご指定の時間帯にお届けする「ネットスーパー」を111店舗で展開しています（2021年2月末現在）。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お応えするとともに、配達の効率化を図るために「非接触お届け」サービスや「置き配受け取り」サービスも拡充。2020年3月からは国内初となる「冷蔵・冷凍・常温」の温度帯に対応した「7&iロッカー受け取り」サービスも開始しました。これはネットスーパーでご注文いただいた商品をご指定のロッカーに「常温」「冷蔵」「冷凍」に分けて保管するサービスです。2021年7月現在、東京都内のセブン-イレブンやイトーヨーカドーなど計5カ所に設置しています。



ネットスーパー 集荷の様子



店舗前に設置された「7&iロッカー」

## 移動販売サービス

近年、少子高齢化や核家族化が進む一方、生鮮食料品などを販売する小売店舗などが減少しており、日常のお買物に不便を感じている方が増加しています。そうした社会課題を解決するために、セブン&アイグループでは移動式の販売サービスを展開しています。

### セブンあんしんお届け便

セブン-イレブン・ジャパンは、2021年4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道2府35県で107台運用しています。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、食品や日用雑貨など約150アイテムを販売しています。今後もお客様のニーズに合わせて、順次拡大する予定です。

### イトーヨーカドーとくし丸

イトーヨーカドーは、2020年4月から株式会社とくし丸と連携して移動販売車「イトーヨーカドーとくし丸」1号車の運行を南大沢店で開始しました。2021年2月末現在、9市区町村で27台が運行しています。イトーヨーカドーでは、約400品目1,200点の商品を移動販売車へ積み込んで、お客様のご自宅の近くで販売する移動スーパーの取り組みを通じて、お買物に不便を感じているお客様への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。2021年度中に34市区町村49台の運行を目標に、事業の拡大へ取り組んでいます。



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

## 店頭受取りサービス

「セブン-イレブン受取りサービス」は、ネットで注文した商品などをご希望のセブン-イレブン店舗で受け取ることができるサービスです。自宅や職場の近く、出張先など深夜・早朝問わず、お好きな時間に全国のセブン-イレブンで受け取ることができます（一部サービスを実施していない店舗があります）。

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。注文した商品を近くのセブン-イレブンで受け取れることで、再配達への削減、配達時に発生するCO<sub>2</sub>削減にも貢献しています。



## 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「セブンミール」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、約20分で食事が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。素材については必要な分だけカット済みのため、調理時間を短縮し、無駄なゴミの排出を防ぎます。

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。フライパンメニュー※は、お肉や魚がカット・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。冷凍食品では、レンジアップや鍋・フライパン調理、湯煎するだけで本格的な主食メニューを個食サイズで楽しめる「EASE UP（イーズアップ）」を展開しています。

※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」



EASE UP「カルビクッパ」

## 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役割の拡充

セブン&アイグループは、地域行政や銀行の窓口、小売店舗などの減少により生活に不便を感じる方をサポートするため、自治体と連携しながら不便を軽減するための公共サービスを提供しています。



### 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際に自治体と連携して対応することや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。

#### 自治体との包括連携協定数(事業会社別)

	2019年2月末	2020年2月末	2021年2月末
セブン-イレブン・ジャパン	140	184	194
イトーヨーカドー	55	56	57
ヨークベニマル	13	13	13
ヨーク	4	4	4
そごう・西武	13	13	12
セブン&アイ・フードシステムズ	1	3	3
合計	226	273	283

＞ 災害時における支援についてはこちら [🔗](#)

## 地域活性化に貢献する商品の発売

セブン&アイグループでは、包括連携協定の締結を機会に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。例えば、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し、地域の食材を使用した商品を開発しています。また、イトーヨーカドー、そごう・西武、ヨークベニマルなどでは、地域商品の発売や地域の食材を使用したメニューの提案など、地域の魅力を発信しています。また、ヨークでは行政との取り組みの一環として、千葉県八千代市の2店舗で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、2種のパンを販売しました。



北陸3県と新潟県内で販売した  
「富山湾産ホタルイカのペスカトーレ」  
(セブン-イレブン・ジャパン)



青森中央短期大学監修  
「中短生発 県民にパワーを！青森を元気にする弁当」  
(イトーヨーカドー)



西武福井店で開催した「おいしいおいしいふくい大応援会」  
(そごう・西武)



千葉県八千代市の高校生と考案したパン  
「やちパンプロジェクト」(ヨーク)



## 店舗内に選挙の投票所を設置

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。2020年度は、イトーヨーカドー25店舗、そごう・西武1店舗で実施し、店内ポスターの掲示や店内放送、レシートへの印字などで告知しました。また、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点からえんぴつや投票記入台などの消毒の徹底や並び導線の間隔確保など、各選挙管理委員会事務局と連携しました。



イトーヨーカドー店舗内に設置した投票所

## 休日夜間も利用できるサービス

近年、共働き世帯が増え、平日に金融機関で公共料金の支払いや、行政窓口での手続きが難しい方が増えています。そこでセブン-イレブン・ジャパンは、1987年に銀行の営業時間を気にせず、24時間いつでも支払いができる公共料金収納のレジ受付を開始。以来、公共料金のほか、NHK受信料、国民年金保険料、各種税金など収納代行を拡充しているほか、マルチコピー機を利用した行政サービスや保険加入などにも対応しています。

### 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、851の市区町村（2021年4月末現在）と連携して、店内のマルチコピー機を利用して住民票の写しと印鑑登録証明書を発行するサービスを提供しています。さらに、435自治体では戸籍証明書の発行、580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。個人情報には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、保険加入などでも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。エリアを順次拡大し、2020年度に首都圏や地方都市の41店で合計264台を設置しました。2021年2月末までの累計では529店舗3,414台を設置しています。また、イトーヨーカドーは2018年6月、デニースは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



## 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&アイグループは、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2021年2月末現在、グループ26社※合計で累計38,383人となりました。とくに、イトーヨーカドーでは2020年11月に10,000人を超えました。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	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度 (目標)
累計人数	24,029人	29,623人	34,110人	37,550人	38,383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

内閣府によると、2019年10月1日現在、65歳以上人口は3,589万人で総人口に占める割合（高齢化率）は28.4%となっています。また、2036年には33.3%に達すると見込まれています。こうしたなか、セブン&アイグループは高齢者向けの商品の開発や販売、暮らしの提案などを進めています。

### 「あんしんサポートショップ」の展開

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97店舗で展開しています（2021年6月末現在）。販売時には福祉用具相談員など介護専門の知識を持つ販売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（2021年2月末現在、約140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、履きやすく履かせやすい「足にやさしいルームシューズ」や、三角形のグリップが手のひらにフィット・オリジナル湾曲アームで指の間が痛くならない「さんかくフィットステッキ」などを開発し、ご好評いただいています。

➤ [「あんしんサポートショップ」の詳細はこちら](#) 



あんしんサポートショップ

### 「くらしのデザインサロン」を常設

そごう・西武は、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

➤ [「くらしのデザインサロン」の詳細はこちら](#) 

## 外国人のお客様向け金融サービス

セブン銀行は、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。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、2016年から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。2021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。

また、セブン銀行の子会社セブン・グローバルレミットは、簡単、便利、手頃な手数料での送金を希望するお客様のニーズに応えるため、スマートフォンアプリ「Sendy（センディー）」によるベトナム向け海外送金サービスを2021年3月から開始しました。全国25,000台以上のセブン銀行ATMで現金チャージ（入金）し、「Sendy（センディー）」アプリのアカウントから手軽に海外送金が可能となっています。

## 視覚障がいのあるお客様でも操作しやすいATMの開発

セブン銀行は、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500社以上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。



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

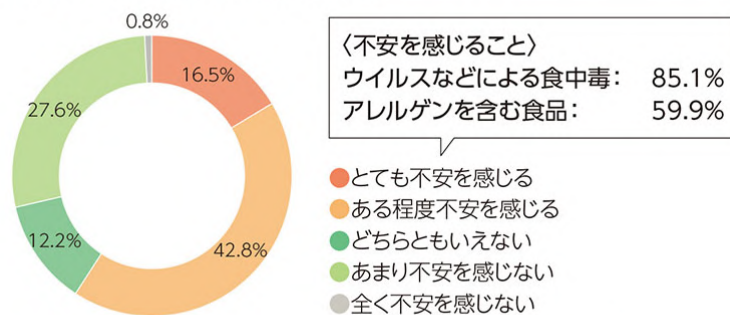
[品質方針](#)

### 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

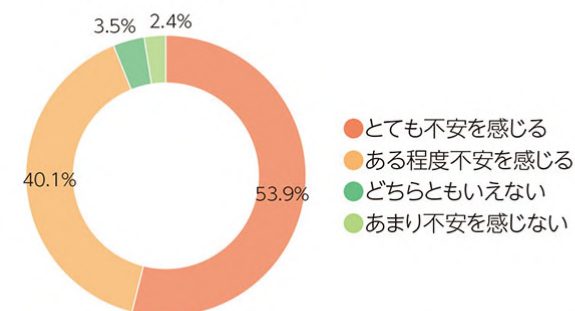


食品安全委員会：令和元年度「食品の安全性に関する意識等について」

## 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割以上の人々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、6、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](#) 

### 食品の安全・安心

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&アイグループ各社では、商品を仕入れる際に、品質管理部署が確認し、安全性が確保された商品を取扱っています。セブン&アイHLDGS. 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。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. 品質管理の専門部署が客観的に事故への対応を判断できる体制
2. 重大事故発生時の代表取締役社長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。2020年度は、セブン&アイHLDGS.および食品を取り扱うグループ各社の食品の仕入担当者497名が、栄養表示研修や原産地・添加物表示研修を受講。さらに、セブン&アイグループは研修内容について見直しを行い、将来の品質管理をけん引する人材の育成を目標に、教育カリキュラムの構築を進めています。

2020年6月にHACCP※1の制度化が施行（食品衛生法改正）されたことを受け、同月に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、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）

## 2020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
栄養表示研修※1	498人	100%	食品の仕入担当者
原産地・添加物表示研修※1	497人	99%	食品の仕入担当者
繊維の基礎知識研修※2	231人	94%	衣料・寝具など繊維製品仕入担当者
染色・プリントの知識研修※2	228人	93%	衣料・寝具など繊維製品仕入担当者
工程・検品の知識研修※2	79人	88%	衣料・寝具など繊維製品仕入担当者
クレーム品研修（ディスカッション）※2	60人	98%	衣料・寝具など繊維製品仕入担当者
清潔機能の知識研修※2	160人	84%	衣料・住まいの品仕入担当者
抗ウィルス・表示の知識研修※2	154人	81%	衣料・住まいの品仕入担当者
薬機法研修※2	105人	73%	衣料・住まいの品仕入担当者

※1 食物に関する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、ヨークベニマル、ヨーク、シェルガーデン、赤ちゃん本舗、ロフト、アイワイフーズ、そごう・西武、ごっつお便、セブンフードシステム、バーニーズジャパン（※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研修を実施）

※2 衣料・住まいの品に関する研修対象事業会社：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

## 品質マネジメントの認証取得

セブン&アイグループでは、食品・衣料品・住まいの品などについて品質管理を強化するために、各種品質マネジメントを取得しています。

### 食品安全マネジメント協会への参画

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・パストリーなどのフレッシュフード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、国際基準HACCPの制度化に対応すべく、認証制度を「NDF-FSMS認証制度※2」に改正し、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工場が認証・適合証明を取得しました。（2021年3月末の工場数：176工場）

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、92%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 FSMS：食品安全マネジメントシステム（Food Safety Management System）。安全・安心な食品を消費者に届けるために、食品安全を脅かすハザード（危害）を適切に管理する仕組み

＜ [セブン-イレブンの取り組み詳細はこちら](#)  ＞



## GAP認証を取得

イトーヨーカドーは、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、2021年2月末現在、224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

ヨークベニマルは、2018年3月に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。その後、認証範囲をヨークベニマル本部まで拡大しました。今後は、認証取得の経験を活かし、各店舗の従業員教育を実施するとともに、HACCPシステムを全店に導入し、商品の仕入れから販売までの品質改善を一層進めながら、地域のお客様の食卓のさらなる安全・安心を実現します。

また、ヨークでは、2020年4月にヨークマート練馬平和台店がISO取得の足掛かりとして位置づけられている東京都の食品衛生マイスター制度の1年更新審査に合格しました。

なお、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に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＞





衣料品・住まいの品製造工場の工程監査

セブン&アイグループが販売している衣料品・住まいの品については、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、グループ各社のプライベートブランド商品などがあります。こうした商品の安全性を確保するため、国内外の製造工場に対して工程監査を実施しています。（2020年度はCOVID-19の影響で実施なし。）

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

## 商品事故への対応と演習の実施

セブン&アイHLDGS.では商品事故や商品不良がグループ内で発生したケースを想定し、定期的な演習を実施することで、事故発生から調査、報告、是正までの流れをセブン&アイHLDGS.と各グループ会社で相互に確認、事故対応体制の有効性を確認しています。万が一、商品事故が発生した場合には、速やかに社長に報告した上で是正対応を検討・決定し、品質管理の専門部署が是正措置実施と是正措置完了の確認を行っています。

## 品質管理の取り組みに対する表彰

イトーヨーカドーは経済産業省が主催する製品安全対策優良企業表彰※1において、経済産業大臣賞を受賞。3度の大臣賞受賞により、2015年度に総合スーパーとして初の製品安全対策ゴールド企業※2に認定されました。2021年3月にフォローアップ審査を受審し、ゴールド認定の更新が承認され、ロゴマークに星印が付与されました。

※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
- 2020年 イトーヨーカドー：「製品安全対策ゴールド企業」フォローアップ認定
- 2021年 イトーヨーカドー：「製品安全対策ゴールド企業」更新



製品安全対策ゴールド企業（星印付き）

## 重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

### 食品の安全・安心

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、信頼性を重視して、さまざまな施策に取り組んでいます。

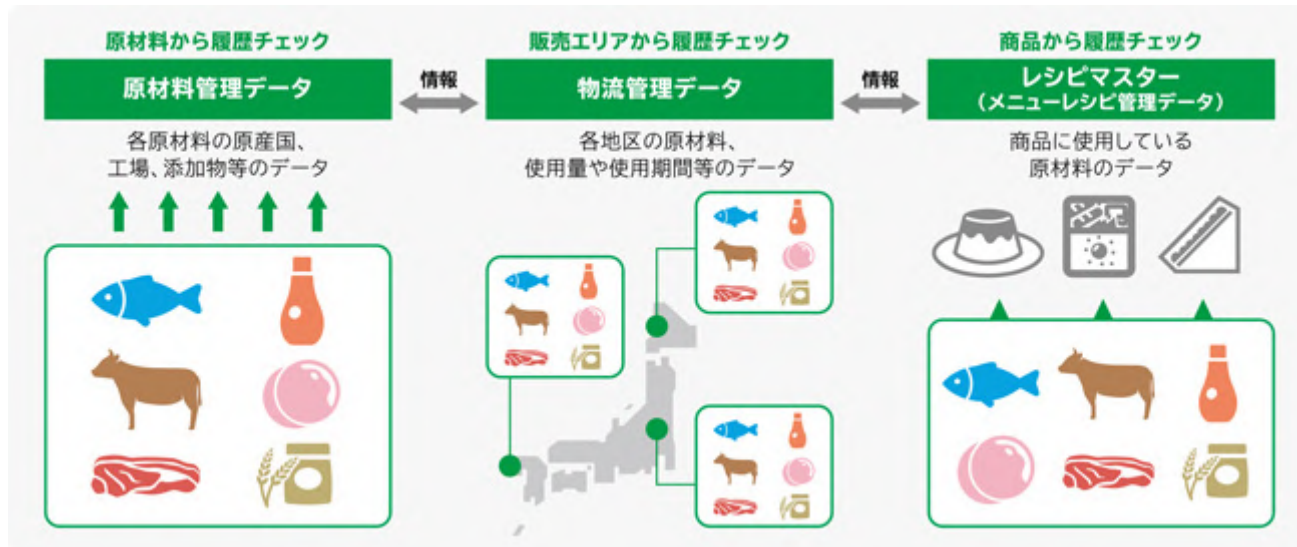
#### 生産履歴を集中管理

セブン-イレブン・ジャパンは、米飯や惣菜などのデイリー商品に、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に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。

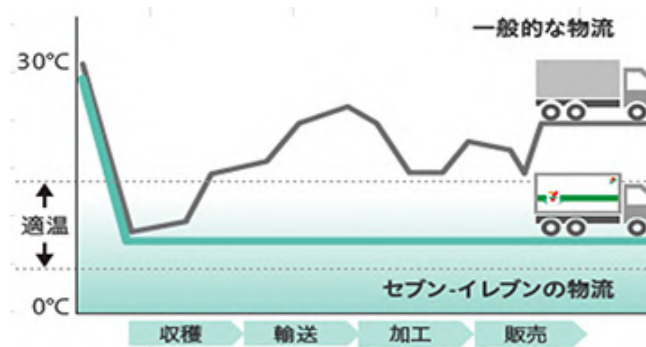
＜セブン-イレブンの取り組み詳細はこちら＞

#### 原材料の生産履歴管理の仕組み



## 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。



「コールドチェーン（低温物流網）」

## 信頼性の高い商品の提供

「顔が見える食品。」

イトーヨーカドーの「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、2021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254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](#) 

生産者情報の公開方法（イトーヨーカドーの例）



## 「産地が見える商品」

ヨークベニマルは、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。2021年2月末現在、約20アイテムを取扱っています。

＜ [ヨークベニマルの取り組みの詳細はこちら](#)  ＞

## 食品添加物使用の考え方

セブン-イレブンのお弁当などのフレッシュフードは、つくりたての家庭の味を目指し、食品添加物を使う場合は、必要最低限の種類・量を使用しています。また、食品添加物自主基準を設定し、お客様の関心の高い食品添加物の使用を極力控えるよう努めています。

＜ [セブン-イレブン・ジャパンの取り組みの詳細はこちら](#)  ＞

## トランス脂肪酸の低減

トランス脂肪酸を摂り過ぎると血液中の悪玉コレステロールが増え、善玉コレステロールを減らす働きがあるため、冠動脈性心疾患などのリスクを高めるといわれています。欧米などの諸外国に比べて摂取量の少ない日本では、現在トランス脂肪酸の表示義務や上限値の設定はありませんが、セブン-イレブンでは2005年からトランス脂肪酸の総量を自主的に低減するよう改善を進めています。また、油脂を加工する過程で生成されるトランス脂肪酸を抑えるため、2007年からは揚げ油を改良しました。

＜ [セブン-イレブンのトランス脂肪酸低減の取り組みについてはこちら](#)  ＞



### 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



## 食物アレルギー情報の表示

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品目についても積極的に表示を進めています。

また、セブン-イレブン・ジャパンとイトーヨーカドーは、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

### フレッシュフードのすべてに表示

セブン-イレブン・ジャパンは、お弁当、おにぎり、サンドイッチ、惣菜、麺類、パン・ペストリーなどのフレッシュフードのすべてに「特定原材料」に加えて「特定原材料に準ずるもの」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」の使用状況をホームページで情報公開しています。

＜ [店内調理商品のアレルギー情報はこちら](#) 〓

### 店内調理した商品に表示

イトーヨーカドーは、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。

### メニューブック・端末タブレットに表示

セブン&アイ・フードシステムズが運営するデニーズでは、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」）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。

＜ [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

セブン&アイグループは、食物アレルギーの有無に関わらず、おいしくお食事を楽しんでもらうために、低アレルゲンメニューを取扱っています。

## 「すこやかフルーツケーキ」の販売

イトーヨーカドーは、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7品目を使用しないケーキとして、「すこやかフルーツケーキ」を予約販売しています。

＞ [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

## 「低アレルゲンメニュー・ケーキ」の販売

セブン&アイ・フードシステムズが運営しているデニーズでは、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低アレルゲンメニューのマニュアルに従って通常の調理とは別の手順で加熱・盛り付けをするとともに、食器類は個々に洗浄保管したものを使用することで、アレルギー物質の二次混入の防止に努めています。

＞ [デニーズの取り組み詳細はこちら](#) 



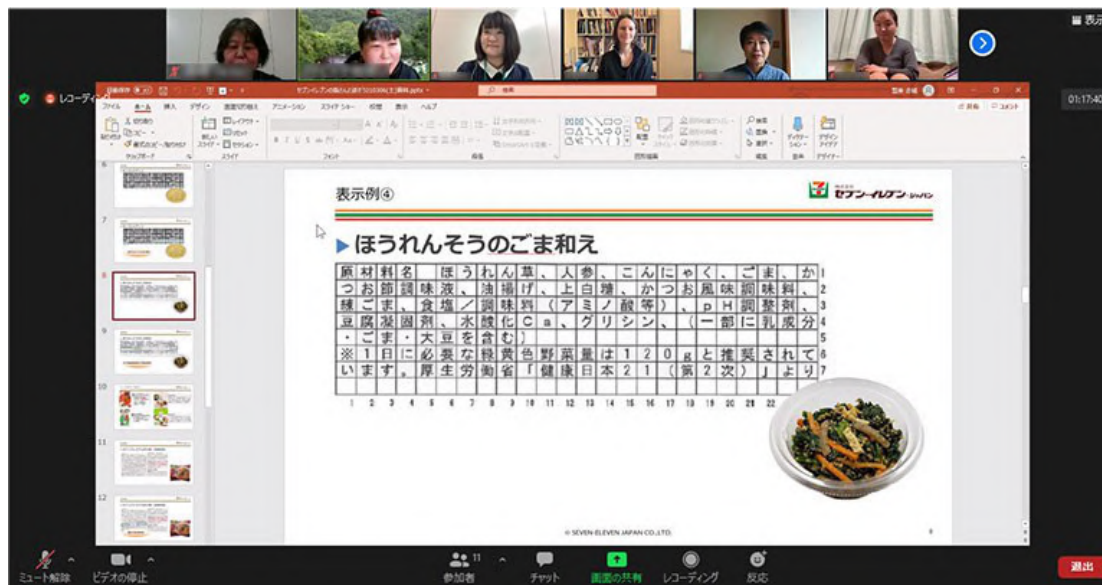
低アレルゲンメニュー



低アレルゲンケーキ

## 食物アレルギーワークショップの開催

セブン-イレブン・ジャパンは、食物アレルギーを理解する取り組みの一環として、2021年3月と4月に認定NPO法人アトピッ子地球の子ネットワークとの共催でオンラインワークショップを実施しました。食物アレルギーを持つ10～20代の方々やその保護者の方の計10名が実際の商品の表示から食べられる商品を選ぶゲームに参加し、表示の見方や食品表示に関するルールを学びました。ディスカッションを通じて、食物アレルギーをお持ちの方々やそのご家族の実際の商品の選び方などを共有いただき、相互理解が深まりました。セブン-イレブン・ジャパンはワークショップでのご意見を参考に、より利用しやすいアレルギー表示に努めていきます。



食品アレルギーワークショップ

## 遺伝子組み換え食品の扱いについて

セブン&アイグループは、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」では、表示が義務付けられている主原料において遺伝子組み換えの原材料を使用していません（日本政府から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）。

## 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に公開しています。

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

ヨークベニマルは、2019年8月末を以て、2012年4月より実施してまいりました放射性物質の自主検査を終了しました。2019年9月からは、お取引先様および行政機関が実施している放射性物質の検査結果を、自社のウェブサイトで公開しています。

＜ [イトーヨーカドーの取り組み詳細はこちら](#) 〓

＜ [ヨークベニマルの検査結果はこちら](#) 〓

## 重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

### 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「チームマーチャンダイジング」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

### 健康に配慮した商品の販売

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採用し、「安全・安心・健康」にこだわった商品の展開を実施。2021年6月からは、「健康を意識した食事を取りたい」というニーズが高まる中、新たに「セブン-イレブンの健康商品シリーズ」として食品表示基準に基づき、たんぱく質量、食物繊維量を訴求した商品や、1日に必要な野菜接種量の1/2以上を使用した商品に専用マークを表示しています。今後も品揃えを拡充していく計画です。

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、よりお客様に配慮した商品を提供していきます。

※「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-イレブン専用マークの例



セブン-イレブンの健康商品シリーズ



イトーヨーカドー 管理栄養士監修のお弁当



## 栄養成分の表示

セブン&アイグループでは、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しています。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」、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・ペストリーなどのフレッシュフード、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、セブンプレミアムの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



パッケージ正面に糖質が大きく表示された例  
「セブンプレミアム 糖質0gのサラダチキン」



糖質・食物繊維が表示された栄養成分表示の例  
「セブンプレミアム ポテトサラダ」



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

## お客様のご要望・ご意見への対応

小売業を基幹事業とするセブン&アイグループでは、お客様との接点の多さとコミュニケーション頻度の高さを最も重要な経営資源の一つと位置づけ、さまざまな方法でお客様から情報収集するとともに、いただいた貴重なご意見を活かした商品開発やサービスの向上に努めています。

### お客様相談窓口の設置

セブン&アイグループは、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。2020年度はグループ8社※合計で約151万件のご意見・ご要望・お問い合わせをいただきました。

※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、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

＜ [グループ各社のお客様相談受付状況はこちら](#) ＞

### お客様相談室情報連絡会の開催

セブン&アイグループは、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。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。2020年度はグループ12社から80人が研修に参加しました。

2020年度の主な研修内容

- コロナ禍でのお客様対応
- お客様の心情に寄り添った対応方法
- メール対応の基礎スキル習得とご指摘への対応 など



研修の様子

## お客様の声の収集

セブン&アイグループは、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、セブン-イレブン・ジャパンでは定期的にお客様へのアンケートを全国で実施し、お客様のニーズを把握しながら商品やサービスを開発しています。

また、イトーヨーカドーでは、2020年7月からレシートに印字されたQRコードからWeb上でのお客様アンケートを継続して実施しています。「大変満足」「満足」「どちらでもない」「不満足」「大変不満足」の指標のうち、一番多かった「満足」層のお客様、また「どちらでもない」と回答されたお客様を「大変満足」にまで引き上げることを目標に掲げ、アンケート結果を接客対応の改善につなげています。加えて、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ます。

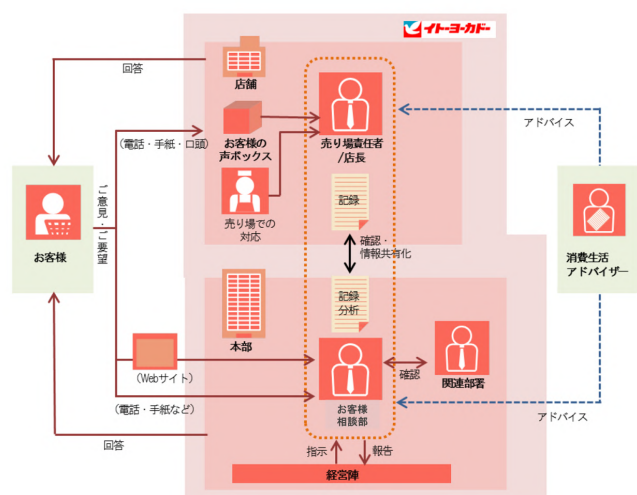
イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨーク、そごう・西武、シェルガーデンでは、店頭にお客様のご意見・ご要望を投稿できる投書箱を設置。そのほかのグループ各社でも、お客様の声を分析し、商品開発やサービスの改善に活用する仕組みを運用しています。

### 「大変満足」と回答した方の比率（イトーヨーカドーお客様アンケートより）

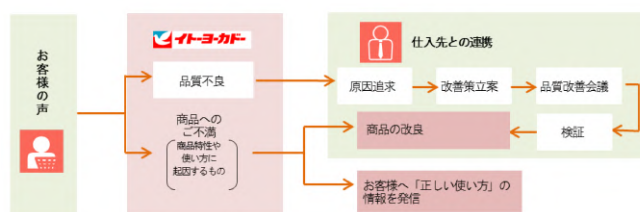
2020年度 第2四半期	2020年度 第3四半期	2020年度 第4四半期
18.1%	20.8%	20.6%

※第2四半期は2020年8月実施（サンプル数 約68,000人）、第3四半期は2020年11月実施（サンプル数 約44,000人）、第4四半期は2021年2月実施（サンプル数 約58,000人）

※ 各アンケート期間は1週間



「お客様の声」運用の仕組み（イトーヨーカドー）



「商品不良・ご不満」への対応（イトーヨーカドー）

## お客様の声を活かした商品開発

セブン&アイ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投稿いただくとともに、商品のモニター調査にご応募いただいています。このWEBサイトに寄せられた情報をもとに、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。

また、通信販売事業を展開しているニッセンホールディングスでは、商品開発を目的としたユーザー参加型のリサーチサイトを運営。インターネット上でのアンケート調査に加え、座談会、インタビュー、商品モニター調査、郵送調査、会場調査なども実施し、サービスの向上とより良い商品づくりにつなげています。

＞ [セブンプレミアム向上委員会の取り組み詳細はこちら](#)

＞ [ニッセンリサーチサイトの取り組み詳細はこちら](#)

＞ [プライベートブランド商品の開発体制についてはこちら](#)

## お客様の声を活かしたサービスの改善

セブン&アイグループは、お客様からいただいたご意見を集めて、店舗環境や提供するサービスの改善に努めています。

### 「ステーション」の設置

そごう・西武では、メイクやコーディネート、靴選びまで、お客様一人ひとりの悩みやご相談にアドバイスする「ステーション」を設置。きめの細かなサービスを提供しています。

主な「ステーション」

- キレイステーション…ビューティーアドバイザーがお客様の美しさを高めるお手伝いをいたします。
- メイクアップステーション…メイクのお悩みにビューティースタylistがカウンセリングを実施。おすすめ商品の紹介やメイクのテクニックをアドバイスします。
- シューズステーション…チェックシートと専用3D機器で、お客様の足を分析。ご要望を伺いながら、最適な靴をお選びします。  
など

＞ [そごう・西武の「ステーション」の取り組み詳細はこちら](#)

### 3年間の「プレミアム保証」を実施

赤ちゃん本舗では、初めてご使用になる方が多く、お子様の安全に関係する商品に、購入日より3年間の故障・破損・盗難などの補償を無料で付帯する「プレミアム補償」※を付け、お客様のご不安の軽減に努めています。

※アカチャンホンポのポイント・アプリ会員様または、アカチャンホンポネット通販会員様が「ベビーカー」「チャイルドシート（ジュニアシート含む）」「だっこひも」「三輪車」をご購入した場合の補償

＞ [赤ちゃん本舗の「プレミアム補償」についてはこちら](#)

### 使いやすさを向上したATMを設置

セブン銀行は、ATM使用時ののぞき込み不安の解消や操作性の向上のため、「プライバシー空間の拡大」「大きく見やすいディスプレイ」「ユニバーサルデザイン」を取り入れた第4世代ATMを全国に6,020台設置しました。（2021年3月末現在）

＞ [セブン銀行の第4世代ATMについてはこちら](#)

## 重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

### 情報セキュリティおよび個人情報保護

セブン&アイHLDGS.およびグループ各社は、お客さまの情報ははじめグループが保有する情報資産を、不正アクセスやサイバー攻撃などのさまざまな脅威から保護し、グループ全体の情報セキュリティを確保することが、経営上並びに事業上における重要課題であると認識しています。

セブン&アイグループは、役員・全従業員および業務に携わる全ての関係者が情報資産を適切に取扱い、正しく利用するために、情報セキュリティ管理体制や個人情報保護体制を構築し、全ての役員・全従業員に対する教育・訓練を通してその浸透を図ります。また、社会的要請やコンプライアンス、サイバーセキュリティなどによる環境変化に応じたマネジメントシステムを確立し、個人情報などの情報資産の適切な管理・保護に努め、継続的な改善に取り組んでいます。

### 情報セキュリティ管理体制の構築

従来システム部門内にあったセキュリティ部門を業務執行から独立させ、セブン&アイHLDGS.代表取締役直轄組織として新たにグループ全体のセキュリティを統括する部門として「セキュリティ統括室」を設置し、グループの共通指針となる「情報セキュリティ、個人情報保護の基本方針、および付帯する規程やガイドライン等」の再整備を行うとともに、グループ各社に対してISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）の構築支援や教育などによるセキュリティ人材の育成、モニタリング機能の強化などセキュリティ全般の強化を行っています。

また、セブン&アイHLDGS.が運営するグループ情報管理委員会のもと、グループ会社の情報管理委員会と連携し、役員・全従業員のセキュリティに対する意識の向上、並びに配下の専門部会を通じたさらなるセキュリティの徹底を図り、グループ全体での安全・安心の確保を推進しています。

なお、グループ各社の情報管理委員会は、情報管理統括責任者を任命し、情報セキュリティに関する企画、推進、管理を統括、個人情報などの重要情報をコンプライアンスとセキュリティの両面において安全性を確保しています。

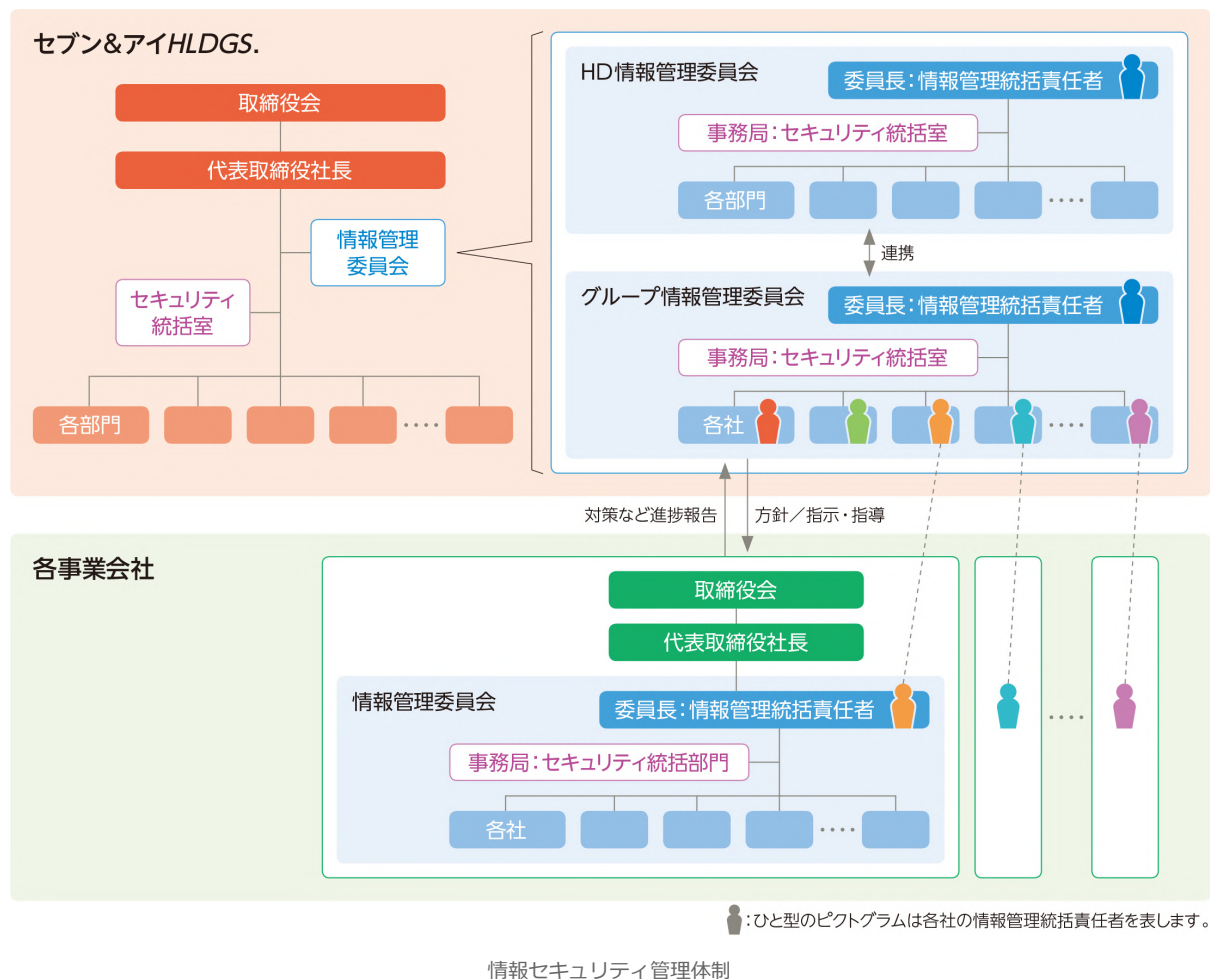
現在、グループ各社においてはISMSによる内部統制の構築が進められ、お客様の情報を取り扱う主要拠点については、国際基準であるISO27001の認証を取得し、外部審査による一層のセキュリティ強化に努めています。本体制の下、「重要事実報告ガイドライン」など、グループ間のレポートラインを整備し、万が一情報セキュリティに係るインシデントや疑わしき事象が発生した際は、情報伝達の確実性を担保し、迅速な対応に努めています。

＞「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](#) 





## 役員・全従業員へのセキュリティ教育

セブン&アイHLDGS.は、日常業務の中で個人情報や秘密情報を適切に取り扱うためには、役員・全従業員一人ひとりが重要性を理解し、情報セキュリティに対する「意識」を高め、そのうえで、正しい判断や行動をするための「知識」を持つことが必要であると考えています。

セブン&アイHLDGS.では、情報セキュリティやサイバーセキュリティの脅威に適切に対応するため、取締役向け、管理職向け、一般職向けの3つの階層に分けて、それぞれの職責に応じたセキュリティ教育をeラーニングを通じて、年複数回実施しています。また、これらの教材はグループ各社にも展開し、セブン&アイグループの役員・全従業員が同じ知識レベルを確保できるように取り組んでいます。

なお、教育ポータルサイトを開設し、情報セキュリティや個人情報保護などのマニュアル、ミーティング等で引用できる資料、セキュリティビデオの貸し出しなどを掲載し、役員・全従業員自らが考え、行動できるよう啓発に努めています。

### ● 標的型攻撃メール訓練

標的型攻撃メールによるサイバー攻撃の脅威は日増しに拡大をしています。万が一、役員・全従業員が攻撃を受けた場合、適切に対応できるようにするためには日常の訓練が欠かせません。セブン&アイHLDGS.では、複数パターンの模擬メールを役員・全従業員に送付して、不審メールとはどういうものか、受信した際にどのように対応すべきかなどについて、実体験を通して対応力の強化を図っています。

## サイバーセキュリティ対策の強化について

---

セブン&アイHLDGS.は、日々高度化・巧妙化するサイバー攻撃を経営における重大なリスクとして位置付け、ネットワークへの不正侵入防御や適切なアクセス制御などの多層的な防御網の構築、および脅威に対応できる体制の整備、人材の教育や訓練、外部専門機関との連携などを通じて、サイバーセキュリティ対策の強化に努めています。

- 1) 専門組織の設置 サイバーセキュリティを担う専門組織として7&i CSIRT(7&i Computer Security Incident Response Team)を設置し、情報システムおよびその運用のセキュリティレビューを行うとともに、第三者機関による脆弱性診断や不正アクセスの監視、脆弱性への対応など、セキュリティ事故を防ぐためのサイバーセキュリティ対策を推進しています。
- 2) 教育・訓練 サイバー攻撃などが発生した際に、迅速かつ適切な対応を行い、被害を最小化するために、サイバーセキュリティ事件・事故を想定した教育・訓練を年に1度以上実施し、事件・事故に対する対応体制や対応策が有効に機能するよう専門組織および役員・全従業員の対応力の向上を行っています。
- 3) 外部との連携 サイバー攻撃などに迅速に対応できるようJPCERT/CC、日本CSIRT協議会などの外部組織と連携してサイバーセキュリティに関する攻撃情報や対策動向などの共有を実施しています。

## 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回定期的に開催しています。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。2020年度は23社で合計19,019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。

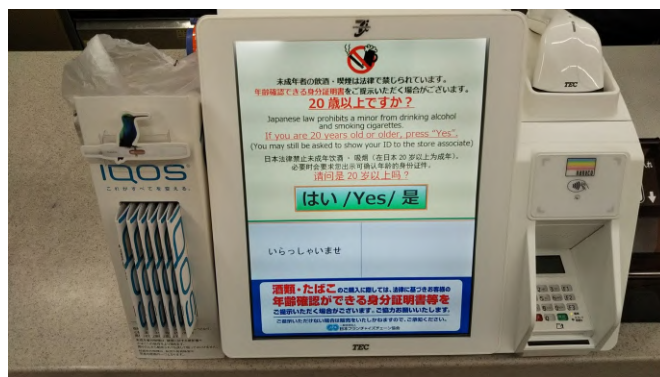
## 酒類・たばこの販売について

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）

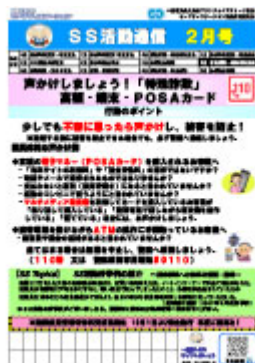
セブン-イレブンでは、年中無休、24時間営業という店舗特性を活かして、女性・子どもの駆け込みや高齢者保護、強盗・万引き・特殊詐欺被害の防止、災害や事故、急病人への対応など、安全・安心を見守る地域の拠点として「セーフティステーション活動（SS活動）」に取り組んでいます。未成年者（20歳未満者）にお酒・たばこを販売しないなど、青少年を取り巻く環境の健全化に努めるとともに、毎月発行している「SS活動通信」を通して、加盟店のコンプライアンス意識や防犯意識を高める情報発信をしています。



店舗ポスターにて活動を周知

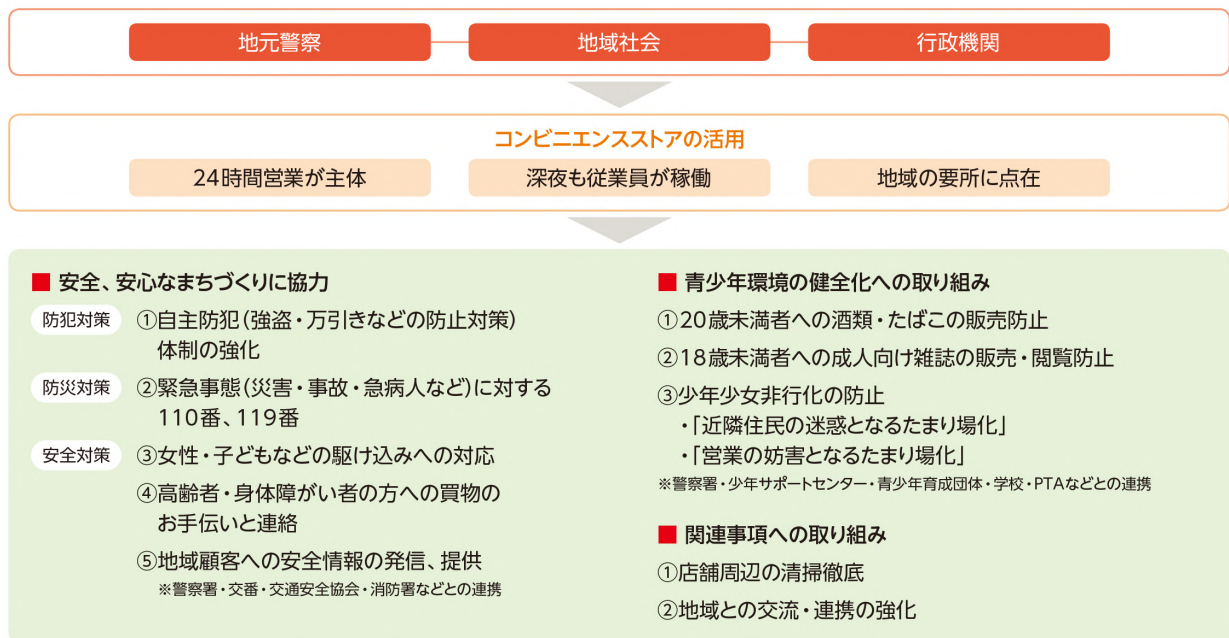


20歳未満者への酒・たばこの販売防止



「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&アイグループは、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、人命最優先で行動し、グループ各店舗の営業継続・早期営業再開に努めています。



### 災害時の地域救援活動と地域への啓発

セブン&アイグループの各店舗では、災害時においても地域のライフラインを守るため、安全が確保されていることを前提に、営業継続と早期の営業再開に努めています。本部も商品供給や人員の応援などで店舗をサポートし、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。

また、グループ各社は自治体などとの「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。災害時には自治体などからの要請に基づき支援物資を提供するとともに、帰宅困難者に対しては水道水、トイレ、災害情報などを提供しています。

さらに、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、全国のグループ各社物流網を活かした、迅速な支援物資の調達と供給が期待されています。

なお、イトーヨーカドーなどの店舗では平常時にも災害対策コーナーの展開や防災イベントの開催などを実施し、お客様の災害に対する意識啓発に取り組んでいます。

### 災害時の各自治体との協力

セブン-イレブンとセブン&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、災害にまつわる情報を提供しています。



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&アイグループは、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。



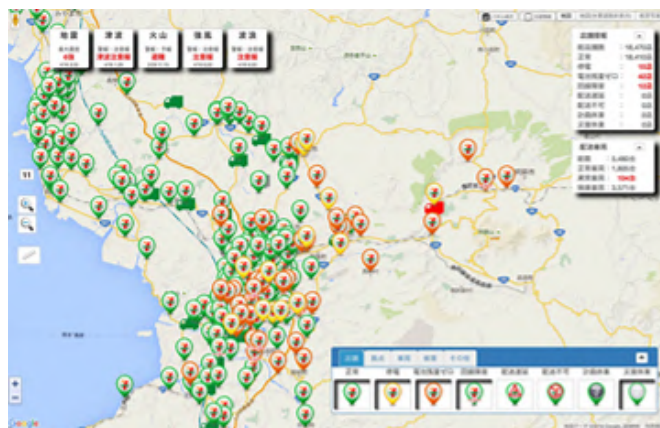
非常用電話機



無料Wi-Fiサービス「セブンスポット」

## 災害情報の提供・共有ができる「セブンVIEW」

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、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。

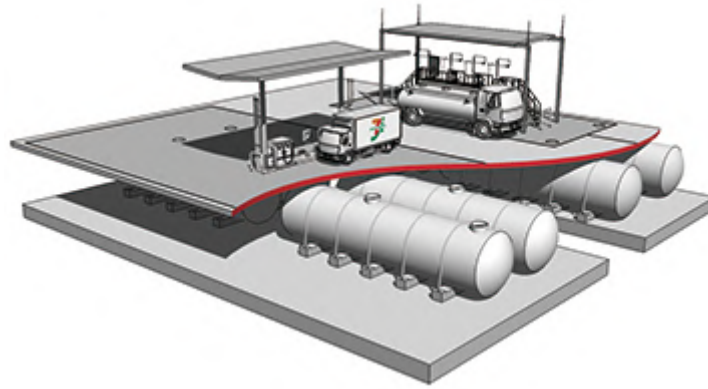


セブンVIEWの画面

※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、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、埼玉県北葛飾郡杉戸町に設置しています。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・水産業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（126店舗）で実施しました（2021年3月実施分）。

#### 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](#)

## 「ベ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「ベップキッズこおりやま」（福島県）を支援しています。



ベップキッズこおりやま

[> ベップキッズこおりやまの概要はこちら](#)

## 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22,600店舗を展開し、1日に2,240万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CO<sub>2</sub>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、CO<sub>2</sub>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

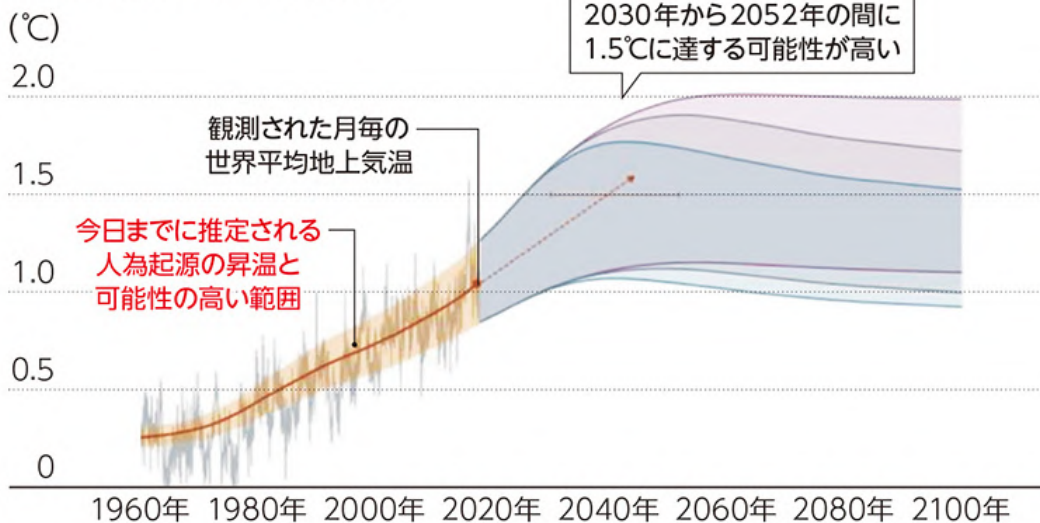
- ＜ [環境指針・環境規約](#) 
- ＜ [環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』](#) 
- ＜ [お取引先サステナブル行動指針](#) 

### 重点課題の背景

#### 気候変動

気候変動問題は、海面上昇や、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CO<sub>2</sub>排出量を正味ゼロにする必要があるとされています。

#### 世界の気温上昇予測



IPCC「1.5℃特別報告書」(2018年10月)

## 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CO<sub>2</sub>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1と4、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、食品ロス・食品リサイクル対策を重要テーマの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、環境宣言「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、自社の業態に合わせた環境マネジメント体制を構築しています。



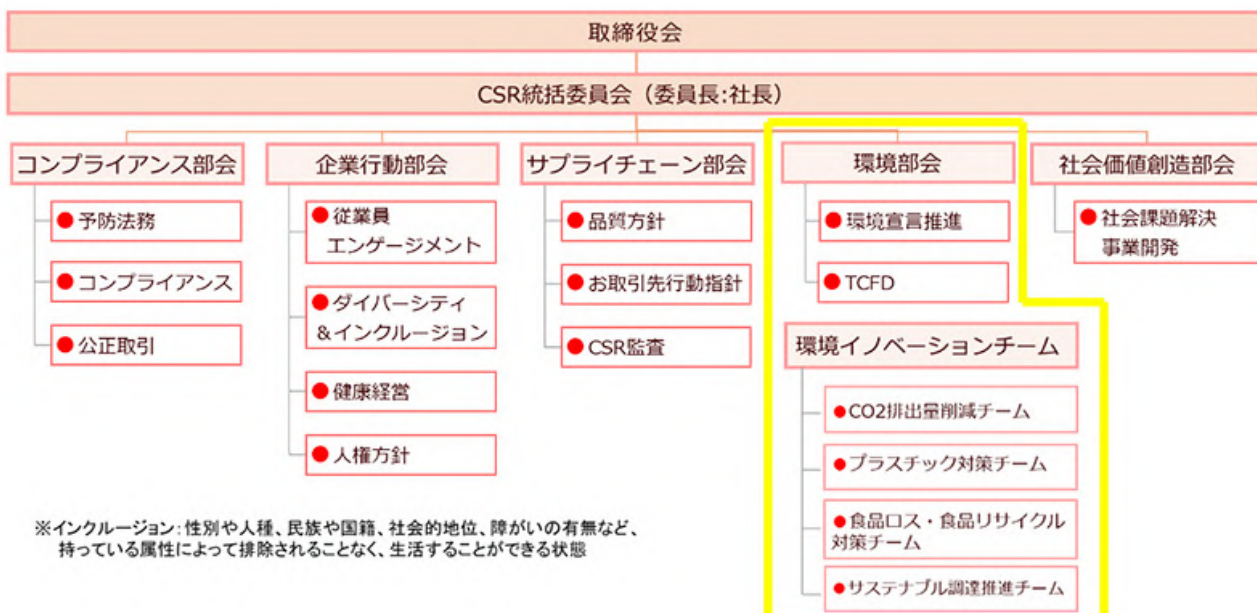
### 推進体制

セブン&アイグループは、当社社長を委員長とし、グループ会社のCSR推進責任者、セブン&アイHLDGS.のサステナビリティ関連部署の責任者を委員とするCSR統括委員会を年2回開催しています。CSR統括委員会は、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、2019年5月の環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」の策定と併せて、CO<sub>2</sub>排出量削減やプラスチック対策など4つのテーマに分かれて環境負荷を目指す「環境イノベーションチーム」を立ち上げ、グループ横断での取り組みを推進しています。CSR統括委員会は、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。こうした取り組みの進捗は、年2回以上取締役会に報告することになっており、適宜、方針・取り組みを見直しています。

#### ●CSR推進体制図

2020年3月現在



## 環境マネジメントシステム

セブン&アイグループでは、グループ全体の環境マネジメントの有効性を高めるために、環境マネジメントの国際規格であるISO14001認証をはじめとする認証取得を推進しています。定期的な内部監査を通じて監視・測定・分析を行い、環境マネジメントシステムを評価することで改善活動の有効性を確認するとともに、経営者によるマネジメントレビューにより、今後の改善活動を円滑に推進しています。このほかにも、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）と連携して環境省が制定しているエコアクション21の取得を工場に進めています。

## ISO14001の取得

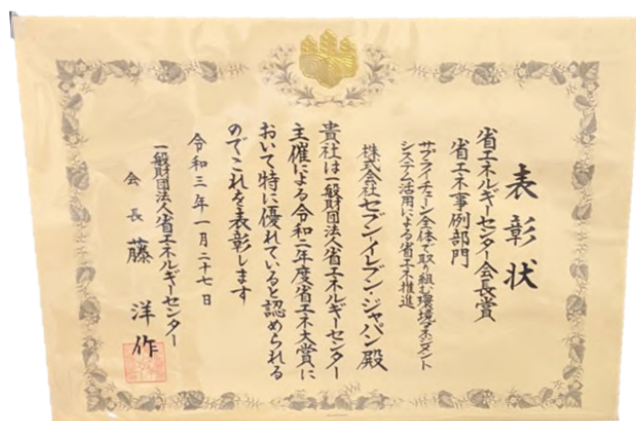
セブン&アイグループは、環境マネジメントの有効性を高めるために、国際規格であるISO14001の取得を行っています。そごう・西武は1999年に百貨店業界で初めて同認証を取得し、全事業所が継続運用しています。以降、セブン-イレブン・ジャパンは2015年2月末に全国の事務所・直営店を対象に取得、セブン&アイ・フードシステムズは2015年2月に本部およびデニース一部店舗を対象に取得しました。取得したグループ会社ではISO14001を活用した環境負荷削減に取り組むとともに、毎年、内部環境監査を実施してマネジメントシステムの適合性・有効性を確認しています。なお、同認証を取得している事業会社の売上高比率はグループ売上高の約49%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25社93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ます。また、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39社154工場が取り組んでいます（2021年2月末現在）。

なお、エコアクション21の取り組みによる省エネ活動など成果が認められ、2020年度省エネ大賞省エネルギーセンター会長賞をNDFと共同で受賞しました。



2020年度省エネ大賞 省エネルギーセンター会長賞



受賞トロフィー

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、15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98%をカバーしています。15社の2020年度の店舗運営に伴うCO2排出量は、スコープ1が111,752トン、スコープ2が2,657,180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・ジャパンのカテゴリー※2のCO2排出量（9,604,855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&アイHLDGS.、セブン-イレブン・ジャパン、7-Eleven,Inc.、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、ライフワーズ、アイワイワーズ、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、セブン銀行の15社。

※2 スコープ3の15のカテゴリー分類のうち「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

第三者検査報告書

株式会社セブン&アイ・ホールディングス 御中

2021年9月1日

ビューロー・リタスジャパン株式会社

システム監査本部

ビューロー・リタスジャパン株式会社(以下、ビューロー・リタス)は、セブン&アイHLDGS. CSRデータブック 2021(以下、データブック)に記載されている株式会社セブン&アイ・ホールディングス(以下、セブン&アイ)により報告される温室効果ガス排出量に対して検証を行いました。

1. 検証範囲

セブン&アイはビューロー・リタスに対し、以下の温室効果ガス排出量の正確性について検証し、確認結果を付したと依頼した。

1) スコープ1及びスコープ2 温室効果ガス排出量

日本国内、本拠地以外、海外の店舗のCO2排出量を算出する店舗は含まない、テナジにおける下置の店舗運営にともなうエネルギー消費によるCO2排出量

会社名	対象店舗数	対象報告期間
株式会社セブン-イレブン・ジャパン	25,143	2020年4月1日から2021年3月31日
株式会社イトーヨーカドー	161	
株式会社ヨークベニマル	237	
株式会社そごう・西武	15	
株式会社セブン&アイ・フードシステムズ	493	
株式会社ローソン	103	
株式会社ロフト	113	
株式会社赤ちゃん本舗	121	
株式会社シムル・ジャパン	23	
株式会社ライフワーズ	237	
株式会社バーニーズ・ジャパン	12	2020年1月1日から2020年12月31日
7-Eleven, Inc.	9,387	2020年1月1日から2020年12月31日

※株式会社ライフワーズの国内4工場の事業活動にともなうエネルギー消費による、2020年4月1日から2021年3月31日の期間のCO2排出量

※アイワイワーズの国内1工場2営業所の事業活動にともなうエネルギー消費による、2020年4月1日から2021年3月31日の期間のCO2排出量

※株式会社セブン-イレブン・ジャパンの国内4拠点(本拠地含む)、店舗2ヶ所、底層ATM5ヶ所の事業活動にともなうエネルギー消費による、2020年4月1日から2021年3月31日の期間のCO2排出量

※株式会社セブン&アイ・フードシステムズの底層、店舗運営センター、店舗センターの事業活動にともなうエネルギー消費による、2020年4月1日から2021年3月31日の期間のCO2排出量

2) スコープ3(3カテゴリ) 温室効果ガス排出量

※株式会社セブン-イレブン・ジャパンが購入した、以下に示す製品及びサービスに付する温室効果ガス排出量

製品及びサービス	対象報告期間
店舗で販売された食品類、店舗従業員用のユニフォーム類	2020年1月1日から2021年2月28日
店舗で使用された包装材類	2020年4月1日から2021年3月31日

2. 検証方法

ビューロー・リタスは、ISO 14064-3:2009: Greenhouse gases - Part 3: Specification with guidance for the validation and certification of greenhouse gas emissions の要求事項に従って検証を行った。

ビューロー・リタスは、独立の監査者として以下の活動を行った。

- 温室効果ガス排出量を特定し、算出する責任のあるセブン&アイの関係者へのインタビュー
- 温室効果ガス排出量を決定するために用いたデータの信頼性に対する、セブン&アイの情報システムと収集・集計・分析手法の確認
- 温室効果ガス排出量の正確性を確認するためのデータのダブルチェック

3. 結果

実施した検証作業とプロセスによれば、温室効果ガス主成分以下であることを示す数値は認められなかった。

- 算出の正確性が不足、対象範囲外の活動からの温室効果ガス排出量を過小に示している
- セブン&アイの受入の温室効果ガス排出量算出方法について問題が示されている

検証された温室効果ガス排出量		
スコープ1	スコープ2	スコープ3(カテゴリ)
111,752 tCO <sub>2</sub>	2,657,180 tCO <sub>2</sub>	9,604,855 tCO <sub>2</sub>

【数値性、公平性及び信頼性の確保】

ビューロー・リタスは、算出された温室効果ガス排出量に100年以上の歴史を持つ、品質・信頼・安全・社会・環境管理に特化した独自の専門サービスを提供する、信頼システムにより、信頼性の高い算出結果を提供しています。セブン&アイの排出量の信頼性については、ビューロー・リタス、ビューロー・リタス、日本気象協会においてスタッフの高い専門性を確保するとともに、監視機能を導入しています。検証プロセスは、標準「温室効果ガス排出量の信頼性」システムに示す事項について、信頼性の高い結果を有しています。

＞ 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、2020年度の店舗運営に伴う水使用量は20,537千㎡※で、2019年度比87.0%となりました。

また、店舗から発生する排水の処理についても、同様にグループ各社で環境に配慮した管理を実施しています。国の法令と店舗所在地の地方自治体の条例を遵守し、各地の適切な排水処理場・浄水場で排水を処理することにより、河川や海に汚水が流れないように徹底しています。＜

※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	2020年度
水使用量（千㎡）	24,551	24,809	23,606	20,537
売上100万円当たりの水使用量（㎡/百万円）	3.4	3.3	3.1	2.9

## 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いった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・ジャパンではCO<sub>2</sub>冷媒を使用した冷凍冷蔵設備を275店舗に導入し、イトーヨーカドーでも4店舗においてテスト運用しています。（2021年2月末現在）

## 紙の管理

セブン-イレブン・ジャパンでは、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。

## 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に負の影響を与えるものと認識し、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CO<sub>2</sub>排出量を2013年度比で2030年度までに50%、2050年度までに実質ゼロを目標に、省エネ・再生可能エネルギーの利用拡大を進めています。



## 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、CO<sub>2</sub>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250ヘクタール）展開しています。（2021年2月末現在）



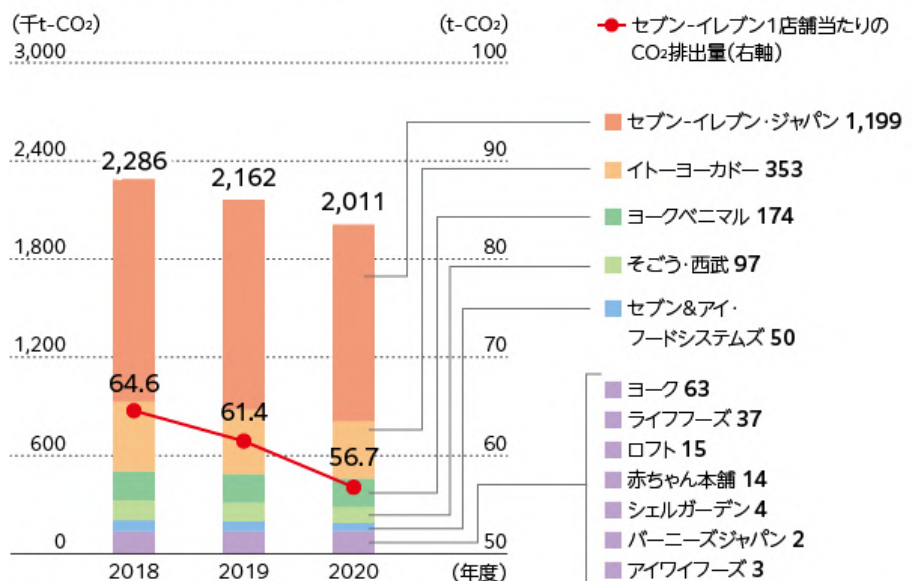
加えて、セブン&アイHLDGS.では、最近国内で多発している豪雨や土砂災害など、突発的な気象現象による災害に備えた体制を整備しています。例えば、緊急時の対応方法をまとめた冊子を社員へ配布しているほか、テレビ会議システムなどを利用した模擬訓練を定期的に開催しています。また、グループ内にある情報を集約するだけでなく、お取引先様などと協力して、災害情報の提供・共有・共用ができるシステム「7VIEW」（ビジュアル・インフォメーション・エマージェンシー・ウェブ）の構築に取り組んでいます。

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。

## CO<sub>2</sub>排出量の削減目標

セブン&アイグループ各社が排出するCO<sub>2</sub>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、CO<sub>2</sub>排出量が増加しないように、店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量を、2050年度までに実質ゼロにする目標を定めました。

店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量\*



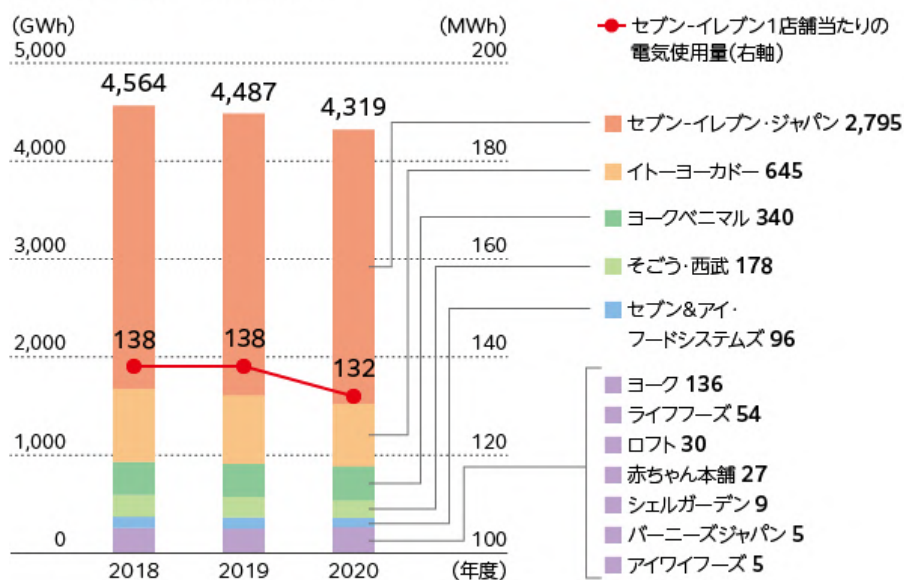
## 店舗における省エネ設備の導入促進

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・ジャパンでは、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8,653店舗（2021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照明を全店舗（132店舗）に、太陽光発電パネルを13店舗に設置。ヨークは太陽光発電パネルを2店舗に設置しています。そのほか、ヨークベニマルの7店舗にも新規に太陽光発電パネルを導入、再生可能エネルギーの利用拡大に取り組んでいます。（2021年2月末現在）

## 店舗運営に伴う電気使用量



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

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)	CO2削減効果 (トン)
2020年※1	15,473	355	759	24,449
2019年※2	11,731	401	608	19,195

※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、ライフフーズ、ヨーク、シェルガーデン、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、アイワイフーズ、パーニーズ ジャパンの12社合計

※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、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

## 大規模太陽光発電を導入

セブン&アイグループの環境宣言『GREEN CHALLENGE2050』に基づき、店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出削減の取り組みの一環として、2020年7月より、イトーヨーカドーが運営する「アリオ市原」にて、大規模な太陽光パネルによる発電システムを稼働しました。この取り組みは、「アリオ市原」のスペースの有効活用の一つとして、その屋上部分に太陽光パネルを敷設し、店舗の使用電力の一部として活用するものです。今回「アリオ市原」全体の電力使用量の約25%を太陽光パネルによる発電で賄うことが可能となり、それに伴い使用電力におけるCO<sub>2</sub>排出量も約25%削減することができます。これは国内の商業施設として最大級の発電設備となります。



アリオ市原店の大規模太陽光パネル

## 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（2021年度2月末）となりました。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は、純水素型燃料電池を設置しており、小売店舗における水素活用の将来性について検証しています。地域に根差した「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うとともに、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

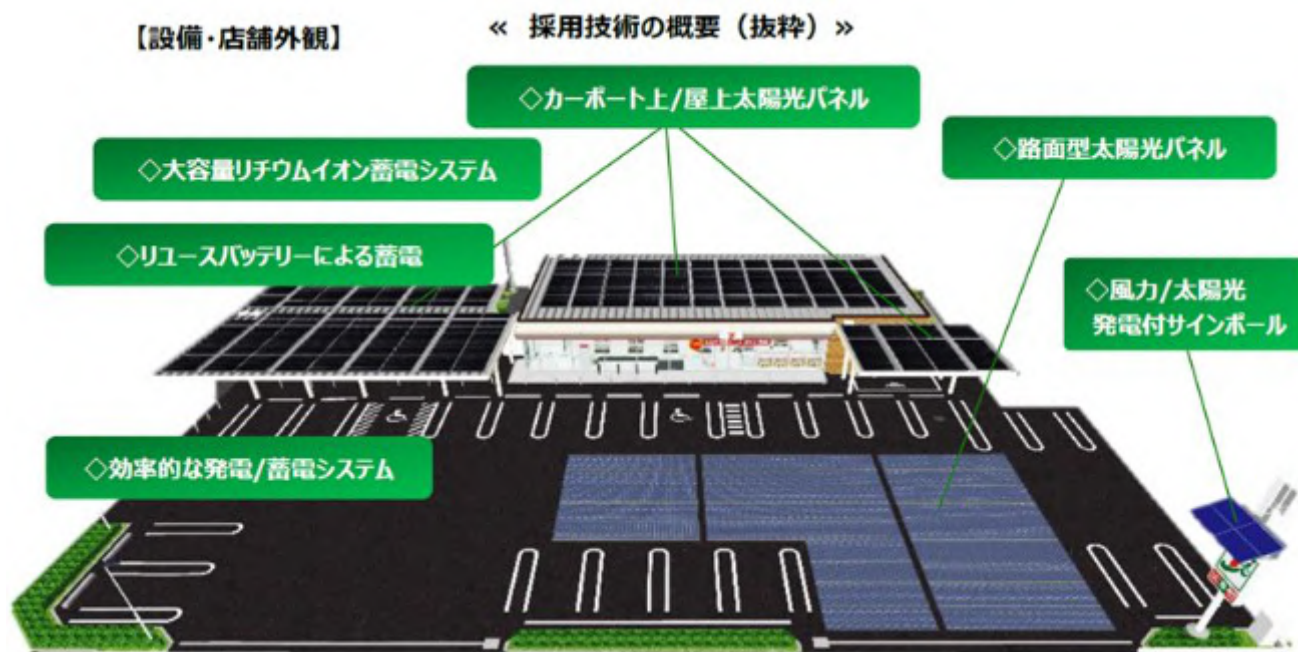
※2 平均的な店舗環境において、従来のあるべき手順で作業を実施した場合と比較した計算値



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丁目店の採用技術概要

## 省エネ店舗の実証実験を開始

セブン-イレブン・ジャパンは、最新の設備・技術を利用した省エネの実証店舗として、セブン-イレブン青梅新町店をオープンしました。この店舗は、グループの環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』に基づき、店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量削減の取り組みの一環として高効率の太陽光パネルの採用や空調効率の良い建築など、さまざまな省エネ建物・設備および創エネ・蓄エネ設備を導入した店舗です。外部調達電力については、2013年度対比で43%削減、CO<sub>2</sub>排出量については54%削減 ※1を見込みます。また、本店舗での試用・実証を足がかりに、可能なものから全国の店舗への拡大を検討していきます。

※1 CO<sub>2</sub>排出量は電気使用量(kWh)×CO<sub>2</sub>排出係数(t-CO<sub>2</sub>/kWh)で算出



※店内設備では、LED配灯の見直し、ウォークイン内扉仕様の変更、店内の正圧化、チルドケースエアカーテン性能向上、冷蔵冷凍設備のオートクリーンフィルターなど、さまざまな省エネ設備を導入。

セブン-イレブン青梅新町店の採用技術概要

## 「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、自家発電分と合わせ、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。

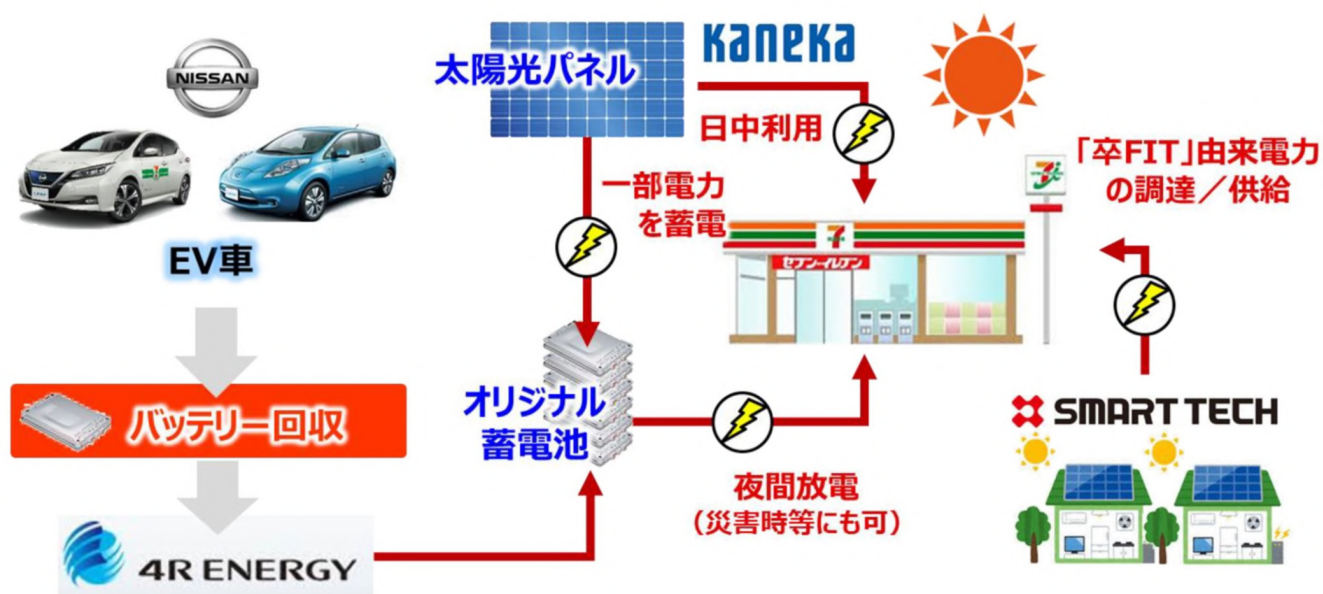
これまでの「ひとと環境にやさしい店舗」などの取り組みに加え、本取り組みを通じて、CO<sub>2</sub>排出量の大幅な削減を目指します。

※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合わせ、実質再生可能エネルギー比率100%を実現



## 取り組みの概要



## 国内初オフサイトPPAを含むグリーン電力を一部店舗に導入

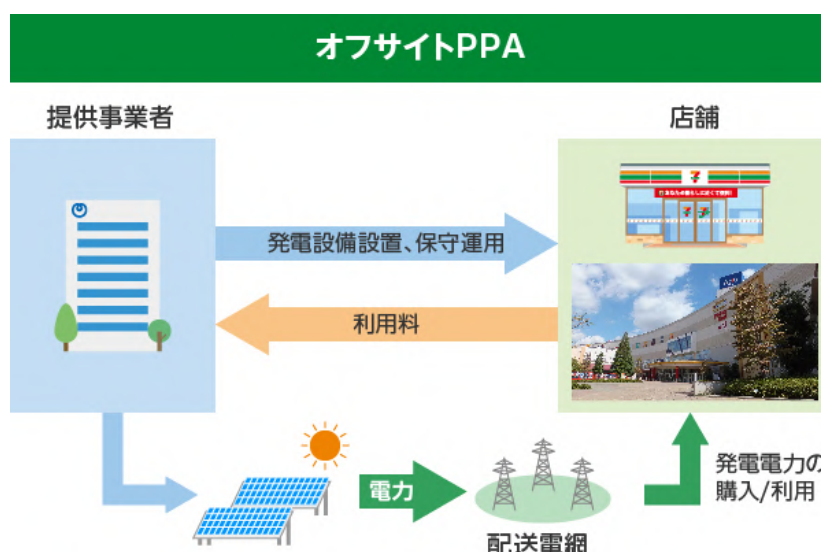
セブン&アイHLDGS.と、日本電信電話株式会社は、セブン&アイグループの店舗運営における使用電力の100%再生可能エネルギー化の実現を目指し、国内初※1のオフサイトPPA（下記略図参照）による電力調達およびNTTグループが所有するグリーン発電所からの電力を、2021年4月より順次、一部店舗に導入しました。今回の取り組みは、セブン&アイグループのセブン-イレブン40店舗およびアリオ亀有の店舗運営に100%再生可能エネルギーを使用するものです。

NTTアノードエナジー株式会社が、オフサイトPPAの仕組みで2つの太陽光発電所を設置し、送配電網を介して電力供給※2を行います。事業者が、電力消費者である企業・自治体等専用の再生可能エネルギー発電所を遠隔地に設置し、送配電網を介してその電力を長期間供給するオフサイトPPAは、国内初の取り組みとなります。また、オフサイトPPAだけでは不足する部分を、NTTグループが所有するグリーン電力発電所を活用することで、店舗運営に使用する電力を100%再生可能エネルギー化します。

※1 株式会社資源総合システムへのヒアリングなどを通じた NTTアノードエナジー株式会社調べ

※2 本電力供給は、NTTアノードエナジー株式会社の子会社である株式会社エネットの取次店として、サービス提供します。

## オフサイトPPAの仕組み（略図）



## 電気自動車用充電器の設置

---

セブン&アイグループは、「セブン-イレブン」「イトーヨーカドー」「Ario」「西武百貨店」「そごう」などの約100店舗に合計約2,800台（2021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。商業施設としての利便性の向上を目指すとともに、お買物の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脱炭素社会の実現に貢献していきます。



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。2020年度は、1,095台の切り替えを実施し、延べ3,569台の切り替えが完了しました。



リース車両の例

## 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、省エネルギー設備や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%※1）、482名のお取引先様にご参加いただきました。

2020年度は、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の世界的蔓延に伴い延期となり、2020年6月からオンデマンド配信にて「お取引先様とともに持続的発展を目指して」と題し、お取引先サステナブル行動指針の説明および実践を海外に生産拠点のあるお取引先様向けに配信を開始しました（178社274名が視聴※2）。2020年8月からは中国語およびアジア各国5言語の資料も閲覧が可能になり、10月には中国語ナレーションによるCSR監査ご案内動画の配信も中国国内のお取引先様向けに配信しています（66社79名が視聴）。

- ◆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

※1 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

※2 2020年度オンライン説明会はアクセスログからの抽出のため参考値

＜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監査と是正処置

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。

お取引先を継続するには、この「適合認証書」の発行を前提としています。また、新規でお取引先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」発行後にお取引先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、CO<sub>2</sub>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25社93工場で認証を取得しています（2021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221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、CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>排出量（スコープ3）を算定しています。2020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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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

2020年度 スコープ3に基づくCO<sub>2</sub>排出量（10社合計）

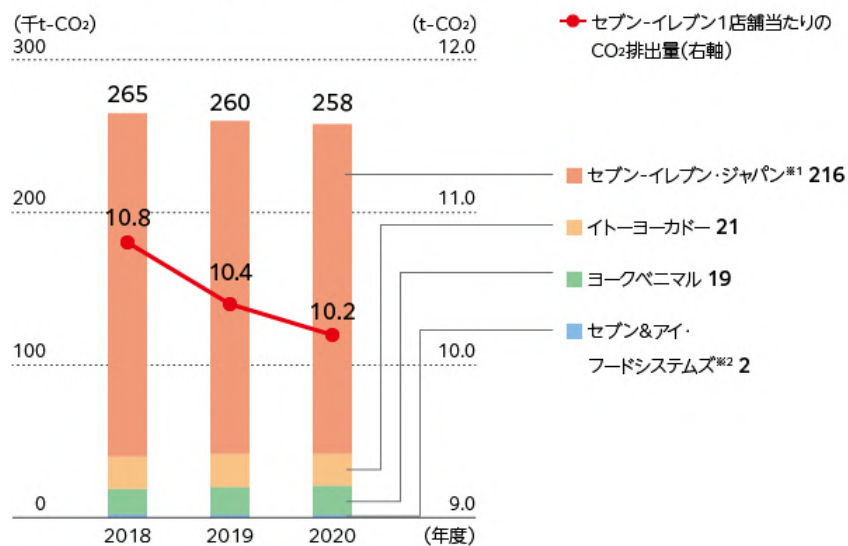
カテゴリー	構成比	
スコープ1	0.4%	
スコープ2	9.6%	
スコープ3 cat(カテゴリー)1～cat15(小計)	90.0%	100.0%
cat1 (購入した製品・サービス)		85.4%
cat2 (資本財)		3.7%
cat3 (スコープ1・2に含まれない燃料・エネルギー活動)		1.8%
cat4 (輸送・配送(上流))		1.6%
cat5 (事業から出る廃棄物)		0.4%
cat6 (出張)		0.0%
cat7 (雇用者の通勤)		0.2%
cat8 (リース資産(上流))		0.0%
cat9 (輸送・配送(下流))		0.2%
cat10 (販売した製品の加工)		-
cat11 (販売した製品の使用)		0.3%
cat12 (販売した製品の廃棄)		5.6%
cat13 (リース資産(下流))		0.7%
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CO<sub>2</sub>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。

配送車両に伴うCO<sub>2</sub>排出量\*



※1 配送センター運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量も含みます  
 ※2 デニース単体の数値です

## 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CO<sub>2</sub>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、CO<sub>2</sub>排出量の削減を目指しています。配送車両6,244台のうち、環境配慮型車両の導入は3,926台となりました（2021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、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CO<sub>2</sub>の排出削減量は約2,590kg-CO<sub>2</sub>/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。2020年4月には日本初の水素ステーション併設センターにて、新たなテストを開始、2021年夏以降も導入拡大に向けて実証実験を実施しています。

2019年7月からいすゞ自動車株式会社が開発した実証車のEVトラックを2台導入、さらなるCO<sub>2</sub>削減に取り組んでいます。



バイオディーゼル燃料を使用した配送車



燃料電池小型トラック



EVトラック



EV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。2021年2月末現在、全車両の約99%にあたる6,244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（2021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（2021年2月末現在）。

## イニシアチブへの賛同・参画、外部団体との連携

セブン&アイHLDGS. は、国内外のイニシアチブや産官学の連携、コンソーシアムなどの外部団体へ積極的に賛同・参画し、先進的な技術や取り組みに関する情報を積極的に収集するとともに、それぞれ定期的/不定期的に行われるセミナーや研究会に参加し、意見交換やシンポジウムへの登壇など積極的な情報発信の役割も果たしています。お取引先様や他業種企業様と協働・連携した活動を通じて、グループのさらなる環境負荷の低減に向けて取り組むことで、社会からの期待・要請に応えるとともに、持続可能な社会の実現に向けて一層推進してまいります。

### お取引先様・サプライヤー様と共に環境負荷軽減の取り組み

名称	参画状況
Science Based Targets (SBT)	<a href="#">LINK</a> 

### 他業種企業、大学との連携・共同研究やコンソーシアムへの参画：

名称	参画状況
京都超SDGsコンソーシアム (京都大学)	<a href="#">会員 (LINK)</a> 
クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス (Japan Clean Ocean Material Alliance : CLOMA)	<a href="#">会員 (LINK)</a> 
水素バリューチェーン推進協議会 (Japan Hydrogen Association : JH2A)	<a href="#">会員 (LINK)</a> 
東京大学未来社会創造プラットフォーム (Sustainable Future Society Creation Platform, Tokyo University)	<a href="#">会員 (LINK)</a> 
日本気候リーダーズ・パートナーシップ (Japan Climate Leaders Partnership : JCLP)	<a href="#">会員 (LINK)</a> 

## 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&アイグループは、売上の約6割※を食品が占めています。そのため、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、重点的に取り組んでいます。「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（売上100万円あたりの発生量）を2013年度と比較して2030年50%削減、2050年75%削減することを目指しています。



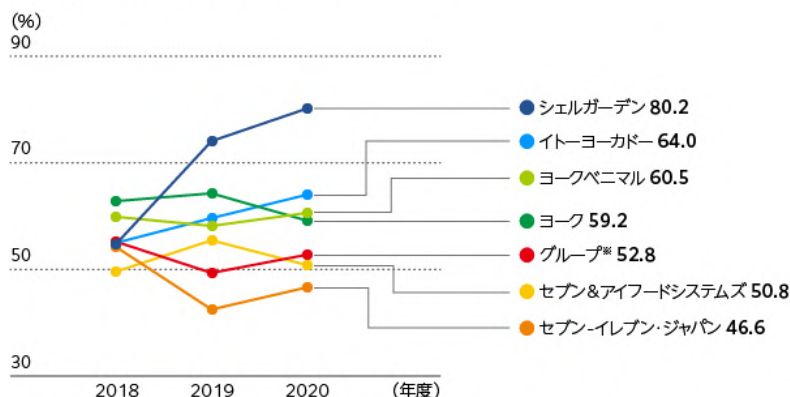
※対象は、食品関連事業会社6社（セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨーク、シェルガーデン、セブン&アイ・フードシステムズ）

### 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、セブン&アイ・フードシステムズ、シェルガーデン）



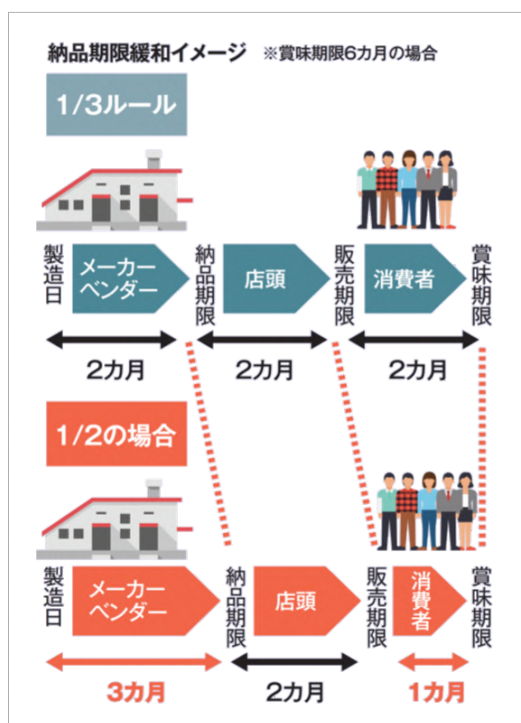
## 食品廃棄物の発生量

年度	2018年度	2019年度	2020年度
売上百万円当たりの発生量 (kg) ※	21.80kg	22.35kg	21.01kg

※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）

## 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

### 「サプライチェーン イノベーション大賞2020」を受賞

セブン-イレブン・ジャパンは、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をはじめ、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ことで食品廃棄物の発生を抑制するなど、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。

## 食品ロス削減に向けた各社の取り組み

セブン&アイグループ各社は、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図っています。例えば、イトーヨーカドーやヨーク（ヨークマート、ヨークフーズ、ヨークプライス）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。また、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。

さらに、ヨークベニマルとヨークは、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。

### 「エシカルプロジェクト」を開始

セブン-イレブン・ジャパンは、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。

### オリジナルデイリー商品の消費期限を延長

セブン-イレブン・ジャパンは、工場の優位性を活かした技術革新によって、製造工程や温度、衛生管理を見直し、保存料の不使用などの安全・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。2009年のチルド弁当からスターし、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、2021年2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。

### フードバンク団体への寄付

イトーヨーカドーは、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※へ寄付しており、寄付重量の累計は約4トン（2021年5月現在）となっています。

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。2021年2月末現在、194の自治体と地域包括連携協定を締結しています。

※品質に問題がないにもかかわらず、市場で流通出来なくなった食品や、家庭で余剰となった食品を、支援が必要な方に配布する活動を行う団体

### エコ物流の運用

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、2020年度46.6%となりました。

※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

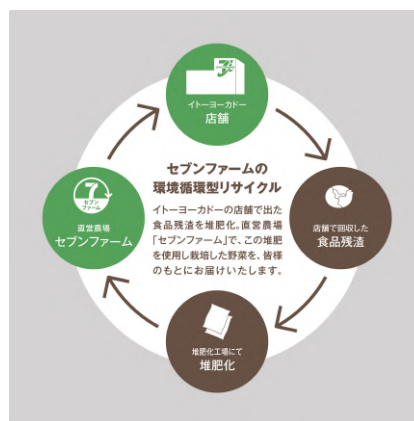
## 循環型農業の取り組み

### セブンファームの設立

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。2021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11カ所（2021年2月末）の農場でJGAP認証を取得しています。



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

イトーヨーカドーは、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、2021年2月末現在、58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CO<sub>2</sub>に分解することにより、焼却処分に比べてCO<sub>2</sub>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。

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。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CO<sub>2</sub>排出量削減にも貢献しています。2021年2月末時点、東京都、長野県の店舗でテスト運用しており、合計18店舗で導入され、稼働しています。



生物分解型生ごみ処理機(イトーヨーカドー)



生物分解型生ごみ処理機（セブン-イレブン・ジャパン）

## 食品ロス削減にむけた啓発活動

セブン&アイグループは、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に取り組んでいます。イトーヨーカドー、ヨーク、そごう・西武では、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」を実施しています。

イトーヨーカドーは、2020年6月から、フードドライブ回収BOXを常設する店舗を31店舗（2021年6月現在）に順次拡大し、回収量は累計で約9.4トン（2021年5月現在）となりました。各店舗で集めた食品は委託先の物流会社にご協力いただき、物流センターに集約し、フードバンク団体を通して子ども食堂や支援を必要としている方にお届けしています。

また、セブン&アイグループ各社の本部や、セブン-イレブン・ジャパンの一部地区事務所においても、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・フードシステムズでは、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。2021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。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。また、2021年5月、環境省「令和3年度 地方公共団体及び事業者等による食品ロス削減・リサイクル推奨モデル事業」である食品ロス削減活動「mottECO（モッテコ）」の導入モデル事業として採択され、食品ロス削減を目的とした新しい活動に取り組んでいます。これは、ご希望があれば100%植物由来のお持ち帰り専用容器をお渡しし、食べきれなかった料理をお持ち帰りいただくことで、「食べ残したものは自分の責任で持って帰る文化」の普及と啓発を図るものです。

ヨークでは、2020年10月の食品ロス削減月間に、お客様が生活の中で気軽に実践できる食品ロス削減のアイデアをまとめた冊子を作成して全店舗で配布しました。また、キッチンサポート設置店ではエコメニューやアイデアをご紹介しました。



mottECO（モッテコ）ポスター



エコメニューのご提案（ヨーク）



## 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

世界人口の急速な増加と都市化の進展、新興国・途上国の急速な経済成長などを受けて、暮らしに不可欠な天然資源の枯渇が問題となっています。セブン&アイグループは、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。



### 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。

### ペットボトル回収機を設置

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回収機を店頭に設置しています。店頭で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CO<sub>2</sub>排出量の削減につながります。

回収されたペットボトル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。

2021年2月末現在、回収機は4社合計で1,001台設置しており、約8,700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回収機を設置しました。さらに、2019年9月に沖縄県の店舗へ設置を開始、2020年1月には政令指定都市で初めて横浜市へペットボトル回収機を設置を開始しました。2021年2月末現在、東京都・埼玉県・神奈川県・茨城県・沖縄県の一部店舗にペットボトル回収機を設置し、今後も拡大する計画です。



回収機を活用したペットボトルのリサイクルシステム



コンビニ用小型ペットボトル回収機

	2018年度	2019年度	2020年度
回収量 (トン)	8,900	9,740	8,700
設置数 (台)	759	820	1,001

ペットボトル回収機の設置台数と回収量

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 一日一本」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。

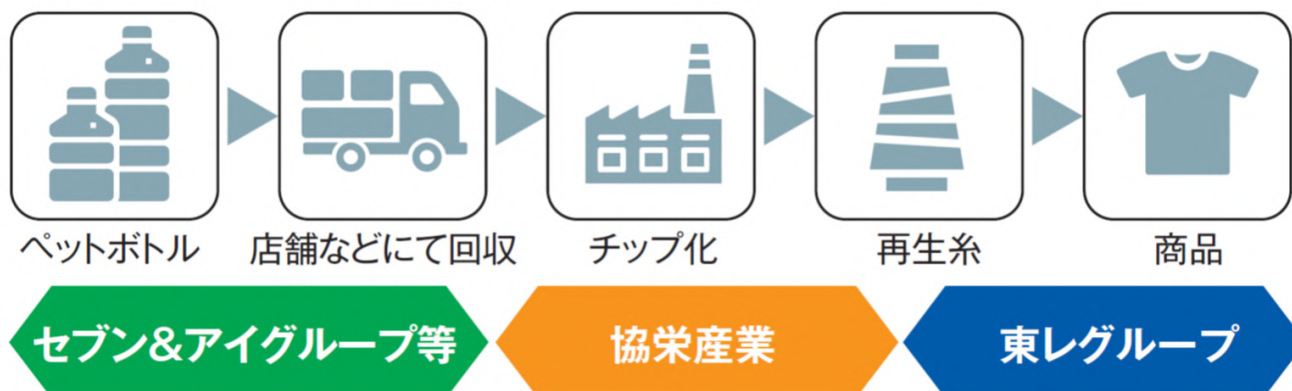
※2019年6月5日時点。日本コカ・コーラおよびセブン&アイHLDGS.調べ

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、グループの店頭に設置したペットボトル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。

イトーヨーカドーでは、2021年2月現在、この再生素材を使った衣料品を約250アイテム取扱っており、イトーヨーカドーの肌着分類で約12%の売上構成を占めています。今後も再生ペットボトル素材を使用した商品開発を継続していく計画です。

## ペットボトル回収・リサイクルスキーム



## 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全国約21,000店に推奨しています。2020年7月に「プラスチック製買物袋有料化」が開始し、グループ全体の辞退率は80%弱となり、セブン-イレブンでも有料化前に約30%だった辞退率が、約75%に伸長（2021年2月末時点）、約8,000tのプラスチック使用量の削減につながりました（有料化開始後2020年7月～2021年2月の削減量）。また、レジ袋代金における「本部収益相当額」は、環境負荷低減のための取り組みとしてセブン-イレブン店舗に設置するペットボトル回収機の設置費や、一部「セブン-イレブン記念財団」に寄付し、未来世代とともに清掃活動などの資金として広く役立てています。

## 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。



物流センターでの出荷作業



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

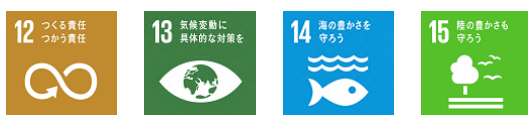
セブン-イレブン・ジャパンは、閉店した店舗の冷蔵ケースなどの店内設備を回収し、清掃・整備・点検を終えた後、新たな店舗でのリユース（再使用）を進めています。



## 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。そのほか一部店舗では、精肉売場で販売している商品の一部で、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。

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。（2020年度プラスチック削減量：約203トン※1） また、商品容器以外の取り組みでは、セブン-イレブン店内に設置するプラスチック販売促進表示物の一部で、独自製法と植物由来のバイオマス樹脂を配合することで、従来の素材より石油由来プラスチック量を約12%削減しました。

※1 2018年度にカップデリ本体蓋容器へ使用したプラスチック重量との比較



トップシールを使用した「カップデリ」



石油由来プラスチック量を削減した表示物の例



## 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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>排出量削減効果があり、これは杉の木約18,000本分のCO<sub>2</sub>吸収量に相当します。



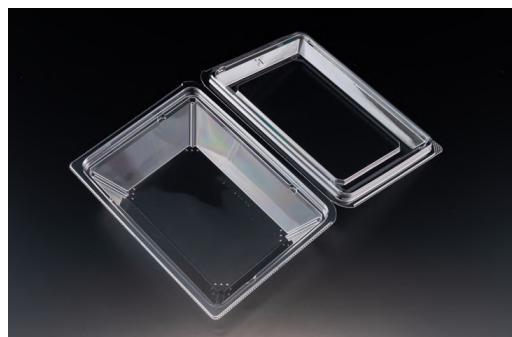
識別マークも「紙マーク」から「紙パックマーク」へ変更

## 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



## パッケージ印刷に「ライスインキ」を採用

セブン-イレブン・ジャパンは、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CO<sub>2</sub>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あり、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CO<sub>2</sub>排出量削減効果があります。



このパッケージフィルム本体には、環境に優しい植物由来の原材料を使用し、印刷には、環境に優しいライスインキを使用しています。

このパッケージのインキには環境に優しい植物由来の原材料を使用しています。

植物由来原材料を使用した商品パッケージ

## 紙製容器を導入

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、従来のプラスチックを使用した容器と比較し、2020年度は約406トンのプラスチックを削減、2021年度は約800トンのプラスチックを削減する目標です。また、サンドイッチのパッケージのフィルム素材を使用していた部分に、紙素材を組み合わせることにより、プラスチック使用量を約40%削減しました。



チルド弁当用の紙容器



赤枠部分に紙素材を組み合わせたパッケージ

## 容器・包装に間伐材を利用

「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、CO<sub>2</sub>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。



間伐材を利用した容器

＞「セブンの森」の詳細はこちら [🔗](#)

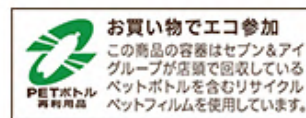
## リサイクル素材を導入

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、2020年度は再生トレイ導入によるCO<sub>2</sub>排出量の抑制効果は約2,500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を採用しています。



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2,240万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ができる小売業の特長を活かした環境活動に取り組んでいます。2021年3月と7月には、セブン&アイグループ一部店舗の看板を消灯し、お客様とともに地球環境を考える「ライトダウン」を実施。グループの約7,500店舗が参加しました。

2021年6月の環境月間には、食品ロス削減につながる寄付活動として、イトーヨーカドーやそごう・西武の一部店舗にて、地域のご家庭で不要となった食品を回収し、寄付につなげる「フードドライブ」を実施。多くのお客様にご参加いただき、回収した食品を各団体へ寄付しました。イトーヨーカドーの一部店舗ではフードドライブの常設コーナーを設置し、年間を通じて活動を継続しています。

またコロナ禍を鑑み、店舗以外での活動としてインターネットやSNSを通じた啓発活動にも取り組んでいます。一例として、2021年3月に食品ロス削減を目指す「賢者のレシピ」を公開。食材を「たいせつに・おいしく・かしこく・ムダなく」使って食べることで、食材を育てる人も調理する人も、食べる人も全員が幸せになることをテーマにした食品ロス削減レシピを、特設サイトにて配信しています。

### 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、加盟店と一体となり、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や市民団体を公募し、活動資金を助成しています。20年間の累計で4,078件の活動に、24億2,319万106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. 2020年度の店頭募金総額は4億2,059万6,964円：1994年度からの店頭募金総額は83億5,644万9,175円

※2. 2020年度の環境市民活動助成（継続助成を含む）：助成先件数は269件、助成総額は1億1,106万3,824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に関する有識者と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](#) 〓



## 環境に関する従業員教育

従業員の環境意識向上のために、セブン&アイグループはそれぞれの事業特性に合わせ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やイベントなどを定期的実施しています。

### グループ共通のeラーニングを実施

2019年5月に公表した環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」を受けて、セブン&アイグループは2019年度からグループ共通eラーニングを毎年実施しています。2020年度は、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」の目標改定や、気候変動をめぐる社会の動きを反映した内容で、国内セブン&アイグループ全従業員を対象に実施しました。

### グループ従業員にeco検定取得を推奨

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、セブン&アイグループは2014年度から従業員の「eco検定」取得を推進しています。グループ各社では、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おり、2020年度は462名が合格。累計合格者数は10,063名になりました。

### 従業員向け環境意識啓発イベントの開催

セブン&アイグループでは、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16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CO<sub>2</sub>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」などの保全活動があります。これらの活動に2020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171人が参加しました（2020年度は新型コロナウイルス感染防止のため、参加人数を制限して開催）。活動は2006年から始まり、これまでの参加者数は累計で13,307人になりました。

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活動に取り組んでいます。2020年度は、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」や、プラスチック対策としての使い捨てコンタクトレンズ空ケースの回収、グループ店舗でのライトダウン活動などを実施し、従業員が自分事とし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

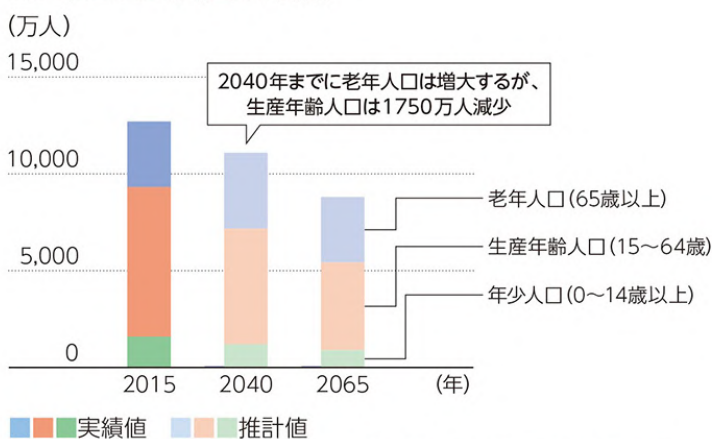
＞ [セブン&アイグループ企業行動指針](#) 

### 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。

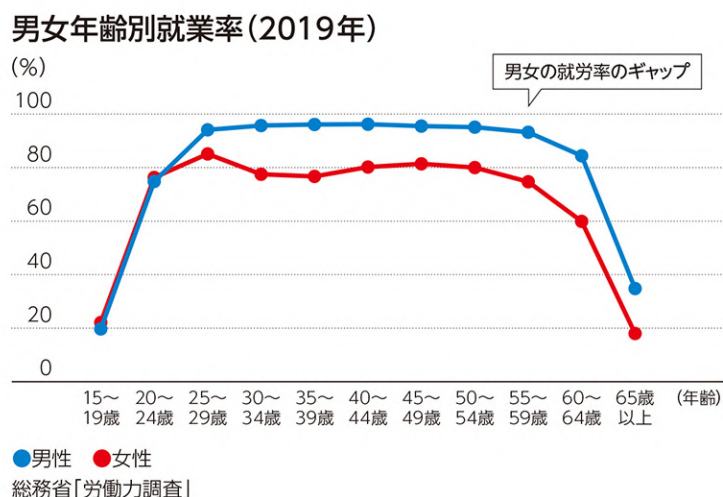
#### 25年ごとの人口の増減



## 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&アイグループでは全体で約13万5千人の従業員が働いています。職場には、育児や介護をしながら働く従業員やパートタイマー、アルバイト、外国籍の従業員など多様な従業員が働いています。セブン&アイHLDGS.は多様な従業員の活躍を支援するとともに、働きがいを持って仕事ができるように職場環境を整備に努めています。そのことが生産性の向上や人材の確保につながり、ひいてはお客様の満足度向上やイノベーション創出、競争力の源泉につなが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、ダイバーシティ＆インクルージョンを推進するために、2012年に「ダイバーシティ推進プロジェクト」を設置し、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して以降、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年度からは「ダイバーシティ2.0」の推進をテーマと決めて取り組みを進めてきました。2021年5月にはダイバーシティ＆インクルージョン活動、とりわけ女性の活躍推進に関する取り組みを強化するため、「2026年2月末までに女性執行役員比率30%」という新たな目標を設定し、「30% Club Japan」に加入しました。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

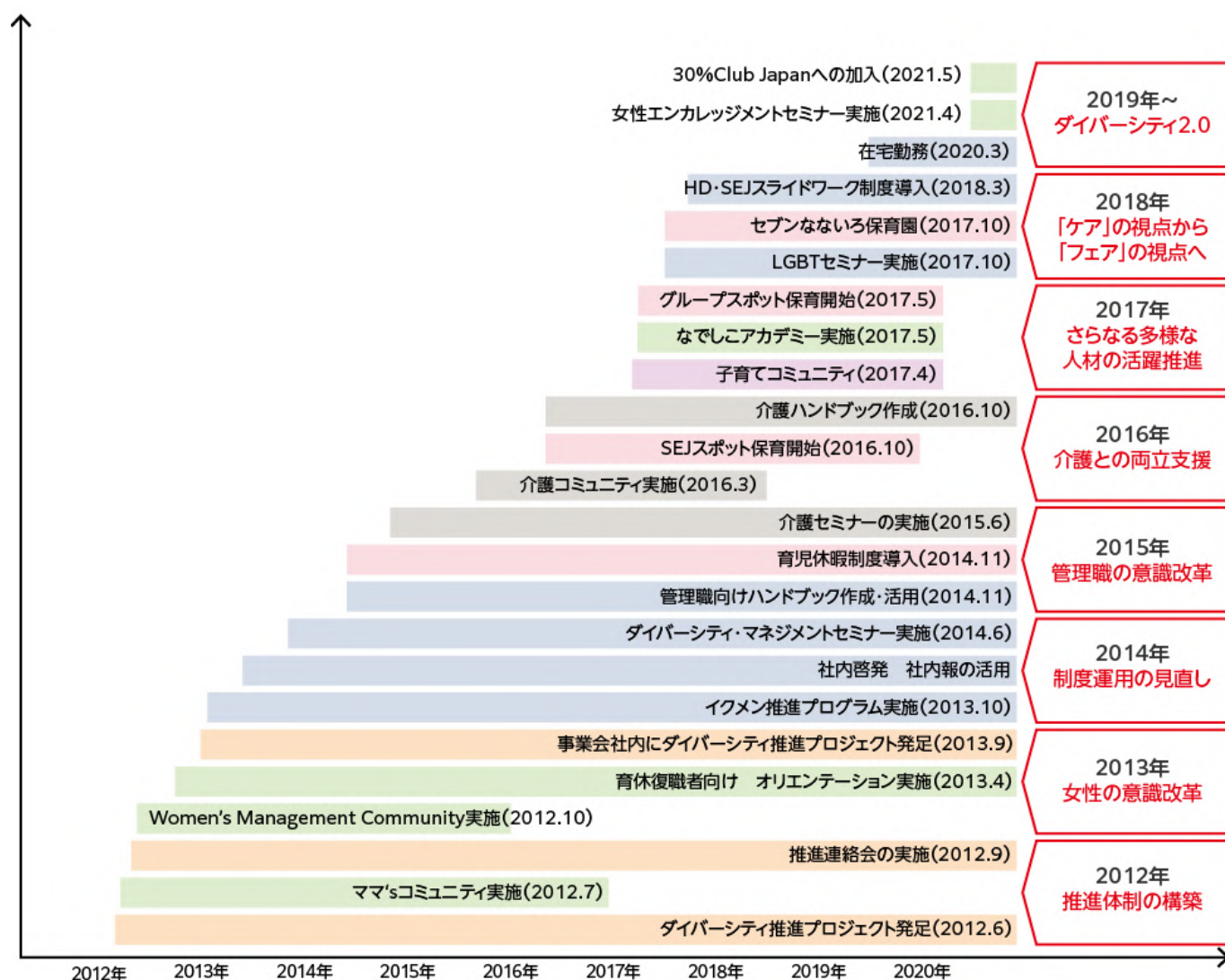
1. 女性執行役員比率：30%達成（2026年2月末まで）※1  
女性管理職比率：30%達成（2022年2月末まで）※2

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

※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、ヨーク、そごう・西武の6社の合計

※2 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社の合計





## 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 to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HLDGS.](#)

➤ [株式会社セブン-イレブン・ジャパン](#)

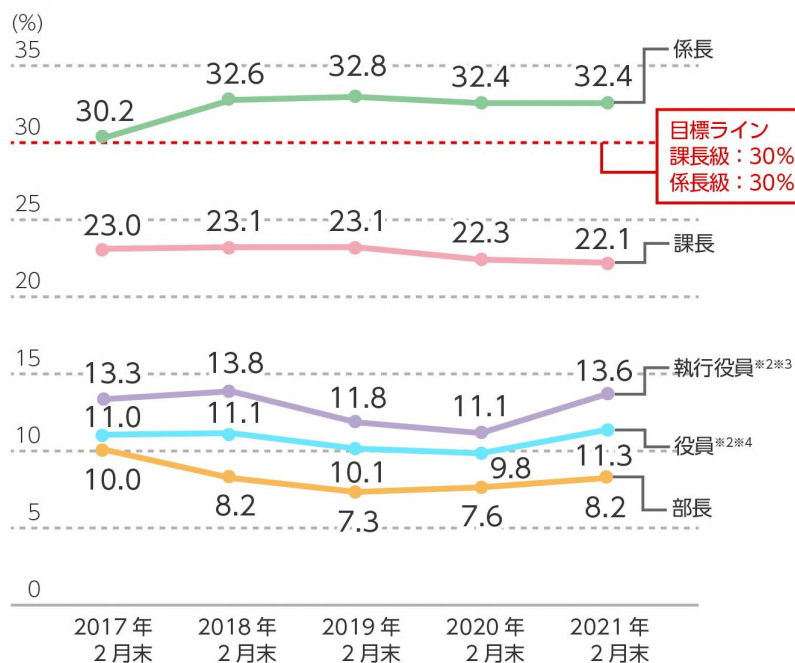
➤ [株式会社イトーヨーカ堂](#)

➤ [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、2021年2月末現在、女性管理職比率は係長級が32.4%、課長級が22.1%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。

女性管理職比率の推移※1



※1 グループ8社（セブン&アイ HLDGS、セブン・イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、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）合計  
 ※2 役員の女性比率は5月末現在、グループ6社（セブン&アイ HLDGS、セブン・イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨーク、そごう・西武）合計  
 ※3 取締役の執行役員は除く  
 ※4 役員は取締役・監査役・執行役員の合計

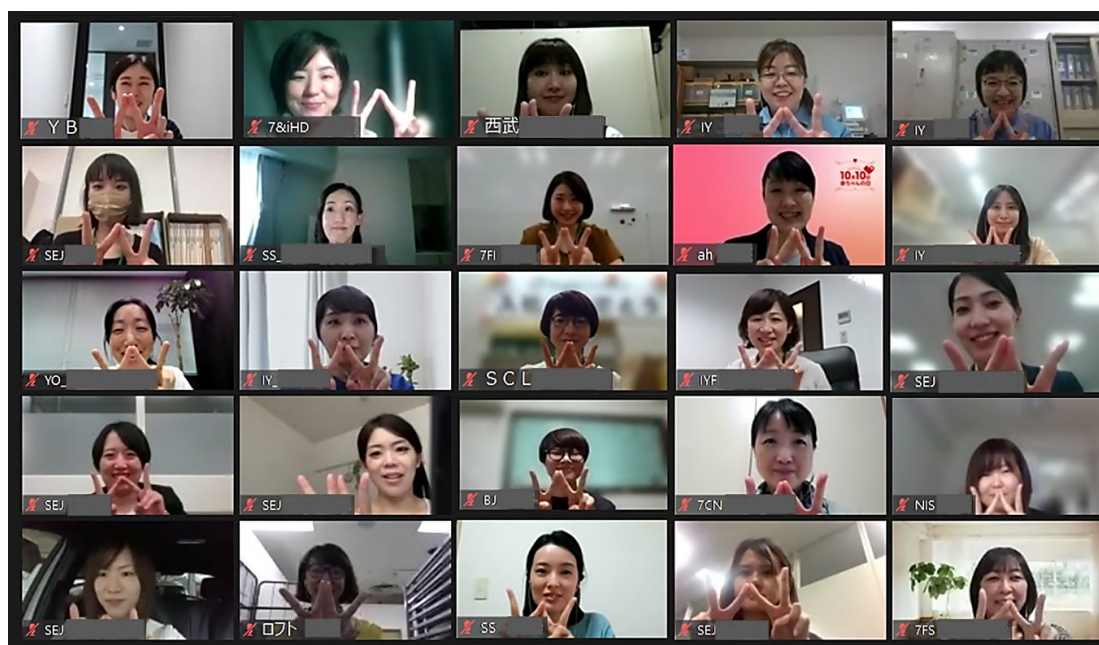
＜ 事業会社別の女性管理職比率はこちら（データ集）

## 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。

### 女性のキャリア開発支援

セブン&アイHLDGS.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。直近の取り組みとして、2021年より女性管理職候補者の育成を目的としたグループ横断の研修、「女性エンカレッジメントセミナー」を開催し、グループ19社の女性社員が参加しています。社長をはじめとする経営幹部から、グループの経営方針や理念、商品戦略やSDGsへの取り組みなどを聴き、ディスカッションを実施。全てオンラインで実施することで、全国各地域から、育児で時短勤務中の女性も参加しています。普段の業務とは異なる視点・視座からの話を聴き、経営への関心を高める機会になるとともに、経歴や職種なども多様な参加者とのディスカッションを通じて、「同じグループで働く女性の発言に勇気をもらった」「刺激を受けた」などの声が多く聞かれ、モチベーションを上げる機会にもなっています。



女性エンカレッジメントセミナーの様子

## 管理者向けの研修・意識啓発

セブン&アイHLDGS.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。2021年2月末までに延べ21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年から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、グループ各社では、管理職を対象にダイバーシティマネジメントの意義や、仕事と育児や介護との両立支援制度の理解促進などを実施し、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。

例えば、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。2020年度はオンライン研修も含め、217名の役職者が参加しました。

## 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ています。2021年5月末までに合計でグループ17社567人が参加しました。2021年度はLGBTセミナーの動画と店舗で必要な基礎知識を記した冊子を、グループ従業員が誰でも閲覧できるウェブサイトで公開し、多くの従業員がLGBTの基礎知識を学んでいます。

## 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、2021年2月末現在、7,394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。また、外国籍の従業員も2021年2月末現在、1,057人の方が活躍しています。

また、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。加盟店を含む各店舗の採用後のシニア層に向けて、レジ操作に不安を感じる方に対しては丁寧にゆっくりとしたペースで本部講師が機器操作と接客対応を教えています。

また、加盟店を含め店舗における外国籍の従業員の割合が増加しており、全国平均では2021年2月末現在約9.5%、約39,000名となっています。2020年9月より、留学生や外国籍の従業員に対して、日本の文化・接客対応の基本の講義を行う「おもてなし研修」を開始し、約180名が受講をしました。



「シニアお仕事説明会」の様子



「おもてなし研修」の様子

## 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。また、グループ各社では、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。

採用にあたっては、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。

### 重度の障がいがある方の雇用を促進

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、1994年に重度の障がいがある方の雇用を促進するために「特例子会社テルベ」を設立しました。2021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※は2.95%となりました。2021年度は2.95%の目標を掲げています。テルベは、設立から23年間にわたって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。

※ 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

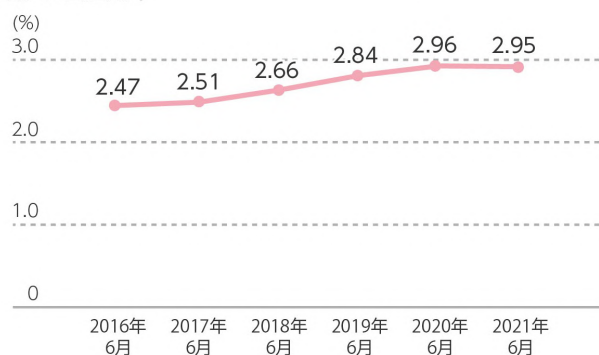


特例子会社テルベの様子



障害者活躍企業2017 認証第1号

### 障がい者雇用率



※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

### 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



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。2021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90名、「ジョブコーチ（企業在籍型職場適応援助者）」は13名が認定を受けるなど、取り組みを進めています。

## 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）

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-イレブン・ジャパン、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（2021年2月末現在）。



3段階目



2段階目

認定マーク「えるぼし」

## 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&アイグループは「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、出産・育児制度と介護制度については、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（一例）

	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	未就学の子どもがいる場合、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&アイグループでは、グループ従業員の子育てを支援するためにさまざまな活動に取り組んでいます。

### 「セブンなないろ保育園」の運営

2017年10月からセブン-イレブン加盟店の経営者や従業員に加え、地域住民の方々、セブン-イレブン・ジャパン社員を対象とした事業所内保育施設「セブンなないろ保育園」を運営しています。東京（大田区、世田谷区、町田）、仙台、京都、広島、の合計6か所に開園し働きやすい環境を整備しています。



セブンなないろ保育園

### 店舗に保育施設を導入

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。

### 育児休業からの復職支援

セブン&アイグループ各社では、育児休業から復職する従業員のガイダンスや、子育て中の従業員、妊娠中の従業員のネットワーク構築・不安解消を目的としたコミュニティ活動などを実施しています。

### ママ同士の交流会を開催

ヨークでは、育休復職者へのオリエンテーションを年4回開催しています。2020年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止とし、育児勤務者へは5月・1月に個別コミュニケーションを実施しました。また、育児休職中の従業員へ郵送で2カ月に1回、社内情報を共有し、近況報告を実施しています。2021年度は育休復職者向けのSNSサイト開設を計画しています。

セブン&アイグループは、男性の育児参画を促進するために、2014年に独自の育児休暇制度を制定しました。これは未就学児がいる従業員を対象に、年に5日間、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ため、導入当初から多くの従業員が取得しています。2020年度は、セブン&アイグループ全体で926人の男性従業員が育児休暇を取得しました。

グループ横断の取り組みとして、2013年からは男性の家事・育児参画を目的とした「イクメン推進プログラム」を実施しています。また、男性の育児休業取得促進に向けた、ポスターの掲示や各種会議や社内のご案内を通じた啓発活動にも取り組んでいます。

## 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（2021年2月末現在）。



くるみんマーク

## 介護と仕事の両立支援

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ます。そこで、セブン&アイグループは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」を定期的に実施しています。2020年度はグループ各社から135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&アイグループ各社では、本部部門を中心に、生産性向上とワーク・ライフ・バランスの両立、また、2020年度以降は感染防止と業務継続体制の維持を目的として、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。

## 多様な働き方の活用による長時間労働の抑制

セブン&アイグループは、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。具体的には、グループ各社にて残業の見える化を推進するほか、残業の多い部門の業務内容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、ポスターの掲示などを通じて就業環境の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.、セブン-イレブン・ジャパン、セブン銀行などグループ各社では、仕事や個人の事情に合わせて一人ひとりが働き方を選択し、フレキシブルに働くことができる環境を目指し、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・終業時刻を繰り上げまたは繰り下げて勤務することで、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。また、2020年度以降は、新型コロナウイルス感染症拡大防止を目的として、通勤ラッシュを回避できるよう、選択できる始業・終業時刻のシフトを拡大しています。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最大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。



## 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&アイグループでは、企業価値向上における源は「人財」にあり、さらなる成長のためには「自ら考えて、自ら行動する人財」が不可欠であると考えています。グループの創業理念であり社是である「信頼と誠実」を礎に従業員の育成・教育に取り組むなど、常に人財に注力し、グループ各社においてもそれぞれの事業に適した人財の育成を行っています。



### 経営戦略と連動した人財政策

セブン&アイグループは、2021年7月発表の中期経営計画に基づき、会社と従業員がともに成長できる組織づくり、誰もが働きやすい職場づくりを目指しています。一人ひとりの従業員の能力開発と、自律的な学びの支援などを通じ働きがいを向上し、働き方改革・生産性の向上、ダイバーシティ&インクルージョンの推進などを通じて、働きやすさを実感できる職場づくりに取り組んでいます。

### 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。

#### 人財共育部を中心とした体制強化

セブン&アイHLDGS.は、社会・経済に対する価値観の多様化やDX（デジタルトランスフォーメーション）に対応し、経営戦略と両輪である人財政策を推進するため、2020年8月に人事企画部から教育機能を組織として独立させ、グループの能力開発・人財育成を推進する「人財共育部」を新設しました。価値創造の担い手である一人ひとりの従業員の能力開発と、自律的な学びを支援するために、人財育成体系の整備に取り組んでいます。

## 職務に応じた研修を実施

イトーヨーカドーは、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」を開催しています。さらに所属部門の商品知識や、接客応対・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、本人の学ぶ意欲を引き出しながら次の役職に向けた事前のスキルアップ研修も実施しています。



研修の様子

## イトーヨーカドーの教育体制

役職	研修内容	
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	● 食の安心安全、基本技術の習得
新入社員	入社時研修	● 会社の基本、商売の基本、社会人の心構え
	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	● 技術項目に沿った習得訓練
	スキルアップ研修	● 役職者として必要になるマネジメントの基礎知識
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、教育の考え方
	生鮮技術研修	● 重点カテゴリーの技術確認と習得
	スキルアップ研修	● 統括マネジャーとして必要になる事業部のマネジメント
統括マネジャー	新任研修	● 店舗運営に必要な知識とマネジメント
	スキルアップ研修	● 店長として必要になる店舗運営のマネジメント
店長	新任研修	● 経営始点で店舗運営に必要な知識とマネジメント
	店長塾	● 課題解決、人材育成の基本を学び直し、行動変容につなげる
	IY経営塾(羊雅塾)	● 人材活用と組織力強化を体験・議論を通じて学ぶ
	企業経営理念研修	● 企業経営理念の浸透と体言行動につなげる

自己啓発支援(通信教育・エコ検定など)

## 「目標設定カルテ」を運用

ヨークベニマルは、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」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ており、0～5までの6段階で個人の技術・能力を診断。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。

## 自己啓発研修

セブン&アイグループは、従業員が自ら学べる機会を提供するため、ビジネススキルや知識などに関する通信教育やeラーニングや受講費用の補助などに取り組んでいます。

### 通信教育の受講支援

イトーヨーカドーは、パートタイマーを含む全従業員に対して通信教育を306講座提案し、修了者には一部費用を補助しています。2020年度は313名が受講しました。

### 自己啓発講座の開催

セブン銀行は、英語や金融知識、その他教養を学ぶ通信教育、英会話、ビジネス知識、ITやプログラムを学ぶオンライン講座、MBAの単科講座などを学ぶ通学講座、自己啓発講座を約300講座用意しています。2020年度は174の講座が受講されました。

### 自己啓発を支援

赤ちゃん本舗は、通信教育を使って従業員の自己啓発を支援しています。業務スキル習得以外にも22講座を用意しており、2020年度は6名が受講しました。

## 研修施設の整備

---

多様な業態を展開するセブン&アイグループとして、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、従業員一人ひとりが創業理念である「信頼と誠実」の精神を理解し、次世代を担う人材を育成することが大切だと考えています。そのために、グループ各社が教育施設として活用してきたのが「伊藤研修センター」です。2012年に開設し、これまでに延べ40万人以上の従業員が利用してきました。2020年には新たな教育プログラムに対応できるよう、大規模な改装を実施しました。史料室はデジタルサイネージを活用し、見やすく・分かりやすい学びの場となっています。研修室は形式にとらわれず、自由に動きのある研修に対応できるよう階段型スツールの導入やオンライン研修が快適に受けられるようリモートカメラやタブレットなどを導入し、従業員が積極的に学べる環境づくりに取り組んでいます。



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。2020年度は240人が応募し、うち23人が希望の役職や職種に就きました。

## 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、法令を遵守した採用活動を行っており、社会的身分・出身・人種・信条・宗教または性別などの非合理的な理由による差別を一切認めておりません。また強制や意思に反する就労はさせず、採用時には年齢確認を行うことで、児童労働を防止しています。処遇においては、法令で定められた最低賃金を遵守し、同一労働・同一賃金への対応を進めております。評価にあたっては、仕事の成果や一人ひとりの貢献度を適正に評価し、それを賞与などの報酬に反映しています。



### 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、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。

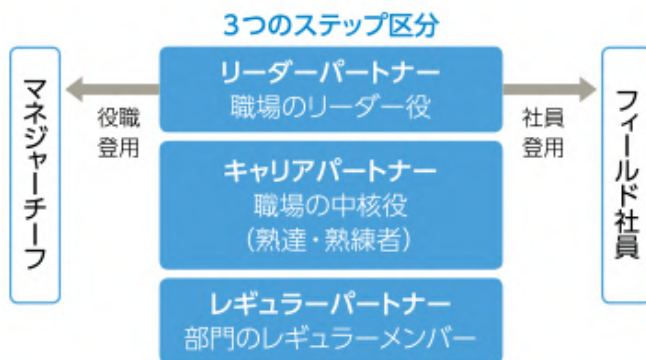


## 多様な働き方の選択

セブン&アイHLDGS. では、従業員が多様な働き方を選べて、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. 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」をスタートさせました。2019年10月には、これを発展させ、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」を策定しました。



#### 「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」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具体的な目標として設定しました。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、さまざまな取り組みを実施しています。

## 2020年度の主な取り組み内容

### ■健康維持・未病、健康増進に向けた取り組み

- ・健康保険組合との共同による、定期的なウォーキングイベントの開催
- ・外部専門家を講師としたオンライン健康セミナーの定期的な開催

### ■感染症予防対策に向けた取り組み

- ・在宅勤務やスライドワーク（時差出勤）などの活用による、感染リスクの低減
- ・勤務や通勤時に必要なマスクの従業員への配布

### ■心身ともに健康で、働きやすい職場作りの取り組み

- ・メンタルヘルス研修（ラインケア・セルフケア）実施によるメンタル疾患の未然防止
- ・社内チャットを導入し、勤務場所（在宅／本社／その他拠点）などに関わらず、コミュニケーションを図れるシステムの整備

### ■喫煙率低下に向けた取り組み

- ・就業時間内の全面禁煙実施
- ・禁煙成功者への健康保険組合による補助金支給制度導入

### ■社会に対する健康応援の取り組み～SDGsへの貢献～

- ・塩分・糖質などお客様の気になる点を考慮した商品の開発・品揃え
- ・健康に配慮するとともに、より味や品質の高い商品へと進化
- ・炭水化物をお客様の関心の高い食物繊維と糖質に分けて表示・店舗における「健康」をテーマにしたメニューの提案、レシピの開発、栄養価の計算

セブン&アイHLDGS. は、2021年3月にこれらの取り組みが評価され、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2021 ～ ホワイト500 ～」に前年に引き続き認定されました。

※「健康経営優良法人2021」認定法人：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、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9社



## 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					
		2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2023年 3月末目標
	男性	35.5%	37.6%	38.5%	39.6%	28%以下
	女性	25.6%	26.8%	27.6%	28.3%	18%以下
2. 喫煙率を低下させる	社員全体の喫煙率※1					
		2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2023年 3月末目標
	全体	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%）	26.5% （男性： 36.2%、 女性：19.8%）	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。

### 2020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	0.72	1.53	0.24	3.40	0.65	0.86	0.00
労働災害強度率	0.00	0.02	0.04	0.00	0.01	0.03	0.03	0.00

※労災に伴う死亡は発生していません。

### 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&アイグループでは、従業員は企業価値向上を支える大切な財産「人財」と捉えています。従業員のエンゲージメントや貢献意欲が高まることで、組織の活性化につながり、競争力強化につながると考えています。そのため、働きやすく、働きがいのある職場づくりを目指して、定期的に従業員エンゲージメント調査を実施しています。



### 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。2020年度は、国内30社、約82,000人の従業員を対象に調査を実施しました。1年に1度、調査を実施しており、次回の調査は2021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）

		2020年度
従業員エンゲージメント※	全体	45%
	男性	48%
	女性	44%
対象人数		約82,000人
回答率		75%

※従業員の会社への帰属意識や貢献意欲に関する複数の設問について、度合いを6段階で問い、肯定的な回答をした従業員の割合

## 改善活動の促進

従業員エンゲージメント調査の結果は、セブン&アイHLDGS.およびグループ各社の取締役会や経営会議などで報告し、グループ各社において調査結果の分析、課題の整理、施策の検討・実施を進めるほか、グループ内での事例共有を実施しています。2021年には「エンゲージメント向上委員会」を各事業会社内に設置しました。委員長は主に人事部門責任者が務め、活動メンバーは公募などで多様な社員を選出し、メンバーの対話に基づいてエンゲージメント向上に向けた行動計画を策定・モニタリングすることで、改善活動を推進しています。

### 各組織におけるビジョンを発表

イトーヨーカドーは、経営層と各店長、各本部のリーダーが経営理念やビジョンを理解し、各組織におけるビジョンの実現に向けて行動基準に落とし込むために、それぞれがメッセージを発信。自分事として考えた体現行動の実践を進めました。

### 「セブン・未来会議」をスタート

セブン銀行は、2020年10月から、若手社員が会社のあらゆる課題を自分事として捉え、仕事に責任とやりがいを持てるよう、社長と自由闊達に対話する「セブン・ミライ会議」をスタート。これまでに24回開催し、オンライン上でディスカッションを実施。若手社員同士のコミュニケーション活性化にもつながっています。

### 評価内容のフィードバックを徹底

赤ちゃん本舗は、人事評価制度において「自分がどのように評価されているかわからない」という声が多かったため、評価者による評価内容のフィードバックを徹底。2020年前期評価のフィードバックは100%実施しました。ただし、その伝え方や内容、人事評価制度の日常業務への反映など課題は多く、今後も継続して取り組んでいきます。

## 健全な労使関係

セブン&アイグループは、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&アイグループでは、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」〈2021年3月現在、組合員数約51,000人（全11労働組合）、組織率70.4%（イトーヨーカドー労働組合）〉を組織し、「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を交換し、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

### 次世代育成の支援

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

イトーヨーカドーとそごう・西武は、2021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、それぞれ展開しているほか、おむつ交換台、授乳用個室、ミルク用給湯器、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）

2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
246,060件	245,988件	239,934件	224,552件	111,326件※

※新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言を受けて、2020年4月～2020年6月の期間、78店舗の『マタニティ・育児相談室』を休室

## 子育て支援イベントの開催

イトーヨーカドーは、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。「産官学が連携し、家庭で楽しめる」をテーマに、大学や自治体、メーカー様数社と連携し、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。（※2020年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため未実施）

## 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。

### 「品川スチューデント・シティ」に出店

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開催している「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。



品川スチューデント・シティ

＜ [経済活動体験「スチューデント・シティ」についてはこちら](#) ＞

### 店舗での職場体験

イトーヨーカドーは、児童・生徒・学生の職場体験を受け入れています。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。（※2020年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため、ほとんどの職場体験が中止となりました。）

ヨークは、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。2020年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、店舗での体験学習を自粛しましたが、先生からのインタビューやCSRリーフレット「私たちの社会・環境への取り組み」の生徒への配布などを実施しました。



## 研修センターでの職場体験

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

## 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。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）に合わせて近くで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

## 無料絵本「森の戦士ボノロン」を通じた支援

セブン銀行は、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80万部発行）に、15年以上にわたり協賛・協力。絵本の無料配布や従業員が子どもたちに読み聞かせ会を実施するなど、青少年の健全な育成に取り組んでいます。



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。

セブン&アイ・フードシステムズが運営するデニーズの一部店舗で定期的に「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。2020年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため対面開催を自粛し、オンラインで開催できる“新しい食育スクール”の実現に向けて準備を進めています。



©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

## 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。

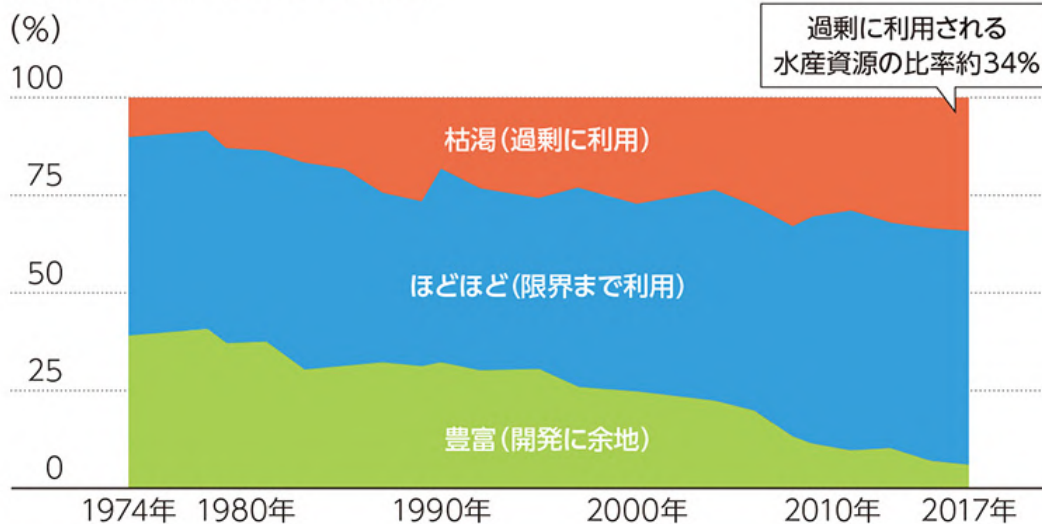
※「倫理的」「道徳的」という意味。近年では、環境保全や持続可能な社会実現への貢献という意味が強くなっている。

### 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。

#### 世界の水産資源の動向



The State of World Fisheries and Aquaculture 2020をもとに作成

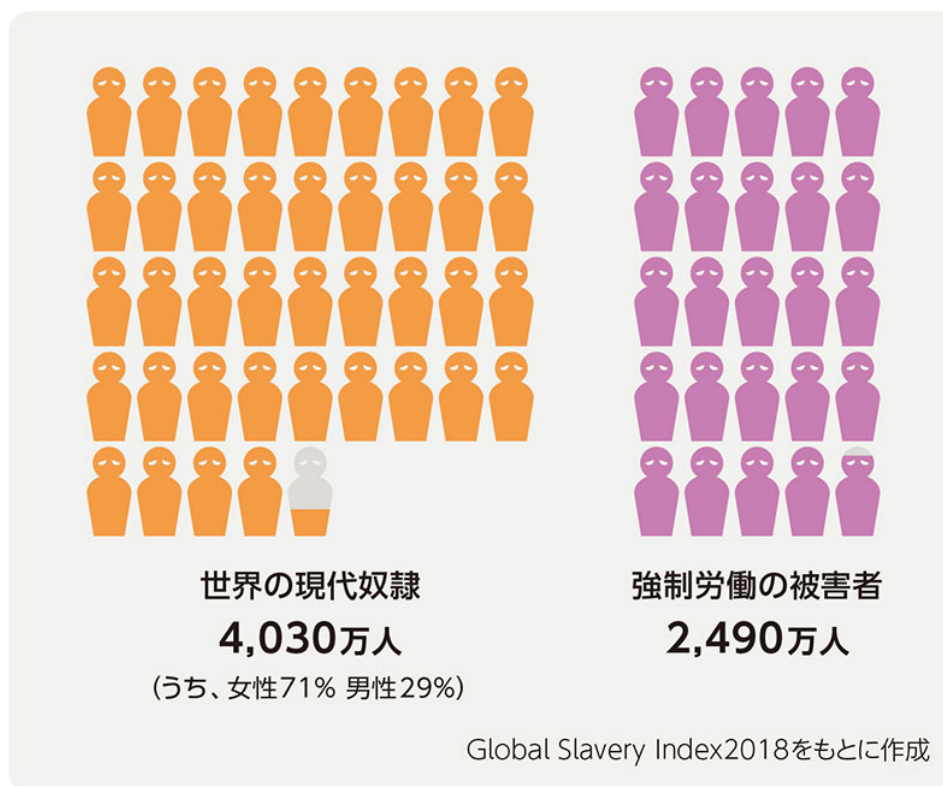


## サプライチェーンの社会・環境影響への関心の高まり

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

### お取引先様とともに築く持続的発展可能なサプライチェーンの構築

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](#) 



## お取引先様とともに築く持続的发展可能なサプライチェーンの構築

セブン&アイHLDGS.は創業以来、「社是」として掲げた「お客様・お取引先・株主・地域社会・社員」など、企業活動を支えていただいているさまざまなステークホルダーの皆様から信頼される誠実な企業であることを常に心がけています。

今日、世界では人権に関するさまざまな問題が発生しています。企業に対しては自社が取扱う商品・サービスにおけるサプライチェーン全体の人権の尊重と保護、法令遵守、環境保全、労働条件への配慮など、社会的責任を果たすことが強く求められています。セブン&アイグループでは、人権の尊重と保護を何よりも優先し、お取引先様に「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」（以下、本指針）のご理解と実行をお願いしています。

お取引先様とともに本指針を運用し、持続的发展可能なサプライチェーンを構築することで、お客様に安全・安心な商品を提供することができると思っています。



### お取引先サステナブル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、本指針の運用を強化しています。お取引先様に対しても、人権デュー・ディリジェンスの実行・推進をお願いしています。

### お取引先サステナブル行動指針の徹底

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」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きました。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](#) ㊞

※2021年6月現在、21言語にて掲載しています。

## 人権デュー・ディリジェンス体制の構築

セブン&アイグループでは、社是に掲げるさまざまなステークホルダーに信頼される誠実な企業であることを経営の理念としています。なかでも「人権の尊重」は持続可能な事業活動を行い、信頼される誠実な企業であり続けるために最も重要なことであると認識しています。

サプライチェーンにおける人権の尊重・保護については本指針において、人権の尊重についてグループの考え方を示し、その遵守を要請しています。

本指針は、国際的な労働基準である「国連ビジネスと人権の指導原則」「ILO基本労働条約」「OECD多国籍企業行動指針」などに準拠した、人権の尊重を重点とする行動指針として策定しました。「人権リスクの特定・評価」「人権リスク緩和のための行為の実施」「是正のモニタリング」「情報開示」といった人権デュー・ディリジェンスプロセスの実施や苦情処理メカニズムの整備、ステークホルダーとの対話を進め、人権デュー・ディリジェンス体制の強化を図っています。

### 人権デュー・ディリジェンスプロセス



## お取引先サステナブル行動指針の人権デュー・ディリジェンス体制

セブン&アイグループでは、事業活動がサプライチェーンに与える人権への負の影響を評価し、その結果に基づいて、特定した人権への負の影響の防止と緩和、お取引先様への予防と対処への協力要請、人権侵害が発生した場合の救済・是正処置を行い、その進捗ならびに結果について追跡評価を実施、ホームページ上に開示する継続的なプロセスを行っています。

人権への負の影響を評価・特定・分析：

プライベートブランド商品の生産工場の把握・お取引先様によるセルフチェックの実施・第三者の監査機関によるCSR監査の実施

行 動：

人権リスクの低減に向けた教育、啓発活動、プライベートブランド商品製造委託先のお取引先様とのCSRに関する覚書、中国・東南アジアでのプライベートブランド商品製造工場のCSR監査認証取得を前提としたお取引

追跡評価：

課題の改善、および是正処置支援

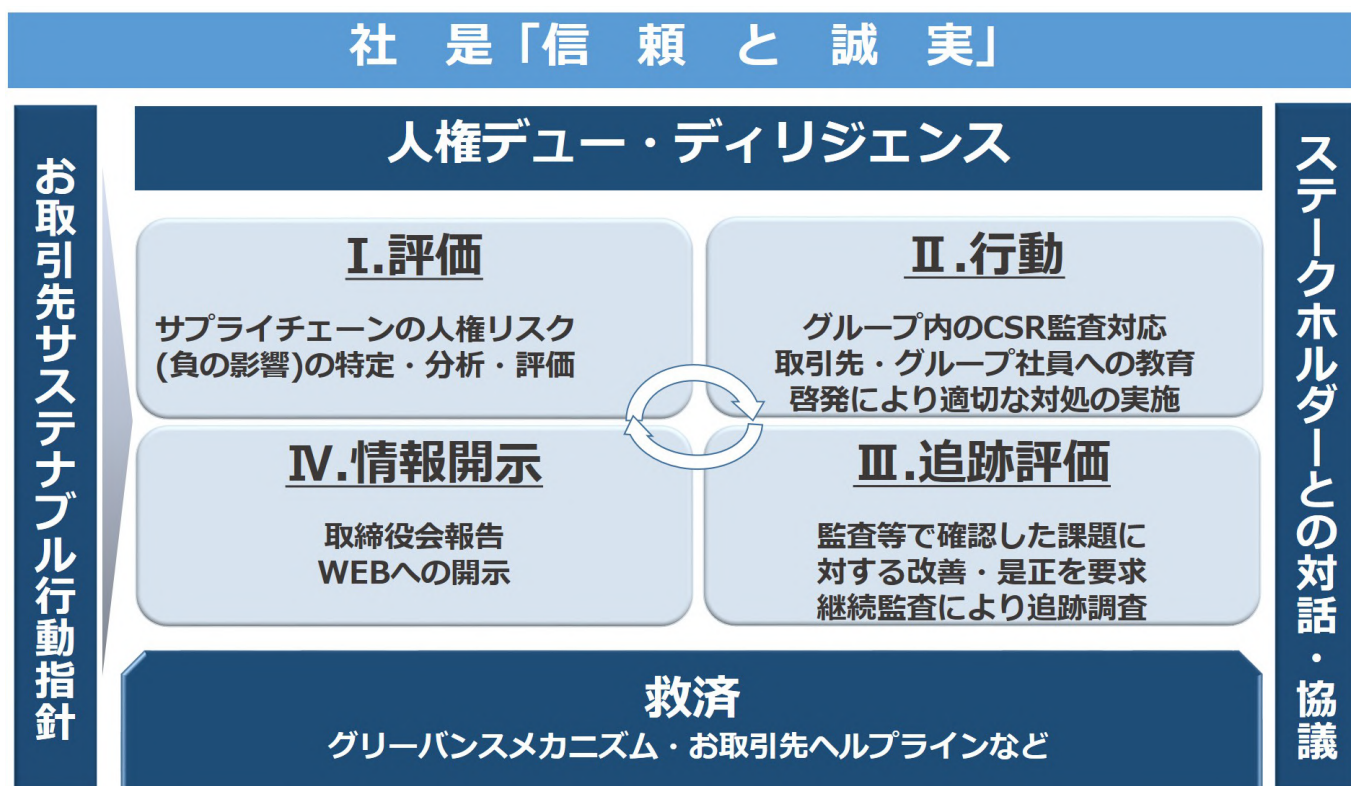
情報開示：

取締役会への結果報告・WEBサイトへの公開

救済措置：

グリーンバンスメカニズムとしてのお取引先専用ヘルプラインの設置・運用

## お取引先サステナブル行動指針の人権デュー・ディリジェンス体制



セブン&アイグループでは、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～R5）に区分けし、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R1と位置づけて重点的に対応しています。

## グリーンバンスメカニズムとしてのお取引先専用ヘルプラインの運用

セブン&アイHLDGS.は、お客様に安全・安心な商品とサービスを提供するため、サプライチェーンにおける問題の芽を早期に発見し、未然に防ぐための相談・通報窓口として「セブン&アイHLDGS.お取引先専用ヘルプライン」を、第三者機関である（株）インテグレックスに設置しています。セブン&アイHLDGS.およびグループ各社とのお取引におけるご相談、通報などをお取引先様よりお受けし、迅速に改善を図ることで、一層の公正取引の確保に努めています。

### > セブン&アイHLDGS.お取引先専用ヘルプラインの詳細はこちら

<連絡先>

(1) eメール： 7andi-heipline@integrex.jp

(2) 郵送先： 〒150-0012 東京都渋谷区広尾五丁目8番14号 7F （株）インテグレックス

(3) Web受付： > <http://ws.formzu.net/fgen/S53103280> 

(4) 相談・通報の方法：

> [https://www.7andi.com/library/dbps\\_data/\\_template/\\_res/csr/suppliers/pdf/helpline.pdf](https://www.7andi.com/library/dbps_data/_template/_res/csr/suppliers/pdf/helpline.pdf) 

## お取引先サステナブル行動指針の運用

セブン&アイグループでは、グループのプライベートブランド商品「セブンプレミアム」および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）の工場については、CSR監査にご協力いただいています。また、本指針の推進状況をお取引先様と共有し、問題点の是正処置を支援しています。

グループ各社と新しくお取引をお願いする場合は、本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。CSR監査の結果と是正対応状況から適合と認められたお取引先様には「適合認証書」を発行します。お取引継続のためには「適合認証書」の取得を前提としています。

### 中国・東南アジアのプライベートブランド商品製造工場CSR監査認証の流れ





## CSRに関する覚書へのご同意

セブン&アイグループは、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」の実現を目指しています。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んでいます。プライベートブランド商品の製造委託をさせていただく際に、お取引の条件としてCSRに関する覚書のご同意をお願いしています。

企業の社会的責任（CSR）および人権を尊重する責任を果たし、持続可能な社会の実現に貢献するために、お取引先サステナブル行動指針を遵守すること、サプライチェーン全体におけるCSR・人権配慮が社会から求められていることを鑑み、お取引先様とともに取り組みを継続的に推進・確認することを目的としています。

## CSRに関する覚書

- 第1条（目的）
- 第2条（セブン&アイグループお取引先行動指針の遵守）
- 第3条（お取引先行動指針内部統制の実施）
- 第4条（お取引先行動指針等に関する説明）
- 第5条（お取引先行動指針の遵守状況等に関する報告義務）
- 第6条（通報義務）
- 第7条（甲の調査権・監査権）
- 第8条（違反の場合の是正要求）
- 第9条（是正要求に応じない場合の解除権）
- 第10条（損害賠償の免責）
- 第11条（お取引先行動指針の改定）
- 第12条（有効期間）
- 第13条（準拠法・裁判管轄）
- 第14条（協議事項）

※日本弁護士連合会資料を参考に作成しています

## セルフチェックの実施

セブン&アイグループでは、お取引先様のお取引先サステナブル行動指針の推進状況を確認し、必要に応じて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月以降、セブン&アイグループ各社の新規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項目について確認しています。

### 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

### 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 (回答工場数合計) (国内/海外 工場数)	回答率
2020年度	1,133社	854社 (1,267工場) (854 / 413 工場)	75.4%
2019年度	1,437社	1,050社 (1,902 工場) (1,468 / 434 工場)	73.1%

#### セブン&アイグループCSR監査

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、お取引先様とともに目指す持続的発展可能な社会の実現を目指し、独自に作成した監査項目（16大分類項目と117のチェック項目）に沿って、第三者機関がお取引先様の製造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大分類項目と117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。
- ※生活賃金には、食料品、住居費、衣料品、及びその他の追加費用として健康、パーソナルケア、育児、教育に関する費用を含みます
- ※生活賃金計算のベースは、グローバル生活賃金連合のアンカー計算法を参考に算出

### ■ 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監査の監査項目である16大分類は、3つの評価分類に分けています。最も重要視している分類は、「強制労働」「児童労働および若年労働者」「生活賃金（最低賃金）」「懲罰」の4分類で、これら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へお取引中止勧告を行います。セブン&アイグループの事業およびサプライチェーンにおいては、いかなる形態の人権侵害も容認しません。

次に重要視する監査項目は、「健康および安全」「労働時間」「下請け契約」「環境」「商品の安全」に関する法令に関する分類で、不適合を発見した場合は【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へお取引継続可否の検討を通達します。もし、お取引を継続する際は、再監査（フォローアップ監査）を実施して、是正を確認した上で継続しています。

## 監査項目と評価

( ■ : C1重大項目、 ■ : C 2 重大項目)

No.	分 類	No.	分 類
1	マネジメントシステム及び規範実施	9	正規雇用
2	強制労働	10	下請契約、家内工業、外部加工
3	結社の自由	11	懲罰
4	健康および安全	12	地球環境保全
5	児童労働および若年労働者	13	腐敗防止・公正な取引
6	生活賃金	14	商品の安全確保のために
7	労働時間	15	セキュリティ管理
8	差別・ハラスメント	16	地域社会の便益・災害対応

## 評価基準

CSR監査の結果は、A・B・C・D・Eの5段階で評価しています。

「A」：CSR監査において法令や各地域の条令などの不適合が確認されず、セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針の不適合も確認されなかった工場への評価

「B」：法令不適合は確認されてはいないが、お取引先サステナブル行動指針への不適合が確認された工場の評価

「C」：【重大不適合 Critical2】は確認されていないが法令不適合が確認された工場の評価

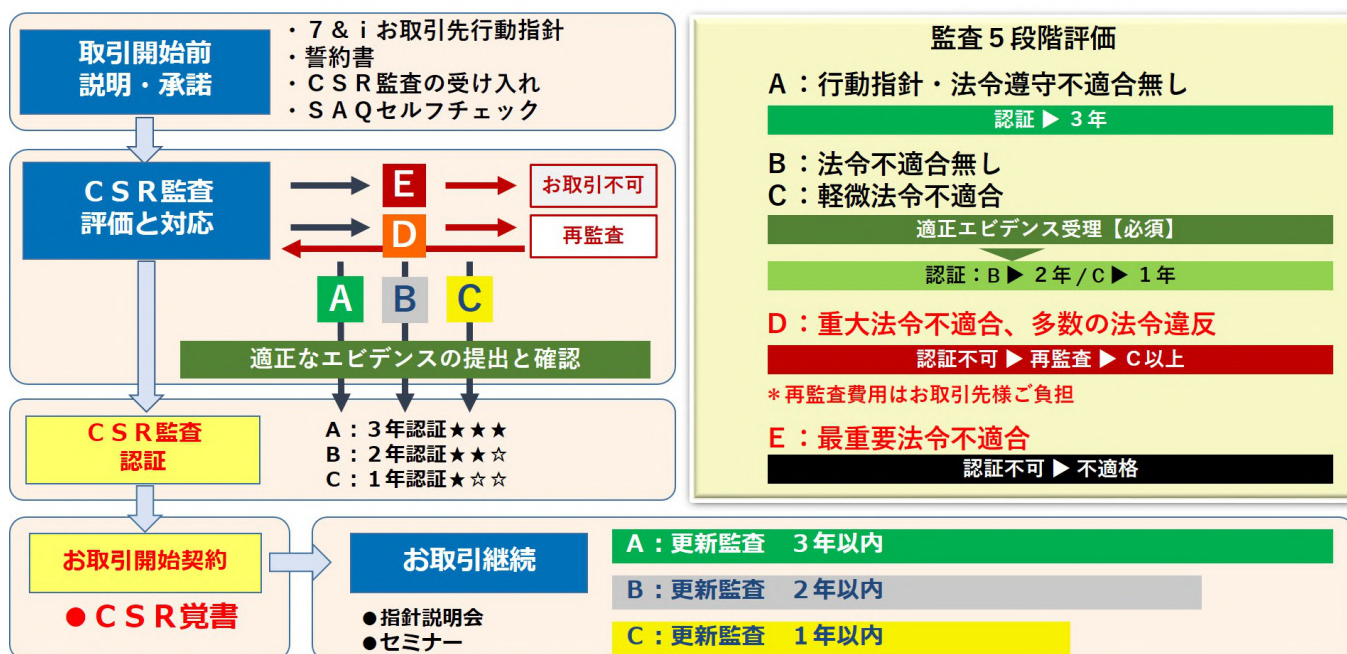
「D」：【重大不適合 Critical2】が確認された、または法令不適合が10件以上確認された工場の評価

「E」：最も重大な状況で、「強制労働」、「児童労働」、「生活賃金（最低賃金）」「懲罰」に該当する【Critical1 重大不適合】が1件でも確認された場合または【Critical2 重大不適合】が10件以上、法令不適合が20件以上確認された場合の評価

※すべての不適合箇所の是正確認が監査日より90日以内に実行され、是正を確認した場合は評価に準じた認証を行っています



## 認証運用ルール（中国・東南アジア）



## 監査評価基準

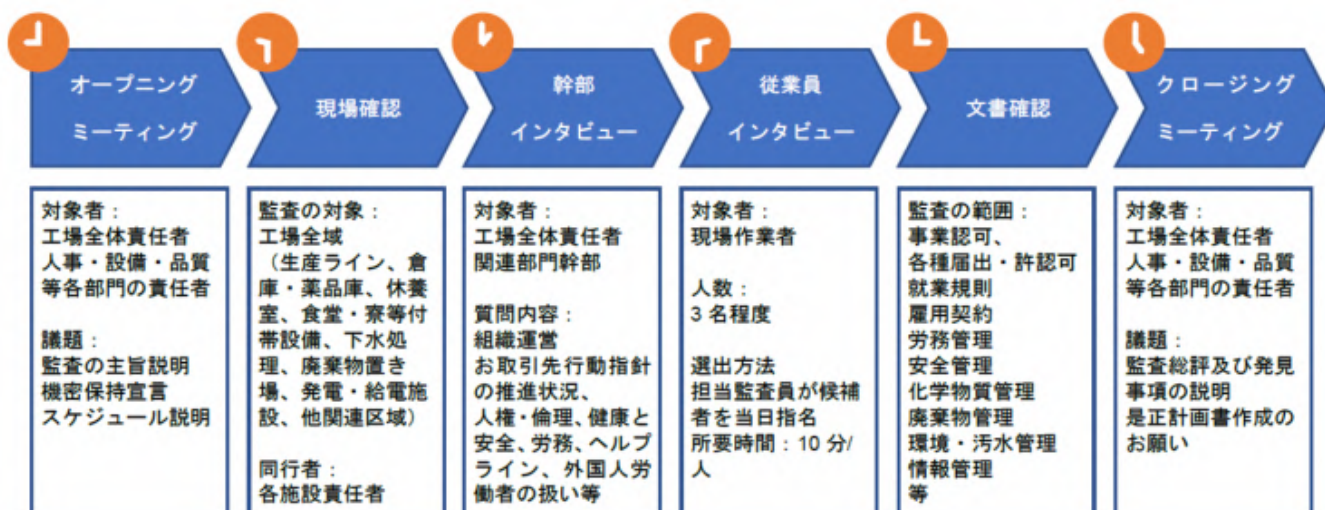
評価	不適合内容	条件 (不適合数)	認証基準
<b>A</b>	不適合なし	0	3年認証
<b>B</b>	・ 軽微（7 & i 方針不適合）	1～9	適正証左受理 2年認証
	・ 重大不適合（法令不適合）	0	
<b>C</b>	・ 軽微不適合	10以上	適正証左受理 1年認証
	・ 重大不適合（法令不適合）	1～9	
<b>D</b>	・ 重大不適合（法令不適合）	10～19	要再監査 「C」以上お取引継続 * 1年認証まで
	・ C2 重大不適合	1～9	
<b>E</b>	・ 重大不適合（法令不適合）	20以上	お取引終了勧告
	・ C2 重大不適合	10以上	
	・ C1 重大不適合	1以上	

\* C1：7 & i 監査要求事項及び報告書内の強制労働、児童労働および若年労働者、懲罰、生活賃金における重大不適合

\* C2：健康および安全、労働時間、下請契約環境、商品の安全確保における重大不適合

## CSR監査当日の流れ

セブン&アイグループは、CSR監査を実施する工場に対して、事前に通告した上で訪問し、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監査項目の遵守状況を確認しています。労働者へのインタビューは、使用者からの指示や報復などを防ぐため、別室にて監査員のみでの立ち合いで行います。実地監査は、原則午前9時から午後6時の1日で実施します。監査時に工場から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適切に管理補完し、外部へ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「是正処置計画書（CAP）」を監査終了後10営業日以内に監査機関へ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日以内に監査人へ提出
- (2) 是正措置の実施：90日以内に是正措置が行われたエビデンスを監査人へ提出 ※
- (3) 適正なCAP：監査人受理 → セブン&アイHLDGS.が確認・承認 → 認証書発行

不適正なCAP：差し戻し

※監査終了後90日以内に是正措置が行われた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.は、セブン&アイグループの事業およびサプライチェーンにおけるいかなる形態の人権侵害も容認しません。以下の重大不適合への対応についてはお取引先サステナブル行動指針で定めており、すべてのお取引先数へ周知し、お取引先様説明会においても説明しています。

## 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。不適合が見された場合は、不適合の是正が完了または是正処置計画（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。



## お取引先CSR監査の実績

### 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、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。

## クリティカルサプライヤーの定義

セブン&アイHLDGS.は、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」を製造している工場、およびグループ会社のプライベートブランド商品を製造している中国および東南アジア（13カ国）の工場のうち、取引規模が大きい、重要性が高い、代替が難しいなどと判断される工場をクリティカルサプライヤーとして定義しています。

### 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	2021 年度計画
監査 工場数	17件	28件	328 件	226 件	245 件	215 件	274 件	304 件	413件	約500 件※1
実施率 ※1 (%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	89.8※2	—

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

※2 2020年度は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、47工場の監査が未実施。

### 再監査工場数（海外工場）

年度	合計			衣料品			日用品			食料品		
	2018 年度	2019年 度	2020 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
再監査 工場数	33	112※1	40※2	11	56	24	10	35	8	12	20	7

※1 2019年度の再監査基準の厳格化により、再監査工場数が増加

※2 2020年度から新規取引開始の条件として、CSR監査による認証制度を導入

＞ [【2018年度～2020年度】国別・監査項目別の不適合工場数（海外工場）](#) 

＞ [【2018年度～2020年度】製品カテゴリー別監査工場数（海外工場）](#) 

## 2020年度に発生した【重大不適合 Critical 1】への対応（実績）

2020年度の監査結果では、11の工場で【重大不適合 Critical 1】が確認され、是正対応を実施しています。生活賃金（最低賃金）関連（8件）、若年労働関連（3件）の不適合が確認され、生活賃金（最低賃金）関連の不適合の中には、賃金支払い記録不備も不適合として対応しています。若年労働関連の不適合は、地域行政への若年労働者未登録、健康診断未実施、軽微作業の残業の3件で、すべて是正処置を確認しました。また、CSR監査の結果、強制労働および15歳未満の児童労働、懲罰に該当する不適合は確認されていません。



## 国内工場のCSR監査

セブン&アイHLDGS.では、国内における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ブランド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工場で試験的に監査を実施し、2019年度は327工場、2020年度は271工場（全体の約30%）で本格的な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を確認し、是正対応が実施されていることを確認しました。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。

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、2021年2月末時点までに52工場47社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。

＞【2018年度～2020年度】国別・監査項目別の不適合工場数（国内工場） 

＞【2018年度～2020年度】製品カテゴリー別監査工場数（国内工場） 

## お取引先様へのお取引先サステナブル行動指針の周知

### お取引先サステナブル行動指針の配布・配信

セブン&アイHLDGS.は、2018年6月～10月にお取引関係が確認されたお取引先様（18,484社）に対し、グループ各社の商品開発担当者を通じて、お取引先行動指針の配布・配信を実施しました。2019年12月には、お取引先サステナブル行動指針に改訂し、20年6月までに12,385社に対して指針の配布、配信を実施。合わせてWEB説明会を開催し、指針の理解を進めています。また、2020年度より、プライベートブランド商品を中国・東南アジアにて製造委託する新規のお取引先様には、本指針の遵守を求める誓約書の提出およびCSRに関する覚書の締結、CSR監査による認証をお取引開始の条件としています。海外を含むすべてのお取引先様に、この指針の伝達と理解度の確認を行い、指針が遵守されるよう努めています。

### 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ています。説明会では、セブン&アイHLDGS. サステナビリティ推進部の責任者が現地言語の通訳を伴って説明を行っています。

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、402名のお取引先様が参加しました（参加率94.9%※1）。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、482名のお取引先様が参加しました（参加率94.4%※2）。

2020年度は、3年ぶりに改訂された「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」の国内外のお取引先様各社への周知を図るため、アジア地区での「お取引先サステナブル行動指針・CSR監査説明会」開催を予定していました。しかしながら、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の世界的蔓延に伴い延期となり、2020年6月からオンデマンド配信にて「お取引先様とともに持続的発展を目指して」と題し、お取引先サステナブル行動指針の説明および実践を海外に生産拠点のあるお取引先様向けに配信を開始しました（178社274名が視聴※3）。2020年8月からは中国語およびアジア各国5言語の資料も閲覧が可能になり、10月には中国語ナレーションによるCSR監査ご案内動画の配信も中国国内のお取引先様向けに配信しています（66社79名が視聴）。

また、説明会ではお取引先サステナブル行動指針・品質方針の説明とともに、品質管理とCSR監査項目の管理が優良な工場の事例を紹介し、具体的な評価内容を理解いただくことで、お取引先様の取り組みの推進に努めています。また、お取引先様の改善支援、意欲向上を図るため、表彰制度を導入し、優良なお取引先様には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
- ※3 2020年度オンライン説明会はアクセスログからの抽出のため参考値



上海会場



ジャカルタ会場

## お取引先様への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、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会を実施しています。2020年に関しては新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の影響によりオンデマンド配信によるオンライン動画研修を開催しています。なお、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 ジャパン株式会社へ依頼しています。

## 2021年度の実施状況（2021年6月末現在）

※ すべてオンラインライブ形式＋録画配信で開催

※ 参加人数・企業数はオンラインライブへのアクセス状況より抽出

開催時期	対象国	参加人数	参加企業数
2021年4月	中国（2回）	204名	71社
2021年4月	日本	423名	274社
2021年5月	タイ	70名	44社
2021年5月	中国（2回）	131名	110社
2021年5月	ベトナム	35名	32社
2021年6月	日本（2回）	1,120名	830社
2021年6月	中国	123名	102社
2021年6月	タイ	45名	33社
2021年6月	ベトナム	28名	24社

## 2020年度の実施状況

※すべてオンラインライブ形式+録画配信

※参加人数・企業数はオンラインライブへのアクセス状況より抽出

開催時期	対象国	参加人数	参加企業数
2020年6月	日本	274名	178社
2020年10月	中国	79名	66社
2021年1月	中国（2回）	304名	215社
2021年2月	日本	213名	145社

## 年度別の実施状況

※2020年度および2021年度はすべてオンラインライブ形式+録画配信

※2020年度および2021年度の参加企業数・参加人数はオンラインライブへのアクセス状況より抽出

	2018年度	2019年度	2020年度※	2021年度 (2021年6月末時点)
実施回数	7回	20回	5回	12回
参加企業数	171社	485社	604社	1,520社
参加人数	244名	768名	870名	2,179名

## 【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、グループ各社の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・地域に関する最新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。

## 【社内】2021年度 コンプライアンス研修 開催実績（2021年6月末現在）

開催時期	概要	参加人数
2021年4月	グループ内お取引先サステナブル行動指針研修	305人
2021年5月	グループ内CSR監査実務研修	118人

## 【社内】2020年度 コンプライアンス研修 開催実績（2021年2月末時点）

開催時期	概要	参加人数
2020年6月	グループ内お取引先サステナブル行動指針・CSR監査勉強会	138人
2020年7月	グループ内お取引先サステナブル行動指針・CSR監査勉強会	89人
2020年7月	サプライチェーン部会（グループ事業会社 28社 幹部） ・ 2020年 第1四半期 CSR監査概要 ・ 2020年の対応案	62人
2020年10月	サプライチェーン部会（グループ事業会社 28社 幹部） ・ 2020年 第2四半期 CSR監査概要 ・ 2021年 対応準備	69人
2021年 1月	サプライチェーン部会（グループ事業会社 28社 幹部） ・ 2020年 第3四半期 CSR監査概要 ・ 2021年度 計画	60人

## 【社内】2020年度 コンプライアンス研修 開催回数

	2019年度	2020年度	2021年度 (2021年6月末時点)
実施回数	7回	5回	2回
参加人数	380人	418人	423人

## 人権・経済関連団体との連携

セブン&アイHLDGS.は、人権・経済関連団体と連携し、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。外部団体であるグローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン（GCNJ）、および公益社団法人 企業市民協議会(CBCC)に会員として参加しています。また、国際協力機構（JICA）と一般社団法人ザ・グローバル・アライアンス・フォー・サステナブル・サプライチェーン（ASSC）が共同で事務局を行う「責任ある外国人労働者受入れプラットフォーム」にアドバイザーグループ企業として参加しており、サプライチェーンを含めた外国人労働者の人権保護、適切な労働環境・生活環境の整備を推進し、外国人労働者のデューセント・ワークを実現することで、多文化共生社会を目指しています。

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)が主催する「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。
- ・ 2020年10月：GCNJシンポジウム2020のパネルディスカッション「いのち・人から考える企業経営」に弊社の取締役常務執行役員が登壇、パネラーとして討論しました。

＞「責任ある外国人労働者受入れプラットフォーム」参加企業についてはこちら 

＞ GCNJシンポジウム2020のパネルディスカッション「いのち・人から考える企業経営」についてはこちら 

## 情報開示

---

セブン&アイHLDGS. は、健全なサプライチェーン構築に向け、お客様、お取引先様、投資家など、あらゆるステークホルダーに対し、適時・適切な情報開示に努めています。CSR監査結果やサプライチェーンにおける課題について積極的に情報開示を行い、サプライチェーン全体の透明性を高めることで、より安全・安心な商品をお客様に提供いたします。

## 救済措置

---

セブン&アイHLDGS. は、お取引先様、サプライチェーンで働くステークホルダーを利用対象とした、通報窓口（お取引先専用ヘルプライン）を設けています。CSR監査や通報を通じて人権侵害が認められた場合は、調査を実施した上で救済措置を行っています。

### お取引先専用ヘルプライン

お取引先専用ヘルプラインは、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。

## 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16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。

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





## 一般財団法人セブン-イレブン記念財団の取り組み

一般財団法人セブン-イレブン記念財団は、セブン-イレブン加盟店とセブン-イレブン・ジャパン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セブン-イレブン・ジャパンなど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、広報事業に取り組んでいます。2020年度の募金総額は4億2,059万6,964円、市民団体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269件、助成総額は1億1,106万3,824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、CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>を吸収し炭素を蓄積することで、水質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。2021年3月には、環境省大臣官房総合政策課、地球環境パートナーシッププラザ（GEOC）受託団体である（一社）環境パートナーシップ会議との3者による「環境保全及び協働取組に関する協力協定書」を締結しました。

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「九重ふるさと自然学校」と「高尾の森自然学校」を運営しています。両校とも行政や企業、教育機関とも連携し、自然環境の保護・保全活動を通じて、生物多様性の重要性を体験し学ぶとともに、地域の自然や歴史、文化などを次世代に継承していく人材育成にも携わっています。自然環境のモニタリング活動として、両校は環境省生物多様性センターが実施する「モニタリングサイト1000」事業のモニタリングサイトとして登録し、九重ふるさと自然学校は2007年より、高尾の森自然学校は2018年より動植物のモニタリングを実施しています。九重ふるさと自然学校の「田んぼの生物多様性向上10年プロジェクト」は、国連生物多様性の10年日本委員会（UNDB-J）の認定連携事業に登録されています。

＜セブン-イレブン記念財団のHPIはこちら＞

### 自然環境保護・保全のための学習施設の運営

名称	関連サイト
高尾の森自然学校	<a href="#">LINK</a>
九重ふるさと自然学校	<a href="#">LINK</a>

### 自然環境保護・保全の取り組み事例

事例名称	関連情報	
環境省-モニタリング1000	自然環境データを継続的に収集・蓄積する活動に2007年から参画	<a href="#">Link</a>
	環境省ホームページ	<a href="#">Link</a>
「環境保全及び協働取組に関する協力協定書」（ <a href="#">Link</a> ）	地球環境パートナーシッププラザ（GEOC）運営： 一般社団法人 環境パートナーシップ会議(EPC)	<a href="#">Link</a> <a href="#">Link</a>

事例名称	関連情報	
セブンの森	植樹から下刈り・間伐までの森の保育活動を行うことで健全な森づくりを推進	<a href="#">Link</a> 
セブンの海の森	海岸清掃のほか、水質浄化やCO2を減らすアマモを増やして豊かな海に再生する活動を実施	<a href="#">Link</a> 
富士山保全活動	1994年より認定NPO法人富士山クラブの協力を得て清掃や外来種駆除などを山梨県側と静岡県側を交互に実施	<a href="#">Link</a> 
霧多布湿原トラスト活動	豊かな生態系を抱く霧多布湿原を次世代に引き継ぐために、認定NPO法人霧多布湿原ナショナルトラストとともにナショナルトラスト運動を推進	<a href="#">Link</a> 
国連生物多様性の10年日本委員会（UNDB-J）	プロジェクトベース認定連携事業： 「田んぼの生物多様性向上10年プロジェクト」	<a href="#">Link</a> 

## 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「海と日本プロジェクト」に賛同し、「海ごみゼロウィーク」など地域の清掃活動などを推進しています。2019年5月に湘南江ノ島、2020年9月は東京タワー周辺などイベントの参加や各地域の清掃活動を実施しています。この活動には加盟店オーナー様、従業員様、本部社員が参加し、イトーヨーカドー社員なども連携しています。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、ギフトを注文する際、「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ケット付きリボンを100円（税込）でご購入いただくと、1本につき50円を植樹・育樹活動に寄付しており、80本で1本の植樹につながります。また、お中元、お歳暮のギフトでは「簡易包装」にご協力いただき、4,000件で1本の植樹を行っています。これらの取り組みによって、2009年から2021年2月末までに累計15,980本を植樹しました。



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「環境保全・自然共生型栽培米」シリーズを販売しています。この商品は、「生物多様性農業」を実践し、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で作られています。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、2020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5万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

## 『Green Down Project』への参加

---

イトーヨーカドーでは、羽毛製品の適正処理と再資源化を目的に設立された『Green Down Project』に参加し、2020年3月から羽毛布団やダウンジャケットを店舗で常時回収できる体制を整え、羽毛循環サイクルの実現に取り組んでいます。2020年11月、約70店舗でこのプロジェクトを通じて回収・リサイクルして作られたダウンを使用した商品の販売を開始しました。

2020年3月から12月までの10か月間で、お客様からご提供いただいた累計回収点数は723点となり、売却による収益金、約19万円（税抜）を水鳥の生息地として重要な湿地を保全する団体「認定NPO法人霧多布湿原ナショナルトラスト」へ寄付しました。

## 有料レジ袋収益金の寄付

---

イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークの3社は、世界的な環境問題となっている海洋プラスチックごみやCO2排出量の削減に向けて、プラスチック製レジ袋の削減に取り組んでいます。2020年7月1日より更なる環境負荷低減を目指し、環境配慮型のレジ袋に限定してお客様に販売しています。レジ袋の収益金※1は3社合計で約3,208万円※2となり、環境保全などに広く活用いただくために、自治体など約20団体に寄付を行いました。

※1 販売金額から原料費などを差し引いた額

※2 2020年7月1日～2020年12月31日の合計（ヨークは2020年4月11日～2020年12月31日）

## 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

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月からセブン&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、MSC認証のたらこ8品、辛子明太子11品（2021年2月末現在）をグループ各店舗で販売しています。これらは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商品です。2020年度は、セブンプレミアムの水産商品の10%がMSC認証商品となっています。



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（2021年2月末現在）を販売しています。2020年度は、セブンプレミアムの水産商品の1.4%がASC認証商品となっています。

※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月からオリジナル商品『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。さらに、わかめと銀鯉で認証を取得し、2021年2月末現在、合計6魚種の認証商品を全国123店舗で販売しています。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&アイグループの各店舗では、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。

2020年度は、そごう・西武の8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。イトーヨーカドーは、食品売場で銀たら、紅鮭、紅筋子の販売をしています。

＜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HPIはこちら＞

## 農産品の調達

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、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2020年度の売上は約246億円です。

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。

### GAP取得者数と「顔が見える野菜。」「顔が見える果物。」売上金額

#### イトーヨーカドー・ヨークベニマル

##### GAP取得者数（人）

	2019年度	2020年度
イトーヨーカドー	200※	200※
ヨークベニマル	—	87

※JGAP、その他のGAP認証含む概数

#### イトーヨーカドー

##### 顔が見える野菜。顔が見える果物。売上金額※（億円）

2018年度	2019年度	2020年度
226	228	246

※概数



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、作業着自身の健康・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やカカオを使用した商品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。

## オーガニックコットンの調達

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



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118店舗（2021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

## 再生繊維を利用した商品の販売

セブン&アイグループでは、地球環境に配慮し持続可能な調達を行うため、リサイクル素材を使用した商品開発や販売に取り組んでいます。

### 再生ポリエステルを使用した製品の販売

イトーヨーカドーは、これまで廃棄されてきた衣料品や衣料用生地を回収し・リサイクルすることによって作られた再生ポリエステル「RENU®」を使用したカジュアルウェアの販売を開始しました。2020年度は110店舗で販売しており、婦人・紳士 Tシャツ・シャツ・ボトム各種などのアイテムを取扱いました。今後、さらに取扱いを拡大する計画で、2021年度は売上金額約8億円、販売枚数37万枚を目標としています。



RENU®は伊藤忠商事株式会社の登録商標です。



## 環境に優しい傘の販売

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、「環境に優しい回転傘（メンズ）」を全国のイトーヨーカドー106店舗（2021年6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。この商品は本体生地は再生ポリエステルを使用し、さらにフッ素を使用しないフッ素フリーの撥水加工を施した環境に配慮した傘です。風が吹いたら回転して受け流す耐風仕様で、耐久性に優れています。



「セブンプレミアムライフスタイル」メンズ  
環境に優しい回転傘



「セブンプレミアムライフスタイル」レディース  
環境に優しい雨晴兼用傘

## 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林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。

### 「FSC®森林認証」「PEFC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。2021年2月末現在、アイスクリーム用容器をはじめとした220アイテムでFSC®認証紙を、34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仕器について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各種リーフレット、「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やその他適切な森林資源の使用につながる原材料の適切な加工・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に取り組んでいます。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。



### 効果測定方法

セブン&アイグループは、事業活動に伴って発生する環境負荷を緩和する活動をはじめ、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。 <a href="#">「お買物支援」の取り組み詳細はこちら</a>
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&アイグループは、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。なお、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。2020年度はグループで7人の従業員がボランティア休暇を取得しました。

## 募金箱の設置

イトーヨーカドーは、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じた募金は、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2020年度の募金総額は32,867,777円となりました。

さらに新たな取り組みとして2020年6月よりセブンマイルプログラムを通じたWeb募金を開始しました。2016年開始以来の募金総額は、1億8,542万1,141円となりました。

### 2020年度の募金実績（イトーヨーカドー）

（円）

実施期間	日数	募金内容	金額
3月1日～4月16日	47	子供未来応援基金	2,053,728
4月17日～5月31日	47	令和2年新型コロナウイルスに対する緊急支援募金	3,063,112
6月1日～8月31日	62	全国盲導犬募金	6,654,014
（うち7月6日～8月2日）	28	大雨による募金	4,688,806
9月1日～11月30日	91	発展途上国の新型コロナウイルス緊急支援募金	5,653,169
12月1日～2月28日	90	新型コロナウイルス医療従事者支援募金	10,754,948

## 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2021年2月末までの累計で約6億7,400万円）。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各店で開催しています。

イトーヨーカドーでは、盲導犬育成支援として全国盲導犬施設連合会への寄付を1991年より開始し、2021年で30周年を迎えます。1991年から2020年までの寄付金額は累計80,372,870円となりました。



## 在庫商品の一部を寄贈

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。2021年2月末時点で33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

## ザンビアの子どもたちへ靴を寄贈

そごう・西武は、全店舗に「こども靴下取り」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「ザンビアの子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2021年2月末までの累計で約101万足になりました。

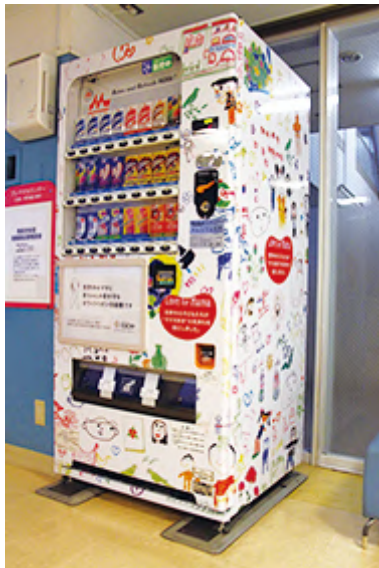
※途上国の女性、こどもの命と健康を守る活動をしている日本生まれの国際協力NGO。



＞ そごう・西武 [こども靴 下取りサービスについてはこちら](#) 

## 「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、「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募金受付を実施しており、2021年2月末現在、店内外に47台（赤ちゃん本舗37台、そごう・西武10台）のホワイトリボン支援自動販売機を設置。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



2020年 ホワイトリボンピンバッジ

## 社会貢献活動費（2020年度）

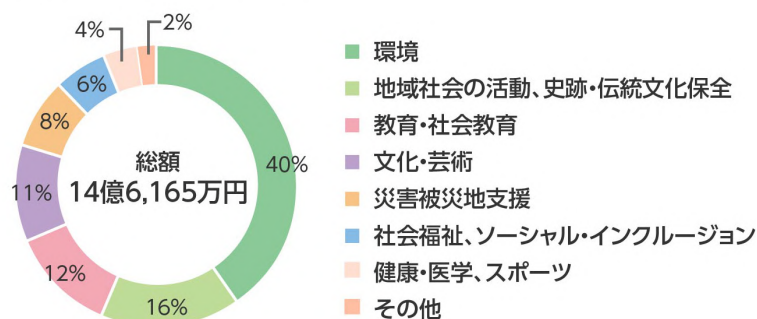
セブン&アイグループが、2020年度に会社からの金銭・物品提供、活動に携わった従業員の人件費などを金額換算した総額は約14億6,165万円でした。そのうちの現金支給額は約5億4千万円でした。

### 2020年度の社会貢献活動費

(千円)

分類	金額
管理費	812,763
金銭寄付	541,992
物品支給額	81,570
勤務時間内に活動へ参加した従業員の人件費	21,427
自社施設の開放・提供費	3,899
合計	1,461,651

### 2020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。

## 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：3,407,130百万円（チェーン全店売上）

店舗数：9,884店舗

[詳しくはこちら](#)

#### SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.



売上：32,453百万円

店舗数：65店舗

[詳しくはこちら](#)

※為替換算レートはU.S.\$1=106.76円

※店舗数は2020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：21,111百万円

店舗数：283店舗

設立：2004年1月

#### セブン-イレブン天津商業有限公司



売上：3,404百万円

店舗数：179店舗

設立：2012年11月

#### セブン-イレブン成都有限公司



売上：3,688百万円

店舗数：73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：64,305百万円

店舗数：9店舗

設立：1996年12月

### 華糖ヨーカ堂有限公司



売上：5,096百万円

店舗数：1店舗

設立：1997年9月

※為替換算レートは1元＝15.48円

※売上高には増値税（付加価値税）を含まず

※店舗数は2020年12月末現在



# 7-Eleven, Inc.

## 環境負荷の低減

7-Eleven, Inc.（以下SEI）は、エネルギー効率の改善、資源の有効利用、廃棄物の削減を目的とした施策に戦略的に投資するなど、環境負荷の低減に向けて積極的に取り組んでいます。2020年度も、省エネルギーとエネルギーの効率的な利用を重視した施策を進めたほか、新しくCO<sub>2</sub>の削減目標を設定しました。

### 【SEIの環境目標】

2030年までに、店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量を2013年度比で50%削減



## 外部団体との連携

SEIは、環境保全活動を推進するために米国最大の小売業界団体「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）」が主催する「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ているほか、将来のトレンド把握や同業他社とのベンチマーク評価を実施し、業界共通の持続可能性に関する課題について協働しています。

## 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んでおり、2030年までに店舗運営に伴う温室効果ガス（GHG）排出量を2013年度比で50%削減するという目標を掲げています。2020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2019年度比60,088MTCO<sub>2</sub>e/1000Sqft/年、2013年度比で240,647 MTCO<sub>2</sub>e/1000Sqft/年を削減しました。これは、GHG排出量を2013年度から2020年度にかけて24%削減したことになり、この数値は1年間に乗用車約52,336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、米国およびカナダの店舗に設置されている冷蔵ケースを支えるリモートコンデンサーに、ハネウェル社のSolstice N40（R-448A）冷媒を採用しました。Solstice N40は、世界中の店舗で使用されているR-404Aの代替品として、広く使われており、地球温暖化係数（GWP）が最も低い不燃性の冷媒です。ハイドロフルオロオレフィン（HFO）技術をもとにしたSolstice N40のGWPは、従来のHFC冷媒に比べ、約60%も低くなっています。さらに、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では、R-404Aと比較して、低温用途でのエネルギー消費量を平均5%削減できることが実証されました。

## LED照明の導入

---

SEIの省エネルギー型店舗の設計基準では、LED照明を採用しており、CO2削減目標に大きく貢献しています。2020年度は、463店舗にLED照明を設置し、2020年12月末現在、米国とカナダの7,465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、環境に有害な物質を使用しておらず、光害に関する地域の規制に対応できるなど、お客様の購買体験満足度そして店舗の安全性を向上させます。

## 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。2020年度は352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を進めています。2008年度から2020年度の間に10,352台の空調ユニットを設置し、設置店舗では年間推定7,000 kWh/台のエネルギー使用量削減を達成しています。

## エネルギーマネジメントシステム（EMS）

---

SEI店舗に導入しているEMSにより、消費電力が大きい空調や冷蔵用機器を遠隔制御しています。このシステムは、機器を監視・管理し、動作の最適化を図るもので、消費電力と経費の削減のために、リアルタイムでデータを計測し、機器の動作診断と自動最適化を行います。2020年度は307店舗にEMSを導入し、現在、6,831店舗にEMSが導入されており、1店舗当たり年間推定16,323 kWhの電気使用量削減を達成しています。

## 再生可能エネルギーの拡大

---

SEIは、省エネルギープロジェクトへの取り組みはもちろん、再生可能エネルギーへの取り組み拡大にも注力しており、現在、SEIが消費する電力の14%が再生可能エネルギーによるものです。SEIはTXU Energy社と契約し、テキサス州の全店舗向けに、100%州内の風力発電所で発電された電力を購入しています。テキサス州は特にエネルギー市場の競争が激しい地域ですが、10,000機以上の風力タービンが設置されており、建設中のものも含めた風力発電の発電容量は、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。

2020年度、SEIはTXU Energy社から291,531MWhの再生可能エネルギーを購入し、テキサス州の860以上の店舗に提供しました。この風力発電プログラムによって、SEIの二酸化炭素排出量は推定14%削減され、同時に大幅な営業費用削減にもつながりました。また、フロリダ州の店舗で使用する再生可能エネルギーを、現在建設中の電力会社2社（Florida Power and Light社、Duke Energy社）の大規模太陽光発電施設を利用し、調達するプログラムに契約しました。

すべての太陽光発電施設が整備されれば、ここから調達した再生可能エネルギーで652店舗の総電力量の90%を賄う計画です。2021年以降、SEIはソーラーパネルで発電された約88GWhの再生可能エネルギーを調達することができ、2024年には175GWhまで増加する予定です。



大規模太陽光発電施設

## コミュニティ・ソーラーとは

電力会社が提供するコミュニティ・ソーラーは、住宅や建物に直接ソーラーパネルを設置して発電するオンサイト・ソーラーとは異なります。電力会社が開発・所有する太陽光発電施設を、複数の地域の出資者が共有し、発電量に応じて電気料金に対する分配金を受け取ることを指します。

## 揚水発電施設から再生可能エネルギーを調達

2020年度にはバージニア州の店舗で、揚水発電施設から再生可能エネルギーの調達を開始しました。購入量は23,836MWhで、140以上の店舗の電力をまかっています。

## 電気自動車充電スタンド

電気自動車用急速充電器は、電気自動車のドライバーに役立つのはもちろん、周辺地域の空気清浄化にも貢献しています。2020年度には、SEIがセブン-イレブンブランドで所有・運営している米国内の電気自動車（EV）用充電スタンドを拡大し、カリフォルニア州のデビス、フレズノ、トレイシー、ウェストサクラメントの4店舗に13基の急速充電ポートを設置しました。このポートは、約30分で最大80%の充電が可能です。

充電スタンドの設置は、Pacific Gas & Electric社（PG&E）とChargePoint社と提携しました。EV急速充電プログラムでは、PG&EがEV充電基盤の設置費用を負担し、参加者は充電ステーションの所有、運営、維持を行います。この充電スタンドは、全米に40,000カ所以上あるChargePoint社のネットワークの一部であり、ChargePoint社のアプリに表示されます。このアプリでは、電気自動車の利用者は最寄りのスタンドを検索し、そこまでの経路を確認したり、スマートフォンを使って電気自動車への充電を開始したりすることができます。

SEIは2011年度にEVプログラムを開始し、2011年度から2020年度にかけて、SEIはカリフォルニア州、イリノイ州、ニューヨーク州、オレゴン州の16カ所に合計27台のEV充電器を設置しました。



電気自動車用高速充電器

## 天然資源の保護

SEIは、水の効率的な利用は水への需要を減らし、水資源を保全するのに役立つと考えています。そこで新店舗へ設置する省エネルギー設計基準として、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。

### 7-Eleven, Inc.の店舗数と店舗運営に伴う環境関連データ

	2018年	2019年	2020年
店舗数	9,387	9,682	9,387
GHG排出量※1（千t-CO2e）	961	819	759
CO <sub>2</sub> 排出量※1,2（千t-CO <sub>2</sub> ）	959	817	755
電気使用量※1（GWh）	2,383	2,306	2,306
水使用量 ※1（千m3）	11,365	10,892	10,637

※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済み。

## 環境に配慮した容器・包装

商品の品質や安全性の確保、原材料に関する情報提供や利便性を高めることを目的に使用している容器・包装について、SEIでは環境に配慮した素材の使用や包装材の削減によって、オリジナル商品のパッケージが与える環境負荷の低減に取り組んでいます。



#### 【SEIの容器包装に関する目標】

2030年までにプライベートブランド商品のパッケージの50%を環境配慮型に切り替え

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・包装への転換を目指しています。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、2030年までにプライベートブランド商品のパッケージの50%を環境配慮型に切り替えます。

## 2020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

プラスチックの使用量を削減し、環境意識の高いお客様にアピールするため、SEIは、冷たいドリンクのディスペンサー用に植物由来のプラスチックを使用したストローを2020年度も継続して使用しています。

SEIのポリ乳酸（PLA）ストローは環境に優しく、100%堆肥化可能でポリプロピレン製プラスチックストローに代わるサステナブルな製品です。このストローに使用しているPLA素材は、トウモロコシやその他の関連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。ストローは個別に紙で包装されているため、製品全体が堆肥化可能な生分解性の高いものといえます。店頭販売している清涼飲料水およびSlurpee®（スラーピー）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は米国で最も早く、完全にPLAストローへ切り替えた大規模小売業者のうちの一つです。PLAストローは、環境への配慮だけでなく、紙製ストローに比べて使用感の良さを提供するとともに、低コストでの提供ができます。PLAストローに切り替えることで、SEIは年間100万ポンドのプラスチックストローを削減しました。また、SEIは石油系プラスチックのマドラーや食器の代替品として、植物由来の環境配慮型素材を検討しています。



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

使用済プラスチック再生材を40%使用したSEIの環境に優しいレジ袋は、2019年の試験運用を経て、2020年に全国展開することが承認されました。再生プラスチックを使用することで、原材料の消費量、加工時のエネルギー消費量、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。SEIは、このレジ袋に切り替えることで、2020年度は573トンの再生素材でないプラスチックを削減しました。



再生プラスチック40%使用のレジ袋



## 使用済みリサイクル素材の配合率増加

リサイクル素材の使用をさらに進めるため、2020年度、SEIはフルーツとサラダの容器を再設計し、お客様から回収したプラスチック（PCR）の配合比率を増やしました。現在、これらの容器には15%のPCRが使用されています。PCRの包装材を使用することで、再生素材でないプラスチックを使用する場合と比較して、廃棄物や二酸化炭素の排出量を削減することができます。SEIは、ほかの商品包装材にもPCRの採用を検討しています。

## プラスチックの排除

SEIは、容器包装の改善を継続的に実施し、プラスチックの使用削減をさらに進めることができました。フレッシュフードの大皿を軽量の紙皿に変更するとともに、大皿のプラスチック製の蓋を小型化しました。

## 容器素材の削減

SEIは、2020年度にホットドッグの箱をクラフト紙からTMP（サーモメカニカル・パルプ）紙に変更し、紙の使用量を削減しました。TMPを使用した紙は、木材含有量が従来のクラフトパルプ紙の50%です。



TMP（サーモメカニカル・パルプ）紙を使用した容器

## 環境に有害な塗料の除去

商品から発生する水分や油分が漏れないように包装表面へ塗布されるフッ素塗料PFAS※が環境に有害とされていることから、SEIは繊維を用いた成型容器などの代替品への積極的な切り替えを開始しました。

※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製品を提供するため、2020年、SEIはRainforest Alliance™（レインフォレスト・アライアンス）認証の新品種「Seven Reserve® Kenya」を追加し、持続可能な方法で調達されたコーヒープログラムを継続的に拡大しました。SEIが販売している半分以上のコーヒー豆が、Rainforest Alliance™の認証を受けています。

※Rainforest Alliance™は、生物多様性の保全とコーヒー農家の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。小さな緑のカエルのRainforest Alliance™認証シールは、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生産者から調達されていることを示しています。この基準は環境保全、野生生物の保護、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。

### Seven Reserve® Kenya （セブン・リザーブ® ケニア）

Seven Reserve® Kenyaは、ナイロビの北に位置するケニア山麓で何世代にもわたって営まれてきた6つの家族経営の農園で栽培されたシングルオリジンのコーヒーです。また、Seven Reserve® KenyaはSEIがRainforest Alliance™認証を取得した8番目のコーヒーです。SEIは、サステナブルコーヒーの品揃えを拡大し続けており、現在では生豆購入量の半分以上を占めるまでになっています。2016年以降、厳密な管理のもと栽培されたエルサルバドル、ニカラグア、メキシコ、ペルー、スマトラ、コロンビアに加え、エチオピアとルワンダのアフリカブレンドのRainforest Alliance™認証コーヒーを導入しています。シングルオリジンコロンビア産Rainforest Alliance™認証コーヒーは、現在、ホット飲料コーナーの常設商品であり、最も売れている商品です。



Seven Reserve® Kenya （セブン・リザーブ® ケニア）

## 地域社会への貢献（米国 & カナダ）

SEIは、コンビニエンス業界のリーダーとして、サービスを提供する地域社会に有意義な変化をもたらすことができると考えています。2020年、SEIは地域貢献活動を通じてよりよい地域社会づくりに貢献するという使命を継続し、COVID-19パンデミックの際には重要な物資や支援を提供しました。COVID-19の救援活動、災害支援や地域貢献活動においても、SEIとフランチャイズ加盟店は、必要なときに必要なものをお客様に提供し続けるのはもちろん、国や地域のさまざまな組織と協力し、最も必要とされる場所に支援を提供しました。



## COVID-19における重要な支援、物資、援助の提供

前例のない被害をもたらしたCOVID-19パンデミックにおいて、SEIは100万枚以上のマスクをFEMAに寄付し、125万枚のマスクと約5万本の手指消毒剤をカナダの学校に寄付しました。さらに、最前線で働く医療従事者や患者家族を支援するため、Children's Health<sup>SM</sup>の旗艦病院であるChildren's Medical Center Dallasに初の病院内ポップアップストアをオープンしました。この店舗では、COVID-19の危機的状況の中で、医療従事者や患者の家族が食料品や必需品を入手できるようにし、乳製品、ペーパータオル、トイレットペーパー、洗濯用洗剤、携帯電話の充電器などの食料品や日用品のほか、サラダ、温めて食べるメインディッシュやピザ、チキンなどの食品も取り揃えました。SEIはまた、Children's Health<sup>SM</sup>の他の2つの病院（チルドレンズ・メディカル・センター・プラノとアワー・チルドレンズ・ハウス・ダラス）の近くにある店舗を支援し、医療従事者にサービスを提供するために必要な商品を用意しました。



## 食糧支援

COVID-19の流行によって2020年はフードバンクの平均訪問者数が60%増加しました。セブン-イレブンは、Feeding America<sup>®</sup>およびFood Banks of Canada<sup>®</sup>と連携し、さまざまな助成金、商品の寄付、募金プログラムを通じて、食糧支援の取り組みを倍増させました。主な取り組みは以下の通りです。

- 7月11日のセブン-イレブンの創業93年を記念して、Feeding America<sup>®</sup>に10万ドル※を寄付
- 7-Select Go!Smart<sup>™</sup>オーガニックコールドプレスジュース120万ドル分を13州、21のフードバンクに寄付
- フランチャイズ加盟店および店舗従業員の協力のもと、2020年に行った数々の店頭キャンペーンを通じて、セブン-イレブンは、さらに100万ドル※をFeeding America<sup>®</sup>に寄付。この寄付により、全米の支援を必要としている家庭に少なくとも1,000万食の食事を提供することができます。
- 約425,000ドル相当の「7-Select Loco Roller」スナック500,000袋以上を、加盟フードバンクに寄付
- 7-Eleven Canadaとそのお客様は、2020年に350,000食以上の食事をFood Banks of Canada<sup>®</sup>に寄付

※1ドルで少なくとも10食分の食事を提供することができます。



フィーディング・アメリカ



フードバンクス・カナダ

## 災害時のコミュニティ支援

毎年、赤十字社は、住宅火災、ハリケーン、洪水、地震、竜巻、山火事など、6万件以上の災害に対応しています。2020年、SEIは米国赤十字社の災害対応者プログラムの年次会員資格を更新し、米国赤十字社への支援を継続しました。SEIは、ハリケーン、竜巻、山火事などのさまざまな災害の被災者に、食料、緊急避難所、救援物資などを提供する赤十字社を支援するため、25万ドルを寄付しました。災害対応プログラムの一員として、SEIは年間の活動を通して、大小の災害に対して地域社会の防災体制を整え、赤十字社が災害後に直ちに対応できるように協力しています。



アメリカ赤十字社

## 教育を通じた青少年の育成

SEIの地域奉仕プログラムProject A-GAME®（プロジェクト・A-ゲーム）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、子どもたちの将来の成功を支える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、地域の学校、青少年スポーツ団体、警察、地域団体を支援するための助成金を申請することで、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、青少年向けの教育、スポーツ、安全、食料などの支援プログラムに欠かせない資金の一部となります。

2020年度、SEIとフランチャイズ加盟店はProject A-GAME®を通じて地域団体に17万ドル以上の助成金を提供し、72,500人の青少年に貢献しました。設立以来、SEIとフランチャイズ加盟店は、4,850件以上の助成金を通じて、地域社会に310万ドルを提供してきました。助成金は、子どもたちが学校に通うために必要な物資や学校に行きたくするような数学や科学のプロジェクト、家庭教師、学用品、スポーツ用品などの取り組みに使用されています。



プロジェクト・A-ゲーム



助成金の授与

## 青少年の善行を奨励

SEIの最も長く続く地域奉仕プログラムであるOperation Chill®（オペレーション・チル）は、25年間にわたり、地元の警察に無料のドリンククーポンを提供し、子どもたちと良好な関係を築く機会を提供しています。このプログラムは、毎年、米国およびカナダの地域警察に数千枚のSlurpee®（スラーピー）ドリンククーポンを提供し、安全規則を守り、地域や警察が主催する活動に積極的に参加し、より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渡していただくプログラムです。Operation Chill®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し、信頼関係を築くことにもつながります。Operation Chill®クーポンは、SEIの店舗で利用できるSlurpee®ドリンク（小）と引き換えることができ、2020年は夏休み期間と新学期のシーズンに、1,150以上の警察に150万枚以上のSlurpee®ドリンククーポンを配布しました。1995年のプログラム開始以来、Operation Chill®はアメリカとカナダの1,100以上の地域の警察が参加するまでに拡大し、これまでに2,300万枚以上のクーポンが配布されました。

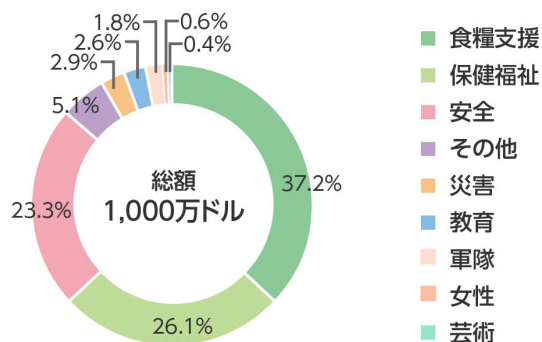


オペレーション・チル



ご褒美のクーポン

社会貢献活動費（アメリカ・カナダ）



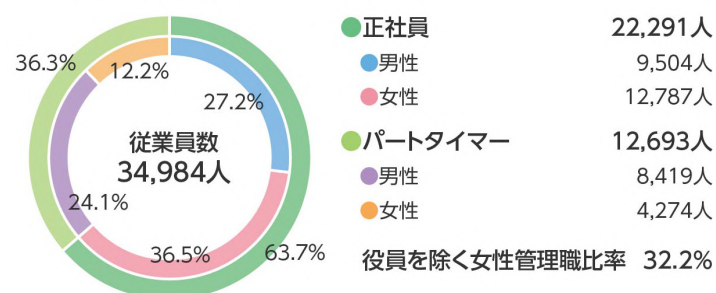


## ダイバーシティ & インクルージョンへの取り組み

SEIの店舗は、私たちがサービスを提供する多様な地域社会にとって不可欠な存在です。SEIのビジネスモデルは、人種、性別、経歴に関わらず、小規模ビジネスの起業家を支援し、成功させることを基本としています。お客様も従業員も差別されない包括的な顧客体験と職場環境を確保するために、SEIはフランチャイズ加盟店とチームメンバーが各自の視点、能力、努力を日常業務に活かすことを奨励しています。SEIは平等性を追求し、さらなる努力を約束します。それがブランド、そして社会としても、成長と革新を続けていくための唯一の方法だからです。

2020年、SEIは「Equality & Diversity Task Force and Roundtable」を設立しました。このチームは、さまざまな分野を代表するリーダーで構成されており、SEIがサービスを提供する地域社会でさらに大きな影響を与えることができるよう、組織全体で公平性を促進する方法の模索に積極的に取り組んでいます。

アメリカとカナダの従業員関連データ  
(2020年12月末現在)



# SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.（以下SEH）は、2016年3月に「Our Promise（私たちの約束）」を企業価値観に追加しました。その目的は「近くて便利なお店」という方向性を後押しし、企業文化を形づくり、そしてSEHが大切にしている価値観を強固なものにするためです。

「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・お取引先様・従業員に笑顔をもたらす
2. チームとして一丸となり目標を達成する
3. さらなる高みを目指す

「Our Promise」推進するために、優秀な従業員を評価する取り組みを開始。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、選出された従業員にピンバッジとボーナスを贈呈するとともに、社内報と社員限定のFacebookページで紹介しています。

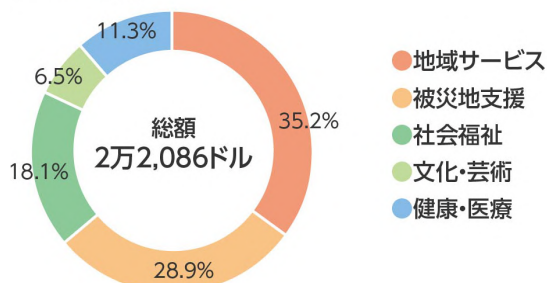
これらの価値観は、SEHが地域社会・お取引先様・従業員のためのビジネスであることを定義しており、この「Our Promise」の実践は従業員の言動の礎となっています。



## 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。2020年度は、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、33団体に金額に換算すると約4万9,000ドル相当を支援しました。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.による現金寄付額  
(2020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。2020年度の募金額は106,878ドルでした。

## 新型コロナウイルス感染症と闘う病院に寄付

---

医療従事者、救急隊員、ボランティアの方々は、地域社会の健康と安全を守るために不断的の努力を続けています。SEHは努力されている方々の奉仕と犠牲に対する感謝の気持ちを伝えるため、2020年4月に寄付活動に取り組みました。

また、クイーンズ病院とストラアブ病院の皆様は、シフトを乗り切るための活力になればと個包装のスナックを提供しました。両病院ともに、この寄付活動と、ご尽力いただいている方々のことをSEHが考えてくれたことに感謝していただきました。さらに、市民を守ってくれる警察官を支援するために、SEHはホノルル警察署にも寄付するとともに、カリヒ地区の警察署にプライベートブランドのスナックを提供しました。

## 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、2020年12月4日にハワイ大学と共同で、学生が体に優しいお弁当やお惣菜の創作を競い合う「第3回料理コンテスト」を開催しました。

今回のコンテストは例年とは少し異なり、それぞれのレシピに5g以上の食物繊維が含まれていなければならないという少し難しい基準がありました。10数点の応募があり、そのうち8点が最終選考に残りました。レシピには、日本、フィリピン、メキシコ、中国などの影響を受けた料理があり、ハワイが文化のつぼみであることを反映していました。また、学生たちは自分の個人的なストーリーをレシピに盛り込んでいました。例えば、オーウェン・サイトウさんは日本で生活した経験を生かして「しょうが味噌サーモン弁当」を、さまざまな民族のルーツをもつカレブ・モリナさんは「カルアポークハッシュパテとキムチ焼飯弁当」をつくりました。

審査員はSEHとわらべやUSAが務めたのですが、1位の選定には苦労いたしました。その結果、2名の学生に1位を授与することとしました。1位となったエリ・アベさんは、日本の肉じゃがにヒントを得た「和風ウルウシチュー弁当」で優勝しました。一般的に肉じゃがにはジャガイモを使用しますが、アベさんは地元産の「ウル」（パンの実）を使用しました。もう一人の優勝者、ジョンヨン・シムさんは韓国でよく食べられている料理をヒントに「トッポッキ（スパイシー餅炒め）」を作りました。準優勝のソコロ・ジホさんは、幼い頃に祖母が家族のために料理してくれた「メキシコ風ステーキとブリマヴェーラライス」を作りました。

近年、男性の調理人が多い料理の世界において、活躍する女性が増えてきました。今回の大会でもその傾向は確実に現れており、上位3位の受賞はすべて女性でした。SEHでは、1位になった料理を販売するため、お客様は翌年に1位の料理を食べることができます。シムさんの体に優しい料理は6月15日に、アベさんのウルウシチュー弁当は8月3日に販売され、どちらも好評でした。

## 殉職した警官のためにハワイのコミュニティが結集

---

2020年1月20日はハワイのすべての人々にとって忘れられない日となりました。その日は、緊急通報用電話番号の通報で駆けつけた警察官のティファニー・エンリケス巡査とカウリケ・カラマ巡査が致命的な銃撃を受けた日です。ハワイの住民は、警察官を家族のように思っています。2人の巡査は幼い子どもの親であったため、コミュニティは2人の家族のために一丸となりました。地元の金融機関とハワイ州警察官協会が、2人の追悼基金の設立を支援しました。SEHは、2月の1カ月間、全店舗の募金箱で集まった寄付金をこの追悼基金に寄付しました。地域の人々の反応は大きく、月平均で7,000ドルの寄付が集まりました。お客様から寄せられた合計30,000ドルの寄付に、SEHは2,000ドルを加えて基金へ寄付をしました。

## 7-Eleven Hawai'iを授業に取り入れる

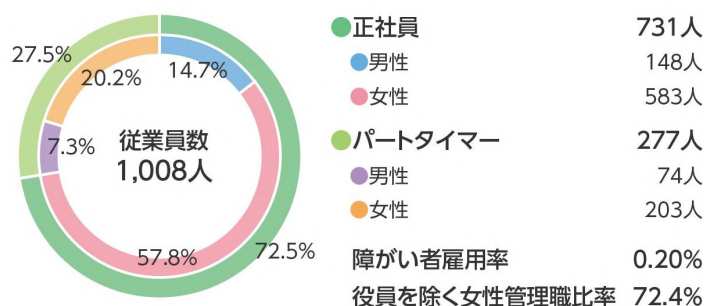
SEHでは食育を支援するために、非営利団体ハワイ農業基金（HAF）のLocaliciousキャンペーンを通じて、地元企業とハワイのK-12学校との連携を進めています。2020年は、SEHとワヒアワ小学校のアンダーソン先生の4年生のクラスを結び付けました。すると早速、SEHのマーケティングチームにアンダーソン先生から連絡が入り、食品が農場から店舗に届くまでの流れを紹介してほしいというリクエストがありました。そのため、SEHでは彼女の生徒たちに出勤授業を実施することになりました。

出勤授業は、2020年3月にワヒアワ小学校の教室で開催されました。授業の内容は2つあり、1つはブーストボウルのサラダを作る過程と、ブーストボウルがどのような経緯で販売されるようになったのかについての紹介、もう1つは、実際に生徒たちにミニブーストボウルの調理体験に参加していただきました。調理の前には手を洗い、わらべやUSAの従業員のユニフォームに着替えていたから実施しました。着替えと消毒を済ませた後は、各自でサラダを調理して持ち帰りました。生徒たちは、学ぶ楽しさを大いに感じながら、自分のサラダを親御さんにも見せたいと言っていました。

## ダイバーシティ & インクルージョンの実践

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、食べ物や、言語、そして祝祭など独特なハワイ州の文化が生まれました。ダイバーシティ&インクルージョンはSEHの文化に根付いており、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  
(2020年12月末現在)



## 環境負荷の低減

SEHは、エネルギー消費量の削減を目的とした「Energy Smart Program」とは別に、プラスチックの削減にも力を入れています。2015年にすべてのプラスチック製レジ袋を紙袋に変更し、2020年には使い捨てのプラスチック製食器、ストロー、コーヒーの蓋をPLAベースの代替品に、プラスチック製のコーヒーマドラーを木製に変更しました。2013年を基準とした場合、SEHのプラスチック削減活動によって238トンのCO2排出量を削減しました。今後も、さらにプラスチック使用量の削減に注力していきます。



温かい飲料のコーナー



スラッピー®のコーナー

### SEVEN-ELEVEN HAWAII, 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	2020年	2021年目標
店舗数	64	64	66	65	65
電気使用量 (MWh)	18,334	18,425	18,849	18,099	18,500
水使用量(千m3)	47	51	50	51	50

## 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
- 使い捨て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
- 温かい飲料のプラスチック製の蓋をPLAベースの蓋に変更
- 温かい飲料のプラスチック製マドラーを木製に変更
- 食器とストローの材質をプラスチックからPLAに変更

※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



## 2020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
ハワイアンズ・ベスト2020 ベスト・スパムむすび（1位） ハワイアンズ・ベスト2020 ベスト・コンビニエンスストア（1位） ハワイアンズ・ベスト2020 ベスト・弁当（ファイナリスト）	Star Advertiser	読者投票
2020 ベスト・ホノルル ベスト・むすび（1位）	ホノルルマガジン	読者投票
2020 ベスト・オブ・ハワイ ベスト・むすび（ファイナリスト）	KITV4	視聴者投票

# 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製造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1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達食品有限公司は、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、製麺機械を導入しました。2020年には調理設備の増強を行い、品質の向上に加え今までになかった新たな商品の提供を継続実施しています。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製造工場で、製パン工程や商品の包装を中心に機械化を図りました。セブン-イレブン成都にパン・サンドイッチを供給する成都元気食品は、2020年にパン・サンドイッチ製パン工程や商品の包装を機械化し品質を継続して高めています。

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。セブン-イレブン北京では2021年度下半期から、サンドイッチとサラダでカロリーの表面表示を開始する予定です。また植物肉を使用したサラダを発売予定です。

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しています。

## 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、従業員のレジ接客レベルとFF商品販売対応レベルなどを評価（0～100点）し、課題がある店舗については集中研修を行い、加えて“TTT会議”（Training The Trainer）を実施、評価のフィードバックや情報を共有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。特に個店毎にトレーニング責任者を設定し、月単位で行った“TTT会議”の中に、優秀店舗の事例、店内教育の方法などを共有することを通じて、2020年度は、全店舗でお会計時の接客レベルが向上し、ファーストフードの販売額が増加しました。2020年末に、接客優秀個人5名、優秀店舗3店舗に対し表彰を行いました。

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-イレブン成都“TTT会議”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、従業員50名が北京郊外で植樹活動を行うとともに、2019年度は100,996元を、2020年度は49,409.66元を寄付しました。

#### 北京緑化基金への募金額の推移

2018年度	2019年度	2020年度
108,974元	100,996元	49,410元

### 子どもへの支援

セブン-イレブン成都は、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。2020年度は、コロナウイルスの影響があった為、会社は2名の有志従業員を指定し、代表として善工家園を訪問し、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

2018年度	2019年度	2020年度
1,992元	2,000元	1,990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（2020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）	336人（169人・167人）	158人（51人・107人）	168人（57人・111人）
パートタイマー	163人	151人	111人
障がい者雇用率	3.02%	4.40%	1.43%

### 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）	232人（85人・147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取り入れています。セブン-イレブン北京は、OFCの育成期間を短縮するために、トレーニングストアの店長の段階でOFCの関連知識について研修し、テストを実施しています。従来の知識習得のほか、ロールプレイングも取り入れ、店長がOFCになりきって、加盟店オーナー役が提出した経営問題に対し、現場指導を実施します。同時に経験豊富なトレーナーと一緒に店舗を回り、既存のOFC業務を経験します。



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。また、2021年3月から本部各部署からの集中トレーニングを毎週実施しています。OFCの業務知識を豊かにするために、店舗指導に関わる建築知識、財務知識、商品知識・運営知識などを習得します。特に特殊な状況に置かれた加盟店オーナー様への返答方法や問題解決方法などを教育しています。さらに、2020年の下半期より、店長会議において課題発表を実施しています。単品管理を主題とした発表を通じて問題点の分析力、解決力、検証力を向上します。信頼のおけるOFCとして加盟店オーナー様へ円滑な説明を行うための、事前教育を進めています。

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。2020年度は、直営店舗数の減少に伴って教育の中心を実習生と人材の選抜にシフトし、「人材プール」という概念を導入して、潜在力のある優秀な従業員の育成に注力し、レベルの高いOFCの育成を目指しています。

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。



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。そのほか、定年退職の会を催し、長年間に会社に勤めたことに対する感謝を表し、「従業員を大切に」する精神を表しています。

### 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。評価をする管理職に対しては、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。

評価方法は常に改善を図っており、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。2020年度はコロナの影響で年間評価と面談だけを実施。重要な職位に対し集中して面談を実施することで従業員が抱えている問題を把握し、アフターコロナの需要に合わせた業務調整を行っています。

セブン-イレブン天津では、20年下半期から直営店の昇進基準を改善し、筆記試験＋実技＋総合評価＋面接を実施し、点数評価による公平平等な昇格の制度を実現しました。

セブン-イレブン成都では、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しています。

## 女性の活躍推進

---

中国では、出産や育児に関する休暇を男女に手厚く与えるよう労働契約法で定められています。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は、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18人が2019年7月に本採用になりました。

## 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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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も、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。



### 環境関連データ

#### セブン-イレブン北京

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
店舗数	219	247	266	275	283
電気使用量 (MWh)	24,856	25,702	26,537	29,773	24,251
水使用量 (千m3)	96	83	85	94	78

#### セブン-イレブン天津

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
店舗数	82	118	155	178	179
電気使用量 (MWh)	7,027	10,077	14,814	20,051	17,552
水使用量 (千m3)	24	34	42	57	49

#### セブン-イレブン成都

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
店舗数	67	87	77	75	73
電気使用量 (MWh)	6,031	7,892	11,137	9,720	7,631
水使用量 (千m3)	18	24	25	24	24

## 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-イレブン成都は、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

## 製造工場の環境対策

---

セブン-イレブン北京と天津の製造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、パン生地を残さ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削減を進め、ガスの使用量削減を図っています。

# 中国スーパーストア事業

## トップメッセージ

1997年11月、イトーヨーカドーの中国事業は成都市に春熙店を開店したところから開始され、成都、北京の地で2021年に、24年目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24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。

新型コロナウィルスの感染拡大により、安全・安心への関心は食品を中心とした商品そのものに限らず、非接触などといった売り方や、従業員の接客対応にまで厳しい目が向けられるようになりました。デジタル世代と呼ばれる20代・30代の若い年代層が消費の主役を担う様になり、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に対する質の高いサービスが求められるようになりました。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、コミュニティーの場としてもご利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)



年	できごと
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	643億円	51億円
従業員数	2,795人	191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(垂運村)
設立	1996年12月	1997年9月
董事長	黄 亜美	黄 亜美
総経理	国見 和美	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	

※12月決算（店舗数は2020年12月末、従業員数は2021年2月末）

※為替換算レート1元 = 15.48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。2020年度のCSRレポートは2020年6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では797名・華糖ヨーカ堂では60名の従業員が安全・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。2020年度は、成都イトーヨーカ堂は39社、華糖ヨーカ堂は8回、お取引先様に対して監査を実施しました。（新型コロナウイルス感染拡大防止のため、実施数は例年より減少）

## 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。2020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「果物」のオレンジ(4種類)、スイカ、梨など、「野菜」のアスパラ、人参、キノコなどと生卵、合計17単品を開発しました。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。

コロナ禍での管理規制の一環で、北京市では、輸入冷凍食品を仕入れる際にPCR検査陰性証明の取得が義務付けられました。こうした検疫ルールや販売ルールの厳格化に対しても、華糖ヨーカ堂は地域の模範企業として、お客様の安全安心を第一に考え、陰性証明書の確認を徹底しています。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。

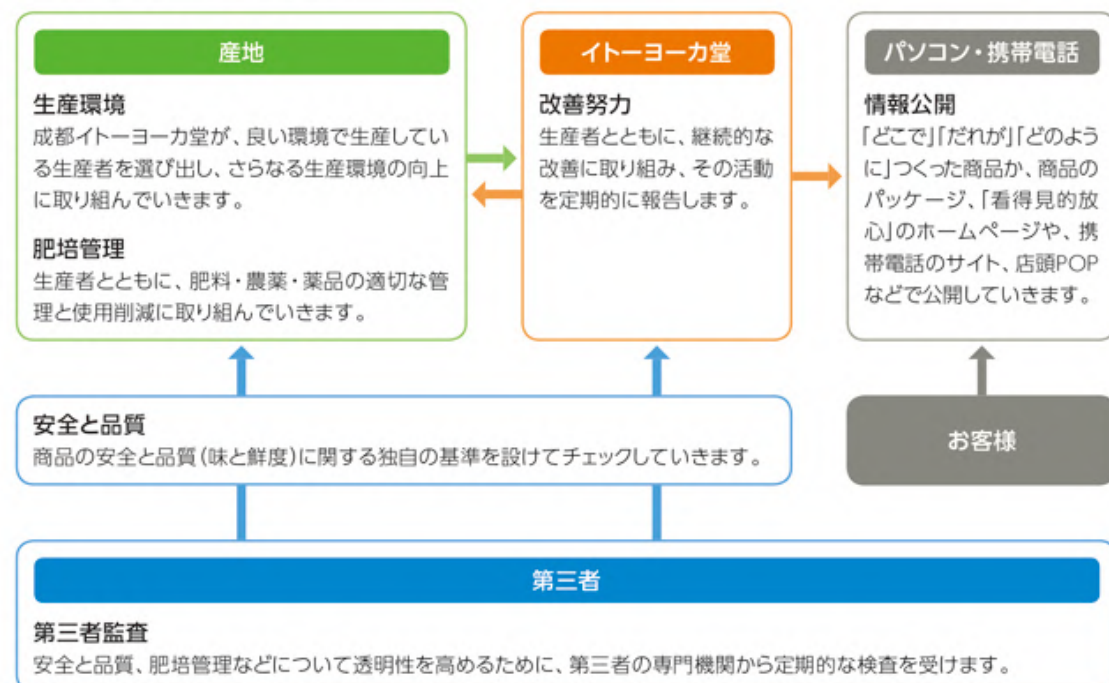


「看得見的放心」ブランドマーク



「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（眉山店・華府大道店は5名）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95人のお客様のご協力により、871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1,000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、7,435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。2020年度は、成都イトーヨーカ堂で19,101件、華糖ヨーカ堂で6,845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。

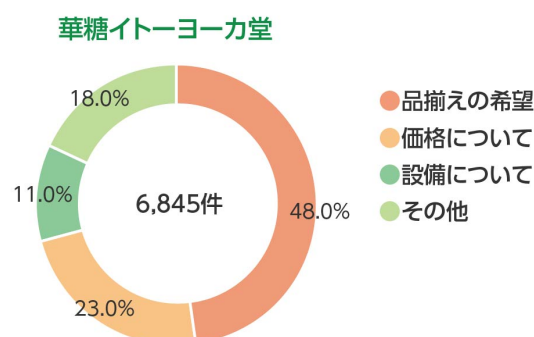
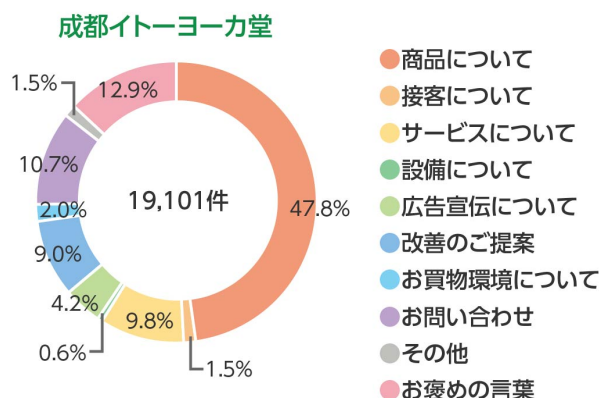


旬の食品の試食会



ケーキ作りのイベント

### お客様の声の受付状況





## 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おり、2020年で23回目を数えます。これまでに延べ646人の学生を支援しました。2020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。

2020年コロナ禍の中の友愛小学校の夏季キャンプと学校への慰問を中止しました。その代わりに、読書教室のインフラ整備と書籍の購入、安全性に問題のあるドア・窓の修理、カーテンの交換などの為、邛崃道佐小学校、金堂三烈小学校へ其々5万円を寄付しました。また、課外活動で使用する備品購入の為彭州蓝天小学校へ25,000円を寄付しました。12月に成都市郫都区の教育関係者に制服を寄贈し、教育者のイメージアップを図りました。

2020年社会貢献活動で合計2,816,000円を拠出しました。



邛崃道佐小学校の読書教室



金堂三烈小学校の新しいカーテン



彭州蓝天小学校への寄贈  
(課外活動用の備品)



## 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。また、社外の道路掃除員が気軽に飲水ができる休憩場所を設けました。

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



社外の道路掃除員の休憩所

## 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99.1%、華糖ヨーカ堂が98.3%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59.5%で10店舗のうち4店舗が女性店長です。華糖ヨーカ堂の女性管理職比率は46.6%となっています。

### 従業員データ（2020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	2,924人	199人
うちパートタイマー	85人	23人
管理職に占める中国人の割合	97.8%	96.7%

	成都イトーヨーカ堂	華糖ヨーカ堂
管理職に占める女性社員の人数と割合（役員を除く）	360人（59.5%）	54人（46.6%）
女性係長人数（係長職の女性比率）	213人（59.1%）	13人（44.8%）
女性課長人数（課長職の女性比率）	107人（29.7%）	26人（41.9%）
女性部長人数（部長職の女性比率）	23人（ - %）	15人（60.0%）
女性役員人数（役員職の女性比率）	4人（ - %）	0人（0.0%）
障がい者雇用人数	51人	10人

## CSR教育

2020年度は、特にプラスチックの削減に注力しました。成都イトーヨーカ堂全店舗で分解性プラスチック製の買い物袋に切り替えるため、社内の責任者が第二回中国環境博覧会と中国チェーン経営協会主催の分解性フォーラムに参加し、国内における分解性プラスチックの生産状況、分解性の基準などの情報を収集しました。また、社内で教育用の動画を作成し社員に理解してもらい、売場で媒体物の掲示、店内放送でお客様にも告知しました。社外にも成都イトーヨーカ堂が積極的に分解性プラスチックを使用していることをPRしました。

2020年11月より、華糖ヨーカ堂・成都イトーヨーカ堂共同で、スーパーバッグ（レジ袋）を分解性プラスチックを原料とした製品に切り替えました。スーパーバッグは有料で提供しており、従来品は大きいサイズで売価0.3元/枚でしたが、分解性スーパーバッグは2.0元/枚（6.7倍）で提供しています。同時にエコバッグの販売にも注力しています。

## 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、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、2020年度は社是・経営理念、現場支援教育、接客サービス教育などの専門教育を3回実施しました。企業行動指針を毎週月曜日の総経理全体会議の中で読み合わせることで、企業姿勢の理解度のアップを図っています。日常的な接客サービス訓練は、朝昼礼を利用して実施しています。お褒めの言葉をいただいた従業員（正社員に限らず、パートナー社員、テナント従業員、清掃作業員、警備員も含むすべての店舗スタッフ）は、毎週の店舗全体朝礼の中で表彰し、全体のモチベーションアップにもつながっています。



店舗全体朝礼での挨拶訓練（華糖ヨーカ堂）



社是・経営理念の座学教育（華糖ヨーカ堂）

## 人材育成教育

### 座学教育

イトーヨーカ堂の理念を伝承し、イトーヨーカ堂らしい自律した人材を育成するために、2020年に「企業文化・理念の伝承」「能力向上のトレーニング」「接客サービスの強化」という三つのテーマに沿って、11項目に分けて523回の座学教育を実施し、延べ8,881人が受講しました。（うち、幹部が延べ1,065人、教育を受け昇格した社員が延べ186人）

※新型コロナウイルス感染拡大防止のため、対面式教育、新入社員の募集、外部連携による対面式専門知識研修などの実施に支障が生じ、実施頻度・回数を見直しました。

### eラーニング

若い社員のニーズに応え、会社の方針をより効率的に共有し、自律的な人材を育成するために、2020年にeラーニングを強化し、合計57回を実施しました。

コース内容を実施回数はそれぞれ、企業文化と方針関係：18回、視聴人数延べ13,897人、再生回数166,764回、スキルアップ関係：39回、視聴人数延べ5,578人、再生回数83,382回でした。店と本部を含めて通信教育を受けた人数が延べ13,897人(自社社員＋テナント従業員)、再生回数250,146回となりました。

## 環境についての約束



### 省エネの取り組み

2020年、成都市政府は低炭素シーンの創出を重点として打ち出しました。6月に政府関係者は双楠店、建設路店、錦華店及び高新店で調査を実施しました。各店舗で収集されたデータが成都市低炭素商業施設構築に向けてのベースデータとして使用されました。12月に低炭素模範地に選出され、成都市政府と契約を締結し、引き続き省エネ設備使用の拡大、環境への負担の低減などを約束しました。

2020年度は、社内で電気節約・省エネ関係の教育と管理を徹底したことで、電気使用量を前年度比で99.55%、ガス・軽油を含めたエネルギー使用量が前年度比23.55%となりました。また、各店舗のお手洗いで「節水」、バックルूमで「節水節電」などのポスターを掲示したことで、水使用量は前年比91.29%となりました。

華糖ヨーカ堂においては、空調システムの合理化運転により、店内温度を制御しています。天候・気温の変化に応じて空調の運転時間やエリア毎の空調稼働を随時に調整することで、ガス及び電力のエネルギー消費量を削減しています。施設管理業者に綿密な店内の温度測定を依頼し、温度変化を常時に把握し、空調設備の運行モードを調整しています。

#### 成都イトーヨーカ堂

	2018年度	2019年度	2020年度
店舗数	8	9	9
エネルギー使用量（標準炭トン）	13,516	13,150	13,553
電力使用量（MWh）	89,743	99,836	105,439
ガス使用量（1,000m3）	670	667	540
水使用量（1,000m3）	884	853	888

#### 華糖ヨーカ堂

	2018年度	2019年度	2020年度
店舗数	1	1	1
エネルギー使用量（標準炭トン）	1,434	1,549	1,434
電力使用量（MWh）	7,241	8,106	7,924
ガス使用量（1,000m3）	350	380	335
水使用量（1,000m3）	41	60	55

## 2020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、2020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
四川省優秀サービス企業	四川省政府
2020 成都市コロナ対応優秀企業	成都市小売業協会
2020 成都市コロナ対応先進企業	成都市政府
コロナ対応優秀企業	コロナ予防・コントロール指揮部
武侯区 2020年納税百強企業	武侯区政府
武侯区 2020年商務商貿業界ベスト10企業	武侯区政府
武侯区 2020年納税優秀企業	武侯区政府
武侯区 2020年重点企業	武侯区政府
2020年 リーダー企業ベスト10	成都市小売業協会
2020年 社会価値貢献賞	成都市小売業協会
全国連鎖業界業務コンテスト販売員一位	中国連鎖経営協会
2020年 成都百万社員業務コンテスト一等賞	成都市小売業協会
2020 西三角企業社会責任優秀事例賞	封面新聞・中国社会科学院企業社会責任研究センター
2020 CCFA連鎖ブランドグリーン実践・グリーンサプライチェーン事例	中国連鎖経営協会
2020 成都重慶双城経済圏ブランド大会 革新ブランド	封面新聞
2020 流行成都商業総評 業界リード賞	成都商報新聞社
「貧困脱出 成都貢献」2020 成都社会責任貢献賞	成都日報新聞社

### 【華糖ヨーカ堂】

賞の名前	主催団体
2020年度 納税信用A級企業	朝陽区国家税務局
2020年度 安全生産先進企業	朝陽区小関街道
コロナ対応への北京市政府からの感謝状	北京市商務局



## 社外からの評価・表彰

### サステナビリティに関する主な評価（2021年9月末現在）

Member of  
**Dow Jones  
Sustainability Indices**  
Powered by the S&P Global CSA

Dow Jones Sustainability  
Index:  
Member of DJSI Asia-Pacific



FTSE4Good



FTSE Blossom  
Japan



MSCI ESG Leaders Indexes



「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。セブン&アイHLDGS.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（英語）](#)

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。セブン&アイHLDGS.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。セブン&アイHLDGS.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。セブン&アイHLDGS.はMSCI ESG格付け評価でBBB（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（英語）](#)

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。

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、2015年より製品安全対策ゴールド企業※2として認定されています。2021年3月にフォローアップ審査を受審し、ゴールド認定の更新が承認され、ロゴマークに星印が付与されました。

※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

[「製品安全対策優良企業」についてはこちら](#)



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”を取得しています（2020年2月末現在）。

[「えるぼし」認定についてはこちら](#)



セブン&アイ・フードシステムズは、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」“2段階目”を取得しています。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。

[「えるぼし」認定についてはこちら](#)



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。

[「くるみん」マークについてはこちら](#)



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、厚生労働省より子育てサポート企業として「くるみん」認定を取得しています。

[「くるみん」マークについてはこちら](#)



健康経営優良法人認定制度とは、地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している法人を顕彰する制度です。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2021 ～ ホワイト500 ～」に認定されました。

[「健康経営優良法人」についてはこちら](#)



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では、2020年6月1日現在、22人の障がいのある方を雇用しています。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。

[「障害者活躍企業」についてはこちら](#)

## 社外への賛同・参加



投資家が気候関連のリスクと機会を適切に評価して投資判断を行えるように、金融安定理事会（FSB）が設置した気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）の提言に賛同を表明しました。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。

[「TCFD」についてはこちら（TCFDコンソーシアムのページへ）](#)



環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』の重点テーマの1つに掲げているCO<sub>2</sub>排出量の削減目標達成にむけて、事業活動で使用する電力を100%再生可能エネルギーにすることを目指す国際的イニシアチブ『RE100』に参画しています。なお、今回の参画に当たっては、持続可能な脱炭素社会実現を目指す企業グループである、日本リーダーズ・パートナーシップ（JCLP）に支援を受けています。

[「RE100」についてはこちら（JCLPのページへ）](#)

## 2020年度の主な表彰

評価や賞の名称	主催者や授与団体	評価理由	対象
2020年度省エネ大賞 省エネルギーセンター会長賞	後援： 経済産業省	全国のフレッシュフード製造工場における省エネルギー機器の導入促進など、環境負荷低減の活動支援・啓発活動が評価されました。	セブン-イレブン・ジャパン 日本デリカフーズ協同組合
日経優秀製品・サービス賞2020 日経MJ賞	日本経済新聞社	「セブン-イレブンで入るガン保険」は、新型コロナウイルス禍でお客様の保険加入の機会が減少した中で、店舗の複合機で登録に必要な個人情報を入力し、レジで保険料を払えば手続きができる利便性が評価されました。	セブン-イレブン・ジャパン 三井住友海上あいおい生命保険
マザーズセレクション大賞2020	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2020	一般社団法人日本マザーズ協会	イトーヨーカドーネットスーパーが、母子手帳を提示して登録することで4年間送料が102円（税込）となること、時間指定ができること、重いものや大きいものも配送してもらえること、丁寧なサービスなどが評価され受賞しました。	イトーヨーカドー

評価や賞の名称	主催者や授与団体	評価理由	対象
第18回企業フィランソロピー大賞 《海を渡る100万足賞》	公益社団法人日本フィランソロピー協会	2009年からお客様とともに実施している「こども靴 下取りサービス」が2020年中に累計100万足を超える見通しであり、店舗を活用した気づきと参加の場づくり、ザンビア共和国と日本の子どもたちの懸け橋となる活動として評価されました。	そごう・西武
ヨコハマ温暖化対策賞（2020年度）	横浜市	横浜市が「横浜市地球温暖化対策計画書制度」において優良な事業者を表彰するもので、そごう横浜店がLED化により、店舗イメージを向上させつつ省エネルギーを実現する照明設計を推進したことが高く評価されました。	そごう・西武
新聞広告賞2020 広告主部門 新聞広告賞 わたしは、私。2020	日本新聞協会	「さ、ひっくり返そう。」というキャッチコピーとじっくり読ませるメッセージで企業の心構えを表し、働く従業員や逆境に立つ人々を勇気づけた新聞広告がSNSやネットニュースで拡散し、他メディアでの展開を実現したものとして高く評価されました。	そごう・西武
2020年度ユースエール企業認定	厚生労働大臣	若者の採用・育成に積極的、かつ優良な雇用管理の状況にある中小企業として認定されました。	テルベ
マザーズセレクション大賞2020	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14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	「ドレスオール 赤ちゃんに優しい仕様」が子どもたちを生み育てやすいデザイン部門で乳児の眠る姿勢の特徴に合わせて開発された新しい仕様を評価され受賞しました。※10年連続受賞（通算受賞数26件）	赤ちゃん本舗

中国のスーパーストア事業の受賞歴についてはこちら [➤](#)

# 株式会社セブン&アイ・ホールディングス

Webサイト: <https://www.7andi.com/sustainability/>

## グループ環境関連データ(日本国内)

課題	単位	2018年度	2019年度	2020年度
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1</sup>	t-CO <sub>2</sub>	2,559,454	2,425,478	2,269,297
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※2</sup>	t-CO <sub>2</sub>	2,286,121	2,162,003	2,011,152
店舗運営に伴う電気使用量 <sup>※2</sup>	GWh	4,564	4,487	4,319
店舗運営に伴う水使用量 <sup>※3</sup>	千m <sup>3</sup>	24,809	23,606	20,537

※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、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 ジャパンの12社の合計値。2020年度は、セブン銀行、セブン&アイ・ホールディングスを追加した14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、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。

※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、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社の合計値。

## グループ人事関連データ(日本国内)<sup>※1</sup>

従業員の内訳(2021年2月末)		(人)
正社員 <sup>※2</sup>		24,189
	男性	17,562
	女性	6,627
パートタイマー <sup>※3</sup>		43,691
	男性	8,870
	女性	34,820
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		67,880
新卒採用者数		779
	男性	428
	女性	351
中途採用者数		201
	男性	148
	女性	53
離職者(正社員)		1,188
	男性	726
	女性	462

	2018年度	2019年度	2020年度
正社員平均勤続年数	16年9カ月	16年5カ月	16年6カ月
	男性	18年0カ月	17年5カ月
	女性	13年3カ月	13年8カ月
育児休職取得者数 <sup>※4</sup> (うち男性、パートタイマー)	1,205人 (35、547)	1,198人 (37、601)	1,229人 (41、581)
介護休職取得者数 <sup>※4</sup> (うち男性、パートタイマー)	54人 (5、38)	53人 (9、33)	49人 (4、35)
ボランティア休暇取得者数	16人	31人	7人
女性正社員比率	27.1%	27.2%	27.4%
女性管理職数(比率) <sup>※5</sup>	2,545人(27.0%)	2,400人(26.6%)	2,246人(26.3%)
	係長	1,828人(32.8%)	1,709人(32.4%)
	課長	644人(23.1%)	616人(22.3%)
	部長	73人(7.3%)	75人(7.6%)
	役員 <sup>※6</sup>	22人(11.8%)	21人(11.2%)
障がい者雇用率 <sup>※7</sup>	2.84%	2.96%	2.95%
有給休暇取得率	45.5%	49.2%	50.9%
正社員離職率	4.9%	5.4%	5.0%

※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1,406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。役員を除いた係長級以上の比率。

※6 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。

※7 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。



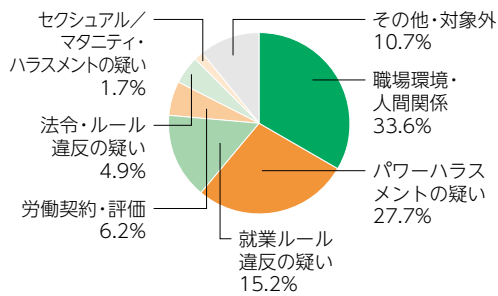
## グループ共通従業員 相談受付関連データ

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を設置しています。

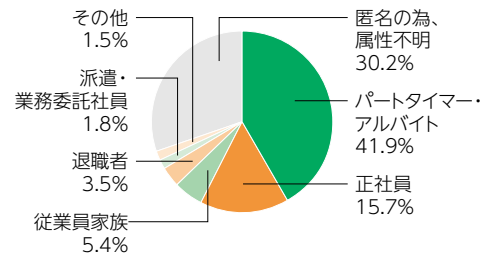
これは、セブン&アイHLDGS.および国内連結子会社の従業員を対象とした制度で、グループ全体で、社会からの信頼を失うような行為の未然防止と早期発見、早期是正、再発防止を図ることを目的としています。

	2018年度	2019年度	2020年度
受付件数	1,226件	1,208件	1,144件

### 2020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

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
育児・高齢者支援など	●移動販売車累計稼働台数: 108台 展開エリアの精査・変更と並行して、新規エリアへ拡大	●移動販売車累計稼働台数: 107台 新規エリア(三重県1台、奈良県2台)でも稼働開始	△	●移動販売車累計稼働台数: 115台 エリアにおける事業継続の可否を精査し、稼働台数を拡大

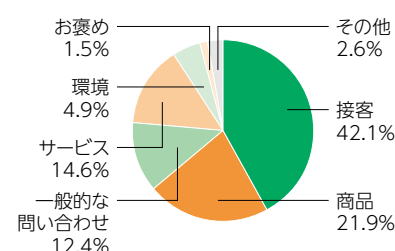
## 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

### お客様相談受付関連データ

お客様からのご指摘に真摯に寄り添うよう努めています。お電話をいただいた際にお怒りやご不満の原因がどこにあるのか、しっかりと話を伺っています。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報告し、根本的な課題解決を目指しています。

### 2020年度相談内容の内訳

受付件数190,039件(前年度比102.1%)



# 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021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"> <li>●全デイリー工場で認証を維持。監査プログラムをさらに進化させ、JFS-C規格相当の管理体制の構築を目指す</li> <li>●プライベートブランド商品を製造するメーカーの製造工場については認証取得の推進を継続(2020年末までに完了)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●全デイリー工場で認証維持継続のため全工場監査実施済み</li> <li>●監査プログラムにトップマネジメントのコミットメントを追加</li> <li>●プライベートブランド商品を製造するメーカーの製造工場の認証取得率：92%</li> </ul>	<p>○</p> <p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●全デイリー工場で「NDF-FSMS認証」の維持継続</li> <li>●監査プログラムのさらなる進化を目指す</li> </ul>
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●バリアフリー（車椅子対応トイレ設置）新規導入店舗数：550店舗</li> <li>●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）店舗数：650店舗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●バリアフリー（車椅子対応トイレ設置）新規導入店舗：272店舗</li> <li>●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：905店舗</li> </ul>	<p>×</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●バリアフリー（車椅子対応トイレ設置）新規導入店舗数：150店舗</li> <li>●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）店舗数：200店舗</li> </ul>
お客様の声への誠実な対応（体制）				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社会課題を企業として事業を通じて解決すべき課題ととらえ、商品・サービスを通じて改善の取り組みを継続実施する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●レジ袋の有料化にあたり、接客の問題が発生。温度帯が異なる商品や、汁漏れが発生する商品の対応やご持参されたバックへ誰が袋詰めするのかなど、多くのお客様からご指摘をいただいたことから、加盟店へ指導や啓発を実施。一方で、従業員の気配りやお声掛けがお褒めやお礼の言葉につながっている</li> </ul>	<p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様からの接客に関するご指摘を分析し、加盟店カウンセリングを実施。オペレーション担当者や加盟店研修部を通じて課題点を改善</li> <li>●商品改善や接客改善につながるお客様の声は、お客様の満足度を向上させる活動として現場の取り組みに反映</li> </ul>
災害時の支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●災害発生時にも店舗の営業を含めたインフラ機能を維持すべく、直近の災害対応（台風15号・19号など）を検証し、事業継続計画の見直しを進める</li> <li>●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て連携を強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●災害対処演習の成果を踏まえ、台風10号に対応。台風接近2日前に計画休業を発表し、加盟店、サプライチェーンの従業員の人命・安全最優先に行動</li> <li>●コロナ禍において、病院、軽症者療養施設等などに飲料・軽食を提供したほか、関西5府県の医師会に医療用ガウンの代替用としてレインコート計5,000着を寄贈</li> <li>●2020年7月の九州での豪雨災害を支援するため、水や食料などを自治体に提供</li> <li>●2021年2月に事業継続計画を大幅改定</li> </ul>	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2回の災害対処演習、全社防災点検日を通じて、新たに制定した事業継続計画を徹底し、社内の災害対処能力を向上</li> <li>●各省庁、自治体との災害対処に関する意見交換を実施し、連携をさらに強化</li> <li>●大規模災害時に、新たに制定した事業継続計画に基づき、適切な地域支援を実施予定</li> </ul>
地域防犯対策				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各都道府県の警察や所轄警察署と連携することで訓練開催情報などを共有し、加盟店の防犯訓練・講習会への参加率を50%以上とする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●加盟店向けアンケート結果において、訓練・講習会への参加率は31.6%（前回35.2%）。コロナ禍に合わせ、規模や開催方法（リモート開催など）を工夫</li> </ul>	<p>×</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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、加盟店の防犯訓練・講習会への参加率を50%以上とする</li> </ul>

2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	●ISO14001によりEMSをさらに深耕し、指摘事項(不適合、改善の機会)を前年度よりも削減	●ISO14001の定期審査における指摘事項が前年度より減少(不適合は未検出)	○	●ISO14001によりEMS運用体制と各取り組みを深耕し、指摘事項(不適合、改善の機会)を前年度よりも削減
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	●環境に優しい車両を2,800台導入(全車両の45.0%) ●EV車、FCV車の実証実験を実施	●環境に優しい車両を3,900台導入(全車両の62.7%) ●チルド米飯沖縄、チルドフローズン日野センターでEV車、チルド横浜緑センター、チルド米飯佐野センターでFCV車の実証実験を実施(チルド温度帯単独配送車両)	○ ○	●環境に優しい車両を4,200台導入(全車両の67.0%) ●チルド米飯沖縄、チルドフローズン日野センターでのEV車の実証実験を継続。FCV車はチルド米飯混載車両で実施
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削減	●レジ袋辞退率：約75%(2020年6月～2021年2月)	○	●前年度同様、レジ袋使用量削減を加盟店とお客様とともに継続
従業員への意識啓発				
	●エコ検定年間合格者数：500人(管理職者は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 ●全社員を対象に環境啓発を目的としたeラーニングを実施	●コロナ禍で受検機会が年2回から1回に減少し、合格者数は114人(管理職者は100%合格) ●コロナ禍でボランティア機会が減少し、案内できず ●2020年6月に全社員を対象に実施	× △ ○	●エコ検定年間合格者数：150人(管理職者は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 ●全社員を対象に環境啓発を目的としたeラーニングを実施

環境関連データ

課題	単位	2018年度	2019年度	2020年度
CO <sub>2</sub> 排出量※1※2※3	t-CO <sub>2</sub>	1,578,963	1,501,795	1,417,701
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量(1店舗当たり)※1※3	t-CO <sub>2</sub>	1,350,259 (64.6)	1,281,810 (61.4)	1,198,890 (56.7)
物流に伴うCO <sub>2</sub> 排出量(1店舗当たり)※1※4	t-CO <sub>2</sub>	225,959(10.8)	217,811(10.4)	216,285(10.2)
店舗運営に伴う電気使用量(1店舗当たり)※1※3	GWh(MWh)	2,888(138)	2,874(138)	2,795(132)
店舗運営に伴う水使用量※1※5	千m <sup>3</sup>	13,749	13,176	11,709
1店舗当たりのレジ袋使用重量	t	0.95	0.94	0.50
廃棄物量(リサイクル率)※6	t(%)	366,920(57.8)	384,028(61.6)	352,541(60.9)
食品廃棄物のリサイクル率※7	%	54.4	42.5	46.6

※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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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。

2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
能力向上支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●全社員対象のeラーニングによる学習支援</li> <li>●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</li> <li>●定期研修内における啓発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●全社員を対象に毎月テーマを設定してeラーニングを実施</li> <li>●店舗勤務者向けコンプライアンスeラーニングを年2回(各6コンテンツ)実施</li> <li>●定期研修内における啓発を実施</li> </ul>	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●選択(任意)制eラーニングを導入。必須の内容だけでなく、幅広く知識を習得できるコンテンツを提供</li> <li>●店勤務社員向けeラーニングと定期研修を刷新し、啓発・教育を継続</li> </ul>
公正な評価・処遇				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●評価制度の改善と定着のため、制度を一部改定するとともに、さらなる浸透・定着を目指し、研修・eラーニングを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店舗経営に関わる社員の評価制度を一部改定し、プロセス評価の比重をアップ。評価者、被評価者相互の制度理解を深めるため、eラーニングを実施</li> </ul>	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●現場社員の納得感が高い評価とするため、制度の設計・運用を改定。評価制度の理解を深めるため、継続してeラーニングを実施</li> </ul>
ワークライフバランスの実現				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●在宅勤務制度を導入し、より多様な働き方を支援</li> <li>●会社所定休日を増やし、ワークライフバランスの充実をさらに促進</li> </ul> <p>・年間有休取得日数：1人当たり15.0日 ・年間残業時間：1人当たり270.4時間 ・四半期ごとに安全衛生委員会で労働災害の未然防止につながる情報を発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●在宅勤務制度を導入し、運用を開始。運用に合わせてガイドラインを策定</li> <li>●コロナ禍において在宅勤務可能日数を増やすとともに、各部門長へ在宅勤務率を配信</li> </ul> <p>・年間有休取得日数：1人当たり9.6日 ・年間残業時間：1人当たり265.1時間 ・安全衛生委員会で労働災害の未然防止につながる情報を発信</p>	<p>○</p> <p>△</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●在宅勤務制度を拡充。より働きやすい環境整備に向けて、外出、スライドワーク、在宅勤務手当の導入を検討</li> </ul>
多様な人材の活躍				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●障がい者雇用 <ul style="list-style-type: none"> <li>・障がい者雇用率：2.3%</li> <li>・障害者職業生活相談員：99人</li> <li>・企業在籍型ジョブコーチ：15人</li> <li>・障がい者社員の定着に向けた支援を強化</li> </ul> </li> <li>●女性社員の活躍推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・女性管理職比率：25%</li> <li>・女性社員構成比：30%</li> <li>・キャリアアップ研修への参加を促進</li> </ul> </li> <li>●育児と仕事を両立する社員を支援するため、社内オンラインコミュニケーションツールを活用した社内コミュニティを発足。他の両立社員や先輩社員に気軽に相談できる場を提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●障がい者雇用 <ul style="list-style-type: none"> <li>・障がい者雇用率：2.35%</li> <li>・障害者職業生活相談員：90人</li> <li>・企業在籍型ジョブコーチ：12人</li> <li>・個々の障がい特性を熟知した担当者を専任し、職場環境を整備</li> </ul> </li> <li>●女性社員の活躍推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・女性管理職比率：21.5%</li> <li>・女性社員構成比：27.4%</li> <li>・キャリアアップ研修への参加を促し、成長を支援</li> </ul> </li> <li>●社内オンラインコミュニケーションツールを活用しての社内コミュニティを発足。両立社員同士がコミュニケーションをとれる場を提供</li> </ul>	<p>○</p> <p>△</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●障がい者雇用 <ul style="list-style-type: none"> <li>・障がい者雇用率：2.40%</li> <li>・障害者職業生活相談員：100人</li> <li>・企業在籍型ジョブコーチ：14人</li> <li>・啓発活動によって管理職の理解を促進</li> </ul> </li> <li>●女性社員の活躍推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・女性管理職比率(課長級)：25.0%</li> <li>・キャリアアップ研修への参加を継続して促し、成長を支援</li> </ul> </li> <li>●時短勤務者(営業職)の働き方に関するガイドラインを作成し、社内に周知</li> <li>●イントラネット上に「ワークスタイル改革ポータル」を両立社員のコミュニケーションプラットフォームとしてリニューアル</li> </ul>
労働安全衛生への配慮				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●副店長向け、新任管理職者向けのメンタルヘルス研修を継続</li> <li>●労働災害の未然防止に向けた情報発信を継続。発生件数を前年度より削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●副店長向け、新任管理職者向けのメンタルヘルス研修を実施</li> <li>●安全衛生委員会で労働災害の未然防止に向けた情報発信を継続 <ul style="list-style-type: none"> <li>・業務災害件数：108件(前年度比78%)</li> <li>・通勤災害件数：26件(前年度比43%)</li> </ul> </li> </ul>	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●副店長向け、新任管理職者向けのメンタルヘルス研修を継続</li> <li>●労働災害の未然防止に向けた情報発信を継続。発生件数を前年度より削減</li> </ul>



## 人事関連データ

従業員の内訳(2021年2月末)		(人)
正社員 <sup>※1</sup>		8,900
	男性	6,504
	女性	2,396
パートタイマー <sup>※2</sup>		2,753
	男性	1,191
	女性	1,562
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		11,653
	男性	7,695
	女性	3,958
新卒採用者数		277
	男性	180
	女性	97
中途採用者数		42
	男性	33
	女性	9

	2018年度	2019年度	2020年度
正社員平均勤続年数	9年0カ月	9年10カ月	10年8カ月
育児休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	316人 (16、2)	316人 (20、5)	341人 (23、1)
介護休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	8人 (4、0)	8人 (3、0)	5人 (2、0)
ボランティア休暇取得者数	0人	7人	0人
女性管理職数(比率) <sup>※4</sup>	247人(26.2%)	213人(21.7%)	211人(21.7%)
課長	240人(29.4%)	206人(24.7%)	201人(24.3%)
部長	7人(5.4%)	7人(4.7%)	10人(6.8%)
役員 <sup>※5</sup>	4人(13.3%)	4人(14.8%)	4人(16.0%)
障がい者雇用率 <sup>※6</sup>	2.30%	2.38%	2.35%
正社員有給休暇取得率	80.1%	74.4%	55.1%
労働災害度数率	0.53	0.54	0.72
労働災害強度率	0.03	0.01	0.02

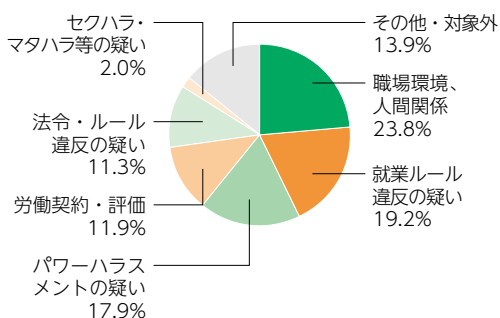
※1 定年再雇用者108人を含みます。  
 ※2 1日8時間換算による月平均人員。契約社員を含みます。  
 ※3 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)  
 ※4 役員を除いた課長級以上の比率。  
 ※5 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。  
 ※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

## 従業員相談受付関連データ

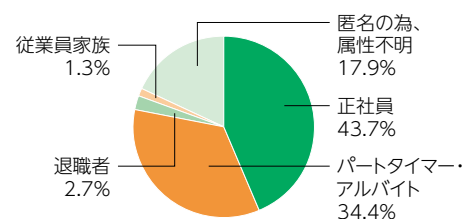
全従業員に対して、職場環境に関する意識調査や、各地区事務所で開催する委員会を通して、社内通報窓口の周知を進めてきました。社内通報制度は、違反行為の未然防止、早期発見・是正、再発防止を目的とした制度であり、適切に対応することで、企業としてのリスク管理と法令遵守を図っています。特に、ハラスメント防止に向けて、2020年度に役員・幹部社員向け研修を開催。あわせてeラーニングを活用し、全従業員の知識の習得と意識醸成を図り、社内啓発に取り組んでいます。

### 2020年度相談内容の内訳

受付件数151件(前年度比81.2%)



### 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

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
環境に配慮した商品の提供	●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を削減	●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を削減	○	●手巻おにぎりのパッケージフィルムの薄肉化、弁当類の帯フィルムのリサイクルペットへの変更、サンドイッチのパッケージ変更で、年間約1,000tの石油由来プラスチックを削減
	●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のプラスチックを削減	●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のプラスチックを削減	○	

## 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
社会インフラとしてのサービスの拡充				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域社会への参画 地域の活性化や市民サービスの向上につながる地域活性化包括連携協定などを締結し、地域の行政機関との連携を強化。店舗インフラなどを活用して、高齢者・子育ての支援や、文化・芸術・スポーツ活動の支援など、本業を通じた取り組みを推進 新規締結予定自治体: 1(延べ58自治体)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●茨城県龍ヶ崎市と新規締結(延べ58自治体と締結)</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域社会への参画 新規締結予定自治体: 3(延べ61自治体)</li> </ul>
高齢者支援の取り組み				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●認知症サポーターの養成 企業内講師による養成講座、地域包括支援センターなど地域と連携した講座を実施し、認知症サポーターを養成。全従業員の受講を目指す</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コロナ禍の影響で448人(前年度比34.6%)の受講にとどまる(前年度は1,295人受講)。延べ受講者数は10,150人(全従業員に占める割合32.2%)</li> </ul>	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>●受講者数: 2,640人 延べ受講者数: 12,000人(全従業員に占める割合38.1%)</li> </ul>
子育て支援の取り組み				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●マタニティ・育児相談 助産師・保健師による無料の育児相談を107店舗で年間5,500回実施。2019年度と同様、22万件的相談に対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●105店舗で年間4,227回実施。11万件的相談に対応(前年度比50%) ※新型コロナウイルスの拡大による緊急事態宣言を受けて、2020年4月～6月の期間、78店舗「マタニティ育児相談室」を休室</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>●105店舗で年間5,400回実施。2019年度と同様、22万件的相談に対応</li> </ul>
お買物の利便性向上にむけて				
	—	—		<ul style="list-style-type: none"> <li>●ネットスーパーお届け事業 「必ず買える・受け取れる」の実現 ・受け取り拠点の拡大 ネットスーパー実施全109店舗で店舗受け取りを可能に ・3温度帯対応ロッカーの設置 設置済みの13台に加え、5カ所に設置(セブン-イレブン3店舗、保育園1園、イトーヨーカドー1店舗)  ・セブン-イレブン店舗への引き取りロッカーの設置 2021年8月より5店舗でテスト開始予定  ・受け取り方法の拡大 非接触お届けサービスを全109店舗で実施 ネットスーパー西日暮里店で在宅不要の置き配の実証実験を行い、2021年度中に8店舗へ拡大  ・在宅不要の定期お届けサービス開始 2021年7月よりネットスーパー西日暮里店でテストを開始し、2022年度より実施店舗を拡大予定  ・ネットスーパーお届け事業全体で利用会員(UU)19万人(2019年度:17万人)</li> </ul>

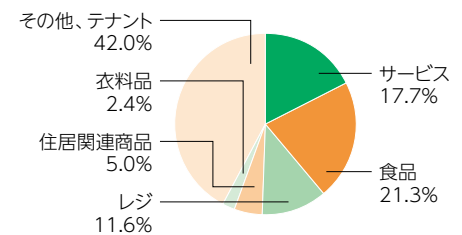
お買物の利便性向上にむけて			
	●移動スーパー「とくし丸」(移動販売車)の新規開業 ネットスーパーやネット通販でカバーしきれない生活者を支援し、地域のライフラインとしての役割を果たす 開業計画：25店舗26台	●コロナ禍の中で非接触ニーズもあり、順調に開業。地域との連携強化の観点から、見守り活動なども一部地域で実施 開業：25店舗27台	○ ●毎日のお買物に不自由している高齢者などに対してお買物の場を提供。また、新型コロナウイルス感染症予防対策として、三密回避の安全・安心な買物様式を提供。直接顔を合わせてお買物ができるため、見守り活動としての役割も担い、地域ネットワークの構築を目指す。あわせて、事業の継続に向け個人事業主を増員 開業計画：48店舗48台 (累計73店舗76台) 個人事業主数：6人増加(累計12人)

## 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

お客様の声の受付件数は、新型コロナウイルス対策へのお問い合わせなどもあり、前年度比101%と微増となりました。しかし、前年度は約21%を占めていたサービスに関するご不満は、約18%(前年度比80%)へ減少しました。さらなるお客様のご不満の解消に向けて、発生原因を分析し、再発防止策を講じていきます。

### 2020年度相談内容の内訳 受付件数45,035件(前年度比101.3%)



# 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021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"> <li>●食品へのご不満の受付件数：前年度比80%</li> <li>●青果物の鮮度不良の削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●9,605件(前年度比101%)</li> <li>●青果物を含む食品の変質の発生：6,446件(前年度比100%で横ばい)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>×</li> <li>×</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●前年度目標が未達成のため、2020年度比80%を目標として継続</li> <li>●青果部を重点部門、フルーツ(果実)を重点改善商品カテゴリーとし、食品の鮮度不良を前年度比80%に削減</li> </ul>
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様のご指摘・ご要望を傾聴し、再来店につながる具体的な改善策を提案</li> <li>●お客様の声データの見える化をさらに進め、関係各部署で情報を共有</li> <li>●接客対応に関する苦情件数：前年度比20%削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●大きなトラブルとなるケースなし</li> <li>●データの数値化・見える化は結果報告とともに以前より進化</li> <li>●接客対応苦情は20%削減までは届かず(サービス苦情全体では前年度比20%削減)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>△</li> <li>△</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新型コロナウイルスの感染防止対策を重点テーマとして施策を推進</li> <li>●AI・IoTの活用を検討 2022年度スタートの準備【自動会話プログラム(チャットボット)や音声自動応答システム(IVR)等】</li> <li>●特に人的要素の強い「接客対応苦情の改善」を重点的に取り組む</li> <li>●接客対応に関する苦情件数：前年度比20%削減</li> </ul>
お客様ニーズの把握				
	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「くらしのアドバイザー」の店頭調査の拡大 <ul style="list-style-type: none"> <li>・毎週実施している店頭調査によって収集したお客様のご意見を関係各部署で共有</li> <li>・2021年度は調査店舗を15店舗へ拡大(前年度調査店舗：10店舗)</li> </ul> </li> </ul>
健康に寄与する商品・サービスの提供				
	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>●減塩や低カロリーなど健康に配慮したお弁当を開発。弁当カテゴリー全体に占める売上構成を10%に拡大</li> </ul>
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●閉店やヨークから移管された店舗より回収した通信機器を既存店舗に再配備し有効活用</li> <li>●通信機器のバッテリーを順次交換</li> <li>●店舗の防火管理委員会で、年間を通して各災害対策を確認</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●災害に備え、各店舗環境に合わせて通信機器を適正に再配備</li> <li>●消耗したバッテリーを交換と新機種への入れ替えを実施</li> <li>●各店舗において災害対策の実施状況を防火管理委員会で確認。本部も議事録により実施状況を把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> </ul>	—
災害時の支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●災害時支援協定が未締結の出店先の自治体などと協定を締結</li> <li>●過去に締結した災害時支援協定の内容を順次見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●埼玉県朝霞市、本田消防署と物資供給協定、千葉県流山市と施設提供協定を新規締結</li> <li>●埼玉県蕨市、戸田市、千葉県流山市、我孫子市と物資供給協定の内容を見直し再締結</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●災害発生時に支援物資を迅速に供給できるよう、社内関係各部署(商品部、物流室、会計管理部)の連携を強化</li> <li>●過去に締結した自治体などとの協定内容を順次見直し、実効性を確保</li> <li>●協定締結だけでなく、自治体などが主催する防災訓練や会議などへの参加、情報交換を通じて連携を強化</li> </ul>
地域防犯対策				
	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各店舗の所轄警察署と連携を強化。警察署が実施する地域防犯イベントなどの開催に協力</li> </ul>

2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021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"> <li>●45店舗、約35,000台の蛍光灯をLED化</li> <li>●導入可能店舗の売場空調設備のインバーター化を完了</li> <li>●1店舗当たりの配送距離：155千km</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●100店舗、約85,000台のLED化とLEDの更新を実施</li> <li>●インバーターの導入効果の試算を未導入の店舗で実施。効果のある店舗はなし</li> <li>●アリオ市原のメガソーラーをはじめ、4店舗で太陽光パネルを設置</li> <li>●140千km ※稼働平均店舗数にて算出 ・ハンガー配送便を週5日配送から週4日配送に集約 ・2020年9月に5センター体制から4センター体制に集約し、平均配送距離を短縮。センター配置の見直しに合わせて、店舗への到着時間も見直し、車両台数を削減</li> </ul>	<p>○</p> <p>△</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>—</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●80店舗、約68,000台のLEDを更新</li> <li>●80店舗、約3,000台の外部投光器と水銀灯をLED化</li> <li>●太陽光パネルを3店舗に設置</li> <li>●1店舗当たりの配送距離：135千km ・加工食品の発注・納品リードタイムを変更 ・開店前・閉店後の集中納品を、日中の時間帯も有効活用した配送に変更し運行台数を削減</li> <li>●空調・熱源のAI制御システムを1店舗にテスト導入</li> <li>●アリオ亀有店にて「RE100」を実現(国内初のオフサイトPPA)</li> <li>●ソーラーカーポートの設置を計画</li> </ul>
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品ロス：2013年度比27.5%削減</li> <li>●食品リサイクル率：60.0%(食品関連商品を取り扱う全157店舗で引き続きリサイクルを実施)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●32.7%削減</li> <li>●64.0%(食品関連商品を取り扱う全131店舗でリサイクルを実施)</li> </ul>	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品ロス：2013年度比33%削減</li> <li>●食品リサイクル率：65.0%</li> </ul>
サーキュラーエコノミーの推進				
	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>●フードドライブ活動の回収ボックス常設店舗を40店舗に拡大</li> <li>●ペットボトル回収を推進(回収機1台当たり21t/年)</li> <li>●羽毛の回収 羽毛布団やダウンジャケットを対象店舗で回収し、回収したダウン商品を再利用し、商品化するなど取り組みを推進 回収数：1,300点(前年度比134%) ※前年度は968点回収</li> <li>●傘の回収 「傘買い替えキャンペーン」で傘を1点お買い上げにつき不要の傘1点をお客様から回収。回収した傘をリサイクルして新しい商品に生まれ変わらせる取り組みを推進 回収数：15,000本</li> </ul>
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「セブンファーム」の取り組みの推進 ・JGAPなど認証取得の拡大 ・規格外品の利用によるフードロスの削減、サステナブル原料(循環型農業生産物)を使用した加工食品の提供 ・食品リサイクル率の向上(2020年度：64.0%)</li> </ul>
従業員への意識啓発				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●エコ検定受験者数(合格率)：1,300人(90%)</li> <li>●「GREEN CHALLENGE 2050」の理解・推進を目的とするeラーニングを100%受講</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コロナ禍で検定試験の実施回数が減少 受験者数：340人、合格者数：149人(合格率43.8%)</li> <li>●eラーニング受講率：99%</li> </ul>	<p>×</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●エコ検定合格者数(合格率)：1,000人(2021年6月時点受験対象者1,194名)(90%)</li> <li>●「GREEN CHALLENGE 2050」の理解・推進を目的とするeラーニングを100%受講</li> </ul>



## 環境関連データ

課題	単位	2018年度	2019年度	2020年度
CO <sub>2</sub> 排出量※1※2※3	t-CO <sub>2</sub>	452,906	414,126	374,997
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量※1※3 (環境負荷指標※4)	t-CO <sub>2</sub> (t-CO <sub>2</sub> /(100万㎡×千h))	428,636 (92)	391,680 (100)	353,469 (110)
配送車両に伴うCO <sub>2</sub> 排出量※1※3	t-CO <sub>2</sub>	21,454	22,158	21,287
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	745	701	645
店舗運営に伴う水使用量※1	千㎡	6,138	5,842	4,795
食品売場でのレジ袋使用重量(辞退率)	t(%)	1,012(72.7)	756(74.4)	399(81.7)
廃棄物量	t	125,267	119,172	105,246
食品廃棄物のリサイクル率	%	55.1	59.5	64.0

※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CO<sub>2</sub>排出量。

※3 CO<sub>2</sub>排出量は「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>排出量。

## 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
能力向上支援(食品関連部門)				
	<ul style="list-style-type: none"><li>●人員政策による異動者も含めて、食品生鮮部門異動者の育成と技術習得を中心に、上期に50人へ研修を実施</li><li>●食品生鮮部門異動者に研修生の辞令を発令し、1カ月間の研修と3カ月間の店舗での実践研修を合わせて、4カ月間の教育カリキュラムを運営</li><li>●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</li><li>●商品づくりマニュアルだけでなく、衛生管理を含めた新基準のマニュアルの作成と教育、食品従事者全員に録画視聴を実施</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●食品生鮮部門へ異動した社員46人を対象に、異動直後の1カ月間の集中研修と3カ月間の店舗実践研修を実施</li><li>●配属時の技術レベルが安定し、異動者本人、受け入れ責任者の双方から高い満足度を得られた</li><li>●食品生鮮部門の技術を中心に動画マニュアルを作成したが、すべての技術については完成しておらず、視聴教育は未実施</li></ul>	○  	

高齢者に焦点を当てた商品開発			
<ul style="list-style-type: none"> <li>●コロナ禍においてお客様のニーズの高い抗ウイルス・抗菌、消臭仕様の防水シートやパジャマなどの開発を強化</li> <li>●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 開発商品売上構成比：30%</li> <li>●「あんしんサポート売場」の認知度をさらに向上。メーカーと共同でケアマネジャーへアプローチし、コロナ禍で来店を控えるお客様にネット通販を提案 ネット通販売上：前年度比120%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●開発商品構成比：24%</li> <li>●ネット通販売上：前年度比116%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>×</li> <li>△</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●高齢者は新型コロナウイルス重症化のリスクが高いことから、今後も抗ウイルス・抗菌商品の品揃えを拡充。防水シート、パジャマだけでなく、靴下、ボトム、ステッキなど、抗ウイルス・制菌・抗菌仕様のPB商品の開発を推進し、NB商品とともに品揃えを強化</li> <li>●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 開発商品売上構成比：25%</li> </ul>
労働安全衛生への配慮			
<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●ハラスメント研修を継続するとともに、就業違反者に対する啓発教育を実施</li> <li>—</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●前年度比93%(94件)、全労働災害発生件数前年度比105%(523件)</li> <li>●ハラスメント研修は新型コロナウイルス対策のため未実施、就業違反者への教育は2020年8月に実施</li> <li>—</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△</li> <li>—</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●全労働災害発生件数を前年度比90%、かつ休業4日以上重大労働災害発生件数も前年度比90%まで削減</li> <li>●ハラスメント研修については形態を変更して開催し、就業違反者に対する啓発教育は継続実施</li> <li>●年間総実労働時間の削減 役職者の総労働時間：2,000時間以内</li> <li>●残業時間の削減 36協定違反：0件</li> <li>●店舗安全衛生委員会の協議内容の見直し</li> </ul>
働きやすい環境づくり			
—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定期的なセミナーの開催などを通じて介護に関する知識や情報を提供するとともに、相談窓口を拡大</li> <li>●新卒入社者の3年後定着率 2018年度入社者の在籍率は82.2%と他業種平均・小売業平均と比較して高い水準だったことから、引き続き在籍率の向上を目指す</li> </ul>
女性の活躍推進			
—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>●女性の活躍推進 女性役職者層のボトムアップを推進し、女性役職者の割合を課長級15.0%(現状14.1%)、係長級32.0%(現状31.7%)へ向上</li> <li>●男性社員の育児休暇取得率が33%と年々下降しているため、まず50%、最終的には100%とすることを目指す</li> </ul>

2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
お取引先行動指針の強化				
—	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>●サステナブルサプライチェーンの構築 お取引先様「セブン&amp;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監査にご協力いただく CSR監査：D・E評価工場の撲滅、A・B・C評価工場の比率を向上</li> </ul>
本業を通じた社会課題の解決				
—	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店舗インフラを活用した新たな価値の創造(新型コロナウイルスワクチン接種会場の設置、マイナンバー促進ブースの設置)</li> <li>●エシカル商品の開発</li> </ul>
持続可能な原材料の調達				
—	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「顔が見える野菜。」で有機野菜の開発を拡大 ・2020年度の34アイテム+2021年度の50アイテム ・有機野菜コーナーの展開店舗数を約30店舗から2021年12月までに80店舗へ拡大</li> <li>●JGAP認証を取得した畜産品の拡大で持続可能性が担保された原料の使用比率を向上(2021年6月：北国四元豚、9月：まごころたまご、11月：とちぎ芳賀牛、十勝ハーブ牛、桜山豚)</li> <li>●MEL認証取得の水産物を使用した店内加工品(寿司、惣菜)の取扱い拡大で持続可能性が担保された原料の使用比率を向上(2021年5月：鮎、6月：銀鮭、7月：夏ぶり、9月：生秋鮭、12月：牡蠣)</li> <li>●MSC、ASCのCoC認証を取得(2021年10月)</li> <li>●再生PETを使用した商品の品目を拡大(ボディクーラー、ドレスシャツ、環境傘に続く商品の開発)</li> <li>●リサイクルダウン、オーガニックコットン、節水ボトムなど、環境に配慮した商品の品揃えを拡大、再生ポリエステル素材「RENU」を使用した商品の発売(2021年12月：グットフィットパンツ)</li> </ul>

社会貢献活動

2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
社会貢献活動費の支出				
—	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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実施 ・社会貢献活動費：前年度比110% ※(一社)日本経済団体連合会「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。 ・全店の店内レジに設置した募金箱による募金：累計金額3,150万円(前年度比107%)</li> </ul>

NPO、NGO等の団体との連携			
—	—		●店舗インフラを活用して、高齢者や子ども、生活困窮者などを支援するフードドライブ活動への協力。商品の寄贈を通じて、地域福祉の推進やフードロスの削減につなげる フードドライブ回収ボックス常設店舗：40店舗
ベルマーク活動を通じた復興支援			
—	—	—	●東日本大震災の復興支援として2011年から「東北かけはし」プロジェクトを継続実施。商品の販売や観光支援のほか、ベルマーク回収活動の継続実施(東北の子どもたちが使う教材などを提供) 回収目標：300万点(延べ1,800万点)

## 人事関連データ

従業員の内訳(2021年2月末)		(人)
正社員 <sup>※1</sup>		6,380
	男性	4,533
	女性	1,847
パートタイマー <sup>※2</sup>		19,330
	男性	3,889
	女性	15,441
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		25,710
	男性	8,422
	女性	17,288
新卒採用者数		175
	男性	92
	女性	83
中途採用者数		24
	男性	12
	女性	12

	2018年度	2019年度	2020年度
正社員平均勤続年数	24年7カ月	23年2カ月	23年5カ月
育児休職取得者数※ <sup>3</sup> (うち男性、パートタイマー)	323人 (3、183)	290人 (8、194)	289人 (7、183)
介護休職取得者数※ <sup>3</sup> (うち男性、パートタイマー)	32人 (1、26)	26人 (5、17)	34人 (2、26)
ボランティア休暇取得者数	4人	7人	7人
女性管理職数(比率)※ <sup>4</sup>	798人(26.3%)	751人(26.1%)	701人(27.6%)
係長	707人(30.9%)	666人(31.0%)	625人(31.9%)
課長	71人(13.8%)	65人(13.0%)	55人(13.9%)
部長	20人(8.8%)	20人(8.9%)	21人(11.4%)
役員※ <sup>5</sup>	1人(4.8%)	1人(4.2%)	3人(13.0%)
障がい者雇用率※ <sup>6</sup>	2.99%	3.15%	3.19%
正社員有給休暇取得率	26.3%	32.8%	45.1%
労働災害度数率	1.65	1.37	1.53
労働災害強度率	0.04	0.03	0.04

※1 定年再雇用者712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 役員を除いた係長級以上の比率。

※5 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。

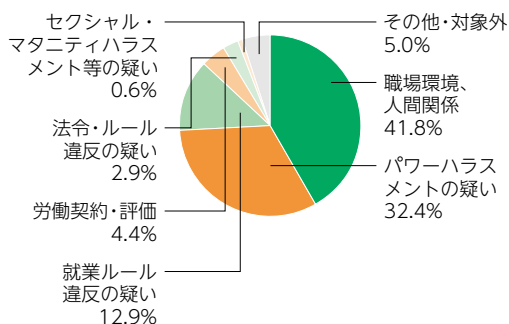
※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

## 従業員相談受付関連データ

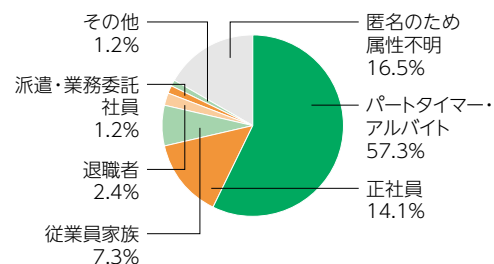
2019年度と比較して2020年度の相談件数は95.8%と減少していますが、ハラスメントに関する相談件数は昨年と変わらぬ推移となっています。引き続き役職者に対するコーチング研修やハラスメント教育に取り組み、コミュニケーションの取りやすい、働きやすい職場環境づくりに努めていきます。

### 2020年度相談内容の内訳

受付件数340件(前年度比95.8%)



### 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

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
育児・高齢者支援など				
	●献血活動を継続実施	●ハートフルサタデー献血者数: 297人	○	●献血活動を継続実施
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)を実施	●各店舗で実施	○	●各店舗で誕生祭を継続実施

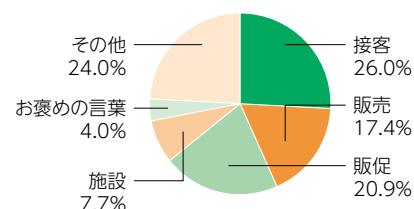
## 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

### 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、各店舗におけるお客様対応の事例を全店で共有しています。店舗と本部が連携し、よりスピーディーに返答することで、一つでも多くのご意見を形にしながら、楽しく、安心してお買物できるお店づくりに努めています。

### 2020年度相談内容の内訳

受付件数3,971件(前年度比111.8%)



### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	●「三ツ星野菜・果物」の売上(既存店舗): 前年度比: 106%	●前年度比: 102.3%	○	●「三ツ星野菜・果物」の売上(既存店舗): 前年度比: 107.4%
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	●バリアフリー新法に対応した新店舗を拡大	●バリアフリー新法対応店舗: 126店舗	○	●バリアフリー新法に対応した新店舗を拡大
災害時の支援				
	●災害協定締結などの要請があった自治体との協力を検討	●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との協力を検討
地域防犯対策				
	●警察からの協力要請に対応	●「こども110番の店」活動に協力	○	●新店舗についても「こども110番の店」活動に協力

## 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021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(既存店舗): 前年度比98.0%	●前年度比: 99.0%	△	●電気使用量(既存店舗): 前年度比97.4%
	●冷蔵・冷凍ケース遠隔サポートシステムの新規設置店舗数を拡大: 45店舗	●45店舗(累計146店舗に設置)	○	●太陽光発電設備の設置: 10店舗 (△2,000t-CO <sub>2</sub> / 年削減)



## 環境関連データ

課題	単位	2018年度	2019年度	2020年度
CO <sub>2</sub> 排出量※1※2※3	t-CO <sub>2</sub>	192,977	192,650	192,766
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量(1店舗当たり)※1※3	t-CO <sub>2</sub>	175,576(787)	174,464(755)	173,804(733)
配送車両に伴うCO <sub>2</sub> 排出量※1※3	t-CO <sub>2</sub>	17,097	17,868	18,518
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	338	336	340
店舗運営に伴う水使用量※4	千m <sup>3</sup>	1,097	1,072	1,044
食品売場でのレジ袋使用重量(辞退率)	t(%)	516(70.5)	496(72.6)	337(82.0)
廃棄物量(リサイクル率)※4	t(%)	44,697(52.2)	52,953(52.1)	54,572(55.6)
食品廃棄物のリサイクル率※4	%	59.8	58.1	60.5

※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CO<sub>2</sub>排出量。

※3 CO<sub>2</sub>排出量は「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO<sub>2</sub>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

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
能力向上支援				
	●教育推進室のトレーナー部と能力開発部を統合した「教育推進部」によって階層別教育・OJT教育を推進	●上期はコロナ禍の影響で集合研修ができず、計画に沿った研修・教育環境も整備できなかったが、下期以降はWEBツールや個別対応によって新たな教育スタイルを確立し、階層別教育を推進	△	●ニューノーマルに即した柔軟な研修スタイルへ変更し、技術・マネジメントに関する階層別教育・OJT教育を計画的に実施することで組織力を向上
	●技術認定合格者数(生鮮・陳列・接客サービス)：1,316人	●合格者数：1,381人(達成率105%)	○	●技術認定合格者数：1,023人
	●発注担当者教育受講者数(レベル4・5)：542人 ●フィードバック研修実施回数：6ゾーンで36回	●受講者数：947人(達成率175%) ●研修実施回数：4ゾーンで24回(達成率67%)	○ ×	●発注担当者教育受講者数(レベル4・5)：453人 ●パワハラ防止研修実施回数：14ゾーン×7部門で91回
ワークライフバランスの実現				
	●年間有給休日取得日数(正社員)：10日	●年間有給休日取得日数(正社員)：7.6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)を28%へ向上	●女性管理職比率(係長級)：26.4%	×	●幹部養成カリキュラムを推進し、女性管理職比率(係長級)を28%へ向上
労働安全衛生への配慮				
	●年間労働災害発生件数：前年度比80%	●前年度比：116%	×	●年間労働災害発生件数：前年度比90%

## 人事関連データ

従業員の内訳 (2021年2月末)		(人)
正社員※1		3,068
	男性	2,595
	女性	473
パートタイマー※2		12,198
	男性	2,167
	女性	10,031
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		15,266
	男性	4,762
	女性	10,504
新卒採用者数		121
	男性	70
	女性	51
中途採用者数		0
	男性	0
	女性	0

	2018年度	2019年度	2020年度
正社員平均勤続年数	14年8カ月	14年8カ月	15年0カ月
育児休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	185人 (0、161)	196人 (0、170)	205人 (0、177)
介護休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	4人 (0、4)	5人 (0、5)	6人 (0、6)
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	601人(25.3%)	604人(25.4%)	614人(24.9%)
係長	395人(26.1%)	381人(25.3%)	390人(26.4%)
課長	191人(34.6%)	207人(36.4%)	208人(31.1%)
部長	15人(4.9%)	16人(5.3%)	16人(5.2%)
役員※5	3人(10.3%)	2人(6.9%)	2人(6.9%)
障がい者雇用率※6	2.97%	3.10%	3.12%
正社員有給休暇取得率	26.5%	40.0%	50.0%
労働災害度数率	3.33	3.58	3.40
労働災害強度率	0.01	0.01	0.01

※1 定年再雇用者258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 役員を除いた係長級以上の比率。

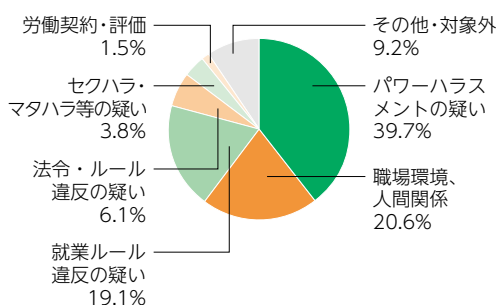
※5 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。

※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

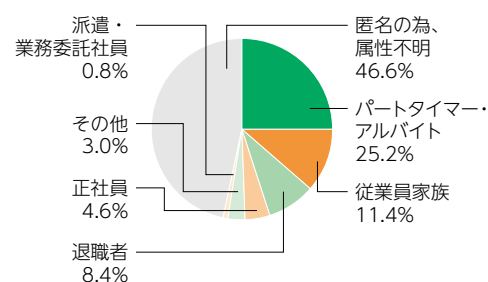
## 従業員相談受付関連データ

職場における悩みごとや、ハラスメント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、職場環境の改善に努めています。

### 2020年度相談内容の内訳 受付件数131件(前年度比109.2%)



### 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

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

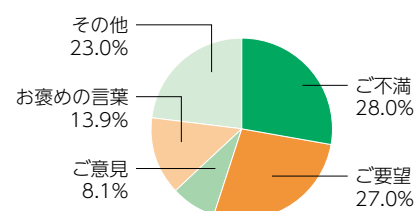
課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
育児・高齢者支援など	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「リ・チャレンジ制度」利用者を拡大し、退職者を抑制</li> <li>●社内報に「リ・チャレンジ制度」利用者の紹介記事を掲載し、制度を周知</li> <li>●育休復職者に対するオリエンテーションを継続開催するとともに、その課題を改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「リ・チャレンジ制度」利用者の退職は1名で横ばい</li> <li>●社内報への紹介記事の掲載がなく、制度の周知は未実施</li> <li>●コロナ禍のためオリエンテーションは中止、5月と1月に育児勤務者を対象に個別コミュニケーションを実施、育休取得者には2カ月に1回郵送で社内の近況を報告</li> </ul>	<p>○</p> <p>×</p> <p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「リ・チャレンジ制度」利用者を拡大し、退職者を抑制</li> <li>●社内報に「リ・チャレンジ制度」利用者の紹介記事を掲載し、制度を周知</li> <li>●育休復職者向けのオリエンテーションをリアルまたはオンラインで実施</li> </ul>
	<p>地域活性化への協力</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●小中学校の研修に協力(職場見学、職業体験、CSRリーフレットの提供)</li> <li>●認知症サポーターの養成: 累計2,800人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コロナ禍のため、小中学生の店舗見学の受け入れは自粛したが、先生の受け入れやCSRリーフレットの提供は実施</li> <li>●コロナ禍で養成講座の実施は見合わせ</li> </ul>	<p>△</p> <p>×</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●先生の受け入れやCSRリーフレットの提供を積極実施</li> <li>●認知症サポーターの養成に向けたeラーニングや小規模講座を実施</li> </ul>

## 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

2020年度の受付件数は、前年度比108%の8,821件(フリーダイヤルでの受付2,713件、店舗での受付6,108件)で、新型コロナウイルス対策に関するご意見も増加。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いきます。

### 2020年度相談内容の内訳 受付件数8,821件(前年度比108%)



# 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021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"> <li>●店舗の責任者会議を通じて、商品の日付管理や正確な産地・履歴表示などについて店舗調査における実例をもとに教育</li> <li>●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を強化し、品質管理体制を強化</li> <li>●店舗巡回による衛生設備(ピュアスター水：微酸性電解水)の運用確認</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●販売事業部社員と店舗責任者間での品質・安全性の管理に関する体制確認を強化</li> <li>●コロナ禍で近隣5店舗程度のチームメンバーの小規模な集まりはできず、WEB会議でのコミュニケーションに留まった</li> <li>●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担当者による店舗インタビュー時に活用方法について説明し、適切な運用を維持</li> </ul>	<p>△</p> <p>×</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●毎月の店舗の責任者会議において品質管理に関する教育を強化することで、HACCPを通じた日付管理、正確な産地・履歴表示などについての教育を強化</li> <li>●本部QC担当者の全店舗でのHACCPチームメンバーとのコミュニケーションを年2回実施</li> <li>●衛生設備(ピュアスター水)の店舗巡回を旧首都圏ゾーン全店に対して実施</li> </ul>
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●改造店舗で「ふれあいコーナー」をリフレッシュ</li> <li>●店舗の床材に防滑タイプのセラミックタイルを継続導入(新店2店舗)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●感染防止のためコーナーを閉鎖・縮小</li> <li>●新店2店舗に導入</li> <li>●センサー式自動除菌ポンプを全店に設置</li> <li>●レジ・サービスカウンターのパーテーションを全店で設置</li> <li>●カメラ式検温システムを導入(新店1店舗)</li> </ul>	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新型コロナウイルスの感染状況を確認しながら、改造店舗で「ふれあいコーナー」をリフレッシュ</li> <li>●店舗の床材に防滑タイプのセラミックタイルを継続導入(新店1店舗)</li> </ul>
適切な情報提供				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店舗監査結果で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</li> <li>●本部QC担当者によるWEB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実施、各会議を通じたダイレクトコミュニケーションを強化</li> <li>●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研修、食品表示研修を年2回実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コロナ禍で店舗監査を計画通り実施できず、監査結果の共有は月1回程度に留まったが、経費などの監査を実施し、課題があれば幹部に共有</li> <li>●本部QC担当者による月1回のWEB会議、毎週のEメールによる店舗への情報発信、店舗責任者会議でのコミュニケーションを実施</li> <li>●コロナ禍で近隣5店舗程度のチームメンバーによる小規模な研修ができず、WEB会議でのコミュニケーションに留まった</li> </ul>	<p>△</p> <p>○</p> <p>×</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店舗監査の結果を受け、販売事業部と課題を毎週共有して改善に努める。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</li> <li>●Eメールによる店舗へのHACCP、衛生管理、鮮度管理、アレルギー表示などに関する毎週の情報発信を継続するとともに、各会議を通じたダイレクトコミュニケーションの強化</li> <li>●eラーニングによる食品衛生研修、食品表示研修を年間5回程度実施</li> </ul>
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●チラシへのフリーダイヤルの掲載や店舗への「お客様の声ボックス」の設置を継続し、より多くのお客様の声をいただいて店舗運営の改善につなげる</li> <li>●お客様の声を経営幹部と店舗従業員で共有し、店舗運営の改善を図る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●年間数千件のお客様の声をすべて確認し、重要なご意見を経営幹部・店舗従業員で共有し対応</li> <li>●新型コロナウイルス対策に関するお客様のご心配や、ご意見を多く承る年となり、お客様の感じているご不満・ご不安を共有</li> </ul>	<p>○</p> <p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様の声をいただく体制を維持継続し、重要なご意見を毎週集計して経営幹部・店舗従業員で共有することで、お客様のご要望・ご不満に素早く改善できる体制を維持継続する</li> <li>●新型コロナウイルス対策に関する多くのお声をいただけることから、安心してお買物していただける店舗での対応を提案する</li> </ul>

## 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	●BEMSを活用	●100店舗中98店舗まで拡大	○	●新店舗含めて全店に設置
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ン化を継続(3店舗) ●太陽光発電設備を設置(2店舗) ●残存する蛍光灯照明をLED化(5店舗)	●リーチン化：3店舗 ●太陽光発電設備：2店舗 ●照明のLED化：7店舗	○ ○ ○	●冷凍多段ケースをリーチン化：1店舗 ●太陽光発電設備を設置：4店舗 ●AIによる空調制御を実施：1店舗
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：64.8% ●レジ袋辞退率：70%、 レジ袋使用重量：前年度比85%	●食品廃棄物リサイクル率：59.2%(全社)、 68.2%(既存店舗) ●4月11日より全店で有料化を実施。 レジ袋辞退率：78.9% レジ袋使用重量：前年度比40.3%	○ ○	●食品廃棄物リサイクル率：60%(全社) ●レジ袋辞退率：前年度比82.0% レジ袋使用重量：前年度比85.0%
従業員への意識啓発				
	●エコ検定合格者数：30人	●エコ検定合格者数：21人	△	●エコ検定合格者数：110人

### 環境関連データ

課題	単位	2018年度	2019年度	2020年度
CO <sub>2</sub> 排出量※1※2※3	t-CO <sub>2</sub>	56,375	54,891	63,416
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量(1店舗当たり)※1※3	t-CO <sub>2</sub>	56,337(696)	54,852(660)	63,377(615)
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	117	115	136
店舗運営に伴う水使用量※1	千m <sup>3</sup>	513	483	577
食品売場でのレジ袋辞退率	%	50.6	54.5	78.9
廃棄物量(リサイクル率)	t(%)	21,891(77.9)	20,097(80.2)	23,978(72.1)
食品廃棄物のリサイクル率	%	62.8	64.2	59.2

※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CO<sub>2</sub>排出量。

※3 CO<sub>2</sub>排出量は「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO<sub>2</sub>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

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
能力向上支援				
	●総括マネジャー、ゾーンマネジャー、店長、マネジャーへコミュニケーションセミナー(アンガーマネジメント・コーチング)を実施 ●新入社員を対象にWEB研修、技術研修を実施	●精肉部・青果部の部門マネジャー約200名に対してコミュニケーションセミナー(アンガーマネジメント・コーチング)を年8回実施 ●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	△ ○	●リモートによる研修環境を整備。店長層への教育コンテンツを作成・運用 ●新入社員への教育コンテンツを作成・運用
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、平均残業時間を前年度比10%削減	●前年度比：8.3%削減	○	●総労働時間の削減のために、平均残業時間を前年度比10%削減
多様な人材の活躍				
	●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%	●エキスパート社員の登用：5人 ●正社員登用：9人 ●女性幹部登用：2人 ●女性管理職比率：17.1%	× × × ×	●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				
	●労働災害の発生原因と再発防止対策を周知し、休業を要する労働災害を削減	●労働災害度数率：4.11(前年度：2.46)、 ●強度率：0.10(前年度：0.06) ●休業日数：1,407日(前年度：730日)	△	●労働災害の発生原因と再発防止対策を周知し、休業を要する労働災害を削減



## 人事関連データ

従業員の内訳 (2021年2月末)		(人)
正社員※1		1,602
	男性	1,254
	女性	348
パートタイマー※2		5,588
	男性	1,378
	女性	4,210
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		7,190
	男性	2,632
	女性	4,558
新卒採用者数		75
	男性	41
	女性	34
中途採用者数		4
	男性	3
	女性	1

	2018年度	2019年度	2020年度
正社員平均勤続年数	15年11カ月	15年7カ月	15年1カ月
育児休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	51人 (0、23)	41人 (0、23)	40人 (0、27)
介護休職取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	2人 (0、2)	0人 (0、0)	1人 (1、0)
ボランティア休暇取得者数	0人	2人	0人
女性管理職数(比率)※4	218人(24.8%)	213人(24.7%)	226人(21.5%)
係長	172人(28.7%)	169人(28.7%)	167人(24.6%)
課長	38人(23.0%)	36人(22.9%)	50人(23.0%)
部長	8人(7.0%)	8人(6.7%)	9人(6.2%)
役員※5	1人(6.7%)	2人(11.1%)	2人(10.5%)
障がい者雇用率※6	2.22%	2.30%	2.04%
正社員有給休暇取得率	20.9%	34.6%	36.9%
労働災害度数率	4.61	2.46	4.11
労働災害強度率	0.09	0.06	0.10

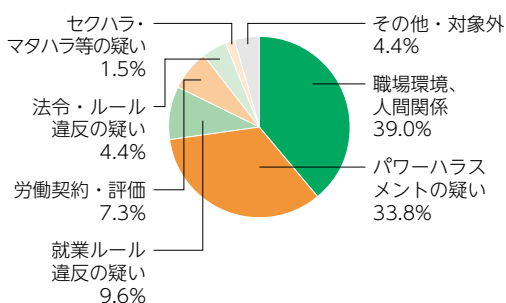
※1 定年再雇用者93人を含みます。  
 ※2 1日8時間換算による月平均人員。契約社員を含みます。  
 ※3 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)  
 ※4 役員を除いた係長級以上の比率。  
 ※5 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。  
 ※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

## 従業員相談受付関連データ

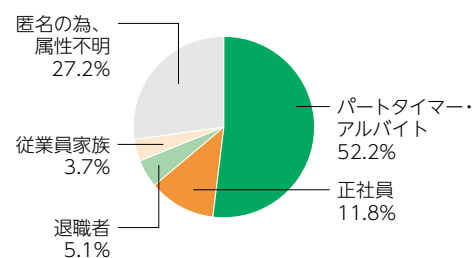
日頃のコミュニケーションの問題に起因する通報が多く寄せられており、対応策として店舗責任者を対象とした外部講師による研修や、部門責任者を対象としたハラスメント教育を実施しています。また、就労環境の改善にも取り組んでいます。

### 2020年度相談内容の内訳

受付件数136件(前年度比119.3%)



### 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

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
育児・高齢者支援など	<ul style="list-style-type: none"> <li>●プレママステーション・カウンターの設置を継続し、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講習会を開催</li> <li>●お客様をサポートする専門販売員の新規育成 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</li> <li>●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)</li> <li>●こども靴の下取り: 2009年からの累計100万足</li> <li>●盲導犬育成事業に継続協力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●個別相談には対応したものの、新型コロナウイルス対策のため集合型のイベントや教室は中止</li> <li>●シューフィッター: 6名 ※フォーマルスペシャリスト、ハートフルアドバイザーは、外部研修を中止したため0人</li> <li>●認知症サポーター養成講座を116人受講 ※コロナ禍で集合研修を自粛したため、累計5,124人</li> <li>●累計1,009,243足(単年度57,848足)</li> <li>●盲導犬育成事業団体への募金(新規セブンマイルでの募金): 2,150千円(累計募金額676,520千円)</li> </ul>	<p>△</p> <p>×</p> <p>×</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●プレママステーション・カウンターの設置を継続し、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講習会を開催</li> <li>●お客様をサポートする専門販売員の新規育成 ハートフルアドバイザー: 10人 認知症サポーター: 174人(累計5,300人)</li> <li>●コロナ禍のため、一部外部研修の実施は未定</li> <li>●こども靴の下取りを継続(8店舗)、累計目標106万足</li> <li>●盲導犬育成事業に継続協力</li> </ul>
地域活性化への協力	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●利便性向上と投票率向上のために、各選挙時に期日前投票所を設置し、お客様に告知</li> <li>●各店舗で地域産品のお中元・お歳暮ギフトを紹介するなど、地産地消をさらに推進</li> <li>●店舗周辺の清掃・環境美化活動、屋上を活用した緑地推進の継続実施</li> <li>●地域(行政、学校、企業、NPOなど)と連携したイベントを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●東京都豊島区と連携し、子育て支援のイベントを定期開催するなど、店舗ごとに取り組みを実施</li> <li>●東京都議会議員選挙において期日前投票所を池袋本店に設置</li> <li>●お中元・お歳暮ギフトに地元の名産品を紹介するチラシを挿入したほか、WEBで地元産品フェアを実施</li> <li>●各店舗において周辺の清掃活動を毎月実施したほか、池袋本店屋上「都市のオアシス」を解放</li> <li>●福井店での公共交通機関使用キャンペーンや千葉店でのキッズアカデミーなど、各店舗で地域連携イベントを開催</li> </ul>	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●行政と連携した取り組みを継続強化</li> <li>●利便性向上と投票率向上のために、各選挙時に期日前投票所を設置し、お客様に告知</li> <li>●地産地消のさらなる推進</li> <li>●店舗周辺の清掃・環境美化活動、屋上を活用した緑地推進の継続実施</li> <li>●地域(行政、学校、企業、NPOなど)と連携したイベントを継続実施</li> </ul>

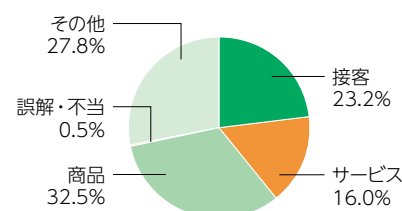
## 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

### お客様相談受付関連データ

各店舗のお客様相談窓口寄せられたお客様のご意見・ご要望を社内でも共有し、接客レベルや商品の品揃え、付帯サービス、施設などを向上・改善するとともに、営業施策に反映しています。2020年度は、新型コロナウイルス対策や店舗閉鎖に関するご意見やお問い合わせが多く寄せられ、受付件数は前年度から大きく増加しました。今後も店舗と本部が連携して、お客様の求める商品・サービスの提供を実践し、顧客満足の維持・向上に努めていきます。

### 2020年度相談内容の内訳

受付件数17,908件(前年度比226.6%)



# 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021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"> <li>●店舗従業員の衛生管理知識を継続向上</li> <li>●店舗ごとに食品衛生の課題を明確化し、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</li> <li>●衣料・雑貨領域の商品に対する専門機関による商品のサンプリング検査を継続実施</li> <li>●店舗従業員のスキルアップのために階層別研修を継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品衛生法改正に伴うHACCPの義務化に対応したeラーニングを443人が受講</li> <li>●各店舗で品質管理委員会を開催し、店舗配置の食品衛生管理専任者の指導のもと、食品衛生課題の改善・検証を実施</li> <li>●専門機関による、ベビー衣料や季節商品などのサンプリング検査を12回実施</li> <li>●階層別に非対面のウェビナー研修やeラーニングを10回実施</li> </ul>	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●HACCPなど衛生管理知識向上の取り組みを継続</li> <li>●店舗ごとに食品衛生の課題を明確化し、店舗品質管理委員会のPDCA活動と食品衛生管理専任者によるサポートを継続</li> <li>●衣料・雑貨領域の商品に対する専門機関による商品のサンプリング検査を継続実施</li> <li>●従業員のスキルアップのために、ウェビナー研修やeラーニングを継続</li> </ul>
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ユニバーサルデザイン視点での店舗・設備の点検を継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●トイレ内の配置を検証し、改修に反映(横浜店トイレ改修142百万円、千葉店駐車場トイレ改修54百万円)</li> </ul>	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ユニバーサルデザイン視点での店舗・設備の点検を継続</li> </ul>
適切な情報提供				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●専門機関と提携して売場の表示を確認・点検し、適切な表示と情報開示を継続(全店舗で年2回以上の定期点検を実施)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品売場や大型物産催事について、専門機関と提携し、全店舗で2回以上の表示点検を実施</li> </ul>	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●専門機関と提携して売場の表示を確認・点検し、適切な表示と情報開示を継続</li> </ul>
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様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の解決を図り、従業員のサービスマインドをさらに向上</li> <li>●お客様からの「ご不満の声」の削減:2,450件以下</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●本部から各店舗にお客様の声を活用した「サービス注意報」を毎週発信し、継続してご不満の解消とサービスマインドの向上に注力</li> <li>●新型コロナウイルス対応に関するご不満が増加し、3,842件</li> </ul>	<p>○</p> <p>×</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店舗やWEBに寄せられるお客様の声へのスピーディな対応を継続</li> <li>●お客様からの「ご不満の声」の削減:2,100件以下</li> </ul>
災害時の支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●従業員教育の一環として、行政と連携した防災教育・訓練を継続実施</li> <li>●防災力を高めるために、消防署、行政との取り組みを地域事業者と連携して実施</li> <li>●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、取り組みへ積極的に参加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「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・訓練を実施 ※新型コロナウイルス感染予防のため、行政機関、所轄消防署などと協議のうえ実施</li> <li>●行政機関、地域事業者と連動した帰宅困難者対策協議会、駅周辺混乱防止対策協議会はコロナ禍の影響で実施されず</li> <li>●所轄消防署、地域事業者と連動した地域防災訓練も、コロナ禍の影響で実施されず</li> </ul>	<p>○</p> <p>×</p> <p>×</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●従業員教育の一環として、行政と連携した防災教育・訓練を継続実施</li> <li>●防災力を高めるために、消防署、行政との取り組みを地域事業者と連携して実施</li> <li>●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、取り組みへ積極的に参加 ※帰宅困難者対策協議会、駅周辺混乱防止対策協議会、地域防災訓練は、行政機関、所轄消防署、地域事業者が実施可否を判断</li> </ul>
地域防犯対策				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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を継続強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域事業者、警察関係者と連動し、防犯パトロールに参加</li> <li>●特殊暴力防止対策協議会の広報係として、警察行政に参画(池袋本店) ※新型コロナウイルス感染予防のため、行政機関、所轄警察署などと協議のうえ実施</li> </ul>	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域事業者と連動し、警察関係者とのコミュニケーション強化を継続 ※行政機関、所轄警察署、地域事業者と協議のうえ、適切な感染予防策を講じ実施</li> </ul>

## 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	●ISO14001 定期審査でグッドポイントを拡大するとともに、不備0件を継続	●軽微な改善指摘：1件、グッドポイント：7件	△	●ISO14001 定期審査でグッドポイントを拡大するとともに、不備0件を継続
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	●エネルギー使用量：前年度比1%削減(営業店舗ベース) ●LED照明の導入を拡大	●営業自粛、営業店舗の減少で16.6%削減 ●5店舗で7,991灯導入(投資額278百万円)	○ ○	●エネルギー使用量：2019年度比2%削減(既存店舗ベース) ●老朽化した設備などの高効率機器への切り替えとLED照明の導入を継続
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：73.6%(前年度比1.0%増加) ●廃棄物リサイクル率：71.0%(前年度比0.8%増加) ●分別・細分化により廃棄物リサイクル率を引き続き向上	●レストランの営業自粛により77.8% ●71.2% ●各店舗で分別・細分化を継続実施	○ ○ ○	●食品廃棄物リサイクル率：74.6%(2019年度比2.0%増加) ●廃棄物リサイクル率：72.0%(2019年度比1.8%増加) ●引き続き分別・細分化による廃棄物リサイクル率の向上
生物多様性への対応				
	●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を強化(レジ袋辞退率：30%) ●植樹本数：1,500本	●植樹寄付の対象範囲を食品レジ袋削減から全館のお買物袋削減へ拡大(お買物袋辞退率：84.1%) ●1,331本(前年度比101本増加)	○ △	●セブンマイル募金などにより植樹・育樹を支援 ●植樹本数：1,500本
従業員への意識啓発				
	●全従業員に環境教育を実施 ●エコ検定合格者数：100人(合格率90%)  ●社会貢献と企業発展の両立を目指す従業員アイデアコンペを継続実施	●eラーニングによる環境教育を実施 ●72名(合格率92.3%) ※上期にエコ検定が中止になったことに伴って人数目標を変更 ●第4回アイデアコンペを実施(応募475件、前回から302件増加)	○ ○ ○	●全従業員に環境教育を実施 ●エコ検定合格者数：70人(合格率90%)  ●CSVアイデアコンペを実施するとともに、受賞企画を実現

## 環境関連データ

課題	単位	2018年度	2019年度	2020年度
店舗数	店舗	15	15	15
CO <sub>2</sub> 排出量※1※2※3	t-CO <sub>2</sub>	123,507	116,173	96,947
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量※1※3	t-CO <sub>2</sub>	123,062	115,753	96,565
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	221	211	178
店舗運営に伴う水使用量※1	千m <sup>3</sup>	1,656	1,583	1,160
容器包装使用量	t	1,280	1,281	719
廃棄物量(リサイクル率)	t(%)	21,226(69.6)	21,060(70.2)	14,129(71.2)
食品廃棄物のリサイクル率	%	72.2	72.6	77.8

※1 集計期間は4月～3月。

※2 店舗運営・本部・法人外商部・物流センターの運営に伴うエネルギー使用に由来するCO<sub>2</sub>排出量。※3 CO<sub>2</sub>排出量は「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO<sub>2</sub>排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
能力向上支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種研修新規受講者数：1,200人</li> <li>・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)</li> <li>・グロービス学び放題 受講修了者：1,000人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●1,094人</li> <li>・動画基礎研修(クリップライン) 必須受講者200人が全員受講</li> <li>・グロービス学び放題 894人(修了率：91.3%)</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種研修受講者数：867人</li> <li>・動画基礎研修(クリップライン) 新入社員：67人</li> <li>・グロービス学び放題 受講修了者：800人</li> </ul>
ワークライフバランスの実現				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●年間所定労働時間：1,867.5時間 (前年度差：77.45時間削減)</li> <li>●年間所定休日：116日 (前年度差：2日増加)</li> <li>●年次有給休暇の取得率：25%</li> <li>●男性社員の育児休暇取得率：35%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●1,867.5時間</li> <li>●116日</li> <li>●43.5%</li> <li>●12.0%</li> <li>緊急事態宣言に伴う休業対応で育児休暇を申請する社員が減少</li> </ul>	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>×</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●年間総実労働時間：1871.3時間(1人当たりの月間時間外労働時間：6.25時間)</li> <li>●年次有給休暇の取得率：50.0%</li> <li>●男性社員の育児休暇取得率：15.0%</li> </ul>
多様な人材の活躍				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●働き方の多様化に対応した店舗限定社員の登用促進</li> <li>●専門人材の中途採用：3人</li> <li>●女性管理職比率(課長級)：20%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●25人登用</li> <li>●3人</li> <li>●10.4%(21人)</li> </ul>	<p>○</p> <p>○</p> <p>×</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●働き方の多様化に対応した店舗限定社員の登用促進：20人</li> <li>●女性管理職比率(課長級)：20%</li> </ul>
労働安全衛生への配慮				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社員食堂で継続的に実施している健康キャンペーンと合わせて、セミナーなどの健康増進活動を展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各店舗でのヘルシーメニュー提案などは継続実施したものの、健康セミナーは営業自粛や時短営業の影響で未開催</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社員食堂での健康メニューの提供やオンラインでのメンタルヘルス研修を実施</li> </ul>

人事関連データ

従業員の内訳(2021年2月末)		(人)
正社員※1	男性	1,613
	女性	960
パートタイマー※2	男性	238
	女性	1,958
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		4,769
	男性	1,851
	女性	2,918
新卒採用者数	男性	17
	女性	51
中途採用者数	男性	0
	女性	1

	2018年度	2019年度	2020年度
正社員平均勤続年数	22年8カ月	23年0カ月	22年11カ月
育児休暇取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	220人 (8、116)	183人 (7、101)	183人 (3、95)
介護休暇取得者数※3 (うち男性、パートタイマー)	7人 (0、5)	11人 (0、9)	1人 (0、0)
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	366人(33.7%)	327人(35.2%)	230人(33.5%)
	係長	302人(54.7%)	269人(59.0%)
	課長	39人(13.1%)	35人(13.0%)
	部長	25人(10.6%)	23人(11.3%)
	役員※5	2人(8.7%)	2人(8.3%)
障がい者雇用率※6	2.25%	2.22%	2.10%
正社員有給休暇取得率	24.4%	20.8%	36.4%
労働災害度数率	0.33	0.69	0.24
労働災害強度率	0.01	0.01	0.00

※1 定年再雇用者164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 役員を除いた係長級以上の比率。

※5 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。

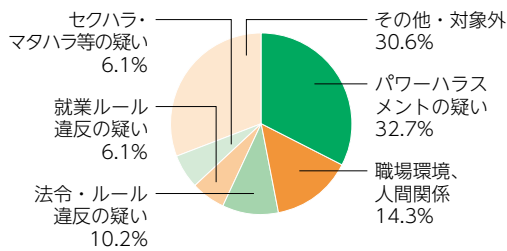
※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。



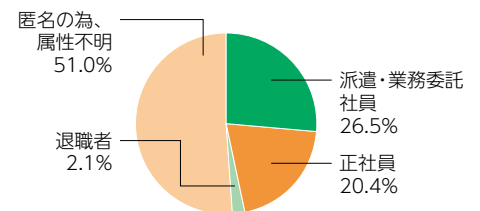
## 従業員相談受付関連データ

2020年度の受付件数は前年度より約40%減少しました。相談内容は前年度同様、パワーハラスメントや職場環境に起因する案件が多く、全体の5割超を占めています。しかし、パワーハラスメントに起因する案件件数は、前年度より約50%減少しました。これは継続的に実施している従業員へのコンプライアンス研修により、パワーハラスメントに関する理解が進み、各職場が改善に向け努力していることが大きく影響していると考えています。通報が発生した場合は、事実関係を確認し、原因・課題を明らかにしたうえで、顧問弁護士による助言や関連部門との連携により、改善措置を構築し再発防止に取り組んでいます。コンプライアンスやリスクマネジメントに関する従業員研修を今後も定期的に行い、意識の醸成と徹底を図ることで、事件・事故の未然防止に努めます。

## 2020年度相談内容の内訳 受付件数49件(前年度比57.0%)



## 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

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021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など、認証マーク付き商品の提案を強化	●アラスカシーフードフェアを各店舗で開催するとともに、お中元・お歳暮カタログに認証マーク付き商品を掲載	○	●アラスカシーフードなど、認証マーク付き商品の提案を継続
	●オーガニック素材やリサイクル素材を使用した環境配慮商品の展開を強化	●「地球にちょっといいことプロジェクト」と題し、オーガニックコットンを使用したTシャツや、再生ポリエステルを使用したバッグを店舗やWEBで紹介	○	●各店舗での環境配慮商品の展開を強化

# 株式会社赤ちゃん本舗

Webサイト: <https://www.akachan.jp/company/csr/>

2020年度末の店舗数: 117店舗 (FC店舗3店舗含む)

## 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
育児・高齢者支援など	●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	●2020年12月に192名が資格取得したが、6店舗は不在	△	●マタニティアドバイザー職務者(アドバイザー資格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	●外部からの支援要請があれば対応	●グループと連携し、募金活動などを実施	○	●グループと連携し、必要な支援を実施

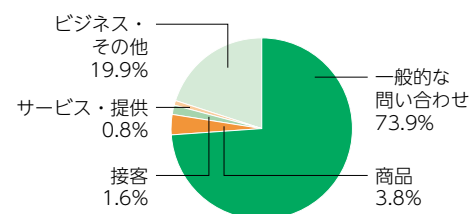
## 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

### お客様相談受付関連データ

「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。また、コロナ禍ではお客様の価値観や行動に変化があり、過去を踏襲した業務やお客様対応ではなく、未来発想で考えてお客様への対応や提案を実践しています。

### 2020年度相談内容の内訳

受付件数12,203件(前年度比75.3%)



## 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021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"> <li>●総返品実績：前年度比80%以下</li> <li>●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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●総返品実績：前年度比69.8%</li> <li>●商品事故の要因究明と対策立案の報告徹底により改善度を評価するため、『重大不良 改善報告書』を導入、運用を開始</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●総返品実績：前年度比90%以下</li> <li>●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</li> </ul>
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コロナにより、イベントの中止もあり、積極的なスペース確保が出来なかった</li> </ul>	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>●全店に、抗菌・ウイルス除去対策の施工の実施</li> </ul>
適切な情報提供				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●景品表示法について詳細資料を作成し、社内リリースする</li> <li>●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</li> <li>●CSR活動の社内共有：年4回</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●景品表示法の詳細資料については作成できず</li> <li>●優越的地位の濫用・下請法・景品表示法について新任BY研修を実施</li> <li>●社内報を年4回発行し、その中でCSR活動についての情報を共有</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●優越的地位の濫用・下請法・景品表示法について、新任BY研修を実施</li> <li>●下請取引について、関連部署を対象に研修を実施</li> <li>●社内報を年4回発行し、適切な情報提供を行う</li> </ul>
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●苦情目標は前年度同様、前年度実績を下回る</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ご指摘件数：282件(昨年差：▲228件、昨年度比：55%)、PPM*値：18.8(昨年差：▲7.4)、ご指摘(苦情)件数、PPM値はともに減少</li> <li>・コロナ禍により、全体客数が減少し、ご指摘も客数に比例して減少。また、PPM値も減少しており、全体にご指摘は抑えることが出来た。さらに、お褒め・お礼は68件。(昨年差：+8件、昨年比：113%)と伸長。コロナ禍でお客様のご要望も多岐に渡るも、お客様の気持ちに寄り添い丁寧に対応することで、お客様からの支持を得ることが出来た</li> <li>●20年12月より、プレミアム補償に節句人形を追加し、アフターケアをより充実させた</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ご指摘(苦情)目標：前年同様、昨年実績を下回る</li> <li>・お客様の声は週間、月間で社内共有していき、顧客目線での改善提案や問題提起を行っていく</li> <li>・SNSチェックを1日2回実施し、トレンドやお客様からの評価をスピーディーに拾い上げ、適宜対応を行っていく</li> <li>●引き続きマニュアルの整備を行い、スタッフがお客様へ迅速に正確に対応できる環境を整え、お客様の気持ちに寄り添った対応を継続していく</li> <li>●社内に向けて、ご指摘だけではなく、お褒め・お礼も共有にすることで成功事例を共有し、称え合う風土を作り、スタッフのモチベーションを高めていく</li> </ul>

※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

## 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021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"> <li>●ララガーデンつくば店のガスヒートポンプ空調設備の更新(年間約158t-CO<sub>2</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ガスヒートポンプ空調設備の交換：3店舗実績(年間84t-CO<sub>2</sub>削減)</li> <li>※イオンタウン久御山店、ララガーデンつくば店、浜松プラザ店</li> </ul>	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ガスヒートポンプ空調設備：3店舗更新(約50t-CO<sub>2</sub>削減)</li> <li>●LED照明：23店舗更新(約300t-CO<sub>2</sub>削減)</li> </ul>
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●レジ袋辞退率：8.0%(~6/30)</li> <li>●レジ袋非購入率：60%(7/1~2/28)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●レジ袋辞退率：7.6%(~6/30)</li> <li>●レジ袋非購入率：85.7%(7/1~2/28)</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●レジ袋非購入率：88%</li> </ul>
従業員への意識啓発				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●コンタクトレンズ空ケースの回収を全社で継続実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社内報(年4回)で環境の取り組みを発信し続けることはでき、月1回の業務通信は必要なしと判断</li> <li>●全店でコンタクトレンズ空ケース回収を実施。23,000ケースを回収し、約60Kg-CO<sub>2</sub>削減に貢献</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社内報(年4回)での従業員の意識啓発を継続</li> <li>●グループ連動企画に参加することでさらなる意識向上を図る</li> </ul>

## 環境関連データ

課題	単位	2018年度	2019年度	2020年度
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1※2※3</sup>	t-CO <sub>2</sub>	15,822	14,645	13,703
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量(1店舗当たり) <sup>※1※3</sup>	t-CO <sub>2</sub>	15,615(142)	14,478(124)	13,529(116)
店舗運営に伴う電気使用量 <sup>※1</sup>	GWh	29	27	27
店舗運営に伴う水使用量 <sup>※1</sup>	千m <sup>3</sup>	28	20	15
レジ袋辞退率	%	5.6	6.1	7.6(～6/30) 85.7(7/1～2/28)

※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CO<sub>2</sub>排出量。

※3 CO<sub>2</sub>排出量は「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO<sub>2</sub>排出量算定マニュアルxx」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

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
能力向上支援	●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	●20年度は通信教育全体で46名の受講実績。コロナ禍もあり受講者が前年より減少。	×	●通信教育年2回開講を年1回開講に集約し、毎月募集に変更することで受講しやすさを促進する。
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	●一人当たりの月間残業時間：6時間未満	●一人当たりの月間残業時間：3.18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) ●女性管理職比率(課長級クラス)：30%	●パートリーダー不在店舗数：6店舗 ●女性管理職比率(課長級クラス)：23.1%	×	●パートリーダー不在店舗：0(ゼロ) ●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：23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(2021年2月末)		(人)
正社員 <sup>※1</sup>		972
	男性	542
	女性	430
パートタイマー <sup>※2</sup>		1,688
	男性	81
	女性	1,607
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		2,660
新卒採用者数		96
	男性	51
	女性	45
中途採用者数		11
	男性	6
	女性	5

	2018年度	2019年度	2020年度
正社員平均勤続年数	14年7カ月	14年7カ月	14年2カ月
育児休暇取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	73人 (0、41)	132人 (0、94)	124人 (1、80)
介護休暇取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	3人 (0、3)	1人 (0、1)	3人 (0、3)
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) <sup>※4</sup>	189人(34.4%)	200人(36.1%)	199人(35.9%)
係長	131人(49.2%)	139人(51.1%)	135人(51.3%)
課長	55人(22.3%)	56人(22.5%)	59人(23.0%)
部長	3人(8.1%)	5人(15.2%)	5人(17.2%)
役員 <sup>※5</sup>	1人(7.1%)	1人(6.7%)	2人(13.3%)
障がい者雇用率 <sup>※6</sup>	2.10%	2.26%	2.79%
正社員有給休暇取得率	36.6%	38.6%	62.4%
労働災害度数率	0.34	0.33	0.86
労働災害強度率	0.04	0.03	0.03

※1 定年再雇用者29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 役員を除いた係長級以上の比率。

※5 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。

※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

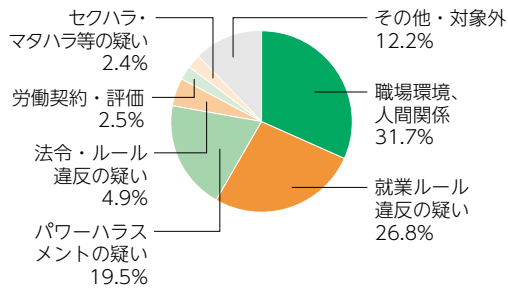
## 従業員相談受付関連データ

全体の通報件数は、前年より微増。通報内容は「就業ルール/休日/休暇/残業」・「職場環境/人間関係」・「パワハラ/ハラの疑い」に関する通報件数が上位を占めています。

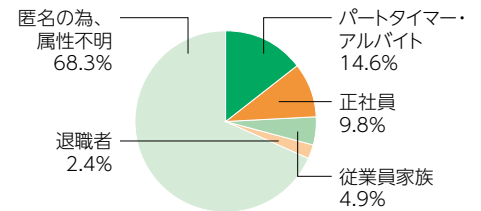
前年に比べて、特に「就業ルール/休日/休暇/残業」に関する通報が増加していますが、これは、時間外労働・連続休暇制度・コロナ禍における就業に対しての通報が多かったのが要因です。重大な不正行為に関する通報はありませんでした。

2021年度より、グループ全体の方向性、および情報管理の観点から、社内通報窓口を廃止、グループ共通の「グループ共通従業員ヘルプライン」へ窓口を一本化し、運用してまいります。

## 2020年度相談内容の内訳 受付件数41件(前年度比100.0%)



## 相談者の内訳





# 株式会社セブン&アイ・フードシステムズ

Webサイト: <https://www.7andi-fs.co.jp/csr/>

2020年度末の店舗数: 614店舗

## 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
育児・高齢者支援など	<ul style="list-style-type: none"> <li>●職場体験を積極的に受け入れる体制を維持するとともに、高校生の課題授業を受け入れ</li> <li>●食育教室の開催エリア・店舗を拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新型コロナウイルス感染防止のため開催せず</li> <li>●新型コロナウイルス感染防止のため開催せず(オンライン形式の新しい食育教室の実施内容を確立)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>×</li> <li>×</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新型コロナウイルス感染症対策を推進(日本国内の感染状況が落ち着き次第、以前の体制にシフト)</li> <li>●リアル(対面)での開催は実施せず、新しい食育教室の開催を推進(関東圏から実施店舗を拡大)</li> </ul>
地域活性化への協力	<ul style="list-style-type: none"> <li>●米の産地拡大、産地との共生を図る新たな契約方法を検討(複数年契約など)</li> <li>●自治体との子育て支援に関する取り組みの連携を継続。食品ロス削減に関する協定も拡大</li> <li>●フードバンクへの食材寄贈を通じた地域の各種福祉施設などへの支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●秋田米、宮城米、北海道米を導入し、買付産地を拡大。産地との取り組みを継続するため、各産地と年間の米購入量の10%を3年間にわたって購入する複数年契約を締結</li> <li>●子育て支援はデニーズが出店するすべての自治体と包括連携協定を締結。食品ロス削減もすべての自治体と締結が完了</li> <li>●フードバンクへの寄贈を2回実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>○</li> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域限定で地場食材使用したメニューを展開</li> <li>●子育て支援、食品ロス削減に関する自治体との連携を継続</li> <li>●食材の寄贈先であるフードバンクとの締結数を拡大し、地域の各種福祉施設などの支援を拡大</li> </ul>
災害時の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>●災害時における自治体からの帰宅困難者の受け入れ要請へ引き続き積極的に対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●九都県市、関西広域連合と帰宅困難者支援についての協定を継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●災害時における自治体からの帰宅困難者の受け入れ要請への積極的な対応を継続</li> </ul>

## 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

2020年度は苦情件数が前年度比64.3%と減少し、お褒めは前年度比104.4%と増加しました。苦情内容は、調理では「盛付相違」「料理遅延」、接客では「お客様への気遣い不足」「会計不手際」がそれぞれ上位でした。

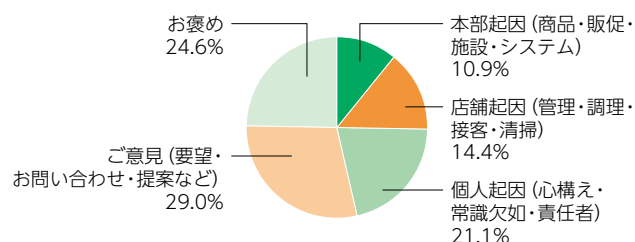
●苦情件数 2019年度4,754件⇒2020年度3,055件(1,699件減少、前年度比64.3%)

●お褒め件数 2019年度1,028件⇒2020年度1,074件(46件増加、前年度比104.4%)

2021年度は、店舗苦情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いきます。

### 2020年度相談内容の内訳

受付件数7,309件(前年度比123.1%)



## 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021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"> <li>●新規・変更商品の栄養成分・アレルギー表示について、メーカーとの連携をさらに強化。担当者を配置して定期的にチェックする</li> <li>●店舗苦情：前年度比 60%以下</li> <li>●お褒め件数：前年度比 100%以上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●担当者を中心に栄養成分をe-BASE(データベース)で確認・登録を徹底</li> <li>●前年度比：64.3%</li> <li>●前年度比：104.4%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△</li> <li>△</li> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新規・変更商品の栄養成分・アレルギー表示について、メーカーとの連携をさらに強化</li> <li>●店舗苦情：前年度比 80%</li> <li>●お褒め件数：前年度比 110%</li> </ul>
適切な情報提供				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●上期にアレルギー情報にアーモンドを加えた21品目を「特定原材料に準ずるもの」としてメニュー媒体、WEBで公開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2020年4月よりアーモンドを加えた21品目を「特定原材料に準ずるもの」としてメニュー媒体、WEBで公開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2021年4月からの総額表示(税込価格表示)の義務化に伴い、メニュー媒体の本体価格と税込価格の文字サイズの比率を10(本体価格)：7(税込価格)で表示</li> </ul>
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様のご意見を幹部(部門長)に毎週・毎月共有し、共通認識のもと幹部全員で問題点を改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様のご意見を幹部(DM・部門長)に毎週・毎月共有し、共通認識のもと幹部全員で問題点を改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●毎週の問題点の共有を継続し、幹部全員で改善</li> </ul>
災害時の支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●災害時における自治体からの帰宅困難者の受け入れ要請に対し、継続して積極的に対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●九都県市、関西広域連合と帰宅困難者支援についての協定を継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●災害時における自治体からの帰宅困難者の受け入れ要請に対し、継続して積極的に対応</li> </ul>

## 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

## 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021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"> <li>●個別空調機の交換に加え、新規店舗へ太陽光パネルを設置(目標3店舗)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コロナ禍の影響で個別空調の交換は中止(修理対応を除く)。太陽光パネルは、君津、久喜の2店舗で導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●省エネにつながる空調制御装置をテスト導入(目標3店舗)</li> </ul>
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コーヒー豆かすに特化した食品リサイクルルールの認定を取得</li> <li>●食品リサイクル率：56%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●条件を満たすところまで準備はできたが、外部与件による中断もあり、申請に至らず</li> <li>●食品リサイクル率：54%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△</li> <li>△</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コーヒー豆かすに特化した食品リサイクルルールの認定を取得</li> <li>●食品リサイクル率：55%</li> </ul>
従業員への意識啓発				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●エコ検定の年間受験者数：100人(2019年度、2020年度の新入社員を中心に受験を奨励)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●188人(2019年度、2020年度の新入社員は原則全員受験)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●エコ検定の受験方式をIBT(Internet Based Testing)へ上期に変更し、下期から2021年度の新入社員を中心に受験を奨励)</li> </ul>

## 環境関連データ

課題	単位	2018年度	2019年度	2020年度
CO <sub>2</sub> 排出量※1※2※3	t-CO <sub>2</sub>	69,638	64,894	51,533
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量※1※3	t-CO <sub>2</sub>	67,634	62,897	49,516
配送車両に伴うCO <sub>2</sub> 排出量※1※3※4	t-CO <sub>2</sub>	1,845	1,856	1,906
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	118	115	96
店舗運営に伴う水使用量※1※4	千m <sup>3</sup>	1,543	1,353	1,146
廃棄物量(リサイクル率)	t(%)	10,021(24.9)	8,959(22.8)	7,454(24.6)
食品廃棄物のリサイクル率	%	49.5	55.3	50.8

※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CO<sub>2</sub>排出量。

※3 CO<sub>2</sub>排出量は「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO<sub>2</sub>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。

2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
能力向上支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店長実務研修：40回開催(444人対象)</li> <li>●リーダー・担当者向け実務研修：27回開催(196人対象)</li> <li>●マネジャー任命研修、単科研修を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店長実務研修：39回開催(547人参加)</li> <li>●リーダー・担当者向け実務研修：23回開催(186人参加)</li> <li>●マネジャー任命研修：2回開催(17人参加) 単科研修は実施内容の見直しに伴い、開催を見送り</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△</li> <li>○</li> <li>△</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店長向け人材育成研修：35回開催(396人対象)</li> <li>●マネジャー以下の教育者への育成研修：21回開催(195人対象) 役職者任命研修：16回開催(任命時に随時実施)</li> <li>●若年層研修 <ul style="list-style-type: none"> <li>・新入社員：10回開催(延べ160人対象)</li> <li>・入社2年目社員：8回開催(延べ168人対象)</li> <li>・入社3年目社員：8回開催(延べ248人対象)</li> </ul> </li> </ul>
公正な評価・処遇				
	●デニーズで定量評価制度の運用を開始	●当初予定していた評価項目を業績変化に合わせて見直すこととなったため、導入は延期	×	●評価項目を見直した上で、一部社員から定量評価制度を開始
ワーク・ライフ・バランスの実現				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●月平均残業時間 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ナショナル・エリア社員：15時間</li> <li>・契約社員：15時間</li> <li>・パートタイマー：3時間</li> </ul> </li> <li>●月間休日取得率：95%以上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●月平均残業時間 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ナショナル・エリア社員：5.7時間</li> <li>・契約社員：5.0時間</li> <li>・パートタイマー：1.1時間</li> </ul> </li> <li>●月間休日取得率：97%以上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●月平均残業時間 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ナショナル・エリア社員：6時間</li> <li>・契約社員：5時間</li> <li>・パートタイマー：1.5時間</li> </ul> </li> <li>●月間休日取得率：97%以上</li> </ul>
多様な人材の活躍				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●シニア層雇用率：7%以上</li> <li>●外国人雇用者数：350人</li> <li>●女性管理職比率： <ul style="list-style-type: none"> <li>課長級以上：10%</li> <li>係長級以上：30%</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●シニア層雇用率：7.9%</li> <li>●外国人雇用者数：233人</li> <li>●女性管理職比率： <ul style="list-style-type: none"> <li>課長級以上：9.0%</li> <li>係長級以上：27.4%</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>×</li> <li>△</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●シニア層雇用率：7%以上</li> <li>●外国人雇用者数：250人</li> <li>●女性管理職比率： <ul style="list-style-type: none"> <li>課長級以上：12%</li> <li>係長級以上：30%</li> </ul> </li> </ul>
労働安全衛生への配慮				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●業務上労働災害件数：300件以下</li> <li>●定期健康診断受診率：100%</li> <li>●二次健康診断受診率：100%</li> <li>●深夜健康診断受診率：95%</li> <li>●ストレスチェック受診率：100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●業務上労働災害件数：208件</li> <li>●定期健康診断受診率：98.9%</li> <li>●二次健康診断受診率：68.6%</li> <li>●深夜健康診断受診率：87.7%</li> <li>●ストレスチェック受診率：98%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>△</li> <li>×</li> <li>△</li> <li>△</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●業務上労働災害件数：250件</li> <li>●定期健康診断受診率：99.0%</li> <li>●二次健康診断受診率：68.6%</li> <li>●深夜健康診断受診率：87.7%</li> <li>●ストレスチェック受診率：98%</li> </ul>

## 人事関連データ

従業員の内訳(2021年2月末)		(人)
正社員 <sup>※1</sup>		1,094
	男性	891
	女性	203
パートタイマー <sup>※2</sup>		5,439
	男性	1,296
	女性	4,143
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		6,533
	男性	2,187
	女性	4,346
新卒採用者数		30
	男性	12
	女性	18
中途採用者数		0
	男性	0
	女性	0

	2018年度	2019年度	2020年度
正社員平均勤続年数	15年2カ月	15年10カ月	16年6カ月
育児休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	54人 (6、38)	49人 (1、33)	53人 (1、40)
介護休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	0人 (0、0)	1人 (0、1)	0人 (0、0)
ボランティア休暇取得者数	4人	4人	0人
女性管理職数(比率) <sup>※4</sup>	268人(28.3%)	224人(25.5%)	199人(24.4%)
係長	259人(30.5%)	216人(27.4%)	192人(26.0%)
課長	8人(9.8%)	7人(9.0%)	6人(9.4%)
部長	1人(6.7%)	1人(7.1%)	1人(6.3%)
役員 <sup>※5</sup>	4人(28.6%)	4人(26.7%)	4人(26.7%)
障がい者雇用率 <sup>※6</sup>	2.74%	2.87%	2.82%
正社員有給休暇取得率	36.6%	58.2%	73.3%
労働災害度数率	0.85	1.18	0.65
労働災害強度率	0.03	0.02	0.03

※1 定年再雇用者58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 役員を除いた係長級以上の比率。

※5 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。

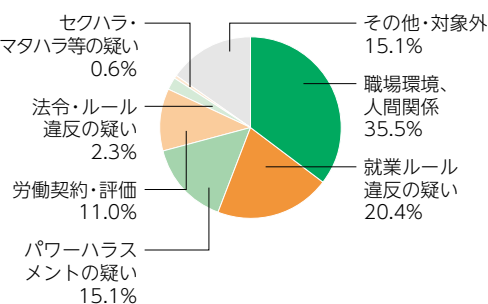
※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

## 従業員相談受付関連データ

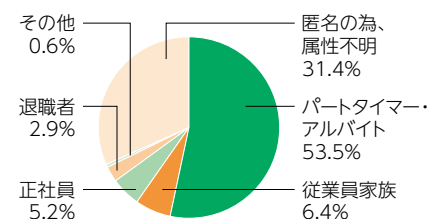
2020年度上半期は、新型コロナウイルス感染症への会社の対応に関する意見・相談件数が非常に多くなりましたが、年度計では168件で前年度比82.8%と減少しました。しかし、職場環境改善の重要性はますます高まっています。そのため、ハラスメントとワーク・ライフ・バランスに焦点を絞り、人財を大切にする社風の醸成や、仲間とのコミュニケーションを促進する施策の展開などを通じて、職場の環境を改善していきます。

### 2020年度相談内容の内訳

受付件数172件(前年度比83.1%)



### 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

### 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
育児・高齢者支援など	<ul style="list-style-type: none"> <li>●読み聞かせ無料絵本「森の戦士 ポノロン」への協賛を中心とした次世代育成支援の継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●読み聞かせ無料絵本「森の戦士 ポノロン」を約500万部発行し配布</li> <li>●キッズフェスタに出展、大型絵本のおはなし会を実施</li> <li>●ポノロンキャッシュカード発行枚数に応じてセブン銀行から拠出し、児童館に絵本を寄贈</li> <li>●ポノロン大型絵本を無料で民間に貸出を行い、市民の読み聞かせ活動を支援</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●読み聞かせ無料絵本「森の戦士 ポノロン」への協賛を通じて次世代育成支援を継続</li> </ul>
地域活性化への協力	<ul style="list-style-type: none"> <li>●従業員の地域貢献活動への参加促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コロナ禍で地域イベントなども中止となったため実績なし</li> </ul>	—	
地域防犯対策	<ul style="list-style-type: none"> <li>●継続的に収集した情報をもとに、システムを活用した取引排除を実施</li> <li>●金融犯罪防止に有効な対策を継続的に遂行し、安全・安心な決済環境をすべてのお客様に提供する</li> <li>●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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●警察や外部専門機関などからの情報をもとに、検知システムの高度化を実施</li> <li>●当社ノウハウの発信に加え、捜査機関や提携先に対するATMのCCD画像を活用した捜査協力などを積極的に実施</li> <li>●提携先と金融犯罪対策検討会を継続実施し、金融犯罪対策の共有により金融犯罪の抑制に努力</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●高度化する金融犯罪に対し、有効な対策を継続的に遂行し、安全・安心な決済環境をすべてのお客様に提供する</li> <li>●最新の犯罪傾向の情報収集を継続して行い、さらなる検知システムの高度化を図る</li> <li>●警察人材の研修受入による外部知見活用や捜査機関、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</li> </ul>

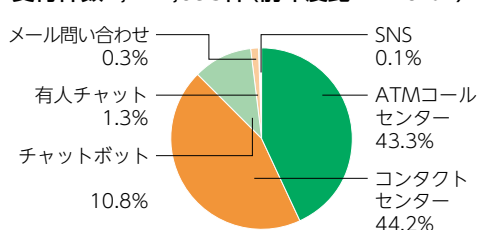
## 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

### 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、サービスの改善および、さらなる充実・発展に努めています。コンタクトセンターでは10言語でのお問い合わせに対応しています。

#### 2020年度相談内容の内訳

受付件数1,224,095件(前年度比111.0%※)



※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



## 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021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"> <li>●BCPの想定範囲を拡大し、更なる体制強化を図る</li> <li>●訓練予定回数：17回</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●BCPの想定範囲の見直しに着手より実行性の高い訓練を実施し体制強化</li> <li>●訓練実施回数：17回</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●サービス拡充に伴う、BCP業務の範囲を見直し、さらなる体制強化を図る</li> <li>●訓練予定回数：22回</li> </ul>
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●多様なニーズに対応した金融サービスの推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●外国人居住者向け新サービスの取扱いを開始</li> <li>●地域電子通貨との提携拡大</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●多様なニーズに対応した金融サービスの推進</li> </ul>
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●CS向上の取り組みの継続実施</li> <li>●ATMを快適にご利用いただくための分析と改善検討</li> <li>●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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ホームページの整備やアプリなどを活用した迅速な告知により、お客様ご自身で自己解決できる仕組みを提供</li> <li>●お客様の声を分析し、ATMの改善を検討、実施する体制を継続</li> <li>●ATMインターホン以外のお問い合わせ対応について、電話中心からチャットなどのテキスト中心にシフトするため新センター体制を構築</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●CS向上の取り組みの継続実施</li> <li>●ATMを快適にご利用いただくための分析と改善検討の継続実施</li> <li>●新センターの安定運用およびお客様のニーズに沿ったサポートチャネル体制を整える</li> </ul>

## 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

## 2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●セブン&amp;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、3,845 [t-CO<sub>2</sub>])</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●当社が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</li> </ul>
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"> <li>●ペーパーレスの継続推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●会議のペーパーレス化、手続きの電子化など</li> <li>・複合機使用枚数：前年比72.1%</li> <li>・OA用紙発注量：前年比73.1%</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ペーパーレスの継続推進</li> </ul>
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ATMリサイクル率100%</li> <li>●レイアウト変更時、基本レンタル品を活用(リユースの促進)</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ATMリサイクル率100%</li> <li>●オフィス什器入替時、廃棄処分量を低減(中古買取・資源回収・リサイクルを活用)</li> </ul>
従業員への意識啓発				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●キッズフェスタのおはなし会の従業員参加</li> <li>●エコ検定の取得推進</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社会課題や環境課題に対する研修会などの実施</li> </ul>
環境に配慮した商品の提供				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●省電力化した第4世代ATMの入替設置の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●40%省電力化した第4世代ATMを6,020台設置(2021年3月末)</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●省電力化した第4世代ATMの入替設置の推進</li> </ul>

## 環境関連データ

課題	単位	2018年度	2019年度	2020年度
オフィスでの電気使用量*	MWh	1,143	1,141	1,125
OA用紙発注量	千枚	4,804	3,298	2,410

※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。

2020年度の活動目標・実績と2021年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2020年度の目標・計画	2020年度の実績・成果	評価	2021年度の目標
能力向上支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>・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)</li> <li>・社内コミュニケーション活性化研修(新規入社者向け)</li> <li>・自己啓発プログラムの拡充</li> <li>・セブン&amp;アイHLDGS.主催のリーダー養成研修</li> <li>・経営幹部候補社員向け外部研修など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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」づくりを継続</li> <li>・部下マネジメント研修を実施 研修受講人数：50人</li> <li>・新規入社社員がいち早く組織に溶け込むことができるよう、各部署の紹介動画を作成、オンライン謎解きゲームなどの集合研修を実施 研修受講人数：38人</li> <li>・経営幹部向け研修4講座に社員を派遣 研修受講人数：5人</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●恒常的な成長機会の場を創出</li> <li>・社員が主体的に体験から学ぶことのできる職場を整備</li> <li>・社員が自身の志向・成長に合わせ、教育内容を選択できる環境を提供</li> <li>・DXやスキル再取得に焦点を当てた教育内容への見直し</li> <li>・社員を育成するためのプラットフォームを整備し、業務経験やトレーニング履歴を集中管理、「見える化」を推進</li> </ul>
ワークライフバランスの実現				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●育児・介護などと仕事との両立支援に関する制度の積極的活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●育児・介護など事由による短時間勤務・休職等両立支援制度の運用継続</li> <li>●在宅勤務制度の利用回数制限等を臨時的に撤廃</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●育児・介護などと仕事との両立支援に関する制度の積極的な活用</li> <li>●在宅勤務制度を誰もが使える制度に改訂</li> </ul>
多様な人材の活躍				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ダイバーシティ&amp;インクルージョンの推進</li> <li>●国籍・性別に関わらず活躍できる環境・意識づくり</li> <li>●インナーコミュニケーションの活性化</li> <li>●全社員の参加機会の創出</li> <li>●エンゲージメント向上の取り組み</li> <li>【具体的施策として】</li> <li>・新任管理職向けダイバーシティ研修の継続実施</li> <li>・リチャレンジプランの拡充検討</li> <li>・社内ウェビナーの実施</li> <li>・社内人材公募の実施</li> <li>●スライド勤務などの柔軟な就業体制の整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●生涯設計セミナーの実施</li> <li>●インナーコミュニケーション推進施策の実施</li> <li>・セブン・ミライ会議(社長と若手社員の対話および意見交換)</li> <li>●エンゲージメント向上の取り組み継続</li> <li>・エンゲージメント調査の実施</li> <li>・社内人材公募の実施</li> <li>●適時・適切な採用による社内の活性化</li> <li>●社内SNSなどICTツールを活用したコミュニケーションの推進</li> <li>●始業・終業時刻の繰り上げまたは繰り下げ制度(スライド勤務)の運用</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ダイバーシティ&amp;インクルージョンの推進</li> <li>●国籍・性別に関わらず活躍できる環境・意識づくり</li> <li>●生涯設計セミナーの内容拡充</li> <li>●ICTツールを活用したインナーコミュニケーションの活性化</li> <li>●エンゲージメント向上の取り組み</li> <li>【具体的施策として】</li> <li>・エンゲージメント調査の対象者拡大、3か月に一度の定期実施化</li> <li>・職場環境の改善</li> <li>●始業・終業時刻の繰り上げまたは繰り下げ制度(スライド勤務)の拡充</li> </ul>
労働安全衛生への配慮				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●有給休暇取得率の向上</li> <li>●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</li> <li>●ストレスチェックの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●有給取得率：70.5% ※2021年3月末現在</li> <li>●所属長による長時間労働実績報告と理由報告書の回収を毎月実施</li> <li>●ストレスチェックの実施</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●有給休暇取得率の向上(5日連続休暇取得促進)</li> <li>●業務用パソコンの起動・シャットダウン時間記録による適切な労働時間管理と長時間労働の削減策実施</li> <li>●ストレスチェックの実施</li> </ul>

## 人事関連データ

従業員の内訳(2021年2月末)		(人)
正社員 <sup>※1</sup>		403
	男性	281
	女性	122
パートタイマー <sup>※2</sup>		68
	男性	8
	女性	60
従業員数 (正社員数+契約・パート社員数) <sup>※3</sup>		471
	男性	289
	女性	182
新卒採用者数		12
	男性	6
	女性	6
中途採用者数		39
	男性	24
	女性	15

	2018年度	2019年度	2020年度
正社員平均勤続年数 <sup>※4</sup>	8年3カ月	8年0カ月	8年2カ月
育児休職取得者数 <sup>※5</sup> (うち男性、パートタイマー)	12人 (2、4)	11人 (1、4)	19人 (5、4)
介護休職取得者数 <sup>※5</sup> (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	8人	13人	0人
女性管理職数(比率) <sup>※6</sup>	55人(19.4%)	60人(24.0%)	65人(25.2%)
係長	34人(32.1%)	38人(37.3%)	41人(38.7%)
課長	20人(12.2%)	22人(16.3%)	24人(18.2%)
部長	1人(7.1%)	0人(0.0%)	0人(0.0%)
役員 <sup>※7</sup>	3人(12.0%)	3人(13.0%)	3人(13.0%)
障がい者雇用率 <sup>※8</sup>	2.31%	2.20%	2.06%
正社員有給休暇取得率	75.7%	78.2%	69.9%
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	3件	11件	4件

※1 定年再雇用者33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 役員を除いた係長級以上の比率。

※7 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。

※8 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。