

# サステナビリティ データブック 2022

## SUSTAINABILITY DATA BOOK 2022

### 目次

2	サステナビリティ活動基本方針
4	環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』
6	ステークホルダー・エンゲージメント
9	コーポレートガバナンス
10	コンプライアンス
17	情報セキュリティおよび個人情報保護
19	人権への取り組み
22	サステナビリティ推進体制
32	サステナビリティを巡るリスク・機会
34	TCFD提言への対応
41	セブン&アイグループの重点課題
45	<b>重点課題1</b>
	お客様とのあらゆる接点を通じて、 地域・コミュニティとともに 住みやすい社会を実現する
56	<b>重点課題2</b>
	安全・安心で健康に配慮した 商品・サービスを提供する
71	<b>重点課題3</b>
	地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済 自然と共生する社会を実現する
110	<b>重点課題4</b>
	多様な人々が活躍できる社会を 実現する
117	<b>重点課題5</b>
	グループ事業を担う人々の働きがい・ 働きやすさを向上する
142	<b>重点課題6</b>
	お客様との対話と協働を通じて エシカルな社会を実現する
156	<b>重点課題7</b>
	パートナーシップを通じて 持続可能な社会を実現する
176	災害における支援
178	震災復興支援
180	社会貢献活動
185	海外の取り組み
221	社外からの評価・表彰
225	温室効果ガス排出量検証報告書
226	データ集

### 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2022」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、2022年に見直しした「重点課題」ごとのグループ各社の取り組みや海外事業会社における活動など、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関連するSDGsのロゴを掲載しています。

#### 報告対象期間

2021年度(2021年3月~2022年2月)の活動報告を基本に、2022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」  
・SASBスタンダード  
・ISO26000

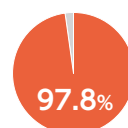
#### 発行年月

2022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



(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

- [環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』](#)
- [セブン&アイグループ持続可能な調達原則・方針](#)
- [セブン&アイグループ人権方針](#)
- [セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針](#)
- [品質方針](#)
- [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22,600 店を超える店舗網を展開し、毎日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&アイグループ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・機関誌</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>

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
地域社会	<p>私たちは、地域社会になくっ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。</p>	<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	<p>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。</p>	<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>● オーナー向け機関誌</li> <li>● オーナー意見交換会</li> <li>● オーナー相談窓口</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>● パートナーシップの強化</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>
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>

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
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>● CO<sub>2</sub>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>

# コーポレートガバナンス

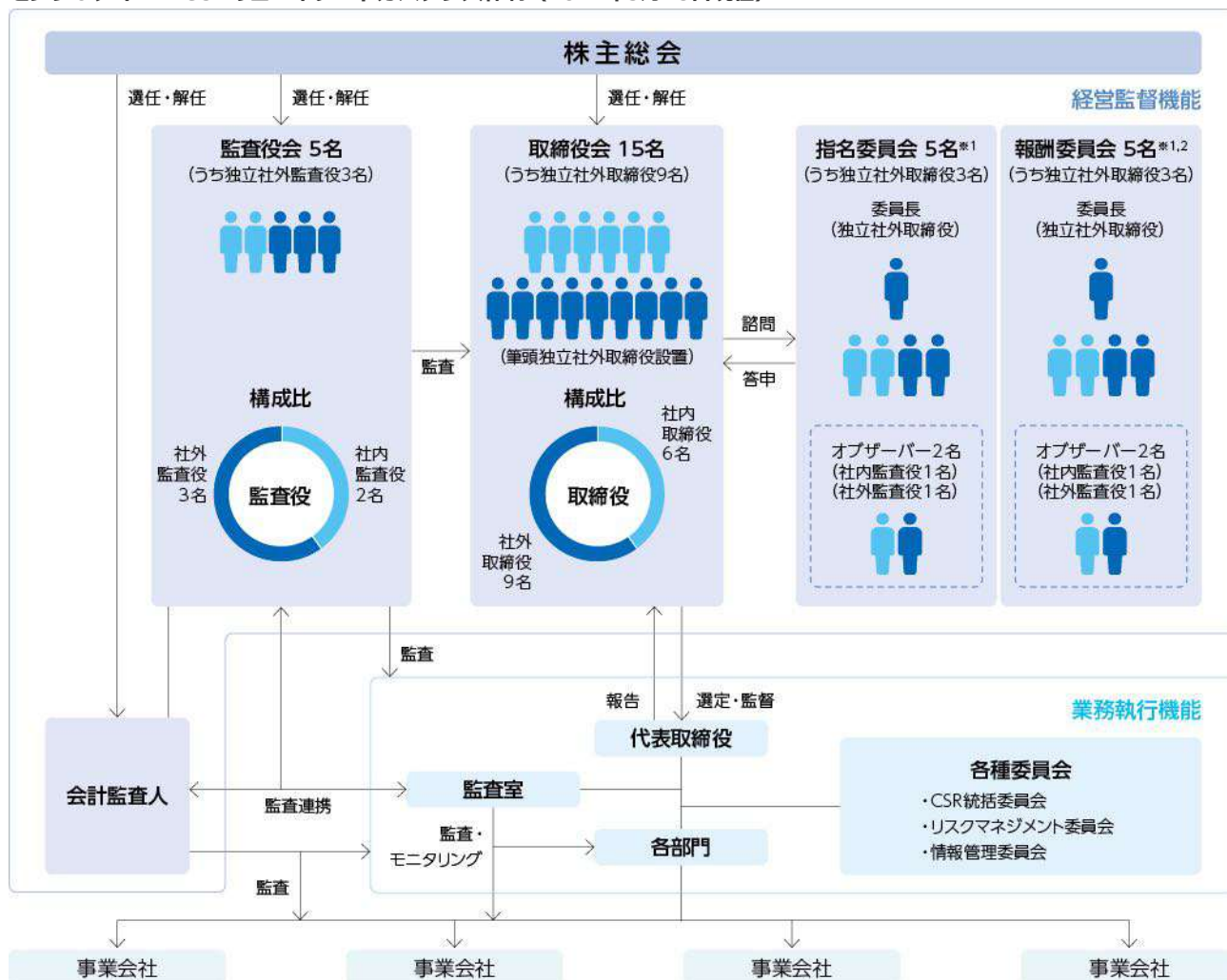
セブン&アイHLDGS. は、傘下の事業会社を監督・統括する持株会社としてコーポレートガバナンスの強化とグループ企業価値の最大化を使命としています。

## 基本的な考え方

セブン&アイHLDGS. は、コーポレートガバナンスとは、社是に基づき、お客様、お取引先・加盟店、株主・投資家、地域社会そして社員等のステークホルダーの皆様からの信頼を確保し、末永くご愛顧いただくために、誠実な経営体制を構築・維持し、財務・非財務（ESG）両面での中長期的なグループ企業価値を継続的に高めることにより、持続的に成長するための仕組みと考えます。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おり、事業会社へのサポートと監督、最適な資源配分等を通じて、この使命の達成に真摯に取り組んでまいります。

セブン&アイHLDGS. においては、独立性を保持し、法律や財務会計等の専門知識等を有する複数の社外監査役を含む監査役（監査役会）が、会計監査人・内部監査部門との積極的な連携を通じて行う「監査」と、独立性を保持し、高度な経営に対する経験・見識等を有する複数の社外取締役を含む取締役会による「経営戦略の立案」「業務執行の監督」とが協働し、ガバナンスの有効性を図っています。これらの体制は、セブン&アイHLDGS. のコーポレートガバナンスを実現・確保するために実効性があり、適正で効率的な企業経営を行えるものと判断しているため、このようなガバナンス体制を採用しています。

セブン&アイHLDGS. のコーポレートガバナンス体制（2022年5月28日現在）



※1 委員長および委員は取締役会において選定、オブザーバーは監査役の協議により選定

※2 社内委員については、代表取締役以外から選定

[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、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）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って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.は、代表取締役社長を委員長とした「CSR統括委員会」およびその下部組織である「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。

いずれの通報窓口も、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。通報はEメール・電話・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）。

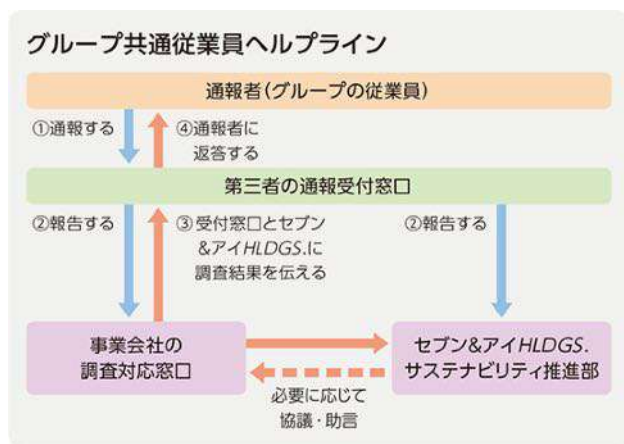
通報があった場合には、速やかに事実を確認し、違反行為を発見した場合は是正、再発防止に努めています。また、通報しやすい環境づくりのため、匿名でも通報でき、通報者が通報したことによる不利益な取扱いを受けることは一切ないことを運用規程に定めています。相談者に報復や不利益が起きていないかを確認するため、案件終了通知の翌月末には、第三者の受付窓口から相談者へ確認連絡を行っています。

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、直ちに代表取締役役に報告し、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。

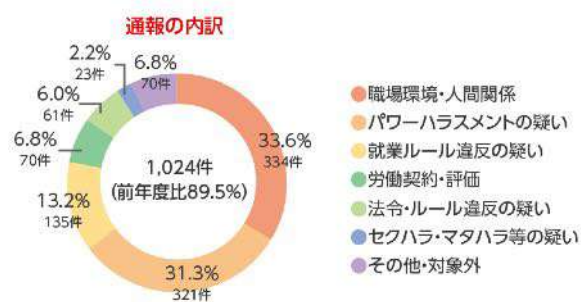
### グループ共通従業員ヘルプライン（内部通報制度）

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



### 2021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。

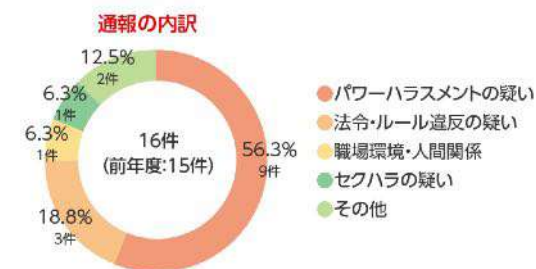
## 監査役ホットライン（内部通報制度）

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。

### 受付の流れ



### 2021年度通報結果



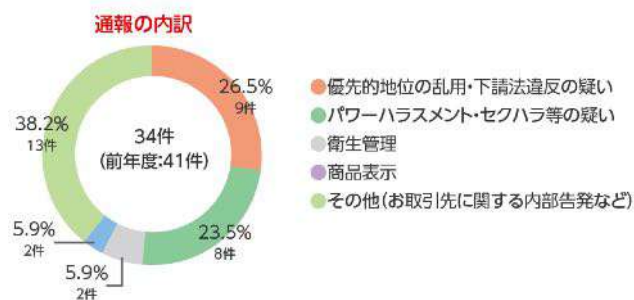
## お取引先専用ヘルプライン（内部通報制度）

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



### 2021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。2021年度は、2,818人が受講しました。



## 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。また、2021年度は、グループ25社に対してコンプライアンス上の課題・対応状況のインタビューを実施しました。

[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「国連グローバル・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、毎年実施している「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お願ひしています。また、お取引先様を対象とした説明会を開催して、お取引先行動指針の周知を図るとともに、行動指針の推進状況を確認するセルフチェックシートを運用しています。そのほかにも、CSRリスクの高い中国・東南アジア地域のプライベートブランド商品製造委託先の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の基本方針、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、グループ各社および同業他社で発生した不公正な取引事案の改善施策を共有することで、違反防止に取り組んでいます。

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

## 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。2021年度はグループ各社合計で約8,800名のお取引先のご担当者様に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。

[情報セキュリティおよび個人情報保護についてはこちら >](#)

[「個人情報保護方針」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、税務ガバナンスを巡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、適切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LENGTHS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&アイグループが予想しない、会計基準や税制の新たな導入・変更により、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、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



### 2021年度の国・地域別納税額

(単位：百万円)

	日本	米国	カナダ	中国
営業収益	3,468,840	4,894,211	275,841	110,692
税引前利益	185,892	124,550	307	935
法人税等	62,275	3,870	30	689
納税額	62,435	4,608	49	292

## 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、お客様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・全従業員および委託先を含む業務に携わるすべ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、すべての役員・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、情報セキュリティを取り巻く環境の変化に応じたマネジメントシステムを確立し、個人情報や企業情報の適切な管理・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

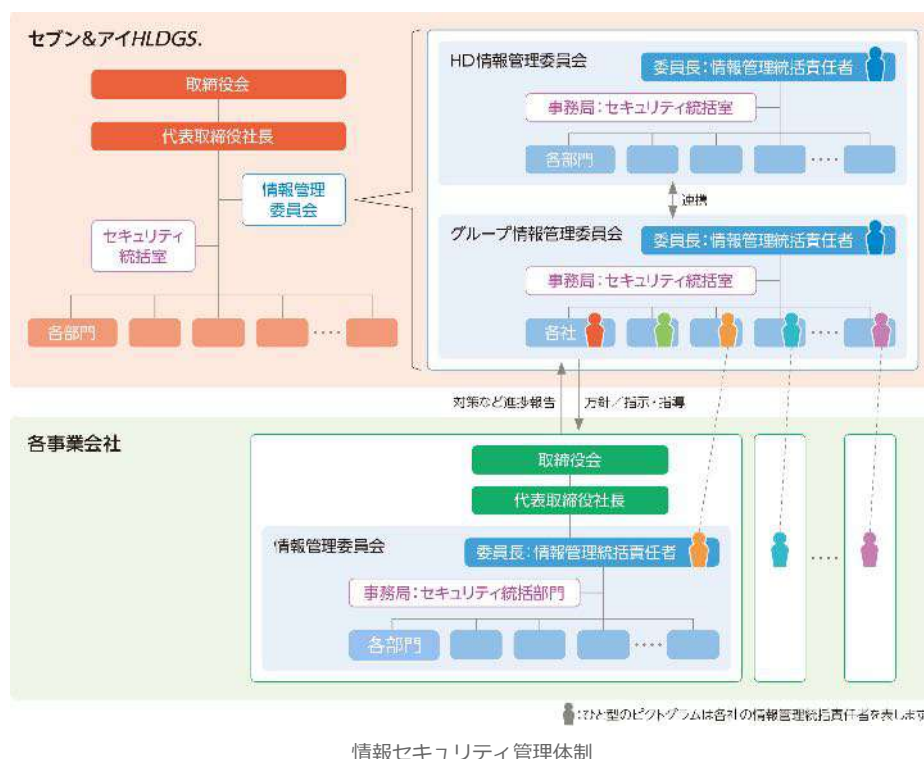
セブン&アイHLDGS.は、グループ全体の情報セキュリティを統括する組織として、代表取締役社長の直下に「セキュリティ統括室」を設置し、情報セキュリティや個人情報保護に関する方針や付帯する規程、ガイドラインなどを整備し、グループ各社へ展開しています。また、情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）の構築やセキュリティ人材の育成、モニタリング体制の整備などグループ各社の支援を行い、情報管理全般の強化に努めています。

グループを統括するセブン&アイHLDGS.の「グループ情報管理委員会」では、各社の情報管理委員会と連携し、情報セキュリティに関する施策の企画、推進、管理など、環境の変化に応じたマネジメントシステムを確立し、継続的な改善に取り組んでいます。また、配下の専門部会を通じた技術的なセキュリティ対策の徹底を図り、さらなる安全性の確保を推進しています。

情報セキュリティに関連するリスクやこれらの活動状況については、定期的に取り締役に報告して助言や指示を受けています。

＞「情報セキュリティ基本方針」は[こちら](#)

＞「個人情報保護方針」は[こちら](#)



### 情報セキュリティに関わる事故・緊急対応

セブン&アイHLDGS.は「重要事実報告ガイドライン」を通じて、グループ間のレポートラインを整備するとともに、情報伝達の確実性を担保し、被害や影響を最小限に抑える体制を構築しています。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、法令などの報告義務に基づき、被害者ご本人および関係各部署への遅滞のない適切な報告に努めます。

なお、重大な事案については、代表取締役社長並びに情報管理統括責任者へ迅速に報告を行っています。



## 国際基準への準拠

セブン&アイHLDGS.では、情報セキュリティ管理体制の構築にあたり、情報セキュリティ関連の国際認証規格であるISO 27001、NIST（米国国立標準技術研究所）のNIST Cyber Security Framework、Center for Internet SecurityのCIS Controls、経済産業省のサイバーセキュリティ経営ガイドラインなどを参考に情報セキュリティ規程類を作成しています。セブン&アイHLDGS.およびグループ各社は、本規程類に基づいて、情報資産の漏えいや改ざん、サービスの停止など情報セキュリティリスクを管理する仕組み（ISMS）を構築・運用し、継続的に改善することで、情報資産の機密性、完全性、可用性の維持に努めています。なお、お客様の個人情報をお預かりしている事業会社の主要拠点および関連する部門は、ISMSの組織体制を第三者機関の審査によって評価を受け認証を取得し、また認証取得の拡大を進めています。

➤ [ISMS認証取得拠点の一覧についてはこちら](#)

## 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.は、情報セキュリティやサイバーセキュリティの脅威、並びに個人情報などの法規制に適切に対応するため、取締役向け、管理職・一般職向けの階層に分けて、情報セキュリティおよび個人情報保護に関する最新動向や管理体制、一般的な情報セキュリティ対策などの教育をeラーニングやオンライン研修を通じて、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習得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、ミーティングなどで引用できる資料、セキュリティビデオの貸し出しなどを掲載し、役員・全従業員が自らが考え、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グループの役員・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2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。

# 人権への取り組み

## 推進体制

セブン&アイHLDGS.は、2021年10月にセブン&アイグループ人権方針を制定しました。人権方針をグループで推進するためのグループ横断組織として、人権推進プロジェクトを発足し、継続的な取り組みを実施しています。このプロジェクトには、CSR統括委員会傘下の4部会（企業行動部会・サプライチェーン部会・コンプライアンス部会・環境部会）の各部会長や人権啓発センターなどが参加し、事業特有の人権問題の特定、是正対応、定期的なモニタリング、情報開示など人権デューデリジェンスの取り組みを推進しています。取り組みの計画立案や実施進捗状況の確認は、人権推進プロジェクトの会議において実施しています。

CSR統括委員会傘下の企業行動部会では、定期的に人権啓発に関する取り組みの進捗状況を共有し、グループ各社の従業員一人ひとりが人権を正しく理解・認識し、差別や偏見のない企業風土・文化の醸成に向けた活動を推進しています。CSR統括委員会傘下のサプライチェーン部会では、お取引先様にセブン&アイグループの人権への考え方をご理解いただき、継続的な取り組みの実行をお願いしています。

また、セブン&アイHLDGS.では、人権啓発やノーマライゼーションに関わる業務を統括した専門部署として人権啓発センターを常設しています。人権啓発センターでは、グループ各社の人事部門やCSR推進部門と連携し、さまざまな啓発・教育活動を行っています。

これらの人権に関する取り組みは、年2回開催されるグループ横断組織であるCSR統括委員会において報告・共有しています。

- 関連する方針

[セブン&アイグループ人権方針](#) >

## 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（2022年4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。2021年度は、ハラスメント研修をグループ17社、メンタルヘルス研修をグループ19社で実施しました。

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。

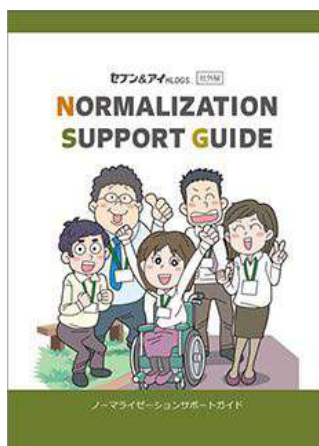
また、セブン&アイHLDGS.では、サプライチェーン上の人権リスクなどの低減・緩和のため、お取引先様およびグループ各社の商品開発・仕入担当者に向けた、コンプライアンス研修を行っています。2021年度は、コンプライアンスのeラーニングをグループ合計で約2,800人が受講しました。

[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・仕入れ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。31回目となる2021年度の応募作品数は24,079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まで、人権課題について改めて考えることの重要性を提起した作品が揃う結果となりました。

## 人権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。2021年度の調査では、国内グループ34社、約73,000人の従業員を対象に調査を実施しました。次回は2022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。2021年度は、グループ各社合計で約8,800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117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。2021年度は10か国の357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および問題の解決を図ります。また、相談者本人および事実関係の確認に協力した方に対して、不利益な取扱いをしないことを通報窓口の運用ルールで定めています。

[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



※インクルージョン: 性別や人種、民族や国籍、社会的地位、障がいの有無など、持っている属性によって排除されことなく、生活することができる状態  
※TCFD: 気候変動関連財務情報開示タスクフォース

## コンプライアンス部会

グループ会社の社員が法令および社会的規範を遵守し、お客様やお取引先との間の公正取引を含むコンプライアンスを実践することは、当社グループの社是「信頼と誠実」の実現のために欠くことができない重要な基盤です。持株会社である当社は、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。コンプライアンス部会は、セブン&アイHLDGS. 総務法務本部の本部長を部会長とし、当社の法務主管部門が部会運営を行うことで、具体的な施策の推進を図っています。

## 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、企業行動指針を遵守することは、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。企業行動部会は、セブン&アイHLDGS. 人事企画本部の本部長を部会長とし、当社の人事主管部門が部会運営を行うことで、具体的な施策の推進を図っています。

[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。サプライチェーン部会では、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」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・是正を進めています。また、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。サプライチェーン部会は、セブン&アイHLDGS. グループ商品戦略本部の常務執行役員 本部長を部会長とし、当社の商品戦略の主管部門が部会運営を行うことで、具体的な施策の推進を図っています。

[「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ご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つながる重要な要素です。そのため、環境部会では、2019年4月に取締役会で決議し、同年5月に公表した環境宣言「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しています。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、気候変動のリスクと機会について分析し、対応策の進化を図っています。環境部会は、セブン&アイHLDGS. 経営推進本部サステナビリティ推進部の執行役員シニアオフィサーを部会長とし、当社の環境施策の主管部門が部会運営を行うことで、具体的な施策の推進を図っています。

## 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「7つの重点課題」に対して、これまで培ってきた事業インフラやノウハウなど、事業特性・経営資源を活かして本業を通じた社会課題起点の新規事業の企画・立案・実行に取り組むほか、お取引先や社会起業家、NPOといった外部との連携も視野に入れて、取り組みの深化に努めます。社会価値創造部会は、セブン&アイHLDGS. 経営推進本部の取締役 常務執行役員 本部長を部会長とし、当社の経営企画主管部門が部会運営を行うことで、具体的な施策の推進を図っています。

## 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

2021年度の主な活動計画	2021年度の活動実績	評価	2022年度の主な活動計画
コンプライアンス部会			
(1) 公正な取引の確立			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 独禁法、下請法、景品表示法、消費税転嫁法の遵守状況を確認し、必要に応じて是正 FTプロジェクト会議：年2回開催</li> <li>● FT研修eラーニングを実施 5月：表示一般（食品を含む） 5,000人受講 11月：公正取引（優越的地位の濫用・下請法） 延べ9,000人受講</li> <li>● 集合教育を実施（オンラインを含む） 上期：10回、400人受講 下期：15回、600人受講</li> <li>● お取引先様アンケートの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● FTプロジェクト会議で情報を共有 上期（5月）： グループ25社、54人参加 下期（11月）： グループ24社、63人参加</li> <li>● FT研修eラーニング 6月：表示一般（食品を含む） 延べ6,310人受講 11月：公正取引（優越的地位の濫用・下請法） 延べ11,576人受講</li> <li>● 集合教育（オンラインを含む） 上期：12回、延べ449人受講 下期：17回、延べ613人受講</li> <li>● お取引先様アンケート 回答数：約8,800件</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 独禁法、下請法、景品表示法の遵守状況を確認し、必要に応じて是正 FTプロジェクト会議：年2回開催</li> <li>● FT研修eラーニングを実施 6月：表示一般（食品を含む） 7,000人受講 11月：公正取引（優越的地位の濫用・ 下請法） 延べ11,000人受講</li> <li>● 集合教育（オンラインを含む） 上期：15回、500人受講 下期：15回、600人受講</li> <li>● お取引先様アンケートを実施</li> </ul>
(2) コンプライアンスの徹底			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンス上の課題、対応状況について事業会社ヘインタビューを実施</li> <li>● コンプライアンスeラーニングを実施 (9～10月)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンス上の課題、対応状況について、事業会社ヘインタビュー：25社実施</li> <li>● コンプライアンスeラーニング 受講者数：2,818人 コース数：10コース 延べ受講者数：11,743人</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンス上の課題、対応状況について事業会社ヘインタビューを実施：25社</li> <li>● コンプライアンスeラーニングを実施</li> </ul>
(3) 予防法務機能の充実			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 事業会社を対象にコンプライアンス機能アンケートおよびインタビューを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンス上の課題、対応状況について事業会社ヘインタビュー：25社実施</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンス上の課題、リスク対応について事業会社ヘインタビューを実施：25社</li> </ul>

2021年度の主な活動計画	2021年度の活動実績	評価	2022年度の主な活動計画
(4) 内部通報制度の強化			
<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>グループ会社の内部通報制度の担当者を対象に外部講師による研修を実施（年1回以上）</li> <li>内部通報制度（従業員）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）」の更新登録を実施</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：10回会議を開催</li> <li>グループ会社の内部通報制度の担当者に対する外部講師による研修の実施 10月：80人受講、11月：60人受講</li> <li>内部通報制度（従業員）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（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>グループ会社の内部通報制度の担当者を対象に外部講師による研修を実施（年1回以上）</li> </ul>
企業行動部会			
(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・浸透に注力</li> <li>従業員エンゲージメント調査において「企業行動指針」の遵守状況を定期的にモニタリング</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：93%（正社員）</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・浸透に注力</li> <li>従業員エンゲージメント調査において「企業行動指針」の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>グループ各社においてエンゲージメント向上委員会を発足</li> <li>調査結果を受け、従業員との対話を通じた改善施策を検討し、計画・立案</li> <li>従業員エンゲージメント調査を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ各社においてエンゲージメント向上委員会を発足し、向上活動を強化</li> <li>多くのグループ会社で従業員との対話の場を設け、改善施策を立案・実施</li> <li>従業員エンゲージメント調査を実施（11月） 対象者：グループ34社、約73,000人</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活動を強化し、優良事例を共有</li> <li>調査結果を受け、従業員との対話を通じた改善施策を検討し、計画・立案を継続実施</li> <li>従業員エンゲージメント調査を実施</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>障がい者雇用を促進 法定雇用率未達成の事業会社に対して採用活動を支援し、定着支援を促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>法定雇用率未達成の事業会社（そごう・西武、ヨークなど）やイトーヨーカドーを中心に特別支援学校からの職場実習受け入れを強化 計17人を採用</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>障がい者雇用を促進 法定雇用率未達成の事業会社に対して採用活動を支援し、定着支援を促進（個別面談・相談支援）</li> </ul>

2021年度の主な活動計画	2021年度の活動実績	評価	2022年度の主な活動計画
<ul style="list-style-type: none"> <li>法定雇用率を維持・向上 グループ適用5社において障がい者の法定雇用率を維持・向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ適用5社計※で実雇用率2.95%を維持 ※セブン&amp;アイHLDGS.、セブンイレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、セブン&amp;アイ・フードシステムズ、テルベ</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>法定雇用率を維持・向上 グループ適用5社において障がい者の法定雇用率を維持・向上</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ各社への啓発活動を強化、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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ各社に向けた情報発信として「ヒューマンライツ・リポート」を作成（年間7回発行） 障がい者雇用やノーマライゼーションを推進するとともに、さまざまな人権問題に関する情報を従業員へ共有し、啓発活動を実施</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ各社への啓発活動を強化、階層別人権啓発研修・ノーマライゼーション体験研修、障害者職業生活相談員フォロー研修などを実施</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>ダイバーシティ&amp;インクルージョンの推進に関する社内外への情報発信を強化</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）を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性執行役員比率の目標を設定 2026年2月末までに30%（グループ主要6社）</li> <li>30% Club Japanへ加入</li> <li>女性エンカレッジメントセミナーを新規実施 グループ19社、約60人参加</li> <li>女性管理職比率（2022年2月末） 係長級：30.4% 課長級：23.3%</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性管理職比率目標の達成に向けて半期ごとにグループ各社のKPI・進捗を管理し、施策を実行</li> <li>グループ横断の女性エンパワメント施策を実施（女性向け研修など）</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ各社幹部・管理職に向けた教育・啓発活動を継続</li> <li>男性の育児休業・育児休暇の取得を促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンコンシャスバイアス研修を実施 277人参加</li> <li>グループ各社の役員を対象とした研修を実施：191人参加</li> <li>男性の育児休業促進に向けて対象となる従業員へアカチャンホンポの割引チケットを配布</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ各社幹部・管理職に向けた教育・啓発活動を継続</li> <li>男性の育児休業・育児休暇の取得を促進</li> <li>仕事と介護の両立に関する基礎知識を周知</li> <li>LGBTへの理解を促進</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を周知</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>介護セミナーを実施するとともに、セミナーの内容をアーカイブ配信：185人参加</li> </ul>	○	
<ul style="list-style-type: none"> <li>ダイバーシティ&amp;インクルージョンに関するグループ内の啓発活動を継続</li> <li>LGBTへの理解を促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LGBTセミナーを実施するとともに、セミナーの内容をアーカイブ配信：180人参加</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>ダイバーシティ&amp;インクルージョンに関して社内外へ情報を発信</li> </ul>



2021年度の主な活動計画	2021年度の活動実績	評価	2022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」に基づく施策を立案、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を向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ウォーキングイベントを実施 25社、7,941人参加</li> <li>健康意識向上セミナーを実施 18社、900人参加</li> <li>乳がん検診と子宮頸がんリスク検査を実施（希望者）</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>「健康宣言NEXT」に基づく施策を立案、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を向上</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>心身ともに健康で働きやすい職場環境を整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ハラスメント研修を実施 17社が参加</li> <li>メンタルヘルス研修を実施 19社が参加</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>心身ともに健康で働きやすい職場環境を整備</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>品質基準改訂ワーキンググループを月次で実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各社事業会社で品質基準を改訂し、各社間で共有</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>各事業会社の品質管理体制強化に向け、課題を抽出して共有</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>監査が困難なPB商品製造工場に対してセルフチェック、誓約書の提出を要請</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>各取引先様にセルフチェックを要請するとともに、誓約書を回収。実地監査が難しい中、リモート監査（3工場）を含め、38工場について実地監査を実施</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>継続して監査を実施</li> <li>コロナのためリモート監査手法も駆使し、PB商品製造工場のモニタリングを継続</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し、仕入担当者の専門的な知識を向上</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を拡充</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>衣料品、住居品やサステナブルな素材に関するより詳細な専門知識の習得を目的とした研修を実施</li> <li>オンライン研修とすることで幅広くグループ従業員が参加し、延べ1,287人に対して研修を実施</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>仕入担当者だけでなく、品質管理部門の担当者にも品質管理や製品安全に関する専門的なスキル・知識の習得を目的とした研修を新規に実施</li> <li>商品別研修についても、さらに専門的な知識を習得するための研修を実施</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年度内の品質認証取得を支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>製造委託工場の98.9%の工場が品質認証を取得</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>全工場の品質認証取得に向け、お取引先様と協働して取り組みを継続</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗巡回でHACCP運用マニュアルの遵守状況を確認</li> <li>各社の運用状況を共有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各店舗でのHACCP運用マニュアルの遵守状況確認を継続</li> <li>事故防止に向けた危害要因分析にも活用</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>HACCP運用マニュアルの遵守を継続</li> <li>衛生管理の基礎知識の習得を目的とした研修を実施</li> </ul>

2021年度の主な活動計画	2021年度の活動実績	評価	2022年度の主な活動計画
<ul style="list-style-type: none"> <li>システム改修を含む環境整備を推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PB製造委託工場への自動識別システムの導入を推進</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>業界の最新情報などを収集</li> </ul>
(2) お取引先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説明会2021オンラインを実施 セブンプレミアム国内向け（2月） PB海外製造委託国内お取引先様向け（2月） 中国・東南アジア向け多言語説明会（3月）</li> <li>社内仕入担当者向け説明会・研修を実施 （4月・7月・10月・1月）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>セブンプレミアム国内製造委託先様向け：306社、414人視聴 PB海外製造委託国内お取引先様向け：145社、213人視聴 中国・東南アジア向け多言語説明会（英語・中国語・タイ語・ベトナム語）：66社、444人視聴</li> <li>社内仕入担当者向け説明会・研修：eラーニングを含め13社、延べ2,030人参加</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>お取引先サステナブル行動指針・CSR監査説明会をライブ配信とオンデマンドで実施（国内向け・海外向け） ライブ配信（3月） オンデマンド配信（3～11月）</li> <li>社内仕入担当者向けお取引先サステナブル行動指針・CSR監査説明会を実施 （6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を実施 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>国内取引先向けコンプライアンスセミナー：8回実施、延べ1,982人が視聴 海外工場向けコンプライアンスセミナー：中国・タイ・ベトナム語で11回実施、延べ669人視聴</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンプライアンスセミナーを10講座に分割し、具体的な事例を含め、より実践的な内容でオンデマンド配信</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>CSR監査を実施 海外工場：中国・東南アジア500工場 国内工場：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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外工場へのCSR監査：357工場（実地322工場、リモート35工場） 国内工場へのCSR監査：371工場（実地321工場、リモート50工場） ※新型コロナウイルス感染症の影響が大きい。</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>CSR監査を実施 海外工場：中国・東南アジア350工場 国内工場：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>



2021年度の主な活動計画	2021年度の活動実績	評価	2022年度の主な活動計画
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>CO<sub>2</sub>排出量削減に向けた取り組みを正しく評価・検証するため、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と再エネ調達を拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>セブン銀行、バーニーズ ジャパン、セブン&amp;アイHLDGS.の3社を加え、対象を15社へ拡大して第三者検証を実施（審査対象会社の売上高の割合はグループ全体の約98%をカバー）</li> <li>グループの8,821店舗に太陽光発電パネルを設置</li> <li>2021年4月より、オフサイトPPAを含むグリーン電力を一部店舗に導入</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>SBT認定に向けた申請を実施</li> <li>CO<sub>2</sub>排出量の第三者検証を15社において実施</li> <li>グループの9,000店舗以上に太陽光発電パネルを設置</li> <li>オフサイトPPAによる再生可能エネルギーの調達を拡大</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の使用を拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>セブン-イレブンの手巻おにぎりのフィルムを薄肉化することで、従来よりプラスチック使用量を2割削減</li> <li>セブン-イレブンのサンドイッチの一部商品でフィルムを紙素材と組み合わせることで、従来よりプラスチック使用量を4割削減</li> <li>セブンプレミアムのお茶飲料4品で、再生PET樹脂100%使用にリニューアル</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>セブンカフェにおける環境対応を促進</li> <li>セブン-イレブンのデイリー商品容器の環境対応を促進</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りお客様とともに資源循環を推進</li> <li>プラスチック資源循環に向け、新たなお取引先様との取り組みやプラットフォームへ参画</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ペットボトル回収機の設置台数：2,098台（前年度比+1,097台）、回収量：10,800t（前年度比+2,100t）</li> <li>使用済みプラスチックを再資源化事業するため、新会社「株式会社アールプラスジャパン」へ資本参加</li> <li>国内最大級のPETボトルリサイクル樹脂製造会社「協栄J&amp;T環境株式会社」に資本参加</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一緒に資源循環を推進</li> <li>プラスチック資源循環のために、新たな店頭回収方法の実証実験を推進</li> </ul>

2021年度の主な活動計画	2021年度の活動実績	評価	2022年度の主な活動計画
<ul style="list-style-type: none"> <li>食品廃棄物削減を目指す、新たな啓発活動「てまえどり企画」を、セブン-イレブン全店舗で展開（省庁・JFA連携）</li> </ul>	セブン-イレブンで「てまえどり企画」を省庁とJFA連携にて実施	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>「てまえどり企画」をセブン-イレブンで継続するとともに、グループの食品スーパーセクターへ拡大</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>デニーズで、お客様の食べ残しに起因する食品ロスの削減を目指す「mottECO（モッテコ）」を実施</li> </ul>	東京都内のデニーズ店舗で「mottECO（モッテコ）」を実施し、食べ残しの持ち帰りを推進	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>「mottECO（モッテコ）」の実施店舗を全国に拡大</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>新規認証商品を開発・導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イトーヨーカドーで、MEL認証取扱魚種を養殖ブリ・カンパチ・真鯛・ヒラメ・銀鮭、天然魚ではかつおまで拡大</li> <li>グループのヨークベニマル、ヨークでもMEL認証商品の取扱いを開始</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>MEL認証に続いてASCのCoC認証をスーパーストア事業全店で取得</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>商品調達に関わる従業員を対象にJGAP指導員基礎研修を実施し、JGAP指導員資格の取得者数を拡大</li> </ul>
(4) 従業員の環境意識啓発			
<ul style="list-style-type: none"> <li>eco検定合格者数：500人（累計：約10,500人） ※インターネット受験方式への移行に伴い受験可能人数が減少</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>eco検定合格者数：約900人（累計：約10,900人）</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>事業会社各社の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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業会社各社の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設計</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業会社各社の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</li> </ul>
(2) 新規CSV事業の創出			
<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の事業性を検証</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の事業性の検証を実施</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の事業性を検証</li> </ul>

## 従業員のCSR教育

セブン&アイHLDGS. 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、社内報やサステナビリティ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。2021年度も、お取引先様と接する機会のある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・社会に関わるさまざまな課題は、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。セブン&アイグループでは、7つの重点課題に関わるリスクと機会を把握し、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

お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに住みやすい社会を実現する

#### 【リスク】

- 生活拠点の減少により人口減少・過疎化・高齢化が進行し、販売機会が減少
- 地域との連携不足に伴い計画通りに新規出店が進まず、新たな価値が提供できない など

#### 【機会】

- 生活インフラとしての社会的役割の拡大によるステークホルダーからの信頼獲得
- 地域活性化による販売機会の拡大 など

### 重点課題2

安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

#### 【リスク】

- 商品事故及び店頭事故の発生による顧客の離反
- 品質管理、表示等の法令違反による信用低下
- 健康商品開発の遅れによる顧客の離反 など

#### 【機会】

- 徹底した安全・品質管理による顧客ロイヤリティの向上
- 健康配慮商品、お客様ニーズに即した新しい商品提供による販売機会の拡大 など

### 重点課題3

地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

#### 【リスク】

- 気候変動がもたらす自然災害の増加による店舗・物流網への物理的損害
- 異常気象がもたらす需給の変化や原油等原材料価格変動による、仕入価格の高騰
- 食品廃棄・温暖化ガス排出などの環境負荷の高い企業イメージの定着による顧客の離反 など

#### 【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
- 環境対策先進企業としてのブランド価値の創出 など

#### 重点課題4

多様な人々が活躍できる社会を実現する

##### 【リスク】

- 差別・偏見などの放置による企業イメージの棄損、顧客の離反、従業員エンゲージメントの低下
- 人財の確保困難や人財の社外流出 など

##### 【機会】

- 次世代や若者世代、さまざまな価値観を持つ人々との対話・育成による将来の顧客の獲得、新たなサービスの開発 など

#### 重点課題5

グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

##### 【リスク】

- 労働環境が改善しないことによる従業員エンゲージメントの低下
- 人財の確保困難や人財の社外流出 など

##### 【機会】

- ダイバーシティ経営推進による競争力の強化
- 従業員の能力・自律性を高めることによる生産性の向上
- 新規事業の開発と優秀な人財の獲得 など

#### 重点課題6

お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

##### 【リスク】

- 生活者のライフスタイルの変化や価値観の多様化への対応の遅れにより、商品とサービスを通じた新たな価値を提供できない など

##### 【機会】

- エシカル消費に対応した商品・サービスの提供による販売機会の拡大
- 顧客協働による顧客ロイヤリティの向上 など

#### 重点課題7

パートナーシップを通じて持続可能な社会を実現する

##### 【リスク】

- サプライチェーン上の労働環境・人権問題やコンプライアンス違反による商品供給の停止や品質の劣化および、それらに伴う不買運動による社会的評価の低下 など

##### 【機会】

- 持続可能な原材料調達によるレジリエンスの向上
- 取引先・同業種・他業種協働による新たな商品・サービスの提供 など

## TCFD提言への対応

気候変動問題が年々深刻さを増す中、気候変動の影響を受けても、お客様の暮らしを支える商品・サービスを提供し続けることが、セブン&アイグループの責任です。セブン&アイグループの国内店舗は、毎日2,240万人のお客様にご利用いただいています。多くのお客様をはじめとしたステークホルダーの皆様への責任を果たすために、TCFD提言に対応して気候変動による「リスク」と「機会」を分析し、持続可能な経営に活かしてまいります。



### 気候変動に関わる指標・目標

セブン&アイグループは、2019年5月に環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を策定。「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、持続可能な調達を具体的なテーマとしました。

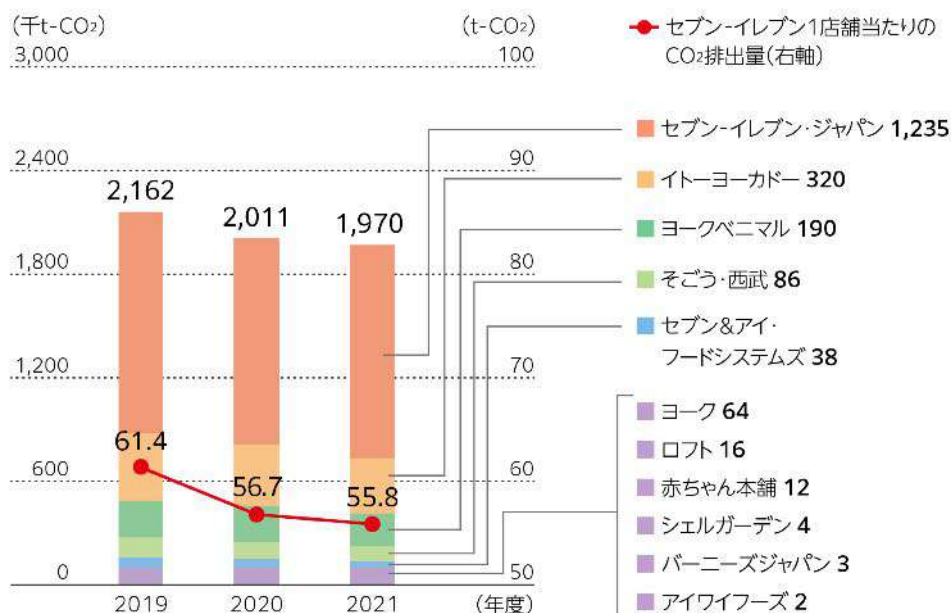
CO<sub>2</sub>排出量削減では、数値目標として、グループの店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量を、2013年度と比較して、2030年には50%、2050年には実質ゼロにすることを定めています。その他のテーマに関しても、具体的な数値目標を掲げ、目標達成に向けた取り組みを推進し、その達成状況をモニタリングしています。

2021年12月に開催されたCOP26（第26回気候変動枠組条約締約国会議）の成果文書に、産業革命前からの気温上昇を「1.5℃」に抑える努力を追求することが明記され、「1.5℃目標」を目指すことが、世界的潮流となっています。今回実施したシナリオ分析では、自然災害による被害の大きさが明確になりました。気候変動による自然災害のリスク拡大を防ぐために、ステークホルダーの皆様と連携して、『GREEN CHALLENGE 2050』の目標を達成し、気温上昇を1.5℃に抑える努力をするべきであると改めて決意しております。

[グループおよび各社の環境関連指標](#) >

[スコープ3排出量](#) >

#### 店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量※



※棒グラフ上部の数値は、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、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11社の合計値  
※ヨークベニマルは、店舗および日ライフフーズの工場を含む  
※グループ各社の数値算出条件はWEBサイトに掲載しているデータ集をご覧ください

## 戦略 シナリオ分析の実施

### シナリオ分析の前提条件

セブン&アイグループでは、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。セブン&アイHLDGS.は、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。グループの営業利益の約6割を占めるセブン-イレブン・ジャパンの国内の店舗運営を対象に分析を実施し、2020年6月に結果を初めてウェブサイトで開示しました。2021年度は、これまでの分析に加え、実質的な対応策の立案やリスク・機会の定量化で、さらに分析を深化しました。

今回は、1.5℃目標が世界的に主流になっていることを踏まえ、1.5℃目標に対応した分析を実施することにいたしました。具体的には、IEA「World Energy Outlook」で示されているSTEPS ※1、SDS※2、NZE2050※3などのシナリオをはじめとして、政府や国際機関が発行した将来予測に関するレポートなどを参考に、「脱炭素シナリオ（1.5℃～2℃）」と、「温暖化進行シナリオ（2.7℃～4℃）」の2つのシナリオを設定。2030年時点の影響を分析しております。

※1 STEPS：公表政策シナリオ（Stated Policies Scenario）。国際エネルギー機関（IEA）による「World Energy Outlook 2019」にて示されたシナリオの1つ。これまでに公表された脱炭素政策や目標が反映されている。

※2 SDS：持続可能開発シナリオ（Sustainable Development Scenario）。IEAによる「World Energy Outlook 2010」以降で使用されているシナリオの1つ。パリ協定で目標とされている2℃シナリオの達成に向けてクリーン・エネルギー政策や投資が増え、エネルギー供給システムは持続可能な開発目標の達成に向けて、順調に進展することを想定するシナリオ。

※3 NZE2050：50年実質排出量ゼロシナリオ（Net Zero Emissions by 2050 case）。IEAによる「World Energy Outlook 2020」にて示されたシナリオの1つ。パリ協定の目標を上回る1.5℃シナリオにあたり、2050年以前に排出量ゼロをめざすシナリオ。

#### ● シナリオ分析の前提（2021年度）

シナリオ	脱炭素シナリオ（1.5℃～2℃）・温暖化進行シナリオ（2.7℃～4℃）
対象事業	セブン-イレブン・ジャパンの日本国内店舗運営
分析手法	店舗が直接受ける物理的な影響に加え、店舗運営に伴って発生するコスト、店舗運営に大きな影響を与える商品のサプライチェーン（原材料・商品を製造する工場・商品の配送）やお客様の行動について分析
対象年	2030年時点の影響

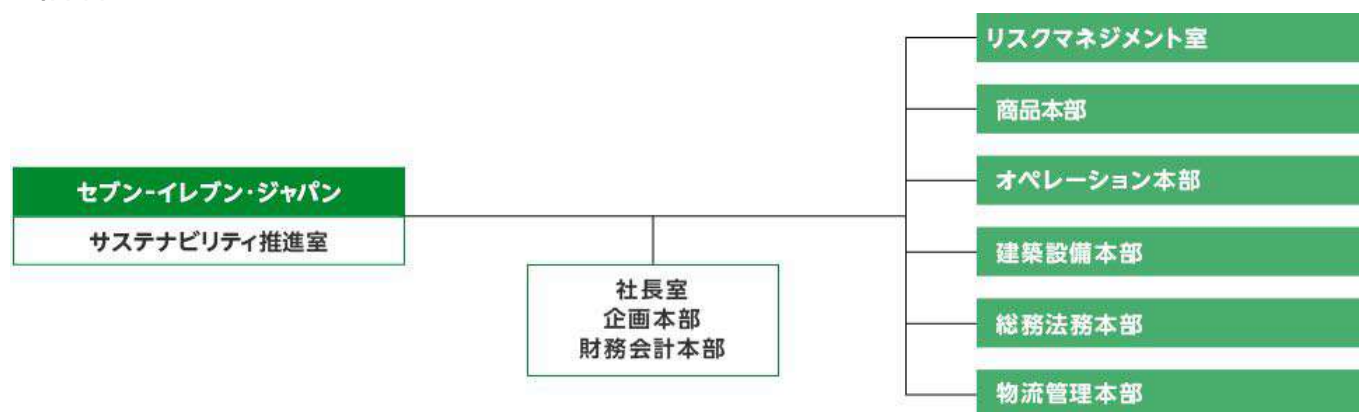
## シナリオ分析体制

今回の分析では、実質的な対応策の立案や正確な事業インパクトの定量化を目指して、セブン-イレブン・ジャパン社内にて取締役を責任者とするプロジェクトを発足しました。気候変動に関わる10部門が参加。各部門単位でリスク・機会や対応策を議論したことで、実態に即した分析ができ、気候変動への対応力向上につながりました。

### ● 分析のプロセス



### ● 体制図



## 重要なリスクと機会

TCFD提言で示された各リスク・機会の項目、SASBなどの国際的な基準を参考に、セブン-イレブン・ジャパンの事業に影響を与えるリスク・機会を各部門で具体的に議論し、合計約160のリスク・機会がわかりました。これらリスク・機会が、売上・利益などの財務面、店舗運営・商品調達などの戦略面に与える影響の大きさを検討。重要なリスク・機会の項目として、「炭素価格」「各国の炭素排出目標／政策」「消費者の嗜好変化」「異常気象の激甚化」「降水・気象パターンの変化」を抽出しました。

## 重要なリスク・機会の事業インパクト評価と対応策

抽出された5つのリスク・機会の項目が事業に与えるインパクトを、定性・定量で評価し、対応策を立案しました。



## ■ 気候変動による重要なリスク・機会の事業インパクトと対応策

重要なリスク・機会の項目		具体的な事例	影響	シナリオ	事業 リスク	事業 機会	主な対応策
移行 リスク ・機会  (脱炭素 シナリオ 1.5℃～ 2℃)	政策・ 規制	炭素価格	炭素税の導入	運営 コスト	・高額の炭素税が導入され、CO <sub>2</sub> 排出量 に対して炭素税の負担が発生 ・サプライチェーンを通じてコスト増が 見込まれる	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>『GREEN CHALLENGE 2050』に基づいたCO<sub>2</sub>排出量の削減推進</li> <li>お取引先の省エネ・再生可能エネルギー利用拡大への支援</li> </ul>
		電力小売価格の変動	運営 コスト	・再生可能エネルギー導入などに伴う電力小売価格上昇で電力料金の支払い増加	◎		<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗の省エネ設備の開発・導入</li> <li>オンサイトの再生可能エネルギー導入の強化</li> </ul>
		各国の炭素排出目標／政策	配送用燃料費の変動	運営 コスト	・配送車両のEV化が進み、配送に伴う燃料費は減少		<ul style="list-style-type: none"> <li>EV車両など環境配慮車両の拡大</li> <li>車載端末より取得したデータに基づいたエコドライブ講習の実施で燃費向上</li> <li>配送効率の向上による配送車両の削減</li> </ul>
			配送車両のEV化対応	運営 コスト	・規制強化や社会的な変化に対応して、配送車両のEV車両への入れ替えが進み、コストが発生	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>配送効率の向上による配送車両の削減</li> </ul>
	評判	消費者の嗜好の変化	サステナブル商品販売による売上の変化	売上	・消費者のサステナブル商品への関心が高まり、それに応える商品を販売することで売上が増加	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>『GREEN CHALLENGE 2050』に基づいた環境配慮型容器包装の導入やペットボトル回収・リサイクルの推進</li> <li>『GREEN CHALLENGE 2050』に基づいた認証原材料の導入などのサステナブルな商品の販売拡大</li> </ul>

物理的 リスク ・機会  (温暖化進行 シナリオ 2.7℃～ 4℃)	急性	異常気象の激甚化	自然災害による被害	売上	・自然災害の発生頻度や強度が強まり、自然災害による店舗被害や商品損害、休業による売上損失、復旧費の発生等で損害額が増加	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>「7view」の活用による災害時の情報収集と早期復旧に向けた体制構築</li> <li>止水板やガードパイプの設置拡大による浸水被害の防止</li> <li>蓄電池の性能向上などフェーズフリー設備による営業の継続</li> <li>緊急物資配送用の燃料備蓄</li> </ul>
			自然災害に関する保険料の支払い	運営 コスト	・自然災害の発生頻度や強度が強まることで、自然災害に関する保険料の支払い額が増加	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>各種被害防止策により損失を抑制</li> </ul>
	慢性	降水気象／農畜水産物の原価の変動	農畜水産物の原材料価格の変動	運営 コスト	・農畜水産物の収量・品質が低下することで、原材料価格が上がり仕入れコストが増加	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>原材料生産地の分散</li> <li>野菜工場や陸上養殖などからの調達拡大による安定的な仕入の確保</li> <li>デジタル技術やAIの活用</li> </ul>
		夏季空調における電気代	夏季空調における電気代	運営 コスト	・平均気温の上昇により、空調にかかる電力使用量が増加し、電気料金の支払いが増加	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗の省エネ設備の開発・導入</li> </ul>

※事業インパクト評価にあたっては、それぞれ影響が大きいほうのシナリオを参照しました。

移行リスク・機会：「脱炭素シナリオ」、物理的リスク・機会：「温暖化進行シナリオ」

### (1)移行リスク・機会 脱炭素シナリオ（1.5℃～2℃）

移行リスク・機会については、1.5℃目標達成に向けて、様々な規制などが導入される脱炭素シナリオに基づいて検討しました。中でも、最も大きな影響があると予測される炭素税について、以下の通り試算しました。

今回は、IEA「World Energy Outlook 2020」を参考に2030年時点の炭素税額を130ドル／トン-CO<sub>2</sub>と設定し、最大金額でインパクトを試算。炭素税は、事業活動の成長に伴いCO<sub>2</sub>排出量が増加した場合の単純計算では221.2億円になります。しかし、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』に掲げる通り、CO<sub>2</sub>排出量を、2030年に2013年度比50%削減することで、炭素税額は119.7億円削減でき、101.5億円になると見込んでいます。さらに、2050年目標であるCO<sub>2</sub>排出量実質ゼロにむけて取り組みを推進することで、最終的に炭素税の負担はなくなると見込んでいます。

- 炭素税（2030年の影響） 前提：130ドル／トン-CO<sub>2</sub>（IEA「World Energy Outlook 2020」の最大金額）

項目	事業インパクト
炭素税額	101.5億円

※炭素税の金額は、IEA「World Energy Outlook2020」をもとに最大金額を試算しています。

## (2)物理的リスク・機会 温暖化進行シナリオ（2.7℃～4℃）

物理的リスク・機会では、異常気象による自然災害の発生が最も大きなリスクとなります。自然災害は、いつ・どこで発生するか予測が難しく、一度発生すれば、甚大な被害をもたらします。現在、温暖化の進行により、災害をもたらす大雨などの極端な気象現象の発生が増加しています。温暖化進行シナリオでは、この傾向はさらに強まります。そこで、過去の災害発生時の被害金額を踏まえ、最も大きな被害が予想される、首都圏店舗の洪水被害について試算しました。国土交通省のハザードマップから、荒川の氾濫により5m以上の浸水が発生した場合を想定して、店舗被害や商品損害、休業による売上損失、復旧費用などの被害金額は、111.9億円になると試算しました。

- 自然災害による被害 前提：首都圏店舗の洪水被害(荒川の氾濫を想定)

項目	事業インパクト
店舗被害、商品損害、休業による売上の損失、復旧費用など	111.9億円

※過去の洪水被害の実績から試算。

次に大きなインパクトをもたらすと考えられる気象パターンの変化による原材料原価の上昇のインパクトは、以下の通り試算しました。仕入金額の構成をもとに、米・海苔・畜産物（牛肉・豚肉・鶏肉・卵）を対象に選定。気候変動の影響で収穫量が低下し、その分仕入金額が増加すると仮定して、その増加額を合計57億円と試算。ただし、この試算には、輸入などに関わる影響を含んでいないことから、実際の金額は、この数倍にもなると想定し、対応策を検討しています。

- 原材料原価の上昇（2030年の影響） 前提：気候変動により収量が低下したことのみによる原価上昇を試算

項目	事業インパクト
米の原材料原価上昇額	22.3億円
海苔の原材料原価上昇額	19.3億円
畜産物（牛肉・豚肉・鶏肉・卵）の原材料原価上昇額	15.4億円

※収量の変化は、文部科学省、環境省、気象庁、国立環境研究所、農業・食品産業技術総合研究機構などのデータから試算

## (3)リスク・機会への対応策

リスクを低減し、機会を拡大するために、各部門で議論を重ね、約50の対応策に整理しました。この議論を通じて、脱炭素シナリオ、温暖化進行シナリオともに、『GREEN CHALLENGE 2050』に基づいて進めている環境負荷低減活動が、有効な対策であることが確認できました。

移行リスクに対しては、『GREEN CHALLENGE 2050』のCO<sub>2</sub>排出量削減目標の達成により、炭素税の負担を大幅に軽減していきます。また、店舗での省エネや、太陽光発電パネルの設置などのCO<sub>2</sub>排出量削減活動を積極的に推進することで、電力料金の支払い増加などの移行リスクの軽減も図ります。さらに、サステナブルな商品やサービスへの消費者の行動の変化についても、『GREEN CHALLENGE 2050』のプラスチック対策や持続可能な調達の取り組みを推進することで、お客様から共感をいただき、機会の拡大につながります。

物理的リスクに対しても、自然災害によるリスクを低減するために、『GREEN CHALLENGE 2050』の達成に向けてCO<sub>2</sub>排出量の削減に積極的に取り組むべきことを確認しました。自然災害が増大するリスクへの対応として、情報共有の仕組みである「7VIEW」で店舗の状況をリアルタイムに把握し、早期復旧を実現する体制を構築します。また、浸水を防ぐ止水板の設置など、対策を着実に進めます。こうした災害対応の充実を図ることで、店舗の営業を早期に再開し、地域のお客様への貢献を続けてまいります。原材料原価の上昇については、安定的な原材料確保のために、産地の分散や国内外のサプライヤーとの連携強化を進めます。例えば、天候に左右されず安定した収穫を見込むことができる屋内型野菜工場からの調達を拡大しています。今後も、生産者・生産地情報の収集に努め、デジタル技術やAIなど先進技術も活用し、原材料原価の上昇リスクの低減に取り組めます。

## 気候変動に関わるガバナンス

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、取締役会による監督とCSR統括委員会を中心とするガバナンス体制を構築しています。

取締役会は、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に関し、年1回以上、CSR統括委員会の事務局であるサステナビリティ推進部より報告を受け、進捗や目標の達成状況を監督し、適宜、方針・取り組みの見直しが行われます。2020年12月、2021年5月には、取締役会において、昨今の1.5℃目標を目指す国際的な潮流、日本政府の2050年のネットゼロ目標決定にあわせ、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』のCO<sub>2</sub>排出量削減目標を、2030年までに50%、2050年までに排出ゼロに改定する決議を行いました。また、2020年度より役員報酬において、2019年5月に策定した環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』におけるCO<sub>2</sub>排出量の削減目標を非財務指標として、株式報酬の業績評価指標（KPI）に追加しています。

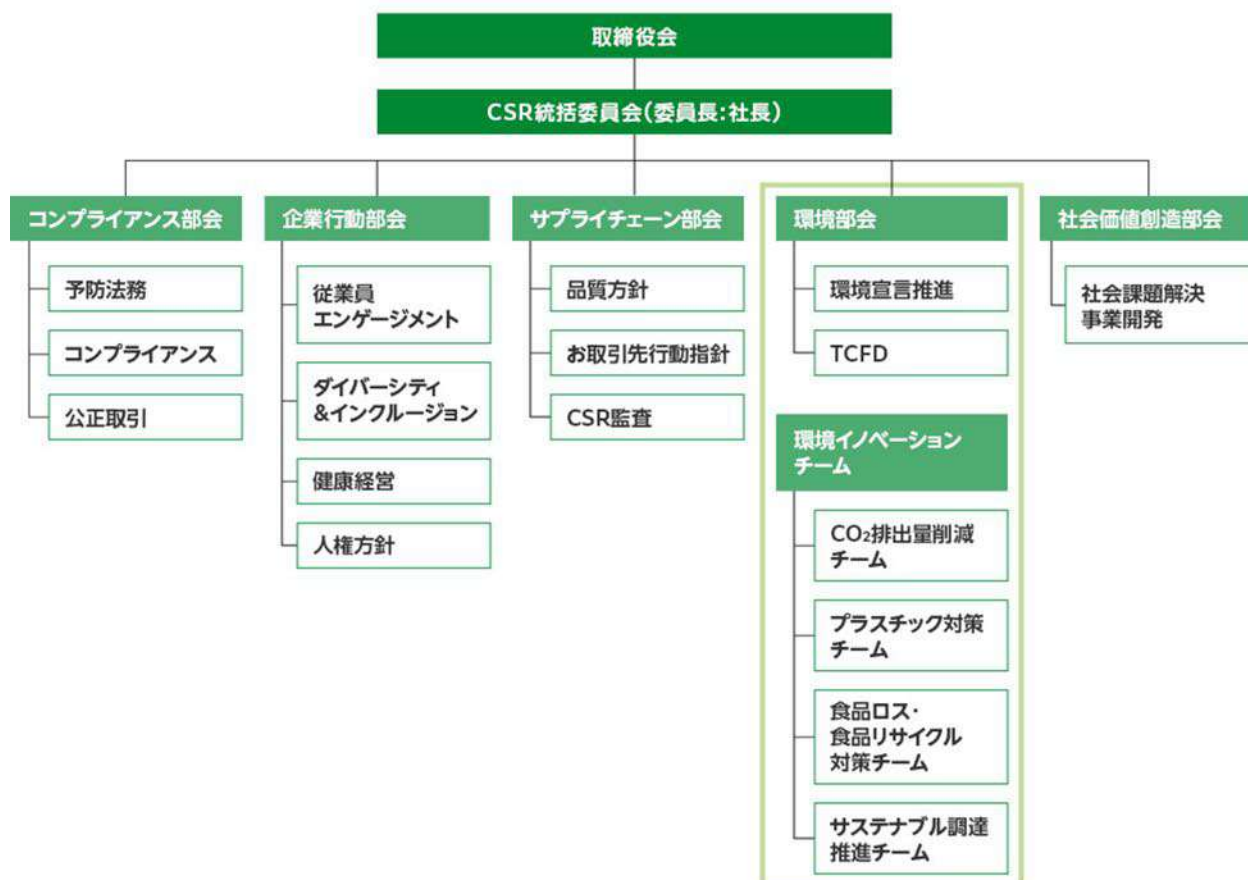
※株式報酬のKPI としての各年度のCO<sub>2</sub>排出量の目標値は、2018年度実績値から、毎年度均等に排出量を削減して2030年度目標値（グループの店舗運営に伴う排出量を2013年度比50%削減）を達成すると仮定して算出した各年度目標値とします。

CSR統括委員会は、セブン&アイHLDGS.代表取締役社長を委員長として、グループ会社のCSR推進責任者とセブン&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、取締役会に報告しています。

[気候変動対策](#) >

CSR推進体制図



## ● 気候変動に関わる体制と役割

体制	役割	メンバー	2020年度～2021年度の主な活動
取締役会	<ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動問題に関する進捗・目標達成 状況に関して年1回以上報告を受け、取り組みを監督</li> <li>方針・重要事項の見直し・決定</li> </ul>	取締役 監査役 サステナビリティについて幅広い知見と経験を有する社内取締役および社外取締役をメンバーとして構成	環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』 CO <sub>2</sub> 排出量削減目標を2050年ネットゼロへ見直すことを決議（2021年5月）
CSR統括委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>年2回開催・気候変動問題に関わる指標（CO<sub>2</sub>排出量など）の推移や緩和・適応策の共有</li> <li>環境部会やグループ会社で実施される取り組みの承認と助言</li> </ul>	委員長：セブン&アイHLDGS.代表取締役社長 委員：グループ会社のCSR部門責任者とセブン&アイHLDGS.のCSR関連部署の責任者	<ul style="list-style-type: none"> <li>TCFD提言対応状況の確認</li> <li>グループ各社の気候変動の緩和・適応策の共有</li> </ul>
環境部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>CSR統括委員会下部組織</li> <li>年2回開催</li> <li>気候変動問題への対応推進</li> <li>TCFD提言への対応推進</li> </ul>	部会長：セブン&アイHLDGS.サステナビリティ推進部執行役員 メンバー：グループ会社のCSR部門責任者・気候変動対応実務部門責任者	省エネ・創エネ・再エネ調達の3つの柱に基づいた活動の推進と情報共有
CO <sub>2</sub> 排出量削減チーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>適宜開催</li> <li>CO<sub>2</sub>排出量削減に向けたグループ会社 間の情報共有</li> <li>グループ横断施策の実施</li> </ul>	リーダー：グループ会社建築部門執行役員 メンバー：グループ会社CSR部門担当者・気候変動対応実務部門担当者	太陽光発電設備の対応やLED照明の共同購入などグループ横断施策の実施

## リスク管理

セブン&アイHLDGS.では、リスク管理の基本規程に基づき、リスクマネジメント委員会を中核とする統合的なリスク管理体制を構築。気候変動に関わるリスクについても、この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、自社のリスクを洗い出し、リスクの影響度・発生可能性を考慮してリスクを定量化。対応策とともにリスク調査票にまとめて、セブン&アイHLDGS.ガバナンス統括部（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>排出規制など気候変動に関わるリスクも含まれます。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、リスク管理体制や対応策のモニタリングを継続的に実施しています。

グループの重大なリスクについては、「リスクが顕在化した際の損害」「リスクの発現の時期」「グループ成長戦略への影響度」「現状のリスクへの対応状況」などを総合的に評価して判断しています。

こうしたリスク管理の状況や重大なリスクの判断に関しては、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提言への今後の対応

今回は、グループの営業利益の約6割を占めるセブン-イレブン・ジャパンのシナリオ分析を深めました。分析により、事業のレジリエンスについて確認できたと考えています。今後は、対応策を着実に実行してまいります。さらに、対象事業会社を拡大し、サプライチェーン全体を視野にいれて、リスク・機会の定量的な把握と実質的な対応策の立案・実行を進めてまいります。

2100年の気温上昇を1.5℃未満に抑えるための活動を行い、未来世代に豊かな地球環境を繋いでまいります。

## セブン&アイグループの重点課題

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。特定から7年が経過し、事業活動と関係する社会課題や社会からの要請が多様化しています。これらに適切に対応するために、さまざまなステークホルダーとの対話を通じて、2022年3月に重点課題を改定しました。ここでは、その改定までのプロセスについてご紹介します。

### 重点課題改定の目的

- セブン&アイグループの事業領域が拡大し、関係する社会課題や社会要請が多様化する中、特に重視すべき課題に集中し、適切に対応する
- グループ全体の社会価値・経済価値創出の方向性を明確に示し、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サステナビリティマネジメント、情報開示を推進する

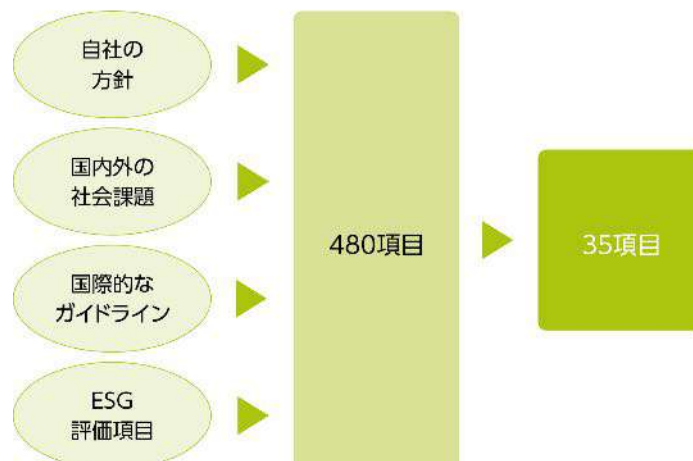
### 重点課題改定プロセス（2022年3月改定時）

#### STEP 1

##### 検討すべき社会課題の抽出

重点課題を改定するにあたって、検討すべき社会課題の抽出を行いました。。2014年の特定時の社会課題項目を整理・統合し、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、ISO26000、SDGs、グローバルリスクレポート、SASBなどの世界的な枠組みや、日米の政府会議などで議論される課題、中期経営計画で検討した外部環境、ESG評価機関の調査項目なども加味しました。

#### 抽出方法





## STEP 2

### 5,000人を超えるステークホルダーへアンケートを実施

抽出した480の社会課題から35項目を選び、グループが取り組むべき課題についてステークホルダーにアンケートを実施しました。アンケートの対象は、海外の事業会社も含め、2014年の特定時よりも対象会社を9社※に拡大するとともに、セブン-イレブン加盟店オーナーまで範囲を拡大しました。5,000件を超えるアンケート回答と1,000件を超えるコメントをいただきました。

※ 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、そごう・西武、セブン&アイ・フードシステムズ、セブン銀行

ステークホルダー	対象範囲
お客様	事業会社のお客様
お取引先	事業会社のお取引先
株主・投資家	当社の株主・投資家および セルサイドアナリスト
加盟店	セブン-イレブン・ジャパンの 加盟店オーナー
従業員	当社および事業会社の 従業員

## STEP 3

### 有識者とのダイアログの実施

セブン&アイグループを代表する事業会社3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）およびセブン&アイHLDGS.において、ステークホルダーの代表として幅広い知見を持つ有識者の方々とダイアログを実施しました。アンケートの回答をもとに、社会におけるグループの役割や解決が期待される社会課題について、忌憚のないご意見をいただきました。（写真はセブン&アイHLDGS.のダイアログの様子）

#### 当社経営陣



井阪 隆一  
代表取締役社長



後藤 克弘  
代表取締役副社長



伊藤 順朗  
取締役 常務執行役員  
経営推進本部長

#### 有識者の方々



有馬 利男 様  
一般社団法人グローバル・  
コンパクト・ネットワーク・  
ジャパン 代表理事



渋澤 健 様  
シブサワ・アンド・  
カンパニー株式会社  
代表取締役



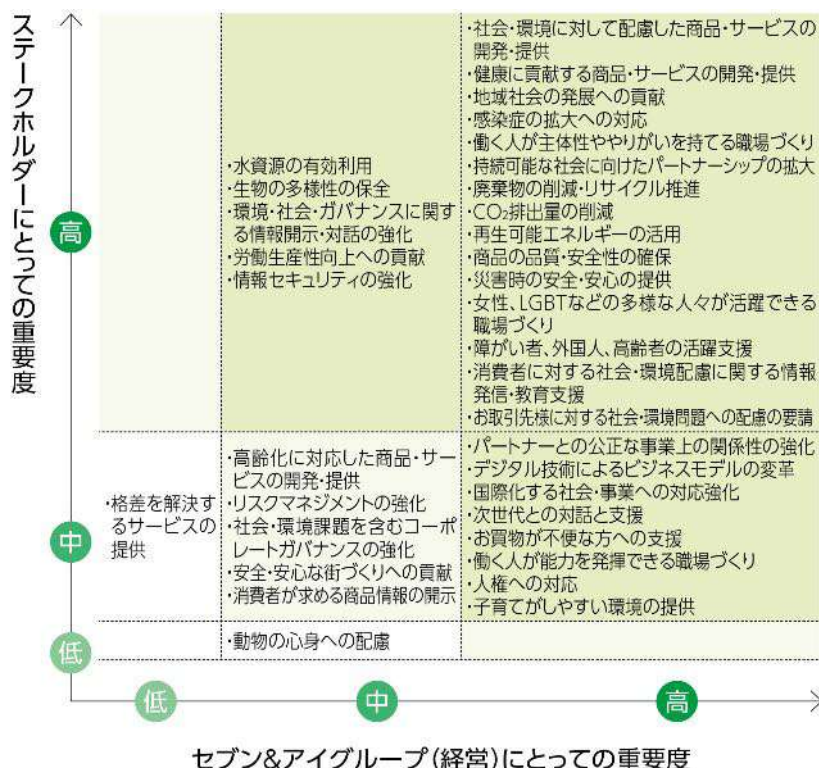
山口 真奈美 様  
一般社団法人日本サステナ  
ブル・ラベル協会 代表理事



## STEP 4

### ステークホルダーとグループの意見を考慮した新しい重点課題の決定

ステークホルダーアンケートの結果をもとに、縦軸をステークホルダーにとっての重要度、横軸を事業会社にとっての重要度とし、9社分のマトリクスを作成しました。これらを集約することでグループのマトリクス（下図）を作成し、アンケートのコメントや有識者とのダイアログ・その他の事業会社経営陣へのヒアリングなどで挙がった意見を考慮し、7つの重点課題を決定しました。新しい重点課題は、グループ従業員が「自分事」として取り組めるよう、具体的な取り組みとの関連性が分かりやすい文言を採用しました。



## STEP 5

### 重点課題に関わるリスクと機会の整理

重点課題を決定するとともに、ステークホルダーアンケートの結果や有識者ダイアログなどで言及されたご意見を踏まえ、新しい重点課題に関わるリスクと機会を整理しました。重点課題を解決する新たな取り組みを創出するとともに、リスクの低減に努めることで、持続可能な社会の実現と企業の持続的成長を目指してまいります。

## STEP 6

### アクションプランへの落とし込み

セブン&アイグループでは、新たに特定した重点課題を経営の根幹に据え、実効性を担保すべく、各事業会社において事業を通じた重点課題の解決に資する具体的な取り組みを策定しています。SDGコンパス※と同様の手法になりますが、新しい重点課題に対して、目標を達成するアクションプランを策定し、本業を通じた課題解決に資する活動を実行していくことで、経営への統合を進めてまいります。

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

## セブン&アイグループの重点課題



### 重点課題 1 >

お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに住みやすい社会を実現する



### 重点課題 2 >

安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する



### 重点課題 3 >

地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する



### 重点課題 4 >

多様な人々が活躍できる社会を実現する



### 重点課題 5 >

グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する



### 重点課題 6 >

お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する



### 重点課題 7 >

パートナーシップを通じて持続可能な社会を実現する

## 重点課題 1 お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに住みやすい社会を実現する

### 重点課題の考え方

全国に約22,700店舗を展開し、その他にも宅配や外商など多様なお客様との接点を有するセブン&アイHLDGS.では、グループの特性を活かし、店舗をはじめとするあらゆる顧客接点を通じて地域・コミュニティとともに住みやすい社会を提供していくことが重要だと考えています。高齢化や人口の減少などの課題解決は、私たちに絶えず求められる重要な社会的役割であるとともに、新たなお客様のニーズとしてのビジネス機会でもあります。お客様のもっとも身近な存在としてお客様一人ひとりに寄り添い、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。徒歩圏内に生鮮食品を販売する店舗がなく、お買物に不便を抱える高齢者単身世帯の数も年々増加しています。

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



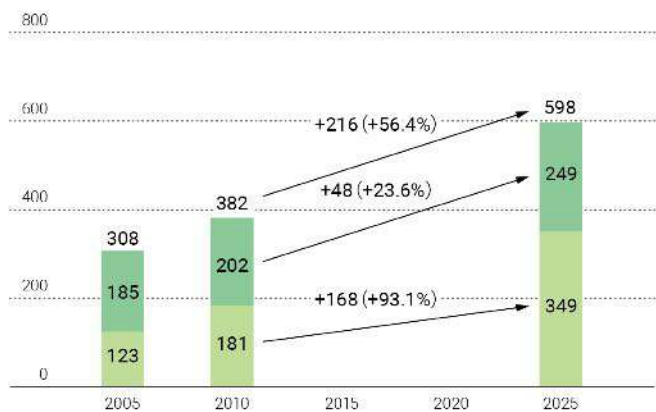
## 店舗まで500m以上で自動車がない人口の将来推計(65歳以上)

■ 都市的地域 ■ 農村地域

### 生鮮食料品販売店舗

(万人)

1,000

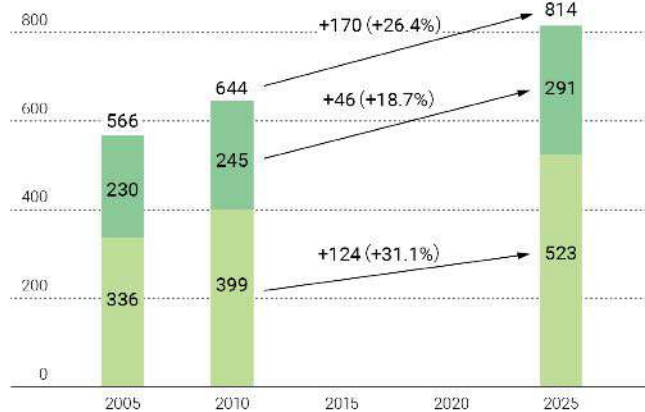


出典: 農林水産政策研究所

### 食料品スーパー等

(万人)

1,000



## 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化、人口減少を始めとするさまざまな地域課題の中で、アクセスしやすい店舗づくりなど住みやすい社会づくりを行い、持続可能な開発目標（SDGs）の目標9と11の達成に貢献します。



## セブン&アイグループの取り組み

お買物の支援 >

家事の軽減 >

多様なお客様へのサービス >

地域防犯対策 >



## 重点課題 1 お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに住みやすい社会を実現する

### 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。

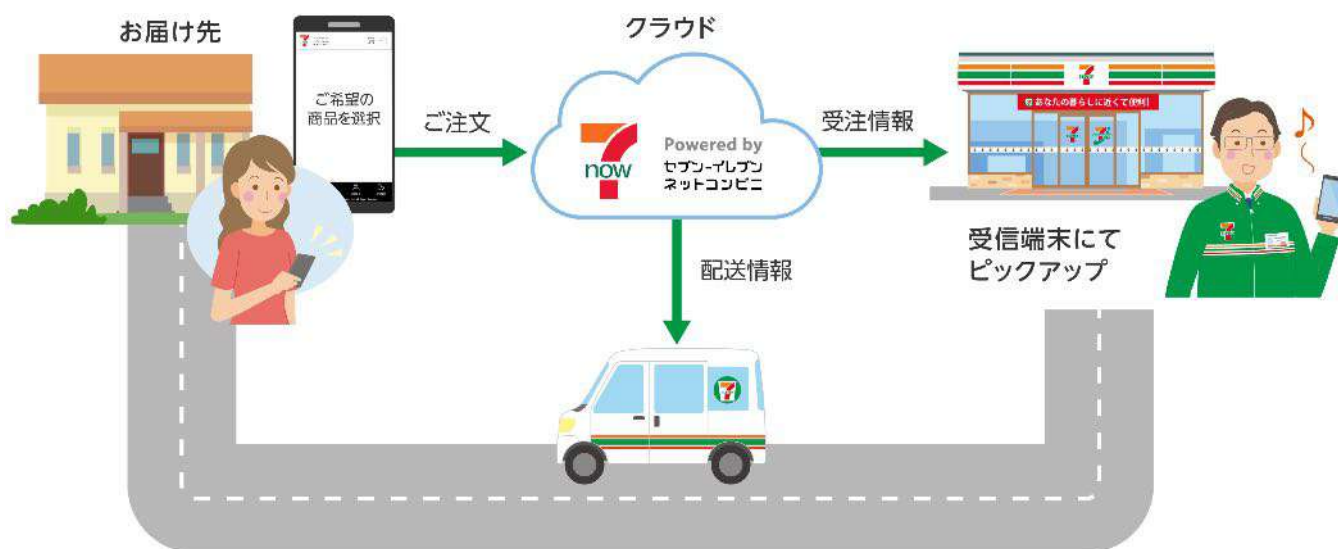


### 店内の商品をお届けするサービス

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。

#### 「7NOW」(セブン-イレブン ネットコンビニ)

セブン-イレブン・ジャパンは、「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品の中からご希望のものを最短30分でご指定の場所へお届けする「7NOW」(セブン-イレブン ネットコンビニ)を提供しています。2022年5月末現在、北海道・東京都・広島県の一部エリア約1,300店舗で実証実験を実施しており、2023年2月末までに5,000店舗への拡大を目指しています。



7NOWの仕組み

## 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。2022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487台が稼働しており、電動アシスト自転車も540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または専用アプリ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105店舗で展開しています（2022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、配達料がお得にな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。2022年2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10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。このような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、2022年2月末現在、移動販売サービス「セブンあんしんお届け便」を1道2府37県で109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ており、常温から冷凍品まで、食品や日用雑貨など約350アイテムを積載しています。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。2022年2月末現在、45市区町村で75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を支援するとともに、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。2022年度中に50市区町村100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 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って、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 お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに 住みやすい社会を実現する

### 家事の軽減

セブン&アイグループでは、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。



### 食事の準備が簡単な商品・サービスの開発

イトーヨーカドーは、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、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。また、惣菜売場では、忙しい時に便利な冷凍惣菜シリーズ「フローズンデリ」を販売しています。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）」を品揃えしています。

※メニューは季節により変更になります。



EASE UP「カルビクッパ」

## 重点課題 1 お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに住みやすい社会を実現する

### 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2022年2月末現在、グループ24社※合計で累計41,284人となりました。

イトーヨーカドーは、2022年3月に「日本認知症官民連携協議会の認知症バリアフリー宣言」を小売業で唯一宣言し、認知症バリアフリー推進に向けての方針や方向性を示しています。この宣言は、認知症の人やその家族の方々が来店された時に安心して商品・サービスを利用できる店舗環境を提供するとともに、企業・団体と一緒に取り組みを推進することで認知症バリアフリー社会の機運を醸成することを目的としています。また、認知症バリアフリー宣言の中で全従業員に占める認知症サポーターの割合を「2022年度までに50%、2023年度までに75%、2024年度までに100%にする」という目標を設定し、認知症サポーター数は2021年度に12,000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。

※ 24社で国内グループ売上高の98%以上を占める

#### 認知症サポーター養成講座 受講者数

年度	2017年度	2020年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度 (目標)
累計 人数	29,623人	34,110人	37,550人	38,383人	41,284人	42,000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、2021年10月1日現在、65歳以上人口は3,621万人で総人口に占める割合（高齢化率）は28.9%となっています。また、2040年には35.3%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96店舗で展開しています（2022年2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（2022年2月末現在、約250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、高齢者の身長に合わせた規格の「プチサイズワンタッチテープパジャマ」や、杖のグリップを三角形状にすることで手のひらにフィットし、オリジナルの湾曲アームで指の間に痛くならない「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ています。このサロンでは、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。2022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、インドネシア、フィリピン向けの海外送金サービスを提供しています。全国約26,000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 1 お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに 住みやすい社会を実現する

### 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。また、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 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

### 重点課題の考え方

セブン&アイグループでは、グループ各社の店舗で多種多様な商品を取扱うほか、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、常にお客様の立場に立って、栄養バランスのとれた商品の提供や、信頼性の高い原材料の使用、不必要な添加物の使用削減など、お客様の健康に配慮することは非常に重要だと認識しています。このような取り組みはお客様からの信頼を確保するだけでなく、お客様ニーズに即した新たなビジネスの機会でもあります。お客様の生活に必要な多くの商品を取扱う存在として、取り組みを進めていきます。

#### ● 関連する方針

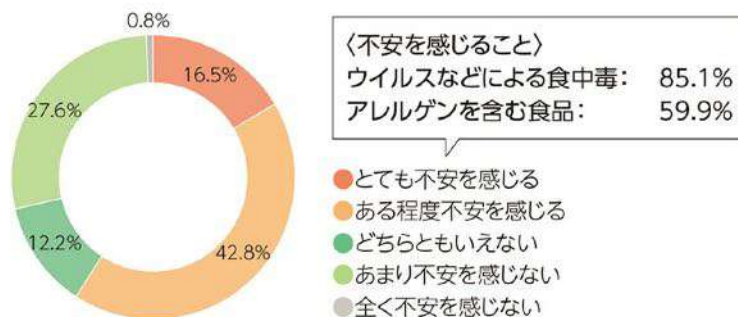
[品質方針](#) >

### 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」

## 平均寿命と健康寿命の乖離

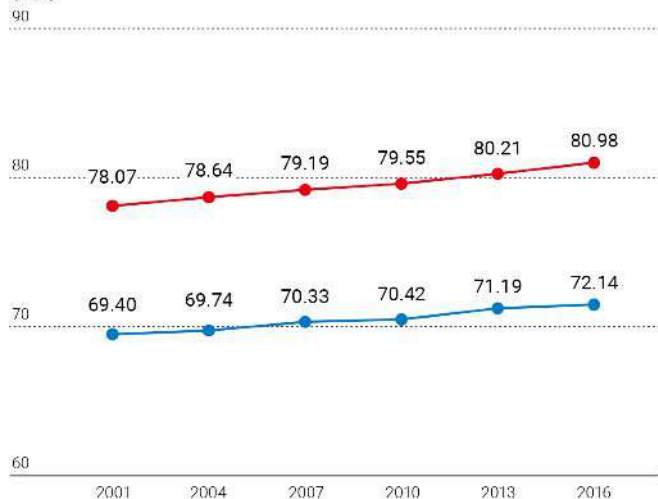
平均寿命は年々伸びているものの、「健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間」である健康寿命と平均寿命の間には10年前後の乖離があります。健康な期間である健康寿命を延伸させ、平均寿命との差を縮小することが重要となります。

### 平均寿命と健康寿命\*の推移

● 平均寿命 ● 健康寿命

#### 男性

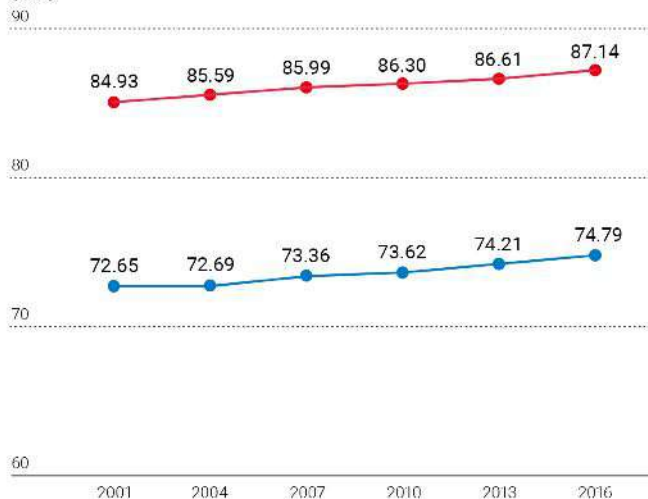
(年齢)



\*日常生活に制限のない期間  
出典:厚生労働省

#### 女性

(年齢)



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。

## SDGsへの貢献

この重点課題に取り組むことで、セブン&アイグループは安全・安心で健康的な生活の支えとなる商品・サービスを提供し、持続可能な開発目標（SDGs）の目標2と3の達成に貢献します。



## セブン&アイグループの取り組み

品質管理体制の構築 >

食品の安全・安心 >

健康と栄養 >

## 重点課題 2 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

### 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に取り組んでいます。グループのプライベートブランド商品「セブンプレミアム」の開発部門をはじめ、食品を取扱うグループ会社12社、衣料品・住居品を取扱うグループ会社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・仕入担当者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。2021年度は、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。

衣料品や住居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。また、サステナブルな素材に関する研修や、商品別研修カリキュラムを拡充し、内容の充実を図るとともに専門的な知識を習得できる体制を構築しています。

## 2021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※1
衣料品の表示研修	165人	95.2%	衣料・住居品仕入担当者・品質管理担当者
衣料品のデザイン研修	173人	82.7%	衣料・住居品仕入担当者・品質管理担当者
工程・検品・工場の知識研修	178人	68.5%	衣料・住居品仕入担当者・品質管理担当者
寝具の知識	71人	73.2%	衣料・住居品仕入担当者・品質管理担当者
インテリアの知識研修	78人	73.1%	インテリア・タオルなど住居繊維製品仕入担当者・品質管理担当者
服飾品の知識研修	124人	50.8%	衣料・住居品仕入担当者・品質管理担当者
機能性素材の知識研修	231人	94.8%	衣料・住居品仕入担当者
衣料品ディスカッション研修	19人	100.0%	衣料品仕入担当者・品質管理担当者
住居品ディスカッション研修	11人	100.0%	住居品仕入担当者・品質管理担当者
鍋・フライパンの知識	49人	81.6%	住居品仕入担当者・品質管理担当者
プラスチック製品の知識	77人	85.7%	住居品仕入担当者・品質管理担当者
サステナブル素材の知識研修	331人	97.0%	衣料・住居品仕入担当者・品質管理担当者

※1 衣料・住居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

## 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・住居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、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-イレブンの店舗で販売している弁当や惣菜などのオリジナル商品は、日本デリカフーズ協同組合（NDF）※1に加入しているデリーメーカーで作られています。NDFでは、食品衛生管理の国際標準化に向けたHACCPの制度化に対応すべく、2018年10月にNDF-HACCP認証制度を「NDF-FSMS認証制度※2」に改正したほか、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。（2022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。（2022年3月末現在、99%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・ジャパ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、2022年2月末現在、JGAPやその他のGAPの合計で226人の生産者が認証を取得しており、今後も継続して認証取得を進めていきます。

▶ 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、2022年3月に合併した旧株式会社ライフフーズの惣菜工場などにも認証範囲を拡大をしていきます。また、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において、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企画と提供」）。

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行うことにより、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・住居品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・住居品については、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・住居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しました。これまで3度の大臣賞受賞を受賞し、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。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るとともに、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 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

### 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。

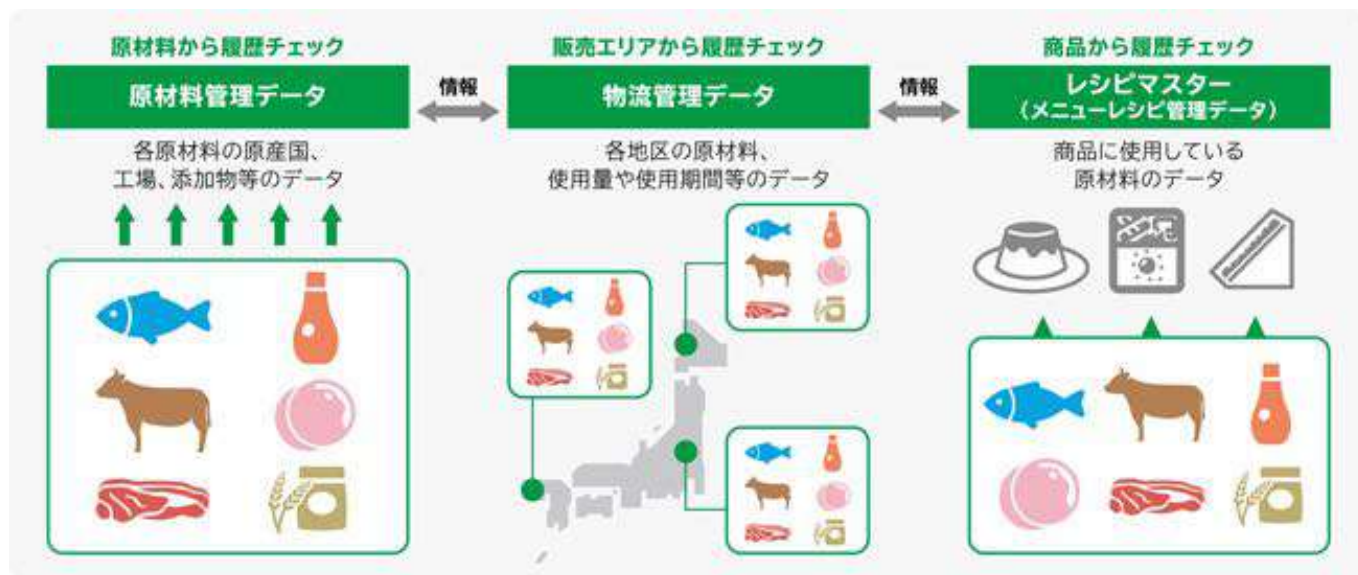
#### 生産履歴を集中管理

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（チルド弁当、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年から導入しています。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。



## 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Webサイト上で公開し、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、2022年3月3日現在、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232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Webサイトに「おいしさと安全・安心のヒミツ」というコーナーを設け、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。

＜ [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、食品添加物を使用する場合は、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。加えて、添加物使用に関する表示については、消費者庁「無添加・不使用」ガイドラインに従い、お客様に誤認を与えない表示を進めています。

＜ [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

トランス脂肪酸は、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、セブン-イレブンオリジナルの油に切り替えました。

＜ [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) ふんわりくちどけ毎ジャム&マーガリン 100gあたりの含有量

2005年	2007年	2012年	2019年	2022年
1.86g	0.18g	0.15g	0.11g	0.09g

## 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て「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Webサイト上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、どのようなアレルギー物質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、アレルギー情報はWebサイトにも一覧表を公開しており、デニーズ店内メニューに限り、アレルギー物質からメニュー名を検索することもできます。

➤ [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、低アレルギー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、食物アレルギーのある10～20代の方々やその保護者の方々を対象としたオンラインワークショップを実施しました。また、同NPOが主催した「オンライン 夏休み環境教育キャンプ」でもワークショップを開催。参加者が実際の商品の表示から食べられる商品を選ぶゲームを実施し、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、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。



NPO法人との打ち合わせの様子



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&アイグループは、東日本大震災以後、放射性物質に関するお問い合わせが増加したことを受け、行政による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Webサイトに公開しています。また、ヨークベニマルも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Web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 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

### 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、必要のない食品添加物の使用を削減し、栄養バランスの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



「セブンプレミアム強炭酸水プラス490ml」

イソマルトデキストリン（食物繊維として）5gを含んだ、機能性表示食品

### 健康に配慮した商品の販売

セブン-イレブン・ジャパンは、2018年3月から全国のセブン-イレブン店舗で『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た「安全・安心・健康」にこだわった商品の展開を実施。また、「健康を意識した食事をとりたい」というニーズが高まる中、2021年6月から新たに食品表示基準に基づく「セブン-イレブンの健康商品シリーズ」を展開し、たんぱく質量や食物繊維量を訴求した商品、1日に必要な野菜摂取量※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、これらの商品の品揃えを拡充していく計画です。

また、イトーヨーカドーは、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。



セブン-イレブン専用マークの例



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、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、お客様からのご要望が多い「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、多くの商品で前面に表示しています。

一方で、栄養表示が複雑になり、その表示方法も商品ごとに異なっていたため、商品の特徴が分かりにくくなっていました。そこで、機能ごとに統一性を持たせたパッケージデザインをセブン-イレブン・ジャパンのオリジナル商品に続き、セブンプレミアムでも採用。「オレンジ」と「グリーン」の2色のカラーアイコンをパッケージの表前面に表示しています。「糖質」や「塩分」など必要以上の摂取を抑えるべき栄養素はグリーン、「たんぱく質」や「食物繊維」などの補うべき栄養素はオレンジのアイコンを使用しています。

※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



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」



トランス脂肪酸の表示された栄養成分表示の例：「セブンプレミアム セブンブレッド（6枚入）」



「糖質」や「塩分」など必要以上の摂取を抑えるべき栄養素はグリーン  
「たんぱく質」や「食物繊維」などの補うべき栄養素はオレンジのアイコン表示をした例

## 重点課題 3 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

### 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>排出量の削減や廃棄物の削減、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、気候変動などによるリスクを低減し、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

[環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』](#) >

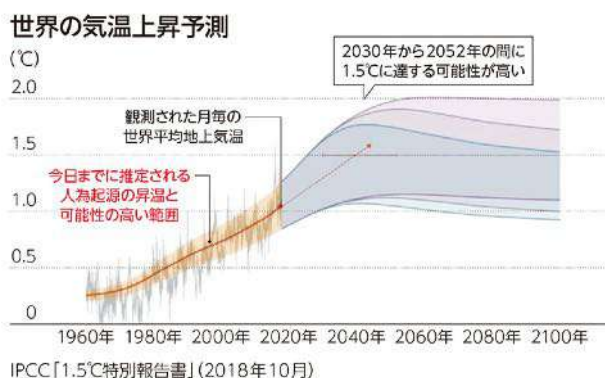
[セブン&アイグループ持続可能な調達原則・方針](#) >

[セブン&アイグループ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。2022年にIPCC（気候変動に関する政府間パネル）が発表した「第六次報告書」によると、人間活動の寄与によって、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>を含む温室効果ガス排出量を正味ゼロにする必要があるとされています。





## 食品廃棄物

世界では9人に1人が栄養不足に苦しんでいる一方、日本では年間2,550万トンの食品廃棄物等が出されています。そのうち本来食べられるのに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<sup>※</sup>。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<sup>※</sup>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<sup>※</sup>。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](#) [PDF:7.2MB]

## 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2、6、7、12、13、14、15の達成に貢献します。



## セブン&アイグループの取り組み

環境マネジメント >

気候変動対策 >

サプライチェーンマネジメント  
(環境) >

食品ロス・食品リサイクル対策 >

資源の有効活用 >

環境に配慮した容器・包装の導入  
>

持続可能な原材料の調達 >

## 重点課題 3 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

### 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。

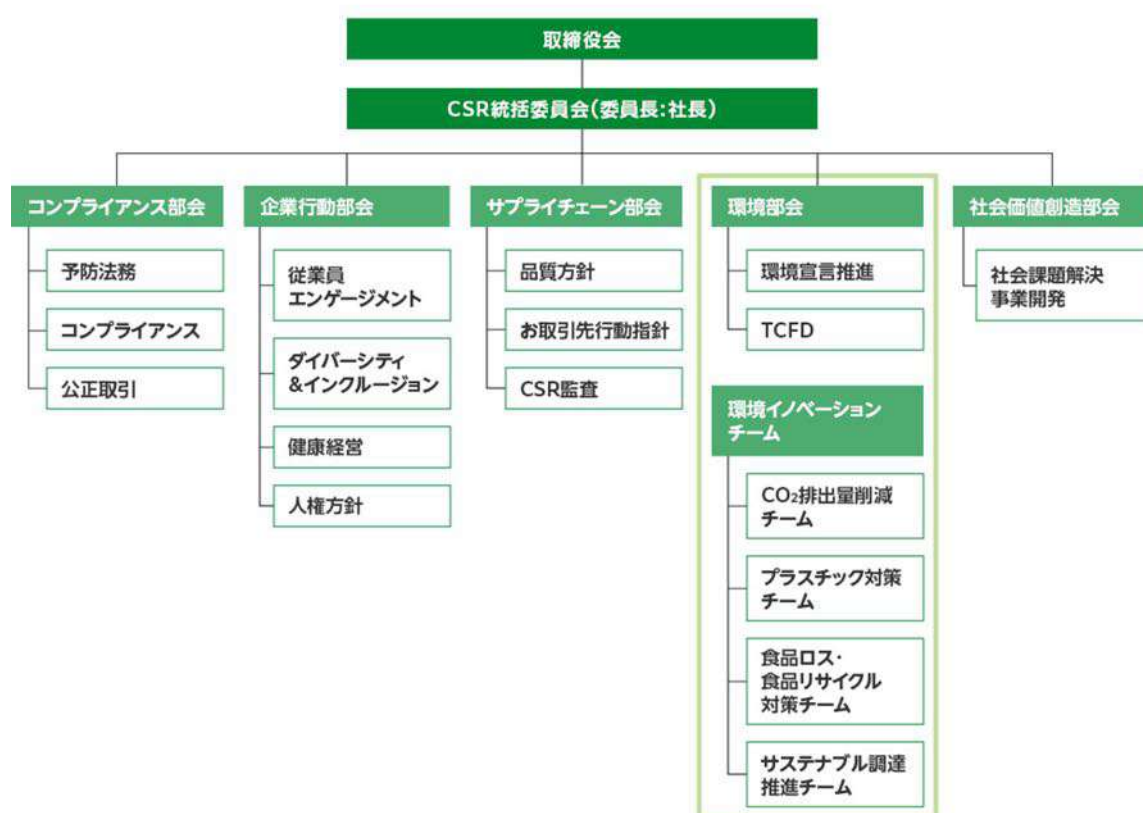


### 推進体制

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



## 環境マネジメントシステム

---

セブン&アイグループは、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の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40%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を情報共有しています。また、コンプライアンス遵守、省エネ活動、CO<sub>2</sub>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、なかでも環境省が制定したエコアクション21の取得については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177工場のうち、137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、認証取得に向けて活動を開始した工場を含めると165工場が取り組んでいます（2022年2月末現在）。

CO2排出量の第三者検証

セブン&アイHLDGS.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、店舗運営および事業活動に伴うCO2排出量の第三者審査を実施しています。第三者審査では、店舗ごとのエネルギー使用量の集計からCO2排出量の算定に至るまでのプロセスにおいて、第三者機関による検証を行っています。2021年は事業会社14社※1のスコープ1・2を対象に実施し、審査対象会社の売上高の割合はグループ全体の約98%をカバーしています。14社の2021年度の店舗運営に伴うCO2排出量は、スコープ1が123,766トン、スコープ2が2,847,126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1※2のCO2排出量（9,647,904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、シェルガーデン、アイワイフーズ、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、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14社。
- ※2 スコープ3の15のカテゴリ分類のうち「購入した製品・サービス」（原材料の調達、パッケージングの外部委託、消耗品の調達など）に伴うCO2排出量



第三者検証報告書

▶ 第三者検証報告書

水の管理

セブン&アイグループの各店舗では、日頃から節水に努めるとともに、節水タップの設置や省エネタイプの水洗トイレの導入、さらに雨水などを活用することで水使用量の削減を図っています。その結果、2021年度の店舗運営に伴う水使用量は<sup>20,893</sup>千m<sup>3</sup>※と増加していますが、売上100万円当たりの水使用量は前年同様に抑制しています。

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、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

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
水使用量（千m <sup>3</sup> ）	24,551	24,809	23,606	20,537	20,893
売上100万円当たりの水使用量（m <sup>3</sup> /百万円）	3.4	3.3	3.1	2.9	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月に施行されたフロン排出抑制法に則って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、ほか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合計359店舗に導入（冷凍冷蔵設備が212店舗、栄養ドリンクケースのみの店舗が147店）、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（2022年2月末現在）。

## 紙の管理

---

セブン-イレブン・ジャパンは、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（2022年2月末時点）。



## 重点課題 3 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

### 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年までに50%、2050年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&アイグループの各店舗では、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も含めて商品を買取っているため、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。（2022年2月末現在）

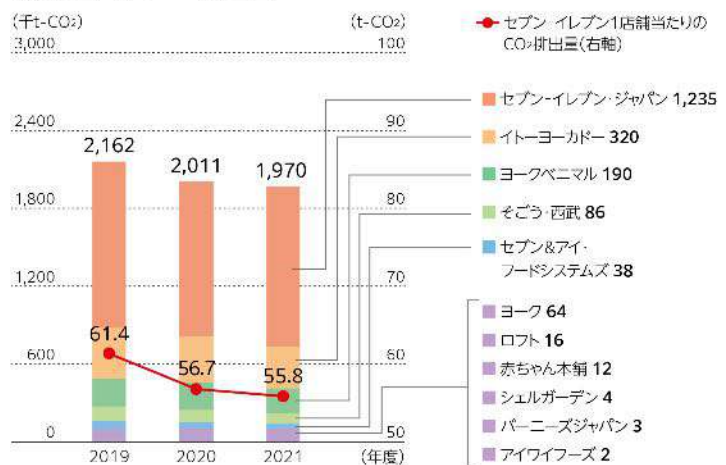
加えて、セブン&アイHLDGS.では、最近国内で多発している豪雨や土砂災害など、突発的な気象現象による災害に備えた体制を整備しています。例えば、緊急時の対応方法をまとめた冊子を社員へ配布しているほか、テレビ会議システムなどを利用した模擬訓練を定期的に開催しています。また、グループ内にある情報を集約するだけでなく、お取引先様などと協力して、災害情報の提供・共有・共用ができるシステム「7VIEW」（ビジュアル・インフォメーション・エマージェンシー・ウェブ）の構築に取り組んでいます。

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>排出量の約9割は、店舗運営のための電気の使用に由来しています。そのため、事業の拡大や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年までに実質ゼロにする目標を定め、目標達成に向けて「省エネ」「創エネ」「再エネ調達」の3本柱を重点的に取り組むことを方針に、CO<sub>2</sub>排出量の削減を進めています。

店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量※



※棒グラフ上の数値は、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・アイワイフーズ・そごう・西武・赤ちゃん本舗・ロフト・セブン&アイ・フードシステムズ・パーニーズ・ジャパンの11社の合計値

※ヨークベニマルは、店舗および旧ライフフーズの工場を含む

※グループ各社の数値開示条件はWEBサイトに掲載しているデータ集をご覧ください

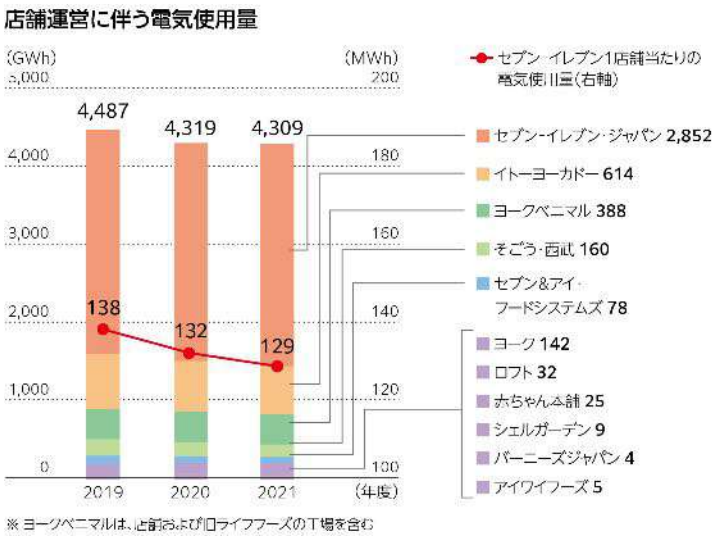
## 従業員による省エネの推進

セブン&アイグループ各社では、店舗における電気使用量削減と、従業員への環境教育、意識向上を促すために、従業員とともに店舗での省エネ活動を推進しています。例えば、セブン-イレブンでは店舗での「省エネ対策重点6項目」を定め、従業員が主体的に省エネへ取り組む体制を整備し、また、イトーヨーカドーでは、ポスターなどで従業員へ省エネ活動を周知するなど、各社の事業特性に合わせた取り組みを行っています。このように、店舗における電気使用量の削減を最優先に行うことで、CO<sub>2</sub>排出量の削減を進めています。

## 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8,775店舗（2022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（128店舗）、太陽光発電パネルを13店舗に設置。そのほか、ヨークベニマルは21店舗、ヨークは6店舗に太陽光発電パネルを導入し、再生可能エネルギーの利用拡大に取り組んでいます。（2022年2月末現在）



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)	CO <sub>2</sub> 削減効果 (トン)
2021年※1	5,390	192	445	28,354
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、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、バーニーズジャパンの11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月に宮城県仙台市に併設店舗を開店し、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（2022年度2月末）を運営しています。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

## CO<sub>2</sub>排出量の大幅削減を目指す実証実験店舗

セブン-イレブン・ジャパンは、2020年11月に開店したセブン-イレブン青梅新町店を最新の設備・技術を利用した実証実験店舗と位置付け、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・創エネ・蓄エネ設備を導入し、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。



※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

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行っています。

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<sup>※1</sup>」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%<sup>※2</sup>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あわせ、実質再生可能エネルギー比率100%を実現

### 取り組みの概要



## 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

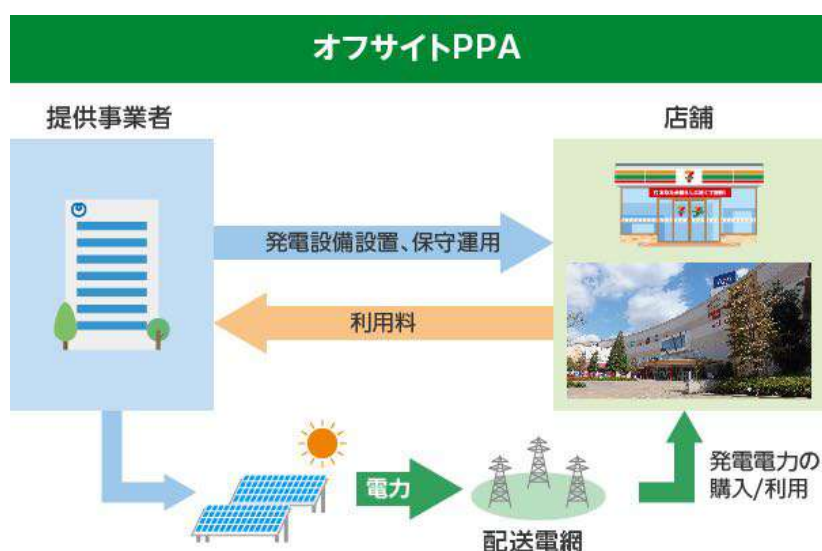
セブン&アイHLDGS.と日本電信電話株式会社（以下、NTT）は、セブン&アイグループの店舗運営における使用電力の100%再生可能エネルギー化の実現を目指し、2021年4月から順次、国内初※1のオフサイトPPAによる電力調達とNTTグループが所有するグリーン発電所からの電力を一部店舗に導入しています。この取り組みによって、セブン&アイグループのセブン-イレブン40店舗とアリオ亀有の店舗運営の100%再生可能エネルギー使用を目指します。

オフサイトPPAとは、需要場所から離れた場所に発電設備を設置し、発電電力を需要場所に供給するモデルです。今回はNTTアノードエナジー株式会社が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をします。このように事業者が電力消費者である企業・自治体専用の再生可能エネルギー発電所を遠隔地に設置し、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110店舗に合計約2,800台（2022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。2021年度は、102台の切り替えを実施し、延べ3,818台のハイブリッド車両を使用しています。



リース車両の例

## 第4世代ATM導入によるCO<sub>2</sub>削減

セブン銀行は、従来のATMよりもさらに消費電力量を抑えた新型ATM（第4世代ATM）を、2019年9月から順次導入しています。第4世代ATMは、第2世代ATMよりも消費電力量を48%削減した第3世代ATMに対して、さらに消費電力量を約40%削減できます。全国に約26,000台あるセブン銀行ATMが第4世代ATMに入替えが完了した場合、年間で約10,000トン※1のCO<sub>2</sub>排出量削減が実現します。2022年3月末現在で第4世代ATMの導入台数は約10,000台で、2022年度も順次導入を進めていきます。

※1 CO<sub>2</sub>排出係数を0.000500t-CO<sub>2</sub>/kWhで換算



## 重点課題 3 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

### 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、実効性ある活動として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、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。2021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「お取引先サステナブル行動指針・CSR監査説明会」を中止しました。

2020年6月からオンデマンド配信にて、「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）。2021年度は「お取引先サステナブル行動指針・CSR監査説明会」をライブ配信とオンデマンド配信で実施しました。（517社1,071名が視聴※2）

- ◆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 CSR監査対象工場（海外）のうち、説明会参加工場の割合

※2 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。

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

＜ [お取引先CSR監査の詳細はこちら](#) 〓

## 製造工場における環境情報管理の推進

セブン-イレブン・ジャパンは、オリジナルデ일리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」内に設置されている「環境部会（毎月開催）」を通して、各メーカー様の事例を共有・拡大を進めています。

グループのプライベートブランド商品「セブンプレミアム」の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Ver2.4」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。2021年度はグループ主要12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、シェルガーデン、アイワイフーズ、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、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12社

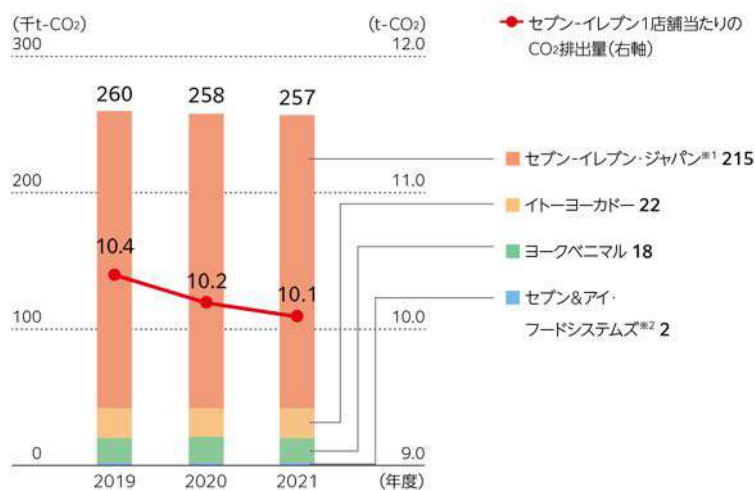
## 2021年度 スコープ3に基づくCO<sub>2</sub>排出量（12社合計）

カテゴリー	排出量 (t-CO <sub>2</sub> )	構成比 (%)
cat1 (購入した製品・サービス)	15,165,310	83.0%
cat2 (資本財)	747,652	4.1%
cat3 (スコープ1・2に含まれない燃料・エネルギー活動)	697,274	3.8%
cat4 (輸送・配送(上流))	272,035	1.5%
cat5 (事業から出る廃棄物)	60,586	0.3%
cat6 (出張)	4,813	0.0%
cat7 (雇用者の通勤)	39,077	0.2%
cat8 (リース資産(上流))	-	-
cat9 (輸送・配送(下流))	27,736	0.2%
cat10 (販売した製品の加工)	-	-
cat11 (販売した製品の使用)	51,678	0.3%
cat12 (販売した製品の廃棄)	1,069,044	5.9%
cat13 (リース資産(下流))	117,650	0.6%
cat14 (フランチャイズ)	-	-
cat15 (投資)	-	-
その他	13,893	0.1%
スコープ3 合計	18,266,748	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\*



## 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6,208台のうち、環境配慮型車両の導入は4,424台となりました（2022年2月末現在）。

2018年3月から、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。

2018年3月に、三菱ふそうトラック・バス株式会社のEVトラックを3台導入し、現在も継続して店舗配送を実施しています。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台導入して、さらなるCO<sub>2</sub>削減に取り組んでいます。

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月には温度帯の切替が可能な新型車両にて、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。



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。2022年2月末現在、全車両の約99%にあたる6,145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（2022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164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（2022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。



名称	参画状況	備考
Science Based Targets (SBT)	<a href="#">LINK</a> 	SBT認定の取得を目指し、2021年3月にコミットメントレターを提出済みです。

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	備考
一般社団法人日本経済団体連合会	<a href="#">会員 (LINK)</a> 	2050年カーボンニュートラルに向けての「 <a href="#">チャレンジ・ゼロ</a> 」  の取り組みに賛同しています。
TCFDコンソーシアム	<a href="#">会員 (LINK)</a> 	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。また、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。
RE100	<a href="#">会員 (LINK)</a> 	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向けて、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旨とする国際的イニシアチブ『RE100』に参画しています。
気候変動イニシアティブ (Japan Climate Initiative : JCI)	<a href="#">会員 (LINK)</a> 	本イニシアティブの「脱炭素化をめざす世界の最前線に日本から参加する」の趣旨に賛同し、参画しています。2021年は以下の政策提言に賛同しました。 ＜JCI政策提言への賛同＞ ・ <a href="#">パリ協定を実現する野心的な2030年目標を日本でも (2021年4月)</a>  ・ <a href="#">2030年度の再生可能エネルギー電力目標を40～50%に (2021年1月)</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> 	持続可能な脱炭素社会の実現には産業界が健全な危機感を持ち、積極的な行動を開始すべきであるという趣旨に賛同し、参画しています。2021年4月に以下の政策提言に賛同しました。 ＜JCLP政策提言への賛同＞ ・ <a href="#">日本の新たな2030年温室効果ガス排出削減目標に対する歓迎声明を発表 (2021年4月)</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> 	環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』においてプラスチック対策に関する目標を掲げており、海洋プラスチック問題の解決に向けて官民合同で取り組みを進める必要があると考えるため参画しています。
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> 	本協議会の活動目的は、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』におけるCO <sub>2</sub> 排出量削減の取り組みに沿っており、脱炭素社会構築に向けた水素の利用についての検討を行っていくため、参画しています。
京都超SDGsコンソーシアム (京都大学)	<a href="#">会員 (LINK)</a> 	本コンソーシアムの資源循環や省エネ・創エネに関する取り組み、SDGsの地域社会への実装を目標とした取り組みなどは、当社の目指す社会に沿っており、京都市でのSDGsコミュニティ創出に寄与できると考えるため参画しています。
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> 	本プラットフォームは主にエネルギーシステムの面より持続可能な社会のあり方を追求するもので、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』において目指すCO <sub>2</sub> 排出量削減、持続可能な社会の構築に資するものです。

## 重点課題 3 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

### 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。



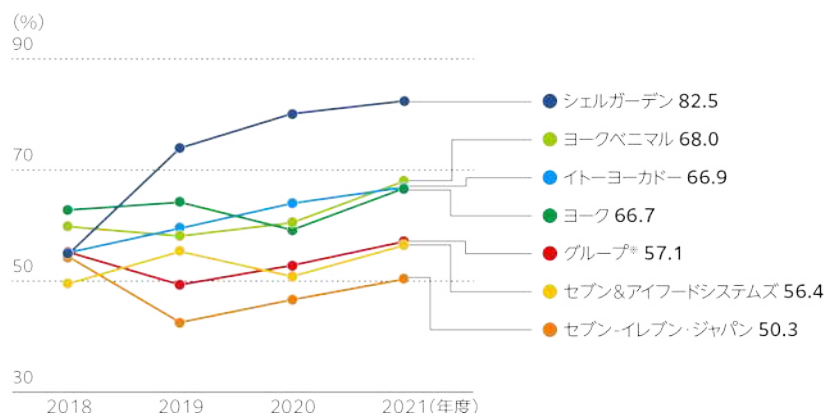
※対象は、食品関連事業会社6社（セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨーク、シェルガーデン、セブン&アイ・フードシステムズ）

### 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）

※2021年3月以降は旧ライフフーズ実績をヨークベニマル数値に含む

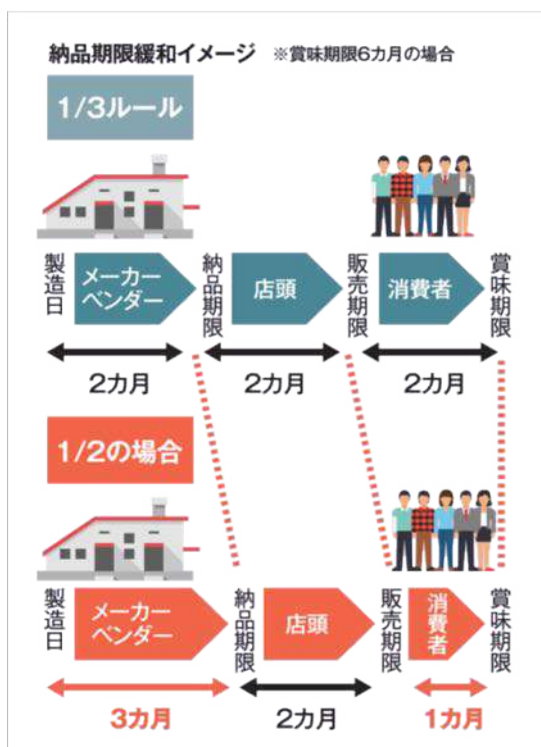
## 食品廃棄物の発生量

年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
売上百万円 当たりの発生量 (kg) ※	21.80kg	22.35kg	21.01kg	20.28kg

※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

## 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、セブン-イレブン・ジャパンでは、日本フランチャイズチェーン協会とコンビニ大手4社の合同で「てまえどり」を推進しています。「てまえどり」とは、すぐに召し上がる予定で食品を購入されるお客様に対し、手前に置いてある商品から選んで購入していただくことを促すことで食品ロスの削減を目指すという取り組みです。また、イトーヨーカドーやヨークベニマル、ヨークでは、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。さらに、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食べ残しのお持ち帰りを推進する「mottECO（モッテコ）」に取り組んでいます。

このように、第一優先である発生抑制を推進するとともに、それでも発生してしまった食品廃棄物のリサイクルを推進しています。例えば、店舗から廃棄される魚腸骨の飼料化や、惣菜調理後の揚げ油などの食廃油の100%リサイクルを実施しています。

## 「エシカルプロジェクト」を推進

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」に取り組んでいます。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・安心の確保」と「味・品質の向上」とともに、「消費期限延長（長鮮度商品開発）」を実現しています。2009年のチルド弁当からスタートし、グラタン・ドリア、スパゲティ・パスタ、サンドイッチ、惣菜などにも鮮度延長商品の拡充を実施して、2022年4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38.8トン（2022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。2022年2月末現在、223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、市場で流通できなくなった食品や、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、2021年度の食品リサイクル率は50.3%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

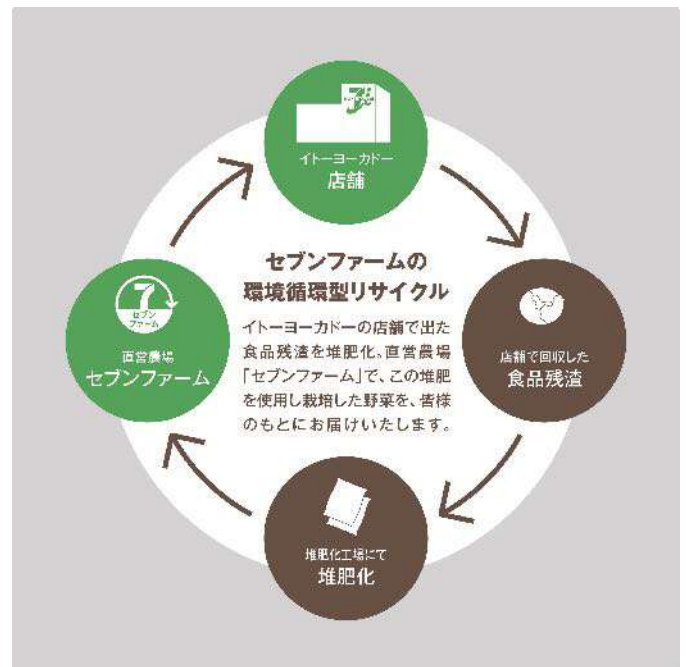
### セブンファームの設立

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。

2022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。また、セブンファーム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（2022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、2022年2月末現在、20店舗の敷地内に設置しています。繊維質が多いなど、リサイクルに向かない生ごみを微生物の力で水とCO2に分解することにより、焼却処分に比べてCO2の発生量低減が図れると同時に、ごみの減量化にも効果があります。

また、セブン-イレブン・ジャパンにおいても、「生物分解型生ごみ処理機」の運用テストを2013年から開始しています。敷地内での食品廃棄物処理は、各自治体の処理センターなどへの配送が不要となり、配送時や焼却時に排出されるCO2排出量削減にも貢献しています。2022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17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。例えば、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き、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月から店舗でのフードドライブ回収BOXの常設を開始し、44店舗で実施をしています（2022年2月末現在）。各店舗に寄せられ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ています。

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。2022年2月末現在、全国38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月からデニース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。



mottECO（モッテコ）ポスター



## 重点課題 3 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

### 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プラスチック問題に対しては、セブン&アイグループの環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」において、オリジナル商品の容器・包装を2030年までに50%、2050年に100%を環境配慮型素材に置き換えることを目標として掲げています。また、レジ袋の削減については、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。

また、イトーヨーカドー曳舟店では、2020年10月から花王・ライオンが協働で実施するリサイクル実証実験の場を提供するなど、サーキュラーエコノミー推進のための新たな取り組みを展開しています。

### ペットボトル回収機を設置

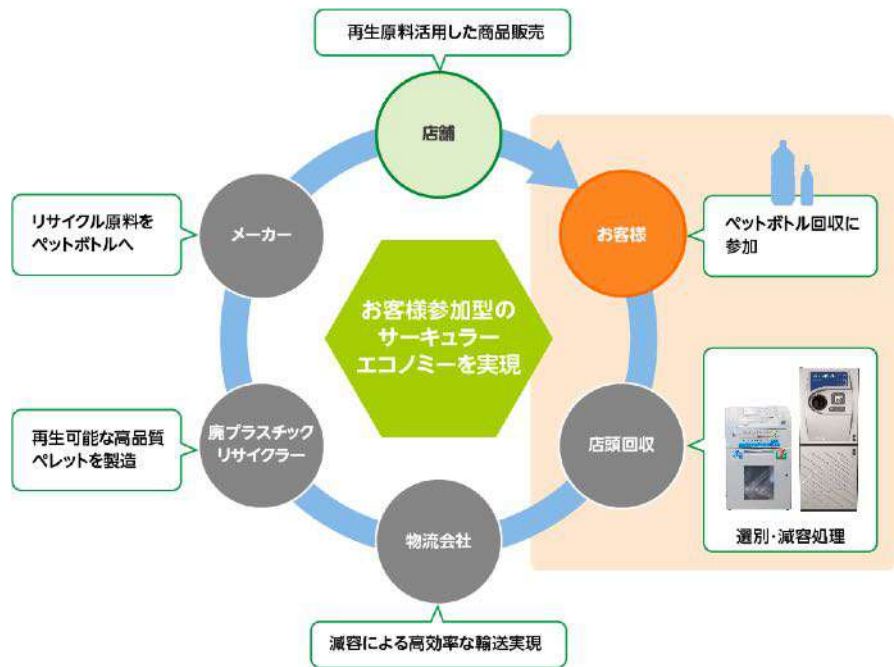
イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークでは、2012年からペットボトル回収機を店頭で設置しています。店頭で回収機に投入されたペットボトルは、自動的に異物の除去・減容（圧縮または破碎）されるため、店舗からリサイクル工場まで一度で大量に輸送することができ、配送回数を削減できます。さらに、セブン&アイグループの物流ルートを活用することで、より効率的な輸送が可能となり、配送に関わるCO<sub>2</sub>排出量の削減につながります。

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。

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の設置を開始しました。2021年2月末現在、1都1府11県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。

2022年2月末現在、回収機は4社合計で2,098台設置しており、2021年度は約10,800トンのペットボトルが回収しました。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、お客様への循環型リサイクルへの理解促進と啓発に取り組んでいます。

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	2021年度
回収量 (トン)	8,900	9,740	8,700	10,800
設置数 (台)	759	820	1,001	2,098

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

セブン&アイグループは、2019年6月から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<sup>\*</sup>となります。

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

再生PET素材の衣料品への活用

セブン&アイグループでは、ペットボトル回収の促進とあわせて、再生PET素材の活用拡大に取り組んでいます。2020年2月には、グループの店頭で設置したペットボトル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、2022年2月末現在、この再生素材を使った衣料品を約200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13%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。



## 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。2020年7月に「プラスチック製買物袋有料化」が開始し、2022年2月末のグループ全体のレジ袋辞退率は80%弱となっています。

セブン-イレブン・ジャパンは、石油由来のプラスチック使用量のさらなる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。有料化前に約30%だったレジ袋辞退率は約72%に伸長しました（2022年2月末時点）。プラスチック使用量は2020年7月～2021年2月で約8,000tの削減、2021年度は、前年度に比べ約1,700tの削減につながりました。2021年度のレジ袋の販売による「本部収益相当額」は、約8億6,000万円となり、ペットボトル回収機の設置費用などの一部として活用しています。

## 廃棄物の削減

イトーヨーカドーは、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」

## 閉店店舗の設備を再利用

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 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

### 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など販売方法を工夫し、容器包装の使用量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、精肉売場や鮮魚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。（2021年度プラスチック削減量：約203トン※） 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のプラスチック使用量を約12%削減しました。

※ 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



トレイを使わない包装をした商品の例（鶏肉）



トップシールを使用した「カップデリ」

## リサイクル可能な包材への変更

2015年7月からは、「セブンプレミアム」の紙パックの酒類各種を従来のアルミパック素材からノンアルミパック素材に変更しました。この変更により、容器は紙パックとしてのリサイクルが可能となります。また、原材料調達や製造工程における1本当たりの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月から、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おり、パッケージにおける地産地消の取り組みにもつながっています。

さらに、2016年12月には、セブン-イレブンのオリジナルパンのパッケージのフィルムとインキを植物性由来のものに変更しました。これによって、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。



植物由来原材料を使用したパッケージと「ライスインキ」印刷

## 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、「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。この取り組みによって、従来のプラスチックを使用した容器と比較し、2021年度は約406トンのプラスチックを削減、2022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。



間伐材を使用した商品パッケージ

▶ 「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、2021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」

## 環境配慮型カトラリーを全国の店舗に導入

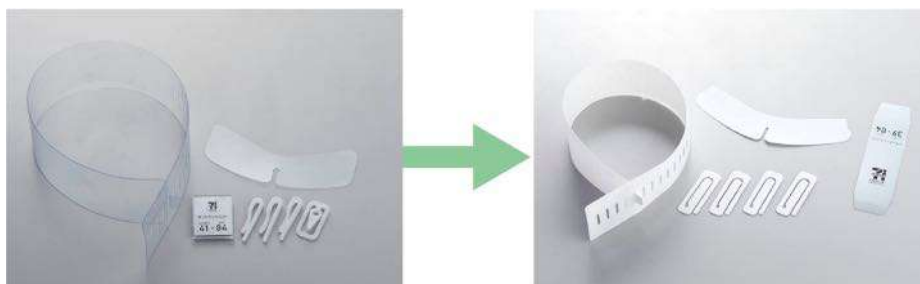
セブン-イレブンは、従来から不要なスプーンやフォークなどのカトラリーの配布抑制として、店舗でのお声がけを実施するとともに、沖縄県内の全店舗（112店：2022年1月末現在）で先行して植物由来（バイオマス）素材を30%配合したカトラリーを導入してきました。2022年4月1日からは「プラスチック資源循環促進法」の施行に合わせて沖縄県で導入している環境配慮型カトラリーを、全国のセブン-イレブンに導入しました。今後は、お客様に対してカトラリー類の要・不要の意思確認をより強化するとともに、石油由来のプラスチック削減に取り組んでいきます。

## シャツに付属するプラスチック資材をファイバー紙へ変更

イトーヨーカドーは、グループのプライベートブランド商品「セブンプレミアムライフスタイル」において、人気のある超形態安定ビジネスシャツを2022年3月にリニューアル。ビジネスシャツに付属するパッケージ袋を除くプラスチック資材をファイバー紙に変更し、“脱プラスチック”を実現しました。これはペットボトル※1に換算すると年間20万本分相当※2のプラスチック削減（見込み）となります。ファイバー紙とは、特殊な製紙方法により生まれたプラスチックに負けない強さを持つ特殊強化紙です。紙の持つ特性上、生分解性が高いことに加え、その製紙方法も環境に配慮したサステナブルな素材です。今後はすべてのセブンプレミアムライフスタイルの商品で「ファイバー紙」に切替できるよう取り組んでいきます。

※1 ペットボトル参考値：グループのプライベートブランド商品（2022年1月調査 TOP10平均値）

※2 外袋除く



プラスチック資材をファイバー紙に変更

## グリーンナノ※入り肌着パッケージの導入

セブン&アイグループは、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」の肌着に関して、商品のパッケージをグリーンナノ素材に変更し、焼却時のCO<sub>2</sub>排出削減に取り組んでいます。2022年度のグリーンナノ入りパッケージの使用数量は約1,100万点を見込んでおり、2025年には1,260万点を目標にしています。

※ グリーンナノとは、プラスチックの原材料にわずかな量を加えるだけで、燃焼時に発生するCO<sub>2</sub>排出量を大幅に削減する日本発の技術

## 重点課題 3 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

### 持続可能な原材料の調達

セブン&アイグループは、サプライチェーン上のコンプライアンスの重視、人権の尊重、環境・生物多様性の保全、生産地までのトレーサビリティの確保などを内容とする「セブン&アイグループ持続可能な調達原則・方針」を2022年4月に改定し、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。

[セブン&アイグループ持続可能な調達原則・方針](#) >

[環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』](#) >



### 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、生産者とお客をつなぐ小売業の責任として、持続可能性が担保され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」の水産食品において、MSC認証を取得した、たらこ4品、辛子明太子4品、他3品（2022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。2021年度は、セブンプレミアムの水産商品の8.2%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」の水産食品において、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※を取得した商品5アイテム（2022年2月末現在）を販売しています。2021年度は、セブンプレミアムの水産商品の3.7%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食品



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、わかめと銀鮭で認証を取得し、2022年2月末現在、合計7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食品



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、お客様に商品の特長やその商品価値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。

2021年度は、そごう・西武の7店舗でアラスカシーフードの店頭プロモーションを開催し、お客様にアラスカシーフードの魅力をお伝えしました。また、お中元やお歳暮でのアラスカシーフードギフトの提案も実施しました。イトーヨーカドーでも、食品売場で銀たら、紅鮭、紅筋子を販売しています。

▶ [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Webサイトはこちら](#)

## 農産品の調達

セブン&アイグループは、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抑えています。

イトーヨーカドーとヨークベニマルは、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。これらの商品を含め、イトーヨーカドーにおける2021年度の「顔が見える」シリーズの食品全体の売上は約243億円でした。

また、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。

### イトーヨーカドー・ヨークベニマルのGAP取得者数（人）

	2019年度	2020年度	2021年度
イトーヨーカドー	200※	200※	212
ヨークベニマル	—	72	94

※JGAP、その他のGAP認証含む概数

### イトーヨーカドー「顔が見える食品。」売上金額

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
売上金額※（億円）	226	228	246	243

※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、作業者自身の健康・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認証を取得した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

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）」に加盟しました。グループのプライベートブランド「セブンプレミアム」の一部の商品では、持続可能性が担保されたパーム油を使用しています。

## オーガニック Cotton の調達

セブン&アイグループは、お客様の安全・安心、環境に配慮した商品への関心の高まりを受け、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 Cotton の調達を進めています。2020年2月から、オーガニック Cotton 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 Cotton 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 Cotton のアイコン

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、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 Cotton 100%インナー」を全国のイトーヨーカドー114店舗（2022年2月末現在）とネット通販サイトで販売しています。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 Cotton のみを使用しています。そのほか、オーガニック Cotton を使用した掛布団カバーや枕カバーなどの寝具、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 Cotton 100%インナー

## 再生繊維を利用した商品の販売

セブン&アイグループは、地球環境に配慮し、持続可能な調達を行うためにリサイクル素材を使用した商品の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商品の販売

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、リサイクルし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。2021年度は約100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、2022年度は売上金額約15億円、販売枚数70万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年度）とネット通販サイトで販売しています。この商品は、本体生地に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、耐久性にも優れています。



「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 長傘



「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 折傘

## 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.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。2022年2月末現在、アイスクリーム用容器をはじめとした281アイテムでFSC®認証紙を、32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を販売する什器の素材に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」の雑誌に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。

## 重点課題 4 多様な人々が活躍できる社会を実現する

### 重点課題の考え方

セブン&アイグループは、人種や国籍を始め、性別や年齢、宗教、障がいの有無、性的指向などさまざまなバックグラウンドや価値観を持つ多様な人々が活躍できる社会を実現していくことが重要だと考えています。

異文化理解の促進や、未来社会を担う次世代の応援などを実施することは、社会全体の発展だけではなく、社会から求められる商品・サービスの提供にもつながります。当社グループだけでなく、社会全体がさまざまな価値観やライフスタイルを認め合うことができるように、取り組みを進めていきます。

#### ● 関連する方針

[セブン&アイグループ企業行動指針](#) >

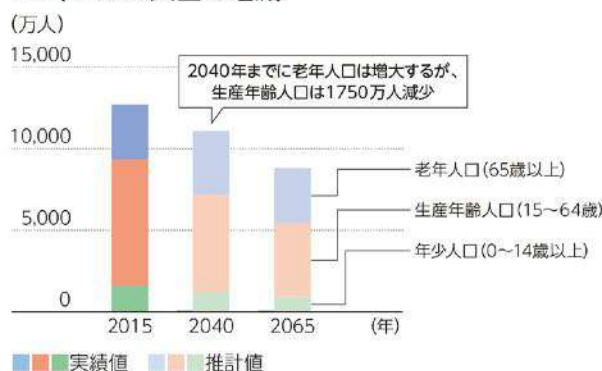
[セブン&アイグループ人権方針](#) >

### 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。次世代の育成を支援していくことは、より良い社会の実現する上で重要です。

25年ごとの人口の増減

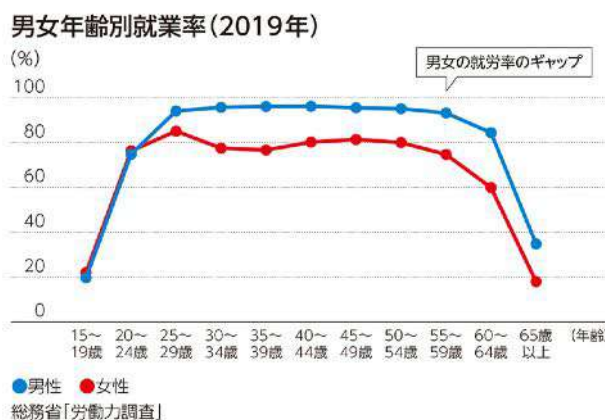




## 女性活躍支援

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も多くみられます。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12.4%（2020年）と世界に比べても低いため、高い能力を持つ女性が活躍できるような社会にすることが課題となっています。

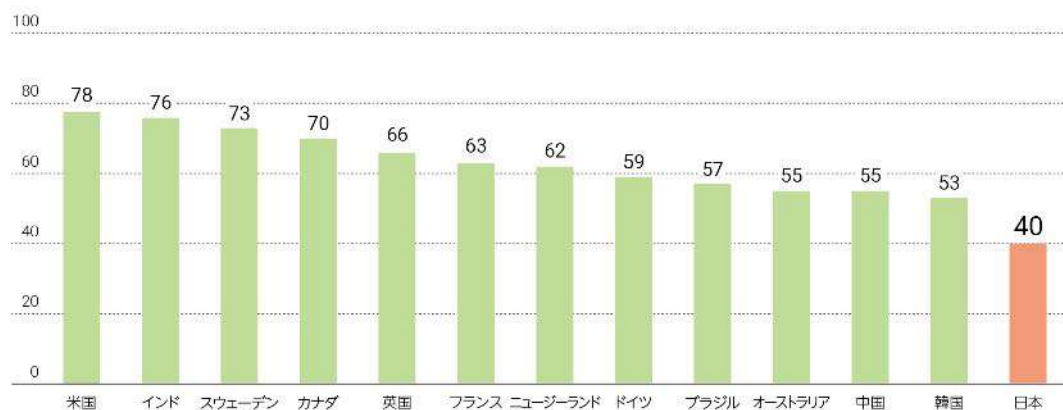
※ 厚生労働省「令和2年度雇用均等基本調査（企業調査 結果概要）」より



## 異文化に対する受容性

自分とは異なる文化に対しての受容性を複数の国と比較すると、特に日本のスコアは低い状態にあります。多様な人々が活躍できる社会を目指すためには、異文化に対しても認め合うことが課題となります。

### 異文化に対する受容性



文化の受容性について、以下の要素からスコアリング

- ・社会の文化多様性
- ・自国民の反応
- ・官僚主義の程度
- ・移民者の人口
- ・人種差別
- ・移民に関する政策
- ・宗教に対する耐性
- ・雇用者の受容性

(注記) Institute of Technology and ScienceのVijesh Jainによる異文化に対する受容性(Comfort with Foreign Cultures)に関する研究に基づく  
出典: Vijesh Jain, Multinational Workplaces: War of Culturally Seasoned Minds, 2015

## SDGsへの貢献

この重点課題に取り組むことで、セブン&アイグループはジェンダー平等を含む多様な人々の活躍を支援し、持続可能な開発目標（SDGs）の目標5、10の達成に貢献します。



## セブン&アイグループの取り組み

次世代育成の支援 >

## 重点課題 4 多様な人々が活躍できる社会を実現する

### 次世代育成の支援

セブン&アイグループは、核家族化や少子化が進み、子育てについて相談できる機会が減少する中、気軽にご利用いただける店舗でのイベントや、教育機関などと連携した取り組みを通じて、未来を担う次世代の健やかな成長をサポートしています。



### 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、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100店舗、「プレマステーション」を5店舗、それぞれ設置しています（2022年2月末現在）。各施設では、おむつ交換台や授乳用個室、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ご利用いただけます。また、相談員が地域の行政で実施している支援についての情報を収集し、利用者の方への情報提供も行っています。



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）

2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
245,988件	239,934件	224,552件	111,326件※	137,559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月の期間で78店舗の『マタニティ・育児相談室』が休室。2021年度も店舗周辺地域の感染状況などによる一時的な休室により利用者が減少

### 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しています。例えば、「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、複数のお取引先様と連携し、母親の健康維持・増進・リフレッシュ・子育てに役立つ情報提供を目的としたイベントを開催し、イベントを通じて地域の皆様の子育て支援の輪を広げる活動に取り組んでいます（2020年度、2021年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため未実施）。

また、2021年から新たに親子で楽しく学べる「ちびっこ職場体験ツアー」を開催しています。このツアーは、イトーヨーカドーでの職場体験を通じて、衛生管理や環境に配慮した取り組みなどをSDGs（持続可能な開発目標）の視点で学んでいただけるイベントです。



SDGsの視点で学べる「ちびっこ職場体験ツアー」

## 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

セブン-イレブン・ジャパンは、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、教育機関から児童・生徒・学生の職場体験を受け入れています。お客様へのコーディネート提案や試食販売などを通じて、提案内容を自ら考えて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年度と2021年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止策としてオンライン会議ツールを使用した職場見学を実施しています。

ヨークは、店舗での食品加工作業の見学や売場での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。2021年度は、新型コロナウイルス感染状況を注視しながら、児童・生徒の見学や先生からのインタビューを受け入れたほか、教育機関に自社の社会・環境への取り組みを掲載しているリーフレットを提供しました。



オンライン会議ツールでの職場体験の様子（イトーヨーカドー）

## 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、売場づくりや食品加工を体験していただくほか、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について実際に体験学習する機会を提供しています。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努めています。



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、社会環境の変化やお客様のニーズの変化に合わせて「近くて便利なお店づくり」を目指すセブン-イレブンの商品・サービスがどのように変化してきたか（CRM戦略<sup>※</sup>やSDGsへの対応など）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、やさしさや勇気など、心温まるボノロンの世界が未来の子どもたちの心豊かな成長の糧になるとの想いをもって、2005年からフリー絵本『森の戦士 ボノロン』※に協賛・協力しています。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。

※日本中の子どもたち、お母さんやお父さん、おばあちゃんやおじいちゃんが気軽に手に取ってもらえるように、全国のセブン-イレブン店舗やデニーズ、ヨークベニマル、赤ちゃん本舗などで偶数月に約80万部発行し、無料で配布しています



従業員による絵本の読み聞かせ会

## 食育の支援活動

セブン&アイグループは、さまざまな経験を通じて「食」に関する知識を伝え、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・フードシステムズが運営するデニーズの一部の店舗では、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」や「ナイフ、フォーク、スプーンなどの使い方」のお話、食べる時の姿勢など基本的な作法を学ぶ「マナー」と旬の野菜などの「食材」をテーマにパネルを使った説明など、クイズを交えて楽しく学べる場となっています。2020年からは、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、オンライン会議ツールを使用した“食育スクール”を開催しています。



食育スクール

## 多様な方々への向きあい方を学ぶ「ユニバーサルマナー」への取り組み

セブン-イレブン・ジャパンは、社員を対象に高齢者や障がい者、外国人など、多様な方々への基本的な向きあい方を学ぶ機会として「ユニバーサルマナー検定3級」検定取得の講習を開催しています。講習では「ユニバーサルマナーとはなにか」「自分とは違う人のことを思いやり、適切な理解をもとに行動しよう」など、講義やグループワークを通じて理解を深めています。この取り組みは2018年7月から開始したもので、2022年2月末までに159人が3級の認定を受けています。今後も社員一人ひとりが多様な方々に向き合い、声をかけられる人になるように努め、すべての人が暮らしやすい社会づくりを推進していきます。

## 重点課題 5 グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

### 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13万5千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、従業員にとって働きやすく、魅力的な職場づくり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](#) >

[セブン&アイグループ人権方針](#) >

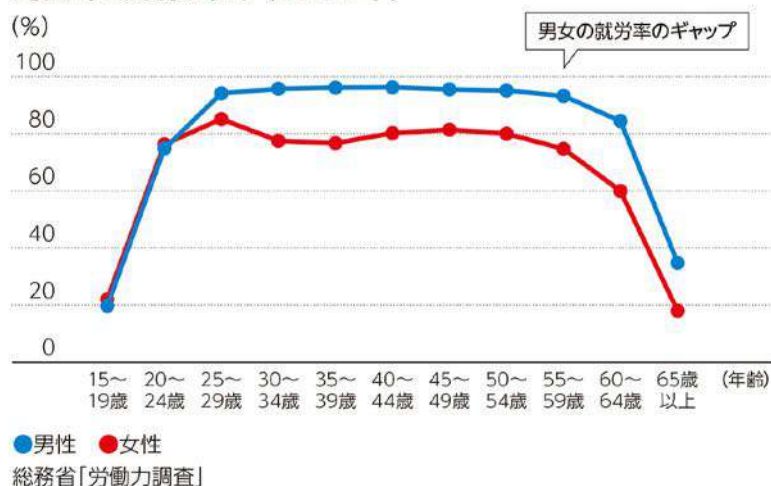
### 重点課題の背景

#### 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も多くみられます。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  
12.4%<sup>※</sup>（2020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な社会にしていけることが課題となっています。

※ 厚生労働省「令和2年度雇用均等基本調査（企業調査 結果概要）」より

男女年齢別就業率(2019年)



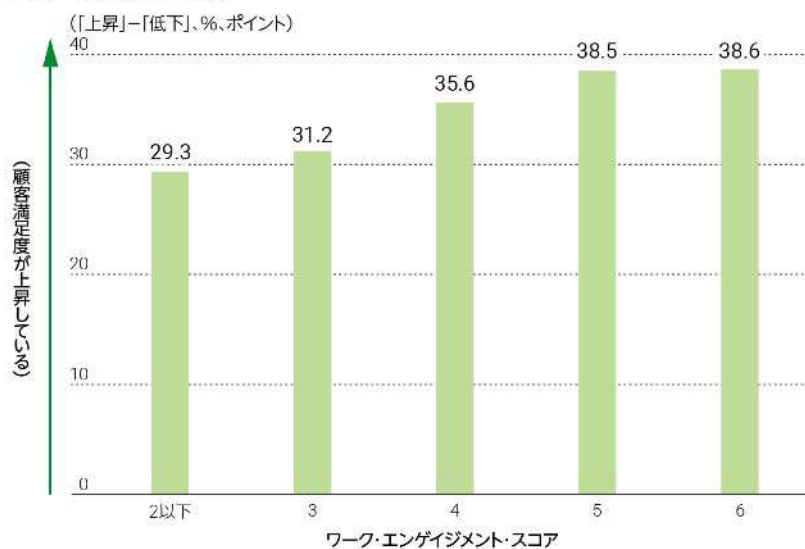
#### 働く人のやりがいの向上

働く人の多くは、1日の多くの時間を会社で働くことに費やしています。しかし、日本では会社への貢献意欲が世界的に比べて低いといわれており、いかにして働く人がやりがいを高めるかが課題となっています。

## ワーク・エンゲージメントの向上

仕事に誇りとやりがいを感じ、生き生きと、熱心に取り組んでいるワーク・エンゲージメント・スコアと顧客満足度には正の相関性があるとされています。グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさの向上は、自社グループだけでなく、お客様の満足度向上にもつながります。

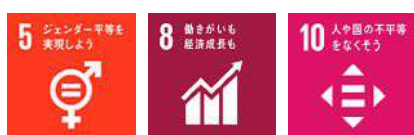
### ワーク・エンゲージメント・スコア別にみた顧客満足度に関する企業の認識(全企業)



出典：(独)労働政策研究・研修機構「人手不足等をめぐる現状と働き方等に関する調査」(2019年)の個票を厚生労働省政策統括官付政策統括室にて独自集計

## 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・年齢に関係なくグループ事業を担う人々の働きやすい環境を提供し、働きがいを向上することで、持続可能な開発目標 (SDGs) の目標5と8、10の達成に貢献します。



## セブン&アイグループの取り組み

### 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。

### 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。

### 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。

#### 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。

#### 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。

#### 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。

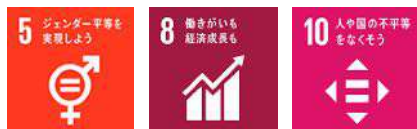
#### 健全な労使関係 >

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。

## 重点課題 5 グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

### ダイバーシティ & インクルージョン

セブン&アイグループは、経営戦略と人財戦略の連動を強化することで、多様な人財が意欲を持って能力を発揮し、会社と従業員がともに成長できる組織作りを進めています。グループ全体で約17万人の従業員が働いている職場には、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の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の創出、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はじめとした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%達成」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。

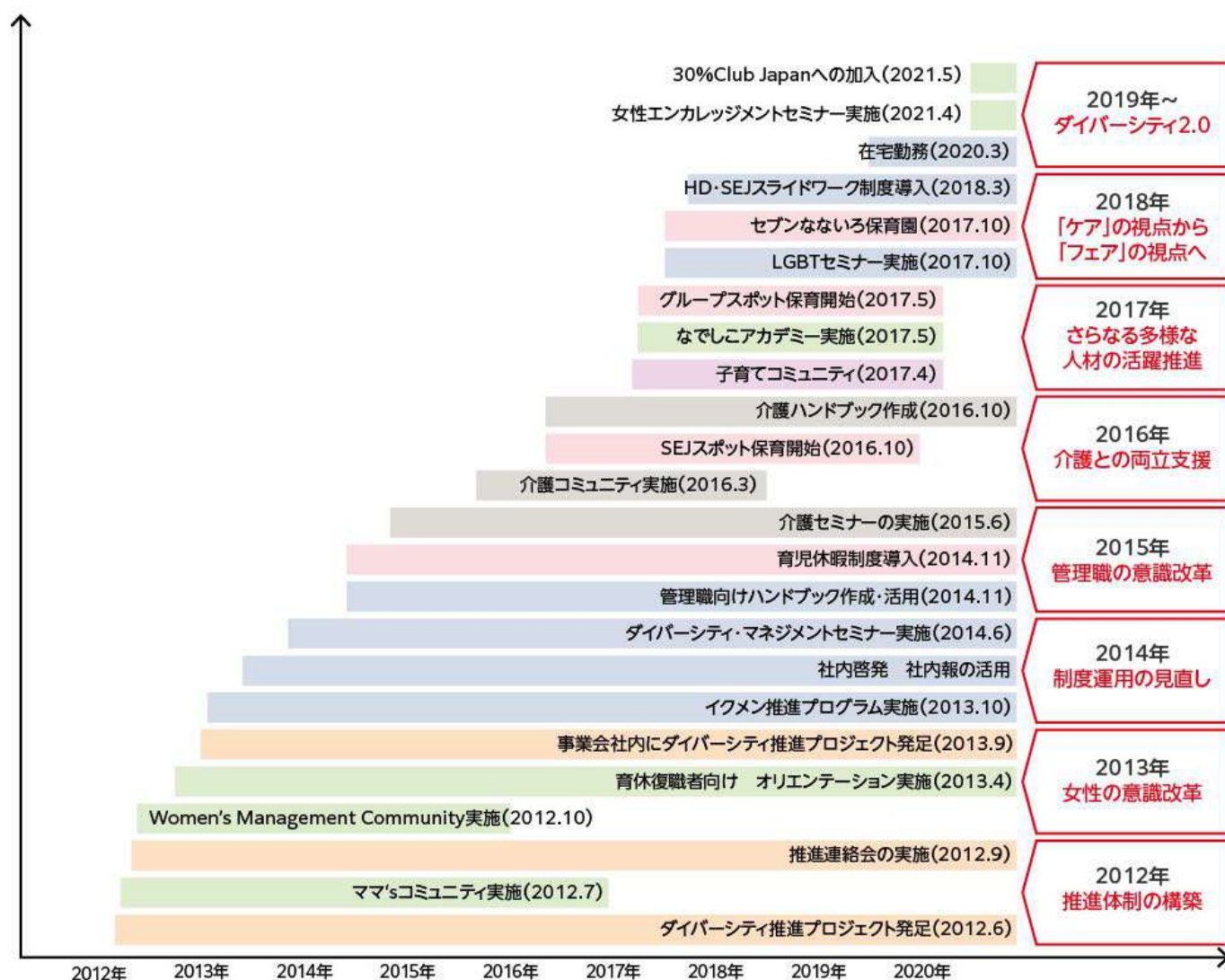
#### ダイバーシティ推進目標

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（2023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年から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）を設置しています。同プロジェクトは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・実行を担っています。

2013年からは、セブン-イレブン・ジャパンやイトーヨーカドーなどにおいてもダイバーシティの専任組織が発足し、グループ会社の特性に応じた個別の目標を設定して取り組みを進めています。また、グループ主要11社のダイバーシティ推進担当者が集まるダイバーシティ推進連絡会を定期的に開催し、グループ各社の推進活動の進捗や課題を共有するとともに、優良事例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、グループ各社の人事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するCSR統括委員会において定期的に報告し、グループ全体のダイバーシティ&インクルージョン活動の浸透と具現化を目指しています。

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

女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画

➤ [株式会社セブン&アイ・ホールディングス](#)

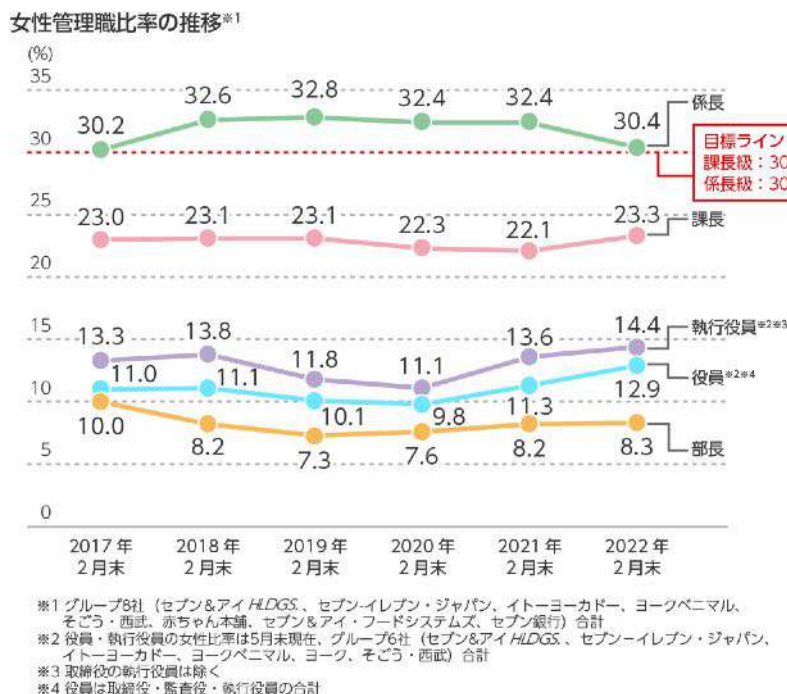
➤ [株式会社セブン-イレブン・ジャパン](#)

➤ [株式会社イトーヨーカ堂](#)

➤ [株式会社そごう・西武](#)

## 女性管理職比率の推移

ダイバーシティ推進目標の一つである「女性の管理職比率30%達成」に向けて、能力のある女性の登用と人材育成の強化に取り組んでおり、2022年2月末現在、女性管理職比率は係長級が30.4%、課長級が23.3%となっています。また、女性や管理職の意識改革が進み、子育て中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や面談時の上司とのキャリアプランの共有などを行うことにより、女性の育成と登用を進めています。



＞ 事業会社別の女性管理職比率はこちら（データ集）

## 多様な人材が活躍できる風土の醸成

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

### 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を継続実施しています。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22社の女性社員が参加しています。

同セミナーでは、参加者が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、SDGsへの取り組みなどの話を伺い、参加者同士でディスカッションを実施。すべてオンラインで実施することにより、全国各地域から参加できるとともに、育児で時短勤務中の女性にも参加の機会を提供しています。また、普段の業務とは異なる視点・視座からの話を聞くことで、経営への関心を高める機会になっています。また、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、モチベーションを高め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に対する認識を高めると同時に、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図ることを目的に「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。2022年2月末までに延べ22回開催し、グループ各社から約5,700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。

また、グループ各社でも、管理職を対象にダイバーシティ・マネジメントの意義や、仕事と育児や介護の両立支援制度の理解促進を図る活動を実施。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、管理職の理解促進を目的に、2021年から外部講師を招き「ダイバーシティ・マネジメント」「アンコンシャスバイアス」をテーマにした研修を開始しました。加えて、ノーマライゼーションサポート研修を2021年7月から管理職向けに実施。障がいがある同僚・部下に対する理解を深めるとともに、障がいや認知症があるお客様への対応について学ぶ機会を設けています。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、仕事と育児・介護の両立支援制度に対する理解促進に取り組んでいるほか、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プログラムも実施しています。

## 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。2022年2月末までにグループ合計で約600人が参加しました。また、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載した冊子を、グループ従業員が誰でも閲覧できるWeb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、ベテラン従業員が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、65歳まで雇用を継続する「定年再雇用制度」を1995年に導入しました。本人の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るなど、多様な働き方ができるように整備しています。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、2022年2月末現在、7,359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に制度を拡充しました。外国籍の従業員も2022年2月末現在、1,038人が活躍しています。

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で採用したシニア層に向けて、レジ操作に不安を感じる場合は本部講師が丁寧にゆっくりとしたペースで機器操作と接客対応を教えています。加えて、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2022年2月末現在、約9.3%、約38,400人となっています。2020年9月から、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、2021年度は約280人が受講しました。



「シニアお仕事説明会」の様子（セブン-イレブン）



「おもてなし研修」の様子（セブン-イレブン）



## 外国人・中途採用者の登用

セブン&アイグループでは、従来より海外の従業員を現地経営幹部などへ積極的に登用しています。2021年7月に公表した新中期経営計画においてもグローバル戦略の強化を掲げており、グローバル戦略を支える中核人材の育成・登用に力を注いでいます。また、中途採用者についても、「即戦力」として位置付けており、2021年度はグループ8社※合計で205人が入社しました。

なお、外国人・中途採用者を特に区分した登用目標などは設定していませんが、多様な人材が能力を発揮できるよう、国籍、入社区分（新卒採用、中途採用）などに関係なく、公平な目で能力・成果を評価し、管理職への登用を行っています。

※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

## 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従業員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・教育担当者が障がいに関する配慮を周知し、必要な施策を実行できるように、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。2022年6月1日現在、21人の障がいのある従業員を雇用し、テルベを含むグループの障がい者雇用率※は2.98%となりました。2022年度は2.98%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1号の認証を取得しました。

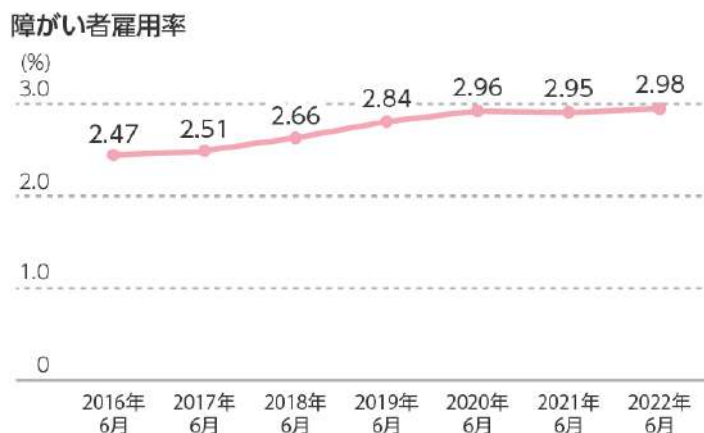
※ セブン&アイHLDGS.、テルベ、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、セブン&アイ・フードシステムズ5社によるグループ雇用率



特例子会社テルベの様子



障害者活躍企業2017 認証第1号



※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」「接客研修」「卒業生から学ぶ社会人への準備授業」を全国各地で実施しています。



就労支援研修「セブン-イレブンの仕事体験」の様子

## 障がいのある社員の職場定着を支援

セブン-イレブン・ジャパンは、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。2022年2月末時点では、「障害者職業生活相談員」の認定を96人、「ジョブコーチ（企業在籍型職場適応援助者）」の認定を15人の社員が受けるなど、取り組みを進めています。専門の知識を持つ社内ジョブコーチ（企業在籍型職場適応援助者）が日常生活における自立支援や社会人マナー研修、ネットを活用した面談などを実施し、コロナ禍においても働きがいのある職場づくりに取り組んでいます。

また、聴覚障がいのある社員もリモート会議に参加できるよう音声認識システムを導入し、全社員が円滑なコミュニケーションを図れる環境づくりに努めています。

## 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います。

### 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（2022年2月末現在）。



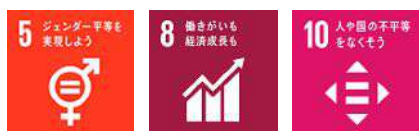
認定マーク「えるぼし」



## 重点課題 5 グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

### 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・育児支援制度と介護支援制度については、いずれも男性・女性の区別なくパートタイマーも利用可能です。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。制度の内容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	子どもが中学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制限・免除、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	家族を介護する場合に、対象の家族が1人の場合は年に5日、2人以上の場合は10日の休暇（有給）が半日単位で取得可能
育児休暇	未就学の子どものいる場合、育児を理由に年間5日を上限に休暇（有給）の取得が可能	—

## 従業員の子育て支援

セブン&アイグループは、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

セブン-イレブン・ジャパンは、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、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カ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

イトーヨーカドーは、ショッピングセンター内にテナントとして、1都3県6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。

例えば、ヨークでは2カ月に1回、育児休職中の従業員へ社内情報を郵送で共有し、近況を報告しています。また、育児・介護支援制度の利用促進を目的として、社内報への掲載による啓発にも取り組んでいます。なお、育児復職者に対しては、復職に向けたオリエンテーションを年4回開催していましたが、2020年度・2021年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止のために中止しました。2022年度はオンライン形式での開催を予定しています。

### 男性の家事・育児参画促進

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。2021年度は、セブン&アイグループ27社合計で905人の男性従業員が育児休暇を取得しました。

また、グループ横断の取り組みとして、2013年から男性の家事・育児参画を目的とした「イクメン推進プログラム」を実施しています。男性の育児休業取得促進に向けて、ポスターの掲示や各種会議の開催など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、セブン・フィナンシャルサービスは、「くるみん」の認定を受けています（2022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。そのため、セブン&アイグループでは介護が必要になる従業員をサポートするために外部の専門家を招き「介護セミナー」を定期的に実施しています。2021年度はグループ各社から185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社の研修などで活用しているほか、相談窓口の周知、社内報での仕事と介護の両立事例の紹介にも力を注ぐなど、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。

例えば、セブン-イレブン・ジャパンは、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できるよう、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、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、グループ各社で残業の見える化を推進しているほか、残業の多い部門の業務内容や業務配分の見直すとともに、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、各社では年に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、休暇取得促進に取り組んでいます。

### 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、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・ジャパンでは、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もつながっています。

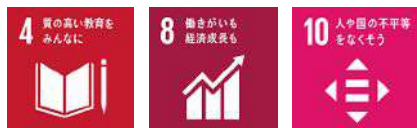
## 変形労働時間制の実施

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、正社員の年間休日の取得日数が増加し、平均月間残業時間も減少したことが社員のワーク・ライフ・バランスの向上につながっています。

## 重点課題 5 グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

### 従業員の能力向上支援

セブン&アイグループは、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て働きがいを向上し、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」を設置しました。価値創造の担い手である従業員一人ひとりの能力開発と、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。

#### 加盟店従業員向け接客研修の開催

セブン-イレブン・ジャパンでは、店舗の新人従業員向けの「新人研修」、加盟店従業員の模範となるシフトリーダーの育成を目的とした「シフトリーダー研修」を開催しています。シフトリーダー研修の受講者には、修了証書と名札用ホルダーを進呈しています。

2021年度は、各研修合計で10,914回開催し、39,740人が受講しました。研修を通して、加盟店オーナー様の従業員教育をバックアップするとともに、多くの従業員の働きがいと店舗における接客レベルの向上を図っています。



## 加盟店従業員向け研修の内容

対象者 (加盟店従業員)	研修内容	
新人従業員	開店前研修(新規開店時支援)	レジ操作、接客の基本、売場作業の習得
	新人研修(採用後の支援)	接客、挨拶、レジ基本操作、サービス業務の習得
	新人研修 ゆっくり基本コース(シニア向け)	レジ基本操作(くり返し)の習得
	おもてなし研修(外国籍向け)	日本の文化、言葉づかいの習得
既存従業員	シフトリーダー研修①フレンドリーコース	模範となる接客の習得
	シフトリーダー研修②教え方コース	新人従業員への教育方法の習得
店長	店舗責任者研修(2022年度計画)	店舗経営における現場に即した実践的な知識を厳選して習得



シフトリーダー研修

## 職務に応じた研修の実施

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、接客対応・生鮮技術のレベルアップを目的に、店舗でのOJTにつなげるための研修を継続的に実施し、従業員のスキルアップをサポートしています。そのほか、新入社員から売場担当者、売場マネジャー、統括マネジャー、店長に至るまで、その職務に応じた「売場管理」や「マネジメントスキル」を段階的に身に付ける研修や、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。

## 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)



研修の様子

### 「目標設定カルテ」の運用

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に関する通信教育やeラーニングを受講する従業員に対して費用の補助などを行っています。

### 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講座を提案し、修了者には一部費用を補助しています。2021年度は358人が受講しました。

### 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をはじめ、英会話、ビジネス知識、ITやプログラミングを学ぶオンライン講座、MBAの取得を目指す通学講座など、自己啓発講座を約350講座用意しています。2021年度は210の講座が受講されました。

### 自己啓発・スキル向上の支援

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おり、指定資格取得時には受講費用の全額を補助しています。また店長・副店長を対象にビジネススキルを向上する場として、自由参加のビジネス講座「TERAKOYA」を24講座開催し、多くの従業員が参加しています。

## 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に大規模な改装を実施しました。同研修センターには史料室を設置しており、デジタルサイネージを活用し、見やすく、わかりやすい学びの場となっています。また、研修室は形式にとらわれず、自由に動きのある研修にも対応できる階段型スツールや快適なオンライン研修をサポートするリモートカメラ、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

---

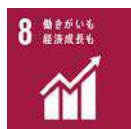
セブン&アイHLDGS.は、グループ従業員一人ひとりの多様なキャリア形成の支援を目的に、グループ事業会社の垣根を越えて公募されている職種に応募できる「グループ人材公募制度」を年1回実施しています。毎年多くの従業員が制度に応募し、これまで培った経験を活かしながら、新たなフィールドで活躍しています。

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。2021年度は207人が応募し、うち40人が希望の役職や職種に就きました。

## 重点課題 5 グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

### 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いません。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います。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、それら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」を実施しています。最初に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。その後、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、現在担当している業務や役職に応じた「職責」の2つにより評価しています。また、仕事の成果や貢献度などから決まる個人の評価は、給与と賞与に直接反映しています。

## 多様な働き方の選択

セブン&アイHLDGS. では、従業員が多様な働き方を選んで、やりがいを持てる制度の整備に力を入れています。例えば、イトーヨーカドーでは、パートタイマーが働き方を自ら選択できる「ステップアップ選択制度」を導入しています。この制度は、本人が希望し、一定以上の評価を得て、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。2014年より、これまでに205人が正社員となり活躍しています（2022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。その後も多くのパートタイマーを売場責任者などの役職に登用しています。

### イトーヨーカドーの「ステップアップ選択制度」

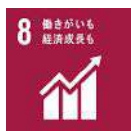




## 重点課題 5 グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

### 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・労務責任者と連携し、さまざまな取り組みを実施しています。

## 2021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定期的なオンライン健康セミナーの開催
- 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、働きやすい職場づくりの取り組み
  - ・メンタルヘルス研修（ラインケア・セルフケア）の実施によるメンタル疾患の未然防止
  - ・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（社内チャットを導入）
- 喫煙率低下に向けた取り組み
  - ・就業時間内の全面禁煙
  - ・禁煙成功者への健康保険組合による補助金支給制度の導入
- 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の開発
  - ・食品表示の改善（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	2021年度	2023年3月末目標
	男性	35.5%	37.6%	38.5%	39.6%	39.0%	28%以下
	女性	25.6%	26.8%	27.6%	28.3%	28.2%	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	2021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%	25.4% 男性:34.5% 女性:19.0%	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・ホールディングス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。

### 2021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	1.09	1.41	0.32	3.59	1.44	1.46	0.00
労働災害強度率	0.00	0.03	0.05	0.00	0.14	0.06	0.08	0.00

※労災に伴う死亡は発生していません。

### 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

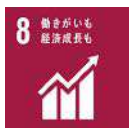
	セブン&アイ HLDGS.	セブン-イレ ブン・ジャパ ン	イトーヨー カドー	そごう・西 武	ヨークベニ マル	セブン&ア イ・フードシ ステムズ	赤ちゃん本 舗	セブン銀行
労働災害度数率	0.00	0.54	1.37	0.69	3.58	1.18	0.33	0.00
労働災害強度率	0.00	0.01	0.03	0.01	0.01	0.02	0.03	0.00

※労災に伴う死亡は発生していません。

## 重点課題 5 グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

### 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の結果

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。2021年度は、国内34社、約73,000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2022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（一例として月給正社員の結果を記載）

		2021年度
対象人数		約73,000人
回答率		85%
従業員エンゲージメント (一例として正社員の結果)	全体	50%
	男性	52%
	女性	48%

※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上位3段階の従業員の割合

※「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従業員エンゲージメントと定義。1.会社に留まることを強く望むかどうか、2.仕事上で求められる以上に努力するかどうか、の2つの側面を含む4つの設問から測定。また、エンゲージ向上に向けた要因分析も同時に実施。外部の調査機関を利用しており、グローバルで他企業と比較し、改善に向けた施策を実施している。

### 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・実施を進めているほか、グループ内での事例共有を実施しています。2021年度には「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。2022年度も社員の「働きがい」と「働きやすさ」の実現に向けて、さらに活動を強化しています。

## エンゲージメント推進委員との連携

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明確にし、各店舗・各部門でエンゲージメント推進を担うメンバー約600人を選任。経営理念を体現するとともに、働きがい、やりがいを引き出していくためのミーティングを各エリア単位で開催するなど、各従業員の意識や認識の共有を図っています。自ら考え行動できる人材の育成を進め、エンゲージメント向上のための土台を強化しながら、従業員の多様性を活かし、それぞれの声を反映できる環境の整備に努めています。

## 「セブン・未来会議」の開催

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」をスタートし、これまでに30回開催しています。オンライン上のディスカッションを通じて、若手社員同士のコミュニケーションの活性化にもつながっています。

## 「パルスサーベイ」の導入・実施

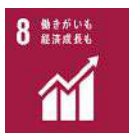
赤ちゃん本舗では、個人や職場の現状を把握し、一人ひとりの自主的・自発的な行動を促すためのツールとして、「パルスサーベイ」を本社勤務者と一部の店舗従業員に導入しています。これは従業員が毎月1回、仕事量や質、周囲とのコミュニケーション、自主性などを問う簡単なアンケートに回答するものです。直属の上司が回答結果を確認し、部下の業務の状況や意見・考えを把握することで、対話の促進を図っています。この取り組みによって、上司は積極的にコミュニケーションを取り、従業員は個々の業務を振り返り自主的に周囲へ働きかけを行うなど行動の変化が生まれ始めています。今後は、これらの動きを部門・社内全体へ波及させ、従業員エンゲージメントのさらなる向上につなげていきます。



## 重点課題 5 グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

### 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」＜2022年3月現在、組合員数約51,000人（全11労働組合）、組織率70.9%（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く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、丸太、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 6 お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

### 重点課題の考え方

セブン&アイグループは、お客様との対話や協働を通じ、社会・環境課題を解決する商品・サービスを増やし、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。

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は、商品・サービスの提供価値を上げるとともに、ブランド力の強化にもつながります。お客様の声に耳を傾け、社会全体でサステナビリティを進めていけるように働きかけていきます。

※「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

#### エシカル消費の関心の高まり

持続可能なファッションや食品ロスの解決、フェアトレードなどへ関心が高まることで、社会や環境に配慮した消費行動に関心のある方が増えています。その数は日本では81.2%※にも上るとわれています。

エシカルな消費に対する意識の高まりに合わせて、お客様が求めていることへ声を傾けともに形にしていくことで、社会価値と経済価値を同時に実現できる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。

※消費者庁「令和元年度エシカル消費に関する消費者意識調査報告書」より

#### エシカルな消費に関心のある人

(単位は%, N=2,803)



出典:消費者庁「エシカル消費(倫理的消費)に関する消費者意識調査」

### SDGsへの貢献

この重点課題に取り組むことで、セブン&アイグループはエシカルな社会を実現し、持続可能な開発目標（SDGs）の目標4の達成に貢献します。



## セブン&アイグループの取り組み

お客様とのコミュニケーション >

商品・サービスの適切な情報開示  
>

社内外とのコミュニケーション >

持続可能な環境保全活動 >

## 重点課題 6 お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

### お客様とのコミュニケーション

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、お客様や営業する地域にお住まいの方々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。お客様や地域の方々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。2021年度はグループ8社※合計で約129万件のご意見・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」を毎月開催しています。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対応者の応対技術の向上を目的とした研修を毎年開催しています。2021年度はグループ12社から延べ約100人が研修に参加しました。

2021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」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

客応対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。

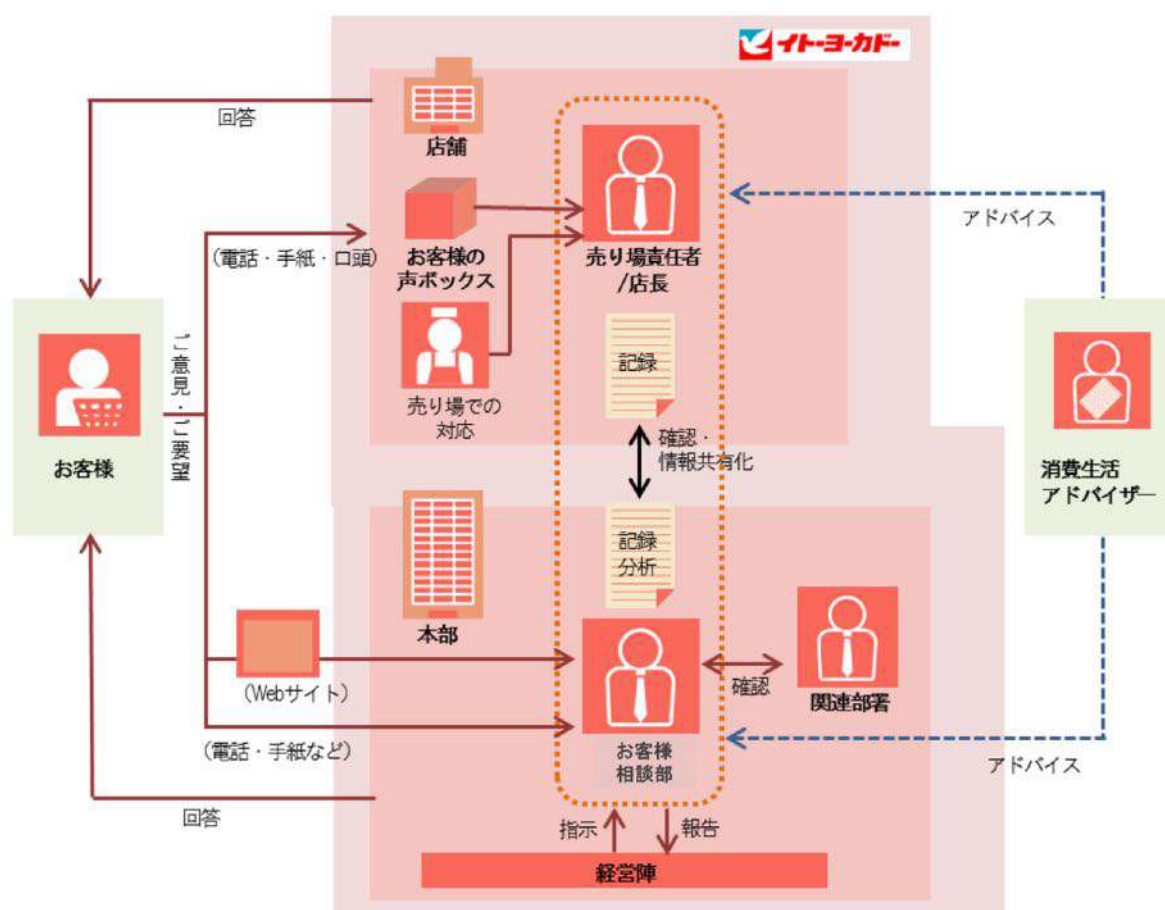
イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨーク、そごう・西武、シェルガーデンでは、お客様がご意見・ご要望を投稿できる投書箱を店頭に設置しています。そのほかのグループ各社でも、お客様の声を分析し、商品開発やサービスの改善に活用する仕組みを運用しています。

#### 「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）

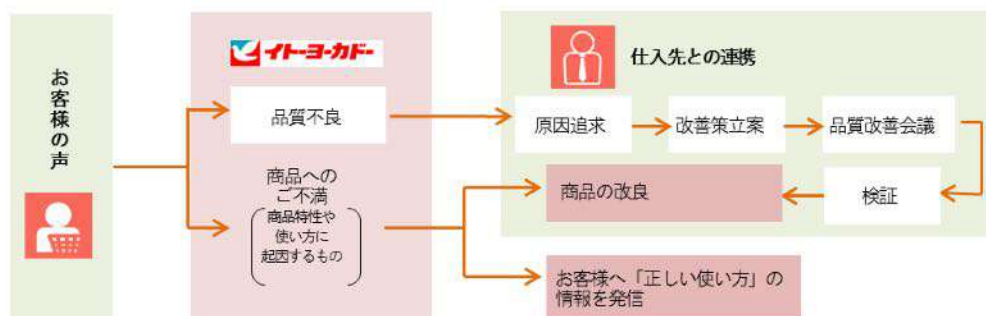
2021年 4月	2021年 7月	2021年 10月
20.4%	21.1%	22.0%

※2021年4月実施分はサンプル数 約52,000人、 2021年7月実施分はサンプル数 約55,000人、 2021年10月実施分はサンプル数 約59,000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）



## お客様対応の好事例の共有

セブン&アイグループでは、毎月従業員へ配布している社内報に接客対応の好事例を、お客様のお褒めや感謝の声とともに紹介しています。感謝の言葉をいただいた従業員がその際の接客の方法や心がけた点などを社内報で具体的に紹介することで、記事を読んだグループ従業員が好事例にならって実践しやすいように工夫しています。また、好事例を掲載された従業員には、セブン&アイHLDGS.社長より感謝状が贈られ、従業員の意欲向上につながっています。

## 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ています。商品の特徴やセブンプレミアムを使ったレシピなどを紹介しているセブンプレミアム公式WEBサイトでは、「セブンプレミアム」の商品に対してサイト利用者が自由にコメントを記入することができます。このWEBサイトのコメントやアンケート、モニター調査、座談会、お客様相談室へ頂戴したご意見から、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も、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しています。インターネット上でのアンケート調査に加え、座談会やインタビュー、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。

- ▶ [セブンプレミアム公式WEBサイトはこちら](#)
- ▶ [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](#)

### 温かい水の販売

セブン-イレブン・ジャパンでは、「健康のために白湯を飲んでいるが外出先では購入できない」、「赤ちゃんの調乳用に衛生的なお湯が必要」、「外出先で薬を飲む時にお湯が必要」、「カフェインや糖分の入っていない温かい飲料が欲しい」などのお客様の声にお応えし、2021年2月よりペットボトル入りの温かい水の販売を開始しました。販売開始後、多くのお客様より好意的なご意見をいただいています。今後も商品開発や品質管理、お客様相談などの担当部署が連携した会議を定期的に行い、お客様の声を商品・サービスに活かしていきます。

## 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お悩みやご相談にアドバイスする「ステーション」を設置し、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テクニックやヒントを紹介
- 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、おすすめ商品を紹介するほか、メイクのテクニックをアドバイス
- 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して、ご要望を伺いながら最適な靴を提案 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「プレミアム補償」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」※を用意し、お客様の不安の軽減に努めています。また、「ひな人形」「五月人形」には購入日より5年間のプレミアム補償を付帯しています。

※アカチャンホンポのポイント・アプリ会員または、アカチャンホンポネット通販の会員が「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、2022年3月末現在で全国に約10,000台設置しました。

➤ [セブン銀行の第4世代ATMについてはこちら](#) 

## 重点課題 6 お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

### 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。2021年度は「表示一般（食品含む）」について延べ6,310人が受講、「公正取引」について延べ11,576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応対練習の様子

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 6 お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

### 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2,220万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9万人を超える従業員一人ひとりの行動が必要であることから、従業員への啓発活動にも力を入れています。



### お客様とのコミュニケーション

セブン&アイグループでは、多くのお客様と直接関わることができる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、セブン&アイグループの約7,500店舗が看板などを消灯し、お客様とともに地球環境や未来のことを考える「ライトダウン」を実施しました。

2021年6月の環境月間では、イトーヨーカドーやそごう・西武の一部店舗において、食品ロス削減にもつながる寄付活動「フードドライブ」を行いました。この活動は、店舗周辺の各家庭で使い切れない未使用食品を店舗へお持ちいただき、回収した食品を必要としている地域の福祉団体やフードバンク団体へお届けする取り組みです。多くのお客様にご参加いただき、回収した食品は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実施しています。

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月にご家庭にある食材を無駄なく使うレシピを公開し、食品ロスの削減につなげる「賢者のレシピ」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」のホームページで公開しています。食材を「たいせつに・おいしく・かしこく・ムダなく」使って食べていただくことで、食材を育てる人、調理する人、食べる人の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で配信しています。

### 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<sup>※1</sup>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」<sup>※2</sup>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。21年間の累計で4,350件の活動に、25億6,154万830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. 2021年度の店頭募金総額は4億3,680万9,753円：1994年度からの店頭募金総額は87億9,325万8,928円

※2. 2021年度の環境市民活動助成（継続助成を含む）：助成先件数は272件、助成総額は1億3,835万724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

セブン&アイグループは、お客様や市民団体からの環境・社会に関するご意見・ご要望を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お答えしています。また、2022年にセブン&アイHLDGS.が重点的に取り組むべき課題を改定した際にも、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、環境や消費生活に関する有識者との対話を通じて収集したご意見などを踏まえて重点課題を改定しました。

▶ [重点課題の改定プロセスの詳細はこちら](#)

## 環境に関する従業員教育

セブン&アイグループは、従業員の環境意識向上のために各社が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のeラーニングを毎年実施しています。2021年度は、国内セブン&アイグループ全従業員を対象に環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」の目標達成に向けたグループの取り組み状況や、業務や日常生活を通じて目標達成に貢献できる活動を紹介する内容で実施しました。

### グループ従業員にeco検定取得を推奨

セブン&アイグループは、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機会として、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取得支援を行っています。2021年度は約900人が合格し、累計合格者数は約10,900人になりました。

### 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17カ所にある「セブンの森」での植樹から間伐・下刈りまでの森の保育を行う活動や、水質浄化や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2021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494人が参加しました。活動は2006年から始まり、これまでの参加者数は累計で13,712人になりました。

また、6月の環境月間や10月の食品ロス削減月間には、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。2021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、食品ロスを減らすレシピの募集などを実施し、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 6 お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

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

また、セブン&アイHLDGS.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。2021年度の募金総額は4億3,680万9,753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272件、助成総額は1億3,835万724円でした。

セブン-イレブン記念財団は、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で活動しており、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）受託団体である一般社団法人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

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Webサイトはこちら

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Webサイト	<a href="#">Link</a>
「環境保全及び協働取り組み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）	<a href="#">Link</a>
	一般社団法人 環境パートナーシップ会議（EPC）	<a href="#">Link</a>
「セブンの森」づくり	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実施	<a href="#">Link</a>
東京湾UMIプロジェクト	海岸清掃のほか、水質浄化やCO <sub>2</sub> を減らすアマモを増やして豊かな海に再生する海の森づくりを実施	<a href="#">Link</a>
富士山地域環境保全	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で交互に実施	<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」をはじめとする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、2022年5月に渋谷センター街で行われたイベントや清掃活動などに協力しています。この活動は、加盟店オーナー様や従業員、本部社員だけでなく、セブン&アイグループ各社の社員も参加しています。今後も全国各地の環境美化活動を通じて、美しい街づくりと環境保全に取り組んでいきます。



海ごみゼロウィーク（江の島）



海ごみゼロウィーク（渋谷）



## グリーンラッピング

そごう・西武は、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1本100円（税込）のリーフマスコット付きリボンを購入していただき、1本につき50円を植樹・育樹活動に寄付しており、リボン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」に協力していただき、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2022年2月末までに累計18,233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、2021年度は「コウノトリ育むお米 コシヒカリ」で約4万円を豊岡市コウノトリ基金へ、「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7万円を佐渡市トキ環境整備基金へ寄付しました。



環境保全・自然共生型栽培米

## 『Green Down Project』への参加

イトーヨーカドーは、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お客様から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月には、約70店舗でこのプロジェクトを通じて回収・リサイクルしたダウンを使った商品の販売を開始しました。

2020年3月から2021年12月までの累計回収点数は3,268点となり、売却による収益金、約76万円（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CO<sub>2</sub>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日からは、さら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6,392万円※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 2021年1月1日～12月31日の合計



## 重点課題 7 パートナシップを通じて持続可能な社会を実現する

### 重点課題の考え方

セブン&アイグループは、お客様に提供する商品・サービスを、パートナーである加盟店オーナー様やお取引先様などと協力して社会・環境に配慮したものにし、持続可能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・環境に価値のある商品・サービスを提供することは、サプライチェーンの強靭さを向上し、事業継続性を担保するうえで重要です。また、SDGsをはじめとする社会課題を解決し新たな体験価値を創出するためにもパートナーシップは重要です。そのため、オーナー様やお取引先様を含むバリューチェーン全体で取り組みを進めていきます。

### 重点課題の背景

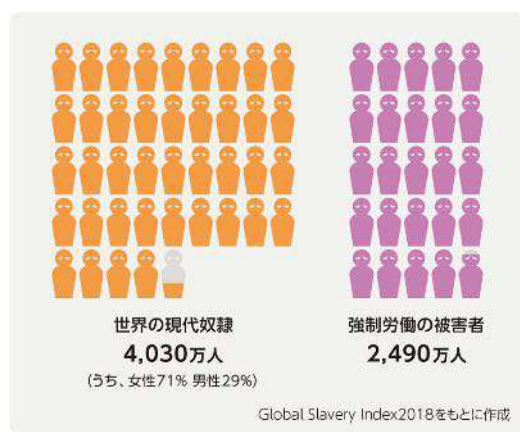
#### サプライチェーンの社会・環境影響への関心の高まり

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

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

※Global Slavery Index 2018より

※ 出典：「Global Slavery Index 2018」The Minderoo Foundation Pty Ltd.



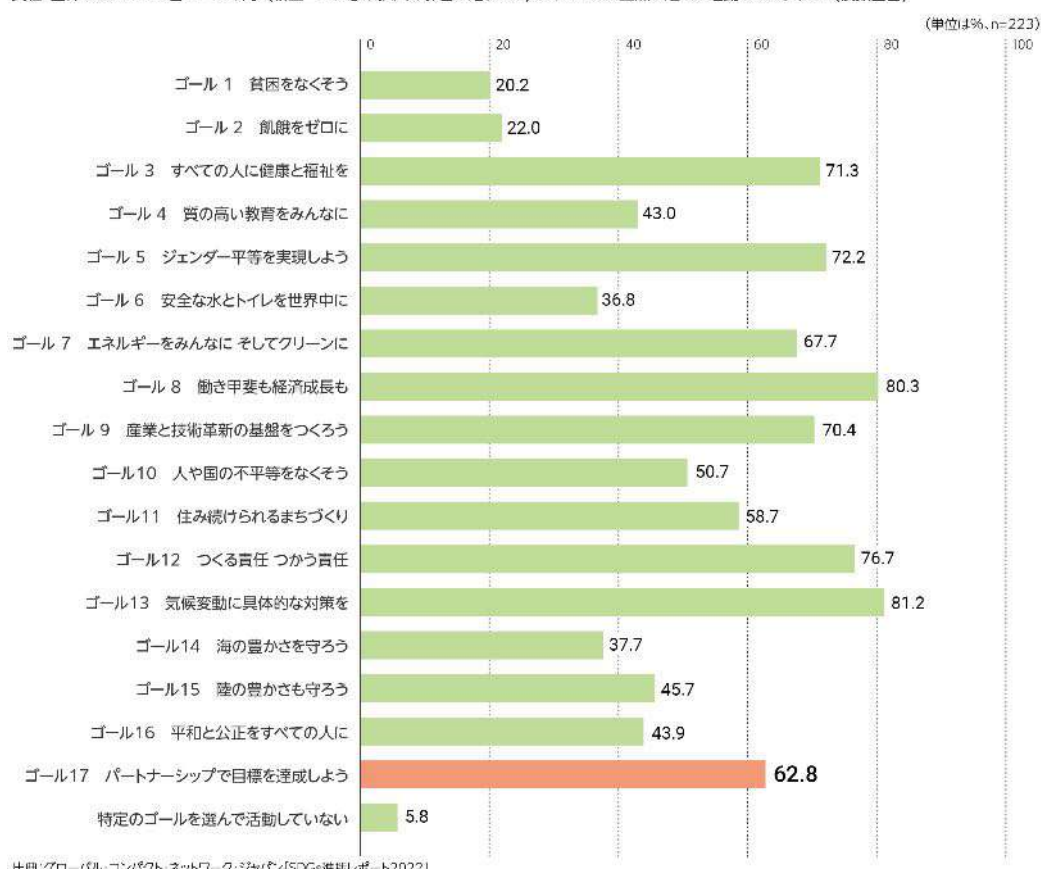
「Global Slavery Index2018」をもとに作成

## パートナーシップの必要性の高まり

近年、社会課題の影響が大きくなるにつれ、1つの組織で解決することが困難になってきています。その解決のため、SDGsでもパートナーシップの重要性が叫ばれています。それに加え、差し迫った課題に早期に対応し、より大きな価値を提供するためには、自社だけでなく多様なパートナーの知見や技術との組み合わせが必要になっていきます。

### SDGsの「ゴール17:パートナーシップで目標を達成しよう」を重点に選んでいる組織

貴社・団体ではSDGsの各ゴールの内、(新型コロナウイルス感染拡大の影響も踏まえて)どのゴールを重点に選んで活動していますか?(複数回答)



## 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の強靭さを向上し、持続可能な開発目標（SDGs）の目標1と8、10、12、16、17の達成に貢献します。



## セブン&アイグループの取り組み

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  
[>](#)

社会インフラとしてのサービスの拡充  
[>](#)

## 重点課題 7 パートナシップを通じて持続可能な社会を実現する

### 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

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、持続的発展可能なサプライチェーンを構築することで、お客様に安全・安心な商品を提供することができると考えています。



### 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](#) 

※2022年2月末現在、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、人権の尊重に関する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・ディリジェンスのプロセス



## 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し、Webサイト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（内部通報制度）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・東南アジアおよび新興地域」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に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-helpline@integrex.jp](mailto:7andi-helpline@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、CSR監査と同様の内容（124項目）を確認しています。

### セルフチェック回答状況

年度	配布工場数	回答工場数 (国内/海外 工場数)	回答率
2021年度	1,593工場	1,303工場 (894/409 工場)	81.7%
2020年度	1,546工場	1,267工場 (854 /413 工場)	81.9%
2019年度	1,871工場	1,902工場 (1,468 /434 工場)	98.4%

### 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/週を超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/週を超えてはならない。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、 ■ : C2重大項目)

No.	分類
1	マネジメントシステム及び規範実施
2	強制労働
3	結社の自由
4	健康および安全
5	児童労働および若年労働者
6	生活賃金(最低賃金)
7	労働時間
8	差別・ハラスメント

No.	分類
9	正規雇用
10	下請契約、家内工業、外部加工
11	懲罰
12	地球環境保全
13	腐敗防止・公正な取引
14	商品の安全確保のために
15	セキュリティ管理
16	地域社会の便益・災害対応

## 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 Critical 2】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 Critical 2】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【重大不適合 Critical 1】が1件でも確認された場合または【重大不適合 Critical 2】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）



\*A、B評価相当であっても1年認証になる場合があります

## 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>	● 軽微不適合(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(7&i方針不適合)	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

\*A、B評価相当であっても1年認証になる場合があります



## 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ございません。

🕒 オープニング ミーティング	🕒 現場確認	🕒 幹部 インタビュー	🕒 従業員 インタビュー	🕒 文書確認	🕒 クロージング ミーティング
<b>対象者:</b> 工場全体責任者 人事・設備・品質等 各部門の責任者  <b>課題:</b> ●監査の主旨説明 ●機密保持宣言 ●スケジュール説明	<b>監査の対象:</b> 工場全域 (生産ライン・倉庫・薬 品庫、休養室、食堂・ 寮等付帯設備、下水 処理、廃棄物置き場、 発電・給電施設、他関 連区域)  <b>同行者:</b> 各施設責任者	<b>対象者:</b> 工場全体責任者 関連部門幹部  <b>質問内容:</b> 組織運営 お取引先サステナブル 行動指針の推進状 況、人権・倫理、健康 と安全、労務、ヘルプ ライン、外国人労働者 の扱い等	<b>対象者:</b> 現場作業者  <b>人数:</b> 3名程度  <b>選出方法:</b> 担当監査員が候補者 を当日指名  <b>所要時間:</b> 10分/人	<b>監査の範囲:</b> ●事業認可 ●各種届出・許認可 ●就業規則 ●雇用契約 ●労務管理 ●安全管理 ●化学物質管理 ●廃棄物管理 ●環境・汚水管理 ●情報管理 等	<b>対象者:</b> 工場全体責任者 人事・設備・品質等 各部門の責任者  <b>課題:</b> 監査総評および発見 事項の説明 是正計画書作成のお 願い

## 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。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、すべてのお取引先様へ周知し、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。不適合が発見された場合は、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	2022 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	357件	約400件
実施率※1(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	89.8	87.2※2	—

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

※2 2021年度は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、52工場の監査が未実施。

### 再監査工場数（海外工場）

製品 カテゴリー  年度	合計			衣料品			日用品			食料品		
	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
再監査工場数	112※1	40※2	37	56	24	17	36	9	12	20	7	8

※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

➤ [【2019年度～2021年度】国別・監査項目別の不適合工場数（海外工場）](#)

➤ [【2019年度～2021年度】製品カテゴリー別監査工場数（海外工場）](#)

## 不適合への対応（CSR監査重大不適合の件数と救済・是正・防止措置）

2021年度は、監査を実施した357工場のうち、295の工場で不適合の疑いが発見され、そのうち5つの工場においては【重大不適合 Critical 1】が確認されました。生活賃金（最低賃金）関連として、最低賃金を下回る賃金の支払いが1件、一部従業員に最低賃金以上の支払いが確認できなかったケースが2件確認されました。若年労働関連としては、従業員の身分証明書の管理不備2件が確認されました。これら5件すべての重大不適合について、給与の不足分の支払いを行うなど、救済・是正処置の実施を確認しています。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。

不適合の発生防止に向け、2021年度は3,245社、4,941人に対して、発生しやすい不適合の例（人権侵害など）を説明するお取引先様コンプライアンス研修を開催し、人権尊重や労働環境改善などの取り組みの推進を図っています。

## 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監査を実施しています。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、2021年度は371工場（全体の約30%）で本格的な監査を実施しています。2021年度の監査では、約92%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、強制労働および15歳未満の児童労働、懲罰、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て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年度は44社、48工場で監査を実施しました。今後もサプライチェーンを巻き込んでCSRを推進していきます。

- [【2019年度～2021年度】国別・監査項目別の不適合工場数（国内工場）](#) 
- [【2019年度～2021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、2020年6月までに12,385社に対して指針を配布・配信しました。また、お取引先行動指針の改訂にあわせて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、中国・東南アジアにおいてプライベートブランド商品を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年は中国、タイ、カンボジア、ベトナムで開催し、合計260工場、402人のお取引先様が参加しました（参加率94.9%※1）。2019年は中国、ミャンマー、タイ、カンボジア、ベトナム、インドネシアで開催し、合計287工場、482人のお取引先様が参加しました（参加率94.4%※1）。

2020年度は、新型コロナウイルス感染症の世界的蔓延に伴いお取引先サステナブル行動指針とCSR監査に関する説明会を中止しました。そのため、2020年6月からは海外に生産拠点のあるお取引先様に向けて、オンデマンド配信でお取引先サステナブル行動指針を説明し、その実践を促しました（178社、274人が視聴※2）。さらに2020年8月からは、中国語およびアジア各国5言語の資料も閲覧できるようにするとともに、10月からは中国語ナレーションを付けたCSR監査の説明動画の配信を中国国内のお取引先様向けに実施しています（66社、79人が視聴）。

2021年度は、お取引先サステナブル行動指針とCSR監査に関する説明会をライブ配信とオンデマンド配信のみで実施しました（517社、1,071人が視聴※2）。また、お取引先様の改善支援、意欲向上を図るため、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 CSR監査対象工場（海外）のうち、説明会参加工場の割合

※2 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



お取引先サステナブル行動指針とCSR監査に関する説明会

## 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・東南アジア地域でプライベートブランド商品の製造を委託するお取引先様に対し、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とした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ました。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

※ 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人	71社
2021年4月	日本	423人	274社
2021年5月	タイ	70人	44社
2021年5月	中国（2回）	131人	110社
2021年5月	ベトナム	35人	32社
2021年6月	日本（2回）	1,120人	830社
2021年6月	中国	123人	102社
2021年6月	タイ	45人	33社
2021年6月	ベトナム	28人	24社
2021年7月	日本（2回）	474人	363社
2021年7月	タイ	33人	25社
2021年8月	日本	382人	175社
2021年9月	日本	121人	88社
2021年10月	日本（2回）	377人	252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人	178社
2020年10月	中国	79人	66社
2021年1月	中国（2回）	304人	215社
2021年2月	日本	213人	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※
実施回数	7回	20回	5回	19回
参加企業数	171社	485社	604社	2,423社
参加人数	244人	768人	870人	3,566人

## 【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デュフ 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

開催時期	概要	参加人数
2021年4月	グループ内取引先サステナブル行動指針研修 1回目	305人
2021年5月	グループ内CSR監査実務研修	118人
2021年7月	グループ内取引先サステナブル行動指針 eラ ーニング	1,498人
2021年8月	グループ内取引先サステナブル行動指針研修 2回目	11人
2021年10月	グループ内取引先サステナブル行動指針研修 3回目	125人
2021年11月	グループ内取引先サステナブル行動指針研修 4回目	35人



#### 【社内】2020年度 コンプライアンス研修 開催実績

開催時期	概要	参加人数
2020年6月	グループ内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
実施回数	7回	5回	6回
参加人数	380人	418人	2,090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・サステイナブル・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、外国人労働者のディーセント・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。さらに、こうした取り組みの一環として、2022年5月から責任ある外国人労働者受入れプラットフォームが実施する「外国人労働者相談・救済パイロット事業」に参加しています。

#### 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）の「基礎セミナー」において、取引先行動指針とCSR監査について説明
- ・ 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、情報収集を実施
- ・ 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実施
- ・ 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」に当社の取締役常務執行役員が登壇し、パネラーとして討論

➤ 「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しています。

## 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（内部通報制度）

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 7 パートナシップを通じて持続可能な社会を実現する

### 社会インフラとしてのサービスの拡充

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に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て、各自治体と地産地消や高齢者支援、健康増進、環境保全など、幅広い分野で連携する「包括連携協定」の締結を推進しています。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)

	2020年2月末	2021年2月末	2022年2月末
セブン-イレブン・ジャパン	184	194	223
イトーヨーカドー	56	56	79
ヨークベニマル	10	10	11
ヨーク	4	4	4
そごう・西武	13	12	12
セブン&アイ・フードシステムズ	3	3	3
合計	270	279	332

＞ [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、ヨークベニマル、そごう・西武などでは、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。そのほかにも、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を製造・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。



「海の幸ベスカトーレ（富山湾産ホタルイカ使用）」  
（セブン-イレブン・ジャパン）



青森中央短期大学監修  
「祝！産学官コラボ10周年選抜よくばり弁当」  
（イトーヨーカドー）



農学研究のために栽培した果実を原料に学生が作った  
「千葉大学生まれのジャム」（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て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、お買物のついでに活用いただいています。

2021年度は、イトーヨーカドー21店舗、そごう・西武4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が拡大していることを踏まえ、えんぴつや投票記入台などの消毒の徹底や順番待ちの導線の間隔確保など、各選挙管理委員会事務局と連携して感染防止に努めました。



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、946の市区町村（2022年5月末現在）と連携し、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、611自治体では戸籍証明書の発行、676自治体では税の証明書の発行にも対応す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）。また、2022年2月からはマイナンバーカードの署名用パスワードを初期化・再設定できるサービスも開始しました。これらサービスは、マイナンバーカードをかざす簡単な操作で夜間や休日でも利用できます。個人情報専用ネットワークと高度なセキュリティで保護し、特殊印刷によって偽造や改ざんを防止しています。

### 保険加入と保険料支払いサービス

セブン-イレブン・ジャパンでは、店内のマルチコピー機で画面に氏名や住所などの必要情報を入力し、レジで保険料を支払うことで、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）、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が必要な時にだけ受けられる商品「1DAYレジャー保険」を、さらに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。また、「ガン保険」を除き、2021年9月よりWebで保険加入を申し込み後、マルチコピー機を介さずにレジで直接保険料を支払えるようにしています。



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・ジャパンは、店舗敷地内の駐輪スペースを活用して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進めています。エリアを順次拡大し、2022年2月末までの累計では562店舗、3,735台を設置しています。また、イトーヨーカドーでは2018年6月から、デニーズは2018年9月から取り組みを開始しています。イトーヨーカドーのシェア自転車の設置台数は、2022年2月末までの累計で178台となりました。

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、借りた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ます。



シェア自転車の拠点となる店舗



## 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。加えて、グループ各店舗においては被災者を支援するために募金活動を実施しています。

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、イトーヨーカドーの店舗では、災害対策コーナーの展開や地域防災活動への協力、防災イベントの開催など、平常時にも地域行政と連携して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-イレブンは、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、NTT東日本様との協力によって東京23区内の一部店舗に無料で利用できる非常用電話機（災害用特設公衆電話）を設置しています。

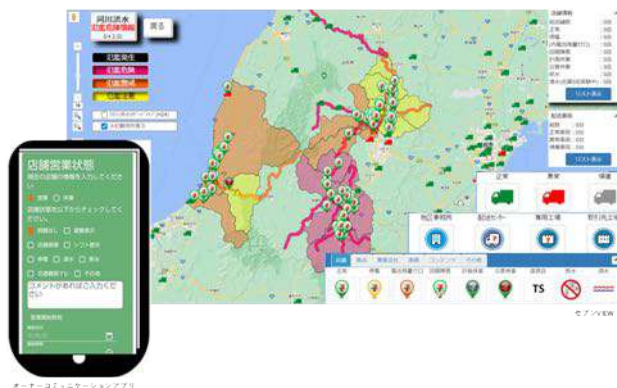


非常用電話機

## 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、天候予測などの機能に加え、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。災害時は初動が重要であることから、被災地の店舗状況をより詳細に把握できるよう、2021年度より加盟店が被災状況や本部への要望を入力するとリアルタイムでセブンVIEWに反映できるアプリを開発し、セブン-イレブン全店舗の被災状況や要望を見える化できる仕組みを確立しました。

※Visual-Information-Emergency-Webの略



### セブンVIEWの特徴

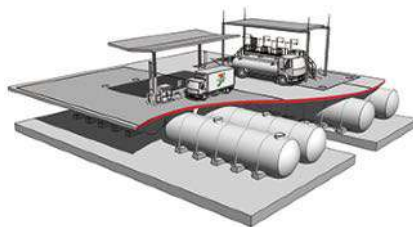
1. 被災地のさまざまな情報が地図に反映
2. 本部がリアルタイムで現状把握
3. 初動対応がより的確に
4. 関連アプリと連携

### セブンVIEWの画面

[セブンVIEWについてはこちら](#)

## 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

## 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の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、被災地への想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
第24弾	2021年3月8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、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。「遊び・学び・育つ」をコンセプトとした「ベップキッズこおりやま」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屋内施設として、地域の子どもたちに広く利用されています。2021年12月に10周年を迎え、地域の元気づくりに資する遊びの場としてさらなる進化を目指しています。



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](#)

## 社会貢献活動

セブン&アイグループでは、地域社会との連携と協調を図り、地域社会の一員としての責任を果たすこと、事業を通じて地域の発展や豊かな生活環境づくりに貢献し、社会性・公共性を勘案して適切な寄付などの社会支援を行っています。

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



### 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。2021年度はグループで10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、年間を通してお客様・従業員へ募金を呼びかけています。総合スーパーでは初となるこの年間を通じた募金は、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。加えて、2020年6月からはセブン&アイグループのセブンマイルプログラムを通じたWeb募金も実施しています。これらの募金活動に対し、お客様・従業員から寄せられた2021年度の募金総額は21,685,277円となりました。

さらに、従業員エンゲージメント向上の一環として、2021年度から開始した従業員同士で“ありがとう”を伝える「Thanksブルーミング」のポイントを換金し、従業員からの募金として寄付する取り組みによる募金総額は298,564円でした。2016年の店頭募金を開始して以来、これら3つの募金の累計総額は2億740万4,982円となりました。

## 2021年度の募金活動（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～5月31日	92	子供未来応援基金	4,848,182
6月1日～8月15日	76	全国盲導犬募金	6,158,660
7月7日～8月1日 8月16日～8月31日	42	大雨による災害募金	1,960,266
9月1日～11月30日	91	海外子ども支援	5,193,679
12月1日～2月28日	90	日本財団	6,073,720

## 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、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2022年2月末までの累計で699,289,594円）。加えて、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。

また、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年から続けており、2021年で30周年を迎えました。1991年から2021年までの寄付金額は累計で93,281,965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。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、国際協力NGO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2022年2月末までの累計で1,070,702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



贈られた靴を選ぶザンビアの子どもたち（写真提供：国際協力NGOジョイセフ）

[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、国際協力NGO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」を応援しています。店頭やインターネットで募金を受け付けており、2022年2月末現在、店内外に45台（赤ちゃん本舗35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。飲料の購入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



2021年 ホワイトリボンピンバッジ

## 社会貢献活動費（2021年度）

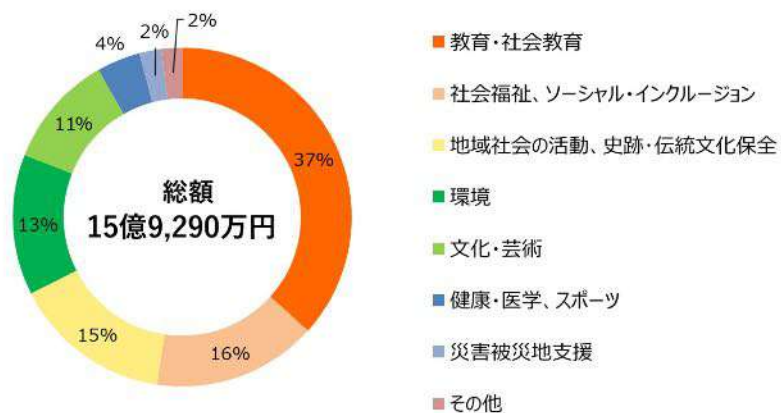
セブン&アイグループが、2021年度に会社からの金銭・物品提供、活動に携わった従業員の人件費などを金額換算した総額は約15億9,290万円でした。そのうちの現金支給額は約3億3千万円でした。

### 2021年度の社会貢献活動費

(千円)

分類	金額
管理費	983,751
金銭寄付	333,428
物品支給額	251,408
自社施設の開放・提供費	21,600
勤務時間内に活動へ参加した従業員の人件費	2,721
合計	1,592,908

## 2021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、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：6,463,000百万円（チェーン全店売上）  
店舗数：13,213店舗



#### SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. >

売 上：39,985百万円  
店舗数：65店舗

※ 為替換算レートはU.S.\$1=109.90円

※ 売上・店舗数は2021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：22,331百万円  
店舗数：304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：3,405百万円  
店舗数：200店舗  
設 立：2012年11月



#### セブン-イレブン成都 有限公司

売 上：3,733百万円  
店舗数：84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：71,250百万円

店舗数：10店舗

設 立：1996年12月



### 華糖ヨ一カ堂有限公司

売 上：5,439百万円

店舗数：1店舗

設 立：1997年9月

※ 為替換算レートは1元 = 17.04円

※ 売上高には増値税（付加価値税）を含まず

※ 売上・店舗数は2021年12月末現在

## 7-Eleven, Inc.

### 環境負荷の低減

7-Eleven, Inc.（以下SEI）は、お客様のニーズにお応えするだけでなく、品質や安全性を損なわず、環境負荷の低減を推進することがイノベーションの重要な原動力となっています。例えば、お客様が電気自動車（EV）を充電する際の利便性の向上やプラスチック使用量と包装材の廃棄物削減、店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量の削減、持続可能な原材料の調達の支援など、SEIでお買物をしていただくことで環境配慮につながる活動に取り組んでいます。

#### 【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・アソシエーションズ・リテール・サステナビリティ・イニシアティブ（RSI）」に参加しています。この団体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するほか、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。

また、2021年から、SEIはクリーン・エネルギー・バイヤーズ・アライアンス（CEBA）に加盟しました。CEBAは、商業や産業部門、非営利団体、エネルギーやエネルギーサービスの提供者など200を超えるステークホルダーが集まる会員制の団体です。CEBAのビジョンとミッションは、すべての組織が迅速かつ費用対効果の高い手段を持ちながら、再生可能エネルギーを実現し、強靱なゼロカーボンのエネルギーシステムを構築することです。

### 省エネルギーの推進と温室効果ガス排出量の削減

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CO<sub>2</sub>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。排出量削減施策によって、2021年度は前年度差で147,600MTCO<sub>2</sub>e、2013年度差では375,300MTCO<sub>2</sub>eを削減し、2013年度比では27%削減しました。これは、約8万台の乗用車が1年間に排出するCO<sub>2</sub>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※に、地球温暖化係数が最も低い不燃性の冷媒であるハネウェル社のSolstice N40（R-448A）冷媒を採用しました。R-448A冷媒は、世界中の店舗で使用されているR-404A冷媒の代替品として広く使われている冷媒です。ハイドロフルオロオレフィン（HFO）技術をもとにしたR-448A冷媒は、従来のハイドロフルオロカーボン（HFC）冷媒に比べて地球温暖化係数が約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冷媒と比較して、低温用途でのエネルギー消費量を平均で5%削減できることが実証されました。

※ 電気を蓄えたり放電したりする電子部品

## LED照明の導入

SEIは、省エネルギー型店舗にLED照明を採用しており、店舗でのエネルギー使用量の削減とCO<sub>2</sub>削減目標の達成に大きく貢献しています。2021年12月現在、7,700以上の店舗でLED照明を採用しています。LED照明は省エネ効果に加え、有害物質使用の排除、地域の規制を遵守する光害の低減、店舗の安全対策の強化などのメリットがあり、お客様の買物体験を向上させています。

## 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。2008年以降、10,800台以上の高効率空調機器を導入しており、省エネを実現しながら質の高い買物環境を維持できるようになりました。

## エネルギーマネジメントシステム（EMS）

SEIは、店舗にエネルギー管理システム（EMS）を導入し、空調・冷凍設備の監視、制御、動作を最適化しています。現在、6,900以上の店舗にEMSを導入しており、エネルギー効率の高い空調機器の導入と合わせて、省エネの実現に貢献しています。また、水の使用量を削減するためにすべての新店舗でエネルギー効率の高い低流量エアレーター付き蛇口を標準装備しています。

## 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の取り組みとあわせて、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、2021年12月末現在、SEIが消費する電力の約21%は再生可能エネルギーによるものです。

テキサス州では、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。同州は特にエネルギー市場の競争が激しい地域で、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1位で、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。2021年度、SEIはTXU Energy社から318,000MWh以上の再生可能エネルギーを購入し、テキサス州の860以上の店舗に供給しました。その結果、2021年度の全再生可能エネルギーの47%を風力発電が占め、同時に大幅な店舗運営費の削減にもつながりました。

フロリダ州の店舗で使用する再生可能エネルギーについては、2020年度に電力会社2社（Florida Power and Light社、Duke Energy社）と契約し、大規模太陽光発電施設から調達しています。これらの契約による2021年度の太陽光発電の発電量は92,800MWhで、SEIが消費する全再生可能エネルギーの13.5%を占めています。2021年度は、イリノイ州で60,000MWh以上のオフサイト風力発電、オレゴン州で2,500MWhの追加的な再生可能エネルギーが期待できるコミュニティ・ソーラー・プロジェクトに関する契約を締結しました。



テキサス州の風力発電機



フロリダ州の大規模太陽光発電施設



オレゴン州 Red Prairieのコミュニティ・ソーラー・プロジェクト

## 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仕組みです。

## 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。2021年度の購入量は30,900MWhで、140以上の店舗の電力をまかなっています。

## 電気自動車充電スタンド

SEIは、常にお客様の利便性を高めるためにイノベーションを続けており、その一つとしてお客様に代替燃料の選択肢を提供しています。2021年には、米国とカナダの厳選した250店舗に複数の車種に対応した電気自動車（EV）ポートを500基以上建設するという高い目標を発表しました。2021年度は17店舗で31以上のポートを設置し、2,800回使用されて約16万マイル分が充電されました。業界全体でサプライチェーンの問題が発生して逆風が吹きましたが、設置計画を加速させるために新たに拡張したチームを配置し、2022年にはテキサス、フロリダ、太平洋岸北西部での拡大を予定しています。



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使用量を削減し、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

	2019年度	2020年度	2021年度※4
検証対象店舗数※1	9,682	9,387	13,043
GHG排出量※2 (千t-CO <sub>2</sub> e)	819	759	1,002
CO <sub>2</sub> 排出量※2,3 (千t-CO <sub>2</sub> )	817	755	997
電気使用量※2 (GWh)	2,306	2,306	3,213
水使用量 ※2 (千m <sup>3</sup> )	10,892	10,637	10,544

※1 CO<sub>2</sub>排出量の第三者検証の対象店舗数（SEIの国内ライセンス店舗は除く）

※2 使用量が把握できない店舗は推計値を用いて算出

※3 第三者による審査後の数値

※4 Speedway 店舗も含む

## 環境に配慮した容器・包装

SEIは、可能な限り環境に優しい素材の使用、プラスチック使用量の削減によって商品パッケージを改善する方法を継続的に検討しています。環境に配慮した容器・包装の改善方法の多くは、再生可能な素材やリサイクル素材を使用など、持続可能な資源に由来するものです。また、製品の品質や安全性を損なうことなく、可能な限り包装材を削減する取り組みを進めています。



### 【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容器・包装の50%を環境配慮型に切り替える



## 2021年度の主な取り組み

### 植物由来プラスチックによるイノベーション

SEIは、冷たいドリンク用に植物由来のプラスチックを使用したストローを使用しています。この新しいストロー素材は、トウモロコシなどの原材料から作られており、年間100万ポンドの石油系プラスチックを削減することができます。



ポリ乳酸(PLA)ストロー

### レジ袋への再生プラスチックの使用

SEIは、使用済みプラスチック再生材を40%使用したレジ袋を米国全土で展開しています。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やCO<sub>2</sub>排出量、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。使用済みプラスチック再生材を40%使用したレジ袋に切り替えることで、SEIでは年間約500トンの再生素材でないプラスチックを削減しました。米国の複数の地域とブリティッシュ・コロンビア州では、紙製のレジ袋に移行し、使い捨てのプラスチックレジ袋を完全に廃止しました。



再生プラスチック40%使用のレジ袋

## お客様から回収した使用済みリサイクル素材の配合比率の増加

SEIは、リサイクル素材の使用をさらに進めるために、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）の配合比率を高めました。現在、これらの容器には15%のPCRが使用されています。PCRの包装材料を使用することで、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CO<sub>2</sub>排出量を削減することができます。

また、カナダでは、すべてのサンドイッチのパッケージに、カナダ産のリサイクル素材のプラスチックを使用しています。SEIは、今後も包装材料におけるPCRの使用比率を高めるために、さらなる可能性を追求していきます。



サンドイッチのパッケージ（カナダ）

## 容器包装へのプラスチック使用削減

SEIは、容器包装の環境配慮への継続的な改善に向けて、プラスチックの使用削減を進めています。SEIは、プラスチック使用量を削減した、より軽量の新しい飲料用カップを開発しました。この変更により、年間110万ポンドの再生素材ではないバージンプラスチックを削減することができます。SEIは、フレッシュフードの大皿も軽量の紙皿に変更しました。さらに、大皿のプラスチック製の蓋を小型化しました。



新しい飲料用カップ

## 容器に使用する素材への配慮

SEIは、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。さらに、大型のプラスチック製チキンウィッグ用の箱を紙製段ボール材に切り替え、年間437,000ポンドものプラスチックを削減しました。この新しい代替紙は、Sustainable Forestry Initiativeの認証を受けています。また、カナダでは、複数の食品パッケージ（ホットドッグ、ピザ、チキンバーガー、クッキーの箱）を変更することで、リサイクルしにくい黒いプラスチックの箱が毎年800万個以上ゴミとして廃棄されるのを防いでいます。



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実施しています。

※ 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）

持続可能な原材料の調達は、全店舗とサプライチェーン全体で環境負荷を低減を目指すSEIの戦略において重要な要素の一つです。SEIは、2021年に7-Reserve™ プレミアムコーヒーの最新品種を追加し、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。この新商品は、Rainforest Alliance™認証のフエテナング地区産で、シングルオリジン、持続可能な方法で調達されたアラビカ豆100%から作られています。この豆は小規模農家で栽培され、加工されています。つまり、お客様がコーヒーを一杯購入するたびに、その農家と彼らの持続可能な農法を支援することにつながります。

※ 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。



7-Reserve™ プレミアムコーヒーの新品種

## 地域社会への貢献（米国&カナダ）

1927年の創業以来、SEIはお客様の生活をより便利にすることに全力で取り組んできました。現在、米国とカナダに13,000以上の店舗を持ち、どんなに大きな困難にぶつかってもサービスを通じてコンビニエンスストア業界をリードし続けています。特に、代表的な活動であるアウトリーチプログラムは強い地域社会づくりに貢献しており、新型コロナウイルス感染症拡大の際にも、重要な物資や援助の提供を行いました。

また、2021年以降の地域社会への貢献は新たな形で拡大し、これまで以上に強固なものとなりました。Operation ChillやProject-A-Gameなどの特徴的なプログラムや、チャリティー寄付、イベント、ボランティア活動、店舗での募金活動などを通じて、7-Elevenファミリーのブランドは全米各地の何千もの地域に支援を提供しました。



### 食糧支援

SEIは、長年にわたり食料支援を継続し、食糧不安の解決に取り組む団体のために複数のイベントを開催しています。例えば、21年前からFeeding America®と協力し、200のフードバンクからなる全国ネットワークを支援しています。国や地域の寄付、ボランティア活動などを通じて毎年4,000万人以上の人々に食事を提供しています。2021年度は、Feeding America®およびFood Banks of Canada®と連携し、さまざまな取り組みを実施しました。

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94年を記念して、Feeding America®に10万ドル※を寄付
- フランチャイズ加盟店および店舗従業員の協力のもと、2021年に行った数々の店頭キャンペーンを通じて、さらに180万ドル※をFeeding America®に寄付（全米の支援を必要としている家庭に少なくとも1,800万食の食事の提供が可能）
- 7-Eleven Canadaとそのお客様は、2021年に320,000食以上の食事をFood Banks of Canada®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。



### ノース・テキサス・フードバンクを通じた支援

SEIの本部では、4月と11月の2回にわたって屋外でのフードドライブイベントを開催し、6,500ポンド以上の食品を寄付しました。さらに、SEIからの2万ドルの現金寄付と、多くの社員がオンラインでNorth Texas Food Bankに直接寄付した金額を合わせ、地域の家庭に79,430食を提供することができました。



屋外でのフードドライブのイベント



## 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。2021年、SEIは、アメリカ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、アメリカ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

長年にわたって、Project A-Game™（以下、PAG）の助成金は7-Eleven®（現在はStripes®も含む）の店舗が近隣地域と良好な関係を築き、教育、スポーツ、安全、食料支援などの青少年育成の機会を提供するために役立てられてきました。また、PAGの助成金は、地域社会とのつながりを育むことを目指す新規店舗の開店を支援する際にも役立っています。

2021年度は、434件の助成金が地域団体に授与され、その総額は39万ドル以上となりました。ニューヨーク州ユニオンデールのリトルリーグ、マサチューセッツ州ウォバーンのリーブス小学校のSTEMプログラムなど、PAGの助成金は、子どもたちが1年を通して楽しく学び、成長を続けるために役立っています。設立以来、7-Eleven®およびStripes®の店舗は5,000以上の助成金を授与しており、地域への投資額は350万ドルとなっています。助成金は、数学や科学のプロジェクト、講師、学用品、スポーツ用品などを提供する取り組みに使用され、学校生活を援助し、子どもたちの創造性を引き出すことに役立っています。



助成金授与式の様子



## 青少年の善行を奨励、地域とのつながりを育む

善行でおいしいご褒美、それが Operation Chill®です。警察と子どもたちの良好な関係を築くために考案されたOperation Chill®では、警察官が善行や社会に有益な行動をした子どもたちに、米国の7-Eleven® 加盟店で無料のSlurpee®（小）ドリンククーポンを提供しています。Operation Chill®は、素晴らしい子どもたちを奨励するだけでなく、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。自転車に乗るときにヘルメットをかぶった、ゴミを拾った、近所の人を助けた、ドアを開けてくれたなど、クーポンがもらえる理由はさまざまですが、得られる結果はどの子どもも同じです。無料のSlurpee®と、子どもたちの善行に対する笑顔です。

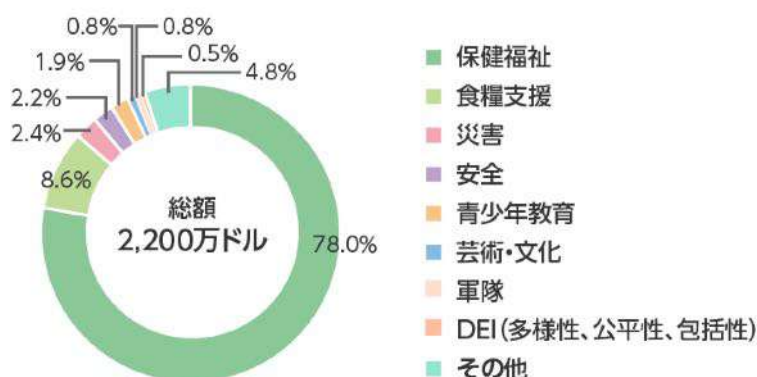
1995年にフィラデルフィアに設立されたこのSEIの地域支援プログラムは、警察官が子どもたちや10代の若者と積極的に交流することを目的としており、現在では全米で1,100以上の警察当局が参加するまでに拡大しています。Operation Chill®を通じて、SEIは、2,300万枚以上のスラーピー無料ドリンククーポンを全国の警察当局に寄贈してきました。

25年の歳月を経て、プログラムは全く新しいデジタル体験に生まれ変わりました。www.7-elevenoperationchill.comでは、警察機関がオンラインで簡単に登録し、Slurpee® ドリンククーポンを請求できます。また、地域でOperation Chill®を成功させるための成功事例やツール、ヒントにアクセスできるようになりました。さらに、次世代の若者にとって、このプログラムが新鮮で楽しく魅力的なものであり続けるように、ロゴをアップデートし、ソーシャルメディアサイトを新設しました。その結果、警察機関の参加は増加し（2021年は例年より約300機関多く参加）、クーポンの利用率は2020年比で70%上昇しています。



新設されたサイト（左）とご褒美のクーポン配布の様子（右）

## 2021年度 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

コンビニエンスストア業界のリーダーとして、私たちは多様性、公平性、包括性を先導していく義務があります。これは単に正しいことを行うというばかりでなく、ビジネス上も不可欠なことです。私たちがサービスを提供するお客様や地域は多様であり、日々その多様性が増しています。現状に疑問を持ち、成功の原動力は人であるとお客様重視の組織として、7-Elevenファミリーは、多様性を支える包括的な文化を構築するため積極的な行動を取ることにコミットします。

7-Eleven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。7-Eleven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、私たち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。私たちは平等性を追求し、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年に、SEIは「Equality & Diversity Task Force and Roundtable」を設立しました。このチームは、7-Elevenのさまざまな分野を代表するリーダーで構成されており、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特定に積極的に取り組んでいます。

2021年度、私たちはさまざまなプログラムを通じて、SEI内の多様なグループや個人を称え、称賛しました。

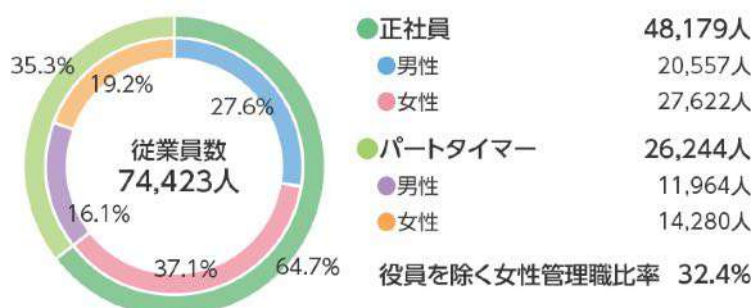
- 多文化記念月間に焦点を当てた月例啓発キャンペーンとエンゲージメントキャンペーンを実施
  - 退役軍人のための組織へのコミットメントを示すため、軍の英雄とその家族の奉仕と犠牲を称えるイベントとコンテンツを提供
- 7-Eleven Veterans Outreach Organizationとのパートナーシップにより、軍隊感謝月間、メモリアルデーなどを開催

また、SEIは、最新のマーケティングキャンペーン「Take it to Eleven」において、ロサンゼルスローライダー愛好家の女性たちがBig Gulpsを買いにSEI店舗に自転車で行く姿を撮影しました。このキャンペーンでは、異なる文化を表現する広告を通して、お客様一人ひとりが一歩先へ進んで行くことができる力を持つことを表現しています。



ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンに関するキャンペーン

### 2021年度 アメリカとカナダの従業員関連データ



# 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

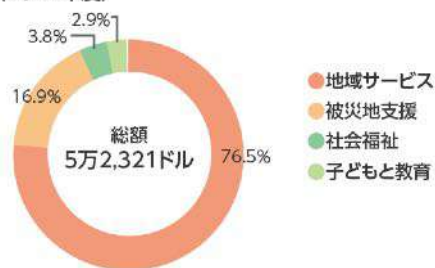
この「Our Promise」は、SEHが地域社会・お取引先様・従業員のためのビジネスであることを定義しており、この価値観の実践は従業員の言動の礎となっています。また、「Our Promise」を推進するために優秀な従業員を評価する活動にも取り組んでいます。これは全従業員に3つの価値観を実践している個人を推薦するよう奨励し、選出された従業員にピンバッジとボーナスを贈呈するというもので、社内報と社員限定のFacebookページで紹介しています。



## 地域社会との共生

SEHは良き企業市民として、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。2021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、35団体に金額に換算すると約10万3,220ドル相当を支援しました。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.による現金寄付額  
(2021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。この募金を原資として助成を希望するNPO（非営利団体）に、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てもらい、毎月1団体を助成先として選出します。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。2021年度の募金額は75,500ドルでした。



## コロナ禍での地域支援

SEHは、新型コロナウイルス感染症が拡大していることを受け、お客様や従業員のリスクを軽減するため、Community Empowerment Resources（以下CER）と協力し、個人用防護具を調達しました。CERはホノルルに拠点を置く地域の非営利団体で、ホームレス状態になる可能性の高い疾病を持つ人々に、包括的なケアを献身的に提供することで知られています。

また、SEHはお取引先様と共同で、2021年7月には10,000枚のフェイスカバーを、2021年9月には500個の手指消毒剤を地域に寄付しました。多くの非営利団体による地域への支援を必要としていたコロナ禍において、こうした寄付がハワイでも最も弱い立場の人々をケアするのに役立ちました。

## 学生が参加する健康配慮メニューコンテストに協賛

SEHは、2021年12月3日にハワイ大学と共同で、学生がお弁当やお惣菜の創作を競い合う「第4回料理コンテスト」を開催しました。

今回のコンテストの基準は、これまでに比べて難易度の高いものでした。学生には「健康に良い菜食のお弁当やお惣菜を作る」という課題が与えられ、また、肉を使用しない、地元で生産・栽培し、収穫された食材を少なくとも2つ以上使用しなくてはならないという条件が追加されました。SEHの販売促進チームは、前回までと同様、カピオラニ・コミュニティカレッジやリーワード・コミュニティカレッジの学生たちとの会合の場を設け、彼らのコンテストの準備の一助となるよう、条件にあった食材について共有しました。

SEHとわらべやUSAの審査員による厳しい審査の結果、「ヴィーガン リガトーニボロネーゼ」を作ったリーワード・コミュニティカレッジの学生であるカレブ・モリナさんが見事1位を勝ち取りました。昨年に続いて2回目の参加となるモリナさんは、「昨年参加して、楽しみながら多くのことを学びました。今年も参加して、自分の料理が優勝したと知って言葉にならない気持ちです！」と感想を述べました。この新しい料理は2022年3月29日からハワイの7-Elevenの店舗で販売されました。

また、カピオラニ・コミュニティカレッジのアヴェリー・セルナさんが「揚げ豆腐と五目御飯のヴィーガン弁当」で2位を獲得しました。「私は日本料理に夢中なのですが、このコンテストのレシピを考案する上で、豆腐と相性のよい健康的な組み合わせを考えた時に最初に浮かんだのが炊き込みご飯でした。」とセルナさんは語っていました。カピオラニ・コミュニティカレッジで料理プログラムの上級研修を修了しているセルナさんは、日本料理を専門的に学ぶために日本へ行くことを希望しています。「豆腐は醤油ベースでマリネしたので、バランスをとるために甘みのあるものを加える必要がありました。自然な甘みのある野菜をご飯に加えるのが一番良いだろうと思いました。ヴィーガン食ですが、皆さんに親しんでもらい、また栄養面でも罪悪感なしで食べてもらえたらと思います。」と語り、2022年6月13日から自分の料理がハワイの7-Elevenの店舗で販売されることに感激していました。



料理コンテスト 1位受賞者



2位 揚げ豆腐と五目御飯のビーガン弁当



料理コンテスト 2位受賞者

## 地元の非営利団体を支援

SEHは、毎年8月、地元の非営利団体を支援するために、収益金を支援に充てるゴルフトーナメントと店頭への募金箱の設置の2つの活動に取り組んでいます。非営利団体であるFamily Promise of Hawaii（以下FPH）は、既存の地域住民への支援とサービスの提供のほか、シェルターや食料または救急医療を含むサポートを活用することで、ホームレスや低所得世帯の自立を支援する団体です。2021年は、ゴルフトーナメントによる収益とお客様からの募金を合わせ、FPHに49,742ドルを寄付しました。これらの資金はホノルルにあるドロップイン・デイ・センターで活用される予定です。このセンターでは、個人がインターネットやシャワー、洗濯設備を利用することができるほか、家庭向けに食料品や衛生用品が準備されています。

## クリスマスシーズンを祝う家庭を支援

SEHは、2021年12月に非営利団体ケイキオカアイナと提携し、子どもたちの教育や家族の結びつきの強化、コミュニティの充実、ハワイ文化の永続という取り組みを支援することにしました。これらの活動の主な目的には、ハワイの言語、伝統、そして価値観があります。

ケイキオカアイナは、ホリデーシーズンのたびに、大規模な「adopt a family（家族援助）」キャンペーンを開催しています。このキャンペーンでは、コミュニティの寛大な人々が必需品を必要とするご家庭に匿名で商品を贈ります。SEHは、このキャンペーンを支援するために40,000ドルを寄付し、2021年12月4日には、その趣旨に賛同してウィンワード・ショッピング・センターで開催したイベント「ウィンター・ワンダーランド」を後援しました。さらに、ストア・サポート・センターのメンバーが、「adopt a family」の取り組みに参加しました。援助を必要とする家庭のために、小売価格にしておよそ1,250ドル相当の援助物資や必需品を集めて寄付しました。このようなさまざまな取り組みにより、ハワイのテレビ局が放映した12月の夜のニュースで、SEHがケイキオカアイナへの最大の寄贈を行ったと報道されました。



非営利団体ケイキオカアイナへの寄付金授与式

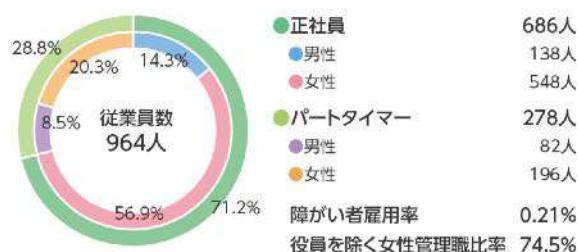


ウィンターワンダーランドへの後援

## 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、歴史を共有し続けてきました。その結果、食文化や、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環境の中に息づいています。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.の従業員関連データ  
(2021年12月末現在)



正社員	686人
男性	138人
女性	548人
パートタイマー	278人
男性	82人
女性	196人
障がい者雇用率	0.21%
役員を除く女性管理職比率	74.5%



## 環境負荷の低減



### 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。

SEHは、2021年、冷たい飲料のカップでプラスチック削減の取り組みを続け、第3四半期には、全65店舗でビッグガルブ®とスラッピー®のカップをプラスチックから紙製に変更しました。同時にすべてのプラスチック製の蓋をPLA製に変更しました。SEHのテーマである「Your Neighborhood Store（あなたの地元のお店）」を反映し、カップのデザインはハワイのライフスタイルや文化からインスピレーションを得たものとなっています。これらの変更により、2013年比でCO<sub>2</sub>排出量を5トン削減しました。今後もエネルギー削減に加えて、プラスチック使用量のさらなる削減に注力していきます。



ビッグガルブ®のカップ



スラッピー®のカップ

#### 【その他の取り組み事例】

- 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

※ 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

## SEVEN-ELEVEN HAWAII, 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	2021年	2022年目標
店舗数	64	66	65	65	67
電気使用量 (MWh)	18,425	18,849	18,099	18,156	18,435
水使用量 (千m <sup>3</sup> )	51	50	51	55	57

## 2021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2021 ベスト・SPAM®むすび (1位) ハワイアンズ・ベスト2021 ベスト・コンビニエンス ストア (1位)	Star Advertiser	読者投票
2021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
2021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

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、「食」の安全・安心に対する関心が高まる中国において、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

セブンイレブン北京・天津・成都で販売しているプライベートブランド商品は、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で審査して、品質レベルの高い工場を選定しています。

#### ●品質マネジメントシステムの導入

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・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。北京旺洋食品は、2021年11月からATPふき取り検査の実施を開始し、より安全・安心な商品製造に取り組んでいます。また、2021年10月からピロー包装機を追加導入し、これまで手包装で製造していたバーガーやロールもピロー包装に変更しています。セブンイレブン成都も、お取引先様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。

#### ●製造工程を自動化

セブンイレブン北京・天津・成都是、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では、2018年7月におにぎりの成型包装機械の導入を拡大し、2019年からは製麺機械を採り入れました。2020年には調理設備の増強を行い、品質の向上に加えて、まったく新しい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、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是、製造工場の工程自動化に続いて、商品の安全性確保に向けて冷却設備や場内冷却システムの増強を図り、商品の温度管理レベルと安全性の向上に資する活動に取り組んでいます。同時に、生産管理部門とセブンイレブン成都の社員で勉強会を毎月実施し、商品の品質と安定性向上に努めています。セブンイレブン天津は、2019年7月からコールドチェーンを利用したサラダを販売しています。

※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・天津・成都是、オリジナル商品の常温パンについて、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月から、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は、2021年度下期からサンドイッチとサラダで、カロリーのパッケージ表面への表示を開始したほか、2022年4月から砂糖ゼロシリーズの常温パンの発売を開始しました。今後は、植物肉を使用したサラダを発売する予定です。さらに、セブンイレブン天津は、2020年度下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・天津・成都是、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、各部署や店舗へ共有しています。お客様の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。展示会では新商品の試食や、今後のニーズなどに関するアンケート調査を行い、商品開発に活かしています。

セブンイレブン北京・天津・成都是、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では、2021年度に接客レベル向上のための研修プログラムを実施しました。このプログラムは、トレーナーが店舗を訪問し、従業員のレジ接客レベルとファストフード商品の販売対応レベルなどを評価（0～100点）するというものです。課題がある店舗については、集中研修のほか、“TTT（Training The Trainer）会議”を開き、評価のフィードバックや情報を共有してレベルアップを図っています。また、個店ごとにトレーニング責任者を設定し、月単位で行った“TTT会議”で優秀店舗の事例や店内教育の方法などを共有しています。その結果、2021年度は全店舗でお会計時の接客レベルが向上し、ファストフードの販売金額が増加しました。2021年末には接客対応が優秀な個人5人と店舗3店舗を表彰しました。

セブンイレブン北京は、接客サービスの優れた従業員を表彰する「親和賞」を設け、3カ月に1度表彰しています。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の“TTT会議”の様子

## 地域社会との共生

セブンイレブン北京・天津・成都是、地域社会の一員として、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行っています。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を開始し、2021年度は51,231円を寄付しました。

### 北京緑化基金への募金額の推移

2019年度	2020年度	2021年度
100,996円	49,410円	51,231円

## 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」を継続的に支援しています。2020年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響があったため、2人の従業員の有志を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。2021年度もコロナ禍が続いたため、指定された従業員が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

2019年度	2020年度	2021年度
2,000元	1,990元	1,891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・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（2021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）	338人（178人・160人）	154人（58人・96人）	145人（47人・98人）
パートタイマー	359人	75人	65人
障がい者雇用率	3.10%	3.05%	1.43%



## 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	168人	151人	111人
障がい者雇用率	3.02%	4.40%	1.43%

### 能力向上支援

セブンイレブン北京・天津・成都では、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って既存のOFC業務を経験します。また、OFCの育成効果と効率を上げるために、従来のトレーニング方法にオンラインプラットフォームを導入し、ケーススタディ、シミュレーション、勉強会、OJTなどのトレーニング方式を使って、重点育成対象である店長がより良くOFC業務を学習できるように取り組んでいます。OFCのテスト内容にもケーススタディやシミュレーションを導入し、学習した内容を仕事に活用できるようにしています。

セブンイレブン天津は、2019年度にOFCのアシスタントである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や財務、商品・運営などを知識を習得します。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人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。

さらに、OFC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回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。加えて、セブンイレブン成都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

セブンイレブン北京・天津・成都では、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・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、新入社員の試用期間面談や考察期面談、契約更新面談、退職面談の制度化を促すなど、従業員の声を実際の業務改善に活かしています。そのほか、定年退職の会を催し、長年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



定年退職会の様子

## 公平な評価・処遇

セブンイレブン北京・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を見直しています。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年度はコロナウイルス感染症の影響で年間評価と面談だけを実施しました。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。また、2021年度は年度業績評価と面談を実施するとともに、河北省の新地域進出に合わせキャリアアプランに関するアンケートを取り、業務ニーズと個人意欲に合わせた新地域の事前計画を立案しました。

セブンイレブン天津では、2021年に本部と店舗のセルフチェックの仕組みと評価項目を見直し、公平・平等な評価基準できるように改善しました。例えば、直営店店長の評価では毎月の経営数値のランキングと基礎評価を組み合わせ、昇格・降格などの判断基準になるような仕組みを作っています。

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。2021年度は既存の評価制度を実施するとともに、今後の評価に加える予定の業績などのKPIなどを設定しました。この評価は、2022年度に実施する予定です。

## 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。2021年12月末現在、セブン-イレブン北京・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-イレブン天津では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では、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、2021年度は39人を受け入れ、そのうち4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、2020年度は14人を受け入れ、そのうち4人が2021年7月に就職しました。

## 環境負荷の低減

中国政府は気候変動問題を重要視しています。北京市では年間の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。しかし、2020年度と2021年度はCO<sub>2</sub>排出量の上限には達しなかったため、排出権を購入していません。セブン-イレブン天津と成都は、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

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
店舗数	247	266	275	283	304
電気使用量 (MWh)	25,702	26,537	29,773	24,251	25,171
水使用量 (千m <sup>3</sup> )	83	85	94	78	55

### セブン-イレブン天津

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
店舗数	118	155	178	179	200
電気使用量 (MWh)	10,077	14,814	20,051	17,552	17,898
水使用量 (千m <sup>3</sup> )	34	42	57	49	50

## セブン-イレブン成都

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
店舗数	87	77	75	73	84
電気使用量 (MWh)	7,892	11,137	9,720	7,631	8,491
水使用量 (千m <sup>3</sup> )	24	25	24	24	27

### 店舗における省エネ対策

セブン-イレブン北京・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ヘ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。また、セブン-イレブン北京・天津・成都是、ファストフード用保温ケースを変え、ファストフード用冷蔵ケースを導入し、機会ロスの撲滅や廃棄ロス削減を図りながら、省エネを実現しています。セブン-イレブン北京は、2021年内に計66店舗でFF冷蔵ケースの導入を完成し、一日当たり1,485kWの省エネにつながっています。

セブン-イレブン北京・天津・成都是、2021年度に節電7カ条、節電9カ条の標識を全店に再案内し、店のバックルームで貼付して全店で実施を徹底し、全員の節電意識を高めています。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。

### 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、パン生地残渣を養殖場と契約して回収していただいています。また、両工場では汚水を排出しないように、行政の基準以上に清浄する排水設備の設置や廃油の回収を実施しています。そのほかにも大気汚染防止の観点から排煙の定期検査を実施しています。

さらに、香奈維斯工場では、省エネのためにボイラーからの放熱ロスの削減を進め、ガスの使用量削減を図っています。

# 中国スーパーストア事業

## トップメッセージ

イトーヨーカ堂が中国成都市に春熙店を開店して、2022年で25周年となります。セブン&アイグループの一員として、「変化への対応と基本の徹底」を掲げ、一人ひとりのお客様の買物体験を重視し、「お客様により質の高い商品とサービスを提供する」ことができるように、イトーヨーカ堂の「匠の精神」を絶えずに中国でも伝承し、企業の健全な発展に尽力いたします。

現在、イトーヨーカ堂は中国で12の店舗（GMS総合デパート9店舗、食品生活館2店舗、ショッピングセンター1店舗）を運営しており、毎年3,000万人近くのお客様のご来店をお迎えしています。そうしたなかで、私たちは絶えず商品の質の向上やサービスの強化、ビジネスモデルの改革、新たな消費シーンの構築など“斬新なイトーヨーカ堂”の魅力を示してきました。同時に、私たちは企業と社会の共同发展を重視し、セブン&アイグループの「GREEN CHALLENGE2050」の目標達成と、社会課題である7つの重点課題の取り組みに注力し、社会の持続可能な発展に貢献しています。また、お客様、お取引先、株主、地域社会、従業員など、ステークホルダーの皆様との対話を繰り返すことで、環境に配慮した商品の提供、プラスチック使用量や食品ロスの削減などサステナブルな社会の実現に取り組んでいきます。さらに、地域社会の発展のための公益寄付も引き続き実施するとともに、お客様が最も関心の高い食の安全・安心やより質の高い商品・サービスの提供に取り組むことで持続可能な社会の実現に貢献し、新しい価値創造に挑戦していきます。

新型コロナウイルス感染症の収束が見通せない中、新たに国際情勢の不安定要素が発生しているなど、中国経済は変貌が続いています。しかし、中国の都市消費の高度化やサプライチェーンの質の高い発展と新しい流通インフラの整備が絶え間なく進み、お客様の期待も高まりつつあります。「お客様に期待を超えるお買物体験」を提供できるように、私たちは「匠の精神、品質、知恵、楽しみ、グリーン」を一体化した発展の新段階に入っています。今後、私たちはRCEP（地域的な包括的経済連携）協定を活用し、日系企業の特徴をさらに強化し、中日経済貿易の拡大を促進し、新しい生活シーンや商品、消費スタイルの創造によって、お客様に斬新なお買物体験の提供ができるよう、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	出来事
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）
2012年7月	中国におけるGMS事業を統括する「イトーヨーカ堂（中国）投資有限公司」を設立



年	出来事
2014年1月	温江店 開店（成都市）
2014年	董事長（当時）の三枝富博に日本人の民間企業経営者としては初の「成都市荣誉市民」の称号が授与される
2017年1月	眉山店 開店（眉山市）
2017年4月	成都市に「成都イトーヨーカ堂電子商務有限公司」 設立
2018年11月	食品生活館 華府大道店 開店（成都市）
2019年1月	伊藤広場 開店（成都市）
2021年1月	樂山店 開店（樂山市）

## 会社概要

	成都イトーヨーカ堂	華糖ヨーカ堂
		
売上高	712億円	54億円
従業員数	2,807人	190人
店舗数	10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・樂山）	1店舗（亜運村）
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	荒井 達也
CSR推進体制	企業行動委員会	企業行動委員会
	企業行動部会	企業行動部会
	消費者・QC部会	消費者・QC部会
	環境部会	環境部会

※ 12月決算（店舗数は2021年12月末、従業員数は2022年2月末）

※ 為替換算レート1元＝17.04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、中国政府の方針に沿ったCSRの取り組み方針や評価指標の策定、CSR評価ランキングの公表など、社会的にも企業にCSRを推進する姿勢が求められています。

イトーヨーカ堂(中国)投資有限公司は、2021年後半から企業行動委員会を設立し、各中国事業会社のCSR推進体制の委員会と連携した中国事業の横断型の活動体制の仕組みづくりを始めています。企業行動委員会は、企業行動部会、環境部会、消費者・QC部会の3部会から構成しています。企業行動部会は、会社設立の原点に立ち返り、従業員に対して会社の方針と行動規範を徹底しています。環境部会は、節電・節水に対する具体的な削減目標と省エネに配慮した店舗運営を推進しています。消費者・QC部会は、安全で安心な商品・サービスの提供を目指して活動し、より良い商品やサービスの提供につなげています。成都イトーヨーカ堂と華糖ヨーカ堂は、CSRをより包括的に推進するイトーヨーカ堂(中国)投資有限公司の企業行動委員会と連携した取り組みを開始しています。また、成都イトーヨーカ堂の企業行動委員会では、オンライン、オフラインのコミュニケーション会議を通じてセブン&アイグループ共通の重点課題を共有し、課題解決に向けた計画の策定を行っています。さらに、ネットワークを利用したオンライン教育も開催し、従業員が業務知識やスキル知識を学び、企業行動を正しく行えるカリキュラムを確立しています。

### CSRレポートの発行

成都イトーヨーカ堂は、社会・環境対策をまとめた「CSR Report」を2016年7月に初めて発行して以来、毎年報告書を発行しています。報告書の作成にあたっては、Global Reporting Initiative (GRI)、SDGs、ESGなどを参考にし、巻末に3つのガイドラインとの対照表も掲載しています。2022年8月に発行した2021年度のCSR報告書は、四川省のCSR報告書発表会や民間向け会議の出席者に配布したほか、中国工業経済連合会を通じて工信部、国资委などの政府機関にも提供し、活用されています。



## お客様への約束



### 品質・鮮度管理

成都イトーヨーカ堂は、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て品質向上を図るとともに、本部担当者が定期的に店舗を巡回し、基準に合った商品を提供出来ているか確認しています。また、商品の調達先であるサプライヤーに対しても、審査、評価、契約の追跡管理を実施し、畑から食卓までサプライチェーンのトータルな品質管理システムの実現に努めています。

華糖ヨーカ堂は、食品従業員に対して毎年4回の品質管理教育を開催し、品質管理基準を厳格に遵守しています。また、売場とバックルームを対象に、設備、衛生・プロセスの制度、従業員など衛生面の環境検査を定期的実施しています。そのほか、新型コロナウイルス感染症の拡大防止対策のために、食品売場の従業員は毎日PCR検査を実施しているほか、バックルームの従業員は行政の要求に応じて48～72時間ごとにPCR検査を実施しています。加えて、定期的に売場やバックルームの消毒を実施し、お客様に安全・安心なお買物環境を提供しています。

### トレーサビリティ情報の提供

成都イトーヨーカ堂は、2013年から生産者の協力による食品トレーサビリティシステムを構築し、お客様に商品情報を開示しています。日本のイトーヨーカドーで取扱っている「顔が見える食品。」と同じコンセプトの「看得見的放心」は、成都イトーヨーカ堂が独自に商品開発し、品質管理を行うことで、安全・安心な商品として多大な信頼をお客様からいただいています。

「看得見的放心」マスカット：2020年に、都江堰の生産拠点以外に雲南の生産拠点を新設しました。雲南の生産拠点は雲南省紅河州建水県にあり、海拔が1,700メートル、年平均気温が18.5℃、年平均日照時間が2,750時間、昼夜の温度差が大きいため、中国国内でマスカットの成熟が最も早い地区とされています。

「看得見的放心」メロン：西州メロンの生産拠点は北緯18度の海南省樂東リー族自治州にあり、熱帯地域のため、「天然大温室」と言われ、年平均気温が22℃～27℃、年間日照時間が2,650時間と長く、降水量も豊富な地域です。そのため、糖度が高く品質の良い、香りの濃いメロンを栽培するための良好な環境の条件が揃っています。

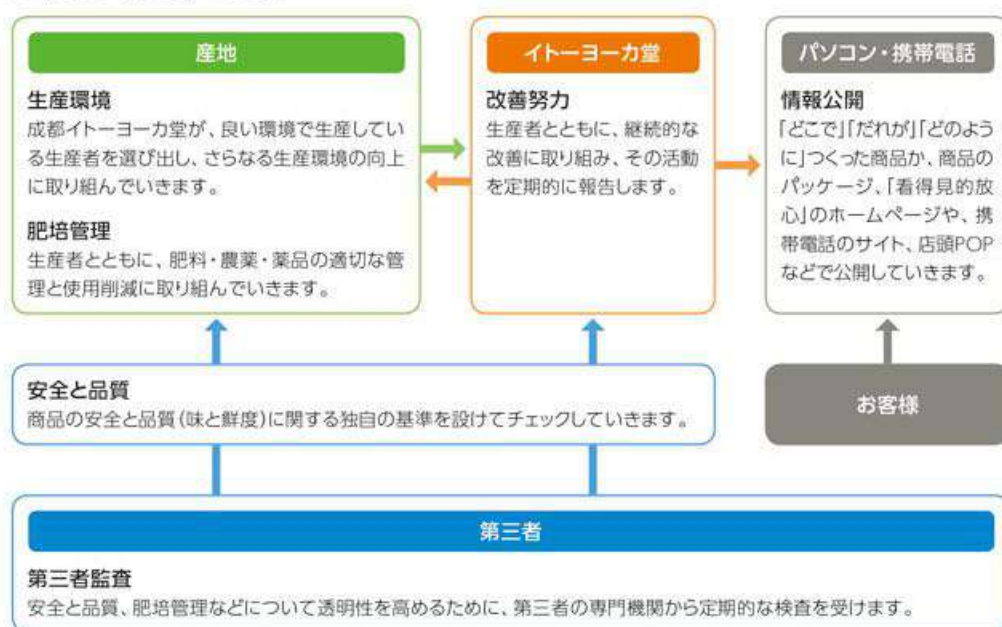


「看得見的放心」マスカット



「看得見的放心」メロン

## 「看得見的放心」の仕組み



## 店舗運営の業務品質管理を強化し、安全・安心なお買物環境を追求

成都イトーヨーカ堂は、店舗の管理力・運営力・サービス力を全面的に高めるために、2019年から管理本部が月1回の店舗運営面の業務品質検査を開始しています。管理本部が先頭に立ち、本部と店舗が一緒に実施する運営品質検査では、売場の基本接客、売場とバックルームの管理、消防安全などの項目に対して現場検査や現場評価を毎月実施しています。また、発見した問題点については、原因や対策を全員で共有し、店舗管理者の管理意識や管理レベルを向上させ、安全・安心な店舗環境を確保しています。

2021年からは、お客様のお買物ニーズの変化に応じて、会社の管理要件を更新し、検査基準を細分化して店舗とのコミュニケーションの時間を増やしています。新たに、11大項目145小項目の運営品質検査項目を追加してお客様満足度の向上に努めています。



倉庫の定期検査



管理本部と店舗従業員のミーティング

## 「市民品質監督員」制度とお客様の声の収集

成都イトーヨーカ堂は、お客様基準で商品や店舗の改善を図るため、2008年からお客様から公募した「市民品質監督員」制度を設けています。2021年は、市民品質監督員95名と各店舗のお客様から、日本の商品の取扱い拡大や会員ポイントで交換できる女性向け商品の増加、「伊藤到家」（ネットスーパー）のポータルサイトについてなどの多数のご意見をいただき、商品・サービスの改善を実施しました。



2021年 市民品質監督員の就任式

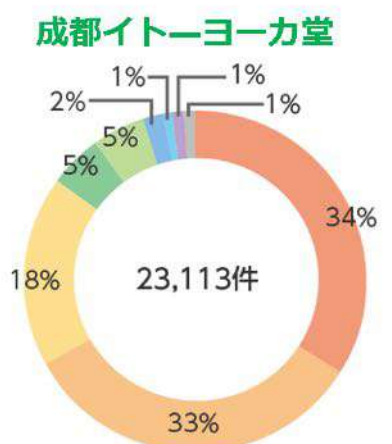


市民品質監督員向けイベント

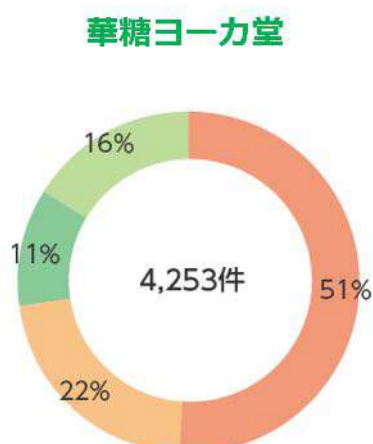


市民品質監督員が試食したメニュー

## お客様の声の受付状況（2021年度）



- お問い合わせ
- 商品について
- お褒めの言葉
- 改善のご提案
- サービスについて
- 店舗の安全・設備改善について
- 宣伝広告へのご意見
- 接客について
- その他



- 品揃えの希望
- 価格について
- 設備について
- その他



## 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は、教育支援や生活困窮世帯を支援しています。例えば、2007年から小学校4校を選出し、学校の施設・設備を改善するために必要な用具を寄付しています。実際にその4校を訪れ、学校の要望に応じて、経済的に恵まれない子どもたちに文具や教具、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や障がいのある方、一人暮らしの高齢の方を季節の節目ごとに訪問し、生活必需品を贈る活動をしています。また、四川大学への寄付も毎年継続しており、2021年で24回目になります。

2021年は、6月1日の子どもの日に黄亜美董事長が会社代表として寄贈品をお届けするとともに、彭州蓝天小学校を訪問し、「移動少年宮」の授業に参加しました。「移動少年宮」は、成都イトーヨーカ堂と成都市次世代基金が協力したプロジェクトです。成都市郊外の留守児童※1と流動児童※2が集中する農村学校に「成都市青少年宮」のノウハウを導入し、子どもたちが都市部と同じレベルの教育を受けられることを目的としています。また、農村部の学校の教師に対しても教育のサポートを実施し、これらによって学生全体の学習レベルと農村部の教師の専門技能の向上を目指しています。2021年までに2つの友愛小学校で「移動少年宮」プロジェクトを実施し、教師と学生1,000人余りが利用しました。

また、2021年7月に中国河南省鄭州市で豪雨が発生し、深刻な水害が起きました。成都イトーヨーカ堂は直ちに成都次世代基金やほかの4つの企業と連携し、被災した地域の青少年を支援するために100万元（約18百万円）を寄付し、衛生生活用品も計1万点を提供しました。同年11月には、成都で新型コロナウイルスの感染が再拡大し、成都市成龍街道事務所からの要望を受け、いち早く支援物資をお届けしました。そのほかの社会貢献活動に対しても80万元（約14百万円）を寄付しました。

※1 両親ともに出稼ぎに行き、取り残された子ども

※2 出稼ぎに来た両親と一緒に暮らすものの、現地の戸籍がなく、十分な教育が受けられない子ども



彭州蓝天小学校を訪問



衛生生活用品1万個を梱包し、鄭州に配送



成龍街道事務所へ支援物資を寄付（伊藤広場店）

### ボランティア活動

成都イトーヨーカ堂では、毎月第3水曜日に各店舗のスタッフが店舗周辺の清掃活動を実施しています。また、春節、端午節、中秋節など中国の伝統的な祝日には、店舗周辺の地域社会で孤立した高齢者や経済的に恵まれない人々に慰問品を支給しています。華糖ヨーカ堂では、清掃活動を日課として、従業員が率先して街の美化活動に取り組んでいます。

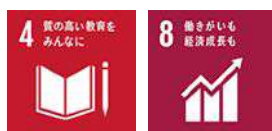


清掃活動の様子



清掃員に慰問品を支給

## 社員への約束



### 現地従業員による店舗運営

成都イトーヨーカ堂と華糖ヨーカ堂の全店舗では、地域に根差したお店づくりのために中国出店当初から積極的に現地の従業員を登用し、中国人スタッフが活躍しています。管理職に占める中国人社員（役員を除く）の割合は、成都イトーヨーカ堂が98.2%、華糖ヨーカ堂が98.3%で、基本的に現地社員が会社を運営しています。成都イトーヨーカ堂の地方都市の店舗（眉山／乐山）は地域の人材を多数採用し、87%を占めています。

また、女性活躍も進めており、役員に占める女性の割合は、成都イトーヨーカ堂が59.9%で、10店舗のうち5店舗の店長が女性です。華糖ヨーカ堂の女性管理職比率は47.2%（役員を除く）で、アジア村店の店長も女性が勤めています。

### 従業員データ（2021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	2,919人	163人
うちパートタイマー	76人	24人
管理職に占める中国人の割合	98.2%	97.5%
管理職に占める女性社員の人数と割合（役員を除く）	374人（59.9%）	50人（47.2%）
女性係長人数（係長職の女性比率）	222人（61.0%）	15人（30.0%）
女性課長人数（課長職の女性比率）	107人（63.3%）	12人（24.0%）
女性部長人数（部長職の女性比率）	28人（ - %）	12人（24.0%）
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（雇用率）	51人(1.7%)	9人(5.5%)

### CSR教育

成都イトーヨーカ堂と華糖ヨーカ堂では、2020年度から、特にプラスチック使用量の削減に注力しています。成都イトーヨーカ堂では、全店舗で分解性プラスチック製のレジ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生分解性フォーラムに参加し、国内における生分解性プラスチックの生産状況、生分解性の基準などの情報を収集しました。また、社内では社員の教育用動画を作成して理解を深めるとともに、売場では媒体物の掲示や店内放送でお客様にも啓発しました。社外に対しても、成都イトーヨーカ堂が積極的に生分解性プラスチックを使用してプラスチック使用量を削減していることをPRしました。

2020年11月より、華糖ヨーカ堂と成都イトーヨーカ堂が共同で、レジ袋を生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。レジ袋は有料で提供しており、従来品は大きいサイズを0.3元／枚で販売していましたが、生分解性のレジ袋は2.0元／枚（6.7倍）で販売しています。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。この制度は、入社1年以上を経過した社員が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

成都イトーヨーカ堂と華糖ヨーカ堂では、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・調理加工・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、研修の非対象者でも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。

## 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、2021年に「企業文化伝承」と「人材の質を高める」の2大テーマで15項目625回の座学教育を実施し、延べ9,354人が受講しました。



新入社員の入社教育



企業文化と経営理念の座学教育

### eラーニング

成都イトーヨーカ堂は、会社の基本理念をより効果的に伝承・徹底させるため、新世代の従業員が受け入れやすい教育方式として、2021年からオンライン教育をスタートしました。内容も随時見直しており、新たなカリキュラムを追加しています。教育対象は本部と店舗従業員を含む全従業員で、参加人数は延べ46,660人にのびりました。

## 環境についての約束



### 省エネの取り組み

成都イトーヨーカ堂は、成都初の低炭素シーン創出事業として、2020年から「自然尊重、自然順応、自然保護」を環境理念に掲げ、資源用乾燥ごみの分別や環境インフラの整備、廃棄リサイクルなどの事業に継続的に取り組んでいます。2021年には、環境保護に500万元（約90百万円）を投入し、生分解性素材をレジ袋や使い捨て食器に使用し、生分解性プラスチック製品へ切り替えました。また、省エネ技術の見直し、廃棄物の削減、食品廃棄物の削減などを進め、ごみ減量化量が3,350トン、炭素排出量が435トンとなりました。これらが評価され、「2021年度"炭恵天府"メカニズム建設先進企業」の表彰を受けました。

華糖ヨーカ堂は、空調システムの適正運転で店内温度を管理しています。天候や気温の変化に応じて、空調の運転時間やエリアごとの空調運転を随時調整することで、ガスや電気の使用量を低減しています。また、施設管理業者に綿密な店内温度測定を依頼し、温度変化を随時把握することで空調設備の運転パターンの調整もしています。店舗のバックルームでは照明の使用数を50%に抑えています。

### 成都イトーヨーカ堂

	2019年度	2020年度	2021年度
店舗数	9	9	10
エネルギー使用量（標準炭トン）	13,150	13,553	13,580
電気使用量（MWh）	99,836	105,439	107,670
ガス使用量（1,000m <sup>3</sup> ）	667	540	316
水使用量（1,000m <sup>3</sup> ）	853	888	857

### 華糖ヨーカ堂

	2019年度	2020年度	2020年度
店舗数	1	1	1
エネルギー使用量（標準炭トン）	1,549	1,434	1,353
電気使用量（MWh）	8,106	7,924	7,912
ガス使用量（1,000m <sup>3</sup> ）	380	335	256
水使用量（1,000m <sup>3</sup> ）	60	55	63

## 2021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、2021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
2021年度「炭恵天府」メカニズム建設先進企業	成都市の省エネと排出削減および気候変化への対応作業指導グループ事務局
2021年度トップ10企業	成都市小売業者協会
2021年度社会価値貢献賞	成都市小売業者協会
「四川省の開放発展をリードする企業先進個人」	四川省人力資源と社会保障庁
2021年度市場監視統計業務先進部門	四川省商務庁
2021年成都建設新発展理念を全面的に体现する都市改革革新賞	中国共産党成都市委員会、成都市人民政府
第10回（2021）成都商業年度総合ランキング	成都小売業協会
2021年ゴールデンビジネス最優秀消費者口コミビジネス	華西都市報

### 【華糖ヨーカ堂】

賞の名前	主催団体
2021年度 納税信用A級企業	国税庁朝陽区税務局
2021年度 安全生産先進企業	朝陽区小関街道



## 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（2022年9月末現在）



Dow Jones Sustainability Index:  
Member of DJSI Asia-Pacific

「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

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

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

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。



Sompo Sustainability Index

SOMPOサステナビリティ・インデックスは、SOMPOアセットマネジメント株式会社がESG評価（環境、社会、ガバナンス）と株式価値評価（ファンダメンタルバリュー）を組み合わせ独自に作成する株価指数です。ESG評価が優れた企業として、セブン&アイHLDGS.も構成銘柄に選定されました。

[SOMPOサステナビリティ・インデックス についてはこちら](#)



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、パーニース ジャパン、ニッセン、ニッセンライフ、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において「えるぼし」“3段階目”を取得しています。

[「えるぼし」認定についてはこちら](#)



セブン-イレブン・ジャパンとセブン&アイ・フードシステムズは、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。

[「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、セブン・フィナンシャルサービスは、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](#)



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、2022年6月1日現在、21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）](#)

## 2021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
グッドデザイン賞	公益財団法人日本デザイン振興会	グループ内店舗での買物や食事で共通のマイルが貯まるというわかりやすい制度と、ユーザーにとってシンプルで使いやすい設計によって、事業貢献につながった点が評価されました。	セブン&アイHLDGS. アクセンチュア株式会社
第70回日経広告賞 「流通・サービス部門 優秀賞」	日本経済新聞社	サステナビリティの取り組みを伝える「明日にいいこと。つなげる、つづける。」シリーズ6点が評価されました。	セブン&アイHLDGS.
Google Cloud カスタマーアワード（小売業部門）	Google	セブン-イレブンのデジタルデータ基盤「セブンセントラル」が、世界トップクラスの2万を超える店舗から集まるデータをクラウドに集約し、リアルタイムに活用できるようにする仕組みとして評価されました。	セブン-イレブン・ジャパン

評価や賞の名称	主催者や授与団体	評価理由	対象
第70回日経広告賞 「流通・サービス部門 最優秀賞」	日本経済新聞社	コロナ下でのお買物のレシートがお客様の生活の中での「希望」の象徴なのではないかと考え、制限のある厳しい環境でも、「希望のリスト」をかなえるお手伝いをしていきたいという思いを表現した点が評価されました。 <b>※3年連続での部門最優秀賞受賞</b>	そごう・西武
第15回キッズデザイン賞 子どもたちを産み育てやすいデザイン部門	特定非営利活動法人キッズデザイン協議会	おしりふきをスムーズに取り出すためのフタ「ひらけ！フタップPlus」が、おしりふきをより使いやすくなるための細やかな配慮が見られるアイテムであることが評価されました。	赤ちゃん本舗 株式会社赤ん坊カンパニー
第15回キッズデザイン賞 子どもたちを産み育てやすいデザイン部門	特定非営利活動法人キッズデザイン協議会	2～3歳のお子さまが安全に使えるつゆ先のない傘「フチまる傘」が、幼児に傘を持たせる際に、他人を突くなどの危険性や視界不良による事故の心配を形状の工夫で解決している点で評価されました。	赤ちゃん本舗
HAPPY WOMAN AWARD 2022 for SDGs 企業部門賞	一般社団法人HAPPY WOMAN	「いっしょに」目指すことで、安心して妊娠・出産・子育てができる世の中へ。というコンセプトで、自社だけではなく、パートナーシップで解決することを目指している「with akachanhonpo」共創プロジェクトは、子育て世代だけに限らず、日本が抱えている女性活躍推進、少子化問題などの課題解決にも寄与しており、「社会全体からの共感」が得られる取り組みであることが評価されました。	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](#) >



# 温室効果ガス排出量検証報告書

株式会社セブン&アイ・ホールディングス 御中



BUREAU  
VERITAS

2022 年 8 月 31 日

ビューロー・ベリタスジャパン株式会社  
システム認証事業本部

ビューロー・ベリタスジャパン株式会社(以下、ビューロー・ベリタス)は、セブン&アイ HLDGS. サステナビリティ・タスクフォースにおいて株式会社セブン&アイ・ホールディングス(以下、セブン&アイ)により報告される温室効果ガス排出量に対して検証を行った。

## 1. 検証範囲

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

### 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、米国(7-Eleven, Inc.のエリアライセンスが運営する店舗は含まない)、カナダにおける下記の店舗運営にともなうエネルギー消費による CO<sub>2</sub> 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	22,139	2021 年 4 月 1 日から 2022 年 3 月 31 日
株式会社イトーヨーカ堂	133	
株式会社ヨークベニマル	240	
株式会社そごう・西武	10	
株式会社セブン&アイ・フードシステムズ	425	
株式会社ヨーク	102	
株式会社ロフト	120	
株式会社赤ちゃん本舗	122	
株式会社セルガ・デン	22	
株式会社バーニーズ ジャパン	11	
7-Eleven, Inc.	13,043	2021 年 1 月 1 日から 2021 年 12 月 31 日

- ・株式会社ヨークベニマルの国内 4 工場の事業活動にともなうエネルギー消費による、2021 年 4 月 1 日から 2022 年 3 月 31 日の期間の CO<sub>2</sub> 排出量
- ・アイワイフーズ株式会社の国内 1 工場と 3 営業所の事業活動にともなうエネルギー消費による、2021 年 4 月 1 日から 2022 年 3 月 31 日の期間の CO<sub>2</sub> 排出量
- ・株式会社セブン銀行のオフィス 4 拠点(本部を含む)、直営 ATM 3 ヶ所の事業活動にともなうエネルギー消費による、2021 年 4 月 1 日から 2022 年 3 月 31 日の期間の CO<sub>2</sub> 排出量
- ・株式会社セブン&アイ・ホールディングスの本部、伊藤研修センター、久喜センターの事業活動にともなうエネルギー消費による、2021 年 4 月 1 日から 2022 年 3 月 31 日の期間の CO<sub>2</sub> 排出量

### 2) スコープ 3 カテゴリー 1 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伴う温室効果ガス排出量

製品及びサービス	対象報告期間
店舗で販売された商品類、店舗従業員用のユニフォーム類	2021 年 3 月 1 日から 2022 年 2 月 28 日
店舗で使用された包装材類	2021 年 4 月 1 日から 2022 年 3 月 31 日

## 2. 検証方法

ビューロー・ベリタスは、ISO14064-3(2019): Greenhouse gases - Part 3: Specification with guidance for the verification and validation of greenhouse gas statements の要求事項に従って検証を行った。

ビューロー・ベリタスは、限定的保証の一環として以下の活動を行った。

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

## 3. 結論

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

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

検証された温室効果ガス排出量		
スコープ 1	スコープ 2	スコープ 3 カテゴリー 1
123,766 t-CO <sub>2</sub>	2,847,126 t-CO <sub>2</sub>	9,647,904 t-CO <sub>2</sub> e

### 【独立性、公平性及び力量の声明】

ビューロー・ベリタスは、独立保証業務の提供に 190 年以上の歴史を持つ、品質・健康・安全・社会・環境管理に特化した独立の専門サービス会社です。検証チームメンバーは、当該任務の要求の範囲外において、セブン&アイとのビジネス上の関係は有していません。ビューロー・ベリタスは、日常業務活動におけるスタッフの高い倫理基準を維持するため、倫理規定を導入しています。検証チームは、環境・社会・倫理・健康・安全の情報・システム・プロセスに対する保証について広範囲な経験を有しています。



グループ環境関連データ

課題		単位	2019年度	2020年度	2021年度
CO <sub>2</sub> 排出量※ <sup>1</sup>		t-CO <sub>2</sub>	2,975,951	2,768,932	2,970,892
	Scope1	t-CO <sub>2</sub>	122,391	111,752	123,766
	Scope2	t-CO <sub>2</sub>	2,853,560	2,657,180	2,847,126
店舗運営に伴う電気使用量※ <sup>2</sup>		GWh	6,793	6,625	7,521
店舗運営に伴う水使用量※ <sup>3</sup>		千m <sup>3</sup>	24,695	31,174	31,437

- ※<sup>1</sup> 2019年度は、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、7-Eleven, Inc.の12社の合計値。2020年度以降は、バーニーズ ジャパン、セブン銀行、セブン&アイHLDGS.を追加した15社の合計値。(対象の15社でグループ売上高の98.4%を占める)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。CO<sub>2</sub>排出量の第三者審査の結果については「温室効果ガス排出量検証報告書」をご覧ください。
- ※<sup>2</sup> 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、7-Eleven, Inc.の13社の合計値。(対象の13社でグループ売上高の97.6%を占める)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。
- ※<sup>3</sup> 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、7-Eleven, Inc.の10社の合計値。(対象の10社でグループ売上高の97.1%を占める)

グループ人事関連データ(日本国内)※<sup>1</sup>

従業員の内訳(2022年2月末)		(人)
正社員※ <sup>2</sup>		23,376
	男性	16,939
	女性	6,437
パートタイマー※ <sup>3</sup>		39,306
	男性	6,720
	女性	32,586
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		62,682
	男性	23,659
	女性	39,023
新卒採用者数		536
	男性	295
	女性	241
中途採用者数		205
	男性	156
	女性	49
離職者(正社員)		1,323
	男性	822
	女性	501

		2019年度	2020年度	2021年度
正社員平均勤続年数		16年5カ月	16年6カ月	17年1カ月
	男性	17年5カ月	17年3カ月	18年3カ月
	女性	13年7カ月	13年8カ月	14年2カ月
育児休職取得者数※ <sup>4</sup> (うち男性、パートタイマー)		1,094人 (35、497)	1,120人 (41、518)	1,088人 (53、445)
介護休職取得者数※ <sup>4</sup> (うち男性、パートタイマー)		53人 (9、33)	49人 (4、35)	75人 (8、61)
ボランティア休暇取得者数		31人	7人	10人
女性正社員比率		27.2%	27.4%	28.3%
女性管理職数(比率)※ <sup>5</sup>		2,400人(26.6%)	2,246人(26.3%)	1,911人(24.9%)
	係長	1,709人(32.4%)	1,571人(32.4%)	1,215人(30.4%)
	課長	616人(22.3%)	599人(22.1%)	606人(23.3%)
	部長	75人(7.6%)	76人(8.2%)	90人(8.3%)
	役員※ <sup>6</sup>	21人(11.2%)	24人(13.0%)	28人(14.3%)
障がい者雇用率※ <sup>7</sup>		2.96%	2.95%	2.98%
有給休暇取得率		49.2%	50.9%	55.4%
正社員離職率		5.4%	5.0%	5.7%

- ※<sup>1</sup> 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92.8%を占める)
- ※<sup>2</sup> 定年再雇用者1,362人を含みます。
- ※<sup>3</sup> 1日8時間換算による月平均人員。契約社員を含みます。
- ※<sup>4</sup> 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)
- ※<sup>5</sup> 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。
- ※<sup>6</sup> 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。
- ※<sup>7</sup> 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。

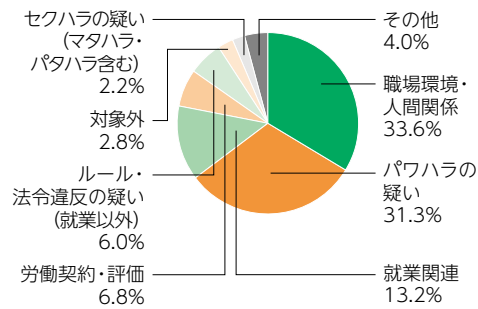
## グループ共通従業員 相談受付関連データ

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。

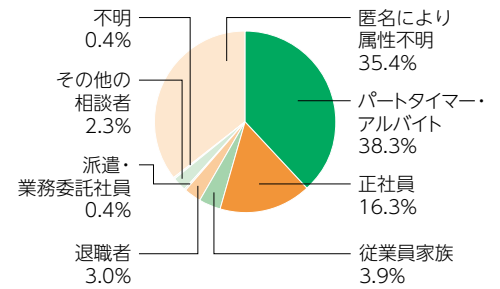
これは、セブン&アイHLDGS.および国内連結子会社の従業員を対象とした制度で、グループ全体で、社会からの信頼を失うような行為の未然防止と早期発見、早期是正、再発防止を図ることを目的としています。

	2019年度	2020年度	2021年度
受付件数	1,208件	1,144件	1,024件

### 2021年度相談内容の内訳



### 相談者の内訳



## お客様とのあらゆる接点を通じて、地域コミュニティとともに住みやすい社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
お買物の支援				
	●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	●移動販売車累計稼働台数:110台 稼働台数の拡大よりも既存実施店舗の売上向上を優先	△	●移動販売車累計稼働台数:130台 新規出走台数を拡大するとともに、既存実施店舗の売上を改善
地域防犯対策				
	●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	●コロナ禍で防犯訓練の開催が進まず、加盟店の防犯訓練・講習会の参加率は30.1%にとどまる	△	●警察との連携を強化し、増加傾向にある特殊詐欺の未然防止、酒類・たばこ販売時の年齢確認を目的とした訓練を開催。加盟店の防犯訓練への参加率を50%以上に拡大
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	●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 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	●バリアフリー（車椅子対応トイレ設置）新規導入店舗数:141店舗 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:232店舗	○	●バリアフリー（車椅子対応トイレ設置）新規導入店舗数:23店舗 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:117店舗

## 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	●全デイリー工場で「NDF-FSMS認証」を維持・継続 ●監査プログラムをさらに進化	●全デイリー工場で「NDF-FSMS」のサーベランスを実施 ●「NDF-FSMS」の内容を改定し、説明会を実施	○	●重大事故を撲滅 ●DXの推進によって品質保証体制を強化

## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	●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	●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適用範囲をセブン・イレブン・沖縄へ拡大
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	●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	●1店当たりのレジ袋使用量を昨年度より削減	○	●石油由来の使い捨てプラスチックを削減し、環境配慮型素材へ置き換え
従業員への意識啓発				
	●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	●エコ検定年間合格者数：152人(管理職者は100%合格) 受験機会は年1回(従来は年2回) ●従業員研修の中でボランティア活動の啓発プログラムを実施 ●2021年6月に全社員向けeラーニングを実施	△  ○ ○	●エコ検定年間合格者数：150人  ●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	2019年度	2020年度	2021年度
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1※2※3</sup>	t-CO <sub>2</sub>	1,501,795	1,417,701	1,452,270
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>	1,281,810 (61.4)	1,198,890 (56.7)	1,235,126 (55.8)
物流に伴うCO <sub>2</sub> 排出量(1店舗当たり) <sup>※1※4</sup>	t-CO <sub>2</sub>	217,811(10.4)	216,285(10.2)	214,924(10.1)
店舗運営に伴う電気使用量(1店舗当たり) <sup>※1※3</sup>	GWh(MWh)	2,874(138)	2,795(132)	2,852(129)
店舗運営に伴う水使用量 <sup>※1※5</sup>	千m <sup>3</sup>	13,176	11,709	12,192
1店舗当たりのレジ袋使用重量	t	0.94	0.50	0.41
廃棄物量(リサイクル率) <sup>※6</sup>	t(%)	384,028(61.6)	352,541(60.9)	304,368(66.7)
食品廃棄物のリサイクル率 <sup>※7</sup>	%	42.5	46.6	50.3

※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。

## グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
能力向上支援				
	<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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●選択(任意)制eラーニングを延べ12,482人が受講</li> <li>●店勤務社員向けeラーニングおよびWeb研修を新設</li> </ul>	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●eラーニングを全社員向け、部門別、選択(任意)制の3種類の枠組みで提供。各部門のノウハウを積極的に共有する仕組みを構築</li> <li>●公募制のWebセミナーをさらに拡充。店勤務社員向け研修の一部をWebに切り替えることで、さらに学びやすい環境を構築</li> </ul>
ワークライフバランスの実現				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●在宅勤務制度を拡充。より働きやすい環境整備に向けて、自宅以外の場所での勤務、スライドワーク、在宅勤務手当の導入を検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社員の在宅勤務の実施状況：38.6%</li> <li>●在宅勤務時は自宅以外の場所での勤務、スライドワークの併用を可能として運用を拡充</li> <li>●在宅勤務手当の検討を実施</li> </ul>	<p>○</p> <p>○</p> <p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●男性社員の育児休暇取得を拡大</li> <li>●社員の残業時間を削減</li> <li>●短時間勤務社員がいる上長を対象に管理職向け勉強会などの啓発活動を推進</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 ・業務災害件数：11.0件/月(+1.9件/月) ・通勤災害件数：3.0件/月(△1.8件)</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>
公正な評価・処遇				
	<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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●現場社員(OFC)の業務プロセスを評価する行為計画評価を一部改訂し、2021年9月より運用を開始</li> <li>●オペレーション本部の業績評価について一部改訂し、2021年9月から階層ごとに順次運用を開始</li> </ul>	<p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新評価制度の設計・運用を改定システム改定によって業務効率を向上し、2023年度より運用を開始予定</li> <li>●評価者、被評価者向けに評価制度、運用に対する理解促進を図る研修を実施</li> </ul>
多様な人材の活躍				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●障がい者雇用 ・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> <li>●女性社員の活躍推進 ・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> <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>●イントラネット上の「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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●障がい者雇用 ・障がい者雇用率：2.34%</li> <li>・障害者職業生活相談員：96人</li> <li>・企業在籍型ジョブコーチ：14人</li> <li>・障がい者を配下にもつ管理職に向けてノーマライゼーションサポート研修を実施</li> <li>・知的・発達障がいのある従業員を対象に自立支援やビジネスマナーの習得を目的とした研修を年4回実施</li> <li>●女性社員の活躍推進 ・女性管理職比率(課長級)：23.6%</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>●イントラネット上の「ワークスタイル改革ポータル」サイト内で、さまざまな働き方の事例を紹介</li> </ul>	<p>×</p> <p>×</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●障がい者雇用 ・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：15人</li> <li>・継続して多様な人材の活躍を支援することの重要性について理解を促進</li> <li>●女性社員の活躍推進 ・女性管理職比率(課長級)：25.0%</li> <li>●男性社員の育児休職の取得促進 ・男性社員の育児休職取得率：13.0%</li> <li>●イントラネットだけでなくオンライン会議システムを活用し、全国の社員が出産後の働き方などの体験談をリアルタイムで発信できる機会を設ける</li> <li>●女性の健康に関する知識の向上を目的とした研修を実施し、相互理解を促進</li> </ul>



## 人事関連データ

従業員の内訳(2022年2月末)		(人)
正社員 <sup>※1</sup>		8,739
	男性	6,401
	女性	2,338
パートタイマー <sup>※2</sup>		2,626
	男性	1,130
	女性	1,496
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		11,365
	男性	7,531
	女性	3,834
新卒採用者数		237
	男性	138
	女性	99
中途採用者数		9
	男性	1
	女性	8

	2019年度	2020年度	2021年度
正社員平均勤続年数	9年10カ月	10年8カ月	11年11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 (20、5)	341人 (23、1)	365人 (36、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 (3、0)	5人 (2、0)	7人 (4、0)
ボランティア休暇取得者数	7人	0人	2人
女性管理職数(比率) <sup>※4</sup>	213人(21.7%)	211人(21.7%)	204人(21.1%)
課長	206人(24.7%)	201人(24.3%)	196人(23.6%)
部長	7人(4.7%)	10人(6.8%)	8人(5.8%)
役員 <sup>※5</sup>	4人(14.8%)	4人(16.0%)	4人(15.4%)
障がい者雇用率 <sup>※6</sup>	2.38%	2.35%	2.45%
正社員有給休暇取得率	74.4%	55.1%	66.1%
労働災害度数率	0.54	0.72	1.09
労働災害強度率	0.01	0.02	0.03

※1 定年再雇用者116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。

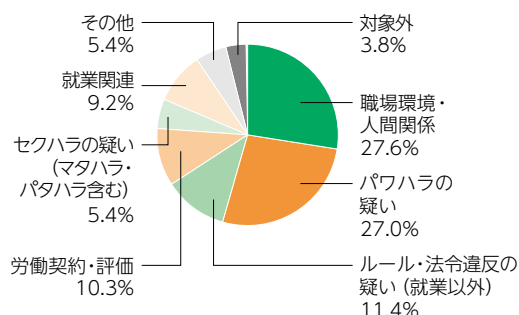
※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

## 従業員相談受付関連データ

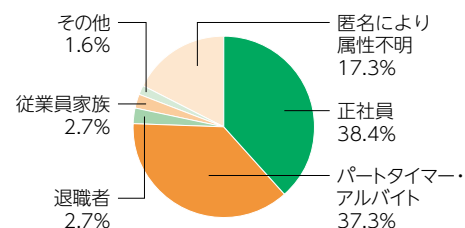
社員の違反行為の未然防止、早期発見・是正、再発防止を目的とした社内通報制度を適切に運用することで、企業としてのリスク管理と法令遵守を図っています。2021年度は全従業員に対して、職場環境に関する意識調査や、各地区事務所で開催する委員会を通して、社内通報窓口の周知を進めてきました。また、ハラスメント防止に向けて、管理職向けの研修を開催。あわせてeラーニングを活用し、全従業員の知識の習得と意識の醸成を図り、社内啓発に取り組んでいます。

### 2021年度相談内容の内訳

受付件数185件(前年度比122.5%)



### 相談者の内訳



## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

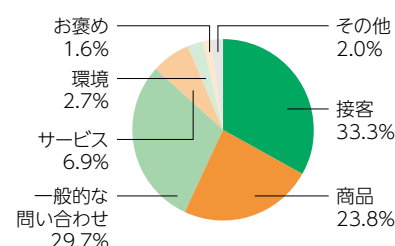
○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●接客に関するご指摘は担当するディストリフトマネジャー、店舗経営相談員への速やかな共有を軸としながら、全社的な問題になりうる案件についてはOP本部Mや関係各部と共有</li> <li>●商品部との定期ミーティングを2021年6月より開始し、お客様の声を継続して共有。接客改善についても情報共有フローのテスト実施など早期改善につなげるための施策を推進</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●電話、メール問わずお客様に寄り添う対応品質の改善により、お客様満足度を向上</li> <li>●お客様の声に基づく商品の開発・改善を継続し、お客様の声をきちんと活かす取り組みを強化</li> </ul>

## 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向き合い、誠実な対応に努めています。お電話、メールともにお客様の気持ちに寄り添い、しっかりと話を伺っています。いただいたご意見・ご指摘・ご要望は、経営トップや関連部署と速やかに共有し、課題解決やお客様にとって「近くて便利」の実現を目指しています。

## 2021年度相談内容の内訳 受付件数187,275件(前年度比98.5%)



## 災害における支援

## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
災害時の支援				
	<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、自治体と災害対処に関する意見交換を実施し、連携をさらに強化 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>	<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、自治体と災害対処に関する意見交換を実施し、連携をさらに強化 豪雨災害などに際し、広島県、青森県などの要請に基づき、地域支援を実施</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●本部および地区事務所における複数回の災害対処演習、全社防災点検日を通じて、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、コンビニ数社とともに大規模災害対応の共同研究会を日本フランチャイズチェーン協会主催のもとで実施し、連携をさらに強化 大規模災害時に、事業継続計画に基づき、適切な地域支援を実施予定</li> </ul>

## お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに住みやすい社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
高齢者支援など				
	<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や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て全従業員の受講を目指す 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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●受講者数: 2,382人、延べ受講者数: 12,084人 6月、9月を強化月間に設定し、地域包括支援センターと連携して感染対策を実施した上で講座を開催</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2022年3月に「日本認知症官民連携協議会の認知症バリアフリー宣言」に小売業で唯一宣言し、認知症バリアフリー推進に向けての方針や方向性を公表。宣言の中で認知症サポーター養成の目標を設定し、2022年度までに全従業員の50%、年間講座受講者数4,445人、延べ受講者数15,000人を目標に取り組みを推進</li> <li>●2023年度までに受講率75%、2024年度までに100%とすることを目標に今後も認知症サポーターの育成を強化</li> </ul>
お買物の利便性向上にむけて				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●移動スーパー「とくし丸」(移動販売車)の新規開業 ・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 ・事業の継続に向けた個人事業主の増員 ・開業計画: 48店舗、48台(累計72店舗、75台) ・個人事業主数: 9人増加(累計15人)</li> <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3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 ・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サービスの実証実験を行い、2021年度中に8店舗へ拡大 ・在宅不要の定期便サービスの開始 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 ・ネットスーパーお届け事業全体で新規利用会員19万人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●開業: 計画比100%となる48店舗、48台(累計72店舗、75台) ・個人事業主数: 計画比126%となる13人増加(累計19人)</li> <li>●ネットスーパーお届け事業 ・受取可能店舗数: 106店舗 ・3温度帯対応ロッカー: 8カ所に拡大 ・引き取りロッカー: 5店舗でテストを継続 ・非接触サービス: 106店舗で実施 ・置き配サービス: 15店舗へ拡大 ・定期便サービス: 15店舗へ拡大 ・新規利用会員数: 18万人</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●移動スーパー「とくし丸」(移動販売車)の新規開業 ・25台(累計100台) ・個人事業主数: 累計で33人 ・地方店舗への拡大 ・既にエリアがある店舗は2台目を開業 ・個人事業主への切り替えの促進</li> <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 ネットスーパーを実施している全店舗で店舗受け取りを可能にする ・2022年8月よりセブン・イレブン10店舗でカウンターでの受け取りサービスのテストを開始 ・受け取り方法の拡大 非接触サービス: 全店舗で実施 置き配サービス: 30店舗へ拡大 定期便サービス: 30店舗へ拡大 オートロックマンションにお住まいの方が不在時にも置き配を利用できる「オートロックマンション置き配サービス」を500棟まで拡大 ・ネットスーパーの新規利用会員数: 20万人</li> </ul>

高齢者に焦点を当てた商品開発				
<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、お客様のお悩みを解消する商品を開発</li><li>●開発商品売上構成比率：25%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●シニアウェアを中心に抗ウイルス・抗菌加工対応商品の品揃えを強化&lt;シニアパジャマ&gt;<ul style="list-style-type: none"><li>・抗ウイルス加工商品の構成比率：約50%</li><li>・抗菌加工商品の構成比率：約50%</li></ul></li><li>●シニアウェア(靴下、パジャマ、肌着)や外出用品(ステッキ、シルバークーラー)でお客様のお悩みを解消する開発商品をを提案</li><li>●開発商品売上構成比率：23.5%</li></ul>	○	<ul style="list-style-type: none"><li>●介護する方、される方双方のお客様に寄り添った買い物提案として、「あんしんサポートカタログ」の活用を推進</li></ul>	
		△	<ul style="list-style-type: none"><li>●高齢者向けの基本機能に加え、サイズ、体型、症状など、お客様のお悩みを解消する商品を開発するとともに、明るく、お洒落な要素を取り入れた開発商品の構成比率を拡大</li><li>●開発商品売上構成比率：25%</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の連携を強化</li><li>●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>	<ul style="list-style-type: none"><li>●所轄警察署との合同パトロールや、振り込め詐欺防止、自転車盗難防止などのチラシ配布や啓発イベントに協力</li></ul>	○	<ul style="list-style-type: none"><li>●各店舗の所轄警察署が開催する地域防犯イベントなどに協力</li><li>●所轄警察署と連携した店内防犯訓練の実施</li></ul>	

## 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
能力向上支援(食品関連部門)				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「食品生鮮部門異動者集中研修」を上期・下期の年2回、各40人ずつ計80人を対象に実施。経営戦略・人員政策に沿った教育体制をさらに整備し、対象者にも受け入れ側にも安心感のある研修・育成を行う</li> <li>●動画を含む教育マニュアルの作成・整理、一元管理を進め、すべての社員が必要な時にすぐ確認でき、いつでも学べる教育システムをクラウド上に整備</li> <li>●新教育システムを個人IDで管理し、社員一人ひとりに各自のペースで学べる場を提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「食品生鮮部門異動者集中研修」を上期37人、下期25人の年間計62人を対象に実施。経営戦略・人員政策に沿った教育体制をさらに整備し、対象者にも受け入れ側にも安心感のある研修・育成を実施</li> <li>●動画を含む教育マニュアルの作成・整理、一元管理を進め、すべての社員が必要な時にすぐ確認でき、いつでも学べる教育システムをクラウド上に整備</li> <li>●新教育システムを個人IDで管理し、社員一人ひとりに各自のペースで学べる環境を整備</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品開発従事者を調理専門学校に派遣。「食」全体を俯瞰し、新たな商品・メニュー提案ができる人材を育成</li> <li>●会社方針のもと「食品生鮮部門異動者集中研修」を適宜実施。部門異動した対象者が生鮮食品業務に対し、興味ややりがいを見出せるプログラムを提供</li> <li>●見て学ぶ動画ツールを全体教育・商品分類ごとに作成し、全社員に開放。リアル研修と組み合わせ使用することで、事前・事後学習の充実を図り、業務習得度を向上</li> </ul>
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：2020年度目標が未達成だったため、前年度の目標を継続し、前年度比80%への削減を目指す</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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品へのご不満の受付件数：前年度比74% (26%削減)</li> <li>●食品全体の「変質」のご指摘件数：前年度比77% (23%削減)</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品へのご不満の受付件数：前年度比80%に削減</li> <li>●食品全体の「変質」のご指摘件数：前年度比80%に削減</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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●健康に配慮したお弁当の売上構成比率：5.6%</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●健康に配慮したお弁当の売上構成比率：5.4%</li> </ul>

## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022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>●80店舗、約68,000台のLED照明を更新</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>●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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●78店舗でLED照明を更新</li> <li>●21店舗で更新</li> <li>42店舗で非常灯をLEDへ更新</li> <li>●0店舗</li> <li>●未導入</li> <li>●4月からRE100を実現</li> <li>●未導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>○</li> <li>○</li> <li>×</li> <li>×</li> <li>○</li> <li>×</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●58店舗のダウンライトをLED化</li> <li>●太陽光パネルを3店舗に設置</li> <li>●空調・熱源のAI制御システムのテストを1店舗で実施</li> <li>●営農型太陽光発電の導入を検討</li> <li>●ソーラーカーポートの設置協議を1店舗で実施</li> <li>●無水トイレの導入テストを1店舗で実施</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：33%削減(2013年度比)</li> <li>●食品リサイクル率：65.0%</li> <li>●「セブンファーム」の取り組みの推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・JGAPなどの認証取得を拡大</li> <li>・規格外品の利用によりフードロスを削減、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を提供</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品ロス：35.2%削減(2013年度比)</li> <li>●食品リサイクル率：66.9%</li> <li>●「セブンファーム」の取り組みの推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・JGAP認証の取得農場数：11カ所</li> <li>・規格外品をドレッシングや漬物などの製品の一部に活用</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>○</li> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品ロス：35%削減(2013年度比)</li> <li>●食品リサイクル率：66%</li> <li>●「セブンファーム」の取り組みの推進</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 <ul style="list-style-type: none"> <li>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た商品開発などを推進</li> <li>回収数：1,300点(前年度比134%、前年度は968点回収)</li> </ul> </li> <li>●傘の回収 <ul style="list-style-type: none"> <li>「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</li> <li>回収数：15,000本</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●回収ボックス常設店舗数：44店舗(2022年2月末日)</li> <li>●回収量：約1億1,923万本</li> <li>●羽毛の回収数：2,531点</li> <li>●衣料品の買い替えキャンペーンを実施 <ul style="list-style-type: none"> <li>衣料品(婦人・紳士・子供服)を回収し、商品化するなど取り組みを推進</li> <li>回収数：193,015点(2022年2月末時点)</li> <li>2022年10月にクーポン26千枚を発行(利用率：13.5%)</li> </ul> </li> <li>●傘の買い替えキャンペーンを実施 <ul style="list-style-type: none"> <li>回収数：14,090本(2022年2月末時点)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>○</li> <li>○</li> <li>△</li> </ul>	<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70店舗に拡大</li> <li>●ペットボトルの店頭回収を推進</li> <li>●羽毛の回収 <ul style="list-style-type: none"> <li>ダウン率50%以上の羽毛ふとん・ジャケットの回収量を拡大</li> </ul> </li> <li>●買い替えキャンペーンを実施 <ul style="list-style-type: none"> <li>・6月：新規キャンペーン</li> <li>・3R推進月間(10月)：衣料品・傘のキャンペーン</li> <li>・ボトル、タオルなどの回収も計画</li> </ul> </li> </ul>
従業員への意識啓発				
	<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>●エコ検定合格者数 <ul style="list-style-type: none"> <li>累計：2,942人 ※2022年4月末現在(2021年2月時点 未取得者824人)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>×</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●エコ検定 合格率をアップさせる</li> </ul>
NPO、NGO等の団体との連携				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>フードドライブ回収ボックス常設店舗：40店舗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●フードドライブ回収ボックス常設店舗44店舗拡大 ※2022年2月末</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●フードドライブ回収ボックス常設店舗70店舗へ拡大予定</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<ul style="list-style-type: none"><li>・2020年度：34アイテム、2021年度：50アイテム</li><li>・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></ul></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>	<ul style="list-style-type: none"><li>●有機野菜の開発：25アイテム 有機野菜コーナーの展開店舗数：コロナの影響で産地訪問ができず、73店舗にとどまる</li><li>●コロナの影響で指導員による事前確認、審査員の最終確認ができず、進捗が遅れが発生。計画していた産地で拡大できず</li><li>●夏ぶり、「顔が見えるお魚。うに」、「顔が見えるお魚。銀鮭」をMEL認証商品として販売開始</li><li>●再生PETを使用した商品数：155品番前年度から12品番拡大) ●ボディクーラー、ドレスシャツ、環境傘に続き、良質なトルコオーガニックコットンを使用した新規商品の開発</li><li>●環境に配慮した商品数：57品番へ拡大</li><li>●「RENU」を使用した商品数：35品番展開</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>△</li><li>△</li><li>○</li><li>×</li><li>○</li><li>○</li><li>○</li><li>○</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●「顔が見える野菜。」の野菜内売上構成比率を35%に拡大</li><li>●JGAP認証を取得した生産者数を240人に拡大</li><li>●MD、SVのGAP指導員資格取得を推進</li><li>●豚肉、たまごの産地やお取引先様と協力し、「顔が見えるお肉」を中心にJGAP原料を拡大(山形豚、セブンプレミアムたまご、北海道四元豚) ※審査や研修遅れあり</li><li>●岩手県産の銀鮭をセブンフレッシュのMEL認証商品として販売を開始、あゆもMEL認証商品として販売</li><li>●MSC・ASC商品の店内加工のCoC認証を取得。下期にアトランティックサーモンからスタート</li><li>●再生PETを使用した商品数：130品番</li><li>●環境配慮型素材であるコットンUSA商品を拡大</li><li>●風力発電を使って糸を紡ぐことでCO<sub>2</sub>を削減する「風で紡ぐ糸」を使用した商品を開発</li><li>●「RENU」を使用した商品数：42品番に拡大</li></ul>

## 環境関連データ

課題	単位	2019年度	2020年度	2021年度
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1※2※3</sup>	t-CO <sub>2</sub>	414,126	374,997	341,923
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1※3</sup> (環境負荷指標 <sup>※4</sup> )	t-CO <sub>2</sub> (t-CO <sub>2</sub> /(100万㎡×千h))	391,680 (100)	353,469 (110)	319,690 (114)
配送車両に伴うCO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1※3</sup>	t-CO <sub>2</sub>	22,158	21,287	22,002
店舗運営に伴う電気使用量 <sup>※1</sup>	GWh	701	645	614
店舗運営に伴う水使用量 <sup>※1</sup>	千m <sup>3</sup>	5,842	4,795	4,747
全売場でのレジ袋使用重量(辞退率) <sup>※5</sup>	t(%)	1,730(74.4)	825(81.7)	595(80.7)
廃棄物量	t	119,172	105,246	97,147
食品廃棄物のリサイクル率	%	59.5	64.0	66.9

※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。

※5 売り場全体の、紙袋を除くレジ袋(お持ち帰り袋)の使用量重量として算出しています。

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
子育て支援				
	●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105店舗で年間5,400回実施。コロナ禍前の2019年度と同様、22万件的相談に対応	●延べ104店舗で4,943回実施 2019年度には及ばなかったものの、2020年度より増加し、13万件的相談に対応	△	●コロナ感染防止のため、育児相談の利用を控えるお客様もいらっしゃるから、当面は相談件数を増加させることよりも、相談を必要とする方にご満足いただくことを最優先目標とする。また、行政との連携を含め、相談室の認知度を向上させる

グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
ダイバーシティ&インクルージョン				
	●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	●課長級：15.5% 係長級：33.3%	○	●女性の活躍推進 店舗組織変更により、女性管理職比率の低下が懸念されるが、女性役職者の割合を課長級15.0%、係長級32.0%以上を維持
ワーク・ライフ・バランスの実現				
	●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	●男性社員の育児休暇取得率：40.2%	△	●男性社員の育児休暇取得率50%を達成し、最終的に100%を目指す
能力向上支援(全般)				
	●ビジネススキルを中心とした学習コンテンツを提供する動画サービスを導入するとともに、一部受講料を負担し、社員の自主的に学ぶ意欲を活性化させ、かつ社外から学ぶ場を提供	●ビジネス・マネジメントスキルを中心とした動画学習サービスを導入し、約900人の社員が自発的に受講。学んだ内容を現場や業務で活用しているという声も多く、社員の働く意欲が向上	○	●前年度に導入した動画学習サービスを継続して活用。社内業務だけでなく、一般的なビジネス・マネジメントスキルを幅広く学べる機会を提供し、社員の自発的な学びをさらに促進
労働安全衛生への配慮				
	●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同90%まで削減 ●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 ●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  ●残業時間の削減 36協定違反：0件 店舗安全衛生委員会の協議内容を見直し	●労災件数はほぼ横ばい 発生件数は減少するも、休業災害の発生数は減少せず ●ハラスメント研修や、懲戒事案の幹部会での開示などを実施し、意識向上を継続  ●役職者の年間総労働時間：1,990時間  ●36協定違反0件は未達	△  ○  ○  ×	●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同90%まで削減 ●懲戒事案の開示、管理者への研修を継続実施  ●年間総実労働時間の削減 ・役職者の総労働時間：2,000時間未満を維持 ・管理監督者の労働時間削減を重点 ●残業時間の削減 36協定違反：0件

多様な人材の活躍			
<ul style="list-style-type: none"><li>●人権と多様性の尊重、ノーマライゼーション推進の観点から、正しい知識と理解が得られるように、「ヒューマンライツ・リポート」を作成して、さまざまな情報を発信し、適切に行動できる従業員を育成</li><li>●入社時の研修、新任役職者への階層別の研修に加え、新店舗開店時には対象者全員に人権啓発研修を実施</li><li>●障がい者雇用率：3.18%</li><li>●障害者職業生活相談員を全店舗に最低1人配置</li><li>●シニア層の活躍推進</li><li>●シニア層に引き続き活躍の場を提供するとともに、働きやすい環境づくりを推進</li><li>●外国人従業員の活躍推進</li><li>●外国人技能実習生の受け入れを推進</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●人権と多様性の尊重、ノーマライゼーション推進の観点から、正しい知識と理解が得られるように、年間7回の「ヒューマンライツ・リポート」を作成して、さまざまな情報を発信し、適切に行動できる従業員の育成を推進</li><li>●入社時の研修、新任役職者への階層別の研修、新店舗開店時の人権啓発研修を実施(対象者：約240人)</li><li>●障がい者雇用率：3.18%</li><li>●障害者職業生活相談員の全店舗配置は未達成</li><li>●オンライン学習ツールの整備や研修への参加促進、通信教育の受講促進を含め、年齢に関係なく学びの場を提供</li><li>●新型コロナウイルスの影響により、外国人技能実習生の受け入れは延期</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>○</li><li>○</li><li>○</li><li>×</li><li>○</li><li>△</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●セブン&amp;アイグループの「人権方針」をもとに、引き続き「ヒューマンライツ・リポート」を発信し、さまざまな人権問題やノーマライゼーションの取組みについて正しい知識と理解が得られるよう情報共有することで、人権と多様性を尊重できる従業員の育成に努める</li><li>●入社時研修、新任役職者登用時の階層別人権啓発研修において「人権方針」をもとに、よりリアルでわかりやすい事例も交えた内容を共有することで、社員として、役職者として、率先して人権と多様性を尊重することの重要性に対する認識を高める</li><li>●障がい者雇用率：3.20%</li><li>●引き続き、年齢に関係なく学びの場を提供し、教育機会の拡充を図るとともに、シニア層の活躍を推進</li><li>●外国人技能実習生の入国可能な環境が整い次第、受け入れを再開</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>	<ul style="list-style-type: none"><li>●介護セミナーを定期的に開催し、介護に対する意識を向上</li><li>●2019年度入社者の在籍率は77.8%と微減。ステップアップ研修などで、継続して定着・成長を促進</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>○</li><li>×</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●介護セミナーだけでなく、メンタルケアセミナー、ステップアップ研修等、定着と自己成長につながる研修を開催する</li><li>●新卒入社者の3年後定着率の維持だけでなく、若手層(20・30代)の定着と成長意欲の向上などを目的とした研修・自己啓発プログラムを提供</li></ul>

## お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

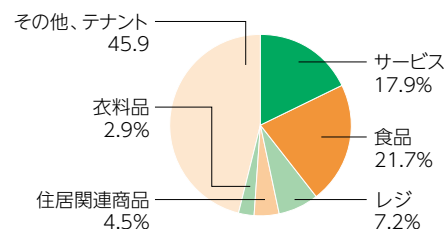
課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新型コロナウイルスの感染防止対策を重点テーマとして施策を推進</li> <li>●AI・IoTの活用を検討 2022年度スタートの準備(自動会話プログラム(チャットボット)や音声自動応答システム(IVR)など)</li> <li>●特に人的要素の強い「接客応対苦情」の改善を重点的に取り組む</li> <li>●接客応対に関する苦情件数：前年度比20%削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●行政指導に基づき対策を推進 さらに、独自の施策も推進し、感染防止を強化(カゴ消毒、ビニールカーテンからアクリル板への変更、一方通行、優先レジの設置など)</li> <li>●チャットボットの導入は検討を継続、IVRはアリオや一部地方店舗を除き導入を完了</li> <li>●2021年9月の組織変更で各店舗に「お客様サービス部長」を新設(2022年7月現在57人) ・サービス向上のための教育を強化</li> <li>●接客応対に関する苦情件数：前年度比25%削減</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●引き続き社会情勢を見ながら、新型コロナウイルスの感染防止対策を推進</li> <li>●AI・IoTを活用</li> <li>●接客応対に関する苦情件数：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 ・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>・調査店舗数を15店舗へ拡大(前年度調査店舗：10店舗)</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継続したため、引き続き調査店舗数の拡大はせず、基本10店舗を維持</li> <li>・減少分の措置として競合他社のマーケットリサーチを実施</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新型コロナウイルスの感染状況を鑑みつつ、調査店舗数の15店舗への拡大を検討</li> </ul>

## お客様相談受付関連データ

全体の受付件数は、新型コロナウイルス対策へのお問い合わせが非常に多かった2020年度に対して、2021年度は前年度比73.6%と減少しました。接客対応に関するご不満も前年度比75%へ減少しました。お客様のご不満を可能な限り解消できるよう、発生原因を分析し、再発防止策を講じていきます。

## 2021年度相談内容の内訳

受付件数33,151件(前年度比73.6%)



## パートナーシップを通じて持続可能な社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
お取引先行動指針の強化				
	●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&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	●A・B・C評価比率86.3%(前年度比+4.0%) 海外直輸入、国内サプライヤーの海外生産工場ともに比率が向上したが、E評価1件、D評価12件発生	×	●サステナブルサプライチェーンの構築 引き続き「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監査にご協力いただく。 CSR監査のA・B評価比率30%、D・E評価ゼロを目標に取り組みを推進
本業を通じた社会課題の解決				
	●店舗インフラを活用して新たな価値を創造 (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)  ●エシカル商品を開発	●新型コロナウイルスワクチン接種会場を店舗内に設置(5店舗)するとともに、ワクチン接種予約会場としても店舗インフラを提供。また、自宅療養者への食糧支援などを実施  ●サーキュラーエコノミーの実現につながる商品を積極的に開発。お取引様と連携し、「RENU」「Bring」などの商品に使われる古着の回収拠点としての取り組みも実施	○  ○	●サーキュラーエコノミーの実践、プラスチックの***、衣料・傘その他の買い替えキャンペーンなど、お取引先様との協働による商品開発などをさらに推進
地域活性化への協力				
	●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：3(延べ61自治体)	●新たに6つの包括連携協定と1つの包括的な広域連携協定を締結し、締結自治体数は79に増加 ・包括連携協定6自治体 江戸川区、柏市、静岡市、加古川市、郡山市、松戸市 ・広域連携協定 こおりやま広域圏連携協定(郡山市、須賀川市、二本松市、田村市、本宮市、大玉村、鏡石町、天栄村、猪苗代町、石川町、玉川村、平田村、浅川町、古殿町、三春町、小野町、磐梯町)	○	●さらなる自治体との新規の協定締結(延べ82自治体) 締結自治体との継続的な取り組みを推進するための行政との情報交換会の開催 ●連携のさらなる強化によって、さまざまなステークホルダーとの取り組みを推進してSDGsに貢献

## 人事関連データ

従業員の内訳 (2022年2月末)		(人)
正社員 <sup>※1</sup>		5,995
	男性	4,186
	女性	1,809
パートタイマー <sup>※2</sup>		16,683
	男性	2,771
	女性	13,912
従業員数 (正社員数+パートタイマー数)		22,678
	男性	6,957
	女性	15,721
新卒採用者数		74
	男性	36
	女性	38
中途採用者数		7
	男性	4
	女性	3

	2019年度	2020年度	2021年度
正社員平均勤続年数	23年2カ月	23年5カ月	24年9ヶ月
育児休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	186人 (6、90)	186人 (7、120)	193人 (4、97)
介護休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	26人 (5、17)	34人 (2、26)	25人 (1、23)
ボランティア休暇取得者数	7人	7人	6人
女性管理職数(比率) <sup>※4</sup>	751人(26.1%)	701人(27.6%)	490人(23.1%)
係長	666人(31.0%)	625人(31.9%)	410人(26.2%)
課長	65人(13.0%)	55人(13.9%)	54人(15.5%)
部長	20人(8.9%)	21人(11.4%)	26人(12.1%)
役員 <sup>※5</sup>	1人(4.2%)	3人(13.0%)	4人(16.7%)
障がい者雇用率 <sup>※6</sup>	3.15%	3.19%	3.21%
正社員有給休暇取得率	32.8%	45.1%	47.2%
労働災害度数率	1.37	1.53	1.41
労働災害強度率	0.03	0.04	0.05

※1 定年再雇用者642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。

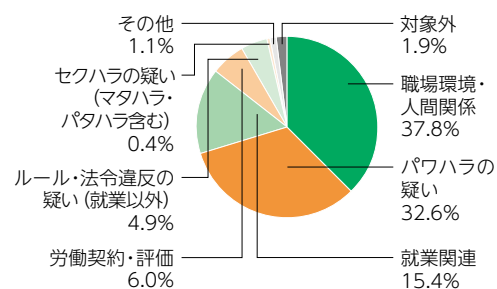
※5 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。

※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

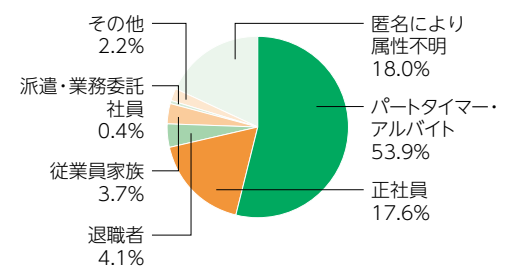
## 従業員相談受付関連データ

2021年度の相談件数は前年度と比較して78.5%と減少しましたが、ハラスメントに関する相談件数の構成は依然として高いままでした。引き続き役職者に対するハラスメント教育を定期的に実施し、円滑なコミュニケーションを図ることで、働きやすい職場環境づくりに努めていきます。

### 2021年度相談内容の内訳 受付件数267件 (前年度比78.5%)



### 相談者の内訳





2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
災害時の支援				
	<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(商品部、物流室、会計管理部)との連携を強化</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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●四半期に1回、関係各部を集めた防災ミーティングを開催し、課題の共有により連携を強化</li> <li>●自治体など5団体との協定内容を見直し、実態に沿った協定内容へ更新</li> <li>●自治体主催のリモート会議や、発災時を想定した情報伝達訓練に参加</li> <li>●コロナ禍において、福島県の軽症者・無症状者の滞在施設に対して食料や日用品を供給</li> <li>●2021年7月の熱海市伊豆山土石流災害の応援に向かう神奈川県消防職員に食料を供給</li> <li>●2021年8月の青森県下北北部風間浦村豪雨災害において、青森県に衣料や日用品を供給</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●訓練を通じて事業継続計画を周知徹底し、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て連携をさらに強化</li> <li>●協定締結だけでなく、自治体の防災訓練や会議などに積極的に参加し、災害時に適切な地域支援を実施できるよう体制を整備</li> </ul>

社会貢献活動

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022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</li> </ul> <p>・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。</p> <p>・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%)</p>	<p>・社会貢献活動費：前年比246.68%</p> <p>・全レジ募金21年度累計金額21,983,841円(前年比66.8%)</p>	○  ×	<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引き続き実施。WITHコロナに向けた新たな取り組みを模索。</li> </ul> <p>・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。</p> <p>・全店の店内レジに設置した募金箱による募金：累計金額2,500万円(前年度比113%)</p> <p>・セミセルフレジなやセルフレジに対応した募金箱の設置検討。</p>
ベルマーク活動を通じた復興支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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)</li> </ul> <p>回収目標：300万点(延べ1,800万点)</p>	<p>21年度店頭回収253万点、累計1,753万点</p>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●東北かけはしプロジェクトから新たにミライかけはしプロジェクトを通じて日本の被災地の教育支援としてキリンビバレッジ株式会社様と協定を締結し新たな取り組みをスタート。</li> </ul> <p>22年度店頭回収400万点、累計2,150万点</p>

## お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに住みやすい社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
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)を継続実施	●各店舗で誕生祭を実施	○	●各店舗で誕生祭を継続実施
地域防犯対策				
	●新店舗についても「こども110番の店」活動に協力	●「こども110番の店」活動に協力	○	●新店舗を含め「こども110番の店」活動への協力を継続

## 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022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: 107.4%	●前年度比: 100.3%	△	●「三ツ星野菜・果物」の売上(既存店舗): 前年度比: 105.1%
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	●バリアフリー新法適用店舗: 128店舗	○	●新店に関してはバリアフリー新法への適用を目指す

## 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022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97.4% ●太陽光発電設備の設置: 10店舗 (△2,000t-CO <sub>2</sub> / 年削減)	●前年度比: 97.3% ●13店舗(△1,878t-CO <sub>2</sub> / 年削減)	○ △	●電気使用量(既存店舗): 前年度比95.2% ●太陽光発電設備の設置: 20店舗 (△3,101t-CO <sub>2</sub> / 年削減) ●CO <sub>2</sub> フリー電力調達 (△9,520t-CO <sub>2</sub> / 年削減)

### 環境関連データ

課題	単位	2019年度	2020年度	2021年度
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1※2※3</sup>	t-CO <sub>2</sub>	192,650	192,766	208,685
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>	174,464(755)	173,804(733)	169,294(705)
配送車両に伴うCO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1※3</sup>	t-CO <sub>2</sub>	17,868	18,518	18,026
店舗運営に伴う電気使用量 <sup>※1</sup>	GWh	336	340	364
店舗運営に伴う水使用量 <sup>※4</sup>	千m <sup>3</sup>	1,072	1,044	1,010
食品売場でのレジ袋使用重量(辞退率)	t(%)	496(72.6)	337(82.0)	286(83.1)
廃棄物量(リサイクル率) <sup>※4</sup>	t(%)	52,953(52.1)	54,572(55.6)	50,403(62.1)
食品廃棄物のリサイクル率 <sup>※4</sup>	%	58.1	60.5	68.0

※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。なお、2021年度は、食品工場の運営に伴うエネルギー使用に由来するCO<sub>2</sub>排出量を含みます。

※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4月～3月。なお、2022年3月のみ食品工場の運営に伴う食品リサイクル率を反映しています。

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
能力向上支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●技術認定合格者数(初級)：1,313人</li> <li>●発注担当者教育受講者数(レベル4・5)：231人</li> <li>●パワハラ防止研修実施回数：14ゾーン×7部門で91回</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●合格者数(初級)：1,333人</li> <li>●受講者数(レベル4・5)：275人</li> <li>●パワハラ防止研修実施回数：14ゾーン×7部門で91回</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>○</li> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●受講生の「理解度」に焦点を当て、集合・Webの形式を使い分けることで、汎用性・効率性を重視した教育機会を提供</li> <li>●技術認定合格者数(初級)：1,918人</li> <li>●発注担当者教育受講者数(売価)(レベル4・5)：244人</li> <li>●パワハラ防止研修実施回数：14ゾーン×(3管理者+7部門)で154回</li> </ul>
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	●取得日数(正社員)：8.6日	△	●年間有給休日取得日数(正社員)：10日
労働安全衛生への配慮				
	●年間労働災害発生件数：前年度比90%	●前年度比：83%	○	●年間労働災害発生件数：前年度比90%
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)：24.5%	○	●女性管理者比率を37%以上へ向上 ※旧ライフフーズとの合併により数値変動あり

人事関連データ

従業員の内訳(2022年2月末)		(人)
正社員 <sup>※1</sup>		3,095
	男性	2,622
	女性	473
パートタイマー <sup>※2</sup>		12,513
	男性	1,608
	女性	10,905
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		15,608
	男性	4,230
	女性	11,378
新卒採用者数		138
	男性	87
	女性	51
中途採用者数		0
	男性	0
	女性	0

	2019年度	2020年度	2021年度
正社員平均勤続年数	14年8カ月	15年0カ月	16年0カ月
育児休業取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	196人 (0、170)	205人 (0、177)	201人 (1、175)
介護休業取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	5人 (0、5)	6人 (0、6)	34人 (2、33)
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>	604人(25.4%)	614人(24.9%)	617人(24.6%)
係長	381人(25.3%)	390人(26.4%)	386人(25.9%)
課長	207人(36.4%)	208人(31.1%)	209人(36.2%)
部長	16人(5.3%)	16人(5.2%)	22人(5.1%)
役員 <sup>※5</sup>	2人(6.9%)	2人(6.9%)	2人(5.7%)
障がい者雇用率 <sup>※6</sup>	3.10%	3.12%	3.39%
正社員有給休暇取得率	40.0%	50.0%	46.2%
労働災害度数率	3.58	3.40	3.59
労働災害強度率	0.01	0.01	0.14

※1 定年再雇用者252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。

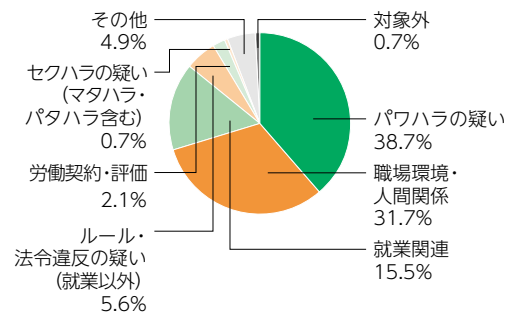
※5 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。

※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

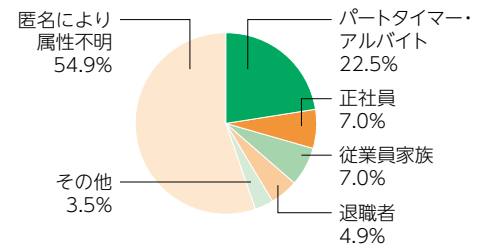
## 従業員相談受付関連データ

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。

## 2021年度相談内容の内訳 受付件数142件(前年度比108.4%)



## 相談者の内訳

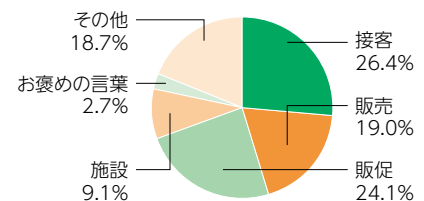


## お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

## 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。

## 2021年度相談内容の内訳 受付件数3,720件(前年度比93.7%)



## パートナーシップを通じて持続可能な社会を実現する

## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
地域支援	●1990年から福島県内のお取引先様を中心に実施している献血イベント「ハートフルサタデー」の事務局として、献血活動を継続実施	●ハートフルサタデー献血者数：304人	○	●献血活動を継続実施

## 災害における支援

## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
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	●新たに3行政と防災協定を締結	○	●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

## お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに住みやすい社会を実現する

## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
多様なお客様へのサービス				
	●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	●認知症サポーターの養成講座をリモートも活用して実施。新入社員、新店舗パートナー社員合計214人を養成	△	●新入社員、新店舗パートナタイマーに対して、リモートも活用しながら認知症サポーターの養成研修を開催

## 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	●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	●毎月の店舗の責任者会議において、品質・衛生管理に関する教育を実施。当初計画の課題に加え、6月からの自主回収(リコール)報告制度導入に伴う店舗製造商品の表示事故顕在化にも対応	○	●販売事業部、商品各部と課題を共有し、連携してHACCPを定着・運用 HACCP帳票により、従業員の衛生管理・清掃、原料管理、表示管理を実施。また、本部QC担当者による店舗巡回を四半期ごとに全店で実施
	●本部品質管理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	●コロナ禍で訪店を制限したことに伴い未実施	×	●営業各部と課題を共有し対応
	●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	●本部品質管理担当者の店舗内部監査の項目として、衛生設備(ピュアスター水の始業点検を含む)や清掃状況を確認し、必要に応じて指導。ただし、コロナにより回数は半減	△	●商品事故の対応として、お客様からお申し出のあった商品の製造メーカーへ事故原因の追究と再発防止策の検討を要請
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	●新型コロナウイルスの感染状況を確認しながら、改造店舗で休憩スペース「ふれあいコーナー」をリフレッシュ	●飲食禁止、閉鎖など「ふれあいコーナー」での新型コロナウイルス感染対策を実施。新店2店舗に感染対策の設備を設置した「ふれあいコーナー」を整備	○	●新店2店舗に感染対策の設備を設置した「ふれあいコーナー」を整備
	●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)	●店舗の床材に防滑タイプのセラミックタイルを導入(新店1店舗)	○	●店舗の床材に防滑タイプのセラミックタイルを導入(新店2店舗)
適切な情報提供				
	●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	●新型コロナウイルスの感染状況を確認しながら、上期・下期とも計画どおり店舗監査を実施。課題店舗は販売事業部に共有し改善を確認	○	●店舗監査の結果を販売事業部と毎週共有して改善に努める。品質衛生、労務管理の課題があれば、人事、品質管理と情報を共有。店舗へ自主点検を促し、店舗管理レベルの底上げを目指す
	●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も強化	●衛生管理、鮮度管理、アレルギー表示など、HACCPに関する情報を店舗へ毎週1回発信。写真やイラストを用いることで、週ごとのテーマを各店舗がすぐに理解できるよう1枚にまとめて情報を共有	○	●衛生管理、鮮度管理、アレルギー表示など、HACCPに関する情報を店舗へ毎週1回発信
	●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	●計画どおり年間5回実施	○	●動画教育ツール12コンテンツを用意し、上期に研修を実施。下期にPDCAにより改善を図る



## 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	●BEMS*を新店舗含めて全店に設置 ※ビル・エネルギー管理システム	●BEMSをコンフォートマーケットを除く全店に設置	○	●BEMSをコンフォートマーケットを除く全店に設置
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	●リーチン化：2店舗 ●太陽光発電設備：4店舗 ●AIによる空調制御：未実施	○ ○ ×	●LED照明を更新：12店舗 ●太陽光発電設備を設置：4店舗 ●冷凍機制御によって冷やしすぎを監視：10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：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%	●食品廃棄物リサイクル率：66.7%(全社) ●レジ袋辞退率：前年度比81.5% ●レジ袋使用重量：前年度比73.8%	○ △ ○	●食品廃棄物リサイクル率：66.7%(全社) ●レジ袋辞退率：前年度比82.5% ●レジ袋使用重量：前年度比92%
従業員への意識啓発				
	●エコ検定合格者数：110人	●合格者数：88人	△	●エコ検定合格者数：140人

### 環境関連データ

課題	単位	2019年度	2020年度	2021年度
CO <sub>2</sub> 排出量※1※2※3	t-CO <sub>2</sub>	54,891	63,416	64,152
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>	54,852(660)	63,377(615)	64,113(629)
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	115	136	142
店舗運営に伴う水使用量※1	千m <sup>3</sup>	483	577	588
食品売場でのレジ袋辞退率	%	54.5	78.9	81.5
廃棄物量(リサイクル率)	t(%)	20,097(80.2)	23,978(72.1)	22,810(66.8)
食品廃棄物のリサイクル率	%	64.2	59.2	66.7

※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。

## 多様な人々が活躍できる社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
キャリア教育の支援				
	●先生の受け入れやCSRリーフレットの提供を積極実施	●先生の受け入れやCSRリーフレットの提供を積極実施	△	●コロナの感染状況を鑑み、リモートも活用しながら小中学生の店舗見学・体験学習を実施

## グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
能力向上支援				
	●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	●店長・副店長・マネジャー層に対する教育システムを整備し、リモート研修を開始 ●新入社員への教育システムを整備し、共通基礎項目のリモート教育を実施	○ ○	●教育システムによる階層別教育を拡大・担当者階層を対象にした次期リーダー育成の仕組みを構築 ●パート・アルバイト階層における個人ごとの教育システムを構築
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：9.5%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
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：3.74(前年度：4.11) ●労働災害強度率：0.07(前年度：0.10) ●休業日数：992日(前年度：1,407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
ダイバーシティ&インクルージョン				
	●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：10人 ●正社員登用：7人 ●女性幹部登用：3人 ●女性管理職比率：17.4%	× × △ ×	●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%
従業員への育児支援				
	●「リ・チャレンジ制度」利用者を拡大し、退職者を抑制 ●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 ●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	●「リ・チャレンジ制度」利用者の退職数は横ばい(2020年度：3人、2021年度：2人) ●社内報に制度紹介と制度利用者の体験談を掲載 ●コロナ禍のためオリエンテーションは中止。2～3か月に1回、社内情報と近況の共有を郵送で実施	○ ○ ×	●「リ・チャレンジ制度」利用者を拡大し、退職者を抑制 ●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 ●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

### 人事関連データ

従業員の内訳(2022年2月末)		(人)
正社員 <sup>*1</sup>		1,656
	男性	1,294
	女性	362
パートタイマー <sup>*2</sup>		5,584
	男性	1,449
	女性	4,135
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		7,240
	男性	2,743
	女性	4,497
新卒採用者数		102
	男性	57
	女性	45
中途採用者数		2
	男性	2
	女性	0

	2019年度	2020年度	2021年度
正社員平均勤続年数	15年7カ月	15年1カ月	15年7カ月
育児休職取得者数 <sup>*3</sup> (うち男性、パートタイマー)	41人 (0、23)	40人 (0、27)	56人 (0、32)
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 (1、0)	3人 (1、2)
ボランティア休暇取得者数	2人	0人	0人
女性管理職数(比率) <sup>*4</sup>	213人(24.7%)	226人(21.5%)	210人(17.4%)
係長	169人(28.7%)	167人(24.6%)	150人(24.3%)
課長	36人(22.9%)	50人(23.0%)	47人(18.0%)
部長	8人(6.7%)	9人(6.2%)	13人(8.0%)
役員 <sup>*5</sup>	2人(11.1%)	2人(10.5%)	2人(9.5%)
障がい者雇用率 <sup>*6</sup>	2.30%	2.04%	2.38%
正社員有給休暇取得率	34.6%	36.9%	43.6%
労働災害度数率	2.46	4.11	3.74
労働災害強度率	0.06	0.10	0.07

※1 定年再雇用者105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。

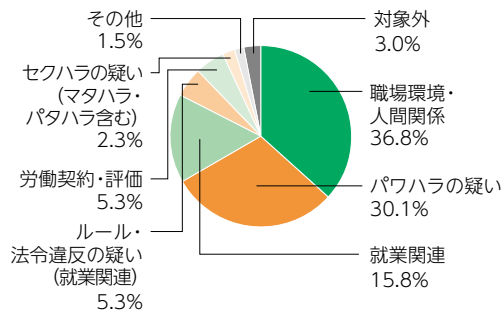
※5 役員の女性比率は翌年度5月末現在の数値。

※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

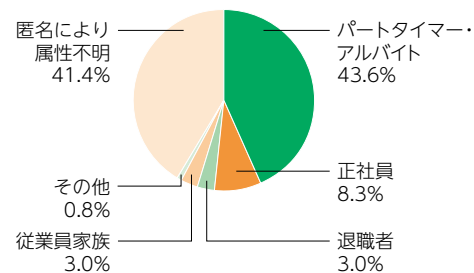
## 従業員相談受付関連データ

通報件数は前年度から微減しました。全体の約7割を占める「職場環境・人間関係」「パワハラ・セクハラ」に当たる通報は、ほとんどが日頃のコミュニケーションに起因しています。通報に対する解決と同時に、会社全体の課題と受け止めるべき内容の改善を通して、より良い会社づくりに向けて全社で取り組んでいます。

## 2021年度相談内容の内訳 受付件数133件(前年度比97.8%)



## 相談者の内訳



## お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

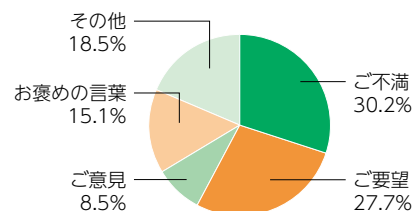
○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
お客様の声への誠実な対応(体制)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様の声をいただく仕組みを継続運用し、重要なお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</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いていたことから、安心してお買物していただける店舗での対応を提案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●グループ各社と連携し、店長・副店長向けの研修を3回実施。ご不満のお声への対応は継続課題</li> </ul>	<p>○</p> <p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●グループ各社と連携し、店長・副店長向けの研修を3回実施。動画教育ツールを活用した研修を店舗従業員に対して役職別に実施</li> </ul>

## お客様相談受付関連データ

2021年度の受付件数は、前年度比91.5%の8,067件でした。新型コロナウイルスへの対策や感染対策として実施した営業時間変更に関するお問い合わせは減少した一方、「ご不満」は2,435件で、商品品質、品切れ、接客に対するお声を多くいただきました。また、アプリを活用した販促やセルフレジなど、新たなサービスに関するお問い合わせも増えており、窓口の体制を強化していきます。

## 2021年度相談内容の内訳 受付件数8,067件(前年度比91.5%)



## お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに住みやすい社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
地域防犯対策				
	<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</li> <li>※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>	<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や暴力追放防犯協議会会員として、主に反社会的勢力関連の事案に関して企業間で共有</li> </ul>	○	<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</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133百万円)</li> </ul>	○	<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>

## 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022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>●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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各店の衛生管理専任者により、食品部門社員、お取引先従業員へのOJTを実施</li> <li>●専門機関による年2回の定期点検により課題を明確にし、店舗品質管理委員会と衛生管理専任者が連動した改善活動を実施</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実施</li> <li>●品質管理ウェビナー研修やeラーニングを実施</li> </ul>	<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と、表示に関する知識のレベルアップを実施</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</li> <li>●従業員のスキルアップのために、階層別研修などを実施</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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●専門機関による年2回の売場の表示確認・点検を実施</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●専門機関による年2回の売場の表示確認・点検を実施し、適切な表示を継続実施</li> </ul>

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022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	●ストロングポイント：1件、グッドポイント：5件、指摘事項：0件	○	●ISO14001 更新審査において「重大な指摘事項」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：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	●営業時間短縮等で6.2%削減 ●4店舗でLED照明導入（178百万円） ●5店舗で老朽化に伴う空調機更新（246百万円）	○	●エネルギー使用量：2019年度比3%削減（既存店ベース） ●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：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	●食品リサイクル率：82.8% ●廃棄物リサイクル率：73.9%	○ ○	●食品ロス削減への取り組み強化 食品廃棄物発生原単位：29.0kg/百万円 ●廃棄プラスチック発生量の削減 排出量：950トン（前年差▲1.5トン） ●プラスチック製お買い物袋削減 年間使用量：30トン（前年差▲2.2トン）
持続可能な商品の提供				
	●アラスカシーフードなど、認証マーク付き商品の提案を継続	●アラスカシーフードフェアの各店開催およびお中元・お歳暮カタログへの掲載	○	●アラスカシーフードなど、持続可能商品の提案継続
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：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	●全従業員へ環境eラーニング・DVD研修を実施（21年7月～8月） ●エコ検定合格者：108人（合格率87.1%） ●従業員アイデア4企画を実現	○ ○ ○	●全従業員に環境教育を実施 ●エコ検定合格者数：50人

環境関連データ

課題	単位	2019年度	2020年度	2021年度
店舗数	店舗	15	15	10
CO <sub>2</sub> 排出量※1※2※3	t-CO <sub>2</sub>	116,173	96,947	86,750
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量※1※3	t-CO <sub>2</sub>	115,753	96,565	86,451
店舗運営に伴う電気使用量※1	GWh	211	178	160
店舗運営に伴う水使用量※1	千m <sup>3</sup>	1,583	1,160	1,084
容器包装使用量	t	1,281	719	330
廃棄物量（リサイクル率）	t（%）	21,060（70.2）	14,129（71.2）	12,532（73.9）
食品廃棄物のリサイクル率	%	72.6	77.8	82.8

※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。



2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
育児・高齢者支援など				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●プレマステーション・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                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ハートフルアドバイザー：10人</li> <li>・認知症サポーター：累計5,300人</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新型コロナウイルス対策のため、集合型のイベントや講習会是不行、個別相談会を実施</li> <li>●新型コロナウイルスへの対応として外部研修は未参加、社内研修は規模を縮小                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ハートフルアドバイザー 未実施</li> <li>・認知症サポーター：累計5,148人</li> </ul> </li> </ul>	<p>○</p> <p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●プレマステーション・カウンターを継続し、参加型教室や講習会を開催</li> <li>●新入社員を中心に認知症サポーター増員                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・認知症サポーター：累計5,200人</li> </ul> </li> </ul>

グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
子育て支援				
	●男性社員の育児休暇取得率：15.0%	●男性社員の育児休暇取得率：50.0%	○	●男性社員の育児休暇取得率：50.0%
能力向上支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種研修受講支援                             <ul style="list-style-type: none"> <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</li> <li>累計受講修了者：800人</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種研修受講者数                             <ul style="list-style-type: none"> <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</li> <li>累計受講修了者：980人</li> </ul> </li> </ul>	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種研修受講支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・動画基礎研修(クリップライン)2022年新入社員：29人</li> <li>・グロービス学び放題</li> <li>累計受講修了者：1,200人</li> <li>・SC管理運営講座</li> <li>累計受講修了者：300人</li> </ul> </li> </ul>
ワークライフバランスの実現				
	<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：6.25時間)</li> <li>●年次有給休暇の取得率：50.0%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●年間総実労働時間：1865.3時間(1人当たり月間時間外労働：10.3時間、新型コロナウイルスによる特別休暇：年間▲80時間)</li> <li>●年次有給休暇の取得率：36.1%</li> </ul>	<p>○</p> <p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●年間総実労働時間：1912.5時間(1人当たり月間時間外労働：10.0時間)</li> <li>●年次有給休暇の取得率：50.0%</li> </ul>
労働安全衛生への配慮				
	●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	●健診結果をもとに、肥満者に対し、社員食堂とタイアップし、健康キャンペーンを実施。参加者70%が減量成功(2kg以上)	○	●ストレスチェック後の集団分析をもとにメンタルヘルスセミナーを実施
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：20人</li> <li>●女性管理職比率(課長級)：20%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店舗限定社員の登用促進：8人</li> <li>●女性管理職比率(課長級)：13.4% (25人、前年+4人)</li> </ul>	<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)：16.1% (31人)</li> <li>●障がい者雇用率：2.7%</li> </ul>

## 人事関連データ

従業員の内訳(2022年2月末)		(人)
正社員 <sup>※1</sup>		2,339
	男性	1,481
	女性	858
パートタイマー <sup>※2</sup>		1,855
	男性	207
	女性	1,648
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		4,194
	男性	1,688
	女性	2,506
新卒採用者数		37
	男性	8
	女性	29
中途採用者数		1
	男性	1
	女性	0

	2019年度	2020年度	2021年度
正社員平均勤続年数	23年0カ月	22年11カ月	23年0カ月
育児休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	183人 (7, 101)	177人 (3, 95)	170人 (6, 81)
介護休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	11人 (0, 9)	1人 (0, 0)	8人 (0, 5)
ボランティア休暇取得者数	制度なし	制度なし	制度なし
女性管理職数(比率) <sup>※4</sup>	327人(35.2%)	230人(33.5%)	121人(23.6%)
係長	269人(59.0%)	188人(62.3%)	76人(45.5%)
課長	35人(13.0%)	21人(10.4%)	25人(13.4%)
部長	23人(11.3%)	21人(12.2%)	20人(12.6%)
役員 <sup>※5</sup>	2人(8.3%)	2人(8.3%)	3人(15.0%)
障がい者雇用率 <sup>※6</sup>	2.22%	2.10%	2.53%
正社員有給休暇取得率	20.8%	36.4%	37.4%
労働災害度数率	0.69	0.24	0.32
労働災害強度率	0.01	0.00	0.28

※1 定年再雇用者204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。

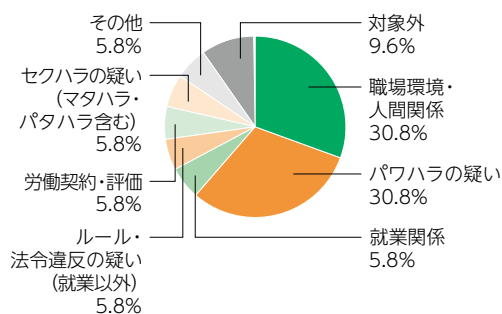
※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

## 従業員相談受付関連データ

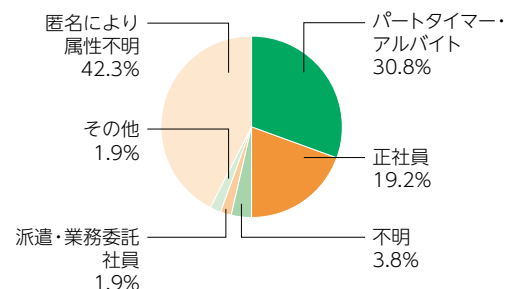
2021年度の受付件数は、前年比6%増となりました。相談内容はパワーハラスメントや職場環境に起因する案件が全体の6割超を占めています。通報が発生した場合は、事実関係を確認し、原因・課題を明らかにしたうえで、顧問弁護士による助言や関連部門との連携により、改善措置を構築し再発防止に取り組んでいます。今後もコンプライアンスやリスクマネジメントに関する従業員研修を定期的を実施するなど、意識の醸成と徹底を図ることで、事件・事故の未然防止に努めます。

### 2021年度相談内容の内訳

受付件数52件(前年度比106.1%)



### 相談者の内訳



## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

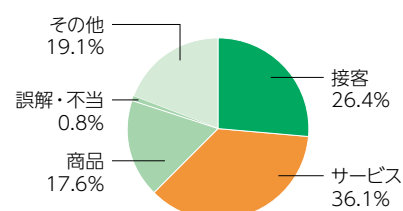
課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
お取引先と連動で環境に配慮した商品の提供やリユースの推進				
	●各店舗での環境配慮商品の展開を強化	●「世界を変える私のチョイス」と題し、通年でサステナブル商品をご紹介。またエシカルコンビニなどのサステナブルショップを期間限定で実施	○	●納品時の百貨店共通ハンガーリユースを推進 年間：270千本(前年+15千本) ●取引先連動で商品等の回収フェアを実施
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	●店舗やWebサイトに寄せられるお客様の声へのスピーディな対応を継続	●各店お客様相談室がハブとなり関連部門と連動し、お客様のお問い合わせ・ご意見に対し原則3日以内に対応	○	●店舗に寄せられるお客様の声へのスピーディな対応を継続
	●お客様からの「ご不満の声」の削減:2,100件以下	●2021年度お客様「ご不満の声」：1,599件	○	●お客様「ご不満の声」の前年改善

## 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。2021年度は、前年度に増加した新型コロナウイルス感染症対策や店舗閉鎖に関するご意見やお問い合わせが減少し、前年実績を大幅に下回る結果となりました。相談内容の内訳で見ると新しいフレジットアプリのサービス開始に伴うお問い合わせが増加しサービス関連のシェアが上がりました。

### 2021年度相談内容の内訳

受付件数7,719件(前年度比43.1%)



## パートナーシップを通じて持続可能な社会を実現する

## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
地域活性化への協力				
	●行政と連携した取り組みを継続強化	●豊島区とのFFパートナーシップ協定による子育て支援イベントの定期開催など、店舗ごとに取り組みを実施	○	●自治体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継続実施
	●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	●第49回衆議院議員選挙において期日前投票所を4店舗に設置(池袋本店、千葉店、福井店、東戸塚S.C.)	○	
	●地産地消のさらなる推進	●お中元・お歳暮ギフトでの地域名産品紹介	○	●地産地消の推進
	●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	●各店にて店舗周辺の清掃を毎月実施、また池袋本店屋上「都市のオアシス」を解放	○	●店舗周辺の清掃・環境美化活動の推進
	●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	●千葉店でのSDGsイベントや池袋本店での花咲くプロジェクトなど各店で地域連携イベントを実施	○	●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

## 災害における支援

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
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や取り組みに積極的に参加 ※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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「防災とボランティア週間」「防災月間」「火災予防週間」に合わせ、各店舗で防災教育・訓練を実施</li> <li>●所轄消防署、地域事業者と連動した地域防災訓練、自衛消防審査会は、感染拡大防止対策により実施されず</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、地域共同防火・防災管理協議会は、感染拡大防止対策により実施されず</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、自衛消防審査会参加など継続実施</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>

## 社会貢献活動

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
お客様参加型の社会貢献活動の継続				
	<ul style="list-style-type: none"> <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> <li>●植樹本数：1,500本</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●こども靴下取り：累計107万足</li> <li>●各店募金箱設置とキャンペーンの実施 累計募金額：6億9,929万円</li> <li>●グリーンラッピング、簡易包装推奨等での新規植樹：2,253本(累計18,233本)</li> </ul>	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●こども靴の下取りを継続(8店舗) 累計目標：114万足</li> <li>●盲導犬育成事業に継続協力 累計募金額：7億2,500万円</li> <li>●植樹・育樹活動を継続 累計植樹本数：19,250本</li> </ul>

## 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	●総返品実績:前年度比90%以下 ●商品事故発生の根本要因を特定した上で対策を図り、商品事故の未然防止に努める	●返品実績:前年度比117% 改善報告書のフォーマットを新設し、重点的に取引先からヒアリングを実施	×	●総返品実績:前年度比95%以下 ●商品事故発生の根本要因を特定した上で対策を図り、商品事故の未然防止に努める
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	●全店に、抗菌・ウイルス除去対策の施工の実施	●全店で抗菌・ウイルス除去対策の施工完了	○	●全店にレジ・サービスカウンター飛沫対策を新規導入
適切な情報提供				
	●優越的地位の濫用・下請法・景品表示法について、新任バイヤー研修を実施 ●下請取引について、関連部署を対象に研修を実施 ●社内報を年4回発行し、適切な情報を提供	●景品表示法の観点から、資料「店頭POP作成時の注意点」を作成し、全店舗へ配信 ●社内報の年4回発行により従業員向けに情報を提供	△	●優越的地位の濫用・下請法・景品表示法について、新任バイヤー研修を実施 ●商販促ミーティングにて、販促施策の注意点について説明 ●社内報を年4回発行し、適切な情報を提供

## 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022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				
	●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) ●LED照明:23店舗更新(約300t-CO <sub>2</sub> 削減)	●ガスヒートポンプ空調設備:1店舗更新(約9t-CO <sub>2</sub> 削減) ●LED照明:22店舗更新(約221t-CO <sub>2</sub> 削減)	△	●ガスヒートポンプ空調設備:2店舗更新(約20t-CO <sub>2</sub> 削減) ●LED照明:10店舗更新(約100t-CO <sub>2</sub> 削減)
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	●レジ袋非購入率:88%	●レジ袋非購入率:83.3%	×	●レジ袋辞退率:85%
従業員への意識啓発				
	●社内報(年4回)での従業員の環境意識啓発を継続 ●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	●社内報(年4回)での従業員の環境意識啓発を発信 ●フードドライブなど本社から開始した取り組みを店舗にも広げ、回を重ねるごとに拠点数が増加	○	●社内報(年4回)での従業員への環境意識啓発を継続 ●グループ連動企画に参加、社内への共有により全体意識向上を図る

### 環境関連データ

課題	単位	2019年度	2020年度	2021年度
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>*1*</sup>	t-CO <sub>2</sub>	14,645	13,703	12,530
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量(1店舗当たり) <sup>*1*</sup>	t-CO <sub>2</sub>	14,478(124)	13,529(116)	12,360(102)
店舗運営に伴う電気使用量 <sup>*1</sup>	GWh	27	27	25
店舗運営に伴う水使用量 <sup>*1</sup>	千m <sup>3</sup>	20	15	14
レジ袋辞退率	%	6.1	7.6(～6/30) 85.7(7/1～2/28)	83.3

\*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」に沿って算出しています。



## 多様な人々が活躍できる社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022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(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	●マタニティアドバイザー不在店舗 8店舗(新店除く) 毎年12月付で資格認定を実施するも、有資格者の退職などもあり、全店配置実現が困難な状況。不在店舗は一時的に正社員が職務兼任して対応中だが、店舗でのアドバイザー候補者育成が課題	△	●マタニティアドバイザー職務者の全店舗配置を目指す ※全店配置に向け、これまで年1回(12月)の資格認定を2022年度から年2回(6月・12月)に増加

## グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
能力向上支援				
	●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	●2021年度は毎月開催とし、10回(9月～翌7月)開催 申込数：86件(前年度比：108%) 修了率は35%から56%へ向上 受講しやすさが成果へつながる結果となった	○	●スマートフォンから閲覧可能にし、スタッフが隙間時間を活用できるように変更。冊子ではなくWebサイトから申し込み～受講という仕組みに変更。 前年度比：116% 申込数：100件
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：5.9時間	○	●一人当たりの月間残業時間：6時間
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：2店舗 ●女性管理職比率(課長級クラス)：24%	×	●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	●業務上災害発生件数実績：35件	×	●業務上災害発生件数：30件未満

## 人事関連データ

従業員の内訳(2022年2月末)		(人)
正社員 <sup>※1</sup>		908
	男性	519
	女性	389
パートタイマー <sup>※2</sup>		1,658
	男性	96
	女性	1,562
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		2,566
	男性	615
	女性	1,951
新卒採用者数		22
	男性	10
	女性	12
中途採用者数		5
	男性	5
	女性	0

	2019年度	2020年度	2021年度
正社員平均勤続年数	14年7カ月	14年2カ月	15年2カ月
育児休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	132人 (0、94)	124人 (1、80)	83人 (0、52)
介護休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	1人 (0、1)	3人 (0、3)	0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) <sup>※4</sup>	200人(36.1%)	199人(35.9%)	194人(34.6%)
係長	139人(51.1%)	135人(51.3%)	128人(51.0%)
課長	56人(22.5%)	59人(23.0%)	58人(22.9%)
部長	5人(15.2%)	5人(17.2%)	8人(17.0%)
役員 <sup>※5</sup>	1人(6.7%)	2人(13.3%)	2人(11.8%)
障がい者雇用率 <sup>※6</sup>	2.26%	2.79%	2.86%
正社員有給休暇取得率	38.6%	62.4%	69.9%
労働災害度数率	0.33	0.86	1.46
労働災害強度率	0.03	0.03	0.08

※1 定年再雇用者17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。

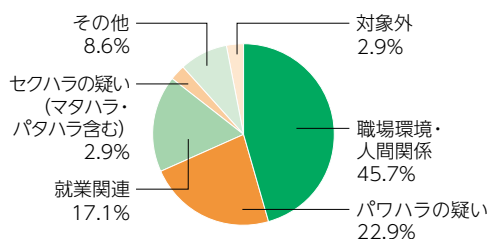
※6 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

## 従業員相談受付関連データ

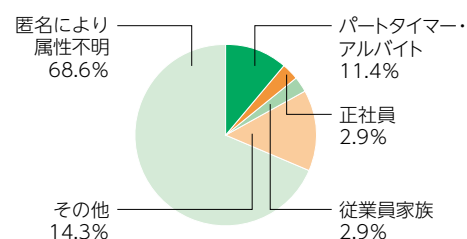
全体の通報件数は、前年より6件減少しました。最も多かったのが「職場環境・人間関係」・「パワハラの疑い」に関する通報で、全体の約70%を占めています。特に「職場環境・人間関係」に関する通報が前年に比べて増加しました。前年度は、本社案件も多く発生(コロナ関連を含むため)しましたが、2021年度は、発生した案件のほとんどが店舗案件でした。

そのほか、2021年度は内部通報制度の周知活動として、本社と全店舗にポスターを配付・掲出を徹底しました。さらに、直近の通報内容を鑑み、店長会議にて全店長を対象とした「ハラスメント研修」を実施したほか、通報案件に関しては、公益通報者保護法や関連諸規程に基づき、当制度の適切な運用・管理に努めています。

### 2021年度相談内容の内訳 受付件数35件(前年度比85.4%)



### 相談者の内訳



## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ご指摘(苦情)目標：前年度同様、前年度実績を下回る お客様の声は週間、月間で社内共有し、お客様目線での改善提案や問題提起の実施 SNSチェックを1日2回実施。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</li> <li>●マニュアルの整備を継続し、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</li> <li>●社内でご指摘だけではなく、お褒め・お礼などの成功事例を共有し、称え合う風土を作り、スタッフのモチベーションを向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ご指摘件数：389件(前年度差+107件、前年度比137.9%)、PPM値：24.7(前年度差+5.9) コロナ禍が続き全体客数は前年度と横ばいの状況だったが、ご指摘(苦情)件数およびPPM値ともに増加 コロナ禍でお客様のご要望も多岐に渡り、対応に苦慮する場面も多く、ご指摘が増加したと推測される</li> <li>●お褒め・お礼件数：70件(前年度差+2件、前年度比103%) 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獲得</li> <li>●お客様相談窓口への直接いただくご意見だけではなく、SNSのチェックやレシートアンケートの分析を強化し、幅広くスピーディーにお客様の声を収集し、社内で共有</li> </ul>	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ご指摘(苦情)目標：前年度実績を下回る (1)お客様相談窓口へのご意見、(2)SNSチェック、(3)レシートアンケートを中心にお客様の声を収集 ご指摘・お褒め・ご意見・問い合わせなど内容に合わせて、即時、日次、週次、月次で社内へ共有 お客様の声をもとにスタッフに現状のサービスやオペレーションについて改善の提案や問題提起 お褒め・お礼は、当該店舗・担当者だけでなく、社内情報共有システムへ投稿し、社内スタッフのモチベーションアップを図る</li> </ul>

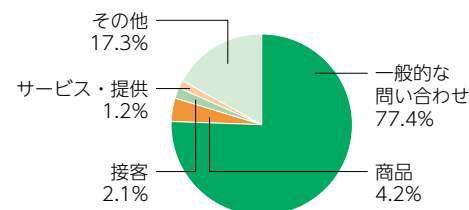
※PPM(苦情発生率)・・・苦情件数/来店客数/100万分の1で算出

## 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やご意見、お問い合わせなどを承るとともに、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いらっしゃる。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、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。

## 2021年度相談内容の内訳

受付件数11,740件(前年度比96.2%)



## 災害における支援

## 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
災害時の支援				
	●グループと連携し、必要な支援を実施	●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

# 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/>

2021年度末の店舗数: 545店舗 (FC38店舗を含む)

## 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022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</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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新規・変更商品の栄養成分・アレルギーについて、導入前にメーカーから情報を入手</li> <li>●店舗苦情: 2020年度比 79.5%</li> <li>●お褒め件数: 2020年度比 87.2%</li> </ul>	<p>○</p> <p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●QCと連携し工場監査実施。新規工場は必須とし、取引金額の上位12社へ実施</li> <li>●店舗苦情: 2021年度比 80%</li> <li>●お褒め件数: 2021年度比 110%</li> </ul>
適切な情報提供				
	<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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●メニュー媒体、テイクアウト、宅配リーフレット、Webサイトなどのオウンドメディアへの掲載表示の価格比率を10:7で表示完了</li> </ul>	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●数量限定表記、消費者庁の運用基準に則った表示順守、季節商品など、数量に制限がある商品の外部情報表示の運用順守</li> </ul>

## 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022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>●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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●デマンドコントロールテスト店を2店舗設置 ※空調電気使用量8%削減の効果</li> </ul>	<p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●デマンドコントロール設置店を拡大: 29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プの認定を取得</li> <li>●食品リサイクル率: 55%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●農水省、環境省、厚労省に対し認定申請書を提出</li> <li>●食品リサイクル率実績: 56.4%</li> </ul>	<p>△</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●年度内に食品リサイクルループの認定を取得</li> <li>●新たに堆肥による食品リサイクルスキームの構築</li> <li>●食品リサイクル率: 57.0%</li> </ul>
従業員への意識啓発				
	<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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●IBT受験対応を実施</li> <li>●新入社員合格者: 16人</li> </ul>	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●未合格者はエコ検定IBT試験を計画的に受験</li> <li>●各回20人~25人(年間40人~50人)の受験。社内勉強会・模擬試験をセットとして会社を挙げてバックアップ</li> </ul>

### 環境関連データ

課題	単位	2019年度	2020年度	2021年度
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1※2※3</sup>	t-CO <sub>2</sub>	64,894	51,533	39,994
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1※3</sup>	t-CO <sub>2</sub>	62,897	49,516	38,361
配送車両に伴うCO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1※3※4</sup>	t-CO <sub>2</sub>	1,856	1,906	1,535
店舗運営に伴う電気使用量 <sup>※1</sup>	GWh	115	96	78
店舗運営に伴う水使用量 <sup>※1※4</sup>	千m <sup>3</sup>	1,353	1,146	1,135
廃棄物量(リサイクル率)	t(%)	8,959(22.8)	7,454(24.6)	7,379
食品廃棄物のリサイクル率	%	55.3	50.8	56.4

※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。

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
育児・高齢者支援など				
	<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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新型コロナウイルス感染拡大防止の観点より、職場体験は開催せず、食育教室については緊急事態、まん延防止宣言の発出されていない時期にリアルで3回開催</li> <li>その他についてはオンラインによる新しい食育教室を5回開催（愛知県店舗に拡大）</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●日本国内の新型コロナ感染状況が落ち着き次第、職場体験、食育教室のリアル開催再開を目指す、現状は感染症対策を優先し取り組む</li> </ul>

グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
能力向上支援				
	<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）</li> <li>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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店長向け人材育成研修：41回開催（340人）</li> <li>●能力開発研修：43回開催（1,397人）</li> <li>●役職任命研修：14回開催（109人）</li> <li>●若年層研修 <ul style="list-style-type: none"> <li>・新入社員：14回開催（延べ235人）</li> <li>・2年度社員：8回開催（延べ164人）</li> <li>・3年度社員：8回開催（延べ215人）</li> </ul> </li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●7FS/バリューズデイ：24回開催（644人）</li> <li>●役職者任命研修：16回開催（任命ごとに随時実施）</li> <li>●幹部リーダーシップ研修：5回開催（延べ218人）</li> <li>●DMリーダーシップ研修（2日）：4回開催（延べ95人）</li> <li>●DM接遇研修：1回開催（41人）</li> <li>●若年層研修 <ul style="list-style-type: none"> <li>・2年度社員：10回開催（延べ130人）</li> <li>・3年度社員：10回開催（延べ120人）</li> <li>・店長スキルアップ研修：31回開催（376人）</li> </ul> </li> </ul>
公正な評価・処遇				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●デニーズ店長を対象に定量評価の導入</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●評価制度、職責内等級制度、昇格・降格基準の見直しなど、人事制度の見直しを実施</li> </ul>
ワーク・ライフ・バランスの実現				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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>	<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：7.2時間</li> <li>・契約社員：6.2時間</li> <li>・パートタイマー：1.0時間</li> </ul> </li> <li>●月間休日取得率：98.90%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：12時間以下</li> <li>・契約社員：11時間以下</li> <li>・パートタイマー：1.2時間以下</li> </ul> </li> <li>●月間休日取得率：98%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：250人</li> <li>●女性管理職比率（課長級以上）：12%（係長級以上）：30%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●シニア層雇用率：7.92%</li> <li>●外国人雇用者数：168人</li> <li>●女性管理職比率（課長級以上）：6.5%（係長級以上）：16.00%</li> </ul>	○ × × ×	<ul style="list-style-type: none"> <li>●シニア層雇用率：8%以上</li> <li>●外国人雇用者数：140人</li> <li>●女性管理職比率（課長級以上）：11%（係長級以上）：22%</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：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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●業務上労働災害件数：226件</li> <li>●定期健康診断受診率：99.70%</li> <li>●二次健康診断受診率：72.4%</li> <li>●深夜健康診断受診率：100%</li> <li>●ストレスチェック受診率：99.1%</li> </ul>	○ ○ ○ ○ ○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●業務上労働災害件数：200件</li> <li>●定期健康診断受診率：100%</li> <li>●二次健康診断受診率：80%</li> <li>●深夜健康診断受診率：100%</li> <li>●ストレスチェック受診率：99%</li> </ul>



## 人事関連データ

従業員の内訳(2022年2月末)		(人)
正社員 <sup>※1</sup>		885
	男性	711
	女性	174
パートタイマー <sup>※2</sup>		3,890
	男性	900
	女性	2,990
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		4,775
	男性	1,611
	女性	3,164
新卒採用者数		16
	男性	8
	女性	8
中途採用者数		0
	男性	0
	女性	0

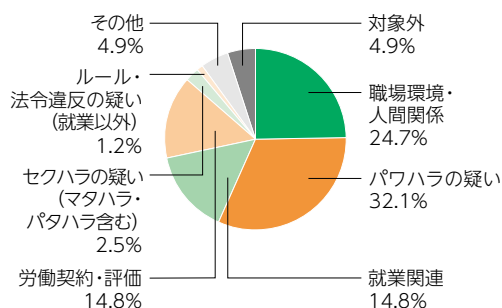
	2019年度	2020年度	2021年度
正社員平均勤続年数	15年10カ月	16年6カ月	16年2カ月
育児休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	49人 (1、33)	53人 (1、40)	46人 (2、34)
介護休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	1人 (0、1)	0人 (0、0)	0人 (0、0)
ボランティア休暇取得者数	4人	0人	0人
女性管理職数(比率) <sup>※4</sup>	224人(25.5%)	199人(24.4%)	168人(24.5%)
	係長	216人(27.4%)	192人(26.0%)
	課長	7人(9.0%)	6人(9.4%)
	部長	1人(7.1%)	1人(6.3%)
	役員 <sup>※5</sup>	4人(26.7%)	4人(26.7%)
障がい者雇用率 <sup>※6</sup>	2.87%	2.82%	2.86%
正社員有給休暇取得率	58.2%	73.3%	59.5%
労働災害度数率	1.18	0.65	1.44
労働災害強度率	0.02	0.03	0.06

※1 定年再雇用者52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。

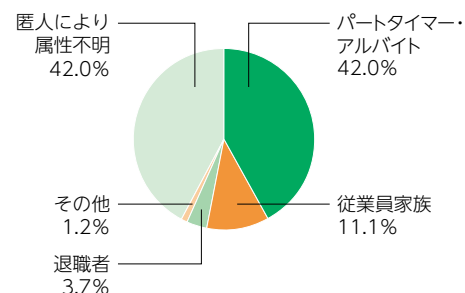
## 従業員相談受付関連データ

2021年度の受付件数は81件となり、前年度比47.1%と大きく減少しました。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、引き続き、職場の環境を改善していきます。

### 2021年度相談内容の内訳 受付件数381件(前年度比47.1%)



### 相談者の内訳



## お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	●毎週の問題点の共有を継続し、幹部全員で改善	●毎週・毎月、お客様からのご意見を幹部(DM・部門長)に共有。問題点を幹部全員が認識し、改善活動を推進	○	●毎週の問題点の共有を継続し、幹部全員で改善に向けて取り組む

## お客様相談受付関連データ

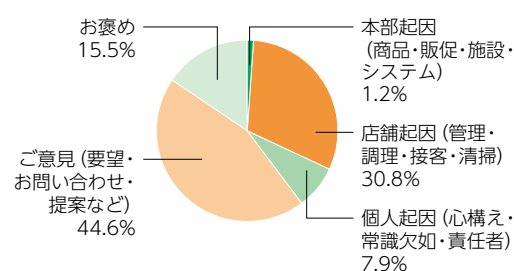
2021年度は、苦情件数が前年度比79.5%と減少する一方で、お褒めが前年度比87.2%と減少。苦情内容は、調理では「盛付相違」「料理遅延」が上位となっており、接客では「お客様への気遣い不足」「接客態度」が上位となっています。

●苦情件数：2,406件【前年度3,026件】(620件減少、前年度比79.5%)

●お褒め件数：933件【前年度1,070件】(137件減少、前年度比87.2%)

2022年度は、店舗苦情件数の削減とお褒め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。

### 2021年度相談内容の内訳 受付件数6,023件(前年度比82.6%)



## パートナーシップを通じて持続可能な社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
地域活性化への協力				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域限定で地場食材を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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「山梨夏っこきのこカルボナーラ」店舗限定販売</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締結。食品ロス削減協定の新規締結はなし</li> <li>●フードバンクへの寄贈を1回実施</li> <li>●本部、店舗でフードドライブを3回実施</li> </ul>	<p>○</p> <p>△</p> <p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●輸入食材から国産食材への移管</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>●フードバンクへの食材寄贈締結先を拡大し、支援を拡大</li> </ul>

## 災害における支援

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
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の積極的な対応を継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●九都県市、関西広域連合との帰宅困難者支援の協定を継続</li> </ul>	<p>○</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●自治体からの災害時受け入れ要請への積極的な対応を継続</li> </ul>

## お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに住みやすい社会を実現する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
地域防犯対策				
	<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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●高度化する金融犯罪に対し、最新の犯罪傾向の情報収集・発信し、さらなる検知システムの高度化を図ることで、安全・安心な決済環境をすべてのお客様に提供</li> <li>●金融犯罪を撲滅するため、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を強化</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●高度化・巧妙化する金融犯罪に対し、最新の犯罪傾向の情報収集・発信し、さらなる金融犯罪対策の高度化を図ることで安全・安心な決済環境をすべてのお客様に提供</li> <li>●捜査機関に対し、ATM等に設置している防犯カメラ画像を迅速に提供することで犯罪の極小化に寄与</li> <li>●金融犯罪を撲滅するため、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を強化</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>

## 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

### 2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022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>●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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●BCP見直しにむけ、コンサルを入れて必須業務候補41業務について各部ヒアリング、およびBIA分析実施。</li> <li>●BCP訓練実施回数: 18回(コロナによる中止3回)</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●BIAによるBCP見直しと方針確立・・・必須業務、バックアップ体制(インフラ、人員整備等)、業務継続方針</li> <li>●BCP訓練実施: 予定回数19回</li> </ul>

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	●当社が排出するサプライチェーンでの温室効果ガス排出量の継続的把握と開示	●Scope1,2におけるCO <sub>2</sub> 排出量 1,001 t-CO <sub>2</sub>	○	●継続的な把握と、TCFD提言に則った情報開示の充実
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	●ペーパーレスの継続推進	●事務手続きの見直しによるペーパーレスを推進 【複合機使用枚数前年比】 66.7% 【コピー用紙発注枚数前年比】 97.5%	○	●オフィス照明のLED化 ●ペーパーレスの継続推進
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	●ATMリサイクル率100%  ●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)	●ATMパーツの再利用や、鉄やステンレス、プラスチックなどの再生資源として、100%リサイクルを達成 ●オフィスの内容は総務部記載のものを活用	○	●ATMリサイクル率100%  ●オフィスを含めた3R(リデュース、リユース、リサイクル)の促進
従業員への意識啓発				
	●社会課題や環境課題に対する研修会などの実施	●社会課題・環境課題をテーマとした、少人数制のワークショップ(9つのテーマ)と、セミナー(6つのテーマ)を開催。延べ180人の社員が参加	○	●社会課題、環境課題への意識啓発のためのセミナーや現場での課題解決のための活動を推進
環境に配慮した商品の提供				
	●省電力化した第4世代ATMの入替設置の推進	●40%省電力化した第4世代ATMを約10,000台を設置(2022年3月末)	○	●省電力化した第4世代ATMの入替設置の推進

環境関連データ

課題	単位	2019年度	2020年度	2021年度
CO <sub>2</sub> 排出量※1※2※3	t-CO <sub>2</sub>	1,372	1,370	1,001
OA用紙発注量	千枚	3,298	2,410	2,351

※1 集計期間は4月～3月。

※2 オフィス・直営ATMコーナー・データセンター(及び2020年度までは有人店舗も含む)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。

多様な人々が活躍できる社会を実現する

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
育児・高齢者支援など				
	●読み聞かせ無料絵本「森の戦士 ボノロン」への協賛を通じて次世代育成支援を継続	●読み聞かせ無料絵本「森の戦士 ボノロン」を約500万部発行し配布 ●ボ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 ●ボ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	○	●読み聞かせ無料絵本「森の戦士 ボノロン」の協賛を通じて次世代育成支援を継続

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
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>●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 【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カ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>	<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>●多様かつ魅力的な人材を確保</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>・国籍・性別問わず活躍の場を提供。社員登用も推進</li> <li>●ICTツールの活用</li> <li>・Teams、zoomの積極的な活用</li> <li>●エンゲージメント向上の取り組み</li> <li>・HDグループエンゲージメント調査、自社(wevox)調査(3カ月に1回)を定期実施。EQ、360フィードバックなども実施</li> <li>●スライド勤務を全社で積極活用</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>●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>・定期的なサーベイの実施</li> <li>・職場環境の改善策を実施</li> </ul>
能力向上支援				
	<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などの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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●恒常的な成長機会の場を創出</li> <li>・育成プラットフォーム(MANABIYA!)導入</li> <li>・子会社・関連会社出向(挑戦の場)</li> <li>・DXプログラム導入</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●第二の成長を支える人材</li> <li>・人間的に魅力のある対人スキル向上のための研修機会の提供</li> <li>・職群別に社員同士の関係性の質向上につながる研修の強化</li> <li>・コミュニケーション力向上研修の実施</li> <li>・複数の仕事ができるスキルの構築機会の整備</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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●育児・介護等事由による短時間勤務・休職等両立支援制度を運用継続</li> <li>●全部署にて在宅制度を積極的に活用</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>●在宅勤務制度やスライド勤務制度の積極的な活用</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(5日連続休暇の取得促進)</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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●有給取得率:80.2%(22年3月末現在)</li> <li>●PCの時間記録を労働時間管理に活用</li> <li>●長時間労働などの実績について経営会議での報告を実施</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日連続休暇の取得促進)</li> <li>●保健師による社員サポートの強化</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(2022年2月末)		(人)
正社員※1		446
	男性	302
	女性	144
パートタイマー※2		64
	男性	8
	女性	56
従業員数 (正社員数+契約・パート社員数)※3		510
	男性	310
	女性	200
新卒採用者数		12
	男性	8
	女性	4
中途採用者数		35
	男性	21
	女性	14

	2019年度	2020年度	2021年度
正社員平均勤続年数※4	8年0カ月	8年2カ月	8年2カ月
育児休職取得者数※5 (うち男性、パートタイマー)	11人 (1、4)	19人 (5、4)	15人 (2、5)
介護休職取得者数※5 (うち男性、パートタイマー)	0人 (0、0)	0人 (0、0)	0人 (0、0)
ボランティア休暇取得者数	13人	0人	0人
女性管理職数(比率)※6	60人(24.0%)	65人(25.2%)	78人(27.2%)
係長	38人(37.3%)	41人(38.7%)	53人(43.4%)
課長	22人(16.3%)	24人(18.2%)	24人(16.8%)
部長	0人(0.0%)	0人(0.0%)	1人(7.1%)
役員※7	3人(13.0%)	3人(13.0%)	3人(13.6%)
障がい者雇用率※8	2.20%	2.06%	2.67%
正社員有給休暇取得率	78.2%	69.9%	81.1%
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	11件	4件	6件

※1 定年再雇用者32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。

お客様との対話と協働を通じてエンカルな社会を実現する

2021年度の活動目標・実績と2022年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2021年度の目標・計画	2021年度の実績・成果	評価	2022年度の目標
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	●顧客満足度向上の取り組みの継続実施 ●ATMを快適にご利用いただくための分析と改善検討の継続実施  ●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	●Webサイトやアプリ、FAQ(よくあるご質問)、SNS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 ●センター職員の新型コロナウイルス感染の影響はあったものの、安定的な運用とサポートチャネル体制を整備	○	●顧客満足度向上の取り組みの継続実施  ●チャット、メールといったチャネルごとの導線から「お客様が知りたいこと」を基準とした導線へ再構築

お客様相談受付関連データ

セブン銀行は、お客様から寄せられるご意見・ご要望を真摯に受け止めるため、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、サービスの改善とさらなる充実・発展に努めています。また、チャットやメール、SNSなど、電話以外のチャネルもご用意し、より多くのお客様への対応ができる取り組みを実施しています。

2021年度相談内容の内訳  
受付件数1,032,579件(前年度比84.4%※)

