



# IR Day 2026 Spring

**サステナビリティ戦略**

2026年4月23日

# 目次

- ① 当グループのサステナビリティ戦略
- ② 直近の主な取り組み・進捗
- ③ 今後の主な取り組み

# 目次

- ① 当グループのサステナビリティ戦略
- ② 直近の主な取り組み・進捗
- ③ 今後の主な取り組み

# 推進体制・主な取り組みの振り返り

「CSR」から「サステナビリティ」へ——社会的価値と経済的価値の両立を目指して

CSR統括部（守りのCSR⇒攻めのCSR）

サステナビリティ推進室（CSR⇒サステナビリティ）



持続可能な社会

両立

企業の持続的成長

目指す姿

ゴール  
イメージ

- サステナブルな暮らしの普遍化

- 各社・各店舗でのサステナビリティ活動の実装・自律化
- 全商品・サービスのサステナブル化

7つの重点課題 (目指す社会)

事業を通じた社会課題解決

事業の成長を促す E (環境)・S (社会)の推進

「共感の輪」を拡げ  
行動変容につながるコミュニケーション

環境戦略

- 環境宣言  
『GREEN CHALLENGE 2050』
- TCFD/TNFD (ネイチャーポジティブ)

社会戦略

- 人権デュー・ディリジェンス
- グリーバンスメカニズム
- CSR監査
- 社会貢献活動

コミュニケーション戦略

- ESG評価の向上
- 店舗や商品などを通じたコミュニケーション
- 最新情報の取得

シナジーの追求

パートナーシップ

戦略

コーポレートガバナンスの強化 / コンプライアンスの徹底 / 人財・人的資本の強化 / ウェルビーイングの実現

基盤

社是 (信頼と誠実)

# 7つの重点課題（マテリアリティ）

## 7つの重点課題

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



2. 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する



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



4. 多様な人々が活躍できる社会を実現する



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



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



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



# 目次

- ① 当グループのサステナビリティ戦略
- ② 直近の主な取り組み・進捗
- ③ 今後の主な取り組み

# 【ご参考】環境戦略：「GREEN CHALLENGE 2050」：概要



2030年  
目標

2050年  
目指す姿



CO<sub>2</sub>排出量削減

グループの店舗運営に伴う  
CO<sub>2</sub>排出量**50%削減**

グループの店舗運営に伴う  
CO<sub>2</sub>排出量**実質ゼロ**

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。



プラスチック対策

環境配慮型素材  
(バイオマス・紙・リサイクル素材等)

**50%使用**

環境配慮型素材  
(バイオマス・紙・リサイクル素材等)

**100%使用**

プラスチック製レジ袋使用ゼロ

販売に係るプラスチック資材全般の削減を目指す。



食品ロス・  
食品リサイクル対策

食品廃棄物 発生原単位

**50%削減**

食品リサイクル率

**70%**

食品廃棄物 発生原単位

**75%削減**

食品リサイクル率

**100%**



持続可能な調達

オリジナル商品

持続可能性が担保された材料

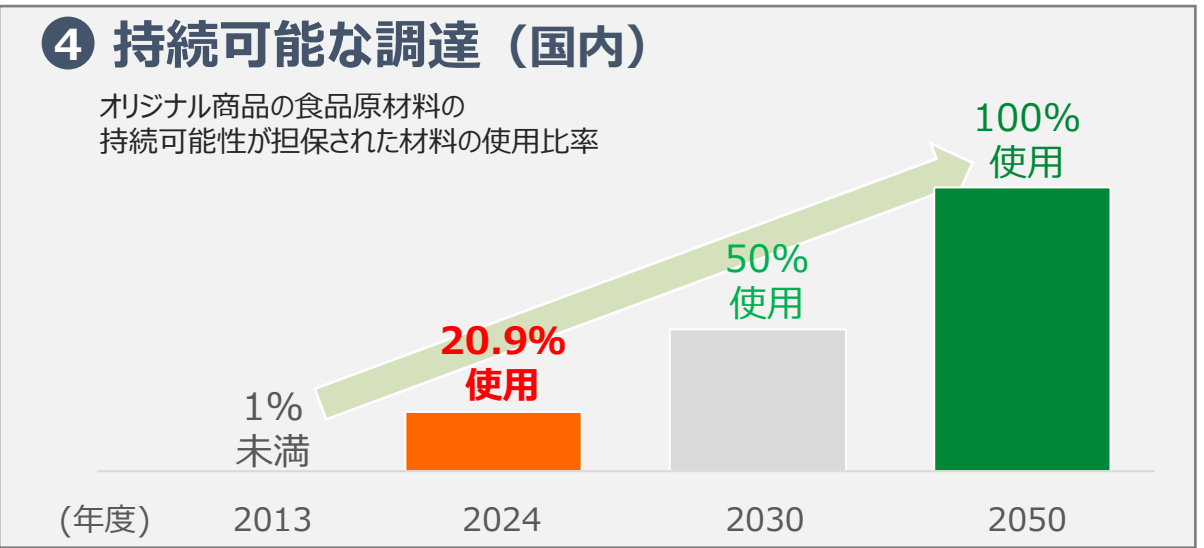
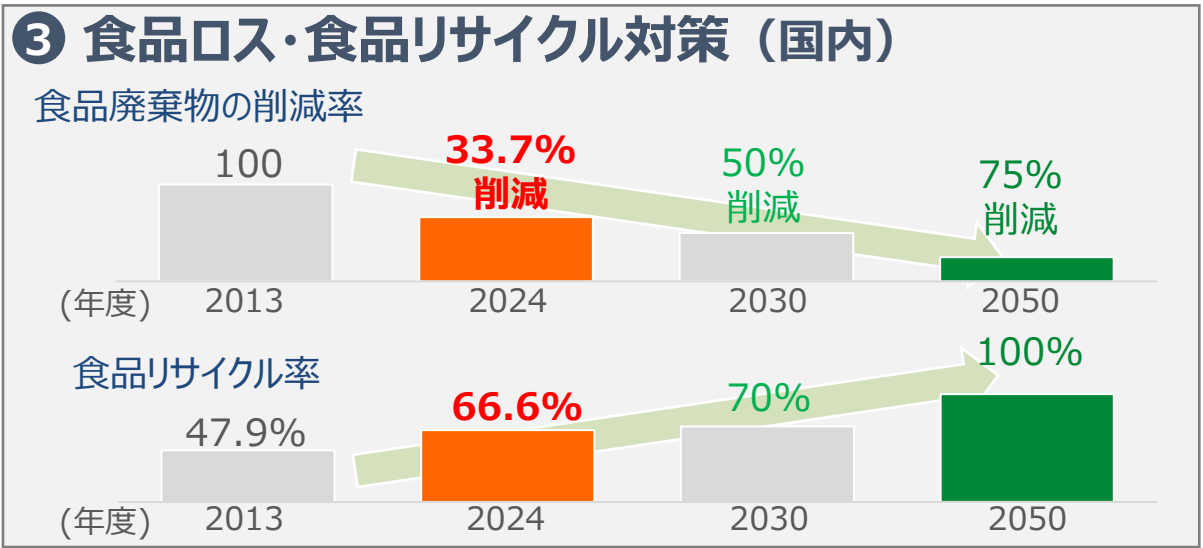
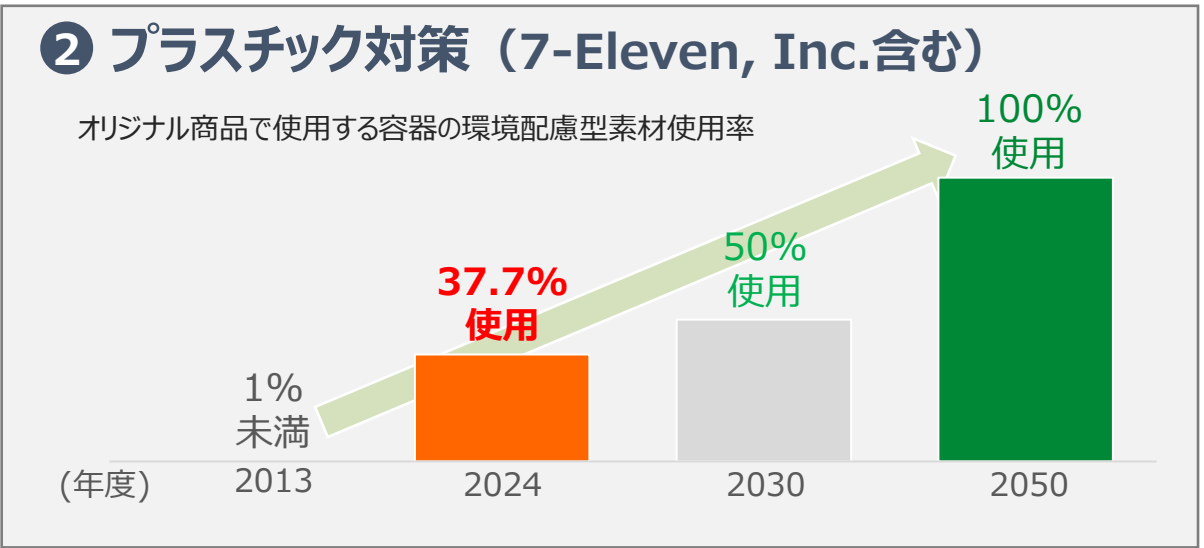
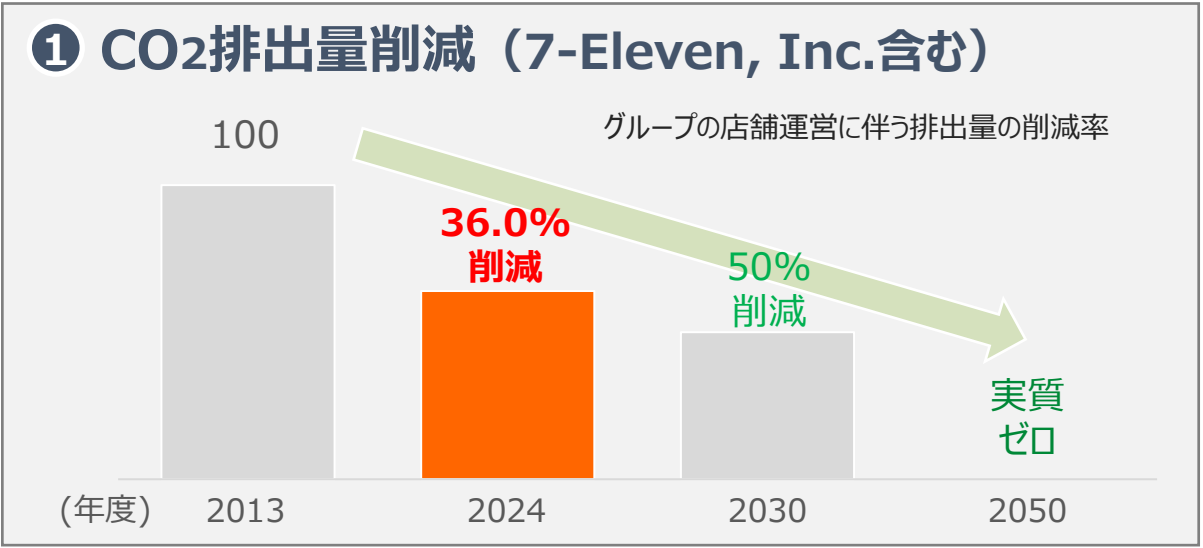
**50%**

オリジナル商品

持続可能性が担保された材料

**100%**

# 環境戦略：「GREEN CHALLENGE 2050」：進捗状況



# 2025年度 サステナビリティの主な取り組み

## 各事業会社が環境・社会の取り組みを主体的に推進し、情報開示

### SEJ



#### 脱炭素

オフサイトPPA  
で東北・新潟  
約1800店へ  
再生可能エネ  
ルギー供給開始

### SEI



#### 循環経済

セブン-イレブンカナダが「Too Good To Go」と連携し、賞味期限間近の食品を割引して販売。**16.7万食販売、食品ロス削減へ** (2024年実績)

#### 循環経済



ペットボトル回収機:全都道府県への設置完了  
回収数が累計7億7千万本※2025年10月末時点

### セブン&アイ・エナジーマネジメント



#### 脱炭素

再生可能エネ  
ルギーの供給開始  
(小売電気事業  
会社を24年設立)

### 7IN



#### 循環経済

オーストラリアのセブン-イレブンでは**Loop**と提携し使用済みの**ユニフォーム3,700着をアップサイクル**

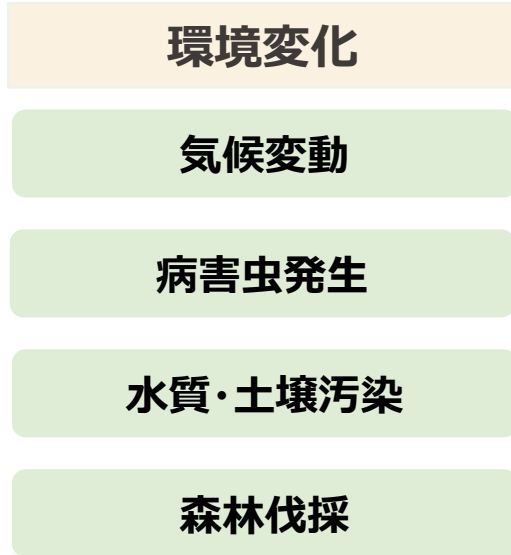
## コーヒー豆の自然依存・影響、リスク・機会を分析、財務インパクトを試算し、対応加速へ

### TCFD・TNFD統合



2025年9月開示

### コーヒーを取り巻く外部環境



### 市場変化



### 当グループへの影響

- ✓ コスト増
- ✓ 調達困難
- ✓ 販売価格上昇



2050年時点の財務インパクトをシナリオ分析により試算

リスクの低減・機会の創出に向けて

対応策

産地支援

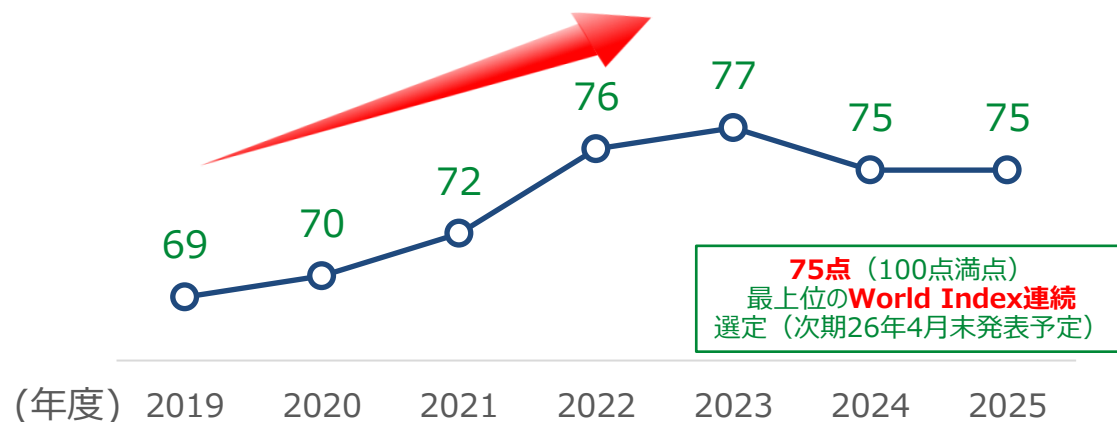


研究開発

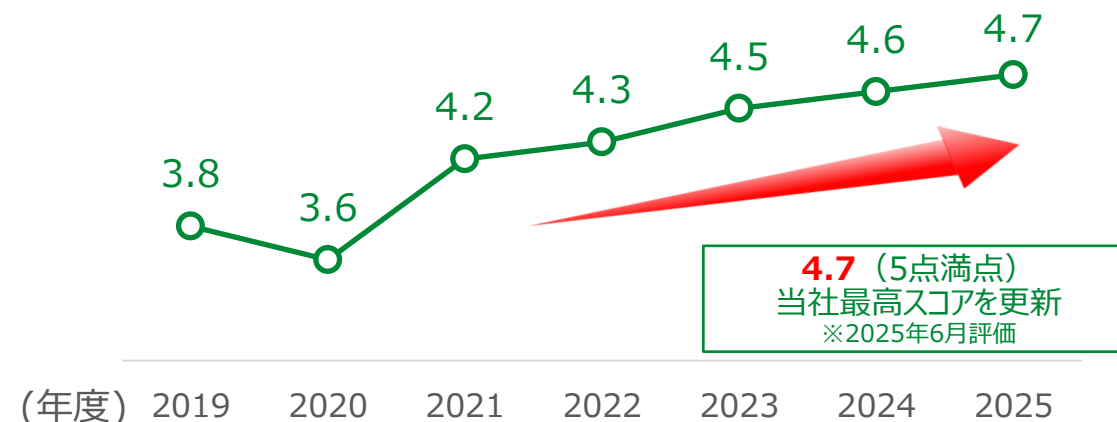


## 代表的な指標において評価向上・維持を継続

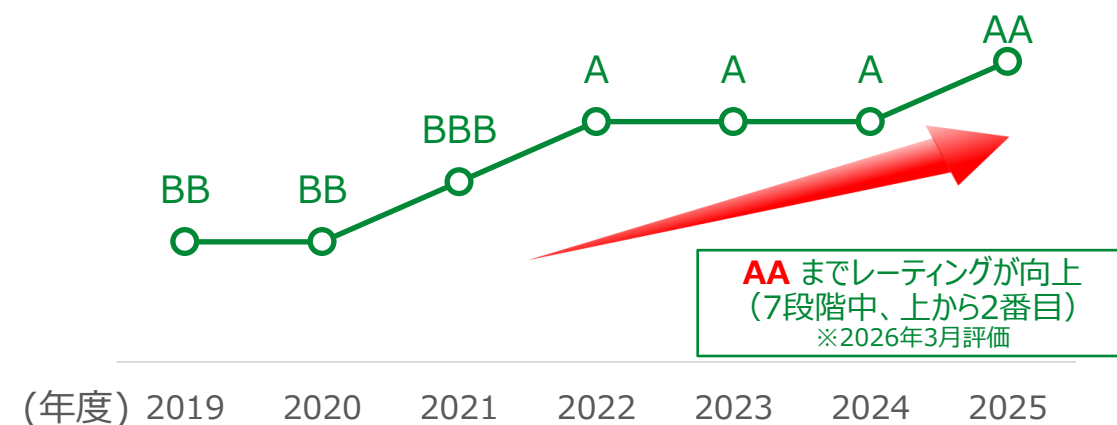
### Dow Jones Best-in-Class Indices (旧DJSI)



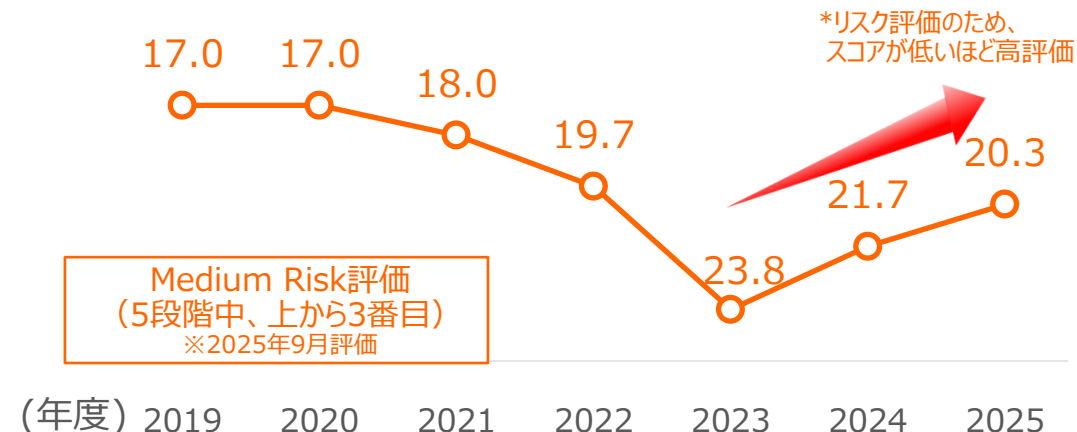
### FTSE



### MSCI



### Sustainalytics\*



# 目次

- ① 当グループのサステナビリティ戦略
- ② 直近の主な取り組み・進捗
- ③ **今後の主な取り組み**

## グローバルの規律をベースに、CVS事業を中心とした目標・体制を再構築

優先取り組み  
事項

### 環境目標の見直し



2026年度に見直し

### マテリアリティ改定



2027年度に改定

### SSBJ開示準備



2027年度より適用

## CVS事業を中心とした新サステナブル推進体制構築へ

2030年に  
向けて



### ピュアCVSグループとしての取り組み

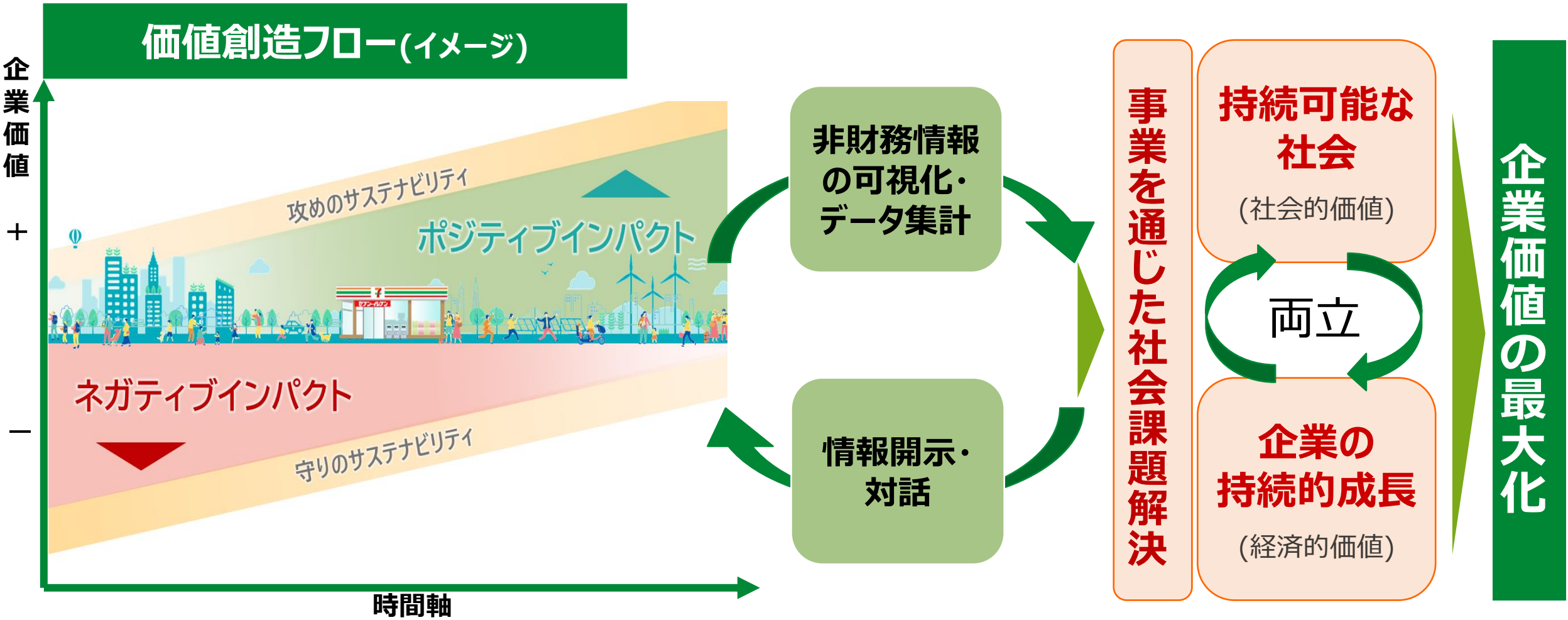
サステナガバナンスの  
再構築・運用

社会領域の  
KPI設定

ポジティブインパクトの  
創出の強化

# サステナビリティ戦略が生む価値創造ストーリー

守りと攻めのサステナビリティを両輪で推進し、企業価値の最大化を目指す



# 価値創造に向けた今後の主な取り組みとインパクト

サステナ商品の販売や店舗を通じた啓発で短期・中長期のインパクトを創出

## 主な取り組み

## 主なインパクト

✓ 食品を中心にサステナ要素を加味した開発・販売



✓ 商品・サービス・店舗(加盟店)を通じた情報発信・啓発



トップラインの向上  
(短・中期)

店舗・企業のブランド  
イメージの向上  
(中・長期)

✓ 『GREEN CHALLENGE 2050』

✓ TCFD・TNFD

✓ CSR監査

etc.

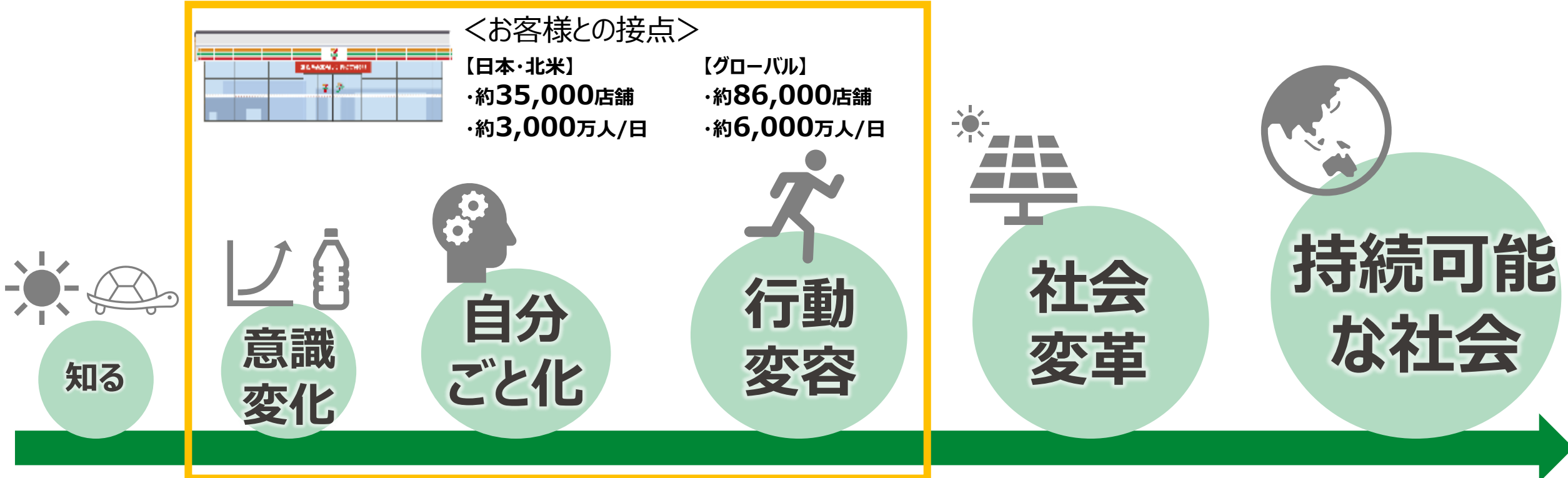
リスクの低減・排除

ポジティブ  
インパクト  
創出

ネガティブ  
インパクト  
削減

# 生活者の行動変容、社会システムの変革に向けて

小売業の役割：お客様やお取引先様との接点→共創により行動変容を促し社会変革へ



△  
一  
例  
▽

■ 気候変動問題等の報道

■ 様々な共創をベースに商品・サービスや店舗(イベント)等による情報発信・啓発  
 <直接・間接的etc.多様なアプローチ手法を活用>

■ 世論喚起と共に価値観や政策・制度が変化

■ 共に脱炭素・循環経済・自然共生社会を目指す



当社が開示する情報の中には、将来の見通しに関する事項が含まれる場合があります。  
この事項については、開示時点において当社が入手している情報による経営陣の判断に基づくほか、将来の予測を行うために一定の前提を用いており、様々なリスクや不確定性・不確実性を含んでおります。  
したがって、現実の業績の数値、結果等は、今後の事業運営や経済情勢の変化等の様々な要因により、開示情報に含まれる将来の見通しとは異なる可能性があります。