



株式会社 **セブン&アイ** HLDGS.



CSR Report 2006

企業の社会的責任報告書



少子・高齢化



企業不祥事の多発



経済のグローバル化

我が国の社会状況を踏まえて



女性の社会進出

コミュニティの希薄化



京都議定書の発効



報告書作成にあたって

企業が果たすべき 社会的責任 (CSR) とは何か—— その議論をもとに今年の 『CSR Report』を作成しました。

(株)セブン&アイ・ホールディングス(以下、セブン&アイHLDGS.)は、昨2005年に初めて『CSR Report 企業の社会的責任報告書 2005』を発行し、グループとしてのCSR報告の第一歩を踏み出しました。しかし、昨年の報告書は、各事業会社の取り組みをまとめて紹介するにとどまり、持株会社である当社自身の取り組みやグループ全体の目標が不明確でした。

そこで2006年版報告書の編集に先立って、セブン&アイHLDGS.と各事業会社の関係者が集まり、「各社の社会的責任とは何か」「グループとしての報告はどうあるべきか」を議論しました。

これを踏まえて、本報告書では、セブン&アイHLDGS.および事業会社の「役割と責任」を明確に示すとともに、「社会的課題」や「ステークホルダーの関心・懸念」を各章のテーマとし、それらテーマごとに、グループの方針、各事業会社の取り組み状況、今後の目標を報告しています。

報告対象組織

基本的に(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)ミレニアムテイリング、(株)ヨークベニマル、(株)デニーズジャパンの6社について報告していますが、一部の報告では他の関係会社についても取りあげています。

報告対象分野

上記報告対象組織の活動について、「経済」「社会」「環境保全」という3側面から、それぞれの計画・実施状況・結果・今後の方針などを報告しています。

報告対象期間

2005年度(2005年3月1日~2006年2月28日)の活動報告を基本に、一部の取り組みについては2004年度以前・2006年度の活動についての報告も含めています。

他のディスクロージャーとの関係

本報告書では、CSRに関わる情報のうち、非財務関連情報を中心に開示・報告しています(各事業会社の詳細なCSR関連情報については、各事業会社のWEBサイトや発行物をご覧ください)。財務関連情報については、主に、年1回発行する株主・投資家向け『年次報告書(Annual Report for Shareholders)』、直近の企業情報については年4回発行する『セブン&アイHLDGS. 四季報』で開示・報告しています。これらを通じて、ステークホルダーの皆様への説明責任を果たすように努めています。

参考にしているガイドライン

「環境報告書ガイドライン(2003年度版)」(環境省)
「サステナビリティ・レポート・ガイドライン 2002」(GRI)



発行日について

今回の発行 2006年9月
次回の発行予定 2007年9月

会社概要

(2006年2月28日現在)

社名 (株)セブン&アイ・ホールディングス
設立 2005(平成17)年9月1日 東証第一部上場
本部所在地 〒102-8452
東京都千代田区二番町8番地8

事業内容 コンビニエンスストア事業、スーパーストア事業、百貨店事業、スーパーマーケット事業、レストラン事業、金融サービス事業、IT/サービス事業の7つの主要な事業を中心に、専門店、製造加工、不動産/警備、出版などを行う企業グループの企画、管理、運営(純粋持株会社)
資本金 500億円

免責事項

本報告書には、(株)セブン&アイ・ホールディングスとその事業会社の過去と現在の事実だけでなく、社会情勢に関する予想、経営計画・経営方針とその結果への予測が含まれています。これらの予想・予測は、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、諸条件の変化によって、将来の社会情勢や事業活動の結果が予想・予測とは異なったものとなる可能性があります。読者の皆様には、以上をご了解いただきますようお願い申し上げます。

「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。



C O N T E N T S

報告書作成にあたって	05
ごあいさつ	06
セブン&アイHLDGS.の概要	08
コーポレート・ガバナンス	
① 推進体制	10
② コンプライアンス	12
③ 株主 のために	14
④ 事業会社 のために	16
⑤ あらゆるステークホルダーのために	18

セブン&アイHLDGS.のCSR 20



お客様

商品の安全と安心

残留農薬・残留動物用医薬品	22
食品アレルギー	24
食品添加物	25
牛海綿状脳症(BSE)／鳥インフルエンザ	26
遺伝子組み換え食品	27
鮮度管理／衛生管理	27
商品の適正表示	28
製品事故の防止	29

店舗の安全と安心

店舗における防犯対策	30
店内事故の防止	31
アスベスト問題	31
受動喫煙の防止	31

多様なお客様への配慮

高齢のお客様への配慮	32
お子様連れのお客様への配慮	34
障害のあるお客様への配慮	36
店舗のユニバーサルデザイン	37

情報の安全と安心

お客様の個人情報の保護	38
-------------	----



お取引先

公正な取引の徹底

サプライチェーン全体でのCSR推進	40
不当な返品・値引きの禁止	41
不当な従業員派遣要請の禁止	41

お取引先との共存共栄

商品の共同開発・調達	43
テナントとの連携	45



地域社会

地域貢献

青少年の教育支援	46
未成年者の飲酒・喫煙の防止	49
安全で安心な街づくり	50
災害発生時の地域支援	51

社会・文化貢献活動



社員

多様性の尊重

パートタイマー／アルバイトへの配慮	54
高齢者の雇用	56
女性が活躍できる職場づくり	57
出産・育児・介護の支援	58
障害者の雇用	58

人権の尊重

人権を尊重・重視する風土づくり	59
-----------------	----

エンployアビリティ(就業能力)の向上

社員の能力開発支援	60
-----------	----

安全と健康の維持

健康診断の徹底と健康障害の防止	62
メンタルヘルスケア	63
労働災害の防止	63



環境

地球温暖化の防止

店舗運営にともなうCO ₂ 排出の抑制	64
商品輸送にともなうCO ₂ 排出の抑制	67

廃棄物の削減

食品廃棄物の削減・リサイクル	69
容器包装の削減	72

第三者の評価コメント	74
第三者評価／第三者の意見を受けて／編集後記	76

CSRの推進を通じて社会とともに持続的な成長を図り、 企業価値の最大化に努めています。



(株)セブン&アイ・ホールディングス
代表取締役会長 最高経営責任者 (CEO)

鈴木敏文

流通業のイノベーションを進め、 社会の期待に応えていきます。

セブン&アイHLDGSは、大きく変化する社会の中で、つねにお客様のニーズに即応していく「新・総合生活産業」の構築をめざし、コンビニエンスストア、スーパーストア、百貨店、スーパーマーケット、レストラン、金融サービス、IT／サービスという日常生活に密着した7つの事業領域を中心に事業を展開しています。

2006年には、百貨店業態を中心とするミレニアムリテイリング、東北・北関東地域にスーパーマーケットの店舗網を広げているヨークベニマルを新たにグループに加え、事業領域のさらなる拡充を図っております。

セブン&アイHLDGSの管理・監督のもとで、各事業会社が本業に専念する体制を整えることで、グループ全体のコーポレート・ガバナンスを強化するとともに、グループ各社と一体となって企業の社会的責任 (CSR = Corporate Social Responsibility) を果たすべく力を注いでいます。それとともに、既存の枠組みを超えた事業会社間での連携によってシナジー効果を高め、お客様の立場に立った流通業のイノベーションを通じて、よりいっそう社会とステークホルダーの皆様への期待に応えてまいりたいと考えております。

社会、市民と視点を共有して 社会的課題に取り組んでいます。

日常生活の最も近くで事業に取り組む流通・小売業にあって、私どもセブン&アイHLDGSおよびグループ各社は、株主、お客様、取引先、地域社会、社員をはじめ、多くのステークホルダーの皆様への誠実な対応を企業活動の基本に据えております。そして、昨今の大きな社会・経済情勢の変動の中で、企業に求められる社会的責任がこれまで以上に強く重くなっている点をしっかりと受け止め、経営

はもとより社員一人ひとりの日々の業務に至るまで、あらゆる企業行動において、CSRの視点を取り入れ、反映させるよう努めています。

また、企業として健全で持続性を備えた成長を図っていくには、社会、個人と企業活動との関わりをCSRの視点からつねに点検し、自己革新を図っていくことが不可欠と考えております。そのため、セブン&アイHLDGSは、傘下事業会社への指導力を高め、諸種の情報開示を通じて透明性の高い経営に力を注ぐとともに、店舗、売場など各事業現場におけるステークホルダーとの日々の対話を重視し、私どもの事業を取り巻く社会的課題などに関して多くのステークホルダーの皆様と問題意識を共有し、実効性ある対応を図るべく力を注いでいます。

さらに対話を深め 情報発信を追求していきます。

このような取り組みを踏まえ、今回、セブン&アイHLDGSにおけるCSRの現状を検証し、ご報告するにあたっては、事業会社の枠組みを取り払い、「安全と安心」「公正な取引」「共存共栄」「地域貢献」「多様性の尊重」「地球温暖化防止」「循環型社会の構築」など、社会的な視点から取りまとめることといたしました。ステークホルダーの皆様と同じ視点に立ち、より分かりやすい説明を工夫することで、アカウンタビリティ (説明責任) の質的充実を図るとともに、このご報告の機会を一方的な情報発信に終わらせることなく、多くのステークホルダーの方々との対話を深める契機とし、これからのCSR推進に役立てていきたいと考えております。

セブン&アイHLDGSは、今後とも社会とともに持続的な成長を図り、企業価値を高められるよう鋭意努力してまいります。皆様には引き続きまして、よりいっそうのご指導ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

対話を通してステークホルダーの関心・懸念事項を知り、 グループの経営目標に反映していきます。



(株)セブン&アイ・ホールディングス
代表取締役社長 最高執行責任者(COO)

森 紀 敏

CSRの基礎としての「コンプライアンス」を重視しています。

企業行動への社会的関心が高まる中、企業の不正行為防止や消費者・投資家保護を目的とする法整備も進み、企業には法令、社会的規範の遵守が強く求められています。セブン&アイHLDGS.は、コンプライアンス(法令遵守)を企業が社会的責任を全うし、社会に貢献していくための基礎と位置づけ、グループ全事業会社にその徹底を図っています。

具体的には、2005年9月、セブン&アイHLDGS.設立と同時に、傘下事業会社となった(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)デニーズジャパンの3社横断組織として『CSR推進委員会』を設置し、セブン&アイHLDGS.最高執行責任者(COO)を委員長として3社のコンプライアンス体制の統合・整備に着手しました。また、同委員会の下に「企業倫理・コンプライアンス部会」「FT(フェアトレード)部会」「環境マネジメント部会」「社会・文化活動部会」「情報管理部会」の5つの専門部会を置き、各部会を通してグループ各社経営層、従業員の意識向上を図るとともに、企業の社会的責任(CSR)に関する議論を深め、コンプライアンスの徹底に向けた目標設定および行動計画の策定を進めました。

事業会社間で取り組みを共有化し、 グループ全体のレベルアップを図ります。

2006年に入り、セブン&アイHLDGS.は、新たな事業会社として(株)ミレニアムリテイリング(6月)、(株)ヨークベニマル(9月)を相次いで迎え入れました。このようにグループが拡がり、発展していくなかで、1つの企業グループとして整合性のある活動を展開していくために、上記専門部会を通して各事業会社におけるCSRの取り組み状況を正確に把握することから始めました。

現時点では、各事業会社間でCSRの取り組みの進捗状況には差があります。したがって、今後はセブン&アイHLDGS.の方針に基づき、専門部会を中心に情報の共有化と検討を踏まえてよりいっそう取り組みの促進を図り、グループ全体のレベルアップに努めてまいります。

「誠実で信頼される企業」となるために、 「個」を起点とした対話を大切にします。

セブン&アイHLDGS.が取り組む事業領域は、いずれもお客様やお取引先、地域社会の皆様と日常的に接することで成り立ち、日々、多様なステークホルダーの声を身近に承る機会に恵まれています。また、各店舗、事業所で働く従業員は、同時にそれぞれの地域生活に通暁した社会人として、地域社会の声を各店舗、事業所へと届けてくれる存在でもあります。

セブン&アイHLDGS.は、CSRを果たしていくうえで、各事業会社がそれぞれの現場で個々のステークホルダーと対話を重ねる多様なコミュニケーション機会を大切にしています。このような「個」を起点とした対話の中から、社会の皆様が何に関心を寄せ、何を懸念しているかを察知し、社会的課題に対する視点を共有することで、それらを各事業会社やグループ全体の経営目標に反映させ、組織的対応に結びつくよう努めています。それが流通業におけるステークホルダーの経営参加「ステークホルダー・エンゲージメント」の1つのあり方であり、私どものめざす「誠実で信頼される企業」を実現する道であると確信しています。

本報告書では、以上のような視点をもってセブン&アイHLDGS.と主要事業会社のCSRへの取り組みを開示しています。取り組みにはまだまだ不十分な点がございしますが、当社とグループの現状をご理解いただき、忌憚のないご意見を頂戴することで、今後、よりいっそうCSRの取り組みを促進してまいりたいと存じます。

「新・総合生活産業」をめざして、
各事業会社間シナジーの最大化、
グループ全体の企業価値の最大化を図っています。



(株)セブン&アイ・ホールディングスは、(株)セブン・イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)デニーズジャパンの3社の共同株式移転により、2005年9月1日に設立された純粋持株会社です。また、2006年6月1日には(株)ミレニアムリテイリングの全ての株式を、同年9月1日には(株)ヨークベニマルの全ての株式を移転し、2006年9月1日時点で92社の事業会社を管理・統括しています。

グループには、コンビニエンスストア、スーパーストア、百貨店、スーパーマーケット、レストラン、金融関連、IT/サービスという7つの主要な事業があり、全世界で約31,000店の店舗ネットワークを擁し、2006年2月期の営業収益は約3兆9千億円となっています。

現在、(株)セブン&アイ・ホールディングスは、過去から

の延長ではなく、あるべき未来の姿を描き、そこから今なすべきことを見いだし、実行する「ブレイクスルー思考」を基本に、「お客様の立場に立った」発想で、既成概念や既成の枠組みを越える「新・総合生活産業」という新たな流通業の創造に挑戦しています。

また、その一環として情報システム・業務システムなどのITインフラの統合、外部の専門家やお取引先とのネットワークの相互活用、原材料や商品の共同調達・共同開発など、各事業会社間のシナジーを最大限に発揮させる仕組みづくりを進めています。さらに、お客様のニーズやマーケット動向、グローバルな経済環境の変化に合わせたグループの事業構造改革や事業再編などにも積極的に取り組むことで、企業価値の最大化を図っています。

主な事業会社

(株)セブン-イレブン・ジャパン

日本国内におけるフ
ランチャイズ方式に
よるコンビニエンス
ストア事業(売上構



成比:加工食品30.1%、ファスト・フード
29.3%、日配食品13.1%、非食品27.5%)

- チェーン全店売上高 2兆4,987億円
(2006年2月期)
- 従業員数 11,091人(2006年2月末)
- 店舗数 11,466店舗(2006年8月末)

(株)イトーヨーカ堂

衣料品、住居関連品、
食品を販売するスー
パースタア事業(売
上構成比:衣料品



24.9%、住居関連品20.9%、食品54.2%)

- 売上高 1兆4,705億円(2006年2月期)
- 従業員数 45,558人(2006年2月末)
- 店舗数 180店舗(2006年8月末)

(株)ミレニアムリテイリング

衣料品、雑貨、食品等を
販売する百貨店事業を
中心に展開するミレニア
ムリテイリンググループ
の持株会社



- 従業員数 401人(2006年2月末)

(株)そごう

- 売上高 4,689億円(2006年2月期)
- 従業員数 4,616人(2006年2月末)
- 店舗数 12店舗(2006年8月末)

(株)西武百貨店

- 売上高 4,761億円(2006年2月期)
- 従業員数 4,684人(2006年2月末)
- 店舗数 16店舗(2006年8月末)

(株)ヨークベニマル

食品を中心に
衣料及び住居
関連品を販売
するスーパース



トア事業及び惣菜等の製造加工事業

- 売上高 2,893億円(2006年2月期)
- 従業員数 10,289人(2006年2月末)
- 店舗数 126店舗(2006年8月末)

(株)デニーズジャパン

オリジナルメニュー
の開発やおもてなし、
楽しさなどを追求し
たレストラン事業



- 売上高 944億円(2006年2月期)
- 従業員数 13,070人(2006年2月末)
- 店舗数 589店舗(2006年8月末)

■ コンビニエンスストア

(株)セブン-イレブン・ジャパン
7-Eleven, Inc.
SEVEN-ELEVEN (HAWAII), INC.
セブン-イレブン北京有限会社

■ スーパースタア

(株)イトーヨーカ堂
(株)丸大
華糖ヨーカ堂有限会社
成都イトーヨーカ堂有限会社

■ ミレニアムリテイリンググループ

(株)ミレニアムリテイリング
(株)そごう
(株)西武百貨店
(株)シェルガーデン
(株)ロフト
(株)ミレニアム キャスティング
(株)池袋ショッピングパーク
(株)八ヶ岳高原ロッジ
(株)ごっつお便

■ 百貨店

(株)ロビンソン百貨店

■ スーパーマーケット
(株)ヨークベニマル
(株)ヨークマート
(株)サンエー
(株)スーパーカドヤ
王府井ヨーカ堂有限会社

■ レストラン

(株)デニーズジャパン
(株)ファミリー
ヨーク物産(株)

■ 金融サービス

(株)セブン銀行
(株)アイワイ・カード・サービス
(株)SEキャピタル
(株)ヨークインシュアランス
(株)セブン&アイ・フィナンシャルセンター

■ IT/サービス

(株)セブンドリーム・ドットコム
セブンアンドワイ(株)
(株)セブン・ミールサービス
(株)セブン&アイ生活デザイン研究所
(株)エス・ウィル

■ 専門店

(株)メリーアン
(株)オッシュマンズ・ジャパン

■ 製造加工

アイワイフーズ(株)
(株)テルベ(特例子会社)
(株)ライフフーズ

■ 不動産/警備

(株)モール・エスシー開発
(株)IYリアルエステート
(株)ヨーク警備

■ 出版

(株)セブン&アイ出版

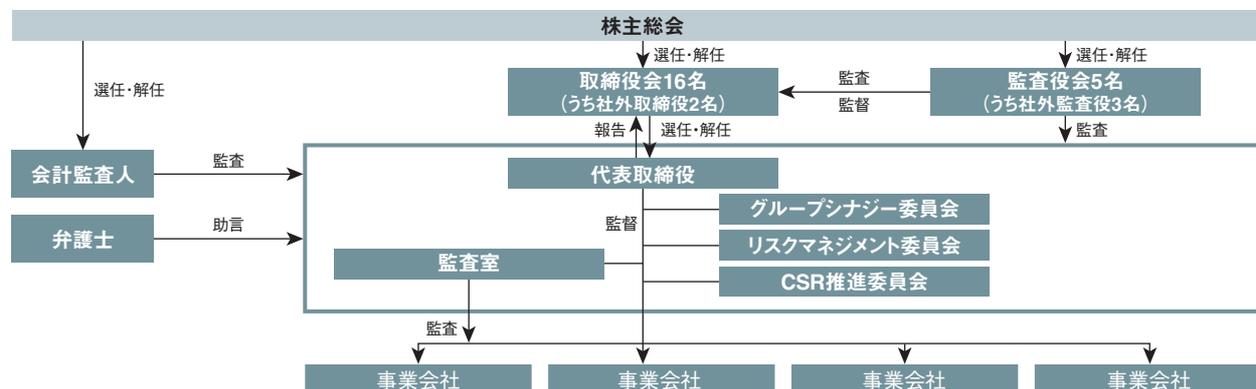
グループ全体の事業効率を高めるとともに、
経営の透明性・信頼性を確保するために、
管理・監督、業務執行の役割分担を明確にしています。

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。

当社は、コーポレート・ガバナンスを、①業務の有効性と効率性、②財務報告の信頼性、③事業活動における法令の遵守、④資産の適正な保全、という4つの課題を合理的に保証することであると考え、その究極的な目

的は、長期的な企業価値の拡大であると考えています。

この目的の達成に向けて、当社は、グループシナジーを追求するとともに、経営のモニタリングに基づく資源の適正配分を実施しています。一方、各事業会社は、各々の事業範囲における責任を全うするとともに、自立性を発揮しながら、利益の成長および資本効率の向上を追求していきます。



基本的な仕組みと体制

「監査役制度」を軸にしたコーポレート・ガバナンス体制

セブン&アイHLDGS.は、監査役制度を軸に経営のモニタリングを実施しています。当社の監査役会は、2006年8月末現在、5名（うち社外監査役3名）で構成されており、各監査役は、取締役会その他重要な会議に出席するなど、取締役の職務の執行を監査・監督しています。また、当社は、内部監査部門として監査室を設置し、監査役と緊密な連携を図りながら、各事業会社の内部監査の確認と指導を行う「統括機能」と持株会社自体の「内部監査機能」の強化を図っており、また、各中核事業会社においても独立した監査室を設置し、各社における内部監査機能の充実を図っています。

併せて、当社は、変化の激しい経営環境のなかで迅速な意思決定と業務執行を実行できるよう、執行役員制度を導入し、取締役会の監督機能と執行役員の業務執行機能を分離し、取締役会は「経営戦略の立案」

と「業務執行の監督」、執行役員は「業務執行」にそれぞれ専念できる環境を整備しています。

『CSR推進委員会』をはじめとする各種委員会を設置

セブン&アイHLDGS.は、コーポレート・ガバナンスの強化に向けて、2005年9月の設立と同時に『グループシナジー委員会』『リスクマネジメント委員会』『CSR推進委員会』を設置しました。

『グループシナジー委員会』は、各事業会社がもつ経営資源や事業インフラを相互活用し、グループ全体の競争力を高めていくことを目的に活動しています。『リスクマネジメント委員会』は、グループ全体のリスク情報と対応策の把握、管理体制の強化を推進しています。『CSR推進委員会』は、グループ全体のCSR活動方針を決定するとともに、下部組織である「専門部会」を通じて各事業会社の取り組みを管理・監督しています（→P19）。

内部統制システムの整備

セブン&アイHLDGS.は、会社法および会社法施行規則の定める「取締役の職務が法令及び定款に適合することを確保する体制の整備」、ならびに「その他株

式会社の業務の適正を確保するために法務省令が定める体制の整備」に関して、以下のような体制づくりを推進しています。

1 取締役の職務の執行に係る情報の保存及び管理に関する体制

業務執行に関する文書（電磁的記録を含む）・情報を適正に保存・管理するため、CSR推進委員会の情報管理部会を中核として、文書管理規程を策定するとともに、運用状況を点検し、適宜改善に努めます。

グループ全体の情報管理についても、既存の規程等を確認し、その標準化と運用状況の点検を行います。

2 損失の危険の管理に関する規程その他の体制

社長を委員長とするリスクマネジメント委員会の下に「内部統制推進プロジェクト」を立ち上げ、同プロジェクトは、当社及びグループ各事業会社の業務執行に関し、リスクの所在の認識と対策を適正に行うため、リスク管理方針を策定し、同方針にもとづき、リスク管理状況を検証します。

3 取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制

決裁権限規程、職務権限規程、組織規程等各種規程にもとづき、適正な職務執行を行うとともに、上記「内部統制推進プロジェクト」の活動により、業務の効率性を点検し、適宜見直しを行います。

4 使用人の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制

グループ各社は従来から、「社是」及び「企業行動指針」において、信頼される誠実な企業であるために、経営倫理を尊重した企業行動に徹し、法令・ルール、社会的規範を遵守し、社会から求められる企業の社会的責任を果たすことを宣言し、企業行動委員会を設置してその下でヘルプラインの運用を行い、FT委員会を設置して公正取引の推進に努めています。CSR推進委員会の企業倫理・コンプライアンス部会は、この精神を承継しつつ、一層のコンプライアンスの進展をめざし、企業行動指針・各社ガイドライン及びコンプライアンス体制の見直しを行います。

5 当該株式会社並びにその親会社及び子会社から成る企業集団における業務の適正を確保するための体制

1から4に記載のとおり、業務効率・コンプライアンス等すべてについて、グループとして管理体制を置くものとし、

当社は、その政策大綱をグループの各事業会社に周知し、具体的策定をさせるほか、必要に応じて各事業会社の内部統制活動を支援、指導します。

各事業会社は、企業行動委員会を主体に、各事業部門と連携し、当社の内部統制プロジェクトとの情報共有を図りながら活動します。

6 監査役がその職務を補助すべき使用人を置くことを求めた場合における当該使用人に関する事項

監査役がその職務を補助すべき使用人を置くことを求めたときはこれに応じます。

7 前号の使用人の取締役からの独立性に関する事項

監査役専任の使用人の人事及びその変更については、監査役の同意を要するものとします。

8 取締役及び使用人が監査役に報告をするための体制その他の監査役への報告に関する体制

取締役及び使用人は、会社に著しい損害を及ぼすおそれのある事実、取締役又は使用人の不正行為、法令・定款違反行為などを発見したときは、すみやかに監査役に報告するものとし、それにより不利益を受けることはないものとします。

また、企業倫理・コンプライアンス部会は公益通報の意義をも有するヘルプライン運用状況を定期的に代表取締役社長及び監査役に報告するものとします。

9 その他監査役の監査が実効的に行われることを確保するための体制

監査役は、代表取締役社長と定期的に会合を持ち、監査上の重要課題等について、意見交換を行います。

監査役は監査室と緊密な連携を保つとともに、必要に応じて監査室に調査を求めることができるものとします。

監査役は、必要に応じ、会計監査人・弁護士に相談をすることができ、その費用は会社が負担するものとします。

10 内部統制に関する体制は、法務部が管掌するものとします。

グループ全体でCSRへの意識を高めていくために、各社ごとの実情に合わせて「企業行動指針」を浸透させその具現化を追求しています。

セブン&アイHLDGS.は、『セブン&アイHLDGS. 企業行動指針』やグループ各社の事業に関連する法規の遵守、徹底を図っていくために、各事業会社それぞれに『企業行動委員会』、または専任の担当者を設置し、継続的に活動しています。

同時に、各社の『企業行動委員会』メンバーおよび専任担当者は、『CSR推進委員会』の下部組織である「企業倫理・コンプライアンス部会」に参加し、グループとしての認識の共有化や、応用可能な施策、よりレ

ベルの高い施策について情報交換するなど、企業行動指針の浸透策や活動のレベルアップについて協議しています。

なお、各事業会社では、企業行動指針に反する行為の抑制や防止、早期解決を図ることを目的に『ヘルプライン制度』『イエローホイッスル制度』を設け、社員からの相談に応じています。相談の受付にあたっては、匿名であっても対応するなど、相談者に不利益が生じないよう運用しています。

セブン&アイHLDGS. 企業行動指針

前文

企業の使命は、経営倫理を尊重した経営により、お客様に価値のある商品とサービスを提供し、新たな富と雇用を生み出すことにある。

セブン&アイHLDGS.の役員および社員は、こうした使命を果たし、お客様に喜んでいただくことを生きがいとしている。

このためにも健全な経営体質を確立し、法令・ルール、社会的規範を遵守し、セブン&アイHLDGS.が関わる全ての人々の人権と尊厳を尊び、国際社会の多様な価値観を尊重しつつ社会的責任を果たす。こうした理念のもと以下の指針に則って業務を行う。

規定項目の中の基本方針

はじめに

経営倫理の尊重・法令遵守(コンプライアンス)

事業運営に当たっては、経営倫理に即した企業行動に徹し、法令・ルール、社会的規範を遵守し、社会から求められる企業の社会的責任を果たす。

第1章 事業活動

1. お客様との関係…販売活動
2. お取引先との関係…取引活動
3. 株主との関係
4. 公正な取引の推進

第2章 社会的責任

1. 人権・個人の尊厳の尊重
2. 雇用・職場環境
3. 環境管理
4. 地域、社会との関係
5. 情報の管理

各事業会社の取り組み

セブン-イレブン

セブン-イレブンは、最高執行責任者(COO)を委員長とする『企業行動委員会』のもとに『企業行動推進室』を設置し、委員会で策定された方針・計画を実行していく4つの専門部会、「人事労務部会」「環境部会」「情報管理部会」「FT(フェアトレード)部会」の活動を推進しています。

2004年度には『社員行動規範』を改訂し、全社員に配布。研修などを通じて従業員一人ひとりが広く社会の規範を守り、社会的に責任ある行動をとるよう指導しています。



イトーヨーカドー

イトーヨーカドーでは、『企業行動委員会事務局』および『FT委員会事務局』が連携をとり、さまざまな機会を通じて、全従業員に対する研修を実施しています。

2005年度は、研修参加者に対して「ヘルプラインの認知度調査」「コンプライアンスに関する意識調査」など、役職者別に企業倫理・コンプライアンス関連の現場の意識調査を実施しました。この調査結果を受け、今後は、現場のコンプライアンス関連課題の認識や対応としての研修内容の改善などに生かしていきます。



ヨークベニマル

ヨークベニマルは、最高執行責任者(COO)を委員長とする『企業行動委員会』のもと、企業行動指針の周知徹底に取り組んでいます。

『ヘルプライン制度』を通じた社員からの相談に関しては、関係部署と連携し、迅速に対応するよう努めています。相談件数は年々増加傾向にあり、社内での制度への認知度が高まっていることを示しています。ただし、相談する必要がある事象自体が増加しているとも考えられるため、そうした事象の未然防止に努めるよう、社内でのコンプライアンスの啓発を強化しています。



デニーズ

デニーズでは、営業部長(取締役)、人事部長(取締役)、企業行動委員長らが参加する『企業行動委員会』および『連絡会』をそれぞれ毎月1回開催し、企業倫理・コンプライアンス関連情報の共有化を図っています。

今後は、2006年4月に全面施行された「公益通報者保護法」とこれに関連する法律についての教育、ヘルプラインをPRするポスターの作成などによって、従業員のコンプライアンス意識の向上とヘルプラインの認知度アップを図っていきます。



『ヘルプライン制度』による相談件数(2005年度)

セブン-イレブン	5件
イトーヨーカドー	92件
ヨークベニマル	54件
デニーズ	96件

ミレニアムリテイリング

ミレニアムリテイリングは、コンプライアンスの徹底を経営の基本原則として、2005年2月に『コンプライアンス規程』を制定し、従業員に対しては、3つのコンプライアンスマインド—①業務に関する法律・ルールを知る、守る、②つねにルールの有効性について疑問を持つ、③社内や私たちの常識は社会のルールとして通用するの—かという意識を持つ—をもって業務に取り組むことを、階層別・店舗別研修などを通じて徹底しています。

また、2004年6月に、従業員(派遣社員含む)が第三者である社外の弁護士に直接相談することができる『イエローホィッスル制度』を開設。相談内容については、コンプライアンス担当が実態を調査し、その対応や再発防止策を経営層に報告しています。さらに2005年3月には、対象者をアルバイトや業務委託先の派遣社員および退職者にも拡大しました。なお、2005年度の通報・相談件数は170件でした。



グループ全体での業績向上を図るとともに 株主・投資家とのコミュニケーションに努め、 株主の皆様への責任を果たしていきます。

「私たちは、株主に信頼される、誠実な企業でありたい」。社是の冒頭に掲げているこの理念を実現していくために、セブン&アイHLDGS.は、株主の皆様視点にたつて、グループ全体の健全性・透明性・効率性の向上、安定的な利益確保、事業の拡大・発展に努めています。

2006年2月期、セブン&アイHLDGS.は、新たな可能性・成長性をもった事業領域の拡大と既存事業の強化を図るために、百貨店事業を展開する(株)ミレニアムリテイリングとの経営統合を進め、また、海外における

コンビニエンスストア事業のさらなる強化のために、米国7-Eleven, Inc.を完全子会社化するなど、積極的な投資活動を展開しました。

また、グループ企業間のシナジー効果の創出に向けたシステム統合(→P17)を推進したほか、当社独自の電子マネーの発行を決定するなど、お客様にいつでも快適にお買い物をしていただくための仕組みづくりにも着手しました。

業績の概要と株主還元

2006年2月期の連結業績

2006年2月期の連結業績は、営業収益3兆8,957億7千2百万円(前期イトーヨーカドー連結比7.5%増)、営業利益2,449億4千万円(同15.6%増)、経常利益2,481億1千万円(同19.1%増)、当期純利益879億3千万円(同411.1%増)となりました。なお、当社は2006年1月にミレニアムリテイリングの普通株式の約65%を取得しましたが、2006年2月期の連結決算においては貸借対照表のみ連結しています。

利益配分の状況

株主還元策については、利益向上に見合った利益還元を行うことを基本方針としています。2006年2月期

の利益配分に関しては、2005年8月末にセブン・イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、デニーズジャパンの株主の皆様に対して、1株当たり、それぞれ21円50銭、16円、15円50銭の株式移転交付金を、中間配当金に代えてお支払いしました。また、2006年2月期末は記念配当7円を含め28円50銭の期末配当金をお支払いしました。

今後の配当額については、年間50円を基本とし、目標連結配当性向35%を維持していきます。

株主還元策の基本方針

- ①利益向上に見合った配当金による利益還元
- ②配当性向の重視
- ③今後の配当金額:年間50円がベース

	2005年2月期(実績)		2006年2月期(実績)		2007年2月期(目標)	
	イトーヨーカドー(連結)	構成比	セブン&アイHLDGS.(連結)	構成比	セブン&アイHLDGS.(連結)	構成比
営業収益	3兆6,235億円	100%	3兆8,957億円	100%	5兆2,000億円	100%
コンビニエンスストア事業	1兆8,061億円	50%	2兆152億円	52%	2兆2,200億円	43%
スーパーストア事業	1兆6,422億円	45%	1兆6,877億円	43%	1兆7,500億円	34%
百貨店事業	—	—	—	—	1兆円	19%
レストラン事業	1,261億円	3%	1,240億円	3%	1,300億円	2%
金融関連事業	612億円	2%	822億円	2%	1,000億円	2%
その他の事業	171億円	0%	197億円	0%	400億円	0%
営業利益	2,119億円	100%	2,449億円	100%	3,000億円	100%
コンビニエンスストア事業	1,953億円	92%	2,098億円	86%	2,120億円	70%
スーパーストア事業	78億円	4%	153億円	6%	300億円	10%
百貨店事業	—	—	—	—	330億円	11%
レストラン事業	36億円	2%	26億円	1%	50億円	2%
金融関連事業	54億円	2%	172億円	7%	210億円	7%
その他の事業	2億円	0%	8億円	0%	10億円	0%
当期純利益	172億円	—	879億円	—	1,500億円	—

株主・投資家とのコミュニケーション

開かれた株主総会をめざして

セブン&アイHLDGS.は、株主総会の活性化および議決権行使の円滑化をめざして、株主総会招集通知を法定期日に先立って発送しています。なお、機関投資家向けに、複数の信託銀行の会員制WEBサイトにおいて招集通知を掲載しています。

なお、2006年5月25日に第一回定時株主総会を開催し、920名の方にご参加いただきました。

株主総会状況

- 開催日 2006年5月25日(木)
- 出席者数 920名
- 開催時間 1時間13分
- 議決権行使比率 74.72%

公平で、タイムリーな情報開示

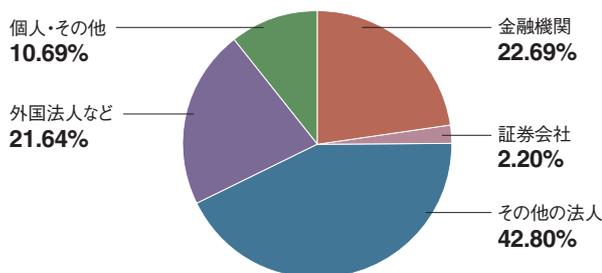
セブン&アイHLDGS.は、株主の皆様からのお問い合わせに対し、適正かつ迅速に回答できるよう、お問い合わせ内容ごとに直接、該当部署の社員が対応しています。対応にさいしては「インサイダー情報を漏らさない」などの法令を遵守することはもちろん、提供する情報の公平性にも配慮しています。

また、積極的なIR活動を通じて、機関投資家や証券

アナリストのみならず、個人投資家への適切な情報開示に努めています。

このほか、当社WEBサイトに決算短信・有価証券報告書・適時開示情報や主な事業会社のIR資料などを掲載しています。

所有株式数の割合(2006年2月末現在)



アニュアルレポート
(英文のみ)



セブン&アイHLDGS.
四季報



コーポレート
アウトライン

外部機関からの評価

SRI(社会的責任投資)ファンドへの組み入れ状況

近年、株式投資を検討するさいに、企業の財務状況や成長性だけを評価するのではなく、その企業がどのように社会的責任を果たそうとしているか、ステークホルダーからのご意見・ご要望をどのように企業活動に反映しているかなどについても検証し、投資の可否を判断する「SRI(社会的責任投資)」が注目を集めています。このSRIの投資先評価基準には、法令遵守や環境保全活動の状況、雇用の維持・拡大、地域社会への貢献などがあります。

セブン&アイHLDGS.は国内外の企業評価機関から高い評価を受け、数多くのSRIファンドに組み入れられています。今後も、企業としての社会的責任を果たしていくことで、企業価値を高め、株主の皆様へ安定的に利益を還元していくよう努めていきます。

財務への格付状況

セブン&アイHLDGS.では、株主の皆様には財務の健全性をご理解いただく一つの指標として、格付機関による債券格付を利用しています。

当社やセブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドーは、世界の小売業のなかでもとくに優れた財務体質をもつ企業として、さまざまな格付機関において高い評価を受けています。

格付の状況(2006年8月末現在)

		R&I	JCR	S&P	Moody's
セブン&アイHLDGS.	長期	AA	AA+	—	—
	短期*	—	—	A-1+	P-1
7-Eleven, Inc.	長期	—	—	A	Baa3
イトーヨーカドー	長期	AA	AA+	AA-	Aa3
ヨークベニマル	長期	—	AA-	—	—
セブン銀行	長期	—	—	A+	—

*セブン-イレブン・ジャパンの短期格付は、7-Eleven, Inc.のCPプログラムの保証格付(2006年1月より)

『グループシナジー委員会』が中心となって 各事業会社の経営資源や事業インフラの相互活用を進め、 各社の競争力向上・経営基盤強化に取り組んでいます。

セブン&アイHLDGS.は、グループ企業価値の最大化という持株会社としての責任を果たしていくために、各事業会社の競争力を高めるための各種支援を行っています。

その一環として、2005年9月の設立と同時に『グループシナジー委員会』を立ち上げ、各事業会社がもつ事業インフラや各種ノウハウなどの経営資源を相互活用するなど、シナジー効果の創出による事業会社の経営基盤強化、グループ全体の競争力向上に取り組んできました。

具体的には、『グループマーチャンダイジング(グループMD)』と呼ぶ活動があります。これは、事業会社の商品開発、商品・原材料調達を外部企業を含めて共同で行うほか、物流システムや生産工場などの事業インフラを相互活用することで、より高品質な商品をより安くお客様に提供する仕組みを構築する活動です。また、グループMDの精度を向上させていくために、各事業会社のシステム統合を進めるとともに、あらゆる活動・仕組みにおけるシナジー効果の創出と一層のスケールメリットの活用、投資・運用コストの低減をめざしています。

グループシナジー①

グループ内の経営資源を結集、共用する 「グループマーチャンダイジング(グループMD)」を推進しています。

セブン&アイHLDGS.の傘下にある事業会社は、持株会社体制に移行する以前からグループMDを推進してきましたが、移行後は『グループシナジー委員会』に「グループMD部会」を設置し、セブン&アイHLDGS.がイニシアティブを發揮しながら、各事業会社が一致協力してグループMDをいっそう強力に推進することとしました。



2005年度は、食パン、焼きたてパンなどのデイリー食品やカップラーメン、アイスクリーム、缶ビールなどの加工食品などの分野で、積極的に商品の共同開発を推進しました。これらグループ共同開発商品が増加することで、グループ店舗の品揃えにおける他社との差別化や、大量一括仕入れなどのスケールメリットを享受することができます。

今後は、事業会社が連携して商品・原材料を一括購入する共同仕入れをさらに推進し、複数の業態で取り扱う生鮮食料品などの仕入価格の低減を図っていきます。

また、コンビニエンスストア向けの惣菜や半製品の工

場で、スーパーストア向けの惣菜や半製品を製造するなど、食品の製造・加工分野での生産インフラの共用化も実施していきます。

さらに、事業会社の業態の枠を超える共同物流体制を構築し、品質・生産性の向上、業務の効率化、コスト削減などを実現していきます。すでにイトーヨーカドーとヨークベニマルが東北エリアで共同の物流センターを設けており、今後も全国各地で同様の仕組みによる効率化を進めていく計画です。

国産豚1頭を丸ごと調達。
セブン&アイHLDGS.で使用すると・・・

骨・脂はスープ、調味料に

レストランで「とんかつ」などのメニューに

スーパーの精肉売場に

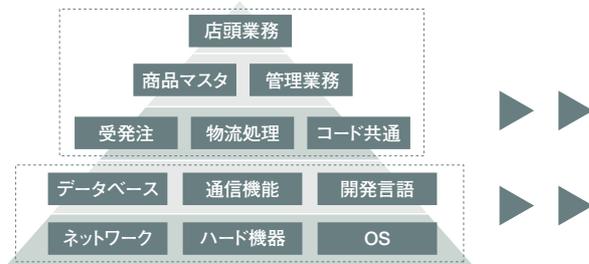
コンビニエンスストアではカルピ弁当などに

ソーセージ・ハムなどの加工肉に

グループシナジー②

業態別に情報システムを整理・統合することで
日常業務の効率を向上させ、事業基盤を強化しています。

セブン&アイHLDGS.は、2003年に旧イトーヨーカドーグループが開始した「コーポレートグループシステム統合プロジェクト」を引き継ぎ、グループ内企業のシステムを業態別に整理・統合することによる事業基盤の強化に取り組んでいます。こうした統合によって、同じ業態をもつ企業間での販売データや商品分類、物流インフラを共通化することができ、迅速な商品開発や店舗での欠品解消、物流の効率化などを実現することができます。また、情報インフラのハード仕様も共通化し、POS端末などのハードウェアの開発コストやランニングコストを低減させることもねらいの一つです。



すでに光ファイバー専用線を用いた高速ネットワークをグループ全体で活用しはじめており、2005年6月には「新レストランシステム」をデニーズ、ファミリーに、同年9月には「新食品システム」をイトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークマートに導入しました。新食品システムでは、発注端末に無線LANを活用するなどハード面を強化し、発注精度の改善や作業性の向上を実現しています。



このシステム統合は、2008年2月末に完了する予定です。

システム統合の目的

業務とマネジメントの仕組みを共通化することで、グループ全体の売上・利益向上に寄与する

業務部分だけでなく、「システム基盤」を統合していくことで、大きなメリットを出す

グループシナジー③

中国の事業会社間で『中国協議会』を結成し、
情報交換と商品の共同開発を進めています。

経済成長が著しい中国では、人々の可処分所得が年々増え、巨大な市場となっています。セブン&アイHLDGS.は、中国で事業を展開する「華糖ヨーカ堂有限公司」「成都イトーヨーカ堂有限公司」「セブン-イレブン北京有限公司」「王府井ヨーカ堂有限公司」などの事業会社を傘下に収めています。そして、これら事業会社は、日本における「グループマーチャンダイジング(グループMD)」同様、業態を超えて各種の情報交換と商品の共同開発を進める『中国協議会』を結成しています。

その成果として、衣料品分野では、お客様アンケートをもとに共同開発した「ショートストッキング」や、コーディネート提案型のオリジナルブランド「L&B」などが好評を博しています。また食品分野でも、共同開発したおでんやドレッシングなどがお客様からの支持を得ています。



中国におけるグループ共同開発商品「ショートストッキング」

グループシナジー④

イトーヨーカドー店内に、グループ内の多彩な金融サービスを集めた『お金の便利コーナー』を設置しています。

イトーヨーカドーでは、セブン&アイHLDGS.のグループ内企業の金融関連サービスをはじめとする各種金融商品を1カ所に集めた『お金の便利コーナー』の設置を推進しており、2006年8月現在、5店舗を開設しています。お金の便利コーナーでは、セブン銀行の有人店舗「みんなの銀行窓口。」や、アイワイカードのご案内、各種保険相談など、お買い物のおいでに多彩な金融サービスを気軽にご利用いただくことができます。

セブン&アイHLDGS.はこれからも流通サービスと金融サービスのシナジー効果をめざしてショッピングセンターにおける金融窓口機能の充実を図り、地域の生活拠点としての役割を拡大していきます。



グループをとりまく社会的状況を踏まえて、各事業会社がそれぞれの「社会的責任」を果たしていくための仕組み・体制を構築しています。

セブン&アイHLDGS.は、株主や事業会社に責任を負っているだけでなく、事業会社がそれぞれのステークホルダーに対する責任を果たしていくよう管理・監督していく責任も負っています。

そこでセブン&アイHLDGS.は、『CSR推進委員会』と「5つの専門部会」を設置し、これらを通して、グループ各社とステークホルダーとの対話を促し、ステークホ

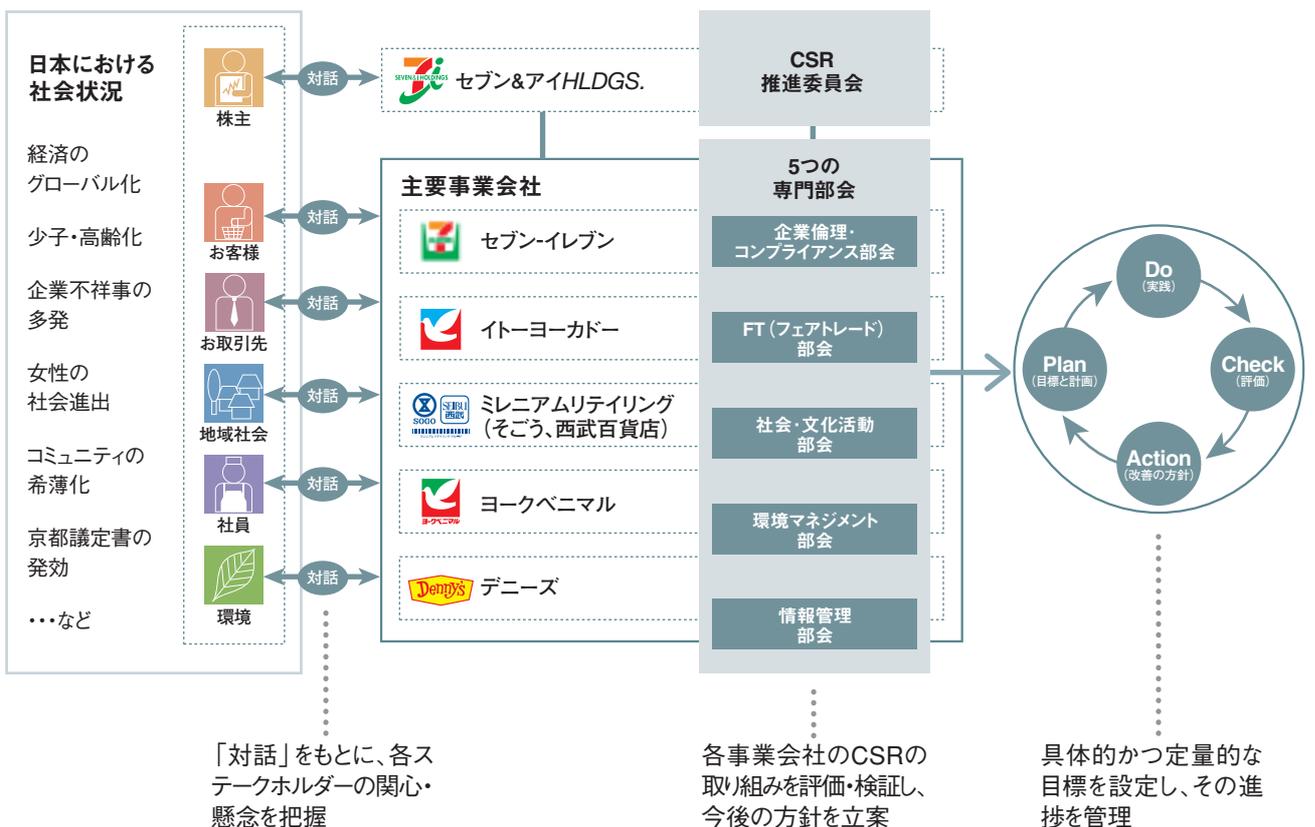
ルダーの「声」を経営に反映させていく「ステークホルダー・エンゲージメント」の仕組みづくりを進めています。また、この委員会と専門部会は、各社の取り組みを検証・評価し、その結果をグループ全体の次の経営目標と行動計画策定につなげていく、というP・D・C・Aサイクルを回す役割も担っています。

「ステークホルダー・エンゲージメント」を重視して

ステークホルダーの関心や懸念を把握し、経営に反映

セブン&アイHLDGS.が、株主、お客様、お取引先、地域社会、社員など、多様なステークホルダーから信頼される存在であるためには、ステークホルダーが社会に対して抱いている関心や懸念、当社と当社グループに対して抱いている関心や懸念を絶えず的確に把握し、それらに応えていく必要があります。

そこで、セブン&アイHLDGS.と各事業会社は、ステークホルダーとの対話を通して得られたご意見やご要望、ご不満、苦情などの「声」に迅速に対応するよう努めています。また、こうした「声」を経営意志決定プロセスに反映させ、このことをもってステークホルダーの経営参加を実現していく「ステークホルダー・エンゲージメント」を重視しています。



「CSR推進委員会」と「5つの専門部会」が中心となって

グループ全体の目標を設定し、経営陣とともに達成度を管理

「ステークホルダー・エンゲージメント」を実現するために、セブン&アイHLDGS.では、最高執行責任者(COO)を委員長、関係役員などを委員とする『CSR推進委員会』と、その下部組織としての「5つの専門部会」を設置しています。これら委員会と専門部会は、グループ各社が「社是」および「企業行動指針」に沿って、法令・ルール・社会的規範などを確実に遵守しながら、ステークホルダーへの責任を果たしていけるよう管理・監督し、指導する組織です。

各専門部会では、各事業会社とセブン&アイHLDGS.の担当者が集まって、それぞれの部会のテーマに関する情報を交換し、各社の取り組みを検証・評価します。また、グループ全体の目標を具体的かつ定量的に設定し、その達成度を随時検証・評価して、CSR推進委員会に報告します。CSR推進委員会では報告内容を討議し、経営目標としての新たな方針、行動計画を決定していきます。

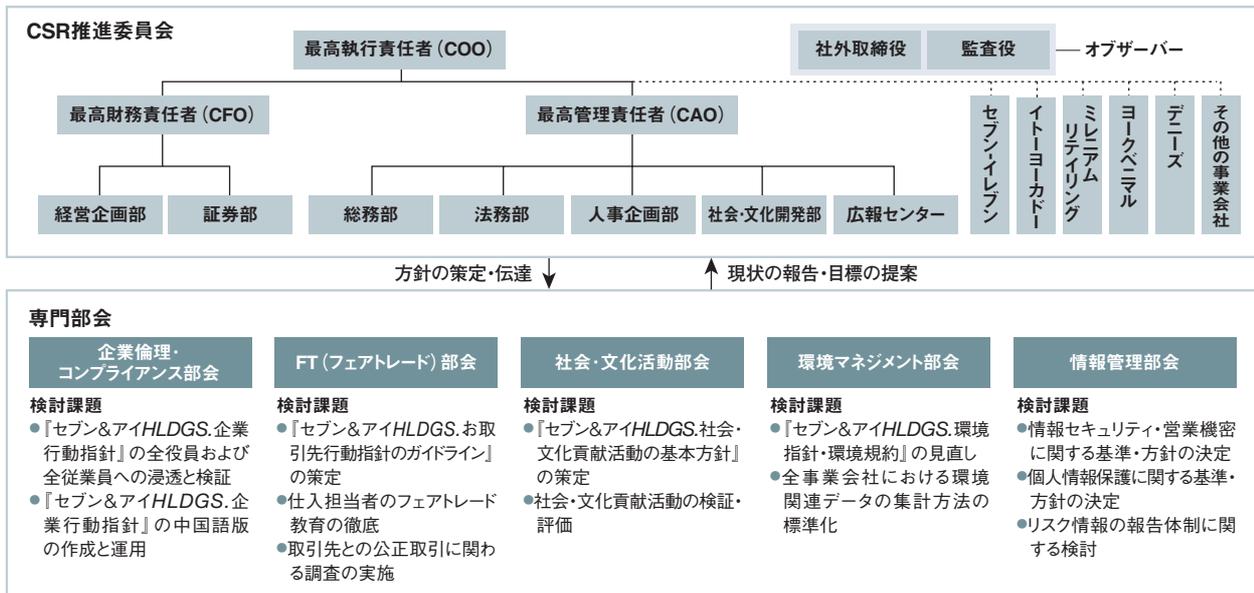
各事業会社の取り組みを2つの視点から評価し、グループ全体で共有

各専門部会がグループ各社の取り組みを評価するさいの視点は2つあります。

1つは、「取り組みの実行範囲」。たとえば、一部の事業会社でしか実行されていない取り組みであっても、それが有意義で、かつ他の事業会社に応用することが可能であると評価できれば、グループ全体に実行範囲を拡大していくように指導・支援します。

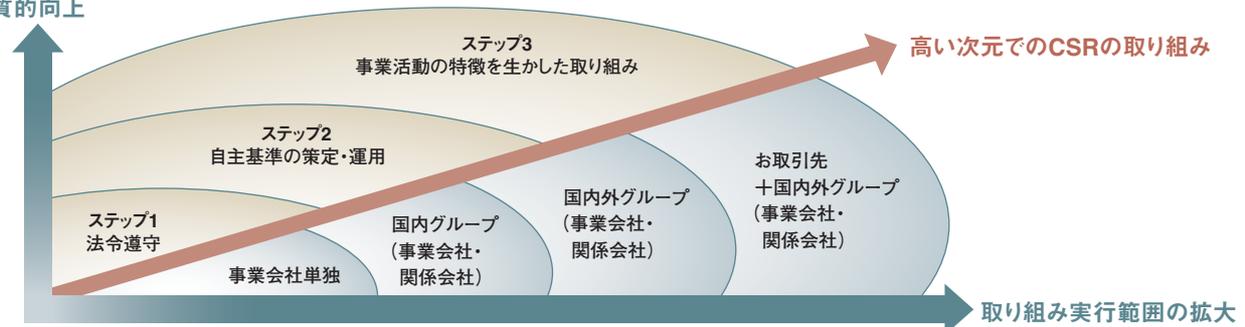
もう1つは、「取り組みの質」です。グループ各社の取り組みレベルを「ステップ1~3」に分類・評価し、いっそうレベルアップしていくために必要な施策を検討します。

このような検証・評価を継続することで、各社の優れた取り組みをグループ全体に波及させ、全体をレベルアップさせていきます。



専門部会の2つの評価軸

取り組みの質的向上



我が国の社会状況を踏まえ、 ステークホルダーの関心・懸念に応じて 自らの社会的責任を果たしていきます。

セブン&アイHLDGS.は、小売や外食といった
グループ各社の事業活動に関わる社会的問題の解決・改善に
積極的に取り組んでいます。



少子・高齢化

コミュニティの
希薄化

日本における社会状況



企業不祥事
の多発

女性の
社会進出



経済の
グローバル化



商品の
安全と安心

P22～

- 残留農薬・残留動物用医薬品
- 食品アレルギー
- 食品添加物
- 牛海綿状脳症 (BSE) / 鳥インフルエンザ
- 遺伝子組み換え食品
- 鮮度管理 / 衛生管理
- 商品の適正表示
- 製品事故の防止

ステークホルダーの関心・懸念 セブン&アイHLDGS.の取り組みテーマ

店舗の
安全と安心

P30～

- 店舗における防犯対策
- 店内事故の防止
- アスベスト問題
- 受動喫煙の防止



京都議定書
の発効

社会・文化 貢献活動

P52～



地域貢献

P46～

- 青少年の教育支援
- 未成年の飲酒・喫煙の防止
- 安全で安心な街づくり
- 災害発生時の地域支援



人権の尊重

P59～

- 人権を尊重・重視する風土づくり



情報の 安全と安心

P38～

- お客様の
個人情報の保護

多様な お客様への 配慮

P32～

- 高齢のお客様への配慮
- お子様連れのお客様への配慮
- 障害のあるお客様への配慮
- 店舗のユニバーサルデザイン



多様性の尊重

P54～

- パートタイマー／
アルバイトへの配慮
- 高齢者の雇用
- 女性が活躍できる職場づくり
- 出産・育児・介護の支援
- 障害者の雇用



エンプロイ アビリティ (就業能力) の向上

P60～

- 社員の能力開発支援

公正な取引 の徹底

P40～

- サプライチェーン全体でのCSR推進
- 不当な返品・値引きの禁止
- 不当な従業員派遣要請の禁止

地球温暖化の 防止

P64～

- 店舗運営にともなうCO₂排出の抑制
- 商品輸送にともなうCO₂排出の抑制

お取引先との 共存共栄

P43～

- 商品の共同開発・調達
- テナントとの連携



安全と健康 の維持

P62～

- 健康診断の徹底と健康障害の防止
- メンタルヘルスケア
- 労働災害の防止



廃棄物の削減

P69～

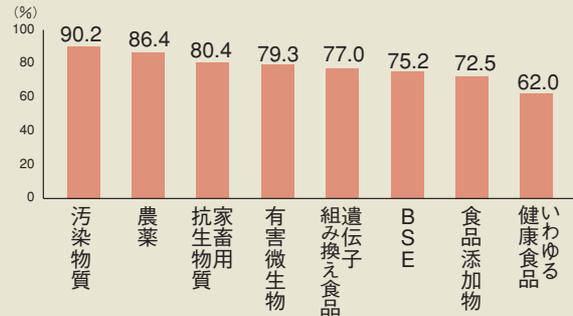
- 食品廃棄物の削減・リサイクル
- 容器包装の削減

商品の安全と安心

近年、牛海綿状脳症（BSE）や鳥インフルエンザ、残留農薬・動物用医薬品、食物アレルギーなどが食卓を脅かしています。また、自動車や空調機器の品質問題が引き起こした死亡事故、衣料品や住居関連品に含まれる有毒化学物質による健康被害などが消費者を不安がらせています。セブン&アイ HLDGS.の各事業会社は、こうした状況を踏まえて、各商品の関連法令を遵守するだけでなく、法規制を超えるハイレベルな安全・安心な商品をお客様に提供するように努めています。

食の安全性の観点で感じている不安とは？

▶内閣府・食品安全モニター課題報告「食の安全性に関する意識等について」



ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況 ※ロゴマークのある項目は、各事業会社の特筆すべき取り組み
食品	残留農薬・残留動物用医薬品 ナショナルブランド商品については各メーカーに安全性・合法性確認を要請。お弁当などの自社開発商品についても、自主調査を実施しています。 化学肥料・農薬をできるだけ使わずに栽培した農産物『ムックンシリーズ』を販売
	食品アレルギー 商品仕入時に「原材料規格書」と商品を照合し、特定原材料が表示されていることを確認しています。 自社ブランド商品については、特定原材料5品目に加え、これに準じる20品目も表示 特定原材料を使用しないケーキを開発・販売 自主点検（毎日）に加え、外部機関による定期的な表示チェックと成分検査を実施 特定原材料を完全排除したメニュー『低アレルギープレート』を開発・販売
	食品添加物 科学的実験によって安全性が確認され、厚生労働省の認可が下りているものだけを使用しています。 お弁当・お惣菜などのオリジナル商品から合成着色料・保存料を完全排除
	牛海綿状脳症（BSE）／鳥インフルエンザ 米国産・カナダ産の牛肉は当面販売しません。そのほかの肉についても、履歴管理を徹底しています。 お弁当・お惣菜などの原材料について流通履歴・使用履歴を一元管理 精肉の生産地や生産方法などの情報をWEBサイト上で開示
	遺伝子組み換え食品 使用履歴の確認が難しい一部商品を除き、遺伝子組み換えの食品は販売していません。
	鮮度管理／衛生管理 バックルーム・売場における衛生管理に加えて、「販売期限」管理を徹底しています。 店舗の衛生管理システムについてISO9001の認証を取得
	商品の適正表示 取り扱い品目に合わせた独自の表示ガイドラインを作成、仕入時と販売時の2段階で点検しています。 POPやチラシなどの販促ツールに関しても誤認させる表現を排除 お取引先に対しても商品表示に関する教育研修を実施 メニューブックにカロリー・栄養成分を表示し、その数値を定期的に実測
食品以外	製品事故の防止 衣料品、住居関連品、化粧品、玩具などについて、関連法規や業界基準が守られているかを仕入時に確認しています。 明確な業界基準のない商品についても独自の品質基準を作成 安全性や利便性・デザイン・縫製に関する独自基準を作成 レジ周辺で販売している玩具・喫煙具も仕入時に安全性を確認

残留農薬・残留動物用医薬品について

メーカー各社に安全性・合法性確認を要請し、自社開発のお弁当などを自ら検査しています。

2006年5月29日、食品への薬品残留を規制する「ポジティブリスト制度」が施行されました。この制度は、食品（加工品を含む農産物・畜産物・水産物）への農薬・動物用医薬品の残留を原則禁止したもので、一部残留を許容する薬品とその残留許容濃度が定められています。残留を禁止する農薬のみをリストアップしていた従来の「ネガティブリスト制度」とは異なり、許容されていない薬品は一切使えないことから、消費者にとって安心できる制度といえます。

この新制度導入に先立ち、セブン-イレブン、イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店、ヨークベニマルは、ナショナルブランド商品（以下、NB商品）を生産している各メーカーに安全性・合法性の確認を依頼。今後の新規商品についても、新制度に適合した安全・合法的なものであることを生産段階で確認するよう要請しました。

また、お弁当やおにぎり、お惣菜などの自社ブランド商品を数多く開発しているセブン-イレブンでは、全ての自

社ブランド商品を対象に、原材料にまで遡った成分検査を実施したほか、必要に応じて生産地での管理状況を現地調査し、問題がないことを確認しました。今後の新商品についても、成分検査や現地調査を実施し、安全性・合法性を確保しています。

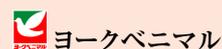
また、イトーヨーカドーでは、年数回開催している仕入先との定期会議の場を利用して、ポジティブリスト制度の内容や注意点などを説明。ヨークベニマルでも主要な仕入先に対して同様の会合を開催し、農薬・動物用医薬品の「使用計画書」の作成・提出と残留濃度の検査の徹底を要請しました。

デニーズでは、契約時に交わす取引条件書の中に残留農薬・動物用医薬品の規約を設け、全ての食材について安全性・合法性をチェックしているほか、定期的に仕入先の工場を視察しています。また、年数回開催している仕入先との会合の中でも、他の法令・ルールと一緒に遵守状況を確認しています。

今後も、お取引先各社の協力を得ながら、自社ブランド商品およびNB商品が農薬・動物用医薬品の残留許容濃度を遵守しているかを継続的に確認し、安全性と合法性の確保に努めていきます。

Close Up

化学肥料・農薬をできるだけ使わずに栽培した『ムックんシリーズ』を販売しています。



ヨークベニマルは、安心できる商品を求めるお客様の声にお応えするために、「ムクダイ」という土地改良剤を用いて土壌の栄養を高め、化学肥料や農薬をできるだけ使用せず栽培した野菜・果物を『ムックんシリーズ』として販売しています。

ムクダイは、微生物バランスなどを整えながら土壌を自然の状態に戻すとともに、農産物が育ちやすい、健康で、病虫害の少ない土壌をつくるといわれています。ムクダイは有機JAS認定※を受けていないため、一部、この土地改良剤の効用を疑問視する声もありますが、ヨークベニマルでは各商品について圃場（ほじょう）試験を行い、官能検査（味・香り・食感など）と成分検査（糖度・ビタミン・水分など）を実施。従来の栽培方法と比

べて、味・栄養ともに高いことを確認しています。

2006年8月現在、ムックんシリーズの栽培農家は約600件にのぼり、店舗で取り扱っている



ムックんシリーズの野菜は、ヨークベニマルで販売しているお惣菜にも使用しています

全農産物の約7%を占めています。2006年秋からは、同様の栽培方法を、中国やタイなど海外の契約農家にも伝え、販売する全農産物の10%以上をムックんシリーズにしていくことを計画しています。

※有機JAS認定

商品に「有機農産物」「有機野菜」などと表記するための認定制度。

食品アレルギーについて

仕入時に原材料規格書と商品ラベルを照合し、一部では抜き打ちの成分検査も行っています。

近年、乳幼児を中心に、特定の食物にアレルギー反応を起こす方々が増加しています。このことから、2002年4月には「食品衛生法関連法令」が改正され、アレルギーの発生頻度が高いといわれる特定原材料※を使用している場合には、その旨を商品ラベルなどに表示することが義務づけられました。

セブン-イレブン、イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店、ヨークベニマルは、商品の仕入時にお取引先から提示いただく「原材料規格書」と「商品ラベル」を照合し、表示漏れがないかを確認しています。

さらに、セブン-イレブンでは、自社ブランド品の商品ラベルに特定原材料5品目とこれに準じる20品目全てを表示しています。また、そごう、西武百貨店では、売場社員による自主点検を毎日実施しているほか、外部機関による売場での商品表示チェックと成分検査を定期的実施し、表示内容の誤りや納入段階での確認漏れなどが無いかを厳重に管理しています。

なお、デニーズのメニューブックには特定原材料の使用の有無を表記していませんが、お問い合わせがあれば迅速に回答できる体制を整えています。

今後も、各事業会社においてアレルギー表示に関する仕入時のチェックを強化するとともに、仕入先と協力しながら、食品アレルギーでお悩みのお客様に配慮した商品の拡充を進めていきたいと考えています。



イトーヨーカドーではバラ売り・1個売りのお惣菜についても特定原材料を表示しています

※特定原材料

アレルギーの発生頻度が高く、その症状が重篤であるとされる「小麦・乳・卵・そば・落花生」の5品目。また、厚生労働省では特定原材料に準じる20品目（あわび・いか・いくら・えび・オレンジ・かに・キウイフルーツ・牛肉・くるみ・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）についても表示を奨励しています。

イトーヨーカドー

乳製品・小麦粉・卵を使用しないケーキをお子様の年間行事に合わせて販売しています。

「子どもの誕生日をケーキで祝いたいが、食品アレルギーが心配」というお客様の声に応じて、2004年12月、特定原材料を使用しない『米粉と豆乳クリームのケーキ』を開発。翌2005年のクリスマス、2006年のひなまつりにも同様の商品を販売しました。

いずれも予定数を完売するなど、お客様からも好評であることから、今後もお子様向けの年間行事に合わせて販売していく予定です。



特定原材料を使用していない『米粉と豆乳クリームのケーキ』

Deny's デニーズ

特定原材料を完全排除した『低アレルギープレート』シリーズを開発しています。

2002年12月、食品アレルギーに配慮したお子様向けメニュー『低アレルギープレート』を業界に先駆けて開発しました。

このメニューは特定原材料を完全に除去したもので、他の食材についても外部の研究機関でアレルギー症状の発生頻度が低いことを確認しています。また、食材を保存するさいにも、他のメニューの食材が混入しないよう隔離保存しているほか、加工調理時には専用の調理器具を使用し、専任のスタッフが一人で加熱・盛り付けを担当することで、アレルギー物質の混入を徹底的に防止しています。



食品アレルギーに配慮した『低アレルギープレート』
© 2004 The Pygos Group

食品添加物について

安全性が確認されているものだけを使用し、保存料などを完全排除した商品も開発しています。

現在、我が国には食品添加物の使用に関する厳しい規制があり、加工食品などに使用されている食品添加物は全て科学的な実験によって安全性を確認した上で、厚生労働省の認可を受けています。しかし、食品添加物を不安視するお客様の声も少なくありません。

そこで、セブン-イレブンは2001年10月から、専用工場で製造しているオリジナルのお弁当・お惣菜・調理パン・調理麺などについて、合成着色料・保存料を完全排除しています。

また、イトーヨーカドーでも、自社管轄の売場で販売し

ているお弁当・お惣菜・お寿司については、合成着色料・保存料の使用を一切行っていません。

そごう、西武百貨店、ヨークベニマルでは、できるだけ食品添加物を使用しないように努めていますが、小麦改良剤など、使用が許可されている添加物に限り、必要に応じて使用しています。

なお、メーカーからの仕入商品については、取引開始時に原材料規格書をチェックし、添加物が不正に使用されていないかを確認したうえで販売しています。

今後は、グループ全体で合成着色料・保存料の完全排除もしくは使用量を削減した商品を拡大していくとともに、将来的な法改正などに備えて、使用が認められている食品添加物についても使用状況の正確な把握・管理に努めていきます。

Close Up

お弁当やお惣菜などの自社オリジナル食品から合成着色料・保存料を完全排除しています。



セブン-イレブンの店頭で毎日並ぶお弁当・お惣菜・調理パン・調理麺などの自社オリジナル食品は、創業当初からの主力商品です。2005年度には全売上の半分以上を占めるまでに構成比を高め、数多くのお客様にご利用いただいています。

これらの商品を、いっそう安心してお召し上がりいただけるよう、セブン-イレブンはお弁当やお惣菜の製造を委託している仕入先メーカー各社と協力し、2001年10月から合成着色料・保存料を完全排除しました。保存料を排除するにあたっては、輸送から販

売までの間の鮮度劣化が課題となりましたが、①良質な原材料を使用する、②製造時・輸送時・販売時の温度管理を徹底する、③保存性の高い製造・調理方法を開発することで、おいしく、安心してお召しあがりいただける商品を実現しています。



セブン-イレブンの自社オリジナル食品

食品メーカーの協力のもと、セブン-イレブンの専用工場を設置。徹底した衛生・品質管理を行っています。

セブン-イレブンは、お弁当やお惣菜の製造を委託している仕入先とともに、1979年に『日本デリカフーズ協同組合(NDF)』を設立しました。

NDFは、設立と同時にセブン-イレブン独自の衛生・品質管理基準を作成。1984年から組合員各社はそれぞれセブン-イレブンの基準に合わせた専用工場の建設を開始し、2006年2月28日現在、87社188工場が

セブン-イレブン専用工場として稼働しています。

また、2002年度からは宇宙食の開発から生まれた食品の衛生管理手法HACCPを取り入れ、専用工場における衛生・品質管理を強化しています。



セブン-イレブン専用工場での製造風景



牛海綿状脳症(BSE)／鳥インフルエンザについて

当面、米国・カナダ産牛肉を販売・使用しません。
その他の肉についても履歴管理を徹底します。

牛海綿状脳症(BSE)や鳥インフルエンザなどの発生をきっかけとして、食肉の安全性を不安視する声が高まっています。

セブン-イレブン、イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店、ヨークベニマル、デニーズ各社は、2006年8月に輸入が再開された米国・カナダ産牛肉について、お客様の不安が払拭されるまで販売・使用しないことを決定しています。また、その他の牛肉についても履歴管理・産地表示を徹底しているほか、国内産牛については2004年12月に施行された「牛肉トレーサビリティ法」に基づき、全ての商品について個体識別番号の店頭表示を開始。バックルームで小分け・パッケージングするさいにも転記ミスなどが起きないように、管理マニュアルを作成して社員を教育しています。

鶏肉については、鳥インフルエンザが発症した地域の鶏肉・卵は販売しないことをグループ全体の方針としています。これに加えて、イトーヨーカドーでは、防疫のための管理項目や緊急時の連絡・対応方法に関するフローチャートを作成し、仕入先に配布しています。

セブン&アイHLDGSは、今後も各産地の状況を確認しながら、行政機関や消費者団体の方々とも継続的に対話を重ね、お客様に安心してお買い求めいただける安全な商品の確保に努めていきます。



イトーヨーカドーではBSE検査合格品のみを販売しています

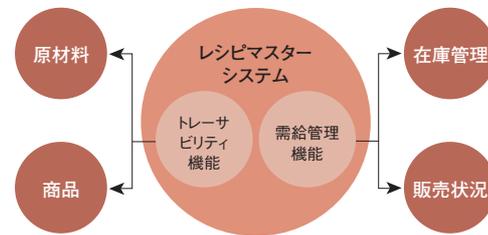
セブン-イレブン

全ての原材料・包装容器の流通履歴を管理する『レシピマスターシステム』を構築しています。

お弁当やおにぎり、お惣菜などを製造しているセブン-イレブンの専用工場では、全ての原材料について仕入れ・使用履歴を一元管理する『レシピマスターシステム』を2004年4月から運用しています。

このシステムは、これら商品の原材料が、どの工場、どの商品に、どれくらい使用されているかを正確に把握するものです。万が一原材料に問題があることがわかった場合、その原材料が使われている商品を迅速に選別し、店頭から撤去することを可能にしています。

■ レシピマスターシステム



イトーヨーカドー

商品の生産地や生産方法をお客様にお知らせする『顔が見える食品。』シリーズを販売しています。

イトーヨーカドーは、商品の生産地や生産方法、流通経路をお客様にお知らせする『顔が見える食品。』シリーズ(野菜・果物・肉・魚・卵)を2002年から販売しています。この商品のパッケージにはID番号を記載しており、専用WEBサイトにこれを入力することで詳細な産地情報を確認していただけます。また、ヨークベニマルでも同様の仕組みを使った『産地が見える商品』シリーズ(野菜・果物・肉・魚・米)を2004年5月から全店舗に展開しています。

このほか、イトーヨーカドー、ヨークベニマルでは店舗近隣で農業を営む生産者の方々(法人・グループ含む)と契約を交わし、地元産の新鮮な野菜や果物、フラワーを仕入・販売しています。



『顔が見えるお肉。』売場



『顔が見える食品。』の専用WEBサイト

遺伝子組み換え食品について

使用履歴の確認が難しい商品を除き、遺伝子組み換え食品は取り扱っていません。

遺伝子組み換えの食品は、厚生労働省がその安全性を認めています。また不確定な要素が残されています。こうした状況にあって、セブン-イレブン、イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店、ヨークベニマルでは、遺伝子組み換えがされているかどうかを確認することができない食用油などを除き、基本的に遺伝子組み換えの食品を販売していません。

また、デニーズでは、遺伝子組み換え作物が流通している輸入果実（パパイヤ、マンゴ）について、流通段階で遺伝子組み換え作物が混入しないよう、隔離栽培・分別収穫・分別梱包・ID管理を徹底しています。

今後も、各事業会社における遺伝子組み換え食品の販売は控えていく方針です。

鮮度管理／衛生管理について

売場・バックルームの清掃・温度管理を徹底し、商品は鮮度が落ちないうちに撤去しています。

O-157やノロウイルスなどを原因とした食中毒事件が発生するなか、食品の鮮度管理や売場の衛生管理の徹底が求められています。

そこで、各事業会社では、お弁当やお惣菜などの自社ブランド商品を製造している仕入先に対して、各工場の衛生管理の徹底を要請したうえで、定期的に視察をしています。また、生鮮食品売場では、バックルームでの手洗いや売場の清掃、陳列ケースの温度管理などに関するマニュアルを作成し、各店舗の担当者が毎日売場を巡回して遵守状況をチェックしています。

このほか、賞味期限の迫った商品をお客様に販売しないよう、各社ごとに商品の「販売期限」を設定し、乳製品は数日前、お弁当やお惣菜は数時間前に売場から撤去しています。

こうした取り組みを通じて、今後も鮮度・品質の高い安心な商品を提供していきます。

Close Up

ISO9001を取得し、店舗における食品衛生管理および従業員教育を強化しています。



デニーズは、全店舗の店長が調理師免許を取得した上で「食品衛生責任者」となり、店舗の運営や従業員の業務管理、衛生管理などに関する従業員教育にあたっています。

この教育にあたっては、ハンドブックを作成・配布しているほか、バックルームにポスターを掲示し、手洗いや身だしなみの基本的なルールや清掃用具の正しい使い方などを指導しています。また、本部の品質管理室では、全店舗の衛生管理状況を月1回検査するなど、衛生状態の維持管理に努めています。

この衛生管理システムについて、デニーズの品質管理室は2006年4月28日にISO9001認証(JQA-QMA12775)を取得しています。

■デニーズの衛生管理システム



商品の適正表示について

誤認につながる表示をなくすために、仕入時と販売時に表示内容を点検しています。

お客様にとって商品ラベルなどの表示は、購買の可否や購買後の取り扱い方を判断するための重要情報です。したがって「JAS法※1」「景品表示法※2」といった関連法規を遵守しながら、価格・原材料・製法・産地・販売期間などを正確にわかりやすく表示する必要があります。

セブン-イレブン、イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店、ヨークベニマルでは、それぞれが取り扱っている商品の特徴を踏まえて、独自の表示ガイドラインを設けています。また、仕入時と販売時の計2回、商品表示をチェックし、常に正確な商品情報を発信するよう努めています。

こうした取り組みの結果、2005年度における農林水産省および公正取引委員会からの注意・警告などはありませんでした。

※1 JAS法

正式名称は「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」。JAS規格（日本農林規格）と食品表示（品質表示基準）について定めています。

※2 景品表示法

正式名称は「不当景品類及び不当表示防止法」。広告表示や景品付販売のルールを定めたもので、2003年には、新たに「表示の裏付けとなる合理的な根拠」を求める不実証広告規制が盛り込まれました。

セブン-イレブン

商品ラベルだけでなく、POPやチラシでも誤認させる表示、不明確な表示を禁止しています。

2002年に『セブン-イレブン表示ガイドライン』を策定し、全ての商品ラベル、POP・チラシなど全ての販促ツールについて、お客様に優良誤認※させる表示、明確な定義・根拠のない表現を禁止しています。

このガイドラインの内容については、仕入担当者が集まるMD会議、お取引先と共同で開催している商品開発会議などで定期的に説明し、周知徹底を図るとともに、その遵守状況について担当部署がチェックしています。

※優良誤認

「実際よりも著しく優良である」との誤認、あるいは「競争業者に関わるものよりも著しく優良である」との誤認。

イトーヨーカドー

売場の社員やお取引先を対象に、表示に関する教育研修を実施しています。

商品表示のチェックは、本部の仕入担当者や店舗の売場責任者だけがしていればよいというものではありません。そこでイトーヨーカドーでは、パートタイマーを含む売場の全従業員を対象に商品表示の問題点を発見し、改善していくための自主的な研修会を随時実施しています。

また、2004年度からは仕入先を対象とした研修も開始しました。2年目となる2005年度は、 Dairy食品（牛乳・卵・ヨーグルトなどの日配品）の主要仕入先40社、鮮魚の主要仕入先25社に対して商品表示に関する法律的な規制や注意点などを説明しました。今後は、食品だけでなく、衣料品や住居関連品の仕入先に対しても同様の研修を実施する予定です。

Deny's デニーズ

メニューブックにカロリー・栄養成分を表示し、その数値の正確性についても調理実測しています。

品目ごとのカロリーや栄養成分を知りたいというお客様の声にお応えして、デニーズは1988年3月から全てのメニューについてエネルギー（カロリー）表示を開始。その後も、1996年3月から食塩相当量（塩分）の表示を、2004年3月から脂質量や食物繊維量の表示を開始しました。

また、2005年7月には成分表をもとに算出したカロリー値（理論値）が正確であるかを再検証するために、エビフライなど30品目を対象とした調理実測を行いました。その結果、理論値との誤差があったメニューに関しては、即時、メニューブックの記載内容を訂正しました。



メニューブックの栄養表示

製品事故の防止について

関連法令・業界基準よりも厳しい基準を設け、製品の安全性・信頼性確保に努めています。

セブン&アイHLDGS.の各事業会社では、食品以外にも、衣料品や住居関連品、化粧品、玩具など、さまざまな商品を販売しています。これらの商品においては、「消費生活用製品安全法」「製造責任(PL)法」「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」などの法令のほか、素材・加工方法などに関する業界基準が設けられています。

セブン-イレブン、イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店、ヨークベニマル、デニーズは、商品の仕入段階でお取引先から品質確認書や各種検査証(素材・検針・強度など)を提出していただき、法令や業界基準が守られているかをチェック。さらに、イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店では、独自の品質基準を設けて、国内外問わず、全ての商品に適用しています。

イトーヨーカドー

明確な法令・業界基準がない住居関連品についても、独自の品質基準を設けています。

イトーヨーカドーが取り扱っている住居関連品には、素材・外観・機能・表示についての明確な業界基準がない商品もあるため、独自の品質基準を定めて、仕入先への周知徹底を図っています。

2005年度には新たにカーテンや保冷バッグ・アイスボックスの基準を策定し、2006年度も食器洗浄機に対応する漆器の認定基準を策定する計画です。

これらの基準には、商品の素材・外観・機能・表示などに関する基本的な管理事項を明記し、新規商品の導入時には100%の商品検査を実施しています。



イトーヨーカドーは衣料・住居関連品売場に関する独自の品質基準を設けています

ミレニアムリテイリング

安全性や利便性だけでなく、デザイン・縫製についても独自の品質基準を設けています。

そごう、西武百貨店は、機能性・デザイン性を重視するお客様のご要望に応えるために、1972年3月、衣料品の独自基準を作成。以来、法改正に合わせて改訂を重ねながら、これを運用しています。

この基準では、商品を提供するために、スーツ、ワイシャツ、セーターなどの商品別に、素材・縫製・裁断・デザインの規格と販売可否の判断基準を定めています。



そごう、西武百貨店では衣料品に関する独自の品質基準を設けています

デニーズ

レジマわりで販売している玩具・喫煙具についても仕入時に安全確認を行っています。

デニーズでは、店舗レジマわりで販売している玩具・雑貨・喫煙具(ライター)についても、仕入段階で安全性を確認し、全ての商品について「生産物賠償責任(PL)保険※」を取得しています。

また原則として、玩具・雑貨については(社)日本玩具協会もしくは(財)日本文化用品安全試験所の検査に、喫煙具については(財)日本喫煙具協会もしくは(財)製品安全協会の検査に合格していることを仕入条件としています(一部PL保険のみの商品もあります)。



デニーズの店内で販売している玩具・雑貨

※生産物賠償責任(PL)保険

製造・販売した商品・サービス(生産物)の欠陥によって事故が発生し、消費者など第三者に身体的・財物損害を与えた場合に、その賠償金などを補填する保険。

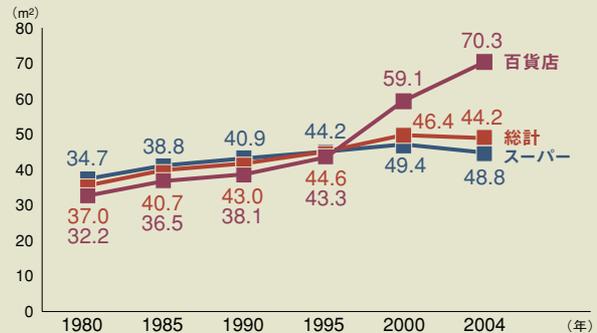


店舗の安全と安心

毎日、たくさんの人々で賑わう商業施設では、地震や火災などの災害対策はもちろんのこと、店内における防犯対策や設備・什器による事故防止対策が欠かせません。グループ全体で一日平均1,370万人のお客様をお迎えしているセブン&アイHLDGS.の事業会社では、日常的な売場巡回・点検をはじめ、防犯・防災設備の設置、什器・設備の改善などを通じて、お客様に安心してご利用いただける安全な店舗づくりに取り組んでいます。

大型商業施設における従業員一人当たりの売場面積

▶経済産業省「商業販売統計年報」から算出



ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況
店舗における防犯対策	売場担当者による店内巡回、警備員の配置、防犯カメラの設置など、各店舗の規模・営業形態に合わせた防犯対策を講じています。
店内事故の防止	開発・選定段階から什器・設備の安全確認を徹底し、売場設置後も定期的な点検・メンテナンスを実施しています。
アスベスト問題	イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店、ヨークベニマルの一部店舗でアスベスト含有が確認されたため、2006年4月までに必要な工事を全て終わりました。
受動喫煙の防止	「健康増進法」の施行を受けて、各店舗の禁煙化を推進。店内に喫煙所を設置する場合にも空間分煙を徹底しています。

店舗における防犯対策について

各店舗の営業形態・施設規模に合わせて防犯・警備体制を整えています。

近年、各種の商業施設では、置き引きやスリ、万引きだけでなく、暴力行為をともなう悪質な犯罪が起きています。こうした犯罪を防止し、お客様に安全かつ安心して店舗をご利用いただけるよう、各事業会社では、それぞれの事業内容や施設規模に合わせた防犯対策を講じています。

セブン-イレブンでは、コンビニエンスストア業界全体で取り組んでいる「セーフティステーション活動」を通じて地元警察との協力体制を整えるとともに、深夜には2人以上の従業員を配置すること、レジには多額の現金を置かないこと、店舗には防犯ビデオ・非常ベルを設置す

ることなどを徹底しています。

イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店、ヨークベニマルは、売場にいる接客担当者が定期的に店内を巡回するとともに、夜間閉店時もセキュリティシステムを稼働させて店内を警備しています。これに加え、イトーヨーカドーでは、警備会社と契約し、各店舗に専門的な訓練を受けた警備員を配置しています。

デニーズでは、店舗に複数の防犯カメラを設置するとともに、周辺環境や営業時間帯などを考慮して、一部の店舗に警備員を配置しています。一方、近年増加しつつある、いわゆる「車上荒らし」に対しても所轄警察署と定期的に情報を交換しながら、夜間に死角ができないよう看板の設置位置を変える、照明の数・角度を調整するなどの改善をしています。また、駐車場にはポスターや看板を掲出し、お客様の注意を喚起しています。

店内事故の防止について

開発・選定段階はもちろん、売場設置後も
什器・設備の安全確保に努めています。

セブン&アイHLDGS.の各事業会社では、お客様の安全に配慮し、什器・設備の安全確認を開発・選定段階から徹底しています。

とくに、出入口の自動ドアについては、定期的な保守・メンテナンスを実施し、誤作動による事故などを防止。さらに、イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店の各店舗では、エスカレーターの安全運行のために定期的な設備点検に加えて、テナントを含む全売場の従業員を対象とした研修を実施。日常的な点検項目や注意点、緊急停止方法などについて確認しています。

そのほか、イトーヨーカドーでは、お客様がつまずいたり、転倒されたりしたさいに什器にふれて大けがをしないよう、陳列用フックの上に安全カバーを取り付ける、陳列棚やテーブルの角をなくすなど、什器・設備の改良に取り組んでいます。

また、2006年4月からはグループ間の情報交換を目的とした『渉外業務情報交換会』を開始。各社が取り組んでいる事故防止策や実際に起きた店内事故および改善策について話し合うことで、グループ全体のマネジメント強化をめざしています。



陳列用フックに取り付けた安全カバー

アスベスト問題について

一部店舗でアスベスト含有が確認されましたが、
2006年4月末までに必要な工事を全て終わりました。

セブン&アイHLDGS.は、2005年度中に各事業会社の店舗施設で使用されている吹付材のアスベスト含有調査を行い、その結果、イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店、ヨークベニマルの一部店舗で含有が確認されました(セブン-イレブン、デニーズはありませんでした)。

これらの店舗については、当該エリアを閉鎖するなど、お客様への安全には万全を期しながら、必要箇所については2006年4月末までに全ての工事を終了しました。

受動喫煙の防止について

喫煙される方、されない方の双方に配慮し
店内の禁煙・分煙化を進めています。

2003年5月1日に施行された「健康増進法」において、数多くの方が利用する商業施設やレストランは受動喫煙(室内またはこれに準ずる環境において、他人のタバコの煙を吸わされること)の防止に必要な措置を講じることが義務づけられました。

イトーヨーカドーでは、店内の喫煙所を原則1カ所にまとめ、喫煙所の設置場所もお子様連れのご家族が長時間利用される場所などは極力避けています。

そごう、西武百貨店のレストランフロアでは、一部分煙をしているレストランにおいても、繁忙時には全席禁煙とするなどの工夫をしています。

ヨークベニマルは店内を禁煙として、店舗の出入口に灰皿を設置しています。

デニーズでは1995年からガラスパーテーションによる分煙を開始し、2003年2月には全店舗の喫煙席に空気清浄機を導入しています。

セブン-イレブンは規制の対象ではありませんが、店内は禁煙とし、店舗入口の灰皿は地域の行政の方針に従うよう各店舗に通達しています。

今後も、各事業会社で出店地域における自治体の方針・ルール、店舗規模などを考慮しながら、お客様に配慮した施策を講じていきたいと考えています。



そごう横浜店レストランフロアの喫煙ルーム



禁煙席と喫煙席を隔てる
デニーズのガラスパーテーション

多様なお客様への配慮

内閣府が公表した「平成18年度版高齢白書」によれば、65歳以上の高齢者人口の総人口に占める割合（高齢化率）は、2050年には35.7%に達すると見込まれています。こうしたなか、セブン&アイHLDGS.では、高齢のお客様向け商品の開発を進めているほか、訪問販売や宅配などのサービスをスタート。また、お身体の不自由なお客様やお子様連れのお客様にも配慮したサービスや売場づくりを各店舗で進めています。

高齢化の推移と将来推計人口

総務省、国立社会保障・人口問題研究所
2000年までは総務省「国勢調査」、2005年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成14年1月推計）」



ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況 ※ロゴマークのある項目は、各事業会社の特筆すべき取り組み
高齢のお客様への配慮	<p>「品揃えの充実」「接客技術の向上」をテーマに商品・サービスの充実を図っています。</p> <ul style="list-style-type: none"> 2000年9月からお食事宅配サービス『セブン・ミールサービス』を開始 2004年3月から老人介護施設への訪問販売『ふれあいショッピング』を開始 接客担当者を中心に「ハートフルアドバイザー」の資格取得を推進
お子様連れのお客様への配慮	<p>イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店の店内に、おむつ交換シートや授乳室などを備えた休憩室を設置しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> 保健師や助産師に無料で育児相談ができる『マタニティ・育児相談室』を設置 栄養バランスを考えた乳幼児用の離乳食レストラン『モグモグきっちゃん』を開設 店内でのご注文応対やお子様のお世話などを専任する『サービスレディ』を全店舗に配置
障害のあるお客様への配慮	<p>全ての店舗で補助犬をお連れのお客様やお身体の不自由な方に対応できる体制を整えています。</p> <ul style="list-style-type: none"> 手話技能を修得した約750名が「手話バッジ」を胸元に付けて接客 西武池袋本店では車椅子の方や目の不自由な方に配慮した設備・サービスを充実 盲学校の方々の協力を得て作成した「点字メニュー」を全店舗に配置
店舗のユニバーサルデザイン	<p>高齢の方や障害のある方にとっての利便性確保を義務づけた「ハートビル法」に対応しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> 2000年11月から「ユニバーサルデザイン」の視点を取り入れた施設・設備を導入

セブン・イレブン イトーヨーカドー ミレニアムリテイリング デニーズ

高齢のお客様への配慮について

品揃え、接客サービスの両面から
高齢のお客様のご要望にお応えしています。

セブン&アイHLDGS.では、「品揃えの充実」「接客技術の向上」という2つの観点から、高齢のお客様のご要望にお応えしていくことを方針としています。

「品揃えの充実」については、イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店に、高齢者向けの専門売場を設置。介護

用品をはじめ、加齢による身体的な衰えをサポートする生活用品、健康用品などを幅広く取り揃えています。また、仕入先メーカーの協力を得て、色・柄・形などのデザイン面にお客様のニーズを取り入れたオリジナル商品の開発にも積極的に取り組んでいます。

「接客技術の向上」については、売場において必要となる介助や商品説明を中心に教育研修を行っているほか、イトーヨーカドーでは福祉用具専門相談員の有資格者を育成し、各店舗に配置しています。

セブン-イレブン

ご自宅までお食事をお届けする『セブン・ミールサービス』を提供しています。

高齢社会の進展とともに、お買い物やお食事の準備に不便を感じているお客様や健康管理に気をつけているというお客様が増えています。そこでセブン-イレブンは、2000年9月からお食事宅配サービス『セブン・ミールサービス』を開始しました。

このサービスは、カタログからお好きなメニューを選んでいただき、電話・ファックス・インターネットのいずれかでお申し込みいただくだけで、翌日、ご自宅まで配送（店舗でのお受け取りも可能）するというものです。メニューは全て管理栄養士の指導によって、塩分やカロリーをコントロールし、店舗で販売しているお弁当と同様、保存料・合成着色料は一切使用していません。

2006年7月現在、このサービスを利用いただける地域は1都1道16県まで広がっており、2006年10月からは全国エリアに拡大する計画です。



「セブン・ミールサービス」のカタログ

イトーヨーカドー

老人介護施設への訪問販売『ふれあいショッピング』を実施しています。

老人介護施設などに入居されている要介護者・要支援者の方々にお買い物をする機会を提供する『ふれあいショッピング』を2004年3月から開始しました。これは、各店舗で取り扱っている商品（肉や魚などの生鮮食品、酒・タバコは除く）を老人介護施設の食堂やホールなどを利用して訪問販売するというサービスで、ご入居者や施設スタッフの方々からも好評をいただいています。その結果、『ふれあいショッピング』の実施回数（1,264回／前年度比201%）、訪問施設数（延べ361施設／前年度比178%）ともに増加しました。

また、2005年度からは、施設からの要請を受けて、ご入居者の住環境の向上に役立つカーテン・家具・備品などの販売も開始しました。

今後とも、介護施設の入居者の皆様やご家族、スタッフの方々との対話を重ねながら、品揃えの拡充やサービスの改善に努めていきます。



老人介護施設への訪問販売『ふれあいショッピング』

Close Up

お客様のご自宅を訪問してご注文をうかがう「ご用聞き」サービスをグループ全体に広がっています。

セブン&アイHLDGS.

セブン&アイHLDGS.では、「買い物をしたいけど外出できない」「重い荷物を持ち運べない」というお客様のために、各店舗の従業員が周辺地域の家々を訪問してご注文をうかがう「ご用聞き」を展開しています。

このサービスは、もともとは一部の店舗で自主的に始めたものですが、高齢の方や妊娠中のお母さん、お身体の不自由な方などに好評であることから、現在はセブン-イレブンの約6,000店舗で実施しているほか、イ

トーヨーカドー、ヨークベニマル、デニーズをはじめとするグループ各社でも同様のサービスを開始しています。

今後は、この「ご用聞き」を通じてうかがったお客様のご意見・ご要望を品揃えの充実やサービスの強化につなげていきたいと考えています。



お子様連れのお客様への配慮について

お買い物をゆっくり楽しんでいただくために
おむつ交換台や授乳室などを設置しています。

ゆっくりと時間をかけてお買い物されるお客様が多いイトーヨーカドー、そごう、西武百貨店では、乳幼児をお連れのお客様も安全かつ快適に買い物を楽しんでいただける工夫をしています。

イトーヨーカドーでは、2006年8月現在、172店舗に『赤ちゃん休憩室』を設置。おむつ交換シートや調乳用温水浄水器、授乳室、乳幼児用の身長計・体重計をご用意しています。2005年度に開店した店舗では休憩室の面積を拡大し、授乳やおむつ交換を待っているご家族にもくつろいでいただくためのベンチを備えた絵本コーナーを設けています。また、緊急時に備えて防犯ブザーを全休憩室に常備し、新店舗・改装店舗には防犯インターフォンも設置しています。さらに、全店舗で社員・警備員が定期的に休憩室を巡回確認し、安全・衛生管理に努めています。

そごう、西武百貨店でも、1960年代から各店舗に『ベビー休憩室』を設置しています。このベビー休憩室は、2006年8月現在、西武百貨店有楽町店以外の全店舗（そごう12店舗、西武百貨店15店舗）に置いており、今後もお客様のご意見やご要望をもとにベッド数や各種設備、スペースの活用方法などについて改善していきたいと考えています。

■イトーヨーカドーの主な設備

おむつ交換用シート／調乳用温水浄水器／身長計・体重計／授乳室／お子様用トイレ（22店舗）



ベンチでくつろげる「絵本コーナー」



使いやすい「おむつ交換用シート」



いつでも気軽にお子様の成長を確認できる「身長計・体重計」



ベビーカーゴと入れるゆったりサイズの「お子様用トイレ」

■そごう、西武百貨店の主な設備

おむつ交換シート／調乳用温水浄水器／身長計・体重計／授乳室／モグモグきっちん（そごう心齋橋本店・そごう千葉店）・託児室（そごう横浜店・西武百貨店池袋本店）／ベビースナック（そごう横浜店）



ベビー休憩室

Close Up

お客様にゆっくりとくつろいでいただけるよう
「サービスレディ」を全店舗に配置しています。

 デニーズ

デニーズでは、2006年4月から土日の昼・夕の繁忙時間帯（店舗によって異なります）にフロアでの接客を行う「サービスレディ」を全店舗に配置しています。このサービスレディは、店内全体に目配りし、お客様にゆっくりとお食事をしていただけるように、お子様のお世話など、さまざまなご要望にお応えしています。

今後はサービス強化に向けて、男女問わずサービ

スレディを増員し、さまざまなお客様のご要望にお応えできるサービス体制を整えていきたいと考えています。



土日の繁忙時間帯はデニーズ全店舗にサービスレディを配置しています

イトーヨーカドー

保健師や助産師に子育ての相談ができる『マタニティ・育児相談室』を開設しています。

イトーヨーカドーでは、133店舗（2006年8月現在）で、子育てについて保健師や助産師に相談できる『マタニティ・育児相談室』を赤ちゃん休憩室に併設。それぞれの相談室では、毎月2～9回、無料でお客様からの相談に応じています。

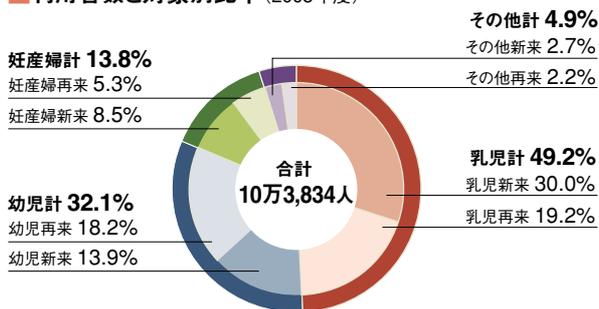
また、各相談員は定期的に地域の行政機関を訪問し、マタニティ・育児相談室の活動を紹介しているほか、地域の方々が受けられる母子保健サービスについても情報を収集し、必要に応じて相談にいらしたお客様のご案内しています。

2005年度は、子どもの健康を守る上で重要な「乳幼児の事故予防」や、赤ちゃんとのふれあいを促す「タッチケア・ふれあい体操」などをテーマとしたイベントを開催。子育て中のお母さん、お父さんから大きな反響をいただきました。

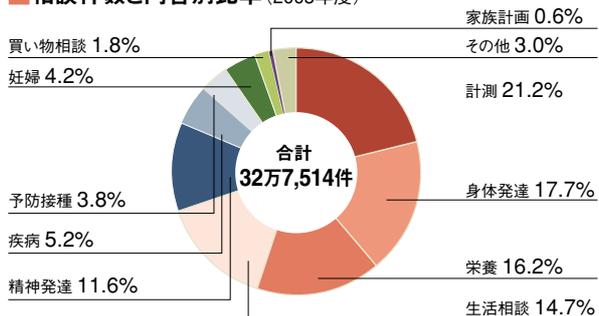


子育ての無料相談ができる『マタニティ・育児相談室』

■利用者数と対象別比率（2005年度）



■相談件数と内容別比率（2005年度）



乳幼児をお連れのお客様のために、ベビーカートや遊戯スペースを設置しています。

イトーヨーカドーでは、乳幼児をお連れのお客様のために、買い物かごを乗せることができるベビーカートや、人気キャラクターがデザインされたお買い物カートを設置しています。

これらのカートは、お子様をシートに座らせてゆっくりと店内をお買い物していただくためのもので、お客様からも好評をいただいています。

また、子供服や玩具の売場と同じフロアには無料で遊べる『ちびっこ広場』を設置しています。お子様の安全に配慮して、広場に置いている遊具にはぶつかっても痛くないソフトな素材を使い、広場の周囲もやわらかい素材でできたベンチで囲っています。

■設置店舗数（2006年8月31日現在）

- ちびっこ広場：164店舗
- ベビーカート：166店舗（12,664台）
- 人気キャラクター付き買い物カート：86店舗（5,686台）



お子様の安全に配慮した遊びのスペース『ちびっこ広場』

ミレニアムリテイリング

栄養バランスを考えた離乳食のレストラン『モグモグきっちん』を開設しています。

そごう心斎橋本店とそごう千葉店では、ベビールームと同じフロアに離乳食レストラン『モグモグきっちん』を設置しています。

このレストランでは、乳幼児の成長や栄養バランスを考慮した16種類の離乳食を提供しています。また、妊娠中のお母さんのためのノンカフェインドリンクのほか、ご家族向けのドリンクなどもご用意しています。



乳幼児用の離乳食レストラン『モグモグきっちん』

障害のあるお客様への配慮について

補助犬をお連れの方やお身体の不自由な方にもご利用いただける体制を整えています。

2002年10月、「身体障害者補助犬法」が施行されました。これは補助犬(盲導犬・介助犬・聴導犬)の育成や補助犬を必要とされる方々が円滑に利用できる施設をつくり、お身体の不自由な方々を支援することを目的としたものです。セブン&アイHLDGS.の各事業会社では、全店舗で補助犬をお連れのお客様にもご利用いただける体制を整備しています。

また、衣料品や靴など、接客販売を必要とする商品を数多く取り扱っているイトーヨーカドー、そごう、西武百貨店では、新店開店時の社員研修などに合わせて各店舗のスタッフが簡単な手話や介助について学び、障害のあるお客様へのスムーズな接客に努めています。

このほか、各店舗では車椅子のお客様にもご利用いただけるように店舗設計にユニバーサルデザインの視点を取り入れています。

イトーヨーカドー

手話技能を習得した約750名の社員が、お客様のお買い物をお手伝いしています。

イトーヨーカドーは新入社員の合宿研修時や新店開店前教育時に基本的な手話の習得を取り入れるなど、社員の手話習得を積極的に行っています。

2005年度は、新しくオープンした四街道店、蘇我店、三郷店、札幌店、川口店において、新店舗の社員と近隣既存店舗の社員を対象に手話講習会(初級技能レベル)を実施。修了者121名に初級バッジを交付しました。この手話バッジは、手話講習会の修了者のほか社外通信教育「手話技能修得コース」を修了した社員にも交付しており、現在、売場では約750名の社員が手話バッジを胸元に取り付けています。



手話バッジ

ミレニアムリテイリング

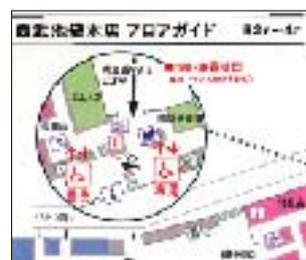
そごう、西武百貨店の各店で障害のあるお客様のための設備・サービスの充実に取り組んでいます。

そごう、西武百貨店では、お身体の不自由なお客様にも安心して、快適にお買い物していただけるよう、車椅子や目の不自由な方に配慮した設備・サービスを整えています。また、西武百貨店池袋本店では、ご利用いただける設備・サービスについてまとめた小冊子『ご利用施設のご案内』を店舗入口で配布しています。



■主な設備・サービス

手話ができる販売員の配置/アテンドサービス(ショッピングのお手伝い)/車椅子の貸し出し/車椅子用化粧室/車椅子用公衆電話/車椅子用パーキング/車椅子のパンク修理/車椅子専用エレベーター



西武百貨店池袋本店で配布している「ご利用施設のご案内」

デニーズ

盲学校の方々の協力のもと「点字メニュー」を作成し、店舗に配布しています。

デニーズは、目の不自由なお客様にも食事を選ぶ楽しみを味わっていただくために、1995年2月から店舗に「点字メニュー」を置いています。

この点字メニューは、盲学校の方々や点字の普及に取り組んでいるボランティア団体の協力を得て独自に作成したもので、点字の高さをJIS(日本工業規格)で定められた0.3mmを上回る0.4mmとしています。

現在、点字で表示しているのはメニュー名と価格のみですが、各メニューの詳しい内容については、店舗スタッフがお客様に直接ご案内しています。



デニーズの「点字メニュー」

店舗のユニバーサルデザインについて

「ハートビル法」への対応はもちろんのことユニバーサルデザインの視点も取り入れています。

2003年4月1日に「改正ハートビル法」（正式名称は「高齢者、身体障害者などが円滑に利用できる特定建築物の建築の促進に関する法律」）が施行されました。これによって、病院やショッピングセンターなど不特定多数の方が利用する建築物は、高齢者や障害のある方にとっての利便性を確保することが義務づけられました。

対象となるイトーヨーカドー、そごう、西武百貨店、ヨークベニマル、デニーズでは、この法律が施行される以前から店舗のバリアフリー化に取り組んでおり、各店には車椅子に対応した出入口のスロープや駐車スペース、点字案内板などを設置しています。

また、法令の対象外であるセブン-イレブンにおいても、車椅子のお客様やお子様を抱いたお客様でも入店しやすいよう、新店を中心に自動ドアを順次導入しているほか、通路やお客様用トイレへの拡大など店舗のバリアフリー化に取り組んでいます。

そのほか、イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店では、障害の有無、年齢、性別、体格、国籍、人種に関係なく、誰もが快適に利用できることをめざす「ユニバーサルデザイン」の視点を店舗設計に取り入れています。

今後は、各事業会社で取り組んでいる店舗設計のユニバーサルデザイン化について情報を共有することで、より安全で安心な店舗づくりを進めていきます。

イトーヨーカドー

2000年11月から「ユニバーサルデザイン」の店舗設計を実施しています。

2000年11月にオープンした木場店（東京都江東区）以降の新店舗では、施設・設備から什器に至るまで、従来のバリアフリーを一歩進めた「ユニバーサルデザイン」の視点を取り入れています。

また、2005年度にオープンした新店舗では、多目的トイレの中にオストメイト（人口肛門・人口膀胱保有者）対応器具を設置。パウチ（排泄物を受け止める袋）を処理・洗浄する汚物流しや汚れた衣服や腹部を洗えるハンドシャワーなどを設置しています。

今後は、こうした設備を新規オープンの店舗だけでなく、既存店舗の改装時にもできる限り取り入れていきたいと考えています。



車椅子対応の自動販売機



ユニバーサルデザインの視点で設計された多目的トイレ

Close Up

高齢のお客様や障害のあるお客様をサポートする「ハートフルアドバイザー」の資格取得を推進しています。

 ミレニアムリテイリング

そごう、西武百貨店では、接客担当者を中心に（財）総合健康推進財団が認定する「ハートフルアドバイザー」の資格取得を推進しています。この資格取得を通じて、高齢者や障害者の介助・コミュニケーションに必要な知識・技能を身につけることで、店内のスムーズな誘導や試着のお手伝いなどのサービスに役立てています。

2006年8月現在、587名の社員が資格を取得しており、今後も年間約300名のハートフルアドバイザーを育成していく計画です。



高齢のお客様や障害のあるお客様をご案内するハートフルアドバイザー

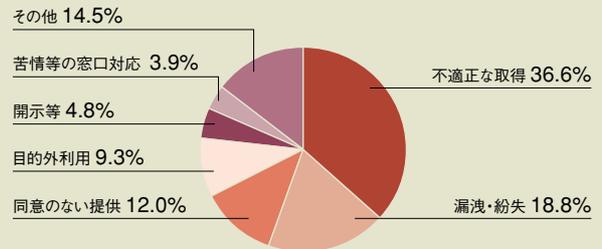


情報の安全と安心

インターネットなどのオープンな電子ネットワークを介した情報通信・管理が定着する一方、ネットワーク上に蓄積されている情報の漏洩事件が多発しています。こうしたなか2005年4月には「個人情報保護法（個人情報の保護に関する法律）」が全面的に施行され、企業に対して個人情報の適正な取得や安全管理の徹底などが義務づけられました。セブン&アイHLDGS.の各事業会社では、個人情報の取り扱いに関する基本的な方針・指針を定めるとともに、本社および各店舗に情報管理責任者を配置し、情報管理体制の強化と社員教育に努めています。

地方公共団体や国民生活センターに寄せられた個人情報に関する苦情・相談内容の内訳

▶内閣府「平成17年度 個人情報の保護に関する法律施行状況の概要」



ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況 ※ロゴマークのある項目は、各事業会社の特筆すべき取り組み
お客様の個人情報の保護	<p>お客様からお預かりする個人情報の取り扱いと管理方法をまとめたマニュアルを作成し、パートタイマー、アルバイトを含む全従業員への教育を行っています。</p> <p> 情報の取り扱いに関する『7つの禁則事項』を定めて漏洩・紛失を防止</p>

 ミレニアムリテイリング

お客様の個人情報の保護について

個人情報に関する管理体制・ルールを整え、情報の漏洩・悪用防止に努めています。

商業施設やレストランなど、お客様の生活に広く関わる事業を展開しているセブン&アイHLDGS.は、さまざまな機会にお客様の個人情報をお預かりしています。

これらの情報を適切に管理し、不正なアクセスや情報漏洩を防ぐ体制を整えるために、各事業会社では2005年4月までに本社および各店舗で取り扱っている個人情報とその管理状況を確認。その結果を踏まえて情報管理マニュアルを作成し、パートタイマー、アルバイトを含む全従業員への研修を実施しました。また、各事業会社の情報管理体制やセキュリティ対策については、セブン&アイHLDGS.のシステム企画部や監査室などの関連部署が定期的にチェックし、問題がある場合には各事業会社に対して個別指導を行っています。

今後も、各社の情報管理体制・管理方法・教育内容についてグループ全体で共有しながら、個人情報の安全管理をより徹底していきます。

各事業会社が取り扱っているお客様の個人情報の例

セブン-イレブン

ギフト予約申込書／宅配申込書／公共料金払込票／自動車損害賠償責任保険の契約入金証／防犯ビデオで撮影した映像記録 など

イトーヨーカドー

商品配達やイージーオーダーなどを申し込まれたお客様の住所・電話番号／各種イベントへの参加記録／ギフト予約申込書 など

そごう、西武百貨店

クラブオン・ミレニアムの会員情報／クレジットカードのお買い上げ記録／ギフト伝票／オーダー・加工修理の注文伝票など

ヨークベニマル

宅配申込書／お取り置き品に関するご連絡／ギフト・年賀状印刷などの申込伝票 など

デニーズ

パーティなどのご予約申込書／宅配申込書／防犯ビデオで撮影した映像記録 など

※個人情報の取り扱い方針や主な利用目的などについては、各事業会社のWEBサイトに公開しています。



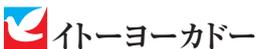
加盟店オーナー様向けのガイドブックを作成し、各店舗での適正な情報管理・処理を徹底しています。

セブン-イレブンは「個人情報保護法」の全面施行を受けて、法令の内容や対象となる個人情報、その管理方法などについてわかりやすくまとめたQ&A集を作成し、加盟店オーナー様に配布しました。

また、店舗では個人情報の紛失・盗難を防止するために、お預かりした伝票などの保管場所を一箇所にまとめること、施錠管理することを徹底しています。なお、受け渡しが終わった商品の注文書や保存期間を過ぎた公共料金振込票などについては、機密文書として本部が一括回収して、溶解処理しています。



加盟店向け情報誌『セブンファミリー』でも個人情報の取り扱いについて啓発



お取引先や業務委託先に対しても適正な個人情報の取り扱いを要請しています。

イトヨーカドーは、お客様からお預かりした個人情報の取り扱いについて、①安全管理（施錠保管／保管期間終了後の適正な廃棄／社外持ち出し禁止）、②目的外利用の禁止、③第三者提供の禁止というルールを定めて、パートタイマーを含む全従業員に周知徹底しています。

この3つのルールを各店舗において顧客台帳を取り扱っている化粧品販売などのお取引先にも遵守していただくために、個人情報の取り扱いに関する覚書を締結し、

各店舗の個人情報管理責任者が管理状況をチェックしています。さらに各業務委託先とも同様の覚書を締結し、個人情報の適正管理に努めています。



各店舗のバックルームに社内啓発ポスターを掲出



情報の取り扱いに関する『7つの禁則事項』を定めて漏洩・紛失防止に努めています。

そごう、西武百貨店では、「お客様の個人情報は、会社のもので売場のものでもなく、お客様の大切な資産」という考えのもと、個人情報の取り扱いに関する『7つの禁則事項』を独自に定めて、お客様個人を特定できる全ての情報（住所・氏名・防犯カメラの映像・クレジットカード番号・eメールアドレスなど）の適正な管理と漏洩・紛失防止に努めています。

これらの禁則事項については、売場の全スタッフが携帯する小冊子『販売基本ルール』の中に明記して日常的に指導・教育しているほか、入店時の研修でもオリジナルの教育用ビデオを上映し、日常的に起こりやすいトラブルについて注意を喚起しています。また、業務委託先社員を含む売場の全スタッフと「顧客情報の取り扱いに関する誓約書」を交わしています。

さらに、お客様のもとにうかがって注文を承るお客様担当者向けには、「携帯電話にお客様の電話番号や着信履歴が残らない」「手帳を使わずご注文内容や訪問先のリストが照会できる」セキュリティシステムを構築しています。

なお、万が一個人情報に関する事故（紛失、漏洩など）が起きた場合には、速やかに日本百貨店協会および経済産業省へ報告するとともに、紛失・漏洩した情報を特定できる場合には直接お客様に、不特定多数に注意喚起する必要がある場合には、マスコミを通じてお詫びと報告をし、二次被害の防止に努めています。

■7つの禁則事項

1. パソコンからのお客様へのeメール禁止
2. パソコンへの個人情報の保存禁止
3. 個人情報記載伝票の放置禁止
4. 個人情報の店外持ち出しの禁止
5. 店舗指定場所以外での個人情報保管の禁止
6. 販売促進課長を経由しないDM投函の禁止
7. 受渡台帳を使用しない個人情報授受の禁止



個人情報保護に関する社員啓発ポスター



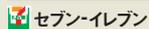
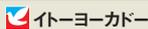
公正な取引の徹底

大規模小売業者の不当な取引を禁止する法律には、「独占禁止法」や親事業者が下請け事業者の利益を害することを防止する「下請法」、優越的地位の濫用行為を規制する「大規模小売業告示」などがあります。セブン&アイHLDGS.は、これらの法令違反や反社会的な行為がなされていないかをチェックする体制を整えたとともに、公正な取引を維持・徹底するための専門組織を発足し、社員教育を定期的実施しています。

独占禁止法違反の事業者数



ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況 ※ロゴマークのある項目は、各事業会社の特筆すべき取り組み
サプライチェーン全体でのCSR推進	現地社会の法令遵守をはじめ、人権の尊重、適正な雇用・職場環境の維持、環境保全などについて定めた『お取引先行動指針のガイドライン』の策定に取り組んでいます。
不当な返品・値引きの禁止	仕入条件についての事前合意を基本とし、商談内容は必ず記録して、お取引先の承認サインをいただくことを徹底。また商談記録を定期的にチェックすることで不正行為を防いでいます。  2004年に公正取引の推進組織『FT(フェアトレード)部会』を発足  1999年に公正取引の推進組織『FT(フェアトレード)委員会』を発足
不当な従業員派遣要請の禁止	派遣を要請する場合も、事前にお取引先と条件などを十分に協議し、必要に応じてお取引先の商品以外について陳列・販売をお願いする場合には規定の謝礼金を支払っています。

 セブン-イレブン  イトヨーカドー

サプライチェーン全体でのCSR推進について

法令遵守や人権尊重、環境保全などについて定めたお取引先向けのガイドラインを策定中です。

経済のグローバル化が進むなか、企業は自社の事業活動にともなう社会的責任(CSR)を果たすだけでなく、サプライチェーン全体を見渡して、お取引先にも環境保全や法令遵守、労働条件への配慮などを求めていく姿勢が問われています。

そこで、セブン&アイHLDGS.では、グループ自らが遵守すべき事柄をまとめた『セブン&アイHLDGS.企業行動指針』に加えて、『セブン&アイHLDGS.お取引先行動指針のガイドライン』の策定に取り組んでいます。

このガイドラインは、イトヨーカドーが数年前から策定を進めてきた指針を土台としたもので、現在は適用範囲や基準などを見直しながら、グループ全体に適用

できるように内容を検討しています。具体的には、適用される現地社会の法令や国際ルールへの遵守、児童労働や強制労働の禁止を含む「人権の尊重」「適正な雇用・職場環境の維持」「環境保全」「情報の管理」などについて定めたものになる予定です。

この指針を通じて、セブン&アイHLDGS.の考えをお取引先にもご理解・遵守していただくことで、お客様からの信頼を獲得していきたいと考えています。



海外仕入先との商談

不当な返品・値引きの禁止について

仕入先との「事前合意」を基本ルールとし、商談内容の記録・社内監査を徹底しています。

仕入先から買い取った商品について、仕入先に責任がないのに事前の合意なく返品する、商品を仕入れた後に正当な理由なく値引きを要求することは、法律で禁じられています。セブン&アイHLDGS.の各事業会社では、この法令を遵守するために、それぞれの業態に合わせた社内ルール・チェックの仕組みを設けています。

セブン-イレブンは、ほぼ全ての商品（雑誌などの委託商品は除く）について買取契約を結んでいるため、商品不良などが発生した場合を除いて、仕入先への返品は一切していません。また、仕入値についても事前に商談することを徹底し、仕入先の見積りがなければ商品や仕入値の登録ができないシステムをつくり、仕入担当者の不正行為を防止しています。

イトーヨーカドーとヨークベニマルでは、季節商品や催事用商品を数多く取り扱っているため、販売期間終了後に商品を返品するケースもあります。その場合にも、仕入先と事前に合意し、仕入先から「返品指示書」にサインをしてもらわなければ返品できない仕組みを構築し、不正な返品を防いでいます。また、仕入条件についても、必ず「商談メモ」に合意事項を記録し、仕入先のサインをいただくことをルールとしています。こうした日常的な取り組みに加えて、本部のFT委員会事務局が定期的に返品指示書や商談メモの内容を点検し、問題があれば迅速に対処しています。

そごう、西武百貨店は、『公正取引推進委員会』を設置し、公正取引に関する自主規制基準を作成するとともに、社内監査や社員教育を通じて、不当な返品・値引きを防いでいます。

公正取引に関する主な法令

独占禁止法

正式名称は「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」。企業の不当な取引制限および不公正な取引方法などを禁止しています。

下請法

正式名称は「下請代金支払遅延等防止法」。親事業者が、その優越的な地位を濫用し、下請事業者の利益を害することを防止することを目的に制定された法律です。

大規模小売業告示

2005年11月から施行された公正取引委員会による規制。「不当返品」「不当値引き」など大規模小売業者による優越的地位の濫用行為を禁じています。

不当な従業員派遣要請の禁止について

商品陳列などで派遣を要請する場合は、条件を十分協議し、必要経費も負担しています。

セブン-イレブン、イトーヨーカドー、ヨークベニマルでは、新店・改装店舗の開店準備や売場での販売業務について、仕入先の方に協力をお願いすることもあります。しかし、事前に作業内容や時間などの条件を十分に協議せず、一方的に従業員の派遣を要請することは法律で禁じられています。

セブン-イレブンでは、店舗の新設・改装計画を事前に帳合仕入先各社にお知らせし、合意を得た場合のみ、商品陳列など加盟店への支援・協力をいただいています。こうしたルールを徹底することで、創業から現在まで、過去32年間にわたり、法律違反および公正取引委員会から指導は1件もありません。

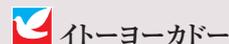
イトーヨーカドー、ヨークベニマルでは、新店の開店もしくは既存店舗を大改装したさいに、仕入先に従業員派遣をお願いすることがあります。基本的には仕入先自社の商品陳列・販売を目的としていますが、必要に応じて他社の商品についても陳列・販売を手伝っていただく場合もあります。その場合は、仕入先に対して派遣者1人当たりの謝礼金をお支払し、宿泊が必要な場合はホテルや旅館などを用意しています。

そごう、西武百貨店は、公正取引委員会が2005年11月に施行した「大規模小売業告示」に基づいて、売場の販売業務を委託しているお取引先に棚卸業務をお願いしています。棚卸を依頼するさいには、必ず事前に覚書を締結するとともに、販売に付帯する業務として売場の派遣社員の方のみに参加いただくことを徹底しています。

なお、デニーズでは、同法令に該当する仕入先の従業員派遣を要請することはありません。

Close Up

1999年に公正取引に関する専門組織を発足させ取引業務の社内監査と社員教育を徹底しています。

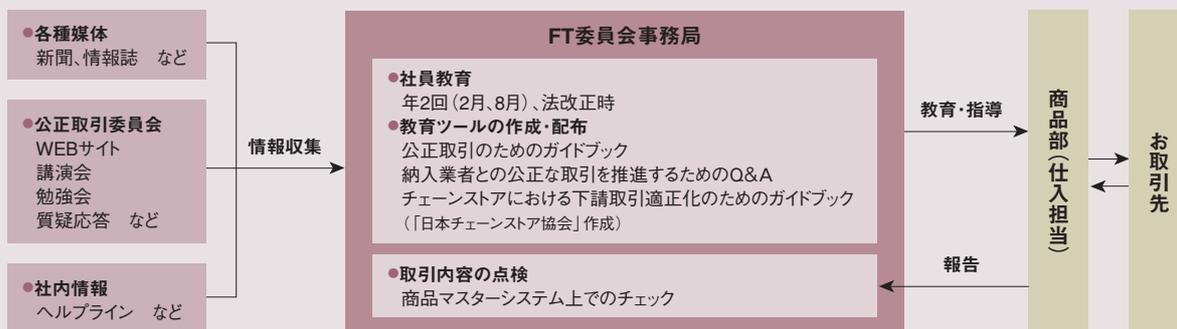


イトーヨーカドーは、2006年2月28日現在、6,077社のお取引先から商品を生入れています。こうした数多くのお取引先との公正な関係を維持するために、1999年、『FT(フェアトレード)委員会』『FT委員会事務局』を発足させました。

FT委員会事務局は、事前に話し合われた取引条件などが記録されている商談メモや発注書、返品指示書などを定期的にチェックして不正な行為が行われていないかを点検。問題が見つかった場合にはお取引先への適正な対応と担当者への指導を行っています。また、年2回、バイヤー(仕入担当者)やディストリビュータ(売場への商品提案・数量確定・配送責

任者)を対象とした社内研修を実施しています。

2005年度は、「大規模小売業告示」が施行されたことを受けて、その新しい法令・ルールの遵守をバイヤーやディストリビュータに指導しました。その結果、2005年度の法律違反、公正取引委員会からの指導※はありませんでした。



『FT(フェアトレード)部会』を設けて社員教育と取引業務の監視を徹底しています。



全国11,466店舗(2006年8月末現在)の取扱商品を一括管理するセブン-イレブンの商品部は、約320社のお取引先から年間約4,400アイテムを生入れています。また、物流センターから各店舗への商品輸送を管理する物流部門でも、毎年大規模な取引業務を行っています。

これらの業務が適正に行われているかをチェックし、不正な行為を防止するために、2004年4月に『FT(フェアトレード)部会』を発足し、商品部や物流部門の担当者を対象とした教育研修や日々の商談内容のチェックなどに取り組んでいます。

2005年度は、お取引先と接する機会のある各部署担当者(商品部の仕入担当者、物流部の契約担当者)を対象とした勉強会を年4回開催し、2005年11月に施行された「大規模小売業告示」をはじめとする法規制の内容と取引業務において発生しやすい違反事例などを説明。法令・ルールの遵守を徹底するよう指導しました。その結果、法律違反、公正取引委員会からの指導※はありませんでした。

今後も関連法規を遵守して公正な取引を実践するとともに、お取引先との関係における私的な利益を排除し、対等なビジネス関係を維持していきます。

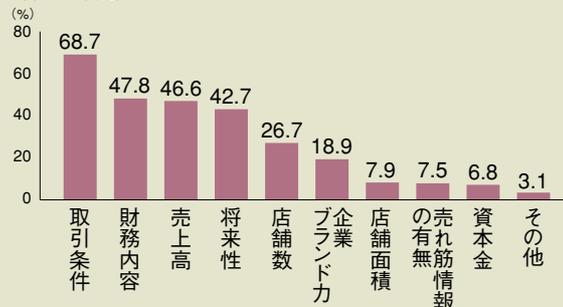
※そごう、西武百貨店、ヨークベニマル、デニーズにおいても、2005年度公正取引に関する法令違反、公正取引委員会からの指導はありませんでした。

お取引先との共存共栄

企業がビジネスを継続的に維持・発展させていくためには、お取引先との共存・共栄が不可欠です。小売業においては、とくに仕入先やテナントとの信頼関係が不可欠です。セブン&アイHLDGS.は、こうした考えのもと、お取引先とともに新しい商品の開発に取り組んでいるほか、商品の品質改善などを目的とした会合も開催しています。また、店舗内に誘致しているテナントと店舗運営の方針・情報を共有し、より良い店舗運営に向けた改善活動に努めています。

納入業者が小売業者と取引を開始する前に考慮する要素

▶公正取引委員会「大規模小売業者と納入業者との取引に関する実態調査報告書」(平成17年2月)



ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況 ※ロゴマークのある項目は、各事業会社の特筆すべき取り組み
商品の共同開発・調達	<p>各事業会社のバイヤー（仕入担当者）などが中心となって、仕入先や生産・物流・販促などの外部スタッフとチームを編成し、オリジナル商品の開発・調達を行う『チーム・マーチャンダイジング』に取り組んでいます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ベルギーのチョコレートメーカーと共同で『極上のひとくち』シリーズを開発 日本各地に残る技術や技能を生かしたオリジナル商品を開発 仕入先と共同で百貨店ならではの高付加価値商品を開発
テナントとの連携	<p>店舗に誘致しているテナント（専門店）との連携を強化するために、売場づくりや接客技術などに関するノウハウを共有しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> 各テナントの従業員教育を対象とした教育セミナーを開催 『テナント会』を発足させ、接客や売場運営に関するノウハウを共有

セブン・イレブン イトヨーカドー ミレニアムリテイリング

商品の共同開発・調達について

仕入先と連携した“売れる商品”づくりは、双方のビジネス拡大につながっています。

セブン&アイHLDGS.は、お客様の声や最新の流行を商品開発の現場に的確に伝え、お客様に喜ばれる商品をつくるために、仕入先と連携してオリジナルの商品を開発・調達する『チーム・マーチャンダイジング』に取り組んでいます。

これは、各事業会社のバイヤー（仕入担当者）などが仕入先をはじめとする外部スタッフを集めてチームを編成し、各自がもっている最新情報を交換・共有しながら、新しい商品の開発や調達を行うものです。これによ

り、お客様のご要望や市場の傾向にマッチした商品を素早くつくり、売場に並べることが可能となり、売れ残り・品切れ防止などに効果を発揮。また、仕入先の商品開発力や生産力のレベルアップにもつながっています。

さらに、イトヨーカドーでは、既存商品についても商品の品質改善や不良品の発生防止に向けた『品質改善会議』を開催し、お取引先の商品開発力・生産性強化を支援しています。

今後は、こうしたイトヨーカドーの取り組みをグループ全体に広げていくために、各事業会社で仕入先との情報共有を強化するとともに、既存商品の品質基準の見直しや品質改善に向けた会合の開催など、さまざまな施策を講じていきたいと考えています。

セブン-イレブン

ベルギーのチョコレートメーカーと共同で
“大人が気軽に愉しめる高級菓子”を開発しました。

セブン-イレブンは2005年9月、1個40円～60円という価格でお買い求めいただける『極上のひとくち』の販売を開始しました。

この商品は、「おいしいお菓子を少しだけ食べたい」というお客様のご要望に応じて開発した“大人が愉しむ高級菓子”です。商品の開発にあたってはベルギーのチョコレートメーカー「バリー・カレボー社」とのチーム・マーチャンダイジングに取り組み、洋菓子専門店などでしか味わえなかった味・風味をお手軽な値段で販売することを実現しました。

『極上のひとくち』は、2006年5月に開かれた世界的な洋菓子品評会「第45回モンドセレクション」の菓子部門で最高金賞を受賞しました。小売業が販売しているオリジナル菓子がモンドセレクションで受賞するのは、これが初めてとなります。



ベルギーのチョコレートメーカーと共同開発した『極上のひとくちチョコレート』

イトヨーカドー

日本国内の産地・メーカーの活性化に貢献する
独自の商品ブランド『MIJP47』を展開しています。

イトヨーカドーは、2002年5月から「まじめにつくる、ていねいにつくる、しっかりつくる。」をスローガンとしたプライベートブランド『メイド イン ジャパン』の販売を開始しました。これは、日本各地に残されている高度な技術や技能を生かし、高付加価値な商品をつくりだすことで、お客様に「日本製」の魅力を再認識していただき、日本国内の産地・メーカーの活性化に貢献することを目的としたものです。

2005年度は、このブランドを新たに『MIJP47 (Most Important Japanese Products +47都道府県の意)』に改称。対象産地を全国47都道府県へと広げ、それ

ぞれの都道府県からオンリーワンの要素をもつ産地を厳選するとともに、商品ラインナップの充実を図りました。

日本に流通している衣料品の約8割を中国製などの輸入品が占めている現在、この商品を通じて国内に残されている伝統や高い技術の魅力をお客様に再発見していただき、全国産地の発展に貢献していきたいと考えています。



イトヨーカドー・オリジナルの『福島の職人仕立てのボタンダウンシャツ』。ボタンは着脱しやすいように直径11.5mmの少し大きめのサイズを採用。また国内染色ならではの発色の良いストライプを前立て・脇部分まで丁寧に柄合わせしています

ミレニアムリテイリング

百貨店ならではの高付加価値商品『OASS (only at SOGO & SEIBU)』をお取引先と共同開発しています。

そごう、西武百貨店では、他店では買えない高付加価値商品を求めるお客様の声にお応えして、2004年からオリジナルの商品ブランド『OASS (only at SOGO & SEIBU)』を展開しています。

この商品を開発するにあたっては、団塊世代を中心とした「ミドル」、団塊ジュニア世代を中心にした「キャリア」など、お客様の年齢層別に市場調査を行い、その結果をお取引先と共有しながら、商品のコンセプトに反映しています。

婦人ファッション分野では、着心地が楽でシルエットが美しいストレッチパンツ、軽量でシェイプアップ効果のあるウォーキングシューズなどを開発。また、インテリア分野では、吸水性が高く、肌に優しいタオルなどを、食品分野では、産地・製法にこだわった『食源探訪』シリーズを開発し、お客様から高いご支持をいただいています。



着心地が楽でシルエットが美しいストレッチパンツ



軽量でシェイプアップ効果のあるウォーキングシューズ

テナントとの連携について

双方の集客力・売上の向上へとつながるよう
店舗運営・接客のノウハウを共有しています。

イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店などの大型店舗には、自社で運営する売場のほか、さまざまな専門店(テナント)を誘致しています。このテナントの方々と連携し、店舗全体のサービス力・集客力を高めていくことは、お互いの発展につながることから、各事業会社ではテナントの方々との方針共有や情報交換、活発なコミュニケーションに取り組んでいます。

とくに、イトーヨーカドーは、1970年代から『専門店会』を発足し、現在も、毎月1回、各店舗の店長とテナントの責任者が施設の運営方針などを話し合う『店長会』を実施。年1回は各テナントのオーナー様から当社への要望・意見をうかがう『オーナー会』も開催しています。2006年2月28日現在、イトーヨーカドー181店舗に84業種、3,919店のテナントが出店し、そのうち計3,814店が『専門店会』に参加しています。

また、そごう、西武百貨店でも、毎月店舗単位で『テナント店長会』を開催し、店舗全体の営業計画や方針について共有しています。さらに、2005年10月には、ショッピングセンター型店舗(計427テナント)を対象にミステリーショッパー(覆面調査)方式のモニター調査を実施。この結果をもとに、各店の接客対応や売場づくりに関する改善策について話し合い、必要に応じてテナントの従業員教育や業務サポートを実施しています。2006年8月現在、そごう、西武百貨店の全28店舗に1,126店のテナントが出店しています。



そごうで実施しているテナント従業員の研修

イトーヨーカドー

外部講師を招いた講習会を実施するなど
各テナントの従業員教育を支援しています。

『専門店会』では、ショッピングセンター全体の店舗運営および接客レベルを向上させるために、テナント従業員の方々を対象とした教育セミナーを定期的に開催しています。

2005年度は、大型ショッピングセンター10店舗を対象に外部講師を招いた講習会を実施。各テナントで働く約800名の方々に参加していただき、より良い接客や商品陳列方法などについて研修と実技講習を行いました。参加したテナントからは「従業員の接客レベルが向上した」「売上が伸びた」「接客に対するお褒めの言葉が増えた」などの効果も報告されており、従業員教育に十分な時間・労力を避けないテナントの支援にもつながっていることから、2006年度は他のショッピングセンターにも同様の教育セミナーを展開していく計画です。

ミレニアムリテイリング

ショッピングモール型店舗で『テナント会』を設立し、
店舗施設全体のCS向上に取り組んでいます。

そごう、西武百貨店では、ショッピングモール型の5店舗(千葉そごうオーロラモール・ジュンス、西武百貨店高槻店、八尾店、大津店、東戸塚店)で『テナント会』を設立し、テナント各社と協力しながらCS(顧客満足)の向上に取り組んでいます。

テナント会では、年1回の『テナント総会』や毎月の『テナント店長会』を通じて、店舗の営業方針を共有するとともに、接客サービスや売場運営に関する研修を共同で開催しています。

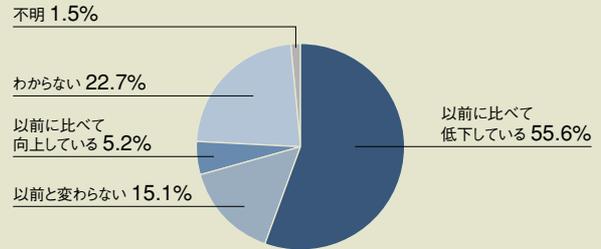
また、今後はクラブオンカードやミレニアムカードのシステムを活用した購買動向の分析結果などを利用し、顧客へのアプローチ強化など、テナント営業力の向上をサポートしていきます。

地域貢献

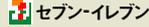
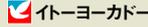
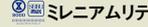
核家族化や少子化、高齢化が進展しているなかで、地域社会における人と人の交流や協力関係の重要性が見直されています。また小売業者に対しては、地域住民の方々に商品やサービスを提供するだけでなく、「よき企業市民」として地域の発展に貢献することが求められています。セブン&アイHLDGS.は、地域と一体となり、地域に貢献することを重要な使命の一つと考え、さまざまな取り組みを展開。とくに、安全な地域づくりへの協力や災害時の地域支援などでは定評をいただいています。

「地域の教育力」は自身の子ども時代と比べてどのような状態にあると思われるか

▶文部科学省「地域の教育力に関する実態調査」（平成17年度）
（注）調査対象は、小・中学生の保護者



ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況 ※ロゴマークのある項目は、各事業会社の特筆すべき取り組み
青少年の教育支援	<p>地域の小・中・高等学校の児童・生徒を対象とした職業体験学習を実施。小売・飲食業の特徴を生かし、売場での接客や店舗運営などを体験してもらっています。</p> <ul style="list-style-type: none">  学校内に仮想の街をつくる体験学習プログラム「スチューデント・シティ」に参加  良い本との出会いを応援する『子ども図書館』を10店舗で運営  そごう横浜店で、神奈川県在住の保育・幼稚園児、小・中学生を対象とした絵の公募展を開催  ドッジボール大会やマラソン大会など地域のスポーツ振興を支援  地域の小学校からの要請に応じて学校訪問による特別授業を開講
未成年者の飲酒・喫煙の防止	<p>ポスターやPOPなどで酒・タバコの売場を明確に分け、年齢確認を行っています。</p> <ul style="list-style-type: none">  成人向け雑誌の購入・閲覧を防止するために什器・販売方法を改善
安全で安心な街づくり	<p>「大規模小売店舗立地法」に基づき新規出店時の説明会を開催しているほか、地域の方々のご意見・ご要望をもとにした安全対策や防犯対策に取り組んでいます。</p> <ul style="list-style-type: none">  「セーフティステーション活動」を全国で展開
災害発生時の地域支援	<p>出店地域で大規模な災害が発生したさいには、全国店舗で義援金・救援金を募るとともに、被災地と連絡をとりながら必要とされる救援物資を提供しています。</p> <ul style="list-style-type: none">  災害時の救援物資供給のためにヘリコプター運行会社と契約  「首都圏直下型地震」・「東海地震」の想定被害規模をもとに緊急時対応などを見直し

 セブン-イレブン
  イトヨーカドー
  ミレニアムリテイリング
  ヨークベニマル
  デニーズ

青少年の教育支援について

接客・店舗運営の「体験学習」や「食育」など小売・飲食業ならではのプログラムを実施しています。

文部科学省は、子どもたちが豊富な生活体験や社会体験を通じて自分の個性や生き方や可能性について理解し、自らの進路を主体的に選択できる能力・態度を育成するために、さまざまな職業体験・社会体験の

機会をつくることを奨励しています。

セブン&アイHLDGS.は、この考え方に共感・賛同し、セブン-イレブン、イトヨーカドー、そごう、西武百貨店、ヨークベニマル、デニーズの各店舗で、地域の小・中・高等学校の職業体験学習に協力。地域の児童や生徒の皆さんを店舗に招き、売場での接客や店舗運営を体験してもらっています。

セブン-イレブン

学校内に「街」をつくる体験学習プログラム「スチューデント・シティ」に参加しています。

セブンイレブンは、米国の非営利団体「ジュニア・アチーブメント※」が主催する子どもたちの体験学習「スチューデント・シティ」に参加しています。

スチューデント・シティとは、小学校の中に銀行・コンビニエンスストア・スポーツショップ・区役所などからなる「街」をつくり、児童に消費者と会社員それぞれの立場を体験してもらうというもの。社会と自分との関わりや経済の仕組み、お金とは何か、仕事とは何かなどを学んでもらうことを目的としています。

2005年度は、東京都品川区の小学校で開かれたスチューデント・シティに協力。校内にセブンイレブンの模擬店舗を開設し、1,933名の児童たちに接客や店舗運営の方法などを体験してもらいました。

この活動にあたって、セブンイレブンは児童向けの店舗運営マニュアル『お店の仕事について（お客様によるこぼれるお店づくり）』を作成し、参加してくれた子どもたちに配布しています。

※ジュニア・アチーブメント

1919年に米国の企業経営者が中心となって設立された民間の非営利経済教育団体。現在は、世界120カ国の学校に子どもたちの社会適応力を育むための教材・教育プログラムを無償で提供しています。



「スチューデント・シティ」内に設置した模擬店舗

イトヨーカドー

『子ども図書館』や「小さな童話」大賞を通じて良い本との出会いを応援しています。

子どもたちが良書に出会える機会を増やすために、児童図書の専門家が選んだ絵本や物語など、1館当たり約8,000冊を蔵書した『子ども図書館』を、1978年から設置。現在、10店舗で運営しています。

『子ども図書館』は、年齢やお住まいの地域に関わりなく、簡単な登録手続きだけで、どなたでも無料でご利用

いただけます。また、各館とも専門の司書が常駐し、利用者の相談に応じているほか、館内ではお話しや工作会なども随時開催しています。

この活動は「小さな童話」大賞※への取り組みと合わせて社外からも高く評価され、2005年11月には（社）企業メセナ協議会が主催する「メセナアワード2005」の児童文化賞を受賞しました。

※「小さな童話」大賞

毎日新聞社が1983年に設けた「小さな童話」大賞に第1回から協賛し、大賞の開催期間中はポスターでの店頭PRや応募受付などを行っています。この賞は、2006年度で第23回を迎えました。

「食」に関する正しい知識を広めるために売場を利用した「食育」をスタートさせました。

人々のライフスタイルの多様化にともなって、近年、生活習慣病の増加や子どもたちの発育や栄養バランスの乱れなど、「食」に関するさまざまな問題が起こっています。イトヨーカドーは、こうした問題に取り組み、地域の方々の食生活を支えるスーパーストアとしての責任を果たすべく、各ご家庭で健全な食生活について考えていただくための「食育」キャンペーンを2006年度からスタートさせました。

現在は、毎月19日を「イトヨーカドー 食育の日」と定め、各店舗でさまざまなイベントを開催。お客様が日常生活を通じて取り組める「野菜・果実の摂取」をテーマに、おいしい野菜の見分け方や保存方法、食べ方などをまとめたレシピを配布したほか、簡単メニューやフレッシュジュースなどの実演販売を行っています。



毎月19日を「食育の日」と定め、さまざまなイベントを開催しています



ミレニアムリテイリング

そごう・西武百貨店では、地域のお客様との交流に積極的に取り組んでいます。

そごう横浜店は、2003年から神奈川県在住の保育・幼稚園児、小・中学生を対象とした絵の公募展『かながわ・よこはま・こどもアート大賞』を、神奈川新聞社、そごう美術館と共催しています。

公募にあたってはテーマや画材の制限を設けていないため、毎回、子どもらしい自由な発想で描かれた個性豊かな作品が数多く寄せられています。

2006年8月には4回目となる公募展を開催し、2,838点の応募をいただきました。



応募作品の中から審査員が選んだ入賞作品206点は、そごう美術館に展示。また、2006年9月2日には、そごう横浜店で表彰式と専門家による講評を行いました。

ヨークベニマル

地域のスポーツ振興を支援しています。

地域の子どものためのスポーツ振興を目的に、福島県ドッジボール協会・日本ドッジボール協会とともに小学生3～6年生を対象とした『ヨークベニマルカップ・ドッジボール大会』を1992年から毎年開催しています。この大会は「全日本ドッジボール選手権」の福島県大会として位置づけられており、優勝チームは福島県代表として全国大会に出場することができます。

また、1989年からはエスビー食品(株)とともに『ヨークベニマル・S&B食品杯 ちびっ子健康マラソン大会』を毎年開催しています。この大会は福島県内の小学生を対象としたもので、マラソンを通じて、子どもたちの体力向上ならびに健全な精神の育成に貢献することを目的としています。2005年度大会では、701名の小学生が参加しました。



「全日本ドッジボール選手権」の表彰式



「ヨークベニマル・S&B食品杯 ちびっ子健康マラソン大会」

デニーズ

近隣の小学校からの要請にお応えして学校訪問による特別授業を実施しました。

デニーズは、2005年11月、北区立王子小学校を訪問して、子どもたちにレストラン・スタッフの業務内容や店長の体験談などを紹介する特別授業を実施しました。

これは「子どもたちに将来の仕事について考える機会を与えるために協力してほしい」という学校側からの要請にお応えしたもので、講義の内容については担当の先生方と相談の上、決定しました。当日は、店舗で使用しているグラスやトレイなどを教室に持ち込み、接客サービスや配膳の仕方について学んでもらいました。

また、これに併せて、日本における食文化の変化や健全な食生活の大切さ、栄養バランスを考えた食事の仕方などについても、子どもたちにも理解できるように分かりやすく説明しました。

この特別授業は、「デニーズだからできる地域貢献」の一つとして、今後もさまざまな地域に展開していきたいと考えています。

なお、店舗を使った体験学習についても積極的に実施しており、2005年度は98校の小・中学校から286名の児童・生徒を受け入れました。また、2006年度も8月現在で78校からの要請にお応えしています。



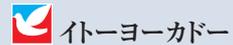
北区立王子小学校での特別授業



接客サービスの体験学習も実施

Close Up

地元の行政職員・教員を対象とした企業研修にも協力しています。



イトーヨーカドーは、「民間企業体験によって経営の厳しさを学ぶことで、自治体職員のサービス向上や教職員の子どもたちに対する指導力向上を図りたい」という地方自治体や教育委員会のご要望に応じて、1983年度から自治体職員や教員を対象とした企業研修に協力しています。

2005年度は、本部が関与している研修として、越谷市・

八王子市・北区・江東区の自治体職員、神奈川県・八王子市・東京都・江東区・江戸川区の教員を対象とした研修を実施。約130名の方が参加されました。



企業研修の様子(右が研修生)
写真提供:(財)経済広報センター

未成年者の飲酒・喫煙の防止について

酒・タバコ売場を明確に区別するとともに
お買い求めのさいには年齢を確認しています。

セブン&アイHLDGS.の主要事業会社(セブン-イレブン、イトーヨーカドー、ミレニアムリテイリング、ヨークベニマル、デニーズ)では、酒・タバコを販売しています。

各店舗には20歳未満のお客様も数多く来店されることから、未成年者への酒・タバコの販売防止に努めています。

ポスター・媒体を設置して、売場を区別しています。

セブン-イレブン、イトーヨーカドー、ミレニアムリテイリング、ヨークベニマルでは、酒・タバコ売場を明確に区別するために、売場には各加盟協会から配布されているPOPを設置しているほか、ポスターや店内放送などを通じて「未成年者への販売禁止」をPRしています。



酒類の販売コーナーに貼りだしているPOP



レジの画面でも表示

販売時には年齢を確認しています。

セブン-イレブン、イトーヨーカドー、ミレニアムリテイリング、ヨークベニマル、デニーズの各店舗では、未成年者への酒・タバコ類の販売は絶対に行わないことを徹底しています。未成年者と思われるお客様に対しては身分証明書などで年齢を確認し、未成年者の場合には販売をお断りしています。

セブン-イレブン

未成年者が成人向け雑誌を購入・閲覧しないように
什器・販売方法について配慮しています。

セブン-イレブンは(社)日本フランチャイズチェーン協会が作成したガイドラインに基づき、成人向け雑誌およびTVゲームソフトの販売について、以下のルールを遵守しています。

- ①各都道府県の個別指定図書類・表示図書類は取扱わない。
- ②前項に含まれない雑誌についても、未成年者(18歳未満者)への販売が禁じられている「成人向け雑誌」については、横面2カ所をシール止めて閲覧できないようにする。
- ③「成人向け雑誌」を陳列するさいは、他の雑誌との区切りを設けて「18歳未満者への販売・閲覧禁止」の表示板を取り付ける。
- ④未成年者(18歳未満者)への販売・閲覧防止に努め、年齢確認を徹底する。



成人向け雑誌の販売コーナー

お客様



お取引先



地域社会



社員



環境



安全で安心な街づくりについて

地元住民や自治体と連携しながら防犯対策や青少年の非行防止に取り組んでいます。

イトヨーカドーやそごう、西武百貨店などの大型店舗だけでなく、小売・飲食店の出店は周辺地域の方々の生活環境にさまざまな変化をもたらします。

そこで、セブン&アイHLDGS.は「大規模小売店舗立地法」を遵守するとともに、地域の方々のご意見をもとにした店舗周辺の安全対策、自治体・警察と連携した防犯対策、さらには青少年の非行防止など、安全で安心な街づくりに協力しています。

セブン-イレブン

「地域のセーフティステーション(安全・安心の拠点)」として、地域の安全確保に取り組んでいます。

セブン-イレブンは、年中無休で営業することを基本としており、深夜でも明かりが灯り、店内には従業員がいます。そんな長を生かして、各店舗を“まちの安全・安心の拠点”にしていく取り組みが「セーフティステーション活動」です。

この活動は、店舗における防犯対策と青少年健全育成を柱とし、そのほかにも事故・急病人などに関する110番・119番通報、少年・少女非行化の防止など、地域の安全に関わるさまざまなテーマに取り組んでいます。とくに最近では「女性・子供の駆け込み保護対応」の件数が増えています。2005年度も、セブン-イレブンでは、不審な男性につけられていた女性の保護、迷子になったお子様の送り届けなど、さまざまな協力を行ってきました。

今後も各店舗の基本機能としてセーフティステーション活動を位置づけ、地域に愛されるコンビニエンスストアをめざします。



店頭に貼り出しているセーフティステーションポスター

イトヨーカドー

出店地域の皆様との説明会を開催し、「安全な地域づくり」に協力しています。

イトヨーカドーは新規出店をするさいに、大規模小売店舗立地法の指針に定められた配慮事項(周辺地域の生活環境の保持)に遵守した内容で新設届出を行政に提出しています。また、地域の住民の皆様にも配慮し、新規出店の計画段階で地元の住民の方々に説明会を開催し、地域の行事、青少年育成や非行防止などについてご意見・ご要望をお聞きしています。

2006年3月にオープンしたアリオ亀有の説明会では、主に周辺道路における歩行者の安全対策、工事中の振動・騒音対策、青少年の育成・非行防止に対する協力体制などについてのご意見・ご要望が寄せられました。こうした地域の方々の声も参考にし、アリオ亀有では、方向別来車台数の予測調査を実施した上で地元行政や警察のご指導を仰ぎ、地元住民の方々の利便性・安全性に考慮した誘導路を設定。また、騒音環境基準を作成し、工事中はもちろんのこと、営業時の騒音対策にも取り組みました。

また、その他の新店舗(四街道店、アリオ蘇我、三郷店、アリオ札幌、アリオ川口)でも、同様の説明会を設けており、今後も地域の方々のご意見を店舗運営および店舗設備に反映させていきます。



陸橋にはエレベーターを設置



階段のほかに昇降用エスカレーターを設置



交差点を渡らずに店舗まで行ける陸橋

災害発生時の地域支援について

被災地への物資供給や復旧活動などについて各地域の自治体と支援協定を結んでいます。

セブン&アイHLDGS.では、各事業会社の出店地域で大規模な災害が発生したさいには、全国店舗で義援金・救済金を募集するだけでなく、被災地との連絡に基づいて、現地で必要とされる生活必需品などの救援物資を提供しています。

また、セブン-イレブンでは16の自治体(2006年8月現在)と災害時の物資調達協定を結んでいるほか、首都圏8都府県や関西広域連合協議会などと災害時の帰宅困難者支援に関する協定を締結しています。

同様に、イトーヨーカドーは出店地域の52自治体(2006年2月現在)と、ヨークベニマルは福島・宮城・山形の計8自治体(2006年8月現在)と災害時の支援協定を結び、災害発生時には必要な商品を緊急物資として供給することを約束しています。また、ヨークベニマルは、2006年6月に実施された国土交通省と福島県が主催した「阿武隈川上流水防演習」に参加し、河川氾濫などの災害が発生したさいの緊急対応について学ぶ水防訓練に参加しました。

そごう、西武百貨店でも、自治体からの要請に応じて支援協定の締結を拡大しており、西武百貨店では1996年から静岡県との間で物資調達に関する協定を締結しています。

また、デニーズでは8都府県と災害時の帰宅支援に関する協定について検討を開始。交通インフラの停止などで帰宅できなくなった方を一時的に店舗に受け入れ、水の供給やトイレの開放、災害情報提供などに対応することを検討しています。

今後は、行政や各研究機関が発表している地震予測などを参考にしながら、グループ全体の災害発生時における地域の復旧支援・救援物資提供体制を見直していくとともに、各店舗の施設・設備の安全対策を強化していきます。また、災害が発生した場合にも、できる限り早期に営業を再開し、被災地の方々が必要とする商品・サービスを提供できるよう努めていきます。

セブン-イレブン

災害時の救援物資供給のために、ヘリコプター運行会社と契約を結んでいます。

セブン-イレブンの本部では、災害発生時に被災地へ救援物資をスムーズに届けるために、配送センターから店舗まで商品を運ぶ配送車両に緊急用のデジタル無線を装備しているほか、交通網が寸断されてしまった場合にも支援物資を供給できるよう、ヘリコプター運行会社と緊急時の出動に関する契約を結んでいます。



被災地へ救援物資をスムーズに届けるためにヘリコプター運行会社と契約

イトーヨーカドー

「首都圏直下型地震」・「東海地震」の被害規模を想定し『大規模災害対策書』を改訂しました。

イトーヨーカドーは、出店地域で大規模な災害が発生したさいの人命救助や店舗内の安全確保、地域社会への協力・救援などに関する手順をまとめた『大規模災害対策書』を1998年度に作成しました。

2005年度は、日本各地でマグニチュード6.0～8.0クラスの大きな地震がたて続けに発生していることを受けて、内容の見直しと改訂に取り組みました。見直しにあたっては、今世紀前半に発生する可能性が高いといわれる「首都圏直下型地震」・「東海地震※」が実際に起きた場合の被害規模をシミュレートし、各店舗の問題箇所を洗い出すとともに具体的な事前対策や災害が発生したさいの行動マニュアルを定めた『大規模災害対策書』を改訂しました。2006年度は、災害発生時の物流体制や社員の安否確認の方法についても見直す予定です。

※東海地震

駿河湾の海底にある「駿河トラフ(南海トラフ)」という地層プレートの境界線を震源域として、近い将来大規模な(マグニチュード8程度)地震が発生すると考えられています。それが「東海地震」です。その発生メカニズムや予想震源域・歴史的資料があるため、予知できる可能性が高いとされています。

社会・文化貢献活動

セブン&アイHLDGS.

セブン&アイHLDGS.は、①社会性と公益性が高く社会から広く理解が得られる、②事業活動と関連している、③国際的な課題と関連していることを基準とした社会・文化貢献活動に取り組んでいます。

なかでも、震災や水害など、日常生活の基盤に深刻な損害をもたらす災害については、各事業会社の店舗で義援金・救援金の募金活動を実施し、寄付などを含む経済的支援活動を実施。同時に、被災地と連絡を取りながら、支援の確認を行い、現地が必要とされている生活必需品などの救援物資を提供するなど、スピーディーな対応を進め、あらゆる面から被災した地域の1日も早い復旧・復興を応援しています。

2005年度は、9月に発生した米国のハリケーン・カトリナ、九州・四国地方を中心に大きな被害をもたらした台風14号、10月に起きたパキスタン地震の被災者支援を実施しました。

今後は、現在策定中の『セブン&アイHLDGS. 社会・文化貢献活動の基本方針』をもとに、重点領域や実施形態を見直し、社会的課題の解決により広く貢献していくことを計画しています。

■セブン&アイHLDGS.の主な社会・文化貢献活動

企画	実施期間、参加者数
長野オリンピック記念マラソン大会	開催日 2006年4月16日 エントリー数 6,972名
地球にやさしい作文・活動コンテスト	募集期間 2005年6月1日～9月10日 応募総数 28,732点
埼玉県国際ジュニアサッカー大会	開催期間 2006年7月26日～30日 参加チーム 40チーム(埼玉県内8、県外26、海外6)

■2005年度に実施した災害救援・義援金募金活動

項目	募金期間	募金額
米国「ハリケーン・カトリナ」災害	2005年9月3日～25日	33,082,968円
「台風14号」災害	2005年9月8日～25日	32,679,931円
パキスタン地震災害	2005年10月11日～30日	63,497,277円

セブン-イレブン

『セブン-イレブンみどりの基金』を設立して環境市民団体を支援しています。

『セブン-イレブンみどりの基金』は、加盟店とセブン-イレブン本部が一体となって社会貢献することを目的として設立された任意団体です。同基金では、日本各地で環境保護・保全活動を行っている環境市民団体に対して、お客様からの店頭募金とセブン-イレブン本部からの寄付金を合わせて支援しています。

- 2005年度店頭募金総額 :3億2,011万9,382円
- セブン-イレブン本部からの寄付金 :8,117万8,016円

イトーヨーカドー

自動販売機を利用した『アベスコ基金』を設立して地雷除去活動などに取り組む団体を支援しています。

イトーヨーカドーは、2000年6月、飲料メーカー6社と共同で『アベスコ基金(イトーヨーカドー自販機収益による寄付支援協議会)』を設立しました。これは、イトーヨーカドーの一部店舗に設置している自動販売機の収益を利用し、地雷除去活動など、国際的な支援活動に取り組む団体を資金援助するというものです。2005年度は、以下の2団体に支援金を贈呈しました。

- 国際緊急援助NGO「ジャパン・プラットフォーム」
スマトラ島沖地震の被災者支援活動資金として500万円を贈呈
- 特定非営利活動法人「難民を助ける会」
アフガニスタンなどの地雷除去活動費用として300万円を贈呈

ヨークベニマル

1985年4月、福島県に住む青年の国際性を養成することを目的に、『(財)ヨークベニマル文化教育事業財団』を設立しました。この財団は、福島県内の高校生を海外研修に派遣することを主な事業とし、これまで20回にわたって、延べ506名を海外に派遣しています。また、1987年から隔年で、ホームステイ先のカナダ・ Manitoba州の青少年を日本に招待する交流事業を開始し、これまでに130名の高校生・大学生を招待しました。

ミレニアムリテイリング

寄付・募金活動や店頭キャンペーンを通じて
全国の盲導犬育成事業を支援しています。

そごう・西武百貨店は、全国の盲導犬育成事業を支援するために各社で1億円の基金を設立し、毎年各社1,000万円ずつ計2,000万円を全国9つの盲導犬育成団体に寄付しています。また、社員を対象とした募金組織『ワン!コイン倶楽部』を社内に設置しているほか、店頭での募金活動も積極的に展開し、2003年から2005年までの寄付および募金総額は8,277万4,000円となりました。さらに、盲導犬に対する人々の理解促進を目的に、年2回、店舗近隣の盲導犬育成団体と共同で「盲導犬ふれあいキャンペーン」を実施しています。

こうした、盲導犬育成事業支援活動は社外からも高く評価されており、2006年9月には朝日新聞社が企業の社会貢献活動を顕彰する「第3回朝日企業市民賞」を受賞しました。



店頭を設置している盲導犬募金箱

エンターテイメントあふれる文化施設の数々

そごう・西武百貨店では、お客様から信頼される企業をめざし、文化活動に積極的に取り組んでいます。

そごう美術館 (そごう横浜店内6階)

1985年9月、日本で初めて百貨店における登録博物館として開館。国内外の美術展から文化催事まで幅広い企画を行う本格的な美術館です。さらに学芸員によるギャラリートークなどを通じて、文化活動に貢献しています。

- 代表展示会 ポストン美術館展、古代エジプト展、院展、清水寺展
- 施設面積:1,069m²/天井高:2.45m~3.10m



そごう美術館

そごう劇場 (そごう心斎橋本店14階)

1935年当時、そごう大阪店(当時)には「地域文化の向上に奉仕する」という方針のもとに劇場が設けられ、文化の殿堂として親しまれていました。こうした劇場を再び大阪に復活させようと、2005年9月、そごう心斎橋本店に『そごう劇場』がオープンしました。

本格的な音響設備、舞台照明設備も充実し、クラシック演奏や芸能舞台など、文化の発信基地として高い評価をいただいています。「スカラ室内管弦楽団」の演奏、中村鴈治郎丈(現:坂田藤十郎)の「祝舞」も行われました。

- 施設面積:292m²/収容人員:275名



そごう劇場

八ヶ岳高原音楽堂 (八ヶ岳高原)

1988年9月、八ヶ岳高原海の口自然郷(200万坪)、別荘地1,800区画、ホテルなどを有する高原リゾート地に建設された音楽堂。木の響きを最大限に生かした理想的な残響と音質を誇り、世界を代表する音楽家リヒテル氏、武満徹氏の助言を得て建築家吉村順三氏の設計で誕生した、自然と環境に調和したぬくもりのある音楽空間です。

- ホール面積:418m²(回廊含む)/収容人員:250名
- 構造:木・RC混構造(地上1階・地下1階)



八ヶ岳高原音楽堂

お客様



お取引先



地域社会



社員



環境

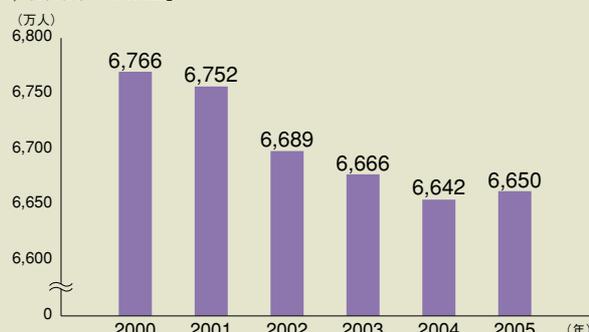


多様性の尊重

少子・高齢化が進むわが国が、今後も引き続き活力ある社会を維持させていくためには、女性、高齢者、障害者など多様な人々が活躍できる社会を築いていくことが重要です。セブン&アイHLDGS.は、「改正高齢者雇用安定法」や「障害者の雇用の促進等に関する法律」などを遵守することはもちろん、性別による制度格差をなくし、女性が活躍できる職場づくりに努めるなど、雇用における多様性の確保に努めています。また、介護休暇や育児休暇のほか、安心して働き続けられる制度の充実も図っています。

労働力人口の推移

▶総務省「労働力調査」



ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況
パートタイマー／アルバイトへの配慮	パートタイマー、アルバイトの人事評価にも正規社員と同様の制度を適用するなど、できる限り公正・公平な評価・待遇に努めています。
高齢者の雇用	各事業会社の業務内容に即した再雇用制度を設置しています。
女性が活躍できる職場づくり	女性が能力を発揮しやすい職場づくり、役職者への積極的な登用に努めています。
出産・育児・介護の支援	「次世代育成支援対策推進法」に基づく具体的な行動計画を策定するとともに、育児休職・介護休職に関する制度改訂を進めています。
障害者の雇用	障害のある方が活躍できる職場づくりに努めるとともに、重度障害者の方々が働ける特例子会社「(株)テルベ」を設立・運営しています。

パートタイマー／アルバイトへの配慮について

多様な働き方を尊重し、公平・公正な評価・待遇に努めています。

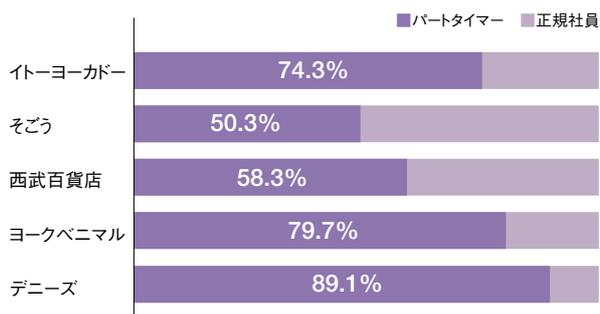
各事業会社が運営する各店舗は、数多くのパートタイマーやアルバイトの方々によって支えられています。そうした方々からのご意見やご要望に耳を傾け、処遇制度に反映していくことが重要な課題となっています。

すでに、イトーヨーカドーやヨークベニマル、デニーズでは、パートタイマーの労働組合加入や能力・実力に応じた時給制度の導入などを実施していますが、今後もグループ各社の状況を見渡しながら、パートタイマー、アルバイトの人事処遇制度を改善していきたいと考えています。

なお、セブン-イレブンの加盟店で働くパートタイマー

およびアルバイトの雇用・教育については、事業主である加盟店オーナー様の責任のもとに行うこととなっています。そこでセブン-イレブンでは、加盟店における従業員の雇用・教育・就業管理などにおいて、注意すべきポイントや遵守すべき法令をまとめた『パートタイムトレーニングガイドブック』を作成。加盟店オーナー様を対象とした研修・トレーニングの実施時に配布しています。

■各事業会社のパートタイマー比率



イトヨーカドー

パートタイマーにも役職者への『社内立候補制度』を適用しています。

イトヨーカドーでは、正規社員・非正規社員に関わらず、一人ひとりが自分の能力や個性にふさわしい仕事・待遇を得て、やりがいを感じられる風土づくりに取り組んでいます。

その具体的な施策の一つとして、2002年3月から全ての管理職ポストと職種に対する『社内立候補制度』を開始しました。これは、入社2年以上の社員（パートタイマーも含む）なら誰でも取り組んでみたい役割や仕事に立候補できるという制度で、人事部の審査に合格すれば希望の役職・職務に就けるというものです。2005年度は29名のパートタイマーから応募があり、うち4名が希望の役職・職種に就きました。

今後は、この制度を利用した社員の成果などについて追跡調査しながら、教育カリキュラムの充実や審査基準の見直しといった制度改善に取り組んでいきます。

パートタイマーも労働組合に加入できるよう労働協約を改定しました。

入社1年以上で、週労働時間30時間以上のパートタイマーは、イトヨーカドーの労働組合に加入できるよう2005年12月から、労働協約を改訂しました。

また、会社に対する意見・要望を聞くために、労働組合の各支部は以前から定期的にパートタイマーとの座談会を開催しています。2005年度は、全国で1,000回を超える座談会を開催し、職場環境に関する意見・要望、地域住民という立場からイトヨーカドーに期待することなどについて、さまざまな意見を聞き、営業に役立てています。



イトヨーカドーでは、パートタイマーも労働組合に加入できるよう労働協約を改訂

ヨークベニマル

マネジャー候補者を対象とした社内研修にパートタイマーの方々も参加しています。

ヨークベニマルは、「店舗運営にあたっては、その地域に生まれ育ち、その地域に暮らしているの方々のお力添えが不可欠」という考えのもと、パートタイマーとして働く地域の方々に納得いただける制度づくりを推進し、正規社員とパートタイマーとの間において、転勤の有無以外の人事制度上の違いは設けていません。

さらに、「もっと高度な仕事にチャレンジしてみたい」という意欲をもつパートタイマーを支援するために、年2回、上長との面談を実施して仕事の希望・目標を話し合うとともに、マネジャー候補者を対象とする教育研修『マネジメントスクール』にも、必要に応じて参加していただいています。

その結果、2006年2月現在、402名のパートタイマーが店舗のマネジャーとして活躍しています。



ヨークベニマルの『マネジメントスクール』

デニーズ

能力・実力を時給に反映するとともに、正社員への群転換制度を設置しています。

デニーズでは、パートタイマーやアルバイトとして働くスタッフも、勤続年数ではなく能力や実力を時給に反映させる人事制度を導入しています。

また、2005年度からは、従来の『準社員制度』の内容を改訂して、正社員への群転換も可能としました。従来の制度は、時間帯責任者や副店長、店長といった役職についている準社員に、職責手当と業績に応じた賞与を支給するというものでしたが、今回の改訂では本人が希望し、会社が必要と認めれば正社員になることができます。2005年度は、この制度を利用して343名のパートタイマーおよびアルバイトが準社員に、また4名の準社員が正規社員となりました。



高齢者の雇用について

最長65歳までの「再雇用制度」を設けてパートタイマー、アルバイトにも適用しています。

2006年4月1日、高齢者の雇用確保を通して高齢者福祉を図ることを目的とする「高齢者雇用安定法（高齢者等の雇用の安定等に関する法律）」が施行されました。この法律では、①65歳までの定年の引上げ、②再雇用制度の導入、③定年の定め廃止、のいずれかの措置を講じることを義務づけています。

セブン-イレブンでは、60歳の定年後も意欲・能力・体力などを勘案して、嘱託社員契約（1年ごとに更新）を結び、最長65歳まで勤務できるよう再雇用制度を導入しています。

イトーヨーカドーでは、1991年から再雇用制度の運用を開始し、2006年からは健康で働く意欲と能力がある社員であれば、契約を1年ごとに更新しながら、最長65歳まで雇用を継続することとしました。

ミレニアムリテイリングは、以前からコンシェルジュなどの一部職務で定年再雇用を実施していましたが、2006年3月からは新たに希望者全員が最長65歳まで勤務できる定年再雇用制度を新設しました。

ヨークベニマルでは、2006年3月に「過去3年間、具体的に後輩を育成・教育をした実績がある」「就業困難との意見が産業医から出されていない」などを勘案した上で、65歳の誕生日まで嘱託契約社員もしくは時間給契約社員として働ける制度を整えています。

デニーズでは、2005年4月から、年金支給開始年齢に合わせて嘱託社員として契約し、1年ごと最長65歳まで雇用を継続できる制度を設けています。

イトーヨーカドー

健康で働く意欲・能力のある社員であれば65歳まで働ける制度を設けています。

本格的な高齢社会の到来に対応し、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社員の声に応じて、1991年から再雇用制度を運用しています。

2006年からは、この制度をさらに充実させ、健康で働く意欲・能力のある社員であれば、契約を1年ごとに更新しながら、最長65歳まで働ける制度としました。制度を改訂して以降、定年退職となった75名のうち41名がこの制度を利用し、店舗での業務に就いています。

今後も、社員が長年培った専門知識や技術、マネジメント力を生かせるよう、制度の充実を図っていきます。

ミレニアムリテイリング

百貨店業務の高度なスキルを継承するために社員の専門性に合わせて職務を設定しています。

ミレニアムリテイリングは、定年退職者の再雇用を通じて、百貨店業務に関する高度な専門スキルが若手社員に継承されていくことを期待しています。

そこで定年再雇用にあたっては、「専門販売員」「お客様セールス」「法人外商セールス」「バイヤー（仕入担当者）」「トレーナー」など、一人ひとりの専門性に合わせた職務を設定しています。また、定年後はゆとりのある生活をしたいという社員の声を尊重し、勤務日数や勤務時間などについて選択できる制度も設けています。

デニーズ

パートタイマー、アルバイトにも再雇用制度を適用しています。

デニーズでは、パートタイマーやアルバイトでも、会社が必要と認め、本人が希望する場合に限り、6カ月単位で再雇用契約を結び、最長65歳まで働けることとしています。この制度を利用して、2006年2月現在、60歳以上の嘱託社員2名、パートタイマーおよびアルバイト181名が在籍しています。

女性が活躍できる職場づくりについて

あらゆる局面で男女差別を撤廃し、さまざまな役職に女性社員を登用しています。

2003年4月、政府は男女共同参画会議で決定した「女性のチャレンジ支援策」の中で「2020年までに指導的立場の女性を30%に」という具体的な目標を発表しました。これを受けて、現在、企業には女性社員の登用に関する積極的な対応が求められています。

セブン&アイHLDGS.では、以前から採用時・異動時・昇格時など、あらゆる局面での男女差別を撤廃し、女性の能力発揮の促進、登用の実現に積極的に取り組んできました。その一環として、1991年にはグループ共通の育児・介護制度『リ・チャレンジプラン』を設置し、以来仕事と育児・介護の両立に取り組む女性社員を支援してきました。

一方、女性社員の積極的な登用を進め、セブン&アイHLDGS.では女性の取締役・執行役員が4名、セブンイレブンでは2名、イトーヨーカドーでは2名、ミレニアムリテイリングでは1名、デニーズでは1名、それぞれ在籍しています。また、各事業会社でも、それぞれの事業内容に合わせた女性の登用に取り組んでいます。

セブンイレブンでは、フランチャイズ事業の要ともいえる加盟店の経営相談員(オペレーション・フィールド・カウンセラー)

のほか、管理職としても店舗開発員や取締役、執行役員に女性社員を登用しています。その結果、指導的立場の女性は135名で、同階層の29.3%となっています。

イトーヨーカドーでは店舗を中心に女性管理職者を配置。2006年2月末現在、4名の女性店長がおり、店長の補佐としてお店の管理責任者を務める副店長には7名の女性社員がいます。また本部でも、部長4名、マネジャー7名、バイヤーやディストリビューターとして約150名の女性が活躍しています。

ミレニアムリテイリングでは、化粧品売場などで働くパートタイマーの販売員および販売リーダーの中から優秀な人材を選抜し、ライセンス社員(年間契約社員)に登用。意欲ある女性社員のキャリアアップをサポートしており、現在370名の女性社員が活躍しています。

ヨークベニマルでは、店舗店長2名、統括マネジャー130名、部門マネジャー403名、本社バイヤー2名など、指導的立場の約30%を女性が占めています。

デニーズでは、2006年2月現在、店長36名、副店長40名、本部総括マネジャー2名の女性管理職者が活躍しています。

今後も引き続き、グループ全体で男女性差のない職場環境づくりを推進していくとともに、育児・介護の支援、女性が能力を発揮しやすい業務づくり、役職者への積極的な登用に努めていきます。

お客様

お取引先

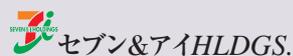
地域社会

社員

環境

Close Up

育児・介護に専念したい社員を応援する『リ・チャレンジプラン』をグループ全社で運用しています。



1991年、セブン&アイHLDGS.(当時:IYグループ)は、女性社員が安心して働き続けられる職場づくりのために、グループ共通の制度『リ・チャレンジプラン』を設置。グループ全体で、この制度を運用しています(ミレニアムリテイリングでも同様の制度を運用しています)。

この制度は、育児に専念したいという社員が最長2年間(やむを得ない場合は3年間まで延長可能)、また介護を必要とする家族のいる社員が最長1年間休職した後に職場復帰できる『休職プラン』、勤務時間を最大4時間短縮できる『短時間勤務プラン』、

一旦退職した後に優先的に再雇用を受けられる『再雇用プラン』があります。

2005年度育児・介護休職利用者数

	育児休職	介護休職
セブンイレブン	19	2
イトーヨーカドー	180(56)	14(7)
ミレニアムリテイリング	73(10)	4
ヨークベニマル	45(17)	1
デニーズ	24	3

()内は取得者数のうちのパートタイマーの数

出産・育児・介護の支援について

次世代の育成支援に向けて、各種制度の改訂などを進めています。

我が国における少子化の急速な進行は、社会全体に深刻な影響を及ぼしつつあります。そこで厚生労働省は、国や自治体、企業が力を合わせて、子どもたちが健やかに生まれ、育つことができる環境整備を進めるために、2003年7月に「次世代育成支援対策推進法」を施行し、2005年4月1日からは301人以上の事業者に対して具体的な行動計画の届出を義務づけました。これを受けて、セブン&アイHLDGS.の各事業会社でも、行動計画を策定し、行政に提出しました。

このほかにも、イトーヨーカドーでは「育児・介護休業法」の改正に合わせて2005年4月に育児支援制度を改訂。この新しい制度は、子供の看護休暇を有給とする、最長2年の育児休職期間をやむを得ない事情がある場合には1年間延長できるなど、法定基準を超える内容となっています。さらに、2006年5月からは小学生3年生以下の子どもをもつ正社員を対象に、子供とのふれ合いを充実させるために終業時間を遅くとも夜7時までとする制度を導入しました。

また、そごう、西武百貨店では、従業員が出産・育児休職や介護休職を取得しやすい職場環境をつくるために、利用できる各種休職制度・勤務制度の内容や取得方法、関連する給付金制度などをまとめた小冊子『出産育児 介護休職・介護勤務ガイドブック』を作成。パートタイマーを含む全社員に配布しています。

今後は、グループ全体の育児休職取得率向上と男性社員の育児休職取得促進を目標に、各事業会社の制度内容をすり合わせながら、その充実と改善に取り組んでいきたいと考えています。



そごう、西武百貨店では社員向け、パートタイマー向けの『出産育児 介護休職・介護勤務ガイドブック』を作成し、従業員の休職取得促進に取り組んでいます

障害者の雇用について

グループ全体で継続的な採用を進める一方、重度障害でも働ける特例子会社を運営しています。

セブン&アイHLDGS.では、障害のある方が活躍できる職場づくりと積極的な障害者雇用に取り組んでいます。雇用にあたっては、各事業会社それぞれが採用活動を行い、一人ひとりの障害の内容や程度、本人の希望などを考慮しながら配属先・担当業務を決定しています。

また、重度の障害のある方々の雇用を促進するために、セブン&アイHLDGS.、セブン-イレブン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、デニーズの5社と北海道北見市との共同出資による特例子会社※1『(株)テルベ』を運営しています。この会社では、2006年2月現在、障害のある社員16名がシイタケ栽培や印刷事業に従事しています。その結果、2005年度の障害者雇用率※2は2.01%（雇用人員803名）となりました。また、グループ適用範囲外であるヨークベニマルの障害者雇用率は1.81%となっています。今後は、ミレニアムリテイリングにおいても、職種拡大や職場環境の改善を進め、障害者雇用を積極的に進めていきます。



(株)テルベでの作業風景

※1 特例子会社

「障害者の雇用の促進等に関する法律」で認められた子会社。障害者の雇用に特別な配慮をした子会社が一定の要件を満たしている場合、その子会社に雇用されている労働者も親会社に雇用されているものとみなされ、親会社の障害者雇用率に算入されます。

※2 障害者雇用率の範囲

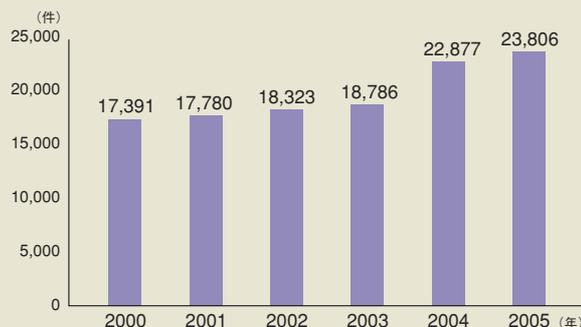
現在は、セブン&アイHLDGS.、セブン-イレブン、イトーヨーカドー、デニーズ、テルベの5社を合わせた数値を障害者雇用率として開示しています。

人権の尊重

法務省の人権擁護機関の公表によると、人権侵害事件数は増加傾向にあり、とくに2005年は過去最高を記録するなど、近年、人権の尊重は、社会の大きな課題になっています。いうまでもなく、企業活動の根幹をなすのは「人」であり、企業の内外を問わず、その活動に関わる全ての人の人権を尊重し、これを守ることは、企業の使命です。セブン&アイHLDGS.は、企業活動におけるあらゆる差別や人権侵害を禁止するとともに、人権啓発につながる教育研修なども積極的に行っています。

人権侵害事件の新規受理件数

▶法務省人権擁護局「人権侵害事件」の状況について



ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況
人権を尊重・重視する風土づくり	各事業会社に人権啓発のための専門組織を発足して社員教育を行っているほか、人権に関する相談窓口を設置。2005年度はグループ全体で59件の相談が寄せられました。

人権を尊重・重視する風土づくりについて

人権啓発の専門組織を発足させるとともに差別・人権に関する相談窓口を開設しています。

セブン&アイHLDGS.は、お客様、お取引先、地域社会、社員など、あらゆる人々の人権と個人の尊厳を尊重します。また、事業活動においては、社会的身分、門地、人種、信条、性別など業務遂行とは何ら関係のない非合理的な理由で差別をしません。また、グループの社員による、いかなる差別的な言動、いやがらせも許しません。

こうした考えのもと、各事業会社では社員の人権啓発のための専門組織を発足し、さまざまな機会を通じた社員教育を実施しているほか、人権に関する専門の相談窓口を設けて、人権問題に関する社員からの苦情・相談を受け付けています。

この相談窓口の役割・利用方法について社内研修などの機会を通じて積極的に説明していることもあり、人権尊重に対する社員の意識も高まっており、相談件数も年々増加しています。2005年度は、グループ全体(ミレニアムリテイリングは除く)で59件の人権に関する相

談が寄せられました。今後も、こうした研修を通じて、職場における人権尊重を徹底していきます。

このほかにも、イトーヨーカドーでは、新規入社者・新任役職者といった階層別に内容を変えて人権研修を実施しているほか、新店および既存店における人権研修も実施しています。とくに新規オープンする店舗については、事前に地域行政から周辺地域の歴史的背景や人権保護上の注意点などについてうかがい、従業員研修に反映しています。さらに、人権啓発の一環として、毎年、全従業員およびその家族を対象に「人権標語」を募集しており、優秀作品は社内報を通して表彰しています。2005年度は6,838件の応募がありました。



イトーヨーカドーの入社時研修で配布している研修用リーフレット『人権を考える7のステップ』

お客様



お取引先



地域社会



社員



環境

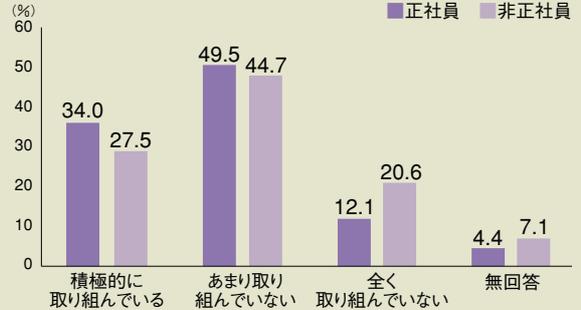


エンプロイアビリティ(就業能力)の向上

近年、経済のグローバル化にともなう企業間競争の激化によって、我が国では一般的だった「長期雇用」が揺らぎはじめています。こうしたなか、企業には、従業員の「エンプロイアビリティ(就業能力)」を高め、一人ひとりの能力や志向に沿ったキャリアプラン作成を支援すること、社員の就業能力向上につながる人事制度や職場環境を整備することが求められています。セブン&アイHLDGS.は、事業会社各社で自己啓発や社員教育に力を入れるとともに、個人を尊重した、働きやすい職場づくりにも取り組んでいます。

職業能力開発に関する取り組み

▶(独)労働政策研究・研修機構
「多様化する就業形態の下での人事戦略と労働者の意識に関する調査」
(従業員調査 2005年)
(注)無回答を除く従業員に対する割合



ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況 ※ロゴマークのある項目は、各事業会社の特筆すべき取り組み
社員の能力開発支援	<p>能力主義・実力主義を土台とした人事制度を構築する一方、全ての社員が一定の業務成果を上げられるように一人ひとりの経験や能力に応じた教育研修を実施しています。</p> <p> 社内ライセンス制度『フレンズメイト』を設置し、社員の知識・技術・接客レベルの向上を支援</p> <p> 百貨店協会が認定する専門資格の取得を応援</p> <p> パティシエやソムリエなどの専門知識を学べる『社内スクール』を開講</p>
	<p> イトーヨーカドー  ミレニアムリテイリング  デニーズ</p>

社員の能力開発支援について

求められる役割に応じて成果をあげられるよう職種別の研修や資格取得支援に取り組んでいます。

セブン&アイHLDGS.は、これまでも年功序列を排除し、能力主義・実績主義を土台に人事処遇制度の構築・運用・改訂に取り組んできました。その基本的な考え方は、次の通りです。

- ①社員の処遇を能力に基づいて行う。
- ②自己啓発の目標を明らかにする。
- ③公平な処遇を行う。

こうした考えのもと、各事業会社では一人ひとりの能力・業績を的確に評価し、給料・賞与・昇進・人事異動などに反映させる仕組みづくりを行っています。

しかし、実力主義の徹底は社員間の処遇格差にもつながりかねないため、セブン&アイHLDGS.では、あらゆる社員が仕事への能力を高め、一定の成果をあげられるように、経験や能力に応じた教育研修を実施して

います。また、自分の能力に磨きをかけたいという意欲に応えるために、各種通信教育や語学講座、手話講座などの自己啓発プログラムも用意しています。

さらに、入社2年以上の社員には、部長級役職を含む全役職を対象とした『立候補制度』を設置。グループ各社のさまざまな人材ニーズとグループ全社員の希望をマッチングさせ、適材適所の人材配置と組織の活性化を図っています。



接客レベル向上のための
『レディーススタイリングコーディネーター本部接客研修』

イトヨーカドー

知識・技術・接客レベルの向上を支援する社内ライセンス制度『フレンズメイト』を設置しています。

イトヨーカドーでは、売場の一人ひとりが職務遂行能力を高め、仕事の成果へ結びつけることができるように、2004年4月から社内ライセンス制度『フレンズメイト』をスタートさせました。

この制度は、会社が指定するライセンス(資格)のうち4ランク中のランク1~2に認定されれば、それが人事データとして登録され、人事情報の一つとして評価などに活用されるというものです。2006年7月末現在、ライセンスは全14種類あり、延べ9,057人がライセンスを取得しています。

今後はライセンスの種類・認定者数を増やしていただくだけでなく、ライセンス認定者の知識・技術を維持するために必要な更新基準・期間などを見直していく予定です。



インテリアフレンズメイトの認定試験風景

■フレンズメイトのライセンスおよび取得者数 (2006年7月末現在)

	取得者数(人)
レディーススタンリングコーディネーター	1,307
シューズアドバイザー	756
メンズスタイリングコーディネーター	1,221
チャイルドフレンズメイト	—※
肌着アドバイザー	—※
YUKATAフレンズメイト	886
寝具フレンズメイト	577
インテリアフレンズメイト	501
キッチンアドバイザー	—※
ストッキングフレンズメイト	6
ケアサポートアドバイザー	—※
サービスフレンズメイト	1,125
チェッカーフレンズメイト	1,924
電話交換フレンズメイト	754

※ 2006年下期から開始予定

ミレニアムリテイリング

百貨店協会が認定する「プロセールス資格」など、専門資格の取得を積極的に応援しています。

そごう、西武百貨店では、店舗で働く社員・パートタイマーが高度な接客技術を身につけられるように、百貨店協会の認定資格など、さまざまな専門資格の取得を積極的に応援しています。

たとえば、百貨店協会が認定する「プロセールス資格」には、洋服の着こなしに関するアドバイスやサイズ調整を適切に行える「フィッティングアドバイザー」や、冠婚葬祭や贈答などに関する知識をもとに適切な進物やマナーについてアドバイスする「ギフトアドバイザー」などがあります。そのほか、足に関する基礎知識と靴合わせの技術をもつ「シューフィッター」も、専門資格の一つです。

これらの資格に関する講座・試験にかかる費用、また資格を維持する費用も全額会社が負担しています。

デニーズ

パティシエやソムリエなどの専門知識を学べる『社内スクール』を定期的で開催しています。

デニーズでは、業務に関する教育研修のほかにも、お料理に関するさまざまな専門知識を学べる『社内スクール』を定期的で開催しています。

このスクールは、ケーキの作り方などを学ぶ『パティシエ・スクール』、ワインについて学べる『デニリエ・スクール』、ビールの注ぎ方などを習得する『ビールマスター・スクール』などがあり、パートタイマーやアルバイトの方も自由に参加できるほか、交通費も全額会社が負担しています。

2006年度は、化粧品メーカーの方に協力をいただき、新たに『メイクアップ・スクール』も実施。今後も参加者の声を聞きながら内容を充実させていきたいと考えています。



ケーキの作り方を学ぶパティシエ・スクール風景

お客様



お取引先



地域社会



社員



環境

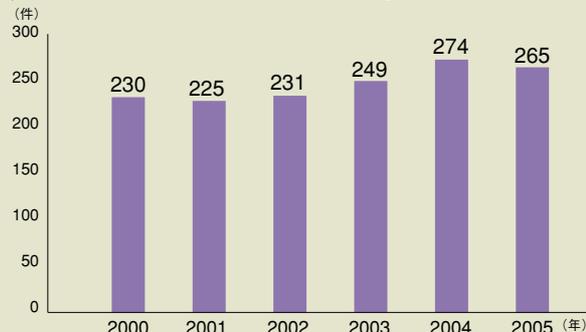


安全と健康の維持

従業員一人ひとりが安全かつ健康に働ける環境づくりを行うのは企業の重要な役割です。労働災害の防止はもとより、従業員の心身の健康維持に関する取り組みが大切です。近年は、経済環境の変化やスピード化により、ストレスを抱える人も増えています。セブン&アイHLDGSは、従業員の健康障害の予防や維持向上につながる取り組みを積極的に行っており、とくにメンタルヘルスケアには力を入れています。また、労働災害を防ぐ安全管理活動も入念に行っています。

全産業における労働災害発生状況

▶厚生労働省「平成17年度における重大災害発生状況」



ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況 ※ロゴマークのある項目は、各事業会社の特筆すべき取り組み
健康診断の徹底と健康障害の防止	定期健康診断の受診率向上に取り組むとともに、診断結果をもとにした産業医のフォロー体制を構築。また、2006年3月には「健康管理センター」を設置しました。
メンタルヘルスケア	グループ共通の相談窓口を設けてメンタル面をサポートするとともに、健康管理センターで社員の休職や復職を積極的にサポートしています。
労働災害の防止	各事業会社の各事業所に「安全衛生委員会」を置き、実際に職場で起きた労働災害をもとにした再発防止策の実施や社員教育を行っています。  自動車移動の多い本部社員のために、地元警察の協力を得て「交通安全講習会」を開催  最も災害件数の多い「刃物による切り傷」をなくすために危険器具の取り扱いに関する研修を強化

 セブン-イレブン  イトヨーカドー

健康診断の徹底と健康障害の防止について

「健康管理センター」を設置し
健康管理・健康相談の強化に取り組んでいます。

セブン&アイHLDGSは、社員が健康に働き続けることができるよう定期健康診断の受診率向上に取り組むと同時に、近年増加しているメタボリック・シンドロームをはじめとする生活習慣病の健康指導に取り組んでいます。

また、健康診断の結果、再検査が必要という場合には病院での受診を促し、産業医によるフォローアップや負担の少ない職場への配置転換などを行っています。

さらに、就業時間についても、職場の管理者である上長の教育・指導に加えて、勤務状況を人事部が定期的にチェックして、問題がある場合には上長と本人に指導をしています。

2005年度は、「個人情報保護法」の施行を受けて、社員の健康状態などが記載されている帳票管理を健康保険組合に委託。社員の情報を安全かつ適切に保管するようお願いしています。

2006年3月には、新たに女性を執行役員とする「健康管理センター」を設置し、相談内容や相談傾向を分析しながら、社員のサポート体制の整備を強化していく計画です。



本社の健康管理センター

メンタルヘルスケアについて

臨床心理士、カウンセラーなどの専門家がメンタル面の相談に応じています。

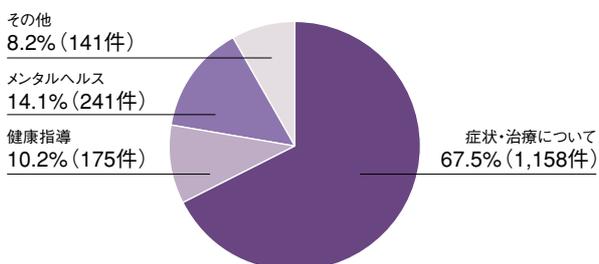
日常にお客様と接する小売・飲食業においては、気持ちのよい接客が何よりも大切です。セブン&アイHLDGS.は、社員が心身ともに健康で、常に質の高い接客サービスを提供できるよう、社員のメンタルヘルスケアにも力を入れています。

各店舗においては、上司と部下とが話し合う場を定期的に設けて社員のモチベーション向上やストレスの解消に努めています。

また、グループ共通の健康保険組合の中に臨床心理士やカウンセラーなどの専門家が相談に応じる『ファミリー健康相談ダイヤル』『こころの電話相談』を設置し、社員の健康をメンタル面からサポートしています。

さらに、健康管理センターでは、精神科医や産業カウンセラーが社員の休職や復職を積極的にサポートしています。

■ファミリー健康相談ダイヤルへの相談内容(2005年度)



労働災害の防止について

各事業会社に設けた『安全衛生委員会』を通して労働災害の防止に努めています。

小売・飲食業における労働災害には、通勤時に起こる通勤途上災害、食品を加工するさいに発生する切り傷、床濡れ・障害物による転倒など業務が原因で起こる業務が原因で業務中に起こる業務上災害があります。

セブン&アイHLDGS.の各事業会社では、こうした職場の特性を踏まえた安全衛生活動を展開していくために、各事業所に設けた『安全衛生委員会』を通して、職場で起きた労働災害の原因を分析・検証し、その防止策を講じるとともに、再発防止に向けた社員教育を徹底しています。

セブン-イレブン

地元警察署の協力を得て、OFC向けの交通安全講習会を実施しています。

加盟店への経営支援を担当しているOFC(オペレーション・フィールド・カウンセラー)は、自動車で移動する機会が多い職種です。そこで、業務上の交通労働災害※への対策として、2~3年に1回、OFC向けの『交通安全講習会』を地元警察の協力を得て開催しています。

※交通労働災害

交通労働災害には「業務上」のほか「通勤途上」があります。



OFCが使用している社用車

イトーヨーカドー

包丁やカッターなどの危険器具の取り扱いに関する教育を強化しています。

イトーヨーカドーの店舗で毎年最も多い労働災害が「刃物による切り傷」です。そのため、2004年度から生鮮食品に携わっている社員・パートタイマーを対象に危険器具の取り扱いに関する教育を強化してきました。その結果、「刃物による切り傷」は2003年度の426件に対して、2004年度が367件、2005年度が358件と毎年減少しています。今後も継続して同様の研修を実施し、労働災害の防止に努めていきます。



生鮮食品売場のバックルーム



お惣菜売場のバックルーム

地球温暖化の防止

2005年2月に発効した「京都議定書」において、我が国日本は2008年～2012年までにCO₂などの温室効果ガスを1990年比で6%削減することを批准しています。この目標達成に向けて、企業においても日々の事業活動にともなうCO₂の排出量を把握し、その削減に向けて取り組んでいくことが求められています。セブン&アイHLDGS.は省エネ型設備の導入などを通じて各事業所における電気使用量の削減に努めているほか、物流の効率化によって商品輸送時のCO₂排出量を削減しています。

日本の温室効果ガス排出量の推移

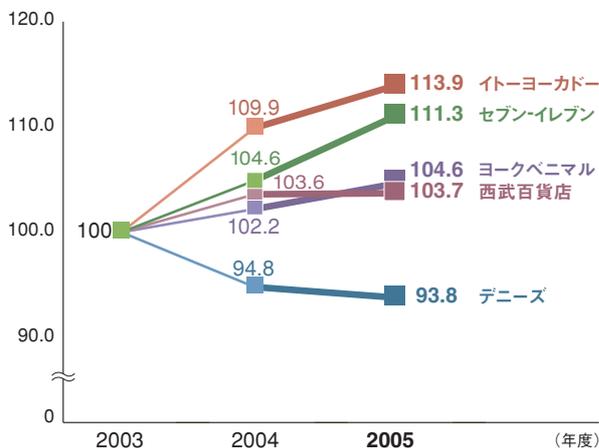
▶環境省「温室効果ガス排出量・吸収量データベース」をもとに算出



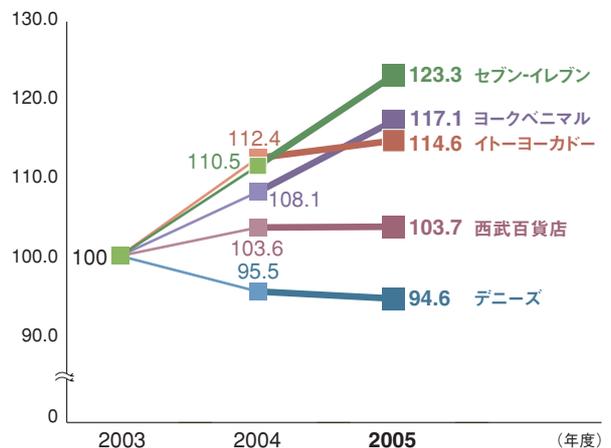
ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況 ※ロゴマークのある項目は、各事業会社の特筆すべき取り組み
店舗運営にともなうCO ₂ 排出の抑制	<p>エネルギー効率の高い省エネ設備を導入しているほか、店舗施設・設備の定期点検やメンテナンスを実施しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> 環境省の「二酸化炭素排出抑制対策事業」を活用して省エネ設備を導入 都市ガスを利用して発電・給湯する小型コージェネレーションシステムを一部店舗に導入 営業時間内だけでなく、夜間における無駄な電気使用の削減も徹底 パルス燃料ボイラーや省エネ電気設備などを導入して電気使用量・CO₂排出量を削減
商品輸送にともなうCO ₂ 排出の抑制	<p>グループ各社間の共同集荷・共同配送・物流システム統合などを進めることで、商品輸送時の環境負荷の低減に取り組んでいます。</p> <ul style="list-style-type: none"> 一括配送、運行管理システムを活用して、物流効率の向上を推進 温度帯別の物流センターの設置や共同配送、車載端末による運行管理を推進 物流センターの整備統合や配送ルートの見直しなどにより配送効率を向上

セブン&アイレブン イトーヨーカドー ヨークベニマル デニース

店舗運営にともなう1店舗当たりのCO₂排出量 (2003年度を100とした場合)



店舗運営にともなうCO₂排出総量 (2003年度を100とした場合)



店舗運営にともなうCO₂排出の抑制について

事業の拡大に比例して環境負荷が増大しないようエネルギー効率の高い設備を導入しています。

セブン&アイHLDGS.では、各事業会社の事業拡大に向けて、それぞれの業種・業態に合わせた店舗展開、業務改善に取り組んでいます。こうした取り組みに比例して、温室効果ガスなど環境負荷が増大してしまわないよう、各事業会社では新店や改装店舗に省エネ設備を導入。さらに、店舗建物の定期点検や日常の設備機器メンテナンスを通じて、効率的なエネルギー利用を心がけることでCO₂の排出抑制に努めています。

2005年度における各事業会社の実績

セブン-イレブン

1店舗当たりのCO₂排出量が2003年度比11.3%増加、CO₂排出総量も23.3%増加しました。サービスの充実に向けた店内設備の増加、店舗の大型化、店舗数拡大が主な要因です。今後は、新店舗・改装店舗を中心に省エネ型設備や断熱材の導入を進めていく計画です。

イトーヨーカドー

1店舗当たりのCO₂排出量が2003年度比14%増加、

CO₂排出総量も14.6%増加しました。モール型の大型店舗がオープンしたこと、営業時間を延長したことが主な要因です。今後は省エネ設備導入と適正な運用管理を徹底していきます。

西武百貨店

1店舗当たりのCO₂排出量は2003年度比3.7%増加、CO₂排出総量も3.7%増加しました。多くの電力を必要とする大型専門店を出店したこと、大規模な店舗改装を実施したことが主な要因です。今後は各店舗における日常管理と設備の省エネ化を強化していきます。

ヨークベニマル

1店舗当たりのCO₂排出量は2003年度比4.6%増加、CO₂排出総量も17.1%増加しました。店舗数の拡大や営業時間の延長が主な要因です。今後も省エネ設備導入と適正な運用管理を徹底していきます。

デニーズ

1店舗当たりのCO₂排出量は2003年度比で6.2%削減、CO₂排出総量も5.4%削減しました。これは2004年度から既存店舗のコンロ・ゆで麺器、新店舗の厨房設備の燃料をガスから電気に変更したことによるものです。

Close Up

百貨店業界初のISO14001認証を取得し、計画的かつ継続的な環境負荷削減に取り組んでいます。

 ミレニアムリテイリング

西武百貨店は1999年、百貨店業界としては初めて環境マネジメントの国際規格ISO14001規格認証をマルチサイトで取得。以来、ISO規格に基づく環境マネジメントシステムを運用しながら、計画的かつ継続的な環境負荷削減に取り組んでいます。

こうした活動成果を引きあげていくために、とくに注力しているのが環境教育です。業務委託先社員を含む売場の全従業員を対象に環境方針から社会貢献活動まで学ぶ入店時研修を実施するとともに、年1回

インターネットを使ったeラーニングを実施しています。

また日常業務においても、店内照明の省エネ化や、社員のエレベーター使用を控える「2アップ3ダウン運動」を実行しているほか、事務所離席時の消灯、計画的な業務遂行による時間外業務の削減などを通じて、電力使用量の低減に努めています。

※セブン-イレブン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、デニーズは、『セブン&アイHLDGS.環境指針・環境規約』に基づき、各社の事業活動に合わせたマネジメントシステムを運用しています。



セブン-イレブン

環境省の「二酸化炭素排出抑制対策事業」を活用し省エネ対策を進めています。

セブン-イレブンは、CO₂排出量削減に向けた店舗の省エネ複合型冷蔵システムを導入するにあたって、環境省が公募した「平成十七年度二酸化炭素排出抑制対策事業」に応募し、これが採択されました。

この補助金を活用し、2006年1月、29店舗に省エネ複合型設備を導入しました。この設備は空調機と冷凍機の屋外機を一体化することで高効率なエネルギー使用を可能にしたもので、その導入効果として空調使用によるCO₂排出量が8%、冷凍機使用によるCO₂排出量が20%の削減を見込んでいます。

この実績を2006年度中に検証し、見込み通りの削減効果が認められれば、今後オープンする新店舗の標準設備とすることも検討しています。

イトヨーカドー

都市ガスを燃料に発電・給湯ができる小型コジェネレーションシステムを導入しました。

2005年度においては、都市ガスを燃料とするガスエンジンで発電し、その排熱を利用して給湯する小型コジェネレーションガスエンジン給湯器「ジェネライト」を11店舗に導入しました。この設備は都市ガスを使って電気と熱をつくることで、省エネ・省コストに高い効果を発揮し、同時にCO₂の排出を抑えることができます。また一般的にコジェネレーションシステムによるCO₂排出量の削減効果は15%以上ともいわれています。

そのほかにも、売場の過度な照明を抑えるための調光型インバーターを導入しており、商品を並べているスペース、通路、エスカレーター付近など、細かな照度調整を行うことで、無駄なエネルギー使用を抑制し、エネルギー効率を高めています。

■「ジェネライト」導入店舗 11店舗

鶴見店、横浜別所店、武蔵境東館、大宮宮原店、大宮店、八王子店、葛西店、能見台店、錦町店、東大和店、立場店

Close Up

約12,000の店舗・事業所でライトダウンを実施しました。

 セブン&アイHLDGS.

セブン&アイHLDGSは、環境省が地球温暖化防止対策の一環として推進している「ライトダウンキャンペーン」に参加し、2006年6月18日、セブン-イレブン、イトヨーカドー、デニーズなどグループ各社約12,000の店舗および事務所周辺の看板照明などを約30分間にわたって消灯しました。

また、そごう、西武百貨店でも2006年6月（西武百

貨店は4月にも実施）、全28店舗のライトダウンを実施しました。



ライトダウン前



ライトダウン後

そごう、西武百貨店では、店舗の緑化活動を進めています。

 ミレニアムリテイリング

そごう心齋橋本店では、『そごうパーク』という屋上庭園を設置し、オリーブ、日向夏、ツル植物などの多様な植物に囲まれた緑あふれる潤いの空間を設けています。この屋上庭園は、大阪府の「みどりの街づくりモデル事業」の対象施設にも選ばれました。

また、西武百貨店では、空気の浄化やヒートアイランド化防止などのために、店舗の緑化活動を推進。西

武百貨店池袋本店では「垂直の森」と呼ばれる店舗壁面緑化に取り組んでいます。



そごう心齋橋本店のそごうパーク



西武百貨店池袋本店の壁面緑化

ヨークベニマル

店舗増加・営業時間の延長にともなって増加している電気使用量を削減することが今後の課題です。

ヨークベニマルは、「地域に密着した店舗づくり」という出店戦略のもと、店舗数を年々増加させています。また、多様化するライフスタイルに対応すべく、営業時間を延長しています。これにより電気使用量は増加傾向にあり、その対策が求められています。

そこで、各店舗では省電力などに効果のある設備機器を導入しているほか、冷凍・冷蔵ケースの無駄な電気消費を抑える夜間用のカバー活用などを徹底し、電気使用量の削減に努めています。

デニーズ

パルス燃焼ボイラーや省エネ電気設備などを導入して、CO₂排出量削減に努めています。

デニーズでは、厨房設備および空調で多くのエネルギーを使用しています。とくに近年、メニューの多様化などにもない調理機器の能力を向上させたことでエネルギー使用量が増加傾向にあったことから、各種省エネルギー機器を導入するとともに、厨房設備のエネルギーをガスから電気へと転換し、エネルギー使用量およびCO₂排出量の削減に取り組んでいます。

このエネルギー転換によって、厨房の換気回数が減ったほか、ガス燃焼にともなう空調負荷が低減されたことで電気使用量は削減されています。

そのほか、2002年度に新冷媒の冷凍・冷蔵機器を導入したのをはじめ、2004年度にはガス式の調理用コンロ・ゆで麺器を電気式に変更しました。また、フロンガスを使用せずに、エネルギー使用によって発生するCO₂を冷媒として再利用する電気式給湯器やコージェネレーションシステムを一部の店舗に導入しました。

この結果、2005年度の1店舗当たりのガスエネルギー使用量は14,240m³ (2004年度比90%)、電気使用量は369,800KWh (2004年度比106%)となり、CO₂排出量は228,471t-CO₂ (2004年度比99%)となりました。



エネルギー使用量およびCO₂排出量を削減する電気式の厨房設備

商品輸送にともなうCO₂排出抑制について

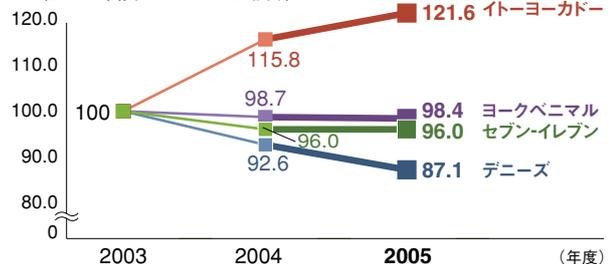
グループ共通の効率的な物流インフラを構築し商品輸送時の環境負荷を低減していきます。

セブン&アイHLDGS.の各事業会社では、お客様のニーズに迅速・的確に対応する物流体制を整える一方、物流効率を高める「共同配送システム」「エリアセンター化」を推進しています。

さらに今後は、物流網の統合・整理などグループシナジーを発揮した効率的な物流インフラを整備し、商品輸送時の環境負荷低減を進めていきたいと考えています。

1店舗当たりの物流におけるCO₂排出量

(2003年度を100とした場合)



2005年度における各事業会社の実績

セブン-イレブン

1店舗当たりのCO₂排出量は2003年度比で4.0%改善されました。これは商品の温度帯別共同配送の一環として進めてきた常温商品の共同配送システムが全国で整備されたこと、運行ルートを見直したことが要因です。

イトーヨーカドー

1店舗当たりのCO₂排出量は2003年度比で21.6%増加しました。これは配送センターを新設したことで走行距離を把握・管理する対象が拡大したことが原因です。

ヨークベニマル

1店舗当たりのCO₂排出量は2003年度比1.6%削減されました。物流システムの整備が進み、配送車両台数や走行距離を抑制できたことが要因です。

デニーズ

1店舗当たりのCO₂排出量は2003年度比12.9%削減と大幅に改善されました。これは配送ルートの見直しや車両台数の削減を進めた結果です。



セブン-イレブン

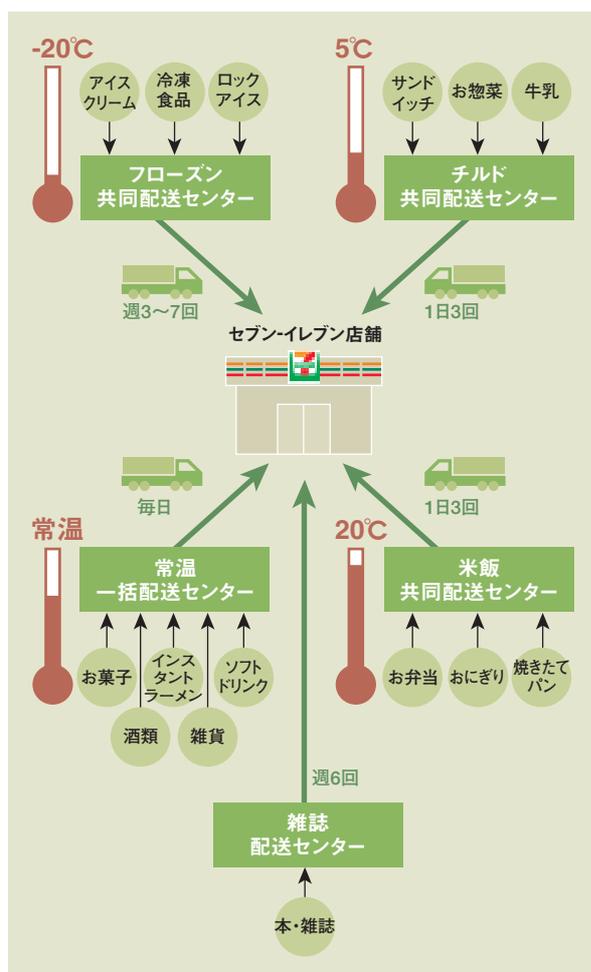
一括配送やトラックの運行管理をシステム化し物流効率の向上に取り組んでいます。

セブン-イレブンでは、創業以来、「高密度多店舗出店(ドミナント方式)」という考え方にに基づき店舗を展開しています。これは、各店舗の商圈を隣接させながら集中的に出店するというもので、出店エリアでの知名度の向上やお客様の来店頻度の増加だけでなく、物流効率を向上させる目的も含まれています。

2005年度には、常温商品(お菓子・雑貨・酒類・ソフトドリンクなど)の一括配送システムの全国展開を完了。また、商品の輸送トラックの運行状況を把握・管理するための車載運行管理システムの更新を進め、配送員の“運転の癖”などもデータ化できるようにし、日々の業務指導に生かしています。

今後は、この新システムを活用しながら、より安全で、効率的なトラック運行に努めていきます。

共同配送システムのご概念図



イトーヨーカドー

温度帯別の物流センターの設置や共同配送、車載端末による運行管理などを推進しています。

イトーヨーカドーでは、各出店地域に商品の温度帯別の物流センターを配置するとともに、店舗への共同配送を推進し、配送台数削減に取り組んでいます。

2005年度は、大阪地区に日用品関連の物流センターを開設しました。これによって、日用品関連の配送台数が5台から1台へ削減されました。

また、東北地区では衣料・住居関連品をヨークベニマルと共同配送するシステムを構築し、2006年7月からは生鮮食品の共同配送も開始しました。さらに、輸送トラックの燃費向上と安全運転の徹底を目的に車載端末の導入も進めています。

2006年度は、引き続き車載端末車の拡大に取り組むとともに、車載端末から集めたデータを配送ドライバーへの指導に生かし、安全運転の徹底と、燃費改善によるCO₂削減を進めていきたいと考えています。

Deny's デニーズ

物流センターの整備統合や配送ルートの見直しにより配送効率の向上に取り組んでいます。

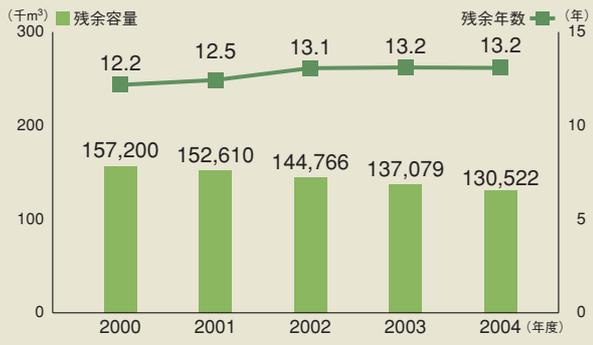
デニーズは1982年から共同配送および温度帯別配送を開始し、1日10回必要としていた配送について、冷蔵便・常温便は毎日1回に、冷凍便は週2~3回まで縮減しました。さらに近年は、店舗拡大が配送便増加につながらないよう、物流センターの整備統合や発注精度・積載効率の向上、配送ルートの見直し、冷蔵・常温品の混載納品などに取り組み、配送の効率化に取り組んできました。その結果、2005年度の配送台数は2004年度比で約2.8%削減することができました。

今後は、台数を削減するだけでなく、配送車両のコンディションを保つことも燃費の向上や環境負荷削減には不可欠です。これまでも、お取引先の協力のもと①使用年数5年以内、②走行距離50万km以内という基準に従って全車両を管理してきましたが、今後はさらに車両の状態管理を充実させ、燃費効率の改善・環境負荷の低減を強化していく計画です。

廃棄物の削減

限りある地球資源を守るという観点から、近年、廃棄物の削減やリサイクルに対する注目が高まっています。企業の活動においても、廃棄物の発生量を減らすとともに、再利用・再資源化への取り組みが求められています。セブン&アイHLDGS.は、「食品リサイクル法」や「容器包装リサイクル法」などの法令を遵守するのはもちろんのこと、食品廃棄物リサイクルの促進、レジ袋などの包装資材の削減などに積極的に取り組んでいます。

一般廃棄物最終処分場の残余容量と残余年数の推移
出典:環境省「一般廃棄物の排出及び処理状況等(平成16年度実績)」



ステークホルダーの関心・懸念	グループの取り組み状況 ※ロゴマークのある項目は、各事業会社の特筆すべき取り組み
食品廃棄物の削減・リサイクル	<p>「食品リサイクル法」に定められた「2007年3月までに食品残さの20%を削減または20%再生利用」を達成するために、発注精度の向上や分別の徹底などに取り組んでいます。</p> <ul style="list-style-type: none"> 各店舗の廃棄物を一括回収・処分する『エコ物流システム』を構築 廃棄物処理業者のリサイクル費用を一部補填する付加金制度を運用 一部店舗に生ゴミを堆肥化する機械を設置し、その堆肥を近隣農家へ無料配布 養鶏用飼料としてリサイクルし、自社ブランド商品『健味卵』の生産に活用 セブン-イレブンの『エコ物流』を利用して食品廃棄物のリサイクルを推進
容器包装の削減	<p>対面販売による測り売り・1個売りなどを実施しているほか、リサイクル可能なトレイの導入、お客様への簡易包装の推奨などに取り組む、容器包装の削減に努めています。</p> <ul style="list-style-type: none"> 1999年比で71.9%までレジ袋を薄肉化し、レジ袋の使用重量を削減 ノーレジ袋や簡易包装など、お客様の協力をもとにした包装資材の使用量削減を推進 過度な包装をしないスマートラッピングやマイバックを推奨し、容器包装の使用量を削減

セブン-イレブン イトヨーカドー ミレニアムリテイリング ヨークベニマル デニース

食品廃棄物の削減・リサイクルについて

「食品リサイクル法」の目標達成に向けて4つの方針をもとに活動を進めています。

2001年5月に「食品リサイクル法(食品循環資源の再利用等の促進に関する法律)」が施行され、スーパーやコンビニエンスストアなどの食品関連事業者は、2007年3月末までに食品の流通・加工によって発生する食品廃棄物の20%抑制または再生利用することが義務づけられました。

セブン&アイHLDGS.では、この目標を達成するため

に、以下の4つの方針に基づく食品廃棄物の削減に取り組んでいます。

- ①発注精度を向上させて売れ残りをできるだけなくすとともに、バラ・裸売りなどの販売方法を取り入れて容器包装の使用量を抑制する。
- ②発生した食品廃棄物は十分水分をきり、リサイクルできるもの・できないものに分別する。
- ③新しく入店したパートタイマーやアルバイトの方にも分かりやすい分別マニュアルを作成し、定期的に従業員教育を実施する。
- ④売場から撤去した販売期限切れ商品は、消費期限までの時間が十分に残っている場合に限り、商品の味をご確認いただくための試食品として有効利用する。

これらの施策を徹底することで、「食品リサイクル法」の目標を達成する予定です。

お客様



お取引先



地域社会



社員



環境



セブン-イレブン

『エコ物流システム』での食品廃棄物のリサイクルに取り組んでいます。

2001年5月に「食品リサイクル法※」が施行される以前から、セブン-イレブンは、販売期限切れの商品や製造工場で発生する食品廃棄物の有効利用の検討を開始し、2003年3月から、東京23区内で『エコ物流システム』による販売期限切れ商品のリサイクル(堆肥化)を開始しました。

これは、販売期限切れ商品を容器のまま店舗内の専用ボックスに入れておき、それを廃棄物処理業者が回収、処理場で分別から堆肥化までを一貫して行うというものです。容器と食品廃棄物を分別する段階から委託する上、それぞれをリサイクル資源として回収するため、通常のごみ回収と比べて加盟店が負担する費用が増加しましたが、多くの加盟店オーナー様から「販売期限切れ商品を(“ごみ”ではなく)“資源”として再利用する」ことへの理解が得られ、2006年8月31日現在、東京以外の地区も含めて1,404店舗で食品廃棄物のリサイクル(堆肥化など)が実施されています。

2005年度は、多摩地区(98店)、京都府全域(150店)へ実施地区を拡大。2006年度は、栃木県(宇都宮地区)・埼玉県(所沢地区)・滋賀県(全域)・熊本県(熊本地区)に食品リサイクルを拡大することを計画しています。

※食品リサイクル法

正式名称は「食品循環資源の再利用等の促進に関する法律」。コンビニエンスストアを含めた食品関連事業者に対して、2007年3月末までに食品の流通加工の過程で発生する食品残さの20%を発生抑制または再生利用することを義務づけています。



エコ物流による廃棄物の回収

イトーヨーカドー

廃棄物処理業者を支援する制度を設けて、食品廃棄物のリサイクルを推進しています。

イトーヨーカドーでは、日々、調理残さや販売期限切れ商品などの食品廃棄物が発生します。これらの発生量をできる限り抑制するために、発注精度の向上に取り組むとともに、値引きなどによる売り切りの徹底、廃棄物の水切り徹底などに取り組んでいます。その結果、2005年度の食品廃棄物発生量は、45,294トンとなりました。

また、食品廃棄物の発生量を抑制するだけでなく、そのリサイクル化を促進するために、当社では2002年度から『食品廃棄物リサイクル付加金制度』を設けています。この制度は、当社が食品廃棄物処理を委託しているお取引先(廃棄物処理業者)を対象に、お取引先がこのリサイクルを進めやすくなるようリサイクル費用の一部を廃棄物量に応じて補填するというものです。2006年2月現在、30店舗がこの制度を利用して食品廃棄物のリサイクルに取り組んでいます。

2005年度の食品廃棄物リサイクル率は23.8%(2004年度比1.3%増)となりました。

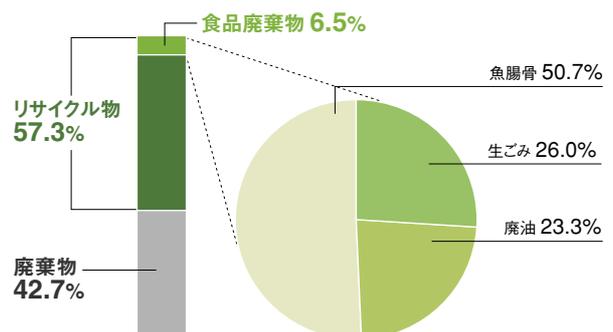
今後はリサイクル率25%を目標として、お取引先とともにリサイクル実施店舗の増加に努めていきます。

■食品廃棄物リサイクルを実施している店舗

リサイクルの方法	2005年度の実施店舗
肥料化	旭川店★、姉崎店★、幕張店★、尾張旭店★、仙台泉店、市原店★、小牧店★、竜ヶ崎店、白井店★、千歳店★、知多店★、東大和店、八千代店★、安城店★、小田原店★、青森店★、浦和店★、船橋店★、四街道店★、和光店、エスバ我孫子、我孫子店
消滅	鳴海店★
飼料化	北42条店、新川店、屯田店、琴似店、福住店、アリオ札幌店、恵庭店

★印…『食品廃棄物リサイクル付加金制度』を利用している店舗

■廃棄物・リサイクル物の割合



 ミレニアムリテイリング

一部店舗に「生ゴミ処理機」を設置し、食品残さからつくった堆肥を近隣の農家へ配布しています。

西武百貨店では、一部の店舗に食品売場やレストランから発生した食品残さをコンポスト(肥料)にするための生ゴミ処理機を設置。再生した肥料は近隣農家に無償で配布し、その肥料を使って栽培した農産物を店頭で販売することで、資源の循環を図っています。また、食品廃棄物の発生そのものを抑えるために、そごう、西武百貨店では、発注精度の向上や売り切りの徹底、社員食堂の食べ残しの削減にも取り組んでいます。

その結果、2005年度の食品廃棄物リサイクル率は、そごうが20.1%、西武百貨店が24.2%(2004年度比0.7%増)となりました。

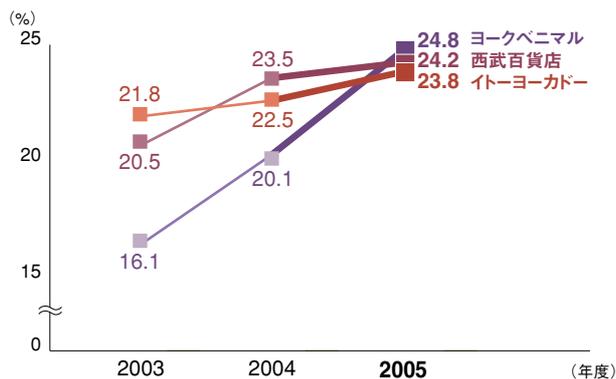


西武百貨店池袋本店の生ゴミ処理機



再生肥料を使って栽培した野菜

■ 各社の食品廃棄物リサイクル率



 ヨークベニマル

食品廃棄物を養鶏用飼料として加工し、自社ブランド商品『健味卵』を育てています。

ヨークベニマルは、鮮魚・精肉・野菜・果実の調理・加工時に排出される食品残さ、従業員食堂の残飯、さらに商品の売れ残りなど、店舗から排出される食品廃棄物の発生を抑えるために発注精度の向上に取り組んでいます。

また、排出される食品廃棄物の約2割を占める鮮魚のアラについては、廃棄物処理業者に委託して養鶏用飼料として加工し、ヨークベニマルが契約している養鶏場などで使用するなどの循環利用を推進。この飼料で育った養鶏の卵は、自社ブランド商品『健味卵』として全店舗で販売しています。

こうした取組みの結果、2005年度の食品廃棄物リサイクル率は24.8%(2004年度比4.7%増)となりました。



ヨークベニマルの『健味卵』

 デニーズ

セブン-イレブンの『エコ物流システム』を利用して食品廃棄物のリサイクルに努めています。

レストランを営むデニーズでは、お客様が残されたお食事をはじめ、厨芥・廃油などの食品廃棄物が発生します。全ての廃棄物の中でも食品廃棄物は42%を占めており、これらの発生抑制とリサイクル化は当社にとって重要な課題だと考えています。

そこでデニーズでは、セブン-イレブンが推奨している『エコ物流システム』を共同利用して、2003年度から都内20店舗と福島県会津若松市の2店舗で生ごみのリサイクル(堆肥化)を開始。2005年度末時点での堆肥化実施店舗は47店舗となりました。

その結果、全店舗から発生した食品廃棄物8,834トンのうち15%をリサイクル化することができました。

2006年度中にこのシステムを利用する店舗を80店舗まで拡大することで、「食品リサイクル法」で定められている目標値20%を達成する見込みです。

お客様



お取引先



地域社会



社員



環境



容器包装の削減について

販売方法や包装方法などを工夫しているほか、お客様にもご協力・ご理解をお願いしています。

少子化・高齢化や健康志向を背景に、「欲しい商品を必要な量だけ」というお客様のニーズが高まっています。こうしたニーズへの対応が容器包装の増加に比例しないように、セブン&アイHLDGS.では、対面販売による量り売り・バラ売り・1個売りなどを積極的に実施しているほか、お客様に対する簡易包装の推奨を行っています。

また、お買い上げいただいた商品を入れるレジ袋や紙袋については、商品の品質・安全性などを考慮して使用する枚数・サイズを規定しているほか、使用量そのものを削減するために、マイバッグの販売やスタンプカードの導入、お客様への声かけに取り組み、お客様のご理解・ご協力をお願いしています。

また、「容器包装リサイクル法」に基づいて、各事業会社では対象となる容器包装の使用重量に対する再商品化委託料を、毎年、(財)容器包装リサイクル協会に支払っています。



イトーヨーカドーのレジ袋

容器包装リサイクルの委託料 (単位:千円)

事業会社	委託料
セブン-イレブン	717,529※
イトーヨーカドー	633,443
そごう	17,570
西武百貨店	17,324
ヨークベニマル	151,166
デニーズ	1,954

※加盟店が支払った委託料を含む

セブン-イレブン

レジ袋の薄肉化、使用量削減に取り組んでいます。

セブン-イレブンは、省資源や廃棄物削減を目的に1999年からレジ袋の薄肉化に取り組み、強度の確認を行いながら徐々に使用重量を減らしています。2006年2月28日現在、レジ袋の厚みは1999年比で28.1%、使用重量は1999年比で24.5%減っています。

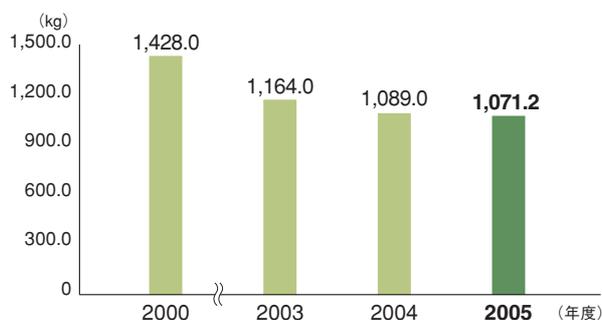
また、2005年8月には愛知県下の全セブン-イレブン309店舗で、お客様参加型のレジ袋の使用量削減活動である「EXPOエコマネー※」に参加しました。

今後は、2006年5月に(社)日本フランチャイズチェーン協会から発表された「年間1店舗当りのレジ袋使用総重量について2010年までにレジ袋を2000年比35%削減する」という業界目標を達成するために、コンビニエンス各社と共同で「レジ袋削減キャンペーン」を推進。店頭でポスターを掲出したり、お客様への声かけを徹底するなど、レジ袋の使用削減への協力をお願いしていきます。

※EXPOエコマネー

レジ袋の使用を辞退されたお客様のレシートにスタンプを捺印。このスタンプ付きレシートを集めるとエコ商品と交換したり、環境団体の植林活動に寄付することができる、という取り組み。

1店舗当たりのレジ袋使用量



レジ袋削減キャンペーンポスター

『ノーレジ袋カード』の設置や簡易包装の推奨など、包装資材の使用量削減をお客様にお願いしています。

イトーヨーカドー、ヨークベニマルで使用している包装資材には、お買い上げいただいた商品を入れるレジ袋や紙袋のほか、サービスカウンターで使用している包装紙などがあります。

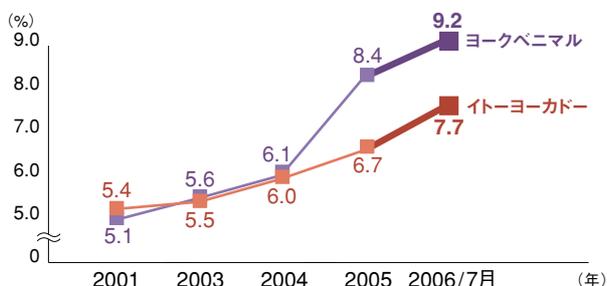
なかでも使用量の多いレジ袋については、各レジの前に『ノー・レジ袋カード』を設置し、レジ袋の使用を辞退されたお客様にはスタンプカードを配布するなど、お客様のご協力を呼びかけています。

そのほか、ヨークベニマルでは、レジ精算後の詰めかえが不要な『マイバケット』を販売。さらに、2006年6月からはイトーヨーカドー、ヨークベニマルの各店舗でオリジナルのショッピング・トートバッグの販売を開始したほか、レジ袋の配布基準を見直して、お客様にお渡しする枚数・サイズを商品に応じて細かく規定しました。



各店舗で販売しているショッピング・トートバッグ

レジ袋の辞退率



スマートラッピングを実施しているほか、オリジナルのエコロジーバッグを販売しています。

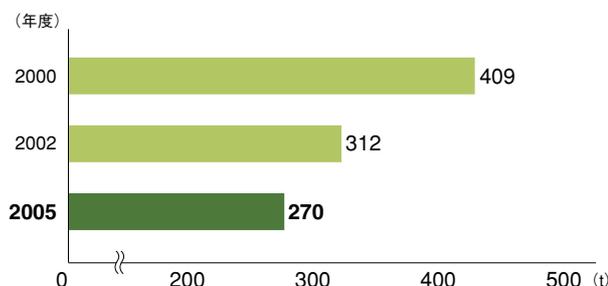
西武百貨店では2000年6月からハンドバッグ売場と食品売場で「西武オリジナル・エコロジーバッグ」を販売しています。この「エコバッグ」はペットボトルをリサイクルしてつくった再生ポリエステルを素材に使用するとともに、シンプルなデザインと機能性を重視するなどお客様の声を反映しています。

また、多くのお客様からのご要望を受け、2002年9月から「保冷バッグ」を、2005年9月には保冷タイプのショッピングカートも導入しました。

このほか、そごう、西武百貨店では、業界団体である日本百貨店協会が推奨する「スマートラッピング」の考え方を商品包装に取り入れています。これは、使い道を考慮した上で、過度な包装はしないということをお客様と一緒に考えていくというもので、各店舗・各売場の担当者への周知徹底を図っています。

今後も、マイバックの推奨とスマートラッピングの徹底により、容器包装の削減に取り組んでいきます。

包装紙・手提袋の使用量 (西武百貨店)



Close Up

セブン&アイHLDGS.『全国一斉清掃活動』を実施し、全国で約70トンのごみを回収しました。



セブン&アイHLDGS.は、地域の環境美化活動の一環として、2006年6月から『全国一斉清掃活動』を開始しました。

2006年6月25日(日)には、セブン-イレブンの加盟店オーナー様と従業員、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、デニーズなどグループ全社の従業員など32,395人が

参加し、グループ各社の10,462の店舗・事業所周辺を清掃。約70トンのごみを回収しました。



2006年6月25日に実施した「全国一斉清掃活動」

第三者の評価コメント

—セブン&アイHLDGS. はステークホルダーへの説明責任を果たしているか—

A network firm of
PRICEWATERHOUSECOOPERS

1. はじめに

グローバル化が進み企業の社会的な役割がますます重視される中で、企業は、株主への利益還元にとどまらず、重要なステークホルダーを見極め、自らの及ぼす影響を認識し、ステークホルダーの関心に応えていく必要があります。国内外の様々な社会的課題や地球環境問題に対して、長期的な視点に立ち、ステークホルダーとの継続的な対話を通してともに解決の道筋を探ることによって、社会からの信頼を得られ、持続可能な経営が可能になると考えられます。CSR（企業の社会的責任）の遂行に当たっては、こうした活動を経営の中に位置づけ、透明性のある情報開示を行い、説明責任を果たしていくことが重要です。

2. 評価の対象と目的

上記のような考えに立ち、私たちは、株式会社セブン&アイHLDGS. からの依頼に基づき、「セブン&アイHLDGS. 企業の社会的責任報告書 2006」（以下「報告書」という）の評価を行いました。

この評価は、報告書の記載内容がステークホルダーの関心から見て適切かどうかについて、重要性・完全性・対応性の観点から、独立した第三者としてのコメントを述べることを目的としています。

重要性：自らおよびステークホルダーにとって重要な課題を明らかにすること

完全性：重要な課題に関して、自らの影響を十分に理解すること

対応性：ステークホルダーの懸念に対応し、その対応について適切に伝えること

なお、このコメントは、報告書の記載情報の収集と報告に関するプロセスの有効性や信頼性を保証するものではありません。

3. 評価のプロセス

私たちは、評価にあたり以下の作業を行いました。

1. 報告書の構成案・中間原稿・最終原稿の閲覧
2. 事務局へのヒアリングおよび関連資料の閲覧
3. ステークホルダーとの対話状況の把握
4. 社内の編集会議への立会
5. 経営層へのヒアリング

4. 評価結果

(1) 重要性

セブン&アイHLDGS. は、社会的な課題や、事業活動の中で把握したステークホルダーの声を参考に、重要な課題を決定し、報告書に掲載しています。

今後は、重要な課題の決定の際に、社内外のステークホルダーがより積極的に関わるように促していくことが望まれます。

セブン&アイHLDGS. は、持株会社の設立や経営統合を行い、流通業として世界各地で事業規模を拡大しつつあります。グローバルなグループの活動をマネジメントしていく一方で、コミュニティの一員として地域に根ざした事業活動を行っているところに、セブン&アイHLDGS. の事業の特性や存在価値があると考えられます。CSRの遂行にあたっては、効率性を追求し本業で社会に貢献すると同時に、現場で働く社員の熱意や取引先、地域社会など多くのステークホルダーに支えられた事業活動を行っているという視点を忘れてはならないでしょう。

今回の評価のプロセスでは、セブン&アイHLDGS. の報告書として何をどのように報告するべきか、という悩みの跡が随所に見られました。これまで先進的に取り組んできた事業会社の考え方を軸にしつつ、社内での議論に留まらずに、昨今の社会の中で問題として取り上げられている事項や、「お客様の声」等の傾向を踏まえて、記載すべき重要な事項を検討していく姿勢には好感を持ちました。社是に掲げるステークホルダー別に挙げられた課題は、そのような過程を経て選出されています。

す。

しかし、経営統合後間もないために、個別の課題に対する取組の中には、各事業会社間で進捗状況に差がある事項も見受けられます。また、すでに取組が行われているものであっても、その内容やグループとしての考え方について、今後一層の情報開示が期待される事項もあります。例えば、夜間/長時間営業に伴う環境負荷や安全・健康面の配慮、ワーク・ライフ・バランス、フランチャイズ加盟店のオーナーとの関係、外国人労働力の活用の方針、処遇の公平性、海外も含めた事業活動やサプライチェーンマネジメントなどが挙げられます。

重要な課題を検討する際には、ステークホルダーとの対話によって意見や要望を知り、優先順位をつけながら課題の解決をともに考え、そのプロセスを開示して透明性を高めていくことが重要です。その際、社外のステークホルダーとの対話だけでなく、グループ内での情報共有や対話にも充分配慮する必要があります。

(2) 完全性

セブン&アイHLDGS.は、自らの及ぼす影響を様々な側面から把握しています。今後は、社会・環境への影響について重視すべき指標を明確にし、セブン&アイHLDGS.全体での情報収集のしくみを整備していくことが望まれます。

社会との密接なかかわりを持ち、社会の変化に対応しつつ事業活動を行っているセブン&アイHLDGS.は、自らの及ぼす影響を様々な側面から把握・分析しています。CSR推進委員会の下部組織である5つの専門部会では、ステークホルダーにかかわる重要な課題を検討しており、経営層に報告される体制となっています。しかし事業活動のベースは各事業会社であり、経営統合後間もないことから、ことに社会や環境への影響などの非財務情報に関しては、どのような情報を収集すべきかを含めて、セブン&アイHLDGS.全体で情報を把握し開示するしくみは発展途上にあります。

今回の報告書では、環境の一部のデータを除いて、グループ全体での取組の指標となるデータの開示は不足しています。個々の取組事例のデータを開示することも大事ですが、まずCSRの指標として何を重視していくのかを検討し、それらのデータをグループ全体でどこまで把握しているのか、といったデータの把握状況を示すことから始めることが考えられます。その上で、情報収集のしくみを整備し、自らの影響を十分に理解した上

で、得られた情報を取組に活かしながら、継続して開示していくことが望まれます。

(3) 対応性

セブン&アイHLDGS.では、各事業会社を中心に様々な取組を行っています。今後は、CSR推進委員会等の組織を活かし、セブン&アイHLDGS.としての方針の浸透を図りながら、一層取組を推進していくことが望まれます。

セブン&アイHLDGS.では、各事業会社の企業行動委員会や専任担当者を中心に、重要な課題に対して、報告書の記載に見られるとおり様々な取組を行っており、ステークホルダーの関心への対応は一定の成果を挙げていると評価できます。

今後は、CSR推進委員会や各専門部会の枠組みを活かし、先に挙げた重要性や完全性に関する改善点も含めて、各事業会社間の情報共有・意思疎通を一層図り、セブン&アイHLDGS.としての方針の浸透を図りながら、各社の取組を推進していくことが望まれます。

地域に根ざした事業を行っているセブン&アイHLDGS.のステークホルダーは、お客様が同時に社員であり、地域住民でもあるという重複した形で存在します。それぞれのステークホルダーグループに対して、異なる事業会社すべてがグループとして共有する方針のもと、一貫した企業姿勢で着実かつ誠実な取組を行うことが大事です。このことは、CSRについてもグループシナジーを生み、社会からの信頼を得る上で必要なことと考えられます。

定期的な報告書とともに、万一問題が生じた場合には、速やかな対応が求められる場合もあります。すでに検討はスタートしていますが、ウェブや、各事業会社の報告との連携も視野に入れ、より一層充実した利用しやすい情報開示と対応を期待します。

2006年9月11日

株式会社みずすサステナビリティ認証機構
(みずす監査法人グループ)



IC2006-0009

代表取締役社長

井上壽枝

第三者評価



米国在住
ASU International社代表
社会責任コンサルタント

齋藤 慎

セブン&アイHLDGS.は、今年、日本で第1位、世界で第5位の巨大流通グループになりました。89社を傘下にもち、全世界で約3万店の店舗を通じて、一日、1300万人の人々に小売サービスを提供するビックカンパニーです。その売上高は約3兆9億円。これはルクセンブルクのGDPにほぼ匹敵する規模です。言い換えれば、セブン&アイHLDGS.は国家と同じくらいの影響力をもつようになったことを意味しています。世界に羽ばたく日本一の流通グループとなった今、セブン&アイHLDGS.は何を期待されているのでしょうか。

同グループの社是にさまざまなステークホルダーに対して「誠実な企業でありたい」とありますが、私は「グローバルな日本一誠実な企業」になることが期待されていると思います。そうなるのは、時間の問題だといえそうです。というのも、すでに各事業会社の強みやノウハウを生かし、共有化する社内革命が始まっているからです。

2005年9月にセブン-イレブン、イトーヨーカドー、デニーズが統合し、セブン&アイHLDGS.が設立されてから間もないですが、これまでに商品開発や原材料調達を共同で行ったり、物流システムや生産工場などの事業インフラの相互活用などを行うことに成功しています。中国などにおいても、同じような取り組みが進められている点も評価します。

今後、セブン-イレブンの共存共栄の哲学と、イトーヨーカドーのすでに実績のあるCSRマネジメント体制がさらに生かされることを期待しています。また、ミレニアムリテイリングとヨークベニマルが統合された現在、とくに美術館などの施設をもつミレニアムリテイリングの文化を重んじる社風が共有化されることも希望しています。

今年の報告書は、以下の2点において高く評価します。ひとつは、社会的な課題を「公的データ」に照らし合せ

て客観的に取り扱い、その対応策を具体的に示した点です。もうひとつは、「社会的な課題」と「ステークホルダー」とをクロスさせる構成にし、読み易くした点です。

「社会的な課題」とは、公正な取引、多様性の重視、地球温暖化の防止、商品の安全性など我々の誰もが関心をもっている課題です。たとえば、食品の安全性。食品は同グループの売上構成比の50%を占めるだけに、「自社の営業課題」として捉えてしまう可能性のあるテーマです。これをあえて、内閣府などが発表している「公的データ」を使って農薬、食品添加物といった問題が、消費者の関心事であることを客観的に示しています。

加えて、農薬をできるだけ使わずに栽培した野菜・果物の例（ヨークベニマル）や、お弁当から保存料・合成着色料を完全排除している例（セブン-イレブン）、食品アレルギーに対応した『低アレルゲンプレート』の例（デニーズ）など、同社の取った解決策を紹介しています。

このように客観的に社会問題を捉え、同社の取り組みを具体的に紹介したことで、社会のニーズに確実に応えていこうという真摯な態度がうかがわれます。

また、「社会的な課題」と「ステークホルダー」をクロスさせることで、課題がさらに明確になりました。その結果、同社のCSR活動が理解しやすくなり、企業の報告書の評価軸としては特筆に値します。

“Small is Beautiful”という言葉があります。グローバルズムに対するアンチテーゼとして使用される言葉ですが、セブン&アイHLDGS.にはあえて“Big is Beautiful”の可能性をステークホルダーに証明して頂きたいと考えます。そのためには、各事業会社が取り組む事業に近い分野での活動に加えて、直接の利害関係を越えた地球規模でのテーマにも、積極的に関与していくことを希望しています。国連によるCSRの国際的な基準グローバル・コンパクトや、開発途上国の貧困削減を目的としたミレニアム開発目標への貢献などは、この代表例です。その実現のためには、今後は、「愚直と言えほどの誠実さ」が日本を代表するグローバル企業にとって益々必要だと思います。大いに期待しています。



みんなで止めよう温暖化

「セブン&アイHLDGS.」チーム・マイナス6%



株式会社 **セブン&アイ** HLDGS.

CSR推進委員会

〒102-8452 東京都千代田区二番町8番地8

TEL.03-6238-2448

<http://www.7andi.com/>



VOC
FREE T&K



本報告書は、環境に配慮したFSC認証紙を使用し、植物油100%のインキを使って、「水なし印刷」で印刷しています。