

# 安全・安心な商品・サービスの提供



お客様から「信頼される誠実な企業」であるために、商品・サービスの品質の確保と向上に努めています

## グループマネジメント方針

### 安全・安心を追求し、基本の徹底とより良い商品・サービスの開発を目指しています

コンビニエンスストア・スーパーストア・百貨店・フードサービスなど、お客様の毎日の生活に密着した事業を展開しているセブン&アイHLDGS.では、お客様に提供する商品・サービスの安全性を何よりも重視しています。

社是に掲げる「お客様に信頼される誠実な企業」であるために、鮮度・品質管理などの基本を徹底するとともに、お客様に安心して買い求めいただける商品の開発・販売に努めています。

### QC部会を中心に品質管理を徹底しています

セブン&アイHLDGS.では、コンプライアンス委員会内のQC(品質管理)部会で、商品の安全情報の共有化と事件・事故などの緊急情報報告ルート・対応体制の確立を目的に活動しています。2008年度は、各事業会社の商品安全に関する取り組み状況を把握するために、アンケートを実施。そのほか、活動の精度をあげ、現場に即したものとするために、食品と衣料・住居のワーキンググループに分かれ、事業会社各社に共通する問題について検討しています。

### お客様の声をもとに商品・サービスを改善しています

セブン&アイHLDGS.は、お客様からいただくご意見を、お客様の立場に立った商品・サービスの提供に結びつけています。各事業会社では、お客様のご意見を店舗の接客を通じて収集しているほか、お客様相談室・コールセンターで受け付けています。また接客に関してお客様からいただいたお褒めの言葉の一部は社内報に掲載し、グループ全従業員に広まるよう、紹介しています。

## 主要事業会社の主な取り組み一覧

| コンビニエンスストア事業          |                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| セブン-イレブン              |                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 提供する商品・サービスの品質・安全性の確保 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 添加物の使用低減<br/>→P38</li> <li>● 工場でのNDF-HACCP採用<br/>→P39</li> <li>● トレーサビリティシステムの確立<br/>→P39</li> <li>● 商品の温度管理の徹底</li> </ul>                                                                                        |
| 安心して利用できる店舗・設備の整備     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗のバリアフリー化の推進(広い通路、ショッピングカート、多目的トイレ)</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 加盟店向け機関誌での災害時対応に関する情報提供</li> </ul> |
| 適切な情報提供               | <ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様に誤認を与えない正確な表示のためのガイドラインの運用</li> <li>● オリジナルデイリー商品におけるアレルギー情報の表示(表示義務品目および任意表示品目)</li> <li>● 「オーナー募集説明会」の開催(フランチャイズの仕組みや店舗運営のノウハウなどについての説明)</li> </ul>                                                          |
| お客様の声への誠実な対応(体制)      | <p>お客様相談室・コールセンターの設置</p>                                                                                                                                                                                                                                   |



●:本レポート中に独立した項目で記載 ○:本レポートの本文中で言及 ー:取り組み未実施

| スーパーストア事業                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                              | 百貨店事業                                                                                                                                                                                                                                                           | フードサービス事業                                                                                                                                                                                                     | 金融関連事業                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| イトーヨーカドー                                                                                                                                                        | ヨークベニマル                                                                                                                                                                                      | そごう・西武                                                                                                                                                                                                                                                          | セブン&アイ・フードシステムズ                                                                                                                                                                                               | セブン銀行                                                                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● 食品のトレーサビリティ確保<br/>→P40</li> <li>● 鮮度・販売期限チェックの実施<br/>→P41</li> <li>● ユニバーサルデザイン商品の開発<br/>→P42</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 農業と化学肥料の使用を抑えた野菜・果物の販売<br/>→P40</li> <li>● 衛生管理の徹底<br/></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 食の安全を担う食品安全アドバイザーの資格取得支援<br/>→P43</li> <li>○ 衛生管理マニュアルの制定や自主点検項目の見直しによる食品衛生管理体制の整備と精度の向上<br/>→P43</li> <li>● ユニバーサルデザイン商品の販売コーナーを設置</li> <li>● 社内外講師による年2回以上の従業員への食品衛生講習会の実施</li> <li>● 社外機関による四半期ごとの食品衛生点検</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 厳格な基準での原材料管理<br/>→P44</li> <li>● ISO9001の認証の取得<br/>→P44</li> <li>● 低アレルギーメニューの開発<br/>→P45</li> <li>○ 栄養士によるお客様の健康管理サポート<br/>→P45</li> <li>● 食品のトレーサビリティ確保</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ATMを止めない仕組みづくり<br/>→P46</li> <li>○ ATMの防犯対策<br/>→P46</li> </ul>                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗設計におけるユニバーサルデザイン</li> <li>● AEDの設置</li> <li>● 地震など災害時の行動マニュアル「大規模災害対策」の策定</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 「バリアフリー新法」適用店舗の拡大(高齢者用駐車場、障がい者用駐車場)</li> </ul>                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 全店舗へのAEDの設置</li> <li>● 災害に備えた建物の改修や消防訓練の実施</li> <li>● 店舗設備のバリアフリー化</li> <li>● ハートフルアドバイザーによる買い物のサポート</li> <li>● 従業員の救急救命講習の受講促進</li> </ul>                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗設備のバリアフリー化(スロープの設置・トイレへのベビーベットの設置)</li> </ul>                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ATMのユニバーサルデザイン化<br/>→P47</li> <li>● 振り込め詐欺の防止<br/>→P47</li> </ul>                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Web上での「顔が見える食品。」の生産履歴の開示<br/>→P40</li> <li>○ 専任組織による表示・広告表現の検証<br/>→P41</li> <li>○ 表示などに関する社員教育の実施<br/>→P41</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Web上での商品生産履歴の公開<br/>→P40</li> <li></li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 品質管理委員会による適正表示の点検</li> <li>● 社員への「品質管理研修」による表示に関する教育と点検強化</li> <li>● ギフトカウンターに商品の産地についてのデータを常備</li> </ul>                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>● メニューブックへのカロリー等の栄養表示</li> </ul>                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ATMの外国語対応(英語・韓国語・中国語・ポルトガル語)<br/>→P47</li> </ul>                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様の声ボックスの設置(店舗)</li> <li>● お客様の声掲示板による情報共有(店舗)</li> <li>● 「くらしのアドバイザー」による店頭アンケート実施</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様の声ボックスの設置(店舗)</li> </ul>                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様の声ボックスの設置(店舗)</li> <li>● 販売メモによるお客様の要望などの収集</li> </ul>                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗レジ前へのアンケートハガキの設置とWeb上での窓口設置</li> <li>● お客様の声の情報共有(店舗・本部)</li> </ul>                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 情報の分析と関連部署への連絡・提案<br/></li> </ul> |

# コンビニエンスストア事業

## 安全・安心を追求した原材料へのこだわり

セブン-イレブン・ジャパン

### 良質で新鮮な野菜を調達しています

セブン-イレブンでは、安全・安心でおいしい商品をお届けするために、良質で新鮮な原材料の調達に努めています。

例えば、サラダやサンドイッチなどに使用する非加熱の野菜は、生産地から調理工場、店頭まで一貫して低温に保つ「コールドチェーン」で輸送しています。この低温輸送によって品質低下を防ぎ、長時間にわたり野菜の鮮度を維持しています。

また近年では、生産者や流通業者とのコミュニケーションを深め、互いのニーズを理解し、生産性を向上させるという共通目的に基づいた商品開発に努めています。

例えばサラダなどに使用する「みず菜」は、従来、一般小売り向けの個包装で調達していましたが、こうした個包装やサイズによる選別を廃



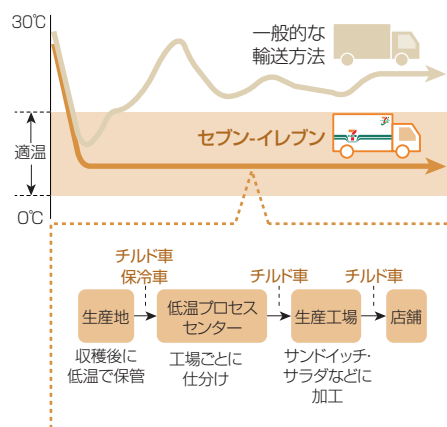
良質で新鮮な原材料

止しました。これにより、包装の手間や資材費用の削減などの低コスト化が進み、生産

効率が向上したほか、鮮度の良い「みず菜」を安定的に調達できるようになりました。

この取り組みは、全農さいたま（生産者）、横浜丸中青果（流通業者）の協力を得て実施したもので、国産野菜の生産と利用拡大を通じて野菜の自給率向上に寄与する活動として農林水産省他が表彰する「第二回国産野菜の生産・利用拡大優良事業者表彰」において「（独）農畜産業振興機構理事長賞」を受賞しました。

### ■「コールドチェーン」と一般的な輸送方法の野菜の温度変化



### より安心して食べられる商品の提供に努めています

セブン-イレブンでは、「できる限り食品添加物を使用しない」ことを前提に、商品の開発に取り組んでいます。

例えば、過剰に摂取するとカルシウムの吸収を阻害するといわれている「リン酸塩※1」を、オリジナル商品のサンドイッチ類に使用するハム・ソーセージから排除しました。

また、食品添加物ではないものの、摂取しすぎると血中の悪玉コレステロールを上昇させ、善玉コレステロールを低下させ、健康に影響を及ぼすと考えられている「トランス脂肪酸※2」の低減にも取り組んでいます。

トランス脂肪酸を含む商品を見直し、オリジナル商品のパンに含まれるトランス脂肪酸を従来の3分の1にまで低減させたほか、お弁当や惣菜の揚げ物に使用する大豆油のトランス脂肪酸も約20%減らしました。店内で調理するフライヤーの食用油に関してもトランス脂肪酸を低減した油を使用しています。

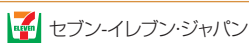
#### ※1 リン酸塩

食品の食感を高める一方、摂取しすぎるとカルシウムの吸収を阻害し、骨粗しょう症の原因になると言われています。

#### ※2 トランス脂肪酸

油脂の製造工程で生成される物質で、摂取しすぎると動脈硬化や心疾患の原因になると言われています。

## 製造工場における品質管理



## 「NDF-HACCP認定制度」に基づいた品質管理体制を構築しています

セブン-イレブンでは、宇宙食の開発から生まれた食品の衛生管理手法「HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points:危害分析重要管理点)」を1997年から採用しています。また、2002年からは専用工場の品質管理状況を審査・認定する「NDF-HACCP認定制度※3」を運用しています。この制度は、セブン-イレブンがHACCPをもとに設定した約140項目にわたる安全性基準が守られているかをチェックし、一定以上の水準であると認められた優良な工場を認定するというものです。審査は第三者機関である(財)東京顕微鏡院に依頼し、日本デリカフーズ協同組合(NDF)※4がその結果を精査して認証します。また、認定取得後も管理レベルを維持するためのサーベラ

ンス審査を年1回実施しています。

2008年度末には、全工場のうち62.4%が認定を取得し、弁当・惣菜を製造している専用工場の品質管理のレベル向上に大きく寄与する結果となっています。また、NDF-HACCP認定制度に基づく品質管理が定着したことで、不良商品の出荷を未然に防ぐ仕組みが一層強



専用工場では、製造現場にはこりや髪の毛を持ち込まないよう、入室前のエアシャワーや入念な手洗いを徹底

化されています。さらに、工場内の環境整備・整理整頓も進み、危害防止や環境配慮につながる設備・機器の保守点検に対する改善も進んでいます。

## ※3 NDF-HACCP認定制度の主な評価項目

- 組織および運営方法
- 文書管理状況
- 現場状況
- 一般的な衛生項目のチェック
- HACCPプログラム項目のチェックなど

## ※4 日本デリカフーズ協同組合(NDF)

デリー商品の製造工場における衛生面での品質管理レベルの向上や、地区による品質差をなくすために1979年に米飯メーカーを中心に結成されました。

## トレーサビリティシステムの確立

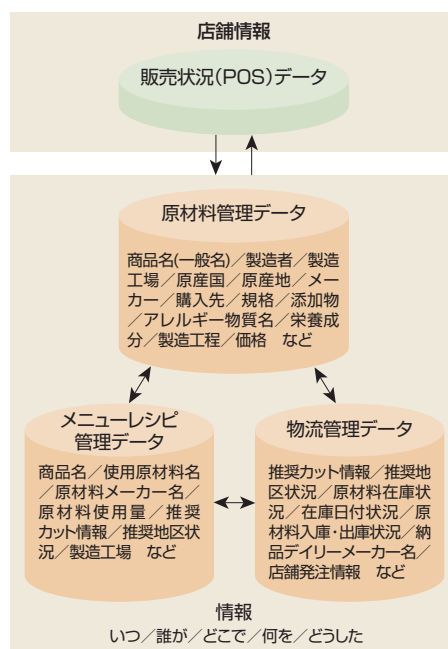


## トレーサビリティシステムのさらなる有効活用を進めています

セブン-イレブンでは、商品に使われている原材料の履歴管理を行うために、「原材料管理データ」「メニューレシピ管理データ」「物流管理データ」の3つのデータベースを使用しています。これらのデータベースと店舗のPOSデータを連動させ、商品の原材料産地から店頭まで並ぶまでの流れを確認することができるようになっています。これにより、それぞれの商品がどこの店舗に納品されているかも把握しているため、万が一、原材料などに問題が見つかった場合でも、該当商品を即時に店頭から撤去できます。

またこのシステムでは、全工場ですべての原材料や包装容器の使用量を正確に把握することができるため、無駄な仕入れや在庫、廃棄物削減にも役立っています。

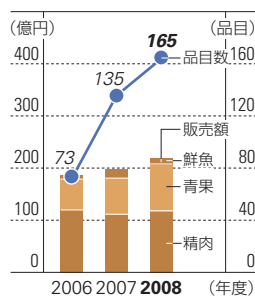
## ■原材料の履歴管理





# スーパーストア事業

※1 「顔が見える食品。」  
取り扱い状況



## 「より信頼できる食品」の提供



イトーヨーカドー



ヨークベニマル

## 産地や生産方法などの流通履歴がわかる 自社ブランド商品を販売しています

食品の安全性に対する関心が高まる中、イトーヨーカドーとヨークベニマルでは、「より信頼できる食品」の提供を目指し、商品の品質や安全性の管理を重視した食品を販売しています。

イトーヨーカドーでは「生産方法と品質の基準化」「外部監査の導入による信頼性の確保」「積極的な情報公開」に取り組み、2002年から商品の産地や生産方法などの流通履歴がわかる(トレーサビリティ)自社ブランド商品「顔が見える食品。※1」シリーズの販売を開始。「顔が見える野菜。」から始まり、現在では、果物、精肉、卵、鮮魚にまで商品ラインアップを拡大し、生鮮食品全体をカバーしています。

「顔が見える食品。」の生産委託先の選定にあたっては、味へのこだわりとともに安全安心を重視していることを前提とし、毎日の栽培の中で法令を厳守しているかどうかを主な基準に審査しています。また、新しく委託契約を結ぶさいには、必ず産地を訪問して説明会を開催。既存のお取引先についても年に1回は必ず訪問して、栽培方法などの基準項目の再確認を行っています。

さらに、産地、イトーヨーカドー自身を対象

に、第三者による外部監査を毎年実施し、商品の信頼性を確保しています。

情報公開については、イトーヨーカドーのWebサイトに「顔が見える食品。」ページを設け、商品の産地・生産情報のほか、イトーヨーカドーの担当者が産地を訪ねる「出張日記」、シリーズ商品による料理レシピなどを公開しています。

ヨークベニマルでも同様の取り組みを実施し、「ヨークベニマルの産地が見える商品」を販売しています。Webサイトでは、「ヨークベニマルの



「顔が見える食品。」の  
Webサイト

産地が見える商品」のコーナーを設け、ヨークベニマルが厳選した生鮮食品の産地や特徴、生産工程、生産者の情報を発信しています。



「ヨークベニマルの産地が見えるお魚」売場

## 「三ツ星野菜(果物)」の販売



ヨークベニマル

## 農薬と化学肥料の使用を抑えた野菜・果物を販売しています

ヨークベニマルでは、2003年から化学肥料や農薬をできるだけ使わずに栽培した野菜や果物を販売してきました。2008年3月からは、さらに特別栽培農産物※2に準じる農産物を「三ツ星野菜(果物)※3」として販売を開始しています。

「農薬・肥料の利用状況」や「栽培履歴」について外部専門機関の確認を得ているほか、自社責任者が産地まで足を運び、報告内容に間違いがないか再確認しています。また、パイ

ヤーを中心に食味を判定する確認会を週ごとに実施して味も厳選。「安全・安心・おいしい」の三拍子揃った商品を提供しています。



「三ツ星野菜」を使用した漬物

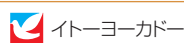
### ※2 特別栽培農産物

国の基準を受け、各県が定めた節減対象農薬の使用回数と使用化学肥料の窒素成分量が慣行レベルの5割以下で栽培された農産物。

### ※3 三ツ星野菜(果物)

現在、年間100以上のアイテムが店頭に並んでいるほか、浅漬けとして売場で販売したり、店舗内で製造・販売している惣菜にも用いられています。

## 品質管理体制の強化



## 契約・仕入れから加工、陳列、販売の全ての過程で品質を確認しています

イトーヨーカドーでは、食の安全を確保するため、お取引先との契約・仕入れの段階で、自社の品質基準に適合した原材料や添加物の管理がなされているかを確認するための各種検査・分析証明書などの提出を要請しています。

また各店舗では、商品陳列のさいに、商品の品質・鮮度・販売期限の確認を徹底しているほか、専任の「鮮度チェッカー」を配置して、問題のある商品が店頭に並ばないように、鮮度・日付・表示をこまめに点検。お造りや惣菜など店舗で加工する商品についても、「鮮度チェックカレンダー」を用いて、1日に3回以上、商品の鮮度・売場の温度を確認しています。

また、2007年2月からは、食品売場以外

の従業員が「お客様の視点」で売場を点検する「鮮度チェックパトロール隊」を導入。「自分がお客なら、買わない」と思う商品がないか厳しくチェックし、点検結果を店長および鮮度チェッカーと共有することで、商品の品質管理に努めています。

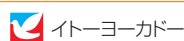
さらに、新店のオープン前には、食品担当の全従業員を対象とした研修や、新任の店長・副店長を対象とした研修を実施し、商品の品質・

安全性の確保を徹底しています。



鮮度チェックパトロール隊

## 適正表示の徹底



## FT委員会事務局を中心に、店頭表示の適正化を徹底しています

イトーヨーカドーでは、お客様が必要とする商品情報および価格情報を、適切に、かつわかりやすく表示するために、「FT（フェアトレード）委員会事務局」が中心となり、店頭における適正表示のチェックや従業員教育を進めています。

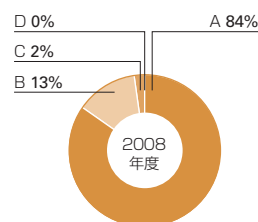
食品売場では「鮮度チェッカー」が商品の鮮度を確認するさいに、商品ラベルの表示やPOPに不適切なものがないか常にチェックを行っているほか、衣料品・住居関連商品売場では2004年3月から、商品管理マネジャーが週2回、表示を点検しています。

また、適正表示の重要性を共有するため、店舗役職者向けに店舗表示研修を実施しているほか、全ての従業員が自主的に表示チェックができるように、イントラネット上に適正表示に関する注意事項をまとめた「FT掲示板」および

「鮮度チェッカー掲示板」を設置しています。2009年3月には、パートタイマー向けに「食品」「衣料・住居」それぞれの部門で必ず知っておいてほしい表示管理の基本についてまとめたDVDを作成。全パートタイマーが視聴しました。このDVDは、今後、入社時の教育ツールの一つとして活用していく予定です。

さらにFT委員会事務局では、2004年度から半期ごとに全店舗を対象とした表示チェックを実施しています。チェック結果をもとに、各店舗の店長・副店長と情報を共有し、改善に向けた具体的な取り組みについて検討しています。2008年度は延べ363店舗の表示チェックを実施※4。2009年度は、この結果をふまえ、評価が低い部門を対象に売場担当マネジャー向け研修を実施する計画です

## ※4 店舗表示チェックの結果



## 評価基準

- A 適切な表示が実施されており、社員の意識も高い
- B 表示について改善の余地があり、一部の部門の社員に認識不足があった
- C 表示について改善の余地があり、社員に対する表示教育の必要がある
- D 至急改善を要し、店全体の仕組みを検討する必要がある

## スーパーストア事業

## ※1 ユニバーサルデザイン

障がいの有無、年齢、性別、体格、国籍、人種に関係なく、誰もが使いやすい、快適であるように配慮した商品や施設、社会を目指す考え方です。

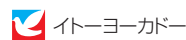
※2 取り扱い状況  
(2009年9月末現在)

アイテム数: 8アイテム  
取り扱い店舗数: 31店舗

※3 取り扱い状況  
(2009年9月末現在)

アイテム数: 20アイテム  
取り扱い店舗数: 9店舗

## ユニバーサルデザインの導入



## 誰もが“使いやすい”商品の開発を進めています

イトーヨーカドーでは、ユニバーサルデザイン※1の考えを商品開発に取り入れています。

2007年2月に発売したオリジナルキッチン用品「ラレイ」シリーズ※2では、ユニバーサルデザインの専門家である中川聡氏にご協力いただき、お客様からいただいた約300件のご意見を分析し、開発に活かしました。軽量のアルミニウム素材を採用し、蓋を指一本で持てるようにしたほか、お客様のご意見には取っ手の部分に関するご不満が多かったことから、濡れても滑りにくい梨子地加工のグリップとし、握りやすさややけど防止のためにグリップの根元を太めにしました。

また、2008年3月から販売を開始した食器「普遍庵」シリーズ※3では、鉛を含まない釉薬（上薬）を使用しているほか、安定感のある大きな取っ手（マグカップ）や、自然に手が添えられる角度と高さ（お茶碗）など、形にこだわりました。さらにQRコードを付け、携帯電話で商品情報を閲覧できるようにするなど、お客様の安全・安心に対する関心に応えています。



キッチン用品「ラレイ」シリーズ

## 全てのお客様が利用しやすい店舗設計を目指しています

毎日、多くのお客様にご来店いただくイトーヨーカドーでは、全てのお客様に安全・快適にお買い物いただけるよう、1990年代から店舗のバリアフリー設計を進めています。新店舗の出店や既存店舗の改装に合わせて、車椅子利用者に配慮した駐車スペースや「ゆったり試着室」などを順次設置してきました。

2000年11月に開店した木場店以降にオープン・改装した店舗では、ユニバーサルデザインの考え方を採り入れた店舗づくりを進めています。2007年度には、社内横断組織「ユニバーサルデザインプロジェクト」を発足。専門家の方からアドバイスをいただく機会も設けています。

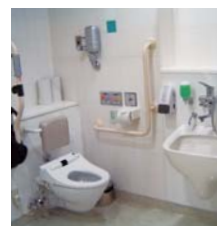
2009年3月にオープンした武蔵小金井店では、「使いやすさ」「見やすさ」「わかりやすさ」「安全・安心」をテーマに、「お問い合わせコール」「車椅子利用者専用駐車場」「多目的トイレ」などを設置。また、エレベーターホールのボタンには視認性の高い大きなボタンを採用したほか、エスカレーターは乗り降りの安全のため

めに低速運転を行っています。

こうした取り組みをさらに改善していくことを目的に、店舗のオープン前に地域の高齢者・障がい者の方をお招きする店舗見学会を実施。さまざまなご意見をいただき、店舗の改善に役立てています。



事前登録いただいた方にお渡ししたカードで駐車防止板が開閉する車椅子利用者専用駐車場



間口を広く取り、便座の位置や洗面台の高さなどを工夫した多目的トイレ。音声案内装置も設置



どなたでもお問い合わせいただける「お問い合わせコール」

# 百貨店事業

## お客様の個人情報の保護

そごう・西武

### 7つの禁則事項を定め、適切な情報管理に向けた教育を実施しています

そごう・西武では、「お客様からお預かりした個人情報は百貨店と顧客との信頼関係に基づく大切な資産であり、重要情報である」という認識から、個人情報保護法に則った社内ルール「7つの禁則事項※4」を定めるとともに、「不正アクセスからの保護」「情報の適正な取り扱い」「必要時に速やかに利用できる環境づくり」を基本とした情報セキュリティ対策を進めています。

こうした情報管理を強化するために、本部に「情報セキュリティ委員会」、各店舗に「店舗情報セキュリティ委員会」を設置し、店長を「顧客情報管理者」とした体制を整備しています。

2009年度からは、そごう・西武全店で、「顧客情報に関する教育強化月間」を設定し、店舗

で働く従業員に対し、個人情報の重要性を改めて認識する機会を提供。適切な顧客情報の管理に向けた基本の周知徹底を目的として、朝礼・終礼を活用した基本知識の復習、全店一斉考査や、社内報・ポスターによる啓発活動を実施しました。

そごう・西武では、今後もお客様からお預かりする大切な個人情報の取り扱いに注意をうながし、適正に管理するように努めていきます。



ギフトセンターのカウンターに設置した仕切板も個人情報を守る工夫の一つ

#### ※4 7つの禁則事項

1. 売場持込/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. 販売促進部長、担当を経由しない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

## 食の安全を担うスペシャリストの育成

そごう・西武

### 「百貨店食品安全アドバイザー」を育成し、お客様の期待に応えます

食の安全・安心を揺るがす事故・事件が多発する中、そごう・西武では、販売現場で指導的立場にある社員に、日本百貨店協会が認定する「百貨店食品安全アドバイザー※5」の資格取得に向けて百貨店協会通信講座の受講を促進しています。

食品衛生に関わる法律をはじめとする、衛生管理や表示などの知識を深め、食の安全を守ることができる人材を育成することで、お客様からのお問い合わせに的確に対応し、安心してお買い物をしていただくための接客技術の習得と、食品表示や衛生管理手法などを現場販売員に指導教育できる人材の育成により、お客様の期待に応えていきたいと考えています。

また、そごう・西武では、食品衛生管理体制の整備にも取り組んでいます。2009年度は従来の衛生管理細則を、従業員がより理解しやすい内容に変更・修正し、「衛生管理マニュアル」として新たに制定しました。また外部機関による定期的な売場検査や、従業員教育にも注力。従来の自主点検フォーマットを全面的に改訂し、食品衛生管理業務は点検ではなく確認業務であることを現場に定着させることで、



「百貨店食品安全アドバイザー」の接客風景

さらなる強化を図っています。

#### ※5 食品安全アドバイザー

日本百貨店協会が「百貨店に対する安心、安全、信頼を確保するための事業」として創設した検定資格制度。2009年8月11日現在、資格取得者は233名。



# フードサービス事業

## ※1 7つの信条

1. 安全・安心
2. 美味しさ
3. おもてなし
4. 清潔
5. 快適な雰囲気
6. 信頼と思いやり
7. 明日への挑戦

## ※2 コールドチェーン

野菜等の青果物を、低温を保ちながら生産地から店舗まで配送し、調理するまで温度管理を実施する仕組み。

## ※3 ISO9001

品質マネジメントに関わる国際標準規格。

## 厳格な品質管理の徹底

セブン&amp;アイ・フードシステムズ

## 独自の品質基準のもと、食材の品質を厳しく管理しています

セブン&アイ・フードシステムズは、お客様に安心してお食事を召し上がっていただくために、企業方針に「7つの信条※1」を定め、その中の一つとして「食の安全・安心」を掲げています。

レストランの食材については独自の品質基準を定めた「取引条件書」を作成し、原材料や添加物、アレルギー物質の有無、加工調理方法などを厳しくチェックしています。

例えばデニーズで使用している野菜は、国内外の生産者に「栽培計画書」と「栽培計画登録書」の作成を要請。「栽培計画書」には収穫までの間の肥料や薬剤の散布状況を、「栽培計画登録書」には栽培内容を、それぞれ記入していただくことで、食材の品質をチェックしています。こうしたシステムにより、食材の品質管理

と生産履歴の管理を一括して行っています。

また、年間栽培計画をもとに、季節や収穫状況に合わせて産地を変更し、鮮度の高い食材を安定して調達する「年間産地リレー」を実施しています。調達した食材は、コールドチェーン※2により最適な温度帯で各店舗まで配送しているほか、店内温度管理を徹底し、食材の品質・鮮度を保っています。



上から「栽培計画書」「栽培計画登録書」「年間産地リレー表」

## 店舗での衛生管理

セブン&amp;アイ・フードシステムズ

## ISO9001規格をふまえた「衛生管理」と「従業員教育」を徹底しています

セブン&アイ・フードシステムズは店舗での衛生管理にも力を注いでいます。QC室(衛生管理部門)では「店舗における食品衛生管理システムの規格と提供」において、ISO9001※3の認証を取得しています。このISO9001のマネジメントシステムを活用して、店舗での「衛生管理」と「従業員教育」に努めています。

衛生管理については、誰もが実行できる「わかりやすい」鮮度管理に重点を置き、毎日、店長や調理責任者が在庫や発注状況を確認するほか、料理の仕込み時に食材の在庫数と使用期限をチェックしています。こうした何重にもわたる商品チェックのシステム化、第三者の衛生検査機関による抜き打ち検査の実施によって、徹底した衛生管理体制を構築しています。

店舗従業員の教育については、食品衛生責任者である店長、調理責任者を中心に衛生管理の指導を徹底しています。また、地区責任者による店舗チェックを定期的実施。従業員一人ひとりが自己点検を行うことを徹底させ、鮮度管理・衛生管理に対する意識を高めることで衛生管理のレベルアップを図っています。



ISO9001  
マネジメントシステム  
登録証



QC室による店長への衛生指導

## 食物アレルギーに配慮したメニューの提供

セブン&アイ・フードシステムズ

### お子様やそのご家族に安心なサービスを提供しています

デニーズでは、2002年12月に食物アレルギーに配慮したお子様向けメニュー「低アレルギーメニュー※4」を外食産業として初めて開発しました。以来、低アレルギーカレーなどのメニューの開発・販売に取り組んでいます。

これらは、アレルギーの発生頻度や重篤性が高いと言われている特定原材料の5品目（卵・牛乳・小麦・そば・落花生）を含まない食材を利用したメニューとなっています。現在、デニーズでは、えびとかにを加えた7品目を含まないメニューについても開発を進めています。

このメニューに使用する食材は、一般メニューの食材などが混入しないよう隔離保存しているほか、食品工場加工調理するさいにも専用に管理された調理器具や容器を使用しています。店舗での調理では加熱盛り付けを通常の調理

ラインを離れてスタッフが調理を担当、食器類は個々洗浄保管したものを使うことで、アレルギー物質の二次混入の防止に努めています。

また、デニーズでは従業員に対して、食物アレルギーに関する教育と管理の徹底を図るために、ビデオによる研修を行っています。2007年度には埼玉県、2008年度は東京都で開催された地域の保健推進事業やシンポジウムなどへ参加し、管理に必要な知識の習得に努めています。



食物アレルギーに配慮した「低アレルギーメニュー」

#### ※4 低アレルギーメニュー

造語で、特定原材料の5品目を含まない食材を使用したメニューの名称です。

## 健康に配慮したメニューやサービスの開発

セブン&アイ・フードシステムズ

### 栄養面でバランスのとれたメニューの開発やお客様の健康管理サポートを展開しています

セブン&アイ・フードシステムズでは、2008年4月にメタボリック症候群の予防を目指す特定健康診査・特定保健指導の実施が義務付けられたこともあり、お客様の健康増進に寄与できるようなメニューの開発・提供に努めています。

デニーズでは、お客様が健康に過ごすためのお手伝いを目的として、メニューの栄養表示を行っています。生活習慣病やメタボリック症候群に大きく関わる「エネルギー」「塩分」をメニューブックに表示。「脂質」「食物繊維」についても確認していただける栄養成分一覧表を店舗に用意しています。またお客様の健康志向に合わせ、栄養面でバランスのとれたメニューを開発しています。

給食サービスを展開する「コントラクトフード事業」では、お客様の要望に合わせた健康管理サポートを行っています。食習慣からくる生活習慣病（糖尿病、高血圧、中性脂肪の増加）への対策として、栄養士などが「運動指導」「栄養指導」「献立処方」などを実施。今後は、担当栄養士の人数を増やし、サービスの拡大を進めていきます。



栄養士による指導風景

## 金融関連事業

## ※1 ATM

Automated Teller Machine  
(現金自動預け払い機)の略。

## より使いやすいATMの開発



## さまざまな面でご安心いただけるATMサービスを提供しています

2001年の開業以来、セブン銀行は「いつでも、どこでも、だれでも、安心して」使えるATM※1サービスを提供しています。日本全国に設置している約14,000台(2009年7月現在)のATMは、1日150万人を超えるお客様にご利用いただいています。

多くの人が行き来するセブン-イレブンやスーパーストアが主な設置場所であることから、ATMの設計にあたっては操作時の安全性に十分配慮しています(下図参照)。また、第2世代機(2008年9月に切り替え完了)から装

備したセカンドディスプレイを活用して従来の紙での販促物などをディスプレイ表示にすることで、紙資源とその物流にかかるエネルギーの消費量を抑制したり、一定時間のご利用がない場合は省エネモードに切り替わることで本体の電力消費量が最大20%抑制できるなど、環境にも配慮しています。

さらに、コールセンターやコンピュータセンターを東西に設置し常に稼働させ、緊急時には相互にバックアップできる体制を構築しています。

## ■ATMのさまざまな機能

左右から操作が見えない「ついたて」。お客様自身で調整できます



お困りのさいはインターホンからコールセンターへ



斜め横から画面が見えない特殊フィルムつきのATM画面



取り忘れを防止するための光るランプとストレスを与えない注意音



買物袋用の大型フック



さまざまな情報が確認できるセカンドディスプレイ



ATMご利用中に背後の様子が確認できるミラー



警備センターに素早く通報できる防犯ボタン



操作が見えにくいように奥まった位置にある入力ボタン



紙幣投入口に誤ってお札以外のものを入れた場合には、こちらに返却



## ●ATM専用の防犯カメラを配備

## ●高性能警備センサー完備

ATM内蔵の警備センサーがセキュリティ上の問題を感知した場合には、警備員が急行します。

## ●偽札チェック機能

ATMからのお引出しやお預け入れの都度、紙幣の真贋チェックを行っています。

## ●通信データを守る高度な暗号化処理

ATMネットワークおよびシステムには、複数の強固な暗号化処理をはじめ、二重三重の厳格なセキュリティ対策を施しています。

## ●店内スペースに合わせたスリムなボディ

幅:45cm、高さ:190cm、奥行き:55cm

## ユニバーサルデザインへの配慮



## 音声ガイダンスによるATM操作や、海外で発行されたカードのご利用を可能にしました

セブン銀行では、できる限り多くの方がATMサービスをご利用いただけるように、多様なお客様に対応するための取り組みや工夫を続けています。

例えば、視覚障がいなどでタッチパネルを操作できない方に対応した「音声ガイダンス取引サービス」を2007年11月に開始しました。これは、インターホンからの音声ガイダンスに従って操作することで預け入れや引き出しができるサービスで、**提携金融機関※2**のカードでもご利用いただけます。

この音声ガイダンスのシステムは、視覚障がい者団体などの協力を得て操作性を検証しながら開発しました。サービスをご利用したお客様から「今までは家族に頼んでいたが、初めて一人でお金を引き出せた」など喜びの声をいただいています。

また、車椅子をご利用しているお客様のご要望に応じて、第2世代ATMでは、インターホンを第1世代ATMよりも低い位置に据えています。

このほか、来日中の方々のご不便を解消する「ATMでの海外発行カード対応」を2007年7月に開始。海外で発行されたキャッシュカードやクレジットカードでの日本円の出金を可能にし、これに合わせてATM画面の表示や取引明細書の記載を英語・韓国語・中国語・ポルトガル語から選べるようにしました。サービス開始以来、海外からの旅行者などに多くご利用いただいています。



プッシュボタンを工夫した受話器



韓国語の表示画面

## 犯罪被害防止への取り組み



## 口座モニタリングシステムで、振り込め詐欺被害を未然に防いでいます

セブン銀行では、被害が深刻である「振り込め詐欺」への対策を強化しています。

2009年1月からはATMでの振込操作手順の中に「振り込め詐欺注意喚起画面」の表示を追加して、お客様が「確認」ボタンを押さないと次の操作に進めない仕組みにしました。また警視庁の要請を受けて、2009年2月から約1カ月間、東京都内と埼玉県内に設置したATMで振り込め詐欺容疑者の写真を画面に表示して情報提供をうながしました。

こうしてお客様へ注意を喚起する一方で、セブン銀行の口座が振り込め詐欺の振込先口座として悪用されないように、2008年7月に口座モニタリングシステムを導入しました。このシ

ステムは、過去に振り込め詐欺に使われた口座の取引履歴などを分析したデータをもとに、同様の動きをする口座を監視し、振り込みがなされた場合、一旦振り込みを停止し、セブン銀行から振込元の金融機関へ振り込みの正当性を確認したうえで振込みを実行します。こうして被害を未然に防止できるように努めています。

この取り組みが評価され、セブン銀行は2008年9月に警視庁から感謝状を受けまし



感謝状授与の様子

た。今後も、分析の精度をあげ、振り込め詐欺の防止に取り組んでいきます。