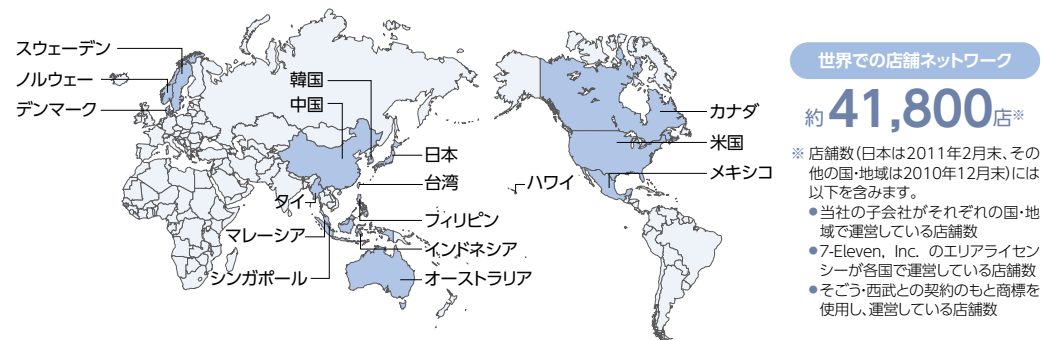


海外での取り組み

セブン&アイグループは世界16の国と地域でグローバルに事業を展開しています。



米国での取り組み

7-Eleven, Inc.

7-Eleven, Inc. の前身であるサウスランド社は1927年にアメリカで誕生し、朝7時から夜11時までという営業時間にちなんで1946年に店名を「7-Eleven」に変更しました。2010年12月末現在、店舗数はアメリカに6,145店舗、カナダに465店舗を展開しています。

(以下では、カナダと記載があるものを除きアメリカでの取り組みを報告しています)



照明のLED化

7-Eleven, Inc. は、資源の消費量、廃棄物やCO₂の排出量といった環境負荷の低減に取り組んでいます。

2010年度は店舗照明のLED化を中心とする大きな設備投資をしました。LED照明器具は、既存店舗に合うものを取引先と共同で独自に開発。2010年度はガソリンスタンドを併設しない店舗の75%に相当する3,102店舗にLED照明を設置するという目標を上回り、3,118店舗に設置しました。



LED照明のガソリンスタンド

LED化の導入箇所とその効果(2010年度)

LED照明を導入した箇所	導入店舗数	CO ₂ 排出削減効果(t-CO ₂ /年)
冷蔵ケースのドア	5,604	12,719
サインポール	1,664	2,911
店舗外の照明 (ガソリンスタンド非併設店)	3,118	32,566
店舗外の照明 (ガソリンスタンド併設店)	430	8,651

アメリカ、カナダ国内の環境関連データ

	2008年度	2009年度	2010年度
店舗数	6,196	6,389	6,610
店舗の運営にともなうCO ₂ 排出量※1 (千t-CO ₂)	1,139	1,128	1,117
1店舗当たり(t-CO ₂)	184	177	169
水の使用量(千m ³)	4,656	4,997	5,123
1店舗当たり(m ³)	751	782	775
レジ袋使用量※2 (t)	—	—	1,927

※1 US EPA(アメリカ合衆国環境保護庁)の基準に沿った排出係数で算出。

※2 アメリカのみ。

社員の声



エンジニアリング&エネルギー管理責任者
James Chemp

2010年度、持続可能性を推し進める上での土台づくりをし、環境数値の改善ができたことに満足しています。今後もエネルギー使用量を改善し続けることをめざしています。

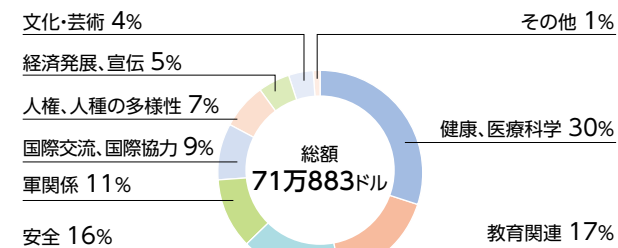
社会貢献活動

7-Eleven, Inc. と加盟店は、長年にわたって地域を支援してきました。7-Eleven, Inc.の取り組みの中心となる分野は、青少年の教育、地域社会の安全と飢餓救済、そして軍人の家族への支援です。特に、次世代を担う青少年の育成支援に力を入れています。

支援先は、これらの分野において国内各地とのネットワークを持ち、広く活動している団体のなかから決定しています。活動の成果は参加者数や募金額、支援活動に対する反応の大きさによって評価しています。

2010年度は、お客様・加盟店・従業員・会社からの募金、物品提供、ボランティア活動などを通じ、金額換算で約390万ドル相当の支援を、130を超える団体に対して行いました。

7-Eleven, Inc. による米国内での現金寄付額※(2010年度)



※ 予算額です。上記のほかに、約4万ドル分の食料提供をしました。

社会貢献活動の主な方法

- 特定の商品の売り上げに応じた寄付
- 認知と寄付金を上げる募金キャンペーン
- 困窮者に食料を提供する団体に対し、余剰の食料を寄付
- 活動やイベントのスポンサー
- 地元警察に「スラーピー」(炭酸飲料)のクーポン券を提供し、良い行いをした子どもに配ってもらう「オペレーションチル」活動
- 商品のクーポン券を学校や青少年のスポーツ団体に提供
- 地域の活動や奉仕活動におけるボランティア活動

●商品の販売を通じた寄付キャンペーン

7-Eleven, Inc. は2010年度、年間を通じて「カップ・ウィズ・ア・コウズ」というキャンペーンを展開しました。

このキャンペーンは、芸能人やスポーツ選手など有名人と組んで5回実施。本人がデザインした飲料カップを、米国内のセブン-イレブン店舗で期間を区切って販売し、販売収益の一部を、それぞれが設定した青少年を支援する団体に寄付するというものです。

有名人の方々は、その知名度と才能を提供してくださっただけでなく、イベントや放送、ソーシャルメディアを使い、多くの方にカップの購入を促してくれました。お客様の反応はよく、カップの購入数は1,200万個を超え、5つの寄付先に合計127万ドルもの寄付をすることができました。

このキャンペーンのほかに、乳がん撲滅を目的とした商品も別途販売しました。そのキャンペーンと「カップ・ウィズ・ア・コウズ」を合わせた寄付額は160万ドル※にも上りました。

今後も、7-Eleven, Inc.は自社の商品を活かして社会を良くしていくキャンペーンを続けていきます。

※ 左図の現金寄付額には、含まれていません。

寄付先団体の活動内容

- ① 恵まれない子ども向けに遊び場をつくる
- ② 放課後の子どもに安全で教育機能があるプログラムを提供
- ③ スポーツを通してチームワークや体を動かすことを促す
- ④ 重病の子の夢を叶える
- ⑤ ガンを克服した学生に大学への奨学金を提供



② Jennifer Hudsonデザイン



⑤ Will Ferrellデザイン

キャンペーン「カップ・ウィズ・ア・コウズ」のカップ



●勉強道具を寄付

7-Eleven, Inc. は青少年の健全性と将来性のために教育支援に力を入れています。

シカゴ地区の店舗では、新学期を迎える低所得家庭の子どもたちを支援するキャンペーンを展開しました。このキャンペーンは、お客様が子どもたちへの寄付として10本入りの鉛筆を購入すると、会社はマッチングとして同数を寄付するというものです。両者から集まった鉛筆は、シカゴの公立学校と店舗周辺地区の学校に寄付しました。このほかに、学校で必要になる文具などを詰めた独自のリュックサック1,500個を、市がスポンサーを務める新学期イベントに提供しました。



●安全な地域社会をめざして

人々が安全に暮らせる地域社会をめざして、地元警察を支援しています。

フィラデルフィア都市圏の店舗では、騎馬警官によるパトロールの復活を目的としたフィラデルフィア警察の200万ドル募金活動に賛同し、「治安のために25セントを」と銘打った募金活動を展開。また、収益全てが騎馬警官パトロール基金に寄付されるマグネットを2ドルで販売しました。募金とマグネット販売収益の合計額1万711ドルを、フィラデルフィア市長および警察署長に授与しました。

ニュージャージー、ライツタウンにある「ザ・フォート・ディックス・ストリート」店では、警察官立ち寄り所を開設しました。この地域には警察官が常駐していないことで犯罪に対する不安が広がっていましたが、この立ち寄り所開設により、人々が気軽に警察官と接点を持つ機会が生まれました。また、7-Eleven, Inc. は地元のボーイスカウト団体に社名にちなんだ「711」ドルを寄付しました。



●従業員と加盟店による食料提供

2010年度、従業員は食料提供のボランティア活動をしました。シエラネバダ地区で働く7-Eleven, Inc. 従業員と加盟店は、貧困で食料に困っている家族と高齢者に食事を提供する活動に参加。約500食分に当たるパン100斤、水20ケースなどを提供しました。

ニューヨークのサフォーク地区の7-Eleven, Inc. 従業員と加盟店は、ヤファンク地区の困窮者に食事を配る警察官と住民に、コーヒーとパン類を提供。2010年度は約500のターキーとハムを食料に困っている家族に提供しました。



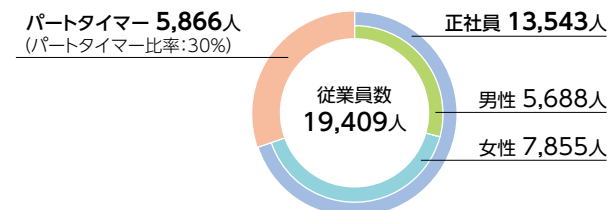
●退役軍人を賞賛

7-Eleven, Inc. は国のために奉仕してきた軍従事者を支持するイベントに積極的に参加しています。

ニューヨークのナッソー地区の従業員は、ハンチントンで行われた戦没者慰霊碑の展示会で訪問者を迎え、サンドイッチ約300食を退役者に配布。余剰分は、ノースポートにある退役者のホームレス施設に提供しました。

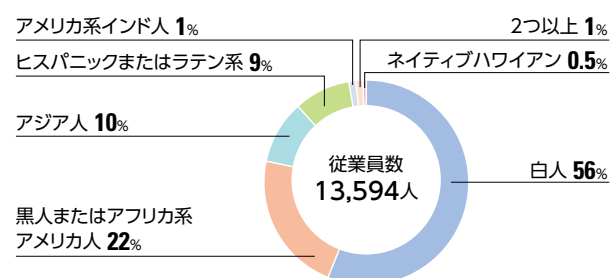
従業員関連データ(2010年12月末現在)

アメリカとカナダの従業員構成



- 障がい者雇用率 2.2%
- 役員を除く女性管理職比率 24%

アメリカ国内従業員の人口構成



TOPICS

世界の7-ElevenでのCSRへの取り組み

※店舗数は2010年12月末

●台湾(4,750店)

運営会社: President Chain Store Co. Ltd.

CSR活動に力を入れています。例えば、毎年の税引き後純利益の0.5%を資金として「グッド ネイバーフッド基金」を運営。この基金で毎月第3金曜に、店舗で働く全従業員と本部スタッフ、一般の方の参加による清掃活動を実施しています。

●タイ(5,790店)

運営会社: CP ALL Public Company Ltd.

専門性を持つ若者を多く社会に輩出できるよう、実践的な能力を身に付けられる場の創出に力を入れています。例えば、小売業のプロを育成する学校を設立。店舗実習時の給与支給に加えて、奨学金制度を設けることで、働きながら学べる環境を整えています。

●マレーシア(1,212店)

運営会社: 7-Eleven Malaysia Sdn. Bhd.

非営利団体「7-Eleven コミュニティ ケア」を設立し、社会的弱者への支援と環境保全に取り組んでいます。福祉・教育施設などへ寄付する店頭募金に加えて、ラマダンの時期には商品の寄付を募集。福祉施設が必要とする商品のリストを店内に掲げ、お客様に、商品を購入して寄付用の箱へ入れていただくという活動を行っています。

SEVEN-ELEVEN(HAWAII), INC.

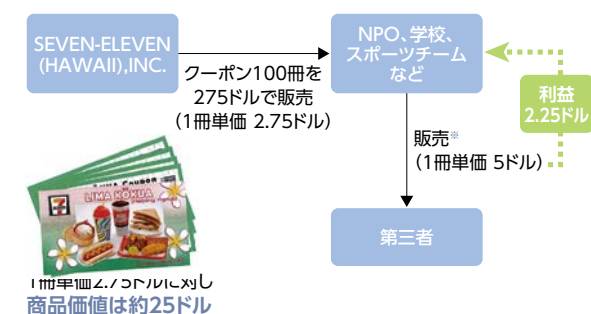
1989年に、セブン-イレブン・ジャパンが米国サウスランド社(現7-Eleven, Inc.)からハワイ事業部を買い受けました。2010年12月末現在、オアフ島のほかマウイ島などに55店舗を展開しています。



クーポン券の販売を通じた社会貢献

SEVEN-ELEVEN(HAWAII), INC. は2001年から「リマ・コクアクーポン券」を、学校やスポーツチームなど非営利団体向けに販売しています。店舗で使用できるこのクーポン券を購入した団体は、第三者に販売することで利益を上げることができます。毎年55を超える団体がこの制度を利用しており、SEVEN-ELEVEN(HAWAII), INC. はこのクーポン券の販売を通じて団体の活動を支援しています。2010年度は例年よりも多い59団体がこの制度を利用しました。

「リマ・コクアクーポン券」の仕組み



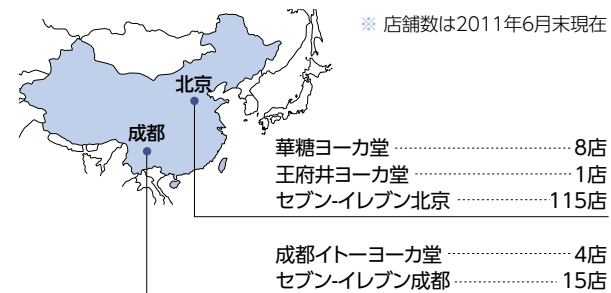
※ 購入団体がSEVEN-ELEVEN (HAWAII), INC. の想定価格「1冊5ドル」で他者に販売した場合、1冊2.25ドルの利益が発生。

中国での取り組み

2010年6月から、プライベートブランド「セブンプレミアム」の中国専用商品の販売を開始しました。この商品は中国のスーパーストア事業3社と北京・天津・上海の各セブン-イレブンが一体となって、中国の市場ニーズに即して開発。日本で「セブンプレミアム」の開発に関わり、考え方を理解していただいている日系メーカーとチームを組んで、現地工場で生産しています。

生産工程では、商品や原材料の情報を一元管理するシステムを導入して「安全・安心」を確保。また、高品質

に加え、セブン&アイグループのシナジーを活かして原材料を購入することで、お求めやすい価格を実現しています。



セブン-イレブン北京

2004年に北京に第1号店を出店。以降、着実に出店を進め、2010年12月末現在100店舗を展開しています。

店舗展開を進める上で、中国人社員の育成は重要です。セブン-イレブン北京では、重要なポストに現地の社員を登用することでモチベーションを高めています。

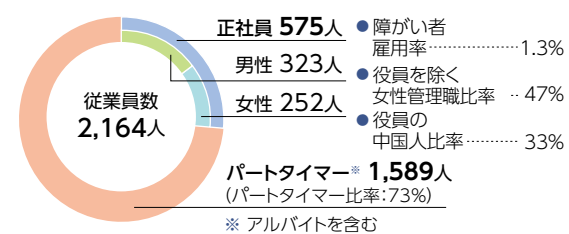


従業員構成

セブン-イレブン北京では、公平・公正・平等な職場環境が実現できるよう誠実な採用と評価をめざしています。

2010年12月末現在、従業員2,164人とセブン-イレブン・ジャパンからの出向者16人が勤務しています。障がい者は10人働いており、店舗の清掃や調理または本部での清掃や総務職などを担っています。双方が働きやすい職場になるよう、専門の指導者(健常者)が、障がい者と一緒に働く健常者に対して、研修や指導方法についてのOJT教育を実施しています。

従業員関連データ(2010年12月末現在)



人事評価

パートタイマーを含む全ての従業員に対して、毎月の面談評価と年1回の年間評価を実施しています。月間評価では、従業員とその直属の上長(一次上長)が、各自が設定した月ごとの業務目標に対する達成度合いについて話し合います。年間評価では、各自の自己評価をまず一次上長が評価した上で、二次上長が評価と面談を実施します。年間評価の面談では将来のキャリアプランも見据えて話し合うほか、仕事の成果や業務での改善要望、部下にはどのように教育・指導しているか、研修で学んだことは活かしているかななどを質問。従業員の声を詳しく聞くことで、仕事の満足度向上や研修内容などの改善につなげています。



業員の声を詳しく聞くことで、仕事の満足度向上や研修内容などの改善につなげています。

社員の育成

人材育成策の一つとして、有能な社員を早く昇級・昇格できるよう特別な早期育成計画を立て、それに基づく社内の研修体制を整えています。通常入社から店長、OFC(店舗経営相談員)への昇格までには約2年間が必要です。しかし、優秀な人材については「快速トレーニング」という独自トレーニングに参加してもらい、通常の半分程度の期間で昇格を進めています。現在は店舗運営部(オペレーション本部)の社員を早期育成の対象にしていますが、今後は、店舗運営部だけではなく、他の部門にも拡大する予定です。

その他の人材育成策として、勤務経験が3年を超える本部主管(マネジャーに相当)以上の社員には、社外研修や社外の専門家を招いての社内講座に参加させる予定です。

早期育成計画の研修を受けた

現地社員の声



セブン-イレブン北京
店舗運営部 店長
李 伟(リー・ウェイ)

研修を受け、会社はさまざまな部署が協力し合って動いており、組織として仕事をするこの重要さが理解できました。これまでは自分自身の能力を向上させることで精一杯でしたが、これからは自分の仲間や部下を育てていこうという意識が芽生えました。

将来は、本部とお店の架け橋であるOFCになり、その次にはOFCをまとめるリーダーになって後輩を育成していきたいです。そのために、もっといろいろなことを勉強したいと考えています。会社には、研修の場をより多く設けてもらいたいですね。

省エネルギーへの取り組み

中国では伸び続ける電力需要に供給が追いついていないことから、電気料金が高くなっています。企業にとって節電は、環境負荷低減のために加えて、コスト抑制のためにも欠かせません。

セブン-イレブン北京では、店内の照明や看板は時間帯によって消灯して日頃から節電に努めています。省エネ設備を積極的に試験導入しており、その効果を検証して導入拡大の有無を判断しています。

2010年度は、新店や機器を入れ替える店舗を対象に、2009年度の試験導入時に節電効果の高かったインバーターエアコンを導入。また、新店と改装店舗の店内には、省エネ型の照明器具であるeHF機器を導入し、1店舗当たりの蛍光灯の使用本数を68本から43本へと前年度比で3割削減しました。また、この蛍光灯は寿命が12,000時間と長いため、交換頻度も廃棄量も減ります。

2011年度は、これらの取り組みを拡大させることや、店内照明へのLEDの試験導入を検討しており、さらなる省エネをめざします。

店頭募金

2006年11月から店舗に募金箱を設置して、お客様からの寄付を募っています。募金は政府公認の環境保護団体「北京緑化基金会」に寄付しています。

募金額の推移

2007年度	55,567元
2008年度	60,291元
2009年度	95,295元
2010年度	80,931元



華糖ヨーカ堂、成都イトーヨーカ堂、王府井ヨーカ堂

イトーヨーカドーは、1996年12月に四川省成都市に「成都イトーヨーカ堂有限公司」を設立したのを皮切りに、1997年9月に北京市に「華糖ヨーカ堂有限公司」を、2004年11月には北京市に「王府井ヨーカ堂有限公司」を設立しました。「中国人の、中国人による、中国人のための店舗」をめざして、現地ニーズに合った品揃えとサービス、現地での商品調達、そして現地スタッフによる店舗運営を追求しています。



華糖ヨーカ堂有限公司



成都イトーヨーカ堂有限公司



王府井ヨーカ堂有限公司

中国社員の登用、育成

中国の総合スーパー、食品スーパー各社では2010年12月末現在、店舗各部門のマネジャー以上の役職では9割以上が中国人です。また、女性の登用を進めており、店舗で働くマネジャー職の約半数が女性です。特に成都イトーヨーカ堂では、本部の管理本部長や、各店舗の店長、衣料品・住居関連商品・食品の部門長などに全て中国社員を登用し、日本人社員14人はサポート役を担う体制で運営をしています。

また各社は、業務の改善策を毎年募集するなど、従業

員の意見を積極的に業務に取り入れています。成都イトーヨーカ堂では、2010年度347,093件の提案がありました。その中から、試着室内に店員を呼ぶためのベルを設置するという提案を実際に採用したなど、従業員の声をもとにお客様へのサービス向上を図っています。

各社は毎年、幹部社員を日本に派遣しています。来日した幹部社員らは、セブン&アイグループの「方針説明会」に参加するほか、グループ各社の店舗を訪れてその運営方法を視察しています。

現地社員の声



成都イトーヨーカ堂
商品部 寝装具バイヤー
張 清秀 (ジャン・チンシウ)

日本のお店では、社員の笑顔と行き届いたサービスが印象に残りました。また、作業の「見える化」やスケジュール管理の手法もすばらしく、今後、仕事のやり方を変えていきたいと思いました。今回の日本の店舗見学と経営方針説明会を聞いて、改めてバイヤーとして主体的に情報収集に努め、日々変化するお客様のニーズを的確に把握して新商品、価値ある商品の開発につなげ、どこよりも早く新しい商品を売場に展開していこうと決意しました。



華糖ヨーカ堂 十里堡店
食品部長
張 精輝 (ジャン・ジンフイ)

お客様の安全・安心・高品質な商品への期待に応えるよう取り組んでいます。お客様に「来てよかった。また来るよ」と言ってもらえると本当にうれしいですね。お客様のご要望を把握するために、定期的にアンケート調査を行っています。また、売場で直接お客様の声やご意見を聞き取ってニーズの把握に努めています。

中国でも安全・安心・環境問題への関心が高まっています。そのため今後、商品の製造日や賞味期限などの管理だけでなく、産地や保存状況・条件、検査報告書の確認をより厳格に行っていく必要があると考えています。商品の特徴を媒体で発信していくことにも力を入れていきたいです。

お取引先との協力

華糖ヨーカ堂と成都イトーヨーカ堂では取扱商品の約9割を、王府井ヨーカ堂ではその全てを中国のお取引先から仕入れています。また、お取引先と連携した商品開発「チームマーチャンダイジング」を実施。2010年度、成都イトーヨーカ堂では「魚介類を食べたいが調理するのは面倒」というお客様の声に応えるために、魚介類の一次加工品を開発・販売しました。こうした商品開発は、お取引先の商品開発力や生産力の向上にもつながっています。

成都イトーヨーカ堂では、お取引先の品質管理レベルを担当者が点検しています。2010年度は、衣料品と住居関連商品の生産工場をそれぞれ150回視察し、工場の環境や商品の品質を確認しました。このほか、食品の生産地を25回訪問し、栽培・飼育方法や土壌、加工過程を確認しました。

有機野菜とトレーサビリティ商品の販売

地場農産物や有機農産物の販売拡大に取り組んでいます。王府井ヨーカ堂では低農薬栽培に特化している小湯山農園と連携して『生産者の顔が見える野菜』を販売しています。2010年度末までに約40アイテムを取り扱い、お客様からは「鮮度・味がよく、低農薬なので安心して食べられる」と好評です。

華糖ヨーカ堂では、有機野菜の取り扱いを拡大しています。2010年度は約224アイテムの有機野菜を販売し、その売上額は青果売場の約12%でした。お客様への情報提供にも力を入れており、有機野菜の販売コーナーではPOPで生産者や生産管理の状況をお伝えしているほか、産地情報などが確認できる検索用端末を設置しています。



売場に設置した検索用端末



青果売場

お客様対応の向上

各社では全店舗に「お客様の声ボックス」を設置し、お客様のご意見を収集しています。いただいたご意見は各部・各店で共有し、よりよい店舗づくりに努めています。華糖ヨーカ堂では、隔週で店舗と本部の担当者が集まり、その店舗ごとに現状報告と今後の対応について会議を開いています。

また、お客様への接客向上をめざした取り組みも強化しています。成都イトーヨーカ堂では「中国一番の笑顔の接客」をめざして、朝礼や昼礼で笑顔の練習をしているほか、お褒めの言葉をもらった社員を毎月開催する朝礼で表彰し、社内報で紹介するなど、社員のモチベーション向上と優れた接客事例の周知に努めています。



「お客様の声ボックス」

お客様の声受付件数(2010年度)

華糖ヨーカ堂	4,900件
成都イトーヨーカ堂	2,088件
王府井ヨーカ堂	150件

省エネ設備の導入

各社では、新しい省エネルギー型の設備導入を推進しています。照明を省エネ型のものに切り替えるほか、冷凍・冷蔵庫にもインバータを取り付けるなど、設備の更新を図っています。

王府井ヨーカ堂は、2011年3月に店舗と本部の照明を全てLEDに切り替えました。華糖ヨーカ堂では2012年度オープン予定の馬家堡店で照明にLEDを採用し、それ以外の既存店舗でも順次LEDに切り替えていく予定です。