



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



世界での店舗ネットワーク

約 **46,600** 店*

- ※ 店舗数(日本は2012年2月末、その他の国・地域は2011年12月末)には以下を含みます。
- 当社の子会社がそれぞれの国・地域で運営している店舗数
- 7-Eleven, Inc. のエリアライセンスが各国で運営している店舗数
- そごう・西武との契約のもと商標を使用し、運営している店舗数

海外各社の社会貢献活動

7-Eleven, Inc. 7,149店舗

青少年の育成、軍人への支援、飢餓救済をテーマにした社会貢献活動に取り組んでいます。2011年度は、お取引先とともに飢餓救済のためのキャンペーンを実施。また、各地の警察に炭酸飲料「スラーピー」の無料引換



クーポンを100万枚配布し、人を助けるといった良い行いをした子どもに渡してもらう「オペレーションチル」活動を引き続き実施しました。

SEVEN-ELEVEN (HAWAII), INC. 58店舗

良き企業市民として、子ども・教育・福祉・健康に関する活動や団体を支援しています。2011年度は、米国糖尿病ハワイ学会の「糖尿病を止めるために歩こう」と「セ



ブン-イレブンチャリティゴルフクラシック」という大きなチャリティイベントでスポンサーを務めるとともに、従業員が参加しました。

セブン-イレブン北京 147店舗

店舗に募金箱を設置してお客様から寄付を募り、政府公認の環境保護団体「北京緑化基金会」に寄付しています。2011年度は148,586元が集まりました。

華糖ヨーカ堂、成都イトーヨーカ堂、王府井ヨーカ堂 合計15店舗

華糖ヨーカ堂の「華堂愛心助学専用慈善基金」への寄付をはじめ、各社が教育支援や清掃活動などに取り組んでいます。

TOPICS

各国の7-Eleven運営企業 ※ 各国の7-Elevenはそのエリアライセンス権を持つ企業が運営しています。

タイで6,276店舗を運営するCP ALL Public Company Ltd.は、2011年にタイで起きた大洪水の被災地支援策を積極的に実施しました。例えば、洪水に見舞われた直後に、政府組織に食料・パン・飲料水を提供。また、被災支援団体に協力し、全国の店舗で募金活動ができるようにしました。さらに、被災地域の店舗では営業が続けられる限り人々に必需品を提供。洪水が落ち着いた後には、人々に復興資金が必要になることを考慮して、被災した11の県内で人気のお弁当2品と飲料を最低価格で販売しました。

韓国で5,249店舗を運営するKorea Seven Co., Ltd. [Lotte Group]は、韓国社会福祉協会に、生活必需品を提供したり、お弁当やケーキなどの利益の1%で粉ミルクを寄付しています。

台湾で4,801店舗を運営するPresident Chain Store Co., Ltd.は、過去10年以上、清掃キャンペーンを実施しており、延べ3千万台湾ドル以上を拠出し、一般の方を含む30万人以上が参加しました。また、障がい者が自力で生活するために必要な基礎的な技術を習得できるように、従業員ボランティアが支援活動を行いました。



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。2011年12月末現在、店舗数はアメリカに6,680店舗、カナダに469店舗を展開しています。



環境負荷の低減

7-Eleven, Inc. は、資源の消費、廃棄物やCO₂の排出といった事業にともなう環境負荷の低減に取り組んでいます。

2011年度は、新店での省エネ対策などのエネルギー・環境対策により、244,500トンのCO₂排出量削減効果と、4,000万ドル以上のコスト削減効果をあげました。



LED照明の設置前(左)と設置後(右)

エネルギー管理大賞を受賞

環境対策が認められ、7-Eleven, Inc. は「エネルギー技術者協会」から「2011年地域企業エネルギー管理大賞」を授与されました。この賞は、エネルギー管理プログラムの開発・組織化・管理において顕著な実績をあげた企業を表彰するもので、授与式は2011年10月にシカゴで開催された「世界エネルギーエンジニアリング総会」のオープニング前に行われました。



授賞式の様子。左から3人目がエンジニアリング&エネルギー管理責任者のJames Chemp

アメリカとカナダの環境関連データ

	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度目標
店舗数	6,389	6,610	7,149	7,779
店舗の運営にともなうCO ₂ 排出量(千t-CO ₂)※	1,128	1,117	1,138	1,242
水使用量(千m ³)	6,344	6,728	5,955	6,225
レジ袋使用量(t)	—	—	1,496	1,390

※ USEPA(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。

7-Eleven, Inc.の主な環境負荷低減への取り組み

活動開始時期／活動内容

2009年度以降(継続)

- ・「エネルギーと持続可能性プログラムマニュアル」を作成
- ・省エネと環境保持プログラムを開発
- ・エネルギー使用量と費用を把握・監視する一元化されたデータベースを構築
- ・全ての新店に対し、LED照明、高効率な冷暖房機器、エネルギー管理システムの省エネ機器を導入
- ・1,200以上のエネルギー管理システムを店舗に導入
- ・照明と冷暖房機器の交換
- ・店舗での適正温度を決定
- ・高効率の冷暖房機器システムを特定し、無害の冷媒を使用
- ・光熱費やベンダーへの電子請求支払いシステムを導入したことで、年間約0.8トンの紙を削減
- ・本部従業員に公共交通機関の利用をうながす奨励金を用意

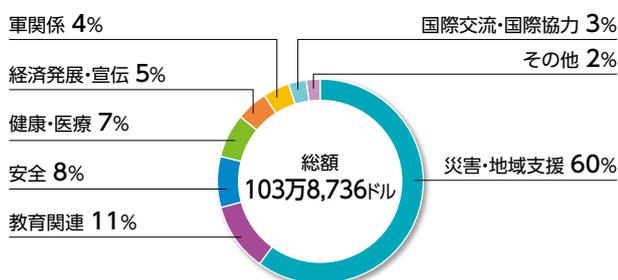
2011年度(新規)

- ・米国とカナダにある地区事務所を閉め、約1,200人の従業員を在宅勤務に切り替え
- ・店舗への配送を集約し共同配送することで、トラックの台数を削減し、CO₂排出量を約3,000トン削減
- ・4,493店舗で店内照明にLEDを導入したことで1店舗当たりの電気使用量を15,665kWh削減、これによって年間のCO₂排出量を10.7トン削減

米国での社会貢献活動

7-Eleven, Inc. は本部と加盟店が一体となって活動することで、地域生活の質向上に役立ちたいと考えています。2011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370万ドル相当の支援を、400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※(2011年度)



※ 予算額です。

軍人への支援

2011年11月の1カ月間、米国最大の米軍とその家族の福利厚生をサポートする団体「ユナイテッド・サービス・オーガナイゼーション(USO)」への募金活動「Thank You」キャンペーンを実施しました。1ドルの寄付につき、お客様にはUSO感謝カードを提供。カードには名前を記入する欄を設け、書き終えたカードを店内に飾ることで、軍に従事している家族や知人などに感謝の気持ちを示せるようにしました。また、次回の商品購入時に使えるクーポン券をカード下に付けることで、寄付した本人にとってうれしいものにしました。

このキャンペーンによる22万4千ドル以上の寄付金で、海外で任務に従事している隊員向けに、スナック、洗面用品、テレホンカードなどが入ったギフトセットを約9,000セット送ることができました。



「私は〇〇さんに感謝を伝えたくて、1ドルを寄付しました」と書かれたカード

お取引先と共同した 飢餓救済キャンペーン

2011年10月から12月にかけて、米ペプシコ社と共同で、国内の飢餓救済を目的としたキャンペーンを実施しました。7-Eleven店舗でペプシ商品を買くと、商品容量20オンスにつき5セントが米ペプシコ社からフードバンク団体「フィーディング・アメリカ」に寄付されます。また、キャンペーン実施期間中、7-Eleven, Inc. のフェイスブックページを訪問することで、その寄付額を倍にできるという仕組みにしました。

このキャンペーンで25万ドル、また7-Eleven, Inc. が実施した関連募金活動で18万ドル、合計43万ドルが集まりました。その全額が「フィーディング・アメリカ」のプログラムを通じて、食べ物に困っている子ども1,400万人を含むアメリカ人合計3,700万人(年間)への緊急食料支援に役立てられます。

健康的な食生活に向けて

生活に身近な店を営む企業として、7-Eleven, Inc. はお客様に対して健康食品や飲料を提供する役割・責任を担っています。昨今では糖尿病の増加や、手軽な栄養補助食品への人気の高まりを受け、そうした食品を販売することがますます重要となっています。

これに対し、7-Elevenではバランスの取れた食事を手軽に取り入れることができるような品揃えをしています。またWebサイトのニュースリリースを通じて、朝食、昼食、間食、飲料別におすすめの商品を紹介しています。



7-Eleven, Inc. の栄養士Patsy Ross。容易に健康的な食生活を続けたい人向けに、7-Elevenの店舗で入手できる食品や飲料を紹介



従業員の能力開発支援

7-Eleven, Inc. は、米国とカナダを合わせて19,000人以上の従業員と約4,000の加盟店オーナーを擁する企業です。採用・教育に力を注ぎ、多岐にわたるコミュニティで活躍できる社員を育成しています。人材開発方針として「個々の能力を伸ばす意義のある経験を積み、学び成長する機会を与え業績評価基準に基づいて公平に評価する」ことを掲げています。

2011年度は、加盟店と従業員への教育ツールが特に重要だと認識し、日常業務に役立ち、個人の目標管理能力や接客力を高める右記3つの取り組みを開始しました。



社員の声

従業員の能力向上は、他社に対する競争力を発揮する上で重要な要素の一つです。優れた人材開発には「個人のキャリア計画と目標」と「組織とともに仕事を成し遂げる意志」とのバランスが不可欠です。7-Eleven, Inc. の人材開発プログラムは、高い能力を持つ従業員を育成するとともに、組織の業績向上に寄与しています。



7-Eleven, Inc.
人材管理部部長
Miya Maysent

2011年度に開始した新たな取り組み

① カレッジ・オブ・オペレーション・リーダーシップ (C.O.O.L.) プログラム

全米ビジネスリーダーシップ協議会、7-Eleven加盟店、従業員リーダーシップ委員会の協力を受け、新規加盟店向けに、経営知識や能力をさらに伸ばすカリキュラムを構築しました。



② The R.I.G.H.T. Behavior Model (R.I.G.H.T.行動モデル)

加盟店や販売員が良い接客をするために実践すべき5つの行動を定めた「R.I.G.H.T.行動モデル」を策定しました。2012年度には各店舗に周知する計画です。

- R: お客様の期待に応えよう
- I: 親しく接客しよう
- G: 清潔感のある見た目にしよう
- H: 素早く親切に対応しよう
- T: また来てもらえるようお客様に感謝しよう

③ セブン・エクセル・ユニバーシティ

OFC(店舗経営相談員)と本部従業員の能力向上のための新しい人材開発計画「セブン・エクセル・ユニバーシティ」の運用を2012年度に開始します。従業員がリーダーシップやマネジメントといった対人面と、技術力・経営能力・販売計画・業務プロセスといった技能面との両方の能力を向上させることを目的とした継続的な社内教育カリキュラムです。



アメリカとカナダの従業員関連データ(2011年12月末現在)

パートタイマー 5,977人
(パートタイマー比率:31%)

正社員 13,217人



- 障がい者雇用率 …………… 1.9%
- 役員を除く女性管理職比率 … 22%

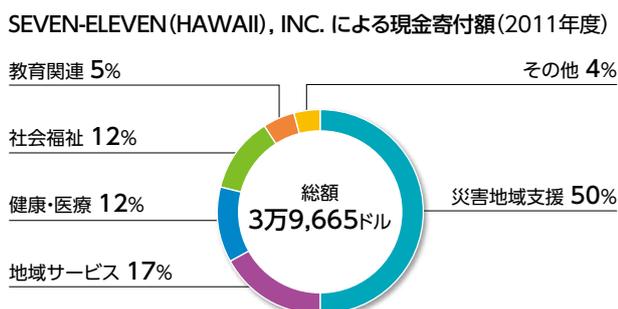
SEVEN-ELEVEN(HAWAII), INC.

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受けました。2011年12月末現在、オアフ島のほかマウイ島などに58店舗を展開しています。



社会貢献活動

2011年度、SEVEN-ELEVEN(HAWAII), INC. (以下SEH)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て、金額換算で約16万ドル相当の支援を、60団体に対して実施しました。



チャリティゴルフトーナメント

チャリティ活動の一つとして、SEHは1978年から毎年ゴルフトーナメントを開催し、参加者からの参加費を「筋ジストロフィー協会」に寄付することで長年支援してきました。同協会の資金調達体制の確立を受け、2008年からは毎年、子ども、教育、福祉、健康に関する異なる団体にも支援を広げています。これまでに、被虐待児童へのケア、障がい者や高齢者への食事提供、薬物乱用予防教育の団体に寄付を行いました。このチャリティイベントは、SEHの多くのボランティア従業員が運営を支



えており、オアフ島では優良なチャリティゴルフトーナメントとして人気です。SEHは今後もこの取り組みを継続していく予定です。

チャリティウォーク

ハワイでは、糖尿病が死因の5番目となっています。患者の多くは、従業員にも多いハワイアン、日系人、フィリピン系アメリカ人であることから、SEHにとっても身近な問題です。

糖尿病の予防と治療、人々の啓発に取り組む「米国糖尿病ハワイ学会」が、毎春、研究費用の調達を目的にしたイベント「糖尿病を止めるために歩こう」を開催しています。ワイキキのKapiolani公園の周囲を約3,000人もが歩く人気イベントであり、SEHは2008年からそのスポンサーを務めています。従業員にも参加を呼びかけ、従業員とその家族や友人に対して、健康な生活スタイルを通じた疾病予防をうながしています。



顧客満足度の向上

顧客満足度の向上をめざして、SEHでは各部門が販売力の強化や従業員の育成、店舗網の拡大に取り組んでいます。こうしたさまざまな取り組みを効率よく進めていくために、正確な情報伝達を可能にするシステム「セブン・セントラル」をイントラネット上に構築しました。

このシステムでは、Eメールや緊急放送、各種の報告書・連絡先・マニュアル・予定表などを一元管理することで、従業員にとっての閲覧性と利便性を高めています。業務の生産性が向上し、商品の廃棄量減少、顧客満足度の向上といった成果が出ています。



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、2011年12月末現在147店舗を展開しています。

店舗展開を進める上で、中国人従業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従業員を登用することでモチベーションを高めています。



法令違反の防止

法に則った公正な事業活動を徹底していくために、セブン-イレブン北京では独自の行動規範を設けています。その行動規範を従業員に浸透させるために、月に1回程度、MD(商品開発担当者)を対象とした集合研修の中で教育を実施しています。

教育内容の事例

- ・お取引先等との間で、誠実で公正な取引を行い、お取引先との信頼関係の構築と維持に努力すること
- ・お取引先等との接待、贈答品の授受に関して会社のルールに沿って行動すること
- ・不合理な商慣習には従わず、お取引先等に対し正しい姿勢をとること
- ・お取引先の営業秘密や会社秘密を厳格に保持すること



SMD(商品開発責任者)会議

安全・安心な商品づくり

中国では、食品の安全性に対する関心が高まっています。セブン-イレブン北京では、安全・安心な商品を提供するためにさまざまな取り組みを実施しています。

商品開発

セブン-イレブン北京は商品開発において、お客様の嗜好に合わせ、かつ味や品質など全体のバランスをとるために、市場の状況を詳しく調査・分析してお客様のニーズを的確に捉えるよう努めています。また、商品開発会議で商品のコンセプトや販売ターゲット、目標とする品質・販売数などを決定し、開発メンバー間で試食を繰り返して改良を重ねた上で、セブン-イレブンのコンセプトにあった最適な商品の開発につなげています。

商品開発担当社員の声

開発した商品がお客様に受け入れられることで、店舗の売上向上に寄与できるだけでなく、セブン-イレブンの新鮮味や魅力をお客様に知っていただくことにもつながるので、やりがいを感じます。良い商品を開発してお客様のクチコミで認知度を高め、日本と同じようにセブン-イレブンが「近くて便利」な店であることを、中国の皆様にも知ってほしいと思います。



セブン-イレブン北京
デイリー商品部
MD(商品開発担当)
安 鴻(アン ホン)

今後は、商品開発の知識をさらに習得し、常に新しい商品づくりにチャレンジしていきたいです。そして、5年以内にステップアップしてチームリーダーとなり、自らのチームを率いてヒット商品をたくさん開発していきたいと思っています。

お取引先の選定

セブン-イレブン北京は、中国国内の法律よりも厳しい自主基準を設定し、その基準を満たしたお取引先の商品のみを取り扱っています。自主基準は、例えばおでんでは厳格な製造工程管理と微生物測定の基準を設定しており、取り引きを決定する前に商品規格書や検査報告書などの提出を求めて、その対応状況を確認しています。また、専任の品質管理担当者を置き、取引開始後も定期的にお取引先の工場や本部を訪問して実施状況を確認しています。

原材料品質の管理・向上

セブン-イレブン北京は、米飯や惣菜といった全てのデイリー商品について、産地を指定し、徹底した管理下でつくられた原材料を使用しています。例えば、お弁当やおにぎりに使う米は、産地での精米から工場で使用するまでの各プロセスで独自の取扱基準を設けています。

また、セブン&アイグループのプライベートブランドである「セブンプレミアム」の中国向け商品の開発を進めています。原材料の厳しい選定に加えて、セブン-イレブン北京が独自に製造工場を審査し、日本への輸出経験があるなど品質レベルの高い工場を指定することで、安全・安心な商品を開発・提供しています。

ナショナルブランド商品では、無添加で保存料を使用しない高品質な商品を増やしています。2009年6月からは、日本のメーカーと連携して無添加・保存料なしの牛乳や果汁飲料の販売を始めました。この販売は、セブン-イレブン・ジャパンが実施している一定の温度管理下での物流体制を取り入れることで実現しました。



中国向けに独自に開発した「セブンプレミアム」

環境負荷の低減

中国では、伸び続ける電力需要によって供給不足が生じ、電気料金が高騰しています。企業では、環境負荷低減に加えてコスト抑制のためにも節電が不可欠となっています。

セブン-イレブン北京では2011年度、店舗改装時に照明器具を省エネ型に切り替え、かつ設置本数を減らしました。また、一部店舗では空調機をインバーター式に交換しました。

さらなる節電をめざすため、2012年度はインバーター式冷凍機の導入に加え、店内照明にLEDを試験導入する計画です。さらに、店頭看板にタイマーと光センサーで自動的に点灯・消灯する機器を導入することで、手動による消し忘れの無駄を防いでいきます。

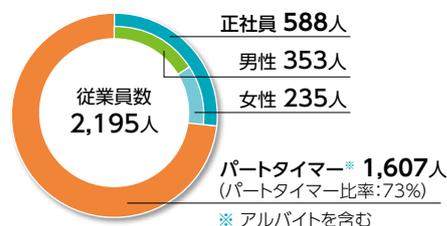
なお、これら省エネ策のほか、冷凍冷蔵設備の冷媒ガスをフロンから代替していくことも検討していきます。

セブン-イレブン北京の店舗数と環境関連データ

	2009年度	2010年度	2011年度
店舗数	92	100	147
電気使用量(MWh)	9,626	11,851	13,216
水使用量(千m ³)	55	54	55

従業員関連データ

セブン-イレブン北京の従業員関連データ(2011年12月末現在)



- 障がい者雇用率 1.7%
- 役員を除く女性管理職比率 42.5%
- 役員の中国人比率 33%



華糖ヨーカ堂、成都イトーヨーカ堂、王府井ヨーカ堂

1996年12月に四川省成都市に「成都イトーヨーカ堂有限会社」を設立したのを皮切りに、1997年9月に北京市に「華糖ヨーカ堂有限会社」を、2004年11月には「王府井ヨーカ堂有限会社」を設立しました。2011年12月末現在、北京（10店舗）、成都（5店舗）で計15店舗を展開しています。



華糖ヨーカ堂



成都イトーヨーカ堂



王府井ヨーカ堂

現地化の推進と能力向上支援

華糖ヨーカ堂、成都イトーヨーカ堂、王府井ヨーカ堂では、中国人主体の店舗運営体制を整備するとともに、女性の登用も進めています。成都イトーヨーカ堂では、管理本部長や各店舗の店長・衣料品・住居関連商品・食品の商品部長などのトップに全て中国人従業員を登用し、日本人従業員はサポートに回る体制を整えています。華糖ヨーカ堂、王府井ヨーカ堂でも、店舗・本部のマネジャー以上の役職（役員を除く）の約9割を中国人従業員が占めています。また、3社ともに、店舗で働くマネジャー以上の役職のほぼ半数を女性が占めています。

また、店舗運営の現地化を推進すると同時に、従業員の能力向上支援に力を入れています。華糖ヨーカ堂・成都イトーヨーカ堂では、接客や販売促進・コスト削減など



について、個人または部単位で事例を報告し、優れた事例を表彰する成果発表会を四半期ごとに開催しています。

成都イトーヨーカ堂の人材登用の状況

項目	割合
全従業員に占める中国人従業員の割合	99.5%
店長に占める中国人従業員の割合	100%
マネジャー以上の役職(役員を除く)に占める中国人従業員の割合	100%
マネジャー以上の役職(役員を除く)に占める女性の割合	54.3%

安全・安心な商品づくり

めざましい経済発展をとげている中国では、食品の「安全・安心」への関心が急速に高まっています。こうしたお客様の声にお応えするために、華糖ヨーカ堂、成都イトーヨーカ堂、王府井ヨーカ堂は、日本で培った安全・安心のための品質管理を徹底するとともに、トレーサビリティ(生産履歴)の管理に力を入れ、有機食品の取扱い拡大などを推進しています。

衛生管理

成都イトーヨーカ堂では、店舗の食品担当者などを対象に食品衛生や品質のほか表示・ラベルなどに関する研修会を開催しています。2011年度は4回実施しました。同様に、華糖ヨーカ堂や王府井ヨーカ堂も、衛生管理・鮮度管理に関わる研修会を開催しています。

トレーサビリティ管理と有機食品の販売

華糖ヨーカ堂、成都イトーヨーカ堂では、売場に検索用端末を設置し、一部食品(野菜・精肉・たまごなど)の生産履歴を確認できるようにしています。王府井ヨーカ堂でも、北京近郊で安全・安心な野菜づくりに取り組んでいる農家から仕入れた「生産者の顔が見える野菜」(約40アイテム)や、生産履歴が明らかな豚肉を販売しています。

華糖ヨーカ堂では、安全・安心な食品の生産体制づくりを食品部門の最重要課題と位置づけ、2010年度からお取引先との連携のもと、有機食品の取扱い拡大を図っています。有機野菜の仕入れでは、生産者と連携して「有機」認証の取得を進め、安全管理体制の確認と年間の栽培計画作成を行い、2012年4月から27アイテムの商品の販売を開始しました。有機豚肉の取扱いも2012年6月から開始する予定です。

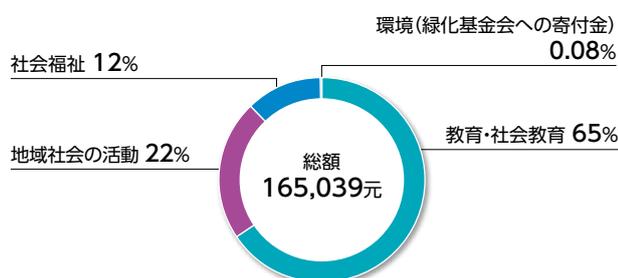


売場に設置した検索用端末

社会貢献活動

地域社会の一員として、社会貢献活動に取り組んでいます。華糖ヨーカ堂は、2008年4月に設立10周年記念事業として、北京慈善協会と連携して「華堂愛心助学専用慈善基金」を創設。以後、教育支援活動を続けています。2011年度は、学校の設備充実のために222,180元を支出しました。成都イトーヨーカ堂は、教育・社会教育支援を中心に、2011年度は165,039元の支援を行いました。また、王府井ヨーカ堂は、各売場が交替で店舗周辺の歩道の清掃を毎日2回実施しています。

成都イトーヨーカ堂の社会貢献費の内訳(2011年度)



環境対策

中国では急速な経済成長にともなって電力需要が増大し続けており、節電が重要な課題となっています。王府井ヨーカ堂は、2011年3月に勁松店の売場と本部の照明をLED化しました。同様に、華糖ヨーカ堂、成都イトーヨーカ堂でもLEDの導入を進めています。その他、不要な照明の消灯を徹底するなど、従業員の意識改革にも努めています。



LED照明

トーヨーカ堂でもLEDの導入を進めています。その他、不要な照明の消灯を徹底するなど、従業員の意識改革にも努めています。

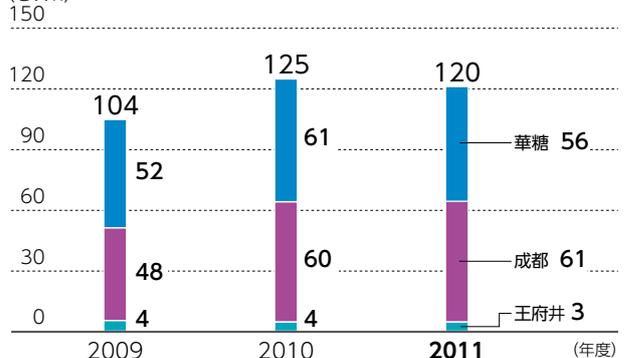
中国3社の店舗数と環境関連データ

店舗数

	2009年度	2010年度	2011年度
華糖ヨーカ堂	9	8	8
成都イトーヨーカ堂	4	4	5
王府井ヨーカ堂	1	1	2

電気使用量

(GWh)



水使用量

(千m³)

