

セブン&アイHLDGS.

# CSR Report 2012

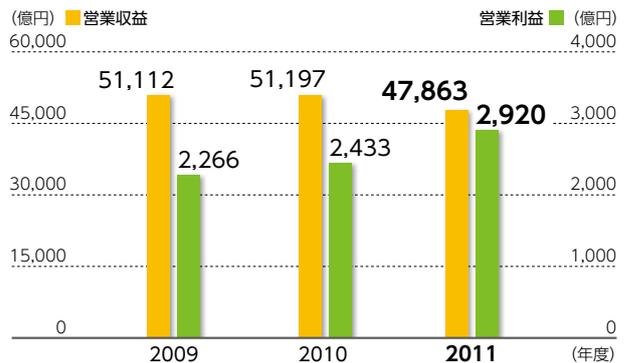




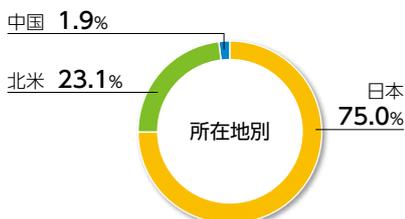
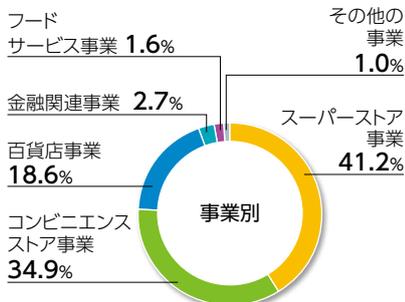
## 会社概要 (2012年2月末現在)

**社名** 株式会社セブン&アイ・ホールディングス  
**本部所在地** 〒102-8452 東京都千代田区二番町8番地8  
**設立** 2005年9月1日  
**事業内容** コンビニエンスストア・総合スーパー・百貨店・食品スーパー・フードサービス・金融サービス・IT/サービスなど、各事業を中心とした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  
**連結従業員** 134,689人  
 (1日8時間換算による月平均人員のパートタイマーを含む)  
**Webサイト** <http://www.7andi.com/>

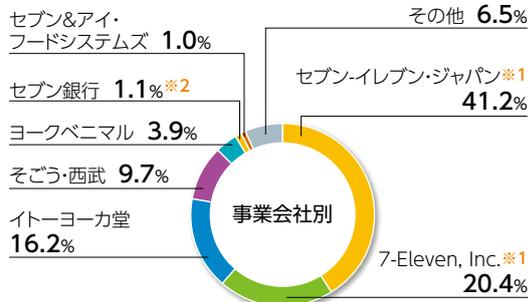
## 営業収益および営業利益



## 営業収益の内訳 (2011年度)

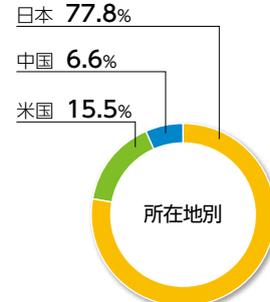


## 売上高の内訳 (2011年度)



※1 セブン-イレブン・ジャパンおよび7-Eleven, Inc. の売上高はチェーン全店の売上高です。  
 ※2 セブン銀行の売上高は経常収益です。

## 連結従業員数の内訳



会社概要や経営状況に関しては、Webサイトをご覧ください。

Web <http://www.7andi.com/ir/index.html>

## CSRレポートについて

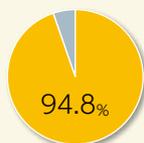
本誌「CSR Report 2012」は、主に持株会社であるセブン&アイHLDGS.の取り組みと、事業会社の代表的な取り組みを報告しています。構成はセブン&アイグループの「CSR重点事項」(→P.5)に沿っています。

また、本レポートは、網羅的な情報を報告したWebサイト上の「全ページ版(PDF形式)」と、その中から抜粋した冊子形式の「ダイジェスト版」という2種類の形態で発行しています。

### ● 報告対象組織

下記の各社を主な報告対象組織としています。各社の情報は、Webサイトでも公開しています(URLは各社WebサイトのCSR関連ページまたはトップページです)。

全売上高に占める  
報告対象組織の売上高比率



(株)セブン&アイ・ホールディングス  
<http://www.7andi.com/csr/index.html>

(株)セブン-イレブン・ジャパン  
<http://c.sej.co.jp/corp/social/>

(株)イトーヨーカ堂  
<http://www.itoyokado.co.jp/company/iycsr/>

(株)ヨークベニマル  
<http://www.yorkbeni.co.jp/enviro/index.html>

(株)そごう・西武  
<http://www.sogo-seibu.co.jp/csr.html>

(株)セブン&アイ・フードシステムズ  
<http://www.7andi-fs.co.jp/7fs/company/csr.html>

(株)セブン銀行  
<http://www.sevenbank.co.jp/corp/csr/>

7-Eleven, Inc.  
<http://corp.7-eleven.com/>

SEVEN-ELEVEN (HAWAII), INC.  
<http://www.7elevenhawaii.com/home>

セブンイレブン北京  
<http://www.7-11bj.com.cn/>

華糖ヨーカ堂  
<http://www.ht-store.com/d/index.do>

成都イトーヨーカ堂  
<http://www.iy-cd.com/>

王府井ヨーカ堂  
<http://www.wfj-yokado.com/>

### ● 報告対象期間

2011年度(2011年3月~2012年2月)の活動報告を基本的に、2012年度の活動についても一部報告しています。

### ● 参考にしたガイドライン

- 環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」
- GRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン」第3.1版(G3.1)
- ISO26000

● 発行日 2012年9月

● 次回発行予定 2013年9月

## 目次

トップコミットメント	4
私たちが考える各ステークホルダーに対する責任	6
グループの「CSR重点事項」に対する進捗	8
企業統治・CSRマネジメントの強化	10

## 特集

社会インフラとして 多様な課題解決に貢献	16
-------------------------	----

## 主な年次活動報告

 環境負荷の低減	20
 安全・安心な商品と サービスの提供	28
 働きがいのある 職場づくり	32
 地域社会との共生	35

海外での取り組み	37
国内6事業会社のデータ集	46
温室効果ガス排出量検証報告書	64
受賞歴・社外からの評価	65
「CSR Report 2011」読者アンケート結果	66

**免責事項** 本レポートに掲載している情報は、記述した時点での情報に基づいています。そのため、将来の社会の変化によって実際の活動や結果は変わる可能性があります。

## 皆様から信頼され続ける企業として さらなる飛躍をめざします



代表取締役会長  
最高経営責任者 (CEO)

鈴木 敏文



代表取締役社長  
最高執行責任者 (COO)

村田 紀敏

### 強固なサプライチェーンを確認

2011年、日本は東日本大震災により甚大な被害をもたらされました。私たちセブン&アイグループにとりましても大変困難な年でしたが、一方では、いかなる状況下でも安定的に商品を店舗に供給する商品調達力と物流体制、店舗を運営する従業員など、お取引先も含めたサプライチェーン全体での団結力を確認し、グループの強みを活かして社会に貢献できた年であったとも言えます。

### 社会的課題の解決に貢献する事業の創出

震災時の対応にとどまらず、セブン&アイグループは日頃から社会インフラとしての役割を担っています。昨今では社会的課題の解決に貢献することをめざし、例えば買物不便者の増加に対応するために、店舗で扱う商品・サービスの拡充や、商品自体をお客様のより近くへお届けする「移動販売」や「ネットスーパー」に力を入れています。

このような企業姿勢を社内外に表明すべく、2012年4月にグループ統一のブランドメッセージ「新しい今日がある」を発表しました。この中には、昨日とは違う新しさをお客様に感じていただけるよう、私たちが常に新しいことに挑戦し続けていく思いを込めています。これからも、社会的課題の解決と事業とが一体化したビジネスを数多く生み出していきます。

### 2011年以降の注力事項

事業を拡大する中、2011年度はセブン-イレブンを中心に省エネ設備の導入を積極的に行い、環境負荷の低減に努めました。また、事業以外でのCO<sub>2</sub>排出抑制策と

して、2009年度に開始したインドネシアでの熱帯林の保全に続き、2012年度には国内の森林整備活動に取り組むことを決定しました。金銭的支援にとどまらず、森林整備活動への従業員の参加、さらに間伐材を利用した商品づくりなど小売業ならではの取り組みを計画しています。

このほか、2011年度は、ダイバーシティ(人材の多様性)推進のためのプロジェクトを開始するとともに、2012年度には女性社員による店舗運営を開始しました。お客様の7割を占める女性の視点を活かした店舗づくりと、女性をはじめとした誰もが働きやすい職場環境づくりを進めています。

### 国連グローバル・コンパクトへの署名

CSR推進のために、2011年度に関連組織を見直すとともに「企業行動指針」を改定しました。続いて2012年7月には、人権・労働・環境・腐敗防止に関する10原則を定めた「国連グローバル・コンパクト※」に署名しました。傘下会社数や事業規模を拡大しているグローバル企業として、こうした取り組みを通じて、社会に対する責任の大きさを認識し、環境負荷の低減や商品の品質・安全性確保、人材の活用など、さまざまな責任を果たしていきます。

※ 社会の良き一員として、持続可能な成長を実現するために、企業に自主的に10原則を実践することをうながす世界的な枠組み。



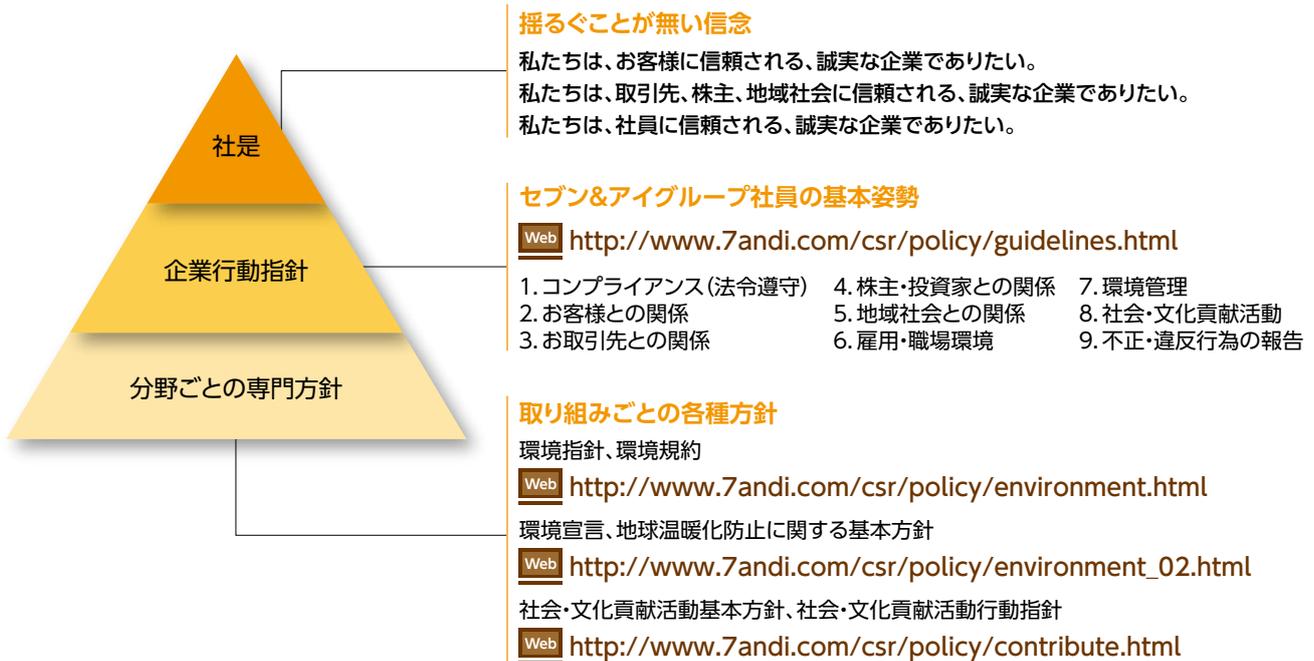
WE SUPPORT

## CSRに関連する方針と重点事項

### CSR推進のための方針

私たちは、全てのステークホルダーに「信頼される、誠実な企業でありたい」という社是に基づいて、事業を営んでいます。その実現のためにとるべき行動を「企業行動指針」として明文化しています。

CSRに関連する方針の関係図



### CSR重点事項

5つの「CSR重点事項」に沿って、活動を推進しています。

※ 本CSRレポートはこの重点事項に沿った構成としています。重点事項に対するこれまでの代表的な取り組みについては、P.8-9に掲載しています。



## 事業の特性をふまえて CSR(企業の社会的責任)を果たしていきます



事業特性

### 1 多くのお取引先との協働

セブン&アイグループのお取引先は、生産農家やメーカー、卸売事業者や物流事業者など多数かつ多岐にわたります。安全で良質な商品の提供をはじめとするCSRを企業活動のあらゆる段階で果たしていくためには、対等なパートナーとしての協力関係をお取引先と築き、ともにCSRを推進していくことが重要です。セブン&アイグループは、「お取引先行動指針」を制定してお取引先のCSRについての理解促進を図るほか、お取引先専用の相談窓口を社外に設けています。

- 企業統治・CSRマネジメントの強化 P.10
- 安全・安心な商品とサービスの提供 P.28

事業特性

### 2 多様な従業員の雇用と能力開発

セブン&アイグループでは、国内外で13万人を超える従業員が働いています。パートタイマーやアルバイトを含む多様な勤務形態で多くの人に雇用機会を提供し、教育・研修と公正な評価を通じて、一人ひとりの能力とキャリアの形成を支援しています。

また、顧客満足度を高め、お客様の信頼に応えていくために、販売員一人ひとりの対応能力の向上や従業員のコンプライアンス意識の向上を図っています。

- 働きがいのある職場づくり P.32



事業活動にともなって発生する環境負荷

お客様



お客様に対する主なCSR

- 安全・安心な商品とサービスの提供
- 誠実な対応
- 安心して利用できる店舗・設備の整備

地域社会



地域社会に対する主なCSR

- 育児・高齢者支援など
- 地域の活性化や防犯への協力
- 災害時の支援

環境



環境に対する主なCSR

- 省エネ対策の推進
- 廃棄物の削減
- 環境に配慮した商品の販売

事業特性

### 3 店舗というインフラを活かして

セブン&アイグループの店舗は国内外に約46,600店（エリアライセンスを含む）あり、1日に約4,800万人のお客様が来店されます（→P.37）。多くの人が集まるという店舗の特性を活かして、さまざまな面でお客様に役立つ生活インフラとなることをめざしています。例えば、買物のついでに気軽に利用できる育児相談を受け付けているほか、教育支援として就業体験を受け入れています。また、被災地支援、環境保全、盲導犬育成などの各種募金箱や、臓器提供意思表示カードの設置などを通じて、お客様と社会問題とをつなぐお手伝いをしています。

- ➔ 社会インフラとして多様な課題解決に貢献 P.16
- ➔ 地域社会との共生 P.35

事業特性

### 4 出店拡大と環境負荷のバランス

安全・安心な「商品」と「便利さ」を社会に提供していくという使命を果たしていくために、セブン&アイグループは積極的な出店と商品・サービスの開発を続けています。店舗数や商品・サービスの増加は、電気使用量や廃棄物発生量の増加をとまいません。この環境負荷の増加をできる限り抑えながら、事業が社会にもたらすメリットと環境負荷とのバランスを図っています。同時に、国内外での森林保全プロジェクトなどを通じ、社会全体でのCO<sub>2</sub>排出抑制に取り組んでいます。

- ➔ 環境負荷の低減 P.20

# 持株会社としてグループの方針と重点事項を定め、CSR経営を推進しています

## CSR重点事項の設定

セブン&アイHLDGS.は、2009年に社外有識者の方々とのダイアログ(対話)を通じて、グループが取り組むべき5つの「CSR重点事項」を設定しました。この重点事項は、社会的責任に関する国際的な手引きであるISO26000やGRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン」も参考に設定しており、持株会社であるセブン&アイHLDGS.と各事業会社がそれぞれ取り組みを進めています。

## CSRマネジメント体制の改編

重点事項への取り組みとCSR活動の強化を目的に、2011年4月、CSR部門と社会貢献部門とを統合し、社長直轄の「CSR統括部」を新たに発足しました。さらに同年9

月、セブン&アイHLDGS.の社長を委員長とし、CSRに関連する部門の責任者で構成する「CSR統括委員会」と、その下部組織として「企業行動部会」「消費者・公正取引部会」「環境部会」の3つの部会にグループのCSR体制を改編しました。

各部会では重点事項に沿った活動目標を立て、取り組むべき具体的な活動ごとに、関わりの深い事業会社とCSR統括部とでプロジェクトチームを発足。共同で解決策を検討・立案し、部会の承認をもって活動を進めています。これまでになかったプロジェクトチームを置くことで取り組みのスピードを速めるとともに、多くの事業会社がプロジェクトに参加することでグループ全体の取り組みレベルの底上げを図っています。

## CSR重点事項

### 企業統治・CSRマネジメントの強化

- ①内部統制強化 ②CSRマネジメントの強化
- ③コンプライアンスの浸透 ④公正取引の推進
- ⑤企業倫理の確立 ⑥CSR調達の推進

## 2005～2010年度

国内グループ従業員向け相談窓口を第三者機関に開設 →P.13

「お取引先行動指針」を策定

お取引先専用相談窓口を第三者機関に開設 →P.14-15



### 環境負荷の低減

- ①環境負荷の適切な把握
- ②エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入
- ③廃棄物の削減と循環型社会の構築 ④生物多様性への対応
- ⑤環境に配慮した商品の提供 ⑥従業員への意識啓発

5事業会社のCO<sub>2</sub>排出量データに関して第三者レビューを実施、各社の算定条件も統一させる

「熱帯林保全プロジェクト」をインドネシアで開始 →P.27

セブンプレミアム15商品のカーボンフットプリントを試算

環境配慮型店舗の出店 →P.22



### 安全・安心な商品とサービスの提供

- ①商品とサービスの品質・安全性の確保
- ②適切な情報提供 ③お客様への誠実な対応
- ④安心して利用できる店舗・設備の整備



新型インフルエンザ対策のマニュアルを整備

### 働きがいのある職場づくり

- ①能力向上支援 ②公正な評価・処遇
- ③ワークライフバランスの実現
- ④多様な人材の活用 ⑤労働安全衛生への配慮

グループの人権啓発活動推進を目的に、イトーヨーカドーの「人権啓発室」を持株会社に移管 →P.32

### 地域社会との共生

- ①育児や高齢者支援など ②地域活性化への協力
- ③災害時の支援 ④地域防犯対策

「地域活性化包括連携協定」の締結(2004年から開始) →P.35



CSR推進体制



CSR3部会の活動目標

部会	目標
企業行動部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンスの浸透</li> <li>● 働きがいのある職場づくり</li> </ul>
消費者・公正取引部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様対応能力の向上</li> <li>● 商品の品質向上および安全性の確保</li> <li>● 公正な取り引きの確立</li> </ul>
環境部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 環境負荷の低減</li> <li>● 地球環境の保全</li> </ul>

詳細はP.12-13で報告しています。

社会と企業の持続的成長に向けて

CSR統括部の新設から1年が経過し、従来よりも強固なCSR推進体制を構築しました。組織の改編に加え、「ISO26000」や、「経団連企業行動憲章」など各種ガイドラインの発行・改定を受け、グループの考え方を改めて明確にするとともに、最新の国内外の社会的要請やサプライチェーンの視点をふまえ、2011年9月に「セブン&アイHLDGS.企業行動指針」を改定しました。



取締役執行役員  
CSR統括部  
シニアオフィサー  
伊藤 順朗

今後はCSR統括部が主体となり、本業を通じた社会的課題の解決につながる新しいビジネスモデルの構築や、NGOなどと連携したCSRの協働など、戦略的CSRを進めます。また、ISOを含む国内外の各種CSRガイドラインを参考に、グループの取り組みを客観的に検証していきます。こうした活動を実直に推し進めていくことで、社会と企業とが持続的に成長するセブン&アイグループのCSRの実現に努めてまいります。

2011年度

- 「CSR統括部」を新設
- グループ誌でCSR情報を掲載 ➡P.27
- CSR統括委員会の下部組織を一新 ➡P.12
- 「企業行動指針」を改定 ➡P.5

- 環境部会を発足 ➡P.12
- 店舗でのLED照明、スマートセンサーの利用を拡大 ➡P.22-23
- プライベートブランド「セブンプレミアム」のLED電球を発売



- 消費者・公正取引部会を発足 ➡P.12
- 大規模災害対策手順書を作成
- 防災プロジェクトを発足 ➡P.11

- ダイバーシティ推進のための施策を検討開始 ➡P.32



- 東日本大震災への対応 ➡P.31、36
- 買物不便者への対応 ➡P.16-17

2012年度

- お取引先行動指針について説明会を開催、お取引先のCSR監査を開始 ➡P.14
- 国連グローバル・コンパクトに署名 ➡P.4



- 5事業会社のCO2排出量データの第三者審査を実施 ➡P.64
- 森林保全プロジェクトを長野県で開始 ➡P.27



- グループ合同で各種研修を開始 ➡P.28、31



- グループの研修センターを設立 ➡P.33
- 女性社員による店舗の運営を開始 ➡P.32
- 「ダイバーシティ推進プロジェクト」を発足 ➡P.32



- 社会貢献活動の事前判断・事後効果を図る指標を確立
- 千代田区のボランティア連絡会に登録

# 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

## 執行役員制度と監査役制度を 軸とした企業統治

セブン&アイHLDGS.の取締役会は、16名の取締役（うち3名は独立社外取締役）で構成されています。取締役の任期は、株主の意向をより適時に反映するために1年としています。また、迅速な意思決定と業務執行のために執行役員制度を導入。取締役会は経営戦略の立案と業務執行の監督を行い、取締役兼務者を含む17名の執行役員は業務執行にあっています。

監査役会は5名の監査役（うち3名は独立社外監査役）から構成されており、経営をモニタリングしています。監査役は取締役会をはじめとする重要な会議に出席することに加え、代表取締役との意見交換や取締役からの業務執行状況の聴取をしています。また事業会社の取締役、監査役などとも情報共有などを図り、取締役の職務の執行を厳しく監査しています。会計監査人とも情報交換を行い、会計監査における緊密な連携を図っています。

社外取締役・社外監査役は、取締役会の意思決定および業務執行の妥当性と適正性を確保するための助言

や提言などを実施しているほか、取締役などとのミーティングで会社の経営やコーポレート・ガバナンスなどについて意見交換することなどにより、業務執行を監督・監査しています。

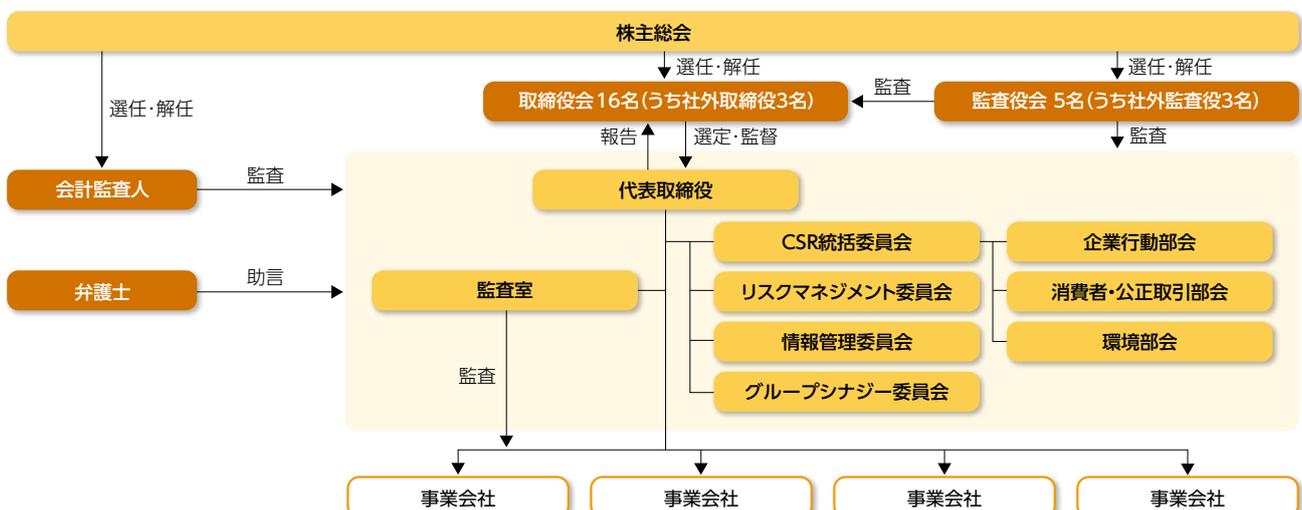
- ※1 セブン&アイHLDGS.は、一般株主と利益相反が生じるおそれがなく、客観的で中立的立場から専門知識や経験を活かした監督・監査と助言、提言などをしていただけるよう、社外取締役、社外監査役の選任については、独立性を重視しています。
- ※2 人数は2012年7月末のものであります。

## 内部統制システム

セブン&アイHLDGS.では、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資産の適正な保全を目的に、内部統制システムの充実と強化に取り組んでいます。

独立した内部監査部門である監査室には、主要事業会社の内部監査を確認し指導する統括機能と、持株会社であるセブン&アイHLDGS.自体を監査する内部監査機能があります。これらの業務にあたる「業務監査担当」に加え、グループ全体の内部統制評価を実施する「内部統制評価担当」を設置しています。

### コーポレート・ガバナンスとCSRマネジメントの体制



## 各種委員会

セブン&アイHLDGS.では、コーポレート・ガバナンス強化のために、代表取締役のもとに「CSR統括委員会」「リスクマネジメント委員会」「情報管理委員会」「グループシナジー委員会」を設置し、それぞれの委員会単位で事業会社と協力しながら、グループの方針の決定・浸透を図っています。

### CSR統括委員会

CSR統括委員会は「社是」に掲げるお客様、お取引先、株主、地域社会、社員をはじめ、さまざまなステークホルダーに「誠実に対応すること」を基本に「セブン&アイHLDGS.企業行動指針」の遵守に努めています。本指針の遵守を確実に実行していくため、委員会の傘下に「企業行動部会」「消費者・公正取引部会」「環境部会」を設置しています(→P.12-13)。

### リスクマネジメント委員会

リスクマネジメント委員会では、事業の継続を脅かす全ての事象をリスクと捉え、それらをできる限り定量的に測定し、自己資本から見て十分な吸収能力があるかを検証しています。その上で、重大性や喫緊性の観点から優先順位を付けて対策を講じています。

2011年度は、首都圏直下型地震を想定した事業継続計画の再構築、情報管理委員会と連携したネット事業に

関わる情報セキュリティ管理強化、およびCSR統括委員会と連携したコンプライアンス体制強化を図りました。

2012年度は、個々のリスク管理強化に加え、グループの企業価値向上をめざす経営管理との融合を企図し、事業効率性評価指標の高度化に取り組みます。

### 情報管理委員会

情報管理委員会は、情報管理上の課題を統括することを目的に活動しています。

2011年度は情報セキュリティの強化として「IT情報セキュリティ ネットビジネス関連ガイドライン」を策定するとともに、情報報告ルールおよびインサイダー取引防止規則の徹底に取り組みました。

2012年度は、上記ガイドラインの遵守状況についての自主点検と第三者チェックを進め、より精度の高い情報報告体制の構築に取り組みます。

### グループシナジー委員会

グループシナジー委員会は、マーチャンダイジング、システム、建築設備、販売促進などの部会で構成しています。各事業会社が個々に培ってきた「商品開発」「販売」「プロモーション」などのノウハウを共有・活用することで、「セブンプレミアム」に代表される安全・安心かつ便利な高品質の商品・サービスを生み出しています。また、グループのスケールメリットを活かし、商材・建築資材の共同購入を実施して大きなコストダウンを図っています。

## TOPICS

### 大規模災害発生時の事業継続に対する取り組み

東日本大震災の経験を活かして災害への対応力をさらに高めるために、セブン&アイHLDGS.の各部門が参加する防災プロジェクトを発足し、災害に対する組織と仕組みづくりを進めています。「人命救助と安全確保」「地域社会への協力と救援」「早期の営業再開」という基本理念に基づき、事業会社と主要お取引先の連携による緊急時の商品確保、物流支援企業との災害時協力体制の確立による物資の輸送手段確保、グループ力を活

かした緊急時の販売体制確保を実現していきます。

また、災害時の連絡網確保のため、情報通信ネットワークの二重化、主要幹部社員の自宅への衛星携帯電話の配備とともに、本部・主要店舗・センターなどには無線を配備。さらに、本部・主要事業所には災害時に必要な非常食、飲料水、毛布、簡易トイレなどを備蓄することで、事業継続体制の構築を進めています。

# グループのCSR重点事項に沿って活動を進めています

## CSRの推進体制

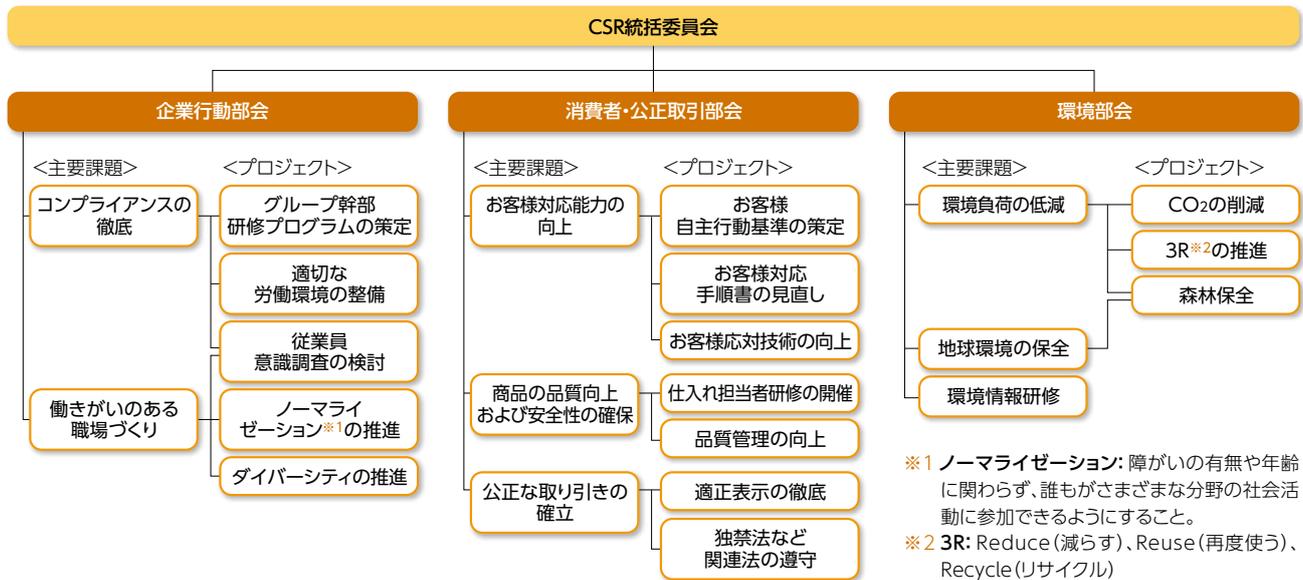
セブン&アイHLDGS.は2011年9月、グループのCSR活動をこれまで以上に効果的かつ実効性あるものにしていくために、CSR推進体制を改編してCSR統括委員会のもとに「企業行動部会」「消費者・公正取引部会」「環境部会」を設けました。

各部会ではグループの事業特性を考慮し、取り組むべき主要課題を抽出して優先順位をつけました。その優先課題ごとにプロジェクトチームを設け、課題解決に向けた具体的な対策を立案しています。立案した対策を四半期に一度開催する部会の中で報告し、部会承認を受け、グループ事業会社全体に対策の実施を指示しています。

### 各部会の目標と進捗状況

2011年度から2012年度上期の主な活動実績	評価※
<b>企業行動部会</b>	
<b>①コンプライアンスの徹底</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>●「セブン&amp;アイHLDGS. 企業行動指針」の改定と事業会社ごとのガイドラインを策定</li> <li>●グループのバイヤーを対象に「海外贈収賄防止」について弁護士による研修会を開催</li> <li>●労務管理に関わるグループ会社へのアンケート調査を実施</li> <li>●経営理念の浸透と共通の価値観の醸成を目的として、グループ幹部研修プログラムを策定</li> <li>●セブンプレミアムのお取引先と、イトーヨーカドー海外直接輸入先向けに「セブン&amp;アイHLDGS. お取引先行動指針」の説明会を開催(P.15)</li> </ul>	○ ○ △ ○ ○
<b>②働きがいのある職場づくり</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>●女性従業員に関わる職場環境および意識調査を実施し、課題の整理と取り組むべき施策を立案</li> <li>●ダイバーシティ(人材の多様性)推進プロジェクトを結成(P.32)</li> <li>●障がい者雇用に関わる課題の整理を目的として、グループ会社へのアンケート調査を実施</li> <li>●グループ会社の採用担当で特別支援学校を視察</li> </ul>	○ ○ △ ○
<b>消費者・公正取引部会</b>	
<b>①お客様対応能力の向上</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>●「セブン&amp;アイHLDGS. お客様に関わる自主行動基準」を策定し、各社に浸透させる</li> <li>●グループ全体で外部講師によるお客様相談受付担当者向け研修を開催</li> </ul>	○ ○
<b>②商品の品質向上および安全性の確保</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>●主に仕入れ担当者を対象としたグループ合同研修会を開催(第1回「繊維製品に関する有害物質規制」、第2回「家庭用品品質表示法」、第3回「景品表示法」)</li> <li>●食品工場向けグループ共通「お取引先工場チェックシート」を策定</li> <li>●食品向けグループ共通「適正表示のガイドライン」を策定</li> </ul>	○ ○ ○
<b>③公正な取引の確立</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>●グループ各社のFT(フェアトレード)委員会およびFT担当の設置</li> <li>●「優越的地位の濫用」に関わるグループFT担当者向け研修会を開催</li> </ul>	○ ○
<b>環境部会</b>	
<b>①環境負荷の低減</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>●店舗におけるCO<sub>2</sub>排出量の第三者検証の実施(P.64)</li> </ul>	○
<b>②地球環境の保全</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>●セブン&amp;アイ森林プロジェクト(第1次:長野県)を開始(P.27)</li> <li>●「セブン&amp;アイの森」での従業員ボランティアによる森林整備を実施</li> </ul>	○ ○

CSR統括委員会の体制



※ 評価: ○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

2012年度下期の活動計画

- 従業員への指針およびガイドラインの周知徹底
- 従業員意識調査の検討
- 労働契約法改正への対応案の検討
- 各社・各層別に従業員研修の内容を見直すことを検討
- お取引先へのCSR監査の実施
- 上司との面談によるキャリアプラン・ライフプランの共有
- メンター制度の導入
- SNSを活用し、育児休職者とのコミュニケーションの促進を図る
- 産休前・復職時の上司との面談の実施
- セブン・イレブン・ジャパンで「次世代認定マーク」取得の検討
- 女性のネットワークづくりのためのイベントを実施
- 社内報等を活用した啓蒙活動の開始
- 障がい者雇用促進のため、グループ合同説明会の開催を検討
- グループ共通の従業員向け教育ツールの開発と、教育強化
- お客様対応に関する定期的な研修を開催
- グループ全体のお客様相談室対応スキルの底上げ
- 製品安全をテーマにした研修会の開催
- 商品カテゴリー別研修会の開催
- チェックシートをグループ各社で採用
- ガイドラインをグループ各社仕入れ担当者、販促担当者に周知
- 各社の日常的・定期的なモニタリング体制の整備と強化
- 「下請代金支払遅延等防止法」に関わる研修会の開催
- 第三者検証を踏まえたCO<sub>2</sub>マネジメントの改善
- 包装資材削減の推進
- 第2次森林保全候補地の決定
- 従業員ボランティアの継続
- 間伐材を利用して店舗資材や事務用品、商品開発を計画

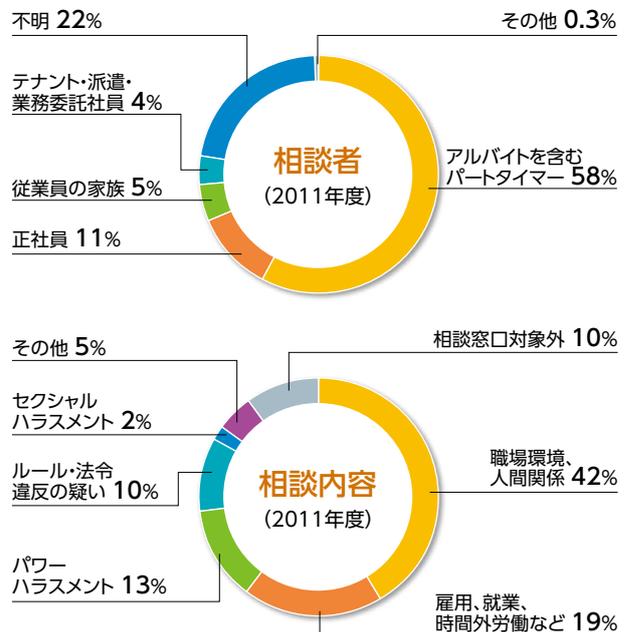
従業員向け相談窓口

「グループ共通ヘルプライン」を第三者機関に設置しています。相談内容に心の問題が増えていることを受け、制度周知のための掲示ポスターに、2011年度は専門の相談員が対応する「こころの相談窓口」の連絡先を併記しました。

2011年度相談受付件数: 589件(前年度比93%)

※ グループ共通の窓口と、事業会社が個別に持つ窓口での合計受付件数です。一部事業会社はグループ共通の窓口に加え、自社の相談窓口を併設しています。

※ データ集(P.46-63)の「従業員相談受付関連データ」では、事業会社別に2011年度相談受付状況を報告しています。



# サプライチェーン全体にわたるCSR遂行にお取引先とともに取り組んでいます

## お取引先行動指針

セブン&アイHLDGS.は、お取引先に推進していただきたい9つのCSR事項をまとめた「セブン&アイHLDGS.お取引先行動指針」を2007年から掲げ、お取引先に本指針への理解と遵守を要請しています。

具体的には、各事業会社のオリジナル商品の製造委託先に対し、本指針の遵守に必要な事項を記載した「セルフチェックシート」の提出をお願いしています。このチェックシートを活用することで、お取引先のCSRの取り組み状況を把握するとともに、お取引先に実効性のあるCSR活動の推進をうながしています。

また、お取引先に本指針を理解し遵守していただくこ

とにより、法令違反などによる事業停止のリスクや不買運動などを回避し、お取引先と当社双方が安定的な事業関係を構築することをめざしています。

## 「セルフチェックシート」の改定

2010年発行の「ISO26000」や、「経団連企業行動憲章」(2010年)と「OECD多国籍企業行動指針」(2011年)の改定版などを参考に、主に商品の安全についての項目を見直し、2012年6月にチェック項目を従来の52項目から61項目に改定しました。また、この改定版「セルフチェックシート」は、グループ共通の戦略商品であるプライベートブランド「セブンプレミアム」およびイトーヨーカドーの海外直接輸入のお取引先に対し、2012年6月から先行して運用を開始しました。

### セブン&アイHLDGS.お取引先行動指針(抜粋)

1. 法令遵守
2. 人権・個人の尊厳の尊重
3. 雇用・職場環境
4. 環境管理
5. 地域・社会との関係
6. 情報の管理
7. 商品の安全確保
8. 公正な取引
9. モニタリング

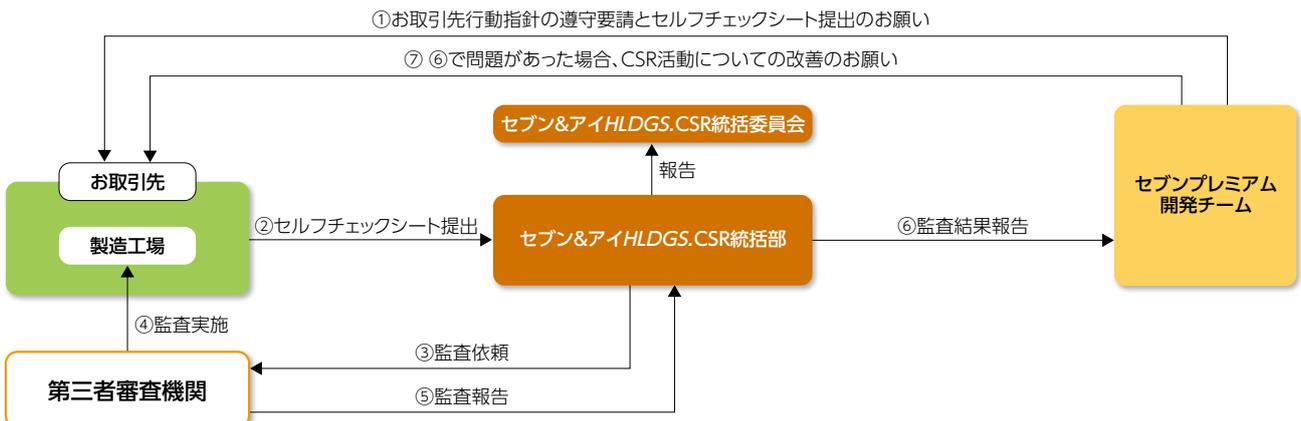
全文はWebサイトで公開しています。

 <http://www.7andi.com/csr/suppliers/guide.html>

## CSR監査の開始に向けて

改定版「セルフチェックシート」の対象であるお取引先製造工場のうちの約10社には、2012年下期からCSR監査を実施する予定です。CSR監査では、セブン&アイHLDGS.が独自に作成した約140の監査項目に沿って、外部の審査機関がお取引先の本指針への遵守状況を確認します(P.15のチャート例参照)。監査中に発見された不適合に関しては、監査終了後10日以内にお取引先

「お取引先行動指針」運用の流れ(例:「セブンプレミアム」の場合)



から発行される「是正処置計画(CAP)」に基づき、審査会社の指導のもと、是正処置が実施されます。重大・品質不適合、また、主要な軽微不適合の是正が完了した時点で、「適合認証書」が発行されます。

CSR監査の開始に向けて、2012年5月には中国青島市と上海市においてイトーヨーカドーが直接輸入している衣料・住居関連のお取引先に、6月には国内で「セブンプレミアム」のお取引先に対して、本指針への遵守およびCSR監査の実施について説明会を開催しました。

また中国の一部お取引先に対しては、CSR監査を試験的に先行実施。セブン&アイHLDGS. CSR統括部の責任者も同行し、審査会社との間で監査方法や内容などを確認しました。

一方、グループの仕入れ担当者にはサプライチェーン全体におけるCSRの重要性を自覚させるために、合同研修会を2012年6月に開催しました。2011年に改定したグループ従業員が遵守すべき「セブン&アイHLDGS.企業行動指針」を再度周知徹底するとともに、お取引先と連携しながら社会的責任を果たしていくことの重要性について事業会社17社の約500人に説明しました。

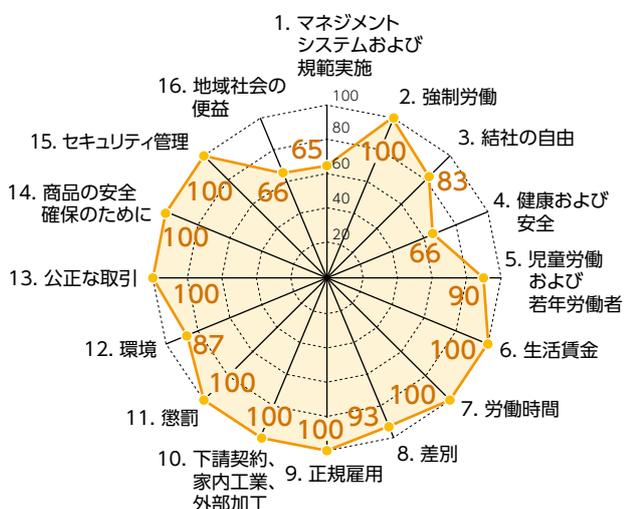


中国での説明会の様子



工場へのトライアルCSR監査

#### 監査結果のチャート例



## お取引先相談窓口の運用

お取引における疑問やご意見などをお取引先から受け付け、迅速な改善を図ることで公正な取引の確保に努めることを目的に、「お取引先専用ヘルプライン」を設置しています。

受付窓口を委託する第三者機関と業務委託契約および機密保持契約を結び、相談・通報者の個人情報、プライバシーを厳守しています。本人の希望に応じて氏名や所属は第三者機関の窓口にとどめ、匿名でセブン&アイHLDGS.へ報告することも可能です。また、相談・通報者が相談窓口を利用したことによる不利益な取扱いをセブン&アイHLDGS.およびグループ各社から受けないことを確認するため、通報対応終了後の1カ月をめぐりに第三者機関から相談・通報者に対し、報復行為の有無確認を実施しています。

お取引先専用ヘルプラインについてはWebサイトで詳しく紹介しています。

<http://www.7andi.com/csr/suppliers/helpline.html>

2011年度相談受付件数:15件(2010年度:12件)

#### 相談者の内訳

お取引先従業員	11件
お取引先販売員	1件
お取引先への納品業者	1件
不明	2件

#### 相談内容の内訳

ルール法令違反の疑い(当社グループ会社)	5件
ルール法令違反の疑い(お取引先)	3件
コミュニケーション	3件
その他	4件

# 社会インフラとして 多様な課題解決に貢献

セブン&アイグループは、社会インフラとして機能している店舗の特性を活かした商品やサービスを提案しています。特に、さまざまな社会的課題の解決につながる取り組みに注力し、戦略的に事業化していくことで、より良い社会の構築に貢献する企業グループであることをめざしています。



## 1 “買物不便者”の増加に対応

# 日々のお買物支援

身近な小売店舗として――

日本では、少子高齢化や1世帯当たりの人数の減少とともに、各地で小売店舗数の減少や公共交通機関の路線網の縮小が起きています。また、加齢とともに車の運転に不安を抱える方も増えています。こうした理由などから、シニア世代を中心に買物が容易にできないという方が増え、社会問題となっています。

また、単身・二人世帯の増加や女性の社会進出にともなうライフスタイルの変化も起きています。

そこでセブン&アイグループは、これまで築き上げてきた店舗網や物流・情報システムなどを活用して、新たな「お買物支援」サービスの創出に取り組んでいます。

### シャトルバスの運行

## 東北被災地の店舗でお客様を送迎

東日本大震災の影響で、近隣の店舗が閉店したり、店舗までの交通手段がなくなってお困りのお客様のために、東北地域のイトーヨーカドーとヨークベニマルの数店舗ではシャトルバスを運行しました。ヨークベニマルでは現在も一部店舗で継続しています。





### 商品の配達

## お買物にとともなう負担を低減

高齢のお客様やお子様連れのお客様は、重い商品やかさばる商品の持ち運びに大変な労力が必要です。イトーヨーカドーはこうしたお客様に対して、店舗でご購入いただいたものを、当日中にご自宅へ配達する「ポーターサービスいろいろ楽だ」を提供しています。

さらに、時間を選ばずパソコンや携帯電話などからご注文いただき、ご指定の時間帯にお届けする「ネットスーパー」を実施しています。2012年2月末現在、イトーヨーカドー173店舗のうち137店舗で実施しており、お買物に十分な時間を割けないお客様から高い支持をいただいています。

ネットスーパーの売上高と会員数推移



### 移動販売車

# 21台

(2012年7月末現在)

### 移動販売

## お客様のすぐ近くまで商品をお届け

セブン-イレブンでは2009年から「近くて便利」をコンセプトに掲げ、惣菜を中心にした品揃えや公共サービスの取扱いなど、あらゆる面から地域の生活インフラとしての役割を強化しています。

そうした中で、2011年5月に茨城県で移動販売サービス「セブンあんしんお届け便」を開始しました。独自に開発した販売設備付きの軽トラックで、日常のお買物に不便なエリアや移動手段にお困りの高齢者が多い地域を中心に巡回しています\*。

\* 2012年7月末現在の実施地区: 茨城、栃木、福島、宮城、熊本、広島、山梨、佐賀、北海道、群馬、滋賀。

### 開催回数

# 670回

(2011年度)



### 訪問販売

## 商品を選ぶ楽しみを多くの方に提供

イトーヨーカドーでは、店舗周辺地域の介護施設などで訪問販売会を開催しています。なかなか買物に出かけられない高齢の方々にとって、自分で商品を選ぶことが大きな楽しみになっています。

2 核家族化・少子化が進む現代社会に対応

# 育児・次世代育成の支援

多くの人が集まる場として――

核家族化や少子化が進んだ今日の社会で、子育てについて気軽に相談できる相手が身近にいないという方が増えています。そこで、セブン&アイグループでは育児のサポートに注力し、店舗でさまざまな取り組みを実施しています。そのほか、就業体験などを通じて青少年の育成を支援しています。



育児支援

## 利用しやすい休憩室の設置や 育児相談の受付

イトーヨーカドーとそごう・西武は、おむつ交換や授乳、調乳ができる休憩室を店内に設置するとともに、保健師や助産師による無料相談サービスを実施しています(2012年6月末現在イトーヨーカドー124店舗、そごう・西武14店舗)。

さらに、母親教室やイベントを開催し、育児の楽しさを多くの方に知ってもらうことをめざしています。

## 育児イベントの開催

イトーヨーカドー津久野店と赤ちゃん本舗は、乳児と母親向けのイベントを定期的に共同開催しています。「産官学が連携し、家族で楽しめる」をテーマとして早稲田大学スポーツ科学研究センターや大阪府堺市、メーカー数社にもご参加いただき、行政機関やメーカーにとっても地域の方々と交流する良い機会となっています。



被災地の子ども支援

## 東北各地で屋内の遊び場や 移動図書館を提供

ヨークベニマルは、子どもが放射線を気にせず遊べるように、福島県郡山市に土地と施設・設備を無償貸与しました。また、地元小児科医やお取引先と協力したイベントも企画。整備された遊び場で子どもたちが元気よく遊んでいます。

セブン&アイグループは、被災地の子どもたちに本を通じて安らぎや楽しさを提供する「あしたの本プロジェクト」に賛同。2011年10月末から、約2,000冊の絵本・児童書を乗せた移動図書館車で宮城県内を定期巡回しています。

来場者数  
**17万人超**

(屋内遊び場  
「ペップキッズこおりやま」  
オープン後6カ月)

開催回数

**12回**

327人が参加  
(2011年度)



親子のコミュニケーションを促進

## 絵本の読み聞かせを 実施

セブン銀行では親子のコミュニケーション促進を目的とした読み聞かせ絵本「ボノロン」に協賛し、絵本を配布しています。また、アリオなどの有人店舗では従業員による読み聞かせ会を開催しています。

## 「近くて便利」な24時間営業の生活インフラとして さまざまなサービスを提供しています

人々の生活時間が多様化する一方で、銀行窓口などのサービス拠点が減少しています。そうした中、セブン-イレブンは、24時間営業で全国に14,000店舗以上を展開するという特性を活かしながら、店舗の利便性を高めています。1981年の宅配便の受付開始以来、公共料金の収納代行サービス、ATM設置など、次々にサービスを増やしてきました。これらサービスの利用者は年々増えており、例えば、各種収納代行サービスの取扱金額は2011年度で3兆4,326億円にのびります。

### 速くてリーズナブルな海外送金サービスを提供

セブン銀行は、世界最大規模の送金サービスを展開するウエストユニオンと提携し、2011年3月から海外送金サービスを開始しました。通常、海外送金の受付は銀行の窓口のみで、5,000円程度の手数料がかかります。これに対し、セブン銀行のサービスでは、パソコンや携帯電話、ATMを使ってセブン銀行口座から原則24時間365日、海外に送金できます。手数料もリーズナブルで、送金受付から最短数分で受け取れるなどの利便性を備えています。



送金受付  
**24時間  
365日**  
(原則)

### 住民票の写しや印鑑登録証明書を夜間・休日も発行

全国のセブン-イレブンでは、店内のマルチコピー機から住民票の写しと印鑑登録証明書を発行するサービスを提供しており、2012年8月末現在56の自治体が参画しています。さらにサービス拡充を進め、戸籍証明書の発行には13自治体が、税の証明書の発行には11自治体が参画しています。住民基本台帳カードをかざす簡単な操作で、夜間や休日でも利用できます。個人情報専用ネットワークと高度なセキュリティで保護し、特殊印刷によって偽造や改ざんを防止しています。



利用件数  
**約10万件**  
(2011年度)



### 手軽な保険加入と保険料支払い

セブン-イレブンでは、バイク自賠責保険加入と保険料の支払いサービスを、業界に先駆けて1990年に開始しました。2011年11月には、年々自転車の加害事故が増え、保険に対するニーズが高まっていることに対応するため、店内のマルチコピー機で手軽に自転車向けの保険加入と保険料の支払いができるサービスを開始しました。画面に氏名や住所などの必要情報を入力し、レジでお支払いいただくことで24時間簡単に加入できます。

マルチコピー機 画面イメージ

マルチコピー機 画面イメージ

ご利用のサービスボタンを  
※ポイント対象はnanacoで

日本語 English 中文

コピー 40枚 80円 10枚 50円

デジカメプリント 10枚 30円

文書プリント 10枚 10円

航空券代金お支払い

クレジットカード

プリペイドサービス

保険

行政サービス

バイク自賠責保険

自転車向け保険

利用件数  
**約2.5万件**  
(開始から8ヵ月累計)



## 環境負荷の低減

### 国内外で気候変動対策となるさまざまな取り組みを進めています

新規出店や商品・サービスの拡充にともなう環境負荷の低減を図るため、セブン&アイグループではさまざまな取り組みをしています。

例えば、CO<sub>2</sub>排出量の抑制策として、新規出店時や改装時に省エネルギー型の設備を導入しています。また小売業の特性を活かして、環境に配慮した商品の販売やレジ袋の削減、募金活動などを通じて、お客様とともに環境活動を推進しています。

これらに加え、グローバルに事業を展開する企業として地球規模でのCO<sub>2</sub>排出抑制に向けて、国内外で森林保全のためのプロジェクトを実施しています。気候変動の要因の一つである森林減少・劣化によるCO<sub>2</sub>放出を抑えるとともにCO<sub>2</sub>の吸収を促進させ、また多様な生物が暮らす場所を維持することを目的に活動を続けていきます。

2011年度のCO<sub>2</sub>排出量※ (千t-CO<sub>2</sub>)

セブン&アイ・フードシステムズ  
83(4%)

ヨークベニマル  
130(7%)

そごう・西武  
174(9%)

イトーヨーカドー  
466(25%)



※ 店舗、物流、本部などでのエネルギー使用に由来するCO<sub>2</sub>排出量。算出条件はデータ集(P.46-63)をご覧ください。

#### 商品開発での工夫 ➡ P.25

- パッケージの簡素化
- 植物性プラスチック原料の使用



フィルム包装からテープ止めに変更したお弁当

#### 物流の効率化 ➡ P.24

- 環境配慮型車両の導入
- 燃費改善
- 店舗への配送回数の削減



#### 店舗での省エネルギー

- LED照明の導入
- 環境配慮型店舗の出店

#### 廃棄物の削減

#### 食品廃棄物の削減

#### 水使用量の削減

➡ P.22-26



店内照明をLED化した  
セブン-イレブン店舗数  
累計 **8,966** 店舗  
(2011年度末)

## CO<sub>2</sub>の排出抑制、生物多様性の保全

➡P.27

- インドネシアでの熱帯林保全プロジェクト
- 長野県での森林保全プロジェクト  
(間伐材を利用して店舗資材や事務用品、商品開発を計画)



Photo©ITTO/TJ Bruder

保全面積  
約**58,200**ha

## コミュニケーション

- CSRレポートの発行  
(2011年版は「第15回環境報告書・サステナビリティ報告書賞」において「サステナビリティ報告書部門 優良賞を受賞しました」)
- 各事業会社のWebサイトで取り組みを紹介
- エコプロダクツ展への出展  
(2011年のブース出展にともなうCO<sub>2</sub>排出量は東北の被災地復興支援型国内クレジット(排出権)を償却することでカーボンオフセットしました)



ブースへの来訪者数  
約**25,000**人

さまざまな面から  
環境負荷の低減へ

## 従業員との協働 ➡P.27

- 環境教育
- ボランティア活動の実施



## お客様との連携

### 商品に関する取り組み

- 環境配慮型商品の販売 ➡P.35
- レジ袋の使用量の削減 ➡P.25



一般社団法人日本フランチャイズ  
チェーン協会のレジ袋削減ポスター

### 店頭での取り組み ➡P.27



- セブン-イレブンの店頭募金箱に寄せられたお客様からの募金に、セブン-イレブン・ジャパンからの寄付金を合わせて「セブン-イレブン記念財団」が環境団体への支援や自然環境の保護・保全活動などを実施

セブン-イレブン店頭募金総額  
約**4億2,205**万円  
(2011年度)

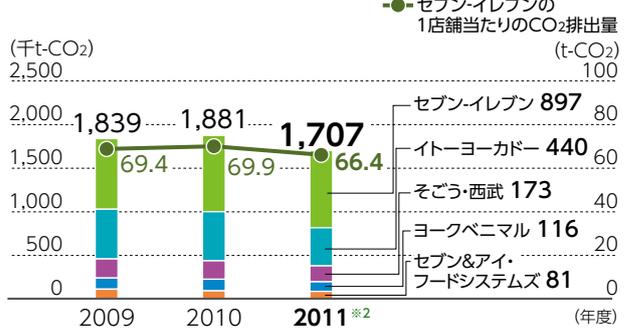
## 店舗の省エネ化

セブン-イレブンは2011年度、店舗への省エネ設備の設置を加速させました。照明器具にLEDを採用したほか、太陽光を取り入れるトップライトと屋上に設置した太陽光発電パネルで自然エネルギーを最大限に活用しています。太陽光発電パネルの設置店舗は2010年度末の210店舗から、2011年度末には1,393店舗と大幅に増やしました。

それらに加えて省エネ型の空調システムや循環型換気システムなど、さまざまな工夫を集結させた「環境配慮型店舗」を増やしており、その数は2012年2月末時点

で239店舗と前年度末比で約3.7倍になりました。「環境配慮型店舗」は、既存店舗と比べて電気使用量を年間約30%削減することを目標としており、2012年度中にさらに300店舗の開店を予定しています。

店舗運営にともなうCO<sub>2</sub>排出量※1



※1 算出条件はデータ集(P.46-63)をご覧ください。

※2 第三者審査を受けています。

## セブン-イレブン店舗の省エネルギー策(店舗数は2012年2月末時点)

**太陽光発電**

発電した電気を店内照明で使用

設置店舗数  
**1,393**店

**トップライト**

店内に太陽光を取り入れ、照明の電力量を削減

**サインポール**

LED化・消費電力量の削減

**店頭看板**

LED化・消費電力量の削減

**環境配慮型店舗数**

**239**店舗

電気使用量削減目標  
既存店対比 約30%/年

## LED

LEDは蛍光灯と比較して消費電力が少なく、寿命が長いという特長があります。2008年12月から看板に、2009年8月から新店舗および改装店舗で照明に、LEDを順次導入しています。また、2011年9月以降の新規店舗については、LED照明を標準採用しています。

LED設置店舗数の推移



※ 2009年度は店頭看板とサインポールの合計です。

## TOPICS

### 製造時のCO<sub>2</sub>排出量の少ない 木造店舗を出店

木造店舗は、一般的な鉄骨づくりと比べて製造時のCO<sub>2</sub>排出量が少ないという利点があります。セブン-イレブンでは2009年度から木造店舗の出店を始め、2011年度末には、前年度末時点の18店舗に対し45店舗と出店数を大幅に増やしました。今後も継続して出店していく予定です。



建設中の木造店舗

## スマートセンサー

スマートセンサーは「電気見える化」のための計測器です。店舗の分電盤にセンサーを設置することで、電力がいつ、どこで、どれだけ使われたかをパソコンで確認でき、無駄な電力消費を減らしていくことができます。この「電気見える化」に加え、機器の清掃や設定温度について定めた「省エネ10カ条」を店舗の従業員に周知し、省エネをうながしています。

セブン-イレブンの  
設置店舗数  
5,752店

セブン-イレブんに続いて、イトーヨーカドー、デニーズ、ヨークマートの一部店舗でスマートセンサーの活用テストを実施しています。



## 設備の更新

店内の機器を省エネ性能に優れた最新機種に入れ替えることも、電気使用量の削減に大きく寄与します。

2011年度には、冷凍設備、空調設備、中華まんウォーマー、栄養ドリンクケース、電子レンジを更新しました。そのほかにも、冷蔵ケースに風防を設置したり、冷凍食品の販売機器に霜取りヒーター不要のドアを設置しました。

## 快適温度と働きやすさの両立

店舗の空調温度の見直しにとともに、2011年度はポロシャツタイプの夏用ユニフォームを新たに用意。2012年の夏にも引き続き着用しています。



## 新エネルギーとして期待される 地中熱の活用に取り組んでいます

セブン-イレブンは、2012年2月に埼玉と福岡の2店舗で地中熱利用空調システムを導入しました。今後、このシステムを開発したメーカーと共同で、2014年2月にかけて熱エネルギー計測技術の実証を実施します。これは、地中熱空調の有効性と将来の「グリーン熱証書※」活用に向けた実証を目的としたもので、コンビニエンスストア店舗では国内初のモデルケースです。

外気と比べて、冬は暖かく夏は冷たい地中熱を利用することで、空調による電力消費とCO<sub>2</sub>排出量を約30%削減できる見込みです。

※グリーン熱証書: 再生可能エネルギーによって生成された熱は「熱としての価値」に加えて省エネルギー・CO<sub>2</sub>排出削減などの環境付加価値を持っているため、この環境価値分を証書化し、市場で取引可能にしたもの。



## TOPICS

### 店舗の什器や建材を再利用

店舗の建て替えや閉店の際に出る商品陳列棚や什器は、廃棄せずに整備して他店舗で再利用しています。

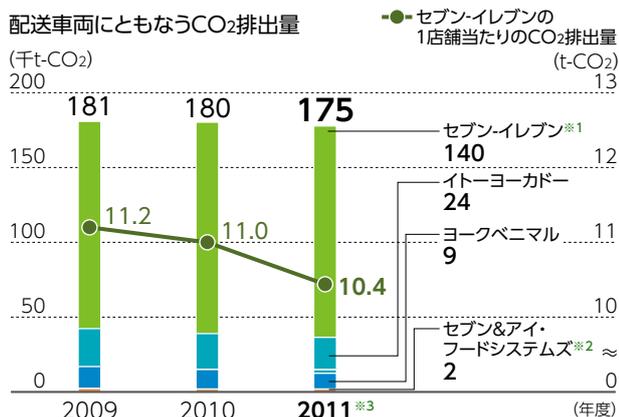
また、店舗解体時に発生する建設廃棄物を削減するために、再利用できる鉄骨やリサイクルできるサッシを使い建設しています。2010年秋には、店舗を解体してまると新しい場所に移築した店舗を開店。2012年2月末までに、合計3店舗を移築しました。

## 物流におけるCO<sub>2</sub>排出抑制

セブン&アイグループでは、環境配慮型車両の導入を進めているほか、燃費改善、店舗への配送回数の削減などの取り組みをしています。セブン-イレブン、イトーヨーカドー、ヨークベニマルでは、商品の種類や温度帯が異なる商品でも一括して店舗に配送できる物流センターの拠点位置の見直しや、中間センターの設置をそれぞれ進めています。ほかにも、セブン-イレブンとイトーヨーカドーでは、トラックの走行状況を記録する車載端末の導入を進めており、データに基づいた運行指導やエコドライブ講習会を実施しています。

## 物流センターでの省エネルギーに努めています

セブン-イレブンでは、原材料の常温配送について、トラックから鉄道への転換(モーダルシフト)を進めています。2011年11月からは埼玉センターから福岡・札幌センターへの配送手段を鉄道に切り替えました(CO<sub>2</sub>排出量の削減効果は年間331トン)。また、物流センターでは、各設備の使用電力量を監視して一定量以下に制御する「デマンドコントローラー」の導入を進めています。2011年度末時点で、149センターのうち52センターで導入しており、無駄な電力消費の削減に役立っています。その他、チルド米飯新潟センターでは太陽光発電パネル280枚を設置しました(CO<sub>2</sub>排出量の削減効果は年間1.4トン)。



※1 配送センターの運営にともなうCO<sub>2</sub>排出量も含まれます。

※2 デニーズ単体の数値です。

※3 東日本大震災の影響で把握できない分を含めていません。

## 廃棄物対策

セブン&アイグループは、日常業務の中でごみの分別を徹底して廃棄物のリサイクル率を高めるよう努めています\*。また、商品パッケージの簡素化やレジ袋の削減を推進しており、お客様にご協力をいただきながら、廃棄物量の削減を図っています。

\* 各社の廃棄物量については、データ集(P.46-63)をご覧ください。

## さまざまな方法で食品廃棄物の削減を進めています

セブン&アイグループでは、主要5事業会社の売上高に占める食品の比率が約6割と高いことから、「食品リサイクル率の向上」を重要テーマに掲げて取り組んでいます。

イトーヨーカドーは、店舗で出た食品残さを堆肥化し、その堆肥を使って専用農場「セブンファーム」で作物を栽培。収穫した作物を近隣のイトーヨーカドー店舗を中心に販売しています。循環型農業を実践している「セブンファーム」は2012年7月末時点で全国6カ所(計37ヘクタール)にあり、2013年度末までに全国10カ所に拡大する計画です(→P.29)。

### 循環型食品リサイクルシステム



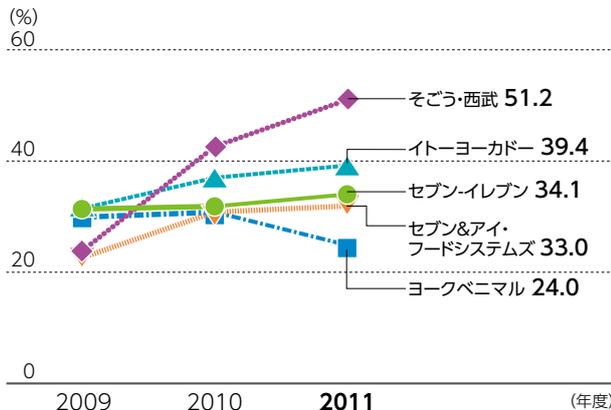
またイトーヨーカドーでは、2011年10月から微生物の働きによって生ごみを分解する生ごみ処理機を導入



しました。この処理機は、生ごみを、水と炭酸ガスに分解して消滅させることで効果的に減量できます。2012年7月末時点で、2店舗に導入しています。

セブン-イレブンでは、販売期限切れ商品を回収して堆肥や飼料にリサイクルしています。その実施地区を年々拡大させており、2011年度はさいたま市、東京都日野市、長野県8市町村などで新たに開始。2012年2月末時点の実施店舗数は、前年度と比較して16.5%の増加となりました。また、店内調理で発生した廃食油は、飼料原料・工業製品・燃料にリサイクルしています。

#### 食品廃棄物のリサイクル率



※ 算出条件はデータ集(P.46-63)をご覧ください。

## 環境に配慮したパッケージを採用しています

食品を多く取り扱い、店内加工や調理もしているイトーヨーカドーとヨークベニマルでは、容器包装の使用量の削減や素材の見直しをしています。例えば、一部の店舗で、ブロック肉をトレイではなく、ポリ袋や真空パックに入れて販売しています。そのほか、イトーヨーカドーでは包装材自体の工夫として、植物性プラスチック原料を使用した包装材をカットフルーツ用包装材に導入して

います。植物性プラスチック原料は、石油などの化石資源を使用していないため、地球温暖化の原因とされるCO<sub>2</sub>の絶対量を増やすことはありません。

## レジ袋の削減を進めています

レジ袋の使用量の削減策として、お客様への声かけやエコバッグの販売、啓発ポスターの掲出を行っています。さらに、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、そごう・西武では、お客様がレジ袋を辞退する意思を表しやすいようにご辞退カードをレジに設置。そのほかにもイトーヨーカドーとヨークベニマルでは、辞退者への値引き、行政や市民団体との協定に基づくレジ袋の有料化などを実施しています。

また、イトーヨーカドーでは、2011年9月から一部店舗で、ネットスーパーでのご注文商品について、レジ袋梱包かバスケット梱包かをお客様に選んでいただくようにしました。バスケットを回収して再度利用することで、従来のレジ袋梱包と比較して、レジ袋の使用を削減できます。2012年5月からは全店舗で実施しており、2012年7月時点で、ネットスーパーご利用者の約3割、店舗によっては5割強の方がバスケット梱包を選択しています。

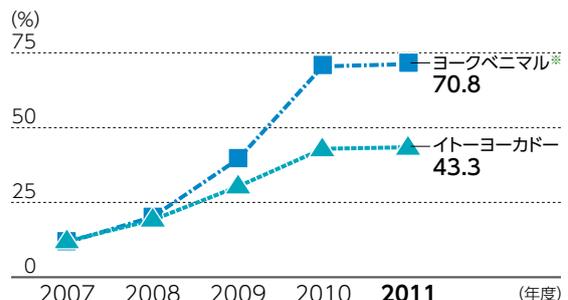


レジ袋梱包



バスケット梱包

#### 食品売場でのレジ袋辞退率の推移



※ 2009年度まではエコスタンプカードの回収枚数に基づいて算出。2010年度からはレジ袋の辞退者数に基づいて算出する方法に変更しました。

## ペットボトルのリサイクル促進に向けて 店頭で自動回収機を設置しています

イトーヨーカドーは2012年3月から、ヨークベニマルでは7月から店頭でペットボトル自動回収機の設置を開始しました。これまでの回収ボックスとは異なり、回収機内でペットボトルが自動的に選別・減容（圧縮または破砕）されます。

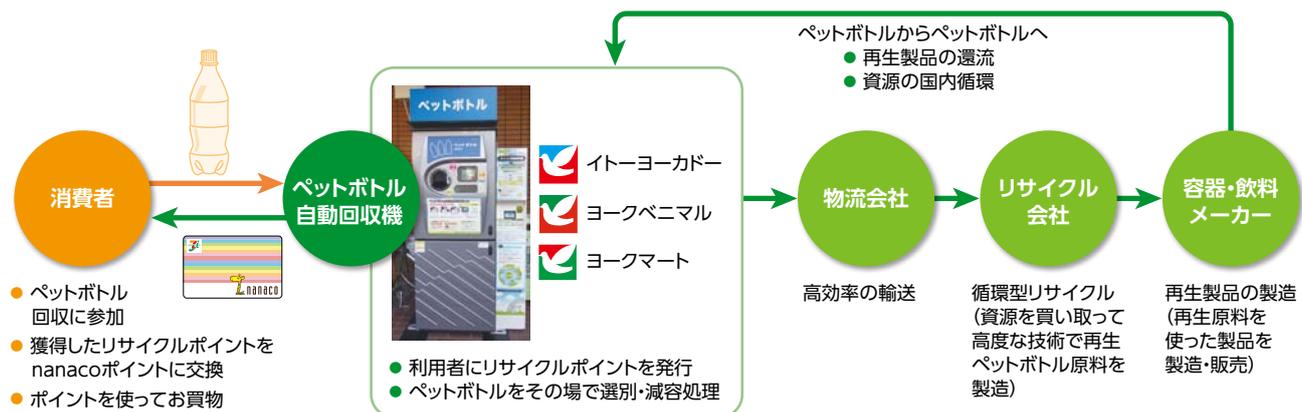
選別機能によって異物などを除去できることから、リサイクルメーカーは資源を再生しやすい状態で入手することができます。また、減容されることで、店舗での回収物の片づけ作業が減り、バックヤードの保管スペースも小さくすみます。また、物流会社にとっては、一度で大量に輸送することが可能になり、セブン&アイグループの物流ルートも活用することで、高効率な輸送を実現することができます。

このようにして回収されたペットボトルは、国内でペットボトルに再生され、飲料メーカーが使用します。こうしたペットボトルからペットボトルへの「循環型リサイクル」システムは、国内の大手小売チェーン全体としては初めての取り組みです。

なお、ペットボトルの回収を促進するために、ご協力いただいたお客様にセブン&アイグループの電子マネー「nanaco」のポイントに交換可能なリサイクルポイントを付与しています。

この自動回収機は2012年度中にイトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークマートと合わせて200店舗に導入を計画しています。

自動回収機を活用したペットボトルのリサイクルシステム



## 節水対策

セブン&アイグループでは、各社で日頃から節水に努めるとともに、節水タップなどの設備を導入しています。また、雨水も利用しています。

ヨークベニマルでは、給水の圧力を標準化するインバーター式のポンプを採用することで、水使用量の削減を図っています。

また、セブン&アイ・フードシステムズでは、制服の洗濯を委託するお取引先にご協力いただき、光化学スモッグの原因となるVOC（揮発性有機化合物）などの溶剤を使わない水だけでのクリーニング方法を採用。使用後の水は微生物吸着・分解処理で浄化し、洗浄水として循環利用しています。

※ セブン・イレブンを除く4事業会社の水使用量については、データ集（P.46-63）をご覧ください。

## フロンの管理

セブン&アイグループの店舗では、店舗改装時などにフロン使用機器を代替フロン機器に交換しています。またフロン類の漏洩を防ぐために毎日温度点検を実施しており、機器廃棄時には法律に則って専門の業者にフロンの回収を依頼。事業者から発行される引取証明書で適正な処理を確認しています。

## 生物多様性への対応

セブン&アイグループは、生物多様性の保全と気候変動対策に効果があり、同時に住民の生活も向上させる「REDD+※」プロジェクトを2010年からインドネシアのメルベチー国立公園(約58,000ヘクタール)で実施しています。2011年度には、「CSRレポート」の読者アンケートの回収数に応じて植樹をする企画を実施。森林保全だけでなく、樹種をアボカドなど実のなる木に特定することで、地域住民が収穫した作物を販売して収入を得ることができる仕組みにしました。

また2012年6月には、セブン-イレブン記念財団(下記コラム参照)とともに、国内の森林整備を促進させるプロジェクトを開始しました。日本国内で問題となっている人工林の間伐や下刈り、樹種転換などの森林整備を行うことで、生物多様性の保全と調和した持続可能な森林保全活動をめざします。

※ REDD+ : 森林減少・劣化による温室効果ガスの排出を削減することに加え、森林保全や持続可能な森林経営により炭素吸収量を増加させること。

### 熱帯林保全プロジェクト(英語)

Web <http://www.7andi.com/en/csr/indonesia.html>



地域住民は子どもたちに苗の育て方を教えることで環境教育にも参画

## 従業員への意識啓発

セブン&アイグループはセブン-イレブン記念財団と共同で、環境活動への参加者を募集しています。例えば、セブン-イレブン記念財団が2008年から続けている三宅島※での森林再生活動に従業員が参加しています。これまでに554人が参加して約7.2ヘクタールに18,000本を植樹しました。活動の中では、生物多様性やその土地の自然環境について学ぶ時間も設けることで、従業員への意識啓発を図っています。

また、グループ全従業員を対象に家庭での省エネをうながすキャンペーンを、2010年度に続いて2011年7月からの3カ月間実施しました。

そのほか、従業員向けのグループ誌にCSRコーナーを設け、その中で環境に関する取り組みについても定期的に紹介することで、従業員の意識向上を図っています。

※ 三宅島は、2000年6月に雄山の大噴火によって大きな被害を受けました。



三宅島での森林再生活動

## TOPICS



一般財団法人

セブン-イレブン記念財団



<http://www.7midori.org/>

セブン-イレブン記念財団は、加盟店とセブン-イレブン本部が一体となって環境貢献活動に取り組むことを目的として、1993年に設立されました。セブン-イレブンの店頭募金箱にお客様から寄せられた募金は、セブン-イレブン本部からの寄付金と合わせて「セブン-イレブン記念財団」に送られます。募金は公募助成を通じた環境NPO支援や、地球温暖化防止活動、自然環境保護・保全活動などに活かされています。2011年度の店頭募金総

額は4億2,205万3,005円、公募助成先総数(継続を含む)は240件、助成総額は1億5,898万713円でした。

### 自然遺産保護・保全活動の事例

北海道の認定NPO法人霧多布湿原ナショナルトラストとパートナーシップ協定を結び、霧多布湿原の民有地などを取得し、保全していくナショナルトラスト活動を行っています。2011年度までに取得した湿地は、累計で約405ヘクタールとなりました。



## 安全・安心な商品とサービスの提供

### 商品とサービスの品質・安全性の確保

セブン&アイグループは、商品の企画から販売に至る全ての段階で安全性や信頼性を何よりも重視しています。店舗では、商品の品質検査を徹底するほか、食品の生産地や生産方法、流通履歴(トレーサビリティ)を重視したプライベートブランド商品を販売しています。また、金融やITなどのサービス商品においても安定稼働のための施策を講じています。

2012年3月からは、商品のさらなる品質向上を目的として、グループ各社の仕入れ担当者を対象に合同研修会を開催しています。

### 製品安全対策について 経済産業省から表彰されました

イトーヨーカドーでは、過去の事故、問題点やお客様の要望などをふまえて、製品群ごとに公的基準をもとに策定した独自の品質基準を運用しています。

プライベートブランド製品では、検査機関と連携して国内外の生産工場を監査し、問題が見つかった工場にはフォローを徹底して着実な改善を図っています。また、製品の販売前には、第三者機関による品質検査を実施しています。これらのほか、お取引先と製品安全への取り組みや品質情報を共有するために、講習会などを開催しています。

こうした点が評価され、経済産業省主催「平成23年度第5回製品安全対策優良企業表彰」大企業小売販売事業者部門で、総合スーパーでは初めて「経済産業大臣賞」を受賞しました。なお、この受賞により、イトーヨーカドーは経済産業省をはじめ、行政や公的機関などからの要請を受け、さまざまな製品安全の基準策定に委員として参画しています。



2011 受賞企業に経済産業省から  
製品安全対策優良企業 付与されるロゴマーク

### 生産者とお客様とをつなぐ プライベートブランド 「顔が見える食品。」を展開しています

イトーヨーカドーが展開するプライベートブランド「顔が見える食品。」は、「生産者とお客様の距離を縮めていくこと」をコンセプトに「安全のための生産者の真摯な取り組み」をお客様に公開しています。2011年9月には、放射性物質に対するお客様の不安を払拭するために、生産段階と出荷前の放射性物質に関する検査体制を強化し、Webサイトで検査結果の公開を開始しました。

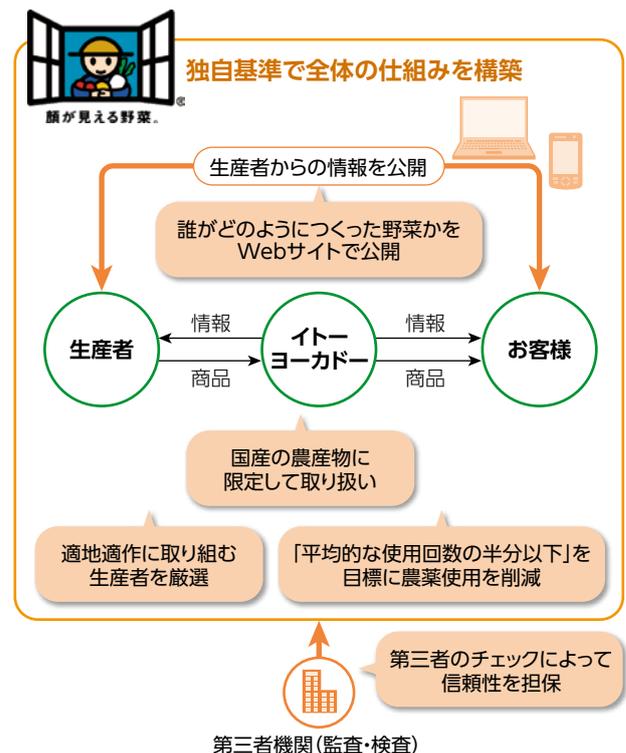
また、「顔が見える野菜。果物。」におけるGAP(政府が推進する農業生産工程管理の手法)への取り組みが評価され、2012年7月に小売企業として初めて「GAP普及大賞」を受賞しました。

今後も生産者とともに、安全でおいしい食品をお届けするための取り組みを進めていきます。

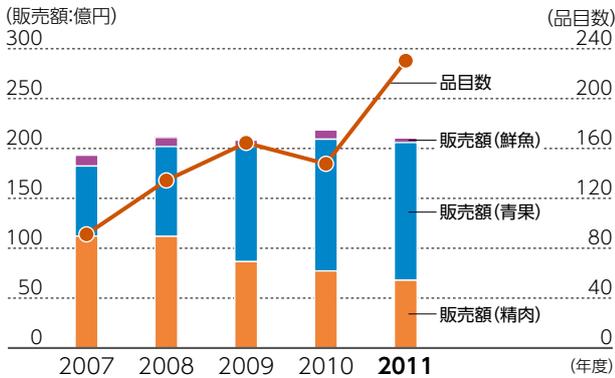


パソコンや携帯電話から  
生産者情報などが確認可能

#### 青果における取り組み



### 「顔が見える食品。」の取扱状況



## 生産者と店舗を結び「セブンファーム」を通じて農業を支援しています

農業従事者の高齢化や耕作されなくなった土地の増加、農地法の改正など、日本の農業を取り巻く環境は大きな転換期を迎えています。その中でイトーヨーカドーは「農業をお手伝いしたい。リサイクルを進めていきたい」を基本理念とする「セブンファーム」を各地に設立しています。設立の形態は地域に応じて農業生産法人または事業会社とし、地域農業の活性化と農業の生産性向上への貢献を図っています。

この取り組みは、生産者と小売事業者が結びつくことで、畑から店頭までの鮮度保持体制が確立しています。また、従来は廃棄されることが多い規格外品でも商品として扱うなど、無駄のない効率的な販売を可能にしています(→P.24)。

セブンファーム所在地(2012年7月末現在)



## 商品と原材料の関係をたどれる仕組みで安全性を確保しています

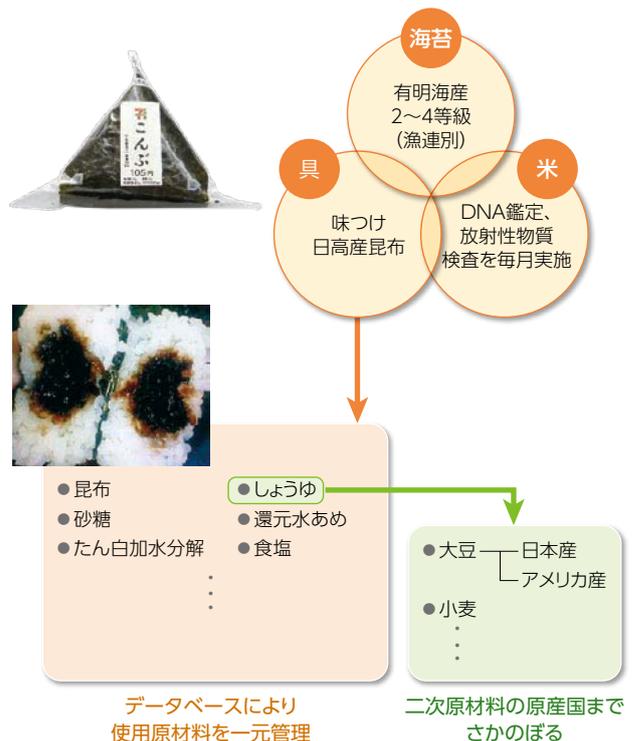
セブン-イレブンでは、米飯や惣菜といったデイリー商品は1メニュー当たり平均40種の原材料(調味料を含む)を使用し、随時1,000メニュー以上の商品を販売し、毎週100メニューを新規発売しています。

こうした個々の商品を管理するため、どの工場、どのような原材料がどれくらい使用されているのかを明確にする「レシピマスターシステム」を運用しています。このシステムでは、300社を超える取引メーカーと約170の専用工場の情報を全てデータベースで管理しており、原材料と商品の関係をトレース調査できます。そのため、万が一ある原材料に問題が判明した場合、それがどの商品に使われているかを即座に把握して迅速に対応することができます。

また、品種の混同を防ぐための米のDNA検査や、食品の放射性物質の検査を自主的に実施しています。

なお、セブン-イレブンのオリジナルブランド商品は保存料、合成着色料を使用していません。

「レシピマスターシステム」によるトレース管理(手巻きおにぎり「こんぶ」の例)



## 適切な情報開示

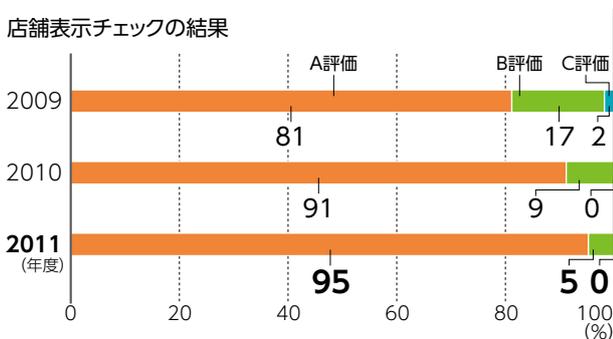
セブン&アイグループは、商品や価格についてお客様が必要とする正確な情報の開示に努めています。食品衛生法で表示が義務づけられているアレルギー物質に加えて、表示が推奨されている品目も表示したり、アレルギー対応食品を扱っている事業会社もあります。

売場では、不適正な商品ラベルや媒体がないかを担当者がチェックするとともに、研修会を通じて従業員に正しい表示について周知徹底を図っています。

2012年度上期には、お客様に誤解を与える表現を避けるため、JAS法や食品衛生法の対象外となっているあいまいな表現について、グループ統一のガイドラインを作成しました。

## 誤解を招かないよう 表示確認を実施しています

イトーヨーカドーでは、FT(フェアトレード)委員会事務局のメンバーが半期ごとに全店舗の表示状況の確認や、売場での教育、売場マネジャーへのヒアリングを行う「店舗表示チェック」を実施しています。店舗の表示実態を客観的な数値で評価し、その結果をもとに店舗の責任者である店長や副店長と改善に向けた具休策を講じています。



A評価: 適切な表示がされており、従業員の意識も高い  
 B評価: 改善の余地があり、一部の部門の従業員に認識不足がある  
 C評価: 改善の余地があり、従業員に対する表示教育の必要がある  
 D評価: 至急の改善を要し、店全体の仕組みを検討する必要がある

## トランス脂肪酸の削減と 情報提供を継続的に進めています

セブン-イレブンはおいしく、安全・安心な商品づくりをコンセプトに、常に品質向上に取り組んでいます。その一環として、心臓疾患のリスクを高めるといわれるトランス脂肪酸の低減を2005年から推進。フライ油、練り込み油脂、クリームを低トランス化された専用の原材料に切り替えるなど、原材料メーカーとの独自の取り組みを続けてきました。例えばパンの人気・定番商品「いちごジャム&マーガリン」では、2005年の同商品と比較して、2011年には約91%低減させました。

また、2011年2月に消費者庁から示された「トランス脂肪酸の情報開示に関する指針」に基づき、代表的な商品について、2011年5月からWebサイトに飽和脂肪酸、トランス脂肪酸、コレステロールの含有量を開示しています。

「いちごジャム&マーガリン」100g当たりのトランス脂肪酸のグラム数(計算値)

2005年	2007年	2012年
1.86g	0.18g	0.15g

## 安心して利用できる店舗・設備の整備

お客様に安心して快適にお買物をしていただけるよう、セブン&アイグループでは日常的な売場巡回・点検や防犯・防災設備の設置、設備の改善を推進しています。さらに、店舗設計にユニバーサルデザインの考えを採り入れているほか、体の不自由な方をお手伝いできるような従業員研修を実施しています。

また、お客様の個人情報管理策として、そごう・西武では「7つの禁則事項」を定め、全従業員に徹底しています。

### お客様の信頼維持に向けた「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. 販促部長・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

## お客様の期待に応えるサービスの向上

常にお客様の立場で商品・サービスを改善していくために、セブン&アイグループでは、各事業会社にお客様相談窓口を設けてご意見・ご要望などを承り、迅速に対応しています。また、そうした情報は内容ごとに分類し、各部署や店舗に発信して改善を図っています。

グループ全体のお客様対応能力の向上のために、お客様から各社に寄せられたお褒めの内容で特に優れた成果や特筆すべき事例を毎月発行のセブン&アイグループの社内誌で紹介しています。また、2012年度から各社のお客様相談窓口担当者向けに外部講師による研修を実施しています。



外部講師による研修

## お客様の立場で改善を続けています

イトーヨーカドーでは、消費生活アドバイザーの資格を持つ方々に「店頭調査」を委託。接客だけでなく売場づくりや品揃えなどに関するお客様のご意見を集めていただき、改善の参考にしています。また、2012年2月には、全店舗を対象に、社外の覆面調査員による売場調査を試験的に実施しました。調査員が事前通告なく店舗を訪れ、実際に買物をしながら売場づくりや商品・接客を採点。調査結果をもとに各店を順位付けして、店長会議で発表することで各店舗が問題点の改善に取り組む契機にしました。

セブン&アイ・フードシステムズのオペレーションサポート部は、覆面調査を1店舗当たり年10回実施しています(社員食堂を除く)。店長や地区責任者を歴任した社員が調査員となり、接客・料理・清潔さなど約130項目にわたって店舗を評価することで問題点を特定しています。また、デニーズではWebサイトで特定メニューの感想を収集し、お客様の評価と意見を活かした商品開発に努めています。

## TOPICS

### 商品化による震災地域のお取引先支援

セブン&アイグループ各社では、東北地方の食材の販売や、商品づくりによる東日本大震災からの復興、持続可能な地域産業への貢献を図っています。

イトーヨーカドーは、岩手県遠野市と食品メーカーとともに、繁殖から販売まで一貫した体制で生産された「いわて遠野牛」をプライベートブランド商品「顔が見えるお肉。」として販売しています。遠野生まれ遠野育ちの「いわて遠野牛」を原料とした最良の食肉加工品を創出し、岩手県の早期復興を支援する新たなビジネスモデルの構築に取り組んでいます。

そのほかにも、セブン-イレブンでは「三陸産わかめ」を使ったおにぎりやサラダを東北地区で販売しています。また、そごう・西武では、津波による塩害で稲作ができなくなった農地で、塩分を含む土壌に強い綿を栽培して農家の農業再開を支援する「東北コットンプロジェクト」に賛同。収穫した綿を使った商品を販売しています。

### 社員の声

イトーヨーカドー 鮮魚部では、生産者や加工メーカーに安心して商品を供給していただくため、日常業務の中で情報収集し、支援を続けています。

長年、生ワカメの取引先を続けてきた陸前高田の養殖業者さんと加工メーカーさんは、震災で事業ができなくなりました。不安を感じておられる中、現地に出向いて「つくっていただけるなら、ぜひ販売したい」とお話ししたところ、とても安心していただき、事業が再開されました。

残留放射能の問題は、グループのノウハウを活かして自主検査の方法や販売可能な指標をアドバイスしています。震災後、生産者の思いをお客様に届ける大事な仕事をしていることを感じるようになりました。



イトーヨーカドー  
鮮魚部バイヤー  
竹内 正美



## 働きがいのある職場づくり

### 多様な人材の活用

セブン&アイグループは、グループの基本方針に「差別のない公平・公正な雇用、異動、昇進」を掲げています。2010年2月には、従来イトーヨーカドーにあった人権啓発室をセブン&アイHLDGS.に移管。グループ全体での人権教育を強化しています。

#### 従業員の状況

従業員数	83,301人
正社員比率	29%(うち男性76%、女性24%)
パートタイマー比率	71%

※ 集計対象組織: セブン-イレブン・ジャパン、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、セブン銀行の6社。

### 適材適所の配置をめざしています

従業員の意思を尊重し、その能力を十分に発揮できる適材適所の配置をめざして、セブン&アイグループでは事業会社の枠を超えた「セブン&アイHLDGS.人材公募制度」を運用しています。そのほかに各社の社内公募制度もあり、例えばイトーヨーカドーでは、入社満2年以上の従業員は、業務経験や年功を問わず誰でも全ての管理職ポストと職種に立候補できます。2011年度は462人が応募し、うち102人が希望の役職や職種に就きました。

### 障がい者雇用を促進しています

セブン&アイグループでは、障がいのある方が活躍できる職場づくりに積極的に取り組んでいます。各事業会社では、一人ひとりの障がいの程度や内容、本人の希望などを考慮しながら配属先と担当業務を決定しています。

重度の障がいがある方の雇用を促進するために設立された特例子会社(株)テルベでは、重度障がい者10人を雇用しています(2012年2月末現在)。テルベを含むグループの障がい者雇用率※は、法定雇用率1.8%に対して1.89%です(2012年6月1日現在)。

※ セブン&アイHLDGS.、テルベ、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、セブン&アイ・フードシステムズ5社によるグループ雇用率。

### 多様な働き方が選択できる 仕組みづくりをめざし、 女性の活躍を推進しています

多様な人材が互いに切磋琢磨しあうことで新たな価値や活力を創造していく職場をめざし、2011年度に、まずは結婚や出産・育児によって働き方に影響を受けやすい女性従業員が長く活躍できる職場環境づくりのための取り組みを開始しました。

その一環として、2012年4月からは、正社員が全て女性の店舗をイトーヨーカドー、ヨークベニマル、西武、デニーズで1店舗ずつ運営しています。またセブン-イレブンは、1地区で女性のみによる経営カウンセリングを開始しました。この取り組みにより、既存の業務の見直しを図るとともに、私たちのお客様の7割は女性が占めていることから女性の視点や感覚を活かした売場づくり、品揃え、サービスの実現をめざしています。

こうした取り組みに続き、2012年6月には「ダイバーシティ推進プロジェクト」を発足しました。今後「女性従業員の活躍推進」とともに、「全ての従業員のワークライフバランスの実現」を積極的に進めていきます。



上: セブン-イレブン  
下: イトーヨーカドー

## 能力向上支援

セブン&アイグループでは、各事業会社が事業特性に合わせた研修体系を整えて、人材育成に取り組んでいます。また、独自の制度や仕組みで、従業員一人ひとりの能力向上を支援しています。

イトーヨーカドー、ヨークベニマル、およびセブン&アイ・フードシステムズは、業務に必要なスキルを認定する社内資格制度を運用。イトーヨーカドー、そごう・西武、セブン銀行は、通信講座の受講費用を補助して自己啓発を支援しています。

2011年度には、セブン-イレブンが加盟店の接客能力の向上策として「加盟店従業員レジ接客研修(シフトリーダーコース)」を開始。また、そごう・西武が従業員自主参加型の公開教育プログラム「キャリアアップ講座」を開始しました。



## 充実した設備を備えた研修センターを開設しました

2012年3月には、グループの研修センターを開設しました。会議室のほか、売場を模した陳列実習室、レジ実習室、生鮮担当者のための技能室(惣菜、鮮魚、寿司、精肉、青果)を完備しています。技能室には講師の手元を拡大できる大型モニターと、各店へ映像を送ることが可



能な装備も備え、習得しやすい環境を用意しています。また、車イス対応のユニバーサルデザイン室4部屋を含めた65部屋の宿泊室も備えています。

## 公正な評価・処遇

個々の従業員の能力を最大限に引き出すこと、公正な評価を実現することを目的とした評価制度を設けています。各社とも年に2回(セブン-イレブンは年3回)、まず従業員が自身の仕事ぶりを評価、次に上長が評価し、それら評価について面談で話しあいます。面談での直接対話によって、従業員が自らの成果や長所と課題を把握するとともに、評価の透明性・公平性を確保しています。

また、各社は個々人が多様な働き方を選べ、やりがいを持てる制度の整備に力を入れています。例えば、イトーヨーカドーではパートタイマーが働き方を選べる「ステップアップ選択制度」を運用しています。セブン&アイ・フードシステムズでは、パートタイマーから正社員への登用制度を設けたり(2007年度から5年間で184人登用)、店長職への任命を行っています。

## ワークライフバランスの実現

パートタイマーを含む従業員が育児や介護をしながらでも働き続けられるよう、育児・介護支援制度を整備しています。各社とも育児に関しては法定水準を超える制度を運用しています。

イトーヨーカドーでは、2012年4月から、育児に関する短時間勤務の利用可能期間を子が小学校2年生になる年の4月15日までから小学校5年生になる年の4月15日までに延長しました(セブン-イレブンも同日まで、セブン&アイ・フードシステムズは中学1年生になる年の4月15日までに延長)。

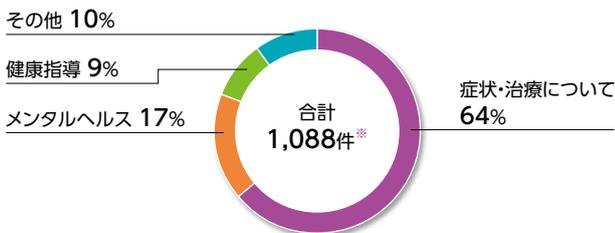
このほか、セブン-イレブン、イトーヨーカドー、セブン&アイ・フードシステムズは、障がい者や介護の支援、環境保全など身近なボランティア活動への参加を支援するボランティア休暇制度(年5日)も整えています。イトーヨーカドーでは、2011年度からパートタイマーもボランティア休暇を取得できるようにしました。

## 労働安全衛生への配慮

セブン&アイグループは、安全で働きやすい職場環境の維持に努めています。各社での「安全衛生委員会」の開催、定期健康診断の実施、本部での健康管理センター設置に加えて、臨床心理士やカウンセラーによるメンタル面の相談を電話やメールで受け付ける制度も導入。さらに、従業員の家族も利用できる、健康相談や医療機関の案内サービスも提供しています。

また、セブン&アイHLDGS.の本部ではセブン&アイ・フードシステムズの栄養士による健康相談会を実施す

### 健康相談窓口への相談内訳(2011年度)



※ 家族からの健康相談を含む。

ることで、従業員の健康状態や食生活に対する意識向上に努めています。

これらのほか、労働災害の防止策として、イトーヨーカドーは生鮮食品を扱う従業員を対象に、包丁などの器具の取扱いに関する教育を実施。セブン-イレブンは業務で車両を使うOFC(店舗経営相談員)に対して、会議の場で経営トップが安全運転に関する注意喚起を行い、意識を高めています。セブン&アイ・フードシステムズでは、啓発ポスターなどを年2回店舗に掲示して労災防止を呼びかけています。また、労災を起こした店舗にはヒアリングに入り、原因と具体的な防止策を共有しています。



健康相談会

## TOPICS

### 健全な労使関係

「セブン&アイグループ労働組合連合会」は、8つ※1の労働組合で構成されています(2012年9月現在の合計組合員数約66,000人)。各組合が組織運営や組合員の労働条件などについて情報交換をして連携することで、それぞれが独自性を保ちながら、より強固な組織にしていることを基本的な考えとして活動しています。

グループの中でも組合員数が約39,000人と最も多いイトーヨーカドーの労働組合は、ユニオンショップ制を採用しています。2012年9月現在、全従業員(学生アルバイトを除く)に占める労働組合の加入率は89%です。

イトーヨーカドーは、労働三権などに基づいて組合の活動を尊重しています。例えば、組合全体の重要な会議はもちろん、組合支部の座談会や研修会についても組

合員の勤務シフトなどに配慮しています。

2011年度の労使交渉では、賃金改定とあわせて、パートタイマー組合員の忌引休暇とボランティア休暇の付与日数を正社員と同様にすることなどを話し合い、こうした内容を含む7つの労働協約を締結しました。

また、2012年度には、これまで継続的に協議してきたナショナル・エリア・エキスパート社員※2の「仕事と役割に応じた処遇」の適正化を図り、担当マネジャーの労働時間管理を中心として人事制度を改定しました。

※1 イトーヨーカドー、セブン&アイ・フードシステムズ、ヨークマート、丸大、サンエー、ヨークベニマル、赤ちゃん本舗、そごう・西武。また以下のグループ企業の組合とも情報共有、連携しています。ライフフーズ、シェルガーデン、ロフト。

※2 イトーヨーカドーの正社員の区分3種。

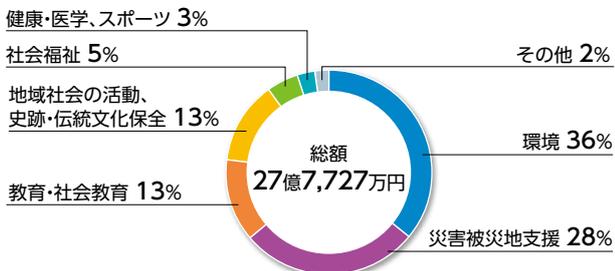


## 地域社会との共生

### 自治体や各団体と連携した社会貢献

セブン&アイグループは「事業を通じて地域の発展や豊かな生活環境づくりに貢献する」という方針のもと、自治体との「地域活性化包括連携協定」の締結(2012年8月末時点の締結数は42自治体)や、各団体と連携した活動を推進しています。

#### 社会貢献活動費の内訳(2011年度)



※ セブン&アイHLDGS.、セブン-イレブン・ジャパン、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、ヨークマート、赤ちゃん本舗の合計額。計算方法は(社)日本経済団体連合会「2011年度社会貢献活動実績調査実施要領」に準拠。

### 商品を通じた取り組み

お客様が環境保全や社会貢献などの活動に参加できる商品の取扱いやキャンペーンを実施しています。

#### イトーヨーカドー

飲料メーカーとの共同により、収益の一部が国際人道支援に取り組む団体に寄付される自動販売機を設置(2012年7月末現在78店舗377台)。2000年に開始し、これまでに3,770万円を寄付しました。その他にも、売上げの一部が寄付につながる商品を販売しています。



売上げの一部が佐渡市トキ環境整備基金と豊岡市コウノトリ基金に寄付されるお米  
売上げの一部がユニセフに寄付されるメッセージカード

#### セブン&アイグループ

国産米粉を使ったセブンプレミアムの商品を各種販売しています。食料自給率向上をめざす「フード・アクション・ニッポン」の取り組みの一つである「米粉倶楽部」と連携し、そのロゴをパッケージに付けることで、米粉の認知度向上と消費拡大に協力しています。



米粉を使った菓子

#### そごう・西武 Robinsons

第三者機関の審査のもと、独自に設けた基準を満たす環境配慮型商品96品目(2012年2月末現在)を販売しています。このほか、社会貢献型包装の「グリーンラッピング」を提案。リーフマスコット付きリボンを100円(税込)で購入いただき、1件につき50円を植樹・育樹活動に寄付する仕組みです。また、お中元・お歳暮ギフトでは「簡易包装」への協力をお願いし、4,000件で1本の植樹につなげています。



特徴を示すPOPをつけてお客様に提案



グリーンラッピング

#### セブン銀行

2011年7月から、口座開設時に希望されたお客様に対して、セブン銀行が協賛している読み聞かせ絵本の主人公をデザインした「ボノロンキャッシュカード」を発行しています。このカード1枚の発行につき100円をセブン銀行から拠出して特別編集絵本を制作。2012年5月に全国の約3,000カ所の児童館に寄贈しました。



ボノロンキャッシュカード

## 店舗を活かした取り組み

多くの方が集まるという店舗の特性を活かして、各事業会社が募金箱や臓器提供意思表示カードスタンドの設置、イベントの開催などを実施しています。

### イトーヨーカドー

「地球にやさしく・人にやさしく」をテーマとした「エコ&ユニバーサルデザイン」コーナーを6店舗(2012年2月末現在)に開設。省エネルギー・リサイクル・再使用・自然エネルギーに関するイトーヨーカドーの取り組みを、パネルや映像などでお客様にわかりやすく紹介しています。



### そごう・西武 Robinsons

盲導犬育成のための募金や啓発イベントを開催しています。2011年度は従業員募金・労使基金を含め34,709,964円を寄付しました。



また、全店舗に「こども靴の下取りコーナー」を設置し、お客様からお預かりした靴を、国際協力NGOジョイセフを通じてザンビア共和国に寄贈しています。2011年度は約24,000点を寄贈しました。裸足の子ども



子どもが足の怪我が原因で破傷風や寄生虫病にかかることを防ぐために役立てられます。

## TOPICS

### 東日本大震災からの復興支援

#### ● セブン&アイ・フードシステムズ

2011年4月から11月まで、募金付きメニューを販売しました。対象メニューを一品ご注文いただくごとに、セブン&アイ・フードシステムズが20円を拠出<sup>\*</sup>。拠出総額708万1,320円を、日本赤十字社を通じて東日本大震災の被災地の皆様へお届けしました。

<sup>\*</sup> 4月15日～5月15日は、お客様も20円の拠出に参加できるようにしました。

#### ● ヨークベニマル

福島県の要請を受けて、被災自治体などからの情報提供や巡回相談、住民同士の交流の場となる「ふるさと絆情報ステーション」を県内の7店舗に設置しました。

また、東北地域で高校卒業者への求人数が大幅に減少したことを受け、特に求人数が減った福島県内の高校からの採用枠を拡大し、2011年8月に追加募集して採用しました。

#### ● そごう・西武

そごう横浜店では、総務省の実証実験に協力し、世界初となるCO<sub>2</sub>排出権付きのバレンタインメッセージカードを販売。被災地域の岩手県内から販売されたCO<sub>2</sub>排出権を10キログラムごとに小口化してカードに割り当て、100円で販売しました。お客様にご購入いただいたCO<sub>2</sub>排出権は、復興支援団体の活動によって排出されるCO<sub>2</sub>削減に利用できるようにすることで、復興支援と環境貢献を両立しました。

また、福島県飯館村の方々を支援するため、仮設住宅へ避難している同村の女性たちが古着をリメイクした衣類や服飾小物の販売会を、2012年3月、2日間にわたってそごう柏店で開催。



飯館村の商品販売会

販売場所の提供だけでなく、デザインアドバイス、宣伝、販売協力を行いました。



## 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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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 <sub>2</sub> 排出量(千t-CO <sub>2</sub> )※	1,128	1,117	1,138	1,242
水使用量(千m <sup>3</sup> )	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

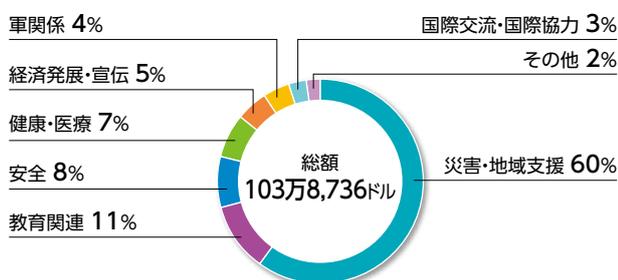
#### 2011年度(新規)

- ・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、CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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%

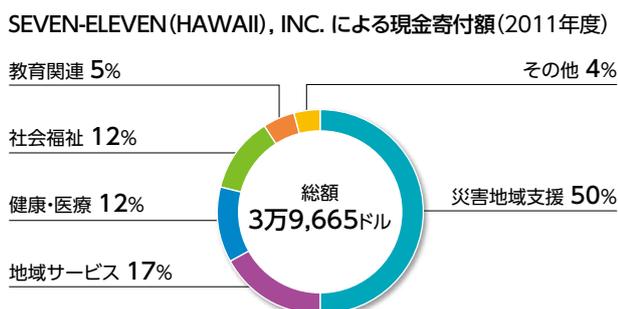
## SEVEN-ELEVEN(HAWAII), INC.

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。

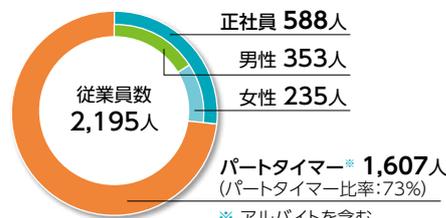
なお、これら省エネ策のほか、冷凍冷蔵設備の冷媒ガスをフロンから代替していくことも検討していきます。

### 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 <sup>3</sup> )	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。

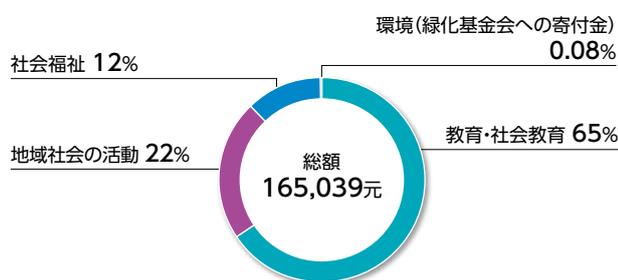


売場に設置した検索用端末

## 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



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。

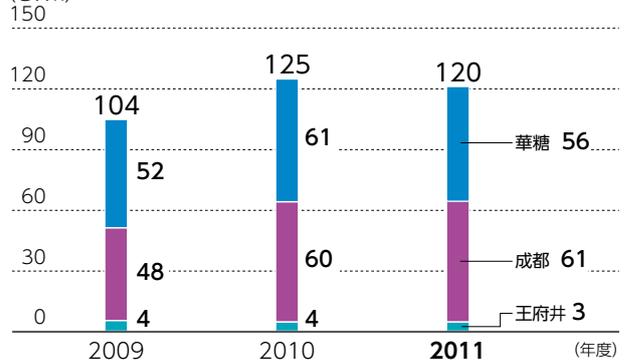
### 中国3社の店舗数と環境関連データ

#### 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

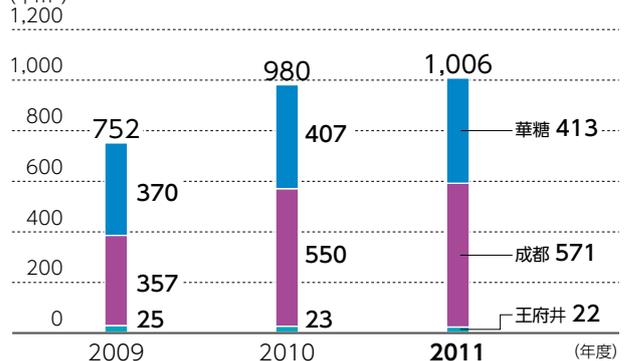
#### 電気使用量

(GWh)



#### 水使用量

(千m<sup>3</sup>)



# (株)セブン-イレブン・ジャパン

2011年度末の店舗数:14,005店舗

Webサイト: <http://c.sej.co.jp/corp/social/>

## 環境負荷の低減

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●太陽光発電パネルを1,000店舗に設置</li> <li>●店頭誘導看板のLED化を5,000店舗で実施</li> <li>●店内照明のLED化を5,000店舗で実施</li> <li>●スマートセンサーを6,000店舗に設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●太陽光発電パネル：1,393店舗</li> <li>●店頭誘導看板：9,433店舗</li> <li>●店内照明：8,966店舗</li> <li>●スマートセンサー：5,752店舗</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量：66.4トン以下に抑制</li> <li>●太陽光発電パネルを5,000店舗に設置</li> </ul>
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●レジ袋使用重量を削減</li> <li>●食品廃棄物のリサイクル率を33.7%以上にする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●レジ袋使用重量前年度比103%</li> <li>●食品廃棄物のリサイクル率：34.1%</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●レジ袋使用重量を前年度よりも削減</li> <li>●食品廃棄物のリサイクル率：36.1%以上</li> </ul>
従業員への意識啓発				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●従業員向けの省エネキャンペーンへの参加者数を拡大</li> <li>●ホームページでの公開情報を充実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●省エネキャンペーン参加者：9,580人（前年度比245%）</li> <li>●店舗・物流における省エネの取り組みを中心に情報を更新</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社員研修内容の見直し</li> <li>●CSRリーフレットの発行</li> </ul>

## 環境関連データ

課題	単位	2009年度	2010年度	2011年度
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1</sup> ※2	t-CO <sub>2</sub>	949,133	1,022,901	1,039,043
店舗運営にともなうCO <sub>2</sub> 排出量（1店舗当たり） <sup>※2</sup>	t-CO <sub>2</sub>	808,964（69.4）	880,044（69.9）	897,183（66.4）
物流にともなうCO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※3</sup>	t-CO <sub>2</sub>	138,272	140,742	140,121
店舗運営にともなう電気使用量 <sup>※2</sup>	GWh	2,069	2,241	2,285
1店舗当たりのレジ袋使用重量	t	0.85	0.89	0.92
廃棄物量（リサイクル率） <sup>※4</sup>	t（%）	307,002（47.5）	324,540（45.3）	308,724（43.8）
食品廃棄物のリサイクル率 <sup>※5</sup>	%	31.5	31.7	34.1

補足

※1 店舗運営・物流・本部・研修センター・地区事務所にもなうエネルギー使用に由来するCO<sub>2</sub>排出量。

※2 2009年度は当社で直接電気使用量を把握できない一部店舗を除いた電気使用量の合計値。2010年度以降は電気使用量が把握できない店舗は推計値を用いて算出。

※3 配送センターの運営および配送車のエネルギー使用にともなうCO<sub>2</sub>排出量。2011年度の数値には東日本大震災の影響で把握できない分を含めていません。

※4 東京都内店舗の排出量から推計して算出。集計期間は1月～12月。2011年度から基準排出量を変更。なお食品廃棄物量については、※5の基準で算出しました。

※5 食品リサイクル実施業者からの報告に基づく。集計期間は4月～3月。

なお、CO<sub>2</sub>排出量は「セブン&アイHLDGS. グループ共通CO<sub>2</sub>排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

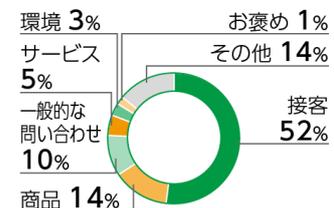
## 安全・安心な商品とサービスの提供

### お客様相談受付関連データ

「近くて便利なお店」づくりを合言葉に、安全・安心な商品開発と「従業員接客トレーニング」を通してサービスの向上に努めています。お客様相談室に寄せられる問い合わせや苦情は店舗への期待の現れであると認識し、お客様の声に耳を傾けながら一つひとつ改善に努めています。

### 2011年度相談内容の内訳

受付件数 81,903件（前年度比106%）



2011 年度の活動目標・実績と 2012 年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011 年度の目標・計画	2011 年度の実績・成果	評価	2012 年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	●全工場のNDF-HACCP認定取得をめざして計画的に取り組む	●認定数：161 工場中 145 工場、 認定率：90.1% (前年度 86.2%)	○	●全工場のNDF-HACCP 認定取得をめざして計画的に取り組む
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	●バリアフリーの施設を継続的に導入 ●停電時でも最低限の設備が稼働する体制を整備	●279 店 (前年度比 127%) ●1,201 店 (前年度比 126%)	○	●バリアフリーの導入店舗数：294 店 ●停電時でも最低限の設備が稼働する体制の店舗数：1,350 店
適切な情報提供				
	●トランス脂肪酸の低減、保存料・合成着色料の排除、 食の安全・安心への取り組みをWebサイトで公開	●トランス脂肪酸の低減に関する情報を Web サイトで公開	△	●商品情報など、Web サイト内の一部情報をスマートフォン対応にする
お客様の声への誠実な対応 (体制)				
	●Webサイトのお問い合わせ欄を見やすいレイアウトに変更し、お褒め件数前年度比110%をめざす	●お褒め件数 1,001 件 (前年度比 126.9%)。震災時の対応に多くの感謝の言葉をいただいた	○	●フリーダイヤルを Web サイト上に掲載し、受付件数前年度比 110%をめざす

地域社会との共生

2011 年度の活動目標・実績と 2012 年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011 年度の目標・計画	2011 年度の実績・成果	評価	2012 年度の目標
育児・高齢者支援など				
	●「近くて便利な店」のコンセプトに基づいた品揃えやサービスを強化 ●「ご用聞き」による商品配達サービスの強化	●本格的な移動販売車「セブンあんしんお届け便」の運用を開始。 7県で10台が稼働	○	●移動販売車の稼働台数を全国で50台とする。商品配達への支援策を強化する
地域活性化への協力				
	●地域活性化包括連携協定による地域活性化への支援を継続。また、地産地消、地産外消の取り組みを拡大することで地域経済の拡大を図る	●地域活性化包括連携協定は、3 県 1 市と締結 (累計 31 都道府県 9 市)	○	●地域活性化包括連携協定による地域活性化への支援を継続
災害時の支援				
	●自治体との災害時支援協定の締結に基づいて、災害発生時の支援物資の供給や、帰宅困難者への水道水・トイレ・道路情報などの提供を継続して行う	●山梨県・富山県・三重県・鹿児島県と締結	○	●自治体防災窓口との連携を深め、より迅速な対応をとれる体制を構築する
地域防犯対策				
	●防犯協議会への加入率と、加盟店の防犯訓練講習会への参加率50%をめざす	●防犯協議会への加入率：42.6% 防犯訓練への参加率：46.0%	△	●防犯協議会への加入率向上と、加盟店の防犯訓練講習会への参加率 50%をめざす

## 働きがいのある職場づくり

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
能力向上支援	●各種社内研修の充実 ●グローバル化に向けた語学力の強化	●新任マネジャー研修を開始 ●幹部社員向けの語学研修を開始	○	●OFC（経営相談員）を対象に年次研修の開始 ●OFC候補者育成プログラムの充実
公正な評価・処遇	●立候補制度のさらなる推進 ●女性社員の積極的な登用	●応募者数：134人（前年度154人） ●女性管理職比率：7.1%（前年度7.0%）	×	●立候補制度応募者数：前年度比120% ●女性管理職比率：10%
ワークライフバランスの実現	●男性の育児休暇の取得推進 ●各種休暇制度の取得推進	●男性育児休暇者数：0人（前年度0人） ●有給休暇取得率：5.7%（前年度5.5%）	×	●男性の育児休暇取得者1人以上 ●年2回の連続休暇取得の促進
多様な人材の活用	●外国人留学生の積極的な採用 ●障がい者の積極的な採用	●外国人採用者数：17人（前年度9人） ●障がい者採用数：2人（前年度4人）	△	●外国人留学採用者数：30人 ●障がい者採用者数：15人
労働安全衛生への配慮	●車両使用者の事故・違反撲滅 ●労働災害防止のための教育を実施	●交通事故・違反件数：前年度比99% ●労災件数：前年度比95%	△	●交通事故・違反件数：前年度比10%減 ●労災件数：前年度比10%減

### 人事関連データ

従業員の内訳（2012年2月末）		2009年度	2010年度	2011年度	
正社員	5,686	正社員平均勤続年数	8年4カ月	9年0カ月	9年7カ月
男性	4,342	正社員育児休暇取得者数（うち男性）	40人（0）	45人（0）	65人（0）
女性	1,344	正社員介護休暇取得者数（うち男性）	0人	0人	0人
パートタイマー※1	3,698	ボランティア休暇取得者数	1人	1人	0人
従業員数（正社員数+パートタイマー数）	9,384	女性管理職比率※2	7.0%	7.0%	7.1%
新卒採用者数	322（男性162、女性160）	障がい者雇用率※3	2.23%	1.87%	1.89%
中途採用者数	146	正社員有給休暇取得率※4	6.4%	5.5%	5.7%
再雇用者数	23	労働災害度数率※5		0.73	0.60
		労働災害強度率	0.002	0.003	0.002

※1 直営店で勤務しているパート・アルバイトの人数（1日8時間換算による月平均人員）。

※2 役員を除く。

※3 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。セブン&アイHLDGS、テルベ（重度障がい者が働く特例子会社）、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、セブン&アイ・フードシステムズ5社によるグループ雇用率を適用。2010年7月の法改正にともない、2010年度から算出方法を変更しました。

※4 前年度繰越分は含まない。

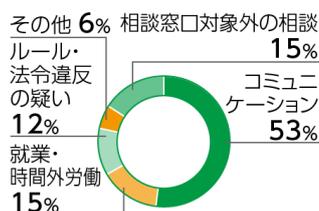
※5 2010、2011年度のみ。

### 従業員相談受付関連データ

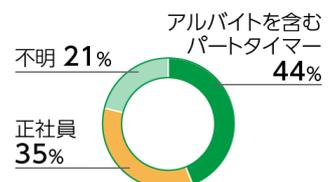
2011年度の受付総件数は、34件でした。通報内容は、職場環境の改善を訴える内容が多かったため、2012年度は、企業行動推進室を通じて、コンプライアンスに関する教育と、コミュニケーション力を高める教育の強化を検討します。

#### 2011年度相談内容の内訳

受付件数 34件（前年度比90%）



#### 相談者の内訳



# (株)イトーヨーカ堂

2011年度末の店舗数: 173

Webサイト: <http://www.itoyokado.co.jp/company/iycsr/>

## 環境負荷の低減

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●環境負荷指標*1を1%改善</li> <li>●配送車両にともなうCO<sub>2</sub>排出量を前年度比1%削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●環境負荷指標を21%改善</li> <li>●配送車両にともなうCO<sub>2</sub>排出量が前年度比0.2%増加</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●環境負荷指標を1%改善</li> <li>●1店舗当たりの配送距離を1%削減</li> </ul>
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品廃棄物のリサイクル率を40%、リサイクル実施店舗数を90店舗に拡大</li> <li>●2011年度の最終月のレジ袋辞退率: 50%</li> <li>●再生トレイの利用を拡大し、CO<sub>2</sub>削減効果800トン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品廃棄物のリサイクル率: 39.4%</li> <li>●リサイクル実施店舗数: 85店舗</li> <li>●レジ袋辞退率: 43.3%</li> <li>●CO<sub>2</sub>削減効果: 1,890トン</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品廃棄物のリサイクル率: 45%、リサイクル実施店舗数: 100店舗</li> <li>●2012年度の最終月のレジ袋辞退率: 50%</li> </ul>

### 環境関連データ

課題	単位	2009年度	2010年度	2011年度
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※2</sup>	t-CO <sub>2</sub>	597,858	591,464	466,187
店舗運営にともなうCO <sub>2</sub> 排出量 (環境負荷指標 <sup>※1</sup> )	t-CO <sub>2</sub> (t-CO <sub>2</sub> /m <sup>2</sup> ×100万h)	569,248 (72.3)	564,975 (76.7)	439,934 (60.4)
配送車両にともなうCO <sub>2</sub> 排出量	t-CO <sub>2</sub>	25,355	24,017	24,070 <sup>※3</sup>
店舗運営にともなう電気使用量	GWh	1,272	1,256	943
店舗運営にともなう水使用量	千m <sup>3</sup>	7,598	7,353	7,684
食品売場でのレジ袋使用量(辞退率)	t(%)	3,065(30.1)	2,717(43.1)	2,725(43.3)
廃棄物量(リサイクル率) <sup>※4</sup>	t(%)	145,459(62.0)	131,918(65.2)	129,375(66.2)
食品廃棄物のリサイクル率 <sup>※5</sup>	%	31.4	36.7	39.4

補足

※1 (総営業面積×営業時間)当たりのCO<sub>2</sub>排出量。

※2 店舗運営・本部・研修センター・物流センターの運営と配送車両にともなうエネルギー使用に由来するCO<sub>2</sub>排出量。

※3 一部車両で車載端末の機種を変更し、配送会社から物流センターまでのCO<sub>2</sub>排出量を加えて把握するようにしました。そのため、CO<sub>2</sub>排出量が増加しています。  
また、2011年度の数値には東日本大震災の影響で把握できない分を含めていません。

※4 集計期間は1月～12月。

※5 集計期間は4月～3月。

なお、CO<sub>2</sub>排出量は「セブン&アイHLDGS. グループ共通CO<sub>2</sub>排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

### TOPICS

#### 最新の環境配慮型ショッピングセンター アリオ上田の開店

店舗の大型化や店舗の増加に比例して環境負荷が増大しないように、省エネ設備の導入を進めています。2011年4月にオープンしたアリオ上田は、長野県内で最大級の6,447台(売場の約8割、ショッピングセンター全体の6割)のLED照明を導入。消費電力は従来の約半分になる見込みです。そのほか、売場ごとに照度を変える調光器具や高効率照明器具、階段などでの人感センサーの採用で年間約630トンのCO<sub>2</sub>排出量削減が見込めます。また、店舗屋上ひさし、塔屋、東南壁面に合計で560枚(774m<sup>2</sup>)、最大106kWの発電が可能なソーラーパネルを設置しました。風力&ソーラー発電の外灯12基も設置し、自然エネルギーを積極的に活用しています。



店頭ソーラーパネル

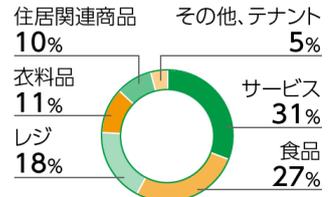
## 安全・安心な商品とサービスの提供

### お客様相談受付関連データ

2011年度も引き続き、店舗と本部が連携してお客様からのご指摘の発生原因を分析し、再発防止に向けて対応策の検討を進めました。2011年度のお客様の声受付件数は82,178件（前年度比93%）と減少が続いていますが、その約31%をサービスに対するご意見・ご指摘が占めています。今後も苦情の発生原因を分析し、対応を強化していきます。

### 2011年度相談内容の内訳

受付件数 82,178 件（前年度比 93%）



### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>●海外の既存取引先工場には工場監査シートによるセルフチェックを実施。その結果に基づき主力重点工場には立入監査を実施</li> <li>●「顔が見える野菜。果物。」の生産農家の5割に、農林水産省が推奨する汎用性の高い基礎GAP（生産工程管理手法）を導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●衣料品：国内 2 工場、海外 74 工場、住居関連商品：国内 18 工場、海外：24 工場で監査を実施</li> <li>●100%に導入を完了</li> </ul>	○	●商品分類なども含め、独自の品質基準を5年ぶりに改訂する
安心して利用できる店舗・設備の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>●東日本大地震の教訓と実態をふまえ、①「大規模災害対策」と②「首都直下型地震対策」の見直しを行う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●①緊急支援物資の対応について、②火災による被害・交通規制の問題・安否確認・帰宅困難者対策について見直した</li> </ul>	○	●地震発生にともなって起こる火山災害に対する対策を立案
適切な情報提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店舗表示チェックのA評価の比率を高めるために、衣料・住居・食品の担当マネジャー会議の場を利用して表示教育を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●A 評価の比率 95%（前年度比 4 ポイントの改善）</li> </ul>	○	●引き続き適切な表示が行われるように、衣料・住居・食品の担当マネジャー会議の場を利用して教育を強化
お客様の声への誠実な対応（体制）	<ul style="list-style-type: none"> <li>●衣料品と住居関連商品に関する苦情受付件数の改善に向けて、バイヤー向けの研修や、お取引先向け品質改善会議の充実を図る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●衣料品：前年度比 100%、住居関連商品：前年度比 75%</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●サービス苦情の削減</li> <li>●お褒めの言葉件数の増加</li> </ul>

## 地域社会との共生

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
育児・高齢者支援など	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様の期待に応える機能性を持った高齢者向け介護用品を開発。お客様に商品の機能を伝えられる接客ができるよう、お取引先と一緒に販売員教育を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●全体研修を年2回実施、個店研修を約30回実施</li> </ul>	○	●介護用品のみならず高齢者の暮らしをより便利で快適にする商品の開発と、その商品機能をしっかりと伝える接客を実施するための販売員教育の充実
災害時の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>●広島県、兵庫県、岡山県との協定締結を進める</li> <li>●支援物資について、要請受付から出荷までの業務担当を明確にする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●協定締結協議を実施中</li> <li>●「大規模災害対策」の緊急支援物資の対応について見直した</li> </ul>	△	●引き続き行政との協定締結を進めるとともに、新たに自衛隊との協定締結に向けて検討する

## 働きがいのある職場づくり

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
能力向上支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社内ライセンス「フレンズメイト」のランク1～3取得者の比率を55%とする</li> <li>●管理職者向け研修の受講対象者に、年1回以上の参加を必須とする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ランク1～3の取得者の比率：42%</li> <li>●研修14回開催、参加者数：387人</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●フレンズメイトのランク1～3取得者の比率を60%とする</li> <li>●既存の店舗管理職者を対象とした研修を新たに開催する</li> </ul>
公正な評価・処遇				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●性差なく能力が正当に評価される職場環境づくりの推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●女性管理職比率：16.7% (前年度比0.4ポイント上昇)</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●性差なく能力が正当に評価される職場環境づくりの推進</li> </ul>
ワークライフバランスの実現				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●残業時間を前年度比95%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●前年度比118%</li> </ul>	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>●残業時間を前年度比95%</li> </ul>
多様な人材の活用				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●役職者教育や入社教育時に、人権啓発やノーマライゼーション研修を継続して実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●研修40回開催、参加者数：3,129人</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「人権啓発・ノーマライゼーションの理念」の背景、具体例、実績数値などを示し、参加者の理解と納得性が高い研修を行う</li> </ul>
労働安全衛生への配慮				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●防災防止のための情報発信と教育の継続・徹底</li> <li>●店舗ごとの状況に合わせた年間安全衛生計画を立案・実行し、防災発生件数を削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●防災発生件数：前年度比93%</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●防災の発生原因と対策を検討し、全従業員に周知を図ることで、同様の災害発生を防止する</li> </ul>

### 人事関連データ

従業員の内訳(2012年2月末)		(人)	2009年度	2010年度	2011年度	
正社員		9,136	正社員平均勤続年数	18年7カ月	19年2カ月	20年0カ月
	男性	6,797	育児休職取得者数	201人(0,85)	201人(0,87)	192人(0,97)
	女性	2,339	(うち男性、パートタイマー)			
パートタイマー <sup>※1</sup>		29,853	介護休職取得者数	15人(1,13)	26人(2,23)	8人(7,1)
			(うち男性、パートタイマー)			
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		38,989	ボランティア休暇取得者数	6人	3人	14人
新卒採用者数	91(男性36、女性55)		女性管理職比率 <sup>※2</sup>	16.9%	16.3%	16.7%
中途採用者数	19		障がい者雇用率 <sup>※3</sup>	2.23%	1.87%	1.89%
再雇用者数	126		正社員有給休暇取得率 <sup>※4</sup>	16.3%	16.5%	11.2%
			労働災害発生率	1.54	1.72	1.67
			労働災害強度率	0.03	0.03	0.03

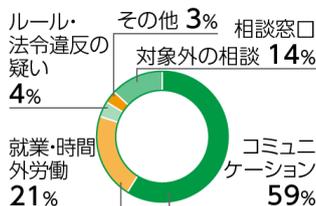
※1 11日8時間換算による月平均人員。 ※2 役員を除く。 ※3 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。セブン&アイHLDGS、テルベ(重度障がい者が働く特例子会社)、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、セブン&アイ・フードシステムズ5社によるグループ雇用率を適用。2010年7月の法改正にともない、2010年度から算出方法を変更しました。 ※4 前年度繰越分は含まない。

### 従業員相談受付関連データ

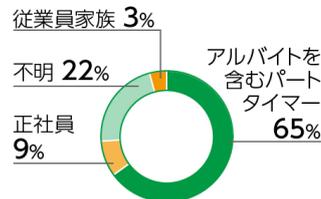
上司と部下の間におけるコミュニケーションが原因である相談が多いことから、新任役職者研修ではヘルプラインで受け付けた相談内容なども盛り込んで教育を強化しています。2012年度は、2011年度に改定した「企業行動指針」「行動指針のガイドライン」の教育を充実させていきます。

#### 2011年度相談内容の内訳

受付件数 241件 (前年度比98%)



#### 相談者の内訳



# (株)ヨークベニマル

2011年度末の店舗数: 176

Webサイト: <http://www.yorkbeni.co.jp/enviro/index.html>

## 環境負荷の低減

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●7月1日～夏季期間の電力使用量を15%削減</li> <li>●配送車両の燃費向上</li> <li>●新店でのオール電化店舗の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●年間電力使用量(節電を冬も継続)を前年度比で15.8%削減</li> <li>●物流センターが被災したため、正確な数値が把握できず</li> <li>●新店8店舗に拡大 2012年2月末現在で25店舗</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●電力使用量を前年度比110%に抑える</li> <li>●新店にオール電化店舗を拡大</li> </ul>

### 環境関連データ

課題	単位	2009年度	2010年度	2011年度
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1</sup>	t-CO <sub>2</sub>	151,984	156,865	130,307
店舗運営にともなうCO <sub>2</sub> 排出量(1店舗当たり)	t-CO <sub>2</sub>	132,623 (809)	138,777 (816)	116,011 (659)
配送車両にともなうCO <sub>2</sub> 排出量	t-CO <sub>2</sub>	14,666	13,094	9,169 <sup>※2</sup>
店舗運営にともなう電気使用量	GWh	319	333	280
店舗運営にともなう水使用量	千m <sup>3</sup>	1,098	1,078	1,004
食品売場でのレジ袋使用量(辞退率) <sup>※3</sup>	t (%)	547 (39.6)	381 (70.3)	370 (70.8)
廃棄物量(リサイクル率)	t (%)	41,040 (54.5)	40,661 (52.4)	41,372 (47.5)
食品廃棄物のリサイクル率 <sup>※4</sup>	%	29.6	30.2	24.0

補足

※1 店舗運営・本部・研修センター・物流センターの運営と配送車両にともなうエネルギー使用に由来するCO<sub>2</sub>排出量。

※2 東日本大震災の影響で把握できない3月～5月分を含めていません。

※3 2009年度はエコスタンプカードの回収枚数に基づいて算出。2010年度以降はレジ袋の辞退者数に基づいて算出。

※4 集計期間は4月～3月。

なお、CO<sub>2</sub>排出量は、「セブン&アイHLDGS. グループ共通CO<sub>2</sub>排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

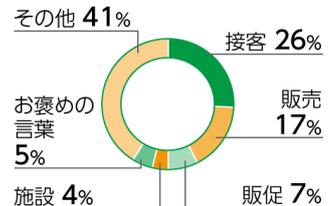
## 安全・安心な商品とサービスの提供

### お客様相談受付関連データ

店舗や本部に寄せられるお客様のご意見・ご要望・ご不満・ご質問を承り、毎日の仕事に反映させるために「お客様相談室」を開設し、フリーダイヤルを設けています。「お客様相談室」では、2012年度もお客様の声を商品開発・品揃え・売場づくり・サービス・店舗設備などの改善に活かすべく、社内各部・各店舗と連携したスピーディーな対応をするよう努めていきます。

### 2011年度相談内容の内訳

受付件数 2,501件 (前年度比 85%)



## 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	●三ツ星野菜の販売金額：前年度比117.8% ●地場野菜の販売金額：前年度比134%	●前年度比 108.0% ●前年度比 93.9%	△	●前年度比 126.0% ●前年度比 120.1%
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	●バリアフリー新法認定店舗数の増加	●88店舗	○	●バリアフリー新法認定店舗数の増加
適切な情報提供				
	●商品生産履歴に関するWebサイトへのアクセス数の増加	●24,062件(前年度比413.5%) ※放射線量の問題で大幅に増加しました	○	—
お客様の声への誠実な対応（体制）				
	●お客様の声に耳を傾け、一つひとつに添えていく	●フリーダイヤルや、お客様の声ボックスの設置	○	●フリーダイヤルや、お客様の声ボックスの設置

## 地域社会との共生

## 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
育児・高齢者支援など				
	●献血活動「ハートフルサタデー」の継続	●協力者数：307人 (前年度比70.3%)	×	●協力者数：450人
地域活性化への協力				
	●地域と店との交流イベント「誕生祭」の開催を継続	●震災直後は、開催されなかったものの、継続実施	○	●「誕生祭」の継続実施
災害時の支援				
	●地域包括連携協定の締結など自治体への協力を継続	●21の県・市・町と、災害等発生における支援協力協定を締結	○	●地域包括連携協定の締結など自治体への協力を継続
地域防犯対策				
	●「こども110番の店」活動の推進	●継続実施	○	●継続実施

## TOPICS

### ふるさと絆情報ステーションの設置

2011年11月以降、福島県内の各地に避難されている方々への、被災自治体などからの情報提供や巡回相談、住民同士の交流の場である「ふるさと絆情報ステーション」を店内に設けました。これは、県内の郡山市、福島市、いわき市、会津若松市の商業施設内にステーションを設置するという福島県からの依頼に協力して実現したもので、「特定非営利活動法人 うつくしま NPO ネットワーク」が運営しています。ヨークベニマルでは県内7店舗でステーションを開設しており、開設期間は当初予定よりも1年延長して2013年3月までとしています。



## 働きがいのある職場づくり

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
能力向上支援				
	●「目標設定カルテ」が活かされるよう、従業員に周知	●各個人の育成計画への活用からOJT教育の実施という教育システムが確立しつつある ●全社平均診断結果がやや改善 (2010年9月診断値 2.30 から 2012年3月診断値 2.43 に改善)	△	●「目標設定カルテ」のOJT教育への定着を図る
公正な評価・処遇				
	●女性登用の促進 ●外部の情報も参考にして、人事評価制度を見直す	●女性の管理職比率 7.1% ●評価制度の見直しは未実施	×	●女性の管理職比率 10%をめざす
ワークライフバランスの実現				
	●育児休職制度の男性への周知と、管理者への周知の継続	●初の男性取得者が誕生	○	●さらなる取得者拡大と男性による育児目的の有給休暇取得をめざす
多様な人材の活用				
	●障がい者雇用率2.0%をめざす	●結果として1.9%とやや低下	×	●障がい者雇用率 2.0%をめざす
労働安全衛生への配慮				
	●入社時教育、およびOff-JTで労働災害項目の研修を実施	●入社時教育で定着しつつあるが、Off-JT研修では未実施が多かった	△	●Off-JT研修で労働災害項目の研修実施

### 人権関連データ

従業員の内訳 (2012年2月末) (人)		2009年度	2010年度	2011年度	
正社員	2,495	正社員平均勤続年数	12年7カ月	12年6カ月	14年7カ月
男性	2,230	育児休職取得者数 (うち男性、パートタイマー)	29人(0, 8)	37人(0, 36)	74人(1, 67)
女性	265	介護休職取得者数 (うち男性、パートタイマー)	0人	5人(0, 5)	4人(2, 2)
パートタイマー※1	10,165	ボランティア休暇取得者数	制度なし	制度なし	制度なし
従業員数(正社員数+パートタイマー数)	12,660	女性管理職比率※2	29.0%	25.9%	7.1%
新卒採用者数	110 (男性74、女性36)	障がい者雇用率※3	2.08%	1.96%	1.90%
中途採用者数	0	正社員有給休暇取得率※4	10.5%	9.8%	8.8%
再雇用者数	12	労働災害度数率	2.64	2.56	2.94
		労働災害強度率	0.020	0.008	0.030

※1 1日8時間換算による月平均人員。 ※2 役員を除く。2012年2月から管理監督者制度の発足により、副店長以下を管理職から除外したため、2011年度から集計範囲を変更しました。

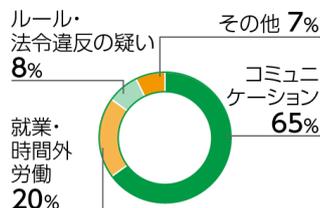
※3 2010年7月の法改正にともない、2010年度から算出方法を変更しました。 ※4 前年度繰越分は含まない。

### 従業員相談受付関連データ

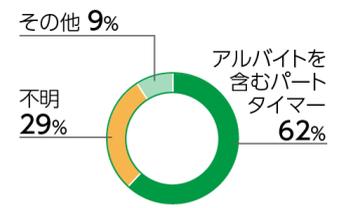
法律に違反する行為や社会的規範からの逸脱行為、またワークベニマルの企業理念や企業倫理に反する行為について、その事実を知った従業員が直接会社に対して通報できるよう「ヘルプライン」を設置しています。2012年度は、通報内容の調査・報告に関して、より迅速な対応をめざします。

#### 2011年度相談内容の内訳

受付件数 55 (前年度比 52%)



#### 相談者の内訳



# (株)そごう・西武

2011年度末の店舗数: 26

Webサイト: <http://www.sogo-seibu.co.jp/csr.html>

## 環境負荷の低減

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	●ロビンソン2店舗でISO14001に基づいた環境データの把握を検討	●環境データの把握を開始	○	●ロビンソン2店舗でISO14001認証取得に向けた取り組みを開始
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	●①CO <sub>2</sub> 排出量1%削減②電気使用量のさらなる削減(LEDの導入拡大など)を検討	●①CO <sub>2</sub> 排出量15.8%削減②基幹店4店舗のフィッティングルームと、池袋本店の共用部にLEDを導入。15.1%削減	○	●CO <sub>2</sub> 排出量1%削減 ●LEDの導入拡大を検討
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	●①廃棄物リサイクル率: 60% ②食品廃棄物のリサイクル率: 43.5% ③包装紙手提げ袋の削減水準を維持	●①廃棄物リサイクル率: 61.2% ②食品廃棄物のリサイクル率: 51.2% ③包装紙手提げ袋の削減水準を維持	○	●食品廃棄物リサイクル率: 52% ●池袋本店で廃棄物リサイクル率を100%
生物多様性への対応				
	●中元歳暮ギフトの簡易包装、グリーンラッピングと合わせた植樹・育樹活動の認知度向上により1,100本の植樹を目標	●中元歳暮ギフトの簡易包装 369 万件、グリーンラッピング 11,051 件などにより1,130 本を植樹	○	●グリーンラッピングのご案内を強化し、1,200本の植樹を目標 ●生態系豊かな里山づくりのため、「甲斐善光寺の森」へ植樹予定
環境に配慮した商品の提供				
	●新型エコバッグの導入 ●環境配慮型商品の提案を継続実施	●エコバッグ(2型各3色)を新規導入 ●クールビズなどの環境商品を提案	○	●引き続き環境商品の提案を継続実施
従業員への意識啓発				
	●環境eラーニング対象者である全正社員の完全受講 ●社内ツールを活用し、従業員の省エネ・節電に関する意識を醸成	●全店舗で全正社員が受講 ●月1回全店舗に発信している環境情報で省エネと節電を採り上げ、従業員への意識啓発を図った	○	●引き続き、従業員への意識啓発を継続する ●従業員向けに家庭での「節電キャンペーン」を実施

## 環境関連データ

課題	単位	2009年度	2010年度	2011年度
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>*1</sup>	t-CO <sub>2</sub>	224,587	206,473	173,868
店舗運営にともなうCO <sub>2</sub> 排出量	t-CO <sub>2</sub>	223,947	205,937	173,365
店舗運営にともなう電気使用量	GWh	477	444	376
店舗運営にともなう水使用量	千 m <sup>3</sup>	3,844	3,708	3,496
容器包装使用量	t	1,790	1,720	1,675
廃棄物量(リサイクル率)	t (%)	32,249 (53.9) <sup>*2</sup>	31,687 (58.2) <sup>*2</sup>	32,749 (61.2)
食品廃棄物のリサイクル率	%	24.1 <sup>*2</sup>	42.5 <sup>*2</sup>	51.2

補足 ロビンソンを含む。

※1 店舗運営・本部・物流センターの運営にともなうエネルギー使用に由来するCO<sub>2</sub>排出量。 ※2 ロビンソンを含まない。

なお、CO<sub>2</sub>排出量は、「セブン&アイ HLDGS. グループ共通CO<sub>2</sub>排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

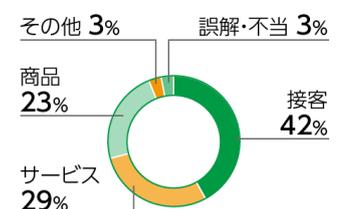
## 安全・安心な商品とサービスの提供

### お客様相談受付関連データ

2011年度は、「お客様の声」を企業活動に活用するカスタマーセンターの取り組みを進化させ、社内報「スマイル」に「現場発“実践クレーム対応”」を連載。クレームの原因や再発防止策を明示することに加え、お客様に喜んでいただくための姿勢・言動・仕組みの改善を現場の販売員に提案し、実行してきました。2012年度はお客様のご要望を売場別に分析し、その課題を営業施策に反映していきます。

### 2011年度相談内容の内訳

受付件数 14,642 件 (前年度比 94%)



2011 年度の活動目標・実績と 2012 年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011 年度の目標・計画	2011 年度の実績・成果	評価	2012 年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●商品部と品質管理室による食品PB商品の工場監査、生産工程の直接確認</li> <li>●衣料・雑貨領域バイヤー向けの品質管理手順書を策定、配布</li> <li>●食品衛生現場指導の継続実施</li> <li>●食品衛生の基礎教育を2,200人に実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●119 工場で実施</li> <li>●衣料・雑貨領域バイヤー96 人に研修実施</li> <li>●食品衛生現場指導の継続実施</li> <li>●食品衛生の基礎教育を 2,200 人に実施</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品 PB 商品工場監査、生産工程の確認を継続</li> <li>●店長を中心に店幹部が厨房に入り衛生点検を実施。あわせて「百貨店食品安全アドバイザー」資格取得を義務づけ</li> <li>●衣料・雑貨領域の PB 商品を対象に工場監査を実施</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>●売場改装時にさらなる設備導入を検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●神戸店の B1F の 2 本の連絡通路、および八尾店駐車場 1F エレベーター脇のスロープをノンスリップに改修。千葉店ジュンヌ館駐車場の落下防止対策として吹抜部にネットを設置</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●売場改装時にさらなる設備導入を検討</li> </ul>
お客様の声への誠実な対応（体制）				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様の不満の解消と、顧客ニーズを営業施策に反映する活動をさらに推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店頭の顧客対応力向上を目的として、社内報に「現場発/実践クレーム対応」を 9 回にわたり連載</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●売場別にお客様のご要望を分析し、売場別の課題を発見し営業施策に反映する活動を推進</li> </ul>

地域社会との共生

2011 年度の活動目標・実績と 2012 年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011 年度の目標・計画	2011 年度の実績・成果	評価	2012 年度の目標
育児・高齢者支援など				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●いつでもご相談いただける体制にすることで、ご来店を促進（助産師常駐カウンター「プレママステーション」の設置）</li> <li>●月1回実施のお客様向けの定例講座を継続、強化</li> <li>●相談カウンターを利用されたお客様の声を反映した育児雑貨の品揃えを強化</li> <li>●専門販売員のさらなる育成①ハートフルアドバイザー50人、②ベビー用品アドバイザー12人、③シューフィッター40人</li> <li>●子ども靴下取り常設コーナーの継続実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●相談件数 池袋本店：1,883件、横浜店：6,008件</li> <li>●親子で楽しめる定例講座を月1回 池袋本店・横浜店で開催</li> <li>●お客様の声にお応えして、育児雑貨の品揃えを充実させた。助産師に寄せられた声をもとにした商品の開発。池袋本店では、ベビー用品売場に「育児雑貨コーナー」を設置</li> <li>●①41人、②10人、③40人</li> <li>●子ども靴下取り常設コーナーの継続実施</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●プレママステーションの拡大</li> <li>●全店で育児相談カウンター（プレママカウンター）設置を推進し、定期的に助産師・保健師などに相談できる体制を整備</li> <li>●助産師に寄せられた声をもとにした商品開発の拡大</li> <li>●専門販売員のさらなる育成 ①50人、②12人、③45人</li> <li>●子ども靴下取り常設コーナーの継続実施</li> </ul>
地域活性化への協力				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域と密着したイベントを各店で企画、実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各店で地産地消・打ち水大作戦・小学生の職場体験などを実施</li> <li>●神奈川県と包括協定を締結</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域と密着したイベントなどの拡大</li> </ul>
災害時の支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●さらなる災害時支援の拡大を検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●東日本大震災をふまえ、大宮市からの要請に基づき協定締結に向け調整活動を開始</li> <li>●都内主要ターミナル駅（池袋駅・渋谷駅など 8 駅）周辺企業・自治体で組織化されている「帰宅困難者対策協議会」へ参加して、発生時の連携体制などを協議</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地震発災時「帰宅困難者対策」を含めた、自治体や地元企業との連携・協力体制の継続</li> </ul>
地域防犯対策				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域と連携した防犯・防災体制への継続的な協力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2012 年 2 月 3 日、池袋本店にて、東京都と連携した「帰宅困難者対応訓練（地震時対応訓練）」を実施</li> <li>●池袋本店・渋谷店・横浜店・福井店などでは、地域防犯パトロールなどに参加</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域と連携した防犯・防災体制への継続的な協力</li> </ul>

## 働きがいのある職場づくり

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
能力向上支援				
	●販売技術などの公開講座（37講座）を開始。 年間約3,000人の受講を予定	●受講者数：3,109人	○	●講座内容を改善しながら、 年間3,000人の新規受講を予定
公正な評価・処遇				
	●女性役職者比率： ①係長：50.0%②課長・担当以上：10.0% ●公募制によるチャレンジ機会の拡大	●①係長34.1%②課長以上6.0% ●応募者数83人、うち24人が合格 ●次世代幹部社員研修参加者数：50人	○	●女性役職者比率： ①係長50%②課長以上10%
ワークライフバランスの実現				
	●労働組合と連動した育児支援制度に関するパンフレットを作成し、配付	●出産育児支援制度の取り組みを中心とする広報誌を発行（2011年3月）	○	●復職予定育児休業職者の不安解消に向けた相談会の実施 ●育児勤務（時短勤務）制度のさらなる拡大と充実
多様な人材の活用				
	●社員登用制度による非正規社員の活用 ●障害者雇用促進法の改正（短時間勤務者も母に算入）を考慮した採用を進める ●中途採用の継続実施	●正社員登用者数：17人 ●障がい者雇用率：1.89% （前年度差+0.04ポイント） ●中途採用者数：9人	○	●正社員登用の継続実施（5人程度）
労働安全衛生への配慮				
	●地元専門医（心療内科）によるカウンセリング体制を整備 ●休職者のための復職プログラムを構築	●全店舗でメンタルカウンセリング体制（紹介病院）を整備し、産業医または人事担当者から紹介できる体制を構築	○	●業務災害の前年度比改善に向け労働安全衛生委員会による職場環境の点検を実施

### 人事関連データ

従業員の内訳（2012年2月末）※1		（人）
正社員		4,975
	男性	3,331
	女性	1,644
パートタイマー※2		5,179
従業員数（正社員数＋パートタイマー数）		10,154
新卒採用者数	51(男性21、女性30)	
中途採用者数	9	
再雇用者数	394	

	2009年度	2010年度	2011年度
正社員平均勤続年数	19年4カ月	19年6カ月	20年9カ月
育児休業取得者数（うち男性、パートタイマー）	66人（0、34）	48人（0、23）	89人（0、12）
介護休業取得者数（うち男性、パートタイマー）	5人（0、3）	2人（0、2）	4人（1、4）
ボランティア休暇取得者数	制度なし	制度なし	制度なし
女性管理職比率※3	23.9%	24.3%	23.3%
障がい者雇用率※4	1.80%	1.85%	1.89%
正社員有給休暇取得率※5	6.7%	12.8%	11.4%
労働災害度数率	1.10	0.43	0.59
労働災害強度率	0.02	0.01	0.01

ロビンソンを含まない。

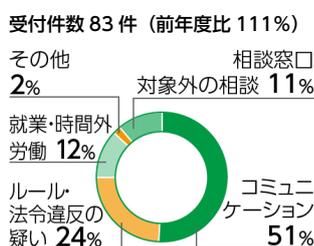
※1 ロビンソンを含む。 ※2 1日8時間換算による月平均人員。 ※3 役員を除く。 ※4 2010年7月の法改正にともない、2010年度から算出方法を変更。

※5 2010年度以降は前年度繰越分を含まない。

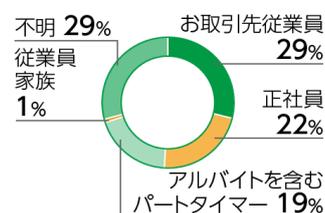
### 従業員相談受付関連データ

「ルール・法令違反の疑い」に関する相談は、調査の結果、ほとんどが「業務上不適切な行為の疑い」でした。2011年度は、特に通報対象店舗・部門に対して適宜研修を実施。2012年度も法務、安全管理、品質管理などと連携したコンプライアンス研修を重点的に実施することで、事故・事件の未然防止を図ります。

#### 2011年度相談内容の内訳



#### 相談者の内訳



# (株)セブン&アイ・フードシステムズ

2011年度末の店舗数: 858

Webサイト: <http://www.7andi-fs.co.jp/7fs/company/csr.html>

## 環境負荷の低減

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○: 達成 △: わずかに届かず ×: 大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●LED電球導入の店舗を拡大(デニーズ30店舗目標)し、CO<sub>2</sub>排出量を90トン(前年度の削減量の約5倍)削減</li> <li>●配送台数をさらに見直し、下期から週5回配送を計画。配送車両にともなうCO<sub>2</sub>排出量を前年度比8%削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●LED電球導入の店舗数: 33店舗、CO<sub>2</sub>排出削減量: 219トン</li> <li>●遠隔地への出店にともない、配送車両の走行距離が増え、前年度比10%増</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●LED電球導入の店舗数: 166店舗、CO<sub>2</sub>排出削減量: 434トン</li> <li>●配送車両に導入したハイブリッド車(2011年11月から1台導入)の効果を検証</li> </ul>
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●廃棄物の分別を強化し、食品廃棄物のリサイクル率を33%以上にする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●廃棄物の分別強化とごみの減量化の効果によって、食品廃棄物のリサイクル率33%を達成</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●廃棄物の分別強化とごみの減量化に引き続き取り組み、食品廃棄物のリサイクル率35%以上を目標とする</li> </ul>
従業員への意識啓発				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定期的な会議・研修を実施し、店舗の廃棄物に関する問題点を集約することで改善策を立案・実行</li> <li>●年6回店舗に省エネに関する資料を配布し、全従業員の意識向上を図る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●継続的な実施はできず</li> <li>●省エネに関する資料を年4回、店舗に配布し、全従業員の意識向上を図った</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●廃棄物の分別とごみの減量化、食品廃棄物のリサイクルの進め方などに関する説明会を開催</li> <li>●資料を年6回店舗に配布</li> </ul>

### 環境関連データ

課題	単位	2009年度	2010年度	2011年度
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>*1</sup>	t-CO <sub>2</sub>	109,320	93,274	83,147
店舗運営にともなうCO <sub>2</sub> 排出量	t-CO <sub>2</sub>	104,702	91,225	80,927
配送車両にともなうCO <sub>2</sub> 排出量 <sup>*2</sup>	t-CO <sub>2</sub>	2,315	1,904	2,091
店舗運営にともなう電気使用量	GWh	189	172	156
店舗運営にともなう水使用量	千m <sup>3</sup>	2,555	2,403	2,272
廃棄物量(リサイクル率)	t(%)	15,505(24.9)	13,103(24.7)	10,557(25.6)
食品廃棄物のリサイクル率	%	23.4	30.7	33.0

補足

\*1 店舗運営(セブン&アイ・フードシステムズ)・本部と配送車両(デニーズ単体)にともなうエネルギー使用に由来するCO<sub>2</sub>排出量。

\*2 デニーズ単体の数値。

なお、CO<sub>2</sub>排出量は、「セブン&アイHLDGS. グループ共通CO<sub>2</sub>排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

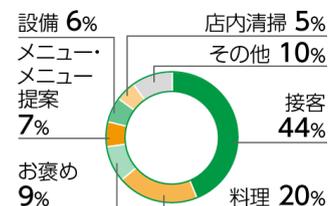
## 安全・安心な商品とサービスの提供

### お客様相談受付関連データ

2011年度の受付件数は7,270件(前年度比91%)と減少しました。また、お褒めの件数は、東日本大震災への対応に対するお褒めと合わせて734件(前年度比119%)と増加しています。2012年度は引き続き顧客ニーズを営業施策へ反映させる活動を進め、お客様満足度の向上につなげていきます。

### 2011年度相談内容の内訳

7,270(前年度比91%)



2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●全ての食材について、独自の「取引条件書」を取り交わし、基準通りの品質管理が遂行されているか担当者が工場を視察して確認。使用される原材料に関しても定期的に産地を視察して適切な品質・トレーサビリティ管理ができていないかを継続確認</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●全ての食材について「取引条件書」の遂行確認を進める。工場視察：延べ約350回</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●工場視察：延べ約400回</li> <li>●「取引条件書」の遂行確認</li> </ul>
適切な情報提供				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●メニューを見て、その場でアレルギー物質一覧を調べられるよう、携帯サイトでも検索できるシステムを導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●携帯サイト用アレルギー物質（特定原材料および特定原材料に準ずるもの）の使用状況検索サービスを開始（メニューブックへ掲載されたQRコードを読み込み、サイトへアクセス。リスト中のアレルギー物質を選択すると、その物質を使用していないメニューが表示される仕組み）</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●アレルギー物質使用状況検索サービスの継続</li> </ul>
お客様の声への誠実な対応（体制）				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客様からのご提案や苦情などを細分化し、細かな対応を実施する。苦情件数が多い店舗の店長に「サービス研修」を継続して実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●課題の多い店舗の店長に対し「サービス研修」を実施。全店で基本サービスの徹底を推進し、お客様のご不満の解消を図る</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●オペレーションサポート部CS（カスタマーサティスファクション）を新設し、お客様の声や店舗モニターの調査を整理し、的確に情報を発信することで、お客様満足の向上につなげる</li> </ul>

地域社会との共生

2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
育児・高齢者支援など				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●健康的な食事の考え方、レストランのあり方などに関する就労体験者向けの座学資料の内容を充実させる</li> <li>●子育て支援への協力継続と拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●省庁発行資料をもとに、資料を改正。受け入れ人数：143店舗にて403人（前年度比95%）</li> <li>●子育て支援を6地区146店舗で実施（前年度5地区90店舗、前年度比162%）</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●受け入れ体制、配布資料の見直しを図る</li> <li>●子育て支援の拡大</li> </ul>
地域活性化への協力				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地産地消を採り入れたメニューの開発・販売の継続、および地域の食文化継承への協力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●①長野県が取り組む食文化の継承を目的とした「信州食育発信 3つの星レストラン」に登録。県内の野菜の使用と風土食を提供</li> <li>●②長野・埼玉・神奈川・静岡・愛知・兵庫県内の「子育て支援」に協力し、県内の店舗でサービスを実施</li> <li>●③おこさま用メニューブックに、食事のマナーや食べ物（素材）の役割をイラストで掲載することで、おこさまの食育を支援</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地産地消を採り入れたメニューの開発・販売の継続</li> <li>●「子育て支援」など、地域の食文化継承への協力</li> <li>●「健康・美容」に貢献できるメニューの開発</li> </ul>
災害時の支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●災害時帰宅困難者への支援を継続。災害時対応に関する教育を全従業員に実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●災害時帰宅困難者への支援を継続。東日本大震災では、店舗と本部間で連絡が取れない中、各店舗が自主的に帰宅困難者を支援した</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各自治体が開催する研修会に店舗従業員が積極的に参加し、情報の共有化を図る</li> </ul>

## 働きがいのある職場づくり

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
能力向上支援				
	●パートタイマー、アルバイト定着率の向上を目的として、受け入れ時の手順書を見直す	●DVD、ビデオなどの教育ツールを見直し、初期教育時に活用	○	●業務項目を見える化した人事カルテを活用し、業務レベルの向上を図る
公正な評価・処遇				
	●セルフチェック評価の見直しと完全実施 ●職務内容に応じた評価制度の見直し	●セルフチェックの評価項目の改訂 ●評価制度を改定	○	●対象者のセルフチェックを実施し、評価と処遇を連動させる
ワークライフバランスの実現				
	●店舗運営に必要な適正人員、個々の能力を把握すること（見える化）で、在店時間の減少に努める。在店限度時間の設定	●在店限度時間を設定	×	●職責ごとに業務内容を見直し、業務の効率化を図る。在店限度時間の遵守を徹底する
多様な人材の活用				
	●人材計画に基づく積極的な中途採用の強化	●中途採用者数：14人（前年度実績なし）	○	●パートタイマーからの正社員採用を積極的に行う
労働安全衛生への配慮				
	●休職者に対して産業医との面談および復職プログラムの完全実施 ●年1回の健康診断受診フォローおよび疾病予防面談の実施 ●労災防止に向けた器具・器材の取扱い指導	●休職者に対しての産業医との面談を実施 ●健康診断の実施	○	●休職者に対しての産業医との面談の実施と復職に向けてのフォロー体制を強化する ●リスクアセスメントを通じて、労災の発生件数を減らす

### 人事関連データ

従業員の内訳（2012年2月末）（人）		2009年度	2010年度	2011年度	
正社員	1,290	正社員平均勤続年数	13年10カ月	13年6カ月	14年2カ月
男性	1,130	育児休職取得者数（うち男性、パートタイマー）	40人(0.36)	46人(1.30)	67人(0.53)
女性	160	介護休職取得者数（うち男性、パートタイマー）	0人	0人	0人
パートタイマー <sup>※1</sup>	10,432	ボランティア休暇取得者数	0人	0人	0人
従業員数（正社員数+パートタイマー数）	11,722	女性管理職比率 <sup>※2</sup>	18.3%	21.7%	28.8%
新卒採用者数	0	障がい者雇用率 <sup>※3</sup>	2.23%	1.87%	1.89%
中途採用者数	14	正社員有給休暇取得率 <sup>※4</sup>	8.2%	7.0%	9.8%
再雇用者数	17	労働災害度数率	1.50	1.22	1.28
		労働災害強度率	0.04	0.03	0.02

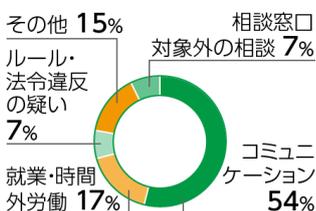
※1 1日8時間換算による月平均人員。※2 役員を除く。※3 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。セブン&アイHLDGS、テルベ（重度障がい者が働く特例子会社）、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、セブン&アイ・フードシステムズ5社によるグループ雇用率を適用。2010年7月の法改正にともない、2010年度から算出方法を変更しました。※4 前年度繰越分は含まない。

### 従業員相談受付関連データ

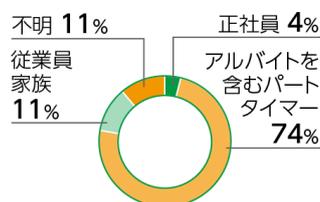
寄せられた相談には、情報管理委員会・FT委員会・人事部と連動して対応を行っています。また、相談内容は、月次レポートや四半期ごとに開催している企業行動委員会の中で各部と共有しています。2012年度は「行動指針のガイドライン」を改定し、従業員教育の深耕を図り、問題解決に取り組めます。

#### 2011年度相談内容の内訳

受付件数 90件（前年度比 107%）



#### 相談者の内訳



# (株)セブン銀行

2011年度末のATM設置台数: 16,632

Webサイト: <http://www.sevenbank.co.jp/corp/csr/>

## 環境負荷の低減

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●第3世代ATMへの入れ替え</li> <li>●7月～9月に、ATM1台当たりの電力使用量を前年度比15%削減</li> <li>●7月～9月に、オフィスでの電力使用量を前年度比20%削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新たに約2,700台を入れ替えし、2011年度末で約17%にあたる約2,900台の入れ替えを完了</li> <li>●セカンドディスプレイの輝度下げや省エネモード突入時間の短縮などの節電施策により、7～9月のATM1台当たり約15%の節電達成</li> <li>●照明の間引きやこまめな電源OFFにより、前年度比で約20%の節電達成</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●プリンター・FAX・コピーの複合機導入や社内OAシステムの変更などによるオフィスの節電を工夫していく</li> <li>●第3世代ATMを約4,900台入れ替えし、2012年度末で7,800台(全体の約45%)とする</li> <li>●自主的な節電および社会の要請に基づいた節電施策の実施</li> </ul>
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●リサイクルペーパーの継続採用</li> <li>●グリーン購入比率の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●リサイクルペーパーの継続採用</li> <li>●54.2% (前年度67.0%)</li> </ul>	△	●グリーン購入、グリーン調達ガイドラインの策定
生物多様性への対応				
	●従業員とその家族を対象とした富士山麓の森での清掃活動の継続実施	●台風により中止	—	—
環境に配慮した商品の提供				
	●第3世代ATMを本格的に入れ替え	●全台数に占める第3世代ATMの割合：約17%	○	●全台数に占める第3世代ATMの割合：約45%
従業員への意識啓発				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●年2回の環境研修を継続実施</li> <li>●イントラネットなどを活用した環境情報を継続発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●上期・下期ともにそれぞれ300人以上の従業員が環境研修を受講</li> <li>●グループでの省エネキャンペーンやエコプロダクツ展などの環境関連情報を発信</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●セブン&amp;アイグループ主催の環境ボランティア活動への積極的な参加</li> <li>●セブン銀行自主プログラムによる環境ボランティア活動の実施</li> </ul>

### 環境関連データ

課題	単位	2009年度	2010年度	2011年度
OA用紙発注量	千枚	8,080	7,152	6,898
オフィスでの電気使用量*	MWh	1,416	1,501	1,204

\* テナント入居のため一部把握できていない使用量もあります。また、2010年度から拠点が増加していますが、電気使用量はそれらを含め総量で記載しています。  
有人店舗・直営ATMコーナーを含みます。

### TOPICS

#### 第3世代ATMにおける環境配慮

セブン銀行では、2010年から第3世代目となる新型ATMへの入れ替えを進めています。この第3世代ATMでは、取引時間以外を常に省エネモードにするほか、お取引画面とセカンドディスプレイをLEDにしました。これらによって、第2世代と比べて1台当たりの消費電力量を約48%削減。さらに、省資源の観点から、長寿命部品やリサイクル可能な素材を使用しています。2011年度末までに全台数の約17%にあたる約2,900台の入れ替えが完了しました。2012年度末までには、さらに約4,900台の入れ替えをすることで、全台数の約45%を第3世代型に移行することを予定しています。



第2世代(左)から、第3世代(右)のATMへ

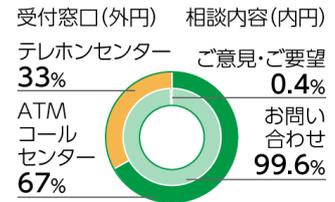
## 安全・安心な商品とサービスの提供

### お客様相談受付関連データ

セブン銀行のお客さまサービス部は、「BEST FOR YOU（お客さまに最善を尽くす）」をスローガンに掲げ、年間 64 万件以上寄せられるお客さまの声を集約するとともに、その内容を関係部門や経営層と共有するなど、対応やサービスの改善を通じたお客さま満足度（CS）の向上をめざしています。

### 2011 年度相談内容の内訳

647,572 件



※ 2011 年度から集計方法を変更しました。

### 2011 年度の活動目標・実績と 2012 年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011 年度の目標・計画	2011 年度の実績・成果	評価	2012 年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●東日本大震災時のBCM（業務継続マネジメント）とBCP（業務継続計画）を検証し、見直しをする</li> <li>●ATMでの海外送金サービスを開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●首都圏直下型地震を想定した新しいシナリオを追加し、BCPを再構築</li> <li>●2011年3月に開始</li> </ul>	○	●新たなシナリオを加えた総合的な訓練・研修の実施
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	●音声ガイダンスサービスのさらなる認知促進	●音声ガイダンスキャンペーンを実施。期間中46日間の取引件数：2,018件（前年同期比25%増）	○	●ATM画面表示のわかりやすさの追求
お客様の声への誠実な対応（体制）				
	●CS（お客様満足）の新しい発見をめざすディスカバーミーティングの本格化	●ディスカバーミーティングを3回実施（各部より74人が参加）	○	●さらなるCS向上実現に向けて指標づくりなどを検討

## 地域社会との共生

### 2011 年度の活動目標・実績と 2012 年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011 年度の目標・計画	2011 年度の実績・成果	評価	2012 年度の目標
育児・高齢者支援など				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●読み聞かせ絵本「ポノロン」の継続配布</li> <li>●読み聞かせ会の継続実施</li> <li>●ポノロンキャッシュカードの発行枚数に応じて子ども関連施設に絵本を寄贈</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●継続配布（2012年2月で通巻41号）</li> <li>●読み聞かせ会を12回実施、327人が参加（社員31人が運営）</li> <li>●10,002枚を発行し、全国約3,000箇所の児童館に絵本を寄贈</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●児童館等地域での読み聞かせ会を開催</li> <li>●絵本寄贈の継続</li> <li>●被災地の児童館復興協力の検討</li> </ul>
地域活性化への協力				
	●社員のボランティア活動機会の継続提供	●毎月ボランティア情報をイントラネットで発信	○	●ボランティア休暇制度導入に向けて検討
災害時の支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ATMの安定稼働の継続</li> <li>●移動型ATMで、被災地での現金ニーズに対応</li> </ul>	●5～8月に移動ATM3台で被災地の現金ニーズに対応	○	—
地域防犯対策				
	●金融犯罪撲滅に向け、引き続き警察と連携	●警察への協力数：56,016件	-	●金融犯罪への速やかな対応と新しい手口による犯罪の情報収集に努める

## 働きがいのある職場づくり

### 2011年度の活動目標・実績と2012年度の目標

○：達成 △：わずかに届かず ×：大きく未達成

課題	2011年度の目標・計画	2011年度の実績・成果	評価	2012年度の目標
能力向上支援				
	●外国語でコミュニケーションがとれる人材の育成	●通信教育や TOEIC 受験、外部語学研修などの支援（支援者数：20人）	○	●研修を継続
ワークライフバランスの実現				
	●ワークライフバランスの継続支援 ●男性の育児休暇取得を促進	●支援実施年度を2012年度に変更 ●男性の育児休暇取得者数：0人	×	●育児休業制度の充実
多様な人材の活用				
	●パートタイマーと派遣スタッフの継続採用 ●障がい者法定雇用率の維持	●パートタイマーを一部契約社員に、派遣スタッフを一部直雇用化 ●障がい者雇用率2.06%と、法定雇用率を達成	○	●障がい者雇用率維持のための取り組み継続
労働安全衛生への配慮				
	●外部医療機関との連携によりメンタルヘルス問題への対応を強化 ●保健師による面接指導の継続	●外部医療機関（EPA 業者・産業医）との連携を強化 ●保健師による面接指導の実施	○	●連続休暇の取得徹底 ●定時退社週間実施の徹底・工夫と検証

### 人事関連データ

従業員の内訳（2012年3月末）		（人）
正社員		324
	男性	265
	女性	59
パートタイマー※1		68
契約社員		50
嘱託社員		35
新卒採用者数	4（男性2、女性2）	
中途採用者数		39
再雇用者数		35

	2009年度	2010年度	2011年度
正社員平均勤続年数※2	3年10カ月	4年6カ月	5年3カ月
育児休暇取得者数（うち男性、パートタイマー）	2人（0、0）	6人（0、0）	4人（0、0）
介護休暇取得者数（うち男性、パートタイマー）	0人	1人（1、0）	0人（0、0）
ボランティア休暇取得者数	制度なし	制度なし	制度なし
女性管理職比率※3	5.5%	7.3%	8.3%
障がい者雇用率※4	1.82%	1.97%	2.06%
正社員有給休暇取得率※5	88.0%	81.8%	75.8%
労働災害発症率	0.00	0.00	0.00
労働災害強度率	0.00	0.00	0.00

※1 1日8時間換算による月平均人員。

※2 会社設立は2001年。

※3 役員を除く。

※4 2010年7月の法改正にともない、2010年度から算出方法を変更しました。

※5 前年度繰越分は含まない。

### 従業員相談受付関連データ

セブン銀行ではコンプライアンスの徹底に向けた体制を整えるとともに、全従業員に浸透を図るため、朝礼時にコンプライアンス関連規程を読み合わせています。また、コンプライアンスに関して気になることが起こった場合の相談先や利用ルール・相談方法などを携帯できる小冊子にまとめ、全従業員に配布しています（右写真）。

2011年度の相談実績は、正社員とパートタイマーからコミュニケーションに関する相談を各1件、計2件受けました（前年度は1件）。



コンプライアンス相談制度ご利用ガイド

## 温室効果ガス排出量検証報告書

株式会社セブン&アイ・ホールディングス 御中



**BUREAU  
VERITAS**

2012年8月17日



ビューローベリタスジャパン株式会社  
システム認証事業本部

ビューローベリタスジャパン株式会社(以下、ビューローベリタス)は、セブン&アイ HLDGS. CSR Report 2012 において株式会社セブン&アイ・ホールディングス(以下、セブン&アイ)により報告される、2011年3月1日から2012年2月29日の期間の温室効果ガス排出量に対して限定的保証業務を行った。

### 1. 検証範囲

セブン&アイはビューローベリタスに対し、以下の温室効果ガス情報の正確性について検証し限定的保証を行うことを依頼した。

#### 1) スコープ 1 及びスコープ 2 温室効果ガス排出量

下記の店舗運営にともなうエネルギー消費による CO<sub>2</sub> 排出量

株式会社セブン-イレブン・ジャパン	14,005	店舗
株式会社イトーヨーカ堂	173	店舗
株式会社ヨークベニマル	176	店舗
株式会社そごう・西武	29	店舗
株式会社セブン&アイ・フードシステムズ	617	店舗

### 2. 検証方法

ビューローベリタスは、ISO 14064-3(2006): Greenhouse gases - Part 3: Specification with guidance for the validation and verification of greenhouse gas assertions の要求事項に従って検証を行った。

ビューローベリタスは、限定的保証の一環として以下の活動を行った。

- ・温室効果ガス排出量を特定し算定する責任のあるセブン&アイの関係者へのインタビュー
- ・セブン&アイの温室効果ガス排出量を決定するために用いられた情報に対する、情報システムと収集・集計・分析方法の確認
- ・温室効果ガス排出量の正確性を確認するための元データのサンプル監査

### 3. 結論

実施した検証作業とプロセスによれば、温室効果ガス主張が以下であることを示す証拠は認められなかった。

- ・著しく正確性を欠き、温室効果ガス排出量データ及び情報を適切に表していない
- ・セブン&アイが定めた温室効果ガス排出量算定方法に従って作成されていない

検証された温室効果ガス排出量	
スコープ 1 149,000 t-CO <sub>2</sub> e	スコープ 2 1,560,000 t-CO <sub>2</sub> e

#### 【独立性、公平性及び力量の声明】

ビューローベリタスは、独立保証業務の提供に 180 年の歴史を持つ、品質・健康・安全・社会・環境管理に特化した独立の専門サービス会社です。検証チームメンバーは、当該任務の要求の範囲外において、セブン&アイとのビジネス上の関係は有していません。ビューローベリタスは、日常業務活動におけるスタッフの高い倫理基準を維持するため、倫理規定を導入しています。検証チームは、環境・社会・倫理・健康・安全の情報・システム・プロセスに対する保証について広範囲な経験を有すると共に、ビューローベリタスの温室効果ガス排出量データ検証方法に対する優れた理解を有しています。

# 受賞歴・社外からの評価

## 2011年度の主な受賞や評価

評価や賞の名称	主催者や授与団体	評価理由	対象
「CSR Report 2011」が「第15回環境報告書・サステナビリティ報告書賞」において「サステナビリティ報告書部門 優良賞」を受賞	東洋経済新報社とグリーンリポーターフォーラムの共催	CSR マネジメントの体制がしっかり構築されており、目標と実績の管理も明確である点	(株) セブン&アイ・ホールディングス
「第2回 かながわ地球温暖化対策大賞」を受賞	神奈川県	店舗の照明・看板のLED化、太陽光発電パネル、スマートセンサーの導入などを評価	(株) セブン-イレブン・ジャパン
「省エネ・照明デザインアワード 2011」商業・宿泊施設部門で優秀事例として選出	環境省	最新鋭の環境配慮型店舗を評価	(株) セブン-イレブン・ジャパン
「千代田区環境フェスタ 2012」でセブン-イレブン・ジャパンが「地域貢献部門賞」を、そごう・西武が「環境教育部門賞」を受賞	東京都千代田区	「千代田区温暖化配慮行動計画書制度温暖化配慮行動計画書兼報告書」で報告した青少年育成支援と、従業員への環境教育をそれぞれ評価	(株) セブン-イレブン・ジャパン、 (株) そごう・西武
第15回「企業の環境経営度調査」小売・外食部門1位	日本経済新聞社	従業員の声を取り入れながら各店で環境活動を行っている点、グリーンラッピングやグリーンカーテン等の活動を推進している点	(株) そごう・西武
「2011年地域企業エネルギー管理大賞」を受賞	「エネルギー技術者協会」	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点	7-Eleven, Inc.
「第4回神奈川県バリアフリー街づくり賞」をアリオ橋本が受賞	神奈川県	どなたでもご利用しやすいように配慮された設備が備わっている点	(株) イトーヨーカ堂、 (株) モール・エスシー開発
「平成23年度 第5回製品安全対策優良企業表彰」の大企業小売販売事業部門で「経済産業大臣賞」を受賞	経済産業省	独自の品質基準の策定・運用、プライベートブランド製品の安全性の確保、取引先を含めた製品安全文化が構築されている点	(株) イトーヨーカ堂
「フード・アクション・ニッポン アワード 2011」製造・流通・システム部門で最優秀賞を受賞	フード・アクション・ニッポン アワード主催 (共催 農林水産省)	お弁当やお惣菜に国産野菜を多く用いており、食料自給率向上に寄与する点	(株) セブン・ミールサービス
「全国盲導犬施設連合会」から感謝状を受領	「全国盲導犬施設連合会」	1991年から毎年6月に行っている盲導犬募金活動に対する評価	(株) イトーヨーカ堂、 (株) ヨークマートなど
盲導犬育成9団体から感謝状を受領	①(公)日本盲導犬協会 ②(公)アイメイト協会 ③(公)北海道盲導犬協会 ④(公)東日本盲導犬協会 ⑤(財)中部盲導犬協会 ⑥(公)関西盲導犬協会 ⑦(社福)日本ライトハウス ⑧(社福)兵庫盲導犬協会 ⑨(公)九州盲導犬協会	店頭募金と会社・労働組合・社員による募金活動を継続して行っている点、お客様へのPR活動を年2回全店で開催している点に対して評価	(株) そごう・西武
「臓器提供意思表示カード」の普及活動に対して、「普及啓発推進功労感謝状」を受領	厚生労働大臣	1999年から店舗でカードを設置し、地域の方々の意思表示カードの入手を容易にできたことに対する評価	(株) セブン-イレブン・ジャパン、 (株) イトーヨーカ堂など

## SRI (社会的責任投資) に関する主な評価 (2012年9月13日現在)

セブン&アイ HLDGS. は以下のSRIの構成銘柄に選ばれています。



Dow Jones Sustainability World Index



モーニングスター  
社会的責任投資株価指数



ETHIBEL Excellence



ETHIBEL  
Sustainability Index Global

# 「CSR Report 2011」への読者アンケート結果

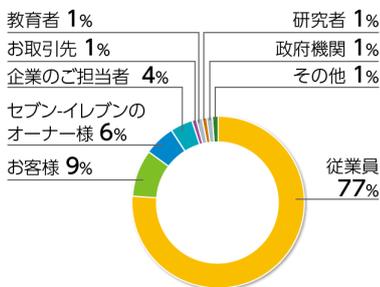
「CSR Report 2011」の読者アンケートに対して、154 通のご回答をいただきました。集計結果を以下に報告いたします。なお、2012 年 2 月末までにいただいた 153 通のご回答を、153 本の植樹につなげました (→P.27)。ご協力いただいた皆様に御礼申し上げます。

2012 年秋からは、Web サイト上で読者アンケートにご回答いただける仕組みを導入しました。今後もステークホルダーの皆様からのご意見をレポートづくりや活動に取り入れていきますので、率直なご意見を賜りますようお願い申し上げます。

## 「CSR Report 2011」読者アンケート結果

アンケート回収枚数：154

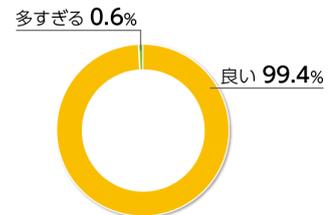
### Q,回答者の立場



### Q,レポートのわかりやすさ



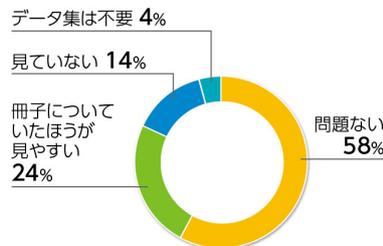
### Q,ページ数、情報量



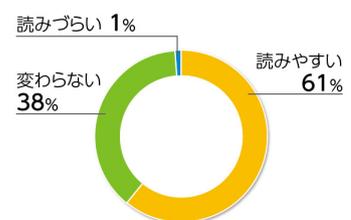
### Q,興味をもたれた項目 (複数回答可) の上位 5 項目

- 1 位 東日本大震災への対応
- 2 位 安全・安心な商品とサービスの提供
- 3 位 トップコミットメント
- 4 位 働きがいのある職場づくり
- 5 位 地域社会との共生

### Q, Web サイトのデータ集について



### Q, 2010 年のレポートに比べて (レポートをご覧になった方のみ)



### Q, レポートやグループの CSR 活動についてのご意見やご要望と、それに対する対応策

読者の声	それに対する対応
取り組みをもっとアピールしたほうがよい	<ul style="list-style-type: none"> <li>・目立った取り組みに特に焦点を当てた紙面づくりを心掛けました。</li> <li>・全ページの中から抜粋した「ダイジェスト版」を発行することで、手に取りやすい冊子としました。</li> <li>・CSR 活動を紹介した冊子を別途発行する事業会社が増えました。</li> <li>・Web サイトに、社員が最新の活動を紹介する「CSR アクション」というコーナーを新たに開設しました。</li> </ul>
文字が小さい	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小さな文字を使わないよう努めました。</li> <li>・PDF のページ単位を、見開きの 2 ページから 1 ページ単位に変更しました。</li> </ul>



株式会社 **セブン&アイ** HLDGS.

CSR統括部

〒102-8452 東京都千代田区二番町8番地8

TEL. 03-6238-2448

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

**UD FONT**

ユニバーサルデザイン(UD)の考え方にに基づき、株式会社モリサワが開発したより多くの人に見やすく読み間違えにくいデザインの文字を採用しています。