安全・安心な商品とサービスの提供

生産方法や流通履歴を重視するとともに
自営農場を作り、品質を確保しています。

「顔が見える野菜。果物。」の合計品目数

188品目

生産地や生産方法、流通履歴を重視した商品を追求

セブン&アイ*HLDGS*.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。また、店舗では商品の品質検査を徹底しているほか、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。

例えば、イトーヨーカドーは「安全のための生産者の真摯な取り組み」をお客様に公開する、プライベートブランド「顔が見える食品。」を2002年から販売しています。その主力商品である「顔が見える野菜。果物。」は、2013年2月末現在、188品目まで拡大しています。

より安全な食品を提供するため「JGAP」認証の取得を推進

「顔が見える野菜。果物。」は、品質管理レベルのさらなる向上のため に、JGAP（Japan Good Agricultural Practice）の 認証取得に取り組んでいます。

JGAPとは、農林水産省が導入を推奨する農業生産工程管理手法の1つで、安全性向上や環境保全を図るために、日々の農場管理の中で実践すべき基準を定めたものです。

イトーヨーカドーでは、2013年2月末現在、13産地で認証を取得しており、今後3年間で50産地までの取得拡大を目標としています。

❶「顔が見える野菜。」のトマト
❷ 店頭に並ぶ「セブンファーム」のほうれん草
❸「2012年GAP普及大賞」の受賞楯
❹ セブンファームで収穫した野菜

“環境循環型農業”を追求する「セブンファーム」

イトーヨーカドーでは、「農業をお手伝いしたい」「リサイクルを進めていきたい」を基本理念として、2008年より農業事業会社「セブンファーム」を全国に設立しています。展開地域は、1都1道6県※と全国9カ所まで広がっています（2013年7月末現在）。

「セブンファーム」の特長は、店舗から排出される食品残さから堆肥を作り、その堆肥を使って作物を栽培。収穫した作物をイトーヨーカドーの店舗で販売する「環境循環型農業」を行っていることです。また、安全・安心を確保するために残留農薬検査をはじめ、土壌や放射性物質の検査を実施しています。

さらに、農産物のより一層の安全性を確保するため、2009年に「セブンファーム富里」がJGAP認証を取得。今後は全拠点での認証取得を目指していきます。

※北海道、茨城県、埼玉県、東京都、千葉県、神奈川県、愛知県、新潟県

「2012年GAP普及大賞」を受賞

こうした取り組みが評価され、「顔が見える野菜。果物。」と「セブンファーム」の取り組みが、流通業として初めて日本GAP協会の「2012年GAP普及大賞」を受賞しました。

今後も生産者と小売りの共通認識のもと、積極的にJGAPを活用して、安全性を確保していきます。

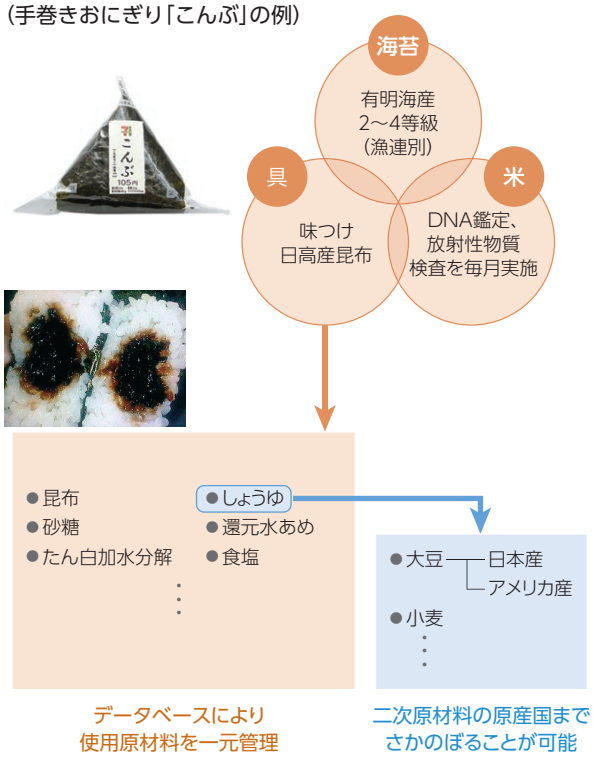
商品とサービスの品質・安全性の確保

セブン-イレブンでは、販売している米飯や惣菜など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、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、どの工場で、どういった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社を超えるお取引先のメーカーおよび約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、万が一原材料に問題が判明した場合も、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、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-イレブンの米飯・サンドイッチ・サラダ・惣菜のオリジナル・デイリー商品は保存料、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）



トランス脂肪酸を削減

セブン-イレブンは、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年から推進し、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います。

例）「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	**2013年**
1.86g	0.18g	0.15g	**0.14g**

低アレルゲンメニューを拡大

セブン＆アイ・フードシステムズのデニーズは、特定原材料不使用のメニューの拡大に取り組んでいます。2012年度には、新商品「低アレルゲンバーガープレート」と、ネットでの「米粉パンのハンバーガーキット」の販売を開始。安心して本格的な味が楽しめる商品を増やしました。

安心して利用できる店舗・設備の整備

お客様に安心してお買物をしていただけるよう、セブン＆アイ*HLDGS.*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。

お客さま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さまへの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

適切な情報開示

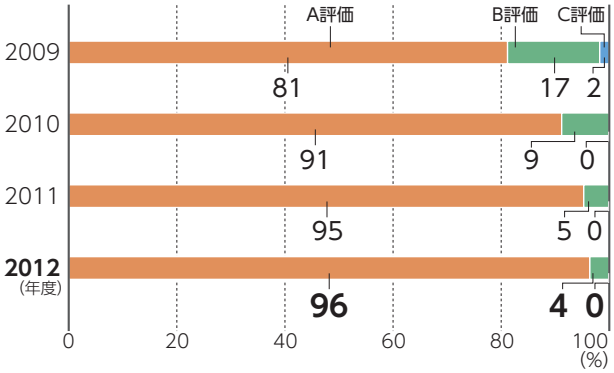
セブン＆アイ*HLDGS*.は、商品や価格についてお客様が必要とする正確な情報の開示に努めています。また、食品衛生法で表示が義務づけられているアレルギー物質に加えて、表示が推奨されている品目も表示しています。

一方、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6月に、グループ各社の仕入担当者および販売促進担当を対象とした「景品表示法」の運用に関する合同研修会を開催しました。316名が参加して、法令で禁止されている不当表示や過大な景品の提供についての教育を実施しました。

表示確認を継続実施

イトーヨーカドーは、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体策を講じています。

店舗表示チェックの結果



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

お客様の声を活かしたサービスの向上

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*HLDGS*.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。

お客様の立場で改善を継続

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」を委託し、接客だけではなく売場づくりや品揃えなどに関するお客様の視点でのご意見を集めていただき、改善の参考にしています。

セブン＆アイ・フードシステムズでは覆面調査を1店舗当たり年6回実施。店長や地区責任者を経験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して問題点を洗い出しています。さらにデニーズではWebサイトで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。

ATMに音声ガイダンスを搭載

セブン銀行では、視覚障がいなどでタッチパネルを操作できない方向けに「音声ガイダンス取引サービス」を開発しました。ATM備え付けのインターホンの音声ガイダンスに従って操作することで、お引出し、お預入れ、残高照会が可能です。このサービスは、提携する520社以上の金融機関のお客様にご利用いただけます。

視覚障がいのある方にご意見を伺いながら開発