

海外での取り組み

セブン&アイHLDGS.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**54,000**店※

※ 店舗数(日本は2014年2月末、その他の国・地域は2013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
- 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

中国事業

セブン-イレブン北京有限公司
150店舗



エリアライセンス: 1,716店舗

セブン-イレブン天津有限公司
56店舗



セブン-イレブン成都有限公司
79店舗



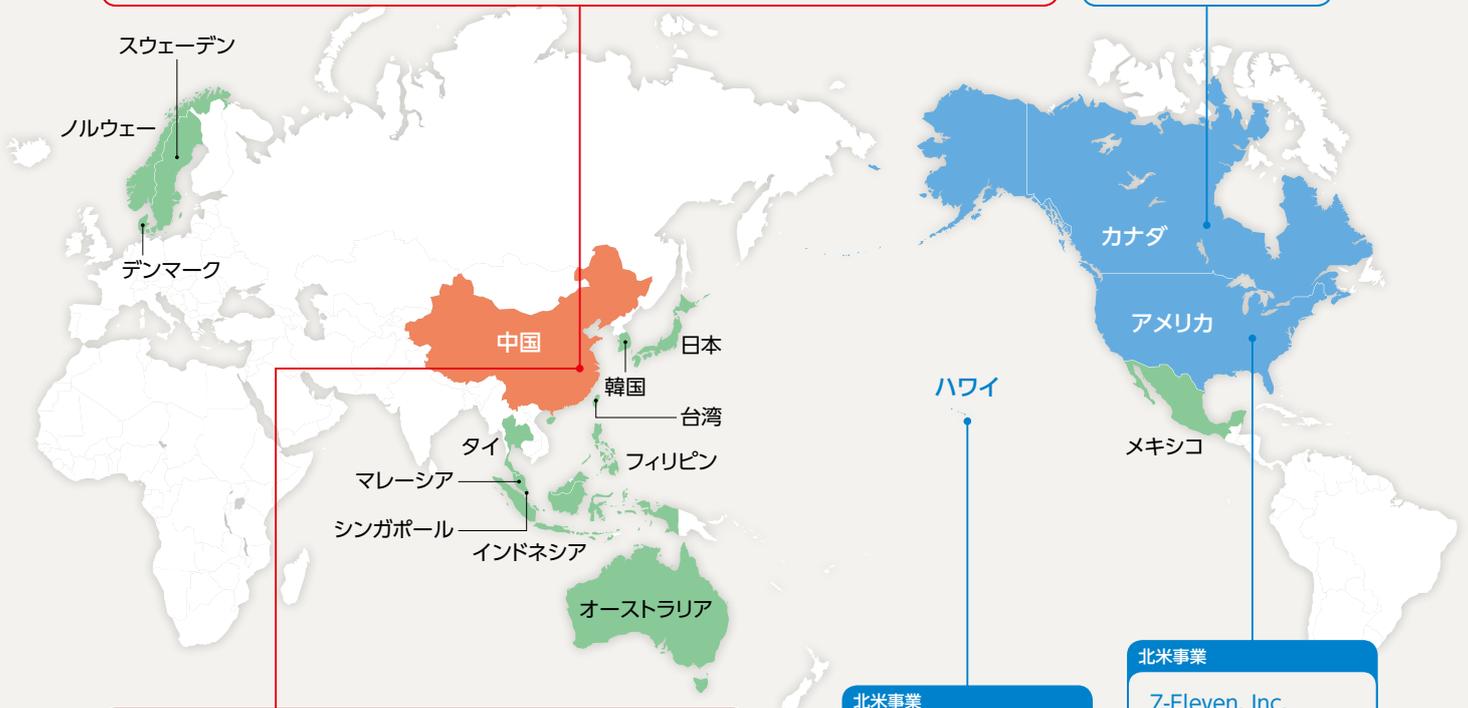
▶▶P.72

北米事業

7-Eleven, Inc.

カナダ: 486店舗

▶▶P.66



中国事業

華糖ヨーカ堂有限公司
9店舗



そごう 3店舗
AllDay's 1店舗

成都イトーヨーカ堂有限公司
5店舗



▶▶P.75

北米事業

SEVEN-ELEVEN
HAWAII, INC.

59店舗



▶▶P.70

北米事業

7-Eleven, Inc.

アメリカ: 7,806店舗

エリアライセンス:
290店舗



▶▶P.66

※ この後のページではエリアライセンスとそごう、AllDay'sを除く会社の取り組みを主に紹介します。中国事業のセブン-イレブンは、「セブン-イレブン(中国)投資有限公司」の子会社(出資比率が50%超)の3社について紹介します。

7-Eleven, Inc. (アメリカ7,806店舗、カナダ486店舗)

沿革

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。2013年12月末現在、店舗数はアメリカに7,806店舗、カナダに486店舗を展開しています。

環境負荷の低減

7-Eleven, Inc. は、消費する資源や廃棄物、CO₂の排出など、事業に伴う環境負荷の低減に取り組んでいます。2013年度は、さまざまな取り組みによって25万8,000トンのCO₂排出量削減効果と、4,200万ドルのコスト削減効果をあげました。

省エネルギーの推進

省エネ店舗の標準設備としてLED照明を採用しており、新店オープンと既存店の改装時に設置しています。LED照明は省電力であり寿命が長くメンテナンスも少ないため廃棄も減ります。水銀を含む蛍光灯と異なり危険物質を含みません。ほかにも光害を減らし、地域の夜間の光度や輝度の規制を満たすという効果もあります。2011年に設置を開始し、現在は4,500を超える店舗でLED照明を使用しており、CO₂削減に大きく貢献しています。



LED照明の設置前(左)と設置後(右)

店舗での節水策

水使用量を減らすため、2012年度に新たな節水型の蛇口を新店すべてに導入を開始。それ以降、この蛇口を新店の標準仕様としています。

包装における環境配慮

木材は持続可能な資源であり、7-Eleven, Inc. は容器の多くに紙を使用しています。また、商品の品質保持や安全性を確保しつつ、容器・包装の使用量削減に努めるため、適正サイズと使用する素材の選定に注力しています。

2013年度にはホットドッグの紙容器のデザインを見直したことで、製造時に使用するボール紙の使用量を2% (年間使用量の50トン相当)削減することができました。



7-Eleven, Inc.の店舗数と店舗運営に伴う環境関連データ

	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度 目標
店舗数	7,149	8,118	8,292	8,372
電気使用量 (GWh)	1,771	1,854	2,099* ¹	2,201
CO ₂ 排出量* ² (千t-CO ₂)	1,138	1,203	1,011* ³	1,061
水使用量 (千m ³)	5,955	6,707	8,966* ¹	8,822
レジ袋使用量 (t)	1,496	1,390	2,985* ⁴	2,891

※1 使用量が把握できない店舗は推計値を用いて算出。

※2 2012年度分まではアメリカとカナダそれぞれUS EPAの平均排出係数で算出。2013年度分のアメリカ分はUS EPAのジップコード別カーボン排出量に沿った排出係数で算出。カナダ分は「2014 CLIMATE REGISTRY TABLE 14.2 Canadian Emission Factors for Electric Grid by Province」に沿って算出。

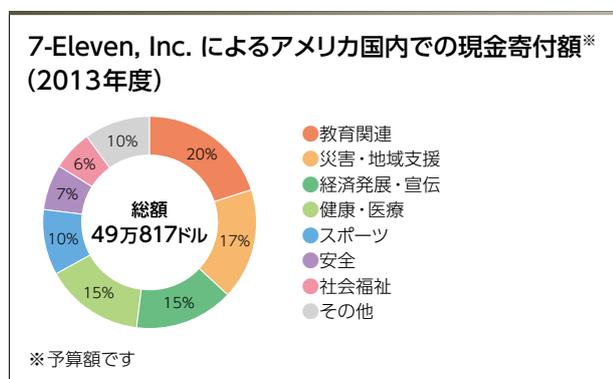
※3 第三者審査を受けています。

※4 店舗数と売上の増加のために、使用量が増えました。

地域社会との共生 (アメリカ)

7-Eleven, Inc.は、良き企業市民としての責任を果たし、出店地域に貢献することを目指して、本部と加盟店が一体となった社会貢献活動を推進しています。活動の中心となる分野は、青少年の育成、地域の安全、飢餓の救済、軍人への支援です。

2013年度は、お客様・加盟店・従業員および本部からの募金、物品提供、ボランティア活動などを通じ、金額換算で約300万ドル以上の支援を、1,000を超える団体に対して実施しました。



青少年の育成

子どもの良い行動を大人がきちんと認めて褒めることは、非行や犯罪を防止する長期的な効果が期待できます。

子どもたちに良い行いをうながし、そのごほうびとなるよう、7-Eleven, Inc.は各地の警察に炭酸飲料「スラーピー」の無料引き換えクーポン券を配布する「オペレーション・チル」活動を実施しています。警察官は巡回中に子どもに目を配り、困っている人を助ける、自転車やスケートボードに乗っている際にヘルメットをかぶる、地域の活動に参加する、犯罪を抑止するといった良い行動をする子どもを見かけたら話しかけ、クーポン券を渡し

ます。この活動は青少年と警察官が日常的に会話をして信頼関係を築く機会づくりにも役立っています。2013年度は夏季から9月の新学期にかけて、600以上の都市の子どもたちに配布されました。



活動資金の不足に困っている学校や青少年のスポーツ団体に対して、7-Eleven, Inc.は子どもたちの健やかな成長の機会を資金面で支える新たな取り組みを開始しました。

各店舗の店長から、助成を必要としている近隣の学校やスポーツ団体への補助金申請が7-Eleven, Inc. 本部にされます。支援金は加盟店と本部で用意し、子どもたちが楽しんで学校に通い続けるために支援が必要な研究活動や、課外活動、運動活動に対して提供しています。2013年度、本部と加盟店は380件、約14万ドルを学校と団体に寄付しました。この支援金は学校図書や校外学習、遊具・運動設備などに使われました。



地域の安全

7-Eleven, Inc.と地域住民が共に安全性を高めるために、「ナショナル・ナイト・アウト®」をはじめとした地域活動に参加しています。「ナショナル・ナイト・アウト®」とは住民と警察官が交流を深めることを目的としたイベントで、全米各地で開催され、市民、警察官、市議会委員、自治体の職員も参加しています。皆が団結して犯罪抑止と薬物防止に対する関心を高め、地域全体で犯罪者に立ち向かうというメッセージを発信しています。

2013年度、7-Eleven, Inc.はこのイベントに多数参加し、地域の安全性への取り組みや、「オペレーション・チル・宣誓」を通じた青少年の育成活動を紹介しました。子どもたちは、法律を遵守し危険な行動をせず、良き住民であることを宣誓します。

飢餓救済

米国農務省によると、アメリカで、十分な栄養をとれていない18歳未満の子どもは1,600万人にのぼります。7-Eleven, Inc. はすべての子どもの心と体の育成には、健康的な食事を十分に食べられる環境が必要だと考えています。

子どもの飢餓を解決するため、7-Eleven, Inc. は9月の飢餓救済月間にあわせ、飢餓救済のチャリティ団体として有名な「フィーディング・アメリカ」と組み、認知向上の活動と店頭募金を実施しました。集まった約17万ドルは、募金があった地域のフードバンク団体に送られ、130万食を超える食事として活用されます。



9月の飢餓救済月間には、食品飲料メーカーの「オーク・ファームズ・デイリー」とともにフードバンク「ノース・テキサス・フード・バンク」を支援するキャンペーンを実施しました。これは、テキサス州ダラス・フォートワース地域の7-Eleven店舗で、牛乳1ガロン(3.785リットル)を販売するごとに、7-Eleven, Inc. と「オーク・ファームズ・デイリー」から1食分に相当する金額を寄付する取り組みです。結果、両社で約8万食分相当の26,500ドルを提供しました。

そのフードバンクは、日持ちする上、栄養価が高い食べ物を詰めたパックを、給食が提供されない週末の食事として、子どもたちに配布しています。飢餓救済月間の開始時には7-Eleven, Inc. の従業員ボランティアがその子ども向け食事パックをつくる作業を手伝いました。



健康食品の拡大

健康志向のお客様に対応するため、果物や生野菜を各種販売しています。2013年度には、7-Eleven, Inc. のプライベートブランドである「7-Select®」でドライフルーツ、野菜チップス、ナッツ、バナナチップスなどの商品の販売を開始しました。



外出先でも手軽に食べることができるように容器で販売

社員の声



7-Eleven, Inc.
商品部シニアバイスプレジデント
Rebecca Frechette

簡単に食事を済ませたいと思うお客様は、健康的でかつ味に満足できる商品を求めています。健康志向のお菓子は、急成長している分野の一つです。私たちは健康的でおいしい商品を手頃な価格で各種提供していくことを目指して、取り組みを進めています。

従業員の能力開発支援

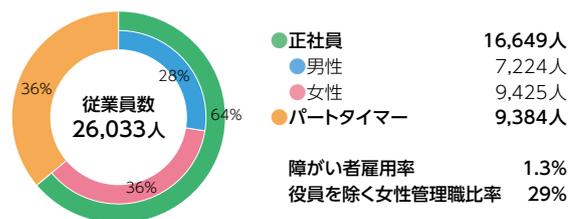
7-Eleven, Inc. は、アメリカとカナダを合わせて26,000人以上の自社従業員と、加盟店を含め8,292店舗を擁しています。企業の成長には従業員の能力を高めることが不可欠であるため、教育プログラムを充実させています。

例えば、OFC (店舗経営相談員)と本部従業員を対象とした教育カリキュラムに「セブン・エクセル・ユニバーシティ」があります。このカリキュラムはリーダーシップ

やマネジメント力、ビジネススキル(店舗運営・商品知識・業務プロセス)を向上させることを目的としています。2013年度には、このプログラムをモバイルでもアクセスできるようにするなど、より効果的に学習できるように改善しました。

その他、2013年度は店舗運営者に役立つよう「優れた従業員の採用」「業務内容の教育」「お客様への接客」の事例・手順・方法をまとめました。この情報は店舗で確認することが可能です。7-Elevenの店舗運営には、従業員の協力が重要な役割を果たします。店舗従業員の能力開発により、店舗の生産性とお客様満足度の向上に努めています。

アメリカとカナダの従業員関連データ
(2013年12月末現在)



TOPICS

海外の7-Eleven運営企業の取り組み

7-Eleven, Inc. は16の国と地域に「7-Eleven」のエリアライセンス権を付与しています。各国7-Elevenはそのエリアライセンス権を持つ企業が運営しており、ロイヤリティフィーが7-Eleven, Inc. の営業収入に計上されます。小売業として世界最大の店舗数を築いてきた7-Elevenの店舗数は、世界で5万店を超えます。ここでは、2カ国の7-Elevenの代表的な活動を紹介いたします。

タイで7,429店舗を運営するCP ALL Public Company Ltd.[Charoen Pokphand Group]では、以前からお客様を

巻き込んだ形でのレジ袋の削減に取り組んでいます。また、2013年には省エネ店舗を初出店しました。

韓国で7,085店舗を運営するKorea Seven Co., Ltd. [Lotte Group]は、フードバンクを通じて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%で乳幼児用の粉ミルクを寄付したりすることで、韓国社会福祉協会を支援しています。

※店舗数は2013年12月末現在です。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. (59店舗)

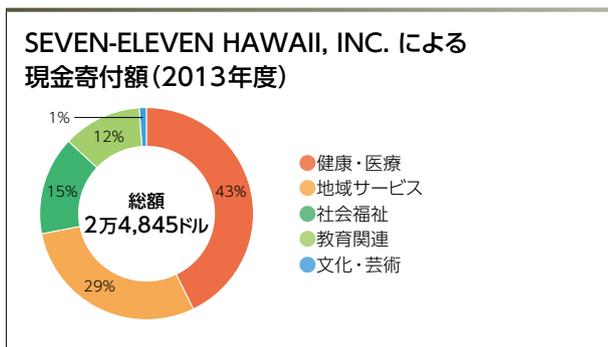
沿革

セブン-イレブン・ジャパンがアメリカサウスランド社(現7-Eleven, Inc.)から1989年にハワイ事業部を買い受け、SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. (以下SEH)は事業を開始しました。2013年12月末現在、オアフ島のほかマウイ島などに59店舗を展開しています。



地域社会との共生

良き企業市民として、SEHは子ども・教育・福祉・健康に関するNPOや活動を支援しています。2013年度、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15万ドル相当の支援を、94団体に対して実施しました。



フィリピン台風災害への救援募金活動

SEHではフィリピン系の従業員が多く働いており、その親族は今もフィリピンに住んでいます。2013年11月にフィリピンで発生した台風「ハイヤン」の被災者を支援するため、募金活動を2014年2月まで実施し、SEHを含むハワイ州の企業・市民から65万ドルが集まりました。この金額に「コンスエロ財団^{※1}」が同額を寄付し、合計130万ドルが「フィリピーノ・コミュニティ・センター^{※2}」に送られ、緊急時の食料、損壊した学校の補修などに活用されました。

※1 ハワイとフィリピンで活動する子どもや女性、家族の虐待防止とケアなどを目的にする財団

※2 ハワイでフィリピンの文化を伝えるセンターを運営

高齢者への支援

SEHは1978年から寄付金集めのためのチャリティ活動ゴルフトーナメント「セブン-イレブン・チャリティ・ゴルフ・クラシック」を開催しています。このチャリティで集まった金額を、2013年度は「ラナキラ・ミールズ・オン・ウィールズ」に寄付しました。ハワイでは高齢者の飢餓が問題となっています。そうした中、この団体はボランティアによりオアフ島内全域でお年寄りの自宅に栄養バランスがとれた食事を配達しています。

環境負荷の低減

SEHは電気使用量を削減する「エネルギー・スマート・プログラム」を2012年度から実施しています。2年目となる2013年度は、地元のコンサルティング会社やセブン-イレブン・ジャパンと連携しながら、新店や既存店の改装時に省エネを推し進めた結果、前年度比で電気使用量が98%、費用は96%になるという成果をあげました。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. の店舗数と店舗運営に伴う環境関連データ

	2011年度	2012年度	2013年度
店舗数	58	59	59
電気使用量 (MWh)	18,468	18,079	17,848

中国での取り組み

中国でコンビニエンスストアと総合スーパーストアなどを展開しています。

事業概要

コンビニエンスストア事業の概要

セブン-イレブン・ジャパンは2004年より北京市・天津市において中国でのコンビニエンスストア事業の本格展開を開始し、その後、成都市、青島市、重慶市へと出店を拡大してきました。

中国では国の政策により都市は近代化されており、屋台などの中国の伝統的な店舗が減少しています。そうした中、セブン-イレブンが安全・安心な食を提供することで、都市における近くて便利な生活インフラとして社会に貢献していくことを理念に掲げ、事業を行っています。



総合スーパーストア事業の概要

イトーヨーカドーは1996年に中国政府からの要請を受け、1997年9月には北京市に「華糖ヨーカ堂有限公司」を設立しました。これと平行して四川省成都市からも要請を受けて、1996年12月には成都市に「成都イトーヨーカ堂有限公司」を設立しました。

日本で培った「安全・安心な商品」の提供や丁寧な接客に加え、中国のお客様のニーズにあった品揃えやサービスを追求するとともに、中国国内からの商品調達や現地従業員による店舗運営など、「中国人の、中国人による、中国人のための店舗」を目指しています。



中国事業の強化に向けて

中国における積極的な業務拡大に向けた体制を確立するため、コンビニエンスストア事業の運営会社と総合スーパーストア事業の運営会社を傘下に置く統括会社（投資性会社）として「セブン-イレブン（中国）投資有限公司」と「イトーヨーカ堂（中国）投資有限公司」を2012年に設立しました。

CSR推進に向けて

近年中国では、急激な経済発展に伴い環境問題、労働問題が顕在化し、さらに中国政府の方針のもと、CSRの取り組みガイドラインや評価指標の策定、CSR評価ランキングの公表など、CSRへの関心が急速に高まっています。これまでのCSR活動を推進し、こうした中国社会の流れに対応するため、2014年2月にはセブン-イレブン（中国）投資会社、イトーヨーカ堂（中国）投資会社および両社傘下の子会社に

日本の事業会社が構築しているCSR推進体制（p7）と同じ体制を構築しました。

体制構築にあたり、2013年12月、セブン&アイHLDGS.のCSR責任者が中国を訪問し、CSRに関する基本的な考え方、日本のCSR推進体制と具体的な活動に関して董事長を含む日本人・中国人の幹部社員と共有しました。中国事業会社各社は新たに構築した体制の下、自社のCSR課題を特定し、それに基づき従業員へのCSR教育を行うことでCSRを推進していきます。



◎ セブン-イレブン北京(150店舗)、セブン-イレブン天津(56店舗)、セブン-イレブン成都(79店舗)

人材の育成・活躍支援

能力向上支援

店舗展開を進める上で、中国人従業員の育成・登用は不可欠です。店舗運営の経験を積み、高いコミュニケーション能力を持って加盟店オーナーとスムーズに交流できる人材、なおかつ店舗をより良くするという視点から仕事を考えられる人材の育成を目指して、さまざまな施策を実施しています。

社員はOFC(発注や品揃え、従業員の教育面など経営全般をさまざまな角度から加盟店にアドバイスをする店舗経営相談員)になる前に、トレーニングストアで勤務経験を積みます。セブン-イレブン成都では、その社員向け教育プログラムを改善し、入社からOFCになるまでの23カ月にかけて「基本4原則(フレンドリーサービス、クリンリネス、鮮度管理、品揃え)」、「単品管理」、「従業員の採用・教育・作業割り当て・評価」、「経営数値」などについて教育しています。一方、OFC向けの教育として数値改善・問題解決能力を高めることを目的に、2013年11月に各部門責任者が必要な知識を教える研修時間を設けるようにしました。また、OFCの店舗を見る力を向上させるために、地区ごとに実際の店舗に入り研修をしています。

セブン-イレブン北京では管理者を対象に、部下の育成方法や部下との円滑なコミュニケーション方法に関する研修を実施しています。本社業務社員の教育としては、2013年9月から10月にかけて、商品部・開発部・トレーニング部・財務会計部の計7名の社員が、セブン-イレブン・ジャパンの研修に参加し、効率的な仕事の進め



方を学びました。2014年度は、OFC向けに加盟店との円滑なコミュニケーションを向上させる研修を開催していきます。

公平な評価・処遇

3社では毎月の面談評価と年1回の年間評価を社員に実施しています。月間評価では、社員とその直属の上長(一次上長)が、各自が設定した月ごとの業務目標に対する達成度合いについて話し合います。年間評価では、各自の自己評価をまず一次上長が評価した上で、二次上長が評価と面談を実施します。管理者に対しては、毎月実施する部下の評価方法とその評価に応じた給与算出方法に関する研修を定期的に行っています。

職場環境の改善

セブン-イレブン北京の子会社であるセブン-イレブン天津では、セブン-イレブン北京のノウハウの習得に加え、従業員の声を聞いて働きやすい職場にしていくために従業員相談受付専用のメールアドレスを設けて、社内体制、社員の福利厚生、人間関係の悩みに関して従業員が自由に提案・相談できる環境を整えています。

女性の活躍推進

中国では、出産や育児に関する休暇を男女に手厚く与えるよう労働契約法で定められています。こうした法制度と実力本位の管理職登用が相まって、セブン-イレブン北京の役員を除く女性管理職比率は2013年12月末現在58.3%と、前年度の47.0%から大幅に増えました。2012年11月には、初となる中国人女性董事がセブン-イレブン天津で誕生しました。2013年にはセブン-イレブン北京の財務会計本部長の女性と人事部長の女性がそれぞれ副総経理に就きました。2014年2月にはセブン-イレブン成都の管理本部長の女性が副総経理に就き、女性の登用が進んでいます。

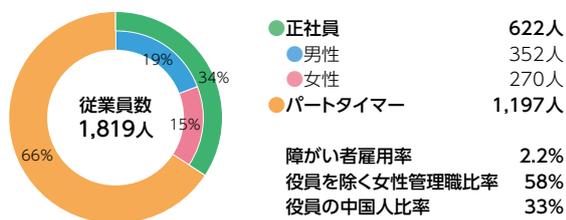
社員の声



セブン-イレブン成都
副総経理兼管理本部本部長
許亜利 (XU YALI)

入社前に成都イトーヨーカ堂有限公司で働いていました。その際に複数の部門でさまざまな経験を積むことができたため、コミュニケーション能力には自信があります。仕事から、政府・地域社会・マスコミの知り合いが多くいることで、セブン-イレブン成都の創業時から成長期に大いに貢献することが出来たと考えています。これから、自分の積み重ねてきた経験と人脈を最大限に活用し、会社の発展に力を尽くし、成都市民にとって「近くて便利」な店をつくるという会社の目標を達成するために、皆と一緒に頑張っていきます。

セブン-イレブン北京の従業員関連データ
(2013年12月末現在)



お客様満足度の向上

3社ではお客様の立場で商品・サービスを改善するため、お客様相談窓口を設けています。いただいた情報は内容ごとに分類し、各部署や店舗に発信しています。セブン-イレブン北京とセブン-イレブン天津では、お客様からのお褒めの言葉は、店舗からの申請に基づきOFCと関連部門によるチェックを経て、「総経理賞」として社内で表彰しています。

接客サービスの向上策として、3社では店舗でのフレンドリーさや業務能力が高いと判断される従業員を表彰する制度を設けています。この制度により、お客様へのフレンドリーさを高め、なおかつ従業員のモチベーション

を上げ、店勤務の定着率向上を図っています。また、セブン-イレブン北京とセブン-イレブン成都では優れた接客内容を全店舗に拡大させるため、店舗に配布する社内誌にその事例を掲示しています。

そのほかにも、お客様のニーズの変化を把握し商品と売場の改善、そして接客能力の向上につなげるため、セブン-イレブン天津とセブン-イレブン成都では商圈と時間帯別に、社員による入店調査とお客様へのアンケート調査を毎年実施しています。



セブン-イレブン成都で表彰された受賞者と経営層

地域社会との共生

セブン-イレブン北京では、2006年11月から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。

同基金会は、砂塵被害や砂漠化への対策として、市民の寄付金をもとに木を植え、北京および周辺地域に防砂林をつくる活動をしています。

セブン-イレブン成都は社会貢献活動が業界および政府から高い評価を得ており、成都小売チェーン協会、成都市商務局などから、2012年度は「小売業社会責任賞」を受賞し、2013年度は「年度公益貢献賞」を受賞しました。

募金額の推移

2011年度	148,586元
2012年度	164,884元
2013年度	112,406元



セブン-イレブン成都の活動事例

- ① [7月11日][11月7日]を「7-11 DAY」とし、地域社会への貢献と清潔な都市環境の整備への貢献を目的とした活動を2012年より実施しています。これまでに例えば店舗や本部周辺での清掃活動やポイ捨て禁止を伝え携帯用灰皿を無償で提供しました。



7-11 DAYではセブン-イレブンの環境保護の理念を市民に説明し、署名を募っています。

- ② 2013年からは脳に障がいがある児童・青少年が暮らす「善工家園」を、6月1日の児童節とクリスマスの際に董事長と社員が訪問。プレゼントを渡したり、授業に参加することで絆を深めています。



- ③ 2013年4月に発生した四川省雅安での大地震発生時には、いち早く被災地におにぎりや肉まん、ミネラルウォーターを届けました。迅速な取り組みはSNSやメディアで評価を受けました。

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2013年度、2店舗にLED照明をテスト導入しました。2014年度には、すべての既存店舗の照明をLEDにする予定です。セブン-イレブン天津では店頭看板のLEDはセブン-イレブン・ジャパンと同じメーカーのものを使用することでコストメリットを発揮しています。

セブン-イレブン北京の専用工場として、セブン-イレブン・ジャパンがわらべや日洋株式会社と合同出資した旺洋工場が2011年2月から稼働しています。中国で初めて弁当の生産許可認定を受けた工場であり、排水・廃油処理について模範的な設備を完備しており、環境にも配慮した工場です。また不要な食材は養豚場の飼料に利用されています。ほかにも、工場では地元出身の社員を積極的に雇用し、原材料も地元の業者から仕入れることで、地域経済の活性化に貢献しています。

セブン-イレブン北京の店舗数と環境関連データ

	2011年度	2012年度	2013年度
店舗数	147	200	150 ^{※3}
電気使用量(MWh)	13,216	20,675 ^{※1}	19,648
水使用量(千m ³)	55	82 ^{※2}	69

※1 政府によりガスの使用が規制されたことを受け、店内の厨房をガスから電気に変更しました。それにともない、2012年度は電気使用量が増えました。

※2 データの収集方法を変更しました。

※3 セブン-イレブン北京に含んでいた天津市内の店舗をセブン-イレブン天津に移管しました。それにより2012年度と比較して年度末の店舗数は大幅に減っています。

● 華糖ヨーカ堂・成都イトーヨーカ堂

中国人従業員の登用

「現地化」の基本方針のもと、中国人従業員の積極的な登用を進めています。中国人従業員主体の店舗運営体制を整備し、2013年12月末現在の役員を除く管理職に占める中国人の割合は華糖ヨーカ堂で94%、成都イトーヨーカ堂で86%となりました。店舗では、華糖ヨーカ堂で9店中7店、成都イトーヨーカ堂では全店で中国人店長が活躍しています。

また、中国では女性の登用も進んでおり、女性の管理職比率は、華糖ヨーカ堂が68%、成都イトーヨーカ堂が48%となっています。

従業員の能力向上支援

現地従業員のやる気を引き出し、各人の能力が最大限発揮されるように、研修制度を整備するとともに、従業員同士が競い合うさまざまなコンクールや表彰制度を導入しています。

また、成都イトーヨーカ堂では、幹部社員のコミュニケーション能力の向上やリーダーシップの発揮を目的に、2013年11月から社外講師による幹部社員育成プログラムを導入しました。この研修を通じて、幹部社員は部下を育成するという自らの役割を改めて認識し、部下の自主性を最大限引き出すコミュニケーション方法を学んでいます。

華糖ヨーカ堂の主なコンクール・表彰制度

成果発表会	半期ごとに開催 接客や販売促進・コスト削減・環境改善などの視点から個人または部単位で事例を報告し優れた事例を表彰
優秀社員表彰制度	会社への貢献度が高く模範となる従業員・お取引先・店中店(テナント)従業員を表彰
販売技能コンテスト	主な祝祭日に売上金額の伸びなどを競い合う社内でも上位3店舗の優秀店を表彰 店舗ごとにも5つの優秀部門を表彰
業務改善提案発表会	業務改善の提案を募集し、各店・各部門1名を選出し、提案の発表を行う

従業員の一体感を醸成する運動会の開催

成都イトーヨーカ堂は2011年から毎年、全従業員・全テナントが参加する運動会を開催しています。店舗ごとにチームを組み応援やさまざまな団体競技を通じて、従業員の一体感を醸成しています。また、一部のお取引先の幹部の方や地域のお客様にもご参加いただくことでお取引先や地域社会との交流の場にもなっています。

TOPICS

2014年5月に成都イトーヨーカ堂に初の中国人女性総経理(社長)が誕生しました



成都イトーヨーカ堂
総経理
金 暁蘇

私は、1998年に成都イトーヨーカ堂1号店出店の際に通訳として入社しました。最初は管理本部長の通訳を務めましたが、現場との橋渡しをする中で感じたことなどを、積極的に提案しました。それが認められて業務担当となり、その後も次々と責任ある仕事を任せられるようになりました。

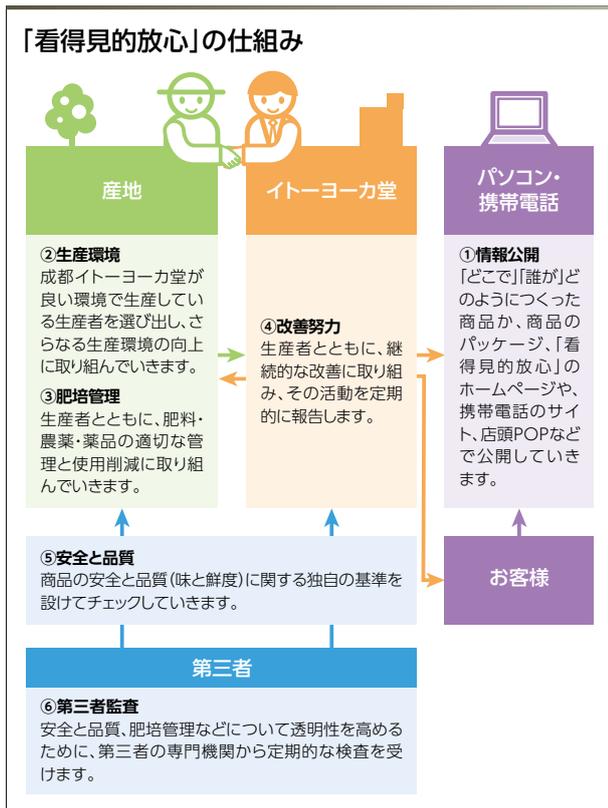
私が日本人幹部から学んだことは、誠実に仕事をするということ。そして、誠実に仕事に取り組み、それを認めてくれる会社であることを、私も周囲の人たちも実感しています。

成都イトーヨーカ堂は、中国社員・日本社員の隔てなく、誰もが自由に発言し、話し合っています。社員たちは積極的に提案し、会社の方針も自分のこととして受け止めて実行できます。これがチームワークと徹底力の基盤だと思います。

今後は総経理として、先輩たちが築いてきたこの社風を受け継ぎ、社員がやりがいを持って働ける企業として発展させていきたいと考えています。

「看得見的放心」(顔が見える食品。)の販売

成都イトーヨーカ堂は、中国国内で高まる食の不安の解消に向けて、2013年3月から日本で取り扱っている「顔が見える食品。」(P30参照)と同様のコンセプトで「看得見的放心」の販売を開始しました。この商品は、「どのような生産者」が「どこで」「どのように育てた商品なのか」を専用のウェブサイトで確認できます。お子様がいらっしゃるお客様、妊娠中のお客様など、特に安全・安心に関心の高いお客様から好評です。2013年12月末現在で、野菜33アイテム、果物11アイテムを販売しており、2014年1月には豚肉の販売を開始しました。さらにカットフルーツや牛肉・鮮魚の販売に向けて準備を進めています。



お客様の声の活用

よりよい商品・お店づくりのために、お客様の声を収集する「お客様の声ボックス」を全店舗に設置しています。華糖ヨーカ堂では、毎週各店のお客様相談室担当を

集めて会議を開催し、お客様の声を共有しています。成都イトーヨーカ堂では、週単位で収集されたお客様の声を関係部署・店舗に送り共有するとともに、毎月全店の幹部社員が集まりお客様満足度委員会を開催して、お客様からいただいた重要なお意見について改善策を検討しています。

環境負荷の低減

中国では深刻化する環境問題の解決のため、企業も取り組みを求められています。華糖ヨーカ堂は、北京市と省エネ目標責任書を締結し、2012年度から428標準炭トンのエネルギー使用削減を義務付けられ、空調の温度管理や照明時間の管理などを徹底して熱量の使用を削減したことで、427標準炭トンの削減を達成しました。2014年度はさらなる省エネに向けてLED照明の導入などを進める計画です。同様に成都イトーヨーカ堂も、成都市と省エネ目標責任書を締結し、春熙店の基本照明のLED化や電気使用管理のマニュアルの徹底などを通じて、1,002標準炭トンの大幅な削減を達成しました。2014年度は、LED照明の導入など設備の改善に努めるとともに、本部に省エネプロジェクトを店舗に省エネ実行チームを結成し、環境負荷の低減に向けた施策を検討・実行していく計画です。

華糖ヨーカ堂環境関連データ

	2011年度	2012年度	2013年度
期末店舗数	8	8	9
電気使用量(MWh)	55,847	54,609	56,232
水使用量(千m ³)	413	360	359

成都イトーヨーカ堂環境関連データ

	2011年度	2012年度	2013年度
期末店舗数	5	5	5
電気使用量(MWh)	61,378	84,226	77,169
水使用量(千m ³)	571	674	761