



公司概况 (截至2015年2月末)

公司名称 株式会社柒和伊控股

总部地址 邮编：102-8452
东京都千代田区二番町8番地8

设立时间 2005年9月1日

资本金 500亿日元

集团员工 148,307人
(包含换算后每月工作时间达163小时的临时员工)

事业内容 开展以便利店、综合超市、百货店、食品超市、食品服务、金融服务、IT/服务等各项事业为核心的企业集团的企划、管理和运营(纯粹控股公司)

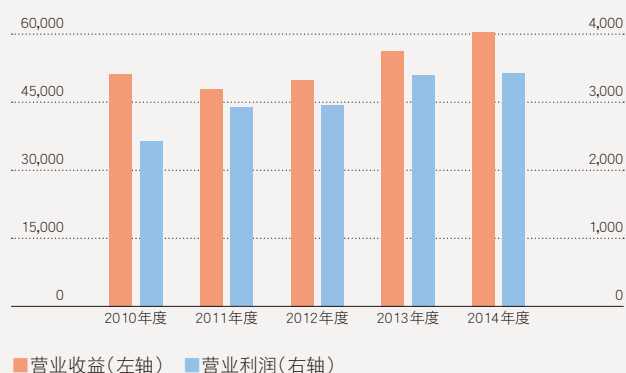
网站 <http://www.7andi.com/>

有关CSR的详细对策，请浏览网站。

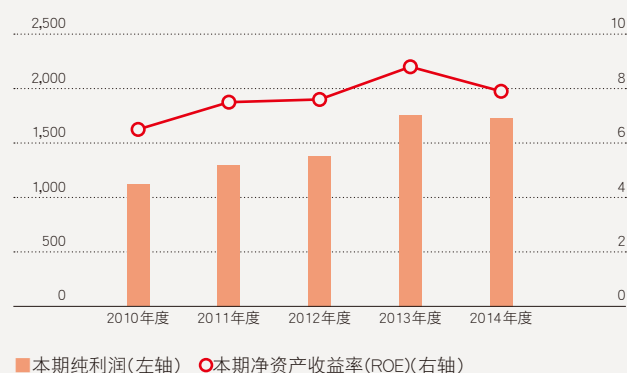
<http://www.7andi.com/csr/index.html> (日语)

● 综合业绩的推移

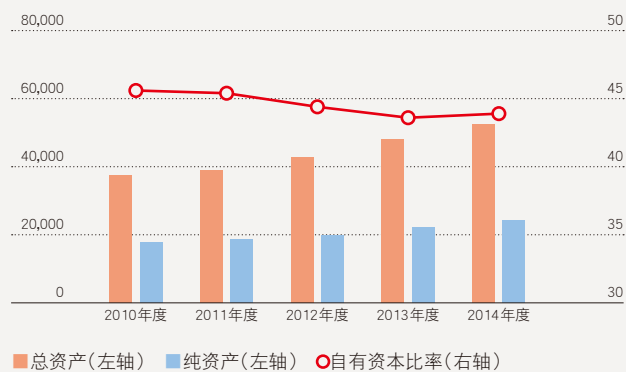
营业收入及营业利润
(亿日元)



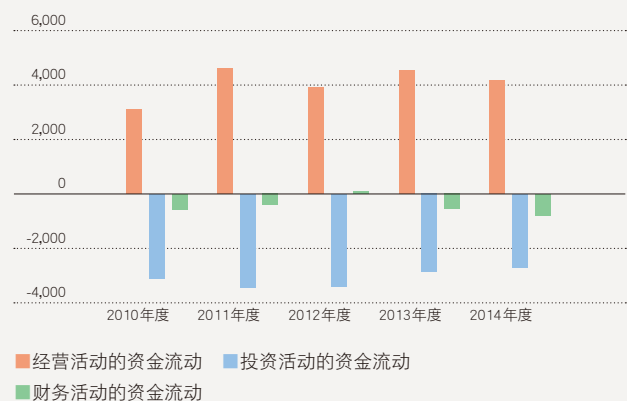
本期纯利润及本期净资产收益率(ROE)
(亿日元) (%)



总资产、纯资产及自有资本比率
(亿日元) (%)



资金流动
(亿日元)



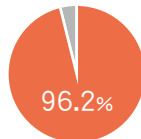
关于CSR报告

本《CSR Report 2015》中对控股公司株式会社柒和伊控股和事业公司开展的代表性CSR活动进行了报告。详细报告对照“五大约定(重点课题)”的各事业公司的对策、海外CSR活动等。

报告对象组织

以下述各公司为主要报告对象组织。各公司的信息也公布于网站中(URL为各公司网站中CSR相关页面或主页)。

报告对象组织销售额 占整体销售额的比率



株式会社柒和伊控股

<http://www.7andi.com/csr/index.html> (日语)

株式会社日本7-Eleven

<http://www.sej.co.jp/social/index.html> (日语)

株式会社日本伊藤洋华堂

<http://www.itoyokado.co.jp/company/iycsr/> (日语)

株式会社崇光·西武

<http://www.sogo-seibu.co.jp/csr.html> (日语)

株式会社约克红丸

<http://www.yorkbeni.co.jp/enviro/index.html> (日语)

株式会社约克玛托

<http://www.yorkmart.com/company/preservation/> (日语)

株式会社柒和伊餐饮综合服务公司

<http://www.7andi-fs.co.jp/7fs/company/csr.html> (日语)

株式会社柒银行

<http://www.sevenbank.co.jp/corp/csr/> (日语)

株式会社婴儿本铺

<http://www.akachan.jp/company/csr/> (日语)

美国7-Eleven公司

<http://corp.7-eleven.com/corp/home> (英语)

夏威夷SEVEN-ELEVEN公司

<http://www.7elevenhawaii.com/home> (英语)

柒-拾壹北京、柒-拾壹天津

<http://www.7-11bj.com.cn/>

柒-拾壹成都

<http://www.7-11cd.cn/>

华糖洋华堂商业有限公司

<http://www.ht-store.com/d/index.do>

成都伊藤洋华堂有限公司

<http://www.iy-cd.com/>

报告对象期间

以2014年度(2014年3月~2015年2月)的活动报告为基础,也包含了一部分2015年度活动的报告。

参考的指南

- GRI《可持续发展报告指南》第4版(G4)
- ISO26000

发行日期

2015年9月

免责声明

本报告中刊登的信息以截至记述时的信息为基础。因此,实际的活动和结果有可能受到未来社会环境变化的影响而变化。

目录

领导致辞	3
CSR相关方针	4
企业治理	5
CSR管理	7

特集(会谈)

在多变的市场环境中持续成长	11
---------------	----



株式会社柒和伊控股与社会的连带	17
五大约定	19

约定 1	作为社会基础设施, 实现让所有人均可安心、方便购物的社会	21
约定 2	依托商品和店铺,提供安全、安心的服务	27
约定 3	杜绝商品、原材料、能源的浪费, 为保全地球环境做出贡献	35
约定 4	支援无关性别和年龄、 所有人均可活跃其中的社会建设	45
约定 5	与客户、商业伙伴共同参与 建立道德型社会	53

社会贡献活动	59
在海外开展的活动	61
获奖经历及来自公司外的评价	63
温室效应气体排放量验证报告书	64

数据集

株式会社柒和伊控股	65
株式会社日本7-Eleven	66
株式会社日本伊藤洋华堂	69
株式会社崇光·西武	72
株式会社约克红丸	76
株式会社约克玛托	79
株式会社柒和伊餐饮综合服务公司	82
株式会社婴儿本铺	85
株式会社柒银行	88

领导致辞



董事长
最高经营责任者 (CEO)

鈴木 敏文



总经理
最高执行责任者 (COO)

黒田 徳敏

以社会课题为主
面对时代的变化发起挑战，
以满足利益相关者的期待。

受消费税增加的影响，经济形势依然很严峻。虽然从去年年末开始，出现了企业业绩恢复、股价上涨等好的征兆，但由于进一步增税以及物价、租金等不确定因素较多，预计距离真正恢复消费仍需一定时间。

另一方面，从我们所处的社会整体来看，全球环境下气候变化以及资源枯竭、劳动和人权等问题多发，企业面临着更为多样化的社会课题。即使在国内，由时代变化而衍生出的少子老龄化和零售店、服务据点减少等问题也是堆积如山。现如今，期待能解决、减轻上述社会问题的企业活动的诉求日益增多。

为快速对应时代的变化和社会诉求，同以顾客、各位股东和员工为主的利益相关者之间的对话便显得尤为重要。去年，本公司同代表利益相关者的各位有识之士对于本公司应开展的社会课题进行了多次讨论。通过讨论，我们确定了5个重点课题，决定整个集团上下一心，积极推进对策。

值得一提的是，老龄化、人口减少以及生活据点空洞化已导致越来越多的顾客深觉购物不便，关于该社会课题，本公司充分利用在日本全国开设约19,000家店铺这一作为社会基础设施的事业特点，努力提高购物的便利性。今后我们也会将其作为最重要课题之一加以推进。为提高购物的便利性，开发、备齐满足顾客需求的优质特色商品，对日常购物不便的区域和老年人提供商品配送和移动销售等服务以满足其购物

需求，集团各公司活用各自优势，积极采取各种措施。

另外，对于经济已成熟发展的现代日本，传统的连锁店模式已越来越难以满足多样化的顾客需求。本公司提出“脱离连锁经营”※的方针，致力于以距离顾客最近的店铺为中心，结合各地区的需求，投入更注重地域性的商品开发和店铺经营。

并且，集团各公司已于2015年秋季对所有商品和服务正式启动了“任何时候”“任何地点”都能为顾客提供服务的“全渠道零售战略”。网络与实体店的结合，将成为旗下拥有多种经营模式的本公司所独有的挑战和革新。通过确立和运用“全渠道零售战略”，希望在实现让所有人均可放心、方便购物的社会的同时，致力于进一步提高集团的整体协同效应。

本公司在实践2012年7月签署的“联合国全球契约”10项原则的基础上，针对不断变迁的社会和顾客的变化，通过本职工作来配合集团各公司的事业特点，在推进解决社会课题的对策的同时，今后也将继续努力通过实践公司信念，继续成为受利益相关者信赖的忠诚的企业。

※“脱离连锁经营”

身处在社会环境变化的背景下，我们否定了在大量生产、大量消费的时代中由追求效率而衍生出的连锁经营理论，提出了大幅改变传统模式的方针。现在，我们彻底重新评估了总部主导型的运营模式，致力于以各地区的店铺为主体的经营对策。

CSR相关方针

我们以“忠诚于所有利益相关方”的公司信念为基础，经营事业。

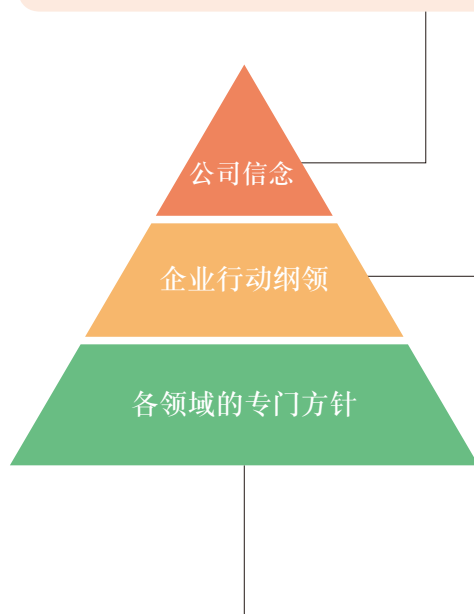
并将实现这一目标所必需的行动进行明文规定，编写了《企业行动纲领》。

公司信念

忠诚于我们的顾客

忠诚于我们的股东、商业伙伴及各地社区

忠诚于我们的员工



株式会社柒和伊控股员工的基本姿态

<http://www.7andi.com/csr/policy/guidelines.html>

- | | |
|----------------|----------------|
| 1. 遵纪守法 | 6. 招聘与工作环境守则 |
| 2. 与顾客的关系 | 7. 环保守则 |
| 3. 与商业伙伴的关系 | 8. 公益活动守则 |
| 4. 与股东以及投资方的关系 | 9. 违规与非法行为举报守则 |
| 5. 与各地社区的关系 | |

各项活动的具体方针

品质方针

● <http://www.7andi.com/csr/policy/quality.html> (日语)

可持续的采购基本方针

● <http://www.7andi.com/csr/policy/procurement.html> (日语)

环境纲领、环境规约

● <http://www.7andi.com/csr/policy/environment.html> (日语)

环境宣言、防止地球温室化的基本方针

● http://www.7andi.com/csr/policy/environment_02.html (日语)

公益活动基本方针、公益活动行动纲领

● <http://www.7andi.com/csr/policy/contribute.html> (日语)

株式会社柒和伊控股支持以实现可持续成长为目的的世界性体系“联合国全球契约”的10项原则，并为实现这一点通过本职工作开展CSR活动。

※关于联合国全球契约，请浏览以下URL

● <http://www.ungcn.org/index.html> (日语)



企业治理

作为监督和统括集团旗下事业公司的控股公司，
本公司以强化企业治理和使集团企业价值最大化为使命。

以执行董事制度和监事制度为核心的企业治理

株式会社柒和伊控股的董事会由15位董事(其中4位为独立外聘董事)构成。董事会主要负责确立经营战略、监督业务执行,而包括兼任董事的人员在内的19位执行董事负责业务执行。为确保及时反映股东的意向,规定董事的任期为1年。

监事会由5位监事(其中3位为独立外聘监事)构成,主要负责监督经营状况。监事需要出席以董事会为主的重要会议,与董事长交换意见,听取董事的业务执行状况报告。另外,为确保与事业公司的董事、监事共享信息等,监事在对董事的职务执行情况进行严格监督的同时,还需要与审计师交换信息,在审计工作中紧密协作。

外聘董事和外聘监事除了要提出建议和意见,以确保董事会决议和业务执行的妥善性和正确性,还需要在与董事等召开的会议上,就公司的经营、企业治

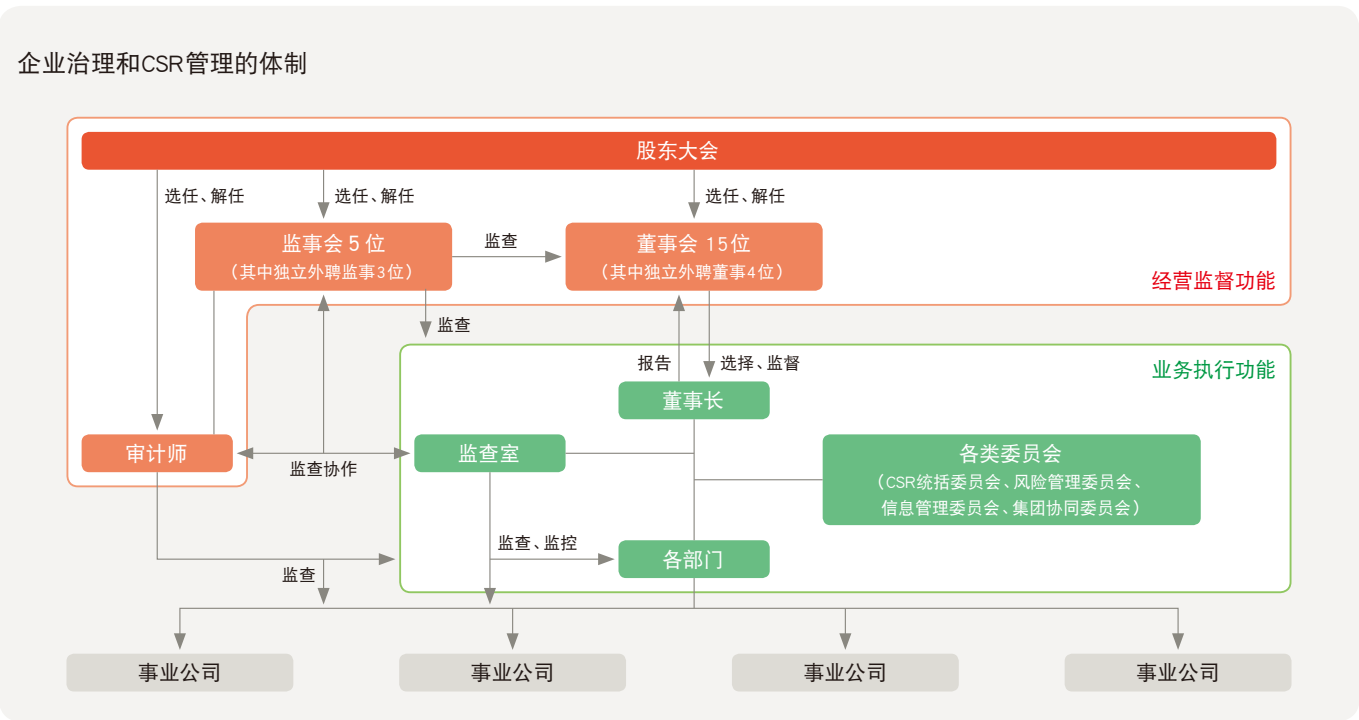
理等交换意见,以此实现对业务执行的监督和监查。

※1 株式会社柒和伊控股在选任外聘董事和外聘监事时重视独立性,确保他们能从客观、中立的立场出发,凭借专业知识和经验进行监督和监查,提出建议和意见,以此避免发生与一般股东利益相悖的情况。
※2 此为截至2015年8月末的人数。

内部统管系统

株式会社柒和伊控股为确保①业务的有效性和高效性、②财务报告的可信性、③事业活动中的法令遵守状况、④资产的合理保护,开展了一系列活动以充实和强化内部统管系统。

作为独立内部监查部门的监查室,具有对主要事业公司的内部监查进行确认和指导或直接监查的统括职能,以及对控股公司株式会社柒和伊控股本身进行监查的内部监查职能。并且,还设置了开展上述业务的“业务监查负责人”和对主要事业公司的内部统管进行评价的“内部统管评价负责人”。



各类委员会

株式会社柒和伊控股以董事长为核心领导设置了“CSR统括委员会”、“风险管理委员会”、“信息管理委员会”、“集团协同委员会”。各委员会在与事业公司相互协助的同时，对集团方针进行决议，管理和监督方针的渗透和实施，以此强化企业治理。

● CSR统括委员会

CSR统括委员会以“忠诚于所有利益相关方”的公司信念为基础，遵守“株式会社柒和伊控股企业行动纲领”，并开展事业活动为解决社会课题做出贡献，以实现社会和集团的持续性成长为目的而进行活动。为达成此目的，委员会旗下设置了“企业行动部会”、“消费者和公平交易部会”、“环境部会”，各部在考虑了集团的事业特性后，对应着手解决的主要课题确立优先顺序，制定并实施课题解决对策。（关于各部会的活动请参阅7～10页）

● 风险管理委员会

风险管理委员会需要将所有可能威胁事业发展、有碍公司持续成长的现象作为风险认知，努力强化全面且综合的风险管理。

2014年度，在继续强化对集团的运营健全性、事业持续性管理的同时，应确保持续性成长，采取措施强化落实与经营管理的协作及加强遵纪守法与风险管理。

2015年度，应特别推进并强化风险管理与经营管理的协作，致力于确立作为经营管理的重要指标的风险评估标准和方法的同时，与相关部门密切协作，以解决集团当前面临的课题。

● 信息管理委员会

信息管理委员会的活动旨在统括信息管理中存在的课题。

2014年度，我们促进了关于强化集团各公司决议或发生重要事项的株式会社柒和伊控股的报告体制以及集团共通的IT安全标准的探讨，并设置了新的信息管理室。关于上述信息管理和信息安全的2个课题，我们选定了各自的担当者，在进一步推进对策的基础上，重新制定了集团共通的信息安全基本方针和个人信息保护基本方针，并推进下位规程的修订和完善。

2015年度，社会对于保护顾客个人信息的关注度日趋高涨，在此背景下，新报告体制中，我们在致力于强化以信息为切入点的治理以及遵纪守法的同时，继续强化信息安全体制。另外，负责处理集团内顾客个人信息的部门正在努力取得安全认证（ISO27001）。

● 集团协同委员会

集团协同委员会由全渠道零售、系统、促销、商品推广和建筑设备5个部会构成。对作为集团战略的全渠道零售的启动、发展情况进行共享与确认的同时，通过共享各事业公司培养的“商品开发”、“推广”等经验技术，开发出了以“Seven Premium”为代表的安全、安心且便利的高品质商品和服务。另外，我们活用集团的规模优势，通过共同采购商品、材料和备品，努力降低成本。

CSR管理

株式会社柒和伊控股通过发展、开发商品和服务等事业，积极利用本职工作解决社会课题，与此同时，致力于可产生社会和企业两方面价值的可持续性发展。



董事
执行董事
CSR统括部 高级官员
伊藤 顺朗

近些年，由于国内少子老龄化和地球规模引起的气候变化等，社会和企业经营所处的环境发生剧烈变化，在社会持续性发展的基础上，亟待解决不容忽视的课题也在日益增加。同时，随着“日本版管理者守则^{※1}”和“日本版管理者守则^{※2}”的相继公布，我们积极认识社会课题，基于与利益相关者的对话，立足于中长期视角进行企业经营，并力求加强高透明性的信息披露。

株式会社柒和伊控股在2014年度与利益相关者进行了对话，确定了5个重点课题。本手册中将5个重点

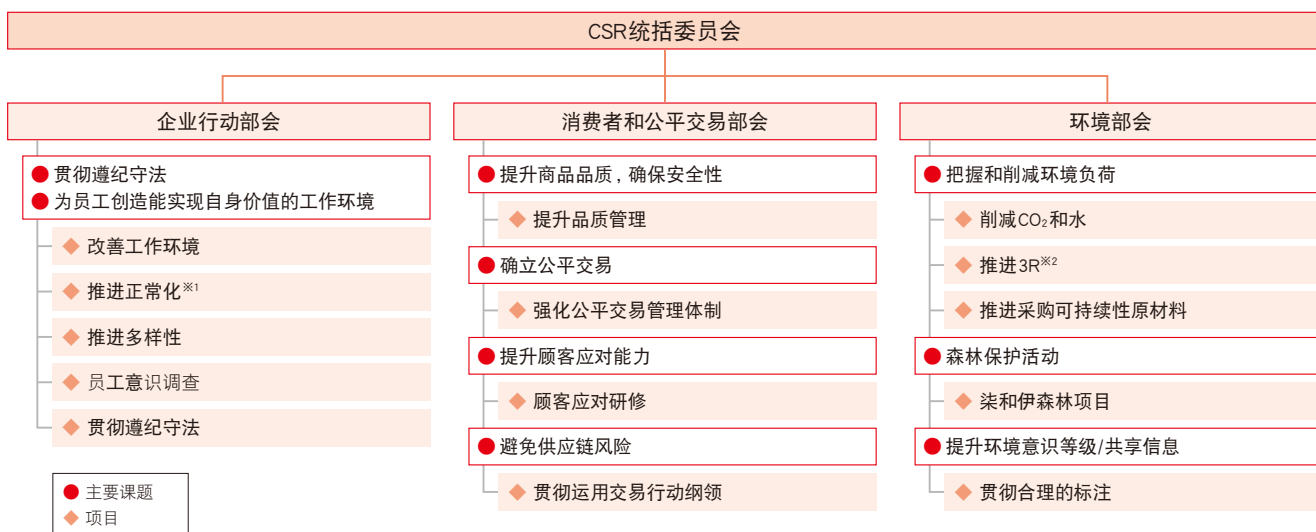
课题作为“约定”，回顾迄今为止的CSR对策，并作出详细介绍。因为优先解决该课题，将其作为产生社会与企业两方面价值的对策=CSV(Creating Shared Value=创造共有价值)，不仅可以为社会做出贡献，对我们的事业发展而言也极有价值。

今后我们会继续以成为受信赖的忠诚的企业为目标，在认真倾听各位利益相关者的期待与诉求的同时，通过发展和开发商品、服务等，利用本职工作积极解决社会课题，以实现该“5大约定”。

※1 “日本版管理者守则”：机构投资者通过与企业的对话提高中长期企业价值，扩大顾客和受益者的中长期投资回报，使其完成责任而制定的原则（金融厅有识之士研讨会于2014年2月制定）

※2 “日本版管理者守则”：该守则是以公司的持续成长和中长期企业价值的提高为目标而制定，是关于实现实效性企业管理的主要原则（2015年3月金融厅“管理者守则制定相关有识之士研讨会”公布草案）

● CSR推进体制图



※1 正常化：无论有无残疾或年龄大小，让每一个人都能参与各领域的社会活动。

※2 3R：Reduce（削减）、Reuse（重复使用）、Recycle（循环）

在各部会内设立执行遵照主要课题的具体对策的项目小组。

CSR推进体制

株式会社柒和伊控股为推进整个集团有效、高效的CSR活动，在每年举办2次的CSR统括委员会例会中，接受3个部会活动情况报告并进行积极指导和改善，同时力求强化控股公司与事业公司的合作、CSR管理体制。

企业行动部会

企业行动部会旨在创建以集团员工为主要对象的“贯彻遵纪守法”和“为员工创造能实现自身价值的工作环境”。

关于贯彻遵纪守法，除推动“公司信念”和“企业行动纲领”的周知以外，及时确认集团各公司遵纪守法体制的完善和运用情况。

另外，关于为员工创造能实现自身价值的工作环境，除改善劳动环境以外，积极推进各种对策鼓励雇用女性和残疾人士等多样化人才。

为及时确认并评价上述对策的浸透和确立情况，集团会每隔一年以员工为对象进行意识调查。基于本调查的分析结果，集团各公司正在努力改善课题。

消费者和公平交易部会

消费者和公平交易部会的目标为对集团各公司所经营的商品和服务“提升品质和确保安全性”，并通过“恰当且易懂的方法提供信息”便于顾客挑选商品和有效使用。

关于提升品质和确保安全性，基于集团共通的品质方针，致力于完善和强化自主品质标准和管理体制。

另外，关于使用恰当且易懂的方法提供信息，是以集团各公司的采购担当者为对象，定期实施研修和

教育以周知业务相关的法规修订等最新信息。

并且，为了履行商品和服务的整个供应链中的社会性责任，我们取得了商业伙伴的理解，实施“株式会社柒和伊控股商业伙伴行为准则”，并定期确认和评价该准则的遵守情况。另外，为确保与商业伙伴间关系的公平性和透明性，在致力于充实员工教育的同时，在外部设置商业伙伴专用通知窗口，努力确保公平交易。

环境部会

在环境部会中推行通过事业活动“削减CO₂排放量”和“有效利用有限资源”的对策。

关于削减CO₂排放量，从商品开发到生产、配送、销售和消费，对供应链中的所有阶段进行环境负荷评价，推行可削减CO₂排放量的对策。另外，努力遵守与氟利昂等环境相关的法律法规。

另外，关于有效利用有限资源，推进食品的再生利用和减少废弃物、有效利用间伐材、可再生利用材料，保护生物多样性，采购可持续性原材料等对策。

此外，活用集团的社会基础设施这一事业特点，扩大专用于电动汽车(EV)和插电式混合动力车(PHV)这些环保型车辆专用充电器的收费充电服务，推行可满足顾客需求的环保业务。

为了在公司内部推进上述对策，除定期对集团员工实施环境教育以外，还通过6月环境月中举办的活动进行意识启发，促进取得环保审定，“柒和伊森林”保护活动，参加环保型商品的环保展览会等各种活动来提高员工的环保意识。

企业治理、CSR管理的强化

各部会的目标和进展状况

○：达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

2014年度的主要活动计划	2014年度的活动实绩	评价	2015年度的活动计划
企业行动部会			
贯彻遵纪守法、为员工创造能实现自身价值的工作环境			
实施对各公司关于基础项目的教育情况的确认与跟进	继续实施对集团各公司的教育并跟进教育情况	△	开始构建e学习系统并投入测试运行，该系统可支持对集团员工进行CSR教育
应对2015年4月雇用缴纳对象公司范围扩大，支持促进常用雇用劳动者超过101人的事业公司雇用残疾人士	・对相应事业公司的招聘担当者提供个别建议 ・残疾人士雇用率 2.29%(集团适用)	○	・支持促进常用雇用劳动者超过101人的事业公司雇用残疾人士 ・维持、提高集团适用5社的法定雇用率
促进充分利用“正规化支持指南”，及召开体验学习参观会	・5月举办“正规化支持指南”说明会 ・面向教育担当者召开“正规化体验学习参观会(共计5次)”，旨在学习体验学习会的主办方法	○	举办痴呆症支援者培训讲座
为达到劳动环境改善相关标准(超时间劳动、取得休息休假)，共享集团各公司的对策信息	每月召开会议，共享各公司的行动实例，共享与劳动相关法规修订相关的信息	○	・促进劳动环境改善相关的信息共享 ・制定面向员工的意识启发方案，以促进带薪休假的取得
基于第一次员工意识调查的分析结果，对“贯彻遵纪守法”和“工作价值”得以显著提高的事业公司，共享其对策实例	每年举办4次企业行动部会，共享各公司实例	○	基于2015年进行的第二次员工意识调查的分析结果，在集团及事业公司内制定、实行新的改善政策 新设立贯彻公司章程项目小组，旨在于集团各公司中构建标准和组织框架，以实现预防、监控违规行为，并予以适当处理。
整理健康相关课题并设定目标，制定行为计划	制定“健康宣言2018”(截至2018年度应达成BMI25以上的员工所占比例、吸烟率等的KPI设定)	○	・收集与增进员工健康相关的事业公司的措施信息，并对集团措施加以研讨 ・进一步灵活利用“MY HEALTH WEB”，举办健康促进活动
整理致力于健康管理的组织体制	7月成立以社长为委员长，以人事负责人、健康保险组合常务理事和健康管理中心负责人等为委员的健康经营委员会	○	
为增进员工的健康，引入健康管理系统	10月起启动健康管理门户网站“MY HEALTH WEB”	○	
开展面向管理层的启蒙活动			
在各事业公司推广女性网络社区活动	增加以育儿中的女性员工为对象的团体活动以及女性管理层研讨会等的事业公司	○	面向女性的意识改变，进一步增加举办公司团体活动、启发活动，对育儿休假复职者进行教育的公司，继续实行并深化此类措施
增加对育儿休假的复职者进行教育培训的公司并重新评估运用方法	增加实施的事业公司，并深化内容	○	
举办面向男性提高参与育儿计划积极性的活动	・以育儿中的男性员工为对象，举办“育儿男性推进计划”活动，共计5次 ・针对导入“育儿休假制度”进行探讨	○	继续采取措施，以提高男性参与育儿计划的积极性
举办面向管理人员的启蒙活动	重新举办“管理多样性研讨会”，共计4次，集团各公司中有1,225人参加	○	面向管理层的意识改变继续采取措施
制作面向管理人员的手册	制作“管理多样性手册”。 积极组织集团各公司的管理层研修等"	○	
在公司内部报刊中每年都刊载推进女性发挥才能的特别专栏	向集团内7万人发放宣传手册，每月在手册中刊登“职场女性应援团”专栏	○	在公司内部进行宣传，以达到推进多样化相关意识启发的目的
继续在公司外部进行信息宣传	・荣获内阁府“女性光辉先进企业表彰 内阁总理大臣表彰”奖 ・荣获东京证券交易所“2014年度 企业行动表彰”奖	○	继续在公司外部进行信息宣传
			面向兼顾工作和护理，提出课题并采取措施

○：达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

2014年度的主要活动计划	2014年度的活动实绩	评价	2015年度的活动计划
消费者和公平交易部会			
①提升商品品质，确保安全性			
面向服装、家居用品采购担当者举办集团研修会	在服装、家居用品采购担当者研修会中共计433人听讲	○	· 面向服装、家居用品采购担当者举办集团研修会 · 采购担当者、质量管理担当者取得公共资格(QC审定、TES资格)
完善集团各公司的质量管理体系、制定质量方针	完善集团各公司的质量管理体系(制定自主质量标准、质量方针)	○	完善集团各公司的质量管理体系(质量标准的运用管理)
重新修改食品的商品、菜单标示相关的自主指南	重新修改食品的商品、菜单标示相关的自主指南	○	扩大自主品牌“Seven Premium”制造工厂的同时，强化检查体制
②确立公平交易			
继续完善管理体制和教育体制，以确保集团各公司的公平交易	· 修订赠品标示法并完善标示管理体制 · 共享各公司的对策，同时进行跟进	○	继续完善管理体制和教育体制，以确保集团各公司的公平交易
"继续举办与《承包法》、《禁止垄断法》相关的定期研修会"	3月、10月的集团联合研修会中，127人听讲	○	· 继续举办与《禁止垄断法》、《标示法》相关的定期研修会 · 确认定期进行e学习
共享集团各公司针对2015年再次增税的应对措施	共享各公司针对2014年4月增税8%的行政应对措施等，并进行跟进	○	针对2017年4月再次增税10%，对各公司跟进增税8%时的应对措施
环境部会			
①掌握与削减环境负荷			
将温室效应气体排放量第三方认证的对象事业公司从9家扩大到10家	在10家公司进行温室效应气体排放量第三方认证	○	对6家公司进行“领域3”计算
· 推进食品再生利用 · 扩大塑料软瓶回收机的使用	在伊藤洋华堂、约克红丸、约克玛托设置了约250台塑料软瓶回收机	○	除现已设置回收机的事业公司之外，向7-Eleven设置回收机
扩大取得ISO14001的事业公司	除崇光、西武、7-Eleven之外，株式会社柒和伊餐饮综合服务公司也已取得认证、IY Foods株式会社正在取得认证中	○	致力于包括IY Foods株式会社在内的4家事业公司取得认证
②森保护森林活动			
扩大员工志愿者活动	在全国的15处固定地点开展“柒和伊森林”保护活动，包括集团员工和7-Eleven加盟店的员工在内，共有1,490人参加了该项活动	○	参加“柒和伊森林”保护活动的人数达1,500人以上/年。特别对于“长野柒和伊森林”保护活动，以当地员工为主，春季和秋季的参加人数共计达到100人以上
增加环保型商品的品类数量	· 7咖啡的隔热咖啡杯使用“疏伐材”，焚烧时可减少20%的CO ₂ 排放量 · “黄金食品面包”使用“环保纳米标签(P44)”	○	· 开发环保型商品、扩大对环保型包装的使用(尽量使用无铝化酒类包装，以便于再生利用) · 扩大对环保标签的使用(扩大使用环保纳米标签=7高级精选新鲜蛋)
③提高环境意识水平/共享信息			
员工教育的强化和生态审定取得的挑战	生态审定考试参加者598人，合格者487人，合格率为81.4%	○	致力于生态审定考试参加者超过1000人，合格率达到80%以上



会谈

在多变的市场环境中持续成长

铃木 敏文

株式会社柒和伊控股
董事长 最高经营责任者(CEO)



伊藤 邦雄

株式会社柒和伊控股 外聘董事
一桥大学研究生院(商学研究科)特任教授
国际综合报告委员会(IIRC)综合报告大使

现如今提升企业的中长期价值备受关注，株式会社柒和伊控股为实现持续成长需要做些什么呢。特邀请了企业经营和企业价值相关研究的最高权威，兼本公司外聘董事伊藤邦雄教授，与董事长铃木敏文两人就企业成长交换了意见。

● 活用多样化资本来提高企业价值

伊藤 我一直期望能与希望提升中长期企业价值的机构投资者和企业进行建设性的对话，在发布管理者守则※¹和企业管理守则※²的背景下，日本的企业和资本市场正发生着重大的改变。我曾经参与经济产业省的研究课题，讨论如何构筑企业和投资家之间所期望的关系，并提交了研究成果“伊藤报告”※³。切实感受到海外的机构投资者对这一系列研究给予了极大的关注。现在重要的关键词是“提升企业价值”“持续成长”，然后是“对话”。如要推进企业经营者和投资家进行建设性的对话，保持企业持续成长，构筑双赢关系，必须要重视约定（对话）。

其中，“提升企业价值”是应关注的重点。狭义上是指股东价值，以提高ROE（股东资本利润率）等为中心。广义上是指利益相关者价值，除股东、投资家之外，可以向顾客和员工、商业伙伴等各方利益相关者提供的综合价值。了解经营方面的重要课题，向利益相关者阐明如何提升企业价值的综合报告，也可在本文中寻求。

铃木 柒和伊控股与利益相关者密切接触并开展相关事业。去年我们为了回应利益相关者的期待与诉求，集团上下一心共同努力，通过与多方进行对话，制定了“5个约定”作为应开展的重要课题。另外，作为股东价值，本公司也十分注重ROE的重要性。最近日本7-Eleven的营业额有所提高，但另一方面，伊藤洋华堂还留有许多课题亟待解决。过去是卖方市场的时代，基于连锁店理论※⁴而发展壮大的伊藤洋华堂，希望将当时的成功经验沿用到现在的买方市场。这种不符合时代的经

营手法应该完全摒弃，应在考虑集团整体的平衡发展基础上谋求持续成长。

伊藤 株式会社柒和伊控股以便利店事业为主要重心，近年来取得了显著的发展。我在任职综合报告大使IIRC（国际综合报告委员会）时，提出综合报告的框架应包含6项资本这一论点。有财务资本、制造资本、智慧资本、人员资本、社会关系资本、自然资本，在商务模式中灵活利用这些多样化资本来表示企业价值。支撑着7-Eleven飞速发展的铃木先生，也正是在此思路下进行综合思考的吧。例如，反复进行“假设”和“验证”这一原理原则，我认为就是此思路的一种。

※¹ 针对机构投资者，希望了解掌握所投资企业的社会和环境问题的风险应对和治理等情况的守则。

※² 针对上市公司，促进持续成长和提升中长期的企业价值，强化企业管理的守则。

※³ “持续成长的竞争力和诱因～构筑企业和投资家之间所期望的关系～”项目

※⁴ 从规模优势追求合理性，由总部主导运营和采购的方法

五大约定



**作为社会基础设施，
实现让所有人均可安心、方便购物的社会**



依托商品和店铺，提供安全、安心的服务



**杜绝商品、原材料、能源的浪费，
为保全地球环境做出贡献**



**支援无关性别和年龄、
所有人均可活跃其中的社会建设**



**与客户、商业伙伴共同参与
建立道德型社会**

● 追求顾客视角提升企业品牌



伊藤 我认为铃木先生的经营手法不就是通过挑战2个悖论来发展的吗？

一是“多样性和效率性”。尽管随着时代的发展，满足日益多样化的需求是不可或缺的，但一一对应的会增加成本。因此确立了推进IT化、系统化以满足多样性的需求的高效运营体制。二是“个别适用和全体适用”。一方面重视全社会制定的规则原理，另一方面重视地域性产品等个别需求。

铃木 我最注重的一点便是“站在顾客的立场上考虑问题”。应该关注的只有顾客，而不是其他竞争对手和业界趋势。这是我的真实想法，在公司内部也一直强调这一点。因此，便利店除了7-Eleven以

外没有涉足其他。即便偶尔关注一下同行的动态，也不会本质上影响本公司的发展。

伊藤 现在柒和伊控股的自主品牌“Seven Premium”已成长为全国性品牌，这是追求品质的结果。不辜负顾客的信赖与期待，是实现提升企业价值的典范。这是广义上的企业价值，即利益相关者的价值，也可以称之为企业品牌。

铃木 我认为只要继续坚持“站在顾客的立场上考虑问题”这一思路，必然会取得现在的成果。继续以刚才提到的重视地域性为例，现在与以前不同，“东京的商品”对地方来说不再是珍稀的高价值之物了。因此，不要将在东京开发的商品推广到全国销售，而是要专注开发有地方特色的味道才尤为重要。用心研究各地域喜好的味道，结合需求来提供商品才是获得顾客支持的关键。最近，夏威夷的7-Eleven销售额急速增长，我认为这也是传入日本的指导方针，结合夏威夷的地方特色来提供商品而取得的结果。

自主品牌“Seven Premium”



● 提前转变，创造商机

伊藤 通常，业界领先的企业会规避风险，不去挑战有风险的新兴领域。会在确认其他公司在此领域有获得成功的案例后，再一口气投入资本，这样能保障安全且提高效率。但是，柒和伊控股在各领域都率先推出了划时代的新产品、新服务，建立了未来的业界标准。我认为这是很伟大的。

铃木 在顾客和变化的世界中率先行动，就会取得商机。例如，虽然大家都说“因为人口减少日本的零售市场面临危机”，但这代表超高龄化的老年人也在不断增多。随着今后一人家庭、两人家庭的不断增加，为了节省做饭的时间选择在便利店购买食品的人会增多吧。因此，我们所要追求的就是提供美味健康的高品质商品。

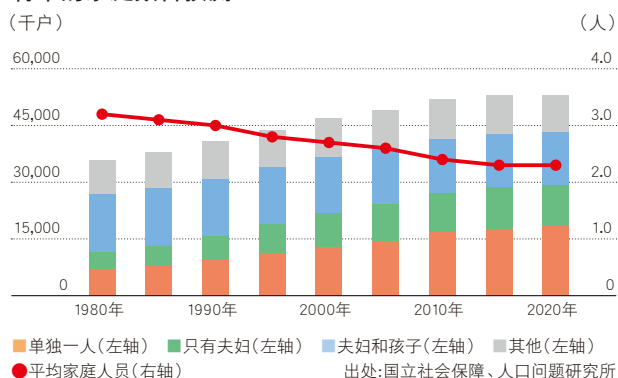
伊藤 对事物的看法不同，产生的商机也不同啊。应对变化的能力是极其重要的无形资产。这也是我的观点，一般成功的企业容易陷入固步自封的境地。感觉自己生产的商品、服务已足够优秀，拘泥于原有的模式中停滞不前。换言之，因墨守陈规而排斥市场变化。而柒和伊控股在用让市场惊叹的速度开发新商品的同时，敏锐感知新时代的变化，果断舍弃陈旧观念，不断推陈出新。我认为，现在的公司大部分是在铃木先生的强有力领

导下，由上而下执行运作的，但今后如何管理团队，以及如何与接班人进行交接将成为要考虑的课题吧。

铃木 如您所说，这确实是难点。即使集团的每名员工都能力优秀，但由于事业公司过分沉浸于过去的成功经验，有时也会成为阻碍创新的壁垒。将如何摆脱这一观念，我感觉这是最大的课题。我认为必须想尽方法，用各种手段激励集团向前发展。

伊藤 稍微转换下视角，从世界范围的变化出发，气候变化和生物多样性的丧失等已成为非常严峻的社会问题。每个公司为应对环境变化的贡献都是有限的。但是，柒和伊控股这样的全球性企业对社会的影响绝不容小觑，因此寻求商业伙伴的协助，从价值连锁的角度全体共同采取措施解决问题是不可或缺的。在这一点上，从商业伙伴企业100%采购PB商品、饭团、便当等原创商品的7-Eleven，也可以向商业伙伴发出环保呼吁。在通常的企业运营中，这种统一管理的组织结构具有明显的优势。

将来的家庭数目预测



铃木 确实，对于这样的社会课题给以持续关注，这对于一个企业来说十分重要。随着时代的变化速度越来越快，我们也必须从各个方面应对变化。

伊藤 柒和伊控股另一个领先业界的著名范例便是积极推进女性在职场发挥才能。最近，社会对于录用女性员工给予极大关注，伊藤洋华堂和日本7-Eleven早在1993年便已经录用了女性员工等，从很早之前便积极采取这一举措了。

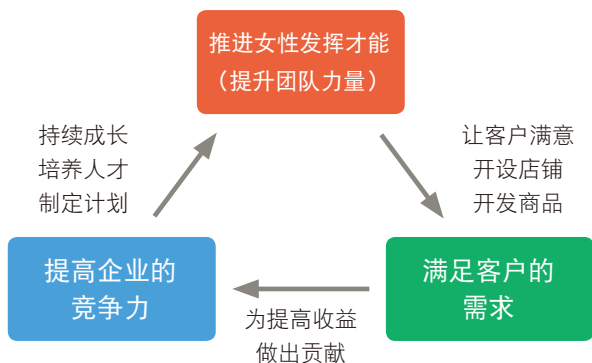
铃木 我们零售业的顾客7成都是女性。为了能够从顾客的立场思考，从女性的视角和感觉进行思考便成为理所当然的。虽然如此，刚开始在集团内向各公司社长下达“今年目标最少录用2名女性员工”的指示时，“考虑到现状，这很难办到”等为难的声音也是此起彼伏。但是，在开始执行之后

公司内部会自然包容女性员工的出现，持偏见态度的人就变得很少了。到现在女性管理人员比率已经超过2成，还出现了以女性员工为中心的店铺。

伊藤 对于同一公司内部举措，7-Eleven每隔一周都会召开云集了全国各地约2,500人OFC（Operation・Field・Counselor：店铺经营咨询员）参加的会议，铃木先生也会参加。这也是一种为了应对变化的意识渗透。

铃木 OFC是对于全国的加盟店和总部之间沟通的不可或缺的存在。发展到一定程度后，有人在公司内部提出“为了削减成本，改成电视会议怎么样”等意见，但重要的事情只有当面多次传达才会铭记于心。为了彻底推广落实公司方针，面对面的沟通是绝对不可缺少的，今后也将继续沿用这一做法。

女性发挥才能的正确循环



伊藤 对话是铃木先生的经营方针中重要的一环。召集OFC，持续不断地进行对话交流。有时会长亲自号召。响应号召的OFC与各加盟店的店主会面，通过详尽的对话将总部的方针理念渗透到各个角落。另外，在商品开发方面，以买入全部商品为前提不断与商业伙伴企业进行彻底的谈话。希望能与各利益相关者构建真正的双赢合作关系。



● 领先一步应对变化才能持续成长

铃木 我在被问到“将来的目标是什么，该如何做”等问题时，总是会回答“未来是无法预测的”。如果能预测未来便不会那么辛苦，但实际上未来是不可预测的。但是，如果用心关注顾客的需求，便能从中发现轻微的变化，持续这份专注力是非常重要的。

伊藤 “应对变化”这一课题一言难尽，铃木先生并非在开始变化时才进行应对，而是在一感受到风吹草动时，便最先采取行动。这份感觉的敏锐性才是柒和伊控股的强大之处吧。

铃木 不能单纯地维持现状，为了今后更好的发展必须经常进行改变。现在我们推行的是“全渠道零售战略”。全渠道零售是将集团各公司的所有商品、服务统括起来在“任何时候”“任何地点”都能为顾客提供服务的战略。10年前我就有将实体店和网店融合的构想，第一次听到全渠道零售这个词时便有“就是这个”的感觉。全渠道零售是零售业的最终形态，是全心全意为顾客服务。即使是小小的便利店，若是可以将集团的商品交付到顾客手中，那它就能替代百货商场的功能。首先应该实现顾客在网上订购的商品能在就近的集团店铺取货、退货，让顾客确信我们能够给顾客提供新价值的服务。

伊藤 全渠道零售并不仅是简单的系统，将其从“全心全意地服务顾客”的角度考虑是非常重要的。曾经柒和伊控股在世界上首次引进POS(销售信息管理)的时候，不仅改进了只能在柜台接待顾客的效率低下问题，防止营私舞弊，通过追踪每件商品的动向，验证数据的同时还可以管理订购商品，

我认为这正确地满足了顾客的需求。这次也是一样，首先要考虑顾客能获得的好处，将其作为工具来推进全渠道零售的进程，这才是柒和伊控股的风格吧。

铃木 虽然开展了全渠道零售，但最重要的还是商品开发。7-Eleven制作正宗的红小豆饭团时，为了得到理想的味道光研究电饭煲就花费了1年的时间。同样在卖炒饭时，已经开始销售的炒饭如果听到“味道不对”的评论后会立刻回收，为了做出真正好吃的炒饭会重新开始研发电饭煲。味道不好的商品会辜负了顾客的期待，我们绝对不允许那种情况出现。不论如何也要追求商品的品质，今后我们将一如既往地保持这种良好的公司风气。

伊藤 这大概就是“打磨品牌”的意义所在吧。就算店内仅摆放了一个有瑕疵的商品，辛苦建立的品牌就有可能毁于一旦。虽然停止制造、销售会在短时间内造成损失，但对于维护品牌价值则是十分重要的。综上所述，铃木先生实践的是“全心全意的应对举措”。在变化最开始率先一步发觉风吹草动，迅速应对以满足顾客需求，成功率自然会变高。因此，我们不断地追求完美品质并加以完善。如果将这种感觉、技巧共享给全世界的员工和商业伙伴，我相信柒和伊控股在今后也会持续快速地成长。

铃木 我认为每天生活中发生的小变化，可能都会向我们提出新的课题。肩负集团下一代发展的人们，应该抓住不断变化的机遇，勇敢进行挑战，继承公司传承至今的良好风气和企业文化。衷心感谢您在百忙之中参与交流，获益匪浅。

株式会社柒和伊控股与社会的连带

株式会社柒和伊控股一边与利益相关者保持密切联系，
一边经营众多的商品、服务，在全世界各地的店铺，
顾客每天超过5,700万。

面向围绕利益相关者的社会变化及社会课题的解决，我们推进各种对策。

高龄化

顾客

总是站在顾客的立场之上思考，
珍惜互动交流，坚持不懈地对
应顾客之需求。



社会基础设施 据点的减少

灾害时 安全、安心的 提供

地区社会

在为地区生活提供商品、服务的
同时，推进本地生产本地消
费，致力于和地区的共生等，
积极活动，为地区的发展做出
贡献。



地区活性化

员工



公平、公正，消除歧视，多样化的
员工懂得工作价值，充满活
力，致力于打造这样的职场环
境。

生育年龄 人口的减少

推进 女性之活跃

股东、投资家



为对应各位股东、投资家的信赖，重视高度透明性的经营和交流，承担起说明责任。

高度透明性的经营



株式会社柒和伊控股



株式会社柒和伊控股创业以来，以打造深受所有利益相关者信赖的诚实企业为目标。为对应集团所置身的社会之变化，重视与利益相关者的对话，通过事业展开推进CSR活动。



商业伙伴



为贯彻公正的交易、规则，确保安全、安心，兼顾人权、环境，构筑与交易方的信赖关系，共同致力于可持续性的事业发展。

食品的安全性

道德型消费
的关心

地球温室化

地球环境

在提供兼顾地球环境可持续性发展的商品、服务的同时，和客户、交易方、员工一起合作，致力于减轻整个供应链的环境负荷。



资源的
减少、枯竭

五大约定

株式会社柒和伊控股为对应利益相关者的期待和请求，
和众多利益相关者展开对话，
从中提炼出具有高度重要性的社会课题。

为解决这一社会课题，
株式会社柒和伊控股全集团凝成一体，
将所要执行的对策确定为“五大约定”。



约定 1	作为社会基础设施， 实现让所有人均可安心、方便购物的社会	21 页
约定 2	依托商品和店铺， 提供安全、安心的服务	27 页
约定 3	杜绝商品、原材料、能源的浪费， 为保全地球环境做出贡献	35 页
约定 4	支援无关性别和年龄、 所有人均可活跃其中的社会建设	45 页
约定 5	与客户、商业伙伴共同参与 建立道德型社会	53 页

五大约定(株式会社柒和伊控股理应采纳的社会课题)确定的流程

提炼社会课题

立足于国内外的社会现状，整理出92项社会课题。从中提炼出被认为与集团事业密切相关的33项社会课题。

征询 利益相关者的意见

提炼出的33项社会课题，征询作为利益相关者的顾客、交易方、股东、投资家、员工的意见，就株式会社柒和伊控股理应采纳的项目，接受其建言。

与利益相关者的 对话

灵活利用征询得来的意见，实施有识之士与集团经营方之间的对话，就株式会社柒和伊控股理应采纳的社会课题，交换意见。

“五大约定”的确定

基于各位利益相关者和有识之士的意见，株式会社柒和伊控股归纳出“五大约定”，在以社长为委员长的CSR统括委员会上，确定作为集团必须重点采纳的约定。



作为社会基础设施， 实现让所有人均可安心、方便购物的社会

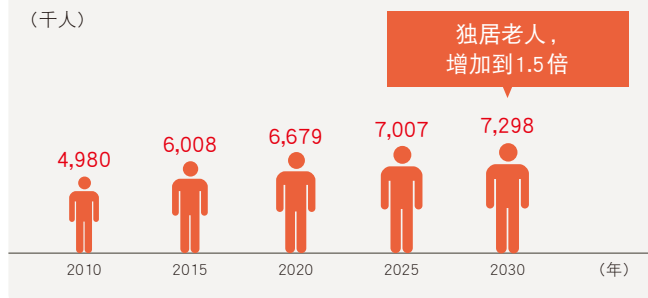


社会 背景

高龄化行进中的日本。这其中独居老人每年都在增加，预测2030年的独居老人将是2010年的1.5倍。另一方面，因预计到身边的行政机构、银行窗口、零售店铺等社会基础设施据点将大幅减少，感到生活不便的人增多，这令人担心。另外，随着女性进一步参与社会活动，难以在购物和做家务方面多花时间的人也在增多。

老年人单身家庭数量的推移

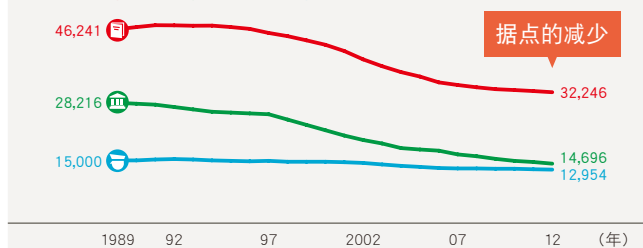
(千人)



出处：国立社会保障、人口问题研究所推算

社会基础设施据点数量的推移

(店铺) 书店 金融机构 派出所、警察岗亭



出处：经济产业省 2012年经济统计调查-活动调查

针对高龄化、女性的社会参与，灵活利用迄今为止构筑起来的店铺网、物流、信息系统等基础设施，推动新商品、服务的创出。

购物支援

针对购物不便者的商品配送及移动销售的实施

作为社会基础设施的服务扩充

补充服务据点减少的公共服务提供

为实现约定的活动

家务的减轻

面向感觉准备饭菜不方便及困难者的商品开发

面向多样化顾客的服务

支援包括老年人、残疾人在内的所有顾客的安心购物

创造价值

对社会而言的价值

老年人
便于生活的
环境

新的服务据点

对株式会社柒和伊控股
而言的价值

新顾客的创造



作为社会基础设施，
实现让所有人均可安心、方便购物的社会

购物支援

●全渠道零售

顾客无论何时均可订购集团公司的所有商品，并可根据自身方便，在近旁的集团店铺或自己家中领取或退货，株式会社柒和伊控股为实现这种“全渠道零售”，集团凝成一体，积极挑战。

店铺销售不用多说，还可用电脑及智能手机订购商品。另外，对不熟悉电脑的顾客，店员可施以援手，对不能外出的顾客，可由推销员拜访，致力于打造可根据顾客实际情况购买所需商品的购物风格。

譬如，在全渠道零售统合网站订购的商品※，可根据顾客自己喜好的时间，在近旁的7-Eleven店铺用货款交换领取。

面向2015年秋天的正式起动，在推进销售方法及商品开发的同时，依次扩大适合顾客需求的商品。



商品送达之际亦可支援购物

※除了书籍、CD、DVD之外，还包括崇光、西武的“e.百货”，婴儿本铺的网上邮购、淘儿唱片在线等一部分商品。

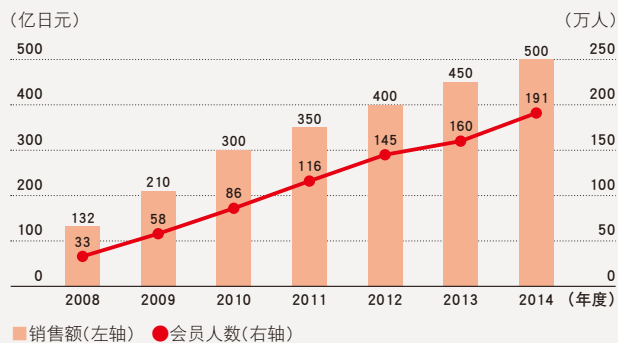
●网上超市

在伊藤洋华堂，如通过电脑或手机订购商品，可在指定的时间带配送商品，这种“网上超市”正在144家店铺展开（截至2015年2月末）。

在最短的4小时内，从附近的店铺送货的网上超市，在经营食品、日用品之外，从2013年11月起又增添了医药品。

另外，从2014年12月起，作为支援育儿之一环，如提示、登录发行4年以内的母子手册，在登录日起4年内可提供配送费100日元(含税)的服务。

伊藤洋华堂网上超市的
销售额和会员人数的推移



收集排列在店铺内的商品

●移动销售的购物支援

2011年5月,7-Eleven在茨城县启动移动销售服务“7安心送货班车”。以日常购物不便的区域及受困于移动手段的老年人众多的地区为中心,利用独自开发的带有销售设备的轻型卡车,巡回销售。从常温食品到冷冻食品,销售各种各样的食品和饮料等。

现在,“7安心送货班车”正运行于1道15县的35家店铺(2015年8月末),顺应顾客的需求,预定今后将依次扩大。



7安心送货班车

另外,伊藤洋华堂利用独自开发的带有销售设备的轻型卡车,以日常购物不便的区域及受困于移动手段的老年人众多的地区为中心,巡回移动销售。这种“伊藤洋华堂安心送货班车”运行于长野县、札幌市、多摩市、花卷市、磐城市的5家店铺。



伊藤洋华堂安心送货班车

●推销员服务

崇光、西武实施“推销员服务”,从一盒盒饭到衣服、食品、化妆品等,只要店铺内有的商品,就可送达顾客指定的地方。

以65岁以上的人、残疾人、孕妇、家有学龄前儿童的人为中心,便于其利用。

●面向老年人护理设施的上门推销

为了让入居老年人介護设施的需要介护者、需要支援者也能尽享购物乐趣,伊藤洋华堂2004年3月起实施到访老年人介護设施的“亲善购物”。

“希望让入住者亲自看到商品,挑选自己想要的商品,体验购物之乐趣”,基于各位设施所有者及护理员工的这一愿望,作为一项活动,在设施内的食堂或礼堂等设置“小伊藤洋华堂销售区”,从各店铺经营的商品(肉、鱼等生鲜食品、烟酒除外)直至根据要求采购的商品,汇聚一堂。2014年度约有70家店铺实施了“亲善购物”。



“亲善购物”的情形



作为社会基础设施，
实现让所有人均可安心、方便购物的社会

家务的减轻

●开发简化餐食准备的商品与服务

株式会社柒和伊控股直面高龄化、女性的社会参与，针对顾客“没有购物时间”、“想节约家务时间”的这些诉求，开发了以分食、少量、简便为切入点的商品。

譬如，自主品牌“7 Premium”正在开发一些只需进行装盘或加热等简单加工的家常菜，以及用微波炉加热的简单方便的冷冻食品等。开发这些对应顾客需求的商品，解决繁琐的家务事。

●用餐配送服务“7meal”

针对购物和烹调感到不便的老年人及主妇等，为各类顾客考虑营养均衡的用餐，以及店铺内深受欢迎的食品配送上门的服务“7meal”，在7-Eleven的约13,800店铺(截至2015年8月末)实施。

并且，在签订协议的县及市町村的店铺，在配送盒饭等时关注、确认老年人平安与否，不仅停留于简单的服务，而是推进作为生活基础设施的对策。

另外，以店内几乎所有商品为对象，事先通过电话等预订，配送至顾客家里等，实施“7轻松送货班车”的服务。截至2015年8月末，用于配送的超小型电动车“COMS”约800辆(截至2015年8月末)正在运营中，2015年度中预定扩大至约1,000辆。另外，还在推进电动辅助自行车的导入，截至2015年8月末，已有2,350辆投入运行。2015年度中预定扩大至3,000辆。



用餐配送至自己家中

作为社会基础设施的服务扩充

●一揽子提携协定等，推进与自治体的提携

面向地区的活性化，在本地生产本地消费、老年人支援、健康增进、环境保全等广泛领域，株式会社柒和伊控股推进与各自治体之间的“一揽子提携协定”。与之相配套，通过缔结“物资支援协定”，以备灾害发生时迅速的地区支援。与此同时，推进缔结“回家困难者支援协定”，在尽可能范围内提供自来水、厕所使用及周边信息。

各公司与自治体之间的协定数(2015年2月末)

日本7-Eleven	171
伊藤洋华堂	101
崇光、西武	4
约克红丸	28
约克玛托	4
柒和伊餐饮综合服务公司	11

●行政服务(发行各种证明书)

在7-Eleven，利用店内的多功能复印机，提供住民票复印件和印章登录证明书的发行服务，截至2015年8月末，已和100个自治体提携。并且，可发行44个自治体的户籍证明、46个自治体的纳税证明等，正进一步扩充服务。(※利用时需要住民基本台帐卡)

此外，为了集团各公司均可利用同样的服务，正进一步导入多功能复印机。

●参保和保险费支付服务

在7-Eleven店内的多功能复印机界面，输入姓名、住址等必要信息，通过收银台支付保险费，24小时可随时简单地加入摩托车自赔责保险和自行车保险，支付保险费的服务在行业内领先一步。(以轻骑、无需车检的排气量250cc以下的两轮汽车为对象)

※ 摩托车自赔责保险、自行车保险分别于2006年、2011年开始

面向多样化顾客的服务

●痴呆症支援者的培养

通过本职工作贡献社会，株式会社柒和伊控股倾力支援老年人。其中之一，为支援开店地区痴呆症患者及家属可以安心生活的街区建设，推进员工参加“痴呆症支援者培训讲座”。

在集团各公司举办培训讲座，截至2015年8月末，整个集团支援者的人数增加至约10,200名。今后仍将继续强化痴呆症支援者的培养。



在店铺内提示设有痴呆症支援者

●销售支援老年人生活的商品

在伊藤洋华堂，从支援老年人生活和健康的商品直至护理商品，铺开全方位汇聚服装、生活用品、食品的“安心支援店铺”。（截至2015年6月末，共有108家店铺）

销售商品的约4成、600品目为和交易方共同开发的特色商品，销售时听取顾客的烦恼，介绍最合适的商品，认真待客。



安心支援店铺

●面向外国人游客的服务

随着以外国人游客为对象的消费税免税品扩大至全部品种，自2014年12月起，株式会社柒和伊控股集团各公司在一部分店铺启动“免税服务”。

另外，可通过柒银行ATM海外发行卡提取现金和海外汇款，还在店铺内设置了外国人游客需求极高的免费Wi-Fi“7SPOT”。

※一部分店铺未导入。



免税服务

●语音提示的ATM操作

柒银行为了让盲人顾客安心利用，在所有的ATM机上提供“语音提示服务”。这一服务，依照ATM机设置的内线电话播放的语音提示，操作按钮，便可存款、取款及查询余额，约540家提携金融机构※的卡也可利用。

此外，这一语音提示系统是在听取盲人意见后，一边验证可操作性一边开发的。

※与柒银行提携的银行、信贷银行、信用合作社、劳动金库、农业协同合作社银行、渔业协同合作社银行、证券公司等。此外，生命保险公司、信用卡公司等上述以外的金融机构，即便提携，也无法对应。



语音提示服务



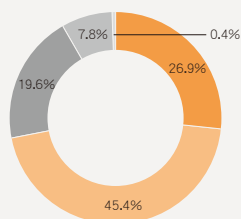
依托商品和店铺， 提供安全、安心的服务



社会 背景

顾客对食品安全的关心，日趋高涨。据消费者厅的调查，约7成的人回答购物时在意产地，要求企业进一步强化质量管理体系。另外，在发生大规模灾害时，也有许多人担心是否能够可持续性地提供生活必需的商品、服务，重视店铺等的生活基础设施的作用。

您在平时购物时
是否在意食品的产地？

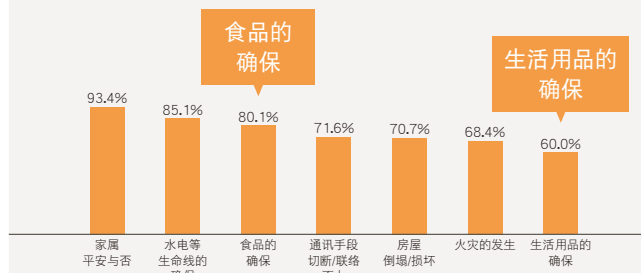


购物时在意产地的人

- 在意
- 总的来说是在意的
- 总的来说是不在意的
- 不在意
- 不清楚

出处：消费者厅“有关食品安全的消费者意识调查”（2011年）

震灾时担心的事情是什么？（可多选）



出处：明治安田生命“有关震灾的问卷调查”2011年8月

在提供“安全、安心”的商品之外，
为了发挥在灾害等紧急事态时随时可利用的生活基础设施的作用，
致力于站在顾客立场之上提供商品、服务。

质量管理体系的构筑

为了向顾客提供安全、放心的商品，导入有关国际质量、卫生管理经营系统规格及管理手法。

食品的源头追溯性管理

从原材料采购直至销售的所有阶段，重视安全性、信赖性，积极公布商品的源头追溯性管理（流通履历）

为实现约定的活动

商品、服务的适当信息披露

为了让过敏体质的人也能安心挑选商品，浅显易懂地标示每件商品所含的过敏物质。

灾害时安全、安心的提供

为了发挥灾害发生时作为生活基础设施的功能，设置供紧急物资配送使用的燃料储备基地等，实施各种对策。

创造价值

对社会而言的价值

食品等的
安全、安心

灾害时的
生活支援功能

对株式会社柒和伊控股
而言的价值

提升来自利益相关者的
信赖性

质量管理体系的构筑

●集团各公司质量管理室的提携

株式会社柒和伊控股以自主品牌“7高级”的集团开发部门为代表，7-Eleven和伊藤洋华堂等集团各公司的质量管理担当定期聚会，共享现状质量管理上的课题及问题点等信息。

譬如，经营食品的事业公司，确认诺瓦克病毒对策及原材料、卫生管理等针对食物中毒防止的对策进展，依托全公司的彻底执行，致力于提升质量管理水准。

●“NDF-HACCP认定制度”的运用

7-Eleven从1997年起采用食品卫生管理手法HACCP※¹，与此同时，为审查、认定专用工厂的质量管理状况，就是否遵守基于HACCP设定的约140项安全性标准予以确认。依据这一结果，运用“NDF-HACCP认定制度”，如被认为达到一定的水准，则认定其为优良工厂。审查委托第三方机构，日本熟食协同组合(NDF)※²仔细检查这一结果并予以认证。为了维持管理水准，认证取得后仍将实施审查。

※1 HACCP：从原材料的纳入直至最终产品的各道工序，在分析危害要因的基础之上，防止危害发生，特别是可持续性监控、记录重大工程的工程管理系统。

※2 日本熟食协同组合(NDF)：为了提升日常商品制造工厂卫生方面的质量管理水准，以及消除地区间的质量差别，于1979年结成。



●JGAP认证取得

伊藤洋华堂以进一步提升自主品牌“看得见真面目”的蔬菜水果”的质量管理水准为目的，致力于取得农林水产省推荐导入的农业生产工程管理手法JGAP(Japan Good Agricultural Practice)的认证。

所谓JGAP，是为提高安全性和保护环境而规定的日常农场管理中理应实践的标准，截至2015年2月末，在15个产地取得了认证，今后仍将继续推进。

●基于ISO9001的卫生管理

株式会社柒和伊餐饮综合服务公司卫生管理部门的QC室取得了有关质量管理国际标准规格ISO9001的认证(适用范围为“店铺食品卫生管理系统的规格和提供”)。灵活利用这一系统，致力于店铺的卫生管理和员工教育。

关于卫生管理，重点置于任何人都能执行的浅显易懂的新鲜度管理，与此同时，配合公司内部专业部门的店铺检查，实施来自第三方卫生检查机构的突击店铺卫生检查(抽样检查)。

另外，通过定期实施店铺员工的卫生管理研修，致力于提高卫生管理水平。



食品的源头追溯性管理

●“看得见真面目的食品”

伊藤洋华堂销售自主品牌“看得见真面目的食品”，它可正确把握商品产地、生产方法、流通渠道，并向顾客传递。采购担当者同时向生产者确认是否适当地栽培和饲养管理。以残留农药的检查为代表，检测土壤、饲料、水质，“看得见真面目的食品”在接受第三方机构的确认后销售。

生产者的信息在伊藤洋华堂的主页公布，可通过电脑及智能手机、手机等确认。截至2015年2月末，“看得见真面目的食品”经销达212品目，涵盖蔬菜、水果、肉、蛋、鱼和全部生鲜食品。

生产者信息的公布方法(伊藤洋华堂的例子)



●生产履历的集中管理

7-Eleven的米饭和家常菜等日常商品，每份菜单平均使用了40种原材料(包括调料在内)。为了管理这些商品，正确把握在哪家工厂制作，何种原材料在哪个地区使用，将300多家交易方的厂商及约170家专用工厂的信息，全部进行数据库管理，并与店铺的POS数据连动，从商品的原材料产地直至店面陈列，彻底管理生产履历。由此，万一在原材料等方面发现问题时，可当场予以对应。并且，还会确认商品是否含有过敏物质及添加物，确保销售时万无一失。

另外，因正确把握所有工厂使用的原材料及包装容器的使用量，控制过度生产等，这有助于削减废弃物。

并且，自主实施防止品种混同的大米DNA检查及放射性物质检查。

原材料生产履历管理的框架



放射性物质的调查

● 自主检查和检查结果的公布

为了让顾客安心购物，以补充行政机构的放射性物质监控调查为目的，株式会社约克红丸在公司内部设置了“放射能项目小组”。在开店区域内的主要据点，设有放射性物质测定仪器，定期开展公司内部组织的自主检查，检查结果在主页上公布。譬如自主品牌“三星蔬菜、果实”，采购员前往产地，实施土壤检查及样品自主检查，只销售满足标准的商品。

另外，伊藤洋华堂的“看得见真面目的食品”，也实施放射性物质检查，并在主页上公布结果。

店内质量管理

● 商品的新鲜度管理

株式会社柒和伊控股为了向顾客提供新鲜、安全、安心的商品，在店铺内彻底执行商品的新鲜度管理。

譬如，设有对食品新鲜度进行专门管理的名为“新鲜度检查员”的直属店长管理的专职人员，经常对蔬菜的变质及商品与原材料的保质期与消费期限、卖场与辅助库房的冷库中各时间段的温度等进行确认。

另外，除生鲜商品(蔬菜和水果、精选肉、鲜鱼、家常菜)外的干货等加工食品，以及牛奶、豆腐等日常食品，店铺所有员工都会确认商品的日期，以避免销售过了保质期、消费期限的商品。

物流的温度管理

● 低温运输系统(低温物流网)

7-Eleven为采购优质新鲜的原材料，导入“低温运输系统(低温物流网)”。在农田里刚收获的蔬菜，低温保存，从配送车、分类中心、生产工厂直至店铺，一直在温度管理之下配送。由此，长时间的物流温度

管理，确保了蔬菜的新鲜度，将商品质量下降控制到最低限度。

株式会社柒和伊餐饮综合服务公司的Denny's，亦根据所用食材的特殊性，分常温、冷藏、冷冻三类温度带保管，从收获到进入店铺，一直推进温度管理。

低温运输系统(低温物流网)的流程



对健康的考虑

● 食品添加剂的减少使用

株式会社柒和伊控股致力于在特色食品中减少使用添加物。

譬如，7-Eleven的特色日常商品，以及伊藤洋华堂店内生产的家常菜、盒饭、寿司，杜绝使用合成色素、防腐剂。

并且，据说过多摄取“磷酸盐”有可能阻碍钙的吸收，从2007年起，7-Eleven排除了在三明治类的特色商品中使用火腿、香肠。另外，就减低被认为有可能提升心脏病风险的反式脂肪酸，也正与原材料厂商提携，不断采取独自的对策。基于消费者厅“有关反式脂肪酸信息披露的指针”，从2011年5月起，就代表性的商品，在主页上公布饱和脂肪酸、反式脂肪酸、胆固醇的含量。

● 管理营养师监修的健康用餐提供

7-Eleven的用餐配送服务“7meal”，由管理营养师监修菜单的构成及营养成分组成等，调整热量及盐分，配送营养平衡、有益健康的用餐。另外，不使用防腐剂及合成色素，致力于追求美味、不会生厌的“正宗味道”“家庭口味”，坚持不懈地推进商品开发。



7meal

● 考虑到食物过敏的商品销售

以因食物过敏而烦恼的儿童及家人为代表，为了让更多的人安心品尝蛋糕，伊藤洋华堂预约销售圣诞节及生日蛋糕。这种蛋糕是未使用特定原材料的“米粉和豆浆奶油蛋糕”。这一商品，除了所有原材料、产品按照不同批次管理外，还实施由外部机构进行的检查。

此外，在83家店铺(截至2015年5月末)的食品销售区内，设立了考虑到食物过敏的销售专柜，经营调料及食品厂商考虑到食物过敏的商品系列。

在株式会社柒和伊餐饮综合服务公司的Denny's，销售面向儿童的“低过敏素菜单”，它考虑到食物过敏问题，不使用7类特定原材料(蛋、奶、小麦、荞面、花生、虾、蟹)。在店铺内烹调时，员工离开常规的加工流水线加热、装盘，与此同时，只使用逐个清洗分别保管的餐具，致力于防止过敏物质的二次混入。



低过敏素菜单

商品、服务的适当信息披露

● 过敏信息的标示

为了让过敏体质的人也能安心挑选商品，从交易方处采购的商品不必多说，即便是店内的烹调品，何种商品含有何种过敏素材等，株式会社柒和伊控股也清楚明确地向顾客标示。

有关7-Eleven店内烹调商品(热点心、关东煮、中式馒头、甜甜圈)和Denny's提供的菜单，在主页上公布“特定原材料”及“相当于特定原材料”使用状况的信息。



在主页上公布信息

● 对员工进行有关商品标示的教育

法令禁止的不当标示，以及有关过度提供赠品的基础知识，为学习之，株式会社柒和伊控股针对集团各公司新任的采购担当，每年定期举办两次联合研修会，就“赠品标示法”“食品标示法”等有关标示的内容进行研修。

另外，在接受集体研修后，实施灵活运用“e学习”的确认测试，确认听讲者的理解度。2014年度总计有175人听讲。

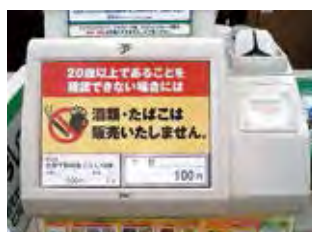


集团联合研修

防犯对应

● 安全驿站活动

7-Eleven营业基本上全年无休，即便深夜也是灯火通明，灵活利用店内一直有员工的这一事业特性，作为地方社区的一员，积极推动以创建安全、安心街区及健全青少年环境为主题的“安全驿站活动”。另外，利用各种机会，努力宣传防止未成年人饮酒、吸烟对策的信息。



收银台画面上的提示



防止向青少年销售面向成人的杂志

● ATM机的安全交易

柒银行为使顾客放心安全的进行现金取款、转账等业务，除了安装记录用的摄像头之外，为了避免顾客遭遇转账欺诈，ATM机在顾客转账之际，会通过图像显示及语音提醒注意。另外，实施防范对策，检测安装在ATM机上的可疑物，以及防止银行卡信息的不正当获取(盗码被害)。2015年度，为防止利用ATM机实施犯罪，还计划将日本国内银行交易引入的IC卡应对措施推广至海外发行卡的交易等范围。

柒银行的账户通过在开设账户时严格确认本人身份，将利用账户实施的犯罪防范于未然，并且，作为防止洗钱的应对措施，对过去与金融犯罪有关的人物及无法利用账户的人物进行过滤。账户开设后，实时监控交易状况，引入检测可疑交易的“账户监控系统”。

灾害时安全、安心的提供

● 紧急时联络手段的提供

作为灾害等紧急时确认平安与否及回家困难者的联络手段，7-Eleven在东京23区内一部分店铺设置了可免费利用的紧急用电话机(供灾害时使用的特设公用电话)，与此同时，店铺内设置的无线LAN服务“7spot”，在灾害发生时无需会员登录便可利用。



紧急用电话机

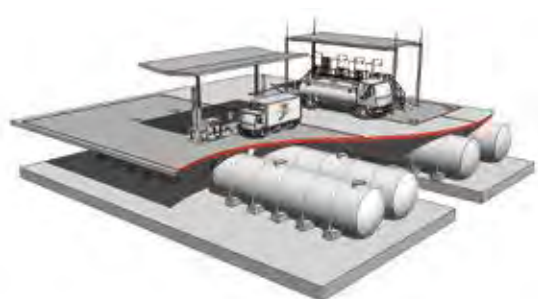


免费Wi-Fi服务“7spot”

● 紧急物资配送用的燃料储备基地

株式会社柒和伊控股从紧急时的BCP(可持续性事业计划)的观点出发，将大规模灾害发生时的“确保燃料供应网”视为重要课题之一。2014年5月，作为国内零售业的一员，首次在位于埼玉县的伊藤洋华堂物流中心用地内设置了供商品配送车辆使用的燃料储备基地。

该基地常备400kL燃料，在灾害发生时，可确保最多10天向以受灾地区为主的避难所及位于首都圈的集团各店铺配送紧急物资及商品。



车辆用燃料的地下储备

● 灾害对策系统的构筑

作为开店地区的社会基础设施，株式会社柒和伊控股发挥出生命线的作用，提供日常生活不可或缺的商品及服务，与此同时，在灾害发生时，对其继续营业寄予厚望。为了确保物流网络及更为详细的地区信息“可视化”，积极推进灾害对策系统的构筑。

譬如，运用“灾害对策地图系统”，可以将集团各店的受灾情况及影响范围等在电脑画面的地图上显示出来，由此，也可以对地震发生时相应店铺所在地的地震烈度进行统一管理，实现对店铺的迅速支援。



地震烈度信息画面

另外，7-Eleven构筑起总部、委托配送公司、共同配送中心、全部配送车辆在灾害发生时可相互取得联络的无线网络。集团各公司正在完善这样的在灾害发生时由无线网络建立起的联络网。

● “7VIEW”(7·图像化·信息化·紧急化·网络化)

株式会社柒和伊控股不仅在集团内部收集信息，而且和交易方等合作，致力于构筑可提供、共有、共用灾害信息的系统“7VIEW”(7·图像化·信息化·紧急化·网络化)。组合编辑来自集团各公司的各种信息，在地图上分层展示积累的信息，依托可确切判断设店地区状况的系统，不仅是企业之间，而且来自自治体、地区居民的信息，也可共享，全力打造可通过店铺向地区居民发布信息的系统。



杜绝商品、原材料、能源的浪费， 为保全地球环境做出贡献



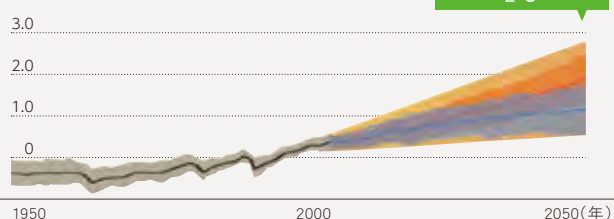
社会 背景

作为地球规模课题的气候变化问题，按这样下去，2050年最坏的结果，预计气温将上升近 2°C ，主要原因被认为是 CO_2 的排放。

另外，食品废弃物问题也日益严重。尽管2011年世界食品援助量达到约390万吨，但日本每年废弃的食品超过1,700万吨，这其中，吃剩的或过了保质期的等，还包括应该能吃的食物，也就是所谓的食品损耗500万~800万吨。

世界气温上升预测

($^{\circ}\text{C}$)



出处：IPCC“第5次评价报告书”根据全国地球温室化防止活动推进中心网站(<http://www.jccca.org/>)

世界食品援助量和日本年间食品损耗

世界的
食品援助量



2011年
390万吨

庞大的食品损耗

日本的
食品损耗



每年
500万~800万吨

出处：农林水产省“面向食品损耗削减”

为实现地球环境和企业活动的可持续性，
在减少来自事业活动的环境负荷的同时，
和顾客、交易方、地区社会合作，致力于资源的高效利用。

店铺环境负荷的减少

集团排放的约9成CO₂，源自对店铺运营来说不可或缺设备的能源使用，为此，推进节能设备的导入。

物流CO₂排放量的削减

有必要控制配送车辆的CO₂排放，推进环保型车辆的导入等各种对策。

为实现约定的活动

食品再生利用的推进

将“食品再生利用率的提升”视为重要主题，推进有效利用食品废弃物的对策。

容器包装材料等的削减

就提供商品时使用的容器包装材料，推进包装的简化及购物袋的削减等，削减废弃物总量。

创造价值

对社会而言的价值

资源的有效利用

CO₂排放量的
削减

对株式会社柒和伊控股
而言的价值

能源成本的
削减

再生利用率的
提升



杜绝商品、原材料、能源的浪费，
为保全地球环境做出贡献

环境负荷的适当把握

CO₂排放量削减目标的设定

株式会社柒和伊控股为防止地球温室化设定了“CO₂排放量的削减目标值”。如采取和9家日本国内事业公司^{※1}的2011年度环境对策同一水准的对应，通过导入最新的节能设备、可再生能源等，致力于削减约10%的2017年度预估CO₂排放量。

CO₂排放量的第三方审查

株式会社柒和伊控股为了正确评价、验证减低环境负荷的对策，从2011年度起，接受集团主要10家事业公司^{※2}店铺运营产生CO₂排放量的第三方审查。审查对象10家公司的销售额，合计占到整个集团的约96%，这确保了数值的正确性，提升了公司内外的信赖性。（温室效应气体排放量验证报告书请参阅64页）

※1 对象公司：日本7-Eleven、伊藤洋华堂、崇光·西武、约克红丸、柒和伊餐饮综合服务公司、约克玛托、婴儿本铺、LoFt、SHELL GARDEN的9家公司

※2 在※1的9家公司之外，加上美国7-Eleven公司，变成10家公司。

ISO14001 的取得

株式会社柒和伊控股以强化环境管理制度为目的，推进ISO14001的取得。以崇光、西武的所有营业所、日本7-Eleven的总部及位于全国的办事处、东京都内的直营店为对象，坚持不懈地运用。

2014年度，柒和伊餐饮综合服务公司新取得ISO14001。今后仍将灵活运用管理系统，各部门致力于通过事业活动减低环境负荷。

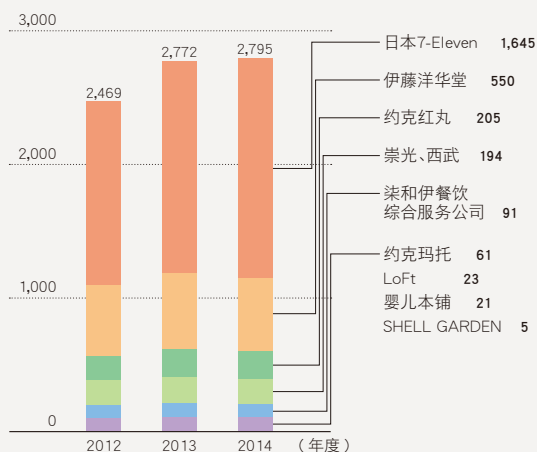
对员工的意识启发

株式会社柒和伊控股以提升员工的环境意识为目的，实施取得“eco审定^{※3}”的活动。这一活动向eco审定合格者支付一定数额的补助，在2015年7月的eco审定中，全集团共有951人参加考试，753人合格。

※3 东京商工会议所主办的有关环境的审定考试，正式名称为环境社会审定考试。

CO₂排放量[※]

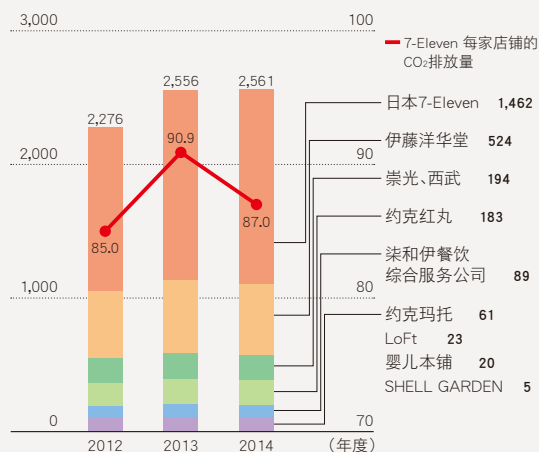
(千吨-CO₂)



※伴随店铺产生的CO₂排放量，加上物流和总部等使用能源所产生的CO₂排放量。计算方法请参阅网站刊载的数据集。

伴随店铺运营产生的CO₂排放量[※]

(千吨-CO₂)



※算出条件请参阅网站刊载的数据集。

●“领域3※1”的算定

株式会社柒和伊控股灵活利用环境省的“供应链排放量算定支援”事业，遵照“有关供应链温室效应气体排放量算定的基本指针Ver2.1”，首次算出2013年度集团主要6家公司※2整个供应链的CO₂排放量（“领域3”）。

在这一支援事业中，柒和伊餐饮综合服务公司的算定，是饮食行业的首个行动实例。2014年度的“领域3”也同样予以算定。基于这一算定结果，致力于进一步削减整个供应链的CO₂排放量。

※ 6家公司的各算定结果，在以下网站公布。

http://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/business/case_smp1.html（日语）

※1 “领域3”：自己公司排放量以外的，原材料和商品采购、配送、商品使用、废弃过程产生的CO₂排放量

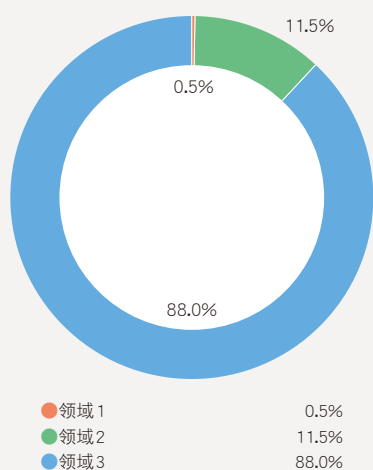
※2 日本7-Eleven、伊藤洋华堂、崇光·西武、约克玛托、柒和伊餐饮综合服务公司、柒银行的6家公司

2014年度供给链温室效应气体排放量的分类细目

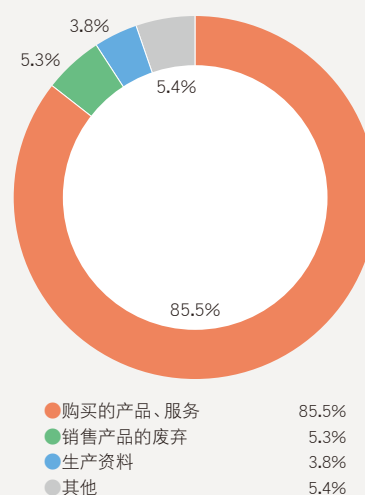
算定对象期间：2014年3月～2015年2月

区分	类别	内容一览	组成比
领域1	直接排放	自家发电的燃料使用	0.5%
领域2	源自能源的间接排放	电力使用	11.5%
领域3	其他的间接排放	以下	88.0%
类别1	购买的产品、服务	原材料的采购	85.8%
类别2	生产资料	设备投资	3.8%
类别3	领域1、2中不包括的燃料	使用能源的采购	0.9%
类别4	输送、配送(上游)	从配送中心到店铺的配送	1.4%
类别5	事业活动排出的废弃物	店内废弃物的废弃处理	0.4%
类别6	出差	员工的出差	0.0%
类别7	雇用者的上下班	员工的上下班	0.2%
类别8	租赁资产(上游)	数据中心的用电量	0.0%
类别9	输送、配送(下游)	从店铺到顾客家中的配送	0.2%
类别11	销售产品的使用	销售商品的使用	0.7%
类别12	销售产品的废弃	销售商品的废弃处理	5.3%
类别13	租赁资产(下游)	租借者的能源使用	1.4%

2014年度 领域1、2、3排放量的分类细目



2014年度 领域3的分类细目





杜绝商品、原材料、能源的浪费，
为保全地球环境做出贡献

店铺环境负荷的减低

● 促进节能设备的导入

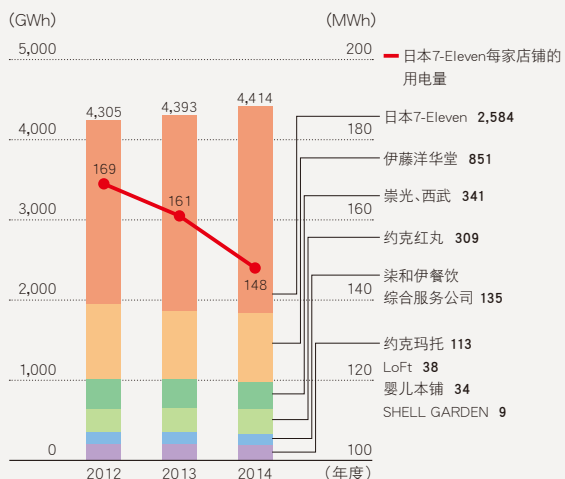
在增加店铺、店铺大型化及扩充商品、服务时，为按比例控制环境负荷的增加，株式会社柒和伊控股配合新店开张及原有店铺的重新装修，积极推进LED照明、太阳光发电面板等节能设备的导入。

7-Eleven为推进环保型的店铺建设，推动店面招牌、销售区照明、店外等所有照明的LED化。店内照明在交换前使用85盏荧光灯的店铺，通过转换为LED照明，每家店年间可削减11,508kWh。另外，还在推进太阳光发电面板的设置，设置店铺数量已扩大至7,278家（截至2015年8月末）。

伊藤洋华堂为减低店铺运营所产生的环境负荷，截至2015年2月末，几乎所有店铺使用LED照明，并在14家店铺设置了太阳光面板。



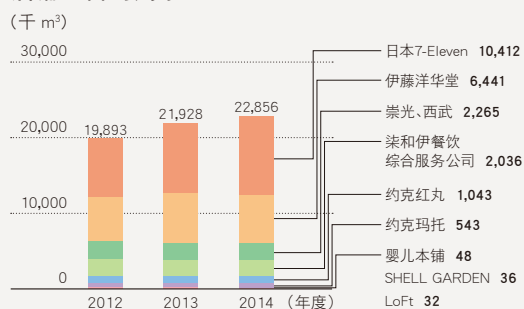
店铺运营的用电量



● 节水对策

株式会社柒和伊控股的店铺，在平时节水的同时，设置节水龙头及导入节能型抽水马桶，并且，灵活利用雨水等，致力于削减用水量。

店铺运营的用水量



● 氟利昂的管理

株式会社柒和伊控股的店铺在店铺重新装修等时，用替代氟利昂机器替换使用氟利昂的机器。另外，为防止氟利昂类的泄漏，遵照2015年4月起实施的氟利昂排放控制法，实施国家规定的定期检查。机器废弃时，依照法律委托专业公司回收氟利昂。依托经营者发行的取回证明书确认是否适当处理。

另外，推进店铺内用于商品陈列的冷冻冷藏柜的无氟利昂化，7-Eleven在75家店铺（截至2015年8月末）导入了使用CO₂冷却剂的冷冻冷藏设备，伊藤洋华堂也在3家店铺试验运行。

● 电动车用充电器的设置

株式会社柒和伊控股和日本电气株式会社在全国45家店铺的“伊藤洋华堂”“Ario”“崇光”“西武”设置了总计3,380台用于电动车(EV)、插电式混合动力车(PHV)的充电器,提供收费充电服务。

这一对策成为国内最大规模EV、PHV用充电器的导入实例,2015年11月以后,预定从设置充电器的店铺开始依次提供。由此,在致力于提升商业设施便利性的同时,确立在购物时顺带充电的EV、PHV利用模式,通过促进环保型新一代汽车的普及,为实现低碳社会做出贡献。

此外,这种充电服务的结算,预定依托国内4家汽车制造商设立的联合公司日本充电服务所发行的充电卡或电子货币“nanaco”推进。

● 店铺并设的氢站

7-Eleven和岩谷产业株式会社签订了有关氢站店铺并设的一揽子协议书,预定2016年在在东京都和爱知县开设两家并设店铺。

就灵活运用纯氢型燃料电池店铺的环境负荷减低,7-Eleven的店铺正在推进实证试验,验证零售店铺燃料电池活用的未来可能性。

此外,在推进扎根于地区的“身边便利型”店铺建设的同时,致力于作为社会基础设施的据点建设,集中一处便可提供“商品”“服务”“清洁能源”。

7-Eleven今后仍将积极推动“节能、创能、蓄能”的综合节电,在削减总用电量的同时,致力于环保型店铺建设。

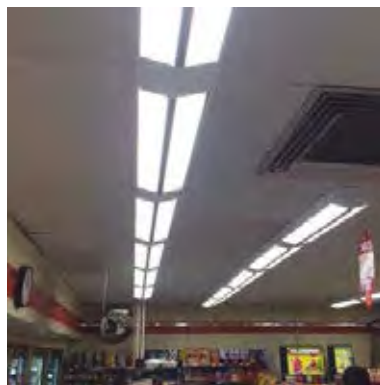


并设店铺形象图

TOPIC

美国7-Eleven公司的对策

美国7-Eleven公司为削减店铺的用电量,导入LED照明及能源管理系统(EMS)。依托这种EMS,可监控、管理、最优化用电量大的空调、冷藏机器,实现机器的远程操作。另外,通过分析从EMS获得的实时数据,也可减低能源消费及费用。2011年度以后,LED照明导入5,000家店铺,EMS导入3,600多家店铺。依托这些对策,2014年度CO₂排放量削减29万8,422吨,节省约4,500万美元的成本。



LED照明



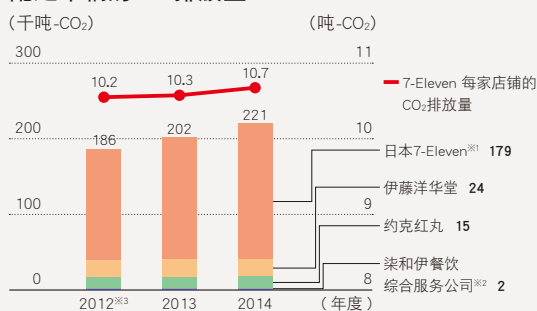
杜绝商品、原材料、能源的浪费，
为保全地球环境做出贡献

物流环境负荷的削减

● 配送CO₂排放量的削减

株式会社柒和伊控股除了推进环保型车辆的导入之外，致力于耗油量改善、店铺配送次数削减等。此外，推进记录卡车行驶状况车载终端的导入，实施基于数据的运行指导及环保驾车讲习会。

配送车辆的CO₂排放量



※1 也包括配送中心运营的CO₂排放量。

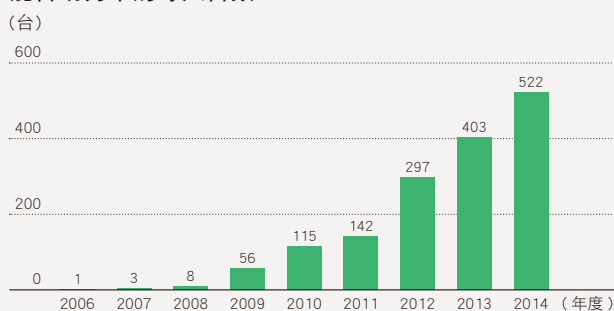
※2 Denny's子公司的数值。

※3 未包括因东日本大震災影响而无法把握的部分。

● 环保型车辆的导入

7-Eleven正在推进向混合动力卡车的替代转换，这种车辆可回收配送车减速时所产生的能量，再次用于发动、加速时的马达驱动，由此提升燃油效率及CO₂排放削减等。4,856台配送车辆(2015年2月末)，这其中混合动力卡车占到522台。2020年之前，预定占全体的20%将转换为环保型车辆。

混合动力车的导入台数



● 促进环保轮胎的导入

7-Eleven促进减低配送车辆轮胎运转阻力的“环保轮胎”的导入。在2015年2月末这一节点，已导入4,707台配送车辆，约占全部车辆的95%。

另外，已达使用寿命的轮胎，适当切削与路面接触部分的橡胶表面，在这之上贴上新的橡胶，并切好槽沟，可再用于配送车辆的后轮。截至2015年2月末，这种“轮胎翻新”的导入，已达到6013台。

再生利用使用过的轮胎，为节省资源、削减废弃物做出贡献，正在促进导入。

※因每台可多次卸装，算作总计台数。



使用后



轮胎翻新

REDUCE (减量)

新轮胎的价值
100%活用。



轮胎翻新的完成

REUSE (再利用)

使用后



材料再生利用
(原材料的再利用)
热能回收
(热利用)

RECYCLE
(再生利用)

食品再生利用的推进

●环境循环型农业(7农场)

2008年8月，伊藤洋华堂以提升食品再生利用率和地区农业的活性化为目的，成立了农业生产法人“7农场富里”(千叶县富里市)，在零售行业首次启动“环境循环型农业”。这一对策为：将店铺排出的食品残留物(厨余垃圾)堆肥，7农场将之用于农场，并在店铺销售农场栽培、收获的农产品。(在全国11个地方运营)。

这一对策深受好评，在一般财团法人食品产业中心及公益财团法人食品流通构造改进促进机构主办(后援：农林水产省)的“2013年度第35届食品产业优良企业等表彰”活动中，荣获农林水产大臣奖。

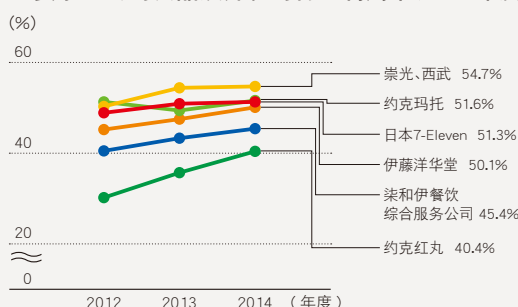
7农场的概要



●厨余垃圾处理机的设置

从2011年10月起，伊藤洋华堂的12家店铺设置了利用微生物工作的“生物分解型厨余垃圾处理机”。纤维质较多等不适合再生利用的厨余垃圾，通过微生物之力分解成水和CO₂，与焚烧处理相比，可减低CO₂发生量，与此同时，还有减少垃圾的效果。

主要事业公司食品废弃物的再生利用率(2014年度)

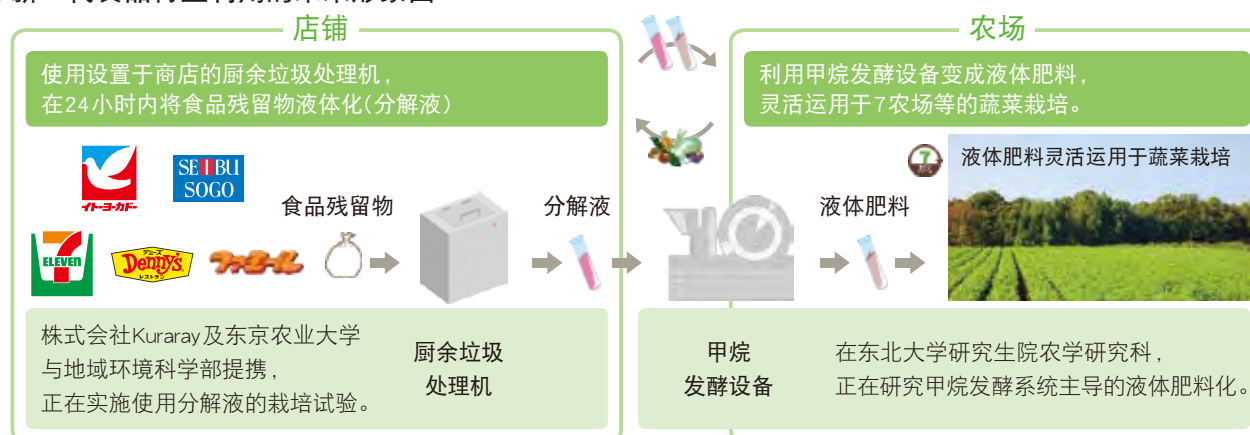


TOPIC

着手研究将食品残留物转化为液体肥料

在7-Eleven，将店铺排出的食品残留物转化为液体肥料，灵活运用于蔬菜栽培等，面向新食品再生利用循环的实现，着手展开研究。

●新一代食品再生利用的未来形象图



容器包装材料等的削减

● 设置塑料软瓶自动回收机

从2012年起，在伊藤洋华堂、约克红丸、约克玛托的店面设置了塑料软瓶自动回收机。投入店面自动回收机的塑料软瓶，将被自动清除异物、减小容量(压缩或粉碎)，由此，从店铺到再生利用工厂，可实现一次性大量运送，削减配送次数。并且，灵活利用株式会社柒和伊控股的物流渠道，可实现更高效的运送，削减配送的CO₂排放量。

另外，被回收的一部分塑料软瓶，在国内仍被再生利用为塑料软瓶等。这种从塑料软瓶再到塑料软瓶的“循环型再生利用”系统，作为国内大型零售连锁店，是首家采取的对策。截至2015年7月末，3家公司总共在254家店铺设置了塑料软瓶自动回收机。

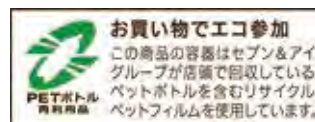
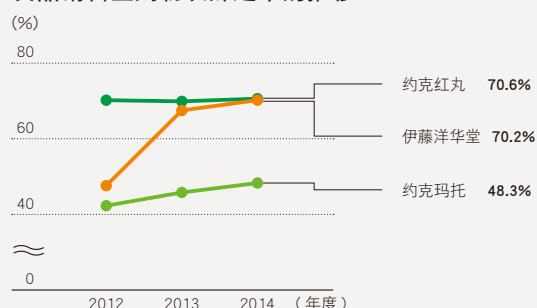
此外，销售自主品牌“7高级换装型沐浴露”等，其容器产自店面回收的塑料软瓶的再生利用材料，将生活家庭用品转换为环保型商品。

● 推进购物袋的削减

株式会社柒和伊控股通过向顾客呼请、张贴请求自备包的海报、展示物，以及举办各种活动等，推进购物袋的削减。

譬如，伊藤洋华堂的所有店铺停止食品销售区的购物袋免费发放。2014年度食品销售区的购物袋辞退率达到70.2%。

食品销售区购物袋辞退率的推移



使用了塑料软瓶再生利用材料的商品

灵活利用自动回收机的塑料软瓶再生利用系统



积极铺开“环保型商品”

●“7咖啡”杯使用疏伐材

以全国的7-Eleven店铺为中心销售的“7咖啡”热茶杯外侧套筒部分，正在依次切换为使用疏伐材。截至2015年8月末，除四国之外，正在推进全国范围的切换，预定年内可完成所有店铺的切换。这是“便利店咖啡”的首创。

此外，有关灵活利用“长野7之森”疏伐材的特色商品，请参阅56页。



“7咖啡”杯和“疏伐材标识”(印于侧背面)

●色拉杯容器配有环保型塑料

7-Eleven店铺冷藏容器区销售的特色产品“色拉杯容器”，正从来自石油的塑料容器切换为环保型塑料(再生利用塑料、生物塑料)的混合容器(预计2015年12月之前100%切换完毕)。依托这种对应，预计CO₂排放削减量为1,790吨(2015年度)，这种规模的对策，在便利店行业尚属初次。

此外，有关将店面回收塑料软瓶的再生利用材料用于容器的特色商品，请参阅43页。



使用环保型塑料的“色拉杯容器”之一例

●酒类纸盒变更为“非铝盒”

集团各店铺销售的纸盒式7高级酒类各种包装的式样，从2015年7月起，由原先的铝盒装依次变更为无铝盒装。由此，和牛奶盒一样，作为纸盒可以再生利用，除此之外，原材料采购及制造工程中每个的CO₂排放量，与原先的铝盒相比，可削减约12%等，成为环保型的非铝盒。



识别标识也从“纸标识”变更为“纸盒标识”

●商品标签改为环保材料

集团各店铺销售中的“7黄金食品面包”及“7高级精选新鲜蛋”系列的商品标签，从2015年2月起，依次变更为环保材料“环保纳米标签”，它在焚烧时可削减约2成的CO₂发生量。



使用CO₂吸收剂的商品标签之一例



支援无关性别和年龄、 所有人均可活跃其中的社会建设

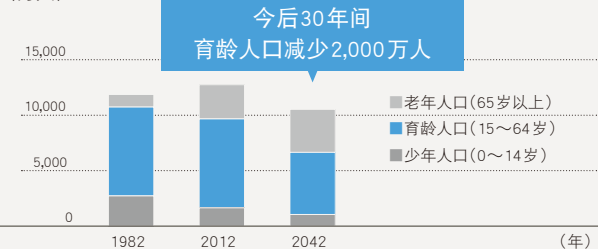


社会 背景

日本在出生率下降的同时，老龄化问题日益严重，预计在今后30年左右的时间里，育龄人口将下降超过2,000万人。另外，由于不能兼顾育儿与工作，生育后不能就业等众多理由，想要工作却无法工作的女性有很多。另外，日本的民间企业中女性管理人员比率为11.6%（2012年），与其他国家相比还很低，因此，为使能力高的女性充分发挥才能，完善工作环境就成为一个课题。

30年间的人口增减情况

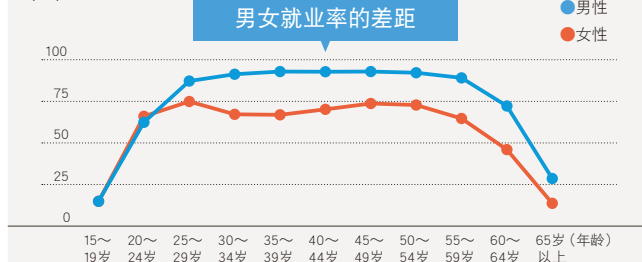
(万人)



出处：总务省统计局“人口推算”
国立社会保障与人口问题研究所“日本未来推算人口(2012年1月推算)”

男女各年龄段就业率(2013年)

(%)



出处：总务省“劳动力调查”

每一名员工都有工作价值，
积极推进营造能充分发挥能力的工作环境。
另外，为育儿和工作难以兼顾的女性提供商品、服务上的支援。

充分利用多样性人才

我们将推进女性发挥才能作为重点课题，
根据“让多样性成为迈向明天的助力”这一
口号，推进各种各样的举措

公平的评价与待遇

运用员工跨工种和所属公司进行招募的
制度、小时工转正式社员的制度

为实现约定的活动

根据员工意识调查的 结果进行改善

根据员工意识调查的结果，各公司在
实施旨在形成良好公司风气的举措的同时，
在集团内共享这些举措

育儿支援

在核心家庭化不断发展，可以随时咨询育儿
问题的对象缺乏的情况下，在店铺中实施了
育儿相关的各类支援措施

创造价值

对社会而言的价值

提供人人都可
发挥才能的工作
环境

实现生活
和工作的调和

对株式会社柒和伊控股 而言的价值

通过推进多样性
提升竞争力

育龄人口
不足时代的
人才确保



支援无关性别和年龄、
所有人均可活跃其中的社会建设

充分利用多样性人才

●通过女性发挥才能以加强企业竞争力

株式会社柒和伊控股充分利用多样化人才，提高企业的竞争力，以成为拥有可持续竞争力的企业为目标。

2012年设置了“人才多样性推进项目”，由于利用店铺的顾客中女性居多，因此首先以推进女性发挥才能作为关注焦点，设定目标并采取举措。越来越多的女性在各种各样的场合发挥才能，用心经营深受顾客喜爱的店铺，制作符合顾客心意的商品。

到2016年2月末之前的4个目标：

1. 女性管理人员比率：
课长级以上 20% 系长级以上 30%
2. 促进男性参加育儿
3. 提高员工满意度
4. 提高社会的评价 (2014年3月修改)

从2012年9月开始，每季度举行一次人才多样性推进项目主办的人才多样性推进联络会。由8家主要事业公司※1的人才多样性推进担当参加联络会，共享集团方针的同时，共享、扩大各公司的举措。另外，2013年以后在7-Eleven和伊藤洋华堂、崇光·西武、约克红丸的公司内部还启动了推进女性发挥才能的专门组织，进一步提高灵活应对力，推进相关举措。

●增加女性管理人员比率

2014年2月末，提前1年实现了目标之一“女性管理人员比率20%”。因此，在2014年3月设定了目标，“在2016年2月末之前实现女性管理人员比率30%”的更高目标。2015年2月末至今，女性管理人员比率为系长级以上22.9%、课长级以上19.7%。

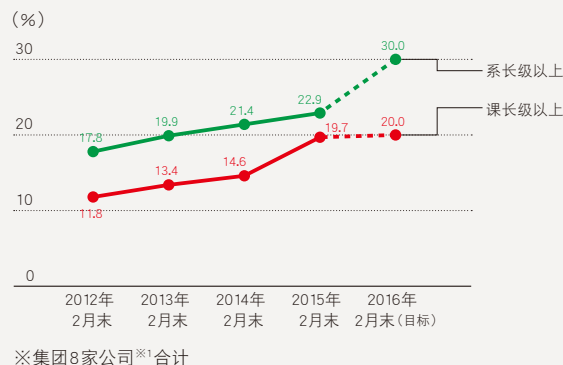
●形成多样性人才能够发挥才能的公司风气

为推进女性发挥才能，株式会社柒和伊控股需要考虑各阶层的意识改革，实施多样化的社区活动和研讨会。



为甄选女性进一步发挥才能方面的课题在2011年进行了问询调查。女性对兼顾工作与育儿存在不安的问题明显，因此从2012年开始实施了以育儿中女性为对象，为消除工作与育儿难以兼顾的不安而构建的相关网络“妈咪社区”。大家利用午休时间，对如何兼顾工作与育儿进行了讨论，努力提高员工的工作积极性、消除不安心理。另一方面，为使育儿中的女性进一步发挥才能，男性参与育儿也是必不可少的，因此从2013年10月开始实施了以育儿中的男性为对象的“育儿男性推进计划”。努力调整男性的传统工作模式及提高男性参与育儿的意愿。

女性管理人员比率的变化趋势



※1 株式会社柒和伊控股、日本7-Eleven、伊藤洋华堂、崇光·西武、约克红丸、柒和伊餐饮综合服务公司、婴儿本铺、柒银行8家公司

另外，从2012年10月开始以充分利用集团力量实施构建女性管理人员网络及提升技能的“Women's Management Community”。通过邀请有识之士举办演讲会及商务技能讨论会，营造自我研究的机会。2014年6月召开了旨在推进管理人员意识改革的“多样性管理研讨会”。迄今约1,700人参加，在日常管理中灵活应用。另外，还分发了促进管理人员和部下交流的“多样性管理手册”。通过新任职人员的研修等，活用多样性人才培养管理人员。

●提高员工满意度

株式会社柒和伊控股在2015年5月，以集团28家公司的员工为对象进行了员工意识调查。通过对女性职场活跃情况的相关问题的回答进行比较，一边育儿一边继续工作的“能继续工作”“差不多能继续工作”的回答比2013年上升了11.3%。

此外，一边育儿一边从事职业生涯的“可以”“差不多可以”的回答比2013年上升了12.6%。从这些数值的变化，以及各种各样的公司内部启发活动，可以看出员工的意识发生了明显的变化。

●提高公司外部评价

株式会社柒和伊控股为推进女性发挥才能设定了具体的目标，集团上下一心共同采取措施。由于提高女性员工比率和女性管理人员比率，公开女性任职相关信息，对女性・男性・管理人员各自的意识改革等给予评价，公司荣获了内阁府新设立的“女性光辉先进企业表彰”的“内阁总理大臣表彰”奖项。



表彰仪式(2015年1月)

●促进雇用残疾人士

株式会社柒和伊控股以构建任何人都能发挥才能的工作环境为理念，努力营造能让残疾人士发挥能力的工作环境。各公司在考虑每个人的残疾程度、内容与本人意愿等的同时，确定调配部门、担当业务及上班时间，各类部门都有残疾人士在从事工作。

在招聘时，与特殊支援学校合作，实施了店铺内的实习活动。除参加地方的Hello Work主办的就职面试会等，也与职业能力学校合作开展录用工作。为使各公司的招聘及教育担当人员能够了解到关于雇用残疾人士需要注意的问题以及真正落实雇用残疾人士，特配备了“株式会社柒和伊控股 无障碍化支持指南”，汇总了雇用残疾人士的基本知识以及实际录用方法等。

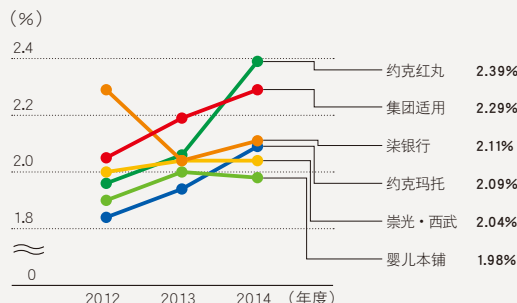
另外，在为促进对重度残疾人士的雇用而成立的特别子公司株式会社Terube^{※1}，截至2015年6月1日，已雇用了19名残疾人士。最终，包括Terube在内的集团合计残疾人士雇用率^{※2}达到了2.19%。(截至2015年6月1日)

※1 株式会社柒和伊控股、日本7-Eleven、伊藤洋华堂、约克红丸、柒和伊餐饮综合服务公司5家公司与北海道北见市共同出资于1994年成立。进行让残疾人士能够持续安心工作的环境构建及无障碍化社会理念的普及活动。

※2 株式会社柒和伊控股、Terube、日本7-Eleven、伊藤洋华堂、柒和伊餐饮综合服务公司5家公司的集团雇用率。

TerubeHP: <http://terube.jp/index.html> (日语)

残疾人士雇用率的变化趋势



※年度数值是截至下一年度6月1日的数值。

实现生活和工作的调和

●完善育儿兼顾支援制度

株式会社柒和伊控股，从2014年11月起引入了旨在促进男性参与育儿的“育儿休假制度”。此制度适用对象为家有学龄前儿童的员工，可获得1天带薪休假。除看病外，还可用于参加托儿所和幼儿园等的活动，只要是育儿相关的理由都可以休假的制度。有效提高了男性参与育儿的意识，随着双职工家庭的增加，从引入该制度起便得到了员工的积极响应。

●襁褓图标取得

随着次世代育成支援对策推进法的修订，伊藤洋华堂作为东京都首家“下一代认证标志(襁褓图标)”认定企业，取得了厚生劳动省的认证。“下一代认证标志(襁褓图标)”是对已取得“襁褓图标”认证，进一步推进育儿与工作兼顾支援，采取更加有效措施的企业进行表彰，以期持续推进有效措施而在2015年新设立的认证制度。伊藤洋华堂已经获得过2次“襁褓图标”认证，对工作与育儿兼顾给予积极支援，灵活利用育儿支援人事制度“再挑战计划”，引入“育儿休假”制度，举办育儿中员工的意见交流会，在店长会议期间举办多样性研讨会，促进以小时工为主的员工享受带薪休假等，推出了广泛的应对举措，被给予高度评价。今后会继续采取更多举措为员工营造安心工作的环境。



●举办护理研讨会

株式会社柒和伊控股从2015年开始采取更多举措关注如何将护理与工作兼顾。为了达到工作和护理兼顾，了解护理的前期准备是非常重要的，因此举办了学习护理前期准备事项和基础知识的“护理研讨会”。员工也非常关注，很多员工参加了研讨会。关于护理和工作兼顾，还举办了以管理人员为对象的多样性管理研讨会，积极推进营造护理与工作兼顾的环境。



护理研讨会

●运用志愿者休假制度

为支持员工参加公益福利、环境美化及震灾重建支援等各种各样的志愿者活动，株式会社柒和伊控股、伊藤洋华堂、约克玛托、柒和伊餐饮综合服务公司、柒银行制定了一年5天的“志愿者休假制度”。

2014年度，集团有13名员工取得志愿者休假。

TOPIC

根据员工意识调查的结果进行改善

株式会社柒和伊控股在2015年5月实施了“员工意识调查”。根据调查结果，对企业行动部会及2013年实施的课题改善措施进行检证，同时探讨改善工作环境、培养员工、修改培训内容等集团新课题的改善措施，举办便于各事业公司发现自己公司固有的问题，并举行改善的“课题·改善措施学习会”。通过共享各公司的举措，进一步推动了改善工作。

支援员工的能力提升

●人才公开招聘制度的运用

株式会社柒和伊控股为尊重每位员工意愿，且能充分发挥员工能力的因才配置，实施了跨越事业公司界线的“株式会社柒和伊控股人才公开招聘制度”。

在同一职场入职满2年以上的员工，只要符合对象公司的招聘条件，不论工作经验及资历，全部都可以参加应聘。

此外，各公司还引入了公司内部公开招聘制度，以伊藤洋华堂为例，只要是入职3年以上的员工，不论当前的工作内容、工作经验及资历，全部都可以参加管理岗位与工种的竞选，实施“公司内部竞选制度”。对竞选者进行审查，将其录用到希望任职的岗位和工种。自从2002实施公司内部竞选制度后，有1,500名以上的员工成功就职于所期望的岗位与工种。

●完善研修体制

株式会社柒和伊控股结合各公司的事业特性整理了研修体制及人才培养措施。为提供安全·安心、高质量的商品，提高员工的能力是必不可少的，因此公司始终致力于对包括小时工在内的每一名员工的能力提升提供支援。

另外，结合事业特性而整理的研修体制中，为学习销售和烹调等专门技能提供支援，在神奈川县横滨市的伊藤研修中心，配备了学习技能所需的商品陈列室和收银实习室、为生鲜担当者准备的技能室(家常菜、鲜鱼、寿司、精肉、蔬菜水果)。技能室中配备了可放大讲师手部动作的大型显示屏，还配备了可向各店铺放送影像的装备，是可以轻松学习技能的环境。



研修的情景

公平的评价与待遇

●通过自我评价(Self Check)方式实现公平性

为以最大限度激发每名员工的能力，消除任何以社会身份、出身、人种、信仰或性别等非合理性因素为理由的歧视，实现公平的评价为目的，株式会社柒和伊控股建立了以自我评价为起点的评价制度。

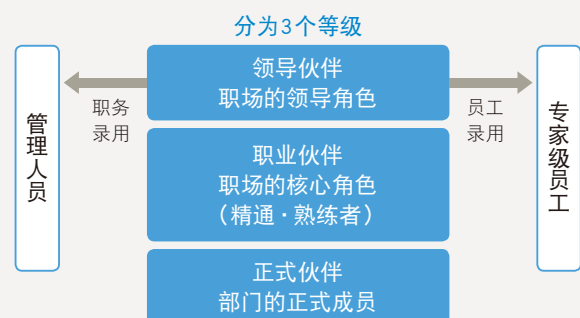
各公司每年都进行2次以上，评价制度的对象是包括小时工在内的全体员工。员工进行自我评价后，上司进行评价并与员工进行面谈。由此，在员工掌握自己的工作成果、优点及课题的同时，也可确保评价的透明性与公平性。

●多样化工作模式的选择

株式会社柒和伊控股致力于完善制度，使每名员工都可以选择多种工作模式，并能够感到工作价值。

例如，伊藤洋华堂引入了小时工能够自由选择工作模式的“升级选择制度”。在本人希望且销售技能及工作受到认可的情况下，能够实现等级提升的制度。另外，还引入了将获得领导评价的小时工录用为月薪制的正式员工或合同制员工的制度。迄今为止，已有约77名小时工被录用为正式员工，活跃在工作岗位上(截至2015年6月末)。还有很多员工从小时工被任命为卖场主管等职务(截至2015年6月末)。

伊藤洋华堂的“升级选择制度”



对劳动安全卫生的考虑

● 柒和伊健康宣言2018

为提高员工的健康生活质量，以及通过增强企业活力从而提高经营效率，株式会社柒和伊控股于2014年10月1日起发布了“柒和伊健康宣言2018”。

设定了降低吸烟率以及生活习惯病的风险，提高女性常患癌症的认知与了解，推进工作与生活平衡等目标，积极采取支援对策，实施了“健康管理系统《MY HEALTH WEB》”“心理健康研修”，“健康活动”等。为公司每名员工提供健康维持管理的支持。

其中“健康管理系统《MY HEALTH WEB》”是可以让每名员工通过WEB阅览自己过去5年的健康诊断数据，确认健康状况并设定目标，接受改善建议的工具。开始时以约6万名员工及其家属(30岁以上)为对象，作为业



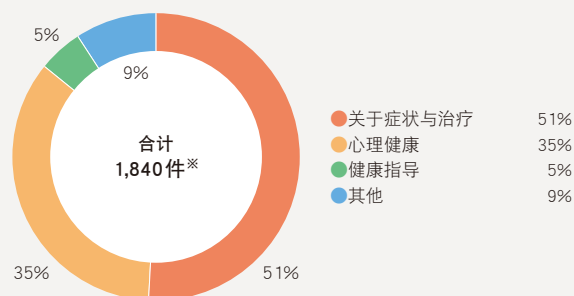
健康管理系统“MY HEALTH WEB”

界最大规模的健康对策广受关注。另外，还会随时举办健康相关的活动，吸引员工积极参与，为员工营造健康的生活和工作环境的同时，实现企业的持续成长。

● 健康咨询服务

为维持安全且易于工作的工作环境，株式会社柒和伊控股在各公司举办“安全卫生委员会”，实施定期体检，在总部设置健康管理中心，除此之外，还引入了心理咨询制度，由临床心理学家及顾问以电话及邮件形式受理心理方面问题的咨询。并且还提供员工家属也能利用的健康咨询及医疗机构的介绍服务。

向集团健康咨询窗口进行咨询的详细情况(2014年度)



※包括来自家属的健康咨询

TOPIC

健全的劳资关系

“柒和伊集团劳动组合连合会”由11※个劳动组合构成(截至2015年6月会员人数合计约63,000名)。劳连加盟组合就组织运营及劳动条件等进行信息交换并相互合作，以在保持各自独立性的同时，形成更加坚固的组织为基本理念开展活动。

株式会社柒和伊控股和劳动组合，就劳资双方之间有关劳动条件及员工工作环境等各类课题反复进行充分讨论，谋求改善。例如，伊藤洋华堂启动

了旨在改善就业的专题项目组，就促进取得假日、休假及减少长时间劳动进行合作，并推进相关举措。

在2014年度的劳资谈判中，对以薪金修改和奖金为主的人事制度进行检查、重新评估等展开交涉，签订了对育儿支援制度及小时工的人事待遇制度进行了部分修改等的劳资协议。

※伊藤洋华堂、柒和伊餐饮综合服务公司、约克玛托、丸大、三荣、约克红丸、婴儿本铺、崇光・西武、生活食品、THE LOFT、SHELL GARDEN

育儿支援

●提供育儿咨询服务

伊藤洋华堂、崇光・西武开设了可免费向持有保健师和助产师资格的咨询员咨询妊娠期健康及育儿方面问题的“孕妇育儿咨询室”(截至2015年2月末已在121家店铺中开设)、“准妈妈驿站”(截至2015年2月末已在6家店铺中开设),还配备了哺乳用单间及热水器、儿童专用卫生间等设施齐备的休息室。



育儿咨询窗口

●饮食教育的支援活动

为了通过各种各样的体验培养能够对“饮食”相关知识及健康的饮食生活进行实践的人才,株式会社柒和伊控股正在对担负下一代的孩子们开展“饮食教育活动”。

例如,为了让大家从儿童时期就养成正确的饮食习惯,柒和伊餐饮综合服务公司在丹尼斯发放了名为“食物Bonolon”的小册子,上面登载了与饮食有关的礼仪、知识及重要性等信息,同时也融入了游戏和趣味问题等。



店内发放的“食物Bonolon”

©NSP2005、©与Bonolon在一起。2007

●提供就业体验机会

株式会社柒和伊控股根据来自集团各公司店铺当地的小学、中学及高中等的申请,协助开展在临近零售业店铺体验店内工作的“就业体验学习”活动。提供在现场参观员工工作及在卖场实际体验商品的取放作业、客人接待与包装工作的场所。

日本7-Eleven从2003开始,与东京都品川区 and 公益社团法人Junior Achievement日本合作打造了“品川Student City”。这是一项通过在小学中建设虚拟街道开展的活动,并在街道中开设了等各种公司,从而为小学生提供体验就业的机会。孩子们在7-Eleven店内接待客人开始,到构建卖场等都进行了体验,学习了社会的规则体制。2014年度约有2,160名小学生通过接待客人、销售,体验了工作的乐趣与困难。



品川Student City

●绘本故事会

柒银行除了赞助、协助发行以促进亲子沟通为目的的故事绘本“森林战士Bonolon”,还持续免费发放绘本及举行讲故事活动。



员工志愿者在讲故事



与客户、商业伙伴共同参与 建立道德型社会



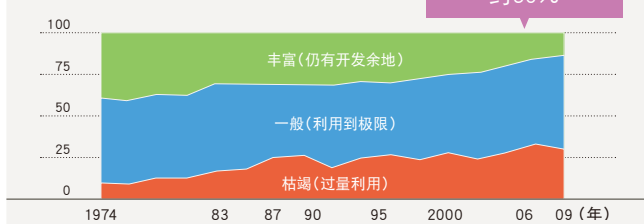
社会 背景

目前世界上有超过2万种动植物濒临灭绝。在发展中国家的生产工厂中，低工资、雇佣童工等，劳动者人权问题令人堪忧。在这样的背景下，想要购买到注重生产地环境和生产者人权的商品的道德型[※]消费者日益增多，企业构建可持续型的商业模式变得尤为注目。

※“伦理的”“道德上”的意思。近年来，保护环境和贡献社会的呼声愈发高涨。

世界水产资源趋势

(%)



出处：FAO;The State of World Fisheries and Aquaculture 2012

在选择商品、服务时，是否有意识地选择 对社会有益的东西？

有意识地选择
对社会有益的东西的人占
59.2%

■有
■一般会有
■一般没有
■没有
■不知道



出处：内阁府“有关推进消费者行政的舆论调查”(2013年度)

通过提供对环境和社会有价值的商品和服务，
在顺应近些年高涨的“道德型消费”意识的同时，
挑战客户、商业伙伴共同参与，建立道德型社会。

制定“可持续性采购基本方针”

关于自然资源的原材料采购，要求进行可延续至子孙后代的可持续性采购活动，根据各利益相关方的诉求，制定采购方针

强化商业伙伴行为准则

为向顾客提供安全、安心的商品，并与商业伙伴合作，履行人权、劳动、环境等方面的社会性责任，强化商业伙伴行为准则的运用

为实现约定的活动

可持续的森林保护活动

为了对防止地球温室化做出贡献，帮助保护生物多样性，实施“柒和伊森林”项目

面向顾客的意识启蒙活动

为使顾客理解防止地球温室化及生物多样性等可持续性社会的必要性，开发、提供环保型商品

创造价值

对社会而言的价值

提高资源的
可持续性

提高顾客、
供应商对社会、
环境的顾及

对株式会社柒和伊控股 而言的价值

降低供应链风险

确保稳定的
原材料供应

可持续的森林保护活动

“柒和伊森林”森林保护项目

株式会社柒和伊控股与一般财团法人7-Eleven纪念财团一同，以防止地球温室化，帮助维持、保护生物多样性为目的，在全国15个地方开展了“柒和伊森林”森林修整项目。“柒和伊森林”项目，以“营造健康森林”为目标，不只局限于植树活动，还有所必需的间伐及除草。定期开展由集团员工及7-Eleven加盟店的志愿者进行的森林维护活动，2014年度共举办19次，共有1,848人参加。

还有，在长野的活动地点，除了将从森林中获得的木材用作集团内店铺的资材或办公备品之外，还通过推进商品化促进国产木材的利用。



“柒和伊森林”森林保护项目的概要



7-Eleven纪念财团

7-Eleven纪念财团是加盟店与7-Eleven总部相结合，为应对以环境为主题的社会贡献活动，在1993年设立的。以顾客的店面捐款以及总部的捐款为基础，以向全国各地活跃的环境保护市民团体提供支持为主，设定“防止地球温室化”、“支援地区活动”、“自然环境保护、保全活动”、“支援灾后重

建”、“宣传”等5个事业领域，开展以环境为主题的社会贡献活动。

2014年度募集捐款总额约4亿3千万日元，公募扶助对象总数(包括持续提供的对象在内)为268件，扶助总额约1亿7千万日元。



TOPIC

高尾之森自然学校

7-Eleven纪念财团于2015年4月10日、作为与东京都的合作项目之一，在东京都八王子市川町开办了“高尾之森自然学校”。学校以“从自然中学习人与自然、自然环境与地域社会的共存共荣”为基本理念，希望将约26.5公顷的森林打造成健康森林，实现低碳社会。通过开展保护、保全濒危动植物活动以及体验学习，保护生物多样性的同时感受大自然的魅力，了解大自然的重要性。



面向顾客的意识启蒙活动

●“长野柒和伊森林”间伐材的活用

株式会社柒和伊控股用从“长野柒和伊森林”砍伐的间伐材用作包装材料，环保型自主品牌“Seven Premium”以7-Eleven店铺为主，在集团内约18,000家店铺进行销售。作为培育健康森林和防止地球温室化的对策，除饮料和碗装汤料以外，还应开发更多领域的环保包装材料。



使用了间伐材的商品

●环保和自然共生型栽培米的销售

伊藤洋华堂大力实践“生物多样性农业”，不仅减少农药和化学肥料的使用，还打造可让野生生物繁衍生息的农田，并推出了“环保和自然共生型栽培米”系列进行销售。该系列商品的部分收益还被捐赠用于产地的环境修整，2014年度向东方白鹤培养基金捐赠了“东方白鹤培养米 越光”的部分收益约14万日元，并向佐渡朱鹭环境修整基金捐赠了“建设与朱鹭和谐共生家园认证米 新潟县佐渡 产越光”的部分收益约22万日元。



环保和自然共生型栽培米

●绿色包装

另外，崇光·西武提议在顾客订购礼品时，可以附送含有“考虑地球环境”之类信息的“绿色包装”方案。顾客每花费100日元(含税)购买1件带叶子图形的饰带，即可为植树育树活动捐赠50日元，每卖出80件就可种植1株树木。另外，还呼吁顾客针对中元、年末礼品使用“简易包装”，每卖出4,000份即可种植1株树木。(从2009年至2015年8月末累计植树8,095棵)



绿色包装



员工亲手小心种植顾客饱含“爱心”的树苗

●举办道德时尚活动

在崇光·西武的崇光横滨店，收集道德时尚单品的活动“WHAT'S ETHICAL / 开始关注道德时尚吧！”于2015年5月举办。

简单明了地展示每件商品的道德背景，还举办脱口秀和研讨会，让人们在开心玩乐的同时提高对道德方面的关注。



集中展示道德时尚单品

运用“可持续性采购基本方针”

●运用“可持续性采购基本方针”

株式会社柒和伊控股，在同时兼顾解决社会问题和提高企业竞争力的同时，社会和企业也能相应地将可持续性发展作为目标，2014年9月制定了“可持续性采购基本方针”（以下简称本方针），对有关集团采购活动的举措方针重新进行了明文化规定。

力求通过想办法顾及生物多样性、资源枯竭问题，掌握可追踪性等举措，与利益相关方携手为实现可持续性社会做出贡献。今后要努力在集团内部渗透本方针，与此同时，基于本方针制定各范畴的标准，力求得到商业伙伴的理解与协助，并通过整个供应链实现可持续性社会。

强化商业伙伴行为准则

●贯彻商业伙伴行为准则

株式会社柒和伊控股2007年制定了“株式会社柒和伊控股商业伙伴行为准则”（以下简称本准则），并要求所有商业伙伴理解和遵守该行动准则。

该准则的主旨是集团确保提供“安全、安心”的商品和服务，同时，在整个产销链中，落实遵纪守法、环境保护、完善劳动条件的举措等，携手全体商业伙伴履行社会责任。集团各公司还分别召开商业伙伴例会，普及该准则。

●利用“自主检查表”遵守准则

株式会社柒和伊控股请各商业伙伴理解本准则内容，积极开展具有实效性的CSR对策，利用商业伙伴适用的自主检查表，其中明确记载了遵守本准则的必要具体事项。

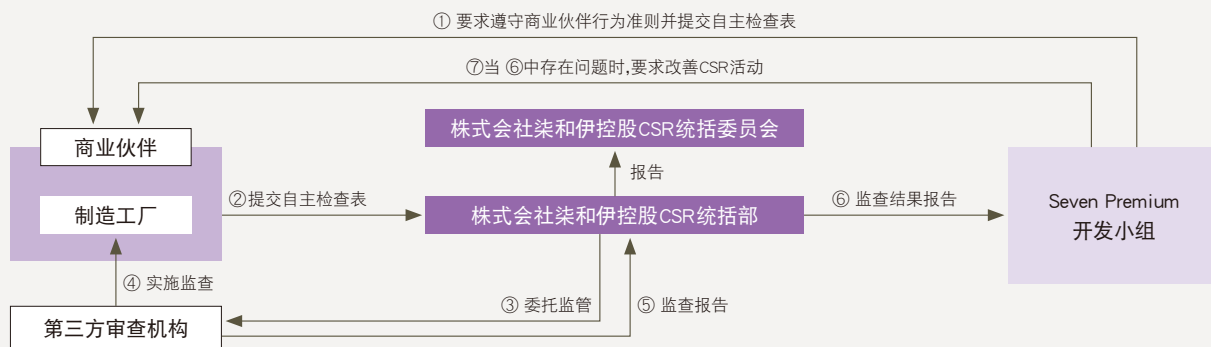
本检查表，是在参考了“ISO26000”“经团连企业行动宪章”“OECD跨国企业行动纲领”等资料后制作而成的，本公司要求集团共通的战略商品“Seven Premium”、7-Eleven专用供应商及配送中心、日本伊藤洋华堂的海外直接进口商业伙伴提交检查表。利用检查表，把握商业伙伴的CSR对策状况。

●对商业伙伴进行CSR监查

株式会社柒和伊控股，从2012年度起针对已经要求提交自主检查表的部分商业伙伴，进行CSR监查确认本准则的遵守情况。

CSR监查基于检查表，按照自行创建的监查项目（16个大项目和约140个检查项目），由外部审查机构对商业伙伴的工厂进行监查。如果监查中发现不适用于监查项目的事项（不合格事项）时，由外部审查机构向该商业伙伴指出不合格事项。商业伙伴在监查结束后10个工作日内向审查机构提交基于指出事项的“纠正处理计划（CAP）”，并立即进行改善指出事项的纠正处理。

“商业伙伴行为准则”的运用流程（例：“Seven Premium”的情况）



● 2014年度的监查结果

2014年度对中国、越南、泰国、印度尼西亚、柬埔寨、缅甸等11个国家、256个工厂实施了CSR监查。最终结果是所有实施监查的工厂对本准则的平均遵守率为88%，进行再次监查有29个工厂。需要改善的项目大部分因交易方对工厂当地的法律、法令的要求事项认识不足或理解错误，主要项目有“劳动环境”方面、“安全、卫生”方面、“许可认可”方面。通过监查结束后各工厂提交的“纠正处理计划(CAP)”、显示改善的照片、担保资料，通过再次监查等确认改善的完成情况。

2014年度再次监查的违反事例

(涉及到的问题已经全部整改完毕)

- 无申请或超出法律标准的长时间劳动
- 有害化学药品的错误操作、保管
- 无许可操作或运转设备
- 施未实施环境评估
- 采用未许可的废弃物处理业者

	对象 工厂数	监查 工厂数	再次监查率	再次监查 工厂数
2012年度	374	17	5.9%	1
2013年度		29	20.7%	6
2014年度		256	11.3%	29
2015年度目标	363	363	0%	0

※2012年度～2014年度之间，实施了对对象工厂的初次监查。从2015年度开始对所有工厂实施每年1次监查。

● 进一步扩大对象工厂

2015年度计划以在发展中国家的Seven Premium的制造工厂及伊藤洋华堂的海外直接进口工厂，363家工厂为对象，计划对崇光·西武(商品部、法人外商部)及婴儿本铺的自有品牌商品的部分商品也实施CSR监查。

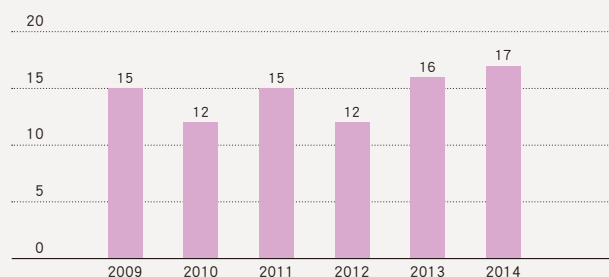
● 运用商业伙伴窗口部门

为了受理商业伙伴有关交易的疑问及意见等，并迅速改善以确保公平交易，本公司设置了“商业伙伴专用热线”。

委托第三方机构作为受理窗口，与他们签署业务委托合同和保密合同，严格保护咨询和举报者的个人信息和隐私。根据本人希望，可以只将姓名和所属部门告知第三方机构的窗口，匿名向株式会社柒和伊控股举报。另外，为确认咨询者和举报者没有因为使用咨询窗口而使自身利益受到株式会社柒和伊控股集团各公司损害，第三方机构会在应对举报后的1个月左右时，向咨询者和举报者确认有无报复行为。

咨询受理件数

(件)



咨询内容的详情：有违反规则、法律规定嫌疑商品的安全、安心方面的咨询
员工的不当行为

- 本公司集团59%
- 其他(商业伙伴内部的相关咨询)41%

社会贡献活动

株式会社柒和伊控股将社会、文化贡献活动作为社会性责任之一，力求与各地社区、国际社会携手合作，维持良好关系，以此积极支援构建和平富裕的生活环境。

“东日本大地震”复兴支援活动

作为2011年3月11日发生的“东日本大地震”的复兴支援，株式会社柒和伊控股持续不断推进与顾客、商业伙伴共同援助商品的活动以及与NPO、员工合作开展的活动。

以伊藤洋华堂为首的集团各公司，将受灾企业及东北地区大型厂商生产的商品集中举行展销会“东北纽带项目”，每年举行2~3次。



东北纽带项目

崇光·西武对现在仍不得已住在临时住宅的福岛县饭馆村的女性们制作的衣物及杂货等的销售问题，从设计师给出商品设计建议到提供展销会场，利用本公司的强项进行支援。



Madei 衣物*展销会

※“Madei”是“重要”“诚心诚意”的福岛县方言

约克红丸在福岛县郡山市建造了“PEP Kids Koriyama”游乐广场。另外在柒和伊餐饮综合服务公司的各店铺及总部的员工食堂开展了“从饮食上支援灾区吧！”企划，提供使用宫城县七滨的食材制作的菜品，销售裙带菜和紫菜等商品。

另外，株式会社柒和伊控股参加了一般财团法人7-Eleven纪念财团的“东日本大地震复兴项目”，对受灾严重的地区进行持续的复兴支援活动。此外，集团员工也采取对策，集体捐赠了带有钟形标志的物品和未使用的明信片，进行儿童教育支援以及在受灾地开展活动的NPO支援。

与各团体协作采取的举措

●向赞比亚的儿童们捐赠鞋子

崇光·西武和伊藤洋华堂在所有店铺中常设了“童鞋折旧换新专区”，通过公益财团法人JOICFP※(以下称JOICFP)，开展了“为赞比亚共和国的儿童们送鞋子”活动。为赞比亚共和国的儿童们送去从顾客处收集的鞋子。为防止儿童因赤脚导致足部受伤，继而感染破伤风，患上寄生虫病做出了贡献。两公司收到的童鞋数量从2009年至2015年8月末累计已达到55万6,326双。

另外，婴儿本铺开展了“向赞比亚的婴儿捐赠贴身衣物”活动。



※开展保护发展中国家的女性、儿童的生命与健康活动，诞生于日本的国际协力NGO

●“AVESCO 基金”

伊藤洋华堂在2000年与6家饮料厂商共同设立了“柒和伊 AVESCO基金※”，将设置在店铺的特定自动售货机的部分收益捐赠给了进行国际人道主义援助活动的团体。（截至2015年8月末，约400台）。

2015年9月向进行国际人道主义援助的日本公益财团法人计划等3个团体捐赠了善款974万日元。



自动售货机活动通知

※伊藤洋华堂自动售货机收益捐赠支援协会

●协助“白丝带运动”

婴儿本铺与崇光·西武赞同JOICFP正在开展的名为“白丝带运动”的保护全世界孕产妇及婴儿的生命与健康的运动，基于与JOICFP的合作伙伴关系，本公司也开展向“赞比亚捐赠妇产病房（待产设施）项目”活动。除了通过店铺及互联网募集善款之外，截至2015年8月末，还在全国设置了78台（婴儿本铺54台，崇光·西武24台）支援白丝带活动的自动售货机，每购买1瓶饮料就会向JOICFP捐赠2日元（饮料商1日元+所属公司1日元）。另外，崇光·西武还开展了独创的“白丝带徽章”，将全额收益捐赠给“白丝带运动”。



支援白丝带活动的自动售货机



白丝带徽章

●支援培训导盲犬

株式会社柒和伊控股为支援培训导盲犬，在店内设立了募捐。

另外，崇光·西武为了扩大此活动的影响范围，在所有店中开展了每年春秋2次的“导盲犬体验宣传活动”。通过导盲犬训练师的演示和导盲犬PR犬陪同步行体验，加深大家对视觉障碍者和导盲犬的理解，呼吁人们支援导盲犬培训事业。



导盲犬体验宣传活动

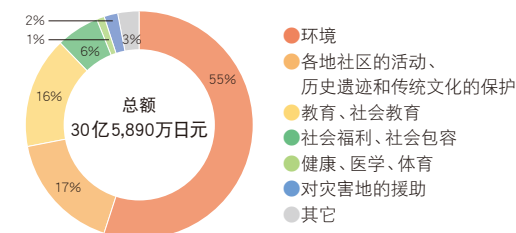
●发展体育振兴运动

株式会社柒和伊控股赞助了“东京马拉松”、“埼玉县国际青少年足球大赛”、“内阁总理大臣杯日本轮椅篮球大赛”，通过体育运动来培养青少年健康成长，推动残疾人士体育运动的发展。



东京马拉松

社会贡献活动费用(2014年度)



※株式会社柒和伊控股、日本7-Eleven、伊藤洋华堂、崇光·西武、约克玛托、柒和伊餐饮综合服务公司、柒银行、约克玛托、婴儿本铺的合计金额。
（每家公司的）计算方法以日本经济团体联合会“2014年度社会贡献活动实绩调查实施要领”为依据。

在海外开展的活动

株式会社柒和伊控股在全世界 16 个国家和地区发展全球化事业

中国事业

柒-拾壹北京有限公司

175 家店铺

2006年11月在店铺内设置募捐箱，将募集到的顾客捐款，捐赠给政府认证的环境保护团体“北京绿化基金会”。该基金会在北京及周边地区开展植树造林活动，种植防沙林。2014年度捐款 147,755 元。



柒-拾壹天津有限公司

60 家店铺

积极配合专科、本科学生的职业体验实习活动。2014年度为65人提供了实习机会。安排面向实习生的培训课程，为将来的求职活动提供讲义及研修。



柒-拾壹成都有限公司

66 家店铺

持续开展为地区社会做贡献、为创建清洁的都市环境而进行的清扫活动，以及为收容脑残儿童的“善工家园”提供援助。2014年5月，员工帮助清扫公共设施，捐赠了音响和面包。12月为儿童捐赠了点心和玩具。



区域授权公司：1,763 家店铺

中国事业

华糖洋华堂商业有限公司

5 家店铺

员工作为地区社会的一员，积极参加志愿者活动。例如，每天进行店铺周边的清扫活动。另外，2014年度还与NPO法人合作，参加“遵守交通信号”活动。



成都伊藤洋华堂有限公司

6 家店铺

2014年度决定筹款300万元捐赠给成都市关心下一代基金会，年初已经捐献了100万元。另外，在所有店铺坚持每月1次的店铺周边清扫活动，3月份26名员工参加了黑龙潭观光地的植树活动。



全球的店铺网络

约**56,000**家店※

※ 店铺数量(日本国内截至2015年2月末、华糖洋华堂商业有限公司截至2015年8月末,其他国家与地区截至2014年12月末)中包含以下店铺。

- 本公司的子公司在各个国家与地区运营的店铺数量
- 区域授权公司在各国运营的店铺数量
- 基于与崇光·西武的合同,使用其商标运营的店铺数量

北美事业

7-Eleven, Inc.

加拿大: **494**家店铺

美国: **7,803**家店铺

区域授权公司:

289家店铺



了解教育对孩子的重要性,对青少年健康成长进行支援。作为社会性活动之一,总部和加盟店准备了支援基金,为地方学校和体育团体进行研究活动、运动活动、课外活动提供支援。2014年度,总部和加盟店向学校和团体捐款550次,约30万美元,为了能让孩子们在学校快乐地学习,将捐款用于必要的理科实习、讲师费、教学用品、运动设备采购费等。

夏威夷

加拿大

美国

墨西哥

北美事业

SEVEN-ELEVEN
HAWAII, INC.

60家店铺



2014年12月,为了给贫穷的孩子们带来圣诞节的喜悦,在瓦胡岛召开了“第40届年度玩具大游行”。这次活动,是从卡卡阿寇海滨公园到怀基基海滩的摩托车游行,骑手们从起点开始向孩子们赠送玩具。夏威夷SEVEN-ELEVEN公司在活动开始之前为骑手提供了帐篷和咖啡点心等。

获奖经历及来自公司外部的评价

2014年度的获得主要奖项及评价

评价及奖项名称	主办方及颁奖团体	评价理由	对象
2014年度 企业行动表彰	株式会社东京证券交易所	在企业管理的相关报告书中，凭借积极推进女性员工发挥才能，录用和培养女性员工并作为管理储备人才等举措，给其他上市公司的企业活动带来深远影响得到好评	株式会社柒和伊控股
IR优秀企业奖	一般社团法人 日本IR协会	每月和每季度都进行信息披露，每年更新的数据表和英文资料等各种IR实时报告得到好评	株式会社柒和伊控股
2014年度获得平等、兼顾推进企业表彰的“平等推进企业部门 东京劳动局长奖励奖”	厚生劳动省	从领导层自上而下大力推进女性发挥才能这一理念，为女性员工提供培训、增加女性员工比例得到好评。	株式会社日本伊藤洋华堂
2014年度获得“运用热泵、蓄热系统削减高峰电力等的应对事例”优秀奖	一般财团法人 热泵、蓄热中心	Ario龟有店采用灵活利用蓄热槽的无人系统来削减高峰电力得到好评	株式会社日本伊藤洋华堂
第8届儿童设计奖“儿童成长支援设计个人・家庭部门 奖励奖儿童设计协会会长奖”	特定非营利活动法人 儿童设计协会	硅胶煮饭器 因煮饭时可以把婴儿的流食一并做好，既方便又好清洗，因此得到好评	株式会社婴儿本铺
第8届儿童设计奖“儿童视角的安全安心设计儿童部门”	特定非营利活动法人 儿童设计协会	Extra UV婴儿乳液 Nine Free、不含表面活性剂和紫外线吸收剂等通常使用的9种成分，能安全地在紫外线环境下保护婴儿肌肤得到好评	株式会社婴儿本铺
第8届儿童设计奖“复兴支援设计部门”	特定非营利活动法人 儿童设计协会	在Nissen・hachidori的滴水支援项目“儿童绘画展”中，从受灾地儿童的绘画中能了解灾后重建的信息，让大家铭记地震得到好评	株式会社NISSEN控股
2014年度 食品卫生事业功勋者 厚生劳动大臣表彰的“食品卫生优良设施”	取得厚生劳动省医药食品局	日本显微镜院及埼玉县的HACCP认证得到好评	IY Foods株式会社
北海道福利设施的城市建设竞赛“活动部门”	北海道	为了让残疾人士自立并参加社会活动，企业采取各项措施与活动，已成为业界典范得到好评	株式会社Terube

有关SRI（社会责任投资）的主要评价（截至2015年9月25日）

株式会社柒和伊控股被选入以下SRI的构成品牌。

MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM ●●

Dow Jones Sustainability Index:
Member of DJSI Asia-Pacific.



Morning Star
社会责任投资股价指数

“Dow Jones Sustainability Index”是美国的道琼斯公司和瑞士SRI评级公司RobecoSAM共同开发的股价指标。SR(I Social Responsibility Investment :社会责任投资)指数作为世界著名的经济指标，从“经济”“环境”“社会”3个方面的综合视角对企业作出评价。
株式会社柒和伊控股被选入以亚太地区为对象的“DJSI Asia Pacific”的构成品牌。

MS-SR I (Morning Star社会责任投资股价指数)是Morning Star株式会社开发的国内首个社会责任投资股价指数。
由国内上市企业中社会评价优秀的150家企业构成。株式会社柒和伊控股也被选为其中一员。

GREENHOUSE GAS EMISSIONS VERIFICATION STATEMENT

To: Seven & i Holdings Co., Ltd.



**BUREAU
VERITAS**

August 31, 2015

Bureau Veritas Japan Co., Ltd.
System Certification Services Headquarters

Bureau Veritas Japan Co., Ltd. (Bureau Veritas) was engaged by Seven & i Holdings Co., Ltd. (Seven & i) to conduct independent verification of the greenhouse gas (GHG) emissions reported by Seven & i in its CSR Report 2015.

1. Scope of Verification

Seven & i requested Bureau Veritas to verify, to a limited level of assurance, the accuracy of the following GHG information:

• Scope 1 and Scope 2 emissions:

CO2 emissions from energy use through the following store operations within Japan, U.S.A (excluding stores operated by domestic licensees of 7-Eleven, Inc.) and Canada:

Name of company	Number of stores covered within scope	Reporting period covered
Seven-Eleven Japan Co., Ltd.	17,491	April 1, 2014 through March 31, 2015
Ito-Yokado Co., Ltd.	184	
York-Benimaru Co., Ltd.	195	
Sogo & Seibu Co., Ltd.	24	
Seven & i Food Systems Co., Ltd.	613	
York Mart Co., Ltd.	78	
THE LOFT CO., LTD.	80	
AKACHANHONPO CO., LTD.	100	
SHELL GARDEN CO., LTD.	24	January 1, 2014 through December 31, 2014
7-Eleven, Inc.	8,510	

2. Methodology

Bureau Veritas conducted the verification in accordance with the requirements of the international standard 'ISO 14064-3(2006): Greenhouse gases - Part 3: Specification with guidance for the validation and verification of greenhouse gas assertions'.

As part of Bureau Veritas' assurance, the following activities were undertaken:

- Interviews with relevant personnel of Seven & i responsible for the identification and calculation of GHG emissions;
- Review of Seven & i's information systems and methodology for collection, aggregation, analysis and review of information used to determine GHG emissions; and
- Audit of a sample of source data to check accuracy of quantified GHG emissions.

3. Conclusion

Based on the verification work and processes followed, there is no evidence to suggest that the GHG emissions assertions shown below:

- are not materially correct and are not a fair representation of the GHG emissions from activities within the scope of work
- are not prepared in accordance with the methodology for calculating GHG emissions established and implemented by Seven & i.

Verified greenhouse gas emissions	
Scope 1 113,422 t-CO ₂	Scope 2 3,488,296 t-CO ₂

【Statement of independence, impartiality and competence】

Bureau Veritas is an independent professional services company that specializes in Quality, Health, Safety, Social and Environmental management with over 180 years history in providing independent assurance services. No member of the verification team has a business relationship with Seven & i, its Directors or Managers beyond that required of this assignment. We conducted this verification independently and to our knowledge there has been no conflict of interest. Bureau Veritas has implemented a Code of Ethics across the business to maintain high ethical standards among staff in their day-to-day business activities. The verification team has extensive experience in conducting assurance over environmental, social, ethical and health and safety information, systems and processes.

集团环境相关数据(日本国内)※1 ※2

课题		2012年度	2013年度	2014年度
CO ₂ 排放量	t-CO ₂	2,441,588	2,744,760	2,767,346
店铺运营过程中的CO ₂ 排放量	t-CO ₂	2,249,194	2,528,518	2,533,458
店铺运营过程中的用电量	GW h	4,254	4,345	4,367
店铺运营过程中的用水量※3	千m ³	19,789	21,829	22,788

※1 日本7-Eleven、日本伊藤洋华堂、崇光・西武、约克红丸、约克玛托、柒和伊餐饮综合服务公司、婴儿本铺 7家公司的合计值。

※2 计算条件请参阅各事业公司数据集中记录的环境相关数据。

集团人事相关数据(日本国内)※1

员工详情(截至2015年2月末)			(人)		2012年度	2013年度	2014年度
正式员工※1			26,167	正式员工平均工龄	16年6个月	16年1个月	16年3个月
	男性		19,642	取得育儿休假的员工人数	591人	828人	977人
	女性		6,525	(其中男性、小时工)※5	(7,286)	(4,334)	(11,503)
小时工※3			62,172	取得护理休假的人数	43人	43人	24人
员工人数(正式员工人数+小时工人数)			88,339	(其中男性、小时工)※5	(5、29)	(5、29)	(2、15)
应届毕业生录用人数			1,133	取得志愿者休假的人数	2人	9人	13人
往届毕业生录用人数			388	女性管理人员比率※6	19.9%	21.4%	23.0%
返聘人数※4			345	残疾人士雇用率※7	2.05%	2.19%	2.29%

※1 2013年度、2014年度为柒和伊控股、日本7-Eleven、日本伊藤洋华堂、崇光・西武、约克红丸、约克玛托、柒和伊餐饮综合服务公司、婴儿本铺、柒银行9家公司的合计。2012年度为除柒和伊控股之外的8家公司的合计。

※2 包括退休返聘人数。

※3 根据1天8小时换算的月平均人数。包括合同制员工及非正式职员。

※4 退休返聘人数。

※5 在该年度中取得休假的人数。(上一年的延续+新取得的)

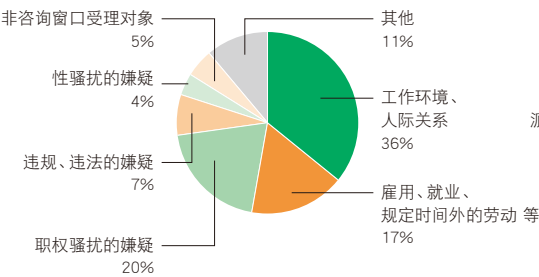
※6 柒和伊控股、日本7-Eleven、日本伊藤洋华堂、崇光・西武、约克红丸、柒和伊餐饮综合服务公司、婴儿本铺、柒银行8家公司的合计。除董事以外的系长级别以上的比率。

※7 年度数值为截至第二年度6月1日的数值。应用了根据柒和伊控股、Terube(有重度残障人士工作的特例子公司)、日本7-Eleven、日本伊藤洋华堂、柒和伊餐饮综合服务公司5家公司得出的集团雇用率。

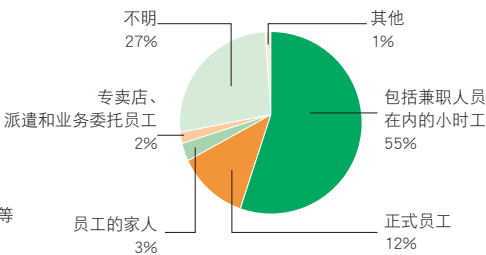
集团共通的员工
咨询受理相关数据

作为整个集团内部统管的一部分，柒和伊控股在公司外第三方机构设立了员工咨询和举报窗口(求助热线)。这是一项以柒和伊控股及日本国内关联子公司的员工为对象的制度，目的在于力求在整个集团内对于会导致社会对公司丧失信任的行为防范于未然，早发现、早纠正，防止再次发生。

2014年度咨询内容的详情
受理件数705件(上一年度比105%)



咨询者详情



环境相关

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
切实掌握环境负荷				
	●扩大至ISO14001适用范围内的地方事务所 ●在ISO14001定期审查中减少指摘事项	●2015年2月完成扩大全国地区事务所的适用范围 ●2013年度的登录审查，未出现不符合要求的批评	○ ○	●扩大至ISO14001适用范围内的全国直营店 ●在ISO14001定期审查中减少批评事项
提高能源效率，引进可再生能源				
	●在6,000店实现辅助库房照明LED化 ●物流配送车的混合动力车增加至500辆	●在8,269家店铺实现辅助库房照明LED化 ●物流配送车的混合动力车扩大至522辆	○ ○	●在2,000家店铺导入更为节能的店内照明 ●物流配送车的混合动力车增加至620辆
削减废弃物，构建循环型社会				
	●相比上一年度进一步削减每家店铺的购物袋使用量 ●食品废弃物回收率：51.9%以上	●每家店铺的购物袋使用量为955.4kg（是2013年度的101.6%） ●食品废弃物回收率：51.3%	△ △	●每家店铺的购物袋使用量，较2014年度继续削减 ●食品废弃物回收率：52.3%以上
提供环保型商品				
	●有2种使用了间伐材的纸质包装商品 ●开发利用循环利用塑料容器的商品	●将环保型塑料容器导入色拉容器 ●“7咖啡”的热茶杯使用间伐材	○ △	●扩大使用了环保型塑料容器的商品 ●扩大使用了间伐材的商品 ●开发使用了易回收容器的商品
对员工的意识启蒙				
	●生态审定合格者人数超过100人	生态审定合格者175名	○	●生态审定合格者人数超过300人

环境相关数据

课题	单位	2012年度	2013年度	2014年度
CO ₂ 排放量※1※2※3	t-CO ₂	1,372,058	1,584,976	1,644,672
店铺运营过程中的CO ₂ 排放量(每家店铺)※1※3	t-CO ₂	1,222,882(85.0)	1,421,084(90.9)	1,462,231(87.0)
物流过程中的CO ₂ 排放量※4	t-CO ₂	146,581(10.2)	160,893(10.3)	179,330(10.7)
店铺运营过程中的用电量(每家店铺)※1※3	GW h (MWh)	2,444(169)	2,508(161)	2,584(154)
店铺运营过程中的用水量※1※5	千m ₃	7,811	9,227	10,412
每家店铺的购物袋使用重量	t	0.94	0.94	0.96
废弃物量(回收率)※6	t(%)	324,753(46.4)	371,344(46.7)	409,228(47.1)
食品废弃物的回收率※7	%	48.9	50.9	51.3

※1 统计期间为4月～3月。

※2 店铺运营、物流、总部、研修中心、地区事务所使用能源产生的CO₂排放量

※3 对于无法掌握用电量的店铺，使用估算值计算得出。

※4 统计期间为3月～2月。配送中心运营以及配送车辆使用能源产生的CO₂排放量。

※5 根据都道府县厅所在地的约3,400家店铺的使用量推算得出。

※6 根据东京都和京都府等地店铺的排放量推算得出。统计期间为1月～12月。食品废弃物量根据※6的基准计算得出。

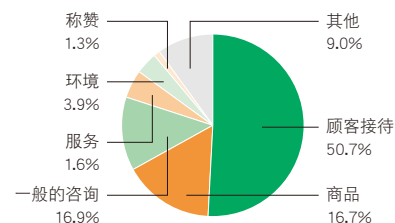
※7 根据食品回收企业的报告。统计期间为4月～3月。

受理顾客咨询的相关数据

2014年度，受理了许多有关“7咖啡”和甜甜圈等新品、活动的咨询。顾客咨询室将来自顾客的意见、批评灵活运用于今后的商品、服务，在公司内共享这些资源。另外，在强化应对能力、致力于提供浅显易懂的信息的同时，诚挚地接受意见、批评，完备加快改进速度的体制。

2014年度咨询内容的详情

受理件数 126,471件(上一年的117.5%)



2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
确保商品和服务的品质及安全性				
	●提高NDF-HACCP维持审查的评价分数	●审查评价超过“良”的工厂数，从41%(2013年度)提升至74%(2014年度)	○	●提高日常商品专用工厂的NDF-HACCP维持审查评价点(继续)
不断完善店铺和设备，让顾客安心使用				
	●导入无障碍设施的店铺数量：350店 ●采用停电时可确保最低限度设备运转的体制的店铺数量：约1,600店	●导入无障碍设施的店铺数量：378店 ●停电时可确保最低限度设备运转体制的店铺数量：1,602店	○	●导入无障碍设施的店铺数量：400店 ●停电时可确保最低限度设备运转体制的店铺数量：1,700店 ●车辆用防护栏的导入店铺(以设有停车场的店铺为对象)：4,000店
提供准确的信息				
	●在网上介绍有关有效利用再生容器及间伐材的信息	●在网上(社会、环境的对策)公布有关有效利用再生容器及间伐材的信息	○	●在网上收集有关食品安全、安心对策的信息(削减反式脂肪酸、排除防腐剂和合成色素等)，致力于公布浅显易懂的信息
忠诚应对顾客声音(体制)				
	●对于顾客的诉求，在进一步加强应对能力，提供正确信息的同时，力求减少顾客意见和建议	●在店铺数增加的同时，受理件数也在增加(是上一年的117.5%)。要继续强化应对能力，致力于提供浅显易懂的信息	△	●针对接待顾客方面的批评，与经营咨询员合作，为防止再发，致力于强化接待顾客的教育。另外，完备加快改进速度的体制

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持育儿和老龄人群等				
	●全日本范围内的导入目标是移动销售车的启用数量：100辆、电动汽车：1,000辆、电动自行车：3,000台，进一步将店铺打造为“邻近且便利的店”	●2014年度导入数量，移动销售车：35辆、电动车：806辆、电动自行车：2109辆	×	●2015年度的导入目标是移动销售车：50辆、电动车：1,000辆、电动自行车：3,000辆，推进邻近与便利
协助促进地区活化				
	●进一步强化与已签署地区一揽子合作协议的自治体间的协作，探讨新的举措。推进与新的自治体签署协议	●和千叶市新签署地区一揽子合作协议。另外，签署并实施有关老年人支援的协议	○	●在推进和新的自治体签署一揽子协议之外，签署更为具体的个别协议，推进可持续性的对策
灾害时的支援				
	●更加具体的明确了发生大规模灾害时应履行的社会责任，深化与政府部门防灾窗口间的高效协作	●和新泻县、宫城县、仙台市新签署灾害时的合作协议	○	●理应发挥包括大规模灾害发生时店铺继续营业等作为社会基础设施的作用，致力于充实支援体制，强化与国家、自治体之间的高效合作
预防地区犯罪的对策				
	●调整年龄确认及防止转账诈骗等训练内容，目标参加率定在50%以上	●6,034家店铺参加防犯训练、讲习会(参加率：39.2%：来自16,101家店铺的回答)	×	●致力于和都道府县及警察署的防犯协议会的合作，以防犯训练、讲习会的参加率达到50%为目标

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持员工能力提升				
	●根据2013年度的验证，就各项研修进行内容改善	●重新评估和实施法令遵守研修(11月实施)、新任经营咨询员研修(每月)、新任地区经理研修(每年2次)、直营店会议(每月)的内容	○	●充实各种研修(法令遵守研修、新任经营咨询员研修、新任地区经理研修、直营店会议等)
给与公平的评价和待遇				
	●候补人选制度应征人数：2013年度的120%	●候补人选制度应征人数：是2013年度的100%	△	●候补人选制度应征人数：是2014年度的110%
实现工作与生活的平衡				
	●男性取得育儿休假的人数：多人 ●推进取得带薪休假	●男性取得育儿休假的人数：0人 ●带薪休假取得率：45.5%	△	●增加男性取得育儿休假的人数 ●进一步促进带薪休假的取得
有效地利用多种人才				
	●外国留学生录用人数：20人 ●残疾人士录用人数：20人 ●女性管理职比率(系长级以上)：34%	●外国籍员工录用人数：22人 ●残疾人士录用人数：21人 ●女性管理职比率(系长级以上)：30.2%	○ ○ ×	●外国籍员工录用人数：25人 ●残疾人士录用人数：23人 ●女性管理职比率(系长级以上)：32%
重视劳动安全卫生				
	●交通事故、违规件数：同比2013年度减少10% ●工伤件数：同比2013年度减少10%	●交通事故、违规件数：比2013年度增加3% ●工伤件数：比2013年度减少16%	× ○	●交通事故、违规件数：比2014年度减少10% ●工伤件数：比2014年度减少10%

人事相关数据

员工详情(截至2015年2月末)		(人)
正式员工※1		7,089
	男性	5,119
	女性	1,970
小时工※2		4,163
员工人数(正式员工人数+小时工人数)		11,252
应届毕业生录用人数		609
往届毕业生录用人数		357
返聘人数※3		18

※1 包括退休返聘人数。

※2 根据1天8小时换算的月平均人数。包括合同工。

※3 退休返聘人数。

※4 在该年度中取得休假的人数。(上一年的延续+新取得的)

※5 除干部以外的系长级别以上的比率。

※6 年度数值为截至次年度6月1日的数值。适用于柒和伊控股、Terube(雇用重度残疾人士的特例子公司)、日本7-Eleven、日本伊藤洋华堂、柒和伊餐饮综合服务公司5家公司的集团雇用率

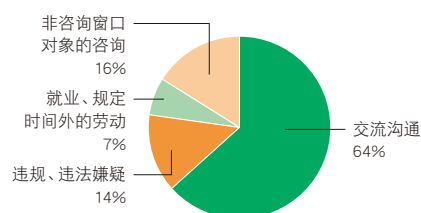
	2012年度	2013年度	2014年度
正式员工平均工龄	9年5个月	9年6个月	9年6个月
取得育儿休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	49人(1)	130人(0)	159人(0)
取得护理休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	0人(0)	1(0)	2人(1)
取得志愿者休假的人数	0人	0人	1人
女性管理人员比率※5	29.3%	31.5%	30.7%
残疾人士雇用率※6	2.05%	2.19%	2.29%
正式员工带薪休假取得率	8.1%	16.1%	45.5%
工伤次数比率	0.04%	0.08%	0.01%
工伤严重度比率	0.002%	0.001%	0.0005%

受理员工咨询的相关数据

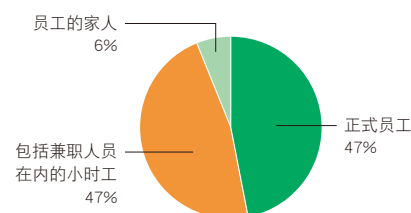
在继续实施法令遵守研修的基础之上，开展法令遵守的测试等，推进知识掌握及意识培养。继续强化有助于改善员工工作环境的对策。

2014年度咨询内容的详情

受理件数58件(上一年度的131%)



咨询者详情



株式会社日本伊藤洋华堂

网站：http://www.ito-yokado.co.jp/company/iycsr/index.html

截至2014年度末的店铺数量：181家

环境相关

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
提高能源效率，引进可再生能源				
	●导入LED灯泡的店铺：176家 ●平均每家店铺的配送距离减少247,000km(比2013年度削减1%)	●导入LED的店铺：184家店铺(截至2015年2月的所有店铺) ●平均每家店铺的配送距离为244,000km(比2013年度削减2.4%)	○ ○	●将97家店铺未实施的真空管LED化 ●平均每家店铺的配送距离为242,000km(比2013年度削减0.8%)
削减废弃物，构建循环型社会				
	●食品废弃物的回收率：50% - 实施回收的店铺数量：100家店铺	●食品废弃物的回收率：50.1% ●实施回收的店铺数量：89家店铺	○ △	●食品废弃物的回收率：52% ●实施回收的店铺数量：100家店铺
对员工意识的启蒙				
	●与集团合作，促进接受生态审定	●76名参加考试(其中合格者57名)	○	●参加考试的目标人数：100名

环境相关数据

课题	单位	2012年度	2013年度	2014年度
CO ₂ 排放量※1※2※3	t-CO ₂	533,110	572,247	550,358
店铺运营过程中的CO ₂ 排放量※2※3 (环境负荷指标※4)	t-CO ₂ (t-CO ₂ /100万m ² ×千h)	507,499 (103)	545,989 (108)	524,418 (105)
配送车辆的CO ₂ 排放量※2※3	t-CO ₂	23,340	23,904	23,638
店铺运营过程中的用电量※2	GW h	853	884	851
店铺运营过程中的用水量※2	千m ³	5,793	6,582	6,441
食品卖场购物袋的使用量(谢绝率)	t(%)	2,274(47.6)	1,321(67.5)	1,268(70.2)
废弃物量(回收率)	t(%)	132,051(66.3)	130,816(66.0)	131,787(66.7)
食品废弃物的回收率	%	45.2	47.5	50.1

※1 店铺运营、总部、研修中心、物流中心运营过程中和配送车辆使用能源产生的CO₂排放量。

※2 统计期间为4月～3月。

※3 CO₂排放量是依据《东和伊控股集团共通CO₂排放量计算手册》计算得出的。

※4 每(总营业面积×营业时间)内的CO₂排放量。

受理顾客咨询的相关数据

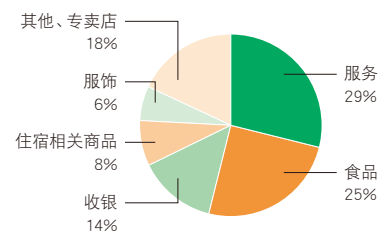
来自顾客之声的受理件数，是上一年度的98%。

另外，构成比占29%的服务投诉，减少至上一年度的98%。

并且，为了削减服务投诉，推进投诉发生原因的分析，贯彻再发防止对策。

2014年度咨询内容的详情

受理件数74,357件(上一年度的98%)



2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
确保商品和服务的品质及安全性				
	●与行政机构合作，作为委员参加公共品质标准的制定 ●加强与公司内各部针对品质改善的合作 ●加强柒和伊控股QC项目的信息共享	●参与经济产业省推进的面向小学高年级学生的产品安全教育研讨委员会 ●与衣料事业部、住房商品部、开发部门合作，特别是确认本公司开发(PB)商品的生产工厂，强化质量改进对策 ●实施在柒和伊控股集团项目中的共享会议。制定2014年度集团共通的质量方针，在公司内外公布	○ △ ○	●产品安全文化的构筑 与行政部门实施的构筑“产品安全文化”合作，推进本公司商品的“安全和安心” ●质量标准书的修订 配合下一年度公共标准的修订，在2015年度中实施修订2012年度的质量标准书
不断完善店铺和设备，让顾客安心使用				
	●《首都直下型地震对策》以外的灾害对策书调整(受灾预想、组织体制等)	●以各对策书为对象，配合最新的“受害预想”及“公司内组织变更”，实施重新评估。	△	●为明确灾害时店铺理应对应的内容，制定了面向店铺的对策书(“地震对策”“水灾对策”“富士山喷发”对策)
提供准确的信息				
	●为进行恰当的标示，在服饰、住宿、食品部门主管经理会议上列举不正确的事例，实施教育，提高A评价的比例	●A评价：88.5%(低了2.2个百分点) ●B评价：11.2%(增了2.5个百分点) ●C评价：0.2%(低了0.4个百分点)	△	●商店随访时如发现不合理的标示，直接和担当经理、店长面谈，确认原因和对策
忠诚应对顾客声音(体制)				
	●将受理件数多的20个重点店铺定为重点店，进行原因分析，采取措施防止再次发生。特别要力求减少服务投诉。 ●通过公布顾客的称赞内容及在早会、午会上进行介绍，与全体员工共享，力求提高员工工作积极性	●服务投诉件数：减少至上一年度的98% ●20家重点店铺服务投诉的件数：减少至上一年度的93% ●每周发送顾客咨询室信息，灵活利用早会、午会	△ ○ ○	●顾客之声有助于具体的改进行为 ●将受理件数多的20家重点店铺定为重点店，进行原因分析，采取措施防止再发。特别致力于削减服务投诉 ●通过早会、午会，共享接待顾客的对应要点，致力于提升接待顾客的水准

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持育儿和老龄人群等				
	●开发能帮助老龄人群实现便利、舒适生活的商品 ●培养让当地老年人信任的销售人员	●实施以消除老年人生活不便商品为中心的商品筹集 ●七次举办学习新产品特征的研修会	△ ○	●开发支持老年人外出的商品和反映顾客之声的商品 ●实施提升商品知识和接待顾客水准的研修
灾害时的支援				
	●继续推进与新潟县、广岛县、兵库县、冈山县等行政机构签订灾害时的支援协议 ●根据实际情况对过去签订的协议内容进行调整	●以各对策书为对象，配合最新的“受害预想”及“公司内组织变更”，实施重新评估	△	●为明确灾害时店铺理应对应的内容，制定了面向店铺的对策书(“地震对策”“水灾对策”“富士山喷发”对策)

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持员工能力提升				
	●不仅在上任时，还加强3个月后、1年后的跟踪研修，为能完成一定水平以上的工作落实制度化	●以新任店长、副店长、总务经理为对象，实施跟踪研修	○	●通过针对新上任干部的销售区在职培训，培育出可适应现场的管理人才
有效地利用多种人才				
	●站在推进人权启蒙、正常化的角度，示范了很多具体事例，除此之外，还进行采用了实践方式的研修，以求在职场内周知，让每个人都理解	●研修：61次 参加人数总计3,662人	○	●面向人权尊重、标准化的推进，立足于以店铺为中心的用户视点，开展知识、实践两方面的研修，有助于职场内的众所周知，促进理解
重视劳动安全卫生				
	●要削减工伤，尤其是需停业的工伤的发生件数 ●推进心理健康研修	●停业工伤发生件数：是上一年度的90%	○	●停业工伤(4天以上)削减至原先的90% ●推进心理健康研修

人事相关数据

员工详情(截至2015年2月末)		(人)
正式员工※1		7,896
	男性	5,937
	女性	1,959
小时工※2		26,425
员工人数(正式员工人数+小时工人数)		34,321
应届毕业生录用人数		39
往届毕业生录用人数		1
返聘人数※3		189

※1 包括退休返聘者。

※2 根据1天8小时换算的月平均人数。包括合同工。

※3 退休返聘人数。

※4 在该年度中取得休假的人数。(上一年的延续+新取得的)

※5 除干部以外的系长级别以上的比率。

※6 年度数值为截至次年度6月1日的数值。适用于柒和伊控股、Terube(雇用重度残疾人士的特例子公司)、日本7-Eleven、日本伊藤 洋华堂、柒和伊餐饮综合服务公司5家公司的集团雇用率。

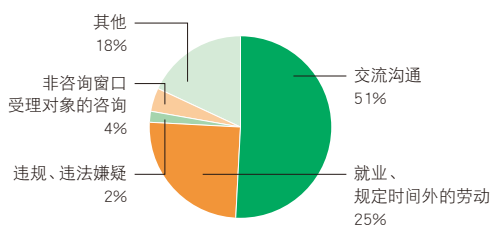
	2012年度	2013年度	2014年度
正式员工平均工龄	20年4个月	21年0个月	21年7个月
取得育儿休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	194人(0、100)	198人(0、27)	260人(0、138)
取得护理休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	22人(0、18)	20人(1、16)	15人(2、10)
取得志愿者休假的人数	2人	9人	2人
女性管理人员比率※5	18.0%	20.8%	22.5%
残疾人士雇用率※6	2.05%	2.19%	2.29%
正式员工带薪休假取得率	11.4%	11.3%	14.0%
工伤次数比率	1.81	2.35	1.32
工伤严重度比率	0.03	0.05	0.03

受理员工咨询的相关数据

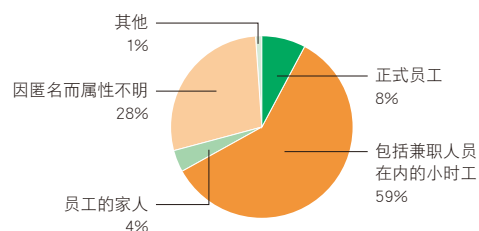
与2013年度相比，有关沟通的咨询有所增加，占到全体的51%。继续在新任管理者研修等场合，在以求助热线受理具体咨询的同时，就沟通的重要性及与下属的接触方式进行启蒙活动。

2014年度咨询内容的详情

受理件数244件(上一年度的113%)



咨询者详情



环境相关

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
确切掌握环境负荷				
	●在ISO14001定期审查中，不合格项为0件，扩大推荐项目	●不合格项：0件 ●推荐项目：9件(比前一年度▲2件)	△	●完成ISO14001 2015年版的过渡
提高能源效率，引进可再生能源				
	●能源原油换算使用量削减1% ●继续扩大导入LED	●能源原油换算使用量：削减1% ●在10家店铺导入LED照明	○	●能源原油换算使用量削减1% ●继续扩大LED照明的导入
削减废弃物，构建循环型社会				
	●食品废弃物回收率：55.0% (与前一年相比+0.6%) ●废弃物回收率：62.5% (与前一年相比+0.5%)	●食品废弃物回收率：54.7% (与前一年相比+0.3%) 因精密检查新回收渠道的合理处置状况，回收委托有所推延。 ●废弃物回收率：62.1% (与前一年相比+0.1%) 因精密检查新回收渠道的合理处置状况，回收委托有所推延	△	●食品废弃物回收率：55.0% (与前一年相比+0.3%) ●废弃物回收率：62.5% (与前一年相比+0.4%)
应对生物多样性				
	●依托绿色包装等对策的植树：1600棵	●植树：1,750棵 植树场所：岩手县宫古市	○	●植树：1,850棵
提供环保型商品				
	●通过调整环保商品选定基准扩大环保商品，新选定30种	●环保商品选定基准中追加“针对人体的安全性” ●新选定：33种	○	●新选定：30种
对员工的意识启蒙				
	●全体员工参加“环境网络授课” ●继续实施以全体员工为对象的“节电援助活动”，报告达成的有60人	●环境网络授课：全体员工参加 ●节电援助活动实现报告：36名	△	●环境网络授课：全体员工参加 ●节电援助活动实现报告：60名

环境相关数据

课题	单位	2012年度	2013年度	2014年度
店铺数量	店铺	24	24	24
CO ₂ 排放量※1 ※2 ※3	t-CO ₂	188,486	197,747	194,315
店铺运营过程中的CO ₂ 排放量※2 ※3	t-CO ₂	187,831	196,992	193,578
店铺运营过程中的用电量※2	GWh	357	346	341
店铺运营过程中的用水量※2	千m ₃	2,438	2,354	2,265
容器包装使用量	t	1,623	1,493	1,465
废弃物量(回收率)	t(%)	32,020(60.6)	30,981(62.0)	30,880(62.1)
食品废弃物的回收率※2	%	50.3	54.4	54.7

※1 店铺运营、法人外部部、总部、物流中心运营过程中使用能源产生的CO₂排放量。

※2 统计期间为4月～3月。

※3 CO₂排放量是依据《荣和伊控股集团共通CO₂排放量计算手册》计算得出的。

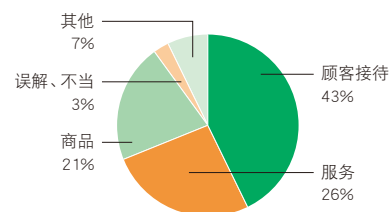
受理顾客咨询的相关数据

2014年度继续从“顾客之声”中提炼、分析各销售区接待顾客服务、操作上的课题，推进消除顾客不满并将顾客需求反馈于营业对策的活动。另外，作为员工服务意识提升的启发活动，继续在公司内部报刊上刊载令顾客感到高兴的实例。

2015年度，进一步推进店铺的改进活动，“酝酿让顾客感到高兴的组织架构”，不断改进服务。

2014年度咨询内容的详情

受理件数 10,654 件(上一年度的90%)



2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
确保商品和服务的品质及安全性				
	●实施守法且合理的食品标示 ●以服装、杂货领域的PB商品为对象，加强商品验货体制 ●质量管理 提高网络授课等教育课程的水平	●在全店实施过敏、产地等的标示检查 ●实施263次交货前的检查(与前一年相比+170次) ●构筑、执行分层课程计划	○	●强化防止异物混入的活动 ●以衣料、杂货领域的PB商品为对象，继续推进检查产品体制 ●鼓励教育体制水准的提升和资格取得
不断完善店铺和设备，让顾客安心使用				
	●设置供坐轮椅者使用的水平调整电梯 ●在进出口设置自动门	●在崇光广岛店总馆和新馆的联络楼梯，设置了供轮椅者使用的水平调整电梯 ●在出入口设置自动门(崇光广岛店、崇光柏店)	○	●为了让多目的厕所门便于开闭，进行改修
提供准确的信息				
	●实施与专门机构合作的食品标示及服装、杂货领域的PB商品标示的点检	●三次实施以全据点为对象的专门机构检查	○	●继续推进和专门机构提携的“食品标示”及“衣料、杂货领域PB商品标示”的检查
忠诚应对顾客声音(体制)				
	●充分利用顾客诉求分析，进一步推进员工“顾客意识”的提高 ●减少顾客的不满意(6,488件以下)	●继续实施灵活利用“顾客之声”的活动，改善来自顾客的不满意 ●来自顾客的不满意：5384件(与前一年相比，▲1,104件)	○	●顾客对百货店服务充满期待，因此，分析来自“顾客之声”的要求，店铺和总部合作，进一步推进员工服务意识的提升 ●削减来自顾客的不满意：5,384件以下

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持育儿和老龄人群等				
	●继续开办准妈妈驿站、咨询室，继续实施亲子共同参与的讲座与宣传活动 ●继续根据助产师收集的顾客声音进行商品开发 ●进一步实施培养新的专业销售员（试鞋指导员 18人、购鞋顾问 17人等） ●童鞋折旧换新数量：90,000双	●在准妈妈驿站、柜台举办30多次婴儿手语讲座、婴儿按摩、孙辈培育讲座等。 ●依托来自助产师的建议，开发了多功能婴儿披肩、编织毛毯等8件商品。 ●培育新的专业销售员 试鞋指导员：17名 球鞋指导员：28名 购鞋顾问：32名 品酒师：6名 等 ●童鞋折旧换新数量：85,709双	○	●在准妈妈驿站、柜台继续举办亲子（母子、父子）可以一起参加的活动。 ●继续开发依据助产师建议的商品。 ●继续培育新的专业销售员 试鞋指导员：15名 正装专家：10名 爱心顾问：15名 痴呆症支援者：1,650名 等 ●童鞋折旧换新数量：90,000双
协助促进地区活化				
	●继续实施密切联系地区的活动	●“绿色帘子项目”“洒水大作战”等与地区联动的活动（各家店铺） ●重新评估本地神奈川的活动“神奈川发现周”（崇光横滨店） ●使用本地食材的“招待火锅”的温馨共享活动（旭川店、福井店） ●本地“狭山茶”的采集、工厂参观旅游、使用狭山茶的服装及杂货的自主开发、限期销售（西武所泽店） ●使用本地食材的“福井甜点大博览会”（西武福井店） ●本地产蔬菜的早市（西武大津店）	○	●继续实施密切联系地区的活动。 ●通过与本地企业的合作，将地区的传统技术及产品纳入其中，推进添加了各店不同开发商品的“限量版地区模式”。
灾害时的支援				
	●继续实施包括地震灾害时“回家困难人员对策”在内的与自治体及地方企业的合作协助体制 ●通过举办“防灾展销会”等推进防灾意识的启蒙活动 ●与神户市签订“灾害时的物资提供协议”	●以首都圈店铺为中心，实施各地区的联合训练，推进参与“回家困难人员对策协议会”。 ●作为对地区居民等意识启发活动的一环，还举办和地区自治体等合作的“防灾节”。 ●1998年9月1日已签署协议，随这份协议提出调查表。	○	●包括地震灾害时“回家困难人员对策”在内，继续推进与自治体及地方企业的合作协助体制。 ●通过举办“防灾节”等，推进防灾意识的启发活动。 ●通过与千叶县签署“地区一揽子协议”，推进地区活动。
预防地区犯罪的对策				
	●针对携手地区的防犯防灾体制，继续给与协助	●参加在地区举办的“防灾训练”及“防犯巡逻”	○	●继续推进与地区提携的防犯、防灾体制合作。

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持员工能力提升				
	●通过建立并实施针对提高个人基础能力及增加资格取得者人数的措施，计划使全年新参加授课的人数有3,000人	●新参加授课者：3,533名	○	●面向个人基础能力的提升及扩大取得专业资格，依托“自主销售区研修的听讲促进”和“职历提升讲座听讲促进”，新参加授课的人数总计达到3,000名
实现工作与生活的平衡				
	●取得襁褓图标 ●充实、扩大不与雇用类型相关联的育儿支援制度 ●通过与育儿休假者的信息共享加强支持	●2014年7月取得襁褓图标 ●新导入带薪的育儿休假制度，护理休假带薪化 ●举办劳资合作的育儿休职者座谈会	○	●加深育儿支援和经营的理解，发行分娩、育儿手册
有效地利用多种人才				
	●从签约员工转为正式员工的人数：17人 ●录用往届毕业生中的专业人才：5人 ●女性管理人员比率(课长级以上)：20%	●从合同工转为正式员工的人数：17名 ●专业人才的中途雇用人数：4名 ●女性管理人员比率(课长级以上)：13%	△	●从合同工转为正式员工的人数：30人 ●专业人才的中途雇用人数：5名 ●女性管理人员比率(课长级以上)：20%
重视劳动安全卫生				
	●包括本部在内对健康管理体制进行充实 ●通过健康管理教育减少因精神疾患休假的发生率	●完备支援所有营业所的总部保健师的常驻体制。 ●精神疾患休职者：减少至前一年度的约8成(改善)	○	●健康检查后进一步跟踪的全店统一化(包括代谢综合症、鼓励接受诊断等相关数值的统一) ●针对有精神疾患的员工，确立职场的复归支援流程

人事相关数据

员工详情(截至2015年2月末)		(人)
正式员工※1		4,281
	男性	2,982
	女性	1,299
小时工※2		4,227
员工人数(正式员工人数+小时工人数)		8,508
应届毕业生录用人数		40
往届毕业生录用人数		1
返聘人数※3		67

※1 包括退休返聘者。

※2 根据1天8小时换算的月平均人数。包括合同工。

※3 退休返聘人数。

※4 在该年度中取得休假的人数。(上一年的延续+新取得的)

※5 除干部以外的系长级别以上的比率。

※6 年度数值为截至次年度6月1日的数值。

	2012年度	2013年度	2014年度
正式员工平均工龄	21年0个月	22年0个月	22年0个月
取得育儿休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	148人(2、54)	213人(1、92)	193人(7、85)
取得护理休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	13人(5、3)	9人(0、5)	6人(0、5)
取得志愿者休假的人数	无相关制度	无相关制度	无相关制度
女性管理人员比率※5	19.8%	20.7%	23.1%
残疾人士雇用率※6	2.00%	2.04%	2.04%
正式员工带薪休假取得率	6.6%	14.0%	6.6%
工伤次数比率	0.30	0.29	1.04
工伤严重度比率	0.00	0.003	0.02

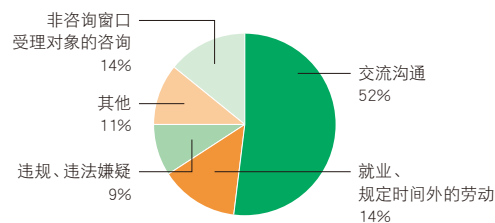
受理员工咨询的相关数据

有关时间管理的问题，去年以来重点采取对策，今年继续将之定位为全公司水准的必须对应的课题。以改善公司职员时间管理意识的改革为目的的研修，通过委托律师出任讲师等，彻底贯彻外部专家视点之下的时间管理及其他劳动问题中的法令遵守，由此，咨询件数有所减少。

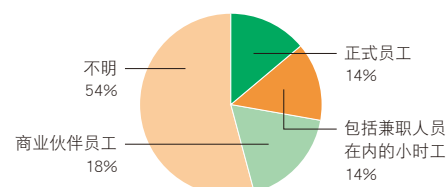
有关职场环境、人际关系等的咨询件数有所增加，其主要原因被认为是工作单位里缺乏交流，因此，针对发生现场的经理，具体而言，除了充实上下关系之外，还要再度确认成员之间意思沟通的重要性。通过再度确认高度重视的指导的必要性，呼请经营风格之变革。另外，针对其他经理，充实交流，防止骚扰等风险的发生，举办有助于改善职场环境的启发活动。此外，基于以上主旨实施的研修，通过列举依托日常业务活动的实例等，将彻底的法令遵守和风险管理直接相连，由此，有助于防止事故、事件的发生及扩大化。

2014年度咨询内容的详情

受理件数56件(上一年度的89%)



咨询者详情



株式会社约克红丸

网站：http://www.yorkbeni.co.jp/enviro/index.html

截至2014年度末的店铺数量：200家

环境相关

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
提高能源效率，引进可再生能源				
	●活用BEMS管理系统减少使用量 ●推进向高效照明器具(LED)的变更	●实施灵活利用BEMS的使用量削减 ●实施LED照明的改装：27家店铺	△ ○	●依托BEMS的全店设置(剩余17家店铺、新店)和灵活利用，削减使用量。 ●LED照明的全店设置 ●高效空调的改装

环境相关数据

课题	单位	2012年度	2013年度	2014年度
CO ₂ 排放量※1※2※3	t-CO ₂	179,479	207,704	204,741
店铺运营过程中的CO ₂ 排放量(每家店铺)※2※3	t-CO ₂	165,186 (898)	185,128 (959)	182,808(937)
配送车辆的CO ₂ 排放量※2※3	t-CO ₂	14,294	14,781	15,344
店铺运营过程中的用电量※2	GWh	301	309	309
店铺运营过程中的用水量※2	千m ³	1,028	1,039	1,043
食品卖场购物袋的使用量(谢绝率)	t(%)	392(70.2)	364(69.9)	350(70.6)
废弃物量(回收率)	t(%)	41,997(50.3)	42,760(51.1)	43,029(51.6)
食品废弃物的回收率	%	30.2	35.7	40.4

※1 因店铺运营、总部、研修中心、物流中心运营过程中和配送车辆使用能源而产生的CO₂排放量。

※2 统计期间为4月～3月。

※3 CO₂排放量是依据《柒和伊控股集团共通CO₂排放量计算手册》计算得出的。

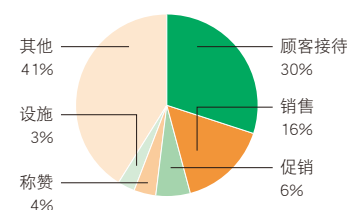
消费者课题

受理顾客咨询的相关数据

作为倾听和切实回应顾客声音的举措，约克红丸在所有店铺中对各店应对顾客期望的具体事例进行了共享。今后将通过店铺与总部间的协作，更快回应顾客期待，从而使更多意见落实到实际工作中，努力打造能让顾客愉快、安心购物的店铺。

2014年度咨询内容的详情

受理件数2,888件(上一年的105.3%)



2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
确保商品和服务的品质及安全性				
	●三星蔬销售金额：力争达到2013年度的109.6%	●三星蔬菜销售金额：是前一年度的112.0%	○	●三星蔬菜销售金额：是前一年度的116.0%
不断完善店铺和设备，让顾客安心使用				
	●2014年度以后继续扩大店铺数量	●继续扩大无障碍新法认定的店铺数量	○	●今后仍将继续扩大无障碍新法认定的店铺数量

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持育儿和老龄人群等				
	●继续实施“Heartful Saturday”献血活动	●献血合作者：555人	○	●继续推进献血活动“充满爱心的星期六”
协助促进地区活化				
	●2014年度也继续实施“诞生祭”活动	●在各店举办诞生仪式	○	●今后仍将举办诞生仪式
灾害时的支援				
	●针对提出请求的自治体，讨论应对措施	●2014年度没有新协议签署方（也没有新的请求）	△	●针对提出请求的自治体，探讨协议之签署
预防地区犯罪的对策				
	●2014年度也继续实施“儿童110店铺”的活动	●继续实施	○	●今后仍将继续实施

员工关联

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持员工能力提升				
	●根据目标设定诊断书进一步落实、推进OJT教育，力争改善全公司的诊断值	●上半期诊断～下半期诊断 7个部门中5个部门的诊断值改善	○	●依托目标设定记录的内容共通化，实现全公司教育水准的均等化。纠正诊断值的部门差距
实现工作与生活的平衡				
	●扩大包括正式员工在内的取得育儿休假的人数 ●继续鼓励男性员工取得育儿休假	●2014年育儿休假取得者(男女)：108人（是前一年的124%） ●男性的育儿休假取得者：7名	○ ○	●依托指南书的制作，让制度内容众所周知，扩大育儿休假利用者人数
有效地利用多种人才				
	●维持法定雇用率 ●女性管理人员比率(执行干部～部长级)：10% ●为稳定女性管理人员，举办研修会	●女性管理人员比率(部长级以上)：14.7% ●实施女性管理者研修	○ ○	●力争女性管理人员比率(执行董事～部长级)达到20% ●致力于提升外国人雇用比例
重视劳动安全卫生				
	●使全年工伤的发生件数削减10%	●2014年度工伤发生件数：345件(是前一年的97.7%＝削减率2.3%)	×	●年间工伤发生件数：较2014年度削减10%

人事相关数据

员工详情(截至2015年2月末)		(人)
正式员工※1		2,714
	男性	2,434
	女性	280
小时工※2		10,905
员工人数(正式员工人数+小时工人数)		13,619
应届毕业生录用人数		168
往届毕业生录用人数		0
返聘人数※3		22

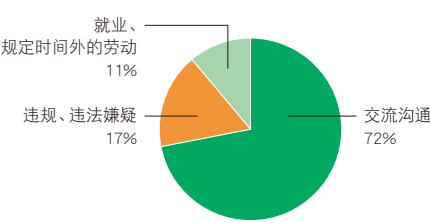
※1 包括退休返聘者。
※2 根据1天8小时换算的月平均人数。包括合同工。
※3 退休返聘人数。
※4 在该年度中取得休假的人数。(上一年的延续+新取得的)
※5 除干部以外的系长级别以上的比率。
※6 年频率值为截至次年度6月1日的数值。

	2012年度	2013年度	2014年度
正式员工平均工龄	14年7个月	15年3个月	14年6个月
取得育儿休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	47人(1、40)	63人(1、55)	109人(2、97)
取得护理休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	6人(3、3)	4人(0、4)	1人(0、1)
取得志愿者休假的人数	无相关制度	无相关制度	无相关制度
女性管理人员比率※5	23.8%	25.1%	25.5%
残疾人士雇用率※6	1.90%	1.96%	2.39%
正式员工带薪休假取得率	8.8%	9.2%	7.7%
工伤次数比率	2.94	2.27	2.39
工伤严重度比率	0.03	0.10	0.01

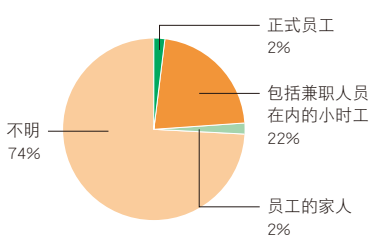
受理员工咨询的相关数据

面向员工设置了咨询窗口。受理员工的有关公司内职场环境的烦恼及针对违法违规行为的调查委托等想法意见，努力使之成为构建更理想的职场环境的契机。

2014年度咨询内容的详情
受理件数65件(上一年度的74%)



咨询者详情



株式会社约克玛托

网站：http://www.yorkmart.com/company/preservation/

截至2014年度末的店铺数：76家

环境相关

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
环境负荷的恰当把握				
	●东电请款的本部统一化(票据统一管理) ●新店导入BEMS	●实现东电请款的本部统一化 ●导入新店的两家店铺	○ ○	●继续在新店导入BEMS
提高能源效率，引进可再生能源				
	●既存店卖场照明的LED化(30店铺) ●多层冷冻室冷柜	●在30家现有店铺完成卖场照明的LED化 ●在4家店铺实施	○ ○	●现有店铺多层冷冻室的冷柜化
削减废弃物，构建循环型社会				
	●食品废弃物发生量减少、回收率：51% ●购物袋谢绝率：55%	●食品废弃物的回收率：达到51.6% ●2015年2月购物袋谢绝率：48.3%	○ ×	●食品废弃物的回收率：52% ●2016年2月购物袋谢绝率：达到60%
对员工的意识启蒙				
	●发行CSR宣传单	●发行16,000份CSR宣传单灵活运用于公司内部研修、中小学生的职场参观、接纳职业体验时等	○	●生态审订合格者：22名 ●培养痴呆症支援者220名

环境相关数据

课题	单位	2012年度	2013年度	2014年度
CO ₂ 排放量※1※2※3	t-CO ₂	52,301	61,522	61,383
店铺运营过程中的CO ₂ 排放量(每家店铺)※2※3	t-CO ₂	52,259(697)	61,474(809)	61,330(787)
店铺运营过程中的用电量※2	GWh	110	115	113
店铺运营过程中的用水量※2	千m ³	534	543	543
食品卖场的购物袋谢绝率	%	42.3	45.8	48.3
废弃物量(回收率)	t(%)	19,511(63.2)	20,799(65.2)	19,995(64.8)
食品废弃物的回收率	%	51.3	49.4	51.6

※1 因店铺运营、本部的运营及配送车辆的能源使用而产生的CO₂排放量。

※2 统计期间为4月～3月。

※3 CO₂排放量是依据《荣和伊控股集团共通CO₂排放量计算手册》计算得出的。

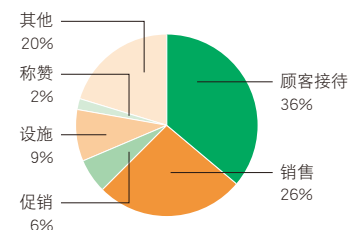
消费者课题

受理顾客咨询的相关数据

2014年度免费电话接听件数为996件。顾客提出意见的课题发生原因中，顾客接待相关内容占36%，销售相关内容占26%。分析发生原因，努力进行改善。

2014年度咨询内容的详情

受理件数996件(上一年度的107%)



2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
确保商品和服务的品质及安全性				
	●加强店铺遵纪守法小组的活动	●依托会议、网络会议、电子邮件向店铺发布信息 ●通过生产工厂的参观，实现教育共享	△	●店铺法令遵守小组的活性化 ●QC信息的继续发布 ●店铺随访的支援 ●网络会议的跟进
不断完善店铺和设备，让顾客安心使用				
	●无障碍新法认定店铺：26家店铺(新设店铺3家)	●无障碍新法认定店铺：25家店铺(新设店铺2家)	○	●无障碍新法认定店铺：27家店铺(新设店铺2家)
提供准确的信息				
	●继续进行店铺调查及信息共享 ●加强店铺自主点检的体制	●通过监查、总部QC担当的店铺调查、店长会议、经理会议的信息共享 ●店铺自主检查框架的强化	△	●通过监查、总部QC担当的店铺调查、干部随访、店长会议、经理会议的信息共享 ●店铺自主检查框架的强化
忠诚应对顾客声音(体制)				
	●设置免费电话、顾客声音收集箱 ●加强以课题分析进行应对	●有关设施、接待顾客、销售的顾客之声有所增加	△	●顾客之声、针对事故与各部门的连动及对店铺的反馈 ●对新上任店长等的教育强化

社区

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持育儿和老龄人群等				
	●积极在管理层起用再次挑战计划制度的参加者 ●为此而进行工作改革及争得周围理解，启蒙大家的意识	●录用担当经理5名、任职领班5名 ●组建制度利用者主导的团体组织	○	●扩大再挑战计划制度的利用者 ●实施针对此的工作改革，赢得周围理解，启发大家的意识
协助促进地区活化				
	●继续接纳中小学生的职场参观、职业体验 ●利用CSR宣传单	●中小学生职场参观、职业经验接纳：合计约7,000人(是前一年的105%) ●CSR宣传单的活用	○	●继续推进中小学生职场参观、职业体验接纳等 ●培养痴呆症支援者220名

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持员工能力提升				
	●贯彻实施新入社时的教育 ●将DVD修改得易于理解，完善教育工具及完善员工可融入的环境	●实施DVD修订。各店的灵活利用状况有差别 ●进入公司时接纳店铺的关系者，与提前退休相连	×	●新入公司者接纳指南的修订、新小时工集体研修的实施、为定型而开展的店铺运作改革
实现工作与生活的平衡				
	●减少总劳动时间 ●加班减少10%，达成全年休日100%	●加班平均：32.1小时 ●休假日取得率：96%	×	●总劳动时间的削减 ●加班10%削减、年间休假日100%取得
有效地利用多种人才				
	●任职干部录用：45人 ●起用熟练工为正式员工：10人以上 ●女性管理人员比例(系长级以上)：29.0% ●推进管理者教育，起用女性店长：2人	●任职经理：3名、任职领班：87名 ●正式员工录用：16名 ●女性管理人员比率 - 董事：0→7.1% - 部长：9.3→7.3% - 科长：10.8→12.8% - 系长：38.1→38.2% - 总计：27.6% ●录用1名女性店长	△	●任职干部录用：50人 ●起用熟练工为正式员工：10人以上 ●女性管理人员比率(系长级以上)：29.0% ●推进管理者教育，起用女性店长：2人
重视劳动安全卫生				
	●减少工伤发生 - 让大家周知发生原因及对策 - 减少发生停业的工伤	●次数率：4.49→4.24 - 强度率：0.07→0.07 - 停业工伤：54→51	△	●削减工伤发生 - 发生原因和对策的广而告之 - 削减引发停业的工伤

人事相关数据

员工详情(截至2015年2月末)		(人)
正式员工※1		1,225
	男性	995
	女性	230
小时工※2		4,368
员工人数(正式员工人数+小时工人数)		5,593
应届毕业生录用人数		129
往届毕业生录用人数		2
返聘人数※3		19

※1 包括退休返聘者。

※2 根据1天8小时换算的月平均人数。包括合同工。

※3 退休返聘人数。

※4 在该年度中取得休假的人数。(上一年的延续+新取得的)

※5 除干部以外的系长级别以上的比率。

※6 年度数值为截至次年度6月1日的数值。

	2012年度	2013年度	2014年度
正式员工平均工龄	14年8个月	14年0个月	15年0个月
取得育儿休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	21(0、8)	30(0、14)	31(0、17)
取得护理休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	0(0、0)	1(1、0)	0(0、0)
取得志愿者休假的人数	0	0	0
女性管理人员比率※5	25.5%	28.0%	27.7%
残疾人士雇用率※6	1.84%	1.94%	2.09%
正式员工带薪休假取得率	6.7%	8.2%	11.8%
工伤次数比率	3.25	4.49	4.24
工伤严重度比率	0.05	0.07	0.07

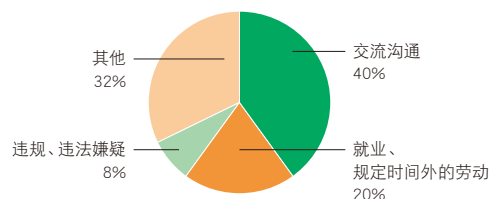
受理员工咨询的相关数据

总体的通报件数趋于减少。有关就业的通报减少，有关与上司和同事之间人际关系等的通报件数相对平稳，但仍占据上位。

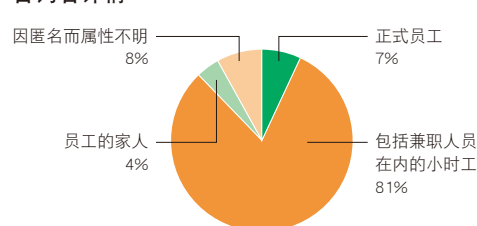
今后仍将继续致力于面向教育和业务改进的支援。

2014年度咨询内容的详情

受理件数75件(上一年度的75%)



咨询者详情



环境相关

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标 ○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
提高能源效率，引进可再生能源				
	●导入LED灯泡的店铺：280家，CO ₂ 排放削减量：491吨	●导入LED灯泡：280家店铺CO ₂ 排放削减量：8,856吨	○ ○	●在余下的69家店铺实施导入CO ₂ 排放削减量：456吨
削减废弃物，构建循环型社会				
	●实施废弃物回收的店铺扩大至100家，提高回收率	●实施回收的店铺扩大至107家回收率：43.3%⇒45.4%	○ ○	●实施回收的店铺将扩大至110家，提升回收率
对员工的意识启蒙				
	●通过推进参加环境社会审定考试，进行环境意识启蒙及知识学习(参加考试人数目标为100人)	●生态审定：158人参加考试	○	●推进参加生态审定考试，进行环境意识启蒙及知识学习(参加考试人数目标：120人)

环境相关数据

课题	单位	2012年度	2013年度	2014年度
CO ₂ 排放量※1※2※3	t-CO ₂	96,117	100,120	91,264
店铺运营过程中的CO ₂ 排放量※2※3	t-CO ₂	93,811	97,766	88,825
配送车辆的CO ₂ 排放量※2※3※4	t-CO ₂	2,155	2,170	2,289
店铺运营过程中的用电量※2	GWh	152	148	135
店铺运营过程中的用水量※2	千m ³	2,141	2,045	2,036
废弃物量(回收率)	t(%)	10,058(25.4)	10,624(26.0)	10,280(25.6)
食品废弃物的回收率	%	40.5	43.3	45.4

※1 因店铺运营(柒和伊餐饮综合服务公司)、本部及配送车辆的能源使用而产生的CO₂排放量。

※2 统计期间为4月～3月。

※3 CO₂排放量是根据《柒和伊控股集团共同CO₂排放量计算手册》算出的。

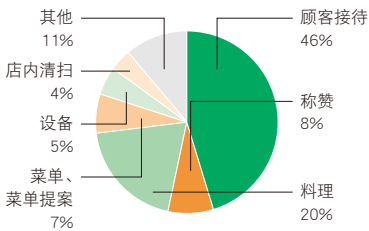
※4 丹尼斯单独的数值。

消费者课题

受理顾客咨询的相关数据

投诉件数2,937件⇒3,695件(增加758件，为上一年度的125.8%)
称赞件数824件⇒963件(增加139件，为上一年度的116.9%)
上一年度较前年表扬件数继续大幅增加。但是，以烹调项目为中心，投诉也在大幅增加。今后将以店铺在职培训教育为中心，在OFF-JT致力于扩充“寒暄研修”“交流研修”“心灵研修”，为提升顾客满意度而努力。

2014年度咨询内容的详情
受理件数12,765件(上一年度的116.8%)



2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标 ○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
确保商品和服务的品质及安全性				
	●《交易条件书》的内容提升及系统化 ●强化工厂管理确认体制(重视质量)	●按计划推进。 ●实施重视质量的工厂管理确认	○ ○	●e-Base(旧交易条件书)的完全过渡 ●国内外工厂管理确认体制的进一步强化(重视质量)
提供准确的信息				
	●继续进行过敏物质使用情况检索服务	●继续实施	○	●继续推进过敏物质使用情况检索服务
忠诚应对顾客声音(体制)				
	●分析投诉的倾向，并根据通过监控实施的实态调查，向公司内部发布信息，敦促改善。继续开展以投诉减半、称赞加倍为目标的活动	●依托强化“基本功的贯彻”，表扬件数大幅增加，但以料理项目为中心的投诉也在增加	△	●致力于进一步贯彻基本功，在所有事业部扩充环境网络授课教育。另外，还将扩充各种研修，致力于投诉减半、表扬倍增

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持育儿和老龄人群等				
	●进一步完善职场体验者用餐等接纳体制，力求促进接纳服务	●132家店铺358人、日数(总计)293天接纳 ●作为食育支援的一环，在东京的7家店铺举办连环画听读会	○	●继续确保职场体验的积极接纳体制 ●作为食育支援的一环，连环画听读会扩大至关东附近各县店
协助促进地区活化				
	●继续实施产地接力，稳定采购安全美味的蔬菜 ●收集各地区的活动信息，进行内容讨论之后继续协助地区活化 ●开发和继续销售有利于“健康和美容”的菜单	●按计划实施 ●继续推进征服癌症活动、9都县市用餐干净约定项目、利用宫崎县七之滨水产的菜单销售和墨盒回收活动，继续支援东北地区 ●开发和销售有利于“健康和美容”的菜单	○ ○ ○	●继续实施产地接力，稳定采购安全美味的蔬菜。 ●致力于和地区社会的协调，培养积极合作的员工意识。 痴呆症支援者培养：700名 ●强化地区对应菜单的开发
灾害时的支援				
	●继续积极接纳来自于各店铺所属地的地方自治体的灾害时的收容要求	●各店铺所属地方自治体在灾害时发出请求，保持积极受理的态势	○	●各店铺所属地方自治体在灾害时发出接纳请求，继续予以积极受理

员工关联

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持员工能力提升				
	●将心理教育、技术教育、管理教育作为教育的3大支柱 ●为力求渗透经营理念，推进信条卡的制作与使用	●心灵教育是所有事业部、BM、店长以上干部研修结束后，在技术教育方面研修内容之上加入数值管理等辅以实际业务内容之扩充。作为经营教育，实施交流内容的开放性研修 ●以渗透经营理念为目的，在早会及研修时致力于信条卡的深耕	○	●有关教育的三大支柱，推进环境网络授课的内容扩充，还在各个研修中针对现场所需内容，予以灵活对应 ●在经营理念渗透方面，也通过各种研修进行启发
给与公平的评价和待遇				
	●2014年7月开始人事制度修改，实现公正的评价	●2014年5月开始人事制度修改评价制度从2015年3月起	△	●面向职责内部等的评级制度，2016年预定重新评估评价制度
实现工作与生活的平衡				
	●月加班时间人均不超过20小时	●2014年度月加班时间：人均20.4小时	×	●月加班时间：人均不超过20小时
有效地利用多种人才				
	●为促进店铺招聘，推进调整短时间录用及扩充员工介绍制度。 ●小时工的合同制员工集体转换：30人 ●女性管理人员比例：科长级以上10%、系长级以上13%	●员工介绍制度进入公司 2013年：194名 2014年：394名 ●合同工集体转换：52名 ●女性管理人员比率 科长级以上：10/111名 9% 系长级以上：74/696名 10.6%	△ ○	●外国人、留学生的积极录用 ●PA员工雇用限制年龄的提高 ●合同工集体转换：20人 NA员工集体转换：10人 ●女性管理人员比率 科长级以上：10% 系长级比率：12%
重视劳动安全卫生				
	●对于中暑及诺如病毒等，与其他部门合作，力求防患于未然 ●争取深夜工作人员每年进行2次体检，提高受检率	●中暑：0人 诺如病毒感染：72人、阳性：28人 ●深夜工作人员健康检查 786/802名：98%	△	●中暑预防(温度管理) 健康宣言2018行为 BMI、吸烟率的减少 ●提升深夜工作人员健康检查和二次体检者的受检率。

人事相关数据

员工详情(截至2015年2月末)		(人)
正式员工※1		1,287
	男性	1,084
	女性	203
小时工※2		10,095
员工人数(正式员工人数+ 小时工人数)		11,382
应届毕业生录用人数		68
往届毕业生录用人数		14
返聘人数※3		16

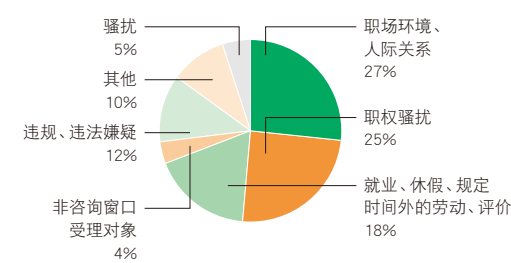
- ※1 包括退休返聘者。
- ※2 根据1天8小时换算的月平均人数。包括合同工。
- ※3 退休返聘人数。
- ※4 在该年度中取得休假的人数。(上一年的延续+新取得的)
- ※5 除干部以外的系长级别以上的比率。
- ※6 年度数值为截至次年度6月1日的数值。适用于柒和伊控股、Terube(雇用重度残疾人士的特例子公司)、日本7-Eleven、日本伊藤洋华堂、柒和伊餐饮综合服务公司 5家公司的集团雇用率。

	2012年度	2013年度	2014年度
正式员工平均工龄	14年3ヵ月	14年1ヵ月	13年4ヵ月
取得育儿休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	39人(0、32)	66(0、62)	64(0、52)
取得护理休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	0人	0人	0人
取得志愿者休假的人数	0人	0人	1人
女性管理人员比率※5	7.1%	7.1%	9.3%
残疾人士雇用率※6	2.05%	2.19%	2.29%
正式员工带薪休假取得率	10.8%	7.7%	9.1%
工伤次数比率	1.41	1.11	0.66
工伤严重度比率	0.03	0.03	0.02

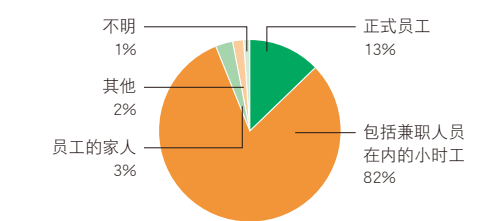
受理员工咨询的相关数据

总受理件数从去年103件增至今年的111件,增加了7.8%,但从前年的113件来看,件数本身并没有发生太大变化。尽管如此,基于作为通报对象的店长比率上升等的受理趋向,规划了2015年度的CSR研修。针对所有事业部干部的多样性概念启发、针对新员工的企行行动指针、针对新任Mgr.和店长的以法令遵守为中心等,根据对象变换研修内容,依托具有目的性的启发活动,致力于改善职场环境。

2014年度咨询内容的详情
受理件数111件(上一年度的107.8%)



咨询者详情



株式会社婴儿本铺

网站：http://www.akachan.jp/csr/

截至2014年度末的店铺数量：99家

环境相关

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
提高能源效率，引进可再生能源				
	●更新2台冷热水发生器（计划削减约4.3kl） ●进一步向19家店铺导入LED照明（计划削减约420.8kl）	●在23家店铺导入LED照明（削减约903.3kl）	○	●预定进一步在10家店铺导入LED照明（预定削减约509.6kl） ●总公司煤气空调的改装（预定更换12台室外机、102台室内机，预定削减约20.7kl）
削减废弃物，构建循环型社会				
	●购物袋谢绝率：9～10%	●购物袋谢绝率：7.3%	×	●购物袋谢绝率目标：8.0%
对员工的意识启蒙				
	●6月实施了与去年相同的“婴儿本铺ECO ACTION”。结果为8.1%，虽比去年有所下降，但与其他月相比利用率有所增加 ●通过集团合作，在新员工研修中加入“环境基础教育”的内容，以求提高相关意识	●6月的环境月，在店里实施热情招呼推进环保打折活动。6月单月的结果为8.1% ●将环境基础教育纳入新员工的研修之中	○	●有关CSR的对策，增加公司内部报刊及店长会议的报告次数，提升意识

环境相关数据

课题	单位	2012年度	2013年度	2014年度
CO ₂ 排放量※1※2※3	t-CO ₂	20,037	20,650	20,612
店铺运营过程中的CO ₂ 排放量(每家店铺)※2※3	t-CO ₂	19,726(207)	20,140(217)	20,268(205)
店铺运营过程中的用电量※2	GWh	38	35	34
店铺运营过程中的用水量※2	千m ³	44	39	48
收银袋辞退率	%	4.0	7.9	7.3

※1 因店铺运营、本社的能源使用而产生的CO₂排放量。

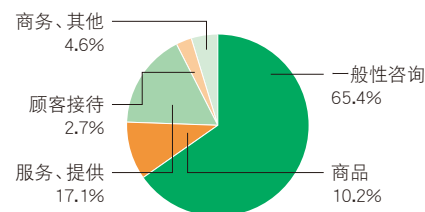
※2 统计期间为4月～3月。

※3 CO₂排放量是根据《柒和伊控股集团共同CO₂排放量计算手册》算出的。

受理顾客咨询的相关数据

作为“全年无休、免费电话号码的顾客咨询窗口”，受理来自顾客的要求、意见、咨询，走近顾客，迅速并诚实地对应，伴随着店铺数、来店顾客数的增加，受理件数也在增加。因许多顾客是初次利用，有许多不清楚和不安的地方。耐心细致地对应，尽可能缓解这种心情。从2013年度起，导入新的系统，依托顾客咨询窗口和各相关部门及店铺的合作，令服务更为顺畅。另外，从顾客咨询部到店铺工作人员，以每周一次的频率，发布顾客的要求、意见及对应方法等。以每周为单位，共享基于顾客之声的理应采取的对策内容，致力于提升接待顾客的水准。

2014年度咨询内容的详情
受理件数 15,350件(上一年度的 111.2%)



2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
确保商品和服务的品质及安全性				
	●除了进行生产时的工厂产品检验，还对所有出售的商品进行销售前的商品检验	●除了工厂的全部产品检验，还对销售前的所有商品实施抽样检查	○	●重新评估安全性和功能性等的基准，强化质量管理
不断完善店铺和设备，让顾客安心使用				
	●努力提供更加便利的哺乳室及纸尿裤更换空间	●2014年度在充实设备的设施内开店，本公司的设备设置并未实施	△	●作为日常用具、隔板的安全对策，做到无遗漏角落，推进安全保护的设置
提供准确的信息				
	●为进行恰当的标示，实施公司内研修，进一步改善A评价以上的比率	●超过A评价的比率微增，未发现明显的改善趋向	△	●依托公司内的WEB审定提升理解度，致力于监查评价“表示管理”达到满分
忠诚应对顾客声音(体制)				
	●特别是为了减少PPM值高的新店的投诉，加大新店教育力度，力求全公司合计控制在30PPM	●2014年度，接待顾客、服务的投诉为590件，31.0PPM和目标30PPM相比，仅仅超过1.0PPM。仍有改进的余地，有必要采取教育、业务改进的对策	△	●2015年度，目标是将接待顾客、服务的投诉控制在一年380件，发生率控制在20PPM。为此，反复分析投诉发生的主要原因，为制止投诉的发生，推进公司内部通信、公司内部教育

※PPM・・・投诉件数/顾客数×100万

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持育儿和老龄人群等				
	●两者都有持续进行，但每周三“准爸爸骑士之旅”在所有店铺都实施，举办次数要比以往的每月1次有飞跃性增加	●确立每个星期三全店实施的体制	○	●新开设在CSR视点之上的有关怀孕、育儿的店内活动。2015年度进行测试。2016年度实现全店实施
灾害时的支援				
	●对店铺所在地区的诉求要做出回应	●2014年累计和7个自治体签署了灾害时物资供应协议	○	●确立了如有请求立即对应的方针

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持员工能力提升				
	●接受函授研修的人数：目标150人，继续2013年的改善点，增加遵循公司方针的讲座 ※为提升服务接待能力，收集趋势信息与发挥行动及发挥行动力，强化思想意识)	●接受函授研修的人数：实际成绩为156人(是前一年的128%) 追加讲座(根据公司年度方针及全公司对策的内容)的申请很多，提供员工关心度高的讲座	○	●接受函授研修的人数：目标为100人 ※作为2015年度指南，因实施时期调整，仅在11月开讲一次(2016年度指南，预定4月、11月开讲)
给与公平的评价和待遇				
	●进行更合理的劳动时间管理的调整 ●探讨退休金制度的调整	●以1分钟为单位的劳动时间管理、企划业务型裁量劳动制的导入 ●公司外的最新动向、本公司支付水准的信息共享	△	●员工意识调查“价值”的要点提升 ●任职员工待遇的重新评估
实现工作与生活的平衡				
	●促进男性员工取得育儿休假 ●从育儿员工中任命干部	●2014年10月~4月1名男性员工取得产假 ●2014年度任命5名育儿上班者的副店长	○	●促进男性员工育儿休假的取得 ●扩大育儿短时间上班者的适用范围
有效地利用多种人才				
	●调整熟练工的待遇 ●退休干部的活性化 ●调整时薪制员工工作方式(按合同区分) ●女性管理层比率(系长级以上)：30%	●任命熟练工的店长 ●9名超过55岁的员工作为管理监督继续工作 ●任命48名任职领班 ●女性管理人员比率(系长级以上)：24.5%→28.9%	△	●增加任职领班职位，推进其活跃于岗位。 ●女性管理人员比率(系长级以上)：超过30% ●从育儿上班者中任命干部
重视劳动安全卫生				
	●工伤件数：30件以下	●工伤件数：23件	○	●虽然店铺数量增加，目标仍维持在30件以下

人事相关数据

员工详情(截至2015年2月末)		(人)
正式员工※1		869
	男性	478
	女性	391
小时工※2		1,869
员工人数(正式员工人数+小时工人数)		2,738
应届毕业生录用人数		72
往届毕业生录用人数		3
返聘人数※3		3

※1 包括退休返聘者。

※2 根据1天8小时换算的月平均人数。包括合同工。

※3 退休返聘人数。

※4 在该年度中取得休假的人数。(上一年的延续+新取得的)

※5 除干部以外的系长级别以上的比率。

※6 年度数值为截至次年度6月1日的数值。

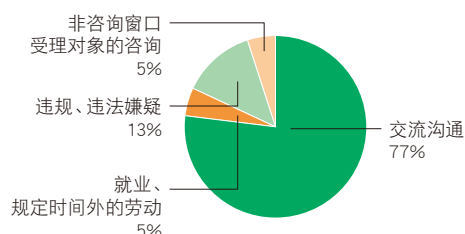
	2012年度	2013年度	2014年度
正式员工平均工龄	13年6个月	13年5个月	13年6个月
取得育儿休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	67人(1、37)	63(2、35)	139(1、110)
取得护理休假的员工人数※4 (其中男性、小时工)	4人(0、4)	6人(1、3)	0人(0、0)
取得志愿者休假的人数	无相关制度	无相关制度	无相关制度
女性管理人员比率※5	21.4%	24.5%	26.1%
残疾人士雇用率※6	1.90%	2.00%	1.98%
正式员工带薪休假取得率	39.6%	40.2%	39.1%
工伤次数比率	0.56	0.37	0.00
工伤严重度比率	0.04	0.01	0.00

受理员工咨询的相关数据

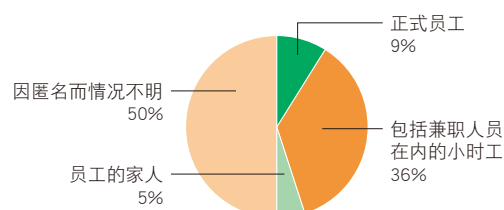
因意思沟通不够，接到的职权骚扰的咨询较多。就沟通交流的重要性，全公司反复培植相关意识。2015年仍将继续推进，从新员工直至专家，以教育部门为中心，通过与公平交易、质量管理、法务等的合作，实施法令遵守之研修。

2014年度咨询内容的详情

受理件数22件(上一年度的92%)



咨询者详情



环境相关

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
确切掌握环境负荷				
	●继续掌握并扩大本公司间接排放的在供应链中的温室效应气体排放量(范围3)	●柒和伊控股集团6家公司(包括柒银行在内)算定“领域3”，在环境省的主页、绿色·价值链平台上公布。	○	●继续把握和公布本公司间接排放的供应链温室效应气体排放量(领域3)
提高能源效率，引进可再生能源				
	●掌握OA用纸使用内容，减少OA用纸购买量及彩色打印使用量 ●促进向比以往设备节电约一半的第3代ATM的替换，截至2014年度末未完成约18,000台	●呼请无纸化会议、两面和一纸两页印刷等 ●2014年度末，设置完成约17,603台第3代ATM机	○ △	●促进无纸化 ●继续推进向比以往设备节电约一半的第3代ATM机的替换
削减废弃物，构建循环型社会				
	●制定绿色采购指南	●制定绿色采购指南	○	●促进旧型ATM机的回收利用
提供环保型商品				
	●所有机型中第3代ATM的比例：85%	●所有机型中第3代ATM机所占的比例：83%	△	●所有机型中第3代ATM机所占的比例：95%
对员工的意识启蒙				
	●继续积极参加集团的环境志愿者活动 ●增加柒银行自主项目中的环境志愿者活动的参加者	●15名员工作为志愿者参加了柒和伊控股的森林项目、东日本大震灾复兴支援项目、甘藻项目 ●实施波诺朗森林环境活动，48人参加	○ ○	●继续积极参加柒和伊控股的环境志愿者活动 ●柒银行自主项目环境志愿者活动的参加者增多

环境相关数据

课题	单位	2012年度	2013年度	2014年度
OA用纸订购量	千枚	7,565	7,762	6,410
办公室中的用电量※	MWh	1,182	1269	1,302

※由于进驻了专卖店，还有一部分无法掌握的使用量。包括有人支行、直营ATM柜台的数值。

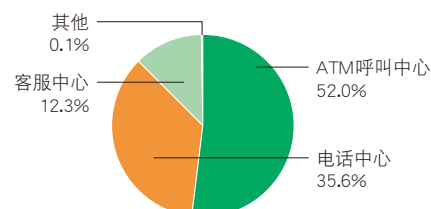
消费者课题

受理顾客咨询的相关数据

柒银行真挚地受理来自顾客的意见、要求，根据咨询内容，致力于进一步充实、发展其服务。在海外汇款客户中心，九种语言对应咨询。

2014年度咨询内容的详情

受理件数721,936件(上一年度的102%)
(详细内容：咨询99.8% 意见·要求0.2%)



2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
确保商品和服务的品质及安全性				
	●假设首都圈功能停止，确认此时的必需业务部门BCP的实效性 ●完善非常时刻的应对准备	●回顾东日本大震灾，重新评估对策总部清单 ●实施业务联合训练，确认首都圈受灾时大阪能否单独继续承担必要的业务 ●强化BCP负责人会议的体制	○ ○	●定期实施不依赖脚本的、依托实践的训练 ●继续实施BCP负责人会议，依托课题改进，进一步强化应对态势
不断完善店铺和设备，让顾客安心使用				
	●在其他合作金融机构扩大ATM画面的更新，继续推进ATM改善，使之也能便于老年人及未使用过ATM的人士使用未利用	●放大ATM机交易画面和明细清单文字，浅显易懂地予以说明，导入支援ATM机操作的卡通片 ●饱含对海外顾客的招待之情，在海外发行卡交易时，精心准备了具有日本特征的交易画面、音响效果	○	●继续推进对应多样化需求的ATM功能 ●海外卡交易的IC化对应、12种语言化
忠诚应对顾客声音(体制)				
	●就CS提升的举措继续探讨	●向全体员工发送分析顾客之声的报告 ●继续实施灵活利用顾客之声的改进对策	○	●继续探讨CS提升的对策

社区

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持育儿和老龄人群等				
	●主要通过赞助图画书《Bonolon》，促进朗读活动的开展 ●继续捐赠图画书 ●强化与儿童馆的合作	●在儿童馆、柒银行有人店铺等地区，举办“波诺朗讲谈会”。 ●通过发行30,822张波诺朗银行卡，向儿童馆捐赠连环画：2,881处 ●岩手县住田町下有住儿童馆支援点击募捐：395,271日元	○ ○ ○	●促进以赞助连环画“波诺朗”为支柱的听读活动。 ●继续捐赠连环画。 ●强化与儿童馆的合作
协助促进地区活化				
	●鼓励员工参加地区志愿者活动	●志愿者休假取得数为9件 ●由总店设在干代田区的企业构成的“干代田企业志愿者联络会”组织的五次志愿者活动，共有16人参加	○	●鼓励员工参加志愿者活动
预防地区犯罪的对策				
	●继续通过持续收集并活用反社会势力的相关信息，进行交易排除 ●实现对不断进化且多样化的金融犯罪的迅速调查分析及应对 ●通过与搜查机构等的合作，加强防范措施	●继续收集和灵活利用反社会信息，适当实施交易排除 ●强化有关金融犯罪的信息分析和发布 ●强化与多个机构的信息合作，基于来自搜查机构的委托，提供每年超过8万件的合作	○ ○ ○	●继续收集和灵活利用反社会信息，继续推进交易排除的对应 ●针对不断进化、多样化的金融犯罪，加快调查分析、对应之速度 ●强化与搜查机构、提携伙伴等的合作体制

2014年度的活动目标、实绩和2015年度的目标

○达成 △：略有不足 ×：仍有显著差距

课题	2014年度的目标和计划	2014年度的实绩和成果	评价	2015年度的目标
支持员工能力提升				
	●加强对语言学习的支持 ●培养领导接班人及女性管理人员 ●进行公司内有关多样性的推进目的及效果的意识构建	●接受外语学习讲座的人数：34名、TOEIC考生：45名 ●海外短期研修的派遣：3名 ●实施下一代领导人培养研修管理职位研修：19名、女性管理职位研修：4名、青年领导资质研修：30名 ●柒和伊控股集团主办的多样化研讨会的参加者：15名	○ ○ ○	●强化自己启发支援（外语学习、商务、IT技能） ●下一代领导人的培养
实现工作与生活的平衡				
	●充实有关育儿及护理的工作生活平衡措施 ●探讨在家工作制度 ●充实针对育儿休假结束复工者的跟踪体制	●育儿休假取得者：12名 ●实施对产假复归者的复职适应教育	○ ○ ○	●支援工作生活平衡之推进。 ●制定在家工作制度。 ●制定针对育儿的休假制度。充实产假复归者的跟踪体制
有效地利用多种人才				
	●持续开展护理研修 ●为维持法定残疾人雇用率，继续采取举措	●在两处据点实施护理研修。 ●残疾人就业率：2.06%（截至2015年3月末）	○ ○	●继续实施护理研修 ●继续推进维持残疾人就业率的对策 ●打造多样化推进之基础
重视劳动安全卫生				
	●继续贯彻取得带薪休假方面的规定 ●贯彻落实按时下班严格执行周活动，并进行提案	●带薪休假取得率：80.1% ●按时下班严格执行期间2次（夏季实施扩大至2个月）	○ ○	●继续推进带薪休假的取得 ●想方设法贯彻按时下班严格执行期间

人事相关数据

员工详情(截至2015年3月末)		(人)
正式员工※1		386
	男性	310
	女性	76
小时工※2		104
员工人数(正式员工人数+小时工人数)		490
应届毕业生录用人数		7
往届毕业生录用人数		8
返聘人数※3		7

※1 包括退休返聘者。

※2 根据1天8小时换算的月平均人数。包括合同工。

※3 退休返聘人数。

※4 公司成立于2001年。

※5 在该年度中取得休假的人数。(上一年的延续+新取得的)

※6 除干部以外的系长级别以上的比率。

※7 年度数值为截至次年度6月1日的数值。

	2012年度	2013年度	2014年度
正式员工平均工龄※4	5年7个月	6年2个月	7年0个月
取得育儿休假的员工人数※5 (其中男性、小时工)	10人(2、0)	7(0、0)	12(1、2)
取得护理休假的员工人数※5 (其中男性、小时工)	0人(0、0)	0人(0、0)	0人(0、0)
取得志愿者休假的人数	无相关制度	3人	9人(9件)
女性管理人员比率※6	8.0%	10.3%	9.9%
残疾人士雇用率※7	2.29%	2.04%	2.06%
正式员工带薪休假取得率	82.6%	78.2%	82.7%
工伤次数比率	0.00	0.00	0.00
工伤严重度比率	0.00	0.00	0.00
员工咨询件数	0件	0件	1件



SEVEN&i HLDGS.

CSR统括部

总部地址 日本东京都千代田区二番町8番地8

TEL.03-6238-2448

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

