

海外での取り組み

北米での事業展開

セブン&アイHLDGS. は、北米においてコンビニエンスストアを展開しています。

7-Eleven, Inc.



売上: 2,735,199百万円(チェーン全店売上)
店舗数: 8,707店舗

[詳しくはこちら](#)

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.



売上: 29,370百万円
店舗数: 63店舗

[詳しくはこちら](#)

※為替換算レートは1\$=108.78円

※店舗数は2016年12月末現在

中国での取り組み

セブン&アイHLDGS. は、中国においてコンビニエンスストアと総合スーパーを展開しています。

コンビニエンスストア

[詳しくはこちら](#)

セブン-イレブン北京有限公司



売上: 20,871百万円
店舗数: 219店舗
設立: 2004年1月

セブン-イレブン天津有限公司



売上: 4,551百万円
店舗数: 82店舗
設立: 2012年11月

セブン-イレブン成都有限公司



売上: 3,435百万円
店舗数: 67店舗
設立: 2010年12月

総合スーパー

[詳しくはこちら](#)

成都イトーヨーカ堂有限公司



売上: 67,276百万円
店舗数: 6店舗
設立: 1996年12月

華糖ヨーカ堂有限公司



売上: 15,869百万円
店舗数: 2店舗
設立: 1997年9月

※為替換算レートは1元＝16.42円
※売上高には増値税(付加値税)を含まず
※店舗数は2016年12月末現在

環境負荷の低減

環境負荷の低減は7-Eleven, Inc. (SEI) の優先課題であり、エネルギー効率を高めることと環境に配慮された容器の使用に取り組んでいます。2016年には、新たに環境NPOで有名な「コンサベーション・インターナショナル(CI)」との連携を開始し、また店舗と容器にまつわる環境負荷を低減させる目標を策定しました。

【目標】

- ①店舗におけるCO₂排出量を2025年までに2015年比で20%削減する
- ②容器・包装におけるCO₂排出量を2025年までに2015年比で20%削減する



外部団体との連携

この目標策定に当たり、CIと組み、さらにビジネスと環境負荷削減との両立策を企業の代表者が学ぶ「ビジネスとサステナビリティ協議会」への参加を開始しました。このほかにも「リテール・インダストリー・リーダー・アソシエーション」に加盟しており、その団体の米国内の大規模小売企業向けの教育フォーラム「リテール・サステナビリティ・イニシアティブ」に参加しています。最先端の取り組みや将来の展望、同業他社の取り組みを知る機会にもなっており、また同業他社と持続可能な目標に向けた協働の場ともなっています。

省エネルギーの推進

店舗の電気使用量の削減のために、LED照明やエネルギー管理システム(EMS)の導入と、高性能な空調機器を設置しています。EMSの導入により、消費電力が大きい空調や冷蔵機器を監視・管理・最適化することができ、機器の遠隔操作が可能です。また、EMSから入手したリアルタイムのデータを分析することで、エネルギー消費や費用の抑制にもつながります。こうした取り組みを通じて、過去7年間で電気使用量は約21%削減しました。

2016年もEMSの導入を進めました。現在では5,900店舗以上にEMSが設置されており、1店舗につき年間16,323kWhの電気使用量の削減効果があります。また、LED照明は、2016年12月末現在、約5,980店舗に設置しています。蛍光灯からLED照明に変更することで1店舗につき年間38,756kWhの電気使用量の削減効果があります。

気候変動に対する意識向上

気候変動は世界共通の課題です。SEI従業員と加盟店の関心を高めるため、2016年に開催した全国会議の中で、気候変動がもたらす影響を紹介しました。また、来場者全員に歩数計を渡し、1人500歩につきSEIが1ドルをCIに寄付するイベントを開催しました。合計歩数は1,650万歩、距離にすると約8000マイル(約13,000km)となり、この活動による約3.3万ドルは気候変動への対策を人々に伝えるためのCIの取り組みに活用されます。

気候変動対策グローバルキャンペーン

世界で店舗を展開するセブン-イレブンはその名にちなみ、「7月11日」を中心に気候変動を緩和する活動を10カ国で実施しました。このキャンペーンは、セブン&アイHLDGS. の呼びかけで始まり、セブン-イレブン・ジャパン、7-Eleven, Inc.、中国国内のセブン-イレブンに加え、限定されたエリアでセブン-イレブンを運営するライセンスを7-Eleven, Inc.により与えられた企業7社により、実施されました。キャンペーン期間中、参加企業それぞれが省エネやレジ袋削減、NGOとの連携、従業員・お客様への関心喚起などを行うことで、気候変動対策に取り組みました。



環境に配慮した容器・包装の使用

SEIでは、環境に配慮された容器・包装の使用に力を入れています。容器の多くは、紙や環境負荷の低い素材を使用したものです。また、商品の品質と安全性を保ちつつ、適正なサイズと適切な素材を選択することにより原材料の使用量削減に取り組んでいます。

2016年の取り組み事例

リサイクル可能なホット用コーヒーカップ

カップスリーブ（やけどしないよう容器に巻く紙）を容器に巻かなくてもホットコーヒーの温度を保つことができるカップを導入しました。通常の使い捨ての紙製のカップと異なり、このカップはポリプロピレン性のプラスチックからできていることでリサイクルが可能です。



100%リサイクル素材の紙バッグ

プラスチック製のレジ袋の配布が禁止されている自治体での店舗用に新たな紙製の買い物袋を開発しました。100%リサイクル素材を使用し、使用後にはリサイクルが可能です。側面には「リデュース、リユース、リサイクル」を印字することで、お客様に環境への配慮を促しています。



リサイクル素材のペットボトル

プライベートブランド商品「7-Select」の「PURE」というミネラルウォーターを販売しました。この商品のペットボトルには、リサイクルされたプラスチック原料が15%利用されています。また、使用後にはリサイクルが可能です。



7-Eleven, Inc.の店舗数と店舗運営に伴う環境関連データ

	2014年	2015年	2016年	2017年 目標
店舗数	8,297	8,500	8,707	9,895
電気使用量※ ¹ (GWh)	2,161	2,142	2,154	2,527
CO ₂ 排出量※ ^{1,2} (千t-CO ₂)	1,040	948	922	1,080
水使用量※ ¹ (千m ³)	9,084	8,878	9,040	12,415
レジ袋使用量 (t)	3,231	2,969	2,625	2,980

※1.使用量が把握できない店舗は推計値を用いて算出。

※2.第三者機関により審査済み。

持続可能なコーヒーの販売

高品質でなおかつ環境に配慮された商品として、SEIは2016年に「レインフォレスト・アライアンス」認証のニカラグア産のシングルオリジンコーヒーを限定発売しました。「レインフォレスト・アライアンス」とは、「生物多様性の保護」と「持続可能な生活の確保」を目的に活動している国際的なNPOです。「レインフォレスト・アライアンス」の認証が付いたコーヒーを調達することで、生産地の環境保護と生産地域に暮らす人々の生活改善に関する厳格な基準をクリアしたコーヒー農家を支援することができます。引き続き、SEIは持続可能なコーヒーの調達を進めていきます。

地域社会との共生(アメリカ)

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

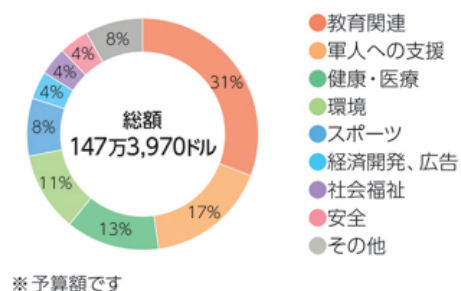
2016年は、お客様・加盟店・従業員および本部からの募金、物品提供を通じ、金額換算で約397万ドル以上の支援を、2,000を超える団体に対して実施しました。また、地域への支援を強化するために、以下の目標を策定しました。

【目標】

2017年から、純利益の1%を社会貢献活動に毎年充てることを目指す。



7-Eleven, Inc. による現金寄付額※ (2016年)



青少年育成への支援

若者は、警察官に呼び止められると質問に答えなかったり、走り去ったりと、状況を悪くさせてしまうことがあるそうです。若者と警察官との信頼関係構築が、未成年者の犯罪を抑制し、未成年者と地域の将来性を改善することにつながります。

警察官と青少年との関係を向上させるため、SEIは各地の警察に炭酸飲料「スラーピー」の無料引き換えクーポン券を配布する「オペレーション・チル」活動を実施しています。警察官は、困っている人を助けたり、地域活動に参加したりといった良い行いをした青少年を見かけると、このクーポン券をごほうびとして渡します。2016年には、128万以上のクーポン券を約940の警察機関に提供し、取り組みを開始した1995年からの累計配布枚数は1500万枚を超えました。この取り組みが21年目を迎えたことから、2016年には本企画のロゴを刷新。企画のミッションを伝えるために、「Encouraging Positive Behavior(善良な行動の推奨)」を記載しました。



子どもの教育支援

子どもに対する教育の重要性を理解し、有意義な活動を子どもたちが体験できるよう、SEIは加盟店と本部との共同支援策である「Project A-Game」を実施しています。

各加盟店オーナーから、SEI本部に対し、助成を必要としている近隣の学校やスポーツ団体への補助金申請がされます。支援金は加盟店と本部で用意し、子どもたちが楽しく学校に通い続けるために、その支援金が提供されます。この仕組みにより、加盟店が店舗周辺地域を資金面で援助することが可能です。

2016年は1,100件、約65万ドルを寄付し、スポーツチームや放課後の活動などに使われました。この取り組みを開始した2012年からの累計実績は、2,850件、寄付額は約157.5万ドルとなりました。



小児がん病院への支援

SEIは小児がん研究治療センター「セント・ジュード・チルドレン・リサーチ・ホスピタル」の認知向上および支援を目的としたキャンペーンを実施しました。

この病院は、小児がんをはじめとする重病を患っている子どもの治療とその治療方法の研究を行っています。また、家族が子どもの回復に専念できるよう、治療費・旅費・宿泊費・食費を無償で提供しています。SEIはこうした方針を支持し、小児がんの子どもを救うために2016年11月9日から翌年1月3日までLサイズのプローズン飲料「スラーピー」1杯の販売につき、11セントを寄付しました。このキャンペーンを通じて20万ドルを寄付しました。



飢餓救済

米国では、貧困は深刻な社会問題の一つです。米国農務省によると、米国国内では4,220万人が日々の食料調達に困っている状態であり、そのうちの640万人が子どもです。栄養バランスのとれた生鮮品は特に子どもにとって重要であることから、生鮮品への高い需要がフードバンク団体にあります。

SEIはフードバンク団体で有名な「フィーディング・アメリカ」へのお客様参加型の支援キャンペーンを2016年に実施しました。お客様からの1ドルの寄付につき、バナナ2本とSEIから10セントが「フィーディング・アメリカ」に送られる仕組みです。また、協力していただいたお客様には寄付受付カードを渡し、署名してもらったものをキャンペーン期間中に店内に掲示しました。11月29日から12月31日の実施期間中、SEIとお客様から約98.5万本のバナナと約4.9万ドルが集まりました。この企画は年末という国民にとって大事な時期に飢餓支援をするものであり、バナナと寄付金は7-Eleven店舗がある地域の「フィーディング・アメリカ」のメンバー22団体に送られました。



女性リーダーの育成

SEIでは女性リーダーの社内育成に力を入れています。SEIの社員は半数以上が女性であり、お客様の観点からも女性社員の能力向上は自社の競争力確保に不可欠です。2016年も2つの有名な団体への加盟を通じて、女性リーダーの育成に取り組みました。その結果、2016年にはSEIの3名の女性役員が、コンビニエンスに関する情報を扱う「Convenience Store News誌」より、それぞれの分野で受賞を果たしました。



加盟団体

- Network of Executive Women (NEW)

NEWは消費者向け商品メーカーや小売企業向けに、女性社員の教育・リーダーシップとビジネス能力の向上を支援している団体です。SEIからは管理職の女性50名がNEWのプログラムに参画しており、同業他社で働くリーダーと交流することができるなど、プロフェッショナルとして個人の能力を向上させる機会を得ています。また、好事例の共有や、リーダーシップ能力の育成、学習プログラムの無料利用も可能となっています。

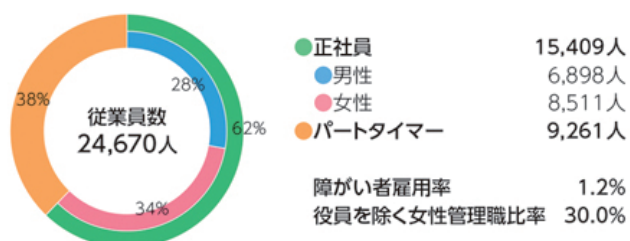
- The Women's Foodservice Forum (WFF)

WFFはフードサービス業界で働く女性の成長を支援している団体です。SEIでは、約20名の女性リーダー社員が地域会議に参加しており、効果的で教育機能をもったリーダーシップ能力向上プログラムやイベント、ネットワーキング(交流)の機会を得ることができています。こうした機会により、参加女性社員はキャリアをステップアップさせるために必要な能力と戦略的な人脈を得ることが可能となっています。

2016年に「Convenience Store News」から授与された賞

部門	受賞者	受賞理由
「Top Women in Convenience大賞 2016」 Women of the Year部門	商品部フレッシュフード・飲料担当 シニアバイスプレジデント Nancy Smith	会社を成功に導いた点とコンビニエンス業界全体に与えた影響度合い
「Top Women in Convenience大賞 2016」 Senior Level Leader部門	国際部 シニアバイスプレジデント Ena Williams	戦略実行能力と積極的なビジネス転換能力
「Food Service Executives of the Year大賞」	フレッシュフード開発部 バイスプレジデント Kelly Buckley	SEIのフレッシュフード全体の戦略を推進し、革新的な商品を開発した点

アメリカとカナダの従業員関連データ (2016年12月末現在)



健康食品の拡大

お客様の健康志向に対応し、SEIは手軽に食べることができ栄養バランスのとれた食品・飲料の品揃えに力を入れています。

デイリー品としては、惣菜、低脂肪のドレッシングがついたサラダ、サンドイッチ、果物とグラノーラがついたヨーグルトパフェ、フルーツ類、ゆで卵などを販売しています。

昨今では、時間のある時に簡単な食品を口にする「スナッキング」という習慣が米国で広がっています。こうした背景から、SEIではプライベートブランド商品「7-Select」の中に、「GO!Smart™」シリーズを設けています。このシリーズには発芽チップスやココナッツウォーターをはじめとした菓子や飲料があり、健康的であり、なおかつ美味しいことをモットーに開発しています。商品パッケージには健康面に配慮していることがお客様に伝わるよう、その特徴を目立たせて記載しています。

3 すべての人に
健康と福祉を



SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.

2016年3月にSEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. (SEH)は「Our Promise (私たちの約束)」をSEHが大事にする価値観の中に追加しました。この目的は「近くて便利なお店」という方向性を後押しし、企業文化を形作り、そしてSEHが大切にしている価値観を強固なものにすることです。「Our Promise」は以下の3つの価値観から構成されています。

- 1、お客様・ベンダー・パートナー・従業員に笑顔を
- 2、チームとして一丸となりゴールを目指す
- 3、さらなる高みを目指す

「Our Promise」を推進させるために、優秀な従業員を評価する取り組みを開始しました。全従業員に、3つの価値観を実践している個人を推薦するよう奨励します。選出された人に、ピンバッジとボーナスを贈呈し、そのことを社内報と社内のポータルの中で紹介します。

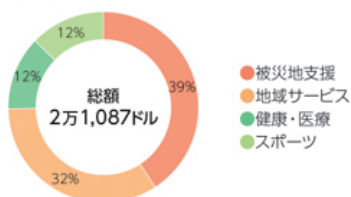
これらの価値観はSEHが地域・お取引先・従業員のためのビジネスであることを定義しており、この「Our Promise」を実践してからは、その内容が従業員の言動の礎となっています。



地域社会との共生

良き企業市民として、SEHは子ども・教育・福祉・健康に関するNPOや活動を支援しています。2016年、SEHはお客様・加盟店・従業員・会社からの募金、物品提供、ボランティア活動などを通じて、金額換算で約4万ドル相当の支援を、58の団体に対して実施しました。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. による現金寄付額
(2016年)

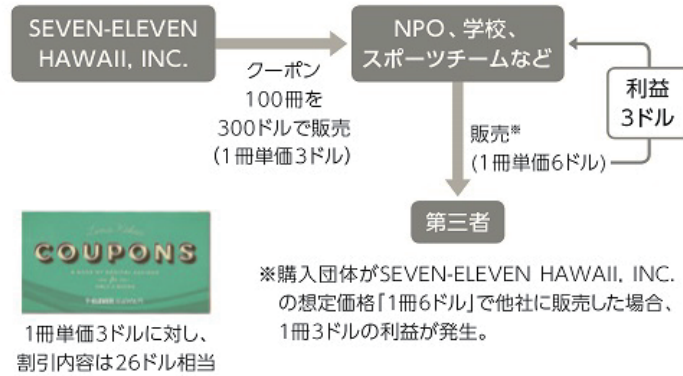


クーポン券の販売を通じた社会貢献

SEHは2001年から「リマ・コクアクーポン券」を、学校やスポーツチームなど非営利団体向けに販売しています。店舗で使用できるこのクーポン券を購入した団体は、第三者に販売することで利益を上げることができます。毎年65を超える団体がこの制度を利用しており、SEHはこのクーポン券の販売を通じて団体の活動を支援しています。2016年は35団体がこの制度を利用し、その多くが再注文となり好評を博しました。



「リマ・コクアクーポン券」の仕組み



子どもへの支援

SEHは2016年のクリスマスシーズンに子ども向けのイベントを開催しました。5歳から12歳の子どもにサンタクロース宛てに欲しい物を手紙に書いてもらうというもので、その手紙の受付を11月28日から12月9日まで全店で実施しました。各店で集めた手紙は本部に集約され、選定委員会での内容確認を経て、功德性と道徳性の観点から特に素晴らしい手紙を選びました。33名の子どもが希望したプレゼントを手に入れました。

その中の3名はハワイ州の地元のイベントや個人を取り上げるテレビ番組に出演し、書いた手紙について親と一緒に紹介されました。そして、司会者がサンタとSEHを代表して、クリスマスプレゼントを子どもに渡しました。3名のうち一人の10歳の男の子は、1,000ドルを「ラウリマ財団」という家族向けの活動をする地元の団体に寄付したいと願った若き社会奉仕家でした。

本イベントは受賞した子どもたちとその親、特に恵まれていない家族にとって非常に喜ばれるイベントとなりました。SEHはこのイベントを来年も開催する予定です。



地域の安全対策

SEHはホノルル消防庁が毎年発行する安全手引書の普及に協力しています。手引書の中には家庭での火災時の安全確保策が盛り込まれており、小学生に配布されます。2016年は、火災予防運動週間である10月9日から15日に学校での配布が開始されました。先生も親も、子どもと一緒にこのガイドブックを見て、最終ページに署名することが奨励されています。このプログラムの動機づけとして、地元企業のクーポン券が挟まれています。SEHは、スラッピー1杯購入につき、もう1杯を無料でもらえるチケットを提供しました。このチケットは毎月平均500枚が使用されています。SEHは今後もこの活動を通じて、人々の命を救うことを支援していきます。



環境負荷の低減

SEHは電気使用量を削減する「エネルギー・スマート・プログラム」を2012年から実施しています。2015年までに店舗設備で最も電気使用量の多い空調には基準温度を設定したり、冷蔵・冷凍設備にLED照明とインバーターを設置したりしました。また、節電意識を高めるため、従業員には環境教育を行いました。

このスマートプログラムの延長として、2016年はハワイ州の都市「ヒロ」にある全7店舗での電気使用量の削減に取り掛かりました。これらの店舗では、コンデンサーの過剰な熱が空調効率を低減させ、またオープンケースやスラーピーマシーンなどの設備機器に負荷をかけていました。こうしたことが、不必要な電気消費と度重なる機器修理の原因でした。この解決方法として、リモートコンデンサーを屋根に設置しました。これにより、店内に熱が入ることがなくなり、快適な店内温度になりました。7店舗の平均で、毎月の電気使用量が昨年に比べて592KWh下がりました（昨年比89%）。

こうした取り組みの結果、2016年の全店の電気使用量は前年と比べて98%となりました。



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

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
店舗数	59	59	60	63	63
電気使用量(MWh)	18,079	17,848	18,246	18,399	18,097
水使用量(千m ³)	—	48	44	46	46

中国コンビニエンスストア事業

安全・安心な商品づくり

「食」の安全・安心に対する関心が高まる中国で、セブン-イレブン北京有限公司、セブン-イレブン天津有限公司、セブン-イレブン成都有限公司では、日本で培った品質管理・商品開発力を活かして、安全・安心な商品の提供に努めています。



工場の品質管理対策

中国におけるプライベートブランド商品には、原材料の選定に厳しい基準を適用しており、製造工場は日本への輸出経験があるなどの項目を審査して、品質レベルの高い工場を選定しています。

当社の商品のみを製造する専用工場では、食品安全管理の国際システムや日本の工場での対策を取り入れて品質管理を強化しています。セブン-イレブン北京と天津の専用工場である北京旺洋食品と香奈維斯工場では、同業他社よりも早い2017年2月にチルド食品の「SC(食品生産許可)」を取得しました。SCとは、それまでの「QS(食品品質安全)」から2018年10月までに切り替えて取得する必要がある食品製造に関する中国の法令です。

香奈維斯工場では、セブン-イレブン・ジャパンが毎年実施しているデイリーメーカー工場へのHACCP※1に準ずる審査に、中国人の工場責任者と品質管理責任者が立ち合っています。また、品質管理部責任者はFSSC2200※2の内部審査員の資格を取得しています。北京旺洋食品工場では、さらなる品質管理水準の向上を目指し、2017年内でのHACCP20002の取得に向けた取り組みを実施しています。

※1 食品の衛生管理手法HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point:危害分析重要管理点)

※2 食品安全管理システム認証

健康食品

健康を意識したお客様が増えており、野菜を多く含んだ商品や食材数が多い弁当の開発に3社は取り組んでいます。セブン-イレブン北京では、「野菜が多い、低カロリー、健康的」をコンセプトに2016年に弁当をリニューアルし、同時にカロリーの表示を開始しました。3社ともに店内で調理したおかずを販売していますが、セブン-イレブン天津と成都ではこの際に使用する容器をおかずが2種入るものから3種入るものに2016年に変更しました。セブン-イレブン北京では、2種と3種の両方の容器を扱っており、お客様が選べるようにしています。

セブン-イレブン北京と天津のオリジナル商品の常温パンについては心臓疾患のリスクを高めるといわれているトランス脂肪酸の“0”を実現しています。

お客様満足度の向上

3社では、お客様の立場で商品・サービスを改善するために、お客様の声の収集に努めています。お客様からいただいたご意見は、日々各部署や店舗に発信しています。また、お客様ニーズの変化を把握し商品に反映させるために、店舗ではお客様にアンケート調査を年に一度、もしくは隔年で実施しています。2016年は、セブン-イレブン北京で1,000人、セブン-イレブン成都で2,225人から回答を得て、商品の開発・改善などに活かしました。

従業員の接客サービスを向上させることを目的に、3社では研修を実施しているほか、良い取り組みをした従業員を表彰する制度を導入しています。受賞者を会議などの場で表彰することでモチベーションの向上を図るとともに、その受賞理由となった事例を広く紹介することで模範事例の拡大を図っています。



セブン-イレブン北京によるオーナー表彰の様子

地域社会との共生

地域社会の一員として、それぞれの会社が社会貢献活動を実施しています。



セブン-イレブン成都による子どもへの支援

セブン-イレブン成都は、2013年から脳に障がいがある児童の暮らす「善工家園」への支援を行っています。2016年は、12月に従業員5人で施設を訪問して、クリスマスイベントと誕生日パーティに参加。従業員は出し物をし、会社からは入居者へのプレゼントと施設への空気清浄機を贈りました。「善工家園」への継続した支援活動が評価され、2016年3月には「善工家園」から感謝状が授与されました。

「善工家園」以外の子どもへの支援策として、貧困下にある農村部の子どもを支援するために、2015年12月から翌年1月まで本部従業員から服と本を回収するキャンペーンを実施。服は52枚、本は36冊が集まり、甘孜少数民族自治州の白玉県納塔郷に住む子どもに寄贈されました。

こうしたセブン-イレブン成都が継続して取り組んできた社会貢献活動が評価され、2016年4月に成都小売協会から「年度公益貢献奨」を受賞しました。

セブン-イレブン成都による「善工家園」への物品寄贈金額

2014年	2015年	2016年
1,990元	800元	1,937元



「善工家園」訪問の様子



「善工家園」からの感謝状

働きがいのある職場づくり

中国での店舗展開を進めるにあたっては、現地従業員の育成・登用が不可欠です。3社では従業員のコミュニケーション能力を高め、自ら考えて行動できる従業員の育成を目的に、各種研修の開催と能力を最大限に発揮できる職場づくりに努めています。



能力向上支援

本部と加盟店オーナーを結ぶ重要な役割を果たすOFC(発注や品揃え、従業員の教育面など経営全般をさまざまな角度から加盟店にアドバイスをする店舗経営相談員)候補者には、まずトレーニングストアで店舗勤務の経験を積み、「基本4原則」「単品管理」「従業員の採用・教育・作業割り当て・評価」「経営数値」などの基本的なことを教育しています。OFCになった後には、職務能力向上のための研修などを開催しており、例えば、毎週開催する全OFCが集まる会議の中で、会社の方針を共有するとともに、加盟店との円滑なコミュニケーションの回り方などについても教育しています。



やる気を高める仕組み

社員の悩みを解決し、やる気を高める機会として以下を実施しています。また、セブン-イレブン天津と成都では、従業員が希望する職種に応募できる「社内立候補制度」を導入しており、希望者と本部各部門や人事部などとの面接を通じて選抜しています。2016年は、それぞれの会社で3人ずつがこの制度で新しい職務につきました。セブン-イレブン北京では、定期的な立候補制度はないものの、面談時などを通じて従業員の希望を把握。部署の業務・人員配置ニーズが出た場合には、そうした情報と照らし合わせて候補者を面接し条件を満たした者を異動させています。

社員の悩みを解決する機会、社員の声を聞く機会の事例

- ・社員が会社に相談できる連絡窓口を運用
- ・社員に対する人事部門による面談
- ・新入社員に対する上司による面談
- ・社員間の交流を深める社員懇談会
- ・社員へのアンケート調査
- ・優秀社員を表彰することで、ロールモデルを社員間に共有



公平な評価・処遇

3社では、毎月の面談評価と年間評価を組み合わせた評価制度を採用しています。一次上長と業績目標の達成度合いについて毎月面談し、加えて各自が自己評価を行ったうえで、次に一次上長、二次上長が評価と面談を年に1度行っています。なお、毎月の評価は会社業績・部門業績と個人の仕事ぶりで評価しています。

評価をする管理職者に対しては、正しい知識を習得できるよう、毎月の部下の評価方法とその評価に応じた給与算出方法などに関して定期的に研修を開催しています。

残業の削減

3社では、特殊な事情がない限り、決められた時間に社員は退勤しています。残業が必要と判断した場合は、上長への事前申請を必須としており、日々のまた月間の社員の残業時間を上長が監督することで、不必要な残業をさせない仕組みをとっています。

女性の活躍推進

中国では、出産や育児に関する休暇を男女に手厚く与えるよう労働契約法で定められています。また、男女平等であり、女性は結婚後も働き続けることが一般的です。こうした法制度と実力本位の管理職登用が相まって、各社では女性の役職への登用が進んでいます。2012年には、初となる中国人女性董事がセブン-イレブン天津で誕生し、2013年にはセブン-イレブン北京で女性の副総経理が、2014年にはセブン-イレブン成都で女性の副総経理が誕生しました。2016年も登用が進んでおり、3社では役員を除く管理職の約半数が女性となっています。

障がい者の雇用

中国では障がい者の法定雇用率は1.7%です。各社は、「天津市障がい者連合会※」と連携して、積極的に障がい者を採用しています。職場では、障がい者が働きやすい環境を作るために、その方との話し合いとそれに基づき必要な教育を行っています。

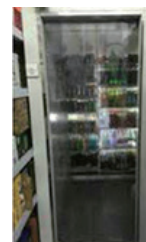
※障がい者の権利と利益を守りながら、障がい者の社会参画・自立を促し、また教育訓練も行う団体。

従業員関連データ(2016年12月末現在)

	セブン-イレブン北京	セブン-イレブン天津	セブン-イレブン成都
正社員(男性・女性)	603人(332人・271人)	228人(100人・128人)	310人(145人・165人)
パートタイマー	1,097人	640人	476人
従業員数	1,700人	868人	798人
障がい者雇用率	2.0%	2.6%	3.1%
役員を除く女性管理職比率	55.2%	45.0%	57.0%

環境負荷の低減

中国政府は気候変動問題を重要視しています。北京市では排出権取引のパイロット事業が2012年から始まっており、割り当てられたCO₂排出量を超す排出量があった企業は、取引所で超過分を購入する必要があります。セブン-イレブン北京、セブン-イレブン天津、セブン-イレブン成都の3社は、LED照明をはじめとした省エネ設備の導入と、冷気の流出を防止するためにウォークイン冷蔵庫へのカーテンの設置(右写真)、また、従業員の意識啓発などを通じて電気使用量の削減に取り組んでいます。

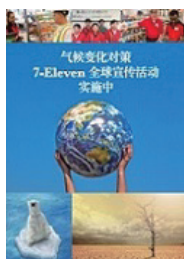


店舗の省エネ策

「7-Eleven気候変動対策グローバルキャンペーン*」の一環として、2016年には3社で以下を実施しました。

- ①社員向けに気候変動の原因・影響と、店舗での節電策に関する勉強会を6月に開催。
- ②7月11日週には、「節電7カ条」のポスターをバックルームに掲示し、①で学んだ節電活動を店舗で実行。

セブン-イレブン北京とセブン-イレブン天津では、店舗数の増加に加え、電子レンジやその他の店内設備の増加により、2016年の電気使用量は前年に比べて増加しました。2017年の対策として、セブン-イレブン北京では全店でフィルターを清掃することと、空調の適正温度の遵守徹底を実施していく予定です。また、セブン-イレブン天津では加盟店の店内照明と全店のホットケースの照明をLEDに変更していく予定です。



店舗の環境関連データ
セブン-イレブン北京

	2013年	2014年	2015年	2016年
店舗数	150	175	187	219
電気使用量(MWh)	19,648	19,366	18,122	24,856
水使用量(千m ³)	69	73	75	96

セブン-イレブン天津

	2013年	2014年	2015年	2016年
店舗数	56	60	70	82
電気使用量(MWh)	8,472	6,164	5,278	7,027
水使用量(千m ³)	21	20	18	24

セブン-イレブン成都

	2014年	2015年	2016年
店舗数	66	60	67
電気使用量(MWh)	7,319	7,746	6,031
水使用量(千m ³)	28	24	18

専用工場の環境対策

セブン-イレブン北京と天津の専用工場である旺洋工場と香奈維斯工場では、工場から出る不要な食材を、旺洋工場では養豚場の飼料に利用しており、香奈維ス工場ではパン生地残渣を養殖場と契約して回収してもらうことにより資源の無駄のない利用に努めています。なお、どちらの工場でも、汚水を排出しないよう行政の基準以上に清浄する排水設備を使用しています。香奈維ス工場では、ボイラーの外側に断熱材を巻きました。これにより燃焼効率が上がったことで2016年の天然ガスの使用量が前年よりも約20%削減しました。

CSR活動の推進

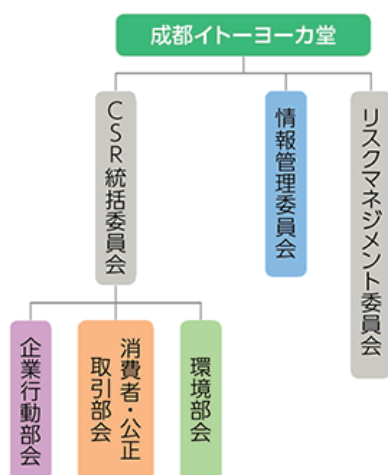
12 つくる責任
つかう責任



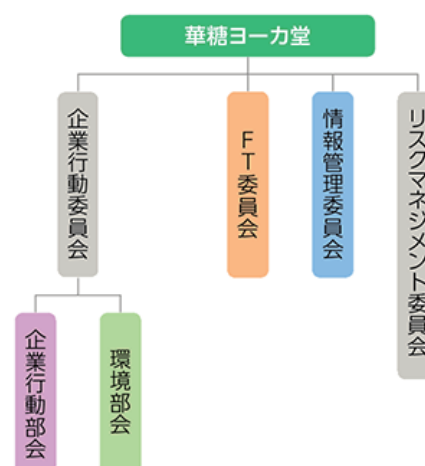
CSR推進体制

中国では中国政府の方針のもと、CSRの取り組みガイドラインや評価指標の策定、CSR評価ランキングの公表など、社会的にもCSR推進の姿勢が企業に求められています。成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂は2013年度から、より包括的にCSR推進を行うための組織をつくり、定期的に委員会を開いています。成都イトーヨーカ堂の企業行動部会では、通信教育を通じ、社員が業務知識や技能知識を身につけ、正しい企業行動ができるカリキュラムを確立しました。華糖ヨーカ堂の企業行動部会では、社是や行動規範を社員に周知徹底し、閉店における従業員との契約解除についても誠実な対応を念頭に、合意の上で契約解除ができるよう取り組みました。環境部会においては成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂ともに節電・節水を心がけ、省エネに配慮した店舗運営をするよう協議を進めました。消費者・公正取引部会では、安全・安心な商品サービスの提供を目標として活動し、より良い商品・サービスの提供につなげています。

成都イトーヨーカ堂のCSR推進体制



華糖ヨーカ堂のCSR推進体制



CSRレポートの発行

成都イトーヨーカ堂は、2016年7月に初めて社会・環境の取り組みをまとめた「CSR Report」を発行しました。レポートの作成にあたっては、中国社会科学院発行の「中国企業社会責任報告書編集マニュアル(CASS-CSR3.0)」や国際的なガイドラインGlobal Reporting Initiative(GRI)「サステナビリティ・レポートガイドライン」(G4)などを参考にし、巻末には、両ガイドラインとの対照表も掲載しています。2016年度のCSRレポートは2017年8月中旬に発行し、四川省CSR報告会や民間向けの会議の出席者に配布する予定です。





品質・鮮度管理

「食」の安全・安心への関心が高まる中、日本の品質・鮮度管理のノウハウを活かして商品を提供しています。販売員・商品部・品質管理部門に対して、安全法律法規、生産・加工基準、衛生基準等の教育を実施し、成都イトーヨーカ堂・華糖ヨーカ堂の従業員の延べ約710名が安全・品質管理の知識を習得しました。

成都イトーヨーカ堂では従業員一人ひとりに「標準作業手順書」を配布し、生産・加工の基準を統一しました。品質の向上を図るとともに、本部の担当者が定期的に店舗を巡回して基準に沿った商品を提供できているか、確認を行っています。このほかにも年に1度、外部機関による監査を実施しています。

また、お取引先の農場や工場についても、設備施設、衛生・生産管理、検査体制、個人衛生、法規CSRについて基準を満たしているか、現場に入って定期的に確認しています。2016年度は、成都イトーヨーカ堂においては64回、華糖ヨーカ堂においては6回、お取引先様に対して監査を実施しました。

トレーサビリティ情報の提供

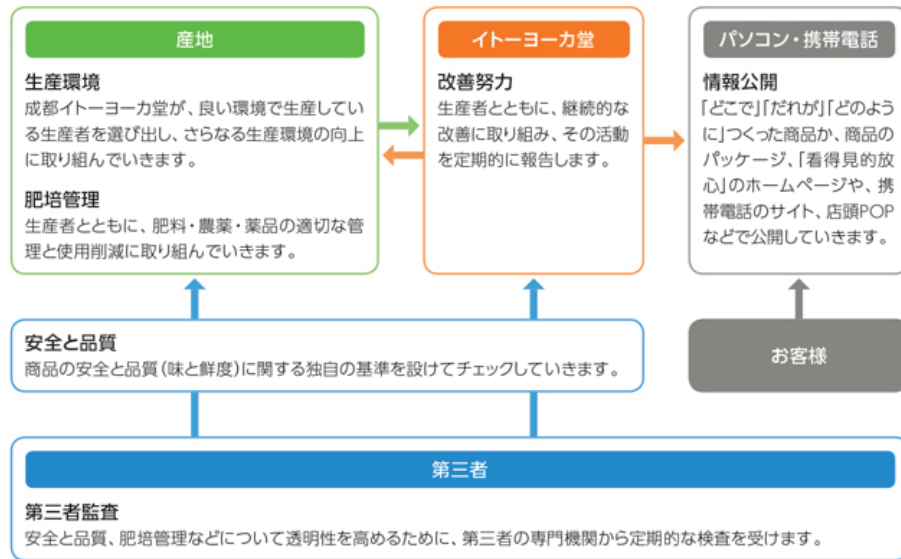
2013年度から、成都イトーヨーカ堂では、日本で扱っている「顔が見える食品。」と同様のコンセプトで「看得見的放心」の販売を開始しました。商品添付のQRコードをスマートフォンなどの端末で読み取ると、専用のウェブサイトで「どのような生産者」が「どこで」「どのように育てたのか」を確認いただけるようになっています。2016年度は「看得見的放心」の取扱い品目をさらに増やし、約110品目で展開しています。妊娠中のお客様や子育て中のお客様をはじめとして、特に食の安全について関心の高いお客様からも好評です。

華糖ヨーカ堂では、2014年度から生産農家と協力し、徹底した安全管理体制と年間計画のもとに育てられた有機食品を販売しています。また、北京市商務委員会の要請を受け、売場に設置した機械を利用して、製造元を確認できる「放心肉項目(安心肉プロジェクト)」を展開しています。安心肉プロジェクトは2016年度から当局において品質管理の第三者監督制度を導入し、トレーサビリティの強化を図っています。



「看得見的放心」の展開

「看得見的放心」の仕組み



品質監督員制度とお客様懇談会

成都イトーヨーカ堂は、実際に買物をされるお客様の視点で商品や店舗の改善を図っていくために、2008年度から各店舗で10名のお客様に「品質監督員」に就任いただいています。品質監督員の方には、四半期に1度、店舗ごとに会議を開催してご意見を伺うほか、随時、気がついた点をご提案いただいております。品質監督員の意見により、中国で普及しているスマートフォンアプリでのお支払い「ウィーチャットペイ」「アリペイ」を導入し、2016年9月から決済が可能となりました。

また、品質監督員の他に、80名のお客様にご協力いただき、219件のご意見をいただきました。いただいたご意見をもとに、量目の見直しなども含めてより良い商品の提供につなげています。

このほかにも、店舗周辺の600軒のお客様のご自宅にお伺いしてご意見をいただきました。3月・6月・9月にはお客様満足度調査を実施し、各6,000名の方からご意見をお伺いしました。

成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂ではWEBや電話、意見箱、店頭でもご意見をお伺いしています。2016年度にいただいたご意見は、成都イトーヨーカ堂では10,401件、華糖ヨーカ堂では店舗従業員が積極的にご意見をお伺いする体制をつくり、69,263件のご意見をいただきました。お客様の声を大切にし、ご要望に沿ったお店づくりができるよう、体制を整えています。

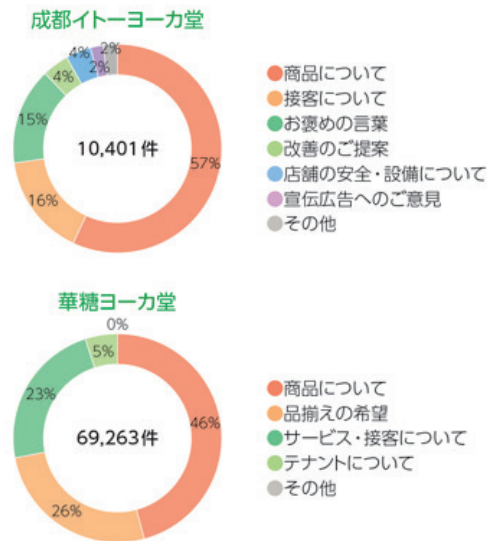


双楠店でのサーモンの試食



錦華店でのサンドウィッチの試食

お客様の声の受付状況



地域社会への約束



寄付活動

成都イトーヨーカ堂では、教育支援や貧困家庭の支援などに力を入れています。四川大学への寄付は毎年継続して行っており、2016年で19回目を数えます。これまでに延べ530名の学生を支援しました。2016年度は四川大学日本語学院へ33万円、さらに優秀学生30名に対し120万円の寄付をしています。また、子どもの日の前に「伊藤友愛小学校」6校に対し、1校につき、16万円を寄付し、子どもの日の活動経費に役立てていただきました。また夏のキャンプイベントも実施し、一日店長体験や博物館見学など1泊2日の日程で楽しんでいただきました。

今年はさらに、地域の小学生が朝食を摂らないことが多いことを受け、朝食を摂る習慣をつけるため「蒲江成雅友愛小学校」に対して朝食を寄付しました。牛乳、卵、ジャムなどの物資と現金の合計で106万円相当分を寄付し、子ども達の育成を支援しました。

ほかにも地域の貧困家庭、障がいがある方、一人暮らしの高齢者に対して季節の節目ごとに訪問をし、生活必需品を贈る活動をしています。2016年度はこのような社会貢献活動で合計611万円を寄付しました。

※1元=16.76円換算



優秀学生への寄付金の授与



夏のキャンプイベントに参加した子ども達

ボランティア活動

成都イトーヨーカ堂では、2016年度は春節、端午節、中秋節、重陽節に、地域の貧困家庭、一人暮らしの高齢者を慰問し、生活必需品を贈りました。また、毎月第三週を「環境保護ウィーク」と定めて各店にて従業員が店舗周辺の清掃活動を実施しています。華糖ヨーカ堂では、清掃活動を日課としており、従業員が率先して街の美化活動に努めています。



社員への約束



現地従業員による店舗運営

地域に根差したお店づくりのため、中国出店当初から、積極的に現地の従業員を登用しています。成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂ともにすべての店舗で中国人の店長が活躍しています。役員を除く管理職に占める中国人従業員の割合は、成都イトーヨーカ堂で86.3%、華糖ヨーカ堂で88.6%と9割近くになっています。

また、女性の登用も進んでおり、役員を除く管理職の女性の割合は成都イトーヨーカ堂が54.7%、6店舗のうち、2店舗が女性店長、華糖ヨーカ堂は女性管理職比率が57.1%、2店舗のうち1店舗が女性店長の店舗となっています。

従業員データ（2016年12月末現在）

	成都イトーヨーカ堂	華糖ヨーカ堂
従業員数	3,520人	426人
うちパートタイマー	269人	6人
正社員離職率	24.0%	4.9%
管理職に占める中国人社員の割合	86.3%	88.6%
管理職に占める女性社員の割合	54.7%	57.1%
障がい者雇用者数	56人	13人

人材育成

従業員のやる気を引き出し、各人の能力が最大限発揮できるように、研修制度を充実させています。成都イトーヨーカ堂では、2016年度より「主管適任力」と「職場業務技能」の通信カリキュラムを開発しました。これは、「三つの能力」(前に進む能力・徹底的に考える能力・団結して仕事をする能力)を備える人材を育成するために開発されたプログラムで、現場の幹部をはじめ社員を対象に提供しています。これにより業務知識と技能知識を通信教育で身につけることができるようになりました。

また、実技研修では、研修の対象者ではなくとも、意欲のある従業員には傍聴席を設け、講師から直接学べる環境も用意しています。また、従業員同士が切磋琢磨できるように、業務技能コンクールを行い、優秀者を表彰しました。華糖ヨーカ堂では、6月から毎月月間優秀社員および月間優秀部門の表彰を行い、社員のモチベーションアップを図りました。また、正社員・パートナー社員・テナント従業員のすべてを対象として1店舗5名の一定基準以上のサービスができる人材を「サービススター」として推薦・表彰しています。



業務技能コンクール(成都イトーヨーカ堂)

CSR教育

成都イトーヨーカ堂では、従業員に対して、CSRに見識のある講師をお招きし、企業の社会的責任と今後取り組むべき課題を認識するための勉強会を開催しました。

華糖ヨーカ堂では、お客様の声の分析から課題と捉えたことを、店舗幹部、本部の商品部を中心に総経理全体会議や課題反省会などで、課題解決に向けてどのように行動すべきかを確認しています。社はや行動規範に照らし、信頼される企業であり続けるために、従業員が意識して行動基準を遵守できるよう、継続して取り組んでいます。

自己推薦制度

成都イトーヨーカ堂では、社員の自主性を尊重し、その意欲に応えるために2015年度より「自己推薦制度」の運用を始めました。入社1年以上経過した社員は、希望する職種に自己推薦することができます。

審査を通過した応募者は、研修を経て希望の職場に配属されます。2016年度は59人が応募し、29人が希望の職場に配属されました。

環境についての約束



温室効果ガス削減の取り組み

中国では、大気汚染問題をはじめとして環境問題への関心が高まり、パリ協定の批准もあり、政府も規制を強化しています。成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂は省エネ設備の導入などを通じて、環境負荷の低減に取り組んでいます。成都イトーヨーカ堂においては、成都市との協定で2016年度は780標準炭トンのエネルギー使用の削減を義務づけられました。この目標に対して、902標準炭トンを削減し、目標を達成しました。新店では、エネルギー効率の高い最新の冷凍システムを導入し、省エネ設備へ投資をしています。バックルームにおいても電気をムダに使用することのないよう心がけ、今まで流水解凍していたものを自然解凍するなど、節水にも努めました。

華糖ヨーカ堂では、北京市と省エネ目標を結んでおり、2016年度の削減目標は356.2標準炭トンでした。これに対し、921.9標準炭トンを削減し、目標を達成しました。また、CO₂排出権に関わる約束履行評価および目標取引にも参加しており、2016年のCO₂排出目標は16,384トン、これに対し実際の排出量は13,204トンと目標を達成しました。華糖ヨーカ堂においては、環境負荷低減のために商品をいったんセンターに集約してから店舗ごとに仕分けして納品する仕組みを継続して行い、納品車両の削減によるCO₂排出量の削減、都市部の渋滞緩和、騒音、大気汚染の防止に貢献しています。

成都イトーヨーカ堂

	2014年度	2015年度	2016年度
店舗数	6	6	6
エネルギー使用量(標準炭トン)	9,503	9,886	8,984
電力使用量(MWh)	75,197	78,582	83,110
ガス使用量(1,000m ³)	198	200	620
水使用量(1,000m ³)	808	747	828

華糖ヨーカ堂

	2014年度	2015年度	2016年度
店舗数	6	5	2
エネルギー使用量(標準炭トン)	7,465	4,340	3,418
電力使用量(MWh)	41,738	24,765	19,255
ガス使用量(1,000m ³)	812	448	4,489
水使用量(1,000m ³)	309	177	130

2016年度受賞一覧

成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂でのさまざまな取り組みが認められ、2016年度は下記の表彰を受賞しました。

成都イトーヨーカ堂	“四川経済影響力人物ベスト10”賞「三枝富博董事長」	華西都市報
	“2016年四川業界リーディング企業ベスト10”	華西都市報
	“2016年度四川省革新経営者人物”賞「三枝富博董事長」	成都商報
	“全国ファッション第三城 ファッション商業地 商業業界先頭”賞	今日头条
	2016年度小売企業ベスト10: 差別化された体験型売場・買いやすい売場づくり貢献賞 年度公益貢献賞	成都小売商協会
	“中国商業ブランドベスト10”	中国小売商大会 中国商報社
	“成都市五一労働(メーデー)賞状”	成都市総労働組合
	“2015-2016中国小売業年度人物特別賞”「三枝富博董事長」	中国商業連合会
	2016年度納税大賞	中共成都市武侯区委、 成都市武侯区人民政府
	“最も生活に密着”賞(錦華店)	成都市商務委員会
	2017年成都春節期間買物節に授与された賞: 最も成都らしい、最も格好いい、最も春節らしい、最も生活に密着、最も商品説明のある売場	成都市商務委員会
	2016年度“現代商業貿易分野納税額トップ10”	武侯区税務局
	夏買物フェア“大好きな売場”(高新店)	成都市商務委員会
	2016年貢献賞	四川省商業連合
華糖ヨーカ堂	“安心安全な消費ができる模範店舗”(建設路店)	成都市工商行政管理局
	2016年安全生産先進企業	朝陽区小関街道