

## 海外での取り組み

### 北米での取り組み

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: 3,134,412百万円(チェーン全店売上)  
店舗数: 8,670店舗

[詳しくはこちら](#)

#### SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.



売上: 33,101百万円  
店舗数: 64店舗

[詳しくはこちら](#)

※為替換算レートは1\$=112.16円

※店舗数は2017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: 24,458百万円  
店舗数: 247店舗  
設立: 2004年1月

#### セブン-イレブン天津有限公司



売上: 5,364百万円  
店舗数: 118店舗  
設立: 2012年11月

#### セブン-イレブン成都有限公司



売上: 4,042百万円  
店舗数: 87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: 71,638百万円  
店舗数: 7店舗  
設立: 1996年12月

### 華糖ヨ一カ堂有限公司



売上: 6,826百万円  
店舗数: 1店舗  
設立: 1997年9月

※為替換算レートは1元＝16.62円

※売上高には増値税(付加値税)を含まず

※店舗数は2017年12月末現在

## 環境負荷の低減

7-Eleven, Inc. (SEI)は、企業が環境に与える負荷の低減に引き続き注力しています。2017年は、省エネルギーと効率的な利用や、そのほか環境負荷低減につながる持続可能な施策を導入し、前年に続き成果をあげました。

### 【SEIの環境目標（2017年改訂）】

- ①店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量を2027年までに2015年度比で20%削減する
- ②2027年までにプライベートブランド商品の容器・包装を100%環境配慮型にする

※SEIは2027年に創業100周年を迎えます。



## 外部団体との連携

SEIは、環境問題への取り組みを進めるために、「コンサベーション・インターナショナル(CI)」と「リテール・インダストリー・リーダーズ・アソシエーション」の2つの団体との連携を続けています。

CIは、科学・政治とパートナーシップの力で、より健康的で、繁栄した生産性の高い世界を築こうとするNPOです。SEIは環境負荷を低減するための相互に利益ある方法を探り、環境に良い行動をしようとする会社経営者の集まりであるCIの「ビジネス・サステナビリティ委員会」のメンバーとなっています。

また、SEIは、「リテール・インダストリー・リーダーズ・アソシエーション」の「リテール・サステナビリティ・イニシアチブ(RSI)」にも参加しています。RSIは、米国の大規模小売向けの教育フォーラムで、最先端事例や将来の潮流を共有したり、互いをベンチマークに切磋琢磨したり、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と環境効率の向上

SEIでは、省エネルギーと環境効率の向上に努めています。2016年に、2025年までに店舗におけるエネルギー使用(1平方フィートあたりのCO<sub>2</sub>排出量)を2015年比20%削減するという目標を設定しました。2017年の温室効果ガス(GHG)の排出量は、2016年から92,035トン、2015年度から111,611トン削減され、店舗面積あたりのGHG排出量では、2015年比13.6%の削減となりました。これは、19,800人が自動車の利用によって1年間に排出するGHGに相当します。

SEIは、環境負荷低減のために、さまざまなステークホルダーと協働するとともに、店舗にLED照明やエネルギー管理システム(EMS)、高性能な空調機器を導入するなどの省エネ、エネルギーの効率的な利用に努めています。こうした取り組みを通じて、2008年度から2017年度の間に店舗の電気使用量は約24.5%削減しました。

## LED照明の導入

LED照明は、高効率な照明であるとともに、RoHS指令で定める6種類の人体・環境に悪影響を与える物質を使用せずに生産でき、光害に関する地域の規制に対応できるなどの性質があり、お客様の購買体験満足度の向上と店舗の安全をサポートします。SEIのLED照明プログラムはSEIの効率的なエネルギーデザイン基準の一部で、CO<sub>2</sub>削減目標達成に大きく貢献するものです。2017年12月31日時点で、6,000店舗以上がLED照明を採用しており、蛍光灯からLED照明に変更した店舗は、1店舗当たり年間38,756kWhの電気使用量削減効果があります。

## エネルギー管理システム(EMS)

セブン-イレブン店舗に導入しているEMSでは、電力を消費する機器の監視・管理・最適化が可能で、消費電力が大きい空調や冷蔵機器を遠隔でコントロールできます。このシステムから得られるリアルタイムのデータをもとに、通常業務の問題の分析と最適化を図り、エネルギー消費の削減と経費の削減につなげています。2017年度も引き続きEMSの導入を行い、現在6,000店舗以上にEMSの導入を完了しました。EMSの導入によって、1店舗当たり年間約16,323kWhの電気使用量削減効果があります。

## 再生可能エネルギーの導入に向けて

SEIは、2017年に、従来の省エネルギーの取り組みは維持しつつ、再生可能エネルギーの導入へも目を向けるようになりました。SEIは、TXU Energy社とテキサス州の風力発電所で発電された電力を購入する契約を締結しました。この風力発電で発電された電力は、2018年から、テキサス州内で電力会社を自由に選択できる地域に立地する425店舗に供給され、CO<sub>2</sub>排出量において約6.7%の削減を見込んでいます。同時に、エネルギー費用も大幅に削減できる見込みです。テキサスは、10,000機以上の風力タービンが設置されており、設置予定のものも含めて風力発電の発電能力は、全米一番です。さらに、米国の大規模ウィンドファーム10カ所のうち4カ所が立地しています。

## 環境問題への取り組みに対する社外からの表彰

### ■TXU Energy社「サステナビリティ・チョイス・アワード」

SEIは、TXU Energy社の2017年度のサステナビリティ・チョイス・アワード賞を受賞しました。これは、CO<sub>2</sub>削減活動と再生可能エネルギーの導入を選択したことが評価されたものです。

### ■米国省エネ連合「優秀エネルギー効率表彰」

SEIの店舗でのエネルギー使用量の削減と効率化の取り組みが、米国省エネ連合が主催する「優秀エネルギー効率表彰」で、「環境設計」賞を受賞しました。これは、SEIが、LED照明、エネルギー管理システム、高効率な空調機器の導入によって、2008年から2015年の間に電気使用量約21%の削減に成功したことが認められたものです。米国省エネ連合は、エネルギーの効率的利用の分野における、先駆的な取り組みを25年間表彰してきました。

## 気候変動に対する従業員の意識向上

気候変動は世界が取り組むべき重要な問題です。SEIでは、従業員と加盟店の関心を高めるため、2017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CIIに寄付するイベント「ステップス・フォー・グッド」を開催しました。2017年は、合計歩数が約1,700万歩、距離にすると約8,600マイル(約13,840km)となりました。この活動によってCIIに寄付された約3.4万ドルは、CIIの気候変動対策の教育活動に利用されます。

## 環境に配慮した容器・包装の使用

SEIでは、継続的に環境に配慮された容器・包装の導入に努めています。多くの容器・包装で紙や環境負荷の低い素材を使用し、商品の品質と安全性を保ちつつ、可能な限り原材料の使用削減を図っています。特に、商品を効率的に持ち運べるよう、各商品に最適なサイズと素材を選択するように努めています。2017年も、生鮮品の容器・包装のデザインを見直し、いくつかの商品で容器・包装の機能を保ちながら原材料の使用量を削減しました。

### 2017年の取り組み事例

- サンドイッチのパッケージを、包む形から窓付きのバッグ型に変更したことで原材料の使用を25%削減
- 長方形の主食用容器を小型化し、プラスチックのシュリンクフィルムをなくしたことで原材料の使用を10%削減
- 楕円形の主食用容器(大型)を小型化し、プラスチックのシュリンクフィルムをなくしたことで原材料の使用を33%削減
- 楕円形の主食用容器(小型)を小型化し、プラスチックのシュリンクフィルムをなくしたことで原材料の使用を37%削減

## 7-Eleven, Inc.の店舗数と店舗運営に伴う環境関連データ

|                                                           | 2015年 | 2016年 | 2017年 |
|-----------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| 店舗数                                                       | 8,500 | 8,707 | 8,294 |
| GHG排出量※ <sup>1</sup> (千t-CO <sub>2</sub> e)               | 903   | 883   | 791   |
| CO <sub>2</sub> 排出量※ <sup>1,2</sup> (千t-CO <sub>2</sub> ) | 899   | 878   | 787   |
| 電気使用量※ <sup>1</sup> (GWh)                                 | 2,142 | 2,154 | 2,053 |
| 水使用量※ <sup>1</sup> (千m <sup>3</sup> )                     | 8,878 | 9,040 | 9,793 |
| レジ袋使用量 (t)                                                | 2,969 | 2,625 | 2,780 |

※1.使用量が把握できない店舗は推計値を用いて算出。

※2.データの第三者審査受信済み。

## サステナブル・コーヒーの調達の拡大

SEIでは、高品質で環境に配慮した商品をお客様に提供するために、2017年に、「レインフォレスト・アライアンス」認証付きコーヒー3種類を販売し、サステナブル・コーヒー（持続可能な農業によって生産されたコーヒー）の調達を拡大しました。コーヒー豆産地の大多数は、天候パターンの変化によるストレスにさらされており、SEIは、「レインフォレスト・アライアンス」と協働することで、天然資源を保全する持続可能な農業の推進を支援します。「レインフォレスト・アライアンス」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」の認証は、SEIの新しいコーヒーが、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であることを示しています。

### ●メキシコ産シングルオリジンコーヒー

2017年、初めてニカラグア産の「レインフォレスト・アライアンス」認証付きシングルオリジンコーヒーを販売し、2018年、2番目のサステナブル・シングルオリジンコーヒー商品としてメキシコのチアパス産のコーヒーを販売しました。このコーヒーは、熱帯雨林の密林とマヤ遺跡で知られる南メキシコの高地で栽培された豆のみを使用しています。

### ●コロンビア産シングルオリジンコーヒーの通年販売

SEIは、持続可能な調達に関する重要な取り組みとして、コロンビア産の「レインフォレスト・アライアンス」認証付きシングルオリジンコーヒーを発売しました。これは、100パーセントコロンビア産の豆を使用しており、SEIで初めて通年で販売されるサステナブル・コーヒーです。

### ●期間限定ペルー産シングルオリジンコーヒーの販売

3番目の期間限定のシングルオリジンコーヒーとして、SEIは、ペルーのカハマルカ産のコーヒーを調達しました。他の持続可能なシングルオリジンコーヒー同様に、このペルー産のコーヒーもレインフォレスト・アライアンスの認証を受けています。

コロンビア産のシングルオリジンコーヒーと、今回発売した期間限定のコロンビア産のコーヒーや、今後期間限定で販売するコーヒーをあわせると、全米4位のコーヒー販売量であるSEIが販売するコーヒーの1/3～1/2が、「レインフォレスト・アライアンス」認証付きのコーヒーになります。

SEIは、今後も、CSRの目標として環境負荷の少ない責任ある方法で生産されたコーヒーを追求し、「レインフォレスト・アライアンス」認証付きで、お客様に1日の始まりに満足感が得られる特別な1杯を提供していきます。



## 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。

2017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340万ドル以上の支援を、1,500を超える団体に対して実施しました。

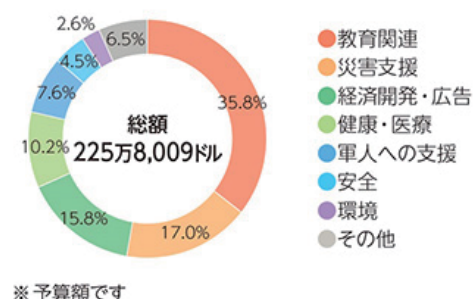
### 【SEIの社会貢献目標(2017年改訂)】

2027年までに、社会貢献活動費の支出を純利益の1%に拡大する。

※SEIは2027年に創業100周年を迎えます。



### 7-Eleven, Inc. による現金寄付額※ (2017年)



## 青少年への支援

SEIは各地の警察に炭酸飲料「スラッピー」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22年間続けています。これは、青少年の良い行いに対してご褒美を与えるSEIの地域貢献プログラムです。オペレーション・チルに参加する地域の警察官・保安官は、困っている人を助けたり、犯罪の抑止、地域活動への参加など良い行いをした青少年を見かけると、このクーポン券を褒美として渡します。警察官は、建設的な活動や親切な行いをした青少年にクーポンを渡し褒めることで、地域の青少年との関係を向上することができます。クーポンは、活動に参加するSEI店舗で、Sサイズのスラッピーと交換できます。

2017年には、130万以上のクーポン券を約1,000の警察機関に提供し、夏休みから新学期の間に青少年に配布されました。取り組みを開始した1995年からの累計配布枚数は1,900万枚を超え、配布先警察機関も数百にのぼります。



## 子どもの教育支援

子どもたちが、生産的で責任ある市民に育つための基盤を提供することは重要な投資です。SEIは、教育・健康・安全・飢餓からの救済への助成を通じて、子どもの可能性を伸ばし、成功を促す「Project A-Game」プログラムを実施しています。

各加盟店オーナーは、助成を必要としている近隣の学校やスポーツ団体、地域団体に代わって「Project A-game」の助成金を申請することができます。助成金は、加盟店とSEI本部が共同で提供し、特別教育やスポーツクラブ、課外活動など、子どもたちが学校生活に集中して順調に通い続けることを支援するために使われます。

2017年は620件を超える助成活動に、約52万ドルを寄付しました。この取り組みを開始した2012年からの累計実績は、助成件数約3,500件、寄付額約200万ドルとなりました。



## 若者の飢餓救済支援

米国では、1,300万人、子どもの6人に1人が飢餓の問題に直面し、次の食事にありつけるか分からない状態にあるといわれています。子どもが学び育つために十分な栄養を与えることが日々の課題です。生鮮品はフードバンク団体（社会福祉法人）の需要が高く、栄養バランスが良いことから特に子どもにとって重要です。

SEIは2017年度も4年続けてフードバンク団体のネットワーク「フィーディング・アメリカ」の「ペイ・イット・フォワード」キャンペーンに参加しました。これは、SEIのお客様が1ドルを支払うとバナナ2本が「フィーディング・アメリカ」に寄付され、地域のフードバンクのネットワークを通じて米国国内で食料を必要とする家族に配られるという仕組みとなっています。また、お客様からのバナナ2本の寄付ごとに、SEIも10セントを寄付します。このプログラムは、米国が直面する最も差し迫った課題の1つである飢餓の問題に対して、年末の大切な時期にその解決を支援する機会をSEIのお客様に提供することができます。

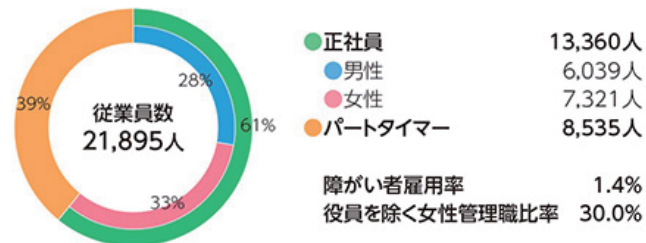
米国を代表する飢餓救済のための慈善団体「フィーディング・アメリカ」は、国内200のフードバンク団体のネットワークを通じて食料調達が困難な米国国民に食料を届けるとともに、国の飢餓問題解決を後押ししています。毎年、フィーディング・アメリカに所属するフードバンク団体は、子どもや高齢者を含む4,650万人に食料を届けています。SEIのお客様とSEIからの寄付はバナナ72万5千本、約3万5千ドルにのぼり、SEIの出店地域の22団体に送られました。



## 働きがいのある職場づくり

SEIの目標達成には高い能力を持つ従業員の存在が重要です。従業員個人の成長を促進し、本人が持つ潜在能力を最大化させるためには、従業員の能力向上が不可欠であると認識しています。

### アメリカとカナダの従業員関連データ (2017年12月末現在)



## 北米での取り組み

▶ [SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.についてはこちら](#)



## 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。まず、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。そして、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員限定のFacebookページで紹介します。

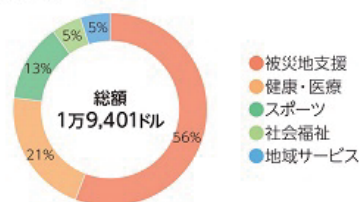
これらの価値観はSEHが地域・お取引先・従業員のためのビジネスであることを定義しており、この「Our Promise」を実践してからは、その内容が従業員の言動の礎となっています。



### 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・健康に関する活動やNPOを支援しています。2017年、SEHはお客様・店舗・従業員・会社からの募金、物資支援、ボランティア活動などを通じて、金額換算で約3万9,000ドル相当の支援を団体に対して実施しました。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. による現金寄付額  
(2017年)



### 店頭募金を通じたNPO支援

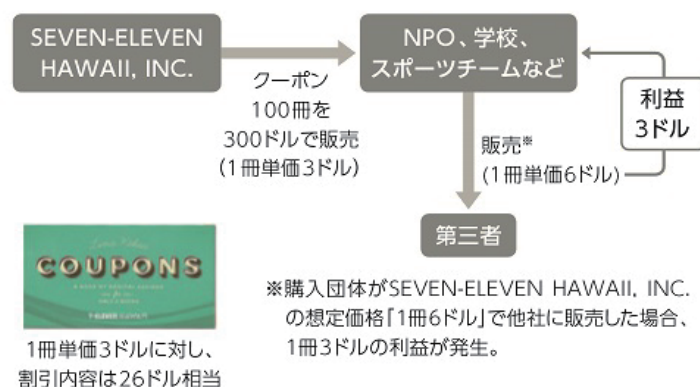
SEHは開店以来、地域貢献のためにさまざまなNPOを支援する店頭募金を実施しています。この募金の助成を希望する団体は、団体の「使命」および「なぜこのプログラムに参加を希望するのか」を記載した申請書を提出し、毎月1団体が助成先として選出されます。選出された団体は、健康・安全・教育の領域で活動しており、助成金はハワイ州内で使われています。2017年度の募金額は、約8万ドルでした。

## 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のNPO向けに販売しています。このSEH店舗で利用できる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得ることができます。SEHはこのクーポン券の販売を通じて、こうしたNPOの活動を支援しています。2017年度は33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



## イベント協賛を通じた地域の社会課題解決への貢献

SEHは、ハワイの児童、健康、環境問題など地域の抱える課題解決のために、社会文化貢献活動を展開しています。取り組みの一環として、ハワイ農業食文化保全協会(エージー&カリナリー・アライアンス)を支援しています。この団体は、ハワイの食・農業・環境保全・文化・教育分野の活動を支援することを使命としており、その活動内容から米国税法で免税対象となっています※1。

2017年8月には、当月の店頭募金と、チャリティゴルフ大会で集めた募金合計5万ドルを寄贈しました。毎年開催しているこのチャリティゴルフ大会では、お取引先とともに地域のNPOを支援する募金を行っており、2017年は、8月7日に、ミッドパシフィック・カントリークラブで39回目の大会を開催しました。

また11月3日には、ハワイ農業食文化保全協会のプログラムの1つ、ハワイ・フード&ワイン・フェスティバル(HFWF)に協賛しました。HFWFには、一流のシェフとワインメーカーが集まり、ハワイの食材を使って独創的かつ芸術的な料理を提供します。また、このプログラムでは、料理学校の生徒が一流のシェフたちと働けるという、貴重な体験をしました。ここで得た収益は、地域の伝統料理、文化、農業に取り組むNPOに寄付されており、2011年から累計で170万ドルが寄付されました。

※1 アメリカ合衆国の内国歳入法(USC 26)第501条C項の規定により、「宗教」・「教育」・「慈善」・「科学」・「文学」・「公共の安全のための検査」・「アマチュアスポーツ競技の振興」・「子どもまたは動物に対する虐待の防止」のいずれかを目的とした団体が免税対象。



チャリティゴルフ大会

## 健康に配慮した食品の拡大

ハワイでは、成人の過半数が肥満や慢性疾患を抱えていると言われ、大きな問題となっています。その原因の1つが、食生活の偏りです。肥満や慢性疾患患者の増加を抑制するために、ハワイ保健局は、啓発を通じた栄養状態の改善活動「チューズ・ヘルシー・ナウ(CHN)」を開始しました。

ライフスタイルブランドを目指すSEHは、地域の健康向上に貢献することも重要な役割だと考え、CHN活動に参加しています。ハワイ保健局とともに、SEHの商品の中から健康に配慮した商品を選び、「Choose Healthy Now」のロゴを添付することで、商品が目につきやすくなりました。ハワイで64店舗を展開するSEHがCHN活動に参加することで、お客様は、より健康的な選択をしやすくなり、より豊かな生活を送りやすくなるという効果を提供できます。また、ハワイ州知事夫人からレシピをご提供いただき、ハワイ保健局から推奨していただけるサンドイッチの開発を行いました。

この取り組みへ参加する事前準備として、2017年9月4日からCHNのロゴを店内に掲示し、同月8日にメディア向けの記者会見を行いました。また、啓発活動に協力するために、地域のライフスタイル番組に出演し、SEHではさまざまな健康促進商品が手軽に購入できることが紹介されました。

この取り組みは、SEH一団体だけではなく何よりもお客様にとって、より健康な生活を手軽に送れるようになる社会的意義の大きいものであるため、今後も継続的に注力していきます。



店内で「YOU CAN Choose Healthy Now」のロゴを掲示



## 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エアコン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。



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

|                        | 2013年  | 2014年  | 2015年  | 2016年  | 2017年  |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 店舗数                    | 59     | 60     | 63     | 63     | 65     |
| 電気使用量 (MWh)            | 17,848 | 18,246 | 18,399 | 18,097 | 18,334 |
| 水使用量(千m <sup>3</sup> ) | 48     | 44     | 46     | 46     | 47     |

## 北米での取り組み

▶ 7-Eleven, Inc.についてはこちら

## 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

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。さらなる品質水準の向上を目指して、北京旺洋食品は、2018年3月にHACCP※1を取得しました。また、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に準ずる審査に、中国人の工場責任者と品質管理部責任者が立ち合っており、品質管理部責任者はFSSC22000※2の内部審査員の資格を取得しています。

セブン-イレブン成都の専用工場である元気食品有限責任公司是、2018年度から新工場に移転しました。これまで手作業で製造していた製造工程が自動化されることで、商品の品質が安定するようになりました。

※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

### 健康への配慮

健康を意識したお客様が増えており、3社では栄養バランスに配慮した商品の提供に取り組んでいます。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。

また、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。

その他、セブン-イレブン天津では、2017年度から、残留農薬や硝酸塩の含有量などの一定の国家基準を満たした無公害野菜を使ったトマトと卵炒めやナスの料理の提供を始めました。



## お客様満足の向上

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、日々各部署や店舗と共有しています。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、セブン-イレブン成都是毎年、セブン-イレブン北京は隔年で、お客様アンケート調査を実施しています。2017年度は、セブン-イレブン成都在1,023人のお客様からご回答をいただき、アンケート結果を踏まえて、配達サービスを開始しました。

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、表彰制度を導入しています。セブン-イレブン成都是、店舗従業員向けのトレーニングで15分間の接客シミュレーションを取り入れています。また、セブン-イレブン天津は、2017年度からモデル店舗を抽出してレジ接客研修を実施。研修の実施前と実施後ではレジ接客評価で50点以上の改善が見られ、大きな効果を上げたことから、2018年度からは全店で研修を導入する計画です。

セブン-イレブン北京は、接客サービスに優れた従業員を表彰する「親和賞」を設けて、3カ月に一度表彰を行っています。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-イレブン北京での表彰の様子

## 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。



### 店頭募金による環境保全活動

セブン-イレブン北京では、2006年11月から店舗に募金箱を設置してお客様からの寄付を募り、政府公認の環境保護団体「北京緑化基金会」に寄付しています。同基金会は砂塵被害や砂漠化対策として、市民の寄付をもとに木を植え、北京および周辺地域に砂防林をつくる活動をしています。

2017年度は、7月に126,434円を寄付しました。2018年度は、商品の売上げの一部を北京緑化基金に寄付する新しい取り組みを実施予定です。

#### 募金額の推移

| 2015年度   | 2016年度   | 2017年度   |
|----------|----------|----------|
| 147,763円 | 148,189円 | 126,434円 |

## 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」へ継続的に支援を行っています。2017年は、8月と12月に従業員が施設を訪問して、ゲームをして一緒に遊んだり、クリスマスイベントと誕生日パーティに参加しました。従業員は出し物をし、会社からは入居者へ文具などをプレゼントしました。

セブン-イレブン成都は、この「善工家園」への支援のほか、2017年度は、6月に発生した四川省茂县土砂崩れ災害の被災地支援のために、100,000元の寄付を行いました。この寄付が評価されて、成都市慈善总会主催「最具慈善爱心企业」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

| 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 |
|--------|--------|--------|
| 800元   | 1,937元 | 1,826元 |



「善工家園」訪問の様子

## 清掃活動の実施

セブン-イレブン成都は、2012年から、「7月11日」を「7-11 DAY」として、清潔な都市環境の整備に貢献することを目的に、本部の従業員全員が本部周辺地域で清掃・ゴミ拾いを行っています。



## 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学びます。セブン-イレブン天津は、店舗に勤務する社員の中から選抜したAFC(OFCのアシスタント)の候補者へ、OFC業務の知識の習得や管理能力向上のためのトレーニングを実施。経験豊富なOFCの店舗訪問に同行して「店舗改善」の課題に取り組みます。トレーニングの最後に「店舗改善」の提案発表を行い、AFCの資格を取得します。

OFCには、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取り方などの職務能力向上に必要な教育を実施しています。また、セブン-イレブン成都是、本部社員向けに会社の体制や業務に関する法律・考え方のほか、ビジネスマナーやパソコン操作などを学ぶトレーニングを実施しています。



### 意欲を高めるための仕組み

従業員の悩みを解決し、意欲を高めるためのさまざまな施策を実施しています。例えば、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。2017年度は、6人がこの制度を通じて希望する部署に異動しました。セブン-イレブン北京は、従業員の生の声を収集し、改善に活かしていくために、契約更新面談と退職面談を仕組み化したほか、2016年度、2017年度は、OFCと店長を対象にキャリア意欲に関するアンケートを実施し、教育や給与体系、職場環境の見直しなどに反映しています。

#### 社員の意欲を高めるための仕組みの例

- ・従業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
- ・従業員間の交流を深める社員懇談会
- ・意識アンケート調査
- ・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。

また、会社の業績および個人の仕事ぶりが正しく給与に反映されるように、セブン-イレブン北京は、2017年度に、会社業績、個人の評価と賞与の決定のルールを明確にし、徹底を図りました。

## 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。セブン-イレブン北京は管理を徹底するために、2017年度から、毎月各部の責任者に前月の残業状況や年次有給休暇の取得状況を送付し、上長から担当者への指導を強化しました。また、店舗においては、残業時間の管理を店長の月次評価の項目とし、適切なシフト管理、人員管理を図っています。

## 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ました。2017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。また、2018年3月には、セブン-イレブン北京で、新たに董事副総経理、董事に女性が登用されました。

## インターンシップの実施

セブン-イレブン天津は、優秀な人材確保のほか、地域の人材の雇用、青少年の育成などを目的として、インターンシップを実施しており、高校卒業生の就職を促進する政府の「青年就職インターン基地」として認められています。2017年度は、27人を受け入れ、そのうち10人がセブン-イレブン天津に就職しました。

従業員関連データ(2017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）   | 599人（316人・283人） | 221人（90人・131人） | 279人（127人・152人） |
| パートタイマー      | 940人            | 371人           | 822人            |
| 障がい者雇用率      | 2.0%            | 2.7%           | 3.6%            |
| 役員を除く女性管理職比率 | 58.4%           | 48.5%          | 59.2%           |



## 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。北京市では年間のCO<sub>2</sub>排出量が5,000トンを超える企業は、重点的排出企業として業態ごとに排出量の上限が定められ、超過する分については排出権の購入が必要になります。この制度の対象となるセブン-イレブン北京は、2017年度は、1店舗あたりの電気使用量は前年と比較して減少しましたが、店舗の増加やコーヒーマシンの拡大などにより、上限排出量を超過したため7,000トンの排出権を購入しました。同様にセブン-イレブン天津、セブン-イレブン成都も、1店舗あたりの電気使用量は前年と比較して減少したものの、電気使用量は増加しました。



### 店舗における省エネ対策

2017年度は、3社では、全店舗でLED照明を導入。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を設置するなど、省エネ設備の導入や、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みました。2018年度も、引き続き新店にLED照明の導入を進めるとともに、セブン-イレブン成都では、冷蔵設備のインバーター化も計画しています。



ウォークイン冷蔵庫へのカーテンを設置

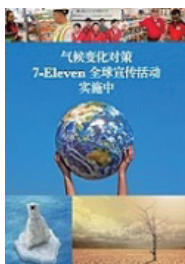
また、「7-Eleven気候変動対策グローバルキャンペーン※」の一環として、2017年度は、以下の取り組みを行いました。

#### ① 全社員向け勉強会の開催

共通の資料を作成し、気候変動の原因・影響、国際的な動向や中国政府の動き、店舗での節電対策などを学びました。勉強会は、6月～7月の第一週にかけて開催し、幹部会議やFC会議、朝礼の一部を使用して行ったほか、店舗従業員向けには店単位で実施しました。

#### ② 店舗での実践

7月11日の週には、バックルームに「節電7カ条」のポスターを掲示し、フィルター清掃など節電対策を実践しました。



※セブン-イレブン・ジャパンと海外11社のセブン-イレブン運営企業が、店名にちなんだ「7月11日」に関連させ、7月を中心に気候変動を緩和する活動を実施しました。

## 環境関連データ

### セブン-イレブン北京

|                         | 2013年  | 2014年  | 2015年  | 2016年  | 2017年  |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 店舗数                     | 150    | 175    | 187    | 219    | 247    |
| 電気使用量 (MWh)             | 19,648 | 19,366 | 18,122 | 24,856 | 25,702 |
| 水使用量 (千m <sup>3</sup> ) | 69     | 73     | 75     | 96     | 83     |

### セブン-イレブン天津

|                         | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年  |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 店舗数                     | 56    | 60    | 70    | 82    | 118    |
| 電気使用量 (MWh)             | 8,472 | 6,164 | 5,278 | 7,027 | 10,077 |
| 水使用量 (千m <sup>3</sup> ) | 21    | 20    | 18    | 24    | 34     |

### セブン-イレブン成都

|                         | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|
| 店舗数                     | 66    | 60    | 67    | 87    |
| 電気使用量 (MWh)             | 7,319 | 7,746 | 6,031 | 7,892 |
| 水使用量 (千m <sup>3</sup> ) | 28    | 24    | 18    | 24    |

## 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。香奈維斯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っています。また、両工場では、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の設置や、大気汚染防止の観点から、排煙の定期検査を実施しています。

### 2017年度受賞一覧

|            |                |                                   |
|------------|----------------|-----------------------------------|
| セブン-イレブン北京 | 障害者雇用先進単位      | 東城区残联（障害者联合会）                     |
| セブン-イレブン天津 | 中国ベスト雇用主ノミネート賞 | 智联募集・北京大学企業社会責任と雇用主ブランド宣伝研究センター共催 |
| セブン-イレブン成都 | 「最具慈善爱心企业」     | 成都市慈善总会                           |

## 中国での取り組み

▶ [中国のスーパーストア事業についてはこちら](#)

## 中国での取り組み

### トップメッセージ

1997年11月、成都市に春熙店を開店したところからイトーヨーカドーの中国事業は開始され、成都、北京の地で2018年、21周年を迎えることができました。これも、ご支援をいただいたお客様、お取引先様、株主、地域社会、そして社員の皆様のお陰様であると感謝しております。この間、我々の企業理念である「信頼と誠実」、「お客様第一主義」を基に、様々な環境の変化に対応してまいりました。この21年間で中国経済は目覚ましく発展し、消費者の所得も増加、中間所得者層の規模が大きくなってきました。中間所得者層にとっての「豊かな生活」は「健康で自分らしい生活を送ること」に変化しています。安全・安心な食品、自己表現できるファッション、時間を有効活用できる利便性の高いサービス、スポーツや娯楽といった趣味の時間等を求めています。こういったニーズに応えるため、安全性や味にこだわった「看得見的放心」の販売、工場や生産現場の衛生管理体制、検査体制、法規遵守を定期的に確認し、加えて従業員への衛生基準、品質管理、安全に関する法律法規等の教育に力を注いでいます。

また、店舗内では、快適な買い物環境づくりの為、コミュニティーの場としてもご活用いただきたい飲食店の充実や子供の遊び場の設置、休憩スペースの拡大、トイレの環境改善を継続して行っております。これらを実現すべく、北京のアジア村店では18年5月、開店以来初の大規模改装を実施しました。外部環境では、IT技術の進化を利用した新しいサービスがどんどん誕生しております。そこで2017年成都にEC会社を設立しました。リアルとネットを融合した小売業へと進化を図ってまいります。更に、企業の責任として、環境負荷低減のためのCO<sub>2</sub>削減、高齢者や子供たちに向けたボランティア活動に引き続き取り組んでまいります。中国사회は猛烈なスピードで変化しています。これからも、地域の声に耳を傾け、地域の皆様に信頼され、地域とともに成長する会社を築いてまいります。



イトーヨーカ堂(中国)投資有限公司  
華糖ヨーカ堂有限公司  
成都イトーヨーカ堂有限公司  
董事長  
今井 誠

### 中国事業の歴史

| 年        | できごと                                             |
|----------|--------------------------------------------------|
| 1996年    | 中国政府、四川省成都市から総合スーパー設立の要請を受ける                     |
| 1996年12月 | 成都市に「成都イトーヨーカ堂有限公司」設立                            |
| 1997年9月  | 北京市に「華糖ヨーカ堂有限公司」設立                               |
| 1997年11月 | 春熙店 開店(成都市)                                      |
| 2001年12月 | 亜運村店 開店(北京市)                                     |
| 2003年9月  | 双楠店 開店(成都市)                                      |
| 2007年12月 | 綿華店 開店(成都市)                                      |
| 2009年11月 | 建設路店 開店(成都市)                                     |
| 2011年11月 | 高新店 開店(成都市)                                      |
| 2014年1月  | 温江店 開店(成都市)                                      |
| 2014年    | 董事長(当時)の三枝富博に日本人の民間企業経営者としては初の「成都市榮譽市民」の称号が授与される |
| 2017年1月  | 眉山店 開店(眉山市)                                      |
| 2017年4月  | 成都市に「成都イトーヨーカ堂電子商務有限公司」 設立                       |

## 会社概要

|         | 成都イトーヨーカ堂                                                                         | 華糖ヨーカ堂                                                                              |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|         |  |  |
| 売上高     | 723億円                                                                             | 68億円                                                                                |
| 従業員数    | 3,150人                                                                            | 196人                                                                                |
| 店舗数     | 7店舗(春熙・双楠・綿華・建設路・高新・温江・眉山)                                                        | 1店舗(巫運村)                                                                            |
| 設立      | 1996年12月                                                                          | 1997年9月                                                                             |
| 董事長     | 今井 誠                                                                              | 今井 誠                                                                                |
| 総経理     | 黄 亜美                                                                              | 今井 誠                                                                                |
| CSR推進体制 | CSR統括委員会                                                                          | 企業行動委員会                                                                             |
|         | 企業行動部会                                                                            | 企業行動部会                                                                              |
|         | 消費者・公正取引部会                                                                        | 環境部会                                                                                |
|         | 環境部会                                                                              |                                                                                     |
|         | 情報管理委員会                                                                           |                                                                                     |

※従業員数・店舗数：2017年12月末現在

※為替換算レート1元＝16.62円

※売上高には増値税(付加価値税)を含まず

## CSR活動の推進

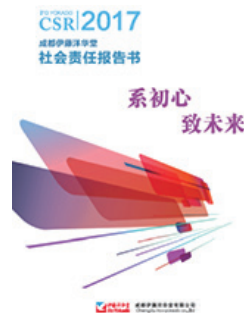
### CSR推進体制

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、インターネットを活用した通信教育を通じ、社員が業務知識や技能知識を身に付け、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、商売の原点にたちかえり、社是や行動規範を社員に周知徹底し、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、具体的な削減目標をもって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、よりよい商品・サービスの提供につなげています。



## CSRL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。2017年度のCSRLレポートは2018年7月に発行、四川省CSR報告発表会や民間向けの会議の出席者に配布する他、中国社会科学院会議に提出を予定しています。



## お客様への約束



## 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のご提供をしています。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約370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。品質の向上をはかるとともに、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ご提供できているか、確認を行っています。この他にも年に1度、外部機関による監査を実施しています。

華糖ヨーカ堂では、食品従事者を対象に年4回の品質管理教育を実施し、品質管理基準の遵守を徹底しています。

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、現場に入り、定期的に確認しています。2017年度は、成都イトーヨーカ堂においては21回、華糖ヨーカ堂においては6回の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」「どこで」「どのように育てたのか」をご確認いただけるようになっています。2017年度も継続して「看得見的放心」の取り扱いをし、新たに8品目を追加し、約22品目で展開しています。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。2017年度は、さらに安全・安心の環境で栽培された水耕栽培の野菜の取り扱いを開始しました。また、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)」も継続して展開しています。

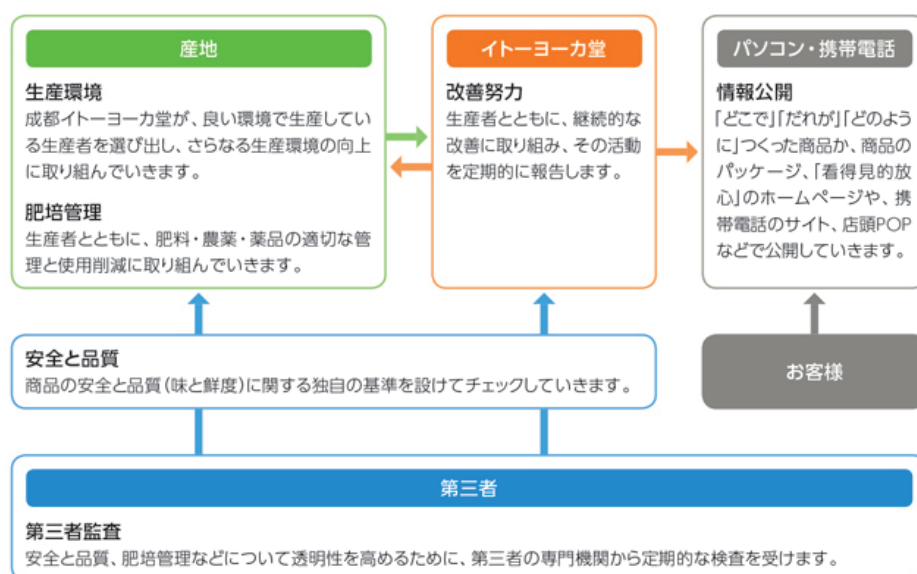


「看得見的放心」ブランドマーク



「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、実際に買い物をされるお客様の基準で商品や店舗の改善を図っていくために、2008年から各店舗で10名のお客様に「品質監督員」にご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、各店舗ごとに会議を開催しご意見を伺うほか、随時気が付いた点をご提供いただいております。品質監督員から、従業員が勤務中に携帯電話を操作していることに対してのご意見をいただき、改善のため、勤務中の携帯電話に関するルールを新たに決めました。

また、品質監督員の他に70名のお客様にご協力いただき、175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よ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5,809人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、29,016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。2017年度にいただいたご意見は、成都イトーヨーカ堂では18,336件、華糖ヨーカ堂では13,953件のご意見をいただきました。いただいたご意見を基にシンプルでリーズナブルな寝具をシリーズ化し、ご好評をいただいております。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。

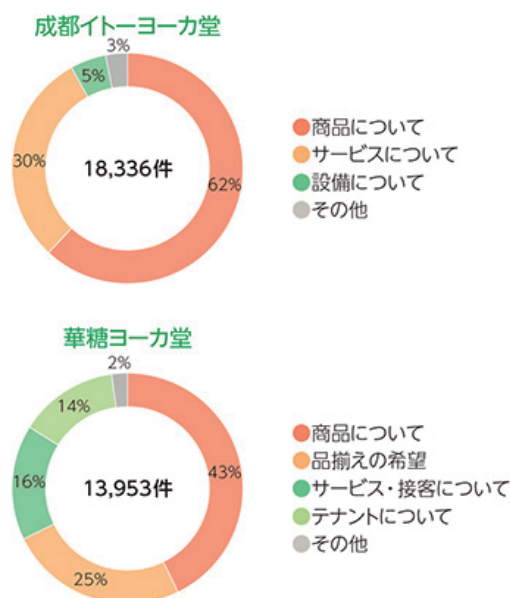


春熙店：顧客懇談会の現場で新規のサラダを試食



高新店：顧客懇談会の現場でサンドウィッチの朝食づくり

### 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、2017年で20回目を数えます。これまでに延べ560名の学生を支援しました。2017年度は四川大学日本語学院へ20,000元、さらに優秀学生30名に対し72,000元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、15,000元を寄付し、子どもの日の活動経費にお役立ていただきました。また、夏のキャンパイベントも実施し、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、金堂三烈友愛小学校に対して印刷機を寄付し、学校と生徒さんから感謝カードをいただきました。ほかにも地域の貧困家庭、障がいのある方、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。2017年度はこのような社会貢献活動で合計161万4,000元を寄付しました。



優秀学生への寄付金の授与



夏のキャンパ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、2017年度は春節、端午節、中秋節、重陽節に、地域の貧困家庭、障がいのある方、一人暮らし高齢者に対して慰問し、生活必需品を贈りました。また、毎月第三週の水曜日に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。建設路店では年末に清掃作業員に対してハンドクリームをプレゼントして日頃の感謝の気持ちを伝えました。また、清掃作業員が無料で水を飲める場所も確保しています。

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

8 働きがいも  
経済成長も



### 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97.6%、華糖ヨーカ堂で87.8%とほぼ現地の従業員で運営しています。

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59.9%、7店舗のうち、2店舗が女性店長です。華糖ヨーカ堂は女性管理職比率が44.5%となっています。

従業員データ（2017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            | 3,417人    | 197人   |
| 内パートタイマー        | 267人      | 1人     |
| 正社員離職率          | 17.0%     | 14.5%  |
| 管理職に占める中国人社員の割合 | 97.6%     | 87.8%  |
| 管理職に占める女性社員の割合  | 59.9%     | 44.5%  |
| 障がい者雇用者数        | 44人       | 9人     |

### 感謝・感動・感激を大切にすること

2017年に成都イトーヨーカ堂は20周年を迎えました。これに伴い、地域社会への20周年記念式典、お客様に向けては感謝セールを行うほか、従業員に向けてもねぎらい、志気向上のためのパーティを行いました。

成都イトーヨーカ堂の各店で働く従業員とご家族を招き、5,000名が出席しました。20周年を共に迎えられたことを喜ぶとともに、感謝の念を伝え合いました。そして、成都イトーヨーカ堂が大切にしている「感謝・感動・感激」という三感の精神を確認し、将来の成都イトーヨーカ堂をより良いものにしていくために気持ちを1つにして歌や踊りを披露しました。



従業員へのねぎらいのパーティ



お客様への三感を誓っての踊り

#### 感謝・感動・感激【三感の実践】

- ①お客様に感謝する礼節、心
- ②お客様が感動する商品、売場
- ③お客様が感激する接客サービス

## 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、2017年度は五つの戦略(テーマ戦略・商品戦略・PB戦略・サービス戦略・Made in 成都戦略)に向けて挑戦する人材を育成するために、「主管適任力」と「職場業務技能」の通信カリキュラムを改善した上で、その他の業務・技能カリキュラム(フォーム作成・包装・牛肉・レジ)を追加しました。ネットでの遠隔教育システムを導入し、遠隔地での教育もより充実した内容で行え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いが、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、店内で業務技能コンクールを行い、お客様にも現場で採点していただきながら、優秀者を決定しました。華糖ヨーカ堂では、毎月第1週目の月曜に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っています。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、2017年、CSR関連の活動計画を立て、実行に移してまいりました。今年度は特にゴミの分別に力を入れ、ゴミ分別の専門会社を招いてゴミの分別について学び、店内のゴミ箱も分別できるゴミ箱に変更しました。限られた資源を大切に、有効活用することの意義を伝えています。

華糖ヨーカ堂では、内部統制会議をはじめとする各社経営会議や教育会議等を通じて社是や行動規範に則って行動できる人材を育成することに力を入れました。社是に掲げる「誠実と信頼」を遵守し、信頼される企業であり続けることが社会要請であることを従業員に対して教育しました。

## 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。2017年度は8人が応募し、2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、政府も環境大国としての方針を打ち出し、規制を強化するなか、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。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事のないよう啓発ポスターを作製しました。また、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。

成都イトーヨーカ堂では、省エネに対する教育や本部および店舗従業員に対し節電に対しては特に教育と管理を徹底し、1店舗当たりの電気使用量は昨年比92.5%に減らすことができました。また、物流に伴うCO<sub>2</sub>排出量についても2016年度比90.1%と削減しました。しかし、1店舗あたりのエネルギー使用量は昨年比115.0%と増え、今後の対応を検討していきます。2016年度より実施しているノーペーパーの取り組みは2016年度に比べて2.45トンの削減、枚数にして561,500枚の削減となり、成果を上げました。

華糖ヨーカ堂では、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CO<sub>2</sub>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

|                             | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 |
|-----------------------------|--------|--------|--------|
| 店舗数                         | 6      | 6      | 7      |
| エネルギー使用量（標準炭トン）             | 9,886  | 8,984  | 12,067 |
| 電力使用量（MWh）                  | 78,582 | 83,110 | 89,743 |
| ガス使用量（1,000m <sup>3</sup> ） | 198    | 200    | 670    |
| 水使用量（1,000m <sup>3</sup> ）  | 808    | 747    | 965    |

#### 華糖ヨーカ堂

|                             | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 |
|-----------------------------|--------|--------|--------|
| 店舗数                         | 5      | 2      | 1      |
| エネルギー使用量（標準炭トン）             | 4,340  | 3,418  | 1,414  |
| 電力使用量（MWh）                  | 24,765 | 19,255 | 7,189  |
| ガス使用量（1,000m <sup>3</sup> ） | 448    | 4,489  | 380    |
| 水使用量（1,000m <sup>3</sup> ）  | 177    | 130    | 125    |

## 2017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、2017年度は下記の表彰を受賞しました。

### 【成都イトーヨーカ堂】

| 賞の名前                                                             | 主催団体       |
|------------------------------------------------------------------|------------|
| “最も生活に密着”賞（錦華店）                                                  | 成都小売商協会    |
| 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 | 成都小売商協会    |
| 2017年度納税大賞                                                       | 武侯区税務局     |
| 2017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   |
| 2017年貢献賞                                                         | 四川省商業連合    |
| “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 |
| 17年度市民サービス賞                                                      |            |
| 2017年度小売企業ベスト10：<br>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    |
| 模範中国 2017年商業総評ランキング “人気のある評判のいい店”賞                               | 華西都市新聞     |
| 成都スター模範 商業人気ランキング TOP3                                           | 四川在線       |
| 成都商業人気ランキング TOP10                                                | 四川日報       |
| ファッション第三城-流量ICON商業ブランド                                           | 今日頭条       |

### 【華糖ヨーカ堂】

| 賞の名前           | 主催団体     |
|----------------|----------|
| 2017年度納税信用A級企業 | 朝陽区国家税務局 |
| 2017年度安全生産先進企業 | 朝陽区小関街道  |

## 中国での取り組み

▶ [中国のコンビニエンスストア事業についてはこちら](#)