

グループの事業特性を活かしたビジ 持続可能な成長、価値創造に挑戦



当社グループは「あらゆるステークホルダーから信頼される誠実な企業」を目指し、お客様の様々なライフステージにお応えできる「多業態グループ経営」をビジネスモデルとして事業の発展を図っています。(右図ご参照)

グループを取り巻く様々な社会課題や環境変化をビジネスの機会として捉え、様々な業態の事業会社がそれぞれ培ってきたノウハウや共に働く多様な人材を経営資源として一元的に結集、活用することで、他に類を見ない新しい商品やサービス(価値)を創造しています。

また、グループ各社をご愛顧いただいているお客様のお買い物実績やご意見等の情報を集積し、多角的な観点から分析して新しいニーズの発見とサービスの開発・向上につなげています。このお客様との継続的なつながりによる「情報活用力」も当社グループの企業価値創造を支えるものとなっています。

さらに、生産者(農家等)、メーカー、ベンダー(問屋)、物流会社などのお取引先様とも、相互信頼をベースとした密接な関係(チーム共同開発体制)を構築しており、それぞれが持つノウハウ・スキルを結集して商品・サービスを開発する「イノベーション力」も、当社グループ独自の企業価値創造の源泉です。

そして、お客様の立場に立って考え、様々なニーズ・微妙な嗜好の変化を理解し、お客様一人ひとりに合わせたきめ細かな対応ができる従業員の「接客力」も当社グループが創業以来大切に培ってきたものです。

これからも信頼と誠実の精神のもと、当社独自のビジネスモデルを通じて、お客様や社会に価値を提供し続けることで、持続的な企業価値向上に努めてまいります。

グループを取り巻く 社会課題/環境/機会

- 少子高齢化
- 女性の社会進出
- 小売店舗減少による
買物不便の拡大
- 食の外部化・
中食ニーズの拡大
- 食に対する
安全意識の高まり
- 気候変動リスク
- 食品廃棄

取締役 常務執行役員
伊藤 順朗

1990年に(株)セブン-イレブン・ジャパン入社。2002年に同社取締役常務執行役員に就任。2009年に(株)セブン&アイ・ホールディングス転籍後取締役を経て、2016年に同社取締役常務執行役員経営推進本部長に就任。

ネスモデルで します。

信頼

社 是

誠実

セブン&アイグループのビジネスモデルと企業価値創造の源泉要素

すべてのライフステージに応える
多業態グループ経営



情報集積の要
としてのCRM※
情報
活用力

お客様との
継続的な
「つながり」
による
情報活用力



お取引先との密接な
チーム共同開発による
商品・サービス
イノベーション力



お客様の立場に立った
接客力
きめ細かな接客

重点課題
(マテリアリティ)

- 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供
- 商品や店舗を通じた安全・安心の提供
- 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用
- 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援
- お客様、お取引先を巻き込んだエシカルな社会づくりと資源の持続可能性向上

暮らしの
利便性を高める
質の高い商品・
サービスの提供

中期経営計画

経営戦略
の推進

サステナビリティ経営

中長期的企業価値
向上の仕組み

コーポレート
ガバナンス

誠実な経営体制による
客観的なモニタリング

アウトカムとして経営資源に蓄積され、持続的な成長を実現

※CRM: 顧客の購買履歴などの情報蓄積をパーソナル販促などに活用し、顧客との継続的な結びつきを高めるマネジメント方法

サステナビリティ(持続可能な社会)を目指して 本業を通じて「社会課題」を「共通価値」に

重点課題(マテリアリティ)の特定

当社グループの事業領域が拡大し、関係する社会課題や社会要請が多様化する中、サステナビリティを巡る課題を確認し、ステークホルダーの皆様の期待や要請にグループ一丸となってお応えするため、ステークホルダーの方々との対話を通じて当社グループが取り組むべき「5つの重点課題(マテリアリティ)」を特定しました。

当社が事業を行う上で環境・社会に与えてしまう負の影響を認識し、縮小・削減する取り組みを推進する一方で、商品やサービス、店舗など本業を通じてこれらの重点課題を解決するCSV(Creating Shared Value=「共通価値の創造」)の取り組みを進めています。また、当社では国際社会共通の目標として、2015年に国連サミットで採

択されたSDGs(持続可能な開発目標)達成に事業を通じて貢献していくために、それぞれの目標と5つの重点課題の関連性を整理して、当社のサステナビリティの取り組みに組み込みました。(下図ご参照)

環境・社会に関わる様々な課題は、企業のサステナビリティを脅かすリスクとなる一方、社会課題の解決に取り組むことは、新しいビジネスチャンスにつながります。

特定した5つの重点課題に関わるリスクとチャンスを明確にし、リスクの低減に努めるとともに、社会課題を解決する新たなビジネスの創出を通じて、持続可能な社会と企業の持続的成長を目指しています。

重点課題1 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

リスク

- 高齢化に伴うニーズの変化への対応が遅れた場合の来店動機の低下 など

機会

- 高齢化に対応した商品やネットをはじめとした便利なお買物環境・サービスの創出による販売機会の拡大 など



重点課題2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

リスク

- 商品事故・店頭事故の発生や法令違反による信用の低下 など

機会

- 徹底した安全・品質管理や健康配慮商品などお客様ニーズに即した新しい商品提供による販売機会の拡大 など



重点課題3 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

リスク

- 気候変動に伴う店舗・物流網への物理的損害 など

機会

- 省エネや廃棄物削減、リサイクル、エネルギー供給源の見直しによるコスト削減 など



重点課題4 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

リスク

- 労働力人口の減少による人材不足・人件費の高騰 など

機会

- ダイバーシティ経営推進による競争力の強化・新規事業の開発と優秀な人材の獲得 など



重点課題5 お客様、お取引先を巻き込んだエシカルな社会づくりと資源の持続可能性向上

リスク

- サプライチェーン上の人権問題の発生による商品供給の停止や品質の劣化・社会的評価の低下 など

機会

- 持続可能な原材料調達による競争力の拡大・エシカル消費に対応した商品・サービス提供による販売機会の拡大 など



詳細は当社ウェブサイトのCSRページをご覧ください。 <https://www.7andi.com/csr/theme/theme.html>

変えていきます。

ESG(企業価値の新たな評価基準)への対応

企業の価値を測る指標としては、これまでは財務面の業績が中心となっていました。それだけでは企業経営の持続可能性を判断するには不十分であり、環境(E)・社会(S)・ガバナンス(G)といった非財務情報を企業評価に取り入れようとする機運が高まり、ESG投資も急速に拡大しています。特に、長期的視野に立つ投資家は、SDGsへの取り組みを世界共通の企業価値評価のモノサシとして活用するなど、企業がESG要素をどう事業戦略に統合しているかに高い関心を持っています。

こうした機運が高まる以前から、当社グループは、長期投資家の視点を経営に取り込むべく、ESG関連の評価機関からの評価を真摯に受け止め、対話を続けてまいりました。

また、こうした長期投資家からの評価向上のみならず、新規事業による環境・社会の課題解決、安定株主の確保、優秀な人材の確保などの観点からも、ESGへの取り組みをコストと考えるのではなく、持続可能な成長のための投資として積極的に取り組んでいます。

さらに、当社グループでは、社会課題を機会として自らのビジネスに落とし込み、競争優位性を確保していくために、2016年6月にCSR統括委員会の下に「社会価値創造部会」を設置し、グループを挙げて社会と企業双方に価値を生み出す新たなビジネスの創造に向けた体制の整備、強化を図っています。

今後は、これらESGの取り組みについて、その進捗を測るKPIの設定、環境・社会への効果と、業績との関係をできる限り数値化し、より一層分かりやすい情報開示に努めてまいります。

ESGインデックス*の組み入れ状況

(2018年4月30日現在)

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



FTSE4Good



FTSE Blossom
Japan

MSCI

2017 Constituent
MSCI ESG
Leaders Indexes



*企業の財務面だけでなく、環境や社会に対して配慮しているかを投資決定の重要な判断要素とする投資の指標



バリューチェーンにおける企業

セブン&アイグループは、グループ傘下の幅広い業態が連携し、お取引先と協働しながら、お客様のライフスタイルに寄り添った誕生から10年が過ぎたグループ共通のプライベートブランド「セブンプレミアム」は、その成果の一つです。

常にお客様一人ひとりのニーズに向き合うとともに、よりよい生活、よりよい社会のあり方を模索し、新しい価値の創造に挑戦し

セブン&アイ グループの バリューチェーン

1

調達



安全・安心で高品質な商品をリーズナブルな価格でお客様にお届けするために、多様なパートナーと協力し合いながら、原材料の調達を行っています。

- 一貫した体制による安全性とトレーサビリティ(流通履歴)の確保
- 生産者とともに育む「顔が見える食品。」
- 原材料や容器・包装における環境対応

主な取り組み

2

商品企画・
開発



変化し続ける社会やお客様のニーズを先取りし、グループの高い開発力を発揮して、付加価値の高いオリジナル商品の企画・開発を進めています。

- お取引先の持つ専門的な知見を活かした「チームマーチャンダイジング」
- 市場環境やお客様のニーズへのタイムリーな対応
- お客様の声を開発に活かす「セブンプレミアム向上委員会」
- 安全・安心で健康に配慮した商品の開発

3

製造



事業のスケールメリットとメーカーとのパートナーシップを活かした製造インフラを確立し、徹底した安全・品質管理のもとで商品を製造しています。

- 専用工場による、高い商品力や品質管理の実現
- お取引先の製造工場に対するCSR監査

価値の向上

商品・サービスをお届けしています。

続けることが、私たちの使命です。

4

物流



サプライチェーン全体で商品の鮮度を守るとともに、物流の効率化や最新の技術の導入によって、環境対応や働きやすさの向上も実現しています。

- 燃料電池トラックや燃料電池発電機の導入による水素活用の推進
- コールドチェーンによる品質保持
- 共同配送センターの活用などによる物流の効率化

5

営業・販売



お客様の毎日のお買い物の場として、また一人ひとりの従業員が働く場として、魅力あふれる店舗を目指し、サービス・サポート体制を整えています。

- お客様の毎日に安心をお届けするサービス
- 多様な従業員の活躍を支える環境づくりと、手厚い教育・研修
- RFIDを活用した店舗での検品省力化

6

廃棄



循環型社会や食品廃棄の削減を社会全体で実現するために、商品の設計から使用・廃棄・リサイクルまで一貫した環境配慮の取り組みを進めています。

- 食品廃棄の削減を目指す取り組み
- 環境循環型農業「セブンファーム」の運営
- 容器包装の再資源化推進

1

調達



安全・安心と コスト競争力を両立する 原材料の調達を実現



バリューチェーンを支える差別化要因

- 共同調達による品質の安定化とコスト競争力
- 顔や産地が見える食品など消費者の安心の追求、トレーサビリティ体制

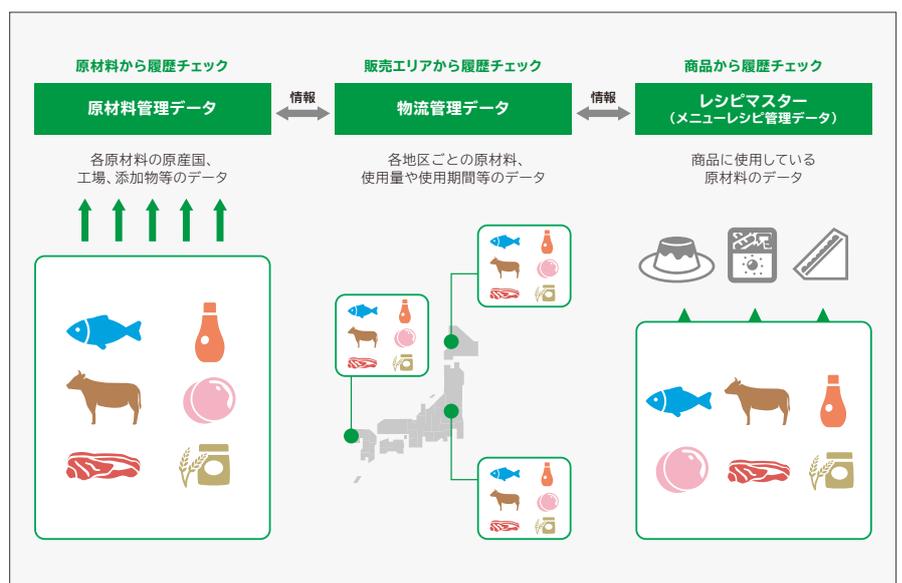
グループ共同調達が生むスケールメリット

セブン&アイグループでは、グループのネットワークとスケールメリットを活かして、原材料や資材、備品などの共同購買を行っています。これにより、調達における品質・ボリュームの安定化とコスト競争力が見込めるだけでなく、商品のトレーサビリティの把握にも貢献しています。

グループのプライベートブランド商品「セブンプレミアム」でも、高品質・グループ同一価格を実現するために、原材料調達から商品開発、品質管理まで一貫した体制で製造を行っています。

商品ができるまでの履歴を一元管理

セブン-イレブンでは、米飯や惣菜などのデイリー商品において、どこの工場で、どのような原材料がどのくらい使用されているのか、また、どの店舗にどの原材料を使用した商品が納品されているのかをデータベースで管理し、正確に把握する「レシピマスターシステム」を導入しました。



生鮮食品の生産・流通履歴を正確に把握

イトーヨーカドーの「顔が見える食品。」は、国産の農・畜・水産物に限定して取り扱い、商品の生産地や生産方法、流通経路を正確に把握してお客様にお伝えしています。

ヨークベニマルの「産地が見える商品」では、店舗で生産者を表示するほか、商品に貼付されたシールの生産番号から商品の生産履歴を確認できるようにしています。



商品の環境配慮で築く、高品位な価値連鎖

セブン&アイグループは、国内で約21,800店舗を運営し、数多くの商品を取り扱っています。商品における環境配慮の実現は、多様なステークホルダーとともにCSVの実現に取り組む手段の一つと言えます。

特に商品の包材は、商品の価値を高めるものである一方、資材やエネルギー、廃棄のコストに直結するものでもあります。このため、高い目標を立て、環境負荷の低い包材への切り替えを進めています。



2030年
すべての包材
を環境対応に

950アイテムで
(2018年2月末現在)
環境に配慮した包材を導入

1. リサイクルPETの活用



2. 間伐材の活用



3. ノンアルミパックへ変更



2

商品企画・開発



社会のニーズを敏感に捉え、 グループの商品開発における ノウハウを結集



バリューチェーンを支える差別化要因

- チームマーチャンダイジングによる高い商品開発力の発揮
- 社会のニーズやお客様の声を敏感に捉えた商品企画・開発

オリジナルの商品開発手法「チームマーチャンダイジング」

「セブンプレミアム」は、セブン-イレブンで培われたチームマーチャンダイジング(MD)というオリジナル商品開発手法をベースに、イトーヨーカ堂やヨークベニマルなどグループの商品知識や開発ノウハウを結集して開発されています。

チームMDとは、品質・価格面でお客様にとってベストの商品を開発するために、対象となる商品に最適なメーカーやお取引先とグループの商品開発部門とがチームを組み、情報やノウハウを共有しながら開発を進める手法です。各メーカー・お取引先の専門技術を最大限に引き出し活用することで、ナショナルブランドに引けをとらない高品質な商品を生み出すことが可能となりました。

「セブンプレミアム」の商品開発体制

セブン&アイグループ各社の商品開発担当者が6部門27部会を組織化し、お取引先と共同で商品開発を進め、2018年2月末現在、12社に供給しております。



お客様ニーズの変化にタイムリーに対応

少子高齢化や単身世帯の増加、女性の社会進出の進展などの社会変化は、お客様の購買行動やニーズなどの価値基準に大きな変化をもたらします。こうした変化に迅速に対応するために、「セブンプレミアム」の商品は、売上が好調であっても毎年既存商品の半分をリニューアルするという戦略をとっています。

また、お客様参加型の公式コミュニティサイト「セブンプレミアム向上委員会」を通じ、お客様のご要望やご意見、商品への感想を募り、それらを商品開発に反映しています。商品の試作とモニターを繰り返して改善を重ね、お客様の「現在の満足」の先を行けるよう、商品を常に進化させています。



「健康」ニーズの高まりに応える商品開発

お客様の健康や栄養に関する興味・関心は、近年ますます高まりを見せています。「セブンプレミアム」の商品開発は、「7つのこだわり」の一つとして「健康応援」を掲げ、お客様の健康的な生活を応援する商品の開発に積極的に取り組んでいます。

また、セブン-イレブンでは、健康を気づかう商品に「カラダへの想いこの手から」マークをつけてご提案しています。



■ 保存料不使用

セブン-イレブンのおにぎりやお弁当、サンドイッチなどのオリジナルデiyリー商品(約2,000アイテム)や、イトーヨーカドーの店内製造の惣菜・弁当・寿司では、合成着色料と保存料を使用していません。



■ 乳化剤・イーストフード不使用

セブン-イレブンの「焼きたてパン」を「セブンプレミアム」に統一したうえで、2017年度以降、「セブンプレミアム」のすべてのパン・パストリーで乳化剤・イーストフードの不使用を進めており、健康への影響が心配されているトランス脂肪酸の低減にも取り組んでいます。



■ アレルギー情報の表示

お弁当、お惣菜、パン、デザートなどのオリジナル商品については、表示が義務づけられている7品目に加え、表示が推奨されている20品目についても明記しています。



名称 弁当
原材料名 麦飯(国産米使用)、豚カルビ焼き、ねぎ塩たれ、ごま入りやし小松菜人参ナムル、調味料(アミノ酸等)、pH調整剤、グリシン、増粘剤(加工澱粉)、(原材料の一部に卵・鶏肉・ゼラチンを含む)

3

製造



グループの総合力を活かし、安全・品質管理を徹底して商品を製造



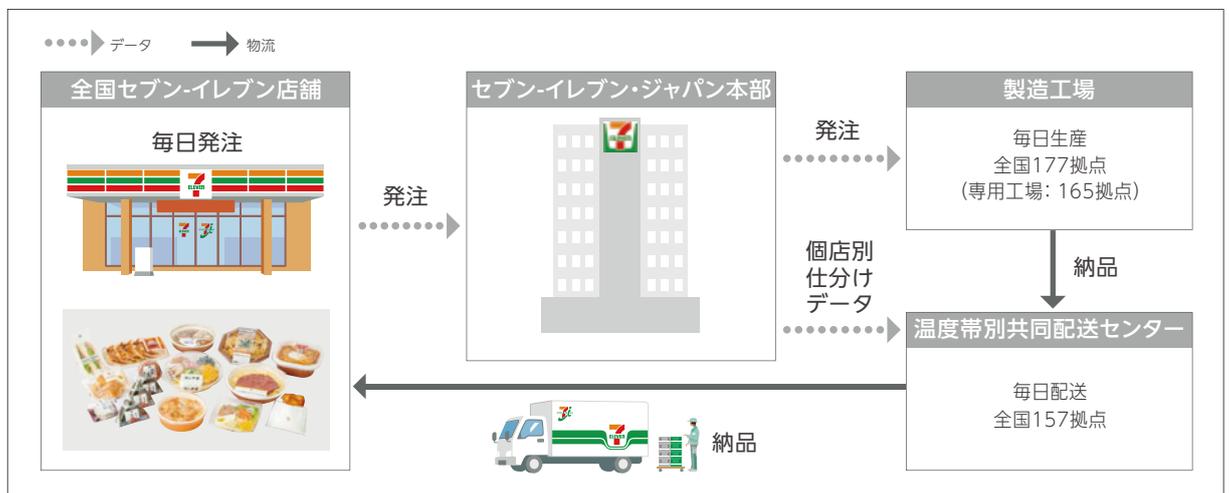
バリューチェーンを支える差別化要因

- 専用工場による高い商品力の実現
- 安全性と高品質を堅守し、短時間で効率的な納品の仕組みを確立
- お取引先との協働によるサプライチェーンの人権・労働・環境面への配慮の推進

「セブン-イレブン専用工場」をはじめとする製造インフラの確立

セブン-イレブンの強みの一つが、専用の原料を使って、専用のレシピに基づき、専用の設備で製造する「専用工場」での製造インフラであり、これによりお客様のニーズに応えながら高い安全性・品質を実現しています。

専用工場で製造された商品は、温度帯別共同配送センターから店舗へ納品されます。店舗からの発注データを製造工場と温度帯別共同配送センターと共有し、短時間で効率的な納品を実現しています。



お取引先と一体となって社会・環境に配慮

セブン&アイグループでは、2012年度より、途上国にあるプライベートブランド商品のお取引先製造工場を中心に年一度、「セブン&アイグループお取引先行動指針」への遵守状況を確認するCSR監査を実施しています。また、指針の遵守に必要な具体的事項を明記したセルフチェックシートへの回答をデータベース化し、取引継続の判断の際の参考としています。



4 物流

効率的な物流の確立で商品の鮮度と採算性を向上



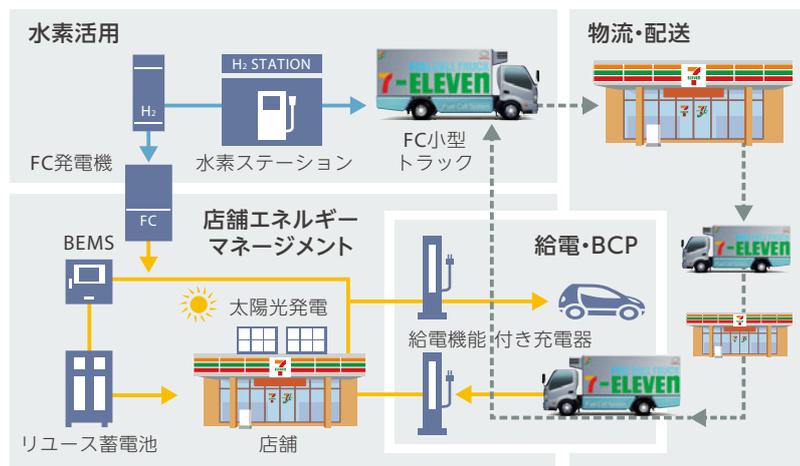
バリューチェーンを支える差別化要因

- 物流の効率化で実現する鮮度の維持と採算性の向上
- 最新の技術を活用した効率的で働きやすい環境の整備

効率化や環境対応を目指し、最新の技術を活用

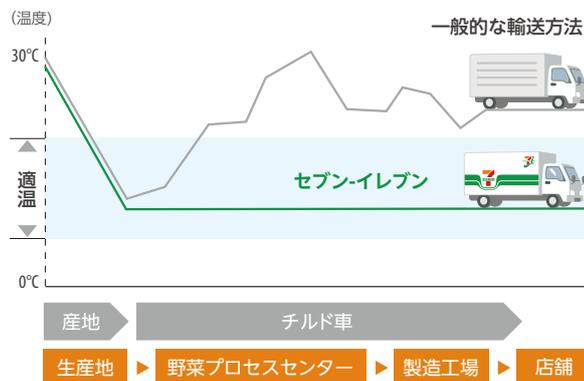
将来の低炭素・水素社会の実現に貢献するために、2017年8月より、トヨタ自動車(株)と共同で検討を開始しました。

今後、店舗向けの配送トラック(冷蔵・冷凍車)への燃料電池トラックの導入や、店舗での燃料電池発電機の設置を進めます。また、自動車用蓄電池を活用した定置型蓄電システムを店舗へ導入し、省エネ・CO₂排出削減だけでなく、災害時の非常用電源としての活用も検討します。



鮮度管理は畑から

セブン-イレブンでは、畑で収穫されたばかりの野菜を新鮮なまま輸送・加工するために「コールドチェーン(低温物流網)」を導入しています。収穫された野菜はその場で低温保管され、配送車、仕分けセンター、製造工場から店舗まで、一貫した温度管理のもとで配送されています。この仕組みによって高品質を維持し、新鮮な商品をお客様に店頭でお届けすることが可能となっています。



5

営業・販売



多彩なサービスと 多様な人材が創出する競争力



バリューチェーンを支える差別化要因

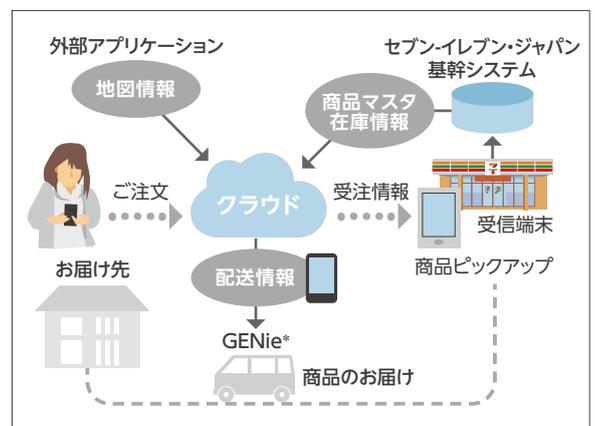
- 毎日の暮らしの安心・便利を支えるサービスの提供
- 買い物不便を解消する、さらなる利便性の追求
- 多様な人材が活躍し成長できる、魅力ある職場づくり

お客様のお買い物を支援する多様なサービス

■ ネットコンビニ

高齢化の進展を背景に、買い物に不便を感じる方の数は、今後も増加していくと考えられます。その不便さを解消したいという思いから、セブン-イレブンは2017年10月より、人口密度が低く冬の天候が厳しい北海道の札幌・小樽15店でネットコンビニの実証実験を行っています。ネット上でリアル店舗の商品が注文でき、最短2時間でお届けするサービスです。ご利用いただいたお客様からの改善要望にお応えし、予約商品の注文や24時間注文に対応するなどの改善も図っています。このサービスについては、2019年2月期中に北海道全店へと導入エリアを拡大し、2020年2月期には全国の店舗での提供を予定しています。

ネット上でリアル店舗の商品の注文ができる仕組み



* セイノーホールディングスとの協業によるセブン-イレブンのお届け専用会社

■ セブンあんしんお届け便

セブン-イレブンでは、高齢者が多い地域や被災地などお買い物が不便なエリアを対象に、「セブンあんしんお届け便」を運用しています。常温から冷凍品まで、様々な商品を積んだ移動販売車が地域を巡回し、お買い物の場を提供します。2018年2月末現在、セブン-イレブンで58台、イトーヨーカドーで5台が稼働しています。



■セブンらくらくお届け便

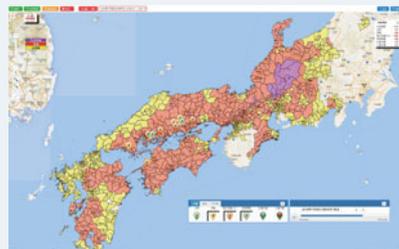
店内で購入した商品や電話などで注文を受け付けた商品を、CO₂の排出を抑えた環境にやさしい超小型電気自動車「コムス」や電動アシスト自転車などを使って、ご自宅やご指定の場所にお届けするサービスです。

2018年4月より、グーグルの音声AI「Googleアシスタント」と連携し、対話による注文の実験を開始しています。



■セブンVIEW

台風や地震、大雪・大雨、津波、洪水などの自然災害が発生した際、被害を最小に抑えるためには初動の対応が極めて重要です。セブン&アイグループは、インターネット上の地図で災害情報を提供・共有できるシステム「セブンVIEW」の構築を進めています。公的機関やお取引先、グループ各社からの情報を集約し、災害状況や道路の通行情報、各店舗の状況などを精度高く把握できるようにすることで、社会インフラやサプライチェーン復旧の一助となることを目指しています。



「セブンVIEW」活用の目的

- ①災害の発生前に予報を入手して、災害予測を立てる
- ②災害時には、被害の状況を正確に把握し、見える化する
- ③災害発生後は、災害や被害状況把握をもとに様々な対策を立てる

多様な人材の活躍を支える体制

日本では近年、小売業の人手不足が深刻な課題となっています。多様な事業で店舗を展開するセブン&アイグループでは、店舗従業員の人数を確保することに加えて、一人ひとりの従業員の能力向上も重要な課題と捉え、人材育成に積極的に取り組んでいます。

当社グループでは、グループの創業の精神を伝え、次世代を担う人材を育成することを目的とした研修施設「伊藤研修センター」を2012年に開設。これまでに30万人以上が研修センターを利用しており、グループの人材育成の要の役割を担っています。

■女性の活躍支援

セブン-イレブンの店舗で働く従業員は、女性が約6割を占めており、30～60歳代の主婦層がその過半を占めています。女性が働きやすい環境づくりは重要な事業戦略であると考え、加盟店従業員向け保育施設「セブンなないる保育園」を開園するほか、臨時の保育所による「スポット保育」の試験運用も始めています。



■シニアの活躍支援

労働力人口が減少する日本では、シニア人材の活躍に期待が高まっています。シニアにとってコンビニエンスストアは若者向けの店というイメージがあり、働く場としては不安を感じる方もいらっしゃいます。セブン-イレブンでは各自治体が開催する高齢者雇用についての企業合同説明会に積極的に参加するほか、行政を通じた「お仕事説明会」を開催しています。仕事内容の説明や、実際のレジを使った「レジ打ち体験」、セブン-イレブン・ジャパン社員と直接お話しただけの「お仕事相談コーナー」等を設け、店舗での仕事内容ややりがいをお伝えしています。地域の雇用創出や総活躍社会の実現に貢献する取り組みとして、今後も継続していきます。



■外国人従業員の活躍支援

インバウンドの広がりを受け、セブン-イレブンでは外国人従業員が増加しています。全加盟店従業員に占める割合は7.4%、約28,000名に達しており、シニアよりも多い人数となっています(2018年2月末現在)。日本に暮らし、仕事に対して高いモチベーションを持った留学生に働く場としてのセブン-イレブンをお伝えするために、日本語学校での「留学生向けアルバイト説明会」を開催しています。また、入店の際に日本語のレベルや出身国が一人ひとり異なるため、加盟店での教育に時間がかかるという課題を解決するため、外国人向け初期教育テキストの作成・配布、「外国人従業員レジ接客研修」の開催などの支援策を行っています。さらなるスキルアップを目指す従業員は、学生アルバイト向けセミナー「セブン-イレブン・アカデミー」にも参加できます。



■RFID※を活用した作業の効率化

セブン-イレブンでは、RFIDを活用した店舗検品省力化の実証実験を実施しており、2017年より常温商品で、2018年からはデイリー商品での実験を開始し、店舗での検品作業時間短縮における大きな効果が得られました。RFIDを活用することで、1日当たりの検品時間は、1日4回納品されるデイリー商品では60分が1分未満へと大幅に削減されます。

デイリー商品のRFID検品は2018年度中に北海道全店へ拡大し、その後さらにエリア拡大を進める計画です。



※RFID: Radio-Frequency Identification
(電波の送受信により、非接触でICチップの中のデータを読み書きする技術)

6

廃棄



徹底した廃棄物の削減で循環型社会を実現



バリューチェーンを支える差別化要因

- 食品廃棄の削減 (発生抑制、再利用、飼料化、肥料化)
- 商品の省資源化や消耗品の使用量削減
- 循環型社会 (サーキュラーエコノミー) の実現を支えるリサイクルシステム

消費期限の長い商品で食品廃棄を削減

セブン&アイグループでは、お客様に新鮮で安全・安心な商品をお届けするために、店舗における商品の鮮度管理を徹底しています。これは品質を守るための重要な取り組みですが、加盟店オーナーや従業員にとって負荷のかかる作業であり、期限切れ商品の廃棄コストも重い負担となります。

セブン-イレブンでは、素材や製造工程、温度管理を見直すことで添加物に頼らず、味や品質を落とすことなく従来よりも長い消費期限を可能にしたチルド弁当や、長鮮度のパン類・惣菜・麺類を開発。商品サイクルが従来よりも長くなったことで、店舗運営の支援につながっています。また、消費期限の延長は、食品廃棄の削減にも好影響を及ぼすと考えられることから、今後も積極的に取り組んでいきます。

「サラダ」長鮮度化の取り組み

低温・連続工程

- ① 販売鮮度延長
- ② 野菜品位向上
- ③ 製造コストダウン
- ④ 見た目の改善



入荷から製造までを一貫して
4℃以下で管理

販売鮮度

従来(約1日半)⇒約2日半へ **+1日延長**

先行エリアでの販売実績

販売：約**2割増加** 廃棄ロス：約**2%改善**

※ 廃棄率は従来商品との差



野菜と副材を分けた二段容器にトップシールタイプの蓋



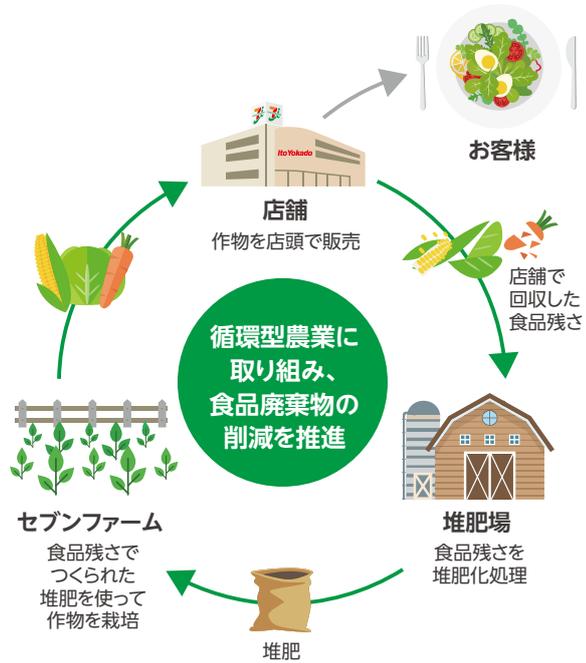
セブン-イレブン専用工場だからこそ実現した技術革新

2018年4月から順次展開エリアを拡大(上期7,000店、年内13,000店、来春19,000店へ)

「セブンファーム」の環境循環型農業

販売期限が切れたばかりの食品を「資源」として扱うという発想から、環境循環型農業「セブンファーム」を運営しています。

セブンファームは、食品残さを堆肥化し、その肥料を使って農産物を栽培した野菜を店舗で販売するもので、日本全国に13カ所(2018年2月末現在)展開しています。



廃棄物の発生抑制と循環の取り組み

セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカ堂、ヨークベニマル、ヨークマートでは、業界に先駆けて2012年より、ペットボトル自動回収機を店頭で設置。投入されたペットボトルは自動回収機で圧縮・破砕されるため、一度で大量に工場に輸送でき、配送回数を削減できます。回収されたペットボトルの一部は容器として再生され、「セブンプレミアム」の生活家庭用品などに活用されています。

また、年間約10億杯を販売する「セブнкаフェ」でも、資源の有効利用に取り組んでいます。容器や包材、消耗品における資源の使用量削減を追求しており、カップに間伐材・リサイクルPETを配合した素材を使用するほか、コーヒーフィルターにバイオマス原料を使用するなど、全体での環境配慮を進めています。



自動回収機

環境配慮型PETの活用

セブンプレミアム「詰め替え用ボディソープ」をはじめとする生活家庭用品のパッケージには、セブン&アイグループが店頭で回収したPETボトルをリサイクルした素材の一部を採用しています。



店舗づくりを通じて、 社会課題の 解決を目指す

次世代型店舗で掲げるテーマ



次世代にあるべき店舗の姿を模索

セブン-イレブンでは2017年より、お客様ニーズの変化に対応した新レイアウトを各店で導入し、一定の成果が上がっています。しかし、さらなる将来を見据え、次世代にあるべき店舗の礎を築くことも重要であると考えました。特に、将来的な人口動態を踏まえると、女性や高齢者なども含めた多様なスタッフが働きやすい職場環境を確立し、多様なお客様が快適に買い物を楽しめる店舗づくりが、競争力の維持に不可欠であると考えられます。

そこで、広く社会的課題に対応する次世代型店舗のフラッグシップとして、2017年12月に「セブン-イレブン千代田二番町店」が全面改装して再オープン。さらに、2018年5月には「セブン-イレブン相模原橋本台1丁目店」がオープンしました。

国内外の企業の最新技術を集結

両店舗が掲げるテーマは、「環境負荷の低減」「働きやすさの向上」「快適な店内環境づくり」の3つ。これらを実現するために、国内外の様々な分野を代表する数多くの会社から最新技術・設備のご提案をいただき、千代田二番町店では38社・58種、相模原橋本台1丁目店では50社・90種の技術を採用しています。一つの設備に複数企業の技術を結集して完成度を向上させるなどの工夫も盛り込んでいます。

採用した新技術は、両店舗で試用・実証を重ね、高い効果が望めるものは全国の店舗への拡大も検討していきます。

将来にわたって価値を創出し続けることのできる「ひとと環境にやさしい店舗」を全国へ広げるために、私たちはこれからも挑戦を続けます。



セブン-イレブン相模原橋本台1丁目店での取り組み(一例)

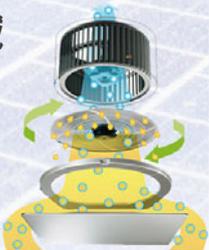
▼「ひと」へのやさしさ

オイルスマッシャー搭載 フライヤーフード

作業時間 従来比

約 **14分**/日削減

水で油を浮き上がらせる特殊コートをしたディスクが高速で回転することで、製品内部への油の侵入をブロックし、清掃の時間を大幅に削減。



ウォークイン補充用ラック/ ウォークイン商品陳列棚

ウォークイン冷蔵庫の内側に左右可動式のラックを装備し、商品の補充を補助。また陳列棚は奥行きを延長し、従来比プラス800本の商品を陳列可能に。



バックドアチルドケース

作業時間 従来比

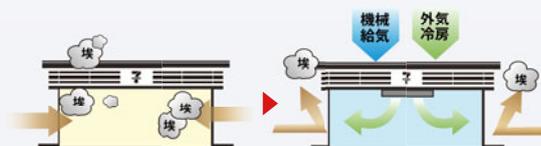
約 **56分**/日削減

チルドケース背面のウォークイン冷蔵庫から商品が補充できる新しいチルドケース。「ローラーマット」により、自重で商品が前に出る仕組みも。



店内正圧化の空調換気プラン

給気量を適時コントロールし、外に対して室内の気圧が高くなる正圧状態を維持することで、店内温度の安定や店内清掃作業の軽減につながり、快適な店内環境を実現。



▼「環境」へのやさしさ

再生可能エネルギー比率 **46.0%**

風力／太陽光発電付サインポール
発電量(実使用分)

約**473**kWh/年*
(店舗使用電力の約0.3%相当)

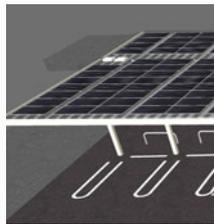
店頭のサインポール看板(広告塔)に風力発電設備と太陽光発電設備を設置し、発電した電力で夜間に点灯。



カーポート上／屋上太陽光パネル
発電量(実使用分)

約**64,608**kWh/年*
(店舗使用電力の約36.6%相当)

雨天時に車での来店がしやすいよう、駐車場にカーポートを設置。そのカーポート上と屋上に、高効率な太陽光パネルを広く設置し発電する。



路面型太陽光パネル
発電量(実使用分)

約**16,145**kWh/年*
(店舗使用電力の約9.1%相当)

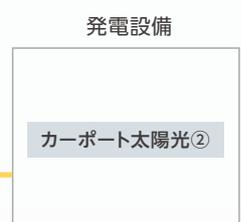
駐車場の床面201.6平方メートルにわたって、高透過性・高耐久性のあるコーティングを施した太陽光パネルを設置し発電する。



*発電量はすべて蓄放電時に発生が見込まれるロス分を除いた計算値となります。

高効率の発電／蓄電システム

各発電設備／蓄電設備のスペックや配置等を考慮し、発電電力をより効率的に利用できるよう、最適なエネルギー供給システムを構築。



大容量リチウムイオン蓄電システム

176kWhの大容量蓄電池を2基設置。昼間の太陽光発電による余剰電力を蓄電し、夜間に利用することができる。



リユースバッテリーによる蓄電

「トヨタ プリウス」10台分の中古蓄電池を再利用した蓄電池を2基設置し、太陽光発電による余剰電力を計20kWh蓄電。



次世代型店舗のフラッグシップ セブン-イレブン千代田二番町店

2017年12月に改装オープンした「セブン-イレブン千代田二番町店」は、次世代型店舗のフラッグシップとして位置付けられています。「ひとと環境にやさしい店舗」をコンセプトに掲げ、「環境負荷の低減」「働きやすさの向上」「快適な店内環境づくり」を実現するための最新の技術・設備を多数導入。さらに、セブン&アイ・ホールディングス本部ビル1階という好立地を活かして、社会課題を解決する新しい店舗づくりの情報を発信する拠点としても機能しています。

セブン-イレブン千代田二番町店の立地特性

- グループの本部ビル内にあるという立地を活かした情報発信が可能
- ビル内にあり、広い駐車場や屋根を持たないため、大規模な環境設備は導入しづらい

	旧	新	
売場面積	201.3㎡	▶ 213.3㎡	+ 12㎡
アイテム数	3,000	▶ 3,300	+ 300アイテム



「ひと」にやさしい店舗づくりの一例

新型ウォークイン 冷蔵庫



冷風を適宜使用して壁面と棚で商品を冷却する方式を導入することで、作業員にじかに冷風が当たらなくなった。



スライド式の棚板/ ブラケットの採用



商品陳列用の棚板をすべてスライド式に変更し、作業効率がアップ。既存の陳列棚をスライド式にできるブラケットも採用。



植物由来の 店頭ステッカー



店頭ステッカーに、サトウキビ由来のバイオエタノールから作られたポリエチレンステッカーを採用。植物由来の原料は、植物の生育時に大気中のCO₂を吸収し、焼却時のCO₂発生量と植物生育時のCO₂吸収量が差し引きゼロとみなされることから、CO₂排出量の削減につながる。

