

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

重点課題の考え方

セブン&アイグループでは、各社の店舗で約300万アイテムの商品を取扱うほか、プライベートブランドとしてさまざまな商品の開発も行っています。そのため、商品の「安全・安心」をはじめとする品質の確保は何よりも重要なものとして取り組んでいます。また、災害などの緊急時でも安心して利用いただける社会インフラとしての役割を担うことも重要な課題であると認識しています。

■ 関連する方針

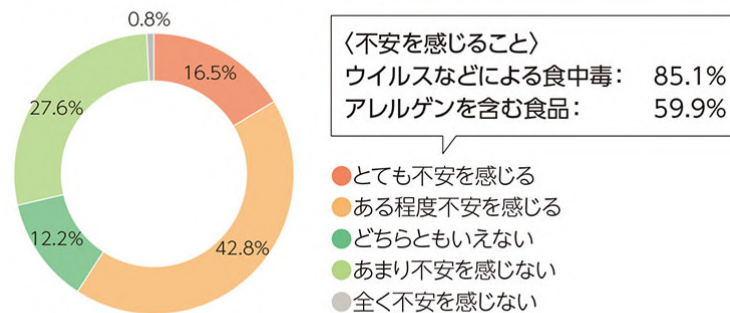
[品質方針](#)

重点課題の背景

食の安全性

食のグローバル化や、近年の食の安全・安心を脅かす事件・事故が発生する中、原材料管理や食品添加物、アレルギー成分表示など食の安全性に関する関心が高まっています。内閣府による調査では、約6割の人が食品安全について不安を感じると答えており、企業へのさらなる品質管理体制の強化が求められています。

食品安全に対する不安の程度

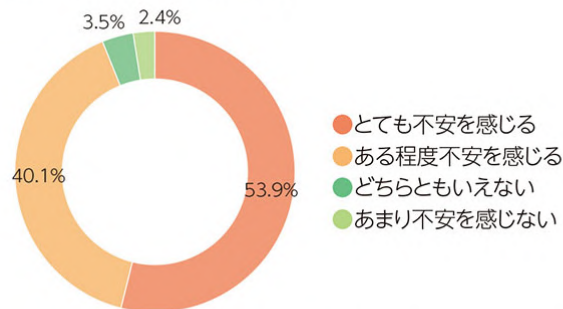


食品安全委員会：令和元年度「食品の安全性に関する意識等について」

多発する自然災害

近年、気候変動などの影響もあり、大雨による洪水や地滑りが頻発しています。また、日本列島の位置に由来する大規模地震など、数多くの自然災害の発生が続いています。内閣府による調査では、9割以上の方が自然災害について不安を感じると答えており、災害の発生時には、生活に必要な商品・サービスの提供などの社会インフラの役割が重要視され、安全・安心な拠点としての事業継続が求められています。

自然災害に対する不安



食品安全委員会：令和元年度「食品の安全性に関する意識等について」

重点課題の推進体制

本重点課題は、セブン&アイHLDGS. 取締役 常務執行役員 経営推進本部長を責任者にCSR統括委員会とその傘下のサプライチェーン部会が、グループ各社・関係部署と連携しながら推進しています。また、情報セキュリティにおいては、グループ情報管理委員会のもと取り組みを推進しています。

SDGsへの貢献

この重点課題に取り組むことで、セブン&アイグループは気候変動に起因する自然災害などが発生した際の安全・安心を確保する生活拠点を提供し、持続可能な開発目標（SDGs）の目標2と3、6、9、11、13の達成に貢献します。



セブン&アイHLDGS. の取り組み

品質管理体制の構築

安全・安心な商品をお客様に提供するために、国際的な品質・衛生に関する管理マネジメントシステム規格や管理手法の導入に取り組んでいます。

[詳しくはこちら](#)

食品の安全・安心

原材料調達から販売に至るすべての段階で、商品のトレーサビリティ（流通履歴）を積極的に公開しています。

[詳しくはこちら](#)

健康と栄養

お客様のさらなる健康志向に配慮して、食品の添加物の使用を低減し、栄養バランスがとれた食品を提供することに努めています。

[詳しくはこちら](#)

お客様とのコミュニケーション

お客様の立場に立って商品・サービスを改善していくために、グループ各社に「お客様相談窓口」を設けて、ご意見・ご要望などを承り、迅速に対応しています。

[詳しくはこちら](#)

情報セキュリティおよび個人情報保護

グループが取扱う情報資産の適切な安全確保を重要な義務と位置付けて取り組んでいます。

[詳しくはこちら](#)

商品・サービスの適切な販売・情報開示

お客様の適切な商品・サービスの選択のために、正確でわかりやすい表示に努め、誤解を与えることがないようにします。

[詳しくはこちら](#)

地域防犯対策

お客様に安全で安心してご利用いただける拠点になるべく、地域の防犯に協力しています。

[詳しくはこちら](#)

災害における支援

地域のライフラインを守ることを使命として災害時においても早期の営業再開と継続に努めています。

[詳しくはこちら](#)

震災復興支援

東日本大震災の復興支援策として、商品の販売を通じた活動をはじめとして、従業員ボランティア、NPOと協働した活動に取り組んでいます。

[詳しくはこちら](#)

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

品質管理体制の構築

セブン&アイHLDGS. は、安全・安心な商品をお客様に提供するために、国際的な品質・衛生に関する管理マネジメントシステム規格や管理手法の導入に取り組んでいます。



グループ各社の品質管理の基盤整備

セブン&アイグループ各社では、商品を仕入れる際に、品質管理部署が確認し、安全性が確保された商品を取扱っています。セブン&アイHLDGS. は、グループの一つの会社で起きた商品事故が、グループ全体に影響を及ぼすことを認識し、品質管理の体制整備。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」の開発部門をはじめ、食品を扱うグループ会社12社、衣料品・住まいの品を扱うグループ会社10社の品質管理責任者が定期的に集まり、方針や情報を共有することで、事故の未然防止と事故発生時の迅速な対応を強化しています。具体的には、グループ各社において以下のような品質管理の基盤を整備しています。

品質管理の基盤整備

1. 品質管理の専門部署が客観的に事故への対応を判断できる体制
2. 重大事故発生時の代表取締役社長への迅速な報告体制
3. 重大事故発生時の商品回収・販売継続判断のガイドライン策定

品質管理に関する従業員教育

セブン&アイグループでは、商品事故を未然に防ぐために、商品の開発・仕入れを担当するマーチャンダイザーや売場の担当者に対して、品質管理に関する従業員教育を実施しています。2020年度は、セブン&アイHLDGS.および食品を取り扱うグループ各社の食品の仕入担当者497名が、栄養表示研修や原産地・添加物表示研修を受講。さらに、セブン&アイグループは研修内容について見直しを行い、将来の品質管理をけん引する人材の育成を目標に、教育カリキュラムの構築を進めています。

2020年6月にHACCP※1の制度化が施行（食品衛生法改正）されたことを受け、同月にHACCPの重要性、食品の製造・加工における注意点などに関する食品HACCP研修※2を1,210人へ実施しました。また、衣料品や住まいの品の担当者に対して、グループ全体で外部の検査機関による「繊維研修」、「薬機法研修」を実施しています。

「繊維研修」は、繊維製品（衣料品・寝具など）の担当者を対象に、新任の担当者には「繊維基礎研修」を、既存の担当者には「繊維素材研修」「繊維縫製研修」を実施しています。家庭用品品質表示法などの法令をはじめ、糸 → 織物・編み物 → 染色 → 縫製 → 検品という衣料品ができるまでの流れや、製造工場の工程管理、不良品事故のケーススタディなどの知識の習得を図ることにより、安全で上質な商品をお客様に提供することを目指しています。

※1 HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) : 原材料の受け入れから最終製品までの各工程の危害要因を分析した上で、危害の防止につながる、特に重要な工程を継続的に監視・記録する工程管理システム

※2 食品HACCP (eラーニング) 研修の対象事業会社 : ヨーク、シェルガーデン、そごう・西武、ごっつお便 (※そのほかの食品を取扱う事業会社は各社ごとのメニューでHACCP研修を実施)

2020年度 セブン&アイHLDGS.で実施した研修受講実績

研修内容	受講人数	受講率	受講対象者
栄養表示研修※1	498人	100%	食品の仕入担当者
原産地・添加物表示研修※1	497人	99%	食品の仕入担当者
繊維の基礎知識研修※2	231人	94%	衣料・寝具など繊維製品仕入担当者
染色・プリントの知識研修※2	228人	93%	衣料・寝具など繊維製品仕入担当者
工程・検品の知識研修※2	79人	88%	衣料・寝具など繊維製品仕入担当者
クレーン品研修（ディスカッション）※2	60人	98%	衣料・寝具など繊維製品仕入担当者
清潔機能の知識研修※2	160人	84%	衣料・住まいの品仕入担当者
抗ウイルス・表示の知識研修※2	154人	81%	衣料・住まいの品仕入担当者
薬機法研修※2	105人	73%	衣料・住まいの品仕入担当者

※1 食物に関する研修の対象事業会社：セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨーク、シェルガーデン、赤ちゃん本舗、ロフト、アイワイフーズ、そごう・西武、ごっつお便、セブンフードシステム、バーニーズジャパン（※そのほかの食品を取扱う事業会社は各社ごとのメニューで研修を実施）

※2 衣料・住まいの品に関する研修対象事業会社：セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、ニッセン、バーニーズジャパン、オッシュマンズ・ジャパン

品質マネジメントの認証取得

セブン&アイグループでは、食品・衣料品・住まいの品などについて品質管理を強化するために、各種品質マネジメントを取得しています。

食品安全マネジメント協会への参画

セブン&アイHLDGS.は、日本国内での輸入食品の取扱いの増大（グローバル化）への対応と、国内の食品安全管理の向上を目的として、食品関係企業と農林水産省、大学の研究者の連携により、日本発の食品安全マネジメント規格の運営主体として2016年に設立された一般財団法人食品安全マネジメント協会（JFSM）※1の設立にあたり、国内外の食品メーカーとともに設立者の1社となりました。同協会が開発したJFS規格※2を活用することにより、サプライチェーンを構築する小売りグループとして食品の品質向上を目指しています。

現在、食品を取扱うグループ8社※3がJFSM会員になり、グループ内の食品安全管理レベルの向上を推進しています。また、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」やセブン-イレブンのお弁当、おにぎり、サンドイッチ、惣菜、麺類、パン・パストリーなどのフレッシュフードを製造している工場に対して、JFS規格の認証・適合証明の取得を進めています。

※1 日本発の食品安全マネジメント規格（JFS規格）とその認証・適合証明の仕組みの構築・運営を行う機関

※2 JFSMが開発したコーデックスHACCPを含む国際標準に整合した日本発の食品安全マネジメント規格

※3 セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークマート、シェルガーデン、そごう・西武、ごっつお便、セブン&アイ・フードシステムズ

国際標準に整合した食品安全マネジメント規格の認証取得

セブン-イレブン・ジャパンでは、商品製造時の品質管理レベル向上を目的に食品の衛生管理手法であるHACCPを1997年から採用しています。日本デリカフーズ協同組合（NDF）※1では、多品種少量生産、労働集約型産業に即した独自の「NDF-HACCP認証制度」を構築し、すべての製造工場にて認定を取得しています。さらに、2018年10月には、国際基準HACCPの制度化に対応すべく、認証制度を「NDF-FSMS認証制度※2」に改正し、2020年3月には、お弁当やおにぎり、サンドイッチ、惣菜、麺類、パン・ペストリーなどのオリジナル商品を製造するすべての工場が認証・適合証明を取得しました。（2021年3月末の工場数：176工場）

同様に、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」を製造するすべての製造工場において、ISO22000、FSSC22000、JFS規格など、コーデックスHACCPを含む国際標準に整合した食品安全マネジメント規格の認証・適合証明の取得を進めています。（2020年3月末現在、92%の製造工場が取得完了）

※1 日本デリカフーズ協同組合（NDF）：デイリー商品の製造工場における衛生管理レベルの向上や、地区による商品品質の差をなくすために1979年に結成

※2 FSMS：食品安全マネジメントシステム（Food Safety Management System）。安全・安心な食品を消費者に届けるために、食品安全を脅かすハザード（危害）を適切に管理する仕組み

▶ [セブン-イレブンの取り組み詳細はこちら](#) 



GAP認証を取得

イトーヨーカドーは、プライベートブランド「顔が見える野菜。」「顔が見える果物。」のさらなる品質管理レベル向上を目的に、農業生産工程管理手法の一つであるGAP認証（Good Agricultural Practice）の取得を推奨しています。GAP認証とは、安全性向上や環境保全を図るために日々の農場管理の中で実践すべき基準を定めたもので、2021年2月末現在、224名の生産者が認証を取得しており、今後も継続して進めていきます

▶ [イトーヨーカドーの取り組み詳細はこちら](#) 

ISO22000の認証取得

ヨークベニマルは、2018年3月にヨークベニマル大槻店（福島県郡山市）において、国際的な食品安全マネジメントシステムである「ISO22000」の認証を取得。その後、認証範囲をヨークベニマル本部まで拡大しました。今後は、認証取得の経験を活かし、各店舗の従業員教育を実施するとともに、HACCPシステムを全店に導入し、商品の仕入れから販売までの品質改善を一層進めながら、地域のお客様の食卓のさらなる安全・安心を実現します。

また、ヨークでは、2020年4月にヨークマート練馬平和台店がISO取得の足掛かりとして位置づけられている東京都の食品衛生マイスター制度の1年更新審査に合格しました。

なお、グループの食品製造メーカーであるアイワイフーズは、2016年8月にISO22000の認証を取得しました。



ISO9001をふまえた衛生管理

セブン&アイ・フードシステムズは、衛生管理部署のQC室が品質マネジメントに関わる国際標準規格「ISO9001」の認証を取得しており、このシステムを活用して、店舗での衛生管理と従業員教育に努めています（適用範囲は「店舗における食品衛生管理システムの規格と提供」）。

衛生管理については、誰もが実行できるわかりやすい鮮度管理に重点を置くとともに、QC室などによる店舗チェックと合わせ、第三者の衛生検査機関による抜き打ちの店舗衛生検査（ふき取り検査）を実施しています。また、店舗従業員への衛生管理研修を定期的に行うことにより、衛生管理のレベルアップを図っています。

➤ [セブン&アイ・フードシステムズの取り組み詳細はこちら](#)



品質管理の取り組みに対する表彰

イトーヨーカドーは経済産業省が主催する製品安全対策優良企業表彰※1において、経済産業大臣賞を受賞。3度の大臣賞受賞により、2015年度に総合スーパーとして初の製品安全対策ゴールド企業※2に認定されました。2021年3月にフォローアップ審査を受審し、ゴールド認定の更新が承認され、ロゴマークに星印が付与されました。

※1 経済産業省が、企業の製品安全に対する意識の向上や企業の枠を越えて、製品安全という重要な価値を共有する「製品安全文化」の定着を図り、社会全体で製品の安全が守られる社会の実現を目的として、2007年度より実施している表彰

※2 認定から5年経過ごとに認定時の取り組みが引き続き維持されているか、審査委員会によるフォローアップを実施

- 2011年 2013年 2015年 イトーヨーカドー：「製品安全対策優良企業表彰・経済産業大臣賞」受賞
- 2015年 イトーヨーカドー：「製品安全対策ゴールド企業」認定
- 2020年 イトーヨーカドー：「製品安全対策ゴールド企業」フォローアップ認定
- 2021年 イトーヨーカドー：「製品安全対策ゴールド企業」更新



製品安全対策ゴールド企業（星印付き）

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

食品の安全・安心

セブン&アイグループは、原材料調達から販売に至るすべての段階で、安全性、信頼性を重視して、さまざまな施策に取り組んでいます。

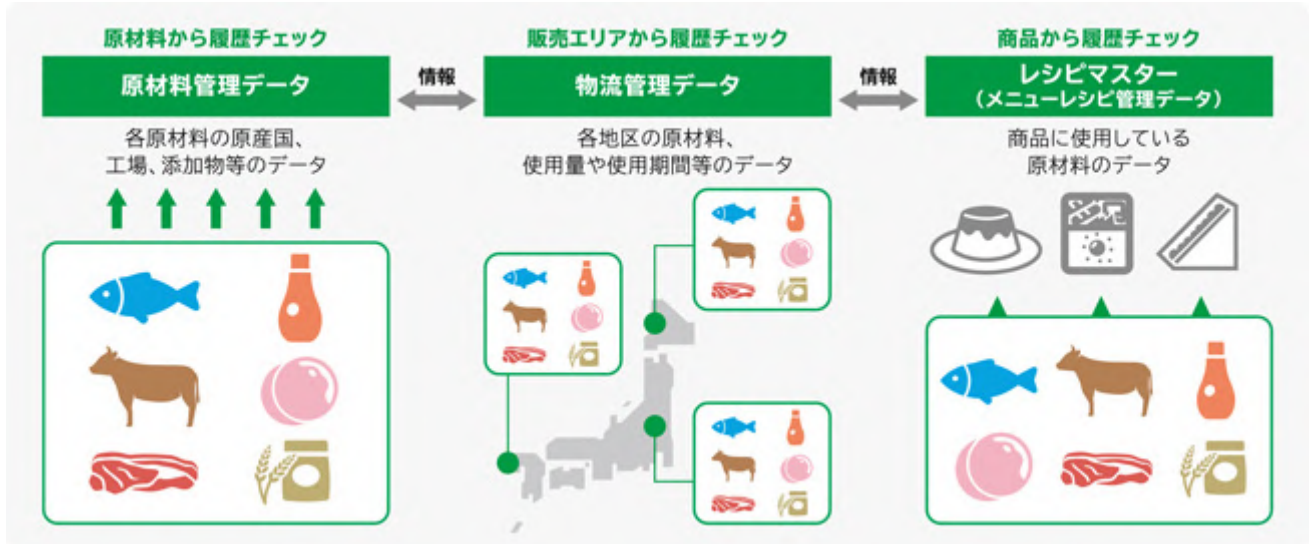
生産履歴を集中管理

セブン-イレブン・ジャパンは、米飯や惣菜などのデイリー商品に、1メニュー当たり平均40種類の原材料（調味料を含む）を使用しています。こうした個々の商品を管理し、どの工場で作られ、どのような原材料がどの地区で使用されているのかを正確に把握するために、約180の工場の情報をすべてデータベースで管理し、店舗のPOSデータと連動させて、商品の原材料産地から店頭へ並ぶまでの生産履歴を管理しています。これにより、万が一原材料などに問題が発生した場合でも、即座に対応することができます。さらに、商品に含まれるアレルギー物質や添加物の有無も確認し、万全を期して販売しています。

また、全工場で使用する原材料や包装容器の使用量も正確に把握できるため、過剰な生産を抑えるなど、廃棄物削減に役立っています。加えて、品種の混同を防ぐための米のDNA検査や放射性物質の検査を自主的に実施しています。

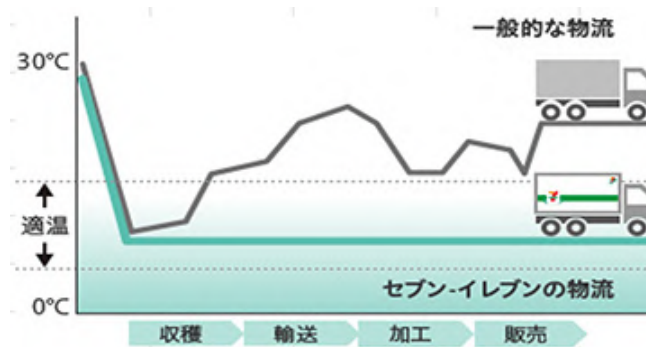
> [セブン-イレブンの取り組み詳細はこちら](#) 

原材料の生産履歴管理の仕組み



コールドチェーン（低温物流網）の導入

セブン-イレブンのオリジナルのデイリー商品（米飯、サンドイッチ、調理パン、サラダ、惣菜、麺類など）には、さまざまな葉物野菜が使われており、野菜の鮮度を高く保つための仕組みとして、畑で収穫された野菜を商品にして店舗に届けるまで、低温で輸送・加工する「コールドチェーン（低温物流網）」を2005年より導入しています。収穫した野菜は配送車、仕分けセンター、生産工場から店舗の売場の棚まで一貫した温度管理をしています。また、消費地の近くで収穫した国産野菜を積極的に使用することで、輸送のためのエネルギー使用量を削減しています。



「コールドチェーン（低温物流網）」

信頼性の高い商品の提供

「顔が見える食品。」

イトーヨーカドーの「顔が見える食品。」は、仕入担当者が適切な栽培・飼育管理がされているかを現地で生産者とともに確認しています。また、残留農薬検査をはじめ、土壌や飼料、水質の検査を行い、第三者機関の確認を受けて販売しています。さらに、放射性物質についても、法定を超える厳しい基準で検査を実施しています。生産者や検査結果の情報はイトーヨーカドーのホームページで公開し、パソコンやスマートフォンなどで確認することができます。「顔が見える食品。」は、2021年2月末現在、野菜、果物、肉、たまご、魚、米と生鮮食品で品揃えており、全体で254アイテムを取扱っています。

> [イトーヨーカドーの取り組み詳細はこちら](#)

生産者情報の公開方法（イトーヨーカドーの例）



「産地が見える商品」

ヨークベニマルは、自社のホームページに「ヨークベニマルの産地が見える商品」というコーナーを設けて、自社が厳選した生鮮食品の産地や特徴、生産工程、生産者などの情報を発信しています。2021年2月末現在、約20アイテムを取扱っています。

＜ [ヨークベニマルの取り組みの詳細はこちら](#) 〓

食品添加物使用の考え方

セブン-イレブンのお弁当などのフレッシュフードは、つくりたての家庭の味を目指し、食品添加物を使う場合は、必要最低限の種類・量を使用しています。また、食品添加物自主基準を設定し、お客様の関心の高い食品添加物の使用を極力控えるよう努めています。

＜ [セブン-イレブン・ジャパンの取り組みの詳細はこちら](#) 〓

トランス脂肪酸の低減

トランス脂肪酸を摂り過ぎると血液中の悪玉コレステロールが増え、善玉コレステロールを減らす働きがあるため、冠動脈性心疾患などのリスクを高めるといわれています。欧米などの諸外国に比べて摂取量の少ない日本では、現在トランス脂肪酸の表示義務や上限値の設定はありませんが、セブン-イレブンでは2005年からトランス脂肪酸の総量を自主的に低減するよう改善を進めています。また、油脂を加工する過程で生成されるトランス脂肪酸を抑えるため、2007年からは揚げ油を改良しました。

＜ [セブン-イレブンのトランス脂肪酸低減の取り組みについてはこちら](#) 〓



トランス脂肪酸低減の推移

(例) ほのかな甘み苺ジャムマーガリン 100gあたりの含有量

2005年	2007年	2012年	2019年
1.86g	0.18g	0.15g	0.11g

食物アレルギー情報の表示

セブン&アイグループでは、食物アレルギーをお持ちの方にも安心して商品を選んでいただけるよう、食品表示法で表示することが義務付けられている「特定原材料」7品目（卵、乳、小麦、えび、かに、そば、落花生）に加え、表示が推奨されている「特定原材料に準ずるもの」※21品目についても積極的に表示を進めています。

また、セブン-イレブン・ジャパンとイトーヨーカドーは、2019年9月に、消費者庁がアーモンドによるアレルギー発症者の増加を踏まえ、「特定原材料に準ずるもの」にアーモンドを追加したことにより、アーモンドについても積極的に表示を進めています。

※特定原材料に準ずるもの 推奨されている品目：あわび、いか、いくら、オレンジ、カシューナッツ、キウイフルーツ、牛肉、くるみ、ごま、さけ、さば、大豆、鶏肉、バナナ、豚肉、まつたけ、もも、やまいも、りんご、ゼラチン、アーモンド

フレッシュフードのすべてに表示

セブン-イレブン・ジャパンは、お弁当、おにぎり、サンドイッチ、惣菜、麺類、パン・ペストリーなどのフレッシュフードのすべてに「特定原材料」に加えて「特定原材料に準ずるもの」を表示しています。また、店内調理商品（ホットスナック・おでん・中華まん）については、「特定原材料」に加えて「特定原材料に準ずるもの」の使用状況をホームページで情報公開しています。

[> 店内調理商品のアレルギー情報はこちら](#) 

店内調理した商品に表示

イトーヨーカドーは、店内調理をしたお寿司、惣菜などについて「特定原材料」に加えて「特定原材料に準ずるもの（アーモンドを除く）」を含めた表示を、容器に入った商品はラベルに、バラ売りの商品は商品ごとに何のアレルギーが含まれているかを一覧表にして店頭に掲示しています。

メニューブック・端末タブレットに表示

セブン&アイ・フードシステムズが運営するデニーズでは、2018年9月のメニュー改訂より、全時間帯のすべてのメニューブックにアレルギー物質（「特定原材料」に加えて「特定原材料に準ずるもの」）の使用状況（アレルギー情報）を掲載しています。また、ホームページでの情報公開に加え、2017年7月から、メニューごとにアレルギー情報を検索できる端末タブレットを全店に導入し、注文時にも簡単な操作で詳細情報を確認できるようになりました。

[> デニーズの取り組み詳細はこちら](#) 

食物アレルギーに配慮した商品の販売

セブン&アイグループは、食物アレルギーの有無に関わらず、おいしくお食事を楽しんでもらうために、低アレルゲンメニューを取扱っています。

「すこやかフルーツケーキ」の販売

イトーヨーカドーは、食物アレルギーに悩む多くの方が安心してお召し上がりいただける特定原材料7品目を使用しないケーキとして、「すこやかフルーツケーキ」を予約販売しています。

> [イトーヨーカドーの取り組み詳細はこちら](#) 



すこやかフルーツケーキ

「低アレルギーメニュー・ケーキ」の販売

セブン&アイ・フードシステムズが運営しているデニーズでは、食物アレルギーに配慮した、特定原材料の7品目（たまご・乳・小麦・そば・落花生・えび・かに）を使用しないお子様向けメニュー「低アレルギーメニュー」や「低アレルギーケーキ」を販売しています。店舗で調理する際は従業員が低アレルギーメニューのマニュアルに従って通常の調理とは別の手順で加熱・盛り付けをするとともに、食器類は個々に洗浄保管したものを使用することで、アレルギー物質の二次混入の防止に努めています。

> [デニーズの取り組み詳細はこちら](#) 



低アレルギーメニュー



低アレルギーケーキ

食物アレルギーワークショップの開催

セブン-イレブン・ジャパンは、食物アレルギーを理解する取り組みの一環として、2021年3月と4月に認定NPO法人アトピッズ地球の子ネットワークとの共催でオンラインワークショップを実施しました。食物アレルギーを持つ10～20代の方々やその保護者の方の計10名が実際の商品の表示から食べられる商品を選ぶゲームに参加し、表示の見方や食品表示に関するルールを学びました。ディスカッションを通じて、食物アレルギーをお持ちの方々やそのご家族の実際の商品の選び方などを共有いただき、相互理解が深まりました。セブン-イレブン・ジャパンはワークショップでのご意見を参考に、より利用しやすいアレルギー表示に努めていきます。



食品アレルギーワークショップ

遺伝子組み換え食品の扱いについて

セブン&アイグループは、遺伝子組み換え食品に関して国内の関連法規に従って表示しています。また、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」では、表示が義務付けられている主原料において遺伝子組み換えの原材料を使用していません（日本政府から輸入が認められている遺伝子組み換えのじゃがいも、コーン、大豆などを使用した醤油、油などの一部の商品は除きます）。

放射性物質の検査

セブン&アイグループでは、東日本大震災以後、お問い合わせが増加したことを受け、行政による放射性物質のモニタリング調査を補完するために自主検査を実施してホームページに公開しています。

イトーヨーカドーの「顔が見える食品。」では、放射性物質検査を実施して結果をホームページに公開しています。

ヨークベニマルは、2019年8月末を以って、2012年4月より実施してまいりました放射性物質の自主検査を終了しました。2019年9月からは、お取引先様および行政機関が実施している放射性物質の検査結果を、自社のウェブサイトで公開しています。

➤ [イトーヨーカドーの取り組み詳細はこちら](#)

➤ [ヨークベニマルの検査結果はこちら](#)

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

健康と栄養

セブン&アイHLDGS. は、肥満、糖尿病、メタボリックシンドローム、栄養不足など、健康と栄養への注目が高まっている中、お客様のさらなる健康志向に配慮して、食品の添加物の使用を低減し、栄養バランスがとれた食品を提供することに努めています。

2020年5月、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」の新たな価値を創造するために、環境対応・健康対応・上質商品・グローバル対応の4つの柱で構成する、「セブンプレミアム コネクト宣言」を策定しました。具体的な施策として、栄養成分表示に「糖質」と「食物繊維」を表示（2019年9月～）、塩分・糖質を抑えた商品の開発、添加物削減の推進などを行っています。セブンプレミアムの商品開発については、対象となる商品に最適なお取引先様とグループの商品開発部門でチームを組み、それぞれの専門家の情報やノウハウを結集させて商品を開発する「チームマーチャンダイジング」の手法を採用しています。このチームの中には、栄養や健康に関する専門家を抱えるお取引先様や、研究開発センターを所有しているお取引先様も含まれています。



健康食品の一例



「セブンプレミアムそのまま飲める炭酸水プラス490ml」
難消化性デキストリン（食物繊維として）5gを含んだ、特定保健用食品

健康に配慮した商品の販売

セブン-イレブン・ジャパンでは、2018年3月より、全国のセブン-イレブン店舗において、『カラダへの想いこの手から』のキャッチフレーズを採用し、「安全・安心・健康」にこだわった商品の展開を実施。2021年6月からは、「健康を意識した食事をとりたい」というニーズが高まる中、新たに「セブン-イレブンの健康商品シリーズ」として食品表示基準に基づき、たんぱく質量、食物繊維量を訴求した商品や、1日に必要な野菜接種量の1/2以上を使用した商品に専用マークを表示しています。今後も品揃えを拡充していく計画です。

また、イトーヨーカドーでは、栄養バランスに配慮した管理栄養士監修のお弁当を取扱っています。食物繊維、野菜などを加え、塩分、糖質などを減らし、使用する添加物を低減することで、よりお客様に配慮した商品を提供していきます。

※「健康日本21（第二次）」では野菜摂取量の目安値を1日当たり平均摂取量350gとしています。

※レタス可食部215gを約1日分としています。

1包装当り
食物繊維
00.0g

1包装当り
たんぱく質
00.0g

1/2日分の
野菜を使用

セブン-イレブン専用マークの例



セブン-イレブンの健康商品シリーズ



イトーヨーカドー 管理栄養士監修のお弁当

栄養成分の表示

セブン&アイグループでは、食品表示法で定められた「エネルギー」「たんぱく質」「脂質」「炭水化物」「食塩相当量」5項目の表示※に加え、お客様からご要望の多い「糖質」「食物繊維」の2項目を積極的に表示しています。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」、セブン-イレブンのお弁当、おにぎり、サンドイッチ、惣菜、麺類、パン・パストリーなどのフレッシュフード、イトーヨーカドーの店内で調理したお寿司、惣菜については、「糖質」「食物繊維」を表示しています。

また、セブンプレミアムの一部商品については、任意表示である「飽和脂肪酸」「トランス脂肪酸」「コレステロール」などの表示も行っています。カロリーについては、お客様が商品選択時に目に付きやすいよう、多くの商品について前面に表示しています。

※任意表示商品で、かつ表面積が小さい一部の商品を除きます



パッケージ正面に糖質が大きく表示された例
「セブンプレミアム 糖質0gのサラダチキン」



糖質・食物繊維が表示された栄養成分表示の例
「セブンプレミアム ポテトサラダ」



栄養成分表示:1枚当たり	
エネルギー	170kcal
たんぱく質	5.9g
脂質	2.7g
-飽和脂肪酸	0.7g
-トランス脂肪酸	0g
コレステロール	0mg
炭水化物	30.5g
食塩相当量	0.9g

この表示値は、目安です。
食品100g当たり、飽和脂肪酸0.1g未満、トランス脂肪酸0.3g未満、コレステロール5mg未満の場合は0gとしております。

「セブンプレミアム セブンブレッド (6枚入)」の栄養成分表示

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

お客様のご要望・ご意見への対応

小売業を基幹事業とするセブン&アイグループでは、お客様との接点の多さとコミュニケーション頻度の高さを最も重要な経営資源の一つと位置づけ、さまざまな方法でお客様から情報収集するとともに、いただいた貴重なご意見を活かした商品開発やサービスの向上に努めています。

お客様相談窓口の設置

セブン&アイグループは、お客様の立場に立って商品・サービスを改善していくために、グループ各社に「お客様相談窓口」を設けて、eメールや電話でご意見・ご要望などを承り、迅速に対応しています。お客様からいただいたご意見・ご要望は情報保護の観点から、個人情報削除して内容ごとに分類し、各部署や店舗に発信して改善を図っています。2020年度はグループ8社※合計で約151万件のご意見・ご要望・お問い合わせをいただきました。

※セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨーク、そごう・西武、赤ちゃん本舗、セブン&アイ・フードシステムズ、セブン銀行の8社

▶ [グループ各社のお客様相談受付状況はこちら](#) 

お客様相談室情報連絡会の開催

セブン&アイグループは、グループ全体でお客様のご不満の要因を減らし、顧客満足度を高めていくために、グループ各社のお客様相談窓口責任者が出席する「セブン&アイグループお客様相談室情報連絡会」を毎月開催。お客様から承ったご意見やご要望への対応状況を定期的に共有し、商品・サービスの向上に反映させています。また、グループ各社の「お客様相談窓口」担当者のお客様対応技術の向上を目的とした研修を毎年開催しています。2020年度はグループ12社から80人が研修に参加しました。

2020年度の主な研修内容

- コロナ禍でのお客様対応
- お客様の心情に寄り添った対応方法
- メール対応の基礎スキル習得とご指摘への対応 など



研修の様子

お客様の声の収集

セブン&アイグループは、お客様から接客や売場づくり、商品の品揃えなどに関するご意見を集めて、提供する商品・サービスの改善に努めています。例えば、セブン-イレブン・ジャパンでは定期的にお客様へのアンケートを全国で実施し、お客様のニーズを把握しながら商品やサービスを開発しています。

また、イトーヨーカドーでは、2020年7月からレシートに印字されたQRコードからWeb上でのお客様アンケートを継続して実施しています。「大変満足」「満足」「どちらでもない」「不満足」「大変不満足」の指標のうち、一番多かった「満足」層のお客様、また「どちらでもない」と回答されたお客様を「大変満足」にまで引き上げることを目標に掲げ、アンケート結果を接客対応の改善につなげています。加えて、消費生活アドバイザーの資格を持つ社外の方々に「店頭調査」を委託し、来店されたお客様のご意見を集めています。

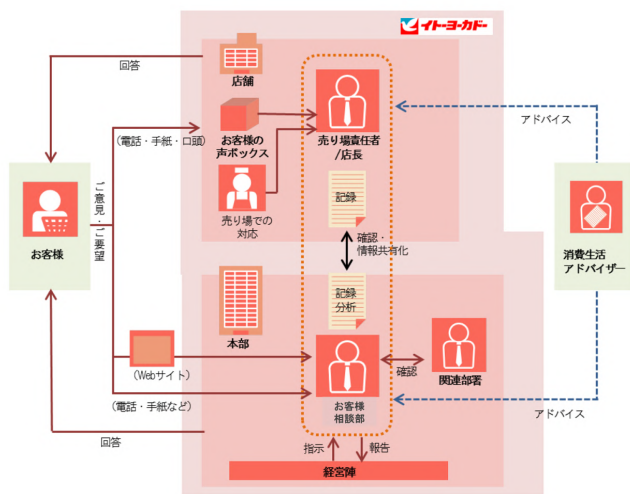
イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨーク、そごう・西武、シェルガーデンでは、店頭にお客様のご意見・ご要望を投稿できる投書箱を設置。そのほかのグループ各社でも、お客様の声を分析し、商品開発やサービスの改善に活用する仕組みを運用しています。

「大変満足」と回答した方の比率（イトーヨーカドーお客様アンケートより）

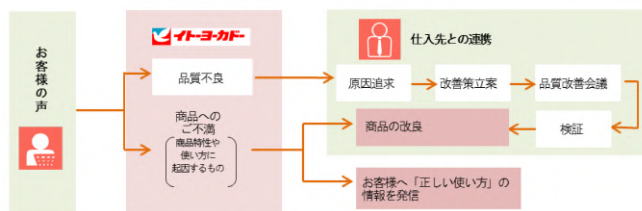
2020年度 第2四半期	2020年度 第3四半期	2020年度 第4四半期
18.1%	20.8%	20.6%

※第2四半期は2020年8月実施（サンプル数 約68,000人）、第3四半期は2020年11月実施（サンプル数 約44,000人）、第4四半期は2021年2月実施（サンプル数 約58,000人）

※ 各アンケート期間は1週間



「お客様の声」運用の仕組み（イトーヨーカドー）






「商品不良・ご不満」への対応（イトーヨーカドー）

お客様の声を活かした商品開発

セブン&アイ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」では、お客様のご要望にお応えした商品づくりを追求し、お客様参加型の商品開発コミュニティサイト「セブンプレミアム向上委員会」を2009年から開設しています。このWEBサイトでは、利用者に個々の商品への評価や、「セブンプレミアム」商品を使った独自のレシピを投稿いただくとともに、商品のモニター調査にご応募いただいています。このWEBサイトに寄せられた情報をもとに、お客様のご利用方法やご利用場面を分析し、商品開発に反映させています。

また、通信販売事業を展開しているニッセンホールディングスでは、商品開発を目的としたユーザー参加型のリサーチサイトを運営。インターネット上でのアンケート調査に加え、座談会、インタビュー、商品モニター調査、郵送調査、会場調査なども実施し、サービスの向上とより良い商品づくりにつなげています。

- ▶ [セブンプレミアム向上委員会の取り組み詳細はこちら](#) 
- ▶ [ニッセンリサーチサイトの取り組み詳細はこちら](#) 
- ▶ [プライベートブランド商品の開発体制についてはこちら](#) 

お客様の声を活かしたサービスの改善

セブン&アイグループは、お客様からいただいたご意見を集めて、店舗環境や提供するサービスの改善に努めています。

「ステーション」の設置

そごう・西武では、メイクやコーディネート、靴選びまで、お客様一人ひとりのお悩みやご相談にアドバイスする「ステーション」を設置。きめの細かなサービスを提供しています。

主な「ステーション」

- キレイステーション…ビューティーアドバイザーがお客様の美しさを高めるお手伝いをいたします。
- メイクアップステーション…メイクのお悩みにビューティースタylistがカウンセリングを実施。おすすめ商品の紹介やメイクのテクニックをアドバイスします。
- シューズステーション…チェックシートと専用3D機器で、お客様の足を分析。ご要望を伺いながら、最適な靴をお選びします。など

- ▶ [そごう・西武の「ステーション」の取り組み詳細はこちら](#) 

3年間の「プレミアム保証」を実施

赤ちゃん本舗では、初めてご使用になる方が多く、お子様の安全に関係する商品に、購入日より3年間の故障・破損・盗難などの補償を無料で付帯する「プレミアム補償」※を付け、お客様のご不安の軽減に努めています。

※アカチャンホンポのポイント・アプリ会員様または、アカチャンホンポネット通販会員様が「ベビーカー」「チャイルドシート（ジュニアシート含む）」「だっこひも」「三輪車」をご購入した場合の補償

- ▶ [赤ちゃん本舗の「プレミアム補償」についてはこちら](#) 

使いやすさを向上したATMを設置

セブン銀行は、ATM使用時ののぞき込み不安の解消や操作性の向上のため、「プライバシー空間の拡大」「大きく見やすいディスプレイ」「ユニバーサルデザイン」を取り入れた第4世代ATMを全国に6,020台設置しました。（2021年3月末現在）

- ▶ [セブン銀行の第4世代ATMについてはこちら](#) 

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

情報セキュリティおよび個人情報保護

セブン&アイHLDGS.およびグループ各社は、お客さまの情報はじめグループが保有する情報資産を、不正アクセスやサイバー攻撃などのさまざまな脅威から保護し、グループ全体の情報セキュリティを確保することが、経営上並びに事業上における重要課題であると認識しています。

セブン&アイグループは、役員・全従業員および業務に携わる全ての関係者が情報資産を適切に取扱い、正しく利用するために、情報セキュリティ管理体制や個人情報保護体制を構築し、全ての役員・全従業員に対する教育・訓練を通してその浸透を図ります。また、社会的要請やコンプライアンス、サイバーセキュリティなどによる環境変化に応じたマネジメントシステムを確立し、個人情報などの情報資産の適切な管理・保護に努め、継続的な改善に取り組んでいます。

情報セキュリティ管理体制の構築

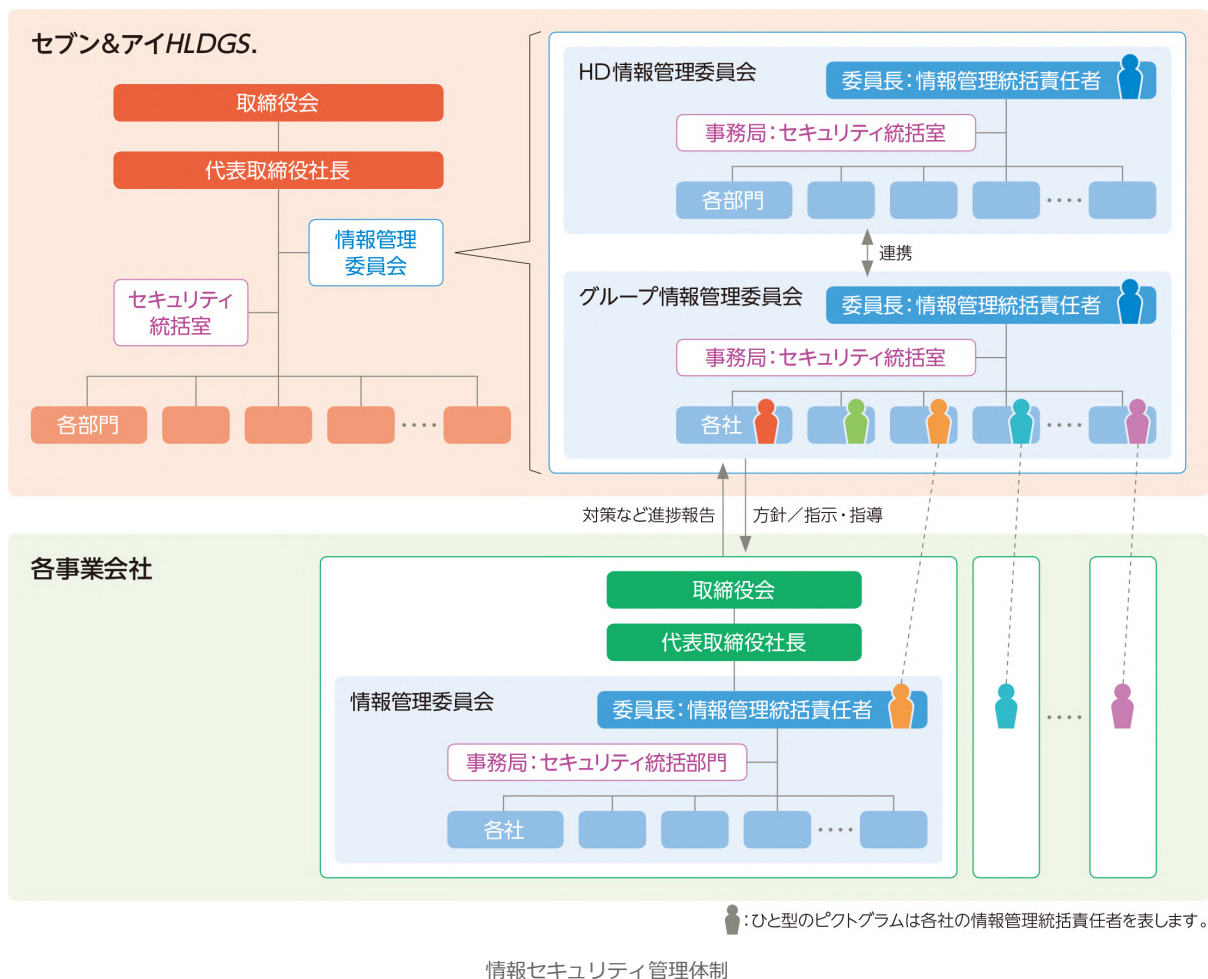
従来システム部門内にあったセキュリティ部門を業務執行から独立させ、セブン&アイHLDGS.代表取締役直轄組織として新たにグループ全体のセキュリティを統括する部門として「セキュリティ統括室」を設置し、グループの共通指針となる「情報セキュリティ、個人情報保護の基本方針、および付帯する規程やガイドライン等」の再整備を行うとともに、グループ各社に対してISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）の構築支援や教育などによるセキュリティ人材の育成、モニタリング機能の強化などセキュリティ全般の強化を行っています。

また、セブン&アイHLDGS.が運営するグループ情報管理委員会のもと、グループ会社の情報管理委員会と連携し、役員・全従業員のセキュリティに対する意識の向上、並びに配下の専門部会を通じたさらなるセキュリティの徹底を図り、グループ全体での安全・安心の確保を推進しています。

なお、グループ各社の情報管理委員会は、情報管理統括責任者を任命し、情報セキュリティに関する企画、推進、管理を統括、個人情報などの重要情報をコンプライアンスとセキュリティの両面において安全性を確保しています。

現在、グループ各社においてはISMSによる内部統制の構築が進められ、お客様の情報を取り扱う主要拠点については、国際基準であるISO27001の認証を取得し、外部審査による一層のセキュリティ強化に努めています。本体制の下、「重要事実報告ガイドライン」など、グループ間のレポートラインを整備し、万が一情報セキュリティに係るインシデントや疑わしき事象が発生した際は、情報伝達の確実性を担保し、迅速な対応に努めています。

- ▶ [「情報セキュリティ基本方針」はこちら](#)
- ▶ [「個人情報保護基本方針」はこちら](#)
- ▶ [ISMS認証取得拠点の一覧およびPCIDSS認定取得についてはこちら](#)



役員・全従業員へのセキュリティ教育

セブン&アイHLDGS.は、日常業務の中で個人情報や秘密情報を適切に取り扱うためには、役員・全従業員一人ひとりが重要性を理解し、情報セキュリティに対する「意識」を高め、そのうえで、正しい判断や行動をするための「知識」を持つことが必要であると考えています。

セブン&アイHLDGS.では、情報セキュリティやサイバーセキュリティの脅威に適切に対応するため、取締役向け、管理職向け、一般職向けの3つの階層に分けて、それぞれの職責に応じたセキュリティ教育をeラーニングを通じて、年複数回実施しています。また、これらの教材はグループ各社にも展開し、セブン&アイグループの役員・全従業員が同じ知識レベルを確保できるように取り組んでいます。

なお、教育ポータルサイトを開設し、情報セキュリティや個人情報保護などのマニュアル、ミーティング等で引用できる資料、セキュリティビデオの貸し出しなどを掲載し、役員・全従業員自らが考え、行動できるよう啓発に努めています。

● 標的型攻撃メール訓練

標的型攻撃メールによるサイバー攻撃の脅威は日増しに拡大をしています。万が一、役員・全従業員が攻撃を受けた場合、適切に対応できるようにするためには日常の訓練が欠かせません。セブン&アイHLDGS.では、複数パターンの模擬メールを役員・全従業員に送付して、不審メールとはどういうものか、受信した際にどのように対応すべきかなどについて、実体験を通して対応力の強化を図っています。

サイバーセキュリティ対策の強化について

セブン&アイHLDGS.は、日々高度化・巧妙化するサイバー攻撃を経営における重大なリスクとして位置付け、ネットワークへの不正侵入防御や適切なアクセス制御などの多層的な防御網の構築、および脅威に対応できる体制の整備、人材の教育や訓練、外部専門機関との連携などを通じて、サイバーセキュリティ対策の強化に努めています。

- 1) 専門組織の設置 サイバーセキュリティを担う専門組織として7&i CSIRT(7&i Computer Security Incident Response Team)を設置し、情報システムおよびその運用のセキュリティレビューを行うとともに、第三者機関による脆弱性診断や不正アクセスの監視、脆弱性への対応など、セキュリティ事故を防ぐためのサイバーセキュリティ対策を推進しています。
- 2) 教育・訓練 サイバー攻撃などが発生した際に、迅速かつ適切な対応を行い、被害を最小化するために、サイバーセキュリティ事件・事故を想定した教育・訓練を年に1度以上実施し、事件・事故に対する対応体制や対応策が有効に機能するよう専門組織および役員・全従業員の対応力の向上を行っています。
- 3) 外部との連携 サイバー攻撃などに迅速に対応できるようJPCERT/CC、日本CSIRT協議会などの外部組織と連携してサイバーセキュリティに関する攻撃情報や対策動向などの共有を実施しています。

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

商品・サービスの適切な販売・情報開示

セブン&アイHLDGS. は、お客様に安全・安心な商品・サービスを提供するため、責任あるマーケティング活動を徹底しています。企業行動指針の行動基準において、「私たちは、お客様が適切な商品・サービスを選択できるように、誤解を与えることのない正確でわかりやすい表示に努めます。」と定めています。また、以下の内容についても、グループ各社で確認の上、お客様への情報発信に努めています。

- お客様にとって有益な情報となる場合、それが企業にとってネガティブな情報であってもお客様の立場に立って周知する（例：この商品を消費すると危険、体に良くないなど）
- CM、広告で発信する画像、音声などの情報は視聴者に適した表現を使用する
- 健康面、環境、その他のサステナビリティに関して法令以上の情報を提供する

お客様へ提供する情報の管理体制の構築

セブン&アイグループは、新聞チラシ、パンフレット、テレビCMなどの各種広告媒体について、記載されている商品情報や価格情報が正確であるか、お客様に誤認を与える情報が載っていないかなどを事前に確認しています。

例えば、イトーヨーカドーでは、新聞折込チラシなどで比較対照価格と販売価格との二重価格や値引き表示などを行う場合には、FT（公正取引）委員会事務局による事前承認を必要としています。

従業員への商品表示に関する教育

セブン&アイHLDGS. では、法令で禁止されている不当表示や過大な景品の提供に関する基礎知識の習得を目的として、グループ各社の新任仕入担当者を対象とした「景品表示法」「食品表示法」など表示に関する法令の合同研修会を、年2回定期的に開催しています。また、グループの仕入担当者や本部スタッフ向けにeラーニングを実施しています。2020年度は23社で合計19,019人が受講しました。



表示に関する合同研修会

不適切な表示の防止

セブン&アイHLDGS. では、お客様に誤解を与える表現を使わないよう、商品の表示に関する「グループ共通あいまい表示自主ガイドライン」を設け、グループ各社の商品開発担当および品質管理担当へ周知し、運用しています。例えば、「永久」という表現は、将来にわたり「永続的」な効果・効能を合理的に示すことが困難なため、基本的に使用しないことを定めています。

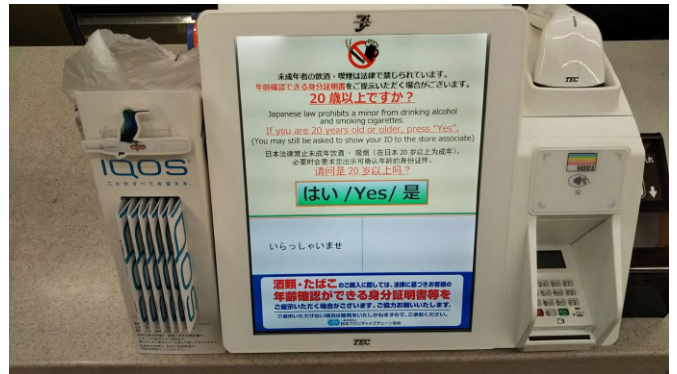
酒類・たばこの販売について

セブン&アイグループ各社では、酒類・たばこを販売しており、20歳未満者の飲酒・喫煙防止に向けて適切に対応することが企業としての社会的責任であると認識しています。

セブン-イレブン・ジャパンでは、酒類・たばこを取扱う店舗のレジの近くに「年齢確認実施中」のポスターを掲出し、20歳未満者および20歳代と思われるお客様には、身分証明書による年齢確認を実施しています。また、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会と連携して、年に3回、酒類・たばこ販売時の年齢確認の強化月間を設け、加盟店従業員への教育・啓発を行い、20歳未満者へ販売しないように努めています。



年齢確認実施についてご案内するポスター



お客様に身分証明書のご提示を促すレジ表示

イトーヨーカドーでは、20歳未満者への酒類・たばこの販売防止に向けて、酒類の売場に陳列している商品が酒類であると識別できる表示と、購入者が20歳以上であると確認ができない場合に販売しない旨を記載した案内を必ず掲示して、お客様への注意喚起を行っています。店舗で働くすべての従業員に対しては、入社時に酒類・たばこの年齢確認の仕方について研修を実施しています。さらに、レジ精算の専任担当者に対しては、毎日業務を行う前に20歳未満者に酒類やたばこを販売しないための対応の練習と唱和を実施するとともに、その実施状況を本部の教育部門が定期的に確認しています。



酒類・たばこ販売時のレジ対応練習の様子

セブン&アイグループのプライベートブランド商品であるセブンプレミアムの酒類は、飲酒に関する連絡協議会が定めた「酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」に基づいた商品表示を行っています。また、酒類を取扱うセブン&アイグループ各店舗では、20歳以上のお客様を対象として、アルコール飲料の代替えであるノンアルコール飲料を取扱っています。

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

地域防犯対策

セブン&アイHLDGS.は、グループ各社の事業特性に合わせて、お客様および地域の方々に、安全・安心を提供できる拠点となるべく、地域の防犯に協力しています。



セーフティステーション活動（SS活動）

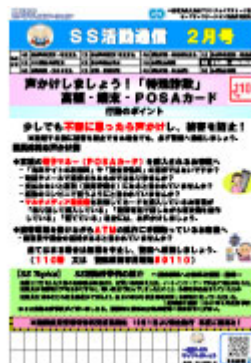
セブン-イレブンでは、年中無休、24時間営業という店舗特性を活かして、女性・子どもの駆け込みや高齢者保護、強盗・万引き・特殊詐欺被害の防止、災害や事故、急病人への対応など、安全・安心を見守る地域の拠点として「セーフティステーション活動（SS活動）」に取り組んでいます。未成年者（20歳未満者）にお酒・たばこを販売しないなど、青少年を取り巻く環境の健全化に努めるとともに、毎月発行している「SS活動通信」を通して、加盟店のコンプライアンス意識や防犯意識を高める情報発信をしています。



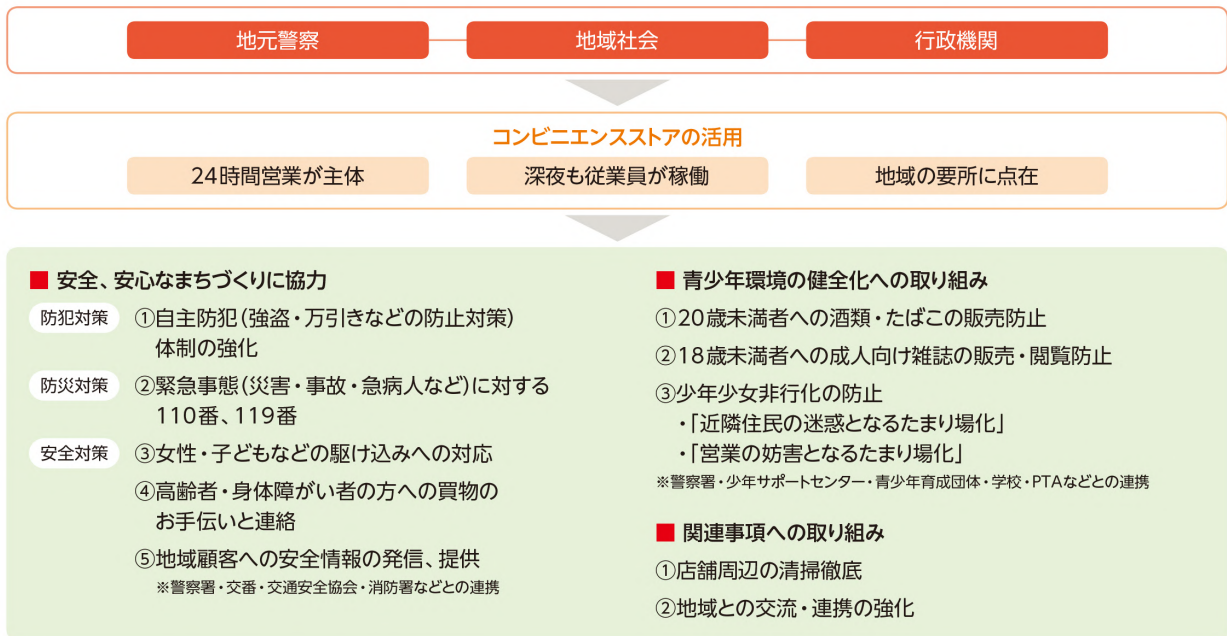
店舗ポスターにて活動を周知



20歳未満者への酒・たばこの販売防止



「SS活動通信」



> [日本フランチャイズチェーン協会 \(JFA\) ホームページ「SS広場」](#)

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

災害における支援

セブン&アイグループは、災害発生時における社会インフラとしての機能を果たすため、人命最優先で行動し、グループ各店舗の営業継続・早期営業再開に努めています。



災害時の地域救援活動と地域への啓発

セブン&アイグループの各店舗では、災害時においても地域のライフラインを守るため、安全が確保されていることを前提に、営業継続と早期の営業再開に努めています。本部も商品供給や人員の応援などで店舗をサポートし、現地と一体となり、社会インフラとしての役割を果たしています。

また、グループ各社は自治体などとの「災害時の物資支援協定」や「帰宅困難者支援協定」の締結を推進。災害時には自治体などからの要請に基づき支援物資を提供するとともに、帰宅困難者に対しては水道水、トイレ、災害情報などを提供しています。

さらに、グループ各店舗においては、被災者を支援するため、募金活動を実施するとともに、店舗の無料Wi-Fi「セブンスポット」を開放しています。2017年7月には、セブン&アイHLDGS.、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドーのグループ3社が「災害対策基本法」に基づく指定公共機関に指定され、全国のグループ各社物流網を活かした、迅速な支援物資の調達と供給が期待されています。

なお、イトーヨーカドーなどの店舗では平常時にも災害対策コーナーの展開や防災イベントの開催などを実施し、お客様の災害に対する意識啓発に取り組んでいます。

災害時の各自治体との協力

セブン-イレブンとセブン&アイ・フードシステムズのデニーズでは、協定を結んでいる一部の都道府県で店舗を「災害時帰宅支援ステーション」として登録しています。大規模災害時に帰宅困難者に対して、可能な範囲で水道水、トイレ、災害にまつわる情報を提供しています。



災害帰宅支援ステーションステッカー

非常時の連絡手段の提供

セブン&アイグループは、災害など非常時の安否確認や帰宅が困難な人々の連絡手段として、全国のグループ各店舗、約20,000カ所に設置されている無料Wi-Fi「セブンスポット」を災害発生時に特別開放し、会員登録せずにご利用いただけます。また、セブン-イレブンでは、無料で利用できる非常用電話機（災害用特設公衆電話）を東京23区内の一部店舗に設置しています。



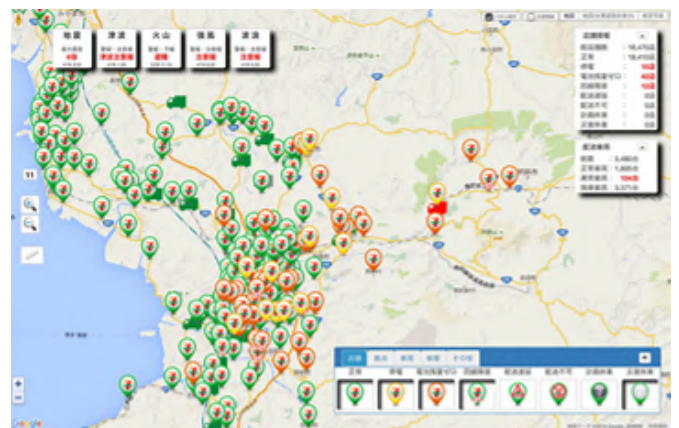
非常用電話機



無料Wi-Fiサービス「セブンスポット」

災害情報の提供・共有ができる「セブンVIEW」

セブン&アイHLDGS.は、グループ内にある情報を集約するだけでなく、お取引先様などと協力して、災害情報の提供・共有ができるシステム「セブンVIEW※」の構築に取り組んでいます。「セブンVIEW」は被災地の店舗・物流拠点の状態をクラウドマップ上に表示し、関係部門が状況を把握できるシステムです。これまでのハザードマップや被災関連のSNS表示、天候予測等の機能に加え、国や研究機関と連携を強化し、被災からの早期復旧にさらに寄与すべく進化を続けています。

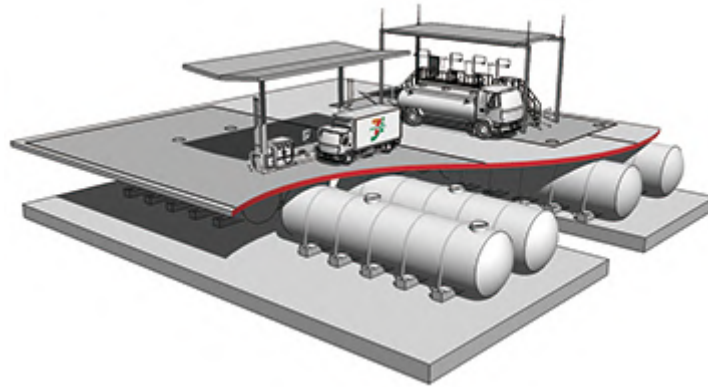


セブンVIEWの画面

※Visual-Information-Emergency-Webの略

緊急物資配送用の燃料備蓄基地

セブン&アイHLDGS. では、BCP（事業継続計画）の観点から、大規模災害発生時における「燃料の供給網確保」を重要課題の一つと考えています。そのため、緊急物資配送用の商品配送車両に使用する燃料を備蓄する基地を、国内小売業で初めて、埼玉県北葛飾郡杉戸町に設置しています。この基地では、燃料400キロリットルを常時備蓄し、災害発生時には、被災地域をはじめとする避難所や首都圏にあるグループ各店舗に最大10日間、緊急物資や商品を配送することが可能となります。



車両に使用する燃料を地下タンクに備蓄

重点課題 2 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

震災復興支援

2011年3月の東日本大震災は東北地方を中心に甚大な被害をもたらしました。セブン&アイグループでは、その復興支援策としてお客様とお取引先様をつなぐという小売業の事業特性を活かし、商品の販売を通じた活動をはじめとして、従業員ボランティア、NPOと協働した活動に取り組んでいます。

「東北かけはしプロジェクト」

セブン&アイグループは、福島県、宮城県、岩手県などの東北各県・各行政のご協力のもと、東北の皆様と全国の皆様を復興を応援する想いでつなぐ「かけはし」となるべく、復興支援企画「東北かけはしプロジェクト」を開催しています。

被災した地域の商品を調達し、販売することで農業・水産業を活性化するとともに、被災地への思いを風化させないことを目的として、被災された東北の企業や食品メーカー様の商品の販売会をイトーヨーカドー（126店舗）で実施しました（2021年3月実施分）。

東北かけはしプロジェクト

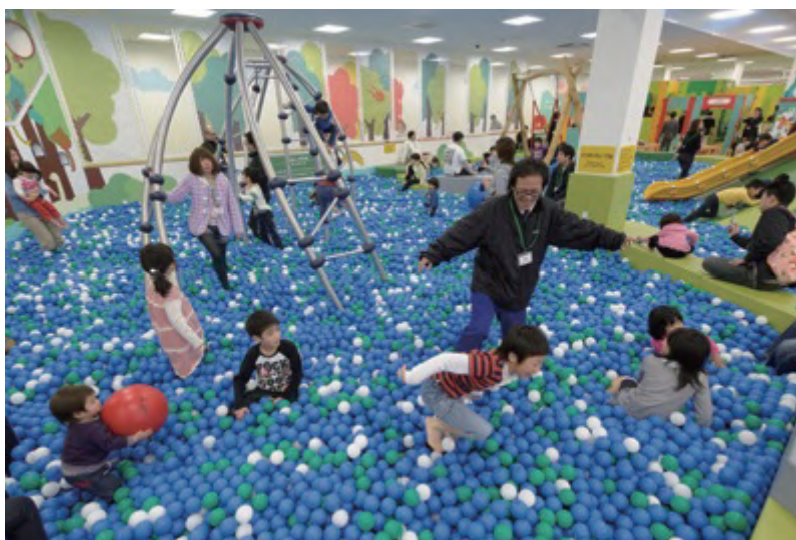
	開始時期	協賛・参加社数	商品展開
第1弾	2011年11月7日より実施	22社	約200
第2弾	2012年3月5日より実施	58社	約600
第3弾	2012年7月17日より実施	81社	約800
第4弾	2012年11月19日より実施	109社	約1,000
第5弾	2013年3月4日より実施	123社	約1,200
第6弾	2013年7月9日より実施	160社	約1,300
第7弾	2013年10月9日より実施	188社	約1,400
第8弾	2014年3月4日より実施	219社	約1,500
第9弾	2014年7月14日より実施	239社	約1,710
第10弾	2014年10月6日より実施	247社	約1,800
第11弾	2015年3月2日より実施	250社	約1,850
第12弾	2015年7月14日より実施	257社	約1,900
第13弾	2015年10月5日より実施	259社	約2,000
第14弾	2016年3月7日より実施	267社	約2,200
第15弾	2016年7月12日より実施	260社	約2,000
第16弾	2016年10月17日より実施	270社	約2,200
第17弾	2017年3月6日より実施	270社	約2,200
第18弾	2017年10月16日より実施	270社	約2,200
第19弾	2018年3月5日より実施	270社	約2,300
第20弾	2018年10月15日より実施	270社	約2,300
第21弾	2019年3月5日より実施	270社	約2,300
第22弾	2019年10月14日より実施	270社	約2,300
第23弾	2020年3月2日より実施	270社	約2,700



➤ [東北かけはしプロジェクトの詳細はこちら](#) 

「ベップキッズこおりやま」の支援

ヨークベニマルでは、東日本大震災に伴う原発事故の影響で、屋外に出る機会が減った子どもたちが思いきり体を動かして遊ぶことができる「遊び・学び・育つ」をコンセプトとした屋内施設として、郡山市元気な遊びのひろば「ベップキッズこおりやま」（福島県）を支援しています。



ベップキッズこおりやま

➤ [ベップキッズこおりやまの概要はこちら](#) 