

重点課題 6 お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

重点課題の考え方

セブン&アイグループは、お客様との対話や協働を通じ、社会・環境課題を解決する商品・サービスを増やし、エシカル※な社会づくりに貢献していくことが、グループとしての重要な役割であると考えています。

近年高まる「エシカルな消費」へのお客様の意識に対応することは、商品・サービスの提供価値を上げるとともに、ブランド力の強化にもつながります。お客様の声に耳を傾け、社会全体でサステナビリティを進めていけるように働きかけていきます。

※「倫理的」「道徳的」という意味。近年では、環境保全や持続可能な社会実現への貢献という意味が強くなっている。

重点課題の背景

エシカル消費の関心の高まり

持続可能なファッションや食品ロスの解決、フェアトレードなどへ関心が高まることで、社会や環境に配慮した消費行動に関心のある方が増えています。その数は日本では81.2%※にも上るとわれています。

エシカルな消費に対する意識の高まりに合わせて、お客様が求めていることへ声を傾けともに形にしていくことで、社会価値と経済価値を同時に実現できる持続可能なビジネスモデルを構築することが重要になっています。

※消費者庁「令和元年度エシカル消費に関する消費者意識調査報告書」より

エシカルな消費に関心のある人

(単位は%, N=2,803)



出典:消費者庁「エシカル消費(倫理的消費)に関する消費者意識調査」

SDGsへの貢献

この重点課題に取り組むことで、セブン&アイグループはエシカルな社会を実現し、持続可能な開発目標（SDGs）の目標4の達成に貢献します。



セブン&アイグループの取り組み

お客様とのコミュニケーション [>](#)

商品・サービスの適切な情報開示
[>](#)

社内外とのコミュニケーション [>](#)

持続可能な環境保全活動 [>](#)

重点課題 6 お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

お客様とのコミュニケーション

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、お客様や営業する地域にお住まいの方々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。お客様や地域の方々からいただいたご意見・ご要望は情報保護の観点から、個人情報を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。2021年度はグループ8社※合計で約129万件のご意見・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」を毎月開催しています。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対応者の応対技術の向上を目的とした研修を毎年開催しています。2021年度はグループ12社から延べ約100人が研修に参加しました。

2021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」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

客応対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。

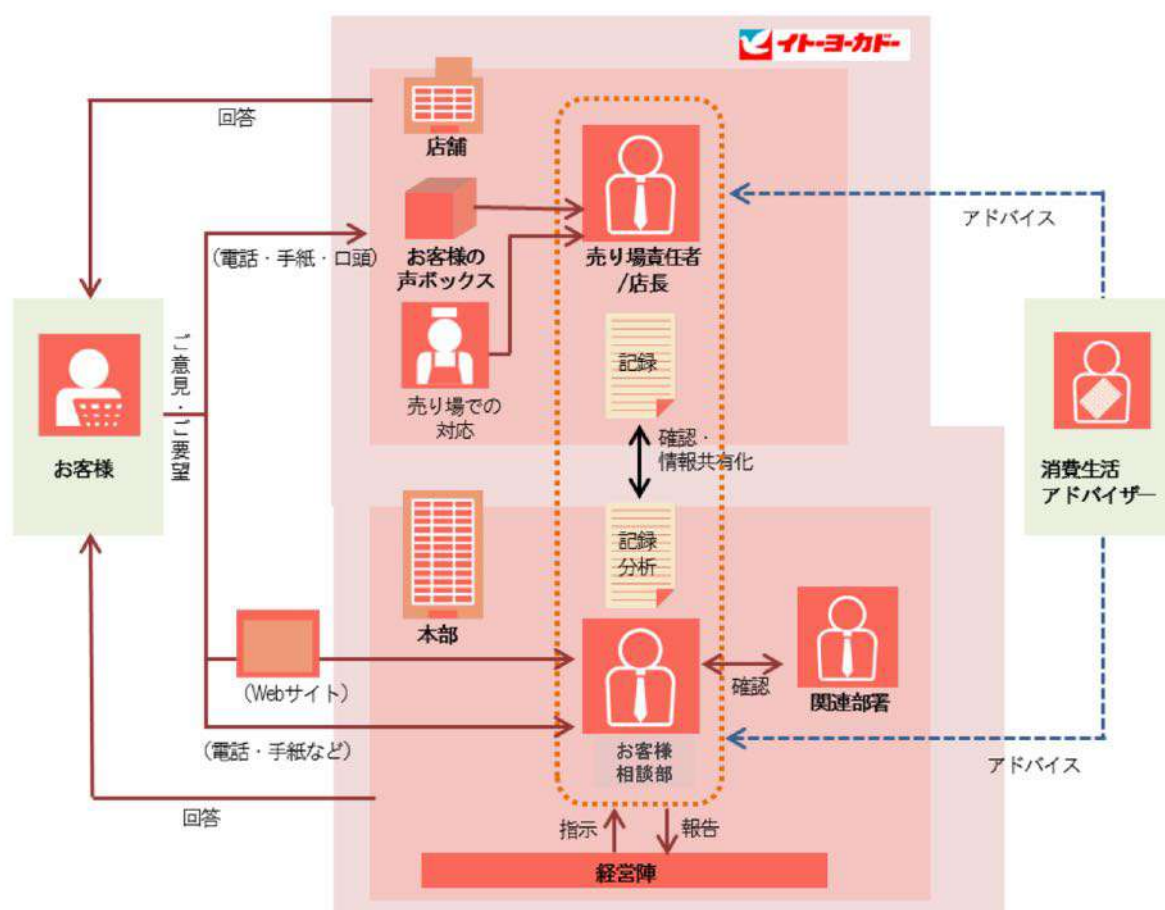
イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨーク、そごう・西武、シェルガーデンでは、お客様がご意見・ご要望を投稿できる投書箱を店頭に設置しています。そのほかのグループ各社でも、お客様の声を分析し、商品開発やサービスの改善に活用する仕組みを運用しています。

「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）

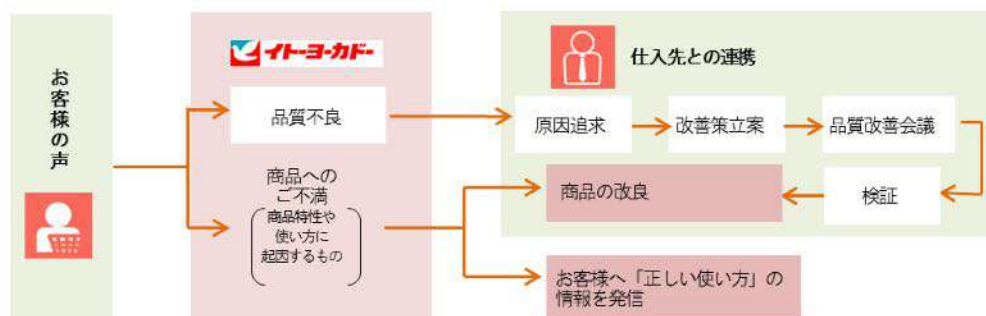
2021年 4月	2021年 7月	2021年 10月
20.4%	21.1%	22.0%

※2021年4月実施分はサンプル数 約52,000人、 2021年7月実施分はサンプル数 約55,000人、 2021年10月実施分はサンプル数 約59,000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）

お客様対応の好事例の共有

セブン&アイグループでは、毎月従業員へ配布している社内報に接客対応の好事例を、お客様のお褒めや感謝の声とともに紹介しています。感謝の言葉をいただいた従業員がその際の接客の方法や心がけた点などを社内報で具体的に紹介することで、記事を読んだグループ従業員が好事例にならって実践しやすいように工夫しています。また、好事例を掲載された従業員には、セブン&アイHLDGS.社長より感謝状が贈られ、従業員の意欲向上につながっています。

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ています。商品の特徴やセブンプレミアムを使ったレシピなどを紹介しているセブンプレミアム公式WEBサイトでは、「セブンプレミアム」の商品に対してサイト利用者が自由にコメントを記入することができます。このWEBサイトのコメントやアンケート、モニター調査、座談会、お客様相談室へ頂戴したご意見から、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も、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しています。インターネット上でのアンケート調査に加え、座談会やインタビュー、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。

- ▶ [セブンプレミアム公式WEBサイトはこちら](#)
- ▶ [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](#)

温かい水の販売

セブン-イレブン・ジャパンでは、「健康のために白湯を飲んでいるが外出先では購入できない」、「赤ちゃんの調乳用に衛生的なお湯が必要」、「外出先で薬を飲む時にお湯が必要」、「カフェインや糖分の入っていない温かい飲料が欲しい」などのお客様の声にお応えし、2021年2月よりペットボトル入りの温かい水の販売を開始しました。販売開始後、多くのお客様より好意的なご意見をいただいています。今後も商品開発や品質管理、お客様相談などの担当部署が連携した会議を定期的に行い、お客様の声を商品・サービスに活かしていきます。

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」を設置し、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テクニックやヒントを紹介
- 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、おすすめ商品を紹介するほか、メイクのテクニックをアドバイス
- 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して、ご要望を伺いながら最適な靴を提案 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「プレミアム補償」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」※を用意し、お客様の不安の軽減に努めています。また、「ひな人形」「五月人形」には購入日より5年間のプレミアム補償を付帯しています。

※アカチャンホンポのポイント・アプリ会員または、アカチャンホンポネット通販の会員が「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、2022年3月末現在で全国に約10,000台設置しました。

➤ [セブン銀行の第4世代ATMについてはこちら](#) 

重点課題 6 お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

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。2021年度は「表示一般（食品含む）」について延べ6,310人が受講、「公正取引」について延べ11,576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応対練習の様子

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 6 お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

社内外とのコミュニケーション

セブン&アイグループでは、日本国内だけでも毎日約2,220万人のお客様にご利用いただく小売業の特長を活かし、お客様とともに環境活動を進めています。さらに、外部団体の活動への参加やNPOとのコミュニケーションを通して、さまざまなステークホルダーとの協働も重視しています。また、環境活動推進のためには、国内9万人を超える従業員一人ひとりの行動が必要であることから、従業員への啓発活動にも力を入れています。



お客様とのコミュニケーション

セブン&アイグループでは、多くのお客様と直接関わることができる小売業の特長を活かした環境活動に取り組んでいます。2021年3月と7月に、セブン&アイグループの約7,500店舗が看板などを消灯し、お客様とともに地球環境や未来のことを考える「ライトダウン」を実施しました。

2021年6月の環境月間では、イトーヨーカドーやそごう・西武の一部店舗において、食品ロス削減にもつながる寄付活動「フードドライブ」を行いました。この活動は、店舗周辺の各家庭で使い切れない未使用食品を店舗へお持ちいただき、回収した食品を必要としている地域の福祉団体やフードバンク団体へお届けする取り組みです。多くのお客様にご参加いただき、回収した食品は各団体へ寄付しました。イトーヨーカドーの一部店舗ではフードドライブの常設コーナーを設置し、年間を通じて活動を継続実施しています。

また、コロナ禍を鑑み、店舗以外での活動として、インターネットやSNSを通じた啓発活動にも取り組んでいます。一例として、2021年3月にご家庭にある食材を無駄なく使うレシピを公開し、食品ロスの削減につなげる「賢者のレシピ」を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」のホームページで公開しています。食材を「たいせつに・おいしく・かしこく・ムダなく」使って食べていただくことで、食材を育てる人、調理する人、食べる人の全員が幸せになることをテーマにした食品ロス削減レシピを特設サイトで配信しています。

NPOなど環境団体への支援

セブン&アイHLDGS.は、環境動物保全団体である「公益財団法人 世界自然保護基金ジャパン（WWFジャパン）」や、国内外のNGOなどが実施する自然保護活動支援や生物多様性に関する普及啓発を行う「公益信託 経団連自然保護基金」など、各環境団体への寄付を続けています。そのほか、気候変動関連では、気候変動イニシアティブ（JCI）や日本リーダーズ・パートナーシップ（JCLP）、TCFDコンソーシアムに加入し、プラスチック問題では、クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス（CLOMA）へ加入するなど、さまざまな企業・団体とも連携しながら環境活動を推進しています。

また、セブン-イレブン・ジャパンは、「一般財団法人セブン-イレブン記念財団」を通じて、加盟店と一体となり、環境をテーマにした社会貢献活動に1993年から取り組んでいます。セブン-イレブン記念財団では、セブン-イレブンの店頭募金箱にお客様から寄せられた募金^{※1}とセブン-イレブン・ジャパンからの寄付金などをもとに、環境市民活動支援事業、自然環境保護・保全事業、広報事業、災害復興支援事業に取り組んでいます。なかでも、環境市民活動支援の大きな柱である「環境市民活動助成」^{※2}では、地域でお預かりした募金を地域の環境活動に活かしていただくために、2001年より毎年、地域で環境活動を行うNPOや市民団体を公募し、活動資金を助成しています。21年間の累計で4,350件の活動に、25億6,154万830円の募金をお届けしました。

また、「人と自然、自然環境と地域社会の共存・共栄を自然から学ぶ」を基本理念に、大分県玖珠郡九重町で「九重ふるさと自然学校」を、東京都八王子市で「高尾の森自然学校」を運営しています。「九重ふるさと自然学校」では、地域が育んだ豊かな自然や生態系、歴史・文化の保護・保全活動に取り組んでいます。「生きもの育む自然共生型田んぼづくり」は、国連生物多様性の10年日本委員会連携事業に認定されています。また、「高尾の森自然学校」は、東京都との協働事業として、約26.5ヘクタールの都所有の森をフィールドに、「野鳥観察会」「森林ボランティア体験」「草木の観察会」「クラフトワーク」などのプログラムを実施しています。

※1. 2021年度の店頭募金総額は4億3,680万9,753円：1994年度からの店頭募金総額は87億9,325万8,928円

※2. 2021年度の環境市民活動助成（継続助成を含む）：助成先件数は272件、助成総額は1億3,835万724円



高尾の森自然学校



店頭を設置している募金箱



九重ふるさと自然学校

ご意見・ご要望への対応

セブン&アイグループは、お客様や市民団体からの環境・社会に関するご意見・ご要望をグループ各社のお客様相談室やセブン&アイHLDGS. サステナビリティ推進部などで受け付けてお答えしています。また、2022年にセブン&アイHLDGS.が重点的に取り組むべき課題を改定した際にも、ステークホルダーであるお客様、お取引先様、株主・投資家の皆様のほか、環境や消費生活に関する有識者との対話を通じて収集したご意見などを踏まえて重点課題を改定しました。

▶ [重点課題の改定プロセスの詳細はこちら](#)

環境に関する従業員教育

セブン&アイグループは、従業員の環境意識向上のために各社がそれぞれの事業特性に合わせて環境に関する基礎知識の習得と理解促進を目的とした研修やイベントなどを定期的実施しています。

グループ共通のeラーニングを実施

2019年5月に公表した環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」を受けて、セブン&アイグループは2019年度からグループ共通のeラーニングを毎年実施しています。2021年度は、国内セブン&アイグループ全従業員を対象に環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」の目標達成に向けたグループの取り組み状況や、業務や日常生活を通じて目標達成に貢献できる活動を紹介する内容で実施しました。

グループ従業員にeco検定取得を推奨

セブン&アイグループは、多様化する環境問題を幅広く体系的に習得するための教育機会として、2014年度から従業員の「eco検定」取得を推進しています。グループ各社では、受験料の補助や勉強会の開催などを通じて受験者の取得支援を行っています。2021年度は約900人が合格し、累計合格者数は約10,900人になりました。

従業員向け環境意識啓発イベントの開催

セブン&アイグループでは、従業員の環境意識を高める機会として社内で環境イベントを開催しています。例えば、セブン-イレブン記念財団が募集するボランティア活動にセブン-イレブンの加盟店とともにグループの従業員も参加しています。代表的な活動として、全国17カ所にある「セブンの森」での植樹から間伐・下刈りまでの森の保育を行う活動や、水質浄化やCO₂を減らすアマモ場の育成、東京湾や大阪湾を豊かな海に再生する「海の森づくり」などの保全活動があります。これらの活動に2021年度は、セブン-イレブンの加盟店と本部社員をはじめ、グループの従業員の合計494人が参加しました。活動は2006年から始まり、これまでの参加者数は累計で13,712人になりました。

また、6月の環境月間や10月の食品ロス削減月間には、従業員の意識啓発のためのさまざまな活動に取り組んでいます。2021年度は、家庭で余っている食品を持ち寄りフードバンクに寄付する「フードドライブ」や、プラスチック対策としての使い捨てコンタクトレンズ空ケースの回収、グループ店舗でのライトダウン活動、食品ロスを減らすレシピの募集などを実施し、従業員が自分事として環境について考える機会を提供しました。

▶ [「セブンの森」の詳細はこちら](#)

▶ [東京湾 UMI プロジェクトの詳細はこちら](#)

重点課題 6 お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

持続可能な環境保全活動

セブン&アイHLDGS.は、NPO法人や各種団体と協働して、地球温暖化防止への貢献、生物多様性の保全に取り組んでいます。



地域とともに豊かな自然を次世代へ

セブン&アイHLDGS.は、地球の温暖化防止、生物多様性の維持・保全に寄与することを主旨として、一般財団法人セブン-イレブン記念財団が全国17カ所で行っている「セブンの森」づくりに参画しています。「セブンの森」づくりは、全国の行政、NPO法人などと協定を締結し、セブン-イレブン加盟店や地域市民の方々からボランティアを募って活動しています。

また、セブン&アイHLDGS.は、間伐した木材の利用を推奨することが日本の森が抱える問題の解決につながることから、「セブンの森」から得られる木質材をグループ内の店舗資材や事務備品として使用するほか、商品化を進めることで国産木材の活用を促進しています。

▶ 「セブンの森」の詳細はこちら



「セブンの森」づくり

「セブンの森」づくりの概要



一般財団法人セブン-イレブン記念財団の取り組み

一般財団法人セブン-イレブン記念財団は、セブン-イレブン加盟店とセブン-イレブン・ジャパンが一体となって環境をテーマにした社会貢献活動に取り組むことを目的として、1993年に設立されました。お客様からお預かりした店頭募金とセブン-イレブン・ジャパンなどからの寄付金をもとに、環境市民活動支援事業、自然環境保護・保全事業、災害復興支援事業、広報事業に取り組んでいます。2021年度の募金総額は4億3,680万9,753円、市民団体の環境活動を支援する「環境市民活動助成」における助成先総数は272件、助成総額は1億3,835万724円でした。

セブン-イレブン記念財団は、さまざまな団体と協力して豊かな自然環境の再生をテーマに、「森・河畔林・海」という自然のサイクルを保護し、CO₂の吸収と酸素の排出を増やす「セブンの森づくり」活動を続けています。「山の森づくり」では植樹から下刈り、間伐までの保育活動を行い、豊かな森林の保全・再生につなげています。また、「海の森づくり」では、海中のCO₂を吸収し炭素を蓄積することで、水質を浄化し生物多様性の保全に役立つアマモを増やす活動に取り組んでいます。これらは行政やNPO法人などと協定を締結し、セブン-イレブン加盟店や市民の方々と活動しており、地域の皆様とともに多様な生物が息づく豊かな自然環境を目指しています。2021年3月には、環境省大臣官房総合政策課、地球環境パートナーシッププラザ（GEOC）受託団体である一般社団法人環境パートナーシップ会議との3者による「環境保全及び協働取組に関する協力協定書」を締結しました。

また、「人と自然、自然環境と地域社会の共存・共栄を自然から学ぶ」を基本理念に「九重ふるさと自然学校」と「高尾の森自然学校」を運営しています。両校とも行政や企業、教育機関とも連携し、自然環境の保護・保全活動を通じて、生物多様性の重要性を体験し学ぶとともに、地域の自然や歴史、文化などを次世代に継承していく人材育成にも携わっています。自然環境のモニタリング活動として、両校は環境省生物多様性センターが実施する「モニタリングサイト1000」事業のモニタリングサイトとして登録し、九重ふるさと

と自然学校は2007年より、高尾の森自然学校は2018年より動植物のモニタリングを実施しています。九重ふるさと自然学校の「田んぼの生物多様性向上10年プロジェクト」は、国連生物多様性の10年日本委員会（UNDB-J）の認定連携事業に登録されています。

▶ セブン-イレブン記念財団のWebサイトはこちら

自然環境保護・保全のための学習施設の運営

名称	関連サイト
高尾の森自然学校	LINK
九重ふるさと自然学校	LINK

自然環境保護・保全の取り組み事例

事例名称	関連情報	
環境省-モニタリング1000	自然環境データを継続的に収集・蓄積する活動に2007年から参画	Link
	環境省Webサイト	Link
「環境保全及び協働取り組みに関する協力協定書」 (Link)	地球環境パートナーシッププラザ（GEOC）	Link
	一般社団法人 環境パートナーシップ会議（EPC）	Link
「セブンの森」づくり	植樹から下刈り、間伐までの森の保育活動を行うことで健全な森づくりを実施	Link
東京湾UMIプロジェクト	海岸清掃のほか、水質浄化やCO ₂ を減らすアマモを増やして豊かな海に再生する海の森づくりを実施	Link
富士山地域環境保全	認定NPO法人富士山クラブの協力を得て清掃や外来種駆除などを山梨県側と静岡県側で交互に実施	Link
霧多布湿原トラスト活動	豊かな生態系を抱く霧多布湿原を次世代に引き継ぐために、認定NPO法人霧多布湿原ナショナルトラストとともにナショナルトラスト運動を推進	Link
国連生物多様性の10年日本委員会（UNDB-J）	プロジェクトベース認定連携事業： 「田んぼの生物多様性向上10年プロジェクト」	Link

海ごみゼロウィーク

セブン-イレブン・ジャパンは、環境省と日本財団が推進する「海と日本プロジェクト」に賛同し、「海ごみゼロウィーク」をはじめとする地域の清掃活動などを推進しています。2019年5月に湘南江ノ島、2022年5月に渋谷センター街で行われたイベントや清掃活動などに協力しています。この活動は、加盟店オーナー様や従業員、本部社員だけでなく、セブン&アイグループ各社の社員も参加しています。今後も全国各地の環境美化活動を通じて、美しい街づくりと環境保全に取り組んでいきます。



海ごみゼロウィーク（江の島）



海ごみゼロウィーク（渋谷）

グリーンラッピング

そごう・西武は、ギフトを注文する際、「地球環境を考える」というメッセージもあわせて贈ることができる「グリーンラッピング」に取り組んでいます。お客様に1本100円（税込）のリーフマスコット付きリボンを購入していただき、1本につき50円を植樹・育樹活動に寄付しており、リボン80本で1本の植樹につながります。また、お中元、お歳暮のギフトでは「簡易包装」に協力していただき、4,000件で1本の植樹を行っています。これらの取り組みによって、2009年から2022年2月末までに累計18,233本を植樹しました。



グリーンラッピング



社員の手でお客様の「やさしさ」がたまった苗木を大切に植樹

環境保全・自然共生型栽培米の販売

イトーヨーカドーは「環境保全・自然共生型栽培米」シリーズを販売しています。この商品は、「生物多様性農業」を実践し、農薬・化学肥料を減らすだけでなく、野生生物が生息できる田んぼで作られています。商品の収益の一部は、産地の環境整備のために寄付しており、2021年度は「コウノトリ育むお米 コシヒカリ」で約4万円を豊岡市コウノトリ基金へ、「朱鷺と暮らす郷づくり認証米 新潟県佐渡産コシヒカリ」で約7万円を佐渡市トキ環境整備基金へ寄付しました。



環境保全・自然共生型栽培米

『Green Down Project』への参加

イトーヨーカドーは、羽毛製品の適正処理と再資源化を目的に設立された「Green Down Project」に参加し、2020年3月から羽毛布団やダウンジャケットを店舗でお客様から常時回収できる体制を整え、羽毛循環サイクルの実現に取り組んでいます。2020年11月には、約70店舗でこのプロジェクトを通じて回収・リサイクルしたダウンを使った商品の販売を開始しました。

2020年3月から2021年12月までの累計回収点数は3,268点となり、売却による収益金、約76万円（税抜）を水鳥の生息地として重要な湿地を保全する団体「認定NPO法人霧多布湿原ナショナルトラスト」へ寄付しました。

有料レジ袋収益金の寄付

イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークの3社は、世界的な環境問題となっている海洋プラスチックごみやCO₂排出量の削減に向けて、プラスチック製レジ袋の削減に取り組んでいます。2020年7月1日からは、さらなる環境負荷低減を目指し、環境配慮型のレジ袋に限定してお客様に販売しています。レジ袋の収益金※1は3社合計で約6,392万円※2となり、環境保全などに広く活用いただくために、自治体など約20団体に寄付を行いました。

※1 販売金額から原料費などを差し引いた額

※2 2021年1月1日～12月31日の合計