

## 海外の取り組み

### 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：6,463,000百万円（チェーン全店売上）  
店舗数：13,213店舗



#### SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. >

売上：39,985百万円  
店舗数：65店舗

※ 為替換算レートはU.S.\$1=109.90円

※ 売上・店舗数は2021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：22,331百万円  
店舗数：304店舗  
設立：2004年1月



#### セブン-イレブン天津 商業有限公司

売上：3,405百万円  
店舗数：200店舗  
設立：2012年11月



#### セブン-イレブン成都 有限公司

売上：3,733百万円  
店舗数：84店舗  
設立：2010年12月

[詳しくはこちら](#) >



**成都イトーヨーカ堂有限公司**

売上：71,250百万円

店舗数：10店舗

設立：1996年12月



**華糖ヨーカ堂有限公司**

売上：5,439百万円

店舗数：1店舗

設立：1997年9月

※ 為替換算レートは1元 = 17.04円

※ 売上高には増値税（付加価値税）を含まず

※ 売上・店舗数は2021年12月末現在

# 7-Eleven, Inc.

## 環境負荷の低減

7-Eleven, Inc. (以下SEI) は、お客様のニーズにお応えするだけでなく、品質や安全性を損なわず、環境負荷の低減を推進することがイノベーションの重要な原動力となっています。例えば、お客様が電気自動車 (EV) を充電する際の利便性の向上やプラスチック使用量と包装材の廃棄物削減、店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量の削減、持続可能な原材料の調達の支援など、SEIでお買物をいただくことで環境配慮につながる活動に取り組んでいます。

### 【SEIの環境目標】

2030年までに、店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量を2013年度比で50%削減



## 外部団体との連携

SEIは、環境保全活動を推進するために米国最大の小売業界団体「リテール・インダストリー・リーダーズ・アソシエーションズ・リテール・サステナビリティ・イニシアティブ (RSI)」に参加しています。この団体は米国の小売業者を対象とした教育フォーラムで、環境に関する先進的な取り組みを共有するほか、将来のトレンド把握や同業他社とのベンチマーク評価を実施し、業界共通の持続可能性に関する課題について協働しています。

また、2021年から、SEIはクリーン・エネルギー・バイヤーズ・アライアンス (CEBA) に加盟しました。CEBAは、商業や産業部門、非営利団体、エネルギーやエネルギーサービスの提供者など200を超えるステークホルダーが集まる会員制の団体です。CEBAのビジョンとミッションは、すべての組織が迅速かつ費用対効果の高い手段を持ちながら、再生可能エネルギーを実現し、強靱なゼロカーボンのエネルギーシステムを構築することです。

## 省エネルギーの推進と温室効果ガス排出量の削減

SEIは、エネルギー使用量の削減と環境効率の向上に取り組んでおり、2030年までに店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量を2013年度比で50%削減するという目標を掲げています。排出量削減施策によって、2021年度は前年度差で147,600MTCO<sub>2</sub>e、2013年度差では375,300MTCO<sub>2</sub>eを削減し、2013年度比では27%削減しました。これは、約8万台の乗用車が1年間に排出するCO<sub>2</sub>排出量に相当します。

## 地球温暖化係数の低い冷媒の導入

SEIは、米国およびカナダの店舗に設置されている冷蔵ケースを支えるリモートコンデンサ※に、地球温暖化係数が最も低い不燃性の冷媒であるハネウェル社のSolstice N40 (R-448A) 冷媒を採用しました。R-448A冷媒は、世界中の店舗で使用されているR-404A冷媒の代替品として広く使われている冷媒です。ハイドロフルオロオレフィン (HFO) 技術をもとにしたR-448A冷媒は、従来のハイドロフルオロカーボン (HFC) 冷媒に比べて地球温暖化係数が約60%も低くなっています。さらに、エネルギー消費量も少なく、米国および欧州のスーパーマーケットでの試験では、R-404A冷媒と比較して、低温用途でのエネルギー消費量を平均で5%削減できることが実証されました。

※ 電気を蓄えたり放電したりする電子部品

## LED照明の導入

SEIは、省エネルギー型店舗にLED照明を採用しており、店舗でのエネルギー使用量の削減とCO<sub>2</sub>削減目標の達成に大きく貢献しています。2021年12月現在、7,700以上の店舗でLED照明を採用しています。LED照明は省エネ効果に加え、有害物質使用の排除、地域の規制を遵守する光害の低減、店舗の安全対策の強化などのメリットがあり、お客様の買物体験を向上させています。

## 暖房換気と空調（HVAC）

SEIは、エネルギー使用量削減のために冷暖房の効率化も効果的な環境対策として実施しています。2008年以降、10,800台以上の高効率空調機器を導入しており、省エネを実現しながら質の高い買物環境を維持できるようになりました。

## エネルギーマネジメントシステム（EMS）

SEIは、店舗にエネルギー管理システム（EMS）を導入し、空調・冷凍設備の監視、制御、動作を最適化しています。現在、6,900以上の店舗にEMSを導入しており、エネルギー効率の高い空調機器の導入と合わせて、省エネの実現に貢献しています。また、水の使用量を削減するためにすべての新店舗でエネルギー効率の高い低流量エアレーター付き蛇口を標準装備しています。

## 再生可能エネルギーの拡大

SEIは、省エネルギープロジェクトの取り組みとあわせて、再生可能エネルギーへの取り組み拡大にも注力しており、2021年12月末現在、SEIが消費する電力の約21%は再生可能エネルギーによるものです。

テキサス州では、TXU Energy社と契約し、テキサス州の全店舗向けに100%州内の風力発電所で発電された電力を購入しています。同州は特にエネルギー市場の競争が激しい地域で、10,000機以上の風力タービンが設置されており、建設中のものも含めた風力発電の発電容量は全米1位で、米国の大規模風力発電所10カ所のうち4カ所が立地しています。2021年度、SEIはTXU Energy社から318,000MWh以上の再生可能エネルギーを購入し、テキサス州の860以上の店舗に供給しました。その結果、2021年度の全再生可能エネルギーの47%を風力発電が占め、同時に大幅な店舗運営費の削減にもつながりました。

フロリダ州の店舗で使用する再生可能エネルギーについては、2020年度に電力会社2社（Florida Power and Light社、Duke Energy社）と契約し、大規模太陽光発電施設から調達しています。これらの契約による2021年度の太陽光発電の発電量は92,800MWhで、SEIが消費する全再生可能エネルギーの13.5%を占めています。2021年度は、イリノイ州で60,000MWh以上のオフサイト風力発電、オレゴン州で2,500MWhの追加的な再生可能エネルギーが期待できるコミュニティ・ソーラー・プロジェクトに関する契約を締結しました。



テキサス州の風力発電機



フロリダ州の大規模太陽光発電施設



オレゴン州 Red Prairieのコミュニティ・ソーラー・プロジェクト

## コミュニティ・ソーラーとは

電力会社が提供するコミュニティ・ソーラーは、住宅や建物に直接ソーラーパネルを設置して発電するオンサイト・ソーラーとは異なります。電力会社が開発・所有する太陽光発電施設を、複数の地域の出資者が共有し、発電量に応じて電気料金に対する分配金を受け取る仕組みです。

## 揚水発電施設から再生可能エネルギーを調達

2020年度にはバージニア州の店舗で、揚水発電施設から再生可能エネルギーの調達を開始しました。2021年度の購入量は30,900MWhで、140以上の店舗の電力をまかっています。

## 電気自動車充電スタンド

SEIは、常にお客様の利便性を高めるためにイノベーションを続けており、その一つとしてお客様に代替燃料の選択肢を提供しています。2021年には、米国とカナダの厳選した250店舗に複数の車種に対応した電気自動車（EV）ポートを500基以上建設するという高い目標を発表しました。2021年度は17店舗で31以上のポートを設置し、2,800回使用されて約16万マイル分が充電されました。業界全体でサプライチェーンの問題が発生して逆風が吹きましたが、設置計画を加速させるために新たに拡張したチームを配置し、2022年にはテキサス、フロリダ、太平洋岸北西部での拡大を予定しています。



電気自動車用高速充電器

## 天然資源の保護

SEIは、水の効率的な利用は水使用量を削減し、水資源を保全するのに役立つと考えています。そこで新店舗へ設置する省エネルギー設計基準として、蛇口から出る水に空気を取り入れることで水使用量を削減できる低流量エアレーター水栓を採用しています。

### 7-Eleven, Inc.の店舗数と店舗運営に伴う環境関連データ

	2019年度	2020年度	2021年度※4
検証対象店舗数※1	9,682	9,387	13,043
GHG排出量※2 (千t-CO <sub>2</sub> e)	819	759	1,002
CO <sub>2</sub> 排出量※2,3 (千t-CO <sub>2</sub> )	817	755	997
電気使用量※2 (GWh)	2,306	2,306	3,213
水使用量 ※2 (千m <sup>3</sup> )	10,892	10,637	10,544

※1 CO<sub>2</sub>排出量の第三者検証の対象店舗数（SEIの国内ライセンス店舗は除く）

※2 使用量が把握できない店舗は推計値を用いて算出

※3 第三者による審査後の数値

※4 Speedway 店舗も含む

## 環境に配慮した容器・包装

SEIは、可能な限り環境に優しい素材の使用、プラスチック使用量の削減によって商品パッケージを改善する方法を継続的に検討しています。環境に配慮した容器・包装の改善方法の多くは、再生可能な素材やリサイクル素材を使用など、持続可能な資源に由来するものです。また、製品の品質や安全性を損なうことなく、可能な限り包装材を削減する取り組みを進めています。



### 【SEIの容器包装に関する目標】

2030年までにプライベートブランド商品の容器・包装の50%を環境配慮型に切り替える

### 植物由来プラスチックによるイノベーション

SEIは、冷たいドリンク用に植物由来のプラスチックを使用したストローを使用しています。この新しいストロー素材は、トウモロコシなどの原材料から作られており、年間100万ポンドの石油系プラスチックを削減することができます。



ポリ乳酸(PLA)ストロー

### レジ袋への再生プラスチックの使用

SEIは、使用済みプラスチック再生材を40%使用したレジ袋を米国全土で展開しています。再生プラスチックを使用することで、原材料の消費量、加工時のエネルギー消費量やCO<sub>2</sub>排出量、お客様の使用に伴う廃棄物量、プラスチックの埋め立て処分量が削減でき、環境負荷を軽減することができます。使用済みプラスチック再生材を40%使用したレジ袋に切り替えることで、SEIでは年間約500トンの再生素材でないプラスチックを削減しました。米国の複数の地域とブリティッシュ・コロンビア州では、紙製のレジ袋に移行し、使い捨てのプラスチックレジ袋を完全に廃止しました。



再生プラスチック40%使用のレジ袋

## お客様から回収した使用済みリサイクル素材の配合比率の増加

SEIは、リサイクル素材の使用をさらに進めるために、フルーツとサラダの容器を再設計し、お客様から回収したプラスチック(PCR)の配合比率を高めました。現在、これらの容器には15%のPCRが使用されています。PCRの包装材料を使用することで、再生素材でないプラスチックを使用する場合と比較して、廃棄物やCO<sub>2</sub>排出量を削減することができます。

また、カナダでは、すべてのサンドイッチのパッケージに、カナダ産のリサイクル素材のプラスチックを使用しています。SEIは、今後も包装材料におけるPCRの使用比率を高めるために、さらなる可能性を追求していきます。



サンドイッチのパッケージ (カナダ)

## 容器包装へのプラスチック使用削減

SEIは、容器包装の環境配慮への継続的な改善に向けて、プラスチックの使用削減を進めています。SEIは、プラスチック使用量を削減した、より軽量な新しい飲料用カップを開発しました。この変更により、年間110万ポンドの再生素材ではないバージンプラスチックを削減することができます。SEIは、フレッシュフードの大皿も軽量の紙皿に変更しました。さらに、大皿のプラスチック製の蓋を小型化しました。



新しい飲料用カップ

## 容器に使用する素材への配慮

SEIは、ホットドッグの箱をクラフト紙からTMP（サーモメカニカル・パルプ）紙に変更し、紙の使用量を削減しました。TMPを使用した紙は、木材含有量が従来のクラフトパルプ紙の50%です。さらに、大型のプラスチック製チキンウィッグ用の箱を紙製段ボール材に切り替え、年間437,000ポンドものプラスチックを削減しました。この新しい代替紙は、Sustainable Forestry Initiativeの認証を受けています。また、カナダでは、複数の食品パッケージ（ホットドッグ、ピザ、チキンバーガー、クッキーの箱）を変更することで、リサイクルしにくい黒いプラスチックの箱が毎年800万個以上ゴミとして廃棄されるのを防いでいます。



TMP（サーモメカニカル・パルプ）紙を使用した容器

## 環境に有害な塗料の除去

商品から発生する水分や油分が漏れないように包装表面へ塗布されるフッ素塗料PFAS※が環境に有害とされていることから、SEIは繊維を用いた成型容器などの代替品への積極的な切り替えを実施しています。

※ PFAS：パーフルオロアルキル化合物およびポリフルオロアルキル化合物

## 持続可能な原材料の調達（コーヒー）

持続可能な原材料の調達は、全店舗とサプライチェーン全体で環境負荷を低減を目指すSEIの戦略において重要な要素の一つです。SEIは、2021年に7-Reserve™ プレミアムコーヒーの最新品種を追加し、持続可能な方法で調達されたコーヒープログラムを継続的に拡大しました。この新商品は、Rainforest Alliance™認証のフエテナンゴ地区産で、シングルオリジン、持続可能な方法で調達されたアラビカ豆100%から作られています。この豆は小規模農家で栽培され、加工されています。つまり、お客様がコーヒーを一杯購入するたびに、その農家と彼らの持続可能な農法を支援することにつながります。

※ Rainforest Alliance™は、生物多様性の保全とコーヒー農家の持続可能な生計の確保を目指す国際的な非営利組織です。小さな緑のカエルのRainforest Alliance™認証シールは、アラビカ100%のアラビカ豆が厳しい基準を満たしたコーヒー生産者から調達されていることを示しています。この基準は環境保全、野生生物の保護、地域社会のより良い生活を促進するために設けられたものです。



7-Reserve™ プレミアムコーヒーの新品种

## 地域社会への貢献（米国&カナダ）

1927年の創業以来、SEIはお客様の生活をより便利にすることに全力で取り組んできました。現在、米国とカナダに13,000以上の店舗を持ち、どんなに大きな困難にぶつかってもサービスを通じてコンビニエンスストア業界をリードし続けています。特に、代表的な活動であるアウトリーチプログラムは強い地域社会づくりに貢献しており、新型コロナウイルス感染症拡大の際にも、重要な物資や援助の提供を行いました。

また、2021年以降の地域社会への貢献は新たな形で拡大し、これまで以上に強固なものとなりました。Operation ChillやProject-A-Gameなどの特徴的なプログラムや、チャリティー寄付、イベント、ボランティア活動、店舗での募金活動などを通じて、7-Elevenファミリーのブランドは全米各地の何千もの地域に支援を提供しました。



### 食糧支援

SEIは、長年にわたり食料支援を継続し、食糧不安の解決に取り組む団体のために複数のイベントを開催しています。例えば、21年前からFeeding America®と協力し、200のフードバンクからなる全国ネットワークを支援しています。国や地域の寄付、ボランティア活動などを通じて毎年4,000万人以上の人々に食事を提供しています。2021年度は、Feeding America®およびFood Banks of Canada®と連携し、さまざまな取り組みを実施しました。

主な取り組みは以下の通りです。

- 7月11日のセブン-イレブンの創業94年を記念して、Feeding America®に10万ドル※を寄付
- フランチャイズ加盟店および店舗従業員の協力のもと、2021年に行った数々の店頭キャンペーンを通じて、さらに180万ドル※をFeeding America®に寄付（全米の支援を必要としている家庭に少なくとも1,800万食の食事の提供が可能）
- 7-Eleven Canadaとそのお客様は、2021年に320,000食以上の食事をFood Banks of Canada®に寄付

※1ドルで少なくとも10食分の食事を提供することができます。



### ノース・テキサス・フードバンクを通じた支援

SEIの本部では、4月と11月の2回にわたって屋外でのフードドライブイベントを開催し、6,500ポンド以上の食品を寄付しました。さらに、SEIからの2万ドルの現金寄付と、多くの社員がオンラインでNorth Texas Food Bankに直接寄付した金額を合わせ、地域の家庭に79,430食を提供することができました。



屋外でのフードドライブのイベント

## 災害時のコミュニティ支援

毎年、赤十字社は、住宅火災、ハリケーン、洪水、地震、竜巻、山火事など、6万件以上の災害に対応しています。2021年、SEIは、アメリカ赤十字社の災害対応者プログラムの年次会員資格を更新し、アメリカ赤十字社への支援を継続しました。SEIは、ハリケーン、竜巻、山火事などのさまざまな災害の被災者に、食料、緊急避難所、救援物資などを提供する赤十字社を支援するため、25万ドルを寄付しました。災害対応プログラムの一員として、SEIは年間の活動を通して、大小の災害に対して地域社会の防災体制を整え、赤十字社が災害後に直ちに対応できるように協力しています。



アメリカ赤十字社

## 教育を通じた青少年の育成

長年にわたって、Project A-Game™（以下、PAG）の助成金は7-Eleven®（現在はStripes®も含む）の店舗が近隣地域と良好な関係を築き、教育、スポーツ、安全、食料支援などの青少年育成の機会を提供するために役立てられてきました。また、PAGの助成金は、地域社会とのつながりを育むことを目指す新規店舗の開店を支援する際にも役立っています。

2021年度は、434件の助成金が地域団体に授与され、その総額は39万ドル以上となりました。ニューヨーク州ユニオンデールのリトルリーグ、マサチューセッツ州ウォバンのリーブス小学校のSTEMプログラムなど、PAGの助成金は、子どもたちが1年を通して楽しく学び、成長を続けるために役立っています。設立以来、7-Eleven®およびStripes®の店舗は5,000以上の助成金を授与しており、地域への投資額は350万ドルとなっています。助成金は、数学や科学のプロジェクト、講師、学用品、スポーツ用品などを提供する取り組みに使用され、学校生活を援助し、子どもたちの創造性を引き出すことに役立っています。



助成金授与式の様子

## 青少年の善行を奨励、地域とのつながりを育む

善行でおいしいご褒美、それが Operation Chill®です。警察と子どもたちの良好な関係を築くために考案されたOperation Chill®では、警察官が善行や社会に有益な行動をした子どもたちに、米国の7-Eleven® 加盟店で無料のSlurpee® (小) ドリンククーポンを提供しています。Operation Chill®は、素晴らしい子どもたちを奨励するだけでなく、警察官が地域の青少年と交流し、信頼関係を築くことにもつながります。自転車に乗るときにヘルメットをかぶった、ゴミを拾った、近所の人を助けた、ドアを開けてくれたなど、クーポンがもらえる理由はさまざまですが、得られる結果はどの子どもも同じです。無料のSlurpee®と、子どもたちの善行に対する笑顔です。

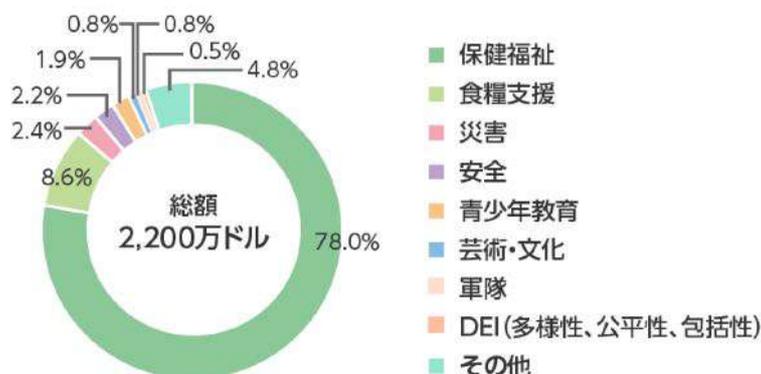
1995年にフィラデルフィアに設立されたこのSEIの地域支援プログラムは、警察官が子どもたちや10代の若者と積極的に交流することを目的としており、現在では全米で1,100以上の警察当局が参加するまでに拡大しています。Operation Chill®を通じて、SEIは、2,300万枚以上のスラーピー無料ドリンククーポンを全国の警察当局に寄贈してきました。

25年の歳月を経て、プログラムは全く新しいデジタル体験に生まれ変わりました。www.7-elevenoperationchill.comでは、警察機関がオンラインで簡単に登録し、Slurpee® ドリンククーポンを請求できます。また、地域でOperation Chill®を成功させるための成功事例やツール、ヒントにアクセスできるようになりました。さらに、次世代の若者にとって、このプログラムが新鮮で楽しく魅力的なものであり続けるように、ロゴをアップデートし、ソーシャルメディアサイトを新設しました。その結果、警察機関の参加は増加し(2021年は例年より約300機関多く参加)、クーポンの利用率は2020年比で70%上昇しています。



新設されたサイト(左)とご褒美のクーポン配布の様子(右)

## 2021年度 社会貢献活動費 (アメリカ・カナダ)



## ダイバーシティ & インクルージョンへの取り組み

コンビニエンスストア業界のリーダーとして、私たちは多様性、公平性、包括性を先導していく義務があります。これは単に正しいことを行うというばかりでなく、ビジネス上も不可欠なことです。私たちがサービスを提供するお客様や地域は多様であり、日々その多様性が増しています。現状に疑問を持ち、成功の原動力は人であるとお客様重視の組織として、7-Elevenファミリーは、多様性を支える包括的な文化を構築するため積極的な行動を取ることにコミットします。

7-Elevenは、私たちがサービスを提供する多様な地域社会にとって不可欠な存在です。7-Elevenのビジネスモデルは、人種、性別、経歴に関わらず、小規模ビジネスの起業家を支援し、成功させることを基本としています。お客様も従業員も差別されない包括的な顧客体験と職場環境を確保するために、私たちはフランチャイズ加盟店とチームメンバーが各自の視点、能力、努力を日常業務に活かすことを奨励しています。私たちは平等性を追求し、さらなる努力を約束します。それがブランド、そして社会としても、成長と革新を続けていくための唯一の方法だからです。

2020年に、SEIは「Equality & Diversity Task Force and Roundtable」を設立しました。このチームは、7-Elevenのさまざまな分野を代表するリーダーで構成されており、サービスを提供する地域社会でさらに大きな影響を与えることができるよう、組織全体で公平性を促進する方法の特定に積極的に取り組んでいます。

2021年度、私たちはさまざまなプログラムを通じて、SEI内の多様なグループや個人を称え、称賛しました。

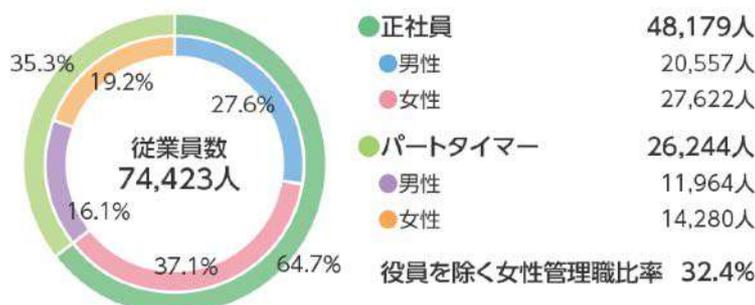
- 多文化記念月間に焦点を当てた月例啓発キャンペーンとエンゲージメントキャンペーンを実施
- 退役軍人のための組織へのコミットメントを示すため、軍の英雄とその家族の奉仕と犠牲を称えるイベントとコンテンツを提供  
7-Eleven Veterans Outreach Organizationとのパートナーシップにより、軍隊感謝月間、メモリアルデーなどを開催

また、SEIは、最新のマーケティングキャンペーン「Take it to Eleven」において、ロサンゼルスのコラーライダー愛好家の女性たちがBig Gulpsを買いにSEI店舗に自転車で向かう姿を撮影しました。このキャンペーンでは、異なる文化を表現する広告を通して、お客様一人ひとりが一歩先へ進んで行くことができる力を持つことを表現しています。



ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンに関するキャンペーン

### 2021年度 アメリカとカナダの従業員関連データ



# SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. (以下SEH) は、2016年3月に「Our Promise (私たちの約束)」を企業価値観に追加しました。その目的は「近くて便利なお店」という方向性を後押しし、企業文化を形づくり、そしてSEHが大切にしている価値観を強固なものにするためです。

「Our Promise」は以下の3つの価値観から構成されています。

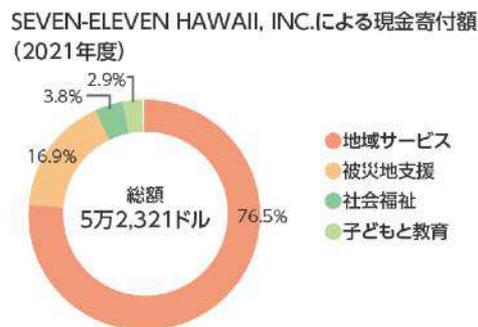
- (1) お客様・お取引先様・従業員に笑顔をもたらす
- (2) チームとして一丸となり目標を達成する
- (3) さらなる高みを目指す

この「Our Promise」は、SEHが地域社会・お取引先様・従業員のためのビジネスであることを定義しており、この価値観の実践は従業員の言動の礎となっています。また、「Our Promise」を推進するために優秀な従業員を評価する活動にも取り組んでいます。これは全従業員に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、選出された従業員にピンバッジとボーナスを贈呈するというもので、社内報と社員限定のFacebookページで紹介しています。



## 地域社会との共生

SEHは良き企業市民として、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。2021年度は、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、35団体に金額に換算すると約10万3,220ドル相当を支援しました。



### 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。この募金を原資として助成を希望するNPO（非営利団体）に、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てもらい、毎月1団体を助成先として選出します。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。2021年度の募金額は75,500ドルでした。

## コロナ禍での地域支援

SEHは、新型コロナウイルス感染症が拡大していることを受け、お客様や従業員のリスクを軽減するため、Community Empowerment Resources（以下CER）と協力し、個人用防護具を調達しました。CERはホノルルに拠点を置く地域の非営利団体で、ホームレス状態になる可能性の高い疾病を持つ人々に、包括的なケアを献身的に提供することで知られています。

また、SEHはお取引先様と共同で、2021年7月には10,000枚のフェイスマスクを、2021年9月には500個の手指消毒剤を地域に寄付しました。多くの非営利団体による地域への支援を必要としていたコロナ禍において、こうした寄付がハワイでも最も弱い立場の人々をケアするのに役立ちました。

## 学生が参加する健康配慮メニューコンテストに協賛

SEHは、2021年12月3日にハワイ大学と共同で、学生がお弁当やお惣菜の創作を競い合う「第4回料理コンテスト」を開催しました。

今回のコンテストの基準は、これまでに比べて難易度の高いものでした。学生には「健康に良い菜食のお弁当やお惣菜を作る」という課題が与えられ、また、肉を使用しない、地元で生産・栽培し、収穫された食材を少なくとも2つ以上使用しなくてはならないという条件が追加されました。SEHの販売促進チームは、前回までと同様、カピオラニ・コミュニティカレッジやリーワード・コミュニティカレッジの学生たちとの会合の場を設け、彼らのコンテストの準備の一助となるよう、条件にあった食材について共有しました。

SEHとわらべやUSAの審査員による厳しい審査の結果、「ヴィーガン リガトーニボロネーゼ」を作ったリーワード・コミュニティカレッジの学生であるカレブ・モリナさんが見事1位を勝ち取りました。昨年に続いて2回目の参加となるモリナさんは、「昨年参加して、楽しみながら多くのことを学びました。今年も参加して、自分の料理が優勝したと知って言葉にならない気持ちです！」と感想を述べました。この新しい料理は2022年3月29日からハワイの7-Elevenの店舗で販売されました。

また、カピオラニ・コミュニティカレッジのアヴェリー・セルナさんが「揚げ豆腐と五目御飯のヴィーガン弁当」で2位を獲得しました。「私は日本料理に夢中なのですが、このコンテストのレシピを考案する上で、豆腐と相性のよい健康的な組み合わせを考えた時に最初に浮かんだのが炊き込みご飯でした。」とセルナさんは語っていました。カピオラニ・コミュニティカレッジで料理プログラムの上級研修を修了しているセルナさんは、日本料理を専門的に学ぶために日本へ行くことを希望しています。「豆腐は醤油ベースでマリネしたので、バランスをとるために甘みのあるものを加える必要がありました。自然な甘みのある野菜をご飯に加えるのが一番良いだろうと思いました。ヴィーガン食ですが、皆さんに親しんでもらい、また栄養面でも罪悪感なしで食べてもらえたらと思います。」と語り、2022年6月13日から自分の料理がハワイの7-Elevenの店舗で販売されることに感激していました。



料理コンテスト 1位受賞者



2位 揚げ豆腐と五目御飯のビーガン弁当



料理コンテスト 2位受賞者

## 地元の非営利団体を支援

SEHは、毎年8月、地元の非営利団体を支援するために、収益金を支援に充てるゴルフトーナメントと店頭への募金箱の設置の2つの活動に取り組んでいます。非営利団体であるFamily Promise of Hawaii（以下FPH）は、既存の地域住民への支援とサービスの提供のほか、シェルターや食料または救急医療を含むサポートを活用することで、ホームレスや低所得世帯の自立を支援する団体です。2021年は、ゴルフトーナメントによる収益とお客様からの募金を合わせ、FPHに49,742ドルを寄付しました。これらの資金はホノルルにあるドロップイン・デイ・センターで活用される予定です。このセンターでは、個人がインターネットやシャワー、洗濯設備を利用することができるほか、家庭向けに食料品や衛生用品が準備されています。

## クリスマスシーズンを祝う家庭を支援

SEHは、2021年12月に非営利団体ケイキオカアイナと提携し、子どもたちの教育や家族の結びつきの強化、コミュニティの充実、ハワイ文化の永続という取り組みを支援することにしました。これらの活動の主な目的には、ハワイの言語、伝統、そして価値観があります。

ケイキオカアイナは、ホリデーシーズンのたびに、大規模な「adopt a family（家族援助）」キャンペーンを開催しています。このキャンペーンでは、コミュニティの寛大な人々が必需品を必要とするご家庭に匿名で商品を贈ります。SEHは、このキャンペーンを支援するために40,000ドルを寄付し、2021年12月4日には、その趣旨に賛同してウィンワード・ショッピング・センターで開催したイベント「ウィンター・ワンダーランド」を後援しました。さらに、ストア・サポート・センターのメンバーが、「adopt a family」の取り組みに参加しました。援助を必要とする家庭のために、小売価格にしておよそ1,250ドル相当の援助物資や必需品を集めて寄付しました。このようなさまざまな取り組みにより、ハワイのテレビ局が放映した12月の夜のニュースで、SEHがケイキオカアイナへの最大の寄贈を行ったと報道されました。



非営利団体ケイキオカアイナへの寄付金授与式

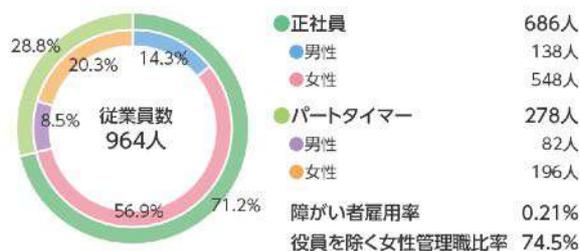


ウィンターワンダーランドへの後援

## ダイバーシティ&インクルージョンの実践

ハワイは、言語、文化、教育、年齢などが、非常に多様な地域です。何世代にも渡って、お互いの違いを受け入れ、感謝し合い、歴史を共有し続けてきました。その結果、食文化や、言語、そして祝祭など独特なハワイ州の文化が生まれました。ダイバーシティ&インクルージョンはSEHの文化に根付いており、公共の場所や職場でのすべての環境の中に息づいています。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.の従業員関連データ  
(2021年12月末現在)



## 環境負荷の低減



### プラスチック対策

SEHでは、世界的に関心が高まるプラスチック問題に対して、主に容器包装での使用削減に取り組んでいます。

SEHは、2021年、冷たい飲料のカップでプラスチック削減の取り組みを続け、第3四半期には、全65店舗でビッグガルフ®とスラーピー®のカップをプラスチックから紙製に変更しました。同時にすべてのプラスチック製の蓋をPLA製に変更しました。SEHのテーマである「Your Neighborhood Store（あなたの地元のお店）」を反映し、カップのデザインはハワイのライフスタイルや文化からインスピレーションを得たものとなっています。これらの変更により、2013年比でCO<sub>2</sub>排出量を5トン削減しました。今後もエネルギー削減に加えて、プラスチック使用量のさらなる削減に注力していきます。



ビッグガルフ®のカップ



スラーピー®のカップ

#### 【その他の取り組み事例】

- スプーン・フォークなどの食器をあらかじめお弁当に付けず、必要な方にレジでお渡しする
- 使い捨てプラスチック製レジ袋の廃止
- シュリンクラップ※を導入して生鮮品の包装を最小化する
- マイカップの持参を促す「Bring your own cup」プログラムの実施
- 温かい飲料のプラスチック製の蓋をPLAベースの蓋に変更
- 温かい飲料のプラスチック製マドラーを木製に変更

※ 熱で収縮する包装用プラスチックフィルムを使用した密閉包装

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

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年目標
店舗数	64	66	65	65	67
電気使用量 (MWh)	18,425	18,849	18,099	18,156	18,435
水使用量 (千m <sup>3</sup> )	51	50	51	55	57

2021年度の主な受賞や評価

評価や賞の名称	主催者や授与団体	受賞理由
ハワイアンズ・ベスト2021 ベスト・SPAM®むすび (1位) ハワイアンズ・ベスト2021 ベスト・コンビニエンス ストア (1位)	Star Advertiser	読者投票
2021ベスト・ホノルル ベスト・むすび (1位)	ホノルルマガジン	読者投票
2021ベスト・オブ・ハワイ ベスト・むすび (ファイ ナリスト)	KITV4	視聴者投票

# 中国コンビニエンスストア事業

## 安全・安心な商品づくり

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、「食」の安全・安心に対する関心が高まる中国において、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。



### 商品の品質管理

セブンイレブン北京・天津・成都で販売しているプライベートブランド商品は、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で審査して、品質レベルの高い工場を選定しています。

#### ●品質マネジメントシステムの導入

プライベートブランド商品のみを製造する工場では、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・天津の製造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1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。また、キューズカフェ工場は2017年3月に、北京旺洋食品は2018年3月にHACCP※1を取得しています。北京旺洋食品は、2021年11月からATPふき取り検査の実施を開始し、より安全・安心な商品製造に取り組んでいます。また、2021年10月からピロー包装機を追加導入し、これまで手包装で製造していたバーガーやロールもピロー包装に変更しています。セブンイレブン成都も、お取引先様に国内法令よりも厳しい独自基準への適合を依頼するとともに、店舗従業員にも定期的に品質管理に関する勉強会を開催し、安全・安心の確保に努めています。

#### ●製造工程を自動化

セブンイレブン北京・天津・成都は、商品の味・品質をより安定させるために、製造工程の自動化を進めています。セブンイレブン成都に商品を供給する成都永利達食品有限公司では、2018年7月におにぎりの成型包装機械の導入を拡大し、2019年からは製麺機械を採り入れました。2020年には調理設備の増強を行い、品質の向上に加えて、まったく新しい商品の提供を継続実施しています。北京旺洋食品は、2019年3月から本格稼働を始めた調理パン製造工場、製パン工程や商品の包装を中心に機械化を図りました。セブンイレブン成都は、製造工場の工程自動化に続いて、商品の安全性確保に向けて冷却設備や場内冷却システムの増強を図り、商品の温度管理レベルと安全性の向上に資する活動に取り組んでいます。同時に、生産管理部門とセブンイレブン成都の社員で勉強会を毎月実施し、商品の品質と安定性向上に努めています。セブンイレブン天津は、2019年7月からコールドチェーンを利用したサラダを販売しています。

※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）

### 健康への配慮

セブンイレブン北京・天津・成都は、オリジナル商品の常温パンについて、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（ゼロ）"を実現しています。また、2019年1月から、おにぎり・お寿司のアレルゲン表示を開始し、順次、お弁当・サンドイッチなどのデイリー商品に拡大しています。

セブンイレブン北京は、2021年度下期からサンドイッチとサラダで、カロリーのパッケージ表面への表示を開始したほか、2022年4月から砂糖ゼロシリーズの常温パンの発売を開始しました。今後は、植物肉を使用したサラダを発売する予定です。さらに、セブンイレブン天津は、2020年度下期から健康をテーマにして、雑穀ご飯などのお弁当や野菜を豊富に使ったサラダなどを発売しています。

## お客様満足の向上

セブンイレブン北京・天津・成都是、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、各部署や店舗へ共有しています。お客様のニーズの変化を把握し、商品に反映させるために、セブンイレブン北京と成都では定期的にお客様へアンケート調査を実施しています。また、セブンイレブン天津は、2019年9月に商品展示会を開催しました。展示会では新商品の試食や、今後のニーズなどに関するアンケート調査を行い、商品開発に活かしています。

セブンイレブン北京・天津・成都是、従業員の接客サービスを向上させることを目的とした研修を実施しています。セブンイレブン北京は、2019年度に全店舗の夜間帯の責任者を対象として、地域の責任者が講師となり接客教育を実施しました。セブンイレブン天津は、2019年度に10回の研修に41店舗、72人が参加、接客の重要性やレジでの接客方法などを実際の事例をもとに習得しました。さらに、テストに合格した従業員には「接客スター」のバッジを配布しました。

セブンイレブン成都では、2021年度に接客レベル向上のための研修プログラムを実施しました。このプログラムは、トレーナーが店舗を訪問し、従業員のレジ接客レベルとファストフード商品の販売対応レベルなどを評価（0～100点）するというものです。課題がある店舗については、集中研修のほか、「TTT（Training The Trainer）会議」を開き、評価のフィードバックや情報を共有してレベルアップを図っています。また、個店ごとにトレーニング責任者を設定し、月単位で行った「TTT会議」で優秀店舗の事例や店内教育の方法などを共有しています。その結果、2021年度は全店舗でお会計時の接客レベルが向上し、ファストフードの販売金額が増加しました。2021年末には接客対応が優秀な個人5人と店舗3店舗を表彰しました。

セブンイレブン北京は、接客サービスの優れた従業員を表彰する「親和賞」を設け、3カ月に1度表彰しています。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。



セブンイレブン成都の「TTT会議」の様子

## 地域社会との共生

セブンイレブン北京・天津・成都是、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行っています。2018年度からはお客様に気軽にご参加いただける活動として、コーヒーをお買上げいただくと売上の一部を北京緑化基金に寄付する取り組みを開始し、2021年度は51,231円を寄付しました。

### 北京緑化基金への募金額の推移

2019年度	2020年度	2021年度
100,996円	49,410円	51,231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」を継続的に支援しています。2020年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響があったため、2人の従業員の有志を代表として善工家園を訪問し、生活用品などを寄付しました。2021年度もコロナ禍が続いたため、指定された従業員が代表として善工家園を訪問し、生活用品などを寄付しました。

### セブンイレブン成都による「善工家園」への物品寄贈金額

2019年度	2020年度	2021年度
2,000元	1,990元	1,891元



「善工家園」訪問の様子

## 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。セブンイレブン北京・天津・成都では、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。



### 従業員関連データ（2021年度）

	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）	338人（178人・160人）	154人（58人・96人）	145人（47人・98人）
パートタイマー	359人	75人	65人
障がい者雇用率	3.10%	3.05%	1.43%

## 従業員関連データ（2020年度）

	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）	336人（169人・167人）	158人（51人・107人）	168人（57人・111人）
パートタイマー	168人	151人	111人
障がい者雇用率	3.02%	4.40%	1.43%

### 能力向上支援

セブンイレブン北京・天津・成都では、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。

セブンイレブン北京は、OFCの育成期間を短縮するために、トレーニングストアの店長の段階でOFCの関連知識について研修し、テストを実施しています。従来の知識習得のほか、ロールプレイングも取り入れ、店長がOFCになりきって、加盟店オーナー役が提出した経営問題に対し、現場指導を実施します。同時に経験豊富なトレーナーと一緒に店舗を回って既存のOFC業務を経験します。また、OFCの育成効果と効率を上げるために、従来のトレーニング方法にオンラインプラットフォームを導入し、ケーススタディ、シミュレーション、勉強会、OJTなどのトレーニング方式を使って、重点育成対象である店長がより良くOFC業務を学習できるように取り組んでいます。OFCのテスト内容にもケーススタディやシミュレーションを導入し、学習した内容を仕事に活用できるようにしています。

セブンイレブン天津は、2019年度にOFCのアシスタントであるAFCの評価項目の見直しと、定量評価の仕組みを導入しました。従来の定性的な評価を改め、コミュニケーション能力など評価項目ごとに基準を明確化し、点数化して評価を行います。また、2021年3月から本部各部署からの集中トレーニングを毎週実施しています。OFCの業務知識を豊かにするために、店舗指導に関わる建築や財務、商品・運営などを知識を習得します。特に特殊な状況に置かれた加盟店オーナー様への返答方法や問題解決方法などを教育しています。さらに、2020年の下期より、店長会議において課題発表を実施しています。単品管理を主題とした発表を通じて問題点の分析力、解決力、検証力を向上します。信頼のおけるOFCとして、加盟店オーナー様へ円滑な説明を行うための事前教育を進めています。

セブンイレブン成都は、2018年度から新たに店長を対象とした研修を開始し、経営数値の分析や業務に必要なパソコン操作などの教育を実施しています。2019年度は、50人の店長向けに数値分析や従業員の育成、店舗管理の知識などの研修を12回実施しました。2020年度は、直営店舗数の減少に伴って教育の中心を実習生と人材の選抜にシフトし、「人材プール」という概念を導入して、潜在力のある優秀な従業員の育成に注力し、レベルの高いOFCの育成を目指しています。

さらに、OFC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回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。加えて、セブンイレブン成都は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。



研修の様子

## 意欲を高めるための仕組み

セブンイレブン北京・天津・成都では、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・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。セブンイレブン北京は、新入社員の試用期間面談や考察期面談、契約更新面談、退職面談の制度化を促すなど、従業員の声を実際の業務改善に活かしています。そのほか、定年退職の会を催し、長年会社に勤めたことに対する感謝を表し、「従業員を大切に」する精神を表しています。

### 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



定年退職会の様子

## 公平な評価・処遇

セブンイレブン北京・天津・成都では、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。毎月一次上長と業績達成度合いについて面談するのに加え、年1回、各自が自己評価を行った上で、一次上長、二次上長が評価と面談を行います。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。評価をする管理職に対しては、正しく部下の評価を行い、人材育成を図れるように教育を実施しています。

評価方法は常に改善を図っており、セブンイレブン北京では、社外の専門業者にご協力いただき、各職務に必要な能力の項目を見直しています。さらに、面談を年1回から四半期ごとに変更し、年度の業績目標を達成できるよう、定期的に進捗を確認するようにしました。2020年度はコロナウイルス感染症の影響で年間評価と面談だけを実施しました。重要な職位に対し、集中して面談を実施することで従業員が抱えている問題を把握し、アフターコロナの需要に合わせた業務調整を行っています。また、2021年度は年度業績評価と面談を実施するとともに、河北省の新地域進出に合わせキャリアプランに関するアンケートを取り、業務ニーズと個人意欲に合わせた新地域の事前計画を立案しました。

セブンイレブン天津では、2021年に本部と店舗のセルフチェックの仕組みと評価項目を見直し、公平・平等な評価基準できるように改善しました。例えば、直営店店長の評価では毎月の経営数値のランキングと基礎評価を組み合わせ、昇格・降格などの判断基準になるような仕組みを作っています。

セブンイレブン成都では、2019年度に組織変更と評価制度の変更を実施しました。2020年度からは管理職には四半期ごとに評価・面談を実施、管理職以外は毎月評価を実施しています。2021年度は既存の評価制度を実施するとともに、今後の評価に加える予定の業績などのKPIなどを設定しました。この評価は、2022年度に実施する予定です。

## 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。2021年12月末現在、セブン-イレブン北京・天津・成都では、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・董事へ、セブン-イレブン天津では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-イレブン天津と成都では、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。セブン-イレブン天津では、2021年度は39人を受け入れ、そのうち4人がセブン-イレブン天津に就職しました。セブン-イレブン成都では、2020年度は14人を受け入れ、そのうち4人が2021年7月に就職しました。

## 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CO<sub>2</sub>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-イレブン北京では、2019年度は店舗数の増加やチルドケースの増加によって全体のCO<sub>2</sub>排出量が増加したことで、上限排出量を超過したため、約14,000トンの排出権を購入しました。しかし、2020年度と2021年度はCO<sub>2</sub>排出量の上限には達しなかったため、排出権を購入していません。セブン-イレブン天津と成都は、店舗数の増加や冷凍・冷蔵設備の新規導入などにより、いずれも電気使用量は増加しています。



### 環境関連データ

#### セブン-イレブン北京

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
店舗数	247	266	275	283	304
電気使用量 (MWh)	25,702	26,537	29,773	24,251	25,171
水使用量 (千m <sup>3</sup> )	83	85	94	78	55

#### セブン-イレブン天津

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
店舗数	118	155	178	179	200
電気使用量 (MWh)	10,077	14,814	20,051	17,552	17,898
水使用量 (千m <sup>3</sup> )	34	42	57	49	50

## セブン-イレブン成都

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
店舗数	87	77	75	73	84
電気使用量 (MWh)	7,892	11,137	9,720	7,631	8,491
水使用量 (千m <sup>3</sup> )	24	25	24	24	27

### 店舗における省エネ対策

セブン-イレブン北京・天津・成都では、3社とも全店でLED照明を店内照明として導入しているほか、冷気の流出を防止するためにウォークイン冷蔵庫へカーテンを設置するなどの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んでいます。また、セブン-イレブン北京・天津・成都は、ファストフード用保温ケースを変え、ファストフード用冷蔵ケースを導入し、機会ロスの撲滅や廃棄ロス削減を図りながら、省エネを実現しています。セブン-イレブン北京は、2021年内に計66店舗でFF冷蔵ケースの導入を完成し、一日当たり1,485kWの省エネにつながっています。

セブン-イレブン北京・天津・成都は、2021年度に節電7カ条、節電9カ条の標識を全店に再案内し、店のバックルームで貼付して全店で実施を徹底し、全員の節電意識を高めています。また、不要な時間の電気の消灯やエアコンの電源オフを徹底しています。セブン-イレブン北京は、OFC（店舗経営相談員）向けの会議や商品展示会の場を通じて、OFCや加盟店オーナー様に省エネの徹底について情報共有を図っています。

### 製造工場の環境対策

セブン-イレブン北京と天津の製造工場である旺洋工場では、工場から出る不要な食材を養豚場の飼料に利用しています。同様に香奈維斯工場では、パン生地の残さを養殖場と契約して回収していただいています。また、両工場では汚水を排出しないように、行政の基準以上に清浄する排水設備の設置や廃油の回収を実施しています。そのほかにも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。

さらに、香奈維斯工場では、省エネのためにボイラーからの放熱ロスの削減を進め、ガスの使用量削減を図っています。

# 中国スーパーストア事業

## トップメッセージ

イトーヨーカ堂が中国成都市に春熙店を開店して、2022年で25周年となります。セブン&アイグループの一員として、「変化への対応と基本の徹底」を掲げ、一人ひとりのお客様の買物体験を重視し、「お客様により質の高い商品とサービスを提供する」ことができるように、イトーヨーカ堂の「匠の精神」を絶えずに中国でも伝承し、企業の健全な発展に尽力いたします。

現在、イトーヨーカ堂は中国で12の店舗（GMS総合デパート9店舗、食品生活館2店舗、ショッピングセンター1店舗）を運営しており、毎年3,000万人近くのお客様のご来店をお迎えしています。そうしたなかで、私たちは絶えず商品の質の向上やサービスの強化、ビジネスモデルの改革、新たな消費シーンの構築など“斬新なイトーヨーカ堂”の魅力を示してきました。同時に、私たちは企業と社会の共同发展を重視し、セブン&アイグループの「GREEN CHALLENGE2050」の目標達成と、社会課題である7つの重点課題の取り組みに注力し、社会の持続可能な発展に貢献しています。また、お客様、お取引先、株主、地域社会、従業員など、ステークホルダーの皆様との対話を繰り返すことで、環境に配慮した商品の提供、プラスチック使用量や食品ロスの削減などサステナブルな社会の実現に取り組んでいきます。さらに、地域社会の発展のための公益寄付も引き続き実施するとともに、お客様が最も関心の高い食の安全・安心やより質の高い商品・サービスの提供に取り組むことで持続可能な社会の実現に貢献し、新しい価値創造に挑戦していきます。

新型コロナウイルス感染症の収束が見通せない中、新たに国際情勢の不安定要素が発生しているなど、中国経済は変貌が続いています。しかし、中国の都市消費の高度化やサプライチェーンの質の高い発展と新しい流通インフラの整備が絶え間なく進み、お客様の期待も高まりつつあります。「お客様に期待を超えるお買物体験」を提供できるように、私たちは「匠の精神、品質、知恵、楽しみ、グリーン」を一体化した発展の新段階に入っています。今後、私たちはRCEP（地域的な包括的経済連携）協定を活用し、日系企業の特徴をさらに強化し、中日経済貿易の拡大を促進し、新しい生活シーンや商品、消費スタイルの創造によって、お客様に斬新なお買物体験の提供ができるよう、取り組んでまいります。



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  
黄 亜美

## 中国事業の歴史

年	出来事
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）
2012年7月	中国におけるGMS事業を統括する「イトーヨーカ堂（中国）投資有限公司」を設立

年	出来事
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
2018年11月	食品生活館 華府大道店 開店（成都市）
2019年1月	伊藤広場 開店（成都市）
2021年1月	樂山店 開店（樂山市）

## 会社概要

	成都イトーヨーカ堂	華糖ヨーカ堂
		
売上高	712億円	54億円
従業員数	2,807人	190人
店舗数	10店舗（春熙・双楠・綿華・建設路・高新・温江・眉山・華府大道・伊藤広場・樂山）	1店舗（壘運村）
設立	1996年12月	1997年9月
董事長	黄 亜美	黄 亜美
総経理	国見 和美	荒井 達也
CSR推進体制	企業行動委員会	企業行動委員会
	企業行動部会	企業行動部会
	消費者・QC部会	消費者・QC部会
	環境部会	環境部会

※ 12月決算（店舗数は2021年12月末、従業員数は2022年2月末）

※ 為替換算レート1元=17.04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、中国政府の方針に沿ったCSRの取り組み方針や評価指標の策定、CSR評価ランキングの公表など、社会的にも企業にCSRを推進する姿勢が求められています。

イトーヨーカ堂(中国)投資有限公司は、2021年後半から企業行動委員会を設立し、各中国事業会社のCSR推進体制の委員会と連携した中国事業の横断型の活動体制の仕組みづくりを始めています。企業行動委員会は、企業行動部会、環境部会、消費者・QC部会の3部会から構成しています。企業行動部会は、会社設立の原点に立ち返り、従業員に対して会社の方針と行動規範を徹底しています。環境部会は、節電・節水に対する具体的な削減目標と省エネに配慮した店舗運営を推進しています。消費者・QC部会は、安全で安心な商品・サービスの提供を目指して活動し、より良い商品やサービスの提供につなげています。成都イトーヨーカ堂と華糖ヨーカ堂は、CSRをより包括的に推進するイトーヨーカ堂(中国)投資有限公司の企業行動委員会と連携した取り組みを開始しています。また、成都イトーヨーカ堂の企業行動委員会では、オンライン、オフラインのコミュニケーション会議を通じてセブン&アイグループ共通の重点課題を共有し、課題解決に向けた計画の策定を行っています。さらに、ネットワークを利用したオンライン教育も開催し、従業員が業務知識やスキル知識を学び、企業行動を正しく行えるカリキュラムを確立しています。

### CSRレポートの発行

成都イトーヨーカ堂は、社会・環境対策をまとめた「CSR Report」を2016年7月に初めて発行して以来、毎年報告書を発行しています。報告書の作成にあたっては、Global Reporting Initiative (GRI)、SDGs、ESGなどを参考にし、巻末に3つのガイドラインとの対照表も掲載しています。2022年8月に発行した2021年度のCSR報告書は、四川省のCSR報告書発表会や民間向け会議の出席者に配布したほか、中国工業経済連合会を通じて工信部、国資委などの政府機関にも提供し、活用されています。



## お客様への約束



### 品質・鮮度管理

成都イトーヨーカ堂は、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て品質向上を図るとともに、本部担当者が定期的に店舗を巡回し、基準に合った商品を提供出来ているか確認しています。また、商品の調達先であるサプライヤーに対しても、審査、評価、契約の追跡管理を実施し、畑から食卓までサプライチェーンのトータルな品質管理システムの実現に努めています。

華糖ヨーカ堂は、食品従業員に対して毎年4回の品質管理教育を開催し、品質管理基準を厳格に遵守しています。また、売場とバックルームを対象に、設備、衛生・プロセスの制度、従業員など衛生面の環境検査を定期的実施しています。そのほか、新型コロナウイルス感染症の拡大防止対策のために、食品売場の従業員は毎日PCR検査を実施しているほか、バックルームの従業員は行政の要求に応じて48～72時間ごとにPCR検査を実施しています。加えて、定期的に売場やバックルームの消毒を実施し、お客様に安全・安心なお買物環境を提供しています。

### トレーサビリティ情報の提供

成都イトーヨーカ堂は、2013年から生産者の協力による食品トレーサビリティシステムを構築し、お客様に商品情報を開示しています。日本のイトーヨーカドーで取扱っている「顔が見える食品。」と同じコンセプトの「看得見的放心」は、成都イトーヨーカ堂が独自に商品開発し、品質管理を行うことで、安全・安心な商品として多大な信頼をお客様からいただいています。

「看得見的放心」マスカット：2020年に、都江堰の生産拠点以外に雲南の生産拠点を新設しました。雲南の生産拠点は雲南省紅河州建水県にあり、海拔が1,700メートル、年平均気温が18.5℃、年平均日照時間が2,750時間、昼夜の温度差が大きいため、中国国内でマスカットの成熟が最も早い地区とされています。

「看得見的放心」メロン：西州メロンの生産拠点は北緯18度の海南省樂東リー族自治州にあり、熱帯地域のため、「天然大温室」と言われ、年平均気温が22℃～27℃、年間日照時間が2,650時間と長く、降水量も豊富な地域です。そのため、糖度が高く品質の良い、香りの濃いメロンを栽培するための良好な環境の条件が揃っています。

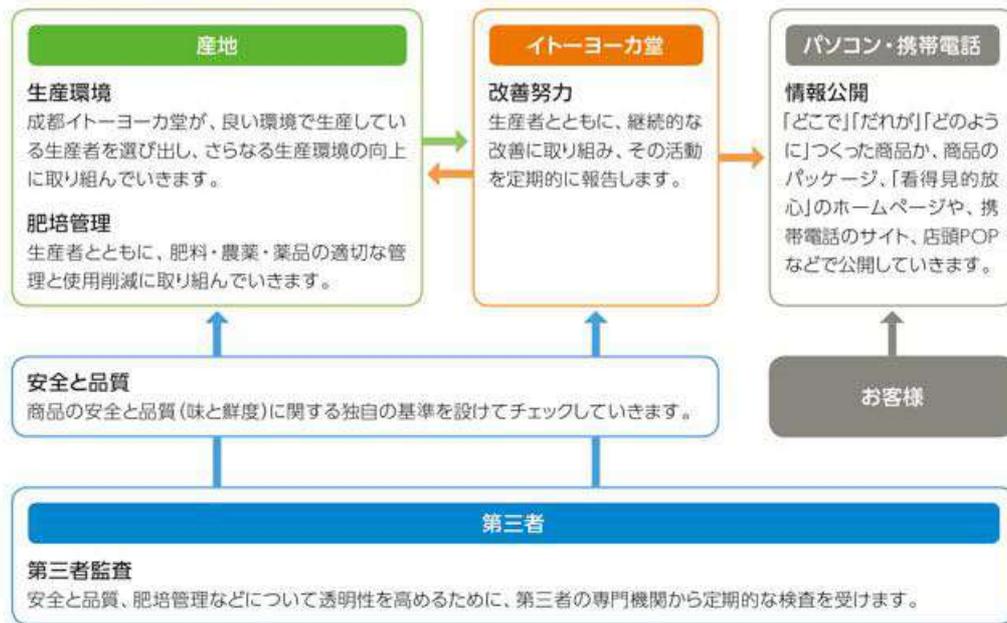


「看得見的放心」マスカット



「看得見的放心」メロン

## 「看得見的放心」の仕組み



## 店舗運営の業務品質管理を強化し、安全・安心なお買物環境を追求

成都イトーヨーカ堂は、店舗の管理力・運営力・サービス力を全面的に高めるために、2019年から管理本部が月1回の店舗運営面の業務品質検査を開始しています。管理本部が先頭に立ち、本部と店舗と一緒に実施する運営品質検査では、売場の基本接客、売場とバックルームの管理、消防安全などの項目に対して現場検査や現場評価を毎月実施しています。また、発見した問題点については、原因や対策を全員で共有し、店舗管理者の管理意識や管理レベルを向上させ、安全・安心な店舗環境を確保しています。

2021年からは、お客様のお買物ニーズの変化に応じて、会社の管理要件を更新し、検査基準を細分化して店舗とのコミュニケーションの時間を増やしています。新たに、11大項目145小項目の運営品質検査項目を追加してお客様満足度の向上に努めていきます。



倉庫の定期検査



管理本部と店舗従業員のミーティング

## 「市民品質監督員」制度とお客様の声の収集

成都イトーヨーカ堂は、お客様基準で商品や店舗の改善を図るため、2008年からお客様から公募した「市民品質監督員」制度を設けています。2021年は、市民品質監督員95名と各店舗のお客様から、日本の商品の取扱い拡大や会員ポイントで交換できる女性向け商品の増加、「伊藤到家」（ネットスーパー）のポータルサイトについてなどの多数のご意見をいただき、商品・サービスの改善を実施しました。



2021年 市民品質監督員の就任式

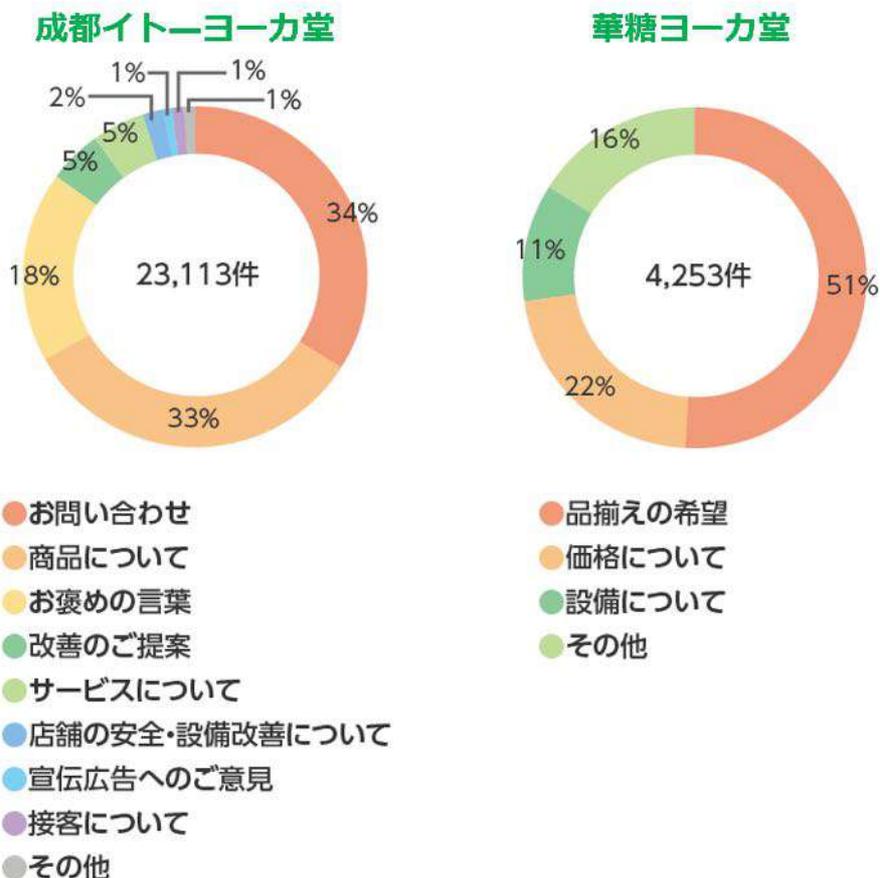


市民品質監督員向けイベント



市民品質監督員が試食したメニュー

## お客様の声の受付状況（2021年度）



## 地域社会への約束



### 寄付活動とステークホルダーとの交流活動

成都イトーヨーカ堂は、教育支援や生活困窮世帯を支援しています。例えば、2007年から小学校4校を選出し、学校の施設・設備を改善するために必要な用具を寄付しています。実際にその4校を訪れ、学校の要望に応じて、経済的に恵まれない子どもたちに文具や教具、体育用品などを寄贈しました。そのほかにも、地域の生活に困っている家庭や障がいのある方、一人暮らしの高齢の方を季節の節目ごとに訪問し、生活必需品を贈る活動をしています。また、四川大学への寄付も毎年継続しており、2021年で24回目になります。

2021年は、6月1日の子どもの日に黄亜美董事長が会社代表として寄贈品をお届けするとともに、彭州蓝天小学校を訪問し、「移動少年宮」の授業に参加しました。「移動少年宮」は、成都イトーヨーカ堂と成都市次世代基金が協力したプロジェクトです。成都市郊外の留守児童※1と流動児童※2が集中する農村学校に「成都市青少年宮」のノウハウを導入し、子どもたちが都市部と同じレベルの教育を受けられることを目的としています。また、農村部の学校の教師に対しても教育のサポートを実施し、これらによって学生全体の学習レベルと農村部の教師の専門技能の向上を目指しています。2021年までに2つの友愛小学校で「移動少年宮」プロジェクトを実施し、教師と学生1,000人余りが利用しました。

また、2021年7月に中国河南省鄭州市で豪雨が発生し、深刻な水害が起きました。成都イトーヨーカ堂は直ちに成都次世代基金やほかの4つの企業と連携し、被災した地域の青少年を支援するために100万元（約18百万円）を寄付し、衛生生活用品も計1万点を提供しました。同年11月には、成都で新型コロナウイルスの感染が再拡大し、成都市成龍街道事務所からの要望を受け、いち早く支援物資をお届けしました。そのほかの社会貢献活動に対しても80万元（約14百万円）を寄付しました。

※1 両親ともに出稼ぎに行き、取り残された子ども

※2 出稼ぎに来た両親と一緒に暮らすものの、現地の戸籍がなく、十分な教育が受けられない子ども



彭州蓝天小学校を訪問



衛生生活用品1万個を梱包し、鄭州に配送



成龍街道事務所へ支援物資を寄付（伊藤広場店）

### ボランティア活動

成都イトーヨーカ堂では、毎月第3水曜日に各店舗のスタッフが店舗周辺の清掃活動を実施しています。また、春節、端午節、中秋節など中国の伝統的な祝日には、店舗周辺の地域社会で孤立した高齢者や経済的に恵まれない人々に慰問品を支給しています。華糖ヨーカ堂では、清掃活動を日課として、従業員が率先して街の美化活動に取り組んでいます。

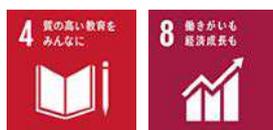


清掃活動の様子



清掃員に慰問品を支給

## 社員への約束



### 現地従業員による店舗運営

成都イトーヨーカ堂と華糖ヨーカ堂の全店舗では、地域に根差したお店づくりのために中国出店当初から積極的に現地の従業員を登用し、中国人スタッフが活躍しています。管理職に占める中国人社員（役員を除く）の割合は、成都イトーヨーカ堂が98.2%、華糖ヨーカ堂が98.3%で、基本的に現地社員が会社を運営しています。成都イトーヨーカ堂の地方都市の店舗（眉山／樂山）は地域の人材を多数採用し、87%を占めています。

また、女性活躍も進めており、役員に占める女性の割合は、成都イトーヨーカ堂が59.9%で、10店舗のうち5店舗の店長が女性です。華糖ヨーカ堂の女性管理職比率は47.2%（役員を除く）で、アジア村店の店長も女性が勤めています。

### 従業員データ（2021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	2,919人	163人
うちパートタイマー	76人	24人
管理職に占める中国人の割合	98.2%	97.5%
管理職に占める女性社員の人数と割合（役員を除く）	374人（59.9%）	50人（47.2%）
女性係長人数（係長職の女性比率）	222人（61.0%）	15人（30.0%）
女性課長人数（課長職の女性比率）	107人（63.3%）	12人（24.0%）
女性部長人数（部長職の女性比率）	28人（- %）	12人（24.0%）
女性役員人数（役員職の女性比率）	4人（- %）	0人（0.0%）
障がい者雇用人数（雇用率）	51人（1.7%）	9人（5.5%）

### CSR教育

成都イトーヨーカ堂と華糖ヨーカ堂では、2020年度から、特にプラスチック使用量の削減に注力しています。成都イトーヨーカ堂では、全店舗で分解性プラスチック製のレジ袋に切り替えるため、社内の責任者が第二回中国環境博覧会と中国チェーン経営協会主催の生分解性フォーラムに参加し、国内における生分解性プラスチックの生産状況、生分解性の基準などの情報を収集しました。また、社内では社員の教育用動画を作成して理解を深めるとともに、売場では媒体物の掲示や店内放送でお客さまにも啓発しました。社外に対しても、成都イトーヨーカ堂が積極的に生分解性プラスチックを使用してプラスチック使用量を削減していることをPRしました。

2020年11月より、華糖ヨーカ堂と成都イトーヨーカ堂が共同で、レジ袋を生分解性プラスチックを原料とした製品に切り替えました。レジ袋は有料で提供しており、従来品は大きいサイズを0.3元/枚で販売していましたが、生分解性のレジ袋は2.0元/枚（6.7倍）で販売しています。同時にエコバッグの販売にも注力しています。

## 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」を運用しています。この制度は、入社1年以上を経過した社員が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。

## 人材育成制度

成都イトーヨーカ堂と華糖ヨーカ堂では、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、主管適任力・職場業務技能・そのほかの技能カリキュラム（フォーム作成・包装・調理加工・レジ）などの教育を、ネットでの遠隔教育システムを活用することで遠隔地も含めて充実した内容で実施しています。また、実技研修では、研修の非対象者で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、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、優秀者を決定する制度を運用しています。

華糖ヨーカ堂では、2020年度は社是・経営理念、現場支援教育、接客サービス教育などの専門教育を3回実施しました。企業行動指針を毎週月曜日の総経理全体会議の中で読み合わせることで、企業姿勢の理解度のアップを図っています。日常的な接客サービス訓練は、朝昼礼を利用して実施しています。お褒めの言葉をいただいた従業員（正社員に限らず、パートナー社員、テナント従業員、清掃作業員、警備員も含むすべての店舗スタッフ）は、毎週の店舗全体朝礼の中で表彰し、全体のモチベーションアップにもつながっています。

## 人材育成教育

### 座学教育

イトーヨーカ堂の理念を伝承し、イトーヨーカ堂らしい自律した人材を育成するために、2021年に「企業文化伝承」と「人材の質を高める」の2大テーマで15項目625回の座学教育を実施し、延べ9,354人が受講しました。



新入社員の入社教育



企業文化と経営理念の座学教育

### eラーニング

成都イトーヨーカ堂は、会社の基本理念をより効果的に伝承・徹底させるため、新世代の従業員が受け入れやすい教育方式として、2021年からオンライン教育をスタートしました。内容も随時見直しており、新たなカリキュラムを追加しています。教育対象は本部と店舗従業員を含む全従業員で、参加人数は延べ46,660人にのびりました。

## 環境についての約束



### 省エネの取り組み

成都イトーヨーカ堂は、成都初の低炭素シーン創出事業として、2020年から「自然尊重、自然順応、自然保護」を環境理念に掲げ、資源用乾燥ごみの分別や環境インフラの整備、廃棄リサイクルなどの事業に継続的に取り組んでいます。2021年には、環境保護に500万元（約90百万円）を投入し、生分解性素材をレジ袋や使い捨て食器に使用し、生分解性プラスチック製品へ切り替えました。また、省エネ技術の見直し、廃棄物の削減、食品廃棄物の削減などを進め、ごみ減量化量が3,350トン、炭素排出量が435トンとなりました。これらが評価され、「2021年度"炭恵天府"メカニズム建設先進企業」の表彰を受けました。

華糖ヨーカ堂は、空調システムの適正運転で店内温度を管理しています。天候や気温の変化に応じて、空調の運転時間やエリアごとの空調運転を随時調整することで、ガスや電気の使用量を低減しています。また、施設管理業者に綿密な店内温度測定を依頼し、温度変化を随時把握することで空調設備の運転パターンの調整もしています。店舗のバックルームでは照明の使用数を50%に抑えています。

### 成都イトーヨーカ堂

	2019年度	2020年度	2021年度
店舗数	9	9	10
エネルギー使用量（標準炭トン）	13,150	13,553	13,580
電気使用量（MWh）	99,836	105,439	107,670
ガス使用量（1,000m <sup>3</sup> ）	667	540	316
水使用量（1,000m <sup>3</sup> ）	853	888	857

### 華糖ヨーカ堂

	2019年度	2020年度	2020年度
店舗数	1	1	1
エネルギー使用量（標準炭トン）	1,549	1,434	1,353
電気使用量（MWh）	8,106	7,924	7,912
ガス使用量（1,000m <sup>3</sup> ）	380	335	256
水使用量（1,000m <sup>3</sup> ）	60	55	63

## 2021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、2021年度は以下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
2021年度「炭恵天府」メカニズム建設先進企業	成都市の省エネと排出削減および気候変化への対応作業指導グループ事務局
2021年度トップ10企業	成都市小売業者協会
2021年度社会価値貢献賞	成都市小売業者協会
「四川省の開放発展をリードする企業先進個人」	四川省人力資源と社会保障庁
2021年度市場監視統計業務先進部門	四川省商務庁
2021年成都建設新発展理念を全面的に体現する都市改革革新賞	中国共産党成都市委員会、成都市人民政府
第10回（2021）成都商業年度総合ランキング	成都小売業協会
2021年ゴールデンビジネス最優秀消費者口コミビジネス	華西都市報

### 【華糖ヨーカ堂】

賞の名前	主催団体
2021年度 納税信用A級企業	国税庁朝陽区税務局
2021年度 安全生産先進企業	朝陽区小関街道