

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：10,442,360百万円（チェーン全店売上）
店舗数：13,167店舗



SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. >

売上：54,583百万円
店舗数：65店舗

※ 為替換算レートはU.S.\$1=131.62円

※ 売上・店舗数は2022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：18,128百万円
店舗数：317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：3,155百万円
店舗数：209店舗
設立：2012年11月



セブン-イレブン成都 有限公司

売上：3,090百万円
店舗数：85店舗
設立：2010年12月

総合スーパー

[詳しくはこちら >](#)



成都イトーヨーカ堂有限公司

売上：25,153百万円
店舗数：10店舗
設立：1996年12月



華糖ヨーカ堂有限公司

売上：2,697百万円
店舗数：1店舗
設立：1997年9月

※ 為替換算レートは1元 = 19.50円

※ 売上高には増値税（付加価値税）を含まず

※ 売上・店舗数は2022年12月末現在

7-Eleven, Inc.

7-Eleven, Inc. (以下SEI) は、単なるコンビニエンスストアにとどまらず、それ以上の価値をお客様に提供しています。SEIが展開する店舗は、地域の人々の「近所にあったらいいな」に応える、近くて、便利で、安心な店舗です。SEIの従業員は、お客様の1日が「ちょっと素敵な1日」になるよう、お客様のお好きな商品・サービスを、お好きな時に、お好きな場所で、お好きな方法で提供しています。これによって、地域の人々とより良い関係を構築し、より豊かで活力あるコミュニティづくりを支援しています。SEIは、「今日の便利」をつくるのがより良い未来につながるとの信念のもと、地域の皆様とともに持続可能な社会の実現に取り組んでいます。

また、その一環として、従業員、加盟店、サプライヤー、サービスプロバイダー、その他のお取引先様、そしてお客様が、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを気軽に推進できる仕組みの整備を開始しています。社会に貢献する取り組みの継続には、やりがいとともに気軽にできることが重要であると考えているからです。コミュニティ内の関係や地域の暮らしの基盤の強化、豊かな地球環境の保全、責任ある消費を促進することは、SEIに課された役割です。未来世代のために一人ひとりが毎日続けられる「小さなきっかけ」を提供することで、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

環境負荷の低減

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、店舗運営に伴うCO₂排出量の削減、プラスチック使用量と廃棄物となる包装材の削減、持続可能な原材料の調達支援など、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CO₂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・エナジー・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への転換を実現し、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CO₂排出量を2013年度比で50%削減することを目標として掲げています。排出量削減施策の実施により、2022年度は前年度比で151,000MTCO₂e、2013年度比では526,300MTCO₂eを削減し、2013年度と比較した削減率は38%となりました。これは、約11万7,000万台の乗用車が1年間に排出するCO₂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CO₂削減目標の達成に大きく貢献しています。2022年12月末現在、約8,000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、お客様のお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、11,400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お買物環境を維持できるようになりました。

エネルギー管理システム (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。2022年12月末現在、7,100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は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推進とあわせて、再生可能エネルギーの利用拡大にも注力しています。2022年12月末現在、電気使用量に占める再生可能エネルギーの割合は約26%に達しています。

テキサス州では、TXU Energy社と契約し、同州内の全店舗において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います。建設中のものを含めた風力発電の発電容量は全米1位であり、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。SEIは、TXU Energy社から2022年度に334,000MWh以上の再生可能エネルギーを購入し、テキサス州の900以上の店舗で使用しました。その結果、2022年度に使用した再生可能エネルギーのうち40%が風力発電由来となり、同時に店舗運営費の大幅な削減につながっています。

フロリダ州では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店舗で使用する電気を調達しています。これらの契約による2022年度の太陽光発電由来の電気使用量は84,600MWhで、SEIが消費する全再生可能エネルギーの10%を占めています。

また、SEIは2021年度にイリノイ州で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の調達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それぞれ締結しました。これにより2022年度は、イリノイ州で約63,000MWh、オレゴン州で約500MWhの再生可能エネルギー由来の電気を調達しました。

さらに、2022年はミシガン州デトロイトを拠点とする電力会社DTE Energyの画期的なクリーンエネルギー供給サービス「MIGreenPowerプログラム」を通じて、同州内の店舗で再生可能エネルギー由来の電気を調達することとしました。この契約によって、同州南東部に位置する160の全店舗で100%クリーンエネルギーの実現を目指します。CO₂排出量の削減効果は年間1万5,000トン以上にのぼり、この量は約3,000台のガソリン車が排出するCO₂に相当します。「MIGreenPowerプログラム」は、米国最大規模の自主的な再生可能エネルギーで、全利用者を含めると280万MWhのクリーンエネルギーを供給しています。

これらのほかにも2022年度は、ネバダ州でオフサイト風力発電と太陽光発電による電気を年間3万7,000MWh以上使用できる再生可能エネルギー購入プログラムに加入し、2022年は約1万9,500MWhの再生可能エネルギー由来の電気を調達しました。このようにSEIは、官民を問わずパートナーシップを構築し、CO₂排出量の削減を進めています。



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。2022年度の購入量は30,894MWhで、140以上の店舗の電気をまかっています。

電気自動車充電スタンド

SEIは、お客様の利便性の向上につながるイノベーションの創出に取り組んでいます。代替エネルギーの提供もその一つで、2022年は新たなビジネスの柱として電気自動車（EV）の充電ネットワーク「7Charge」を立ち上げました。米国内におけるEVの普及ペースと合わせて、また、外部企業との提携も視野に入れながら、EV充電ポートフォリオの拡充を進めており、2022年度末現在、7つの州の30店舗に計75基のポートを設置しています。



EV充電ステーション

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

| | 2020年度 | 2021年度 ^{※4} | 2022年度 ^{※4} |
|---|--------|----------------------|----------------------|
| 検証対象店舗数 ^{※1} | 9,387 | 13,043 | 12,811 |
| GHG排出量 ^{※2} (千t-CO ₂ e) | 759 | 1,002 | 851 |
| CO ₂ 排出量 ^{※2,3} (千t-CO ₂) | 755 | 997 | 848 |
| 電気使用量 ^{※2} (GWh) | 2,306 | 3,213 | 3,186 |
| 水使用量 ^{※2} (千m ³) | 10,637 | 10,544 | 15,480 |

※1 CO₂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

主な取り組み

植物由来のプラスチック使用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CO₂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。また、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の使用量を削減しました。米国の複数の地域とプ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（PCR）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使用済みリサイクル素材（PCR）の配合比率を向上しました。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CO₂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削減のために、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。



より軽量な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）を環境配慮型へ変更することで、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

環境に配慮したパッケージデザイン

SEIは、多くのお客様から支持されているエナジードリンク「7-Select Replenish®」のボトルのデザインを見直し、パレット積載効率と配送効率を向上しました。セブン-イレブン店舗向けの積載ケース数は、1パレット当たり従来の30ケースから40ケースに増加しました。その結果、店舗配送を行うトラックの台数は、これまでの3,019台から2,264台へ25%（755台）削減できる見込みです。さらに、ボトルとラベルそれぞれのプラスチック使用量も減少することから、年間208トンの廃棄物削減が可能になります。



「7-Select Replenish®」のボトル

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

地域社会への貢献（米国&カナダ）

1927年の創業以来、SEIは、一貫してお客様の利便性の向上につながる取り組みに注力してきました。コンビニエンスストア業界をリードし、困難な取り組みにも果敢に挑戦しています。地域貢献プログラムとして、SEIのトレードマークとなっているプログラムをはじめ、災害被災者の支援など人道支援を目的としたボランティア活動、慈善寄付活動、店頭募金活動などがあります。より豊かで活力あるコミュニティづくりへの貢献を推進しています。



子どもたちへの支援

7-Elevenファミリーブランドの一つSpeedwayは、1991年から非営利団体Children's Miracle Network Hospitals®（CMN Hospitals）とのパートナーシップのもと、地域の小児病院を支援する募金活動を展開してきました。これまでに集まった寄付金は、約1億7,000万ドルにのぼります。こうしたなか、SEIとCMN Hospitalsもパートナーシップを締結したことで、店頭募金の協力店が大幅に増加し、支援先の病院数がさらに拡大しました。2022年の1年間に限っても、お客様や従業員、加盟店、ベンダーの皆様からの寄付金は1,900万ドルを超え、全米各地にある105のCMN Hospitals加盟病院に寄付を行いました。2022年の寄付金のうち1,600万ドルは、Speedway®の募金参加店舗における通年の店頭募金に加え、新たに参加した7-Eleven®とStripes®の店舗でのホリデーシーズンの募金によるもので、これにオハイオ州イーノンで毎年開催されるチャリティーゴルフトーナメント「Miracle Tournament and Celebration Dinner」で集まった寄付金300万ドルを上乗せして寄付しました。これらの資金は、全米各地の多くのコミュニティで、高度な救命機器や子どもの疾患の治療において必要とされるさまざまなリソースの調達などに充てられ、小児医療の進歩向上に役立てられています。



食糧支援 「7Cares Thanks + Giving」感謝祭の食卓に笑顔を

ホリデーシーズンを間近に控えた11月、チャリティーイベント「7Cares Thanks + Giving」を初めて開催し、テキサス州アーヴィングとオハイオ州イーノンのストア・サポート・センターの従業員がそれぞれ、北テキサスの「Minnie's Food Pantry」と中央オハイオの「Second Harvest Food Bank」の2つのフードバンクでボランティア活動を実施しました。当日は1,500ポンドの食品を1,120箱の段ボールに詰めて提供するとともに、約1,700ドルを寄付しました。また、7-Eleven Cares Foundationを通じて、生活困窮世帯に七面鳥3,250羽を提供しました。

Thanks
+ Giving
2022



SEIカナダによるコミュニティ支援

SEIカナダは、2022年にお客様やお取引先様からお預かりした約52万5,000ドルを資金調達プログラムに寄付しました。寄付先には、KYSA（カムループス・ユースサッカー協会）の「Slurpee® Cup」のほか、United Way Calgary、YMCA Calgary、カルガリーフードバンク、アルバータ癌基金、カナダ赤十字社、Boys and Girls Club of Peelの支援に向けたキャンペーンなど、地元さまざまな資金調達プログラムが含まれています。



災害時のコミュニティ支援 アメリカ赤十字社との連携による国内外の難民・被災者支援

7-Elevenファミリーは、2022年にアメリカ赤十字社と連携し、戦禍に見舞われたウクライナの人々とハリケーン「イアン」の被災者を支援する2つの大規模な募金キャンペーンを展開しました。キャンペーンでは、7-Eleven®とStripes®の店頭での募金に加え、SEIスタッフや加盟店関係者が開設した特設Webサイトから募金を集めたほか、7-Eleven Cares Foundationによるマッチングファンドも実施しました。

その結果、ウクライナの人々を支援する募金には総額120万ドルが寄付され、現地の人々の救援・救命活動など重要なリソースの提供に役立てられています。また、ハリケーン被災者の支援には、総額25万ドルの寄付が集まり、被災者の食料や緊急避難所、救援物資などの提供に充てられています。



教育を通じた青少年の育成 「Project A-Game」

SEIは「Project A-Game」を通じて、全米各地で展開されているさまざまな青少年育成プログラムに対して10年にわたり資金を援助してきました。SEIやその加盟店がこれまでに資金を提供したプログラムの数は、教育、スポーツ、安全、飢餓救済などの分野で5,000件を超え、その額は計350万ドルにのぼります。助成金は、数学や科学のプロジェクトの運営から、学用品やコンピュータの購入、スポーツチームの運営や用具の購入、放課後の青少年安全プログラムの運営まで、多様な活動の資金に充てられています。このように地域コミュニティの子どもや家庭をはじめ支援の対象は広く、2022年は計268件、総額約32万4,000ドルを提供しました。Project A-Gameは、コミュニティとの絆を育み、深めていく上で重要な活動であり、今後も継続していく計画です。



青少年に善行を奨励する 「Operation Chill®」 クールな行動にクールなご褒美！

活動開始から27年目を迎えた「Operation Chill®」をデジタル世代を対象としたプログラムに刷新しました。このプログラムは、地域の警察と青少年が、前向きで真摯な関係を持続するきっかけをつくる取り組みです。具体的には、自転車に乗る時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良い行いをした子どもに対して、警察官がご褒美としてフレンドリーな笑顔とともに7-ElevenやStripes®の対象店舗で引き換え可能なSlurpee®ドリンク（小）クーポンを提供するものです。2022年は、全米各地の子どもたちが、1,300以上の地元警察署から17万5,000枚以上のクーポンを受け取りました。1995年にプログラムを開始して以来、SEIは2,400万枚のクーポンを各地の警察署に提供しており、その数だけコミュニティで新たな絆が生まれています。



退役軍人への支援 「UCLA Health Operation Mend」

SEIは、「UCLA Health Operation Mend」を通じて、退役軍人が心の平穏を取り戻し、癒しを得られるよう支援しています。このプログラムは、米軍とUCLAメディカルセンターによって創設された画期的なプログラムです。9.11後に心身に傷を負った退役軍人とその家族を対象に、個人の状況に応じた包括的なケアやウェルネス・プログラムを提供しています。同プログラムへの支援を開始したのは、セブン-イレブンの元執行役員であるダニエル・ソーパー氏です。ソーパー氏の息子であるジョセフ（ジョーイ）・ポーク特技兵がアフガニスタンで従軍した際、致命傷を負い、その後このプログラムに参加したことが、支援のきっかけとなりました。国家のために尽力した軍人やその家族へ感謝の意を示すため、SEIは4年間で40万ドルをOperation Mendへ寄付してきました。



ダイバーシティ & インクルージョンへの取り組み

世界最大のコンビニエンスストアである7-Elevenは、非常に多くの地域においてなくてはならない存在です。7-Elevenのビジネスモデルは、人種、性別、経歴にかかわらず、小規模なビジネスを始めたい起業家を支援し、成功に導くことを基本としています。また、すべての人に受け入れていただける顧客体験と職場環境を提供・確保するために、加盟店と7-Elevenの従業員がそれぞれの視点や能力を活かして日常業務に取り組めるよう支援しています。SEIは、平等性を追求し、さらにそのために努力を重ねることが、ブランドと社会の成長と革新につながるとの信念のもとにDE&Iを推進しています。

DE&I戦略の3つの基本理念

| | | |
|--|---|---|
| 多様性を受け入れ、平等、尊敬、帰属意識を促進する開かれた職場文化を醸成する。 | 人種、性別、民族性、経歴を問わず、優秀な人材を引きつけ育成し、定着させるための新しい機会を創出することで、さまざまな才能を育てる。 | SEIの価値と信念を共有する組織やコミュニティのパートナーをサポートし、市場にプラスとなるインパクトを与える。 |
|--|---|---|

世界市場で事業を行うグローバルなブランドとして、私たちに市場をリードする役目があります。このフレームワークにより私たちの理想を受容し、実現に向けて推進することで、職場環境のほか、サービスを展開する地域社会を豊かにするよう努めています。ともに努力することで、私たちはDE&Iの理念を前進させ、下記のような素晴らしい結果を残しています。

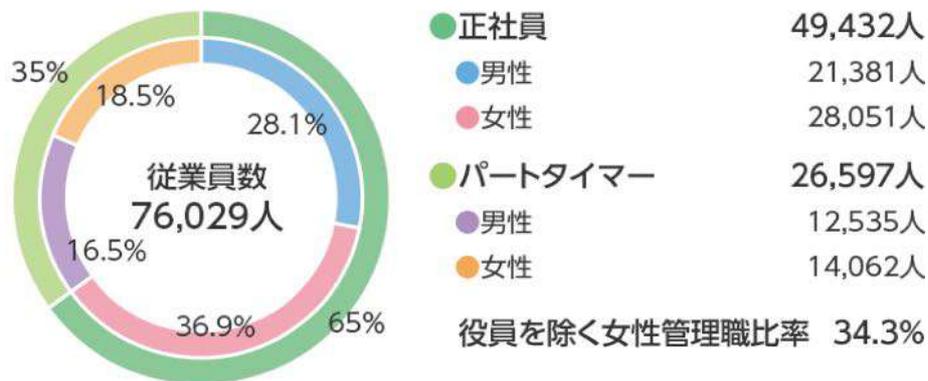
- マーティン・ルーサー・キング・ジュニア牧師が残した多大な遺産は、7-Elevenファミリーのブランドの全メンバー、および私たちの活動の場である多様性に富んだコミュニティによって受け継がれています。1月のキング牧師記念日には、何人かの従業員に依頼し、キング牧師の恒久的なビジョンについて考え、そこから受けたインスピレーションを共有しました。
- 私たちは毎年2月を、黒人歴史月間—アフリカ系アメリカ人の歴史と功績を振り返る国家的な祝祭—と認識しています。会社全体で取り組む記念活動の一環として、ダラスのアfrican・アメリカン博物館の創設ディレクターでありCEOであるハリー・ロビンソン博士と対談しました。黒人の歴史や文化、博士の輝かしい軌跡について掘り下げながら言葉を交わし、博士が気に入っている館内の作品をいくつか紹介してもらいました。
- 3月の女性史月間の祝祭行事の一環として、シモンズ大学のインクルーシブリーダーシップCEOであるスーザン・マッケンティ・ブレイディー氏をゲストスピーカーとして招きました。氏は人間関係の研究に関して有名な専門家であり、またリーダーシップ・ウェルビーイングのコーチでもあります。女性が職業上のキャリアをただ単に「生き抜く」のではなく、そこで「活躍」できるよう鼓舞することに重きを置きながら、ブレイディー氏主導で刺激的な議論を行いました。
- 5月の軍人感謝月間を記念すべく、SEIはローリング・リメンバンス・フラッグ・セレモニーを開催しました。職務中に落命した軍人の子どもたちに奨学金を支給するチルドレン・オブ・ファーレン・パトリオット基金について、その関心を高めることが目的です。このイベントは、オハイオ州イノーにあるSEIのストア・サポート・センターで行われました。サポート・センターは、戦没者追悼記念日を最終日とした全米を回る10,000マイルのリレーイベントにおいて、記念の旗が立てられた53地点の一つでもありました。
- 6月のプライド月間を記念するため、トレバー・プロジェクトのトロイ・スティーブンソン氏（アドボケート・管理業務のシニア・キャンペーン・マネージャー）をバーチャルな座談会に招待しました。イベントでは、LGBTQ+アドボケートのトップとして、氏の見解や経験を語っていただきました。トレバー・プロジェクトにおいて、LGBTQ+ユースに該当する若者は、自らが受け入れられていると感じられるような安全な世界をつくるために献身的に活動しています。私たちは誇りをもってこの活動をサポートします。
- 9月後半から10月前半まで、ヒスパニック文化遺産月間が開催されました。これはスペイン、メキシコ、カリブ海域、中南米などにルーツをもつヒスパニック系・ラテン系アメリカ人のコミュニティを祝うイベントで、今年のテーマは「Unidos—より強い国になるためのインクルーシビティ」でした。SEIでは5名の従業員を代表として選出し、各地域で受け継がれてきた遺産が、各々の人生をどのように決定づけてきたかについて語っていただきました。・ヒスパニック文化遺産月間に関連し、フランチャイズ・リクルーティング・マーケティングチームは、デジタル・キャンペーン「Juntos, We Rise」を改めて実施しました。フランチャイズにおけるヒスパニック系コミュニティの重要性だけでなく、加盟店がそれぞれのコミュニティで成功し活気づくようサポートすることの重要性を認識しているからです。
- 最新のアソシエイト・ビジネス・リソース・グループ（Associate Business Resource Group : ABRG）である7Prideが、12月に立ち上げられました。LGBTQ+の従業員やそのアライ（LGBTQ+の支援者）にとって、非常に目にとまりやすく、またアクセスしやすいリソース・グループです。ABRGが常にそうであるように、すべての従業員に、7Prideの会員になる道が開けています。目標は、LGBTQ+の従業員やそのアライに支援を惜みず、彼らを肯定し受容する職場をつくることです。また、従業員にポジティブな刺激を与え、より一層帰属意識を高めることも目指しています。7Prideでは以下に重点を置いて活動しています。

1. アライに対するエンパワーメントと教育
2. コミュニティへの積極的な関与とアウトリーチ
3. 職業的なネットワークの構築と発展



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

2022年度 アメリカとカナダの従業員関連データ



斬新で持続可能なブランドへの販売機会の提供

全国の7-Eleven®、Speedway®、Stripes®の店舗を訪れたお客様に、新ブランドの商品を紹介する「Brands with Heartプログラム」を4年前から継続しています。このプログラムの目的は、多忙なお客様に、さまざまなタイプのスナックや、飲料、菓子、健康に良いアイテムなど、それぞれのニーズに合った斬新な商品を提案することです。

「Brands with Heartプログラム」に対しては、毎年、新規のブランドから何百点もの商品の応募があります。陳列棚には多くの応募賞品が並び、将来お客様に提案する新たな商品を検討する上での貴重な機会となっています。

2022年のイベントでは、カーボンニュートラル企業であるMananalu社がファイナリストの1社としてプレゼンテーションを行いました。同社は、使い捨てプラスチック廃棄物の危機を回避するというミッションを掲げ、「Drink One, Remove Oneインパクト・プログラム」を展開しています。Mananalu精製水のアルミボトルが1本売れるたびに、海洋ゴミからプラスチックボトル1本分に相当する廃棄物を除去する活動を進めています。



SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. (以下SEH) は、「近くて便利なお店」という会社としての方向性を後押しするとともに、企業文化の形成、企業としての価値観をより強固なものにするために、2016年3月に「Our Promise (私たちの約束)」を追加しました。

「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) チーム一丸となって目標を達成する
- (3) さらに高みを目指す

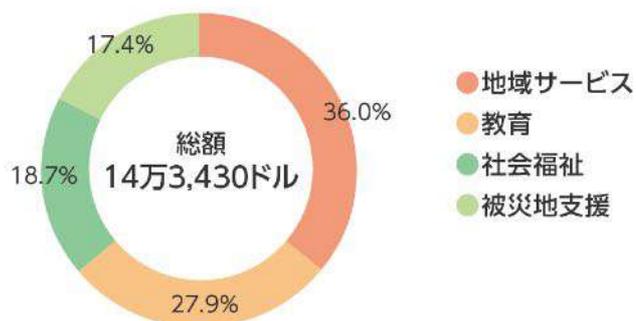
この「Our Promise」は、SEHが地域社会・お取引先様・従業員のためのビジネスであることを定義しており、この価値観の実践は従業員の行動の礎となっています。また、「Our Promise」を推進するために優秀な従業員を評価する活動にも取り組んでいます。これは、全従業員へ3つの価値観を実践している個人を推薦するよう奨励し、選出された従業員にピンバッジと賞与を贈呈するというもので、社内報と社員限定のFacebookページで紹介しています。



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。2022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、37団体に金額に換算すると約14万3,430ドル相当を支援しました。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.による支援(金額換算) (2022年度)



店頭募金活動を通じてNPOを支援

SEHは開店以来、地域貢献活動を展開しているさまざまなNPOを支援する店頭募金を実施しています。ハワイを拠点に、健康、安全、教育などの分野で活動しているNPOを毎月調査し、寄付先の団体を選定しています。

2022年度は、「Your Neighborhood Store (あなたの地元のお店)」というSEHのテーマに基づき、オアフ島に加え、カウアイ島、マウイ島、ハワイ島からも対象団体を選定。寄付金の総額は、約7万1,000ドルとなりました。

糖尿病撲滅に向けたチャリティーウォーク活動に参加

2022年4月、新型コロナウイルス感染症の影響で長く中止されていたチャリティーウォーク「Step Out Walk」が数年ぶりに復活し、熱意あるSEHの従業員がカピオラニ公園に再集結しました。このイベントは、糖尿病の予防・治療促進と患者の生活の質の向上を掲げ全米で啓発活動を展開している非営利団体「米国糖尿病学会（American Diabetes Association : ADA）」が主催するチャリティーイベントです。SEHは、コロナ以前からADAのミッションに賛同し、同イベントに参加してきました。

イベントは、ウォーキングだけでなく、ゲームが行われるほか、ヘルシーな食事も提供されます。「家族と一緒に参加しよう」という主催者の呼びかけもあり、ストア・サポート・センター（SSC）と店舗の両チームのメンバーの多くが家族を連れて参加し、会場は大いに賑わいました。カピオラニ公園でのイベントは、SEH従業員にとって、糖尿病と闘う人々を支援する機会となっただけでなく、同僚との絆をさらに深める貴重な機会にもなりました。



「国際チャリティー・デー」にがんと闘う子どもたちを支援

2022年9月5日、「国際チャリティー・デー」にちなみ、SEHは、同月1か月間にお客様からお預かりした寄付金に、同社からのマッチングギフトとして金額を上乗せし、寄付を行うことを発表しました。寄付対象の団体には、がんと闘う子どもたちを支援している地元の慈善組織「ハワイ小児がん基金（Hawaii Children's Cancer Foundation : HCCF）」を選定しました。この取り組みは、9月の「小児がん啓発月間」に小児がんに対する市民の理解を深めるとともに、慈善組織の活動に不可欠な資金援助を提供することを目的に実施したものです。

HCCFは、30年以上にわたり、がんと闘う子どもとその家族をサポートしてきました。具体的には医療費などの経済的支援に加え、精神的サポートや患者の生活の質の向上に資する教育プログラムなどのためにさまざまなリソースを提供しています。

今回の寄付についてSEHは、ソーシャルメディアや店舗のお会計レジのディスプレイを通じて広く発信。その結果、お客様からの寄付金にマッチングギフトを上乗せした寄付金総額は、約1万3,000ドルとなりました。



ハワイ小児がん基金への寄付金授与式



「自転車月間」のイベントで地域住民の健康増進に貢献

SEHは「自転車月間」の7月に、オアフ島で最大の自転車シェアリングサービスを運営しているBikiと協働で、健康的で環境にもやさしい代替交通手段である自転車の利用を促進するキャンペーンを展開しました。Bikiは、島内の主要エリア周辺に130カ所以上のセルフサービスステーション「Biki Stop」と1,300台の自転車を設置。自転車を持っていなくても、誰もが気軽に自転車を利用できるサービスを展開しています。

Bikiは「自転車月間」に実施するさまざまな催しのオープニングイベントとして、2022年7月5日、ホノルルの自転車専用道路沿いに、「エナジャイザーステーション」と名付けた休憩施設を開設。立ち寄ったサイクリストには、SEHが提供したスナックなどのアイテムが無料で配布されました。こうしたサービスは利用者にも大変好評で、「休憩所でバナナやエナジーバー、グラフィックトートバッグまでもらったことはサプライズ。サイクリングがもっと楽しいものになった」といった声が多く、サイクリストから寄せられました。

さらに7月11日には、「セブン-イレブン」にちなんで、ハワイでは初となる「フリーライドデー」を開催しました。これはいずれのBikiキオスクでも、同日中にコード「711」を入力すると、30分間無料で自転車を利用できるキャンペーンです。記念すべき初回イベントを盛り上げるべく、BikiとSEHはアラモアナビーチパークでアウトリーチイベントを開催し、ロゴアイテムや飲食物を無料で配布したほか、自転車利用のメリットを紹介する啓発活動を展開しました。「セブン-イレブン」の効果で、約3,000人がこの「フリーライドデー」に参加しました。



「Bikiエナジーステーション」で利用者に無料配布したアイテム



フリーライドデーにアラモアナビーチパークに設置したSEHアウトリーチテント



フリーライドデーの告知

クリスマスシーズンを祝う家庭を支援

SEHは、2022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なりました。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、2022年12月3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1,500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のカリヒにある施設に援助物資を届けるために訪問したSEHのメンバー



「ウィンターワンダーランドフェスティバル」の“ジンジャーブレッドウォリアー”コンテストに、SEHフードイノベーション・開発部門マネージャーのDebbie Lee Soonが審査員として参加

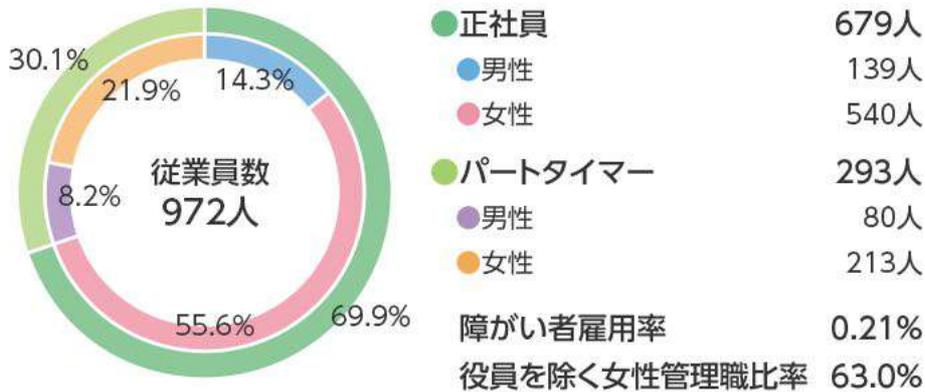


2022年12月にSEHは4万ドルをケイキオカアイナに寄付

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 (2022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、2022年度もプラスチック使用量の削減を最優先事項の一つとして推進しました。2022年度は、SEHのプライベートブランドのスナックやキャンディーに使用するプラスチック包装を25%削減することを目標に設定しました。お取引先様の協力のもと、12月にこの目標を達成し、プラスチック使用量を年間180ポンド、CO₂排出量を約247トン削減しました。



【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^{※1}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^{※2}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

※1 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

※2 生分解性バイオマスプラスチックポリ乳酸

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

| | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年目標 |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 店舗数 | 66 | 65 | 65 | 65 | 67 |
| 電気使用量 (MWh) | 18,849 | 18,099 | 18,156 | 17,950 | 18,502 |
| 水使用量 (千m ³) | 50 | 51 | 55 | 55 | 56 |

2022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 |
|---|-----------------|--------------------|
| 「2022ベスト・オブ・ホノルル」 コンビニエンスストア部門1位、むすび部門1位 | ホノルルマガジン | 読者投票 |
| 「2022ベスト・オブ・ハワイ」 コンビニエンスストア部門1位、むすび部門1位 | KITV | KITV4およびKIKUの視聴者投票 |
| 「2022ハワイアンズ・ベスト」 弁当部門1位、むすび部門1位 | Star Advertiser | 読者投票 |



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。さらに、香奈維スは2022年3月にISO22000（食品安全マネジメントシステム）認証を取得しました。

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で、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、2022年度にお客様満足度の向上を目指して、主に次の3つをテーマにしたトレーニングを実施しました。(1) 迅速にカウンセリングできるOFCの育成、(2) 新店開業前の従業員を対象とした基本業務の習得、(3) 店舗基本4原則のレベルアップ。また、これらトレーニングを継続できるよう3つの新たな体制を整備しました。1つ目はOFC候補者を9カ月間の短期間で育成する体制の構築、2つ目は新店開業前の3段階のOJT（開業前の直営店での研修、店内での実務研修、オープン日の現場指導）、3つ目は基本4原則を中心とした評価の実施で、店舗を巡回して売場を確認する体制を構築しました。売場での確認内容は、従業員の接客対応、販促の声かけ、クリンリネス、商品管理などであり、運営部にフィードバックする仕組みも整備しました。加えて、2021年度に実施した“TTT（Training The Trainer）会議”を2022年度も継続しています（開催頻度は三カ月間1回に変更）。

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、コーヒーをお買い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、2022年度は35,570円を寄付しました。

北京緑化基金への募金額の推移

| 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 |
|---------|---------|---------|
| 49,410円 | 51,231円 | 35,570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、従業員有志2名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。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。しかし、2022年度は年末にコロナの大規模な集団感染が発生したことから、「善工家園」への訪問と物品寄贈を見送ることとしました。

セブン-イレブン成都による「善工家園」への物品寄贈金額

| 2020年度 | 2021年度 | 2022年度* |
|--------|--------|---------|
| 1,990円 | 1,891円 | 0 |



「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（2022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（174人・164人） | 143人（52人・91人） | 121人（39人・82人） |
| パートタイマー | 229人（91人・138人） | 122人（58人・64人） | 24人（7人・17人） |
| 障がい者雇用率 | 4.92% | 3.50% | 2.07% |

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。2022年度よりOFC会議を利用してOFC向けのテストを定期的に行っています。商品知識、商品カテゴリーごとの重点商品、売上を向上するための解決方法、デリバリー、店内体制構築などの項目について確認することで、OFCの全体レベルおよび個人の能力を把握できることから、テスト結果を踏まえて教育とトレーニングを強化する計画です。また、OFCの企画力をさらに向上させるため、OFC向けに開発した店舗支援システムに関する教育（使用方法から使いこなすコツ）を徹底し、行動計画を作成・実施して検証する取り組みを開始しています。

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。

セブンイレブン天津では、2022年度から優秀なOFC候補者を選抜・育成するために、店舗新入社員を対象に1年間AFCへ昇格できる「快速プラン」を実施しています。単に昇格期間を短縮しただけでなく、社員本人が200%努力できるよう、トレーナーも初期段階から業務知識の習得、店内での実技・練習などを時間をかけてフォローしており、快速プランに合格した社員は高いモチベーションを持って取り組んでいます。2022年度は5名が応募、2名が合格し、うち1名は現在店長職として活躍しています。また、実習生6名も快速プランに応募し、合格した5名が現在副店長職となっています。

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て、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。さらに、2021年には「従業員守則」を改訂し、個人のキャリアパスを明確化するとともに、人事評価制度を細分化しました。2022年度は既存のパフォーマンス評価制度に基づき、個人業績指標にKPI+GS（行為）を導入しました。また、会社業績と個人業績を連動させることにより、業績を中心とする年間賞与評価制度を整備しました。

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、優秀な人材の確保のほか、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名を受け入れ、そのうち4名がセブン-イレブン天津に就職しました。セブン-イレブン成都では、2021年度は10名を受け入れ、そのうち1名が2022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CO₂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CO₂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ャルドケースの増加によって全体のCO₂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CO₂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

| | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 店舗数 | 266 | 275 | 283 | 304 | 317 |
| 電気使用量 (MWh) | 26,537 | 29,773 | 24,251 | 25,171 | 20,598 |
| 水使用量 (千m ³) | 85 | 94 | 78 | 55 | 47 |

セブン-イレブン天津

| | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 店舗数 | 155 | 178 | 179 | 200 | 209 |
| 電気使用量 (MWh) | 14,814 | 20,051 | 17,552 | 17,898 | 20,440 |
| 水使用量 (千m ³) | 42 | 57 | 49 | 50 | 44 |

セブン-イレブン成都

| | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 店舗数 | 77 | 75 | 73 | 84 | 85 |
| 電気使用量 (MWh) | 11,137 | 9,720 | 7,631 | 8,491 | 8,748 |
| 水使用量 (千m ³) | 25 | 24 | 24 | 27 | 24 |

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、ウォークイン冷蔵庫の冷気の流出を防止するカーテンの設置や、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了し、1日当たり1,485kWの省エネにつながっています。セブン-イレブン成都は、2022年度に全85店にFF冷蔵ケースを導入し、1日当たり約320kWの省エネを実現するとともに、2022年度下半期から夜間の約7時間は照明を3分の1消灯することで、電力使用量を1日当たり約80kW削減しています。

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カ条の標識を全店舗に再案内してバックルームに貼付し、全従業員の意識を高めることで節電を徹底しています。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(中国)投資有限公司は、1997年に中国成都市で春熙店をオープンして以来、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」をモットーに持続的な成長を目指しています。中国においてイトーヨーカ堂の「匠の精神」を発揮し、お客様一人ひとりのより良いお買物体験につながる高品質な商品とサービスの提供に努めています。

2018年からは「新イトーヨーカドー構築戦略」を開始しました。リアル店舗だけでなくネットショッピングなどECビジネスにも積極的に挑戦し、消費行動の変化に対応する多業態オムニチャネルリテラーとして、ビジネスモデルを進化させています。

新型コロナウイルス感染症の流行によって行動が制限された際は、自社のサプライチェーンの能力を最大限に活用して、市民の日常生活に必要な商品を確保し、「社会インフラ」としての小売業の使命を果たしました。

また、中国スーパーストア事業においても企業と社会がともに成長していくことを重視しています。グループ共通の7つの重点課題や環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」に基づき、お客様、お取引先様、株主、地域社会、従業員などのステークホルダーとの対話を継続し、企業の持続的成長と持続可能な社会の実現に貢献していきます。

世界共通のテーマである持続可能な開発目標に関して、中国も「3060ダブルカーボン目標※」という脱炭素政策を掲げています。こうしたなか、中国のイトーヨーカ堂も「グリーンイトーヨーカドー」を掲げ、持続可能な社会の実現に貢献することを目標としています。また、お客様に安全・安心な食品、そして、より質の高い商品とサービスを提供するとともに、プラスチック使用の削減や食品ロスの削減、地域社会の発展のための公益寄付など、環境・社会にやさしい「グリーンモール」として、小売業の新しい価値を探求し続けていきます。

今後も、お客様のニーズの変化に対応し、日系企業の特長をさらに強化するとともに、日中経済貿易の拡大を促進することで新しい生活シーン・商品・消費行動を創造し、お客様に「期待を超えるお買物体験」を提供できるよう取り組んでまいります。

※2030年までにピークを迎え、2060年までにカーボンニュートラルを目指す政府政策



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 | 垂運村店 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 |
| 2014年1月 | 温江店 開店 (成都市) |

| 年 | 出来事 |
|----------|--|
| 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「成都市荣誉市民」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） |
| 2021年11月 | 三枝富博が中国政府から国家級賞の海外専門家を講える最高の荣誉賞「中国政府友誼（ゆうぎ）賞」を受賞 |
| 2022年1月 | 食品生活館 金融城店 開店（成都市） |
| 2022年2月 | 成都市に「成都イトーヨーカ堂信息技术サービス有限公司」 設立 |

会社概要

| | 成都イトーヨーカ堂 | 華糖ヨーカ堂 |
|---------|---|--|
| |  |  |
| 売上高 | 995億円 | 69億円 |
| 従業員数 | 2,919人 | 184人 |
| 店舗数 | 11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・金融城） | 1店舗（亞運村） |
| 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 | CSR統括委員会 | CSR統括委員会 |
| | 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2022年12月末、従業員数は2023年2月末）

※ 為替換算レート1元=19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CSR統括委員会を設立し、中国国内の各事業会社がCSR統括委員会と連携し、中国事業において横断型の活動体制の構築を始めています。CSR統括委員会は、企業行動部会、環境部会、消費者・QC部会の3部会で構成しています。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の達成に取り組むとともに、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・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と同時にコンプライアンスへの取り組みも強化しています。

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ためにイトーヨーカ堂（中国）投資有限公司のCSR統括委員会と連携した取り組みを開始しています。CSR統括委員会では、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するなど、従業員教育カリキュラムの拡充にも注力しています。

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レポート」を2016年7月に初めて発行して以来、毎年レポートを発行しています。報告書の作成にあたっては、GRIガイドライン、SDGs、ESGの各種指標などを参照し、それぞれに関する対照表を巻末に掲載しています。

2022年8月に公表した2021年度CSRレポートは、四川省のCSR報告書発表会や、民間向けの会議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、商品が基準に適合していることを確認しています。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全体を通した品質管理システムの構築を進めています。

華糖ヨーカ堂は、食品売場の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、衛生管理のプロセス、従業員に対する品質管理体制の検査を定期的に行っています。そのほか、新型コロナウイルス感染症の拡大防止対策として、食品売場の従業員は毎日、バックルームの従業員は行政の要請に応じて24~48時間ごとにPCR検査を受けています。自主的に売場やバックルームの定期消毒も実施し、お客様が安心してお買物をできるよう努めています。

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のもと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公開しています。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開発し、品質管理を行っている商品で、多くのお客様から安全・安心な商品として支持されています。

2022年までに「看得見的放心」は合計348アイテムに拡大し、販売数量は169万個、販売金額は2,584万円に達しています。2022年度は新たに113アイテムを追加し、生産拠点は、五常、丹東、新疆、海南、陝西大荔、鄯善県、成都、紅河、山東、漢源県、会理県、漳州、彭州市、郫都区、遂寧、温宿県など35カ所に拡大しています。

「看得見的放心」のアイテムの一つである莊園黒豚は、標高4,000メートル以上の地域で12年間6世代に渡って育成された蔵香豚種と川黒豚を厳選。雑穀と山の湧き水を混合した飼料で育成し、自然豊かな環境の中でゆっくり300日間をかけて丹念に飼育されており、香ばしさや柔らかさが特徴のおいしい豚肉として人気を博しています。

また、四川省で冬場に日常的に利用されている野菜である花菜も提供しています。四川省簡陽市と彭州市の生産拠点で、それぞれ5品種、形状の異なる花菜を開発。異なる色彩や口当たりが成都市民の食生活に彩りを添えています。

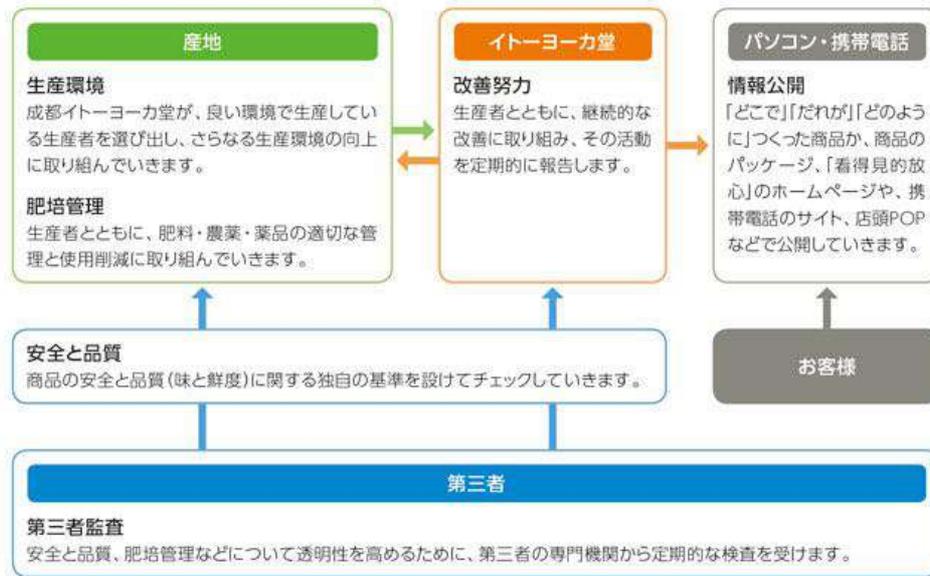


「看得見的放心」莊園黒豚シリーズ



「看得見的放心」花菜類シリーズ

「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、本部と店舗が一緒に実施する運営品質検査では、売場の基本接客、売場とバックルールの管理、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。

2022年からは、売場・バックルールの基本管理、店内の設備や環境、安全・消防設備、従業員の接客に対する検査・評価を強化しています。検査の頻度と項目を増やし、ごみの分別や廃棄物管理の状況などについても検査を徹底しています。



食堂の冷凍庫点検

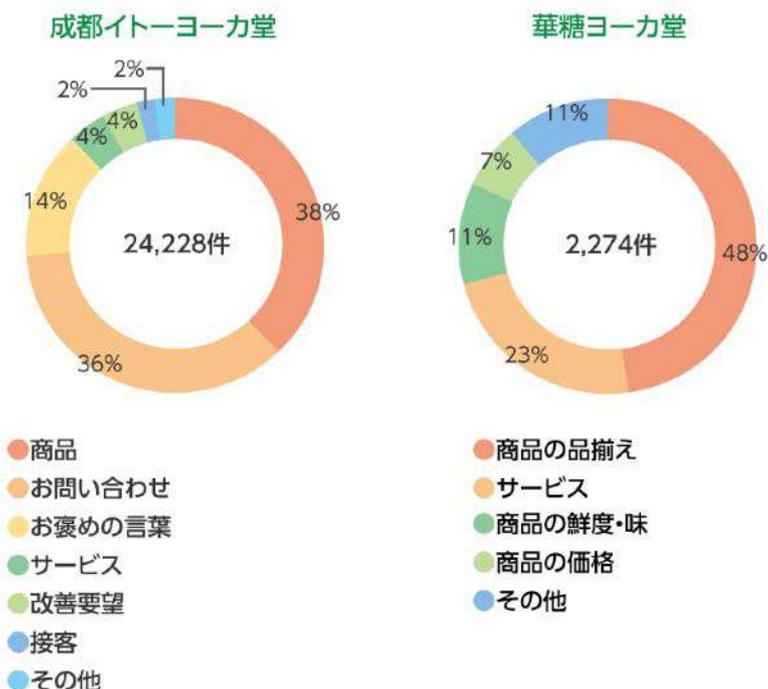


管理本部と店舗スタッフによる検査結果の共有

「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年よりお客様から「市民品質監督員」を公募していますが、2022年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から顧客懇談会と品質監督員の活動を中止しました。このような状況にあってもお客様の声を活かす活動は継続し、日本の商品の取扱いや会員ポイントで交換できる女性向けの商品を拡大したほか、「伊藤到家」（ネットスーパー）のポータルサイトに寄せられた多数のご意見を反映して商品・サービスの改善を実施しました。

お客様の声の受付状況(2022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、学校教育と生活困窮世帯を支援しています。2007年度から4つの小学校を選定し、学校の施設・設備の改善に必要な用具を寄贈しているほか、学校からの要請に応じて、恵まれない子どもたちに文具や教具、スポーツ用品などを寄贈しています。また、毎年、四川大学日本語科の優秀な学生に奨学金を支給し、勉学を奨励するとともに、将来の日中の架け橋になる人材の育成に貢献しています。この取り組みは2022年で25回目となりました。

2022年9月5日、四川省瀘定県でマグニチュード6.8の地震が発生し、多くの家屋が倒壊し、山奥に住んでいる多くの方が避難所での避難生活を強いられました。成都イトーヨーカ堂は、地震直後に25万円の寄付を決定し、最も被害が大きかった得妥町エリアで、重大な影響を受けていた未成年の児童を重点的に援助しました。また、被災した子どもたちのご家庭を訪問し、生活や勉強に必要な物資を提供しました。



瀘定県得妥鎮の避難所での寄贈式



被災青少年家庭へのお見舞い

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。

華糖ヨーカ堂では、清掃活動を日課として、従業員が率先して公共施設などの衛生・美化活動に取り組んでいます。



春熙店のボランティアチーム



春熙路歩行者天国となっている中山広場の清掃

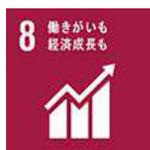


華糖ヨーカ堂の清掃活動



華糖ヨーカ堂の清掃活動

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、地域に根差した店舗づくりを目指し、中国出店当初から積極的に現地社員を登用しており、2023年2月末現在も各店舗で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99.1%、華糖ヨーカ堂が98.5%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（眉山店、樂山店）では地域の人材を多数採用し、89%を占めています。

また、女性の活躍も推進しています。成都イトーヨーカ堂の女性管理職の比率は63.8%で、11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の比率は50.6%（役員を除く）で、アジア村店の店長も女性が務めています。

従業員データ（2023年2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 | 194人 |
| うちパートタイマー | 87人 | 25人 |
| 管理職に占める中国人の割合 | 99.1% | 98.5% |
| 管理職に占める女性社員の人数と割合（役員を除く） | 720人（63.8%） | 40人（50.6%） |
| 女性係長人数（係長職の女性比率） | 224人（61.9%） | 15人（55.6%） |
| 女性課長人数（課長職の女性比率） | 105人（63.2%） | 13人（46.4%） |
| 女性部長人数（部長職の女性比率） | 30人（66.7%） | 12人（50.0%） |
| 女性役員人数（役員職の女性比率） | 3人（25.0%） | 1人（14.2%） |
| 障がい者雇用人数（雇用率） | 51人（1.8%） | 9人（4.6%） |

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、プラスチック使用量の削減に注力しており、共同で生分解性プラスチックを原料としたレジ袋に切り替えました。あわせて、レジ袋の使用削減を図るため、エコバッグの販売にも注力しています。

また、2022年度から成都イトーヨーカ堂はSDGsの普及に向けた活動に参加しています。成都市小売業者協会と電子科学技術大学の持続可能な発展フォーラムで、一般の消費者にグリーン消費を提案しました。より多くの一般消費者がグリーン消費に参加し、日常生活の中で例えば小さなことでも持続可能な発展の理念に基づく取り組みを実践していただけるよう、お客様とともに取り組む環境保全活動を積極的に提案していきます。



自己推薦制度

成都イトーヨーカ堂は、従業員がより成長できるよう、「公平・公正・競争・優秀選択」を基本理念として、従業員が活躍できる職場環境の整備を進めています。

2015年度より、社員の自主性を尊重し、その意欲に応えるために「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。

また、人材育成にも積極的に取り組んでおり、2022年度からは「内部競争募集制度」を開始しました。自薦・他薦いずれでも応募可能で、店舗の現場管理者である主管・副主管を定期的に募集しています。応募者は自身の職務内容を説明し、社内審査員51%以上から評価を得た社員のうち、獲得票の多い応募者を採用しています。また、部門担当マネジャー以上も不定期に募集しており、職務説明と討論を行い、職務募集委員会の評価点が高い応募者を選抜しています。選抜された社員は、暫定職務を6カ月間遂行し、終了後に社内基準に沿って再度職務評価を受け、その評価に合格することで正式に職務に就任します。

2022年度は6回職務募集を行い、109人が応募しました。このうち、26名が昇進、6人が合格し、5人が幹部育成候補として登用されました。

人材育成制度

成都イトーヨーカ堂と華糖ヨーカ堂では、従業員の潜在能力を引き出し、従業員が持てる力を最大限発揮できるよう研修制度の充実を図っています。

成都イトーヨーカ堂は、人材育成、企業文化・理念の伝承、独自性の高い専門技術の習得や、商品開発チームの育成を目的に、2022年3月に「人材開発センター」を設立しました。同センターでは、会社、業界、社会の発展に寄与することを目標に掲げ、基礎の整備、組織内訓練、外部専門家の協力により、成長型組織の構築に取り組んでいます。

華糖ヨーカ堂は、2022年度に社是・経営理念、現場社員支援、接客サービスに関する教育内容を見直し、お客様への質の高い商品・サービスの提供に努めています。お客様から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）を全体会議で表彰し、従業員の一体感、エンゲージメントの向上を図っています。

人材育成教育

座学教育

成都イトーヨーカ堂は、成長型組織、働きがいのある職場環境の構築を進めています。2022年度は、企業文化、管理力、業務力の3大テーマで18講座の社内研修を実施し、延べ11,405人の従業員が参加しました。



新入社員教育



企業文化と経営理念の浸透を図る社内教育

eラーニング

成都イトーヨーカ堂は、会社の基本理念の継承・徹底を図るため、時代の変化に合わせて、新世代の社員が受け入れやすい教育方式を導入しています。2022年度もオンライン教育を継続し、企業文化、企業戦略、業務ごとの専門知識など多様な講座を実施しました。講座の実施形式も、短編映画、ビデオ、アニメなど多様化し、本部と店舗の従業員を含む、延べ34,857人が受講しました。

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、2020年度から「自然を尊重し、自然に順応し、自然を保護する」という環境理念を掲げ、資源ごみの分別、環境インフラの改善、リサイクル廃棄物の回収などを継続しています。2022年度は、1億円をかけて店舗内照明をLED照明器具に切り替えました。また、食品廃棄物の削減、リサイクル可能なゴミの回収などを含め、会社全体で炭素排出量の削減を努めています。但し、ガス使用量が増加しており、炭素排出量を削減する上での課題となっています。冬季の暖房用ボイラーの燃料を環境に配慮して石炭から天然ガスに切り替えたことでガス使用量が増加していることから、今後、ガス使用量の管理を実施していきます。

華糖ヨーカ堂は、店内温度を管理する空調システムの適正運転に努めています。天候や気温の変化に応じて、空調の運転時間や空調するエリアを随時調整することで、ガスや電気の使用量を削減しています。また、施設管理業者に依頼して綿密な店舗内温度測定を行い、温度変化に応じて、空調設備の運転パターンを調整しています。さらに、店舗の売場にはすべて省エネルギー照明設備を導入し、バックルームの照明使用量も50%に抑えるなど、電気使用量の削減に取り組んでいます。しかし、2022年度は店舗改装でテナント部分の施工工事が増加し、自主営業以外の部分の電気、ガス使用量が増加したことで、店舗全体のエネルギー使用量が増加しました。今後は、店内テナントの協力を得て、店舗全体のエネルギー使用量の削減を進めていきます。

成都イトーヨーカ堂

| | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 |
|------------------------------|---------|---------|--------|
| 店舗数 | 9 | 10 | 11 |
| エネルギー使用量 (標準炭トン) | 13,553 | 13,580 | 12,140 |
| 電気使用量 (MWh) | 105,439 | 107,670 | 98,783 |
| ガス使用量 (1,000m ³) | 540 | 563 | 684 |
| 水使用量 (1,000m ³) | 888 | 857 | 752 |

華糖ヨーカ堂

| | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 |
|------------------------------|--------|--------|--------|
| 店舗数 | 1 | 1 | 1 |
| エネルギー使用量 (標準炭トン) | 1,434 | 1,353 | 1,408 |
| 電気使用量 (MWh) | 7,924 | 7,912 | 7,950 |
| ガス使用量 (1,000m ³) | 335 | 256 | 274 |
| 水使用量 (1,000m ³) | 55 | 63 | 54 |

2022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、2022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 |
|------------------------------------|------------------------|
| 2022年度 トップ10企業 | 成都小売業協会 |
| 2022年度 社会価値貢献賞 | 成都小売業協会 |
| 2022年度 新鋭ビジネスプロジェクト-食品生活館金融城店 | 成都小売業協会 |
| 2022年度 15分圏住民生活サービスリーダー賞-双楠店食品スーパー | 成都小売業協会 |
| 2022年度 ファッション成都商業総評ランキング-業界推進力大賞 | 成都EconomicDairy & 紅星新聞 |
| 2022年度手本中国・ゴールデンビジネス最優秀消費者口コミ賞 | 華西都市報 |

【華糖ヨーカ堂】

| 賞の名前 | 主催団体 |
|-----------------|-----------|
| 2022年度 納税信用B級企業 | 国税庁朝陽区税務局 |
| 2022年度 安全生産先進企業 | 朝陽区小関街道 |