

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：10,200,414百万円（チェーン全店売上）
店舗数：13,122店舗



SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. >

売 上：59,246百万円
店舗数：67店舗

※ 為替換算レートはU.S.\$1=140.67円

※ 売上・店舗数は2023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：18,676百万円
店舗数：331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：3,416百万円
店舗数：217店舗
設 立：2012年11月



セブン-イレブン成都 有限公司

売 上：2,770百万円
店舗数：77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：23,368百万円

店舗数：9店舗

設 立：1996年12月



華糖ヨーカ堂有限公司

売 上：2,343百万円

店舗数：1店舗

設 立：1997年9月

※ 為替換算レートは1元＝19.82円

※ 売上高には増値税（付加価値税）を含まず

※ 売上・店舗数は2023年12月末現在

7-Eleven, Inc.

7-Eleven, Inc.（以下、SEI）は、出店地域とのつながりを大切に、日々のあらゆる活動において、地域の皆様の良き隣人として、「近くて、便利で、安心な、みんなのお店」を目指しています。その一例が、“Good Made Easy”という取り組みです。これは、お客様やフランチャイズオーナー、サプライヤー、ベンダー、従業員が気軽に社会貢献ができるようにサポートするものです。

また、SEIの従業員が一丸となり、地域の皆様や地球環境が豊かになるように団結しています。私たちは次世代の人々のために、持続可能な未来を創造していかなければなりません。そのため、従業員には当社の事業に欠かせない「人・地球・商品」へのコミットメントについて教育し、行動を促しています。そして、これらの取り組みの進捗を定期的に測り、報告することは、現在地を把握し、改善が必要な点を洗い出していくことにもつながると考えます。



持続可能な未来に向けたイノベーション

SEIは、環境負荷を低減するためにエネルギー・資源効率の向上や廃棄物の削減、資源消費の抑制を継続的に図っています。また、代替エネルギー（風力・太陽光発電）の活用や環境関連イニシアティブへの対応についても戦略的な投資を推し進めています。

環境負荷の低減

SEIは、セブン&アイグループの環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」に貢献するために、2030年と2050年の具体的な目標達成に向けた戦略的な取り組みを推進しています。これらの目標は、国連が掲げる「持続可能な開発目標」（SDGs）に則っており、その進展を後押しするものでもあります。

これを踏まえ、私たちは「地球」を最優先課題とし、代替燃料へのアクセスの向上やCO₂e排出量の包括的な削減、再生可能エネルギーへの継続的な投資、持続可能なパッケージの追求などを通じて、次世代につなげられる未来の実現を目指します。

【SEIの環境目標】

2030年までに、店舗運営に伴うCO₂e排出量を2013年度比で50%削減



外部団体との連携

SEIは、環境保護活動を推進するうえで大きな役割を果たすべく、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。RSIは、米国の大手小売業者で構成される業界全体の教育フォーラムで、環境に関する先進的な取り組みの共有をはじめ、将来のトレンド・同業他社とのベンチマークの把握、業界共通の環境・社会・ガバナンス課題への対応などに協調して取り組んでいます。

省エネルギーの推進とCO₂e排出量の削減

「GREEN CHALLENGE 2050」の一環として、2030年までに店舗運営に伴う二酸化炭素等価（CO₂e）排出量を、2013年度比で50%削減することを目標に掲げています。

2023年度は、排出量削減に向けた各種取り組みを進めた結果、米国とカナダの店舗運営に伴うCO₂e排出量を、前年度比で61,224 MTCO₂e、2013年度比で587,564 MTCO₂e削減し、2013年度から2023年度の10年間で42.7%の削減率を達成しました。これは、およそ13万9,841台の乗用車が1年間に排出するCO₂e排出量に相当します。

また、一部店舗では、省エネ設備の導入促進や省エネ店舗設計の導入促進、再生可能エネルギーの利用拡大でも大きな成果をあげています。

LED照明の導入

SEIは、エネルギー効率の高い店舗設計基準の一つとしてLED照明を上げており、一部の店舗ではLED照明を採用することによって店舗でのエネルギー使用量の削減とCO₂削減の目標達成に貢献しています。

暖房換気と空調（HVAC）

SEIは、エネルギー使用量の削減に向けて一部の店舗で冷暖房の効率化に取り組んでいます。これによって、お買物環境の質を損なうことなく、店舗の省エネ化を実現しています。

エネルギーマネジメントシステム（EMS）

SEIは、一部の店舗にエネルギーマネジメントシステム（EMS）を導入し、空調や冷蔵冷凍設備の使用状況の把握、制御、運転の最適化を図っています。また、エネルギー効率の良い空調設備を導入しており、省エネの実現に大きく貢献しています。

省エネルギー店舗設計

SEIは、省エネ設備の導入促進に加え、省エネ店舗の設計を導入し、店舗でのエネルギー消費量の節減を図っています※。

- ・ Low-E（低放射）ガラス窓
- ・ 人感センサ
- ・ 光電池／昼光ハーベスティング
- ・ 構造用断熱パネル（SIP）

※ 一部のセブン-イレブン店舗で実施

再生可能エネルギーの利用拡大

SEIの省エネプロジェクトは、当社の取り組みの一部にしか過ぎず、もう一つの重要なイニシアティブとして、再生可能エネルギーの利用拡大にも力を入れています。2023年度は、米国とカナダの7-Eleven, Inc.店舗の電気使用量の約29%が、風力・太陽光発電を含む再生可能エネルギーでまかなわれました。

テキサス州は15,000基以上の風力タービンを保有しており、建設中のものも含めると風力発電の発電容量は全米トップであり、国内最大規模の風力発電所のうちの4施設が同州に集まっています。SEIは、2017年に競争の激しいエネルギー市場のうち電力会社TXU Energyから州内の全店舗向けに、風力エネルギーを購入する契約を結びました。2023年度は、TXU Energy社から333,000 MWh超の再生エネルギーを購入し、州内の970以上の店舗で使用。その結果、2023年度に使用した再生可能エネルギーのうち、37%が風力発電由来となりました。

フロリダ州では、大規模太陽光発電施設から店舗で使用する電気を調達するプログラムに2020年度から加入しています。この契約による2023年度の太陽光発電由来の電気使用量は約109,000 MWhで、SEIが消費した全再生可能エネルギーの12%を占めています。

イリノイ州では、2021年度に60,000 MWh超のオフサイト風力発電に関する契約を締結。2023年度は、約61,000 MWhの再生可能エネルギー由来の電力を調達しました。また、同年にオレゴン州でも2,500 MWh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締結しました。これらの契約のもと、2023年度は約970 MWhの再生可能エネルギー由来の電力を調達しました。

また、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、同州南東部に位置する160の全店舗で20年にわたって再生可能エネルギーを調達すると、2022年度に発表。これによって100%クリーンエネルギーの実現を目指します。CO2e排出量の削減効果は年間1万4,000トン以上にのぼり、この量は約3,300台のガソリン車が排出するCO2eに相当します。今回の契約は、いかに私たちが官民間問わずにパートナーシップを構築し、カーボンフットプリントの削減を進めているかを示す優れた事例といえます。

このほかにも、2022年度にはネバダ州で、オフサイト風力発電と太陽光発電による電力を、年間3万7,000 MWh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、2023年度は約4万2,000 MWhの再生可能エネルギー由来の電力を調達しました。



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

コミュニティ・ソーラーは、電力会社が開発し所有する大規模太陽光発電所を、複数の地域の契約者が共有する仕組みです。住宅やビル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、契約者は発電容量に応じて電気料金に反映されるクレジットを受け取ります。

代替燃料へのアクセス向上

SEI は、かねてから顧客体験の向上につながるイノベーションに力を入れています。代替燃料の提供もその一つで、いち早くEV充電スタンドを導入しました。同時に、EV急速充電ネットワーク・支払いアプリ「7Charge™」を立ち上げ、EVドライバーの皆様にも「7Charge」ネットワークでのシームレスな充電や決済へのアクセスを提供することに努めてきました。

主要幹線道路沿線や首都圏の店舗で手軽に利用できるEV急速充電※サービス「7Charge」は、コンビニエンスストアの概念を再び塗り替えつつあります。2023年は、急速充電スタンド網を通じ、計120万kWhの電力が購入されました。これは、360万e-マイル分の充電に相当します。

現在、当社のEV充電スタンド網は拡大しており、2023年末時点で7つの州の38店舗に計126基のEV充電器を設置済みです。

※充電スタンドを設置する大半の店舗で導入



EV充電ステーション

天然資源の保全

水の効率的な利用は、水使用量の削減、ひいては、かけがえのない天然資源の保全につながるとSEIは考えます。そこで、一部の店舗では省エネ設計項目として、蛇口から出る水流に気泡を含ませることで節水が可能な「低流量エアレーター水栓」を採用しています。

7-Eleven, Inc.の店舗運営に伴う環境関連データ

	2020年度	2021年度 ^{※4}	2022年度 ^{※4}	2023年度 ^{※4}
検証対象店舗数 ^{※1}	9,387	13,043	12,811	12,634
GHG排出量 ^{※2} (千t-CO ₂ e)	759	1,002	851	790
CO ₂ 排出量 ^{※2,3} (千t-CO ₂)	755	997	848	790
電気使用量 ^{※2} (GWh)	2,306	3,213	3,186	3,125
水使用量 ^{※2} (千m ³)	10,637	10,544	15,480	15,223

※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

[第三者検証報告書](#) >

サステナブルパッケージ

「サステナブルパッケージ」は、容器包装の生産から使用、廃棄に至るライフサイクルを通して、環境への負荷を極力抑えることができる包材や包装方法を指します。SEIは、サステナブルパッケージの考えにもとづき、容器包装の改善を続けています。

例えば、使用済みの製品のリサイクル素材（PCR）を容器包装に全部または一部配合するなど、持続可能な素材の使用に取り組んでいます。また、当社は、2030年までに、プライベートブランド商品の50%でサステナブルパッケージを採用することを目標に掲げています。



【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%を持続可能な容器・包装に切り替える

2023年度の主な取り組み

使用済みリサイクル素材（PCR）の利用拡大

サンドイッチの三角容器

作りたてのサンドイッチが食欲をそそるのはもちろんですが、そのおいしさを守っているのが環境に配慮した包装であれば、なおさら魅力的です。SEIでは、お客様の満足度を高めるため、サンドイッチの三角パッケージに使用済みリサイクル素材（PCR）を採用しています。

2023年は「リサイクル材料インクルージョン」プログラムを展開。パッケージのデザインを見直し、PCRの配合比率を20%に引き上げることで、再生素材ではないプラスチックの使用量を年間およそ7万1,500ポンド削減することができました。これは「おいしい食べ物を手軽に楽しむこと」と「環境にやさしいこと」が両立可能な目標であることのあかしと言えます。



ポリスチレンの使用削減

ナチョ・キット

ナチョスは、アメリカ人に最も愛されるソウルフードの一つです。SEIは「ナチョ・キット」の具材の鮮度やおいしさを保つという難しい課題に取り組んできました。従来は断熱性に優れるポリスチレンを使用していましたが、リサイクルが困難なため一度使用されると不燃ゴミとして埋め立てられるというのが課題でした。一方、昨今市場に出回っているポリプロピレンは、安全性が最も高いものの一つとされており、一般にポリスチレンよりもリサイクルしやすいのが特長です。米食品医薬品局も食品に接触することを意図したプラスチック材料として承認しており、耐熱性も高いことからナチョスのような電子レンジで温める食品にも最適です。

そこで、SEIは「ナチョ・キット」の容器のデザインを見直し、素材をポリプロピレンに切り替えたことで、ポリスチレンの使用量を年間22万5,000ポンド以上削減することができました。



食品廃棄物の削減

Too Good To Go（食品廃棄物の削減に向けての「サプライズバッグ」の販売）

環境課題のひとつに「食料廃棄」があります。品質にまったく問題のない食品が捨てられてしまうと、それを栽培し、収穫し、輸送し、包装するのに費やされたエネルギーや水もすべて無駄になってしまいます。例えば、カナダでは毎年3,550万トンもの食料ロスや廃棄が発生します。世界の温室効果ガスの総排出量のうち、食料廃棄だけで1割を占めるとされています※。

また、「食料廃棄」は人道的な課題でもあります。現在180万人の子どもを含むおよそ690万人ものカナダ人が、日々の食料にも事欠く生活困窮世帯に属しています※※。7-Eleven Canadaは、こうした現状を打開したいという強い思いから、グローバルソーシャルビジネス企業であるToo Good To Go社とパートナーシップを組み、対策に乗り出しました。Too Good To Go社は、「あなたのお気に入りのお店で売れ残った食べ物を、早すぎる廃棄の運命から救い出す」ことをミッションに掲げています。

2023年初頭、7-Eleven Canadaはバンクーバーとトロントの実証実験店舗で、Too Good To Go社のモバイルアプリを活用し、賞味期限前の商品などを詰め合わせた割引価格の「サプライズバッグ」を毎日提供する試みをスタートさせました。お客様からも好評で、取り組みの拡大に向けた確かな手応えを得ることができました。2023年12月現在、このプログラムはカナダ各地の445店舗で展開され、13万食以上の廃棄物削減につながっています。また、「サプライズバッグ」を目当てに来店するお客様の31%が初めて7-Elevenを利用するお客様でもあるというデータもあり、この取り組みが来客増加にも貢献していることが分かりました。しかも、そのうちの29%が「サプライズバッグ」のついでに他の商品も購入しています。「Too Good To Go」プログラムを通じて、7-Eleven Canadaは、困窮家庭に食料支援を行い、環境負荷を低減し、さらには7-Elevenのお客様を増やしてまいります。

※ セカンド・ハーベスト社とバリュー・チェーン・マネジメント・インターナショナル社による調査

※※ Li T, Fafard St-Germain AA, Tarasuk V. (2023) Household food insecurity in Canada, 2022.



責任ある消費の推進

お客様に最高品質の商品を提供すると同時に、世の中に素晴らしい「価値」をもたらすことが、私たちSEIの最優先事項です。そのためには、どういった類の商品を提供するのか、そうした商品がどのように作られ、どのような段階を経て店に届くのかといった点も看過できません。コンビニエンス業界のリーダーとして、私たちには責任をもってしかるべき供給源から商品を調達する責務があります。このことは、ベンダーから調達する場合だけでなく、魅力的なプライベートブランド商品を開発する場合にもあてはまります。

「Brands With Heart」― 革新的な新進ブランドへの販売機会の提供

SEIの「Brands with Heart™」は、新進ブランドに対し、全国の店の陳列棚に商品を並べるチャンスを提供するプログラムです。多くの人々の心と味覚をつかむだけでなく、全米各地のコミュニティに有意義なインパクトも与えています。

小売業界のリーダーとしてのSEIの役割は、お客様に目新しい商品を提供するだけでなく、商品やサービスによってコミュニティに変化をもたらす育んでいくことにあると考えています。このゴールに一步でも近づくため、SEIは今年、初の試みとして、「Brands with Heart」の参加者が、各社の明確な目的を強く打ち出した商品を提案する機会を設けることにしました。

2023年の「Brands with Heart」に参加した企業Equitea Co.もその一社です。2020年にQuentin Vennieさんと妻のErinさんが立ち上げたEquitea社のミッションは、健康志向の商品を、消費者にとって「より手が届きやすく」することで、ウェルネスの輪を広げていくことです。

革新的な新進ブランドに対し、自分たちの商品を世界に送り出すための足がかりを提供できることは、7-Elevenの誇りです。こうした商品は、ただ単に「おいしい」だけではなく、環境や社会にとってプラスになるインパクトや利益をもたらすものでもあるからです。



地域社会への貢献

豊かで活力のあるコミュニティづくり

サービスを通じて地域社会に貢献し、地域を導いていくことは、私たちのコアバリューであり続けてきました。ボランティア活動や慈善寄付活動、店頭募金活動など、社会にとって重要な活動をサポートすることで、豊かで活力あるコミュニティを未来へとつなぐお手伝いをしています。



2023年度 社会貢献活動ハイライト

子どもたちへの支援

SEIは、お客様による店頭募金と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「Annual Miracle Tournament and Celebration Dinner」を通じ、非営利団体Children's Miracle Network Hospitals®（CMN Hospitals）に1991年からの累計で1億9,000万ドル近くの寄付金を集めてきました。2023年の一年に限っても、お客様からの寄付金は1,800万ドルを超え、寄付先のCMN Hospitals加盟病院は全米各地の106施設にのぼりました。2023年の「Annual Miracle Tournament and Celebration Dinner」には、7-Elevenの加盟店オーナー、サプライヤー、ベンダー、従業員をはじめ1,000人ももの支援者が集結し、CMN Hospitalsを利用する子どもたちの日々の健闘を讃えました。今年は各地の加盟病院を代表して52名の子どもたちとその家族が招待されました。参加者との交流、各々の体験談の共有を通じて楽しい時間を過ごしました。

さらに、新たなプログラム「Cleat Crew」が開催され、トップランクの大学フットボールリーグから9名のスター選手が集まり、CMN Hospitalsの募金活動に参加しました。選手たちは、著名なラグジュアリーデザイナーで、「ザ・シュール・サージョン」の異名でも知られるカスタムスニーカーアーティストDominic Ciambone氏とタッグを組み、氏のデザインによるカスタムスパイクに選手がそれぞれサインを入れてオークションに出品しました。そのスパイクをファンが落札すると、全額が各選手の地元のCMN Hospitals加盟病院に寄付されます。今回のオークションと7-Eleven, Inc.®からの寄付金を合わせると、総額10万ドル余りがCMN Hospitalsに贈呈されました。



全国ボランティア月間

全国ボランティア月間の4月、毎年恒例のボランティアイベント「7Cares Day」がオハイオ州イーノンとテキサス州アーヴィングのストア・サポート・センターで開催されました。当日、従業員はそれぞれ地元の非営利団体のボランティア活動に取り組み、その慈善団体が自分たちのコミュニティで果たしている重要な仕事を現場でじかに体験します。今年は450名余りの従業員が1,100時間以上を投入して、地元のノーステキサスとセントラルオハイオを拠点に、健康・安全・機会平等といった分野で活動する19団体をサポートしました。地元コミュニティへの寄付金の総額は3万8,000ドルにのぼりました。



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

感謝と支援

ホリデーシーズンを間近に控えた11月、ストア・サポート・センターの従業員が、セントラルオハイオのフードバンク「Second Harvest Food Bank」「Dayton Foodbank」と、ノーステキサスのフードバンク「Minnie's Food Pantry」「North Texas Food Bank」で、食糧支援のボランティア活動を実施。総勢300名の従業員有志が、無償で提供した食品を3,900箱以上の段ボール箱に詰めました。さらに、7-Eleven Cares Foundationからの寄付金14万ドルと、ストア・サポート・センター従業員による寄付——重量にして2,000 ポンドの食品と2,000ドル以上のオンラインギフトの計59万食の食事を、生活困窮家庭の感謝祭の食卓に届けました。



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）

2023年8月にマウイ島で発生した大規模火災を受けて、全世界の7-Eleven（世界の20の国と地域の8万4,000の店舗）は、お客様からの寄付金を合わせて約40万ドルを、アメリカ赤十字社を介して被災者支援のために寄付しました。これらの寄付金は、同島の歴史ある街並みを焼き尽くし米国史上最悪の被害をもたらした山林火災の被災者の救援や被災地の復旧にあてられました。

さらに、SEIは7-Eleven Cares Foundationから拠出した2万5,000ドルと従業員から寄せられた7,250ドルの全額を、アメリカ赤十字社のハワイ大規模火災救援基金に寄託しました。また、7-Eleven International LLCも会社として2万5,000ドルをハワイ・コミュニティ財団マウイ・ストロング基金に寄付しました。このほかにも、アメリカ赤十字社の災害レスポンドープログラムの心強いサポーターを自負する7-Eleven Cares Foundationは、同組織のハリケーン〈イダリア〉救援基金に、2万5,000ドルの寄付金に加え5,300ドル相当の物資を寄付しました。これらは、過去最大級の暴風雨に見舞われて悲惨な状況下にある人々への食料や緊急避難所、慰問品の提供に役立てられました。



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！

7-Elevenのプログラム「Operation Chill」は、フィラデルフィアでスタートしてから今年で28年目を迎えます。この取り組みは、地元の警察とコミュニティが前向きな信頼関係を育むサポートをしてきました。活動はいたってシンプルです。ヘルメットをかぶって自転車に乗った、近所の人を助けたなど良い行いをしている若者を見かけたら、警察官が7-ElevenやStripes®の対象店舗で引き換えられるSlurpee®ドリンククーポンを提供するというもの。こうしたささやかな意思表示が信頼関係づくりの大きな助けになります。

また、「Operation Chill」プログラムは、7-Eleven®店舗や各店のAsset Protectionチームが、地元警察と一般市民をサポートする良い機会にもなっています。例えば、南カリフォルニアの店舗では、毎年夏に開催される地元警察とコミュニティの交流イベント「National Night Out」に参加し、各地域のイベントで食料や水の無償提供に加え、「Operation Chill」のクーポンも配布しています。こうしたコラボレーションは、安全で活力あるコミュニティづくりにおいて、企業と警察機関が連携すれば素晴らしい成果が期待できることを示す良い事例です。2023年は、全米各地の1,300の警察署にご協力いただき、50万枚のクーポンを配布しました。



ダイバーシティ & インクルージョン（DE+I）への取り組みへの取り組み

現在、SEIが米国・カナダ全土に展開する店舗の数は1万3,000店を超えており、各地の多様なコミュニティの皆様にとってなくてはならない存在となっています。そこで、私たちは「誰も差別しない、誰も排除しない」というインクルーシブな顧客体験や職場環境を確保するために、フランチャイズオーナーや従業員に対して、それぞれのユニークな視点や能力を日常業務に持ち込むように奨励しています。また、「ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン」の推進にあたっては差別のない平等な職場の実現を目指し、大胆な行動を取ることに尽力しています。

DE&I戦略の3つの柱

多様な人材の育成	地域社会にプラスとなる インパクトを与える	包括的な職場文化の醸成
----------	--------------------------	-------------



2023年度の「DE+I」推進活動ハイライト

Activate HER

女性の育成や活躍を推進する一環として、私たちは2023年にまったく新たなビジネス・プロフェッショナル育成シリーズ「Activate HER」を立ち上げました。このプログラムは、次世代の女性リーダーとその仲間たちを活気づけ、カブけるのがねらいです。「Activate HER」は、教育コンテンツやツールを提供するほか、社内のリーダーや社外エキスパート、ゲストスピーカーなどを招き、啓発的なインタビューや議論、ワークショップを開催するなど、キャリア開発の機会提供に精力的に取り組んでいます。



アソシエイト・ビジネス・リソース・グループ

アソシエイト・ビジネス・リソース・グループ（ABRG）は、SEIのミッションや価値観、目標、ビジネス手法、目的に沿った仲間をサポートするため、自発的に集まった従業員主体のグループです。ABRGが目指すのは、職場の多様性の醸成と支援、未来のリーダーの育成、そして優秀なアソシエイトの積極的な関与の促進です。

SEIには6つのABRGグループ（「7NEW」（Network of Executive Women）、「7Veterans」、「7Pride」、「7Young Professionals」、「7NBP」（Network of Black Professionals）、「7Hola」）があります。2023年に「7Hola」が新たに加わりました。メキシコの祝日である5月5日に正式に発足した「7Hola」は、ヒスパニック系・ラテン系のプロフェッショナルとその仲間に、キャリア開発の機会やコミュニティへの積極的な関与の機会を提供することを目的としています。活動の重点分野は、プロフェッショナルの育成、コミュニティへの奉仕、社会的・文化的教育です。発足以来、ABRGグループはヒスパニック系・ラテン系の従業員のエンゲージメント向上に組織横断的に取り組んでおり、従業員の誰もがいきいきと活躍できるような職場環境づくりを目指しています。



黒人歴史月間

黒人歴史月間の2月は、アフリカ系アメリカ人の歴史の足跡や功績を振り返り、讃える月です。偉大なアフリカ系アメリカ人や重要なムーブメントにスポットライトを当てることで、国民が抛って立つ力強いビジョンの実現にさらに一歩近づくことができます。2023年は、テキサス州ダラスにあるポール・クイン大学で歴代最長の学長を務めるMichael Sorrell氏に、芸術・科学・政府・産業の各分野で卓越したリーダーシップを築く上で教育が果たす重要な役割と、そうした教育に対し7-Elevenとそのブランドファミリーがどのように貢献できるかについて語ってもらいました。

ヒスパニック文化遺産月間

毎年9月15日から10月15日までのヒスパニック文化遺産月間は、ヒスパニック系・ラテン系アメリカ人コミュニティの多様な文化や豊かな歴史を振り返り、讃える機会となっています。著名な宇宙飛行士で物理学者、技術者の Franklin Chang-Díaz博士は、NASA初のヒスパニック系宇宙飛行士であり、正真正銘の「宇宙のパイオニア」です。7度のミッションで、1,600時間余りを宇宙空間で過ごし、3度の宇宙遊泳を経験しています。同氏は国際宇宙ステーションの建設にも大きな貢献を果たし、ジョンソン宇宙センターのAdvanced Space Propulsion Laboratoryのディレクターも務めました。2005年にNASAを退職すると、プラズマロケット推進技術の発展をはじめ、環境保護活動、ヒスパニック系住民のためのメンタルヘルス・プログラムなど、多彩な関心領域で活躍されています。



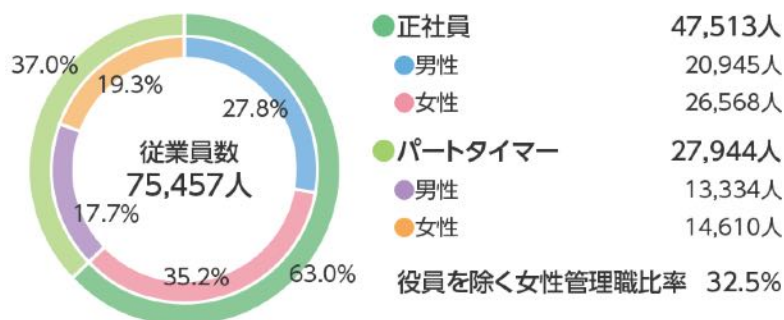
「DE+Iの風土づくり」について対談

全米コンビニエンスストア協会（National Association of Convenience Stores: NACS）が主催する展示会「NACS 2023」がアトランタで開催され、SEIのLarry Hughesバイスプレジデント（人事・DE&I担当）とPepsiCo社のKent Montgomeryシニアバイスプレジデント（Industry Relations & Multicultural Development担当）が登壇し、「お客様と職場におけるダイバーシティ&インクルージョンの風土づくり」テーマに対談しました。両氏は最新のDE+Iトレンドやデータを取り上げ、それらがコンビニエンス小売業界にとってどのような意味をもつのかについて、啓発的な意見を活発に交わしました。セッションでは、PepsiCoとSEIの両社が引き続きどのようにDE+Iアジェンダを展開していくのか、さらには、DE+Iの取り組みをもう一段上の次元に引き上げるためにコンビニエンス業界に何ができるのかといった議論もされました。



NACS 2023

2023年度 アメリカとカナダの従業員関連データ



SEI 免責事項

将来予想に関する記述は、一般的に、「目指す」、「予想する」、「熱望する」、「信じる」、「コミットする」、「努力する」、「見積もる」、「期待する」、「目標」、「意図する」、「かもしれない」、「計画する」、「求める」、「努力する」、「目標」、「する予定である」、「取り組む」などの言葉や、そのような言葉や他の類似の表現のパリエーションが含まれることによって識別されます。本報告書および相互参照された資料またはウェブサイトにおける将来予想に関する記述は、企業責任、持続可能性、従業員、環境問題、政策、調達、慈善活動、データプライバシーおよびサイバーセキュリティ、ならびに事業リスクおよび事業機会に関するセブン・イレブンの目標または期待に関するものです。将来の見通しに関する記述には本質的にリスクや不確実性が含まれており、実際の結果がかかる記述で予測されたものと大きく異なる可能性があります。また、将来予想に関する記述は、目標や目的が達成されることを保証または約束するものではありません。セブン・イレブンは、新たな情報、将来の事象、その他の結果にかかわらず、また、過去の慣行にかかわらず、将来見通しに関する記述またはその他の記述を更新する義務を負うものではありません。加えて過去、現在、および将来見通しに関するサステナビリティ関連の記述は、発展途上の進捗測定基準、進化し続ける内部統制とプロセス、および将来変更される可能性のある仮定に基づいている可能性があります。本文書に含まれる情報、および本文書の目的上重要であると判断された事項については、証券取引委員会（SEC）またはその他の同様の報告目的上、重要であるとはみなされないものとする。本報告書において、「重要な」という用語は、SEC報告目的で定義されるそのような用語とは区別され、混同されるべきではない。

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

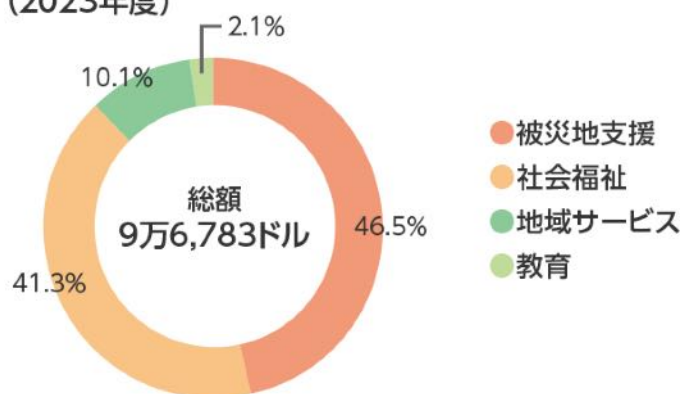
この「Our Promise」は、SEHが地域社会・お取引先様・従業員のためのビジネスであることを定義しており、この価値観の実践は従業員の行動の礎となっています。また、「Our Promise」を推進するために優秀な従業員を評価する活動にも取り組んでいます。これは、全従業員へ3つの価値観を実践している個人を推薦するよう奨励し、選出された従業員にピンバッジと賞与を贈呈するというもので、社内報と社員限定のFacebookページで紹介しています。



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。2023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、30団体に金額に換算すると約9万6,783ドル相当を支援しました。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.による支援(金額換算)
(2023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。

2023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8万7,300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

2023年4月、恒例のチャリティーウォークイベント「Step Out Walk」がカピオラニ公園で開催され、SEHの従業員をはじめ、他企業の従業員や地域住民が参加しました。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) を支援することを目的に実施されています。イベントに寄せられた資金は、糖尿病の研究や教育、支援活動に役立てられています。SEHはADAのミッションに賛同し、以前からこのチャリティーにも参加しており、糖尿病撲滅に向けた連帯の歩みを開始してから32年目を迎えます。

Step Out Walkは、ウォーキングイベントのほかにも、ゲームや飲食など多くの企画が用意されています。当日は、主催者の呼びかけもあり、ストア・サポート・センター (SSC) と店舗の従業員の多くが家族とともに参加しました。SEHの従業員にとって、糖尿病と闘う人々との連帯をアクションで示すとともに、職場の仲間との絆を深める貴重な機会になりました。



オペレーション担当マネージャーのTrevor Parkも家族と一緒にゴール



Step Out Walkに参加した従業員とその家族

「自転車月間」のイベントで地域住民の健康増進に貢献

2023年度、SEHは「自転車月間」の5月に、オ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と共同で、健康的で環境にやさしい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台の自転車を設置し、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提供しています。

5月1日からBikiによる一連の「自転車月間」イベントが始まり、毎週火曜日には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」が設置されました。エナジャイザーステーションとは特設の休憩所で、立ち寄ったBiki利用者や自転車通勤者に、SEHをはじめ地元企業が提供したスナックや飲料などを無料で配布。今回SEHは、グラノーラバーやバナナ、水を無償で提供しました。この施設は、サイクリストに感謝の気持ちを伝えるだけでなく、多くの人々に自転車利用を呼び掛ける貴重な場となりました。

さらに5月7日には、「自転車の日」にちなみ、SEHがスポンサーとなりBikiとともに「フリーライド」キャンペーンを開催しました。これは、同日中にBikiキオスクでコード「711」を入力することで、30分間無料で自転車を利用できるキャンペーンです。同日は2,163人がこのフリーライドを利用し、利用時間は合計で4万3,844分にもなりました。



「エナジャイザーステーション」でスナックや飲料を無償提供

マウイ島大規模火災の被災者を支援

2023年8月8日にマウイ島で大規模な山火が発生し、かつてハワイ王国の首都があったラハイナの市街を炎が襲い、多くの人々が家を焼き出され家族を失いました。ラハイナは焼け野原となりましたが、地域の人々は街の復興に向けて力強く歩みを進めています。

この山火事で被災した数千人の住民を支援するため、世界中で募金活動が行われました。7-Elevenファミリーも募金活動に参加し、SEHはアメリカ赤十字社と救世軍に2万ドルを寄付したほか、WARABEYA U.S.A., INC.と協力して、マウイ避難センターにスパムむすびとそうめんサラダを提供しました。

さらに店頭募金も行い、お客様から寄せられた総額1万ドル以上を「ハワイコミュニティ財団マウイストロング基金」に寄付しました。また、セブンイレブン・ジャパンでも同組織への募金キャンペーンを展開し、総額30万ドル以上が寄せられました。7-Eleven Inc.はアメリカ赤十字社の「ハワイ大規模火災救援基金」に2万5,000ドルを寄付、7-Eleven International LLCも同額を「ハワイコミュニティ財団マウイストロング基金」に寄付しました。



マウイ島大規模火災被災者への義援金を募る店頭募金箱のマーク

クリスマスシーズンを祝う家庭を支援

SEHは非営利団体ケイキオカアイナのパートナーとして、2023年12月に同組織が展開する寄付活動「ラウリマ・ギビング・プログラム」を支援しました。このプログラムは、コミュニティにとってなくてはならないライフラインであり、これまでに州全体で23万人を超える生活困窮者を支援してきました。寄付活動は地域住民や地元企業の善意で成り立っており、ケイキオカアイナは、子どもたちの教育機会の充実や家族の絆の強化、豊かなコミュニティづくり、ハワイ文化の未来への継承を最大のミッションに掲げています。その実現に向け同組織は、地域住民がそれぞれのコミュニティのなかでリーダーシップを発揮できるよう働きかけています。

例年ホリデーシーズンになると、同組織は「アダプト・ア・ファミリー」というチャリティーキャンペーンを展開しています。これは厚意あるコミュニティメンバーが匿名で特定の家族のサポーターとなり、必要な物資を提供するキャンペーンです。SEHはこのキャンペーンを支援するため4万ドルを拠出。さらに、オアフ島とカウアイ島で暮らす2世帯のサポーターとなり、小売価格にして総額2,000ドル相当の生活必需品を寄付しました。ストア・サポート・センターのメンバーもこのキャンペーンに参加し、オアフ島の3世帯を支援しました。

また、ケイキオカアイナのミッションを支援する一環として、SEHは、12月、ウィンワード・ショッピング・センターで開催された毎年恒例のチャリティーイベント「ジンジャーブレッド・オハナ・フェスト」のスポンサーとなりました。2023年で6回目を迎えるこの無料のイベントは、募金活動とともに、コミュニティの人々が贈り物の季節の到来を祝う集いの場となっています。



玩具や援助物資、生活必需品を届けるSEHとSSCのメンバー



ジンジャーブレッドコンテストに参加した地元ファールントン高校の生徒

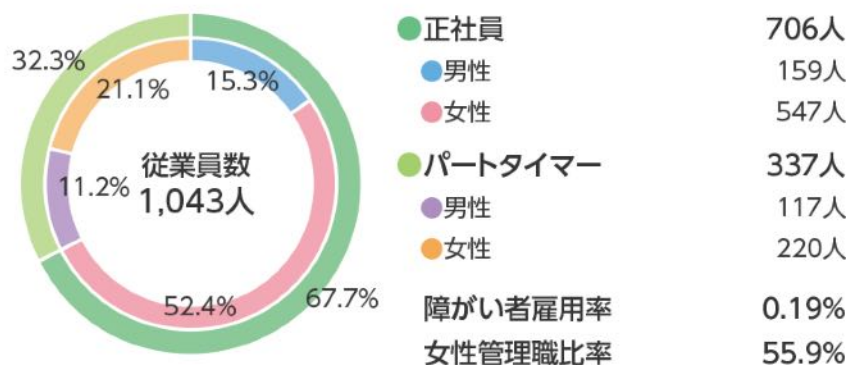


ケイキオカアイナに4万ドルを拠出

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 (2023年12月末現在)



環境負荷の低減



プラスチック対策

SEHは、2023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。2023年度は、SEHのマナプアとサンドイッチで使用しているプラスチック包装を年間5万2,000ポンド削減するため、マナプア（ハワイ風肉まん）のトレーとサンドイッチ用の三角ケースを、プラスチックから紙に順次切り替えるプロジェクトを実施。WARABEYA U.S.A., INC.の協力を受け、それぞれ2023年1月と6月に切り替えが完了しました。この取り組みの結果、年間約71.5トンのCO2排出量を削減しました。



マナプアの紙容器



サンドイッチの紙容器

【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弁当に付けず、必要な方にレジで提供

使い捨てプラスチック製レジ袋を廃止

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」プログラムを実施

温かい飲料のプラスチック製の蓋をポリ乳酸（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

※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 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していたプラスチック包装を25%削減

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

	2020年	2021年	2022年	2023年	2023年目標
店舗数	65	65	65	67	69
電気使用量（MWh）	18,099	18,156	17,950	18,194	18,739
水使用量（千m ³ ）	51	55	55	57	58

2023年度の主な受賞や評価

2023年度 評価や賞の名称	主催者や授与団体	受賞理由
「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
「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
「ハワイアンズ・ベスト」 弁当部門1位、スパムむすび部門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、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。さらに、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。加えて、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。例えば、セブンイレブン成都に商品を供給している成都新蜀味食品有限公司では、2018年7月におにぎりの成型包装機械の導入を拡大し、2019年から製麺機械を導入しました。2020年には調理設備を増強し、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。また、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。さらに、セブンイレブン成都は、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、生産管理部門などの社員を対象に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。また、セブンイレブン天津でも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:危害要因分析重要管理点）

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の一部商品で、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。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。また、セブンイレブン北京、天津エリアに商品を供給する北京旺洋食品有限公司は、2023年に省人化と微生物対策としてサンドイッチスライサーを導入するとともに、2024年には品名、サーマルラベル管理での省人化と、間違いを無くすためにラベル検知器を導入しました。

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。

また、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。セブンイレブン成都是、2023年度にお客様の満足度をあげるために、新たに以下の取り組みを増やしました。

1. 基本教育情報の共有：社会情報、店内標準、食品安全管理、他店舗の優秀事例、商品情報およびプロモーション方案を中心とした資料を作成し、毎月店に発信
2. 従業員の接客サービス教育：従業員による接客の様子を動画撮影するとともに、個店ごとにトレーナーを配置。トレーナーは動画の内容を確認し、コメントや指摘をします。2023年度末に、接客優秀の10店舗を表彰しました。

さらに、セブンイレブン北京では、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。



従業員接客練習の様子

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。

2023年も引き続き「北京緑化基金会」への寄付活動に取り組み、レジカウンターに募金箱を設置したほか、コーヒーを一杯お買上げいただくと0.01円を寄付するという、お客様に気軽にご参加いただける活動を継続的に実施してきました。その結果、2023年の一年間の寄付金合計は33,695.3円となりました。その中28,856.49円はコーヒー販売から募り、4,838.81円はお客様から現金（募金箱）をいただいたものです。北京市緑化基金会からも、「この寄付金を活用して、継続的に環境改善と北京市老木保護事業を取り組む」と感謝の言葉をいただきました。

北京緑化基金への募金額の推移

2021年度	2022年度	2023年度
51,231円	35,570円	33,695円

障害者への支援

セブン-イレブン成都是、2023年に成都市武侯区に住む障がい者の方々に生活用品などを寄付しました。そのような取り組みが評価され、政府からの感謝状をいただきました。



「看得見的放心」莊園黑豚シリーズ



「看得見的放心」花菜類シリーズ

セブン-イレブン成都による障害者への物品寄贈金額

2021年度	2022年度	2023年度
1,891元	0	1,993元

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（2023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）	339人（170人・169人）	146人（49人・97人）	116人（37人・79人）
パートタイマー	257人	85人	41人
障がい者雇用率	4.92%	2.74%	4.62%

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%

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、従来OFCを育成するためにOJTやオンライントレーニング、マンツーマン指導、ケーススタディとプレゼンテーション、シミュレーションなどに取り組んでいました。これらに加え、2023年からは新任OFCと在職OFCに対して「毎月のテーマトレーニング」という新たな勉強形態を始めました。これは会社の各業務の窓口と連動し、開店の流れから書類の説明、設備メンテナンス、システムチェック、クレーム対応、政府検査の対応など、より体系的で専門的な指導を提供するというもので、OFCチームの業務能力を高く引き上げました。

また、日常管理においては第三者による品質管理調査を実施し、第三者機関がつけた点数とランキングを通じて、店舗の運営状態を把握し、その結果をOFCにフィードバックしています。OFCは発見された問題点を突破口に、店舗経営と運営状態の改善に取り組んでいます。

セブン-イレブン天津は、2020年の下期から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。また、2022年度からはOFC会議を利用してOFC向けのテストを定期的に実施しています。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。

さらに2023年から、デリバリー、ファストフード、住宅立地売上向上のプロジェクト会議を関連部署中心に開始しました。成功事例の共有や問題点に対する対策・提案、今後売上向上に繋がる計画作成および検証を議論し、役割分担しながら一つの目標に対して一団結していろいろな課題に取り組んでいます。また、社員もプロジェクト参加できるチャンスをキッカケに提案・アドバイスできる場を得られることに働きがいを感じています。

セブン-イレブン成都は、2023年度にOFCのカウンセリング能力を上げるために、在籍のOFC向け、能力向上のトレーニングを月単位で実施しました。合わせて四つの大きなテーマ、12項目の座学を設けました。これによってOFCのカウンセリング能力を上げていきます。



OFCカウンセリング能力向上教育

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、2023年に「優秀社員賞」を再開しました。同賞は四半期に一回実施するもので、部門推薦、審査員評価、総経理判断、受賞式開催などの段階があり、2023年度の累計受賞者数は31人、全部門各業務から優秀社員が受賞しました。営業職の可視化できる業績やスタッフ部門の「経費削減と効率向上」につながる工夫などが評価され、社員の士気を鼓舞し、競争意識を高めました。

セブン-イレブン天津は、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。

2023年は、社員満足度アンケートを実施し、会社の福利厚生や出勤、社内トレーニング、店舗会員サービスなど、さまざまな要望・希望を集めました。それを踏まえて2024年度はできる限り実現し、モチベーション向上に繋がる計画をしています。また、店舗実習生については所属学校との関係維持と実習生の中から優秀な人材の選抜、OFC候補への育成に向けて、2023年度から実習生との懇親・雑談会を定期的に開いています。春節や中秋節など中国伝統的な祭日だけでなく、実習生から正社員へと転換するタイミングで、新しく正社員になった方々にプレゼントを贈答しながら雑談会を実施。希望や困ること、手伝ってほしいことなど聞き取り、日常の業務への改善に繋げています。加えて、年1回実習生との懇親会を開き、学生の皆さんの性格やコミュニケーション能力など把握し、人材育成の参考にしています。セブン-イレブン成都は、2023年から月1回の社内勉強会と社員団体誕生日会を開催しており、社員からの評判も良く、モチベーションの向上に繋がっています。

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



社内勉強会



社員グループ誕生日会



優秀社員の記念写真

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。

セブンイレブン北京は、2023年に社員の年度業績評価規則を見直し、全職位にKPI数値を導入。業績評価KGI（KPI+GS）+能力評価KCIの複合方式で、個人の業績と部門業務、会社業績との連動を実現しました。同時に、総監360°評価、部門間満足度評価などの手段を使って、上司と部下の間の意思疎通を図り、部門間協力を促進しました。

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。2023年には、より公平・平等な評価基準を目指し、OFC、MDをトライアルとしてコンピテンシー評価の評価項目と評価基準を見直し、細分化しました。

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。

セブンイレブン北京では、2023年5月末時点で管理職総人数（経理以上）が26人、その内女性が16人で62%と半分以上を維持しています。

インターンシップの実施

セブンイレブン北京は、2023年に北京および周辺地域（主に京津冀）の専門大学以上の学校を精査し、初めて「大学協力情報地図」を作成。197の学校と電話で連絡を取り、インターン生の意向や学校の要求を確認の上、協力可能性のある19校を選び、最終的には3校との協力関係を築きました。その結果、年内インターン生累計56人が入社。これによって運営人材の供給が保障され、今後の産学連携の基準モデルを構築することができました。

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。2022年度33名受け入れ、その内6名正社員になりました。また20年度正社員になった4名の中、既に2名がOFCに昇格できるようになりました。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。2023年度は3人を受け入れました。

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。

北京市のCO₂排出重点企業として政府から注目を集めているセブンイレブン北京の2023年のCO₂排出量は合計11,706トンと減少しました。「CO₂排出量ピークアウト」および「カーボンニュートラル」の目標によって、企業の省エネへの取り組みが益々重視されています。今後も、省エネ活動をより積極的に実施していきます。



環境関連データ

セブン-イレブン北京

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
店舗数	275	283	304	317	331
電気使用量 (MWh)	29,773	24,251	25,171	20,598	19,381
水使用量 (千m ³)	94	78	55	47	39

セブン-イレブン天津

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
店舗数	178	179	200	209	217
電気使用量 (MWh)	20,051	17,552	17,898	20,440	22,958
水使用量 (千m ³)	57	49	50	44	56

セブン-イレブン成都

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
店舗数	75	73	84	85	77
電気使用量 (MWh)	9,720	7,631	8,491	8,748	7,220
水使用量 (千m ³)	24	24	27	24	17

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店で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。2023年にはインバーター式空調を採用しおり、その削減量は1日に8時間使用で計算すると1店舗につき年間で約5,256KWとなります。

セブン-イレブン北京・天津・成都は、2023年に節電12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。

また、2023年は省エネ対策として、H/C（温・冷）ケースにおける電気用量の最適化に取り込み、現状のH/Cケース以外に縦型冷熱兼用型飲料ケースを開発しました。一部の店舗（50店舗）でテストした結果、1店舗の電気用量は10,620kWh（理論値）削減しました。この成果を鑑みてホット飲料什器の開発を続けて検討しています。

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、パン生地残渣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

1997年、中国事業を始めて以来、私たちはずっと「基本の徹底と変化への対応」をモットーに、「お客様第一主義」という理念のもと、「お客様により高品質な商品とサービスを提供する」を堅持し、お客様一人ひとりのお買物体験を大切にしてきました。中国消費の発展とともに成長してきて、イトーヨーカ堂の「匠の精神」を伝承かつ革新しました。当社は健全な発展を実現し、現在はGMS、小型食品生活館、大型ショッピングセンター、そして、越境EC、宅配サービスなど、オンライン・オフライン一体とした多業態、オムニチャネルの小売サービス業者になりました。

ポストコロナ時代において、自身のサプライチェーンを継続して強化し、お客様に新しい消費価値を創出するにあたり、お客様は製品開発の際に企業が資源や環境を守り、合理的に利用したかどうかに関心を持っていることに気づきました。そのため、イトーヨーカ堂の中国各事業会社は、中国の「30、60」というダブルカーボン戦略のもと、持続可能な発展を実現するために「グリーンな中国イトーヨーカ堂」の目標を掲げています。

この目標を実現するために、2021年に成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂、イトーヨーカ堂(中国)投資有限公司が横連携でCSR統括委員会を設立し、本業を通じて7つの重点課題を解決することを志しています。また、お取引先様とともにお客様に向けた一連の参加型イベントを展開することで、お客様はもちろん、お取引先様にも新しい価値と持続可能な発展への決意を伝えています。また、セブン&アイHLDGS.の「GREEN CHALLENGE 2050」宣言に合わせ、CO₂排出の削減やフードロスの削減など、持続可能な社会の発展に注力しています。それ以外に、災害救助、防災物資、農村教育の発展、農村の振興など公益活動に関心を寄せ、地域社会の発展にも貢献し続けています。

今後も、日系企業の強みを活用することでお客様ニーズの変化に対応し、日中経済貿易の拡大に尽力してまいります。また新商品の導入、新消費価値の創造、新消費パターンの牽引を通じてお客様に「期待以上のお買物体験」を提供し、中国イトーヨーカ堂の魅力をさらに発揮し、ステークホルダーの信頼と支持を獲得し、社会とともに発展してまいります。



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	壱連村店 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）
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）

年	出来事
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）
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
2022年12月	春熙店 閉店（成都市）
2023年8月	眉山店 閉店（眉山市）
2023年10月	三枝会長(当時)が李強総理から「中国政府友誼賞」を授与される

会社概要

	成都イトーヨーカ堂	華糖ヨーカ堂
		
売上高	233.6億円（テナント売上含まず）	23.4億円（テナント売上含まず）
従業員数	2,270人	180人
店舗数	9店舗（双楠・綿華・建設路・高新・温江・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	田中 正巳 ※24年6月より	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
	サプライチェーン部会	サプライチェーン部会
	環境部会	環境部会

※ 12月決算（店舗数は2023年12月末）

※ 為替換算レート1元＝19.82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

中国では政府の方針に基づき、CSR取組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。

CSR活動を推進するため、2021年にイトーヨーカ堂（中国）投資公司、成都イトーヨーカ堂、華糖ヨーカ堂の横断的な「企業行動委員会」を新設しました。企業行動委員会は、企業倫理を尊重した企業行動や社会に求められるCSRの遂行を目的とするとともに、中国事業全体を視野に入れて事業会社を横に連結した組織構造を構築し、中国事業全体の発展と成長を牽引しています。今後は組織の運営を通じてノウハウの共有を図り、人材教育を通じて会社や個人の成長を促します。

2023年には、企業行動委員会から「CSR統括委員会」に発展し、グループが取り組むべき「7つの重点課題」をオンライン、オフラインのコミュニケーション会議を通じて共有しました。お取引先様の協力を得ながら、お客様との双方向イベントを通じて、持続可能な社会の発展に資する取り組みの実施と、新しい企業価値を提起し続けています。

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。

2023年10月に公表した2023年の「サステナビリティレポート」は、四川省のCSR報告書発表会や、民間向けの会議出席者にも配布されたほか、中国工業経済連合会、工信部、国資委などの行政機関にも提供し、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、お客様に安全・安心な商品を提供することに努めており、特に食品安全管理については、「組織体制面・管理面・教育面」を整備しました。商品管理の強化、品質の見える化、トレーサビリティ管理、安全品質の確保を図り、本部から店舗まで食品安全の専門チームを組織しています。

華糖ヨーカ堂は、食品売場の従業員に対して毎年4回、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、売場とバックルーフを対象に、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実施しています。自主的に売場やバックルーフの定期消毒も実施し、お客様が安心してお買物できる環境作りを努めています。

トレーサビリティ情報の提供

成都イトーヨーカ堂は、生産者のご協力を得て、2013年に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。日本で展開する「顔の見える食品。」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開発・品質管理を行った商品で、多くのお客様から安全・安心の商品として支持されています。

2023年現在、「看得見的放心」は557アイテム、販売数量は153万個、売上金額は5億円に達しました。2023年は新たに209アイテムを開発し、生産拠点は22カ所に拡大しました。(五常、新疆、広元、陝西、雷波、山東、漢源、コルラ、成都、郫都、安岳、簡陽、樂山、広西、遼寧など) 「看得見的放心」秋月梨の産地は「中国梨郷」と呼ばれる山東省萊陽市にあります。食感は柔らかく、また適度な水分を含んだ酸味が効いた美味しさで、多くのお客様から支持されています。また、「看得見的放心」陝西省の陝西大荔冬枣も爽やかな味わいと適度な甘さで多くのお客様から高い評価をいただいています。



「看得見的放心」秋月梨



「看得見的放心」陝西大荔冬枣

産地

生産環境
成都イトーヨーカ堂が、良い環境で生産している生産者を選び出し、さらなる生産環境の向上に取り組んでいます。

肥培管理
生産者とともに、肥料・農薬・薬品の適切な管理と使用削減に取り組んでいます。

イトーヨーカ堂

改善努力
生産者とともに、継続的な改善に取り組み、その活動を定期的に報告します。

パソコン・携帯電話

情報公開
「どこで」「だれが」「どのように」につくった商品か、商品のパッケージ、「看得見の放心」のホームページや、携帯電話のサイト、店頭POPなどで公開していきます。

安全と品質
商品の安全と品質(味と鮮度)に関する独自の基準を設けてチェックしていきます。

お客様

第三者

第三者監査
安全と品質、肥培管理などについて透明性を高めるために、第三者の専門機関から定期的な検査を受けます。

2022年11月から、成都イトーヨーカ堂は国家法規に基づき、「食品安全統括責任者体制」を設立し、店舗と本部で「日々管理、週次監査、月次スケジュール」の管理項目を作成しました。また、2023年には店舗に食品安全第一責任者/食品安全総監/食品安全員の管理体制を確立し、同年5月から毎月の食品安全特別検査と専門家を招いての教育を実施しています。



A group of people, mostly men in business suits, are seated around a large, light-colored conference table in a meeting room. They appear to be in a discussion. In the foreground, a laptop is open on the table, and a person is partially visible on the right side, looking at the screen. The room has a white ceiling with a projector, and the walls are light-colored with some framed pictures or certificates. A window is visible on the right wall.

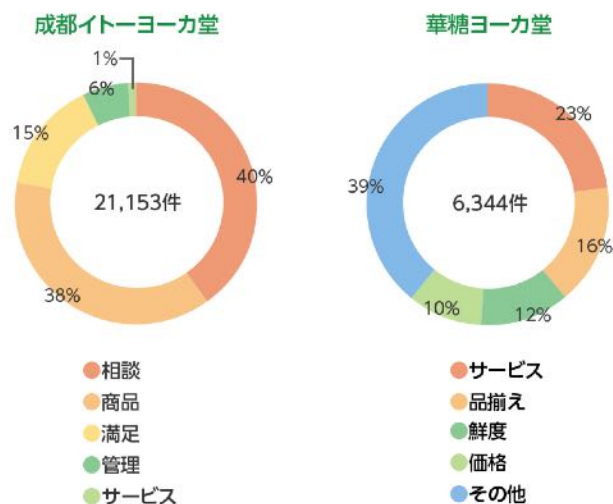
セブン&アイ HLDGS. サステナビリティデータブック 2024 220

「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、お客様基準での商品・店舗改善を図るため、2008年から「市民品質監視員」の公募を続けています。2023年には、296件の意見が寄せられ、改善活動に取り組みました。



お客様の声の受付状況(2023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、教育や生活保護世帯を支援しています。例えば、2007年から貧困地域の4つの小学校を選び、学校施設や設備の改善に必要な備品、学校から要望を受け付けた、恵まれない子どもたちに文房具や教具、スポーツ用品などを寄贈しています。また、毎年、四川大学日本語学科の優秀な学生に奨学金を支給し、勉学を奨励しています。中日交流の架け橋となる取り組みは2023年で26回目となります。

2023年9月6日、成都イトーヨーカ堂では邛崃道佐友愛小学校「移動少年宮」プロジェクトの認定式が開催されました。邛崃道佐友愛小学校は、成都関心次世代基金会「移動少年宮」プロジェクトの3校目の取り組みです。プロジェクトは2023年9月から2026年12月まで予定され、留守児童の生徒たちにダンス、美術、音楽、バスケットボールの四つの専門課程を提供しています。将来は生徒の可能性を伸ばし、地域に貢献する活動を予定しています。

成都イトーヨーカ堂では、従業員やお客様にも同プロジェクトへの参加を呼びかけ、これまでに67名(従業員40名、お客様27名)が参加し、累計301冊の書籍(従業員176冊、顧客125冊)が寄贈されました。



四川大学外国语学院 日本語学科奨学金授与式



邛崃道佐友愛小学校「移動少年宮」始業式



留守児童のための無料ダンスレッスン



児童書の学校への寄付

ボランティア活動

2009年6月、成都イトーヨーカ堂ボランティアチームは、地域社会により良い貢献をするために設立されました。毎月第三水曜日に各店舗の従業員が店舗周辺の清掃活動を実施しているほか、成都で第31回目のユニバーシアードが開催された時は、総勢34人の「白い鳩が飛ぶ。」ボランティアチームが各店舗でボランティア活動に取り組みました。

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。



成都イトーヨーカ堂ボランティアチームの活動



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

中国のイトーヨーカ堂では地域に根ざした店舗作りを目指し、中国出店当初から積極的に現地社員を登用しており、現在で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(役員除く)の割合は、成都イトーヨーカ堂が98.6%、華糖ヨーカ堂が96%と、基本的に現地社員が会社を運用しています。地方都市の店舗(梁山店)も同様です。

また、女性の登用も推進しています。成都イトーヨーカ堂の女性管理職の比率は59.2%で、9店舗のうち3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48%（役員を除く）で、アジア村店店長も女性が務めています。

従業員データ (2023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	2,230人	177人
うちパートタイマー	71人	23人
管理職に占める中国人の割合	98.74%	96%
管理職に占める女性社員の人数と割合（役員を除く）	352人（59.2%）	43人（48%）
女性係長人数（係長職の女性比率）	213人（60.2%）	10人（40%）
女性課長人数（課長職の女性比率）	62人（56.9%）	23人（66%）
女性部長人数（部長職の女性比率）	73人（59.8%）	9人（41%）
女性役員人数（役員職の女性比率）	3人（33.3%）	1人（14%）
障がい者雇用人数（雇用率）	47人（2.1%）	8人（4%）

サステナビリティ教育

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。

成都イトーヨーカ堂では、2023年にサステナビリティの社会普及活動へ積極的に取り組み、SDGsの基礎知識を全員に教育するとともに、お客様参加型の活動を展開し、その取り組みを社会に発信しました。全社員への理解を深めるために、2023年7月9日に教育を実施しました。本部・店舗で合計12回、延べ525人が参加しました。



CSR企業行動部会メンバーによる店舗での社員教育



伊藤エコ探偵「炭」活動

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」を基本理念に、従業員が活躍できる職場環境の整備を進めています。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。現在も、自己推薦・他者推薦で店舗の現場管理者の主管・副主管職の人材を定期的に募集しており、応募者は自身の職務内容を説明し、社員審査員51%以上の評価を得た社員のうち、各得票の多い応募者が採用されています。さらに、本部の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の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する仕組みを取り入れています。2023年度は4回職務募集をし、36人が応募、1人が合格し、3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は、従業員の潜在能力を引き出すため、能力を最大限発揮できるような研修制度を提供しています。

成都イトーヨーカ堂は、企業文化や理念を伝承・伝達し、より高い専門技術と開発チームを構築・育成するため、2023年3月21日に「成都イトーヨーカ堂人材開発センター」を設立しました。会社や業界、社会の発展を目標に、基礎の構築・組織内訓練・専門大学への協力・相互補完・共創・発展などを通じて成長型組織を目指し、働きがいのある職場環境作りに継続して取り組んでいます。

華糖ヨーカ堂は、社是・経営理念、現場社員への支援、接客サービスに関する教育内容と、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、オンラインとオフラインを活用した教育方式を採用し、企業文化・業務力・管理能力・指導力の改善を図りながら、特色のあるプログラムの開発に取り組んでいます。2023年度は延べ9,085人の従業員が参加しました。



公民館を見学し、企業文化を学習



幹部社員の能力開発



社内訓練士の授業技術向上セミナー

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た教育方式を導入しています。2023年度も引き続きオンライン教育を実施し、企業文化・企業戦略・業務スキルの習得に取り組みました。本部と店舗の従業員を含む延べ38,620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、成都初の低炭素プロジェクトとして、2020年から「自然を尊重し、自然に順応し、自然を保護する」を環境理念に掲げ、資源ごみの分別、環境インフラの整備、廃棄物の回収などの事業を継続しています。2023年度には、4千万円を投じてLED照明器具への切り替えや、コールドチェーンを改修し、生ごみと家庭ごみを合わせて3,201トン、リサイクル可能なごみを878トン、年間炭素排出量を3,100トン削減しました。

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、2023年度は、店舗全体の改装により飲食店やテナント店の増加に伴い、店舗全体のエネルギー、電力、ガス、水などの使用量が増加しています。今後は、店内の各テナント様のご協力を得ながら、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

	2021年度	2022年度	2023年度
店舗数	10	11	9
エネルギー使用量（標準炭トン）	13,580	12,140	11,415
電気使用量（MWh）	107,670	98,783	92,880
ガス使用量（1,000m ³ ）	563	684	359
水使用量（1,000m ³ ）	857	752	739

華糖ヨーカ堂

	2021年度	2022年度	2023年度
店舗数	1	1	1
エネルギー使用量（標準炭トン）	1,353	1,408	1,519
電気使用量（MWh）	7,912	7,950	8,921
ガス使用量（1,000m ³ ）	256	274	268
水使用量（1,000m ³ ）	63	54	65

2023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、2023年度は以下の表彰を受賞しました。

【成都イトーヨーカ堂】

賞の名称	主催団体
2023年度日本外務大臣表彰	日本外務大臣
2012～2022年度三八紅旗集団	成都市婦人連合会
2023年度公益慈善先進単位	成都市次世代関心基金会
2023年度慈善文化伝播賞	成都市慈善総会
2023年度社会価値貢献賞	成都小売商協会
2023年度トップテン企業	成都小売商協会
2023蓉聚星模範年度総評星商業賞	成都小売商協会
2023美しい生活総評エリア商業ベンチマーク大賞	成都商報
2023成都100万従業員技能コンテスト・第八回成都小売技能コンテスト「優秀組織賞」	成都小売商協会

【華糖ヨーカ堂】

賞の名称	主催団体
2023年度 納税信用A級企業	国税庁朝陽区税務局
2023年度 安全生産先進企業	朝陽区小関街道