

## 重点課題 6 お客様との対話と協働を通じてエシカルな社会を実現する

### 重点課題の考え方

株式会社セブン&アイ・ホールディングスおよびその連結子会社（以下、「当社グループ」）は、お客様との対話や協働を通じ、社会・環境課題を解決する商品・サービスを増やし、エシカル※な社会づくりに貢献していくことが、グループとしての重要な役割であると考えています。

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

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

### 重点課題の背景

#### エシカル消費の関心の高まり

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

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

※出典：「令和元年度エシカル消費に関する消費者意識調査報告書」（消費者庁）

#### エシカルな消費に関心のある人 (単位は%、N=2,803)



出典：消費者庁「エシカル消費（倫理的消費）に関する消費者意識調査」

### SDGsへの貢献

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



## セブン＆アイ・ホールディングスの取り組み

お客様とのコミュニケーション >

商品・サービスの適切な情報開示 >

社内外とのコミュニケーション >

持続可能な環境保全活動 >

## お客様とのコミュニケーション

小売業を基幹事業とする株式会社セブン＆アイ・ホールディングスおよびその連結子会社（以下、「当社グループ」）では、お客様との接点の多さとコミュニケーション頻度の高さを最も重要な経営資源の一つと位置づけ、さまざまな方法でお客様からいただいた貴重なご意見を活用した商品開発や品揃え、サービスの向上に努めています。

### お客様相談窓口の設置

当社グループは、お客様や営業する地域にお住いの方々の立場に立って、より良い商品・サービスを提供していくために、グループ各社に「お客様相談窓口」を設けて、eメールや電話でご意見・ご要望などを承り、迅速に対応しています。お客様や地域の方々からいただいたご意見・ご要望は情報保護の観点から、個人情報を削除して内容ごとに分類し、各部署や店舗に発信して改善を図っています。

➤ [グループ各社のお客様相談受付状況はこちら](#) ▶

### お客様相談室情報連絡会の開催

当社グループは、グループ全体でお客様のご不満の要因を減らし、顧客満足度を高めていくために、グループ各社のお客様相談窓口責任者が出席する「セブン＆アイ・ホールディングスお客様相談室情報連絡会」を毎月開催しています。お客様から承ったご意見やご要望への対応状況を定期的に共有し、商品・サービスの向上に反映させています。また、グループ各社のお客様対応者の応対技術の向上を目的とした研修を毎年開催しています。

#### 主な研修内容

- 電話対応研修（2次対応者向け）
- お客様の心情に寄り添った対応方法
- 従業員を守るカスタマーハラスメント対策など



研修の様子

### お客様の声の収集

当社グループは、お客様から接客や売場づくり、商品の品揃えなどに関するご意見を集めて、提供する商品・サービスの改善に努めています。例えば、セブン-イレブン・ジャパンでは定期的にお客様へのアンケートを全国で実施し、お客様のニーズを把握しながら商品やサービスを開発しています。また、イトーヨーカ堂では、2020年7月からレシートに印字されたQRコードからWeb上でのお客様アンケートを継続して実施しています。「大変満足」「満足」「どちらでもない」「不満足」「大変不満足」の指標のうち、一番多かった「満足」のお客様、また「どちらでもない」と回答されたお客様を「大変満足」にまで引き上げることを目標に掲げ、アンケート結果を接客対応の改善につなげています。加えて、消費生活アドバイザーの資格を持つ社外の方々に「店頭調査」を委託し、来店されたお客様のご意見を集めています。

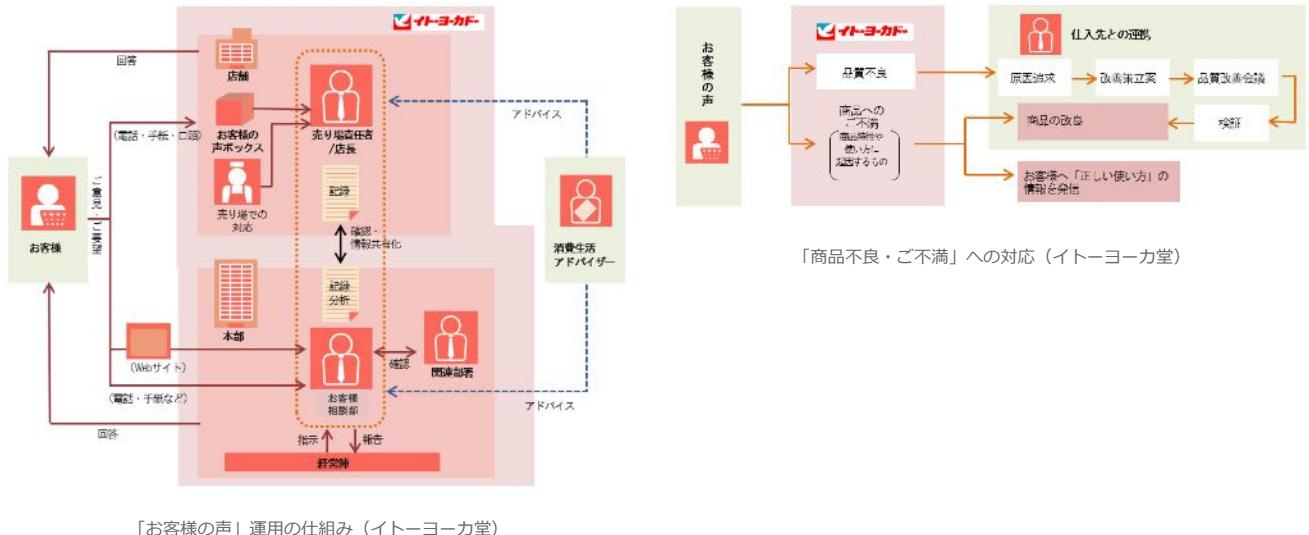
イトーヨーカ堂、ヨークベニマル、シェルガーデンでは、お客様がご意見・ご要望を投稿できる投書箱を店頭に設置しています。そのほかのグループ各社でも、お客様の声を分析し、商品開発やサービスの改善に活用する仕組みを運用しています。

#### 「大変満足」と回答した方の比率（イトーヨーカ堂　お客様アンケートより）

2022年 4月	2022年 7月	2022年 11月	2024年 1月	2025年5月
20.6%	21.1%	22.3%	22.3%	23.2%

※2022年4月実施分はサンプル数 約81,000人、2022年7月実施分はサンプル数 約74,000人、2022年11月実施分はサンプル数 約70,000人、2024年1月実施分はサンプル数 約75,000人、2025年5月実施分はサンプル数 約40,000人

※ 各アンケート期間は1週間



「お客様の声」運用の仕組み（イトーヨーカ堂）

「商品不良・ご不満」への対応（イトーヨーカ堂）

## お客様応対の好事例の共有

当社グループでは、接客応対の好事例を、お客様のお褒めや感謝の声とともに社内で共有しています。感謝の言葉をいただいた従業員がその際の接客の方法や心がけた点などを具体的に紹介することで、グループ従業員が好事例にならって実践しやすいように工夫しています。

## お客様の声を活かした商品開発

当社グループのプライベートブランド商品「セブンプレミアム」では、お客様のご要望にお応えした商品づくりを追求しています。商品の特徴やセブンプレミアムを使ったレシピなどを紹介しているセブンプレミアム公式WEBサイトでは、「セブンプレミアム」の商品に対してサイト利用者が自由にコメントを記入することができます。このWEBサイトのコメントやアンケート、モニター調査、座談会、お客様相談室へ頂戴したご意見から、お客様のご利用方法やご利用場面を分析し、商品開発に反映させています。

› [セブンプレミアム公式WEBサイトはこちら](#)

## お客様の声を活かした商品・サービスの改善

当社グループは、お客様からいただいたご意見を集めて、店舗環境や提供する商品・サービスの改善に努めています。

### お客様の声への対応

セブン-イレブン・ジャパンでは、お客様相談室を通じていただいたご意見・ご要望に積極的に対応しています。例えば、「バランスの取れた栄養価の高い商品がほしい」という声にお応えし、健康志向の商品ラインアップを拡充しました。また、「あの商品を復活させてほしい」というご要望に応じて、販売を再開した商品もあります。

お客様の声に応えWebサイトなどの情報提供にも取り組んでいます。セブンカフェスマート商品に関しては、「バーコードをかざす前にフィルムを捨ててしまった」「スマートのつくり方がわからない」といった声をいただいたことから、安心してご利用いただけるよう、WebサイトおよびX（旧twitter）でつくり方を紹介する動画を公開しました。

### 3年間の「プレミアム補償」を実施

赤ちゃん本舗では、初めてご使用になる方が多く、お子様の安全に関する商品に購入日より3年間の故障・破損・盗難などの補償を無料で付帯する「プレミアム補償」※を用意し、お客様の不安の軽減に努めています。また、「ひな人形」「五月人形」には購入日より5年間のプレミアム補償を付帯しています。

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

› [赤ちゃん本舗の「プレミアム補償」についてはこちら](#)

## 使いやすさを向上したATMを設置

セブン銀行では、使いやすさを向上した新型ATM（第4世代ATM）を2019年に導入し、入替・設置を順次進めてきました。2024年度にこの入替・設置が完了し、2025年3月末時点では約28,000台設置しているすべてが新型ATMとなっています。

新型ATMは使用時のぞき込み不安の解消や操作性の向上のため、「プライバシー空間の拡大」「大きく見やすいディスプレイ」「ユニバーサルデザイン」を取り入れています。

› [セブン銀行の第4世代ATMについてはこちら](#)

## 商品・サービスの適切な販売・情報開示

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

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

## お客様へ提供する情報の管理体制の構築

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

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

## 従業員への商品表示に関する教育

セブン＆アイ・ホールディングスでは、法令で禁止されている不当表示や過大な景品の提供に関する基礎知識の習得を目的として、グループ各社の新任仕入担当者を対象とした「景品表示法」「食品表示法」など表示に関する法令の合同研修会を、年2回定期的に開催しています。また、グループの仕入担当者や本部スタッフ向けにeラーニングを実施しています。2024年度は「表示一般（食品含む）」について延べ5,700名が受講、「公正取引」について延べ4,900名が受講しました。



表示に関する合同研修会

## 不適切な表示の防止

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

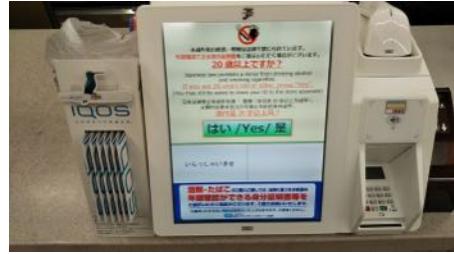
## 酒類・たばこの販売について

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

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



年齢確認実施についてご案内するポスター



お客様に身分証明書のご提示を促すレジ表示

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



酒類・たばこ販売時のレジ応対練習の様子

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

## 社内外とのコミュニケーション

株式会社セブン&アイ・ホールディングスおよびその連結子会社（以下、「当社グループ」）では、日本国内だけでも毎日約2,240万人のお客様にご利用いただく小売業の特長を活かし、お客様とともに環境活動を進めています。さらに、外部団体の活動への参加やNPOとのコミュニケーションを通して、さまざまなステークホルダーとの協働も重視しています。また、環境活動推進のためには、国内7万人を超える従業員一人ひとりの行動が必要であることから、従業員への啓発活動にも力を入れています。



### お客様とのコミュニケーション

当社グループでは、多くのお客様と直接関わることができる小売業の特長を活かした環境活動に取り組んでいます。

この一環として、お客様に環境に配慮した商品をより認知していただき、環境についてともに考え行動する機会の創出を目指し、毎年6月の環境月間等に合わせて店頭ポスターや特設Webサイトで環境配慮と品質を両立した商品の開発を紹介しています。

また、イトーヨーカ堂では専用のリターナブルボトルを使用し、ご家庭で発生した使用済み食用油を回収・リサイクルする取り組みを2023年から開始。2024年には都内全店舗で実施しています。回収した使用済み食用油は、石鹼やインク溶剤などの製造に活用されています。

### NPOなど環境団体への支援

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

また、セブン-イレブンの加盟店と本部が一体となって「環境」をテーマに社会貢献活動に取り組むことを目的に設立された「一般財団法人セブン-イレブン記念財団」では、セブン-イレブンの店頭に設置している募金箱にお客様から寄せられた募金※とセブン-イレブン・ジャパンからの寄付金などをもとに、環境市民活動支援事業、自然環境保護・保全事業、広報事業、災害復興支援事業に取り組んでいます。なかでも、環境市民活動支援の大きな柱である「環境市民活動助成」では、地域でお預かりした募金を地域の環境活動に活かしていただくために、2001年より毎年、地域で環境活動を行うNPOや市民団体を公募し、活動資金を助成しています。

また、「人と自然、自然環境と地域社会の共存・共栄を自然から学ぶ」を基本理念に、大分県玖珠郡九重町で「九重ふるさと自然学校」を、東京都八王子市で「高尾の森自然学校」を運営しています。「九重ふるさと自然学校」では、草原環境や草原性チョウの保全活動、自然共生型の水田や地域に根付く伝統野菜の普及・啓発活動を通して、人と自然が共生する里地・里山の保護・保全に取り組んでいます。また、「高尾の森自然学校」は、2015年に東京都との協働事業として開校し10周年を迎えました。約26.5ヘクタールの都所有の森をフィールドに、貴重な動植物の保護・保全活動を通じて、生物多様性の重要性を体験・学習するプログラムを実施。これらの活動から得られる学びを活かして、地域の自然、歴史、文化などを次世代に継承する人材育成に取り組んでいます。

#### セブン-イレブン店頭での募金額

2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
4億3,680万9,753円	4億2,942万8,907円	4億459万9,793円	5億1,661万4,107円

※1994年度からの店頭募金総額は101億4,390万1,735円

#### 環境市民活動への助成実績（継続助成を含む）

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
助成総数	272件	285件	268件	275件
助成総額	1億3,835万724円	1億5,536万1,354円	1億6,186万4,664円	1億5,392万6,505円

※2001年度からの累計助成件数は5,178件、同助成総額は30億3,269万3,353円



高尾の森自然学校



店頭に設置している募金箱



九重ふるさと自然学校

## ご意見・ご要望への対応

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

› [重点課題の改定プロセスの詳細はこちら](#)

## 環境に関する従業員教育

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

### グループ共通のeラーニングを実施

2019年5月に公表した環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」を受けて、当社グループは2019年度からグループ共通のeラーニングを毎年実施しています。2024年度は、国内グループ全従業員を対象に環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」の目標達成に向けたグループの取り組み状況や、業務や日常生活を通じて目標達成に貢献できる活動を紹介する内容で実施しました。

### 従業員向け環境意識啓発イベントの開催

当社グループでは、従業員の環境意識を高める機会として社内で環境イベントを開催しています。例えば、セブン-イレブン記念財団が募集するボランティア活動にセブン-イレブンの加盟店とともにグループの従業員も参加しています。代表的な活動として、全国19カ所（2024年度末時点）にある「セブンの森」での植樹から間伐・下刈りまでの森の保育を行う活動や、水質浄化やCO<sub>2</sub>を減らすアマモ場の育成、東京湾や大阪湾を豊かな海に再生する「海の森づくり」などの保全活動があります。これらの活動に、セブン-イレブンの加盟店と本部社員をはじめ、グループの従業員が参加しています。

また、10月の環境月間には、従業員の意識啓発のためのさまざまな活動に取り組んでいます。2023年度は、家庭で余っている食品を持ち寄りフードバンクに寄付する「フードドライブ」や、環境に配慮した行動変容を促すアプリのテスト運用を行いました。2024年3月、アプリの本格運用を開始し、2024年9月現在、グループ15社で従業員が自分事として環境や社会課題について考える機会を提供しています。

### 「セブンの森」での活動の参加者数

2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
494人	1,058人	1,771人	2,071人

※ 累計参加者数は23,919人

› [「セブンの森」の詳細はこちら](#)

› [東京湾 UMI プロジェクトの詳細はこちら](#)

## 持続可能な環境保全活動

株式会社セブン&アイ・ホールディングスおよびその連結子会社（以下、「当社グループ」）は、NPO法人や各種団体と協働して、地球温暖化防止への貢献、生物多様性の保全に取り組んでいます。



当社グループの自然資本関連・生物多様性保全/回復の取り組みを強化・推進するため、セブン&アイ・ホールディングスはTNFDの理念に賛同しました。2023年1月にTNFDフォーラム、2月にSBTNコーポレート・エンゲージメント・プログラム、9月に30by30アライアンスに参画し、TNFDに基づいた分析・開示の準備を進めています。

- › [TNFDフォーラムの詳細はこちら（英語）](#)
- › [SBTNコーポレート・エンゲージメント・プログラムの詳細はこちら（英語）](#)
- › [30by30アライアンスの詳細はこちら](#)

## 地域とともに豊かな自然を次世代へ

一般財団法人セブン-イレブン記念財団は、地球の温暖化防止、生物多様性の維持・保全に寄与することを主旨として、全国19カ所（2024年度末時点）で「セブンの森」づくりを推進しています。「セブンの森」づくりは、全国の行政、NPOなどと協定を締結し、セブン-イレブン加盟店・本部社員や地域市民の方々からボランティアを募って活動しています。

セブン&アイ・ホールディングスは、間伐した木材の利用を推奨することが日本の森が抱える問題の解決につながることから、グループのプライベートブランド商品「セブンプレミアム」の一部商品では容器・包装に「セブンの森」の間伐材を使用しています。そのほかにも、「セブンの森」から得られる木質材をグループ内の店舗資材や事務備品として使用するほか、商品化を進めることで国産木材の活用を促進しています。

- › [「セブンの森」の詳細はこちら](#)
- › [「容器・包装に間伐材を利用」の詳細はこちら](#)



「セブンの森」づくり

### 「セブンの森」づくりの概要



## 一般財団法人セブン-イレブン記念財団の取り組み

一般財団法人セブン-イレブン記念財団は、セブン-イレブン加盟店とセブン-イレブン・ジャパンが一体となって環境をテーマにした社会貢献活動に取り組むことを目的として、1993年に設立されました。お客様からお預かりした店頭募金とセブン-イレブン・ジャパンなどからの寄付金をもとに、環境市民活動支援事業、自然環境保護・保全事業、災害復興支援事業、広報事業に取り組んでいます。

セブン-イレブン記念財団は、さまざまな団体と協力して豊かな自然環境の再生をテーマに、「森・里・川・海」という自然のサイクルを保護し、CO<sub>2</sub>の吸収と酸素の排出を増やす「セブンの森づくり」活動を続けています。「山の森づくり」では植樹から下刈り、間伐までの保育活動を行い、豊かな森林の保全・再生につなげています。また、「海の森づくり」では、海中のCO<sub>2</sub>を吸収し炭素を蓄積することで、水質を浄化し生物多様性の保全に役立つアマモを増やす活動に取り組んでいます。これらは行政やNPO法人などと協定を締結し、セブン-イレブン加盟店・本部社員や市民の方々と活動しており、地域の皆様とともに多様な生物が息づく豊かな自然環境を目指しています。2021年3月には、環境省大臣官房総合政策課、地球環境パートナーシッププラザ（GEOC）受託団体である一般社団法人環境パートナーシップ会議との3者による「環境保全及び協働取組に関する協力協定書」を締結し、2023年4月には、環境省自然環境局および地域の活動団体とともに国立公園の環境保全活動に協働で取り組むことを目的とした、「国立公園の環境保全活動に関する協力協定書」を締結しました。

また、「人と自然、自然環境と地域社会の共存・共栄を自然から学ぶ」を基本理念に「九重ふるさと自然学校」と「高尾の森自然学校」を運営しています。両校とも行政や企業、教育機関とも連携し、自然環境の保護・保全活動を通じて、生物多様性の重要性を体験し学ぶとともに、地域の自然や歴史、文化などを次世代に継承していく人材育成にも携わっています。自然環境のモニタリング活動として、両校は環境省生物多様性センターが実施する「モニタリングサイト1000」事業のモニタリングサイトとして登録し、九重ふるさと自然学校は2008年より、高尾の森自然学校は2018年より動植物のモニタリングを実施しています。九重ふるさと自然学校の「田んぼの生物多様性向上10年プロジェクト」は、国連生物多様性の10年日本委員会（UNDB-J）の認定連携事業に登録されています。

### セブン-イレブン店頭での募金総額

2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
4億3,680万9,753円	4億2,942万8,907円	4億459万9,793円	5億1,661万4,107円

### 環境市民活動への助成実績（継続助成を含む）

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
助成総数	272件	285件	268件	275件
助成総額	1億3,835万724円	1億5,536万1,354円	1億6,186万4,664円	1億5,392万6,505円

› [セブン-イレブン記念財団のWebサイトはこちら](#)

### 自然環境保護・保全のための学習施設の運営

名称	関連サイト
高尾の森自然学校	<a href="#">LINK</a>
九重ふるさと自然学校	<a href="#">LINK</a>

## 自然環境保護・保全の取り組み事例

事例名称	関連情報	
環境省-モニタリング1000	自然環境データを継続的に収集・蓄積する活動に2008年から参画	<a href="#">Link</a>
	環境省Webサイト	<a href="#">Link</a>
「環境保全及び協働取り組みに関する協力協定書」 ( <a href="#">Link</a> )	地球環境パートナーシッププラザ (GEOC)	<a href="#">Link</a>
	一般社団法人 環境パートナーシップ会議 (EPC)	<a href="#">Link</a>
「セブンの森」「セブンの海の森」づくり	植樹から下刈り、間伐までの森の保育活動や水質浄化や酸素を生成し、CO <sub>2</sub> を減らすアマモ場の再生活動を実施	<a href="#">Link</a>
東京湾UMIプロジェクト	海岸清掃のほか、水質浄化やCO <sub>2</sub> を減らすアマモを増やして豊かな海に再生する海の森づくりを実施	<a href="#">Link</a>
富士山地域環境保全	認定NPO法人富士山クラブの協力を得て清掃や外来種駆除などを山梨県側と静岡県側で交互に実施	<a href="#">Link</a>
霧多布湿原トラスト活動	豊かな生態系を抱く霧多布湿原を次世代に引き継ぐために、認定NPO法人霧多布湿原ナショナルトラストとともにナショナルトラスト運動を推進	<a href="#">Link</a>
国連生物多様性の10年日本委員会 (UNDB-J)	プロジェクトベース認定連携事業： 「田んぼの生物多様性向上10年プロジェクト」	<a href="#">Link</a>

## 環境保全・自然共生型栽培米の販売

イトーヨーカ堂は「環境保全・自然共生型稻作栽培米」シリーズを販売しています。この商品は、「生物多様性農業」を実践し、農薬・化学肥料を減らすだけでなく、野生生物が生息できる田んぼで作られています。商品の収益の一部は、産地の環境整備のために寄付しており、2024年度は「コウノトリ育むお米 コシヒカリ」で約1.7万円を豊岡市コウノトリ基金へ、「朱鷺と暮らす郷づくり認証米 新潟県佐渡産コシヒカリ」で約4.5万円を佐渡市トキ環境整備基金へ寄付しました。



環境保全・自然共生型栽培米

## 『Green Down Project』への参加

イトーヨーカ堂は、羽毛製品の適正処理と再資源化を目的に設立された「Green Down Project」に参加し、2020年3月から羽毛布団やダウンジャケットを店舗でお客様から常時回収できる体制を整え、羽毛循環サイクルの実現に取り組んでいます。

2020年3月から2024年12月までの累計回収点数は6,315点となり、2024年1月～12月の売却による収益金約18万円（税込）は、環境保全に役立てるため2024年に世界遺産登録20周年を迎えた三重県の「熊野古道伊勢路」へ寄付しました。