

海外の取り組み

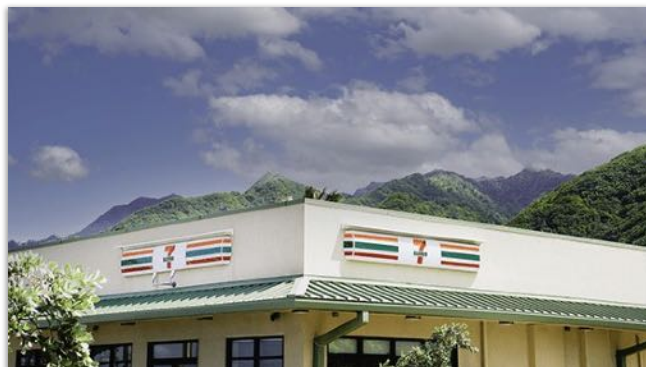
北米での取り組み

セブン&アイ・ホールディングスは、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：10,493,291百万円（チェーン全店売上）
店舗数：12,963店舗



SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. >

売 上：64,134百万円
店舗数：67店舗

※ 為替換算レートはU.S.\$1=151.69円

※ 売上・店舗数は2024年12月末現在

中国での取り組み

セブン&アイ・ホールディングスは、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：16,114百万円
店舗数：362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：3,331百万円
店舗数：232店舗
設 立：2012年11月



セブン-イレブン成都 有限公司

売 上：2,644百万円
店舗数：82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：22,169百万円

店舗数：9店舗

設 立：1996年12月



華糖ヨーカ堂有限公司

売 上：1,789百万円

店舗数：1店舗

設 立：1997年9月

※ 為替換算レートは1元＝21.04円

※ 売上高には増値税（付加価値税）を含まず

※ 売上・店舗数は2024年12月末現在

7-Eleven, Inc.

コンビニエンスストア業界のパイオニアである7-Eleven, Inc. (SEI) は、地域社会と地球環境に対するポジティブインパクトの創出に注力しています。この一環として、SEIは、豊かな地域社会の実現、環境保全、責任ある消費の促進を軸としたサステナビリティ戦略「7impact "Good Made Easy"」を推進しています。この戦略によって、お客様、フランチャイズオーナー、ベンダー、サプライヤー、従業員のすべてのステークホルダーの持続可能な未来の実現と社会的責任の履行を支援しています。SEIおよびそのブランドファミリーの従業員は、一体となって地域社会と地球環境の発展に貢献しています。

「Good Made Easy」は、SEIの事業運営において重要な3つの要素「人・地球・商品」に焦点を当てたサステナビリティロードマップであり、これに基づき自社のサステナビリティアジェンダに沿った教育・啓発活動を実施しています。また、取り組みの進捗状況を定期的に評価・報告することにより、現状把握を行い、事業の持続可能な成長につなげています。



持続可能な未来に向けたイノベーション

SEIは、エネルギー効率の向上や代替エネルギー（風力・太陽光発電）の活用などに戦略的な投資を行っているほか、廃棄物の削減や資源消費の抑制を進め、環境負荷のさらなる低減に取り組んでいます。

環境の保護

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は、4つの戦略目標を掲げた環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」を2019年に策定し、すべての店舗とサプライチェーン全体で環境フットプリントの低減を図っています。

この宣言に沿って、SEIは、お客様、フランチャイズオーナー、ビジネスパートナー、従業員のすべてのステークホルダーが地球環境の改善により貢献できるよう支援しています。具体的な取り組みとして、代替燃料へのアクセスの向上、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、環境配慮型パッケージの導入などを進め、持続可能な未来の実現への貢献を目指しています。

【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



CO₂e排出量の削減

SEIは、「GREEN CHALLENGE 2050」に基づき、2030年までに店舗運営に伴うCO₂e排出量を2013年度比で50%削減する目標に掲げています。2024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2013年度比33.3%（2013年度～2024年度の10年間で458,125 MTCO₂e）削減しました。これは、約106,860台の乗用車が1年間に排出するCO₂e排出量に相当します。

店舗運営のエネルギー効率を継続的に向上させ、再生可能エネルギーの導入とセブン-イレブン店舗における2,000以上の省エネプロジェクトに投資することで、SEIはこの成果を上げました。

※SEIを除く当社グループでは「CO₂」を、SEIでは「CO₂e」の表記でそれぞれの目標を定義しています。

店舗の省エネ化に向けたイノベーション

お客様体験の向上と省エネ、資源の保護に寄与する多様なテクノロジーを多くの店舗に導入しています。例えば、エネルギー効率の高い店舗づくりに向けてLED照明プログラムを策定。一部の店舗にLED照明を導入することで、エネルギー使用量の削減とCO2削減を進めています。

再生可能エネルギーの利用拡大

SEIは、重要なイニシアティブの一つとして、再生可能エネルギーの利用を拡大しています。2024年度は、米国とカナダにある店舗の電力使用量の約23%を風力・太陽光発電を含む再生可能エネルギーとしました。

テキサス州は19,000基以上の風力タービンを保有しており、建設中のもも含めると風力発電の発電容量は全米トップです。米国で最大規模の風力発電所6施設のうち4施設が同州に集まっています※。こうしたなか、SEIは2017年に電力会社TXU Energyと契約を締結し、州内の全店舗で風力発電由来のエネルギーを使用しています。2024年度は、同社から383,000MWh超の再生可能エネルギーを購入し、州内の990以上の店舗で使用した結果、2024年度に使用した再生可能エネルギーのうち、51%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再生可能エネルギー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2024年度の太陽光発電由来の電力使用量は約137,000MWhで、SEIが使用した全再生可能エネルギーの18%を占めています。

イリノイ州では、2021年度に60,000MWh超のオフサイト風力発電に関する契約を締結しました。また、同年にはオレゴン州において2,500MWhの再生可能エネルギー調達が可能になるコミュニティ・ソーラー・プロジェクトについても契約を締結しました。これらの契約のもと、2024年度は、イリノイ州で約84,000MWh、オレゴン州で約2,500MWh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、20年にわたって再生可能エネルギーを調達することを2022年度に発表しました。この契約は、SEIが官民を問わず多様なパートナーとの協働によりカーボンフットプリントの削減を推進していることを示す代表的な事例です。これらのほかにも、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37,000MWh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、2024年度は約44,700MWhの再生可能エネルギー由来の電力を調達しました。

※ US Turbine Database and Land App



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

代替燃料へのアクセス向上

SEIはEV急速充電ネットワーク・支払いアプリ「7Charge™」を立ち上げ、EVドライバーが「7Charge」ネットワークでシームレスに充電や決済にアクセスできるよう努めてきました。信頼性とスピードを兼ねそなえ、主要幹線道路沿いや首都圏の店舗で利用できる「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。

2024年末の時点で、米国8州とカナダ2州の53店舗に合計180基の「7Charge」ポートを設置しました。SEIのEV急速充電ネットワークスタンド網を通じて、セブン-イレブンのお客様が330万kWhの電力を購入したと推定され、これは約1,200万e-マイル分の充電に相当します。



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、かけがえのない天然資源の保全につながるとSEIは考えています。そこで、水の使用量を削減するため、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、環境に配慮した店舗設計の基本として採用を拡大しています。

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}	2024年度 ^{※4}
検証対象店舗数 ^{※1}	9,387	13,043	12,811	12,634	12,797
GHG排出量 ^{※2} (千t-CO ₂ e)	759	1,002	851	790	919
CO ₂ 排出量 ^{※2,3} (千t-CO ₂)	755	997	848	790	919
電気使用量 ^{※2} (GWh)	2,306	3,213	3,186	3,125	3,207
水使用量 ^{※2} (千m ³)	10,637	10,544	15,480	15,223	14,985

※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、廃棄に至るまでのライフサイクルを通して、環境への負荷を極力抑えるだけでなく、製品を適切に保護し品質を維持する包材や包装方法を指します。SEIは、このサステナブルパッケージの取り組みを推進し、容器包装の改善が続けています。また、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

2024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

バリューサンドイッチの三角パッケージ

SEIは「リサイクル材料インクルージョン」プログラムを推進しており、2024年には、サンドイッチ容器におけるPCRの配合比率を2023年の20%から25%に引き上げました。これにより、再生素材ではないプラスチックの使用量を年間約19,700ポンド削減しました。

また、2023年から2024年にかけてPCRの配合比率25%の新パッケージを各種商品に採用し、サンドイッチ容器を含む全体で新規プラスチックの使用量を年間約98,500ポンド削減しました※。

プレミアムサンドイッチのパッケージ

バリューサンドイッチの三角パッケージの改良に続き、2024年はプレミアムサンドイッチのパッケージも見直し、PCRの配合比率を0%から25%に引き上げました。2025年からはこのPCR配合比率25%のプレミアムサンドイッチの新しいパッケージを全米に展開。新規プラスチックの使用量を年間約124,000ポンド削減する計画です※。

バリューサンドイッチとプレミアムサンドイッチの両パッケージでPCR配合比率25%を実現することにより、新規プラスチックの使用量を年間約222,000ポンド削減することができます※。PCRの採用は、廃棄物削減につながるとともに、環境配慮を重視するお客様のニーズや各種規制に対応するものです。SEIは、こうした取り組みを通じて、環境に配慮したおいしい商品の提供に取り組んでいます。

※ Plastic Ingenuity Trayak COMPASS LCA Platform。2023年と2024年の改良に基づき2024年の数量を使用



プラスチックの使用削減

お客様と地球にやさしい「リプレニッシュ」

2019年に発売した水分補給飲料「セブンセレクト™ リプレニッシュ®」シリーズは、発売開始直後から人気を博し、お客様の生活に欠かせない商品として支持されています。

SEIは環境負荷の低減を目指して、同シリーズのパッケージデザインを刷新しました。新しいパッケージデザインは、ボトルとパッケージのプラスチック使用量を削減しており、廃棄物量を年間約104トン削減することができます。また、パッケージの最適化により、1パレットあたりのケース積載数が増加するため、店舗への配送に必要なトラックの台数も年間で約25%削減できます。この取り組みにより、お客様は持続可能性と利便性を両立した商品を安心して購入することができます。

今回のデザイン刷新は、プラスチック使用量の削減と物流の合理化を通じて、持続可能な事業運営を実現するための重要な取り組みです。SEIは、環境配慮を重視するお客様のニーズに応えながら、高品質な商品の提供を継続しています。



食品廃棄物の削減

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

7-Eleven Canadaは、パイロットプログラムとして2023年に「安全な食品の廃棄防止」プロジェクトをスタートしました。同プロジェクトでは、グローバルソーシャルビジネス企業であるToo Good To Goと提携し、賞味期限が迫った食品や廃棄対象となる可能性のある食品の削減に取り組んでいます。

食品廃棄の問題は環境負荷の観点でも深刻です。品質に問題のない食品が廃棄されると、その栽培、収穫、輸送、包装に費やされたエネルギーや水もすべて損失することになります。カナダでは年間約3,550万トンの食品が廃棄されており、これにより年間約2,570万トンのCO2e排出量が大气中に放出されています※。

7-Eleven CanadaとToo Good To Goは、この食品廃棄問題の解決に向けた取り組みを展開しています。カナダ各地の440店舗以上のセブン-イレブンでは、賞味期限が近づいた商品を厳選し、毎日割引価格の「サプライズバッグ」に詰め合わせています。Too Good To Goのモバイルアプリを通じて、手軽でおいしい食品をリーズナブルな価格で購入したいお客様に通知を送信する仕組みです。

このプログラムは環境負荷の低減に加え、深刻化する食料不安の解決にも貢献しています。現在カナダでは、210万人の子どもたちを含む推定870万人が食料に困窮している状況です。「サプライズバッグ」は、環境配慮を重視するお客様と食料不安を抱える方々の双方が、手頃な価格で食品を購入できる機会となっています。2024年、7-Eleven CanadaとToo Good To Go社は、167,000食以上の食品を廃棄せずに活用しました。

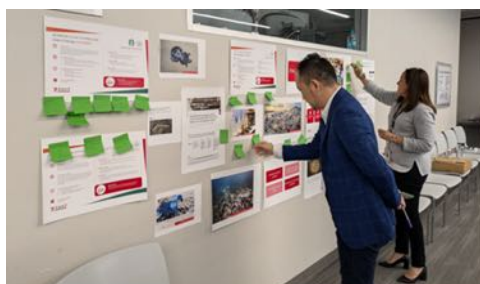
※ セカンド・ハーベストとバリュー・チェーン・マネジメント・インターナショナルによる調査



サステナビリティ・イノベーション・サミット

SEIは、2025年以降の持続可能性推進とビジネス成長を加速するため、各部門のリーダーを集めて「イノベーション・サミット」を開催しました。持続可能な小売業界のリーダーとなることを目指し、「GREEN CHALLENGE 2050」の達成に向けたロードマップを継続的に改善し、実際の活動に反映しています。具体的には、豊かで活力のあるコミュニティをつくる「人」、環境を守る「地球」、責任ある消費につながる「商品」の3つの柱を軸として取り組みを推進しています。

2024年のワークショップにおいては、全店舗ネットワークとサプライチェーンにおける環境負荷低減を目的として、参加した各部門のチームがサステナビリティ活動を事業運営に徹底して組み込むための具体的な方法についてブレインストーミングを実施しました。ワークショップでは、CO2e排出量削減に向けて、店舗ネットワーク全体で販売する再生可能燃料の拡充と、自社車両および外部輸送車両で使用する再生可能燃料の増加を優先課題として特定しました。また、米国市場でのToo Good To Goとの連携拡大や、商品調達における持続可能な取り組みの強化など、プラスチック削減と食品廃棄物削減をさらに推進する方策を検討しました。



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

セブン-イレブン単なるコンビニエンスストアではなく、地域の皆様にとって良き隣人となる「近くて、安心な、頼りがいのある、皆のお店」です。SEIが各店舗でお客様のニーズに応えるなかで、大小問わずさまざまな形で地域とのつながりが毎日生まれています。SEIは「健康」「安全」「機会平等」の3つを重点領域として地域支援活動を推進することで、各コミュニティの活性化に貢献しています。

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、SEIのコアバリューです。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継承していきます。



2024年度 社会貢献活動ハイライト

7-Eleven Cares Foundation

「健康」「安全」「機会平等」を重視した各種活動の支援

7-Eleven Cares Foundationを通じて、「健康」「安全」「機会平等」を重視したボランティア活動や慈善寄付、地域社会支援プログラムを展開し、豊かで活力あるコミュニティの構築に貢献しています。



子どもたちの健やかな成長の支援

2024年、非営利団体Children's Miracle Network Hospitals®（CMN Hospitals）への支援を通じて1,700万ドルを超える資金を調達し、全米のCMN Hospitals加盟112病院をサポートしました。これらの病院の多くは、各コミュニティで最も信頼される医療機関であり、調達した資金は小児医療の向上において重要な役割を果たしています。

この取り組みは、セブン-イレブンがサービスを展開するコミュニティにおいて、支援を必要とするすべての子どもたちに最良の治療機会を提供することを目的としています。今回の成果は、7-Elevenとそのファミリーブランドのお客様、フランチャイズオーナー、ビジネスパートナー、従業員が一丸となって支援した結果です。

具体的には、Speedway®において年間を通じて店内募金活動を実施し、7-ElevenとStripes®もこの活動に参加しました。また、オハイオ州デイトンで開催された第33回「Miracle Tournament and Celebration Dinner」では、約300万ドルを調達し、約1,000人の支援者がCMN Hospitalsから直接支援を受ける子どもたちとともに資金調達活動を行いました。

この他にも、コミュニティに根ざしたキャンペーン「Cleat Crew™」を展開しました。このキャンペーンでは、大学フットボールリーグのスター選手がラグジュアリーブランド「The Shoe Surgeon」のデザイナーであるドミニク・シャブロン氏と協力してカスタム・スパイクをデザインしました。一点もののスパイクをオークションで販売し、その収益を各選手の地元のCMN Hospitals加盟病院に寄付する仕組みです。このプログラムにより、115,000ドル以上の資金をCMN Hospitalsに寄贈しました。

1991年以降、SEIがCMN Hospitalsのために調達した資金総額は2億ドルを超えています。



全国ボランティア月間

4月の全国ボランティア月間に合わせて、毎年恒例のボランティアイベント「7Cares Day」を開催しました。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・センターに所属する従業員約420名が参加し、延べ1,047時間のボランティア活動で地元の非営利団体をサポートしました。

参加者は地元の10団体から1団体を選んで活動し、その慈善団体が地域コミュニティで取り組んでいる重要な活動を現場で体験しました。また、7-Eleven Cares Foundationは各慈善団体に2,000ドルを寄付し、寄付総額は20,000ドルとなりました。



従業員によるギビング・パイロット・プログラム「7Cares ギビング・デー」の発足

7-Eleven Cares Foundationは9月の3週間、ストア・サポート・センターの従業員、ノーステキサスのフィールド・オペレーション、店舗リーダー、フランチャイズオーナーに対して寄付キャンペーンを実施しました。地元コミュニティへの支援を強化するため、集まった寄付金と同額（最大25,000ドル）を7-Eleven Cares Foundationがマッチングとして寄付しました。寄付対象は、セントラルオハイオからノーステキサス地域で、SEIが重視する「健康」「安全」「機会平等」の3つの領域で緊急度の高い活動に取り組んでいる非営利団体です。この取り組みにより、総額65,000ドル以上を寄付しました。

寄付対象

セントラルオハイオ	ノーステキサス
<ul style="list-style-type: none">• Boys & Girls Club of Dayton• Dayton Children’s Hospital• Dayton Foodbank• Second Harvest Food Bank	<ul style="list-style-type: none">• アメリカ赤十字社（ノーステキサス支部）• Children’s Health (Children’s Medical Center Dallas)• Cook Children’s Medical Center• North Texas Food Bank• Tarrant Area Food Bank• Boys & Girls Clubs of America （コリン郡、グレーター・タラント郡、ダラス郡）



「7Cares Annual Thanks + Giving」のイベント

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一重量にして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。



災害支援活動の支援

アメリカ赤十字社は、被災者への避難所、食料、支援物資の提供や、国内血液供給量の約40%の確保、救命スキルの指導、退役軍人や現役軍人とその家族への支援などを行っています。これらの活動はすべて、ボランティアとアメリカ国民の善意に支えられています。SEIは、こうした重要な活動を行うアメリカ赤十字社を積極的に支援しています。

7-Eleven Cares Foundationは、アメリカ赤十字社が毎年実施している災害対応者プログラムをサポートしています。2024年には、SEI、従業員、お客様から総額30万ドル以上の義援金を集め、複数のハリケーン被災者に寄付しました。具体的には、フロリダ州に上陸しノースカロライナ州西部、テネシー州東部、バージニア州南部に壊滅的な洪水をもたらしたハリケーン・ヘレンの被災者、アメリカ南東部に上陸したハリケーン・ミルトン、テキサス州とルイジアナ州に上陸したハリケーン・フランシーヌの被災者を支援しました。



シグネチャープログラム「**Operation Chill®**」ー地域の安全と絆を育む取り組みー

SEIとそのブランドファミリーは、地元警察との長年の関係をさらに深め、地域の安全と絆を育む取り組みを推進しています。その代表例が、1995年から継続している「Operation Chill®」プログラムです。同プログラムでは、親切で模範的な子どもたちに、警察官がセブン-イレブンやStripes®の対象店舗で使えるSlurpee®ドリンククーポンを手渡しています。この活動により、地元警察とコミュニティの信頼関係の構築を支援しています。

2024年は、1,300を超える警察署の協力により、555,250枚のSlurpee®ドリンククーポンを配布しました。1995年の開始以来、配布したクーポンの総数は2,400万枚に達しています。



7-Eleven Cares Foundationが協賛する「**National Night Out®**」

2024年、SEIが支援する7-Eleven Cares Foundationは、「National Night Out®」（NNO）の公式サポーターに加わりました。NNOは、警察とコミュニティの積極的な交流を促進し、住民の連帯感を強化することを目的として毎年開催される地域イベントです。

NNOの開催地域では、ブロックパーティーやお祭り、バーベキューなどのイベントが開催されています。これらのイベントでは、防犯・交通安全の啓発活動、救急隊員による緊急時対応の指導、各種展示などが行われています。

こうした活動の一環として、セブン-イレブン、Speedway®, Stripes®の各店舗では、8月と10月の第1火曜日に全米の一部地域でNNO主催の地元イベントを支援しています。活動開始の初年度に、全米19地域で約100のイベントを支援し、約95の警察署から「Operation Chill®」への新たな協力を得ることができました。

SEIはこのイベントの輪を広げることで、地域コミュニティと地元警察との連携の強化を図っています。



「**Slurpee® Name Your Price Day**」を通じた「**Food Banks Canada**」の支援

2024年9月、カナダのセブン-イレブンは「Slurpee® Name Your Price Day」を開催し、お客様に「Food Banks Canada」への支援を呼び掛けました。このイベントでは、お客様がSlurpee®ラージサイズドリンクの価格を自由に決め、その代金を「Food Banks Canada」に寄付します。1ドルの寄付で飢えに苦しむ人々に2食分の食事を提供することができます。

カナダ国内でフードバンクの利用者が増え続けるなか、こうした取り組みの重要性は高まっています。2024年3月だけで150万人近くがフードバンクを利用し、そのうち約3分の1を子どもが占めています。イベントに参加したお客様により約58,000ドルの寄付金が集まり、これによって115,000食分以上の食事を提供できます。

また、イベントに参加できなかったお客様には、次回の店舗訪問時に購入金額の端数を切り上げてドル単位で支払う方法での寄付を募りました。

ダイバーシティ & インクルージョン（DE+I）への取り組み

現在、セブン-イレブンが米国・カナダ全土で展開している店舗の数は13,000店を超えており、各地の多様なコミュニティにとってなくてはならない存在となっています。SEI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環境を実現するために、フランチャイズオーナーや従業員それぞれのユニークな視点や能力を日常業務に活かすよう奨励しています。また、「ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン」の推進を通じて差別のない平等な職場づくりを目指し、積極的な取り組みを進めています。



DE&I戦略の3つの柱

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

2024年度の「DE+I」推進活動ハイライト

アソシエイト・ビジネス・リソース・グループ – チームワークを育む取り組み –

SEIとそのブランドファミリーは、来店するお客様一人ひとりを歓迎し、温かく迎えることを大切にしています。この温かい雰囲気は従業員にも広がっており、SEIは従業員の誰もが大切にされ、つながりを感じながら能力を発揮できる職場環境整備に取り組んでいます。こうした取り組みにより、組織全体の活力の向上と協力体制の構築を進めるとともに、個々のアイデアを事業運営に積極的に反映しています。

セブン-イレブンのアソシエイト・ビジネス・リソース・グループ（ABRG）は、従業員が中心となって運営する自主的なグループで、SEIのミッションや価値観に基づいた一人ひとりを大切にする職場づくりを目指しています。ABRGは、将来のリーダーに必要な戦略的な考え方や計画立案など重要なスキルを身に付ける機会を全従業員に提供しており、グループのメンバーは、計画策定やプロジェクト管理の経験を積みながら、エグゼクティブスポンサーや他のシニアリーダーとの交流も深めています。

また、ABRGは、North Texas Food BankやDress for Success、Boys and Girls Clubs of America、Carry the Load、Salvation Army Angel Treeなどのコミュニティイベントや団体も支援しています。さらに、SEIの採用活動においても重要な役割を果たしています。



7APIN ABRGの設立

東アジア、東南アジア、南アジア、太平洋諸島出身の多様なコミュニティは、その豊かな文化的遺産や躍動感あふれる文化を通じてアメリカ社会の発展に大きく貢献しています。そこで、SEIは2024年、ABRGの7番目のグループとなる「7-Eleven Asian Pacific Islander Network（7APIN）」を設立しました。

7APINは、他のセブン-イレブンのすべてのABRGと同様に、メンバーのキャリア開発や、事業・コミュニティへのポジティブインパクトの創出に取り組んでいます。

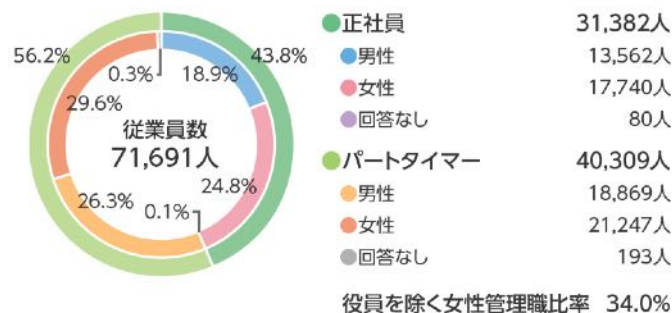


「Top Women in Convenience」アワード

Convenience Store Newsは、コンビニエンスストア事業・業界をけん引する卓越した女性を称える毎年恒例の「Top Women in Convenience (TWIC)」アワードの受賞者を発表しました。2024年は、SEIとそのブランドファミリーから7名が選出されました。

2024年で11周年目を迎えるTWICは、コンビニエンス小売業界において女性が果たす重要な役割を称える唯一のアワードであり、自社ならびにコンビニエンス小売業界全体に大きく貢献している女性リーダーを表彰するものです。

2024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バ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

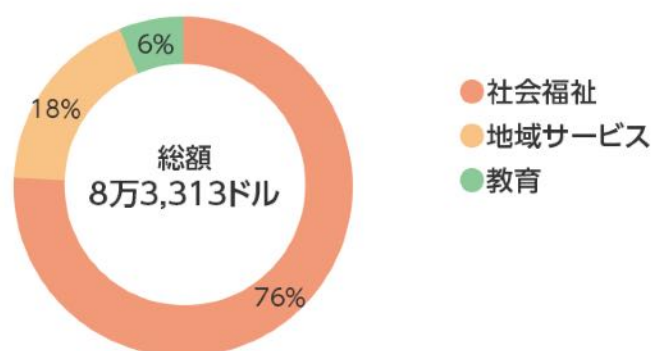
この「Our Promise」は、SEHが地域社会・お取引先様・従業員のためのビジネスであることを定義しており、この価値観の実践は従業員の行動の礎となっています。また、「Our Promise」を推進するために優秀な従業員を評価する活動にも取り組んでいます。これは、全従業員へ3つの価値観を実践している個人を推薦するよう奨励し、選出された従業員にピンバッジと賞与を贈呈するというもので、社内報と社員限定のFacebookページで紹介しています。



地域社会との共生

SEHは良き企業市民として、NPOや学校の活動および教育・福祉・健康に関する取り組みを支援しています。2024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、50を超える団体に対し、金額に換算して約83,313ドル相当を支援しました。

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.による支援(金額換算) (2024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。

2024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8万5,500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33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。



ゴルフトーナメントでホオラナプアを支援

SEHは、2024年8月、美しい景色を望むハワイ・カウアイ島のミッドパシフィックカントリークラブで毎年恒例のゴルフトーナメントを開催しました。従業員、取引先、地域の支援者が集まり、ゴルフを楽しみながら社会貢献活動に参加しました。

このイベントで42,000ドルの寄付金が集まりました。この寄付金は、児童の性的人身売買の防止と被害を受けた若者の支援に取り組んでいるホオラナプアに寄付されます。SEHは、ハワイの子どもたちのより良い未来のためにこうした地元NPOを支援する活動を継続しています。



小切手を持つSEHのコミュニティマネージャーとホオラナプアの代表



「SEH 2024ゴルフクラシック」に参加したSEHの取引先

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、2024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、1世帯のサポーターとなり、小売価格にして総額1,000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。2024年で7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。



2024年12月の「ジンジャーブレッド・オハナ・フェスト」に参加した
SEHのコミュニティマネージャーとケイキオカアイナの代表

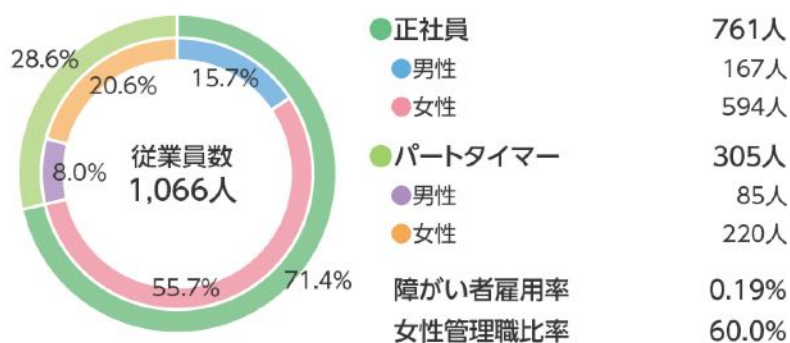


2024年12月、ケイキオカアイナに40,000ドルを拠出

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 (2024年12月末現在)



環境負荷の低減



プラスチック使用量・電力使用量の削減

SEHは過去数年間、プラスチック使用量の削減を優先課題として取り組んできました。今後もプラスチック包装の使用量削減を継続していきます。

また、次の重点分野として電力使用量の削減を進めています。2024年は、太陽光発電パネル（PV）や電流変換器（CTセンサー）など、さまざまな技術的選択肢を評価しました。2025年は、PVパネルとCTセンサーのパイロット導入を予定しています。

【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※を導入して生鮮品の包装を最小化
- 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
- サンドイッチとマナブアのプラスチック容器を紙容器に変更

※ 熱で収縮する包装用プラスチックフィルムを使用した密閉包装

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

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年目標
店舗数	65	65	65	67	67	67
電気使用量（MWh）	18,099	18,156	17,950	18,194	18,311	18,859
水使用量（千m ³ ）	51	55	55	57	64	65

2024年度の主な受賞や評価

2024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・成都では、プライベートブランド商品の原材料選定において厳しい基準を適用し、日本への輸出経験などの項目で製造工場を審査することで、品質レベルの維持に努めています。

●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、国際的な食品安全管理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※を取得しています。北京旺洋食品は、2021年12月からATPふき取り検査を開始し、より安全・安心な商品製造に取り組んでいます。さらに、2022年1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。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は2024年2月にFSSC22000（食品安全体系）認証を取得しました。

※ Hazard Analysis and Critical Control Pointの略。危害要因分析重要管理点と訳される食品の安全を確保するための衛生管理手法。

●製造工程の自動化

セブン-イレブン北京・天津・成都是、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、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、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、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-イレブン成都是、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。

これらに加え、製造工場である陸美食品は2024年に凉皮（麺料理）の生産機械と卵の殻を剥く機械を導入し、品質の向上を図るとともに、生産効率の向上とコストダウンを実現しました。また、旺洋食品は「大きなおむすび」の成型機械を導入し、新商品「大飯団」の販売を開始しました。

健康への配慮

セブン-イレブン北京・天津・成都是、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、パッケージ表面にカロリーを表示しているほか、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における省人化と、間違いの防止を目的にラベル検知器を導入しました。

さらに2025年8月からは、お客様の健康に対するニーズに応えるために、一部の商品に「低カロリー」「高たんぱく質」「低脂肪」の3種類のラベルを貼付して販売しています。



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・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、2024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年度にお客様満足度の向上を目指して、新たに以下の取り組みを実施しました。

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施策を中心とした資料を作成し、毎月、店舗に発信
2. 従業員による接客の様子を撮影した動画を作成し、各店舗においてトレーナーが動画を活用した研修を実施。2023年度末には、接客応対が優秀な10店舗を表彰

セブン-イレブン成都是、2024年においてデリバリー販売の拡大に向けた教育を実施しました。全店舗を対象に、基本的なシステム操作をはじめ、商品を準備する際のルール、事業運営レベルの向上を図る施策などについての研修を行いました。日常管理においても、各店舗の個別のお客様による低評価レビューを抽出し、「デリバリーレビュー報告書」としてまとめることで、個店のデリバリー販売における対応面での課題の改善に取り組んでいます。

さらに、セブン-イレブン北京では、接客サービスに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。2024年度は39名の従業員を表彰しました。



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・成都は、地域社会の一員として、それぞれ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。レジカウンターに寄付箱を設置しているほか、2018年からはお客様にコーヒーを1杯ご購入いただくごとに0.01元を寄付しています。

2024年も引き続き同基金への寄付を行い、2024年の年間寄付総額は27,363.95元となりました。コーヒー販売に伴い25,158.28元、寄付箱への現金寄付2,205.67元を合わせて寄付しました。

セブン-イレブン北京と北京緑化基金会は、「資源を共有し、優位性を補完し、Win-Winを実現し、ともに発展する」という原則に基づき、北京の公益植林プロジェクトを中心とした公益協力を継続し、北京の環境保全に貢献するとともに、長期安定的な協力関係の構築に取り組んでいきます。

北京緑化基金への募金額の推移

2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
51,231元	35,570元	33,695元	28,856元

障がい者への支援

セブン-イレブン成都是、2023年に成都市武侯区に居住している障がいのある方々に生活用品などを寄付し、この取り組みが評価され、政府から感謝状を受領しました。2024年も同区内の障がい者のある方々に買い物カードを寄付しました。



セブン-イレブン成都による障がい者への物品寄贈金額

2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
1,891元	0	1,993元	2,000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、各種研修を実施するとともに、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（2024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）	333人（162人・171人）	153人（50人・103人）	120人（37人・83人）
パートタイマー	225人	81人	58人
障がい者雇用率	4.92%	2.61%	4.61%

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加盟店の経営全般についてさまざまな角度からアドバイス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」などの基本事項を学びます。

セブン-イレブン北京は、日常管理の強化を目的として第三者による品質管理調査を実施し、店舗改善につなげる取り組みを継続しています。第三者機関による評点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と共有しています。OFCは、この評価における指摘事項などを改善課題として、店舗運営の改善に取り組んでいます。

セブン-イレブン天津は、早期にポテンシャルのある優秀なOFC候補者を確保し、計画的に育成していくために、2024年から天津市内にある3つの大学と連携し、四年制大学の卒業見込み者を対象に採用活動を開始しました。その結果、6名を採用し、OFC早期育成プランによってOFCへの成長をサポートしています。

セブン-イレブン成都は、OFCのカウンセリング能力の向上を図るために、2023年度はOFCを対象とした能力向上トレーニングを毎月実施しました。4テーマ、12コースの座学研修を実施し、OFCのカウンセリング能力の向上を支援しました。

2024年度は、店内従業員の基礎技能・知識の習得状況を把握するため、全店舗の従業員を対象に業務技能テストを実施しました。その結果を踏まえ、技能・知識の習得度の低い従業員に対してトレーニングを行い、店舗従業員全体のレベルアップを図りました。具体的には、毎月、30%の店舗からトレーニングチームを選定し、1店舗につき1名、テストを実施。このテストにおいて点数が80点を下回った場合、基礎不合格者向け研修会を行いました。テストの内容は、クリンリネス、接客サービス、FF商品の加工と販売、レジ接客技能、商品陳列、デリバリー業務対応です。2024年12月の平均点数は同年1月より16%向上しており、従業員の基礎業務能力の向上によって売上の拡大につながっています。



OFC候補者として採用した新入社員



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。

2024年は、セブン-イレブン北京設立20周年を記念して、勤続年数15年以上のベテラン社員へのインタビュー、「私の目に映る7-11」写真コンテスト、過去のグッズ大募集活動など複数のイベントを開催しました。また、一連の取り組みを冊子にまとめ、従業員に記念品として配布しました。これらのイベントには従業員の5割以上が参加し、従業員エンゲージメントの強化につながりました。企画・実施を通じて従業員の積極的な参画意欲を確認でき、人事施策のさらなる拡充を進めています。

セブン-イレブン天津は、2024年8月に本部事務所の契約期間が満了したことをきっかけに新事務所へ移転しました。これにより通勤条件や業務環境が改善され、従業員満足度が向上しています。また、福利厚生の一環として、社員医療保険を大きく見直し、通常の医療保険に加えて民間の医療保険も導入したことで、社員の医療負担を軽減しました。さらに、健康診断も改善し、一般的な健康診断センターから公立病院での検査に変更して、より信頼性が高く精度の高い健康診断を行っています。

また、2024年下半年から「董事長賞」「イノベーション賞」という社員表彰制度を新設。日頃の努力によって成果を上げた優秀な従業員を表彰することで、モチベーションの向上を図っています。

セブン-イレブン成都は、2023年から月1回、モチベーションの向上を目的に社内勉強会と社員団体誕生日会を開催しており、2024年度も継続的に実施しました。

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
- 優秀社員の表彰とロールモデルの共有



社内勉強会



新事務所



董事長賞の受賞者



社員グループ誕生日会



ベテラン社員インタビューと個別の写真作品展示

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も評価しています。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-イレブン天津では、2024年から本部社員のセルフチェック評価制度を変更しました。各社員が業務効率を向上できるよう四半期ごとに実施していたセルフチェック評価を半年ごとに変更する一方、部下への育成・指導に関する評価面談を年1回から年2回に増やしました。また、セルフチェック評価の結果に基づき、優秀な成果を上げた社員には月額給与をアップする仕組みを導入し、社員のモチベーション向上に取り組んでいます。

セブン-イレブン成都では、全社員を対象とした半期・年間評価制度に加え、営業職および主管級以下の管理職には月次評価制度を別途設けています。半期評価・年間評価では、社員が自己評価を行った上で、各上長が評価基準と業績改善計画を統一し、面談で最終的な評価結果を伝達しています。公平性・公正性と評価基準の統一性を確保しつつ、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。2019年度には、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・面談を実施し、管理職以外は毎月評価を行なっています。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と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。2024年度は、2023年度にOFC、MD向けに新項目・基準で評価を試行した結果を踏まえ、本部各階層のコンピテンシー評価項目と基準を見直しました。さらに、評価表フォーマット、評価頻度、結果共有のプロセス、上長指導に基づく業績改善計画などについても改善と標準化を実施しました。

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により、各社では女性の役職への登用が進んでいます。2012年には、セブン-イレブン天津で初めて中国人の女性が董事に就任しました。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・董事に、セブン-イレブン天津では董事に女性を登用しました。

セブン-イレブン北京では、2025年6月末時点で全管理職（経理以上）29名のうち、女性は18名で、女性管理職比率は62%と5割以上を維持しています。

セブン-イレブン天津では、2024年末時点で女性管理職数（係長以上）は18名で、女性管理職比率56.3%を占めています。

インターンシップの実施

セブン-イレブン北京は、「大学情報マップ」を最大限に活用し、新たに1校と連携を開始しました。これにより2024年にインターン生を39名採用し、事業運営に必要な人材リソースの充実を図りました。2025年6月末時点で、直営店店長26名のうち6名がインターン経験者であり、その割合は23%に達しています。また、運営ZOチーム57名のうち21名がインターン生出身で、割合は37%に上っており、インターン生は人材リソースの基盤となっています。こうしたインターン制度の成果を踏まえ、さらなる人材育成と選抜の精度向上を目指し、2025年には既存の優秀人材の特徴を分析・抽出して体系的な面接手法を構築。将来のフランチャイズ事業を支える人材の採用における採用判断の精度と定着率の向上を図っています。

セブン-イレブン天津・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。2022年度は33名を受け入れ、そのうち6名が正社員になりました。また、2020年度に正社員になった4名中、すでに2名がOFCに昇格しています。2024年度は、32名を受け入れ、そのうち6名が正社員になりました。セブン-イレブン成都では、2020年度は14名を受け入れ、そのうち4名が2021年7月に入社しました。2023年度は3名、2024年度は7名を受け入れました。

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、2024年度のCO2排出量は10,411トンで、2023年度と比べて1,295トン減少しました。同社は省エネ・排ガス削減の取り組みにおいて一定の成果を上げています。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が増加しています。



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	2024年度
店舗数	275	283	304	317	331	362
電気使用量 (MWh)	29,773	24,251	25,171	20,598	19,381	17,237
水使用量 (千m³)	94	78	55	47	39	36

セブン-イレブン天津

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
店舗数	178	179	200	209	217	232
電気使用量 (MWh)	20,051	17,552	17,898	20,440	22,958	22,600
水使用量 (千m³)	57	49	50	44	56	50

セブン-イレブン成都

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
店舗数	75	73	84	85	77	82
電気使用量 (MWh)	9,720	7,631	8,491	8,748	7,220	7,547
水使用量 (千m³)	24	24	27	24	17	19

店舗における省エネ対策

セブン-イレブン北京では、2024年中頃より、店舗での電力消費において多くを占めるチルドケースに着目し、冷気の流出を防止する省エネカーテンの導入テストを開始し、電力使用量の削減に取り組んでいます。最初のテスト4店舗の測定データでは、夏期に約19%の節電効果が確認されました。また、一定期間にわたってカーテンを設置することによる売上変化も検証しましたが、カーテンの設置が売上に与える影響はありませんでした。この結果を受けて、導入店舗を徐々に拡大し、北京および河北省の約40店舗で実施しました。節電効果は、試算では1店舗あたり年間約6,000kWh、電気料金では約9,000円の削減を見込んでいます。現在、テストは継続中であり、カーテンの耐久性や作業性への影響も検証しています。節電効果と実用性を確認した上で、展開拡大を進めていく計画です。

また、セブン-イレブン天津では、2024年度にファストフード冷蔵ケース106台とインバーター室外機24店舗分を導入し、店舗における省エネをさらに推進しました。



冷気の流出を防止する省エネカーテン

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化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

イトーヨーカ堂は1920年、日本の洋品店「羊華堂」として歩みを始めました。創業から100年以上にわたり、時代の変化と顧客の価値観の変化に対応しながら、商品・サービス・業務において進化を続けてきました。

私たちが最も大切にしている価値観は「すべてのステークホルダーから信頼される誠実な企業になる」ことです。そして経営理念「変化への対応と基本の徹底」のもと、お客様の日々の生活に欠かせない価値ある商品・サービスを提供し続けてきました。「新しい体験価値」を追求することは、イトーヨーカ堂の一貫した姿勢であり、会社を発展させる原動力でもあります。

1997年に中国で事業を開始して以来、「顧客第一」のサービス理念を貫き、お客様一人ひとりの買い物体験を大切にしてきました。中国の消費成長とともに歩むなかで、事業の発展だけでなく、地域社会との融合を深めることを重視しています。

持続可能な社会の実現に向け、CSR企業行動委員会を立ち上げ、本業の視点から7つの社会課題を特定し、それらの解決に積極的に取り組んでいます。安全・安心な商品提供、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」の推進、高齢化に対応した店舗づくり、障がい者雇用の促進、社会の多様性推進などを通じて、企業価値の向上と地域社会への貢献を目指しています。

今後も変化するお客様のニーズに応え、日系企業としての特徴を活かしながら、中日経済貿易の拡大に貢献していきます。新商品の継続的な導入と新たな消費価値の創出により、お客様に「期待以上のショッピング体験」を提供し、環境に配慮しながら持続的な成長を実現します。

引き続きイトーヨーカ堂の魅力を発信し、すべてのステークホルダーの皆様からの信頼と支持を獲得することで、社会とともに成長し、より良い未来の創造に貢献していきます。



イトーヨーカ堂（中国）投資有限公司
華糖ヨーカ堂商業有限公司
成都イトーヨーカ堂有限公司
董事長
黄 亜美

中国事業の歴史

年	出来事
1996年	中国政府、四川省成都市から総合スーパー設立の要請を受ける
1996年12月	成都市に「成都イトーヨーカ堂有限公司」設立
1997年9月	北京市に「華糖ヨーカ堂有限公司」設立
1997年11月	春熙店 開店（成都市）
2001年12月	亜運村店 開店（北京市）
2003年9月	双楠店 開店（成都市）
2007年12月	綿華店 開店（成都市）
2009年11月	建設路店 開店（成都市）
2011年11月	高新店 開店（成都市）
2012年7月	中国におけるGMS事業を統括する「イトーヨーカ堂（中国）投資有限公司」を設立
2014年1月	温江店 開店（成都市）
2014年	董事長（当時）の三枝富博に日本人の民間企業経営者としては初の「成都市榮譽市民」の称号が授与される
2017年1月	眉山店 開店（眉山市）

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
2024年6月	北京華糖洋華堂商業有限公司と新辰商業集団が戦略的協力協定を締結

会社概要

	成都イトーヨーカ堂	華糖ヨーカ堂
		
売上高	221.69億円	17.89億円
従業員数	2,246人	152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（亜運村）
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	荒井 達也
CSR推進体制	サステナビリティ委員会	サステナビリティ委員会
	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（売上高・店舗数・従業員数は2024年12月末）

※ 為替換算レート1元＝21.04円

サステナビリティ活動の推進

サステナビリティ推進体制

イトーヨーカ堂は、「信頼される誠実な企業でありたい」という企業理念のもと、すべてのステークホルダーに配慮した経営を行っています。中国スーパーストア事業では中国政府の方針に基づき、CSRの取り組み方針や評価指標を策定し、CSR報告書を公表するとともに、日常の経営においてもCSRを積極的に推進しています。

また、イトーヨーカ堂の主導により、2021年から成都イトーヨーカ堂、北京華糖洋華堂、イトーヨーカ堂（中国）投資有限公司と連携し、CSR推進のための企業行動委員会を設置しています。

2024年には、成都イトーヨーカ堂の企業行動委員会が中心となり、オンラインとオフラインでのコミュニケーションを通じてグループ各社の7つの課題を共有しました。また、サプライヤーとの連携により顧客との対話を積極的に推進し、サプライヤーと顧客に向けてイトーヨーカ堂のサステナビリティ活動と価値観について発信しました。

企業行動委員会は、法令に基づく企業行動の徹底と、社会に必要とされる企業としての社会的責任の履行に注力しています。同委員会を中心とした推進体制を構築し、中国事業を担う各事業会社間の連携を強化するとともに、従業員一人ひとりの育成を強化することで、中国事業全体の成長を目指しています。

サステナビリティレポートの発行

成都イトーヨーカ堂は、2016年7月に「CSRレポート」を初めて発行して以来、毎年継続して報告書を発行しています。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、それぞれの対照表を巻末に掲載しています。

CSR報告書は、Webサイトでの公開に加え、外部からの来訪者に対しては印刷物を配布しています。また、中国工業経済連合会を通じて、工業情報化部、国家発展改革委員会などの政府機関にもCSR報告書を開示しています。



お客様への約束



品質・鮮度管理

成都イトーヨーカ堂は、お客様への安全・安心な商品の提供に努めています。特に食品安全については、「組織体制面・管理面・教育面」から管理体制を強化しており、品質の見える化、トレーサビリティ管理などの取り組みを推進しています。また、本部から各店舗まで一貫した食品安全の専門チームを配置し、組織全体で安全管理に取り組んでいます。こうした厳格な食品安全管理活動により、2024年にすべての店舗において食品安全事故は1件も発生していません。

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、売場とバックルूम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ルूम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づくりに努めています。

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。

2024年には、「看得見的放心」の商品ラインアップは251SKU※に拡大し、年間販売数量は145.8万個、売上高は2,643万元（前年比105%）、粗利益率は35.7%となりました。また、96SKUの新商品を開発し、商品更新率は38.2%となりました。これらの商品は、五常、丹東、新疆、広元、陝西、雷波、山東、寧夏、海南、安岳、簡陽、広西、遂寧、雲南など、全国28カ所の生産基地から調達しました。

※ 在庫管理の最小単位



「看得見的放心」豚肉

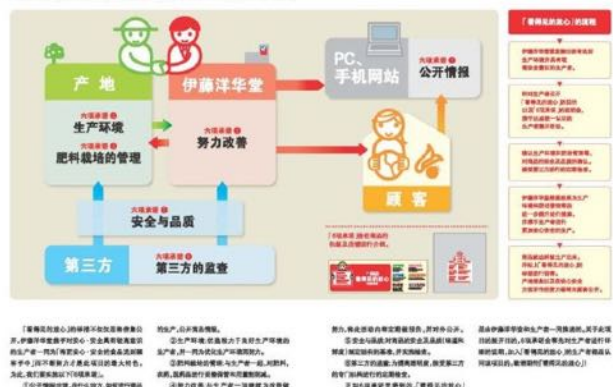
EU養殖基準を採用し、8～10カ月の飼育期間を経ることで、柔らかな肉質とまろやかな香りを実現。重金属フリー、薬剤残留ゼロの安全な商品です。



「看得見的放心」乳香米

砂地の新田で栽培し、3,000時間の日照時間、積算温度4,000度、天山雪水による灌漑により、190日間かけて育成しています。

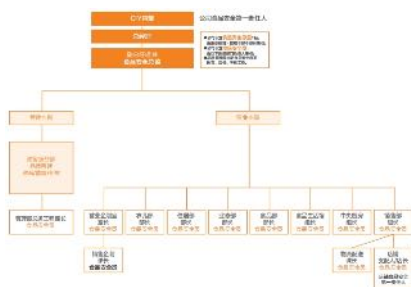
「看得見的放心」要实行「6项承诺」。



品質管理業務を強化し、安全・安心なお買物環境を追求

2022年11月に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」を構築し、店舗と本部で「日次管理、週次監査、月次スケジュール」の管理項目を設定しました。これにより、現場管理と検査に関する体制を強化し、責任範囲を明確化することで、食品リスクを適切に管理し、事故発生の防止に努めています。

また、2023年には、店舗に食品安全第一責任者、食品安全総監、食品安全員による管理体制を整備し、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教育も実施しています。



成都イトーヨーカ堂の食品安全管理体制



食品安全統括監月例調整会議

「市民品質監督員」制度とお客様の声の収集

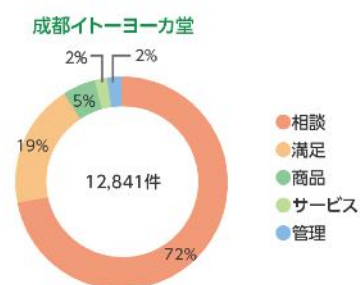
イトーヨーカ堂は、創業以来「顧客第一主義」を全従業員が実践すべき最も重要な行動原則の一つとしています。謙虚な姿勢でお客様に親切で良質なサービスを提供することをイトーヨーカ堂の従業員の基本姿勢としています。

イトーヨーカ堂は、お客様の声に耳を傾けることを重視しており、1997年から「顧客懇談会」を実施しています。その後、顧客相談室を設置し、SNSや電話のほか、顧客懇談会、店舗開放日など、オンラインとオフラインの多様なコミュニケーション手段を提供しています。これにより、お客様の声を的確に把握し、迅速な課題解決を図っています。

2024年に各店舗で収集したお客様の声は18,499件（前年比93.1%）となりました。



お客様の声の受付状況(2024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

イトーヨーカ堂は、1997年の開店以来、青少年教育の支援に取り組んでいます。2007年には成都イトーヨーカ堂創立10周年を記念して100万円を寄付し、周辺の小学校4校の施設改善を支援しました。これらの学校は「伊藤友愛小学校」と名付けられ、現在も継続して支援しています。また、2015年からは、成都市次世代関心基金会と協力して「伊藤関愛基金」を設立し、農村の留守児童や在校中の優秀な大学生に継続的に寄付を行っています。

2024年、成都イトーヨーカ堂は成都市次世代関心基金に50万円を寄付し、第27回「四川大学外国語学院日語学科奨学金」を支給しました。また、2007年から支援している友愛小学校では、留守児童に対して17年間継続的な支援を行っており、無料の課外教育プログラムなどの公益活動を展開しています。



四川大学外国語学院 日本語学科奨学金授与式



邛崃道佐有愛小学校「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

イトーヨーカ堂は、さらなる地域貢献を目指して、2009年6月に成都イトーヨーカ堂ボランティアチームを設立しました。チームは、各店舗の公益活動に熱心な従業員などで構成され、公益事業の推進に注力しています。メンバーは「他者を助け、社会に奉仕し、愛を伝え、社風の向上に貢献する」ことを活動理念としています。

2024年は、35名のボランティアが合計24回の活動を実施し、延べ参加者数は112名、総活動時間は315時間となりました。各メンバーは、情熱を持って地域に貢献し、活動を通じてイトーヨーカ堂の企業理念と地域貢献の姿勢を広く伝えています。



成都イトーヨーカ堂ボランティアチーム

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、現在でも各店舗で中国人スタッフが活躍しています。

成都イトーヨーカ堂では、管理職に占める中国人社員の割合（役員を除く）は98.75%、女性スタッフの割合は70%以上となっています。女性スタッフがそれぞれの持ち場で能力を発揮できるよう、公平で多様性のある安定した就業環境の整備に一貫して取り組んでいます。

華糖ヨーカ堂においても、管理職に占める中国人社員の割合は98.7%に達しており、女性管理職の比率は25.7%（役員を除く）となっています。亜運村店の店長も女性が務めるなど、性別にかかわらず能力に応じた人材登用を行っています。

従業員データ（2024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	2,246人	152人
うちパートタイマー	88人	13人
管理職に占める中国人の割合	98.75%	98.7%
管理職に占める女性社員の人数と割合（役員を除く）	456人（62.64%）	39人（25.7%）
女性係長人数（係長職の女性比率）	140人（57.85%）	13人（33.3%）
女性課長人数（課長職の女性比率）	55人（56.14%）	11人（15.3%）
女性部長人数（部長職の女性比率）	12人（46.15%）	1人（1.4%）
女性役員人数（役員職の女性比率）	2人（28.57%）	1人（1.4%）
障がい者雇用人数（雇用率）	42人（1.87%）	7人（4.6%）

人材育成制度

成都イトーヨーカ堂は、人材の発掘・育成と企業文化・理念の継承・浸透を図り、高度な専門技術を持つ開発チームを構築するため、2023年3月に「成都イトーヨーカ堂人材開発センター」を設置しました。同センターは、会社の発展、業界の発展、社会の発展という3段階の発展を目標としており、基盤構築、組織内研修、専門機関との連携などの取り組みを通じて、学習する組織の構築と働きがいのある職場環境の実現を目指しています。

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

●座学教育

2024年は、全社で「成都イトーヨーカ堂専門トレーニング」を実施し、企業文化の理解、現場での接客スキルの向上、業界知識の習得と業務への活用を目指しました。研修は合計142回実施し、延べ7,098名が受講しました。

また、2023年から管理職研修を継続して実施しており、優秀で潜在能力の高い35歳以下の若手管理職を対象に、能力向上のためのトレーニングを行っています。研修コースには「企業文化」「OMOビジネス」「DXシステムの運用」「リスク分析対応」などがあり、計7回の研修に延べ203名が参加しました。



公民館の見学



幹部社員の能力開発



●実技教育

成都イトーヨーカ堂は、現場従業員の実践能力を強化するため、生鮮部門の従業員に対する技能レベル別研修に注力しています。生鮮部門の人材教育を強化し、業務プロセスを標準化することで、店舗間の技術格差の平準化するとともに、従業員の生産性の向上に取り組んでいます。これにより、お客様のニーズにより適切に対応し、「利益×品質×効率」の向上を図っています。

2024年は、商品仕様書の作成により業務の標準化を強化するとともに、外部専門家の協力を得て定期的な集中教育と新商品開発を実施しました。また、生鮮部門従業員の技能レベル評価を継続的に実施し、247名が受験して合格率78%の成果を上げています。



●スキルアップ教育

現場担当者を中心に、接客スキル、店舗業務、商品陳列スキル、デジタル技術、ライブ配信スキルなど、重点業務分野に関する技能研修を計41回実施し、602名が受講しました。



●認知症研修

認知症の原因と症状を理解し、売場での業務において認知症のお客様に適切に対応できるよう、3回にわたる体系的な研修を実施しました。これにより、ご本人やご家族により専門的で配慮あるサービスを提供しています。



環境についての約束



省エネの取り組み

成都における初の低炭素シーン創出プロジェクトとして、成都イトーヨーカ堂は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、ごみの分別、環境インフラの整備、廃棄物のリサイクルなどを継続しています。2024年は、24万円を投資して省エネ照明器具や設備の改修を行ったほか、生ごみと一般廃棄物を前年比35%以上、使い捨てプラスチックの使用量を2%以上削減し、年間炭素排出量を約1,794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効率的な運用に努めています。天候や気温の変化に応じて空調の運転時間や対象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、施設管理者による詳細な店舗内温度測定を実施し、温度変化に応じて空調設備の運転パターンを最適化しています。さらに、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を50%に抑制するなど、電気使用量の削減に取り組んでいます。

2024年度は、店舗全体の改装に伴う飲食店やテナント店の増加により、店舗全体のエネルギー使用量（電力・ガス・水道）が増加しました。今後も、各テナントの協力のもと、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	2024年度
店舗数	10	11	9	9
エネルギー使用量（標準炭トン）	13,580	12,140	11,415	11,004
電気使用量 (MWh)	107,670	98,783	92,880	89,537
ガス使用量 (1,000m³)	563	684	359	412
水使用量 (1,000m³)	857	752	739	691

華糖ヨーカ堂

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
店舗数	1	1	1	1
エネルギー使用量（標準炭トン）	1,353	1,408	1,519	1,400
電気使用量 (MWh)	7,912	7,950	8,921	7,553
ガス使用量 (1,000m³)	256	274	268	314
水使用量 (1,000m³)	63	54	65	50

2024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、2024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
2024年度 社会価値貢献賞「中水再循環」水資源節約プロジェクト	中国チェーン経営協会
2024年度 10大領軍企業	成都小売業者協会
2024年度 社会価値貢献賞	成都小売業者協会
2024年度 公益慈善先進単位	成都市次世代関心基金会

【華糖ヨーカ堂】

賞の名前	主催団体
2024年度 納税信用B級企業	国税庁朝陽区税務局