

# サステナビリティ(持続可能性)・成長性の確保

【CGC 原則3-1(i)】【CGC 補充原則3-1③】

## 基本的な考え方とサステナビリティを支えるガバナンスの仕組み

当社は、社是に掲げる「すべてのステークホルダーの皆様から信頼される誠実な企業」であることこそ、コーポレートガバナンスの「根幹」であると同時に、会社のサステナビリティ(持続可能性)・成長性を確保することができる「基盤」であると考えています。

透明性が高く、法令・社会規範を遵守する「誠実」なガバナンス体制により、ステークホルダーの皆様との対話を通じて、社会の期待や要請を的確に把握し、環境(E)や社会(S)などの諸課題における、社会的な負の影響を低減しつつ、事業を通じた社会課題の解決に貢献する取り組みを真摯に実行することが、ステークホルダーの皆様からの末永い「信頼」となり、「社会の持続的な発展」と「企業の持続的成長」に結実すると考えます。

近年、持続可能な開発目標(SDGs)などにより、世界的な課題解決に向けた企業の役割が重視されています。当社グループはこのような要請にお

応えし、企業としての責任を果たしていくために、自社のみならず広くサプライチェーン全体を視野に入れ、ステークホルダーと連携したグローバルなESGの取り組みを推進していきます。

現在、サステナビリティの取り組みを支えるガバナンスの仕組みとして、企業行動指針等の各種方針を定め、「CSR統括委員会」とその傘下に部会を設置し、外部環境・情勢を的確に把握することで、持続可能性・成長性を確保する諸施策を適切に実行できる体制を構築しています。また、当社取締役会は客観的観点からその活動内容についてモニタリングを行っています。

これからも、当社グループは、社会的な責任を果たすとともに、ステークホルダーとの対話を通じて、社会の期待や要請にグループが一体となって応えていくことで持続可能な社会と企業の持続的成長を目指していきます。

### 補訂

## 重点課題(マテリアリティ)の改定

当社グループは、2014年にステークホルダーの皆様からの期待や要請にグループが一体となって応えていくために、取り組むべき重点課題を特定しました。当社が与える負の影響・リスクを低減する取り組みを推進する一方で、商品やサービス、店舗など本業を通じてこれらの課題を解決するCSV<sup>\*</sup>の取り組みや新規ビジネスモデルの創出を図り、持続可能な社会と企業の持続的成長を目指しています。2015年には、2030年までの国際社会共通の目標として国連で採択されたSDGsの達成に貢献していくために、それぞれの目標と5つの重

点課題の関連性を整理して、当社のサステナビリティの取り組みに組み込みました。

特定から7年が経過し、事業活動と関係する社会課題や社会からの要請が多様化しています。これらに適切に対応するために、グループ全体の社会価値・経済価値創出の方向性を明確に示し、グループシナジーを最大化するため、さまざまなステークホルダーとの対話を通じて、2022年3月に重点課題を改定しました。

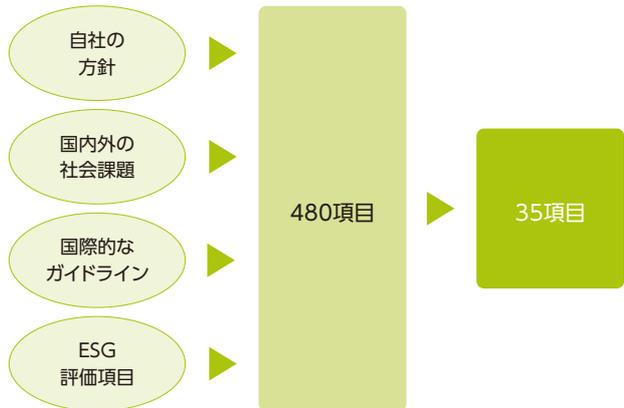
\*Creating Shared Value: 共通価値の創造

## 重点課題改訂のステップ(2022年3月改定時)

### STEP1 社会課題の抽出

重点課題を見直すにあたり、検討すべき社会課題の抽出を行いました。前回特定時の社会課題項目を整理・統合し、加えてSDGs、グローバルリスクレポート、SASBなどの世界的な枠組みや、日米の政府会議などで議論される課題、中期経営計画で検討した外部環境、ESG評価機関の調査項目なども加味しました。

#### 抽出方法



### STEP2 5,000人を超えるステークホルダーへアンケートを実施

抽出した480の社会課題から35項目を選び、当社グループが取り組むべき課題についてステークホルダーにアンケートを実施しました。アンケートの対象は、海外の事業会社も含め、2014年の特定時よりも対象会社を9社<sup>\*</sup>に拡大するとともに、セブン-イレブン加盟店オーナーまで範囲を拡大しました。5,000件を超えるアンケート回答と1,000件を超えるコメントをいただきました。

※(株)セブン-イレブン・ジャパン、7-Eleven, Inc.、(株)イトーヨーカ堂、(株)ヨークベニマル、(株)ヨーク、(株)そごう・西武、(株)セブン&アイ・フードシステムズ、(株)セブン銀行、当社

ステークホルダー	対象範囲
お客様	事業会社のお客様
お取引先	事業会社のお取引先
株主・投資家	当社の株主・投資家およびセルサイドアナリスト
加盟店	セブン-イレブン・ジャパンの加盟店オーナー
従業員	当社および事業会社の従業員

### STEP3 有識者とのダイアログの実施

当社グループを代表する事業会社3社(セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカ堂、そごう・西武)および当社において、ステークホルダーの代表として幅広い知見を持つ有識者の方々とダイアログを

実施しました。アンケートの回答をもとに、社会における当社グループの役割や解決が期待される社会課題について、忌憚のないご意見をいただきました。(写真は当社ダイアログの様子)

#### 当社経営陣



井阪 隆一  
代表取締役社長

後藤 克弘  
代表取締役副社長

伊藤 順朗  
取締役 常務執行役員  
経営推進本部長

#### 有識者の方々



有馬 利男 様  
一般社団法人グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン 代表理事

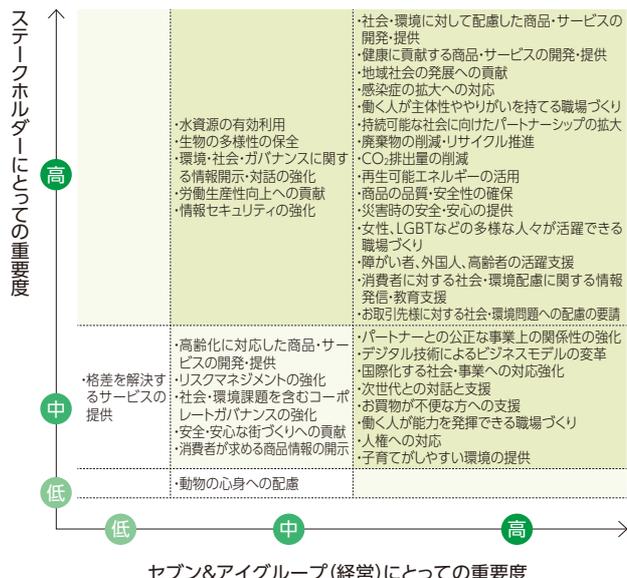
渋澤 健 様  
シブサワ・アンド・カンパニー株式会社 代表取締役

山口 真奈美 様  
一般社団法人日本サステナブル・ラベル協会 代表理事

## STEP4 ステークホルダーとグループの意見を考慮した新しい重点課題の決定

ステークホルダーアンケートの結果をもとに、縦軸をステークホルダーにとっての重要度、横軸を対象会社にとっての重要度とし、9社分のマトリクスを作成しました。これらを集約することでグループのマトリクスを作成し、アンケートのコメントや有識者とのダイアログ・その他の事業会社経営陣へのヒアリングなどで挙げた意見を考慮し、7つの重点課題を決定しました。

新しい重点課題は、グループ従業員が「自分事」として取り組めるよう、具体的な取り組みとの関連性が分かりやすい文言を採用しました。



### 新しい重点課題(2022年3月改定)

7つの重点課題	課題解決に向けた具体的な取り組み例
<p>1 お客様とのあらゆる接点を通じて、地域・コミュニティとともに住みやすい社会を実現する</p>	<p>高齢化・人口減少など地域課題の解決を目指した経営</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ネットコンビニ・ネットスーパー・移動販売車の拡大</li> <li>行政サービス(各種証明書発行)</li> <li>自治体と連携した地域商品の開発</li> </ul>
<p>2 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する</p>	<p>安全で豊かな社会の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>健康に配慮した商品の開発・販売の拡大</li> <li>品質管理体制の強化</li> <li>健康管理アプリの開発</li> </ul>
<p>3 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する</p>	<p>環境に配慮した経営</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>環境配慮型店舗の開発</li> <li>PETボトル循環型リサイクル、環境配慮型容器の使用拡大</li> <li>食品ロス削減、食品廃棄物リサイクル</li> <li>認証商品の取扱い拡大</li> </ul>
<p>4 多様な人々が活躍できる社会を実現する</p>	<p>色々な価値観・ライフスタイルを認める社会の実現</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>子育て支援・次世代教育支援</li> <li>ノーマライゼーション・ユニバーサルデザイン</li> </ul>
<p>5 グループ事業を担う人々の働きがい・働きやすさを向上する</p>	<p>やりがいと達成感を得られる会社づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ダイバーシティ&amp;インクルージョンの推進</li> <li>人材育成・対話によるエンゲージメント向上</li> <li>DX推進による労働環境の改善</li> </ul>
<p>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</p>	<p>お客様と一緒に豊かな地域を実現</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>お客様への啓発・協働(フードドライブ・ライトダウンなど)</li> <li>お客様の声を活かしたサービスの改善</li> </ul>
<p>7 パートナーシップを通じて持続可能な社会を実現する</p>	<p>お取引先と一緒に豊かな社会を実現</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>お取引先CSR監査(強制労働・児童労働の根絶)</li> <li>NPO・NGOとの協働、お取引先・異業種・同業種企業との協業</li> </ul>

## STEP5 重点課題に関わるリスクと機会の整理

重点課題を決定するとともに、ステークホルダーアンケートや有識者ダイアログなどで言及されたご意見を踏まえ、新しい重点課題に関わるリスクと機会を整理しました。重点課題を解決する新たな

取り組みを創出するとともに、リスクの低減に努めることで、持続可能な社会の実現と企業の持続的成長を目指してまいります。

## STEP6 アクションプランへの落とし込み

当社グループでは、新たに特定した重点課題を経営の根幹に据え、実効性を担保すべく、各事業会社において事業を通じた重点課題の解決に資する具体的な取り組みを策定しています。SDGコンパス\*と同様の手法になりますが、新しい重点課題に

対して、目標を達成するアクションプランを策定し、本業を通じた課題解決に資する活動を実行していくことで、経営への統合を進めてまいります。

\*SDGコンパス: GRI(グローバル・レポーティング・イニシアティブ)、国連グローバル・コンパクト、WBCSD(持続可能な発展のための世界経済人会議)の3団体で共同で作成した、企業がSDGsにどのように取り組むべきを示した行動指針

関連するSDGs	リスク	機会
 	<ul style="list-style-type: none"> <li>生活拠点の減少により人口減少・過疎化・高齢化が進行し、販売機会が減少</li> <li>地域との連携不足に伴い計画通りに新規出店が進まず、新たな価値が提供できない など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>生活インフラとしての社会的役割の拡大によるステークホルダーからの信頼獲得</li> <li>地域活性化による販売機会の拡大 など</li> </ul>
 	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品事故および店頭事故の発生による顧客の離反</li> <li>品質管理、表示等の法令違反による信用低下</li> <li>健康商品開発の遅れによる顧客の離反 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>徹底した安全・品質管理による顧客ロイヤリティの向上</li> <li>健康配慮商品、お客様ニーズに即した新しい商品提供による販売機会の拡大 など</li> </ul>
      	<ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動がもたらす自然災害の増加による店舗・物流網への物理的損害</li> <li>異常気象がもたらす需給の変化や原油等原材料価格変動による、仕入価格の高騰</li> <li>食品廃棄・温暖化ガス排出などの環境負荷の高い企業イメージの定着による顧客の離反など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>省エネや廃棄物削減、リサイクル、エネルギー供給源の見直しによるコスト削減</li> <li>環境対策先進企業としてのブランド価値の創出 など</li> </ul>
 	<ul style="list-style-type: none"> <li>差別・偏見などの放置による企業イメージの棄損、顧客の離反、従業員エンゲージメントの低下</li> <li>人財の確保困難や人財の社外流出 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>次世代や若者世代、さまざまな価値観を持つ人々との対話・育成による将来の顧客の獲得、新たなサービスの開発 など</li> </ul>
  	<ul style="list-style-type: none"> <li>労働環境が改善しないことによる従業員エンゲージメントの低下</li> <li>人財の確保困難や人財の社外流出 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ダイバーシティ経営推進による競争力の強化</li> <li>従業員の能力・自律性を高めることによる生産性の向上</li> <li>新規事業の開発と優秀な人財の獲得 など</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>生活者のライフスタイルの変化や価値観の多様化への対応遅れにより、商品とサービスを通じた新たな価値を提供できない など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>エシカル消費に対応した商品・サービスの提供による販売機会の拡大</li> <li>顧客協働による顧客ロイヤリティの向上 など</li> </ul>
     	<ul style="list-style-type: none"> <li>サプライチェーン上の労働環境・人権問題やコンプライアンス違反による商品供給の停止や品質の劣化および、それらに伴う不買運動による社会的評価の低下 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持続可能な原材料調達によるレジリエンスの向上</li> <li>取引先・同業種・他業種協働による新たな商品・サービスの提供 など</li> </ul>

# E

## 環境負荷低減への取り組み【CGC 補充原則3-1③】

### セブン&アイグループの環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』



**GREEN CHALLENGE 2050**  
 私たちの挑戦で、未来を変えよう。

当社グループは、さまざまな社会環境の変化への対応として、さらなる環境負荷低減を推進し、豊かな地球を未来世代へつないでいくために、当社グ

ループの環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を定め、お客様やお取引先をはじめ、すべてのステークホルダーの皆様とともに“豊かで持続可能な社会”の実現に向けて取り組んでいます。また、環境宣言で掲げた目標を達成するために、4つのテーマを特定し、プロジェクトチームを設け、グループ横断で取り組みを推進しています。



#### 4つのプロジェクトチーム



## CO<sub>2</sub>排出量削減

### 国内初オフサイトPPAを含むグリーン電力を一部店舗に導入

当社と、日本電信電話株式会社(以下、NTT)は、当社グループの店舗運営における使用電力の100%再生可能エネルギー化の実現を目指し、国内初<sup>※1</sup>のオフサイトPPAによる電力調達およびNTTグループが所有するグリーン発電所からの電力を、2021年4月より順次、一部店舗に導入しています。

今回の取り組みは、当社グループのセブン-イレブン40店舗およびアリオ亀有の店舗運営に100%再生可能エネルギーを20年間使用するものです。NTTアノードエナジー株式会社が、オフサイトPPAの仕組みで2つの太陽光発電所を設置

し、送配電網を介して電力供給<sup>※2</sup>を行っています。このような事業者が、電力消費者である企業・自治体等専用の新しい再生可能エネルギー発電所を遠隔地に設置し、送配電網を介してその電力を長期間供給するオフサイトPPAは、国内初の取り組みとなります。また、オフサイトPPAだけでは不足する部分を、NTTグループが所有するグリーン電力発電所を活用することで、店舗運営に使用する電力を100%再生可能エネルギー化しています。

※1 株式会社資源総合システムへのヒアリング等を通じたNTTアノードエナジー株式会社調べ  
 ※2 本電力供給は、NTTアノードエナジー株式会社がNTTアノードエナジー株式会社の子会社である株式会社エネット(小売電気事業者登録番号:A0009)の取次店として、サービス提供します。



### 店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量の削減率(2013年度比)<sup>※3</sup>



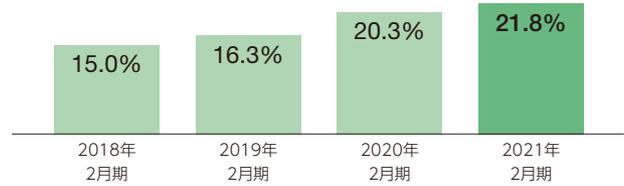
※3 集計期間は4月~3月。前年4月から当年3月までの集計期間について当年2月期と表示しています。(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)ヨークベニマル、(株)ライフフーズ、(株)ヨーク、(株)シェルガーデン、アイワイフーズ(株)、(株)そごう・西武、(株)赤ちゃん本舗、(株)バーニーズジャパン、(株)セブン&アイ・フードシステムズ、(株)ロフトの12社の合計値。算出条件は、サステナビリティリーダーシップのデータ集に記載している各事業会社の環境関連データをご覧ください。

[https://www.7andi.com/library/dbps\\_data/\\_template/\\_res/sustainability/pdf/2021\\_19\\_01.pdf](https://www.7andi.com/library/dbps_data/_template/_res/sustainability/pdf/2021_19_01.pdf)

## プラスチック対策

当社グループは、資源を有効に活用する循環経済社会(サーキュラーエコノミー)の実現を目指して、お客様・お取引先と連携し、資源の店頭回収・リサイクルの推進、再生素材の活用などに取り組んでいます。

オリジナル商品<sup>※4</sup>で使用する容器の環境配慮型素材<sup>※5</sup>の使用比率



※4 セブンプレミアムを含む

※5 バイオマス・生分解性・リサイクル素材・紙、等

### お客様と一緒に取り組む「ペットボトルの資源循環」

当社グループでは、2012年から店頭でペットボトル回収機を設置しています。

投入されたペットボトルは、センサーで異物のあるものは弾かれ、減容(圧縮または破碎)されます。これにより品質の高い資源としてリサイクルでき、また店舗からリサイクル工場まで一度で大量に輸送することで配送回数も削減できます。

回収されたペットボトルの一部は、再びペットボトルや衣料品、商品包材等にリサイクルされます。

2021年11月末現在、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカ堂、ヨークベニマル、ヨークの4社合計で1,613台の回収機を設置しています。お客様のご協力により、2020年度は約3億3,000万本相当のペットボトルを回収・リサイクルすることができました。お客様、お取引先、自治体のご協力のもと、プラスチック資源循環の輪が着実に広がっています。

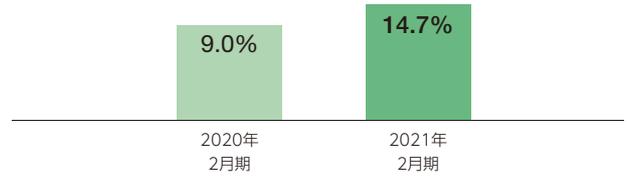
### 回収機を活用したペットボトルリサイクルシステム



## 食品ロス・食品リサイクル対策

売上の約6割を食品が占めている当社グループでは、店舗で発生する食品廃棄物を削減するために、店舗や売場での食品ロス対策にお客様にもご参加いただくことで発生抑制につながる仕組みづくりに取り組んでいます。

### 食品廃棄物の削減率※(2013年度比)



※ 集計期間は4月～3月。前年4月から当年3月までの集計期間について当年2月期と表示しています。食品関連事業者6社(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)ヨークベニマル、(株)ヨーク、(株)シェルガーデン、(株)セブン&アイ・フードシステムズ

※ 発生原単位(売上百万円当たりの発生量)

## エシカルプロジェクト

セブン-イレブン・ジャパンでは、販売期限が近づいたおにぎりやパンなどの対象商品を、電子マネーnanacoで購入したお客様に5%分のボーナスポイントを付与する「エシカルプロジェクト」を全国の店舗で実施しており、お客様と一緒に食品ロスの課題解決に取り組んでいます。



## 『てまえどり』の活動

セブン-イレブン・ジャパンは2021年6月より順次、消費者庁、農林水産省、環境省の3省庁と一緒に、他コンビニエンスストア各社とともに、『てまえどり』の活動を実施しています。

『てまえどり』とは、すぐに召し上がる予定で食品を購入されるお客様に対し、手前に置いてある商品から選んでご購入いただくことを促すことによって、食品ロスの削減を目指す活動です。



## 『mottECO(モtteco)』導入

セブン&アイ・フードシステムズは、環境省「令和3年度 地方公共団体及び事業者等による食品ロス削減・リサイクル推進モデル事業」である食品ロス削減活動「mottECO(モtteco)」の導入モデル事業として採択されました。

お客様が料理を食べきれない場合、ご希望があれば100%植物由来の食べ残しお持ち帰り専用容器をお渡しし、ご自身の責任のもと、お持ち帰りい

ただくことで、「食べ残したものは自分の責任で持って帰る文化」の普及と食品ロス削減の啓発に取り組んでいます。



## 持続可能な調達

気候変動・自然資本の枯渇・生物多様性の損失などの環境問題や人権・労働問題など、社会がさまざまな問題に直面しているなか、当社グループは、ステークホルダーと連携しながら、サプライチェーン全体で持続可能な調達に取り組んでいます。

### MEL認証商品の販売

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、MSC認証やASC認証の商品を販売しています。また、イトーヨーカ堂は、日本の大手小売業として初めて、環境に配慮し漁獲・養殖された水産物を生産する事業者とそれらを加工や流通する事業者の認証制度である「MEL認証」を取得しました。2020年4月からオリジナル商品『顔が見えるお魚。』のぶり、かんぱち、真鯛、平目の合計4魚種に「MELマーク」を付与しています。さらに、わか

### パーム油の調達

当社グループは、2020年1月に「持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO: Roundtable on Sustainable Palm Oil)」に加盟し、持続可能性が担保されたパーム油の利用に向けた取り組みを検討しています。

当社グループでは、2020年11月より、持続可能なパーム油を活用したRSPO認証商品の開発を推進しているサラヤ株式会社との共同企画で、洗濯

### オーガニックコットンの調達

当社グループでは、安全・安心、環境に配慮した商品への関心の高まりを受け、肌着や寝具などでオーガニックコットン商品の開発を進めています。

2020年2月からは、オーガニックコットンの価値を分かりやすくお客様に伝えるために、オーガニックの国際認証「オーガニック・コンテンツ・スタンダード(OCS)」または、「オーガニックテキスタイル世界

### オリジナル商品※で使用する持続可能性が担保された食品原材料



※ セブンプレミアムを含む

めと銀鮭で認証を取得し、2021年2月末現在、合計6魚種の認証商品を全国123店舗で販売しています。2021年6月にはヨークが、同年7月にはヨークベニマルもMEL認証を取得し、グループで取り扱いを拡大しています。



洗剤・柔軟剤を発売しています。2021年11月には食器用洗剤の販売も開始しました。商品購入によってお客様自身も社会貢献活動へ参加できるスキームとして、シリーズ商品の売上の一部を、社会貢献活動の支援などに活用しています。



「セブンプレミアム ライフスタイル」の「ヤシノミ食器用洗剤」本体・詰替え

基準(GOTS)」のコットンであることなどの条件をクリアした商品に、共通のアイコンを順次取り付けて販売しています。2021年8月には、良質なトルコ綿を使用し、生産者や生産地が分かるオーガニックコットンのTシャツなどを発売しました。



## TCFD提言への対応



TCFD提言への対応

<https://www.7andi.com/sustainability/tcfd.html>

気候変動問題が年々深刻さを増す中、気候変動の影響を受けても、お客様の暮らしを支える商品・サービスを提供し続けることが、当社グループの責任です。当社グループの国内店舗は、毎日2,200万人以上のお客様にご利用いただいています。多くのお客様をはじめとしたステークホルダー

の皆様への責任を果たすために、TCFD提言に対応して気候変動による「リスク」と「機会」を分析し、持続可能な経営に活かしてまいります。



## 気候変動に関わる指標・目標

当社グループは、2019年5月に環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を策定しました。「脱炭素社会」「循環経済社会」「自然共生社会」を目指すべき社会の姿として掲げ、CO<sub>2</sub>排出量削減、プラスチック対策、食品ロス・食品リサイクル対策、持続可能な調達を具体的なテーマとしています。

CO<sub>2</sub>排出量削減では、数値目標として、グループの店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量を、2013年度と比較して、2030年には50%、2050年には実質ゼロにすることを定めています。その他のテーマに関して

も、具体的な数値目標を掲げ、目標達成に向けた取り組みを推進し、その達成状況をモニタリングしています。

2021年度実施したシナリオ分析では、自然災害による被害の大きさが明確になりました。気候変動による自然災害のリスクの拡大を防ぐために、ステークホルダーの皆様と連携して、『GREEN CHALLENGE 2050』の目標を達成し、気温上昇を1.5℃に抑える努力をするべきであると改めて決意しております。

## 戦略

## シナリオ分析の前提要件

当社は、2019年10月に環境省の「TCFDに沿った気候リスク・機会のシナリオ分析支援事業」に参加。グループの営業利益の約6割を占めるセブン-イレブン・ジャパンの国内の店舗運営を対象に分析を実施し、2020年6月に結果を初めてウェブサイトで開示しました。2021年度は、これまでの分析に加え、実質的な対応策の立案やリスク・機会の定量化で、さらに分析を深化しました。

今回は、「脱炭素シナリオ(1.5℃~2℃)」と、「温暖化進行シナリオ(2.7℃~4℃)」の2つのシナリオについて、2030年時点の影響を分析いたしました。

分析では、IEAの「World Energy Outlook」で示されているSTEPS、SDS、NZE2050などの複数のシナリオをはじめとして、政府や国際機関が発行した将来予測に関するレポート等を参考にしています。

シナリオ	脱炭素シナリオ(1.5℃~2℃)・温暖化進行シナリオ(2.7℃~4℃)
対象事業	セブン-イレブン・ジャパンの日本国内店舗運営
分析手法	店舗が直接受ける物理的な影響に加え、店舗運営に伴って発生するコスト、店舗運営に大きな影響を与える商品のサプライチェーン(原材料・商品を製造する工場・商品の配送)やお客様の行動について分析
対象年	2030年時点の影響

## 気候変動による重要なリスク・機会の事業インパクトと対応策

重要なリスク・機会の項目		具体的な事例	影響	シナリオ
(脱炭素シナリオ1.5℃~2℃) 移行リスク・機会	政策・規制	炭素税の導入	運営コスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>高額の炭素税が導入され、CO<sub>2</sub>排出量に対して炭素税の負担が発生</li> <li>サプライチェーンを通じてコスト増が見込まれる</li> </ul>
		電力小売価格の変動	運営コスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>再生可能エネルギー導入などに伴う電力小売価格上昇で電力料金の支払い増加</li> </ul>
	各国の炭素排出目標／政策	配送用燃料費の変動	運営コスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>配送車両のEV化が進み、配送に伴う燃料費は減少</li> </ul>
		配送車両のEV化対応	運営コスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>規制強化や社会環境の変化に対応して、配送車両のEV車両への入れ替えが進み、コストが発生</li> </ul>
評判	消費者の嗜好の変化	サステナブル商品販売による売上の変化	売上	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者のサステナブル商品への関心が高まり、それに応える商品を販売することで売上が増加</li> </ul>
(温暖化進行シナリオ2.7℃~4℃) 物理的リスク・機会	急性	自然災害による被害	売上 運営コスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>自然災害の発生頻度や強度が強まり、自然災害による店舗被害や商品損害、休業による売上損失、復旧費の発生等で損害額が増加</li> </ul>
		自然災害に関する保険料の支払い	運営コスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>自然災害の発生頻度や強度が強まることで、自然災害に関する保険料の支払い額が増加</li> </ul>
	慢性	農畜水産物の原材料価格の変動	運営コスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>農畜水産物の収量・品質が低下することで、原材料原価が上がり仕入れコストが増加</li> </ul>
		夏季空調における電気代	運営コスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>平均気温の上昇により、空調にかかる電力使用量が増加し、電気料金の支払いが増加</li> </ul>

※事業インパクト評価にあたっては、それぞれ影響が大きいほうのシナリオを参照しました。移行リスク・機会：「脱炭素シナリオ」、物理的リスク・機会：「温暖化進行シナリオ」

## 重要なリスク・機会の事業インパクト評価と対応策

TCFD提言で示された各リスク・機会の項目、SASBなどの国際的な基準を参考に、セブン-イレブン・ジャパンの事業に影響を与えるリスク・機会を各部門で具体的に議論し、合計約160のリスク・機会があがりしました。これらリスク・機会が、売上・利益などの財務面、店舗運営・商品調達などの戦略面に与える影響の大きさを検討しました。重要なリスク・機会の項目として、「炭素価格」「各国の炭素排出目標／政策」「消費者の嗜好の変化」「異常気象の激甚化」「降水・気象パターンの変化」を抽出しました。抽出された5つのリスク・機会の項目が事業に与えるインパクトを、定性・定量で評価し、対応策を立案しました。(上図参照)

### ①移行リスク・機会

#### 脱炭素シナリオ(1.5℃~2℃)

移行リスク・機会については、1.5℃目標達成に向けて、様々な規制などが導入される脱炭素シナリオに基づいて検討しました。中でも、最も大きな影響があると予測される炭素税について、以下の通り試算

しました。

今回は、IEA[World Energy Outlook 2020]を参考に2030年時点の炭素税額を130ドル/トン-CO<sub>2</sub>と設定し、最大金額でインパクトを試算。炭素税は、事業活動の成長に伴いCO<sub>2</sub>排出量が増加した場合の単純計算では221.2億円になります。しかし、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』に掲げる通り、CO<sub>2</sub>排出量を、2030年に2013年度比50%削減することで、炭素税額は119.7億円削減でき、101.5億円になると見込んでいます。さらに、2050年目標である排出量実質ゼロに向けて取り組みを推進することで、最終的に負担はなくなると見込んでいます。

#### 炭素税(2030年の影響)

前提: 130ドル/トン-CO<sub>2</sub>

IEA[World Energy Outlook 2020]の最大金額

項目	事業インパクト
炭素税額	101.5億円

事業リスク	事業機会	主な対応策
◎		<ul style="list-style-type: none"> <li>『GREEN CHALLENGE 2050』に基づいたCO<sub>2</sub>排出量の削減推進</li> <li>お取引先の省エネ・再生可能エネルギー利用拡大への支援</li> </ul>
◎		<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗の省エネ設備の開発・導入</li> <li>オンサイトの再生可能エネルギー導入の強化</li> </ul>
	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>EV車両など環境配慮車両の拡大</li> <li>車載端末より取得したデータに基づいたエコドライブ講習の実施で燃費向上</li> <li>配送効率の向上による配送車両の削減</li> </ul>
○		<ul style="list-style-type: none"> <li>配送効率の向上による配送車両の削減</li> </ul>
	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>『GREEN CHALLENGE 2050』に基づいた環境配慮型容器包装の導入やペットボトル回収・リサイクルの推進</li> <li>『GREEN CHALLENGE 2050』に基づいた認証原材料の導入などのサステナブルな商品の販売拡大</li> </ul>
◎		<ul style="list-style-type: none"> <li>「7view」の活用による災害時の情報収集と早期復旧に向けた体制構築</li> <li>止水板やガードパイプの設置拡大による浸水被害の防止</li> <li>蓄電池の性能向上などフェーズフリー設備による営業の継続</li> <li>緊急物資配送用の燃料備蓄</li> </ul>
◎		<ul style="list-style-type: none"> <li>各種被害防止策により損失を抑制</li> </ul>
◎		<ul style="list-style-type: none"> <li>原材料生産地の分散</li> <li>野菜工場や陸上養殖などからの調達拡大による安定的な仕入の確保</li> <li>デジタル技術やAIの活用</li> </ul>
◎		<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗の省エネ設備の開発・導入</li> </ul>

## ②物理的リスク・機会

### 温暖化進行シナリオ(2.7℃~4℃)

物理的リスク・機会では、異常気象による自然災害の発生が最も大きなリスクとなります。自然災害は、いつ・どこで発生するか予測が難しく、一度発生すれば、甚大な被害をもたらします。現在、温暖化の進行により、災害をもたらす大雨などの極端な気象現象の発生が増加しています。温暖化進行シナリオでは、この傾向はさらに強まります。過去の災害発生時の被害金額を踏まえ、最も大きな被害が予想される、首都圏店舗の洪水被害について試算しました。国土交通省のハザードマップから、荒川の氾濫により5m以上の浸水が発生した場合、店舗被害や商品損害、休業による売上損失、復旧費用等の被害金額は、111.9億円となりました。

### 自然災害による被害

前提: 首都圏店舗の洪水被害(荒川の氾濫を想定)

項目	事業インパクト
店舗被害、商品損害、休業による売上の損失、復旧費用等	111.9億円

※過去の洪水被害の実績から試算。

次に大きなインパクトをもたらすと考えられる気象パターンの変化による原材料原価の上昇について、以下の通り試算しました。仕入金額の構成をもとに、米・海苔・畜産物(牛肉・豚肉・鶏肉・卵)を対象に選定し、気候変動の影響で収穫量が低下した分仕入金額が増加した場合、その増加額は合計57億円となりました。ただし、この試算には、輸入などに関わる影響を含んでいないことから、実際の金額は、この数倍にもなると想定し、対応策を検討しています。

### 原材料原価の上昇(2030年の影響)

前提: 気候変動により収量が低下したことのみによる原価上昇を試算

項目	事業インパクト
米の原材料原価上昇額	22.3億円
海苔の原材料原価上昇額	19.3億円
畜産物(牛肉・豚肉・鶏肉・卵)の原材料原価上昇額	15.4億円

※収量の変化は、文部科学省、環境省、気象庁、国立環境研究所、農業・食品産業技術総合研究機構等のデータから試算

### ③リスク・機会への対応策

リスクを低減し、機会を拡大するために、各部門で議論を重ね、約50の対応策に整理しました。この議論を通じて、脱炭素シナリオ、温暖化進行シナリオともに、『GREEN CHALLENGE 2050』に基づいて進めている環境負荷低減活動が、有効な対策であることが確認できました。

移行リスクに対しては、『GREEN CHALLENGE 2050』のCO<sub>2</sub>排出量削減目標の達成により、炭素税の負担を大幅に軽減していきます。また、店舗での省エネや、太陽光発電パネルの設置などのCO<sub>2</sub>排出量削減活動を積極的に推進することで、電力料金の支払い増加などの移行リスクの軽減も図ります。さらに、サステナブルな商品やサービスへの消費者の行動の変化についても、『GREEN CHALLENGE 2050』のプラスチック対策や持続可能な調達の取り組みを推進することで、お客様から共感をいただき、機会の拡大につなげます。

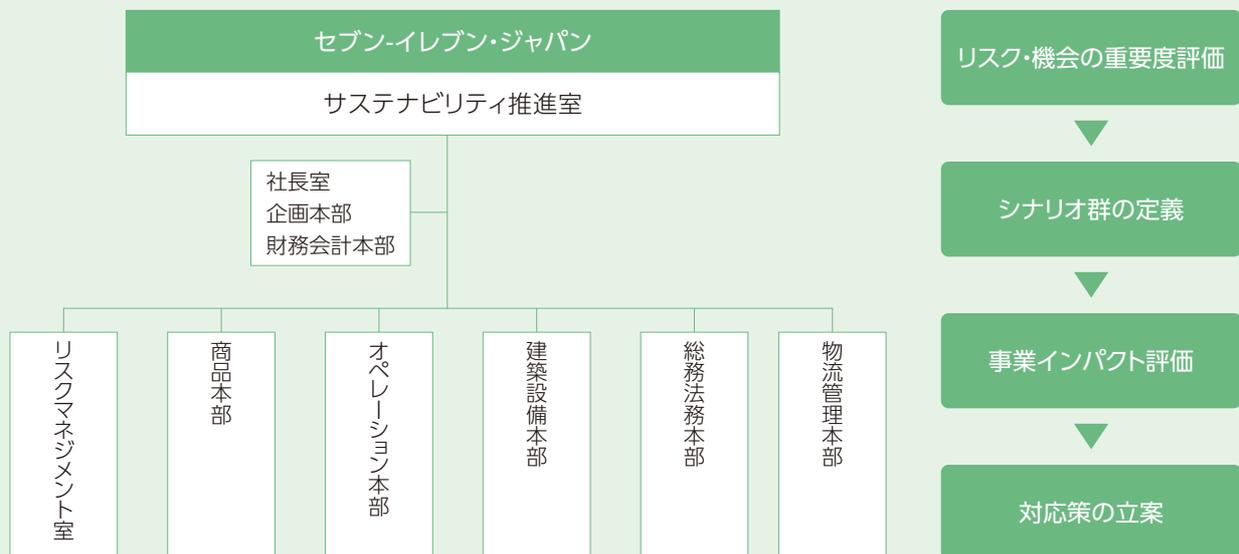
物理的リスクに対しても、『GREEN CHALLENGE 2050』の達成に向けてCO<sub>2</sub>排出量の削減に積極的に取り組むべきことを確認しました。自然災害が増大するリスクに対応して、情報共有の仕組みである「7view」で店舗の状況をリアルタイムに把握し、早期復旧を実現する体制を構築します。また、浸水を防ぐ止水板の設置など、対策を着実に進めます。こうした災害対応の充実を図ることで、店舗の営業を早期に再開し、地域のお客様への貢献を続けてまいります。

原材料原価の上昇については、安定的な原材料確保のために、産地の分散や国内外のサプライヤーとの連携強化を進めます。例えば、天候に左右されず安定した収穫を見込むことができる屋内型野菜工場からの調達を拡大しています。今後も、生産者・生産地情報の収集に努め、デジタル技術やAIなど先進技術も活用し、原材料原価の上昇リスクの低減に取り組めます。

#### セブン-イレブン・ジャパンにおけるシナリオ分析体制

今回の分析では、実質的な対応策の立案や正確な事業インパクトの定量化を目指して、セブン-イレブン・ジャパン社内に取り締役を責任者とするプロジェクトを発足しました。気候変動に関わる

10部門が参加。各部門単位でリスク・機会や対応策を議論したことで、実態に即した分析ができ、気候変動への対応力向上につながりました。



## ガバナンス

当社グループでは、気候変動問題はグループ会社横断で取り組むべき重要課題の1つと考え、取締役会による監督とCSR統括委員会を中心とするガバナンス体制を構築しています。

2020年度より役員報酬においても、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』のCO<sub>2</sub>排出量の削減目標を非財務指標として、株式報酬のKPIに追加しています。

体制	役割	メンバー	2020年度～21年度の主な活動
取締役会	<ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動問題に関する進捗・目標達成状況に関して年1回以上報告を受け、取り組みを監督</li> <li>方針・重要事項の見直し・決定</li> </ul>	取締役 監査役 サステナビリティについて幅広い知見と経験を有する社内取締役および社外取締役をメンバーとして構成	環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』CO <sub>2</sub> 排出量削減目標を2050年ネットゼロへ見直すことを決議(2021年5月)
CSR統括委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>年2回開催</li> <li>気候変動問題に関わる指標(CO<sub>2</sub>排出量など)の推移や緩和・適応策の共有</li> <li>環境部会やグループ会社で実施される取り組みの承認と助言</li> </ul>	委員長: 当社代表取締役社長 委員: グループ会社のCSR部門責任者と当社のCSR関連部署の責任者	<ul style="list-style-type: none"> <li>TCFD提言対応状況の確認</li> <li>グループ各社の気候変動の緩和・適応策の共有</li> </ul>
環境部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>CSR統括委員会下部組織</li> <li>年2回開催</li> <li>気候変動問題への対応推進</li> <li>TCFD提言への対応推進</li> </ul>	部会長: 当社サステナビリティ推進部執行役員 メンバー: グループ会社のCSR部門責任者・気候変動対応実務部門責任者	省エネ・創エネ・再エネ調達の3つの柱に基づいた活動の推進と情報共有
CO <sub>2</sub> 排出量削減チーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>適宜開催</li> <li>CO<sub>2</sub>排出量削減に向けたグループ会社間の情報共有</li> <li>グループ横断施策の実施</li> </ul>	リーダー: グループ会社建築部門執行役員 メンバー: グループ会社CSR部門担当者・気候変動対応実務部門担当者	太陽光発電設備の対応やLED照明の共同購入などグループ横断施策の実施

## リスク管理

当社では、リスク管理の基本規程に基づき、リスクマネジメント委員会を中核とする統合的なリスク管理体制を構築し、気候変動に関わるリスクについても、このリスク管理体制のもとで管理しています。グループ各社は、年2回、グループ共通のリスク分類に基づき、自社のリスクを洗い出し、リスクの影響度・発生可能性を考慮してリスクを定量化しています。対応策とともにリスク調査票にまとめて、当社ガバナンス統括部(リスクマネジメント委員会事務局)に提出します。このリスク調査票には、CO<sub>2</sub>排出規制など気候変動に関わるリスクも含まれます。年2回開催されるリスクマネジメント委員会は、グ

ループ各社から提出されたリスク評価と対策をもとに、グループのリスク状況を網羅的に把握し、リスク管理体制や対応策のモニタリングを継続的に実施しています。

グループの重大なリスクについては、「リスクが顕在化した際の損害」「リスクの発現の時期」「グループ成長戦略への影響度」「現状のリスクへの対応状況」等を総合的に評価して判断しています。

こうしたリスク管理の状況や重大なリスクの判断に関しては、毎年、当社取締役会に報告が行われています。

## 今後の対応

今回は、グループの営業利益の約6割を占めるセブン-イレブン・ジャパンのシナリオ分析を深めました。分析により、事業のレジリエンスについて確認できたと考えています。今後は、対応策を着実に実行してまいります。さらに、対象事業会社を拡大し、サプライチェーン全体を視野にいれて、リスク・機

会の定量的な把握と実質的な対応策の立案・実行を進めてまいります。

2100年の気温上昇を1.5℃未満に抑えるための活動を行い、未来世代に豊かな地球環境を繋いでまいります。

### 省エネルギーの推進と温室効果ガス排出量の削減

7-Eleven, Inc.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温室効果ガス排出量を2013年度比で50%削減するという目標を掲げています。2020年度は、省エネルギー対策により、店舗面積あたりの温室効果ガス排出量を2019年度比で60,088MTCO<sub>2</sub>e/1000Sqft/年、2013年度比で240,647MTCO<sub>2</sub>e/1000Sqft/年を削減しました。これは、温室効果ガス排出量を2013年度から2020年度にかけて24%削減したことになり、1年間に乗用車約52,336台が排出する温室効果ガス排出量の削減に相当します。

### 再生可能エネルギーの拡大

7-Eleven, Inc.は、省エネルギーへの取り組みに加え、再生可能エネルギー拡大の取り組みにも注力しており、現在、7-Eleven, Inc.の電気使用量の14%が再生可能エネルギーによるものです。

7-Eleven, Inc.はTXU Energy社と契約し、テキサス州の全店舗向けに、同州内の風力発電所で100%発電された電力を購入しています。テキサス州は特にエネルギー市場の競争が激しい地域ですが、10,000機以上の風力タービンが設置されており、建設中のものも含めた風力発電の発電容量は全米1位で、米国の大規模風力発電所10カ所のうち4カ所が立地しています。2020年度、7-Eleven, Inc.はTXU Energy社から291,531MWhの再生可能エネルギーを購入

し、テキサス州の860以上の店舗に提供しました。この風力発電プログラムによって、7-Eleven, Inc.のCO<sub>2</sub>排出量は推定14%削減され、同時に大幅な営業費用削減にもつながりました。

また、フロリダ州の店舗で使用する再生可能エネルギーについては、電力会社2社と契約し、現在建設中の大規模太陽光発電施設から調達する予定です。すべての太陽光発電施設が整備されれば、2社から調達した再生可能エネルギーで652店舗の総電力量の90%を賅う計画です。計画では2021年以降、ソーラーパネルで発電された約88GWhの再生可能エネルギーを調達することができ、2024年には175GWhまで増加する予定です。



フロリダ州の大規模太陽光発電施設



7-Eleven, Inc.の取り組み

<https://www.7andi.com/sustainability/overseas/us-sei.html>

# 社外からの評価、社外への賛同・参加

## 社外からの評価(2021年12月末現在、注記に対象会社がないものは当社への評価)

<p>Member of <b>Dow Jones Sustainability Indices</b> Powered by the S&amp;P Global CSA</p> <p>Dow Jones Sustainability Asia Pacific Index</p>	 <p><b>FTSE4Good</b></p> <p>FTSE4Good Index<sup>※1</sup></p>	 <p><b>FTSE Blossom Japan</b></p> <p>FTSE Blossom Japan Index<sup>※2</sup></p>
 <p>MSCI ESG Leaders Indexes Constituent</p> <p>MSCI ESG Leaders Indexes<sup>※3</sup></p>	 <p>製品安全対策ゴールド企業<sup>※4</sup></p>	 <p>健康経営優良法人 Health and productivity ホワイト500</p> <p>健康経営優良法人2021(ホワイト500)<sup>※5</sup></p>
 <p>「障害者活躍企業」 認証第1号<sup>※6</sup></p>	 <p>3段階目</p>  <p>2段階目</p> <p>認定マーク「えるぼし」<sup>※7</sup></p>	 <p>プラチナくるみん<sup>※8</sup></p>  <p>くるみん<sup>※8</sup></p>

## 社外への賛同・参加(2021年12月末現在)

 <p>TCFD提言への賛同</p>	 <p>RE100への参加</p>	 <p>内部通報制度認証 (自己適合宣言登録制度)に登録</p>
---	--	---

- ※1 FTSE4Good Index Seriesの詳細は以下のURLをご参照ください  
<https://www.ftserussell.com/ja/products/indices/ftse4good>
- ※2 FTSE Blossom Japan Indexの詳細は以下のURLをご参照ください  
<https://www.ftserussell.com/ja/products/indices/blossom-japan>
- ※3 当社のMSCIインデックスへの組み入れ、およびMSCIのロゴ、商標、サービスマークまたはインデックス名の使用は、MSCIまたはその関連会社によるセブン&アイHLDGS.の後援、推薦またはプロモーションではありません。MSCIインデックスはMSCIの独占的財産です。MSCIおよびMSCIインデックスの名称およびロゴはMSCIまたはその関連会社の商標またはサービスマークです。
- ※4 (株)イトーヨーカ堂
- ※5 (株)セブン&アイ・ホールディングス、(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)ヨークベニマル、(株)ヨーク、(株)そごう・西武、(株)セブン&アイ・フードシステムズ、(株)セブン銀行、(株)赤ちゃん本舗
- ※6 (株)テルベ
- ※7 「えるぼし」3段階目: (株)セブン&アイ・ホールディングス、(株)イトーヨーカ堂、(株)そごう・西武、(株)セブン銀行、(株)セブン・カードサービス、(株)セブン・フィナンシャルサービス、(株)ニッセン、(株)ニッセンライフ  
「えるぼし」2段階目: (株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)セブン&アイ・フードシステムズ
- ※8 「プラチナくるみん」: (株)イトーヨーカ堂  
「くるみん」: (株)セブン&アイ・ホールディングス、(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)ヨークベニマル、(株)そごう・西武、(株)セブン&アイ・フードシステムズ、(株)セブン銀行、(株)セブン・フィナンシャルサービス

 社外からの評価  
<https://www.7andi.com/sustainability/awards.html>

## 人財政策【CGC 補充原則2-4①】

当社グループの成長力の源泉は「人財」であり、多様な人財に意欲をもって能力を発揮していただくために、一人ひとりの従業員の主体的な能力向上を支援していくこと、さらにはこれを通して企業としての生産性の向上に結びつけていくことが重要な課題であると考えています。多様な人財が能力を発揮できる環境づくり、柔軟な働き方を支援する制度、技術革新等も踏まえた生産性向上の施策に

取り組み、経営戦略と連動した人財政策を進めています。

## 経営戦略と連動した人財政策

## 会社と従業員がともに成長できる組織づくり(働きがい)

(一人ひとりの従業員の能力開発と、自律的な学びの支援等)

## 誰もが働きやすい職場づくり

(働き方改革・生産性向上、ダイバーシティ&インクルージョンの推進等)

## 従業員エンゲージメントの向上

当社グループでは、働きやすく、働きがいのある職場づくりを目指して、1年に一度、従業員エンゲージメント調査\*を行っています。エンゲージメントや貢献意欲が高まることで、組織の活性化につながり、企業の競争力強化につながると考えています。2020年度は国内34社、約82,000人の従業員を対象に調査を実施しました。

従業員エンゲージメント調査の結果は、当社およびグループ各社の取締役会や経営会議等で報告し、結果の分析、課題の整理、施策の検討・実施を進めるほか、グループ内での事例共有を実施しています。2021年にはグループ各社社長のもと、各社において「エンゲージメント向上委員会」を設置して

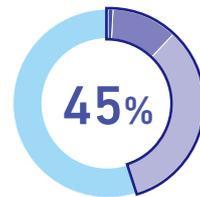
います。委員長は主に各社の人事部門責任者が務め、活動メンバーは公募等で多様な社員を選出し、メンバーとの対話に基づいてエンゲージメント向上に向けた行動計画を策定・モニタリングすることで、改善活動を推進しています。

\*従業員エンゲージメント調査とは、従業員の「一人ひとりが常に主役である気持ち」と「自分の仕事に対する誇りと情熱」を持ち、期待以上の成果を出すまで諦めず頑張り続ける気持ちを指標化したものです。

## 2020年度従業員エンゲージメント調査の結果

- 非常にエンゲージしている
- エンゲージしている
- ややエンゲージしている
- エンゲージしていない

\*対象人数 約82,000人  
回答率 75%  
対象会社はP11をご参照ください。



井阪社長と対話する  
エンゲージメント向上  
委員会メンバー



グループ29社が参加した  
グループ合同エンゲージメント  
向上委員長会議

## 人財共育部を中心とした体制強化

価値観の多様化やDXおよびグローバル化に対応し、経営戦略と一体となった人財政策を推進するため、2020年8月に人事企画部から教育機能を組織として独立させ、グループの能力開発・人材育成を推進する「人財共育部」を新設しました。価値創造の担い手である一人ひとりの従業員の能力開発と自律的な学びを支援するために人材育成体系の整備にも取り組んでいます。

また、創業理念の伝承と知識・技術の研鑽を目的として2012年に開設された伊藤研修センターは、創業の精神に触れ、グループの理念や取り組みを共有する重要な場であり、次世代を担う人材を育成する拠点として、これまでに延べ40万人以上の従業員が利用しています。



伊藤研修センター内の技能室での  
技術コンクールの様子

## 従業員の健康確保

当社グループでは、従業員の健康は生活の質を上げるだけでなく、企業が活力を増して経営の効率を高めていくものにとらえ、健康保険組合と連携し、2014年に「セブン&アイ健康宣言2018」、2019年10月に「セブン&アイ健康宣言 NEXT」を策定しました。目標の達成に向けて、CSR統括委員会傘下の企業行動部会の中に「健康経営推進」をテーマとして組み入れ、当社と健康保険組合が中心となり、グループ各社の人事責任者と連携し、ウォーキングイベントや健康セミナーの開催、メンタルヘルス研修の実施、禁煙の支援などさまざまな施策をグループ一体となって推進しています。2021年3月にこれらの取り組みが評価され、経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人2021 ～ホワイト500～」に前年に引き続き認定されました。



## 健康宣言 NEXT 目標



1. 適正な体重にコントロールさせる (BMI25<sup>\*1</sup>以上の人の割合:男性28%以下、女性18%以下)
2. 喫煙率<sup>\*1</sup>を低下させる (20%以下)
3. 年次有給休暇取得率を向上させる
4. 長時間労働を減らす
5. 当社開発商品において、健康サポート商品を増加させる
6. 健康をテーマにしたクッキングサポート<sup>\*2</sup>の回数を増加させる

※1 BMI・喫煙率はセブン&アイ・ホールディングス健康保険組合加入のグループ23社合計

※2 店舗におけるメニュー提案

## ダイバーシティ&インクルージョンの推進

当社グループでは、パートタイマー、アルバイト、外国籍の従業員、育児や介護をしながら働く方など多様な従業員がおり、一人ひとりの活躍を支援し、働きがいを持って仕事ができるよう、職場環境を整備することが、生産性の向上や人財の確保につながるだけでなく、お客様の満足度向上やイノベーション創出につながり、競争力の源泉になると認識

しております。グループ各社とともにダイバーシティ&インクルージョン推進活動に積極的に取り組んでおり、とりわけ女性活躍推進に関する取り組みを強化するため、2021年には、「2026年2月末までに女性執行役員比率30%」の新たな目標を掲げ、「30%Club Japan」※に加入しました。

※30%Club Japan: 企業の持続的成長や価値向上を目指し、重要意思決定機関および役員に占める女性割合を高めることを目指した世界的なキャンペーンの日本における活動母体。

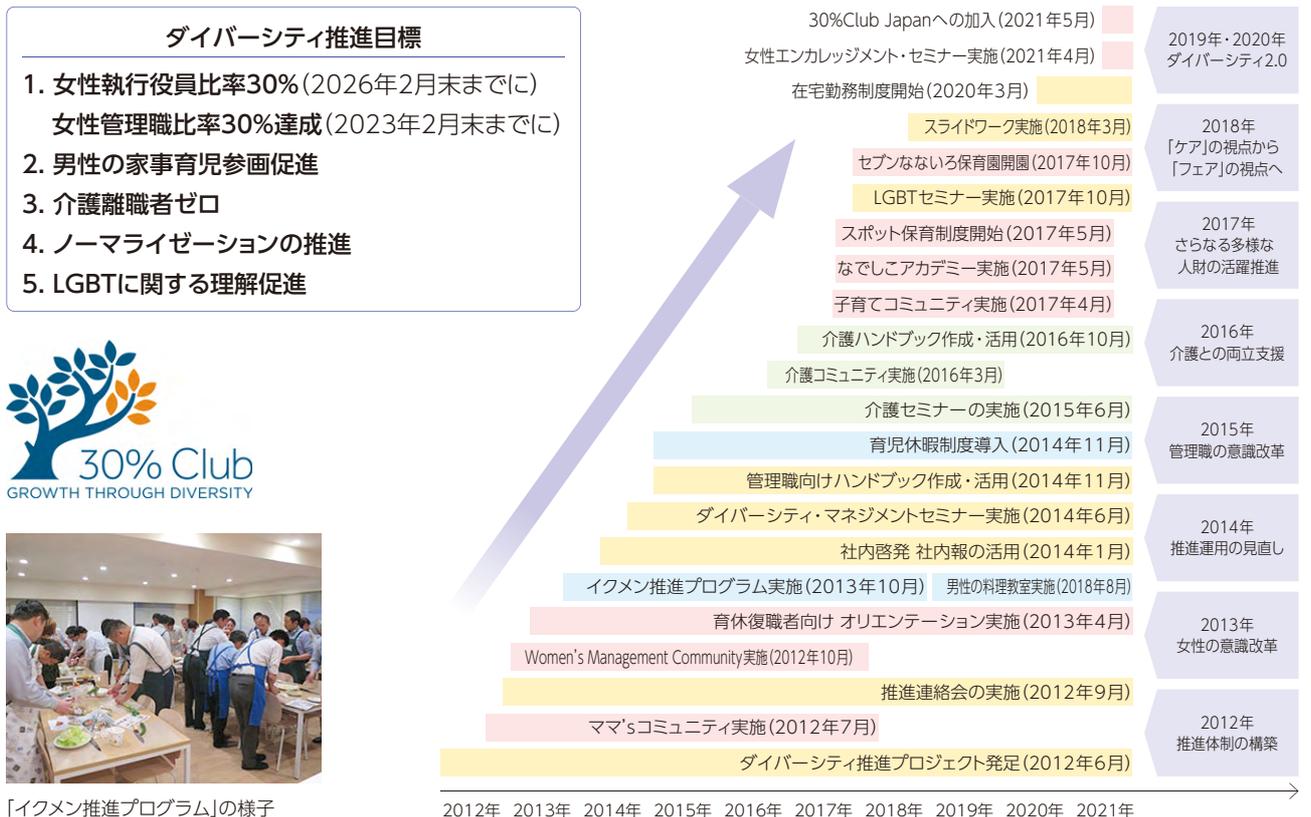
## ダイバーシティ&インクルージョンの推進目標と取り組み

ダイバーシティ&インクルージョンの推進体制として、2012年に「セブン&アイグループ ダイバーシティ&インクルージョン推進プロジェクト」(発足時はダイバーシティ推進プロジェクト)を設置し、グループのダイバーシティ&インクルージョン推進活動の方針立案や、グループ横断施策の立案・実行をしています。またグループ主要会社のダイバーシティ推進担当者が集まるダイバーシティ推進連絡会を定期的に行き、グループ各社の推進活動の

進捗や課題を共有するとともに、推進事例についてはグループ各社への水平展開を図っています。これらの活動内容はグループ26社の人事責任者が集まる企業行動部会、およびCSR統括委員会等において定期的に報告しています。

当社グループでは、グループ各社と連携して働き方改革を進めるとともに、多様な人財が活躍できる風土の醸成をはじめとしたさまざまな施策を実施してきました。管理職の意識改革に向けた「ダイ

## ダイバーシティ&インクルージョン推進のステップ



「イクメン推進プログラム」の様子

バーシティ・マネジメントセミナー」やアンコンシャスバイアス研修、男性の家事・育児参画を促すための「イクメン推進プログラム」や育児休暇制度の導入、「介護セミナー」、LGBTの理解を深めるためのセミナー等をグループ横断で実施しています。グループ各社においても、上司との面談時にキャリアプランを共有する、管理職や経営幹部候補者の研修に積極的に女性を選抜するなど、女性の育成と登用を進めています。

### 外国人・中途採用者の登用

当社グループでは、従来より海外従業員の現地経営幹部への積極登用等を実施しており、グローバル戦略を支える中核人材の育成・登用に積極的に取り組んでいます。

また、国内においては、多様な経験を持った人材の中途採用を積極的に実施しており、2020年度はグループ8社<sup>\*1</sup>で201名入社しています。

なお、外国人・中途採用者を特に区分した登用目

### 女性管理職比率の推移<sup>\*1</sup>



<sup>\*1</sup> グループ8社 ((株)セブン&アイ・ホールディングス、(株)セブン・イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)ヨークベニマル、(株)そごう・西武、(株)赤ちゃん本舗、(株)セブン&アイ・フードシステムズ、(株)セブン銀行)合計

<sup>\*2</sup> 役員は毎年5月末現在の数値、6社 ((株)セブン&アイ・ホールディングス、(株)セブン・イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)ヨークベニマル、(株)ヨーク、(株)そごう・西武)合計

<sup>\*3</sup> 取締役を兼務する執行役員は除く

<sup>\*4</sup> 役員は取締役・監査役・執行役員(取締役を兼務する執行役員は除く)の合計

標等は設定していませんが、当社グループにおいては、多様な人材に能力を発揮していただくために、国籍、入社区分(新卒採用・中途採用)等に関係なく、公平な目で能力・成果を評価し、管理職への登用を行っています。

### 女性エンカレッジメントセミナーの開催

2021年より女性管理職候補者の育成を目的としたグループ横断の研修、「女性エンカレッジメントセミナー」を開催し、グループ19社の女性社員が参加しました。社長や経営幹部から、グループの経営方針や理念、商品戦略やSDGsへの取り組みなどを聴講し、ディスカッションを実施。すべてオンラインで実施することで、全国各地域から、育児で時短勤務中の女性も参加しています。普段の業務とは異なる視点・視座からの話を聴き、経営への関心を高める

機会になるとともに、経歴や職種なども多様な参加者とのディスカッションを通じて、「同じグループで働く女性に勇気もらった」「刺激を受けた」などの声が多く聞かれ、モチベーション向上にもつながっています。



第1期女性エンカレッジメントセミナーの様子

### 外国籍従業員の活躍支援

セブン・イレブン・ジャパンでは、加盟店を含め店舗における外国籍の従業員の割合が増加しており、全国平均では2021年2月末現在約9.5%、約39,000名となっています。加盟店支援の一環として、留学生や外国籍の従業員に対して、日本の文化・接客対応

の基本の講義を行う「おもてなし研修」を2020年より開始し、これまでに約180名が受講しています。



「おもてなし研修」の様子

## サプライチェーン・マネジメント

### お取引先とともに築く持続的発展可能なサプライチェーンの構築

当社グループは創業以来、「社是」に掲げるさまざまなステークホルダーの皆様から信頼される誠実な企業であることをつねに心掛けています。

世界では人権に関するさまざまな問題が発生しています。企業に対しては自社が取り扱う商品・サービスにおけるサプライチェーン全体の人権の尊重と保護、法令遵守、環境保全、労働条件への配慮など、社会的責任を果たすことが強く求められています。当社グループでは、人権の尊重と保護を何

よりも優先し、お取引先に「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」(以下、行動指針)のご理解と実行をお願いしています。

お取引先とともに行動指針を運用し、持続的発展可能なサプライチェーンを構築することで、お客様に安全性と品質が担保された商品・サービスを提供するだけでなく、サプライチェーン全体の人権の保護と尊重、法令遵守、地球環境保全、労働環境への配慮などを推進しています。

### お取引先CSR監査の運用

当社グループでは、プライベートブランド商品「セブンプレミアム」およびグループ各社のプライベートブランド商品の製造委託先工場のうち、リスク管理の観点から特に重要であると判断した地域(主に中国・東南アジア)の工場については、CSR監査にご協力いただいています。また、行動指針の推進状況をお取引先と共有し、問題点の是正処置を支援しています。

グループ各社と新しくお取引をお願いする場合は、行動指針の理解と遵守をお願いし、CSR監査を受けていただいています。CSR監査の結果と是正対応状況から適合と認められたお取引先には「適合認証書」を発行したうえで、お取引開始とさせていただきます。お取引継続のためには「適合認証書」の更新取得を前提としています。

### 中国・東南アジアのプライベートブランド商品製造工場CSR監査認証の流れ



CSR監査の様子

## CSR監査の実施

当社グループは、世界標準であるILO(国際労働機関)条約などの国際条約とISO26000に準拠した独自の監査項目に沿って、第三者機関がお取引先の製造工場を監査しています。監査項目は、「セブン&アイグループお取引先サステナブル行動指針」「人権の保護」「法令遵守」「労働安全衛生」「環境保全」などで構成されており、最も重要視している分類は、「強制労働」「児童労働および若年労働者」「生活賃金(最低賃金)」「懲罰」の4分類です。監査では現場・書類・データの確認と管理者や労働者へのインタビューによって、CSR監査項目の遵守状況を確認しています。労働者へのインタビューは、使用者からの指示や報復などを防ぐため、別室にて監

査員のみでの立ち合いで行います。

監査の結果、監査項目に適合しない事項が発見された場合は、第三者の監査機関より当該お取引先に対し、不適合事項の指摘を行います。お取引先には、この指摘に基づいた「是正処置計画書」を提出していただくとともに、直ちに指摘事項の改善に取り組んでいただいています。お取引先から指摘事項の改善完了の報告を受けた後、改善を示した担保資料の提出などを受けて、改善完了の確認を行います。ただし、重大な不適合項目が多数発生する場合など、一定の基準を超えた場合は、工場を再訪問し、再監査を実施することで問題の改善を確認しています。

### CSR監査16大分類

■ 最も重要視している4分類

No.	分類
1	マネジメントシステムおよび規範実施
2	強制労働
3	結社の自由
4	健康および安全
5	児童労働および若年労働者
6	生活賃金
7	労働時間
8	差別・ハラスメント

No.	分類
9	正規雇用
10	下請契約、家内工業、外部加工
11	懲罰
12	地球環境保全
13	腐敗防止・公正な取引
14	商品の安全確保のために
15	セキュリティ管理
16	地域社会の便益・災害対応

## CSR監査の実績

2020年度の海外CSRの監査結果では、11の工場で重大な不適合が確認され、是正対応を実施しています。生活賃金(最低賃金)関連(8件)、若年労働関連(3件)の不適合が確認され、生活賃金(最低賃金)関連の不適合の中には、賃金支払い記録不備も不適合として対応しています。若年労働関連の不適合は、地域行政への若年労働者未登録、健康診断未実施、軽微作業の残業の3件で、すべて是正処

置を確認しました。また、CSR監査の結果、強制労働および15歳未満の児童労働、懲罰に該当する不適合は確認されていません。

なお、2020年度の国内のCSR監査は、国内のプライベートブランド商品「セブンプレミアム」の製造委託先271工場で実施しましたが、重大な不適合は確認されませんでした。

### CSR監査件数(海外工場)

年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度計画
監査工場数	245件	215件	274件	304件	413件	約500件
実施率(%) <sup>※1</sup>	100.0	100.0	100.0	100.0	89.8 <sup>※2</sup>	—

※1 監査計画工場数に対する監査実施工場数の割合(生産終了、取引停止により審査の必要がなくなった工場を除く)

※2 2020年度は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、47工場の監査が未実施

## 人権尊重の取り組み

### セブン&アイグループ人権方針を制定

企業活動のグローバル化が進み、企業の人権への取り組みに対して、社会からの関心が高まっています。また、当社グループでは、企業行動指針をベースに人権を守る活動を行ってまいりましたが、国際基準に準拠し、ステークホルダーの人権を尊重していくことが極めて重要だと考えています。今般、国際人権章典(世界人権宣言と国際人権規約)、労

働における基本的原則および権利に関する国際労働機関の宣言、国連グローバル・コンパクトの10原則、および「国連ビジネスと人権に関する指導原則」などをもとに、「セブン&アイグループ人権方針」を定めました。これからも従業員やサプライチェーン、地域社会に対する働きかけを行うなど、人権尊重の取り組みをいっそう強化してまいります。



セブン&アイグループ人権方針の詳細

[https://www.7andi.com/sustainability/policy/human\\_rights.html](https://www.7andi.com/sustainability/policy/human_rights.html)

### 推進体制

本方針を実現するため、当社にグループ横断組織(人権推進プロジェクト)を設置し、取締役会の監督

のもと人権尊重の取り組みを進めています。

### 人権に関する啓発と教育

当社グループでは、すべてのお客様、お取引先、地域社会の方々、職場の同僚などに対して、人権を尊重し、あらゆる差別・偏見に気づき、差別をしない・させない・許さない、企業風土づくりを目指し、さまざまな啓発活動と従業員教育を行っています。

当社では、グループ各社の教育をいっそう後押しするため、人権啓発ハンドブック「学ぶことから始

まるみんなの人権」や「ノーマライゼーションサポートガイド」を活用し、従業員の理解促進を図っています。

また、サプライチェーン上の人権リスクの低減・緩和のため、お取引先および社内の商品開発・仕入担当者に向けた、コンプライアンス研修を行っています。

### 人権デュー・ディリジェンスの実施

当社グループは、「国連ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき人権デュー・ディリジェンスの仕組みを構築し、人権への悪影響を防止または軽減することに努めます。

当社グループの事業活動が人権侵害を引き起こしている、あるいは、それを助長していることが明

らかになった場合は、その是正・救済に取り組みます。グループ横断組織である人権推進プロジェクトを中心に、グループの人権侵害リスクを特定し、予防・軽減・是正の対応を図り、PDCAサイクルで推進してまいります。

### 人権問題に関する相談窓口

当社グループでは、職場で人権問題が発生した場合に、グループ従業員とその家族、退職者が相

談・通報できる通報窓口「グループ共通従業員ヘルプライン」を設置しています。また、国内グループ

会社のお取引先の役員、従業員、元従業員が相談・通報できる窓口「お取引先専用ヘルプライン」を設置しています。

相談者本人および事実関係の確認に協力した方に対して、不利益な取り扱いをしないことを通報窓口の運用ルールで定めています。

## 健康と栄養の配慮

当社グループは、肥満、糖尿病、メタボリックシンドローム、栄養不足など、健康と栄養への注目が高まっているなか、お客様のさらなる健康志向に配慮して、「糖質」「食物繊維」の栄養成分を表示するとともに、栄養バランスがとれた食品を提供することに努めています。

2020年5月、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」の新たな価値を創造するために、環境対応・健康対応・上質商品・グローバル対応の4つの柱で構成する「セブンプレミアムコネクト宣言」を策定しました。健康対応の取り組みとして、栄養成分表示への「糖質」と「食物繊維」の追加(2019年9月～)や、塩分・糖質を抑えた商品の開発を行っています。また、「シニア」「子ども」

「働く女性」を主要なお客様と想定し、「加える」「減らす」というコンセプトで、それぞれの層の健康維持向上に対応すべく商品開発を行っています。開発には「チームマーチャンドライジング」の手法を採用し、栄養や健康に関するお取引先の皆様の知見や技術を取り入れ、添加物の低減の推進も行っています。

### 顧客層に対応した主な施策

	働く女性	シニア	子ども
加える	食物繊維・野菜		
	鉄分 良質なタンパク質	カルシウム 良質なタンパク質	カルシウム
減らす	塩分		
	糖質の過剰摂取		
	脂質の過剰摂取		



糖質・食物繊維が表示された  
栄養成分表示の例  
「セブンプレミアム ポテトサラダ」



糖質0gのサラダチキン

## 食品添加物使用の考え方

セブン-イレブンのお弁当などのフレッシュフードは、作りたての家庭の味を目指し、食品添加物を使用する場合は、必要最低限の種類・量を使用しています。また、食品添加物自主基準を設定し、お客様の関心の高い食品添加物の使用を極力控えるよう努めています。

### セブン-イレブンのフレッシュフードにおける食品添加物使用の考え方

- 目指すのは家庭の味
- 食品添加物は必要な分だけ
- 自主基準を策定して使用を制限



セブン-イレブン・ジャパンの取り組みの詳細

[https://www.sej.co.jp/products/anshin/thought\\_tenkabutsu.html](https://www.sej.co.jp/products/anshin/thought_tenkabutsu.html)

## 安全・安心に向けた品質の管理

### 国際標準に整合した食品安全マネジメント規格の認証取得

セブン-イレブン・ジャパンでは、商品製造時の品質管理レベル向上を目的に食品の衛生管理手法であるHACCPを1997年から採用しています。日本デリカフーズ協同組合(NDF)\*1では、多品種少量生産、労働集約型産業に即した独自の「NDF-HACCP認証制度」を構築し、すべての製造工場にて認定を取得しています。さらに、2018年10月には、国際基準HACCPの制度化に対応すべく、認証制度を「NDF-FSMS認証制度\*2」に改正し、2020年3月には、お弁当やおにぎり、サンドイッチ、惣菜、麺類、パン・ペストリーなどのオリジナル商品を製

造するすべての専用工場が認証・適合証明を取得しました(2021年2月末の専用工場数:166工場)。

同様に、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」を製造するすべての製造工場において、ISO22000、FSSC22000、JFS規格など、コーデックスHACCPを含む国際標準に整合した食品安全マネジメント規格の認証・適合証明の取得を進めています(2021年2月末現在、92%の製造工場が取得完了)。

\*1 日本デリカフーズ協同組合(NDF):デiyリー商品の製造工場における衛生管理レベルの向上や、地区による商品品質の差をなくすために1979年に結成

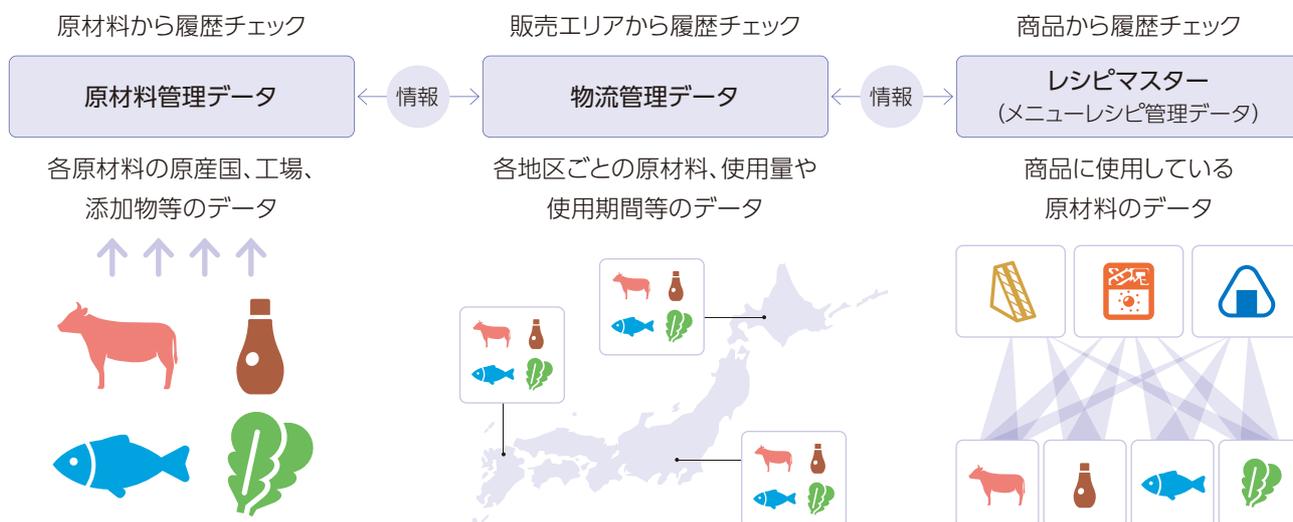
\*2 FSMS: 食品安全マネジメントシステム(Food Safety Management System)。安全・安心な食品を消費者に届けるために、食品安全を脅かすハザード(危害)を適切に管理する仕組み

### セブン-イレブン専用工場と生産・流通履歴を管理する「レシピマスターシステム」

セブン-イレブン・ジャパンでは、オリジナル商品に使用する原材料は、生産地から収穫時期まで、すべての生産履歴をデータベース化しています。また、その素材がどのメニューに使われているのか、どの工場で使用され、どのお店で販売しているのかを、「工場」「物流」「店舗(POSデータ)」のどこからでも履歴を追える「レシピマスターシステム」で管理しています。履歴管理を可能にしたのは、セブ

ン-イレブン・ジャパンが安全で質の高い商品をつくることにこだわり、専用工場の体制づくりを進めてきたことによるものです。これにより、万が一原材料などに問題が発生した場合でも、即座に対応することができ、災害時には一部原材料の供給が途絶えて生産できなくなったメニューについて、メニューの変更や原材料の代替などを行うなど、被害状況に合わせた対応が可能です。

### セブン-イレブンレシピマスターシステム



## 災害への備えと対応

当社グループは、災害発生時においても社会インフラとしての機能を果たすため、地域のライフラインを守ることを使命として、人命最優先で行動し、早期の営業再開と継続に努めています。

### 災害への備え

当社グループ各店舗では、災害時に早期の営業再開と継続に努めるとともに、迅速な地域救援や水道水・トイレ・災害情報などの提供を行っています。また、セブン-イレブン・ジャパンでは、社内外の災害情報の提供・共有ができるシステム「セブンVIEW※」を構築しています。このシステムは被災地の店舗・物流拠点の状態をクラウドマップ上に表示し、関係部門が状況を把握できるシステムで、これまでのハザードマップや被災関連のSNS表示、天候予測などの機能に加え、2019年度からは国や研究

機関との連携を強化し、被災からの早期復旧にさらに寄与すべく進化を続けています。現在は、イトーヨーカ堂、ヨークベニマル、ヨーク、そごう・西武、デニーズの店舗をマップに表示する体制を整え、グループの有事対応を支えています。また、当該システムも活用し、2020年9月にセブン-イレブン・ジャパンが行ったシミュレーション訓練(図上演習)の成果は、その直後の令和2年台風第10号への対応にも活かされました。

※Visual-Information-Emergency-Webの略



北海道胆振東部地震時の状況



シミュレーション訓練(図上演習)の様子

### 「現場ファースト」の災害対応

災害時の店舗支援は、現場の状況を把握することが最も重要と考えています。また、地震、豪雨などの災害の種類や被災規模、災害発生時間などによって、被災状況はまったく異なる上に、現場の要望も時々刻々と変化します。そのため、災害が発生した際には被災地域の責任者の指揮下において、現場と本部が連携して状況を把握し、応援人員の派遣や商品供給、物流ルート決定などを迅速に進める体制を構築しています。



「平成30年7月豪雨」により浸水した店舗の復旧時の状況