



株式会社 **セブン&アイ** HLDGS.



# CSR Report

---

## **2008**

# 「社是」

(1972年制定)

私たちは、株主に信頼される、誠実な企業でありたい。  
私たちは、お客様、取引先、地域社会に信頼される、誠実な企業でありたい。  
私たちは、社員に信頼される、誠実な企業でありたい。

## セブン&アイHLDGS. 企業行動指針

(1993年制定・2007年改訂)

### 前文

企業の使命は、経営倫理を尊重した経営により、お客様に価値のある商品とサービスを提供し、  
新たな富と雇用を生み出すことにある。

セブン&アイHLDGS.の役員および社員は、こうした使命を果たし、  
お客様に喜んでいただくことを生きがいとしている。

このためにも健全な経営体質を確立し、法令・ルール、社会的規範を遵守し、  
セブン&アイHLDGS.が関わる全ての人々の人権と尊厳を尊び、  
国際社会の多様な価値観を尊重しつつ社会的責任を果たす。  
こうした理念のもと以下の指針に則って業務を行う。

## 経営倫理の尊重・法令遵守(コンプライアンス)

### 基本方針

事業運営に当たっては、経営倫理に即した企業行動に徹し、  
法令・ルール、社会的規範を遵守し、  
社会から求められる企業の社会的責任を果たす。

### 事業活動

1. お客様との関係…販売活動
2. お取引先との関係…取引活動
3. 株主との関係
4. 公正な取引の推進

### 社会的責任

1. 人権・個人の尊厳の尊重
2. 雇用・職場環境
3. 環境管理
4. 地域、社会との関係
5. 情報の管理

#### ● 報告対象組織

(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)ミレニアムリテイリング、(株)ヨークベニマル、(株)セブン&アイ・フードシステムズの6社について報告しています。

#### ● 報告対象分野

上記の報告対象組織について、「経済」「社会」「環境保全」という3つの側面に関する計画・実施状況・結果・今後の方針などを報告しています。

発行日について

今回の発行 2008年11月 次回の発行予定 2009年9月

#### ● 報告対象期間

2007年度(2007年3月1日～2008年2月29日)の活動報告を基本に、一部の取り組みについては2008年度の活動についての報告も含めています。

#### ● 参考になっているガイドライン

GRI (Global Reporting Initiative)「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第3版」

#### 免責事項

本報告書には、(株)セブン&アイホールディングスとその事業会社の過去と現在の事実だけでなく、社会情勢に関する予想、経営計画・経営方針とその結果への予測が含まれています。これらの予想・予測は、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、諸与件の変化によって、将来の社会情勢や事業活動の結果が予想・予測とは異なったものとなる可能性があります。読者の皆様には、以上をご了解いただけますようお願い申し上げます。

## CSRを経営戦略に組み込み 企業の高い持続可能性を追求します。



(株)セブン&アイ・ホールディングス  
代表取締役会長  
最高経営責任者(CEO)

鈴木 敏文



(株)セブン&アイ・ホールディングス  
代表取締役社長  
最高執行責任者(COO)

西田 紀敏

### ステークホルダー・エンゲージメントを通して 社会からの要請に誠実に応えていきます

現在、経済のグローバル化や地球の温暖化、さらに国内における少子高齢化、総人口の減少、食の安全・安心など、私たちを取り巻く環境は激しく変化し、これにともなって企業に対する社会からの要請もますます厳しくなっています。

こうした状況の中、セブン&アイHLDGS.は、株主、お客様、お取引先、地域社会の皆様、そして社員など、さまざまなステークホルダーとのエンゲージメントを通して、社会的課題の解決に貢献するとともに、各事業会社が一丸となって、お客様の立場に立った新しいサービス・価値を生み出す「新・総合生活産業」をめざしております。

### グループ企業全体へのCSR活動の深化を目的に CSR統括委員会を設置

セブン&アイHLDGS.は、CSR活動をグループ企業全体により迅速に推進・深化させるべく、2008年度からコンプライアンス委員会と環境委員会で構成される「CSR統括委員会」「リスクマネジメント委員会」「情報管理委員会」の3つの委員会制に変更しました。

CSR活動をさらに深化させるためには、各事業会社でのコンプライアンスの徹底、適切なリスク管理、さらに情報管理体制の強化を図るとともに、2007年度に策定・設置した「お取引先行動指針」や「お取引先専用ヘルプライン」を通して、お取引先とともにCSRを推進してまいります。

### 食の安全・安心の確保と地球温暖化防止への対策

セブン&アイHLDGS.では、「食の安全・安心」が、お客様の間で最大の関心事となっていることから、セブン&アイHLDGS.は、コンプライアンス委員会の下部組織にQC(品質管理)部会を設け、グループ間での情報の共有化と、緊急時対応体制を整備いたしました。そして、2008年8月に、生産者と共同で農業生産法人を設立。店舗からの食品残さを活用する「完全循環型」の生産システムを確立し、社会的に高まる食の安全・安心志向に対応してまいります。

また、これまで商品の開発・生産、物流、販売などサプライチェーン全体を視野に入れた環境施策を講じてまいりましたが、2008年6月に新たに「環境宣言」と地球温暖化防止に関する基本方針を策定しました。グループの環境施策を明確にし、グループ全体の包括的な活動へと発展させてまいります。

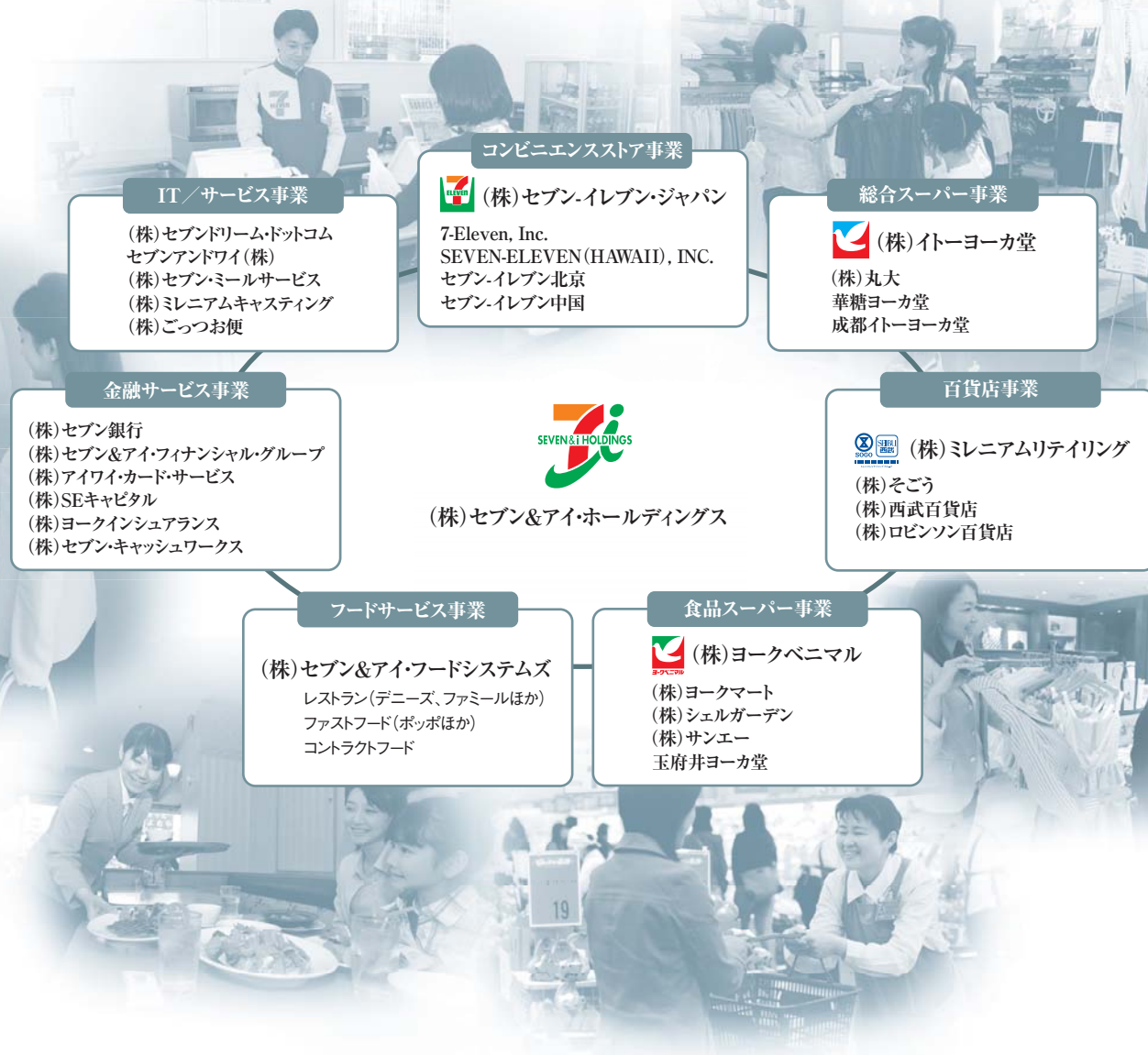
さらに地球規模での環境施策の一つとしてITTO※と連携し、森林保全によるCO<sub>2</sub>排出抑制プログラムも2009年度に開始いたします。

セブン&アイHLDGS.は、今後とも透明性の高い情報開示に努め、ステークホルダー・エンゲージメントを通して、「財務的成長」と「社会的側面の充実」の両立をめざしてまいります。

今後とも、皆様のご指導・ご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

※ ITTO: 国際熱帯木材機関。

私たちは、小売や外食事業など  
人々の暮らしに密着した事業を展開しています。



セブン&アイHLDGS.は、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカ堂、デニーズジャパンの3社の共同株式移転によって、2005年9月に設立された純粋持株会社です。コンビニエンスストア、総合スーパー、百貨店、食品スーパー、フードサービス、金融サービス、IT/サービスという生活に密着した7分野を主要事業領域としており、現在、小売業を中心に約100社の事業会社を擁しています。

当社は、これら事業のシナジーを生かした流通イノベーションに取り組むことで、お客様一人ひとりの多様なニーズに応え、時代が求める新たな価値を創造する、グローバルな「新・総合生活産業」への進化をめざしています。

会社概要(2008年2月末現在)

|        |   |
|--------|---|
| 社名     | (株)セブン&アイ・ホールディングス  |
| 本部所在地  | 〒102-8452 東京都千代田区二番町8番地8  |
| 設立     | 2005(平成17)年9月1日<br>東証第一部上場  |
| 事業内容   | コンビニエンスストア・総合スーパー・百貨店・食品スーパー・フードサービス・金融サービス・IT/サービス各事業などを中心とした企業グループの企画・管理・運営(純粋持株会社) |
| 資本金    | 500億円   |
| 連結従業員数 | 153,128人  |
| 営業収益   | 5兆7,523億円(2008年2月期連結経営成績)   |
| 営業利益   | 2,810億円(同上)   |

# 今回の報告書では 「人々の暮らしに関わるCSR」に絞って報告します。

## 5つの主要事業会社\*の事業特性をふまえて

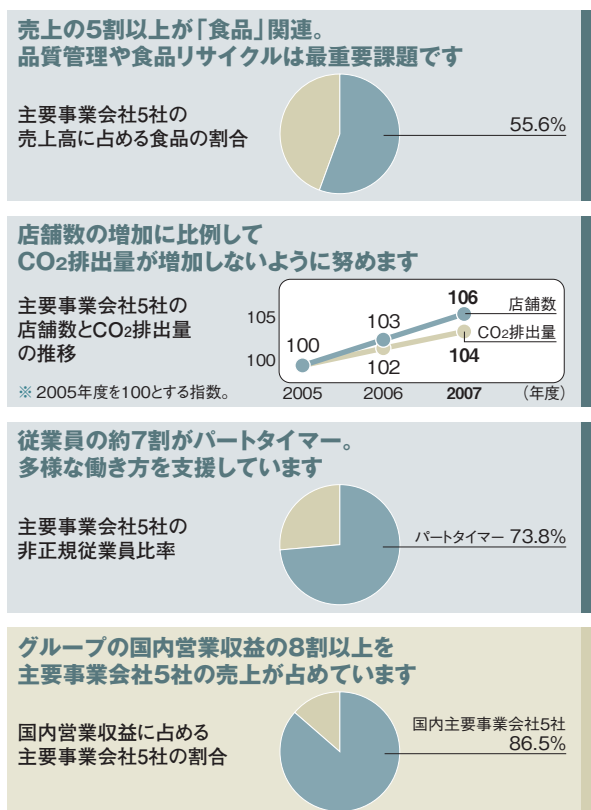
セブン&アイHLDGS.は、2008年度の報告書作成にあたり、小売や外食など人々の暮らしに密接に関わる自らの事業特性をふまえ、次の3つのテーマを優先報告事項と定め、「特集」として編集することとしました。

一つは、たび重なる食品事故によってお客様の不安や不信が高まっている「食の安全・安心」についてです。主要事業会社の売上高のうち、「食品」関連の売上が5割を超えるセブン&アイHLDGS.にとって、食の安全は極めて重要なテーマです。

2つめは、京都議定書の第一約束期間の初年度を迎え、社会的な関心が高まっている「地球温暖化の防止」です。店舗数が増加傾向にある当社グループでは、CO<sub>2</sub>排出量をいかに低減していくかが課題となっており、店舗における省エネや物流の効率化などの活動を継続的に行う必要があります。

そして、3つめは、「パートタイマーが働きやすい職場づくり」です。グループの主要事業会社の従業員のうち、パートタイマーが占める比率は7割を超えており、非正規従業員への公正な処遇が求められている中、働きやすい職場環境づくりは非常に重要なテーマです。

\* セブン・イレブン、イトーヨーカドー、ミレニアムリテイリング、ヨークベニマル、セブン&アイ・フードシステムズの5社。



## CONTENTS

### 持株会社のCSR報告

多数の事業会社を管理・監督する持株会社として、「コーポレート・ガバナンスの強化」「コンプライアンスの徹底」は、グループの社会的責任を果たす上で基盤となるものです。また、グループ共通の課題に対する各種の施策も「特集」として報告しています。

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 持株会社としての責任① コーポレート・ガバナンス | 6  |
| 持株会社としての責任② CSRマネジメント    | 8  |
| 持株会社としての責任③ コンプライアンス     | 10 |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 特集① 食の“安全・安心”の徹底と循環型社会の構築 | 14 |
|---------------------------|----|

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 特集② 低炭素社会をめざし地球温暖化防止の施策を推進 | 18 |
|----------------------------|----|

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 特集③ パートタイマーにとって働きやすい職場づくり | 22 |
|---------------------------|----|

### 主要事業会社のCSR報告

グループ共通の課題である「食の安全・安心」「地球温暖化の防止」の報告に加えて、各社の事業特性に応じた特徴的な取り組みを報告しています。

|                 |    |
|-----------------|----|
| セブン・イレブン        | 26 |
| イトーヨーカドー        | 40 |
| ミレニアムリテイリング     | 54 |
| ヨークベニマル         | 66 |
| セブン&アイ・フードシステムズ | 74 |

|           |    |
|-----------|----|
| 第三者意見     | 84 |
| 第三者意見を受けて | 85 |

## グループ全体の事業効率を高めるとともに 経営の透明性・信頼性を確保するために 管理・監督、業務執行の役割分担を明確にしています。

セブン&アイHLDGS.は、傘下の事業会社を監督・統括する持株会社として、コーポレート・ガバナンスの強化とグループ企業価値の最大化を使命としています。コーポレート・ガバナンスの基本は、①業務の有効性と効率性、②財務報告の信頼性、③事業活動における法令の遵守、④資産の適正な保全、という4つの課題に取り組むことにあり、その目的は、長期的な企業価値の拡大であると考えています。

現在、5名の監査役(うち3名は社外監査役)で構成されています。監査役は、取締役会などの重要な会議に出席するほか、代表取締役との意見交換、取締役からの意見の聴取などにより、取締役の職務の執行を監査しています。

また、内部監査を担当する監査室を設置しています。監査室は、監査役と緊密に連携し、各事業会社の内部監査の確認と指導を行う「統括機能」と当社自体の「内部監査機能」の強化を図っています。

### 基本的な仕組みと体制

#### 執行役員制度と監査役制度を軸とした企業統治

セブン&アイHLDGS.の取締役会は、2008年10月末現在、12名の取締役(うち3名は社外取締役)で構成されています。取締役の任期は、株主の意向をタイムリーに反映させるため、1年としています。

また、迅速な意思決定と業務執行を実現できるよう、執行役員制度を導入し、取締役会は「経営戦略の立案」と「業務執行の監督」、執行役員は「業務執行」にそれぞれ専念できる環境を整備しています。

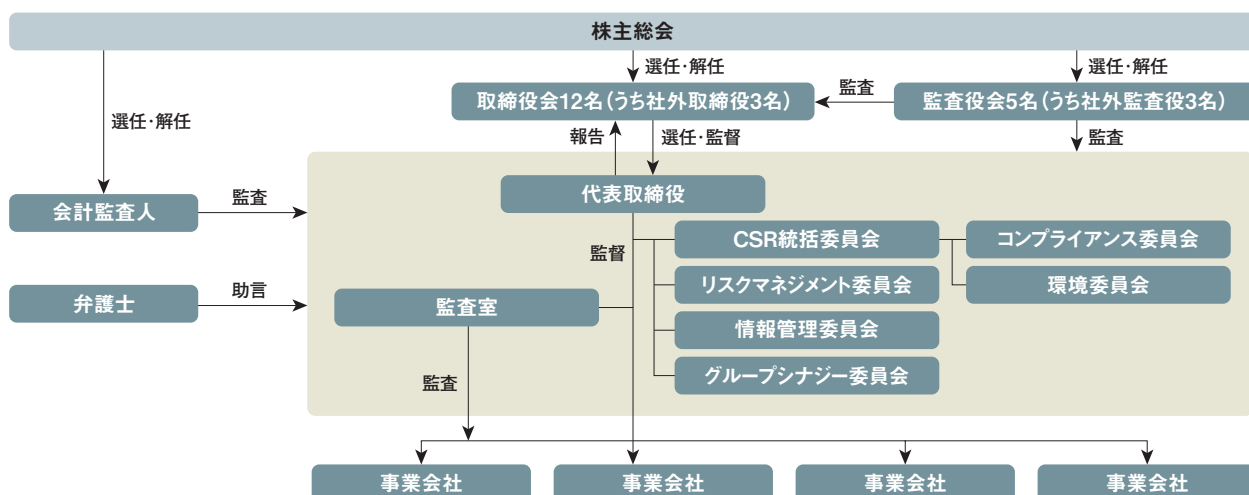
さらに、当社は、監査役制度を軸に経営のモニタリングを実施しています。監査役会は、2008年10月末

#### 社外取締役・社外監査役と各委員会による 企業統治の強化

当社は、経営の監視機能を高めるために、社外取締役と社外監査役をおいています。社外取締役と社外監査役に対しては、その職務を補助する社員をおき、社内取締役や社内監査役との円滑な情報交換や緊密な連携を可能にする体制を整備しています。

また、代表取締役の下に「CSR統括委員会」「リスクマネジメント委員会」「情報管理委員会」「グループシナジー委員会」を設置し、コーポレート・ガバナンスの強化とグループ企業価値の最大化に取り組んでいます。

#### コーポレート・ガバナンス体制



## 株主・投資家に対する 基本姿勢と取り組み

### 社是に基づく株主・投資家に対する責任の遂行

「私たちは、株主に信頼される、誠実な企業でありたい」。社是の冒頭に掲げているこの理念を実現していくため、セブン&アイHLDGS.は、株主・投資家の皆様の視点に立って、グループ全体の健全性・透明性・効率性の向上、安定的な利益確保、事業の拡大・発展と、適時・適切な情報開示に努めています。

### コミュニケーション活動の推進

当社は、株主総会の活性化と議決権行使の円滑化をめざして、株主総会の招集通知を法定期日に先立って発送するとともに、機関投資家に向けては、複数の信託銀行の会員制WEBサイトに招集通知を掲載しています。「機関投資家向け議決権行使プラットフォーム」による議決権の行使にも対応しました。

また、株主の皆様からのお問い合わせに適正かつ迅速に回答できるよう、お問い合わせの内容に応じて、該当部署の社員が直接対応するようにしています。対

応にさいしては、法令を遵守することはもちろん、提供する情報の公平性にも配慮しています。

さらに、当社は、積極的なIR活動を通じて、投資家やアナリストへの適切な情報開示に努めています。2008年度からは、情報管理委員会の下に「情報開示部会」を設置し、開示する財務情報や重要情報の正確性・公正性・適時性の確保を徹底しています。このほか、当社のWEBサイトに決算短信などの適時開示情報や、その他のIR資料、株式情報などを掲載しています。

### 外部機関からの評価

近年、非財務情報を加えた総合的な評価を組み入れて、投資する企業を選定する「SRI(社会的責任投資)」が注目を集めています。当社は、「FTSE 4 Good Global Index※」をはじめ国内外の数多くのSRIファンダに組み入れられています。

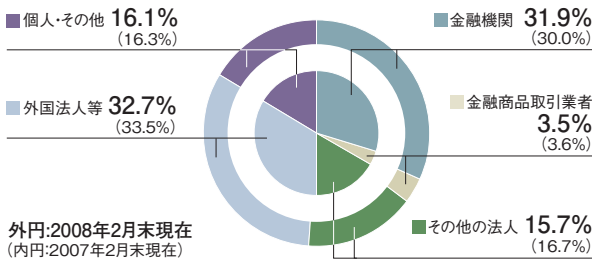
また、当社では、株主の皆様が財務の健全性をご理解いただく一つの指標として、格付機関による債券格付を利用しています。

※ 英国FTSE社が開発したSRIインデックス(社会的責任投資の投資推奨指数)。

#### 株主総会状況

- 開催日 2008年5月22日(木)
- 出席者数 854名
- 開催時間 1時間46分
- 議決権行使比率 78.28%

#### 所有株式数の割合



## FTSE4Good

#### 格付の状況 (2008年10月30日現在)

|                |     | R&I | JCR | S&P  | Moody's |
|----------------|-----|-----|-----|------|---------|
| セブン&アイHLDGS.   | 長期  | AA  | AA+ | AA-  | Aa3     |
|                | 短期※ | —   | —   | A-1+ | P-1     |
| セブン-イレブン・ジャパン  | 長期  | —   | —   | A    | Baa3    |
| イトーヨーカドー       | 長期  | AA  | AA+ | AA-  | Aa3     |
| 7-Eleven, Inc. | 長期  | —   | —   | A    | Baa3    |
| セブン銀行          | 長期  | AA  | —   | AA-  | —       |

※ セブン-イレブン・ジャパンの短期格付は、7-Eleven, Inc.のCPプログラムの保証格付(2006年1月より)。

## 各事業会社がそれぞれの社会的責任を果たしていくよう 各社の状況を管理・監督する グループCSRマネジメント体制を強化しています。

セブン&アイHLDGS.と各事業会社は、株主の皆様、お客様、お取引先、地域社会、社員をはじめ、さまざまなステークホルダーに「誠実に対応すること」をCSR（企業の社会的責任）の基本に据えています。

これを確実に実行していくためには、当社が株主の皆様や事業会社に対する責任を果たしていくことはもとより、各事業会社がそれぞれのステークホルダーに対する責任を果たすよう管理・監督していくことが重要であると考えています。

そこで当社は、「CSR統括委員会」「リスクマネジメント委員会」「情報管理委員会」という3つの委員会を設置し、それぞれの委員会単位で各事業会社と緊密な連携を取ることで、ステークホルダーの「声」を各社の経営に反映させる「ステークホルダー・エンゲージメント」の強化を進めています。

また、それぞれの委員会において、各社の取り組み状況を定期的に検証・評価し、その結果を各社とグループ全体の経営目標や行動計画の策定に反映させることで、グループ全体でCSRに関わる取り組みのレベルアップを図っています。

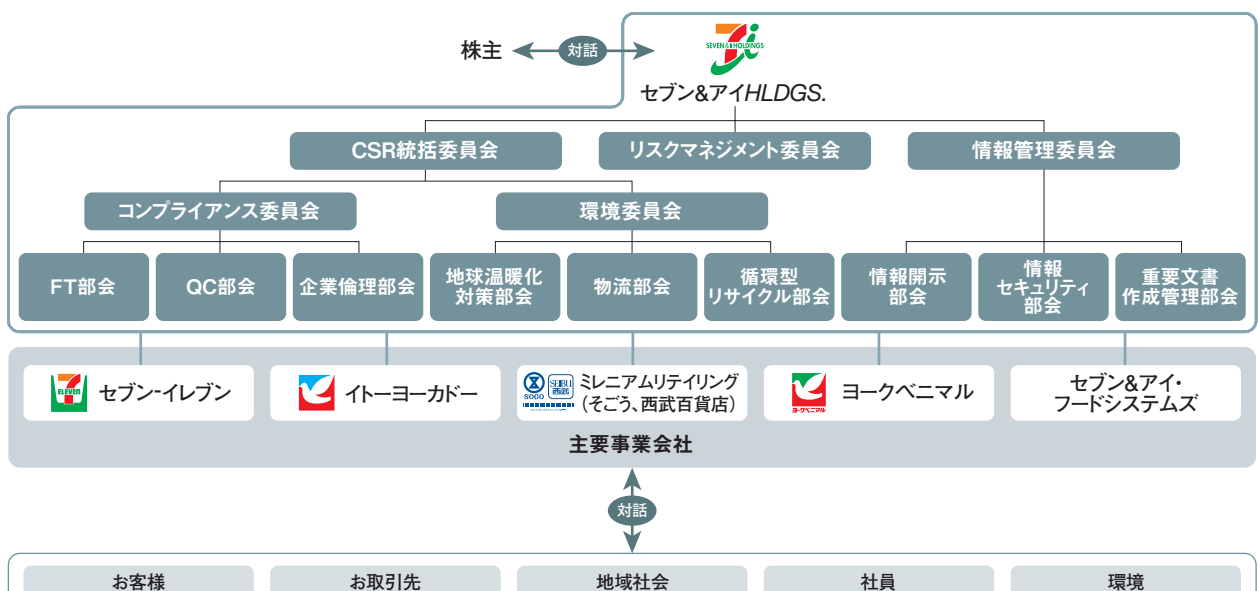
### 基本的な仕組みと体制

#### グループ一体となったCSRの推進を担う「CSR統括委員会」を設置

セブン&アイHLDGS.は、「ステークホルダー・エンゲージメント」を実現していくために、設立と同時に5つの専門部会からなる「CSR推進委員会」を設置し、各事業会社のCSRの状況を検証・評価する仕組みの整備を進めてきました。

しかし、より実効性のあるCSR活動を迅速に推進していくことを目的に、2008年2月、同委員会が担ってきた役割のうち、CSRの推進と管理・監督を担う機能を分離すべく委員会を再編、推進機関として「CSR統括委員会」を設置するとともに、CSRのリスク管理機能については「リスクマネジメント委員会」に統合し、CSRの情報管理機能についてはグループ全体の情報管理を統括すべく新設された「情報管理委員会」に統合しました。なお、CSR統括委員会には、下部組織として「コンプライアンス委員会」と「環境委員会」を設けています。

#### CSRマネジメント体制



## ●コンプライアンス委員会

コンプライアンス委員会は、「FT(フェアトレード) 部会」「QC(品質管理) 部会」「企業倫理部会」で構成され、委員長は、当社の常務執行役員が務めています。

同委員会では、グループ全体のコンプライアンス体制を強化していくために、各事業会社に共通して適用する企業行動指針の策定や、各社が設置しているヘルプラインの窓口の一元化、コンプライアンス違反発見時の対応ルールの明文化などについて検討を進めています。また、新たにグループに加わった事業会社に対するフェアトレードに関する方針の徹底、事業会社間での製品安全・食品安全情報の共有体制や製品事故発生時の報告・対応ルールの確立などに取り組んでいます。

## ●環境委員会

環境委員会は、「地球温暖化対策部会」「物流部会」「循環型リサイクル部会」で構成され、委員長は、当社の常務執行役員が務めています。

同委員会では、海外のグループ会社を含めた環境リスクマネジメント体制の強化やグループを横断した環境課題への対応策の検討・策定を担っています。地球温暖化問題や、食品・容器包装のリサイクル、廃棄物処理に関するグループ全体の目標を策定するほか、各事業会社の取り組みを支援しています。

## リスクマネジメント体制を強化

当社は、2008年2月、リスク管理の高度化を図るべく、「リスク管理規程」を制定し、リスク管理を統括する組織として「リスクマネジメント委員会」の機能を一新しました。リスク管理規程は、内部統制システムの一環として、当社および当社の子会社・関係会社のリスクを統合的に管理することを目的としています。

リスクマネジメント委員会では、この規程に則り、リスク管理に関する具体的な方針とその運用について審議し、方向性を決定するとともに、定期的リスクの識別および分析・評価を行い、その結果を踏まえて対策を立案することにより、リスク管理体制の強化に取り組んでいます。

## 情報管理体制を強化

当社は、2008年2月にグループ全体の情報の管理を統括する組織として「情報管理委員会」を設置しました。また、委員会の設置に合わせて、当社が取り扱う情報を適正に管理するための方法と体制を定めた「情報管理基本規程」を制定しました。

同委員会では、この規定に沿って、グループ全体の情報管理体制の維持・向上を図るとともに、情報管理に対するリスクを分析・評価し、その対策の立案を進めています。

## セブン&アイHLDGS. 主要事業会社のCSR指標 (2008年2月末)

|   | セブン-イレブン                     | イトーヨーカドー           | ミニエムリテイリング    |             | ヨークベニマル             | セブン&アイ・フードシステムズ              |
|---|------------------------------|--------------------|---------------|-------------|---------------------|------------------------------|
|   |                              |                    | そごう           | 西武百貨店       |                     |                              |
| 売上高(百万円) <sup>※1</sup>                                | 2,574,306                    | 1,464,094          | 495,336       | 461,079     | 319,931             | 113,472                      |
| 店舗数(店)  | 12,034                       | 176                | 12            | 16          | 149                 | 1,047                        |
| 従業員数(人)   | 11,671                       | 43,013             | 5,417         | 4,940       | 12,140              | 16,883                       |
| パート比率 <sup>※2</sup>                                   | 54.6%                        | 76.2%              | 50.2%         | 53.0%       | 81.2%               | 89.3%                        |
| 正社員平均勤続年数   | 7年6か月                        | 16年11か月            | 17年4か月        | 20年1か月      | 12年8か月              | 13年6か月                       |
| 女性管理職比率 <sup>※3</sup>                                 | 0.5%                         | 16.2%              | 16.7%         | 28.3%       | 29.0%               | 15.5% <sup>※4</sup>          |
| 障がい者雇用率   | 2.1% <sup>※5</sup>           | 2.1% <sup>※5</sup> | 1.58%         | 1.78%       | 1.98% <sup>※6</sup> | 2.1% <sup>※5</sup>           |
| 育児休業取得者数(人)<br>(うちパートタイマー)                            | 27(0)                        | 218(66)            | 31(8)         | 22(14)      | 25(7)               | 47(41)                       |
| 労働災害度数率   | 2.39                         | 1.84               | 1.15          | 1.1         | 2.74                | 18.56                        |
| 労働災害強度率   | 0.008                        | 0.03               | 0.01          | 0.02        | 0.03                | 0.02                         |
| CO <sub>2</sub> 排出量(t-CO <sub>2</sub> ) <sup>※7</sup> | 902,471                      | 700,535            | 163,222       | 143,883     | 155,068             | 110,334 <sup>※10</sup>       |
| 廃棄物(t)<br>(廃棄物リサイクル率)                                 | 308,752(46.9%) <sup>※8</sup> | 158,496(58.6%)     | 17,879(40.8%) | 16,870(60%) | 46,405(52%)         | 19,881(25.2%) <sup>※10</sup> |
| 食品廃棄物のリサイクル率 <sup>※9</sup>                            | 18.1%                        | 24.7%              | 36.6%         | 38.3%       | 21.7%               | 20.4% <sup>※10</sup>         |

※1 セブン-イレブンはチェーン全店売上高、セブン&アイ・フードシステムズは、2007年9月に合併した3社(株)デニーズジャパン、(株)ファミリー、ヨーク物産(株)の中間期までの売上高を含めた数値です。

※2 1日8時間、月間163時間換算による月平均人員です。セブン-イレブンは直営店で勤務しているパート・アルバイトを含みます。

※3 役員は除いています。

※4 管理職とは店舗における副店長以上、パートナー・アルバイト社員を含みます。

※5 2008年6月1日現在のセブン&アイHLDGS.の障がい者雇用率(グループ適用)。グループ適用会社は、セブン&アイHLDGS.、テルバ(重度障がい者の方が働く特別子会社)、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、セブン&アイ・フードシステムズの5社の数字です。

※6 2008年9月末実績です。

※7 ミニエムリテイリングは、店舗で使用エネルギーによるCO<sub>2</sub>、その他は物流に関わるCO<sub>2</sub>も含みます。

※8 2007年1月から12月までの東京都内1店舗当たりの平均廃棄物量をもとに算出しました。

※9 セブン-イレブンは、東京都内約1,000店舗の実績をもとに、2007年度内のフライヤー(揚げ物調理什器)導入にともなう廃食油のリサイクル実績を含めた数値。そごう・西武百貨店は発生抑制量を考慮し算出、セブン-イレブン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、セブン&アイ・フードシステムズは、発生抑制量を含んでおりません。

※10 デニーズ単体の数値です。

## グループ全体でコンプライアンスを徹底していくために 「企業行動指針」を浸透させ その具現化に向けた仕組みや体制を整備しています。

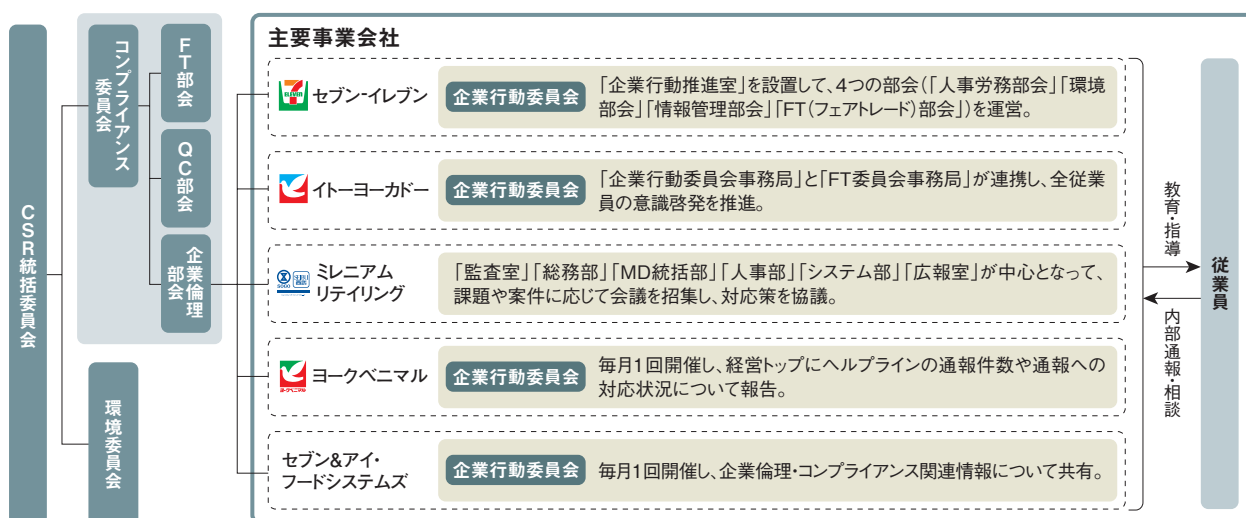
セブン&アイHLDGS.は、「セブン&アイHLDGS.企業行動指針」や全グループ会社の事業に関連する法規の遵守・徹底を図っていくために、主要事業会社それぞれに「企業行動委員会」、または専任の担当者を設置し、継続的に活動しています。

同時に、各社の企業行動委員会のメンバーおよび専任担当者は、「CSR統括委員会」の下部組織である「コンプライアンス委員会」に参加し、グループとしての認識の共有を図っています。また、各社の取り組みのう

ち、よりレベルの高い施策について情報交換するなど、企業行動指針の浸透策や活動のレベルアップについて協議しています。

なお、各社では、企業行動指針に反する行為の抑制や防止、早期解決を図ることを目的に「ヘルプライン制度」「イエローホイッスル制度」を設け、社員からの相談に応じています。相談の受付にあたっては、匿名であっても対応するなど、相談者に不利益が生じないように運用しています。

### コンプライアンス委員会組織



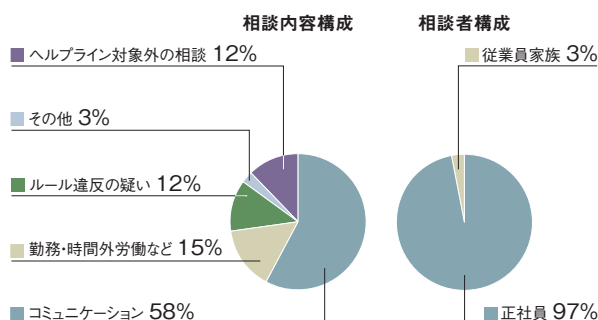
## 主要事業会社の主な取り組み

### セブン-イレブン

2007年度は、新入社員に「社員行動規範」を配布し、人権啓発研修を実施したほか、スタッフ会議や企業行動推進室ミーティングなどの機会を利用して全社員のコンプライアンス意識の向上を図る取り組みを推進しました。

また、2007年6月には、通達を発信し、相談事項がある場合はヘルプライン制度を利用するよう社員に促しました。

### 2007年度ヘルプライン受付実績 通報件数:33件(前年度実績13件)

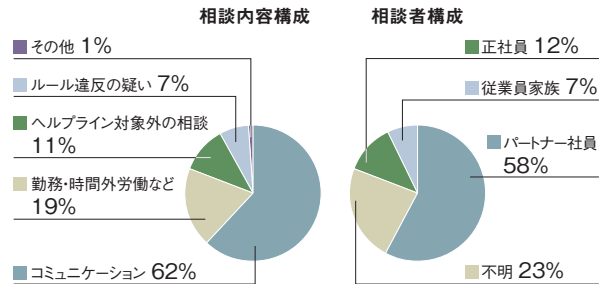


## イトーヨーカドー

2007年3月に、店舗での企業倫理の徹底を図るために、店舗役職者を対象としたコンプライアンス教育用DVDを作成・配布し、各店舗で研修を実施するとともに、ヘルプラインの周知のため、啓発ポスターの改訂を行い、全店舗で掲示しました。

また、新入社員や新任役職者を対象としたコンプライアンス研修も継続して実施しました。

### 2007年度ヘルプライン受付実績 通報件数:228件(前年度実績142件)

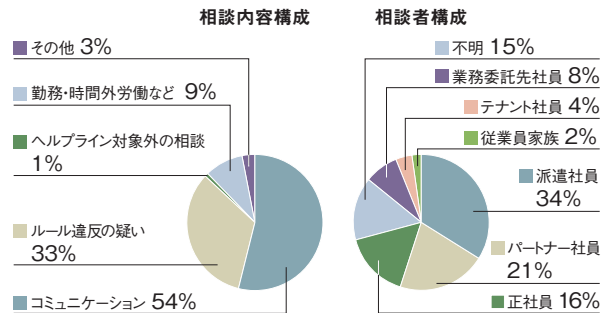


## ミレニアムリテイリング

「イエローホイッスル制度」に対するさらなる周知と実効性を高めるため、啓発ポスターを改訂し、掲示を徹底しました。

また、継続して実施しているコンプライアンス研修では、より専門的な内容について、現場の指導的な立場にある総務部、販売促進部門などの責任者に対して研修を行いました。

### 2007年度ヘルプライン受付実績 通報件数:127件(前年度実績134件)

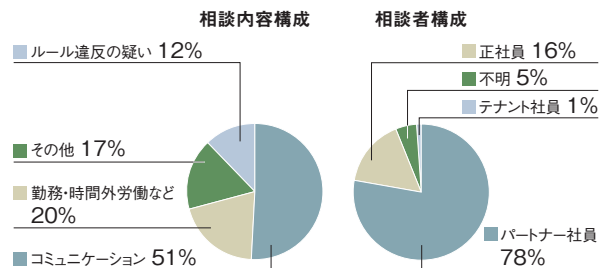


## ヨークベニマル

2008年3月に、「企業倫理行動基準」を改訂し、本部や店舗の管理職者、新入社員、新任店長などに配布しました。また、関連会社の社員へのコンプライアンス啓発も積極的に進めました。

また、ヘルプラインに関しては、告知ポスターを改めて店舗に掲示し、制度の周知に努めました。

### 2007年度ヘルプライン受付実績 通報件数:75件(前年度実績60件)

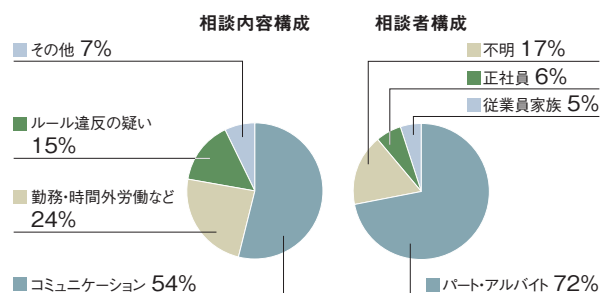


## セブン&アイ・フードシステムズ

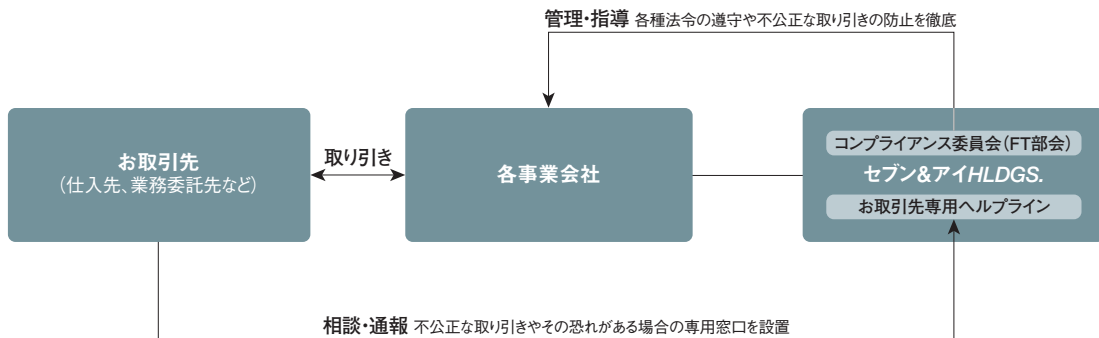
2007年9月にデニーズジャパン、ファミリー、ヨーク物産の3社が合併しセブン&アイ・フードシステムズが設立されたのを契機に、企業行動指針の冊子「7FS企業行動指針」と告知ポスターを作成し、各事業部の全店に配布して全社員への周知を図りました。

また、新入社員オリエンテーションや店長登用前研修で企業行動指針につき指導を実施しました。

### 2007年度ヘルプライン受付実績 通報件数:107件(前年度実績50件)



## 商品の適正表示と公正取引の徹底に向けたグループ内の取り組み



セブン&アイHLDGS.の各事業会社は、事業を行う上で、大規模小売業者の不正な取引を禁止する「独占禁止法」をはじめ、親事業者が下請け事業者の利益を害することを防止する「下請法」、優越的地位の濫用行為を規制する「大規模小売業告示」、不当景品や不当表示を規制する「景品表示法」など独占禁止法に基づく法令の適用を受けます。

現在、独占禁止法の改正案が閣議決定され、国会での審議を経て、2009年には施行されようとしています。この改正案では、優越的地位の濫用や不当販売に対し課徴金を掛けるなど、事業者にとって厳しい内容となっています。

また、たび重なる食品不祥事で、消費者庁設立法案も2009年春の国会承認を目標に進行しています。この法案では「景品表示法」「JAS法」「食品衛生法」などが消費者庁に移管され、消費者保護という観点からの運用が予測され、より一層コンプライアンス体制の強化が要求されます。

当社は、これらの法令に対する違反や反社会的な行為がないかをチェックする体制を整えるとともに、法改正の動向もふまえて公正な取引を維持・徹底していくための専門組織として、CSR統括委員会の下に「コンプライアンス委員会」に新たにFT部会を発足させ、各事業会社のケーススタディ、行政対応や関連諸法規改正などの情報の共有を図るとともに、従業員への教育などの施策を積極的に進めています。



### お取引先専用のヘルプラインを開設

お客様の安全・安心を脅かす商品に関する事件・事故が多発する中、お客様をはじめ社会の企業に対する監視の目は一層厳しくなっています。

そこで、社会からの信頼を失う恐れのある行為の早期是正と未然防止のために、行動指針の運用(→P13)に合わせ、「セブン&アイHLDGS.お取引先専用ヘルプライン」を第三者機関に開設しました。お取引先からの相談やご意見を受け付け、迅速に改善を図ることで、公正な取引の確保に努めています。

2008年度上半期までの受付件数は8件で、相談



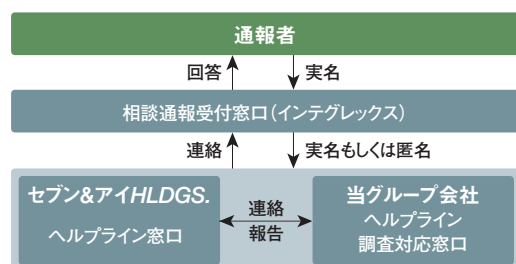
内容は、主に「お取引先との接し方」や「商取引の適切性」、「商品の安全・安心」についてとなっています。

今後は、これらの相談内容を検討・分析し、各事業会社および関連部署と連携して社員への教育を再徹底し、お取引先との健全な取引関係の推進と、より一層の信頼関係の拡充に努めます。

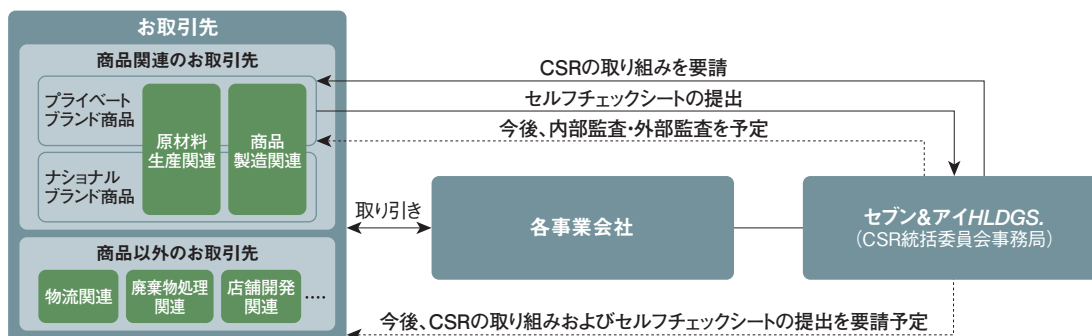
セブン&アイHLDGS.お取引先専用ヘルプラインの開設を紹介するリーフレット

セブン&アイHLDGS.お取引先専用ヘルプラインはWEBサイトで詳しく紹介しています。

WEB <http://www.7andi.com/csr/helpline.html>



## サプライチェーンにおけるCSRの取り組み



近年では、法令遵守や労働条件、環境保全の配慮といった社会的責任について、企業自身の事業活動のみならず、取り扱う商品・サービスのサプライチェーン全体で果たすことが求められています。そのため、社内のみならず、仕入先や製造委託先、物流委託先など、サプライチェーンを構成するお取引先に対しても、こうした責任を確実に果たすよう、働きかけていく必要があります。

そこで、セブン&アイHLDGS.は2007年3月、当社グループのお取引先に理解・遵守いただくべき項目をまとめた「セブン&アイHLDGS.お取引先行動指針」を策定し、同年12月から運用を開始しました。

### 説明会で社員に行動指針を周知

行動指針の運用開始にあたって、各事業会社の全仕入担当者と管理部門の役職者約600名を対象に、説明会を実施しました。

説明会では、「お取引先とともに指針を遵守し、社

会的責任を果たしていくことが、事業活動を支えていただいているステークホルダーの信頼を得ることになり、お取引先とセブン&アイHLDGS.各社の企業価値の向上につながる」という行動指針の考えの周知を図りました。



### 「セルフチェックシート」の提出を依頼

行動指針が適用されるグループまたは各事業会社のオリジナル商品の製造委託先である国内外全てのお取引先約800社には、本指針の遵守に必要な事項を具体的に記載した「セルフチェックシート」の提出をお願いしています。

このチェックシートを活用することで、お取引先に実効性のあるCSR活動の推進を促すとともに、各お取引先のCSRの取り組み状況の把握に努めています。

### セブン&アイHLDGS.お取引先行動指針

#### 法令遵守

企業倫理に基づいて、適用される現地法令、及び関連する国際ルールを遵守していること。

#### 人権・個人の尊厳の尊重

企業活動に関わる全ての人々の人権・個人の尊厳を尊重していること。

#### 雇用・職場環境

企業活動に従事する人々は適正に雇用され、安全で働きやすい環境で働いていること。

#### 環境管理

環境汚染の防止、環境負荷の低減に最大限の努力を払っていること。

セブン&アイHLDGS.お取引先行動指針の全文はWEBサイトでご覧いただけます。

**WEB** <http://www.7andi.com/csr/guide.html>

#### 地域・社会との関係

地域・社会と良好な関係を構築するよう努めていること。

#### 情報の管理

取引上入手した情報は適切に管理していること。

#### 商品の安全確保

最終消費者に安全・安心な商品を提供するために、セブン&アイHLDGS.各事業会社から要請された品質基準、及び以下の事項を遵守していること。

#### 公正な取引

公正、透明、自由な競争ならびに適切な取引を行うこと。また、政治、行政との健全かつ正常な関係を保つこと。



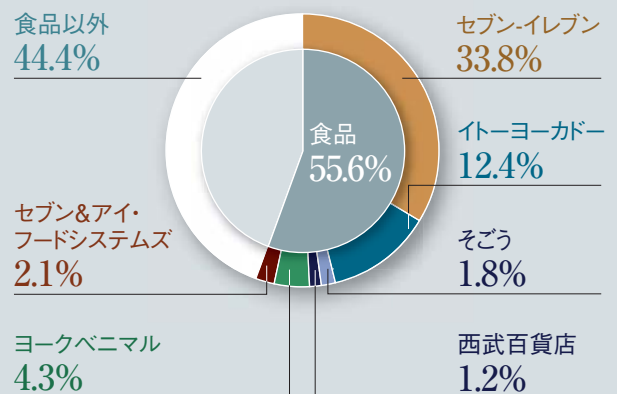
「セブンファーム富里」(→P17)での小学生による大根収穫体験

## 特集①

# 食の“安全・安心”の徹底と 循環型社会の構築

セブン&アイHLDGS.は、「新・総合生活産業」をめざして、コンビニエンスストアや総合スーパー、百貨店、フードサービスなど、毎日の生活に密着したさまざまな事業を展開しています。そして、その売上の約56%を占めるのが、日々の暮らしに欠かせない「食品」です。近年、偽装表示や輸入品への不安、食料自給率の低下、食品廃棄物の増大、原油や穀物の高騰による価格上昇など、「食」にまつわるさまざまな問題が注目を集めています。セブン&アイHLDGS.は、主力事業である食品の“安全・安心”を追求しながら、グループ全体で、さまざまな取り組みを進めています。

セブン&アイHLDGS.国内主要事業会社の  
売上高に占める食品の割合



## 原材料の流通履歴や 生産・管理方法を確実にチェック

青果や精肉などの生鮮食品、お弁当やお惣菜などのデ  
イリー食品、調味料などの加工食品、ファストフードなど、  
さまざまな食品を取り扱う企業グループとして、店舗で  
の鮮度・品質管理はもちろん、原材料の生産方法にまで  
遡ったハイレベルな管理体制を構築しています。

### 生産・加工・流通の履歴を管理する トレーサビリティシステムを構築

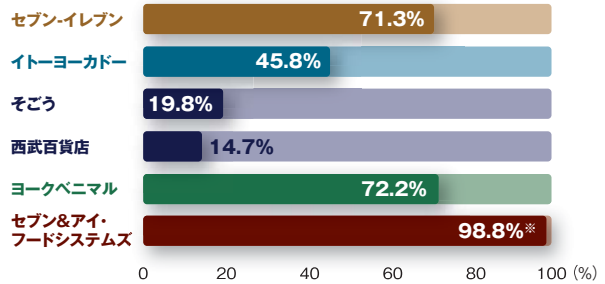
BSE(牛海綿状脳症)の発生や偽装表示事件、薬物混  
入、事故米の流通などによって食品に対する信頼が揺らぐ  
中、食品の生産・加工・流通の履歴を管理し、その安全対策  
を強化することが求められています。セブン&アイHLDGS.  
の各事業会社では、2004年12月に施行された「牛肉ト  
レーサビリティ法」を遵守するのはもちろん、生鮮食品やデ  
イリー食品、加工食品などについても、独自のトレーサビリティ  
システムを構築し、商品の安全性確保に努めています。

例えば、セブン-イレブンの専用工場では、全ての原材  
料について仕入れ・使用履歴を一元管理する「レシピマス  
ターシステム」を運用。どこで、いつ生産された原材料が、  
どの工場で、どの商品に、どれくらい使用されたかを記録。  
万が一、原材料に問題があることがわかった場合、その原  
材料が使われている商品を迅速に選別し、店頭から撤去  
できるようにしています。

また、イトーヨーカドーでは、商品の生産地や生産方法、流  
通履歴(トレーサビリティ)を重視した自社ブランド「顔が見  
える食品。」シリーズを販売。ヨークベニマルにおいても「ヨ  
ークベニマルの産地が見える商品」を販売、商品のトレーサ  
ビリティの確保に努めると同時に、各社のWEBサイトにお  
いて、お客様に対し商品の産地情報や栽培情報などを公表  
しています。

セブン&アイ・フードシステムズのデニーズにおいても、サラ  
ダなどに使用している野菜に対し「栽培計画書」と「栽培計  
画登録書」の提出を義務づけるなど食材のトレーサビリティ  
を推進しています。

### 主要事業会社それぞれの売上に占める「食品」の比率



※セブン&アイ・フードシステムズの数値は、店舗および事業所での飲食にとま  
う売上比率。

### 「安全・安心」「味と品質」 「お求めやすさ」を追求した オリジナルブランド商品の開発

セブン&アイHLDGS.は、トレーサビリティの仕組みを応  
用して、「安全・安心」「味と品質」「お求めやすさ」を追求し  
たオリジナルブランド商品の開発にも取り組んでいます。

その一つが、2007年5月に発売を開始した新しいオリ  
ジナルブランド「セブンプレミアム」です。このブランドの開  
発にあたっては、グループ各社の開発担当者が集まり、グ  
ループMD(マーチャンダイジング)改革プロジェクトを發  
足。各事業会社が培ってきた商品開発や品質管理の手  
法、工場での衛生・品質管理の仕組みなどを共有するこ  
とでグループシナジーを発揮しています。



セブンプレミアム



顔が見える食品。

## 食品廃棄物の発生を抑え 肥料・飼料としての “循環利用”を推進

近年、大量生産・大量消費による廃棄物の増大を抑え、限られた資源を有効に活用する「循環型社会」の実現が社会的な課題となっています。セブン&アイHLDGS.は、各店舗で発生する食品廃棄物の抑制に努めるとともに、堆肥や飼料へのリサイクルを進めています。

### 各社の規模・事業形態などに合わせて 食品廃棄物のリサイクルを推進

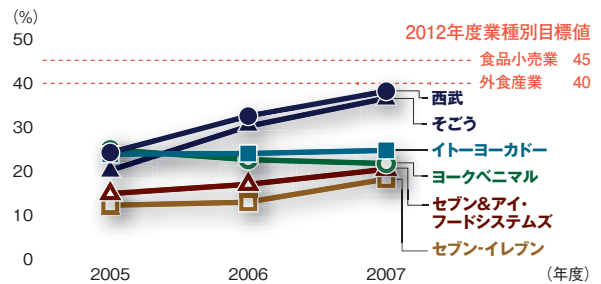
2007年11月20日に農林水産省が発表した「食品循環資源の再生利用等実態調査結果の概要」によると、2006年の1年間に国内の食品関連産業から排出された食品廃棄物量は1,135.2万トン、そのうち外食産業は304万2,000トン(27%)、食品小売業は262万トン(23%)となっています。こうした中で2007年12月には「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律(以下、「食品リサイクル法」)」が改正され、食品廃棄物を多量に発生する企業は毎年、主務大臣に食品廃棄物の発生量や食品リサイクルの状況を報告することが義務づけられました。

セブン&アイHLDGS.は、食品小売や外食事業を手がける企業グループとして、食品リサイクル法の遵守はもちろん、各事業会社の店舗で発生する食品廃棄物の種類や量などを分析しながら、その排出抑制とリサイクルに取り組んでいます。

例えば、国内に12,000以上の店舗をもつセブン-イレブンでは、加盟店を含む各店舗の廃棄物を回収・一括処理することで、フランチャイズチェーン全体での適正処理を促進する仕組みを構築(→P34)。この仕組みをセブン&アイ・フードシステムズと共同利用しています。

また、イトーヨーカドーでは、食品廃棄物のリサイクルを推進するため、廃棄物処理業者に対してリサイクル費用の一部を補填する独自の制度(→P47)を2002年度から運用しています。

### 主要事業会社「食品廃棄物のリサイクル率」の推移



※セブン-イレブンの2005年度、2006年度の数値は、食品リサイクル実施店舗の割合、2007年度は、東京都内約1,000店舗の実績をもとに、同年度内のフライヤー(揚げ物用調理什器)導入にともなう廃食油のリサイクル実績を含めた数値。そごう・西武百貨店は発生抑制量を含み、セブン-イレブン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、セブン&アイ・フードシステムズ(デニーズ単体)は、発生抑制量を含んでおりません。

### 食品廃棄物を循環資源として利用する 「リサイクル・ループ」を構築

改正された「食品リサイクル法」では、店舗から発生する食品廃棄物で肥料や飼料をつくり、それを商品の栽培・畜産に生かす「食品循環資源の再生利用(リサイクル・ループ)」が推奨されています。

セブン&アイHLDGS.では、セブン-イレブンとイトーヨーカドーが中心となり、2002年から「リサイクル・ループ」の構築に着手。すでに一部の地域でリサイクルした肥料で育った農産物を購入・販売しています。さらに、2008年8月に新設した農業生産法人「セブンファーム富里」では、イトーヨーカドーの食品廃棄物を堆肥化し、その堆肥を使った野菜栽培を開始。“完全循環型の食品リサイクル”の実現に取り組んでいます。

また、西武百貨店、ヨークベニマルでも、店舗近隣の農家や養鶏場と連携しながら、一部の商品でリサイクル・ループを実践しています。

#### 完全循環型農業のリサイクル・ループ



## 循環型農業のモデルづくりに向けて 農業生産法人「セブンファーム富里」を設立

2008年8月23日、グループ初の農業生産法人「(株)セブンファーム富里」が千葉県富里市内に誕生しました。同社では、イトーヨーカドーの店舗から回収した食品残さを堆肥化して、新鮮な野菜を栽培。千葉県内のイトーヨーカドーで販売しています。

イトーヨーカドー、富里市農業協同組合（以下JA富里市）、JA富里市組合員の共同出資によって設立された「セブンファーム富里」は、千葉県富里市内の約2ヘクタール（20,000m<sup>2</sup>）の農場を利用し、そこで大根・ブロッコリー・人参などを栽培。初年度は年2回の作付けで約130トンを取獲する予定です。

同社の特徴の一つが、生産農家であるJA富里市組合員とイトーヨーカドー社員が一緒になって農作物の生産に取り組むこと。店頭野菜の価格や売れ行き、全国の農産物の生産状況などの情報を日々の栽培状況に反映させながら、お客様のニーズに合った安全・安心な商品を育てています。また、大きさ・形状など生鮮食品としては規格外の農産物も、グループシナジーを発揮し、コンビニエンスストアやレストランの食材に活用することで、無駄を出さないよう工夫していきます。さらに、各地の農協団体や生産者と一体になって農地活用や農業生産性向上の手法を開発していくことで、地域農業の活性化にも寄与していきたいと考えています。

そして、もう一つの大きな特徴が“完全循環型の

リサイクル・ループ”を構築しているという点。同社では千葉県内のイトーヨーカドーの店舗（松戸店・八柱店・五香店ほか）から排出された食品残さを肥料として再生・活用。収穫された農産物を上記店舗のほか、千葉県内の店舗で販売しています。また、2009年春からは農場を4ヘクタールに広げて、栽培品目や販売店舗を拡大していく予定です。

セブン&アイHLDGS.は、このセブンファーム富里を“循環型農業のモデル”と位置づけ、農場運営や農家との利益配分、品質管理などのあり方を継続的に検証し、新しい事業の柱へと育成していきます。

### ステークホルダーの声

#### 消費者と生産者とを直接結ぶ 新しい農業に期待しています。

イトーヨーカドーとの今回の取り組みでは、これまでの複雑な流通経路ではわからなかった店舗での売れ行き情報や、食品の安全・安心に関するお客様の声を直接得ることができました。生産者と同じリスクをもって事業に取り組んでいるイトーヨーカドーを良きパートナーとして、何でも話し合いながら「富里」の農業を盛り立てていきたいと思っています。



セブンファーム富里  
共同出資者  
(JA富里市組合員)  
津田 博明氏



セブンファーム富里の農場



北海道・支笏湖での植樹の様子

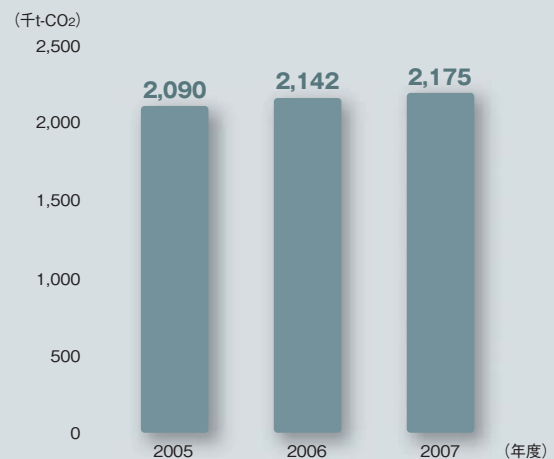
「セブン・イレブンみどりの基金」による「支笏湖周辺台風災害・復興の森づくり」の植樹を通して、地球温暖化防止に貢献しています。この取り組みにより「平成19年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰」を受賞しました(→P38)

## 特集②

# 低炭素社会をめざし 地球温暖化防止の施策を推進

2008年1月、「2012年までの5年間でCO<sub>2</sub>などの温室効果ガスの平均排出量を1990年比で6%削減する」ことを日本が公約した「京都議定書」の第一約束期間が始まりました。セブン&アイHLDGS.は、これまでも地球温暖化を環境問題の最重要課題として位置づけ、事業会社それぞれのCO<sub>2</sub>排出量を把握・検証するとともに、商品の開発・生産、物流、販売などサプライチェーン全体を視野に入れた削減対策を講じてきました。さらに、こうした取り組みを強化し、グループ全体の包括的な活動へと発展させるため、2008年6月に「環境宣言」「地球温暖化防止に関する基本方針」を策定。低炭素社会の実現に向けたさまざまな試みを開始しています。

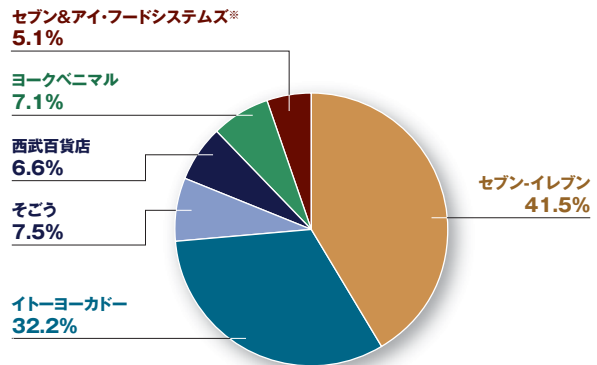
セブン&アイHLDGS.主要事業会社の  
CO<sub>2</sub>排出量の推移



# 「環境宣言」を新たに策定し サプライチェーン全体で 環境活動を推進

2008年6月5日、セブン&アイHLDGS.は、各事業会社が取り組んできた環境対策を一層強化し、地球温暖化防止を軸にした包括的な活動へと発展させるため、グループとしての方針・目標をまとめた「環境宣言」「地球温暖化防止に関する基本方針」を発表しました。

CO<sub>2</sub>排出量の主要事業会社別内訳 (2007年度)



※ セブン&アイ・フードシステムズの数値は、デニーズ単体。

## セブン&アイHLDGS. 環境宣言

(2008年6月5日策定)

私たちは、今、地球環境を保全し、豊かで美しい自然環境を次世代へ継承することこそが、人類共通の課題であり、私たちの使命であると考えています。地球環境と企業活動の調和を実現するため、商品の開発、製造、物流、販売に至るサプライチェーン全体でお客様、地域社会、お取引先様と協力しあいながら、商品の安全・安心はもとより、環境問題対策において世界の小売業のトップリーダーを目指しセブン&アイグループ全社をあげて取り組みます。

私たちは、地球温暖化の防止は地球上における最大かつ喫緊の課題であると認識し、低炭素社会の実現に向けて、温暖化の主因である二酸化炭素の排出削減をより一層、積極的に推進します。

私たちは、グループ全社員への環境教育等を通じた啓発に努めるとともに、社員一人ひとりが企業市民としての社会的責任を自覚し、地球環境、地域社会との共生に取り組みます。

私たちは、誠実かつ透明性の観点から、こうした取り組みについて正確・確実・迅速に情報を公開していきます。

## 地球温暖化防止に関する基本方針

(2008年6月5日策定)

セブン&アイHLDGS.及び事業会社は、環境に関連する法規制を遵守し、事業活動が、地球規模の資源問題、温暖化問題に関わっていることを深く認識し、商品の開発・生産、配送といったサプライチェーンから、販売、消費までのすべての段階における環境負荷を評価し、CO<sub>2</sub>排出量を削減するよう努めます。

### I. CO<sub>2</sub>排出量の把握・検証

- 各事業会社は、各々の事業活動におけるCO<sub>2</sub>の排出量を正確に把握するとともに、加盟する協会が設定した目標指標（エネルギー消費原単位:床面積×営業時間あたりのエネルギー消費量）等を活用し環境の取組みを検証します。
- PB商品である「セブンプレミアム」について、今後製造・配送・販売・廃棄の各段階において排出されるCO<sub>2</sub>排出量を調査します。
- 2007年度よりグループオリジナル商品を製造委託しているお取引先様に対し環境への配慮も含めた「セブン&アイHLDGS. お取引先行動指針」の遵守を要請し、さらに2008年度よりその取組みの検証を目的に内部及び外部監査を開始します。

### II. CO<sub>2</sub>排出量の削減

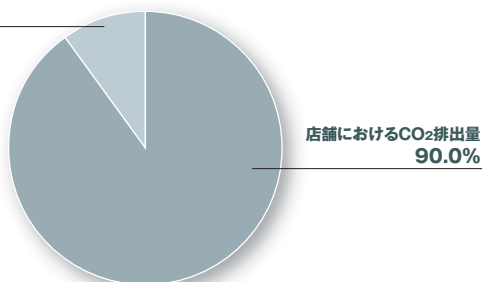
- 各事業会社は、CO<sub>2</sub>削減に向けて、以下の取り組みを事業特性に合わせて実施します。
- II-1. 商品の開発・生産によるCO<sub>2</sub>の削減
  - II-2. 物流の効率化によるCO<sub>2</sub>の削減
  - II-3. 販売にともなうCO<sub>2</sub>の削減
  - II-4. 社員によるCO<sub>2</sub>削減

セブン&アイHLDGS.地球温暖化防止に関する基本方針の全文はWEBサイトでご覧いただけます。

[WEB http://www.7andi.com/csr/environment\\_02.html](http://www.7andi.com/csr/environment_02.html)

### 主要事業会社におけるCO<sub>2</sub>排出量の要因別内訳

物流におけるCO<sub>2</sub>排出量  
10.0%



※ そごう・西武百貨店の数値は含めていません。

### 店舗運営に欠かせない 照明・空調を中心に 設備機器の省エネルギー化を推進

セブン&アイHLDGS.の事業会社が排出するCO<sub>2</sub>の約90%は、店舗運営に欠かせない店内照明や看板、空調の電気使用によるものです。近年、お客様ニーズの多様化にともなう、店舗数の増加や店舗の大型化の傾向にあります。これらに比例して環境負荷が増大してしまわないよう、各事業会社では新店オープンや既存店の改装に合わせて、省エネルギー設備の積極的な導入を進めています。

特に「24時間・年中無休」の事業形態をとっているセブンイレブンは、創業当時から設備機器メーカーをはじめとするお取引先に協力をいただき、できるだけ電力消費が少なく、優れた耐久性をもつオリジナルの設備機器を開発。店内の明るさを自動調整する「連続調光装置」、高効率な照明器具、光を反射するセラミックタイル床材など（→P31）を店舗に採り入れています。また、2008年2月には、最新の設備機器を使って年間CO<sub>2</sub>排出量を既存店舗に比べて約1.4トン削減する環境配慮型の実験店舗（→P31）を長野市内にオープンさせるなど、さまざまな施策に取り組んでいます。

また、モール型のショッピングセンターを積極的に出店しているイトーヨーカドーでも省エネルギー設備機器の導入や定期的な設備機器のメンテナンスを推進。夜間電力を利用して氷をつくり、売場の冷房用に利用する「氷蓄熱システム」、都市ガスを燃料とするガスエンジンで発電し、その排熱を給湯に利用する「小型コージェネレーションガスエンジン」、さらには自然エネルギーを店内照明に利用

する「ソーラーパネル」など、さまざまな省エネルギー設備（→P45）を導入しています。

そのほかの事業会社でも、事業形態や事業特性に合わせたエネルギー使用量の削減、CO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組んでいます。なかでも特徴的なのが、デニーズが進めている「オール電化店舗」の拡大です。これまでデニーズでは、店内での加熱調理に火力が強く運用コストが低いガス設備を利用してきましたが、2002年から実験的にIH調理器などの電化厨房を導入。その結果、調理に必要な燃焼力を十分保ちながらトータルエネルギーを削減することが可能であることがわかったため、現在、新規オープンする店舗を中心に、厨房設備の「電化」を進めています。



氷蓄熱システム



ソーラーパネル



電気式の厨房設備



グループの環境活動のシンボルマーク「SEVEN ECOLOGY」。CO<sub>2</sub>を吸収する双葉のリーフをモチーフに、ステーキホルダーの皆様と力を合わせて地球環境保全に取り組んでいくという姿勢を表しました。

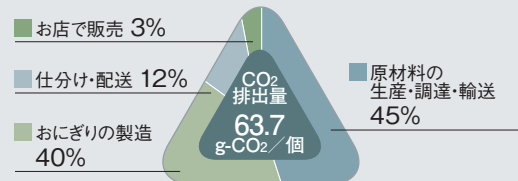
## 商品のCO<sub>2</sub>排出量を表示する「カーボンフットプリント」の研究を開始

経済産業省は現在、温室効果ガスの削減に向けた取り組みの一環として、食品や日用品を対象に商品ラベルにライフサイクル全般にわたるCO<sub>2</sub>などの温室効果ガスの排出量を表示する「カーボンフットプリント」の制度化を検討しています。

セブン&アイHLDGS.は、独自にセブン-イレブンの手巻きおにぎり(「ふっくらごはん 紀州梅」)とサンドイッチ(「ハムたまごサンド」)を用いたCO<sub>2</sub>排出量の試算を行いました。また、2008年6月に経済産業省が発足したカーボンフットプリントの研究会

にも参画しました。今後は、セブン&アイHLDGS.のオリジナルブランド「セブンプレミアム」の食品や日用品などについても温室効果ガス排出量の把握と試算を実施します。

### おにぎり「紀州梅」一つ当たりのライフサイクルCO<sub>2</sub>排出量の試算\*



\* カーボンフットプリント研究会の試算方法とは異なります。

## 全世界約8,000ヘクタールの熱帯林保全プログラムを開始

セブン&アイHLDGS.は、2009年春から熱帯林に関する国連の条約機関「国際熱帯木材機関(ITTO)」を通じた「原生熱帯林保全プログラム」を開始します。このプログラムは、アフリカ、アジア、ラテンアメリカなど、世界各地の熱帯林諸国にまたがる約8,000ヘクタールの熱帯林を保全するというもので、民間企業初の試みとなります。

今回の保全活動によって2009年春からの1年間で約120万トンのCO<sub>2</sub>削減効果が見込めます。これはセブン&アイHLDGS.の2007年度の国内主要事業会社CO<sub>2</sub>排出量(約217万トン)の約55%に相当します。

セブン&アイHLDGS.とITTOは、今後、お客様にも参加していただける熱帯林保全プログラムについても検討を進めていきます。



国際熱帯木材機関のゼメカ事務局長とセブン&アイHLDGS.村田社長

ステークホルダーの声

今回の取り組みをきっかけに多くの企業が原生熱帯林保護に参加して下さることを、願っています。

原生熱帯林の破壊は、地球的規模の問題です。また気候変動の原因の20%は熱帯林の減少にあり、保全活動は喫緊の課題でもあります。

京都議定書が合意されましたが、その中で森林の保全のCDM\*が認められたのは、全体の1%であり、熱帯林の保全は全く行われていないに等しい状態です。民間初となるセブン&アイHLDGS.の決断は、大変大きな意義があります。

(国際熱帯木材機関 エマヌエル ゼメカ事務局長)

\* CDM: 京都議定書における温室効果ガス排出削減の数値約束を達成するための柔軟性措置の一つ。  
(「クリーン開発メカニズム(CDM)」)



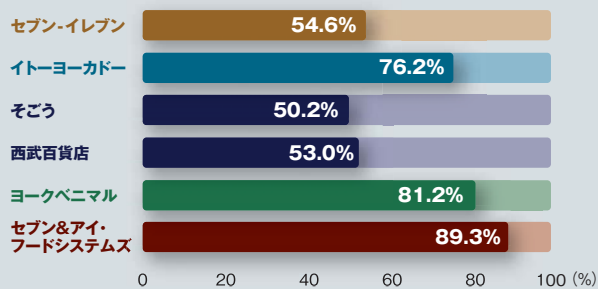
店舗での接客の様子  
 生鮮部門のパートタイマーも研修を通して接客や加工技術のレベルアップを図っています

## 特集③

# パートタイマーにとって 働きやすい職場づくり

総務省が2008年2月に公表した「労働力調査」によると、2007年における日本の雇用者（役員を除く）に占める非正規雇用者の割合は33.5%で、1985年の16.4%に比べて2倍以上に増加しています。このうち最も多いのがパートタイマー・アルバイトで、その人数は1,164万名にもなります。セブン&アイHLDGS.の各事業会社の店舗も、数多くのパートタイマーやアルバイトの方々によって支えられており、近年は店舗運営における重要な役割を担うパートタイマーの方も増えています。少子高齢化や労働力減少などを背景に、非正規雇用の重要性がますます高まる中で、セブン&アイHLDGS.はパートタイマーの方々の声に耳を傾け、働きがいのある処遇制度づくりや安心して働ける職場づくりに努めています。

各主要事業会社のパートタイマー比率



## 働きがいのある 職場づくりを推進

2008年4月1日、パートタイマーにとって働きがいのある雇用環境づくりや公正な処遇の実現を主旨とする「改正パートタイム労働法」が施行されました。セブン&アイHLDGS.は、この法令の主旨をふまえ、従来取り組んできたパートタイマーに関わる人事処遇制度の改善と充実に一層注力していきます。

### パートタイマーでも利用できる グループ共通の 育児・介護支援制度を設置

セブン&アイHLDGS.は、1991年からグループ共通（当時はIYグループ）の育児・介護支援制度「リ・チャレンジプラン」を運用しています。

この制度は、育児に専念したいという社員が最長2年間（やむを得ない場合はさらに1年間延長可能）、また介護を必要とする家族のいる社員が最長1年間休職した後に職場復帰できる「休職プラン」、勤務時間を最大4時間短縮できる「短時間勤務プラン」、一旦退職した後に優先的に再雇用を受けられる「再雇用プラン」で構成されています。

制定当時、この制度の利用者は正規社員のみに限られていましたが、2002年8月からパートタイマーも利用できるように変更。さらに、2008年4月には、短時間勤務を「子どもが小学校就学まで」から「子どもが小学校1年生終了まで」に延長するなど、継続的に制度の充実を図っています。

また、2005年度からグループに加わったミレニアムリテイリングでも、「リ・チャレンジプラン」とは異なる独自の制度を運用し、パートタイマーの方が安心して、働き続けられるように支援を行っています（→P65）。

#### 育児支援制度利用者数（2007年度）

| セブン・イレブン  | イトーヨーカドー    | ミレニアムリテイリング |            | ヨークベニマル   | セブン&アイ・フードシステムズ |
|-----------|-------------|-------------|------------|-----------|-----------------|
|           |             | そごう         | 西武百貨店      |           |                 |
| 27<br>(0) | 218<br>(66) | 31<br>(8)   | 22<br>(14) | 25<br>(7) | 47<br>(41)      |

※（ ）内はパートタイマーの利用者数。

#### 改正パートタイム労働法のポイント

- 労働条件の文書による明示義務
- 待遇の決定にあたって考慮した事項の説明
- 教育訓練を受けさせる義務
- 福利厚生施設の利用機会の提供
- 差別的扱いの禁止
- 通常の労働者への転換を推進する措置を講じる義務

#### ステークホルダーの声

もっと多くの人がこの制度を利用して仕事と子育てを両立してくれると嬉しいです。

働きなれたお店に復職できるというのは、本当に心強かったです。小さな子どもがいる状態で就職活動をしていたら、とても大変だったと思います。また、休職中は、毎月送っていただいた社内報で職場の状況がよくわかり、復帰に向けて安心感がありました。

今回が第二子になりますが、長女を預けている保育園の規則では、下の子どもの出産のときに、育児休職制度を利用して職場に在籍していないと母親が働いている状態とは認められず、預けている子どもは退園しなければなりません。この育児休職制度があったおかげで、長女を継続して保育園に預け、生活環境も変えずにすんで、とても助かりました。

妊娠中から周りの方の励ましや協力に支えられて、仕事と子育てを両立しています。



西武百貨店池袋本店  
呉服高級雑貨部  
久田 かおりさん

## 正社員への転換を推進するため さまざまな登用制度を設置

「改正パートタイム労働法」では、パートタイマーの正規社員への転換を推進するため、次のいずれかの措置を講じることが義務づけられています。

- ① 正規社員を新たに募集する場合、その募集内容をパートタイマーにも周知する
- ② 正規社員のポストを社内公募する場合、パートタイマーにも応募する機会を与える
- ③ パートタイマーが正規社員に転換するための試験制度を設けるなど、転換制度を導入する
- ④ そのほか、正規社員の労働者への転換を推進するための措置を講じる

グループの中でも最もパートタイマー比率が高いセブン&アイ・フードシステムズでは、2008年10月に新人事制度の運用を始めました。新人事制度では、さまざまな雇用体系に対応するため、3つの社員群制度を導入し、パートタイマーにあたる「ユニット社員群」にも他の社員群に準じた「資格区分」「職責区分」によって評価を行います。また、正社員への転換制度(年1回実施)を設けました。

### 新人事制度概要(ユニット社員群)

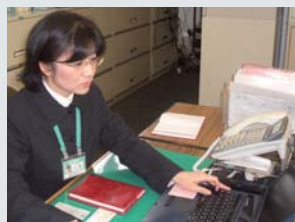
|        |                                       |                                   |
|--------|---------------------------------------|-----------------------------------|
| ユニット社員 | 資格                                    | エキスパート …… 店舗内のマネジメント、ほかの方への教育ができる |
|        | キャリア …… 職場のルールを理解し、ほかの方への見本になれる       |                                   |
|        | レギュラー …… 調理・基本業務を身につけ、それらを自分の判断で遂行できる |                                   |
|        | 職責                                    | 店長 …… 店舗責任者                       |
|        | マネジャー …… 店舗責任者に準ずる                    |                                   |
|        | トレーナー …… 店舗でのリーダー育成などの教育ができる          |                                   |
|        | リーダー …… フロント・キッチン・コントラクト各部門のリーダー      |                                   |
|        | 担当 …… フロント・キッチン・コントラクト各部門の担当社員        |                                   |

さらに、グループ内で最も多くのパートタイマーを雇用しているイトーヨーカドーでは、2007年11月から社員(エキスパート社員)への登用を実施。これにより、「ステップアップ選択制度」(→P53)で「リーダーパートナー(職場のリーダー役を担うパートタイマー)」に認定されたパートタイマーは社員に転身できるようになりました。2008年度までに、約250名のリーダーパートナーがチャレンジし、エキスパート社員に登用されました。

### ステークホルダーの声

やる気のある方がどんどんステップアップに挑戦するようになるといいですね。

入社当時から希望していた正社員への登用制度があると知ったときは「ぜひ、挑戦したい」と思いました。正社員になって、責任の重さを実感すると同時にやりがいを感じています。先日、店舗の応援に初めて行ったとき、自分の仕事が売り場にどう反映されているのかを知る経験ができました。さらに視野が広がり、店舗のことを考えて仕事をするようになりました。



イトーヨーカドー  
衣料事業部  
子供ワールド部  
小林 由美さん

## 65歳まで働ける「再雇用制度」を パートタイマーにも適用

2006年4月1日、高齢者の雇用確保を通して高齢者福祉を図ることを目的とする「高齢者雇用安定法(高齢者等の雇用の安定等に関する法律)」が施行されました。この法律では、①65歳までの定年の引上げ、②再雇用制度の導入、③定年の定め廃止、のいずれかの措置を講じることが義務づけられています。

セブン&アイHLDGS.の各事業会社では、健康で働く意欲と能力がある従業員であれば、最長65歳まで働き続けることのできる再雇用制度を設置。これをパートタイマーにも適用しています。

## パートタイマーのキャリアアップを支援する教育カリキュラムやライセンス制度を設置

「改正パートタイム労働法」では、パートタイマーが職務を遂行する上で必要な能力を習得するための教育研修を実施すること、さらには一人ひとりの意欲・能力・経験などに応じてキャリアアップのための研修などを実施することが求められています。

セブン&アイHLDGS.の各事業会社は、①お客様にご満足いただける店舗づくり、②従業員一人ひとりのモチベーション向上という2つの観点から、パートタイマーへの教育研修の充実に努めています。

その一つが、イトーヨーカドーが2004年4月から運用を開始した社内ライセンス制度「フレンズメイト」です。この制度では、(1)研修→(2)検定→(3)認定というプロセスをへて、売場で必要とされる実践的な知識・技術や接客対応を身につけていきます。また、ランク1～2に認定されると、人事データとして登録され、評価などにも反映される仕組みとなっています。2008年7月末現在、ライセンス数は生鮮部門を除く全部門を対象とする18種類で、ライセンス取得者数は延べ24,005名となっています。またイトーヨーカドー・ヨークベニマルの生鮮部門では、加工技術などの研修と技術レベルの認定を実施しています。



メンズスタイリングコーディネーター本部検定試験の様子

ミレニアムリテイリングでは、そごう、西武百貨店の店舗で働くパートタイマーが高度な接客技術を身につけられるよう、百貨店協会の認定資格など、さまざまな専門資格の取得を応援。資格に関する講座・試験にかかる費用、また資格を維持する費用を全額会社が負担しています。

セブン&アイ・フードシステムズでは、食の安全に携わる者として必要な国家資格(調理師・衛生管理者・防火管理責任者など)の取得については、会社から研修や援助金を提供するなど積極的に進めており、2007年度には、

延べ156名がこれらの国家資格を取得しています。

また、セブン&アイ・フードシステムズの正社員、パートタイマー、アルバイトが公平に学べる場として、クッキングスクールなどの数多くの「オープン研修」を定期的開催しています。



クッキングスクールの様子

### ステークホルダーの声

#### 自分を磨く場を与えられて 仕事への意欲が生まれてきます。

デニーズでは、ワインの基礎知識習得を目的として、社内資格である「デニリエ」の研修・検定制度を設けており、2008年度は9月、10月に開催され、11月には検定合格者によるデニリエ授与式が行われました。



#### 合格者の声

私たちがデニリエ研修を受けようと思ったきっかけは、デニーズの料理をよりおいしく味わっていただきたいという思いからでした。多くの社員・パートタイマーが一堂に集まった研修は、外部から講師の先生を招き、ワインの基礎知識や料理との相性(マリアージュ)などの座学、ワインコルクの抜栓、接客サービスに関する実技など、充実した内容でした。今後は、「ワイン」を通してお客様とのコミュニケーションを今まで以上にしていきたいと思います。



セブン&アイ・フードシステムズ  
レストラン事業部  
デニーズ営業部

(写真左から)

名古屋東新町店 根本さん  
東神奈川店 近藤さん  
名古屋東新町店 安田さん  
名古屋東新町店 根内さん



## セブン-イレブンの概要

# 「既存中小小売店の近代化と活性化」と 「共存共栄」に創業以来一貫して取り組んでいます。

フランチャイズ方式によるコンビニエンスストア、セブン-イレブンが誕生したのは、我が国の小売業を取り巻く状況が「売り手市場」から「買い手市場」へと大きく転換しつつあった1970年代のことでした。厳しい状況下でも、既存の中小小売店が時代の変化をうまく捉えて、成長していけるよう、経営の近代化と効率化に資するビジネ

スマodelの追求を始めました。

以来、「既存中小小売店の近代化と活性化」と「共存共栄」を基本理念に、情報システムを駆使した店舗運営やお客様のニーズを原点に据えた商品開発など、独自のフランチャイズシステムを構築してきました。2008年10月末現在、12,073店を全国で展開しています。



## 重視しているCSR

### ●「食の安全」を確保する体制を強化し続けています

セブン-イレブンは、お弁当・お惣菜・調理パン・調理麺などオリジナルデイリー商品の安全性を確保するために、製造を委託している仕入先に専用工場による生産体制の協力をお願いしています。また、工場では原材料や包装容器の生産・購入・使用・販売の履歴を一元管理すること、保存料・合成着色料を使用しないこと、などの衛生・品質管理に関する独自の基準・ルールを策定し、運用を徹底しています。さらに、お客様のご要望に応じて、国内の産地開拓も積極的に進めています。

### ●店舗の省エネルギー化や配送車両の削減に努めています

セブン-イレブンは、24時間・365日営業を基本としているため、看板や照明、什器などの設備機器を省エネルギー化

し、電気消費量の抑制に努めています。例えば、各店舗の照明には「連続調光装置」を導入して、季節・天候・時間帯ごとに店舗内の照度を自動調節しています。また、共同配送センターに商品を集約した上で各店舗に商品を配送する共同配送システムを構築し、1日1店舗当たりの配送車両台数を削減しています。

### ●加盟店オーナー様とともに成長していくための施策を推進しています

セブン-イレブンは、フランチャイズ契約を結んだ加盟店オーナー様(フランチャイジー)との共同事業としてコンビニエンスストアを運営しています。運営にあたっては、出店時のカウンセリングの実施や店舗運営上のアドバイス、「加盟店共済制度」による経営のバックアップなど、本部(フランチャイザー)としての責任を果たしています。

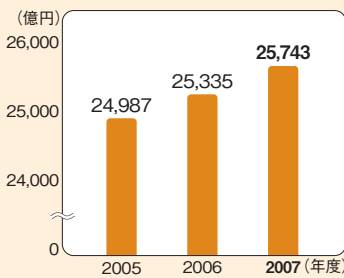
#### 会社概要 (2008年2月末現在)

設立:1973(昭和48)年11月20日  
 本部所在地:  
 〒102-8455  
 東京都千代田区二番町8番地8

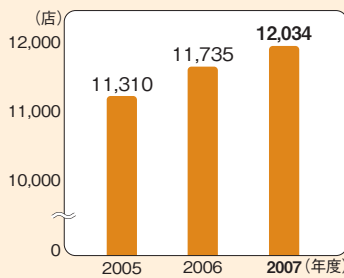
事業内容:  
 日本国内におけるフランチャイズ方式による  
 コンビニエンスストア事業  
 資本金:172億円

チェーン全店売上高:2兆5,743億円  
 従業員数:11,671人\*  
 店舗数:12,034店

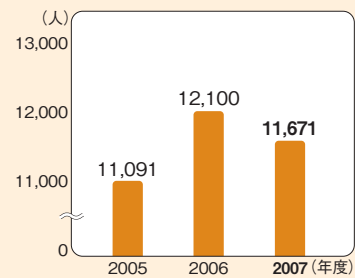
#### チェーン全店売上高の推移



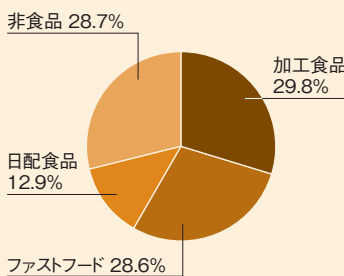
#### 店舗数の推移



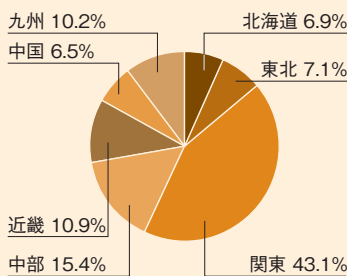
#### 従業員数の推移



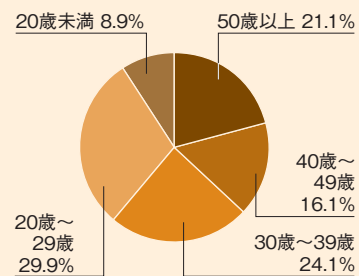
#### 商品別の売上高比率



#### 地域別店舗数の比率



#### 年齢別の来客比率



\* 正社員および直営店で勤務するパート・アルバイトを含む。パート・アルバイトは、1日8時間、月間163時間換算による月平均人員。

## 食の安全・安心

Q 食品の事故が相次いでいますが、コンビニのお弁当は大丈夫？

A 仕入先と協力しながら衛生・品質管理を強化するとともに、原材料の産地・農場までさかのぼった履歴管理を行っています。

### 仕入先とともに独自の協同組合を設立して 専用工場での厳格な衛生・品質管理体制を構築

セブン-イレブンは、お弁当・お惣菜・調理パン・調理麺などのオリジナルデイリー商品を、おいしく、安心して召し上がっていただくため、1979年に商品製造を委託している仕入先とともに「日本デリカフーズ協同組合(NDF)」を設立。独自の基準・ルールを策定するとともに、これに基づいた衛生・品質管理体制を構築しました。

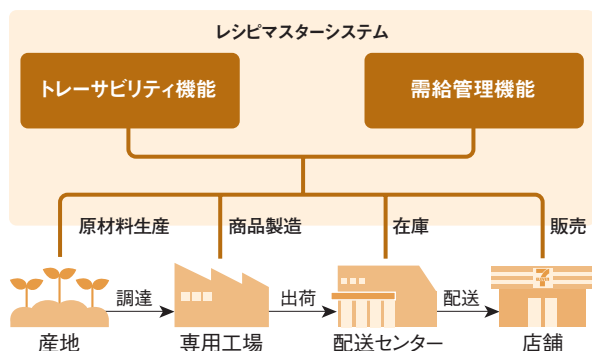
さらに、衛生・品質管理手法の高度化を目的に、1984年には仕入先各社に専用工場を設けていただくとともに、商品に関する情報を一元管理する「レシピマスターシステム」を立ち上げ、原材料の共同購入・一元管理による品質の向上とコストダウンを実現しています。

### ● トレーサビリティ機能と需給管理機能をもつ 「レシピマスターシステム」

「レシピマスターシステム」とは、各専用工場で生産しているお弁当やお惣菜の原材料・包装容器について、生産履歴・購入履歴・使用履歴・販売履歴を一元管理するシステムです。

オンラインで専用工場と本部、店舗、配送センター、産地をつなぎ、どんな原材料が、どの工場で、どの商品に、どれだけ使用され、いつ販売されたかをリアルタイム

#### レシピマスターシステムの機能



に確認できるようにすることで、それぞれの商品がどこかの店舗に納入されたかもわかるため、たとえ問題が起きた場合でも該当店舗から即時撤去することができます。また、全工場ですべての原材料・包装容器の量を正確に把握できることから、無駄な仕入れや在庫、廃棄物の削減にもつながっています。

### ● 独自の基準に基づく「NDF-HACCP認定制度」

セブン-イレブンでは、宇宙食の開発から生まれた食品の衛生管理手法「HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points:危害分析重要管理点)」を1997年から採り入れ、各専用工場の衛生管理状況を2002年から審査・認定する「NDF-HACCP認定制度」を運用しています。

この制度は、セブン-イレブンがHACCPをもとに設定した約140項目にわたる安全性基準が守られているかをチェックし、一定以上の水準であると認められた優良な工場を認定するというものです。審査は、第三者機関である(財)東京顕微鏡院に依頼しNDFがその結果を精査して認証します。認定取得後も管理レベルを維持するための審査を年1回実施しています。

2008年2月末現在、NDFに加盟している86工場がこの認定を取得しており、お弁当・お惣菜を製造している専用工場については2009年までに、そのほかの工場も今後3年間で認証取得を完了する予定です。



専用工場では、製造現場内にはこりや髪の毛を持ち込まないよう、入室前のエアシャワーや入念な手洗いを徹底

### NDF-HACCP認定制度の主な評価項目

組織および運営管理方法 / 文書管理状況 / 現場状況 / 一般的衛生管理項目のチェック / HACCPプログラム項目のチェックなど

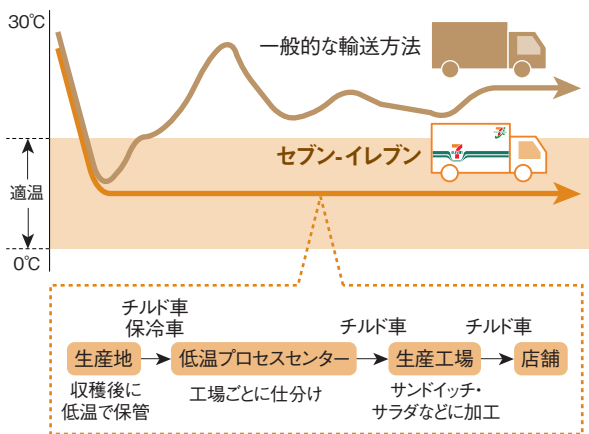
### お弁当やお惣菜に使用する野菜の「国産比率」を約93%まで拡大

セブン-イレブンは、“食の安全・安心”に対するお客様の声に応えるため、お弁当やお惣菜には国産の野菜を使用することを基本としていますが、台風や冷夏などによって野菜の収穫量が減少した場合に備え、一部で輸入野菜も使用しています。しかし近年、国内での産地開拓を積極的に進めてきた結果、契約を結ぶ生産農家が全国各地に広がり、一部の地域で不作になった場合でも他の地域から補充できる体制が整い、2003年度は約89%だった国産野菜の使用比率が2007年度は約93%まで高まっています。

今後は、野菜だけでなく、鶏・豚・牛など畜産原材料についても国産品の比率を高めていきます。

また、サラダやサンドイッチなどに使用する野菜は、産地から店舗に至るまで低温に保って輸送する「コールドチェーン」というシステムを構築しています。これにより野菜の鮮度を保ったまま商品化して、新鮮で栄養価の高い商品を提供しています。

#### 「コールドチェーン」と一般的な輸送方法の野菜の温度変化



### オリジナルデイリー商品の食品添加物を削減

セブン-イレブンでは“食の安全・安心”に対するお客様のニーズをふまえ、主力商品であるお弁当・お惣菜・調理パンなど、お買い上げ後すぐに召し上がる商品については、「できるかぎり食品添加物を使用しない」ことを前提に商品開発に取り組んでいます。また、やむをえず使用する場合でも、使用する食品添加物の安全性を確認した上で、最小限の量を使用しています。

上記のような考えから、2007年にはセブン-イレブンオリジナルのサンドイッチ類に使用するハム・ソーセージ類から「リン酸塩※1」を排除しました。また、食品添加物ではないものの、摂取しすぎると健康に影響があると考えられる「トランス脂肪酸※2」についても、オリジナルのパンに含まれるトランス脂肪酸を3分の1まで低減させたほか、お弁当やお惣菜の揚げ物に使用する大豆油のトランス脂肪酸も約20%低減させました。

今後も食の安全・安心に対して、引き続き取り組みを進めていきます。



オリジナルのデイリー商品

※1 リン酸塩: 食品の食感を高める一方、摂取しすぎるとカルシウムの吸収を阻害、骨粗しょう症の原因にもなると言われています。

※2 トランス脂肪酸: 油脂の製造工程で生成される物質で、摂取しすぎると動脈硬化や心疾患の原因にもなると言われています。米国カリフォルニア州では2008年7月に「トランス脂肪酸の使用禁止州法」が成立しました。

## TOPICS

### 「ほうれん草国産化推進」活動が農林水産大臣賞を受賞

セブン-イレブンが生産者や農産物流通専門家とともに取り組んできた「ほうれん草国産化推進」活動が、2008年3月に「第1回 国産野菜の生産・利用拡大優良事業表彰」で農林水産大臣賞を受賞しました。これは本来のつまみを備えたほうれん草を生産するため、専門家とともに土壌や栽培方法を研究し、お惣菜やサンドイッチなどに加工して利用するという取り組みで、国産野菜の利用拡大に貢献したことが評価されました。また、このほかにも「きゅうりの品質向上推進活動」が同生産局長賞を、「契約栽培推進活動」が(独)農畜産業振興機構理事長賞をそれぞれ受賞しました。



## 地球温暖化への対策

Q セブン-イレブンの「省エネ対策」を教えてください。

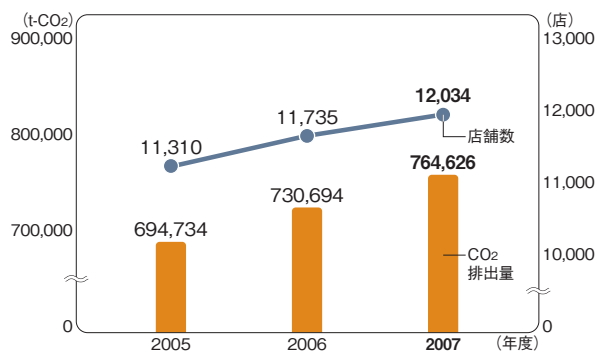
A オリジナルの設備機器や建材を開発して店舗の電力消費を抑えています。

### サービスや店舗機能を確保しつつ 設備改善などによるCO<sub>2</sub>排出抑制を推進

「いつでも開いている便利さ」を提供するコンビニエンスストアにとって、電気は欠かせないエネルギーです。セブン-イレブンでは、お客様の買い物のしやすさや従業員の使いやすさを確保しながら、省エネ型の店内設備を導入し、CO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組んでいます。

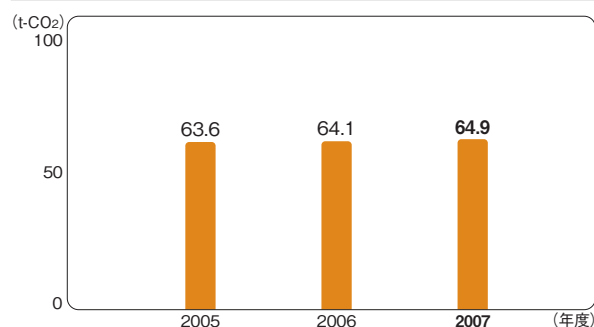
しかしながら、1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量は増加傾向にあります。これはフライヤー（揚げ物用調理什器）の導入や、サービスの拡充、店舗の大型化などによるエネルギー使用量の増加などが原因と考えられます。今後は環境配慮型の実験店舗（→P31）の状況を検証の上、引き続き省エネ型設備の導入を進め、より環境負荷の少ない店舗づくりを進めていきます。

チェーン全体のCO<sub>2</sub>排出量<sup>※</sup>と店舗数の推移



※ 物流にともなうCO<sub>2</sub>排出量は除きます。

1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量の推移



### セブン-イレブン店舗の省エネルギー化への取り組み



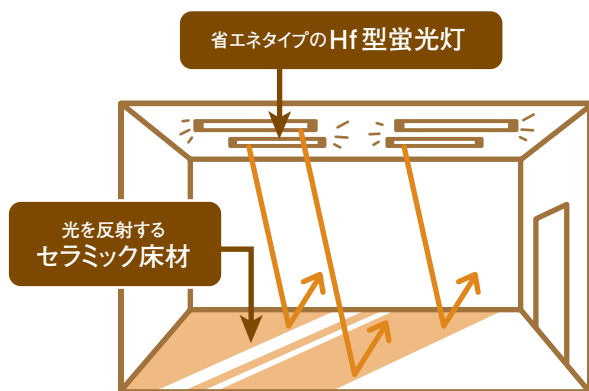
### ● 照度を自動調整する「連続調光装置」

各店舗の消費電力量の約23%を占めるのが、売場の明るさを保つ照明器具です。この店内照明の電気消費量を削減するため、1986年から照明器具の「連続調光装置」を導入・設置。店内を3つのエリア（雑誌類が置かれたエリア、壁面エリア、中央エリア）に区分して、それぞれの照度を季節・天候・時間帯で変化する、採光量に合わせて自動調整しています。これによって照明器具の電気消費量は装置導入以前に比べて6%削減されました。

### ● 「高出力型の照明器具」と「セラミックタイル床材」

2007年3月から、新店舗および改装店舗を対象に高出力型の照明器具とセラミックタイルを導入。同時に蛍光灯の配置を見直すことで、従来85本使用していた売場の蛍光灯を63本まで減らしました。これによって、1店舗当たりの電気使用量が年間約2,750kwh（約1t-CO<sub>2</sub>）削減される計算となります。

#### 高効率な蛍光灯とセラミック床材による効果



### ● IH式「おでんウォーマー」

2007年8月から「おでん」の販売に使用しているウォーマーを熱伝導式からIH式に変更し、2008年8月までに全店舗に導入しました。IH式ウォーマーはきめ細かい温度制御ができるため、おでんの具材をより良い状態で維持しながら省エネルギーを実現。1店舗当たりの電気使用量を約1,650kwh（約0.6t-CO<sub>2</sub>）削減できる見込みです。



IH式おでんウォーマー

### ● 冷凍・冷蔵ケースの結露を防ぐ「特殊ガラス」

新店・改装店の冷凍・冷蔵ケースには、ドアの開閉時に発生する結露を防ぐ特殊なガラスを使用。これによって結露を防止するためのヒーターが不要となり、冷凍・冷蔵庫の電気使用量が約10%削減されました。

### ● 陳列ケース別に管理・調整できる「温度制御盤」

セブン-イレブンでは、2004年まで冷凍・冷蔵ケースの温度制御に既存のインバータ搭載機器を用いていましたが、この方法だけでは陳列ケース別の温度制御ができず、無駄な電力を消費するケースもありました。そこで、陳列ケース別の温度管理ができるオリジナルの制御盤を開発し、2005年度から使用を開始。その結果、冷凍・冷蔵庫の電力使用量を従来比15～20%まで削減しました。

## TOPICS

### 環境配慮型の実験店舗が長野市内にオープン

2008年2月29日、環境配慮型の実験店舗「セブン-イレブン長野吉田2丁目店」が長野市内にオープンしました。同店舗は、セブン-イレブンが改良を重ねてきた最新の設備機器を採用し、年間CO<sub>2</sub>排出量を既存店舗に比べて約1.4トン削減できる見込みです。事務所・倉庫の照明器具に人の出入りを感じて照度を調整する「人感あかりセンサー」など、新しい装置・設備の導入や実験にも取り組んでおり、今後、それらの効果を検証していきます。

また、長野県と包括連携協定（→P36）を締結したことを記念して同店舗のオープニングキャンペーンを開催。長野県が主催する「環境保全に関するポスターコンクール」の入選作品を店内に掲示したほか、ショッピングバッグをご持参のお客様を対象とした抽選会を実施しました。



「環境保全に関するポスターコンクール」の入選作品を店内に掲示

## Q 毎日商品運ぶトラックなど、物流での環境対策はどうしているのですか？

A 1日1店舗当たりの配送車両台数を創業当時の8分の1まで減らしています。

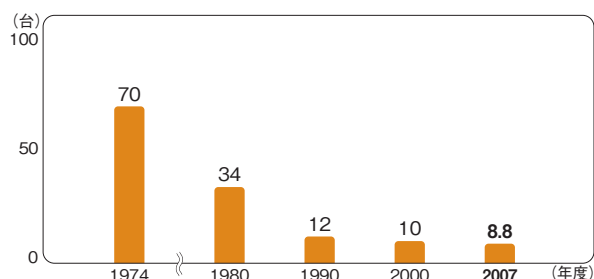
### 商品配送を合理化・効率化させる「物流改革」で 配送トラックの台数、走行距離を大幅に削減

創業当時、セブン-イレブンは当時の一般的な商習慣にしたがってお取引先から直接各店舗に商品を納品していました。その結果、各店舗には1日に70台を超える配送車が訪れることとなり、店舗運営が煩雑になった上、周辺の交通や生活環境への悪影響が懸念されるようになりました。また、当時は1回当たりの発注量・納品量も多かったため、店舗によっては必要以上の在庫を抱えるという問題も起きていました。

そこでセブン-イレブンは、合理化・効率化を図るための「物流改革」に着手し、複数の仕入先からの商品を温度帯別の共同配送センターに一旦集約した上で店舗別に商品を仕分けて配送する共同配送システムを構築。その結果、お弁当や調理パンなどは朝・昼・晩のピークに合わせて納品するなど、商品特性に応じた納品頻度を実現し、最も集約化の進んだエリアでは1日1店舗当たりの配送車両台数も平均8.8台と大幅に削減しています。

さらに、車両1台1台の安全運行と環境負荷低減のため、お取引先とともに「圧縮天然ガス自動車(CNG車)」の導入を進めているほか、2001年6月からは全配送車両に車載端末を搭載して、ドライバーへの個別指導やコース設定の見直しなど、エコドライブの強化に取り組んでいます。

#### 1日1店舗当たりの配送車両台数の推移



※ 配送車両台数は、地区・季節などの条件によって異なります。上記数値は集約化の進んだ地区での平均的な数値です。

### ● 一定のエリア内に集中出店する 「ドミナント方式」

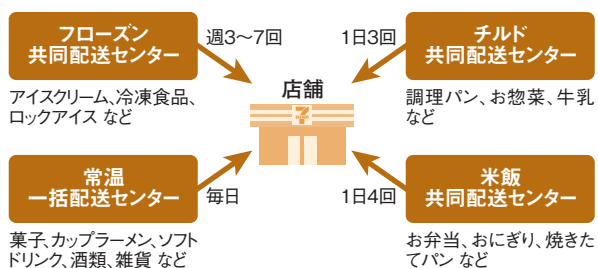
一定のエリア内に集中して出店する「ドミナント(高密度多店舗出店)方式」は、セブン-イレブンの事業を支える重要な基盤です。このドミナント方式は、店舗の認知度の向上や宣伝・広告活動の効率化といった販売促進だけでなく、専用工場を店舗の近くに設置しやすくなる、計画的な商品配送がしやすくなるなど、物流の効率化にもつながっています。

### ● 商品特性に合わせた 「温度帯別共同配送システム」

セブン-イレブンは、1970年代後半から、仕入先のさまざまな商品を共同配送センターに集約し、店舗別・温度帯別に商品を仕分けた上でエリア内の各店舗へ配送する「共同配送システム」の構築に着手。1980年から牛乳の共同配送を開始したのを皮切りに、アイスクリームや冷凍食品などの「フローズン」、サンドイッチやお惣菜などの「チルド」、お弁当などの「米飯類」、ソフトドリンクや雑貨類などの「常温」の共同配送センターを次々と設置し、商品特性に合わせた最適な温度管理と納品頻度を実現しています。

また、仕入先から共同配送センターまでの物流についても、お取引先と連携した物流の効率化に取り組んでいます。

#### 共同配送システムの概念図



## ● 環境負荷の低いCNG車

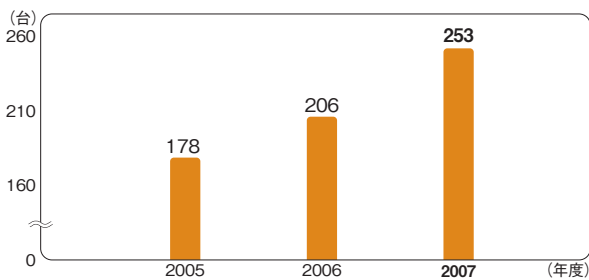
セブン-イレブンは、配送車の走行にともなって発生する窒素酸化物 (NO<sub>x</sub>)、一酸化炭素 (CO)、二酸化炭素、炭化水素 (HC) の排出が少なく、硫黄酸化物 (SO<sub>x</sub>)、粒子状物質 (PM) を排出しない「圧縮天然ガス自動車 (CNG車)」を充填所がある一部エリアで使用しています。

2008年2月末現在、253台 (全車両の6.1%) のCNG車が関東・甲信越 (東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、山梨県)・関西 (京都府、大阪府、兵庫県)・福岡県で走行しています。今後も天然ガスのインフラが整っているエリアでは継続導入していく予定です。



CNG車

### CNG車導入台数の推移



## ● 運転状況をデータ化する「車載端末」

物流にともなう環境負荷の大きさは、使用する配送車両の数や種類だけでなく、配送車両のコンディションや運行方法にも左右されます。そこで、セブン-イレブンは2001年6月から共同配送センターと店舗間を走行する全配送車両に車載端末を搭載。配送距離や最高速度、アイドリング時間、急発進や急加速・減速などの運転状

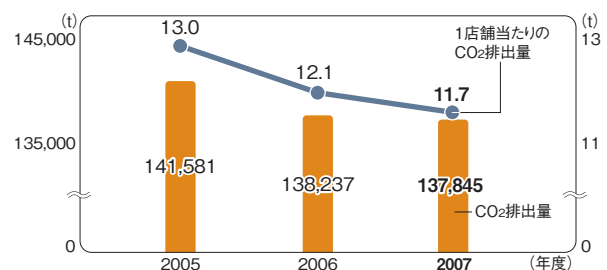
況を数値化・グラフ化し、その分析結果をドライバーへの個別指導やコース設定の見直しに活用しています。

これらの結果、「安全運転=エコドライブ」という意識が高まり、全車両の走行距離は増加傾向にあるにも関わらず、商品配送にともなう1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量は削減されています。



車両に搭載している車載端末

### 物流にともなうCO<sub>2</sub>排出量と1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量の推移



※ 共同配送センターの運営に関わるCO<sub>2</sub>排出量を含んでいます。

## ● 蛍光灯の回収・リサイクルに鉄道コンテナを利用

セブン-イレブンは、イトーヨーカドーと共同で年1回、各店舗の蛍光灯を交換、リサイクルしています。回収した使用済みの蛍光灯は、店内の照明だけでなく、冷蔵・冷凍設備、店舗の看板なども含んでおり、水銀を含む蛍光灯は適切に処理しています。2007年度は、2社合計で約110万本の蛍光灯を回収・リサイクルしました。

各店舗から回収した蛍光灯は、鉄道コンテナを利用してリサイクル処理施設があるJR北見駅まで運送。これによって、直接トラックで輸送するよりも、CO<sub>2</sub>排出量を82トン削減しています。



年1回蛍光灯を回収・リサイクル

## TOPICS

### 使用済み廃食油を“バイオディーゼル燃料”にリサイクル

セブン-イレブンでは、2007年6月から揚げやフライドチキンなどを店内で調理し、販売しています。この調理にともなって発生する廃食油を回収し、飼料や石鹸、塗料などにリサイクルする仕組みづくりに取り組んでいます。

その一環として、2008年6～8月の3カ月間、北海道札幌市周辺の店舗から回収した廃食油を使ってBDF (バイオディーゼル燃料) を精製。配送車両58台の燃料に5%混和させ、走行実験を実施しました。3カ月にわたる実験のCO<sub>2</sub>排出量削減効果は約43トンでした。今回の実証実験の結果を検証した上で、今後のバイオディーゼル燃料の活用に関する課題や問題点を行政機関などに提言していきます。



廃油の回収

## 廃棄物の削減

**Q** 売れ残ったお弁当類は、全部捨ててしまっているのですか？

**A** 堆肥にリサイクルして、商品原料に使用する野菜の栽培に役立っています。

### 販売期限切れ商品の リサイクルネットワークの推進

2007年12月に「食品リサイクル法」が改正され、コンビニエンスストアを含む食品小売業者は「2012年までに食品リサイクル率を45%にすること」が義務づけられました。

セブン-イレブンは、この法律が施行される以前から店舗で発生する販売期限切れ商品や製造工場で発生する食品残さの有効利用を重要な課題として位置づけ、2003年3月から東京23区内で販売期限切れ商品のリサイクルを開始しました。この仕組みは、店舗で発生した販売期限切れ商品を廃棄物処理業者が容器のまま回収し、処理場で容器と食品残さを分別して肥料や飼料にリサイクルするというものです。23区以外にも実施エリアを拡大しており、チェーン全体のうち1,677店舗（2008年2月末現在）で実施しています。



京都地区での飼料化リサイクルの様子

### 循環型の「リサイクル・ループ」の構築に向けた ネットワークづくりに注力

食品廃棄物のリサイクルを開始してから5年が経ち、この堆肥を利用する農家から「良質な農産物が育つ」という声が多く寄せられるようになりました。これを受けてセブン-イレブンのオリジナルデイリー商品の原材料（野菜）を栽培している契約農家でも、この堆肥が利用され始めています。例えば、2006年10月に首都圏で販売した「関東産ほうれん草のごま和え」には、セブン-イレブンの食品残さからつくられた堆肥で育ったほうれん草が使用されています。また、2007年6月には、宅配サービス「セブン・ミールサービス」の商品として、同じ堆肥から育った人参とトマトを使った「あかいにんじんジュース」「トマトジュース」を販売しました。

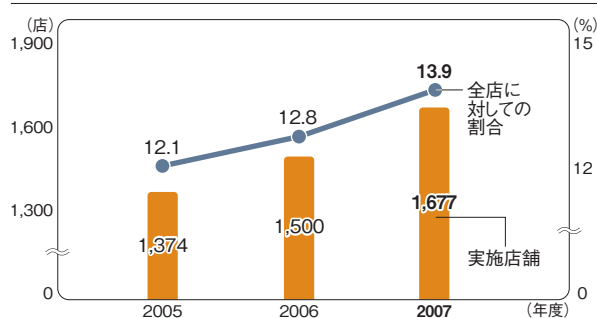
店舗から出た食品残さを回収し、堆肥・飼料にリサイクルして生産農家に供給し、そこで栽培・飼育された農畜産物を商品化して販売する——この取り組みは、「リサイクル・ループ」と呼ばれ、2007年12月に改正された「食品リサイクル法」でも推奨されています。

セブン-イレブンのお弁当類は、厳しい品質基準のもとに生産されており、保存料・合成着色料を排除していることから、質の高い飼料をつくることができます。また、回収した食品廃棄物は、堆肥向き・飼料向きなど、特徴に合わせて細かく分類しています。こうしたメリットを生産者の方々にもご理解いただきながら、循環型リサイクルを推進するネットワークづくりに取り組んでいます。



関東産ほうれん草のごま和え

### 食品リサイクル実施店舗数の推移



## Q お弁当の容器やレジ袋…便利だけど、ごみも気になります。

A レジ袋・容器の薄肉化を進めるとともに  
お客様にも協力を呼びかけています。

### レジ袋の薄肉化・サイズ変更を進めた結果 使用総重量は2000年度比30.9%削減

日本ポリオレフィンフィルム工業組合によると、日本国内のレジ袋使用枚数は年間約300億枚に及びます。これを少しでも減らし、ごみの削減や省資源につなげようと、2007年4月にはレジ袋使用量の国への定期報告を義務づける「改正容器包装リサイクル法」が施行されました。

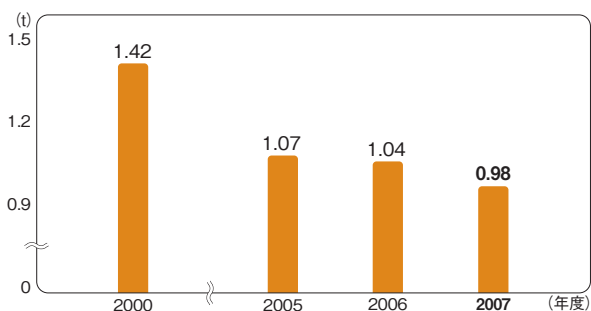
セブン-イレブンは、以前からレジ袋の薄肉化や規格の見直しに取り組むとともに、使用量削減に努めてきました。その結果、現在のレジ袋は1999年当時よりも厚さが28.1%薄くなり、2007年度の1店舗当たりのレジ袋使用総重量は2000年度に比べ30.9%減っています。

しかし、薄肉化やサイズ変更だけでは、(社)日本フランチャイズチェーン協会が定めた「1店舗当たりの年間レジ袋使用重量を2010年度までに2000年度比35%削減する」という業界目標を達成することが難しいため、現在、各店舗ではレジ袋削減に関するポスターを掲示するとともに、精算時の声かけを徹底し、お客様のご理解とご協力を呼びかけています。



レジ袋削減ポスター

### 1店舗当たりのレジ袋使用重量の推移



### 弁当容器の包装を 「ラップ」から「テープ」に変更

セブン-イレブンは、2007年12月からお弁当の包装を従来の「シュリンクラップ(容器全体を包み込む形態)」から「4カ所のテープ止め」へと変更し、切り替えを進めています。これによって、シュリンクラップの原料であるプラスチック類を年間約570トン削減できることが見込まれています。



テープ止めをしたお弁当容器

### ペットボトルのラベル幅を 約半分に縮小

2008年6月、セブン-イレブンのオリジナルのペットボトル飲料3種類のラベル幅を約半分に変更しました。これによって使用するフィルム量が削減されたほか、製造工程が省力化されたことで、年間約5,000トンのCO<sub>2</sub>削減につながっています。



ラベル幅を変更したペットボトル

### 割り箸の素材を 生育の早い「竹」に変更

セブン-イレブンでは、資源の有効活用と環境負荷低減のために、お弁当などをお買い上げのお客様にお渡ししている割り箸について、2006年11月からは素材を変更。成木になるまでに30年以上掛かる「白樺」から、3~4年で成木に育ち、植樹の必要がない「竹」へと切り替えました。

## 地域社会への貢献

Q 全国12,000以上ある店舗を地域のために役立ててほしい。

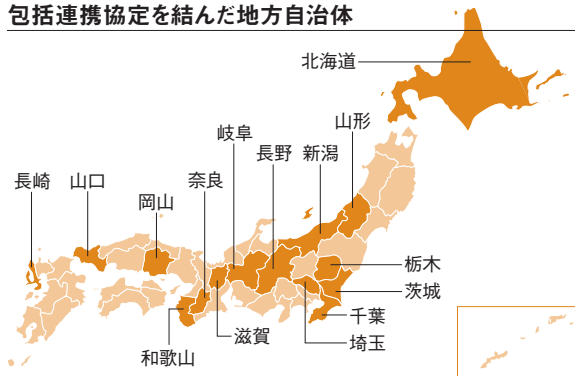
A 包括連携協定、セーフティステーション活動を軸に“地域との絆”を深めています。

### 住民サービスの向上と地域活性をテーマに 地方自治体と「包括連携協定」を締結

セブン-イレブンは、2004年に和歌山県と地域協働事業に関する協定を締結して以来、出店地域における住民サービスの向上や地域活性化を支援するため、地方自治体との間で「包括連携協定」を積極的に締結。2008年10月末現在、北海道、山形県、新潟県、長野県、栃木県、茨城県、埼玉県、千葉県、岐阜県、滋賀県、奈良県、和歌山県、岡山県、山口県、長崎県と協定を結んでいます。

どのようなテーマについて連携するかについては、各自治体のご意見・ご要望を伺い、話し合いを進めながら決定しています。現在、特に力を注いでいるのが、全国農業協同組合連合会（JA）や地元の生産者と連携した「地域限定商品の開発」です。この取り組みは、地域活性化を促進するだけでなく、地産地消や輸送距離の短縮による物流時のCO<sub>2</sub>排出量削減にもつながります。今後も各地方自治体に対して積極的な提案を続けていきたいと考えています。

#### 包括連携協定を結んだ地方自治体



#### 自治体との連携項目の一例

地域オリジナル商品の販売・キャンペーンの実施 / 地域産の農林水産物や加工物、工芸品の販売・活用 / 健康増進・食育 / 高齢者支援 / 子ども・青少年の育成 / 観光振興および観光情報の発信 / 環境問題対策 / 地域社会の安全・安心 / 災害対策 / そのほか、地域社会の活性化、住民サービスの向上

#### ● 栃木県「とちぎ再発見キャンペーン」

2008年2月に協定を締結した記念として「とちぎ再発見キャンペーン」を展開。とちおとめ（苺）、那須の高原豚、那須大好き牛乳、かき菜など、県内の優良な食材を使った11アイテムを販売しました。厳選した食材だけを使用し、地域で親しまれている味付けをして、地域の生産工場で製造しました。



「とちぎ再発見キャンペーン」コーナー

#### ● 奈良県「奈良食育応援フェア」

2008年4月に協定を締結した奈良県では、4月18日から5月11日にかけて「奈良県食育応援フェア」を開催。県産の大和茶を使用した奈良菜飯や郷土料理「奈良のっぺ」が入ったお弁当などを販売しました。また、地域内の店舗では奈良を観光する方々へトイレ施設を開放しています。



「奈良のっぺ」コーナー

#### ● 山形県「おいしい山形フェア」

2008年10月に協定を締結した山形県では、グループで県内に出店しているヨークベニマルとセブン-イレブン2社での協定を締結。山形県内の優良な農林水産物を使用した「山形うまいもの弁当」をはじめ、地産地消のオリジナル商品合計5アイテムを販売しました。



（右から）セブン-イレブン山口社長、山形県齋藤知事、ヨークベニマル大高社長



「山形うまいもの弁当」コーナー

## 「まちの安全・安心の拠点」をめざす 「セーフティステーション活動」を展開

「タイム・コンビニエンス(時間の利便性)」を提供するセブンイレブンは、年中無休で営業することを基本とし、深夜でも明かりが灯り、店内には従業員がいます。そんな特長を生かして、各店舗を「まちの安全・安心の拠点」にしていく取り組みが「セーフティステーション」活動です。

この活動は、警察庁から(社)日本フランチャイズチェーン協会(JFA)に「安全・安心なまちづくり」や「青少年の健全な育成」への協力要請があったことから始まりました。以来、店舗入口に「セーフティステーション実施店」と書いたポスターを掲出し、(1)自店で犯罪を発生させない防犯体制の強化、(2)女性の駆け込みや迷子への対応、(3)高齢者・身体障がい者へのお手伝いや介助保護、(4)災害・事故のさいの110番・119番通報などに取り組んでいます。また、たばこやアルコール飲料の販売時の年齢確認を厳格化し、未成年者への販売を防止しています。

こうした取り組みを評価し、「セーフティステーション活動報告会」で優れた対応を行っている加盟店を表彰しています。



表彰式の様子

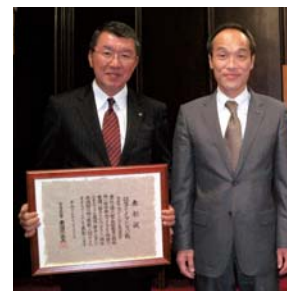


イメージキャラクター：エスゾウくん

## ●「使いやすい店舗」をめざした設備改善

セブンイレブンは、「出入口の段差をなくす」「車椅子のお客様でも手に取りやすい高さに商品を陳列する」など、どなたにとっても使いやすい店舗づくりをめざした設備改善に取り組んできました。さらに2004年度からは、バリアフリーの考え方を店舗設計に採用。新店舗を中心に、車椅子やベビーカーでも通れるスペースの確保、幼児用便器やベビーベッドの設置、ハンドル部分に体重をかけても前輪が浮き上がり、高齢の方や妊娠中の方でも安心してお使いいただけるショッピングカートの導入などを進めています。

こうした取り組みが評価され、2007年11月には、滋賀県の大津仰木の里店が、小売業では初となる「淡海ユニバーサルデザイン賞」を受賞。また、2007年12月には宮崎県蓼池南原店が、県から「人にやさしい福祉のまちづくり表彰」施設整備部門で知事表彰をいただくことができました。



宮崎県から知事表彰を受賞



ショッピングカート



広い通路



だれでもトイレ

## TOPICS

### 全国各地で年2回の一斉清掃活動を実施

「一人ひとりが身近なことから環境保全活動に取り組む」という考えのもと、セブンイレブンは、1999年から毎年2回、全国の加盟店と本部が協力して店舗周辺を清掃する「セブンイレブンデー全国一斉清掃活動」を行っています。

2006年6月からはグループ会社にも活動範囲を拡大し、イトーヨーカドー、そごう、西武百貨店、ヨークベニマル、セブン&アイ・フードシステムズなどの従業員も参加しています。2008年10月に実施した全国一斉清掃では、グループ各社約10,000店舗から従業員約3万人が参加しました。



地域に密着した環境保全活動として清掃を実施

### ▲セブン-イレブンみどりの基金 「セブン-イレブンみどりの基金」を通じて 環境をテーマにした社会貢献活動を推進

1993年、(株)セブン-イレブン・ジャパンの設立20周年記念事業の一環として、加盟店と本部が一体となって“環境”をテーマとした社会貢献に取り組むために「セブン-イレブンみどりの基金」を設立しました。この基金では、店頭での募金箱でお客様からお預かりした募金、本部からの寄付金をもとに、全国の環境市民団体への助成活動や自然環境保護・保全活動、地域環境美化活動、広報活動などを行っています。

公募助成による環境市民団体への支援活動については、団体からの申請書類を外部の専門家の方たちとともに審査し、助成先を決定しています。2008年度は、応募の中から選んだ180件と2006年からの継続支援と合わせて総額1億1,926万8,981円を助成しました。

このほかにも、当基金では環境市民活動を実践し、リーダーシップを発揮しているスペシャリストの方々、または今後リーダーシップを発揮して活躍したいと考えている方を支援するため、海外の環境NPOから組織運営や活動技術を学んでいただく「環境ボランティアリーダー海外研修」を実施。2002年2月の研修開始以来、2008年10月までに、ニュージーランド、オーストラリア、ドイツに計51名の環境リーダーを派遣しています。2008年10月は、応募者の中から選ばれた4名がドイツの環境保護団体BUNDなどを訪問し、10日間にわたって資金調達や人材育成などについて学びました。



ドイツ研修の様子

#### 活動分野別の助成先件数・助成金額(2008年度)

| 活動分野           | 助成総額 |              | 対金額    |
|----------------|------|--------------|--------|
|                | 件数   | 金額           | 構成比    |
| 自然環境保護・保全活動    | 58   | 43,446,762円  | 42.4%  |
| 生態系保護・保全活動     | 8    | 8,555,925円   | 8.3%   |
| 体験型環境学習活動      | 28   | 19,332,750円  | 18.9%  |
| 生活における環境負荷軽減活動 | 21   | 14,299,608円  | 13.9%  |
| 植花活動           | 41   | 13,507,565円  | 13.2%  |
| 地域清掃活動         | 24   | 3,389,799円   | 3.3%   |
| 合計             | 180  | 102,532,409円 | 100.0% |

#### ●「九重ふるさと自然学校」を開設

セブン-イレブンみどりの基金は、環境市民団体への助成支援だけでなく、自らも日本の貴重な自然や生態系の保護・保全活動に取り組むために、2007年4月、「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」を基本理念とする「九重ふるさと自然学校」を大分県に開校しました。

九重ふるさと自然学校では、九重を基点とした自然環境や生態系の保護・保全活動に取り組み、ラムサール条約に登録されたタデ原や坊ガツル、くじゅう山系などの保護、休耕田や棚田の再生、有機無農薬の米づくり、森林再生をめざした炭焼きなどの、里地里山の保護に取り組んでいます。

また、これらの活動を地域の人々や九重を訪れる人々に見てもらい、体験してもらい、そして活動に参加してもらうため、子どもたちが参加できる無農薬の田んぼづくりや自然観察、清掃登山などにも取り組んでいます。



野鳥観察



炭焼き

#### ●「支笏湖周辺台風災害・復興の森づくり」

セブン-イレブンみどりの基金は、2004年に甚大な台風被害にあった支笏湖周辺の森林を再生させるため、行政・環境市民団体・企業・地域団体などから成る「支笏湖周辺台風災害・復興の森づくり実行委員会」を設立。市民が「森の育て親」になって100ヘクタールの大地に10万本の植樹を行う森づくりのほか、継続的な保育活動に取り組んでいます。また、当基金からは6,000万円を支援し、店頭での募金受付と参加者募集を行いました。この活動が認められ、当基金は「平成19年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰」を受賞しました。



植樹活動



表彰式



## 国内最大のフランチャイズチェーンとして 加盟店との“共存共栄”を追求しています。

### 加盟店の経営を多角的にサポートする さまざまな支援制度を整備

小売業を成功させる鍵は、お客様が求める商品と求めるサービスを提供し続けることにあります。そして、これを実現するには、綿密な出店計画、地域特性にマッチした品揃え、店舗従業員への適切な教育や待遇など、さまざまな経営上の工夫が必要になります。

そこでセブン-イレブンでは、加盟店の経営を多角的かつ継続的に支援していく制度を整備。加盟店は店舗経営と販売に専念していただき、本部は商品情報やノウハウ、物流・販売のインフラを提供するという「共同事業」によって、全国のセブン-イレブンを運営しています。

### ● 出店・店舗経営を支援する「専門カウンセラー」

セブン-イレブンには、出店を希望する方々からのご相談に応じ、出店計画に関する丁寧なカウンセリングを行う「RFC(リクルート・フィールド・カウンセラー)」と、加盟後の経営相談に応じる「OFC(オペレーション・フィールド・カウンセラー)」という専門カウンセラーがいます。

OFCは、担当する地域の加盟店を週2回以上訪問し、発注の問題や陳列の改善提案など、さまざまなアドバイスを通じて加盟店の売上と利益の向上を支援。また、地域ごとの独自商品や限定開発商品の導入などについてもアドバイスし、地域ニーズを反映した店舗運営をバックアップします。また、本部からの方針・施策を伝達するほか、加盟店が抱えるお悩みや問題点を本部に伝えて対策を講じるなど、本部と店舗が緊密に対話していくための橋渡しの役割も果たしています。

さらに本部では年2回、全国10カ所の会場で「商品展示会」を開催して、新商品の紹介や売場づくりの提案をしています。

### ● 安定的な店舗運営を支援する 「加盟店共済制度」

セブン-イレブンの各加盟店は、通常、オーナー様を中心に1店舗20～30名の従業員(正社員・パートタイマー・アルバイト)によって運営されています。このような方々を支援する福利厚生制度として、「加盟店共済制度」は1980年に発足しました。この共済制度には、万一の備えとなる積立金、オーナー様への弔慰金・医療見舞金、従業員の勤務中や通勤時の事故による怪我に備えた従業員業務傷害見舞金などがあり、全国規模のフランチャイズチェーンというスケールメリットを生かして、割安な保険料で加入することができるようになっています。

#### 加盟店共済制度

|                   | 弔慰金 | 医療見舞金 | 積立金など | 従業員<br>業務傷害<br>見舞金 |
|-------------------|-----|-------|-------|--------------------|
| オーナー様             | ●   | ●     | ●     | —                  |
| 配偶者               | ●   | ●     | —     | —                  |
| 正社員               | ●   | —     | ●     | ●                  |
| パートタイマー・<br>アルバイト | —   | —     | —     | ●                  |

### ● 店舗で働く従業員の安全対策

「セーフティステーション活動」(→P37)への参加を機に、セブン-イレブンは、店舗の防犯体制を再度徹底しています。一方、お店で働く従業員の安全を確保することもセブン-イレブン本部の重要な役目です。そこでOFCを通じて注意事項などを伝達しているほか、通報装置を設置するなどの安全対策を実施。また、商品展示会や機関紙「セブン-イレブンファミリー」でも緊急時の対応について情報を発信しています。



# お客様一人ひとりのニーズに応える店舗づくりを進め “地域の生活拠点”をめざします。

イトヨーカドーは、衣・食・住にわたる生活必需品を中心とした幅広い品揃えの総合スーパーマーケットを、全国に176店舗(2008年2月末現在)展開しています。

近年は、特に、多様化したお客様のニーズにお応えするために、従来の都市部高密度商圏のニーズに対応するGMS(総合スーパー)店舗に加えて、多彩なスタイルでの出店を推進しています。これまで、広域商圏を

対象に、イトヨーカドーを核店舗としてバラエティに富んだ専門店で構成する総合ショッピングセンター「Ario(アリオ)」や、小商圏で食品を中心としたネイバーフッド・ショッピングセンター(NSC)などを出店しています。

今後も、商圏や立地、地域のニーズに合わせた多彩な店舗づくりを進めていきます。

## イトヨーカドーの3つの店舗タイプ

### 総合ショッピングセンター

小売店舗やアミューズメント施設などの多様な施設を組み合わせたモール型店舗



### ゼネラルマーチャндаイジングストア (GMS)

食料品、衣料品、雑貨などの日用品を総合的に販売し、都市部の高密度商圏のニーズに対応する店舗



### ネイバーフッド・ショッピングセンター (NSC)

食品中心のスーパーマーケットと専門店で構成し、主に小商圏のニーズに対応する店舗



## 重視しているCSR

### ●商品の品質・安全管理体制を より一層強化しています

イトーヨーカドーは、食品や衣料品、住居関連商品など、人々の健康や安全に直接関わる商品を多数扱っていることから、商品の品質・安全管理体制の構築を基本的かつ最も重要な責務と位置づけ、その強化に取り組んでいます。なかでも食品については、産地偽装や品質事故が相次いでいることから、生鮮食品の生産地や生産方法、流通履歴の把握・開示を重視した「顔が見える食品。」シリーズの品揃えを拡充するほか、鮮度や品質を維持しやすい地場農産物の取り扱い量拡大などを行っています。

### ●「店舗の大型化」をふまえて、省エネルギー設備の 導入など、CO<sub>2</sub>排出量の削減に努めています

イトーヨーカドーは、近年、大型ショッピングセンターの出店

を強化していることから、こうした活動が環境負荷の増大につながらないように、氷蓄熱システムや小型コージェネレーションガスエンジン給湯器などの省エネルギー設備機器を積極的に導入しています。

### ●出店地域との対話を積極的に図っています

イトーヨーカドーは、地域社会に根ざした店舗をめざして、地域の人々との積極的な対話を図っています。例えば、新規出店にあたっては、オープンの1年前から店舗幹部社員が地域に移り住み、ニーズや特性をふまえたプランニングを行うと同時に、地域の皆様への説明会を実施しています。また開店後も、“地域の生活拠点”をめざし、子育てを支援する「マタニティ・育児相談室」の運営や、高齢者の生活をサポートする「あんしんサポートショップ」の開設などを行っています。

#### 会社概要 (2008年2月末現在)

設立:1958(昭和33)年4月1日

本部所在地:

〒102-8450

東京都千代田区二番町8番地8

事業内容:

衣料品、住居関連商品、食品を販売する  
スーパーストア事業

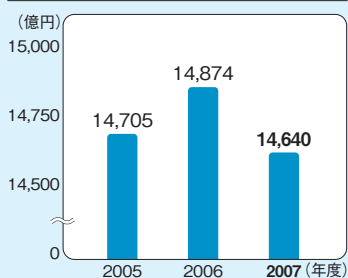
資本金:400億円

売上高:1兆4,640億円

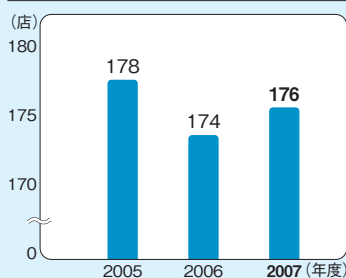
従業員数:43,013人

店舗数:176店

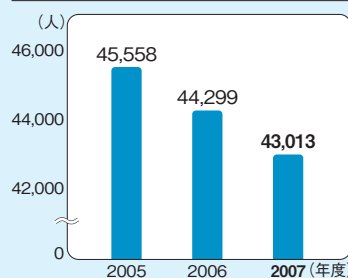
#### 売上高の推移



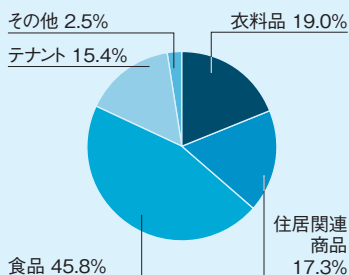
#### 店舗数の推移



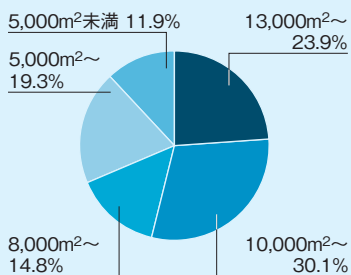
#### 従業員数の推移



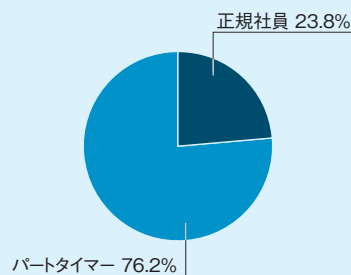
#### 商品ジャンル別の売上高比率



#### 面積別店舗数の比率



#### 雇用形態別の従業員比率



## 安全・安心な商品の提供

Q 毎日の食材を買うお店だから、安全性は何より重視してください。

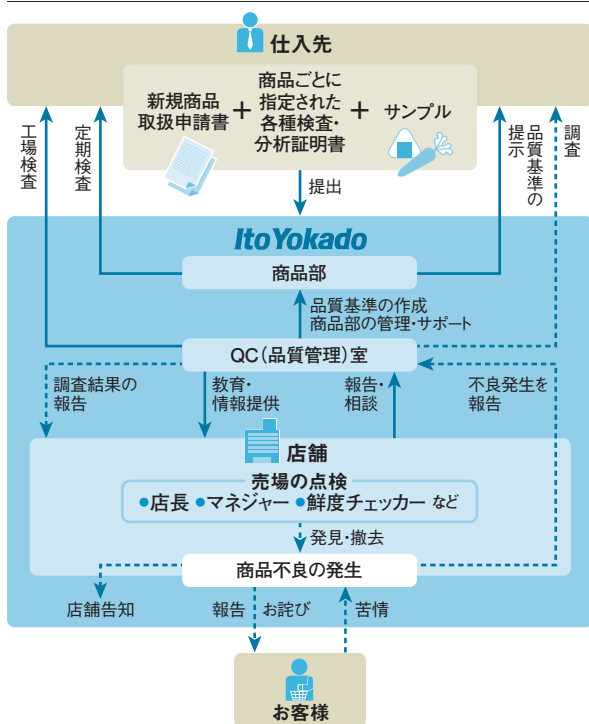
A 原料や産地、製造方法などにも注意して商品の品質・安全性を管理しています。

### 仕入れから品出し、販売中の全ての段階で商品の品質・安全性を徹底的にチェック

イトーヨーカドーでは、食の安全を確保するため、契約・仕入れの段階で、品質基準に適合した原材料や添加物の管理がなされているかを確認する各種検査・分析証明書などの提出を要請。さらに新規取扱商品については、必要に応じて仕入れ先の工場（海外を含む）への立ち入り検査を実施し、品質管理状況を確認するなど、品質管理体制の整備に努めています。

また、各食品売場には「鮮度チェッカー」を配置するとともに、2007年2月からは食品売場以外の従業員が“お客様の視点”で売場を点検する「鮮度チェックパトロール隊」を発足。こうした体制を有効に機能させるため、店舗幹部社員の教育にも力を入れ、2008年2月には各店店長を対象に、5月には各店の副店長を対象に、原料や商品の日付管理ルール、商品の表示ルールなどに関する研修を実施しました。

### 食品の管理体制



### 商品の生産地や生産方法をお知らせする「顔が見える食品。」シリーズを拡大

イトーヨーカドーは、「より信頼できる食べ物」へのニーズに応えるために、2002年度から商品の生産地や生産方法、流通履歴（トレーサビリティ）を重視した自社ブランド「顔が見える食品。」シリーズを販売。年々商品ラインアップを拡大し、現在は、野菜、果物、精肉、卵、鮮魚と、生鮮食品全体をカバーしています。

このシリーズは、(1)生産方法と品質の基準化、(2)外部監査の導入による信頼性の確保、(3)情報公開による開かれた関係づくりを信頼の礎としています。

情報公開については、WEBサイトに「顔が見える食品。」ページを設け、商品の産地情報、イトーヨーカドーの担当者が生産地を訪ねる「出張日記」、同シリーズの商品を使った料理レシピなどを掲載しています。

また、商品の信頼性確保のため、毎年、産地や施設、イトーヨーカドー自身を対象に第三者認証機関の監査を実施。2007年度は108件の監査を実施しました。

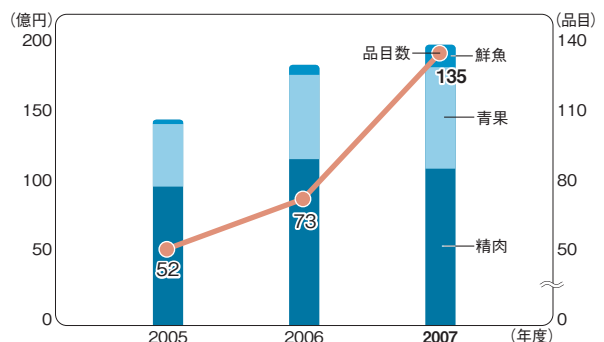


「顔が見える食品。」のWEBサイト



「顔が見える野菜。」コーナー

### 「顔が見える食品。」の取り扱い状況の推移



## 店舗近隣の生産者の方との連携を強化しながら「地場農産物」の取り扱いを拡大

食品売場における農産物は、その鮮度や品質が店舗の評価を左右すると言われるほど、重要な商品です。また、近年では食料の輸送距離「フードマイレージ」への関心も高まり、地元で収穫された新鮮な野菜を求めるお客様が増えています。そうした中で、イトーヨーカドーは店舗近隣で農業を営まれる方々（法人・グループ含む）と契約を交わし、地元の新鮮な野菜や果物を仕入れ・販売しています。

地場農産物の販売にあたっては、生産者の方々とのコミュニケーションを重視し、継続的かつ安定的な取引のために、生産者の方々の計画的で質の高い商品づくりを支援しています。

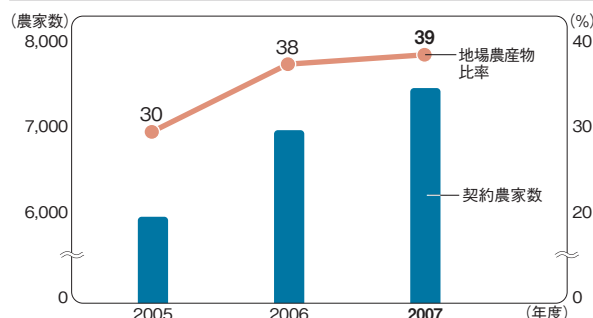
また、お客様に地場農産物の魅力を知っていただくために「収穫体験ツアー」なども開催しています。2007年度は、群馬県嬭恋地区での収穫体験、群馬県館林地区でのきゅうりの収穫、埼玉県JAいるま野の里芋収穫ツアーなどを実施しました。

こうした取り組みの結果、イトーヨーカドーにおける地場農産物の取扱いは、2008年2月末現在、青果売場の野菜の売上金額の約39%を占めるまでに拡大しています。今後も、生産者の方々と協力しながら商品の充実を進めていくとともに、贈答用の地場果物などの商品開発などにも注力していきます。



収穫体験ツアーの様子

### 地場農産物の取り扱い状況の推移



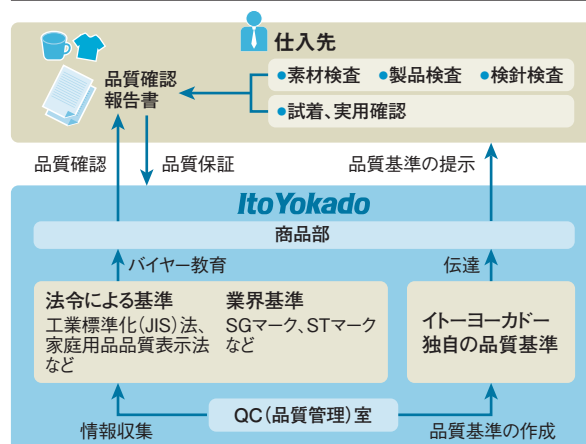
## 衣料品・住居関連商品についても独自の品質基準を設けて厳しくチェック

イトーヨーカドーは、衣料品の着用しやすさ、住居関連商品の安全性・利便性を重視して、販売前・販売中の品質管理を徹底するとともに、お客様のご意見をもとにした自主的な品質改善に取り組んでいます。

2007年度は、乳幼児向け玩具からの鉛の溶出が社会的問題になるなど、改めて衣料品・住居関連商品の品質管理の重要性を認識させられる出来事が相次ぎました。イトーヨーカドーでは、こうした問題が起こる以前から、法令遵守はもとより、素材・外観・機能・表示などに関する当社独自の品質基準を設けて、国内外を問わず全ての契約にこれを適用しています。特に新規商品については、契約前に当社が指定した検査機関の検査証を添付した「品質確認報告書」の提出をお取引先をお願いしています。また、オリジナル商品では、第三者機関による品質試験を100%実施しています。

2007年度は、オリジナル商品を製造している工場を対象にした「チェックリスト(工場基準)」の内容を改定。生産プロセスや品質管理などに関する基本項目に加え、CSRや環境対応なども含めた115項目を定めました。また、直輸入製品を製造している海外工場の現地調査を44工場を対象に実施したほか、品質向上や不良品発生の低減に向けてお取引先と改善策を話し合う「品質改善会議」を衣料品・住居関連商品ともに春・秋の2回開催。多数のお取引先にご参加いただきました。この会議は、お客様のご要望やご不満をお取引先に伝える場にもなっています。

### 衣料品・住居関連商品の管理体制



## 地球温暖化への対策

## Q 店舗の大型化は環境負荷の増大につながっているのでは？

A 省エネ設備の設置やメンテナンスなどによって環境効率の向上に努めています。

### 既存店舗、新規店舗それぞれの条件に合った省エネルギー設備機器を導入

2008年から「2012年までに1990年比で温室効果ガス排出量を6%削減する」という京都議定書の第一約束期間が始まりました。また、イトーヨーカドーが加盟している日本チェーンストア協会も「2010年度までにエネルギー消費原単位を1996年度から4%改善する」という目標を掲げています。

イトーヨーカドーは、2005年度以降、お客様の多様なニーズにお応えするため、自社の売場に加え100~200のテナントが入居するモール型の大型ショッピングセンターを積極的に出店していますが、こうした店舗の大型化や店舗数の拡大が環境負荷の増大につながるよう、省エネルギー設備機器の導入や定期的な設備機器のメンテナンスを実施し、京都議定書や業界目標の達成に努めています。

その結果、2007年度のCO<sub>2</sub>排出量は700,535トン（2006年度比1.8%削減）となり、原単位（営業時間×総営業面積）でも約1%改善されました。

さらに、2008年3月にオープンしたアリオ鳳では小電力で長寿命なLED照明やソーラーパネルを設置するなど、新しい試みも開始しています。

今後も、こうした省エネルギー型の設備機器の導入を進めることで、店舗運営にともなう環境負荷の低減に努めていきます。

### ● 夜間電力を利用する「氷蓄熱システム」

2005年11月にオープンしたアリオ川口以降、アリオ各店では、売場の冷房用に使う電力を抑えるため「氷蓄熱システム」を導入しています。これは、化石燃料の使用比率が低い夜間電力を使って氷をつくり、営業時間中の冷房に利用するというもので、従来の冷房設備に比べてCO<sub>2</sub>排出量を年間約5%削減できます。

現在、アリオ5店舗に設置。今後も新規店舗に設置していく予定です。



氷蓄熱設備

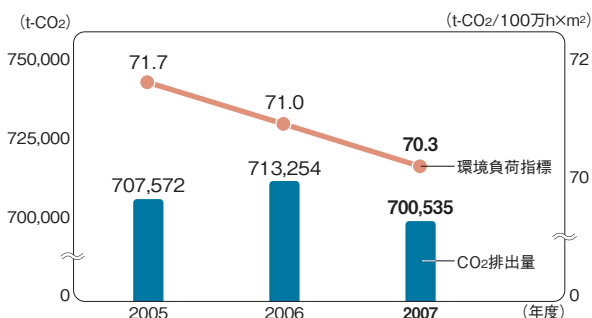
### ● 都市ガスを使って発電し、その排熱でお湯をつくる「小型コージェネレーションガスエンジン給湯器」

2006年度から都市ガスを燃料とするガスエンジンで発電し、その排熱を給湯に利用する小型コージェネレーションガスエンジン給湯器「ジェネライト」の設置を進めています。都市ガスから電気とお湯がつけられるため、省エネ・省コストに高い効果を発揮し、電気を使用する場合に比べてCO<sub>2</sub>排出量を約15%削減するといわれています。2007年度までに計23店舗に導入しています。



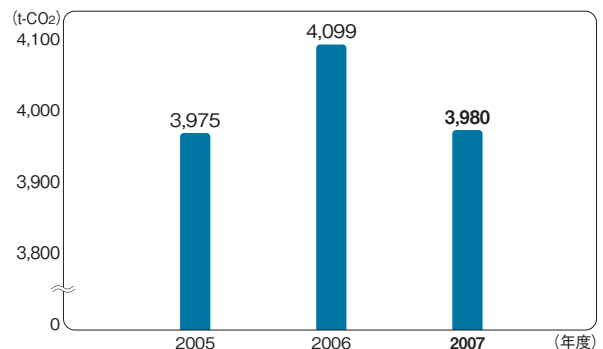
小型コージェネレーションガスエンジン給湯器

### CO<sub>2</sub>排出量と環境負荷指標※の推移



※ 総営業面積×営業時間当たりのCO<sub>2</sub>排出量。

### 1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量の推移



### ● 自然冷媒を利用した「ヒートポンプ給湯器」

2006年8月から、洋光台店と甲府昭和店に「ヒートポンプ給湯器」を設置しています。この設備は「気体を圧縮すると温度が上がり、減圧すると温度が下がる」という原理を応用したもので、大気という自然冷媒を利用して電気エネルギーを通常の3倍以上の熱エネルギーに変えることができます。甲府昭和店では年間約190トンのCO<sub>2</sub>削減効果が出ています。

### ● 都市ガスを利用した「自家発電設備」

これまで大型店舗の発電設備は、電力会社から供給された電力を特別高圧設備で受電する方式を採っていましたが、これには「設備の設置費用が膨大にかかる」「広いスペースが必要」などの問題がありました。

そこで、2004年9月に、明石店では、都市ガスを利用した自家発電設備を設置。この設備は、特別高圧設備に比べて設置費用もCO<sub>2</sub>排出量も削減する効果があります。現在、明石店、宇都宮店、大森店、三郷店に設置しています。

### ● 売場の照度を均一に補正する「連続調光設備」

イトーヨーカドーの各店舗では、電力消費量を抑制するため、店舗の設計段階でできるだけ自然光を採り入れられるようにレイアウトや窓の位置・大きさを工夫しているほか、店内の照度について「衣料品売場は1,000ルクス」「食品売場は1,200ルクス」と売場単位の基準を定めています。また、バックルームでも作業に差し支えない程度まで照度を下げ、照明の数もできるだけ減らしています。

こうした取り組みに加えて、2000年6月以降にオープンした新規店舗では、売場の照度を自動調整して均一に補正する「連続調光設備」を導入しています。このシステムによって、照明用の電力使用量は従来の設備



連続調光設備

を使用している店舗に比べて平均30%減っています。今後も、新規にオープンする店舗に継続して導入していく予定です。

### ● LED照明

2008年3月にオープンしたアリオ鳳では、お客様用トイレのブース内照明や店内のディスプレイに小電力で長寿命な「LED照明」を採用しています。LED照明は、従来の照明設備に比べて年間電力量が83,625kwh少なく、CO<sub>2</sub>排出量も29トン減らすことができます。

さらに、これまで使用してきたセラミックメタルハライドランプ70Wと同等の照明設計が可能な高効率器具50Wランプ(年間電力使用量を113,880kwh、CO<sub>2</sub>排出量を40トン削減)、蛍光灯型FHT42W-4灯と同等な照明設計が可能な100Wランプ(年間電力使用量を116,100kwh、CO<sub>2</sub>排出量を41トン削減)など、高効率な照明器具を導入しています。



LED照明

### ● 太陽光で電気をつくる「ソーラーパネル」

アリオ鳳では、店舗用の電力に自然エネルギーを活用するため、平面駐車場内に「ソーラーパネル」を設置し、店内照明用のエネルギー源として利用しています。

このシステムの発電出力は6.24kWで、発電量は年間約7,000kwh、CO<sub>2</sub>削減効果は2トンが見込まれています。



駐車場に設置したソーラーパネル

### 省エネ設備設置店舗

| 省エネルギー設備             | 実施店舗  |
|----------------------|---|
| 水蓄熱システム              | アリオ川口、アリオ亀有、アリオ八尾、アリオ西新井、アリオ鳳   |
| ヒートポンプ給湯器            | 洋光台、甲府昭和  |
| 都市ガス                 | 千歳、八千代  |
| エネルギー供給<br>(ガスまたは重油) | 明石、宇都宮、大森、三郷、アリオ札幌  |
| ジェネライト               | 鶴見、横浜別所、武蔵境東館、大宮宮原、大宮、八王子、葛西、能見台、錦町、東大和、立場、大和鶴間、湘南台、幕張、国領、東村山、新浦安、竹の塚、川崎港町、エスバ川崎、アリオ蘇我、たまプラーザ、上永谷 |
| NaS電池導入              | 古河、小山、前橋、和光、三島、アリオ川口、アリオ亀有、アリオ西新井   |
| LED照明                | アリオ鳳  |
| ソーラーパネル              | アリオ鳳  |
| 連続調光設備               | 2000年6月以降に開店した全店舗   |

Q 豊富な品揃えは嬉しいですが、配送トラックは減らしてください。

A 独自の「物流改革」を進めることで  
配送台数やCO<sub>2</sub>排出量を減らしています。

「品揃えの充実」と「環境負荷低減」の両立に向け  
商品配送の効率化を推進

イトーヨーカドーは、お客様が必要とされる商品を豊富に取り揃えた売場の維持と、商品配送にともなう環境負荷の低減を両立させるため、積極的な「物流改革」を進めています。

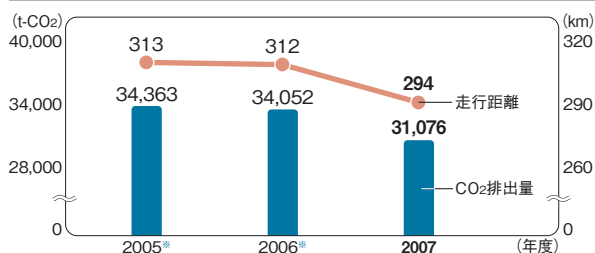
その一つが、1997年度から推進してきた「カテゴリーセンター化」です。これはイトーヨーカドーで取り扱っている加工食品・衣料品・住居関連商品を物流センターに集約し、店舗別・売場別に仕分け・一括梱包した上で各売場まで搬送するというもので、2008年2月末現在、全国77カ所の物流センターがあります。また、店舗への配送頻度を減らすために、温度帯別の物流センターを全国各地に配置しているほか、各エリアでの共同配送などにも取り組んでいます。

さらに、納品用段ボールの代わりにプラスチック製コンテナ「通い箱」を使用しているほか、衣料品を箱に梱包しない「ハンガー納品」、靴を個別梱包しない「カート納品」、布団用の「通い袋」の利用などを実施。その結果、2007年度は5,450万個分の段ボールを削減しました。



通い箱によって納入された商品

物流にともなうCO<sub>2</sub>排出量と1店舗当たりの走行距離の推移



※ 2005年度、2006年度については、2007年3月の実燃費4.18km/ℓで計算しています。

● 物流センターの新設

物流にともなうCO<sub>2</sub>排出量を削減するため、イトーヨーカドーは、(1)「共同配送」による配送車両・走行距離の削減、(2)物流センターの分散化による走行距離・走行時間の短縮、(3)1台で複数の温度管理ができるトラックの導入による配送車両台数の削減——という3つの施策を進めています。

2007年度は、6月に東京都大田区、7月には埼玉県川越市、9月には東京都江戸川区に、新しい青果センターを開設。同センターに市場からの商品を一元的に集約することで、店舗までの配送距離を年間で85,045km削減することができます。

● 車載端末を使ったエコドライブの徹底

輸送トラックの燃費向上と安全運転の徹底を目的に、トラックの走行状況を記録する車載端末の導入を進め、データに基づく運行指導に取り組んでいます。

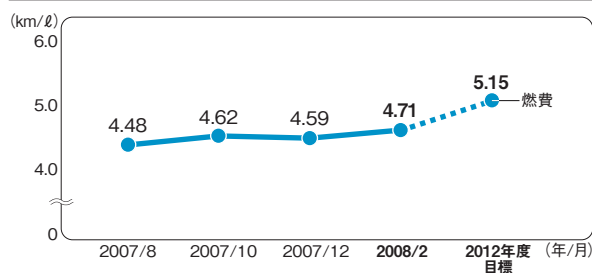
また、2007年11月には、CO<sub>2</sub>削減・安全運転をテーマに「エコドライブ講習会」を実施しました。その結果、2008年2月の燃費は半年前に比べて5%改善しました。

2008年4月には、物流センター運営会社と配送協力会社、イトーヨーカドーによる「環境部会」を新設し、取り組みの強化を図っています。



エコドライブ講習会の様子

納品車両※の燃費改善状況の推移



※ 納品車両には、4トン車、10トン車を含みます。

## 廃棄物の削減

Q 売れ残った食品は、どのように処理しているのですか？

A 廃棄物処理を委託するお取引先の協力を得て肥料や飼料にリサイクルしています。

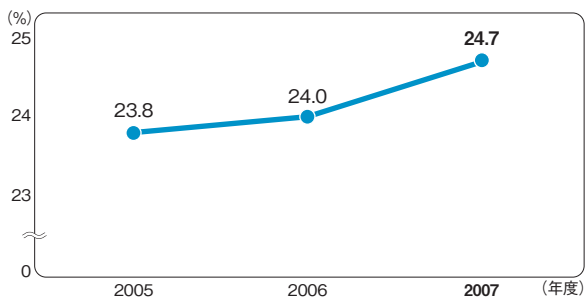
### 「食品廃棄物のリサイクル率45%」を目標に食品廃棄物の排出抑制とリサイクルを推進

2007年12月、「食品リサイクル法」が改正され、食品小売業は2012年までに食品廃棄物のリサイクル率を45%にまで高めることが求められています。イトーヨーカドーは、この目標を達成して循環型社会の構築に寄与していくことを重要な責務と捉え、食品廃棄物の排出抑制とリサイクル率の向上に取り組んでいます。

その結果、2008年2月末現在、計32店舗で肥料化・飼料化・消滅（液化・減量処理）などリサイクルの仕組みが確立され、2007年度の食品廃棄物のリサイクル率も24.7%（2006年度比0.7ポイント改善）となりました。

今後も、関東地域を中心に、リサイクル実施店舗を拡大していきます。

#### 食品廃棄物のリサイクル率の推移



### ● リサイクル費用を補填する「食品廃棄物リサイクル付加金制度」

イトーヨーカドーでは、食品廃棄物のリサイクルを推進するため、2002年度から「食品廃棄物リサイクル付加金制度」を運用しています。この制度は、イトーヨーカドーが食品廃棄物の処理を委託しているお取引先がリサイクルを進めやすいよう、お取引先のリサイクル費用の一部を補填するというもので、2008年2月末現在、23店舗が利用しています。

### ● 惣菜部門では食用油の使用量削減を推進

各店舗の食品売場で揚げ物などを調理・販売している惣菜部門では、フライヤー（揚げ物用調理什器）の使用量や油の品質・温度管理などに関する独自のルールを設けて、食用油の使用量削減に取り組んでいます。

2007年度は、ろ過方法の改良や油の使用量を抑える薄型フライヤーの導入などに取り組んだ結果、食用油の使用量は2,890トン（2006年度比600トン削減）となり、廃油も2006年度比396トン削減しました。

## TOPICS

### 「リサイクル・ループ」から生まれた新鮮で、安全・安心な野菜を販売

イトーヨーカドーは、食品廃棄物の削減と循環型社会の実現に向けて、店舗から発生した食品廃棄物からつくった肥料で野菜などを栽培し、それを商品として販売する「リサイクル・ループ」の構築に取り組んでいます。

2007年7月からは、廃棄物処理を委託している地元のお取引先の協力のもと、千葉県内にある姉崎店・市原店・幕張店・臼井店・四街道店・八千代店の食品廃棄物を堆肥化し、その肥料を使って栽培したキャベツやとうもろこしを姉崎店・市原店で販売する、という活動を開始しました。このリサイクル・ループから生まれた野菜は、地域のお客様からも“地元で穫れた、新鮮で安心な商品”としてご好評いただいています。

2008年度は、神奈川県内の小田原店にも範囲を広げるとともに、農業生産法人の設立（→P17）も含め、“リサイクル・ループの輪”をさらに広げていきます。



リサイクル・ループから生まれた野菜

## 環境に配慮した商品・サービス

## Q 日々の暮らしの中でできる“エコ対策”はありますか？

A 環境負荷の少ない商品や自然保護に役立つ商品などを提案しています。

### 「循環型栽培」や「生物多様性農業」でつくられる安全で、環境に配慮したお米の販売

イトーヨーカドーは、2006年10月(平成18年米)から、安全性と品質にこだわった自社ブランド米「あたたか」シリーズに「環境循環型栽培米」を加えました。「環境循環型栽培米」は、わらや米ぬかを飼料・肥料化して牛の飼育や野菜の栽培に利用し、そこから出た牛糞や野菜屑で有機物完熟堆肥をつくって、お米を育てる「循環型栽培」でできています。

そのほか、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を使用して「生物多様性農業」を実践している「自然共生型栽培米」も2008年9月(平成20年米)から販売を順次開始しています。この商品の収益の一部は、産地の環境整備に使われる予定です。

#### 環境循環型栽培米と自然共生型栽培米の産地

- 「環境循環型栽培米」シリーズ
- 「自然共生型栽培米」シリーズ

おぼこ浪漫秋田あきたこまち

朱鷺と暮らす都づくり認証米コシヒカリ

信州安曇野米長野コシヒカリ

コウノトリ育むお米コシヒカリ

奥出雲仁多米島根コシヒカリ

七つ森朝比奈米宮城ひとめぼれ

七つ森朝比奈米宮城ササニシキ

琵琶湖の水田ゆりかご米コシヒカリ

伊賀の里三重コシヒカリ

### フェアトレードや環境に配慮した商品の販売

イトーヨーカドーでは、お客様の環境問題への関心の高まりを受けて、環境に配慮した商品の提案に力を入れています。例えば、2007年度からは「レインフォレスト・アライアンス」の認証を受けたコーヒー豆の販売を開始しました。レインフォレスト・アライアンスとは、ニューヨークに本部をおく非営利環境団体で、熱帯雨林で生産されるコーヒーやバナナなどの農産物について、「生産農家に適正な支払いがされているか」「自然保護に配慮した栽培が行われているか」などの基準を設けて、これをクリアした商品に認証を与えています。この認証を受けた商品の販売は、熱帯雨林の保護やフェアトレードの促進につながります。そのほか、環境保護に取り組むバードフレンドリー認証付きのコーヒー豆の販売なども行っています。

また、一部店舗(16店舗、2008年9月末)では、有機栽培のコーヒーをはじめとして、ジュースやジャム、砂糖、ブラックペッパーといった調味料などを取り揃えたオーガニック専用コーナーを食品売場に開設。お客様の商品選択の手助けになるよう、売場づくりを工夫しています。

## TOPICS

### お客様や地域の方々と一緒に“エコ”に取り組む「エコリボン」キャンペーンを開始

イトーヨーカドーは、2008年度から環境活動全体を表すキャンペーンタイトルを「エコリボン」と定め、お客様への商品・サービスの提供や店舗の設備・運営、物流など、事業活動全体を通じて環境保全活動を強化しています。

「エコリボン」とは、結ぶ・つなげるという意味の「リボン」をモチーフにした言葉で、お客様と一緒に「私にできるエコ」を推進していくことをめざしています。その一環として、外部アドバイザー3名(消費者問題・CSR・環境問題の専門家)のご意見を伺いながら独自の基準を作成し、環境に配慮した商品・取り組みに「エコリボン」のアイコンを表示しています。その第一弾として、2008年4月から7月までの間、オーガニックコットンを使用したTシャツやカジュアルシャツを販売。その収益の一部を自然保護団体「特定非営利活動法人 富士山クラブ」に寄付しました。そのほか、新たにお客様・社員に向けた小冊子を作成し、身近なエコライフの提案や環境教育に役立てています。



## Q レジ袋の削減は進んでいますか？

A 地球温暖化防止や省資源のために  
ぜひエコバッグをご持参ください。

### 一部店舗で「有料化」を開始するなど レジ袋削減に向けたさまざまな施策を展開

小売業の環境対策の中でも、特に社会的な関心が高まっている「レジ袋の削減」について、日本チェーンストア協会は「2010年度末までにレジ袋辞退率30%を達成」という統一目標を掲げています。

イトーヨーカドーも、レジ袋の配布基準を細かく規定しているほか、レジ前に「ノー・レジ袋カード」を設置する、レジ袋を辞退されたお客様にスタンプが20個貯まるとお買い物券としてご利用いただけるスタンプカードを配布する、オリジナルのショッピングトートバッグを販売するなど、さまざまな対策を行っています。

また、レジ袋削減に向けた実験的な取り組みとして、2007年6月から横浜市若葉台店で「レジ袋の有料化」を開始し、2008年10月までに14店舗で有料化を実施。これらの店舗ではレジ袋辞退率が平均80～85%で推移するなど、高い効果が表れています。

なお、有料化の第一号店となった若葉台店では、レジ袋の収益をもとに地域の小学校に環境教育用の教材を寄贈するなど、地域の方々への還元にも努めています。

これらの取り組みの結果、2007年度のレジ袋使用量は、3,576トン（2006年度比263トン削減）となり、2008年9月末現在のレジ袋辞退率も17.8%まで高まりました。

### 使用方法や素材の見直しによって 食品容器包装の使用量を削減

レジ袋だけでなく、お惣菜・お弁当・生鮮食品などに使用する食品容器包装についても、素材の薄肉化やばら売り・量り売りを進めることで、使用量の削減に努めています。その結果、2007年度の食品容器包装の総使用量は2,298トン（2006年度比34トン削減）となりました。

また、プラスチック製容器に比べて環境負荷が少ない紙製容器の使用も拡大しており、2008年度は食品容器包装の年間使用総重量をさらに5%削減することを目標としています。

### ● 色・柄部分を簡単に剥離できる「はがせるトレイ」

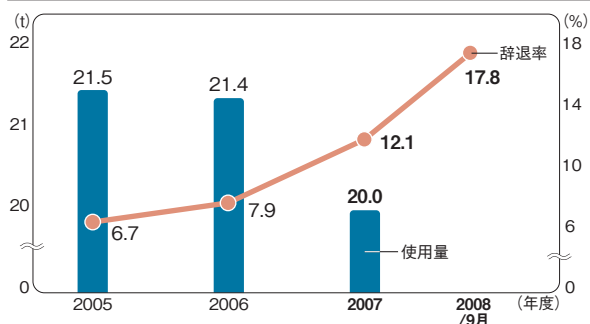
イトーヨーカドーは、2001年度からトレイのリサイクル率を向上させるため、色・柄のついた表層部分を簡単にはがせる「はがせるトレイ」を導入しています。

2008年2月末現在、導入アイテム数は22アイテムとなり、白色トレイと合わせて店舗で使用している食品トレイの83%がリサイクル可能となりました。

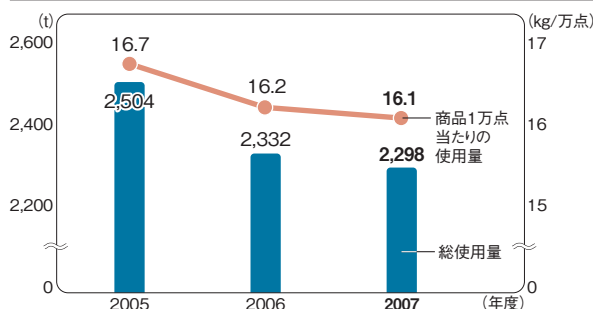


はがせるトレイ  
トレイ表面のラミネートフィルムを簡単にはがすことができ、再び白色トレイとしてリサイクルが可能な環境対応型トレイです。

### レジ袋辞退率(食品売場)と1店舗当たりのレジ袋使用量の推移



### 食品容器包装の使用量の推移



## 安全・安心な店舗づくり

**Q** 誰もが安心して利用できる店舗づくりをお願いします。

**A** 安全対策はもちろん  
店舗の各所にユニバーサルデザインを取り入れています。

**店舗の安全対策の一環として  
「エスカレーター事故」の防止に注力**

イトーヨーカドーでは、お客様が店舗内で事故などに遭われることのないように、店舗設備の安全対策に力を注いでいます。

2007年度は、全国各地の商業施設でエスカレーター事故が多発したことを受けて、その安全対策を強化。全てのエスカレーターに首や身体の挟み込みを防止する器具を設置したほか、特定サンダルの挟み込みなどに関する注意表示やPOPの取り付け、お客様の注意を喚起するアナウンス強化などを実施しました。また、2005年3月に東京消防庁が発表した「エスカレーター事故防止対策検討会」の内容を参考に、エスカレーターの低速化を8店舗（2008年3月末現在）で実施しています。

さらに、テナントを含む全店舗・全従業員を対象に毎年実施している「安全対策研修」でも、エスカレーターの緊急停止方法やセンサー位置の確認、エスカレーター付近で遊んでいるお子様への注意、営業時には従業員自らがエスカレーターを利用して定期的に巡回・点検することなど、ルールの再徹底を行っています。



エスカレーターの安全確保に関する研修

**「ユニバーサルデザインプロジェクト」を発足させ  
より安全で便利な店舗づくりを追求**

毎日、多様なお客様がご来店になるイトーヨーカドーでは、全てのお客様に快適にお買い物をしていただけるよう、1994年から店舗のバリアフリー化を開始。新規オープンや店舗改装に合わせて、車椅子に対応した駐車スペースや「ゆったり試着室」、点字案内板などを取り入れてきました。さらに、2000年11月にオープンした木場店以降は、ユニバーサルデザインの考え方を採り入れ、施設、設備から什器まで、誰もが使いやすい店舗づくりに取り組んでいます。

2008年3月にオープンしたアリオ鳳では、店舗の設備や什器などに関わる部署をはじめ、各部門の社員が参加する社内横断プロジェクトを発足。ユニバーサルデザインの専門家のアドバイスもいただきながら、「お問い合わせコール」や「車椅子専用駐車場」、音声案内装置も設置した「多目的トイレ」などを導入しました。

また、こうした取り組みについて地域の皆様にも知っていただき、今後の改善に向けたご意見をいただくため、新店オープン前には、高齢の方や障がいのある方をお招きした店舗見学会を実施しています。



多目的トイレ

## TOPICS

**環境やユニバーサルデザインの大切さを知っていただくために  
アリオ鳳の店内に「エコ&ユニバーサルデザインコーナー」を設置**

アリオ鳳では、「地球にやさしく・人にやさしく」をテーマとした「エコ&ユニバーサルデザインコーナー」を開設しています。同コーナーではイトーヨーカドーの主な取り組みを紹介しているほか、2008年10月には堺市教育委員会と連携し、4回にわたって地元の小学生を招いて体験学習会を開催。学習会では小冊子を利用しながら店内の設備などを説明し、環境やユニバーサルデザインについて学んでいただきました。



地元の小学生に向け、体験学習会を実施

## 地域社会への貢献

商品だけでなく、暮らしに役立つ情報やサービスも提供してほしい。

店内に出産・育児についての相談コーナーや高齢者の生活をサポートするコーナーを設置しています。

#### 地域の発展に貢献する店舗となるために 計画段階から出店地域のニーズを収集

イトーヨーカドーでは、新規出店にあたっては、オープンの約1年前から店長や店舗幹部社員が出店地域に移り住み、地域のニーズや特性を調査しながら、それらをふまえたプランニングを行っています。また、大規模小売店舗立地法に基づく説明会を実施し、店舗の概要や交通、騒音、廃棄物などへの対応を説明した上で、出店に対する地域の方々のご意見を伺い、周辺地域と調和した店舗づくりを進めています。

2008年3月にオープンしたアリオ鳳では、事前説明会で交通渋滞や防犯対策などに関して懸念される声が多かったことから、地元の行政や警察のご指導を仰ぎ、新設道路の設置、開店時の「交通警備誘導計画」による混雑分散化など、地域の方々の利便性・安全性に配慮した交通計画を策定しました。また、警察官立寄所を店頭を設置するなど、地域の防犯にも取り組んでいます。

アリオ鳳は、国の都市再生緊急整備地域として指定された「堺鳳駅南地域」のまちづくりの一環として出店計画を提案し、開店した店舗です。同じ開発地域内には、防災機能を備えた公園や保育園、高齢者向け住宅、マンション3棟などがあり、地域の活性化や新しい街づくりへの参画という価値も併せ持つ出店となりました。



アリオ鳳



警察官立寄所

#### 地域の子育てを支援する 「マタニティ・育児相談室」の運営

核家族化・少子化など社会の変化にともなって、子育てについて気軽に相談できる人が身近にいないお母さん、お父さんが増えています。また、多くの育児情報の中から、ご自分に適した情報をどのように選択すればよいか迷われている方もいらっしゃいます。そこでイトーヨーカドーでは、1975年度から「マタニティ・育児相談室」を店舗の「赤ちゃん休憩室」内に開設しています。

相談室では、保健師あるいは助産師の資格をもつ相談員が妊娠中の健康や育児について、毎月2～9回、無料にて相談を承っており、お買い物のついでにお気軽にご利用いただいています。2007年度は133店舗で、計31万769件の相談をお受けしました。

また、同相談室では子育てのアドバイスや親御さん同士の交流などを目的としたイベントも実施しています。2007年度は、育児の中でも最も悩みが多いと言われる「オムツがとれるまで」や赤ちゃんとのふれあいの重要性について学んでいただく「タッチケア・ふれあい体操」などさまざまなテーマで延べ876回のイベントを開催し、計6,700組のご家族にご参加いただきました。

各店の相談員は、定期的に地域の行政機関を訪問し、「マタニティ・育児相談室」の活動を紹介するとともに、地域の方々が受けられる母子保健サービスについても情報収集し、育児相談のアドバイスに生かしています。この訪問は、「マタニティ・育児相談室」への地域社会のご理解、信頼向上につながっており、保健センターなどの行政機関からご紹介を受けて、計測や相談にお越しになるお客様がいらっしゃる店舗もあります。

このたび、これまでの取り組みが認められ、(財)あしたの日本を創る協会より「平成20年度あしたのまち・くらしづくり活動賞」の企業の地域社会貢献活動部門 内閣官房長官賞を受賞しました。

### 高齢のお客様のニーズから生まれた「あんしんサポートショップ」

内閣府が公表した「平成20年版高齢社会白書」によると、2007年10月1日現在、65歳以上の高齢者人口は過去最高の2,746万人となり、総人口に占める割合も21.5%を超えました。また、2004年12月末の時点で高齢者人口の16%にあたる425万1,000人の方が「要介護・要支援」と認定されています。

このように高齢化が急速に進む我が国にあって、高齢者の方々の暮らしをサポートしていくことも、“地域の生活拠点”をめざすイトーヨーカドーの重要な役割の一つと考え、1997年に大井町店で介護用品コーナーをオープンさせ、高齢のお客様向けの商品の販売を開始しました。しかし、お客様との対話を通じて、このコーナーがもつ問題も浮かび上がりました。それは、(1)介護用品に特化した品揃えでは、加齢による身体的な衰えはあるものの介護までは必要としない多くの高齢者のニーズに答えられない、(2)商品の色・柄・形などのデザイン面に不満をおもちのお客様が多い、(3)多くの方が介護用品の使い方などに関する相談相手が必要としている、というものでした。

そこでイトーヨーカドーは、2004年8月に新しく「あんしんサポートショップ」を開業。介護用品のみならず、衣料・住居・食品の全分野にわたってデザインにも工夫をこらした商品を取り揃えた売場をオープンしました。このコーナーには、商品についての専門知識をもった福祉用具専門相談員を時間帯によって2~3名ずつ配置し、お客様のご要望やご相談を伺いながらお買い物をお手伝いしています。

2008年2月末現在、全国101店舗で「あんしんサポートショップ」を運営しています。



あんしんサポートショップ

### お客様の健康づくりをサポートする「ヘルスケアステーション」

近年、我が国では、生活習慣病の増加や高齢化を背景に医療制度の大幅な改革が進められており、2008年4月には40歳から74歳の医療保険加入者を対象とした特定健康診査・特定保健指導が導入されました。これはメタボリックシンドロームの該当者や予備軍の方を早期に見つけ出すことで、国民がバランスの良い食生活や適度な運動習慣を身につけるように促すものです。こうした中、イトーヨーカドーでは、お客様の健康づくりを支援するため、血圧・体脂肪などの測定や食事についての相談ができる「ヘルスケアステーション」を一部店舗（松戸店、犬山店、市原店）に開設しています。



ヘルスケアステーションの様子

### 商品とサービスの両面からシニアの生活を支援する「健康・快適あんしんサポートショップ」

「あんしんサポートショップ」「ヘルスケアステーション」を運営してきた経験を生かして、2008年3月、高齢社会のさまざまなニーズに対応する新しい売場「健康・快適あんしんサポートショップ」を市原店内にオープンしました。

同ショップは「介護用品販売」「高齢者向け運動施設」「地域介護情報のご提供」「健康測定・食事相談」を基本として、物販とサービスの両面から総合的に高齢の方々の生活をサポートすることをめざしています。

また、オストメイト対応のトイレや車椅子でもそのまま入ることのできる試着室などの設備も整えています。



高齢者向け運動施設



食事栄養相談コーナー



## 全従業員の約8割を占めるパートタイマーや約6,500社にのぼるお取引先との良好な関係づくりに努めています。

### 一人ひとりの価値観や事情に合わせて働き方が選べる「ステップアップ選択制度」

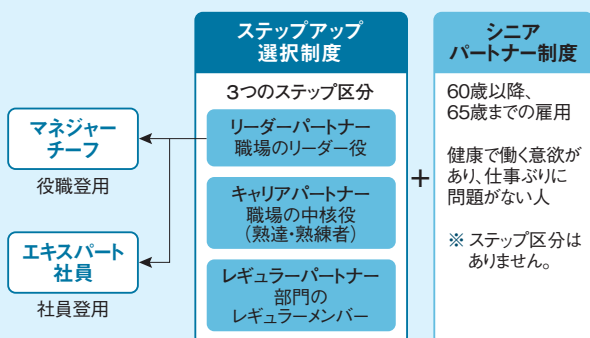
イトーヨーカドーでは、全従業員の約8割(2008年2月末現在)をパートタイマーが占めており、近年では売場での接客や販売だけでなく、スタッフの教育・管理など店舗運営の重要な役割を担うパートタイマーの方が増えています。それと同時に、パートタイマーの仕事に対する価値観や考え方、働き方に対するニーズも多様化しており、こうした変化に対応した人事処遇制度を整えることが重要なテーマとなっています。

そこでイトーヨーカドーは、2007年3月に新しい人事処遇制度を策定。働き方を選べる「ステップアップ選択制度」のほか、より成果の反映される評価・賃金体系、最長65歳まで働くことができる「シニアパートナー制度」などを整えました。

「ステップアップ選択制度」では、パートタイマーを職場での役割や業務内容、必要な技術・技能などをもとに「レギュラー」「キャリア」「リーダー」の3つに区分し、本人が希望すれば、次のステップにチャレンジできるようにしています。また、各自の価値観に合わせてステップアップをしないことも選択できます。

2008年3月1日現在、約1,650名が「リーダー」に、約2,400名が「キャリア」に認定されているほか、約250名がエキスパート社員(正社員)へのステップアップに挑戦し、認定されています。

#### ステップアップ選択制度、シニアパートナー制度



### 技能向上を支援する「生鮮パートナー社員技術コンクール」

イトーヨーカドーでは、社員の自主的な技術向上やモチベーションの向上を積極的に支援しています。

技術が直接的に商品力につながる生鮮部門では、2005年から年1回、精肉・鮮魚・寿司・温惣菜担当のパートタイマーを対象とした「生鮮パートナー社員技術コンクール」を開催。店予選・ゾーン大会を勝ち抜いたメンバーが、各部門の主要商品をつくり、技術を競い合っています。

このコンクールに合わせて、社員教育の充実にも力を入れています。技術研修を中心に、マネジャーによるOJT(職場内教育)、店舗を巡回するトレーナーによる現場教育に加えて、社員それぞれのレベルに合わせた集合研修などを実施。2007年度は、これらの研修に延べ約1,900人が参加しました。

### お取引先との公正な取り引きを管理・推進する「FT(フェアトレード)委員会」

イトーヨーカドーは、「お取引先に信頼される誠実な企業でありたい」と社是に掲げ、お取引先との公正な取り引きの徹底と信頼関係の構築に努めています。その中心的な役割を果たしているのが、1999年に発足した「FT(フェアトレード)委員会」および「FT委員会事務局」です。

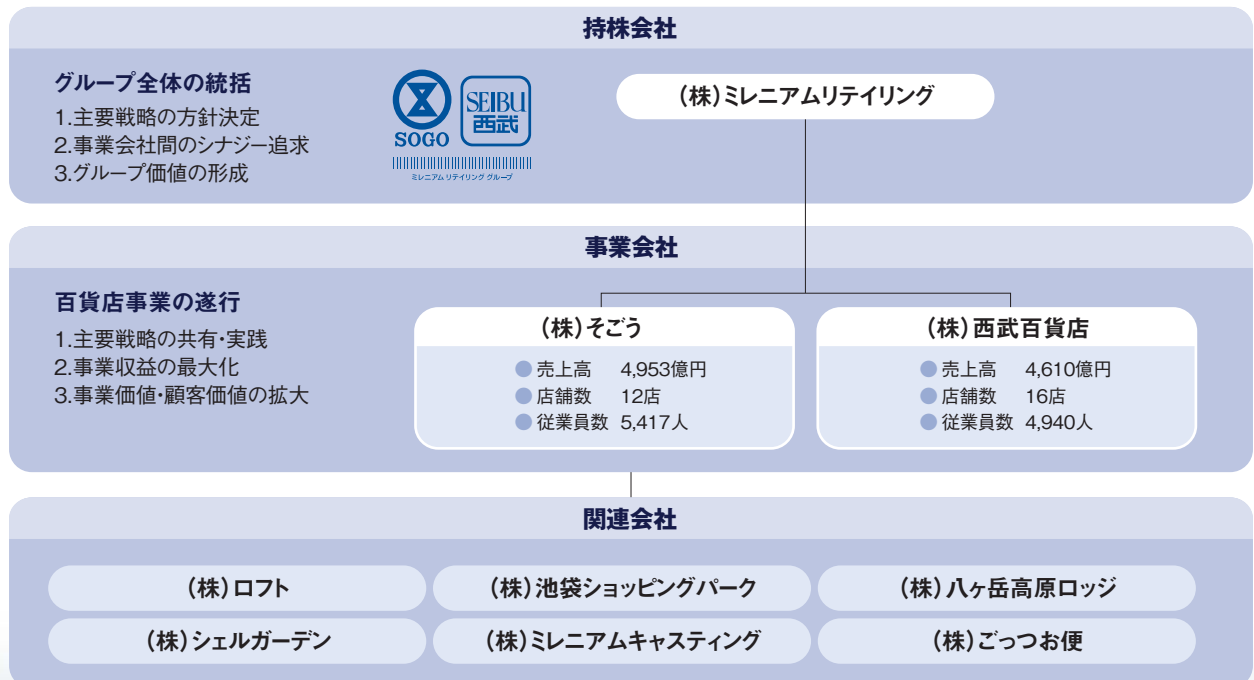
FT委員会事務局では、近年、小売業において問題となっている「不当な返品・値引」「未引取」「派遣要請」「買ったたき」などの優越的地位の濫用行為について、商談内容の点検を実施しているほか、仕入れに携わるバイヤー(仕入責任者)やディストリビューター(売場への商品提案・数量確定・配送責任者)の教育にも力を入れています。また、商品の仕入れや販売に関連する法規をわかりやすくまとめたガイドブックを作成・配布しています。

## 信頼に応える質の高い商品、豊富な品揃えでお客様のニーズにきめ細かく対応しています。

ミレニアムリテイリンググループは、2003年6月に(株)十合(現:株式会社ミレニアムリテイリング)、(株)そごう、(株)西武百貨店を統合した新たな百貨店グループとして発足。現在は、(株)ミレニアムリテイリングがグループ全体の本部機能を担い、(株)そごう、(株)西武百貨店が事業会社として百貨店事業の運営機能を担っ

ています。

「お客様へ『満足』と『喜び』を提供しつづける総合生活産業」であるために、ミレニアムリテイリングは、「そごう」「西武」両ブランドへの信頼に応える質の高い商品提供と、地域や店舗の特性に応じた豊富な品揃えによって、お客様のニーズにきめ細かく対応しています。



## 重視しているCSR

### ●百貨店にふさわしい商品価値を追求しています

そごう、西武百貨店は、衣料品からインテリア、食品までの幅広い商品一つひとつについて、お客様が求める価値を満たしているか否かをさまざまな方法で確認しています。なかでも関心が高まっている食品の安全については、法令よりも厳しい独自の衛生管理基準を定めて自主点検を行っているほか、全店舗が社外の専門検査機関による食品衛生点検を受けています。さらに、お取引先を対象とした説明会を開催して店舗での衛生管理方法などを確認しています。

### ●安全で快適な施設・設備づくり 接客サービスの充実に取り組んでいます

そごう、西武百貨店は、駅に隣接している店舗が多く、さまざまなお客様が来店されます。そこでミレニアムリテイリングは、来店されるお客様一人ひとりにとって、安全で快適な施

設となるよう、設備のバリアフリー化や「AED(自動体外式除細動器)」の設置などを推進しています。また、お客様のお買い物をサポートする「ハートフルアドバイザー」の資格取得を促進するなど、ユニバーサルデザインの考え方を接客の中にも取り入れています。

### ●個人情報の適正な管理に努めています

そごう、西武百貨店では、多くのお客様にクレジットカードやメンバーズカードをご利用いただいていることから、個人情報を適正に管理し、情報の流出や漏洩がないよう努めています。その一環として、個人情報の取り扱いに関する「7つの禁則事項」を定めて社員に徹底しているほか、お取引先の従業員の方にも研修や誓約書を通じて適正な管理をお願いしています。

#### 会社概要 (2008年2月末現在)

設立:1952(昭和27)年7月((株)十合の前身の会社。現在のグループ発足は2003年6月より)

所在地:

〒102-0074

東京都千代田区九段南二丁目1番30号

事業内容:

百貨店をはじめとした  
事業会社に対する経営指導  
およびそれに付帯する業務  
資本金:377億円

売上高:そごう4,953億円、

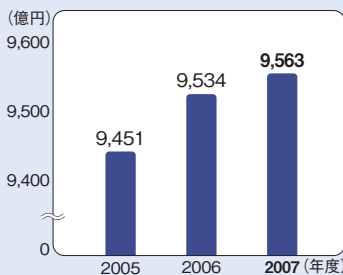
西武百貨店4,610億円

従業員数:そごう5,417人、

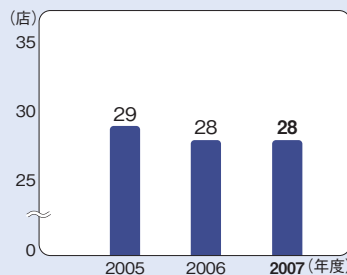
西武百貨店4,940人

店舗数:そごう12店、西武百貨店16店

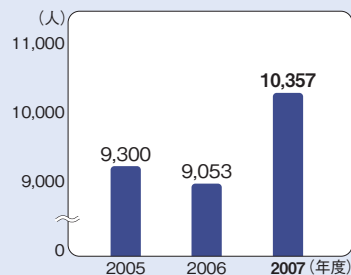
#### 売上高の推移



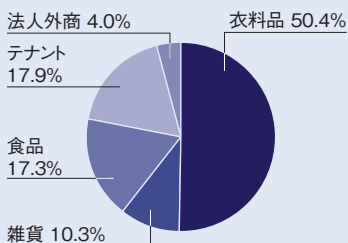
#### 店舗数の推移



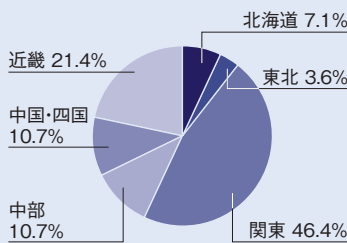
#### 従業員数の推移



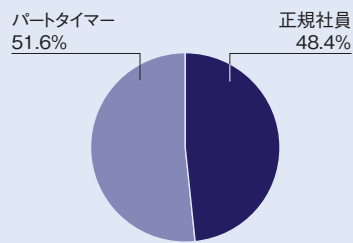
#### 商品ジャンル別の売上高比率



#### 地域別店舗数の比率



#### 雇用形態別の従業員比率



※ 上記グラフの数値はそごう・西武百貨店の合計。

## 安全・安心な商品の提供

**Q 取扱商品が多い百貨店。品質管理は行き届いていますか？**

**A 管理体制を強化して、お取引先とともに安全な商品の提供に努めています。**

### 表示・衛生・品質の管理徹底に向けて 品質管理委員会を設置

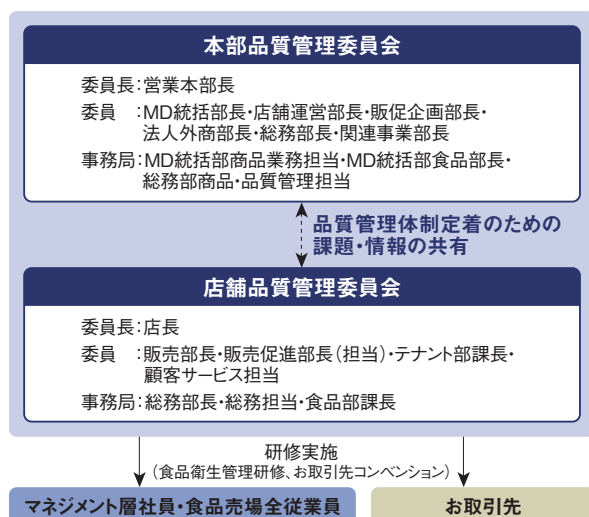
ミレニアムリテイリングでは、2007年度のお歳暮カタログにおいて商品記載の誤表示※がありました。この件をふまえて、改めて品質管理体制を強化していくために、2008年3月に「本部品質管理委員会」「店舗品質管理委員会」を設置しました。これら委員会は、お客様の視点に立った「適正表示」「食品衛生」「品質管理」の実行と定着を目標として設定。主に、①全社および店舗内への適正表示・衛生管理の諸施策の定着、②お取引先管理・媒体表現・商品選定の再点検と是正、③法令遵守を営業活動の場で実践する仕組みづくり、という3つをテーマに活動しています。

本部品質管理委員会は四半期に1回、店舗品質管理委員会は月1回開催し、それぞれ活動状況の報告と課題の認識、対応策の検討を進めています。

また、こうした体制に基づく品質管理の徹底を図るために、2008年度から各店舗での「食品衛生管理研修」や、お取引先を対象とした説明会を実施しています。

※「中国産バスチャライズ(低温殺菌処理)キャビア」を「ロシア産フレッシュキャビア」と誤表示。

### 品質管理体制



### 適正な表示を徹底していくために 社員の知識向上と点検強化を推進

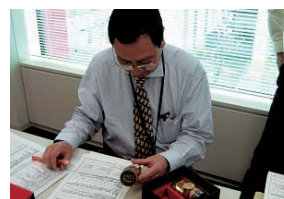
誤表示の再発防止に向けて、ミレニアムリテイリングでは自社における適正表示や媒体表示・表現に関する知識の向上と、カタログ・商品などの現物を確実に点検・確認する仕組みの定着に取り組んでいます。

社員の知識向上に向けて、2008年4月から5月にかけて開催した「食品衛生管理研修」(→P57)では、景品表示法に関して不当表示の例などを盛り込んだカリキュラムを整備。店舗品質管理委員、食品部門・テナントレストラン部門のマネジメント層519人が受講しました。今後は、さらに専門性の高い研修を実施していく計画です。

また、表示点検の仕組みとして、新たに以下の3つの取り組みを開始しました。

- ①カタログなどの校正のさいに、従来の販売企画部宣伝企画担当、MD統括部に加えて、総務部商品・品質管理担当が点検するよう体制を強化しました。
- ②ギフト商品の現物を確認する「商品見分け会」を実施。産直商品の産地証明書の確認やラベル表示、商品の形状・容積率などを点検しています。
- ③お客様からのお問い合わせに迅速に回答できるよう、全ギフトセンターに、商品の産地について参照できるデータを常備しました。

こうした取り組みを継続していくことで、お客様に安心していただける適正な表示に努めていきます。



ギフト商品の「商品見分け会」

## 店舗での自主点検や外部機関の検査を通じて 食品衛生管理を徹底

産地の偽装表示など、食品に関する問題が頻発する中で、ミレニアムリテイリングでは、食品衛生管理体制の整備に取り組んでいます。独自の管理基準を定めて各店舗で自主点検を実施するほか、外部機関による定期的な売場検査や、従業員教育にも注力。2008年3月の「品質管理委員会」発足を契機に、2008年度は衛生管理体制のさらなる強化を図っています。

### ● 独自の「衛生管理基準」に基づく自主点検・管理

各店舗の食品売場では、法令よりも厳しい独自の「衛生管理基準」(2003年6月制定)に基づいて、厨房や食品売場の冷蔵庫・商品ケースなどの温度管理、商品表示の点検などを実施しています。

### ● 外部機関による衛生点検指導

各店舗での自主管理・点検が適正になされているかを検証するために、全店舗を対象に年4回、外部機関(株)BMLフード・サイエンス(BFS)による食品衛生点検を実施。不適事項があった場合には、従業員への改善指導や衛生教育のほか、お取引先や製造元に対する点検・指導を行っています。また、食品催事にさいしては、会期初日に衛生管理状況の点検を受けて必要な改善指導を行うようにしています。

### ● 食品衛生特別点検

2008年7月23日から8月6日にかけて、そごう・西武百貨店の各6店舗を対象に、厨房および厨房勤務者の衛生管理の抜き打ち点検を実施しました。

この点検は、商品・品質管理担当と食品部バイヤー、BFSが共同で、各店舗とも開店前に実施。点検結果をお取引先に報告して現場への改善指導をお願いし、改善報告書を提出していただきました。



特別点検

### ● 食品衛生に関わる研修・お取引先向け説明会

食品衛生に対する意識啓発を目的に、「食品衛生管理研修会」を開催しています。2008年度は、4月から5月にかけて、そごう12店舗・西武百貨店15店舗で開催し、店舗品質管理委員、関連部門のマネジメント層、食品売場社員など2,877名が参加。ミレニアムリテイリング総務部商品・品質管理担当者が講師役を務め、実際に起こった食品関連の事件・事故とその原因を例示しながら、日常業務の中で注意すべき点を説明しました。

また、2008年7月には、ミレニアムリテイリングで「食品品質管理お取引先様コンベンション」を2回にわたって開催。ご参加いただいた197社(237名)の方に対して、食品売場で遵守すべき関連法令などについて説明し、衛生管理に関する意思統一を図りました。



食品衛生管理研修

### 商品特性に応じた基準を設けて、 衣料品・住居関連商品の品質を管理

ミレニアムリテイリングでは、衣料品・住居関連商品などについても品質管理の徹底を図っています。総務部商品・品質管理担当が主管部門となり、MD統括部と協力して商品の品質点検・検査を実施。不備があった場合はお取引先に対して改善を指導しています。

衣料品については、色落ち・強度・耐洗濯性などに問題がないかを確認するほか、スーツやワイシャツ、セーターなどの商品別に独自の縫製基準を制定。BFSによる売場での商品点検も受けています。また、住居関連商品についても、ホルムアルデヒド規制対象商品やPL法対象商品などを対象として、BFSによるサンプリング試験・品質確認を毎月1回実施しています。

これらのほか、お客様からクレームのあった商品については随時検査して、その結果や問題点についてMD統括部から各店舗・お取引先へ報告し、改善するようにしています。



衣料品についても品質管理を徹底

## 地球温暖化への対策

### Q CO<sub>2</sub>削減のために、百貨店ではどんな対策をとっていますか？

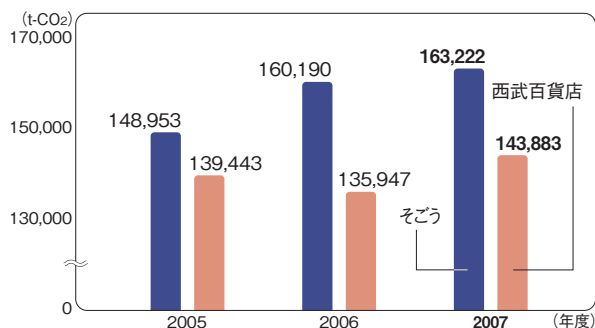
A 照明や空調の効率化のほか、広い敷地面積を生かした屋上緑化も進めています。

#### 省エネ設備の導入や空調・照明の抑制を通じてエネルギー消費量の削減に注力

ミレニアムリテイリングは「チーム・マイナス6%」の一員として、また自主行動計画の達成をめざす日本百貨店協会のメンバーとして、省エネ設備の導入などを通じたCO<sub>2</sub>排出抑制に取り組んでいます。

なかでも、全消費エネルギーの約9割を電力が占めていることから、その使用量削減に向けて、電力使用に関する運用管理基準や全店舗での日割使用量目標を定め、きめ細かな管理を実施しています。また、一部テナントについては、使用量目標を設定し、ご協力いただいています。

#### CO<sub>2</sub>排出量の推移



2007年度は、猛暑の影響や夜間の大型改装工事にもなう照明などが増大したことから、電力使用量は、そごうで268.0GWh(2006年度比99.0%)、西武百貨店で267.7GWh(2006年度比102.0%)となり、CO<sub>2</sub>排出量は、そごうで163,222トン(2006年度比101.9%)、西武百貨店で143,883トン(2006年度比105.8%)となりました。

#### ● 西武百貨店池袋本店の設備改修計画

西武百貨店池袋本店では、改装に合わせて、発電機などの電力関連設備、冷凍機やボイラーなどの熱源関連設備の大規模な改修を計画しています。2010年に完成を予定しているこの改修によって、現行の設備と比較してエネルギー使用量を27.4%に相当する年間48,695GJ、CO<sub>2</sub>排出量を年間2,881トン削減する計画です。



発電設備の更新

## TOPICS

### そごうの環境マネジメント体制を強化

西武百貨店では、百貨店業界ではいち早く1999年4月にISO14001認証を取得し、同規格に基づく環境マネジメント体制を構築しています。これを参考にして、そごうも2008年6月に環境管理委員会を設置し、環境マネジメント体制の構築を開始しました。

2008年下期からは、西武百貨店が掲げる環境保全活動の重点項目「4つの柱と9つの取り組み」をそごうも共有して、数値目標を定めて着実に実行していきます。また、店舗で働く一人ひとりの社員に環境意識を浸透、定着させていくために、西武百貨店で継続的に実施している全社員を対象とした環境教育を、2008年9月からそごうでも実施する計画です。

### 4つの柱と9つの取り組み

| 重点取り組み項目            |                       |
|---------------------|-----------------------|
| 4つの柱                | 9つの取り組み               |
| お客様とのコミュニケーションの強化   | 環境商品の選定と提案            |
|                     | スマートラッピングの推進          |
|                     | 環境イベントの展開・強化          |
| 社会・地域とのコミュニケーションの強化 | 地域との共生                |
|                     | 社会との共生<br>(盲導犬育成支援活動) |
| 環境負荷の低減と環境保全活動の推進   | 「地球温暖化」対策             |
|                     | 「循環型社会」の推進            |
|                     | 「省資源」の推進              |
| コンプライアンスとリスクマネジメント  | 順法とリスクマネジメントの強化       |

### ● 空調設備の改善

西武百貨店池袋本店では、空調用の電力消費を抑制していくために、空調機の更新時に高効率の機器を導入しているほか、消費電力を大幅に削減できるインバータを採用しています。また、春・秋といった中間期に低温の外気を冷房に利用する外気冷房システムを導入しました。今後も、同様のシステムを順次増設していく予定です。2007年度は、空調機4台を更新しました。

### ● 店内の空調緩和

ミレニアムリテイリングでは、環境省の推奨する「クールビズ」の考え方を店舗にも適用し、2007年夏に店内の空調設定を「弱冷房」に緩和しました。さらに2008年は、日本百貨店協会の加盟店共通の取り組みとして、7月7日から8月6日の1か月間、全店舗で店内温度を26度、バックルームなどを28度に設定しました。こうした取り組みにあたっては、お客様にご理解いただけるよう、店内放送やポスター掲示などを通じて周知を図りました。

### ● ブラックイルミネーションの実施

ミレニアムリテイリングでは、地球温暖化問題への認識を広めるという観点から、環境省が提唱するライトダウンキャンペーン「ブラックイルミネーション」に2004年6月の第1回から毎年、参加しています。2008年度は、4月9日、6月22日、7月7日に実施して、1回2時間の消灯で、そごうで1,210kwh、西武百貨店で792kwhの電力削減効果がありました。

さらに2008年9月からは、毎日2時間程度、ネオンサインや壁面の照明の点灯時間を遅らせる、または消灯時間を早める「ブラックイルミネーション」をそごう、西武百貨店の店舗（一部を除く）で実施しています。



ライトダウン前



ライトダウン後

### ● 高効率の照明器具への切り替え

ミレニアムリテイリングでは、店内の改装時や照明ランプの交換時に、蛍光灯タイプなど省エネ効果の高い照明器具への切り替えを進めています。2007年度は、西武百貨店所沢店、そごう八王子店で蛍光灯タイプの照明を導入。また、西武百貨店筑波店のエスカレーター天井、東戸塚店のエレベーターホールで照明器具を更新しました。

さらに今後は、店舗改装を機に、低消費電力で長寿命のLED照明の導入も実施していきます。まずは西武百貨店池袋本店の改装に合わせ、3階の自主編集売場70坪の照明をLED照明に切り替えました。



西武百貨店池袋本店のLED照明



### 地域自治体とも連携を図りながら 店舗の屋上・壁面の緑化を推進

店舗の緑化は、都市部でのヒートアイランド現象の緩和や、建物の断熱性・保温性の向上による空調抑制につながるほか、お客様に憩いの場を提供する上でも有効です。

こうした考えのもと、ミレニアムリテイリングでは店舗の壁面・屋上の緑化を推進。これまでに西武百貨店の池袋本店と船橋店で実施しています。2008年10月には、そごう川口店で、埼玉県助成事業として埼玉県で開発された植栽技術を利用した屋上約589m<sup>2</sup>の緑化を行いました。今後は、地域の皆様に「憩いの場」を提供することをめざして、園芸ボランティア団体と連携した定期的な園芸教室や、文化・環境イベントなどを実施していく予定です。



そごう川口店の屋上庭園

## 廃棄物の削減

**Q** 百貨店での容器包装の削減策を教えてください。

**A** お客様のご用途に応じたスマートラッピング(適正包装)を推進しています。

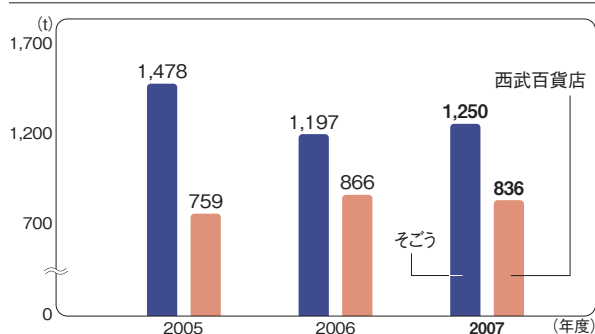
### お客様にご協力を呼びかけながら 包装紙・手提袋の使用を抑制

日本百貨店協会では「紙袋・手提袋などの紙製容器の使用量を2010年までに、原単位(売上高当たりの使用量)で2000年比25%削減」という目標を掲げており、ミレニアムリテイリングでは過剰包装の抑制を図る「スマートラッピング」を推進しています。

西武百貨店では、2007年度の社員教育で「スマートラッピング」を重点テーマに掲げて、社員一人ひとりが各売場に合ったスマートラッピングを考え、実践しました。また、お客様のご理解・ご協力を得られるよう、店内放送やポスター・POPを通じた呼びかけに加えて、商品販売時のお客様への声かけに努めています。「スマートラッピング」をスムーズにご案内できるよう、「販売基本ルール」に織り込んで研修などで学ぶほか、レジカウンターに「エコ包装お勧めトークシート」を置いて社員がいつでも確認できるようにしています。

こうした取り組みの結果、2007年度の容器包装使用量は、西武百貨店では836トン(2006年度比96.5%)となりました。しかし、そごうでは食品の売上高増加にともなって包装材の使用量が増加した影響で1,250トン(2006年度比104.5%)となりました。なお、容器包装のうち包装紙・手提袋の使用量は、そごうで458トン、西武百貨店で250トンとなりました。2008年度も包装紙・手提袋の使用量削減に引き続き取り組んでいきます。

容器包装使用量の推移



## TOPICS

### そごうにおけるレジ袋の使用削減の取り組み

2008年7月から、そごう12店舗の食品レジで、お客様にレジ袋の配布量削減へのご協力を求める活動を開始しました。

店内では、ポスターやPOP、レジ担当者の胸ワッペンでご協力を呼びかけるほか、「レジ袋辞退カード」を設置。レジ担当者は、一人ひとりのお客様にレジ袋の要否などをお声がけするようにしています。今後は、この取り組みで削減できた経費の中から、環境団体へ寄付することも計画しています。



吊りPOP、胸ワッペンでの呼びかけ

### 「発生抑制」と「再生利用」の2つの側面から 食品廃棄物の削減を推進

食品廃棄物の削減に向けて、ミレニアムリテイリングでは「発生抑制」と「再生利用」に取り組んでいます。

発生抑制のために、生ごみの水切りなどを徹底しています。また、食品業者・レストランなどのお取引先に対して、課金による意識啓発などを通じて食品残さの排出抑制を促しています。

一方、再生利用促進のために、例えば西武百貨店では、池袋本店・岡崎店・東戸塚店・秋田店の4店舗(2008年7月末)で生ごみ処理機を導入し、発生した食品廃棄物を肥料にリサイクルしています。池袋本店と秋田店では、この肥料を契約農家に提供し、そこで生産された農産物を販売する資源循環システムの構築にも注力しています。

こうした取り組みの結果、2007年度の食品廃棄物のリサイクル率は、そごうで36.6%、西武百貨店で38.3%となり、それぞれ2006年度比で6.3ポイント、5.7ポイント上昇しました。



生ごみ処理機



コンポスト肥料で栽培した農産物

## 商品の提案を通じた環境配慮

Q 「エコ」は大切。けれどデザインにもこだわりたいのですが…。

A 楽しめて環境にもやさしい  
多彩な「エコスタイル」を提案しています。

### 百貨店ならではのファッションブルな エコスタイルを提案

ミレニアムリテイリングでは、百貨店のトレンド情報発信力を生かして、環境負荷が低く、かつ快適でファッションブルなエコスタイルをお客様に提案しています。

### ●「環境商品」の販売

ミレニアムリテイリングでは、独自の「環境商品選定基準」に基づいて「環境商品」を認定し、表示しています。2007年度は新たに14アイテムを認定し、認定商品は2008年5月末で全96アイテムとなりました。商品区分としては有機野菜や味噌・醤油などの食材が中心ですが、食品以外のオーガニック商品も増加しています。今後は、衣料品を中心としたよりデザイン性の高い商品の認定を増やしていく考えです。

### ●オリジナルエコバッグの開発・販売

西武百貨店では、2000年度から「SEIBUオリジナルエコバッグ」の販売を開始し、現在は、そごうでも販売しています。バッグはペットボトルをリサイクルした再生ポリエステル製で、保冷タイプやショッピングカートタイプなど多彩な品揃え。2007年度は、10月発売の「おかいものクマエコバッグ」がご好評を得て、エコバッグの売上が2006年度比130%となりました。また、2008年5月には、2007年10月に実施したスマートラッピングアイデアの社内公募で最優秀賞に選ばれた作品を「ラッピングエコバッグ」として発売。これは、エコバッグに商品を入れてリボンで口を結ぶというもので、包装紙が不要な上、開封後はエコバッグとしてご利用いただけます。



おかいものクマエコバッグ



ラッピングエコバッグ

### ●「Love Planet 2008 スタイリッシュエコフェア」の開催

百貨店ならではの品質でファッションブルなエコライフを提案する目的で、2008年5月から6月にかけて「Love Planet 2008 スタイリッシュエコフェア」を開催しました。

期間中は、西武池袋本店・そごう横浜店などで、世界中からエココスメを取り揃えた「エコビューティー・スタイル展」や、モード雑誌とタイアップしたオーガニックファッション中心の限定ショップ、各界の著名人11人がエコをテーマに作成したオリジナル風呂敷のオークションなどを実施。「エコビューティー・スタイル展」の収益の2%とオークションの売上金、総額720,595円を環境団体「自然・文化創造会議／工場※」に寄付しました。

ミレニアムリテイリングでは今後も、ファッションブルで「エコ」な取り組みを続けていきます。



エコビューティー・スタイル展

※自然・文化創造会議／工場：作家たちによって設立された、自然保護と回復のために活動する団体。

### ●クールビズファッションショーへの参加

2008年6月に開催された「チーム・マイナス6%」のイベント「『COOL BIZ + (クールビズ プラス)』 Presentation in Tokyo」に参加しました。「クールビズ」ファッションに地球温暖化防止へのアクションを「プラス」という同イベントのテーマに沿って、ミレニアムリテイリングでは自社推薦のクールビズファッションと折りたたみエコバッグを提案しました。



COOL BIZ + ファッションショー

## 安全・安心な店舗づくり

**Q** 人の多い大規模施設では、事故や災害がちょっと心配です。

**A** バリアフリー化や緊急時対策を進め  
安全で快適な店舗づくりに努めています。

**設備・接客の両面で、ユニバーサルデザインに  
配慮したハートフルな店舗づくりを追求**

衣料品から食品まで幅広い商品を扱う百貨店には、毎日さまざまなお客様が来店されます。ミレニアムリテイリングでは、そうしたお客様一人ひとりが安全かつ快適にお買い物できる店舗づくりに取り組んでいます。

ミレニアムリテイリングでは「ハートビル法(高齢者、身体障害者などが円滑に利用できる特定建築物の建築の促進に関する法律)」が施行された1994年以降にオープンした全店舗で、高齢の方や障がいのある方に配慮した設備・施設を導入し、同法の認定を受けています(2008年7月末現在3店舗)。既存の店舗についても、改装時に順次、設備のバリアフリー化を進めています。

また、お客様のお買い物をサポートするための社員教育にも力を入れています。西武百貨店では2001年度から、そごうでは2003年度から、(財)総合健康推進財団が認定する「ハートフルアドバイザー」資格の取得を推進。2007年度はそごうで71名、西武百貨店で82名がこの資格を取得し、有資格者は合わせて833名になりました。2008年度は計100名程度の取得をめざします。



ハートフルアドバイザーの研修風景

**災害発生時にも適切な対応をとれるよう  
設備の改善や消防訓練などを実施**

ミレニアムリテイリングでは、地震・火災などの災害発生時に備えて、建物の改修や消防訓練に注力。各店舗で「防犯防災対策委員会」を開催し、防犯・防災計画を策定しているほか、自衛消防隊を組織して定期的な消防訓練を実施しています。また、避難動線の確保や安全管理点検、繁忙期の防犯・防災点検の実施など、日常業務の中で守るべきルールを定めて確実に実行しています。

地震対策については、1995年12月の「耐震改修促進法」の施行に合わせて、各店舗の耐震診断、耐震補強工事を進めています。これまでに、補強工事が必要な店舗については順次工事を完了。西武百貨店池袋本店については、改装と合わせて2010年度をめどに補強工事を終える予定です。またミレニアムリテイリングでは、2007年10月から気象庁が一斉配信している「緊急地震速報」の運用を2008年4月に開始。これに先立って、2008年1月には緊急地震速報対応訓練を実施しました。



訓練の様子

**緊急時の救命活動に備えて  
全店舗にAED(自動体外式除細動器)を設置**

心疾患、特に心臓が痙攣する心室細動で人が倒れた場合、1分、1秒でも早くこの痙攣を止めること(除細動)が重要です。

こうした緊急の救命活動に備えて、ミレニアムリテイリングでは、2006年度に全店舗の防災センターや総合案内所などに「AED(自動体外式除細動器)」を設置しました。また、自治体の消防署が実施している「AED普通救命講習」の受講を推進。緊急時対応を主に担う安全管理担当者全員が2007年度までに受講し、そごうと西武百貨店を合わせた総受講者数は3,284人となりました(2008年2月末)。

2008年3月には、西武百貨店岡崎店・八尾店で心肺停止状態に陥ったお客様が、AEDを用いての心肺蘇生によって一命を取り留められました。迅速な救命活動の重要性を改めて認識し、今後も社員の救命講習受講を進めていきます。



店舗に設置しているAED

## 地域社会への貢献

### Q どのような社会貢献活動に取り組んでいますか？

A 地域の方々の声を聞きながら  
事業特性を生かした地域貢献を続けています。

#### ノーマライゼーションの浸透をめざして 盲導犬育成事業を継続的に支援

ミレニアムリテイリングでは、そごうが民事再生手続きを終結した2003年に「社会への感謝の気持ちを具体的な行動で表そう」と、盲導犬育成団体への支援・盲導犬に対する意識啓発活動を開始。そごうに続いて、西武百貨店も2004年から同様に支援活動を開始しました。以後、①全店舗の店頭での募金活動、②会社と労働組合が設立した「ミレニアム基金」、③社内募金活動「ワン! コイン倶楽部」、④店頭で開催する「盲導犬ふれあいキャンペーン」を柱に活動を続けています。

2007年度は、そごう・西武百貨店の店頭募金で集まった2,417万円を、店舗近隣の盲導犬育成団体に送金しました。また、ミレニアム基金から、全国の盲導犬育成9団体へ2,000万円を寄付。日本盲導犬協会は、この一部を利用して、2007年12月に盲導犬や職員の搬送に使うラッピングカー2台を購入しました。

また、全店舗で春と秋の年2回、盲導犬に対する理解浸透・啓発を目的とした「盲導犬ふれあいキャンペーン」を開催。店舗近隣の盲導犬育成5団体の協力を得て訓練士と盲導犬を派遣していただき、盲導犬のデモンストレーションや、盲導犬との体験歩行などを集まったお客様に体験していただきました。

今後もこうした活動を通じて、障がいのあるお客様のアテンドなどのサービスの充実、ノーマライゼーションの浸透に努めていきます。



「盲導犬ふれあいキャンペーン」での疑似体験コーナー



ラッピングカーを寄贈

#### 地域特性や地域の方々の声に応える 社会貢献活動を各店舗で推進

ミレニアムリテイリングでは、それぞれの出店地域に密着した社会貢献活動を行っています。①地域づくり、②地産地消などの地域商業者と連携した地域活性化、③地産品の販売促進、④地域防災・防犯対策の推進、⑤地域と連携した環境保全活動、環境美化の推進、⑥地域雇用の確保を基本姿勢として、各店舗でさまざまな取り組みを続けています。

##### そごう各店舗の主な社会貢献活動



「かながわ・よこはまこどもアート大賞」を開催(横浜店)



地元の小学生が一日職場体験(千葉店)



原爆ドーム周辺の清掃活動(広島店)



川口市が荒川で進める「盛人の森」計画に協力(川口店)

##### 西武百貨店各店舗の主な社会貢献活動



打ち水大作戦(大津店)



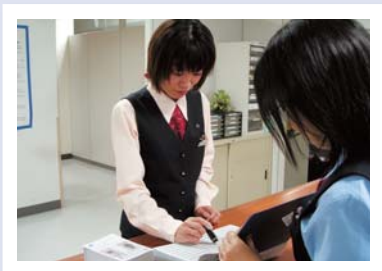
ご案内係体験(船橋店)



「おかいものクマバッグ」収益金を緑化事業に寄付(所沢店)



横浜開港150周年記念行事に協力(東戸塚店)



## お客様からお預かりする大切な個人情報の保護も、百貨店にとって重要な責務です。

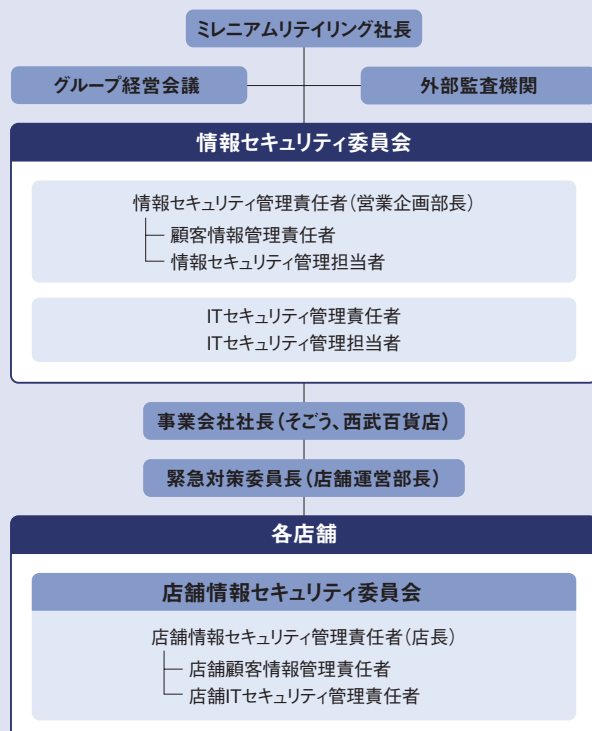
### 「7つの禁則事項」を定めて 適切な情報管理に向けた教育・施策を実施

ミレニアムリテイリングでは、メンバーズカードやクレジットカードを通じてお客様からお預かりする個人情報は、お客様の大切な資産であると認識し、適切な保護・取り扱いに注力。「7つの禁則事項」を定めて、情報の「漏洩や不正アクセスからの保護」「内容や取り扱いの正確さ」「必要時に速やかに利用できる環境の整備」を基本とした情報セキュリティ対策を進めています。

#### 7つの禁則事項

1. パソコンからのお客様へのeメール禁止
2. パソコンへの個人情報の保存禁止
3. 個人情報記載伝票の放置禁止
4. 個人情報の店外持ち出しの禁止
5. 店舗指定場所以外での個人情報保管の禁止
6. 販売促進課長を経由しないDM投函の禁止
7. 受渡台帳を使用しない個人情報授受の禁止

#### 情報セキュリティ委員会体制



### ● 情報セキュリティ体制

ミレニアムリテイリングでは、情報セキュリティに関する取り組みを強化していくために、2005年4月、本部に「ミレニアムリテイリング情報セキュリティ委員会」を、各店舗に「店舗情報セキュリティ委員会」を設置。各売場には「顧客情報管理責任者」を配置しました。この体制のもと、個人情報が記載されている伝票やリストに「マルP」マークを付けることで社員に取り扱い時の注意を促し、適正に管理するよう努めています。

### ● 店舗で働くお取引先従業員への指導

店舗では、多くのお取引先から従業員の方が派遣され、仕事をしておられます。こうしたお取引先の従業員の方にも、店舗で取り扱う個人情報の適正な管理を徹底していただくことが重要です。ミレニアムリテイリングでは、①お取引先と「顧客情報の取扱いに関する確認書」を締結する、②顧客情報を取り扱う全社員から「顧客情報取扱いに関する誓約書」を提出していただく、③入店時の研修カリキュラムに情報管理のルールの説明を組み込む、などの対策を講じています。

### ● リスク低減に向けた情報セキュリティ強化策

2007年度は、2007年2月に業務で使用するパソコンを新しいものと入れ替えました。この作業にあたって、会社が指定しない大容量記憶媒体をパソコンに接続できないように設定しました。また、お得意様部門で使用していた、クレジット会社から紙の書類で提供されているクレジット口座番号記載リストを電子化し、持ち出しや紛失のリスクを低減しました。

今後も、情報セキュリティに対する社員の意識向上を図るとともに、パソコンやPOS(販売時点情報管理)への不正接続防止に向けたネットワーク対策にも取り組んでいきます。



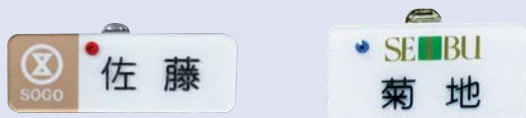
## 店舗の全ての従業員にとって 働きやすい職場づくりに努めています。

### 社員のモチベーション向上のために 成果を讃える認定制度を運用

社員をはじめ店舗で働く全ての人のモチベーション向上を図るとともに、一人ひとりの成果をきちんと評価する風土を確立していくことは、百貨店にとって重要な責任の一つであり、お客様へのサービス向上にもつながります。こうした考えのもと、ミレニアムリテイリングでは、パートタイマーやお取引先からの派遣社員を含む全従業員を対象に「スタークラブ」メンバー認定制度を設けています。西武百貨店では1997年度から、そごうでは2002年度からスタートしました。

この制度は、主に接客・販売業務において優れた成果をあげた社員を認定するものです。認定にあたっては、半期ごとの販売実績をもとに選抜。お客様からの信頼も厚く、ほかのメンバーの模範となる販売員のうち、売場別全社販売員数の上位1%に該当した社員を「全社スタークラブ」メンバーとし、店舗別総販売員数の上位2%に該当した社員を「店舗スタークラブ」メンバーと認定しています。

2007年度は、そごうで1,029名が、西武百貨店で944名が「スタークラブ」のメンバーとして認定されました。認定者は「スタークラブ」の象徴である星のマークをネームバッジに付けています。この認定バッジを付けることで、認定者に、自覚と責任感が醸成されています。



スタークラブメンバーの証であるネームバッジの「星」

また、毎期、認定祝賀会をお取引先の会社幹部も交えて開催し、お取引先からも、社員のモチベーションアップにつながるという評価をいただいています。

今後も、社員のモチベーション向上や公正な評価につながる仕組みの一つとして、また「販売」を大切にす風土の醸成に向けて「スタークラブ」メンバー認定制度を継続的に運用していきます。



認定式

### 子どもをもつ従業員が長く働けるよう 育児支援制度の拡充と理解促進に注力

ミレニアムリテイリングでは、社員が生き生きと働き続けられるように、2007年度から順次、育児休職や育児勤務など従来の育児支援制度の見直しを進めています。

2007年4月には育児休職期間について、従来の「子が満1歳まで」から「子が2歳の3月31日まで」に延長するとともに、期間を分割して子どもが小学校1年生のときにも取得できる仕組みにしました。さらに、2008年4月からは、育児勤務期間を「子が小学校就学まで」から「子が小学校1年生の3月31日まで」に延長しました。

2008年3月末現在、43名(そごう31名・西武百貨店12名)が育児休職制度を、84名(そごう54名・西武百貨店30名)が育児勤務制度を利用しています。

また、こうした育児支援制度の理解促進に向けて、2008年9月に「育児支援制度ガイドブック」を作成・配布しました。



育児支援制度  
ガイドブック



# 地域に根ざした店舗運営を実行するとともに 独自の品質基準を満たした 安全・安心な商品を提供していきます。

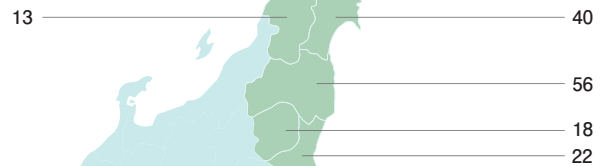
ヨークベニマルは、生鮮食品など食料品を中心に販売するスーパーマーケットを、福島県をはじめ宮城県、山形県、栃木県、茨城県の5県に展開。一定の地域に多店舗を展開する「ドミナント戦略」によって、地域での認知度向上や物流の効率化を実現しています。

各店舗では、「お客様の日常の暮らしをより楽しく、より豊かに、便利に」というコンセプトのもと、食料品の鮮度や美味しさの追求、接客サービスや衛生管理の強化に取り組んでいます。また、生産者を指定して独自の品質基準を満たす商品を取り揃えて、食品の信頼性確保に努めています。

今後は、セブン&アイHLDGS.のグループ力を生かし、マーチャндаイジング、マネジメントなどの改革を継続的に進め、食品スーパー事業の新たな店舗フォーマットづくりを進めていきます。

### ヨークベニマルの店舗数

全149店



## 重視しているCSR

### ● 衛生管理のルールを策定して その徹底を図っています

ヨークベニマルのお客様の多くは、ご家庭の食卓に出す料理の食材を買いに来られる近隣地域の方々です。そうしたお客様の信頼や期待に応えるためには、「安全・安心」な商品を揃えること、ご家族の健康を守るために一つひとつの商品の品質・安全管理を徹底することが最も重要です。そこでヨークベニマルでは、生鮮部門の全員を対象に「個人健康確認表」を提出させるなど衛生管理のルールを策定し、その徹底を図っています。また、商品においても、化学肥料や農薬をできるだけ減らして栽培した「三つ星野菜」の販売を開始しています。

### ● 地球温暖化防止のために照明の工夫や 省エネ設備機器への切り替えを進めています

ヨークベニマルは、CO<sub>2</sub>排出量を削減していくために、店

舗の売場ごとに照明の明るさを変えたり、LEDを用いた照明を導入するなどの工夫を凝らしています。また、インバータ冷蔵庫や氷蓄熱システムの導入をはじめ、各店舗で省エネ設備機器への切り替えを進めています。

### ● 「エコ」「健康」をテーマに地域の人々との 交流を図っています

ヨークベニマルは、地域社会との交流を積極的に推進しています。各店舗ごとに開店した月に実施している独自の催し、「誕生祭」もその一つで、最近「エコ」をテーマにしたイベントを積極的に開催しています。また、地域の方々の健康増進を目的に、子どもたちに正しい食生活のあり方や野菜・果物の摂取の大切さを知ってもらう食育活動や、親子で生産者の産地に足を運ぶ「親子産地収穫体験ツアー」を開催しています。

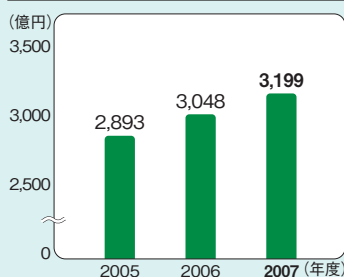
#### 会社概要 (2008年2月末現在)

設立:1947(昭和22)年6月12日  
本部所在地:  
〒963-8543  
福島県郡山市朝日二丁目18番2号

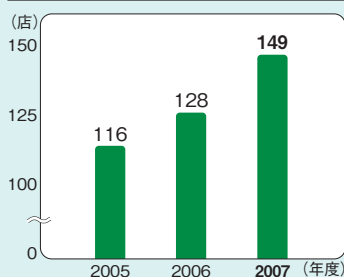
事業内容:  
食品を中心に衣料および住居関連品を  
販売するスーパーストア事業  
資本金:99億円

売上高:3,199億円  
従業員数:12,140人  
店舗数:149店

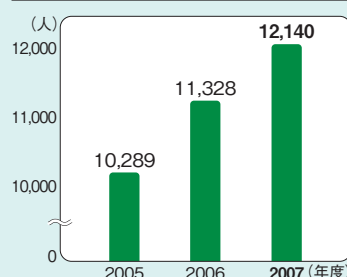
#### 売上高の推移



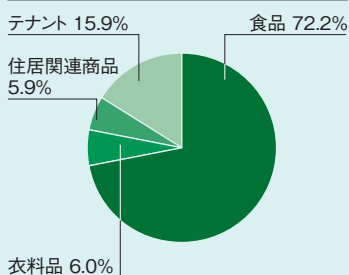
#### 店舗数の推移



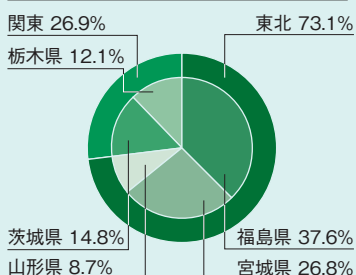
#### 従業員数の推移



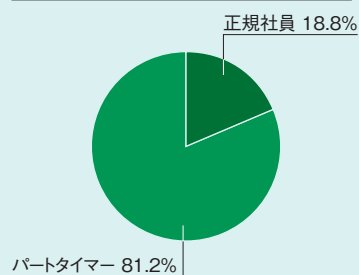
#### 商品ジャンル別の売上高比率



#### 地域別店舗数の比率



#### 雇用形態別の従業員比率



## 食の安全・安心

**Q** 食品を中心に扱うスーパーとして、安全性確保を最優先してください。

**A** 衛生管理の徹底やトレーサビリティの確保に加えて、化学肥料や農薬をできるだけ使用しない商品を開発しています。

### 清潔な作業環境づくりに努めるとともに 衛生管理を徹底

ヨークベニマルでは、衛生管理の重要性を従業員全員で理解・共有するため、「衛生管理のルール」を設定しています。これに沿って毎日の清掃と整理整頓など、衛生管理の徹底に取り組んでいます。

例えば、食中毒菌を作業場に持ち込まないよう、生鮮部門の全員を対象に「個人健康確認表」を提出させることで、担当者の健康状態を毎日把握しています。また、店内で調理加工する商品に関しては、毎月抜き取り検査を行っているほか、夏季期間中には、担当者の手指の拭き取り検査を実施しています。

こうした日々のチェックを徹底することで、安心して召し上がっていただける商品づくりに努めています。



整理整頓されたバックヤード



手指の拭き取り検査

### 化学肥料や農薬をできるだけ減らして栽培した 「三ツ星野菜(果物)」の販売を推進

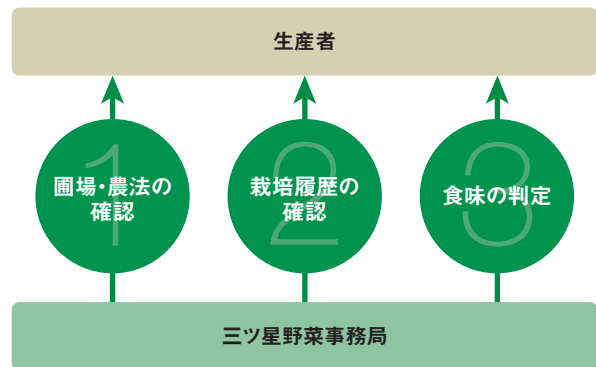
ヨークベニマルでは、2003年からムクダイという土壌改良剤を用いた畑で、化学肥料や農薬をできるだけ使わずに栽培した野菜や果物を「ムックんシリーズ」として販売してきました。

2008年3月からは、ムクダイ以外の栽培方法も含め、土壌を悪化させない優れた資材・技術を用いた栽培という観点で、特別栽培農作物※、またはその基準を目安にした新しい基準に沿った農作物を「三ツ星野菜(果物)」として販売を開始しました。「三ツ星野菜(果物)」の販売を通じて、おいしく、安全・安心な野菜・果物をお客様に手頃な価格で安定提供するとともに、生産者の安定的な収入源とすることをめざしています。

今後も「三ツ星野菜」ブランドの育成を進めていく方針で、2008年度における青果部門の中での三ツ星野菜の売上高目標を2007年度比148%としています。

※ 特別栽培農作物: 生産過程において、国の基準を受け、各県が定めた「特別栽培農作物における化学合成農薬及び化学肥料の慣行使用基準」の化学合成農薬の使用回数および化学肥料の窒素成分量が、5割以上節減された農作物。

### 「三ツ星野菜」の認定方法



三ツ星野菜



三ツ星野菜を使用したお惣菜

### 「健康」や「環境」に対するニーズに応え オーガニック商品の販売コーナーを設置

ヨークベニマルでは、お客様の健康や環境に対するニーズに対応するために、「三ツ星野菜」以外にも、オーガニック商品のコーナーを設置しています。農薬や化学肥料を使用しない有機製法にこだわったパスタやきなこ、ごま、菓子、ワインなどを品揃えしています。



オーガニック商品売場

## トレーサビリティの確保に努め 産地や生産者などの商品情報を公開

ヨークベニマルでは、生産者などお取引先の協力を得て、商品のトレーサビリティの確保に努めています。「ヨークベニマルの産地が見える商品」では、生鮮食品などの産地や栽培・育成環境、生産工程といった情報管理を徹底。お客様が商品情報を確認できる体制を構築しています。

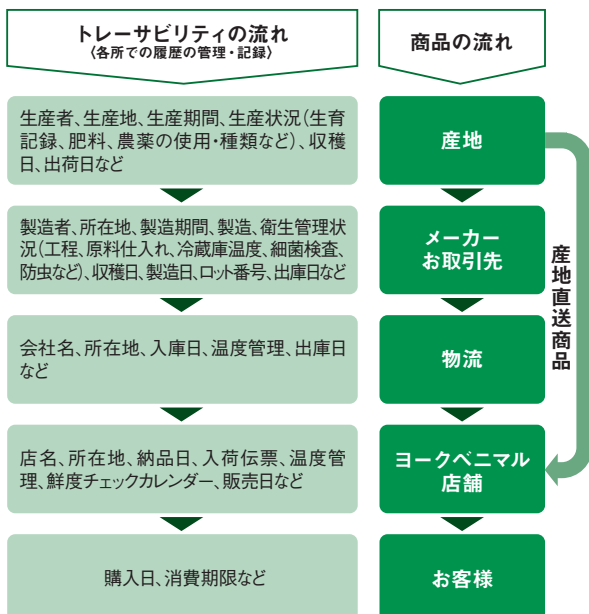
売場では、黒毛和牛や伊達鶏、うまみ鶏、宮城県産黒豚などの商品名とともに、生産者名と産地、品質などを明記したカードを提示してお知らせしています。

また自社のWEBサイトでは、国内で生産された牛肉のラベルに記載されている「個体識別番号」から、牛の種別や生年月日など、生産履歴の情報を確認していただくこともできるようにしています。さらに牛肉以外にも、鮮魚・野菜・果物・お米・お茶・牛乳などの生鮮食品の生産情報を発信。生産者がWEBサイトを運営している場合にはリンクを張るなど、より詳しい情報をお伝えできるよう工夫



「ヨークベニマルの産地が見えるお魚」売場

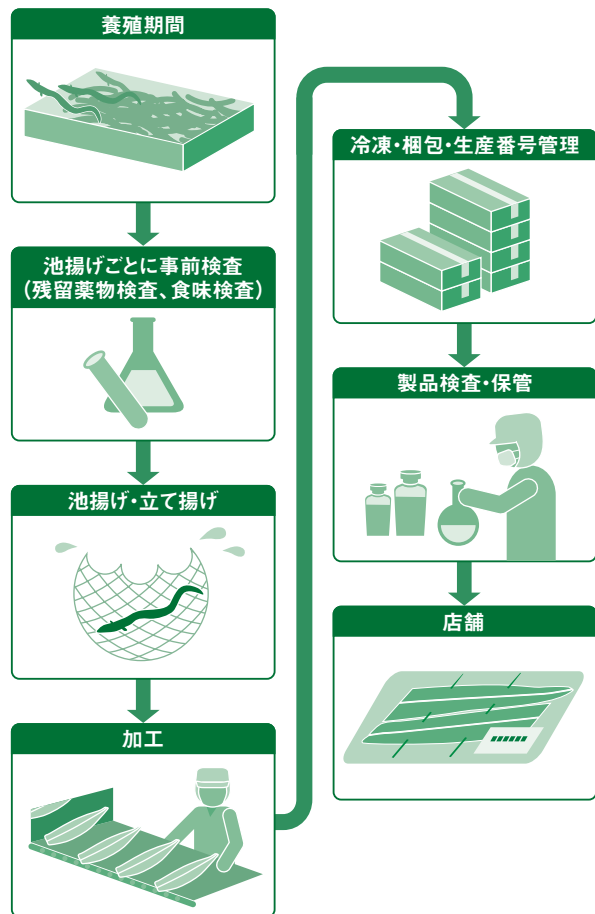
### トレーサビリティのフロー



しています。

2007年度は、WEBサイトの当コーナーへ9,757件のアクセスがありました。今後も多くのお客様に継続してご利用していただけるよう、情報の更新にとどまらず、掲載情報の拡充を図っていきます。

### 「うなぎ蒲焼」の例～養殖からお客様に届くまで



## TOPICS

### 子会社(株)ライフフーズでの取り組み

ヨークベニマルの惣菜、寿司、弁当、パンなどテイクアウトデリカテッセン商品をつくっている子会社(株)ライフフーズでは、自社で油揚げを製造するさいに出る廃食油を工場のボイラー熱源としてリサイクルしています。

また、工場から排出される食品廃棄物は、処理業者に委託して、肥料に加工。その肥料で育てた野菜を、惣菜などに加工する取り組みを実験的に開始しています。



## 地球温暖化への対策

### Q 店舗数が増えています、省エネルギーは進んでいますか？

A 店舗での省エネ対策を推進するとともに、効率的な物流によるCO<sub>2</sub>排出量の削減をめざしています。

#### 店舗における省エネ対策を推進しCO<sub>2</sub>排出量の削減を強化

地球温暖化問題が深刻化する中、その一因である温室効果ガスの主な部分を占めるCO<sub>2</sub>排出量を削減することは急務です。ヨークベニマルでは、各店舗で省エネ設備機器への切り替えを進めるほか、物流においてもCO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組んでいます。

#### ● 照明の最適化

2008年度に新規出店した店舗では、通路天井などの照度を下げ、商品の陳列スペースなど必要箇所を中心に明るさを確保しました。また、冷蔵冷凍のショーケースの各棚段に設置していた蛍光灯の使用本数を半分にし、全体を照らす照明を最上部に設置する「オーバーキャノピー照明」に変更。これにより、既存店舗と合わせて、年間851トンのCO<sub>2</sub>削減効果を見込んでいます。

さらに、新規店舗では酒類やアイスクリームの収納ケースに、消費電力が少なく、寿命が長いLED（発光ダイオード）照明を導入。蛍光灯使用時に比べ、年間54トンのCO<sub>2</sub>削減効果が期待できます。今後は費用と効果を考慮しながら、使用箇所の範囲を拡大していきます。

#### ● インバータ冷凍機と氷蓄熱システムの導入

2008年8月から開店した店舗では、インバータ冷凍機と氷蓄熱システムの導入を始めました。従来の単純なオン／オフの制御から、周波数変動により回転数を制御するインバータ式に変更することで、冷凍機の電力使用量を大幅に削減。また、格安な夜間電力を用いて熱エネルギーを氷として蓄え、日中の冷房に使用する「氷蓄熱システム」を導入し、ピーク時の電力使用量を削減しています。

今後も新規店舗への両システムへの導入を進めながら、電力使用量の削減に努めていきます。

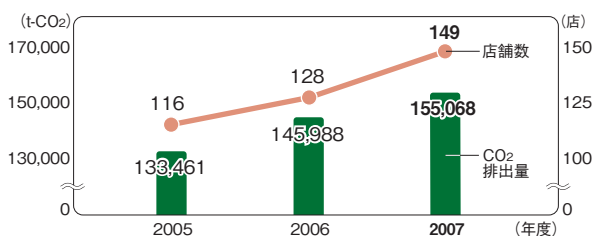
#### ● ナイトカバーの設置

2001年11月から、改装時に既存店舗の冷凍多段ケースに、ナイトカバーを取り付け始めました。カバーの設置によって、閉店している夜間にケース内の保冷効果が高まり、電力使用量を抑制できます。また、カバーは2002年2月以降に開店した店舗でも設置しています。

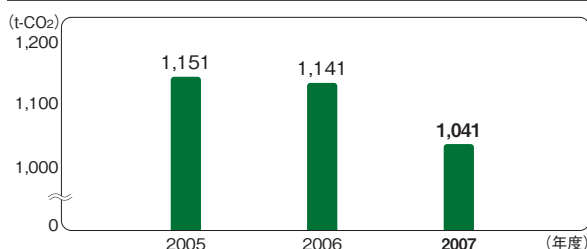


ナイトカバーを設置した冷凍ケース

#### CO<sub>2</sub>排出量と店舗数の推移



#### 1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量の推移



#### 効率的な物流を推進することでCO<sub>2</sub>排出量の削減を追求

ヨークベニマルでは、物流にともなうCO<sub>2</sub>排出量を削減するため、物流の効率化を推進しています。

2005年に新郡山センター、2006年に新仙台センターを開設し、生鮮商品の配送を集約。さらに、子会社(株)ライフフーズの商品を含め、これまで別ルートで配送していた冷凍商品についても一括配送を始めました。

また2007年度から精肉・デイリー商品について、繰り返し利用が可能な通い箱による納品を開始しました。今後さらに通い箱の使用量を増やすことで、段ボールの使用量削減を図っていきます。

## 廃棄物の削減

### Q お店から出る廃棄物は、どう処理していますか？

A 例えば、鮮魚のアラは飼料に加工して、その飼料で育った鶏の卵を店舗で販売。レジ袋やトレイの使用量削減にも力を注いでいます。

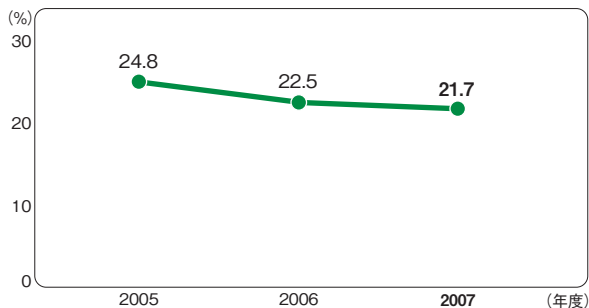
#### 食品廃棄物のリサイクル率45%の達成に向けて 廃棄物の発生抑制と食品残さのリサイクルを推進

ヨークベニマルでは、「食品リサイクル法」に対応して、食品廃棄物の発生抑制とリサイクルに努めています。

改正前の「食品リサイクル法」では、リサイクル率20%が義務数値であり、ヨークベニマルの2007年度におけるリサイクル率は21.7%と目標を達成しています。

しかし、2007年12月に施行された「改正食品リサイクル法」では、2012年までにリサイクル率を45%とすることが、食品小売業に義務づけられました。改正法の目標値達成に向け、さらなる廃棄物発生の抑制を図り、発生した食品残さの資源活用に一層力を入れていきます。

#### 食品廃棄物のリサイクル率の推移



#### ● 鮮魚のアラを飼料化、廃食油をリサイクルへ

店舗では、鮮魚・精肉・野菜・果実の調理、加工時の残さが食品廃棄物として排出されます。なかでも生ごみの約2割を占めるのが鮮魚のアラです。ヨークベニマルでは鮮魚の調理時に出るアラを処理業者に委託し、養鶏用飼料に加工。その飼料で育った鶏の卵を自社ブランド「健養卵」として販売しています。

また、子会社(株)ライフフーズでは、年間約1,007k1発生する店舗からの廃食油全てを回収業者に委託し、リサイクルしています。廃食油は工業用脂肪酸に分解され、石鹼やボールペン用インクに生まれ変わっているほか、タイヤ生産時に使用される柔軟剤として活用されています。

#### お客様にレジ袋の辞退をお願いするほか トレイの使用量削減を推進

地球温暖化・石油の枯渇問題から、石油を原料とするレジ袋、トレイの使用量の削減が求められています。また、2006年6月に改正された「容器包装リサイクル法」では、小売業に対して容器包装の削減に向けた取り組みが義務化されました。

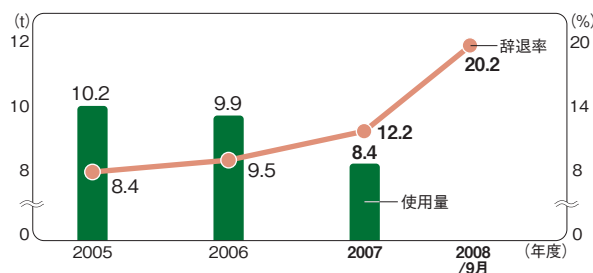
こうした流れからヨークベニマルでは、お客様にレジ袋の辞退へのご協力をお願いしているほか、ばら売りなどにより容器包装の使用量の削減を進めています。

#### ● レジ袋削減への取り組み

資源の有効利用に向け、お客様にレジ袋削減へご協力いただく取り組みを進めています。店内放送やポスターで呼びかけを実施しているほか、レジ袋辞退カードを設置し、辞退1回につきスタンプ1個を押印するカード(15個で100円の割引券として使用可)を配布。また、さまざまな形状のマイバッグや、精算後に商品を詰め替える手間の省けるマイバスケットの販売もしています。

2008年10月末現在、山形県10店舗、宮城県4店舗、茨城県7店舗でレジ袋を有料化しており、これらの店舗でのレジ袋辞退率は75%以上にのぼっています。

#### レジ袋辞退率と1店舗当たりのレジ袋使用量の推移





「小売業は地域に根ざした産業」という考え方のもと、出店地域の方々の生活に密着した社会貢献活動を展開しています。

### 各店舗が開店した月に、 地域の方々との親睦を図る「誕生祭」

ヨークベニマルの店舗では、各店舗が開店した月に毎年、「誕生祭」として独自の催しを実施しています。

2008年度は、レジ袋の有料化を開始したひたちなか店（茨城県）で、「エコ」をテーマにしたイベントを開催。ひたちなか市役所職員で編成されたエコバンドが自ら作曲した「持ち歩こうマイバッグ」の演奏をしたほか、店舗から出る廃食油を店舗で石鹸にして、そのつくり方をお客様に説明するとともに差し上げました。

また、東根店（山形県）では、古傘を使ったバッグづくりや牛乳パックを用いたおもちゃづくりを行うイベントの開催や、店舗から出る廃食油を利用した手づくり石鹸の配布、さらに盲導犬とのふれあい会、チャリティーバザーなども実施し、地域の皆様との親睦を図りました。バザーの収益金39,365円は、セブン&アイHLDGS.のオリジナルブランド「セブンプレミアム」のお茶500ml・360本に換え、社会福祉協議会に贈呈しました。



廃食油を原料に使った石鹸

### 地域の方々を対象に、「食と健康」に関する講演や 店舗でのイベントを開催

ヨークベニマルでは、近年子どもたちの食生活の乱れや偏りが問題となっていることを受けて、「食と健康」をテーマに子どもたちへの教育活動に力を入れています。

#### ● 講演会を開催

（財）ヨークベニマル文化教育事業財団では、2004年から毎年「食と健康」に関する講演会を開催しています。2008年2月には、福島県内の小・中学校、高校の家庭科教諭や保護者など約100名にご参加いただき、

「心身の健康は食育から」をテーマに講演会を開催しました。

#### ● 「食育ツアー」の開催

ヨークベニマルは、「1日5皿分(350g)以上の野菜と200gの果物を取ることをスローガンとする国民健康増進運動「ファイブ・ア・デイ(5 A DAY)」に参加しています。

その一環として、地域の方々の健康増進を目的に、野菜・果物の摂取量を高めることをめざした食育を推進。子どもたちに正しい食生活のあり方や、野菜・果物の摂取の大切さを知ってもらうために、お店のほか、実際の畑で楽しくわかりやすい教室を開いています。

2008年度は、子ども向けに「スーパーマーケットツアー」を実施。これは、お店の青果売場を中心に見学し、栄養士から食品の栄養バランスについて出された課題に沿って食品を選ぶ買い物体験や調理実習を行うイベントで、食事による栄養摂取と調理の楽しさを学んでいただくことを目的としています。2008年12月までに約1,300人の参加が見込まれているなど、好評を得ています。

また、地域の親子を対象に生産者の産地に足を運ぶ「親子産地収穫体験ツアー」を開催しています。新鮮な農作物を食べる体験イベントに参加していただき、生産者の話を聞き、実際の収穫体験を通じて、どのような土壌で、どのように農作物がつけられているかを知り、子どもたちに野菜・果物に関心をもってもらうことを目的としています。



親子産地収穫体験ツアー

### 地域の方々の健康増進を目的とした スポーツ大会や献血運動などを推進

ヨークベニマルでは、地域社会との共生をめざして、子どもたちを対象としたスポーツイベントの支援のほか、献血活動や国際交流活動などを継続的に行っています。

#### ● ちびっこ健康マラソン大会

ヨークベニマルでは、福島県内の小学生を対象に、マラソンを通じた子どもたちの体力向上、健全な精神の育成を目的とした、ヨークベニマル・S&B食品杯「ちびっこ健康マラソン大会」を1989年から毎年開催しています。

2007年度の大会では、1,155名の小学生が参加しました。



ちびっこ健康マラソン大会

#### ● 献血運動

全国的に輸血用血液が不足していた1990年、地域の方々のお役に立ちたいとの思いから、献血推進実行委員会を設立し、福島県内



ハートフルサタデー献血イベント

のお取引先を中心に献血運動を実施する「ハートフルサタデー献血イベント」を開催しました。以降、ヨークベニマルとヨークベニマル労働組合は、福島県の後援を受け、同イベントの事務局を務めています。

このイベントは、毎年10月にビッグパレットふくしまで開催しており、18回目となる2007年度は、267名の方にご参加いただきました。現在までの協力者数は延べ7,568名となっています。

### 次代を担う青少年の国際性の養成を目的とした 国際交流活動を推進

(財)ヨークベニマル文化教育事業財団では、福島県に住む青少年の国際性を養成するために、海外への派遣事業などを通じた国際交流活動を続けています。

アメリカ・カナダ海外研修派遣事業では、毎年、福島県内から選ばれた高校生約20名が渡航し、現地での英会話クラスを経てカナダ・マニトバ州でのホームステイを体験しています。派遣生は、海外生活を通して日本とは違った暮らしのスタイルを肌で感じ、異国の文化や風習を学び理解を深めています。こうした体験は、日本の良い点を改めて認識し、自国を顧みることにもつながり、国際性豊かな人材の育成に有用だと財団では考えています。

また、カナダ・マニトバ学生招待交流事業では、福島県の高校生のホームステイを引き受けてくださったご家庭の子女を日本に招待し、福島県内のお宅にホームステイしていただいています。この招待交流事業で来日した学生が、後に英語教師となって福島県を再び訪れるなど、その交流が発展していくケースもあります。

双方向の交流こそ、国際交流事業の本来の姿であることを認識し、一層の親善関係の強化をめざしていきます。



アメリカ・カナダ海外研修派遣事業



カナダ・マニトバ学生招待交流事業

## セブン&アイ・フードシステムズの概要

グループシナジーを生かした新たな挑戦を通じて「最高の味」「感動のサービス」「食の快適空間」をお客様に提供していきます。

セブン&アイ・フードシステムズは、2007年にセブン&アイHLDGS.によるフードサービス事業の経営統合を実施し、「レストラン事業」「ファストフード事業」「コントラクトフード事業」の3事業部門に再編しました。

レストラン事業では、お客様のニーズに対応し、接客サービス、価格の見直しなどによる既存店の活性化を推進。また、新しいブランド開発の取り組みも始めまし

た。ファストフード事業では「たい焼き」「たこ焼き」などの小型実演型店舗をグループ外にも出店しました。コントラクトフード事業においては、引き続きグループ外への営業展開を積極的に進めていきます。

今後も、グループシナジーを生かした新たな挑戦を通じて、お客様にご満足いただける味と品質、サービスを追求していきます。



## 重視しているCSR

### ● 安心してお食事を召し上がっていただくための仕組みを構築しています

セブン&アイ・フードシステムズは、お客様に安心してお食事を召し上がっていただくために、独自の品質基準を定めた「取引条件書」を作成し、原材料や添加物、アレルギー物質の有無、加工調理方法などを厳しくチェックしています。例えば、デニーズの野菜については、国内外の生産者に「栽培計画書」の作成を要請し、収穫までの間の肥料や薬剤の散布状況を詳細に確認しています。そして、国際標準規格ISO9001の認証を取得して店舗での衛生管理や従業員教育にも力を注いでいます。

### ● CO<sub>2</sub>排出量の削減に向けてオール電化店舗の導入を進めています

デニーズでは、おいしい料理を提供するために、店内での

加熱調理を基本としていますが、近年は、メニューの多様化などによって、ガスなどのエネルギー使用量が増加傾向にあります。エネルギー使用料を削減する最適な厨房をめざし、2002年から、使用するエネルギーをガスから電気に転換するオール電化店舗を順次立ち上げています。

### ● 食品廃棄物の抑制とリサイクルに取り組んでいます

環境保護においては、各店舗から発生する食品廃棄物の発生を可能な限り抑制し、かつ適正に処理することも重要です。デニーズでは、セブン-イレブンの食品リサイクルの仕組み(→P34)を共同利用し、食品廃棄物の適正処理と生ごみの堆肥化などリサイクル促進を図っています。また、ファミリー、ポッポでは、イトーヨーカドーのシステムを利用し、生ごみのリサイクルを開始しています。

#### 会社概要 (2008年2月末現在)

設立:2007(平成19年)年1月  
本部所在地:  
〒102-8415  
東京都千代田区二番町8番地8

事業内容:  
レストラン事業、ファストフード事業、  
コントラクトフード事業  
資本金:30億円

売上高:1,134億円  
従業員数:16,883人  
店舗数:1,047店

#### 事業内容

##### レストラン事業

「味・サービス・雰囲気」でブランド価値向上へ

レストラン事業では、「デニーズ」とイトーヨーカドー店内の「ファミリー」を主に展開。品質、サービス、清潔、雰囲気の基本を徹底して、お客様にゆっくりとお食事を楽しんでいただけるよう、一層力を注いでいます。

##### ファストフード事業

単品に特化した新型店もオープン

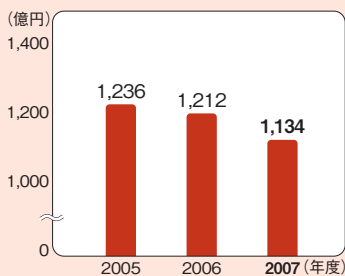
「ポッポ」は、イトーヨーカドー店舗を中心に、たこ焼、今川焼、ラーメンなどのファストフード店を展開しています。健康や安全・安心をキーワードに新鮮でヘルシーな食材を使い、笑顔とともに提供しています。

##### コントラクトフード事業

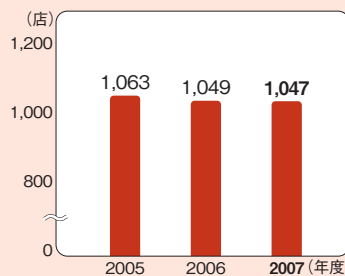
グループ外への積極展開を追求

グループの社員食堂の運営のほか、一般企業の社員食堂、学校や介護老人保健施設の食堂など、新たなビジネスチャンスを積極的に獲得して、グループ外への給食事業の展開を図っています。

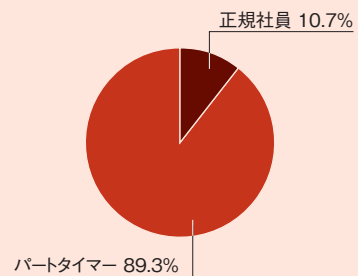
#### 売上高の推移



#### 店舗数の推移



#### 雇用形態別の従業員比率



※1 2005年度と2006年度の売上高、店舗数は、2007年度に合併したデニーズジャパン、ファミリー、ヨーク物産3社の単純合算。  
※2 2007年度売上高は、合併した3社の中間期の売上高を組み替えて算入。

## 食の安全・安心

Q 子どもが好きな外食メニュー、食材の安全性が気になります。

A 品質基準を定めた取引条件書に基づき  
安全・安心な食材を調達しています。

### 「食の安全・安心」を最優先事項と捉え 食材管理・衛生管理を徹底

お客様が産地(原産地)や原材料、生産者名など食品の生産履歴を自らチェックされるというように、昨今、食の安全・安心への意識がより一層高まっています。こうした中で企業は、各商品の関連法令を遵守するだけでなく、より高いレベルで安心していただける商品を提供する必要があります。セブン&アイ・フードシステムズは、企業方針に「7つの信条」(→P74)を定め、その最優先事項として「食の安全・安心」を掲げています。「食」に携わる企業として、「食の安全・安心」を最重要の社会的責任と捉え、徹底した衛生管理を実施し、「安全」な食材を用いて、お客様に「安心」してお召し上がりいただけるように努めています。

### 品質基準を定めた「取引条件書」をもとに 食材の品質を厳正にチェック

セブン&アイ・フードシステムズは、旬の素材を使ったおいしい料理を提供できるよう、年間を通して数多くの産地やメーカーから多種多様な食材を調達しています。

約600アイテムにのぼる食材を使用するデニーズでは、これらの食材について、独自の品質基準を定めた「取引条件書」を作成し、原材料、添加物、アレルギー物質の有無、加工調理方法、品質管理状況などを厳しくチェック。デニーズの基準に適合する食材・商品のみを購入・使用しています。また、取引先工場の製造・保存時の品質管理、衛生管理の状況などについても、仕入取引担当者や品質管理担当者が現地・現場に直接赴き、定期的に視察しています。新規の取引時・新商品の製造立ち会いなどを含めると、国内外各地で年間約400回の視察を行っています。



お取引先工場への視察

### 「栽培計画書」「栽培計画登録書」をもとに 食材のトレーサビリティを推進

セブン&アイ・フードシステムズは、「生産者の顔が見える食材」にこだわり、食材の生産地や生産方法、流通経路を正確に把握・管理するトレーサビリティシステムの構築に取り組んでいます。

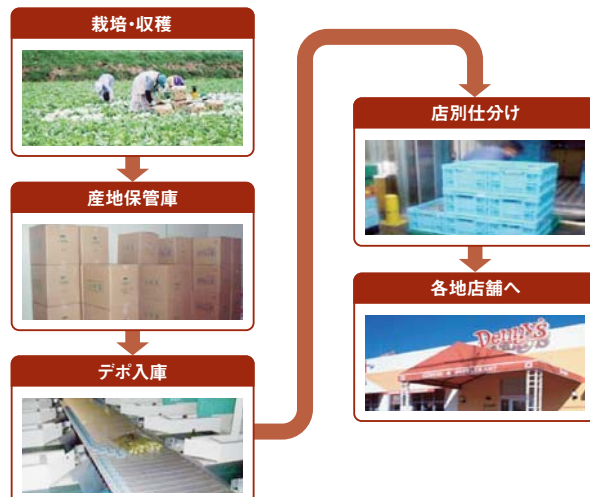
例えばデニーズの野菜では、国産野菜はもとより、輸入野菜に対しても「栽培計画書」と「栽培計画登録書」の提出を義務づけています。「栽培計画書」に、食材の生産者や産地だけでなく、畑の土をつくることから種蒔～収穫までのスケジュールや、その間に行われる施肥(肥料の散布)、病虫害を防ぐための薬剤使用についての散布計画(目的、薬剤名、散布時期、散布量など)を明記してもらうことで、適正品質の食材であるかを確認しています。さらに、実際に行われた栽培内容を記載した「栽培計画登録書」により、適正品質であるかどうかを再度チェックします。これにより、食材の品質と生産履歴管理を一括して行っています。



上から「栽培計画書」「栽培計画登録書」「年間産地別表」

### 野菜の履歴管理(トレーサビリティ)システム(デニーズ)

デニーズで使用している野菜・果物は計画的に、安全に栽培されています。



## 計画的な産地選定や配送・店舗での温度管理により、食材の鮮度を維持

「旬」と「鮮度」にこだわるセブン&アイ・フードシステムズは、野菜・果物について全国各地から産地を選定し、年間栽培計画をもとに、季節や収穫状況に合わせて産地を変更する「年間産地リレー」(コントラクトフード事業の一部では地産地消の取り組み)を実施しています。この「年間産地リレー」に基づき、複数の産地から計画的に野菜・果物を仕入れることで、鮮度の高い食材を安定して調達し、使用することを可能にしています。

また、調達した食材を最適な温度帯で配送するコールドチェーンを採用するとともに、店舗の保管庫における温度管理を徹底し、食材の品質・鮮度を保っています。例えばレストランでは、使用する食材をそれぞれの特性に応じて、常温・冷蔵・冷凍の3種類の温度帯を設定。契約農家から製造工場、物流センター、店舗およびこれらを結ぶ配送トラックまで、温度管理を徹底しています。また、物流倉庫やトラックに自動温度記録計を設置し、店舗でも冷蔵・冷凍庫の温度を定期的にチェックして、食材の品質・鮮度を維持しています。



トラックの庫内



冷風機に取り付けられたセンサーで温度を感知、庫内を一定の温度に保つ



庫内の温度は運転席に取り付けられた車内端末により逐次チェック

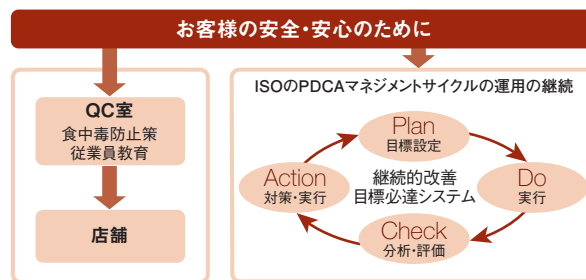


車内端末の拡大図

## ISO9001のマネジメントシステムを活用して店舗における衛生管理を徹底

セブン&アイ・フードシステムズでは、店舗での衛生管理にも力を注いでいます。セブン&アイ・フードシステムズのQC室(衛生管理部門)では、「店舗における食品衛生管理システムの規格と提供」で、品質マネジメントに関わる国際標準規格ISO9001の認証を取得。こ

## ISO9001に基づくマネジメント体制 (登録範囲:店舗における食品衛生管理システムの企画と提供)



のISO9001のマネジメントシステムを活用して、店舗での「衛生管理」と「従業員教育」に努めています。衛生管理については、誰もが実行できる「わかりやすい」鮮度管理に重点を置き、毎日、店長や調理責任者(リーダー)が在庫や発注状況を確認するほか、料理の仕込み時に食材の在庫数と使用期限をチェックしています。そのために、生鮮・加工食材などを曜日ごとに色分けしたシールで分けし、担当者が開封時間と使用期限を記入します。こうした誰が担当しても一目でわかる仕組み、何重にもわたる商品チェックのシステム化、さらには第三者の衛生検査機関による抜き打ち検査で、徹底した衛生管理体制を構築しています。

店舗従業員の教育については、食品衛生責任者である店長、調理責任者を中心に、手洗いや身だしなみルール、消毒用ダスターの使い方、食材の期限管理、調理器具点検などの指導を徹底しています。

こうした店舗での日常的な衛生管理に加え、本部のQC室(衛生管理部門)が店舗の衛生管理状況の検査や製品チェックを行うほか、店長、調理責任者に対する衛生管理指導、従業員の意識啓発のためのポスター、教育用ハンドブックの作成などに取り組んでいます。

また、地区責任者による店舗チェックを定期的を実施。従業員一人ひとりが自己点検を行うことを徹底させ、鮮度管理・衛生管理に対する従業員の意識を高めることで、衛生管理のレベルアップを図っています。



QC室による店長への衛生指導



教育用ハンドブック

## 地球温暖化への対策

## Q 24時間営業の店舗では相当なエネルギーを使っていますか？

A 高効率機器の導入や配送効率の向上による省エネルギーを進めています。

### 店舗での省エネルギーに向け 高効率機器の導入を推進

セブン&アイ・フードシステムズは、食を提供する企業であり、厨房設備や空調などに多くのエネルギーを使用しています。これら店舗設備に高効率機器を導入することで、店舗運営におけるエネルギー使用量の削減、CO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組んでいます。

### ● オール電化店舗の拡大(デニース)

デニースでは、お客様にさまざまなメニュー、よりおいしい料理を提供するため、店内での加熱調理を基本としています。そのため、従来は火力が強く運用コストの低いガスを厨房設備に採用してきました。しかし近年、メニューの多様化に対応するため調理器具の能力を向上させたことで、エネルギー使用量が増加する傾向にありました。

そこで2002年に千葉富士見店から順次、店内のガス器具、給湯器などをIH調理器などの電化厨房やエコキュート※を使用した給湯設備に切り替え、厨房設備のオール電化に取り組みました。このオール電化店舗では、調理に必要な燃焼力を十分保ちながら、トータルエネルギーを削減することが可能となり、一部ガス機器を使用している既存店舗よりもCO<sub>2</sub>の排出量を1店舗当たり5.7%削減することができました。

加えて、ガス燃焼式の厨房と比べて厨房温度が約5度低くなることから、厨房内の温度が下がるとともに、働く環境にも寄与し、空調にかかわるエネルギー削減の効果も生まれました。また直火を扱わないことによる従業員の事故防止、IH調理器がフラットなことによる掃除のしやすさなど、労働安全面や衛生管理面にもプラスの効果がありました。



オール電化店舗の厨房

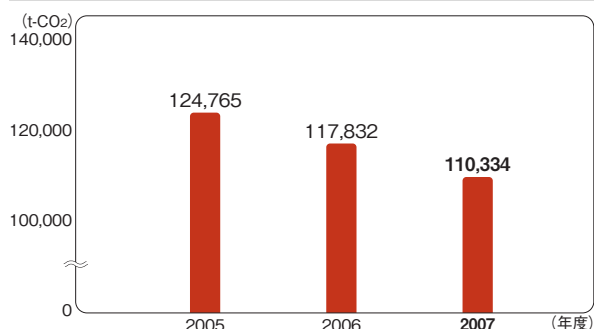
さらに2007年には、設置スペース・使用コストなどの課題をクリアする業務用エコキュート※を採用。2008年8月末現在、千葉富士見店に加え、築地店、八王子旭店、妙蓮寺店の計4店舗がオール電化を導入しています。

なお、スペースなどの問題によりオール電化機器を設置できない店舗では、2003年7月に開店した蘇我店から順次、給湯器のみにガスを用いた電化厨房の導入を開始しました。電化厨房はすでに新店を中心に78店舗に導入。既存店舗でも老朽化した機器を高エネルギー効率機器へ切り替え、省エネルギータイプのインバータ式空調機や食器洗浄機、空冷式製氷機などの計画交換を進めています。

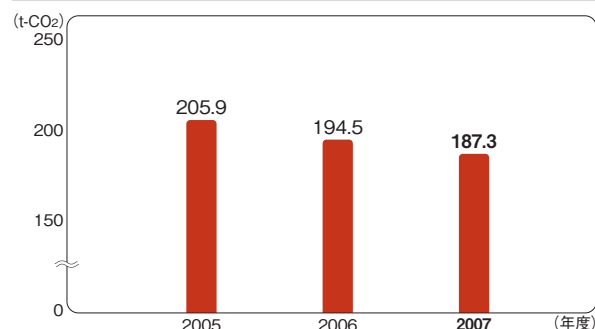
これらの電化機器の導入により、2007年度のCO<sub>2</sub>排出量は1店舗当たり年間3.7%の削減となりました。

※エコキュート：大気中から吸収した熱を利用してお湯を沸かす電気給湯器。

### CO<sub>2</sub>排出量の推移(デニース)



### 1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量の推移(デニース)



## ● エコエースの導入(ファミリー)

イトーヨーカドーの店内レストランとして出店しているファミリーでは、2003年から受電圧を調整して消費電力を削減する「エコエース※(電力節約装置)」を導入しています。

2008年8月現在53店舗で稼働しており、店舗での節電に努めています。

※エコエース: 入力電圧が変化してもマイコンにより出力電圧を一定に制御し、消費電力を削減する装置。



エコエース

## ● 厨房での電化機器の活用(ポッポ)

フードコート内の出店が多いポッポでは、ガス併用店3店舗を除く全店舗において、厨房機器を全て電化機器にし、エネルギー使用量の抑制に努めています。

また、曜日ごと・機械ごとに稼働時間を細かく設定するほか、電気・水道などのメーターのチェックを細かく行うことで、資源の無駄遣いを徹底して排除しています。



電化した厨房機器

## 物流効率の見直しにより

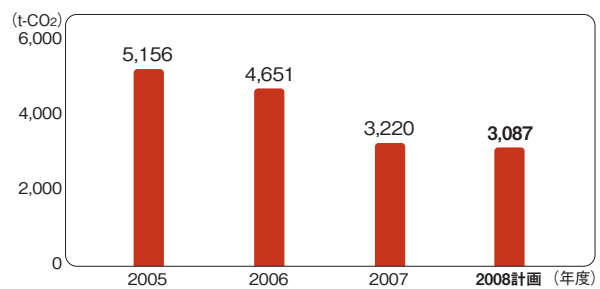
### 配送時のCO<sub>2</sub>排出量を大幅削減

デニーズでは、早くから配送時のCO<sub>2</sub>排出量削減に努めてきました。1982年より、共同配送および温度帯別配送を開始し、1日10台を必要としていた配送について、冷蔵便・常温便は毎日1回に、冷凍便は週2~3回にまで削減しています。さらに、物流センターの整備統合や発注精度の向上、冷蔵・常温品の混載納品を進めることで、店舗網の拡大が配送便の増加につながらないよう努めています。

2007年度は、平日・週末などの予測物量に対応した積載効率の見直しを徹底することで、2006年度に比べて配送車両を年間約1,600台削減することができました。また、「デジタルタコグラフ」を全車に導入することによって運転状況の管理・改善を徹底するとともに、物流拠点を見直すことにより長距離配送を削減し、配送車両全体の走行距離を削減しました。この結果、2007年度のCO<sub>2</sub>排出量は2006年度比69.2%と、大幅削減を達成しました。

セブン&アイ・フードシステムズは、今後も継続的に配送効率の向上を図るとともに、車載端末による車両管理の徹底、エコタイヤなど車両備品の改善などに取り組むことで、燃費の向上、配送時のさらなる環境負荷の低減につなげていきます。

### 物流におけるCO<sub>2</sub>排出量の推移(デニーズ)



## TOPICS

### 省資源や環境ホルモンの発生防止に配慮した「一本箸」の取り組み

デニーズでは、1997年から、年間3,500万膳使用する割り箸の全てに「国産杉」の建築端材※1や間伐材※2を有効活用しています。端材を無駄なく使用するために、一般的に用いられる「割り箸」のように接合部を設けず1本ずつ加工しています。また、杉には天然の抗菌作用が含まれていることから、箸の製造過程で漂白の必要がありません。さらに、箸袋の素材についても、生体に悪影響を及ぼすと言われる環境ホルモンを溶出しにくいOPP(延伸ポリプロピレン)フィルムを使用しています。

※1 建築端材: 原木を四角など材料取りしさいに出る木材。

※2 間伐材: 植林した木を計画的に伐採した木材。

## 資源の有効活用

**Q 調理廃棄物や食べ残しなど、かなりのごみが出ているのでは？**

**A 食品廃棄物を減らしながら堆肥化によるリサイクルも進めています。**

### 店舗から発生する食品廃棄物の削減・リサイクル率向上を推進

2002年に施行された「食品リサイクル法」では、食品廃棄物に関わる全ての事業者が一体となり、食品廃棄物などの発生抑制・再生利用に取り組むことが定められ、2007年の法改正では、外食産業は2012年までに食品リサイクル率を40%とすることが目標数値に定められました。

セブン&アイ・フードシステムズでは、味と鮮度を重視し、店内調理を基本としているため、下ごしらえのさいに出る調理廃棄物、お客様の残食などの食品残さの発生は避けられません。こうした廃棄物の発生を抑え、堆肥化などの有効利用を推進し、循環型社会の構築に寄与しています。

### ● 店舗に合わせた食品リサイクルの取り組み

デニーズでは1998年から、セブン-イレブンが運用している食品リサイクルの仕組み(→P34)を共同利用し、食品廃棄物の適正処理とリサイクル促進を図っています。2007年度には生ごみの堆肥化を実施する店舗が91店舗まで拡大。全店から排出される食品廃棄

物7,760トンのうち20.4%をリサイクルしました。

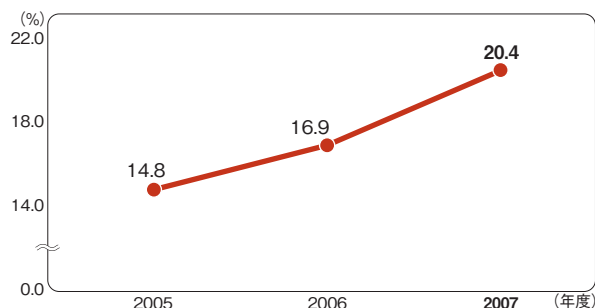
またファミリー、ポッポでは、イトーヨーカドーのシステムを利用し、生ごみのリサイクルを開始。2012年までに総店舗数の約50%で堆肥化を進める計画です。

今後、セブン&アイ・フードシステムズでは、2012年までにリサイクル実施店を約450店舗まで拡大するとともに、食材梱包の小口化を進めて廃棄ロスを削減することで、食品リサイクル法の目標値40%以上の達成に努めていきます。



店舗でのごみ回収

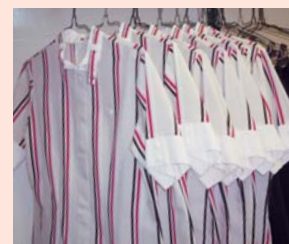
### 食品廃棄物のリサイクル率の推移(デニーズ)



## TOPICS

### 3Rの視点から、環境に配慮した制服を製作・使用

デニーズでは、お取引先と協働し、環境に配慮した制服の製作・使用に努めています。デニーズで使用している制服は、3R (Reduce・Reuse・Recycle) の観点から生地や縫製、クリーニングの研究を重ね、120回の洗濯に耐えるものを発案・使用しています。また、制服は個人に貸与せず、会社で一括洗濯を委託することで節水・節電を図っています。洗濯を委託するお取引先にも、光化学スモッグの原因となるVOCなどの溶剤を使わず水だけでクリーニングする、また使用後の水は微生物吸着・分解処理で浄化し、汚泥の発生を防ぐとともに洗浄水として循環利用するなど協力していただいています。さらに、クリーニング後の制服を配送するさいも、ビニールなどの包装をせずに金属製のハンガーを使用。使用できなくなったハンガーはリサイクルしています。今後は、デニーズだけでなく、ファミリー、ポッポ、コントラクトフード事業部にもこの取り組みを順次広げていきます。



デニーズの制服

## 地域社会への貢献

Q 地域にある店舗を地域社会との交流に生かしてほしい。

A 教育支援や災害時支援など  
地域に役立つ店舗づくりをめざしています。

### 地域に根ざした企業をめざして 各店舗でさまざまな社会貢献活動を展開

近年、少子高齢化や核家族化が進展する中、地域社会でのコミュニケーションの重要性が見直されてきています。

セブン&アイ・フードシステムズは、店舗をより多くの方にご利用いただくために、地域住民の方々に親しまれ、愛される「地域に根ざした企業」をめざして、地域社会のニーズに応えながら、さまざまな社会貢献活動を展開しています。

#### ● 店舗での就労体験学習の受け入れ

セブン&アイ・フードシステムズでは、近隣中学校の社会教育カリキュラムに協力できるよう、店舗での就労体験学習を積極的に受け入れています。

これは「子どもたちに将来の仕事について考える機会を与えるために協力してほしい」という学校側からの要請に対応したものです。店長をはじめ、従業員一人ひとりが体験学習の指導にあたり、生徒に店舗での就労体験をしてもらい、接客実習・清掃実習などを通じて、仕事を行う上で重要となるチームワークやコミュニケーションの大切さなどを学んでもらえるカリキュラムになっています。



就労体験学習の様子

また、食生活の大切さや食事の大切さを学んでもらえる機会となるよう、「毎日の食生活チェックブック」の活用なども一部行っています。

デニーズでは、2007年度は合計592名、2008年度上期は合計207名の中学生を受け入れました。今後も就労体験学習の受け入れを継続していきます。

#### ● 課外授業、企業活動研究の受け入れ

就労体験学習だけでなく、課外授業や企業研究などの希望・要望についても、積極的に受け入れています。

2008年7月には、港区の私立中学校から、「国・地域・企業、そして自分達が地球温暖化を止めるために」と題した公民科の授業の一環として、「セブン&アイ・フードシステムズが展開している環境保全活動について、見学やインタビューを通じてさまざまなことを生徒に学ばせたい」という要望を受け、協力しました。

当日は、セブン&アイ・フードシステムズのCSRの取り組みについて具体例をあげて紹介する講義を行いました。参加した生徒たちからは、「セブン&アイ・フードシステムズの食品リサイクルへの取り組みが理解できた」「省エネ設備を導入することで環境への配慮を行っていることがわかった」といった感想をいただきました。

また、小学校からの企業訪問、店舗見学などの依頼もあり、今後もこうした多様な要望にできる限り応え、地域の教育活動に貢献していきたいと考えています。



課外授業で使用したプレゼンテーション資料

### ●「おこさまクッキングスクール」の開催

セブン&アイ・フードシステムズでは、2008年8月にお子様(幼稚園年長～小学校低学年)を対象に、初めての試みとなる「おこさまクッキングスクール」をデニーズ市ヶ谷分室にて開催しました。

これは、日頃と異なる環境の中で、お子様と保護者の方が調理という共同作業を通じて、コミュニケーションを図っていただく機会となること、また食に携わる企業の責任として、お子様に「食」に対する興味をもっていただくことを目的としています。

クッキングスクールでは、はじめにお子様に向けて、「体をつくる栄養」について、手づくりの教材を用いてわかりやすく説明した後、包丁などの調理器具の正しい取り扱い方や安全な使用方法を説明。調理実習では、お子様発案のオリジナルサラダのほか、デザートの日サンデーをご家族の方と相談しながら一緒につくっていただき、その後召し上がっていただきました。当日は、17組・43名のご家族に参加していただき、学ぶこと、発想すること、自分のアイデアを伝えることなどを、楽しい時間の中で体験していただきました。

このクッキングスクールは、「セブン&アイ・フードシステムズだからできる社会貢献」の一つとして、今後も継続して開催していきたいと考えています。



「おこさまクッキングスクール」の様子

### 地震・火災などの大規模災害時における対応体制を強化

日本全国に約1,000店舗を出店しているセブン&アイ・フードシステムズは、地震や火災などの災害発生時の対応、復旧作業、地域支援などに迅速に対応できる体制の強化に努めています。

セブン&アイ・フードシステムズの中で独立店舗の多いデニーズでは、1996年に「大規模災害対策要綱」を策定。2004年に改訂し、社員行動規範としています。改訂した対策要綱には、災害発生時の避難誘導・被災者救援などの行動マニュアルのほか、早期に営業を再開して食事を提供することで、地域社会の一員としての責任を果たすことを記載しています。

また2007年2月には、外食産業として初めて、関東8都府県市と「大規模災害時の帰宅困難者支援」に関する協定を締結し、さらに2008年9月には、関西2府5県4政令市も、「災害時帰宅困難者支援協定」を締結しました。この協定では、大規模な震災が起これば、公共交通機関や道路が使用できなくなった場合、徒歩帰宅者への飲料水やトイレ、ラジオなどで得た道路交通情報や地図情報などを提供することとなっています。この協定締結を受け、埼玉県、東京都、千葉県、各都府県が主催する防災訓練に参加し、飲料水の提供訓練などを行いました。今後は、地区店長会議の場を活用して各種研修・訓練を実施していく計画です。



災害時帰宅支援ステーション・ステッカー

#### 関東8都府県市との協定の概要

- 締結対象範囲: 埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市の8都府県市
- 対象店舗(デニーズ店舗): 344店舗\*

#### 関西2府5県4政令市との協定の概要

- 締結対象範囲: 大阪府、京都府、三重県、奈良県、和歌山県、兵庫県、滋賀県、大阪市、堺市、京都市、神戸市の2府5県4政令市
- 対象店舗(デニーズ店舗): 28店舗\*

\* 2008年9月現在。



## お客様の健康志向にお応えする 新しいメニューやサービスを提供しています。

### お客様の健康増進に寄与する ヘルシーなメニューを開発・提供

2008年4月にメタボリック症候群の予防をめざす特定健康診査・特定保健指導が施行されたことを受け、お客様の健康への関心が一層高まっています。こうした中、セブン&アイ・フードシステムズでは、お客様の健康増進に寄与できるようなメニューの開発・提供に努めています。

#### デニースのヘルシーメニューの例

### ● お客様の声に応えた低カロリーメニューの開発

これまで、メニューにカロリーを表示するなど健康に配慮した提案を行ってきましたが、近年、お客様からは、「もっとヘルシーなメニューを」という声が多くなってきています。そこで、デニースらしいボリューム感やおいしさを損なわずに、調理法や食材の組み合わせを工夫してカロリーを抑えたメニューを開発。特定健康診査の実施に合わせ、2008年春には、「野菜たっぷり塩ラーメン(335kcal)」「蒸し鶏と梅しらすの雑炊(301kcal)」など、カロリーに注意を払ったメニューを登場させました。また、食事量をセーブできる「少なめメニュー」も充実させ、6月からはライスも“レギュラー”・“大盛り”のほか“少なめ”も選べるようにしました。

さらに7月には、低カロリーのデザートを導入しました。ヨーグルトテイストのデザートは、プレートに盛りつけられ100kcal未満に抑えるよう設定(市販のプリン100gは約130kcal)しています。砂糖ゼロ・脂肪ゼロのヨーグルトをベースに、悪玉コレステロールを下げるオレイン酸を含むアボカドオイルを使用して味わいを出しています。トッピングのジュレには、肌にも良いと言われるヒアルロン酸、コラーゲンも加えました。



ラ・フランスのスイーツサブリ

### ● 野菜を使ったメニューの充実

お客様へは付け合せの野菜からサラダまで含めて、約90種類のメニューを取り揃えています。一例としてフレッシュなサラダでは、一皿で9種類の野菜を摂ることができるメニューをご用意しています。

### ● 食物アレルギーに配慮したお子様向けメニュー

外食産業として初めて、2002年12月、食物アレルギーに配慮したお子様向けメニュー「低アレルゲンプレート」を開発しました。アレルギーの発生頻度が高いと言われる特定原材料5品目(卵・牛乳・小麦・そば・落花生)を除外し、外部の研究機関でアレルギー症状の発生頻度の低いことが確認された食材を使用しています。また、このメニューに使用する食材に一般メニューの食材が混入しないよう隔離保存し、食品工場加工調理するさいにも専用の調理器具や容器を使用。店舗でも一人のスタッフが加熱・盛り付けを担当し、アレルギー物質の二次混入を防止しています。



低アレルゲンプレート

### 「コントラクトフード事業」において お客様の健康管理をサポート

セブン&アイ・フードシステムズは、給食サービスを展開する「コントラクトフード事業」において、お客様の要望に合わせて健康管理サポートも行っています。食習慣からくる生活習慣病(糖尿病、高血圧、中性脂肪の増加)への対策として、管理栄養士がお客様の食事履歴や摂取カロリーを分析し、メニューの選択方法や栄養バランスのアドバイス、必要な運動方法の指導などを行っています。今後も担当管理栄養士の人数を増やし、サービスの拡大を進めていきます。



社団法人 日本消費生活アドバイザー  
コンサルタント協会  
常任理事 環境委員長  
辰巳 菊子

私たちはいろいろなものを購入し、消費して暮らしています。日々、気軽に行なっているお買い物ですが、どのような商品をどのお店から購入するかということが、大げさではなく地球の将来を決めると思っています。このように重要な商品選択ですが、的確な選択につながる販売店や商品のわかりやすい情報に容易にたどり着けないのが現状です。セブン&アイHLDGS.の「CSRレポート2008」をサステナブルな商品選択という視点で読ませていただき、第三者意見を述べさせていただきます。

トップコミットメントで、2008年6月の新たな環境宣言とCO<sub>2</sub>排出削減の基本方針に基づいたグループ全体の

包括的な活動を始めていること、透明性の高い情報開示に努めることの方針を述べられたことは、力強い宣言です。

特集では、各事業会社のデータを基に、「食の安全」、「店舗からのCO<sub>2</sub>の排出削減」、「パートタイマーの職場環境づくり」の3つのテーマを取り上げ、それに歩調を合わせて、各社のレポートも報告されています。いずれも、現状分析から優先度の高いテーマであることがわかります。それぞれ進んだ代表的な取り組みが紹介されていますが、セブン&アイHLDGS.として短期、長期の目標がどこまで話し合われているのかが知りたいところです。

全体を通して、報告をするという形式であり、ステークホルダーの目線がもっと各所に入ってほしいと思いました。将来の安心を託した商品選択が出来る企業グループであると確信出来る確固たるメッセージは、ステークホルダーとのコミュニケーションで培われると思います。これからの継続的な進化に強く期待いたします。



バリューズ研究会 共同議長  
グリーンコンシューマー研究会 代表  
緑川 芳樹

「優先報告事項」として「製品」「環境」「労働」の分野から、世界共通の課題や事業特性に沿う時宜を得た3テーマが設定され、活動が特集されています。

特集①の「食」については、リスク管理と説明責任の基盤であるトレーサビリティシステムの緻密な構築がうかがわれます。食に関する資源循環の活動については、時代の要請にもかなう農業生産法人による参加型のシステムを大きく育てていただきたいと思います。

特集②の地球温暖化防止活動では、「環境宣言」はサプライチェーンを含む意欲的なものであり、「地球温暖化防止に関する基本方針」は、製品ライフサイクル

ル全般にわたって具体的な課題が設定された行動計画になっています。今後の強力な実践を期待します。

特集③のパート労働については、以前から事業会社ごとに正社員登用を含め改善の蓄積が見られるなかで、改正パート労働法に対応した新たな展開が記載されています。しかし、この改正法には限界もあり、法的責任を超えた社会的責任を果たしながら、ILOの唱える「ディーセントワーク」（働きがいのある人間的な労働）の実現に向けた一層の改善を望みます。

各事業会社の記述のなかには進んだ取り組みが多く見られます。可能なものをグループ全体に広げることがセブン&アイの大きな課題です。2007年から2008年にかけて、持株会社としての新たなCSR推進システムが整備されました。実績に関する自己評価の記述や持株会社と事業会社の責任区分の不明確さの改善を図り、持株会社の統合力・シナジーを一層強められるよう期待します。



株式会社大和総研  
経営戦略研究所 主任研究員

河口 真理子

同報告書はスーパー、コンビニ、百貨店、外食とそれぞれ個性と歴史ある個社の活動をグループ全体として努力して1冊にまとめあげた報告書であり、その成果としてグループ全体にかかわる統一の柱として食、温暖化対策、パート従業員への取り組みの3つを挙げている。これは生活密着型企業グループの姿勢を明確にしたものとして評価できる。食に関しては、トレーサビリティ、国産食品・地産地消、食品残さリサイクル、循環型農業など食にまつわる包括的課題にグループ全体で取り組んでいることが読み取れる。食品自給率の向上が日本の重要課題となる中で、安全な食循環システムは小売業のリーダーの最大の社会的責任といえよう。温暖化対応は、店舗・物流対策として各社がなすべき事が網羅的にまとめられている。パート従業員への取り

組みも非正社員労働が社会問題になる中で重要な取り組みである。個社の活動ページでは事業特性に合った活動が報告されており、日本の小売業のCSR活動の参考図書として有用性は高い。

しかし、グループ全体のトップダウンのビジョンやグループ全体の目標など、方向性・戦略は読み取れない。例えばコンビニは、社会的に重要な物流・情報・地域のネットワークの拠点となり今や銀行や学校・郵便局のような社会的インフラに進化し、生活の利便性を大幅に向上させ日本人のライフスタイルを大きく変えてきた。しかし、ここへきて地球環境問題や、従来は想定されなかった様々な社会的課題がクローズアップされるようになってきた。今後これらの問題に対して明確な方針を立てて社会的要請にこたえつつ新たな社会的存在像を目指す、という事業戦略をもたれてはどうか。

今報告書でグループ全体のCSRに関する経営資源の全体像は明らかになった。次回からは社会に多大な影響を与える企業グループという自覚に基づき、グループの経営資源を、シナジーを含め最大限に有効に活用し、持続可能な社会を構築するための戦略を明確に打ち立て、積極的に社会に働きかけていただくことを期待する。

## 第三者意見を受けて

持株会社を設立して3年、私たちはグループとして整合性のとれたCSRはどうあるべきか、考え続けてきました。

常に変化し続けるお客様・社会のニーズに添った企業行動がグループとして展開できているか、事業会社はそれらの課題を適切に事業活動に組み込んでいるかどうか、考え続けてきました。

ことはグループとして3つの共通する課題を掲げ、それらを中心に据えながら各事業会社のCSRを分析し、開示いたしました。

この試みは十分に成功したとは考えていませんが、こうした作業を通じ、私たちは来年に向けて新たな挑戦の可能性を感じ取りました。

私たちがこの報告書の原型ともいえるものを発表いたしましたのは1995年でした。以来、環境やCSRについての論議は飛躍的に深まり、広がり、整理されてきました。ISO(国際標準化機構)ではSR(組織の社会的責任)についての規格づくりが進んでいます。

この10余年の歴史の流れを振り返る時、ステークホルダーの皆様が強力にご支援いただきましたこと心から感謝せずにはられません。

ご指摘のように、私どものグループは大きな社会的影響力をもつ事業活動を展開しています。その使命と責任は極めて重いものがあります。その使命感、責任感、社員全員が深く認識していると考えています。

グループ全体としてのCSRの理念がどうあるべきか、さらに深く考える余地がありそうです。理念と企業としての行動の、どちらにもバランスの取れた形で進めるよう、次の1年も考え続けていきます。

ありがとうございました。

2008年11月  
(株)セブン&アイ・ホールディングス  
CSR統括委員会委員長  
稲岡 稔



株式会社 **セブン&アイ** HLDGS.

CSR統括委員会

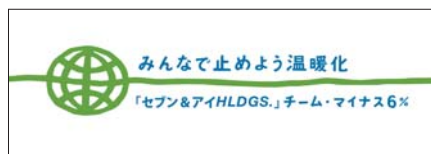
〒102-8452 東京都千代田区二番町8番地8

TEL.03-6238-2448

<http://www.7andi.com/>



VOC  
FREE



本報告書は、環境に配慮したFSC認証紙を使用し、植物油100%のインキを使って、「水なし印刷」で印刷しています。