



株式会社 **セブン&アイ** HLDGS.



# CSR Report **2009**

## CONTENTS

トップコミットメント	4
グループの概要	6

## 報告事項の 検討プロセスについて

社外アドバイザーからの意見を参考にしながら  
報告事項を検討・選定しました



### 特集

## サプライチェーンにおけるCSR

お取引先と連携しながら、  
サプライチェーン全体で社会的責任を果たしていきます

## 企業統治・CSRマネジメントの 強化

コーポレート・ガバナンス  
CSRマネジメント  
コンプライアンス

### 重点項目①

## 環境負荷の低減

地球温暖化の防止と循環型社会の構築を両輪に、グループ  
一体となって環境負荷低減への取り組みを強化しています

### 重点項目②

## 安全・安心な商品・サービスの提供

お客様から「信頼される誠実な企業」であるために、  
商品・サービスの品質の確保と向上に努めています

### 重点項目③

## 地域社会との共生

それぞれの事業特性を活かして、  
地域社会へ貢献しています

### 重点項目④

## 働きがいのある職場づくり

雇用形態にかかわらず、全ての従業員が目標と充実感を持  
って働ける制度や環境の整備を進めています

ステークホルダーからの声	67
海外での取り組み	68
CO <sub>2</sub> 排出量データ第三者レビュー報告書	76
レポート総括／編集後記	77

データ集	別冊
------	----

## 編集方針

## セブン&アイHLDGS.が取り組むべきCSR課題とは？ 持株会社のCSRレポートはどうあるべきか？

—上記の問題意識をもとに、「CSRレポート2009」の編  
集を進め、主に下記の4つの点で、従来のレポートから改善を  
図りました。

- ① 2008年度のレポートで第三者意見をいただいた3名の方  
に、本レポートの編集段階から参加していただきました。報  
告事項の妥当性に関する客観的なご意見を編集に反映する  
ことで、透明性の向上を図りました。
- ② 報告対象事業会社については、グループの収益構造や海外  
事業の拡大を考慮し、セブン銀行、7-Eleven, Inc.、スーパ  
ーストア事業を営む中国の現地法人なども追加し、より広い情  
報開示に努めました。また、持株会社である当社が、これらの  
事業会社のCSRへの取り組みをどのように管理・監督してい  
るかについて言及しました。
- ③ 報告構成を、他のディスクロージャー誌(下記参照)で開示  
する財務関連情報の事業区分に合わせることで、当社グ  
ループの情報開示全体の整合性を図りました。
- ④ データ集を別冊にすることで本文の見やすさ・読みやすさ  
に努めました。

### ■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)そごう・西武、(株)ヨークベニマル、(株)セブン&  
アイ・フードシステムズ、(株)セブン銀行の7社のほか、7-Eleven,  
Inc.、華糖ヨーカ堂、成都イトーヨーカ堂、王府井ヨーカ堂などの一部  
関係会社についても採り上げています。

### ■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。

### ■報告対象期間

2008年度(2008年3月1日～2009年2月28日)の活動報告を基本  
に、一部の取り組みについては2009年度の活動に関する報告も含めて  
います。

### ■参考にしたガイドライン

- 環境省「環境報告書ガイドライン～持続可能な社会をめざして  
(2007年版)」
- GRI「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン」第3版(G3)
- ISO26000(組織の社会的責任国際規格)CD.1ドラフト

### ■他のディスクロージャー誌との関係

本レポートでは、CSRに関わる情報のうち、非財務関連情報を中心に  
開示・報告しています(各事業会社の詳細なCSR関連情報について  
は、各事業会社のWebサイトや発行物をご覧ください)。  
財務関連情報については、主に、年1回発行する株主・投資家向け「年次  
報告書(Annual Report)」、直近の企業情報については年4回発行する  
『セブン&アイHLDGS.四季報』で開示・報告しています。

### ■発行日について

今回の発行 2009年10月 次回発行予定 2010年9月

# 「社是」

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

### 免責事項

本レポートには、(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、経営企画・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、以上をご理解いただけますようお願い申し上げます。

## 社会的要請の変化に対応し、 持続的な発展を目指します

(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



### 社会の変化の中で、常に多様なニーズに 応え続ける「新・総合生活産業」を目指します

2008年米国のサブプライムローン問題に端を発した金融危機は、100年に一度といわれるほどの世界的な経済危機にまで発展しました。また地球温暖化、資源・エネルギーの高騰、貧富の差の拡大や感染症の発症などといったグローバルな課題に加え、少子化・高齢化、雇用の不足、食の安全・安心など国内の課題もますます深刻化しています。

こうした変化の中で、セブン&アイHLDGS.は、コンビニエンスストア、スーパーストア、スーパーマーケット、百貨店、フードサービス、金融サービスおよびIT／サービスという生活に密着した7つの主要事業領域を中心としたグループシナジーを活かし、一人ひとりのお客様の多様なニーズに応え続ける「新・総合生活産業」を目指しています。

### 3つの委員会を中心としてグループ企業全体への CSRの深化を図ります

セブン&アイHLDGS.およびグループ各社は、グループの社是に掲げる「信頼される誠実な企業」であることを基本に、CSR(企業の社会的責任)の取り組みを推進しています。2008年度からグループ企業全体のCSRのさらなる深化のため「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つの委員会を設置しました。

各委員会では、グローバルな課題、日本国内の課題との関連性および当社グループの事業の持続可能性について分析・

検証、さらに取り組むべき課題を抽出し、今後の方針の決定など、CSRの視点からグループ各社の取り組みを適時見直し、さらなるCSRの深化を図っています。

### ステークホルダーの皆様との対話を通して、 持続可能な社会の発展に努めます

グローバルな課題や日本国内における課題解決には、さまざまなステークホルダーの方々との対話が不可欠です。セブン&アイHLDGS.およびグループ各社は、お客様をはじめ、株主、お取引先、地域社会の皆様などのステークホルダーの皆様、そして従業員と店舗、売場など各事業現場におけるステークホルダーの皆様との積極的な対話と、それに誠実に応えていこうとする取り組みを通して、これらの課題の解決を図っています。

誠実な取り組みの実践にあたり、各種委員会を通してグループ社員一人ひとりにこれらの課題の重要性を認識させ、企業グループとして持続的成長・発展のための法令・ルール・社会的規範の遵守、公正な取引の維持、多様性の尊重、地域社会との共存、地球環境への配慮などの課題を、日々の業務の中に取り込めるように努力しています。

セブン&アイHLDGS.は、本業への誠実な取り組みを通じて社会的要請に応え、社会との持続性の調和を目指すとともに、CSRの考え方に立脚した誠実な経営を推進することで、企業価値の最大化を図ってまいります。

皆様には、引き続き一層のご指導、ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

## 「お客様の安全・安心」を核とした施策と本業を通じたCSRの実現

(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)

村田 記敏



### グループのインフラ・ノウハウを結集し、本業を通じて社会的課題の解決に貢献

セブン&アイHLDGS.のグループ国内外の店舗には、1日当たり、約3,600万人のお客様がいらっしゃってくださいます。

当社グループ事業は、小売・外食・金融など、お客様の日々の生活に欠かすことができない社会的インフラとなっています。我々は、この責任の重さを自覚し、過去の経験にとらわれることなく、グループ各社のインフラやノウハウを結集し、本業を通じて社会的課題の解決に何ができるのかを真剣に考え、挑戦し続けています。

2008年度は、業態を越えたグループ・プライベートブランド商品「セブンプレミアム」などお客様の「安全・安心」に応える商品の開発・サービスを充実し、少子化・高齢化や女性の社会進出をご支援すべくリアルな店舗とネットを融合させた「セブン-イレブンネット」や「ネットスーパー」のネットビジネスを拡充し、循環型農業の構築を目指した農業生産法人「セブンファーム富里」を設立、低炭素型社会の実現のため、ITTO\*とCO<sub>2</sub>排出抑制プログラムを締結したほか、環境配慮型店舗のオープンなどに力を注いでまいりました。

### 「企業行動指針」の浸透とグループ全体でのコンプライアンスのさらなる徹底

セブン&アイHLDGS.では、ステークホルダーに信頼される「誠実な企業」であるため、各社企業行動委員会を通して「企業行動指針」の浸透や全グループ会社の事業に関連する法規の遵守徹底に力を入れています。

グループ全体でコンプライアンスを強化するため、2007年12月、グループ会社の全お取引先向けに専用ヘルプラインを設置、さらにグループ各社がすでに設置している社内通報制度に加えて、2009年9月からグループ全従業員向け共通ヘルプラインを社外に設置しました。

こうした制度面の充実に加え、これからも社員一人ひとりがCSRについて深く考え、さまざまなステークホルダーと事業会社それぞれの現場での対話を通して、「誠実な企業」として信頼されるよう、今後も一層のコンプライアンスの徹底を図ります。

### CSR情報の開示における「透明性」と「客観性」の向上

CSRを取り巻くさまざまな情報を開示するにさいし、今年には社外のアドバイザーからのご意見・ご提案をふまえて記載情報の抽出を行い、情報の客観性と透明性の向上に努めるとともに、グループ全体の収益構造や海外事業拡大の視点から新たにセブン銀行、米国の7-Eleven, Inc.や中国のスーパーストア事業を追加しました。本レポートをステークホルダーの皆様との対話のツールとして、当社グループの事業活動をより広くご理解いただきたいと考えております。

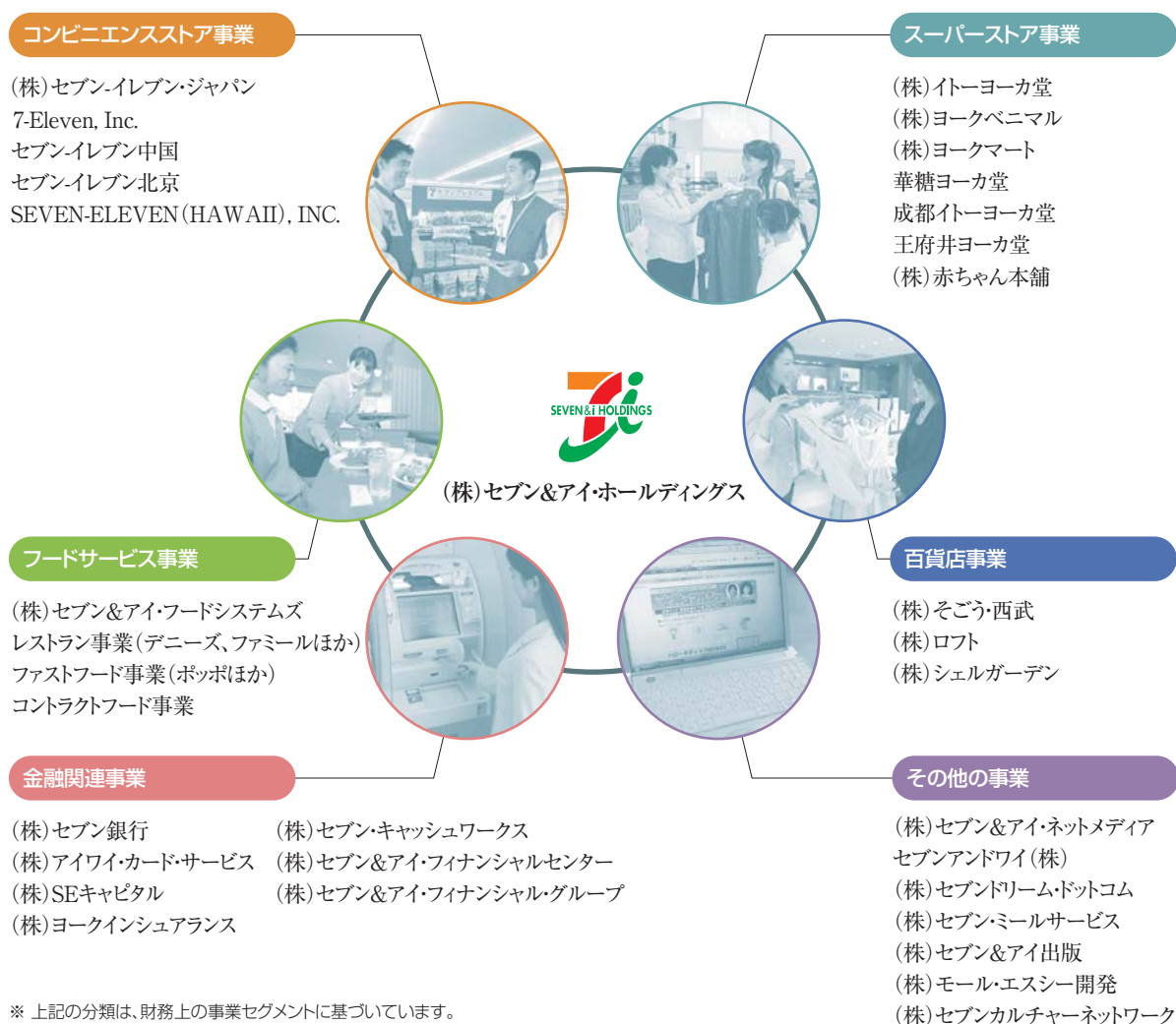
セブン&アイHLDGS.は、今後とも本業を通じたCSRを充実させ、企業価値向上に努めるとともに、誠実で信頼される企業の実現を目指してまいります。

皆様のご理解とご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

\* ITTO 国際熱帯木材機関。

## グループの概要

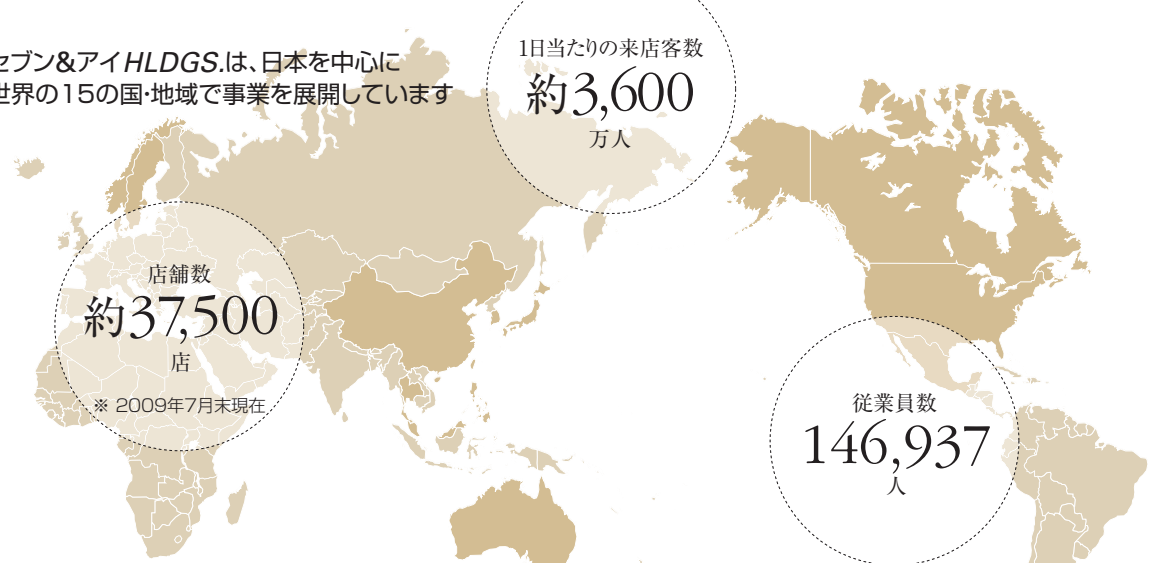
お客様の多様なニーズにお応えし、  
時代が求める新たな価値を創造する  
「新・総合生活産業」を目指します



## 会社概要(2009年2月末現在)

<b>社名</b>	(株)セブン&アイ・ホールディングス	<b>資本金</b>	500億円
<b>本部所在地</b>	〒102-8452 東京都千代田区二番町8番地8	<b>連結従業員数</b>	146,937人
<b>設立</b>	2005(平成17)年9月1日 東証第一部上場	<b>2009年2月期 連結経営成績</b>	営業収益 5兆6,499億円 営業利益 2,818億円 経常利益 2,793億円 純利益 923億円
<b>事業内容</b>	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)		

セブン&アイHLDGS.は、日本を中心に世界の15の国・地域で事業を展開しています



### 持株会社として株主利益を追求しています

(株)セブン&アイ・ホールディングスは、(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)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1日に設立された純粋持株会社です。小売業を中心に約100社の事業会社を擁し、お客様の生活に密着した事業をグローバルに展開しています。

社是の冒頭に掲げる「株主に信頼される、誠実な企業」という理念を実現するために、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。

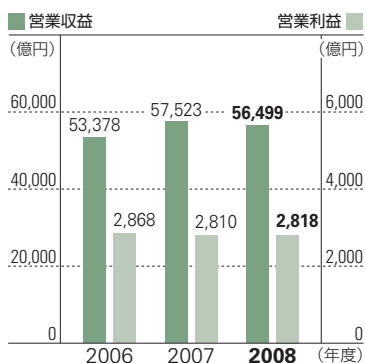
### 株主とのコミュニケーションを推進しています

セブン&アイHLDGS.では、株主総会の活性化と議決権行使の円滑化のため、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、機関投資家向けには、複数の信託銀行の会員Webサイトに招集通知を掲載。また「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。

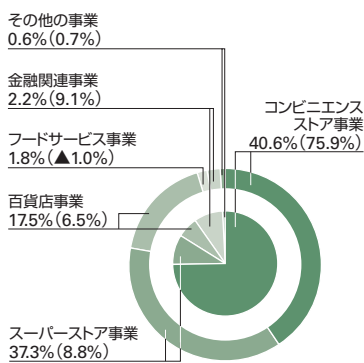
株主の方からのお問い合わせに対しては、適切かつ迅速に回答できるよう、お問い合わせに応じて、該当部署の社員

が直接対応しています。対応にさいしては、法令を遵守するとともに、提供する情報の公平性にも配慮しています。その一環として、情報管理委員会のもとに「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・公平性・適時性の確保を徹底しています。さらに、当社のWebサイトに決算短信などの適時開示情報・IR資料・株式情報などを掲載。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。

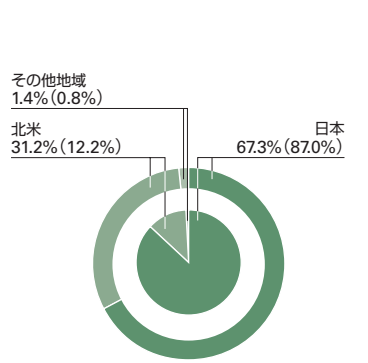
### 営業収益および営業利益



### 営業収益(外円)と営業利益(内円)の事業別セグメント構成比率(2009年2月期)



### 営業収益(外円)と営業利益(内円)の所在地別セグメント構成比率(2009年2月期)



## 主要事業会社の概要(2009年2月期決算)

### コンビニエンスストア事業



## (株)セブン-イレブン・ジャパン

セブン-イレブンは独立した経営者であるオーナー様と本部との共同事業です。明確な役割分担と独自のフランチャイズシステムで、地域のお客様にご支持いただけるお店づくりを目指しています。

### 会社概要

設立	1973(昭和48)年11月
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	2兆7,625億円
従業員数	11,480人※
店舗数	12,298店



※ 正社員および直営店で勤務するパートアルバイト(1日8時間、月間163時間換算による月平均人員)を含んでいます。

### セブン-イレブンのフランチャイズ事業



### 信頼関係の基盤となる3つの仕組み

#### 荒利分配方式

加盟店の売上総利益(売上高から売上商品原価を差し引いた荒利益)を、加盟店と本部が一定の割合で分けあう方式

#### オープンアカウントシステム

小規模な資金で事業をスタートさせ、安定した事業運営を進められるように考えられた、決済・融資の仕組み

#### 最低保証制度

加盟店のオーナー総収入(一定額)を保証する制度



## 7-Eleven, Inc.

### 会社概要(2008年12月期決算)

設立	1927年8月(前身のサウスランド社)、1999年4月に7-Eleven, Inc.に社名変更
本部所在地	One Arts Plaza 1722 Routh Street, Dallas, Texas, USA 75201-2506
事業内容	北米でのコンビニエンスストア展開および世界各地にエリアライセンス供与
資本金	US\$ 11,000
売上高	1兆7,259億円(1US\$=103.48円で換算)
従業員数	24,515人(2009年2月末)
店舗数	6,196店





## (株)イトーヨーカ堂

イトーヨーカドーは、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」を目指しています。2008年度は、新しい業態(ディスカウントストア・ホームセンター)にも挑戦し、商圈や立地・地域のニーズに合わせた多彩な店舗を展開しています。

### 会社概要

設立	1958(昭和33)年4月
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	1兆4,365億円
従業員数	41,928人
店舗数	175店



### イトーヨーカドーの店舗タイプ

#### 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



#### ゼネラルマーチャンダイジングストア(GMS)

食品、衣料品、雑貨などの日用品を総合的に販売し、都市部の高密度商圈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、主に小商圈のニーズに対応する店舗



#### ディスカウントストア

食品を中心に、衣料品・住居関連商品をリーズナブルな価格で提供する生活応援型ディスカウントストア



#### ホームセンター

日用雑貨やDIY用品(金物・工具)、ペット、園芸商品などの住居関連商品に特化した店舗



## 華糖ヨーカ堂有限公司

### 会社概要(2008年12月期決算)

設立	1997年9月
本部所在地	中国北京市
事業内容	衣食住関連商品を扱う総合スーパー事業
資本金	US\$65,000,000
売上高	363億円 (1元=14.85円で換算)
従業員数	3,145人
店舗数	8店

## 成都イトーヨーカ堂有限公司

### 会社概要(2008年12月期決算)

設立	1996年12月
本部所在地	中国四川省
事業内容	衣食住関連商品を扱う総合スーパー事業
資本金	US\$23,000,000
売上高	367億円 (1元=14.85円で換算)
従業員数	2,318人
店舗数	3店

## 王府井ヨーカ堂有限公司

### 会社概要(2008年12月期決算)

設立	2004年11月
本部所在地	中国北京市
事業内容	高級食品を扱うスーパー事業
資本金	US\$12,000,000
売上高	20億円 (1元=14.85円で換算)
従業員数	249人
店舗数	1店

## スーパーストア事業

# (株)ヨークベニマル



ヨークベニマルは、福島・宮城・山形・栃木・茨城の5県にスーパーマーケットを展開しています。小商圏で繰り返しご来店されるお客様の日常の食卓を、より「楽しく、豊かに、便利にする」というコンセプトを実現するために、地域に密着した個店経営を確立するとともに、サービスや、鮮度、品揃えが良く、安全・安心で提案やお買い得感がある「生活提案型スーパーマーケット」を目指していきます。

### 会社概要

設立	1947(昭和22)年6月
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	3,380億円
従業員数	12,784人
店舗数	156店

## 百貨店事業

# (株)そごう・西武



そごう・西武は、2009年8月、歴史のある老舗百貨店(株)そごう、時代を先取る革新性に富む(株)西武百貨店、そして両社の本部機能を担う(株)ミレニアムリテイリングの3社が合併し誕生しました。9月には(株)ロビンソン百貨店とも合併し、グループの百貨店セクターとして一体運営し、企業理念である「顧客サービス創造企業」を実現するとともに、地域のお客様サービスNo.1を目指していきます。

### 会社概要

創業	天保元年(1830年)
本部所在地	〒102-0084 東京都千代田区二番町5番地25二番町センタービル
事業内容	百貨店業
資本金	100億円
売上高	9,584億円
従業員数	11,397人
店舗数	30店

## 新会社のご紹介

### (株)セブカルチャーネットワーク

2009年1月15日設立

「学び」と「体験(旅行)」をキーワードに、文化教室事業と旅行事業を融合し、新しい知的体験のコンテンツ開発と提供を目的に設立。高品質なコンシェルジュ機能や体験型イベントの企画を開発するとともに、ギャラリー、カフェ、物販を融合した複合的売場などの展開も計画しています。



### (株)セブインターネットラボ

2009年3月24日設立

「流通とITの共創」をテーマに、情報社会に向けた研究やシステム開発を目的として、日本電気(株)と合併で設立。インターネット上の店舗とリアル店舗の融合ビジネスの研究、データ活用ノウハウを研究するとともに、システム効率化のためのソリューションを提供しています。

フードサービス事業

(株)セブン&アイ・フードシステムズ



セブン&アイ・フードシステムズは、お客様の「食」に対するライフスタイルが変化する中、「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(給食)事業」の3つの事業の改革を推進しています。特にレストラン事業では、価格とメニュー政策を根本から見直し、地域に密着した店舗運営を推進することで、地元のお客様に繰り返しご利用いただける店づくりを進めるとともに、新しい食の提案に努めていきます。

会社概要

設立	2007(平成19)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	1,021億円
従業員数	14,739人
店舗数	959店

金融関連事業

(株)セブン銀行



セブン銀行は2001年の開業以来、ATMサービス事業を主とする銀行として、お客様に「いつでも、どこでも、だれでも、安心して」使えるATMサービスの提供に努めています。現在、グループ各社の店舗への展開に加え、空港・駅などお客様の必要とする場所へのATMの設置を推進。同時に、法人のお客様向けの売上金入金サービスなど、ATMを活用したサービスの多角化も図っています。常にお客様視点でサービスを見つめ、「より便利に、より身近に」を追求していきます。

会社概要(2009年3月期決算)

設立	2001(平成13)年4月
本部所在地	〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-1
事業内容	ATM事業および金融サービス事業
資本金	305億円
経常収益	898億円
従業員数	308人(役員、嘱託社員、派遣スタッフ、パート社員を除く)
ATM設置台数	13,803台

(株)セブンヘルスケア

2009年6月1日設立

高齢化の進展、業事法の改正にともなうドラッグ分野のマーケット変化に対応するため、調剤薬局のトップ企業である(株)アインファーマシーズと共同出資で設立。9月7日にはイトーヨーカドー船橋店に「セブン美のガーデン」を出店。ヘルス&ビューティストアとして新しいビジネスモデル構築に取り組んでいます。またプライベートブランド商品である「セブンプレミアム」の開発ノウハウを活かした医薬関連の新商品の開発などにも取り組んでいきます。



# 社外アドバイザーからの 意見を参考にしながら 報告事項を検討・選定しました



## Step 1

昨今の  
社会的要請や  
社会が抱える  
問題について  
検討しました

- 経済・環境・社会の調和
  - 地球温暖化
  - 個人の自立・人間性尊重
  - 生態系保全・生物多様性維持
  - ダイバーシティ
  - 大気・水質・土壌・地下水汚染
  - ワークライフバランス
  - 強制労働・児童労働
  - 企業不祥事・偽装問題
  - 海外事業所の現地化
  - 製品・施設の事故
  - 雇用創出
  - 不当取引
  - 雇用の公正性
  - 製品・食品の品質・安全
  - 同一価値労働同一賃金
  - 製品・施設などのユニバーサルデザイン
  - 過重労働
  - 食料自給率
  - 労働安全衛生
  - 資源の枯渇
  - 社会保障制度
  - 資源・エネルギーの循環利用
  - 人材育成・訓練
  - 高齢者雇用問題
  - コミュニティの希薄化
  - 地域文化保全・尊重
  - 地域経済開発
  - 情報公開
  - 情報セキュリティ
  - 個人情報保護
- ※順不同



さまざまなステークホルダーの関心に応えるレポートをつくるために、2009年度は報告事項の検討段階から、2008年度のレポートで「第三者意見」をいただいた3名の方（→P15）に社外アドバイザーとして参画していただきました。社外アドバイザーのご意見をうかがいながら、次に示す3つのステップを通じて、報告事項を検討・選定しました。

### Step 1

まず、GRIガイドライン第3版、ISO26000ドラフト案や環境省の環境報告書ガイドライン、SRI調査項目などを参考に、昨今の社会的要請や社会が抱える問題を検討しました。政府・企業・個人がそれぞれに、または連携して対応・解決していくべき事柄のうち、特に企業に帰すべきものと企業が解決などに貢献できるものを、社外アドバイザーの助言をもとに上図のように抽出しました。



# Step 2

## セブン&アイグループが 取り組むべき 重要な課題を 選定しました



- 内部統制強化
- コンプライアンスの浸透
- 企業倫理の確立
- CSRマネジメントの強化
- 公正取引の推進
- CSR調達の推進



- 環境負荷の適切な把握
- 廃棄物の削減と循環型社会の構築
- エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入
- 生物多様性への対応
- 環境に配慮した商品の提供
- 従業員の環境意識啓発



- 商品・サービスの品質・安全性の確保
- 安心して利用できる店舗・設備の整備
- ユニバーサルデザインの導入
- 適切な情報提供
- お客様の声への誠実な対応

- 育児・高齢者支援
- 地域活性化への協力
- 災害時の支援
- 地域防犯対策



- 社員の能力向上
- 公正な評価・処遇
- ワークライフバランスの実現
- 多様な人材の活用

### Step 2

次に、Step1で抽出したことをもとに、セブン&アイHLDGS.にとって特に重要と考える課題を洗い出しました。その過程では、セブン&アイHLDGS.と各事業会社の事業特性をふまえて、当社グループが取り組むべき課題、さらに事業などを通じて社会的問題の解決に貢献できる取り組みとは何かという視点から優先順位をつけました。

これに社外アドバイザーからのご意見を加味して、重要と考える取り組み課題を上図のように整理・分類しました。

### 社外アドバイザーからいただいたご意見と対応の例

**ご意見** 多くの食材を輸入に頼る日本で、食品の調達・製造過程で不正や多大な環境負荷がないかは消費者の関心事である。

**対応** 取引先と連携したCSR調達の必要性を再認識しました。

**ご意見** CO<sub>2</sub>排出量削減策として、省エネルギーだけでなく、いわゆるグリーン電力など再生可能エネルギーの活用も重要である。

**対応** 「エネルギー効率の向上」とは別に「再生可能エネルギーの導入」を重要な課題として選定しました。

報告事項の検討プロセスについて

<p><b>特性①</b></p> <p>お取引先数</p> <p>約20,000社</p> <p>※国内事業会社の直接取引社数(2009年8月末現在)</p> <p>約20,000社にのぼるお取引先と連携・協力しています</p>	<p><b>特性②</b></p> <p>店舗数とCO<sub>2</sub>排出量の推移</p> <p>2006 2008 (年度)</p> <p>※2006年度を100とする指数</p> <p>環境負荷増大を抑えながら出店を続けることが重要です</p>	<p><b>特性③</b></p> <p>出店先都道府県数</p> <p>約13,800店 43都道府県</p> <p>※2009年2月末現在</p> <p>出店地域に根ざした商品・サービスを展開しています</p>	<p><b>特性④</b></p> <p>国内主要事業会社のパートタイマー比率</p> <p>約70%</p> <p>※2009年2月末現在</p> <p>従業員の約7割がパートタイマー多様な働き方を支援しています</p>
---	--	---	---

# Step 3

課題ごとの構成とし、記載項目を重要性の高い活動に絞ったレポートにしました

内容	
<p>サプライチェーンにおけるCSR →P16</p>	<p>多種多様な多くのお取引先を持つ<b>特性①</b>セブン&amp;アイHLDGS.は、公正な取引引きを徹底するとともに、お取引先と連携して、安全・安心な商品を提供する責任があります。サプライチェーン全体におけるCSR推進について特集しました。</p>
<p>企業統治・CSRマネジメントの強化 →P20</p>	<p>持株会社の責任を果たすための取り組みとして、セブン&amp;アイHLDGS.を中心としたグループのガバナンスおよびコンプライアンスの体制と、委員会組織によるCSRマネジメント体制について報告しています。</p>
<p>環境負荷の低減 →P24</p>	<p>事業活動の発展<b>特性②</b>に比例して、環境負荷が増大しないように管理していく責任があります。事業活動にともなう環境負荷の適切な把握と、その低減に向けた事業会社の主な取り組みを報告しています。</p>
<p>安全・安心な商品・サービスの提供 →P36</p>	<p>製品事故・偽装事件が多発する中で、お客様の毎日の生活に密着した商品を提供する小売業として、基本的な品質・安全性の確保、適切かつ誠実なサービス・情報提供などに関する取り組みを報告しています。</p>
<p>地域社会との共生 →P48</p>	<p>全国各地で地域に密着した事業<b>特性③</b>を営んでいる当社グループにとって、コミュニティの希薄化・少子化・高齢化などの地域の抱える問題解決への貢献も重要な役割です。地域活性化への協力を目指す取り組みなどを報告しています。</p>
<p>働きがいのある職場づくり →P60</p>	<p>パートタイマーを多く雇用している<b>特性④</b>企業グループとして、多様な働き方のできる、また働きがいのある職場づくりは重要なテーマです。人事制度の整備・拡充や従業員の能力向上支援などについて報告しています。</p>

## Step 3

こうした整理・分類結果に即して本レポートの章構成を決定しました(上図参照)。また報告する項目は、各課題に関する取り組みのうち、特に社会的関心が高く、重要性(マテリアリティ)が高いものに絞りました。

### 社外アドバイザーからいただいたご意見と対応の例

**ご意見** 商品の安全と、トレーサビリティやサプライチェーンでの環境配慮を関連づけて報告するとわかりやすい。

**対応** 小売業の大きな課題「サプライチェーンにおけるCSR」について、特集としてまとめました。

**ご意見** 各テーマに関する各社の取り組み状況が明確になるように、一覧表を設けて成果と課題を自己評価すると良い。

**対応** 「環境負荷の低減」「安全・安心な商品・サービスの提供」「地域社会との共生」「働きがいのある職場づくり」については、冒頭のページに主要事業会社の主な取り組み状況の一覧表を記載しました。

**ご意見** 持株会社と各事業会社の責任区分を明確にすべき。

**対応** 「企業統治・CSRマネジメントの強化」の章を設けて、グループを統括するセブン&アイHLDGS.の取り組み状況を報告しました。

## レポート全体やCSRへの取り組みに対して社外アドバイザーからいただいた主なご意見

### 辰巳菊子様からのご意見

(社)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

「自らの取り組みだけでなく、  
取り組みに対するお客様の評価なども報告書に盛り込んだほうが良い。」

「安心」は消費者にとって、自分の健康が安心だけでなく、  
商品の調達・製造過程などで「悪いことに加担しない」という安心などもある。  
フェアトレード商品は、そうした問題への一つの取り組み手段になると思う。」

「各社共通の取り組みは、まとめたほうが読みやすい。」



### 河口真理子様からのご意見

(株)大和総研 経営戦略研究所 経営戦略研究部長

「実行できていないことも、課題として整理する必要がある。」

「各社の活動事例を報告するだけでなく、グループとして  
今後取り組みを広げていくなどの方針・戦略も報告すべき。」

「地域社会との共生に関しては、今後、流通・小売業とは異なる  
セブン銀行の取り組みを報告していくことも検討してもらいたい。」



### 緑川芳樹様からのご意見

バリエーション研究会 共同議長グリーンコンシューマー研究会 代表

「CSRは企業が社会問題を起こさず  
社会的課題を解決することが基本であると考えられる。  
社会の課題をベースに自社の課題を抽出するという発想は高く評価できる。  
しかし社会的課題の採り上げ方はまだ十分ではなく、  
今後の改善も必要である。」

「報告書全体を通して、中長期的な考え方に関する記載が薄い。  
年度の目標、実績、自己評価、今後の目標をまとめたCSR総括表の記載が望まれる。」



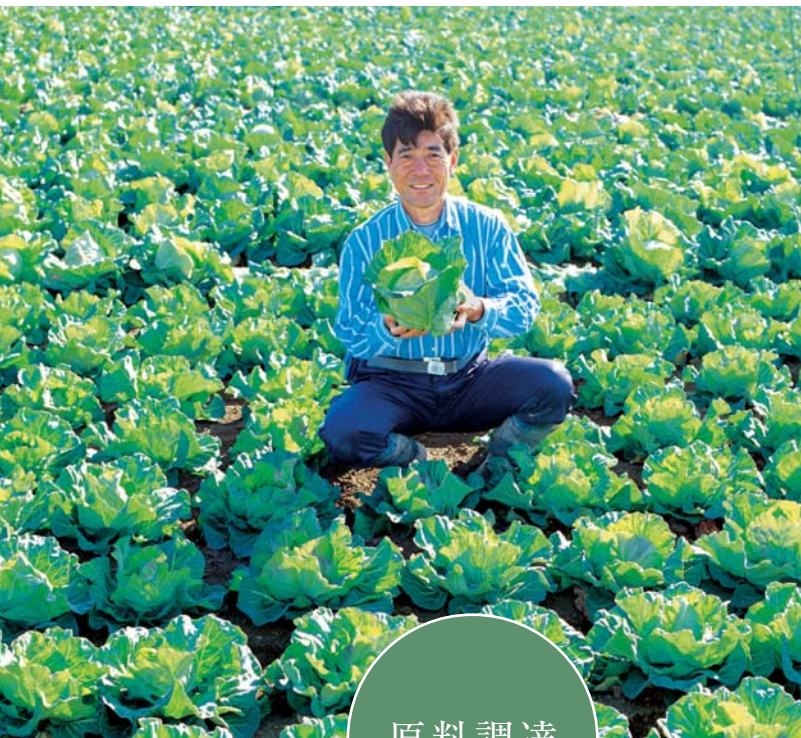
## ご意見を受けて

上記のご意見を受けて、そのいくつかを本レポートの改善に活かしました。

- 取り組みに対する社外の評価の例として、関係するステークホルダーからご意見・ご要望をうかがい、記載しました(→P67)。
- 事業の全体像と特徴をご理解いただくために、主要事業会社の概要を一覧できるページを設けました(→P8-11)。

「一方、CSRについてのグループ全体の中長期的な目標の明確化や達成までの具体的なプロセスなど、不十分な点は今後の課題として改めて認識しました。一部事業会社における先進的な取り組みは、グループ全体で共有し、さらに発展させるとともに、取り組みが遅れている部分については、具体的施策を検討することで、セブン&アイHLDGS.全体のCSR活動を一層深化させていきます。」

# お取引先と連携しながら、サプライチェーン全体で社会的責任を果たしていきます



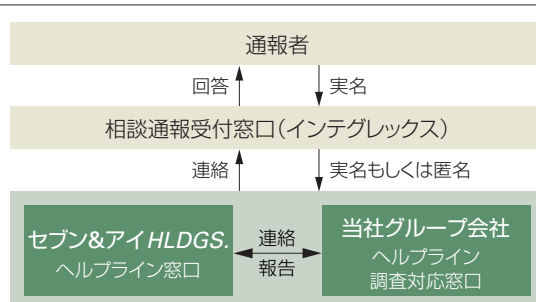
- 産地の環境保全
- 環境に配慮した栽培方法の採用
- 生産者の人権尊重
- 生物多様性の尊重 など

- 商品の品質・衛生管理の徹底
- 生産履歴の管理
- 安全で働きやすい職場環境づくり など

## お取引先と連携したCSR推進のため

### 公正取引の徹底

セブン&アイHLDGS.では、お取引先との公正な取引を維持・徹底していくために、専門組織であるFT部会(→P21)を通して、関連諸法規に関する情報や、各事業会社の事例をグループ会社で共有するとともに、従業員教育を徹底しています。さらに当社グループのお取引先からの相談やご意見の受付窓口として「セブン&アイHLDGS.お取引先専用ヘルプライン」を第三者機関に設置し、社会からの信頼を失うおそれのある行為の早期是正と未然防止に努めています。



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



セブン&アイHLDGS.の各事業会社を取り扱う商品のサプライチェーンは、原料の仕入先や生産・加工委託先、物流関連・廃棄物・リサイクル処理の委託先など多様な取引先によって構成されています。お客様の期待に応える「安全・安心」な商品を提供するため取引先との連携を強化し、サプライチェーン全体で法令遵守はもとより、労働条件や環境保全への配慮といった社会的責任を果たします。



- .....
- .....
- .....
- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

## の仕組みづくりに取り組んでいます

### 「セブン&アイHLDGS.お取引先行動指針」遵守の要請

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・遵守していただきたい項目をまとめた「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。また、当社グループまたは事業会社のオリジナル商品の製造を委託するお取引先に対しては、行動指針の遵守とあわせて、その遵守のため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」の提出を依頼しています。

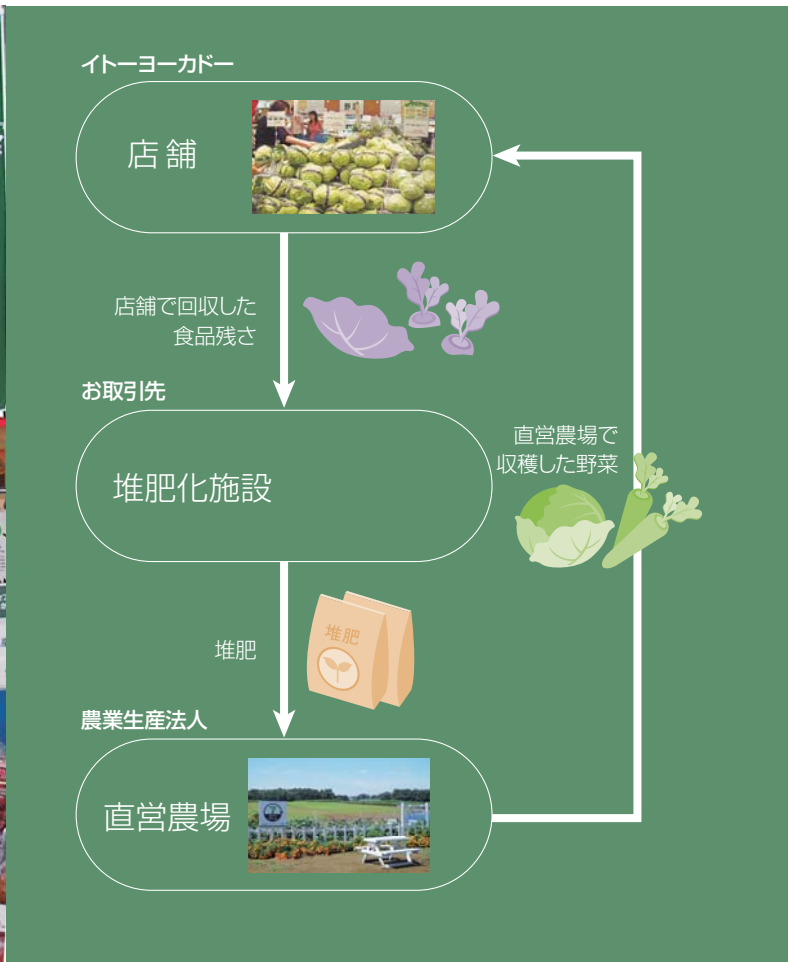
**セブン&アイHLDGS.お取引先行動指針**

<b>1. 法令遵守</b>	<b>5. 地域・社会との関係</b>
<b>2. 人権・個人の尊厳の尊重</b>	<b>6. 情報の管理</b>
<b>3. 雇用・職場環境</b>	<b>7. 商品の安全確保</b>
<b>4. 環境管理</b>	<b>8. 公正な取引</b>

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

# 循環型農業への挑戦

店舗で発生する食品残さを堆肥化し、その堆肥で栽培した新鮮な野菜を店舗で販売するリサイクル・ループを構築していきます



## 「リサイクル・ループ」構築のために農業生産法人を設立

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って、「食品リサイクル法」(2007年改正施行)で推奨されている「食品循環資源の再生利用(リサイクル・ループ)」の構築を2002年から進めています。これは、食品廃棄物を循環資源と考え、店舗で発生する食品廃棄物で堆肥をつくり、その堆肥を使って栽培した農産物を仕入れ・販売するという取り組みです。

イトーヨーカドーではこの“完全循環型の食品リサイクル”の実現を目指して、千葉県富里市内に農業生産法人「(株)セブンファーム富里」を2008年8月に設立。イトーヨーカドー、富里市農業協同組合(JA富里市)およびその組合員の共同出資によって設立された同社では、千葉県内の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、富里市内の直営農場約2ヘクタールで新鮮な野菜を栽培。県内のイトーヨーカドーで販売しています。さらに、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生産に取り組むことで、お客様のニーズに合った安全・安心な商品の提供を目指すとともに、農業生産性向上のための手法なども一緒に開発し、地域の農業の活性化へも寄与したいと考えています。

2009年6月には農場を5.1ヘクタールに拡大し、埼玉県・神奈川県・茨城県でのセブンファームの設立も計画しています。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、取り組みを発展させていきます。

# サステナビリティに配慮した商品の販売

生産農家への適正な支払いや生活環境への配慮がなされた商品の販売を通じて生産地の持続可能性向上に貢献していきます



## 生産者の生活環境や産地の環境保全などの「人と環境に配慮したコーヒー」の販売

農産物などのグローバルなサプライチェーンにおいて、途上国など生産地での強制労働・児童労働が国際的に問題視されています。食料の多くを輸入に頼る日本の現状もふまえて、セブン&アイHLDGS.の事業会社ではこうした問題の改善につながるサステナビリティに配慮した商品の導入を始めました。

その一環として、2009年4月には「グッドインサイド<sup>※1</sup>」認証を受けた「人と環境に配慮したコーヒー」の販売を開始<sup>※2</sup>。この認証プログラムでは、生産履歴の明確な管理による「安全・安心」な商品の提供を重視するとともに、生産者とその家族の健康・安全や生産地の自然環境に配慮していることを基準としています。こうした適正な生産・取り引き過程を経て生産された良質な商品の提供を通じて生産地での持続可能な農

業生産をサポートしていきます。

また、お客様に対してこうした社会・環境に配慮した商品の意義を伝えていくための工夫もしています。「人と環境に配慮したコーヒー」の販売にさいしては、社外の方からのご意見を参考にして生産過程とその中で配慮されたことがわかるパッケージデザインにしました。さらに売場でも、POPやリーフレットを利用してグッドインサイド認証について説明しています。

**※1 グッドインサイド**  
農産物の持続可能な生産・加工・流通に関する基準を定めた世界規模の認証プログラム。

**※2** 2009年5月末現在、5アイテムを、イトーヨーカドー168店舗・ヨークベニマル156店舗（一部店舗では3アイテムのみ）・ヨークマート61店舗で販売。



## 企業統治・CSRマネジメントの強化

# コーポレート・ガバナンス

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・監督と業務執行の明確な役割分担のもとで内部統制の強化に努めています

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。

## 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、2009年7月末現在、15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、2009年7月末現在、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、内部監査部門との積極的な意見交換などによって、取締役の職務の執行を監査します。また、会計監査人とも情報を交換し、会計監査における緊密な連絡を図っています。

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

社員を置き、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。

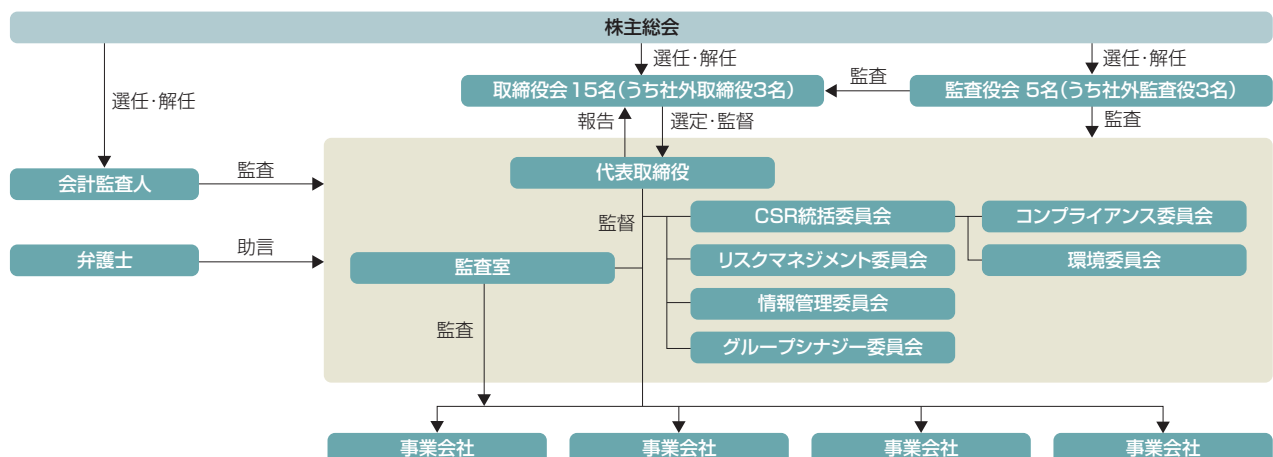
## 内部統制システムの強化

2006年5月の「会社法」施行に対応して、セブン&アイHLDGS.では取締役会で「内部統制システムに関する基本方針」を決議し、各種規程類の整備やリスク管理状況の確認を実施するなど、内部統制の強化に努めています。

2009年2月には「金融商品取引法」に基づく内部統制報告制度への対応策の一環として、監査室を増員・再編成しました。監査室は従来、独立した内部監査部門として、主要事業会社の内部監査を確認・指導する「統括機能」と持株会社自体を監査する「内部監査機能」を有していました。今回の再編では、これら従来の業務にあたる「業務監査担当」に加えて、当社グループ全体の内部統制評価を実施する「内部統制評価担当」を新たに置きました。

合わせてセブン&アイHLDGS.では、全従業員に向けた「内部統制ハンドブック」の制作など、環境整備を図っています。

### ■コーポレート・ガバナンス体制



# CSRマネジメント

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、委員会単位で各事業会社と緊密な連携を取っています。

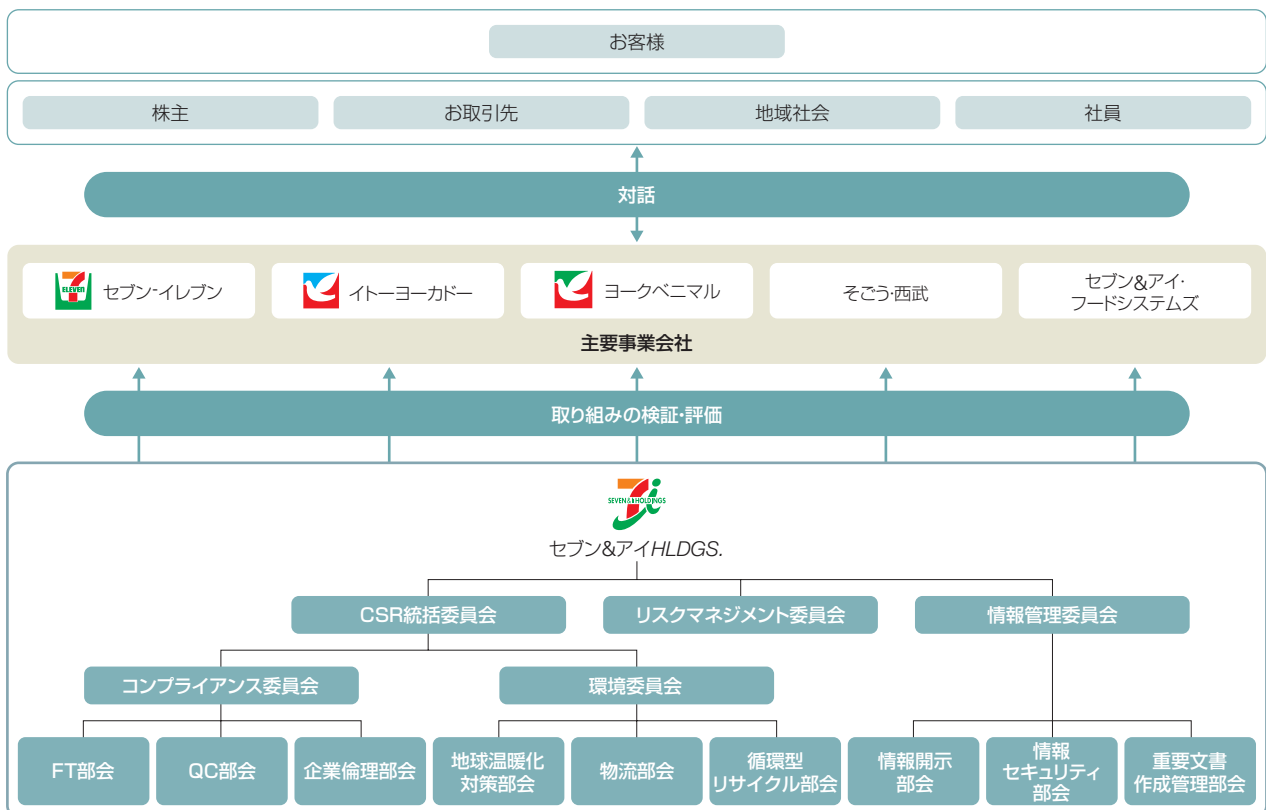
また、それぞれの委員会において、各社の取り組み状況を定期的に検証・評価し、その結果を各社とグループ全体の経営目標や行動計画の策定に反映させることで、グループ全体でCSRに関わる取り組みのレベルアップを図っています。

## 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、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



## CSRマネジメント

### 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」で構成されます。FT部会では、グループ各社に公正な取り引きを徹底させるため、表示や公正取引などに関するグループ各社からの相談を受け付けているほか、独占禁止法など関連法規の研修と売場の実態調査を実施して各社の取り組みを支援しています。QC部会では、商品の安全に関する情報を事業会社間で共有する体制や、事故発生時の報告・対応ルールの確立に取り組んでいます。企業倫理部会では、グループ共通ヘルプラインを開設し、グループ共通の企業行動指針の策定について検討を進めています。

### 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」で構成されています。同委員会は、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、グループ共通の環境関連施策の検討・策定を担っています。地球温暖化防止や、食品残さの効率的なリサイクルの推進、容器包装の削減などについて、グループ全体の取り組みの共有化を行っています。

2008年度はグループ方針をまとめた「環境宣言」「地球温暖化防止に関する基本方針」を策定。また2009年春からITTO(国際熱帯木材機関)を通じた「原生熱帯林保全プログラム」を開始しました(→P24)。

### TOPICS

#### エコプロダクツへの出展

セブン&アイHLDGS.は、2008年12月に国内最大級の環境展示会であるエコプロダクツに初めて出展しました。クイズを交えた来場者参加型のシアター形式で、環境対策のほか、食の安全・安心への取り組みやセブン・イレブンのセーフティステーション活動などを紹介しました。



### リスクマネジメント体制の強化

2008年度、機能を一新したリスクマネジメント委員会のもと、統合的リスク管理の仕組みを導入しました。

この仕組みでは、グループの事業継続を脅かす全ての事象を識別・分析・評価して総体的に認識した上で、個々のリスクの重大性および喫緊性に応じて優先順位をつけて対策を立案・実行し、改善状況をモニタリングしていきます。

2008年度は、年度計画に基づいて期の後半からリスクアセスメントを実施しました。その結果をふまえて、2009年4月のリスクマネジメント委員会において、グループのリスクの総体的な評価と優先事項について報告を行い、リスク管理強化への具体的な取り組みを推進するとともに、認識したリスク状況を第4期有価証券報告書で開示しました。

### TOPICS

#### 新型インフルエンザへの対応

新型インフルエンザについて、セブン&アイHLDGS.では鳥由来の「強毒性H5N1」を中心に、グループ各社の情報収集体制の整備、グループ全体の適正な人員配置や資金調達などの事業継続支援、対応マニュアルの作成を進めています。また、豚由来の「弱毒性H1N1」については「強毒性H5N1」への対応マニュアルを修正して各事業会社へ情報を提供しています。さらに、2009年秋の第二波に備えて事業継続計画の整備・マスクの備蓄などの対策を講じています。

### 情報管理の強化

情報管理委員会は、会社情報の全社管理・統括を目的とした活動を行います。2008年度はインサイダー規制の遵守を目的として、セブン&アイHLDGS.などの株式売買に関する規則を改定し、東京証券取引所による勉強会を開きました。また、重要な情報が適時にセブン&アイHLDGS.に伝達されるためのグループ共通ルールを策定し、ITセキュリティに関する基準を定めました。

# コンプライアンス

グループ全体へ「企業行動指針」を浸透させてコンプライアンスを徹底していくためにヘルプラインの開設など具体的な仕組みや体制を構築しています

セブン&アイHLDGS.は、「セブン&アイHLDGS.企業行動指針」や事業に関連する法規をグループ会社の全従業員が遵守するよう、主要事業会社それぞれに「企業行動委員会」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統一を図っています。また、効果的な取り組みを行っている事業会社の例を情報共有するな

ど、企業行動指針の浸透や各活動の向上のために協議しています。

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従業員向けの「ヘルプライン制度」「イエローホイッスル制度」を設置。従業員からの相談に応じています。相談は電話、Eメール、手紙で受け付けており、匿名でも対応するなど、相談者に不利益が生じないよう運用しています。

## ■ コンプライアンス委員会組織



## TOPICS

### 「グループ共通ヘルプライン」の開設

コンプライアンス委員会では、グループ全体の内部統制の一環として、従業員からの相談・通報窓口（ヘルプライン）を設置することについて協議を重ね、2009年9月に社外の第三者機関に「グループ共通ヘルプライン」を開設しました。これは、セブン&アイHLDGS.および国内連結子会社全社の従業員を対象とした制度で、グループ全体で、社会からの信頼を失うような行為の未然防止・早期発見・早期是正・再発防止を図っていくことを目的としてい

ます。「グループ共通ヘルプライン」の導入によって、これまで相談・通報窓口を設置していなかった事業会社の従業員の声もより収集しやすい環境が整いました。今後、各社における個別の課題の解決はもちろん、グループ各社に共通の課題の洗い出し・検討・改善につなげていきます。



# 環境負荷の低減



地球温暖化の防止と循環型社会の構築を両輪に、グループ一体となって環境負荷低減への取り組みを強化しています

## グループマネジメント方針

### 「環境宣言」に基づいて地球温暖化の防止を軸とした環境負荷低減策を推進しています

セブン&アイHLDGS.は2008年6月、各事業会社がこれまで取り組んできた環境対策を強化し、地球温暖化の防止を軸とした包括的な活動に発展させるための方針・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」を策定しました。今後、この方針に則ってサプライチェーン全体を視野に入れた環境負荷低減策を推進していきます。

事業会社が各々の事業特性に応じて効果的な取り組みを進めていくためには、CO<sub>2</sub>排出量の正確な把握が必要となります。そこで主要事業会社の2008年度のCO<sub>2</sub>排出量データについて第三者機関によるレビュー\*を実施しました。

\* レビューとは第三者がデータを確認し、その結果を報告することです。

## TOPICS

### インドネシアで約58,000ヘクタールの原生熱帯林保全プログラムを開始しました

セブン&アイHLDGS.は、熱帯林に関する国連の条約機関である「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2009年春に開始しました。インドネシア政府と連携し、約58,000ヘクタールにわたる原生熱帯林を保全していきます。

ITTOは、今回のプログラム実施を受けて当該地域の森林局と連携し、「森林保全全部局の体制強化」や「森林保全活動を行う住民リーダーの養成」、さらに「森林保全教育や学校設置等の社会基盤整備」などの活動を行います。

また今回のプログラムには、地球温暖化の大きな原因と言われている熱帯林の破壊による大気中へのCO<sub>2</sub>放出を防ぐとともに、生物多様性の保全という観点から熱帯林の希少な動植物を保護するという意義もあります。このプログラムの実施によって、セブン&アイHLDGS.の国内主要事業会社の2008年度1年間のCO<sub>2</sub>排出量の約54%にあたる、120万トンのCO<sub>2</sub>排出抑制効果が見込めます。

## 主要事業会社の主な取り組み一覧

コンビニエンスストア事業	
セブン-イレブン	
環境負荷の適切な把握	○ CO <sub>2</sub> 排出量データ 第三者レビューの実施 →P76
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 省エネ型設備・機器の導入 →P27</li> <li>● LED照明・太陽光発電パネルの導入 →P27</li> <li>● 物流の効率化 (車載端末設置、CNG車ハイブリッド車の導入推進) →P29</li> </ul> <p>環境省ライトダウンキャンペーンへの参加</p>
廃棄物の削減と循環型社会の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>● レジ袋使用量の削減(お客様への声かけ、レジ袋の薄肉化、サイズ見直し) →P28</li> <li>● 食品リサイクルの推進 →P28</li> <li>● 容器包装材の使用量削減(お弁当包装のラップからシールへの変更、オリジナル飲料のラベル幅の縮小、オリジナルペットボトル・チルド飲料のフタの廃止等)</li> </ul>
生物多様性への対応	原生熱帯林保全プログラムの実施 →P24
環境に配慮した商品の提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ オリジナルエコバッグの販売 →P59</li> <li>○ 地産地消商品の開発・販売 →P50</li> </ul>
従業員への意識啓発	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 加盟店との環境情報の共有 →P29</li> </ul> <p>6月の環境月間におけるグループ全体での従業員への意識啓発、清掃活動などの実施</p>





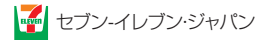
●:本レポート中に独立した項目で記載 ○:本レポートの本文中で言及 一:取り組み未実施

スーパーストア事業		百貨店事業	フードサービス事業	金融関連事業
イトーヨーカドー	ヨークベニマル	そごう・西武	セブン&アイ・フードシステムズ	セブン銀行
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 省エネ型設備の導入 →P30</li> <li>● LED照明・太陽光発電パネルの導入 →P31</li> <li>● 温度帯別・エリア別トランスファーセンターの設置による配送距離・台数の削減</li> <li>● エコドライブの推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 冷蔵多段ケースの省エネ策の実施 →P30</li> <li>● LED照明の導入 →P31</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 省エネルギー設備の導入 →P34</li> <li>○ LED照明の導入 →P34</li> <li>● 毎日ライトダウン実施(ブラックイルミネーション)</li> <li>● 店舗の屋上・壁面の緑化の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 省エネ型設備機器の導入 →P33</li> <li>● 物流拠点の見直しによる車両走行距離の削減</li> <li>● 混載納品による積載効率の見直しを通じた車両台数の削減</li> <li>● 車載端末の管理による燃費の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ATMの省エネ設計の推進</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● レジ袋使用量の削減(配布基準の徹底、素材の薄肉化、エコスタンプカードの導入、有料化) →P32</li> <li>● 食品容器包装の使用削減(ばら売り、素材の見直し) →P32</li> <li>● 食品リサイクル・ループの構築 →P32</li> <li>● 分別の徹底</li> <li>● 食品廃棄物リサイクル付加金制度の運用</li> <li>● 「通い箱」導入によるダンボールの削減</li> <li>● 生物多様性に配慮した農法を採り入れた商品の販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● レジ袋の有料化 →P32</li> <li>● 食品リサイクルの推進 →P32</li> <li>● 再生トレイの導入 →P32</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 生ごみ処理機の店舗設置</li> <li>● コンポスト肥料で栽培した農産物の販売</li> <li>● スマートラッピング(簡易包装)の推進</li> <li>● レジ袋辞退カードの設置</li> <li>● リターナブルコンテナ導入、ハンガー納品化によるダンボールの削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 食品廃棄物の削減・堆肥化 →P33</li> <li>● 120回の洗濯に耐える制服の製作・使用</li> <li>● 制服クリーニング水の循環利用</li> <li>● 本部社員食堂でのマイボトル持参者へのポイント提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ セカンドディスプレイの活用による販促用の紙媒体の削減 →P46</li> <li>● ご利用明細票発行の必要・不要の確認表示</li> <li>● ATM部品のリサイクル</li> </ul> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ オリジナルエコバッグの販売 →P59</li> <li>● オーガニック商品・環境に配慮した農法を取り入れた商品の販売</li> <li>● クールビズ・ウォームビズ対応商品の販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ オリジナルエコバッグの販売 →P59</li> <li>● オーガニック商品の販売</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 環境に配慮した商品とライフスタイルの提案 →P35</li> <li>● オリジナルエコバッグの開発・販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 建築端材や間伐材を活用した割り箸を店内で使用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 従業員向け小冊子の配布</li> <li>● ごみ分別教育のための「廃棄物処理手順書」改訂と「リサイクル333キャンペーン」の実施</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 従業員向け小冊子の配布</li> <li>● ごみ分別教育のための「廃棄物処理手順書」改訂と「リサイクル333キャンペーン」の実施</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● eラーニングによる従業員向けの環境教育</li> <li>● 入店時環境教育の実施</li> <li>● 従業員向け環境リーフレットの配布</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 会議・研修時の省エネルギーの推進教育</li> <li>● 店舗での「省エネチェックリスト」の運用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社員と家族が自然について学ぶ「ポノロンの森環境活動」</li> <li>● 環境研修の実施</li> </ul>



# コンビニエンスストア事業

## 店舗におけるCO<sub>2</sub>排出抑制



### サービスの多様化や店舗数の拡大にともなう 電力消費の増加を抑制しています

※1 店舗全体のCO<sub>2</sub>排出量はエネルギー使用量が把握可能な店舗のデータをもとに1店舗当たりの平均電気使用量を推計し、その値から店舗全体のCO<sub>2</sub>排出量を算出しました。

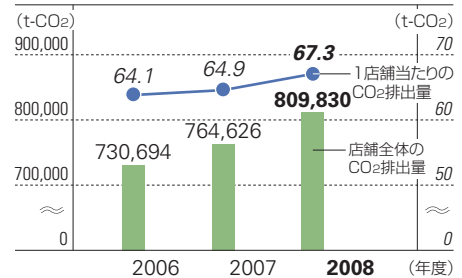
セブン-イレブンが排出するCO<sub>2</sub>の大半は、店舗運営に不可欠な照明や空調、設備・機器の電力使用にともなうものです。お客様ニーズの多様化に対応した新規サービスの導入や店舗数の増加などによって、エネルギー使用量は増加傾向にあります。

2008年度は、環境配慮型店舗を2店舗開店するとともに、新店・改装店において省エネ型の照明・設備を積極的に導入しました。しかしながらフライヤー（調理機器・ウォーマー）の導入店舗がさらに拡大したことや、店舗の大型化の影響もあり、1店舗当たりの電力使用量は前年度よりも増加しています。

今後も引き続き、積極的な省エネ投資を進

めるとともに、店舗ごとのエネルギー使用量の削減に向けて、省エネ対策の周知を強化していきます。また店舗の定期メンテナンス制度を活用して、加盟店様と連携した省エネ対応の仕組みを構築していきます。

### ■ 店舗全体のCO<sub>2</sub>排出量\*1と 1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量



※2 「社会インフラとしてのコンビニエンスストアのあり方研究会」報告書、および「社会インフラとしてのコンビニエンスストア宣言」の詳細については、経済産業省、(社)日本フランチャイズチェーン協会のWebサイトを参照ください。

経済産業省  
http://www.meti.go.jp/

(社)日本フランチャイズチェーン協会  
http://jfa.jfa-fc.or.jp/index.html

## TOPICS

### 「社会インフラとしてのコンビニエンスストア宣言」について

2008年12月、経済産業省が主導して、主要コンビニエンスストア・チェーン代表者と有識者が参加した「社会インフラとしてのコンビニエンスストアのあり方研究会」が発足、2009年4月に報告書が発表されました\*2。同報告書では、今後コンビニエンスストア業界が社会的責任を果たしていくうえでの4つの課題と、それら課題の解決に取り組むうえでの3つの視点を指摘しています。

同報告書を受けて、セブン-イレブンが加盟する(社)日本フランチャイズチェーン協

会では、コンビニエンスストア業界共通の取り組み目標として「社会インフラとしてのコンビニエンスストア宣言\*2」を発表しました。同宣言では環境への課題として①太陽光発電装置の導入、②LED照明の導入、③電気自動車導入および高速充電スタンド設置、④食品リサイクルの推進があげられています。

セブン-イレブンでも、この宣言にある項目を重要な課題として認識し、加盟店様や業界各社と連携しながら目標達成へ取り組んでいく考えです。

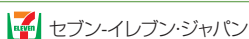
#### 4つの課題

1. 環境
2. 安全・安心
3. 地域経済活性化
4. 消費者の利便性向上

#### 3つの視点

1. 本部・加盟店間での持続的な発展のための関係構築
2. コンビニエンスストア各社の競争と業界としての協働
3. 行政との役割分担・連携

## 省エネ型設備の開発と導入



## 既存店・新店の双方でエネルギー効率の向上を目指しています

既存店のエネルギー効率向上を図るために、セブン-イレブンでは、既存店の設備を継続的に見直しています。また、機関誌や商品展示会などを通じて、設備・機器のメンテナンスや清掃方法などの周知に取り組んでいます。これらに加えて、新しい省エネ技術を採用した設備の導入も進めています。

## 看板類へのLED照明の導入

店舗での電力使用量の約15%を占めるのが、店内照明や看板類に使用する電力です。これを低減するために、店頭看板やサインポールの光源としてLEDの採用を進めています。LEDは蛍光灯と比較して消費電力が少なく長寿命であるという特性があります。2008年12月か

ら新店・改装店で導入を開始、2009年8月末時点で836店まで導入が進んでいます。

## 太陽光発電パネルのテストを実施

2008年9月から太陽光発電パネルを設置して消費電力の一部を太陽光発電でまかなうテストを実施しています(2009年8月末現在8店舗)。天候によって効率が変動する太陽光発電パネルの発電状況をみながら、今後の設置拡大などについて検討していきます。



太陽光発電パネルを設置した店舗

## 環境配慮型店舗の開発



## 太陽光を最大限活用した省エネ型店舗をオープンしました

セブン-イレブンでは、環境配慮型店舗として2008年2月に「長野吉田2丁目店」(長野県)を、同年11月に「上賀茂榊田町店」(京都府)をオープンしました。

また2009年8月には「多摩豊ヶ丘4丁目店」(東京都)をオープンしました。同店は内外装から設備までトータルに最新の省エネ施策を採用しています。

例えば、フリースタンド型店舗(独立型の店舗)のメリットを活かして、店内に太陽光(自然光)を採り入れるトップライト(天窗)を導入しました。屋上には太陽光発電パネルを設置して、自然エネルギーを最大限活用できる設計としています。また店内照明・外灯・ショーケースにはLED照明を導入。さらに、省エネ型の空調設備、前面ガラスには断熱ペアガラスを導入することで店内空調負荷の軽減を図っています。

これらの施策によって、同店では従来型の店舗と比較して年間約2万kWhの電力使用量削減を目指しています。また採光の改善などによる店舗イメージの向上も図り、よりフレッシュなセブン-イレブンとしてご利用いただけることを期待しています。

これら施策の効果を検証したうえで、今後の新規開店や改装時の設計に採用していくことを検討していきます。



屋上に設置した太陽光発電パネル

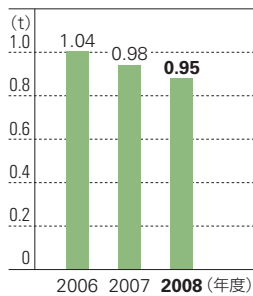


トップライト(店内)



## コンビニエンスストア事業

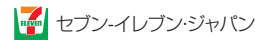
※1 1店舗当たりのレジ袋使用量



※2 食品リサイクルの実施地区

東京23区、名古屋市、多摩地区(一部)、京都府、熊本市

### レジ袋使用量の削減



#### お客様にもご協力いただきながらレジ袋の使用抑制に努めています

セブン-イレブンを含むコンビニエンスストア各社が加盟する(社)日本フランチャイズチェーン協会では、レジ袋の削減について「1店舗当たりの年間の使用重量を2010年度までに2000年度比35%削減する」という業界目標を設定し、お客様への啓発ポスターを掲出するなど、各社連携して取り組みを進めています。

2008年度、セブン-イレブンの各店舗では、啓発ポスターを掲出したほか、精算時のレジ袋の要不要の確認を徹底。7月から10月までの3カ月間はレジにもPOPを設置して、お客様へ一層の協力をお願いしました。

また、レジ袋有料化等推進条例を2008年に制定した東京都杉並区では、同年6月にセブン-イレブンとしてレジ袋削減計画書を提

出しました。ほかにも杉並区では、お客様がレジ袋不要の意思を表しやすいよう、2009年1月から6月まで店舗に専用のレジ袋ご不要カードを設置。カードには同区のキャラクターとして地元のお客様になじみのある「なみすけ」をデザインに採用しました。



レジ袋削減POP

2008年度のセブン-イレブン1店舗当たりのレジ袋使用量※1は953.3kgで、2000年度比32.9%の削減となっています。今後も、2000年度比35%削減という目標達成に向けて、取り組みを継続していきます。

### 食品廃棄物リサイクルの推進



#### 店舗で発生する食品廃棄物を堆肥や飼料、石鹼にリサイクルしています

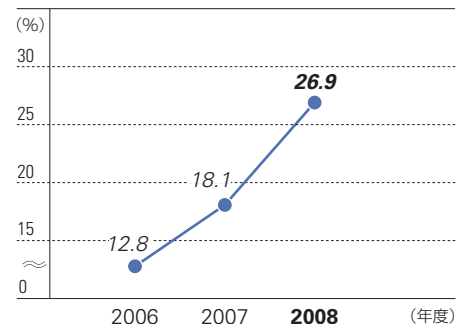
各店舗では、周辺の催事予定やお客様の来店状況・ニーズ、商品の販売動向などをとに販売量を予測して商品を仕入れるなどの努力をしていますが、やむなく販売期限切れ商品が発生しています。

そこでセブン-イレブンでは、食品廃棄物を適正に回収・処理する「エコ物流」を1994年から運用しており、この仕組みを利用して、販売期限切れ商品など店舗で出た食品廃棄物を堆肥・飼料などにリサイクルしてきました※2。

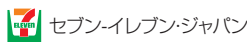
また2007年からは、揚げ物を調理するフライヤーを導入して店内でフライドチキンなどを調理・販売しています。これにともなって店舗から廃食油が発生しますが、これらは回収した後、飼料原料・石鹼・塗料などにリサイクルしています。

2008年度は、こうした食品リサイクルの実施が1,830店舗まで拡大し、廃食油も含めた食品リサイクル率は26.9%となりました。今後も加盟店・お取引先の理解・協力を得ながら、店舗での食品廃棄物の発生抑制とリサイクルを推進していきます。

■ 食品廃棄物のリサイクル率



## 物流にともなう環境負荷の低減



### 車両と配送システムの両面から物流時の環境負荷低減を図っています

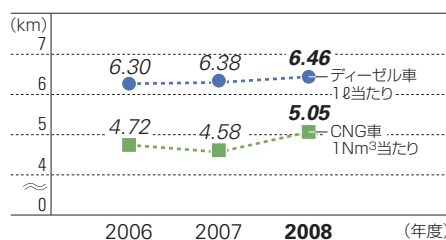
商品の物流段階では、配送車両の走行と、商品を仕分けする共同配送センターの運営にともなう環境負荷が発生します。セブン-イレブンでは配送業務の委託先と協力して「使用年数6年以内、走行距離50万km以内の車両を使用する」「事前予防整備点検を毎月実施する」という自主管理基準を作成し、車両のコンディション面からも環境負荷の低減に努めています。

2001年からは環境負荷低減と車両の安全運行を目的に、共同配送センターと店舗の間を運行する車両の全て(2008年度末3,993台)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し、その分析結果をドライバーへの指導やコース設定の見直しに役立てています。

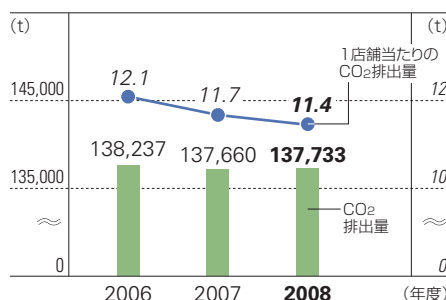
また、排ガスによる環境負荷の低減に有効な**圧縮天然ガス自動車(CNG車)**※3の導入を1999年度から進めており、**2008年度末現在、306台を導入**※4しています(2007年度末比53台増)。

しかしながら、2008年度の物流にともなうCO<sub>2</sub>排出量は、出店地区の拡大(富山県・福井県・島根県)によって走行距離が伸びた結果、微増となりました。今後は共同配送センターの省エネ化などの取り組みも強化していきます。

#### ■ 燃費状況



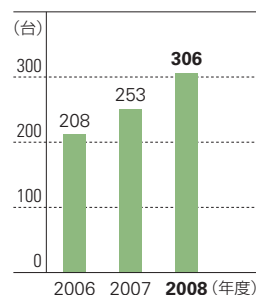
#### ■ 物流にともなうCO<sub>2</sub>排出量と1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量の推移



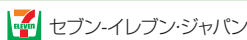
#### ※3 圧縮天然ガス自動車(CNG車)

窒素酸化物(NO<sub>x</sub>)や硫酸酸化物(SO<sub>x</sub>)などの有害物質をほとんど出さず、CO<sub>2</sub>排出量も少ない車両。

#### ※4 CNG車の導入台数の推移



## 加盟店との環境情報の共有



### ともに環境負荷低減に取り組むための情報発信に努めています

各店舗の営業にともなう環境負荷を抑えるためには、まず、加盟店との問題意識の共有が不可欠です。そこで、セブン-イレブンでは加盟店向けに発行している機関誌で毎回、環境問題に関する情報を発信しています。また、毎年、春期と秋期に全国の会場で開催している加盟店向けの商品展示会の会場に「環境コーナー」を設けて理解促進に取り組んでいます。

2008年度の商品展示会では、春期は地球温暖化防止について、秋期はセブン-イレブンの

環境への取り組みとフライヤー導入にともなう廃食油の適正処理リサイクルの2点について説明。廃食油でつくった石鹼を配布して、実際にリサイクルできることを示しました。また、2009年度の春期商品展示会では、個人が日常生活の中



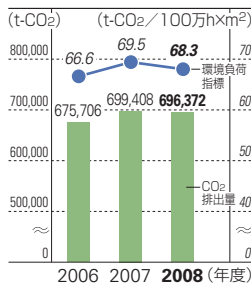
2009年度春期商品展示会の様子

でできる取り組みと、店舗でできる取り組みを紹介しました。



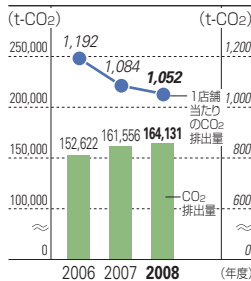
# スーパーストア事業

※ イトーヨーカドーのCO<sub>2</sub>排出量・環境負荷指標



CO<sub>2</sub>排出量は、店舗運営と物流にともなうエネルギー使用に由来する数値。  
環境負荷指標は、総営業面積×営業時間当たりのCO<sub>2</sub>排出量。

※ ヨークベニマルのCO<sub>2</sub>排出量と1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量



CO<sub>2</sub>排出量は、店舗運営と物流にともなうエネルギー使用に由来する数値。

## 店舗における省エネルギー



### CO<sub>2</sub>排出量削減のために、省エネ機器の導入などを進めています

イトーヨーカドーとヨークベニマルでは、店舗運営にともなう環境負荷の低減のために、省エネルギー機器の導入や定期的な設備のメンテナンスを実施しています。また、新店では、

再生可能エネルギーの利用のためにソーラーパネルの設置や省電力で長寿命なLED照明の導入など新しい試みも始めています\*。

#### ① 連続調光設備

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(2000年6月以降にオープンした全店舗)。



#### ② 照明の削減

冷ケースの棚下の照明をなくし、ケース上部全体を照らす照明を設置。灯数を半減しました(イトーヨーカドー52店舗、ヨークベニマル9店舗)。



#### ③ ナイトカバー

冷凍多段ケースに夜間のケース内の保冷効果を高めるナイトカバーを設置しています(イトーヨーカドー100店舗、ヨークベニマルは2001年以降の改装新店)。



#### ④ 雨水の利用

アリオ西新井・武蔵小金井店では、雨水を貯めてトイレの雑用水として利用しています。

#### ⑤ 氷蓄熱システム

売場の冷房用の電力使用量を抑えるために「氷蓄熱システム」を順次導入しています。これは、化石燃料の使用比率が低い夜間電力を使って作った氷を営業時間の冷房に利用する方式で、従来の冷房設備に比べてCO<sub>2</sub>排出量を年間約5%削減することができます(イトーヨーカドー6店舗、ヨークベニマル4店舗)。



#### ⑥ ヒートポンプ給湯器

「気体を圧縮すると温度が上がる」という原理を応用した「ヒートポンプ給湯器」は、空気を圧縮して得られる熱エネルギーで温水をつくります。従来の給湯ボイラーと比較して、効率が高く、給湯にともなう電力消費を大きく削減できます。

## 7 LED照明

消費電力が少なく、寿命が長いLED照明を導入しています。イトーヨーカドー武蔵小金井店では、子ども衣料品売場のベース照明として採用し、環境省の「省エネ照明デザインモデル事業」に認定されました。店内全体で約2,250台のLED照明を導入し、従来型の照明と比較して年間電力量312MWh、122トンのCO<sub>2</sub>排出抑制効果が見込まれます。



## 7 LED照明

## 8 高効率な照明器具

## 8 高効率な照明器具

照明の交換時には、従来製品のセラミックメタルハライドランプ70Wと同等な照明設計が可能な高効率器具50Wランプ(年間電力量:113MWh、CO<sub>2</sub>:39トンの削減)を採用。このほか、蛍光灯型FHT42W-4灯と同等な照明設計が可能な100Wランプ(年間電力量:116MWh、CO<sub>2</sub>:40トンの削減)も採用しています。

## 10 ジェネライト(小型コージェネレーションガスエンジン給湯器)



## 2 照明の削減

## 6 ヒートポンプ給湯器

## 9 太陽光発電システム

## 3 ナイトカバー

## 9 太陽光発電システム

アリオ鳳・武蔵小金井店では、店舗に「ソーラーパネル」を設置し、照明用電力として利用しています。アリオ鳳では、平面駐車場内に設置し、年間約7,000kWhの発電量で2トンのCO<sub>2</sub>排出量削減効果を見込んでいます。さらに武蔵小金井店では、店舗南側に壁面建材と一体型の太陽光発電パネルを設置。年間約24MWhの発電で、約9トンのCO<sub>2</sub>排出抑制効果を見込んでいます。



## 10 ジェネライト(小型コージェネレーションガスエンジン給湯器)

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」を導入しています。都市ガスを使って電気と熱をつくるため、省エネ・省コストに高い効果があり、CO<sub>2</sub>の排出抑制にもつながります。一般的にコージェネレーションシステムによるCO<sub>2</sub>排出量の削減効果は15%以上とされています(26店舗)。





## スーパーストア事業

### レジ袋を中心とした容器包装の削減



イトーヨーカドー



ヨークベニマル

### お客様にご協力いただきながら、容器包装の削減に努めています

※1 イトーヨーカドーでは、レジ袋有料化未実施店舗において運用しています。

※2 2009年7月末現在、レジ袋有料化実施店舗数は、イトーヨーカドー31店舗、ヨークベニマル111店舗です。

イトーヨーカドーとヨークベニマルでは、加盟団体である日本チェーンストア協会の「2010年度末までにレジ袋辞退率30%」という統一の目標達成に向けて、レジ袋の削減を進めています。具体的には「ノーレジ袋」カードの設置やエコスタンプカードの導入<sup>※1</sup>、オリジナルのエコバッグの販売などを行っています。また、2007年度より行政、地域の消費者団体、事業者と協議の上、合意の得られた地域から順次レジ袋の有料化を開始しています<sup>※2</sup>。これらの取り組みの結果、2009年7月末現在、レジ袋の辞退率は、イトーヨーカドーで27.6%、ヨークベニマルで61.8%となっています。

また、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、使用量を削減す

るために素材の薄肉化や商品のばら売り・量り売りを推進。さらにイトーヨーカドーでは、2009年2月からプラスチック製容器に比べて廃棄燃焼時のCO<sub>2</sub>排出量を約70%削減できると言われている環境負荷の低い紙製の袋を、惣菜ばら売り商品用に導入しました。ヨークベニマルでも、店頭でお客様から回収したトレイをリサイクルした「再生トレイ」の利用を進めており、生鮮部門で使用するトレイの約48%となっています。



惣菜ばら売り用持ち帰り紙袋



再生トレイ

### ※3 食品リサイクル法

食品廃棄物に関す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ています。

### 2012年の目標達成を目指して食品リサイクルを推進しています

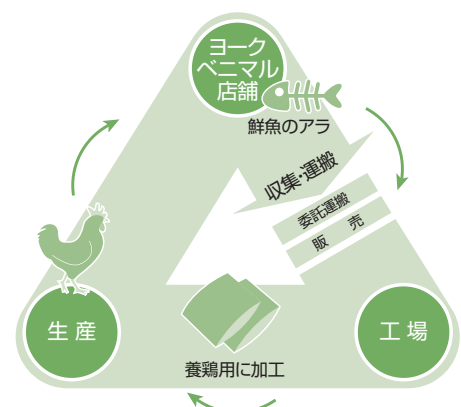
2007年12月に改正された「食品リサイクル法<sup>※3</sup>」で、食品小売業は「2012年までに食品リサイクル率を45%にする」という目標が定められました。イトーヨーカドーとヨークベニマルでは、この目標値の達成に向けて食品廃棄物の発生抑制とリサイクルに取り組んでいます。

イトーヨーカドーでは、店舗から発生した食品廃棄物をもとにつくった堆肥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」の構築を進めています。2007年7月からは、千葉県内の6店舗から発生した食品廃棄物を堆肥化し、その肥料を使用して野菜を栽培し、これを姉崎店・市原店で販売しました。2008年8月には、循環型農業のモデルとしてセブンファーム富里を設立しました(→P18)。こうした取り組みにより、2009年2月末現在、50店舗で肥料化や飼料化などのリサイクルを進めています。ヨークベニマルでは、食品廃

棄物の約2割を占める鮮魚のアラを養鶏用飼料に加工し、この飼料で育った鶏の卵を「健養卵」として販売する取り組みを全店で実施しています。

その結果、2008年度の食品廃棄物のリサイクル率はイトーヨーカドーで26.5%、ヨークベニマルで23.6%となっています。

#### ■ 健養卵の仕組み





# フードサービス事業

## 省エネルギーによるCO<sub>2</sub>排出量削減

セブン&アイ・フードシステムズ

### 店舗での省エネルギーに向けた高効率機器を導入しています

外食事業を営むセブン&アイ・フードシステムズでは、店舗の厨房設備や空調に多くのエネルギーを使用しています。地球温暖化防止に向けて店舗でのエネルギー消費にともなうCO<sub>2</sub>排出量を削減していくために、省エネ効果の高い設備・機器の導入に取り組んでいます。

デニーズでは、お客様に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。厨房設備でのエネルギー使用量を削減していくために、ガス器具などと比較して消費エネルギーの少ないオール電化を推進。IH調理器への切り替えやエコキュート※4の導入を進めています。

2009年7月に開店したデニーズ検見川店では、エコ実験店としてさまざまな取り組みを行っています。オール電化の厨房設備に加えて太陽光発電システムを導入し、発電した電力は

客席や厨房内の照明に利用しています。また店内全ての照明、看板に、消費電力の少ないLED照明を採用しています。さらに、雨水を再利用して屋根や空調の屋外機に散水することで空調機の負荷を軽減するほか、節水型のトイレを採用したことで、トイレの水の使用量を低減させています。また、断熱性の高いペアガラスを使用して店内の冷暖房効率を向上させています。



ソーラーパネル



発電量表示パネル



客席のLED照明



雨水ろ過装置

## 食品廃棄物削減とリサイクル率向上

セブン&アイ・フードシステムズ

### 店舗特性に応じた食品リサイクルに取り組んでいます

味と鮮度を重視して店内調理を基本としているセブン&アイ・フードシステムズでは、店舗での下ごしらえの時に調理廃棄物が発生します。それら調理廃棄物や、お客様の残食などの食品廃棄物については、その発生を抑えるとともに堆肥化などの有効利用を推進しています。

デニーズでは、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(→P28)を利用して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。2008年度までに、この仕組みを利用して生ごみの堆肥化を83店舗が実施しています。その結果、セブン&アイ・フードシステムズの2008年度の食品廃棄物のリサイクル率は20.5%となりました。

外食産業は、食品リサイクル法で「2012年までに食品リサイクル率を40%にする」と定められています。この目標値以上のリサイクル率達成に向けて、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330店舗まで拡大するとともに、食材梱包の小口化を進めて、必要な量の食材を仕入れ、使い切ることで廃棄ロスの削減に努めています。



店舗でのごみ回収

#### ※4 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。



## 百貨店事業

### 設備改装によるCO<sub>2</sub>排出抑制

そごう・西武

#### エネルギー効率の高い機器の導入を進めています

そごう・西武の店舗におけるエネルギー消費量の約4割を占めるのが照明です。そこで、そごう・西武では省エネ性に優れた照明の導入を進めています。

西武池袋本店では、2010年に完了予定の全館改装の一環として、省電力で寿命の長いLED照明を導入した約70坪の売場を2008年11月に完成させました。この売場は、LED照明を使った百貨店売場としては業界最大規模であり、天井から壁面、ディスプレイ、フィッティングルームまで、売場の約9割の光源にLEDを採用。これによって、売場内での電力消費にともなうCO<sub>2</sub>排出量を、従来の照明と比較して4割以上削減する効果が見込めます。今後、他の店舗でもLED照明の導入を進めてい

きます。

また西武池袋本店の改装では、照明用だけでなく空調用の電力消費も抑制するために、更新時に空調設備を省エネ性の高いものに切り替えるほか、外気を利用する冷房システムを導入しています。さらに、変圧器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についても、省エネルギーを目的とした大規模な改修を行いました。



西武池袋本店のLED照明



### 店舗における省エネルギー

そごう・西武

#### 日本百貨店協会と連動した環境活動にも取り組んでいます

「COOL BIZ」は、環境省が提唱する地球温暖化対策の一つで、冷房時の室温を28℃にしても快適に過ごせるライフスタイルの提案です。2009年5月、そごう・西武は環境省が主催したイベント「『COOL BIZ』Presentation in KANSAI」に日本百貨店協会の一員として参加。ファッションショーの運営に携わり、2名の社員がモデルとして登場しました。

また、ライトアップ施設の消灯を呼びかける「CO<sub>2</sub>削減/ライトダウンキャンペーン\*」に毎年参加しています。2008年度は、6月21日および7月7日に消灯時間を1、2時間早めました。これにより、全店で合計約2,000kWhの電力削減効果がありました。

このほかにも、地球温暖化対策の一環として「打ち水大作戦」を8月に実施。お客様にも楽しみながら環境活動にご参加いただきました。

※ ライトダウンキャンペーン  
地球温暖化問題への認識を広めることを目的として、環境省が提唱し、2003年度から実施しているイベント。多くの人が見慣れた夜間の施設ライトアップをやめることで、電力消費への意識を啓発しています。



環境省主催「COOL BIZ」ファッションショー



打ち水大作戦



「エコスタイル」の提案

そごう・西武

“エコ”な暮らしを提案する「バイクコンシャス ライフ」を開催しました

そごう・西武では、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。その一環として2009年4月から5月にかけて「バイクコンシャス ライフ」と題したイベントを企画しました。

これは「ビューティ」「エコロジー」「ヘルシー」をキーワードに、自転車を生活に採り入れたライフスタイルを提案するものです。イベント期間中、自転車に乗る時のファッションやグッズを売場で提案したほか、試乗会やマナー教室、トークショーを開催しました。

今回、西武池袋本店では自転車が走行中にCO<sub>2</sub>をまったく排出しない乗り物であることから、自転車およびその周辺商品の購入やイベントに参加すること

をエコアクションと捉えて、お客様にエコアクションポイントを発行し、貯まったポイントを使って抽選で景品が当たる「店内エコアクションポイント抽選会」を環境省後援のもと、実施しました。

イベントでは1,000人を超えるお客様にご参加いただき、抽選会で貯まったエコアクションポイントの合計数に応じてCO<sub>2</sub>削減のための「カーボンオフ



タレントの長谷川理恵さんをお招きした「バイクコンシャス ライフ」のトークショー

セット」を実施。途上国におけるクリーンエネルギー開発事業に投資されることで、途上国の経済発展とCO<sub>2</sub>削減に貢献しました。

「わたしにできるエコ」の推進

イトーヨーカドー

各店舗で環境に配慮した商品・ライフスタイルを提案しています

イトーヨーカドーは、2008年度から環境に配慮した商品やライフスタイルの提案を通じてお客様とともに「わたしにできるエコ」の輪を広げていく目的で、オリジナルキャラクター「リボミー」を設定し、「エコリボン」キャンペーンをスタートしました。提案する商品の選定にあたっては、社外のアドバイザー3名からのご意見などを参考にしています。

例えば2009年夏は、過度な冷房がなくても快適に暮らせる衣料品や寝具などを提案。売場にリボミーの登場するPOPをつけて、環境配慮につながる商品であることをお客様に案内しました。また、環境についてお客様と一緒に考えていただけるように、小冊子も作成・配布しています。

さらに、アリオ鳳・武蔵小金井店には「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。このコーナーでは「省エネルギー・リサイクル・再使用・自然エネルギー」に関するイトーヨーカドーの取り組み

みをパネル・映像などで紹介。その一つとして、武蔵小金井店では、店舗に設置している太陽光発電パネルでの発電量を表示しています。



リボミーの登場するPOP



「エコ&ユニバーサルデザイン」コーナー



お客様向け小冊子



太陽光発電の解説パネル

# 安全・安心な商品・サービスの提供



お客様から「信頼される誠実な企業」であるために、商品・サービスの品質の確保と向上に努めています

## グループマネジメント方針

### 安全・安心を追求し、基本の徹底とより良い商品・サービスの開発を目指しています

コンビニエンスストア・スーパーストア・百貨店・フードサービスなど、お客様の毎日の生活に密着した事業を展開しているセブン&アイHLDGS.では、お客様に提供する商品・サービスの安全性を何よりも重視しています。

社是に掲げる「お客様に信頼される誠実な企業」であるために、鮮度・品質管理などの基本を徹底するとともに、お客様に安心してお買い求めいただける商品の開発・販売に努めています。


### QC部会を中心に品質管理を徹底しています

セブン&アイHLDGS.では、コンプライアンス委員会内のQC(品質管理)部会で、商品の安全情報の共有化と事件・事故などの緊急情報報告ルート・対応体制の確立を目的に活動しています。2008年度は、各事業会社の商品安全に関する取り組み状況を把握するために、アンケートを実施。そのほか、活動の精度をあげ、現場に即したものとするために、食品と衣料・住居のワーキンググループに分かれ、事業会社各社に共通する問題について検討しています。

### お客様の声をもとに商品・サービスを改善しています

セブン&アイHLDGS.は、お客様からいただくご意見を、お客様の立場に立った商品・サービスの提供に結びつけています。各事業会社では、お客様のご意見を店舗の接客を通じて収集しているほか、お客様相談室・コールセンターで受け付けています。また接客に関していただいたお褒めの言葉の一部は社内報に掲載し、グループ全従業員に広まるよう、紹介しています。

## 主要事業会社の主な取り組み一覧

	コンビニエンスストア事業 セブン・イレブン
提供する商品・サービスの品質・安全性の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 添加物の使用低減 →P38</li> <li>● 工場でのNDF-HACCP採用 →P39</li> <li>● トレーサビリティシステムの確立 →P39</li> <li>● 商品の温度管理の徹底</li> </ul>
安心して利用できる店舗・設備の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗のバリアフリー化の推進(広い通路、ショッピングカート、多目的トイレ)</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 加盟店向け機関誌での災害時対応に関する情報提供</li> </ul>
適切な情報提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様に誤認を与えない正確な表示のためのガイドラインの運用</li> <li>● オリジナルデイリー商品におけるアレルギー情報の表示(表示義務品目および任意表示品目)</li> <li>● 「オーナー募集説明会」の開催(フランチャイズの仕組みや店舗運営のノウハウなどについての説明)</li> </ul>
お客様の声への誠実な対応(体制)	<p>お客様相談室・コールセンターの設置</p>



●:本レポート中に独立した項目で記載 ○:本レポートの本文中で言及 一:取り組み未実施

スーパーストア事業		百貨店事業	フードサービス事業	金融関連事業
イトーヨーカドー	ヨークベニマル	そごう・西武	セブン&アイ・フードシステムズ	セブン銀行
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 食品のトレーサビリティ確保 →P40</li> <li>● 鮮度・販売期限チェックの実施 →P41</li> <li>● ユニバーサルデザイン商品の開発 →P42</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 農薬と化学肥料の使用を抑えた野菜・果物の販売 →P40</li> <li>● 衛生管理の徹底 </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 食の安全を担う食品安全アドバイザーの資格取得支援 →P43</li> <li>○ 衛生管理マニュアルの制定や自主点検項目の見直しによる食品衛生管理体制の整備と精度の向上 →P43</li> <li>● ユニバーサルデザイン商品の販売コーナーを設置</li> <li>● 社内外講師による年2回以上の従業員への食品衛生講習会の実施</li> <li>● 社外機関による四半期ごとの食品衛生点検</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 厳格な基準での原材料管理 →P44</li> <li>● ISO9001の認証の取得 →P44</li> <li>● 低アレルギーメニューの開発 →P45</li> <li>○ 栄養士によるお客様の健康管理サポート →P45</li> <li>● 食品のトレーサビリティ確保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ATMを止めない仕組みづくり →P46</li> <li>○ ATMの防犯対策 →P46</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗設計におけるユニバーサルデザイン</li> <li>● AEDの設置</li> <li>● 地震など災害時の行動マニュアル「大規模災害対策」の策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「バリアフリー新法」適用店舗の拡大(高齢者用駐車場、障がい者用駐車場)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全店舗へのAEDの設置</li> <li>● 災害に備えた建物の改修や消防訓練の実施</li> <li>● 店舗設備のバリアフリー化</li> <li>● ハートフルアドバイザーによる買い物のサポート</li> <li>● 従業員の救急救命講習の受講促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗設備のバリアフリー化(スロープの設置・トイレへのベビーベットの設置)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ATMのユニバーサルデザイン化 →P47</li> <li>● 振り込め詐欺の防止 →P47</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Web上での「顔が見える食品。」の生産履歴の開示 →P40</li> <li>○ 専任組織による表示・広告表現の検証 →P41</li> <li>○ 表示などに関する社員教育の実施 →P41</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Web上での商品生産履歴の公開 →P40</li> <li></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品質管理委員会による適正表示の点検</li> <li>● 社員への「品質管理研修」による表示に関する教育と点検強化</li> <li>● ギフトカウンターに商品の産地についてのデータを常備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● メニューブックへのカロリー等の栄養表示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ATMの外国語対応(英語・韓国語・中国語・ポルトガル語) →P47</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様の声ボックスの設置(店舗)</li> <li>● お客様の声掲示板による情報共有(店舗)</li> <li>● 「くらしのアドバイザー」による店頭アンケート実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様の声ボックスの設置(店舗)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様の声ボックスの設置(店舗)</li> <li>● 販売メモによるお客様の要望などの収集</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗レジ前へのアンケートハガキの設置とWeb上での窓口設置</li> <li>● お客様の声の情報共有(店舗・本部)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 情報の分析と関連部署への連絡・提案 </li> </ul>

# コンビニエンスストア事業

## 安全・安心を追求した原材料へのこだわり



### 良質で新鮮な野菜を調達しています

セブン-イレブンでは、安全・安心でおいしい商品をお届けするために、良質で新鮮な原材料の調達に努めています。

例えば、サラダやサンドイッチなどに使用する非加熱の野菜は、生産地から調理工場、店頭まで一貫して低温に保つ「コールドチェーン」で輸送しています。この低温輸送によって品質低下を防ぎ、長時間にわたり野菜の鮮度を維持しています。

また近年では、生産者や流通業者とのコミュニケーションを深め、互いのニーズを理解し、生産性を向上させるという共通目的に基づいた商品開発に努めています。

例えばサラダなどに使用する「みず菜」は、従来、一般小売り向けの個包装で調達していましたが、こうした個包装やサイズによる選別を廃



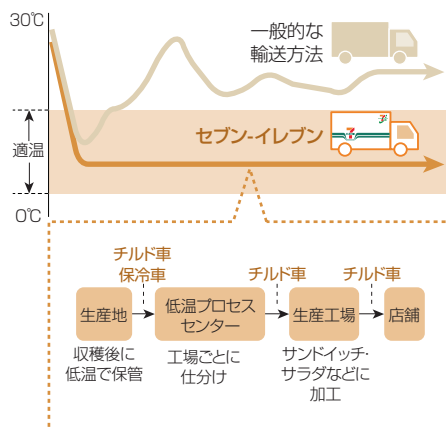
良質で新鮮な原材料

止しました。これにより、包装の手間や資材費用の削減などの低コスト化が進み、生産

効率が向上したほか、鮮度の良い「みず菜」を安定的に調達できるようになりました。

この取り組みは、全農さいたま(生産者)、横浜丸中青果(流通業者)の協力を得て実施したもので、国産野菜の生産と利用拡大を通じて野菜の自給率向上に寄与する活動として農林水産省他が表彰する「第二回国産野菜の生産・利用拡大優良事業者表彰」において「(独)農畜産業振興機構理事長賞」を受賞しました。

### ■「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



### より安心して食べられる商品の提供に努めています

セブン-イレブンでは、「できる限り食品添加物を使用しない」ことを前提に、商品の開発に取り組んでいます。

例えば、過剰に摂取するとカルシウムの吸収を阻害するといわれている「リン酸塩※1」を、オリジナル商品のサンドイッチ類に使用するハム・ソーセージから排除しました。

また、食品添加物ではないものの、摂取すぎると血中の悪玉コレステロールを上昇させ、善玉コレステロールを低下させ、健康に影

響を及ぼすと考えられている「トランス脂肪酸※2」の低減にも取り組んでいます。トランス脂肪酸を含む商品を見直し、オリジナル商品のパンに含まれるトランス脂肪酸を従来の3分の1にまで低減させたほか、お弁当や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%減らしました。店内で調理するフライヤーの食用油に関してもトランス脂肪酸を低減した油を使用しています。

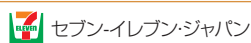
#### ※1 リン酸塩

食品の食感を高める一方、摂取すぎるとカルシウムの吸収を阻害し、骨粗しょう症の原因に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、摂取すぎると動脈硬化や心疾患の原因になると言われています。

## 製造工場における品質管理



### 「NDF-HACCP認定制度」に基づいた品質管理体制を構築しています

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年から採用しています。また、2002年からは専用工場の品質管理状況を審査・認定する「NDF-HACCP認定制度※3」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、日本デリカフーズ協同組合(NDF)※4がその結果を精査して認証します。また、認定取得後も管理レベルを維持するためのサーベラ

ンス審査を年1回実施しています。

2008年度末には、全工場のうち62.4%が認定を取得し、弁当・惣菜を製造している専用工場の品質管理のレベル向上に大きく寄与する結果となっています。また、NDF-HACCP認定制度に基づく品質管理が定着したことで、不良商品の出荷を未然に防ぐ仕組みが一層強



専用工場では、製造現場にほ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

化されています。さらに、工場内の環境整備・整理整頓も進み、危害防止や環境配慮につながる設備・機器の保守点検に対する改善も進んでいます。

#### ※3 NDF-HACCP認定制度の主な評価項目

- 組織および運営方法
- 文書管理状況
- 現場状況
- 一般的な衛生項目のチェック
- HACCPプログラム項目のチェックなど

#### ※4 日本デリカフーズ協同組合(NDF)

デ일리ー商品の製造工場における衛生面での品質管理レベルの向上や、地区による品質差をなくすために1979年に米飯メーカーを中心に結成されました。

## トレーサビリティシステムの確立

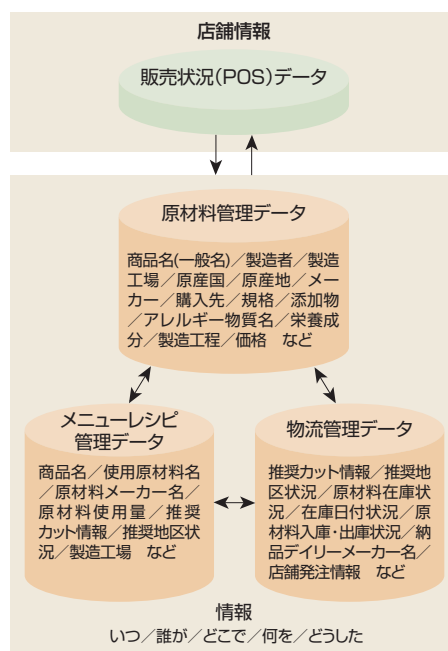


### トレーサビリティシステムのさらなる有効活用を進めています

セブン-イレブンでは、商品に使われている原材料の履歴管理を行うために、「原材料管理データ」「メニューレシビ管理データ」「物流管理データ」の3つのデータベースを使用しています。これらのデータベースと店舗のPOSデータを連動させ、商品の原材料産地から店頭まで並ぶまでの流れを確認することができるようになっています。これにより、それぞれの商品がどこの店舗に納品されているかも把握しているため、万が一、原材料などに問題が見つかった場合でも、該当商品を即時に店頭から撤去できます。

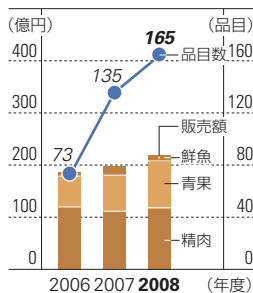
またこのシステムでは、全工場ですべての原材料や包装容器の使用量を正確に把握することができるため、無駄な仕入れや在庫、廃棄物削減にも役立っています。

#### ■原材料の履歴管理



# スーパーストア事業

※1 「顔が見える食品。」  
取り扱い状況



※2 特別栽培農産物

国の基準を受け、各県が定めた節減対象農薬の使用回数と使用化学肥料の窒素成分量が慣行レベルの5割以下で栽培された農産物。

※3 三ツ星野菜(果物)

現在、年間100以上のアイテムが店頭に並んでいるほか、浅漬けとして売場で販売したり、店舗内で製造・販売している惣菜にも用いられています。

## 「より信頼できる食品」の提供



イトーヨーカドー



ヨークベニマル

### 産地や生産方法などの流通履歴がわかる 自社ブランド商品を販売しています

食品の安全性に対する関心が高まる中、イトーヨーカドーとヨークベニマルでは、「より信頼できる食品」の提供を目指し、商品の品質や安全性の管理を重視した食品を販売しています。

イトーヨーカドーでは「生産方法と品質の基準化」「外部監査の導入による信頼性の確保」「積極的な情報公開」に取り組み、2002年から商品の産地や生産方法などの流通履歴がわかる(トレーサビリティ)自社ブランド商品「顔が見える食品」シリーズの販売を開始。「顔が見える野菜」から始まり、現在では、果物、精肉、卵、鮮魚にまで商品ラインアップを拡大し、生鮮食品全体をカバーしています。

「顔が見える食品。」の生産委託先の選定にあたっては、味へのこだわりとともに安全安心を重視していることを前提とし、毎日の栽培の中で法令を厳守しているかどうかを主な基準に審査しています。また、新しく委託契約を結ぶさいには、必ず産地を訪問して説明会を開催。既存のお取引先についても年に1回は必ず訪問して、栽培方法などの基準項目の再確認を行っています。

さらに、産地、イトーヨーカドー自身を対象

に、第三者による外部監査を毎年実施し、商品の信頼性を確保しています。

情報公開については、イトーヨーカドーのWebサイトに「顔が見える食品。」ページを設け、商品の産地・生産情報のほか、イトーヨーカドーの担当者が産地を訪ねる「出張日記」、シリーズ商品による料理レシピなどを公開しています。

ヨークベニマルでも同様の取り組みを実施し、「ヨークベニマルの産地が見える商品」を販売



「顔が見える食品。」のWebサイト

「顔が見える商品」のコーナーを設け、ヨークベニマルが厳選した生鮮食品の産地や特徴、生産工程、生産者の情報を発信しています。



「ヨークベニマルの産地が見えるお魚」売場

## 「三ツ星野菜(果物)」の販売



ヨークベニマル

### 農薬と化学肥料の使用を抑えた野菜・果物を販売しています

ヨークベニマルでは、2003年から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販売してきました。2008年3月からは、さらに特別栽培農産物※2に準じる農産物を「三ツ星野菜(果物)※3」として販売を開始しています。

「農薬・肥料の利用状況」や「栽培履歴」について外部専門機関の確認を得ているほか、自社責任者が産地まで足を運び、報告内容に間違いがないか再確認しています。また、パイ

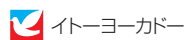
ヤーを中心に食味を判定する確認会を週ごとに実施して味も厳選。「安全・安心・おいしい」の三拍子揃った商品を提供しています。



「三ツ星野菜」を使用した漬物



## 品質管理体制の強化



## 契約・仕入れから加工、陳列、販売の全ての過程で品質を確認しています

イトーヨーカドーでは、食の安全を確保するため、お取引先との契約・仕入れの段階で、自社の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ための各種検査・分析証明書などの提出を要請しています。

また各店舗では、商品陳列のさいに、商品の品質・鮮度・販売期限の確認を徹底しているほか、専任の「鮮度チェッカー」を配置して、問題のある商品が店頭にはばならないように、鮮度・日付・表示をこまめに点検。お造りや惣菜など店舗で加工する商品についても、「鮮度チェックカレンダー」を用いて、1日に3回以上、商品の鮮度・売場の温度を確認しています。

また、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」を導入。「自分がお客様なら、買わない」と思う商品がないか厳しくチェックし、点検結果を店長および鮮度チェッカーと共有することで、商品の品質管理に努めています。

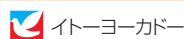
さらに、新店のオープン前には、食品担当の全従業員を対象とした研修や、新任の店長・副店長を対象とした研修を実施し、商品の品質・



鮮度チェックパトロール隊

安全性の確保を徹底しています。

## 適正表示の徹底



## FT委員会事務局を中心に、店頭表示の適正化を徹底しています

イトーヨーカドーでは、お客様が必要とする商品情報および価格情報を、適切に、かつわかりやすく表示するために、「FT(フェアトレード)委員会事務局」が中心となり、店頭における適正表示のチェックや従業員教育を進めています。

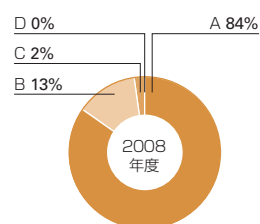
食品売場では「鮮度チェッカー」が商品の鮮度を確認するさいに、商品ラベルの表示やPOPに不適切なものがないか常にチェックを行っているほか、衣料品・住居関連商品売場では2004年3月から、商品管理マネジャーが週2回、表示を点検しています。

また、適正表示の重要性を共有するため、店舗役職者向けに店舗表示研修を実施しているほか、全ての従業員が自主的に表示チェックができるように、イントラネット上に適正表示に関する注意事項をまとめた「FT掲示板」および

「鮮度チェッカー掲示板」を設置しています。2009年3月には、パートタイマー向けに「食品」「衣料・住居」それぞれの部門で必ず知っておいてほしい表示管理の基本についてまとめたDVDを作成。全パートタイマーが視聴しました。このDVDは、今後、入社時の教育ツールの一つとして活用していく予定です。

さらにFT委員会事務局では、2004年度から半期ごとに全店舗を対象とした表示チェックを実施しています。チェック結果をもとに、各店舗の店長・副店長と情報を共有し、改善に向けた具体的な取り組みについて検討しています。2008年度は延べ363店舗の表示チェックを実施※4。2009年度は、この結果をふまえ、評価が低い部門を対象に売場担当マネジャー向け研修を実施する計画です

## ※4 店舗表示チェックの結果



## 評価基準

- A 適切な表示が実施されており、社員の意識も高い
- B 表示について改善の余地があり、一部の部門の社員に認識不足があった
- C 表示について改善の余地があり、社員に対する表示教育の必要がある
- D 至急改善を要し、店全体の仕組みを検討する必要がある

## スーパーストア事業

## ※1 ユニバーサルデザイン

障がいの有無、年齢、性別、体格、国籍、人種に関係なく、誰もが使いやすい、快適であるように配慮した商品や施設、社会を目指す考え方です。

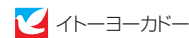
※2 取り扱い状況  
(2009年9月末現在)

アイテム数: 8アイテム  
取り扱い店舗数: 31店舗

※3 取り扱い状況  
(2009年9月末現在)

アイテム数: 20アイテム  
取り扱い店舗数: 9店舗

## ユニバーサルデザインの導入



## 誰もが“使いやすい”商品の開発を進めています

イトーヨーカドーでは、ユニバーサルデザイン※1の考えを商品開発に取り入れています。

2007年2月に発売したオリジナルキッチン用品「ラレイ」シリーズ※2では、ユニバーサルデザインの専門家である中川聡氏にご協力いただき、お客様からいただいた約300件のご意見を分析し、開発に活かしました。軽量のアルミニウム素材を採用し、蓋を指一本で持てるようにしたほか、お客様のご意見には取っ手の部分に関するご不満が多かったことから、濡れても滑りにくい梨子地加工のグリップとし、握りやすさややけど防止のためにグリップの根元を太めにしました。

また、2008年3月から販売を開始した食器「普遍庵」シリーズ※3では、鉛を含まない釉薬（上薬）を使用しているほか、安定感のある大きな取っ手（マグカップ）や、自然に手が添えられる角度と高さ（お茶碗）など、形にこだわりました。さらにQRコードを付け、携帯電話で商品情報を閲覧できるようにするなど、お客様の安全・安心に対する関心に応えています。



キッチン用品「ラレイ」シリーズ

## 全てのお客様が利用しやすい店舗設計を目指しています

毎日、多くのお客様にご来店いただくイトーヨーカドーでは、全てのお客様に安全・快適にお買い物いただけるよう、1990年代から店舗のバリアフリー設計を進めています。新店舗の出店や既存店舗の改装に合わせて、車椅子利用者に配慮した駐車スペースや「ゆったり試着室」などを順次設置してきました。

2000年11月に開店した木場店以降にオープン・改装した店舗では、ユニバーサルデザインの考え方を採り入れた店舗づくりを進めています。2007年度には、社内横断組織「ユニバーサルデザインプロジェクト」を発足。専門家の方からアドバイスをいただく機会も設けています。

2009年3月にオープンした武蔵小金井店では、「使いやすさ」「見やすさ」「わかりやすさ」「安全・安心」をテーマに、「お問い合わせコール」「車椅子利用者専用駐車場」「多目的トイレ」などを設置。また、エレベーターホールのボタンには視認性の高い大きなボタンを採用したほか、エスカレーターは乗り降りの安全のため

めに低速運転を行っています。

こうした取り組みをさらに改善していくことを目的に、店舗のオープン前に地域の高齢者・障がい者の方をお招きする店舗見学会を実施。さまざまなご意見をいただき、店舗の改善に役立てています。



事前登録いただいた方にお渡ししたカードで駐車防止板が開閉する車椅子利用者専用駐車場



間口を広く取り、便座の位置や洗面台の高さなどを工夫した多目的トイレ。音声案内装置も設置



どなたでもお問い合わせいただける「お問い合わせコール」

# 百貨店事業

## お客様の個人情報の保護

そごう・西武

### 7つの禁則事項を定め、適切な情報管理に向けた教育を実施しています

そごう・西武では、「お客様からお預かりした個人情報は百貨店と顧客との信頼関係に基づく大切な資産であり、重要情報である」という認識から、個人情報保護法に則った社内ルール「7つの禁則事項※4」を定めるとともに、「不正アクセスからの保護」「情報の適正な取り扱い」「必要時に速やかに利用できる環境づくり」を基本とした情報セキュリティ対策を進めています。

こうした情報管理を強化するために、本部に「情報セキュリティ委員会」、各店舗に「店舗情報セキュリティ委員会」を設置し、店長を「顧客情報管理者」とした体制を整備しています。

2009年度からは、そごう・西武全店で、「顧客情報に関する教育強化月間」を設定し、店舗

で働く従業員に対し、個人情報の重要性を改めて認識する機会を提供。適切な顧客情報の管理に向けた基本の周知徹底を目的として、朝礼・終礼を活用した基本知識の復習、全店一斉考査や、社内報・ポスターによる啓発活動を実施しました。

そごう・西武では、今後もお客様からお預かりする大切な個人情報の取り扱いに注意をうながし、適正に管理するように努めていきます。



ギフトセンターのカウンターに設置した仕切板も個人情報を守る工夫の一つ

#### ※4 7つの禁則事項

1. 売場持込/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. 販売促進部長、担当を経由しない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

## 食の安全を担うスペシャリストの育成

そごう・西武

### 「百貨店食品安全アドバイザー」を育成し、お客様の期待に応えます

食の安全・安心を揺るがす事故・事件が多発する中、そごう・西武では、販売現場で指導的立場にある社員に、日本百貨店協会が認定する「百貨店食品安全アドバイザー※5」の資格取得に向けて百貨店協会通信講座の受講を促進しています。

食品衛生に関わる法律をはじめとする、衛生管理や表示などの知識を深め、食の安全を守ることができる人材を育成することで、お客様からのお問い合わせに的確に対応し、安心してお買い物をしていただくための接客技術の習得と、食品表示や衛生管理手法などを現場販売員に指導教育できる人材の育成により、お客様の期待に応えていきたいと考えています。

また、そごう・西武では、食品衛生管理体制の整備にも取り組んでいます。2009年度は従来の衛生管理細則を、従業員がより理解しやすい内容に変更・修正し、「衛生管理マニュアル」として新たに制定しました。また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。従来の自主点検フォーマットを全面的に改訂し、食品衛生管理業務は点検ではなく確認業務であることを現場に定着させることで、



「百貨店食品安全アドバイザー」の接客風景

さらなる強化を図っています。

#### ※5 食品安全アドバイザー

日本百貨店協会が「百貨店に対する安心、安全、信頼を確保するための事業」として創設した検定資格制度。2009年8月11日現在、資格取得者は233名。

# フードサービス事業

## ※1 7つの信条

1. 安全・安心
2. 美味しさ
3. おもてなし
4. 清潔
5. 快適な雰囲気
6. 信頼と思いやり
7. 明日への挑戦

## ※2 コールドチェーン

野菜等の青果物を、低温を保ちながら生産地から店舗まで配送し、調理するまで温度管理を実施する仕組み。

## ※3 ISO9001

品質マネジメントに関わる国際標準規格。

## 厳格な品質管理の徹底

セブン&amp;アイ・フードシステムズ

### 独自の品質基準のもと、食材の品質を厳しく管理しています

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、企業方針に「7つの信条※1」を定め、その中の一つとして「食の安全・安心」を掲げています。

レストランの食材については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。

例えばデニーズで使用している野菜は、国内外の生産者に「栽培計画書」と「栽培計画登録書」の作成を要請。「栽培計画書」には収穫までの間の肥料や薬剤の散布状況を、「栽培計画登録書」には栽培内容を、それぞれ記入していただくことで、食材の品質をチェックしています。こうしたシステムにより、食材の品質管理

と生産履歴の管理を一括して行っています。

また、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し、鮮度の高い食材を安定して調達する「年間産地リレー」を実施しています。調達した食材は、コールドチェーン※2により最適な温度帯で各店舗まで配送しているほか、店内温度管理を徹底し、食材の品質・鮮度を保っています。



上から「栽培計画書」「栽培計画登録書」「年間産地リレー表」

## 店舗での衛生管理

セブン&amp;アイ・フードシステムズ

### ISO9001規格をふまえた「衛生管理」と「従業員教育」を徹底しています

セブン&アイ・フードシステムズは店舗での衛生管理にも力を注いでいます。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」において、ISO9001※3の認証を取得しています。この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。こうした何重にもわたる商品チェックのシステム化、第三者の衛生検査機関による抜き打ち検査の実施によって、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衛生管理の指導を徹底しています。また、地区責任者による店舗チェックを定期的実施。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。



ISO9001  
マネジメントシステム  
登録証



QC室による店長への衛生指導

## 食物アレルギーに配慮したメニューの提供

セブン&アイ・フードシステムズ

### お子様やそのご家族に安心なサービスを提供しています

デニーズでは、2002年12月に食物アレルギーに配慮したお子様向けメニュー「低アレルギーメニュー※4」を外食産業として初めて開発しました。以来、低アレルギーカレーなどのメニューの開発・販売に取り組んでいます。

これらは、アレルギーの発生頻度や重篤性が高いと言われている特定原材料の5品目（卵・牛乳・小麦・そば・落花生）を含まない食材を利用したメニューとなっています。現在、デニーズでは、えびとかかにを加えた7品目を含まないメニューについても開発を進めています。

このメニューに使用する食材は、一般メニューの食材などが混入しないよう隔離保存しているほか、食品工場で加工調理するさいにも専用に管理された調理器具や容器を使用しています。店舗での調理では加熱盛り付けを通常の調理

ラインを離れてスタッフが調理を担当、食器類は個々洗浄保管したものを使うことで、アレルギー物質の二次混入の防止に努めています。

また、デニーズでは従業員に対して、食物アレルギーに関する教育と管理の徹底を図るために、ビデオによる研修を行っています。2007年度には埼玉県、2008年度は東京都で開催された地域の保健推進事業やシンポジウムなどへ参加し、管理に必要な知識の習得に努めています。



食物アレルギーに配慮した「低アレルギーメニュー」

#### ※4 低アレルギーメニュー

造語で、特定原材料の5品目を含まない食材を使用したメニューの名称です。

## 健康に配慮したメニューやサービスの開発

セブン&アイ・フードシステムズ

### 栄養面でバランスのとれたメニューの開発やお客様の健康管理サポートを展開しています

セブン&アイ・フードシステムズでは、2008年4月にメタボリック症候群の予防を目指す特定健康診査・特定保健指導の実施が義務付けられたこともあり、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。

デニーズでは、お客様が健康に過ごすためのお手伝いを目的として、メニューの栄養表示を行っています。生活習慣病やメタボリック症候群に大きく関わる「エネルギー」「塩分」をメニューブックに表示。「脂質」「食物繊維」についても確認していただける栄養成分一覧表を店舗に用意しています。またお客様の健康志向に合わせ、栄養面でバランスのとれたメニューを開発しています。

給食サービスを展開する「コントラクトフード事業」では、お客様の要望に合わせた健康管理サポートを行っています。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、栄養士などが「運動指導」「栄養指導」「献立処方」などを実施。今後は、担当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。



栄養士による指導風景

# 金融関連事業

※1 ATM

Automated Teller Machine  
(現金自動預け払い機)の略。

## より使いやすいATMの開発



### さまざまな面でご安心いただけるATMサービスを提供しています

2001年の開業以来、セブン銀行は「いつでも、どこでも、だれでも、安心して」使えるATM※1サービスを提供しています。日本全国に設置している約14,000台(2009年7月現在)のATMは、1日150万人を超えるお客様にご利用いただいています。

多くの方が行き来するセブン-イレブンやスーパーストアが主な設置場所であることから、ATMの設計にあたっては操作時の安全性に十分配慮しています(下図参照)。また、第2世代機(2008年9月に切り替え完了)から装

備したセカンドディスプレイを活用して従来の紙での販促物などをディスプレイ表示にすることで、紙資源とその物流にかかるエネルギーの消費量を抑制したり、一定時間のご利用がない場合は省エネモードに切り替わることで本体の電力消費量が最大20%抑制できるなど、環境にも配慮しています。

さらに、コールセンターやコンピュータセンターを東西に設置し常に稼働させ、緊急時には相互にバックアップできる体制を構築しています。

### ■ATMのさまざまな機能



- ATM専用の防犯カメラを配備
- 高性能警備センサー完備  
ATM内蔵の警備センサーがセキュリティ上の問題を感知した場合には、警備員が急行します。
- 偽札チェック機能  
ATMからのお引出しやお預け入れの都度、紙幣の真贋チェックを行っています。

- 通信データを守る高度な暗号化処理  
ATMネットワークおよびシステムには、複数の強固な暗号化処理をはじめ、二重三重の厳格なセキュリティ対策を施しています。
- 店内スペースに合わせたスリムなボディ  
幅:45cm、高さ:190cm、奥行:55cm

## ユニバーサルデザインへの配慮



## 音声ガイダンスによるATM操作や、海外で発行されたカードのご利用を可能にしました

セブン銀行では、できる限り多くの方がATMサービスをご利用いただけるように、多様なお客様に対応するための取り組みや工夫を続けています。

例えば、視覚障がいなどでタッチパネルを操作できない方に対応した「音声ガイダンス取引サービス」を2007年11月に開始しました。これは、インターホンからの音声ガイダンスに従って操作することで預け入れや引き出しができるサービスで、**提携金融機関※2**のカードでもご利用いただけます。

この音声ガイダンスのシステムは、視覚障がい者団体などの協力を得て操作性を検証しながら開発しました。サービスをご利用したお客様から「今までは家族に頼んでいたが、初めて一人でお金を引き出せた」など喜びの声をいただいています。

また、車椅子をご利用しているお客様のご要望に応じて、第2世代ATMでは、インターホンを第1世代ATMよりも低い位置に据えています。

このほか、来日中の方々のご不便を解消する「ATMでの海外発行カード対応」を2007年7月に開始。海外で発行されたキャッシュカードやクレジットカードでの日本円の出金を可能にし、これに合わせてATM画面の表示や取引明細書の記載を英語・韓国語・中国語・ポルトガル語から選べるようにしました。サービス開始以来、海外からの旅行者などに多くご利用いただいています。



プッシュボタンを工夫した受話器



韓国語の表示画面

## ※2 提携金融機関

セブン銀行と提携している銀行、信用金庫、信用組合、ろうきん、JAバンク、JFマリンバンク、証券会社など。2009年8月末現在509社。なお、生命保険会社、クレジット会社等の上記以外の金融機関は提携していても対応していません。

## 犯罪被害防止への取り組み



## 口座モニタリングシステムで、振り込め詐欺被害を未然に防いでいます

セブン銀行では、被害が深刻である「振り込め詐欺」への対策を強化しています。

2009年1月からはATMでの振込操作手順の中に「振り込め詐欺注意喚起画面」の表示を追加して、お客様が「確認」ボタンを押さないと次の操作に進めない仕組みにしました。また警視庁の要請を受けて、2009年2月から約1カ月間、東京都内と埼玉県内に設置したATMで振り込め詐欺容疑者の写真を画面に表示して情報提供をうながしました。

こうしてお客様へ注意を喚起する一方で、セブン銀行の口座が振り込め詐欺の振込先口座として悪用されないように、2008年7月に口座モニタリングシステムを導入しました。このシ

ステムは、過去に振り込め詐欺に使われた口座の取引履歴などを分析したデータをもとに、同様の動きをする口座を監視し、振り込みがなされた場合、一旦振り込みを停止し、セブン銀行から振込元の金融機関へ振り込みの正当性を確認したうえで振込みを実行します。こうして被害を未然に防止できるように努めています。

この取り組みが評価され、セブン銀行は2008年9月に警視庁から感謝状を受けまし



感謝状授与式の様子

た。今後も、分析の精度をあげ、振り込め詐欺の防止に取り組んでいきます。

# 地域社会との共生



それぞれの事業特性を活かして、地域社会へ貢献しています

## グループマネジメント方針

### 基本方針と行動指針を策定して 社会・文化貢献活動を推進しています

セブン&アイHLDGSは、社会的課題の解決のために取り組むべき社会・文化貢献活動を定めた「社会・文化貢献活動の基本方針」「社会・文化貢献活動行動指針」を2007年6月に策定。この方針に基づいて、NPO団体との連携や、社員ボランティアが参加できる活動など、新しい取り組みを開始しました。また各事業会社も、事業を活かした独自の活動を推進しています。

#### 重点領域

1. 未来の社会をつくる子どもたちや青少年の支援
2. 誰もが暮らしやすい安全で安心な地域社会づくりの支援
3. 地域環境・地球環境の保全
4. 文化芸術・スポーツ振興の継承と発展
5. 国際的な貧困の撲滅
6. 国際交流・協力
7. 災害支援

## TOPICS

### 包括連携協定・災害時支援協定の締結で地域社会との連携を強化しています

日本各地に店舗を展開するセブン&アイHLDGSは「地域における社会的インフラ」という店舗の役割を自覚して、地域社会との連携を進めています。

その一環として、自治体との包括連携協定や災害時の支援協定の締結を推進しています。2004年にセブン-イレブンが和歌山県と協定を結んで以来、自治体との連携を拡大。2009年4月には福島県との間で、また7月には宮城県とイトーヨーカドー・ヨークベニマルも加えた3社が同時に協定を締結し、名産品を使った地域限定商品の開発・販売などの活動を展開しています。また、自治体との災害時支援協定の締結では、グループのネットワークを活用した支援体制の整備を進めています。

## 主要事業会社の主な取り組み一覧

	コンビニエンスストア事業 セブン-イレブン
育児・高齢者支援など	<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様のご自宅を訪問してご注文をうかがう「ご用聞き」の実施</li> </ul>
地域活性化への協力	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地産地消商品の開発・販売 →P50</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 自治体との包括連携協定締結の促進 →P48, P50</li> </ul>
災害時の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 災害時の支援協定の締結 →P50</li> <li>● 災害時帰宅困難者への支援</li> <li>● 災害発生時の安全確保に関する行動指針の配布</li> <li>● 被災地支援店頭募金(社内募金)の実施</li> </ul>
地域防犯対策	<ul style="list-style-type: none"> <li>● セーフティステーション活動の推進 →P51</li> </ul>



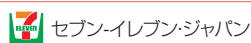


●:本レポート中に独立した項目で記載 ○:本レポートの本文中で言及 一:取り組み未実施

スーパーストア事業		百貨店事業	フードサービス事業	金融関連事業
イトーヨーカドー	ヨークベニマル	そごう・西武	セブン&アイ・フードシステムズ	セブン銀行
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 赤ちゃん休憩室の設置 →P52</li> <li>● マタニティ・育児相談室の運営 →P52</li> <li>● 高齢者介護施設での訪問販売 →P53</li> <li>● 高齢者向け商品の販売・健康相談の実施 →P53</li> <li>● 就労体験学習の受け入れ →P54</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 食育の推進 →P55</li> <li>● 就労体験学習の受け入れ</li> <li>● 次世代育成(小学生対象スポーツ大会を主催、高校生の海外派遣)</li> <li>● 献血運動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ノーマライゼーションの浸透を目指して盲導犬育成事業を支援 →P56</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 全店盲導犬ふれあいキャンペーン開催による啓発活動の推進 →P56</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 食育の推進 →P57</li> <li>● 就労体験学習の受け入れ →P57</li> <li>● 「ノーマライゼーション研修」の実施</li> <li>● 「ノーマライゼーションガイドブック」を作成・活用</li> <li>● 地方自治体の子育て支援への協力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 高齢者にも使いやすいATM設計 →P46</li> <li>● 読み聞かせフリー絵本「森の戦士 ポノロン」への協賛と普及支援</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗での読み聞かせ会の実施</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 街づくり・再開発への参画 →P54</li> <li>● 地産品の販売促進への協力</li> <li>● 地域福祉団体や地域イベントへの店舗スペース提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗での交流イベントの開催 →P55</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地産品の販売促進への協力 →P56</li> <li>● お祭りなど地域イベントへの参加</li> <li>● 環境保全活動、環境美化への協力</li> <li>● 就労体験学習・店舗見学会の受け入れ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 課外授業の受け入れ →P57</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ATMのセカンドディスプレイでの選挙公告の掲出</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 災害時の支援協定の締結 →P48</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 災害時の支援協定の締結</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 災害時帰宅困難者への支援</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様向け災害時救援募金受付体制の整備</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● お酒・たばこの販売時年齢確認の実施</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● お酒・たばこの販売時年齢確認の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● お酒の販売時年齢確認の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● セーフティステーション活動への協力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 地域警察と協力し、振り込め詐欺容疑者の顔写真をATM画面に表示することによる情報提供の呼びかけ →P47</li> </ul>



## 地域の安全確保



### セーフティステーション活動を推進しています

セブン-イレブンは、年中無休で深夜でも明かりが灯り、店内には常に従業員がいます。こうしたコンビニエンスストアの特長を活かし、地域社会の一員として「安全・安心なまちづくり」「青少年環境の健全化」をテーマとしたセーフティステーション活動(以下、SS活動)に取り組んでいます。

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(以下、JFA)に対し、下記の点で協力要請があったことから始まっています。

#### ■「安全・安心なまちづくり」

- 強盗や万引き、振り込め詐欺などの防止
- 緊急事態(災害・事故・急病人など)への対応
- 女性・子ども・高齢者の保護
- 大規模災害時における協力 など

#### ■「青少年環境の健全化」

- 未成年者に対する酒類・タバコの販売禁止
- 18歳未満者に対する成人向け雑誌の販売・閲覧防止
- 青少年のたまり場化防止 など

具体的な活動については、行政や地域社会の活動と連動して「月ごとのテーマ」※1を設定し、加盟店様とOFC※2とが相互に確認しながら取

り組んでいます。また、活動内容を各店舗で働く従業員一人ひとりと共有するため、「SS活動通信」を発行して各店舗に配布しています。

JFAでは毎年「SS活動報告会」を各地で開催しています。ここでは、JFAが各チェーンの加盟店を対象に行っているアンケート調査※3をもとに、活動内容の再確認や改善策、対応事例を共有。振り込め詐欺の防止や酒類・タバコ販売時の年齢確認などについての模擬訓練や、優れた対応を行っている加盟店の表彰など、活動への理解と普及の促進に取り組んでいます。



SS活動報告会表彰式



SS活動報告会時の清掃活動

### 店内ATMを使った「振り込め詐欺」の防止に努めています

セブン-イレブンは、上記のSS活動を通じて、店内ATMを利用した振り込め詐欺の未然防止や犯人逮捕につながる通報協力をを行い、複数の店舗が警察署から表彰を受けています。

「新宿百人町2丁目店」(東京都)では、2008年5月、不審な男性が何回も店内に入りし、ATM前で携帯電話をかけながら大量のキャッシュカードで現金を引き出していることに副店長が気づき、110番通報。その男性は駆けつけた警察官に連行されました。

同年6月には「等々力5丁目店」(東京都)で、携帯電話で通話しながら困った様子でATMを操作している高齢の男性にオーナー様が気づき、声をかけたところ振り込め詐欺と確信。振り込みを一旦中止することをお勧めして110番通報しました。

今後も加盟店への注意喚起を徹底するとともに、日頃から地域の警察との連携を密にし、地域の安全確保に努めます。

#### ※1 月ごとのテーマ

例えば「未成年者飲酒防止強調月間」の4月には、特に意識して取り組んでいただきたい「未成年者飲酒・喫煙防止強化」を月間テーマにして取り組みを強化しました。

#### ※2 OFC

「オペレーション・フィールド・カウンセラー」と呼ばれる店舗経営相談員が個々の店舗を訪問して経営アドバイスを行っています。

#### ※3 アンケート調査

JFAが2008年度の活動参加企業に行ったアンケート結果から全国で女性の駆け込みは10,389件、子どもの駆け込みは4,128件、高齢者保護が8,953件との報告がありました。



# スーパーストア事業

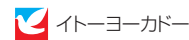
## ※1 赤ちゃん休憩室内の設備 設置状況(2009年3月 末現在)

- 絵本コーナー:24店舗
- お子様トイレ:27店舗
- 防犯インターフォン:17店舗
- 計測器・調乳専用温水器  
おむつ交換シート・温水浄水  
器・授乳コーナー・防犯ブザー:  
全店舗

## ※2 2008年度の活動状況 (2009年2月末現在)

- 相談実施店舗数:129店舗
- 相談員数:90人  
(保健師37人、助産師45人、  
保健師・助産師8人)
- 相談件数(利用者数):  
30万4,861件  
(9万9,087人)
- 累計相談件数(累計利用者数):  
837万743件  
(273万5,847人)

## 地域の子育て支援



### 「赤ちゃん休憩室」を設置しています

イトーヨーカドーでは、お子様連れのお客様にも、ゆっくりと買い物を楽しんでいただくため、店舗内に「赤ちゃん休憩室」を設置しています(2009年3月末現在、164店舗)。休憩室内には、おむつ交換シートや授乳室などを備えるとともに、70℃以上の調乳用のお湯をご提供できる専用機器も設置※1。ご自宅からお湯をご持参いただく必要もなくなりました。

さらに、「赤ちゃん休憩室」を、イトーヨーカドーをご利用のお客様だけではなく、地域の皆様にも外出中に授乳やおむつ替えができる場所として、ご利用いただくために、設置店舗を自治体の子育て支援事業に登録しています。例えば、東京都「赤ちゃんふらっと」事業に26店舗、横浜市「はまはぐ」事業に9店舗、岩

手県「いわて子育て応援の店」に1店舗が登録されています。登録している店舗では、目印のステッカーを貼ってお知らせしているほか、自治体のWebサイトからも検索が可能となっています。



身長計・体重計



おむつ交換シート



調乳専用温水器

### 「マタニティ・育児相談室」を運営しています

核家族化や少子化などの社会変化にともない、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きます。そこで、イトーヨーカドーでは、1975年度から「赤ちゃん休憩室」内に「マタニティ・育児相談室」を開設しています(2009年2月末現在、129店舗)。相談室では、保健師や助産師の資格を持つ相談員が、妊娠中の健康や育児について毎月2~9回、無料で相談を承っており、お買い物のついでにお気軽にご利用いただいています※2。

相談室では、子育てのアドバイスに加え、親御さん同士の交流などを目的としたイベントも開催。自治体が実施する育児関連のイベントやお客様のご要望などをふまえて、店舗ごとに工夫を凝らしたイベントを企画しています。2008年度は、赤ちゃんとのふれあいの重要性を学んでいただく「タッチケア・ふれあい体操」など、さまざまなテーマのイベントを開催

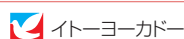
し、延べ5,458家族にご参加いただきました。

また、各店舗の相談員は、保健センターなど地域の行政機関を定期的に訪問し、こうした活動を紹介するとともに、各地域で実施される母子保健サービスについての情報収集を行い、育児相談のアドバイスに活かしています。これら行政機関からの紹介で、ご相談に来られるお客様もいらっしゃるなど、行政訪問は「マタニティ・育児相談室」の認知度や信頼性の向上につながっています。

こうした30年にわたる取り組みが評価され、2008年12月に、(財)あしたの日本を創る協会の「平成20年度あしたのまち・くらしづくり活動賞」において「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。

今後も、施設の充実や相談員のスキルアップを図り、地域行政とも連携しながら、地域のお客様のご要望にお応えできる育児支援に取り組んでいきます。

## 高齢社会への対応



### 老人介護施設への訪問販売「ふれあいショッピング」を実施しています

高齢のお客様の中には、歩行の不自由さや転倒の不安などから「買い物をしたいのに外出できない」という悩みをお持ちの方も少なくありません。こうしたお客様にお買い物の機会をご提供するために、イトーヨーカドーでは、2004年3月から老人介護施設を訪問し、施設内の食堂やホールなどに売場を設けて販売する「ふれあいショッピング」を開始しました。

販売する商品は、イトーヨーカドーの各店舗で取り扱っている商品（肉や魚などの生鮮食品、お酒、タバコなどを除く）の中から、ご要望に応じた品揃えを実現しており、価格も当日の店頭価格（セール品含む）と同じ設定です。開催頻度は商品によって異なり、衣料品中心の場合は年に3～4回、食品中心の場合は月1回程

度となっています。2008年度は、101の店舗が312の施設を対象に、延べ1,350回実施しました。ご利用いただいたお客様からは「施設の外に出なくて良いので安心して買い物を楽しめる」とご好評いただいています。

また「食品の買い物が月1回では不便」との声にお応えして、一部地域では、食品などを週1回程度施設へ配達するサービスも行っています。



ふれあいショッピングの様子

### 「あんしんサポートショップ」や「ヘルスケアステーション」を運営しています

近年の生活習慣病の増加や高齢化などの社会状況をふまえ、お客様の健康づくりや高齢者の方の生活をサポートすることも、地域の生活拠点を目指すイトーヨーカドーの重要な役割の一つだと考えています。

その一環として2004年8月に「あんしんサポートショップ※3」を開設し、介護用品に加えて、衣料品から食品まで全分野にわたり、機能だけでなくデザインにも工夫を凝らした商品をご提供しています。

また、お客様の健康づくりを支援するために、2006年8月から「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。ここでは、管理栄養士または保健師の資格を持った相談員が、血圧や体脂肪などの健康測定や栄養相談を承っています。※4このほかにも、糖尿病のカロリー計算の相談などを

受け付ける「じっくり栄養相談」（松戸店）、健康に関する勉強会「元気応援塾」（犬山店）、季節に応じた食生活のポイントや生活習慣病の予防をテーマとした「健康ミニ講座」（市原店）など、各店舗でお客様のご要望を参考にしたイベントを開催しています。

こうした取り組みを活かし、2008年3月には、市原店内に「健康・快適あんしんサポートショップ」をオープン。高齢者の生活を総合的にサポートすることを目指し、商品の提供と栄養相談・フィットネス・介護情報の提供を組み合わせたサービスを提供しています。



あんしんサポートショップ



ヘルスケアステーション

※3 あんしんサポートショップの運営状況(2009年2月末現在) 100店舗

※4 ヘルスケアステーションの主な提案内容

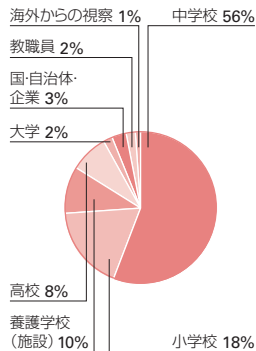
- バランスの良い食習慣
- 運動習慣
- 測定習慣  
(体重・体脂肪・血圧など)
- 睡眠・リラックス・心地よさなど生活の質(QOL)の向上



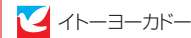
## スーパーストア事業

### ※1 就労体験学習・受け入れ実績・参加者内訳(2008年度)

約570件(約9,300人)



### 教育や社会参加への支援



#### 店舗を活かして就労体験学習に協力しています

イトーヨーカドーは、出店地域の小・中・高等学校からのお申し出に応じて、児童・生徒の店舗見学・就労体験学習に協力しています※1。体験学習では、朝礼、バックルームでの品出し作業、売場での接客、商品の包装などを体験していただいています。また、障がい者の社会参加支援の一環として、養護学校の生徒を受け入れて、販売業務を体験していただいているほ

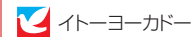
か、自治体職員・教職員を対象とした企業研修などにも協力しています。



就労体験学習の様子



### 地域の発展に貢献できる店舗づくり



#### 対話を重ねて地域のニーズや特性に即した出店をしています

イトーヨーカドーでは、新規出店時には、店長をはじめとする役職者が事前に出店地域に移り住み、地域のニーズや特性に即した店舗づくりを推進しています。また、大規模小売店舗立地法に基づく説明会を行い、店舗の概要や交通・騒音・廃棄物対策などを説明した上で、地域の方々のご意見をうかがっています。さらに、新規店舗のオープン後も、地域の行事、青少年育成や非行防止などについて協力しています。

2009年3月にオープンした「イトーヨーカドー武蔵小金井店」の説明会では、開店時の周辺道路の交通渋滞や安全対策を懸念される声が多かったことから、行政・警察の指導を仰ぎ、地元の方の安全性・利便性を考慮した交通計画を策定。臨時駐輪場の確保など、混雑の分散化に努めました。

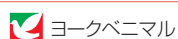
武蔵小金井店が出店したJR武蔵小金井駅周辺は、都市計画事業「武蔵小金井駅南口市街地再開発事業」において「小金井のあたらしい顔」と位置づけられ、交通・商業・業務・行政などの市の中心的なエリアとして、整備が進められている地域です。JR中央線の立体化により、

踏切で分かれていた武蔵小金井駅の南北のエリアが一つになり、地元の商店も入ったショッピングモールとその上層階のマンション(200戸)やにぎわい創出のためのイベントスペース「フェスティバルコート」、市民交流センターなども建設され、活気あふれる街づくりが進んでいます。「イトーヨーカドー武蔵小金井店」は、こうした新しい街の核となる施設として位置しています。地域の活性化に寄与し、新しい街づくりへの参画という意味においても価値ある出店になりました。



武蔵小金井店外観

## 次世代を担う子どもの育成支援



### 子どもたちへの食育支援に努めています

ヨークベニマルは、食品を軸に生産者とお客様とをつなぐ活動を実施しています。こうした活動により、お客様の国産作物への関心を高め、より良い食生活の実現や食料自給率の向上への貢献を目指しています。

近年では、「ファイブ・ア・デイ協会※2」の会員として、子どもたちへの食育活動に力を入れています。創業60周年となる2008年度は、出店する5県で小学生の親子を産地に招待する「収穫体験ツアー」を開催しました。このツアーでは、参加者に作物を収穫していただくとともに、生産者・仲卸し・バイヤーの話を聞きながら、作物がお店に届くまでの流れを説明します。その後、栄養バランスの重要性や、好き嫌いをなく野菜を食べる大切さを伝えるなど、親子が楽しみながら学べる内容となっています。

このほかにも、スーパーを教室にして、栄養士から出された課題に沿って、小学生が栄養バ

ランスを考慮した買い物体験や調理実習をする「スーパーマーケットツアー」を開催しています。

こうした活動が評価され、2009年3月に、東北農政局から、食生活向上分野において「東北農政局長食育奨励賞」を受賞しました。

2009年度は、これらの活動に加えて、新たに種まきや苗植え、収穫までの一連の農作業を半年間で7回実施する「キッズファーム」を開催。今後も子どもたちに農作業の大変さと楽しさや、おいしく食べることの大切さを、五感で感じることができる機会を積極的に提供していきます。

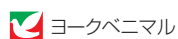


栄養バランスについての説明



種まきをする参加者

## お客様と店舗従業員との交流



### 各種イベントを通じて、地域の皆様との一体感を醸成していきます

地域に密着したスーパーは、お客様の支持なしに営業を続けることはできません。

ヨークベニマルでは、お客様への日頃の感謝の意味を込めて、お客様と従業員が一緒になって楽しめる「誕生祭」を毎年、各店舗の開店月に開催しています。

「誕生祭」は各店それぞれが企画を立てて実施しており、廃食油からつくった石鹸のプレゼントや風呂敷の包み方講習会、牛乳パックを使ったおもちゃづくりといった環境を考えたものから、チャリティーバザー、のり巻き一本巻き挑戦やパン喰い競争までさまざまです。また、行政や

消防署の方々にご参加いただくケースもあります。

今後も店舗という「場」を活かして、地域の皆様とヨークベニマルが一体となったイベントを実施していきます。



イベントの様子



# 百貨店事業

※1 店頭募金で集まった2,527万円を全国7団体に、基金から2,000万円を全国9団体に送金しました。

## 盲導犬育成事業の支援

そごう・西武

### 寄付活動と普及啓発活動の両面から支援しています

そごう・西武では、ノーマライゼーションの浸透を目指し、社会貢献の一環として盲導犬育成事業への支援活動を推進しています。

店頭での募金活動に加え、会社と労働組合が基金を設立し、この基金に社員参加による社内募金制度「ワン!コイン倶楽部」を組み入れています。

2008年度は、合計4,527万円を寄付※1しました。(財)日本盲導犬協会は、この一部を利用して、2007年度に続き、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、そごう・西武では、盲導犬育成事業の普及啓発活動として、年2回(春・秋)「ふれあいキャンペーン」を開催しています。

さらに、これら募金活動と普及啓発活動の相乗効果を図るために、2009年度春の「ふれあいキャンペーン」に合わせて「定額給付金チャリティーセール」を実施し、売上げの一部を(財)日本盲導犬協会などに寄付しました。2つのイベントを同時に開催することで、より多くのお客様に盲導犬育成事業への関心を高めていただけました。

## お客様のご意見・ご要望に応えた地域運動

そごう・西武

### 事業特性と地域の特性をふまえた社会貢献を目指しています

百貨店は地域に根ざし、地域の発展とともに歩んでいく業態であることから、地域社会への貢献が重要であると認識しています。地場物産

品の紹介、地域産の素材を使った商品の開発、地域の振興を通じた環境貢献などを今後ますます大切にしていかなければならないと考えます。



西武所沢店：ニューファミリー層が多い地域特性から、三世代をテーマにした「ワルツグリーンコンサート」を開催、参加費は「所沢市緑の基金」に寄付しました



そごう千葉店：生産者と消費者をつなぐ拠点としての役割を担うために「千産千消」キャンペーンを展開しました



そごう徳島店：「徳島の名物」開発を目標に鳴門金時、阿波ビールなどの地域産品を素材に活かしたパンを開発販売しました



そごう大宮店：ゴーヤ、あさがおなど4種類の苗を植えて「グリーンカーテン」をつくる取り組みに近隣の幼稚園からもご参加いただきました



# フードサービス事業

## 地域活動への協力

セブン&アイ・フードシステムズ

### 社会との関わりを考える「総合的な学習の時間」に協力しています

セブン&アイ・フードシステムズは、2006年より、東京都千代田区立九段中等教育学校が実施する「都市文化」をテーマとした授業に協力しています。

この授業は、生徒が社会との関わりを通して、課題解決に向けた主体的かつ創造的な態度を養うことを目的としています。生徒が地域の企業を訪問して訪問先から与えられた課題を解決するための調査・研究を行い、その結果を訪問先にプレゼンテーションします。

今回は「食育」を盛り込んだデニーズへ来店されたお子様に使っていただく「お子様マット※2」の製作を課題に選び、その研究成果のプレゼンテーションを受けました。提案されたアイデアはデニーズの「お子様マット」に採用し、



お子様マット

2009年夏のマットとして使用しています。今後も、こうした活動に協力していく方針です。

#### ※2 お子様マット

お子様に料理を出すさいにテーブルに敷くペーパーマット。デニーズのお子様マットはお子様「食」について興味を持っていたくように、簡単なゲームを採り入れています。

### 中学校での課外授業のお手伝いをしました

セブン&アイ・フードシステムズでは、2008年は2007年に引き続き、台東区駒形中学校からの要望で「あいさつとコミュニケーションの大切さ」をテーマにしたマナー講習に協力しました。

これは「中学生が秋に就労体験学習を行うにあたり、マナーを教育してほしい」という学校側からの要請に対応したものです。当日は、あいさつの仕方や姿勢の指導、会話をする時の

態度など、社会人としてのマナーについて講習し、仕事を行ううえで重要となるコミュニケーションの大切さなどを学んでもらいました。

講義を受けた生徒たちからは「あいさつや笑顔の大切さを学べた」「職場では最初のあいさつが重要になることがわかった」といった感想をいただきました。

今後も、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ます。

### 各店舗で近隣中学の社会教育カリキュラムに協力しています

セブン&アイ・フードシステムズは、近隣中学校の社会教育カリキュラムに協力して、店舗での就労体験学習を積極的に受け入れています※3。

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就労体験をしていただく生徒に対して指導に当たり、接客実習・清掃実習などを通じて、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うためにカリキュラムを組んで教育しています。

今後も引き続き、就労体験学習を受け入れ、子どもたちに将来の仕事について考える機会を提供していきます。



就労体験学習の様子

#### ※3 2008年度の受け入れ

2008年度は合計533人、2009年上期は79人の中学生を受け入れました。



セブン-イレブンみどりの基金 ホームページアドレス <http://www.7midori.org>

## 地域に根ざした環境市民団体の活動を支援しています

「セブン-イレブンみどりの基金」は、1993年にセブン-イレブン・ジャパンの創立20周年記念事業として設立されました。この基金は、セブン-イレブン加盟店と本部が一体となり、“環境”をテーマにした社会貢献活動に取り組むことを目的とし、店頭でお客様からお預かりした募金と、本部からの寄付金をもとに、全国の環境市民団体への支援や自然環境の保護・保全活動、環境美化活動、広報活動、災害復元支援活動などを行っています。2008年度の店頭募金総額は3億7,243万326円でした。

事業の大きな柱である公募助成制度では、環境をテーマに地域に根ざした活動を展開している市民団体を対象とするもので、お客様から寄せられた募金を、これら団体の活動成果として地域に還元しています。このように、同制度はお客様自身が募金を通じて、地域の環境活動を支援する市民参加型の社会貢献となっています。

## 自らも積極的に環境活動に取り組んでいます

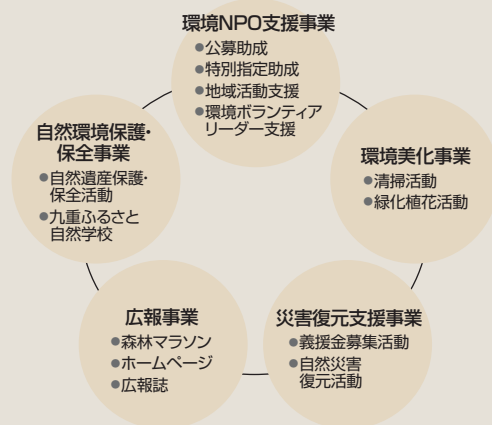
「セブン-イレブンみどりの基金」は、環境市民団体への支援以外にも、自ら積極的に環境活動に取り組んでいます。

2007年4月には自然と生態系の保護・保全活動の拠点として大分県九重町に「九重ふるさと自然学校」を開校。阿蘇くじゅう国立公園を中心とした自然と生態系の保護・保全や、他の自然保護団体とのネットワークづくりなどに努めています。このほか、自然の素晴らしさを一般の方々に体験していただけるよう、無農薬・有機栽培の米づくりや、昔ながらの石垣復元、伝統炭焼き、自然教室講座など、参加者募集型のプログラムを実施しています。



九重ふるさと自然学校 田植えの様子

## ■ 環境をテーマにした社会貢献活動



## 公募助成制度

2008年度は継続助成先を含め190件に対して、1億1,924万461円を助成。2009年度は継続助成先を含め251件に対して、1億3,496万1,814円の助成を行います。

また、2000年の噴火によって被害を受けた三宅島の緑化活動を2008年度から支援しています。その一環として、同年11月にはセブン-イレブン・ジャパンの社員50人がボランティアとして植樹活動に参加。2009年5月には募集をグループ会社に拡大し、97人のボランティアが約1.7ヘクタールの土地に4,200本の植樹を実施しました。

今後も日本の美しい自然や貴重な生態系を次世代に引き継いでいくため、一層活動内容の充実を図り、地域に根ざした社会貢献活動を展開していきます。



2009年5月の三宅島植樹活動

## グループのボランティア社員による清掃・植樹活動

### 各事業会社の従業員が家族とともに参加できる機会となっています

毎年6月の環境月間には、グルーパールとなって、環境活動に取り組んでいます。2009年度も、2008年度に引き続き、年2回の店舗周辺の清掃活動を実施するとともに、2009年6月にはセブン-イレブンみどりの基金が支援するNPO富士山クラブの指導のもと、グループ従業員の有志35人が富士山麓の清掃活動を実施しました。

また、2009年5月には山梨県昇仙峡付近で植樹を実施しました。これは、前年末のお歳暮でお申し込みいただいた簡易包装4,000個につき、1本のヒノキを植えると

いうイトーヨーカドー主催のキャンペーンをふまえた活動です。当日は、NPO環境リレーションズ研究所の指導のもと、グループ従業員とその家族43人が植樹に参加しました。



昇仙峡での植樹

こうした活動は、各事業会社の従業員が家族と一緒にボランティア活動に参加できる貴重な機会となっています。

## お客様との協力による環境・社会貢献活動

### オリジナルエコバッグの販売収益の一部を環境活動に役立てています

セブン-イレブン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークマートでは、2008年1月から1枚購入につき5円が国連で承認された温室効果ガス削減プロジェクトの排出権取得に充てられるオリジナルエコバッグ(カラフルショッピングバッグ)を販売しています。

販売開始からの1年間で得られた収益の一部で、インドのタミル・ナドゥ州における風力発電プロジェクトによる500トンのCO<sub>2</sub>排出権を取得。この排出権を2009年2月末に日本政府に無償譲渡しました。今後もお客様と一緒に日本の「チームマイナス6%」に貢献していきます。



カラフルショッピングバッグ



タミル・ナドゥ州の風力発電

#### チームマイナス6%

京都議定書で日本は温室効果ガスの排出量を1990年に比べて6%削減することを約束しました。この目標を達成するための国民運動のことです。

### お客様から商品を下取り、使用可能なものを途上国に寄贈しています

イトーヨーカドーでは2008年12月から翌年6月にかけて下取りセールを実施。そのうち、使用可能な7.5トンの衣類を世界各地の難民や被災者などに役立ててもらうためにNPO法人日本救援衣料センター(JRCC)へ寄贈しました。

また、そごう・西武では2009年5月から下取りセールを実施。婦人服やハンドバックなどを、(財)ジョイセフ(家族計画国際協力財団)を通じて、ザンビア共和国に寄贈しました。

なお、同社を訪問された同国駐日大使から感謝状をいただいたさい、現地では子どもの裸足が破傷風につながっていることをうかがい、その後、子ども靴の下取りも実施し寄贈しました。

#### (財)ジョイセフ

開発途上国の妊産婦と女性の健康と命を守るために国連や国際機関と連携して支援活動を行っている団体です。その財団の活動の一つである「ホワイトリボン運動」を支援するため、赤ちゃん本舗では2009年5月10日から全店舗の店頭で募金箱を設置しました。7月末までに約12万円が集まりました。

# 働きがいのある職場づくり



雇用形態にかかわらず、全ての従業員が目標と充実感を持って働ける制度や環境の整備を進めています

## グループマネジメント方針

### 働きがいのある職場づくりを推進しています

セブン&アイHLDGS.は社是に掲げる「社員に信頼される誠実な企業」の実現のために、雇用・異動・昇進のさいは公平・公正な基準に則って決定しています。また多くのパートタイマーに支えられている企業として、従業員の多様な働き方を尊重し、一人ひとりが働きがいを持って仕事に取り組める職場環境づくりに努めています。そのため各種人事制度に関しては、常に従業員の声に耳を傾け、社会の変化・働き方に合わせて改善を図っています。



### 従業員が安心して仕事を続けられるよう 育児・介護支援制度を導入しています

セブン&アイHLDGS.では、生活が変化しても従業員が働き続けられるよう各種制度を設けています。例えば、グループ共通の育児・介護支援制度である「リ・チャレンジプラン」を運用。2002年からは、パートタイマーも利用できるように制度の拡充を図っています。また、2006年にグループに加わったそごう・西武でも、パートタイマーも利用できる独自の育児支援制度を導入しています。

### 「セブン&アイHLDGS.人材公募制度」を通じて グループ各社の枠を越えて人材を募集しています

セブン&アイHLDGS.では所属会社の枠を越えた人材の募集をしています。新たな職場・仕事に挑戦しようという強い意欲と情熱を持つ個人の意思を尊重し、その個人の能力が十分に発揮できる適材適所の配置を目指しています。これは、組織の活性化とともに、新規設立会社を人材の面から支援する効果もあります。なお、各事業会社内でも「立候補制度」などを実施して個人の意欲に応えています。

## 主要事業会社の主な取り組み一覧

コンビニエンスストア事業	
セブン-イレブン	
能力向上支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 加盟店向け接客勉強会の開催 →P62</li> <li>● 優秀店の表彰 →P62</li> </ul> 
公正な評価・ 処遇	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自己評価、一次・二次上長との面談による評価制度</li> </ul>
ワークライフ バランスの 実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 育児・介護支援制度「リ・チャレンジプラン」の運用 →P60</li> </ul>
多様な 人材の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社内立候補制度</li> <li>● 定年(60歳)以降の再雇用制度</li> <li>● 4カ国語に対応したレジトレーニングテキストの用意</li> </ul> <p>障がい者雇用の推進</p>
労働安全衛生 への配慮	<ul style="list-style-type: none"> <li>● OFCへの交通安全講習会の実施</li> </ul>  <p>健康診断の実施、健康管理センター設置、ファミリー健康相談・こころの電話健康相談の実施 安全衛生委員会の実施</p>



●:本レポート中に独立した項目で記載 ○:本レポートの本文中で言及 一:取り組み未実施

スーパーストア事業		百貨店事業	フードサービス事業	金融関連事業
イトーヨーカドー	ヨークベニマル	そごう・西武	セブン&アイ・フードシステムズ	セブン銀行
<ul style="list-style-type: none"> <li>○社内ライセンス制度の運用 →P63</li> <li>○生鮮パートナー社員技術コンクールの開催 →P63</li> <li>●社内研修体系の整備</li> <li>●自己啓発の支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●独自ツールを活用した目標・進捗管理 →P64</li> <li>●技術コンクールの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○従業員の改善提案によるボトムアップ運動の推進 →P65</li> <li>●接客技術向上のための専門資格の取得支援</li> <li>●通信講座の奨励、受講費用の補助</li> <li>●インストラクター制度による販売指導向上の支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○社内研修体系の整備 →P66</li> <li>○国家資格の取得支援 →P66</li> <li>●社内資格の研修・検定制度の設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●通信講座受講の奨励</li> <li>●社内研修の実施</li> <li>●外部研修の受講奨励</li> <li>●キャリアマップを活用した能力向上</li> <li>●お客様対応コンテスト(社内)の開催</li> <li>●コンタクトセンター関連のコンテストへの参加(社外)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●パートタイマーの人事処遇制度の整備 →P63</li> <li>●自己評価、一次・二次上長との面談による評価制度</li> <li>●評価者向け研修の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社長表彰の実施 →P64</li> <li>●育成計画に基づいた社員の指導と評価</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○優れた販売員を評価する「スタークラブ」制度 →P65</li> <li>●目標管理制度に基づく評価の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○従業員が公平に学べる研修の開催 →P66</li> <li>●パートタイマーの昇格制度の運用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「能力評価」「業績評価」両面からの評価</li> <li>●自己評価、一次、二次上長との面談による評価制度</li> <li>●評価者向け研修の実施</li> <li>●パートタイマーの人事処遇制度の整備</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○育児・介護支援制度「リチャレンジプラン」の運用 →P60</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○育児・介護支援制度の運用 →P60</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●出産・育児・介護支援制度の運用 →P65</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○育児・介護支援制度「リチャレンジプラン」の運用 →P60</li> <li>●アルバイトの方への育児休暇制度の運用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○育児・介護支援制度「リチャレンジプラン」の運用 →P60</li> </ul> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>○パートタイマーの正社員登用 →P63</li> <li>○定年(60歳)以降の「再雇用制度」(パートタイマーには「シニアパートナー制度」) →P63</li> <li>●人権啓発(ノーマライゼーション)教育</li> <li>●社内立候補制度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定年(60歳)以降の雇用制度(パートタイマーも含む)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定年(60歳)以降の雇用制度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●正社員・店長への登用制度の整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定年(60歳)以降の雇用制度</li> <li>●人権啓発教育の実施</li> <li>●パートタイマーから社員への登用制度の整備</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●労働災害防止教育</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>●産業医、保健士問診の実施</li> <li>●社外メンタルヘルスケア機関の活用</li> </ul>

# コンビニエンスストア事業

## 加盟店と従業員のスキルや意欲の向上



### 加盟店とともにサービス向上を目指しています

#### 「フレンドリーサービス」の勉強会を実施

セブン-イレブンでは、お客様の立場に立った、心のもった感じの良い接客を「フレンドリーサービス」と呼び、これを各店舗で実践していくための勉強会を開催しています。

勉強会は、加盟店のオーナー様と従業員さんを対象に地区単位で継続的に開催。参加したオーナー様はまず、従業員さんにとって働きやすい職場環境を整えて、その上で従業員さんと一緒に「お客様に喜んでいただけるサービスとは何か」を考え、実践していきます。その取り組み状況や成果を次の勉強会で発表するというサイクルを繰り返すことで、参加者が互いに学び合っています。勉強会への参加をきっかけに従業員さんのサービスレベルが向上し、お客様からお褒めやお礼の言葉をいただくといった好循環が生まれています。

また、各店舗で率先してフレンドリーサービスを実践している従業員さんに感謝状を贈っています。お客様から応対をお褒めいただいた場合や、オーナー様の推薦とOFC・DM※<sup>1</sup>の

推薦があった場合を対象として、地区の勉強会などで表彰することでその成果を皆で讃えています。



「フレンドリーサービス」の勉強会

#### 優れた店舗を表彰

毎年、一定の基準を満たし地域のモデル店



「優秀店」向けの表彰状

となる優秀店について表彰しています。2008年度は、全国で159店を優秀店として表彰しました。

## 公正取引委員会からの排除措置命令について

2009年6月、セブン-イレブン・ジャパンは、「加盟店に対し販売期限の近づいたデイリー商品などの見切り販売を不当に制限している」として、公正取引委員会から独占禁止法第19条の規定違反による排除措置命令を受けました。

本命令を受け、ご指摘いただいた事実や第三者意見などをふまえ慎重に検討を行い、8月5日に命令受け入れを公正取引委員会へ報告しました。

しかし無原則の見切り販売は、①価格への信頼性を損なう、②同一商品で“一物二価”の不

信感、③同一チェーン同士の価格差による価格競争の可能性、④ブランドイメージの失墜、などが考えられることから「デイリー商品の見切り処分による販売時におけるガイドライン」を加盟店様に配布。見切り処分による販売方法、作業手順をご案内するとともに「加盟店基本契約書」の改定を行いました。

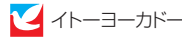
今後も加盟店様との信頼関係を一層強固にするとともに加盟店様の満足度をさらに向上すべく、経営努力を続けてまいります。

#### ※1 DM

ディストリクトマネジャーの略で、各地区の責任者のこと。

# スーパーストア事業

## パートタイマーの人事処遇制度の充実



### 各自の価値観や考え方に合った働き方が選べる制度を採用しています

イトーヨーカドーでは、2009年2月末現在、全従業員の約76%をパートタイマーが占め、店舗運営において重要な役割を担っています。また、パートタイマー自身の仕事に対する価値観や考え方、働き方へのニーズも多様化しています。

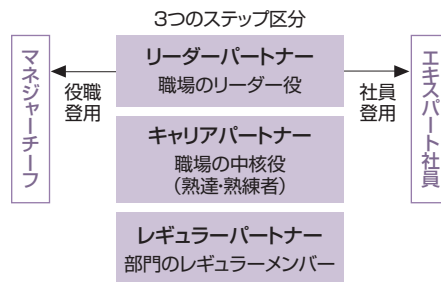
こうした変化を受けて、2007年3月から、パートタイマーがそれぞれの事情や考え方に合わせて働き方を選べる「ステップアップ選択制度」や、最長65歳まで働ける「シニアパートナー制度」を導入。同時に、仕事への評価が従来以上に反映される賃金・評価体系を整備しました。

「ステップアップ選択制度」には、職場での役割や業務内容、必要とされる技術・技能に応じて「レギュラーパートナー」「キャリアパートナー」「リーダーパートナー」の3つの区分があ

り、次のステップにチャレンジするかどうかは各自が選択できます。さらに2007年11月には「リーダーパートナー」に認定されたパートタイマーを正社員(エキスパート社員)に登用する制度も導入しました※2。

こうした制度面の整備とともに、パートタイマーのスキルアップを支援するために、リーダーパートナーとキャリアパートナーを対象とした勉強会を各店で実施しています。

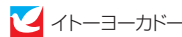
#### ■ ステップアップ選択制度



#### ※2 2008年度の状況 (2009年2月末現在)

リーダーパートナー：約2,100人  
キャリアパートナー：約2,600人  
累計正社員登用人数：約330人

## 従業員の専門技能・能力向上の支援



### 仕事の成果に結び付く知識・技術・能力のスキルアップを支援しています

イトーヨーカドーでは、従業員一人ひとりが能力を高め、働きがいを持って仕事に取り組めるように、教育研修の充実に努めています。

その一環として、2004年4月から社内ライセンス制度「フレンズメイト」を設置。「(1)研修→(2)検定→(3)認定」というプロセスを経て、売場で必要とされる実践的な知識・技術や接客応対力を身につけていきます。ライセンスは生鮮部門を除く全部門を対象とする18種類で、それぞれランク1~5のランクを設定。ランク1・2の認定者は、人事データとして登録され、評価などにも反映しています。また、身につけた技術を維持し、日々の業務に直結した目標管理として活用するため、ライセンスの認定期間は2年とし、期間終了時に設定された接客

金額などの一定基準に満たない場合は更新試験を実施しています。2009年7月末現在、延べ24,675人がライセンスを取得しています。

生鮮部門では、生鮮加工技術の習得・スキルアップを目的に、生鮮研修室での集合研修や、各店舗でのマネジャーによるOJT(職場内教育)、店舗を巡回するトレーナーによる技術指導などを実施しています。また2005年度から1年間の集大成として、精肉・鮮魚・寿司・温惣菜・青果担当のパートタイマーを対象に「生鮮



生鮮パートナー社員技術コンクール

パートナー社員技術コンクール」を開催しています。



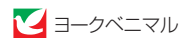
## スーパーストア事業

※1 「感動・創造と挑戦の祭典」部門マネジャーを対象とした「ベストリーダー賞」や、全従業員を対象とした「改善提案賞」など8つの賞があります。賞によって毎月、年3回、年2回、年1回と表彰を実施しています。

※2 マネジメント編の  
設定項目

販売計画の作成やコンプライアンスに関する事項など、部門管理者として必要な知識や能力のレベルについて診断します。

### 全社員の士気を高める社長表彰制度



#### 社長が従業員を表彰する「感動・創造と挑戦の祭典」を開催しています

ヨークベニマルでは、業務や数値の改善、良い接客をした従業員を社長自らが表彰する「感動・創造と挑戦の祭典」※1を催しています。

従業員の8割を超えるパートタイマーを対象とした「ベストメンバー賞」は、年3回表彰しています。候補者となる「代表パートタイマー」は、各店長の推薦をもとに、13ある出店地域をそれぞれ統括するゾーンマネジャーや店長、各部門の教育担当であるトレーナーが選出します。

授賞式当日には、代表パートタイマーが商品販売の工夫や改善事例を発表し、幹部社員をはじめとした参加者全員でその考え方や手順を学びます。その後、授賞式の参加者約300人の投票で上位2名を選びます。

授賞式では、社長から受賞者全員へ賞状と賞金が贈呈されます。また副賞として、1位と

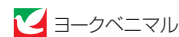
2位には盾と海外視察旅行を贈り、その他の受賞者は国内で開催される流通業の視察セミナーへ招待しています。2008年度受賞者の海外視察先は米国・ロサンゼルスの流通企業、国内の視察先は東京・横浜でした。

参加者には、視察で得た情報をお店で活かし、他の従業員と共有してもらいます。また受賞者の事例を社内報に掲載して広く紹介することで、全従業員の士気向上につなげています。



社長から盾を贈られる受賞者

### 従業員一人ひとりに合わせた人材育成



#### 各部門で「目標設定カルテ」を設定・活用しています

従業員の育成にあたって、ヨークベニマルでは一人ひとりの現状の能力と次に習得すべき課題を明確にする目的で「目標設定カルテ」を活用しています。これは、接客・売場管理・発注・調理技術などの業務を遂行するうえで必要な項目を設定し、各項目について0から5までの6段階で評価するものです。

従業員は、各項目における能力を自己評価した上で、年3回、上長と進捗状況を確認して次の目標を設定していきます。目標を明確にして業務に取り組めることから、向上心の喚起と効果的な能力開発につながっています。

業務遂行に必要な項目は、職掌や業務特性・取扱商品に応じて部門ごとに設定しています。担当社員およびパートタイマー向けの「技術編」では「調理技術」「売場の陳列技術」「商品

知識」などについて、例えば鮮魚部門では139項目、精肉部門では122項目を設定。同様に部門マネジャー向けには「マネジメント編」※2を設定。さらに2009年6月には店長・副店長向けのカルテも整備し、ほぼ全階層での運用体制を整えました。

こうした内容面の整備とあわせて、従来は紙で運用していたカルテの電子データ化も進め、2007年6月に全店で切り替えを完了。集



目標設定カルテをもとに進捗状況を確認

計時間の短縮や省資源に加えて、全社でのデータ共有を実現しました。



# 百貨店事業

## 従業員のモチベーション向上 そごう・西武

### 一人ひとりの意見を店舗や売場の運営に活かしています

店舗で働く全ての従業員のモチベーション向上を図り、働きがいのある職場づくりに努めることは、百貨店の重要な責任の一つです。そごう・西武では、お客様に喜ばれることが従業員の働きがいや達成感につながるという考えのもと、従業員の意見を店舗運営に反映する「お客様サービスNo.1」活動を推進しています。

この活動では「お客様にとって最上のサービスとは何か」を従業員自らが考え、具体的なサービスとして実践していきます。例えば、日

頃から従業員のアイデアを提言として受け付け、従業員向け掲示板にそのサービスを実施する時期とともに掲示。その中から、お客様満足や従業員満足として大きな成果につながった改善提案には店舗表彰を行うなど、店舗ごと



改善に向けて従業員から積極的に提案

に一人ひとりが考えたサービスを具現化する工夫をしています。

### 従業員の「頑張る気持ち」を大切にします

そごう・西武では、主に接客・販売業務において優れた成果をあげた従業員を対象に「スタークラブ」メンバー認定制度を設けています。これは、お客様からの信頼も厚く、他の従業員の模範となる販売員のうち、販売実績が売場別全販売員数の上位1%に該当した従業員を「全社スタークラブ」メンバー、店舗別全販売員数の上位2%に該当した従業員を「店舗スタークラブ」メンバーとして認定する制度です。

また、シューフィッターやフィッティングアド

バイザー、ギフトアドバイザーなど、接客販売のさいに役立つ専門資格を持った販売員の育成を進め、従業員のキャリアアップを支援しています。さらに、高齢者や障がいのあるお客様に適切な接客や介助ができるハートフルアドバイ



「スタークラブ」メンバー認定式

ザーの資格取得なども支援しており、多くの従業員が取得しています。

## 働きやすい職場環境づくり そごう・西武

### 従業員が安心して快適に働けるよう、設備や制度を拡充しています

そごう・西武では、育児支援制度の充実策として、従業員が個々の事情に合わせて育児休職を取得しやすいよう、休職期間に複数の取得パターンを用意しています。通常より短い勤務時間で働ける育児勤務についても、子どもが小学校3年生を修了するまでに期間延長しました。

また、育児休職期間中の仕事に対する情報不足や不安に対しては、自宅からインターネットを

通じて社内情報の取得や休職者同士のコミュニケーション促進を図ることのできる仕組みを、労働組合が中心となってスタートさせました。

従業員の声に応える職場環境の整備の拡充にも取り組んでいます。池袋本店を皮切りに社員休憩室に二重扉を採用した完全分煙化やパウダールームを設置するなど、従業員施設の環境整備に順次取り組んでいきます。



# フードサービス事業

## ※ ユニット社員

セブン&アイ・フードシステムズでは、パートタイマー・アルバイトをユニット社員と呼んでいます。

## 公平・公正な人材育成と処遇

セブン&アイ・フードシステムズ

### 知識・技術習得を積極的に支援し、能力発揮の場を提供しています

セブン&アイ・フードシステムズでは、教育・研修の機会を従業員へ公平に提供した上で、一人ひとりが身につけた能力に応じて公正に評価しています。

デニーズでは、正社員、ユニット社員※が公平に学べる場として、クッキングスクールやワインの基礎知識を習得する「デニリエ研修」を開催しています。従業員の積極的な参加を支援しています。また、教育啓発ツールとして「サービス通信」を発信しています。これは接客サービスに関するアドバイスや研修に関する情報を掲載しているもので、従業員の学習意欲を喚起しています。

セブン&アイ・フードシステムズでは、調理師・衛生管理者・管理栄養士などの国家資格の取得について、補助金を提供し、従業員の「食の安全・安心」に対する意識を向上するために積

極的な支援を行っています。



クッキングスクールの様子



デニリエ研修の様子

### 仕事の目標やライフスタイルに合わせて選べる制度を導入しています

店舗で働く従業員の約9割はユニット社員であり、その役割や責任なども過去と比べて大きく変化してきました。また、「働くこと」に対してもさまざまなニーズがあり、その価値観も多様化しています。そこで、ユニット社員の皆さんから寄せられた声を反映し、一人ひとりが、やりがいや働きがいを持って、笑顔で働くことのできる新人事制度を2008年10月に導入しました。

この制度では、仕事の役割や責任の重い仕事、より難しい仕事などに対してきちんと評価し、やりがいにつながる制度にしました。勤続年数だけでなく本人の仕事に対する取り組み方によって処遇も変わります。また、「責任を持った役職で仕事がしたい」「やりがいを持って働きたい」「時間を決めて働きたい」など自分の目標やライフスタイルに合わせて働くことができます。

セブン&アイ・フードシステムズは、これからも現場で働く従業員のやりがいに結び付く職場づくりに努めていきます。

#### ■ 新人事制度概要(ユニット社員群)

##### 能力に応じた資格制度の導入

エキスパート…店舗内での判断業務、マネジメントや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、調理や接客などで、ほかの方の見本となる

レギュラー……入社したばかりの方や時間や収入の制約がある

##### 評価制度に基づいた処遇制度

会社が求める仕事の目標や役割を明確にした上で、その達成度合いを確認して次の目標へとつなげられるように評価制度を導入。評価によって以下の処遇が決まります。

1. 評価給として時給に反映します
2. 資格の昇格基準に反映します
3. 賞与の算定に反映します

ユニット社員

## 各重点項目に関するステークホルダーからの声



### 環境負荷の低減

リサイクル・ループ確立に向け、協力していきたい



湘南エコファクトリーPFI株式会社  
(登録再生利用事業者藤沢市有機質資源再生センター※)  
センター長

小形 俊文様

イトーヨーカドー11店舗の食品廃棄物を搬入しているお取引先からのご意見(→P32)。

イトーヨーカドーは、これまで焼却処分していた食品残さを、ビニール・紙などを取り除いた上で当施設へ搬入し、堆肥化することにより、従来燃焼時に発生させていたCO<sub>2</sub>の抑制と廃棄物の資源化に積極的に取り組んでおられます。こうした姿勢は、我々社会の地球環境に、今、最も求められることであり、皆様からの共感を得られるものと確信しております。今後は、さらなる協力を賜り、この良質な有機堆肥を多くの農家さんに使っていただき、より安全・安心な野菜・果物の生産を推進し、そして多くのお客様に供給するリサイクル・ループの確立を願っています。

※ 藤沢市が民間のノウハウを活用して運営するPFI(Private Finance Initiative)事業として企画。家畜糞・剪定枝・食品残さを処理し、良質な有機堆肥をつくることを目的とした施設。



### 地域社会との共生

地元を元気にしてくれと思います



奈良県庁 くらし創造部 協働推進課  
課長

森川 裕一様

2008年セブン-イレブン・ジャパンと地域活性化包括連携協定を締結した奈良県庁からのご意見(→P50)。

民間企業とこのような協定を結んだのは初めてですが、民間ならではの方法で地域活性化につながる事例が生まれており、今後も大いに期待しています。食育応援弁当第3弾である「近畿まほろば総体記念 元気に応援弁当」の開発にあたって、携わった県立磯城野高等学校フードデザイン科の学生さんが、食材のヤマトポークの生産者を訪問する機会を得て、双方大変喜んでおられました。

今後セブン-イレブンのお店には、地域に密着した『よろすや』として若い人からお年寄りまで幅広い住民が集い、地域情報を得たり地域産品が買えるコミュニティ拠点となってほしいですね。



### 安全・安心な商品・サービスの提供

生産者と消費者との橋渡しになってほしいです



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  
環境委員会副委員長

大石 美奈子様

消費者の立場から、セブン&アイHLDGSの「安全・安心」への取り組みに関するご意見。

イトーヨーカドーの店舗では「顔が見える食品。」など、国産品の取り扱いに力を入れていることがよくわかりました。ただ、詳細な生産履歴を知りたい人のために、肥料や農薬に関する情報を提供する準備も必要でしょうし、外国産の商品の履歴情報が少ないのも気になりました。また、販売者は「生産者の思い」を店頭で積極的にPRしてほしいと思います。商品の背景・価値を知れば、形が悪い野菜や、フェアトレード・環境配慮商品を、消費者は納得して購入するのではないのでしょうか。消費者の購買行動をも変えるような、店頭での新たな「伝え方や仕組み」に期待します。



### 働きがいのある職場づくり

認められると、やる気が出ます



ヨークベニマル赤塚店 鮮魚部門  
チーフ

河又 富士子様

2006年社内の技術コンクール優勝者から、社内育成制度に対してのご意見(→P64)。

私は毎年10月に行われる「創業祭技術コンクール」で優勝してから、自分の調理や技術に自信が付きました。ただ周りにはまだまだ技術力の有る人が多くいますので、現状に満足することなく、さらに磨いていくことが大切だと感じています。

ヨークベニマルでは「目標設定カルテ」があることにより、次に習得すべきことが明確にわかります。上司からは、叱咤激励があり、認めてもらえれば、やる気が出てきます。認めてもらった時や次の目標を共有できると、自分の成長にもつながり、良い商品や売り場が生まれ、そして良い結果に結びつくと思います。女性でもやる気と能力があれば活躍できる職場です。



# 7-Eleven, Inc.



7-Eleven, Inc.の前身であるサウスランド社は1927年、アメリカ・テキサス州で創業しました。朝7時から夜11時までという営業時間にちなんで、1946年に店名を「7-Eleven」に変更し、コンビニエンスストアチェーンとして成長してきました。2005年にはセブン-イレブン・ジャパンの完全子会社となり、2008年末現在、米国とカナダで6,196店舗を展開しているほか、世界各地へエリアライセンスを供与しています。

## 「良き住民」としての地域支援

### 安全・教育・健康・地域振興に重点を置いて 地域の活動を支援しています

#### ※1 支援先の条件

1. 公立学校・図書館・警察などの非営利団体や政府機関
2. 店舗周辺地域で活動する団体
3. 7-Eleven, Inc.が重点項目としている「安全、教育、健康、地域振興」に対して活動している団体

お店は地域の一部であり、良き住民・良き企業であることは経営上の責任の一つです。こうした考えのもと、7-Eleven, Inc.は地元を支援するさまざまな活動を続けています。

「店舗周辺の地域のニーズに応えること」を活動の方針として、お客様や加盟店、従業員の生活の質の向上につながる活動を支援※1。生活と深く関わる「安全」「教育」「健康」「地域振興」に重点を置き、なかでも次世代を担う青少年の育成を積極的に支援しています。

また、加盟店と従業員に対して、店舗近隣に暮らす方々との交流や、地域の活動への参加

を奨励しています。加盟店、従業員の多くは地元の学校やリトルリーグチームの自治活動に参加しており、2008年の地域活動への参加時間は約500時間となっています。

お客様に対しても、店舗に募金箱を設置して地域支援のための寄付を募っています。こうしたお客様からの寄付と自社・加盟店・従業員による寄付、さらに物品などの提供、ボランティア活動への参加時間を合わせた2008年における地域支援の実績は、金額に換算して300万ドル以上になりました。過去32年間の累計では1億ドル以上を寄付しています。

## 商品の販売を通じた社会的課題解決への貢献

## 乳がんの早期発見・早期治療をうながす活動に参加しています

乳がんの早期発見・早期治療に向けた意識啓発を目的とする「ピンクリボン」キャンペーンは、乳がん発症率の高いアメリカ※2で始まりました。このキャンペーンで「乳がん防止月間」に設定された10月には、世界各地で毎年さまざまな啓発活動が展開されています。

7-Eleven, Inc.では2008年10月に、キャンペーンのシンボルであるピンクのリボンをかたどったドーナツを販売し、売上げの一部（希望販売価格1.19ドルのうち15セント）を乳がん啓発団体である「スーザン・G・コーメン・フォー・ザ・キュア」に寄付しました。また、ピンクリボンのマグネット、飲料およびステンレス製ドリンクタンブラーも販売し、これらの売上げの一部を「ザ・ブレスト・キャンサー・リサーチ財団」に寄付しました。

こうした商品に加えて、売上げの一部を乳がんチャリティーに寄付するメーカーの商品も販売しました。その中にはパッケージなどで乳がん防止月間であることを示した特別仕様の商品もあり、お客様への意識啓発につながりました。

2008年10月の1カ月間で、7-Eleven, Inc.では約5万ドルの寄付を集めました。



「ピンクリボン」キャンペーンで販売したドーナツ

## ※2 アメリカ人女性の乳がん事情

アメリカでは女性の8人に1人が一生のうち乳がんを患うと言われています。

## 小児研究病院への寄付を通じて子どもの健康を支援しています

7-Eleven, Inc.では、2004年から毎年11月の感謝祭シーズンに、セブン-イレブンでしか手に入らないぬいぐるみを数量限定で販売し、その売上げの一部を小児がん研究治療センター「セント・ジュード・チルドレン・リサーチ・ホスピタル」に寄付しています。

テネシー州メンフィスにあるこの病院は、小児ガンをはじめとする重病を患っている子どもを治療しています。保険対象外の治療費を支払わなくても治療を受けられるので、親の経済状況によって子どもが治療を受けられないようなことはありません。

7-Eleven, Inc.では、ぬいぐるみの販売価格8.99ドルのうち2ドルを寄付に充てており、2008年は5万ドル以上を寄付しました。2004年からの寄付総額は約40万ドルとなっています。

## 7-Eleven, Inc.社長兼CEOから

子どもの健康に対する支援は、会社と加盟店にとって重要です。店舗での取り組みをもっと増やして若いお客様にも関心を持ってもらうことで、病気と闘う子どもとその家族を支援していきます。



ジョセフ・M・デビント



数量限定で販売するぬいぐるみ



### 地域住民との絆づくり

#### 地域の防犯に店舗を有効活用しています

7-Eleven, Inc.では、犯罪の抑止に向けて、警察官や地域警備を支援するさまざまなプログラムに長年携わっています。

一部の店舗では、地元の警察官と住民が接点を持ちやすいよう、机と椅子を備えたスペースを店内に設けています。警察官が巡回中に電話連絡や事務仕事をする場として、また住民が警察官に気軽に質問したり助力を頼める場として活用されています。こうしたスペースを、米国内の100都市に200以上設けています。

また7-Eleven, Inc.では、未成年者がアルコール飲料を買うことを防ぐ「コップス・イン・ショップス※1」キャンペーンに協賛しています。キャンペーンに協力する店舗では、未成年者へ

の警告ポスターを店舗の出入口やアルコール飲料売場に掲示しています。

さらに一部の地区で「ナショナル・ナイト・アウト※2」のプログラムに基づいた街区パーティーを主催しています。このパーティーは地域の住民と警察官が交流を深めるもので、皆が団結して犯罪者に立ち向かえるというメッセージを送っています。



店舗に立ち寄る警察官

※1 **コップス・イン・ショップス**  
米国のNPO「ザ・センチュリー・カウンシル」のプログラム。未成年者へのアルコールの販売を防ぐことを目的に、覆面警察官とそれに賛同するアルコール取り扱い店舗が協働します。

※2 **ナショナル・ナイト・アウト**  
「ザ・ナショナル・アソシエーション・オブ・タウン・ウォッチ」が主催する犯罪や薬物防止を目的としたイベント。年に一度、全米の都市住民に玄関の照明を点け、お互いを訪ねあおうという呼びかけや、街区パーティーやパレードなどの実施を通じて地域の絆づくりを提唱しています。

※3 **スラーピー**  
アメリカなどのセブン・イレブンで人気の高いフローズン飲料。

※4 **ビッグ・ガルブ**  
大きなカップに入ったソフトドリンクでサイズは1リットルから2リットルまであります。「Gulp」とは日本語の「ガブガブ飲む」という意味です。

#### 商品の無料引換券を発行して、青少年の育成を支援しています

青少年に良い行動を教え、うながしていくためには、そうした行動を大人がきちんと認めて評価することが重要です。この考えのもと、7-Eleven, Inc.では地域の子どもと大人が交流するきっかけづくりに協力しています。

米国とカナダの店舗で引き換えられる「スラーピー※3」のクーポン券を警察官に配布しています。警察官は巡回中に子どもに目を配り、自転車運転中にヘルメットを被る、地域の活動に参加する、ごみを拾う、道の横断ルールを守るといった良い行動を見かけたら話しかけ、クーポン券を渡します。青少年と警察官が日常的に会話をして信頼関係を築く機会づくりに役立っています。このクーポン券は1995年に配布し始め、現在までに1,000万枚以上が警察官に配布されました。

またクーポン券は、学校や青少年プログラ

ムを実施している団体に対しても配布し、子どもに課題・目標の達成やプログラム参加への意欲を喚起するために役立ててもらっています。一方で、子どもを指導する大人向けには、学校のPTA組織や地域の青少年プログラムを実施している団体に対してコーヒーとビッグ・ガルブ※4の商品クーポン券を配布しています。

こうした活動により、2008年には150以上の地元の学校、警察署、地域団体を支援しました。



子どもにクーポン券を渡す警察官

## 防犯意識の啓発

### 年齢制限のある商品に関する販売トレーニングを徹底しています

地域の方々から支持される「責任ある小売業」であるために、7-Eleven, Inc.では、アルコールやタバコなど年齢制限がある商品については法令に則って販売しています。

店内では、違法販売をしないために、お客様に身分証明書の提示を求めることがある旨を掲示しています。また従業員の注意を喚起するために、年齢制限のある商品をレジでスキャンするとお客様の年齢確認が必要である旨がレジ画面に表示されます。

違法販売を防ぐことを主とするこの活動は「カム・オブ・エイジ<sup>※5</sup>」と呼び、国民意識の向上と従業員教育からなります。

昨今の社会的な傾向であるように、店舗でも、販売を断られた怒りを暴力で表す人が増えています。一方で未成年者へのタバコ販売に対する懸念も高まっています。こうした社会的背景と、違法販売の防止に向けて現代の小売業がとるべき行動を従業員が正しく理解できるように、7-Eleven, Inc.では従業員向けのト

レーニングを実施しています。

このトレーニングでは、各店舗の従業員が、まず店舗のパソコンを使ってe-ラーニング形式で学習。その後、受講した内容を全員が理解・実践するためのディスカッションやロールプレイングを実施しています。

#### ■従業員トレーニングの内容<sup>※6</sup>

1. アルコール飲料、タバコ、吸入すると有毒性のある商品、年齢制限がある宝くじの販売に関わる法律
2. 年齢制限がある商品を買おうとするお客様の年齢の見極め方、不正な身分証明書を見抜く方法
3. 違法販売を安全に断る方法
4. 米国のタバコ販売規制の遵守について



ID確認の様子

### 店内での犯罪防止のためのトレーニングを実施しています

7-Eleven, Inc.は長年にわたって、強盗犯罪をなくすための取り組みを続けています。

防犯やレジ管理などに関する独自のトレーニングプログラムを1975年に作成。直営店の全員と加盟店は、このプログラムに基づいて店舗の警備・管理の手順をはじめ、暴力の回避、強盗などの犯罪に直面した場合の安全策、犯罪抑止のための対処法などについて学びます。犯罪被害の統計や犯行歴のある人物からの聞き取り調査の結果を反映した実践的な内容で、店舗で働くうえでの安全確保を図っています。

また店舗勤務の社員は「マルチメディア・トレーニング・プロセス<sup>※7</sup>」を受けることで、犯罪防止や暴力回避のための総合的な情報を身につけることができます。この内容は、加盟店での従業員教育にも活用されています。



トレーニングの様子

#### ※5 カム・オブ・エイジ

アルコール飲料の違法販売を防ぐ目的で7-Eleven, Inc.が1984年に策定したプログラム。1994年、プログラムの対象となる商品を1994年に年齢制限がある全ての商品(タバコ、宝くじ、吸入すると有毒性のある商品)に拡大しました。

#### ※6 従業員トレーニングの内容

トレーニングの内容は、州法などに合わせて地域ごとに適宜変更しています。

#### ※7 マルチメディア・トレーニング・プロセス

パソコンを使ったトレーニングプログラムです。オンライン上のテキストや、写真、ビデオを使うことで視覚的に学べます。バーチャルトレーニングやクイズも含まれています。



# 中国スーパーストア事業の展開



### 華糖ヨーカ堂有限会社

董事長 城木 信隆  
 総経理 城木 信隆  
 従業員数 3,145人  
 店舗数 8店舗



### 成都イトーヨーカ堂有限会社

董事長 三枝 富博  
 総経理 三枝 富博  
 従業員数 2,318人  
 店舗数 3店舗



### 王府井ヨーカ堂有限会社

董事長 麦倉 弘  
 総経理 萩原 忠孝  
 従業員数 249人  
 店舗数 1店舗

従業員数、店舗数は、2008年12月末現在。

イトーヨーカドーは1996年4月、中国政府からの要請を背景に、外資系小売業としては初めて中国でのチェーンストア展開を許可されました。これを受けて、1997年9月に中国の国有企業である中国糖業酒類集团公司(現在は親会社の中国華孚貿易発展集团公司に移管)とともに合併会社「華糖ヨーカ堂有限会社」を設立し、1998年4月に北京第1号店をオープンしました。

また、これとは別に、四川省成都市の要請を受けて「成都イトーヨーカ堂有限会社」を1996年12月に設立。さらに2004年11月には、イトーヨーカドーとヨークベニマル、中国の百貨店グループである北京王府井百貨集團の3社で「王府井ヨーカ堂有限会社」を設立しました。

2009年8月末現在、中国に合計12の店舗を展開しています。

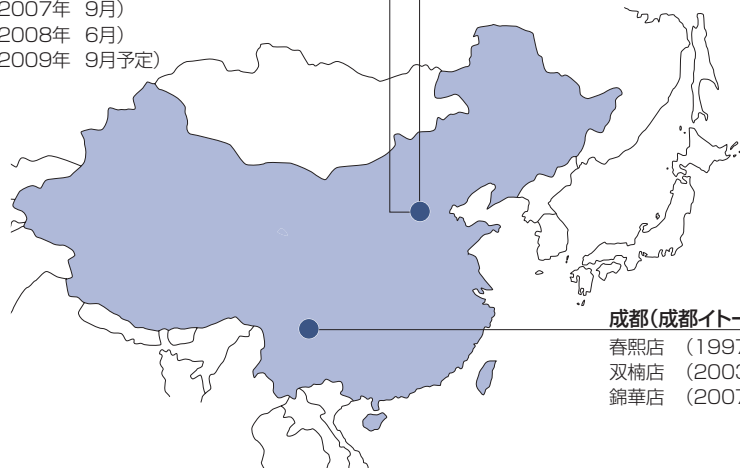
## ■ 中国における出店状況 ※( )内は開店した年月

### 北京(華糖ヨーカ堂)

十里堡店 (1998年 4月)  
 亜運村店 (2001年12月)  
 豊台北路店(2003年12月)  
 大興店 (2005年 1月)  
 西直門店 (2005年 4月)  
 望京店 (2006年 4月)  
 右安門店 (2007年 9月)  
 五棵松店 (2008年 6月)  
 北苑店 (2009年 9月予定)

### 北京(王府井ヨーカ堂)

勁松店 (2005年4月)



### 成都(成都イトーヨーカ堂)

春熙店 (1997年11月)  
 双楠店 (2003年 9月)  
 錦華店 (2007年12月)



## 中国小売業の発展への貢献

### 「現地化」を基本とした店舗運営を推進しています

中国での店舗展開にあたっては、日本で培ったノウハウを活かして中国小売業の発展に貢献すべく「現地化」を基本方針としています。この方針のもと、市場調査やお客様との対話、各店舗に設置した「お客様の声ボックス」を通じて、お客様のご要望の把握に努めています。収集したご意見は関係各部で共有し、地域のニーズに応える商品の提供やサービスの改善に活かしています。

中国店舗で取り扱う商品については、現地調達を基本としています。取扱商品に占める中国製品の比率は、衣料品でほぼ100%、住居関連商品で95~100%、食品で85~98%となっています。

また、商品開発にあたっては、現地のお取引先とチームマーチャンドライジングを推進しています。現地の市場動向やお客様のご要望に関する情報をお取引先と共有し、高品質かつ手頃な価格で提供できるオリジナル商品を開発。お菓子や家庭雑貨のほか、近年のギフト市

場の拡大に応じて、児童節(子供の日)用ギフト商品なども開発しています。

こうした取り組みは、お客様のご要望や市場の傾向にマッチした品揃えを実現するだけでなく、お取引先の商品開発力・生産力のレベルアップにもつながっています。なお、取り引きの公正さを維持・強化するために、取引担当となるバイヤーや各部門のリーダーを対象とした教育を随時実施しています。



お客様の声ボックス



開発商品

### 現地の人材を積極的に登用しています

地域のニーズに即した商品を提供すると同時に、現地の雇用創出へも貢献していくことを目指して「人材の現地化」を進めています。

例えば華糖ヨーカ堂では、2003年12月にオープンした豊台北路店で、初の中国人店長が誕生。現在、2名の日本人店長のほかは、全て現地中国人従業員が各店舗の運営にあたっています。2008年12月末時点で、店舗本部のマネジャー以上の役職者の約90%を現地従業員が占めるまでになっています。また、女性の登用も進んでおり、店舗本部のマネジャー以上の役職者の約半数を占めています。

こうした現地従業員の登用促進にあたって

は、従業員一人ひとりのモチベーション向上が重要な課題です。華糖ヨーカ堂と成都イトーヨーカ堂では、2008年度から四半期に一度の「成果発表会」を導入しました。接客・販売促進・コスト削減・環境改善などの視点から、個人・部単位で事例を報告し、優れた事例を表彰することで、個人の能力向上と情報の共有化を図っています。



成果発表会の様子



## 中国スーパーストア事業の展開

### 食の安全・安心の追求

#### トレーサビリティの仕組みづくりを推進しています

近年では、中国においても「食の安全・安心」への関心が急速に高まっています。こうした社会の要請にこたえていくために、中国の各店舗では、日本で培った衛生管理・鮮度管理のノウハウを駆使して「安全・安心」な商品の提供に注力。地場農産物や有機農産物の販売を拡大しているほか、日本でも強化している「トレーサビリティ（生産履歴の管理）」に取り組んでいます。

例えば王府井ヨーカ堂では、2007年11月から低農薬栽培に特化している北京の農家「小湯山農園」と協働し、「安全・安心」な野菜づくりに取り組んでいる近郊の農家を組織化。「生産者の顔が見える野菜」の販売を開始しました。2008年12月末現在、約11アイテムを取り扱っており、野菜の売上高の7.9%を占めるまでになっています。お客様からは「鮮度が良く、低農薬で安心して食べられる」と好評です。

同様に、華糖ヨーカ堂でも有機野菜を中心に生産者・生産場所・責任会社が明確に確認できる仕組みづくりを進めています。売場では、独自にPOPを作成して生産者や生産管理に関する情報を提供しているほか、売場の端末で

情報を確認できるようにしています。

また、成都イトーヨーカ堂は、精肉やたまごを対象としたトレーサビリティシステムの構築を進めています。2009年5月には、売場に情報検索用の端末を設置したうえで、最初の商品として鴨肉の販売を始めました。商品の安全性を確保するために、成都市質量監督局と連携して、審査やデータ確認、抜き打ちチェックを実施しています。

今後も、こうした商品の取り扱いを拡大し、お客様の「食の安全・安心」への期待に応えていきます。



生産者の顔が見える野菜



売場に設置した検索用端末



青果売場



精肉売場

### 環境への配慮

#### 省エネ機器の導入やレジ袋の使用削減に取り組んでいます

中国の各店舗でも、日本と同様に環境に配慮した店舗運営に力を注いでいます。

バックルーム（事務所）や通路の電灯使用時間を明確にして消灯を徹底するなど、不要な電力消費の抑制に取り組んでいるほか、省エネタイプの設備の導入も進めています。例えば華糖ヨーカ堂では、十里堡店を除く全店舗で、省エネ型照明への切り替えや、冷凍・冷蔵庫へのインバータ\*の取り付けなどを実施しています。今後は、消費電力が少なく、寿命の長いLED照

明の導入なども検討していく計画です。

また、2008年6月から政府によるレジ袋の有料化がスタートしたことを受けて、各店舗では告知ポスターを掲示して、お客様への周知を図っています。また王府井ヨーカ堂では、



オリジナルエコバッグ

オリジナルエコバッグも販売しています。

#### ※ インバータ

直流電力を交流電力に変換する装置。電力消費を抑える効果があります。

## 地域社会への貢献

### 貧困対策としての寄付活動や被災者への支援を実施しています

中国各社では、出店地域の貧困対策や災害発生時の支援、店舗での募金活動など、地域社会への貢献活動に力を入れています。

1998年に北京第1号店をオープンした華糖ヨーカ堂は、2008年4月に設立10周年の記念事業として、北京慈善協会とともに「華堂愛心助学専用慈善基金」を創設。同基金に100万元(約1,500万円)を寄付しており、年間20万元(約300万円)を、北京郊外の貧困学校の環境改善に役立てていく計画です。

また成都イトーヨーカ堂では、2008年5月の四川大地震発生時、「市民のライフラインを確保する」という使命感のもと、従業員が一丸

となって復旧活動に取り組み、地震の翌日から営業を再開しました。生活必需品などを迅速に提供した今回の対応は、お客様や行政から高い評価を受けました。また成都市赤十字会などと連携し、食料品や日用品を被災者にお届けしたほか、被災した地元の小学校へも文具などの学用品を寄贈しました。

なお、四川大地震にさいしては、中国各社や



被災地の学校へ学用品を寄付

日本国内のセブン&アイHLDGS.各事業会社でも、店頭募金や社員・労働組合による寄付を実施しました。

#### ■ 四川大地震主な支援内容

活動主体	支援内容
セブン&アイHLDGS.	義援金(グループ各社店頭募金)155,562,372円(中国赤十字総会へ)
成都イトーヨーカ堂	義援金15,000,000円相当(成都市赤十字会へ) 義援金(店頭募金)3,120,000円相当(成都市赤十字会へ) 支援物資8,370,000円相当(飲料・ハム・ビスケット・タオル・絨毯・石鹸・歯ブラシ・文具など。成都市赤十字会・地域小中学校へ)
華糖ヨーカ堂	義援金(店頭募金・社員寄付金)6,797,778円相当(北京市赤十字会へ) 支援物資(労働組合からの救援支援物資を含む)2,046,420円相当(文具など。北京市赤十字会へ)
王府井ヨーカ堂	社員義援金240,292円相当(北京市赤十字会へ)

## TOPICS

### 地域に根ざした地道な取り組みが評価されました

2008年に「改革開放」30周年を迎えた中国では、商業・サービス業の近代化・改革開放に貢献した人物・企業が表彰されました。成都イトーヨーカ堂の総経 理 三枝富博が外国人で唯一、最高ランクの「功績人物」として表彰されたほか、成都イトーヨーカ堂も「卓越企業」に選ばれました。

四川省成都市の強い要請を受けて1997年に第1号店となる「春熙店」をオープンして以来、常に「お客様の立場に立った商品・サービスの提供」を第一に掲

げて、日本で培ったフレンドリーサービス、売場づくり、商品開発、流通基盤の構築を進めています。また、中国では初めてイベントやチラシによる販促活動を導入するなど、新しい取り組みに挑戦し続けるとともに、現地の人材育成にも力を入れています。こうした地道な取り組みが、今回の表彰につながりました。



総経 理 三枝富博

CO<sub>2</sub>排出量データ  
第三者レビュー報告書

株式会社セブン&アイ・ホールディングス 御中



2009年9月28日



ビューローベリタスジャパン株式会社(以下、BVという)は、株式会社セブン&アイ・ホールディングス(以下、セブン&アイHLDGS.という)の責任において作成されたCSR Report 2009に記載される2008年度エネルギー使用に由来するCO<sub>2</sub>排出量データ(物流を除く)のレビューを実施した。BVの責任は、CO<sub>2</sub>排出量データについて独立の立場からレビューし、その結果を報告することであり、検証を目的とするものではない。

**レビューの概要**

- BVは、セブン&アイHLDGS.との合意に基づき、以下についてのレビューを実施した。
- ・セブン&アイHLDGS.及び主要事業会社におけるCO<sub>2</sub>排出量関連のデータマネジメントシステム
  - ・CSR Report 2009に記載されたCO<sub>2</sub>排出量データのうちエネルギー使用に由来するもの(物流を除く)

なお、レビューにあたって訪問したサイトは以下の通りである。

会社名	訪問サイト
株式会社セブン&アイ・ホールディングス	本社
株式会社セブン-イレブン・ジャパン	本社
株式会社イトーヨーカ堂	本社、川崎港町店
株式会社そごう・西武	本社、そごう 横浜店、西武百貨店 船橋店
株式会社ヨークベニマル	本社、大槻店
株式会社セブン&アイ・フードシステムズ	本社、デニーズ北池袋店

**レビューの結果**

1. グループ内の各拠点からセブン&アイHLDGS.へ報告されたデータにはいくつかの軽微な誤りが発見されたが、全て修正された。
2. セブン&アイHLDGS. CSR Report 2009に記載されたエネルギー使用に由来するCO<sub>2</sub>排出量データ(物流を除く)とセブン&アイHLDGS.が収集したデータとの間に矛盾する内容は認められなかった。

## レポート総括

ことしのCSRレポートは、CSRを兼任して間もない、20代・30代の社員3人が自由につくりました。

私が彼らの年齢であった1960年代半ばから1980年代にかけては、CSRという言葉はもちろん「環境問題」という言葉すら、ほとんど聞かれず、この分野で頻出した言葉は水俣病に代表される「公害」であり「六価クロム」が新聞の一面から社会面まで大きく取り上げられる、といった時代でした。

80年代末から急速に環境問題への社会的関心が高まり、やがて環境だけではない企業の非財務的側面のあり方を考える「サステナビリティ」などの概念を経て、世紀を越えたあたりから、CSRという概念が次第に定着してきました。

彼ら3人がいまの私の歳になったころ、CSRはどういう概念に発展しており、どのような形で社会に定着しているか、さまざまに考えます。

持株会社を設立して4年、私たちはCSRの課題、事業活動を行っている地域のすべてに説明責任を負っていると考えております。

ことしは米国、中国、また金融事業も報告しておりま

す。米国などでは極めておもしろい、米国らしいCSRを考えております。

レポートで取り上げる課題として、ことしは社外アドバイザーの意見も採り入れて①サプライチェーン、②CSRマネジメント、③環境負荷、④安全・安心、⑤地域社会、⑥働きがいのある職場——の、いまの当社にとって重要性の高い6分野といたしました。

切り口が明確で読みやすいものになったと考えております。ISO26000の現在の草案では、CSR(SR)の領域として、①ガバナンス、②人権、③労働、④環境、⑤公正な業務執行、⑥消費者問題、⑦コミュニティへの参画・開発——の7項目が考えられています。

弊社グループは、これからもCSRの概念を本業に取り込み、結果として企業価値を高めるにはどう考えるべきか、この課題を真摯に考え続けてまいります。

皆様のご支援をお願いする次第でございます。

(株)セブン&アイ・ホールディングス  
常務執行役員  
CSR統括委員会委員長

稲岡 稔

## 編集後記

「CSRレポート2009」をお読みくださり、ありがとうございました。

セブン&アイHLDGS.が誕生してから4年が経ち、その間、新しい事業会社が変わり事業領域も拡大を続けています。このことから毎年、レポートの作成にあたっては、持株会社としての統一感と、事業会社の活動報告の両立を図る報告形態を模索してきました。

今回のレポートでは持株会社の役割と、各事業会社の取り組みを明確に表すことを念頭に作成しました。掲載情報の選定には社外アドバイザーの方から客観的なご意見をいただき、従来採用していた第三者コメントの掲載とは異なる体裁を採っています。

社外アドバイザーの方からいただいたご意見の中には、グループ全体の方針・目標の明確化など、今回十分に反映

できなかったご指摘も多くあります。しかしこの過程を経たことで、弊社が取り組むべきCSR上の課題は明らかになってきたと感じています。次年度以降では、さらに一つひとつの課題の内容を精査し、私たちの取り組みを進めていきたいと考えています。

今後も、セブン&アイHLDGS.とグループ各社がCSR上の課題に取り組む姿が明確に伝わるレポートの作成に努めていきます。

CSRレポートを、皆様との「対話」の手段として発展させていくために、アンケートで率直なご意見をお聞かせいただければ幸いです。

2009年10月  
CSR統括委員会事務局



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/>

この印刷物  
1冊あたり **CO<sub>2</sub>排出量  
539.1g**

8,180冊作成のための総排出量4,410kg



この印刷物は、日本水なし印刷協会、一般社団法人日本カーボンオフセットを通じ、温室効果ガス削減プロジェクト(自然エネルギー事業)によって削減されたCO<sub>2</sub>排出権を購入することで、印刷物制作において排出されたCO<sub>2</sub>を相殺しています。



**VOC  
FREE** T&K



本レポートは、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。

