



古紙配合率100%再生紙を使用しています。



環境に配慮した植物性大豆油インキを使用しています。



印刷工程での有害廃液を出さない水なし印刷を行っています。

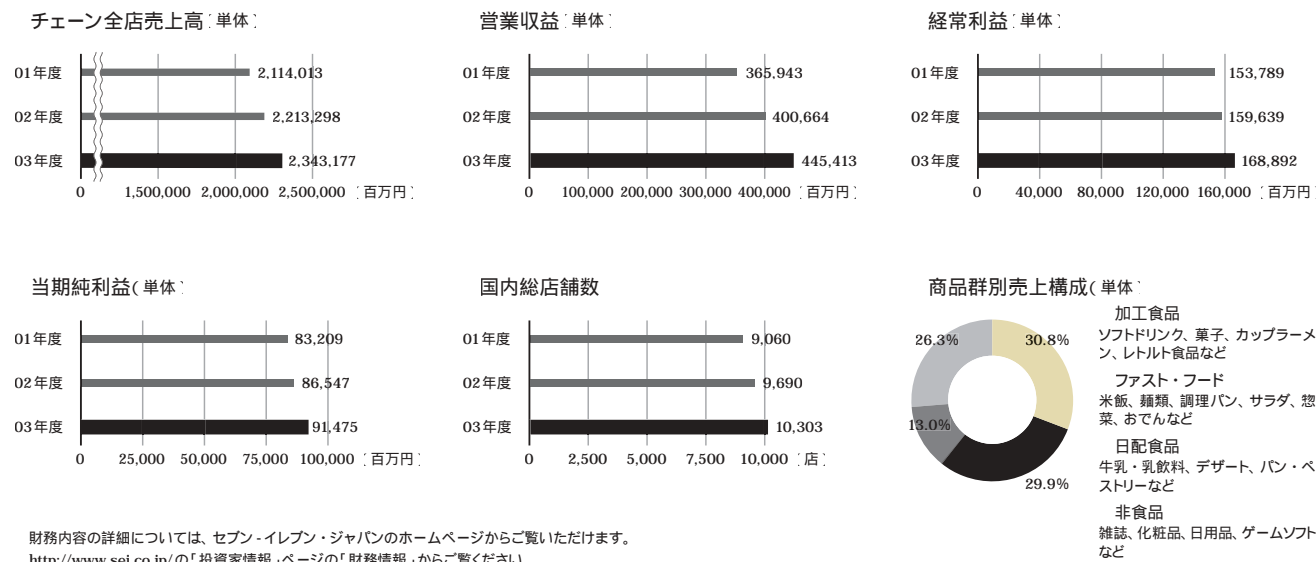
セブン-イレブン・ジャパン 社会・環境報告書 2004



セブン-イレブン・ジャパンの企業概要

名称	株式会社セブン-イレブン・ジャパン
代表者	代表取締役会長 最高経営責任者(CEO) 鈴木敏文 代表取締役社長 最高執行責任者(COO) 山口俊郎
設立	1973年11月20日
資本金	172億円
従業員数	4,665名
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
親会社	(株)イトーヨーカ堂
連結子会社	SEVEN-ELEVEN(HAWAII), INC. セブン-イレブン北京有限公司 株)セブンドリーム・ドットコム 株)セブン・ミールサービス 株)SEキャピタル
持分法適用関連会社	7-Eleven, Inc.、(株)アイワイバンク銀行、ほか6社

DATA



財務内容の詳細については、セブン-イレブン・ジャパンのホームページからご覧いただけます。
<http://www.sej.co.jp/>の「投資家情報」ページの「財務情報」からご覧ください。

本報告書について

セブン-イレブン・ジャパンは、フランチャイズ方式によるコンビニエンスストア事業を展開しています。日々の営業活動は、原材料の調達や商品の製造・配送、また店舗での商品の販売やサービスの提供など、そのほとんどが加盟店やお取引先など大勢の関係者を通して行われます。そして、環境や地域社会への取り組みについても、関係者の理解と協力が得られなければ、効果や進捗は望めません。本報告書はそのような点を考慮し、報告した分野に対する基本的な考え方を関係者の皆さまと改めて共有し、次のステップへとつなげることを目的に、基本的な考え方、取り組み内容のクローズアップ、以前から継続している取り組み、の3要素から構成しています。

皆さまからのご意見を伺うためにアンケートを添付しています。本書をご覧いただいたご意見・ご感想などをお寄せいただければ幸いです。

報告書概要

対象範囲
 (株)セブン-イレブン・ジャパン(単体)と、加盟店の事業活動を中心に作成しています。ただし、コンビニエンスストア事業における環境負荷が「製造-配送-販売-消費」の各場面で発生することから、お取引先にご協力いただいている対策についても、あわせて報告しています。

対象期間
 2003年度
 「2003年3月1日～2004年2月29日までの1年間」
 2003年度のデータについては年度表記をしていますが、また、2004年3月以降の事項で重要と思われる内容はあわせて記載しています。

参考しているガイドライン
 環境省「環境報告書ガイドライン」
 GRI「サステナビリティリポーティングガイドライン2002」
 GRI「サステナビリティリポーティングガイドライン2002」
 1997年設立の団体GRI(Global Reporting Initiative)が策定した、環境面だけでなく、社会面および経済面を含めた持続可能性に関する報告のガイドライン

発行
 2004年8月

次回発行予定
 2005年6月

HPの項目については2003年の環境報告書で報告しております。
<http://www.sej.co.jp/>の「社会・環境へのとりくみ」ページの「環境報告書」をご覧ください。

INDEX

- 1 セブン-イレブン・ジャパンの企業概要
- 3 社会のなかのセブン-イレブンだから、ここに。
- 5 セブン-イレブンを支える人たちが、私たちが、セブン-イレブン。
- 7 ごあいさつ

9 私たちの社会環境活動はコンビニエンスストア事業への「思い」から生まれています。

商品・サービスを提供するセブン-イレブンとして

11 商品について
 「クローズアップ」
 この「しゃけ」はどこから来たの?

17 物流について
 「クローズアップ」
 重いものと軽いもの、あわせてみたらまちからセブンの車が減った!

23 店舗建築設備について
 「クローズアップ」
 あっ、このセブン-イレブンどこか変わったね

29 廃棄物・リサイクルについて
 「クローズアップ」
 “ごみ”じゃない!
 販売期限切れ商品がよみがえった

地域社会の一員であるセブン-イレブンとして

35 地域社会との共生について
 「クローズアップ」
 あなたのまちの「あかり」になりたい

フランチャイズ事業を展開するセブン-イレブンとして

43 フランチャイズ事業について
 「クローズアップ」
 二人三脚で歩んでいきます

- 49 持続可能な社会の実現に向けたセブン-イレブン・ジャパンの事業活動とマネジメント
- 55 環境マネジメントシステム
- 57 環境目標
- 59 事業活動における環境負荷
- 61 環境会計
- 63 第三者保証
- 65 おわりに
- 66 2003年度 活動の記録



だから、ここに。

私たちは、ここにいます。

みなさんの心の温度を感じています。

ふと立ち止まったとき、自然と足が向かう。

そんな場所になれるように。

私たちが、 セブン-イレブン。

生産地で、工場で、配送センターで、そして店舗で。
その場所は違っても、私たちの“思い”はひとつ。

「お客さまの声にお応えしたい」

1日約1,000万人、年間で約36億人のお客さまを
お迎えるコンビニエンスストアとして、
私たち一人ひとりが担った役割。
お客さまと接する店員も、
そして直接お客さまとは接することのない生産者や配送員も。

私たちみんなで取り組んでいます。



エコ物流業者 従業員さん



建設業者 従業員さん



常温一括昭島センター 従業員さん



富士宮宮原店 オーナーさまご夫妻



佐倉地区 オペレーション・フィールド・カウンセラー



八街リサイクルセンター 従業員さん



四街道美しが丘店 アルバイトさん



総務本部 社員



四街道美しが丘店 パートさん



品川イーストワンタワー店 オーナーさまご夫妻



わらべや日洋相模原工場 従業員さん



八街リサイクルセンター 従業員さん



わらべや日洋相模原工場 従業員さん



常温一括昭島センター 従業員さん

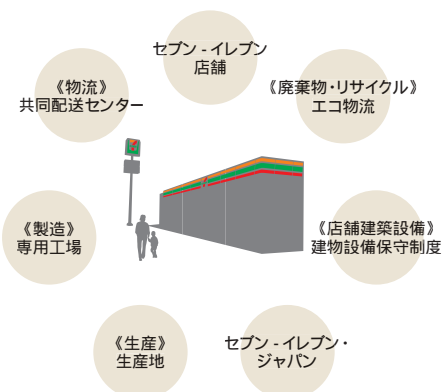


富士宮宮原店 店長さん



千葉地区 リクルート・フィールド・カウンセラー

私たちが、セブン-イレブン



誠実な企業であることを目指して

私どもは、お客さま、お取引先、株主の皆さま、地域社会の皆さま、社員など、企業活動を支えていただいているあらゆる皆さまに「誠実に」対応することを創業以来の「社是」として、事業に取り組んでまいりました。そして、本業への経営資源の集中による、健全で堅実な企業体質の確立、企業市民としての誠実な行動、環境負荷の削減といった視点から環境経営を推進してまいりました。

イトーヨーカドーグループでは、皆さまからいちはん期待されているものは「経営の誠実さ・透明性・説明責任」であると考えており、経済面に加え、社会面、環境面のパフォーマンスを高めるよう努め、これらを積極的に開示することで持続的な成長を可能にしたいと考えております。

「誠実さ」を具体化するには、企業活動にともなうリスクを把握し、マネジメントするとともに、責任体制を明確にして、自浄作用が働く仕組みを構築することが欠かせません。こうした考え方にに基づき、2001年に「IYG（イトーヨーカドーグループ）企業行動指針」を改訂し、全社員に向けて「企業の社会的責任」についての継続的な教育を行っております。

企業は厳しい目で社会から見られています。セブン-イレブンにおいても、イトーヨーカドーグループの一員として、この報告書をはじめとした積極的な情報開示を進め、お客さま、お取引先、株主の皆さま、地域社会の皆さまとの対話を大切にしたいと考えております。今後もこれまで以上に企業価値を高めることができますよう、全力で取り組んでまいります。皆さまのさらなるご支援・ご指導をお願い申し上げます。



代表取締役会長
最高経営責任者（CEO）

鈴木敏文

社会の声に応え続けるために

私どもは、フランチャイズ方式によるコンビニエンスストア事業を展開し、おかげさまで2003年度に創業30周年、1万店を超えるまでに成長を遂げてまいりました。また中国の北京においても出店を開始いたしました。これもお客さま、加盟店オーナーさま、お取引先、株主の皆さま、地域社会の皆さまなど、企業活動を支えていただいている皆さまに「誠実」であることを創業以来の「社是」として、取り組んできたことの成果と考えています。

当社では、一貫して「お客さまの立場に立った小売業」を目指し、加盟店オーナーさまとの共同事業としてフランチャイズ方式による事業を展開してまいりました。加盟店の一店一店は独立した事業者であり、また加盟店に専用商品の供給を行っている日本デリカフーズ協同組合加盟のデイリーメーカー、物流を行っている共同配送センターもそれぞれ独立した事業者でありながら、理念と情報を共有してともに発展を目指す戦略同盟です。このため2000年度に環境報告書を発刊して以来、一貫して「製造 - 配送 - 販売 - 消費」という加盟店、お取引先も含めたセブン-イレブンの事業にかかわるトータル範囲での環境経営の推進と情報公開をすることにつとめてまいりました。本年度の報告書では特に私どもの意思や考え方が皆さまに伝わるよう努めております。

一方、社会の企業に対する関心事は多様化しており、収益性だけでなく、コンプライアンス、人権、雇用、コーポレート・ガバナンス、環境保全などといった企業行動全般、すなわち「企業の社会的責任」全般に及んでおります。当社としても、フランチャイズ事業展開をすすめる上で企業活動の持続可能性を追求するため、2004年度に新たに「企業行動委員会」を設置して活動を開始しています。フランチャイズ事業の特性に基づいた企業の社会的責任、コンプライアンス、事業責任を果たし、経済面に加え、社会面、環境面のパフォーマンスを高めるよう努めつつ、経営の誠実さ・透明性・説明責任を積極的に追求することで持続可能な企業としての役割を果たしていきたいと考えています。

フランチャイズ・システムにより加盟店の皆さまとともに、コンビニエンスストア事業を展開する私どもの「社会的責任報告書」とはどうあるべきかを問いつづけ、皆さまのご意見も頂戴しながら「誠実」に対応することを心がけ、社会にとって真に必要な企業となり、持続可能な社会の形成への一端を担っていきたいと考えております。今後とも皆さまのさらなるご支援・ご指導をお願い申し上げます。



代表取締役社長
最高執行責任者（COO）

平岡俊郎

商品



安全・安心で価値ある商品を提供するために

物流



商品を合理的・効率的にお届けするために

店舗建築設備



環境への配慮、そして幅広いお客さまからのご支持のために

廃棄物・リサイクル



循環型社会を実現するために

地域社会との共生



地域社会の一員として
ともに歩むために

フランチャイズ事業

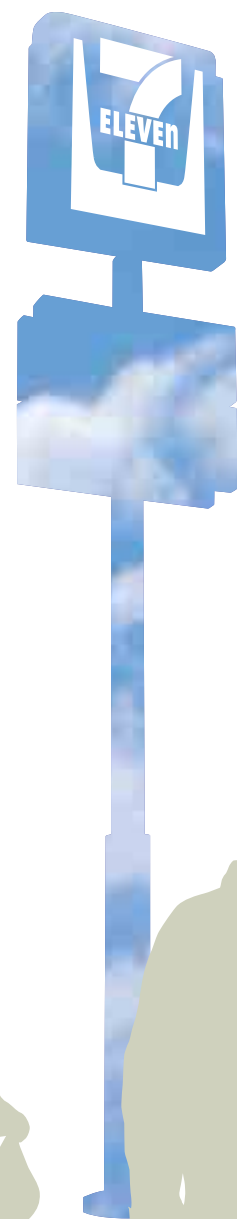


フランチャイズ事業による
共存共栄を目指して

私たちの社会環境活動は コンビニエンスストア事業への “思い”から生まれています。

セブン-イレブンの社会環境活動を、商品、物流、店舗建築設備、
廃棄物・リサイクル、地域社会との共生、フランチャイズ事業の
6つの側面からご報告します。

この6側面に込められた、
コンビニエンスストア事業への“思い”とともに。
社会の声に応えるセブン イレブンであり続けるために、
私たちは社会環境活動にも積極的に取り組んでいます。



商品について

セブン-イレブンが考えていること

おいしさ・価格といった従来のニーズに加え、
お客さまの「食の安全」へのこだわりにも対応するために、
徹底した品質管理制度を導入し、
「食」を提供する事業者としての責任を果たすべく
セブン-イレブンならではのこだわりを追求しています。



セブン-イレブンが描く 「商品」のこれから

原材料のなかには、これまでその調達の多くを輸入に頼ってきたものがあります。しかし今、食を取り巻く環境が刻々と変化するなかで、それらの原材料の調達方法を見直さなければならない段階に来ています。そこでセブン-イレブンでは、より安全で、高品質な原材料を確保するために、輸入品から国産品への変更を検討しています。国内産の原材料には、近場で確保できるために新鮮であること、輸入にともなうリスクを回避できること、地産地消によって地域社会に貢献できることなどのメリットがあると考えています。しかしそこには、いまだ輸入品には対抗しきれない生産量・コストという問題が存在しています。今後はこれらの問題を一つひとつクリアにしつつ、国内産地とのつながりを強化し、その取り扱いを増やしていきたいと考えています。



お客さまの視点で、価値ある商品を提供する

セブン-イレブンが1号店を出店した1974年頃の日本では、多くの中小小売店が大型店の攻勢にあえいでおり、「小さなコンビニエンスストアなど成り立つはずがない」と言われていました。しかし「効率的な経営を行えば小さな店でも必ず成長できる」との信念から、「既存中小小売店の近代化と活性化」「共存共栄」を理念に掲げ、出店を開始するにいたったのです。

そもそもコンビニエンスストアはアメリカから日本に移入した事業です。しかし、店舗展開や商品の品揃えなどは、当初から日本独自の考えに基づいて行っています。当時のアメリカのセブン-イレブンのメイン商品のひとつは、冷凍食品を解凍し温めたハンバーガーでしたが、日本ではこのような安易な方式によるファスト・フードは売れないと考えていたからです。多くの日本人になじみがあり、日本式ファスト・フードとも言えるおにぎりやお弁当の販売を開始したのは、そのような理由からでした。

しかし販売を始めた当時は、おにぎりなどは家庭でつくるもの、という観念がまだまだ一般的であり、1日に5～6個を売るのが精一杯。それでも私たちは「本当においしい商品を、納得できる品質・価格で提供できれば必ず売れる」と考え、販売を続けてきたのです。

メーカー間の垣根を越えた品質管理の追求

この当時、米飯メーカーの多くは中小企業であり、衛生面などへの対応は十分ではありませんでした。しかしこの危うさ

を見過すわけにはいきませんでした。「品質の良い商品をお客さまに提供するために」。セブン-イレブンでは、米飯メーカーに呼びかけ、1979年に日本デリカフーズ協同組合(NDF)を設立。これは、競合メーカーがリスク回避を通じて共存共栄を図り、全体の品質向上を目指すというものでした。これにより、各社の品質管理技術は飛躍的に向上。さらにこの取り組みは、商品開発や原材料の共同購入などに拡大し、結果としてトータルな品質向上につながりました。

また、品質管理における工場間の格差をなくすために、セブン-イレブン専用工場をNDF加盟の各メーカーが設立。これにより、これまでは統一が難しかった品質管理方法などを全工場に導入することができ、統一したシステムのなかで、全体の品質管理レベルを大きく向上させることができました。

食に対するお客さまの新しいニーズに応えるために

NDFを通じた品質管理や、共同購入による高品質原材料の確保などの取り組みは、やがて米飯・調理パン・お惣菜などから保存料・合成着色料を排除するという成果につながります。1990年代後半から、お客さまの食に対するこだわりや意識は日々高まりをみせていました。その動きを受け、これからは味や価格だけではなく「食の安全性」にも配慮することが、真のお客さまニーズへの対応であると考えてのことです。近年は、食に関わるさまざまなリスクが顕在化しています。セブン-イレブンでは食を提供する事業者として、これらのリスクに万全に対応するとともに、新しい、価値ある商品を提供していきたいと考えています。

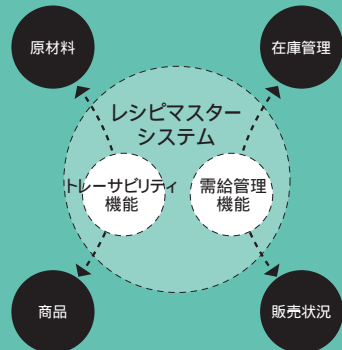


Close-Up 食の安全を確保する レシピマスターと NDF HACCP

「安全でおいしい商品をお客さまにお届けしたい」この信念のもと、お客さまには安心して食べていただける商品を、加盟店には自信を持って販売していただける商品を開発することが、本部の務めであり、最大の責任。この責務を全うするべく、「安全・安心」のためのさまざまな取り組みを行っています。



レシピマスターシステム



レシピマスターシステムは、商品の発注情報や改廃情報と連動させた原材料の需給管理システムとしても活用しています。情報に基づいた原材料の調達や管理が可能となり、無駄な調達や保管を防止。2004年2月末時点で61%の商品に導入されています

ひとつくらい.....は許されない!! 10億個への責任

2003年度、セブン・イレブンの年間おにぎり販売個数は10億個に達しました。これは1日に274万個のおにぎりを製造していることになります。これだけの数を製造するには、多くの工場が必要です。しかし、工場・商品ともに数が増えれば増えるほど、その質を保つことは至難の業。そのなかのどれかひとつの商品にでも問題が生じれば、それを購入していただいたお客さまにご迷惑をおかけすることになります。「これだけの数をつくっているのだから、ひとつくらいに問題があっても仕方がない」と、目をつぶってしまうわけにはいきません。

この“しゃけ”は どこから 来たの?



このような危機意識のもと、セブン・イレブンでは自信と責任を持ってお客さまに商品を提供できるよう、細部にわたった管理を行っているのです。

原材料の道のりは しっかり見守らなければ.....

ある時、同じ規格で製造したものなのに、工場によって味に違いがある商品の存在が明らかになりました。「どうして同じ部位の肉を使用して、同じレシピでつくっているのに違いが出てしまうのか」。当初、私たちはその原因を工場での製造方法と判断し、その見直しを図りました。しかしさまざまな改良を行っていても、味の違いはなくなりません。それでは.....と、原材料についての調査を実施。すると同じ産地・部位・ランクの肉でも、輸送や保管方法の違いにより、その品質にバラつきがあることが判明したのです。原材料はNDFでの共同購入を推進し、品質の良いものを確保しているつもりでした。しかしそこには、流通ルートがまちまちで、自分たちでは原材料履歴を確認することができないという現状があったのです。「これではいけない。原産地まで遡って、ルートを一本化しなければ.....」



原材料は、NDF担当者やセブン・イレブン担当者が現地へ赴いて確認することを基本としています。特に輸入原材料については、日本と国外とは農業や動物医薬品に対する規制が異なるため、現地の確認などが重要であると考えています

そこで、1999年から精肉を皮切りに、生産者や飼育方法を把握できるように流通経路を改善し、原材料を一元管理する体制を構築。これは、品質の良い原材料をどのように確保し、その品質を保ったまま、どのようにして専用工場に配送するかという点を追求したものでした。

さらに、原材料の流通管理と商品と結びつけたのが、「レシピマスターシステム」です。これは原材料の一つひとつが、どの工場、どの商品に、どれくらい使用されているのか、そのつながりを明確にするためのもの。例えば「チリ産のしゃけはリオネグロ地区から仕入れ、NDF冷凍原材料物流のルートを通して工場まで運ばれ、手巻きおにぎりしゃけに使用」というように。原材料の足跡をしっかりとどることで、仮に原材料に問題が発生した場合でも、その原材料がどの商品に使用されているかを短時間で特定することができ、迅速な対応がとれるというわけです。

また、原材料の在庫管理を正確に行えることも、レシピマスターシステムの特徴。原材料と商品とがつながっているため、例え



ば「手巻きおにぎりしゃけの販売が伸びているから、現在の在庫では残り何日分しか持たない。原材料を補充しなければ」というように、販売状況を確認しながらの在庫調整ができるのです。これにより、無駄な在庫保管や長期保管による鮮度劣化などを防止することが可能となりました。

工場のなかには徹底した管理体制があった!

原材料への取り組みとともに、工場自体の品質管理も徹底しています。1996年のO-157などによる食中毒の発生をきっかけに、本格的にHACCPの研究を開始。米飯工場などをHACCP認定するための厚生労働省の基準がなかったため、外部検査機関と協力し、自主基準「NDF HACCP認定制度」を設けました。この制度の構築により具体的な目標が定まったことで、各工場での品質管理レベルは、より向上しています。今後も食を扱う事業者として、「安全でおいしい商品をお客さまにお届けしたい」という思いとともに、安全・安心な商品提供のための積極的な取り組みを行っています。



工場では床やエプロンの色を変えることで、衛生レベルの区分けを明確にし、レベルの異なる従業員の交差を防いでいます。2004年2月末時点で、18工場がNDF HACCP認定を取得。現在、全工場が取得を目指して取り組んでいます



わらべや日洋(株)
相模原工場長 佐藤吾一さん

従業員への徹底を心がけています

食品を扱う事業のため、絶対にお客さまに危害を与えてはいけないと考えています。そのために、金属探知などの徹底もさることながら、従業員の日々の衛生管理には細心の注意を払っています。この工場では、現在600人ほどが働いています。その一人ひとりに衛生管理を徹底させるとともに、何か問題が起こった時には、迅速に対応しています。

安全・安心な商品提供のための取り組み

セブン-イレブンでは、「安全・安心で価値ある商品を」というお客さまニーズに対応するために、原材料調達や製造方法から、店舗での販売にいたるまで、徹底したトータル管理のもとでお客さまに商品をお届けしています。また、容器包装や販促物においても、この考えのもとに、さまざまな取り組みを行っています。

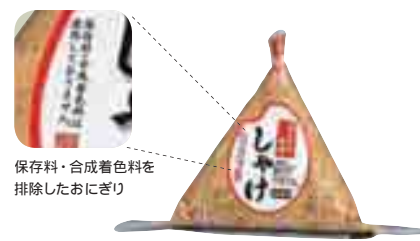
2003年度 目標	「焼きたて直送便」からの「保存料・合成着色料」の排除 原材料履歴の確認精度向上 など	2003年度 実績	工場での「保存料・合成着色料」の使用を中止 レシピマスターシステムの構築	2004年度 目標	「焼きたて直送便」からの「保存料・合成着色料」の完全排除 NDF HACCPの推進 など
---------------------	---	---------------------	---	---------------------	---

安全性と味を確保しつつ 保存料・合成着色料を排除しました

食品添加物の使用削減

2001年より「保存料・合成着色料」を完全排除したお弁当・調理パン・お惣菜・調理麺などの販売を開始しました。この取り組みは、原材料調達から製造、配送、販売に関わる全てのお取引先に協力をいただき、一連の流れをトータルに管理することで、安全性と味を確保しながら実現できたものです¹。

「焼きたてパン」についても、1999年か

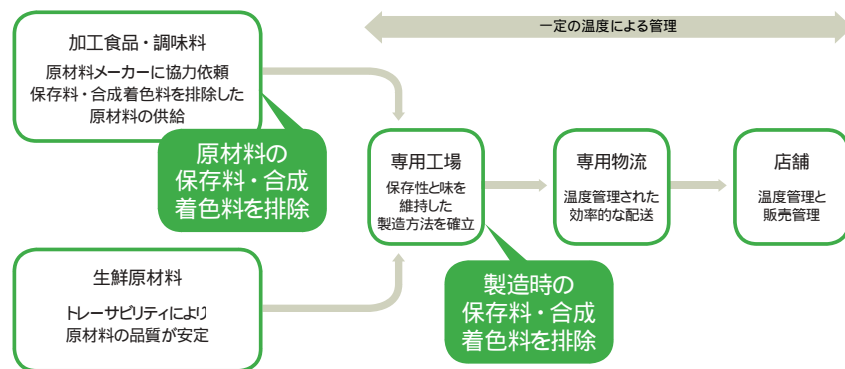


保存料・合成着色料を排除したおにぎり



保存料・合成着色料を排除した駄菓子

保存料・合成着色料排除の仕組み



1 セブン-イレブンの食品添加物自主基準
オリジナルデリー商品の新規商品取扱基準
において、食品添加物自主基準を明示すること
で、遵守の徹底を図っています。
保存料・合成着色料を使用・含有しない
不許可添加物を使用しない
使用添加物については添加物使用基準に合
致すること
IYグループ自主規制添加物を使用しない

2 イーストフード・乳化剤の排除
イーストフード：イースト菌の発酵を促進する
ために加える食品添加物
乳化剤：パンの老化防止や鮮度維持(しっとり
感の維持)に使用される食品添加物
一部のドーナツやケーキの生地、トッピング材
には、これらを使用しているものもあります。

3 資源有効利用促進法(識別表示)
この法律により、容器包装リサイクル法の対象と
なる「紙製、プラスチック製の容器・包装」に識
別表示が義務づけられています(4)。



容器包装も、原材料を 確認したものを使用しています

容器包装の材質と考え方

オリジナルデリー商品の容器包装は、NDFによる共同購入時に、強度や耐熱性などの使用基準のほか、使用材質における食品衛生法/厚生労働省告示との適合性を確認しています。

また、レシピマスターシステムの構築により、どの容器包装がどのおにぎりやお弁当などに使用されているかが明確になっています。

内分泌攪乱化学物質への対応

内分泌攪乱化学物質の影響については、さまざまな情報を確認したうえで、その疑いがある化学物質に該当するもの、および塩素系プラスチックは使用していないことを確認しています。米飯類のラップ素材についても非塩ビ(ポリエチレン)に変更しています。



オリジナル商品は非塩ビ素材を使用しています

お客さまの視点に立って 食のリスクへの対応を行っています

残留農薬・動物医薬品

農薬や動物医薬品に対する規制は、国により異なります。このため原材料は、農場や栽培方法などの履歴確認ができるものか、セブン-イレブンの基準に基づいて栽培したものを調達。さらに現地視察や報告書などの確認、日本での検査を実施して、品質確認を行ったものを輸入しています。国内調達品も同様に確認していますが、契約栽培以外の野菜などで確認できていないものもあります。

遺伝子組換え農産物

セブン-イレブンでは、食を提供する立場として、お客さまは遺伝子組換え農産物の安全性に疑問を持たれていると捉えています。このため、非遺伝子組換え大豆を使用したオリジナル豆腐を発売するなど、遺伝子組換え農産物や、それを使用した食品の使用・販売をしないようつとめています。

表示情報は常に明確、適切に。
曖昧な表現を使用していません

商品の表示・表現についての考え方

商品だけでなく全ての販促ツールにおいて、お客さまに誤解を与える表現を禁止しています。このため「セブン-イレブン表示ガイドライン」を独自に設け、特に商品の質や大きさを表す表現や産地表示などについて、明確かつ適切な表現を心がけています。

セブン-イレブン表示ガイドラインの例

表現	表示の規定
産	産地から工場まで、明確に管理できた原材料を使用していること
旬	国産産で新鮮であること(冷凍品は不可)
びっくり たくさん たっぷり 大きい	セブン-イレブンの通常品より大きい、または比較できる市販商品平均より20%以上大きいこと

商品のラベル表記

お客さまに商品情報を提供するためのラベルは、見やすく・読みやすく、さらにJAS法や食品衛生法などの各種規定に準じて表記しています。またアレルギー表示は、任意表示品目まで表示し、容器の識別表示ラベルまたは容器本体に表示しています³。

アレルギー表示品目

表示義務品目	小麦、そば、卵、乳、落花生
任意表示品目	あわび、いか、いくら、えび、オレンジ、かに、キウイフルーツ、牛肉、くるみ、さけ、さば、大豆、鶏肉、豚肉、まつたけ、もも、やまいち、りんご、ゼラチン

より、1店舗あたり年間約12kgの紙を削減できたと考えています。



用紙・インクなどは環境に配慮したものを
使用しています

プラスチック製販促物の素材変更

1999年12月より、POPなどのプラスチック製販促物に塩ビは使用せず、ポリプロピレンやPETなどを使用しています。さらに紙への切り替えも実施しており、変更可能な販促物については順次切り替えています。

店舗ごとに必要量を配布して 不足や無駄を抑制しています

カタログ配布数の変更

これまで各種カタログについては、全店舗一定数の配布としていました。しかし店舗によって必要量がまちまちだったことを受け、販売実績などに応じて配布数を変動させる、追加配分方式に変更し、無駄を抑制しています。配布数については店舗からの要望により、随時変更を実施しています。

商品に関するその他の取り組み

- 無洗米の使用に取り組んでいます
- HP 03年度報告書 PDF 22P
- 雑貨商品も環境に配慮した素材を使用しています
- HP 03年度報告書 PDF 24P
- 店舗のコピー機では、環境に配慮したFSC認証のコピー用紙を使用しています
- HP 03年度報告書 PDF 24P

薄肉化と使用量削減で、レジ袋の 省資源化に取り組んでいます

レジ袋の規格変更

2003年度にも、前年比で約6%薄肉化をした結果、原材料(ポリエチレン)を1店舗平均で約80kg削減しました(2003年度1店舗平均使用量より算出)。現在は、1999年以前と比較すると、75%の厚さとなっています。

また店舗においても、単品購入のお客さまにはテーパー対応を推進するなど、レジ袋の使用量削減につとめています。

資源の有効利用のために 各種販促物の規格を見直しています

紙製販促物の規格変更

2003年6月より、お中元のカタログやクリスマスチラシなどの紙製販促物を、全て古紙100%再生紙に変更。また印刷に使用するインクも、大豆油を使用したソイインクへと変更しています。

さらに紙の原材料の量を抑制するために、厚さも見直しています。これまでと比較して約5%薄い紙を使用することに

物流について

セブン-イレブンが考えていること

セブン-イレブンは、商品特性に合わせた物流を行うとともに価値ある商品をタイムリーに提供していきます。
また、ドミナント出店による一地域への集中出店や物流の合理化を追求した共同配送などを推進することで、環境問題や社会問題への対応にもつながると考えています。



セブン-イレブンが描く 「物流」のこれから

お客さまニーズの変化により、店舗で販売する商品は今後も変化していくと考えられます。これに対して、産地・工場からお客さまのお手元まで、いかに品質の良い状態を保ち、すばやく、無駄なく、効率的に商品をお届けするか。この基本的な問題に取り組み続けることが、物流に関わる環境負荷を低減することにつながると考えています。配送に関わる環境負荷は、ハイブリッド自動車や燃料電池自動車などの開発により、今後大きく低減することが予想されます。セブン-イレブンでは、これらの新技術の導入を積極的に検討していくとともに、これからも合理的・効率的にお客さまに商品をお届けするための施策を追求し続けます。



徹底したドミナント出店もたらすもの

現在、店舗数が1万店を超えたセブン-イレブンですが、その出店地域は32都道府県にとどめています。出店を望む声をいただきつつも、なかなか新しい地区に出店できない理由、それは創業以来の方針であるドミナント出店にあります。一地域に集中的に店舗を出店するドミナント方式。これには地域での知名度の向上、それにとまなうお客さまの来店頻度の増加などとともに、小売業には欠かせない物流効率の向上という目的があります。お客さまのニーズに対応した品揃えをするためには、必要な時にタイムリーに商品をお届けすることが重要。ドミナント出店による店舗の集中は、効率的な配送ルートの構築を可能にし、タイムリーに商品を納品することにつながっています。

お客さまニーズを追求した共同配送システム

創業当初のセブン-イレブンでは、その当時の商習慣に基づいて商品が納品されていたため、1日に70台もの配送車が店舗を訪れていました。このことは店舗周辺の交通にも影響を与えていたと思います。また、当時は商品の発注単位が大きかったため、さまざまな商品を品揃えしようとする、バックルームが商品で溢れてしまうといった問題もありました。品揃えのためとはいえ、不必要な在庫を抱えることは、商品の鮮度が落ちたり、ニーズの変化により不良品になったり、良いことは何もありません。しかし当時はそれが当然と考えられていたのです。

そこでセブン-イレブンが導入したのが、多くの異なるメーカーの商品を共同配送センターに集約し、いろいろな商品を小さな納品単位で一括して店舗に配送する、共同配送システム。当初より貫いてきたドミナント出店に加えてこのシステムを導入したことにより、計画的な発注や配送が可能となり、よりお客さまニーズに対応した品揃えが可能となりました。

お客さまに合わせて、変わっていくべきは私たち

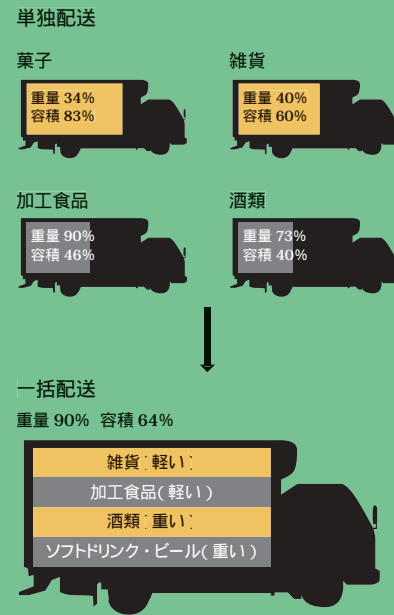
さらにセブン-イレブンは、品質の良い状態で商品を送るために温度帯別物流を徹底したり、各配送会社が最新排気ガス規制対応車両を導入できる仕組みを構築するなど、商品政策と連動させた物流の整備を推進してきました。また「お客さまのニーズに合わせて、自分たちが視点を変えていくべきである」との考えのもと、できたての鮮度を保ったままの商品をお客さまにお届けするために、おにぎりやお弁当を1日3回製造して3回配送したり、工場から店舗まで一貫したチルド温度管理による「チルドビール」を納品したりと、さまざまな取り組みを行っています。小売業が目指すべき物流とは、お客さまが必要としている商品を、必要な時に、必要な量だけ、品質を維持しながら運ぶという機能。この機能を全うすべく取り組みを進めた結果が、物流の合理化・効率化につながりました。さらに結果として納品車両台数・走行距離を削減できたことで、配送効率向上による排気ガス抑制や、運転手の拘束時間の削減など、環境保護や労働環境の改善ももたらしています。



Close-Up 積載効率を高めた 常温商品一括配送システム

商品カテゴリ別に配送される物流の基盤、共同配送システム。しかし、加工食品・酒類などの常温商品はこの枠組みには収まらないものでした。そこで既存のシステムに満足することなく、日々変化に対応するセブン・イレブンとして、常温物流の改革に乗り出したのです。

常温商品一括配送による積載率の向上



常温商品一括配送は、ソフトドリンクや菓子など、性質の異なる商品を混載することで、積載効率の向上を図っています

常温物流の配送例

月・水・金	火・木・土	日
ソフトドリンク	ソフトドリンク	ソフトドリンク
ビール・発泡酒	ビール・発泡酒	ビール・発泡酒
酒 (ビール・発泡酒以外)	酒 (ビール・発泡酒以外)	
雑貨	菓子	
加工食品		

性格の異なる商品カテゴリを組み合わせるとともに、納品量の多いソフトドリンクとビールの納品を毎日行うことで、曜日ごとの納品量を平準化することができ、店舗での作業負担を軽減しています

重いものと軽いもの、
あわせてみたら

まちから セブンの 車が減った!

共同配送システムにも 思いがけない落とし穴があった

セブン・イレブンではメーカーの枠を越えて、同じカテゴリの商品を同一車両で配送する、カテゴリ別の共同配送システムを導入しています。このシステムは、物流の合理化・効率化に大きな効果を発揮したシステムです。しかし、このカテゴリ別共同配送システムにもさらに見直すべき点がありました。それが加工食品やお菓子など、複数のカテゴリを持つ常温商品。これらは同じ「常温」という温度帯でありながら、過去の商習慣のまま、カテゴリ別に共同配送センターを設けて運んでいたのです。

「一緒に運んでは……」との考えもありましたが、商品カテゴリごとに取引や配送の仕組みが大きく異なっていたため、このことが足かせとなり、なかなか本格的な見直しに乗り出せませんでした。しかし、常に配送の合理化・効率化を追求するセブン・イレブンにとって、常温商品の配送は、やはり改善すべき問題だったのです。

また、常温商品の1カテゴリであるソフトドリンクは、売上金額・数量ともに大きく、気温の変化に敏感に反応します。そのため気温が急上昇した時には、爆発的な売上となります。それに関わらず、納品は他の加工食品と同じ週3回。このため気温の変化の激しい時には、お客さまが求める商



2004年2月末時点で、常温商品一括配送センターは全国17カ所で稼働。2005年上半年期までに全国で展開する予定です

品が品切れになってしまうこともあり、オーナーさまから「夏の間だけでも、納品を週6回にしてもらえないか」という要望も出たほどでした。

変革、そして改善を望む本部に対して 店舗の反応は……?

そうしたなか、1998年に酒類の規制緩和が決定。これにより全店舗がお酒を取り扱うようになることが予想され、酒類配送センターを増設する必要が出てきました。そこでこれを機に、まず酒類と加工食品の両センターを併設する案が、さらに同じ温度帯である雑貨や菓子も一括して配送するという構想が持ち上がってきたのです。2000年11月、常温商品一括配送



昭島センターでは4カテゴリ・3,600アイテムを取り扱っています

への取り組みが開始された瞬間でした。導入にあたっては、店舗からもさまざまなご意見をいただきました。「納品時間の変更になると、作業割当を見直さなければならぬ」「一度にいろいろな商品が納品されたら、商品がバックルームに入らなくなるのではないか」。確かに最初は不慣れによる混乱

が起きるでしょう。しかしお客さまニーズに応えることができ、また店舗作業を平準化できるこの新システムは、必ずや加盟店の作業の軽減と、物流の効率化につながると考えていたのです。

重くて小さいものと軽くて大きいもの うまくあわせたらどうなる?

常温商品一括配送のポイントは、積載効率の向上にあります。これまでソフトドリンクなどは重量があるものの容積は小さいため、例え配送車庫内にスペースがあっても重量オーバーになりやすく、反対に菓子は重量は軽いものの容積が大きいので、すぐに庫内がいっぱいになってしまうという問題に悩まされていました。これらの性格の異なる商品を組み合わせることで、積載効率が飛躍的に向上したのです。もちろんこれと同時に、配送車両台数も減らすことができました。

また、納品は量の多いソフトドリンクとビールを週7回、毎日納品としました。この結果「余分な在庫を持たなくていいから、作業が楽になったよ」「天候に左右されるドリンク類が毎日納品になったから、発注の予測が立てやすくなった」「曜日による納品量のバラつきが少なくなり、作業がしやすくなった」という声も聞こえてくるようになりました。

今後も単なる配送の合理化・効率化のみでなく、お客さまニーズや店舗での作業効率をも含めた、新しい物流のかたちを追求していきます。



ソフトドリンク、ビール、酒、加工食品、菓子、雑貨を組み合わせることで、重量や容積の問題が改善され、庫内に隙間なく商品を積み込むことができます



常温一括昭島センター長 初井二郎さん

システム導入とともに、私たちが効率化を進めたいと考えています

システムが導入された当初は、私たちが混乱しました。これまではひとつのカテゴリだけを扱っていたわけですから、商品を取り間違えて、ご迷惑をおかけしてしまうこともありました。「4カテゴリを扱うから人員や作業も4倍」にするのではなく、できる限り作業効率を高めていきたいと考えています。

効率的な物流のための取り組み

価値ある商品をお客さまにお届けしたい。この思いを実現するために、セブン-イレブンではさまざまな取り組みを実施し、より効率的に、そして環境に配慮した物流を行っています。地域のなかにあるセブン-イレブンだからこそ、配達時にも地域の環境に配慮する。この考えのもとに、日々、物流の効率化のためのシステムに改良を加えています。

2003年度 目標	運行管理システムによる 燃費改善効果の向上 天然ガス自動車の導入推進 など	2003年度 実績	燃費が5.90km/ と前年度比 101.4%に改善 天然ガス自動車を累計で153台導入	2004年度 目標	常温商品一括配送の全国展開完了予定 物流における環境負荷データの 収集精度の向上 など
---------------------	---	---------------------	--	---------------------	---

全体最適という考えのもとに、合理的・効率的な物流を目指しています

物流の管理体制

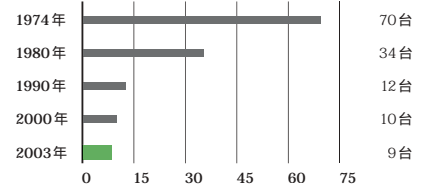
商品を最適な状態で店舗まで配送するために、お取引先の工場から店舗までをトータルに管理する「全体最適」の物流に取り組んでいます。

メーカーから共同配送センターまでの物流については、路線便業者を一本化することにより管理を集中。また共同配送センターから店舗間については、センターと配送車両を全て専用化しました。これにより、メーカーから店舗までをトータルに管理しています。

さらに共同配送センターや専用配送車両の運営・運行を行っていただいている運営会社の方とは、「センター運営会議」や「配送車両管理者研修」を開催。また物流管理本部の担当者がセンターを定

期的に訪問することにより、セブン-イレブンの考えを理解していただいています。

1店舗1日あたりの配送車両台数の推移



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

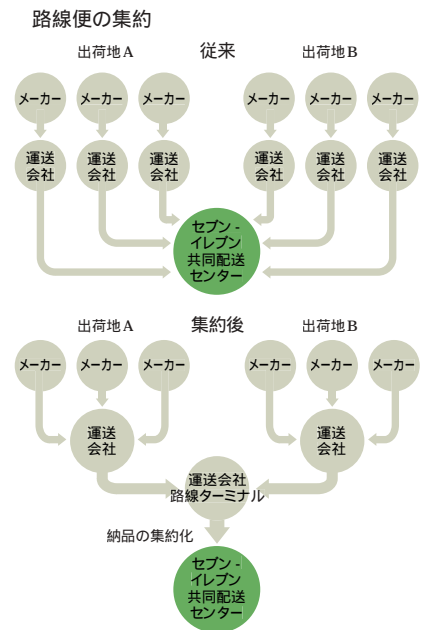
環境負荷低減につながる共同配送システム

複数のお取引先の商品を温度帯ごとに共同配送センター¹に集め、一括して専用配送車両²で店舗に納品するセブン-イレブンの共同配送システム。これにより効率的な配送ルートの設定や、計画的な配送が可能となり、合理的で効率的な配送が実現しました。これは燃料消費量の削減や店舗周辺での騒音抑制などにもつながると考えています。

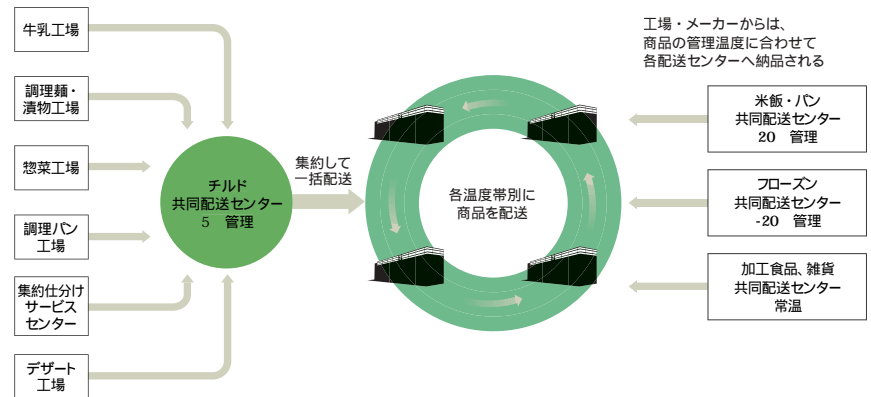
メーカーと共同配送センター間も路線便を集約化・一本化しました

チーム・ロジスティクスの構築

商品を最適な状態で運ぶためには、メーカーと共同配送センター間の物流においても、合理化・効率化に取り組みなければなりません。そこで共同配送センターへの納品に使用されているメーカーの専用便と路線便のうち、後者について、集約化と一本化を行いました。この取り組みは、メーカーと路線便業者の方に協力をいただき、商品づくりにおける「チーム・マーチャンダイジング」と同様に、チームを組んで物流の効率化を図る「チーム・ロジスティクス」と呼べる取り組みです。



セブン-イレブンの共同配送システム



¹ 共同配送センター
共同配送センターは、温度帯別に4つのセンターに分けられています。各共同配送センターは全国の各地域に配置され、ここから店舗に商品が配送されています。

商品カテゴリと管理温度	センター数
チルド(5)	66
米飯・パン(20)	68
フロースン(-20)	47
常温(常温)	112
合計	293

² 専用配送車両
商品特性に合わせて、4つの異なる温度帯の配送車両が導入されています。また配送効率を高めるために、地区によってはチルド5と米飯・パン20管理ができる2室式車両も導入しています。

商品カテゴリと管理温度	車両数(台)
チルド(5)	2,090
米飯・パン(20)	391
フロースン(-20)	1,318
常温(常温)	3,799
合計	

空ぶかし、アイドリングを防ぐために車載端末による客観的データを活用

車載端末を利用した運行管理

運転者別の運行状況を管理・把握するために、2001年から全専用配送車両に車載端末を搭載しています。この端末から出されるデータにより、運転者自身では意識していない急発進やスピード超過などの運行状況が明確になり、それを本人が認識することで運転が改善されています。その結果、配送車両の燃費は導入前との比較で、2002年度が103.9%、2003年度はさらに101.4%の改善となっています。

またこのシステムには、温度センサーやドアセンサーも搭載しており、配送商品の温度管理にも利用しています。

「安全運転日報」の活用

車載端末のデータは「安全運転日報」として出力され、配送距離や最高速度、さらに急加速やアイドリングなどの運行状況が記載されます。共同配送センターではこのデータをもとに、個人差が大きいとされる運転についての個別指導や、配送距離・道路状況を考慮した最適なコースの設定を行っています。

車載端末を利用した運行管理システム



車載端末による燃費改善効果

	03年2月	04年2月	前年比
燃費 'km/ ;	5.82	5.90	101.4%

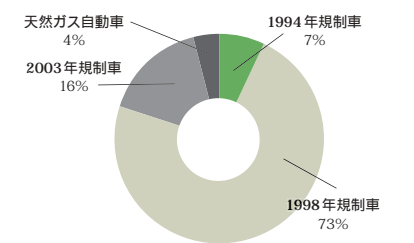
自主管理基準と環境配慮型車両の導入

専用配送車両の管理体制と環境負荷削減

専用配送車両は「配送車両リース契約」として運送会社に推奨しています。これにより、全ての運送会社で最新排気ガス規制に適合した車両の導入が可能となりました。

また配送を委託している運営会社とともに「使用年数6年以内、使用距離50万km以内、事前予防整備点検の毎月実施」という自主管理基準を設け、全専用配送車両の管理を徹底させています。

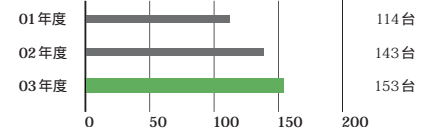
専用配送車両の排出ガス規制への対応状況



天然ガス自動車の導入拡大

専用配送車両に、窒素酸化物 NOx、一酸化炭素 CO、炭化水素 HC の排出が少なく、硫酸酸化物 SOx を全く排出しない天然ガス自動車を導入しています。しかし天然ガス自動車は、天然ガススタンドが少ないなどの問題があるため、導入可能な地区で対応を推進しています。

天然ガス自動車の導入台数

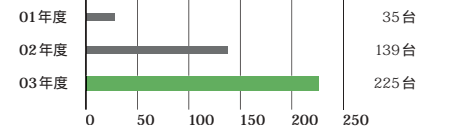


フロースン車両のアイドリングストップ

1997年より、専用配送車両のアイドリングストップを徹底してきましたが、従来のフロースン車両は冷凍機を動作させる必要から、アイドリングストップが行えませ

んでした。そこで2000年からアイドリングストップ可能なフロースン車両をテスト導入し、納品時にエンジンを停止しても商品の品質に影響がないことや燃料消費量の低減効果が確認できたため、2001年より本格的に導入しています。

アイドリングストップ可能なフロースン車両の導入台数



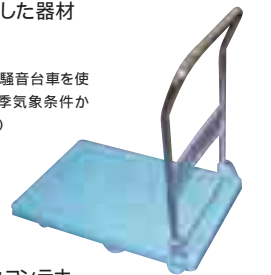
騒音の少ない台車の導入など配送器材も環境対策を推進しています

台車・コンテナ・番重の規格変更

納品時に台車から生じる騒音対策として、1999年に低騒音台車を導入。また番重や折りたたみコンテナは、規格を統一することで積載効率を改善するとともに、リサイクルシステムを構築しています。

環境に配慮した器材

低騒音台車
配送センターで低騒音台車を使用しています(冬季気象条件から、北海道は除外)



統一折りたたみコンテナ
加工食品や酒類などを運ぶコンテナ。1999年より統一規格に変更し、リサイクルも行っていきます



統一番重
番重とは、お弁当や惣菜を運ぶプラスチック製の配送用コンテナ。1993年より統一規格に変更し、リサイクルも行っていきます



物流に関するその他の取り組み
配送員ユニフォームのリサイクルを進めています

HP 03年度報告書 PDF 28P

店舗建築設備 について

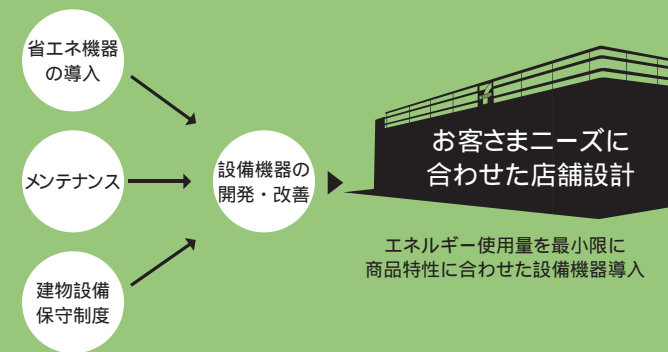
セブン・イレブンが考えていること

日々変化するお客様のニーズに対応した
商品・サービスの展開に合わせて、
その舞台となる店舗づくりにもさまざまな工夫をこらし、
省エネ型の設備機器などの導入とともに
お客様に配慮した店舗づくりを心がけています。



セブン・イレブンが描く 「店舗建築設備」のこれから

必要最小限のエネルギーでお客様に満足していただける商品やサービスを提供し、さらにお客様が生活の一部として自然に足を運べる店舗づくりを目指しています。それはお客様の生活シーンに合わせたお店づくり。例えば朝には一日の活力を与えられるお店、昼にはお客様の欲求にタイムリーに応えられるお店、そして夜には疲れを癒せるようなお店でありたい。便利なお店であるとともに、お客様にセブン・イレブンの商品やサービスを喜んでいただけるような舞台となるために、光・音・雰囲気などにもこだわって、店舗づくりを行っていきたくと考えています。



商品・サービスを最良の状態を提供するために

売り場での主役は、商品・サービス。これらを最良の状態でお客さまに提供するための“器”をつくるのが、店舗建築における目的です。

今でこそ、店舗にはさまざまな設備機器が設置されていますが、セブン・イレブンが日本で初めて本格的にコンビニエンスストアを展開し始めた当初は、セブン・イレブンに合った設備機器はどこにも存在していませんでした。そのためセブン・イレブンでは、創業以来、メーカーと共同でさまざまな設備機器を開発してきました。現在、店舗内にあるほとんどの設備機器は、こうしてセブン・イレブンとメーカーが生み出したものなのです。

買いやすさ、使いやすさ、そして省エネを目指して

これらのセブン・イレブン仕様の設備機器の開発では、お客様の買いやすさ、従業員の使いやすさが最優先の課題です。冷たい飲み物を切らすことなく提供するためのソフトドリンク陳列ケース、最良の状態におにぎりやお弁当を陳列できる恒温弁当ケース、さらに商品が探しやすく、手に取りやすい大型アイスクリームケースなど。常にお客様のニーズの変化に対応することが求められるコンビニエンスストアでは、日々新しい商品やサービスが提供されています。これらに合わせて、お客様が見やすく、買いやすい売り場となるよう、陳列ケースや店舗設計の開発・改善に取り組んでいます。

また、設備機器における省エネ対策も、店舗の電気代を加盟店と本部の双方で負担しているセブン・イレブンにとっては大きな課題のひとつ。この問題に真剣に向き合い、個々の店舗を地球環境・地域社会に配慮した“器”とすることで、全てのお客様に支持される店舗となることを目指しています。

設備導入後も、日々のメンテナンスを行う姿勢

このように、いくら最良の“器”としての店舗をつくったとしても、日々のメンテナンスを怠ってしまうと、お客様に不快な思いをさせてしまったり、電気使用量が増えてしまったりする可能性があります。

そこで店舗では、フィルターの掃除や温度チェックなどを徹底しています。また本部では、「建物設備保守制度」を構築し、推奨。加盟店には制度に加入していただき、年4回、店舗建物や設備機器の点検を行うことで、大きな故障を予防し、資源を無駄使いしないようつとめています。建物や設備機器を最適な状態に保つことが、営業時の環境負荷の抑制につながるのです。

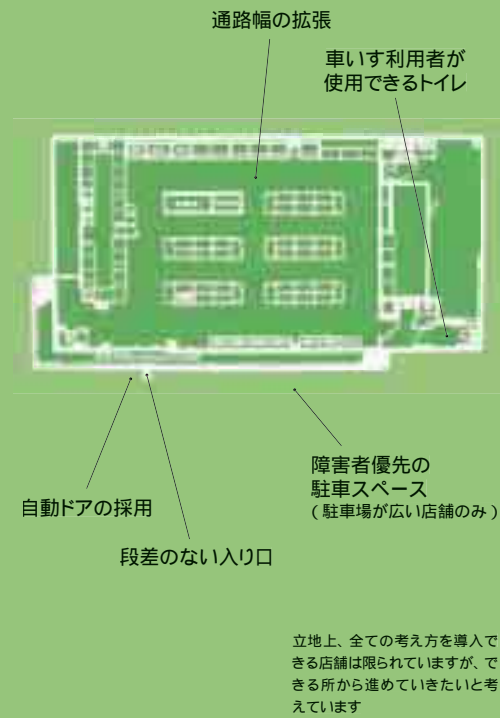
お客様が求めるものは、時代とともに変化しています。お客様の立場に立って、来店しやすい店舗をつくるために、適切な明るさや心地よい消費空間を提供したり、視認性をより良く、段差を少なくするなどの努力をしています。店舗を取り巻くあらゆる環境に配慮することで、お客様に「セブン・イレブンは品揃えがわかりやすく、選びやすい」と感じていただけること。これこそが、私たちの目指す店舗づくりです。



Close-Up 全ての方が利用しやすい 店舗建築

一見して、どれも同じように見えるセブン-イレブンの店舗。しかし実際には、全国1万店のセブン-イレブン一店一店が、立地や周辺の環境に合わせて安全で快適な店舗となるよう、それぞれの店舗に合わせた取り組みを進めています。

取り組みのポイント



あっ、 このセブン-イレブン どこか 変わったね

一人よりも二人、二人よりも三人。
少しでも多くのお客さまに
ご支持いただけるように……

セブン-イレブンの店舗建築は、店舗で提供される商品やサービスを最大限に活かすことを目的に行われています。

「開いて良かった」。創業当時のCMで表現されているように、以前は店舗が深夜まで営業していることや、豊富な品揃えをしていることが、お客さまのニーズに応えることでした。そのため、店舗もそのニーズに合わせた方法で設計・建築を行っていました。

しかし、時代の変化にともない、電気料金の収納代行やATMによる金融サービス、宅配便の受付など、さまざまなサービスが生まれ育ち、コンビニエンスストアが人々の生活に欠かせない、地域の拠点として認識され始めたなかで、私たちははっとしました。「自分たちは、本当に地域の拠点として利用されるにふさわしい、店舗づくりを行ってきたのか。商品やサービスのみを気に

取られて、店舗の使いやすさ、利用しやすさに配慮していなかったのではないかと。事実、以前に比べて、比較的年齢の高いお客さまにも利用していただけるようになってきたなか



より良い店舗づくりのために、本部担当者は建設業者の方と何度も細かな打ち合わせを重ねます



で、「全てのお客さまにとって、心地よい店舗」という視点は抜け落ちていました。

そこで私たちは、これまでよりも視野を広げて店舗づくりを見直すこと、高齢者の方など、多くの方が利用しやすい店舗をつくることへの挑戦を始めたのです。

買い物は気持ちよく、 気がねなくできれば！

さまざまな議論の結果、店舗への入りやすさ、商品の見やすさ、そして快適さを追求するための3つの施策が決定しました。

一つ目は、体の不自由な方や子どもを抱いた方などが店舗に入りやすくするための、自動ドアの導入。これまで、店舗ではこのような方が来店された時はドアを開けてさしあげたり、商品探しをお手伝いしたりとつとめてきましたが、自動ドアを導入していくことで、お客さまがより店舗に入りやすい環境をつくることができると考えます。

二つ目は通路幅の拡張。これまでの通路幅は1mが基準。しかしこれでは、車いすを使用されているお客さまにはとて

も不便なことがわかりました。また、1mという通路幅では、下方の商品が見づらく、商品を取りにくいという問題もありました。そこで、通路幅を1.2mに



大阪府「福祉のまちづくり条例」を受け、点字タイルを設置した店舗

拡げ、より多くのお客さまが気持ちよく買い物が

できる売り場を実現することが可能となります。三つ目はトイレです。駅などに設置してある広いバリアフリートイレとまではいきませんが、スペースを拡げ、手すりを設置することで、車いすのお客さまにも利用していただくことができるようにしていきます。



体の不自由な方にも無理なくご利用いただける小便器を設置しています

一歩でも半歩でも……。 私たちは前進していきます

今後、新しく開店する店舗や既存店舗を改装する際には、これらの施策を導入したものが中心となっていきます。しかし、このような店舗をつくりあげるには、十分な敷地を確保することが前提です。既存の売り場面積の店舗を新たな基準の店舗に改装する場合には、売り場面積でさらに20%にもおよぶスペースが必要となってくるのです。そのため、近年都市部で展開しているマンション下やホテル内の店舗、もともと敷地の狭い店舗では、その立地上、必ずしも導入できないこともあります。

それでも、ひとりでも多くのお客さまがご来店しやすい店舗を目指して、加盟店オーナーさまのご理解を得ながら取り組みを進めていきたいと考えています。



改装して良かったと心から感じています

建築業者や本部の方と、何度も打ち合わせながら改装を行いました。通路幅の拡張やトイレの改装などで、お客さまに気持ちよくご利用いただけるお店になったと思います。改装への投資は小さくありませんが、これまでよりもっと幅広いお客さまにご来店いただければと思っています。

君津根本店オーナー
榎本幸江さん

店舗建築設備に関する取り組み

セブン・イレブン各店舗の設備機器は、老朽化や故障によって無駄な電力が消費されないよう、建物設備保守制度のもとに、日々点検・整備を行っています。また建物についても、解体時のことを考えたリユース型店舗の導入をはじめ、可能な限り、資源を有効活用するための取り組みを行っています。

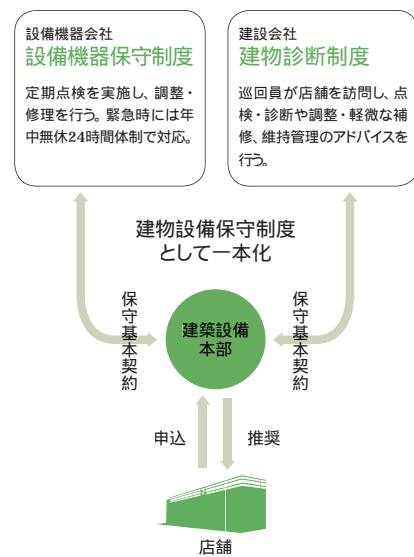
2003年度 目標	各種省エネ機器の検討とテストの実施 冷凍機にフロン以外の自然冷媒を検討 蛍光灯リサイクル参加店舗拡大 など	2003年度 実績	灯油式発電機を導入し、テストを実施中 自然冷媒を使用した冷凍機のテスト実施 参加店舗数5,586店(前年比119.9%)	2004年度 目標	各種省エネ機器の検討とテストの継続 フロン以外の自然冷媒のテスト継続 蛍光灯リサイクル参加店舗拡大 など
---------------------	---	---------------------	--	---------------------	--

常に最適な状態で店舗を維持し
環境負荷の発生を抑制しています

建物設備保守制度

省エネタイプの設備機器を導入しても、良好な状態で使用しなければ節電効果は期待できません。また建物自体の管理状態も、設備機器の稼動状況に大きく影響を及ぼします。そこでセブン・イレブンでは、店舗建物の点検・診断を行う「建物診断制度」と、設備機器のメンテナンスを行う「設備機器保守制度」を一体化した「建物設備保守制度」を構築し、店舗に推奨。店舗をトータルに管理するこの制度の導入により、建物や設備機器への定期的な点検やメンテナンスを行っています。

「建物設備保守制度」による保守管理



お客さまニーズに対応しながら
省エネに取り組んでいます

設備機器の省エネへの取り組み

新規に導入する設備機器に関しては、省エネ機器を選定しています。また新規建築店舗や改装店舗には、インバータ式などの省エネ機器を導入。さらに店舗自体も断熱効果の高い断熱パネル工法を推進するなど、省エネ推進につとめています。しかし、ホットorコールドケース、ATMの導入など、電気を使用する新たな設備機器の増加により、2003年度1店舗平均の電気使用量は増加しています。

インバータ式を導入したソフトドリンク陳列ケース



店舗における省エネへの取り組み

店舗では温度管理が必要な設備機器について、1日2回、定期的に温度チェックを実施しています。また、フィルター清掃なども定期的に行うことで、適切な管理を実施し、整備不良によるエネルギーロスなどを抑制しています。

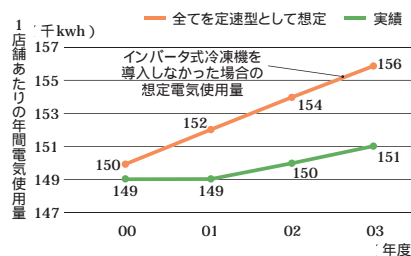


店舗における温度チェックの様子

省エネ対策がなされている機器の例

ソフトドリンク陳列ケース	インバータ式スクロール型の冷凍機を導入
米飯・チルドオープンケース	照明器具に、インバータ式安定器を使用、インバータ式スクロール型の冷凍機を導入
照明器具	連続調光装置を設置し、蛍光灯に省エネタイプのHf型を使用
空調設備	インバータ式の冷凍機を導入
電灯・空調用節電装置	電灯・動力各々に働く省エネ機能をひとつに統合した装置
外壁・屋根材	断熱パネルを導入

インバータ式冷凍機導入による省エネ効果



フロンにかわる自然冷媒の導入テストを行っています

ノンフロン型店舗への取り組み

店舗では冷凍冷蔵設備や空調の冷媒としてフロンを使用しています¹。特定フロンはオゾン層保護法²により製造が禁止され、代替フロンが使われるのが一般的ですが、この代替フロンは地球温暖化係数が大きな物質です。このためセブン・イレブンでは、自然冷媒を使用することで根本から環境負荷を排除することを目指し、その取り組みを始めています。現在はアンモニアと炭化水素からなる自然冷媒を利用した、冷凍冷蔵設備設置

1 店舗使用フロン
1店舗あたり平均46.1kgのフロンを使用しています。フロン使用設備は、全て1台ずつ帳簿管理を行い、さらに年4回の定期点検を実施して、ガス漏れ防止につとめています。

2 オゾン層保護法
1988年にオゾン層を保護するために制定された法律。特定物質の製造規制、排出規制などが定められています。セブン・イレブンではこの法律に基づき、フロン使用設備・車両を1台ずつ管理しています。またお取引先と処理システムを構築し、不要となったフロンは回収し、再利用や破壊などの適切な処理を実施しています。

のテストを実施。懸念される騒音や冷媒漏れに対する検証を行い、問題をクリアにして導入していく方針です。

1店舗あたりのフロン使用量

フロン	使用量	主な使用機器
R-22 (HCFC)	44.1kg	ウォークインケース チルドケースなど
R-509 (HCFCとFCの混合媒体)	2.0kg	アイスクリームケース

HCFC：ハイドロクロロフルオロカーボン FC：フルオロカーボン

本部が回収した設備機器はリユース・リサイクルに取り組んでいます

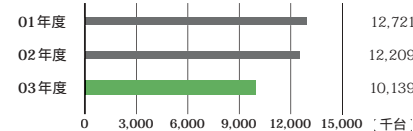
貸与設備のリユース・リサイクル

セブン・イレブンでは、加盟店に設備機器(ソフトドリンクケースなどの商品陳列棚、電子レンジなどの販売設備、コンピュータなどの情報機器)を貸与しています。これらの設備で、店舗から引き上げた機器については、可能な限りリユース・リサイクルを行っています。例えば、2002年度には、ホットorコールドケースを導入したため、不要となった缶ウォーマーの部材をベットの缶ウォーマーに再利用したり、またソフトドリンクケースなどの大型の設備機器についても、使用可能な場合は新品同様にメンテナンスを施して再使用しています。2003年度は、10,139台の設備機器を再利用することで資源を有効利用するとともに、22億9千万円相当の経費削減につながりました。



貸与設備は新品同様にメンテナンスを行っています

貸与設備のリユース・リサイクル台数



「リユース型店舗」の導入で
店舗解体時にも資源を無駄にしません
リユース型店舗に向けた取り組み

店舗は立地条件の変化などにより、閉店することもあります。この店舗解体にともなう建設廃棄物の削減や資源の有効利用などは、環境問題として取り組むべき大きな課題です。セブン・イレブンは解体時のことを考えて、骨組みの鉄骨をリユースできるようにしたり、リサイクル可能な資材を使用するなど「リユース型店舗」の建設に取り組んでいます。

リユース型店舗への取り組み

リユース型店舗の工法	
DJ・HDJ工法	骨組みの鉄骨が解体でき、リユースが可能
サッシの工法	従来は店舗につくりつけていたが、ボルト止めだけで取り外しができる工法に変更
断熱パネル工法	壁材や屋根材に使用している断熱パネルは、取り外し、リサイクルが可能



一般工法
×作業者の技量や影響を受けやすい
×断熱効果が不安定
×いろいろな資材が必要で作業工程が多い



断熱パネル工法
作業者の技量の影響を受けにくい
断熱効果が安定
資材の配送や建設作業が効率的
解体時も資材のリサイクルが可能

建築資材や設備機器も
共同配送・簡易梱包につとめています

店舗建設時における環境配慮

店舗建築の際には、内装材や小型設備機器(電子レンジなど)を共同配送することで、配

送車両の削減に取り組んでいます 内装材で328店、小型設備機器は全店舗で実施。また、断熱パネルを簡易包装で配送しています。



一般梱包の断熱パネル
×梱包材使用量：合計約680㎡
(標準店舗1店舗あたり)



簡易梱包の断熱パネル
梱包材使用量：合計約115㎡
(標準店舗1店舗あたり)
断熱パネルがセブン・イレブン仕様で、工場から店舗までの配送ルートが明確、管理が可能ことから実現

店舗建築設備に関するその他の取り組み
蛍光灯を回収し、リサイクルしています

- HP 03年度報告書PDF 32P
店舗ではトイレや清掃時の節水に取り組んでいます
- HP 03年度報告書PDF 31P
店舗の床に非塩ビタイルを導入しています
- HP 03年度報告書PDF 34P

浄化槽に関する問題の発生と対応

2004年1月5日付けのNHKニュースで「コンビニ浄化槽から汚濁物質」として、下水道が普及していない地域(報道では福岡県内)で、排水浄化のために設置している合併浄化槽の3割のBOD値が高く不適正な状態にある、との報道がなされました。浄化槽の設置基準は各都道府県により異なるため、店舗建築の確認申請時に各行政と打ち合わせをし、店舗の人数を決定しています。また行政指導のある地区については、30人槽を設置するなどの対策をとり、さらに現在は、一部地区で浄化槽の機能アップを目的としたテストを行っています。浄化槽は設置するだけでなく、維持点検が肝心です。各行政の指導に従って対応を進めるとともに、加盟店オーナーさまには浄化槽清掃業者を紹介するなど、環境負荷を高められないような店舗運営を目指しています。

廃棄物・リサイクル について

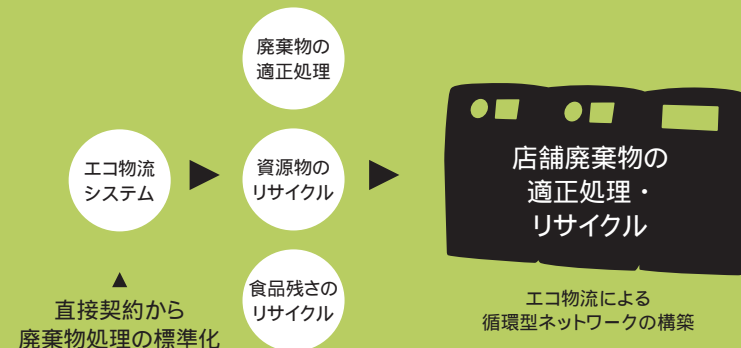
セブン-イレブンが考えていること

店舗の店頭ごみ箱のごみ、売れ残ってしまったお弁当など、セブン-イレブンの店舗からはさまざまな種類のごみが出ます。処分・再資源化まで責任を持ち、「資源」をもっと活用していくために、私たちは、循環型ネットワークをつくり、廃棄物の処理とリサイクルに取り組んでいます。



セブン-イレブンが描く 「廃棄物・リサイクル」のこれから

セブン-イレブンでは、リサイクル推進の次のステージに挑戦しています。それは「循環型ネットワークの構築」です。店舗から出る販売期限切れ商品、専用工場から出る食品残さ。これらを生ごみとして焼却せず、資源として活用したい。その思いは今年、現実のものとなりました。リサイクルされた飼料や堆肥は農家・農場へわたり、元気な野菜や豚が育ちつつあります。これらがセブン-イレブンの商品として店舗に並び、私たちは国産原材料の利用拡大につながる、循環型ネットワークづくりを進めていきます。



個々の店舗に委ねられていた廃棄物処理

店舗から出る廃棄物には、販売期限切れ商品や納品にもなうダンボール、店頭ごみ箱に捨てられるごみなどがあります。1990年代前半まで、これらは加盟店が個々に地域の廃棄物処理業者と契約を結んで処理していました。個店ごとの契約であったため、料金や収集回数などの点で、その契約内容は実にまちまち。さらに、ごみが適正に処理されているか、リサイクルされているかを確認することは困難でした。そこでセブン-イレブンでは、店舗ごとに行われていた廃棄物処理について標準化を図り、「適正に処理を行う」「リサイクルの取り組みを進める」ことができる仕組みづくりを行うべきだと決断しました。エコ物流システムはここから始まったのです。

社会の要請に応えるエコ物流構想

セブン-イレブンが考えたエコ物流とは、地域ごとに推奨した廃棄物処理業者が、その地域の店舗の廃棄物を一括して収集し、適正処理とリサイクルを効率的に実現させていく、ごみ処理のネットワークです。各店舗の廃棄物処理方法を標準化することで、社会から強く要請されているごみの適正処理とリサイクルを可能にする。お客さまのニーズに応えることと切り離して考えることのできない廃棄物問題について、積極的に取り組みを進めていくことが、セブン-イレブンの社会への責務だと判断したのです。

エコ物流の導入から循環型ネットワークへ

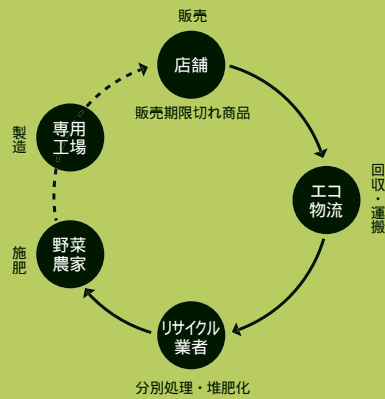
しかし、その導入には大きな問題が立ちはだかっていました。廃棄物処理法で「ごみの収集および処理は、事業者ごとに契約しなければならない」という、直接契約の原則が決められていたのです。これは、廃棄物処理で問題が発生しないように、排出者責任を明確にするために定められた条項でした。この壁を越えるためには、想像以上の労力を必要としました。さまざまな試行錯誤を繰り返し、十分な時間をかけて、行政との話し合いを行いました。そこには「高まるごみ問題に対して、社会的責任をきちんと果たさなければ……」という強い思い、そして「法を遵守したうえで、効率的なシステムを構築する」という信念がありました。このような経緯を経た1994年、行政のご理解・ご協力を得てエコ物流は誕生したのです。現在、立ち上げから10年。システムは徐々に実施地区を拡げ、ごみの適正処理と減量化を進めています。また2003年3月、東京23区において、エコ物流の仕組みを発展させたかたちで、販売期限切れ商品のリサイクルを開始しました。循環型ネットワークへの新たな一歩です。これはセブン-イレブンだけの力で実現したものではありません。店舗や廃棄物処理業者、リサイクル業者、生産農家、そして本部が一体となつてつくりあげた循環型ネットワーク。これこそが、セブン-イレブンの掲げる共同事業の一環でもあるのです。



Close-Up 食の循環を目指した リサイクルシステム

セブン-イレブンの店舗は
一店一店が独立した事業者ですが、
フランチャイズというシステムでつながっています。
その点を活かし、加盟店、本部が一丸となって、
食の循環という大きな“輪”をつくるための
ネットワークづくりに取り組んでいます。

店舗からの循環型ネットワーク



店舗から1日に出る約16kgの販売期限切れ
商品は、排出事業者である店舗、エコ物流
などの廃棄物処理業者、廃棄物を加工処理
する再生登録事業者、そして飼料や堆肥を
使う利用事業者(畜産農家)のネットワーク
によってリサイクルされています

分別から堆肥化までを行う処理場。良質の
堆肥をつくるため商品種類ごとの分別を行っ
てから、中身と容器を分ける自動分別機へ、
季節ごとの商品に応じて原料の混入率を変え
るなど、堆肥化のための研究も行っています

「もったいない」「なんとかしたい」
そんな気持ちが食品リサイクルへとつながった

2001年に施行された食品リサイクル法のなかで、“食品関連
事業者は2006年までに食品廃棄物の20%を発生抑制・再生
利用または減量すること”が義務づけられました。セブン-イレ
ブンでは、お弁当などのデイリー商品を生産する専用工場と
店舗から、それぞれ食品廃棄物が出ており、その解決の糸口
を探っていました。まさにその最中での法施行だったのです。
これは食品リサイクルの着手にあたって、大きな後押しとな
りました。食品リサイクルは、排出事業者だけの努力では成
り立ちません。ごみを出す人、リサイクルをする人、処理後の
商品を使ってくれる人が手をつながなければ、リサイクルはう
まくはいかないのです。

“ごみ” じゃない! 販売期限切れ商品が よみがえった

私たちの手で、ごみが資源に変わる!
しかし、コストは倍。果たして加盟店は.....

さまざまな試行錯誤の末、セブン-イレブンでは2003年3月
から東京23区内で、エコ物流のネットワークを使った販売期
限切れ商品のリサイクル「堆肥化」を始めました。
このシステムは、容器包装と中身の分別は施設で行い、週6
日冷蔵車で、ごみ袋ではなく専用ボックスで回収する、という
3点に特徴があります。この方法はこれまでとは大きく異なり、
かつコストは約2倍かかるため、店舗にご賛同いただけない
ことも考えられました。しかし「こ
のまま販売期限切れ商品をごみ
にすることはできない」との思い
から、実施にふみきったのです。
事実、「コストが高い」「専用ボッ
クスは店舗が狭くて置けない
など、準備期間にもいろいろな声



リサイクルを進めるために、これまでの
常温での回収から冷蔵車での回収に移
行しました

があがりましたが、一方では「こういう仕組みを待っていた、
などの応援の声も多くいただきました。「販売期限切れ商品=
ごみ」ではなく、「資源(堆肥)」という具体例が見えたことで、多
くの店舗にご賛同をいただくことができたのです。

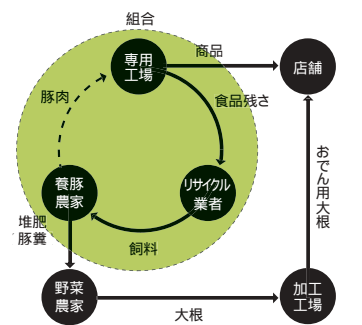
いざスタートしてみると、計画していた通りに発酵しないなど、
堆肥は簡単にはできあがらず、業者の方も大変苦労しました。
しかし、つくるからにはより質の良い堆肥をつくらうと、日々研
究を進めたのです。

現在、システムの導入から約1年が経過し、春まき用の堆肥
として農家での使用が始まりました。今後は堆肥のさらなる
品質向上や、販売期限切れ商品のなかのパンや牛乳など、
飼料原料としての活用が望まれる商品の研究にも取り組み始
めています。そして将来は、この仕組みでできあがった原材
料が、店舗で販売する商品として循環することを目標に、取
り組みを続けていきます。

工場からも新たな食の循環が。 九州でのリサイクルが始まる

また、NDF加盟の専用工場でも、循環型リサイクルを目指
した挑戦を始めています。工場は、食品残さを腐敗しにくい
冷蔵で保管しています。この点が畜産農家から評価され、堆
肥よりも付加価値があり、輸入依存度の高い飼料への利用を
目指す取り組みが始まりました。立場の異なる専用工場、廃
棄物処理業者・養豚農家が共同して組合「九州食品工場リサイ
クル事業協同組合」を設立し、
リサイクルのための施設
をつくり、持続ある運用
を目指しています。
工場からの食品残さは
豚の飼料へ。さらにその
豚糞の堆肥は、セブン-
イレブンのおでん用大
根畑へと、循環型ネッ
トワークづくりを推進して
います。

九州の専用工場の循環型ネットワーク



NDF加盟工場と回収および処理業者、畜産家で「九州
食品工場リサイクル事業協同組合」を設立し、リサイ
クルを進めています

地元でも期待が大きい事業ですよ



株)アグリガイシステム
代表取締役
谷古宇浩さん

常に、地元農家に評価される堆肥づくりを目指
しています。目標とするところまではまだまだ
到達できていませんが、地元八街市では口コミ
で、わざわざ堆肥を取りに来てくださる方も出
てきました。「この堆肥はセブン-イレブンの商
品が原料ですよ」と説明すると、皆さん感心さ
れます。地元農家やセブン-イレブン店舗のご
期待に沿えるよう、これからも質の良い堆肥づ
くりを行っています。



廃棄物・リサイクルにおける取り組み

セブン・イレブンでは、個々の店舗の廃棄物を一括処理する「エコ物流」によって、ごみの適正処理・再資源化を実現させています。一店一店では取り組みが難しい循環型ネットワークも「エコ物流」を軸としてスタート。

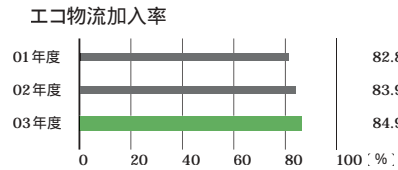
個々の店舗での廃棄物の適正処理にとどまらない、循環型社会へ向けた取り組みをセブン・イレブン全体で行っています。

2003年度 目標	エコ物流推奨地区の拡大 店舗での「ごみ分別マニュアル」の活用 など	2003年度 実績	新たに53市町村でエコ物流を推奨 「ごみ分別マニュアル」を「市町村別分別表」とともに各店舗に配布	2004年度 目標	北海道や新規出店地区における、 エコ物流推奨地区の拡大 店舗および専用工場での食品リサイクルの拡大
---------------------	---	---------------------	---	---------------------	---

廃棄物の適正処理を推進する エコ物流システムを構築しています

エコ物流の体制と展開状況

エコ物流では、各地区の廃棄物処理業者の推奨、廃棄物の適正処理の確認、リサイクルシステムの検討・構築を行っています。これら廃棄物に関わる業務を取りまとめているリテールシステムサービス(株)が、廃棄物処理業者を組織化し、全国のセブン・イレブン店舗に効率的な廃棄物の回収と処理の仕組みを推奨。2004年2月末時点で、エコ物流実施可能地区に所在する店舗の84.9%にあたる6,930店舗が加入しています。さらに2003年度は愛知県を中心に、全国53市町村で新たにエコ物流を開始しました。



店舗種別	加入店舗数	除外店舗数	加入率	
総店舗数	10,303店	6,930店	2,143店	84.9%

除外店舗：エコ物流未展開地域の店舗

「市町村別分別表」を作成し
地域に合わせた処理を行っています

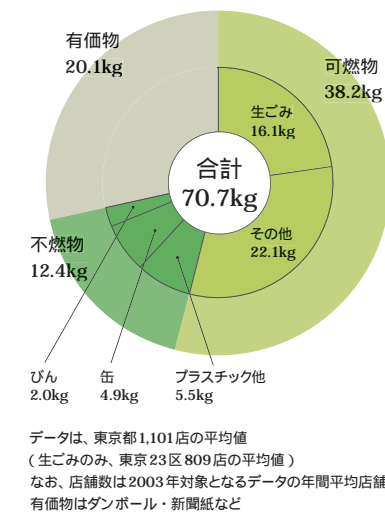
店舗における廃棄物の取り組み

店舗から排出される販売期限切れ商品や店頭ごみ箱などのごみについては、廃棄物処理法¹によって各店舗のオーナーさまに排出者責任があります。そのため店舗では、各市町村の指導に従ってごみを分別排出し、その処理をエコ物

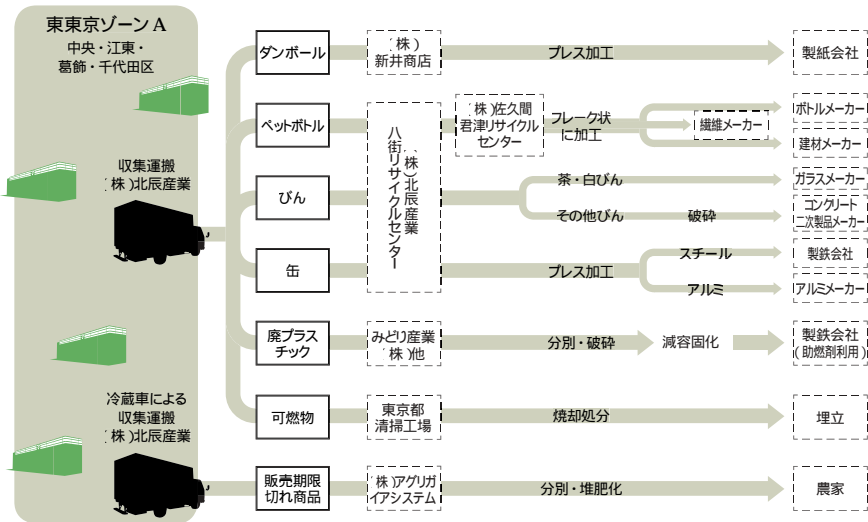
流の廃棄物処理業者などに依頼し、指導に基づく処理を行っています。またエコ物流では地区ごとに設けられた分別基準を明確化し、店舗と廃棄物処理業者とで適正処理を協調して行っています。さらに、店舗の従業員さんまでが分別意識を持てるようにするため「セブン・イレブンごみ分別マニュアル」を作成し、従業員さんへの意識づけツールとして店舗に配布しています。



1店舗1日あたりのごみの排出状況



東東京ゾーンにおけるエコ物流の事例



¹ 廃棄物処理法
廃棄物の排出抑制、適正処理、リサイクルの推進を行うことを目的に定められた法律。店舗から排出される廃棄物は「事業系一般廃棄物」に当たり、各自治体の処理施設において処理を行

うことが原則であるため、各市町村が定める処理・分別基準の適用を受けます。セブン・イレブンではエコ物流の構築と店舗への推奨を行うことにより、廃棄物処理法の遵守につとめています。

² 食品リサイクル法
2001年5月に施行された、食品廃棄物の発生抑制と再生利用の促進を目的とした法律。全ての食品関連事業者は、食品廃棄物の発生抑制や堆肥・飼料などへの再生利用につとめる

ことが義務づけられました。セブン・イレブンでは店舗、本部、専用工場が食品関連事業者で、本部と工場が年間100トン以上の排出者として罰則規定を受ける事業者該当します。

専用工場では、ごみの減量化と地域に合わせたリサイクルを行っています

専用工場での廃棄物への取り組み

セブン・イレブンの専用工場から出る廃棄物には、食品廃棄物、紙ごみ、廃油などがあり、これらは各工場が契約する廃棄物処理業者によって処理されています。NDFでは廃棄物の減量化と食品リサイクル法²への対応を検討するため、NDF環境対策プロジェクトを設け、排出量の把握や食品リサイクルの手法についての情報共有を推進。さらに九州地区の食品リサイクルと同様、各工場ごとに地域に合ったリサイクルに取り組んでいます。

専用工場の食品廃棄物排出状況

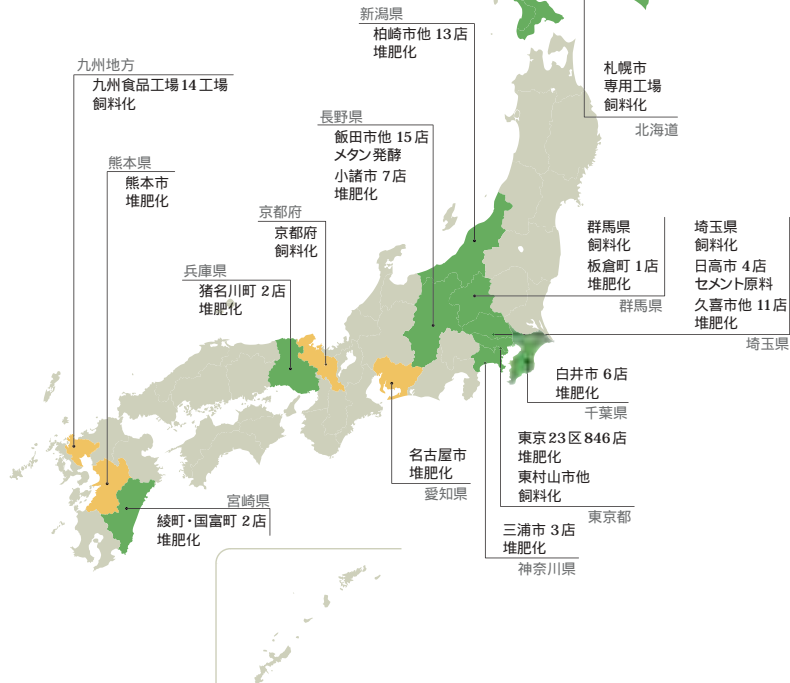
1日1工場あたりの排出量	1.3t
--------------	------

1日1工場あたりの排出量は、食品廃棄物の排出量が把握可能な150工場の平均値

食品リサイクルの実績と計画(2004年2月末時点)

03年度までの実績	
店舗	910店舗(8.8%)
専用工場	74工場(37.6%)

実施中(柏崎市・白井市・久喜市と東京23区はエコ物流主体、他は行政主体)
計画段階
専用工場については主なものを取り上げています



循環型社会への転換を考え
効率的に法履行を行っていきます

食品リサイクル法への対応状況

セブン・イレブンでは加盟店、専用工場、直営店舗を営する本部が食品リサイクル法の対象者です。しかし、店舗が全国に散在していること、また法履行の確認や食品リサイクルによる製品流通への関わりなど循環型社会への転換を考えると、各店舗・各工場が組織的に取り組むことで、より効果的に食品リサイクルを実施できると考えています。そこでセブン・イレブンではチェーンメリットを活かし、効率的に法履行できる仕組みの開発と、その仕組みへの加入を促進しています。店舗については既に東京23区で開始しており、今後は多摩地区の一部や熊本市を対象に検討しています。専用工場については札幌市で実施されており、2004年度

に九州での新しい取り組みが始まるほか、群馬県・京都府でも検討しています。

従業員の新しいユニフォームは 100%リサイクルが可能です

ユニフォームリサイクル

店舗で使用するユニフォームは2000年10月から素材を変更し、エコログラベルつきの100%リサイクル可能なものとしています。また、創業30周年を記念して実施されたユニフォームの変更においても、同様の素材を採用。旧来のユニフォームは回収を行い、リサイクル可能なものについては専門業者がポリエステル素材の製品に加工再生し、リサイクルを行いました。



エコログラベルつきのユニフォームは、素材が再生可能な限り、何度でも回収、再生、再利用を行います



創業30周年記念として、2003年10月から12月の間に一新された新型ユニフォーム

ユニフォーム回収数の累計

累計	170,926点
----	----------

廃棄物・リサイクルに関するその他の取り組み
店舗・本部で使用した機密文書・処理伝票の回収・リサイクルを行っています

HP 03年度報告書PDF 53P

地域社会との共生について

セブン・イレブンが考えていること

「私たちは地域とともに環境について考え、環境分野の社会貢献活動を継続的に行い、企業市民としての役割を果たします」
環境指針に掲げたこの言葉を実現するために地域に愛される店舗づくりを目指しています。

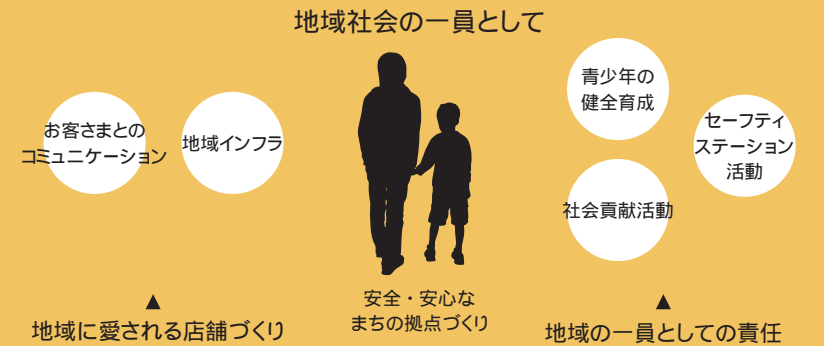


セブン・イレブンが描く

「地域社会との共生」のこれから

加盟店が地域との連携を深め、地域社会の一員として「共」に「生きていく」ために。一店一店が身近なお店として地域の方に愛され、親しまれ、結果として営業を続けていくために。一人ひとりが毎日の営業のなかで何が必要かを考え、身近なことから取り組んでいきます。

また、「セブン・イレブンみどりの基金」が行っている環境をテーマとした社会貢献活動へも、各店舗が協力をしながら、地域社会に根づいた取り組みを行っていきたく考えています。



販売事業者として

セブン・イレブンで販売する商品は、おにぎりやお弁当など、すぐに食べられるものが中心です。それだけに、お弁当の容器やレジ袋がポイ捨てされてしまうことも事実です。このような問題に対し、セブン・イレブンでは単品購入のお客さまに「テープでよしいですか?」といった声かけをしたり、店舗周辺の清掃を行ったりすることで、近隣の皆さまにご迷惑をおかけしないようつとめています。

また、未成年者への酒・たばこの販売を防止するため、酒の売り場には「酒コーナー」と表示したり、精算時に年齢確認をさせていただくなどの対応を徹底しています。成人誌についても、雑誌の陳列区分を明確にし、18歳未満の方が閲覧したり購入したりすることのないよう、注意を払っています。地域のなかで店舗を構えるにあたり、周辺環境への配慮や青少年の健全育成に協力することは、地域社会の一員としての責務と考えてのことです。

安全・安心の拠点として

地域社会の一員として私たちが貢献できることは、商品やサービスの提供だけにとどまりません。コンビニエンスストアは年中無休で営業し、必ず従業員がいる。この点を活かし、地域からは「こども110番」「シルバー110番」など、万一の時に駆け込める拠点としての役割を期待されています。その期待に応えるた

め、セーフティステーション活動のトライアルを実施しています。また、災害が発生した場合には、年中無休のコンビニエンスストアの営業を支える製造・物流体制を活かして、何らかのかたちで被災地のお役に立てないかと考えています。食料や生活必需品は災害時の命綱。「必要としている人たちのもとへ、必要なものを届ける」。これも私たちコンビニエンスストアに期待されている、大きくて重い、社会的な使命です。この使命を全うできるよう、今後も適切な対応をとっていきたく考えています。

地域に愛される店舗づくりのために

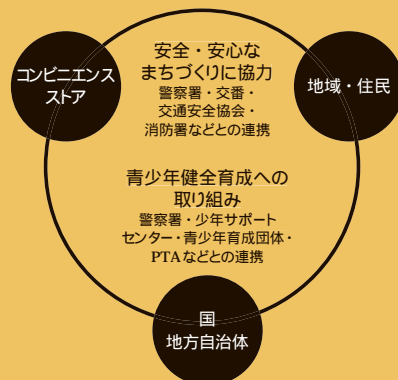
加盟店だけでなく、本部もまた地域に愛される店舗づくりに積極的に取り組んでいます。例えば商品については、コンビニエンスストアだからといって全国一律のものだけを扱っているわけではありません。地域によって味つけを変えたり、独自の原材料を使用するなどして、地元のお客さまに親しまれる商品の開発に挑戦しています。セブン・イレブン環境指針には「地域社会との協力・社会貢献」という項目があります。この指針を実現するために、私たちがなすべきことは、地域の習慣やお客さまのライフスタイルに応じた商品やサービスを開発し提供すること、そして一店一店が地域のお客さまに対して真摯に向き合っていくことです。これらを実現して初めて、地域の方から愛され、親しまれる店舗になると、私たちは考えています。



Close-Up 万一の時に駆け込める まちのセーフティステーション

まちの安全・安心の拠点としての機能を担うセーフティステーション活動。
地域とともにあるセブン・イレブンとしてそして年中無休のコンビニエンスストアとして私たちは積極的に取り組んでいきます。
また、気軽に声をかけていただけるお店を目指して、フレンドリーサービスの強化にもつとめています。

店舗と地域との連携



店舗では、青少年の健全育成への協力とともに、自主防犯体制の強化、緊急事故に対する通報、女性・子どもなどの駆け込みへの対応、高齢者などの介護補助・連絡などの役割が果たせるよう取り組みを進めています

トライアル活動実施地区

第1次	第2次	第3次
2003年3～5月	2003年11月～2004年1月	2004年7～9月
川崎市 佐賀県	東京6区 ・世田谷区 ・渋谷区 ・目黒区 ・新宿区 ・中野区 ・杉並区 横浜市 川崎市 福岡県 佐賀県	札幌市 東京都 横浜市 川崎市 静岡県 愛知県 岐阜県 奈良県 京都府 大阪府 兵庫県 福岡県 佐賀県

セーフティステーション活動に向けて、これまでに3次にわたるトライアル活動を実施しています

岐阜県もトライアル活動の対象地区となっていますが、セブン・イレブンの出店はありません



お客さまに提供できるものは 商品だけじゃない!

社団法人日本フランチャイズチェーン協会 JFA 加盟のコンビニエンスストア各社に対し、警察庁から「セーフティステーション活動」への協力要請があったのは、2000年のこと。以前から、自主的に「こども110番」「シルバー110番」などの活動を行っている店舗もありましたが、協会として改めて要請を受けたことをきっかけに、本部も積極的に加盟店に呼びかけ始めました。

24時間365日、年中無休で営業しているコンビニエンスストアに「まちの安全・安心の拠点」としての役割を期待されての協力要請。「この取り組みは、販売事業者として、私たちが担う社会的責任のひとつでもある」と考え、取り組みを進めています。

暗い道をひとりで歩いている時、お店のあかりが見えてほっとする。知らないまちで道に迷った時でもお店で尋ねることができる。このような小さな安心感もまた、コンビニエンスストアが提供するサービスとなりつつあるのかもしれない。

警察とコンビニの 連携から生まれる地域の安全

JFA 加盟のコンビニエンスストア各社は、これまでにセーフティステーション活動として、3次にわたるトライアル活動を実施。第1次は2003年3月に佐賀県と川崎市で、第2次として11月から東京6区と2県2政令都市で活動を行いました。2004年は7月から第3次として、1都9府県3政令都市で活動中です。トライアル活動では店舗が積極的に活動に取り組むだけでなく、行政や地域の警察署・交番などと連携して、店舗へ定期巡回に来ていただくなど、防犯面でのご協力も得ながら取り組んでいます。コンビニエンスストアは交番と同じ役割は果たせません。でも、心配したお母さんが「うちの子、来ましたか?」と訪ねてこられたら「さっきお友達と来ましたよ」とお答えできるような、近所の一員でありたい。セーフティステーション活動によって、地域の方が安心して生活するための役割も果たすコンビニエンスストアでありたいと考えています。これらに加えて「地域社会の安全は、コンビニエンスストアの安全でもある」との意識から、店舗自体の自主防犯体制の見直しも行っています。



2004年3月に締結した和歌山県との地域協働事業においても、災害時のライフライン機能を含め、地域に密着した取り組みを目指しています

あなたのまちの “あかり”に なりたい

フレンドリーサービス強化中

また、接客時の「いらっしゃいませ」「ありがとうございました」の挨拶に加え、お客さまにとって親しみやすい身近なお店として認知され、気軽に声をかけていただける雰囲気づくも大切です。そこでトライアル活動に加えて、店舗ではフレンドリーサービスにも力を入れています。フレンドリーサービスとは、心のかもった感じの良い対応のこと。これは、セブン・イレブンの基本四原則のひとつ。万一の時には、「ここにお店があって良かった」と感じていただける、そんな役割も果たしていきたいと考えています。

活動を通じて、地域に貢献することへのオーナーさまの意識も高まりつつあります。セーフティステーション活動は、それぞれのオーナーさまや従業員さんの協力のもとに成り立つもの。「お店として当然」という方、「地域の防犯協議会の立ち上げに取り組み始めました」という方。オーナーさまからのこのようなご意見は、本部にとっても強力な後押しとなっています。今後はトライアル活動の結果を検証しながら、全国の加盟店での対応を検討していきます。



トライアル活動中は、店頭にもポスターを掲示。地域の方へも告知したうえで、活動していきます



豊洲店オーナー
山本憲司さん

大切なのは、お客さまからの信頼です

お客さまから信頼されることが、商売において一番大切なことだと考えています。そのひとつとして、防犯面に関してもいつも心配りをし、まちの安全・安心の拠点になりたいと考えています。いろいろな地域社会との関わりを大切に、協力を行うことで、地域社会の良き一員として信頼されるようつとめています。

地域社会との共生についての取り組み

セブン-イレブンではそのまちに、土地にふさわしい店舗として、地域に合った品揃えをし、地域のなかで求められるサービスを提供しています。またセーフティステーション活動や、社会貢献活動など、店舗が地域社会を構成する一員としての役割を果たし、お客さまとのコミュニケーションを深めることで、地域社会との共生を進めています。

いつでも気持ちよくご利用いただける店舗づくりを目指して

お客さまとのコミュニケーション

セブン-イレブンでは全てのお客さまにご満足いただけるよう、事業に関わる関係者とともに努力しています。しかし時には、お客さまにご迷惑をおかけしたり、ご不快な思いをさせてしまい、お叱りのお言葉をいただくことがあります。お客さまからのそのようなご意見・ご要望を真摯に受け止め、前向きな対応をするために、本部内に「お客様相談室」を設置。関係部門や該当の店舗へ情報をフィードバックするとともに、事実確認と改善につとめています。

さらに、2001年10月からは、電話や手紙に加えて、自社ホームページからご意見の受付を開始。これまでに多くのお客さまからご意見をいただくことができるようになりました。

2003年度は「いつもきちんと挨拶ができて」「しっかりと挨拶をしてくれるし、体の不自由な方やお年寄りが来ると必ずドアを開けている」などのお褒めの言葉も、247件いただきました。これらのご意見は定期的に「セブン-イレブンファミリー」誌に掲載。該当の店舗はさらにサービスに磨きをかけ、また他の店舗にとってもプラスの刺激となるよう情報発信を行っています。

お客さまの利便性を考慮した商品・サービスを提供しています

地域の嗜好に合わせた商品

セブン-イレブンでは、その地域ならではの「地元の味」にこだわった商品開発を行っています。東北地区での「こだわりおむすび三陸いくら」など、地域の名物、原材料、味つけに合わせ、地元の方の協力をあおぎながら商品化を進めています。また日本酒や焼酎なども、地域の嗜好に合わせた品揃えをしています。

地域インフラとしてのサービス

地域性を考慮した商品として、地区の指定ごみ袋や粗大ごみ処理券、フロン券なども取り扱っています。

また、料金収納代行サービスは2003年度に1億6,699万件、金額にして1兆3,904億円を取り扱いました。さらに国民年金、一部自治体の国民健康保険の収納代行も開始。2001年に設立したアイワイバンク銀行も提携金融機関を拡げ、お客さまの利便性の向上を図っています。首都圏ではセブン・ミールサービスを展開し、お食事の宅配サービスとして、高齢のお客さまにもご利用いただいています。

年2回の清掃活動から活動がひろがっています

セブン-イレブンデー全国一斉清掃活動

加盟店オーナーさまからのご提案をもとに、1999年より7月と11月の年2回、全国の加盟店と本部が一丸となって、セブン-イレブンデー全国一斉清掃活動を実施しています¹。オーナーさまからは「やらなければいけないこと」「もっとしっかりやりたい」など、毎回前向きな感想をいただいております。実際に地域で集合清掃を始めたり、近所の清掃活動を定例化したりと、店舗の新たな取り組みにもつながっています。



第9回 足立区での活動の様子

全てのお客さまに快適な店舗を目指しています

「大阪府福祉のまちづくり条例」への協力

2003年4月に施行となった「大阪府福祉のまちづくり条例」を受け、大阪府の店舗でもバリアフリー型の店舗づくりに協力。体の不自由な方や高齢者の方が利用しやすいように、通路幅の確保、トイレの手すりや点字ブロックの設置などを行い、2004年6月時点で16店舗が条例適合店舗として認定されています。



条例適合店舗であることを示す適合証

信頼され、愛される店舗であるためにさまざまな活動を支援しています

地域の社会貢献活動への支援

環境・文化芸術・社会福祉・スポーツ・教育・地域社会の6分野で、地域の社会貢献活動を継続的に支援しています。

それぞれの活動は、加盟店オーナーさまや本部社員も積極的に参加・協力し、地域社会の一員として社会とのコミュニケーションを深めるとともに、ひとりでも多くの方が参加できることを最優先とした、幅広い活動を行っています。

環境

地球にやさしい作文・活動報告コンテスト

身近な生活のなかで環境保護の意識を育むことを目的として、読売新聞社主催のもと1991年から毎年実施。セブン-イレブンは第1回から、セブン-イレブンみどりの基金も第5回から協賛しています。

03年度実績 / 応募総数 2万4,634点



文化芸術

ブロードウェイミュージカル「ピーターパン」

大人から子どもまで、世代を超えた幅広い観客の支持を受け、1981年の日本初演以来、連続20年以上のロングランを続ける「ピーターパン」。1998年からは「セブン-イレブンファンタジースペシャル」として、セブン-イレブン店頭での主役ピーターパンの公募や、子どもたちの夢や希望を「絵」にした作品を募集して、優秀者を公演に招待する「ピーターパン子ども絵画展」を実施。またボランティア社員が付き添い、福祉施設の子どもたちを招待する活動なども行っています。

03年度実績 / 総動員数 2万6,847人



社会福祉

24時間テレビ「愛は地球を救う」

日本テレビが主催する24時間テレビチャリティー募金。視聴者だけでなく、一般企業、商店街、学校をはじめとする地域に根ざした取り組み姿勢に賛同し、第6回から店頭での募金窓口として協力。毎年8月の一定期間、店頭にて募金をお預かりしています。また24時間テレビの一環として、1998年からはローカル局とタイアップしてチャリティーイベントを行っています。2003年は札幌テレビとタイアップし、現地のオーナーさまや本部社員が協力し、北海道千歳市向陽台小学校の「あおぞら学級チャレンジ駅伝」を応援しました。

03年度実績 / セブン-イレブン全店募金額 7,145万8,812円



スポーツ

全日本クラブ卓球選手権大会

子どもから大人まで幅広く参加できる地域のクラブ卓球の育成、興隆を目指した全日本クラブ卓球選手権大会を、「セブン-イレブンカップ」として1984年大会から20年以上応援しています。

03年度実績 / 参加人数 388チーム・2,267名

長野オリンピック記念 長野マラソン

長野冬季オリンピックを記念し、地域のスポーツ、文化の発展を目的に1999年より開催。セブン-イレブンは第1回よりメインスポンサーとして支援しています。

03年度実績 / 完走者数 4,026名

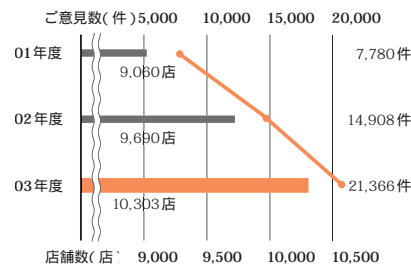
教育

「スチューデント・シティ」への出店

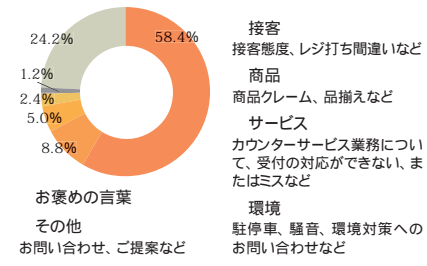
総合学習の一環として、2003年から毎週土曜日、品川区が区内の小学5年生を対象に実施している「スチューデント・シティ」。ここでは実際のまちを小学校内に再現し、子どもたちは経済活動を体験します。セブン-イレブンも身近な店舗のひとつとして模擬店舗を出店。児童向けの店舗運営マニュアルの作成、システムの提供を行っています。参加した児童は自らが主体となって店舗運営を実体験することで、社会や経済の仕組み、市民としての自覚や豊かな社会性などの基礎的教養を身につけています。



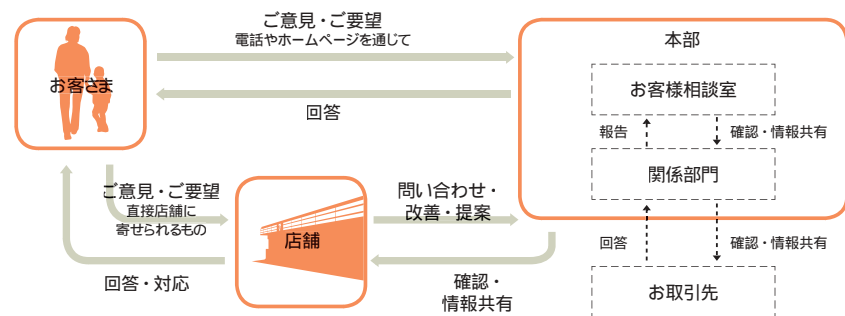
お客さまからのご意見数



ご意見の内訳



お客さまからのご意見・ご要望への対応



1 全国一斉清掃活動のごみ回収量と参加人数

回収したごみの量	延べ参加人数
03年(第9・10回)実績 約107t	48,734人

セブン - イレブンみどりの基金について

セブン - イレブンみどりの基金は、セブン - イレブン店頭におけるお客さまからの募金とセブン - イレブン本部からの拠出金・寄附金をもとに、自然環境の保護・保全活動や日本各地で環境をテーマに活動している市民ボランティア団体の支援を行っています。

03年度実績

店頭募金総額 **2億4,281万6,567円**

地域社会の一員であるセブン・イレブンとして

セブン・イレブンみどりの基金

地域社会の一員であるセブン・イレブンとして

セブン・イレブンみどりの基金

環境NPO支援

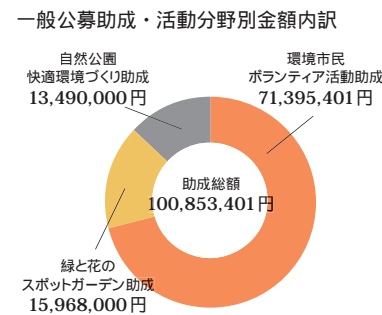
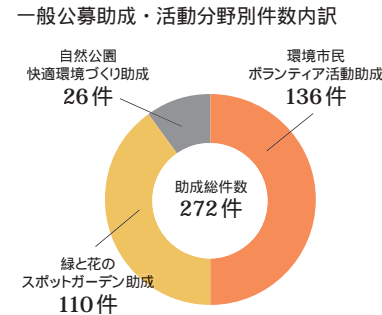
環境NPO団体の活動をより広く応援する活動助成や、地域の環境NPO団体間のネットワークの構築、環境ボランティアリーダーを対象にした海外研修などの活動を行っています。

助成制度による活動支援

セブン - イレブンの店頭募金にてお預かりした募金は、地域で活動している環境市民ボランティア団体にお届けし、その活動を支援しています。「環境市民ボランティア活動助成制度」をはじめとする2003年度の助成は、272団体・1億85万円となりました。



NPO法人 恵那山みどりの会(岐阜県)



リアでの研修が行われ、9名の方が参加されました。また海外研修帰国後には参加者が集まって、資金の集め方やスキルアップなど、リーダーの活動に必要な制度づくりや情報交換を行う「環境ボランティアリーダー会議」を開催しています。



オーストラリア研修の様子

地域のボランティアネットワーク支援

地域の環境NPO団体間のネットワークづくりや情報交流、技術交流、相互支援を目的とした、地域会議の開催を支援。また北海道においては、大学生と環境NPO団体をつなぐ「学生ボランティア支援制度」も実施しています。

環境ボランティアリーダー支援

環境NPO活動を実践しているリーダーを対象に、海外の環境NPOから組織運営や活動技術を学ぶことを目的として、海外研修を行っています。2003年度には、8月にニュージーランド、2月にオーストラ

地域環境美化事業

セブン - イレブンみどりの基金は、身近で誰にでもできる環境活動である、地域での清掃活動に、軍手やごみ袋などの清掃資材をお届けし、ごみのポイ捨てをしない地域社会、そしてごみのない、花と緑の美しい日本を目指して活動する市民を応援しています。



地域清掃活動支援

約7万6,000人のスカウトが参加する「カントリー大作戦」や「びわ湖の日滋賀県下

一斉清掃活動」など、14件の活動に清掃資材の提供を行いました。

花壇展

1997年より「札幌大通公園花壇」への植花活動を継続して実施しています。また「花と緑のあふれるまちづくり」を目指す広島市の趣意に賛同し、広島市内4カ所に「パートナー花壇」を出展しています。

自然環境保護・保全事業

セブン - イレブンみどりの基金は設立以来、日本の環境問題の縮図といわれる富士山地域の環境問題に、継続して取り組んでいます。また、その他の地域においても、次世代に引き継いでいく美しい日本の自然環境の保護・保全活動に取り組んでいます。

富士山地域の環境問題への取り組み

今年で6年目をむかえる「富士山クリーン大作戦」には、本部社員も176名が参加。投棄されているごみをカメラつき携帯電話で撮影し、GPSユニットで正確な位置とともにデータを蓄積するプロジェクトをはじめとした、青木ヶ原樹海周辺の清掃活動に協力しました。また「富士山環境保全支援プラン助成制度」では、12団体1個人に助成。NPO法人富士山クラブとパートナーシップを組み、富士山地域でさまざまな環境活動を行っています。この富士山クラブが主催する「富士山の日 国際シンポジウム2004」には、開催期間中に約350

名の方が参加。国内外で山岳環境問題に取り組んでいるNPO・NGOが集まり、環境問題解決に向けての各団体の取り組みや議論が行われました。



富士山クリーン大作戦(富士山地域)

霧多布湿原ナショナルトラスト保全活動

NPO法人霧多布湿原トラストとパートナーシップ協定を結び、水鳥や湿原の保護を目的とした「ラムサール条約」の登録地になっ



「ラムサール条約」登録地の霧多布湿原

ている霧多布湿原の保全活動を行っています。2003年には湿原地内に建てられた廃屋を解体し、湿原の復元調査や木道の整備、環境学習活動への支援を行いました。

日光杉並木保護活動

栃木県の日光杉並木は、高齢化や自動車の排気ガスなどの影響で、毎年100本もの杉が枯死しています。セブン - イレブンみどりの基金では、(財)日光杉並木保護財団とともに、その保護活動に取り組んでいます。2003年度には今市市内の例幣使街道1.3kmにわたり、周辺の環境悪化によって弱った並木杉を「木柵工法」により樹勢回復させる事業を実施しました。



並木杉の樹勢回復事業(栃木県)

広報事業

セブン - イレブンみどりの基金では、ひとりでも多くの方に日本の環境問題やNPO活動の現状を知っていただくために、さまざまなチャネルを使って広報活動を実施しています。『緑豊かな未来へ』(BS朝日)や『We Love The Earth』(メガポート放送)のTV番組の提供を通して、自然の大切さを伝えました。

北海道・九州地区での 国有林森林マラソン

北海道札幌市奥定山溪国有林地域と、福岡県糟屋郡若杉山国有林地域で開催された森林マラソンに協賛しています。2003年度は両大会あわせて約1,700名の方がマラソンやウォーキングなどのエコスポーツを楽しみました。参加費の一部は地域の森づくりに役立てられています。



「北海道森林マラソン・トレイルフェスティバル」

地球にやさしい作文・活動報告コンテスト

2003年度は「地球を救うために、いま私たちができること」をテーマに、環境保護に関する意見や提案、実践活動の報告やポスターを募集。6歳から98歳まで、世界10カ国から2万4,634点の応募がありました。

全国都市緑化フェア チャリティーコンサート

(財)都市緑化基金との共催で行われる「全国都市緑化おおいたフェア おおいた 緑・香り 夢フェスタ'03」。今年で7回目を迎えるこのコンサートに、開催地大分県内の小規模作業所で働く障害者の方と、そのご家族320名をご招待しました。

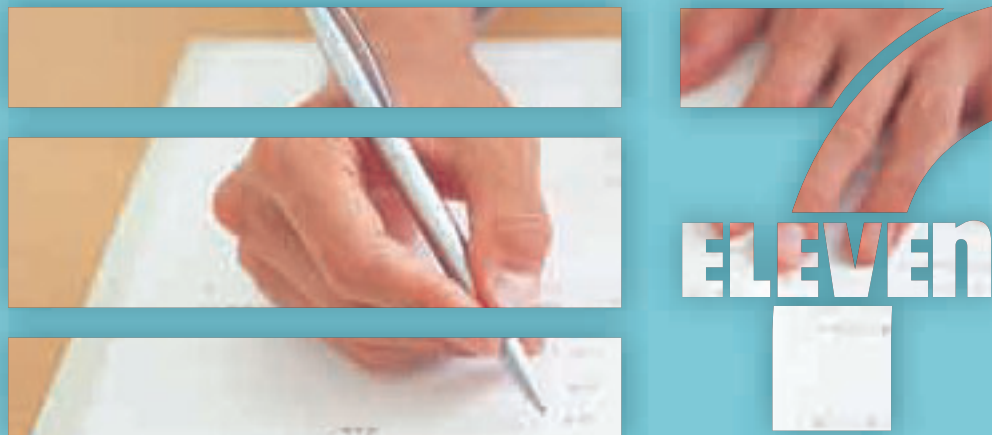
セブン - イレブンみどりの基金【概要】

名称	セブン - イレブンみどりの基金	事業資金	お店に寄せられた募金とセブン - イレブン本部の拠出金・寄附金
推進母体	セブン - イレブンみどりの基金委員会	設立	1993年11月20日
委員会メンバー	加盟店オーナーの代表とセブン - イレブン本部の代表	事業開始	1994年3月1日
事業目的	「環境」をテーマに社会貢献に取り組む	ホームページ	http://www.7midori.org
事業内容	環境NPO支援、地域環境美化、自然環境保護・保全活動		

フランチャイズ事業 について

セブン-イレブンが考えていること

セブン-イレブンのコンビニエンスストア事業は
加盟店と本部の共同事業。
お互いが独立した対等の立場に立ち、
それぞれが役割分担をしながら、事業に取り組んでいます。



セブン-イレブンが描く 「フランチャイズ事業」のこれから

セブン-イレブンは2003年8月末に国内1万店を達成しました。しかしこれは結果としての数字にすぎません。その基本にあるものは、一人ひとりのお客さまからのご支持であり、一店一店の加盟店オーナーさまと本部との信頼関係です。

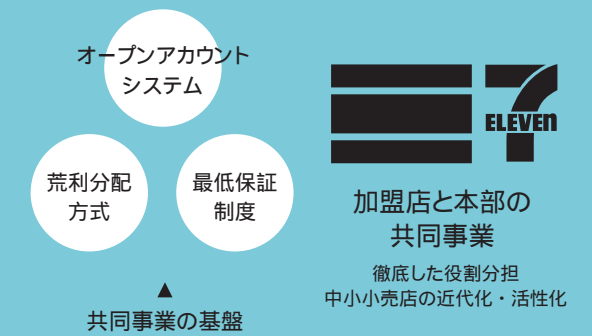
私たちは、時代の変化に対応し、常にお客さまの視点に立ったチャレンジを続けていくとともに、加盟店一店一店の収益の向上のため、既存店売上高伸び率・荒利益率を重視しながら事業を展開していきます。

1万店を展開するフランチャイズビジネス

セブン-イレブンは1973年、日本初となる本格的なフランチャイズ方式によるコンビニエンスストア事業を開始しました。当時は高度経済成長期の真っ只中。流通小売業界では量販店が最盛期を迎えようとしていました。一方で、中小の小売業者は人材の確保も難しく、大規模店との共存に対する悲観論に覆われ、多くの商店街が衰退しかけている状況にありました。そのようななかでのコンビニエンスストア事業の展開には、「反対」「時期尚早」の声があがりました。しかしセブン-イレブンは、「中小小売店が抱える構造的な問題を解決し、店舗経営を効率化することができれば事業は成り立つはず」という強い信念で、コンビニエンスストア事業に取り組んでいったのです。当時は、コンビニエンスストアの認知もなく、フランチャイズ・システムに対する考え方への理解が得にくい状況にありました。しかし、加盟の勧誘を行うRFC（リクルート・フィールド・カウンセラー）は繰り返し説明と説得を続けながら契約を結んでいったのです。

加盟店と本部の役割分担で実現させる共同事業

セブン-イレブンのフランチャイズビジネスは、「既存中小小売店の近代化と活性化」「共存共栄」を創業理念として誕生しました。加盟店と本部は、独立した対等の立場で「共同事業」としてコンビニエンスストア事業に取り組んでいます。そ



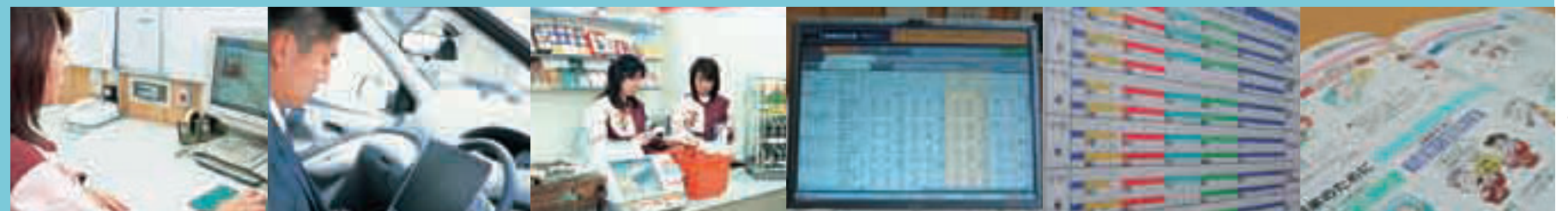
の共同事業の基盤となるのが、荒利益を加盟店と本部が一定の割合で分け合う「荒利分配方式」、小規模な資金で事業をスタートさせ、安定した事業運営を進められるように考えられた決済・融資のための「オープンアカウントシステム」、そして加盟店の年間荒利額の一定額を保証する「最低保証制度」の3つの仕組みです。

セブン-イレブンのフランチャイズ・システムでは、加盟店オーナーさまは独立した経営者として、店舗経営・販売に専念。本部はオーナーさまが店舗経営に専念できるよう、さまざまなバックアップを行っています。

信頼関係を基盤として

共同事業の基盤は、同時に信頼関係の基盤でもあります。本部がバックアップするサービス・制度のうち、特徴的なものがOFC（オペレーション・フィールド・カウンセラー）による経営相談サービスです。OFCは週2回以上店舗を訪問し、最新の情報を伝えるとともに、経営のアドバイスをを行います。そのなかでお客さまやオーナーさまのご意見・ご要望を本部の関係各部に伝え、さまざまなシステムの改善や商品開発に結びつける役割も果たしています。

お客さまに価値ある商品・サービスをお届けできるのは、加盟店があつてこそ。セブン-イレブンは一店一店の加盟店オーナーさまとのコミュニケーションと理解を深め、お客さまにより良い商品・サービスを提供できるよう、取り組んでいきたいと考えています。



Close-Up 店舗運営を支える 加盟店バックアップシステム

1号店オープンから今年で31年目。セブン・イレブンは、全国1万店のオーナーさまとともにコンビニエンスストア事業に取り組んでいます。

OFCの経営アドバイス



OFCは、さまざまなアドバイスを通じて、常に加盟店の売上と利益の改善を行っています

OFCは7~8店を担当し、週2回以上加盟店を訪問します

全てはお客さまのために

セブン・イレブンのコンビニエンスストア事業では、加盟店と本部がそれぞれ役割分担をしながら、共同事業として店舗経営に取り組みます。加盟店オーナーさまは、一人ひとりが独立した経営者として店舗を運営。本部は安定した経営と成長の実現のため、さまざまにバックアップしています。

小売業にとって大切なことは、お客さまの変化に対し、何を求めなのかを常に考え、「価値ある商品・サービス」を提供し、ご満足いただけるように努力すること。それは加盟店と本部の二人三脚があってこそ、可能となるのです。

加盟店を支える仕掛人 オペレーション・フィールド・カウンセラー

セブン・イレブンのフランチャイズ・システムの大きな特徴は、店舗経営相談員であるOFCの存在です。加盟店と本部をつなぐのは、彼らOFC。OFCと加盟店とのコミュニケーションは、直接店舗を訪問するダイレクト・コミュニケーションによって行われます。

二人三脚で 歩んでいきます



「本部社員が加盟店を訪問する」というと、売上だけを確認しているように思われますが、そうではありません。例えば、ある商品が品切れになっていたら、その原因をオーナーさまとともに分析し、対応を考えます。発注量が少なかったのか、近隣で何かイベントがあったのか、商品が売れていることに気づいていなかったのか……。

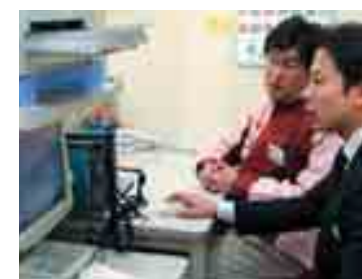
また、オーナーさまが気づかなかった外部環境の変化によるお客さまの動向に注意することも、OFCの大切な役割。例えば、急にお団子の売れ行きが良くなり、客層を見ると高齢のお客さまのご来店が増えたとした場合、「高齢の方のご来店が増えたようなので、高齢者向けの商品も充実させると良いですよ」といったアドバイスをを行います。

品切れが続いたり、周囲の変化に対応できない状態が続くと、店舗の売上が上がらないだけでなく、ご来店いただいたお客さまのご期待に添えず、次はご来店いただけなくなってしまいかもかもしれません。そのようなことがないよう、OFCはそれぞれの店舗が地域のなかでしっかりと根をはり、安定した経営を行うためのさまざまなアドバイスを行っているのです。

人と人のビジネスだから、 何よりも大切なことはコミュニケーション

オーナーさまとのコミュニケーションは、OFCによるものだけではなく、

例えば、1980年より毎年開催しているオーナーさま懇親会もそのひとつ。出席する役員は懇親会前日に該当地域の加盟店を訪問し、地域全体の状況と今後の課題を確認。懇親会



オーナーさまと一緒にデータを検証しながら、経営に関するアドバイスをしています

では、オーナーさまへチェーン全体の方針説明や加盟店のケーススタディの共有を行うとともに、意見交換のための懇親会を開催します。このようなかたちで各部門の役員もオーナー



さまとのコミュニケーションを深め、チェーンとしての政策決定に加盟店の声を反映させていくのです。

その他にも、オーナーさまからのご意見を伺うためのオーナー相談部担当者の訪問や加盟店提案制度など、「人」と「人」とのビジネスだからこそ、さまざまな方法でコミュニケーションをとる努力をしています。

このような取り組みの結果、15年のフランチャイズ契約満了の時点で、契約を更新される加盟者の店舗数は90%を超え、セブン・イレブン・ジャパンとのパートナーシップを継続していただいています。今後も加盟店オーナーさまの声を真摯に受け止めながら、信頼を基盤にしたフランチャイズ事業を進めていきます。



オーナーさまに、半期の商品の品揃えや、売り場づくりを確認していただく商品展示会



相模原地区
オペレーション・フィールド・
カウンセラー
矢田宏行さん

オーナーさまと一緒に頑張っています
OFCになり9年が経ちました。現在8店を担当しています。お客さまの立場に立ち、地域の皆さまに喜んでいただくことを目指して、店舗のオーナーさまや従業員さんとともに、日々頑張っています。店舗ごとに立地や客層が異なり、それにとまなうアドバイスもさまざまです。大変ですが、やりがいのある仕事です。

フランチャイズ事業についての取り組み

本部と加盟店とが明確な役割分担をして、コンビニエンスストア事業に取り組む。
セブン・イレブンのコンビニエンスストア事業はパートナーシップなくしては成り立たないのです。

加盟店・本部が対等の立場で役割分担を行っています

フランチャイズ・システムにおける本部の役割

セブン・イレブンでは、加盟店と本部が双方の信頼を基盤として、独立した対等の立場で役割分担を行いながら、共同事業としてコンビニエンスストア事業に取り組んでいます。

本部の役割としては、加盟店を担当するOFCが週2回以上店舗を訪問し、店舗の経営全般に関するアドバイスを行うほか、メーカー・お取引先と協力してチーム・マーチャンダイジングに取り組み、お客さまのニーズに合わせた商品開発を推進。また、それらの商品をタイムリーに店舗に届けるための物流システムの構築や、商品の販売動向、陳列提案などの情報提供も行っています。その他にも、広告宣伝活動や水道光熱費の80%負担などで、本部は加盟店の経営をバックアップしています¹。

フランチャイズ事業の特性を活かし効率的な運用を行っています

法履行への考え方

本部は、エコ物流や食品リサイクル法の履行、フロン管理の仕組みなど、加盟店が社会的な責任を果たすためのさまざまな支援体制を構築しています。例えば2000年より完全施行された容器包装リサイクル法。このなかで定められた仕組みは、加盟店での事務作業などの負担が大きいものでした。そこでセブン・イレブンでは、レジ袋などの容器包装材の発注がシステム化されていること、また、容器包装材は品質管理上の確認を経て推奨するかたちをとっていることをふまえ、関係省庁に対し、フランチャイズ・システムのなかでの法履行の検討を要請しました。検討の結果、本部による一括代行は、法律の実効性が高く、履行に要する作業が簡便な仕組みとして認められ、現在もこの仕組み

容器包装リサイクル法の一括代行のメリット

店舗	通常	事務手続きにかかるコスト（郵送料・振込代など） 手続き上の事務作業（毎年）
	一括代行	本部への一括代行の依頼
本部	通常	加盟店に対する容器包装リサイクル法履行の注意喚起 自社の集計・支払いのみ
	一括代行	各店舗別のデータのとりまとめによる事務作業の一括化 正確なデータの反映と高い履行率の確保

で運用されています。

セブン・イレブンでは、フランチャイズ・システムの持つ社会的な機能を活かし、店舗の効率的な運営だけでなく、法律の履行に関しても、社会的なコストを下げることもオーナーさまへの支援を行っていきたくと考えています。

お客さまの視点に立てる従業員を育成しています

オーナーさま、加盟店従業員さんの教育

加盟店における従業員さんの採用・教育・人事管理は加盟店オーナーさまが進めていきますが、本部も、教育用ビデオの提供や、オーナートレーニング、加盟店従業員トレーニングという仕組みを用意し、バックアップしています。従業員トレーニングでは、店舗での時間帯責任者としてのマネジメント教育や、自店の実際の数値改善を目指したトレーニングを行い、オーナーさまと従業員さんが連携して店舗の改善に取り組めるよう支援しています。

* オナートレーニング受講者数 975店・1,680名
従業員トレーニング受講者数 266店・275名

加盟店・本部間の情報共有

オーナーさま・従業員さんと本部との情報共有を図るため、1976年より年2回、各地で商品展示会を開催しています。今後推奨する商品やサービス、立地による品揃えのモデルなどの確認を通じ、各店舗の品揃えやサービスの確認を行っています。また、1998年からは「総合環境コーナー」(2004年から「社会環境コーナー」)を設け、店舗の果たすべき社会的責任についても確認をしていただいています。

また、加盟店と本部をつなぐ機関誌として、「セブン・イレブンファミリー」誌を隔月で発行し、加盟店での優れた取り組み事例の共有や、商品の案内、環境情報などの発信を行っています。



「セブン・イレブンファミリー」は優れた社内報として、日経連主催の「社内報審査」で2001年に「特別賞」をいただきました

オーナーさまの店舗経営を支えるバックアップ制度を設けています

加盟店を支える仕組み

加盟店はオーナーさまご夫妻を中心に、1店でおよそ20～30人の従業員さんによって運営していただいています。長期間にわたり安心して経営していただくため、本部では加盟店共済制度をご案内しています。これは、オーナーさまご夫妻の万一の備えと、社員さんの弔慰金などからなっています。また従業員さん(社員・パート・アルバイト)の工作中や通勤途中のけがに備えた従業員業務傷害見舞金の制度も用意しています。チェーンでのスケールメリットを活かした団体保険扱いにすることで、割安な保険料での加入が可能です。

オーナーさまにはこれらの制度を理解していただけるよう、パンフレットを作成し配布しています。また冠婚葬祭や病気などでオーナーさまが不在の場合に営業を代行する、オーナーヘルプ制度も整えています。

セブン・イレブン加盟店共済制度

	弔慰金	医療見舞金	積立金等	従業員業務傷害見舞金
オーナー				
配偶者				
社員				
パート・アルバイト				



オーナーさまの安心をつくる制度「加盟店共済制度」のパンフレット

予期せぬ損害への備え

火災や車の衝突などによる店舗建物などへの損害など、さまざまな営業時のリスクに備えるため、加盟店へは各種保険をご案内しています。保険会社が運用する保険とともに、加盟店のニーズに応じてオリジナル保険の開発も推進。2000年から推奨した「自然災害停電時の商品損害保険」は、自然災害による停電時に商品損害が発生した場合、商品原価の一定額を保障するものです。本部が推奨しているこれらの各種保険については、加盟時にご案内するとともに、随時ご案内し加入をおすすめしています。

* 建物・店頭看板などの損害保険、総合賠償責任保険の加入および保険料の負担は、フランチャイズ契約上オーナーさまにご負担いただき、貸与設備や商品の火災保険、現金盗難保険の損害保険料は本部が負担しています。

オーナーさまの年間総収入は一定金額まで本部が保証します

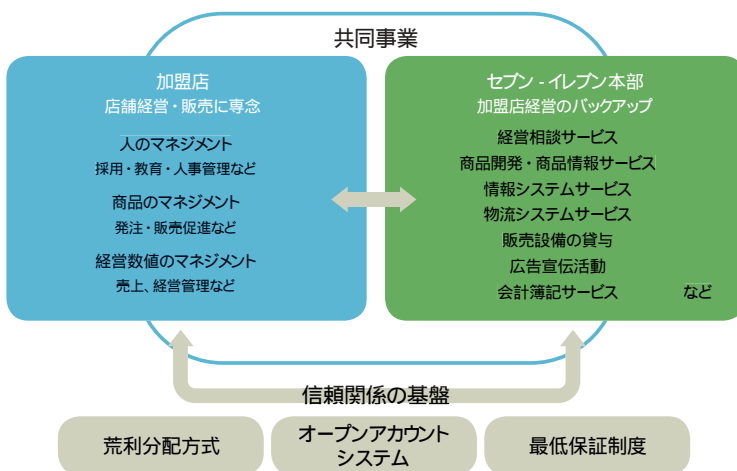
最低保証制度

セブン・イレブンでは安心してチェーンに加盟いただけるように、ご契約前に出店予定地域の綿密な調査を実施し、立地条件、世帯数、人口密度など135項目を既存のデータから分析・精査しています。万一開店後にオーナーさまの年間総収入が一定金額に達しない場合は、年間荒利額の一定額を保証しています。

オーナー持株会

オーナーさまと本部とのパートナーシップを深めることを目的に、1979年にオーナー持株会を発足しました。この会は、オーナーさまであればどなたでも自由にご加入いただけるようになっています。

セブン・イレブンのフランチャイズ事業



加盟店をバックアップするサービス・制度
OFCによる経営アドバイス
お客さまのニーズに応える価値ある商品の開発
販売動向、陳列提案などの商品情報の提供
精度の高い発注ができるコンピュータシステムの提供
タイムリーに商品が届くための物流システムの提供
販売設備、コンピュータ機器などの貸与
販売促進のための広告宣伝費の本部負担
店舗経営における会計簿記の代行サービス
在庫管理のための実地棚卸
水道光熱費の80%本部負担
年間一定の荒利額を保証する最低保証制度
オーナーさまや従業員さんのための加盟店共済制度 など

1 中小小売商業振興法、独占禁止法「中小小売商業振興法」および「中小小売商業振興法施行規則」ならびに公正取引委員会によるガイドラインに則した対応を行っています。また「ザ・フランチャイズ」のホームページで、法

によって定められた「情報開示書面」の開示も行っていきます。加盟希望者に対しては、フランチャイズ契約に関する説明資料として「フランチャイズ契約の要点の概説」を作成し、情報提供を行っています。http://fm.jfa-fc.or.jp/

持続可能な社会の実現に向けた セブン-イレブン・ジャパンの 事業活動とマネジメント

セブン-イレブン・ジャパンでは、お客さま、お取引先、株主の皆さま、地域社会、社員から信頼される誠実な企業であることを目指すとともに、事業活動を通して、皆さまから寄せられる信頼に応えていきたいと考えています。

また、持続可能性の3つの柱である、「経済的側面」「環境的側面」「社会的側面」から、自らの事業活動を見直し、社会的責任を果たせるようつとめていきます。



《 IYグループ 社是 》
 私たちは、お客様に信頼される、誠実な企業でありたい。
 私たちは、取引先、株主、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。

《 経営理念 》
 既存中小小売店の近代化と活性化
 共存共栄

事業活動とマネジメント

経営活動とコーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスの充実の目的は、持続可能性を視野に入れた、長期的な企業価値の向上にあります。この考えに基づいて、経営管理機構や業務執行の仕組みを整備し、経営の透明性・健全性の向上を図っています。

「変化への対応」を追求する コンビニエンスストア事業

経営の基本方針

セブン-イレブン・ジャパンは「中小小売店との共存共栄」という経営理念のもと、「既存中小小売店の近代化・活性化」の実現を目指しています。

この経営理念の達成に向けて、さまざまな経営問題を効率的に解決し、また刻々と変化するお客さまニーズに対応するために、「変化への対応と基本の徹底」をスローガンに掲げ、製造・物流・情報システム・店舗運営などあらゆる分野での自己革新にチャレンジしています。

具体的施策としては、加盟店の収益向上のため、発注・在庫管理技術や接客など、総合的な店舗運営力の向上を図っています。また商品面においても、オリジナル性・地域性を重視したセブン-イレブンならではの差別化商品の開発にあたり、品揃えの強化に注力しています。

今後も「信頼される、誠実な企業でありたい」という社是のもと、「量でなく質重視」「徹底とスピード」などの経営の基本方針を徹底させ、地域のセブン-イレブンとして、皆さまの声に応える店舗づくりを目指し、企業価値の拡大につとめていきます。

経営の透明性・健全性の向上を図る 企業体制づくり

コーポレート・ガバナンス

セブン-イレブン・ジャパンでは、経営の基本方針を業務執行に反映させるため、創業以来、経営方針の決定とその伝達に関わる各種会議は全て週単位で運営され、経営トップからのダイレクト・コミュニケーションというかたちで迅速に周知徹底されています。これらの実践が、チェーン全体の収益の維持拡大、社会規範・法令遵守、さらには企業としての価値観・倫理観の確立の基盤となっています。

また、迅速な意思決定と業務遂行を推進するために、2003年5月より代表取締役会長 最高経営責任者 CEO と代表取締役社長 最高執行責任者 COO を経営トップとして位置づけた、執行役員制度を導入。各執行役員の責任範囲と目標をより明確にしてそれぞれの業務執行に専念させ、経営の管理監督機能と業務の執行機能を分離しました。取締役の任期も2年から1年に変更し、経営に対する責任の明確化を図っています。さらに監査役制度を採用し、独立した立場からの業務監査も実施しています。

セブン-イレブンでは、加盟店と本部が対等の立場で、それぞれが役割分担

をし、共同事業としてコンビニエンスストア事業に取り組んでいます。事業そのものが加盟店からの信頼なくしては成り立たないものであり、加盟店に対する透明性と公平性、平等性を確保できるような内部統制を重視した運営を行っています。

セブン-イレブン・ジャパンの 経営マネジメントと会議

会議	内容
IYグループ 経営方針説明会	1984年よりIYグループ全体の方針説明と確認のため、役員・幹部社員・営業担当社員を集め、方針説明会を実施。半期に1回開催
業務改革会議	1986年より実施。各部門が、現在の問題点とその改革への方策を提案。起案部門の問題意識を全社的に共有し、各部門の問題として認識を持ち、提起された問題に対して抜本的解決に具体的に結びつけていくことが目的。役員・幹部社員が出席。週1回開催
マネジャー会議	加盟店の経営相談を担当するオペレーション本部から具体的な問題を報告・提議し、本部スタッフは現場の問題について認識をする。経営トップから報告事項に対するコメントがあり、各部門も回答できる内容へは回答をする。週1回開催
FC会議	全地区の全OFCおよびRFCが本部に集合し、ケーススタディや情報の共有、商品情報や営業面での徹底事項の確認と、各部門からの連絡事項がある。毎回経営トップから、考え方・個別事例に対する方針などが、直接、具体的に伝えられる。週1回開催

セブン-イレブンでは、フランチャイズ事業における加盟店への責任を全うするため、コミュニケーション上の誤解を少なくし、経営トップの意思を社員に徹底させるため、ダイレクト・コミュニケーションを重要視しています。この他に、出店会議、ゾーン・ミーティング、ディストリクト・ミーティング、商品検討会など、コミュニケーションのための会議が開催されています。

コンプライアンス体制と推進

事業活動における法令遵守などを定めた「IYG企業行動指針」に基づき、セブン・イレブン・ジャパンとしての社会的責任を果たすべく、コンプライアンス体制を構築しています。

企業行動委員会を設置し コンプライアンス体制を 強化しています

企業行動委員会

セブン・イレブン・ジャパンでは、2003年度より「フランチャイズ事業を展開する企業としての組織はどうあるべきか」、また「企業の社会的責任をどのように果たすべきか」の議論・検討を重ねてきました。そして2004年3月、代表取締役社長 最高執行責任者(COO)を委員長とする、企業行動委員会を発展的に組織しました。この企業行動委員会のもとに企業行動推進室を設置するとともに、人事労務部会・環境部会・情報管理部会・FT「フェアトレード」部会の活動を開始。委員会の活動を通じて、企業としてだけでなく、従業員一人ひとりの法令遵守と倫理観の高揚を推進し、コンプライアンス体制の強化を図っていきます。

セブン・イレブン行動規範

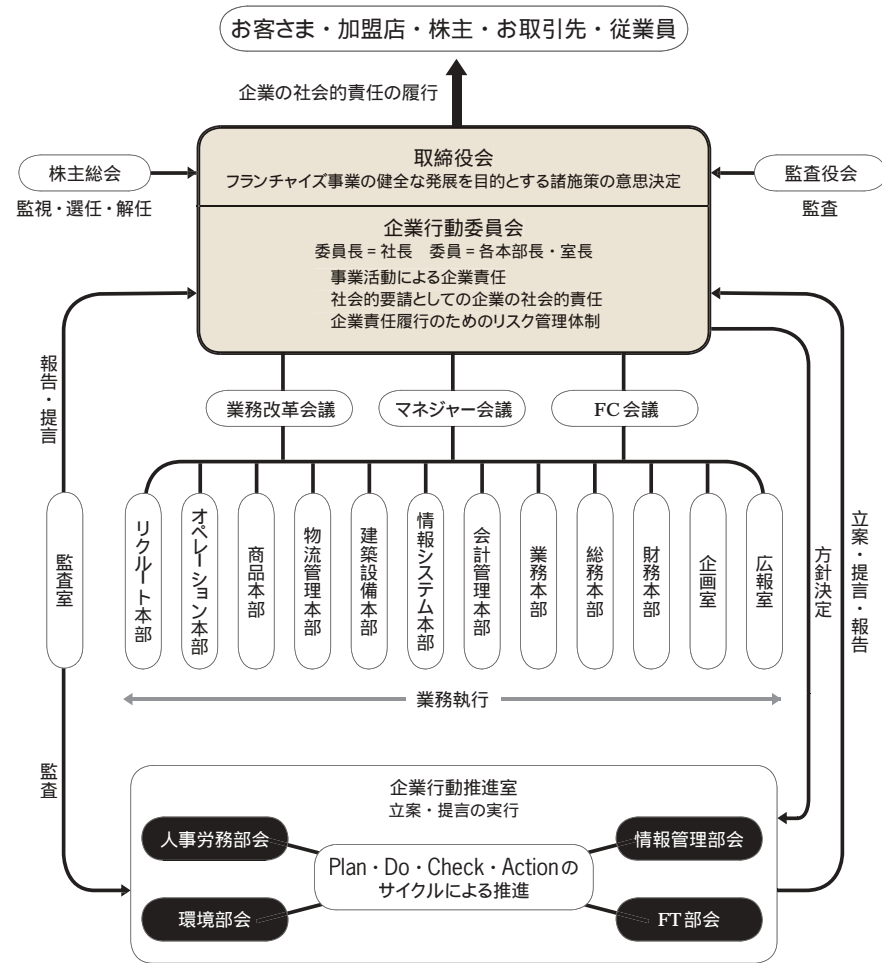
セブン・イレブン・ジャパンでは、1978年に独自の「セブン・イレブン行動規範」を定め、全社員に配布しています。セブン・イレブン・ジャパンの基本的な考え方を理解するとともに、日々の業務のなかで社員一人ひとりがコンプライアンス活動を実践できるように取り組んでいます。

今後は、1993年に制定され2001年に改訂された「IYG イトヨーカドグループ 企業行動指針」を受けて、現行の行動規範の見直しと、不足している点を盛り込むかたちでの改訂を予定しています。



毎年新入社員にも配布し、理解を図っています

企業行動委員会体制図



コンビニエンスストア版 「個人情報の保護・利用に関するガイドライン」

社団法人日本フランチャイズチェーン協会では2004年4月に、コンビニエンスストア版「個人情報の保護・利用に関するガイドライン」を策定しました。このガイドラインは、フランチャイズ本部および加盟店が取り扱う個人情報の適切な保護と利用を図るための自主ルールであり、これに基づき、セブン・イレブンでも情報管理のための組織体制の整備・強化に取り組んでいます。



IYG 企業行動指針

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ります。IYG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、IYGに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。

[規定項目の中の基本方針]

はじめに

経営倫理の尊重・法令遵守 コンプライアンス
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。

第1章 事業活動

1 お客様との関係...販売活動

IYGは、販売活動に関する法令・ルールを遵守し、経営倫理、社会的規範を踏まえ、公正な販売活動を行うとともに、お客様の立場に立ち、お客様に喜んでいただける優れた商品とサービスを提供する。

2 お取引先との関係...取引活動

IYGは、販売目的の商品・サービスの取引ならびに原材料、資材・サービスの調達に関係する法令・ルールを遵守するとともに、公正な取引関係のもとに必要な商品資材などを適切な品質、価格および納期で取引する。

3 株主との関係

IYGの株主に対して信頼に応えるよう株主価値の最大化を図る。

4 公正な取引の推進

IYGは、販売活動および取引活動の両面において、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律などに関連する法令・ルールなどを遵守する。

第2章 社会的責任

1 人権・個人の尊厳の尊重

お客様、お取引先、地域、社会、社員などIYGに関わるすべての人の人権と個人の尊厳を尊重する。また、いかなる差別やいやがらせも許さず、それらを見逃ごすことも許さない。

2 雇用・職場環境

雇用、異動、昇進に当たっては、差別のない公平、公正な基準に基づいて行い、職場で一人一人の能力を十分に伸ばすことができ、社員同士が尊重しあい、差別やいやがらせのない職場環境を確保するとともに、活力ある企業風土を醸成させる。社員の心身のゆとり、豊かさを実現できるよう努め、快適、安全で清潔な職場環境作りに努める。また、児童労働は排除する。

3 環境管理

IYGは、事業活動を行うに当たり資源の有効利用・再資源化、省エネルギー、廃棄物の削減、ロス削減、環境汚染の予防に努め、自然との調和を図ることに、豊かで健康的な社会の環境作りに貢献する。また、地球規模の自然環境保護活動に積極的な支援を行う。

4 地域、社会との関係

IYGは、地域、社会との連携と協調を図り、良好な関係を維持することにより、地域、社会の一員としての責任を果たすとともに、豊かな生活環境作りを支援し、社会性、公共性を勘案し、適切な寄付など社会支援を行う。また、反社会的勢力に対しては、毅然とした態度で対応し、これらの脅威には屈しない。

5 情報の管理

IYGは、高度情報化社会における情報の重要性に鑑み、情報の管理に細心の注意を払う。会社情報の開示に関しては、法令や制度に定められた企業情報の公開はもとより、社会・経済規範およびコーポレートガバナンスの諸原則に照らし、必要と認められる情報を広く一般投資家に対し積極的に開示する。また、経営および事業活動の透明性を高め、企業としての説明責任を果たす。知的所有権・ノウハウなどの情報に関しては、関連する法令・ルールを遵守し、第三者の権利を尊重するとともに、自己の財産の保護に努める。

以上、指針文書の用字用語は原文のまま

企業行動委員会の方針を受けて各部会の取り組みを推進していきます

FT「フェアトレード」部会

より良い商品を適切な価格でお客様にお届けするために、お客様に商品の情報を正確に伝える、お取引先との公正な取引、加盟店に対する法令遵守の啓蒙活動の3つをテーマとして取り組んでいきます。公正取引に関する独占禁止法や下請け法などの関連法令はもとより、契約内容の遵守を徹底するための社内教育の実施、お客様へ商品の正確な情報を伝えるための関連法令の遵守を徹底すべく、社内教育の実施と加盟店への啓蒙活動について積極的に進めていきます。

情報管理部会

チェーン全体のネットワークを視野に入れ、情報技術の積極的な活用と情報セキュリティの管理体制の構築を進めていきます。加盟店における各種料金収納代行サービスやギフト商品の受付、電子商取引 EC 事業への取り組みなど、加盟店および本部が取り扱う個人情報は増加しています。2005年4月の個人情報保護法の施行を見据え、関連業務に携わる社員への教育と情報管理の徹底、加盟店に対する適切な情報発信と啓蒙を行っていきます。

人事労務部会

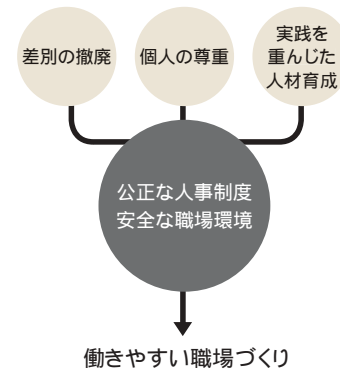
一人ひとりの人権を尊重し、働きやすい職場環境を実現するために、社員に対する啓蒙と教育の強化を行います。あわせて「セブン・イレブン行動規範」の見直しと改訂、ヘルプラインの窓口明確化による相談者のプライバシー保護と、潜在的な問題解決につながる運用体制の構築を進めていきます。また、加盟店の経営相談という業務を担務するOFCは、加盟店からの職場環境に対する相談にも適切に対応できるよう、一層の教育と啓蒙を進めていきます。

環境部会

社会的な要請と消費者から期待される環境活動を引き続き推進するとともに、関連法規制の遵守状況の確認や、お取引先・加盟店も含めたチェーン全体の事業活動に対し、環境的な視点からの支援・アドバイスを行っていきます。また、各部門との連携のもと、計画的な社員への環境意識の啓蒙、適切な環境情報の発信、環境教育の充実にも取り組み、社員一人ひとりが環境を意識し業務遂行ができる体制づくりを行います。

従業員との関わりにおける取り組み

従業員一人ひとりの自主性・主体性を重視し、ライフステージの変化に合わせて働くことができる、明るい職場づくりを目指しています。



お互いを尊重する 明るい職場づくりを目指しています

人権侵害の禁止・差別の撤廃

職場で働く全ての社員が常に人権を尊重し、差別のない明るい職場づくりを目指す社風を培っています。

私たちは人権を尊重する企業風土を醸成し、働きがいのある職場を創造すること、そして社会的に認知され地域社会と共存することにより、初めて企業の発展があり得ると考えています。このような観点から新入社員啓発のための研修も積極的に実施しており、2003年度は延べ27日の研修を行い、740名が参加しました。

また、人権に関するオリジナルパンフレットの配布や人権相談窓口の設置など、社内での人権に関する意識の向上やPR活動も行っています。

障害者雇用の取り組み

年齢・性別や障害の有無に関係なく、能力を十分発揮できるような職場環境づくりを目指しています。社内では障害を持つ社員が活躍しており、ノーマライゼーションの意識も広く浸透しています。1994年には、イトーヨーカドー他IYグループ2社と北海道北見市との共同出資により「(株)テルベ」を設立。現在障害を持つ16名の社員が、椎茸の栽培や印刷事業に取り組んでいます。

社員自らの意志を尊重する 人事・評価制度を導入しています

セルフチェック制度

企業競争力の源泉は「人」であるという考えのもと、個々の能力を最大限に引き出す人事制度の構築を目指しています。評価、教育、配置などの人事諸制度が密接に連動し、成果主義を实践するうえで大きな役割を果たしています。

その中心となるのが「セルフチェック制度」。この制度では、年3回社員が仕事の成果や仕事を自ら評価し、その結果に基づいて上長と面接を行います。最終的な評価は上長との面接を通じて決定されるため、透明性のある公平な評価が確保できます。また、自分の強み、弱みを明確にできるため、人材の育成にも大きな効果があります。

管理職への立候補制度

過去の仕事や考え方に固執せず、業務や組織を自らの手で改革しようという意欲のある社員を積極的にサポートするため、「立候補制度」を導入しています。勤続2年以上の社員であれば、誰でも管理職ポストを含め希望する職種に立候補することができます。社員が自らに課した目標や役割を全うし、自己実現することで、より高いレベルでの能力開発や人材の育成を図るとともに、チャレンジ精神旺盛で活力のある組織の実現

を目指しています。2003年度は合計89名の応募があり、審査の結果、28名の社員が希望の仕事・役職に就いています。

女性の登用

従来から、人事の基本的な考え方として、成果主義・実力第一主義を中心に据えています。

成果をあげた人が、きちんと評価されるシステムとなっており、採用、賃金、昇進、昇格、定年などの処遇においては性別などによる差別は一切ありません。その結果、役員や上級管理職を含め多くの女性社員が積極的に登用されています。

社員の状況(2004年2月15日時点)

	男性	女性	合計または平均
社員数	3,550人	1,128人	4,678人
前年度末比増減	+210人	+93人	+303人
平均年齢	33歳 7カ月	27歳 1カ月	32歳 0カ月
平均勤続年数	8年 0カ月	4年 10カ月	7年 3カ月

役員・管理職の状況(2004年2月15日時点)

	男性	女性	合計
役員	24人	1人	25人
管理職	349人	30人	379人
合計	373人	31人	404人

社員の支援制度を設けています

リ・チャレンジプラン

社員のライフステージの変化に対応した、さまざまな支援制度を設けています。リ・チャレンジプランもそのひとつで、社員が育児や介護との両立を図りながら業務に従事できるよう支援するものです。

具体的には、育児を対象にした育児休職・短時間勤務制度、介護を対象にした介護休職・短時間勤務制度からなり、休職期間については育児休職は最長2年、介護休職は最長1年と、それぞれ法律を上回る基準を設定しています。2003年度の制度活用状況は、休職者20名となっています。

また再雇用の制度もあり、育児や介護のために一度会社を辞めた社員でも、仕事に対する意欲があれば優先的に雇用しています。

リ・チャレンジプランの仕組み

目的	育児・介護
制度	概要
再雇用プラン	一般採用より優先して採用
勤務時間短縮プラン	育児の場合は最長小学校就学まで勤務時間の短縮が可能
休職プラン	・育児の場合は最長2年 ・介護の場合は最長1年の休職後、仕事に復帰

リ・チャレンジプラン(休職プラン)取得人数

	1999	2000	2001	2002	2003年
育児	18人	8人	18人	12人	19人
介護	0人	1人	1人	1人	1人

実践に基づいてキャリアを積める教育・研修体制を整えています

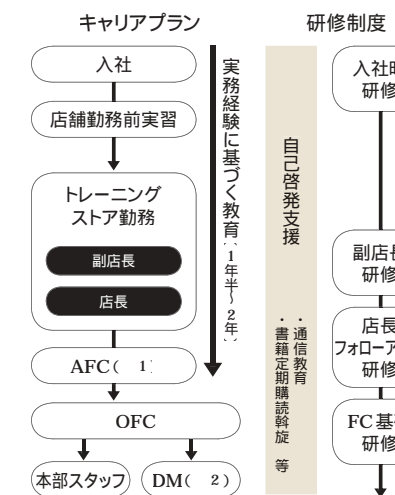
キャリアプラン・自己啓発支援

セブン・イレブン・ジャパンの中心的な職種であるOFC「オペレーション・フィールド・カウンセラー」は、加盟店オーナーさまに対し店舗経営についてのアドバイスを行う仕事です。オーナーさまから信頼され、店舗の売上・利益を向上させる実力を持つことが必要ですが、そのため人材育成についても実務経験に基づくOJT on the job training を基本と考えています。入社後2～3年間は、直営店の店舗経営を通じてOFCとして必要な店舗運営ノウハウや商品知識、マネジメント能力などを習得します。

また実習だけでなく、キャリアの節目には座学による研修(入社時研修、副店長研修など)や自己啓発を支援するための通信教育制度なども取り入れています。



社員のキャリアプラン・研修制度



1 AFC: アシスタント・フィールド・カウンセラー。OFCになる前のトレーニング期間
2 DM: ディストリクト・マネジャー。OFCが所属するディストリクトの責任者

社会的規範・企業倫理に則った行動を徹底しています

労働関連法への対応

社会的規範・企業倫理に則った行動を徹底し、法令を遵守することにより「コンプライアンス重視」の企業風土を実現し、社会的責任を果たすことを目指しています。このため、2004年3月に企業行動委員会を設置して具体的な行動指針を示すことにより、社員一人ひとりの意識の向上につとめています。

委員会のもとに設置された人事労務部会では、労働関連法令の遵守強化に加え、社員の人権や個人情報の徹底管理など、労働環境の整備・向上や、働きやすい職場を創造するための課題に取り組んでいきます。

また労働関連法に関する研修会も開催しており、特に直営店の店長になる際には、店舗をマネジメントするうえで欠かすことのできない労働法規・労務管理についての研修の受講が必須となっています。2003年度には420名がこの研修を受講しました。

従業員の安全衛生の確保

全ての事業活動において、社員の安全および健康を最優先しています。産業医による健康管理や、IYグループとして専門カウンセラーによるメンタルケアのための「こころの電話相談」窓口を開設するなど、社員の心身の健康を総合的にサポートしています。

また「安全衛生委員会」を設置し、安全で働きやすい職場環境づくりのためのさまざまな施策に取り組んでいます。特に車を使用する頻度の高いOFCに対しては、地元警察の協力により2～3年に1回の交通安全講習会の実施など、業務上の交通安全災害の撲滅に向けての意識向上に取り組んでいます。

環境マネジメントシステム

セブン-イレブンでは、各部横断の「環境対策プロジェクト」において決定した環境方針をもとに、各本部が具体的な環境対策を行っています。またコンビニエンスストア事業に関わる環境負荷を低減するために、加盟店やお取引先と協力して、環境問題に取り組んでいます。

セブン-イレブンの環境マネジメントシステム

セブン-イレブンでは、コンビニエンスストア事業に関わる環境負荷低減のために、各本部横断の「環境対策プロジェクト」を1991年に設置し、環境対策を推進してきました。このプロジェクトにおいて、環境方針を決定するとともに、各本部が具体的な環境対策を行っています。

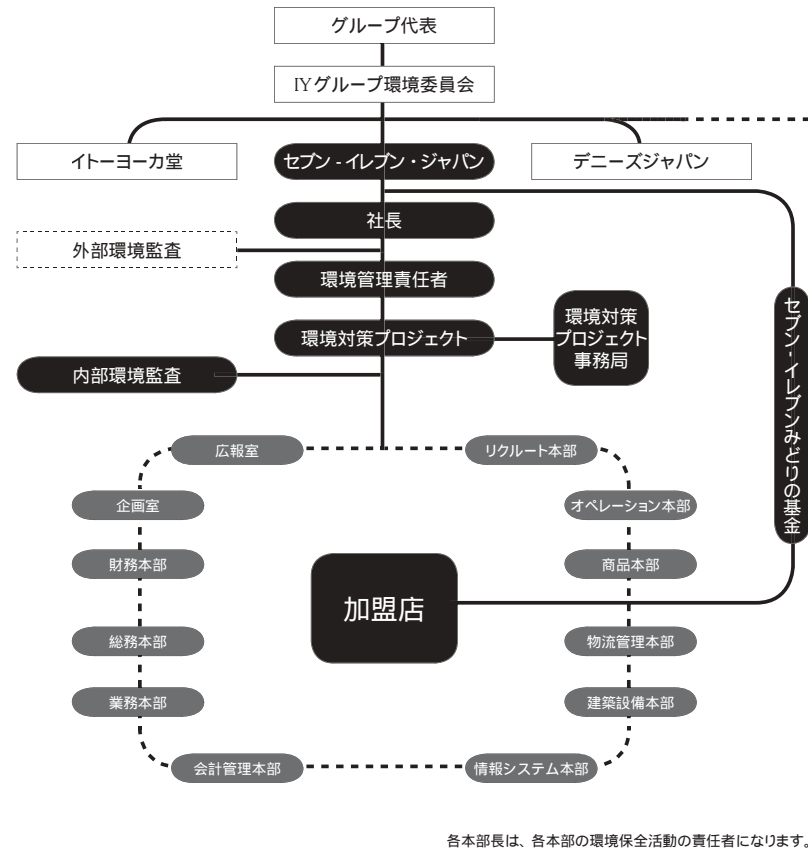
さらに、社会的責任を果たすためのコンプライアンス体制の強化のために、2004年3月に企業行動委員会を設置しました。環境対策プロジェクトもこの委員会のもと、環境部会の活動として継続しています。

またIYグループでは、「IYグループ環境委員会」においてグループ全体の環境に対する理念の決定や、情報共有化を行っています。

チェーンとしての環境マネジメント

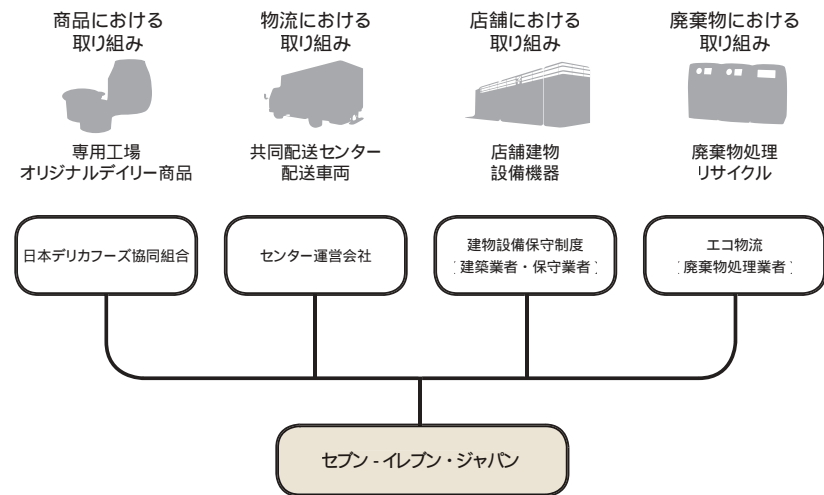
セブン-イレブンのオリジナル商品の製造工場、その商品を配送するための配送センター、店舗を建築・維持管理する建築業者などは、全て独立した別事業者です。セブン-イレブンでは、この方々とコンビニエンスストア事業の「製造 配送 販売 消費」に関わる環境負荷低減のために協力し、環境対策を推進しています。例えば製造工場の方とはNDFの「環境対策プロジェクト会議」、配送センターの方とは「センター運営会議」などを通じて環境問題に対応しています。

環境管理体制



各本部長は、各本部の環境保全活動の責任者になります。

チェーンとしての環境管理体制



セブン-イレブン環境指針・環境規約

IYグループ環境委員会で1994年に作成された「IYグループ環境指針」「IYグループ環境規約」に基づき、セブン-イレブンでは、環境問題に関する基本方針として「セブン-イレブン環境指針」「セブン-イレブン環境規約」を定めました。

この指針では、事業活動の責任、お客さまや地域社会との関係、加盟店と社員の責任、環境目標の設定などを定めています。

この環境指針・環境規約に基づき、セブン-イレブンでは一人ひとりが環境問題への取り組みを推進しています。

セブン イレブン環境指針

1. 事業活動に対する責任

私たちは事業活動の中で、環境保護、ロス削減、資源の有効利用・再資源化、省エネルギー、廃棄物の削減、環境汚染の予防につとめ、企業の責任を果たします。

2. お客さまとの協力と情報公開

私たちはお客さまの声に耳を傾け、お客さまとともに環境保護につとめ、その活動の結果を監査し、文書化し、広くお客さまや社員に情報公開します。

3. 地域社会との協力・社会貢献

私たちは地域とともに環境について考え、環境分野の社会貢献活動を継続的にを行い、企業市民としての役割を果たします。

4. 加盟店および社員の責任と自覚

私たちは、この環境指針にもとづき、企業や社会の中でそれぞれの立場で環境問題について考え、自分の役割を自覚して行動するようつとめます。

5. 環境目標の設定と見直し

私たちはこうした取り組みが年ごとに改善されるようにつとめ、環境に関連する法規制を遵守し、企業活動の分野ごとに自主的目標を定め、それを年ごとに見直します。

セブン イレブン環境規約

1. 事業活動における責任

- 『商品に対する環境面での責任』
- 第1条 環境面への安全性に配慮した生産・仕入れ
商品の生産・仕入れに当たり、その商品の品質の安全性とともに環境に対する影響をも評価し、より環境負荷の少ない商品の生産・仕入れにつとめる。
- 第2条 環境に配慮した商品の提案
お客さまにご支持いただける環境に配慮した商品を販売し、環境を考えた生活を提案する。
- 『事業活動全分野におけるロス削減』
- 第3条 ロス削減、店舗施設の省エネルギー、業務の省資源化
事業活動の全分野でロス削減に努力する。また節電、節水をはじめとする省エネルギー型の店舗運営と、資源の節約につながる事業活動を推進し、省エネ、省資源につとめる。
- 第4条 お客さまに提供するサービス活動での省資源化
お客さまに提供する商品の包装や、販売・サービスの提供方法を見直し、簡易包装など資源の節約につとめる。

『廃棄物の処理とリサイクルの促進』

- 第5条 廃棄物の責任ある処理・廃棄物の減量
廃棄物は、その減量化のための計画を作るとともに最終処理まで責任を持って監視する。また資源となる廃棄物のリサイクルを計画的にすすめる。
- 第6条 リサイクルの促進・リサイクルシステムの開発
効率のよい、効果的なリサイクルを実現するためのリサイクルシステム、ルートを開発し、リサイクル社会の推進に寄与する。また事業活動の中でも再生品資材の使用につとめる。

『店舗内外の環境整備』

- 第7条 店舗・地域のクリーンネス
清潔で快適な生活環境作りのため、店舗および店舗まわりの清掃活動を推進する。
- 第8条 物流面における環境への配慮
商品の流過程でおきる環境負荷について、その負荷を減少させるようにつとめる。

2. 環境問題に対するお取引先との協力

- [第9条 お取引先との協力]
事業活動の全分野から生じる環境負荷を把握し、お取引先と協力し、その負荷を減少させるようにつとめる。

3. 地域社会・お客さまとの協力、社会貢献

- [第10条 地域・お客さまとの協力]
地域やお客さまと協力しあった社会貢献活動を実施する。
- [第11条 環境面の社会活動]
環境分野の社会活動を継続して実施する。
- [第12条 情報公開]
お客さまに必要な呼びかけを行い、また取り組みの結果は、随時内外に報告する。

4. 加盟店および社員の責任と自覚

- [第13条 加盟店への啓蒙活動および社員教育]
加盟店はその営業活動を通じ、また社員はそれぞれが職場の業務を通じ、環境に責任を負っていることを自覚し、十分な注意を払う。こうした加盟店および社員の意識を高めるため、必要な教育・啓蒙活動を行う。

5. 組織と環境監査

- [第14条 組織と実行]
環境規約をもとにした環境への取り組みを実施するため、環境担当役員と担当者を置く。また取り組み行為・目標などは、年度ごとに設定し実行する。
- [第15条 環境監査]
環境監査人を置き、環境への取り組みの達成度を年1回環境監査する。
- [第16条 「IYグループ環境委員会」への所属]
グループ横断の「IYグループ環境委員会」に所属し、環境への取り組みをグループとして進行させるようにつとめる。

環境目標

セブン-イレブンは、安全で良質な商品・サービスの提供や、地域そして社会へのさまざまな取り組みを通じて、継続的に社会的責任を果たしていくことを目指しています。また環境対策についても「絶対の追求」を基本理念に、「製造 - 配送 - 販売 - 消費」の個々の場面において起こり得る環境問題に対して、加盟店やお取引先とともに、負荷削減に取り組んでいます。

2003年度環境目標・実績と、2004年度環境目標				
分類	各分野の基本方針	2003年度目標	2003年度実績	2004年度目標
商品関連	食を提供する企業として、原材料や包装資材の調達、製造、販売までのトータルな安全性を追求し、お客さまに安心でおいしい商品を提供する。また、環境に配慮した雑貨商品などの開発にもつとめるとともに、適切に商品情報を公表する。	オリジナルパン「焼きたて直送便」から「保存料・合成着色料」を排除	パン工場では「保存料・合成着色料」を不使用	原材料からの混入がないことを確認し、「保存料・合成着色料」を完全排除したオリジナルパン「焼きたてパン」を提供 無洗米の導入拡大 原材料履歴の確認精度向上 ・原材料規格書の精度向上 ・レシピマスターシステムの精度向上 環境に配慮した容器の検討 ・再生(循環)資源である紙・バルブ等の容器検討 販促物における環境負荷低減 ・温度調整されている什器で使用しているプラスチック系POPを紙製に変更するテストの実施 ・販促物のリサイクル可能素材への移行推進と再利用の検討 NDF HACCPの推進 ・80工場で認定審査を実施 ・調理種カテゴリーの審査を開始 ・漬物カテゴリーの審査基準の作成
		米飯工場での無洗米の導入拡大	米飯工場11工場(累計33工場、導入率49%)に導入。また、ドリア製造の惣菜工場18工場にも導入を開始	
		原材料履歴の確認精度の向上	「NDF共同購入原材料規格書」の確認体制を見直し、NDF共同購入原材料を100%管理。またレシピマスターシステムにより、原材料と商品を紐づけ	
		食品添加物の自主規制の見直し(より厳しく明確に)	使用状況や使用量など、使用実態の確認を実施	
物流関連	安全でおいしい商品をお客さまにお届けするために、それぞれの商品に適した条件で配送を行うとともに、合理的・効率的な物流のあり方を追求し、積載効率の向上や、配送時間・距離の短縮など、配送にともなう環境負荷の低減につとめる。	運行管理システムによる燃費改善効果の向上	燃費が5.90km/と前年比101.4%に改善	常温商品一括配送(加工食品・菓子・雑貨・酒類)の全国展開完了 物流における環境負荷データの収集精度の向上 車載端末運行管理システムによる燃費改善の継続 次世代環境対応車両の研究とテスト導入の検討
		アイドリングストップ可能なフローズン車両の導入推進	純増台数86台(累計で225台導入)	
		天然ガス自動車の導入推進	純増台数10台(累計で153台導入)	
		共同配送の配達員のユニフォームを、リサイクル型へ切り替え完了	全配達員のユニフォーム切り替えを完了	
店舗建築設備関連	各店舗が「地域の便利なお店」として、お客さまに快適にご利用いただくことはもとより、電気・水の使用など日々の経営や、店舗の建設・解体にともなう環境負荷の低減に取り組む。	各種省エネ機器の検討と、テスト実施	灯油式発電機を北海道で2店舗に導入し、現在効果を検証中	建築に関わる物流の環境負荷低減 ・建物共配(内装材関連)の既存地区での継続 ・閉店時の設備共同回収の拡大 リサイクル ・蛍光灯リサイクルへの参加店舗拡大。全店導入を目指す ・弁当・惣菜ケースのガラス棚板および樹脂板リサイクルの継続 ・断熱パネルリサイクルの実施 リユース ・鉄骨H1J・パネル工法による再利用の検証 ・貸与設備の再利用の継続 廃棄物の抑制 ・断熱パネル工法導入促進による廃棄物抑制 ・ Gondola・カウンターの梱包材を容量比で1/2に削減 省エネルギー対策、分散型発電の可能性の検討 ・インバータ式冷凍機の継続導入 空調機893台 冷凍冷蔵庫1,057台 ・灯油式発電機の検証 地球環境問題への対応 ・フロン回収・破壊を引き続き継続 ・冷凍機の冷媒として、フロンではない自然冷媒のテストの継続(CO ₂ 、アンモニア)
		蛍光灯リサイクル参加店舗の拡大	参加店舗数5,586店(前年比119.9%)、約369千本を回収・リサイクル	
		断熱パネルの回収、リサイクルシステムの構築	リサイクルの技術的な面の確認終了。現在運用に向けて検討中	
		冷凍機にフロン以外の自然冷媒を検討	自然冷媒を使用した冷凍機のテストを開始	
		店舗におけるセブン-イレブンごみ分別マニュアルの活用	全店舗およびDM・OFCに配布し、ごみ分別について啓蒙を実施	
廃棄物関連	廃棄物処理法などの法規制を遵守し、適正で効率的な処理やリサイクルを推進するとともに、一人ひとりが身近なごみの発生抑制や分別などに取り組む。	エコ物流推奨地区の拡大(大阪府)	大阪地区展開に向け、継続対応中	
		九州地区専用工場での食品残さの循環型モデルの立ち上げ	リサイクルの中心となる九州食品工場リサイクル事業協同組合を立ち上げ	
		食品未利用資源リサイクル推進による店舗可燃ごみからのCO ₂ 排出量の削減(5%/店)	東京23区を中心に、全国で910店舗が食品未利用資源のリサイクルを実施。可燃ごみからのCO ₂ 発生量の約4%を削減	
		グリーン購入比率の向上	グリーン購入:金額比率40.2%(前年比100.2%)、数量比率36.2%(前年比126.1%)	
グリーン購入関連	物品を購入する際には、まずその必要性を十分に検討し、無駄な購入を控えるとともに、品質や価格だけでなく環境にも配慮し、環境負荷ができるだけ小さいものを選んで購入する、グリーン購入につとめる。	営業車両における三つ星(超・低排出ガス)車の導入推進	621台導入(累計1,775台)、全車両比率62.6%	グリーン購入比率(金額・数量とも)50%超の達成 三つ星車の全車両比率95%超の達成 法定保存帳票のリサイクルシステムを首都圏以外に拡大
		保存期間を超過した法定保存帳票のリサイクルを検討	首都圏で保管している法定保存文書のリサイクルシステムの構築完了。357tをリサイクル実施	
		環境報告書によるコミュニケーションの見直し	加盟店全店舗へ環境報告書を配布。内容も加盟店が理解しやすいように改善	
環境教育・コミュニケーション関連	環境保全活動や社会貢献活動は、一人ひとりが身近なことから取り組むことが大切である。そのためには、なぜ環境保全活動を行うのか理解する必要があると考え、環境教育に取り組む。	「セブン-イレブンファミリー」誌や商品展示会での環境情報の発信の継続	「セブン-イレブンファミリー」誌「環境通信」コーナー、春期・秋期商品展示会での環境情報の発信	社会・環境報告書の補完資料を作成し、情報発信を推進 「セブン-イレブンファミリー」誌、商品展示会での情報発信の継続 IVグループ環境委員会の継続
		IVグループとしての環境啓蒙活動の継続	IVグループ環境委員会を、1回開催	

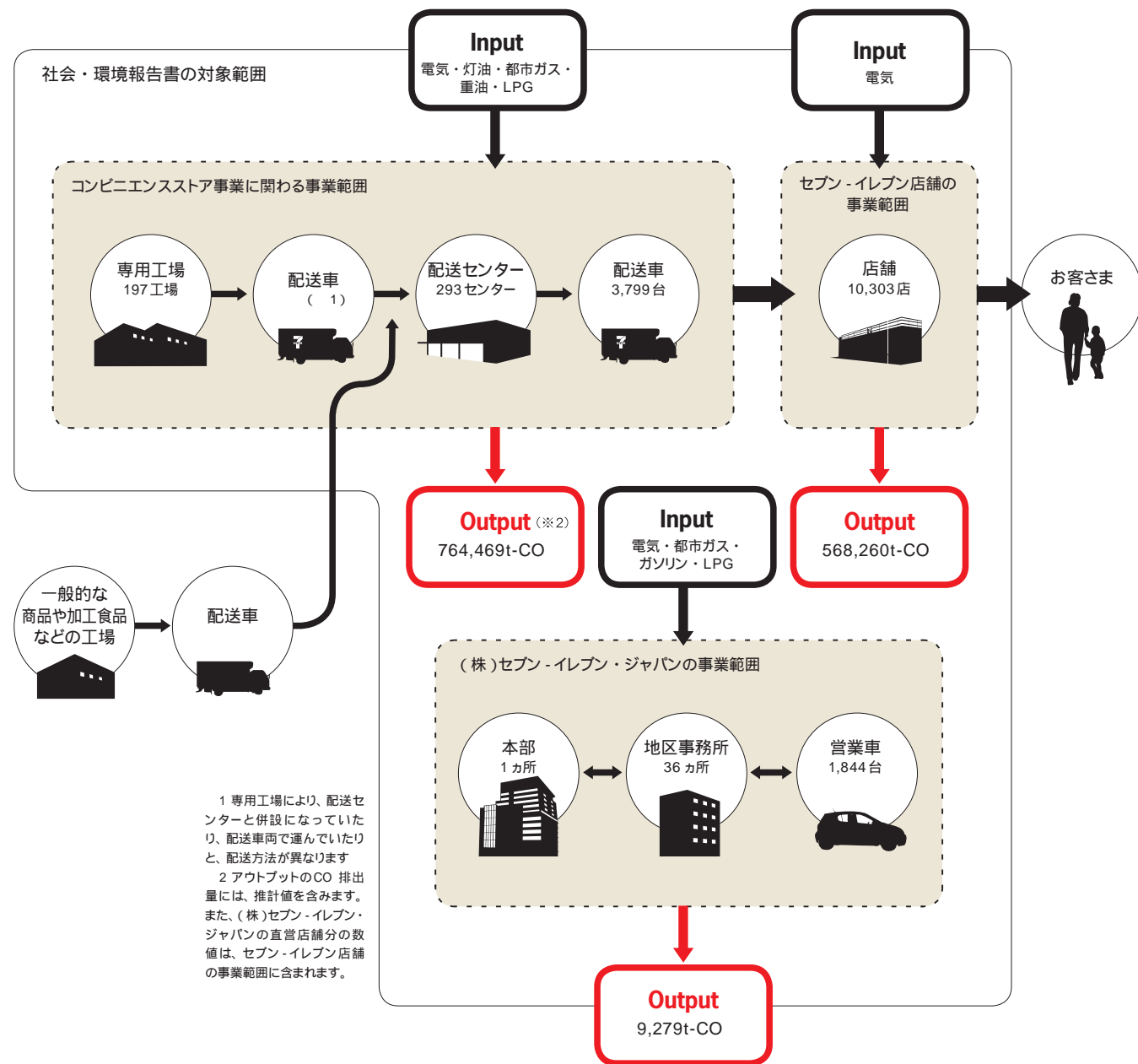
事業活動における環境負荷

セブン-イレブンの日々の事業活動には、店舗を経営するオーナーさまや商品を製造する専用工場、それを運ぶための配送センターなど、多くの事業者が関わっています。この事業活動全体における環境対策を推進するために、その実態を正確に把握することにつとめています。

事業活動に関わる二酸化炭素(CO₂)の発生量

セブン-イレブンでは、セブン-イレブン事業に関わる事業者の方々と協力して、その事業活動においてトータルに環境負荷低減を図るために、その範囲内での環境負荷をCO₂から把握することを目指しました。しかしながら、各事業者はその事業内容や立地条件などにより、状況が異なります。そのため、集計数値についても一部確定値からの推計を実施しています。

この取り組みを継続することで正確な数値把握が可能となるとともに、CO₂の発生量に関わるエネルギーの抑制にもつながると考えています。



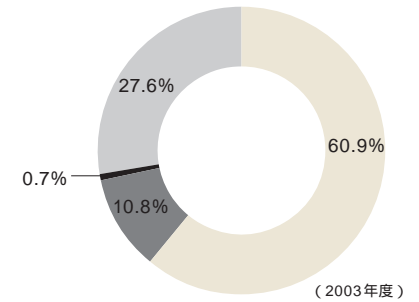
1 専用工場により、配送センターと併設になっていたりと、配送車両で運んでいたりと、配送方法が異なります
2 アウトプットのCO₂排出量には、推計値を含みます。また、(株)セブン-イレブン・ジャパンの直営店舗分の数値は、セブン-イレブン店舗の事業範囲に含まれます。

環境負荷指標

小売業の環境負荷は、店舗規模や営業時間など、さまざまな条件により異なります。このため、店舗の環境負荷を客観的に表す手段として、セブン-イレブンでは環境負荷総量をCO₂に換算しています。さらに環境負荷総量と事業規模や事業活動の付加価値との関係を、単位あたりのCO₂排出量を用いた環境負荷指標として公表します。

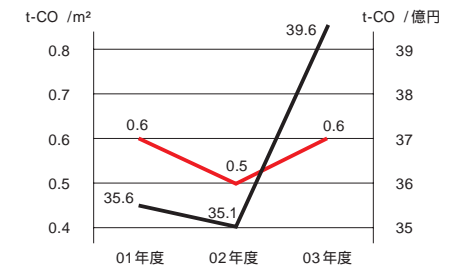
事業活動を継続するうえで、店舗の拡大は不可欠です。またお客さまニーズに対応した商品政策により、店舗の販売設備類は変化します。しかしセブン-イレブンでは、これらの店舗拡大や商品政策がそのまま環境負荷の拡大につながらないように、断熱パネル工法での店舗の建設、新たに導入する販売設備の省エネ化などを推進しています。さらに物流においては、常温一括配送の推進などによる環境負荷の抑制に取り組んでいます。

1店舗あたりのCO₂排出量構成比(%)



(2003年度)
□販売設備や空調などに使用する電気
商品配送に使用する軽油・天然ガス
OFCなどの店舗訪問による燃料使用量
店舗からの可燃ごみの排出

店舗面積、売上高あたりのCO₂排出状況



店舗面積1m²あたりのCO₂排出量
売上高1億円あたりのCO₂排出量

CO₂排出状況

CO ₂ の発生項目	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)(※1)		前年比
	2002年度	2003年度	
1. 販売設備や空調などに使用する電気	56.7	57.1	100.7%
2. 商品配送に使用する軽油・天然ガス(2)	9.0	10.1	112.2%
3. OFCなどの店舗訪問による燃料使用量	0.7	0.7	100.0%
4. 店舗からの可燃ごみ(生ごみ・その他)(3)	17.4	25.9	148.9%
1店舗合計年間CO₂排出量	83.8	93.8	111.9%
1店舗平均店舗面積	152.7	154.7	101.3%
1m ² あたりの年間CO ₂ 排出量(t-CO ₂ /m ²)(4)	0.5	0.6	120.0%
1店舗平均年間売上高(百万円)(5)	239.0	237.0	(98.6%)
(全店舗平均日販)(千円)	(656.0)	(647.0)	(98.6%)
売上高1億円あたりのCO₂排出量(t-CO₂/億円)	35.1	39.6	112.8%

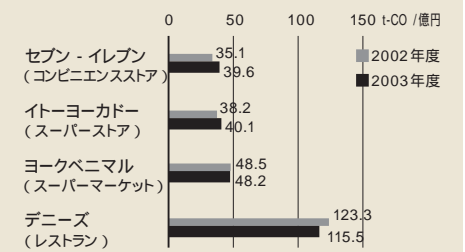
発熱量	CO ₂ 排出係数
電力	0.378kgCO ₂ /kWh
都市ガス(6)	0.0513kgCO ₂ /MJ
軽油	0.0687kgCO ₂ /MJ
ガソリン	0.0671kgCO ₂ /MJ
可燃ごみ(廃プラスチック)	2.68kgCO ₂ /kg
生ごみ	0.78kgCO ₂ /kg

1 排出係数は、環境省「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン」(試案)を使用。生ごみのみ環境省環境家計簿より一部試算した係数を使用
2 2002年度までは、配送距離と配送車両の燃費から軽油使用量を推計し算出。2003年度からは軽油・天然ガスの使用量から算出
3 店舗からの可燃ごみの排出量は、生ごみとその他可燃ごみを分けて排出量を算出。その他可燃ごみは廃プラスチックの係数を使用
4 1m²あたりの排出量は、今年度より店舗面積あたりの排出量(昨年度までは売場面積)
5 新店を含む全店平均日販より算出
6 配送に使用している天然ガス自動車は、都市ガスの係数を使用し算出

IYグループの取り組み状況

IYグループでは、「統合指標」を用いて環境活動を検証しています。これは、年間を通じての事業全体の環境負荷をより客観的に把握するために、データ集計可能な環境負荷総量をCO₂に換算したものです。

IYグループ売上高1億円あたりのCO₂排出量



デニーズは、店内調理を行っているレストラン業態のため、小売りを中心としたグループ各社とは排出量が大きく異なります。

環境会計

セブン-イレブンでは、本来の業務の見直しや効率化が環境負荷低減への取り組みにあたるため、環境に関わるコストと効果を、通常の事業活動から明確に区分すること、また取り組みによってはその効果を数値で表すことが困難なものもあります。このため、環境負荷低減への取り組みとその効果を、数値に限らず一つひとつ客観的に確認することにより、その取り組みを評価し、今後の事業活動に活かしていきたいと考えています。

2003年度環境会計(対象期間：2003年3月1日～2004年2月29日)

分類	環境負荷低減・社会貢献のための取り組み	取り組みによる効果	関連ページ	環境保全コスト	
				投資	費用(千円)
商品	お客さまに安心でおいしい商品を提供	「NDF共同購入原材料規格書」導入により、原材料履歴の確認精度を向上させ、原材料からのリスクを低減 需給管理精度の向上によるロス削減推進と、原材料からのリスクを低減 工場の品質管理レベルを向上させ、より品質レベルの高い商品を提供	P13・14 P13・14 P13・14	通常の商品開発費用に含まれる	
	商品の製造や販売にともなう環境負荷の低減	米飯工場11工場が無洗米を導入(累計33工場)。惣菜工場18工場でも「ドリア」で使用を開始 レジ袋の厚さを全サイズ平均で6%薄肉化 紙製カタログ・チラシを古紙100%再生紙にし、紙を薄く、使用インクをソイインクへ変更 カタログ配布体制の変更	P16 P16 P16 P16		
物流	配送に関わる環境負荷の低減	常温商品一括配送センター(加工食品・菓子・雑貨・酒類)を全国17カ所に展開 車載端末による運行管理システムの継続活用 環境配慮型車両の導入 ・アイドリングストップ可能なフローズン車両 累計225台 ・天然ガス自動車 累計153台 リサイクルシステムの構築(配送員のユニフォーム、台車、統一折りたたみコンテナ、統一番重)の継続	P19・20 P22 P22 P22	通常車両費・管理費に含まれる	
店舗	店舗の営業にともなう環境負荷の低減	インバータ式冷凍機の導入推進 ・空調機895台(累計4,213台) ・冷凍冷蔵設備1,124台(累計6,923台) 灯油式発電機の導入テストを2店舗で実施 フロン使用設備2,290台を回収 断熱パネル工法により514店舗建設	P27 P27 P28		
	店舗建設や設備機器などに関わる環境負荷の低減	建物共配制度(内装材)を328店舗で実施 設備共配を全店舗で実施 蛍光灯リサイクルシステムに5,586店が参加 除去した弁当・惣菜ケースのガラス棚板・樹脂板をリサイクル継続 リユース可能な鉄骨HDJで450店舗、サッシ工法で380店舗を建築 貸与設備を10,139台再利用 断熱パネルの簡易梱包配送を514店で実施	P28 P28 P28 P28 P28 P28	通常建築設備費用および処理費用に含まれる	
	廃棄物による環境負荷の低減	エコ物流加入店舗が524店増加(累計6,930店) 容器包装リサイクル法に準じ、プラスチック約5,308t、紙約46tのリサイクルを委託	P33 P47		
社会貢献	社会的責任と社会貢献活動	社会貢献活動への支援 ・環境関連の活動への支援 ・社会福祉活動への支援 ・スポーツ活動への支援 ・文化芸術活動への支援 ・教育活動への支援 ・地域社会活動への支援 セーフティステーション活動への協力、未成年者への酒・たばこの販売防止対策の推進 セブン-イレブンで全国一斉清掃活動の実施(約49千人参加) セブン-イレブンみどりの基金に対してマッチングギフト制度により寄附	P40 P37・38 P40 P41・42	362,362	
加盟店・本部	加盟店のバックアップ	加盟店共済制度の推奨 各種損害保険制度の提供 商品展示会でのビデオなどによる情報発信や「セブン-イレブンファミリー」誌の配布	P48 P48 P48		
	本部における対応	環境報告書の発行、ホームページでの掲載 環境システム評価の実施 OJTを中心とした社員教育の実施 本部83.3t、1店舗平均189kgの機密文書を回収・リサイクル 営業車両621台を、環境配慮型車両へ交換 グリーン購入率が、金額ベース比率で前年比100.2%、数量ベース比率で126.1% 保存期間切れ保管文書357tをリサイクル	P63・64 P54 P34 P57・58 P57・58 P57・58	232,094	

対象範囲
「株)セブン-イレブン-ジャパン(単体)、加盟店、専用工場・共同配送センターなどのお取引先を含めたコンビニエンスストア事業に関わる「製造-配送-販売-消費」の範囲において集計

取り組みによる効果
リサイクルなど明確に物量データが把握できる対策については、数値データを記載しています。その他の対策については、効果を文章にて表現しています

環境保全コスト
加盟店および本部の費用について、明確に把握できるもののみ記載しています

第三者保証

セブン-イレブンでは、環境や地域社会との関わりなど、幅広い事業活動を報告するにあたり、正確に、わかりやすく、そして客観的に開示していきたいと考えています。

そのため、情報開示の透明性や整合性を担保するため、報告書に対する第三者保証を実施しています。

また、この保証報告を真摯に受け止め、今後の事業活動に活かしていきたいと考えています。

第三者保証報告書

2004年6月11日

株式会社セブン-イレブン・ジャパン
専務取締役 萬歳 教公 殿

私たち、㈱中央青山サステナビリティ認証機構は、株式会社セブン-イレブン・ジャパン(以下、セブン-イレブンという。)からの依頼に基づいて、「社会・環境報告書 2004」(以下、同報告書という。)に関連して、以下の保証を行いました。同報告書は、セブン-イレブンの責任のもとに作成されたものです。

保証の目的

私たちの保証は、同報告書に記載された重要な情報の、収集と報告に関するプロセスの有効性について、独立した立場で意見を述べることを目的としています。

意見表明の根拠

現時点では、社会・環境報告書の記載情報の、報告や保証について一般に認められた国際基準は確立されていません。そのため、私たちは現在確立されつつある慣行と指針を参考としています。

実施した手続の概要

私たちが、同報告書に記載された重要な情報に関連して実施した手続は、以下のとおりです。

1. セブン-イレブンの環境マネジメントシステム

組織の状況、運用の概況及び収集されるデータ項目を把握し検討しました。

2. セブン-イレブンにおけるデータの収集および報告のプロセス

同報告書に記載された重要な情報の収集方法を把握し、各データがいつ、どのように集計され報告されるかを検討しました。

3. 同報告書に記載されたデータ

同報告書からサンプリングしたデータを根拠資料と照合した上で、各根拠資料間の整合性についても検討しました。

これらの検討に際しては、経営管理層や同報告書の作成担当者へのヒアリング、データの分析、資料の閲覧、資料間の照合、外部証拠との照合などの具体的な手続を、セブン-イレブン本社において、実施しました。

結論

私たちは、以上の手続を実施した結果、以下のとおり意見を述べます。

同報告書に記載された重要な情報の、収集と報告に関するプロセスは、私たちが実施した手続の範囲内では、適切であり、かつ有効です。

株式会社中央青山サステナビリティ認証機構
(中央青山監査法人グループ)

代表取締役社長 **細野康弘**

㈱中央青山サステナビリティ認証機構からセブン-イレブンへの提言

1. セブン-イレブンの社会・環境報告書

セブン-イレブンは、従来の「環境報告書」から「社会・環境報告書」と名称を変更し、コンビニエンスストア(以下、CVSという。)のフランチャイズ事業者として、従来よりも幅広い活動を報告しています。その内容は、環境への取り組み、安心・安全な商品の提供、地域社会との共存、及び加盟店との共栄等、多岐に渡ります。

また、個々の取り組み内容だけではなく、その取り組みの背景にある考え方を読者に伝えることに、重点がおかれています。CVSの抱える課題を認識し、同時に果たし得る役割を模索し実行しようとしていることが伺えます。同報告書は、セブン-イレブンが自らの社会的責任をどのように考えているかを知る手がかりとして評価されるとともに、今後読者との対話を通じた一層の発展を期待します。

2. 企業行動委員会の設置

セブン-イレブンは、2004年3月に企業行動委員会を設置しました。同委員会では、フランチャイズ事業の特質を踏まえ、セブン-イレブンの企業行動を「事業責任」、「社会的責任」、「リスクマネジメント」という視点から見直し、人事労務・環境・情報管理・FT(フェアトレード)の4部会を軸に、最優先課題の明確化を目指しています。また、自社と関わる人々を「ステークホルダー」という言葉でひとくりに捉えるのではなく、加盟店との共存共栄関係、それを支えるOFCなど従業員の熱意等、各々との関係について、ブレークダウンし、CSRの観点から改めて見直そうとしています。

今後は、例えば、雇用均等やヘルプラインの機能的な運用等、より積極的・網羅的な取り組みを期待します。

3. 地域社会との共生

CVSが社会に与える影響は非常に大きく、利便性の提供のみならず、酒・たばこの販売防止等、青少年の健全育成にも影響を与えます。セブン-イレブンは、業界団体においても積極的にイニシアチブを発揮し、CVSの問題点を見直すと同時に、その特性を生かし、地域社会に対して貢献することに努めています。活動範囲を広げつつある「セーフティステーション活動」は、安全・安心な街づくりに貢献するものとして、大変評価されます。また、利用者層の拡大に伴い、高齢者等に配慮した店づくりも進められています。これまで、私たちは、セブン-イレブンの環境活動と事業活動が一体化していることを、高く評価してまいりました。今後、環境活動やCVSの利便性に留まらず、CVS事業そのものが、地域社会への貢献等も含めた幅広い、社会的責任を果たすものとなることを期待します。

4. 情報収集体制の整備

「社会・環境報告書」として発行され、開示が期待される対象は拡大しています。開示内容に関連する部署も広範囲に及んでおり、適時に迅速な情報収集を行うための体制づくりが求められます。また、中国への出店について注目が集まっていますが、同報告書は、セブン-イレブン(単体)、加盟店、取引先など国内の事業展開を中心に作成されています。今後、グループの情報収集体制を構築され、その報告範囲を広げ、中国における取組みを始めグループ全体の情報開示を進めることが期待されます。

おわりに

2000年から2003年まで、コンビニエンスストア事業における「製造 - 配送 - 販売 - 消費」における環境対策を報告の中心とした「環境報告書」を継続して発行してきました。本報告書では環境に加えチェーン自体の社会との関わりにも目を向け、地域社会との共生なども含めた報告として「社会・環境報告書」とタイトルを変更致しました。

コンビニエンスストア事業は地域社会や環境問題との密接な関わりあいなしに営業を継続することはできない、ということがその思いの原点です。それらに加えて、企業として法令遵守はもとより社会からの要請への対応、という点を踏まえ、2004年3月に社内に企業行動委員会を設置し、コンプライアンス体制の強化・充実を図るとともに、社員への教育、加盟店への啓発にも取り組んでおります。

今までもさまざまな活動を実施してまいりましたが、再度、社会的な要請、期待という点からチェーン自体の活動を見直し、次への取り組みを進めねばなりません。店舗で提供する商品は、保存料や合成着色料の排除など「安全な商品」を提供する取り組みの継続。また、酒やたばこ、雑誌（成人誌）の販売に目を向ければ、未成年のお客さまに対する販売防止は事業者として当然徹底していかなければなりません。一方で販売面のハードである店舗の建物は、省エネや騒音など環境対応を継続する必要があり、設備機器に冷媒として使用されるフロンは地球温暖化の点から徹底した管理が必要です。店舗のレジには現金が入金されており、強盗への注意喚起・安全対策も不可欠です。また、収納代行で扱うお客様の個人情報の取り扱いには十分な注意が必要となっています。さらに、店舗から排出される廃棄物についても、当然のことながら分別リサイクルといった対応が必要とされています。これらの点から、エコ物流ネットワークの拡大や、現在も活動中であるセーフティステーション活動の持つ意義が非常に重要です。

コンビニエンスストアは、加盟店オーナーさまと私たち本部が二人三脚で取り組む共同事業です。私たち本部とそれぞれの加盟店が地域に密着した営業を続け、同じ理念・目的を共有しながら販売を続けることで経営が成り立っています。コンビニエンスストア事業自体にそれらの課題を解決する視点を包含し、加盟店オーナーさまと共に対応を進めることがセブン イレブン・ジャパンの事業責任であり、社会的責任を果たすことでもある、と考えています。

今後とも、加盟店オーナーさま、お取引先と一緒に、さまざまな取り組みを進めてまいり所存です。引き続き皆さまからのご支援・ご協力をお願い申し上げます。

2004年8月

専務取締役
専務執行役員

萬 蔵 教 公

2003年度 活動の記録

	セブン・イレブン・ジャパンの動き	持続可能性に向けた取り組み
3月	・マルチコピー機でデジタルコンテンツのプリントサービス開始	・東京23区のうち20区での販売期限切れ商品のリサイクル開始(写真) ・春期商品展示会 ・セーフティステーション活動 第1次トライアル実施 
4月		・東京23区のうち残り3区での販売期限切れ商品のリサイクル開始
5月	・アイワイバンク銀行、郵便貯金とATM提携開始 ・SARS感染拡大に関して北京市人民政府民生局に見舞品と見舞金を届ける	・レジ袋の薄肉化実施
6月	・マルチコピー機を活用したネットプリントサービス開始 ・セブン・イレブンロゴマーク入りオリジナル商品「凍頂烏龍茶」全国発売	・環境報告書2003発刊 ・「ごみ分別マニュアル」の全店舗への配布開始 ・第13回「地球にやさしい作文・活動報告コンテスト」協力(2003/6～9月)(写真) 
7月	・全国チルド幹線物流を活用したチルドビールの拡大 ・セブン・イレブン10,000店感謝フェア ・セブン・イレブンロゴマーク入り商品30アイテム発売	・第9回セブン・イレブンデー全国一斉清掃活動実施 ・紙製販促物の規格変更と再生紙使用
8月	・ポイントカード開始(北海道のみ) ・出店数10,000店達成	・第26回「24時間テレビチャリティー」協力 ・「大阪府福祉のまちづくり条例」の第1号適合店舗開店
9月	・ジャニーズ「NEWS」CD・オリジナルグッズ独占販売	・英語版環境報告書発刊
10月	・独自の定温輸送による輸入ワイン発売	・第10回セブン・イレブンデー全国一斉清掃活動実施(北海道地区のみ前倒しで実施) ・カタログ配布体制の見直し ・秋期商品展示会(写真) 
11月		・第10回セブン・イレブンデー全国一斉清掃活動実施(写真) ・セーフティステーション活動 第2次トライアル実施 
12月	・エクソンモービルとの複合店舗の開発と運営について業務提携 ・日経MJ広告賞・優秀賞を受賞 ・第3回ポーター賞を受賞 ・セブン・イレブン店舗スタッフのユニフォームを一新	・店舗ユニフォームの変更とリサイクル実施(写真) 
1月	・合弁会社「セブン・イレブン北京有限公司」設立	
2月	・TVCM「あなたにとって、セブンとは？」オンエア	