

セブン-イレブン・ジャパン
社会・環境報告書 2005

社会に応えるセブン-イレブンであり続けるために



I N D E X

- 2 ごあいさつ
- 3 セブン-イレブン・ジャパンの企業概要
- 5 セブン-イレブン・ジャパンのマネジメント
- 7 コンプライアンス体制と推進
- 9 環境目標と実績
- 11 環境への影響に対する把握と評価
- 13 セブン-イレブンのコンビニエンスストア事業
- 15 チェーンの事業活動における環境負荷
- 17 2004年度のハイライト
- 18  商品について
- 22  物流について
- 26  店舗建築設備について
- 30  廃棄物・リサイクルについて
- 34  地域社会との共生について
- 39 セブン-イレブンみどりの基金について
- 40  フランチャイズ事業について
- 43 社員との関わりにおける取り組み
- 45 お客さまとのコミュニケーション
- 46 社会・環境報告書2004の通信簿
- 47 社会・環境報告書2004での「提言」への対応
- 48 第三者保証
- 49 おわりに
- 50 2004年度活動の記録

本 報 告 書 に つ い て

セブン-イレブン・ジャパンでは、2000年よりコンビニエンスストア事業に関わる環境対策について「環境報告書」を発行し、2003年度から社会的な側面を含めた「社会・環境報告書」として報告を行っています。セブン-イレブンの営業活動は、各加盟店やお取引先など多数の関係者を通じて行われています。こうした点をふまえ、本報告書は製造から消費に関わるそれぞれの分野の基本的な考え方をもとに、関連する取り組みについて記載しました。

本紙にはアンケートを添付しております。ご覧いただき、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
2004年度
(2004年3月1日～2005年2月28日までの1年間)
※2004年度のデータについては年度表記をしていません。また、2005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(2003年度版)」
GRI「サステナビリティリポーティングガイドライン2002」
※GRI=Global Reporting Initiativeの略。
1997年に設立された団体で、全世界で適用可能な「持続可能性報告のガイドライン」を策定し、その普及に取り組んでいます。

◎表現について
本報告書では「セブン-イレブン・ジャパン」と「セブン-イレブン」の二通りの表現を用いています。「セブン-イレブン・ジャパン」は当社単体(本部・直営店)の範囲に関する記載であり、「セブン-イレブン」は加盟店を含めたチェーンとしての範囲の記載として使い分けていますので、ご注意ください。

◎発行
2005年10月

ごあいさつ

1973年にセブン-イレブンを創業した当初から、私どもは「誠実な企業であること」を目指して経営を進めてまいりました。近年、改めて「企業はどうあるべきか」ということについて考察する機会が増えております。

企業の持続的な成長・発展には、地域社会や個人との関わりが密接なものになっており、環境を巡るさまざまな問題につきましても、企業には透明性のある説明責任が求められております。

2005年9月に(株)セブン&アイ・ホールディングスを設立しましたのも、コーポレート・ガバナンスの強化と企業価値の向上を図り、グループ内の協力体制を緊密化して、国内外の社会の変化に対応した経営を進めるためであります。

今後においても、事業活動に伴うさまざまな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た、基本に立ち返る自浄作用の働く組織として、体制を強化していくことが必要と考えております。

企業は社会から一層厳しい目で見られております。皆さまに信頼される企業であり続けるために、グループ全社員とともに全力で取り組んでまいります。

今後も皆さまのご指導・ご支援をお願い申し上げます。

東京都江東区豊洲に1号店をオープンしてから、おかげさまで、セブン-イレブンは10,000店を超えるまでに成長を遂げてまいりました。

それとともに、社会においてセブン-イレブンが果たすべき役割も広がりを見せております。私どもの目指す「地域における一番店」ということについても、経済的な面と同時に、社会性や環境配慮を包括した、地域共同体としての生活基盤として、あるべき姿を追求する意味合いが強くなっております。

セブン-イレブンにおける「企業の社会的責任」とは、「製造-配送-販売-消費」の各事業場面において意識されるものでなければならず、加盟店をはじめ、メーカー・共同配送センターなど、戦略同盟として理念を共有してきた各事業者との連携において対策を進めることが、フランチャイズ本部の責務であると認識しております。

また、それぞれの場面に携わる社員一人ひとりに対して環境への配慮を啓発し、現状における課題を含めた情報の共有化を内外に推進することが、事業の持続可能な発展につながるものと考えています。

高度な情報化が進み、企業のリスクマネジメントについて、メディアによる報道が頻繁になされている昨今においては、高い透明性を持って、社会からの要請に対して誠実に応える姿勢が、企業に強く求められています。この社会・環境報告書を通じて、私どもの取り組みについて皆さまのご理解をいただければ幸いです。

今後も皆さまのご指導・ご支援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



代表取締役社長
最高執行責任者 (COO)

山口俊郎

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
□社員数	4,815名
□事業内容	日本国内での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	株式会社セブン&アイ・ホールディングス

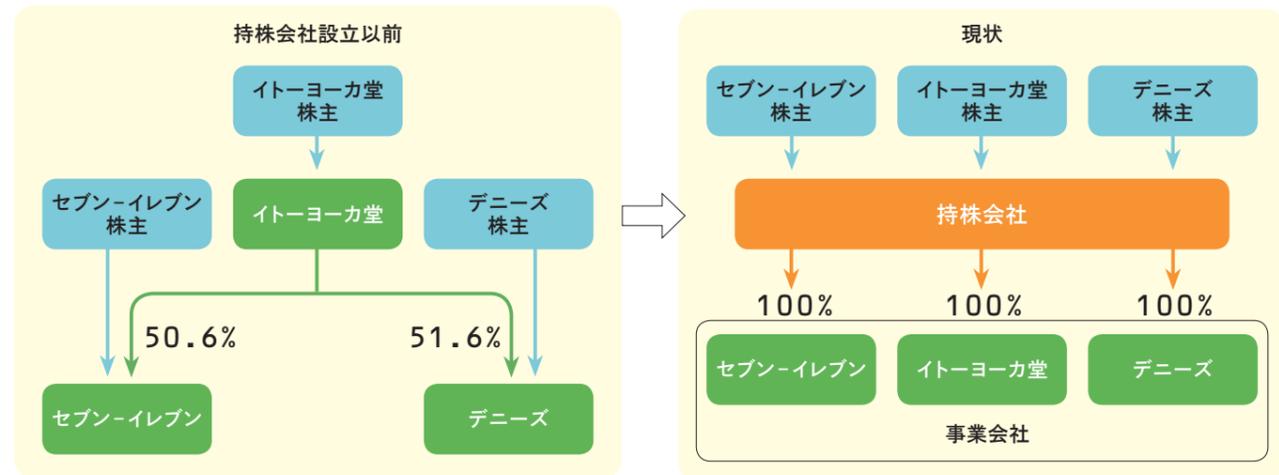
TOPICS

持株会社設立について

イトーヨーカ堂、セブン-イレブン・ジャパン、デニーズジャパンの3社は、3社共同で株式移転方式による持株会社「株式会社セブン&アイ・ホールディングス」を9月1日に設立しました。それに伴い3社は8月26日に上場を廃止し、持株会社の完全子会社となりました。セブン&アイ HLDGS. は、「変化への対応と基本の徹底」をスローガン

に、急速な経済・社会のグローバル化のなかで、時代の変化に即応したグループ経営体制の再構築を図り、より一層発展していくこと、社会に貢献することが必要と考えています。これを契機としてさらなるコーポレート・ガバナンスの強化と、グループ全体の企業価値を増大すべく、お客さまの立場に立った事業運営を徹底していきます。

持株比率の変化 (持株会社制への移行)



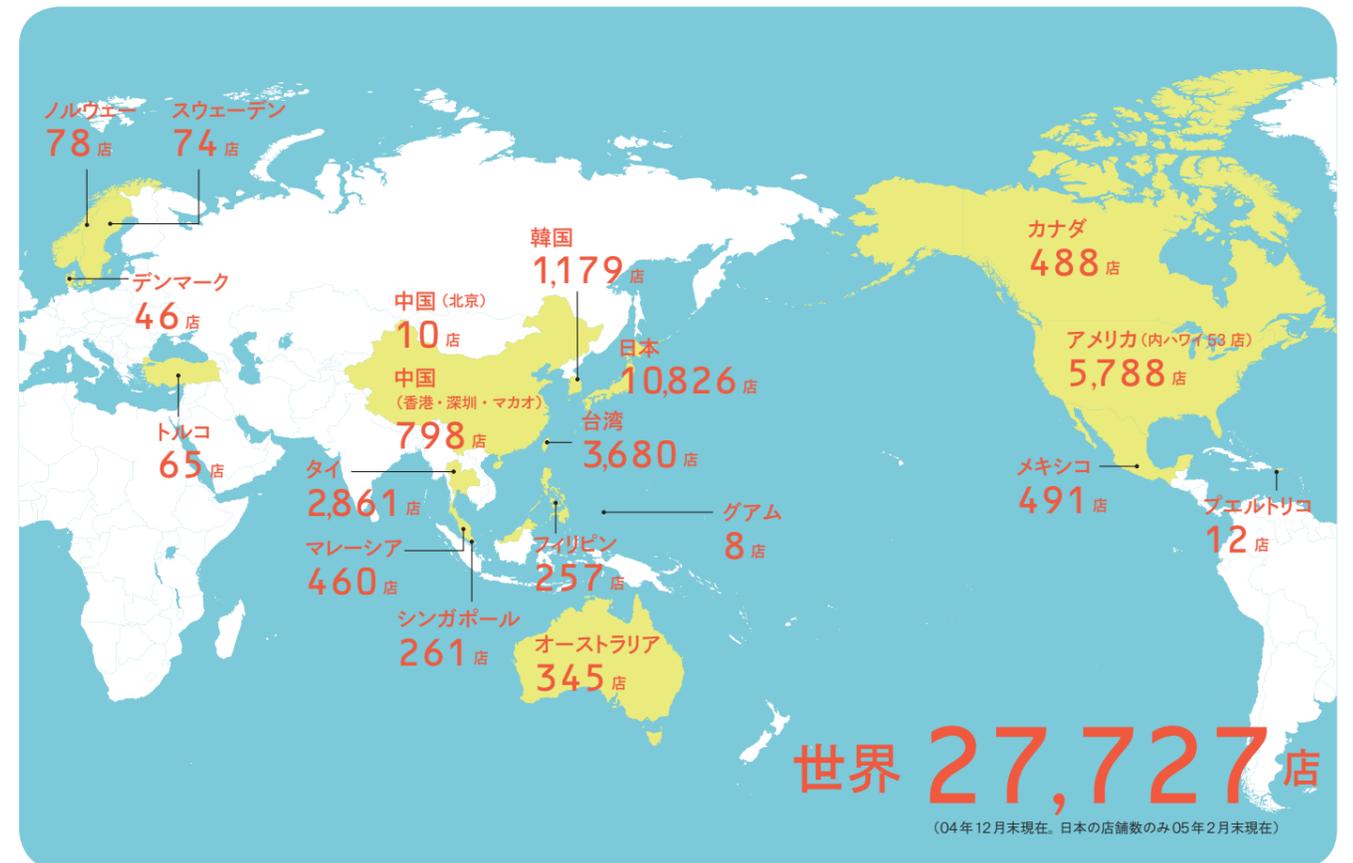
□主な子会社	IYG Holding Company
	7-Eleven, Inc.
	SEVEN-ELEVEN (HAWAII), INC.
	セブン-イレブン北京有限会社
	株式会社セブンドリーム・ドットコム
	株式会社セブン・ミールサービス
	株式会社 SE キャピタル

TOPICS

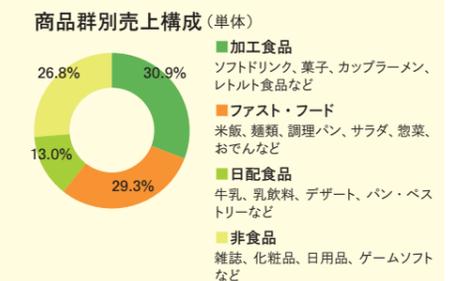
7-Eleven, Inc. 社を完全子会社化

セブン-イレブン・ジャパンは2005年2月、イトーヨーカ堂が保有する「IYG Holding Company」の全株式を取得して、7-Eleven, Inc. 社を当社の完全子会社としました。これにより、セブン&アイ HLDGS. が取り組む事業構造改革の方針に基づき、グループ内のコンビニエンスストア事業の運営管理がセブン-イレブン・ジャパンに統合されました。あわせて、エリアライセンス（7-Eleven, Inc. 社より、限定されたエリアでセブン-イレブンを運営するライセンスを与えられた企業）を加えたグローバルなセブン-イレブンチェーンの競争力強化を図っていきます。

世界のセブン-イレブン店舗数



DATA



セブン-イレブン・ジャパンのマネジメント

セブン-イレブン・ジャパンでは、社会から信頼される、誠実な企業であることを目指すとともに、事業活動を通じてお寄せいただく信頼に真摯に応えていきたいと考えています。経営管理機構や業務執行の仕組みを整備し、引き続き経営の透明性・健全性の向上を図っていきます。

社是	経営理念
私たちは、お客様に信頼される、誠実な企業でありたい。	既存中小小売店の近代化と活性化
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。	共存共栄

経営の基本方針

セブン-イレブン・ジャパンは「既存中小小売店の近代化と活性化」「共存共栄」という経営理念のもと、1973年に本格的フランチャイズチェーンによるコンビニエンスストア事業を、日本で初めて開始しました。この経営理念の達成に向けて、刻々と変化するお客さまのニーズに対応するために「変化への対応と基本の徹底」をスローガンと

して掲げ、商品開発・物流管理・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挑戦し続けてきました。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、「量ではなく質重視」「徹底とスピード」などの経営の基本方針を徹底し、地域密着型の小売業として皆さまの期待に応える店づくりを進め、企業価値の拡大につとめていきます。

コーポレート・ガバナンス

セブン-イレブン・ジャパンでは、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拡大にあるとの考えに基づき、経営管理機構や業務執行の仕組みを整備し、経営の透明化と健全性の向上を図ってきました。また、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する企業として、各加盟店の収益拡大および事業リスクの極小化・回避という観点からも企業運営を進めています。コンビニエンスストア事業は、フランチャイジー（加盟店）とフランチャイザー（当社）との対等な契約を基盤とした事業であり、「共存共栄」の経営理念に基づき明確な役割分担がなされるとともに、事業運営における透明性と公平性、平等性が確保・強化されています。したがって、セブン-イレブン・ジャパンの事業活動は加盟店からの信頼なくしては成り立たないものであるため、フランチャイズ事業というビジネスモデル自体が、内部統制機能の強化に役立っています。また、変化の激しい経営環境において、迅速な意思決定と業務遂行を推進するために、代表取締役会長（最高経営責任者）と代表取締役社長（最高執行責任者）を経営トップと位置づけた

執行役員制度を採用。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るとともに、監査役制度を採用、監査役会は4名（内3名は社外監査役）で構成し、独立した立場からの業務監査を実施しています。また、社長直轄組織である監査室が業務活動の妥当性や適法性について、内部監査を実施しています。これらに加え、当社は（株）イトーヨーカ堂および（株）デニーズジャパンと共同して、株式移転方式により純粋持株会社「（株）セブン&アイ・ホールディングス」を2005年9月1日に設立。持株会社設立に伴い、8月26日に東京証券取引所第1部上場を廃止し、持株会社セブン&アイ HLDGS.の100%子会社となりました。当社は、構造的な環境変化への対応力強化を図るとともに、次世代につながる成長戦略実現のために、当社の属するグループが持つさまざまな経営資源の横断的な有効活用が必要であると考えています。グループのスローガンである「変化への対応と基本の徹底」をもとに、経営環境の変化に対するスピーディな対応と、お客さまの立場に立った事業経営を推進し、グループ全体の企業価値の最大化を図っていきます。

マネジメントシステム

マネジメント体制

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。環境面のマネジメントにおいても、これらの各種会議を通じてコミュニケーションがなされ、環境負荷低減のための具体的行為に直結しています。また、1991年に設置された「環境対策プロジェクト」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、チェーンとしての環境方針を決定し、各本部が具体的対策を推進しています。また、1994年に定められた「環境指針」「環境規約」をもとに、社員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。

チェーンとしてのマネジメント体制

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共同配送センター、店舗を建築する建築業者などは、全て独立した事業者です。セブン-イレブンでは情報共有のための会議を通じ、お取引先と考え方を共有しながら、コンプライアンスや環境問題への対応を進めています。

マネジメントと会議の例

会議	内容
セブン&アイ HLDGS. 経営方針説明会	1984年より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
業務改革委員会	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

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。

チェーンとしてのマネジメントの例

	セブン-イレブン・ジャパン	お取引先	情報共有のための会議
製 造	商品本部	日本デリカフーズ協同組合	環境対策プロジェクト会議 ほか
配 送	物流管理本部	センター運営会社	センター運営会議 ほか
建 築	建築設備本部	推奨建築業者	建築設備会議 ほか
廃棄物	環境推進部	エコ物流業者	エコ物流推進協議会 ほか

コンプライアンス体制と推進

セブン-イレブン・ジャパンでは、フランチャイズ事業を展開する本部企業としての社会的責任を果たすべく、事業活動におけるコンプライアンス体制の構築と強化に取り組んでいます。

企業行動委員会

セブン-イレブン・ジャパンでは、独自の経営スタイルによるコーポレート・ガバナンス体制に加え、2004年3月に代表取締役社長（最高執行責任者）を委員長とする、企業行動委員会を組織しました。この企業行動委員会のもとに、企業行動推進室を設置し、

分野別専門部会である人事労務部会・環境部会・情報管理部会・FT（フェアトレード）部会という4部会を中心とした活動を行っています。これらの活動を通じ、従業員一人ひとりの法令遵守・倫理観の高揚とともに、コンプライアンス体制の強化を図っています。

セブン&アイ HLDGS. 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。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制を確立し、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。

[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

セブン&アイ HLDGS.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

セブン&アイ HLDGS.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

セブン&アイ HLDGS.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

セブン&アイ HLDGS.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、社員などセブン&アイ HLDGS.が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、それらを見過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

セブン&アイ HLDGS.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より、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

セブン&アイ HLDGS.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

セブン&アイ HLDGS.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)

「セブン-イレブン社員行動規範」の改訂

セブン-イレブン・ジャパンでは、会社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、1978年に「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。

2004年度には、コンプライアンス活動の徹底を図るため、行動

個人情報保護の取り組み

店舗での各種料金収納代行サービスの受付をはじめとして、お中元・お歳暮などのカタログギフトの受付、インターネット事業に関連したサービスなどの取り扱いにより、加盟店・本部がお預かりするお客さまの個人情報の量は年々増加しています。

個人情報保護法の施行に伴い、レジで受付を行うカタログギフト・年賀状印刷サービス関連の個人情報について、セブン-イレブンギフトセンターを運営するリテールシステムサービス(株)にデータ安全管理措置の強化を要請し、対応いただきました。

また社内では、お客さまだけでなく加盟店のオーナーさまや従業員さん、社員の個人情報を取り扱っているため、「個人情報の保護・利用に関するガイドライン」を策定するとともに「情報セキュリティポリシー」の改訂を実施。個人情報の取り扱いに関する意識を高めるために、ビデオによる個人情報保護法に関する教育も行うなど、情報管理のための組織体制の整備・強化を進めました。あわせて、セブン-イレブン・ジャパンの情報管理に対する考え方をホームページで「プライバシー・ポリシー」として掲載し、広く開示しています。

フェア・トレード（公正取引）に関する取り組み

お取引先に対して

お取引先との公正な取引を行うために、社内の各部担当者に対して定期的に勉強会を実施しています。

特に、公正取引に関する独占禁止法（優越的な地位の濫用防止など）や下請け法などを中心に、商品本部、物流管理本部の担当者に対し、MD会議の場を通じて月次で勉強会を開催しています。今後も引き続き、社内担当者およびお取引先に対する啓発を行うとともに、大規模小売業告示等についても勉強会を開催していく予定です。

規範の内容の見直しを行い、個人情報の保護も含めた、情報管理全般に対する注意事項を盛り込んだ内容に改訂しました。



店舗が取り扱う個人情報の例

- ・公共料金支払票、DPE 申込書、宅配便受付伝票、カタログギフト申込書など各種サービスの提供に必要な個人情報
- ・採用等における従業員の個人情報 など

料金収納代行サービスの受付件数と取扱金額



お客さまに対して

2004年4月の消費税の総額表示方式のスタートに合わせて、売価の表示方法を見直し、消費税額を含めた総額表示に統一しました。また、弁当などを除き、お菓子・加工食品・雑貨の各商品についてはプライスカードによる価格表示を実施しています。店頭での表示の徹底が図れるように、価格シールについて単品単位で発注できるシステムに変更し、適正な表示につとめています。



環境目標と実績

セブン-イレブン・ジャパンでは「環境対策プロジェクト」において、各部門が対策の進捗と次年度の目標を報告し、情報共有を図っています。また、担当部門は環境負荷を低減するために、加盟店・お取引先の協力をいただきながら具体的な環境対策に取り組んでいます。

自己評価の基準	
A	…目標を達成（100%～）
B	…目標をおおむね達成（75%～）
C	…目標を半分達成（50%～）
D	…目標を未達成（～50%）

2004年度環境目標と実績、2005年度環境目標

分野	内容	2004年度		2005年度		
		目標	実績	自己評価	関連ページ	
商品 	安全な商品の提供	●保存料・合成着色料の排除商品の告知と拡大 ●食品添加物の自主規制の見直し継続	●デイリー商品からの排除については100%実施 ●焼きたてパン・デザートでのコンタミネーション対策の実施	A	P20	●品質管理と連動した使用食品添加物の低減 ●「食」のおいしさ、安全、安心の告知・啓蒙活動
		●原材料履歴の確認精度向上	●レンピマスターシステム*による原材料と商品の紐付け登録アイテムの61%（容器包装を含む）	B	P20	●原材料履歴の確認精度の向上と安全確保 ●残留農薬の検査体制の整備
		●NDF-HACCP*の推進	●NDF-HACCPを26工場で認定取得 ●HACCPサポートシステム*を11工場で取得	C	P20	●HACCP体制確立によるオリジナル商品の品質の確保、HACCPサポートシステムによる工場のペーパーレス化の推進
	商品製造時の負荷低減	●米飯工場での無洗米の導入拡大	●無洗米を36工場で導入（導入率55%）	C	—	●無洗米の導入拡大 ●弁当、惣菜などのデイリーメーカーの食品残さの減量。電力二酸化による光熱費の低減
	容器包装の環境配慮	●環境に配慮した容器の検討	●容器・包材のプラスチック使用量の減量（20種類で150t減量） ●おせちの重箱を樹脂製容器から紙容器に変更 ●植物由来資材（ポリ乳酸）の取り組み継続	B	P21	●容器・包材の使用量減量の継続 ●環境配慮型容器の検討
販促物の負荷低減	●販促物における環境負荷低減	●カタログ・チラシ用紙を古紙100%からエコパルプに変更	B	—	●紙製POPの検討	
物流 	共同配送の推進	●常温商品の一括配送（加工食品・菓子・雑貨・酒類）の全国展開完了	●共配化の進んだ地区で、配送車両が8.9台/店に改善	B	P23	●常温商品の一括配送（加工食品・菓子・雑貨・酒類）の全国展開完了
	配送に伴う負荷低減	●車載端末運行管理システムによる燃費改善の継続	●ディーゼル車の燃費6.07km/lに改善	B	P24	●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	●継続中	C	P25	●次世代型環境対応車両の研究継続
	●環境負荷データの収集精度の向上	●把握方法の調査・検討を継続中	C	—	●環境負荷データの把握の精度向上	
店舗建築設備 	フロンガスの適正管理	●フロン回収・破壊の継続 ●自然冷媒のテスト継続	●5,573台から21.9tのフロンを回収・破壊 ●自然冷媒（CO ₂ ・アンモニア）を2店で導入	A	P29	●フロン回収6,000台、22.5t
	省エネルギー	●インバータ式冷凍機の継続導入（1,950台）	●インバータ式冷凍機を2,019台導入	A	P28	●インバータ式冷凍機の導入1,200店 ●インバータ式電子レンジの導入
	建材・設備の再利用	●断熱パネル工法導入推進による廃棄物抑制	●417店で断熱パネル工法を実施	B	P28	●新店、建て替え店500店でパネル工法の実施
		●貸与設備の再利用の継続	●貸与設備10,634台の再利用実施	B	—	●貸与設備を12,000台再利用
	リサイクルの推進	●蛍光管リサイクルへの参加店舗拡大	●5,612店より蛍光管56万本をリサイクル	C	—	●蛍光管のリサイクル100万本（売場照明および設備什器用蛍光管）
廃棄物・リサイクル 	建築資材の共同配送化	●建築における物流の環境負荷低減	●建築用建材・設備什器の共配化により、CO ₂ を566t/年削減	C	—	●建築用建材、設備什器の共配効率化によるCO ₂ 削減量628t
	廃棄物の適正処理	●エコ物流推奨地区の拡大（北海道や新規出店地区）	●新規出店地区49市町村において実施	C	P31	●エコ物流推奨地区の拡大、既存推奨地区のサービス向上
	リサイクルの推進	●店舗からの食品未利用資源リサイクルの推進	●名古屋市：04年11月より食品リサイクルを開始 ●東村山市他7市：05年6月より食品リサイクルを開始 ●熊本市：05年度での実施を目指し準備中	A	P32	●店舗からの食品未利用資源リサイクルの推進継続
●九州食品工場リサイクル事業協同組合によるリサイクルの開始		●04年7月に組合施設竣工。現在飼料製品化を推進中	B	P33	●九州食品リサイクル事業協同組合によるリサイクル推進継続	
本部 	グリーン購入	●グリーン購入比率（金額・数量とも）50%超の達成	●金額比57.0%、数量比68.1%	A	—	●グリーン購入比率：金額、数量共に75%以上
		●三つ星車の全車両比率95%超の達成	●50%以上低減車比率96.6%（1,969台中）	A	—	●低排出ガス車（75%）を特別車を除き全車導入
	リサイクルの推進	●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	●北海道・九州についてはリサイクルシステム構築	B	P33	●プロジェクター使用の推進
	グループ内での情報共有	●IYグループ環境委員会の継続	●情報交換は継続して実施	C	—	●情報共有の継続
コミュニケーション・環境教育 	コミュニケーションツールの充実	●環境報告書の補完資料を作成し、情報発信を推進	●未作成	D	—	●社会・環境報告書以外の資料を作成し、情報開示を進める
	環境教育	●「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	●春期・秋期商品展示会において社会・環境コーナーを設置 ●「セブン-イレブンファミリー」誌には05年5月より掲載	B	P28	●「セブン-イレブンファミリー」誌での環境に関する記事掲載を継続
		●セブン-イレブンデー全国一斉清掃活動の継続	●回収ごみ約110t、参加人数54,828人	B	P36	●セブン-イレブンデー全国一斉清掃活動：第13回を7月、第14回を11月に実施予定

*詳細については、関連ページを参照してください

環境への影響に対する把握と評価

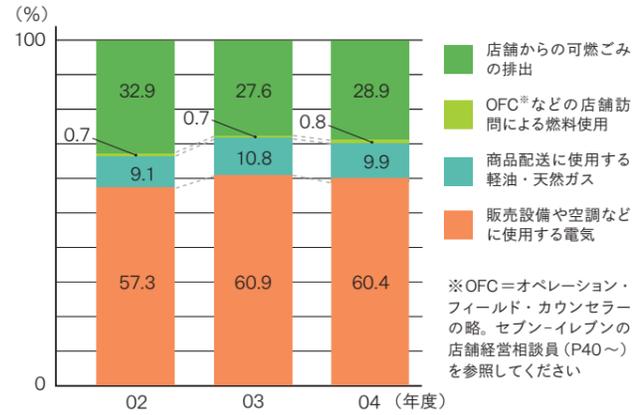
セブン-イレブンでは、事業全体が環境に与える影響や、環境対策にどの程度効果が出ているかなどを把握するため、環境会計や環境負荷指標、オリジナルデイリー商品のライフ・サイクル・アセスメント分析などに取り組んでいます。

環境負荷の評価のために

小売業では、店舗面積や営業時間、取り扱い商品などの違いにより、環境負荷の発生にも大きな差があると考えられます。そこでセブン-イレブンでは、店舗で発生する環境負荷を客観的に判断する指標として、環境負荷の総量をCO₂換算し、2000年度より継続して把握しています。

直近では、ATMの導入など、電気を使用する販売設備の拡充や、店舗の大型化などにより、環境負荷に占める電力使用量が増加しています。環境負荷の小さい小売業を目指して、一層の環境負荷の削減に取り組んでいきます。

1店舗あたりのCO₂排出状況の推移



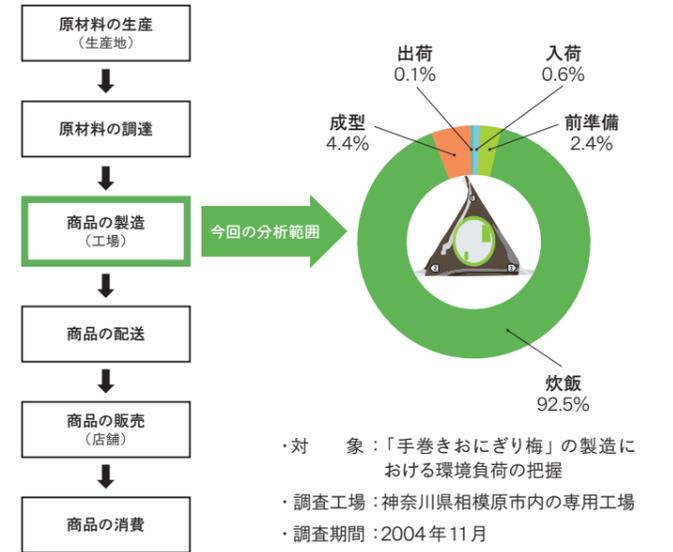
おにぎりの製造に伴う環境負荷

セブン-イレブンでは、食品の販売を主力とする小売業としての性格を持つことから、①食の持続可能性とは何か、②実際に店舗で販売するオリジナルデイリー商品の環境負荷の状況がどうなっているかの2点を確認するため、製造-配送-販売-消費を通じた商品のLCA(ライフ・サイクル・アセスメント*)の分析に取り組んでいます。

現在、基本商品である「おにぎり」を対象を絞り、調査・分析を行っています。おにぎりの製造では、米の炊飯でガスを使用するため、炊飯でのCO₂発生が9割以上を占めることがわかっています。その他、原材料調達や配送、販売などライフサイクル全体を通じた分析を行い、商品・サービス提供における環境負荷低減やプロセスの改善につなげたいと考えています。

※ライフ・サイクル・アセスメント=ひとつの製品の原料の調達から、製造、使用、廃棄、または再利用されるまでの過程で生じる環境への影響を総合的に評価する方法

おにぎりのライフサイクルプロセスと1個あたりの製造におけるCO₂の発生状況



環境会計の取り組み

セブン-イレブンでは、創業当時より店舗運営の効率化・平準化のため、加盟店やお取引先とともに、さまざまな取り組みを行っています。それらの取り組みが結果的に環境負荷の低減につながるケースも多く、純粋な環境保全対策としてのコストと取り組みの効果を明確に切り分けることは、難しい場合があります。

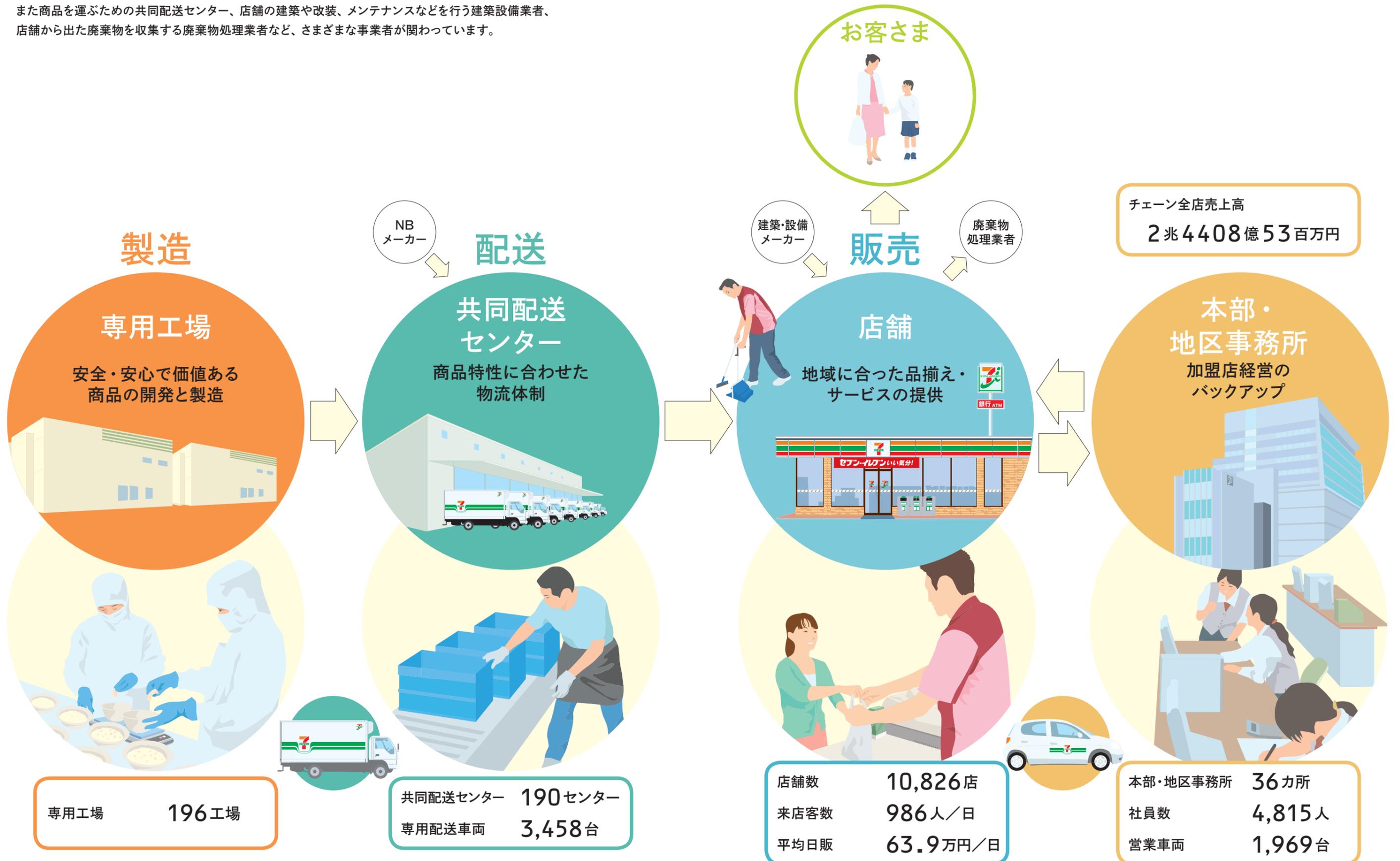
そこで今年度の環境会計では、①環境対策としての費用と効果が一定程度見えるもの、②効果が定量的に把握できるものの2つをポイントとして表現することとしました。フランチャイズ事業における環境対策は、加盟店やお取引先の協力なしには実施できません。それらの投資・費用と効果をどのように把握し、事業全体の対策につなげるかを含めて、引き続き環境会計のあり方を検討していきたいと考えています。

分野	項目	内容	対象	効果	資源の有効利用 (t)	温暖化ガス削減量 (t-CO ₂)	投資 (千円)	費用 (千円)	
商品	容器包装の環境配慮	ポリ製買い物袋の薄型化による使用量削減	全店	資源の節約	563	-	通常費用に含む		
		弁当等容器の薄肉化	20種類	資源の節約	150	-	通常費用に含む		
店舗	販促物の再利用	フェア販促物の再利用	全店	廃棄物の削減	15.4	-	-	▲40,759	
		機器設備の再利用	該当設備	廃棄物の削減	-	-	▲2,078,000	-	
物流	フロンの回収	設備機器からのフロンの回収 (21.9t)	該当設備	オゾン層の保護・温暖化防止	-	49,202*	通常費用に含む		
		省エネ	該当設備	省エネ	-	3,536.7	通常費用に含む		
廃棄物	配送負荷の低減	建物・設備共置化による配送負荷の削減	該当設備	配送負荷の削減	-	566	通常費用に含む		
		リサイクルの促進	本部・加盟店	廃棄物の削減	3,747	-	-	419,731	
本部	廃棄物の適正処理	法定保存帳票のリサイクル	該当設備	廃棄物の削減	348.8	-	通常費用に含む		
		機密文書のリサイクル	本部・加盟店	廃棄物の削減	2,588.3	-	通常費用に含む		
社会貢献	グリーン購入	新店準備時のリサイクル	該当設備	廃棄物の削減	-	-	-	8,136	
		廃棄物の適正処理	該当設備	廃棄物の削減・適正処理	-	-	-	3,222,960	
		グリーン購入	本部・地区事務所でのグリーン購入	本部	グリーン購入の促進	-	-	通常費用に含む	
		環境コミュニケーション	社会・環境報告書作成費用	本部	コミュニケーションの促進	-	-	-	13,500
本部	環境推進体制の維持	ライトダウン・キャンペーンへの協力	直営店	省エネ啓発	-	0.3	-	-	
		環境推進体制の維持	本部	環境管理体制の維持・推進	-	-	-	30,312	
社会貢献	セブン-イレブンデー全国一斉清掃活動(地域清掃)	散在ごみの回収(約110t)	本部・加盟店	散在ごみの清掃	-	-	-	3,095	
		セブン-イレブンみどりの基金への寄付	本部	事務局運営経費	-	-	-	82,616	
※フロンの回収量を温暖化ガス削減量に換算しています。					合計	7,412.5t	53,305 t-CO ₂	▲2,078,000千円	3,739,591千円

セブン-イレブンのコンビニエンスストア事業

※記載している数値は、全て05年2月末時点の数値となります。

セブン-イレブンのコンビニエンスストア事業には、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、また商品を運ぶための共同配送センター、店舗の建築や改装、メンテナンスなどを行う建築設備業者、店舗から出た廃棄物を収集する廃棄物処理業者など、さまざまな事業者が関わっています。



チェーンの事業活動における環境負荷

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多数の事業者の方々と協力して、事業活動全体を最適化すべく取り組みを進めています。下記のインプット・アウトプット^{*1}の数値はそれぞれの事業活動における1拠点1年あたりの平均的な負荷を表しています。

^{*1} Input …事業活動において必要なエネルギー等の投入量
Output…事業活動の結果排出される環境負荷量
なお、この図では製造や配送、販売する商品の投入量等の数値については記載していません。
^{*2} ガスの使用状況や廃棄物の処理が地域により異なるため、電気使用量のみからCO₂排出量を算出しています。全て1拠点あたり年間負荷として算出しています。

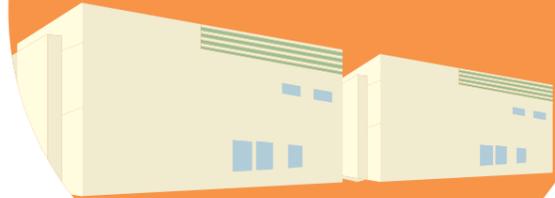
Input

- ⚡ 電気 3,154,715kwh
- 💧 水道 149,428m³
- 🔥 プロパンガスの場合 181,783m³
都市ガスの場合 739,614m³



専用工場

合成着色料・
保存料の排除



Output

- CO₂ 1,192.5t-CO₂^{*2}
- 🗑️ 廃棄物
・食品残さ 413t
(内、リサイクル量155t)

Input

- 🛢️ 軽油の場合 11,554ℓ
- 🛢️ 天然ガスの場合 8,965m³

配送車両 1台あたり



Output

- CO₂ 軽油の場合 30.3t-CO₂
- CO₂ 天然ガスの場合 18.9t-CO₂

Input

- ⚡ 電気 397,238kwh
- 💧 水道 1,628m³
- 🔥 プロパンガスの場合 1,421kg
都市ガスの場合 2,300m³



共同配送 センター

物流の合理化・効率化や
環境配慮型車両の導入



Output

- CO₂ 150.2t-CO₂^{*2}

Input

- ⚡ 電気 158,463kwh
- 💧 水道 526m³



店舗

省エネ型の店舗建築・
設備什器の開発や
ごみのリサイクル



Output

- CO₂ 59.9t-CO₂^{*2}
- 🗑️ 廃棄物
・可燃ごみ 14.5t
・不燃ごみ 1.9t
・資源物 10.7t

Input

- 🛢️ ガソリン 1,745ℓ

営業車両 1台あたり



Output

- CO₂ 4.1t-CO₂

Input

- ⚡ 電気 1,602,984kwh
- 💧 水道 11,498m³



本部・ 地区事務所

事業活動全般における
環境負荷の削減



Output

- CO₂ 605.9t-CO₂^{*2}
- 🗑️ 廃棄物
・可燃ごみ133.0t
・不燃ごみ 75.7t
・資源物 205.1t

- CO₂ 35.8t-CO₂^{*2}

2004年度のハイライト

セブン-イレブンの2004年度の事業活動のなかで、主な取り組みをハイライトとしてまとめました。詳細やハイライト以外についてはそれぞれのページをご覧ください。



商品

コールドチェーンの取り組みを開始

2005年4月から、配送中の温度変化によって鮮度や栄養に影響を受ける野菜の品質低下を防ぐために、コールドチェーンでの配送を行っています。産地から店舗まで一貫した冷蔵管理で配送した野菜は、非加熱のサラダや調理パンで使用しています。



「ほうれん草のごまあえ」のほうれん草はコールドチェーンで配送

→詳細は P20



物流

常温商品の共同配送化を展開

2000年から常温商品（菓子・雑貨・加工食品・酒類）の一括配送化に取り組み、2005年9月末に展開を終える予定です。既存のカテゴリでの単独の配送に比べ、重量や容積が異なるカテゴリの商品を混載することで、積載効率の向上につながっています。



常温一括配送センター内の様子

→詳細は P23



廃棄物・リサイクル

名古屋・多摩地区で販売期限切れ商品をリサイクル

東京23区の堆肥化リサイクルに続き、2004年11月より名古屋市内で、2005年6月より多摩地区の一部で販売期限切れの商品のリサイクルを開始しました。名古屋市内では堆肥へ、多摩地区では飼料へのリサイクルに取り組んでいます。



多摩地区では販売期限切れ商品を飼料へリサイクル

→詳細は P32



地域社会との共生

中越地震で被災地の支援と募金活動を実施

2004年10月に発生した中越地震では、被災地の支援のため、おにぎりなどの救援物資の提供を行うとともに、店頭にて募金活動を行いました。また、万一災害が発生した場合、被害を軽減するとともに的確な対応を行うため、デジタル無線の導入を進めています。本部、配送委託会社、共配センター、配送車両をネットワーク化し、災害時の情報収集・伝達の基盤として活用します。



中越地震発生時には、ヘリコプターを使って支援物資をお届けしました

→詳細は P37

セーフティステーション活動がトライアルから全国展開へ

「まちの安全・安心の拠点」として、2003年度から3次にわたり、地区を拡大しセーフティステーション活動のトライアルを行ってきました。2004年の第3次トライアル活動の結果から、2005年10月より（社）日本フランチャイズチェーン協会加盟の13社約41,000店で全国展開を行います。



地域の安全・安心の拠点としてご利用いただける店舗を目指して取り組んでいます

→詳細は P36



その他

持株会社セブン&アイ HLDGS. を設立

（株）イトーヨーカ堂、（株）デニーズジャパンおよび当社の3社は、2005年9月1日をもって持株会社「（株）セブン&アイ・ホールディングス」を設立しました。経営環境変化へのスピーディな対応とグループ・シナジーを追求し、それぞれの事業分野でのお客さまの立場に立った事業を推進していきます。

中国での出店を開始

2004年4月北京市内に、1号店「セブン-イレブン東直門（ドンジーメン）店」が開店しました。セブン-イレブン北京有限会社の運営により、中国のお客さまのニーズに応え、日本で培った経験を活かしながら、市内各エリアに順次出店していきます。



2005年3月末現在で13店が営業中

→詳細は P3



商品について お客さまの「食の安全」という ニーズに応えるために、 事業者として 責任を果たします。

おいしさや価格などのニーズに加え、近年高まりつつある「食の安全」に対するお客さまのご要望にお応えするため、原材料の調達から販売にいたるまで徹底した品質管理を行っています。

04年度目標

- 原材料履歴の確認精度向上
- NDF-HACCPの推進
- 環境に配慮した容器の検討

04年度実績

- レジビマスターシステムによる原材料と商品の紐付け。登録アイテムの61%（容器包装を含む）
- NDF-HACCPを26工場で認定取得
- 容器・包材のプラスチック使用量の減量（20種類で150t減量）

05年度目標

- 原材料履歴の確認精度の向上と安全確保、残留農薬の検査体制の整備
- HACCP体制確立によるオリジナル商品の品質の確保
- 容器・包材の使用量減量の継続、環境配慮型容器の検討

※目標、実績は一部抜粋です。詳細はP9-10を参照してください。





安全でおいしい商品をお届けするために

あらゆる角度から、食の安全性を高める取り組みを進めています。

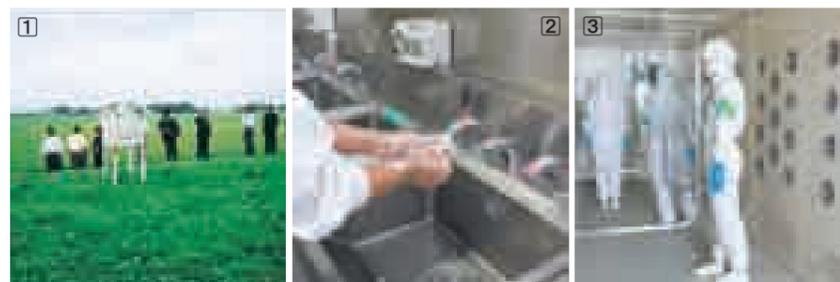
お客さまのさまざまなニーズに対応できるようメーカー間の垣根を越えた取り組みを行っています。

今、お客さまの目は「食の安全」に向けられています。セブン-イレブンでは、これらのお客さまのニーズに対応するために、リスクに対して万全を期するとともに、新しい価値ある商品を提供するためのさまざまな取り組みを行っています。その最初の一步と言えるのが1979年の「日本デリカフーズ協同組合(NDF)」の設立です。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ための取り組みで、かつて、その多くが中小企業であった米飯メーカーが、衛生面への対策を十分にとれるようにすることを目指したものでした。これにより、各メーカーの品質管理技術は飛躍的に向上。さらにNDFを中心とした商品開発や原材料の共同購入なども実現しました。ま

た、NDF加盟の各メーカーがセブン-イレブン専用に工場を設立したことで、品質管理における工場間の格差がなくなりました。統一システムの導入により情報共有が進み、品質管理レベルを大きく向上させることができたのです。

生産地から製造工場まで、徹底した品質管理のもとに食の安全性を追求しています。

セブン-イレブンでは商品の品質を維持するために、原材料や工場、商品そのものに対し、さまざまな段階でチェックを行っています。例えば原材料は、セブン-イレブン担当者やNDF担当者が実際に生産地に赴



① 原材料は実際に生産地に赴き、品質を確認しています ②・③ 専用工場では、製造現場内にはほこりや髪の毛を持ち込まないよう、エアシャワーを浴びたり、入念な手洗いをしています

き、自らの目でその品質を確認(写真①)。十分に安全と認められたものだけを使用しています。生産地では、動物性医薬品の管理方法や適正な使用方法、投薬記録など、農場・圃場・養殖場から生産管理体制にいたるまで、細部に渡って確認を実施。また場合によっては、生産を始める以前に適切な環境かどうかを確認し、生産単位での契約を行うこともあります。

さらに商品の原材料の流通経路を一元管理する、**トレーサビリティシステム**も構築。以前は輸送や保管方法の違いにより、原材料の品質にバラつきが生じていました。しかしこのシステムの導入により、どの原材料がどこで生産され、どの経路を通過して工場に運ばれたかの把握が可能となり、工場間での味や品質のバラつきをなくすことができるようになってきました。

工場では、NDFの自主基準である「**NDF-HACCP認定制度**」を設け、さらなる品質管理の向上につとめています(写真②・③)。1990年代に関西の学

▼ 本文用語解説とその他補足項目

日本デリカフーズ協同組合(NDF)とは?

1979年、デリ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、地域による商品の格差をなくすために米飯メーカーを中心に結成。現在は、商品開発や原材料の購入、環境問題などにも取り組んでいます。米飯・調理パン・惣菜などは、NDF加盟のセブン-イレブン専用工場で製造しています。

トレーサビリティとは?

生産、加工、流通、販売などの過程で、原材料の仕入先や販売先、生産・製造方法などを記録することで、商品の履歴が追跡できることを言います。セブン-イレブンでは、仮にある原材料に問題が発生した場合でも、原材料と商品の紐付けができていないため、迅速な対応をとることができます。

HACCPとは?

Hazard Analysis and Critical Control Point (危害分析・重要管理点)の略。米国で宇宙食の安全性を確保するために開発された、食品の原材料、工程、製造設備、従事者、保管、流通の各過程で、危害に結びつく全ての可能性を系統的にコントロールする品質管理の手法。NDF組合員工場では、この手法をもとにした独自の品質管理システム

を導入しています。また各工場では、品質管理上重要な温度・データの計測と記録を行っていますが、機械によるデータの把握・収集・蓄積が可能なHACCPサポートシステムの導入により、作業効率の向上やペーパーレス化を実現しています。

校で発生したO-157による集団食中毒の発生などがきっかけとなり、工場には厳しい管理が求められるようになってきました。そこで、より製品の安全性を高めるための取り組みとして、外部検査機関と協力し、米飯工場などをHACCP認定するための自主基準を設けたのです。認定制度は2002年度に開始し、



専用工場では、厳重な衛生チェックのもとでライン生産を行っています

2005年6月現在で36工場が取得。HACCPの認定評価プログラムは随時見直しを行うとともに、取得できない工場に対するサポート体制の整備も進めています。また、新たな取り組みとして、製造過程で計測したデータをすぐに把握し、モニタリングの結果を蓄積するためのHACCPサポートシステム

を構築。2005年6月現在で18工場が導入しています。こうした品質管理の向上やトレーサビリティシステムの構築は、お弁当・調理パンなどについて、安全性と味はそのままに「保存料・合成着色料」を完全排除するという成果につながっています。2004年度は、焼きたてパン・デザートなど他の商品群にも拡大し、完全排除への取り組みを進めています。

安全性からおいしさへ。常に質の高い商品を提供するための取り組みを行っています。

「食の安全」に対するこれらの考えを基本として、さらなるおいしさを追求するための取り組みも始まっています。そのひとつがレシピマスターシステム。これは原材料の流通管理を行うトレー

レシピマスターシステム



レシピマスターシステムにより、原材料と商品の紐付けができ、販売状況に合わせた在庫管理も可能となっています

残留農薬・動物医薬品について

農業や動物医薬品に対する規制は国により異なるため、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しています。さらに、現地視察や現地からの報告書などの確認、日本での検査を実施して、品質の確認がとれたものを輸入しています。

遺伝子組換え農産物について

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らえています。そこでセブン-イレブンでは、食を提供する立場として、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。

商品のラベル表記について

お客さまに商品情報を提供するためのラベルは、質や大きさなどで誤解を与える表現を禁止するとともに、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。アレルギー表示については任意表示品目まで表示し、容器の識別表示も、ラベルまたは容器本体に表示しています。

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、やまいも、りんご、ゼラチン、バナナ



サビリティ機能と、商品の需給管理機能とを合わせ持ち、一つひとつの原材料が、どの工場で、どの商品に、どれくらい使用されているかのつながりを明確にすることができる仕組みです。原材料の出所とともに、その足跡をしっかりとたどることで、仮にある原材料に問題が発生したとしても、それらがどの商品に使われているかを把握しているために、迅速な対応がとれるというわけです。

また、製造に必要な原材料のデータベースがあることで、商品の販売状況に合わせて原材料の在庫を調整することができます。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ぎ、より鮮度の高い商品をお客さまにお届けすることができますようになりました。

さらに、レシピマスターシステムと合わせて、野菜の鮮度向上のための取り組みとして、2005年3月末に「**コールドチェーン**」を導入(写真④)。これは、よ

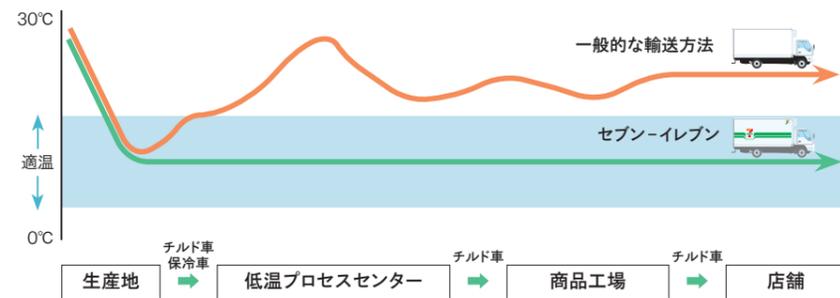
り栄養価が高く新鮮な商品をお客さまにお届けしたいという思いからスタートした取り組みです。

野菜や果物には、それぞれに適した保管温度があります。しかし通常の市場では、常温での輸送・保管を行っているため、野菜自体の温度が上昇し、栄養価が下がってしまいます。そこでセブン-イレブンでは、生産者や仲卸・荷



④ コールドチェーンにより、栄養価を保ったまま原材料を配送することができます

セブン-イレブンのコールドチェーン(庫内温度のイメージ)



※配送の諸条件などにより、実際の庫内温度は上下します。上のグラフはあくまでイメージです。また、果物はコールドチェーンでの配送にはなっていません

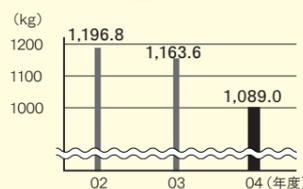
コールドチェーンとは?

生鮮食品や医薬品などを生産・輸送・販売の過程で、途切れることなく低温に保つ方式。これにより、生鮮食品などの広域流通や長期間の保存、また商品の劣化を防ぐことが可能となります。主に冷蔵・冷凍保管庫や保冷車、店舗での冷蔵・冷凍ケースなどの各設備で構成され、劣化の少ない冷却方法、温度変化の少ない輸送・貯蔵・仕分け方式の開発が必要になります。

買い物袋の薄肉化について

1999年より継続して買い物袋の薄肉化に取り組んでいます。現在使用している買い物袋は1999年当時と比較すると71.9%の厚さとなっています。また店舗では、ガム1個、ジュース1本など、単品でお買い上げいただくお客さまにはテープ対応を推進するなど、買い物袋の使用量削減につとめています

買い物袋使用量の推移(1店舗平均使用量より算出)



ポリ乳酸とは?

トウモロコシなどの再生可能な植物資源を原料に作られた、生分解性プラスチック。従来の、石油などの化石資源を原料とするプラスチックとは異なり、土に埋めると微生物によって水と二酸化炭素に分解され、最終的には再び植物の光合成に利用されます。仮に焼却処理されても、有毒なガスを発生させません。

TOPICS

容器包装の薄肉化と素材変更に取り組んでいます。

買い物袋だけでなく、弁当などの容器包装等についても薄肉化を進めています。十分な強度と安全性を確認したうえで、問題がないと認められた調理麺の容器など、4.3億枚(出荷数34億枚中)を薄肉化しました。例えば、ざるそば容器では1.6gの軽量化を行い、年間で約80tの資源の減量化につながっています。さらに素材自体を環境配慮型のものにするため、**ポリ乳酸**や紙製容器の導入も検討しています。ポリ乳酸の容器については、神奈川県160店舗でテストを実施。また、紙製容器についても2005年度中にテストを行い、より環境負荷の少ない商品開発への取り組みを進めていきます。

受など多数の方々の協力を得て、生産地から店舗までの流通過程を全て低温で輸送するシステムを構築しました。

コールドチェーンによって運ばれた野菜は、非加熱のサラダと調理パンに使われており、今後はさらに多くの商品に導入していきたいと考えています。

これらの取り組みのもととなっているのは、食品を扱う事業者としての責任。お客さまに、安全でおいしい商品をお届けするために、今後もさまざまなかたちで企業としての責任を果たしていきたいと考えています。



物流について 商品特性に合わせた タイムリーな配送と 物流の合理化を 推進しています。

セブン-イレブンでは、日々変化するお客さまのニーズに合わせた商品をタイムリーに配送するための物流網の整備や合理化に取り組んでいます。

さらに今後は、ハイブリッド自動車などの新型の環境対応車両の導入を積極的に検討し、配送に関わる環境負荷を低減することを目指します。



04年度目標

- 常温商品の一括配送(加工食品・菓子・雑貨・酒類)の全国展開完了
- 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

04年度実績

- 共配化の進んだ地区で、配送車両が8.9台/店に改善
- ディーゼル車の燃費6.07km/ℓに改善
- 次世代環境対応車両の研究とテスト導入の検討を継続中

05年度目標

- 常温商品の一括配送の全国展開完了
- 車載端末運行管理システムによる燃費改善の継続
- 次世代型環境対応車両の研究継続

※目標、実績は一部抜粋です。詳細はP9-10を参照してください。





お客さまのニーズに対応したタイムリーな配送とともに、物流に関わる環境負荷の低減に取り組んでいます。

ドミナント方式による出店が合理的・効率的な物流システムを可能にしています。

セブン-イレブンでは、創業以来**高密度多店舗出店(ドミナント方式)**という考えに基づき出店を行っています。これは、各店舗の商圈を隣接させながら集中的に出店するというもので、出店エリアでの知名度の向上や、お客さまの来店頻度の増加だけでなく、物流効率を向上させる目的も含まれています。一地域に店舗がまとまって存在していれば、その付近に専用工場や物流センターを設置してタイムリーに商品を届けることが可能となります。店舗数が1万店を超える現在でも、出店地域が32都道府県にとどまっているのは、このように出店と物流を密接にリンクさせるための、基本的な考えがあるからです。

共同配送化による配送台数の削減と、ニーズに対応したきめ細かな品揃えを実現しています。

創業当初は商習慣の違いにより、それ

ぞれのメーカーが個別に商品を納品していました。そのため店舗には1日に70台もの配送車が来ており、店舗周辺の交通にも少なからず影響を与えていたと考えられます。また、当時は商品の発注単位が大きく、品揃えの幅を広げようとすると、商品を一時保管するためのバックルームが商品であふれたり、不必要に大きな在庫を抱えることにより、商品の回転率が落ちるなど、さまざまな問題が起こっていました。

これらの問題を解決するために導入したのが共同配送システムです。これは、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、センターで個店ごとに仕分けをし、さまざまな商品を小さな納品単位で一括して店舗に配送する仕組み。これにより、計画的な発注や配送、お客さまのニーズに対応したきめ細かな品揃えが可能となりました。また、共同配送化により、店舗を訪れる配送台数も大きく減らすことができたのです。

こうした共同配送化の取り組みは商品カテゴリーごとに進めてきましたが、お

菓子や雑貨、加工食品といった常温商品では、さらなる共同配送化に取り組んでいます。従来は、雑貨は雑貨、加工食品は加工食品として別の車両で配送していましたが、2000年より常温商品全てを混載した一括配送をスタート(写真①・②)。

これまでは、ソフトドリンクなど重量が大きく容積が小さいものは荷台に空きスペースがあっても重量オーバーになりやすく、反対に菓子などは重量は小さいものの容積が大きいため、すぐに荷台がいっぱいになってしまうという問題がありました。しかし、異なるカテゴリーの商品を混載させることで、積載効率は飛躍的に向上し、配送台数も削減することができたのです。今後、2005年9月末を目標に関西と神奈川で常温商品の一

商品の納品に使用する台車は低騒音のものを、コンテナ類は積載効率やリサイクルを考えて、統一規格のものを使用しています



①共同配送センターでは店舗ごとに商品を仕分けします ②常温一括配送では、荷台に無駄なく商品を積載することができます ③専用配送車両は自主管理基準を設けるとともに、環境配慮型車両の導入を進めています

括配送を導入し、全国展開を完了する予定です。

環境問題への対応から災害時の支援活動まで、地域に密着した小売業としての責務を果たしていきます。

物流における環境負荷の低減は、1店舗あたりの配送台数の削減だけではなく、配送時の車両1台1台の状況によっても影響を受けます。3,000台

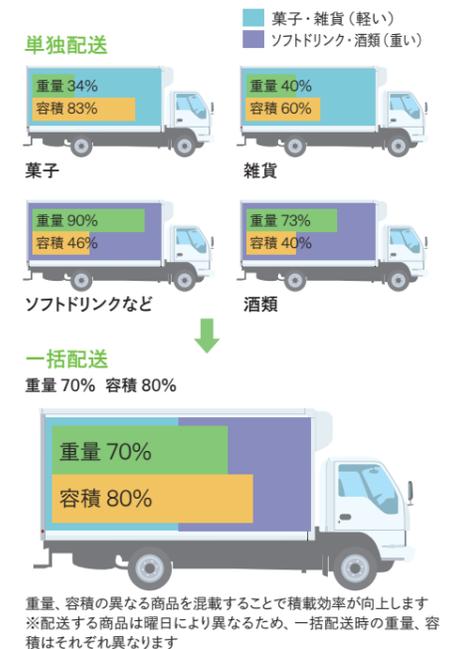
を超える車両を適正に管理するために、配送業務の委託先とともに、①使用年数6年以内、②使用距離50万km以内、③事前予防整備点検の毎月実施という自主管理基準を設け、全配送車両の管理を行っています(写真③)。

また、車両それぞれの運行状況を管理・把握するために、2001年より全配送車両に車載端末を搭載。この端末から出力されるデータから、運転者自

身では意識しにくい急発進やスピード超過などの状況が明確になり、運転者個人に対する個別指導ができるようになりました。また、配送時の道路状況や配送距離がきちんと把握できることで、それらを反映した最適な配送コースの設定が可能となり、配送車両の燃費改善にもつながっています。

また、車両自体の環境負荷を低減するために、天然ガス自動車(CNG車)の導入も進めています。CNG車は、窒素酸化物(NOx)、一酸化炭素(CO)、炭化水素(HC)の排出が少なく、硫黄酸化物(SOx)については全く排出しません。首都圏・関西圏を中心に導入を進め、2005年2月末現在で164台がCNG車となっています。

常温商品一括配送による積載率の向上



▼本文用語解説とその他補足項目

高密度多店舗出店(ドミナント方式)とは?

セブン-イレブンでは、一定のエリアに複数の店舗を出店しています。このように、集中して店舗を出店することで、①チェーンの認知度の向上、②お客さまの来店頻度の増加、③物流効率の向上、④広告効率の向上などの効果が期待できます。

共同配送センターと専用配送車両について

商品のカテゴリー別・温度帯別に共同配送センターを設け、店舗に商品を配送しています。また、専用車両は商品特性に合わせて4つの異なる温度帯の車両を導入しています。

共同配送センター数

商品カテゴリーと管理温度	センター数
チルド(5℃)・米飯(20℃)	84
フローズン(-20℃)	47
常温(常温)	59
合計	190

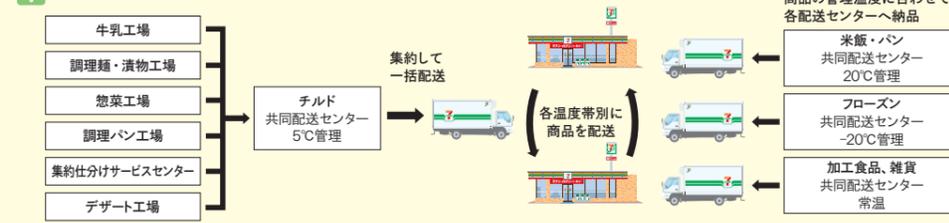
※2003年度は、センターの取り扱いカテゴリーごとに1センターとして計上しましたが、2004年度から拠点数での計上に変更しました(2003年度と同じ方法で計上すると328センターとなります)

専用配送車両数

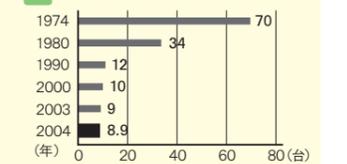
商品カテゴリーと管理温度	車両数(台)
チルド(5℃)	512
米飯・パン(20℃)	448
米飯・チルド混載	893
フローズン(-20℃)	215
常温(常温)	1,390
合計	3,458

※実際には上記車両以外に繁忙期・事故対応のため一定の予備車を確保しています

セブン-イレブンの共同配送システム



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



④CNG車は専用のガススタンドでガス充填をします ⑤デジタル無線により、災害時でも迅速に商品を配送することができます

CNG車を導入するためには、該当の地区にガススタンドが整備されていることが前提となります(写真④)。現時点ではガススタンドが少ないことや、軽油に比べて1回のガス充填で走れる距離が短いことなどから、使用地区は一部に限られています。これらの問題をふまえて、より一層環境に配慮した配送を行っていくために、配送車の燃料使用量を正確に把握するとともに、排出ガス規制に対応した車両の導入を積極的に進めていきたいと考えています。

また、新たな取り組みとして、配送車両にデジタル無線の導入を開始しました(写真⑤)。きっかけは中越地震後の救援物資や商品の配送でした。長距離の移動に加え、通常配送していない土地勘がない地区での配送という状況で、アナログ無線では機動的な支援を行うための、十分な情報のやりとりができなかったのです。

これまでもセブン-イレブンでは、災害

発生時には被災地に対していち早く物資を届ける努力を行ってきました。コンビニエンスストアが持つ製造や配送などのインフラ機能を最大限に活用し、被災地で最も必要とされる円滑な物資の供給を通じて被災地の支援を行うことも、その役割のひとつだからです。

被災地では、道路の状況や避難所の場所などの情報が必要です。デジタル無線は、被災地域に不慣れなドライバーに対するルートの指示や誘導、現地の情報収集に活用することができます。実際に2005年3月20日に発生した福岡県西方沖地震では、対応のためにデジタル無線を使用。現地の確認がすぐにとれ、想定していた効果を実際に確認することができました。現在順次導入を進め、2005年8月末での導入完了を目指しています。

セブン-イレブンが目指す物流とは、お客さまが必要としている時に、必要な商品をタイムリーにお届けすること。こ

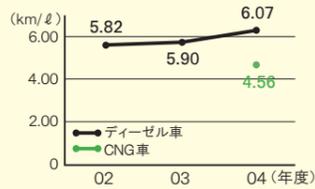
れに加えて、車両を扱う企業として環境負荷の低減という社会的責任も果たし、地域社会との共存共栄を進めていきたいと考えています。

TOPICS

まちなか 京都市都心部グリーン配送に協力し、低公害車両の導入を進めています。

まちなか 京都市都心部グリーン配送協議会からの要請を受け、「京都市都心部グリーン配送」に協力しています。京都市の旧市街地である都心部(丸太町通、河原町通、五条通、堀川通に囲まれた地域)において、「環境に配慮した運転」「荷物の効率的な配送」「対象エリア内の店舗に対する配送は全て低公害車両で行う」ことを3月に宣言。配送時の低公害車両の導入は、2005年度内に完了することを目指しています。京都議定書採択の地で、大気環境の改善や地球温暖化防止に貢献できる機会として、ドライバーへの啓発とともに積極的な取り組みを進めていきたいと考えています。

車載端末による燃費改善効果

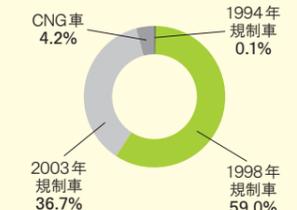


環境配慮型車両について

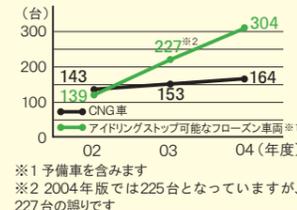
CNG車の導入に加え、アイドリングストップ可能なフローゾン車両の導入も進めています。CNG車の導入にはガススタンドなどのインフラの整備が不可欠なため、導入可能な地区での対応を進めています。

CNG車の導入地区
東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県・山梨県・京都府・大阪府・兵庫県

専用配送車両の排出ガス規制対応状況



環境配慮型車両の導入台数



店舗建築設備について 1万店以上のお店を 営業する責任として、 店舗の省エネに 取り組んでいます。

お客さまに安心して、気持ちよく
お買い物をしていただけるように。
店舗づくりには、さまざまな工夫をこらすとともに
省エネ型の設備機器などを導入。
お客さまの「買いやすさ・使いやすさ」と
「省エネ」を両立できる店舗を目指しています。

- 04年度目標
- インバータ式冷凍機の継続導入(1,950台)
 - 貸与設備の再利用の継続
 - 建築における物流の環境負荷低減

- 04年度実績
- インバータ式冷凍機の導入(2,019台)
 - 貸与設備10,634台の再利用実施
 - 建築用建材・設備什器の共配化によりCO₂を566t/年削減

- 05年度目標
- インバータ式冷凍機の導入(1,200店)、インバータ式電子レンジの導入
 - 貸与設備を12,000台再利用
 - 建築用建材、設備什器の共配効率化によるCO₂削減量628t

※目標、実績は一部抜粋です。詳細はP9-10を参照してください。





「買いやすさ」と「省エネ」を両立するために

さまざまな取り組みを行っています。

店舗の水道光熱費を8:2で負担。これが省エネにつながる数字です。

売り場の主役は、お客さまに提供する商品やサービス。これらを最良の状態でお客さまにお届けする“器”をつくるのが、店舗建築の最大の目的です。しかしそのために、多量のエネルギーを使う環境負荷の高い店舗であっては本末転倒。セブン-イレブンでは、店舗の水道光熱費を本部が8割、加盟店が2割という割合で負担しています。これは加盟店の开店・営業にあたって、固定的に発生する経費の一部を本部が負担し、早期のうちに加盟店の経営を安定化するという目的に加え、本部は自らが省エネ型の店舗や設備を開発することで、水道光熱費を抑制するようつとめ、省エネにつながるとい側面があります。本部が省エ



店舗の屋根や壁には断熱パネルを使用し、断熱効率を高めています

ネを追求するほど、本部・加盟店とも水道光熱費の負担を抑制することができ、その分利益をあげることができるのです。特にセブン-イレブンの場合、1万店

以上のお店が年中無休で営業しているため、一つひとつは小さな省エネ対策であったとしても、チェーン全体では大きな結果につながります。店舗の省エネを進めることは、トータル



①・②店舗では1日に2回、設備機器の温度チェックを行ったり、定期的にフィルター清掃をすることで、設備機器の適切な管理につとめています

としての環境負荷を減らし、地球温暖化を防止するために極めて重要なことであると考えています。例えば、**店舗の使用電力量**の約1割を占める店内の照明には、連続調光装置を導入。店内を、①雑誌類が置かれたエリア、②壁面エリア、③中央エリアと3つに分

け、季節や天気、時間帯によって変化する外部からの光量に合わせ、各エリアの照度を自動的に調節。最小限の電力量で十分な明るさを店舗全体で確保できるようにしています。

その他にも、設備機器の導入時には**省エネ型の機器**を選定したり、新築店舗や改装店舗には**インバータ**を搭載した省エネ機器を導入したり、また店舗自体も断熱効率の高い**断熱パネル工法**を取り入れるなどしています。

お取引先、そして加盟店との共同での取り組みが省エネ実現の大きなポイントです。

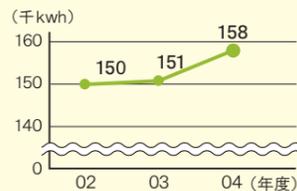
店舗や設備機器における省エネに大きな役割を果たしているのが、お取引先との共同開発です。セブン-イレブンが本格的にコンビニエンスストアを展開し始めた当初は、セブン-イレブンに合った設備機器はどこにもありませんでした。そのため、創業当初からお客さまの買いやすさと従業員の使いやすさをテーマとして、お取引先とさまざまな設備機器を共同開発しています。開発の成果のひとつがインバータ制御盤の導入です。それまでもインバータの搭載により、冷凍機全体をコントロールし省エネを図っていましたが、この制御盤を導入することで、これまで売り場の複数の陳列ケースを一括でコントロールしていたものが、それぞれの陳列ケース単位で制御可能となり、15~20%の省エネが可能となりました。その他、北海道や東北な

ど、寒冷地の店舗のガラスの仕様変更についても検討を行い、**真空ガラス**の導入を始めました。店舗はフロントガラスを通して外との熱のやりとりが大きく、店舗の内外の温度差からフロントガラスが曇ったり、結露するという問題がありました。この真空ガラスは従来のガラスに比べ4倍の断熱効果があり、寒冷地の省エネに高い効果を発揮すると考えられます。これらの導入も、お取引先と共同で企画を立ち上げ、2~3年で実現させたもの。現在の店舗や、店内にあるほとんどの設備機器は、このようにしてセブン-イレブンとお取引先とが共同で作りあげてきたものなのです。もうひとつ大きな役割を果たしているのが、店舗での設備機器の正しい使用とメンテナンスです(写真①・②)。それらの役割を正しく理解し、定期的にメンテナンスしていただかなければ、電気使用量が逆に増えたり、故障する可能性もあります。そのため、年2回行われる**商品展示会**や加盟店向けに発行している機関誌「セブン-イレブンファミリー」などでは、省エネやメンテナンスの情報を定期的に発信。さまざまなツールを用いて、省エネに対する啓発も行っています。

▼本文用語解説とその他補足項目

1店舗あたりの年間電気使用量について

2004年度より1店舗あたりの電気使用量の算出方法を変更しました。2003年度までは、本部が負担する店舗の水道光熱費を各地区の電気単価から逆算し計算していましたが、2004年度はデータ確認が可能な2,000店の電気使用量の実績から平均値を算出しています。引き続き電気使用量の削減と、データの精度向上につとめます。



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	インバータ式スクロール型の冷凍機導入。照明器具にインバータ式安定器を使用
照明器具	連続調光装置を設置。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
フロントガラス	寒冷地(北海道・東北地区)で真空ガラスを導入

インバータとは?

電子制御により、電圧・電流・周波数を自由にコントロールできる機器。このため消費電力を抑えることができ、省エネにつながります。セブン-イレブンでは、空調設備などにインバータを搭載した機器を導入しており、導入しなかった場合に比べ、1店舗あたりの1年の電気使用量をおよそ4.5kWh削減することができます。

断熱パネルとは?

断熱性に優れた材質のパネルで、高温の外気が室内に入り込むのを防いだり、反対に室内の暖かい空気を外部に逃がさない効果があります。このため室内の温度を安定させることができ、空調にかかる電力を削減することができます。セブン-イレブンでは、店舗の壁材や屋根材に、この断熱パネルを使用しています。

真空ガラスとは?

ガラスの間に真空層を持つガラスで、1枚のガラスに比べ断熱性能が高いのが特徴です。真空層により熱の伝導と対流が起りにくいため、店舗のフロントガラスへ導入した場合、店内の熱を逃がしにくく店外の熱を伝えにくいことから、結露の防止や省エネに対して効果が得られます。

商品展示会での啓発

毎年春・秋の年2回、加盟店オーナーさま、従業員さんに、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ため、商品展示会を実施しています。ここでは建築設備コーナーを設け、店内の設備機器の定期的なメンテナンス方法や清掃方法などをお知らせし、店舗で設備機器を適切に使用できるよう、啓発を行っています。



店舗にはベリアフリートイレを設置しています 渋川御幸田店では、ノンフロン型の冷却システムを導入しています(④)チルドケース上部に冷媒の配管を設置 ⑤冷凍機を屋上に設置

より多くのお客さまが
使いやすい店舗を目指して。

セブン-イレブンの店舗には、1日平均1,000人弱の方が来店されます。店舗での最優先の課題はやはりお客さまの買いやすさ、従業員さんの使いやすさ。2004年度より、**ユニバーサルデザイン**の考え方をふまえて、より多くの方に利用していただける店舗づくりにも力を入れています。例えば、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なるために、自動ドアを導入。その他、通路幅を1mから1.2mに拡張したことで、車いすを使用されている方をはじめ、一般の方にも下段の商品がより見やすく、取りやすくなり、気持ちよく買い物をしていただける売り場を実現してい

ます。またトイレについても、スペースを拡げ、手すりを設置するなど、限られた敷地の中で最大限の努力をしています(写真③)。それらに引き続き、お弁当や飲み物などをもっと見やすく、取りやすくするために、什器の高さについての改善も検討しています。お客さまの買いやすさを追求することと省エネを両立することは、時に難しい場合もあります。ATMや新型のカウンター什器の導入、店舗の大型化などの要因により、2004年度の1店舗平均の電気使用量は増加しました。だからこそ、省エネへの努力を放棄するわけにはいきません。「買いやすさ」「使いやすさ」と「省エネ」を両立できる店舗づくりを行うために、セブン-イレブンの挑戦はまだまだ続きます。

TOPICS

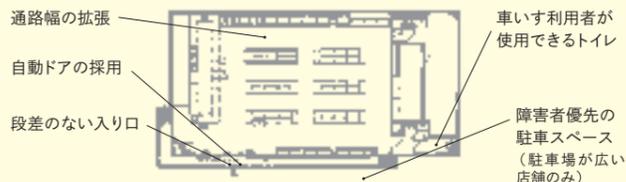
自然冷媒を用いたノンフロン型の什器設備の導入を検討しています。

モントリオール議定書の採択により、代替フロンは2020年までに全廃することが決まっています。現状セブン-イレブンの店舗では、冷凍冷蔵設備や空調の冷媒として平均46.0kgの代替フロンを使用、定期点検時にガス漏れの防止につとめるとともに、交換して回収したものは専用メーカーによる適切な処分を行っています。あわせて、将来的な全廃を見すえ、アンモニアや二酸化炭素などの自然冷媒を組み合わせて使用する、ノンフロン型の什器設備の導入の検討を行っています。2004年度開店した渋川御幸田店(写真④・⑤)、宮崎佐土原上田島店には、このノンフロン型の設備が導入されています。

ユニバーサルデザインとは？

誰もが公平に利用でき、使ううえで自由度が高く、使い方が簡単ですぐにわかる、うっかりミスや危険につながらないことなど、さまざまな人ができる限り利用可能であるようにデザインされた、製品、建築、環境のことを言います。セブン-イレブンでも、この考え方をふまえた店舗づくりに取り組んでいます。

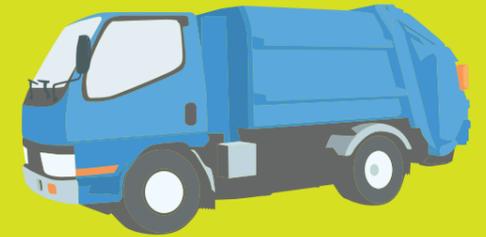
！ 全ての方が利用しやすい店舗づくりへの取り組みのポイント



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)	44.0kg/店	ウォークインケース、チルドケースなど
R-509A (HCFCとPFCの混合媒体)	2.0kg/店	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
※PFC：パーフルオロカーボン



廃棄物・リサイクルについて 店舗・工場からの 廃棄物は、適正な処理とリサイクルを行っています。

店頭ごみ箱に捨てられるごみ、販売期限が切れた商品など、セブン-イレブン店舗から出るさまざまな廃棄物を適正処理するとともに、積極的にリサイクルを行うため、システム化を進めています。食品残さは堆肥や飼料にリサイクルし、生産地に還元することで、食の循環型ネットワークを推進していきます。

04年度目標

- 店舗からの食品未利用資源リサイクルの推進
- エコ物流推奨地区の拡大(北海道や新規出店地区)
- 九州食品工場リサイクル事業協同組合によるリサイクルの開始

04年度実績

- 名古屋市：04年11月より食品リサイクルを開始
- 新規出店地区49市町村においてエコ物流の拡大を実施
- 04年7月に九州食品工場の組合施設竣工。現在飼料製品化を推進中

05年度目標

- 店舗からの食品未利用資源リサイクルの推進継続
- エコ物流推奨地区の拡大、既存推奨地区のサービス向上
- 九州食品リサイクル事業協同組合によるリサイクル推進継続

※目標、実績は一部抜粋です。詳細はP9-10を参照してください。





販売事業者としての責任が 廃棄物の適正処理と リサイクルにつながっています。

店舗の負担軽減と 適正処理の必要性から エコ物流は生まれました。

1990年代前半まで、店舗から出る販売期限切れ商品や納品に伴うダンボール、店頭ごみ箱に捨てられるごみなどの廃棄物は、加盟店が地域の廃棄物処理業者と個別に契約を結んで処理していました。加盟店は事業者として、自ら廃棄物を処理することが法律で定められているからです。このような個店ごとの契約では、廃棄物が適正に処理されているかどうかや、リサイクルの状況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、店舗それ

ぞれの廃棄物処理について標準化を図り、「適正処理を行う」「リサイクルを進める」ための仕組みづくりを始めたのです。店舗の廃棄物の回収回数や処理方法を標準化することで、社会から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。お客さまのニーズと切り離して考えることのできない廃棄物問題に積極的に取り組むことが、社会に対する責任と判断したためです。そして導入したのが、**エコ物流システム**です。この仕組みは、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行うも

のです(写真①)。**廃棄物処理法**では排出者責任を明確にするため、事業者それぞれが個別に廃棄物処理業者と直接契約を行うことが定められています。そのため開始にあたっては関連行政への説明を重ね、また加盟店に対しても説明を行いご理解をいただいたうえで、1994年にエコ物流を立ち上げました。

2004年度は、出店が続いている愛知地区での拡大を中心に、新規地区として49市町村で推奨を開始。2005年2月末時点で、推奨地区8,607店に対し、85.4%の7,352店が加入しています。今後は未実施地区を含めた新規推奨地区の拡大とともに、既存地区のサービス強化が課題となります。取引業者にエコ物流の基本的な考え方へのご理解を深めていただくための会議の開催や、リサイクルシステム構築の推進などにより、エコ物流がさらなる発展を遂げられるよう取り組んでいます。



①販売期限切れ商品は冷蔵車で回収 ②季節ごとの食品残さの違いに応じて原料の混入率を変えるなどして、堆肥化の研究も進めています ③店舗では各市町村の指導に基づき、ごみの分別を行っています

▼本文用語解説とその他補足項目

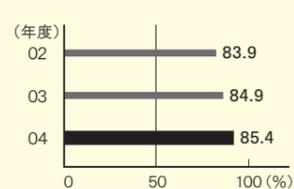
① 廃棄物処理法とは？

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。店舗の廃棄物は「事業系一般廃棄物」にあたり、各市町村が定める処理・分別基準に基づいて、自治体の処理施設に搬入し処理を行うことが認められています。セブン-イレブンでは、エコ物流を構築し店舗に推奨することで、法の遵守につとめています。

② エコ物流について

エコ物流では、店舗から排出される廃棄物の適正処理とリサイクルの推進のため、出店地域の廃棄物処理業者を組織化し、加盟店に効率的な回収と適正な処理の仕組みを推奨。リテールシステムサービス(株)のもと、適正処理とリサイクルの理念を共有し、さらなるリサイクルシステムの検討と構築に取り組んでいます。

エコ物流加入率の推移



エコ物流加入店舗状況 (2005年2月末時点)

総店舗数	10,826店
加入店舗数	7,352店
除外店舗数	2,219店
加入率	85.4%

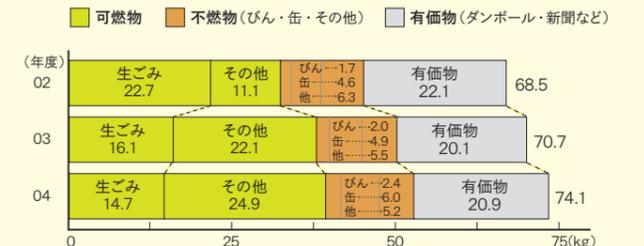
※除外店舗：エコ物流未展開地域の店舗

③ 食品リサイクル法とは？

食品残さの発生抑制と再生利用の促進を目的とした法律で、全ての食品関連事業者が、食品残さの発生抑制や堆肥・飼料などへの再生利用につとめることが義務付けられました。セブン-イレブンでは店舗・本部・専用工場が該当し、また本部と工場は年間100トン以上の排出者として罰則規定を受ける対象の事業者となっています。

④ 1店舗1日あたりのごみの 排出状況の推移

店舗では廃棄物を減らすために、折りたたみコンテナ等を活用した納品をするなど、 unnecessary包装の削減等の取り組みを進めています。一方で、店頭ごみ箱へ持ち込まれるごみ等の問題もあり、全体的にはごみの量が増える結果となっています。
※データは東京都1,163店の2004年の平均値(生ごみのみ東京23区844店の平均値)



リサイクルによる 食の循環型ネットワークの 構築を目指しています。

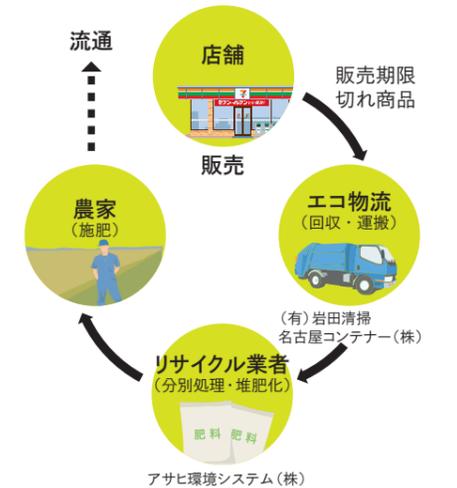
コンビニエンスストアも含めた食品関連事業者は、**食品リサイクル法**により2006年までに食品の流通過程で発生する食品残さの20%の発生抑制・再生利用が義務付けられています。それらの課題に対応するために、エコ物流の発展形として、東京23区、名古屋市、多摩地区の一部で新たなリサイクルの取り組みを始めています。

きっかけは、2000年3月「プラスチックと生ごみは分別し、それぞれ適正に処理をすること」という東京都からの通達でした。店舗からの販売期限切れ商品を、店内で容器と生ごみに分別する必

要が出てきたのです。以前、別の地区の店舗でテスト的に分別作業をしていた際、面積の狭い店舗では生ごみのおい問題や、分別に時間がかかり、接客や陳列などの業務に影響が出るなどの問題が発生するとご指摘をいただいたことがありました。本部としては「店舗にはできる限り販売に専念してもらいたい」「分別の負担を軽くしたい」との考えから、2003年3月より、東京23区で既存のエコ物流の仕組みに販売期限切れ商品の分別と堆肥化処理をプラスし、食品残さのリサイクルを開始しました。この取り組みは、それまでよりも店舗が負担する処理費用が増えるなどの問題もありましたが、販売期限が切れた商品が堆肥として再利用され

ていくという点に加盟店のご賛同をいただき、取り組みを進めることができました。現在、開始から2年が経過。堆肥は順調に生産されています(写真②)。今後セブン-イレブンとしては、これらの堆肥

名古屋市の循環型ネットワーク



販売期限切れ商品は、排出事業者である店舗、廃棄物処理業者、食品残さを加工処理する再生登録事業者、堆肥を使用利用事業者(畜産農家)のネットワークによりリサイクルされています



多摩地区の一部では、販売期限切れ商品の飼料化を行っています



を農業資材として生産地に戻し、そこで生産された野菜などの原材料をセブン-イレブンの商品として使用するとともに、堆肥の売上をエコ物流システムに還元し、処理費用の負担を軽減することにつながっていきたくと考えています。

また、2005年7月には、これまでの品質管理の実績をふまえ、デイリー商品の販売期限の見直しを実施。販売機会が増えたことで、販売期限切れとなる商品を減らすことができました。商品は味をご確認いただくための試食としての活用もしており、最終的に店舗から出た食品残さを適正に処理し廃棄物の減量につとめています。

今後も引き続きエコ物流加入率の向上を目指すとともに、加盟店へのバックアップとして、全ての店舗から出る廃棄

物を適正に処理・リサイクルできるよう、取り組んでいきたいと考えています。

専用工場からの食品残さも飼料化に取り組んでいます。

現在、店舗だけではなく、**セブン-イレブン専用工場から出る食品残さをリサイクル**するための取り組みを九州（九州食品工場リサイクル事業共同組合）で進めています。

日本で販売されている豚肉の約5割は国産ですが、実はそのえさの9割は輸入飼料（濃厚飼料）に頼っています。その点に着目し、セブン-イレブン工場から出る良質のパン粉やおからなどの食品廃棄物を利用して、豚用の飼料づくりに取り組んでいます。食品残さからつくられる飼料は、市場に出回っている

飼料よりも安く生産者に提供でき、さらにセブン-イレブンの基準を満たす高品質の原材料の残さをもとにしているため、栄養価の高い良質の飼料をつくることができます。現在、宮崎県で産・官・学の取り組みとして、この飼料を使った養豚を推進。今後は事業者としての法遵守、そして社会的責任という側面からも、これらの課題に真摯に向き合うとともに、環境に配慮するべく行った取り組みのなかから生まれた原材料を、セブン-イレブン商品としてお客さまにお届けする、循環型の取り組みを進めていきたいと考えています。

TOPICS

連絡文書やカタログなど営業から出るごみの削減と適正処理につとめています。

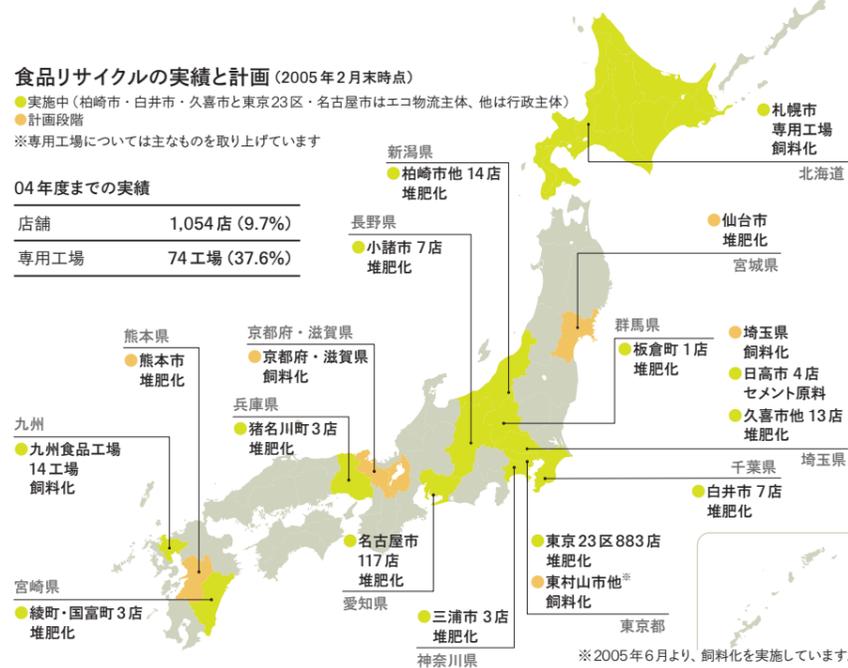
店舗からは、販売期限切れ商品などとともに、本部からの連絡に使用される紙などもごみとして排出されます。セブン-イレブンでは、営業から出るこれらのごみについて、使用量の削減と適正処理につとめています。カタログは店舗ごとに必要部数に応じて配布数を決め、無駄を抑制。連絡文書はユニフォームなどとともに本部が一括して機密文書として回収し、溶解処理を行ってリサイクルしています。また法定保存帳票については、保存期間内は委託業者の倉庫に保管し、期間が切れたものは機密文書同様に溶解処理し、リサイクルを行っています。

食品リサイクルの実績と計画 (2005年2月末時点)

- 実施中 (柏崎市・白井市・久喜市と東京23区・名古屋市はエコ物流主体、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

04年度までの実績

店舗	1,054店 (9.7%)
専用工場	74工場 (37.6%)



専用工場での廃棄物の取り組みについて

セブン-イレブンの専用工場から出る廃棄物には、食品残さ、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。さらに専用工場が食品リサイクル法での対象事業者に該当することから、NDFでは廃棄物の減量化と法履行への対応を検討するため、NDF環境対策プロジェクトに

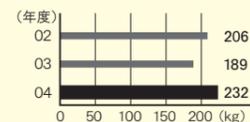
おいて、排出量の把握や食品リサイクルの手法についての情報共有を推進しています。また各工場では、地域の事情に適したリサイクルに取り組んでいます。

専用工場の食品残さ排出状況

1日1工場あたりの排出量 1.21t

※1日1工場あたりの排出量は、食品残さの排出量が把握可能な183工場の平均値

1店舗あたりの機密文書リサイクル量の推移



※2004年度においては、個人情報保護の意識の高まりから機密文書として処理される書類等が増え、回収量が増えています。



機密文書やユニフォームを分別リサイクル



地域社会との共生について

一つひとつの活動を積み重ね

地域との共生を目指します。

商品やサービスをお届けするのはもちろん、地域の一員として地域社会とともに歩いていきたいと考えています。





地域に愛されるお店であるために

いつも通り、やるべきことをやっていく。



セブン-イレブンは地域の安心・安全の拠点となることを目指しています

加盟店だけでなく、本部もまた地域に愛される店づくりを進めています。

セブン-イレブンでは、加盟店1店1店がそれぞれの地域に密着し、地域の一員として親しまれるコンビニエンス

ストアであるために、加盟店のオーナーさまと本部がそれぞれ地域活動を進めています。例えば本部では、**社会貢献活動**の一環として、読売新聞社主催「地球にやさしい作文・活動報告コンテスト」や「ブロードウェイミュージカル ピーターパン」への協賛など、環境

や文化芸術といった分野を中心に支援を行っています (P38参照)。この活動は単なる金銭的な支援にとどまらず、本部社員が担当者としてそれぞれの企画に関わり、実際の活動が参加者の方に満足していただける内容であるようにつとめています。

▼本文用語解説とその他補足項目

セブン-イレブン 全国一斉清掃活動について

加盟店オーナーさまからのご提案のもと、1999年より7月と11月の年2回、全国の加盟店と本部が協力して、セブン-イレブン全国一斉清掃活動を実施しています。この活動により、いくつかの店舗がまとめて地域で集合清掃を始めたり、近所の清掃活動を定例化するなどの新たな取り組みにもつながっています。

全国一斉清掃活動のごみ回収量と参加人数

	ごみ回収量	延べ参加人数
02年 (第7・8回)	約109t	48,161人
03年 (第9・10回)	約107t	48,734人
04年 (第11・12回)	約110t	54,828人

※人数は加盟店オーナーさま・従業員さん・社員の合計

酒の区分陳列について

未成年者の飲酒は発育への悪影響などから、法律で禁止されています。店舗では、掲示物で注意を促したり、酒と判別がつきにくい商品については、ソフトドリンクとは離れた場所に陳列するなど、未成年者に対して酒類を販売しないよう、取り組んでいます。



セーフティステーション活動について

(社)日本フランチャイズチェーン協会加盟のコンビニエンスストア13社、全国約41,000店舗が参加して、「まちの安全・安心な生活拠点づくり」「次世代の青少年健全育成」のための活動に取り組めます。参加店舗の店頭にはポスターを掲示し、地域の方へも十分な告知を行っていきます。

各地区のスタート時期

地区名	スタート地区	スタート期日
北海道・東北	北海道、青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島	6月17日
関東A	神奈川、千葉、山梨、茨城	6月23日
関東B	埼玉、栃木、群馬	6月30日
北陸・信越・東海	長野、新潟、静岡、愛知、岐阜、三重、富山、石川、福井	7月9日
関西・中国・四国	大阪、京都、滋賀、奈良、和歌山、兵庫、岡山、広島、山口、鳥取、島根、愛媛、徳島、香川、高知	7月21日
九州・沖縄	福岡、佐賀、長崎、大分、熊本、宮崎、鹿児島、沖縄	7月29日
東京	東京	10月1日



販売者の責任として、そして年中無休で営業する拠点として、安全・安心をお届けしたい。

加盟店では、販売事業者（オーナーさま、従業員さん）の責任を果たすための活動と合わせて、まちの安心・安全の拠点としての取り組みを開始しました。

例えば、買い物袋や割り箸など、一声おかけすることで環境負荷が減らせるものは、お店側から声かけをするようにし、単品でお買い上げのお客さまに「袋をお使いになりますか?」とうかがったり、ポイ捨てに対しては店舗周辺の清掃を毎日数回実施したりしています。チェーン全体としても年2回「セブン-イレブン全国一斉清掃活動」として、全国の加盟店が一斉に清掃活動を実施しています (写真①)。

この他、未成年者への酒・たばこの販



①セブン-イレブン全国一斉清掃活動では、加盟店と本部が協力して地域の清掃を行います ②成人誌は区分を明確にして販売しています

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 (写真②)。これらはいずれも、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が、地域の一員としての責務との考えから、日々の営業活動のなかで取り組んでいます。

また、セブン-イレブンは「タイム・コンビニエンス (時間の利便性) の提供」という考えのもと、24時間年中無休で営業しています。夜でも店舗には電気がつき、店内には必ず従業員がいます。このような業態を活かし、以前から「こども110番」や「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自主的に担っている店舗もありました。コンビニエンスストアは全国に4万店以上。2000年に警察庁からセーフティステーション活動に対する協力要請を受けたことをきっかけに、行政や警察の協力のもと「まちの安全・安心な生活拠点づくり」と「次

売を防止するため、酒の売場には「お酒コーナー」と表示。精算時に年齢確認をさせていただきなどの対応を徹底しているほか、成人誌も雑誌什器での陳列区分を明

世代の青少年健全育成」に取り組む「セーフティステーション活動」として積極的に活動を始めています。(社)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は、セーフティステーション活動のトライアルを、3回にわたり実施してきました。実施後のアンケートでは、女性やお子さまの駆け込み対応や警察への

店舗と地域との連携



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、防犯面でのご協力を得ながら取り組んでいます

セーフティステーション活動 第3次トライアル*の結果

内容	全体	セブン-イレブン
女性やお子さまの駆け込み対応	1,428件	321件
警察への通報協力	3,424件	865件
お年寄りや体の不自由な方への介護協力	7,430件	981件

*第3次トライアル期間 04年7月～9月の集計結果



通報協力、お年寄りや体の不自由な方への介護協力、さらには強盗件数の減少といった効果が確認でき、コンビニエンスストアが地域の安全・安心確保に実際に貢献できていることが改めて確認されました。

そしてこの6月からは順次、全国での本格的な展開を始めています。お店の従業員さん一人ひとりが対応できるよう教育用のマニュアルやビデオの配布を実施していますが、普段と変わった何か特別なことを行うわけではありません。日々行っていることをしっかりと行い、地域の方の信頼を積み重ねていくことで「いざとなったらセブン-イレブン」と思っただけの、1日1日の営業の積み重ねの結果としてまちの安全・安心の拠点になれる、そんなセブン-イレブンでありたいと考えています。

「いつものセブン-イレブン」を。
災害発生時も
地域のインフラとして。

2004年10月に発生した中越地震では、セブン-イレブンの店舗も工場も被災しました。しかし、オーナーさまは被災の当事者でありながら、余震が続く不安と混乱のなかで営業を継続しました。お店を開け、商品やサービスを提供する以上、「商売」としての面が

③



本部および各地区事務所には衛星携帯電話を設置し、緊急時の連絡体制を確保します

④



交通網が寸断されている場合など、被災地の状況に応じてヘリコプターなどを使用し、支援物資をお届けしています

ないといえば嘘になりませんが、災害時のインフラとしての使命感から対応を続けました。本部では発生直後に2万個のおにぎりの支援を決定。陸路(配送車)とヘリコプターを使い避難所などへお届けしたのをはじめ(写真④)、全国のセブン-イレブン店頭では**募金活動**も行いました。

しかし本当に大切なことは「いつも通りそこでセブン-イレブンが営業している」こと。被災地の方が求める商品やサービスを提供するだけでなく、店舗には電気がついており、店内に人がいる、いつものセブン-イレブンとしての安心感。このことが「被災した状態から一日も早く立ち直り、普段通りの生活がしたい」という地域の方の願いに応えることになると考えています。これからも、本当の意味で地域に愛される店舗づくりを目指して、地道に活動を積み重ねていきます。

TOPICS

皆さまからのお気持ちを、その時に一番有効で迅速な方法で、被災地にお届けします。

セブン-イレブンでは大きな災害が発生した場合、店頭での募金活動を行っています。2004年度は、新潟豪雨被害、中越地震および台風23号被害、スマトラ島沖地震、そして2005年度でも福岡県西方沖地震の発生直後に、約2週間の募金活動を行いました。お預かりした義援金はどこにお届けすれば一番有効に使っていただけるかを検討し、お届け先を決定。店頭での募金箱を通じ、皆さまのあたたかいお気持ちを被災地へと迅速にお届けしています。

災害時対応について

セブン-イレブンでは、災害時に安全を確保しつつ迅速な対応をとるために、各地区事務所には衛星携帯電話を設置し、災害時でも本部と確実に連絡がとれる体制を整備。全てのOFCに対しては、ヘルメット、ラジオ付き懐中電灯などの防災セットを配布しています。また本部では、飲料、乾パン、簡易トイレの備蓄も行っています(写真③)。

2004年度の義援金募金受付の活動について

災害発生日	災害名	金額	募金受付期間	お届け先
04年7月	新潟豪雨被害	841万3844円	04年7月15日~7月31日	新潟県災害対策本部
04年10月	新潟県中越地震・台風23号災害	2億1564万6451円	04年10月24日~11月7日	地震:新潟県、台風:兵庫県・京都府・岐阜県・宮崎県・香川県・徳島県
04年12月	スマトラ島沖地震	1億1027万7650円	04年12月28日~05年1月16日	日本赤十字社
05年3月	福岡県西方沖地震	929万9591円	05年3月24日~4月10日	福岡県災害対策本部



社会貢献活動への取り組み

地域の皆さまに愛される店舗を目指し、セブン-イレブンではさまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。

セブン-イレブンでは、環境・文化芸術・スポーツ・教育それぞれの分野において、地域の社会貢献活動を継続的に支援しています。活動に対しては、資金的な協力だけでなく、加盟店オーナーさまや本部社員も積極的に参加し、地域の

皆さまとコミュニケーションを図るようつとめています。最も身近な存在である地域社会に貢献し、より多くの方が参加できる活動に取り組むとともに、加盟店が地域の皆さまとの絆を深められるようバックアップしていきたいと考えています。

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み、多くの方に環境問題に対して積極的に行動を起こしてもらうことを目的として、1991年より、読売新聞社主催のもと毎年実施されています。セブン-イレブンでは第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。



04年度実績
応募総数 2万4,089点

文化芸術

●セブン-イレブンファンタジースペシャル
ブロードウェイミュージカル「ピーターパン」

子どもから大人まで幅広い観客の支持を受け、1981年以来、連続20年以上のロングランを続けているブロードウェイミュージカル「ピーターパン」。セブン-イレブンでは1998年から協賛を行っています。また、難病の子どもや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。

04年度実績
総動員数 2万9,634人



スポーツ

●長野オリンピック記念 長野マラソン

1998年の長野冬季オリンピックを記念し、地域のスポーツ、文化の発展を目的として1999年より開催。セブン-イレブンでは、第1回よりメインスポンサーとして支援しています。この大会は、国内外のトップランナーと市民ランナーと一緒に走ることができる大会として、年々参加人数も増加し、広くマラソンの普及に寄与しています。



04年度実績
参加人数 5,115人

教育

●「スチューデント・シティ」への出店

品川区の小学5年生を対象に、総合学習の一環として、実際に近い街と店舗を小学校内に再現し、経済活動を体験する学習の場「スチューデント・シティ」。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やシステムの提供を行っています。



04年度実績
参加児童数 1,791人

地域社会

●埼玉県家庭婦人バレーボール大会への協賛

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寄付金をもとに、日本各地のさまざまな環境市民団体の活動支援や自然環境保護に関する取り組みを行っています。

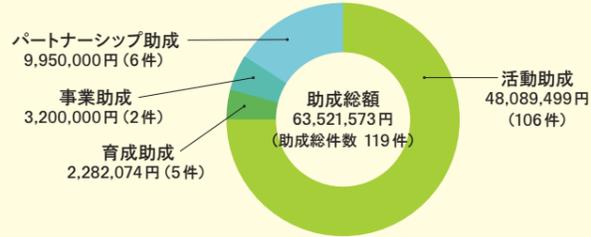
04年度実績

店頭募金総額 **2億7060万5635円**

■環境NPO支援事業……支出 8444万1455円

セブン-イレブンみどりの基金では、全国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活動を支援しています。団体の活動に合わせ「活動助成」「育成助成」「事業助成」「パートナー助成」の4種類の制度を設け、各団体が活用しやすいようにしています。また、環境市民団体の活動を地域ごとに支援するための地域中間支援組織の構築や活動に対する支援、さらには環境ボランティアリーダーの知識や技術の向上を目指した海外研修など、市民が主体となって行っている環境をテーマにした新しい地域社会づくりを、さまざまな角度から支援しています。

環境市民ボランティア活動助成の結果



■自然環境保護・保全事業……支出 2560万9922円

基金では、日本の貴重な自然遺産を次の世代に引き継いでいくための活動を積極的に支援しています。なかでも、日本のシンボルである富士山の環境問題への取り組みでは、NPO法人富士山クラブと富士山環境パートナーシップ協定を結び、富士山が育んできた貴重な自然を守るための活動や環境学習、シンポジウムなど、総合的・計画的に活動を行っています。また北海道の霧多布湿原では、地元のNPO法人とトラスト協定を結び、湿原の保護・保全のための土地の購入や、特別天然記念物の丹頂鶴の保護のための土地の整備などを行っています。



「富士山地域一斉清掃」は7年目を迎えています

■地域環境美化事業……支出 1750万4238円

日常生活のなかで環境について考え、誰もが身近にできる清掃活動では、市民のボランティア活動を支援するとともに、セブン-イレブンの加盟店や社員も積極的に参加しています。基金では、北海道・九州で行われている地域一斉清掃の「ラブアース・クリーンアップ」やセブン-イレブン加盟店、本部社員が行う「セブン-イレブンデー 全国一斉清掃活動」などの清掃活動を支援するとともに、ごみのないきれいな街並の実現と、ごみを落とさない日本人の心を育むことを目指し、活動を行っています。また、潤いのある町づくりと都市部の緑化植花を目的に、「札幌大通公園花壇」や広島市内の「パートナー花壇」への出展も行っています。



札幌大通公園花壇は多くの市民が憩い場所となっています

■広報事業……支出 3774万4172円

私たちを取り巻く環境の大切さや問題について関心を持ち、身近なところからその取り組みができることを考えていただくための「地球にやさしい作文・活動報告コンテスト」や、自然を体感しながらその大切さや環境問題を考えていただくための、北海道・九州地区での国有林で行う森林マラソンなど、さまざまな広報活動を行っています。

■広域災害時義援活動

大規模な地震や火災、台風などの災害によって深刻な被害が発生した際には、セブン-イレブン店頭募金箱のステッカーを貼り替え、義援金活動を行っています。皆さまからの貴重な義援金を被災地へお届けしています。

04年度災害地復旧のための募金活動

- 7.13新潟豪雨災害 ●新潟県中越地震および台風23号災害
- スマトラ沖地震 (詳細はP.37を参照して下さい)

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-イレブン本部の寄付金
□理事メンバー	加盟店オーナーの代表とセブン-イレブン本部の代表	□設立	1993年11月20日
□事業目的	“環境”をテーマに社会貢献に取り組む	□事業開始	1994年3月1日
□事業内容	環境NPO支援事業、自然環境保護・保全事業、地域環境美化事業、広報事業、広域災害時義援活動	□ホームページ	http://www.7midori.org



フランチャイズ事業について

加盟店と本部は独立した対等の立場で、共同して事業に取り組んでいます。

国内1万店を超えるセブン-イレブン。

その根底にあるものは、お客さまからのご支持であり信頼関係で結ばれた、加盟店オーナーさまと本部との絆です。私たちは時代の変化に対応するとともに、加盟店の収益向上のため、お店の売上・利益を重視して事業を展開していきます。





信頼関係を基盤とし 加盟店と本部は お互いをパートナーとして 店舗経営を行っています。

加盟店、本部の信頼関係と
役割分担を事業基盤にしています。

セブン-イレブンのフランチャイズ事業の根底には、「既存中小小売店の近代化と活性化」「共存共栄」という理念があります。その理念のもと、加盟店と本部はそれぞれが独立した対等の立場で役割分担をしながら、共同事業として店舗経営に取り組んでいます。セブン-イレブンが創業した32年前は、コンビニエンスストアという事業形態をなかなかご理解いただけず、中小の小売店は大規模店と共存できないという声もあがっていました。しかし「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」という信念のもと、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たこと

が、現在のセブン-イレブンにつながっています（写真①）。RFCの活動は、まずその土地について綿密な下調べをすることから始まります。その地域の世帯数や家族形態は？競合となるコンビニエンスストアやスーパーの有無は？など、立地に関する条件を念入りに調査。そのうえで、こと決めた土地所有者の方にフランチャイズ加盟の勧誘を行うのです。もちろん、すぐに加盟していただけるわけではありません。繰り返し何度でも訪問し、セブン-イレブンの良さを十分に理解していただいたうえで、加盟へとつながるのです。その間には、近隣の店舗で実際のお店の業務を見ていただいたり、店舗のオーナーさまから話を聞いていただくなど、良い面だけではなく、実際に店舗経営を行うことの苦労や大変さも納得していただいたうえで、ご判断をいただくようにしています。



①1974年、豊洲にセブン-イレブン1号店がオープンしました ②地区事務所では、商品の仕入れ先への請求・支払いなどの会計簿記サービスを提供しています ③店舗経営の資料をきちんととらえるための棚卸作業では、在庫や売上の確認を行います



本部は各店舗ごとの商圏に合った商品や陳列方法などについてのアドバイスをしています

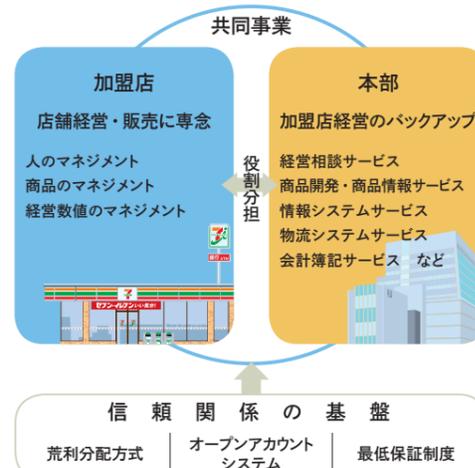
さまざまな側面から
加盟店をバックアップし、
経営の安定と売上の
向上を図っています。

ご加盟いただいた後は、担当の経営相談員であるOFC（オペレーション・フィールド・カウンセラー）とRFCとが連携をとりながら、オープン日を迎えます。オープンするまではRFCが、そしてオープン後はOFCが、本部の代表として責任を持って加盟店オーナーさまのバックアップをしていくのです（写真②）。

実際に営業がスタートすると、OFCは週2回以上加盟店を訪問し、発注の考え方や売り方・陳列の提案などさまざまなアドバイスを通じて、加盟店の売上と利益の改善を行います。例えば、ある商品が品切れになっていた時には、その原因をオーナーさまとともに分析し対応を考え、また、オーナーさまが気づかないような外部環境の変化によるお客さまの動向に注意して、その地域に最適な品揃えのアドバイスを行うなど、それぞれの店舗が地域にしっかりと根ざし、安定した経営を行えるようつと

めています。これらのアドバイスに加え、OFCは本部からの新たな仕組みを加盟店に伝えたり、加盟店の問題を本部に伝えて対応を行うなど、常に本部と店舗がダイレクトにコミュニケーションをとるための役割も果たしています。OFCが経営に関するアドバイスを行うのに対し、経営以外のことについて加盟店の相談にのるのが、オーナー相談部です。担当社員は会議等で本部に出社している2日間をのぞき、週の後半3日間で1日に5店ほどを訪店し、オーナーさまと時間をかけていろいろな話をします。そ

セブン-イレブンのフランチャイズ事業



※詳細は、下部「加盟店をバックアップするサービス・制度」を参照してください

こで得た情報や問題点は、直接社長や経営層に伝達。解決すべき問題については、経営トップが担当部門に対して迅速に改善の指示を出しています。その他にも、オーナーさま懇親会、商品展示会、改善提案書など、さまざまなかたちで加盟店と本部がコミュニケーションを図る場を設けています。その根底にあるものは、フランチャイズ事業が「人」と「人」とのつながりで成り立つものだという。円滑かつ率直なコミュニケーションが加盟店と本部の利益につながると考えています。このような考えのもとにさまざまな取り組みを進めた結果、15年のフランチャイズ契約満了時点で契約を更新される店舗数は90%を超えています。今後も加盟店オーナーさまとの信頼関係を基盤として、フランチャイズ事業を進めていきたいと考えています。

▼本文用語解説とその他補足項目

？ フランチャイズとは？

本部（＝フランチャイザー）が、加盟店（＝フランチャイジー）に対して商標・サービスマークの使用権や経営ノウハウを提供し、同一のイメージのもとに事業を行う権利を与え、加盟店はその見返りとして一定の対価を本部に支払うという契約に基づく関係のことを言います。レギュラーチェーン（直営店）とは異なり、本部と加盟店は互いに独立

した事業者であり、役割分担に基づく共同事業を行っているのが特徴です。

！ OFCの経営アドバイス

OFCは7～8店舗を担当し、オーナーさまに経営に関するアドバイスを行っています。リアルタイムに更新される商品発注・販売データを確認しながら、立地・客層に合わせた品揃えやロスを少なくするための発注のポイント、店内体制の構築や経営数値の分析などを行い、売上・利益を改善するためのバックアップを行っています。



！ 加盟店をバックアップするサービス・制度

加盟店オーナーさまには独立した経営者として、店舗経営と販売に専念していただき、本部は経営をさまざまな角度からバックアップしています。OFCによる経営アドバイスをはじめとして四半期に1回の現地棚卸（写真③）や、会計簿記代行サービスによる経営資料（損益計算書、貸借対照表）の提供など、右表にある各種サービスや制度を設けています。

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

！ 荒利分配方式とオープンアカウント

荒利分配方式とは、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粗利益）を、加盟店と本部が一定の割合で分け合う方式。オープンアカウントとは、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・融資の仕組みです。

社員との関わりにおける取り組み

セブン-イレブン・ジャパンでは、社員一人ひとりの自主性やライフスタイルを尊重し、働きに応じた公正な評価制度や、安全な職場環境づくりなど、明るく働きやすい職場を目指して、さまざまな取り組みを進めています。

職場における人権等

あらゆる差別の撤廃と人権研修

セブン-イレブン・ジャパンでは、私たちが関わる全ての人々の人権と、個人の尊厳を尊重し、社会的身分・門地・人種・信条・性別など、業務遂行上関係のない非合理的な理由での差別をしません。また、社員によるいかなる差別的な言動・いやがらせも許しません。私たちは人権を尊重する企業風土を醸成し、地域社会と共存することによって初めて企業としての持続可能性があり得ると考えています。このような点から、人権に対する基本的な考え方を理解するために、新入社員研修(中途入社も含む)を中心に人権研修を積極的に実施しています。2004年度は延べ25日の研修を行い、703名が参加しました。

安全で働きやすい職場環境

安全衛生委員会の開催

セブン-イレブン・ジャパンでは、安全衛生・健康管理・就業管理などさまざまな面で、社員にとって安全で働きやすい職場環境を維持するために「安全衛生委員会」を設け、毎月開催しています。安全衛生委員会は業務本部長を議長に、委員8名にて運営し、社員の安全・衛生の問題を中心として、労働環境改善のための情報交換・意見交換の場として機能しています。委員会での議論をふまえて、社員の健康増進、安全対策についての取り組みを進めています。

04年度の開催テーマ

- ・健康診断の実施状況と今後の健康管理対策
- ・労働災害の現状と今後の対応
- ・職場のメンタルヘルス対策 など

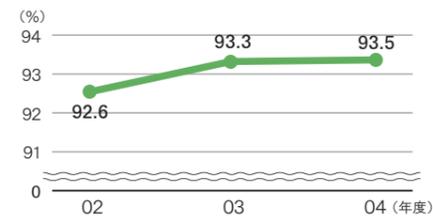
健康診断後のフォローアップ

定期健康診断の結果に基づき、産業医によるフォローアップを行い、社員の健康維持・向上に取り組んでいます。2004年度の健康診断の受診率は93.5%でした。また、今年度より一次検診項目を拡大するとともに、本部での検診日数を増やし、受診率の向上と社員自らの健康管理の意識向上の啓発を行っています。

障害者雇用の取り組み

セブン-イレブン・ジャパンでは、年齢・性別や障害の有無に関わらず、社員それぞれの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、本部スタッフ・会計スタッフ等の事務職を中心に64名活躍しており、ノーマライゼーションの意識も広く浸透しています。また、さらなる雇用機会の拡大を目指し、北海道北見市とグループ4社の共同出資により「(株)テルベ」を設立。現在17名の社員が、印刷事業や椎茸の栽培に取り組んでいます。

健康診断の受診率の推移



メンタル面でのサポート

セブン-イレブン・ジャパンでは、産業医による健康管理だけでなく、臨床心理士やカウンセラーなどの専門家による「こころの電話相談」を設置し、社員のメンタル面のサポートをしています。また、マネジメント層に対し、社員のメンタルヘルスに対する知識や対処に関する啓発を行い、適切な対応がとれるようにしています。

交通安全講習会

セブン-イレブン・ジャパンでは、2004年度121件の労働災害が発生しました(従業員および直営店の範囲)。このうち、業務上の交通労働災害は7%でした。このような状況下で特に、業務上車両を使用する頻度の高いOFCに対し、交通労働災害撲滅への意識向上のため、地元警察の協力のもと、年に1回交通安全講習会を実施しています。2004年度は、11月の改正道路交通法の施行に伴って罰則が強化された、携帯電話等の使用禁止や交通安全全般に関する内容で実施。一人ひとりの安全運転への意識向上に取り組んでいます。

人事・評価制度

社員の自主性・主体性を尊重した人事・評価制度

私たちは、企業の競争力の源泉は「人」と考えています。個々の能力を最大限に引き出すとともに、成果主義を実践するため、評価・教育・配置などの人事諸制度が密接に連動する仕組みの構築を目指しています。

その中心となるのが「セルフチェック制度」。年3回社員自らが自身の仕事ぶりを評価し、その結果に基づき上長と面接をしたうえで、評価を行っています。面接を通して社員自らが自身の強み・弱みを把握するとともに、透明性のある公平な評価が確保できます。

立候補制度

勤続2年以上の社員は「立候補制度」を利用することができます。過去の仕事の仕方・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人材を積極的にサポートすることにより、効率的かつチャレンジ精神旺盛で活力のある組織を目指します。また、社員が自らに課した目標・役割を全うし、自己実現する

立候補制度の状況



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支援制度のひとつとして、「リ・チャレンジプラン」を設けています。これは、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。2004年度の制度の活用状況は、休職者24名となっています。また、次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画を策定し、労働環境の整備に取り組んでいます。

※次世代育成支援対策推進法とは
次世代の社会を担う子どもが健やかに生まれ、育成される環境の整備を行うために定められた法律。企業は仕事と子育ての両立のための雇用環境の整備に対する取り組みが求められています。

ことで、より能力の高い人材の育成を図ります。2004年度は78名の応募があり、18名が希望の仕事・役職についています。今後は、さらにこの制度が活用されるよう、内容の充実などを図っていきたく考えています。

女性の登用

人事評価の基本的な考え方として、成果・能力主義を中心においています。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、性別等による差別は一切ありません。また、中心的な職種であるOFCでも現在24名の女性が活躍。役員や管理職を含め、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 (05年2月末現在)

	男性	女性	合計または平均
社員数	3,718人	1,116人	4,834人
前年度末比増減	+168人	-12人	+156人
平均年齢	33歳2カ月	27歳0カ月	31歳11カ月
平均勤続年数	8年1カ月	5年4カ月	7年6カ月

役員・管理職の状況 (05年2月末現在)

	男性	女性	合計
役員	21人	1人	22人
管理職	358人	24人	382人
合計	379人	25人	404人

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

	02年度	03年度	04年度
育児	12人	19人	22人
介護	1人	1人	2人

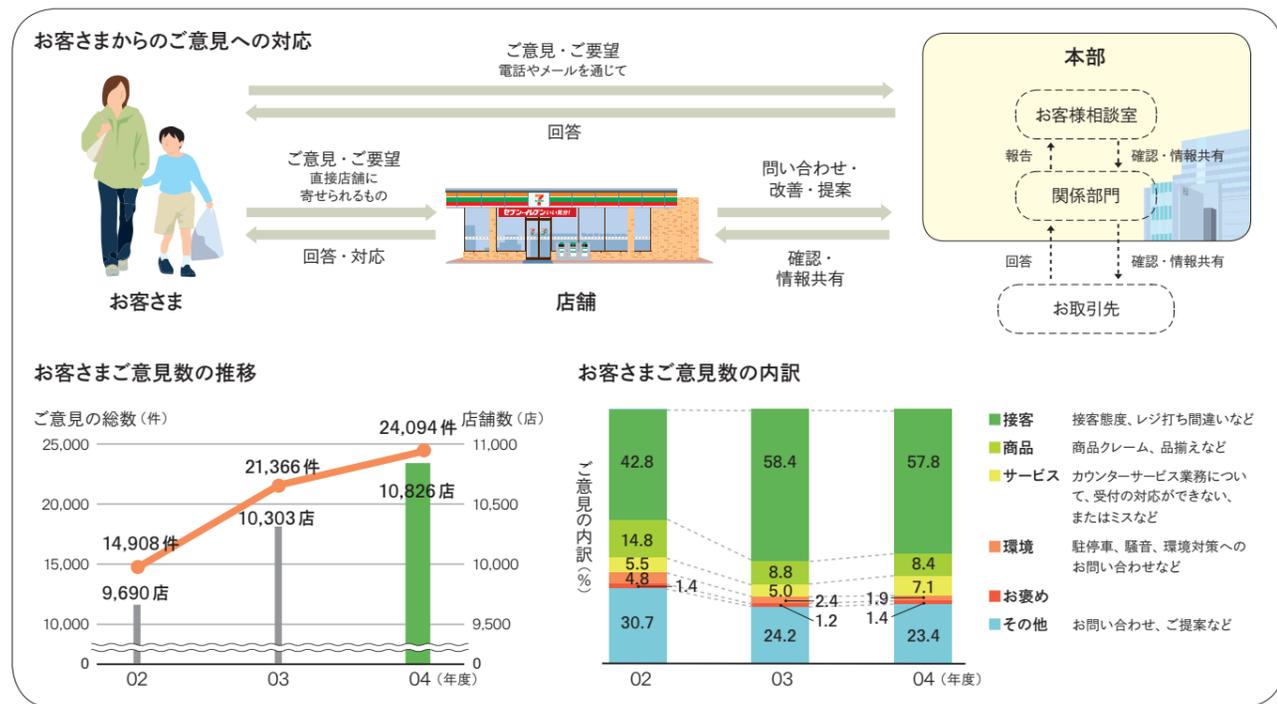
お客さまとのコミュニケーション

セブン-イレブンでは、時代の変化に対応し、お客さまの立場に立った商品開発やサービスの提供を追求し続けています。地域に密着し、お客さまのニーズにきめ細かく対応するためには、お客さまからいただくさまざまなご意見やご要望がヒントとなります。いただいたご意見は社内各部や加盟店、お取引先などの関係者と共有し、次の対応へつなげています。

お客さまご意見への対応

私たちは、コンビニエンスストアとしてだけでなく、広い意味でのサービス拠点として、また地域の一員として、役割を果たしていきたいと考えています。そのためには、お客さまとのコミュニケーションを深めることが何より大切だと考え、フレンドリーサービス（こころのこもった感じのよい対応）を心がけています。しかし、心ならずもお客さまにご迷惑をおかけしたり、ご不快な思いをさせ、お叱りをいただいた場合は、迅速かつ誠意を持った対応ができるよう、本部内に「お客様相談室」を設け対応を行っています。お客様相談室では、いただいたご意見を確認し、チェーン全体で対応が必要な内容は関連部署へ、1店1店での問題の場合は担当のOFCを通じ、連

携と対応を行っています。お客様相談室へ寄せられるご意見・ご要望は、Eメールでのコミュニケーションが主ですが、内容によっては直接コミュニケーションさせていただいたり、お客さまの年齢等にも配慮した対応を心がけています。2004年度は、ホームページの内容の充実（商品情報など）や、ご意見・お問い合わせ等により、2万4千件（前年比113%）のご意見を頂戴しました。また、お褒めの言葉も346件（前年比140%）となっています。お客さまのご要望が多様化し、サービス全体のレベルアップが求められている今、加盟店とともにさらなる取り組みにつなげていきます。



フレンドリーポスターでの啓発

セブン-イレブンでは、フレンドリーサービスを基本四原則のひとつとして、長年取り組んでいます。2002年度からは、毎月テーマを決め、全店で接客レベルを高めることを目指しています。この毎月のテーマの決定もひと工夫、本部から加盟店に向け一方的にテーマを発信するのではなく、加盟店オーナーさま、従業員さんがお客さまと接するなかで取り組みたい内容を「フレンドリーサービス標語大賞」として2003年度より年1回募集。2004年度は1,589件のご応募をいただき、実際に大賞・優秀賞に選ばれた作品が全店で一斉に取り組むテーマとし

て、毎月お店に配布されるフレンドリーポスターのテーマとなっています。店舗では、このフレンドリーポスターをバックルームに掲示し、標語を確認しつつ、日々の業務に取り組んでいます。

04年度大賞：
セブン-イレブン 笑顔も元気も年中無休



社会・環境報告書 2004の通信簿

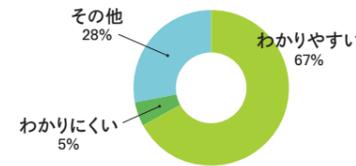
昨年発行した社会・環境報告書 2004では、アンケートを添付していました。皆さまからいただいたご意見の集計結果とともに、ご意見に対する対応をご報告します。

①「報告書のわかりやすさ」②「活動内容」についての評価結果と印象に残った報告内容について

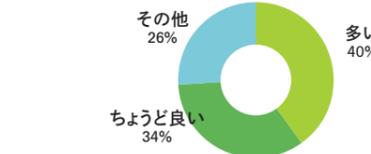
※5=とても良い、4=良い、3=ふつう、2=あまり評価できない、1=評価できないとして採点

報告分野	報告書のわかりやすさ	活動内容	構成・内容	印象に残った報告内容
商品	4.06/5	3.82/5	商品について この「しゃげ」はどこから来たの? 安全・安心な商品提供のための取り組み	商品について この「しゃげ」はどこから来たの? 安全・安心な商品提供のための取り組み
物流	4.08/5	4.10/5	物流について 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! 効率的な物流のための取り組み	物流について 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! 効率的な物流のための取り組み
店舗建築設備	3.84/5	3.81/5	店舗建築設備について あつ、このセブン-イレブンどこか変わったね 店舗建築設備に関する取り組み	店舗建築設備について あつ、このセブン-イレブンどこか変わったね 店舗建築設備に関する取り組み
廃棄物・リサイクル	4.13/5	3.94/5	廃棄物・リサイクルについて “ごみ”じゃない! 販売期限切れ商品がよみがえった 廃棄物・リサイクルにおける取り組み	廃棄物・リサイクルについて “ごみ”じゃない! 販売期限切れ商品がよみがえった 廃棄物・リサイクルにおける取り組み
地域社会との共生	3.96/5	3.73/5	地域社会との共生について あなたのまちの“あかり”になりたい 地域社会との共生についての取り組み セブン-イレブンみどりの基金について	地域社会との共生について あなたのまちの“あかり”になりたい 地域社会との共生についての取り組み セブン-イレブンみどりの基金について
フランチャイズ事業	3.56/5	3.60/5	フランチャイズ事業について 二人三脚で歩んでいきます フランチャイズ事業についての取り組み	フランチャイズ事業について 二人三脚で歩んでいきます フランチャイズ事業についての取り組み
事業活動とマネジメント	3.55/5	3.58/5	経営活動とコーポレート・ガバナンス コンプライアンス体制と推進 従業員との関わりにおける取り組み	経営活動とコーポレート・ガバナンス コンプライアンス体制と推進 従業員との関わりにおける取り組み
環境マネジメント	3.69/5	3.71/5	環境マネジメントシステム 環境目標 事業活動における環境負荷 環境会計	環境マネジメントシステム 環境目標 事業活動における環境負荷 環境会計

問1 「ポリシー>クローズアップ>取り組み」という編集方法について



問2 報告書全体のボリュームについて



問3 報告書の内容や、活動に対するご意見、ご感想など

- 「NDF」「NDF HACCP」など意味不明な言葉が多々ありました。
- キーになる言葉は赤字にしてもらえると読みやすい。
- 各店舗のデータも記載すべき（電気使用量・廃棄物）。
- 環境データについては、どこに問題や改善余地があるのかをわかるようにしてほしい。
- 購入者や一般消費者が環境のために行動しなければならないことをもう少し記載してほしい。

他、多数のご意見をいただきました。

私たちの対応

問1・2 について

「ポリシー（全体的な考え方）>クローズアップ（個別対策の特集）>取り組み（各対策の報告）」の編集が、わかりやすいとの好評価をいただきました。一方で、その編集が全体のボリューム増につながり「（ページ数が）多い」という指摘もいただきました。それらの点を反省し、「ポリシー」をベースに、セブン-イレブンの全体像と、取り組み全体を簡潔にご理解いただけるよう工夫しました。

問3 について

- (1)、(2)…今年は、キーになる言葉などは太字にして色をつけ、ポイントとなる対策などをページ下にまとめて説明しています。
- (3)…1万店以上のデータとなるため、地域平均のデータなど、開示方法を今後検討したいと思います。
- (4)…環境目標・実績については自己評価を取り入れています。
- (5)…報告書ではなく別のツールでのコミュニケーションを検討したいと思います。

通信簿をいただいて

「書いて楽しいアンケート」を思い立ち、「通信簿」形式にしたところ前年の倍以上のアンケートをいただくことができ、ありがとうございます。読者の皆さまからは「わかりやすい」とご好評をいただいた一方で、「ここをこうすれば」「このデータは…」というご意見もいただき、上記のような評価につながったと考えています。「オール5」ではなく、読みやすく・わかりやすくご報告できる方法を引き続き検討していきます。お気づきの点は、同封の通信簿（アンケート）にてお寄せくださいますようお願いいたします。

社会・環境報告書 2004での「提言」への対応

昨年の社会・環境報告書の発行に際し、(株)中央青山サステナビリティ認証機構より当社宛ての提言をいただきました。提言については、下記の対応を進めています。

「1. セブン-イレブンの社会・環境報告書」について

A 「提言」からの抜粋
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。

- 私たちの対応**
- アンケートを「通信簿」形式に変更し、楽しんでご評価いただける仕掛けをしました。数値での評価をいただくこと、質問内容を絞り具体化することで、報告書の改善点が確認できました。
 - 社外でのセミナー等の資料として参加者の方へ配布を行い、当日の質疑応答でご意見を直接いただくことができました。

「2. 企業行動委員会の設置」について

B 「提言」からの抜粋
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・網羅的な取組を期待します。

- 私たちの対応**
- 企業行動推進室に人事労務部会を設け、定期的に安全衛生委員会を開催し、労働環境の整備に取り組んでいます。ヘルプラインの機能的な運用面などは、引き続き検討課題としていきます。

「3. 地域社会との共生」について

C 「提言」からの抜粋
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。
※CVS=コンビニエンスストアの意

- 私たちの対応**
- 2004年度のセーフティステーション活動の第3次トライアル後に評価検証を行い、2005年10月より(社)日本フランチャイズチェーン協会加盟のコンビニエンスストア13社、全国約41,000店が参加して、セーフティステーション活動を継続していくこととなりました。
 - 中越地震発生時には、被災地支援物資の配送や商品の供給等の支援を行うことができました。

「社会・環境報告書2004」P64
(株)中央青山サステナビリティ認証機構からの「提言」

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、環境への取組み、安心・安全な商品の提供、地域社会との共生、及び加盟店との共生等、多岐に及びます。また、個々の取組み内容だけでなく、その取組みの背景にある考え方を流すことにより、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。

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」という観点から見直し、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、加盟店との共生共栄関係、それを支えるOF/Cなど従業員との関係等、各々の関係について、ブレークダウンし、CSRの観点から改めて見直しとしています。

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發揮し、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、大歓迎されます。また、利用者の拡大に伴い、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、中国への出展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。

「4. 情報収集体制の整備」について

D 「提言」からの抜粋
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。

- 私たちの対応**
- 各部門の開示内容について、データ精度の向上、把握方法の改善等が進みました。
 - 引き続き「適時に」「迅速な」情報収集を行うための体制づくりを進めていきます。

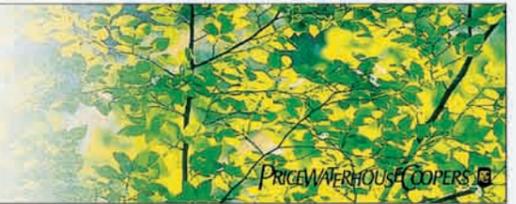
E 「提言」からの抜粋
今後、グループの情報収集体制を構築され、その報告範囲を広げ、中国における取組を始めグループ全体の情報開示を進めることが期待されます。

- 私たちの対応**
- グループ各社に対する情報収集体制の整備がまだ十分にできていません。引き続き取組を進めていきます。

第三者保証

第三者保証報告書

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



2005年7月21日

保証業務の対象と目的

私たち、株式会社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。)からの依頼に基づき、「セブン-イレブン・ジャパン 社会・環境報告書2005」(以下、「同報告書」という。)に関する以下の事項について意見を述べることを目的とし、手続を実施しました。

- 同報告書に記載された社会・環境情報は、関連するセブン-イレブン所定の手続に従って収集され報告されたものであるか
- 上記1.の記載情報は、根拠資料に基づくものであるか

同報告書は会社の責任のもとに作成されたものであり、私たちの責任は独立の立場から意見を表明することにあります。

意見表明の根拠

現時点では、環境・社会情報の収集・報告及び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。その為、私たちは、現在確立されつつある慣行と以下の指針を参考としています。

- 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」
- 環境省「環境報告書審査基準案」
- 国際会計士連盟「歴史的財務情報の監査又はレビュー以外の保証業務」(ISAE3000)

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社会・環境情報に関連して実施した手続は、以下のとおりです。

- 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。
- セブン-イレブンにおけるデータの測定、集計及び報告のプロセス
セブン-イレブンにおける各データの統一な測定方法を把握し、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。

私たちの意見

私たちは実施した手続の範囲において、以下の結論を得ました。

- 同報告書に記載された社会・環境情報は、セブン-イレブン所定の手続に従って収集・報告されたものです。
- 上記1.の記載情報は、入手した根拠資料と矛盾しておらず、修正すべき重要な事項は存在しません。

独立性

私たちは公認会計士法、日本公認会計士協会倫理規則、中央青山監査法人及びPricewaterhouseCoopersの独立性のルールを遵守しています。

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) **CASCert**
IA2005-0010

代表取締役社長 細野康弘

取締役副社長 井上壽枝

セブン-イレブン・ジャパンへの提言

- コンビニエンスストアの社会的責任**
お客様の利便性・満足度を高めることを追求するコンビニエンスストアは、多くのエネルギー消費、青少年への影響を始めとして、社会に対してマイナスの影響を与えるという印象を持たれがちです。セブン-イレブンでは、お客様のニーズに応えるだけでなく、その事業活動における社会・環境影響を十分に認識し、チェーン全体を含めた先進的な取組を行っています。特に、地域社会との共生に向け全国展開が開始されたセーフティステーション活動(同報告書36p参照)においては、リーディングカンパニーとして、推進的な役割を担っています。今後も、このような取組を積極的に継続すると共に、多くのお客様に、その取組を知らせる工夫が、コンビニエンスストアの社会的意義を高める上で必要であると考えられます。
- チェーン全体におけるデータ把握に向けて**
セブン-イレブンは、デイリー工場・配送センター・店舗など多くのお取引先等を含めて事業が成り立っています。このような事業特性を踏まえて、チェーン全体における環境への取組を数年来進められていることは、非常に評価されます。しかし、それらの取組を進める上での基礎となる重要な環境データの多くが、他の事業体の管理のもとにあります。今後、環境データの精度・信頼性をさらに高めるために、お取引先のご協力を得た上で、これらを含めた検証を行うことが望まれます。
- 次期への期待**
今、セブン-イレブンは、7-Eleven, Inc.の子会社化および持株会社「株式会社セブン&アイ・ホールディングス」設立など大きな変革を迎えています。国内のリーディングカンパニーとしてだけでなく、世界27,000店を超える店舗を展開し、今後の中国などでの出店を考慮すると、世界の小売業において、ますます重要な地位を占めると考えられます。流通が社会を、人々の生活を変えるという認識のもとで、事業を展開する地域で社会的責任をいかに果たすかということ、常に念頭に置かれることが期待されます。
同報告書では、取組の背景にあるセブン-イレブンの考え方をわかりやすく伝えることに重点がおかれていることは、評価されます。今後は、グローバルな事業活動および多様なサービスを提供しているグループ会社を含めた情報開示をおこなうことが求められます。

おわりに

セブン-イレブンの事業構造について考えますと、コンビニエンスストアとは商品・サービスを地域社会に提供する、エンドユーザーに最も近い事業体であり、私どもはそれをふまえて環境対策を推進してまいりました。環境対策は経済活動とトレード・オフの関係ではなく、経営における主要なリスクマネジメントであり、1991年に環境対策プロジェクトを発足し、情報の共有を図るとともに社内各部門の連携を強化してまいりました。

本誌はそれらの活動のご報告であり、社内各部門の業務は「環境」が意識された内容に変化してきていると感じております。ただし、環境対策は本質的に帰結する性質を持ちません。したがって、取り組みは常に過程＝途中段階にあると認識することが肝要で、絶対の追求がより一層望まれるわけです。さらに高次の目標に向かって挑戦し続けることが必要であると考えます。

向かうべき“より高次の目標”とは、既に取り組みが進む商品や物流等の「モノの環境」だけでなく、「こころの環境」もまたその目標に含まれるでしょう。この10月より全国4万店で展開するセーフティステーション活動は、コンビニエンスストア業界自らが地域の「安全」「安心」の拠点として寄与する「こころの環境」の具体的な施策のひとつであり、私どもも重要な施策として位置づけています。

セブン-イレブン・ジャパンは、時代の変化対応と絶対の追求を基本理念として事業活動を行ってまいりました。そして、それらの活動が社会や生活を変化させ、企業そのものの有り様も社会の側から見られるものへと変質しています。本年9月の持株会社セブン&アイ HLDGS.の設立により、私どもは事業会社としてコンプライアンスや企業の社会的責任について要請を受ける立場となりました。一方、コンビニエンスストア事業の再構築の点から、米国の7-Eleven, Inc.社の子会社化など、国内外のコンビニエンスストア事業の運営を統括して管理することも必要となつてまいります。

グループとしての今後の変化対応においても、フランチャイズビジネスの特性を考慮し、「企業における企業責任」という視点で政策を考えるだけでなく、「社会の中の企業責任」＝CSRという広い視野から、関係者の皆さまとともに流通業のあるべき姿を追求してまいります。引き続き、皆さまからのご支援・ご協力を賜りますよう、よろしくごお願い申し上げます。

2005年10月

専務取締役
専務執行役員

蔭 蔵 教 公

2004年度活動の記録

2004年	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	●ワコールとの共同開発「WACOAL PANTY STOCKING (ワコール パンティ ストッキング)」を発売	●春期商品展示会 ●「企業行動委員会」設置 ●和歌山県との地域協働事業の協定調印
4月	●コーセーとの共同開発化粧品新ブランド「雪肌粋」発売 ●北京1号店「セブン-イレブン東直門店」開店 ●セブン-イレブン&エッソエクスプレス1号店「幸手北店」開店 ●機能性素材を使用し、素材メーカーと共同開発した大豆ペプチド4000mg配合のオリジナル商品を発売 ●単元株の株式数を1,000株から100株に変更	●「ニューボトル缶デザインアワード2004」受賞4作品を商品化
5月	●エステキット「ビューティプリンセス」を発売	
6月	●アサヒビールとの共同開発でプレミアム生ビール「こだわりの極」を発売	●「CO ₂ 削減・百万人の環」キャンペーンに協力(直営店のみ) ●第14回「地球にやさしい作文・活動報告コンテスト」協力(6月～9月)
7月	●「クロネコメール便」全国取り扱い開始 ●キリンビバレッジとの共同開発「本格緑茶 玉露庵」を発売 ●サントリー・ロッテとの共同開発「カクテルバー フローズン」発売 ●アサヒビール・ロッテとの共同開発「アサヒ フローズンカクテル」発売	●第11回セブン-イレブンデー全国一斉清掃活動実施 ●九州食品工場リサイクル事業協同組合の施設竣工 ●セーフティステーション活動第3次トライアル実施(～9月末) ●新潟豪雨被害義援金募金(7月15日～7月31日 新潟県内店舗で実施)、新潟豪雨被害御見舞金贈呈(イトーヨーカ堂・セブン-イレブン・ジャパン)
8月		●社会・環境報告書2004(和文)発行 ●第27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」の第一号適合店舗開店
9月		●カタログ、チラシを無塩素漂白パルプに切替 ●秋期商品展示会
10月	●インターネットを活用した年賀状印刷・DPEサービス開始	●第12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) ●新潟中越地震および台風23号災害救援金募金(10月24日～11月7日)
11月	●ウルフ・プラス社・メルシャンとの取り組みによりオーストラリアワイン「ウルフ・プラス ワインメーカーズ・セレクション」2種発売 ●デジカメプリント機能がついた新マルチコピー機の導入 ●カルビスとの共同開発「ほっとゆず」発売	●第12回セブン-イレブンデー全国一斉清掃活動実施 ●名古屋市にて、販売期限切れ商品のリサイクルを開始
12月		●スマトラ島沖地震に対する救援金募金実施(04年12月28日～05年1月16日) ●社会・環境報告書2004(英文)発行
2005年		
1月		
2月	●IYG Holding Companyの全株式を取得し、7-Eleven, Inc.を子会社化、グループのコンビニエンスストア事業の運営管理を統合 ●セブン・ミールサービス(お食事配達サービス)が 栃木、群馬、茨城にサービスエリアを拡大	●防弾盾の導入により、警察庁生活安全課より表彰 ●「なごやまちピカキャンペーン」(地域清掃活動)に協力

編 集 後 記

既にご案内の通り、当社は9月1日をもって持株会社セブン&アイ HLDGS.の100%子会社となりました。しかしながら、当社が行う事業活動において関連する環境問題への対応も、社会的な責任についての取り組みも、今までと同様精一杯取り組んでいかねばならないことに何の変更もありません。2004年度のご

報告が諸事情により遅くなりましたこと、謹んでお詫び申し上げます。毎年報告書の制作にあたり感じますのは、フランチャイズビジネスはまさに人と人との信頼関係が全ての基盤となっていること。加盟店オーナーさま・従業員さんをはじめとして、お取引先さまのお力添えと各部門の努力があつて初めて、本紙にてご報告できる一つひとつの数値や成果につながります。目に見えないそれらの

お力添えを、こうした報告書として発行できませんこと、関係者の皆さまにこの場をおかりして厚く御礼申し上げます。引き続き、ご指導・ご支援をいただけますようよろしくお願い申し上げます。

株式会社セブン-イレブン・ジャパン
環境推進部



株式会社

セブン-イレブン・ジャパン

〒102-8455 東京都千代田区二番町8番地8

お問い合わせ先 環境推進部

tel 03-6238-3704 (ダイヤルイン)

fax 03-3261-2435

URL <http://www.sej.co.jp/>

発行 2005年10月

©2005 (株)セブン-イレブン・ジャパン

