

## 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

### 2017年度の活動目標・実績と2018年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

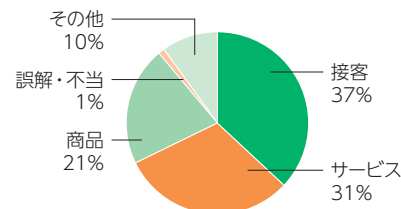
課題	2017年度の目標・計画	2017年度の実績・成果	評価	2018年度の目標
育児・高齢者支援など	<ul style="list-style-type: none"> <li>●プレママステーション・カウンターの継続と親子参加型イベント・マタニティ教室の開催</li> <li>●各店舗のお客様に向けたコアな情報をプレママステーションからSNSで発信し、顧客化の強化を図る</li> <li>●新規育成 シューフィッター:10人 ランドセルアドバイザー:20人 フォーマルスペシャリスト:5人 ハートフルアドバイザー:15人</li> <li>●認知症サポーター:1,346人 累計5,000人</li> <li>●こども靴下取り足数:91,675足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●プレママステーション・カウンター実績:16,348名(うちリピーター6,436名) 親子参加型イベントほか、マタニティ教室開催</li> <li>●SNS配信で顧客化の強化を実施</li> <li>●新規育成 シューフィッター:16人 ランドセルアドバイザー:6人 フォーマルスペシャリスト:9人 ハートフルアドバイザー:43人</li> <li>●認知症サポーター:629人 累計4,283人</li> <li>●こども靴下取り足数:92,683足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>○</li> <li>△</li> <li>×</li> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●プレママステーション・カウンターの継続と親子参加型イベント・マタニティ教室の開催⇒助産師単独ではなく専門販売やお取引先スタッフと連動し内容をさらに充実化</li> <li>●SNS配信継続</li> <li>●新規育成 シューフィッター:10人 フォーマルスペシャリスト:5人 ハートフルアドバイザー:15人</li> <li>●認知症サポーター:717人 累計5,000人</li> <li>●こども靴下取り足数:90,730足</li> </ul>
地域活性化への協力	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域と密着したイベントを継続実施</li> <li>●期日前投票所設置による投票時の利便性向上の継続実施</li> <li>●店舗が主体となり、それぞれの伝統・技術・文化・地域限定商品、特産品の紹介、販売を推進 店舗間での各地域限定商品、特産品の情報共有・告知・販売の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「グリーンカーテンプロジェクト」「打ち水大作戦」「お仕事体験」などの地域(行政・学校など)と連動したイベントを実施(各店舗)</li> <li>●豊島区と「FFパートナーシップ協定」を締結して「育休復帰セミナー」などのイベントを開催(池袋本店)</li> <li>●4店舗に期日前投票所を設置(池袋本店・千葉店・東戸塚店・福井店)</li> <li>●地元の特産品を紹介、販売する地産地消費事を地域と連動して実施(横浜店・千葉店・大宮店・所沢店・福井店・徳島店)</li> <li>●福井物産展を開催(横浜店・大宮店)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>○</li> <li>○</li> <li>○</li> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域と密着したイベントを継続実施</li> <li>●期日前投票所設置により投票時の利便性向上の継続実施</li> <li>●店舗が主体となり、それぞれの伝統・技術・文化・地域限定商品、特産品の紹介、販売を推進</li> <li>●店舗間での各地域限定商品、特産品の情報共有・告知・販売の継続</li> </ul>

## 商品や店舗を通じた安全・安心の提供

### お客様相談受付関連データ

2017年度も引き続き、各店舗のお客様相談窓口へ寄せられた「お客様の声」を受けて、接客レベルの向上・商品の品揃え・付帯サービス・施設の改善などに活かせるよう社内で共有。お客様のご不満の解消と、顧客ニーズを営業施策に反映するための活動を推進してきました。また、営業終了店舗のお客様対応については、「お客様専用ダイヤル」を設置。今後も、「お客様の声」からのご要望を受けて、店舗と本部が連携して、対応を強化してまいります。

2017年度相談内容の内訳  
受付件数7,932件(前年度比96%)



課題	2017年度の目標・計画	2017年度の実績・成果	評価	2018年度の目標
商品とサービスの品質・安全性の確保				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●現場メンバーの衛生管理知識向上の継続</li> <li>●衛生点検結果に基づき、店舗ごとに課題を選択し集中して改善</li> <li>●衣料・雑貨領域のPB商品を対象とした検品体制の継続</li> <li>●現場メンバースキルアップのために階層別研修を継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●小冊子「食品衛生管理の基本ポイント」やDVDを研修、朝昼礼や現場指導で活用</li> <li>●店舗品質管理委員会で月次課題を整理し改善・検証を実施</li> <li>●衣料・雑貨領域のPB商品の納品前点検を60回実施</li> <li>●現場メンバースキルアップのために階層別研修を20回実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>○</li> <li>○</li> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●現場メンバーの衛生管理知識向上の継続</li> <li>●店舗ごとに食品衛生の課題を明確にし、店舗品質管理委員会のPDCA活動の実施</li> <li>●衣料・雑貨領域の商品を専門機関によるサンプリング検査実施</li> <li>●現場メンバースキルアップのために階層別研修を継続</li> </ul>
安心して利用できる店舗・設備の整備				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ユニバーサルデザイン視点での点検を開始(都内店舗)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●大規模改装に合わせて、横浜店の多目的トイレの点検を実施して、改修計画を構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●横浜店の多目的トイレの改修</li> <li>●ユニバーサルデザイン視点での点検を継続</li> </ul>
適切な情報提供				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●専門機関と提携した「食品表示」および「衣料・雑貨領域のPB商品表示」の確認・点検を実施し、適切な表示と情報開示を継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各拠点(厨房・売場)を対象に専門機関の「食品表示」点検を183回実施</li> <li>●PB商品表示については、納品前のサンプル点検と月2回の店頭点検を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●専門機関と提携した「表示」の確認・点検を実施し、適切な表示と情報開示を継続</li> </ul>
お客様の声への誠実な対応(体制)				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●継続して「お客様の声」からご要望を受けて、店舗と本部が連携して、さらなる従業員のサービスマインドの向上を推進</li> <li>●お客様からのご不満の声の削減:3,800件以下</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「お客様の声」を活用した「サービス注意報」を毎週発信し、ご不満の解消とサービスマインド向上の活動を継続して実施</li> <li>●「お客様の声」を活かした活動を継続して実施。「ご不満の声」3,157件(前差▲389件)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「お客様の声」からのご意見・ご要望を受けて、店舗と本部が連携して、さらなる従業員のサービスマインドの向上を推進</li> <li>●お客様からのご不満の声の削減:3,100件以下</li> </ul>
災害時の支援				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●既に締結している「地域包括協定」や地震災害時「帰宅困難者対策」を含めた地元自治体・企業との連携・協力体制や地域活性化への関与強化</li> <li>●「防災フェア」などの開催を通じ、地域と連携した防災への意識啓発活動推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店舗所在地の自治体や大型商業施設・交通事業者などで組織化されている「帰宅困難者対策協議会」への参画と合同訓練等へ積極的に参加</li> <li>●「110番の日」「防災の日」「救急の日」などのモチベーション機会を捉え、店内スペースを利用した地域住民への防災・防犯意識啓発活動や防災備蓄品の展示即売などを実施</li> <li>●東京都が発行する「東京くらし防災」(小冊子)の配布協力事業者として店頭配布を実施(池袋本店・渋谷店)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●既に締結している「地域包括協定」や地震災害時「帰宅困難者対策」を含めた地元自治体・企業との連携・協力体制や地域活性化への関与強化</li> <li>●「防災フェア」などの開催を通じ、地域と連携した防災への意識啓発活動推進</li> </ul>
地域防犯対策				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域と連携した防犯・防災体制へ継続的に協力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域で開催の「防災訓練」や「防犯パトロール活動」などへの参加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域と連携した防犯・防災体制へ継続的に協力</li> </ul>

## 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

### 2017年度の活動目標・実績と2018年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2017年度の目標・計画	2017年度の実績・成果	評価	2018年度の目標
環境負荷の適切な把握				
	●ISO定期審査での推奨事項の拡大、指摘事項の削減	●推奨事項4件(前年度差▲5件)指摘事項7件(前年度差▲6件) ●不適事項0件(前年度差±0件)	△	●ISO定期審査での推奨事項の拡大、指摘事項の削減
エネルギー効率の向上と再生可能エネルギーの導入				
	●エネルギー原油換算使用量を1%削減 ●LED照明の導入拡大継続	●営業店舗ベースで▲3.4%削減 ●10店舗にLED照明導入(投資額300百万円・台数8,064台)	○ ○	●営業店舗ベースで▲1%削減 ●LED導入拡大継続
廃棄物の削減と循環型社会の構築				
	●食品廃棄物リサイクル率:63.0%(前年度差+1.3%) ●廃棄物リサイクル率:64.0%(前年度差+1.6%) ●引き続き分別細分化による廃棄物リサイクル率の向上	●食品廃棄物リサイクル率:69.4%(前年度差+7.8%) ●廃棄物リサイクル率:67.3%(前年度差+4.9%)	○ ○	●食品廃棄物リサイクル率:71.0%(前年度差+1.6%) ●廃棄物リサイクル率:70.0%(前年度差+2.7%) ●引き続き分別細分化による廃棄物リサイクル率の向上
生物多様性への対応				
	●植樹:1,410本 ●グリーンラッピングで贈る記念日ギフトの推進継続:65,660件 ●社員ボランティアによる植樹活動実施	●植樹:1,523本 植樹先:山梨県笛吹市 ●グリーンラッピング実績:63,718件 ●社員ボランティアによる植樹活動実施	○ △ ○	●植樹:1,500本 ●グリーンラッピング目標:63,180件 ●社員ボランティアによる植樹活動実施
従業員への意識啓発				
	●環境e-ラーニング:全従業員受講 ●節電応援キャンペーン達成報告者:100人 ●エコ検定受験者:52人 合格率:90%	●環境e-ラーニング:全従業員受講 ●節電応援キャンペーン達成報告者:60人 ●エコ検定受験者:64人 合格率:87.5% ●社内でCSVアイデアコンペを実施 応募件数:481件	○ × △	●環境e-ラーニング:全従業員受講 ●エコ検定受験者:140人 合格率:90% ●CSVアイデアコンペ最優秀案の実現

### 環境関連データ

課題	単位	2015年度	2016年度	2017年度
店舗数	店舗	24	23	17
CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1※2※3</sup>	t-CO <sub>2</sub>	193,101	171,690	142,853
店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※1※3</sup>	t-CO <sub>2</sub>	192,417	171,052	142,241
店舗運営に伴う電気使用量 <sup>※1</sup>	GWh	339	315	261
店舗運営に伴う水使用量 <sup>※1</sup>	千m <sup>3</sup>	2,262	2,128	1,855
容器包装使用量	t	1,432	1,395	1,276
廃棄物量(リサイクル率)	t(%)	31,334(60.8)	29,390(62.4)	24,310(67.3)
食品廃棄物のリサイクル率	%	55.6	61.7	69.4

※1 集計期間は4月～3月。

※2 店舗運営・法人外商部・本部・物流センターの運営に伴うエネルギー使用に由来するCO<sub>2</sub>排出量。

※3 CO<sub>2</sub>排出量は「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO<sub>2</sub>排出量算定マニュアル」に沿って算出しています。

2017年度の活動目標・実績と2018年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2017年度の目標・計画	2017年度の実績・成果	評価	2018年度の目標
能力向上支援				
	●新規受講:2,400人 販売基礎研修:延べ1,500人 キャリアアップ研修:900人	●新規受講:2,266人 販売基礎研修:延べ1,316人 キャリアアップ研修:延べ950人	△	●新規受講:2,000人 販売基礎研修:延べ1,400人 キャリアアップ研修:延べ600人
ワークライフバランスの実現				
	●えるばし認定に向けた体制整備  ●育児・看護・介護休暇取得利用者数の拡大	●男女別の採用における競争倍率が改善の見込み ●育児・看護・介護休暇取得者数:213人(前差+8名)	○  ○	●えるばし認定取得 ●時短勤務シフト制度の拡大 ●育児・看護・介護休暇取得利用者数の拡大
多様な人材の活躍				
	●契約社員からの正社員登用数:40人 ●専門人材の中途採用数:7人 ●女性管理職比率(課長級以上):20%	●契約社員からの正社員登用数:57人 ●専門人材の中途採用数:0人 ●女性管理職比率(課長級以上):11.2%	○ △ ×	●契約社員からの正社員登用数:50人 ●専門人材の中途採用数:5人 ●女性管理職比率(課長級以上):20%
労働安全衛生への配慮				
	●BMI25%以上の社員改善に向け各事業所における健康増進活動の展開	●メタボリックシンドローム是正のため、社員食堂を活用した健康キャンペーンを展開	○	●BMI25%以上の社員改善に向け各事業所における健康推進活動の展開

人事関連データ

従業員の内訳(2018年2月末)		(人)
正社員 <sup>※1</sup>		2,852
	男性	1,857
	女性	995
パートタイマー <sup>※2</sup>		3,154
	男性	340
	女性	2,814
従業員数(正社員数+パートタイマー数)		6,301
	男性	2,437
	女性	3,864
新卒採用者数		63
	男性	38
	女性	25
中途採用者数		0
	男性	0
	女性	0

	2015年度	2016年度	2017年度
正社員平均勤続年数	22年9カ月	22年7カ月	22年8カ月
育児休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	192人 (4、69)	225人 (2、108)	222人 (5、118)
介護休職取得者数 <sup>※3</sup> (うち男性、パートタイマー)	2人 (2、0)	9人 (2、5)	7人 (0、4)
ボランティア休暇取得者数	制度なし	制度なし	制度なし
女性管理職数(比率) <sup>※4</sup>	505人(33.2%)	459人(34.6%)	400人(34.0%)
	係長	381人(52.4%)	338人(54.0%)
	課長	66人(15.0%)	40人(12.2%)
	部長	35人(13.5%)	28人(12.0%)
	役員	4人(14.8%)	3人(13.0%)
障がい者雇用率 <sup>※5</sup>	1.97%	1.86%	2.16%
正社員有給休暇取得率	19.7%	22.0%	27.4%
労働災害度数率	0.29%	0.76%	0.37%
労働災害強度率	0.01%	0.01%	0.00%

※1 定年再雇用者295人を含みます。

※2 1日8時間換算による月平均人員。契約社員を含みます。

※3 該当年度中に取得した人数。(前年からの継続+新規取得)

※4 係長級以上の比率。

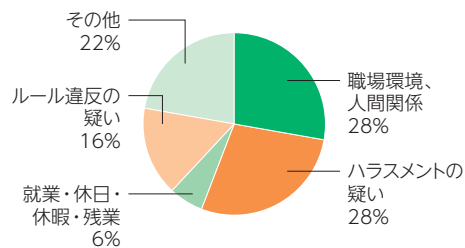
※5 年度の数値は翌年度の6月1日現在の数値。

## 従業員相談受付関連データ

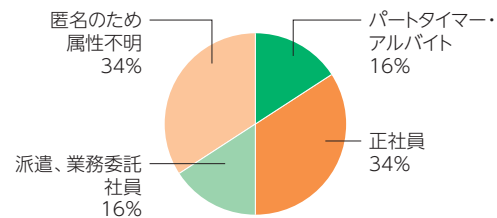
今期の受付件数は前期より大幅に減少する結果となりましたが、内容検証する限り前期は、事業所閉鎖・縮小の特殊要因の通報が含まれており、今後の利用状況の推移をみながら制度主旨のさらなる周知徹底を検討してまいりたいと考えております。

当社では、リスクマネジメントの徹底強化について継続して取り組んでおり、従業員相談窓口(社内通報制度)のポータルサイト新設等を通じた周知とその積極的活用について常に呼びかけを行うとともに、顧問弁護士等に講師を依頼し、従業員に対するコンプライアンス・リスクマネジメントの研修を定期的に行っております。これらの啓発活動および研修については、今後も継続して実施し、事故事件の未然防止につなげてまいりたいと考えます。

## 2017年度相談内容の内訳 受付件数50件(前年度比68%)



## 相談者の内訳



## お客様、お取引先を巻き込んだエシカルな社会づくりと資源の持続可能性向上

### 2017年度の活動目標・実績と2018年度の目標

○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

課題	2017年度の目標・計画	2017年度の実績・成果	評価	2018年度の目標
環境に配慮した商品の提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新規選定: 30品目</li> <li>●オーガニックコットン商品のご紹介を強化の継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新規選定: 12品目</li> <li>●オーガニックコットン3品目を新規認定</li> <li>●アラスカシーフードマーケティング協会との協働で、天然でサステイナブルなアラスカシーフードの紹介・販売のフェアを実施(12店舗)</li> </ul>	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>●アラスカシーフードの紹介・販売フェアの継続実施</li> </ul>

# 環境関連データ(詳細)

## ■データ推移(2013年度～2017年度)

項目		2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
全社CO2排出量	t-CO2	197,747 ※1	194,315 ※1	193,101 ※1	171,690 ※1	142,853 ※1
店舗運営に伴うCO2排出量	t-CO2	196,992 ※1	193,578 ※1	192,417 ※1	171,052 ※1	142,241 ※1
店舗運営に伴う電気使用量	GWh	346 ※1	341 ※1	339 ※1	315 ※1	261 ※1
店舗運営に伴う水使用量	千m3	2,354 ※1	2,265 ※1	2,262 ※1	2,128 ※1	1,855 ※1
店舗運営に伴う廃棄物排出量	t	30,981	30,880	31,334	29,390	24,310

※1 2018年2月改定の「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO2排出量算定マニュアル」による算定(集計期間:4月～3月、電気使用に伴うCO2排出係数:温対法と同値)

## ■2017年度実績及び中長期目標

項目		2017年度実績		2017年度目標	評価※3	2018年度目標	2020年度目標	2030年度目標
			原単位※2					
全社CO2排出量 ※1	t-CO2	142,853	99	149,567	○	125,587	123,088	102,243
店舗運営に伴うCO2排出量 ※1	t-CO2	142,241	100	147,552	○	124,981	122,494	101,692
店舗運営に伴う電気使用量 ※1	GWh	261	0.183	268	○	223	-	-
店舗運営に伴う水使用量 ※1	千m3	1,855	1.299	1,852	△	1,633	-	-
店舗運営に伴う廃棄物排出量	t	24,310	17	24,640	○	21,536	-	-
再生可能エネルギー利用量 (太陽光パネル設置による拡大)	MWh	4	0.003	4	○	4	8	12

※1 「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO2排出量算定マニュアル」による算定(集計期間:4月～3月、電気使用に伴うCO2排出係数:温対法と同値)

※2 延床面積[千m2]当たり原単位

※3 ○:達成 △:わずかに届かず ×:大きく未達成

## ■2017年度店舗データ

店舗	CO2排出量 [t-CO2] ※	電気使用量 [GWh] ※	水使用量 [千m3] ※	廃棄物排出量 [t]
池袋本店	26,475	52	473	4,386
渋谷店	7,030	16	101	981
船橋店	6,282	15	78	605
所沢店	4,948	10	66	867
東戸塚店	4,547	8	74	1,188
高槻店	2,807	7	48	705
大津店	3,960	9	49	1,125
福井店	5,282	8	40	398
岡崎店	2,715	5	32	227
秋田店	3,079	5	27	492
小田原店	2,840	5	16	300
横浜店	16,391	31	259	3,869
千葉店	17,810	25	174	2,636
神戸店	4,068	9	63	947
広島店	12,548	16	110	1,493
大宮店	6,777	15	83	1,268
川口店	5,254	12	70	864
西神店	3,686	6	38	1,058
徳島店	5,739	8	52	900
店舗合計	142,241	261	1,855	24,310

※ 「セブン&アイHLDGS.グループ共通CO2排出量算定マニュアル」による算定(集計期間:4月～3月、電気使用に伴うCO2排出係数:温対法と同値)

※ 神戸店・高槻店は3月～9月実績(10月以降は(株)エイチ・ツー・オー・アセットマネジメントが運営)

## ■2017年度環境会計

環境保全コスト (百万円)

投資額	経費額	主な内容
282 (242)	1,242 (1,389)	LED導入他

経済効果 (百万円)

効果額	主な内容
464 (591)	環境商材売上利益、LED導入での省エネ効果他

環境保全効果

効果	主な内容
電力1,843 (2,379) [千kWh] 削減	LED導入による省エネ効果他

※ ( ) 内は前年

## ■2017年度サプライチェーンを通じたCO2排出量

区分	カテゴリ	CO2排出量 [t-CO2]	
		CO2排出量	構成比
スコープ1	直接排出	7,408 (9,325)	0.4% (0.4%)
スコープ2	エネルギー起源の間接排出	135,445 (162,365)	7.3% (7.8%)
カテゴリ1	購入した製品・サービス	1,437,620 (1,601,689)	77.9% (76.6%)
カテゴリ2	資本財	34,402 (53,335)	1.9% (2.6%)
カテゴリ3	Scope 1,2に含まれない燃料及びエネルギー活動	13,253 (15,779)	0.7% (0.8%)
カテゴリ4	輸送、配送(上流)	18,314 (22,477)	1.0% (1.1%)
カテゴリ5	事業から出る廃棄物	1,937 (2,571)	0.1% (0.1%)
カテゴリ6	出張	501 (594)	0.03% (0.03%)
カテゴリ7	雇用者の通勤	1,610 (1,926)	0.1% (0.1%)
カテゴリ8	リース資産(上流)	算定対象外	
カテゴリ9	輸送、配送(下流)	1,624 (1,995)	0.09% (0.1%)
カテゴリ10	販売した製品の加工	算定対象外	
カテゴリ11	販売した製品の使用	22,109 (24,698)	1.2% (1.2%)
カテゴリ12	販売した製品の廃棄	131,328 (141,918)	7.1% (6.8%)
カテゴリ13	リース資産(下流)	25,580 (34,586)	1.4% (1.7%)
カテゴリ14	フランチャイズ	算定対象外	
カテゴリ15	投資	算定対象外	
その他	従業員の家庭での電力使用による排出	15,271 (17,671)	0.8% (0.8%)
スコープ3	その他の間接排出	1,703,549 (1,919,239)	92.3% (91.8%)
合計		1,846,403 (2,090,929)	100.0% (100.0%)

※ ( ) 内は前年