

食を通じたSDGsの取り組み

2023年2月19日

株式会社セブン-イレブン・ジャパン
サステナビリティ推進室ゼネラルマネジャー
吉田 希美枝

特定関係者限り



会社概要

- ・ 会社紹介
- ・ 当社グループの新中期経営計画
- ・ GREEN CHALLENGE 2050



食を通じたSDGsの取り組み

- ・ 持続可能な調達
- ・ 食品ロス対策
- ・ 未来世代とのコミュニケーション



株式会社 セブン-イレブン・ジャパン

国内店舗数

21,323店 (2022年1月末時点)

チェーン全店売上

4兆9527億円 (2022年2月期)

国内コンビニエンスストア事業

株式会社セブン-イレブン・ジャパン

- 株式会社セブン-イレブン・沖縄
- 株式会社セブン・ミールサービス
- 株式会社セブンネットショッピング
- 株式会社セブンドリーム・ドットコム

その他の事業

- 株式会社セブン&アイ・ネットメディア
- 株式会社セブカルチャーネットワーク
- 株式会社セブン&アイ・クリエイティング
- 株式会社八ヶ岳高原ロッジ
- 株式会社デルベ (特例子会社)
- びあ株式会社

金融関連事業

- 株式会社セブン銀行
- 株式会社セブン・フィナンシャルサービス
- 株式会社セブン・カードサービス
- 株式会社セブンCSカードサービス
- 株式会社バンク・ビジネスファクトリー
- 株式会社セブン・ペイメントサービス
- FCTI, Inc.

百貨店・専門店事業

- 株式会社そごう・西武
- 株式会社池袋ショッピングパーク
- 株式会社ごっつお便
- 株式会社赤ちゃん本舗
- 株式会社ロフト

- 株式会社セブン&アイ・フードシステムズ
- 株式会社ニッセンホールディングス
- 株式会社パーニーズ ジャパン
- 株式会社Francfranc
- 株式会社タワーレコード

海外コンビニエンスストア事業

- 7-Eleven, Inc.
- 7-Eleven International LLC
- SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.
- セブン-イレブン(中国)投資有限公司
- セブン-イレブン北京有限公司
- セブン-イレブン成都有限公司
- セブン-イレブン天津商業有限公司

スーパーストア事業

- 株式会社イトーヨーカ堂
- 株式会社ヨークベニマル
- 株式会社ヨーク
- 株式会社シェルガーデン
- 株式会社サンエー
- 株式会社丸大
- 株式会社アイワイフーズ
- 株式会社Peace Deli
- 株式会社ヨーク警備
- 株式会社セブンファーム
- 株式会社イトーヨーカ堂(中国)投資有限公司
- 株式会社成都イトーヨーカ堂有限公司
- 株式会社華糖ヨーカ堂有限公司
- 株式会社ダイイチ
- 株式会社天満屋ストア





企業活動は、様々な環境の変化に配慮が必要な時代

特定関係者限り

常にお客様の立場に立って、新たな体験価値を提供

新たな『成長領域』への挑戦	次の『便利』の扉を開く	いま求められる『食』への挑戦	豊かな『生活拠点』の創出
成長を目指す戦略		深化を目指す戦略	
海外CVS事業戦略 > グループ成長のメインドライバーへ ・北米: Speedwayとの統合シナジー発揮 ・グローバルブランドとしての価値向上	国内CVS事業戦略 > 再成長軌道への回帰 ・商圏の掘り起こし: 個店・立地別対応 ・加盟店との関係性強化	グループ食品戦略 > 首都圏スーパーマーケット連携強化 > グループ商品の開発強化	大型商業拠点戦略 > 商圏に合わせた拠点の価値向上 > 非店舗の収益拡大

ラストワンマイルへの挑戦

顧客基盤

北米1日あたり 650万人

国内1日あたり 2,240万人

お客様接点の拡大

- > 7Rewards・CRMによるLTVの向上
- > 7NOW(デリバリー)の拡大
- > 7Wallet(デジタル決済)の拡大

- > 7iDを軸としたグループCRMによるLTVの向上
 - ・ポイント戦略の強化、新たな決済体験の提供
 - ・金融サービスの強化

DX・金融戦略

- > ラストワンマイル配送プラットフォームの構築
- > テクノロジーの活用による生産性の向上

コーポレートガバナンスの更なる強化/経営戦略と連動した人財政策

サステナブル経営

企業の持続的成長と持続可能な社会の両立

7つの重点課題

セブン&アイグループの
7つの重点課題

重点課題 1 お客様とのあらゆる接点を通じて
地域・コミュニティとともに
住みやすい社会を実現する



<セブン-イレブンでやっていること>

高齢化や人口減少により、お客様に不便を抱える世帯が増加しています。そこで移動販売や商品配達など、お客様に寄り添う取り組みを通して住みやすい社会づくりを推進します。



重点課題 2 安全・安心で健康に配慮した
商品・サービスを提供する



信頼性の高い原材料の仕様や添加物の低減など、お客様の健康に配慮した商品を開発するとともに、多くの方が関心を寄せる栄養成分表示など、安全・安心の提供に努めています。



重点課題 3 地域環境に配慮し、
脱炭素・循環経済・自然と
共生する社会を実現する



お店の運営には多くの環境負荷がともないます。そこでCO₂排出量の削減やプラスチック対策、食品ロス・食品リサイクル対策など様々な側面から負荷を低減、循環経済社会を推進しています。



重点課題 4 多様な人々が活躍できる
社会を実現する



様々な価値観の違いを理解し、シニア・外国籍や障害のある方などの就業や子育てと仕事の両立支援など、多様な人々が活躍できる社会の実現を目指しています。



重点課題 5 グループ事業を担う人々の
働きがい・働きやすさを向上する



多様な働き方を支援し、働きがいとともに働きやすい職場を目指しています。加盟店においても働きやすい環境整備を進めており、先進的な技術の実証実験にも取り組んでいます。



重点課題 6 お客様との対話と協働を通じて
エシカルな社会を実現する



あらゆる社会課題の解決に向けた商品やサービスの提供に取り組んでいます。またお客様や地域社会との対話や協働を通じ、エシカルな社会づくりを進めています。



重点課題 7 パートナーシップを通じて
持続可能な社会を実現する



原材料の調達からお客様のもとに商品が届くまでのすべてのプロセスにおいて、様々なステークホルダーとともに人権・環境に配慮し、持続可能な社会の実現を目指します。



特定関係者限り



グループとして、2050年までに目指す姿を宣言

CO₂排出量削減

グループの店舗運営にともなう
CO₂排出量 (2013年度比)

2050年の目指す姿

排出量
実質 **ゼロ**

[詳しくはこちら](#)



プラスチック対策

オリジナル商品で使用する容器は、
環境配慮型素材を使用。

2050年の目指す姿

100 %

[詳しくはこちら](#)



食品ロス 食品リサイクル対策

食品廃棄物量 (2013年度比) 食品廃棄物のリサイクル率

2050年の目指す姿 2050年の目指す姿

75 %削減 **100** %

[詳しくはこちら](#)



持続可能な調達

オリジナル商品で使用する食品原材料は、
持続可能性が担保された材料を使用。

2050年の目指す姿

100 %

[詳しくはこちら](#)



特定関係者限り

SDGsは自社だけでは達成できない



あらゆるステークホルダーと共に達成を目指しています

特定関係者限り

■ 地産地消

【北陸・新潟】
食材... 富山湾産ホタルイカ、白えび、能登牛
商品... パスタ、おにぎり、弁当等

【中国】
食材... 蒜山(ひるぜん) ジャージー牛乳
商品... スイーツ等

【九州】
食材... 大分県産にら
商品... 弁当

【四国】
食材... 小豆島手延べそうめん島の光
商品... 麺類

【北関東】
食材... とちぎ霜降高原牛
商品... おにぎり、弁当等

【東海】
食材... 真鯛、赤しそ、生のり、伊勢茶
商品... おにぎり等

【東北】
食材... 比内地鶏、仙台牛
商品... 弁当、おにぎり

井原と... 連携... する協定... 種... 家商品...

商品本部の地区MD統括部が、包括連携協定などを活用し、地元食材を使ったオリジナル商品を開発。

■ 顔が見える野菜。



イトーヨーカドーの「顔が見える野菜。」を品揃え。食の安全や生産者の労働保全などに配慮。

GREEN CHALLENGE 2050

未来のために、食の安全や自然環境の保全、生産者の労働安全や人権の保護に配慮した商品の仕入れ・開発に取り組んでいます。

**JGAP認証
ASIAGAP認証**

食品安全・環境保全・労働安全・人権福祉に適切に取り組む農場に与えられる認証。
主幹：日本GAP協会

有機JAS認証

環境への負荷を低減した持続可能な栽培方法の農産物に与えられる認証。
主幹：農林水産省

**顔が見える野菜。
ゴールドラベル**

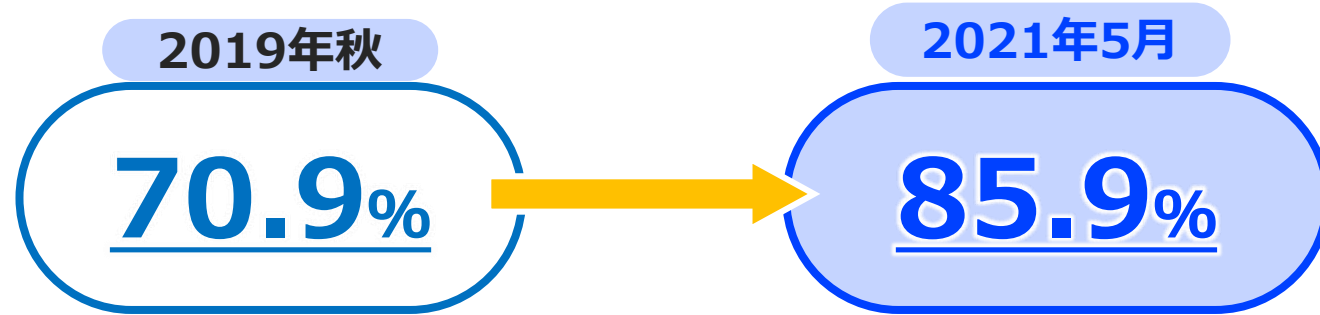
「顔が見える野菜。」は生産者一人ひとりの栽培方法を確認しています。ゴールドラベルはJGAP認証(JGAP、ASIAGAP、国際水準GAP)及び有機JAS認証を取得した生産者です。
主幹：イトーヨーカドー

10 人や国の不平等をなくそう

12 つくる責任 つかう責任

地域連携、グループシナジーを活かし持続可能な調達を実現

特定関係者限り



※長鮮度商品：24時間以上の販売鮮度がある中食商品のアイテム数比率（首都圏実績）



22年度より48時間以上の販売鮮度比率の拡大へ方針変更

技術革新により 味・品質を担保しつつ長鮮度商品を拡大

■ サラダチキン



サラダチキンの余った部位をチキンバーの材料に使用。

■ さばの味噌煮



脂身の多い部位を味噌煮に、それ以外をみぞれ煮に使用。

■ ポテトサラダ



イメージ

雪氷貯蔵

北海道契約農家から規格外のじゃがいもも全量買い取り。また、雪氷貯蔵により、電気使用を極力削減。

12

つくる責任
つかう責任



調達した食材を余すことなく使用することで食品ロスを削減

特定関係者限り

■ HACCP



店舗衛生管理記録表

温度点検	レ	(記録)	報告
点検(2回目)	レ		温度点検表
フライヤー設備清掃	レ		報告



店舗にiPadを配備。3/20よりHACCPの項目をデジタルデータにて確認可能。

特定関係者限り

■ アレルギー対応



生産工場では、ソフトとハードの両面での環境を整備し、継続的なリスク低減を実現。



2021年6月、各省庁と日本フランチャイズチェーン協会が連携してスタート。お客様と一緒に課題解決する食品ロス削減推進策。
2022年新語・流行語大賞トップ10選出。

オリジナルの「てまえどり」POPが全国に拡大しています!

29都道府県で実施!

= 実施済み都道府県

※都道府県、市町村のいずれかの自治体が発行した場合は、実施としてカウント

12 つくる責任 つかう責任

29都道府県でオリジナル「てまえどり」POP展開 (2022年5月時点)

特定関係者限り

■エシカルプロジェクト



消費期限の近い商品にシールを貼り、お客様が電子マネーnanacoで購入されると、5%分のポイントを付与する取り組み。

特定関係者限り

■賢者のレシピ



上智大学やタサン志摩さんと連携し、「たいせつに、おいしく、かしこく、ムダなく使って食べる」をコンセプトに考えられたレシピ。食材のほとんどはセブンプレミアムを使用。

【福島県福島市】 食品ロス対策の 出張授業



名前 ([REDACTED])

セブンイレブンは、よほくたちのわからない
ところでも情報を集めたり、食品ロスを
減らしたり、野菜を新鮮に保っているこ
とがわかったから、次からはセブンイレブンに感謝し
てセブンのおにぎりを食べたり、セブンイレブン
が行っている食品ロスを減らす活動に協
力したい。

【静岡県磐田市】 幼稚園児の 収穫体験イベント



学校等に出向いて地域の未来世代を支援する活動

特定関係者限り

お客様の
暮らしになくてはならない
信頼される
誠実な企業でありたい

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。

株式会社セブン-イレブン・ジャパン

