

令和3年6月24日

消費者関連情報の提供の在り方検討ワーキング・グループ

事業者・地方公共団体ヒアリング結果まとめ

- 1 事業者ヒアリング結果まとめ ※ヒアリング順
 - (1) 株式会社イトーヨーカ堂
 - (2) ヤマトホールディングス株式会社
 - (3) 日本生活協同組合連合会 ・ エフコープ生活協同組合
 - (4) トヨタ自動車株式会社「トヨタ消費生活アドバイザーの会」
 - (5) トヨタ自動車株式会社「この町いちばん活動」
 - (6) 株式会社ファミリーマート
 - (7) 大和リース株式会社
 - (8) 京都信用金庫
 - (9) 株式会社高知銀行

- 2 地方公共団体ヒアリング結果まとめ ※ヒアリング順
 - (1) 徳島県
 - (2) 横浜市
 - (3) 大阪府

1 事業者ヒアリング結果まとめ

(1) 株式会社イトーヨーカ堂

「本業を通じた地域貢献の取組」 (ヒアリング日：令和3年3月8日)

●取組の目的

創業の精神「目指すべき姿」—「買う」だけではなく、「集う」「食べる」「遊ぶ」「学ぶ」「相談する」などの新たな価値を提供し、社会の活力や課題解決につなげ、「地域になくてはならない存在」となる。

1. 創業の精神“目指すべき姿”
イトーヨーカ堂 CSR・SDGs推進部

「買う」だけではなく、「集う」「食べる」「遊ぶ」「学ぶ」「相談する」などの新たな価値を提供し、社会の活力や課題解決につなげ、「地域になくてはならない存在」となる。

提供価値: 買う (機能価値 ライフライン), 集う (機能的価値 ライフライン), 食べる (機能的価値 ライフライン), 遊ぶ (機能的価値 ライフライン), 学ぶ (機情的価値 ホットとする、ワクワク・ドキドキ), 相談 (機情的価値 ホットとする、ワクワク・ドキドキ)

お客様の豊かな生活

⇒新しい生活様式に対応した質の高いMD (IYの名物)、新お届けサービスなど

基本四原則 ⇒ ニューノーマルに対応した、新しい基本四原則によるサービス提供 (マスク越しに伝わる笑顔の接客、きれいな売場、いま必要な商品が揃っている...)

フレンドリー SCの総合力 (ワンストップ)
クリーンネス 衛生管理のオペレーション化
鮮度管理 安全
品揃え 感染予防の徹底

本業を通じた社会課題への対応
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
GREEN CHALLENGE 2050
「自治体との連携」

目指すべき姿を踏まえ、本業を通じた社会課題へ対応すべく、地方公共団体との連携も行っている。

●社内体制

地域行政との連携は、地域行政推進担当として現地に管理統括マネジャーを配置し、本部（経営企画室CSR・SDGs推進部）が全体統括と地域貢献活動のフォローを行うという社内体制で取り組んでいる。

2. 地域行政との連携
イトーヨーカ堂 CSR・SDGs推進部

締結することが目的ではなく、
締結後の継続的な取り組みから、地域からの信頼を得られる

店舗: 市区町村 行政区, 政令市・都道府県 NPO各種団体
本部: 国

継続した地域貢献 | 全体統括と地域貢献活動のフォロー

◎ 店舗における地域行政推進担当：管理統括マネジャー
役割：会社・店舗の信頼向上のため地域・行政・取引先との誠実な対応を実施する。
※2017年9月より配置。

●地域行政との連携体制

連携の際、行政の各部門と個別にやり取りするわけではなく、行政もイトーヨーカ堂も共に窓口を一本化することにより、生産性の高い議論を行い横断的な取組を推進している。



●取組事例

地域・社会課題の解決に向け、地域行政と連携し認知症啓発イベントや市政情報の発信など、本業とは直接関係のないさまざまな取組を行っている。

取り組み事例 コミュニティ SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

アルツハイマーデー 認知症啓発イベント 健康長寿
アクティブな第2の人生

第一ターゲット
シニア世帯

楽しく認知症予防を知る・学ぶ・体感する
買い物ついでにイベントの開催
介護予防や健康増進に関する体感型のイベント。

体操教室 **脳トレ体験**

消費者委員会「第26回地方消費者行政専門調査会 令和元年12月24日」
株式会社イトーヨーカ堂提出資料より抜粋

●取組のメリット

本業を通じた社会課題解決により、地域・社会の価値と企業の価値の双方が創出される。企業の価値としては、集客効果が見込まれる、企業に対する信頼が高まる、地域との関係強化が見込まれるなど。

2. 地域行政との連携 取り組み事例

セブン&アイ 重点課題2
商品や店舗を通じた安全・安心の提供

市政情報の発信

本業を通じた社会課題解決で「社会」「企業」双方の価値を創出＝持続可能な成長

◎社会課題（取り組みの背景）

- ・コロナウイルス感染症に伴う三密回避、感染予防の観点から、巣籠により高齢者は、SNS等の活用が不得意なため、重要な市政情報を得られにくい。
- ・特殊詐欺等の多様化、コロナ禍で在宅率が高まり高齢者被害の増加。

◎具体的活動（シナリオ）

- ・コミュニティの場としてお買い物ついでの各種情報提供。
- ・市政情報コーナー常設により地域行政の啓発活動に協力。
- ・店舗インフラを活用した啓発活動の推進

社会の価値

- ・情報難民の解消
- ・市政情報コーナーの常設により定期的な情報発信。また、タイムリーな情報提供につながり、市民サービスの向上につながる。

企業の価値

- ・来店動機の一つにもなり集客効果が見込める。
- ・地域行政の情報発信場所としてお客様から企業に対する信頼価値が高まる。
- ・地域行政を通じた地域住民をはじめとしたステークホルダーとの関係強化が見込める

■ WGとしてのまとめ

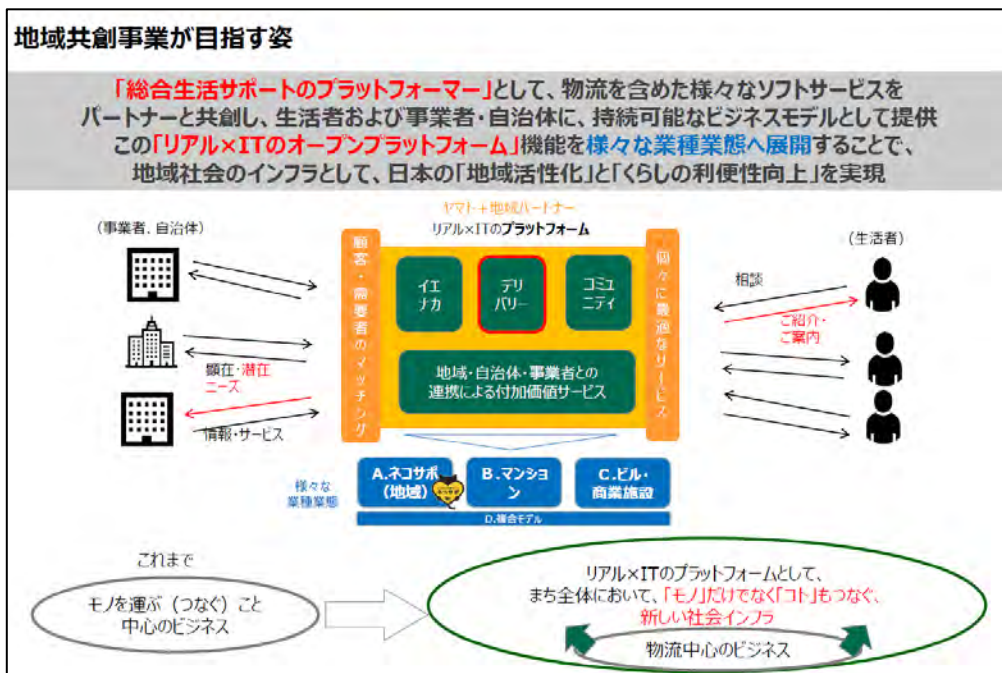
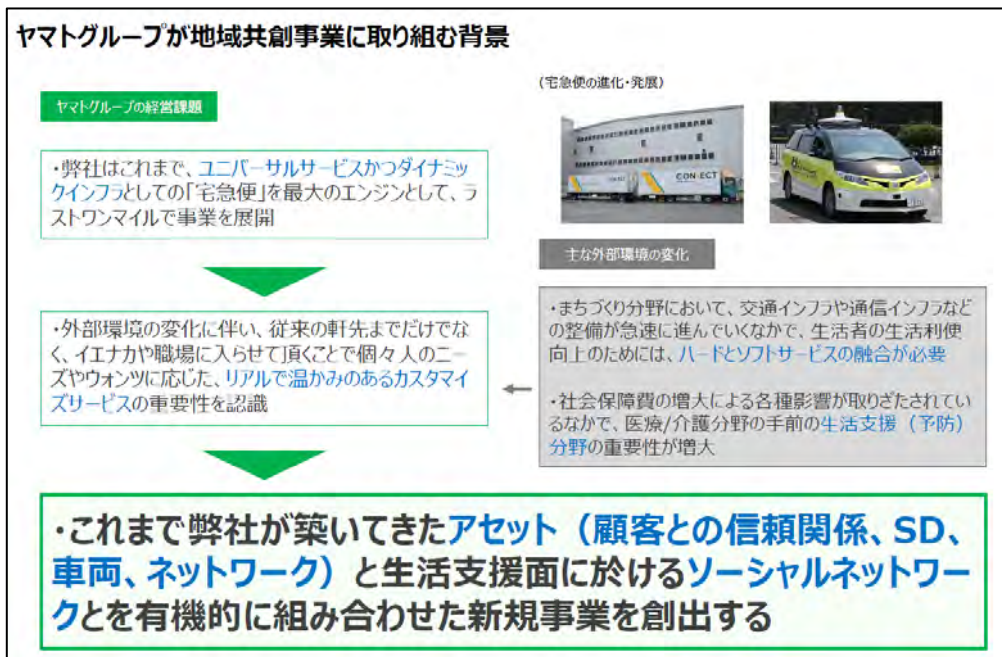
- ◎本業を通じた地域貢献の取組を全国的に取り組んでいる。
- ◎現地の行政との連携は管理統括マネジャーを配置、本部が全体統括とフォロー。
- ◎現地の行政と現地のイトーヨーカ堂双方ともに窓口を一本化。
- ◎地域・社会課題解決に向け現地の行政と連携し、認知症啓発イベントや市政情報発信など、店舗スペースを活用し本業とは直接関係のないテーマのイベントなどの取組を実施。
- ◎地域・社会課題の解決への取組は、集客効果、企業価値の向上、住民をはじめとした地域のステークホルダーとの関係強化などのメリットもある。

(2) ヤマトホールディングス株式会社

「地域共創事業」 (ヒアリング日：令和3年3月8日)

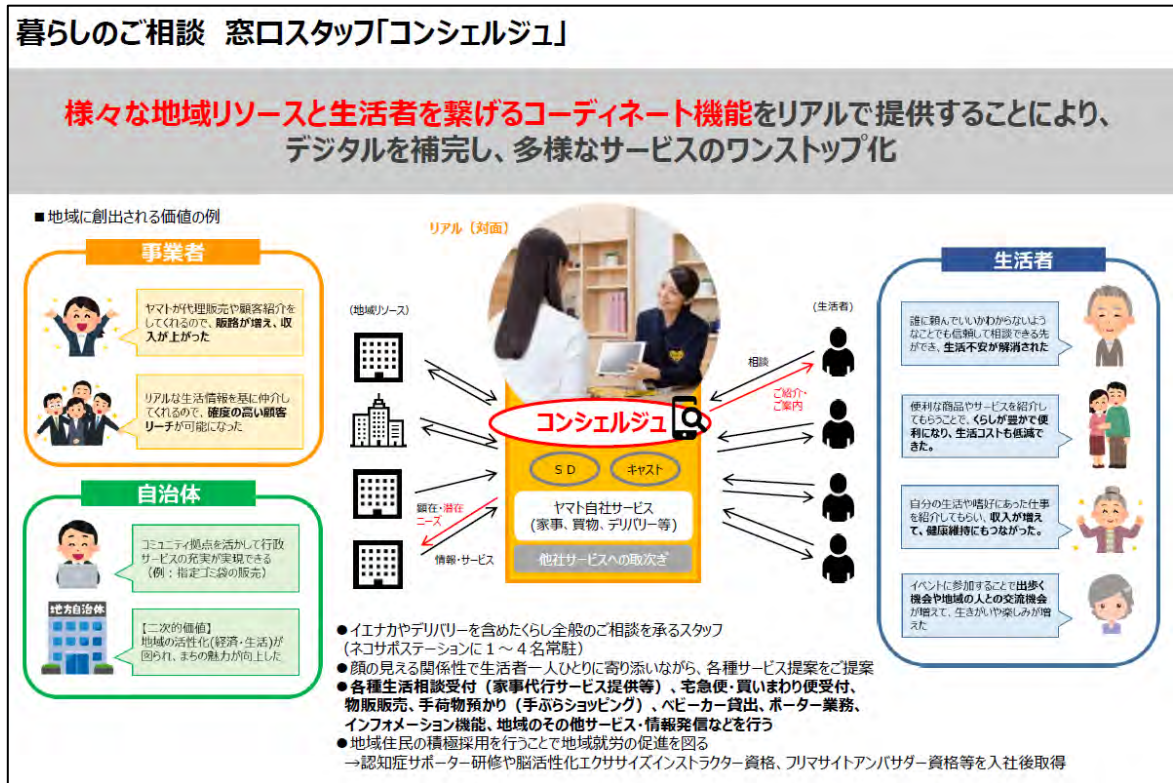
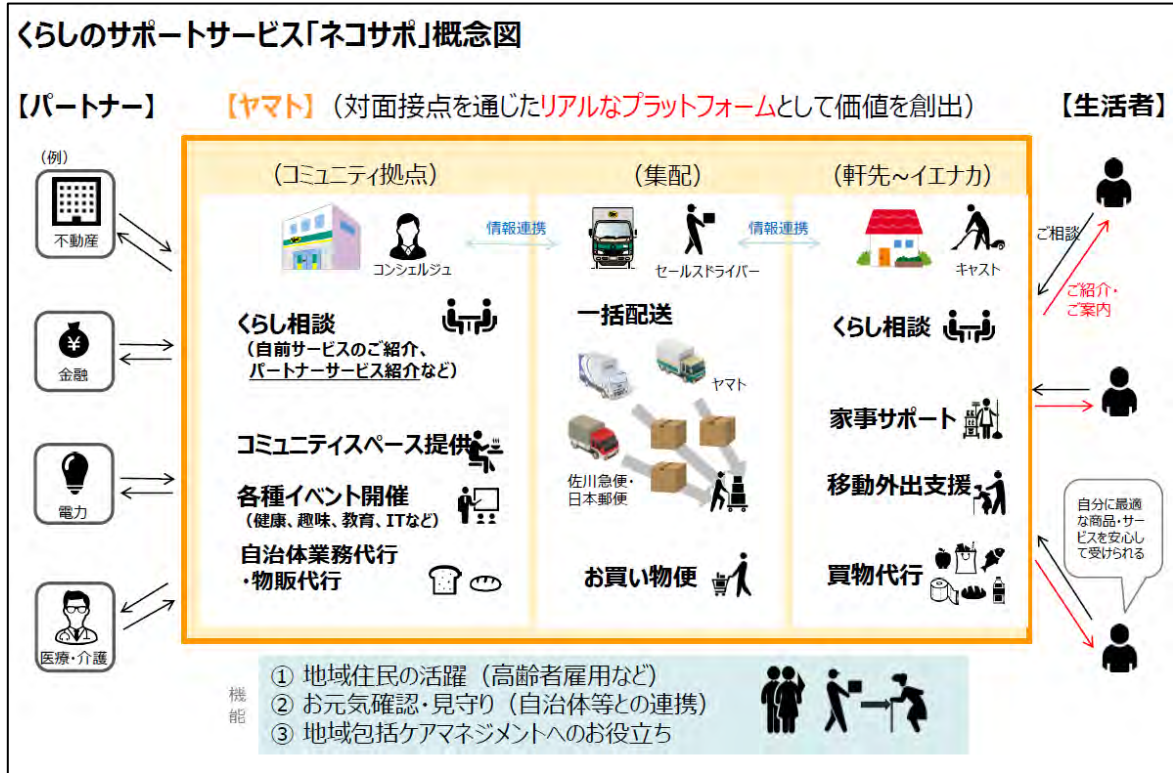
●取組の目的

持続可能な社会の実現に向けて、従来のデリバリー企業ではなく「より便利で快適な生活関連サービスを創造する」企業へと変わる。時代の変化から生まれるニーズに応え、たくさんの社会的な課題の解決を目指し、ヤマトグループの持つ全国をカバーするネットワークやノウハウ等を活かし、より良いサービスや商品の提供により社会の役に立つ。



●地域共創による新規事業

東京都多摩市と千葉県松戸市において、地域共創による新規事業「ネコサポ」を事業化し、行政とも連携して取り組んでいる。



●地域共創事業における取組事例

ネコサポのスペースと機能を活用し、本業とは直接関係のないさまざまな住民向けのイベントを他の事業者や住民と連携して開催している。

【サービス例】コミュニティ・生活相談の「場」

事業者様や住民と連携したイベントを開催し、地域コミュニティ活性化に寄与

＜コミュニティ＞

- 地域で活動される団体や事業者様によるサービス提供の場として活用（ヨガ教室、手芸教室、音楽会、など）
- 全国区の事業者様が、マーケティングも兼ねて（地域ではあまりない）イベントを開催（健康食品試食会など）
- スマホ使い方相談会など「専門店は敷居が高い」と思われがちなテーマについて、学ぶ・実践する機会を提供
- イベント参加者数 **200名/月**（2019年度平均）
- 来店客のべ数 **8,000名/月**（2019年度平均）
- 連携イベント例（パートナー）
 - ・「コーヒー淹れ方講座」…タリーズ様
 - ・「ファンケル銀座バスツアー」…ファンケル様
 - ・「メルカリ講座（出品体験）」…メルカリ様
 - ・「スマホ相談会」…au、docomo地域代理店さま
 - ・「相続相談会」…多摩信用金庫さま
 - ・「池坊 華道教室」…地域の華道の先生
 - ・「ヨガ教室」…地域のヨガ教室の先生
 - ・「手芸教室」…地域の手芸サークルの皆様

■ イベント例



■ WGとしてのまとめ

- ◎従来のデリバリー事業ではなく、地域共創による新しいサービスの創造に取り組んでいる。地域・社会課題の解決に向けて、自社の持つ機能やノウハウを活かした“事業化”を実現。
- ◎「ネコサポ」を拠点に、地域の「総合生活サポートのプラットフォーム」として、地域の行政や他の事業者などと連携し様々なサービスを提供。
- ◎店舗スペースを活用し、本業とは直接関係のないテーマのイベントなどを他の事業者や住民と連携して開催。