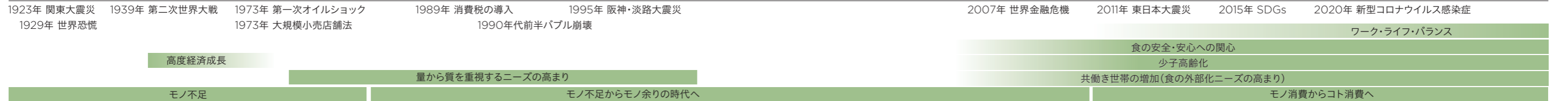


お客様の暮らしに寄り添い 社会とともに進化するセブン&アイグループ

当社グループは、一軒の衣料品店からスタートし、社会構造やお客様ニーズの変化につねに寄り添い、商品・サービス、事業内容を大きく変えながら新たな価値創造に挑戦し続けてきました。これからも地域のお客様の暮らしに誠実に向き合うとともに、グローバルな視点で社会の動向を読み解き、企業価値向上に邁進していきます。



1920年～1960年代 1970年～1980年代 1990年～ ～2000年代 2010年～

社会構造の変化と向き合いながら、新たな業態・商品・サービスを創造

1920年
羊華堂創業
(後に「めうがや」から改称)



1958年
(株)ヨーカ堂設立



1961年
スーパーチェーン展開開始



意義
信頼と誠実の精神
セルフサービス、チェーン運営を活用したお客様を向いた商売

提供価値
より良い物を安く、多くの地域のお客様にご提供

1974年
セブン-イレブン開店



意義
日本型コンビニエンスストアの創造と社会インフラとしての確立

提供価値
大型店と小型店の共存共栄
中小小売店の近代化と活性化
お客様が商品を選別する買い手市場での質と利便性の高い商品の提供

1974年
デニーズ開店



意義
日本型ファミリーレストランチェーンの創造

提供価値
おいしい外食の提供

1991年
米国サウスランド社(現7-Eleven, Inc.)再建



意義
日本企業による米国セブン-イレブンの再建とグローバル展開

提供価値
日本のコンビニエンスストア運営を参考にした、米国のお客様ニーズの充足

2001年
アイワイバンク銀行(現セブン銀行)設立



意義
流通業初の顧客視点に基づく決済銀行

提供価値
いつでも入出金可能な利便性の提供


2005年
セブン&アイ・ホールディングス設立



意義
持株会社体制による多業態グループ経営

提供価値
コンビニエンスストア、スーパー、百貨店等の業態を超えたグループシナジーによる新しい商品・サービスの提供


2007年
セブンプレミアムの誕生



意義
当社グループ各社のノウハウの共有と品質・価値の提供

提供価値
「安全・安心・健康」「最高の味・技術」「日常性・利便性」を提供することで、お客様により豊かな食卓を提案

2007年
電子マネー「nanaco」の誕生



意義
お客様の利便性の向上
少額決済手段の多様化への対応

提供価値
小銭のいらぬ簡単でスピーディーな決済の提供
ポイントサービス等を通じた楽しく便利な生活シーンのサポート

2021年5月
7-Eleven, Inc. によるSpeedway取得



意義
北米市場での事業拡大
グローバル展開の加速

提供価値
お客様の暮らしに必要なとされる店として新しい飲食体験・利便性を提供

2021年6月
7-Eleven International LLCの設立



意義
日米連携による7-Eleven
グローバルブランドの価値向上

提供価値
既存のエリアライセンシーへの支援強化、新規エリアへの出店加速、スケールメリットを活かした商品の調達や開発の取り組みを推進

2021年7月
中期経営計画2021-2025の策定



2030年目指すグループ像
セブン-イレブン事業を核としたグローバル成長戦略と、テクノロジーの積極活用を通じて流通革新を主導する、「食」を中心とした世界トップクラスのリテールグループ (2023年3月更新)

2022年2月
デリバリーサービス「7NOW」の本格展開



意義
お客様の利便性向上

提供価値
高品質かつ即食性のある商品を迅速にお届け

2023年3月
グループ共通インフラ「Peace Deli」稼働

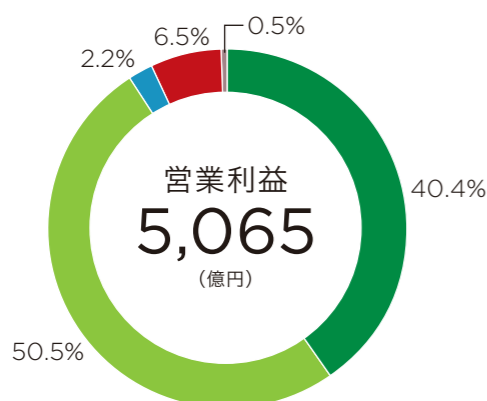
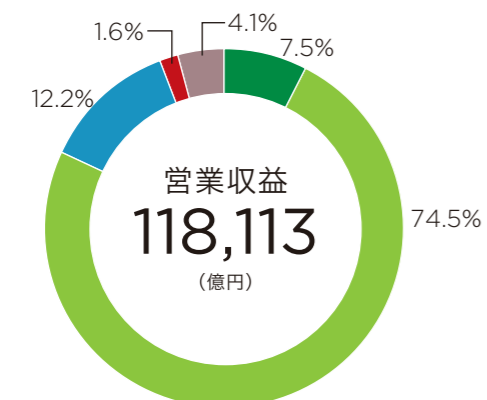


意義
グループの食品領域における戦略投資インフラの整備

提供価値
高品質かつ高鮮度な差別化商品を展開

セブン-イレブン事業を核とした リテールグループとして成長に不可欠な資本を蓄積

当社グループは、新たな商品・サービス・事業展開に挑戦するなかで、国内外の多様な人財や高い知名度を誇るセブン-イレブンブランドなど、財務諸表に表れない独自の資本を形成してきました。これら資本の蓄積をグループ間で有効活用することで、セブン-イレブン事業を核とした世界トップクラスのリテールグループを目指していきます。

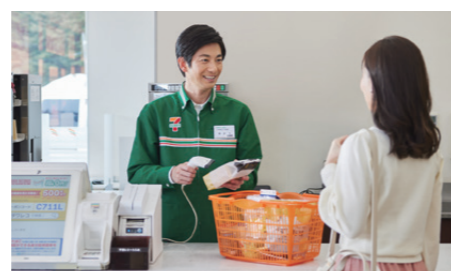


円グラフの構成比については
消去および全社を含めていません。

- 国内コンビニエンスストア事業
- 海外コンビニエンスストア事業
- スーパーストア事業
- 金融関連事業
- その他事業

(2023年2月期末実績)

国内コンビニエンスストア事業



主な事業会社※1

- ・(株)セブン-イレブン・ジャパン
 - ・(株)セブン-イレブン・沖縄
- (連結子会社5社、関連会社4社、計9社)

海外コンビニエンスストア事業



主な事業会社※1

- ・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-イレブン天津有限公司
- (連結子会社102社、関連会社4社、計106社)

スーパーストア事業

主な事業会社※1

- ・(株)イトーヨーカ堂
 - ・(株)ヨークベニマル
 - ・(株)シェルガーデン
 - ・(株)Peace Deli
 - ・華糖洋華堂商業有限公司
 - ・成都伊藤洋華堂有限公司
- (連結子会社16社、関連会社5社、計21社)



金融関連事業

主な事業会社※1

- ・(株)セブン銀行
 - ・(株)セブン・フィナンシャルサービス
 - ・(株)セブン・カードサービス
 - ・(株)セブンCSカードサービス
- (連結子会社14社、関連会社2社、計16社)



その他の事業

主な事業会社※1

- ・(株)赤ちゃん本舗
 - ・(株)ロフト
 - ・(株)セブン&アイ・フードシステムズ
 - ・(株)ニッセンホールディングス
- (連結子会社28社、関連会社9社、計37社)

人的資本

- 国内外の多様な人財が能力を発揮

> 連結従業員数:167,248名

※ 2023年2月末現在。パートタイマー(月間163時間換算による月平均人員)を含む

知的資本

- 「食」に関するグループの知見・技術・ノウハウを結集した
オリジナル商品の開発力
- 世界的な認知度を誇る7-Elevenの商標・ブランド力
- 加盟店とともに成長する強固なフランチャイズシステムと、
それを支える店舗運営ノウハウ

製造・販売資本

- SST事業を基盤とした「食」分野での国際的な商品調達力
 - 19の国と地域に展開する約85,000店舗※2
 - オリジナル商品の品質向上・安定供給に貢献する
お取引先との強固なバリューチェーン
- > 製造工場176拠点(うち、セブン-イレブン商品製造工場159拠点)

社会・関係資本

- 世界約5,990万人/日に及ぶ
お客様との接点を活かした事業展開

※ 2023年2月期、ライセンサーを含む

財務資本

- 強固なキャッシュ創出力

> 連結営業キャッシュ・フロー:9,284億円

自然資本

- 環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』
を通じて持続可能な社会へ

> 店舗運営に伴う電気使用量:7,521GWh(2021年度)

※ 国内11社と7-Eleven, Inc. が対象

(注) 2030年に目指すグループ像の実現に向けて、2024年2月期より、従来の「国内コンビニエンスストア事業」「海外コンビニエンスストア事業」「スーパーストア事業」「百貨店・専門店事業」「金融関連事業」「その他の事業」の6区分から、「国内コンビニエンスストア事業」「海外コンビニエンスストア事業」「スーパーストア事業」「金融関連事業」「その他の事業」の5区分に変更しました。

※1 2023年2月末時点の連結子会社、関連会社を記載しています。

※2 国内は2023年2月末、海外は2023年1月末時点の店舗数です。

独自のチームマーチャンドライジング体制とバリューチェーンを活かして「食」分野をさらに強化。



カテゴリー数
435
分類

年間売上
約**1兆3,800**
億円

アイテム数
約**3,500**
アイテム

メーカー数
542社
1,453工場

年間売上
10億円以上
の商品
286
アイテム

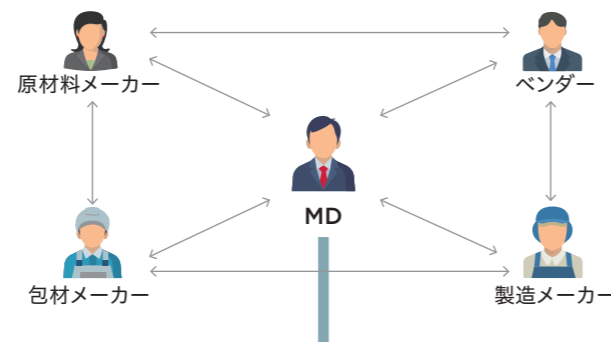
販売店舗数
約**22,000**
店舗

グループ各社の商品開発力を結集した「セブンプレミアム」

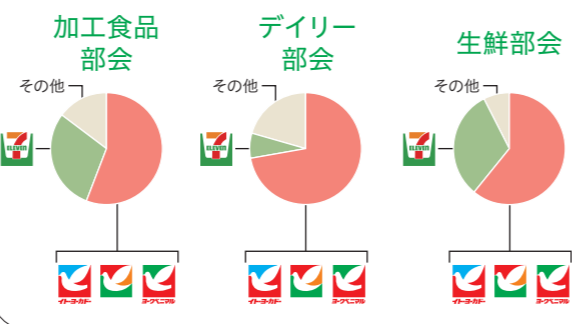
当社グループは、事業会社が持つマーケティング情報を融合し、各社が個々に取引する差別化された技術やノウハウを持つサプライヤーに参画いただく「チームマーチャンドライジング(以下、MD)」を推進することで、お客様ニーズの変化に対応した迅速な商品開発を可能としています。

これらグループ各社の商品開発の知見やお取引先のネットワークを最大限に活用して2007年に誕生したグループ共通のプライベートブランド(以下、PB)が、「セブンプレミアム」です。セブンプレミアムは、従来の低価格中心のPB商品のイメージを払拭するために、味や安全・安心などの「品質」を徹底的に追求しました。その実現に向けて、当社グループは、原材料調達から加工、包材、生産まで、高い技術と知見を持つお取引先と共同で商品開発、製造

チームMD体制：グループシナジーを追求



セブンプレミアム(食品)担当MDの構成割合(2023年3月時点)



する高レベルのチームMD体制を確立。衣食住の49品目でスタートしたセブンプレミアムは、2023年2月現在、約3,500アイテムへと拡大、一つひとつの商品を大切に育てることで年間売上10億円以上の商品も286アイテムに達しています。

グループの成長を牽引するセブンプレミアムブランドへ

成長を続けるセブンプレミアムですが、そのなかでもとりわけ評価を高めているのが「食」分野です。セブン-イレブンでは、近年の少子高齢化や単身世帯の増加、女性の社会進出に伴う共働き世帯の増加など、社会の変化による“食の簡便化・外部化”を見据えて、「食」分野の品揃えを強化。イトーヨーカ堂、ヨーク、ヨークベニマルなどスーパーストア事業が強みとする品揃えや調達力と、グループで一日にご来店いただく約2,220万人のお客様の声を活かして、

2010年にはワンランク上のクオリティを実現した「セブンゴールド」(現セブンプレミアム ゴールド)ブランドを、2013年にはコンビニコーヒーという新市場を創出した「セブンカフェ」を提案。プライベートブ

	<p>セブンプレミアム 「毎日食べたい」と満足いただけるおいしさを食卓にお届けします。</p>
	<p>セブンプレミアム ゴールド 一流の料理人や専門家とともに「とっておきの味」とみんなに教えたい美味しさを食卓にお届けします。</p>
	<p>セブンプレミアム ライフスタイル 地球環境にも配慮し、確かな技術とこまやかな工夫を重ね、「自分らしくいられる」と感じながら未来に続く生活をお届けします。</p>
	<p>セブンカフェ いつでもどこでもこだわりのおいしさで、「リフレッシュできるひと時」をワクワクする笑顔をお届けします。</p>
	<p>セブンプレミアム フレッシュ サステナビリティや旬を大切に「いつでも安心」と心から思える新鮮な美味しさを、生産者から食卓へお届けします。</p>
	<p>セブン・ザ・プライス 確かな品質と安心価格で、「これはおトク」とうれしくなるいつもの商品をお届けします。</p>

「食」分野の取り組み

ランドを超えた“食のプレミアムブランド”としてグループの成長を牽引しています。

より良い商品を、より多くのお客様へ

当社グループは、セブンプレミアムが実証した「食」分野でのグループシナジーの発現を「シナジー 1.0」、グループ内の優れた商品やサービス、取り組み事例を各社が互いに共有しながら発展させていく活動を「シナジー 2.0」と位置づけています。この「シナジー 2.0」の実践として、2023年1月より、セブン-イレブン・ジャパンは、イトーヨーカ堂が開発したオリジナル冷凍食品「EASE UP」の販売を開始しました。EASE UPは、日々の食事における個食ニーズ、時短



「EASE UP」商品



ニーズがますます高まっていることに対して、「簡単なのに本格的で美味しいお食事を」をコンセプトにお客様のタイムパフォーマンス向上に応えるために開発された商品です。セブン-イレブン店舗への導入にあたっては、より多くのお客様に満足いただくために、セブン-イレブン・ジャパンのデイリーメーカー様に協力いただいて製造体制を構築しました。その知見・技術は、凍結や加熱など冷凍食品特有の課題に応用され、EASE UPのさらなる品質の進化を実現しています。現在はセブン-イレブン・ジャパンの製造パートナーが持つノウハウを活用して、商品ラインアップのさらなる拡充を図っており、イトーヨーカ堂においても多くのお客様に支持をいただいています。

当社グループは、イトーヨーカ堂の発案とセブン-

イレブン・ジャパンの商品開発の知見が融合したグループシナジーの象徴である「EASE UP」に次ぐ新たな商品開発に積極的に挑戦していきます。

グループ共通基盤とインフラの強化により次なるステージ「シナジー 3.0」へ

そして今、当社グループの「食」は、グループ共通基盤・インフラを設けて各社で活用する「シナジー 3.0」へと向かって動き始めています。その象徴となる施設が、2023年3月に稼働を開始した「Peace Deli (P38)」の流山キッチン(千葉県流山市)で、当社グループ共通の食品製造拠点として、首都圏のイトーヨーカドー、ヨークなど約200店舗へ鮮魚・精肉・ミールキットを供給しています。また、2024年には千葉キッチン(千葉県千葉市)が稼働を予定しており、当社グループの「食」分野におけるシナジーは、「1.0」における商品開発領域(セブンプレミアムの開発など)、「2.0」における販売領域に次いで、「3.0」では製造領域へと広がっており、これら取り組みを通じて今後もグループ各社の成長を支えていくことが期待されています。

「食」の強みを世界市場へ

当社グループは、“食”を軸とするグローバルコンビニエンス事業”を成長戦略の柱と位置づけ、国内シナジーを基軸として日本で培ったバリューチェーン構築力を投入し、世界各地でフレッシュフードや専用飲料、PBなどオリジナル商品の開発・販売を強化していきます。セブンプレミアムを生み、育ててきた「チームMD」体制や独自のバリューチェーンを北米に投入、また各国のライセンサーへの支援、シナジー強化などを行うことにより、「食」を中心とした世界トップクラスのリテールグループを目指していきます。



「Peace Deli 流山キッチン」(千葉県)

「食」のバリューチェーンを支える“安全・安心、品質”向上への取り組み

当社グループは、「食」分野でのシナジー創出に向けて、その基盤となる“食の安全・安心、品質”を向上するための取り組みや体制を強化し続けています。

グループ各社が定期的に品質方針を共有

食品を取り扱うグループ会社12社は、事故の未然防止と事故発生時の迅速な対応を図るために、品質管理責任者が定期的に集まり、重大事故や商品回収・販売継続に関するガイドラインなどを討議しています。

食品安全マネジメント協会(JFSM)に参画

日本発の食品安全マネジメント規格の運営主体として、国内外の食品メーカーが参画して2016年に設立された一般財団法人食品安全マネジメント協会「JFSM」。当社は、設立社の一社としてJFS規格※を活用した食品の品質向上に努めています。

※ JFSMが開発したコーデックスHACCPを含む国際標準に整合した日本発の食品安全マネジメント規格。

原材料の生産履歴を集中管理

セブン-イレブン・ジャパンは、米飯や惣菜などのデイリー商品に使用される原材料や製造工場を正確に把握するために、約180の工場生産される商品情報をすべてデータベース化。原材料産地から店頭へ並ぶまでの生産履歴を管理しています。

原材料から履歴チェック	情報
原材料管理データ	各原材料の原産国、工場、添加物などのデータ
販売エリアから履歴チェック	情報
物流管理データ	地区ごとの原材料、使用量や使用期間などのデータ
商品から履歴チェック	情報
レシピマスター (メニューレシピ管理データ)	商品に使用している原材料のデータ

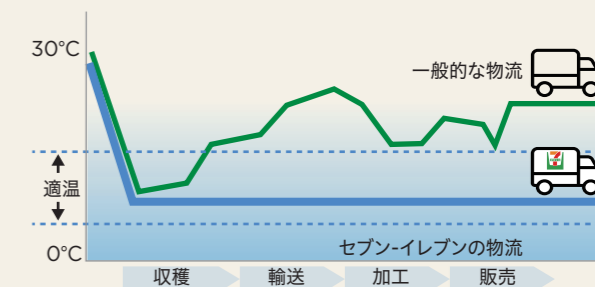
食品安全マネジメント規格の認証を取得

セブンプレミアムのデイリー食品を製造するすべての工場では、ISO22000、FSSC22000、JFS規格など、コーデックスHACCPを含む国際標準に整合した食品安全マネジメント規格の認証・適合証明を取得しています。

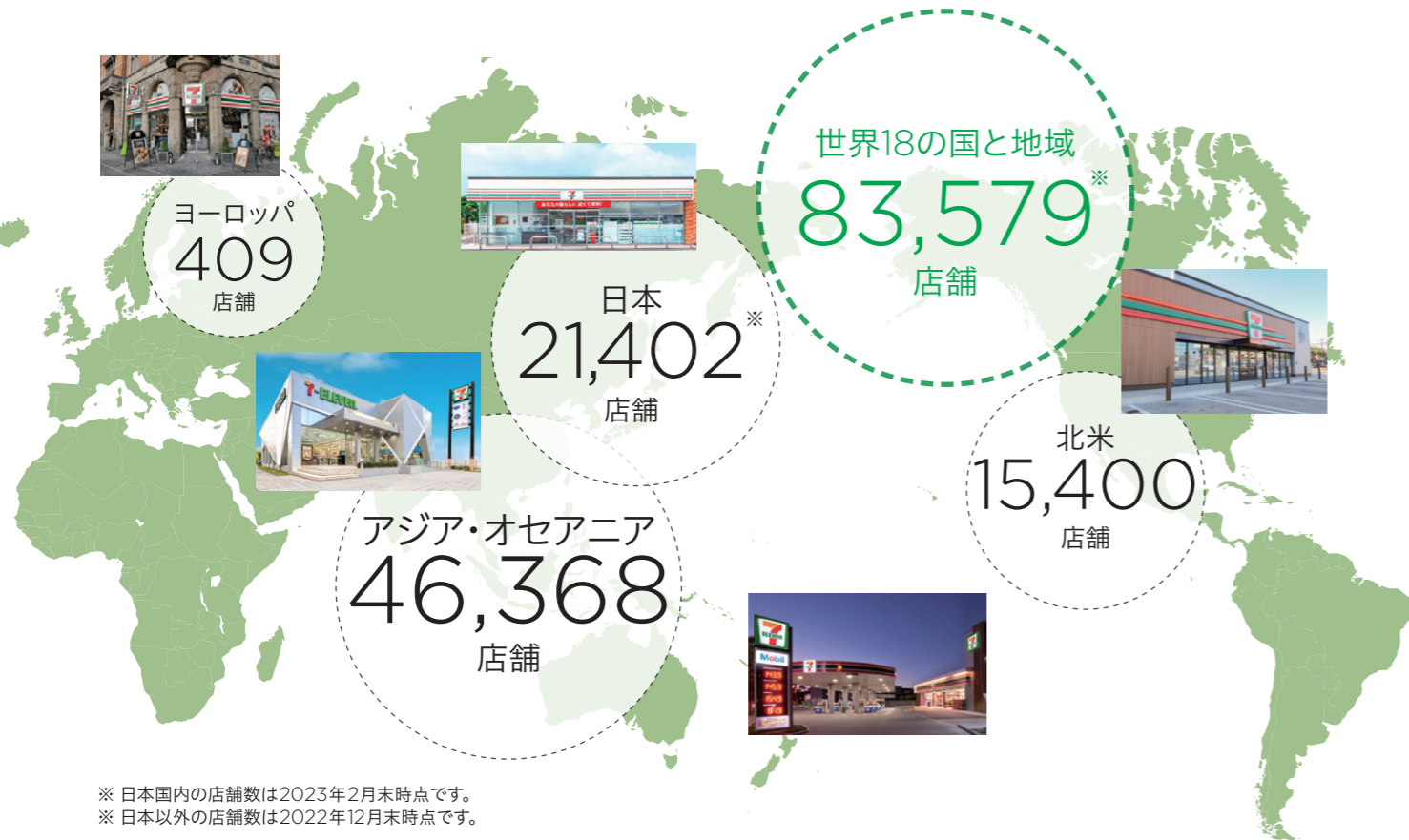


「コールドチェーン(低温物流網)」導入

セブン-イレブン・ジャパンのオリジナルのフレッシュフードには、さまざまな野菜が使われています。これら野菜の鮮度を高く保つために、畑で収穫された野菜を商品にして店舗に届けるまで、低温で輸送・加工する「コールドチェーン(低温物流網)」を導入しています。収穫した野菜は配送車、仕分けセンター、生産工場から店舗の売場の棚まで一貫した温度管理を実施しています。



小売業で世界最多、83,579店舗が発揮する高いブランド力を活かして世界市場へ。



1927年、アメリカ・テキサス州にある小さな町、オーククリフ。家庭に電気冷蔵庫がない時代、生活に欠かせない冷蔵庫用角氷を販売していたサウスランド・アイス社から始まったセブン-イレブンは、今や小売業で世界最多となる83,579店舗へと拡大しており、地域に不可欠な生活インフラとして高いブランドイメージを築いています。

こうしたブランド価値を世界市場へ広げていくため

に、セブン-イレブン・ジャパンは2021年、北米でライセンス事業を進める7-Eleven, Inc.とともに、既存展開国の支援、新規展開国への進出などを統括する7-Eleven International LLCを設立。“規模の拡大は質の向上によってもたらされる”というグループの哲学を堅持しながら日米それぞれの強みを最大限に活用したグローバル展開を進めています (P36)。

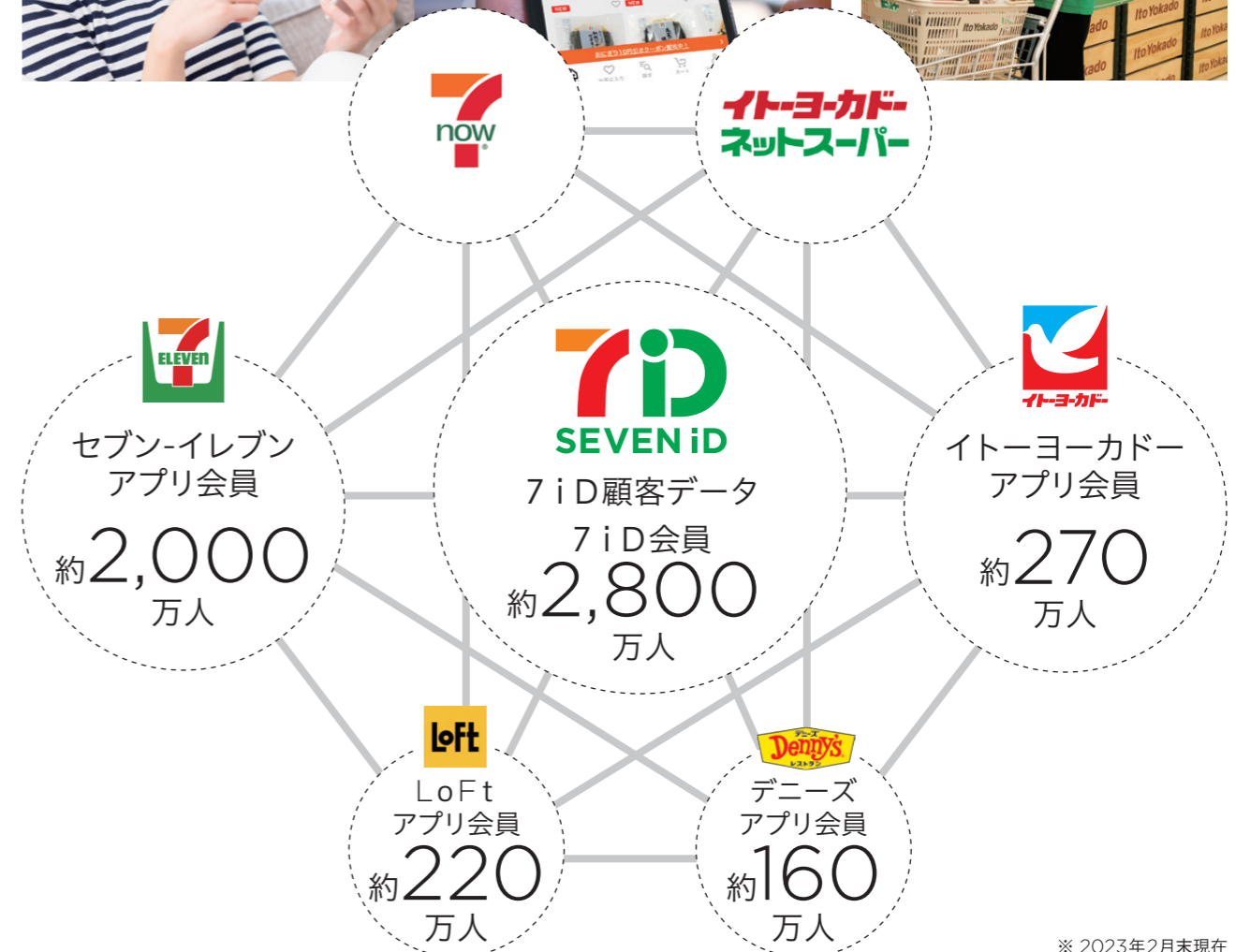


約2,800万人の会員を有する「7iD」を軸にグループのさまざまなサービスをシームレスに提供。

当社グループは、2018年にグループ共通会員基盤、「7iD」を導入し、お客様への新たな体験価値の提供を目指してさまざまな施策を実施しています。2023年2月末現在、会員数はグループ各社合計で2,800万人に達しており、7iDを通じてセブン-イレブンアプリのユーザーにイトーヨーカドーのネットスーパーを、またスーパーマーケットのお客様に7NOW(P32)をご紹介

介するなど、お客様のことをより深く理解しながら、お客様一人ひとりに最適な商品・サービスを提案、提供しています。

今後は、7iDのプラットフォームを活用してリテールメディア事業を展開していくほか、小売・金融が一体となったサービスや、「食」のビジネスへのデータ活用などを強化していく計画です。



※ 2023年2月末現在