



「IY フレッシュ」スタート

特集

ようこそ!

ワクワク体験が広がる売場へ



西武池袋本店屋上に生まれた「都会のオアシス」
地上約30メートル。西武池袋本店屋上に、環境に配慮した美しい庭「食と緑の空中庭園」があります。
約1750坪の屋上につくられた「食と緑の空中庭園」には、モネが描いた名作絵画「睡蓮」からインスピレーションを得てつくった小さな池を囲む四季の庭園や、子どもたちが裸足で遊べる芝生の広場「グラスフィールド」、さらに日本の里山風景を再現したコンテナガーデンのコーナーも。屋上を取り囲む全長約165メートルの壁面は、さまざまな植物で彩られた「グリーンウォール」になっています。



そごう・西武 環境配慮の空間づくりが お客様の心も癒す

ここには鳥や昆虫もやってきます。広い空から日差しが降り注ぐ空中庭園は、一年を通していつでもカラフルな花が咲き誇り、緑があふれる「都会のオアシス」。

この庭を囲むようにフードコートやレストラン&バーがあり、お客様は自然の中で食事を楽しみ、くつろぎの時間を過ごされています。

CO₂削減にも貢献

そごう・西武は、1999年に百貨店として初めて、環境に関する国際規格ISO14001の認証を取得し、全店で環境活動に力を入れています。この「食と緑の空中庭園」は豊島区の生き物が移動できる緑地のつながり「エコロジカルネットワーク」の拠点としても寄与しています。

2016年11月には社会・環境貢献緑地評価システムから「都市のオアシス」に認定され、昨年10月には公益財団法人都市緑化機構が主催する「屋上・壁面緑化技術コンクール」で日本経済新聞社賞を受賞しました。西武池袋本店の屋上と壁面緑化は、年間約20トン、一般家庭約4世帯分のCO₂削減につながっています。

そごう・西武は、1999年に百貨店として初めて、環境に関する国際規格ISO14001の認証を取得し、全店で環境活動に力を入れています。この「食と緑の空中庭園」は豊島区の生き物が移動できる緑地のつながり「エコロジカルネットワーク」の拠点としても寄与しています。

ここには鳥や昆虫もやってきます。広い空から日差しが降り注ぐ空中庭園は、一年を通していつでもカラフルな花が咲き誇り、緑があふれる「都会のオアシス」。



セブン&アイHLDGS.
四季報 2018年・春・通巻138号

代表発行人 井阪 隆一
発行 (株)セブン&アイ・ホールディングス
〒102-8452 東京都千代田区二番町8番地8
03-6238-3000(代表)
発行日 2018年2月(季刊)

©2018 (株)セブン&アイ・ホールディングス
Printed in Japan

各種手続用紙のご請求について

特別口座に記録された株式に関するお手続き用紙のご請求は、下記の三菱UFJ信託銀行の電話およびインターネットでも24時間承っております。

電話(通話料無料) 東京 0120-244-479
大阪 0120-684-479

ホームページアドレス <http://www.tr.mufg.jp/daikou/>

※「四季報」お届け先の住所変更につきましては、株主様ご登録住所の変更となりますので、口座開設されている口座管理機関(証券会社等)にお問い合わせください。また、その他株式に関する各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)にお問い合わせください。

巻頭言

スピードと 挑戦する意欲で 成長機会を創出する。

今、100年に一度といわれる一大変革期を迎えています。その中にあつてセブン&アイグループは、「スピードと挑戦」を合言葉に成長戦略を推進しています。その主軸となるのが、ITを活用したサービスの創出と、接客・店舗・商品というリアル店舗で培った優良コンテンツのさらなる強化です。

私たちグループは、1日約2200万人のお客様をお迎えし、年間では80億件を超える顧客情報を集積しています。このお客様一人ひとりの情報について、ITを活用することでより深く学び取り、商品・サービスのクオリティ向上につなげて競争力をいっそう強化していきます。また、外部企業との連携も積極的に推進し、相互に情報資産を活かし合うことで、より迅速に高度な情報活用を図っていきます。そのため、2018年度にはデジタル戦略を担う新組織を立ち上げ、顧客情報の集積や分析、外部企業との連携を含めた戦略を強化し、お客様への提案につなげていく取り組みを迅速に進めていきます。

同時に、流通サービスの基本である、リアル店舗の接客・店舗・商品というコンテンツに磨きをかけることにも注力しており、グループ各社ではすでに売場の改革を進めています。また、グループの組織を超えて目標やノウハウ、知見を共有する組織風土を醸成しながら、新たな挑戦を進めていきます。

大きな変化の中、私たちグループは、全員が一体となって果敢に挑戦を続け、グループの成長に向けて邁進していきます。



セブン&アイHLDGS. 代表取締役社長

井阪 隆一 ISAKA Ryuichi

1957年生まれ、青山学院大学卒業。1980年セブンイレブン・ジャパン入社。1998年商品本部食品部シニアマーチャンダイザー、2002年取締役商品本部食品部長、2006年取締役常務執行役員商品本部長、2007年兼食品部長を経て2009年代表取締役社長およびセブン&アイホールディングス取締役。2011年7-Eleven, Inc.取締役。2016年5月現職。



CONTENTS

1 巻頭言 スピードと挑戦する意欲で成長機会を創出する。

2 「IY フレッシュ」スタート
セブン&アイ×アスクル
食品〈新業態〉創出!

4 特集
ようこそ!
ワクワク体験が
広がる売場へ

ヨークベニマル横塚店
ライブ感あふれる「スーパーラント」誕生

イトーヨーカドー赤池店
できたて・新鮮を楽しめる「食」の空間

プライムツリー赤池
ファイブスター
ショッピングモールの「★★★★★」を目指す

12 IN FOCUS
小さなお店が発信する大きな未来

「ひとと環境にやさしい」セブン-イレブンの次世代型店舗がオープン

14 こだわりの産地を訪ねて
そごう・西武「食源探訪」
イチローズモルト

16 News&Topics

20 FINANCIAL REVIEW
2018年2月期 第3四半期決算概況

裏表紙 あしたへのSTEP
そごう・西武
環境配慮の空間づくりがお客様の心も癒す



IY Fresh

生鮮品と日用品をまとめてお届け

セブン&アイ × アスクル 食品〈新業態〉創出!

2017年11月28日、セブン&アイグループとアスクル株式会社(以下、アスクル)協同の新サービス「IY フレッシュ」がスタート。スマホで簡単にお買物、レシピ検索もできる、簡単・便利な食品の〈新業態〉の創出を目指していきます。

献立のアイデアから決済まで
お客様の不便を解消

30〜40代の有職女性や子育て世代、そして高齢のお客様の中には「毎日の食事の献立を考えるのが大変」「食事の用意に時間や手間をかけられない」といった悩みを抱える方が少なくありません。そうした声に応える新サービスがIYフレッシュです。IYフレッシュはアスクルが運営する日用品ショッピングサイト「LOHACO(ロハコ)」の中にあります。Yahoo! JAPAN IDやメールアドレス、スマホで簡単にいつでもどこからでも注文できるので、ちょっとした手の空いた時に、簡単に買物を済ませられます。しかもIYフレッシュのサイトでは、動画などでさまざまなメニューの調理手順やコツを紹介するコンテンツも豊富に提供。

さらに、予めカットした野菜や煮るだけ、焼くだけの魚や肉、メニューに必要な下ごしらえ済みの食材をセットにしたミールキットなど、調理の時間や手間を省く商品が充実。取り扱い商品は、既存のイトーヨーカドー店舗やネットスーパーで扱っていない独自の商品を含め、全部で約5000アイテム。今後順次拡大していく予定です。

これまでのネットスーパーとの大きな違いは、きめ細かな配送体制にあります。ロハコの受け取りサービス「Happy On Time(以下、ハッピー・オンタイム)」

により、1時間単位で時間帯指定ができ、お届けの前日から当日にはアプリやメールにより30分単位でのお届け時間をお知らせするほか、アプリではお届け10分前の通知も可能。こうした事前通知により、お客様の待ち時間を極力短縮。一般的に約20%※といわれる不在率が2%となるなど、きわめて精度の高い配送を実現しています。また、IYフレッシュ以外のロハコ商品も一緒にお届けでき、代金精算も合わせて一度で済ませられます。

※環境省「平成26年度低炭素地域づくり集中支援モデル事業」調査より。

商品開発から仕組みづくりまで 両社一体のプロジェクトで

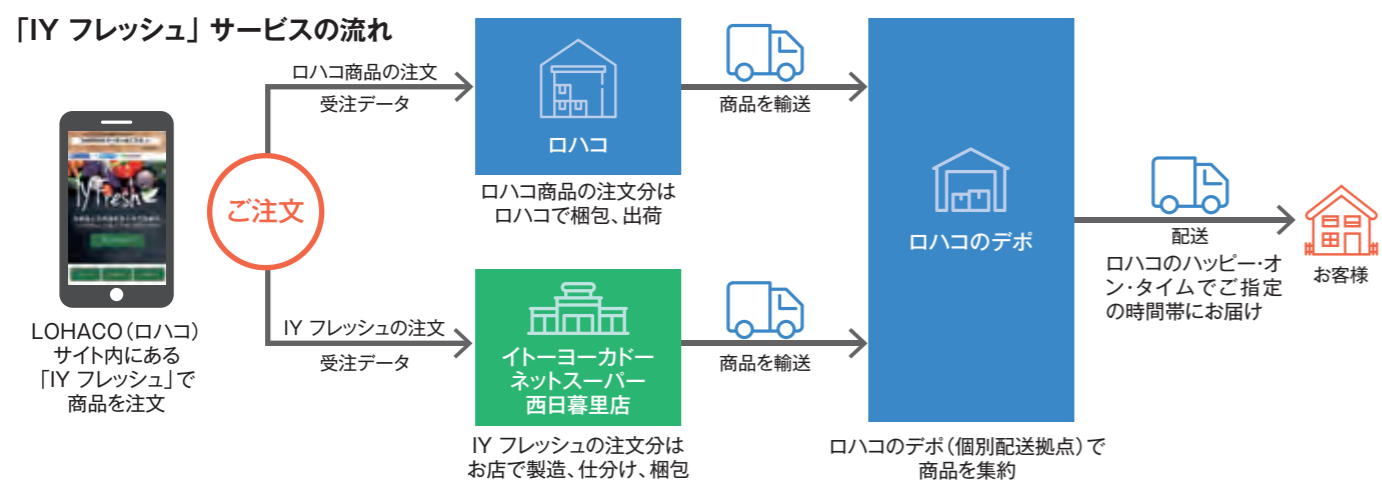
セブン&アイグループとアスクルでは、今後お客様にいつもの利便性を提供するために、商品開発からお届けまで一貫したIYフレッシュのプロジェクトチームを編成し、スピーディな課題解決とサービス向上を推進していきます。

セブンプレミアムをはじめ、独自の価値を追求した商品開発・提供に取り組んでいるセブン&アイグループ。全国8カ所の物流拠点を中心にお客様まで直結した物流体制と、お客様との接点になるサイトデザインなどにノウハウを有するアスクル。プロジェクトチームは、この両社の強みを活かして、お客様に

とつてより身近で、使いやすいサービス、商品開発、レシピ開発などを進めています。

このIYフレッシュの取り組みを通じて、セブン&アイグループは、マーケティングが広がる都心部での迅速なニーズ対応を強化。実店舗と同様、わかりやすく商品の価値を伝え、快適にご利用いただけるEコマースサイトを目指し、クオリティにこだわった商品写真や動画づくりなどにアスクルのノウハウを取り入れています。これにより、価格競争ではなく、商品・サービスやサイトのクオリティによって、お客様に選んでいただける生鮮食品Eコマースを実現していきます。

今回、IYフレッシュがスタートしたのは東京都新宿区と文京区。今後、検証を進めながら、2018年度中には東京23区内に対象エリアを拡大する予定です。また、IYフレッシュのスタートに先立ち、2017年11月から「オムニア」とロハコが相互送客を開始。2つのEコマースサイトを通じて顧客を拡大するとともに、データ共有することでお客様の購買行動をよりきめ細かくとらえ、品揃えや商品開発などに活用していく方針です。このような取り組みを積み重ねていくことで、セブン&アイグループとアスクルは、今後さらに多様な分野でパートナーシップを広げ、お客様の利便性をよりいっそう高めていきます。



特集

ようこそ！ ワクワク体験が 広がる売場へ

ショッピングスタイルが多様化する現在

お客様に足を運んでいただける店舗や売場には
そごうでしか体験できない楽しさ、面白さ、便利さが不可欠です。

セブン&アイグループでは

実店舗ならではの「お買物という体験」を豊かに広げ
楽しんでいただく売場づくりをスタートしています。

セブン&アイグループは、ITの進化
にともなうデジタル戦略とともに、リア
ル店舗の本来の強みである「接客」「店
舗」「商品サービス」をさらに磨いてい
くことで、お客様との接点をより実り
あるものにしていきます。そのために
今、注力しているのが、ワクワクする売
場、ライブ感のある売場づくりです。

2017年9月、そごう・西武では、
いち早く新発見のある体験型専門店
館として、そごう千葉店「JUNNU
(ジュンヌ)」を改装オープン。お客様自
身が参加して楽しめる売場が人気と
なっています。こうしたワクワク感の
ある売場づくりは、グループへも拡大。
今回は、ヨークベニマル横塚店、イ
トーヨーカドー赤池店が挑戦している
新しいコンセプトの店づくりをご紹介します。



そごう千葉店「JUNNU(ジュンヌ)」



ヨークベニマル横塚店



イトーヨーカドー赤池店



プライムツリー赤池



そごう千葉店「JUNNU(ジュンヌ)」

百貨店ならではの深い専門性や話題性のある売場と、ドリンク片手のショッピ
ングスタイルやSNS映えする撮影スポットなどの新しい提案がある店づくりをして
います。手づくりスイーツのアトリエ「Whip(ホイップ)」(写真)や、金工、陶芸、デ
ジタル加工などのモノづくりに挑戦できる「メイカースペース千葉(写真左上)」
など、体験型売場が満載。百貨店を「豊かな体験」の場へと変身させています。



イトインコーナーにはお客様の注文を受けてからつくるお弁当やピザ、サラダバーなどを提供する「バイオーダーショップ」を併設。



精肉売場ではローストビーフなどの加工品も充実。地域最大級の酒売場と併せ、おつまみなどの関連販売を強化。



福島県産の地場野菜を地場名産品とともにコーナー化。鮮度の高い、安全・安心な商品が並びます。地元生産者が製造した漬物も人気。



全面ガラス張りの広い作業場が旺盛の、ライブ感あふれる売場。お客様の目の前で調理してきたての惣菜を提供します。寿司、中華、肉・魚惣菜などバラエティ豊かな商品を、改装前の2倍となる約7mの売場で展開。すべてイトインコーナーで食べられます。

食品スーパーの新たなフォーマットに挑む
ヨークベニマル横塚店

ライブ感あふれる 「スーパーフロント」誕生

(注：スーパーフロントはスーパーマーケットとレストランを合成したヨークベニマルの造語)

即食・簡便ニーズに応える
食品スーパー×レストラン

2017年10月、郡山市内のヨークベニマル横塚店がリニューアルオープンしました。今回の改装で食品売場は従来の630坪から1000坪に拡大。生鮮食品売場の専門店化、簡便・即食や健康志向などのニーズ対応を進めながら、食品販売機能と外食（レストラン）機能を融合した新しい食品スーパーのスタイル「スーパーフロント」を具現化しています。

店内には地元福島県産の野菜や加工品などが並ぶ「地場コーナー」のほか、カットフルーツやフルーツタルトなどが並ぶ青果ご要望に応じてその場で加工する鮮魚、ワインに合うローストビーフなどデリカテッセンの品揃えを充実させた精肉、全面ガラス張りで調理風景が見える惣菜など、特色ある売場を随所に展開。さらに、イトインコーナーでは、

お弁当やピザなど注文を受けてから調理する売場やスープバー、サラダバーを設置、店内で販売している惣菜などの商品も食べることが出来ます。ベーカリーコーナーはベーカリーのみ朝8時30分からオープンしており、朝食、昼食、午後5時のタイム、夕食まで、地域のお客様の食のニーズにお応えしています。これらの売場やコーナーでは、活気に満ちた賑わいが生まれています。お客様からは「改装後、買物が楽しくなった」という声が多数寄せられるなど、新規顧客と来店頻度の増加などにより、客数を着実に伸ばしています。

変化に対応する新スタイルへの
研究と挑戦を重ねて

この成果の背景には、2000年以來ヨークベニマルが続けてきた新しい食品スーパーのスタイルを創造する歩みがある。提供を実現しています。また、青果では、全社で5900名にも上る地元生産者とのネットワークをつくり、ここでもほかにはない味と鮮度、安全安心を追求した商品を揃えています。

さらに、人材の育成にも注力。横塚店では、生鮮食品の各売場の担当者が専門家の下での研修に1年以上前から参加。また、売場ごとに商品仕入れから販売までを統括するマスター職を配置することで、生鮮食品の専門店化を推進。青果、鮮魚、精肉、惣菜のすべての売場が、レベルの高い商品・サービスの提供を実現しています。

200店舗を超えて、南東北から北関東で地盤を強化するヨークベニマル。全社が一丸となって、地域ニーズに合わせた店づくりを追求し、新しい食品スーパーへの挑戦を続けています。

即食や簡便へのニーズが高まる中、充実してきた惣菜の品揃えは、横塚店の大きな特色です。その背景には、ヨークベニマルの100%子会社である、惣菜の製造・販売を担うライフフーズとの連携があります。ライフフーズの工場で半加工した材料を、店内で仕上げてきたての、おいしさを提供するために、商品の特性に合わせたきめ細かな加工販売プロセスを構築。原材料の調達から商品開発、販売までの一貫した体制が、添加物などを問わずに、おいしくて安全安心な惣菜の



地元の漁港から取り寄せた近海魚をはじめ、新鮮な魚が並ぶ鮮魚売場。対面する作業場では魚の加工も承ります。

できたて 新鮮を楽しめる 「食」の空間

イトーヨーカドー初の
売場レイアウトに挑戦

イトーヨーカドー赤池店は、2017年11月、愛知県日進市赤池町にオープンしたセブン&アイグループのショッピングセンター「プライムツリー赤池」の核テナントとして誕生しました。

愛知県の中心部、名古屋市と豊田市の間に位置する日進市は、大都市近郊の新興住宅地として人口増加が続いている活気ある地域です。周辺エリアでは現在も多くの開発プロジェクトが進行しており、今後もさらなる成長が期待されています。

接客、店舗、商品サービスといった、リアル店舗が持つコンテンツの強化を柱とするセブン&アイグループの成長戦略に沿ったモデル店にも位置づけられている

へ。短時間で簡単に買物を済ませたいお客様は惣菜とデイリー食品を集約した「デリカゾーン」へダイレクトに誘導するレイアウトにすることで、年齢層や家族構成、ライフスタイルなどによって異なるお客様の多様なニーズに応えています。

その中でも注目されているのが、生鮮食品を集約した「マルシェゾーン」です。寿司が好まれる地域の特性をふまえ、通常は惣菜コーナーに置かれる寿司売場を鮮魚売場と一体化し、店舗のメイン入口に配置。お魚屋さんの海鮮丼や握り寿司など、ネタの鮮度にこだわった商品を多数品揃えし、市場のような「ライブ感」と「鮮度」を演出しています。また、青果売場も1日最大4回、地場野菜や果物を納品するなど、つねに新鮮な食材を店頭に並べるとともに、デジタルサイネージも活用して生産者の顔が見える安全・安心のオリジナル商品「顔が見える食品。」をアピールしています。

惣菜やデイリー食品を集約した「デリカゾーン」でも味噌カツ、天むす、手羽先など、地域ならではの食のニーズに応える品揃えの拡充に注力。さらに生のウナギをその場で蒲焼きに調理する実演販売コーナーや、焼きたてのパンを提供するインスタアペーカリーも設置し、「ライブ感」を高めています。

赤池店。「できたて」「新鮮」をコンセプトに、これまでの大型食品スーパーの枠を打ち破る、さまざまなチャレンジを展開しています。

3つのゾーンで「ライブ感」と「鮮度」を演出

赤池店における多彩な取り組みの中でも最大のチャレンジといえるのが、食品売場のレイアウトを大きく変更したことです。店内壁面に多様なカテゴリーの売場を配置する従来型のレイアウトを転換し、売場全体をお客様のショッピングスタイルに合わせて「マルシェ」「デリカ」「グロサリー」の3つのゾーンに分類。家庭で食事を用意することが多いお客様は、鮮度の高い精肉、青果、鮮魚を集約した「マルシェゾーン」

チャレンジで得た成果を全国のイトーヨーカドーに展開

赤池店では、旬の食材やその日のおすすめ商品それらを使った調理の実演と試食、レシピなど、お客様へ多彩な情報を発信する「クッキングサポートコーナー」を店舗の中央部と青果、精肉、冷凍食品の売場に設置。イトーヨーカドー初のチャレンジとして、計4カ所の「クッキングサポートコーナー」を設け、各売場の商品と連動したメニュー提案やお役立ち情報を発信しています。

こうした赤池店の数々のチャレンジは地域のお客様の評価を得ており、オープンから約3カ月を経た現在も「マルシェゾーン」を中心に売上げは好調に推移しています。また、イトーヨーカドー最大規模となる100席のイトインスペースでは地元の食文化に合わせたモーニングサービスも展開するなど、毎日朝から多くのお客様で賑わっています。

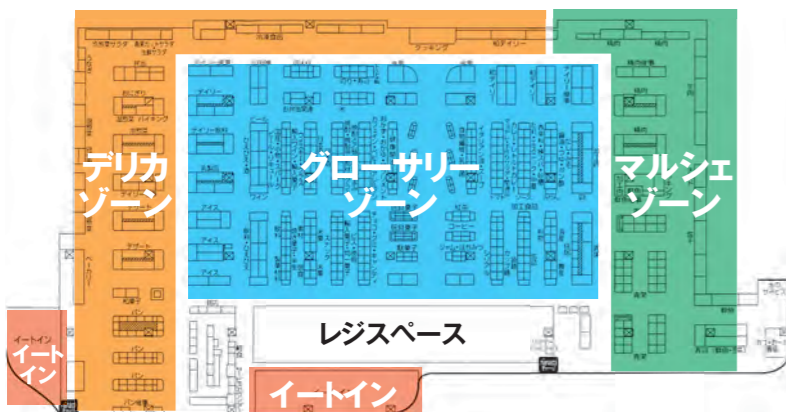
赤池店では、今後もお客様の声に耳を傾けて日々改善に努め、より多くのお客様に選ばれる店を目指していきます。そして、同店でのチャレンジで得られた店づくりとマーチャングアイジングの新しい知見や提案を、全国のイトーヨーカドーの店舗に展開していきます。



ゆったりと食事を楽しめる「デリカゾーン」近くのイトインスペース。



おすすめや旬の食材を使ってメニュー提案するクッキングサポートコーナーは集客効果とライブ感を発揮。



ライフスタイルや家族構成など、多様なニーズに応える新しいゾーニング。



忙しい子育て世代の即食簡便ニーズに応えるコーナー。



鮮魚売場と寿司売場を一体化。毎朝名古屋市場から仕入れた魚をネタに「お魚屋さんの海鮮丼」や寿司として加工・販売しています。



地元で人気のお店や話題のお店が出店する「フードキャンプ」。クラフトビールや目新しい料理もその場でお楽しみいただけます。



人体型ロボット「アクトロイド」を国内商業施設で初導入。海外のお客様のために4カ国語に対応。



日進市図書館で借りた本を気軽に返却できるよう返却ボックスを設置しています。



「パーティールーム」はキッチンも備え家族や友人たちとのパーティーなどにご利用いただけます。



昼は食事の空間として、夜は併設されたステージで行われるコンサートなども楽しめる空間として多くのお客様が集まる「フードラウンジ」。



「キッズゾーン」も充実。感性や知性を育む遊具や仕掛けを設置したコーナーを屋内と屋外それぞれに設けています。

従業員の働きやすさも追求
来店されるすべてのお客様に良質なサービスを提供し続けるために、「プライムツリー赤池」では、その担い手である従業員が利用する施設も充実させています。たとえば社員食堂は、視覚的にもやさしい木目調のデザインとし、仕切りのあるテーブル席を多数設置。栄養バランスに配慮したメニューを提供しています。また、従業員が事務作業に利用できる「ワーキングスペース」を設置しているほか、「リフレッシュルーム」には立ち仕事が多い従業員のためにマッサージ機も用意しています。



大型ビジョンが楽しめ、客席にもなる大階段は、プライムツリー赤池のシンボリック的存在。質の高いパフォーマンスやコンサートが話題です。

プライムツリー赤池
シヨツピングモールの
「★★★★★」を
目指す
急成長を続けるエリアに誕生した
180店舗が集まる大型商業施設
2017年11月24日、「住みたい街」の全国上位にランクし、ファミリー層を中心に人口増加が進む愛知県日進市赤池町に大型シヨツピングセンター「プライムツリー赤池」がオープンしました。同店のコンセプトは、施設環境やサービスをはじめ、すべての面で「ファイブスター（五つ星）を目指す商業施設」。「イトーヨーカドー赤池店」を核テナントに、レストラン&カフェ、食物販、ファッションなど、県内初出店となる54店舗を含む180店舗を展開しています。また、地域コミュニティの交流の場となるさまざまな「ファイブスタースポット」を設置。豊かさを増す街のシンボルとなる施設として賑わいをみせています。



小さなお店が発信する 大きな未来

「ひとと環境にやさしい」セブンイレブンの次世代型店舗がオープン

社会的課題の解決を視野に 次世代型店舗の開発に挑戦

セブンイレブンは2017年12月、セブン&アイHLDGS本部ビル1階にある「セブンイレブン千代田二番町店以下「二番町店」を、次世代型店舗の礎となる「ひとと環境にやさしい店舗」として改装オープンしました。

次世代型店舗を実現するテーマは、「環境負荷の低減」「働きやすさの向上」「快適な店内環境づくり」の三つ。このテーマに基づき、セブンイレブンは国内外のさまざまな分野を代表する企業を集めた説明会を開催。88社から合計300を超える最新の技術と設備のご提案をいただきました。

その経緯を建築設備本部長、大橋尚司はこう語ります。「当社は昨年からお客ニーズの変化に対応した新レイアウトを導入し始めました。二番町店もその一つで、グループの本部ビルにある店舗ならではの情報発信機能を活かし

て、新レイアウトの導入に留まらない、社会的課題を解決するまったく新しい店舗づくりに挑戦しようと考えました」。

58の技術を試験導入

セブンイレブンは、集まった技術提案のうち、二番町店には58の技術と設備を導入し、それ以外の約70の技術は継続検討していきます。

また、一つの設備に複数企業それぞれが持つ新しい技術を結集することで、より完成度の高い設備を開発するなどの工夫もしています。このようなチームマーケティングの手法を応用するとともに、現場目線でお店の働きやすさの向上や早期の本格導入を目指したチャレンジをしています。

効果を検証し、全国の店舗へ展開

今回の取り組みによって、店舗全体の外部調達電力は約28%※1削減され、対象



設備に関連する作業時間は1日あたり約5.5時間※2削減される見込みです。今後、実際の効果を検証するとともに、細かな改善点を洗い出したうえで、製品ごとに仕様を決定し全国約2万の店舗への展開を進めていきます。

セブンイレブンは、いつそう「近くて便利」なお店づくりを通じて、広く社会的課題への対応を推進していきます。

※1 標準店舗に設置した場合の換算、2013年度対比。
※2 平均的な店舗環境において、従来のあき手順で作業を実施した場合と比較した計算値。

純水素燃料電池の国内CVS初導入

●岩谷産業(株)
水素と空気中の酸素の化学反応によって電気エネルギーを生み出す燃料電池は、発電効率が高く環境負荷が低いことが特徴。発電した電気は、店舗で使用される。
24時間稼働時発電量 約12,264kWh/年
(2013年標準店舗使用電力の約8.8%相当)



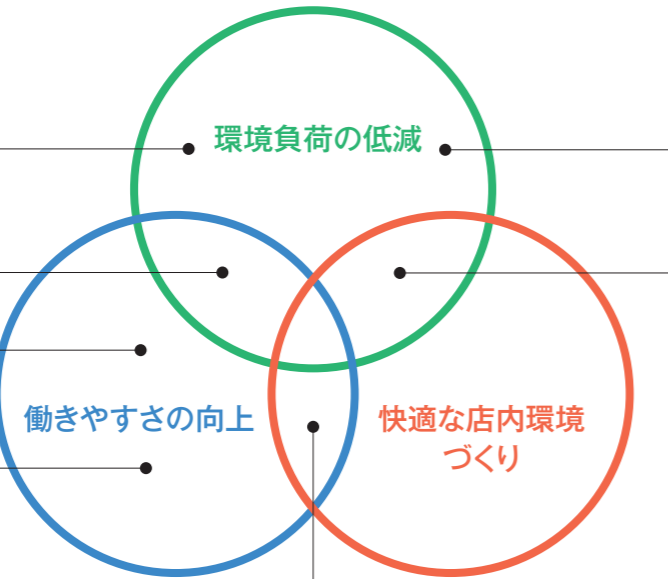
新型フライヤーフードユニットによる給排気システム

●菱熱工業(株)
フライヤー設備に給気機能を付加することで、入口などからの外気の流入を低減。空調効率が向上するとともに、ホコリや花粉などの流入を抑制。



路面型太陽光発電設備 アジア初導入

●コラス社(ブイグループ)
道路や駐車場に設置できる太陽光発電設備。床面に設置した太陽光パネルに高透過性・高耐久性のある特殊なコーティングを施すことで強度を確保するとともに、お客様の安全に配慮した平坦さと滑りにくさを両立。
100㎡敷設時発電量 約10,000kWh/年
(2013年標準店舗使用電力の約7.2%相当)



スライド式の棚板/ブラケットの採用

●コクヨ(株) ●(株)岡村製作所
固定式の商品陳列用の棚板をスライド式に変更。また、既存の陳列棚でもスライド式にできるブラケットも採用。商品補充や清掃時の効率を向上。

作業時間 1日あたり約47分削減見込み



快適空間トイレ

●TOTO(株) ●アイカ工業(株) ●パナソニック(株)エコソリューションズ社 ●(株)バイタル
ユニバーサルデザインをスタンダードに、プレミスト機能や自動洗浄機能を備えた便器、防臭・消臭・抗菌作用を持つ床・壁・天井材を採用。脱臭機能つき空気清浄機や節水型泡沫自動水栓も設置。



CO2冷媒を使用した冷凍・冷蔵設備

●サンデン・リテールシステム(株) ●中野冷機(株) ●パナソニック(株)
すべての冷凍・冷蔵設備にCO2冷媒を使用して環境負荷を軽減。また、陳列棚をスライド式にすることで商品補充・清掃時の作業効率を向上。
作業時間 1日あたり約54分削減見込み



新型ウォークイン冷蔵庫 国内CVS初導入

●サンデン・リテールシステム(株)
冷却風を常時循環させていたウォークイン冷蔵庫を壁面と棚板に冷水を循環させて庫内を冷やす方式に変更。冷風を減らすことで従業員に直接当たらないようにして作業負担を軽減。



※CVS：コンビニエンスストア

「三つの優しさ」を コンセプトに



サンデンリテールシステム株式会社 代表取締役社長
大和 章浩氏

セブンイレブン様とはつねにお客様と加盟店様の満足度を高めるために次々と新たな挑戦を続けてきました。そして、その挑戦をもとにする機会を通じて、チームとしてさまざまな困難に立ち向かってきました。

今回採用していただいた冷凍冷蔵設備には「三つの優しさ」を込めています。一つ目は「環境」への優しさで、当社のコア事業である自然冷媒プロダクツの一つ、CO2冷媒を活用した環境負荷が極めて低い設備です。二つ目は「働く人」への優しさで、冷水を循環させて壁や棚を冷やす独自技術によって人に直接冷風があたらない新型ウォークイン冷蔵庫です。三つ目は、「お客様」への優しさで、他社様と連携して最適な温度管理で商品をご提供するIOT関連のシステムを導入しました。

時代の変化に対応しながら、あらゆるお客様に対して「近くて便利」を訴求するセブンイレブン様とともに、今後より良きパートナーとしてコラボレーションを進めてまいります。



単式蒸溜器(ポットスチル)はスコットランド製で、くびれがないストレート型。デザイン自体は、この蒸溜所オリジナルの形です。



粉碎した麦芽にお湯を加えてタンクに仕込むと、麦汁の糖化が始まります。粉碎した麦芽がフィルターとなって麦汁がろ過されていきます。スタッフが麦汁の透明度を見ながら、ろ過の状態をチェックしていました。



ブレンドモルトウイスキーの「リーフシリーズ」とモルト&グリーンウイスキー。すべてコルク栓を使用。フルーティで華やかな味わいは、ロックや水割り、ホットもおすすめです。



大麦の粉碎から糖化、発酵、蒸溜、ビン詰めまで、すべて一カ所で行われています。手前がミズナラの発酵槽。



原料となる大麦は、国産と外国産を使用。大麦を発芽させて乾燥させたものをモルトといい、この麦芽を粉碎するところから作業が始まります。麦芽を口に含むと、香ばしさとおいしさにびっくり。



熟成の度合いを確かめる肥土さん。「ウイスキーに完成はない。酒の成長を見守るようにテイastingができることが喜びです」。

五感を使って醸し出す
豊かな国産ウイスキーの世界

イチローズモルト

そごう・西武「食源探訪」

こだわりの
産地を
訪ねて

秩父の小さな蒸溜所で ていねいにつくられるウイスキー

日本をはじめ世界のウイスキー愛好家から、憧れのまなざしを注がれている国産ウイスキーがあります。埼玉県秩父市に蒸溜所を構える(株)ベンチャーウイスキーがつくる「イチローズモルト」です。

その小さな蒸溜所は秩父駅から車で20分ほど西に向かった、小高い丘の中腹にありました。従業員14名でウイスキーづくりに邁進するのは、社長の肥土伊知郎さん。自らの名を冠するイチローズモルトのすべてのブレンドを担うブレンダーでもあります。

世界的なウイスキーコンテストで数々の賞を受賞し、注目は高まる一方。しかし、小さな蒸溜所のできる量には限りがあり、地元の酒販店でも「手に入ればラッ

たとえばと教えてくれたのは、発酵槽にはミズナラの木を使用していること。槽内に住みついていく乳酸菌の働きで、華やかで複雑な味をつくり出すことができます。さらに、ポットスチルで蒸溜された蒸溜液(ウイスキーのもとになるスピリッツ)のいいところだけを熟成に回すのですが、ここにもこだわりが。「一般的にはアルコール度数や蒸溜時間を基準に取り分けますが、この蒸溜所では香りや味を実際に人の鼻と舌で確かめながら、ベストな状態を見極めているのです。

「ウイスキーづくりは自然が相手。微生物の働きで、日々フレーバーは変わります。私たちはそこを大事にしたい。大麦の選定から粉碎の仕方、麦汁づくり、発酵、貯蔵まで、すべての工程において、少しでもいいものをつくりたいという思いがあるだけです」

30年もの完全秩父産のウイスキー 夢の完全秩父産のウイスキー

製造方法だけでなく、蒸溜所の個性を生み出すのがブレンドです。これによってウイスキーの味と香りが決まります。肥土さんにその秘訣をうかがうと、「実際は地味な仕事ですよ。毎日、ウイスキーの原酒を50種類くらいひたすらテイastingしていただくだけです。ところが樽ごとに、熟成の年月によっても、ウイスキーは味も香りも見事に違います。この変化が楽しくて、この仕事をやめられないんです」と



秩父神社
ユネスコの無形文化遺産にも登録されている「秩父夜祭」は、秩父神社の例祭。2月に開催される「秩父ウイスキー祭」では、境内も会場となり賑わいます。

Chichibu City, Saitama



キー」というほど貴重なお酒になっているのです。

「私たちが目指すのは原点回帰。自然の力を引き出しながら、人の手を使い、五感を研ぎ澄ませて、昔ながらのウイスキーづくりをしています」と肥土さん。

にこやかに教えてくれました。その変化は、「5年前にはあんなに悪ガキだった味が、こんなに丸くなったのか」と驚くほどだとか。

「これらのウイスキーからイメージをふくらませ、ベストな味と香りを組み合わせさせていくのが、ブレンダーの醍醐味です」

そう語る肥土さんが次に目指しているのは、オール秩父産のウイスキーをつくること。秩父産の大麦を使用し、その大麦を発芽・乾燥させる工程もここで先行蒸溜したものを、秩父の山で伐採したミズナラの木でつくる樽に詰めて熟成させます。

「数年後には、完全秩父産のイチローズモルトがつけられるようになると思います。さらにそれを熟成させて、10年もの、15年もの、最終的には30年ものが飲めれば、幸せなウイスキー人生だったといえるでしょうね」

その夢の実現に、世界中のウイスキー愛好者も熱い期待を寄せています。



そごう・西武では、通常のイチローズモルトのほかに、ギフト時期にはオリジナルの「食源探訪 イチローズモルト秩父」が登場します。シングルモルトならではの個性的な味わいは、ロックやストレートでチェイサーとともに楽しむのがおすすめです。
※人気商品のため、品切れの場合はご容赦ください。

News & Topics

各社からのニュースをお届けします

SPRING 2018

Close Up I

セブン・イレブン
全国主要エリアの店舗で
自転車シェアリングのステーション設置を開始

11月21日

2017年11月、セブン・イレブンは、全国主要エリアの店舗において、ソフトバンクグループのOpenSora(株)が運営する自転車シェアリングシステム「HELLO CYCLING」を活用した駐輪場「ステーション」の設置場所の提供を開始しました。自転車を用いて返却するステーションは、シナネンサイクル(株)が運営します。

HELLO CYCLINGは、スマートフォンやパソコンで手軽に空車検索・予約・

決済ができるシステムで、GPS機能が搭載された鍵「スマートロック」が取り付けられています。セブン・イレブンは、スマートロックで収集した自転車の位置情報を活用して、自転車の借用・返却時に店舗で利用できるクーポンを配信するなどのマーケティング施策を検討しています。

11月21日から埼玉県さいたま市で設置を開始し、2018年度中に1000店舗での設置を予定しています。



セブン・イレブンの敷地内に開設された「ステーション」。

Close Up II

テルベ
「障害者活躍企業」認証を取得



12月15日

障がい者ならびに高齢者の雇用拡大のために創設されたセブン&アイHLDGS.の特例子会社、テルベは2017年12月15日、厚生労働省の委託を受けた(公社)全国重度障害者雇用事業所協会から「障害者活躍企業」に認証されました。これは、障がい特性に配慮した雇用管理や雇用形態などのすぐれた取り組み

を実施し、障がい者を多数雇用している企業を認証する制度です。テルベは設立当初から、障がい者が働きやすい職場環境を目指し、ノーマライゼーションの実践に取り組んできたことが評価されました。「障害者活躍企業」認証は2017年に初めて実施され、テルベは記念すべき第1号の認証となりました。



ノーマライゼーションの理念を発信するために、施設見学を受け入れや外部講演も積極的に行っています。

セブン・イレブン

「時差B-1z推進賞」
「プロモーショナル部門」を受賞

10月27日

2017年10月27日、セブン・イレブンは、7月に東京都が行った快適通勤ムーブメント「時差B-1z」における取り組み優良企業として「時差B-1z推進賞」プロモーショナル部門「および」松本零士特別賞を受賞しました。期間中は、本部において就業時間帯の繰り上げ繰り下げを実施する「スライドワーク」の導入とともに、都内2512店舗の入口に、時差通勤のメリットをアピールして通勤ラッシュの緩和を促進するポスターを掲示。お客様の来店時間の平準化につなげ、快適なお買物環境を提供するなどの効果をあげました。

セブン&アイHLDGS.

オムニアに
「omniモール」がオープン

11月16日

11月16日、セブン&アイHLDGS.のオムニチャネルサービス「オムニア」内にオンラインモール「omniモール」がオープンしました。

omniモールには、インテリア・雑貨の「トリ」、ゼビオグループの「スーパーポーツゼビオ」や「ヴィクトリア ゴルフ」、体験ギフトショップ「ソウ・エクスペリエンス」、オーダーメイドフラワーショップ「Sakaseru(サカセル)」、ハイブランド品の委託販売サービス「RECICO(リクコ)」、ふるさと納税サポートサービス「さ」とる」など、グループ外の6社9ストアが出店。いずれもオムニアのDで利用が可能です。

セブン&アイHLDGS.
「製品安全対策優良企業表彰
特別賞」を受賞

11月7日

11月7日、セブン&アイHLDGS.は、経済産業省が実施した「第11回 製品安全対策優良企業表彰」企業部門において「特別賞」を受賞しました。これは企業や団体の製品安全に向けた体制づくりや活動を表彰し、社会に製品安全を定着させる取り組みの一環です。経営と直結した「セブン&アイホールディングスQCプロジェクト」の発足を通じて、組織的にグループ共通の課題解決に向けて活動していることが評価されました。(写真①)

赤ちゃん本舗
「マザーズセレクトシオン大賞
2017」を受賞

11月28日

11月28日、赤ちゃん本舗は、オリジナル商品「水99% Superシリーズ」で「第9回マザーズセレクトシオン大賞2017」を受賞しました。同賞は、子育て期のママたちが愛用しているモノやハコトVを対象に一般のママたちの応募で選出されます。「水99% Superシリーズ」に対しては、「水分が多く使いやすい」「最後まで続くしっとり感」「取り出しやすい」などの声が多数寄せられました。

セブン・イレブン

「Japan YouTube Ads Leaderboard
2017年下半期」入賞

11月29日

11月29日、セブン・イレブンは、グローバル合同会社が主催する「Japan YouTube Ads Leaderboard 2017年下半期」において、タレントのBISHが歌うWEB専用CM「ありがとうおでん」BISHおでんの歌」篇」で10位を受賞しました。この賞はGoogleが運営する動画サイト「YouTube」上で配信された日本の企業CMの中で話題になったトップ10を選出するもので、2013年から始まり今回で9回目となります。(写真②)

セブン・イレブン
ペットボトル回収機の
設置を拡大

12月7日

年々増加するペットボトル飲料。これら資源の有効活用に向けて、セブン・イレブンは店舗へのペットボトル回収機の設置を推進しています。2015年12月より東京都江東区内5店舗でテスト導入し、成果をふまえて2017年12月7日から東京都埼玉県計300店舗に順次設置を拡大しています。

回収したペットボトルは現状、さまざまな製品にリサイクルされていますが、近い将来は「循環型社会」の実現に向けて、新たなペットボトルとして再利用する「ボトルtoボトル」を目指しています。(写真③)



③ コンビニ用小型ペットボトル回収機。



② 授賞式には広告主やクリエイターが一堂に集結。



① 表彰を受けるセブン&アイHLDGS.松本稔執行役員(右)。

セブン&アイHLDGS.

中国江蘇省に
セブンイレブン初出店

12月7日

12月7日、中国のセブンイレブン(中国)投資有限公司は、江蘇省におけるセブンイレブンのフランチャイズ権を、金鷹国際商貿集団(中国)有限公司傘下の南京金鷹便利超市管理有限公司に付与しました。これを受け、同社は2018年上期に省都南京市でセブンイレブン店舗の展開を開始します。出店エリアは、同市でドミナント出店を行った後、蘇州、無錫にも展開する予定です。

セブンイレブンは独自に培ったノウハウを活かし、今後も日中のグループ企業による連携を軸に、既存地域と新地域の両面で出店を強化していく計画です。

イトーヨーカドー

「シリア難民の子どもの教育支援」
募金465万6406円をお届け

12月14日

イトーヨーカドーは、全店舗の会計レジに設置した募金箱を活用し、9月1日から3カ月間、公益財団法人フライングスターナショナル・ジャパンと協働して「シリア難民の子どもの教育支援」に向けた活動資金募金を実施しました。

この募金活動に対し、お客様および従業員から寄せられた募金総額は465万6406円となり、12月14日、フライングスターナショナル・ジャパンにお届けしました。(写真4)

セブン&アイクリエイティング
「NICO-kama fes 2019」が
ちば「ラボ大賞」を受賞

12月25日

12月25日、セブン&アイクリエイティングが運営する「シヨッピングプラザ鎌ヶ谷」と鎌ヶ谷市、NICO-kama fes実行委員会の共催による、地域活性化や子育て世代の交流を目的としたイベント「NICO-kama fes(「ニコマフェス」2019)」が、2017年度の「ちばラボ大賞(千葉県知事賞)」を受賞しました。これは千葉県内の地縁団体や行政機関、市民活動団体が連携した活動の中で、ほかのモデルとなるすぐれた事例を表彰するものです。NICO-kama fesは今後も官民一体となった活動で地域に貢献していきます。

そごう・西武

企業メッセージ「わたしは、私。」
2018発信

1月1日

そごう・西武は新年最初の企業メッセージとして、2017年に続き「わたしは、私。」を打ち出しました。自分の評価を他人任せにせず、同質化圧力や制約から自分を解き放ち、あなたらしくいてほしいという意味合いを込め、広告モデルには俳優の木村拓哉さんを起用。「正解はない。私があるだけ。」という言葉を送りました。また、従業員に向けても、世間の常識や会社の空気に自分を委ねるのではなく、自ら考えアクションを起こしてほしいという思いを投げかけています。(写真5)

セブンイレブン
「ネットプリントーite」
スタート

1月10日

2018年1月10日、セブンイレブンと富士ゼロックス(株)は、全国のセブンイレブン※に設置している「マルチコピー機」で、ユーザー情報の登録なしで手軽に利用できる「ネットプリントーite(ライト)」のサービスを開始しました。これは、自宅にプリンターを持たず必要な時だけ近くのコンビニエンスストアでプリントするお客様が増加していることに対応したサービスです。利用者情報の事前登録なしでインターネットを経由してファイルをプリントできるサービスは、コンビニエンスストア業界初となります。(写真6)

※一部店舗には設置されていません。

新会社情報

株式会社セブン・イレブン・沖縄
所在地 沖縄県那覇市松山二丁目1番地12
代表取締役社長 久鍋 研二
資本金 5,000万円
設立年月日 2017年10月25日
出資比率 セブン・イレブン・ジャパン100%

株式会社セブン・ペイメントサービス
所在地 東京都千代田区丸の内1丁目6番1号
代表取締役社長 和田 哲士
資本金 1億5,000万円
設立年月日 2018年1月11日
出資比率 セブン銀行100%

OPEN情報

2017年11月1日(水)
アカチャンホンポ オブシアミスミ店
鹿児島県鹿児島市宇宿2-3-5
オブシアミスミ2階

11月3日(金)
Francfranc池袋サンシャインシティ
アルバ店
東京都豊島区東池袋3-1-2
サンシャインシティ専門店街アルバ1階

Francfranc新静岡セノバ店
静岡県静岡市葵区鷹匠1丁目1-1
新静岡セノバ2階

11月17日(金)
ヨークベニマル金屋店
福島県郡山市田村町上行合字辰ノ尾13番地の1
アカチャンホンポ アリオ葛西店
東京都江戸川区東葛西9-3-3 アリオ葛西3階

11月22日(水)
FrancfrancイオンモールKYOTO店
京都府京都市南区西九条鳥居口町1番地
イオンモールKYOTO Sakura館2階

11月23日(木)
ヨークベニマル茂庭店
宮城県仙台市太白区茂庭字新御所川62番

11月24日(金)
PRIMETREE AKAIKE
愛知県日進市赤池町箕ノ手1番
▼同時オープン
イトーヨーカドー赤池店
アカチャンホンポ プライムツリー赤池店
Francfrancプライムツリー赤池店

2018年1月19日(金)
ヨークベニマル日立河原町店
茨城県日立市河原町1丁目4番1号

1月26日(金)
ヨークベニマル富沢西店
宮城県仙台市太白区富田字京ノ北114番地

事業セグメントと主な事業会社

数字は店舗数(2017年12月末現在)
2017年度より、事業セグメントの区分を変更しました

国内コンビニエンスストア事業	
(株)セブンイレブン・ジャパン	19,979
(株)セブンミールサービス	
(株)セブンネットショッピング	
(株)セブンドリーム・ドットコム	
SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.	64
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	247
セブンイレブン成都有限公司	87
セブンイレブン(天津)商業有限公司	118

海外コンビニエンスストア事業	
7-Eleven, Inc.	8,670

スーパーストア事業	
(株)イトーヨーカ堂(丸大3店舗含む)	169
(株)ヨークベニマル	218
(株)ヨークマート	79
(株)シェルガーデン	26
(株)サンエー	1
(株)ライフフーズ	
アイワイフーズ(株)	
(株)ヨーク警備	
(株)セブンファーム	
イトーヨーカ堂(中国)投資有限公司	
成都イトーヨーカ堂有限公司	7
華糖ヨーカ堂有限公司	1
(株)ダイイチ	23
(株)天満屋ストア	47

百貨店事業	
(株)そごう・西武	
●そごう	7
●西武	10
(株)池袋ショッピングパーク	
(株)ごっつお便	

金融関連事業	
(株)セブン銀行	24,032※
(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	
FCTI, Inc.	
※ ATM設置台数	

セブン&アイHLDGS.

専門店事業	
(株)赤ちゃん本舗	110
(株)ロフト	111
(株)セブン&アイ・フードシステムズ	
●レストラン(デニーズ)	380
●給食	262
●インストア・専門店	125
(株)ニッセンホールディングス	
(株)バーニーズ ジャパン	12
(株)オッシュマンズ・ジャパン	8
タワーレコード(株)	80
(株)Francfranc	138

その他の事業	
(株)セブン&アイ・ネットメディア	
(株)セブン&アイ出版	
(株)セブンカルチャーネットワーク	
(株)セブン&アイ・クリエイティング	
(株)セブン&アイ・アセットマネジメント	
(株)IYリアルエステート	
(株)八ヶ岳高原ロッジ	
(株)テルベ	
びあ(株)	



6 セブンイレブン店舗に設置しているマルチコピー機で、ネットプリントが可能。



5 広告モデルに俳優の木村拓哉さんを起用した、企業メッセージポスター。



4 公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン 佐藤浩明事務局長(写真右)へ目録を贈呈。

2018年2月期 第3四半期決算概況 課題に対して手を打ち続け さらなる成長を目指します

連結業績(2017年3月1日~2017年11月30日)

	2018年2月期 第3四半期		2017年2月期 第3四半期	
		前年同期比		前年同期比
グループ売上*1	8兆2,654億円	104.5%	7兆9,093億円	98.6%
営業収益	4兆4,797億円	104.4%	4兆2,889億円	95.0%
国内コンビニエンスストア	7,050億円	103.2%	6,831億円	104.6%
海外コンビニエンスストア	1兆4,728億円	121.2%	1兆2,153億円	87.2%
スーパーストア	1兆3,991億円	96.9%	1兆4,442億円	98.6%
百貨店	4,793億円	91.5%	5,240億円	95.2%
金融関連	1,525億円	102.4%	1,489億円	103.4%
専門店	3,094億円	98.2%	3,150億円	91.7%
その他	178億円	98.3%	181億円	77.0%
消去および全社	△565億円	—	△599億円	—
営業利益	2,957億円	108.0%	2,740億円	105.0%
国内コンビニエンスストア	1,884億円	100.6%	1,874億円	103.9%
海外コンビニエンスストア	639億円	120.4%	530億円	98.8%
スーパーストア	90億円	91.3%	99億円	—
百貨店	2億円	—	△29億円	—
金融関連	394億円	101.4%	389億円	103.5%
専門店	6億円	—	△60億円	—
その他	34億円	114.1%	30億円	96.4%
消去および全社*2	△95億円	—	△93億円	—
経常利益	2,957億円	107.0%	2,764億円	106.6%
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,492億円	197.6%	755億円	60.2%
為替換算レート	U.S.\$1=111.89円		U.S.\$1=108.57円	
	1元= 16.47円		1元= 16.48円	

注) 本年第1四半期より報告セグメントの区分を変更しています。前年同期比較については、前年同期の数値を変更後のセグメント区分に組み替えた数値で比較しています。

※1 「グループ売上」は、セブンイレブン・ジャパンおよび7-Eleven, Inc.における加盟店売上を含めた数値を表示しています。

※2 営業利益における「消去および全社」には、当社におけるグループ戦略に係る費用等を含んでいます。

概況

当第3四半期における小売業を取り巻く経済環境は、政府の景気対策等の効果もあり緩やかな景気回復基調で推移したものの、個人消費は依然として先行き不透明な状況が続く中、お客様の選別の目はいつそう厳しくなっています。

このような環境の中、当社グループはさまざまな社会環境の変化やお客様の心理変化をとらえ、付加価値の高い商品および地域の嗜好に合わせた商品の開発を推進するとともに、接客力の向上に取り組みしました。

2007年5月の発売開始から10周年を迎えたグループのプライベートブランド(PB)「セブンプレミアム」については、安全・安心の生鮮ブランド「セブンプレミアムフレッシュ」を新たに展開するなど、ますます多様化するお客様ニーズに対応してまいります。なお、「セブンプレミアム」の売上は9880億円(前年同期比12.9%増)となり、年間計画1兆3200億円に対して順調に推移しました。

当第3四半期連結累計期間の営業収益は、主に海外コンビニエンスストア事業の伸長により増収となりました。

回りました。

なお、この神戸店および西武高槻店のエイチ・ツー・オーリテイリング(株)への事業譲渡は同年10月1日をもって完了しました。

金融関連事業

セブン銀行におけるATM設置台数は、主にセブンイレブン・ジャパンの積極的な新店にともない前期末比653台増の2万4006台まで拡大しました。ATM1日1台当たり平均利用件数は、決済手段の多様化や一部提携金融機関による手数料体系変更などにより94.6件(前年同期差1.7件減)となりましたが、設置台数の増加にともない期間総利用件数は前年を上回りました。

専門店事業

2017年11月末時点で、ベビーマタニティ用品を販売する赤ちゃん本舗は110店舗(前期末比4店舗増)、生活雑貨専門店を展開するロフトは110店舗(同1店舗増)、セブン&アイフードシステムズはレストラン事業において380店舗(同6店舗減)を運営しています。また、ニッセンホールディングスにおいては、引き続き構造改革の推進に注力しました。

営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する四半期純利益は第3四半期連結累計期間として過去最高の数値を達成しました。

事業セグメント別概況

国内コンビニエンスストア事業

セブンイレブン・ジャパンは、2017年11月末時点で1万9970店舗(前期末比548店舗増)を展開しています。雇用環境において、最低賃金や有効求人倍率の上昇、社会保険適用拡大などを受け厳しさを増している中、加盟店オーナー様がより積極的な店舗経営に専念できる環境を整備するとともに将来の加盟促進に向けた施策として、同年9月よりセブンイレブンチャージ1%特別減額を実施しています。

店舗においては、ドミナント強化を目的とした既存エリアでの新規出店に加え既存店舗の活性化を推進すべく積極的な立地移転を実施しました。また、社会環境の変化にもなお客ニーズの変化に対応すべく、現状の売上構成に見合った新レイアウト導入や、従業員の作業効率改善を図り接客サービスの質を高めるため業

務用食洗機の設置も開始しました。

商品においては、おにぎりや麺類などの基本商品の積極的なリニューアルを実施し、さらなる品質向上に取り組んだことなどにより販売は好調に推移しました。また、新商品である「セブンスカフェ」のカフェエラテも提供できる新型コーヒーマシンの導入を開始し、同年11月末時点で約1万3500店への設置を完了しました。これらの結果、既存店売上伸び率は前年を上回り、チェーン全店売上げ(自営店と加盟店の売上げの合計)は3兆5432億98百万円(前年同期比3.5%増)となりました。

海外コンビニエンスストア事業

北米の7-Eleven, Inc.は、2017年9月末時点で8665店舗(前期末比42店舗減)となり、都市部への出店を推進するとともに、収益性を重視し既存店舗や買取店舗の一部を閉店しました。商品においては、ファストフードやPB商品「セブンセレクト」の開発と販売に引き続き注力した結果、ドルベースの米国内既存店商品売上伸び率は前年を上回って推移しました。

スーパーストア事業

イトーヨーカ堂は、テナントミックスによる売場構成の見直しや大型ショッ

ピングセンター「Ario(アリオ)」の改装に加え、7店舗の閉鎖を実施するなど、事業構造改革を推進しました。商品においては、個店や地域の特性に合わせた品揃えの拡充および新たに安全・安心の生鮮ブランド「セブンプレミアムフレッシュ」の展開を開始しました。既存店売上伸び率は前年を下回りましたが、主に衣料品の在庫適正化による荒利率の改善などにもない収益性が改善しました。

百貨店事業

この西武は、事業構造改革の推進において、郊外型の新しい百貨店モデルとして2016年11月にリニューアルオープンした西武所沢店に続き、首都圏大型店へ経営資源を集中させる戦略の一環として、「この千葉店」を2017年11月にコト発想の体験型専門店として第2期リニューアルオープンしました。既存店売上伸び率は、婦人雑貨や食品等の販売が好調に推移したことにより、前年を上