



セブン&アイ HLDGS.

四季報

AUTUMN 2018
vol.140



事業セグメントと主な事業会社

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
(株)セブン-イレブン・沖縄
(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.
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

百貨店事業

(株)そごう・西武
(株)池袋ショッピングパーク
(株)ごっつお便

専門店事業

(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
(株)バーニーズ ジャパン
(株)オッシュマンズ・ジャパン
タワーレコード(株)
(株)Francfranc

海外コンビニエンスストア事業

7-Eleven, Inc.

スーパーストア事業

(株)イトーヨーカ堂
(株)ヨークベニマル
(株)ヨークマート
(株)シェルガーデン
(株)サンエー
(株)丸大
(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
華糖ヨーカ堂有限公司
(株)ダイイチ
(株)天満屋ストア



金融関連事業

(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
(株)バンク・ビジネスファクトリー
(株)セブン・ペイメントサービス
(株)セブン・ペイ
FCTI, Inc.

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・クリエイティリンク
(株)セブン&アイ・アセットマネジメント
(株)八ヶ岳高原ロッジ
(株)テルベ
びあ(株)

セブン&アイHLDGS.

四季報 2018年・秋・通巻140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8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。



CONTENTS

- 1 ごあいさつ
- 2 特集
激変する流通サービスに、新たな成長基盤を築く
「リアル×デジタル」戦略
- 10 セブン&アイグループの「ESG」
「農」「食」「環境」の持続可能な未来のために
——セブンファームの挑戦
- 12 パートナー企業とともに
「ひとと環境にやさしい店舗」をさらに推進
誰にとっても快適で、
環境に配慮したお店を実現するために。
- 14 こだわりの産地を訪ねて
セブンプレミアム ライフスタイル×Hotman
1秒タオル
- 16 News&Topics
- 20 2019年2月期 第1四半期決算概況

「平成30年7月豪雨」で被災された皆様に心よりお見舞い申し上げます。
一日も早い復旧復興に向け、
私たちセブン&アイグループも継続的にご支援させていただきます。



COVER STORY

セブン&アイグループ各社の「お店のある街」をテーマにした表紙イラスト。今号のテーマは、「高尾山から見たイトーヨーカドー八王子店」です。●東京都八王子市にある標高599mの高尾山は、古くから修験道の霊山とされており、昭和2年にはケーブルカーが開通。現在は明治の森高尾国定公園に指定され、都心部からの交通の便の良さから、年間を通じて多くの登山者や観光客が訪れています。●山の中腹には、文化財を有する高尾山薬王院のほか、高尾山さる園・野草園などの観光施設があります。山頂には展望台や高尾ビジターセンターがあり、東側からはイトーヨーカドー八王子店のある八王子市や神奈川県相模原市など関東平野の街並や新宿副都心、さらに筑波山、房総半島、江の島まで眺めることができます。また西側からは丹沢山地や富士山が見渡せます。●近年は高尾山の自然が学べる博物館「TAKAO 599 MUSEUM」がオープンしたほか、日帰り温泉施設なども開業し、ますます人気が高まるエリアです。●イラストレーションを担当するのは、水谷有里さん。紙を重ね合わせる風合いを活かした切り貼り絵は、書籍の装画や小説の挿絵などで多くのファンの心をつかんでいます。その独自の作品世界をお楽しみください。
イラストレーション：水谷有里 <http://www.yuri-mizutani.com/>

ごあいさつ

セブン&アイグループは、6月にグループ横断の「セブンマイルプログラム」をスタートいたしました。お客様にグループ共通の「7-iD(セブンアイデイ)」を提供することで、お客様の情報管理をグループとして統合してまいります。これに連動して、セブンイレブン、イトーヨーカドーでは新アプリの提供を開始、今秋以降に順次、そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフトでも新アプリの提供をスタートさせ、新たな決済アプリも来春を目処にご提供する計画です。このようなグループ一体となったデジタル戦略を展開することで、お客様との結び付きをより強固なものとし、グループ各社間の相互送客をいっそう強化して、現在1日2300万人以上のお客様にご来店いただいている当社グループの集客力を、さらに高めてまいります。

また、同時に「セブン&アイ・データラボ」を発足いたしました。このプロジェクトでは多様な分野の企業や学術・研究団体と連携し、ビッグデータの分析、活用に関する研究、社会的課題解決の実証実験などを推進してまいります。当社グループが擁するデータと、連携する企業などの多様なデータをかけ合わせることで、課題の所在を具体的に把握し、その解決の方途を見出すことが可能になり、いま求められている社会価値と経済価値を両立させる新たなビジネスモデルの創出にもつながるものと考えております。世界にも類のない多様な流通業態を擁する私たちグループのビジネス基盤に根差した、これら一連のデジタル戦略の展開によって、新たな成長の機会を創造してまいります。ぜひ、ご期待ください。

セブン&アイHLDGS.
代表取締役社長

井阪隆一

6月14日、セブン・イレブンの20,000店記念式典を開催し、政財界のトップやお取引先様をお招きしました。当社は、これまでの御礼を述べるとともに、今後のさらなる成長を約束しました。



激変する流通サービスに、
新たな成長基盤を築く

リアル× デジタル 戦略

1日2300万人以上の来店客、

コンビニエンスストアから専門店まで全国2万店以上の店舗網。

この事業基盤を活かし、さらなる成長力を生み出す

リアルと融合したデジタル戦略が始動。

お客様お一人おひとりとの結び付きを強化するための、

グループ一体となった取り組みが進んでいます。



Part 1 お客様との連携を強化する CRM※戦略

統合ID「7iD」と 新「アプリ」が始動

今年6月、セブン&アイグループは、グループ横断の「セブンマイルプログラム」とグループ共通のID「7iD（セブンアイデイ）」の提供を開始しました。これと連動して、セブンイレブンとイトーヨーカドーでは新アプリを導入。これら施策は、セブン&アイグループのデジタル戦略の第一弾となる取り組みです。

その背景について、セブン&アイHLDGS デジタル戦略推進本部長の後藤克弘副社長はこう語ります。「いま、スマートフォン（以下、スマホ）一つで、商品情報の検索から商品の注文、さらには決済までできる環境が整い、お客様の消費行動は大きく変化しています。セブン&アイグループは、この変化を消費構造そのものの変化をもたらすものにとらえ、そこから新たな成長力を引き出し、これから考えています。その答えの一つが、店舗網、商品開発力、質の高い接客サービスなど、私たちが「リアル」の世界で培ってきた事業基盤と融合したデジタル戦略なのです。」

双方向の「会話」を通じて 新たな価値を提供

デジタル戦略の柱の一つは、お客様との連携を強化するCRM戦略です。従来、小売業は商品の販売動向などを通じてお客様ニーズの変化をとらえてきました。また、スマホにインストールされたアプリをご利用いただくことで購買動向がより明確になり、お客様お一人おひとりの顔が見えてきます。加えて、グループ統合の「7iD」の導入によって、これまでグループ内に分散していたお客様情報をグループ全体で共有できるようになります。「大切なお客様の個人情報ですので、その管理、取り扱いには慎重かつ厳正に行いますが、この取り組みの最大のポイントは、データ活用によってアプリをご利用いただくお客様に実際のお買物に活かせるタイムリーなご提案やご優待サービスを提供できること。いわばお客様と私たちグループの双方向の「会話」を進めていくことなのです」（後藤副社長）。

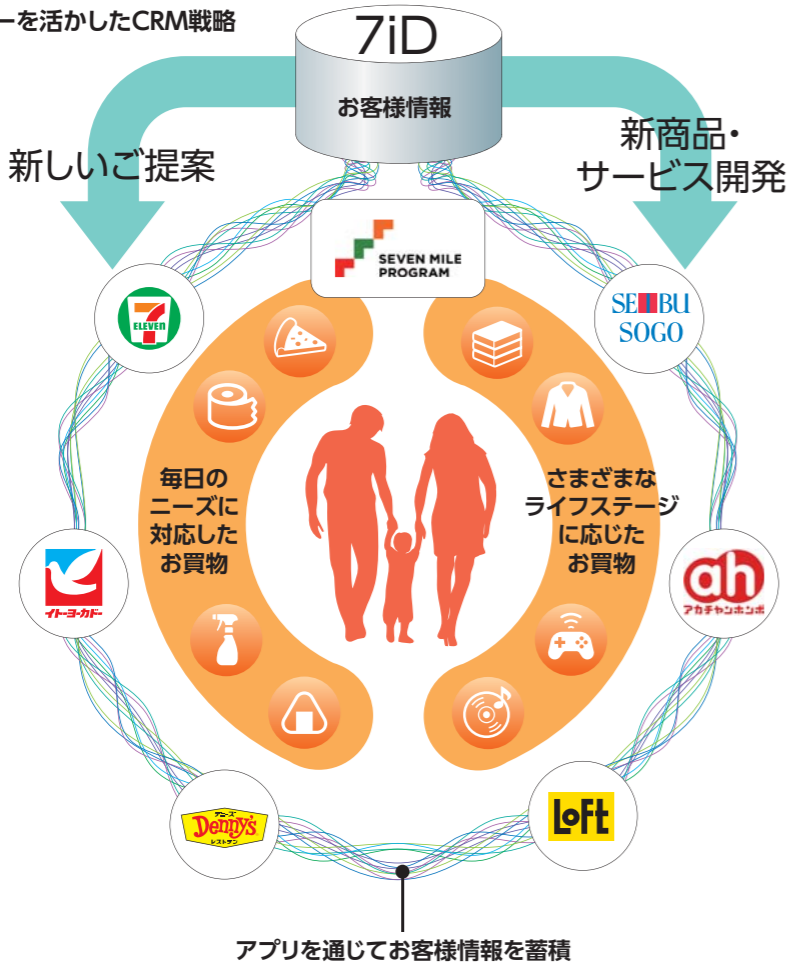
コンビニエンスストア、スーパーストア、各種専門店からECサイトまで、グループ各社が連携してお客様との絆を深め、お客様お一人おひとりのプロフィールの精度を高めることで、お客様に提供できる利便性の高い情報のクオリティもより高まっています。「世界にも類のない流通サービスグループ

を展開しているセブン&アイグループならではの『新しい価値提供』を実現することが可能になると自負しています。さらに、この取り組みによって、グループ各社間の相互送客もよりいっそう進展し、個店の集客力も高まってい

きます」と後藤副社長は意気込みを語っています。

※CRM: Customer Relationship Management
情報活用を通じて利便性の提供などを強化し、お客様との信頼関係を高めていくマネジメント手法。

グループシナジーを活かしたCRM戦略



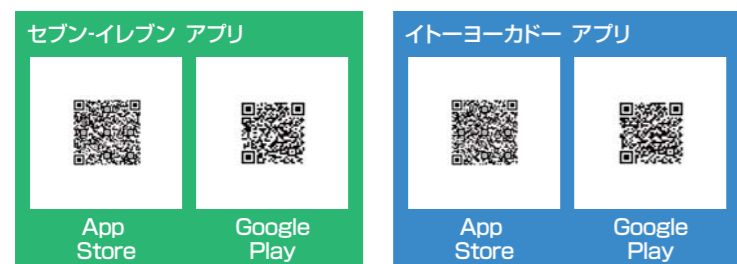
お買物をもっと楽しく、お得に、便利に ——「セブンマイルプログラム」

新「アプリ」は、現在、セブン-イレブンとイトーヨーカドーで提供を開始しており、今年度中には、そごう・西武、来春には赤ちゃん本舗、ロフトのアプリをリリースする予定です。お客様には、グループ統一の「7iD」を活用してグループ共通の「マイル」をご提供。貯まっていくマイルに応じてランクがアップし、nanacoポイントのプレゼントや、特典としてさまざまな優待、コト体験などをお楽しみいただける「セブンマイルプログラム」をご利用いただけます。



Step 1 アプリをダウンロード

会員登録してグループ共通の「7iD」を取得します。



Step 2 会員コードを提示して店舗でお買物

会計時にアプリの会員コード画面（バーコード）を提示して、マイルを獲得。セブン-イレブンやイトーヨーカドーの店舗、omni7での購入金額1円（税抜き）ごとに1マイルが付与されます。各社のお買物で貯まったマイルは合算されます。



Step 3 マイルを貯めて、特典を受け取る

貯まったマイル数に応じて、3カ月ごとに「★（1つ星）」から「★（5つ星）」へとランクアップ。ランク別に特典をご用意しています。初回のご利用では100マイルのボーナスも！

ランク	ランクアップ条件	ランクアップボーナス (nanacoポイント)	アプリお試し可能数	イベント応募可能数
5つ星	200,000マイル	300ポイント	5個	最大5つまで応募可能
4つ星	100,000マイル	150ポイント	4個	
3つ星	50,000マイル	100ポイント	3個	応募不可
2つ星	30,000マイル	50ポイント	2個	
1つ星	15,000マイル	30ポイント	1個	



Step 4 レcommend情報を活用

お客様お一人おひとりの購買履歴を分析して、趣味や嗜好に寄り添ったおすすめ商品やキャンペーンなど、役立つお知らせを配信します。



さらにセブン-イレブン アプリでは

ご購入いただいた商品に応じて「おにぎり」「おでん」などの購入系バッジ、お支払方法に応じた行動系バッジを付与。バッジの数に応じてクーポンや抽選ゲームへの参加権利などが得られます。



さらにイトーヨーカドー アプリでは

ご来店や、アプリのチラシ閲覧でポイントを付与。また、来店頻度やお買物金額に応じてクーポンの割引もおトクになります。また、「お気に入り店舗」からイベントやおすすめ商品の情報をお届けします。



Part II 未知のマーケットを開拓するビッグデータ戦略

グループ外とのデータ連携を進める「セブン&アイ・データラボ」

デジタル戦略のもう一つの柱は、データの活用によって、現在見えていない「潜在ニーズ」、さらには「潜在マーケット」にアプローチすることです。今年6月に立ち上げた「セブン&アイ・データラボ」は、その一翼を担うプロジェクトで、グループ外の多様な事業会社、研究機関などとビッグデータの連携を図り、データ分析などを通じて新たなビジネスチャンスの創出や社会的課題の解決につなげていく取り組みです。「セブン&アイ・データラボ」は10社以上の多彩な企業の参画を得てスタート。今後さらに取り組みを拡大していく計画です。

潜在ニーズやヒットの予兆をいち早くとらえる

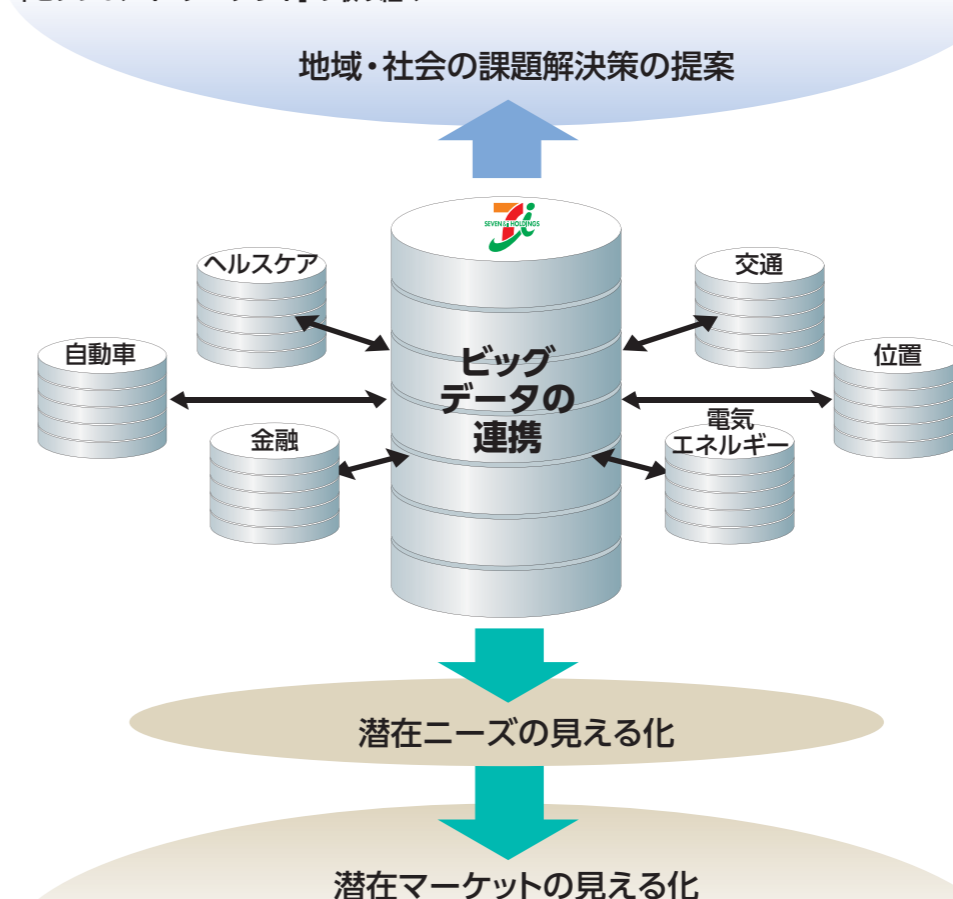
プロジェクトを主導するセブン&アイ HLDGS デジタル戦略部の担当者「セブン&アイ・データラボ」の取り組みは、お客様との新たな結び付きを生み出し、新しい価値

提供体験を提供するために欠かせません。いま、さまざまな分野に散在している多様なデータを重ね合わせることで、一見つながりが見えない事項にも関連性を見出し、新たな販売機会やご提案の機会を創出できる可能性があります。たとえば、個人情報を取り除いたデータを活用することも、あるアイドルのファンがどんなファッションを好み、どんな本を読み、いつ、どんな場所でお買物をするか、といった関連性や傾向が見えてきます。そのような関連性や傾向から、いち早くブームやヒット商品の「予兆」や「潜在ニーズ」を見通し、セールズプロモーションを仕掛けたり、新しい客層にアプローチすることが可能になります。また、既存のお客様に対しても、購買・行動履歴からライフステージの節目をいち早く察して、積極的な商品・サービスのご提案を行うなど、より緊密な関係を築いていくことが可能です。この「未知のマーケット」の広がりによって、新たな成長の機会を生み出すことが、新たな成長の基盤の育成へとつながっていきます。

社会性、公共性に根差したビジネスモデルの創出へ

さらに、さまざまな企業が有するビッグデータやSNSなどの検索情報と連

「セブン&アイ・データラボ」の取り組み



携することで、「どのような地域で平日のお買物に制約が生じているか」など、社会的課題を具体的に見出し、いくことも可能となります。「セブン&アイ・データラボ」では、こうした課題解決に向けた仮説を生み出し、企業連携による仮説の実証実験も推進。その先には社会的課題の解決に根差したビジネスモデルの創造も見えてきま

す。いま、国連が提唱する「SDGs 持続可能な開発目標」をはじめとして、環境問題や社会的課題の解決に資する事業を推進することが企業に強く求められています。こうした中、「セブン&アイ・データラボ」は、社会性、公共性を併せ持ったビジネスモデルの創出を通じて、グループの成長基盤と持続可能な社会の構築を推進していきます。

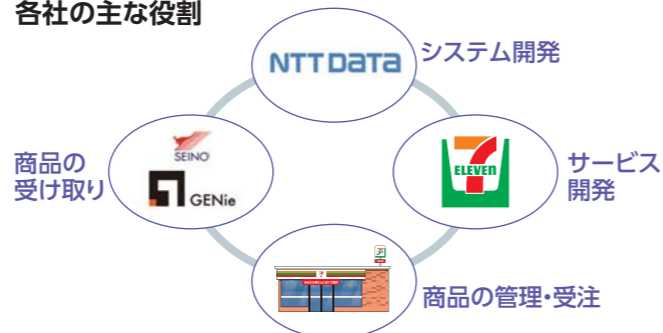
セブン-イレブン ネットコンビニ

～スマホでご注文いただき、最短2時間でお届けする
《いつでも、いますぐ、どこにでも》への挑戦～

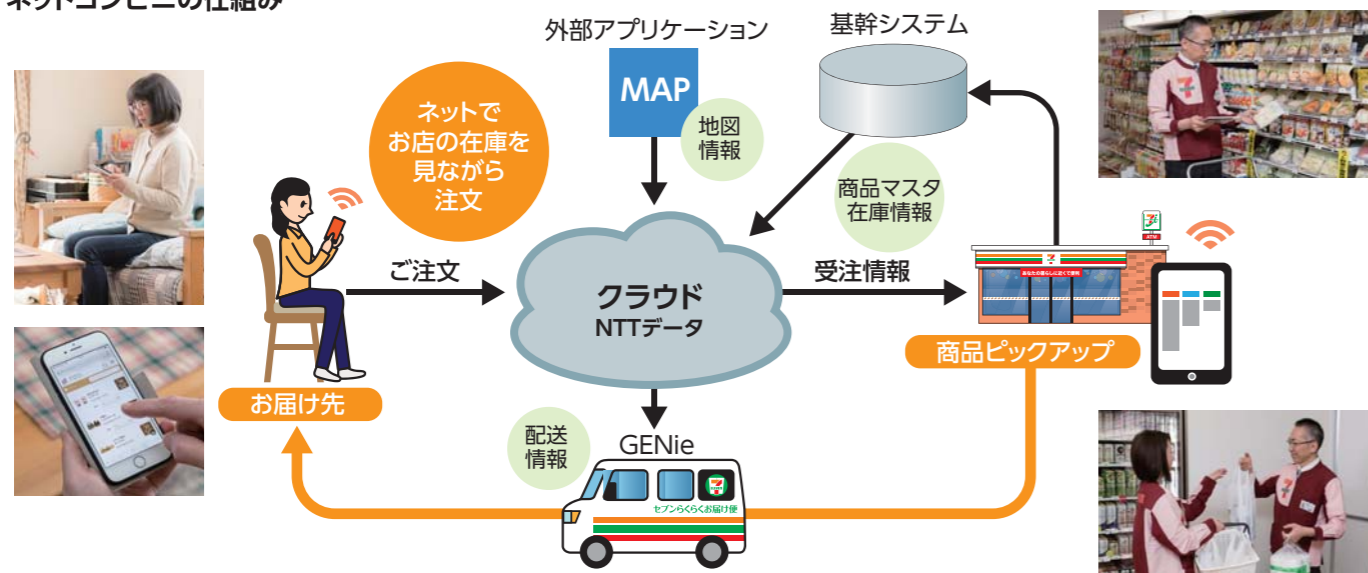
セブン-イレブンでは、北海道地区のセブン-イレブン100店舗(2018年7月末時点)で「ネットコンビニ」の実証実験を進めています。これは、お客様からスマホでセブン-イレブンの店頭にある商品のご注文をいただき、最短2時間で商品をお届けするサービスで、「お買物に不便を感じている高齢のお客様、育児などでお買物に出かけられない方々のお買物ニーズにお応えしたい」という思いをもとにスタートしました。その基盤となるのは、生活の場に密着した20,000店を超える店舗数とその店頭在庫という、他に類のないセブン-イレブンの事業インフラです。システム開発に当たっては、NTTデータと連携し、クラウド(仮想空間)を活用して基幹システムに手を加えずにシステムの構築・改善ができる仕組みを活用し、スピーディなサービス導入を実現しまし

た。また、商品のお届けには、セイノーHDが設立したセブン-イレブン専用の商品お届け会社「GENie(株)(ジーニー)」と連携。同社の「ハーティスト」さんが、配送車の運転からお客様のもとでの接客サービスまで行います。

各社の主な役割



ネットコンビニの仕組み



2020年度の本格展開を目指して

ネットコンビニの実験は、2017年10月に北海道の札幌・小樽地区からスタート。個店の商圏がほかの地域に比べて広いことに加え、冬場のお買物に不便を感じている高齢のお客様も多い地域での実験でしたが、高齢のお客様だけでなく、有職の30代～40代主婦層のご利用が予想以上に多いことや、夜間のニーズも予想以上にあることなどがわかってきました。こうした結果と

ともに、加盟店、ハーティストさんの声などを迅速に取り入れることで、注文受付時間、店舗へのデータ提供の仕方、配車の仕方などについて随時改善を重ねています。ネットコンビニは、2019年度の上期中に北海道全域でサービスを展開し、2020年度に全国での本格展開を目指しています。

Part III 社会的課題の解決に向けたデジタル技術の活用

生産性向上による働き方改革への寄与

グループ各社では、店舗の生産性向上などにも、デジタル技術を活かした取り組みを始めています。その一つが、セブン-イレブンが実験を進めている「RFID※」を活用した検品です。これは、お弁当などデリリー商品の納品ケースにICタグを取り付け、店舗への納品時の検品を省力化する取り組み。実験店舗では、検品作業を1日当たり100分短縮できるという成果が出ています。

また、イトーヨーカドーでは、デリリー食品や加工食品などの発注にAIを活用するシステムの実証実験を実施。自己学習能力を備えたAIを活用することで、天候、曜日、店舗周辺の行事など、多様な要素によって変動する商品の販売量を予測して発注量を決定する精度が大幅に向上。売場担当者の発注業務の負荷が顕著に軽減されるという成果が上がっています。



「RFID」による検品では、センターでの仕分け時にICタグで商品と納品ケースを紐づけし、店舗への納品時にデータを読み取ることで、作業を省力化。

異業種との連携による社会的課題の解決にも

売場での接客に専念する時間を拡大するなど、店舗のサービスの質を高めるといったメリットを生み出しています。 ※RFID:電波の送受信により、非接触でICチップの中のデータを読み書きする技術。

さらに、デジタル技術は、異業種間と連携した社会的課題の解決の実現にも役立っています。その一つが、日常のお買物が困難な地域のお客様ニーズへの対応を視野にセブン-イレブンが北海道で実証実験に取り組んでいる「セブン-イレブン ネットコンビニ」です。これは、セブン-イレブンとセイノーホール



イトーヨーカドーでは、AIの活用によって発注業務を軽減し、接客を強化するなどお客様満足度の向上につなげています。

デジタル技術によって事業基盤を新たな成長基盤に

ディングス(株)(以下、セイノーHD)、(株)エヌ・ティ・ティデータ(以下、NTTデータ)の3社が連携した取り組みです。NTTデータの有する先進的なシステム開発力、セイノーHDの物流ノウハウと、セブン-イレブンの事業インフラを組み合わせることで、店舗がネットでお客様の注文を受け、店頭の商品をお客様のもとにお届けする新しいサービスを可能にしています(7ページ参照)。

このように、グループ各社の店舗サービスの質的向上や異業種連携による社会価値の創出など、これからの流通

サービスの成長に欠かせない課題の解決に、セブン&アイグループは最新のデジタル技術を幅広く活用しています。「どの取り組みにも共通しているのは、小規模の実証実験などを通じて、速やかに問題点を抽出して、プランを修正し、取り組みを広げていくという『PDCA』の高速回転です。変化の激しいマーケット環境にあつて、多様な仮説をスピーディに検証しながら、社会への新たな価値提供に結び付けていくことを大切にしています」と後藤副社長。

2万店を超える店舗網をはじめとしたセブン&アイグループの事業基盤は、デジタル戦略によって、さらに新たな成長のプラットフォームへと変貌しつつあります。



セブン-イレブンでは、セイノーHD、NTTデータと連携してネットを利用して既存の店舗と店頭の商品を活用する新サービス「ネットコンビニ」の実証実験を推進。

社会的課題の解決への 思いを共有して 「ネットコンビニ」に取り組む

「お買物困難」の解決に
「強み」を活かし合う

新居 2015年4月に初めて河合さんとお目にかかって、お話をうかがったのが始まりでしたね。

河合 そうですね。翌月にはお届けサービスの説明をさせていただき、8月には商品お届けの実験がスタートしました。これほどのスピード感で、共同ビジネスが進んだのは初めての体験でした。私がお話を持ちかけた時には、すでにセブンイレブンの中でストーリーが出来上がっていたのではないかと、思ったほどです。

新居 私たちは東日本大震災の直後、多くの店舗が営業できない中でお客様に商品をお届けするかと考え、2011年5月に「セブンあんしんお届け便」サービスを発表し

ました。

河合 私たちも、お買物が困難な地域にお住まいのおお客様や高齢のおお客様のお買物のご不便を解消することを目指して、2011年にココネット(株)を設立しました。セイノーHDでは、運送事業で培った経験やノウハウを活かして社会貢献をしていくことに、トップ(田口義隆代表取締役社長)以下意欲的に取り組んでいます。しかし、「お買物困難」という社会的課題の解決について、私たちは「足まわり」の役目は十分に果たせませんが、商品を仕入れて販売するという機能は持っています。それで、私たちと「思い」を二つにして取り組んでいただけではないかとセブンイレブンのアプローチしました。

新居 私たちは全国に2万店以上の店舗があり、全店舗合わせると

私たちの情報共有や交流も、積極的に行っていたと思います。大変ありがたいと感じています。

現場の意欲も高まる 迅速な開発、改善体制

と考えています。そのためにはお店とお客様の間をつなぐすぐれた足まわりの機能が不可欠です。ですから同じ世界観を共有できる河合さんとの出会いは、大きなものがありました。ハーティストさんたちには、商品をお届けするというだけでなく、店舗と同じようにお客様の立場に立った接客までお願いしていますね。

新居 システム開発の世界では、「アジャイル(俊敏な)」型と言いますが、二つの仮説をすぐ形にして世に問い、間違っていたら修正して、また、問いかけて…というサイクルを高速でまわす方法が普及しています。この考え方は、ネットビジネスでも重要で、どんなお客様に使いやすいサービスにすることが不可欠です。そこで今回、迅速かつ柔軟なシステム構築手法で多くの実績やノウハウを持つNTTデータさんに参加していただき、クラウドを活用して基幹システムに触れずにシステムをスピーディーに構築、改善していく仕組みをつくることができました。

新居 そのままでやっていたら、普段ご来店いただけないお客様にもセブンイレブンへの信頼感を持っていた方が多くなると考えています。販売機会を高めることとあわせて、お店のメリットも大きくなると考えています。

河合 その点は画期的なことだと思えます。一般的に新しいシステムを立ちあげるときは、基幹システムとの調整などが難しくなかなかなか進まないのが現状です。クラウドを使って迅速にシステムの構築、改善をするというのは、大きな決断だったと思います。

新居 今回はハーティストさん、NTTデータさんと思いを共有して、がっちりとして

1500億円に上る店頭在庫が常時あります。このお客様の近くにある店舗を拠点とした仕組みが構築できれば、大きな物流センターをつくらずに、世界一効率的なお届けサービスができます。私たちがそう考えていたところに、河合さんのご提案をいただきました。

「お客様の家の中に セブンイレブンがある」

新居 いま、セブンイレブンでは商品、売場づくりなど、さまざまな方向から「もっと『近くて便利』」な存在になるためのイノベーションを進めています。ご来店いただけないお客様には、お客様の家に「セブンイレブン」が向いていく、そういうサービスの創造も「もつと」の重要な要素になる

にはどこにもありません。圧倒的な「強み」ですね。



新居 義典

株式会社セブンイレブン・ジャパン
オペレーション本部デジタル戦略部
総括マネジャー兼デジタル戦略統括プロジェクトリーダー

河合 秀治

GENIE株式会社 代表取締役社長

新居 システムの改善への意気込み一つとつても、現場の加盟店オーナーさんやハーティストさんが、ネットコンビニの意義を理解していただき、思いを一つにして取り組んでいたと実感しています。このプロジェクトに参加するあらゆる人が思いを共有することで、ネットコンビニが「生活インフラ」と呼んでいただけるようになるまで育っていくことを強く願っています。今後ともよろしくお願ひします。



「農」「食」「環境」の持続可能な未来のために ——セブンファームの挑戦

SDGsと本取り組みの関係



日本農業の課題解決に向けた「共生」の仕組みづくり

農業就業者の減少と高齢化に端を発する耕作放棄地の増加、食糧自給率の低下など、日本の農業は多くの課題を抱えています。

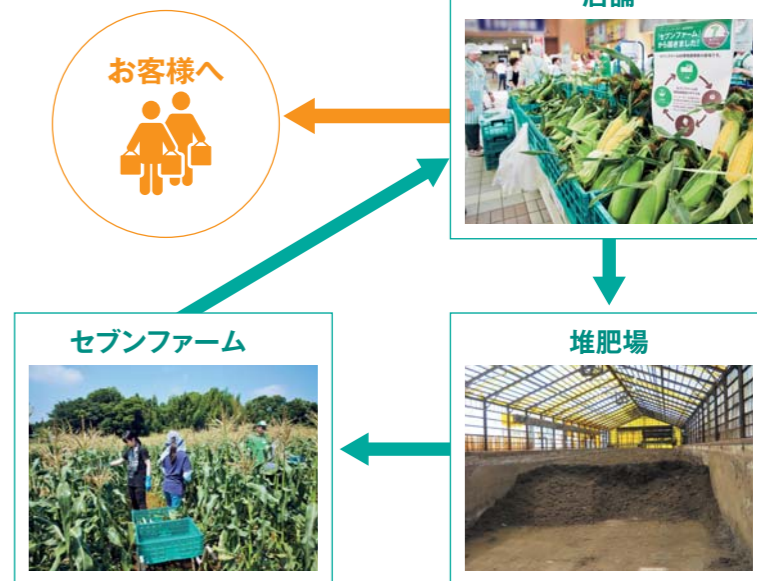
こうした課題の解決には、産地の生産者と小売業者が密にコミュニケーションをとりながら農作物に関する生産情報・商品情報を共有し、消費者であるお客様に積極的においしさと安心という価値を届けていく仕組みが必要です。イトーヨーカドーではこれまで、新しい地産地消をつくる産直の仕組みや、生産者一人ひとりの「顔が見える食品」など、市場のニーズや環境変化に機敏に対応する新しい商品やサービスを提案してきました。

リサイクルと農業振興で「セブンファーム」を全国展開

イトーヨーカドーは2008年、生産者とともに「環境循環型農業」を行う農業生産法人として(株)セブンファーム富里を設立し、新たなビジネスモデルをつくりあげてきました。

セブンファームの設立は、日本の農業を元気にしたいという思いと同時に、2007年に「食品リサイクル法」

食品残さのリサイクルループ



が改正されたことが一つの契機でした。

同法によって、小売業は2012年度までに食品循環資源のリサイクル率を45%とする目標が設定されました。そこで、セブンファームではイトーヨーカドーの各店舗から出る野菜くずなどの食品残さを堆肥に変え、その良質な堆肥を使って野菜を栽培し、おいしくて安全・安心な野菜を新鮮なまま店舗で販売する「リサイクルループ」の仕組みを構築。現在では全国13カ所に農場を設置し、栽培面積は総計200ヘクタールに達しています。また、2018年度のリサイクル率は53.2%まで向上。2019年度の新たなガイドラインである55%に向けてさらなる向上を図っています。



セブンファームで収穫された野菜は多くのお客様にご購入いただいています。

イトーヨーカドーではこれまで蓄積してきた「知恵」を活かしています。たとえば、大根やキャベツの場合、丸ごとより半切りの商品の方が売れる店舗には、予め加工して納品。また、サイズなどが販売規格に満たない場合も使い切りサイズやジュース、漬物などに加工。さらに、「セブnmil」で販売するなどグループシナジーも活かしています。

ステークホルダーとともに日本の農業を活性化

生産者とお客様をダイレクトに結ぶセブンファームは、「食育」や「地域交流」の場でもあります。各地のセブンファームでは地元の小中学生の社会科見学や職業体験に協力しているほか、地域イベントにも積極的に出展するなど、地域社会への貢献にも努めています。また、イトーヨーカドーの社員も実際に農業を体験する研修を行うことで、商品に関する知識だけでなく、モノづくりへのこだわりを学び、より質の高い接客に活かしています。

さらに、現在力を入れているのが、食の安全や環境保全に取り組み農場に与えられるJGAP認証の取得です。2009年にセブンファーム富里で認証取得、2019年度中には全拠点でJGAP認証を取得する予定です。



Voice

農家との絆がセブンファームの原点

(株)セブンファーム富里代表取締役 津田 博明氏

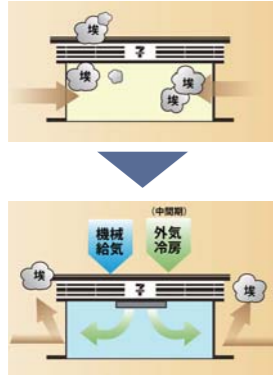
セブン&アイグループは、今後もセブンファームの取り組みを通して日本の農業の活性化、そして環境負荷の低減に貢献していきます。

「小売の知恵」を活用し多彩な商品を展開

セブンファームで収穫した安全・安心で高品質の作物を余すことなく、より多くのお客様にお届けするために、

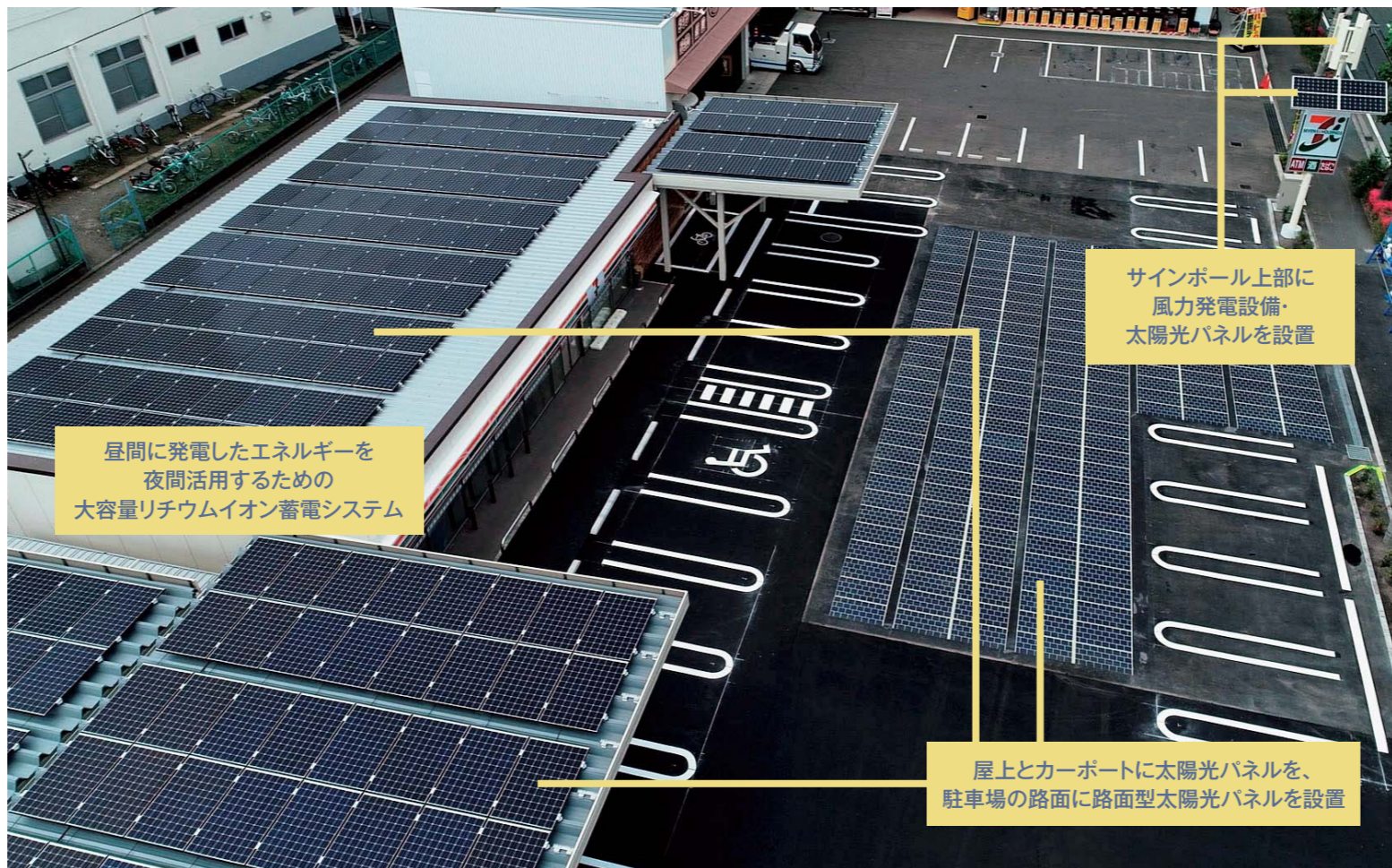
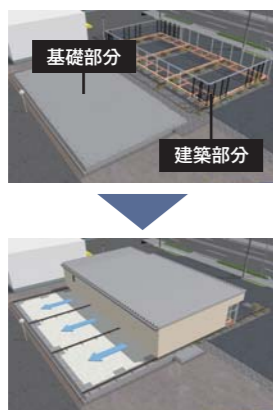
店内正圧化を実現する空調換気システム

省エネ型の空調換気システムを導入。店舗内外の気圧差を感知し、給気量を適時コントロールすることで外気や埃の侵入を抑制。店内温度の安定や店内清掃作業の軽減など、お客様も従業員も快適な店内環境を実現。



建物スライド工法

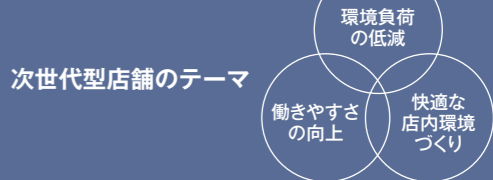
店舗の基礎と建物を同時に施工、完成後に建物部分をスライドさせる工法。工事期間が従来比約3日程度削減され、作業効率の向上や省エネ効果をもたらすほか、既存店舗の位置変更も容易となる。



パートナー企業とともに

「ひとと環境にやさしい店舗」をさらに推進

誰にとっても快適で、環境に配慮したお店を実現するために。



当社は2001年、前田建設工業(株)を母体とするベンチャー企業として、小売店舗の建物診断、保守メンテナンス



(株)JMI 代表取締役社長 大竹 弘孝氏

環境対応や現場での作業性・働きやすさの向上など新たな挑戦を継続していきます

に入ってしまう。そこで、店舗内外の気圧差をセンサーで感知し、室内圧を店外より高くすることで店内の清浄度を保つ空調コントローラを開発。また、省エネ型空調機と外気冷房を取り入れ、給排気バランスを考慮した設計となる空調換気システムを導入しました。二つ目の技術は、太陽光パネルなどで発電した電力を貯める大容量のリチウムイオン蓄電池です。当社の蓄電池は長期間、繰り返し使っても劣化が少なく、安全性も高いという強みを持っています。季節によって変動が生じますが、6・7月のデータを見ると、年間目標の約46%を上回る水準で推移しており、年間を通じてクリアできる見込みです。今後も創意工夫を重ね「お店の快適性向上」と「地球環境保全」に役立つ提案に努めていきます。

滑なマネジメントに努めてきました。今後もセブン・イレブン様、協力メーカー様とともにPDCAサイクルを活用しながら新たな価値創造に挑戦していきます。

業務を開始しました。その中でセブン・イレブン様と出会い、店舗建設から保守メンテナンスまでの建物ライフサイクルの最適化をさまざまなメーカー様と協働して推進する役割を担っていただきました。同時に、環境負荷低減や働きやすさの向上といったテーマについても果たすべき役割の一つと考えるようになりました。その最新の挑戦事例が、「セブン・イレブン相模原橋本台1丁目店」の新築工事です。今回は、工期の短縮と省エネを実現するために「建物スライド工法」を提案。基礎と店舗上屋を同時に施工し、その後、上屋を移動しながら基礎に合体することで工期を3日間短縮しました。基礎の施工には「鉄筋ロールマット工法」を活用して業者の負荷低減を図りました。さらに、緑地では焼却灰をリサイクルした人工砂「アークサンド」を活用して雑草を抑制することで、店舗での維持管理を容易にしています。これから技術の適用においては、設計・施工の検討段階から3D設計およびVRシステムを活用して、承認や現場の施工品質の確認期間を短縮するなど円滑なマネジメントに努めてきました。

政府のエネルギー基本計画では、再生可能エネルギーを主力電源とすることが明記されています。セブン・イレブンはこうした目標に貢献するために、使用電力の約46%※をCO₂排出ゼロの再生可能エネルギーでまかなえるように何度もお取引先様との打ち合わせを重ねました。実証実験では、今後の新規出店、商品サービスの拡充に対してもCO₂排出量を抑制できるよう、太陽光発電パネルと同時に高効率な蓄電池を採用したほか、省エネ型の空調換気システムを導入。ほかにも細部まで省エネや快適性を追求し

世界初のインバーターエアコンを製品化するなど、当社の空調・冷凍機器に関する高度なソリューションは、建物の運用時のエネルギー使用をゼロとするZEB(ゼロエネルギービル)時代の到来とともにますます重要性を増すと考えています。こうした中、セブン・イレブン様から今回ご提案の機会を頂戴し、二つの技術を採用いただきました。二つ目は、省エネ型の空調換気システムです。店舗内ではつねに排気設備が作動しており、気圧が下がりがちです。すると、出入口の開閉のたびに外気やそこに含まれる微細な埃が店内

地域・社会の課題解決でさらにお客様満足度も高める

セブン・イレブンは、お客様ニーズの変化に対応した商品開発に注力すると同時に、「店舗づくり」においても時代や社会の変化への対応に努めています。その象徴が、地球環境問題や労働人口の減少といった地域・社会の課題解決を目指した次世代型店舗の開発・導入で、「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」をコンセプトとしています。その実証実験が、2017年12月からスタートした「セブン・イレブン千代田二番町店」(四季報V01-138)に続いて、2018年5月、神奈川県相模原市の「セブン・イレブン相模原橋本台1丁目店」でも始まりました。

た結果、90種の技術を活用することとなりました。

セブン&アイグループは、全国に2万を超える店舗を展開する特長を活かして、再生可能エネルギーの効果実証の一端を担っていくことを目指しています。

※当該店舗の電力使用量全体(見込み)における比率の計算値。

お店の快適性の向上を目指し省エネに貢献する2つの技術を提案しました



東芝キャリア(株) 取締役社長 久保 徹氏



川越工場はHotmanがタオル製造を始めた昭和38年に操業開始。ここでは染色加工が行われ、糸染め、織ったタオル生地を染める浸染、生地に模様をつける捺染(プリント)、乾燥などの工程が行われます。写真はタオルの大き目となるコットンの原糸。

人生の思い出ともある タオルをつくる

1センチ四方にカットした2種類のタオル。それを水面に落とすと、片方のタオルはあっという間に沈み始め、もう一方は、しばらく水面にとどまります。

東京都青梅市にあるタオルメーカー「Hotman」。その本社敷地内にあるファクトリーショップでは、誰でもこの実験を行うことができます。水面に落ちた瞬間に水を含んで沈み始めたのはHotmanの「1秒タオル」。一般のタオルと比べて、その吸水性の高さは一目瞭然です。

「吸水性が高いタオルは、濡れた肌に触れるだけで水分を吸い取ってくれます。お肌の弱い方や赤ちゃんにもやさし



原糸を細長いボビンに巻きとり、それを大きな釜に入れて精練・漂白します。こうしてコットンの色素を落とし、糸をつくる時のロウや鉱物油などを取り除いています。精練・漂白が終わった糸は、元の糸より白さが際立っていました。

く、大変使い心地が良いタオルです」

そう説明してくれたのは、「Hotmanの坂本将之社長。同社は明治元年創業、今年150周年を迎えました。タオルの製造は分業制が一般的ですが、企画から製造・販売までを一貫して行う日本で唯一のタオルメーカーです。

「お客様の快適で心豊かな生活に貢献する」という経営理念のもと、すべての工程を自社で責任を持って行うことを大切にしているからです。

坂本社長に「1秒タオル」の秘密をうかがうと、「当社の染色部門は、車で1時間ほど離れた埼玉県川越市に工場があります。川越は秩父山系からの地下水に恵まれていて、その水は不純物を取り除くのに最適な水です。この水を活かしたていねいな工程が、吸水性の高い、良質なタオルを生み出すのです」と水の違いついていねいな工程がHotmanのタオルづくりに欠かせないと教えてくれました。

川越工場では、原料となる綿糸の湯洗いや、織ったタオル生地を後から染める工程など、あらゆる場面で水が使われています。

タオルの吸水性を高めるには、タオルの原糸に含まれる油分や、糸の強度を増すために生産工程上つけなければならぬ糊などの不純物をきれいに洗い流し、綿が本来持っている吸水性を高めることが重要です。Hotmanの「1秒タオル」では、

抜群の吸水性と安心感に包まれる
特別な一枚



1秒タオル



水面に落ちた瞬間に沈み始める「1秒タオル」と、一般のタオル。吸水力の差は歴然です。

セブンプレミアム ライフスタイル×
Hotman 1秒タオル



埼玉県川越市

江戸時代には川越藩の城下町として栄えた川越市。「小江戸」と呼ばれる蔵造りの町並みに、シンボルの「時の鐘」。年間を通してたくさんの観光客で賑わいます。

Kawagoe City, Saitama



染色槽にタオル生地を入れて、ゆっくりと回転させて染める液流染色。4~5時間かけて染めたタオル地を取り出します。



染色したタオル地を広げる解反(かいたん)作業。

柔軟剤や吸水剤といった添加物は一切使わず、これらの工程に最適な地下水を使い、染色前に4~5時間かけていねいに不純物を取り除きます。

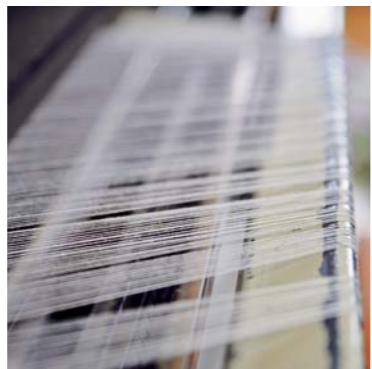
タオルは人生を通して生活の中で欠かせない身近な存在であり、大切な方に贈るギフトとしても活用されています。

「だからこそ、愛着をもって長く使っていただけのモノづくりをしたい。その思いがすべての工程に貫かれている。それがわが社の強みではないでしょうか」

正直で安全、そしてやさしいタオル。「1秒タオル」には、そんな熱い思いとやさしさが込められていました。



セブンプレミアム ライフスタイル×Hotman 1秒タオル
ウォッシュ、フェイス、ロングフェイス、バスタオル各6色
600円~2,500円(税込)



鎌倉時代から絹織物の産地として栄えた青梅。昭和38年からタオルの生産を開始。写真は本社工場のタオル地の織機です。



岡山県出身で、デニム好きの坂本将之社長。工場での経験が長く、現場を良く知るそのまなざしは決してぶれません。

各社からのニュースをお届けします

AUTUMN 2018

社会貢献 7月17日 セブン&アイHLDGS.

「平成30年7月豪雨」に対して 支援物資のお届けと義援金募集を実施

セブン&アイHLDGS.は、「平成30年7月豪雨」の被災地に対して、緊急支援物資をお届けしました。また、ヘリコプターやフェリーを用いて、被災地の避難所や店舗への販売商品の供給活動を継続して実施しています。

全国のセブン・イレブンをはじめイトーヨーカドー、そごう・西武などセブン&アイグループの各店(2万1404店)の店頭およびセブン銀行のWEBサイトでは、豪雨被災者支援のための義援金募金活動を行いました。第一次受付期間は7月10日〜7月

22日の13日間、第二次受付期間は7月23日〜8月5日の14日間、第三次受付期間は8月6日〜9月2日の28日間です。また、8月1日から14日までの間、セブン・イレブンアプリをご利用いただいております。また、被災地にお届けした方のお買物金額の1%をセブン・イレブンが負担し、義援金として被災地の行政機関を通じて被災地にお届けします。

第一次受付で集められた義援金1億3289万2067円は被災地の広島県、岡山県、愛媛県にお届けしました。



店舗の販売商品をヘリコプターで輸送。

CLOSE UP

支援物資の輸送について

第1報		
7月6日(金)	福岡県 古賀市役所へ	おにぎり 100個
7月7日(土)	福岡県 鞍手町役場へ	おにぎり 500個
	岡山県 総社市役所へ	パン 8,000個
7月9日(月)	岡山県 倉敷市役所へ	パン 8,000個
	岡山県 倉敷市内の避難所へ (岡田小学校、二万小学校、園小学校の3カ所の合計数)	おにぎり 6,000個
第2報		
7月10日(火)	広島県 府中市役所へ	水 550ml×16,128本
	広島県 竹原市役所へ	水 550ml×2,304本
第3報		
7月17日(火)	岡山県 コンベックス岡山へ	パン 6,000個

店舗への販売商品の供給

日時	輸送方法	供給品	供給先
7月9日(月)	「松山港」から「呉港」へ【フェリー輸送】	水 500ml×18,000本	呉市・江田島市内の店舗
	「奈良県ヘリポート」から「広島国際大学 呉キャンパス」へ【ヘリコプター輸送】	パン 800個	呉市内の店舗
7月10日(火)	「奈良県ヘリポート」から「広島ヘリポート」へ【ヘリコプター輸送】	パン 2,000個	庄原市内の店舗
	「奈良県ヘリポート」から「広島国際大学 呉キャンパス」へ【ヘリコプター輸送】	パン 2,000個	三次市内の店舗
7月11日(水)	「奈良県ヘリポート」から「広島国際大学 呉キャンパス」へ【ヘリコプター輸送】	パン 800個	呉市内の店舗
	「奈良県ヘリポート」から「広島国際大学 呉キャンパス」へ【ヘリコプター輸送】	パン 800個	呉市内の店舗
7月11日(水)	「奈良県ヘリポート」から「広島空港」へ【ヘリコプター輸送】	パン 1,200個	東広島市・竹原市・世羅町内の店舗
	「奈良県ヘリポート」から「広島空港」へ【ヘリコプター輸送】	パン 1,300個	東広島市・竹原市・世羅町内の店舗
7月11日(水)	「松山港」から「呉港」へ【フェリー輸送】	水 2ℓ×1,200本	呉市内の店舗

社外評価 4月27日 テルベ

「きたみワーク・ライフ・バランス認定」で 最高位の3つ星認定に

ノーマライゼーションを理念に、重度の障がいがある方の雇用を促進するために設立した特例子会社テルベが、本部のある北海道北見市の「きたみワーク・ライフ・バランス認定事業所」に認定されました。北見市では企業をワーク・ライフ・バランスの視点から多角的に審査。その結果に応じて1つ星から3つ星までのランクを設定しています。テルベは、2018年8月1日現在、19名の障がいのある方を雇用しており、グループ共通の育児・介護支援制度「リ・チャレンジプラン」や「グループ共通ヘルプライン」を採用しているほか、従業員意識調査やボランティア休暇などの特別休暇制度を運用していることなどが評価され、最高位の3つ星を獲得しました。



きたみワーク・ライフ・バランス認定事業所

なお、テルベは、設立から24年間、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、公益社団法人全国重度障害者雇用事業所協会が2017年に実施した「障害者活躍企業」認証で記念すべき第一号の認証を受けています。

企業情報 5月16日 セブン&アイHLDGS.

2018年度「お取引先懇談会」 総会を開催

セブン&アイHLDGS.は、グループ各社のお取引先様で構成される「お取引先懇談会」の総会を、グランドプリンスホテル新高輪国際館ハミールにて開催しました。出席された900社約1300名を代表し、花王(株)の澤田道隆社長から「ごあいさつをいただき、次いでビデオ「新たな挑戦を進め、ともに成長の道を切り拓く」を上映。その後、井阪隆一社長からグループの経営方針やグループ各社の事業戦略が語られ、さらなる協力関係の発展をお願いしました。



4・5月

4・5月のトピックス

新商品 4月26日 28日 そごう・西武

「自分仕様」を気軽に実現できる オーダー&カスタマイズ売場を新設

4月26日に西武池袋本店に、同28日にそごう千葉店・ジュンヌにオーダー&カスタマイズ売場「パーソナルオーダー」がオープンしました。同売場では、「ホールカーメン」のオーダーニット販売のほか、女性向け商品のオーダー販売、リフォームなど多様なパーソナルサービスにお応えします。



新サービス 5月7日

セブン銀行/セブンイレブン 口座不要の「現金受取サービス」をスタート

セブン銀行とセブンイレブン、セブンペイメントサービスは、銀行口座を介さずに企業から個人宛ての送金を受け取る「現金受取サービス」の提供を開始しました。紙幣はATMで、硬貨はセブン・イレブンのレジで受け取ることができます。

新会社情報

株式会社セブン・ベイ
所在地:東京都千代田区二番町4番地5
代表取締役社長:小林 強
資本金:1億5,000万円
株主および持株比率:
セブン・フィナンシャルサービス 70%
セブン銀行 30%

OPEN情報

7月13日(金)
ヨークベニマル石岡西店
茨城県石岡市石岡字水久保12886番
7月27日(金)
ヨークベニマル小名浜リスポ店
福島県いわき市小名浜字蛭川南5番地の4

受賞 6月8日 セブン・イレブン

第9回中日新聞社広告大賞
「読者が選ぶ東京新聞広告賞」で
部門賞を受賞

セブン・イレブン2万店記念広告が、第9回中日新聞社広告大賞の「一般紙の部」読者が選ぶ「東京新聞広告賞」で部門賞を受賞しました。ノミネートされた広告492点の中から、「ユーザーのたくさんの気持ちをもて成長していく期待が感じられ、デザインも良質」という一般読者の評価も反映されました。



3月1日、全国紙5紙30段、地方紙47紙15段に出稿。

企業情報 6月14日 セブン・イレブン

セブン・イレブン
2万店記念式典を開催

セブン・イレブンは2万店記念式典をブランドプリンスホテル新高輪において開催しました。式典にはお取引先様や政財界のトップをはじめ、伊藤雅俊名誉会長、会長としてセブン・イレブンの成長を長年けん引してきた鈴木敏文名誉顧問、グループ各社の役員など約1500名が出席しました。

当日は、セブン・イレブンの歴史とビジョンをまとめた「セブン・イレブン2万店舗への歩み」ゼロからの挑戦、そして未来へ」を上映するとともに、セブン・イレブンの古屋社長、セブン&アイHLDGS.の井阪社長が感謝のあいさつを述べ、ご来賓である味の素(株)の西井孝明社長よりご祝辞をいただきました。



20,000店舗突破への感謝の言葉を述べるセブン・イレブンの古屋社長。

新サービス 6月14日 せごう・西武

土地情報を活用した
防災備蓄品の提案サービスを開始

せごう・西武は、防災専任担当者と防災士有資格者が中心となつて企業・団体向けにBCPガイドライン策定をはじめとした防災ソリューションサービスを提供しています。防災活動や災害対策は立地に応じたリスクの見極めが重要になることから、2018年6月より、地球科学全般に関する幅広い知見を有する応用地質(株)の情報活用を開始。活断層や揺れやすさ、水害実績や液化化の危険度などを判定して、お客様に最適な備蓄品を提案するサービスを開始しました。



「オフィス防災EXPO」で災害対策を提案。

新サービス 6月21日 イトーヨーカドー

自転車シェアリングの
ステーションを設置

イトーヨーカドーは、シェア自転車用「ステーション」の設置を浦和店から開始しました。このサービスは、スマートフォンやパソコンで空車検索・予約・決済ができるOpenStreet(株)の自転車シェアリングシステム「HELLO CYCLING」を活用しており、シナネンサイクル(株)が運営します。イトーヨーカドーは、今年度中に10店舗(200台)、2020年度末までに30店舗(500台)での設置を目指しています。



浦和店にオープンしたシェア自転車用「ステーション」。

5・6月のトピックス

新サービス 5月14日 セブン・イレブン

関西のセブン・イレブン店舗が「Sポイント」サービスを導入

セブン・イレブンが関西2府4県※1で展開する約2700店舗は、お買物を通じて貯めて使える阪急阪神グループの共通ポイント「Sポイント」※2を導入しました。

※1 滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
※2 Sポイントは、1ポイント1円として利用いただけます。

新サービス 6月14日 セブン・イレブン

民泊チェックイン機の設置を
都内店舗で開始

セブン・イレブンは、都内の一部店舗に民泊利用者を対象とした「セブンチェックイン機」の設置を開始しました。(株)JTBと共同開発したサービスを活用することで、宿泊者名簿の作成から、パスポートと本人の照合、キーの引き渡しまで、一連の手続きを適正に行うことができます。



6-7月

6・7月のトピックス

社会貢献 6月21日 イトーヨーカドー/セブン&アイ・フードシステムズ

「子供の未来応援基金」に
総額555万6467円を贈呈

イトーヨーカドーとセブン&アイ・フードシステムズは、3月1日から5月31日までの3カ月間に実施した、日本政府が推進する子どもの貧困対策の一つ「子供の未来応援基金」に寄せられた募金の総額555万6467円を内閣府にお届けしました。

業務提携 7月5日 セブン&アイHLDGS.

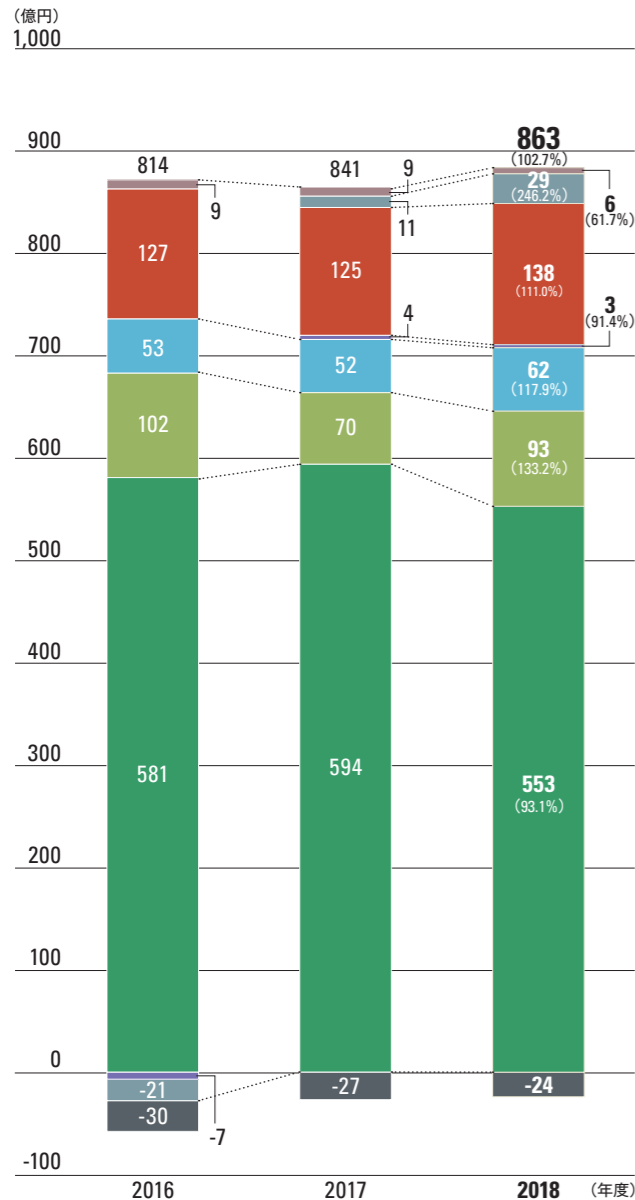
増進会ホールディングスと
業務提携契約書を締結

セブン&アイHLDGS.は、(株)増進会ホールディングスと業務提携契約書を締結しました。同社は「最高の教育で、未来をひらく。」の理念のもと、学習塾や通信教育、英会話教室、書籍、模試など多彩なサービスを提供。イベントの共同開催やセブン・イレブン店舗を答案提出拠点として活用するなど、両社のサービスを組み合わせることで幅広いお客様のニーズに答えていきます。



2019年2月期 第1四半期決算の詳細は、セブン&アイHLDGS. WEBサイト「IR資料室」へ

セグメント別営業利益 [()は前年同期比]



■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 ■百貨店事業 ■金融関連事業 ■専門店事業
■その他の事業 ■消去および全社*

*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。

■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、新レイアウトの導入や、新商品の発売および継続した品質向上に取り組んだ結果、既存店売上は前年を上回りました。しかしながら、昨年9月より実施しているセブン-イレブン・チャージ1%特別減額等の影響により、営業利益は557億円(前年同期比6.4%減)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、収益性の低い既存店舗等の閉店やオリジナル商品の開発および販売に注力するなどしたことに加え、本年1月に完了したSunoco LP社の一部店舗取得も寄与し、営業利益は140億円(前年同期比40.0%増)となりました。

■スーパーストア事業および百貨店事業

イトーヨーカ堂は、事業構造改革に注力し、既存店売上は前年を下回ったものの、営業利益は24億円(前年同期比248.5%増)となりました。ヨークベニマルは、生鮮品の販売強化や即食・簡便のニーズに対応した惣菜の品揃え拡充に努めましたが、既存店売上は前年を下回り、営業利益は27億円(同17.3%減)となりました。

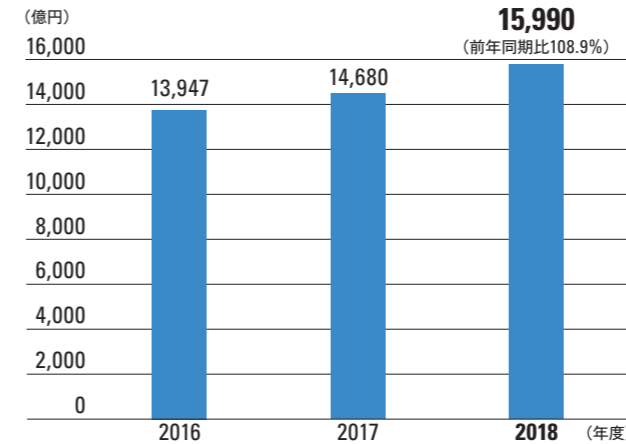
そごう・西武は、そごう横浜店において化粧品売場のリニューアルを開始するなど、事業構造改革の一環として首都圏大型店へ経営資源を集中させる戦略を推進しました。しかしながら、既存店売上は前年を下回り、営業利益は2億円(同23.5%減)となりました。

■金融関連事業および専門店事業

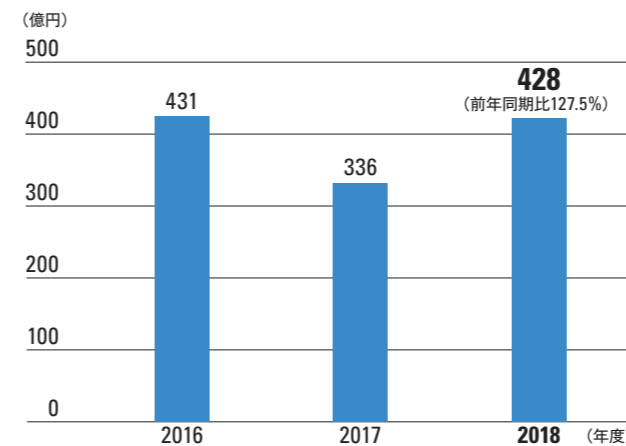
金融関連事業では主に電子マネー「nanaco」の取扱高増加により、専門店事業ではセブン&アイ・フードシステムズや赤ちゃん本舗、ロフト等の販売が好調に推移したことに加え、ニッセンホールディングスの事業構造改革にともなう経費の適正化等により、それぞれ増益となりました。またニッセンホールディングスは子会社であるシャディ等の全株式を株式会社ロコンドへ譲渡しました。

成長戦略と構造改革の推進により、
営業収益、営業利益、経常利益は過去最高を達成

営業収益



親会社株主に帰属する四半期純利益



概況

当第1四半期における国内経済は緩やかな景気回復基調で推移したものの、個人消費においては、依然として先行き不透明な状況が続いており、お客様の選別の目が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、接客の質を改善するなど、お客様満足度の向上に取り組みました。

これらの結果、当社の連結業績は、営業収益、営業利益、経常利益で、第1四半期としてそれぞれ過去最高の数値を達成しました。

なお、セブン-イレブン・ジャパンと7-Eleven, Inc.における加盟店売上を含めた「グループ売上」は、2兆8510億円(前年同期比6.6%増)となりました。



グループのプライベートブランド商品「セブンプレミアム」の売上は3,510億円(前年同期比15.1%増)となり、年間計画1兆4,100億円に対し、順調に推移。