

2020年2月期第1四半期 決算説明会

2019年7月4日

株式会社セブン&アイ・ホールディングス

19年度1Q連結業績ハイライト



セブン&アイ HLDGS.

◆営業利益と四半期純利益は過去最高益を達成

(億円)

	18年度	19年度	前期比(%)	前期差	計画比(%)	計画差
グループ売上*	28,510	28,948	101.5	+438	98.7	▲378
営業収益	15,990	15,964	99.8	▲25	98.5	▲239
営業利益	863	903	104.6	+39	106.0	+51
親会社株主に帰属する 四半期純利益	428	520	121.5	+92	116.0	+71
EBITDA (営業利益+減価償却+のれん償却)	1,454	1,518	104.4	+63	-	-

* グループ売上: セブン-イレブン・ジャパン及び7-Eleven, Inc.における加盟店売上を含めた数値

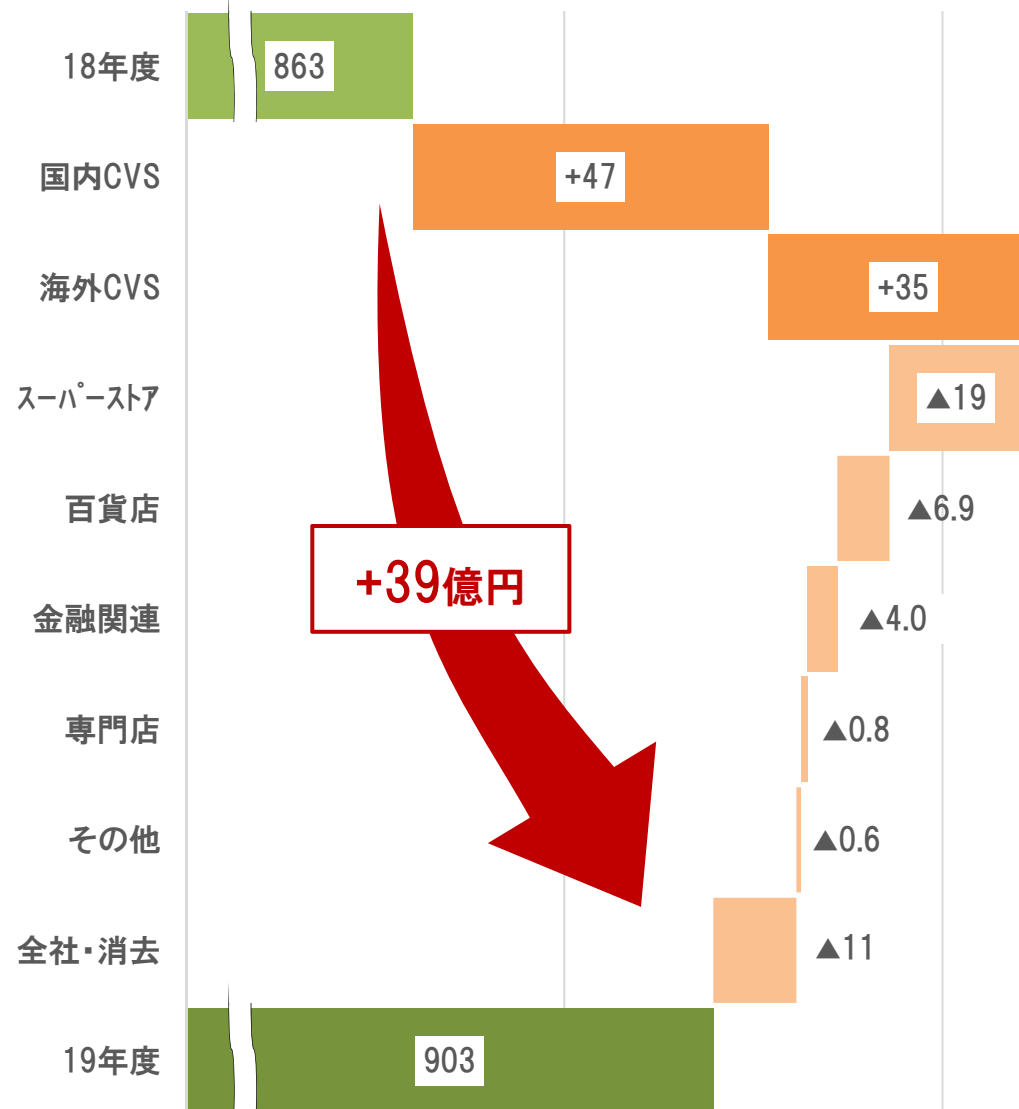
為替換算レート: U.S.\$1=110.22円 1元=16.33円

セグメント別営業利益増減



セブン&アイ HLDGS.

(億円)



主な増減要因

SEJ 荒利率の改善と販管費の適正化

SEI 既存店売上・荒利率の伸長

YBIは増益も、IYが苦戦

SS 既存店売上・荒利率の悪化

クレジットIC化費用、7pay人件費等

7FS・ニッセンは増益も、その他が苦戦

-

CRM関連費用の増加

日米CVS事業が牽引し、39億円の増益

注) SEJ: セブン-イレブン・ジャパン、SEI: 7-Eleven, Inc.、IY: イトーヨーカ堂、YB: ヨークベニマル、SS: そごう・西武、7FS: セブン&アイ・フードシステムズ

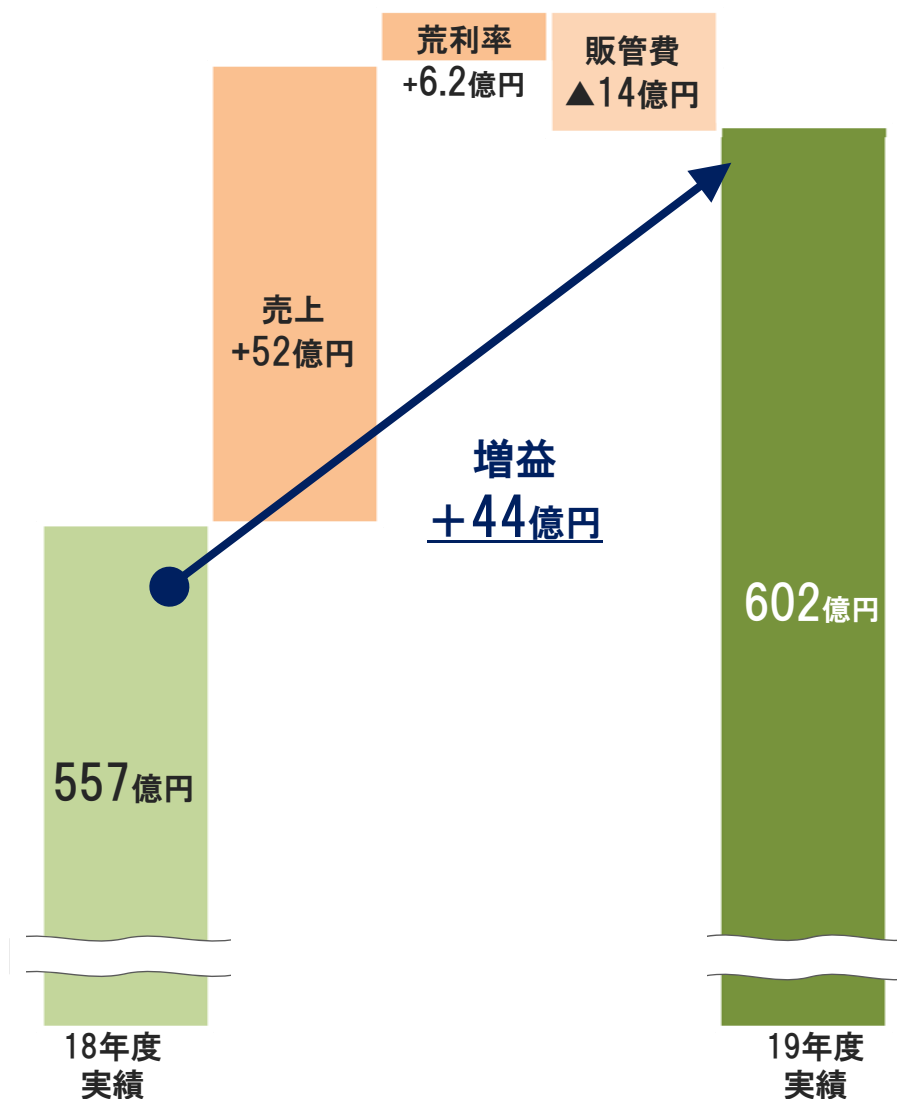
Copyright (C) 2019 Seven & i Holdings Co., Ltd. All Rights Reserved.

セブン-イレブン・ジャパン SEJ

営業利益増減要因



セブン&アイ HLDGS.



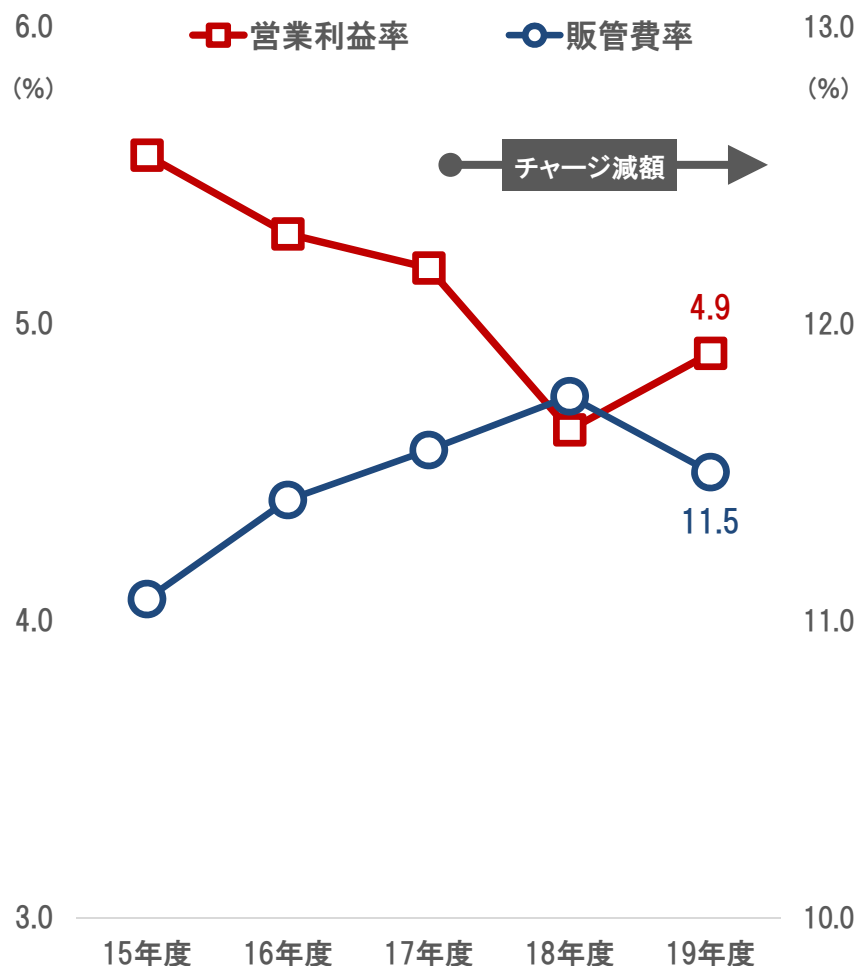
項目	実績	内容
売上	+3.0% +52億円	・既存店 +0.3% +2億円 ・店舗数増加 +50億円
荒利率	+0.1% +6.2億円	・フライヤー販売伸長 +0.1% ・おにぎりのGP改善 +0.1% ・タバコ販売伸長 ▲0.2%
販管費	1.0%増加 ▲14億円	・店舗数増加等 ▲40億円 ・広告宣伝費減 +22億円 ・人件費減 +3.9億円

既存店売上は計画未達も、荒利率の伸長と販管費適正化により計画達成

営業利益率・販管費率の推移 (第1四半期)



セブン&アイ HLDGS.



主な科目	前期差(億円)		主な要因
	18年度	19年度	
広告宣伝費	▲1.9	▲22	販促適正化 (アプリ販促への移行)
人件費	+14	▲3.9	直営店の削減 (18/5末差▲76店)
地代家賃	+35	+27	出店抑制 (18/5期差▲108店)
減価償却費	+18	+6.9	POSレジ入替一巡
販管費計	+82	+14	前期比101%に抑制

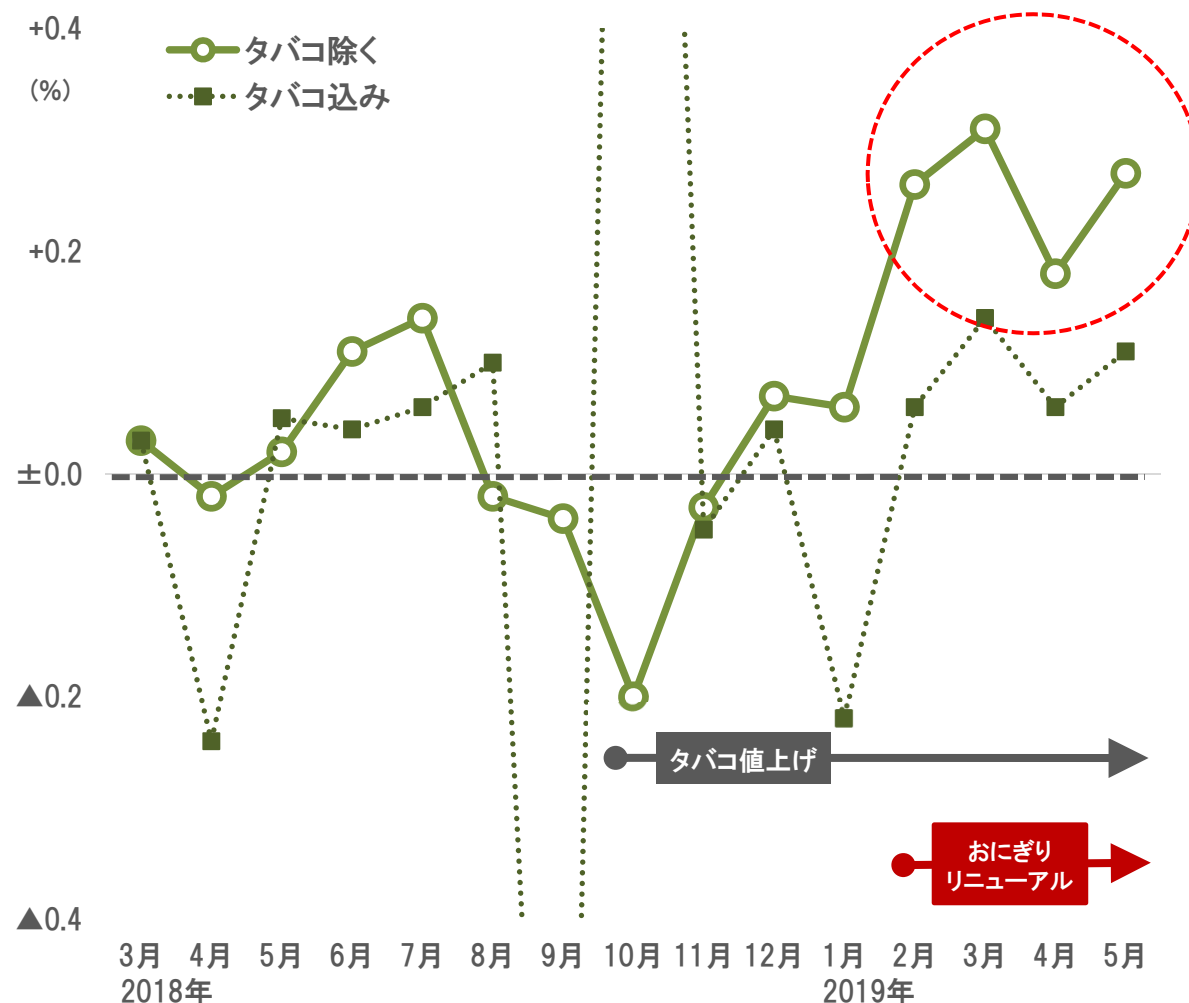
本部コスト構造の見直しに着手 ⇒ 持続的な収益性の改善

荒利率前年差異の推移



セブン&アイ HLDGS.

■第1四半期実績



カテゴリー	前年差
商品計(タバコ込み)	+0.1
商品計(タバコ除く)	+0.3
FF・日配食品	+0.3
フライヤー	+0.1
米飯	+0.1
その他	+0.1
雑貨	+0.0
酒類	+0.0
菓子・加工食品	▲0.0
アイス・ソフトドリンク	▲0.1

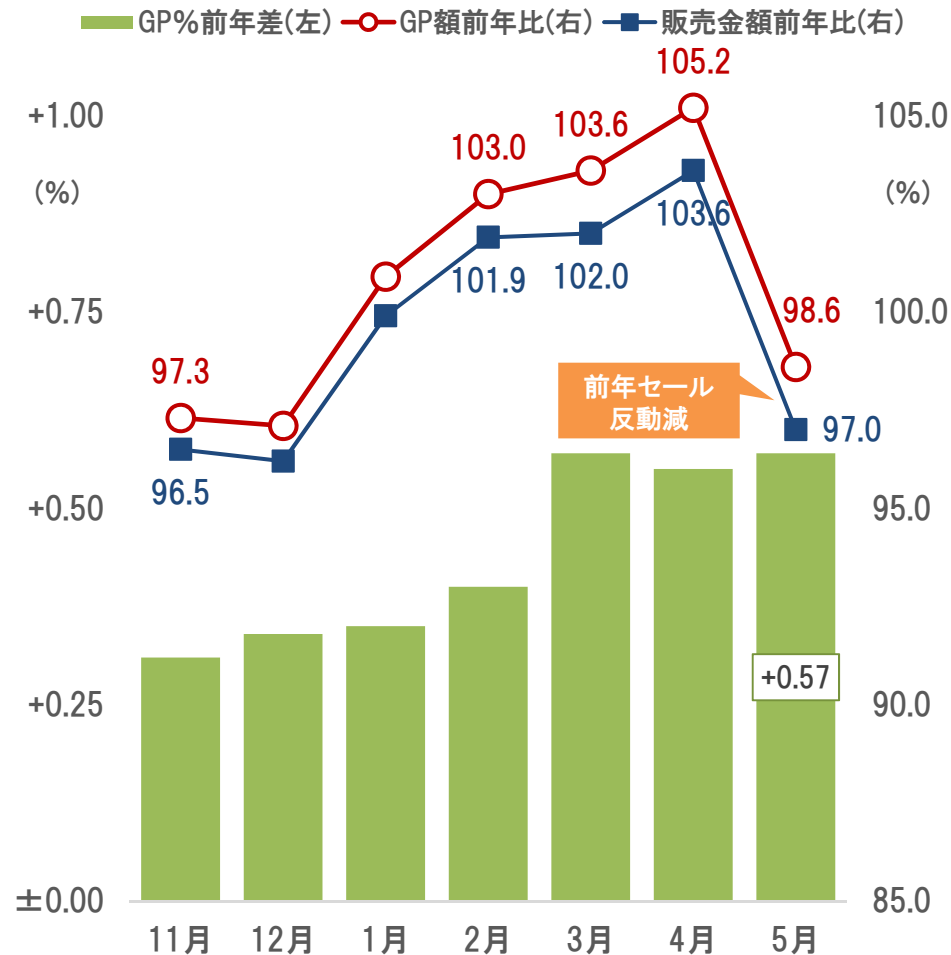
質の向上を伴うリニューアルの継続により、荒利率は改善傾向

荒利改善事例：おにぎり



セブン&アイ HLDGS.

◆「手巻きおにぎり」5アイテム全面リニューアル(2月～)



米	海苔	具材
精米	焼成	素材・製法
全面的に見直し		

大幅な品質向上を伴う価格・荒利率改定

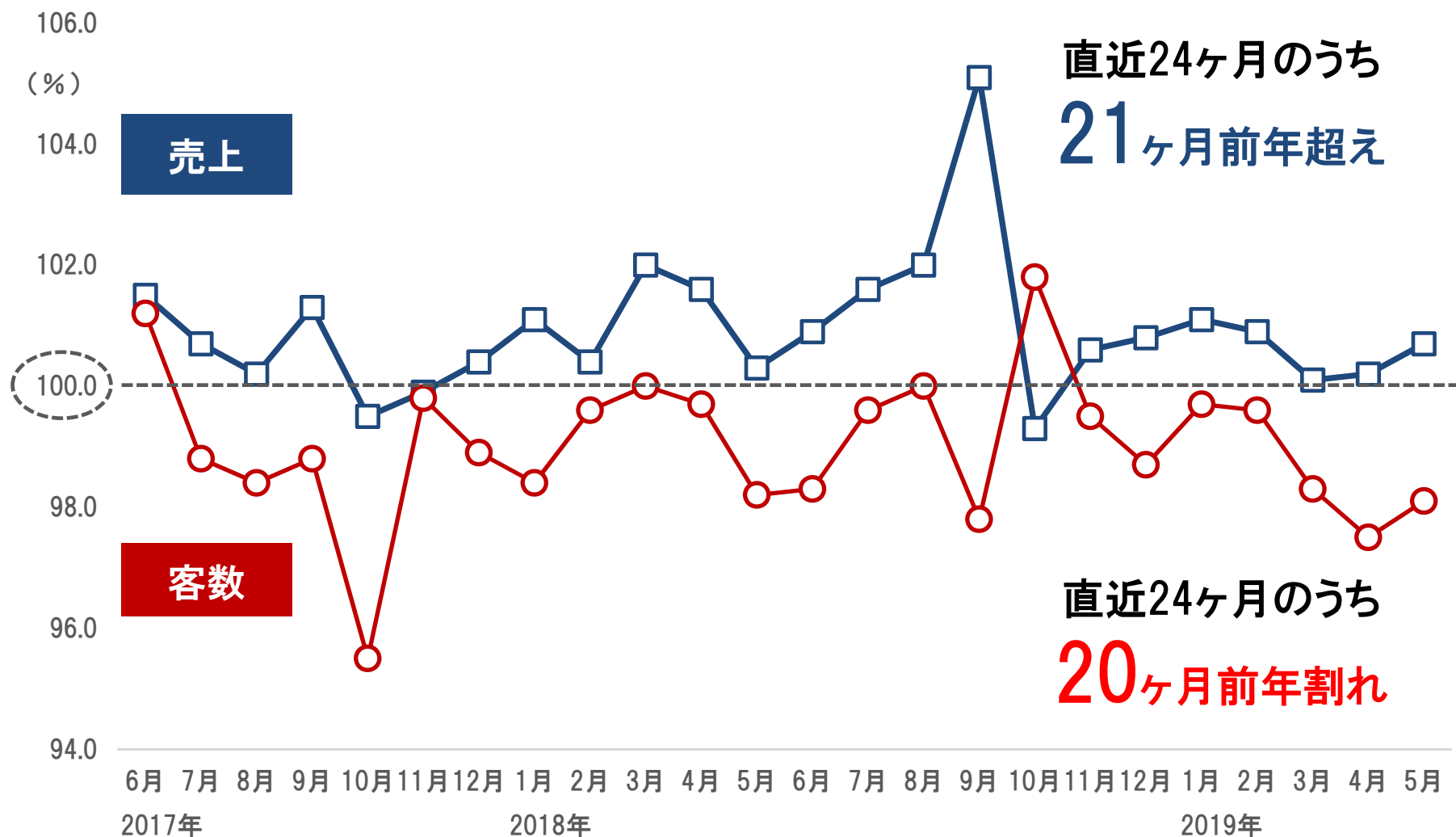
例	推奨売価(税込み)	荒利率
辛子明太子	140円 ⇒ 150円	+0.9%pt.
昆布	110円 ⇒ 115円	+0.4%pt.

リニューアル後、売上・荒利ともに改善 ⇒ カテゴリー全体を底上げ

既存店売上・客数前年比推移



セブン&アイ HLDGS.



最大の課題は**客数** ⇒ 商売の原点は来店していただくこと

客数改善への対応

◆7payの導入



7pay

7月1日～
セブン-イレブンアプリに決済機能付加

アプリダウンロード数:1,200万超
＝高い発射台からのスタート

開始3日間で150万人超が登録

◆顧客利便性の向上

同時に国内外5社のバーコード決済も利用開始

・PayPay(ペイペイ)

・ALIPAY(アリペイ)

・merpay(メルペイ)

・WeChat Pay
(ウィーチャットペイ)

・LINE Pay(ラインペイ)

販促強化

逆差別化の解消



NEWS RELEASE



2019年7月1日(予定)より全国のセブン-イレブンで
『7pay (セブンペイ)』バーコード決済開始

株式会社セブン・イレブン・ジャパン(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:永松 大憲)は、セブン&アイ独自のバーコード決済サービスである『7pay (セブンペイ)』(2019年4月実施)にて1期時は『7pay』に加え、『PayPay』、『メルペイ』、『LINE Pay』、『WeChat Pay (微信支付)』の海外2社を加えてもセブン・イレブン店舗での利用が可能となります。セブン・イレブンではこれまで、セブン&アイグループの交通系電子マネーや各種クレジットカード等のキャッシュアプリ・QR決済機能を提供してきました。2019年7月よりグループ内をセブン・イレブンアプリ内からの登録を開始し、さらに



概要

- サービス名: 7pay (セブンペイ)
- 運用開始時期: 2019年7月1日(予定)より
- サービス対象: セブン&アイ・ホールディングススマートフォンアプリ内からセブン・イレブンアプリ内から登録したユーザーは、店頭レジレジットカード等からいつでも

※期間限定でnanaco ポイント5割については後日発表
※2019年10月を目途に外部加盟セブン&アイグループ各社のアプリ

【その他のバーコード決済一覧】※2019年7月1日

PayPay Pay LINE Pay

NEWS RELEASE



史上初! 3 社合同企画! セブン-イレブンで
『最大 20%戻ってくる! キャンペーン』を実施

株式会社セブン・イレブン・ジャパン(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:永松 大憲)は、7月1日(月)より国内外各社バーコード決済サービスを開始いたします。本サービス開始にあたり、『PayPay』、『メルペイ』、『LINE Pay』の3社合同による『最大 20%戻ってくる! キャンペーン』を、全国のセブン・イレブン 20,000 店(2019年5月末現在)にて、7月11日(水)～7月21日(日)まで実施いたします。決済サービス事業者3社合同による還元キャンペーンは空前の規模となります。また、セブン&アイ独自のバーコード決済サービスである『7pay (セブンペイ)』では、『無料クーポンキャンペーン』を期間限定で実施いたします。セブン・イレブンでは、今後も便利で魅力ある商品やサービスの提供を通じて、お客様とお客様のコミュニケーションをさらに深め、多様なニーズに対応してまいります。

＜ キャンペーン概要 ＞

③ 3社合同キャンペーン第1弾『最大 20%戻ってくる! キャンペーン』

期間: 7月11日(水)0時～7月21日(日)23時59分まで(11日間)
内容: キャンペーン期間中に『PayPay』、『メルペイ』、『LINE Pay』のバーコード決済で支払うと、それぞれ支払金額の20%還元を還元。
※各社利用につき1,000円程度を上限として還元。

対象: 『PayPay』、『メルペイ』、『LINE Pay』各社および『Yahoo!マネー』経由で支払いの場合、支払金額の20%分のPayPayボーナスを付与。

※Yahoo!JAPAN カード経由で支払いの場合、支払金額の10%分のPayPayボーナスを付与。(PayPayボーナスは、毎月30日までに付与)※Yahoo!JAPAN カード以外のクレジットカードは、キャンペーン対象外。

【メルペイ】: 支払金額の20%分のメルペイポイントを実際の支払いの翌日付与。バーコード決済の他、電子マネー(D)での支払いもキャンペーン対象。キャンペーン参加には、メルペイ内で「本人確認」が必要。

【LINE Pay】: 支払い金額の20%分のLINE Pay ボーナスを、バーコード支払いの翌日に付与。

※第2弾の3社合同キャンペーンは8月12日(月)から実施いたします。



行動計画概要



セブン&アイ HLDGS.

◆2019年4月25日に、24時間営業問題に対する行動計画を公表

1. 加盟店支援強化

- ・人手不足対応
制度充実（オーナーヘルプ・従業員派遣）
従業員募集受付センター
- ・省人化
セルフレジ（今期全店導入予定）2Q導入開始予定
キャッシュレス決済促進（7月スマホ決済）
新検品システム導入（下期）
新什器・設備の導入（今期新店/改装店より）

2. オーナーとのコミュニケーション強化

- ・役員、部長クラスによる店舗訪問
5月より毎月実施
- ・エリア勉強会
定期開催
- ・オーナーアンケート
加盟店の悩み、経営課題を定期的に確認

3. 営業時間短縮の検討

- ・直営店でのテスト（3月21日～ 10店舗）
3種の休業パターン（4時間、6時間、8時間）
- ・加盟店のテスト参加
3ヶ月を1タームとし、最長2ターム実施
⇒最終的に加盟店が判断

4. 売上・利益の拡大

- ・新レイアウトの導入加速
1Q実績1,200店、今期6,000店計画⇒7,000店へ修正
- ・フードロスの削減
今秋～エシカルプログラム導入
- ・デジタル/金融戦略
7月～7payと同時に他社バーコード決済導入

作業効率の改善



セブン&アイ HLDGS.



新型常温 Gondola
棚のスライド化

▲71分 削減



新型オープンケース
棚を全てスライド化

▲30分 削減



新型フライヤー
ヒーター ⇒ IH方式
煮沸不要・清掃簡易化

▲60分 削減



オイルスマッシャー
清掃が水洗いだけに

▲15分 削減



新型FFウォーマー
スライド化+LED化

▲7分 削減



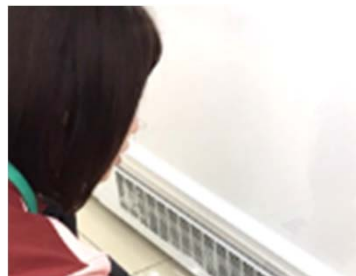
新型ウォークイン冷蔵庫
陳列量+797本

▲10分 削減



レジ袋取り出し
屈まずに袋を取り出し

▲20分 削減



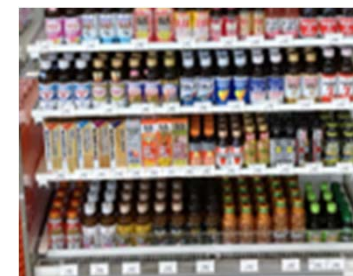
新型平台冷凍ケース
フィルター清掃簡易化

▲6分 削減



新型冷凍ケース
フィルター清掃簡易化

▲2分 削減



新型栄養ドリンクケース
フィルター清掃簡易化

▲2分 削減

作業時間を▲223分削減

シフト見直し・接客強化

売上・利益改善

新レイアウトの進捗



セブン&アイ HLDGS.

◆導入効果(5月度実績) ※18年12月までに導入した411店の数値

単位:千円

	全国 (既存店)	導入店 (411店)
日販	+4.6千円	+17.4千円
客数 (1日あたり)	▲21.0人	+16.4人
売上総利益 (月計)	+45.3千円	+165.2千円

5月度	差額
カテゴリー計	+17.4
タバコ	+4.5
冷凍食品	+2.9
麺類	+1.7
ソフトドリンク	+1.4
米飯	+1.1
サンドイッチ	+1.1
デリカテッセン	+1.0
アイスクリーム	+1.0

定点観測を実施している411店では、売上・利益押し上げ効果が継続

◆導入状況

1Q導入実績	累計店舗数
1,200店	4,600店

今期6,000店導入⇒**7,000店**へ上方修正

既存店強化を加速

フードロス削減と収益性改善（エシカルプログラム）

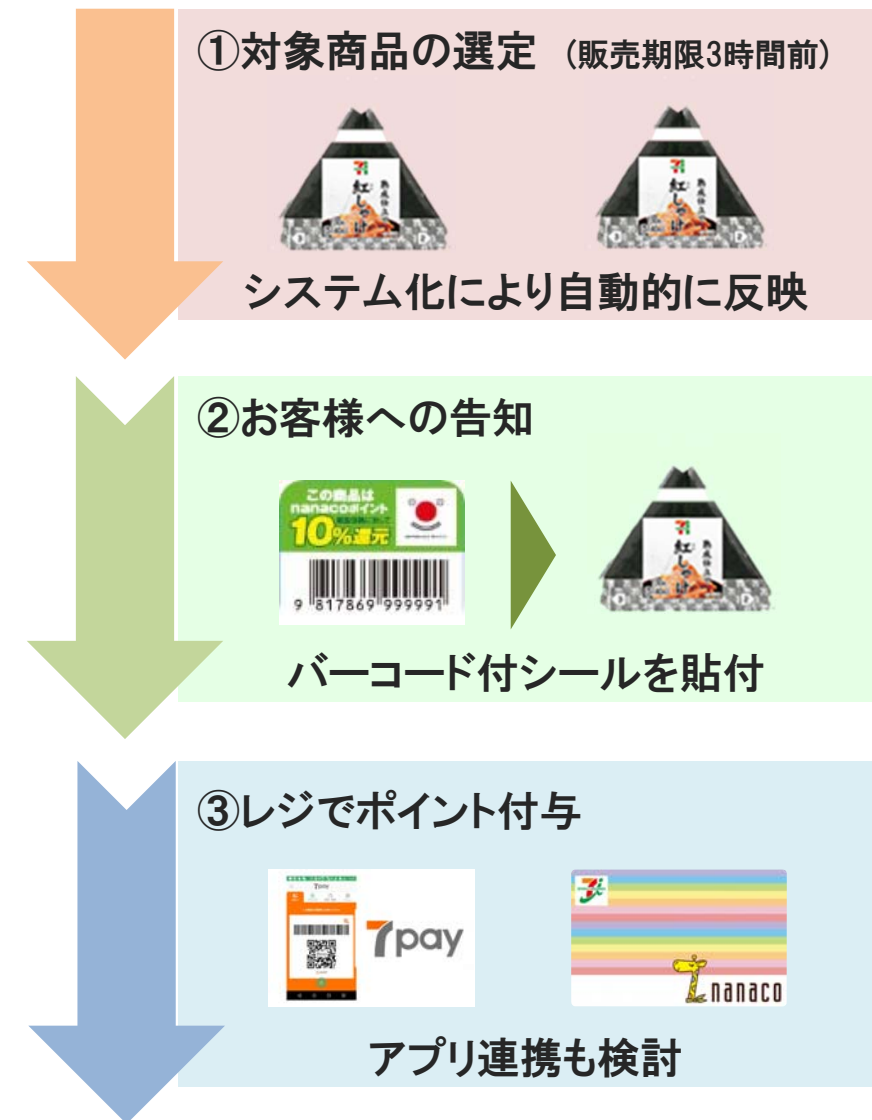


セブン&アイ HLDGS.

◆概要

考え方	フードロス削減 nanacoポイント付与による販促策 (加盟店負担なし)
スキーム	販売期限3時間前からポイント5% (時間およびポイント付与率は変更の可能性あり)
加盟店 メリット	収益性の改善 ①売上の伸長 ②廃棄ロスの削減
本部 メリット	①価格信頼性の維持 ②チャージ収入の増加 ③本部経費(廃棄負担)の軽減 ④柔軟な販促策の実現 ⑤グループへのポイント還流 ⑥7pay、nanacoの利用促進

◆流れ



エシカルプログラム 直営店テスト実績



セブン&アイ HLDGS.

◆概要

期間:19年2月 店舗:直営店10店舗

内容:販売期限3時間前のオリジナルデイリー商品*の購入にnanacoポイント(エシカルポイント)付与
(付与率3%)

*米飯・サンドイッチ・麺類・デリカテッセン・スイーツ・ペストリー

◆検証

前年差 (千円)	既存店平均			テスト店平均			差
	直近12ヶ月 平均	2月	差	直近12ヶ月 平均	2月	差	
	①	②	② - ① = ③	④	⑤	⑤ - ④ = ⑥	
平均日販	+8	+3	▲5	+12	+26	+14	+19
商品廃棄 [月額]	▲9	+8	+17	+17	▲69	▲86	▲103

今秋全店へ拡大予定

フードロス削減と加盟店収益向上の両立

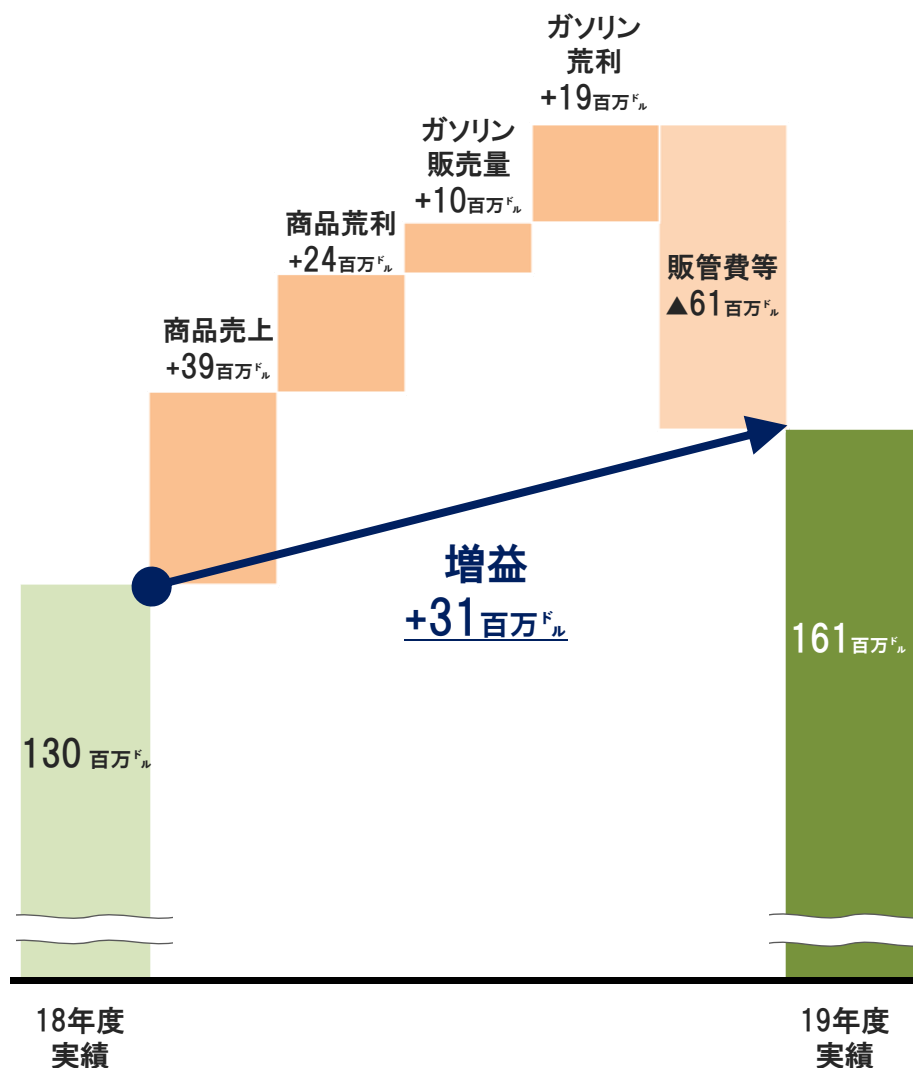
7-Eleven, Inc.

SEI

営業利益増減要因



セブン&アイ HLDGS.



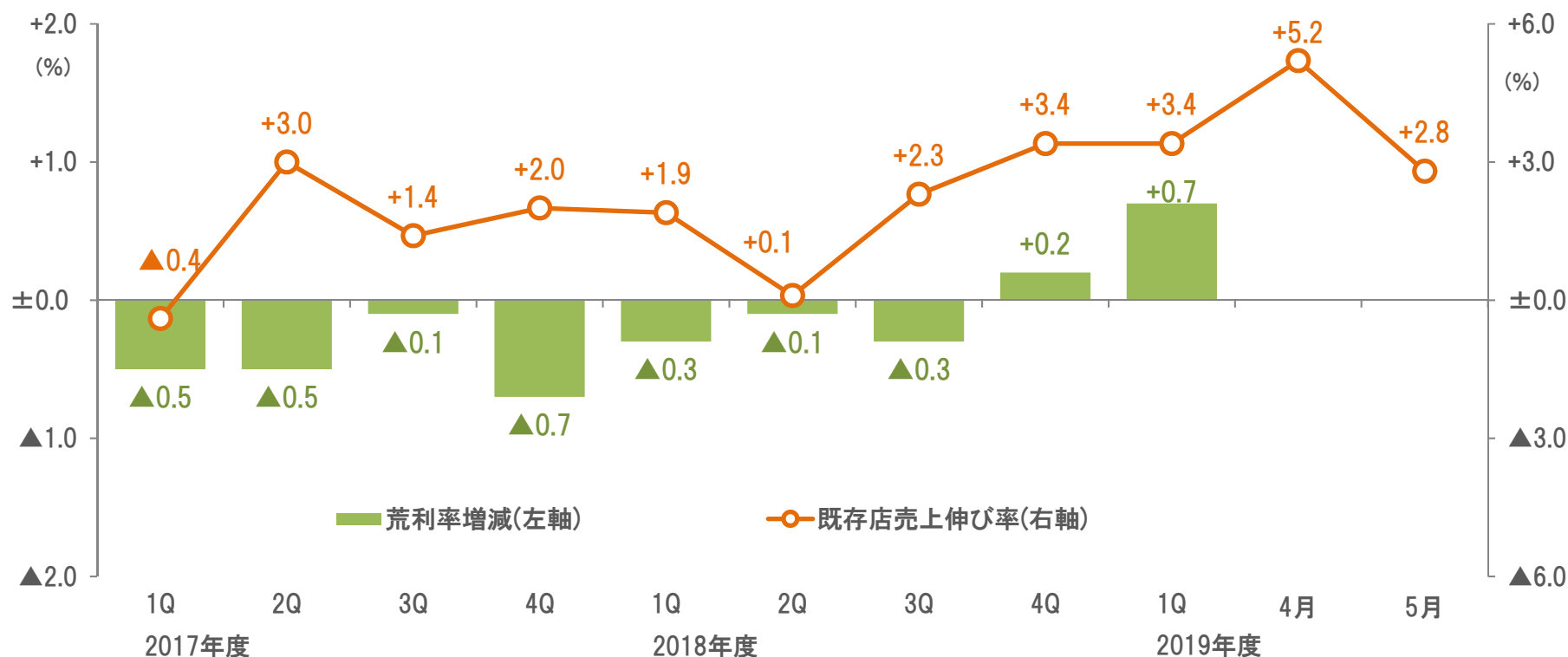
項目	実績	内容
商 品	売上 +39百万ドル	・米国既存店 +3.4%
	荒利 +24百万ドル	・荒利率 前期差 +0.7%
ガ ソ リ ン	販売量 +10百万ドル	・Sunoco取得効果 (2018年1月23日取得)
	荒利 +19百万ドル	・CPG 前期差 円 +1.20
販 管 費 等	▲61百万ドル	・Sunoco取得影響 営業日数の増加 SLB*による家賃増加 *セール&リースバック

既存店売上・荒利率の伸長とガソリン収益の向上により31百万ドルの増益

米国既存店商品売上と荒利率の推移



セブン&アイ HLDGS.



1Q 既存店商品売上 +3.4%

フレッシュフード
PB商品「セブンセレクト」
ソフトドリンク、アルコール
電子タバコ
が好調

1Q 商品荒利率 +0.7%

高GPのソフトドリンク、
PB商品「セブンセレクト」の伸長
7Rewards影響: +0.2%
Sunoco影響: +0.1%



ガソリン荒利

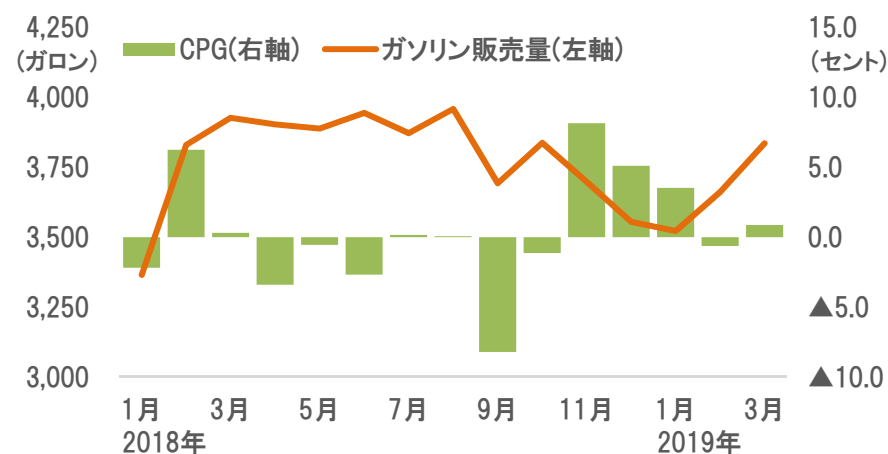


セブン&アイ HLDGS.

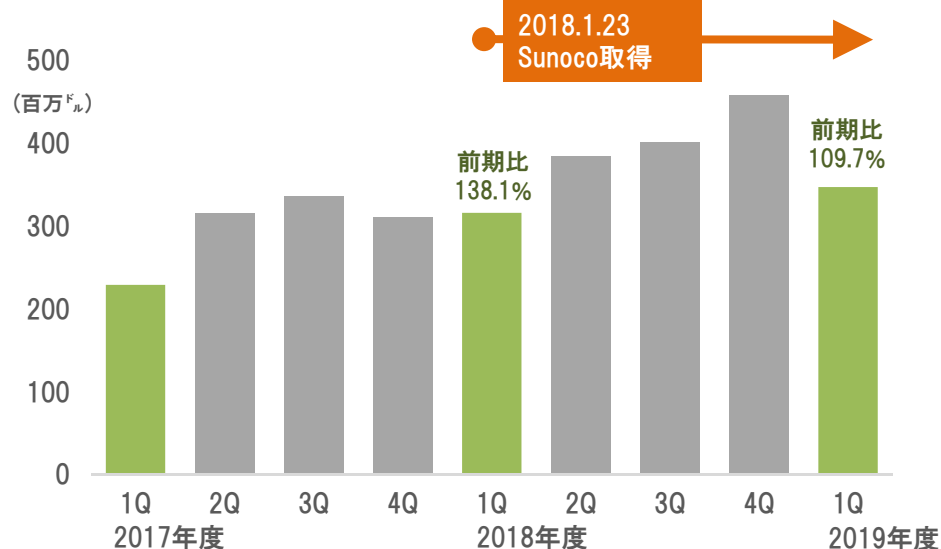
◆原油価格(WTI)の推移 出所: 米国エネルギー情報局(EIA)



◆ガソリン販売量(1日1店あたり)とCPG前年差の推移



◆ガソリン荒利額の推移



天候影響等により1店あたり販売量は減少

原油価格が上昇するも、CPGは前年超え

CPG改善と営業日数増(Sunoco)が
販売量のマイナスをカバーし 109.7%

Sunoco 実績 (2019年1Q)



セブン&アイ HLDGS.

◆営業数値 (1店舗あたり平均日販)

	Sunoco		SEI (Sunoco除き)		合計	
		前期差		前期差		前期差
商品 (ドル)	4,647	▲13	4,676	+166	4,673	+151
ガソリン (ガロン)	4,717	▲283	3,360	▲70	3,674	▲50

◆財務数値

(為替レート: \$1=¥110.22)

	Sunoco		SEI (Sunoco除き)		合計	
		前期比		前期比		前期比
営業利益 (百万ドル)	1.9	12.8%	159	138.7%	161	124.3%
営業利益 (億円)	2.0	13.0%	176	141.2%	178	126.6%
のれん償却額 (億円)	19 [*]	101.8%	29	105.5%	49	104.0%
連結への貢献 (億円)	▲17	-	146	151.8%	129	137.7%

主にセール&リースバックに伴う賃料の増加により大幅減益も、ほぼ計画通り推移

*のれん額1,388百万ドルにて算出

Copyright (C) 2019 Seven & i Holdings Co., Ltd. All Rights Reserved.

ラボ・ストアの開設



セブン&アイ HLDGS.

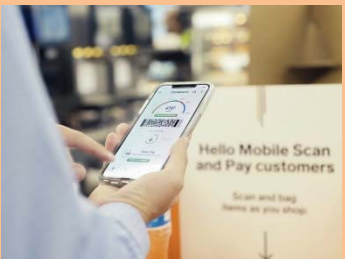
2019年3月22日 ダラスに実験店舗をオープン

【目的】

- ・新しいプラットフォームと商品のテスト
- ・PDCAを回し、顧客ニーズを理解
- ・将来の店舗デザインへの活用検討



◆主なテスト事例

ラレド・タコ	カウンター飲料	アルコール飲料	インスタアベカリー	その他
				
ダラス初進出	・コーヒー ・ニトロコールドブリュー ・コールドプレスジュース ・スムージー 等	・クラフトビール ・ワインセラー	・クッキー ・クロワッサン 等	スキャン&ペイ (スマホレジ)

固定観念を捨て、顧客にフォーカスし、数ヶ月前には考えてもいなかったことをテスト

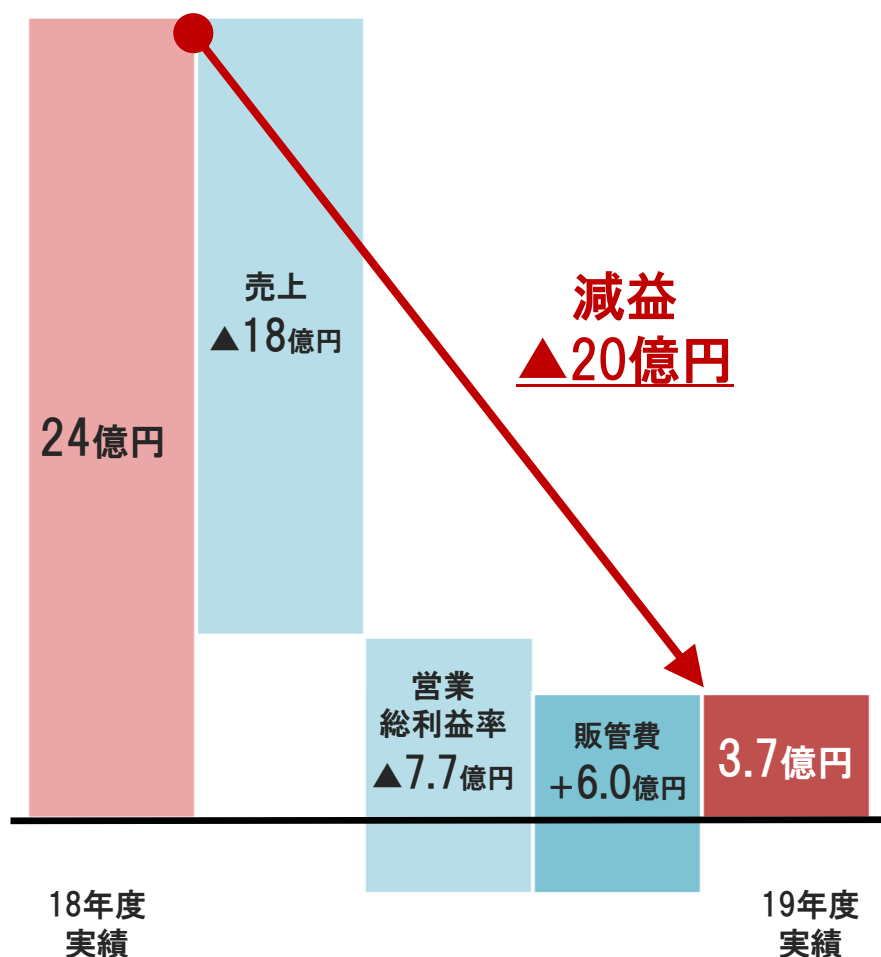
検証を繰り返し、成果が見込める取組みは、既存店への水平展開を検討

イトーヨーカ堂 IY

営業利益増減要因



セブン&アイ HLDGS.



項 目	実 績	内 容
売 上	▲2.4% ▲18億円	・店舗数減 前期差▲5店 ・SC既存店 ▲0.1% (自営既存店 ▲1.6%)
営 業 総利益率	▲0.3% ▲7.7億円	・自営荒利率 ±0.0% ・テナント構成比増による 営業総利益率の低下
販 管 費	0.8%減 +6.0億円	・人件費減 +15億円 ・地代家賃減 +5.4億円 ・宣伝装飾費増 ▲3.9億円 ・その他 ▲11億円

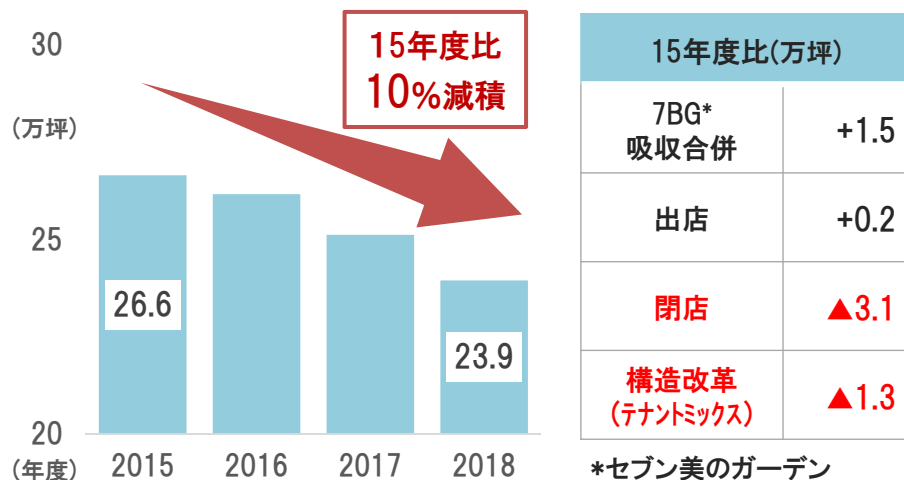
販 管 費 抑 制 も 売 上 ・ 荒 利 率 の 苦 戦 に よ り 計 画 大 幅 未 達

店舗構造改革

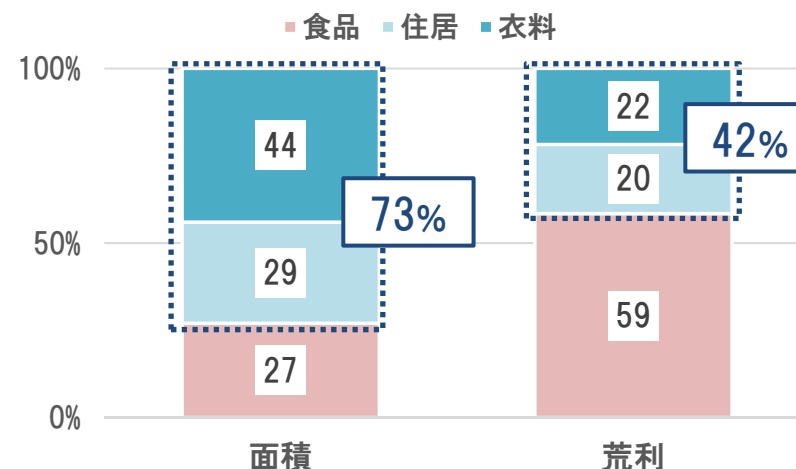


セブン&アイ HLDGS.

◆衣料・住居の売場面積推移



◆自営売場面積と荒利構成比(18年度)



◆組織・管理体制の見直しと今後の施策



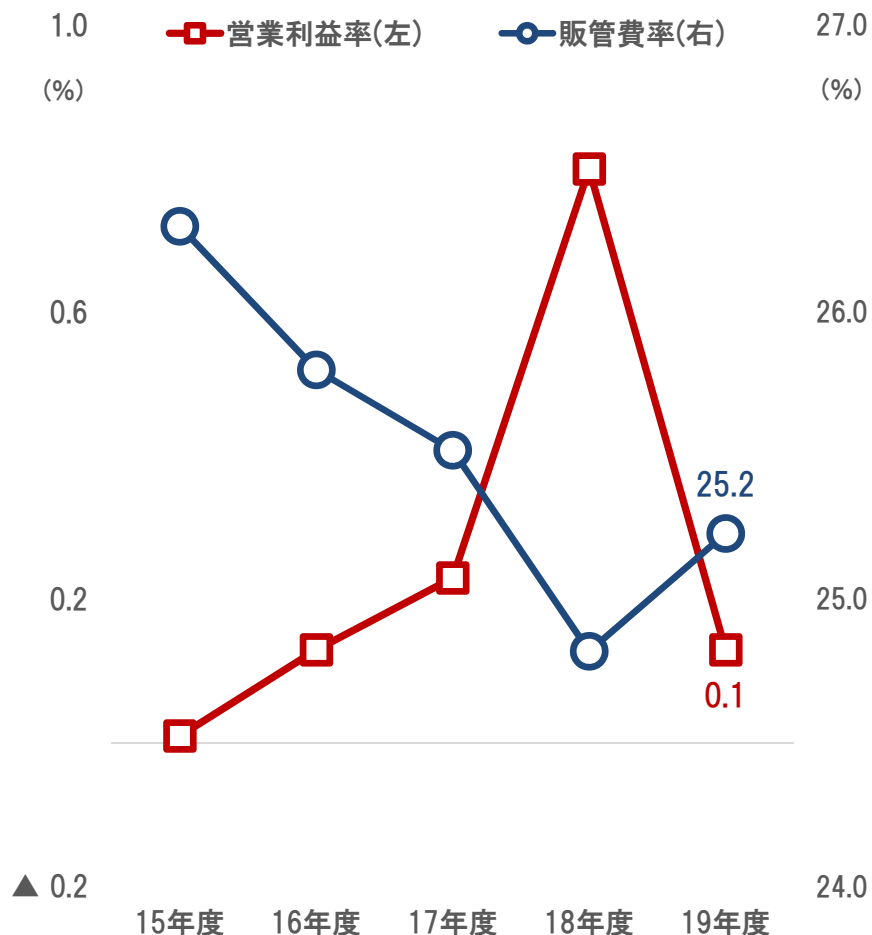
新しいコンテンツを開発・導入し、立地特性に合わせた商業施設へ再生

販管費率低減の取組み(第1四半期)



セブン&アイ HLDGS.

◆営業利益率・販管費率の推移



科目	伸び率	要因
宣伝装飾費	+8.7%	GW対応等の販促活動
人件費	▲5.0%	閉店、給与体系見直し
地代家賃	▲3.8%	閉店による減少
減価償却費	+7.8%	新店、改装による増加
その他	+4.2%	改装関連費用増加等
販管費合計	▲0.8%	

販管費率は低下傾向も
25%を超える高水準が課題

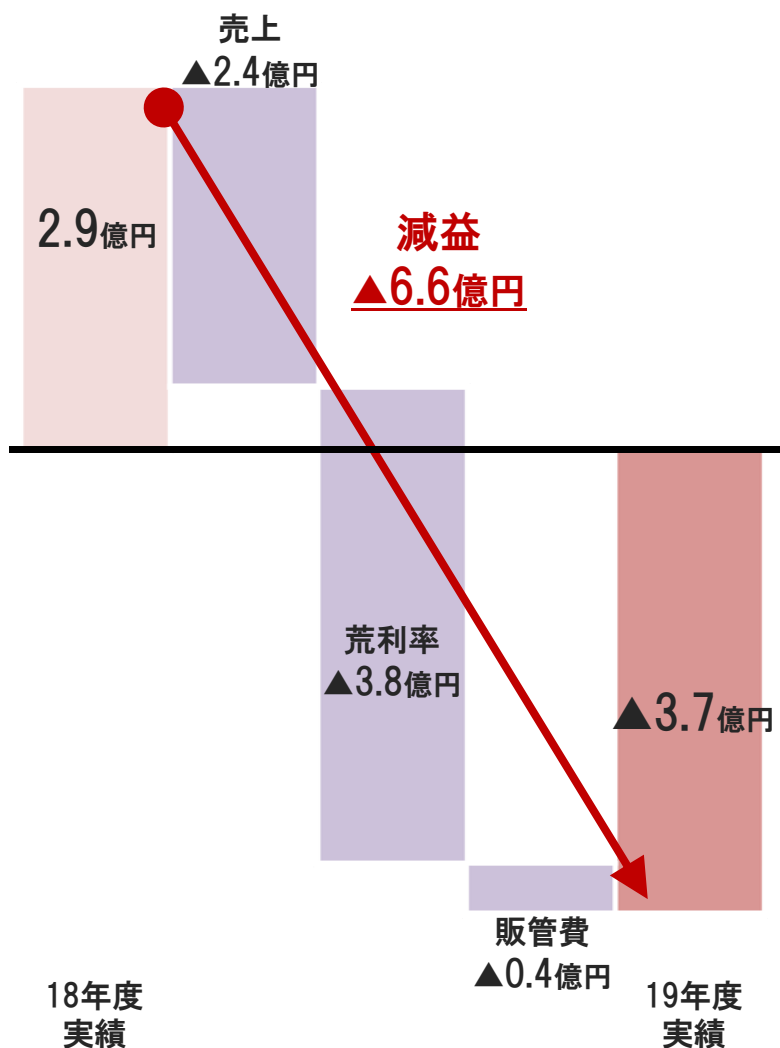
10月に具体的対応策を公表
⇒店舗政策・投資規律・人員配置等

そごう・西武
SS

営業利益増減要因



セブン&アイ HLDGS.



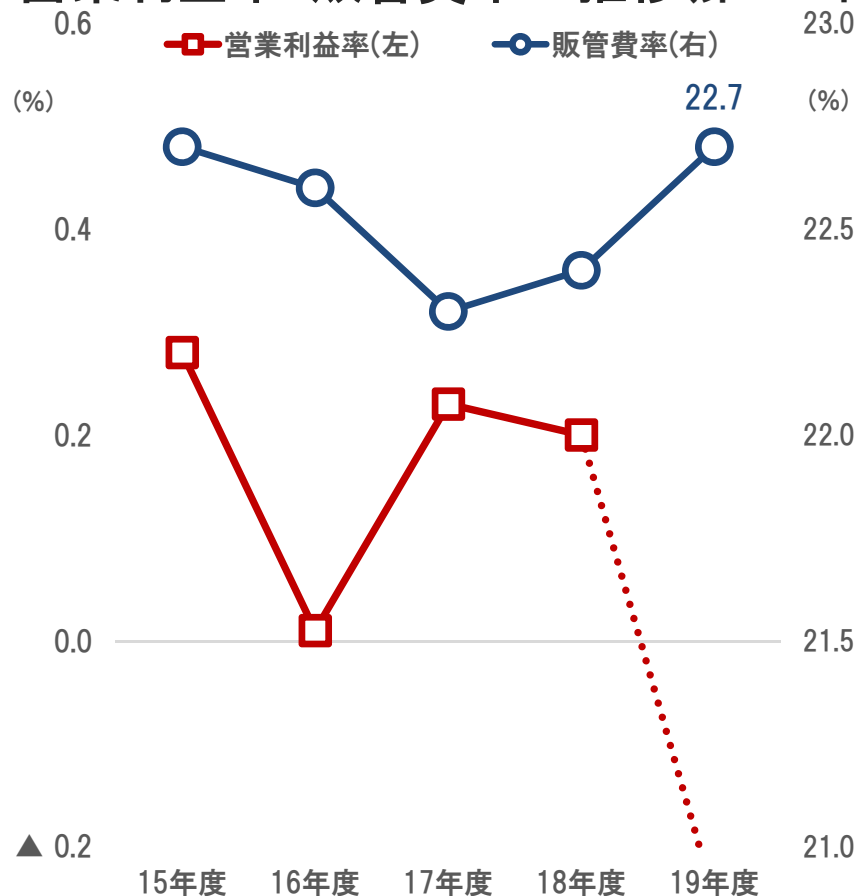
項目	実績	内容
売上	▲1.0% ▲2.4億円	前期比 首都圏基幹店* 100.0% 地方・郊外店 97.6% 法人外商 93.9%
荒利率	▲0.4% ▲3.8億円	ラグジュアリーブランドや食品など、低荒利商品の売上伸長
販管費	+0.2% ▲0.4億円	・減価償却費増 ▲2.5億円 (前期POSレジ入替に伴う増加) ・宣伝装飾費増 ▲1.3億円 ・人件費減 +2.1億円 (人員配置管理による効率化)

既存店売上・荒利率の苦戦により計画大幅未達

*首都圏基幹店：池袋、横浜、千葉、渋谷、大宮の5店舗

販管費率低減の取組み

◆営業利益率・販管費率の推移(第1四半期)



更なる改革プランは10月に公表予定

これまでの人員適正化対応

2016年	希望退職の募集・実施	約360名
2017年	神戸・高槻店の譲渡	約870名 (パート含む)

19年度2Q以降の取組み

適正化 効率化	ローコストオペレーション ディベロッパー型へ移行 所沢店	▲約140名
	基幹店の省人化運営 千葉店でテスト	▲約20名
	人員配置の見直し(出向・転籍) 採用抑制	▲約50名
生産性 改善	成長領域(非店頭)へのシフト お客様・法人外商の増強	約80名

19年度 インパクト

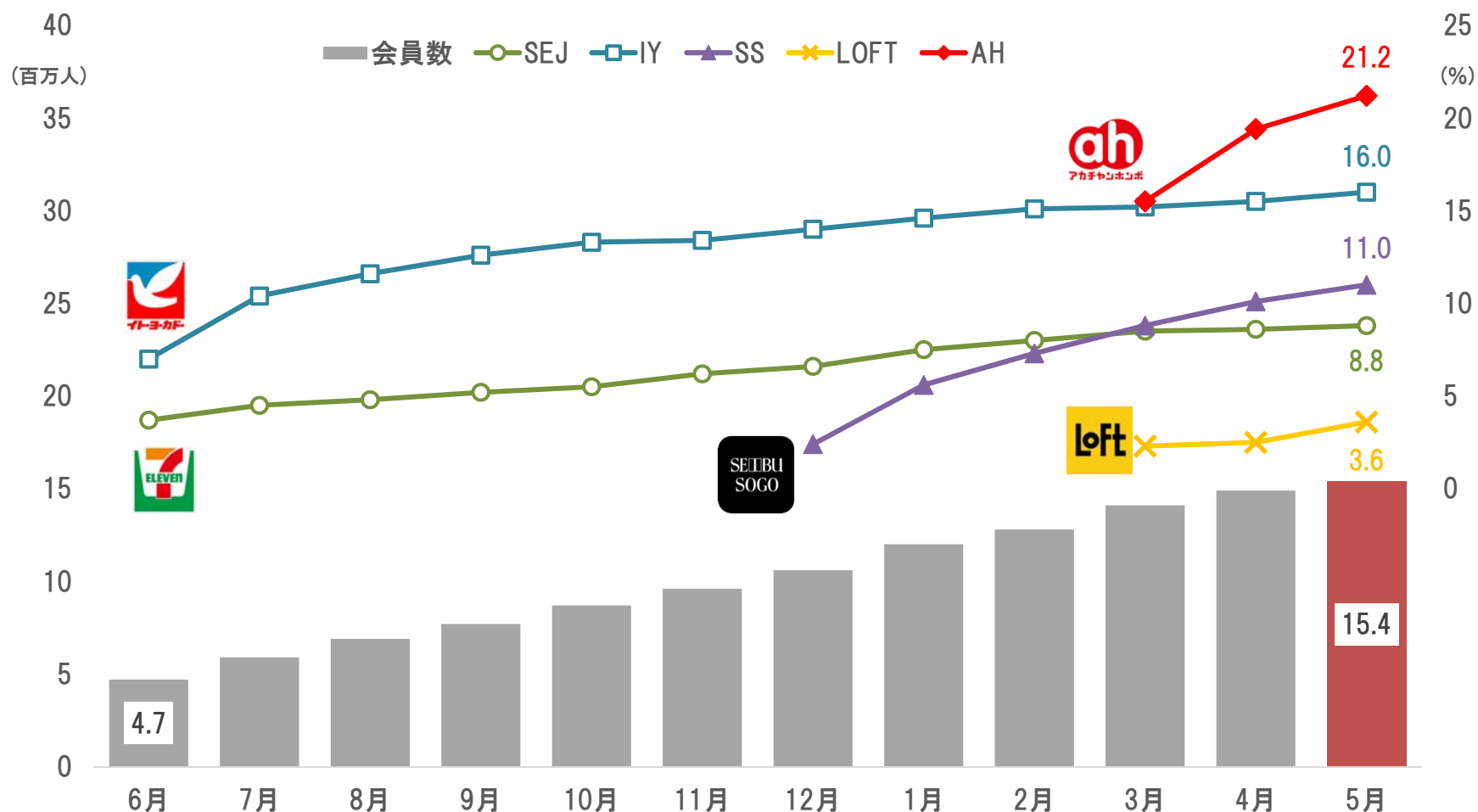
人件費	▲約4億円	1人あたり 生産性	前期比103%
-----	-------	--------------	---------

デジタル戦略

7iD会員数と各社アプリ提示率の推移



セブン&アイ HLDGS.



マイルプログラム開始後1年で**1,500万人突破** アプリ提示率も順調に伸長

7iD会員数とnanaco会員*の比較



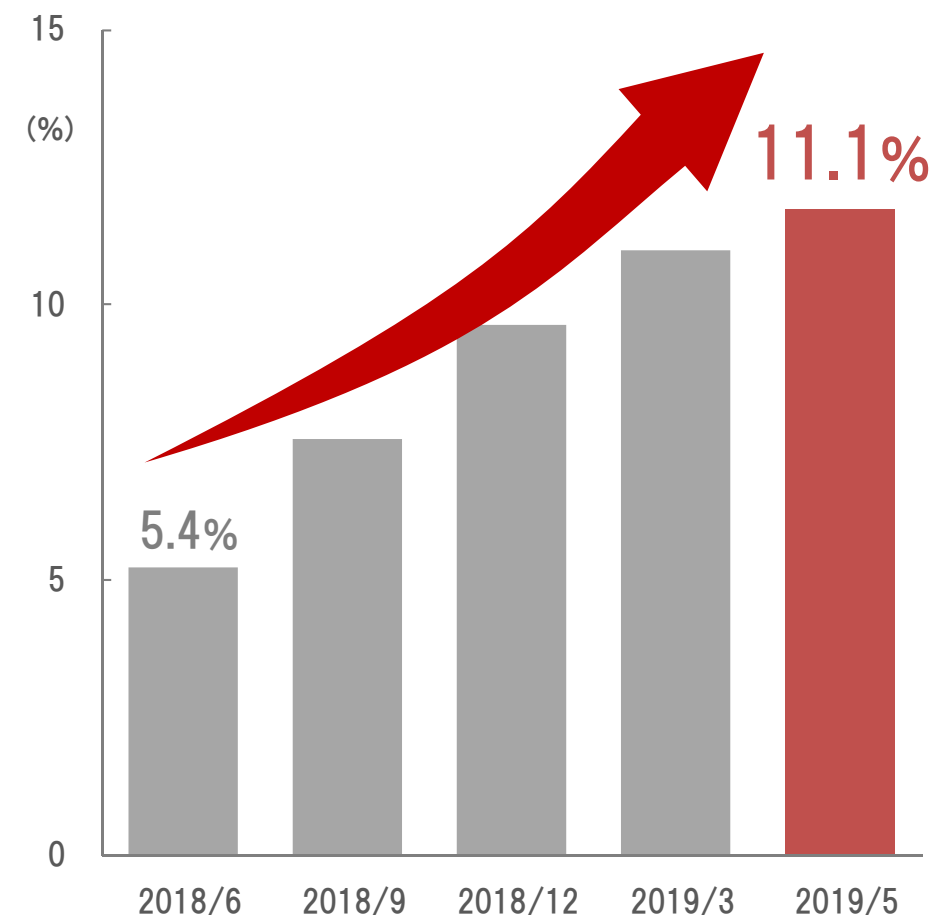
セブン&アイ HLDGS.

◆2019年5月度の月間購買比較

		 SEVEN iD	 ナナコ nanaco	差
	アクティブ ユーザー (万人)	503	1,084	▲581
	購買金額 (円)	7,101	6,068	+1,033
	購買回数 (回)	11.7	8.9	+2.8
	アクティブ ユーザー (万人)	80	190	▲110
	購買金額 (円)	15,544	7,132	+8,412
	購買回数 (回)	5.9	3.3	+2.6

◆7iD会員購買金額構成比推移

(7iD導入会社の総売上高に占める割合)



購買金額・回数ともにnanaco会員を上回る7iD会員の構成比は順調に伸長

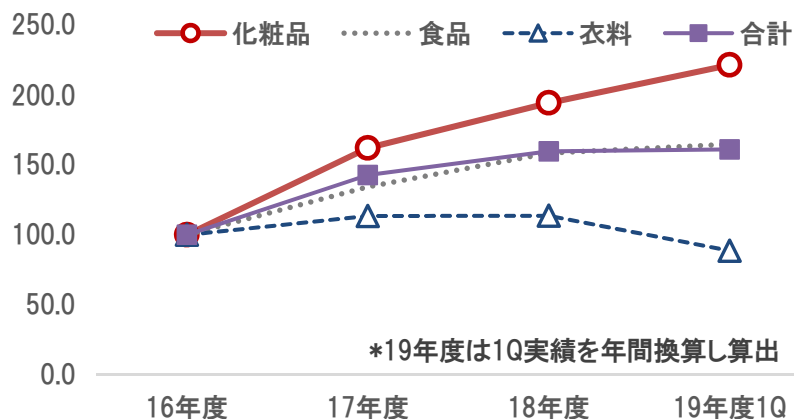
*7iDを持たないnanaco会員

SS (e.デパート) × SEJ 相互送客企画



セブン&アイ HLDGS.

◆e.デパートの推移(16年度を100とした指数)



◆強みの源泉



キレイステーション

ブランドを跨いだ、個別カウンセリング

2回目以降のリピート購入はe.デパートで

お近くのセブン-イレブンで受取り

リアル × ネット × グループインフラ

相互送客
促進策

20～50代の女性アプリ会員へのプロモーションを強化 (6/24～7/21)

e.デパートで化粧품을注文 + セブン-イレブン店頭受取り
⇒ nanacoギフトomni7、7カフェ/カフェラテ無料クーポンをプレゼント



※1回(税抜)6,000円以上のお買い物、おひとり様1回限り

◆検証①受注金額前年比

(%)	5月度	6/24週	差異
e.デパート計	104.9	107.1	+2.2
化粧品	106.7	127.8	+21.1
店頭受取り	108.1	191.3	+83.2

◆検証②店頭受取り構成比

(%)	5月度	6/24週	差異
e.デパート計	27.0	35.8	+8.8
化粧品	37.7	54.6	+16.9

新規7-11受取り顧客の**53.8%**が店内商品を購入

アカチャンホンポ (AH) × IY 相互送客企画



セブン&アイ HLDGS.

◆前提

AHのお客様 ≡ 妊娠中・乳幼児がいる親

日々の買い物に不便を抱えている方が多い

IYネットスーパーを推奨し、課題解決へ

◆認知促進策 (4/30～5/22)

IY&AHのアプリを両方ダウンロード⇒クーポン配布



◆アプリ併用会員の増加

	実施前	実施後	差
併用会員	34,100人	41,300人	+7,200人

実施前比 **2割増**

◆新規顧客の獲得

ネットスーパークーポン利用状況(6/1～15)

利用者	売上
670人	530万円

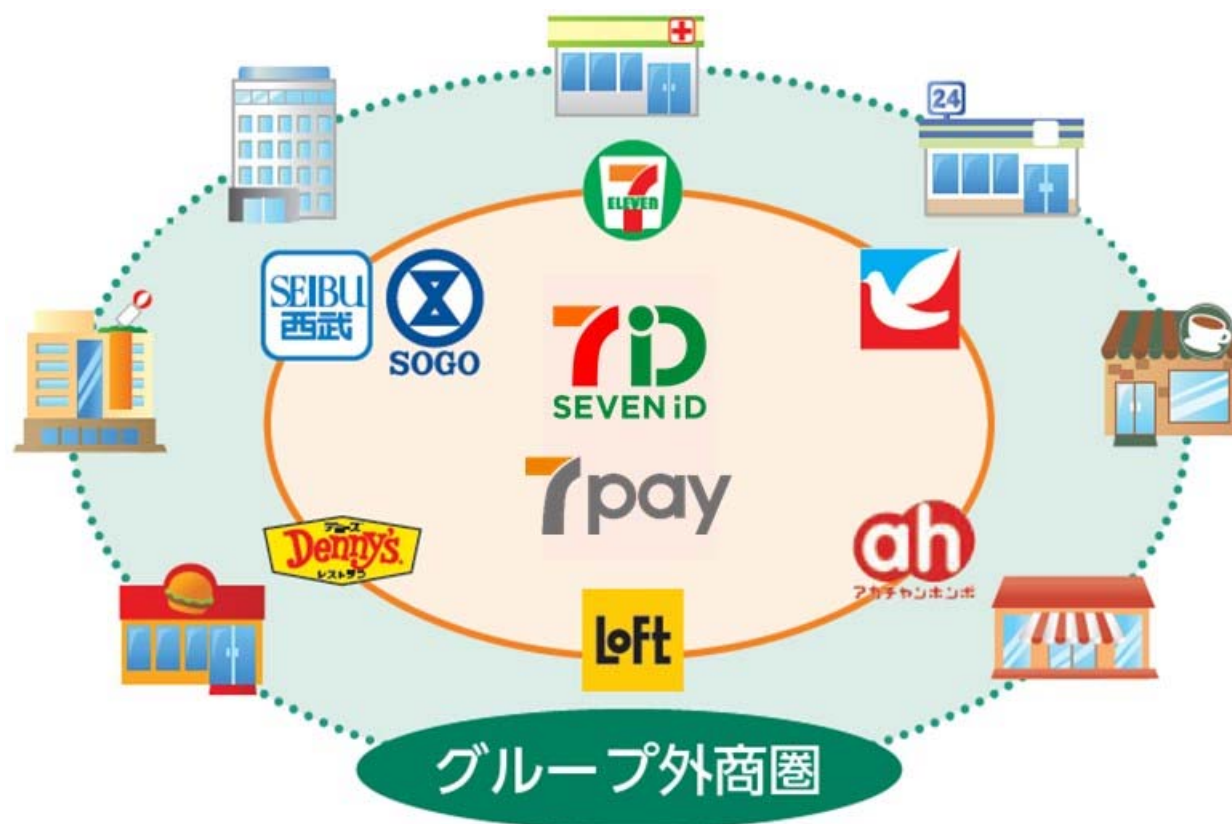
事業会社間の相互送客 = グループシナジーの発現を目指す

今後の展望



セブン&アイ HLDGS.

2019年10月 7pay単独アプリ配信 ⇒ 外部加盟店での利用開始



目指す姿

どこでも使える(利用範囲拡大)

利用機会増加

購買行動理解

「7pay」
残高増加

商品・サービス
開発

グループ
利用増加

売上・利益の伸長

デジタル戦略とリアルビジネスの相乗効果を追求



A p p e n d i x

セグメント別営業収益 (第1四半期)



セブン&アイ HLDGS.

単位: 億円

	18年度	19年度	前期比(%)	前期差
連結営業収益	15,990	15,964	99.8	▲25
国内コンビニエンスストア	2,338	2,364	101.1	+25
海外コンビニエンスストア	6,092	6,215	102.0	+122
スーパーストア	4,760	4,676	98.2	▲84
百貨店	1,416	1,405	99.2	▲11
金融関連	536	539	100.7	+3.8
専門店	980	892	91.1	▲87
その他	56	55	98.8	▲0.6
消去および全社	▲190	▲184	-	+6.6

為替換算レート: U.S.\$1=110.22円 1元=16.33円

Copyright (C) 2019 Seven & i Holdings Co., Ltd. All Rights Reserved.

セグメント別営業利益 (第1四半期)



セブン&アイ HLDGS.

単位: 億円

	18年度	19年度	前期比(%)	前期差
連結営業利益	863	903	104.6	+39
国内コンビニエンスストア	553	601	108.5	+47
海外コンビニエンスストア	93	129	137.7	+35
スーパーストア	62	43	69.4	▲19
百貨店	3.6	▲3.2	-	▲6.9
金融関連	138	134	97.1	▲4.0
専門店	29	28	97.3	▲0.8
その他	6.0	5.4	89.4	▲0.6
消去および全社	▲24	▲36	-	▲11

為替換算レート: U.S.\$1=110.22円 1元=16.33円

Copyright (C) 2019 Seven & i Holdings Co., Ltd. All Rights Reserved.

主要事業会社営業利益 (第1四半期)



セブン&アイ HLDGS.

単位: 億円
[百万ドル]

	18年度	19年度	前期比(%)	
			前期比(%)	前期差
セブン-イレブン・ジャパン	557	602	108.0	+44
7-Eleven, Inc.	140	178	126.6	+37
[ドルベース]	[130]	[161]	[124.3]	[+31]
イトーヨーカ堂	24	3.7	15.7	▲20
ヨークベニマル (ライフフーズ込み)*	37	43	116.3	+6.0
そごう・西武	2.9	▲3.7	-	▲6.6

* ライフフーズ…主にヨークベニマルの店舗において惣菜を製造・販売しているヨークベニマルの子会社
ライフフーズ込みの営業利益は管理上の数値

為替換算レート: U.S.\$1=110.22円 1元=16.33円

連結要約貸借対照表 (2019年5月末)



セブン&アイ HLDGS.

単位: 億円

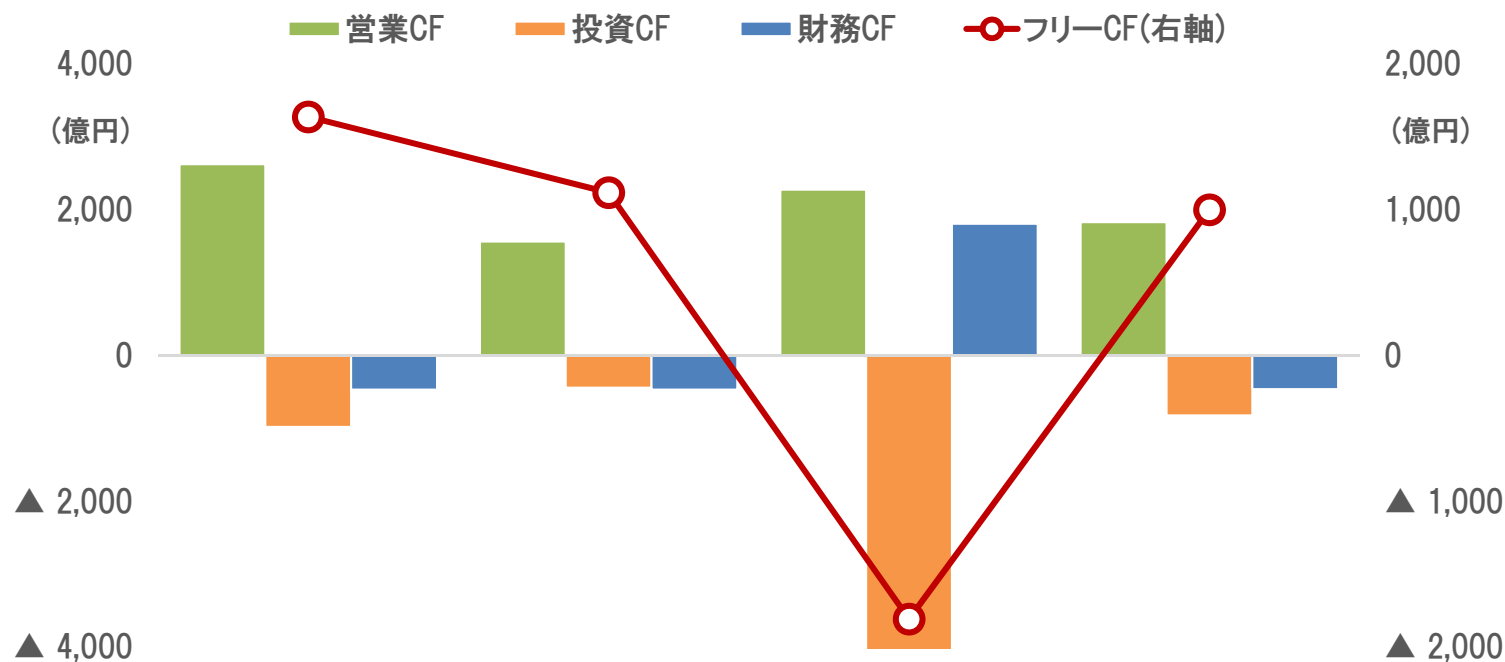
資産の部 (主要科目のみ)	2019/2	2019/5	前期末差	負債・純資産の部 (主要科目のみ)	2019/2	2019/5	前期末差
流動資産	23,264	24,616	+1,351	負債合計	31,225	33,044	+1,818
現金及び預金	13,145	13,688	+543	流動負債	19,927	21,556	+1,629
7BK現金及び預け金	7,754	7,765	+10	支払手形及び買掛金	4,116	4,606	+490
受取手形及び売掛金	3,360	3,807	+447	短期借入金	1,431	1,403	▲28
固定資産	34,685	34,836	+151	1年内償還・返済予定の 社債及び長期借入金	1,566	1,700	+133
有形固定資産	21,186	21,313	+127	預り金	1,740	2,760	+1,020
建物及び構築物	9,540	9,684	+143	銀行業における預金	5,883	5,919	+35
土地	7,516	7,523	+7.4	固定負債	11,298	11,487	+189
無形固定資産	6,084	6,087	+2.3	社債	3,619	3,419	▲199
投資その他の資産	7,413	7,435	+21	長期借入金	4,434	4,475	+41
繰延資産	1.0	1.1	+0.1	純資産合計	26,724	26,409	▲315
資産合計	57,950	59,453	+1,503	負債・純資産合計	57,950	59,453	+1,503

注) 企業会計基準第28号の適用に伴い2019年2月期の数値を遡及適用しております

連結キャッシュ・フロー計算書 (第1四半期)



セブン&アイ HLDGS.



(億円)	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2018年度との差
営業活動によるCF	2,617	1,558	2,269	1,822	▲446
投資活動によるCF	▲983	▲444	▲4,076	▲825	+3,251
フリーCF	1,633	1,114	▲1,807	996	+2,804
財務活動によるCF	▲471	▲471	1,801	▲464	▲2,266
現金及び現金同等物 期末残高	12,609	12,711	12,906	13,642	+736

19年度セグメント別営業収益・営業利益計画



セブン&アイ HLDGS.

◆連結、セグメントともに計画は据え置き

単位：億円、%

	営業収益			営業利益		
		前期比	前期差		前期比	前期差
連 結	67,410	99.3	▲502	4,200	102.0	+84
国内コンビニエンスストア	9,830	102.9	+275	2,514	101.9	+46
海外コンビニエンスストア	27,400	97.1	▲810	1,027	111.3	+104
ス ー パ ー ス ト ア	19,030	100.0	+4.9	261	123.3	+49
百 貨 店	5,950	100.5	+28	47	125.8	+9.6
金 融 関 連	2,210	102.8	+59	463	87.6	▲65
専 門 店	3,530	99.3	▲24	81	121.3	+14
そ の 他	270	113.8	+32	25	94.0	▲1.5
消 去 お よ び 全 社	▲810	-	▲69	▲218	-	▲72

為替換算レート：U.S.\$1=110.00円 1元=16.00円

19年度主要事業会社の計画



セブン&アイ HLDGS.

◆各事業会社ともに計画は据え置き

単位：億円、%
[百万ドル、%]

	営業利益			既存店 売上伸び率	商品荒利率 前期差
		前期比	前期差		
セブン-イレブン・ジャパン	2,500	102.0	+49	+1.5	+0.2
7-Eleven, Inc. [ドルベース]	1,226 [1,114]	110.4 [110.8]	+115 [+108]	+2.3	+0.5
イトーヨーカ堂	65	138.1	+17	▲1.6	+0.3
ヨークベニマル (ライフフーズ込み)*	183	109.4	+15	+0.5	+0.6
そごう・西武	42	128.6	+9.3	+0.7	±0.0

*ライフフーズ：主にヨークベニマルの店舗において惣菜を製造・販売しているヨークベニマルの子会社
ライフフーズ込みの営業利益は管理上の数値

当社が開示する情報の中には、将来の見通しに関する事項が含まれる場合があります。この事項については、開示時点において当社が入手している情報による経営陣の判断に基づくほか、将来の予測を行うために一定の前提を用いており、様々なリスクや不確定性・不確実性を含んでおります。

したがって、現実の業績の数値、結果等は、今後の事業運営や経済情勢の変化等の様々な要因により、開示情報に含まれる将来の見通しとは異なる可能性があります。