

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
- (水) 凡人
- (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
- 成都イトーヨー力堂有限公司
- 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
- 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・クリエイトリンク
- (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 ぴあ(株)
- メントサービス

セブン&アイHLDGS. 四季報 2019年・秋・通巻144号

代表発行人 井阪 隆一

発 行 ㈱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 2019年8月(季刊)

©2019 ㈱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承っております。

電話(通話料無料)

0120-232-711

(受付時間 土・日・祝祭日を除く9:00~17:00)

ホームページアドレス https://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も、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。



「7pay(セブンペイ)」に対する不正アクセス事案および 同サービス廃止に関するお詫びとご報告

株式会社セブン&アイ・ホールディングス

本年7月1日、当社グループではセブン・イレブンアプリと連携したバーコード決済サービス 「7pay(セブンペイ)」を導入いたしました。しかしながら、不正アクセスによる被害が発生し、 被害を受けられたお客様をはじめ、社会の皆様にご迷惑とご心配をおかけいたしましたこと、 深くお詫び申し上げます。

当社グループでは、7月5日に「セキュリティ対策プロジェクト」を当社内に立ち上げ、被害状況 の把握、本事案の発生原因等の究明、セキュリティ体制の強化等、一連の対策を進めてまい りました。関係各方面とも緊密に連携しながら検討を重ねた結果、本事案の社会的影響の大 きさ等に配慮し、9月30日をもって「7pay」サービスを廃止することといたしました。

本事案および「7pav」サービス廃止にともない、お客様をはじめあらゆるステークホルダーの 皆様に、多大なるご迷惑をおかけしましたことを、重ねてお詫び申し上げます。

今回被害に遭われたお客様への対応といたしましては、不正チャージおよび不正利用 のいずれかにかかわらず被害金額のすべてを補償させていただきます**。

なお、本不正アクセス事案は「7pay」サービスに限定的に発生したものではありますが、セブ ン-イレブンアプリや「7pay」を利用するためのグループ共通IDである「7iD(セブンアイディ)」 につきましても、当社グループの「7iD」と紐づいた各事業会社のサービスを引き続き安心して ご利用いただくため、7月30日に「7iD」のパスワードリセットを一斉に実施いたしました。

株主の皆様はじめステークホルダーの皆様には、本事案の発生以来、多くのご叱責や激励 のお言葉を賜り、誠に有り難く感謝しております。今後、さらに当社グループのデジタルサービス 全体にわたるセキュリティ設計コンセプトの見直し・強化、セキュリティ評価に関する方法およ び範囲の見直し等を不断に進め、グループとして信頼回復に全力を挙げてまいります。また、 キャッシュレス対応は社会的な要請である点に鑑み、当社グループでは、外部のキャッシュレス サービスとの連携を通じて、お客様のニーズにお応えしてまいります。

皆様には、今後ともよりいっそうのご指導、ご鞭撻くださいますよう、心よりお願い申し上げます。

※「7pay」お客様サポートセンター緊急ダイヤル:0120-192-044(24時間·年中無休)



COVER STORY

セブン&アイグループの「お店のある街」を テーマとした表紙イラスト。今号のテーマは、 7月11日の「セブン-イレブンの日」の午前7 時、47都道府県で最後となった出店エリアに 14店が同時オープンした「沖縄のセブン・イ レブン」です。●真っ白な砂浜が美しいビーチ や、美ら海水族館、首里城などの観光資源の ほか、魅力的な食文化、伝統美を誇るファッ ション。●これら多彩な魅力に彩られた沖縄 とセブン-イレブンを、版画のような温もりある 風合いと、風や香りを感じる空気感、明るく やさしい色使いが持ち味のイラストレーター、 本山浩子さんに描いていただきました。 WEBサイト:mh-art.com

TT 1872474 (ADDS) 本以TUMN 2019 中最

CONTENTS

- 1 「7pay(セブンペイ)」に対する 不正アクセス事案および 同サービス廃止に関するお詫びとご報告
- 未来への約束 環境官言『GREEN CHALLENGE 2050』始動
- 6 CLOSE UP 令和元年に新しいロフト。 創業30年の時を越えて 「時の器」にサステナブルな世界を。
- 8 セブン&アイグループの「SDGs」 お客様が店頭に持参された ペットボトルを100%使用した世界初の 「完全循環型ペットボトル |を実現
- 10 パートナー企業とともに パートナーの技術とノウハウで 究極の履き心地を実現
- 12 こだわりの産地を訪ねて あらしぼり信州ぶどう イトーヨーカドー/ヨークベニマル/ヨークマート
- 14 セブン-イレブンが沖縄県に初出店
- 16 News&Topics
- 20 2020年2月期 第1四半期連結決算概況



セブン&アイグループ **[GREEN CHALLENGE 2050]**

4つの 取り組みテーマ 2050年の目指す姿 グループの店舗運営に伴う排出量80%以上削減 (2013年度比)。 CO2排出量 自社の排出量(スコープ1+2)のみならず、スコープ 削減 3を含めたサプライチェーン全体で削減を目指す。 オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で使用す る容器は、環境配慮型素材(バイオマス·生分解性· プラスチック リサイクル素材・紙、等) 100%使用。 2030年までにプラスチック製レジ袋の使用量ゼロ。 食品ロス・ 食品廃棄物の発生原単位(売上百万円あたりの発 食品リサイクル 生量)75%削減(2013年度比)。 対策 食品廃棄物のリサイクル率100%。 オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で使用 持続可能な する食品原材料は、持続可能性が担保された材料 調達 100%使用。

●オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で 使用する容器は、環境配慮型素材を100%使用 ●2030年までにプラスチック製レジ袋の使用量ゼロ

『GREEN CHALLENGE 2050』WEBサイト https://www.7andi.com/csr/g_challenge.html

持続可能性が担保された材料を100%使用



けていく「未来への約束」として、「持続 携や外部企業、自治体との協業を図 可能」という新たな価値を実現してい 世代にも豊かな生活や地球環境を届 な取り組みに挑戦していきます。 るリサイクルシステムの構築など新た 削減や、地域社会の皆様との連携によ り、サプライチェーン全体を通じたロス トの活動を通じてグループとしての連 に、グループ横断で4つのイノベーション このため、各テーマに対応するため ムを発足させました。各プロジェク



2019年5月31日 日本経済新聞朝刊に掲載

価値を実現するために 「持続可能」という

洋プラスチックなどの環境に関わる問題 模の課題でもある温暖化、食品ロス、海 高い利便性や豊かさを、将来にわたって が必要になっています。とりわけ、地球規 な社会」づくりと一体となった取り組み 引き続き提供していくには、「持続可能 看実に広げてきました。そして今、質の 提供を追求し、お客様からのご支持を **ンツの質の向上に力を注ぎ、お客様の毎** 日の生活に利便性や快適さなどの価値 ソは、商品やサービスなどあらゆるコンテ ベーションを通じて、セブン&アイグル 生活や社会環境の変化に対応するイ

> 課題への取り組みを前進させることが グループとして、これらの環境に関する 新しい価値の創造を目指すセブン&アイ

イノベーションチー・4つのテーマを柱に ムを結成

ロス・食品リサイクル対策」「持続可能 客様、お取引先様、そして地域社会の 年および2050年の目標値を具体的 関わる4つのテーマを特定し、2030 な調達」というグループの事業に密接に 排出量削減」「プラスチック対策」「食品 5月に発表した環境宣言では、「CO? 目標達成に向けて、お

使命であると考えています。

目標 持続可能な調達 4 オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で使用する食品原材料は、

●食品廃棄物の発生原単位(売上げ百万円あたりの発生量)を削減 ●食品廃棄物のリサイクル率100%

食品ロス・食品リサイクル対策

環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』

3 AUTUMN 2019 VOL.144

対策チ 2排出量削減



兼建築設備本部長リクルート本部長リクルート本部長

ざまな施策を組み合わせ、実効性を 舗営業に欠かせないものです。セブン・ 照明などがありますが、いずれも店 冷蔵設備、商品販売用の什器、空調、 電力を使用する主な設備には、冷凍・ 高めていく必要があります。店舗で の排出量」を削減するためには、さま 消費電力の最適化などに先行して着 新冷媒ガスを採用、店内気圧の「正圧 化、冷凍・冷蔵ケースに国内初となる 力を低減させるために、照明のLED イレブンでは、これらの設備の消費電 化」による外気流入の抑制、エネル ーマネジメントシステムによる店内 店舗運営にともなって発生する「CO?

特集 未来への約束

証しながら、グループ全体に拡大して いくことが、チームの大きな役割であ 今後、これらの取り組みの効果を検

ると考えています



食品品

対策チ

太陽光発電パネルの設置。

石橋 誠一郎

生する食品廃棄を減らすことが大き 食品ロスの削減では、まず売場で発 グループ商品戦略本部長常務執行役員 セブン&アイHLDGS.

のチルド化や冷凍食品の拡大による長

なテーマです。それには、お弁当や惣菜

ア事業、スーパーストア事業など業態ご 必要です。そのためにコンビニエンススト 業態ごとの実態に合わせた取り組みが 鮮度化、特売商品の廃棄の削減など、

クトチームではグループ内外から英知 の過程のロスを解消するため、プロジェ

を集め、行動を起こしています。

ずみがついています。食品がつくられて 表により、お取引先様との連携にもは にも取り組んでいます。環境宣言の公

からお客様の手にわたるまでの、すべて

向けたテストを行うなど、新たな試み 換などを行い、新しい仕組みづくりに ラ、ムダをなくすことが大切です。その でなく、サプライチェーン全体でムリ、ム 習慣を見直すことにも踏み込んで、ロス ため、お取引先様とも積極的に意見交 ていきたいと考えています。 削減に資する新たな発想を生み出し 角度から問題をとらえ、従来からの商 見も共有することで、今までとは違った 各社が培ってきた多様かつ専門的な知 食品ロスの削減は、売場や店舗だけ



チルド弁当など長鮮度商品の開発。

野菜工場を開設。

の考え方も異なっています。これらにつ よって食文化や価値観の違いから規制 段階にあり、世界的に見ると地域に が、海産物などはいわば「自然採取」の

産工場の実態を把握し、問題点があれ 要です。グループでは、すでにCSR監 背景にある社会的な課題への対応が必 面では、不公正な取り引きなど生産の る化に取り組んでいます。またコトの側 た生産履歴を明確にして、基準の見え とも連携して商品原料までさかのぼつ です。そのために私たちは、お取引先様 生産履歴を明確化することも不可欠 くことが必要であり、その前提として、 いては、合理的な基準を明確にして **査を行い、海外、国内のお取引先様の生**

を享受し合える持続可能な仕組みづ に向けて、生産者の皆さんともメリット ちは、お客様への価値ある商品の提供 も密接に関わる取り組みですが、私た ば即時に是正しています。 くりを追求していきます。 広範囲にわたり、文化や社会背景と

る」という生産スタイルになっています

対策チー

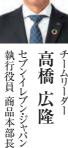
プラスチック

環境宣言

GREEN

CHALLENGE 2050

を推進する



ます

ベーションチー

進めていきます。プラスチックは、その 制をとっています 引先様を含む会議を定期的に実施 は違ったとらえ方が必要になります。 合わせると、従来の利便性や経済性と に社会に受け入れられ広まりました。 利便性や経済性によって、またたく間 ン)、商品容器および包装材料、ペットボ およびカトラリー(フォークやスプ もに、テーマと進捗状況を確認する体 し、課題に対する認識を共有するとと トルリサイクルの3点を柱に、対策を しかし、持続可能性と価値観に照らし プラスチック対策チームでは、レジ袋 ムの発足後、グルー -プ各社とお取

テーマだけに、プロジェクトの推進には での生活スタイルに変化をおよぼす 慣化やお買物バッグの利用など、これま 大胆な発想が必要です。そしてお客 プラスチック対策は、リ サイクルの

> で、きめ細かく情報を発信していきた にある問題から私たちの取り組みま て取り組みを進めることが不可欠で 様、お取引先様、地域社会と一体となっ いと考えています。 す。そのため、プラスチック対策の根底 調達(持続可能な調達) サステナブル

進チー



リサイクルペットフィルムを使用した

「セブンプレミアム」。



荒谷一徳 食品事業部長執行役員

す。生鮮食品の中でも野菜や果物、畜 将来にわたって世界の人々に提供し続 の利用の仕方を考えていかなければ、 産物などは、古くから「育てて収穫す けることができなくなるという問題で ります。モノの側面とは、限りある資源 両面から問題をとらえていく必要があ 持続可能な調達には、モノとコトとの





フェアトレードチョコレートの販売。

とに異なる食品ロス発生の実態を具体

ロス

着実に進めていきます。さらにグルー 的に把握して、それに対する対応策を

元年に新 年の時を越えて にサステナブルな世界を。 0

6フロアに増床し総合完成した「銀座ロフト」。同店では新しい提案として、モ 2017年6月にオープンし、次世代型旗艦店として今年4月、4フロアから しています。そのねらいと施策について、安藤社長が語ります。 ノ×コトに加え 「ヒトと社会のサステナビリティ」をテーマとした売場を展開

(株)ロフト 代表取締役社長

安藤 公基



「健康」これらを包含したサステナブ ニック」「ナチュラル」「フェア 編集、提案しています。また、ひと言で が高まる「食」を加え、6つのフロアに にあたっては、こうした時代のキー 、という考え方。そこでリニューアル ドを備えた旬の雑貨に、健康志向



ロフトオリジナルの紙製のお買物袋を採用するほか、脱プラを意識した消費に関心を持っていただくために、マイストロー やマイバッグの売場を充実。

進めていきます。そしてこれからもお客 分かち合えるような関係を築いていき 様とロフトが将来にわたって豊かさを テナビリティというメッセー かもしれませんが、多くのお客様にサス 動に与える影響は現状、微々たるもの し、価値観を共有しながら取り組みを ジを発信

と考えています。 られて楽しい、カラダにも地球にも嬉 ない」というストイックなエコではな い持続的な成長を実現していきた く、使っていて気持ちがいい、長く続け 「エコ」といっても「こうあらねばなら しいといった価値を重視。ロフトらし

取り組みを開始 「脱プラ」に向けた

200種類にもおよぶエコバッグ売場 ボイントを進呈しています。 装不要のお客様には、ロフ のエコバッグの販売を始めました。包 を常設、さらにレジ前でもオリジナル また、マイバッグを推奨するために全 てのお買物袋を紙製に変更しました。 店では大型商品用の袋を除いて、すべ が寄せられている「脱プラ」です。銀座 テーマの一つが、今、社会で大きな関心 「時の器」としての象徴的な取り組み トアプリの

こうした取り組みが世界の脱プラ活

「時の器」としての店づくり

感覚やニ デジタル化が進む現在まで、ロフトは 通じてお客様に新鮮な驚きや楽しさ ま ています。 姿であり、仕事の喜びでもあると考え わろうとするのが小売業のあるべき た。私は、時代の変化を恐れず自ら変 さまざまな成長過程を経てきまし の自社開発商品への取り組み、そして 半からの多店舗化、201 能を持った売場づくりです。90年代後 を届ける「市」、この二つの情報発信機 節や最新ト のが、定番品を中心とした「蔵」と、季 の器」としての店づくりを目指 から、雑貨の集積を通じて時代 私たちロフ した。その中でこだわり続けてきた ーズを敏感に反映する「 レンドに対応した商品を 987 て時代の創業 4年から してき 時

売場に反映 「サステナビリティ」を

るのは、人々の消費のあり方の変化でして総合完成しました。その背景にあ す。新しいモノ、便利なモノを市場に出 6フロアまで増床、次世代型旗艦店と 年に出店した「銀座ロフト」がこの4月 していくことが価値であることは不変 そんな私たちが創業30年目、20

を見据えた、真に豊かな日々・

・時間を

と感じています。「エコロジー」「オー 様の大きな消費スタイルになっている もたらすモノという軸が加わり、お客 環境や生活環境の未来と持続可能性 、地球

ですが、私たちは今、その価値に、







ど、世界で唯一「ゲストの健康」と「サステナビリティ」に関する基 準を持つホテルグループ「BIO HOTEL(ビオホテル)」の雑貨な どを展開(1階)。







SDGsと本取り組みの関係







お客様が店頭に持参されたペットボトルを 100%使用した

世界初の「完全循環型ペットボトル」を実現

する「ボトルtoボトル」と呼ばれる取使用し、飲料用ペットボトルとして再生 り組みが始まっています。 済みペットボトルを原料として100% ます。こうした中、飲料業界では使用 で脱プラスチックへの関心が高まってい える影響が注目されて以来、世界規模 海洋プラスチックごみが生態系に与

ボトル」でもあります。完全循環とは、 と同時に世界初の「完全循環型ペット り、セブン&アイグループの店頭で回収 完結することを意味しています。つま トルtoボトル」を活用した商品である つの流通グループだけでリサイクルが 「一(はじめ)緑茶一日一本」は、この「ボ

ボトルtoボトル

向けて 「環境配慮型素材100%」に

商品「一(はじめ)緑茶一日一本」です。 た日本コカ・コーラ(株)との共同企画 約2万1400店舗で販売を開始し プとなる商品が、今年6月にグループ ます。この達成に向けた大きなステッ るすべての容器は環境配慮型素材※を 『GREEN CHALLENGE 2050』 6中 ム」を含むオリジナル商品で使用す <2050年までに「セブンプレミ 0%使用>という目標を掲げてい ペットボトル自動回収機

お客様とともに活動を推進

迎えしており、資源循環を率先してい 任であると考え、従来から店頭でペッ トボトルを回収する専用機械を設置 くことは企業として重要な社会的責 この回収機を通じて回収されるペッ

中が洗浄された品質の高いペット トボトルは、ラベルが剥がされ、ボト ※バイオマス素材、生分解性素材、リサイクル素材、紙など。 ループの店頭で販売しているのです。

じて毎日約2400万人のお客様をお前。セブン&アイグループは、店舗を通 この取り組みを開始したのは、2年

ています。また、この回収機を通じて想しい」という積極的な思いが込められルで、お客様の「資源として活かしてほ 定以上の回収量を確保することがで ペットボトルでつくられたボトルは、ボ 多くなっています。さらに、再生された 持ち込みいただくペットボトルの方が 飲料の年間販売数量よりも店頭にお トル1本についてCO2を約25%削減す ーではペット る る挑戦といえます。

| | | |

ペットボトル自動回収機

682店舗759台 (2019年2月末/首都圏中心)

設置店舗数·台数

(2018年度)

収集·運搬業者

/ペットボトルを圧縮(ベール)

新技術に挑戦 企業とともに

Message

日本コカ・コーラ(株)

メーカーだけではできない、多くの

セブン&アイグループ店頭

使用済みペットボトル回収

リサイクルメーカー 使用済みペットボトルを再資源化 (ボトルtoボトル)

ることができます。

理・生産量を誇っています。こうした業を展開しており、日本最大級の処toボトル」のメカニカルリサイクル事 ビジョンのもと、2030年までに販売 バルな飲料メー 遠東石塚グリ た、リサイクル工程のパー 切り替える目標を掲げています。 材(再生材または植物由来素材)へと ともに、すべての容器をサステナブル素 (廃棄物ゼロ社会)」というグローバルな カコーラは、「World Without Waste した量と同等量の容器を回収すると 商品企画のパー 一企業と完全循環型ペッ カー ・ンペット (株)は、グロ・ を顧客に「ボトル ナーである日本コ トナーである ま

お客様(消費者)

コカ・コーラシステム

100%再生PET樹脂使用 ボトルを用いた製品製造

ペットボトルリサイクル

00% 再生PET樹脂使用ボトル Recycled plastic bottle

ペットボトル 1本あたりの

CO2削減量

約25%

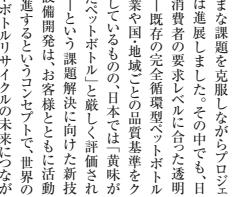
ペットボトルリサイクルの未来につなが を推進するというコンセプトで、世界の 術・設備開発は、お客様とともに活動 かったペットボトル」と厳しく評価され は企業や国・地域ごとの品質基準をク 本の消費者の要求レベルに合った透明 クトは進展しました。その中でも、日 まざまな課題を克服しながらプロジェ しているものの、日本では「黄味が という課題解決に向けた新技 既存の完全循環型ペットボトル

遠東石塚グリ ーンペット (株)

型の仕組みを構築し、今後も広げて プライチェーンの皆様とともに循環 点に大きな意義を感じています。サ 消費者が参加する取り組みという

いきます。

地消の取り組みを実践できたこと 日本最大のペットボトルリ め、技術や設備への投資もし げで安定的に原料が確保できるた に感謝しています。店頭回収のおか メーカーとして、注力している地産 サイク



「毛布ソックス」の編立工程

ナカイニットでは、編み機の釜の口径を独自に 改造するとともに、ゆっくり編むことで"究極の 履き心地"を実現。古い編み機を大切に使って



編み上がった靴下の検品

編み上がった靴下は、人の手で一つひとつ丁 寧に検品。この後、爪先の縫い合わせや、滑 り止め加工などを経て完成した商品は、助野 の物流網を経由して全国の店舗へ。



ソックス」についても、企画・デ

は約25年前に始まりました。「毛布

 Ξ

に関わっており、3社がそれぞれの強

生産、物流管理などの面で商品開発

を提供していることに誇りを感じてい みを持ち寄ることで、評価の高い商品

パートナー企業とともに

イトーヨーカドーの プライベートブランド商品 「いつもの肌着」

います。各アイテムはどれも生地や糸、

ムを全国のイト

ーヨーカド

ーで展開して 00アイテ

しさとこだわり」です。約1

「いつもの肌着」のコンセプトは「やさ

パートナーの技術とノウハウで

究極の履き心地を実現

評価される商品を提供する製造卸としての機能を高め



高田仁志氏 常務取締役 東京支店長助野(株)

開発(ラボ)機能を持つパイロット工場 タイに合わせて3つの量産工場を展開 県高岡市で創業した当社は、その後自 企画も生み出しています。 クリスマスケー 山大学との連携で多数の若手デザイ も開設しました。同工場では地元富 しているほか、3年前には高岡に企画・ した繊維製品の製造卸として中国と してきました。現在は靴下を中心と 産、物流それぞれの部門で機能を強化 社工場を持つ製造卸となり、企画、生 など、時代の感性に合ったユニークな -を受け入れており、富山の寿司や 956年に靴下問屋として富山 カ堂様とのお付き キをモチーフにした靴 合い

とも重要なポイントです。

康に役立つ商品を形にしていければと 一緒にお客様のニーズに合った商品、 なことが可能になります。これからも など、当社だけではできないさまざま ケティングや顧客ニーズに合うデザ チャネルの拡大はもちろんですが、マー には大きなメリットがあります。 機械を部品から大改造し、糸は紡績 メーカーに特注することで実現できま 行錯誤を要しました。編み機は既存の \exists

毎日身につける安心の肌着を生み出す 靴下をつくり出す誰にも真似のできない パートナー企業とのコラボレーション 多くのお客様と接点を持つ 強みを活かしたマーケティング

代表取締役 中井 秀典

い」と思ったのが始まりです。コンセプト揮する毛布を見て「これを靴下にした 年前。ある展示会で遠赤外線効果を発 ります。そのためには、締め付けない、こ めると血流が良くなり、老化防止にな は脚を゛ゆっくり温める、靴下。脚を温 「毛布ソックス」の着想を得たのは20

編み機も、構想に合う既製品はなく試 早速開発に着手しましたが、糸も、

カ堂様、助野様との協働 販売

~やさしさとこだわり、
 が

PB「いつもの肌着」もその一つです。 2009年にスタ-ランド)商品を開発・提案してきました。 すべてのお客様に素敵な体験をお届け は、さまざまなPB(プライベ その思いから、イト した肌着・靴下の 1

とお話ししながら長年築いてきた、信頼 を表しています。そして3つ目は、お客様 ある、いわゆる安心の定番商品であること つけてほしいというイト は、いつ行っても欲しかった肌着がそこに 着に対する普遍的な考え方です。2つ目 られています。1つ目は毎日安心して身に ト購入されています。 の品質の高さから多くのお客様がリピー 縫製などに徹底してこだわっており、そ この「いつもの」には3つの意味が込め ーヨーカド 一の肌

強力コラボレーション人気アイテムを生み出す

イトーヨーカド

助野

イトーヨーカドーの

商品の企画・提案

ナカイニット

商品コンセプトを

形にするための

技術提供

される商品であることを表しています。

とりわけ高い人気を誇るのが、秋冬物「いつもの肌着」のシリーズの中でも

イトーヨーカドーの人気商品「毛 布ソックス」。2019年は、レ お客様ニーズに対応する ディース5色、メンズ4色を展開。

だわりの靴下をつくるお取引様との強力 の部屋履き靴下「毛布ソックス」です 愛される商品を提供していきます。 なコラボレーションでお客様に信頼され 品の展開も検討しています。 す。現在は、より若い年代層に向けた商 てくれる」といった声が寄せられて ぴったりフィット ていることを忘れるほど軽く感じるのに とです。購入されたお客様からも「履い きな特長は履いた時に、締め付けない 間約2万6000足です。この靴下の大 いる商品にもかかわらず販売数量は年 販売期間、使用できる季節が限られて して、しっかり脚を温め 今後も、こ



収穫されるコンコード。昼夜の温度差が大きく、年間を通して雨が少ない、しかも水はけの良い土地 である塩尻市は、上質なぶどうが実ります。

ブスだけのもの。そこには昭和2年か

にも長い歴史を持つ、同社ならではの らジュースの製造を始め、ぶどう栽培

ウハウの蓄積があります。

なく含まれています。この一番しぼり る皮と実の間の旨味まで、余すところ うを食べた時、いちばんおいしく感じ る一番しぼり果汁。ここには生のぶど

「冬場の剪定に始まり、ぶどう栽培は1年間気が抜けませ

ん」と話す川上さん。剪定しつつ木の状態のチェックに余

く破砕した実から自然に出てく

果汁をとる「あらしぼり製法」は、アル

築いています」と百瀬さん。 約農家さんと共存共栄、信頼関係を ためにわが社は協力してくださる契 品質なぶどうが必要不可欠です。その ためには、技術に加えて、原料となる高 契約農家の一人である川

んとアルプスとの付き合いは、先代から **もちろんおい** しいジュー スをつくる 上清志さ

数十年にもおよびます。「手をかけて

できますよ」とぶどうの木をいとおし を持って栽培すれば、おいしいぶどうが 愛情と情熱を注ぎ、責任感と緊張感 く見つめながら語ります。 月から予約を開始する予定です。 ただしこのジュース、貴重な一番 購入には事前に予約が必要で、



アルプス あらしぼり信州ぶどう

念がありません。

500ml×2本 1,980円(税抜) 販売店舗:

イトーヨーカドー、ヨーク ベニマル、ヨークマー ト、オムニ7で数量限定 販売。

工場は食品安全管理システムFSSC22000の認証を取得しています。

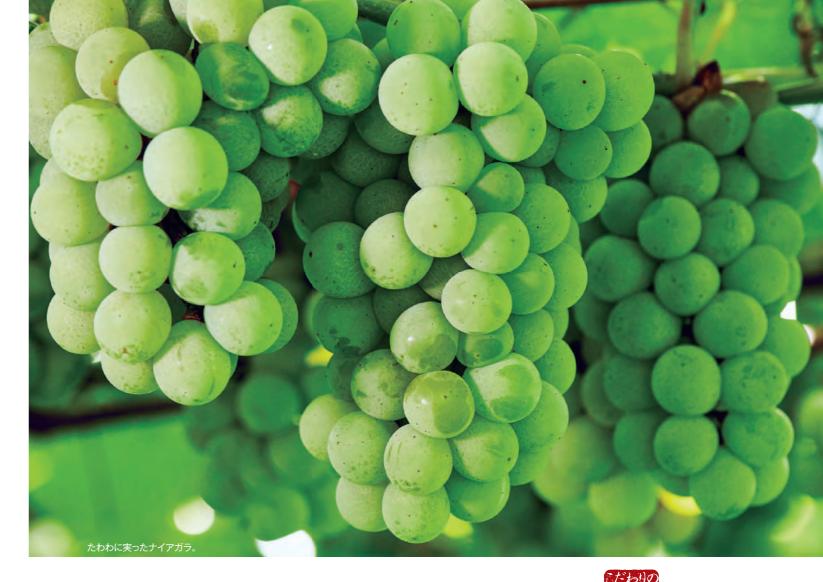
どうは、糖度などの品質を検査したに約400軒。工場に運び込まれたぶ 搾ったジュースには、ぶどうそのものの れて搾っていたそうです。そうやって 新鮮なうちに搾汁の工程に進みます。 後、除梗作業をして果実のみを破砕 契約農家は塩尻市 昔のジュースは、目の粗い麻袋に入 や松本市

9月10日頃から10月半ばまで、周辺の契約農家から収 穫されたぶどうが次々とアルプスの工場に運び込ま





れ、コンテナが壁のように積み上げられていきます。



が、ギューッと凝縮されています。 浴びて育ったぶどうの甘みとお とろみのあるジュース。太陽をいっぱい 口に含んで飲み込んだような、濃厚で まるで何粒ものぶどうをそのまま 「おいしいでしょう」とにこやかな表

でつくっているから、このおいしさが出「完熟したぶどうの一番しぼり果汁 せるんです」

(株)アルプスの業務部部長・百瀬正雄

情を浮かべるのは、このジュース『あら

しぼり信州ぶどう』を製造している

に運び込まれてきます。このジュースたぶどうは契約農家から次々と工場が9月上旬から始まります。収穫され

長野県の松本平では、ぶどうの収穫

JR塩尻駅3·4番線ホーム奥には、全国の駅で唯一のブト ウ棚が。メルローとナイアガラが栽培されています。

長野県塩尻市塩尻町

長野県の中央に位置する塩尻で は、標高約700メートルの盆地。プ ドウやリンゴなどの果実と高原野 菜の栽培が盛んで、明治時代から ワインの醸造も行われています。





AUTUMN 2019 VOL.144 12 13 AUTUMN 2019 VOL.144

セブン-イ レブンが沖縄県に初出店

地域 愛されるお店を目指 に寄り添



店長、ビルオーナーの株式会社TTホールディングス代表取締役 富村朝収様、セブン・イレブン・ジャパン

日の10日には、セブン・イレブン・ジャパン 期待の大きさを示していました。また前 により、全国47都道府県すべてに出店し 2店舗、北谷町内に1店舗、 様200人以上が早朝から列をつくり 1丁目店では開店を心待ちにするお客 た。セブン-イレブンは沖縄県内への出店 に1店舗、合計14店舗をオープン イレブン・ジャパンの子会社であるセブン-開店当日、セブン・イレブン那覇松山 レブン・沖縄は、沖縄県の那覇市内に 糸満市内に3店舗、 八重瀬町内 城市内に

更辛

の古屋一樹会長とセブン・イレブン・沖縄 の久鍋研二社長が玉城デニー沖縄県知事

便利なサービスと絶対的なおいしさをお

る」という言葉をいただき、古屋会長は

「沖縄県民の家族になる気持ちで、より

を表敬訪問。知事からは「県民はセブン・

イレブンのオープンを楽しみにしてい



-などお取引先の皆様ととも

開店を待つお客様の様子。 品义 届けし、『また行きたい』と言われるお店 に商品開発や生産・物流体制を構築-販売する「沖縄フェア」を開催。地元の食 品や県産食材を使ったオリジナル商品を 来、毎年、全国のセブン-イレブンで県産 をつくります」と応えました。 表明したのは、2017年のことです。以 専用工場とともに強みを発揮

セブン-イレブンが沖縄県への出店を



nanaco

域限定バージョンを発行。

独自商品を成長市場に展開

みを十分に発揮する準備を整えた、満を る体制の確立など、セブン-イレブンの強 間以内につくりたての商品を店舗に届け 化や生活文化に根ざした品揃えと、3時

持しての進出といえます.

オリジナルパン(中頭郡)

道工場と主な商品カテゴリー

木飯、麺類、惣菜、サラダ、調理パンなど 専用工場、配送センター

に、今回の沖縄県への出店は、地域の食文

つの専用工場を建設しま 取引先様にも協力をお願い

した。このよう し、県内に2 工場を全国各地に展開してきた既存のお

/専用工場)

中食比率も高く、市場も拡大しています。 県は自然増で人口が増えている唯一の地 沖縄県の豊かな市場性があります。沖縄 商品戦略を推進して に実施した1万人調査をもとに、二つの いくために、セブン‐イレブン・沖縄は事前 要も伸張しているエリアです。また、外食・ 域であり、訪日外国人数、インバウンド需 出店を目指していますが、その背景には、 を皮切りに、今後5年間で約250店舗の こうした市場の中で持続的に成長して セブン-イレブン・沖縄は、今回の4店舗 います。一つは、

電子マネー「nanaco」の地

していきます」。

沖縄県での初出店を記念して、県内セブン・イレブン全店で県産

の原材料を活かした商品や、沖縄県になじみのある地区限定商

品など全13品のオリジナルメニューを開発・発売。

会の健全な発展に貢献していきます た施策の実践を通じて沖縄県の経済社 店づくり、人づくりまで、地域に寄り添っ まったばかり。今後も商品づくり セブン-イレブン・沖縄の挑戦はまだ始 からお

で不可欠な施策です。 ており、地域とともに成長を目指すうえ の多くがオリジナルメニューで構成され 受け継いできた沖縄では、外食・中食市場 者については、伝統的な食文化を大切に 縄のお客様の期待に応える施策です。 示した「出張や旅行、進学などで知ったお の提案です。前者は、調査で高い数値を 独自の食資源・食文化に根ざした新商品 に浸透させていくこと。もう一つは地域 展開している「セブンプレミアム」を現地 しさを地元でも食べられる」という沖 後

「地域密着」を徹底

武蔵野沖縄 沖縄工場。EV車、ハイブリッ

ド車などすべての配送車に環境配慮型ト

ラックを活用。

ションを推進しています。地元の食品 り、地元の人々の期待に応えながら成長 活文化を起点としたお店づくりにこだわ の久鍋社長はこう語ります。「加盟店 設もその一環です。セブン-イレブン・沖縄 域密着」をコンセプトにすべてのオペレー ふまえて、セブン-イレブン・沖縄は、「地 これら商品戦略や今後の店舗展開を カーとの関係づくり、専用工場の建 -様とともに沖縄の人々の食・生

セブン-イレブン・沖縄の概要

社名: (株式会社セブン-イレブン・ジャパン株式会社セブン-イレブン・沖縄

沖縄県那覇市松山1丁目3番9号

所在地:

2017年10月 代表取締役社長 久鍋 研二

15 2 億 0 円 <u>1</u>



8月までに開店する全17店舗の加盟店オーナー様と従業員180名、関係者120名が参加して、研修修了証ととも に店舗の鍵が手渡される「合同ターンキー式」を開催。

7月10日に沖縄県の玉城デニー知事を表敬訪問。

14店舗が同時オープン

2019年7月11日、午前7時。セブン

京都市と町田市で同時開園 セブンなないろ保育園」を

結した「地方創生包括連携協定」に基づ 田市に「セブンなないろ保育園」を同時に として開園しました。 くSDGsの実現に向けた取り組みの一環 開園しました。京都での開園は関西エリ セブン-イレブンは、京都市と東京都町 8年3月に京都市と締

づくりに取り組んでいきます。 保育園です。2017年に東京都大田区、広 おり、今回の開園により計5園となります。 島市、2018年に宮城県仙台市で開園して これからも多くの方が働きやすい環境 ナー様、地域の皆様が利用できる

「セブンなないろ保育園」は、加盟店従業

セブン・イレブン京都千本今出川店の2階に開園した「セ

ブンなないろ保育園」。

CLOSE UP 1

CLOSE UP 2

各社からのニュースをお届けします

AUTUMN 2019

題となり、対策が急務となっています。 環境の汚染や生態系への影響が世界的な問 近年、プラスチックごみの廃棄による海洋

設置しています(4月末時点:15店舗)。 ン全店に「ペットボトル自動回収機」を順次

なったサー

団および東大和市清掃事業協同組合と連 携して取り組むもので、産官民が一体と これは東大和市と公益財団法人日本財 今後もこの取り組みを通じて、「循環型 ・キュラーエコノミー活動です。

東大和市内の全店に 「ペットボトル自動回収機」を設置

社会・環境活動 6月4日

セブン-イレブン

目的に、東京都東大和市内のセブン・イレブ トルをつくる「ボトルtoボトル」の促進を ペットボトルを回収して再び飲料用ペットボ こうした中、セブン・イレブンは、使用済み

いきます。

社会」の実現と海洋ゴミの削減を推進して

※「ボトルtoボトル」については、P8~9をご参照ください。





nanacoカードをかざした後 に、ラベルとキャップをはがし たボトルを投入します。5本ご とに1nanacoポイントがたま ります。

3月の トピックス

3月1日



ロフトとアカチャンホンポ

母の日テスト

動画再生回数は130万回以上となり話題に。

「セブンマイルプログラム」と連動

ログラムとの連動がスタートしました。今後リのリニューアルにともない、セブンマイルプドーに加え、ロフトとアカチャンホンポのアプ もお客様の利用シー ンを拡大し、満足度向ト

へのやさしさが伝わり、温かい気持ちになった」と高い評価を受けま

今回受賞した動画広告「母の日テスト」は、「今時の若者の母親

与することを目的としています

時代に即したコミュニケーションの在り方を模索し、広告の発展に寄

消費者の視点から審査するものです。優れた広告を賞賛することで、

この広告賞は、審査員に広告関係者を含まず、広告の受け手である

(デジタル広告部門)」を受賞しました。

バタイザーズ協会主催の第57回JAA広告賞「JAA賞グランプリ

そごう・西武の動画広告「母の日テスト」が、公益社団法人日本アド

そごう・西武の動画広告が

AA広告賞「JAA賞グランプリ」を受賞

受賞 3月4日 そごう・西武

食品館 千住店 オープン 開店式典には、セブン&アイHLDGS.名誉 会長 伊藤雅俊(右から3人目)も出席。

て、お客様に喜んでいただける店づくりを目指してきました。

このたび、日常の食卓に安全・安心で上質な商品を提供する食品館

として、新たな歴史を歩み始めます。

地域のお客様の暮らしに豊かさをお届けすることを第一の使命とし

住店」をオープンしました。

ŧ

カド

1号店を千住の地に開店して以来、

ーヨーカ堂は、東京都足立区に「イト

ーヨーカド

|食品館千

住に生まれ地域のお客様とともに

ヨーカ

食品館千住店」がオー

3 月 30 日

3 月 15 日

イトーヨーカド

外食企業10社と

に共同参画

EARTH HOUR 2019]

す。これは世界中の人々が同じ日時に消灯「EARTH HOUR 2019」に参画していまり社と共同で、環境保全団体WWFの活動セブン&アイ・フードシステムズは、外食企業 地球環境保全に取り組んでいきます するプロジェクト し、地球温暖化防止と環境保全の意思表示を ーズは、今年も全店でサインタワ

グラム。セブン-イレブンおよびイトーヨーカ2018年6月に開始したセブンマイルプロ **/アカチャンホンポ**

LDGS

準なでしこ」に選定 活躍推進に優れ た企業として

る「なでしこ銘柄」において、「準なでしこ」に選定されました。これは東京証 に、女性活躍推進に優れた企業を選定するものです。 券取引所一部・二部、マザーズ、JASDAQに上場している約3600社を対象 セブン&アイH JDGの.は、経済産業省と東京証券取引所の共同実施によ

改革を進め、さらなる成長に向けて女性活躍推進に取り組んできました。 2012年度にダイバ きと活躍できる職場づくりを強化 ーシティ推進プロジェクトを発足させ、社員の意識 今



選定は、2016年度に次ぎ2回目です。

5 月 17 日

セブン&アイフ

子育でサポ

ト企業認定マー

ク

「くるみん」を取得

3-5月

 \mathcal{O}

トピックス

4 月 19 日 セブン・

進法に基づき、行動計画に定めた目標を達成取得しました。これは次世代育成支援対策推

企業に認定され、

・1、「くるみん」マークを・システムズは、子育てサ

労働大臣の認定を受けるもの。

る従業員が安心して働ける環境づくり

労働大臣の認定を受けるもの。今後も子育てし、一定の基準を満たした企業が申請し、厚牛

ヨタ 自動 型 トラッ 車と協働で ク 0) 運用 を開

料電池(FC)小型トラック2台の運用を開始しま 出削減を目指し、 このトラックは、両社が2017年8月に締結した「物流お トヨタ自動車(株)が開発した水素による燃 した。

のです。水素を燃料とするFCユニットで発電した電力で走行 環境負荷物質を排出せず、FCユニットで発電した電力は、冷 討に関する基本合意書」に基づき、トヨタ自動車が開発したも れており、ドライバ よび店舗における省エネルギ し、最大積載量は3ト トの電源にも使用. —の労働環境改善も期待されています ン、航続距離は約200キロ。走行中に ·CO²排出量削減に向けた検 静粛で加速性能に優



プラスチックストロー 「COOL CHOICE

から

5 月 31 日

東京都内の一部地域で走行中です。

「COOL CHOICE ″

は、日本政府が推進す

紙製に変更

るプラスチックストローを紙製のストローにして、食品売場レジでお客様にお渡ししていして、食品売場レジでお客様にお渡ししていループの環境宣言『GREEN CHALLENGE 『賢い選択』』および当社グ

セブン-イレブンは、COºを含めた環境負荷物質の大幅な排

環境省の「C Ĕ チ 4 参加企業に選定

6 月 17

日

セブン&ア

イH

L D G S

神奈川県茅ヶ崎市中海岸4-15-25 水戸オーパ5F ロフト青森店

でいきます

今回の選定を機に、

活動の進捗状況を定期的に確認するとともに、その活動を国内外に発信します

さらなる環境負荷低減を推進し

ブ全従業員が一丸となって取り

向けて積極的に活動することを宣言している団体に対して「CEチャレンジアワ

「CEチャレンジ」は、循環経済に関する先進的な活動を行う事業者と国が連携し、優良事例の

組みを推進するものです。環境省は、循環経済の構築に

ド」を付与

普及を通じて、国全体で循環経済の取り

加企業に選定されました

セブン&アイH

L D G S

は、環境省が推進する「CE(サ

ーキュラー・エコノミー) チャレンジ」参

高田馬場ロフト 東京都新宿区高田馬場 1-35-3 BIGBOX高田馬場2階

4月17日(水)

新会社情報

ろふと しょうぼう

OPEN情報

4月1日(月)

南研究棟1階

4月5日(金)

アカチャンホンポ

天満橋京町1-1

4月12日(金)

上大岡西3-9-1

上大岡店

京阪シティモール店

大阪府大阪市中央区

京阪シティモール2階

イトーヨーカドー食品館

神奈川県横浜市港南区

麹町珈琲 東大店

東京都文京区本郷7-3-1

設 立:

代表者:

資本金:

楽瑚特商貿(成都)有限公司

4,500万元

2019年4月11日 橋本圭司(菫事長)

出資比率: ロフト 90%、成都伊藤洋華堂有限公司 10%

ヨークマート もねの里店 千葉県四街道市もねの里6-10-1 もねの里モール内

4月19日(金)

コスメロフト東急プラザ 表参道原宿店 東京都渋谷区神宮前4-30-3

東急プラザ表参道原宿5階 **GranDiner HATAGAYA**

PRESTIGE 東京都渋谷区幡ヶ谷3-37-15

4月20日(土)

MODERN WORKS 青山店 (AOYAMA Limited Store) 東京都港区南青山3-8-34 Francfranc SQUARE内

4月23日(火)

MODERN WORKS みなとみらい東急スクエア店 神奈川県横浜市西区 みなとみらい2-3-2 みなとみらい東急スクエア① 1F

4月25日(木)

ポッポ流山店 千葉県流山市流山9-800-2 イトーヨーカドー流山店1階

4月26日(金) Francfranc

イオンモール沖縄ライカム店

沖縄県中頭郡北中城村 アワセ土地区画整理事業 区域内4街区

イオンモール沖縄ライカム1F デニーズ茅ヶ崎海岸店

タワーレコード 水戸オーパ店 茨城県水戸市宮町1-7-33

6月7日(金)

青森県青森市浜田1-14-1 イトーヨーカドー青森店1F

アカチャンホンポ 青森イトーヨーカドー店 青森県青森市浜田1-14-1 イトーヨーカドー青森店2F

6月19日(水)

ヨークマート川崎野川店 神奈川県川崎市宮前区野川858-1

6月27日(木)

ゆめタウン光の森ロフト

熊本県菊池郡菊陽町光の森7-33-1 ゆめタウン光の森南館1F

アカチャンホンポ ゆめタウン光の森店 熊本県菊池郡菊陽町光の森7-33-1 ゆめタウン光の森南館1F

アカチャンホンポ 浦添西海岸パルコシティ店 沖縄県浦添市西洲3-1-1 サンエー浦添西海岸 PARCO CITY2F

6月29日(土)

アカチャンホンポ ゆめタウン福山店 広島県福山市入船町3-1-60 ゆめタウン福山2F

 \mathcal{O} トピックス

6 月 25 日 쿠 カド

日本の大手小売初

た生鮮食品を、首都圏・関西のイトーヨーり組みとして、アルゼンチン産牛肉を使用り組みとして、アルゼンチン産牛肉を使用イトーヨーカドーは、日本の大手小売初の

アルゼンチン産牛肉の取り扱いを開始

売初の取

このような環境の

中

当社グル

を達成しまし

7-Eleven,

Inc.における加盟店売上を

ヤ

ン

含めた「グル

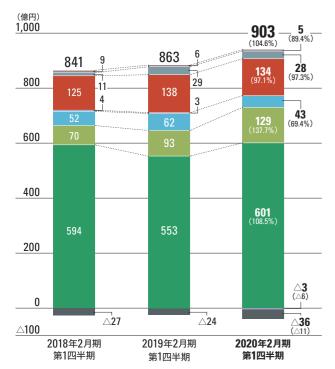
プ売上」は、2兆894

百

万

なりました。

セグメント別営業利益[()は前年同期比または前年同期差/グラフ上部の数値は連結営業利益]



- ■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。

■金融関連事業

ATM事業における期間総利用件数が前年を下回ったこと に加え、クレジットカード事業におけるセキュリティ対策強化 に向けたカードのIC化や、バーコード決済「7pay(セブンペ イ)] 開始に向けた先行費用を計上し、減益となりました。

■専門店事業

セブン&アイ・フードシステムズは、お客様ニーズの多様化 に合わせ、立地やライフスタイルに見合った価値を持続的 に提供していくというコンセプトのもと、4月に新たなブラン ドとして「GranDiner HATAGAYA PRESTIGE」を開店 しました。

■消去および全社

主に、グループCRM(顧客関係管理)戦略に係る費用等を 計上しており、前年同期と比べ営業損失が拡大しました。

■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、国内労働市場の環境変化を 受けて従来のビジネスモデルの見直しに着手し、店舗の営 業時間短縮がおよぼす影響を検証する実験などを開始しま した。また、お客様ニーズの変化に対応した新しい店内レイ アウトの店舗数拡大に加え、新商品の発売および継続した 品質向上に取り組みました。これらの結果、既存店売上は 前年を上回り、営業利益は602億12百万円(前年同期比 8.0%増)となりました。

■海外コンビニエンスストア事業

7-Eleven, Inc.は、収益性の低い既存店舗の閉店を進める とともに、ファスト・フードやプライベートブランド商品「セ ブンセレクト」の開発・販売に引き続き注力した結果、米国 内既存店商品売上は前年を上回り、営業利益は178億31 百万円(前年同期比26.6%増)となりました。

■スーパーストア事業

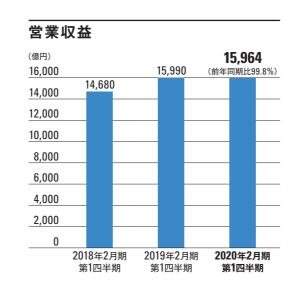
イトーヨーカ堂は、衣料と住居の自営売場面積適正化およ び食品の営業強化に注力したことに加え、店舗の立地優位 性を活かした不動産再開発により、千住店・厚木店・上大岡 店をそれぞれ「イトーヨーカドー食品館」としてリニューア ルオープンしました。しかしながら、既存店売上は前年を下 回り、営業利益は3億79百万円(前年同期比84.3%減)と なりました。

ヨークベニマルは、既存店売上は前年を下回りましたが、主 に荒利率の改善による収益性向上に努めた結果、営業利益 は34億14百万円(同25.8%増)となりました。

■百貨店事業

そごう・西武は、首都圏大型店舗へ経営資源を集中させる戦 略を推進する一方、テナント化によるローコストオペレー ションを目的とした西武所沢店の改装に着手しました。しかし ながら、既存店売上は前年を下回り、営業利益は前年同期と 比べ6億62百万円減の3億71百万円の損失となりました。

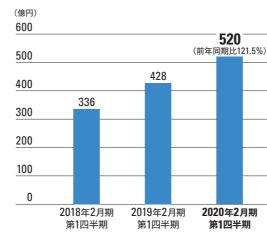
国内外コンビニエンスストア事業の増益が 全体を牽引



開発・販売を推進するとともに、接客 はさまざまな社 商品や地域の嗜好に ジナル商品をはじめ、 心理変化 をとらえ、グル 会環境の 合 付 変化 加価値の せた商品 P - プのオ お 高 客 いています。 予定されており、 Þ 第 今秋には消 か な景気回 四半期におけ き 費税率の 個人消費においては 不透明な状 で推 る国 引き 内 移 以況が続 上 経 げも たも 済は

期純利益はそれぞれ過去最 となったことに加え、営業利益、経常利 外コンビニエンススト なったものの、営業利益においては国内 これらの結果、営業 四半 親会社 期として3年連続で増益 主に帰属 -ア事業 収 益は 0 高の 減 る 引によ 数 収 几

親会社株主に帰属する四半期純利益



2019年3月、7-Eleven, Inc.はダラ スに実験店舗として「ラボ・ストア」を オープン。ダラス初進出となるメキシ カンファスト・フード店「ラレド・タコ」 の併設やオリジナル商品の拡充、ス マホレジの導入など、新しい取り組み にチャレンジしています。

質を改善するなど、お客様満足 ŋ み 度の