

四季報

セブン&アイ HLDGS.

WINTER 2019
VOL.145



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)ごつつお便

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)丸太
(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
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)セブカルチャーネットワーク
(株)セブン&アイ・クリエイトリック
(株)セブン&アイ・アセットマネジメント
(株)ハケ岳高原ロッジ
(株)テルベ
びあ(株)

セブン&アイHLDGS.
四季報 2019年・冬・通巻145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 2019年11月(季刊)

©2019 (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 グループ成長戦略と事業構造改革
グループシナジーのさらなる追求により
ライフ・タイム・バリューの最大化へ
- 5 News&Topics
- 8 特集
セブン-イレブンの改革最前線
コミュニケーション
「対話」を通じて、
変わり続ける。
- 12 「セブンプレミアム」の安全・安心、健康への取り組み
毎日の食事を
もっとおいしく健康に。
- 14 セブン&アイグループの「SDGs」
「CO₂排出量ゼロ」店舗の実現
セブン-イレブンが「再生可能エネルギー100%」
店舗の実証実験を開始
- 16 こだわりの産地を訪ねて
こがね
黄金生姜
そごう・西武
- 18 2020年2月期 第2四半期決算概況



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、「お台場の「セブン銀行ATM」」。「セブン銀行ATM」は、セブン-イレブンなどグループの店舗だけでなく、駅や空港、病院、学校などさまざまな場所で24時間365日、便利な金融サービスを提供。東京ビッグサイト（国際展示場）でのイベント開催日などは、移動ATM車を多くのお客様にご利用いただいています。●その「セブン銀行ATM」が、次世代ATMへと大幅に進化。世界最高レベルの顔認証技術を搭載するほか、QRコードの読み取りにも対応するなど、預金の出し入れだけでなく口座開設から決済までの多種多様なサービスを提供します（P5）。●そんな「セブン銀行ATM」とお台場の賑わいを描いていただいたのは、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多くのファンに親しまれているイラストレーター、本山浩子さんです。
WEBサイト:mh-art.com

ごあいさつ

セブン&アイHLDGS.
代表取締役社長

井阪隆一

令和元年台風第15号および第19号で被害に遭われた皆様に心よりお見舞い申し上げます。このたびの台風では、被災地域が広範囲におよび、その影響は今も深く残っています。

台風第19号に際しましては、当社グループでは、イート・ヨーカドーをはじめとする一部地域の店舗において、従業員、お店の運営に関わるお取引先の皆様の安全を最優先に考慮し、計画休業を実施いたしました。また、セブン-イレブンでも本部から計画休業のご案内をさせていただき、加盟店様のご判断に基づき創業以来初めて最大約4500店で一時的に休業いたしました。いずれも、お客様をはじめ、地域社会の皆様にご理解を賜り、大変ありがたいことと感謝しています。当社グループでは引き続き地域社会の復旧、復興支援に取り組んでまいります。

「寄り添う」を原点に いっそうの改革とイノベーションを推進

私は、「寄り添う」という姿勢が私たちのビジネスの原点であると考えています。「寄り添う」とは、相手と正面から向かい合い、相手の立場に立つて考え、実行するといった、一連の行動を意味しています。毎日、売場やさまざまな現場から届くステークホルダーの皆様の声を大切にし、一つひとつ応えていくことが何よりも重要です。

この10月、私たちは2020年2月期第2四半期決算の発表とともに、事業構造改革の方針を公表しました。その根底にあるのは、大きな時代の変化の中で、新たな成長軌道へと進んでいくためには、過去の成功体験や思い込みを捨てて、現状と真摯に向き合い、自らを変えていくことが必要という考え方です。これを実践することは、お客様が暮らしの中で感じるご不満やご不便、また社会の抱える課題に添えていくことに通じています。

セブン&アイグループは、ステークホルダーの皆様により寄り添い、成長と分配の好循環に向けて、さらなる改革とイノベーションを追求してまいります。

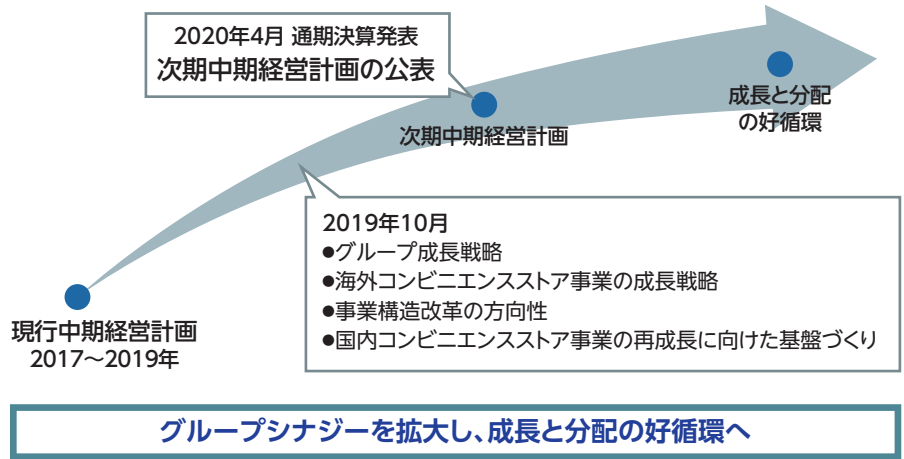


10月11日、2020年2月期第2四半期決算の発表とともに、グループ戦略と事業構造改革について説明しました。

グループシナジーのさらなる追求により ライフ・タイム・バリューの最大化へ 事業構造改革を加速させ グループの再成長基盤を構築する

セブン&アイグループでは、お客様の購買行動が大きく変化する中で総合スーパーや百貨店といった大型店の苦戦が続いていることに加え、国内コンビニエンスストア事業においても、人手不足や最低賃金の上昇など加盟店様を取り巻く経営環境がより厳しさを増しています。

このような経営環境の中、当社グループが一段と飛躍していくためには、各事業会社におけるビジネスモデルを根本的に見直し、環境の変化に対応した事業構造改革を加速させるとともに、再成長に向けた基盤を構築することが不可欠です。そこで当社グループでは2020年2月期第2四半期決算発表に合わせて、2020年4月の次期中期経営計画発表を見据えたグループ成長戦略および各事業会社における事業構造改革を発表しました。



グループ成長戦略

当社グループは、グループシナジーの創出により、ライフ・タイム・バリュー（顧客生涯価値）の最大化へ、すなわちグループ全体でお客様のあらゆるライフステージ、ライフスタイルに寄り添う商品とサービスを提供し続けることを目指しています。さらなるグループシナジーの創出に向けて、デジタル戦略や金融戦略を通じたお客様の消費行動の変化に対応したお買物環境の構築や、潜在的ニーズの高い首都圏における食品のマーケットシェアを拡大していくための戦略を強化していきます。

デジタル戦略

戦略基盤の再構築と
セキュリティ強化

デジタル戦略を推進する中で、7月

に「7pay（セブンペイ）」の不正アクセス問題が発生し、ステークホルダーの皆様に変なご迷惑とご心配をおかけしました。この要因は、グループで横断的にシステム開発を進める際に、セキュリティポリシーのガイドラインが十分に機能しなかった点にありました。この事実を謙虚に受け止め、改めてデジタル戦略の基盤を再構築すべく、セブン&アイHLDGS.の中に「グループIT戦略推進本部」を新設し、グループのデジタル戦略推進に係る機能を統括、また社長直轄の組織として「セキュリティ統括室」を設置しました。

これらの施策を通じて、グループで共有する「7id（セブンアイディ）」を基軸としたデジタル戦略を再構築し、ライフ・タイム・バリューの最大化により顧客満足度を高めていきます。

首都圏食品戦略

グループ力を結集して
小型店フォーマットを創出

現在、1都3県におけるグループのスーパーストア事業の食品売上規模は、イトーヨーカドー、ヨークマート、ザ・ガーデン自由が丘などを合わせて年間約5700億円に達しています。これは首都圏の食品スーパーの中でも有数の事業基盤です。この基盤を有効

グループ各社の構造改革

イトーヨーカ堂の事業構造改革

イトーヨーカ堂は、「店舗政策」「商品政策」「組織改編」「人員政策」を重点テーマとして、抜本的な事業構造改革を進めます。また投資余力のある今、強みである食品事業を強化し、地域のニーズに合った商業施設へと再生するための成長戦略を同時に進めていきます。

対して店舗運営などのビジネスプロセスやフレッシュフードを中心とした商品の品質改善などを支援するプログラム「ELLS（Enhanced Licensee Support-program）」を推進しています。また、新地域への出店も積極的に進めており、2020年には新たにインドへの出店もスタートする予定です。

※7-Eleven, Inc.が推進する6つの重点施策…

- ①フレッシュフードの強化 ②デジタル戦略の推進 ③品揃えの改善およびPB商品の拡販 ④オペレーションの現場力向上、⑤新店開発と既存店活性化 ⑥グローバル戦略の加速。

環境宣言

持続可能な社会の実現に向けた
明確な目標を設定

当社は、今年5月に環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を発表し、4つのテーマで目標値を設定しました。

その実践として、9月にはセブンイレブンが神奈川県内の10店舗で、店舗で使用する電力のすべてをCO₂排出量ゼロの「再生可能エネルギー」とする実証実験を開始しています。フードロスについては、10月に四国地方と北海道のセブンイレブンで販売期限の迫ったおにぎりやお弁当などをご購入いただいたお客様にnanaoポナナスポ

北米でのコンビニエンスストア事業およびグローバル展開を担う7-Eleven, Inc.は順調に業績を伸ばしており、当社グループの成長事業として位置づけています。

同社では「シックスポイントプラン※」を重点的に推進しています。その一つである「デジタル戦略の推進」では、「7REWARDS（セブンリワーズ）」登録会員への特典提供を通じて、お客様との関係強化に成果を上げています。また、3月には、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・フード店である「ラレド・タコ」の併設や、スマホレジの導入といった新たな挑戦を進めています。

グローバル展開については2012年からセブンイレブン・ジャパンと協力して、既存のエリアライセンスに

イトーヨーカ堂の構造改革の骨子

店舗政策	■不採算店舗の外部連携・閉店 ●103店舗:ショッピングセンター(SC)化し「館」として再成長を目指す ●33店舗:自力再生困難な店舗として外部企業との連携や閉店を検討 ●22店舗:食品館など分社化を視野にグループと連携
商品(MD)政策	■ライフスタイル事業(衣料・住居関連商品)の大幅縮減・MD改廃 ライフスタイル事業として廃止する自主MDを明確化し、売場面積を大幅縮減
組織改編	■食品館事業の分社化を視野にグループ連携を推進
人員政策	■要員構成の見直し 店舗改革やMD改革、本部および店舗オペレーションの効率化、生産性向上にともなって人員配置を見直し、労使協議のうえ、2022年度末までに自然減を含め、2018年度末に対して約▲1,700名の適正化

イトーヨーカ堂の成長戦略

食品事業強化	■食の外部化ニーズに対応する商品開発の強化、外部企業との連携など
プロパティマネジメント強化	■セブン&アイ・グリエイトリンクと連携し、集客力の高いテナントと協業するなど地域ニーズに合った商業施設に再生を図り、SCとしての魅力を最大化
お届け事業	■ネットスーパー事業の大規模センター型への転換 ●首都圏食品戦略との連携 ●ラストワンマイル対応（受取ボックス、セブンイレブン店頭受取など）

News & Topics

各社からのニュースをお届けします

WINTER 2019

CLOSE UP 2

新サービス 9月12日 セブン銀行

顔認証・QRコード読み取りにも対応。次世代ATMを順次導入

セブン銀行と日本電気(株)(以下、NEC)は、世界No.1の精度※1を有する顔認証技術を搭載し、QRコード※2決済にも対応した次世代ATMを開発しました。9月から順次導入および入れ替えを進め、2024年度までにすべてのATMを入れ替える予定です。また日本初となる顔認証によるATMの口座開設の実証実験も開始しています。今後も社会の変化に対応した安全安心な決済インフラを提供していきます。

※1 NECは、米国国立標準技術研究所(NIST)の顔認証技術ベンチマークテストにて5回目の第1位評価を獲得しました。

※2 QRコードは(株)デンソーウェーブの登録商標です。



さらなる防犯対策、環境負荷低減も追求した次世代ATMです。

CLOSE UP 1

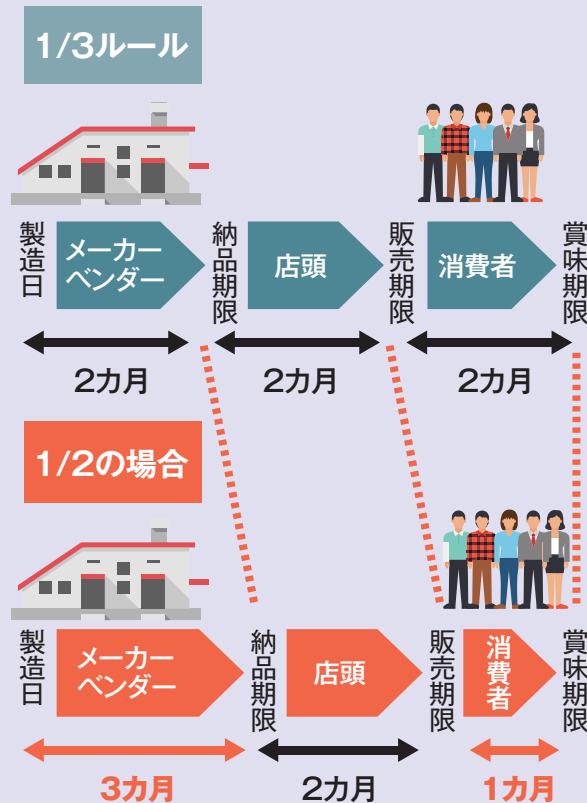
社会・環境活動 7月8日 セブン&アイHLDGS.

「3分の1」から「2分の1」へ。納品期限緩和で食品ロスを削減

セブン&アイHLDGS.は、食品ロス削減対策として、全国のセブンイレブン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークマートの2万1440店舗(6月末現在)で、加工食品の納品期限を緩和しました。

これまでは商慣習として、製造日から賞味期限までの3分の1が経過する前に納品する「3分の1ルール」で運用していましたが、2012年以降、一部商品の納品期限を2分の1に見直しました(下図参照)。今回は、この取り組みを加工食品全体についても順次広げていきます。これによりお取引先の納品期限に余裕が生まれ、在庫負担の軽減が見込めます。今後も対象カテゴリーを拡大し、さらなる食品ロスの削減に取り組んでいきます。

納品期限緩和イメージ ※賞味期限6カ月の場合



そごう・西武の事業構造改革

そごう・西武は、抜本的な事業構造改革を進めていくために、「西武大津店」「西武岡崎店」「そごう徳島店」「そごう西神店」「そごう川口店」の5店舗を閉店、「西武福井店」「西武秋田店」の2店舗を減積します。

同時に、成長戦略として、駅近という立地の強みや、多くのお客様とのつながり、お取引先とのネットワーク、お得意様への対応といった強みを「優良資産」として最大限に活かしながら、幅広いお客様に特別感を感じていただける付加価値追求型のモノ、コト、サービスを提供していきます。

セブンイレブン・ジャパンの事業構造改革

セブンイレブンを取り巻く経営環境が大きく変化している中、加盟店様が抱えている課題やご不満と真摯に向き合い、ともにその解決を図っていくために、4月に発表した行動計画の推進

に引き続き注力していきます。また、今回、セブンイレブンは再成長基盤の構築に向けた事業構造改革を策定しました。持続的な成長に向けて、行動計画にとどまらず、新たなイノベーションを生み出し、加盟店様へのカウンセリングの質的向上につなげていきます。

そごう・西武の構造改革の骨子

店舗政策	■不採算店舗の閉店、売場面積の縮小(閉鎖5店舗、減積2店舗)
人員政策	■要員構成の適正化(転進支援、社外出向、社内配置転換) ■本部移転、縮小にともなう本部人員適正化および固定費削減 ●2022年度末の従業員数を2018年度末に対し、労使協議のうえ自然減も含めて、約▲1,300名の適正化

そごう・西武の成長戦略

基本方針	■「優良資産」の最大活用 SC化(プロパティマネジメント)による店舗改革
基幹店(都市型)	■プロパティマネジメントの導入 ●不採算領域の効率化 ⇒ 新たなコンテンツ導入 ■成長領域(コスメ、ラグジュアリー、食品)の強化・開発 ■お得意様対応強化(競争優位性の発揮) ●富裕層向け店外催事(高輪会) ●新たな富裕層の獲得 ●セールス担当者の増員
郊外店	■プロパティマネジメントの深耕 ●テナントの戦略的入替 ⇒ 売場の鮮度維持、集客力強化 ⇒ 西武所沢店のSC化(2019年11月グランドオープン) 成功事例の水平展開 ●基幹店との連動 ⇒ サービス維持

セブンイレブン・ジャパンの構造改革の骨子

フランチャイズ 契約の見直し	■加盟店様が安心して経営に専念できる仕組みづくりの一つとして、 インセンティブ・チャージを見直し(2020年3月より運用開始予定)		
	現行インセンティブ・チャージ		
	①24時間営業 ▲2%	②特別減額(2017年9月～) ▲1%	
			
	新インセンティブ・チャージ		
	売上総利益額／月	5,500千円超	5,500千円以下
	24時間営業店	①24時間営業 ▲2% ②特別減額 ▲1% + 月額35千円	月額200千円
	非24時間営業店	②特別減額 ▲1% + 月額15千円	月額70千円
本部コスト 構造改革	■不採算店舗の閉店加速(約1,000店舗の閉店・立地移転) ■地代家賃の適正化(出店基準厳格化) ■本部人員の適正化(ITによる効率化など)		
売上・荒利 改善施策	■新レイアウトの導入加速(2019年度 約7,000店舗導入予定) ●立地に合わせた品揃えの見直し		

新会社情報
台灣阿卡將本舖股份有限公司 設 立：2017年10月 代 表 者：北出 耕三(董事長) 事業内容：台湾におけるアカチャンホンポ店舗の出店、運営 資 本 金：2億台湾ドル(日本円換算 約8億円) 出資比率：株式会社赤ちゃん本舗 100%

OPEN情報
7月26日(金) ヨークベニマル東海店 茨城県那珂郡東海村水戸・勝田都市計画事業 東海中央土地区画整理事業53街区1-1 8月2日(金) COMFORT MARKET中延店 東京都品川区中延4-6-8 9月13日(金) GranDiner KICHIJOJI PRESTIGE 東京都武蔵野市吉祥寺南町1-7-7 HULIC&New KICHIJOJI 4F 9月14日(土) Francfranc イオンモール高岡店 富山県高岡市下伏間江383 9月20日(金) ヨークベニマル小名浜店 福島県いわき市小名浜愛宕町7-2 Master Recipe 大丸心斎橋 大阪府大阪市中央区心斎橋筋1-7-1 9月27日(金) ヨークベニマル神町店 山形県東根市神町西5-2-50 10月4日(金) 沼津ロフト 静岡県沼津市東椎路字東荒301-3 ららぽーと沼津1F アカチャンホンポ ららぽーと沼津店 静岡県沼津市東椎路字東荒301-3 ららぽーと沼津店3階 10月17日(木) ポッポ幕張店 千葉県千葉市花見川区幕張町4-417-25 イトーヨーカドー幕張店1F 10月19日(土) 富山ロフト 富山県富山市婦中町下轡田165-1 ファボーレ1F アカチャンホンポ ファボーレ店 富山県富山市婦中町下轡田165-1 フューチャーシティ・ファボーレ2階 10月25日(金) 松戸ロフト 千葉県松戸市八ヶ崎2-8-1 テラスモール松戸1階 アカチャンホンポ テラスモール松戸店 千葉県松戸市八ヶ崎2-8-1 テラスモール松戸3階 U.F.O by Francfranc 渋谷店 東京都渋谷区宇田川町12-9 JouLeSHIBUYA 1F～3F

新サービス

10月1日

セブンイレブン

国内4社のバーコード決済サービスを開始

セブンイレブンは、全国2万1034店舗(2019年8月末時点)で、「au PAY」「d払い」「ゆうちょpay」「楽天ペイ(アプリ決済)」のバーコード決済サービスの利用を開始しました。既存の「PayPay」「メルペイ」「LINE Pay」「アリペイ(Alipay)」「WeChat Pay(微信支付)」や「nanaco」、交通系電子マネー、各種クレジットカードなどのキャッシュレス決済と合わせ、お客様のさらなる利便性向上を図っていきます。







社外評価

8月23日

セブン&アイHLDGS.

ESG投資の株価指数構成銘柄に選定

セブン&アイHLDGS.は、ESG(環境、社会、ガバナンス)投資のための国際的な指数である「FTSE4Good Index Series」に5年連続で、「FTSE Blossom Japan Index」に3年連続で構成銘柄として選定されました。

今後もSDGs(持続可能な開発目標)の達成に向け、すべてのステークホルダーの皆様とともに、持続可能な社会の実現に貢献していきます。



FTSE4Good

「FTSE4Good Index Series」
ESGに関する世界基準を満たす企業を構成銘柄とした指数です。



FTSE Blossom Japan

「FTSE Blossom Japan Index」
年金積立金管理運用独立行政法人(GPIF)が採用した日本企業を構成銘柄とする指数です。

企業情報

7月26日

セブンイレブン

「省人化テスト店舗」を開店し、実証実験をスタート

セブンイレブンは、従業員の作業時間・作業量を大幅に削減することを目的とした「省人化プロジェクト」の一環として、セブンイレブン町田玉川学園5丁目店にて実証実験を開始しました。

これまでも、作業負荷の軽減や省人化・省力化を目的とした設備開発・導入を推進してきましたが、今回はさらなる店舗運営の効率化を実現するため、店舗作業に要する時間や従業員の動線・移動距離の分析データをもとに店舗を設計。セルフレジやカウンター内の収納など新設備も導入し、約15・1時間分※の作業軽減を目標に、省人化・省力化の最先端店舗として営業します。

今後「人と環境にやさしい店舗」を目指し、積極的な設備の開発・導入を進めていきます。

※2015年以前の店舗設備と比較し、今回の店舗での「省人化」に関わる設備がもたらす理論上の時間です。



セミ／フルセルフに切り替え可能なレジを導入しました。

受賞

9月10日

ニッセン

「コンタクトセンター・アワード2019」

オペレーション部門賞を受賞

ニッセンは、「コンタクトセンター・アワード2019」でオペレーション部門賞を受賞しました。同アワードは、日本初のコンタクトセンター運営企業向けの運営管理能力表彰制度で、今回ニッセンは、チャットボットとRPA(自動ロボット)を組み合わせた改善実績が高く評価されました。

社会・環境活動

8月23日

セブン&アイHLDGS.

「気候関連財務情報開示タスクフォース」に賛同

セブン&アイHLDGS.は、「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」提言への賛同を表明し、TCFD(インシーム)に参画。TCFDは、気候関連財務情報開示方法の開発を目的に設立されたタスクフォースです。気候変動が事業におよぼすリスクや機会などに関する各種情報開示を拡充することで、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

企業情報

7月19日

セブン&アイHLDGS.

小売業初となる「内部通報制度認証」に登録

セブン&アイHLDGS.は、「グループ共通従業員ヘルプライン※」を、消費者庁の「内部通報制度認証(自己適合宣言登録制度)」に登録しました。この認証は、内部通報制度を適切に運用する企業のみ登録できるものです。今後も、内部通報制度の整備と周知を通じて違反行為の未然防止に努め、すべてのステークホルダーの信頼に応えられるグループを目指します。

※グループ27社で同様の内部通報制度を適用しています。

7・10月のトピックス

7-10月



店舗ごとに担当しているOFCが、今期の政策を新商品とともに各店舗ごとの特長に合わせて説明します。

加盟店様とともに
成長への指針を共有

春と秋の年2回、セブンイレブンの加盟されているオーナー様と店舗の従業員さんとともに成長に向けた想いを共有する場、それがセブンイレブン・ジャパンが継続的に開催している「商品展示会」です。2019年秋期商品展

Scene I 「商品展示会」での対話をもとに

示会は全国16カ所でのべ26日間にわたって開催し、加盟店からは約10万人、お取引先や今後のオーナー様候補の方々を含めると約11万4千人が参加しました。

会場では、セブンイレブンの経営方針を共有するとともに現在の社会状況や消費トレンドをもとにした新商品、売場づくりの提案などを紹介しています。2019年秋期商品展示会では、人手不足や消費税増税といった事業環境の中、「オーナー様が経営に専念できる環境づくり」「持続的に成長できるお店づくり」をともに推進していくというコンセプトで、立地商圏別の品揃えと売場づくりなどを紹介しています。商圏別の売場では、それぞれの立地に応じた買い合わせや購買特性についてグラフなどを使って自店と比較ができるように工夫。オーナー様や店舗の従業員さんたちもオペレーション・ウィール・カウンセラー（OFC）に積極的に



新商品の試食や最新設備も展示しています。

質問するなど、会場はいつも熱気に満ち溢れています。

メーカー様同士でも最新情報を交換

対話を通じてモチベーションを高め、いるのは、オーナー様や店舗の従業員さん、担当OFCだけではありません。展示会場には、セブンイレブンの商



特集 セブン・イレブンの改革最前線

「対話」を通じて、 変わり続ける。

セブン・イレブン・ジャパンは現在、社会構造や環境の変化に対応し、持続可能な成長を実現していくための「行動計画※」を遂行しています。その中心にあるのが、「店舗オーナー様をはじめとしたステークホルダーとの対話によって自らを変革していこう」という基本姿勢です。ここでは、セブン・イレブン・ジャパンが「商品展示会」と「セブンあんしんお届け便」に積極的に取り組むお店の様子を通じて、対話を通じて変わり続けるセブン・イレブンの“今”をご紹介します。

※行動計画の進捗状況 https://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2019/20190925.html



デリーメーカー様から Message

加盟店様と直に接する
貴重な場として
商品開発につなげています。



株式会社武蔵野
代表取締役社長
安田 信行 氏

1981年のお取引開始以来、当社はお弁当やおにぎり、調理パンなどを開発・製造するデリーメーカーとしてセブン・イレブンとともに成長を続け、2019年には全国25番目となる生産工場を沖縄に開設しました。

当社にとって商品展示会は、加盟店オーナー様と直に接することができる貴重な場です。そこで皆様の“生の声”に耳を傾けてきたことが、「ツナマヨおにぎり」や「金の食パン」といったヒット商品の開発につながっています。また、商品展示会は当社社員のモチベーション向上にも有効な機会となっています。

多くの加盟店と多種多様なパートナー企業の方が一堂に会し、それぞれの思いやこだわりをぶつけ合うのが商品展示会です。そこで生まれる熱気は、セブン・イレブンのサプライチェーンをより強固なものにしています。これからも自社の開発力を高め、新たな商品市場の創造に貢献していきます。

品づくりを担う多くのメーカー様も来場し、商品本部のマーチャンダイザー（MD）と販売戦略を確認するとともに、従業員さんの声など市場調査では得られない生きた情報をもとに商品開発や販売促進の方向性を話しています。また、これからセブンイレブンに加盟される方々もお招きして、強みである商品力や運営サポート力などを紹介しています。

セブンイレブンが持続可能な成長を実現していくためには何が必要なのか——セブンイレブンはこれからもステークホルダーの皆様との「対話」を起点とした変革に挑戦していきます。



永松社長をはじめとする幹部社員は商品展示会だけでなく、定期的なお店訪問でもオーナー様や店舗の従業員さんたちと直接会話を交わしています。

Message

食品メーカー様から

こだわり、強みを発揮し合いながら
新たな価値を
店頭にお届けしていきます。



日清食品株式会社
代表取締役社長
安藤 徳隆 氏

セブンイレブンとの協業は、1999年に発売した「日清名店仕込みシリーズ」が最初でした。有名ラーメン店の味をカップ麺で再現するという挑戦は、発売後2カ月で500万個、初年度で1000万個という伝説的な売上げを記録し、現在の「セブンプレミアム」の原型になったと聞いています。以来、新しい価値創造に挑戦する良きパートナーとして、お互いに共通する2つのこだわりをぶつけ合いながら切磋琢磨し、ともに成長してきました。

まず一つ目は、「食」に不可欠な安全性・品質へのこだわりです。当社の創業者である安藤百福は「食為聖職」という言葉を遺しています。食の仕事を聖職と位置づけ、人々の生命の根源を支える仕事に携わる者として品質管理体制を強化し続けています。当社のブランドコミュニケーションは、他社が真似できないようなユニークでインパクトの強いものが多いのですが、そんな当社らしさも厳格な品質保証体制に基づき安全性を確保しているからこそ成立します。そして、これら基本の確かさを追求する姿勢は、セブンイレブンが求め

る姿勢と一致していると感じています。

もう一つは、「セブンプレミアム」の「進化するブランド」、当社のグループ理念「EARTH FOOD CREATOR」が象徴するように、つねに時代や人々の生活スタイルの変化をリードする存在でありたいという想いです。女性や若者、シニアなど、ターゲットごとに「刺さる」部分は異なりますが、食を通じて時代の一歩先を示すという気概は共通しています。さらに、既存商品を絶えず改良し、消費者に新しい驚きと楽しさを提供しようという姿勢も同じだと感じています。

加えて、私が常々感心させられるのが、徹底力です。品質、安全性、おいしさ……すべてにおいて、方向性を決めたら何度でも試行錯誤を繰り返し、結果を出す力。その姿勢は、先日訪れた商品展示会でも肌で感じました。一般に、展示会ではエンターテインメント性も重視されますが、セブンイレブンの商品展示会は実にシンプルかつユニークです。社会環境や消費志向の変化に対するセブンイレブンの針路が、商品紹介のパネルで、売場の事例で、設備機器の展示で、一貫したメッセージとして打ち出されています。とくに当社のようなメーカーは、新商品に込めた味や品質へのこだわりを知っていただきたいのですが、担当するMDさんだけでなくOFCの方もそうした点を実によくご理解いただいており、来場者に丁寧に説明しておられる姿には毎回頭が下がります。また、オーナーさんや従業員さんもそうしたこだわ

Scene II 「セブンあんしんお届け便」を通じて

地域社会の課題に
応えるために

販売設備付きの軽トラックで巡回する移動販売サービス「セブンあんしんお届け便」。2011年にサービスを開始して以来、現在、1都1道2府31県で販売サービスを実施しており、2019年11月には稼働台数が100台を超える予定です。

その原動力となっているのは、日常のお買物に不便なエリアや移動手段に困り、ご高齢の方が多い地域のお客様に役立ちたいというオーナー様の想いです。多くのオーナー様からは「土地勘があり、地域の人々の困りごとを日頃



お客様一人おひとりに寄り添いお声がけするオーナー様。

から見聞きしているからこそやるべきだと思った」とお声をいただいています。また、全国の自治体とセブンイレブンが締結する地域活性化包括連携協定を背景に、自治体からの要請をふまえて改めて「地域のために」と挑戦を始めるオーナー様も増えています。さらに、近年では都市部でも高齢化が進んでおり、過疎地や郊外が主流だった出店エリアも、多様化しつつあります。

「お声がけ」「対話」をもとに
成長していくのは、
実店舗と同様

移動販売サービスが好評を博しているのは、高齢化や郊外を中心とした過疎化といった社会環境だけでなく、オー



セブンイレブン相模原宮之上店が訪問するのは坂が多いエリア。販売場所に近づくたび拡声器で到着をお知らせします。

ナー様や店舗の従業員さんが実店舗でのノウハウをフルに活用しているからです。お声がけをして関心を持っていたかく、対話を通じてお客様が望んでいる商品を品揃えに反映する、時には試食会をして新商品を認知していただく——こうした取り組みが効果を発揮し、顧客満足度を高めています。

セブンイレブンは、これらの強みに加えて、地域の人々がコミュニケーションを交わす「憩いの場」という移動販売サービスならではの魅力を発揮していくことで全国の「セブンあんしんお届け便」の輪をさらに広げていきます。

Message

オーナー様から

「セブンあんしんお届け便」を通じて
地域コミュニティの活性化に
力を注いでいます。



セブンイレブン
相模原宮之上店
オーナー

田村 謙二 氏

相模原市は、多様な顔を持つ街で、山や坂道の多い地区も多く存在します。「坂の上で暮らすご高齢の方が日々のお買物に大変苦労している」というお話を行政の方からお聞きしたので、をきっかけに、2年前から「セブンあんしんお届け便」を始めました。現在は2台の移動販売車を使い、週6回訪問しています。

この取り組みを続けていて最もうれしく思うのは「地域コミュニティが潤いを取り戻した」と感じられることです。お客様は、お買物を本当に楽しんでくださいますし、自然とお客様同士の会話が生まれ、それが住民同士の見守りにもなっています。訪問時には、お客様それぞれにお声がけしています。セブンイレブンは省人化を進めていますが、その目的は店舗業務を減らしておもてなしに力を入れることと理解しています。その意味で、セブンあんしんお届け便は小売業であるコンビニエンスストアの普遍的な存在価値を見つめ直す、意義のある取り組みだと思っています。



東京都板橋区に本店がある人気ラーメン店「蒙古タンメン中本」シリーズの新商品「辛旨味噌」を多くの来場者に試食していただきました。



りのポイントを期待されているようで、熱心に会話を交わしながらメモをとられる姿が印象的でした。こうした内容の濃いコミュニケーションから徹底力が生まれ、店内でのお声がけやPOPづくりなど、販売につながる実践的な取り組みになっているのだと思います。

これからはそれぞれの強みを発揮しながら、つねに新鮮なブランドとしてともに成長していきたいと考えています。

「セブンプレミアム」の安全・安心、健康への取り組み

毎日の食事を もっとおいしく健康に。

セブン&アイグループは、お客様においしさとともに「安全・安心、健康」をお届けするためのさまざまな取り組みを推進しています。今回はグループのプライベートブランド(PB)商品「セブンプレミアム」とセブン・イレブンのオリジナル商品の2つの視点から、商品や栄養成分表示の進化を紹介します。

(9月29日・30日に各紙に掲載した企業広告)



大切な家族と
食べるものだから

「おいしく健康に」。お客さまの生活を応援していきます。

セブン&アイグループのプライベートブランド「セブンプレミアム」は、お客様においしさとお心の両方を届けるためのさまざまな取り組みを推進しています。例えば、味付けにこだわりながらも、添加物の削減に取り組み商品開発もそのひとつ。同じ商品でも年々添加物の量を減らす一方で、よりおいしく商品へと進化させています。「おいしく健康に」というお客さまのニーズに対応し、2019年3月からは商品パッケージの表示を変更しています。

「セブンプレミアム」は栄養成分やアレルギーに関する詳細情報を商品パッケージに明記しています。

商品名	エネルギー	たんぱく質	脂質	炭水化物	食塩相当量	糖質	食物繊維	ビタミンB1	ビタミンB2	ビタミンC	鉄	亜鉛	銅	マンガン	カリウム	ナトリウム	カルシウム	マグネシウム	リン	セレン	ヨウ素	銅	マンガン	カリウム	ナトリウム	カルシウム	マグネシウム	リン	セレン	ヨウ素
セブンプレミアム 鶏肉の炊き込みご飯	248kcal	10.0g	12.0g	45.0g	0.8g	45.0g	0.5g	0.1mg	0.1mg	10mg	0.5mg	0.5mg	0.1mg	0.1mg	100mg	100mg	10mg	10mg	10mg	0.1mg	0.1mg	0.1mg	0.1mg	100mg	100mg	10mg	10mg	10mg	0.1mg	0.1mg

セブン&アイグループの、これからもずっと変わらない約束です。

nanacoポイント 5倍 10/1(水)〜10/14(水)



「いただきます」の
そばに安心を。

「安全・安心にまっすぐ」。お客さまのカラダを想い続けます。

「セブンプレミアム」は、お客様においしさとお心の両方を届けるためのさまざまな取り組みを推進しています。例えば、味付けにこだわりながらも、添加物の削減に取り組み商品開発もそのひとつ。同じ商品でも年々添加物の量を減らす一方で、よりおいしく商品へと進化させています。「おいしく健康に」というお客さまのニーズに対応し、2019年3月からは商品パッケージの表示を変更しています。

「セブンプレミアム」は栄養成分やアレルギーに関する詳細情報を商品パッケージに明記しています。

商品名	エネルギー	たんぱく質	脂質	炭水化物	食塩相当量	糖質	食物繊維	ビタミンB1	ビタミンB2	ビタミンC	鉄	亜鉛	銅	マンガン	カリウム	ナトリウム	カルシウム	マグネシウム	リン	セレン	ヨウ素
セブンプレミアム 鶏肉の炊き込みご飯	248kcal	10.0g	12.0g	45.0g	0.8g	45.0g	0.5g	0.1mg	0.1mg	10mg	0.5mg	0.5mg	0.1mg	0.1mg	100mg	100mg	10mg	10mg	10mg	0.1mg	0.1mg

セブン・イレブンの、これからもずっと変わらない約束です。

一人おひとりの志向やライフスタイルに対応した商品を日常生活の中で自然に選択していただけるようなお買物環境をつくることが重要と考えています。

その実践の一つが、パッケージ表示です。「セブンプレミアム」では、アレルギー物質の表示が義務づけられている特定原材料7品目だけでなく、表示義務のない準特定原材料20品目を含めた全27品目の有無をパッケージの裏面に表示し、お客様が一目で見てわかるようにしています(下記、商品パッケージ写真参照)。また、セブン・イレブンではお客様の健康志向へのいっそうの高まりに応じて2018年から「カ

ラダへの想いこの手から」シリーズを発売。「一日に必要な野菜の量※の半分を含む」などと明記しています。こうした取り組みを通じて、多くのお客様に健康について関心を持っていただくことから、おにぎりやお弁当だけでなくラインアップを拡充し続けています。

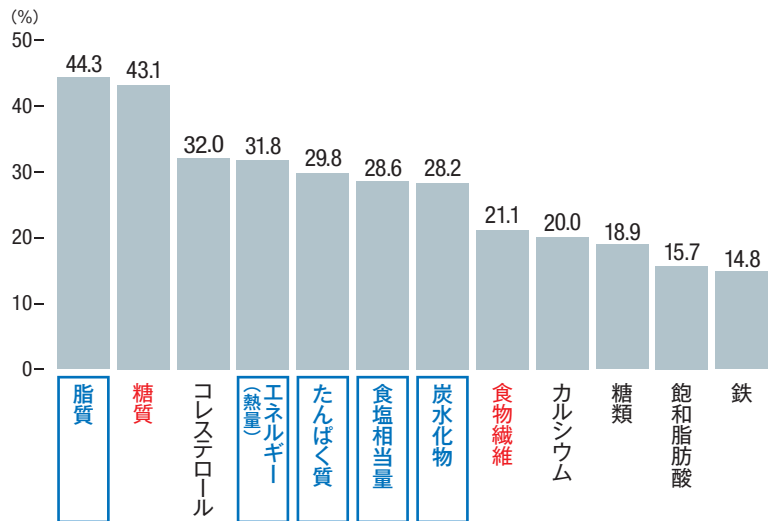
※健康日本21(第二次)では、野菜摂取量の目安値を一日当たり平均摂取量350gとしています。

さらに2019年度からは、2020年4月に施行される食品表示法の改

早くから「健康志向」に応える
取り組みを推進

セブン&アイグループ各社では、従来より、超高齢社会の到来や生活習慣病の増加などをふまえ、健康をテーマとした食品ニーズの高まりを見据えた取り組みを推進してきました。たとえばデニーズでは、1988年からメニュー表でのカロリー表示を実施しています。セブン・イレブンでは、パン生地にもイーストフードや乳化剤を使用しないオリジナルパンを1999年から販売。イトーヨーカドーでは2002年から生産者の顔が見える安全・安心な野菜を「顔が見える野菜」としてブランド化しました。そして2014年、セブン&アイグループはサステナブルな社会を目指していくための「5つの重点課題」の一つに「商品を通じて安全・安心の提供」を掲げ、グループをあげてお客様の健康志向に応えていくことを宣言しました。さらに2019年から、セブン&アイグループのPB商品「セブンプレミアム」の食の栄養成分について

義務表示にしてほしい栄養成分名(全体の割合の降順)(N数:10,000人)



※ は義務表示の栄養成分名
出典:「平成29年度食品表示に関する消費者意向調査報告書」(消費者庁)

て、顧客層に応じて「加える」「減らす」「外す」という3つの方向性を策定。健康関連商品の開発を加速させています(四季報VOL.143「健康プロジェクト」)。

日常生活に「健康」を
取り入れていただくために

セブン&アイグループは、お客様の健康に貢献するためには、健康関連商品を増やすだけでなく、お客様お

してきたからこそ実現することができました。

セブン&アイグループは、これからもお客様の日常生活に寄り添いながら、「安全・安心、健康」という潜在ニーズに応えるべく、おいしさ、安心を追求した商品ラインアップを拡充し、持続的な成長を目指していきます。



パッケージ表面



パッケージ裏面

SDGsと本取り組みの関係



「CO₂排出量ゼロ」店舗の実現

セブン-イレブンが「再生可能エネルギー100%」店舗の実証実験を開始



実験店舗であるセブン-イレブン横浜中山南店でのオープニングセレモニー。セブン&アイHLDGS井阪社長(左)や、神奈川県黒岩知事(右から3番目)らが出席しました。



上空から見た実験店舗。屋根には太陽光パネル、駐車場奥には蓄電池が並びます。

店舗で使用する電力すべてをCO₂排出量ゼロの再生可能エネルギーに
セブン&アイHLDGSは、2019年4月に神奈川県と「SDGs推進に係る連携と協力に関する協定」を締

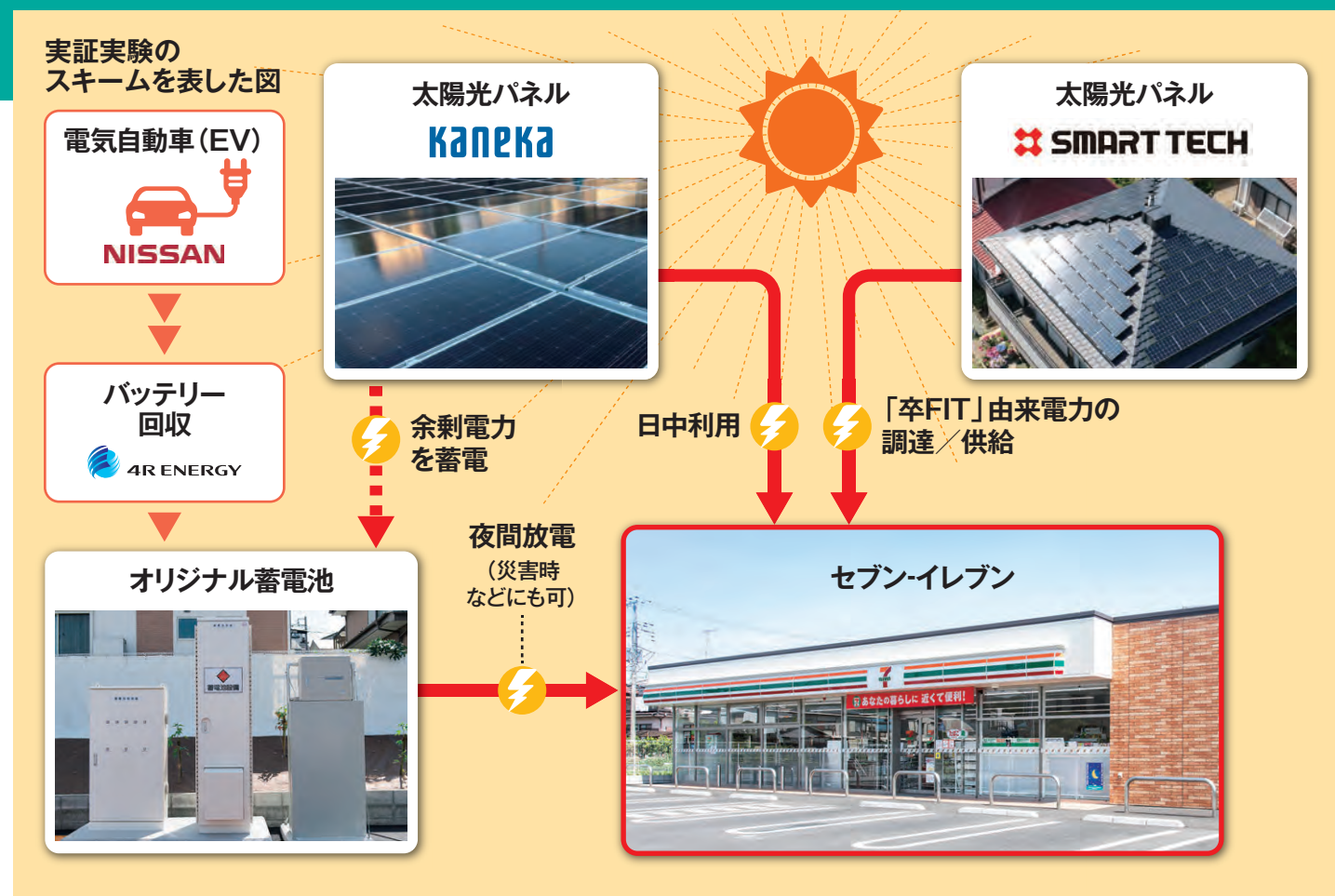
結したことにより、SDGsの達成に向けて同県内の自治体や地域の皆様とともに環境問題などさまざまな社会課題の解決に取り組んでいくことを明記しています。また、5月にはセブン&アイグループの環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を公

表。4つのテーマの一つに「CO₂排出量の削減」を掲げ、2030年までに店舗運営にともなうCO₂排出量を「30%以上削減(2013年比)」、2050年までに「80%以上削減(同)」するという高い目標を設定しています。こうした取り組みをふまえ、セブンイレブンは2019年9月、神奈川県内にある10店舗で、店舗で使用する電力のすべてをCO₂排出量ゼロの「再生可能エネルギー」とする実証実験を開始しました。

これまでの経験を活かして 実証実験のプロジェクトを 迅速に開始

実証実験を開始するにあたり、セブンイレブンは、約半年間で構想をつくり上げました。これはドスピーディーにプロジェクトを開始できた背景には、過去の経験で得た多くの知見やノウハウがあります。

2017年には、水素燃料電池を活用した発電設備や路面型太陽光発電設備を実験店舗に導入。また2018年には、別の実験店舗で太陽光発電パネル、蓄電池を活用して使用電力の約5割を再生可能エネルギーとすることに成功しました。このように、さまざまな実証実験を通じて、太陽光



パネルや蓄電池メーカー、建設会社といった新たなパートナー企業との連携を重ねながら調達ネットワークを拡充してきました。また、ハード面だけでなく、お客様の動きや従業員の作業内容などもふまえた省エネ効果の高い店舗オペレーションの方法など、実店舗ならではの運用結果を積み上げてきたことが、今回の実証実験に活かされています。

全店舗への普及を目指した システムを構築

今回の実証実験の最大の特長は、CO₂排出量の削減に向けて「実験店舗ごとに効果を確認する」という段階から一段階進め、「全店舗への普及の可能性を実証する」点にあります。

立地環境や店舗面積など店舗ごとに状況は異なるため、既存店舗に従来の設備を導入しても十分な効果が得られなかったり、導入運営コストが採算に合わないことも想定されます。そこで今回は、2019年8月末時点ですでに太陽光パネルを搭載している全国8016店舗が迅速に導入でき、かつ新規導入する店舗でも経済的メリットが得られるシステムを構築しました。

具体的には、太陽光パネルについては、従来の片面発電パネルから(株)カ

ネカの開発した「両面発電パネル」に変更。裏面でも発電できることから、発電効率の大幅な向上が見込めるうえ、既存店舗はパネルの付け替えだけで工事が完了します。また、電力を蓄える蓄電池には、フォアールエナジー(株)が開発した、日産リーフの電気自動車(EV)「日産リーフ」のバッテリーをリユースしたオリジナル蓄電池を設置。さらに、(株)スマートテックの協力のもと、家庭用太陽光発電の固定買い取り制度(FIT)の期間が11月から順次終了することにもなっており、発生する「卒FIT」由来の再生可能エネルギーを調達する仕組みを構築しました(上図参照)。

標準装備と位置づけ 全国の店舗に拡大

セブンイレブンは、今回の実証実験の結果をふまえて、2030年までに「再生可能エネルギー100%」を実現する新店を全国に展開していくことを目指しています。そして、既存店舗にもシステムを導入していくことで、環境宣言に掲げているCO₂排出量削減の目標達成を目指します。また、蓄電池による地域での災害発生時などの非常用電源拠点としても貢献することを目指していきます。



第二工場では生姜の加工を行います。約100度の湯で表面を殺菌した生姜をミキサーに入れます。

「黄金生姜の特徴は色だけではなく、繊維が少なくておろしやすいこと。おろした生姜が鮮やかな黄色を長時間キープすること。そして、辛み成分と香り成分が、一般的な生姜より多く含まれていることです」と水田社長。

生姜には辛み成分の「ジンゲロール」、香り成分の「シヨウガオール」などが含まれており、シヨウガオールには体を温める効果があると言われている。これらの成分を多く含む黄金生姜は、まさにこだわりの生姜です。収穫を待つ黄金生姜の畑を訪ねると、すくっと伸びた緑色の生姜の葉で覆い尽くされています。



青果販売用の黄金生姜は、倉庫から加工場に運ばれ、芽が出そうところや腐りそうな部分を小刀でカットするトリミング作業が行われます。

生姜は病気にかかりやすいため、夏場も毎日畑を回り、病気が出ていないか一つひとつの葉を細かくチェックして畑の管理を行っています。また、同社の畑は、安全で品質の良い農産物をもたらす農場に与えられる国際認証「グローバルGAP」を2012年に取得、2020年にはすべての直営畑で認証



坂田信夫商店の自社農場を守るのは若手の社員たち。生姜への愛情いっぱいです。



お金のようなミキサーから出てくるのは、ペースト状になったすりおろし生姜。

を取る予定です。そごう・西武の今年のお歳暮には、この黄金生姜を使ったさまざまな商品がラインアップされています。黄金生姜のおいしさと元気がプラスされた贈り物を、ぜひお楽しみください。



高知産 黄金生姜
ジンジャー
バラエティセット
3,500円(税抜)

黄金生姜のシロップ、パウダー、醤油漬け、ジャムをひと箱に詰めてお届け。そごう・西武各店のお歳暮ギフトセンター、およびe.デパートでお求めいただけます。



ていねいに育てられた生姜の葉が畑一面に広がります。



掘り出したばかりの生姜は色が薄いのですが、保管する間に美しい黄金色に変化していきます。

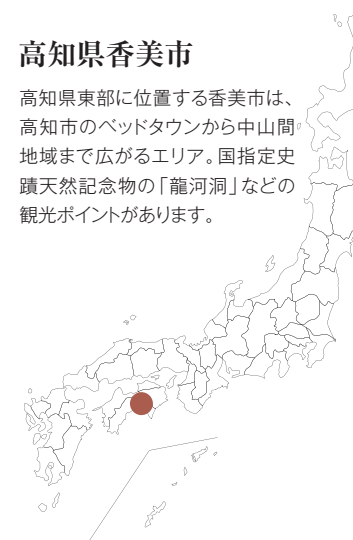
青果売場に年間を通して並んでいる生姜の収穫は、年に何回もできていると思う方が多いのではないだろうか。「生姜は年に一回、秋に収穫する作物です。10月半ばから収穫が始まり、12月までに採り終えます。それを数カ月間寝かせることで、青果売場にある根生姜になるのです」そう話してくれるのは、高知県香美市に本社を置く坂田信夫商店の水田晶谷さん、同社の4代目社長です。高知県は生姜の生産が盛んで、国内市場の約半数を占めています。昭和22(1947)年創業の坂田信夫商店は、生姜の卸からスタートして、現在は生姜の栽培・生産、製造・出荷まで自社で一貫して行う生姜の専門会社。主力となるのは「黄金生姜」、その名の通り、黄金色に輝く元気な生姜です。



日本三大鍾乳洞に数えられる「龍河洞」。見ごたえのあるポイントはライトアップされ、プロジェクションマッピングも楽しめます。

高知県香美市

高知県東部に位置する香美市は、高知市のベッドタウンから中山間地域まで広がるエリア。国指定史蹟天然記念物の「龍河洞」などの観光ポイントがあります。



そごう・西武

こだわりの産地を訪ねて

こがね

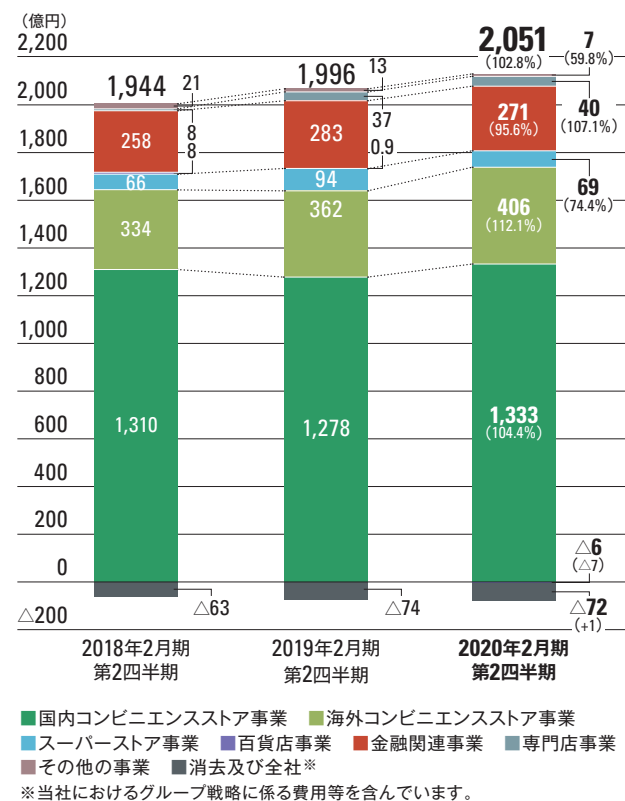
黄金生姜



2020年2月期 第2四半期決算の詳細は、
セブン&アイHLDGS. WEBサイト「IR資料室」へ

国内外コンビニエンスストア事業の増益が グループ全体を牽引

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〕



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）」に関する費用の計上により、減益となりました。なお、7payは、一部アカウントに対する不正アクセスの発生により、既存スキームに基づいたサービス提供の継続が困難であるとの判断に至り、9月30日をもって廃止しました。

専門店事業

お客様ニーズに対応した商品政策の実行により、セブン&アイ・フードシステムズやロフトなどの営業利益は前年同期を上回りました。

調整額（消去及び全社）

グループCRM（顧客関係管理）戦略に係る費用等を計上しています。営業損失は前年同期と比べ縮小しました。

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、従来のビジネスモデルの見直しに着手。店舗の営業時間短縮がおよぼす影響を検証する実験や、店内作業負荷軽減を狙った省人化設備導入に関する実験を開始しました。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、新商品の開発・販売および既存商品の継続した品質向上に取り組みました。既存店売上は天候の影響などにより前年を下回りましたが、営業利益は1,324億25百万円（前年同期比3.9%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、フレッシュ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504億93百万円（前年同期比11.8%増）となりました。

スーパーストア事業

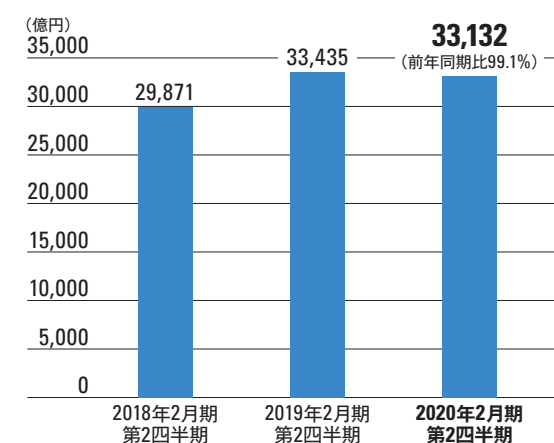
イトーヨーカ堂は、引き続き衣料と住居の自営売場面積の適正化および食品の営業強化に注力しましたが、既存店売上は前年を下回り、営業利益は5億6百万円（前年同期比72.7%減）となりました。

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62億53百万円（同11.1%増）となりました。

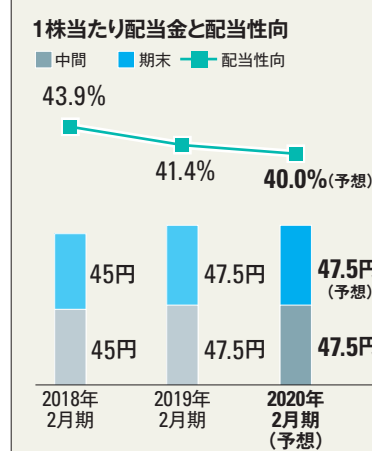
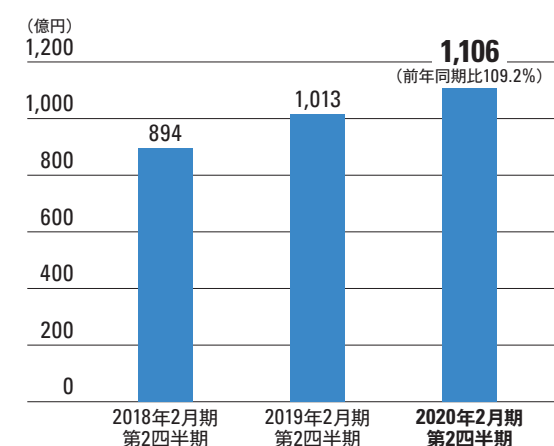
百貨店事業

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、郊外店舗の新しいオペレーションモデルとして、百貨店と専門店の融合を目指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、営業損失は前年同期と比べ7億85百万円増加し、10億78百万円となりました。

営業収益



親会社株主に帰属する四半期純利益



利益配分に関する基本方針
当社は、利益向上に見合った利益還元を行うことを基本方針としており、1株当たりの配当金については、目標連結配当性向40%を維持しつつさらなる向上を目指してまいります。なお、当期の配当金については、中間配当金47.5円と合わせ、1株当たり95円を予定しています。

当期の概況
当第2四半期連結累計期間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、10月の消費税率引き上げを控えた消費者心理の落ち込みの影響もあり、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きました。
このような中、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・販売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、営業利益および経常利益については第2四半期連結累計期間として7年連続で増益となり、営業利益、経常利益および親会社株主に帰属する四半期純利益はそれぞれ過去最高の数値を達成しました。
また、セブン-イレブン・ジャパン、セブン-イレブン・沖縄および7-Eleven, Inc.における加盟店売上を含めた「グループ売上」は、5兆9974億99百万円（前年同期比0.8%増）となりました。



2019年7月11日、沖縄県にセブン-イレブン14店が同時オープン。沖縄県への初出店を記念して、セブン-イレブン・沖縄のオリジナル商品を発売（商品はオープン当時のもの）。

株式の状況 (2019年8月31日現在)

株式の総数

発行可能株式総数	4,500,000,000株
発行済株式総数	886,441,983株

株主数

90,948名

大株主

(千株) (持株比率)

伊藤興業株式会社	68,901	7.8%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	66,869	7.5%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	46,638	5.3%
SMBC日興証券株式会社	22,522	2.5%
日本生命保険相互会社	17,672	2.0%
伊藤 雅俊	16,799	1.9%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	16,256	1.8%
三井物産株式会社	16,222	1.8%
三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社	15,810	1.8%
STATE STREET BANK WEST CLIENT-TREATY 505234	12,442	1.4%

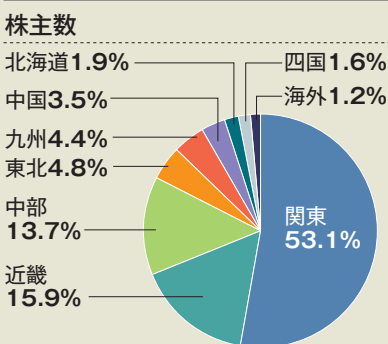
株主メモ

決算期	2月末日
定時株主総会	5月
定時株主総会の 株主確定基準日	2月末日
配当基準日	2月末日および8月31日
単元株式数	100株
公告方法	電子公告 https://www.7andi.com/ir/koukoku.html 事故その他やむを得ない事由によって電子公告ができない 場合には、日本経済新聞に掲載いたします。
上場取引所	東京証券取引所市場第一部
証券コード	3382
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-232-711 (通話料無料)

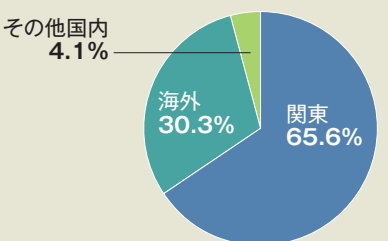
所有者別分布状況

株主数(名)	株式数(株)
金融機関	308,276,603 (34.8%)
金融商品取引業者	69,811,381 (7.9%)
その他の法人	125,528,812 (14.2%)
外国法人等	268,836,227 (30.3%)
個人・その他	113,988,960 (12.9%)
合計	886,441,983 (100.0%)

所在地別分布状況



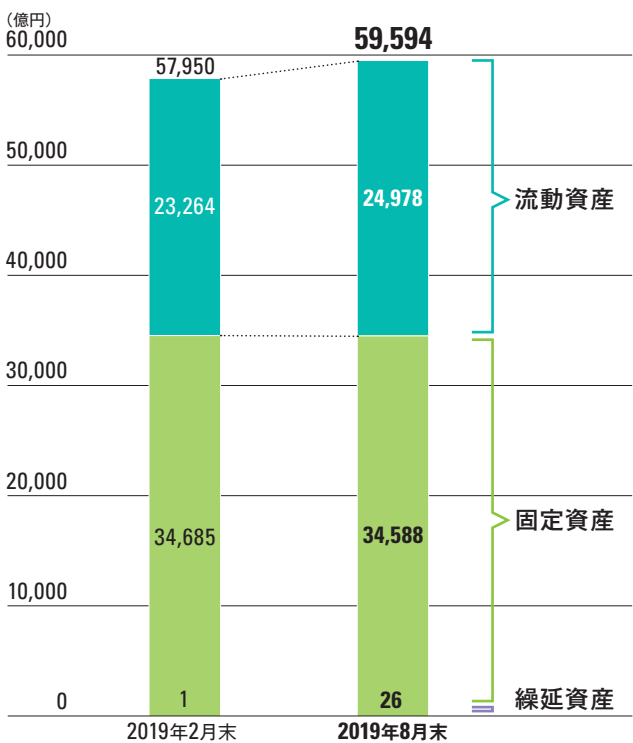
株式数



2020年2月期 第2四半期決算の詳細は、
セブン&アイHLDGS. WEBサイト「IR資料室」へ

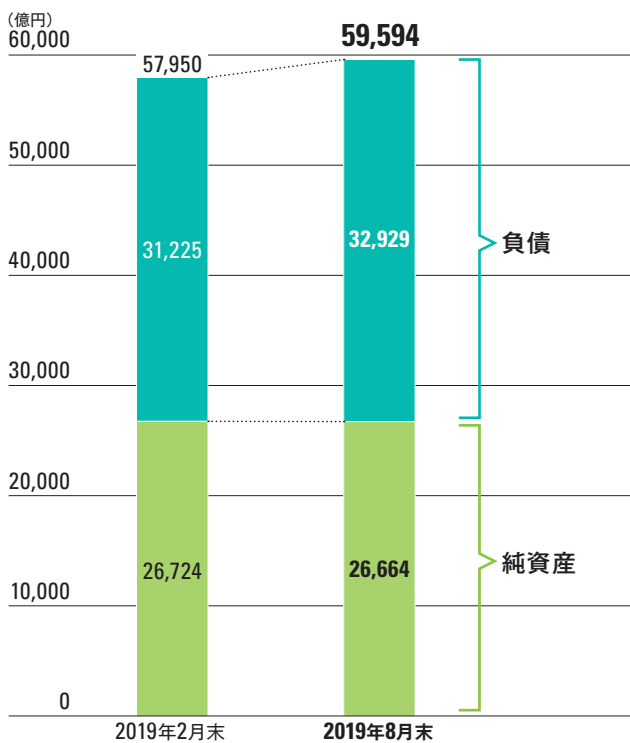
連結貸借対照表

資産合計



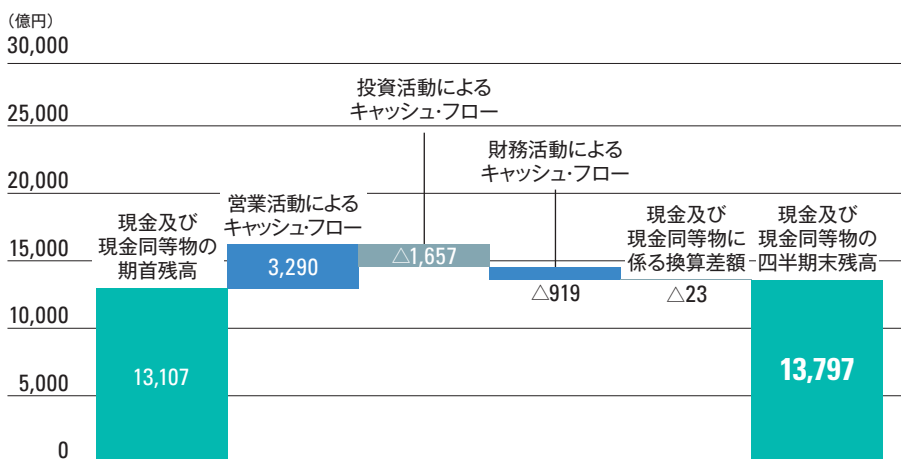
流動資産は、現金及び預金の増加などにもない、増加しました。
固定資産は、主に新規出店や既存店への投資にともなう有形固定資産取得などに付随し建物及び構築物が増加したものの、為替レート変動にともなうのれんの減少などにより、減少しました。

負債純資産合計



負債は、当社およびセブン銀行による社債の償還はあったものの、決算月の営業日数増加にともなう支払手形及び買掛金の増加などにより増加しました。
純資産は、親会社株主に帰属する当期純利益の増加はあったものの、為替換算調整勘定の減少などにより減少しました。

連結キャッシュ・フロー計算書



営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前四半期純利益の計上や、曜日要因にともなう預り金の増加などにより収入となりました。
投資活動によるキャッシュ・フローは、主に新規出店や既存店への投資にともなう有形固定資産取得などにより支出となりました。
財務活動によるキャッシュ・フローは、配当金の支払いや当社における社債の償還などにより支出となりました。
以上の結果、現金及び現金同等物の当第2四半期末残高は1兆3,797億700万円となりました。

会社概要 (2019年8月31日現在)

商号	株式会社セブン&アイ・ホールディングス
設立	2005年9月1日
本店所在地	東京都千代田区二番町8番地8
資本金	500億円
従業員数	540名(連結 59,081名)

役員 (2019年8月31日現在)

取締役	代表取締役社長	井阪 隆一	取締役	ジョセフ・マイケル・デビント
	代表取締役副社長	後藤 克弘	取締役	月尾 嘉男
	取締役	伊藤 順朗	取締役	伊藤 邦雄
	取締役	山口 公義	取締役	米村 敏朗
	取締役	木村 成樹	取締役	東 哲郎
	取締役	永松 文彦	取締役	ルディー 和子
監査役	常勤監査役	幅野 則幸	(注) 1. 取締役のうち、月尾 嘉男、伊藤 邦雄、米村 敏朗、東 哲郎およびルディー 和子の各氏は、会社法第2条第15号に定める社外取締役であります。 2. 監査役のうち、原 一浩、稲益 みつこおよび松橋 香里の各氏は、会社法第2条第16号に定める社外監査役であります。	
	常勤監査役	谷口 義武		
	監査役	原 一浩		
	監査役	稲益 みつこ		
	監査役	松橋 香里		