

# 四季報

WINTER 2020  
vol.149



## 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

### 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  
(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  
FCTI, Inc.

### 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)オッシュユマーズ・ジャパン  
(株)Francfranc  
タワーレコード(株)

### その他の事業

(株)セブン&アイ・ネットメディア  
(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)ハヶ岳高原ロッジ  
(株)テルベ  
ぴあ(株)



## セブン&アイHLDGS. 株主通信 四季報 2020年・冬・通巻149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 2020年11月(季刊)

©2020 (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。



小売業の根幹は、接客を通してお客様のご意見にしっかりと耳を傾けるなど人でなければできない仕事にあります。AI発注は現場の生産性を一段と高め、人がより創造性に富んだ仕事に専念できるようにするデジタル化の一例です。さらに私たちが考えているDXには、お客様との関係強化(CRM)やラストワンマイルサービスの拡充、キャッシュレスサービスの進展など、お客様一人ひとりととの距離を縮め、今までにない新たな価値をお客様に提供するという役割もあります。これらの取り組みは、ソーシャルディスタンスが求められる時代にあっても、お客様と私たちの距離を縮め、従来の小売業のあり方を一変させる力があると確信しています。私たちはグループ共通のDX基盤を整備し、各事業会社が生産性を高めながら、グループ一体となって新たな価値創造に力を注ぐことで、次代を見据えた成長の基盤を生み出してまいります。



セブン&アイ HLDGS.  
代表取締役社長

井阪 隆一

## デジタルトランスフォーメーションを推進し、新たな価値創造へ

今、新型コロナウイルス感染症への対策・対応を意識したニューノーマルと呼ばれる生活スタイルが定着し始めています。その中で社会全体の喫緊の課題となっているのがDX(デジタルトランスフォーメーション)であり、小売業も例外ではありません。従来、セブン&アイグループでは成長戦略の一環としてDXに取り組んでまいりました。その中で新たな動きも生まれています。たとえば今年9月にイトーヨーカ堂がAI発注システムの全店導入をスタートしました。これは2018年から進めてきたテストの成果を踏まえたもので、牛乳などの日配食品や調味料などの加工食品を中心に日常生活に密接に関わる食品およそ7000アイテムをAI発注に切り替えています。AIという新たな仕組みを取り入れるにあたり、困難もありました。イトーヨーカ堂では店舗の在庫や業務の進め方などを根本から見直すことで、この困難を解決し、バックルームの在庫削減や作業時間を大幅に短縮するなど、効果が目に見えて確認できるようになることで店舗従業員の理解を深めてきました。

セブン&アイ HLDGS.  
株主通信

## 四季報

WINTER 2020  
vol.149

CONTENTS

- 1 ごあいさつ
- 2 事業プロセスの抜本的な革新を図り世界的な視野で成長機会をとらえる  
「with/afterコロナ」の経営戦略
- 5 100年の歴史を礎にいま、次なる進化へ。  
イトーヨーカ堂100周年
- 6 セブン&アイグループのあゆみ  
激変する社会環境の中に進化と成長の機会を見出し続けた100年
- 8 セブン&アイグループのサステナビリティ  
「GREEN CHALLENGE 2050」プラスチック対策  
プラスチック製レジ袋の使用量ゼロを目指す取り組み
- 10 NEWS & TOPICS
- 14 パートナー企業とともに  
エシカルな消費スタイルを提案  
セブンプレミアム ライフスタイル×サラヤ
- 16 こだわりの産地を訪ねて  
こだわりのステンレスピーラー イトーヨーカドー
- 18 2021年2月期 第2四半期決算概況



### COVER STORY



●農業を中心に生活してきた日本では、1年を24等分して細やかな季節の移り変わりを日々の営みに活かしてきました。立春から始まり大寒で1年を締めくくっているのが二十四節気、それらをさらに3つに分けて72等分したのが七十二候です。表紙イラストでは、「二十四節気・七十二候」にまつわる自然の恵みをテーマにし、お客様の暮らしに寄り添うセブン&アイグループでありたいという思いを表しています。

●冬号となる今号は、新暦11月7日頃から始まる立冬から2月3日頃に終わる大寒までの季節を象徴する光景を描いています。庭先で雪だるまづくりに夢中になる親子、暮れかけた空に輝くオリオン座。食卓の上にはカニやタラ、ねぎや白菜など、旬の食材をたっぷり味わえる鍋の準備が整っています。

●厳しい寒さの中で色鮮やかな花を咲かせる植物や、澄み切った空気の中で見上げる空の美しさを思い出してもらえたら……。そんな思いも込めながら、心温まる家族のワンシーンを描いてくれたのは、イラストレーターの本山浩子さん。季節の美しさと家族の温もりを、やわらかな色使いで表現してくださいました。本山浩子さんのWEBサイト：mh-art.com



節気	期間	節気の解説	季節のもの
立冬	11月7日頃～	暦では、この日から立春の前日までが冬。まだ晩秋の装いが残る時期	さざんか、白菜、霜柱
小雪	11月22日頃～	日差しが弱まり、冷え込んでくる頃。北国では雪、平地では落葉の季節	蟹すき鍋、たら、かじけ猫
大雪	12月7日頃～	日に日に寒さが増し、霜柱を踏む季節。山々は雪をまとひ、動物たちが冬眠する頃	雪丸げ、南天、鼓星
冬至	12月21日頃～	最も夜の長い頃。栄養価の高い南瓜を食べ、柚子湯に浸かり無病息災を願う	まぐろ、シクラメン、お年玉
小寒	1月5日頃～	「寒の入り」といわれ、これから寒さの本番。池の水も厚みを増す頃	ぶり、葉牡丹、ねぎ、七草
大寒	1月20日頃～	一番寒さの厳しい頃。厚い氷のそばにふきのとうが見えるなど、春はもう目の前	ひらめ、いわし、ごぼう、氷柱



## 事業プロセスの抜本的な革新を図り 世界的な視野で成長機会をとらえる

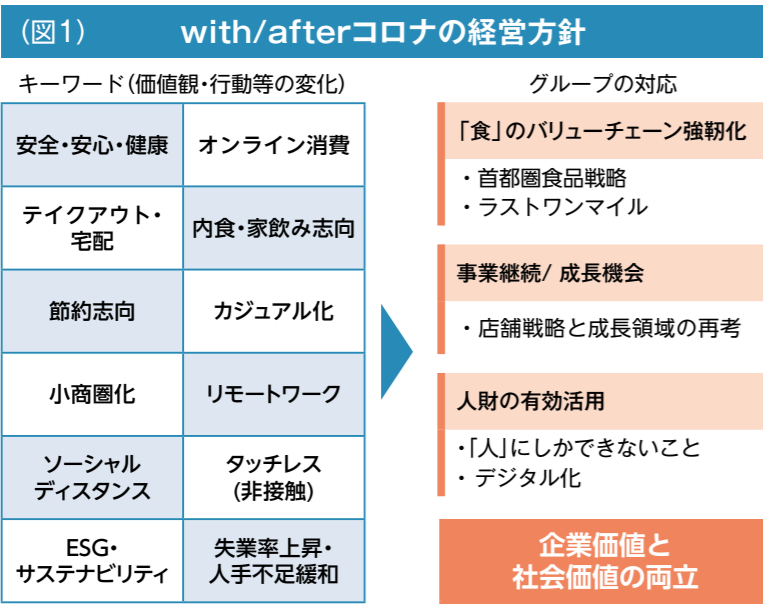
### 「with/afterコロナ」の経営戦略

世界全体がコロナの影響を大きく受けた2020年。グループ各社はお客様の行動変容と価値観の変化に誠実に対応し、「with/afterコロナ」の時代のニューノーマルと呼ばれる新たな生活のあり方に、グループシナジーを活かして積極的にお応えしようとしています。ここでは、その背景となる考え方とグループ戦略についてご紹介します。

### 「存在意義」の再確認と改革の加速

このたびのコロナ禍では、国内における感染拡大の初期段階でお客様の購買行動に大きな変化が生じていることを、あらゆる現場の情報から確信するとともに、この変化が一過性のものではなく、潜在的に進行していた消費の変化を加速度的に顕在化させる「消費市場の潮目」ととらえています。この消費市場の変化は、コンビニエンスストア、食品スーパー、スーパーストアや百貨店などの大型店、レストランをはじめとした専門店など、あらゆる事業領域に表れています。セブン&アイグループのあらゆる業態で、売れる商品、買上点数、来店頻度などが、コロナ禍以前と比べると顕著に変化しましたが、これは、お客様の店舗のご利用の仕方が変化し、生活の中の位置づけが変化していることを物語っています。私たちは、このお客様の消費行動とその背景にある価値観の変化を、セブン&アイグループの事業の存在意義を根底的に見直す機会ととらえ、グループの取り組みを整理しました。(図1)

また、グループの各事業会社においてもこれまで積み重ねてきた改革の成果を活かしながら、新たな対応を図っています。たとえば、デニーズを運営するセブン&アイ・フードシステムズでは、店舗のご利用が大幅に減少する中で、調理済み



惣菜など中食ニーズの高まりに対応したテイクアウトやデリバリーサービスを強化。デリバリー専門店舗の実験を開始しています。(148号参照)

当社グループでは各事業領域でこうした新たな事業と根拠からの見直しを含む事業プロセスの改革を、これまで以上に俊敏なサイクルをまわして、進めていく方針です。さらに、各事業会社も事業インフラを積極的に活用するなど、よりいっそう強力なグループ連携のもとでイノベーションを実現していきます。

### 成長の柱となる コンビニエンスストア事業の強化

国内のセブン・イレブンでもお客様の利用の仕方が変化が生じています。とりわけ住宅街立地の店舗を中心に、近くのお店で毎日のお買物を便利にすませたいというニーズがよりいっそう高まり、野菜などの生鮮食品、納豆やお豆腐など日配食品の買上点数が増えています。このため、セブン・イレブンでは、家庭内での食事ニーズにお応えする食品・飲料などを前面に展開する新たな売場レイアウトの展開を9月よりスタート。立地に応じたきめ細かなレイアウト改革を加速し、年度内8000店舗での導入を目指しています。

また、セブン・イレブンでは2017年以降、セブン・イレブン・チャージおよびインセンティブ・チャージの見直しにより、加盟店様が経営に専念できる環境づくりを進めてきました。加盟店様とセブン・イレブン従業員の直接対話を継続的に実施するなど、加盟店様とのコミュニケーションのさらなる緊密化に努め、さまざまな声に真摯に対応していく体制を強化しています。これらの取り組みを基盤として、セブン・イレブンは本部と加盟店様が一体となってよりクオリティの高い商品・サービスを提供することで、地域社会での存在意義を高め、成長力の強化を図っています。



## 首都圏食品戦略の推進と大型店の改革

グループシナジーを活かした首都圏食品戦略も着実に進捗しています。6月には、首都圏食品戦略の重要な役割を担う新会社ヨークが発足。同社のもとに従来のヨークマート、イトーヨーカドー食品館とザ・プライス、およびコンフォートマーケットなどを集約しました。今後、惣菜等の調理、原材料調達、物流などのグループインフラを共有していくことで、狭小な店舗でも高いクオリティで食へのニーズに応える店舗づくりを可能にして、出店機会の拡大とストアロイヤルティの向上を推進します。

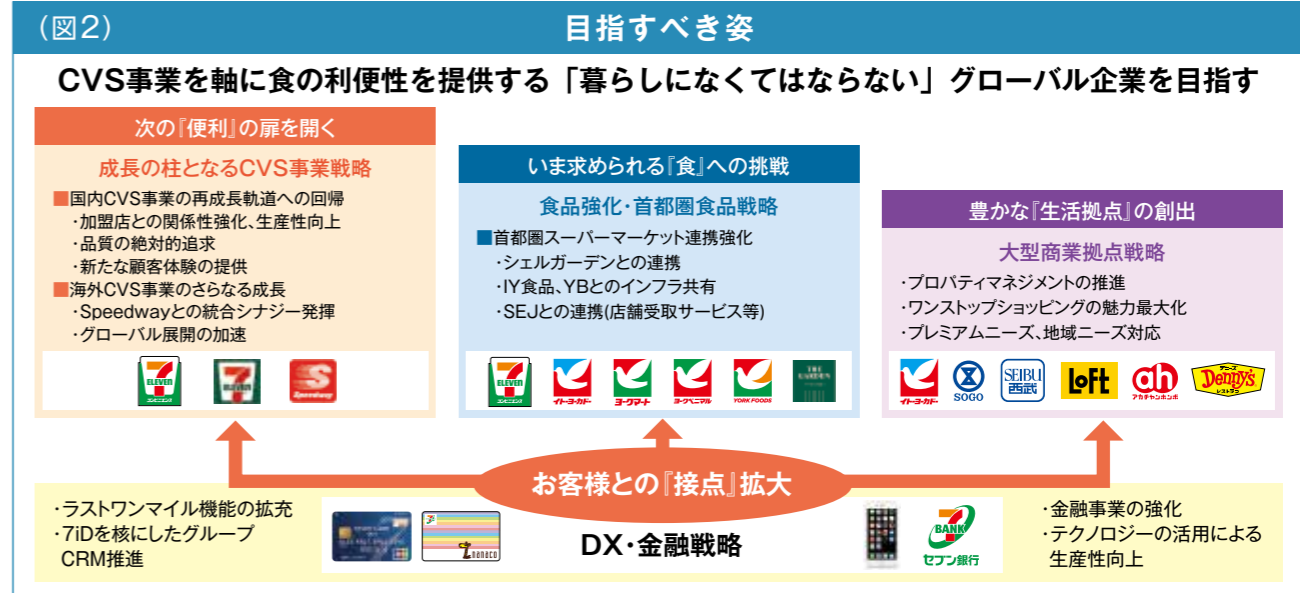
また、イトーヨーカドーでは「ふだんの生活」に欠かせない食品、日用品、文具などの売上が伸びています。これも、できるだけワンストップでお買物をすませたいという「Withコロナ」の状況下でのお客様ニーズの表れといえます。イトーヨーカドーでは2016年以來継続して進めてきた売場構成やフロアレイアウトの見直しにこの変化を取り入れ、9月には新しい生活様式や新たな価値に対応した売場をたまプラーザ店で実現しました。1階に食品、日用品を集約して、毎日のお買物がワンフロア、ワンバスケットですませられるようにするとともに、2階にはお客様の生活視点で構成した衣料や住関連商品のフロア、

3階にはビックカメラをテナントとして導入。館全体でお買物ニーズに応えるとともに、お客様の日常に「わくわくドキドキ」できるお買物体験を提供する店づくりを行っています。

抜本的な構造改革に取り組んでいるところ。西武では、地域生活に密着した売場構成を追求した郊外店舗が着実に売上を伸ばしています。地域のお客様に支持されるテナントを導入し、プロパティマネジメントによる店舗経営の効率化をさらに強化するとともに、百貨店の強みを活かした接客サービスなどの取り組みを強化することで事業の再構築を図っています。

## グループシナジーを活かして成長戦略を強化

今、グループの収益機会をグローバルな規模で拡大しており、世界的な視野で成長機会をとらえ、適切に投資を進めていくことが不可欠です。こうした経営環境の変化をふまえ、セブン&アイ・ホールディングスを中心となって、すべてのグループ会社と成長戦略を共有し、グループシナジーを活かして各事業のトランスフォーメーションを推進する体制をいっそう強化。適切な資源配分により成長力を高めて、企業価値と社会価値の提供を通じて、目指すべき姿の実現に力を注いでまいります。(図2)



# 100年の歴史を礎に いま、次なる進化へ。

セブン&アイ・ホールディングス 名誉会長 伊藤 雅俊

## 【セブン&アイ・ホールディングス 社是】

私たちは、お客様に信頼される、誠実な企業でありたい。  
 私たちは、取引先、株主、地域社会に信頼される、誠実な企業でありたい。  
 私たちは、社員に信頼される、誠実な企業でありたい。

私たちグループの祖業であるイトーヨーカ堂の歴史は、今から100年前に私の叔父、吉川敏雄が東京・浅草に開いた1軒の店から始まります。その店は洋装の普及に合わせて洋品店「羊華堂」となり、戦災で一時商売は中断を余儀なくされましたが、戦後、私は母や兄とともに東京・千住の地で「羊華堂」を再開しました。その後、私はスーパーストア「イトーヨーカ堂」を興し、食品スーパー、コンビニエンスストア、レストランなど、お客様のニーズにお応えする多様な業態を育成してまいりました。

この100年、グループの事業はお客様の生活の変化と歩みをともしてまいりました。その中であって一貫してきたものが、上に掲げた「信頼と誠実」の精神です。私は「お客様は来てくださらないもの。お取引先は商品を売ってくださいさらないもの」という母の言葉を胸に刻んでいます。社会に必要とされ、あらゆるステークホルダーの皆様から信頼をいただければ、商売は成り立たないという教えです。私たちグループは、100年の歴史に育まれた創業の精神を礎として、これからも「おかげ様」の精神を忘れることなく、ステークホルダーの皆様の信頼にお応えしてまいりたいと思います。今後とも、セブン&アイグループへのご指導、ご支援をお願い申し上げます。

# 激変する社会環境の中に

# 進化と成長の機会を見出し続けた100年

セブン&アイグループは、時代の変化の中でつねにお客様が必要とする商品・サービスの提供に努め、さまざまな業態を確立してきました。そして、いま持続可能な社会、ニューノーマル(新常态)が求められる中で、私たちはDX(デジタルトランスフォーメーション)等による経営革新とグループ戦略の推進を通じて、新たな進化の歴史の扉を開こうとしています。

会社設立/グループ拡大

事業展開



めうがや  
ヨーカ堂  
1920年(大正9年)に、東京・浅草の地に開かれた「足袋」を商う店が、現在のイトーヨーカ堂のルーツです。大正から昭和初期にかけてのこの時期、都市部を中心に日常生活スタイルが変化する中で、洋装の普及に合わせて、洋品店「洋華堂」が誕生しました。



1991年 米国サウスランド社(現7-Eleven, Inc.)へ資本参加  
1974年 東京都江東区にオープンしたセブン-イレブン1号店の豊洲店  
1965年 店名を「イトーヨーカ堂」に  
2001年 セブン-イレブンにアイワイバンク銀行のATMを設置  
1974年 イトーヨーカドー上大岡店(神奈川県)にオープンしたデニーズの1号店  
1973年 業務提携した当時のヨークベニマル浜田店(福島県)。2006年に完全子会社化



2005年9月1日、新聞各紙に掲載された「セブン&アイ・ホールディングス誕生」の広告



2019年 セブン-イレブン・沖縄が沖縄県内へ初出店



2007年 ㈱赤ちゃん本舗を子会社化



2006年 そごうと西武百貨店を擁する(株)ミレニアムリテイリングを完全子会社化



2020年 ㈱ヨークを設立



2016年 ㈱ニッセンホールディングスを完全子会社化



2007年 ㈱ロフトを子会社化

吉川敏雄(伊藤雅俊名誉会長長叔父)が台東区浅草に洋品店「羊華堂」(開店当初の店名「めうがや」)を開業  
(株)ヨーカ堂設立(現(株)イトーヨーカ堂)

福島のスーパーマーケット、紅丸商事(現(株)ヨークベニマル)と業務提携  
(株)デニーズジャパン設立  
(株)ヨークセブン設立(現(株)セブン・イレブン・ジャパン)

(株)ヨークマーケット設立(現(株)ヨーク)

米国サウスランド社(現7-Eleven, Inc.)発行株式の69.98%取得  
特例子会社(株)テルベ設立  
中国四川省成都市に成都イトーヨーカ堂有限公司設立  
中国に合弁会社、華糖ヨーカ堂有限公司設立

(株)セブンドリーム・ドットコム設立

(株)アイワイバンク銀行設立(現(株)セブン銀行)  
アイワイ・カードサービス設立(現(株)セブン・カードサービス)  
セブン・イレブン北京有限公司設立

(株)セブン&アイ・ホールディングス設立  
(株)モル・エスシー開発(現(株)セブン&アイ・クリエイティブリンク)設立  
(株)セブン・イレブンジャパンが、7-Eleven, Inc.を完全子会社化

(株)ミレニアムリテイリング(現(株)そごう・西武)を完全子会社化  
(株)ヨークベニマルを完全子会社化

(株)セブン&アイ・フードシステムズ設立  
(株)ミレニアムリテイリングが(株)ロフトを子会社化

(株)イトーヨーカ堂が(株)赤ちゃん本舗を子会社化

(株)セブン&アイ・フィナンシャルグループ設立(現(株)セブン・フィナンシャルサービス)  
(株)セブン&アイ・ネットメディア設立  
農業法人(株)セブンファーム富里設立  
(株)セブネットワーキング設立  
びあ(株)と業務・資本提携  
タワーレコード(株)に資本参加  
(株)セブンファーム設立  
セブン・イレブン成都有限会社設立

北海道の食品スーパー(株)ダイイチと業務・資本提携  
(株)ニッセンホールディングスと業務・資本提携  
(株)天満屋ストアと資本提携、(株)天満屋と業務提携  
(株)バルス(現(株)Franchano)と業務・資本提携

(株)バーニーズジャパンを完全子会社化  
関西地域の食品スーパー(株)万代と業務提携  
(株)ニッセンホールディングスを完全子会社化  
(株)セブン・イレブン・沖縄設立

(株)セブン・ペイメントサービス設立  
7-Eleven, Inc.とSunoco LP社の小売事業を取得  
(株)イズミと業務提携  
小田急電鉄(株)、小田急商事(株)と業務提携  
(株)増進会ホールディングスと業務提携契約を締結

(株)ヨーク設立

1920年	1958年	1961年	1973年	1974年	1975年	1982年	1987年	1991年	1994年	1996年	1997年	2000年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

ヨーカ堂2号店の赤羽店を開き、スーパーのチェーン化に着手

デニーズ1号店がイトーヨーカドー上大岡店内に開店  
東京・江東区にセブン・イレブン1号店が開店

セブン・イレブン・ジャパン、24時間営業を開始  
セブン・イレブン・ジャパン、世界最大規模のPOSシステム導入開始  
セブン・イレブン・ジャパン、公共料金収納代行サービスを開始

原則24時間365日利用可能なアイワイバンク銀行ATMの設置スタート  
セブン・イレブン・ジャパン、チェーン全店売上が国内小売業トップに  
セブン・イレブン・フレッシュフード商品から「保存料・合成着色料」を排除



独自の電子マネー「nanaco(ナナコ)」導入開始  
グループ共通のプライベートブランド商品「セブンプレミアム」発売開始

「セブネットショッピング」がスタート

セブン・イレブンでマルチコピー機による「住民票の写し」印鑑登録証明書発行の行政サービス開始

セブン・イレブン・ジャパンで超小型電気自動車による「セブンらくらくお届け便」開始  
「SEVEN CARE(セブencare)」の販売スタート



営業利益が国内小売業初の3000億円突破  
セブン銀行ATM設置台数が20000台突破

グループの総合ECサイト「omni7」ブランドオープン  
「セブンプレミアム」の発売から10周年。生鮮食品や日用品、衣料品にも品揃えを拡大し、5つのブランドに再編。

国内セブン・イレブンの店舗数が20000店を突破



環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」を策定  
セブン・イレブン、沖縄県に出店し、すべての都道府県でチェーンを展開  
7-Eleven, Inc.が米国Marathon Petroleum Corporationの主要子会社「Speedway」の運営を承継し、F&Wエナジー事業と燃料小売事業を取得

## 80%超のレジ袋辞退率を実現した そごう・西武のお客様参加型の社会貢献施策

そごう・西武では、認定NPO法人環境リレーションズ研究所が運営する「プレゼントツリー」と提携し、お客様の3つの環境配慮(下記)へのご協力件数に応じた植樹活動を、2009年から実施してきました。レジ袋や紙袋などの買物袋の辞退

や、お中元・お歳暮での簡易包装の選択、有料の寄付サービス付きの「グリーンラッピング」の選択など、お客様の環境配慮に対するエシカルな選択、行動をお客様とともに考え、取り組む活動を10年以上にわたって継続しています。

●レジ袋や買物袋の辞退	10,000件につき1本	2009年9月から 2020年8月までの 総計	<b>15,114本</b>
●ギフトセンター簡易包装	4,000件につき1本		
●グリーンラッピング	80件につき1本		



**グリーンラッピング**  
「地球環境を考える」というメッセージも併せて贈ることができる有料の社会貢献参加型ラッピング。80件の申し込みで国内に1本の植樹が行われる。WEBサイトはこちら



7月以降、店舗でお客様がレジ袋を必要としているかどうかをスムーズに確認するためのお声がけや、ポスター、POPの掲示など、スーパーマーケットで先行してきた取り組みをグループを横断して実施。その結果、セブン・イレブンでは有料化前は約30%だったレジ袋辞退率は、7月・8月ともに約75%に拡大。百貨店やスーパーマーケットを含むグループ全体では80%を超える辞退率となっています。これは、お客様のご協力があったり初めて実現できるものであり、一方的に協力を求めているはサステナブルな(持続性のある)取り組みにはなりません。この取り組みがどのような成果を生むのか、「環境配慮の価値」を伝える手段として、以前よりそごう・西武では、すべてのお客様のレジ袋辞退が1万件に達することに1本の植樹を行うプロジェクトを実施。これまでに、ギフトセンター簡易包装やグリーンラッピングなどの施策と合わせて約1万5千本

ご利用いただいていることから、これらの有料化を実施しています。たとえ環境に配慮した素材であっても、必要以上に使わない。それがレジ袋使用量の削減につながるかと考えています。

### 「レジ袋有料化」による「環境配慮の価値」をお伝えする

レジ袋のニーズに対しては、これまでお客様がお買い求めになる量や商品の種類・サイズに合わせて多種類を用意していましたが、袋のサイズの見直しや薄肉化を行うと同時に、ご利用状況に合わせて種類を集約することで、プラスチック使用量の削減に努めていきます。さらに、リユースできるレジ袋やバイオマス配合率100%のレジ袋、環境負荷のない異素材の活用などを検討し、環境負荷の低減に取り組めます。そごう・西武やロフトなどグループ各社では、その利便性が改めて見直されている風呂敷の品揃えを強化。バッグとして活用する方法なども提案しています。お客様が利便性を損なうことなく、自然に環境負荷低減にご協力いただける。そのために、セブン&アイグループは総力を挙げて新たな仕組みづくりに取り組んでいきます。

もの植樹を行ってきました。今後、当社グループでは、レジ袋の削減によって減少したコストを、環境対策をはじめ、お客様参加型の社会貢献施策等に充てることで、「環境配慮の価値」をお伝えする。これは「お客様と未来への約束」として、しっかりと果たしていきます。

### レジ袋へのニーズに対しセブン&アイができること

# セブン&アイグループのサステナビリティ

ワタシたちのミライへつなげる



## 『GREEN CHALLENGE 2050』プラスチック対策

# プラスチック製レジ袋の使用量ゼロを目指す取り組み

セブン&アイグループでは、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を2019年5月に発表。4つのテーマで環境負荷低減の具体的な目標を掲げています。そのテーマの1つ「プラスチック対策」において、2030年の「プラスチック製レジ袋使用量ゼロ」の実現を目指す取り組みが進んでいます。

セブン&アイグループの環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』  
WEBサイトはこちら▶



### 環境に対する小売業としての責任

2020年7月、全国の小売業におけるプラスチック製レジ袋(以下、レジ袋)の有料化がスタート。これに先立ち、セブン&アイグループでは、2012年よりイトーヨーカドー、ヨークベニマルなどのスーパーマーケットにおいてレジ袋の有料化を進めてきました。それは、海外に比べ「遅れている」とされる日本の環境に対するさまざまな意識を変えるためにも、国内最大級の小売業としていち早く有料化を行い、お客様とともに取り組みを推進していくことが必要と考えたためです。同時に、地球温暖化や世界的な海洋汚染の問題を通じてお客様の意識も変化し、スーパーマーケットにおけるレジ袋辞退率は徐々に高まっていきました。そうした変化の中、セブン&アイグループでは、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を発表、「プラスチック対策」の一環として2030年までにグループ全体でプラスチック製レジ袋の使用量をゼロにし、使用するレジ袋の素材は紙等の環境に配慮した素材にする目標を掲げました。当社グループではレジ袋に植物由来の原料(バイオマスポリエチレン)を30%配合しており、CO<sub>2</sub>の排出量が低いため有料化の対象外となりますが、1日約2500万人のお客様に

## お客様とともに目指す「プラスチック製レジ袋使用量削減」

2030年までに「プラスチック製レジ袋使用量ゼロ」を目指すとはいえ、「予定外の買物で、マイバッグを携帯していなかった」、「水濡れする商品をマイバッグに入れたくない」など、レジ袋を必要とするお客様も確実にいらっしゃいます。私たちはそうしたニーズを否定するのではなく、きちんと環境配

慮したものをお渡すことが大切だと考えています。「必要以上には使わない」というお客様の行動に対し、より良いものをお渡すことでサポートする。環境負荷の低減に向けた取り組みは、つねにお客様とともに。その先に「プラスチック製レジ袋使用量ゼロ」の実現が見えてくるはずだ。



セブン&アイHLDGS. 執行役員  
サステナビリティ推進部  
シニアオフィサー 釣流まゆみ

### バイオマス配合レジ袋

CO<sub>2</sub>を排出しないバイオマス素材を30%使用したレジ袋を有料配布。

レジ袋使用量削減のための  
実行中の具体策

### 持続可能な素材への転換

紙製のレジ袋の有料配布を実験店舗で試験運用中。また、異素材の活用も検討しています。



### マイバッグの利用促進

ペットボトルリサイクルによる再生素材からつくられるオリジナルエコバッグ「セブンプレミアム ライフスタイル シュパット コンパクトバッグ」を開発。

### マイかごの販売

イトーヨーカドー、ヨークの店舗では持ち帰りが可能なお買物かごを販売しています。



# NEWS & TOPICS

グループ各社の注目ニュースをお届けします

## CLOSE UP 1

企業情報

セブン&アイHLDGS.  
7-Eleven, Inc.が  
米国のコンビニエンスストア事業等を  
運営する複数の会社株式を取得

8月3日

セブン&アイHLDGS.の子会社である7-Eleven, Inc.が、米国 Marathon Petroleum Corporation (以下MPC社) が運営するコンビニエンスストア事業および燃料小売事業運営の複数の会社の株式その他持分を取得する契約を締結しました。

2020年3月末現在、7-Eleven, Inc.は北米を中心に9802店舗を運営。一方MPC社は主にSpeedwayブランドにて、約3900店(2019年12月末時点)の高品質で規模の大きいコンビニエンスストア兼ガソリンスタンドを運営しており、地域的補完性が高くなります。

今回の取り引きにより7-Eleven, Inc.は堅調な経済成長が予想される北米市場において業界リーダーとしての地位を確立することとなります。また強力なセブン・イレブンブランドとSpeedwayの盤石なブランドが組み合わさることで、スケールメリットが加わり、さらにより7-Eleven, Inc.の培ってきた商品力や事業の運営ノウハウを活かし、コスト低減や顧客基盤を強化することで、より大きな企業価値の向上を目指します。



## CLOSE UP 2

社会・環境活動

イトーヨーカ堂  
アリオ市原に  
大規模太陽光発電を導入

7月21日

イトーヨーカ堂は、CO<sub>2</sub>排出量削減の取り組みの一環として、運営するショッピングセンターのアリオ市原にて、大規模な太陽光パネルによる発電システムを稼働します。

スペース有効活用の一つとして、屋上部分に太陽光パネルを敷設し、店舗の使用電力の一部として活用します。このメガソーラーにより、施設で使用する電力の約25%を賄うことが可能となり、それにもない使用電力におけるCO<sub>2</sub>排出量も約25%削減することができます。国内の商業施設としては最大級の発電設備となり、今後も対応可能な店舗については太陽光パネルの設置を検討していきます。

イトーヨーカ堂は、今後も環境負荷低減の一助となるさまざまな取り組みにチャレンジし、より環境にやさしい店舗運営に努めます。



- ◆ 設置施設：アリオ市原の屋上部分
- ◆ 稼働日：2020年7月21日
- ◆ 設置数量：太陽光パネル6,229枚を設置
- ◆ 発電容量：2367.02kW (=約 2.37MW)
- ◆ 想定発電量：2,635,390kWh/年  
※ 施設運営に使用する電力の約25%相当
- ◆ CO<sub>2</sub>削減量：1,199t-CO<sub>2</sub>/年

企業情報

テルベ

「ユースエール企業」に認定

7月1日



障がい者ならびに高齢者の雇用拡大のために創設し、椎茸栽培と印刷事業を展開するテルベが「ユースエール企業」に認定されました。

「ユースエール認定企業」とは、若者の採用や育成に積極的に取り組む中小企業を厚生労働大臣が認定するものです。直近3年以内の離職率が20%以下など、雇用管理状況の基準をすべて満たした企業が対象となります。テルベは、34名の従業員のうち35歳未満が17名と多くの若手が活躍している企業として評価されました。

受賞

セブン・イレブン・ジャパン  
食品ロス削減の取り組みが  
優秀賞 特別賞を受賞

7月3日



セブン・イレブン・ジャパンは経済産業省の「サプライチェーンイノベーション大賞2020」の優秀賞と特別賞を受賞しました。

・オリジナルデイリー品の製造工場での衛生管理レベル向上による消費期限の延長  
・配送センターにおける在庫処分費用の削減  
・販売期限の近づいた商品にnanacoポイントを付与する「エシカルプロジェクト」  
これらによる食品ロス削減の取り組みが評価されました。

※ サプライチェーン全体の最適化に向け、製造・配送・販売の各層の協力の下、すぐれた取り組みを行っている企業に対する表彰制度です。

社会・環境活動

セブン・イレブン・ジャパン

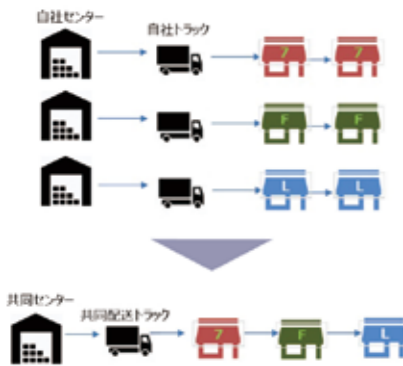
コンビニ3社で共同配送の実証実験を開始

7月22日



セブン・イレブン・ジャパンは経済産業省の支援のもと、ローソン、ファミリーマートと連携し、店舗への配送の一部を共同配送する実証実験を開始します。

コンビニエンスストア店舗は全国に約56000店舗あり、弊社を含むコンビニ3社は災害対策基本法に基づく指定公共機関にも指定され、災害時においても重要な役割を果たすなど、社会インフラになっており、安定した物流網の維持・構築は重要です。一方でCO<sub>2</sub>排出量の削減などの社会課題を解決するため、運行トラック数を減少するなどコンビニ3社が連携して新たな物流の効率化・最適化を検討する実証実験を行っています。



3社がそれぞれ同地域の自社店舗に配送していたものを、同じ物流拠点(共同物流センター)から競合の垣根を超え、共同配送を実施。



企業情報

ロフト

ロフト初の  
海外直営店出店

7月24日

ロフトの子会社、「ロフト商業管理(上海)有限公司」は、7月24日にロフト初の海外直営店となる「徐家匯ロフト(スージャーホイロフト)」を、上海市内5大商圏の一つである徐家匯地区の人気商業施設、メトロシティ(美羅城)にオープンしました。

中国1号店は広さ938㎡で、主力のステーションナリーほか生活雑貨を約12800アイテム揃えているほか、海外直営店独自の試みとして上海近郊のクリエイター18名が参加したオリジナル雑貨コーナー「LOFT APARTMENT」を常設しています。

ロフトは1987年に渋谷ロフトを創業以来、「時の器をテーマに、時代に時代の空気を感じ、切り取りながら生活者に雑貨を通じてさまざまなライフスタイルを提案、海外を含め全国に137店舗を展開しています」(2020年10月末現在)。

中国上海市内のスピード感のある高感度な消費者に向けて「何かある、きつとある。」をキーワードに、日本の雑貨の、今を、展開していきます。



ロフトは中国でも人気が高く、開店直後は長蛇の列となりました。

企業情報

セブン・イレブン・ジャパン  
「お会計セルフレジ」を  
全国のセブン・イレブンに導入

7月29日

セブン・イレブン・ジャパンは、お会計操作をお客様に行っていたべく新しいレジの仕組み「お会計セルフレジ」を9月以降順次、全国のセブン・イレブン店舗に導入しています。2021年8月までに、全エリアへの導入を完了する見込みです。

お客様がレジにお並びいただく時間や、従業員のレジ接客に対応する時間の短縮に加え、作業の効率化を目的としています。

また、昨今課題となる新型コロナウイルス感染症の対策としても、従業員が現金に触れずに接客が可能となる点で効果的であり、キャッシュレス決済の利用促進と並期期待できます。

セブン・イレブン・ジャパンでは、次世代のコンビニエンスストア店舗のあり方を追求しながら、時代のニーズに応えられる取り組みを見出し、今後も積極的に実践していきます。



現金での会計はお客様側に設置された精算機を使用。

企業情報

セブン&アイHLDGS.  
ESG投資のための  
株価指数の構成銘柄に選定

7月31日

セブン&アイHLDGSは、世界的なESG（環境、社会、ガバナンス）投資指数である「FTSE4Good Index Series」<sup>※1</sup>に6年連続で、「FTSE Blossom Japan Index」<sup>※2</sup>に4年連続で選定されました。

セブン&アイグループは「信頼と誠実」を社是とし、SDGs（持続可能な開発目標）を意識し、本業を通じた社会課題の解決に取り組んでいます。

※1 ロンドン証券取引所が出資するFTSE Russell社が作成した指標  
※2 年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF）が指数として採用

企業情報

セブン&アイ・フードシステムズ  
「デニヤーズわくわく  
ファイル」の配布を開始

8月3日

デニヤーズはお子様へのおもちゃの配布をやめ、「デニヤーズわくわくファイル」の配布を開始しました。エシカルを学ぶ「アースソルジャー」のほか、迷路、間違い探し、デニヤーズの豆知識、折り紙、塗り絵やお子様のドリンク無料券も付いた、楽しい内容が盛りだくさんのファイルです。



企業情報

セブン&アイ・フードシステムズ  
外食5社連携による  
食品リサイクルループ認定

8月5日

セブン&アイ・フードシステムズは、食品リサイクル法に基づく「再生利用事業計画」の認定を取得しました。

この取り組みは、当社を含む外食企業5社が運営する店舗の食品循環資源を飼料化し養鶏場で給餌。そこで生産された鶏卵や卵製品を買い戻し、お客様に提供する「食品リサイクルループ」として認定を受けたものです。

複数の外食事業者が連携した飼料化での認定は、全国初の事例となります。

受賞

赤ちゃん本舗  
キッズデザイン賞を受賞

8月25日

赤ちゃん本舗の「ドレスオール 赤ちゃんに優しい仕様」は、「第14回キッズデザイン賞」を受賞しました。10年連続、通算26件の受賞です。

本商品は、ねんね期の赤ちゃんがストレスを感じず快適に眠れるようにサポートしたいという思いから企画しました。手は上に、足はかえるの足の形をして眠る赤ちゃんがりラックスして過ごせる形状にこだわったドレスオールです。



受賞商品「ドレスオール 赤ちゃんに優しい仕様」。

新サービス

セブン&アイ・フードシステムズ  
ドライブスルールのサービス  
「くるまでデニヤーズ」を開始

8月31日

デニヤーズは東京都江戸川区の本一色店にて、ドライブスルールのサービス「くるまでデニヤーズ」を8月より開始しました。昨今の情勢から、外食を控えるお客様が多くいらっしゃる中、本サービスでは店内に入ることなく、安心して出来立てのお料理をお持ち帰りいただけます。現在、本一色店のみの実施ですが、お客様のお声をうかがいながらニーズのある地域を精査し、順次拡大を図っていきます。

新サービス

セブン&アイHLDGS.  
スーパードのお支払いが  
さらに便利に

9月10日

セブン&アイHLDGSは、9月10日より順次、傘下のスーパーマーケット237店舗（2020年7月末現在）にて、キャッシュレス決済サービスの内容を拡大します。

キャッシュレス決済をご利用いただく方が増える中、世界各国では非接触決済が一般的になっています。また新型コロナウイルス感染症拡大後、日本国内でも「新しい生活様式」が広がり、人を介した決済手段に対して不安を抱く方も増えていきます。セブン&アイグループではキャッシュレス決済環境を整備することで、お客様にとって「便利」「安全・安心」なサービスを提供していきます。

企業情報

イトーヨーカ堂  
イトーヨーカドー初の  
「新しい生活様式店舗」誕生

9月25日

イトーヨーカドーは、たまプラーザ店の2階を改装し、「新しい生活様式店舗」としてリニューアルオープンしました。

地球環境に配慮したエコ素材を使用した商品は過去最大となる約1800アイテムを品揃え。日常使いやファッション性を持った約400アイテム以上のマスクと、関連グッズを集めた売場「マスクの森」や、衣類からも衛生意識に対応した抗ウイルス関連を集約した売場「ウイルスプロ」を新たに設置しました。

また、多くのお客様からご要望をいただいていたイエナカ生活を快適にするキッチン雑貨、寝具、健康グッズ売場も開設しました。



400種類以上のマスクを取り揃えた「マスクの森」。



店頭で回収したペットボトル使用商品やオーガニックコットン商品など、地球環境に配慮したエコ商品を約1,800アイテム以上展開。

OPEN情報

■7月21日(火) デニヤーズ君津店	千葉県君津市南子安6-21-18
■7月29日(水) ヨークフーズ藤沢六会店	神奈川県藤沢市亀井野1-3-9
■7月30日(木) ポッポ古河店	茨城県古河市雷電町1-18 あかやまJOY1F
■8月7日(金) コンフォートマーケット西馬込店	東京都大田区西馬込2-21-3
■9月14日(月) アカチャンホンポららぽーと愛知東郷店	愛知県愛知郡東郷町東郷中央土地区画整理事業62街区1・3ららぽーと愛知東郷3F
■9月14日(月) 東郷ロフト	愛知県愛知郡東郷町東郷中央土地区画整理事業62街区1・3ららぽーと愛知東郷1F
■9月17日(木) デニヤーズ川口新井宿店	埼玉県川口市西新井宿南原29
■9月29日(火) デニヤーズ上北台店	東京都東大和市上北台2-1-29

セブン・イレブンの  
ラオス初進出が決定

2022年

7-Eleven, Inc. はタイのCP All Public Company Limitedの子会社とマスターフランチャイズ契約を締結し、2022年にラオスにセブン・イレブンを開店する予定です。

CP All は、タイで初のセブン・イレブンを1989年にバンコクに出店して以来、約12,000店舗をタイ国内で展開。

ラオスにおいても、世界最大のコンビニエンスストアブランドを背景に、お客様の利便性向上を目指します。





**RSPO**

持続可能なパーム油の生産を支援する集まり。持続可能なパーム油認証を取得した製品であることを示す。

売上の一部をWWF日本の支援に

**WWF**

約100カ国で活動している世界最大規模のNGO環境保全団体。地球上の生物多様性を守り、人と自然が調和して生きられる未来を目指す世界自然保護基金。



売上の1%を寄付

**Borneo Conservation Trust**  
ボルネオ保全トラスト。ボルネオ島の熱帯雨林や生物多様性を守る活動。



売上の1%を寄付

**100万人の手洗いプロジェクト**  
対象製品の売上の1%が（公財）日本ユニセフ協会に寄付され、ユニセフ（国連児童基金）がウガンダで展開する手洗い普及プログラムに活用される。

**エシカル消費**

売上の一部を寄付・支援に



洗たく

手洗い

消毒

ムービーはこちら



選ぶ・購入

パートナー  
企業とともに

エシカルな消費スタイルを提案する  
洗たく洗剤・柔軟剤  
薬用泡ハンドソープ  
手指消毒スプレー



11月16日  
発売

セブンプレミアム ライフスタイル×サラヤ  
～ヤシノミ洗たく洗剤  
～ヤシノミ柔軟剤

「人と地球にやさしい」をコンセプトに、無香料・無着色にこだわったブランド。



11月16日  
発売

セブンプレミアム ライフスタイル×サラヤ  
～サラヤ薬用泡ハンドソープ

広範囲のウイルス・細菌を除去するプロ向け処方。手肌にやさしい成分、無香料・泡切れの良さが特長。



12月14日  
発売

セブンプレミアム ライフスタイル×サラヤ  
～サラヤ手指消毒スプレー

アルコール63vol.%に、殺菌成分を配合。手肌にやさしい保湿成分配合でウイルス・細菌を消毒。



サステナブルな商品を通じ  
お客様とともに  
エシカルな社会づくりに貢献

環境に対する意識が高まる中、誰もが取り組めるサステナブルな商品として注目されるのが「エシカル消費」です。セブン&アイグループでは、店頭で販売するサステナブルな商品を通じて、お客様と一緒に持続可能な地球環境について考え、エシカルなお買物体験を実践していただける取り組みを推進しています。

セブン&アイグループ共通のプライベートブランド（PB）商品「セブンプレミアムライフスタイル」では、「ヤシノミ洗剤」をはじめ、環境に配慮した製品づくりのリーディングカンパニーであるサラヤ（株）様と協業し、安全・安心で、かつ、お買物をする中で環境問題に貢献できる「洗たく洗剤」「柔軟剤」「薬用泡ハンドソープ」「手指消毒スプレー」を新規に開発しました。

また、セブン&アイグループ各社の店舗や食品加工の作業場でも長年にわたる、サラヤ様の製品を使用しており、ウイルス・細菌に効き、速乾性もあることなど、すぐれた特長を実感。今回「コロナ禍において手洗いの頻度が上がり、衛生

※エシカル消費「エシカル」とは「倫理的」「道徳的」の意味。近年、地球環境や社会問題に配慮した商品やサービス積極的に消費する行動が「エシカル消費」として認知されている。

安全・安心で環境にやさしい  
未来を、セブン&アイグループ  
との協業で実現



サラヤ株式会社  
コミュニケーション本部  
取締役本部長  
代島 裕世氏

当社は1952年の創業以来、「衛生」「環境」「健康」をテーマに天然素材を用いた人と地球環境にやさしい商品づくりに邁進してきました。これまで販路に弱点がありましたが、国内2万2千店舗を超える販売拠点を持つセブン&アイグループ様との協業により、お客様が気軽に手に取れる場所にメッセージとストーリーをのせたソーシャルプロダクトが並ぶことになりました。多くのお客様の手に届き、使用してもらうことで、私たちが目指した未来がいま訪れていることを実感しています。

協業の決め手は、セブン&アイグループ様の環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」や、すぐれた機能性やメリットを担保しながら社会意識の変化に対応した価値のある

意識が高まる中、現場のプロが安心して使用できる製品を一般のお客様向けのPBとして初めて製品化しました。

洗たく洗剤、柔軟剤「ヤシノミランドリー」は、合成香料・着色料・抗菌剤など無添加、蛍光増白剤・漂白剤も無配合。洗浄力が高く、肌にやさしいだけでなく、セブンプレミアム初の環境や人権に配慮した持続可能なパーム油の生産を支援するRSPO認証製品です。同時に、サラヤ様の環境にやさしい製品づくりや、セブン&アイグループの環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」の取り組みに賛同を得て、小売業のPB商品として初めてWWF（世界自然保護基金）の公式マークを表示して売上の一部をWWFジャパンの支援に。また、ボルネオ保全トラストへは売上の1%を寄付。薬用泡ハンドソープ・手指消毒スプレーではユニセフへ売上の1%を寄付する仕組みをつくりました。

今後は安全・安心なキッチン洗剤などのシリーズや、エシカル消費を後押しするような商品の開発に着手していきます。お客様に持続可能な消費を選択していただくための、未来を見据えた先進的な取り組みで、お客様に新たなライフスタイルを提案します。

商品をつくりたいという開発姿勢に共感したことでした。環境意識の高なお客様も、品質に満足しなければ使い続けていただけません。エシカルであるために、品質をおろそかにすることなく、品質向上のために自社研究機関で国際的な基準試験法を取り入れて開発を続けており、環境ブランドとして認知度ナンバーワンの「ヤシノミブランド」は肌によさしいことが評価されて50年ものロングセラー商品となりました。今回のセブンプレミアムも品質に十分満足いただける商品群となっています。

コロナ禍でアルコール消毒による手荒れや布マスクに残る洗剤の匂いにお悩みの声があり、無香料かつ安全・安心な本シリーズは重宝されるのではないかと思います。今回の取り組みに当たり当社では国内工場の生産ラインを増強。両社が協力することで、必要なものを消費者に届ける小売業の使命と製造業の責任を果たし、社会とお客様の期待に応えていきます。



完成した「こだわりのステンレスピーラー」を指先で触り、ささくれがないか、刃の動きに異常がないかを一つひとつ丁寧に確認します。



ピーラーはどこの家庭にも1つはあるもの。でも、「こだわりのステンレスピーラー」を一度使うと、その差は歴然としています。切れ味の良さが、料理の味を左右します。いい道具が、料理をもっと楽しくしてくれます。



ピーラーや包丁の刃の原料となるステンレス刃物鋼。



日本一切れるピーラーは、長年、包丁や刃物をつくり続けてきた会社がつくりあげた、こだわりの逸品。



ピーラーの刃の組み付け作業。治具(ハンドルの部分)を広げて刃をつけ、しっかりと締めて固定します。



イトーヨーカドー

# こだわりのステンレスピーラー



新潟県 三条市

「燕三条」は、隣り合う燕市、三条市という2つの市を合わせた呼称です。三条市は古くから五十嵐川の舟運で原料となる木炭や砂鉄が運ばれ、刃物の町として栄えてきました。



## 日本一切れるピーラーの究極の刃角度

ピーラーを当てると、すっと刃先がニンジンに食い込み、そのままに動かすだけで、スルスルと皮がむけていきます。まったく力を加えていないのに、小気味良く皮が剥がれ落ち、それは「えっ」と思わず声が出るほど。しかも、皮をむかれたニンジンの断面がとても滑らかで、つやつやと輝いていることにも驚きます。

始。時代の変化をとらえ、積極的にステンレスやプラスチックなどの新素材を取り入れ、日本のキッチン用品に革命をもたらしました。この技術力は海外にも認められ、世界各国のメーカーに世界で一番多くのピーラーの刃を提供しています。

「150年近く刃をつくってきた経験と技術力で、まず考えたのが刃の角度です。一般的なピーラーの刃角度は20度〜26度くらいです。これでも十分に切れるのですが、刃角度を徹底的に見直し、独自の角度を追求しました。刃の厚さにも工夫を凝らし、究極の切れ味と耐久性の両立を図りました」  
刃の角度と厚さは、切れ味に直結します。鋭角にすれば切れ味は鋭くなりますが、鋭角過ぎるとすぐに刃がなま

これがイトーヨーカドーの「こだわりのステンレスピーラー」。新潟県三条市にある下村工業、渾身の作です。

「イトーヨーカドーさんから、『日本で一番切れ味の良いピーラーをつくってほしい。本当に良い商品をお客様に届けたい』というリクエストを受けたことが始まりです」。こう説明するのは、ピーラーづくりを指揮した代表取締役専務の下村達大さん。

下村工業は明治7年に鍛冶屋として創業。長年、黒打包丁(日本の伝統的な鋼の包丁)を製造、戦後は業界に先駆けてステンレス製包丁の生産を開

つてしまいます。刃が厚いと皮が薄くむけません。ちょうどいい角度と厚さ、それに耐久性を両立させるバランスに、下村工業の地力が発揮されています。  
「むいた後の野菜の断面がひかひかしているのは野菜の繊維がつぶれていない証拠。これが料理の味を引き立てます」と下村さんは教えてくれます。  
料理経験の多い社員に試作品を使ってもらい、切れ味や、持ち手のデザイン・大きさ・形状・握りやすさ・手入れのしやすさなど、あらゆる評価や意見を採り入れて決めました。  
在宅時間が増え、料理に興味を持つ人が増えた2020年。家事の時間短縮を望む声は切実です。少しでも使いやすいキッチンツールが望まれる時代に生まれた、ピーラーの自信作です。



「イトーヨーカドーさんの『いい物を届けたい』という思いと、私どもの『いい物をつくりたい』という思いが結実して生まれたこだわりのピーラーです」と下村達大さん。



イトーヨーカドーのMADE IN JAPAN「調理小物シリーズ」では、こだわりのステンレスピーラー、きんぴらピーラーをはじめ、包丁、おろし器など、下村工業の技術力が詰まったラインナップが充実しています。

こだわりの産地を訪ねて  
「匠のプライドの巻」のムービーはこちら





2021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

# 新型コロナウイルス感染症の 影響により減収減益

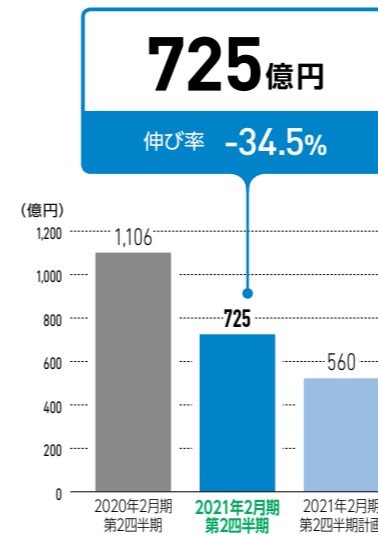
2021年2月期  
第2四半期  
決算概況

## ※ 主なセグメント別営業利益

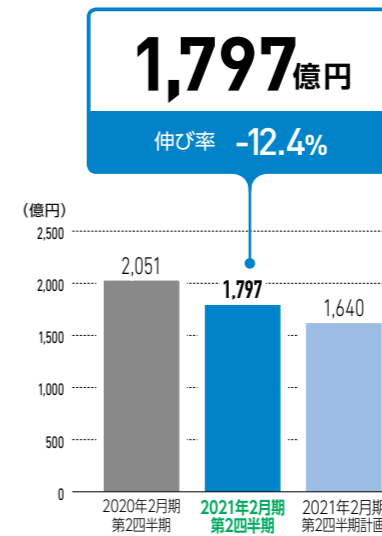
国内コンビニエンスストア事業	1,179億円 伸び率 -11.5%	セブン・イレブン・ジャパンは、商品開発・販売および既存商品の品質向上への取り組みに加え、インセンティブ・チャージの見直しを行い、加盟店が安心して経営に専念できる環境づくりに努めております。また、新型コロナウイルス感染症拡大にともなう外出自粛および在宅勤務の推進により、客数等に大きな影響がありましたが、お客様の行動変化に対応した商品開発および品揃え強化に加え、加盟店に対する感染防止対策物資の支給や経済的支援の実施により加盟店経営のサポートにも注力しました。 しかしながら、既存店売上は前年を下回り、営業利益は1,182億56百万円（前年同期比10.7%減）となりました。
海外コンビニエンスストア事業	422億円 伸び率 +3.8%	北米の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・フードおよび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いたしました。米国では、3月に新型コロナウイルス感染症拡大にともなう国家非常事態宣言が出されましたが、政府からの要請もあり、生活必需品を供給すべく営業を継続しました。しかしながら、ドルベースの米国内既存店商品売上は前年を下回りました。一方、営業利益は、ガソリンの収益性改善等により、527億4百万円（前年同期比4.4%増）となりました。 なお、8月3日には、米国Marathon Petroleum Corporation から主にSpeedwayブランドにて運営するコンビニエンスストア事業等に関する株式その他持分を取得する契約を締結いたしました。また、株式その他持分の取得日は、2021年度第1四半期を予定しています。
スーパーストア事業	177億円 伸び率 +154.0%	イトーヨーカ堂は、引き続き事業および店舗構造改革を推進しています。新型コロナウイルス感染症拡大抑止に向けた営業時間の短縮やテナントの休業等が影響し、テナントを含む既存店売上は前年を下回りました。なお、営業利益は構造改革実施店舗の収益性改善等により、29億79百万円（前年同期比488.4%増）となりました。 ヨークベニマルは、外出自粛に伴う集もり需要に対応した品揃えの拡充等により既存店売上は前年を上回り、営業利益は109億64百万円（同75.3%増）となりました。
百貨店事業	-32億円 前期差額 -26億円	そごう・西武は、イトーヨーカ堂同様、引き続き事業および店舗構造改革を推進しており、首都圏に経営資源を集中すべく8月31日に営業不振の4店舗を閉店しました。新型コロナウイルス感染症拡大抑止に向け、全店で営業時間の短縮や食品売場のみの営業等を実施した結果、既存店売上は前年を下回り、営業損失は前第2四半期連結累計期間と比べ25億24百万円増の36億3百万円となりました。
金融関連事業	250億円 伸び率 -7.7%	セブン銀行は、新型コロナウイルス感染症拡大抑止にともなう外出自粛の影響および一部提携金融機関による手数料体系変更の影響により、ATM事業における1日1台当たりの平均利用件数は88.1件（前年同期差2.3件減）となり、ATM総利用件数が前年を下回りました。 また、ノンバンク事業におきましても、電子マネーおよびクレジットカード事業の取扱高が前年を下回ったことなどにより減益となりました。
専門店事業	-81億円 前期差額 -122億円	引き続きお客様ニーズに対応した商品政策を実行しましたが、新型コロナウイルス感染症拡大抑止に向けた営業時間の短縮および休業対応等により、客数、売上等に大きな影響がありました。特にレストランにおける外出自粛による客数等への影響および、衣料品や雑貨を取り扱う専門店における休業等による影響などによって営業損失となりました。

## 連結業績

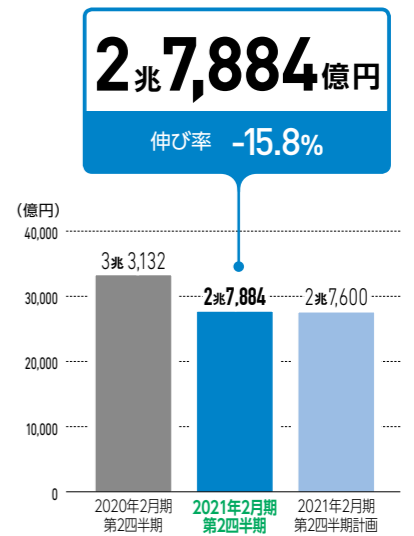
### 親会社株主に帰属する 四半期純利益



### 営業利益



### 営業収益



## 2021年2月期連結業績予想

(2020年3月1日～2021年2月28日)

	金額	伸び率	修正額 (10月8日修正)
営業収益	5兆7,590億円	-13.3%	+670億円
営業利益	3,400億円	-19.9%	+180億円
経常利益	3,260億円	-22.0%	+140億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,385億円	-36.5%	+185億円

グループ売上：11兆1,300億円\*（伸び率-7.2%、修正額+80億円）  
\*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む

## 利益分配に関する基本方針

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%の水準を維持しつつ、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、期末配当金51.0円を合わせ、1株当たり98.5円を予定しています（連結配当性向62.8%）。

## 当期の概況

当第2四半期連結累計期間における国内および海外経済は、新型コロナウイルス感染症の影響により依然として厳しい状況が続いています。国内の個人消費は5月の緊急事態宣言解除を機に持ち直しつつも、感染者数が再び増加したこともあり、先行きが不透明な状況にあります。  
このような中、当社グループは4月の緊急事態宣言下でもコンビニエンスストア、食品スーパーはお客様ニーズ

に対応すべく生活必需品の供給を継続。一方で、百貨店、総合スーパー、専門店は一時的に営業を自粛しました。この結果、営業利益は8年ぶりに減益となり、経常利益と親会社株主に帰属する四半期純利益も減益となりました。  
また下期の見通しは、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響で、依然として予断を許さない状況が続くと思われるものの、上期の実績をふまえて2021年2月期の通期連結業績予想を上方修正しました。



2021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

## 株式の状況

(2020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

90,907名

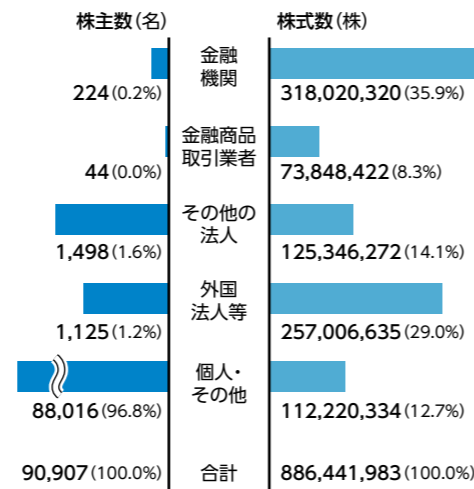
### 大株主 (千株) (持株比率)

日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	73,189	8.3%
伊藤興業株式会社	68,901	7.8%
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	48,056	5.4%
SMB C日興証券株式会社	22,590	2.5%
日本生命保険相互会社	17,672	2.0%
伊藤 雅俊	16,799	1.9%
三井物産株式会社	16,222	1.8%
株式会社日本カストディ銀行 (信託口5)	16,076	1.8%
日本証券金融株式会社	14,721	1.7%
株式会社日本カストディ銀行 (信託口7)	13,997	1.6%

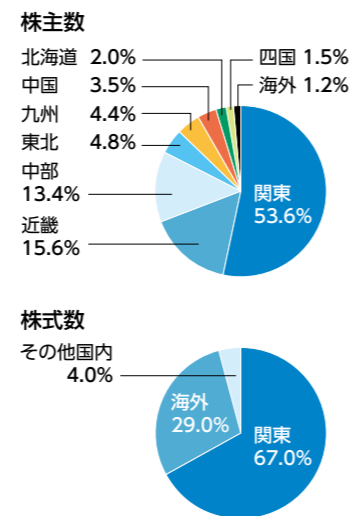
### 株主メモ

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による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 TEL 0120-232-711 (通話料無料)

### 所有者別分布状況



### 所在地別分布状況



### 会社概要 (2020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	694名 (連結 58,875名)

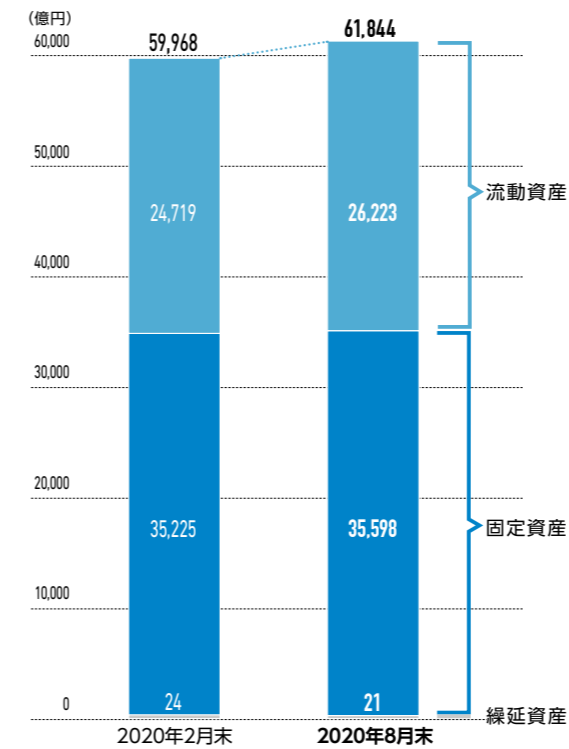
### 役員 (2020年8月31日現在)

<b>取締役</b>	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 丸山 好道	取締役 東 哲郎
	取締役 永松 文彦	取締役 ルディー 和子
	取締役 木村 成樹	
<b>監査役</b>	常勤監査役 幅野 則幸	
	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	

(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。

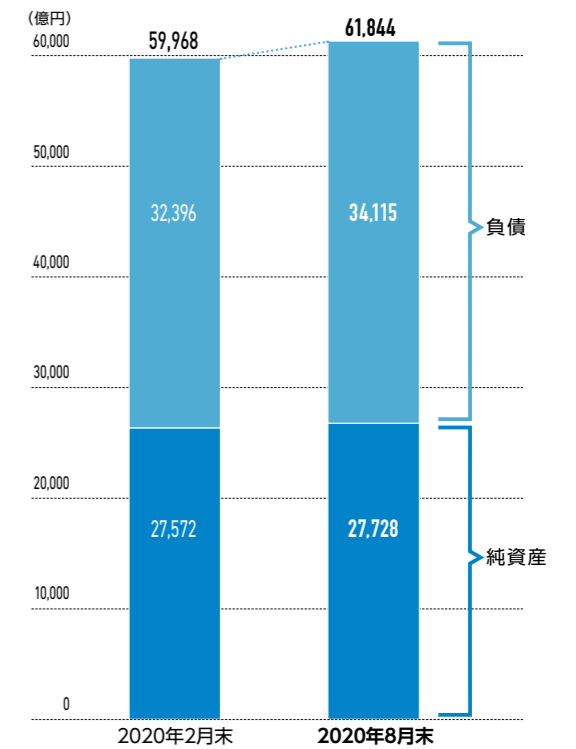
## 連結貸借対照表

### 資産合計



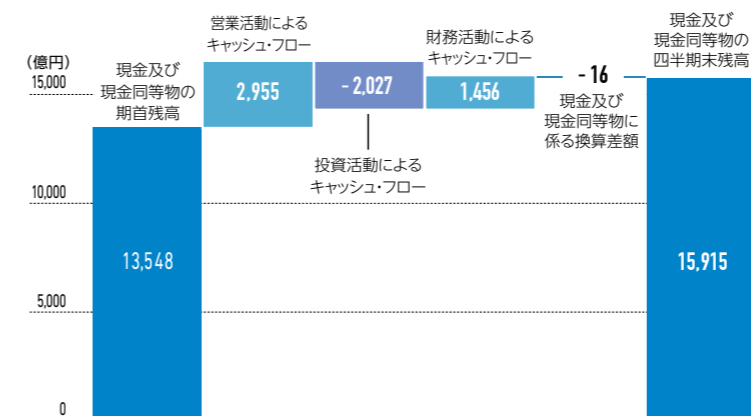
流動資産は、流動性確保のための資産調達による現金及び預金の増加等にもない増加しました。固定資産は、主に海外コンビニエンスストア事業における事業取得によるのれんの増加等にもない増加しました。

### 負債純資産合計



負債は、主に短期借入金の増加等にもない増加しました。純資産は、配当金の支払いがあったものの、親会社株主に帰属する四半期純利益による利益剰余金の増加等により増加しました。

## 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等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、主に既存店投資にともなう有形固定資産の取得および海外コンビニエンスストア事業における事業取得による連結の範囲の変更をともなう子会社株式の取得等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、流動性資金確保のための短期借入金増加等により収入となりました。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、1兆5,915億33百万円となりました。