

# 四季報

WINTER 2022  
vol.156



## 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

### その他の事業

(株)セブン&アイ・ネットメディア  
(株)セブカルチャーネットワーク  
(株)セブン&アイ・クリエイティング  
(株)八ヶ岳高原ロッジ  
(株)テルベ (特例子会社)  
ぴあ(株) ※

### 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.



### 海外コンビニエンスストア事業

7-Eleven, Inc.  
7-Eleven International LLC  
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

### 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  
アイワイフーズ(株)  
(株)Peace Deli  
(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 ※

### 百貨店・専門店事業

(株)そごう・西武  
(株)池袋ショッピングパーク  
(株)ごっつお便  
(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)Francfranc ※  
タワーレコード(株) ※

2022年10月31日現在

※持分法適用関連会社

株式会社 **セブン&アイ** HLDGS.  
株主通信 四季報 2022年・冬・通巻156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 2022年11月 (季刊)

©2022 (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。



この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。





世界は今、いまだかつて誰も経験したことがないほどの先行きが不透明で不確実な時代に陥っており、世界規模でのインフレや国際情勢の変化など、経営を取り巻く外部環境はますます深刻さを増しています。新型コロナウイルス感染症を契機にお客様の消費スタイルや価値観は多様化し、新たな生活様式が生まれています。たとえば、「おうち時間」やご家族とのひと時を豊かに過ごすために一カ所でお買物を済ませたいというワンストップショッピングや、ネットスーパーやデリバリーサービスといったお届けサービスの需要が高まるなど、生活様式の変化がそのままお客様ニーズの変化として表れています。こうした変化に迅速に対処し、お客様に新たな価値提供を継続的に進めていくため、セブン&アイグループは、これまで以上に事業会社の枠を超越したシナジーの創出を強めていきます。

すでにセブン・イレブン・ジャパンとイトーヨーカ堂では、両社の持続的な成長を実現していくための連携強化を目的に、合同での販売促進の実施や販売力のある商品を互いの店舗で取り扱うなどの取り組みが始まっています。また、イトーヨーカ堂と赤ちゃん本舗では、イトーヨーカドーの自営売場にこれまでなかった赤ちゃん本舗の商品を取り揃えることで、新たなお客様からの支持を得るなどの成果につながっています。そして、セブン・イレブンでは、ロフトの商品をお買い求めいただける品揃えの拡充で、環境変化への即応力を高めています。

グループ各社で培ってきた多彩なりソースを相互に活用したシナジーを追求し、次代のステージに挑戦してまいります。

## グループのリソースを最大限かつ相互に活用し、次代のステージへ挑む

世界は今、いまだかつて誰も経験したことがないほどの先行きが不透明で不確実な時代に陥っており、世界規模でのインフレや国際情勢の変化など、経営を取り巻く外部環境はますます深刻さを増しています。新型コロナウイルス感染症を契機にお客様の消費スタイルや価値観は多様化し、新たな生活様式が生まれています。たとえば、「おうち時間」やご家族とのひと時を豊かに過ごすために一カ所でお買物を済ませたいというワンストップショッピングや、ネットスーパーやデリバリーサービスといったお届けサービスの需要が高まるなど、生活様式の変化がそのままお客様ニーズの変化として表れています。こうした変化に迅速に対処し、お客様に新たな価値提供を継続的に進めていくため、セブン&アイグループは、これまで以上に事業会社の枠を超越したシナジーの創出を強めていきます。

すでにセブン・イレブン・ジャパンとイトーヨーカ堂では、両社の持続的な成長を実現していくための連携強化を目的に、合同での販売促進の実施や販売力のある商品を互いの店舗で取り扱うなどの取り組みが始まっています。また、イトーヨーカ堂と赤ちゃん本舗では、イトーヨーカドーの自営売場にこれまでなかった赤ちゃん本舗の商品を取り揃えることで、新たなお客様からの支持を得るなどの成果につながっています。そして、セブン・イレブンでは、ロフトの商品をお買い求めいただける品揃えの拡充で、環境変化への即応力を高めています。

グループ各社で培ってきた多彩なりソースを相互に活用したシナジーを追求し、次代のステージに挑戦してまいります。



セブン&アイ HLDGS.  
代表取締役社長

井阪 隆一

株式会社 **セブン&アイ** HLDGS.  
株主通信

# 四季報

WINTER 2022  
vol.156

当冊子はWEBにも掲載  
しております。ぜひ  
併せてご覧ください。



[https://www.7andi.com/  
group/quarterly/](https://www.7andi.com/group/quarterly/)

## CONTENTS

ごあいさつ	1
<b>食を起点とする グループシナジーの展望</b>	2
セブン&アイグループのサステナビリティ	10
<b>地域に欠かせない存在を目指して —イトーヨーカ堂の社会的役割—</b>	12
<b>新社長インタビュー</b>	12
株式会社セブン銀行 代表取締役社長 松橋正明	
<b>「もったいないをなくそう!」チャレンジ 特設サイトを開設</b>	13
<b>NEWS &amp; TOPICS</b>	14
パートナー企業とともに	18
<b>セブンプレミアム フレッシュ 生アトランティックサーモン</b>	20
マルハニチロ×セブン&アイグループ	
こだわりの産地を訪ねて	20
<b>純銅手造りおろし器 薬味おろし付</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">イトーヨーカドー</span>	
<b>2023年2月期 第2四半期 決算概況</b>	22



## COVER STORY

セブン&アイHLDGS.は多様なステークホルダーの方々との対話を通じ、「7つの重点課題」を改定しました。商品やサービス、店舗など、本業を通じた課題解決に向けた取り組みを進め、社会課題の解決と成長機会の拡大を図っていきます。

●冬号となる今号のテーマは、重点課題2「安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する」です。セブン&アイグループにおけるグループ各社の店舗では多種多様な商品を取り扱い、プライベートブランド商品の開発も行っています。何より重視しているのは商品の「安全・安心」をはじめとする品質の確保。お客様の立場に立ち、栄養バランスのとれた商品の提供、信頼性の高い原材料の使用、添加物の使用削減など、お客様の健康の配慮に努めています。この取り組みはお客様からの信頼を確保するだけでなく、お客様ニーズに即した新たなビジネスの機会でもありと考えています。

●表紙のイラストは、株式会社セブン&アイ・フードシステムズが展開するファミリーレストラン「デニーズ」。デニーズは特定原材料の7品目（卵・乳・小麦・そば・落花生・えび・かに）を原材料に使用しない「低アレルギーメニュー」も提供しています。イラストを手掛けた佳矢乃さんの「母親として、食の安全にはとても関心があります。とくに娘が幼い頃はアレルギーなどに気を配りながら外食を利用しており、デニーズさんのように安心して食事ができるお店の存在は本当に助かりました。」というご自身の経験から、家族の笑顔があふれるデニーズでの食事風景を表現していただきました。

佳矢乃さんのWEBサイト：<https://kayano38.com/>



セブン&アイHLDGS.の  
7つの重点課題  
詳しくはこちら







# 食を起点とする グループシナジの 展望

## グループの優位性を活かして シナジを最大化する



セブン&アイHLDGS.  
代表取締役社長 井阪 隆一

新型コロナウイルス感染症を契機とした生活様式の変容をはじめ、深刻さを増す国際情勢やこれに起因する物価高やエネルギーコストの上昇、気候変動や自然災害など、さまざまな要因によって、生活環境が大きく変容することを、近年私たちは目の当たりにしています。これまで誰も経験したことのない不確実性の時代が、私たちの生活やビジネスの前に立ちのびかかっています。このような環境の中でも私たちセブン&アイグループは、これまでの蓄積と自己革新の力を通じて、新たなビジネスモデルを生み出すことが可能であると確信しています。

その確信は、セブン・イレブン・ジャパンが成長を続けてきた背景にあります。グループの中にはスーパーストア、専門店など多様な事業があり、それぞれのリソースを取り込みながら複雑な社会構造の変化に適応してきたことが、セブ

ン・イレブン・ジャパンの強みです。そして今、人口減少のステージに入り、同時に急激な高齢化が進むなど、日本のマーケットは複雑性をともなう変化していますが、これは日本だけの話ではなく、各国においても今後、高齢化や世帯人数の減少などのさまざまな社会課題に直面するでしょう。このような将来の課題に対しても、日本で培った実績を役立て、適応させることができると考えています。

可能にし、次世代の価値創造における優位性を生み出します。この優位性を活かして食品分野におけるグループシナジを最大化することが、私たちが未来を切り開くための新たな一歩になると信じています。

### グループの強みを活かした セブンプレミアム

セブン・イレブン・ジャパンでは高齢化や働く女性の増加、単身および2人世帯の増加、小売店舗数の減少といった社会構造の変化を受け、2009年に「近くて便利」というコンセプトのもと、「ミールソリューション」の戦略を打ち出しました。この「近くて便利」を具体化するうえで、調理時間や手間が短縮され、貯蔵性もある冷凍食品やパウチに入った惣菜などの品揃えが必須でした。そこで活躍したのが、セブンプレミアムのデリカテッセン。グループのイトーヨーカドーやヨークベニマルなどスーパーストアセクターの有するノウハウと長年培ってきたお取引先や産地との関係、産地情報など、グループのリソースをフルに活

用して開発されたセブンプレミアムがあったからこそ、「近くて便利」が実現できたのです。

国内におけるグループの食品売上は約4・7兆円であり、その7割がコンビニエンスストア、3割がスーパーストアセクターの売上です。この4・7兆円のスケールメリットを持つことがグループの強みです。中でもセブンプレミアムが年間売上1兆3800億円、3500アイテム（2022年2月期実績）まで成長した背景には、圧倒的な販売量を持つセブン・イレブン、そして多岐にわたる品揃えの幅を有するスーパーストアセクターの開発担当者が参加し、グループの中でも開発に携わるからこそ実現できることがあります。

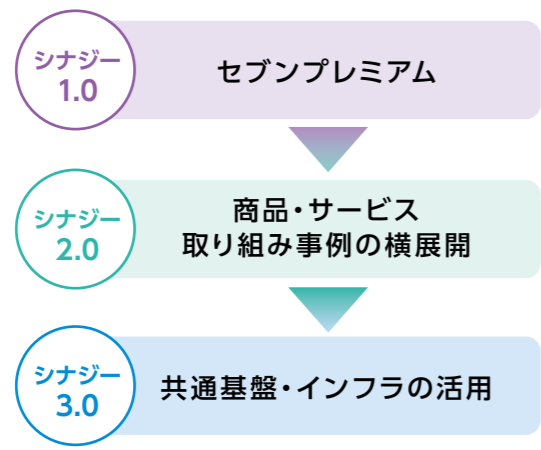
この結果、セブン・イレブン店舗ではスーパーストアで強みのある調味料や冷凍食品などがしっかり展開され、お客様ニーズに対応した品揃えを実現しています。さらに、一品一品の質の向上に努めるほか、市場と同質化してしまった商品や、重複した品揃えなど商品ラインアップに対して、継続的な見直しや改善を行

私たちセブン&アイグループがこれまで培ってきた食を中心とした国内シナジ、セブン・イレブン・ジャパンが培ってきたバリューチェーン構築力をT.Mileven, Inc. に投入することによる日米のシナジ、この日米シナジをエリアライセンシーに展開することによるグローバルシナジ、これら3つのシナジを連携、融合、そして最大化することで、グローバルでの成長を目指していきます。

の「プライドブランド」として大切に育て、お客様からも愛されるブランドとなりました。そして次の段階としてグループ内のすぐれた商品、サービス、事例を互いに導入する取り組みを「シナジ2・0」。さらに、グループとして共通の基盤・インフラを設けて各社で活用する取り組みを「シナジ3・0」として昇華させていと考えています。

## 国内シナジ

国内におけるさらなるグループシナジの創出に向けては3つの段階で進めていきます。まず「シナジ1・0」として「セブンプレミアム」という大きなシナジを具現化したことです。これは各社の知見やお取引先のネットワークをフル活用して開発したもので、販売開始から15年間、グループの従業員が「自分たち



長年培ってきたリソースを土台とした新たな成長基盤は、既成の枠にとらわれず相互にクロスするグループのビジネス基盤となり、単一業態では困難な「変化への俊敏な対応」を



い、ブランド力の向上に励んでいます。このようにセブンプレミアムは、セブン&アイグループが長年培ってきたチームマーケティングとグループのリソースをかけ合わせ、従来のPBとはまったく異なる発想の新たな価値を創出し、グループシナジーを具現化しました。

### セブン・イレブン・ジャパンとイトーヨーカ堂の連携強化（SIP）

セブン・イレブンの国内店舗数は2万1000店舗を超え、北海道から沖縄まで全47都道府県に展開、それぞれの地域ニーズにお応えする商品の提供が重要になりました。また、2020年以降はコロナ禍による生活様式や価値観の変容を背景に、日常のお買物は自宅近くの店舗でできるだけで済ませたいという「ワンストップショッピング」へのニーズがますます高まっています。

こうした変化に対応するため、セブン・イレブンでは売場レイアウトの革新を進めてきました。しかし、今後さらなる発展をともしようとする

店舗に導入しました。

従来、生鮮食品の調達から販売までのノウハウを有していない国内コンビニエンスストア事業にとって、お客様ニーズの変化に俊敏に対応し続けるにはイトーヨーカ堂をはじめとしたスーパーストアセクターとの連携が必要不可欠です。さらに、商品やサービスだけでなく、販促や人材など企業単位での強い連携が必要です。つまりそこでセブン・イレブン・ジャパンとイトーヨーカ堂のトップダウンのもと発足したのが、「SIP（セブン・イレブン・ジャパン・イトーヨーカ堂・パートナーシップ）」というプロジェクトです。全国で2万を超える店舗数、約1800万人のアプリ会員を擁し、デイリー商品の開発に長けているセブン・イレブン・ジャパンと、生鮮食品の開発と調達で大きな力を発揮し、顧客からの強い信頼感を得ているイトーヨーカ堂。両社が持つ武器を双方向で活用し、そこから得た情報を検証しながら、セブン・イレブン・ジャパンとイトーヨーカ堂にとどまらない、専門店も含めた連携強化につなげていきたいと考えています。

成長を続けるためには、現在のセブン・イレブンの約3000アイテムの品揃えではとても太刀打ちできません。そこでグループのイトーヨーカ堂が持つ、約10万アイテムにもものぼる商品構成を活用することで、お客様ニーズに確実かつスピーディーに対応した品揃えを実現することが可能です。

その一環として2021年からは、イトーヨーカ堂のPBである「顔が見える野菜。」をセブン・イレブンの



セブン・イレブンの売場でイトーヨーカ堂のPB「顔が見える野菜。」を販売。

### 新ブランド

#### 「セブン・ザ・プライス」の導入

イトーヨーカ堂が育成してきた低価格のオリジナルブランド「ザ・プライス」は、日常生活で消費頻度が高く、価格志向の需要がある食パンや調味料などに絞った開発と、独自のマーケティングによってナショナルブランドに負けない味や品質ながら低価格を実現しており、とくに価格に敏感な子育て世代（30〜40代）のお客様から好評を博しています。

足元で進行する物価の急激な高騰、エネルギーコストの上昇、円安など厳しい経済環境に対し、グループ商品戦略の一環としてザ・プライスの考え方やノウハウを活かした「セブン・ザ・プライス」を新たに展開しました。これは、セブンプレミアムの中で、お求めやすい価格を追求したブランドであり、グループ全体の販売力を背景にすることで、コスト構造がこれまで以上に改善します。これに加え、PB化によって商品展開までのサイクルが短くなり、その



株式会社イトーヨーカ堂  
代表取締役社長 山本 哲也



株式会社セブン・イレブン・ジャパン  
代表取締役社長 永松 文彦

当社の強みは、幅広い商品カテゴリ、アイテムを持っている点と、その先のお取引先や産地といったバリューチェーンを含めて多様な商品調達ルートを持している点にあります。

今回、セブン・イレブンで「顔が見える野菜。」や「ザ・プライス」を展開することにより、販売量が拡大し、これまで以上に優位性を出せるようになります。具体的にはコンビニエンスストアをご利用のお客様にも認知が広がり、どのような商品がどういう立地や商圈で売れるかなどの情報を蓄積することで、今後の商品開発の

精度を上げることにもつながります。

さらに当社の海外部を通して海外商品を調達する際、セブン・イレブン・ジャパンと一緒に仕入れを行い、輸送コストを抑えてこれまでよりお買い求めやすい価格でお客様に商品を提供することにも挑戦していきたいと考えています。

SIPの取り組みをグループシナジー創出のための大きなチャンスととらえ、セブン&アイグループが成長し続けていくためにまい進していきます。

セブン・イレブンに求められる品揃えのニーズは変化しています。とくに生鮮食品についてはノウハウを持っていないため、生鮮食品を長年にわたり取り扱ってきたイトーヨーカ堂のノウハウを活用することで、お客様のニーズに迅速にお応えすることが可能となりました。また「顔が見える野菜。」は、イトーヨーカ堂が産地や生産者との間で長年培ってきた関係を活かして、生産履歴などをお客様にもご確認いただける仕組みがしっかりとできており、お客様の安全・安心や健康へのニーズにお応えすることができます。現在約

6,000店舗で展開していますが、各地域のお客様より好評を博しています。

お客様のニーズは刻々と変わっていきます。私たちセブン・イレブンも、地域ごとのニーズ変化に対応しながら品揃えのあり方を見直し続けなくてはなりません。従来の約3,000アイテムという品揃えをさらに拡充するべく、イトーヨーカ堂の持つ商品力を積極的に取り入れ、それぞれの地域のお客様ニーズに応えていくことは、セブン・イレブンの大きな成長につながると確信しています。



時々の価格や内容に対するお客様ニーズを迅速に反映した商品提供も可能になりました。



2021年7月より販売を開始し、193アイテム（2022年7月時点）まで拡大したザ・プライスは、セブン・ザ・プライスへと順次生まれ変わっていきます。

さらに、「セブン・ザ・プライス」、「セブンプレミアム」、高価格帯の「セブンプレミアムゴールド」と、各社がさまざまな選択肢を持つお客様

にサービス・商品を提供できる体制を築くことができました。

セブン・ザ・プライスは、イトーヨーカドーをはじめとしたスーパーマーケットと、GIS※で得たデータをもとに世帯年収300万円以下の方が多く、かつスーパーマーケットが近場ないエリアのセブン・イレブンに導入しています。今後はさらに情報を精査し、地域に合わせて視点を変えながら全国展開していく所存です。

※GIS: Geographic Information System (地理情報システム)。  
位置情報に加え関連するさまざまな情報を総合的に管理・加工・表示するシステム

### グループ共通インフラを新たな成長の強固な基盤に

食品市場におけるグループのシェア拡大を図っていくうえで、コンビニエンスストア事業とともにスーパーストアセクターの成長は、きわめて重要です。グループ内のリソースを共有し、各社の強みを活かした連携強化によって、私たちセブン&アイグループの食品戦略はさらに前



### 不確実性を突破する 7-Eleven, Inc. の成長力

北米でコンビニエンスストア事業を展開する7-Eleven, Inc. は、積極的なM&Aを含めた店舗網の拡充を進め、順調に成長を遂げてきました (Speedway統合の取り組み参照)。

この結果、全米人口の半数以上の人々の半径2マイル以内に店舗を有するという店舗密度を実現し、7-Eleven, Inc. の先進的なDXを活かしたデリバリーサービス「7NOW」の推進など、新たなコンビニエンスストア事業を特徴づけるサービスの展開も進めています。

しかし、7-Eleven, Inc. の成長はまだ緒に付いたばかりです。最も重要な点は、お客様に商品でセブン・イレブンを選んでいただくこと。その根幹を支えるのは、質の高いフレッシュフードの開発と提供です。

### Speedway統合の取り組み

2021年、Speedwayの買収で素晴らしい事業を獲得しました。買収規模は210億ドルと、北米のコンビニエンスストア分野で過去最大です。Speedway3,000店舗超の統合により、北米の店舗数は1万3,200店舗を超え、米国の主要50都市中47都市に展開するまでにいたっています。この買収では、3年目までに年間6億5,000万ドルのシナジーを創出するという“攻めの目標”を設定しました。目標達成のためにさまざまな行動をとっていますが、最も重要なポイントは次の3点です。

- ①セブン・イレブンPBの導入を含めたSpeedwayの品揃えの改善
- ②7-Eleven, Inc. とSpeedwayを合わせた購買力を背景としたコスト削減

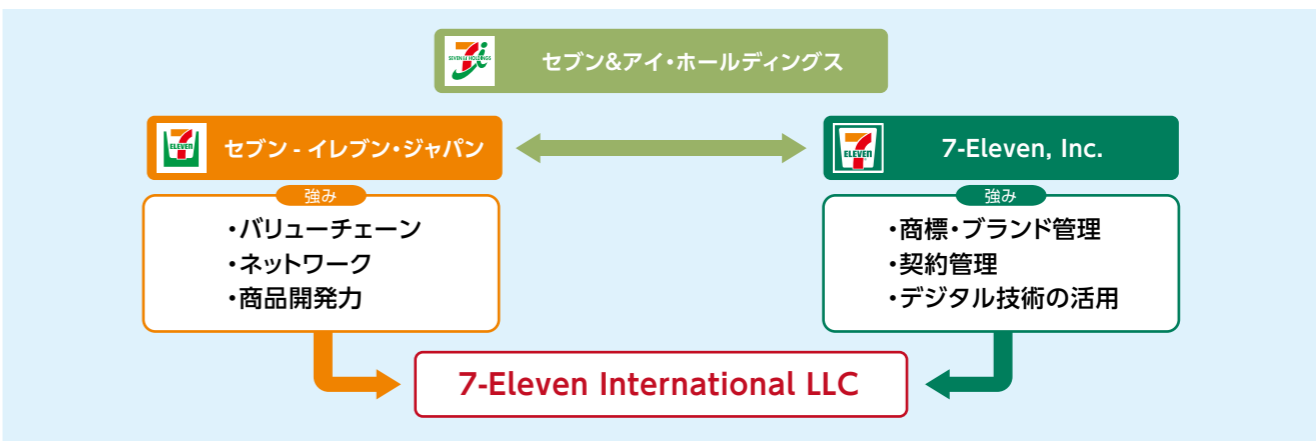
- ③7-Eleven, Inc. が進めるデジタルサービスのSpeedwayへの拡大
- これらの統合作業は順調に進んでおり、2022年度の計画も前倒しで進めています。



7-Eleven, Inc. 取締役社長 兼 CEO  
セブン&アイHLDGS. 取締役  
ジョセフ マイケル デピント  
Joseph M. DePinto



国内成長のカギ=CVS×スーパーストア連携→その知見が北米・世界へ広がり成長を遂げられる



フレッシュフード革新の基盤となるのが「チームMD（マーチャндаイジング）」です。原材料、製造加工、包装など商品に関わるさまざまなサプライヤーが一体となり、お客様の声をしっかりとつかいがいします。それを基に、既存商品を超越する品質の商品開発を行うためのベンチマークを設けてプロセスを構築し、お客様にご満足いただける商品を継続的に生み出すことで個々の店舗の収益を高め、全社的な成長をもたらします。

7-Eleven, Inc. とセブン・イレブン・ジャパンは、長年にわたる人財交流を含めて密接な連携のもと、この取り組みを進めてきました。2016年からはわらべや日洋ホールディングス様とタッグを組み、新商品開発や商品供給の体制づくりに取り組んでいます。ここから生まれた新商品は好評を博しており、お客様だけでなく加盟店の期待も高まっています。また、チームが開発した商品や製造プロセスは、ほかの地域のフレッシュフードメーカーに手本としても広がっています。

チームMDは、セブン・イレブン・

ジャパンが40年以上にわたって、日本国内のさまざまなメーカー様とともにお弁当などオリジナルフレッシュフードの開発・製造に取り組んできた手法です。常に変化し続けるお客様のニーズに対して目標品質を設定しながら、それに応え続ける連続的な「サーキュレーション」が体内化されてきました。メーカー様との連携は、単なるサプライチェーンではなく、まさにセブン・イレブンの信頼と価値を支える「バリューチェーン」です。グループシナジーを活かしてこのバリューチェーンをしっかりと根づかせ、7-Eleven, Inc. のさらなる成長を推進していきます。



### 競争力を高める バリューチェーンの海外展開

今18の国と地域で8万店舗強のセ

ブン・イレブンが毎日営業していますが、地域ごとに販売力の格差が生じています。格差は主に商品力の違いから発生しており、この格差を放置することは、同じ「7-Eleven」ブランドでありながら商品力が違うという状態を放置することにつながります。私たちは日本で培ったバリューチェーンのあり方をエリアライセンシーの方々の国と地域にご理解いただくことで、この格差を是正しお客様に評価される商品力で店舗の価値を上げていきたいと考えています。そのため、エリアライセンシーへの支援とグローバル市場でのシナジー強化を目的に、2021年12月に7-Eleven International LLCを設立しました。

2022年7月には、フレッシュフードの開発の基盤となるバリューチェーンの重要性を理解することを目的にセブン・イレブンのエリアライセンシーと日本国内の主要サプライヤーの皆様は、ハワイにお集まりいただきました。SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. は、1990年代の事業再建にあたりフレッシュフードの強化

に取り組み、現在では世界のセブン・イレブンの中でも、物価調整後の平均日販でナンバーワンとなっています。

これは、バリューチェーンが機能し続けたことで発揮された成果の賜物です。ハワイや北米と一緒にバリューチェーンの構築に取り組んでいたにいたるわらべや日洋インターナショナルの森社長は、「セブン・イレブンとともに海外事業を進められることは、海外進出にともなうリスクを大幅に軽減させるメリットがある」と評価をしてくださっています（詳細は、四季報155号をご参照ください）。さらに、海外進出とその成功には、国内事業の安定が不可欠であり、国内市場におけるセブン・イレブンの順調な成長を背景に、バリューチェーンに参加する各社が体力やノウハウを拡充していくことの重要性を指摘されています。その国内事業の一段の成長にとって、今グループ各社との連携により、複雑性をともなって大きく変化する国内市場に対し連続的かつ的確な対応が、ますます重要になっています。



四季報155号はこちら

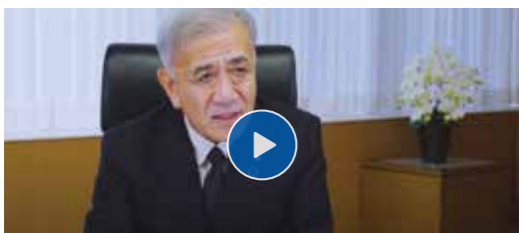
四季報155号では、バリューチェーンの海外展開について、より詳細な情報を発信しております。併せてご確認ください。

### グループシナジーが

### 国内・海外の価値創出の基盤

2023年に50周年を迎えるセブン・イレブン・ジャパンのバリューチェーン構築力と継続した商品開発力、生誕100年を迎え変革し続けるイトーヨーカ堂のお取引先との強い関係性や商品に対する目利き力など、それぞれの会社が歴史を積み重ねて育んできた豊かなリソースは、セブン&アイグループが世界を舞台にして戦い抜くために欠かせない武器の一つです。この武器の強化は、国内外における「食」に対するお客様ニーズを確実に受け止め、それにお応えする商品を生み出し続けていくために、きわめて重要となります。

今後、ますます社会や生活環境の変化が激しくなる中で、生鮮食品の調達・販売をはじめ、惣菜などの中



### Issue:「食」 グループシナジーが生む 企業価値最大化の展望

本記事内容について、トップインタビューを中心にまとめたグループ戦略映像を公開しています。ぜひ、ご覧ください。



[出演]  
株式会社セブン&アイ・ホールディングス  
代表取締役社長 井阪 隆一  
株式会社セブン・イレブン・ジャパン  
代表取締役社長 永松 文彦  
7-Eleven, Inc.  
取締役社長 兼 CEO ジョセフ・マイケル・デピント  
株式会社イトーヨーカ堂  
代表取締役社長 山本 哲也  
株式会社セブン&アイ・ホールディングス  
常務執行役員 グループ商品戦略本部長 兼  
株式会社Peace Deli  
代表取締役社長 石橋 誠一郎

食ニーズなどに俊敏な対応を図っていくには、グループとして知見やノウハウを活かし、的確にバリューチェーンをリードしていく必要があると考えています。

多様化・複雑化する消費環境や社会環境に対して適応していくには、従来の事業モデルや商品構成ではお客様の期待にお応えできない時代になってきています。成長の余地を拡大するために、コンビニエンスストアとスーパーストアとの連携はもちろん、専門店との連携も通じて、相乗効果を追求するのが国内シナジー

です。また、この国内シナジーを基軸として、日本で培ったバリューチェーン構築力を北米に投入し、フレッシュフードをはじめとした商品力強化を推進することで日米シナジーを創出します。そして日本のバリューチェーン構築力、北米の100年ブランドを守ってきたブランドガバナンス力、DXの開発・推進力をエリアライセンシーの皆様へ注ぎ込み、グローバルシナジーを追求します。これは、私たちセブン&アイグループでなければできない成長戦略であると確信しています。





## 「あんしんサポートショップ」とは？

高齢のお客様も介護を行うご家族様も、多くの方が悩みや不安を抱えています。「あんしんサポートショップ」の約250名の福祉用具専門相談員は、介護などの適切なアドバイスだけでなく、お客様のお話をうかがうことも大切にしています。ただ「商品売る」だけではない、社会的価値を提供します。

### Point 1 介護用品が 一手に集まる利便性

介護食や紙おむつなどの消耗品から、入浴用品、着脱しやすい衣類やシューズ、介護をサポートする各種介護用品や福祉用具まで、高齢者と介護従事者をサポートする商品をひと通り取り揃えています。

### Point 2 「福祉用具専門相談員」による サポート

介護では、高齢者ご本人の「できること」「できないこと」を見極め、心身の残存機能<sup>\*</sup>を維持・発展させることが重要です。「あんしんサポートショップ」各店に「福祉用具専門相談員」の有資格者を配置し、一人ひとり異なる残存機能に最適な福祉用具をご提案します。

※病气やけがなどで心身に障害を負った人に残された機能のこと

通りの生活ができるようにする取り組みです。その一環として、2014年より全従業員を対象に認知症のお客様に見られる行動や心理状態を理解し、正しい知識を身につける「認知症サポーター養成講座」の受講を推進しています。今まで以上にお客様に安心してお買物をしていただくため、2022年末までに累計で15000名の受講と、全店舗での認知症サポーターの在籍、そして2024年度までの全従業員の受講を目指しています。

**地域社会になくてはならない 新たな企業価値の創出**

認知症の早期把握と官民連携のネットワークは、重症化にもなう入院や施設入所、要介護認定などのリスクを未然に防ぎ、住み慣れた地域で自分らしく暮らし続ける社会の実現に不可欠なシステムです。

イトーヨーカ堂では、各店舗が地域包括支援センターとの連携を図り、情報共有に努めています。店舗内では認知症サポーターが、店舗外では移動販売車（イトーヨーカドーとくし丸）<sup>1</sup> 詳細は四季報155号をご参照ください）による見守り活動がその役割を担うほか、自治体の一部との連携のもと、認知症のお客様との対話を通じた売場改善や、認知症への理解促進イベントの取り組みを進めています。



イトーヨーカドー八王子店では、大学教授や自治体関係者とともに認知症のお客様と対話を行い、お客様の立場に立った売場における改善点の洗い出しを行いました。

また、認知症に限らず体の衰えや不自由を抱える高齢のお客様や、介護が必要となったご家族様をサポートする「あんしんサポートショップ」を96店舗のイトーヨーカドーで展開しています。紙おむつや介護食などはドラッグストアなどでも入手できますが、福祉用具や各種介護用品まで一手に集めた場所は、実はあまりありません。専門知識を備えたアドバイザーを配置し、接客から得たお客様の声をもとに開発したオリジナル商品の販売など、お客様一人ひとりのお悩みをしっかりとかがったうえでサポートは、地域に密着しお客様の暮らしを支えるイトーヨーカ堂の強みです。

イトーヨーカ堂は、今後も地域に欠かせないインフラとして社会課題の解決に貢献し、新たな企業価値の創出に努めます。

# 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

▶ 本取り組みに関するSDGsの目標



企業と自治体・地域が連携し、誰もが住みやすい社会へ

## 地域に欠かせない存在を目指して —イトーヨーカ堂の社会的役割—

本取り組みはセブン&アイグループの重点課題1に該当します。詳しくはこちら



イトーヨーカ堂では、認知症高齢者の方とご家族や介護従事者の方々をはじめ、ご来店いただくすべてのお客様に安心してご利用いただけるよう、さまざまな視点からサービスを拡大し、お買物を支援しています。

認知症サポーター養成講座の実施

行政と連携したイベントの開催

あんしんサポートショップの展開

地域社会と連携したイトーヨーカ堂の取り組み

### すべての従業員が認知症を理解し 適切なサポートを実現する企業へ

日本の認知症高齢者は、2025年には約700万人、65歳以上の高齢者の約5人に1人に達することが見込まれており、ご家族や介護従事者の方だけでなく、企業や自治体など社会全体での支援が必要となっています<sup>\*</sup>。すでに認知症は、誰もが関わる可能性のある「身近な病気」で、イトーヨーカドーにご来店されるお客様の中にも、認知症と思われる方もいらっしゃると思います。認知症は「会話が成立しづらい」「徘徊する」などのイメージが先行していますが、たとえば軽度の症状では「小銭の計算ができず、お会計が進まない」「急に出口がわからなくなり混乱する」といったケースが見られます。そのような経験がお客様の不安につながり、やがて外出や人に会う意欲まで失うと、認知症の進行を早めてしまう可能性があります。そうした可能性を少しでも取り除くため、イトーヨーカ堂ではノーマライゼーションに対する従業員の教育を行い、お客様が安心してお買物ができるよう適切なサポートに努めています。

イトーヨーカ堂の取り組みの一つに「認知症バリアフリー」というものがあります。これは、認知症の方が不安や不便を感じず普段

※2015年 厚生労働省「認知症施策推進総合戦略」



# ATMの社会的価値拡大を追求し 社会のDX化を推進する

新しい技術を組み合わせて  
社会の課題解決に挑む

モノづくりが好きで、テクノロジーに早くふれたいと工業高等専門学校に進学し、卒業後はエンジニアとしてシステム開発に従事中、1998年にセブン銀行のATM開発に参画しました。金融とは異業種の企業が銀行を始めると知り、業界の常識を破った新しいチャレンジができ、かつ大きな変革をもたらせるのではないかと考え、2003年に自ら希望して正式にセブン銀行に入社しました。それからは無我夢中。世の中にあふれる課題に対し、数多くある技術の中から適切なものを

組み合わせ解決法を導き出す、エンジニアとしての得意分野をセブン銀行のビジネスに活かし、お客様の「あつたらいいな」を超えた日常の未来を生み出し続けるため日々挑戦しています。挑戦するために私が日常的に行っているのが、商品やサービスに使用されているさまざまなメカニズムを探ることです。たとえば最新のゲーム機。音響は従来とどこが違うのか、日光にあたっても退色しないのは何故かというように、さまざまな視点から物事を形づくる構造を考えています。セブン銀行のビジネスは、金融に必要な安全・安定性に加えて、小売ならではのお客様起点によるイノベーション



株式会社セブン銀行  
代表取締役社長  
**松橋 正明**

1962年4月6日生まれ。釧路工業高等専門学校卒。83年通信機器メーカー入社、2002年電機メーカー入社、03年アイワイバンク銀行(現 セブン銀社)入社、09年ATMソリューション部長、11年執行役員 ATMソリューション部長、15年常務執行役員 ATMソリューション部長、18年専務執行役員 CX部、セブンラボ担当、22年6月より現職。

の結合です。革新的な組み合わせで金融界に新しい風を吹かせるセブン銀行の姿勢は、私にとって理想の形。まさに「水を得た魚」状態といえます。

未知の領域を開拓するためには、私を含め従業員一人ひとりが自己変革し続ける会社でなければなりません。「従業員が活性化して楽しく仕事をしたい」「挑戦から」新しいものが生まれてくる。」という企業文化の醸成を目指し、自走するアクティブな従業員が生まれるフィールドをつくってきました。今後はさらに多種多様な知見を持った人材が、さまざまなことに挑戦できる風土づくりを加速させます。

## 金融の枠を超え、 日本社会の構造変化に寄与する

人々の生活様式の変化やDX化の流れが加速する今、金融機関の果たす役割や求められる機能も変化しています。

最近の取り組みの一つで、「スマホATM」があります。これはスマートフォンアプリを通じて、キャッシュカードがなくても、セブン銀行のATMで現金の入出金ができる画期的なサービスです。この技術を開放することで業界全体の利便性を向上させることを目

指しています。その根底にあるのは、セブン・イレブンの持つ公平性のDNA。地域差をつくらず、同じサービスが全国で受けられることを目指しています。また、セブン銀行のATMを提携金融機関と共同運営することで、銀行窓口業務の合理化などを支援することも重要な使命だと考えています。

ATMプラットフォーム戦略は成長戦略の柱です。ATMでマイナンバーカードを使用している健康保険証利用の申し込みや、公金受取口座の登録によるポイントの申し込みは、簡単な操作で手続きできると好評です。今後は金融・行政・事業会社との連携を強化し、ユニークなサービスを拡充することでATMの社会的価値拡大を追求していきます。また、あらゆる商品・サービスを提供できるグループのスケールメリットを活かし、7iDとの連携などグループシナジーのさらなる強化を進め、金融の枠を超えた、日本社会の構造変化に寄与する社会インフラの提供も提案していきます。

セブン銀行  
セブン銀行の  
中期経営計画  
や成長戦略など  
詳細はこちら

みんなのできる!  
未来につながる!

明日にいいこと。つなげる、つづける。

# もったいないをなくそう! チャレンジ

## 特設サイトを開設

[https://www.7andi.com/sustainability/g\\_challenge/project/mottainai2022/index.html](https://www.7andi.com/sustainability/g_challenge/project/mottainai2022/index.html)

株式会社セブン&アイ・ホールディングスでは、2022年10月の「3R\*推進月間」および「食品ロス削減月間」に合わせ、「もったいないをなくそう!チャレンジ(3Rの取り組み)」と題した特設サイトを開設しました。未来世代に豊かな地球環境をつなぐため、グループ各社の取り組みを発信していきます。

\*3R:廃棄物等の発生抑制(リデュース)、再使用(リユース)、再生利用(リサイクル)



## 特設サイトの一部をご紹介します



食べもののもったいないをなくすため  
食品ロス削減への想いと  
各社の取り組みを紹介



限りある資源を有効に使う  
「リサイクル」の活動に参加しよう!



まずは「知る」ことから始めよう!  
「もったいないをなくそうクイズ!」

## セブン&アイグループの『もったいないをなくそう!』 取り組み一例



### 「てまえどり」

すぐに食べるものを手前から取っていただくことで、期限切れによる食品廃棄削減につながっています。



### 「フードドライブ」

お客様とともにフードドライブをイトーヨーカドー67店舗(22年9月末時点)とセブン・イレブン一部店舗で実施しています。



### 「Green Down Project」

イトーヨーカドー店頭で羽毛の回収を実施。回収した羽毛を一部使用した掛けふとんを販売しています。

### 【紹介事業会社】

セブン・イレブン・ジャパン、イトーヨーカ堂、ヨークベニマル、ヨーク、セブン&アイ・フードシステムズ、赤ちゃん本舗、ロフト

GREEN CHALLENGE 2050

私たちの挑戦で、未来を変えよう。



# 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 社会・環境活動

セブン・イレブン・ジャパン / セブン&アイHLDGS.

### 8月の新潟県の大雨、および台風15号における 静岡県への支援物資お届けについて

被災された方々に、心よりお見舞い申し上げます。  
セブン・イレブン・ジャパンは、8月3日からの大雨により甚大な被害に見舞われた新潟県村上市に対し、8月7日に支援物資をお届けいたしました。セブン・イレブン・ジャパンと新潟県は、2014年4月に「災害救助物資の供給等に関する協定」を締結しており、本協定に基づき県と連携して被災地を支援させていただいております。  
また、セブン&アイHLDGSは、台風15号により甚大な被害に見舞われた静岡県に対し、9月27日に支援物資をお届けいたしました。

#### - 支援状況 -

- 新潟県
  - [実施日時] 8月7日(日)
  - [支援物資] セブンプレミアム 天然水 2L 合計 **13,872本**(2,312ケース)
  - [お届け先]
    - 新潟県村上市神林支所 **9,984本**(1,664ケース)
    - 新潟県村上市荒川支所 **3,888本**(648ケース)
- 静岡県
  - [実施日時] 9月27日(火)
  - [支援物資] 飲用水(500ml ペットボトル) 合計 **15,000本**
  - [お届け先] 静岡市緊急物資集積拠点

8月7日  
9月27日

## CLOSE UP 2 企業情報

セブン&アイHLDGS.

### 「セブンプレミアム」15周年 累計販売金額13兆円を突破 今期約560アイテムをリニューアル

セブン&アイHLDGSの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」は2022年5月に、15周年を迎えました。2007年5月、お客様の日々の暮らしを「より豊かに・楽しく・便利に」を目標に49アイテムから販売を開始し、5つのブランドで約3500アイテム、累計販売金額も13兆円を超える規模に成長しました(2022年7月末時点)。

このたび15周年を迎えるにあたり、目指すべき姿や、開発の想いなどを認知いただくために、新たなステートメント「今日も未来も、みんな笑顔で。」を制定。今後も継続してCVS・GMS・SM・百貨店・外食・専門店など、それぞれの商品知識や調達力を結集し、多様な業態を持つセブン&アイグループの経営資源の強みを活かした商品開発を行ってまいります。

8月15日

### セブンプレミアムの新ブランド 「セブン・ザ・プライス」誕生

多様化するお客様のニーズにお応えするために、お求めやすい価格を追求したブランドとして確かな品質と安心価格で「これはおトク」とうれしくなる「セブン・ザ・プライス」を新たに「セブンプレミアム」から展開しました。セブン&アイグループ計約280店舗で順次発売を開始しています。  
今後もグループのシナジーを活かして安全・安心で健康や環境にも配慮した商品を開発し、さらなる成長を目指します。



9月26日

## 新サービス

セブン&アイHLDGS.  
イトーヨーカドー  
ネットスーパー商品が、  
セブン・イレブンで受取可能に

8月3日

## 社外評価

セブン&アイHLDGS.  
ESGリスクに対する  
取り組みで高評価

8月10日

## 社会・環境活動

セブン・イレブン・ジャパン  
「新型コロナウイルス接種  
証明書」発行サービス開始

8月17日

## 社会・環境活動

イトーヨーカ堂  
TOKYO子ども  
見守りの輪プロジェクト  
キックオフセレモニー実施

8月21日

セブン&アイHLDGSは、8月3日より東京都内のセブン・イレブン10店舗の店頭レジカウンターにて、「イトーヨーカドーネットスーパー」での注文商品の受け取りを開始しました。本取り組みは、東京都内マンションに併設したセブン・イレブンを中心に展開し、マンション居住者や近隣居住者へのサービス向上を目的としたテストとなります。  
イトーヨーカドーネットスーパーの野菜やお肉・お魚などの生鮮食品から日用品まで、常温、冷蔵、冷凍の3温度帯の商品がセブン・イレブン店頭レジカウンターで受取可能です。前日23時までの注文で、当日の14時から23時59分までお客様の帰宅時や外出時など都合に合わせていつでも商品の受け取りが可能です。今回のテストをふまえ、ほかの店舗への拡大も今後検討いたします。  
セブン&アイHLDGSは、お客様の生活に寄り添うサービスを提供してまいります。



セブン&アイHLDGSは、調査対象企業の事業特性をもとに潜在的なESG(環境、社会、ガバナンス)リスクに対する取り組みを評価する「FTSE Russell」のESG Ratingsにおいて、ESG Rating 4.3(5点満点中)を獲得しました。ESG Rating 4.3は、今まで獲得した中で最高の評価です。ステークホルダーの皆様からご意見・ご協力をいただきながら、本業を通じた社会課題の解決に取り組んできたことが、今回の評価につながったと認識しております。  
今回 ESG Rating 4.3 を獲得したことにより、以下の指数に選定されました。

- 1 「FTSE4Good Index Series」(8年連続選定)  
ESGの取り組みがすぐれた企業で構成される世界的なESG指数
- 2 「FTSE Blossom Japan Index」(9年連続選定)  
年金積立金管理運用独立行政法人(GPIF)が採用している日本株のESG指数
- 3 「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」(初選定)  
GPIFが2022年3月から新たな指数として採用



セブン・イレブン・ジャパンは、厚生労働省・デジタル庁および地方公共団体情報システム機構と連携し、8月17日より全国のセブン・イレブンにて、マルチコピー機を使用した「新型コロナウイルス接種証明書」発行サービスを開始しました。  
本証明書は各市区町村で行われた「新型コロナウイルスワクチン接種」の事実を公的に証明するものであり、旅行やイベント参加の際などに提示を求められる場合があります。これまで証明書を発行するために、スマートフォンなどにアプリをインストールして電子版を発行するか、各市区町村に申請して紙版を発行する必要がありました。  
本サービスは全国のセブン・イレブンのマルチコピー機で即日即時発行できるため、電子版の発行が難しい環境にある方や、紙版の発行までの時間を短縮したい方にお役立ていただけます\*。  
※市区町村により取得できない場合がございます。



証明書見本(海外用および日本国内用) ※発行可能時間 午前6時30分~午後11時



TOKYO子ども見守りの輪プロジェクト  
イトーヨーカ堂 山本哲也社長と、小池百合子 東京都知事

イトーヨーカ堂は、6月に東京都と、店舗を地域拠点として防犯意識の向上、地域ぐるみで安全・安心を担う社会気運の醸成を図り、犯罪や事故から子どもたちを守るため、互いに連携・協力することに合意し「TOKYO子ども見守りの輪プロジェクト」を締結しました。この締結にともない、8月21日にイトーヨーカドー木場店にてキックオフセレモニーを実施いたしました。  
セレモニーでは「親子で学ぼう防犯教室」や「交通安全危険予測シミュレーション」などのほか、啓発動画の放映を通して子どもたちの安全・安心を守るイベントを開催しました。  
イトーヨーカ堂は、これからも地域の子育て支援の取り組みを継続してまいります。



**受賞**  
赤ちゃん本舗  
「第16回 キッズデザイン賞」  
を2商品で受賞  
8月24日

赤ちゃん本舗の「ズレにくい母乳パッド」「バジヤマお着替え応援シリーズ」は、特定非営利活動法人キッズデザイン協議会主催の「第16回キッズデザイン賞」を受賞しました。12年連続、通算31件の受賞となります。

これからも子育てに関わるすべての方々に寄り添いスマイルな育児を応援します。



**社会・環境活動**  
イトーヨーカ堂  
「アフリカ7カ国・食料危機緊急支援」  
募金開始  
9月1日

イトーヨーカ堂は、9月1日から約3カ月間、プラン・インターナショナル・ジャパンを通じて「アフリカ7カ国・食料危機緊急支援」のための募金活動を実施しています。全店舗レジ横の募金箱に加え、グループの店舗や公式通販サイトでの買い物やお食事マイルが貯まる非接触型サービス「セブンマイルプログラム」を通じたWEB募金も行っています。



**企業情報**  
セブン・イレブン・ジャパン  
南海グループと  
業務提携契約を締結  
9月28日

セブン・イレブン・ジャパンは9月28日に、南海電気鉄道株式会社、南海フドシステム株式会社と、コンビニエンスストアのフランチャイズ店舗に転換いたします。第1号店は12月のオープン予定です。

これにより南海フードシステムが運営する駅構内のコンビニエンスストアをセブン・イレブンのフランチャイズ店舗に転換いたします。第1号店は12月のオープン予定です。

**企業情報**  
イトーヨーカ堂  
「海と日本プロジェクト」  
支援へ募金を贈呈  
10月1日

イトーヨーカ堂は、2022年6月1日〜8月31日の3カ月間、イトーヨーカドー全127店舗（22年8月末時点）の会計レジおよびセブンマイルプログラムにて「海と日本プロジェクト」を支援する募金を実施しました。募金金額は、イトーヨーカドー店舗で418万7310円、セブンマイルプログラムで18万1790円となり、公益財団法人日本財団宛てにお届けしました。

※海を未来へ引き継ぐアクションの輪を広げていくため、日本財団、総合海洋政策本部、国土交通省の旗振りのもと、オールジャパンで推進するプロジェクト

**社会・環境活動**  
イトーヨーカ堂  
小中学生に向けた  
オンライン職場体験動画  
配信スタート  
9月5日

イトーヨーカ堂は9月5日より、小中学校の授業などで使用可能なオンライン職場体験動画の配信をスタートしました。イトーヨーカドーは生活に身近な小売業への理解を促進する地域貢献の一環として、以前から地域の小中学生を中心に、全店舗にて年間約1万人の職場体験授業の受け入れを行ってきました。

しかしコロナ禍もあり、学校行事の減少傾向が続いていること、学校内でのタブレット端末の普及も進んできていることから、店舗に行かなくても、教室内で使用可能な職場体験用の動画を作成しました。生鮮食品を扱っている売場紹介やペットボトル回収の取り組みなど15分間の内容です。

これからもさまざまな事業活動を通じて、未来世代に向けた支援に取り組んでいきます。



職場体験用動画の申し込みは、イトーヨーカドーのホームページから

**企業情報**  
赤ちゃん本舗  
90社の企業が  
赤ちゃんへの想いを発信  
10月10日

2022年に、創業90周年を迎えた赤ちゃん本舗は、10月10日（トツキトオカ）赤ちゃんの日に「生まれてきてくれてありがとう」とを伝え、赤ちゃんの健やかな成長を祈る取り組みを行いました。

生まれてきた赤ちゃんへの思いをTwitterで募集するお客様参加型企画を実施。本企画に賛同いただいた90社におよぶ企業様からも「未来のキミへ100文字の手紙」と題して、未来の赤ちゃんを想うメッセージをいただき、特設サイトで公開しています。

未来の赤ちゃんへの想いやコンテンツの発信を通じて、子どもを産み育てやすい社会の実現を目指していきます。



メッセージ一例

**日産自動車株式会社**  
「日産の技術であなたの人生にワクワクを。」提供するために、赤ちゃんも家族も安心してお出かけができる車の開発に取り組んでおります。

**大日本印刷株式会社**  
赤ちゃんへ、生まれてきてくれてありがとう。DNPは、子育てに関する社会課題の解決にも取り組み、子育ての「未来のあたりまえ」をつくっていきます。

特設サイトはこちら

**社会・環境活動**  
イトーヨーカ堂  
「子供の未来応援基金」へ  
募金を贈呈  
9月21日

イトーヨーカ堂とセブン&アイ・フードシステムズは、3月1日〜9日、5月1日〜31日の40日間、貧困連鎖の解消により、すべての子どもたちが夢や希望を持つことのできる社会の構築を目指す「子供の未来応援国民運動」に賛同し、「子供の未来応援基金」への募金活動を実施いたしました。

この店頭募金活動は、イトーヨーカドーやデニーズのレジ横に募金箱を設置し実施しているもので、お客様や従業員から寄せられた募金金額は、イトーヨーカドーで264万8286円、デニーズで59万6005円、合計324万4291円となり、9月21日に小倉将信内閣府特命担当大臣宛てにお届けしました。

イトーヨーカ堂は2016年より毎年募金活動を実施しており、今回で7回目となります。また、全国のデニーズも2018年より実施しております。今後もお客様、従業員とともに事業活動を通じた社会的課題を解決する活動を行っていきます。

（写真右は内閣府の笹川政策統括官）



**セブン銀行**  
合併会社設立のお知らせ

セブン銀行とジェイ・ウィル・コーポレーションは、7月28日付で合併会社「株式会社セブン・ジェイ・デジタル・パートナーズ」を設立しました。セブン銀行は、決済インフラとして金融機関、事業会社、行政・医療サービスの分野でATMがあらゆる手続き・認証の窓口となる、ATM+（プラス）の世界の実現に向けて取り組みを進めています。

新会社では、セブン銀行の持つ「全国2万6000台以上のATMネットワーク」、サービスのプラットフォームとしての多様なATM機能、ソリューション開発力と、ジェイ・ウィル・グループの強みである「金融機関や行政とのネットワークとアドバイザーに関する知見」を掛け合わせ、新たなサービスの創造と事業領域の拡大を図ることにより、ATM+の世界の実現を加速させていきます。

**新会社の概要**

会社名: 株式会社セブン・ジェイ・デジタル・パートナーズ  
所在地: 東京都千代田区有楽町1丁目7番1号  
代表者: 代表取締役 柏木 正  
事業内容: 新規事業の企画・開発  
資本金: 2,000万円  
設立年月日: 2022年7月28日  
株主: 株式会社セブン銀行、株式会社ジェイ・ウィル・コーポレーション  
決算期: 3月末日

**社会・環境活動**  
セブン&アイHLDS  
「SDGsに関する包括的連携協定」を締結  
9月26日

セブン&アイHLDSは、9月26日に国立大学法人お茶の水女子大学と、「SDGsに関する包括的連携協定」を締結し、同日に調印式を行いました。

お茶の水女子大学は2022年度よりSDGs推進研究所を開設し、活動を開始しました。主に生活科学・教育・ジェンダーの分野にて、SDGs教育・研究プログラムを企画、実行しています。セブン&アイHLDSとは、学生と企業とのSDGsをテーマにした情報交換などを行ってきました。

今回の協定締結は双方の持つリソースを活かし、SDGs目標達成への取り組みを加速させたいとの想いから、共同研究や実証実験を通じた新たな社会価値の創造や課題解決への取り組みを検討・推進していくことを目的としました。

産学が連携を深めて、未来世代とともに豊かな持続可能な未来の実現を目指していきます。



新店情報	
<p>■7月1日(金) アカチャンホンポ ハッピータウン岡南店 岡山県岡山市南区築港新町1丁目18番5号 天満屋ハッピータウン岡南2階</p>	<p>■7月29日(金) ヨークベニマル 仙台東照宮店 宮城県仙台市青葉区高松1丁目18番1号</p>
<p>■7月6日(水) ロフト幕張店 千葉県千葉市花見川区幕張町4丁目417番25号 イトーヨーカドー幕張店2階</p>	<p>■8月26日(金) ヨークベニマル 宇都宮テラス店 栃木県宇都宮市宮みらい1番1号</p>
<p>■7月13日(水) コスメロフトnonowa 武蔵小金井店 東京都小金井市本町6丁目14番29号 nonowa武蔵小金井</p>	<p>■10月21日(金) ヨークフーズ with ザ・ガーデン 自由が丘 中野店 東京都中野区中野4丁目3番1号 中野サンクォーレ地下1階</p>
<p>■7月15日(金) アカチャンホンポ ホームズ寝屋川店 大阪府寝屋川市新町3丁目15番 島忠ホームズ寝屋川1階</p>	<p>■10月22日(土) 市川ロフト 千葉県市川市鬼高1丁目1番1号 ニッケコルトンプラザ2階</p>
<p>■7月29日(金) アカチャンホンポ トナリエつくば店 茨城県つくば市吾妻1丁目6番1号 トナリエつくば キュート棟2階</p>	<p>■11月11日(金) 長崎ロフト 長崎県長崎市元船町10番1号 ゆめタウン夢彩都1階</p>



「おいしさ、安全・安心、持続可能」で  
共感し合えるマルハニチロとつくる魚食の未来

セブンプレミアムフレッシュ  
生アトランティックサーモン



### 3つのポイント

- 1 養殖から販売まで一貫体制
- 2 一度も冷凍せず「生」のまま空輸するので新鮮
- 3 上質な脂のノリと鮮やかな色



## 「責任ある養殖」のもとでつくられた水産物だけに認められるASC認証



ASC-C-03754

ASC認証とは、水産養殖管理協議会 (Aquaculture Stewardship Council) による国際認証制度。自然環境に配慮し、労働者や地域住民と良好な関係を築きながら生産された、「責任ある養殖」による水産物であることを証明するものです。ASC認証をはじめ、水産物への認証制度の日本での認知度をさらに高めていくため、セブン&アイグループでは、お客様と一緒により持続可能な商品が選ばれる文化をつくっていきます。



## 持続可能な調達を 世界No.1<sup>\*</sup>のサーモン養殖会社とともに

「海といのちの未来をつくる」というブランドステートメントのもと、海洋環境や資源を守りながら高品質な水産物の提供に取り組むマルハニチロ様の理念は、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」を掲げて持続可能な調達を進めるセブン&アイグループと同じ未来を見据えています。生産者であるノルウェーのモウイ社も、卵・稚魚・飼料から店頭まで一貫管理できる唯一のサーモン養殖会社として、全過程で国の厳しい品質管理を受けながら、安全・安心でおいしいサーモンを育てています。

<sup>\*</sup>アトランティックサーモン生産数量



## サーモンは冷凍という常識を覆した「生」の養殖サーモン

「セブンプレミアムフレッシュ(以下、7PF)生アトランティックサーモン」は、2017年に誕生したサステナビリティや旬を大切にしてお届けする「セブンプレミアムフレッシュ」ブランド商品の一つです。当時、刺身用サーモンは冷凍品が主流で、養殖地であるノルウェーから生のまま届く「7PF 生アトランティックサーモン」は画期的な商品でした。さらには高品質な餌で妥協なく育てられていること、確実なトレーサビリティが可能で、自然環境や労働環境にまで配慮した生産体制を示すASC認証を受けていることなど、まさにブランドコンセプトに合致する商品として発売されました。

セブン&アイグループの使命の一つは、「今あるものを売るのでなく、「こういふものがほしかった」と言われる商品をつくること」。お客様にうれしい生サーモンを召し上がっていただきたいと考えた時、世界最大規模の水産物サプライヤーとして

の圧倒的な調達力と供給力を持つマルハニチロ株式会社様(以下、マルハニチロ様)は非常に心強いパートナーだったのです。また、昨今の「価格」や「価値」に対するお客様の考え方が変化する中で「7PF 生アトランティックサーモン」は多くのお客様から支持をいただき、発売から5年が経った今、イトーヨーカドーの刺身用サーモン売場に占める「生サーモン」の売上構成比は、1割程度から5割以上と冷凍品を上回るまで伸長。「生サーモン」という新しい食文化が定着しつつあります。それを支えているのは、現地の生産者とともに体制を整え、安定した供給を実現していただいているマルハニチロ様です。

従来、魚は天然資源への依存度が高い食材でしたが、漁獲量減少にともない、いまや魚も「つくる(養殖する)」時代に入りつつあります。日々お客様に接する当社グループとしても、引き続き潜在的ニーズを掘り起こし、それをメーカー様や生産者様と共有し、お客様に安全・安心を実現いただける商品を開発するという循環をつくり続けていきます。

おいしくて持続可能な水産物で新たな食文化をつくりたい



マルハニチロ株式会社  
リテール流通事業部  
部長  
根本 恵介 氏

アトランティックサーモンは、ノルウェー国内で最大手の養殖事業者MOWI社(以下、モウイ社)で生産されています。水揚げしてから日本の店頭まで約1週間の時間、近海物の生マグロが店頭と並ぶよりも早いスピードを実現しています。それができるのも現地の空港近くに専用ターミナルを持ち、

コールドチェーンを確立するモウイ社ならではの強みです。日本国内では成田国際空港、関西国際空港の近くに加工場を構え、全プロセスで温度管理を徹底しながら出荷ができるのも特徴の一つです。こうした独自の体制により、色味の美しさや脂のおいしさなど、生ならではの魅力が味わっていただいています。

実は、25年程前に当社が初めて銀ムツ(今はメロと呼ばれる脂質の高

い白身魚)を日本に紹介した際、新しい食文化と商品の可能性に共感し最初に取り扱いをしてくださったのがイトーヨーカ堂様でした。銀ムツはこれをきっかけに食卓に定着し、人気魚へと成長しています。アトランティックサーモンも、2017年度には年間100トンだった販売量が、2021年度には300トンになるなど、セブン&アイグループ様が当時と変わることなく、味へのこだわりやお客様のニーズに応えていくという企業姿勢をお持ちであったからだと感じています。

当社は、「海といのちの未来をつくる」というブランドステートメントを掲げ、海洋管理のための国際会議、SeaBOSにも参画するなど、環境と資源を大切に守りながら、高品質で持続可能な水産物の提供を進めています。世界的に和食や魚が注目される一方で天然魚の漁獲量は年々不安定になり、調達が難しくなる中、養殖の持つ意義はますます高まっています。今後もセブン&アイグループ様と協働し、お客様も含めて新たな食文化の創出と持続可能な漁業の実現に努めていきます。





錫メッキを施した表面にたがねを当て、つちでトントン叩くと、中から銅本来の美しい色が出ます。



力を入れず、円を描くように擦るだけで、簡単に大根がおろせました。



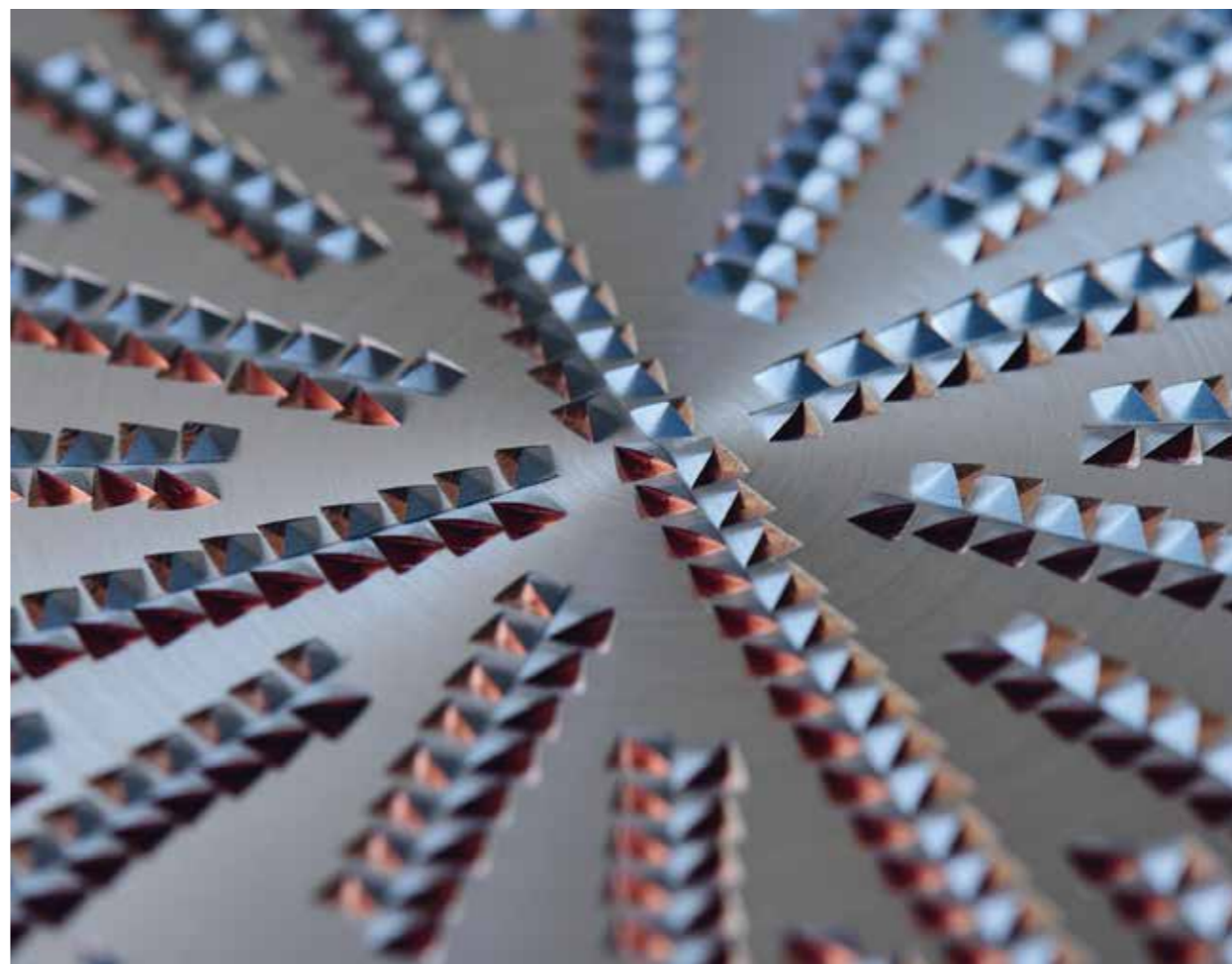
真剣な眼差し志田さん。若い力が確実に育っています。



渡邊さんの作業机には、「職人技」を生み出す、使い込まれた道具が並ぶ。



あぐら姿で、黙々と目立て作業に集中する渡邊さん。18歳でこの道に入り、現在69歳。約50年のキャリアを経て「この仕事は面白い」とひと言。

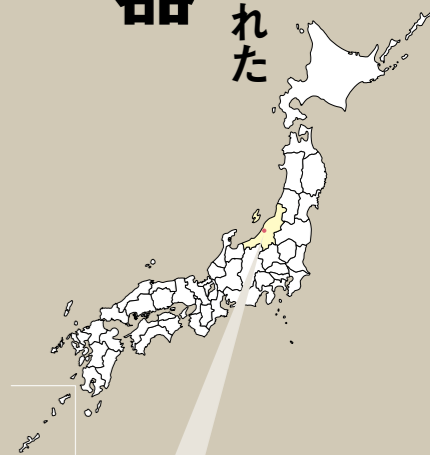


おろし器の表面には、全部で400以上の刃があります。手仕事が生み出すその技術で、職人の力加減により刃の角度や向きを一つひとつ微妙に変えて不揃いにするのが、このおろし器の強み。

# 純銅手造りおろし器 薬味おろし付

イトーヨーカドー

一生ものおろし器は、職人の手技から生まれた



## 新潟県燕市

江戸時代、農家の副業の和釘づくりから始まり、いまや世界的な金属加工のものづくりの地となった燕市。工場の周囲には米どころ新潟らしく田んぼが広がっていました。



イトーヨーカドーで販売している『純銅手造りおろし器 薬味おろし付』は、どんな食材も軽い力でふわふわにおろせる評判です。「一生もの」ともいわれるこのおろし器の秘密を探るべく、新潟県燕市の工場を訪ねました。

### 手仕事だから生まれた 抜群のおろしやすさ

大根おろしの味が、おろし器でこんなにも変わることを、初めて知りました。イトーヨーカドーで販売している純銅手造りおろし器でおろした大根おろしは、淡雪のようにふわふわで、口に含むと大根の甘みまで感じられる逸品です。

「繊維をすりつぶさず、擦り切るようにおろすので繊維質が残り、大根の水気を含んだまま、ふわふわのおろしに仕上がります。その秘密は、おろし金の刃の部分にあります」  
そう語るのはおろし器を製造する新光金属株式会社の明道登実朗社長。

「おろし金の刃は、すべてうちの職人の手仕事でつくっています。手仕事でなければできない技があり、その一つは刃の角度。かなり鋭角に目立てをしているので、食材の繊維を切り、軽い力で簡単におろすことができます。しかも機械製と異なり、この刃は微妙に不揃いなことがポイント。だから、おろす時に食材のさまざまな面が刃に当たり、ごを使っても軽くおろせます。前後左右、どのように動かしても、軽くストレスなくおろせますよ」

もともとこのおろし器は、先代社長が大根をおろすのに苦労している妻を見て、もっと楽にできないかと考えたのが開発のきっかけ。円形にして、おろしたものが下に落ちる今の形になる

まで、約2年かかったそうです。

この仕事に就いて50年という彫金職人、渡邊正義さんの仕事をさっそく見せてもらいました。  
おろし器の表面は錫メッキを施してあるので銀色。その丸い銅板に放射状に線を引き、ここに沿って目立てをしていきます。

使い込んだ作業台の上には、これを使い込んで手になじんだ道具の数々。目立てに使うのは「たがね」と「つち」。たがねの先は鋭利に研がれています。ここを研いで最適な刃を出す作業も、渡邊さんが行っています。銅板の表面にたがねを当て、つちで叩くと面白いように表面がめくられて、中から銅の色が出てきました。そのリズムカルなことで、トントントンと軽く叩くだけでお

ろし器の目が立ち上がり、次々に刃が生まれます。人の手の力で目立てができるのも、やわらかな銅の特徴です。

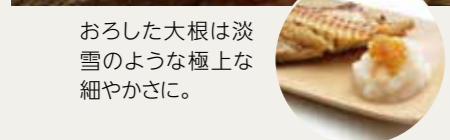
「もう体が覚えているからね。常に同じ角度、同じ力でたがねを打ち込むことができますよ」と渡邊さん。

新光金属では彫金職人の技術をたやさないため、渡邊さんの技を受け継ぎ、若い彫金師も育成しています。工場ではこの仕事に就いて7年の志田光太郎さん(31歳)が、トントントンと目立ての作業に没頭していました。

明道社長によると、高度で多様な金属加工が集まるまち・燕市でも、この目立てができる人は数人しかいないとのこと。「これからは職人の手技を守ったものづくりをしていきます」と話してくれました。



薬味おろしの目を使ってわさびやしょうがもおろせます。



おろした大根は淡雪のような極上な細やかさに。

存在感のある『純銅手造りおろし器 薬味おろし付』。受けの部分も楕円模様が美しい銅製で、おろしたものをそのまま食卓に出すこともできます。取っ手があるので、おろすときの安定感も抜群です。薬味おろし付の限定モデルは、全国のイトーヨーカドー、イトーヨーカドー ネット通販、日テレ7の情報番組「女神のマルシェ」のみで販売しています。

こだわりの産地を訪ねて  
「至高の千両銅具の巻」の  
ムービーはこちら







2023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

# 2023年2月期 第2四半期 決算概況

## 国内外コンビニエンスストア事業が牽引し、各段階利益において過去最高を達成



### 主な事業セグメント別営業利益

#### 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 営業利益前期差：+35億円  
[主な増減要因] 収入+8.4億円、荒利率+10億円、販売管理費+16億円  
目的の商品をお求めに来店されるお客様の増加を目指し、高付加価値商品の品揃え拡充や取り扱いアイテム数の増加を図る売場レイアウト変更、イベント感を演出する販売促進の3つの施策を融合させた取り組みを継続して推進し、チェーン全店売上は2兆5,884億86百万円(前年同期比103.1%)となりました。水道光熱費増加にもかかわらず営業利益は1,266億58百万円(同102.9%)となりました。

#### 海外コンビニエンスストア事業



■ 7-Eleven, Inc. 営業利益前期差：+879億円(うち為替影響：+206億円)  
[主な増減要因] 収入+2,070億円、荒利率+1,083億円、販売管理費-2,274億円  
労働力不足などの問題が一部顕在化する中で安定した店舗運営に努め、フレッシュフードなどの差別化商品の品揃え拡充やデリバリーサービス「7NOW」の取り組み強化を推進しました。これらの結果、チェーン全店売上は4兆9,035億68百万円(同197.2%)と大きく伸長し、営業利益は1,661億54百万円(同212.4%)となりました。また、7-Eleven International LLCでは日米セブン・イレブンの連携による価値協創を強化し、グローバル戦略の加速を目指した精緻な戦略マップの策定を進めています。

#### スーパーストア事業



■ イトーヨーカ堂 営業利益前期差：-27億円  
[主な増減要因] 収入-410億円、営業総利益率+393億円、販売管理費-11億円  
前年の営業時間短縮や入店者数制限からの反動によりテナントなどの売上が伸長し、テナント含む既存店売上は前年を上回りましたが、食品の荒利率悪化・水道光熱費増加などにより営業損失は16億69百万円(前年同期10億71百万円の営業利益)となりました。

■ ヨークベニマル 営業利益前期差：+12億円  
[主な増減要因] 収入+15億円、荒利率+107億円、販売管理費-110億円  
コロナ禍発生以降、好調に推移してきた食品売上が減少に転じたことを主因に既存店売上は前年を下回りましたが、2022年3月1日付のライフフーズとの合併効果で荒利率が改善し、営業利益は89億38百万円(前年同期比116.4%)となりました。

#### 百貨店・専門店事業



■ そごう・西武 営業利益前期差：+45億円  
[主な増減要因] 収入+51億円、荒利率+2.7億円、販売管理費-8.2億円  
前年の営業時間短縮や入店者数制限からの反動による衣料売上の回復やラグジュアリーブランドの販売好調などを主因に既存店売上は前年を上回りましたが、営業損失は4億12百万円(前年同期49億93百万円の営業損失)となりました。

■ セブン&アイ・フードシステムズ  
前年の営業時間短縮や酒類提供の制限からの反動などにより既存店売上は前年を上回り、営業利益は3億12百万円(前年同期21億32百万円の営業損失)となりました。

#### 金融関連事業

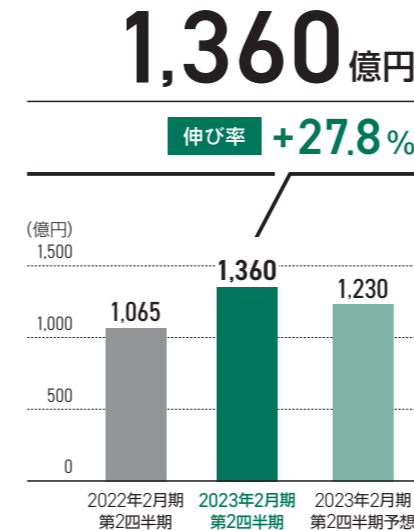


■ セブン銀行  
当第2四半期末時点の国内ATM設置台数は26,464台(前連結会計年度末差270台増)となりました。また、各種キャッシュレス決済にともなう現金チャージおよび預貯金金融機関の取り引きが持ち直したことにより、1日1台当たりの平均利用件数は99.7件(前年同期差3.1件増)となり、ATM総利用件数は前年を上回りました。

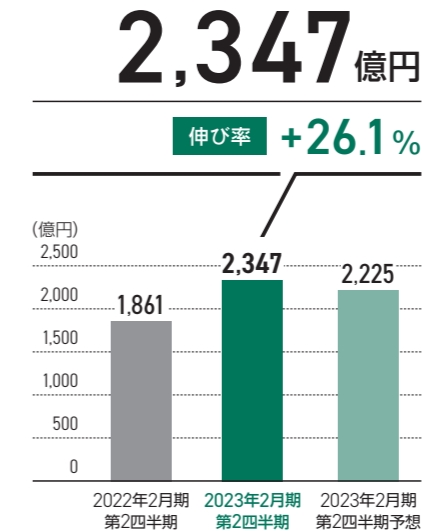
### 連結業績

(2022年3月1日~2022年8月31日)

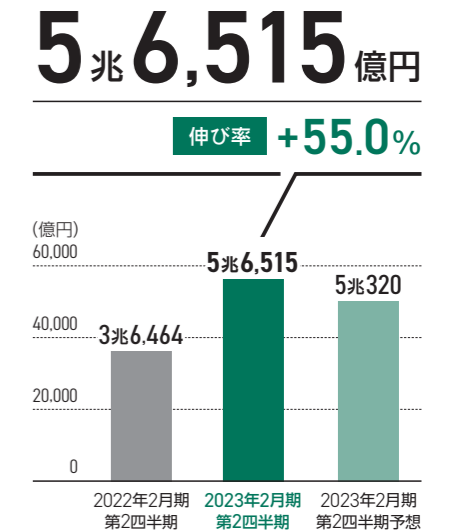
親会社株主に帰属する  
四半期純利益



営業利益



営業収益



注) 2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しています。  
なお、従前の計上方法による営業収益である総額営業収益(参考値)は5兆9,786億円(伸び率+64.0%)であります。

### 第2四半期業績概況

当第2四半期連結会計期間における国内経済は、まん延防止等重点措置などの行動制限がなかったことから持ち直しの動きが続きましたが、ウクライナ情勢などに加え急激な円安進行から、エネルギーコストや原材料価格の高騰による物価上昇の家計への影響や供給面での制約に注意が必要なた状況で推移しました。北米では歴史的な高インフレが続く中、個人消費の減速が見られたことに加え、労働力不足や物流障害による供給制約などが顕在化しており、実体経済への先行き懸念が強まりました。

このような環境下で、当社グループは世界トップクラスのグローバル流通グループへの進化を目指し、多様な事業領域を統合的かつ多角的に経営すべくガバナンス体制を刷新しました。今後も「中期経営計画2021・2025」に基づき、中長期的な企業価値向上と持続的成長の具現化に取り組んでいきます。

当該期間における営業利益、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増益となりました。なお、通期業績予想は海外コンビニエンスストア事業の好調と

### 2023年2月期連結業績予想 (10月6日修正)

	金額	伸び率	修正額
総額営業収益(参考値)	12兆3,650億円	+41.3%	+1兆2,310億円
営業収益	11兆6,460億円	+33.1%	+1兆2,330億円
営業利益	4,770億円	+23.0%	+320億円
経常利益	4,424億円	+23.4%	+289億円
親会社株主に帰属する当期純利益	2,640億円	+25.3%	+170億円

グループ売上：17兆6,850億円\* (伸び率+24.2%、修正額+1兆2,830億円)  
\*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  
注) 為替換算レート：修正前U.S.\$1=12700円 1元=19.00円 修正後U.S.\$1=131.00円 1元=19.00円

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います。株主還元については、1株当たりの配当金を安定的・継続的に向上させることを基軸とし、フリーキャッシュフローの水準や株価などを勘案して、機動的な株主還元を検討していきます。なお、当期の配当金については中間配当金49.5円に加え、期末配当金53.5円、年間配当として1株当たり103.0円を予定しています。

為替レートの見直しなどにより修正しました。





2023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

(2022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

76,701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)	129,331	14.6%
伊藤興業株式会社	70,701	8.0%
株式会社日本カस्टディ銀行(信託口)	53,002	6.0%
SMBC日興証券株式会社	34,633	3.9%
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	20,609	2.3%
日本生命保険相互会社	17,672	2.0%
日本証券金融株式会社	17,319	2.0%
伊藤 雅俊	16,799	1.9%
VALUEACT CAPITAL MASTER FUND L.P.	16,761	1.9%
三井物産株式会社	16,222	1.8%

### 株主メモ

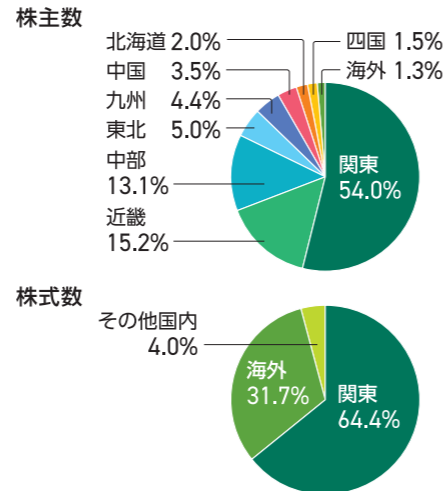
決算期	2月末日
定時株主総会	5月
定時株主総会の株主確定基準日	2月末日
配当基準日	2月末日および8月31日
単元株式数	100株
公告方法	電子公告 https://www.7andi.com/ir/koukoku.html 事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告ができない場合には、日本経済新聞に掲載いたします。
上場取引所	東京証券取引所プライム市場
証券コード	3382
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 TEL 0120-232-711(通話料無料)

### 所有者別分布状況

( )内は構成比

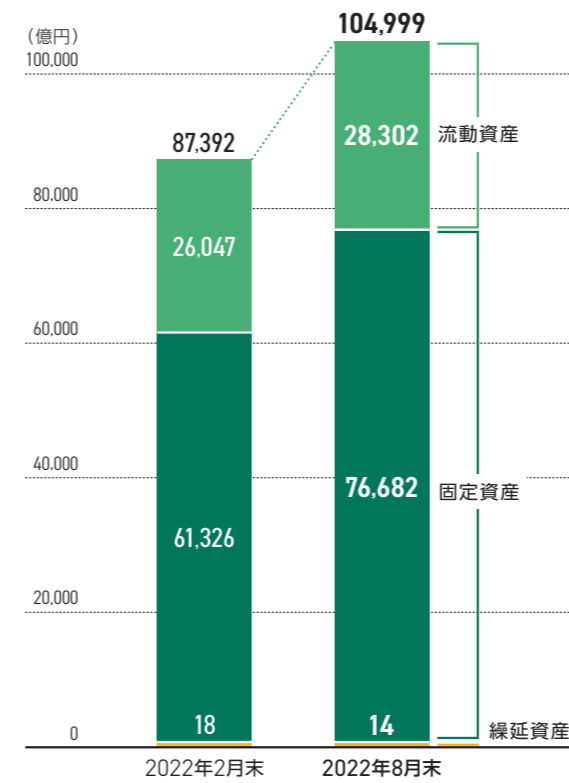
株主数(名)	株式数(株)
金融機関	303,626,222 (34.3%)
金融商品取引業者	71,938,162 (8.1%)
その他の法人	130,572,292 (14.7%)
外国法人等	281,239,214 (31.7%)
個人・その他	99,066,093 (11.2%)
76,701 (100.0%)	886,441,983 (100.0%)

### 所在地別分布状況



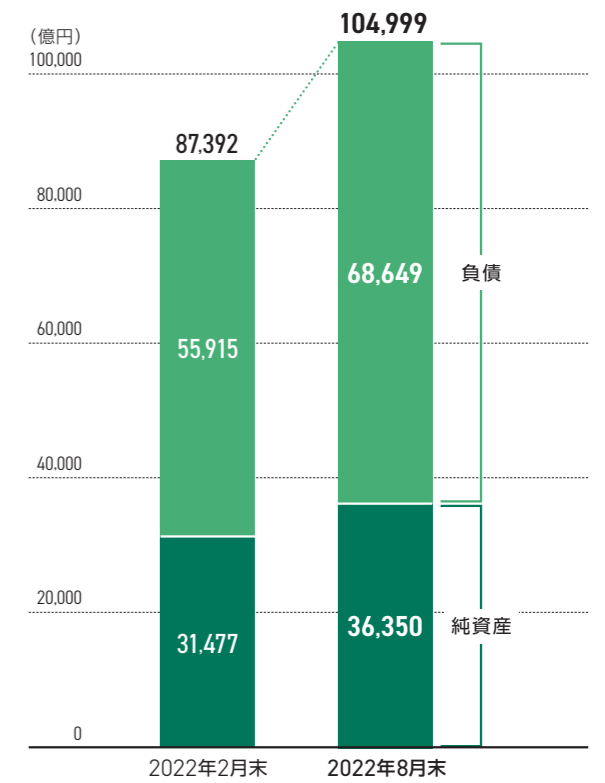
## 連結貸借対照表

### 資産合計



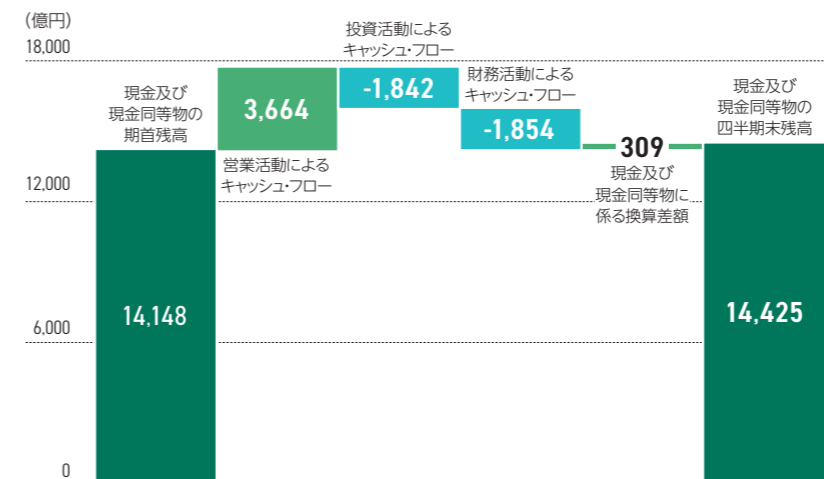
総資産は、前連結会計年度末に比べ1兆7,607億15百万円増の10兆4,999億95百万円となりました。流動資産は商品及び製品の増加、固定資産は主に海外コンビニエンスストア事業における使用権資産の増加などにより増加しました。

### 負債純資産合計



負債は、主に海外コンビニエンスストア事業におけるリース債務の増加などにより、前連結会計年度末に比べ増加しました。純資産は、利益剰余金および為替換算調整勘定の増加など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および減価償却費の計上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の取得、DX投資による無形固定資産の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、長期借入金の返済、社債の償還などにより支出となっております。

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、1兆4,425億48百万円となりました。

## 会社情報

### 会社概要 (2022年2月28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	969名(連結 83,635名)

### 役員 (2022年8月31日現在)

取締役	代表取締役社長	井阪 隆一	監査役	常勤監査役	幅野 則幸
代表取締役副社長	後藤 克弘	常勤監査役	手島 伸知		
取締役	伊藤 順朗	監査役	原 一浩*2		
取締役	丸山 好道	監査役	稲益 みつこ*2		
取締役	永松 文彦	監査役	松橋 香里*2		
取締役	ジョセフ・マイケル・デビント				
取締役	伊藤 邦雄*1				
取締役	米村 敏朗*1				
取締役	東 哲郎*1				
取締役	井澤 吉幸*1				
取締役	山田 メユミ*1				
取締役	ジェニファー・シムズ・ロジャーズ*1				
取締役	ポール 与那嶺*1				
取締役	スティーブン・ヘイズ・デिकास*1				
取締役	エリザベス・ミン・マイヤーダーク*1				

\*1 会社法第2条第15号に定める社外取締役  
\*2 会社法第2条第16号に定める社外監査役