



株式会社セブン&アイ・ホールディングス
2012年2月期 第3四半期決算説明会

2012年1月6日
株式会社セブン&アイ・ホールディングス

12/2期 第3四半期実績

連結業績概要

実質四半期純利益*は前比125.9%の1,136億円

*資産除去債務、災害損失を除く純利益

	第3四半期(9-11月)			第3四半期 累計		
	金額	前期比	前期増減	金額	前期比	前期増減
グループ売上*	20,272億円	107.7%	+1,446億円	60,046億円	106.4%	+3,607億円
営業収益	11,912億円	94.1%	▲751億円	35,484億円	92.8%	▲2,770億円
営業利益	660億円	117.0%	+96億円	2,162億円	123.0%	+404億円
四半期純利益	308億円	111.1%	+30億円	836億円	92.7%	▲65億円

*グループ売上：セブン-イレブン・ジャパン及び7-Eleven, Inc.におけるチェーン全店売上高を含めた数値



1

事業セグメント別営業利益

3Qのみではコンビニエンスストア、スーパーストア、金融関連が牽引

	第3四半期(9-11月)			第3四半期 累計		
	金額	前期比	前期増減	金額	前期比	前期増減
コンビニエンスストア	571億円	105.6%	+30億円	1,669億円	106.6%	+103億円
スーパーストア	7億円	—	+28億円	218億円	—	+204億円
百貨店	▲7億円	—	+3億円	14億円	—	+35億円
フードサービス	▲6億円	—	▲0億円	▲3億円	—	▲0億円
金融関連	91億円	130.5%	+21億円	254億円	115.0%	+33億円
その他	2億円	—	+11億円	13億円	—	+27億円
連結営業利益	660億円	117.0%	+96億円	2,162億円	123.0%	+404億円



2

特別損益の状況

災害損失（245億円）と資産除去債務（225億円）で約470億円を特別損失に計上

	今期 第3四半期	増減	前期 第3四半期
特別利益	69億円	▲137億円	206億円
受贈益	—	▲70億円	70億円
会計方針変更に伴う修正益	45億円	+45億円	—
その他	24億円	▲112億円	136億円
特別損失	610億円	+334億円	275億円
災害による損失	245億円	+245億円	—
資産除去債務	225億円	+225億円	—
減損損失	68億円	▲74億円	142億円
その他	71億円	▲61億円	132億円

12/2期 業績予想

連結業績予想

実質当期純利益*は前比131.3%の1,470億円

*資産除去債務、災害損失、連結納税制度導入影響を除く純利益

	12/2期計画		
	金額	前期比	前期増減
グループ売上*	80,190億円	106.3%	+4,718億円
営業収益	47,800億円	93.4%	▲3,397億円
営業利益	2,860億円	117.5%	+426億円
当期純利益	1,270億円	113.4%	+150億円

*グループ売上：セブン-イレブン・ジャパン及び7-Eleven, Inc.におけるチェーン全店売上高を含めた数値

連結業績予想：事業セグメント別営業利益

全てのセグメントで増益を見込む

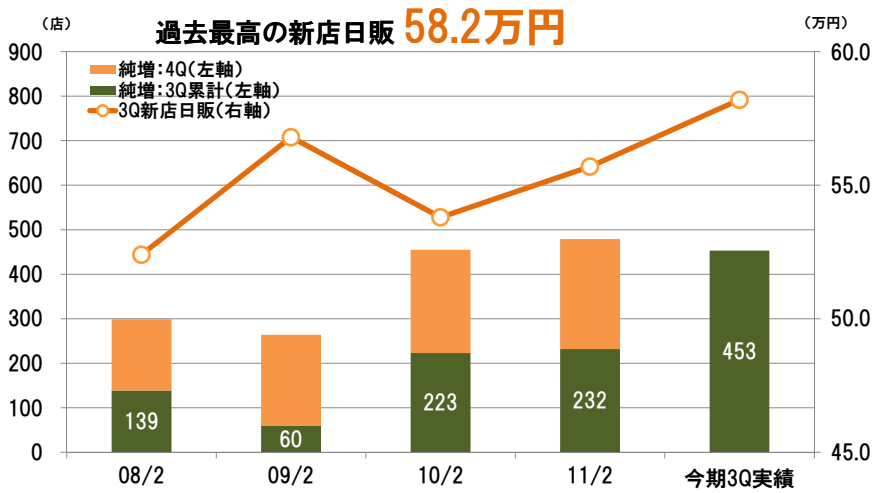
	12/2期計画		
	金額	前期比	前期増減
コンビニエンスストア	2,085億円	106.7%	+130億円
スーパーストア	350億円	222.8%	+192億円
百貨店	90億円	160.1%	+33億円
フードサービス	8億円	—	+9億円
金融関連	310億円	109.4%	+26億円
その他	25億円	—	+31億円
連結営業利益	2,860億円	117.5%	+426億円

事業戦略の進捗状況

コンビニエンスストア事業：セブン-イレブン・ジャパン

出店政策

- 10/2期、11/2期の年間純増と同水準を3Qで達成
- 過去最高の出店を達成と同時に、過去最高の新店日販を記録



コンビニエンスストア事業：セブン-イレブン・ジャパン

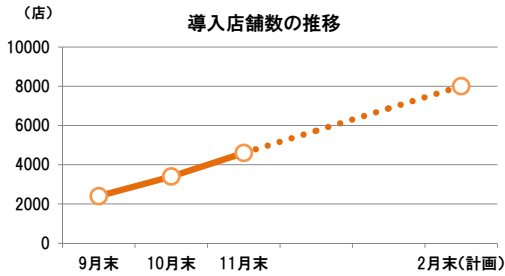
商品政策

- デイリー商品の強化**
→アイランド型チルドケースは概ね計画通りに導入



2011年11月末
約4,600店舗

2012年2月末(計画)
8,000店舗



導入店舗の日販は前年比で**約2万円**の増加

コンビニエンスストア事業：セブン-イレブン・ジャパン

商品政策

- セブンプレミアムの強化**
→11年度は震災の影響により上期は弱含みも足元は7%超で推移

●セブンプレミアムの売上構成比の推移（全国）



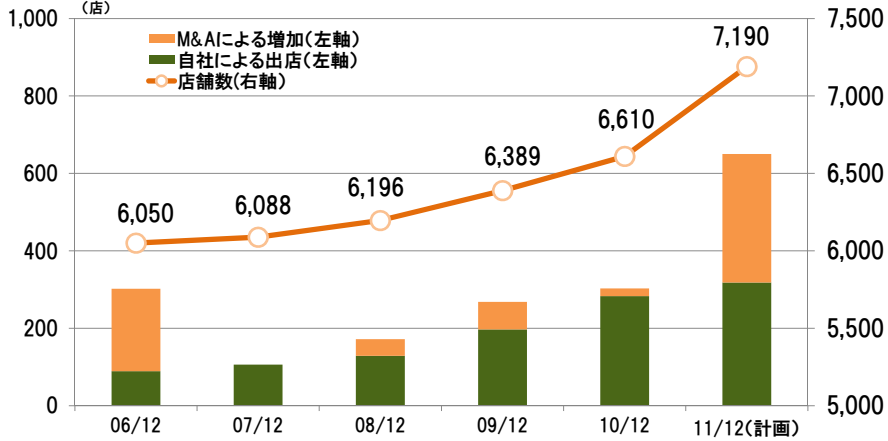
*セブンプレミアム構成比はチェーン全店売上高に占める割合

コンビニエンスストア事業：グローバル

北米事業

●出店・閉店の状況(12月末)
→M&Aも含めて過去最高水準の店舗増

●店舗数の増加の推移



コンビニエンスストア事業：グローバル

北米事業

●地域集中展開プログラムの実行(CMR)
→顧客満足度を高めるための営業投資
導入店舗数:954店舗(2011年12月末)



実施店舗において売上が
3~4%改善
(タバコ除く商品売上)

既存店改装



ホットフード

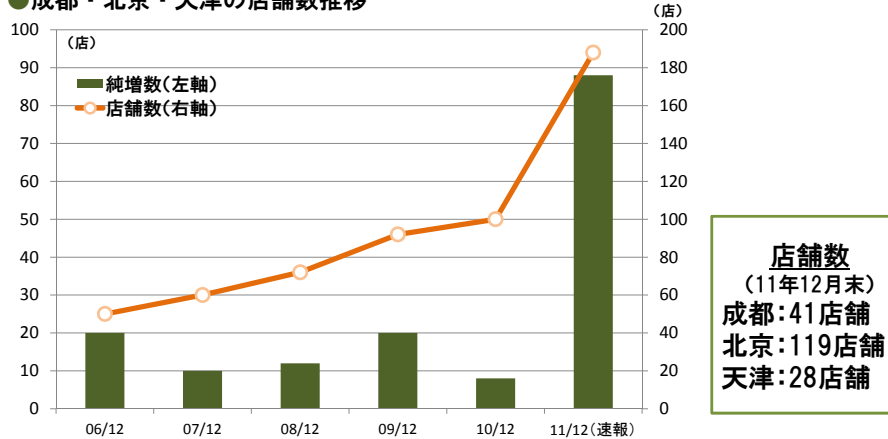
コーヒーカウンター

コンビニエンスストア事業：グローバル

中国事業

- 2011年3月に出店を開始した成都是順調に店舗を展開
- セブン-イレブンはエリアライセンスを含めて1,785店舗(11年12月末)
→うち子会社が展開している店舗は188店舗(11年12月末)

● 成都・北京・天津の店舗数推移



*11年12月末の店舗数は速報ベース

スーパーストア事業：イトーヨーカ堂

営業政策の柱

構造改革

新しい観点のGMSの創造

① 衣料改革の推進

- ・ 「good day」、「GALLORIA」、「L&B」、「Kent」、「BODY HEATER」を柱として、商品開発～販促～売場作り～接客まで一貫した販売体制を構築

② 上質な商品の開発や接客の強化

- ・ 鮮度・味にこだわった上質商品の開発（産地直送、近海魚の朝獲り）
- ・ そごう・西武の販売トレーナーを活用した接客力強化・教育

③ 業態開発とグループシナジー効果

- ・ 既存店のアリオ化・都市型小型スーパー
- ・ そごう・西武、赤ちゃん本舗、ロフト、美のガーデンによるテナント拡充

スーパーストア事業：イトーヨーカ堂

衣料品改革

- プライベートブランドの拡大
→4核ブランドの衣料MD改革により値入改善と建値消化率が向上

【4核ブランド】



【部門別4PB売上比率】

- 婦人：約25%
- 紳士：約10%
- 肌着：約15%

- 荒利率改善に貢献：部門平均を10%程度上回る荒利率
- そごう・西武の販売トレーナーの活用：接客力強化により客単価・複販率が向上
- 進捗状況：4PB比率目標20%に対し計画通りに推移しており、特に「GALLORIA」「L&B」は好調推移

3Qのみ衣料品荒利率改善：+1.4%

※ 4PB売上比率と荒利率は12年2月期第3四半期のみの実績数値
※ 部門別4PB売上比率は各部門に対する4PBの売上構成比

スーパーストア事業：イトーヨーカ堂

売場改革

- 12/2期計画：構造改革27店舗、活性化投資17店舗
- 地方店舗の改革事例：アリオ松本(12/16改装オープン)

改造前	自営:11,471㎡ テナント:1,529㎡	自営:4,735㎡ (▲6,736㎡) テナント:8,265㎡ (+6,736㎡)
7F	レストランゾーン ファミレス	
6F	生活雑貨、靴 Loft TOWERmini	
5F	メンズファッション・書籍 SEIBU	Kent good day
4F	雑貨、玩具・ホビー	
3F	ベビー、キッズ アカチャンホンポ	
2F	レディース、美容室、リラクゼーション SEIBU	GALLORIA good day
1F	フラワー 7美のガーデン	
B1	ベーカリー みい	イトーヨーカ堂

テナント IY自営

スーパーストア事業：イトーヨーカ堂

価格・販促政策

- 価格政策の見直し： 上質商品の開発による建値消化率の向上
- 販促政策の見直し： 大型セールとチラシ販促の抑制

	セール	11/2期	12/2期
3月	キャッシュバック	5日間	無し
4月	下取り	5日間	無し
5月	下取り	8日間	無し
6月	キャッシュバック	6日間	無し
10月	キャッシュバック	6日間	無し

セール期間(30日間)の業績

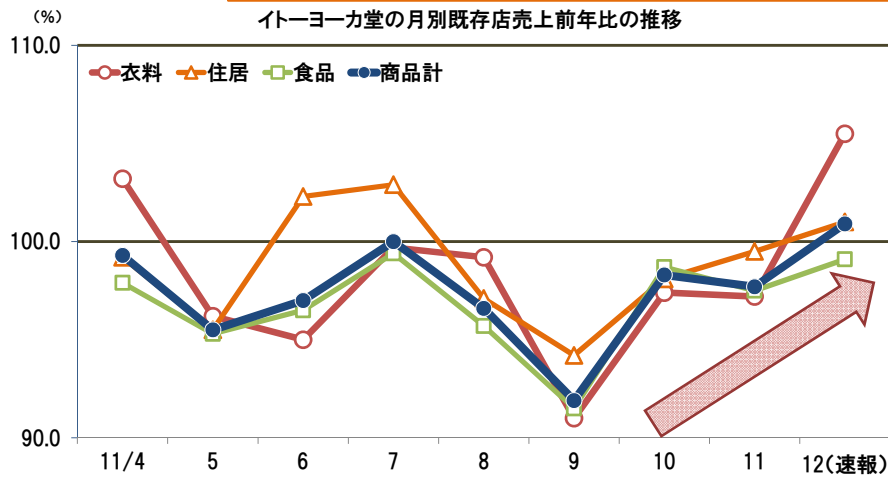
- 売上：前年比90%
- コスト引き荒利：前年比105%

	10年度上期	10年度3Q	10年度4Q	11年度1Q	11年度2Q	11年度3Q
既存店売上高伸び率	▲2.5%	▲1.5%	▲3.3%	▲4.4%	▲2.1%	▲4.1%
商品荒利率(増減)	▲0.1%	+0.2%	+0.2%	+1.6%	+1.1%	+0.4%
実質コスト増減 (売上値引き含む)	▲56億円	+29億円	▲40億円	▲31億円	▲38億円	▲38億円

スーパーストア事業：イトーヨーカ堂

商品別の
売上推移

- 3Qは販促抑制に加えて天候不順もあって売上は苦戦
- 価格・販促政策の見直しから一巡した最大商戦の12月度売上は伸長

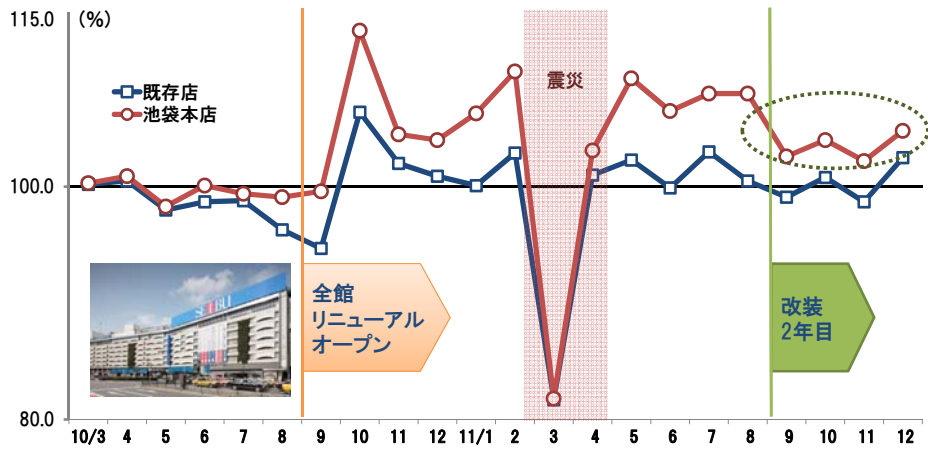


百貨店事業：そごう・西武

池袋本店の 売上推移

- 改装から2巡目に入っても前年伸長を継続
→ 池袋本店が全社を牽引している(購買客数の増加が貢献)

● 池袋本店(店頭)の月別売上高伸び率の推移



本資料には、当社の本資料発表日時点における計画、見通し、経営戦略および経営方針に基づいた「将来予測に関する記載」が含まれております。この「将来予測に関する記載」には発表日時点までに入手可能な情報に基づいた経営判断や前提が述べられております。そのため諸与件の変化により、実際の業績は「将来予測に関する記載」とは異なる結果となる可能性があります。従って本資料における業績予想などの「将来予測に関する記載」が将来に亘って正確であることを保証するものではないことを、ご了解いただきますようお願い致します。