

四季報

SUMMER 2023
vol.158



事業セグメントと主な事業会社

その他の事業

(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) Francfranc ※
タワーレコード(株) ※
(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) ハヶ岳高原ロッジ
(株) テルベ (特例子会社)
ぴあ(株) ※

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

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



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.

スーパーストア事業

(株) イトーヨーカ堂	(株) ヨーク警備
(株) ヨークベニマル	(株) セブンファーム
(株) ヨーク	イトーヨーカ堂(中国) 投資有限公司
(株) シェルガーデン	成都イトーヨーカ堂有限公司
(株) サンエー	華糖ヨーカ堂有限公司
(株) 丸大	(株) ダイイチ ※
アイワイフーズ(株)	(株) 天満屋ストア ※
(株) Peace Deli	

2023年5月1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 2023年・夏・通巻158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 2023年6月 (季刊)

©2023 (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。





ごあいさつ

企業価値の最大化に向け「食」を中心とした成長戦略およびスーパーストア事業の抜本的変革を加速してまいります。



セブン&アイHLDGS. 代表取締役社長

井阪 隆一

先の定時株主総会では、多くの株主の皆様より当社提案へのご支持をいただき、たいへん有難く、心より感謝申し上げます。当社グループの経営に携わる者として、改めてその職責の重さを痛感しております。

当社提案の根幹は、当社グループの成長性を将来にわたって確保していくことにあり、国内およびグローバルのコンビニエンスストア(CVS)事業の成長を柱としています。「食」に焦点を定め、当社グループが長年にわたり構築してきたバリエーションや共有インフラ、ブランド力、ストアロイヤリティなど、有形無形の価値創造の源泉をフルに活用することが、世界市場においてもほかの追随を許さない優位性の確保につながるものと確信しています。

とりわけ、スーパーストア(SST)事業は当社グループにおける価値創造の根幹に関わる多くの役割を担っており、幅広い「食」の分野で培ってきた調達および商品開発に関する知見やノウハウなどを豊富に有しています。それらをグループとして共有し、さらに発展させていく

ことが、国内CVS事業のいっそうの成長に不可欠であり、その成長がなければ、グローバルCVS事業の成長が困難になります。このため、拙速な一部事業の切り離しは企業価値の最大化を阻害し、ひいては株主利益の毀損を招くものであると考えています。今次総会におきまして一部株主の皆様からいただいた当該事業に関するご指摘につきましても重く受け止め、本年3月より進めておりますSST事業の抜本的な変革をいっそう加速させてまいります。

これらの成長戦略およびSST事業変革につきましましては、今後とも客観的な検証のもとで計画の進捗を図り、お客様、株主の皆様、地域社会などあらゆるステークホルダーの皆様との利益となる成長を、着実に実現します。今般、皆様からいただいたご支持や激励にお応えすべく、「あらゆるステークホルダーから信頼される誠実な企業でありたい」という当社社是を改めて胸に刻み、皆様とともに当社グループの未来を切り開いてまいります。

CONTENTS

- ごあいさつ 1
- 伊藤雅俊名誉会長を偲んで 2
- 「信頼と誠実」の実践と小売業革新に挑み続けた伊藤経営
- 特集 4
- 中期経営計画アップデートとグループ戦略再評価
「食」分野への集中を加速
- 2023年2月期 決算概況 10
- セブン・イレブン・ジャパン 創業50周年 特別企画 14
- あす えがおを ともに つくる
明日の笑顔を 共に創る
- セブン&アイグループのサステナビリティ 22
- 子どもたちとの交流授業から生まれた毎日着たくなる“男女兼用インナー”
- NEWS & TOPICS 26



伊藤雅俊名誉会長を偲んで

「信頼と誠実」の実践と小売業革新に挑み続けた伊藤経営



特集

中期経営計画アップデートとグループ戦略再評価

「食」分野への集中を加速



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て策定した「7つの重点課題」を実践しています。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。

■今号のテーマは、重点課題4「多様な人々が活躍できる社会を実現する」です。セブン&アイグループでは、小中学校を訪問しての交流授業の開催や、マタニティ・育児相談サービスの提供など、未来世代を担う次世代の健やかな成長をサポートしています。表紙のイラストはセブン・イレブン店舗での職場体験の様子を描いたものです。

■「私の子どもたちも幼い時、職場体験を経験しました」と語る、表紙イラストを手がける佳矢乃さん。「社会の一員としての自覚、その芽生えのような感覚を味わったのではないかと思います。学生のうちに仕事を通して、誰かが喜んでくれる体験をすることはとても素敵ですね」。

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▶



伊藤雅俊名誉会長を偲んで

「信頼と誠実」の実践と

小売業革新に挑み続けた伊藤経営

弊社名誉会長でありグループ創業者である

伊藤雅俊は、3月10日逝去いたしました。
ここに皆様の生前のご厚情に感謝し、謹んでご報告申し上げます。

私の信念

お客様は来てくださらないもの
お取引先は売ってくださらないもの
銀行は貸してくださらないもの
というのが商売の基本である。
だからこそ、
一番大切なのは信用であり
信用の担保はお金や物ではなく
人間としての誠実さ、真面目さ
そして何より真摯さである。



1950年代 母・ゆきと

1950年代 兄・譲と

伊藤雅俊の歩み

伊藤雅俊は、1924年東京生まれ、横浜市立商業専門学校(現横浜市立大学)兵役等を経て戦後、母・ゆきと兄・譲が東京・千住で再開した羊華堂経営に加わりました。この店舗のルーツは、叔父(母の弟)吉川敏雄が浅草に開業した洋品店羊華堂にありました。伊藤は、困難な時代もお客様への感謝と誠実を旨とした商売を貫いた母・ゆき、相手を思いやる温かな兄・譲の人柄を終生変わらずに敬慕し続け、そこから弊社グループの社是「信頼と誠実(すべて)

のステークホルダーに信頼される誠実な企業でありたい」の理念が生まれました。1956年、兄・譲が病により他界すると伊藤はその後を引き継ぎ、1958年に株式会社ヨーカ堂を設立。日本社会が戦後の混乱期を脱し、高度成長へと向かう1960年代に入ると、伊藤はお客様の豊かな生活に資すること

には事業成長を背景に東証第一部上場を果たしました。

1970年代に入り、お客様のニーズが外食などへと広がる中で、レストラン・デニーズなど新たな業態にも挑戦。また、大型店と地域の中小小売店との共存が重要な社会課題となる中で、中小小売業の近代化と活性化を図るためにセブン・イレブン事業の導入を決定するとともに、地域の食品スーパーなど既存小売業とも「信頼と誠実」の理念に基礎を置いた提携を進めました。

1981年2月期には単体経常利益額で国内小売業のトップに立ちました。しかし、70年代の石油危機等を経て高度経済成長が終焉を迎え、国内消費市場が売り手市場から買い手市場へと変化し始めた点を伊藤はいち早く察知。1981年にはグループ全社に「荒天に準備せよ」との警告を発して、翌年から「業務改革」を発動し、不良在庫の排除、機会ロスの解消などによる利益確保、堅実で強固な財務基盤の維持・継続を図り、成果を上げました。この経営方針をいわゆるバブル経済でも貫き、規模(量)の拡大ではなく質を重視した小売業経営を旨とした「本業への専念」を実践。バブル崩壊の影響を最小限にとどめ、1990年代の米セブン・イレブンへの経営再建支援などを可能としました。しかし、1992年にイトーヨーカ堂社員による商

法違反事件が発生すると、社会的責任を上げます。伊藤は事業経営を通じて、お客様をはじめすべてのステークホルダーに誠実にお応えする「商いのこころ」を実践するとともに、常に多くの人々の声に耳を傾けて知見を広げ、小売業の革新と経営の刷新に挑戦する経営者であり続けました。ここに改めてご厚誼をいただいた皆様に心より御礼申し上げます。伊藤は事業経営を通じて、お客様をはじめすべてのステークホルダーに誠実にお応えする「商いのこころ」を実践するとともに、常に多くの人々の声に耳を傾けて知見を広げ、小売業の革新と経営の刷新に挑戦する経営者であり続けました。ここに改めてご厚誼をいただいた皆様に心より御礼申し上げます。

1950年頃の千住店

かな生活に資することを目指し、米国小売業視察等で得た知見からヨーカ堂のレギュラーチェーン化を推進。土地・建物など不動産を所有せず賃貸方式によって地域の皆様と共存共栄を目指す独自の方式で多店舗化を実現し、1973年

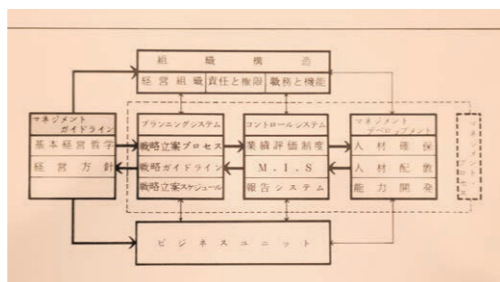
1992年にイトーヨーカ堂社員による商法違反事件が発生すると、社会的責任を上げます。



2019年に創立25周年を迎えた伊藤謝恩育英財団

伊藤の誠実な経営姿勢

1970年代後半、IYグループの業容が拡大する中、伊藤は先進的なグループ経営の整備にも力を注ぎ、「マネジメントの革新」を推進。伊藤の理念を礎に経営哲学、経営戦略、業績評価、人材育成等を体系化した経営体制を構築していき



マネジメントシステムの図

団体・公職歴

昭和53年 5月	日本チェーンストア協会会長就任
昭和54年 7月	東京商工会議所常任議員就任
昭和54年10月	経済団体連合会理事就任
昭和55年 4月	経済同友会幹事就任
昭和55年 5月	日本チェーンストア協会副会長就任
昭和57年 5月	経済団体連合会常任理事就任
昭和60年 5月	日本チェーンストア協会副会長就任
昭和60年 5月	日本小売業協会副会長就任
昭和62年 4月	東日本旅客鉄道株式会社取締役就任
昭和62年 5月	日本チェーンストア協会常務理事就任
昭和63年 2月	臨時行政改革推進審議会参与就任
平成 6年 3月	財団法人(現公益財団法人)伊藤謝恩育英財団 理事長就任

賞勲等

昭和60年 4月	藍綬褒章受章
----------	--------

職歴ならびにグループ創設の歩み

昭和20年12月	東京都足立区千住で家業の洋品店に従事
昭和33年 4月	(株)ヨーカ堂(現イトーヨーカ堂)を設立 代表取締役社長就任
昭和48年11月	(株)デニーズジャパンを設立 代表取締役社長就任 (株)ヨークセブン (現セブン・イレブン・ジャパン)を設立 代表取締役社長就任
昭和53年 2月	(株)セブン・イレブン・ジャパン 代表取締役会長就任
昭和56年 2月	(株)デニーズジャパン代表取締役会長就任
平成 3年 3月	The Southland Corporation (現7-Eleven, Inc.) 取締役会長就任
平成 8年 2月	IYグループ名誉会長 (株)イトーヨーカ堂、 (株)セブン・イレブン・ジャパン、 (株)デニーズジャパン取締役名誉会長就任
平成17年 9月	(株)セブン&アイ・ホールディングス名誉会長

特集

「食」分野への

集中を加速

グループ一体となった成長力の強化と
抜本的改革の加速度的推進を実現します

足元の成果をふまえ
中期経営計画の目標を上方修正

セブン&アイ・ホールディングスでは、21年度にスタートし25年度を最終年とする中期経営計画が本年折り返しとなるにあたり、22年度の定時株主総会で選任された、独立社外取締役が過半数を占める新たな取締役会とガバナンス体制のもとで、当該中期経営計画のアップデートならびにグループ戦略再評価を進めてまいりました。

これは国内における、高齢化・単身化などの社会構造の加速度的な変化や世界的なパンデミックを経て、お客様の行動様式・価値観が変化し食のニーズも多様化する中で、「コンビニ

エンストア（以下CVS）への期待が高まっていること。そして安全・安心で高品質の日常の「食」を提供する領域には大きなチャンスがあり、これを可能とするための事業インフラの構築が重要な状況になってきていることなどから実施いたしました。

当社は、「中期経営計画2021-2025」において、「すべてのステークホルダーに信頼される誠実な企業でありたい」という創業以来の社是および「常にお客様の立場に立って、新たな体験価値を提供することで、国内外の地域社会に貢献したい」という基本姿勢とともに2030年を目指すグループ像を掲げました。（図1）この度、足元の当社を取り巻く経営

環境、今般のグループ戦略の再評価をふまえて「2030年に目指すグループ像」についても見直しを行いました。従来のグループ像に「食」を中心とした」という文言を加えて「セブン・イレブン事業を核としたグローバル成長戦略と、テクノロジーの積極活用を通じて流通革新を主導する、「食」を中心とした世界トップクラスのリテールグループ」とすることで、成長戦略に基づき当社グループのあり方をより鮮明に打ち出しました。この実現のためには、当社グループで現在進めている諸施策の実行が不可欠であることを改めて確認しました。

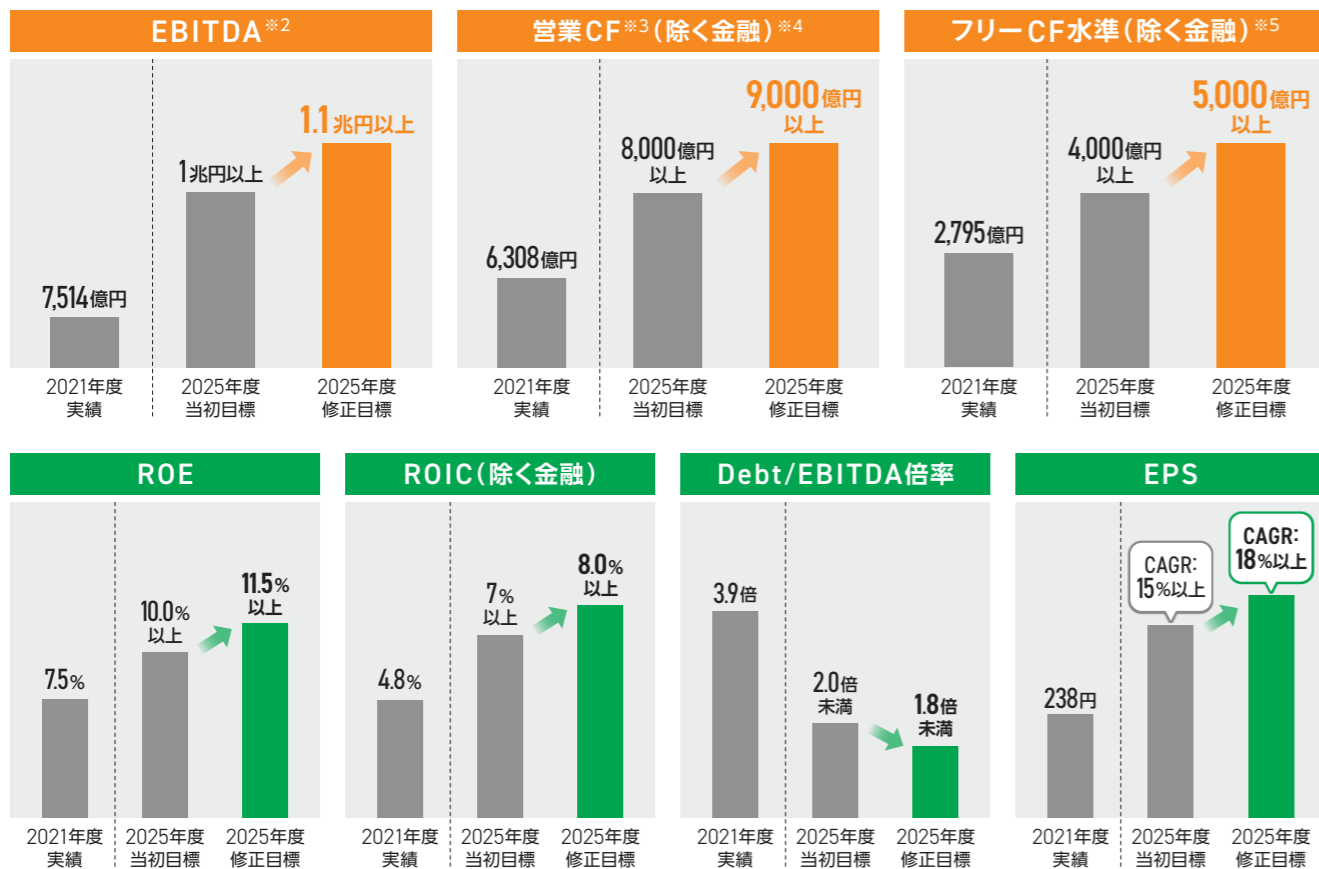
- ① EBITDA※2
当初目標値1兆円以上を
1.1兆円以上に修正。
- ② 営業CF※3（除く金融）※4
当初目標値8000億円以上を、
9000億円以上に修正。
- ③ フリーCF水準（除く金融）※5
当初目標値4000億円以上を、
5000億円以上に修正。
- ④ ROE
当初目標値10%以上を、
11.5%以上に修正。
- ⑤ ROIC（除く金融）
当初目標値7%以上を、
8.0%以上に修正。
- ⑥ Debt/EBITDA倍率
当初目標値2.0倍未満を、
1.8倍未満に修正。
- ⑦ EPS（CAGR）
15%以上を18%以上に修正。

この目標修正を通じて、より高度な財務健全性を追求し、アップデートされた目標達成と先を見据えたグループの持続的成長と企業価値向上に集中的に取り組みます。（図2）

セブン&アイHLDGS. 代表取締役社長 井阪 隆一

※1 M&Aなどの戦略投資は含めず計算
※2 EBITDAは営業利益+減価償却費+のれん償却費として計算
※3 キャンペーン
※4 金融事業を除くNOPATをベースとした管理会計数値
※5 金融事業を除く管理会計数値。なお、M&Aは戦略投資として投資CFからは除外して計算

(図2) 中期経営計画の上方修正



(図1) 当社グループのビジョン

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。
基本姿勢	常にお客様の立場に立って、新たな体験価値を提供することで、国内外の地域社会に貢献したい
旧 2030年に目指すグループ像	セブン・イレブン事業を核としたグローバル成長戦略と、テクノロジーの積極活用を通じて流通革新を主導する世界トップクラスのグローバル流通グループ
新 2030年に目指すグループ像	セブン・イレブン事業を核としたグローバル成長戦略と、テクノロジーの積極活用を通じて流通革新を主導する、「食」を中心とした世界トップクラスのリテールグループ



当社は株主との建設的な対話を継続し、ステークホルダーの声に傾聴し、グループを革新／成長し続けることにコミットしています

グループ戦略再評価と今後のアクションプラン

中期経営計画の策定とともにお示したグループ重点戦略についても、新たなガバナンス体制のもとで再評価を実施してまいりました。再評価にあたっては、事業セグメントごとの成長性・効率性をふまえながら当社グループの企業価値向上に資する戦略的取り組みについてさまざまな検討を重ねてまいりました。また、再評価プロセスの透明性および公正性を担保するために独立した外部アドバイザーを起用。あらゆる可能性を排除せず、スーパーストア（以下SST）事業をはじめ、各事業の戦略的選択肢、抜本的なグループ事業構造改革について社外取締役を含む全取締役によって検討を進めました。この結果、当社グループの経営方針として「食」の強みを軸とし国内外CVS事業の成長戦略にフォーカスすることで、最適な経営資源配分を実行しながら、「食」を中心とした世界トップクラスのリテールグループに成長する」という最重要課題に取り組みむことを決定しました。

また、この経営方針に沿った成長戦略の進行を支えるグループ施策

として、①グループのキャピタル・リアロケーションプランの策定および、②戦略委員会の設置を決定しました。①のキャピタル・リアロケーションについては、グループの成長ドライバーとなるCVS事業への戦略投資にキャッシュフロー（以下CF）の集中配分を実施すること。また、自己株式取得を含む機動的な株主還元の実施を通じ、23年度から25年度までの累計の総還元性向を50%以上とすることを決定しました。*

②の戦略委員会については、独立社外取締役のみで構成し、「国内外CVS事業の成長戦略」「SST事業変革」などのグループ重点戦略に関する進捗状況のモニタリングおよび戦略実現のための最適なグループ事業構造・IPOやスピンオフなども含む戦略的選択肢に関する包括的で客観的な分析・検証を継続的に進め、これらの検証結果をもとに、当社グループの中長期的な企業価値向上のための助言を取締役に對して行うことを目的としています。

*株主還元について、CVS事業への戦略投資へのガバナンスを重視し、自己資本利益率、株当たり当期純利益の向上に向けた自己株式取得の機動的な実施を想定し、今般の中期経営計画上方修正と併せ総還元性向を25年度までの累計で50%以上とする方針です。

事業においては、社会構造や消費環境の変化をふまえて生鮮・冷凍食品を含む品揃えの拡充と品質の追求を推進すること。また、SST事業については自社運営の衣料（アパレル）事業からの撤退を含め、食シナジーを中心に据えた戦略を加速していくことを決定しました。これによりグループの持つ「食」の強みを競争力の源泉として、国内CVS事業および北米のCVS事業を担う7-Eleven, Inc.（以下SEE）、そしてグローバルCVS事業の成長推進に最大限に活用していく方針です。（P.6図3）

また、再評価にあたり、SST事業がグループの競争力を支える「食」の強みを有していることを改めて確認いたしました。これは、当社グループのSST事業は、CVS事業にはない品揃えの広がりや有し、生鮮食品から加工食品まで幅広いサプライヤーのネットワークを構築して、すぐれた商品調達力を培っている点、高い商品開発力を有する点をふまえたものです。すでに2007年より展開しているグループのプライベートブランド（以下PB）の「セブンプレミアム」は、このSST事業の擁する開発力、ネットワークを背景に、多岐にわたる商品開発を行い、お客様から高い評価

海外・国内CVS事業の成長戦略 4つの成長戦略の推進

北米においてセブン・イレブン事業を展開し、現在グループ全体の好調な業績をけん引しているSEEでは、以下の4つの成長戦略を推進することで、よりいっそうの成長を図ってまいります。

① オリジナル商品の強化

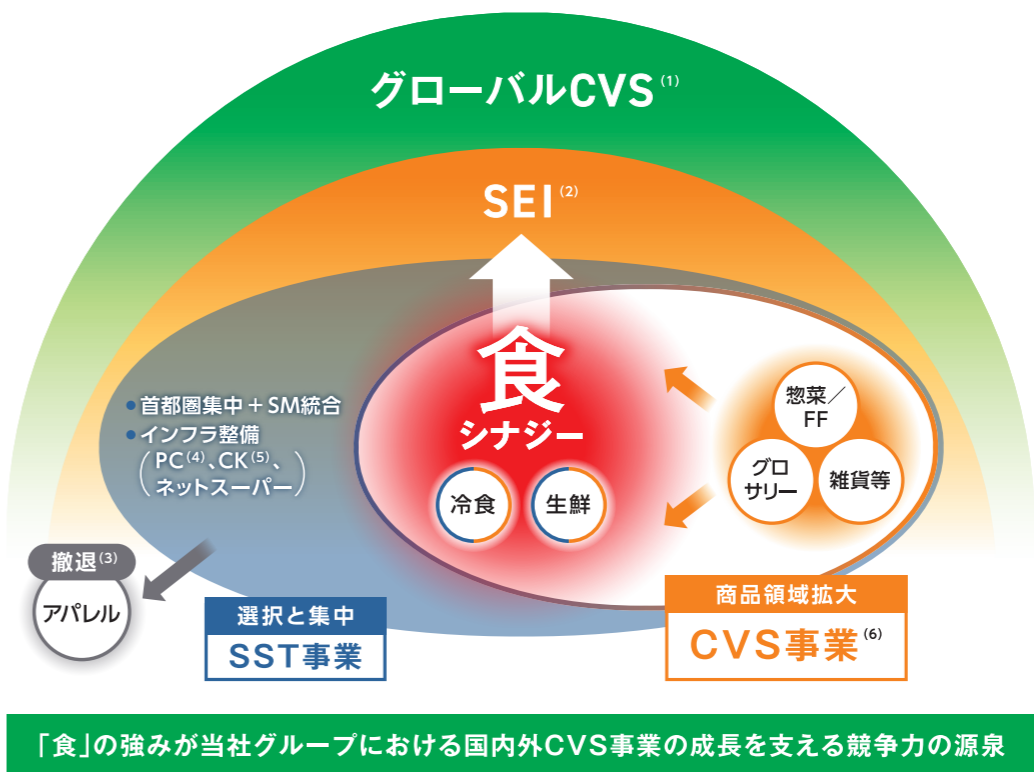
セブン・イレブン・ジャパン（以下SEJ）が国内CVS事業で培ってきたオリジナルFFを製造する工場をはじめとしたバリューチェーン構築の知見などを採り入れ、独自のFF

グループの「食」シナジーを 結集しCVS事業の競争力の維持・向上を推進

グループ戦略再評価では、戦略を

定性、定量の両面から分析を進めました。その結果、グループの成長戦略の中心に据える「強み」が、「食」分野にあることを確認いたしました。具体的には、成長ドライバーであるCVS

（図3）「食」を軸とした国内外CVS事業の成長戦略



「食」の強みが当社グループにおける国内外CVS事業の成長を支える競争力の源泉

(1) 事業主体は7-Eleven International LLC (「7IN」)
 (2) 事業主体は7-Eleven, Inc. (「SEI」)
 (3) 自社が運営するアパレル事業からの撤退
 (4) PC: プロセスセンター
 (5) CK: セントラルキッチン
 (6) 事業主体は株式会社セブン・イレブン・ジャパン (「SEJ」)

の開発・品質向上に資するバリューチェーンの強化に取り組んでおり、今後、この取り組みを全米に広げていきます。具体的には新たなFF専用工場の建設を推進するとともに、既存のFF工場への専用設備・技術の導入

提供を実施することで、さらなる成長を計画し、25年度に10億ドルの売上を目指しています。

③ Speedwayの統合シナジーの創出

21年度に実施したSpeedwayとの統合によるシナジー効果は22年度に6億8千万ドル着地見込みとなり、23年度には約8億ドルの実現を見込んでいます。このように当初の計画を大幅に上回る順調な進捗をふまえ、店舗レベルおよび全社レベルでの統合を完遂することで計画値を上回るシナジー効果の創出を図ります。

現在、米国内のCVS市場は、中小規模のCVSチェーンが大半を占め、細分化されています。SEEは、こつした市場環境の中でM&Aと新規出店を併用することで迅速な店舗網の拡大を図り、事業機会を確実にとらえて成長を継続していく方針です。

② デジタル化とデリバリー事業の加速

2018年よりスタートしたデリバリーサービス「NOW」は、コロナ禍以降、とくにお客様の要望が高まったことを背景に利用件数、売上とも急速に拡大しています。SEEは、店舗の2マイル以内でカバーできる人口が全米人口の50%に達しており、この優位性を活かして全米平均で28分以内のデリバリーを実現しています。今後、より多様なサービス

これら4つの成長戦略の遂行によって、「食」を中心とする事業の売上構成比を上昇させることで事業構造を変革し、商品荒利率を大幅に改善するとともに事業全体のROICの向上を図ってまいります。

既存展開地域

新規展開地域で戦略推進
〜グローバル事業〜

「7-Eleven」は、現在19の国と地域で事業を展開しており、その既存エリア、新規エリアとも、大きな成長余地を有しています。このため、グローバルCVS事業の戦略推進を担う7-Eleven International LLCでは、従来のライセンス契約に基づくライセンスの資本力およびリスク負担に依拠したビジネスモデルに加え、ライセンスへの戦略的投資の実行による質とスピードをともなった成長を実現する新たなパートナーシップも採り入れ、加速度的な利益成長を推進する方針です。また、「食」の強みを含め、米国においてSEEの再建を手がけ、目覚ましい成長へと導いてきた事業革新の手法を活かしてライセンスの潜在的な成長性を引き出すことにより、利益拡大を図ってまいります。これにより、25年度までに5万店※の店舗網の確立、30年度までに30の国と地域での出店を行いM&Aを含む戦略的な投融資によってEBITDA年平均成長率34%を目指します。

※日本・北米を除く地域

新たな品揃え、

新コンセプトの店舗などに挑戦
〜国内CVS事業〜

SEJでは、国内で進む少子高齢化や单身世帯の増加をはじめとする人口動態の変化、女性の就業率増加などを背景とした社会構造および消費構造の変化、さらに近年のお客様の価値観の変容に対応し、グループのSST事業で培ってきた知見を活かして「食」領域の強化を図り、品揃えの拡充および新たなコンセプトの店舗づくりに挑戦していきます。また、22年後半以来の物価高騰局面でも、SEJではPB「セブンプレミアム」の売上伸長が店舗売上を支えたほか、独自のバリューチェーンが生む価値ある商品の開発や月次ごとのイベント効果などにより、既存売上は前年比103.6%と堅調に推移しました。今後さらにグループシナジーを活かした「セブンプレミアム」および魅力あるオリジナル商品の拡充により、商品力を高めることで店舗集客力、収益力の向上による安定成長を実現していきます。とくにイトーヨーカ堂（以下「Y」）が育成してきた生鮮食品の「顔が見える野菜。」や冷凍食品「EASE UP」、価格戦略ブランド「セブン・ザ・プライス」など

SST事業の抜本的変革

首都圏の「食」市場に焦点を定め
3年をめどに5つの施策を遂行

SST事業では、これまで培ってきた「食」分野での強みを結集してグループの成長戦略に貢献するとともに、2016年以来、単一事業としての収益性、資本効率の改善を課題とした構造改革に集中してきました。今後、構造改革の成果を発揮し、グループ全体の戦略方向性に沿った抜本的変革によって、さらなるトランスフォーメーションを推進し、再成長を追求してまいります。このため、これまで以上にSST事業の抜本的な変革を推進するため、今後3年間で5つの施策（図5）を遂行する計画です。

- ① アパレル事業完全撤退
「食」分野に集中し、自社運営のアパレル事業から完全撤退
- ② 首都圏へのフォーカス加速と追加閉鎖
「Y」の首都圏への集中を加速させるため、これまでの店舗構造改革による店舗閉鎖に加え、14店舗の閉鎖を追加
- ③ 首都圏事業の統合再編
「Y、ヨークなどの首都圏SST

（図5）SST事業の抜本的変革の全体像：5つの施策



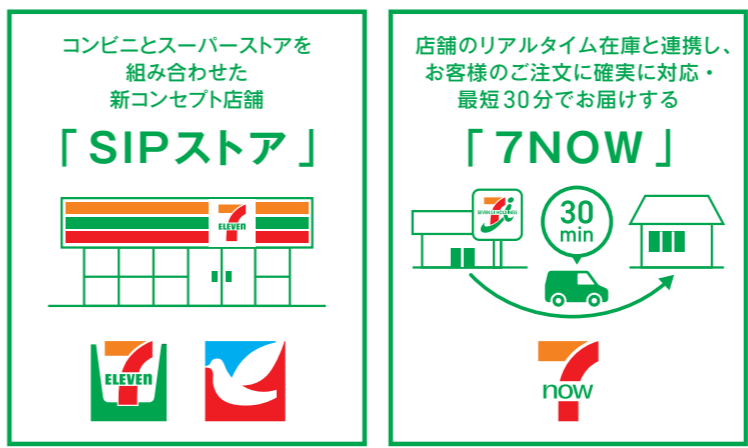
(1) 自社が運営するアパレル事業 (2) PC: プロセスセンター、CK: セントラルキッチン
(3) イトヨーカ堂 (IY)、ヨーフ (YO)、シェルガーデン (SG)

事業の統合再編を実施し、首都圏におけるシナジーと運営効率の最大化を図る

- ④ 戦略投資インフラの整備
プロセスセンター、セントラルキッチン、ネットスーパーのセンター化といった戦略投資インフラの活用を通じて、さらなる利益成長可能な収益構造を実現する
- ⑤ 完全実行の担保と透明性あるモニタリング
外部変革エキスパートの起用による変革施策の完全実行と工程管理を

徹底し、取締役会および戦略委員会によるモニタリングと株主への透明性を持った共有を行う
これらの取り組みを通じて、首都圏SST事業は25年度にEBITDA 550億円、ROIC 4%以上の実現を目指します。これにより、従来、営業収益1兆円未満の中小規模の事業主体が中心となってきた国内業界において、大規模かつ高収益のSST事業を創出し、独自の事業ポジションを確立してまいります。なお、グループのキャピタル・リア

を採り入れ、100〜150坪の規模で約5000〜6000アイテムの品揃えの新コンセプト店舗「SIP※ストア」によって「食」のニーズへのさらなる対応を図り、23年度下期にはテスト店舗のオープンを計画しています。新たな価値提供では、SEJ独自の強みを発揮する店舗のリアルタイム在庫と連携したデリバリーサービス「7NOW」により、お客様のご注文に確実に対応することもご注文からお届けまでの時間を短縮することで、従



（図4）広告ビジネスへの参入



来のデリバリーサービスを超える利便性を実現。また、同サービスによって店舗の売上拡大にも寄与してまいります。同サービスは24年度末までに約2万店舗に導入する計画で、現在、導入店舗、地域の拡大を加速しています。さらにリテールメディアとして、セブン・イレブンアプリでの広告およびセブン・イレブン店内での広告を中心とした広告ビジネスに取り組み、新たな成長軸の育成に挑戦しています。（図4）SEJは、これら連の成長戦略を推進することにより、営業利益の成長を実現し、ROICのさらなる向上を目指しています。従来の商品・サービス提供に加え、デリバリーサービス「7NOW」、リテールメディアなどの新規事業展開への挑戦を通じて、競争力強化と利益成長の加速を図ってまいります。

※SIP=SEJ・Yパートナーシップ

ロケーションプランの方針に基づき、SST事業における投資にあたっては、SST事業内で創出したCFを充て、CVS事業で創出したCFの配分は想定しておりません。

グループマネジメント体制の刷新

新たなマネジメント体制による
グループガバナンス体制の強化

グローバル成長戦略によるグループ事業拡大、SST事業などの抜本的構造改革を完遂するとともに、グループガバナンス体制を強化するため、グループマネジメント体制を刷新いたします。具体的には、中長期的視点でグループ経営体制の強化と安定化を図るため代表取締役3名体制に変更。また、セグメント単位で成長戦略および事業構造改革の実行力・推進力を高め、連結ベースでの中期経営計画の必達を図るため、各事業セグメントに統括責任役員を任命します。さらに、コーポレート部門では、部門ごとに最高責任者（CXO）を設置し、拡大するグループ全体のマネジメントチームの増強を図りつつ、各戦略コーポレート機能の体制強化、戦略推進力の向上を図ってまいります。



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益を達成



2023年2月期決算の詳細は、セブン&アイHLDGS. WEBサイト「IR資料室」へ

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：+97億円
 [主な増減要因] 収入+72億円、荒利率+67億円、販売管理費-42億円
 「高付加価値商品の品揃え拡充」「取り扱いアイテム数増加を図る売場レイアウトの変更」「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に注力し、チェーン全店売上は5兆1,487億42百万円(前年同期比104.0%)となりました。水道光熱費の高騰が続いているものの、営業利益は2,328億73百万円(同104.4%)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：+1,717億円(うち為替影響：+654億円)
 [主な増減要因] 収入+3,039億円、荒利率+2,430億円、販売管理費-3,752億円
 品質および収益性の高いオリジナル商品の開発と販売、デリバリーサービス「7NOW」を強化したこと、2021年5月に取得したSpeedway事業との統合シナジーなどにより、チェーン全店売上は10兆4,423億60百万円(同161.5%)、営業利益は3,965億68百万円(同176.4%)となりました。

スーパーストア事業



■ イトーヨーカ堂 営業利益前期差：-12億円
 [主な増減要因] 収入-826億円、営業総利益率+800億円、販売管理費+13億円
 人流回復などを主因にテナント含む既存店売上は前年を上回りましたが、食品の荒利率悪化や水道光熱費の高騰などにより、営業利益は4億8百万円(同25.2%)となりました。

■ ヨークベニマル 営業利益前期差：+33億円
 [主な増減要因] 収入+33億円、荒利率+212億円、販売管理費-213億円
 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などにより荒利率が改善し、営業利益は180億13百万円(同122.5%)となりました。

百貨店・専門店事業



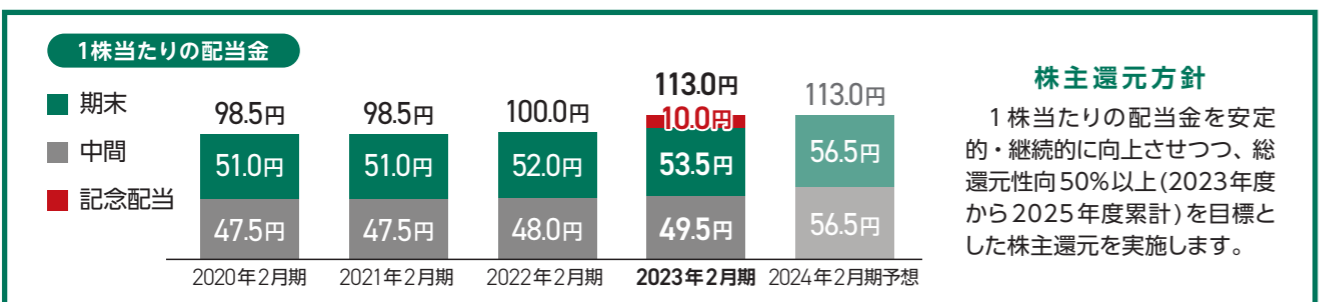
■ そごう・西武 営業利益前期差：+59億円
 [主な増減要因] 収入+73億円、荒利率+0.9億円、販売管理費-14億円
 衣料品およびラグジュアリーブランド品の販売好調などを主因に既存店売上が前年を上回り、営業利益は24億63百万円(前年同期は35億27百万円の営業損失)となりました。

■ セブン&アイ・フードシステムズ
 外食ニーズの回復などにより既存店売上は前年を上回りましたが黒字化にはいたらず、営業損失は7億16百万円(前年同期は41億14百万円の営業損失)となりました。

金融関連事業

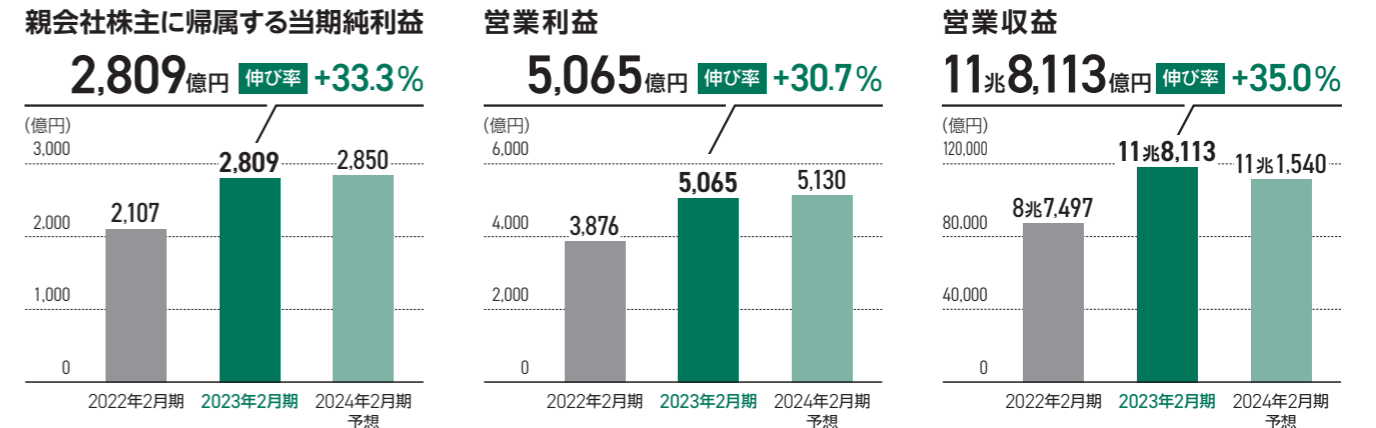


■ セブン銀行
 当連結会計年度末時点の国内ATM設置台数は26,889台(前連結会計年度末差695台増)、各種キャッシュレス決済にともなう現金チャージ取引件数が伸長したことなどにより1日1台当たりのATM平均利用件数は101.1件(前年同期差4.4件増)となり、当連結会計年度のATM総利用件数は前年を上回りました。



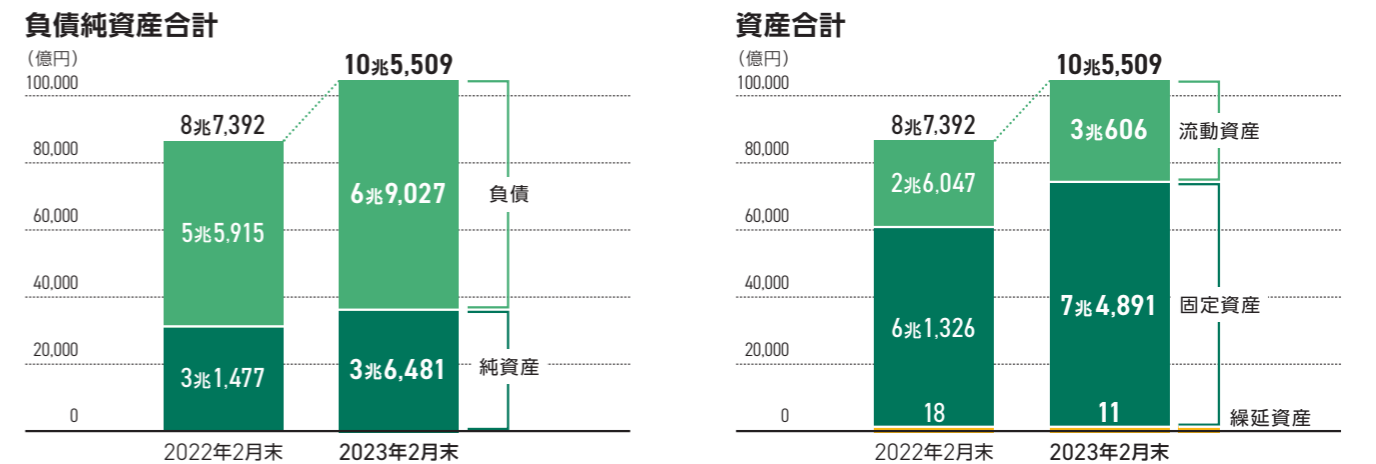
連結業績

当連結会計年度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見られ、北米においては歴史的な高インフレが続く中、政策金利の引き上げなどの影響による個人消費の減速が見られました。このような環境の中、グループ戦略再評価の結果およびアップデートされた中期経営計画に基づく中長期的な企業価値創造と持続的成長の具現化に傾注し、営業収益は11兆8,113億3百万円(前年同期比35.0%増)、営業利益、経常利益および親会社株主に帰属する当期純利益もそれぞれ過去最高益となりました。



注1. 為替換算レート：2023年2月期 U.S. \$1=131.62円 1円=19.50円 2024年2月期予想 U.S. \$1=131.00円 1円=19.00円
 注2. 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12兆4,960億円(伸び率+42.8%)であります。

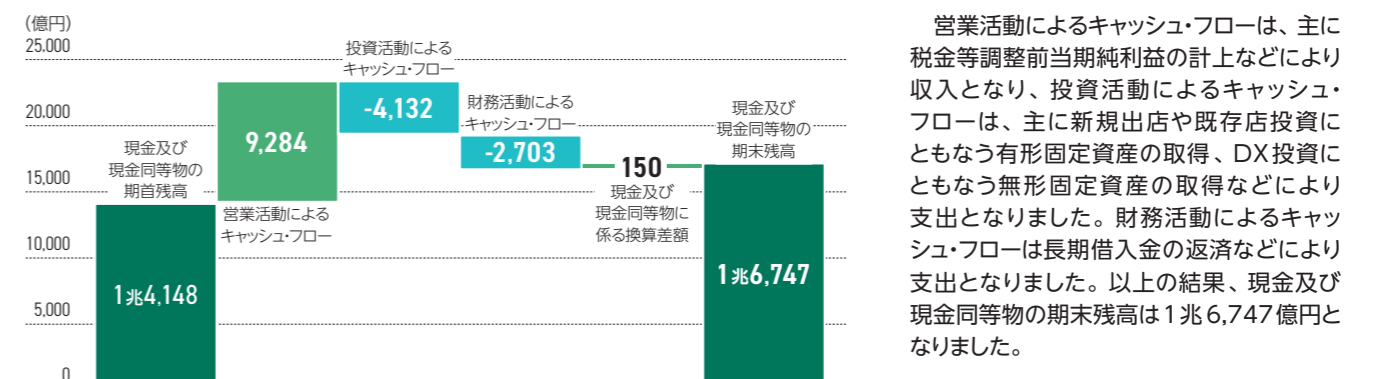
連結貸借対照表



負債は、主に海外コンビニエンスストア事業における新リース会計基準適用によるリース債務の増加、純資産は、親会社株主に帰属する当期純利益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。

流動資産は、セブン銀行におけるATM装填用現金の増加と円安影響などによる現金及び預金の増加、固定資産は海外コンビニエンスストア事業における新リース会計基準適用による使用権資産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、主に税金等調整前当期純利益の計上などにより収入となり、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投資にともなう有形固定資産の取得、DX投資にともなう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期末残高は1兆6,747億円となりました。

連結業績の進捗報告と今後の展望について



セブン&アイHLDGS.
取締役 常務執行役員
最高財務責任者(CFO)
丸山 好道

当連結会計年度は、インフレの進行やエネルギーコストの上昇など、グループを取り巻く経済環境変化による負の影響に対して、国内および海外コンビニエンスストア(以下、CVS)事業を中心に迅速に対応したことで、営業収益が11兆8113億円と国内小売業で初めて10兆円を超えるとともに、営業利益5065億円、親会社株主に帰属する当期純利益2809億円と過去最高益を更新することができました。セブン・イレブン・ジャパンにおきましては、年間を通してご好評いただいたフェアの実施とその企画に基づく商品開発、これに売場のオペレーションが有機的に連動することにより、売上、利益ともに成長を果たすことができました。また、7-Eleven, Inc. におきましては、2021年5月に取得を完了したSpeedwayの業績が通年で寄与したこと、その統合効果が計画以上に発現したことに加え、ガソリン事業の荒利(CPG:ガロン当たりの荒利額)が高い水準で推移したことから、売上、利益ともに大きく伸長することができました。このような状況をふまえて、当社は3月9日に中期経営計画のアップデートを発表しました。まず、目指すグループ像として、「食」を中心とした世界

トップクラスの「リテールグループ」とより方向性を明確にしたうえで、成長を牽引する国内外CVS事業においては、長年にわたるスーパーストア事業との協業により培われた「食」の強みをさらに磨き上げるべく、バリエーションの強化によるオリジナル商品開発力の強化を、北米、さらにはグローバルで展開するとともに、「NOW」などのデリバリー事業やデジタルを活用したリテールメディア事業といった新規事業の推進により、競争力のいっそうの強化と利益成長の加速を図ってまいります。他方、スー

パーストア事業においては、とくに首都圏において、事業構造にまで踏み込んだ選択と集中を骨子とする抜本的な変革を3年間で成し遂げてまいります。さらに、中期経営計画の実行により、利益成長とキャッシュ創出力が高まることを勘案し、株主還元については、2025年度までの3年間累計で総還元性向50%以上を目指します。今後とも、グループ一丸となって戦略を推進し、持続的な企業価値向上を実現してまいりますので、引き続き、ご支援のほどお願い申し上げます。

株式の状況

(2023年2月28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

74,745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).....	121,723	13.7%
伊藤興業株式会社.....	70,701	8.0%
株式会社日本カストディ銀行(信託口).....	52,596	5.9%
SMBC日興証券株式会社.....	34,588	3.9%
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT.....	21,197	2.4%
伊藤 雅俊.....	19,658	2.2%
日本生命保険相互会社.....	17,672	2.0%
VALUEACT CAPITAL MASTER FUND L.P.	16,761	1.9%
三井物産株式会社.....	16,222	1.8%
日本証券金融株式会社.....	14,153	1.6%

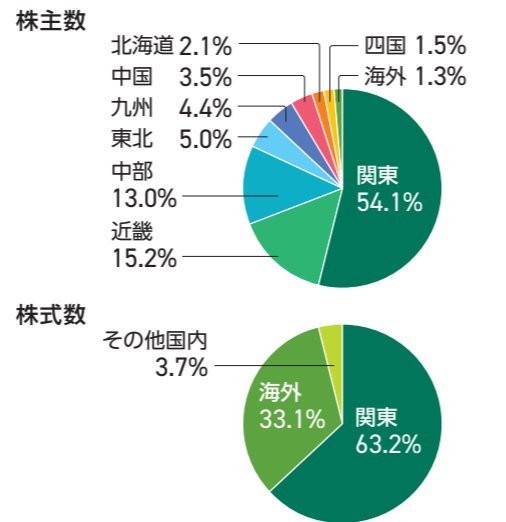
株主メモ

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 172(0.2%)	289,824,047(32.7%)
金融商品取引業者 43(0.1%)	75,993,177(8.6%)
その他の法人 1,339(1.8%)	130,212,743(14.7%)
外国法人等 1,040(1.4%)	292,957,555(33.0%)
個人・その他 72,151(96.5%)	97,454,461(11.0%)
74,745(100.0%)	886,441,983(100.0%)

所在地別分布状況



会社情報

会社概要 (2023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	1,017名(連結 84,154名)

役員 (2023年5月25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
代表取締役	伊藤 順朗	監査役	原 一浩*2
取締役	永松 文彦	監査役	稲益 みつこ*2
取締役	ジョセフ・マイケル・デビント	監査役	松橋 香里*2
取締役	丸山 好道		
取締役	米村 敏朗*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	和田 眞治*1		
取締役	八馬 史尚*1		
取締役	ポール 与那嶺*1		
取締役	スティーブン・ハイズ・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

連結財務KPI

	2023年2月期			評価*1	2024年2月期
	期首計画	実績	計画差		見通し
EBITDA	8,823億円	9,953億円	+1,130億円	◎	10,100億円
営業CF(除く金融)	7,605億円	8,328億円	+723億円	◎	—
フリーCF水準(除く金融)	2,954億円	4,740億円	+1,786億円	◎	—
ROE	7.9%	8.7%	+0.8%	◎	8.2%
ROIC(除く金融)	4.8%	5.2%	+0.4%	◎	5.2%
Debt/EBITDA倍率	2.9倍	3.0倍	+0.1倍	○*2	2.6倍
EPS	271円	318円	+46円	◎	322円

*1 ◎計画を上回る ○計画通り ×未達
*2 期首計画では北米CVS事業の有利子負債の一部を期限前返済する計画でしたが、米国金利状況を鑑み契約期限通りの返済を実施。

	2026年2月期		
	当初目標	アップデート目標	当初差
EBITDA	10,000億円以上	11,000億円以上	+1,000億円
営業CF(除く金融)	8,000億円以上	9,000億円以上	+1,000億円
フリーCF水準(除く金融)	4,000億円以上	5,000億円以上	+1,000億円
ROE	10%以上	11.5%以上	+1.5%
ROIC(除く金融)	7%以上	8.0%以上	+1.0%
Debt/EBITDA倍率	2倍未満	1.8倍未満	-0.2倍
EPS(CAGR)	15%以上	18%以上	+3%

注)M&A等の戦略投資は含めず算出

次の便利の扉を開くために

セブン-イレブン・ジャパンが目指す未来

4つのビジョン

健康

価値ある商品・サービスの提供を通じて、
健康な社会の実現を目指す

健康を支える商品・品揃え

おいしい商品を通じてお客様が健康になれるよう、高品質な商品を提供し、健康な食生活を支える

快適・健康な生活を実現する体験価値の提供

顧客接点の基盤となるセブン-イレブンアプリを活用して、お客様一人ひとりに合わせた提案やサービスの実現を図る

健康を支える生活拠点

1日に約2000万人が来店され、そのうち7割のお客様が食品を目当てに来店される生活インフラとしての立場を活かし、これまで以上に健康に関わる新たなサービス、コミュニケーションの拠点となる

地域

地域と共に生きる社会の実現を目指す

地域のお客様ニーズ

各地域で産出された原材料を活用した地区商品の開発や、各エリアのお客様のニーズにお応えする品揃え、サービスをさらに拡大

地域に密着した生活インフラ

立地に合わせた新しい出店や品揃えを実現していくために、新コンセプト店の開発を推進

地域創生

行政と連携した販促など、サプライチェーンの皆様とともに地産地消に貢献し、食料自給率拡大や地域雇用の創出に寄与

環境

環境に配慮した
循環型社会の実現を目指す

環境に配慮した店舗・設備

ソーラーパネルの設置によるCO₂排出量削減など、環境に配慮した店舗の開発と推進

サプライチェーン全体で環境負荷を軽減

持続可能な調達に向けたベジタブルプラントや、輸送エネルギーのコスト削減につながる陸上養殖の取り組みなど、上流から下流までサプライチェーン全体で取り組みを実施

お客様とともに循環型社会の実現

食品ロス削減において、オリジナルフレッシュフードの長鮮度化、「てまえどり」運動、エシカルプロジェクトなどの施策を実施

人財

多様な人財が活躍する
幸せな社会の実現を目指す

働きがい・働きやすさ

IT・DXの活用による生産性の向上や、さまざまな研修・表彰制度の拡充を図り、質の高い職場環境を提供

パートナーシップ

お取引先様を含むサプライチェーン全体での生産性向上にも寄与し、「人」にしかできない働きがいのある仕事を実現

社員一人ひとりの価値観・思考

働く環境・仕組み・制度の整備に注力し、社員一人ひとりが当事者意識と責任を持って、課題に真摯に向き合い解決できる環境を構築。多様な人財の活躍を支援し、成長につなげる



Building a joyful future, together.

明日の笑顔をお共に創る

2023年、創業50周年を迎える、セブン-イレブン・ジャパン。

常に革新と挑戦を続けるセブン-イレブン・ジャパンのこれまでの歩みと、今後の目指す姿をお伝えします。

先人の揺るぎない信念と
多くの皆様のご協力のもとで

今年、セブン-イレブン・ジャパンは、創業50周年を迎えます。1973年11月に当社は設立され(※1)、翌年5月に1号店がオープンしました。当時は、高度経済成長下で大量生産、大量消費が全盛であり、コンビニエンスストアのような小規模店が成功するはずはないと、周囲から大反対を受けました。また、フランチャイザーであるサウスランド社(※2)は日本への進出を考慮しておらず、当初、厳しい契約条件を示していました。しかし、伊藤雅俊名誉会長のもとで、鈴木敏文名誉顧問をはじめ創業メンバーは困難な課題に挑戦し、ゼロからフランチャイズシステム、商品開発、物流、情報システムなど、あらゆる仕組みを構築してきました。そして、この新規ビジネスに賛同し、加盟してくださったオーナー様をはじめ、従業員の皆様のご尽力によって、着実に社会に根づいていくことができました。

また、今日のようにお弁当、おにぎりなどのオリジナルフレッシュフードが、お客様に認知され、ご支持をいただけるようになったのは、商品開発、製造、配送などに取り組んでいた

いてきたすべてのお取引先様のご支援、ご協力の賜物です。この50年、当社に関わっていただいたすべての皆様に心より感謝申し上げます。

社会から期待される
“ソーシャルグッド”を目指して

社会状況の変容、お客様の価値観の変化など、この50年間さまざまな困難に直面し、その解決に挑戦することで成長の道を切り開いてきました。

しかし、現在世の中は、便利になる一方で少子高齢化、地域の過疎化、生活習慣病、そして地球規模で起きている環境問題など多くの社会課題に直面しています。人と地域とのつながりにこれまで以上に目を向け、次の50年に向けて、このような社会課題の解決にも貢献していくことが、今、我々に必要なことであると考えています。そのために、私たちが目指す姿として「明日の笑顔をお共に創る」を策定し、「次の便利の扉を開く」というミッションのもと、「健康、地域、環境、人財」の4つのビジョン(P15参照)を通じてその実現を図ることです。私たちが社会に必要としていたただける「ソーシャルグッド」な存在になることを目指します。

セブン-イレブンは、お客様のニーズの変化に合わせて、常に進化を続けてきました。そして、これからも私たちセブン-イレブンは、変わり続けてまいります。皆さん、明日の笑顔をお共に創っていくために、何とぞ私たちとともに未来に向かって歩んでいただきたいと思います。

※1 当初の社名は「株・ヨークセブン」。
1978年1月、「株・セブン-イレブン・ジャパン」に改称。
※2 Seven, Inc.の前身で、1927年に米国で「セブン-イレブン」の原型となる小型店を創業。これがコンビニエンスストアの始まりとされています。

セブン-イレブン・
ジャパン
50周年記念サイトは
こちらから



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

セブン-イレブン50周年

イノベーションと挑戦の歴史

1987年

米飯共同配送3便制導入開始

公共料金の支払いが可能に
(東京電力料金収納業務取り扱い開始)



バーコード読み取りによる24時間支払い可能な収納代行サービスを日本で初めて開始

1976年

ベンダーの集約化、同年10月より共同配送開始



異なるメーカーの商品を同じ車両で運ぶことがなかった時代。配送コストのメリットなどを各メーカーに働きかけ、業界の常識を打ち破り共同配送を実現

1973年

米国サウスランド社
(現7-Eleven, Inc.) とエリアサービス
およびライセンス契約締結



1970年代初頭、高度経済成長の真只中にあつた日本国内の流通ビジネスは、大量生産・大量消費を中心とした市場構造へと大きな転換を遂げました。一方で、従来の家族経営を中心とした小規模な小売店では、お客様の求める商品が思うように仕入れられないなど生産性が低く、多くの既存中小売店の経営不振は社会的な問題となりました。この経営不振は、大型店が急速に成長を遂げたことが原因という声が高まり、大型店の出店規制が法制化されるまでにいたりしました。こうした中、既存中小売店の不振の真因は、流通ビジネスの構造変化を背景にしたもので、お客様ニーズに立脚した品揃え、店づくりなど生産性を追求すれば、既存中小売店の活性化と大型店との共存共栄は可能であると考えた人物がいました。その人こそ、当時イトーヨーカ堂の管理部門の責任者として出店交渉などの先頭に立っていた、鈴木敏文セブン&アイHLDGS. 名誉顧問でした。

既存中小売店の活性化を図る新たな仕組みを求めていた時、鈴木名誉顧問が出会ったのが米国のセブン・イレブンでした。小規模店舗のチーンで、すぐれた成長性を示していたそのシステムに、既存中小売店の近代化と活性化を実現する力があると考え、提携を図ったことが日本国内でのセブン・イレブン事業の発端となりました。しかし、国内小売業の専門家や学者の間では、日本でのコンビニエンスストア展開に反対する声が大勢を占めていました。その理由は、日本ではまだ大型店が発展過程にあり、コンビニエンスストアは時期尚早というもの。しかし、小規模でも生産性を高めれば成り立たないはずはないと考えた鈴木名誉顧問は、米国でセブン・イレブンを展開していたサウスランド社(現7-Eleven, Inc.)と導入交渉を進めました。しかし同社は当初、日本市場への進出意思がなく、困難な交渉の末、1973年に提携。同年11月にイトーヨーカ堂の子会社として、セブン・イレブン・ジャパンの前身「ヨークセブン」を設立しました。新業態を海外から導入して差別化を図るといふ、従来の小売業の発想や常識とはまったく異なる創業理念「既存中小売店の近代化と活性化、共存共栄」を持って

創始したセブン・イレブン。業界の常識という先入観にとらわれず、お客様や加盟店の立場に立つて考え仕事を進めるために、あえて小売経験のない素人集団による会社運営を図りました。「お客様の立場に立つて考え、過去の常識にとらわれない発想」を大切にしているセブン・イレブンの企業文化は、ここに始まります。また、国内導入にあたってヨークセブンのメンバーはサウスランド社で研修を受け、膨大なマニュアルを持ち帰りました。しかし、その内容は日本国内の実情に合わず、会計システム以外はすべて独自に開発した結果、セブン・イレブンのフランチャイズシステムが生まれました。その後も、小規模小売店の実情に合った小口の商品配送や共同配送など従来の商慣行にはない革新的な取り組みをはじめとして、情報システムやチームMDなどのお客様ニーズに合った品揃えを実現する仕組みの創造、そしてお弁当やおにぎりを主力商品に育て上げるといった独自の商品開発など、世界のどこにも類例のないビジネスモデルの創出に、セブン・イレブン・ジャパンはゼロから挑戦し続けました。

日本国内出店数
5,000店舗突破

日本国内出店数
1,000店舗突破

日本国内出店数
100店舗突破

(株)ヨークセブン
設立

1973

1990年

第4次総合店舗情報システム導入開始

1993年

セブン・イレブンみどりの基金設立

初めてのオリジナルブランド
「焼きたて直送便」販売

1994年

大型アイスクリームケース導入開始

1997年

衛星配信による第5次総合店舗情報システム導入開始

1999年

栄養ドリンク剤販売開始

インターネット代金
収納代行サービス開始

2000年

電子商取引(EC)事業の(株)セブンドリーム・ドットコム設立
(同年7月よりサービス開始)

「セブンミール」開始

1978年

社名を
(株)セブン・イレブン・ジャパンに改称

ターミナルセブンによる発注開始

おにぎりを国民的商品に

「買うもの」ではなく「家庭でつくるもの」だった時代に業界初となる試みに挑戦し、大ヒット



1982年

POS(販売時点情報管理)システム開始



POSデータをふまえて発注数量を提案することで、加盟店の発注精度の向上と発注時間の削減を実現

1974年

第1号店出店(東京都江東区・豊洲店)



日本初の本格的なフランチャイズシステムによるコンビニエンスストア「セブン・イレブン」がオープン

1975年

24時間営業開始(福島県郡山市・虎丸店)

いつでも明かりがともる店舗は人々から安心と信頼を寄せられるようになり、やがて生活インフラへと成長していきました



世界の出店数
80,000 店舗突破

2022

日本国内出店数
20,000 店舗突破

2020

世界の出店数
70,000 店舗突破

2018

日本国内出店数
15,000 店舗突破

2016

世界の出店数
60,000 店舗突破

2013

世界の出店数
50,000 店舗突破

2010

世界の出店数
40,000 店舗突破

2007

日本国内出店数
10,000 店舗突破

2003

2001年

(株)イトーヨーカ堂と共同出資により
(株)アイワイバンク銀行(現 セブン銀行)設立

アイワイバンク銀行(現 セブン銀行)の
店内ATM(現金自動預け払い機)
設置開始

24時間365日利用可能
な銀行(ATM)が誕生し、
現在では全国に26,896台
を展開
(2023年4月末時点)

「保存料・合成着色料※を使用しない」
商品を米飯・調理パン・惣菜・調理麺
にて販売

(※着色料のうち指定添加物)



食への安全・安心の意識や健康志向の高まりに応え、保存料の使用を見直し、衛生管理・温度管理を徹底することで業界で初めて販売を実現

2002年

マルチコピー機を活用したチケットサービス
などの取り扱い開始

2004年

合併会社セブン-イレブン北京有限公司設立

中国北京で第1号店出店
(北京市東城区・東直門店)

2005年

7-Eleven, Inc. を子会社化

持株会社である(株)セブン&アイ・ホールディングス設立、東証第1部へ上場

7-Eleven, Inc. を完全子会社化

小売業として世界最大の
チェーン店舗数を達成

2006年

第6次総合店舗情報システム本格導入開始

2007年

独自の電子マネー
「nanaco(ナナコ)」導入開始



「セブンプレミアム」を
セブン-イレブン店舗で販売開始



セブン&アイグループが長年培ってきた強力な
チームMD(マーチャンダイジング)を活かし、従
来のPB商品と異なる斬新な発想のものづくりで市
場に新たな価値を創出

カウンター調理(フライヤー)商品の
販売開始

情報メディアと小売業を融合させた
(株)日テレ7設立

2008年

セブン-イレブン中国有限公司設立

2009年

(株)セブンカルチャーネットワーク設立

「セブンネットショッピング」サービス開始

2010年

マルチコピー機による「住民票の写し」
「印鑑登録証明書」の発行サービスを開始
(一部自治体より)

「セブン-イレブンみどりの基金」を
「一般財団法人セブン-イレブン記念財団」
として法人化

クレジットカードで決済開始

セブン-イレブン成都有限公司設立

2011年

日本における「セブン-イレブン」の
商標権を取得

移動販売「セブンあんしんお届け便」開始

オリジナル商品の内容、ロゴ、パッケージを
全面リニューアル

店内照明・店頭看板のLED化などの節電対
策を本格導入

2012年

チェーン全店売上が3兆円を突破

「セブンライフスタイル」
販売開始



2012年

超小型電気自動車による商品お届け
サービス「セブンらくらくお届け便」
開始

(株)SEJアセットマネジメント&
インベストメント設立

2013年

「セブンカフェ」販売開始



店頭で一杯ずつドリップする、おいしさに徹底的にこだ
わったコーヒーが手軽な価格で飲めるという驚きとともに
大人気商品に。業界を揺るがすコーヒー革命を起こした

2014年

免税サービス開始

2015年

チェーン全店売上が4兆円を突破

第7次総合店舗情報システム本格導入開始

「omni7」ランドオープン

2016年

水素ステーション併設店舗を開店

2017年

セブン-イレブンのコーポレートカラーを「色彩
のみからなる商標」として日本で初めて登録

ベトナムにセブン-イレブン初出店

(株)セブン-イレブン・沖縄設立

「セブン自販機」設置開始

2019年

東大和市、日本財団、東大和市清掃事業協同
組合と連携し、東大和市における
「ペットボトル回収」を促進

世界初の完全循環型
リサイクルペットボトル
「一(はじめ)緑茶 一日一本」
をセブンプレミアムより発売



セブン-イレブン・沖縄が沖縄県内に出店開始
全国47都道府県への出店達成

「営業時間短縮の検討」における取り組み
「深夜休業ガイドライン」を新たに制定

2020年

一般社団法人セブングローバルリンクエージ設立

販売期限が迫った商品に
nanacoボーナスポイントを付与する
「エシカルプロジェクト」を全国に拡大

5社クレジットカードにおける非接触決済を導入・
全国の店舗でサービス開始

7-Eleven, Inc. が米国Marathon Petroleum
Corporationの主に「Speedway」ブランド
で運営されるコンビニエンスストア事業と燃料
小売事業の取得契約を締結

2021年

大規模災害に対する事業継続計画(BCP)
を大幅改定

7-Eleven International LLC 設立

カンボジアにセブン-イレブン初出店

インドにセブン-イレブン初出店

2022年

「セブン-イレブン ネットコンビニ」を
「7NOW」に変更し、
約1,200店舗で展開



ネットで注文されたセブン-イレ
ブンの商品をお近くのお店から自
宅や職場へお届けするサービス
「7NOW」は、2017年から一部
エリアでのテストを始め、2022年
に本格的に導入がスタート。
2025年には全国のセブン-イレ
ブンで展開予定です



2023年

セブン-イレブン・ジャパン
創業50周年



わらべや日洋ホールディングス
株式会社
代表取締役社長 辻 英男氏



味の素株式会社
取締役代表執行役社長CEO
藤江 太郎氏



三井物産株式会社
代表取締役社長CEO
堀 健一氏



50周年アンバサダー
イチロー氏



クリエイティブディレクター
佐藤 可士和氏



TBSテレビ アナウンサー／司会
安住 紳一郎氏



「明日の笑顔を 共に創る」
セブン・イレブンはソーシャルグッドな存在へ

松本 剛明 総務大臣



西村 康稔 経済産業大臣



岸田 文雄 内閣総理大臣



セブン・イレブン・ジャパン 50th Anniversary

創立50周年 記念式典レポート



2023年4月20日(木)、グランドプリンスホテル新高輪国際館パミールにて、お客様、お取引先様にご出席いただき、これまで支えていただいたことへの感謝と今後のセブン・イレブン・ジャパンの展望をお伝えしました。

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



株式会社セブン&アイHLDGS.
代表取締役社長
井阪 隆一



セブン・イレブン・ジャパン 役員からのあいさつ



株式会社セブン&アイHLDGS.
名誉顧問 鈴木 敏文



私たちの
未来へつなげる



未来世代との取り組み

子どもたちとの交流授業から生まれた “男女兼用インナー”

セブン&アイグループでは、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』の取り組みを、日常生活や学校教育の中でSDGsについて学び、環境・社会課題に高い関心を持つ未来世代の子どもたちとも共有したいと考え、2021年からイトーヨーカ堂のマーチャンダイザー（以下、MD）が東京都内の小学校を訪れて交流授業を行い、一緒に商品開発に取り組んでいます。

実施校 台東区立大正小学校、葛飾区立半田小学校 6年生の皆さん
実施期間 2022年4月～11月 計10回（2校計）



昨今、世の中に浸透し始めた性別による社会的・文化的差別を取り払おうとする「ジェンダーレス」の考え方は、未来世代にとっては「当たり前」のこと。交流授業内の意見交換で得た気づきや視点から、子ども衣料における従来の商品開発の考えを改め、これまでの慣習を乗り越えて男女兼用インナーを実現したイトーヨーカ堂のMDと協働メーカーであるグンゼ株式会社の皆様にお話をうかがいました。

交流授業を通して気づいた 子どもたちの“本音”



株式会社イトーヨーカ堂
子供ワールド部
武田一葉MD

武田MD 今回、「男女兼用」という視点で子どもたちと一緒に商品開発を進めましたが、当初は違うテーマ

で取り組みを進める予定でした。初回の交流授業では男女別での商品開発を想定し、男の子用には青系、女の子用にはピンク系のカラーパレットを開発側の決めつけで用意していました。そして当然のように男女別にアンケートを行ったのですが、その際、ある女の子が男の子用の色を指して「私、こっちがいい」と声をあげたのです。すると男の子も「僕はこの色がいい」と、女の子用の色を選ぶ子どもたちが現れました。そこ

で急ぎよ、男女共通でアンケートを取り直したところ、なんと半数以上の女の子が男の子用の色を選択。私たち大人が思うよりも、子どもたちの感覚は多様化していると気づかされました。



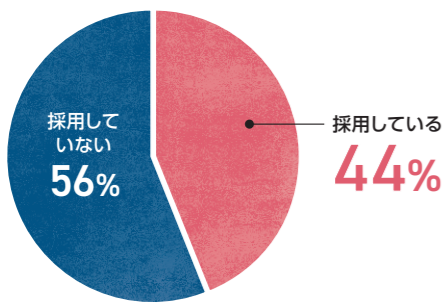
グンゼ株式会社
アパレルカンパニー 営業本部
エリアセールス統括部
チェーン営業一部
シニアマネジャー
齋藤秀樹様

齋藤様 想像以上の結果に驚きましたね。メーカーでは長年の経験から男の子用と女の子用のカラーを分けていますが、時代が変わり、あらゆる面で男女の区別をしない形になってきていると感じます。たとえば、私の時代は男の子のランドセルは黒と決まっていたのですが、今の子どもたちのランドセルはカラフルで、多様化が先行している事例だと思います。

武田MD 自主MDで商品開発をしている他社様のキッズ売場は男女兼用化が進んできていることに私も気づいていたものの、子ども衣料の慣習から男女別で商品づくりを行っていました。しかし交流授業で子どもたちのリアルな声を聞き、衣類の

中でも男女の性差が顕著に表れる「肌着」の男女兼用商品の開発を、社内で説得力を持って推進できました。齋藤様 グンゼでは、お客様のライフスタイルやニーズの変化に合わせて商品提供を事業目標の一つに掲げており、実は数年前から展示会などで男女兼用のキッズ商品を提案していました。背景には、2015年頃から学生制服の男女兼用化が進み、現在では全国の公立高校の44%※が女子スラックス制服を採用しているといった社会変化の波があります。ただ、現状では男女兼用商品を取り扱っていただけの店舗が少なく、今回、同じ目的や目標を共有しながらセブンプレミアムの商品開発に携われたことは非常に有意義でした。

公立高校の女子スラックス制服採用率



※学校総選挙プロジェクト調べ



本取り組みはセブン&アイグループの重点課題4に該当します。詳しくはこちら



リニューアル前



リニューアル後

女の子用、男の子用の表記をやめ、KIDS表記で統一しました。



毎日着たい 綿100% インナー

私たちは頻繁に購入調査や試着テストを行っています。キッズインナーに関しては親御さんを介して意見をうかがわざるを得ず、大人目線のフィルターがかかっている可能性がありました。

交流授業に参加し、子どもたちのリアルな意見が聞けたことは、今後の商品開発において大きな財産になると確信しています。

相反する要望を取り入れるため
新たに生地から開発



グンゼ株式会社
アパレルカンパニー 営業本部
エリアセールス統括部
チェーン営業一部
榎引和彦様

榎引様 男女兼用商品をつくるには、一から型紙や仕様を見直していく必要があります。実際の商品づくりで難しかったのは、男の子と女の子で仕様の好みが変わったことでした。武田MD アンケートを重ねていくと、形や素材の好みには男女の差が出てきました。たとえば、首まわりの襟巾(えりはば)は一般的に男の子は大幅で、女の子は細幅の仕様です。

女の子たちに聞くと、やはり「太いのはイヤだ」という反応でした。榎引様 男女兼用にするにはどのくらいの幅が適切なのか、その加減をつかむのが非常に難しかったですね。いくつもサンプルをつくって子どもたちに試してもらい、「これなら着たい」と評価を得るまで微調整を繰り返しました。

武田MD 生地に関しても、女の子はやはり「透けるのはイヤ」と気にします。一方で男の子は、「汗をかくから涼しいのがいい」「メッシュがいい」という意見が主流でした。

齋藤様 「透けを防ぐこと」と「涼しいこと」は相反する要望ですが、両方の意見を取り入れなければなりません。そこで、メッシュのような通気性がありながら、透けにくい構造の生地を新たに開発しました。

一般にメッシュ生地を用いられるタック編みは生地の強度が落ちやすいのが難点ですが、ニット編みとタック編みを組み合わせる独自技術で強度を保ちながらメッシュのような生地を実現しています。

武田MD 今回の商品には、「毎日着たい」というキャッチコピーをつけています。子どもたちは気に入ったものを毎日着たがる傾向があり、それ

「環境にやさしい綿素材を着たい」
子どもたちに響いた開発者の思い

武田MD 子どもたちにはサステナビリティーの交流授業を通じて、肌着に用いる素材の特徴など、口頃は耳にしないような知識を学んでももらいました。小学生には難しいかもしれませんが、小学生には難しいかもしれませんが、5回の交流授業を通じて「イートヨーカ堂のお姉さんと授業をしたな」ということが記憶に残ってくれば十分という思いでしたが、最後の授業時に「これまで肌着に興味なかったけれど、すごく興味を持ったし、これからは環境にやさしい綿素材をもっと着るようにします」「もっと素材について勉強したい」といった感想を子どもたちが話してくれて感激しました。私たちが思う以上に、子ども

たちはしっかりと私たちの話を吸収して考えてくれていたんです。

榎引様 大量の水や石油資源の消費、工場でのCO₂排出などさまざまな面で環境負荷をかけて肌着一枚がつくられていることについて、今回のような交流授業がなければ、子どもたちは興味を持たないのではないかと思います。興味を持つためには知識を蓄積することが大事で、交流授業を受けた子どもたちは大人になっても製造過程や素材に興味関心を持ち、環境に配慮した商品を選んでくれるのではないかと期待しています。

中川様 子どもの頃の経験は身につかやすく、大人になっても続けていけることだと思います。今、小学校でこれほどSDGsの授業に取り組んでいることは、子どもたちが実際の消費者となった時に環境はもちろん、

を親御さんも買いやすく、リピートしやすい。そこは私自身が商品開発のコンセプトとしてこだわりを持っているところで、子どもたちの反応を見ながら肩部分の縫い目をランドセルが触らない位置にずらすなど細かなことでも妥協することなく、子どもたちの「毎日着たい」を実現するための仕様を追求しました。

齋藤様 肩の縫い目を後ろにずらすと袖と肩部分の接点も変わってくるため、設計上とても苦労しました。また、子どもたちの声は感覚的なものが多く、その感覚をどのように商品に落とし込んでいくかにも苦心しました。

たとえば、「着た時、もつと気持ち良いほうがいい」といった表現も、どのくらいの肌触りの良さを求めているのかを数値化しなければ実現できないわけです。教室で武田MDと子どもたちの会話に耳を傾けながら、頭の中で「それはどのくらいの数値か」、「どの糸なら実現できるか」といったことを考えていました。

武田MD 試行錯誤しながら高い技術力を活かして根気強く取り組んでいたいただき、最終的に90%以上の子どもたちが合格を出したところで商品の仕様が決まりました。

社会課題の解決につながることを自ら考慮して商品を選択購入するといった、購買行動にとっても大きな影響があるのではないのでしょうか。齋藤様 私は小学校でこれほど深くSDGsに関する授業をしていることに驚きました。私たちメーカーもこれまで以上に、環境負荷低減につながる取り組みを強化していかねればならないと感じました。

未来世代との取り組みは弊社にとっても大きな課題です。課題や目標を共有できることが本当の意味での協働であり、今後も社会課題を共有しながらセブン&アイ・ホールディングス様とともにサステナブルな商品づくりを継続していきたいというのが私たちの願いです。

武田MD ありがとうございます。セブンプレミアムは、すべての商品においてトップメーカー様と「今日も未来も、みんなが笑顔になる」商品づくりに取り組んでいます。今回の取り組みを通じて、課題や目標を共有できる企業同士が協働することで、なし得る目標があることを実感しました。今後もユーザーの声に耳を傾けて商品開発に活かし、今ある商品のさらなるブラッシュアップにも挑戦していきたいと思えます。



グンゼ株式会社
アパレルカンパニー 営業本部
エリアセールス統括部
チェーン営業一部
中川莉緒様

中川様 直接子どもたちと接したことで、言葉だけでなく表情や反応を見て感じ取れたことがたくさんありました。

武田MD 子どもたちが気持ちや感覚を言葉にするのは難しい。思いを拾いあげるためにも、やはりメーカーの皆様と一緒に子どもたちの反応を目の前で見たことは意味があったと感じています。



セブンプレミアム ライフスタイル
商品政策展示会を開催

2023年2月22日(水)から24日(金)まで、セブンプレミアムライフスタイル商品政策展示会「未来へ、想いを伝える糸になる」を開催しました。会場のエントランスにそびえ立った大きなツリーを彩るコットンランフシエードは、グンゼ様の肌着工場での残反や不良品とされた綿布を活用し、子どもたちが作成した作品に込められた一人ひとりの思いがツリーを美しく輝かせていました。また、展示会に立ち並んだ商品は、どれもお客様のリアルな「想い」から生まれた自信作です。ぜひ、お近くのセブン&アイグループの店舗にて、お手にとりご覧ください。

「みんなで想いをかたちに。」
セブン&アイグループの頼もしいパートナーである子どもたちと二人三脚で挑んだ1年間を動画でご紹介。ぜひ、ご覧ください。

「未来世代との取り組み」
動画はこちら



葛飾区立
半田小学校

NEWS & TOPICS

グループ各社の注目ニュースをお届けします

2023年
1月-4月

CLOSE UP 1

企業情報

3月28日

首都圏200店舗に商品を供給する グループ初の共通インフラ 「Peace Deli 流山キッチン」稼働



Peace Deli 流山キッチン



セブン&アイHLDGS.の子会社であるPeace Deliは、グループ戦略の一環であるグループ食品戦略を推進するにあたり、2023年3月28日よりグループ初の共通インフラ「Peace Deli 流山キッチン」の稼働を開始しました。グループシナジー3.0(グループ共通インフラの準備・稼働の取り組みなど)の施策として、イトーヨーカドー・ヨークの首都圏約200店舗に商品を供給するほか、今後はセブン・イレブン店舗の商品や、イトーヨーカドーネットスーパー専用商品の供給も予定しています。

同工場では、生鮮品の加工やミールキットの徹底した品質管理はもとより、販売期限の延長、プラスチック削減など環境への配慮を実現する最新の設備を導入し、高品質・高鮮度で環境にやさしい商品を各店舗へ供給します。

グループの「食」の共通インフラを構築することで、生産性向上による利益面での貢献、お客様の利便性の向上や新たな「食」のニーズに応え、さらなる食品領域におけるグループシナジー創出へ挑戦していきます。

CLOSE UP 2

社会・環境活動

4月10日

完全循環型ペットボトルを採用した「1(はじめ)」シリーズのラインアップを強化 店舗への回収機の設置もさらに拡大

セブン&アイHLDGS.と日本コカ・コーラ株式会社は、4月10日に、共同企画商品として「1(はじめ) (ジャスミン茶 1日一本) (機能性表示食品) を全国のセブン&アイグループ各店舗で発売しました。すでに「1(はじめ) 緑茶」3品、「1(はじめ) ほろじ茶」3品で完全循環型ペットボトルを採用しているこのシリーズで、さらなる環境配慮の取り組みを推進し、ラインアップを強化。1本当たりのCO₂排出量を約60%削減することが可能になります。

また、セブン・イレブン店舗へのペットボトル回収機の設置も継続し、ペットボトル資源の循環型リサイクル「ボトルtoボトル」を進めています。2022年度は設置エリアを新たに1府11県、1054台に拡大し、総設置台数は2660台、2022年度に回収したペットボトルは、グループ合計で約4億7000万本にのほりました。

今後も再生PET樹脂使用のペットボトル飲料の浸透を進め、循環型社会の実現に向けて努めてまいります。



完全循環型リサイクルシステムとは

セブン&アイグループ店頭で回収したペットボトルを原材料とした再生PET樹脂を100%用いたペットボトルを使用した商品を、再び同グループ店舗にて販売する、世界初(2019年6月5日時点。日本コカ・コーラおよびセブン&アイ・ホールディングス調べ)のリサイクルシステムです。

受賞

ジャパン・ア・イ・エス・ピー

DJSIアジア太平洋地域の 構成銘柄に食品・日用品小売業種で 日本唯一の選定

「DJSI Asia Pacific Index」は、「Dow Jones Sustainability Indices(DJSI)」の「Asia Pacific Index」の構成銘柄に14年連続で選定されました。DJSIは世界的に著名なESGの指数で、アジア太平洋地域の主要企業を対象とする「Asia Pacific Index」の構成銘柄となった日本企業では、食品・日用品小売業種において唯一の選定となりました。

イトーヨーカ堂

イトーヨーカドー全店舗で 食料危機緊急支援の募金を贈呈

イトーヨーカ堂は、2022年9月より約3カ月間、店頭やWEB募金を通じて、公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパンのアフリカカカオ・食料危機緊急支援「プロジェクト」を支援する募金活動を実施しました。寄せられた募金は558万4292円となり、全額を2023年1月26日に同団体へお届けしました。



社会・貢献活動

イトーヨーカ堂

「日本初」専用回収容器を使用した 使用済み食用油の回収と リサイクル実験

イトーヨーカ堂は、家庭から出る使用済み食用油(以下、廃食用油)を回収・リサイクルする実証実験を「イトーヨーカドーネットスーパー西日暮里店」にて2023年2月より実施しています。廃食用油は、日本全体で年間約10万トンのほり、そのほとんどは再利用されずに廃棄されてきましたが、バイオ燃料などに活用できることからCO₂排出量削減と資源循環型社会の実現に寄与する資源として期待されています。今回の実験では、注文商品の受取時に専用の回収容器(リターナブルボトル)を配布するとともに、廃食用油入りの容器を収集・回収してリサイクル処理を行います。回収容器は洗浄して繰り返し使用できるため、ゴミが発生しないのが特徴です。

この専用の回収容器を使ったイトーヨーカ堂の廃食用油の回収は、日本初の実験です。イトーヨーカ堂は今後もお客様とともに、身近でわかりやすいリサイクルの仕組みの構築を目指します。



専用リターナブルボトル

社会・環境活動

ヨークベニマル

「水素燃料電池」で走る 小型トラックでの店舗配送を開始

ヨークベニマルは、福島県とトヨタ自動車株式会社とが推進している「水素を活用した新たな未来のまちづくり」に参画し、2023年2月から郡山市内中心に「水素燃料電池小型トラック」での店舗配送を開始しました。

このトラックは、水素を燃料として電力に変換し動力として、CO₂を排出せず、水のみを排出し走行する「環境にやさしい点」が特徴。水素・技術を活用し、小売、物流、インフラ関連、自動車メーカーが一体となって新たな未来のまちづくりに取り組んでいます。

この社会実装検証を通じて、水素燃料電池トラックの運行管理およびエネルギーマネジメントシステムの構築(水素ステーションの最適なオペレーションづくり)と、カーボンニュートラルを進めてまいります。



社会・環境活動

イトーヨーカ堂

「イトーヨーカドーとくし丸」 稼働100号を達成

イトーヨーカ堂は、日常生活に必要な、お買物にお困りの方が増えている社会課題の解決に向けた取り組みとして、移動販売車「イトーヨーカドーとくし丸」第1号を2020年4月に稼働しました。以来、順次導入店舗・台数を拡大し、このほど稼働100号を達成しました。今後も、地域と連携し高齢者見守り活動の事業の一環として積極的にサービス提供していきます。



新サービス

より安全・安心な取り引きへ向け 「ATM認証コード発行サービス」 提供開始

セブン銀行は、全国のセブン銀行ATMを活用した「ATM認証コード発行サービス」を2023年2月20日より開始しました。このサービスは、キャッシュカードと暗証番号認証によって、ATM画面上に発行したQRコード(※)をスマホアプリで読み取ることで、口座とスマホの所有者の一致を確認し、より安全安心なサービスを実現します。

※QRコードは株式会社デンソーウェブの登録商標です。

セブン銀行
「ATM集金」で業務効率化が評価
金融機関賞を受賞

セブン銀行とセブン・ペイメントサービスが提供する「ATM集金」が、金融分野で先進的な取り組みを評価する「Japan Financial Innovation Award 2023」にて金融機関賞を受賞しました。「ATM集金」は、専用スマートフォンアプリを用いてセブン銀行のATMで原則24時間365日、売上金などの現金を入金できるサービスです。ATMを通じて手軽に集金できることで業務効率化を図れる点が評価されました。



赤ちゃん本舗
アカチャンホンポ商品が
6つの部門で受賞

株式会社ベネッセコーポレーションが運営するWEBメディア・雑誌企画「たまひよ赤ちゃんグッズ大賞2023」において、アカチャンホンポの6つの商品が受賞しました。おしりふき部門第1位、水99% Superシリーズは、10年連続1位を獲得。肌へのやさしさや拭きやすさなど、価格以上の品質が評価されました。



赤ちゃん本舗
ピジョンの哺乳器回収
リサイクル実証実験を全店に拡大

赤ちゃん本舗とピジョン株式会社は、資源の循環利用を目的に、家庭で使わなくなったピジョンの哺乳器を回収し、資源リサイクルする実証実験を2022年3月から開始しています。2023年3月より取り組みを全国124店舗に拡大し、素材別の分別が難しかった哺乳器のリサイクルを促進します。



セブン&アイ・フードシステムズ
全国318店舗の店頭募金を
国連WFPに寄贈

セブン&アイ・フードシステムズは、国際連合世界食糧計画WFP協会（以下、国連WFP協会）に店頭募金の全額104万2026円を寄贈し、感謝状を授与されました。国連WFP協会は、飢餓をなくすことを使命に活動する国連唯一の食料支援機関です。今後も「食」に関連した活動に賛同し、支援を続けてまいります。



セブン・イレブン・ジャパン
環境に配慮した容器導入
約800トンのCO2削減を目標に

セブン・イレブン・ジャパンは、2023年夏をめぐりに、全国の店舗にてお弁当やお惣菜で使用する容器を石油由来のインクや着色剤を削減した新容器に変更します。新容器を採用することで、容器本体と容器の製造工程などにおいて排出されるCO2を削減。削減できるCO2の排出量は、年間約800トンを見込んでいます。また、着色工程を削減することで容器のリサイクルもより容易になりました。全国導入に先駆け、2022年12月から北海道のセブン・イレブンにて検証をスタート。容器形状の一部変更するなど、物流効率の向上も実現しました。今後も店舗全体で環境負荷低減を推進していきます。



セブン銀行
ATMが手続き・認証の窓口へ
「在留カード情報届出」サービス
先行利用開始

セブン銀行は子会社の株式会社ACSIIONと共同し、3月31日より日本に居住する外国籍のお客様向けに、「在留カード情報届出」サービスの先行利用を計4つの金融機関で開始しました。セブン銀行のATMで在留カードを読み取るなどの簡単な操作で、金融機関から定期的に求められる本人確認と最新情報の更新の届出を行えるようになります。

セブン&アイHLDGS.
2023年度はグループ18社
580名が入社

セブン&アイHLDGS. がオンライン形式でグループ全体の入社式を行い、2023年度はグループ18社580名が入社しました。入社式では井阪隆一代表取締役社長が力強く新入社員へメッセージを発信。今後は各社ごとに研修を行い、所属する業務の内容および社会人としての自覚を醸成していきます。



ニッセン
サステナブルなブランド
「RiFUKURU」が誕生

ニッセンは、サステナブルなアパレル・雑貨を取り扱う新ブランド「RiFUKURU（リフル）」を立ちあげました。「RiFUKURU」は「残ったモノを価値あるモノにかえて、福をみんなに。」をコンセプトとして、①廃棄されていたものに新たな価値を与えるアップサイクル ②日本の生地メーカーや縫製工場と協働での商品づくり ③環境に配慮した資材を使いCO2排出量削減への貢献や極力ゴミが出ない買物体験の提供、の3つのテーマに取り組みます。少しのキズや汚れ、色ムラが理由で廃棄された生地などを発掘し、生まれ変わらせる。そんなふうにより、一つひとつの生地のストーリーを楽しめるような商品を順次、拡大展開していく予定です。



セブン&アイHLDGS.
トルコ南東部の地震被害への
募金の寄付および企業寄付

セブン&アイHLDGS. は、トルコ南東部を震源とする地震により甚大な被害が生じている被災地救援のため、全国の店舗において募金を行いました。募金活動には、セブン・イレブン・ジャパン、イトーヨーカ堂、セブン&アイ・フードシステムズをはじめとするセブン&アイグループ各社が参加しました。店頭およびWEB募金にて、総額2億431万9630円の寄付をいただきました。お客様からの募金とともに、企業寄付として約40万ユーロ（約5700万円）を、日本の公式支援窓口である国連UNHCR協会を通じて国連難民高等弁務官事務所（UNHCR）へ、国連WFP協会を通じてWFP国連世界食糧計画へ寄付しました。

■店頭およびWEB募金について	
募金総額	2億431万9,630円
送金先	国連UNHCR協会を通じて国連難民高等弁務官事務所 (UNHCR) 国連WFP協会を通じてWFP国連世界食糧計画
実施店舗	全国のセブン&アイグループ 合計 22,460店舗 ※2023年2月末時点
	■セブン&アイ・ホールディングスからの企業支援 支援内容：約40万ユーロ ■7-Eleven, Inc. からの企業支援 支援内容：10万ドル ■7-Eleven International LLCからの企業支援 支援内容：2万ドル

新店情報

3月31日(金)	4月17日(月)
旭川ロフト 北海道旭川市宮下通7丁目2番5号 イオンモール旭川駅前2階	門真ロフト 大阪府門真市松生町1番11号 三井ショッピングパークららぽーと門真1階
4月7日(金)	4月21日(金)
甲子園ロフト 兵庫県西宮市甲子園八番町1番100号 三井ショッピングパークららぽーと甲子園2階	草津ロフト 滋賀県草津市西沢川1丁目23番1号 エイスクエア南エリア アル・プラザ 草津2階
4月7日(金)	4月28日(金)
ヨークベニマル 常陸太田店 茨城県常陸太田市東部土地区画整理事業地内 1街区1画地	ヨークベニマル 友部スクエア店 茨城県笠間市住吉1365番1号
4月14日(金)	5月2日(火)
つかしんロフト 兵庫県尼崎市塚口本町4丁目8番1号 グンゼタウンセンターつかしん ひがしまち/南館2階	コスメロフト シアル鶴見店 神奈川県横浜市鶴見区鶴見中央1丁目1番2号 CIAL (シアル) 鶴見 4階

1月11日
イスラエルにセブン-イレブンが初出店

イスラエル最大の都市圏であるテルアビブに1号店を開店しました。地元のお客様の嗜好に合わせた伝統的なサラダや、地元産のソースを使った商品などを提供し、地域に密着した店舗を目指します。今後、イスラエル全土に店舗を拡大する予定です。

世界のセブン-イレブン店舗数：83,426店（2023年1月末時点）

