



平成28年3月8日

各 位

会 社 名 株式会社セブン&アイ・ホールディングス 代表者名 代表取締役社長 村田 紀敏 (コード番号 3382 東証第一部) 問合せ先 執行役員 IR 部シニアオフィサー 松本 忍 (TEL. 03-6238-3000)

グループ成長戦略と事業構造改革について

当社グループは、コンビニエンスストア、総合スーパー、食品スーパー、百貨店、専門店、銀行、ネット事業等、多様な業態を擁する世界でも類を見ない流通サービスグループであり、その強みを活かし、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」の開発・拡販や、「成長の第2ステージ」としてのオムニチャネル戦略の推進等、シナジー効果の実現に向けて邁進しております。

また、企業価値向上に向け、「過去のチェーンストア理論からの脱却」「店舗主体の運営、地域特性に合わせた品揃えの強化」を重要課題として事業を推進しておりますが、更なる成長を実現していくために、本日開催の当社取締役会において、グループ成長戦略を決議いたしましたので、お知らせいたします。

また、グループ成長戦略の一環として、㈱イトーヨーカ堂および㈱そごう・西武におきましては、 構造改革を更に推進し、お客様に一層支持される店づくりを実現するため、本日両社の取締役会に て新たな施策を決議いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. ㈱セブン&アイ・ホールディングス 成長戦略

グループ経営の本質はシナジー効果の創出であり、各業態が持つ経営資源を活用しながら、時代の変化に対応した流通サービスを創造し、お客様に日々「新しい価値」をお届けすることであり、グループ各社の力を使いコンビニエンスストア事業を更に成長させていくことを戦略の柱とする。

① 成 長 戦 略 :コンビニエンスストア事業への積極投資による成長の実現

: (㈱セブン・イレブン・ジャパンにおいては、セブンプレミアムの開発・ 販売、オムニチャネル戦略における受け取り拠点としてのサービス強化等、 グループの他業態とも連携し更なる成長を目指す

: 7-Eleven, Inc. の成長は、㈱セブン・イレブン・ジャパンの完全子会社 化によるお互いの連携強化によるものであり、今後とも一層連携を強化し 成長につなげる

② 先 行 投 資 :オムニチャネル戦略を収益の柱とするべくグループ総力をあげて取り組む

③ 構造改革: ㈱イトーヨーカ堂、㈱そごう・西武の課題については即座に手を打ち将来 の発展につなげる

2. ㈱イトーヨーカ堂 構造改革

独立運営店舗を全店に拡大し、本部主体から店舗主体の営業体制への移行を進める中、平成 27年10月8日に下記の事業構造改革を発表し、推進しております。

(1) 平成27年10月8日発表の事業構造改革

① 店 舗 政 策 : 首都圏を中心とした立地優位性を発揮

: 地方エリアは食品中心に提携企業との連携強化

② 売 場 活 性 化 :品揃え強化の一環としてのテナントミックス強化

: 子会社化した㈱モール・エスシー開発と連携し更なる推進を図る

③ 新 規 出 店 : 収益の見込める SC型、食品特化型店舗の出店に集約

④ 生産性向上:本部人員を3割削減し、本部機能の一部を店舗に委譲する

収益改善の見込めない店舗は今後5年間で40店舗閉鎖

加えて人員の適正化を実施

(2) 今期以降実施する構造改革

① 店 舗 閉 鎖 : 平成29年2月期において20店舗閉鎖

この閉鎖に伴い、平成28年2月期に特別損失約40億円前後を見込む

② 食 品 強 化 : ㈱イトーヨーカ堂の持つ優位性を活かした食品の徹底強化

地域商品の開発・品揃え強化、価格優位性発揮

③ 店 舗 戦 略 :食品の強化を軸とし、テナントミックスを活用

個店毎の商圏に合わせた最適な売場構成に変え、収益性を高める

3. ㈱そごう・西武 構造改革

オムニチャネル戦略に合わせた自主商品開発や地域特性に合わせた品揃えの拡充を進める一方、平成 27 年 10 月 8 日に発表したとおり、平成 28 年 2 月 29 日をもって西武春日部店を 閉店いたしました。

(1) 今期以降実施する構造改革

① 店 舗 閉 鎖 : 平成28年9月末日をもって2店舗閉鎖(そごう柏店・西武旭川店)

この閉鎖に伴い、平成28年2月期に特別損失約15億円前後を見込む

② 組 織 改 革 :本部要員を 100 人削減し、店舗へ配置することによりサービス力を強化

商品部に MD 制を導入し、商品開発体制の改革を推進

③ 地方店活性化 : 自主 MD(リミテッドエディション エリアモード)強化

テナントを活用した SC 化の推進

④ シェアの拡大 : オムニチャネル戦略を軸に、立地優位性を活かしたエリアの深耕

グループ各社と連携し、エリア戦略モデルをつくる

以上