

2020 年 1 月 6 日

2020年 年頭ご挨拶

セブン&アイ・ホールディングス 代表取締役社長 井阪隆一

明けましておめでとうございます。

2020 年は、米国とイランの緊張関係や円高など、国際情勢、経済環境とも予断を許さない中でスタートしました。しかし、私たちグループのこの年末年始の実績を見ると、改装を積極的に実施した大型店では、前年を大きく上回る実績を上げることができました。このお正月のお客様の動向を見ても、2 世代、3 世代のご家族が集まり、近くのショッピングセンターに出かけて、ショッピングやお食事を楽しむという過ごし方が、多く見受けられました。いまのお客様ニーズやマーケット環境にしっかりと対応することで、こうした商機をとらえることが可能になります。またセブン - イレブンでは、お惣菜、冷凍食品、お酒など、ふだんよく売れている商品が、年末年始も全般的によく売れました。既存店売上も前年を上回る好調な推移となり、身近なお店としてこれまで以上に便利にご利用いただいた状況がうかがえました。

今年はオリンピック・パラリンピックイヤーであり、たくさんの感動を多くの人たちと共有できるでしょう。そのような経験は、昨今の社会の雰囲気も明るいものに変え、消費環境にも良い影響をもたらすものと期待しています。

また、私たちグループはさらなる成長に向け、今春には新中期経営計画がスタートします。その成長の道筋として、昨年 10 月に公表した事業構造改革を着実に推進することが不可欠です。お客様の変化に対応して自ら変えていけば、必ず成果が上がるという点を踏まえ、それぞれの店舗、売場等で改革に挑戦してください。

2019 年には、私たちのグループではさまざまなリスクが顕在化しました。その背景には、私たちの組織のコミュニケーションギャップがありました。私たちの成長過程で、組織が複雑化した結果、リスクの前兆をつかんでも組織内で共有できず、リスクを軽視するなどの問題が起きていました。その反省点を、今後の組織改革やコミュニケーションのあり方に活かしていくことが必要です。

また、セキュリティに関しても最優先で考える必要があります。それは私たちグループが食品において安全安心を最優先に考えてきたことと、まったく同じことです。こうした反省に立って昨年 10 月にセブン&アイ・ホールディングスに新組織を立ち上げ、デジタルコンテンツやシステム開発に際して厳格なルールをもって臨んでいます。

【2020 年の成長戦略】

首都圏食品戦略：グループのスーパーストア事業の食品売上規模は1都3県で5700億円に達しています。この有数の売上規模を基盤としながら、グループの力を結集して新たな店舗フォーマットや共有プラットフォームの開発に取り組み、首都圏の食のニーズにより積極的に対応していきます。

お届けサービス：お客様のラストワンマイルのニーズにお応えする「お届けサービス」を強化していきます。これまでイトーヨーカドーが培ってきたネットスーパー等のノウハウを活かし、さらに商機をとらえていくためにセンターを拠点としお届けサービスを推進してまいります。

デジタル戦略：「7iD」を基盤とした CRM 強化をさらに推進していきます。グループ各社が CRM 強化によって新規顧客の獲得、来店頻度アップ、客単価アップを着実に実現していくことが、将来的には各社間の相互送客などにつながっていきます。

グローバル戦略：北米でセブン-イレブンを展開する 7-Eleven, Inc. は、1店舗あたりの売上増と積極的な出店戦略を背景に、好調な成長を続けています。また、世界各地へのライセンス提供では、セブン-イレブン・ジャパンも協力して、出店エリアの拡大と店舗や商品の質の向上に力を注いでいます。このような国際ブランドを擁する優位性を活かして、グループの成長力をいっそう高めてまいります。

経済価値と社会価値の両立：私たちはその一環として、昨年5月に「GREEN CHALLENGE 2050」を公表し、CO2 排出量削減、食品ロス・食品リサイクル対策、プラスチック対策、持続可能な調達に関して、具体的な目標値を掲げて取り組みを進めています。お客様、地域の皆様とも連携して、着実に計画を推進してまいります。

2020 年は、これらの取り組みを皆様とともに取り組み、成果を上げていきたいと考えています。皆さん、挑戦を通じてともに成長し、良い1年としていきましょう。

(2020 年 1 月 6 日新年初朝礼 挨拶要旨)