



2025年2月期 第3四半期決算の詳細は、
セブン & アイHLDGS. WEBサイト「IR資料室」へ

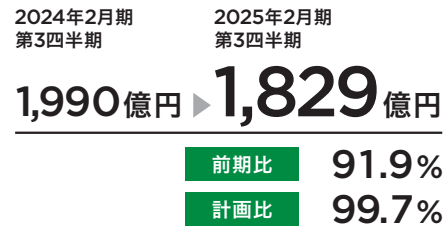
2025年2月期 第3四半期 決算概況

今期の課題に対する取り組み効果が発現し、 中長期的成長にも手応え



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：-167億円
〔主な増減要因〕収入-5.2億円、荒利率-39億円、販売管理費-123億円
お客様の消費行動変化に対応すべく、基本商品の磨き込みをベースに客層の拡大と来店頻度の向上に向けた取り組みを進めました。また、コンセプト店舗「SIPストア」において好調だった商品やサービスをほかの店舗に展開する取り組みも進めています。さらにデリバリーサービス「7NOW」の全国展開に向けた体制構築に加え、「7NOWアプリ」の認知度向上を促進しました。既存店売上は前年をやや下まわり、チェーン全店売上は4兆698億50百万円（前年同期比100.5%）、営業利益は1,829億19百万円（同91.6%）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：-577億円（うち為替影響：+211億円）
〔主な増減要因〕収入+593億円、荒利率+75億円、販売管理費-1,245億円
〔ドルベース〕収入-48百万ドル、荒利率-300百万ドル、販売管理費-221百万ドル
オリジナル商品の強化に加え、フード、飲料の先進化プログラムやデリバリープログラム「7NOW」などに注力しました。消費環境の悪化影響もあり、ドルベースの米国内既存店商品売上は前年を下まわり、チェーン全店売上は8兆39億82百万円（同105.1%）、営業利益（のれん償却前）は2,424億60百万円（同80.8%）となりました。

■ 7-Eleven International LLC
営業総収入は2024年4月の7-Eleven Australia買収により2,924億38百万円増の3,066億47百万円となりました。営業利益（のれん償却前）は91億21百万円（同80.9%）となりましたが、買収にともなう一過性費用の影響を除くと増益となりました。

スーパーストア事業



■ イトーヨーカ堂 営業利益前期差：+28億円
〔主な増減要因〕収入+180億円、営業総利益率-85億円、販売管理費-67億円
収益性改善に向けた抜本的変革は概ね計画通り進捗しており、惣菜の新ブランド「YORK DELI」の立ち上げなど、商品の品質向上、店舗の運営効率改善に取り組んできました。2023年9月の株式会社ヨークとの合併により売上高は前年を上まわりましたが、原材料価格高騰による荒利率の悪化、電気代の高騰などのコスト高の影響に加え、記録的な高温が続いたことによる影響などもあり41億76百万円の営業損失（前年同期は70億31百万円の営業損失）となりました。

■ ヨークベニマル 営業利益前期差：-5.8億円
〔主な増減要因〕収入+29億円、荒利率-7.1億円、販売管理費-28億円
原材料価格高騰への価格対応および販売促進施策が奏功し、既存店売上は前年を上まわりましたが、荒利率の悪化や人件費の増加などの影響もあり、営業利益は121億33百万円（前年同期比95.4%）となりました。

金融関連事業

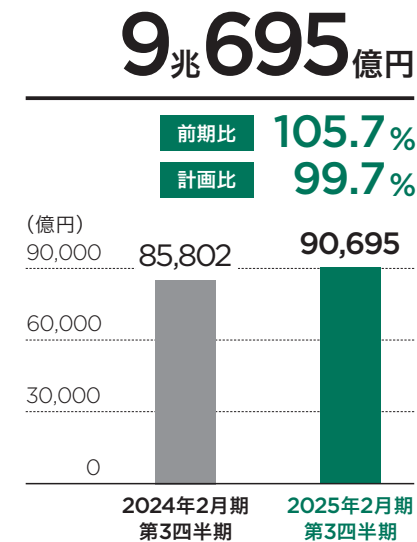


■ セブン銀行
国内ATM設置台数は27,765台（前連結会計年度末差395台増）となりました。預貯金金融機関の取引件数の回復、ノンバンク取り引きの増加に加え、各種キャッシュレス決済にともなうATMでの現金チャージ取り引きが高い水準を維持したことなどにより、1日1台当たりのATM平均利用件数は107.7件（前年同期差3.2件増）となりました。

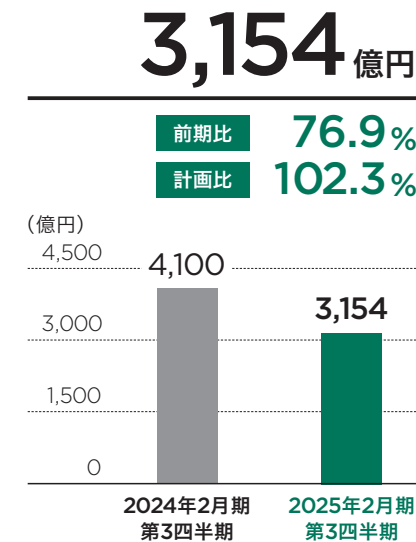
連結業績

（2024年3月1日～2024年11月30日）

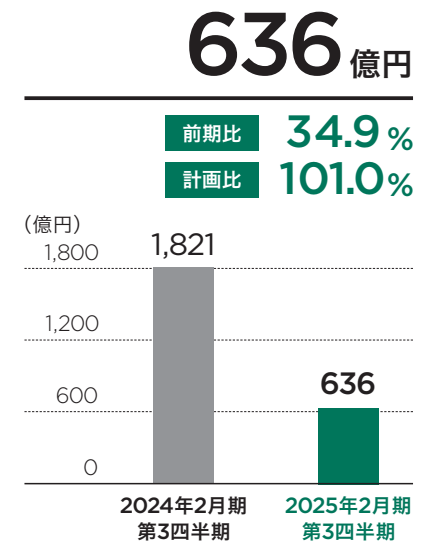
営業収益



営業利益



親会社株主に帰属する 四半期純利益



注）為替換算レート：U.S. \$1=151.46円 1元=20.99円

第3四半期業績概況

当該期間における営業収益は為替影響などにより増収となりました。営業利益は、日米ともに消費環境の悪化影響もあり前年にに対し減益となりましたが、環境変化に応じた戦略を展開した結果、2024年10月発表の修正計画を上まわりました。

親会社株主に帰属する四半期純利益は、グループの企業価値、株主価値の最大化に向けて、収益性が低い事業や資産の整理による、一過性の損失計上等により減益となりましたが、修正計画は達成しました。なお、一過性の特別損益影響を調整した四半期純利益は1543億円となりました。

このような状況の中、国内CVS事業のセブン-イレブン・ジャパンでは、来店頻度の向上と新規利用促進策として2024年9月より開始した価格戦略「うれしい値！宣言」の取り組みに加え、でき立てのカウンター商品の品揃えを拡充しました。これにより、第3四半期のみの既存店売上、客数はともに前年を上まわるなど、さまざまな取り組み効果が発現しており今後の成長の手応えを感じています。

また、海外CVS事業では、7-Elevenが事業の成長と資本効率の向上

を目指し、オリジナル商品の強化（バリユーオフアーを含む）、デジタルとデリバリーの加速、効率性とコストリーダーシップの向上、店舗ネットワークの拡大と強化という4つの施策を推進しました。とくにバリユーオフアーと品揃え強化施策の効果が発現し、既存店売上は回復傾向にあります。

7-Eleven International LLCでは、既存展開国において戦略的投資を着々と実行しており、その成果が出始めています。オーストラリアにおいても、日米で培ったCVS事業の強みを最大限活用し、フレッシュフィードの商品開発強化と品揃えの拡大に取り組みしており、パイロット店舗では顕著な売上効果を確認しています。

スーパーストア事業では、首都圏SST事業における抜本的変革の主要KPIは計画通り進捗しています。なお、グループ構造の最適化に向けた取り組みは着実に進捗しています。

アクションプランの二環として2024年10月に設立した中間持株会社の株式会社ヨーク・ホールディングスが、2025年2月下旬の組織再編により、SST事業グループ各社の株式を取得することを決定しました。