



株式会社 成城石井

会 社 案 内

経営理念

食にこだわり、豊かな社会を創造する。

食にこだわり、豊かな社会を創造する。成城石井は、おいしい、こだわった、安心・安全な商品を、世界中、日本中を歩き回り発掘、開発します。商品の本当の良さをアピールし、お客様に、食べる喜び、こだわる喜び、会話する喜び、集まる喜び、を提供します。食にこだわる人のための食のライフスタイルスーパーを確立し、幸せに満ち溢れた社会を創造します。



お客様の期待にお応えしたい

お客様の食卓に、「おいしい」をお届けしたい。そのために、成城石井は味や品質にこだわり、お客様の期待の半歩先を行く新しい商品をご提案することを心がけています。常にお客様の視点に立ち、声に耳を傾け、お客様一人ひとりとの対話を大切にすることで、新たな商品やサービスを生み出してきました。まさに成城石井は「お客様に育てていただいた」お店と言えます。

日本全国はもちろん、世界各地からお客様に「おいしい」をお届けするため、私たちは商品の調達・製造から物流・店舗開発・販売・卸売そして飲食に至るまで、成城石井独自の「仕組み」をつくり、本当においしくて良いものを、手に取りやすい価格でご提供するための努力を続けております。

1927年の創業以来、お客様に満足していただきたいという、一人ひとりの従業員の思いが原動力となり、今の成城石井をつくり上げてきました。今後も従業員一同、お客様の期待にお応えするために、日々成長してまいります。

代表取締役社長 原 昭彦

原 昭彦

成城石井のあゆみ

1927年、成城石井は文化の薫る街・東京世田谷の成城で、果物・缶詰・菓子を扱う食料品店として創業しました。

お客様からのさまざまなご要望一つひとつにお応えしていくうちに、ワインやチーズ、惣菜、食料雑貨など、品揃えが充実していき、1976年にはスーパーマーケットとして生まれ変わりました。

現在、150店舗を超えるまでに成長できたのは、成城石井に行けば、「新しい商品との出会いがある」「本当においしいものが適正な価格で買える」というお客様との信頼関係が築けてきた証だと考えています。

成城石井はこれからも「お客様の期待に応える店」であり続けます。

- 1927年 2月 東京都世田谷区成城に、食品店として創業
- 1976年 12月 「成城店」新店舗落成、スーパーマーケットとして営業開始
- 1996年 10月 自社食品工場であるセントラルキッチン稼働
- 1997年 10月 初のエキナカ店舗である「アトレ恵比寿店」オープン
- 2006年 10月 創業80周年にあたり「成城店」リニューアル
- 2012年 4月 定温定湿倉庫完備の「関東物流センター」本格稼働
- 2013年 3月 100店舗達成「イオンモールむさし村山店」オープン
- 12月 初のワインバーとなる「Le Bar à Vin 52 AZABU TOKYO 成城石井」オープン
- 2014年 10月 当社全株式を株式会社ローソンが取得、ローソンのグループ企業に
- 2015年 10月 10坪の超小型店舗「成城石井 SELECT 豊橋店」オープン
- 2016年 3月 成城石井最高峰のオリジナル商品シリーズ「desica（デシカ）」発売
- 2017年 2月 創業90周年記念事業実施
- 9月 成城石井流グローサリント型店舗「トリエ京王調布店」オープン
- 同 青果・チルド商品を取り扱う「成城石井川崎青果チルド物流センター」稼働



1976年当時の成城店



現在の成城店

おいしいを届ける仕組み

- 05 世界中からおいしいを探して運ぶ
- 07 おいしいをそのまま届ける
- 09 自ら手づくりする
- 11 ないものは、その道のプロと考え、つくり上げる
- 13 おいしいを身近にする
- 15 おいしい料理とワインを直接お客様へ
- 17 おいしいを日本中に届ける
- 19 おいしいを知っている人が働く



写真提供：パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ協会



世界中からおいしいを探して運ぶ

よりおいしいものを、より安心・安全なものを、より多くの食卓へお届けしたい。成城石井では、日本、そして世界各地を巡り、こだわりのおいしさを探し続けてきました。おいしく、質の高い、安心・安全な商品を世界中から見つけ出し、手に取りやすい価格で、お客様に提供していきたいと考えています。



成城石井のバイヤーは、世界のさまざまな国から商品を発掘・調達しています

満足できるおいさと品質を持つ 個性的な商品を探す

バイヤーが直接産地へ出かけ、自分の五感で商品を確認するのは、成城石井の考え方や水準に合った商品を見つけ出すためです。ベストな形で商品をお届けするために、品質や数量、コストなど、成城石井独自の仕組みを活かして、慎重に商品化を検討します。

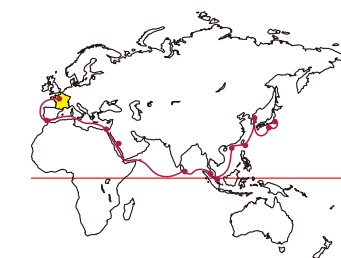
輸入子会社 「東京ヨーロッパ貿易」の活用

成城石井の海外商品の多くは、商社を介さず輸入子会社である東京ヨーロッパ貿易㈱が直接輸入を行っています。それにより中間マージンを省くことが可能となり、お客様によりお求めやすい価格で商品をお届けすることにつながっています。東京ヨーロッパ貿易のスペシャリストたちによって、スピード

感を持った仕入れを実現し、トレンドを先取りした品揃えを可能としています。また、自社輸入のメリットを活かし、自社で仕入れた原材料を活用した商品づくりを行っています。

産地から店舗まで外気に触れさせない

成城石井の看板商品のひとつであるワインは、熱や光、振動によって味が劣化しやすく、輸送時にはデリケートな取り扱いが求められます。輸送の際、船が赤道に近い海上を通ると、気温は40℃、コンテナ内の温度は60℃以上に達することもあります。そのため成城石井では、ワインの自社輸入を始めた当初からリーファーコンテナ（定温コンテナ）を利用し、ワインを外の光や温度に触れさせることなく運んでいます。産地のおいしさをそのまま店頭に並べられるよう、徹底して物流環境を整えています。



リーファーコンテナ

通常のコンテナに冷蔵・冷凍機能を持たせ、長時間定温輸送を可能とするコンテナ。成城石井では、商品の品質を保つため、船便で赤道を通過するワインはもちろんのこと、自社輸入のワインはすべてリーファーコンテナを使用しています。



おいしいをそのまま届ける

鮮度良くおいしい商品を各店舗や卸売先様に届けるための心臓部が、神奈川県にある関東物流センターです。それぞれの商品が最適な温度帯で管理されており、配送の頻度も高いので、鮮度の良い食品をお客様へお届けできる環境を整えています。



神奈川県高座郡寒川町にある関東物流センター。温度15℃前後、湿度60%に保たれた定温定湿倉庫はワインセラーと同じ環境を実現。150万本のワインを保管可能で、価格帯を問わずどのワインも最高の環境で出荷

より良い状態で管理する 国内最高レベルの倉庫

商品を最良の状態でお客様へお届けするためには、安定した環境での保管と配送が必要です。関東物流センターでは定温定湿、冷凍、冷蔵、ドライの温度帯など、商品それぞれの特性に合った状態での保管をしています。ワインやチョコレートなど、温度や湿度にデリケートな商品は、常に最適な状態で保管することが可能になります。さらにセンター内で通関手続きができるため、ワインなどの移送時間が短縮可能となり、劣化を防ぐこともできます。

IT 管理によるチェック

関東物流センターに保管された商品は、どこから運ばれ、いつ搬入されたのか、賞味期限はもちろん、在庫数などその商品に関するあらゆる情報がIT管理されています。また、海外輸出入品については、センター内

で通関処理、品質検査が行われます。品質不良がないかどうか、目視により複数項目をチェック。不良品が店舗や外販先（卸先）に出荷されることを未然に防いでいます。出荷時の作業は、IT管理された情報をバーコードで読み取りながら行います。どの商品が何と隣り合っているのかまで管理されており、配送時のミスや欠品の発生を防ぎます。

商品1点から店舗へ届ける 物流システム

都市部のエキナカや商業施設内など、店舗スペースが限られ、商品在庫を保管するバックヤードを持たない店舗へも欠品なく配送するために、店舗効率に合わせた頻度で配送できる体制が整っています。余分な在庫を持たずに、商品1点から仕入りたい数だけ配送することが可能になるため、バックヤードを持たずともいつも品揃えの充実した売場にしておくことができます。



成城石井
川崎青果チルド物流センター

2017年、青果とチルド品を専門に取り扱う物流センターを、大田市場に近い川崎市内に開設。保管能力が向上し、取り扱い店舗の拡大にも対応できる安定供給体制を構築しました。また、センターで青果の加工や袋詰め作業を実施することで、青果作業場のない店舗でも青果の品揃え強化が可能になりました。



自ら手づくりする

できたてのおいしい商品をお届けしたい。その思いを凝縮したのが、成城石井のセントラルキッチンです。納得できる本物の味を生み出すためには、自分たちの手でつくり上げるのが成城石井流。セントラルキッチンでは、本格的な設備が整った環境で手づくりの味が生み出されています。



2004年、本格的な設備を導入して建設された、東京都町田市にあるセントラルキッチン

原料、素材からこだわる

成城石井のセントラルキッチンは、「本当においしくて安心できるものをお客様に召し上がっていただきたい」という思いから誕生しました。日々の調理は、東京都食品衛生自主管理認証で認められた衛生管理と厳密な温度管理のもとで行われます。製造工程のほとんどは、熟練した調理師や技術者による手づくり。野菜や肉の下処理から調理、盛り付けや包装に至るまで、一つひとつ丁寧にしています。原材料も厳選して調理された手づくりの味は、できたてを堪能していただけるように毎日店舗に届けられています。

年間約 300 品目、ほぼ毎日 1 品の新商品

成城石井の新商品は、本部、セントラルキッチンの調理人が自ら企画・開発しています。その数は年間約 300 品目、ほぼ毎日 1 品の商品が生み出されていることになります。パンは小麦粉から、シュウマイは皮から、すべてが自家製です。また、保存料・合成着色料・合成甘味料は不使用。化学調味料を

使用しない商品作りを心掛けています。

これらの努力が実を結び、「スーパーマーケット・トレードショー」ではお弁当お惣菜大賞を受賞。ハム・ソーセージも世界的に権威のある食肉コンクールでの大賞をはじめ多くの賞を受賞。その価値は広く認められています。

独自の安全基準

「おいしい」を追求し、安心・安全な商品をお届けする成城石井の姿勢は、セントラルキッチンでつくられる商品においても、当然徹底されています。原材料については、企画段階から厳しい検査を行っています。また、「注意深く製造し、完全良品を出荷する」「不良品には価値がない、商品ではない」「疑わしきは出荷しない」という方針のもと、事件や事故が起きにくい体制づくりに全社を挙げて取り組んでいます。また、外部へ製造を委託する商品は、事前に品質管理担当者がチェックし、成城石井の安全基準をクリアした企業のみで製造しています。



ハム・ソーセージ

成城石井の自家製ハム・ソーセージはドイツの伝統製法に従い、ミキシングや成形に使う機械から塩（アルペンザルツ）、燻製用の木材に至るまでドイツ製を使用しています。一部商品は、本場ドイツで開催される世界最高峰のコンテスト SUFFA（スーファ）で、200 にもわたる審査項目で満点をとらなければ取得できない金賞を受賞。また、歴史あるコンテストとして名高いドイツ農業協会（DLG）の金賞も受賞しています。



ないものは、 その道のプロと考え、つくり上げる

「成城石井に行けば新しいものに会える」「他にはない、おいしいものがある」というお客様の期待に応えるため、成城石井ではオリジナル商品の開発に力を入れています。私たちの「お客様に召し上がっていただきたい」という理想の商品がないときには、経験豊かな食のプロたちと一緒につくり上げます。



「季節限定ジャム」シリーズは、果実のおいしさを最大限に引き出すため種類や個々の状態に合わせて細かく製造方法を変更

本来の味わいを引き出す工夫 —成城石井 牛乳

牛乳を好まない人は、牛乳特有の臭みが苦手なことが多いようです。成城石井の牛乳は、臭みのない自然な味わいを追求しています。牛乳臭さの原因の一つは、高温殺菌によってタンパク質が焦げることで出てきます。このため、通常は120℃以上で2秒間殺菌処理をするところ、65℃で30分かかけて行う低温殺菌処理を用いることで、本来の生乳の味を保っています。さらに、原乳はこの低温での殺菌処理に向けた乳質の高い牛乳がとれる、長野県安曇野の酪農家のものに限定しています。

効率よりも、味をとる —成城石井 紀州南高梅 梅味楽

生産農家から直接仕入れた紀州南高梅から、品質が良く、食べやすいサイズを選別しました。皮が薄く、種が小さいため、果肉がたっぷり

味わえるのが特長。レンゲ蜂蜜にじっくりと漬け込んでいるので、上品な蜂蜜の甘さと梅の酸味が後を引くおいしさです。塩分は約5%と控えめなので、健康に気を遣う方にも安心して楽しみいただけます。

成城石井の最高峰を集めた —「desica」シリーズ

2016年に創業90周年を迎えるにあたり立ち上げた新たなオリジナル商品シリーズ「desica」。「Delights Seijo Ishii Chef Approved」＝「成城石井の職人が認めたおいしさ」の頭文字を取って命名されたその名は、成城石井“でしか”できない品質とおいしさが詰まった最高の商品であることを示す証です。「セントラルキッチンの職人の技」と「バイヤーの商品調達力」を掛け合わせて生まれたレシピを、確かな技術を持つ国内メーカーで製造することで、立地的な理由で自家製惣菜・デザートをお届けできなかったお客様にも成城石井の職人の味をお届けします。



パッケージデザイン

商品を入れるパッケージは、「どこがつくった商品か」「これは何の商品か」をお客様に伝えるための一つのツールです。成城石井では、「どこがつくった商品か」よりも、「これは何の商品か」が伝わることを大切にしています。その理由は、パッケージの中身、商品の味で選んでいただきたいからです。商品によって伝えたい事柄が変わるためパッケージのデザインは統一せず、その商品のおいしさを最大限伝えることに重点をおいたデザインにしています。



トリエ京王調布店



柿木坂店



アトレ恵比寿店



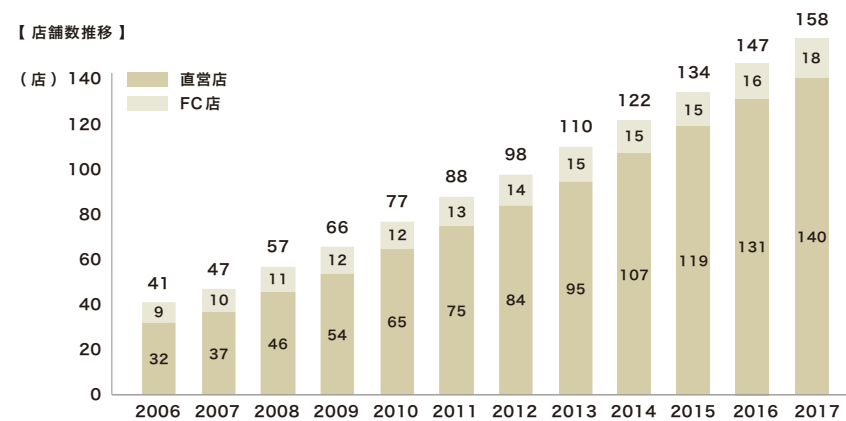
イオンモールむさし村山店



海老名SA上り店

おいしいを身近にする

日々変化する食のトレンドに対応しながら、お客様の満足度を高めていけるよう、成城石井はさまざまな形で店舗を運営しています。1997年には JR「恵比寿」駅に業界初の「エキナカ」店を出店。そして、2017年には京王「調布」駅構内に、新業態の成城石井流グローサント型店舗「トリエ京王調布店」をオープン。お客様のさらなる期待にお応えしたいという思いから新業態の展開に積極的に取り組んでいます。



成城店がオープンした1976年から41年を迎える2017年12月末時点で、出店数は158店舗

多様な店舗展開ができる理由

1997年、初のエキナカ店舗を JR「恵比寿」駅に出店。以降、百貨店、オフィスビル、ショッピングセンター、サービスエリアなど、成城石井ではさまざまな形態での出店に取り組んできました。土地の広さや形状、周辺環境に合った形で出店・展開をしていくには、固定概念にとられないことが重要と考えています。生鮮品をはじめ厳選した商品やオリジナル商品をフルラインナップで揃えられる店舗のほか、生鮮を扱わずグロサリーを中心とした店などを、約10坪から約200坪までの店舗面積で展開しています。出店に際しては、品質を落とさずに、保存料を使わず毎日できたての惣菜を配送できる地域を中心に検討。物流の工夫により、甲府や熱海、高崎、仙台など従来出店できていなかった地域への出店も加速しています。

「グローサント」への挑戦

2017年9月にオープンした「トリエ京王調

布店」は、スーパーマーケットと飲食(レストラン)を融合させた「グローサラント」型店舗です。スーパーマーケットの売場にはパイヤーたちが世界中から厳選した約11,500アイテムの商品が並び、飲食の場となる SEIJO ISHII STYLE DELI&CAFE では、売場に並ぶ食材を9割使用した、旬をご提案するメニューをいち早くご提供。スーパーマーケットと飲食を融合させた業態だからこそ実現可能な、成城石井ならではの新しい食の楽しみ方を提案しています。

多彩な店舗フォーマットで期待に応える

成城石井の長年の取り組みから生まれた多彩な店舗フォーマットは、出店の余地を広げています。さまざまな場所でより便利に、そして身近に成城石井をお客様にご利用いただけるよう、これからも新業態への挑戦を続けていきます。



狭小店舗で自信のアイテムを展開

2015年に JR「豊橋」駅構内に1号店がオープンした「成城石井 SELECT」は、成城石井のエッセンスを限界まで凝縮した10坪程度の売場面積に、自信を持って「セレクト(厳選)」したアイテムが揃う新業態です。出店地域・場所の特性を勘案し、新アイテムの開発・導入にも取り組みます。成城石井の「今」を代表する商品と、現代の高感度かつスピード感を重視するお客様の「今」ほしいという思いが瞬時にリンクする、先進的な店舗です。



おいしい料理とワインを直接お客様へ

さらに高まるお客様の期待にお応えするために、成城石井はスーパーマーケットの枠を越えて新業態の開発に取り組んでいます。ワインバー「Le Bar a Vin 52 AZABU TOKYO」は、飲食という形態で、成城石井のワインや食材の新しい魅力を提案しています。



2013年12月にオープンした「Le Bar a Vin 52 AZABU TOKYO」麻布十番店

新業態・ワインバーを展開

「Le Bar a Vin 52 AZABU TOKYO」は、当社のバイヤーが世界中から見つけてきたワインの中から選りすぐった120種類以上のワインが楽しめるワインバーです。ワインと食材の多くは、スーパーマーケット成城石井でも手に入るものを使用。飲食店の効率的なノウハウを導入するのではなく、「おいしくてこだわりのある、安心・安全な商品を、お求めやすい価格で提供する」という成城石井の本質にこだわったサービスを提供しています。成城石井を普段からお使いいただいているお客様はもちろん、まだご存じない方へも、成城石井の新しい魅力をお伝えしていきます。

ワインと食材の新しい魅力を伝える

選び抜いたワインや食材を、その場で召し上がっていただくワインバーという業態への取り組みを始めたことで、これまでスーパーマーケットでは伝えきれなかった新しい食の楽しみ方をお客様にご提案できるよ

うになりました。

例えば、ワインでは、豊富なラインナップの中から毎週15種類程度をセレクトしてグラスワインで提供。気軽に試していただくことで、その魅力を新たに知っていただくきっかけにしています。また、セントラルキッチンで焼き上げたパンを、成城石井オリジナルの2種類のオリーブオイルで提供したり、ブルーチーズにハチミツを添えたり。成城石井ならではの食材の組み合わせの妙を伝えています。

対話を楽しんでいただけるお店

成城石井が大切にしている「お客様との対話」のさらなる充実に取り組んでいます。スタッフは、限られた時間と機会の中でお客様にご満足いただくために、ワインや食材に関する知識を深め、接客サービスの向上に日々努めています。お一人おひとりのお客様との対話からご要望やご期待を把握し、的確かつ迅速にお応えしています。



ワインバーだからこそ提供できる味

注文を受けてからスライスする生ハムは、切り立て、極薄でふんわりとろける本場のおいしさ。すぐに硬くなってしまうため、スーパーマーケットの商品ではここまで薄くすることができません。「家で食べるのとは全然違う!」と多くのお客様に驚かれます。



おいしいを日本中に届ける

成城石井は、バイヤーが買い付け、開発した自社輸入商品やオリジナル商品を、自社の店舗で販売するだけでなく、レストランやホテル、百貨店や他のスーパーに卸売しています。さまざまなチャネルを活かし、店舗や業態を超えて、「本物のおいしさ」を世の中に広めています。



卸売先様の店頭に設置された
成城石井コーナー

より多くのお客様にお届けする

成城石井が厳選した商品を、より多くのお客様にお届けしたい。このような思いから、私たちはホテルやスーパー、コンビニなどの小売り、飲食業への外販（卸売）を積極的に行っています。すべての商品は店舗で販売しているものと同じ基準で選び、同じ品質、同じ手間と時間をかけた商品です。またイーコマース（ネット通販）での販売も展開。ワインやチーズ、自家製のスイーツなど、成城石井の店舗がない地域のお客様にもお手軽にご購入いただけます。

約 1500 品目のラインナップ

成城石井は、店舗がまだ少なかった時代から、自社店舗以外のルートを見つけて販売することで、日本中・世界中でバイヤーが探してきた多くの商品を、仕入れ可能な数量のスケールを拡大し、様々なコストを極力抑えてお求めやすい価格を実現してきました。現在では、約 1500 品目の商品を卸売

先様のニーズに合わせてご提案しています。商品の品揃えはもちろん、ワインをはじめとする輸入商品の品質管理を高くご評価いただき、多くの卸売先様から「成城石井の商品なら安心」とお墨付きをいただいています。

卸売先様を通じて 成城石井の魅力を伝える

卸売先様は、生産者の思いの込められた成城石井の商品を扱うことで、売場・店舗に「高品質」という付加価値を生み出すことを期待されています。こうした卸売先様を通じてお客様に商品をお届けすることは、成城石井が outlet していない地域のお客様をはじめ、今まで成城石井の店舗に足を運んだことのないお客様、商品をお試しいただいたことがないお客様に成城石井の商品を知っていただく機会につながっています。



卸売で人気の商品

「成城石井 アイスコーヒー」（左）は、アラビカ種を100% 使用した深煎りタイプ（フルシティロースト）の粗挽き豆を鈴鹿山系の天然水でネルドリップ抽出しました。「成城石井 ガーキンス ピクルス」（右）は、収穫後 24 時間以内に大きめのピクルスを瓶詰めしました。どちらも卸売の有力商品です。



おいしいを知っている人が働く

成城石井では、食にこだわる人たちが働いています。食が好きだからこそ、よりおいしいものにこだわる。こだわるからこそ、自ら学ぶ。本当のおいしさを知っているからこそ、お客様に提案できる。成城石井で働く人材は、新たな食卓の姿を広めることに喜びを感じています。



サービス品質の向上に取り組むため、毎年多くの従業員がワインやチーズなどの社内スクールを受講

体験し、学び、広める

お客様の声に耳を傾け、最適な商品を提案することが成城石井の働き方の基本です。オン・ザ・ジョブ・トレーニングはもちろんのこと、そのフォローとして月に一度は本社で、全店の担当者などにバイヤーが、試食を含めた商品情報や成功事例を共有し、現場の意見の吸い上げを行います。年2回の海外研修では、選ばれた従業員が商品の産地で製造過程を学び、生産者のもとを訪れて実際に話を聞く機会を設けたり、現地のスーパーマーケットを視察することで世界中のトレンドを学んでいます。そこで得た知識や感動をもとに、お客様との対話を重ね、本物のおいしさや食の幸せを伝え広めていきます。

専門知識を身につける

ワインなどの酒類、チーズ、コーヒー、紅茶は、成城石井が長年、経験と実績を培ってきた商品であるため、社内で特別な研修を実施しています。ワインスクールでは、専門校から講師を招き、60種類に及ぶワインをテイスティングしながら、味の表現方法やそれぞれのワインに合

う料理の組み合わせまで提案力を磨きます。チーズスクールでは、世界各国のチーズの特色について学び、お客様に商品説明ができるように知識を習得します。また社内のイントラネットを利用したeラーニングにより、多岐にわたる商品についての知識や接客のノウハウ、食品表示などを常に学べる環境を整えています。

技術を磨く

すべての従業員がこれまで以上の接客技術を身につけられるように、社内の接客コンテストを開催したり、社外研修としてチェッカー技能検定（レジ係の技術と資質を評価する検定）、ソムリエ資格の取得支援を行っています。「チェッカー技能検定1級」は、正確さや迅速さに加えて人材育成能力や高度な接客能力が試される合格率10%以下の難関資格ですが、業界の中で取得者数が1位、また全合格者の1割を成城石井が占めています。これらを通じて、自身のサービス品質を客観的に見極めることができるため、確実なスキルアップにつながります。



ファイブスターコンテスト

年に一度、売場担当の部、チェッカー（レジ・会計）の部で200名以上がエントリーし実施される接客コンテスト。正社員だけでなく、契約社員やアルバイト、パート社員も積極的に参加しています。ロールプレイングを通して、お客様と対話しながら商品を提案する力を身につけたり、レジ・会計業務では、正確さやスピードも競います。優勝者には海外研修が付与されます。

成城石井らしい CSR を目指して

2014年4月、成城石井は社内に CSR 委員会を立ち上げました。成城石井が大切にしている高品質・高付加価値で安全な商品を提供する一方で、広く社会的な責任を果たし、社会とのつながりを充実させていくことが目的です。

店舗を持つ業態であるため、省エネ・省資源はもちろん、立地や、調達先がある地域との協力、連携、さらには企業内ガバナンスや雇用についても、CSR の考え方に基づいた取り組みを進めていきます。



会 社 概 要 ※ 2018年2月現在	
社名	株式会社 成城石井
英字社名	SEIJO ISHII CO., LTD.
創業	1927年2月
資本金	1億円
代表者	代表取締役社長 原 昭彦
事業内容	スーパーマーケット、輸入、卸売販売、食品製造、飲食店
本部所在地	〒220-0004 神奈川県横浜市西区北幸二丁目9番30号 横浜西口加藤ビル5階
電話番号	045-329-2300 (代表)
URL	http://www.seijoishii.co.jp/



この会社案内は、Forest Stewardship Council® (森林管理協議会) が認証する、適切に管理された森林からの原料を含む FSC® 認証紙を使用しており、植物油インキで印刷しています。

世界の食品を世界の街角の価格で。