

おかげさまで「セブンプレミアム 10周年」 「19年度売上1兆5千億円」に向け、新たなステージへ ～生鮮3品の新ブランド『セブンプレミアム フレッシュ』誕生～

株式会社セブン&アイ・ホールディングス（代表取締役社長：井阪 隆一）は、プライベートブランド（PB）「セブンプレミアム」を2007年に展開して以来、本年で10周年を迎えます。これを機に、「更なる品質向上」「新たな価値の創造」「新領域への挑戦」の3つの方針を基に更なる飛躍を目指してまいります。

セブン&アイグループ初の横断的なPBとして開発されたセブンプレミアムは、導入以降、「上質」と「値頃感」をあわせもつ商品開発を推進してまいりました。従来の主流であった、価格が優先されたPBのイメージを払拭するとともに、お客様に対し、新たな価値をご提供することで、国内外の各有力メーカー様と共にPBの新しい概念を創り上げてまいりました。

セブン&アイ・ホールディングスは、今後もグループの総力を結集し、安全・安心への配慮、より上質で新しい価値ある商品・サービスの開発を進めてまいります。

また、今後も、社会・消費環境の更なる変化とともに、お客様ニーズの多様化が進む中、セブンプレミアムは進化し続ける「プライベート＝プライド」ブランドとして、新たなステージに挑戦してまいります。

記

■「セブンプレミアム」売上計画

2016年度見込 1兆1,500億円 3650品目

→ 2019年度計画 1兆5,000億円 4,200品目へ

■「セブンプレミアム」新たなステージへの施策

品質と価値を最優先に開発・販売してきたセブンプレミアムの最大の特長である、1商品当たりの売上規模の大きさを更に追求するため、商品ごとの更なる品質向上を図ります。今後、リニューアルをより一層促進する他、新たな価値ある商品開発を推進することで、年間売上10億円以上の商品を現在の192品目から、2019年度末までに300品目に拡大いたします。

施策① 生鮮の新PB「セブンプレミアム フレッシュ」誕生

健康や安全・安心に対するお客様ニーズの高まりに対応し、生鮮「野菜・果物」、「精肉、卵」、「鮮魚」の生鮮3品の新PB『セブンプレミアム フレッシュ』を新たに展開いたします。

【商品の一例】



『セブンプレミアム フレッシュ 濃厚旨みバナナ』

298円（税込321円）

3月9日から順次発売予定

（イトーヨーカドー、ヨークマート、ヨークベニマル）



※画像はイメージです。

- ・1,000m以上の園地に限定した“超高地”栽培
- ・土作りにもこだわったミネラル分豊富な園地
- ・じっくり熟成させることで豊富なでん粉を糖化し、濃厚な味わいに

※緑のロゴは、青果商品を表します



『セブンプレミアム フレッシュ カナダポーク』



※画像はイメージです。

100g 148 円 (税込 159 円)

3 月 20 日から順次発売予定

(ヨークマート、ヨークベニマル)

- ・選別されたハイライフ農場で飼育
 - ・品種、飼料、管理の専用プログラムに沿って飼育することにより、程よく肉質が締まり、コクがありながらさっぱりとした味わいに
- ※赤のロゴは、精肉商品を表します



『セブンプレミアム フレッシュ アトランティックサーモン』



※画像はイメージです。

100g 398 円 (税込 429 円)

3 月 11 日から順次発売予定

(イトーヨーカドー、ヨークマート、ヨークベニマル、シェルガーデン)

- ・卵から養殖までを一貫で管理
- ・鮮度にもこだわり、ノルウエーから生で空輸
- ・鮮やかな身色と脂がのった深い味わいが特長

※青のロゴは、鮮魚商品を表します

施策② セブンプレミアムのパン・ペストリーの乳化剤・イーストフード不使用へ

セブン - イレブンのオリジナルのパン・ペストリー「焼きたてパン」をセブンプレミアムに統一し、現状、セブンプレミアム商品で使用している乳化剤・イーストフードを2017年度以降、全ての商品で不使用を目指します。

施策③ 環境配慮の取り組みを2019年度末までに全商品に拡大

健康や安全・安心はもちろん、環境負荷の低減やエシカル消費への関心の高まり等、お客様ニーズの多様化に対応し、リサイクル PET やエコナラベル、植物性インキの使用等、環境対応商品を拡大。2019年度末までに全商品への植物性インキの使用を目指します。

施策④ 約2,000店舗へグローバル展開を拡大

菓子類の約20品目を、「セブンセレクト」等の別ブランドで、2016年7月にシンガポール(約360店舗)、2017年2月に北京(約290店舗)でテスト販売を行い、非常に好評いただいております。2017年度中に、北京以外の中国大陸(広州、マカオを除く)へ拡大し、全体で約2,000店舗での展開を目指します。

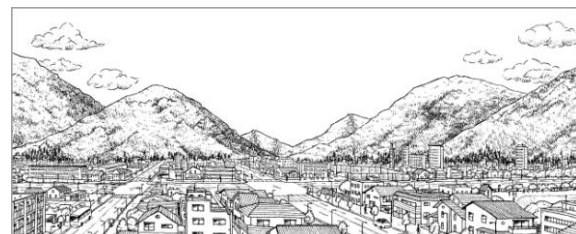
■ セブンプレミアムの新パッケージデザイン



※画像はイメージです。

新パッケージでは、商品名の背景に「近くて便利」を象徴する“郊外の街並み”の風景をデザインすることで、お客様への親しみやすさを表現しています。

“郊外の街並み”
の風景



■ 新ステートメント



セブンプレミアムは「進化しつづけるブランド」。
わたしたちは、お客様が求める商品を提案し続けます。

女性の社会進出や高齢化、エコへの関心、健康志向、安全安心など、
ますます多様化する生活のニーズにきめ細かく応えます。

「もっと美味しく」、「もっとお得に」。
セブンプレミアムは、あなたの楽しく豊かな食卓を応援します。



セブンプレミアム ゴールドは「最上級のブランド」。
上質な原料を、こだわりの技術で仕上げました。

すべてのお客様にご満足いただける美味しさで、
あなたの食卓を豊かにします。



セブンプレミアム フレッシュは「安全安心の生鮮ブランド」。

「誰が、どこで、どのように育てたか」をしっかりと管理しながら
手間をかけて大事に育てた生産者の想いと、
新鮮で美味しい食品を求めるお客様のニーズをつなぎます。



The brand that provides "quality time".
A chance to relax with freshly brewed
quality coffee and tasty sweets.

セブンカフェは「上質な時間を提供するブランド」。

上質な素材でつくられた出来立ての美味しいコーヒー、
そして本格的なスイーツで、
あなたの生活にくつろぎのひと時をお届けします。



セブンプレミアム ライフスタイルは「くらしを豊かにするブランド」。

確かな技術と品質に裏付けられた商品は、
便利で、使いやすく、環境にもやさしい。
充実のラインアップで、あなたのくらしを支えます。

【ご参考】

■ 「セブンプレミアム」の歩み

2006年	11月	「グループMD改革プロジェクト」立ち上げ
2007年	5月	「セブンプレミアム」販売開始（食品49アイテムより）
	8月	セブン-イレブンでの取扱い開始（食品6アイテムより）
	11月	住居関連商品の販売開始（洗剤等10アイテムより）
2008年	3月	生鮮加工品の販売開始
2009年	2月	西武池袋本店での取扱い開始
	7月	第3のビール「THE BREW」発売
	10月	お客様参加型の商品開発コミュニティサイト 『プレミアムライフ向上委員会』オープン
	11月	世界展開第1弾としてプライベートブランド商品の ワイン「ヨセミテ・ロード」を日米同時発売
2010年	9月	「セブンゴールド」の販売開始（チルド商品4アイテムより）
2011年	5月	商品・ロゴ・パッケージを全面リニューアル
	10月	「セブンゴールド」初の冷凍食品を発売（2アイテムより）
2012年	5月	「セブンライフスタイル」を発売（53アイテムより）
	7月	衣料品を発売
	11月	セブンプレミアムがPBとして初めて「ファストフィッシュ」に認定
2013年	1月	「セブンカフェ」を発売
	4月	「セブンゴールド 金の食パン」を発売
	7月	「セブンカフェ」累計販売数1億杯を突破
2014年	8月	「環境配慮型セブンプレミアム」を発売 小売業初「間伐材マーク」「PETボトルリサイクル推奨マーク」 認定
	11月	「セブンカフェ ドーナツ」を発売
2015年	5月	「セブンカフェ」カップに間伐材使用を開始
	6月	「セブンカフェ アイスカフェラテ」を発売
2016年	2月	「セブンプレミアム」年間売上1兆円を突破
	9月	「セブンプレミアム おせち三段重」を発売

以 上