



国内CVS事業戦略

中期戦略概要

社会構造変化



COVID-19



小商圈化の加速と多様化

目指すべき姿

多様化するニーズに対応し、すべての地域社会に利便性を提供する

既存店の持続的成長

出店戦略

DXの推進

商品構成の見直し

- ・小商圈化に合わせた売場レイアウト
- ・グループ調達

出店再加速への基盤構築

次世代型店舗の開発・テスト

ネットコンビニの拡大

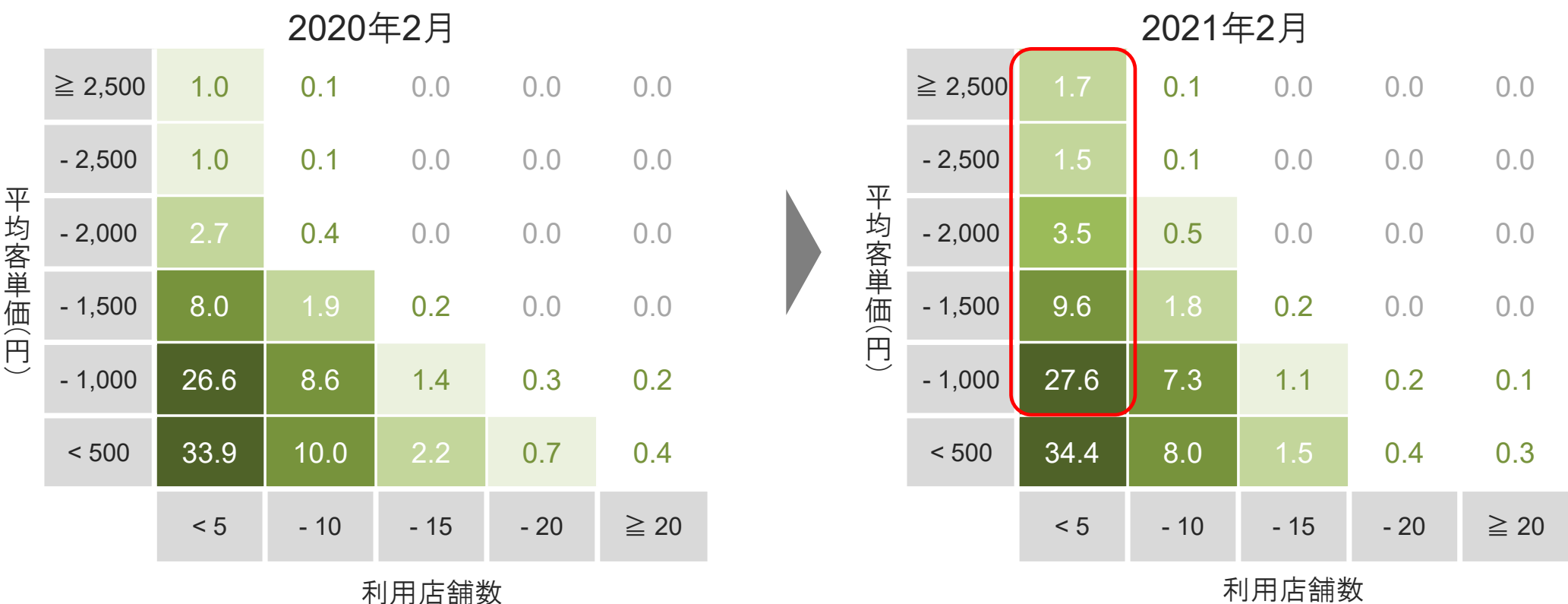
CRM強化(アプリの進化)

加盟店・本部の生産性向上

次の『便利』の扉を開く ⇒ 流通革新を伴う再成長軌道へ

小商圈化の加速・多様化（7iD分析 消費行動の変化）

■ 7iD会員構成比分析: 月間利用店舗数と1回あたり客単価の比較（1都3県106万人）



特定店舗のみを利用して、1度に高額利用する会員が顕在化

【参考資料】小商圈化の加速・多様化（使われ方の変化）

■ 購入金額前年比TOP20(21年2月度)

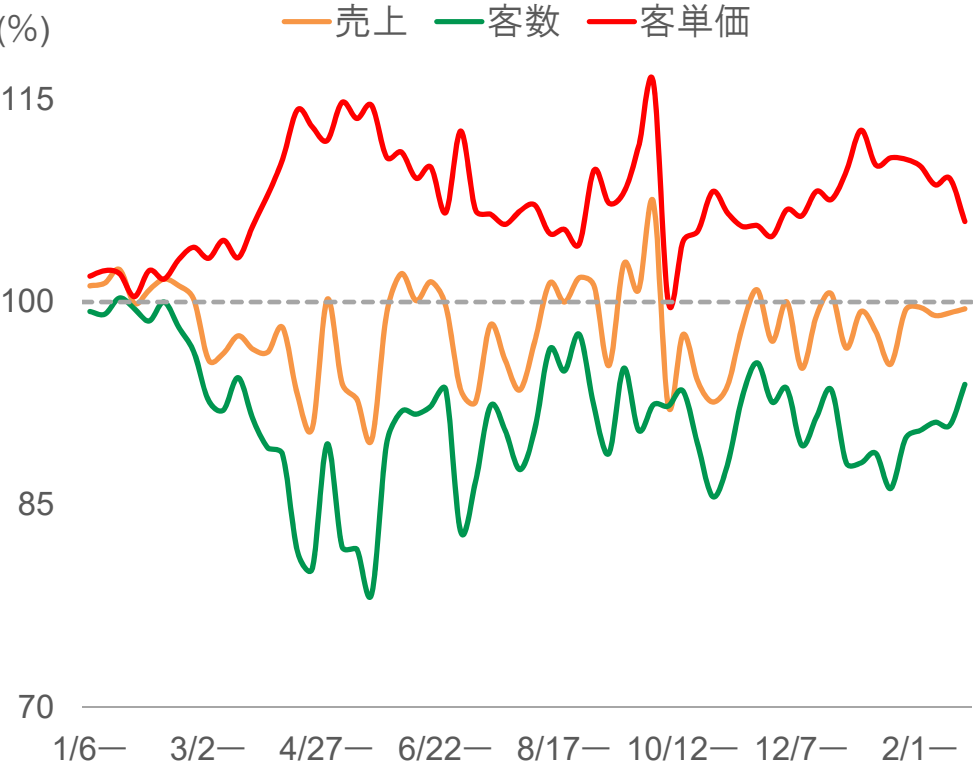
順位	カテゴリー	前年比 (%)
1	ファミリータイプアイス	178.1
2	おにぎり (こだわりおむすび)	140.1
3	ペストリー (ドーナツ)	139.0
4	冷凍食品 (冷凍惣菜)	138.8
5	生活デイリー (練物)	136.8
6	ソフトドリンク (お茶系大容量)	131.1
7	白ワイン	129.0
8	7プレミアム (副菜)	127.9
9	生活デイリー (加工肉)	125.0
10	デリカテッセン (サラダ)	123.6

順位	カテゴリー	前年比 (%)
11	サンドイッチ類 (ロール)	121.5
12	デリカテッセン (食事サラダ)	120.1
13	スイーツ (チルド和菓子)	117.7
14	冷凍食品 (麺類・軽食)	117.2
15	スイーツ (チルド洋菓子)	116.6
16	赤ワイン	116.1
17	ソフトドリンク (350ml以下)	115.3
18	洋酒 (リーチイン)	112.9
19	7プレミアム (主菜)	112.5
20	冷凍食品 (農水産・素材)	112.4

COVID-19感染拡大に伴う小商圈化の加速により、使われ方が変化

小商圈化の加速・多様化（立地別売上）

■ 既存店売上・客数・客単価推移



■ 立地別実績(20年度既存店)

期末店舗数 (店) 売上前年比 (%)

全国	20,612	97.6
住宅+郊外	13,086	100.3
行楽	1,873	97.1
事業所	2,057	88.9
その他 (鉄道・休業あり等)	3,596	92.5

COVID-19感染拡大に伴う小商圈化の加速に対応する売場・品揃えの見直しが急務

小商圈化の加速・多様化（商品・売場対応）

■ 新レイアウト2020

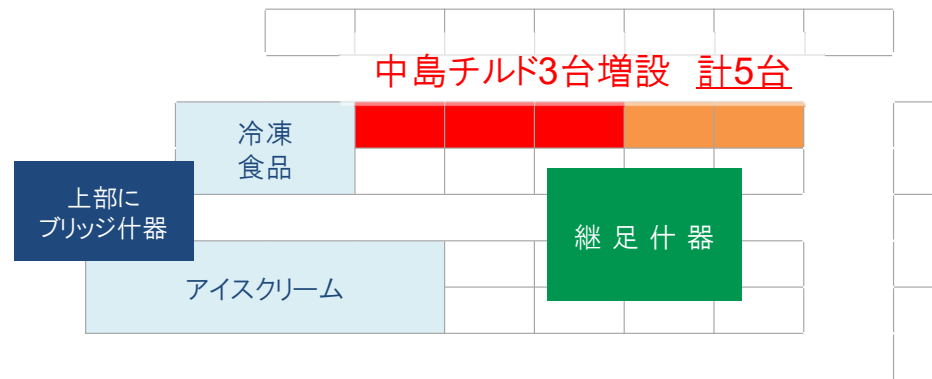


20年9月導入800店の実績（前年差の全国平均差）

売上合計（タバコ除く）	+15.6千円
オープンケースデイリー	+6.3千円
スイーツ	+1.9千円
酒類	+1.0千円
生活デイリー（野菜・加工肉等）	+0.1千円

21年度末までに導入可能12,000店へ導入

■ 都心店舗への対応(例)



港地区 導入17店の実績（同地区における未導入店平均との差）

売上合計（タバコ除く）	+8.3千円
米飯	+1.5千円
冷凍食品	+1.4千円
デリカテッセン	+1.4千円
スイーツ	+1.1千円

21年度末までに1,500店で個店対応を実施

ネットコンビニ

■ ネットコンビニの強み

リアルタイム在庫連携

- ・約2,800アイテム (雑誌・非課税商品除く)
- ・高いコンバージョンレート

30分配送サービス

- ・お客様に1番近い在庫拠点
- ・即食ニーズへの対応 (揚げ物のBy Order 等)

ラストワンマイルDXプラットフォーム(今後)

- ・AI活用による配送リソース・ルート最適化
- ・グループ会社商品の配達も視野 (テスト中)

■ 今後の拡大計画

21年2月末: 約350店

北海道: 約120店、広島: 約150店
東京: 約80店(世田谷・中野・品川・池袋)

2021年度

3月～銀座エリア開始(オフィス立地テスト)
⇒年度末までに1,000店でのテストを目指す

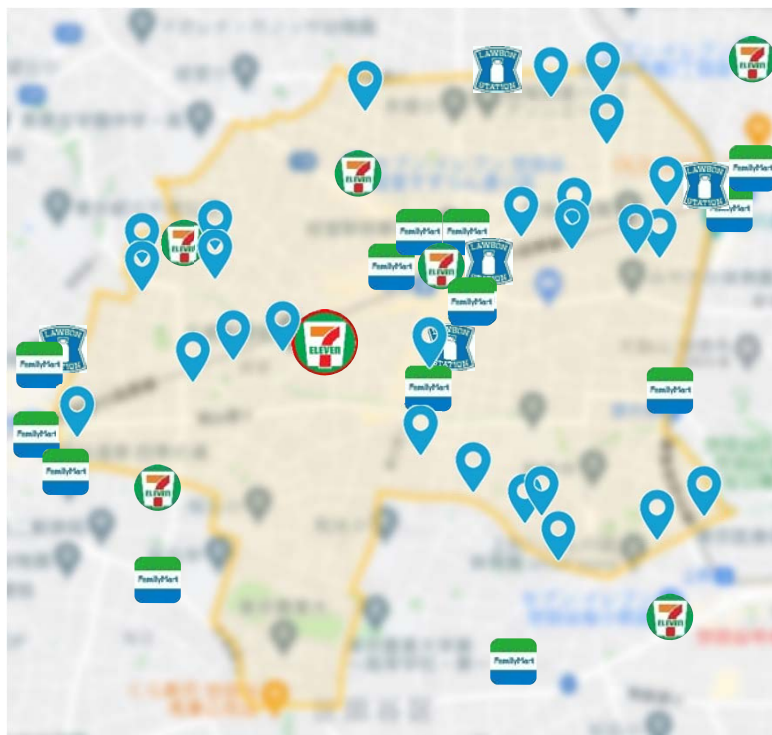
収益モデル確立

2025年度目標

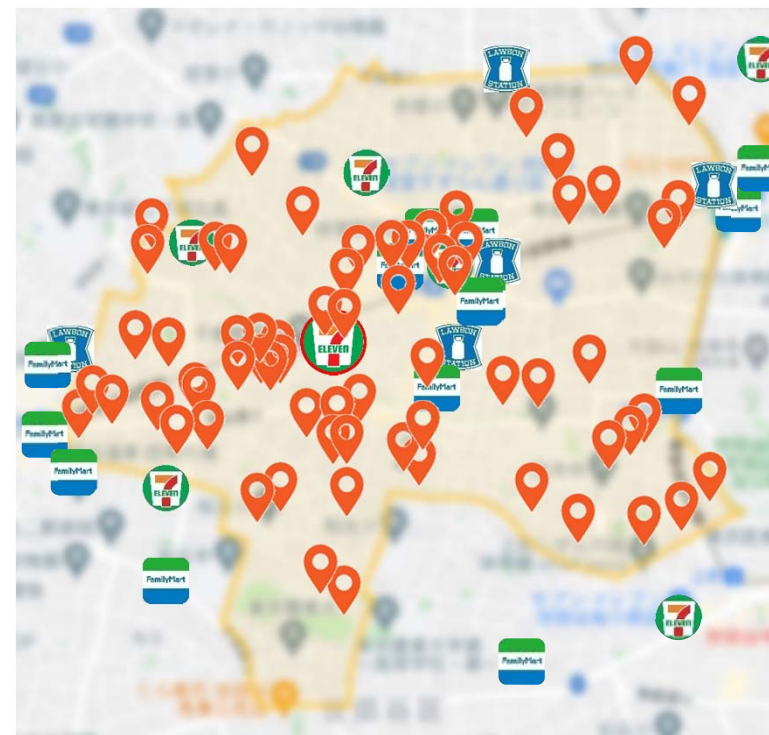
全国展開の完了・営業利益+5%押上げ

【参考資料】ネットコンビニ（リアルタイム在庫連携の効果）

●実施前(最短2時間後～時間指定)



●実施後(注文後30分配送)



コンバージョンレート改善、購入カテゴリー拡大、利用頻度向上、配達効率改善

中期戦略ロードマップ

2021年度

2025年度

売場・商品		小商圈化に対応した商品構成 (売場レイアウト変更)	グループ力を活用した商品調達・品揃え拡充 (生鮮品、ミールキット、海外直輸入, etc.)
サービス		ラストワンマイル: ネットコンビニ 21年度1,000店テスト ⇒ 25年度全国展開へ	
		CRM強化 (セブンアプリ進化・7iDによるグループ連携)	
店舗		不採算店の閉店促進	候補地選定の精緻化・効率化 ⇒ 出店再加速への基盤構築
		複合店舗、次世代型店舗の開発・テスト	
生産性	加盟店	AI発注: テスト ⇒ 全店拡大へ	生産性の改善目標 人時/日: ▲15%減
		スマホレジ	
	本部	DXによる生産性向上 帳票電子化、RPA、チャットボット、販促効率化, etc.	販管費比率低減目標 ▲0.3%pt.減