

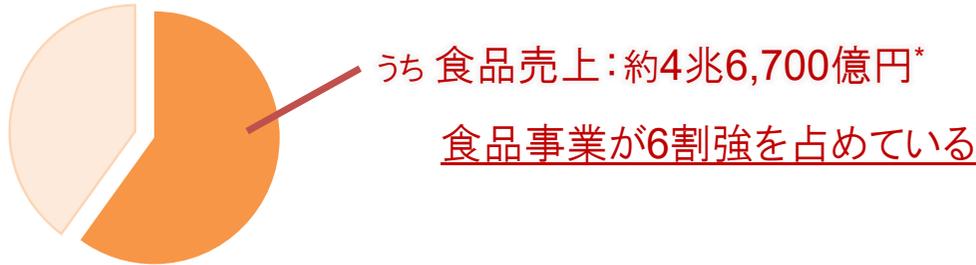


 グループ食品戦略

グループ食品戦略

食品におけるグループシナジー効果

連結グループ国内売上：約7兆4,600億円(2020年度実績)



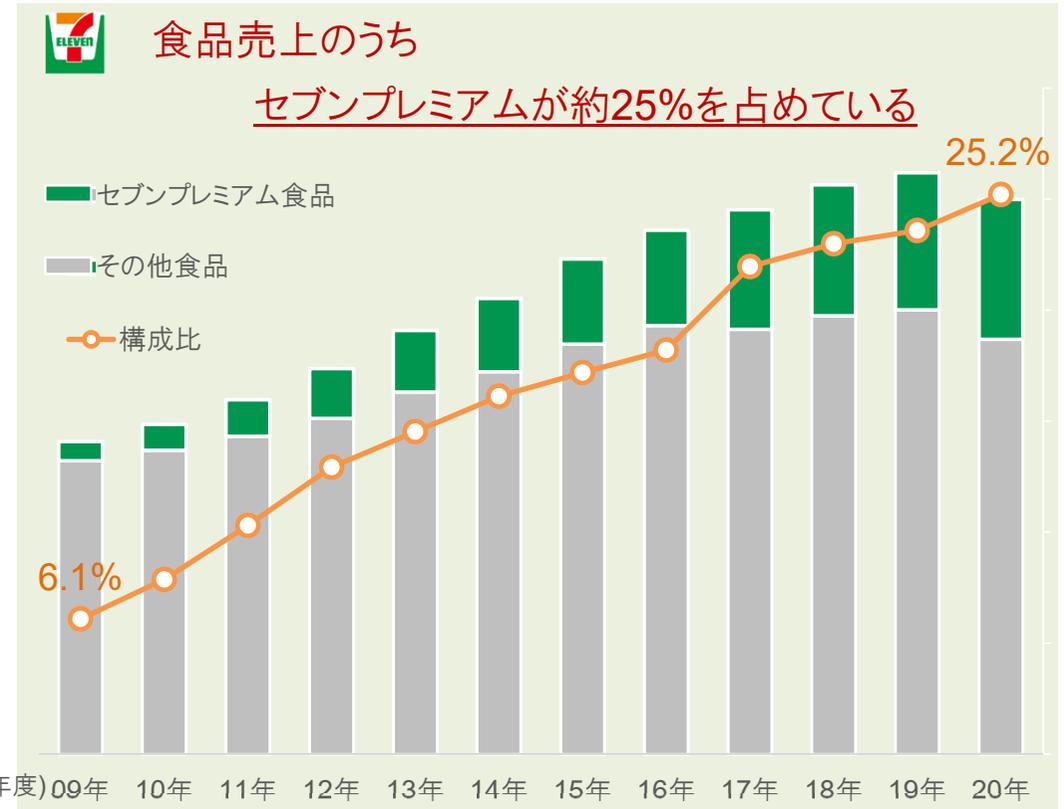
セブンプレミアム商品売上：1兆4,600億円(2020年度実績)



グループ全体で育てたブランド＝シナジーの創出

*SEJ(食品)、IY(自営食品)、SS(食品)、YB、YO、SG、7FSの売上合計

セブン-イレブンにおけるセブンプレミアムの売上構成



セブンプレミアムがセブン-イレブン食品売上に寄与

グループ食品戦略

更なる食品領域におけるシナジーへの挑戦

海外調達促進(直輸入)



スケールメリットを活かした
共同調達の確立



グループ商品力の強化(チームMD)



原材料・レシピの共有、
共通インフラ(PC・CK*)による
ミールキット等の差別化商品を
開発・供給



共通インフラの活用(生鮮食品)



こだわり野菜等SM生鮮食品を
CVSでも取扱い

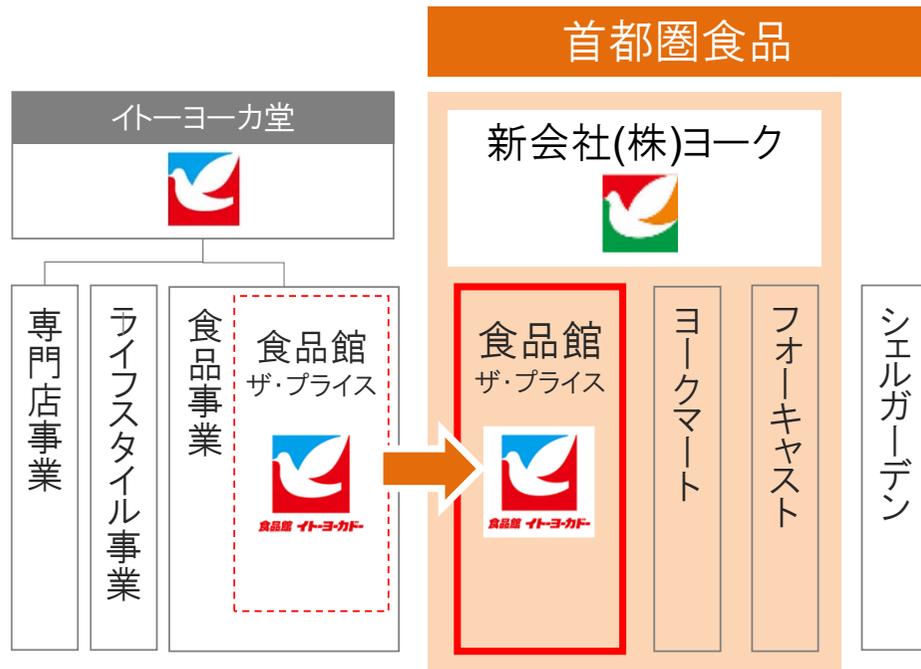


多様な業態を持つからこそ実現できる食品領域における差別化

*PC:プロセスセンター、CK:セントラルキッチン

グループ食品戦略（店舗組織の再編）

第1フェーズ 店舗組織再編（～2020年6月）



- ・ 店舗組織を再編し新たなニーズに対応
- ・ 首都圏食品スーパーの連携強化

2019年度		
3社売上合計	5,572億円	214店
イトヨーカ堂(自営食品)	3,898億円	115店
ヨークマート	1,429億円	78店
シェルガーデン	245億円	21店

新型コロナによるニーズの拡大に対応

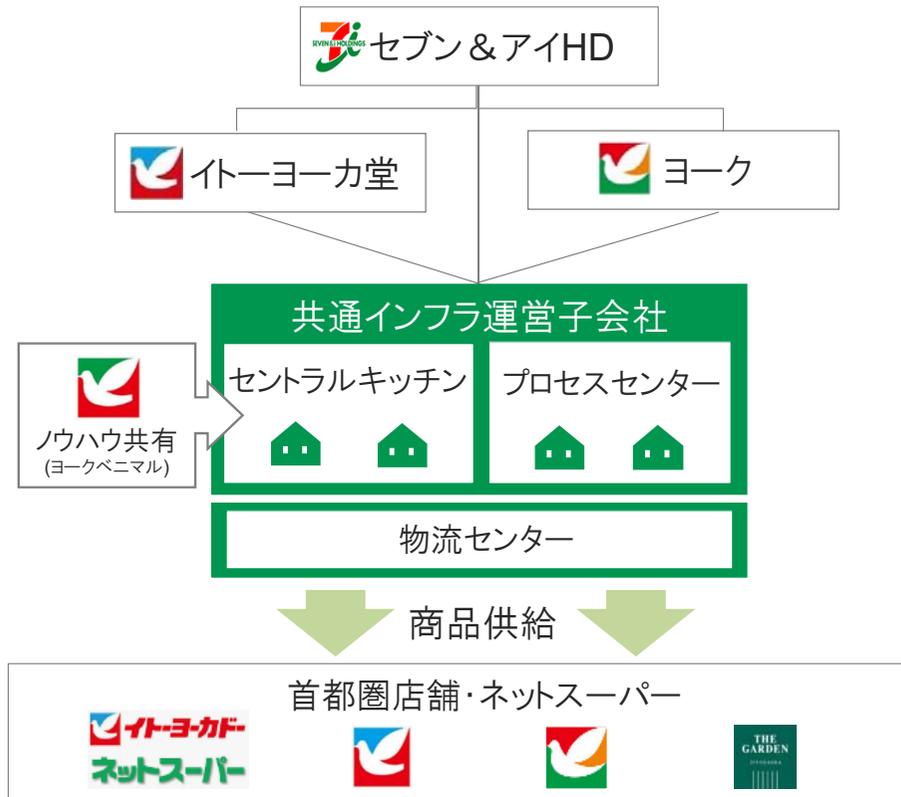
2020年度		
3社売上合計	5,943億円	215店
イトヨーカ堂(自営食品)	3,893億円	94店
ヨーク	1,822億円	100店
シェルガーデン	228億円	21店

※1都3県の期末店舗数：2020年度の期中にIYからYOに20店舗移管

グループ食品戦略（グループ共通インフラの構築）

第2フェーズ 共通インフラの構築（2021年5月～）

第3フェーズ 共同調達機能の拡大



セントラルキッチン 2箇所・プロセスセンター 2箇所
稼動予定 ～2025年度

グループ共通インフラ構築により
高品質かつ効率的な商品供給体制を実現