

 DX・金融戦略

# ラストワンマイル施策（目指す姿）

<p>利便性の向上</p> <p>即食・中食、出前ニーズ</p>	<p><b>お客様</b></p>	<p>地域社会への貢献</p> <p>お買い物にお困りの方</p>
	<p>注文・受取の多様化</p>	<p>簡便調理、内食ニーズ</p>

**オンデマンド購入**

ネットコンビニ、e.デパチカ 等

**計画購入**

ネットスーパー 等

**対面購入**

とくし丸、セブンあんしんお届け便 等

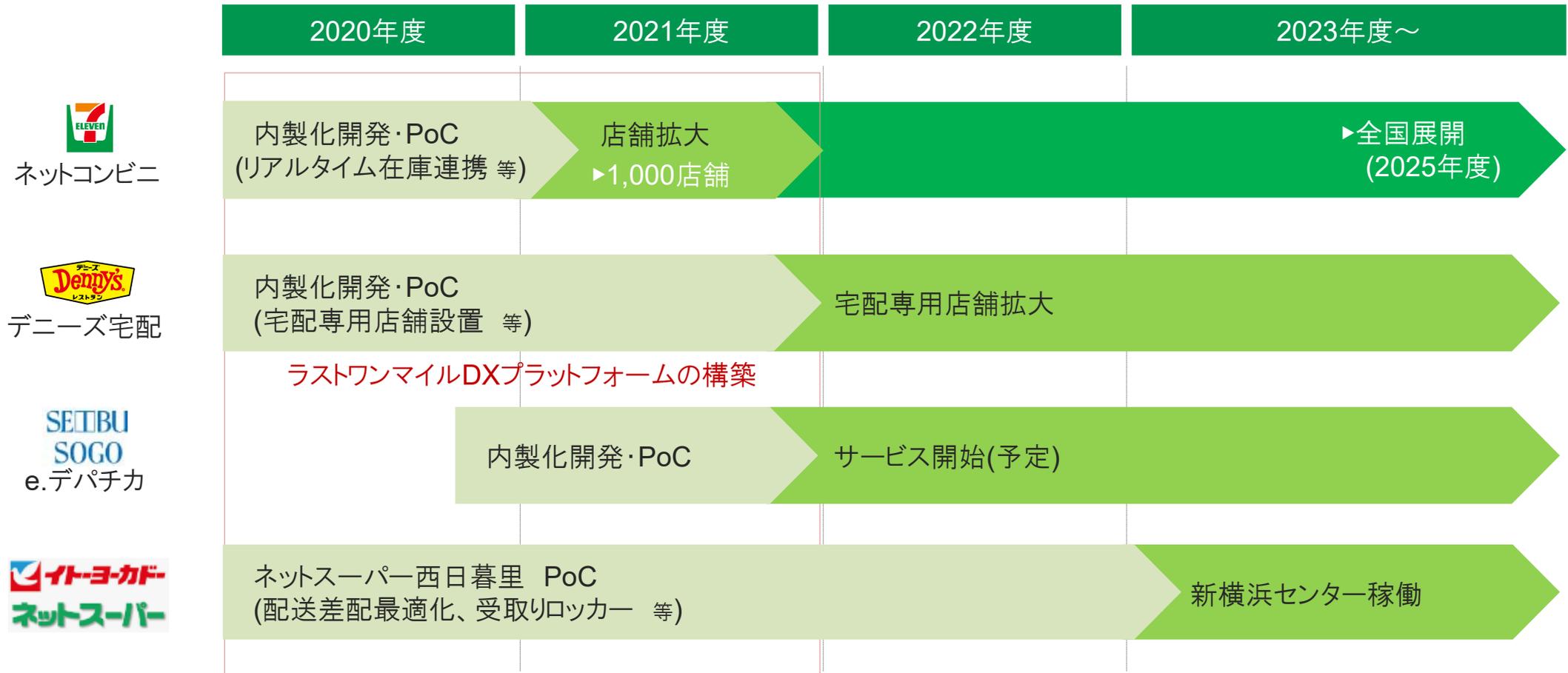
- ▶ 中食やファストフード商品の強化
- ▶ 宅配専用店舗の設置・エリア拡大
- ▶ 配送プラットフォームの構築

- 今後の施策・方向性**
- ▶ 大型センター化  
(共通インフラと連携したSEJ店舗への商品供給 等)
  - ▶ 受取拠点の多様化  
(\*BOPIS、ロッカー 等)
  - ▶ 生鮮食品、ミールキットの強化

- ▶ 稼働台数の拡大
- ▶ とくし丸、地域社会との連携強化

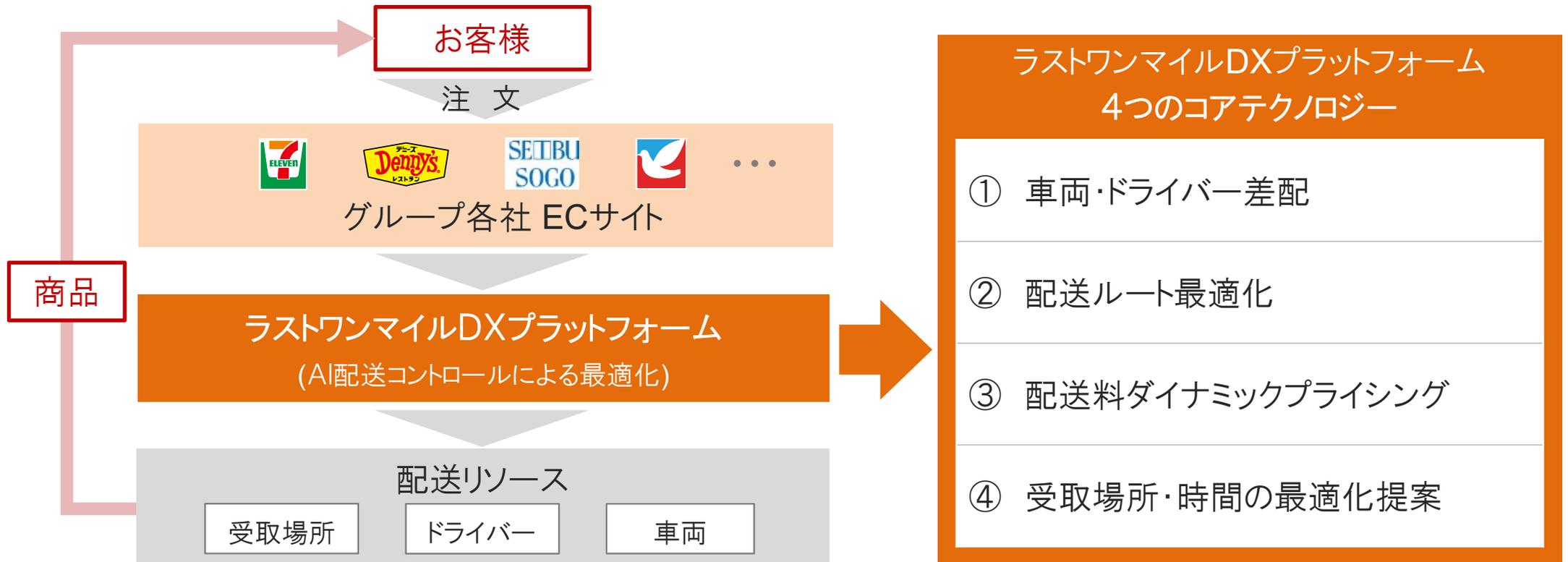
**2025年度には、グループ全体で 約6,000億円 の売上規模へ**

# ラストワンマイル施策（拡大スケジュール）



# ラストワンマイル施策（配送の最適化）

## ■ ラストワンマイルDXプラットフォームの目指す姿



AI配送コントロールにより最大で配送距離を約40%、車両台数を約45%削減\*

\*品川エリアにてAIによる混載機能・ルート最適化機能・車両最適化機能をテスト実施(2020年12月)

# DX・金融戦略（お客様接点の拡大）

■ 「7iD」を通じ、お客様との接点を更に広げ深めることでLTVを向上



新たな決済体験の提供

グループポイント戦略の強化

日々のお買い物で便利な決済サービスとポイントがお得に貯まり使える

2025年度までに  
7iD会員数5,000万人を目指す