

独自のチームマーチャンドライジング体制とバリューチェーンを活かして「食」分野をさらに強化。



カテゴリー数
435
分類

年間売上
約**1兆3,800**
億円

アイテム数
約**3,500**
アイテム

メーカー数
542社
1,453工場

年間売上
10億円以上
の商品
286
アイテム

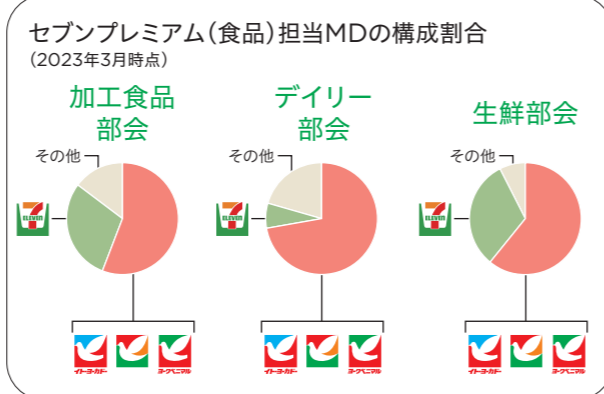
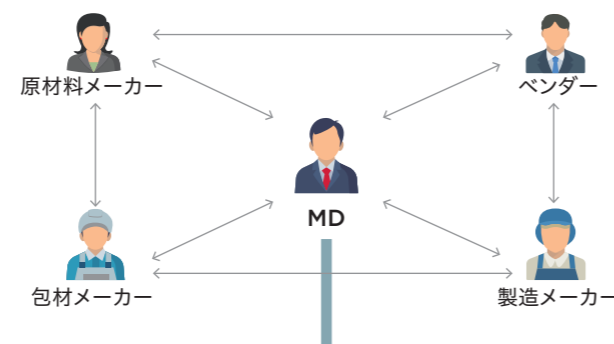
販売店舗数
約**22,000**
店舗

グループ各社の商品開発力を結集した「セブンプレミアム」

当社グループは、事業会社が持つマーケティング情報を融合し、各社が個々に取引する差別化された技術やノウハウを持つサプライヤーに参画いただく「チームマーチャンドライジング(以下、MD)」を推進することで、お客様ニーズの変化に対応した迅速な商品開発を可能としています。

これらグループ各社の商品開発の知見やお取引先のネットワークを最大限に活用して2007年に誕生したグループ共通のプライベートブランド(以下、PB)が、「セブンプレミアム」です。セブンプレミアムは、従来の低価格中心のPB商品のイメージを払拭するために、味や安全・安心などの「品質」を徹底的に追求しました。その実現に向けて、当社グループは、原材料調達から加工、包材、生産まで、高い技術と知見を持つお取引先と共同で商品開発、製造

チームMD体制：グループシナジーを追求



する高レベルのチームMD体制を確立。衣食住の49品目でスタートしたセブンプレミアムは、2023年2月現在、約3,500アイテムへと拡大、一つひとつの商品を大切に育てることで年間売上10億円以上の商品も286アイテムに達しています。

グループの成長を牽引するセブンプレミアムブランドへ

成長を続けるセブンプレミアムですが、そのなかでもとりわけ評価を高めているのが「食」分野です。セブン-イレブンでは、近年の少子高齢化や単身世帯の増加、女性の社会進出に伴う共働き世帯の増加など、社会の変化による“食の簡便化・外部化”を見据えて、「食」分野の品揃えを強化。イトーヨーカ堂、ヨーク、ヨークベニマルなどスーパーストア事業が強みとする品揃えや調達力と、グループで一日にご来店いただく約2,220万人のお客様の声を活かして、

2010年にはワンランク上のクオリティを実現した「セブンゴールド」(現セブンプレミアム ゴールド)ブランドを、2013年にはコンビニコーヒーという新市場を創出した「セブンカフェ」を提案。プライベートブ

| | |
|--|---|
| <p>セブンプレミアム 「毎日食べたい」と満足いただけるおいしさを食卓にお届けします。</p> | <p>セブンプレミアム ライフスタイル 地球環境にも配慮し、確かな技術とこまやかな工夫を重ね、「自分らしくいられる」と感じながら未来に続く生活をお届けします。</p> |
| <p>セブンプレミアム ゴールド 一流の料理人や専門家とともに「とっておきの味」とみんなに教えたいくなる美味しさを食卓にお届けします。</p> | <p>セブンプレミアム フレッシュ サステナビリティや旬を大切に「いつでも安心」と心から思える新鮮な美味しさを、生産者から食卓へお届けします。</p> |
| <p>セブンカフェ いつでもどこでもこだわりのおいしさで、「リフレッシュできるひと時」とワクワクする笑顔をお届けします。</p> | <p>セブン・ザ・プライス 確かな品質と安心価格で、「これはおトク」とうれしくなるいつもの商品をお届けします。</p> |

「食」分野の取り組み

ランドを超えた“食のプレミアムブランド”としてグループの成長を牽引しています。

より良い商品を、より多くのお客様へ

当社グループは、セブンプレミアムが実証した「食」分野でのグループシナジーの発現を「シナジー 1.0」、グループ内の優れた商品やサービス、取り組み事例を各社が互いに共有しながら発展させていく活動を「シナジー 2.0」と位置づけています。この「シナジー 2.0」の実践として、2023年1月より、セブン-イレブン・ジャパンは、イトーヨーカ堂が開発したオリジナル冷凍食品「EASE UP」の販売を開始しました。EASE UPは、日々の食事における個食ニーズ、時短



「EASE UP」商品



ニーズがますます高まっていることに対して、「簡単なのに本格的で美味しいお食事を」をコンセプトにお客様のタイムパフォーマンス向上に因るために開発された商品です。セブン-イレブン店舗への導入にあたっては、より多くのお客様に満足いただくために、セブン-イレブン・ジャパンのデイリーメーカー様に協力いただいて製造体制を構築しました。その知見・技術は、凍結や加熱など冷凍食品特有の課題に応用され、EASE UPのさらなる品質の進化を実現しています。現在はセブン-イレブン・ジャパンの製造パートナーが持つノウハウを活用して、商品ラインアップのさらなる拡充を図っており、イトーヨーカ堂においても多くのお客様に支持をいただいています。

当社グループは、イトーヨーカ堂の発案とセブン-

イレブン・ジャパンの商品開発の知見が融合したグループシナジーの象徴である「EASE UP」に次ぐ新たな商品開発に積極的に挑戦していきます。

グループ共通基盤とインフラの強化により次なるステージ「シナジー 3.0」へ

そして今、当社グループの「食」は、グループ共通基盤・インフラを設けて各社で活用する「シナジー 3.0」へと向かって動き始めています。その象徴となる施設が、2023年3月に稼働を開始した「Peace Deli (P38)」の流山キッチン(千葉県流山市)で、当社グループ共通の食品製造拠点として、首都圏のイトーヨーカドー、ヨークなど約200店舗へ鮮魚・精肉・ミールキットを供給しています。また、2024年には千葉キッチン(千葉県千葉市)が稼働を予定しており、当社グループの「食」分野におけるシナジーは、「1.0」における商品開発領域(セブンプレミアムの開発など)、「2.0」における販売領域に次いで、「3.0」では製造領域へと広がっており、これら取り組みを通じて今後もグループ各社の成長を支えていくことが期待されています。

「食」の強みを世界市場へ

当社グループは、“食”を軸とするグローバルコンビニエンス事業”を成長戦略の柱と位置づけ、国内シナジーを基軸として日本で培ったバリューチェーン構築力を投入し、世界各地でフレッシュフードや専用飲料、PBなどオリジナル商品の開発・販売を強化していきます。セブンプレミアムを生み、育ててきた「チームMD」体制や独自のバリューチェーンを北米に投入、また各国のライセンサーへの支援、シナジー強化などを行うことにより、「食」を中心とした世界トップクラスのリテールグループを目指していきます。



「Peace Deli流山キッチン」(千葉県)

「食」のバリューチェーンを支える“安全・安心、品質”向上への取り組み

当社グループは、「食」分野でのシナジー創出に向けて、その基盤となる“食の安全・安心、品質”を向上するための取り組みや体制を強化し続けています。

グループ各社が定期的に品質方針を共有

食品を取り扱うグループ会社12社は、事故の未然防止と事故発生時の迅速な対応を図るために、品質管理責任者が定期的集まり、重大事故や商品回収・販売継続に関するガイドラインなどを討議しています。

食品安全マネジメント協会(JFSM)に参画

日本発の食品安全マネジメント規格の運営主体として、国内外の食品メーカーが参画して2016年に設立された一般財団法人食品安全マネジメント協会「JFSM」。当社は、設立社の一社としてJFS規格※を活用した食品の品質向上に努めています。

※ JFSMが開発したコーデックスHACCPを含む国際標準に整合した日本発の食品安全マネジメント規格。

原材料の生産履歴を集中管理

セブン-イレブン・ジャパンは、米飯や惣菜などのデイリー商品に使用される原材料や製造工場を正確に把握するために、約180の工場で生産される商品情報をすべてデータベース化。原材料産地から店頭へ並ぶまでの生産履歴を管理しています。

| | |
|---------------------------|-------------------------|
| 原材料から履歴チェック | 情報 |
| 原材料管理データ | 各原材料の原産国、工場、添加物などのデータ |
| 販売エリアから履歴チェック | 情報 |
| 物流管理データ | 地区ごとの原材料、使用量や使用期間などのデータ |
| 商品から履歴チェック | 情報 |
| レシピマスター (メニューレシピ管理データ) | 商品に使用している原材料のデータ |

食品安全マネジメント規格の認証を取得

セブンプレミアムのデイリー食品を製造するすべての工場では、ISO22000、FSSC22000、JFS規格など、コーデックスHACCPを含む国際標準に整合した食品安全マネジメント規格の認証・適合証明を取得しています。



「コールドチェーン(低温物流網)」導入

セブン-イレブン・ジャパンのオリジナルのフレッシュフードには、さまざまな野菜が使われています。これら野菜の鮮度を高く保つために、畑で収穫された野菜を商品にして店舗に届けるまで、低温で輸送・加工する「コールドチェーン(低温物流網)」を導入しています。収穫した野菜は配送車、仕分けセンター、生産工場から店舗の売場の棚まで一貫した温度管理を実施しています。

