



2010年9月2日

～グループで原料を一括調達、共同開発した世界戦略PB～ **グローバルMD商品「コーヒー」を日米で発売** 各国の嗜好性に合わせ、日本では「レギュラー・缶コーヒー」を展開

株式会社セブン&アイ・ホールディングス（東京都千代田区、代表取締役社長 COO：村田 紀敏、以下「セブン&アイ」）は、日本・米国のセブン&アイグループ6社で共同開発したプライベートブランド（PB）商品「コーヒー」を、2010年9月8日（水）より、日米のグループ約19,820店舗で発売いたします。

今般の『コーヒー』は、日本のグループ5社（セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカ堂、ヨークベニマル、ヨークマート、シェルガーデン）と米国セブン-イレブン・インクが、コーヒー豆の買付をグループで一本化することで、良質な原料の大量確保と調達コストの大幅な低減を実現した、戦略的なグローバルマーチャндаイジング（MD）商品です。商品開発においては、コーヒー豆の産地を厳選してブレンドの調整を重ね、グループのプライベートブランド「セブンプレミアム」で培ってきた商品開発ノウハウを最大限に活用いたしました。また、展開する各国の消費・嗜好性に合わせ、日本ではグループPB「セブンプレミアム」ブランドでレギュラーコーヒー（粉）・缶コーヒー、米国では入れたてのフレッシュコーヒーとして販売いたします。



セブンプレミアム

- レギュラーコーヒー（粉）：398円（税込）
- ・オリジナルブレンド
- ・荒挽きブレンド
- 挽きたてコーヒー（缶）：98円（税込）
- ・オリジナルブレンド
- ・微糖

グローバルMD戦略について

セブン&アイは日本や米国、中国をはじめとする世界16の国・地域で、「セブン-イレブン」を中心に約38,000店舗以上を展開しております。その地球規模の流通ネットワークを駆使し、世界中で原材料や商品生産の適地を開発するグローバルMD戦略を、2009年よりスタートいたしました。昨年11月に第1弾「ワイン」を日米のグループ約15,000店舗で、本年6月には第2弾「菓子」を中国内のグループ約130店で発売し、何れの商品も各国のお客様からご好評いただいております。

今後もグループのスケールメリットを最大限活用し、安全・安心、高品質かつリーズナブルプライスにて、PB商品のグローバル展開を推進してまいります。

発売日 2010年9月8日(水)

商品特徴

<セブンプレミアム レギュラーコーヒー(粉)>

『オリジナルブレンド』

苦味が少なく、味に深みとコクをもたせた多くの日本人に好まれるブレンド。酸味を抑えて口当たり良く仕上げたテイスト

『荒挽きブレンド』

飲みやすさを追求し、マイルドに仕上げたブレンド。すっきり味で、朝の一杯にもおすすめ



<セブンプレミアム 缶コーヒー>

豆を挽いてから24時間以内に抽出することで香りを保ち、酸化を抑制。無菌充填製法(コーヒーと牛乳を別々に超高温短時間殺菌し、無菌状態でパック)で、牛乳の旨味とコクを封じ込めました。

『挽きたてコーヒー オリジナルブレンド』




日本人に好まれる、香り豊かなミルク入りタイプ

『挽きたてコーヒー 微糖』

甘さ控えめのすっきりと飲みやすい微糖タイプ



販売店舗 日米合計 約 19,820 店舗

商品形態	商品名称	価格(税込)	販売店舗数
レギュラー コーヒー(粉) 	セブンプレミアム 『レギュラーコーヒー』 ・オリジナルブレンド ・荒挽きブレンド 製造者:キーコーヒー	398 円 (400g)	セブン-イレブン 約 12,900 イトーヨーカドー 175 ヨークベニマル 167 ヨークマート 63 シェルガーデン 18
缶コーヒー 	セブンプレミアム 『挽きたてコーヒー』 ・オリジナルブレンド ・微糖 製造者:UCC 上島珈琲	98 円 (190g)	日本計 約 13,320 西武池袋本店でも販売
 フレッシュコーヒー (サイズ:S・M・L・XL)		1.19 ドル (S・330ml)	(米国) セブン-イレブン 約 6,500

原産地 南米産(ブラジル、メキシコ等)

販売目標 (初年度計画) レギュラーコーヒー: 約 100 万袋
缶コーヒー: 約 2,800 万本

以上