



2006年12月19日

-セブン&アイ HLDGS.横断的商品開発組織を立ち上げ- グループ各社のノウハウ・インフラを結集した商品開発に着手 ~ オリジナル商品として07年春よりグループ5社にて販売開始 ~

株式会社セブン&アイ・ホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役会長 最高経営責任者<CEO>：鈴木 敏文、以下 セブン&アイ HLDGS.）は、グループ各社のノウハウを結集した独自の商品開発体制を確立し、多様化するお客様のニーズに対応した商品を新ブランドとして立ち上げ、2007年春頃を目途に、食品セクターを中心としたグループ5社（セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークマート、シェルガーデン）にて、販売を開始いたします。

セブン&アイ HLDGS.では、グループ各社の情報共有と商品開発体制の効率化を進めており、各社のインフラやグループのスケールメリットを最大限に活かした取り組みで、更なるシナジー効果を追求し、お客様のニーズに応じてまいります。

記

1. 取り組みの背景と狙い

05年9月にセブン&アイ HLDGS.が「新・総合生活産業」として発足以来、本格的なグループマーチャндаイジングとしての初の取り組み
人口の少子高齢化や商品の安心・安全に対するお客様の変化する多様なニーズに対応した新しい商品の開発
グループ各社に来店される、あらゆるお客様へ対応した商品の提供

2. 新たな商品開発の概要およびコンセプト

各事業会社のインフラを最大限に活用
配送体制、原料調達、製造工程等のコストを徹底的に管理
セブン-イレブン・ジャパンが培ってきた商品開発の手法をグループで共有化し
拡大・強化
グループ横断的なプロジェクトチーム、専門組織を初めて立ち上げ
スタート時は、デイリー商品や加工食品分野を中心とした商品開発

主な開発カテゴリー（当初は 11 カテゴリーを予定）

デイリー商品：和惣菜、ヨーグルト・デザート、チルド牛乳・乳飲料 等

加工食品：乾物・お茶、調味料、飲料、嗜好品、カップ麺、菓子 等

3. 発売時期およびアイテム数

発売時期：2007 年春を目途に

アイテム数（デイリー商品 3：加工食品 7 の割合）

< 発売当初 > 07 年春に 100 アイテムを予定

初年度では、合計 300 アイテムを予定

初年度の売上高、約 500 億円を予定

< 今後の予定 > 3 年後（2010 年度）には 1,000 ~ 1,200 アイテムへ拡大予定

売り上げ比率：

セブン&アイ HLDGS. の食品売上高（デイリー商品と加工食品）1.8 兆円の
うち、オリジナル商品の占める割合を 3 年後に 15~20% へ

4. 商品のコンセプト

トレーサビリティや品質基準を明確にした安心・安全な商品

原材料や製法にこだわった高品質の商品

コンビニエンスストア、スーパーストア、スーパーマーケット等、それぞれに
ご来店されるあらゆるお客様に対応した、味・品質・価格 等、価値ある商品

5. 取り組み参画企業（販売店舗）

セブン&アイ HLDGS. 傘下の食品セクターを中心とした事業会社 5 社

セブン-イレブン・ジャパン 11,507

イトーヨーカ堂 180

ヨークベニマル 144

ヨークマート 58

シエルガーデン 19

合 計 11,908 店（06 年 11 月末現在）

6. プロジェクトチームの概要

発足年月：2006 年 11 月

名 称：7&i グループ MD 改革プロジェクト

人 数：事業会社 5 社より、総勢 72 名

組 織：11 部会 26 チーム（デイリー商品と加工食品）

以 上

< ご参考 >

7&i グループ MD 改革プロジェクト 組織図

