

店舗政策

グループの出店戦略

セブン&アイグループはエリア内に複数の業態の店舗を展開しています。それぞれの業態におけるお客様の来店動機や商圏範囲が異なるため、業態の垣根を越えた高密度の出店が可能となります。

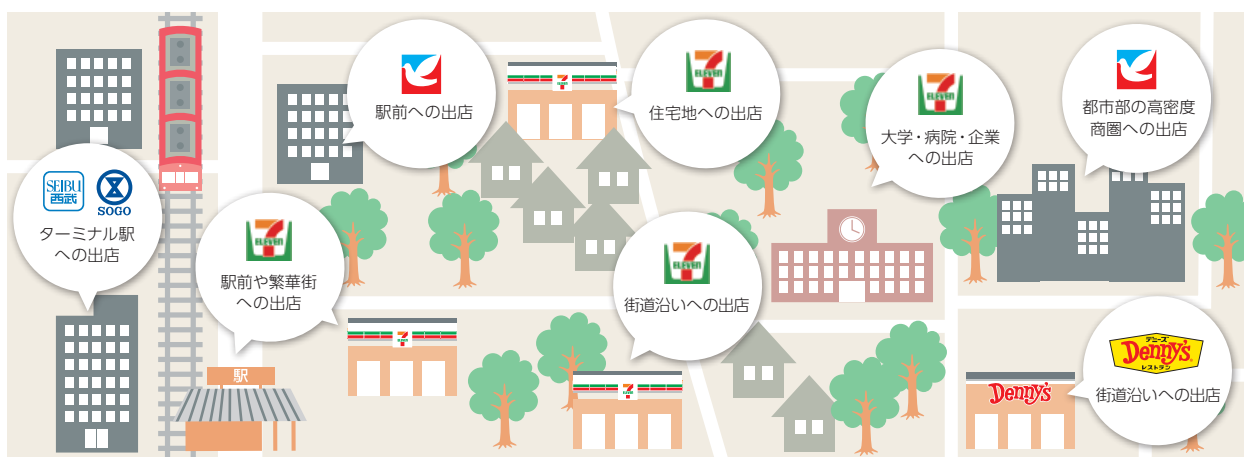
■ ドミナント出店戦略

グループ各社の出店においては、エリア内に高密度で集中的に展開する「ドミナント出店」を基本戦略にしています。

ドミナント出店の効果

- ・お客様の認知度の向上
- ・効率的な物流体制の構築
- ・効率的な生産拠点の構築
- ・加盟店への指導効率の向上
- ・効果的な販売促進
- ・競合参入の阻止

■ 業態別ドミナント戦略



■ 業態別店舗展開の概要

業態	店舗ブランド	展開状況
コンビニエンスストア	 セブン-イレブン	・1990年代までは住宅街、2000年以降は都市部を中心にドミナントを形成 ・既存店舗の活性化を目的にスクラップ&ビルドを積極的に実施 ・標準型路面店舗に加えて駅の売店、事業所、学校といった特殊立地への出店を拡大 ・2010年11月より「複数店経営奨励制度」の内容を拡充 ・2013年2月末現在で40都道府県に展開。2013年3月より四国の香川県と徳島県への出店を開始
総合スーパー	 イトーヨーカドー	・関東を中心にドミナントを形成 ・グループ内外の有力専門店を活用するなどの店舗構造改革を実施
ショッピングセンター	 アリオ	・関東を中心に都市型のショッピングセンターを14店舗展開 ・イトーヨーカドーを核テナントに配し、100以上のテナントを集積
食品スーパー	 ヨークベニマル  ヨークマート	・ヨークベニマルは南東北、北関東でドミナントを形成 ・ヨークマートは南関東を中心にドミナントを形成 ・ドミナントエリアでの積極的な出店を進め、300店舗体制の構築を目指す
百貨店	 西武百貨店  そごう	・「西武百貨店」と「そごう」の2つの百貨店ブランドで展開 ・基幹店舗は池袋本店、横浜、千葉、神戸、広島、渋谷、大宮の7店舗 ・店舗特性を踏まえ、「基幹店」「地域一番店」「業態複合店」に区分 ・小型百貨店をグループのアリオやイトーヨーカドー店舗内に出店
レストラン	 デニーズ	・関東を中心に全国16都府県で店舗展開
専門店	 アカチャンホンポ  ロフト	・ショッピングセンター内を中心に全国27都道府県に店舗を展開 ・グループ内ではイトーヨーカドーやアリオを中心に35店舗を出店 ・百貨店やショッピングセンター内を中心に全国23都道府県に店舗を展開 ・グループ内では、西武百貨店、そごう、イトーヨーカドー、アリオなどに28店舗を出店

(注) 店舗数及び展開エリアは2013年2月末現在

日本国内の店舗展開

セブン&アイHLDGS.では、出店の数を追い求めるのではなく、一つひとつの店の質を重視し、地域の特性に合わせた店づくりに取り組んでいます。

■ 主要事業会社の都道府県別売上(2012年度)



セブン-イレブン



イトーヨーカドー『アリオ』



ヨークベニマル



そごう



西武百貨店



デニース



■ 国内店舗ネットワーク

(2013年2月末現在、店)

北海道	881	12	-	-	1	7	4	2
東北	988	10	134	-	1	19	3	4
関東	6,241	121	50	71	13	342	47	44
中部	2,581	17	-	-	2	85	13	10
近畿	1,798	11	-	-	5	21	16	13
中国	961	3	-	-	1	2	5	5
四国	-	-	-	-	1	-	1	2
九州	1,622	-	-	-	-	-	3	2
合計	15,072	174	184	71	24	476	92	82

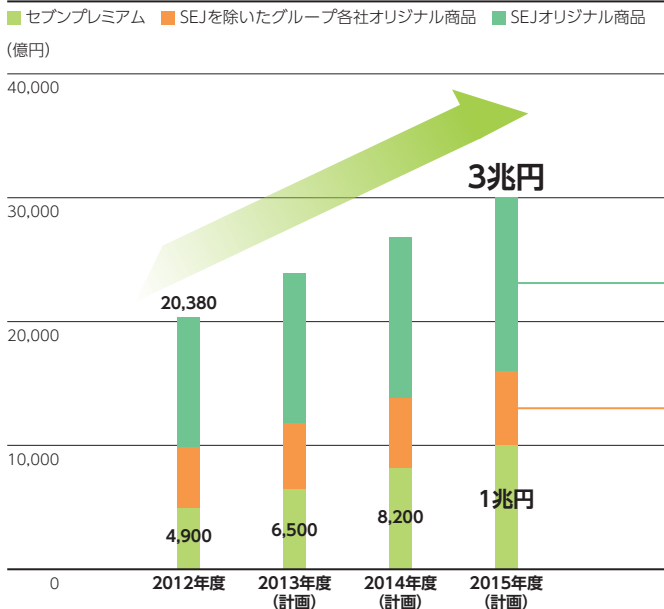
商品政策

■ グループの商品戦略

セブン&アイグループでは、プライベートブランドの商品開発をはじめ、商品及び原材料調達のグループ一元化によるスケールメリットの追求や全体最適の物流の構築などの取り組みにより、更なる売上と利益の向上を目指しています。

2015年度には「セブンプレミアム」の売上を1兆円に、さらにグループのオリジナル商品売上（「セブンプレミアム」を含む）を3兆円にすることを目標にしています。

セブン&アイグループ オリジナル商品売上計画



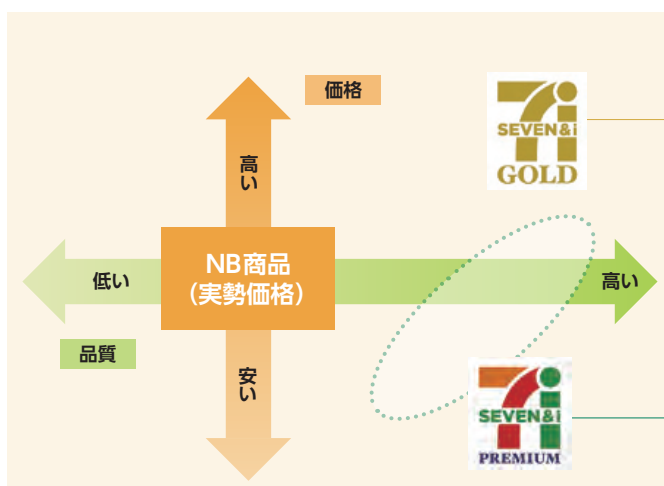
* SEJ=セブン-イレブン・ジャパン



■ セブンプレミアム

グループのプライベートブランド商品である「セブンプレミアム」は、セブン-イレブン・ジャパンにおける米飯や調理パン、麺類など、それまで培ってきたオリジナル商品の開発手法をベースに、グループ各社のインフラや商品開発ノウハウ、販売力を結集して開発しています。

プライベートブランド商品のポジショニングとコンセプト



セブンプレミアム

「セブンゴールド」

- 専門店・繁盛店と同等以上の品質
- 味・品質に対して充分納得して頂ける値頃感のある価格
- 充分な利益を確保



「セブンプレミアム」

- NB売場商品と同等またはそれ以上の品質
- NB実勢価格より2～3割安い価格
- 充分な利益を確保

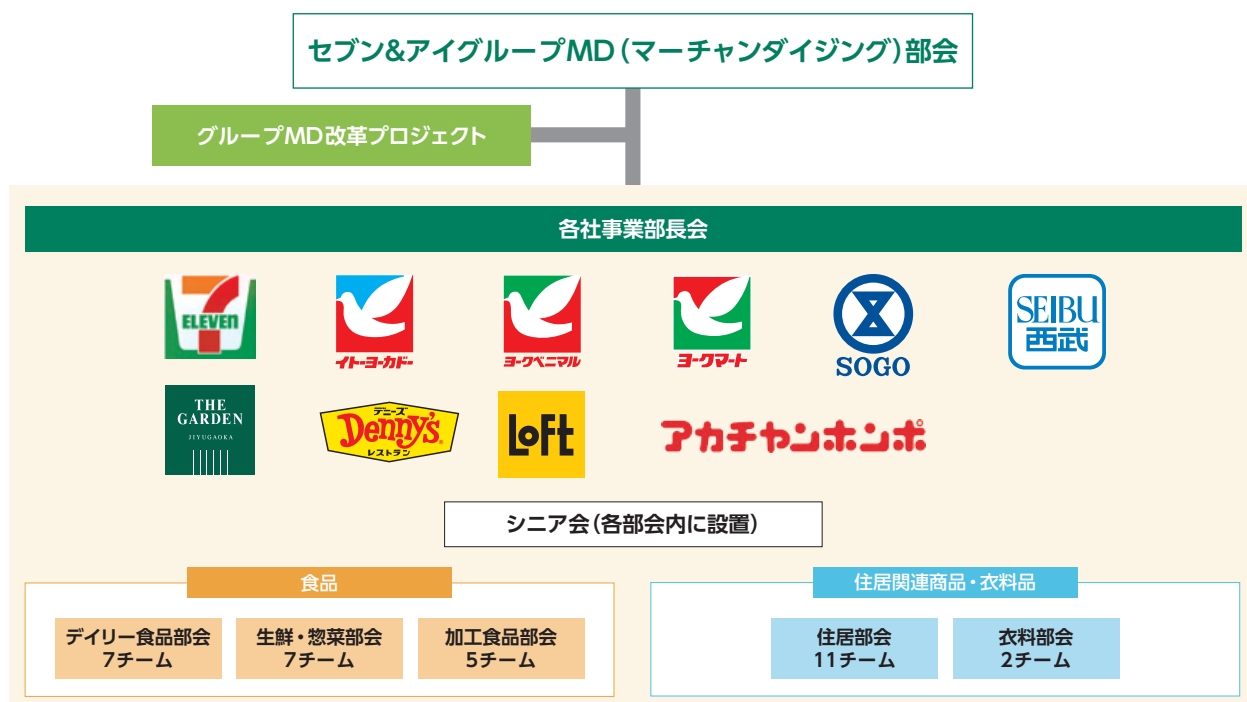
「セブンプレミアム」 7つのこだわり(食品)

- | | |
|---------|--------------|
| ① 安全・安心 | ⑤ ユニバーサルデザイン |
| ② おいしい | ⑥ 健康応援 |
| ③ 地域の味 | ⑦ リーズナブル |
| ④ 最高の技術 | |

* NB=ナショナル・ブランド

■ 商品開発体制

セブン&アイグループ各社の商品開発担当者が5部会32チームを組織化し、お取引先と共同で商品開発を進めています。



■ 「セブンプレミアム」の歩み

2006年	11月	「グループMD改革プロジェクト」立ち上げ
2007年	5月	「セブンプレミアム」販売開始
	8月	セブン・イレブン・ジャパンでの取り扱い開始
	11月	住居関連商品の販売開始
2008年	3月	生鮮加工品の販売開始
2009年	1月	2008年日経最優秀製品・サービス賞「最優秀賞 日本経済新聞賞」受賞
	2月	西武池袋本店での取り扱い開始
	7月	お客様参加型の商品開発コミュニティ「プレミアムライフ向上委員会」立ち上げ
	11月	プライベートブランド商品の世界展開第1弾としてワインを日米同時発売
2010年	9月	「セブンゴールド」の販売開始
2011年	3月	新ブランド戦略の立ち上げ 商品内容、ロゴ、パッケージなどを全面刷新
2012年	5月	生活雑貨プライベートブランド「セブンライフスタイル」の販売開始
	7月	衣料品の販売開始
	11月	国産大手ビールメーカー開発商品として、初めてプライベートブランドビールを発売
	12月	「セブンプレミアム」の売上を2015年度までに1兆円とする目標を発表

「セブンプレミアム」のリニューアルの推進

「セブンプレミアム」は売上金額の高い商品を中心に、毎年約50%の既存商品のリニューアルを実施しています。

お客様参加型のコミュニティサイト「プレミアムライフ向上委員会」を通じてお客様の意見をリサーチし、商品の試作とモニターを納得のいくまで実施し、品質と値頃感がマッチした商品を開発しています。

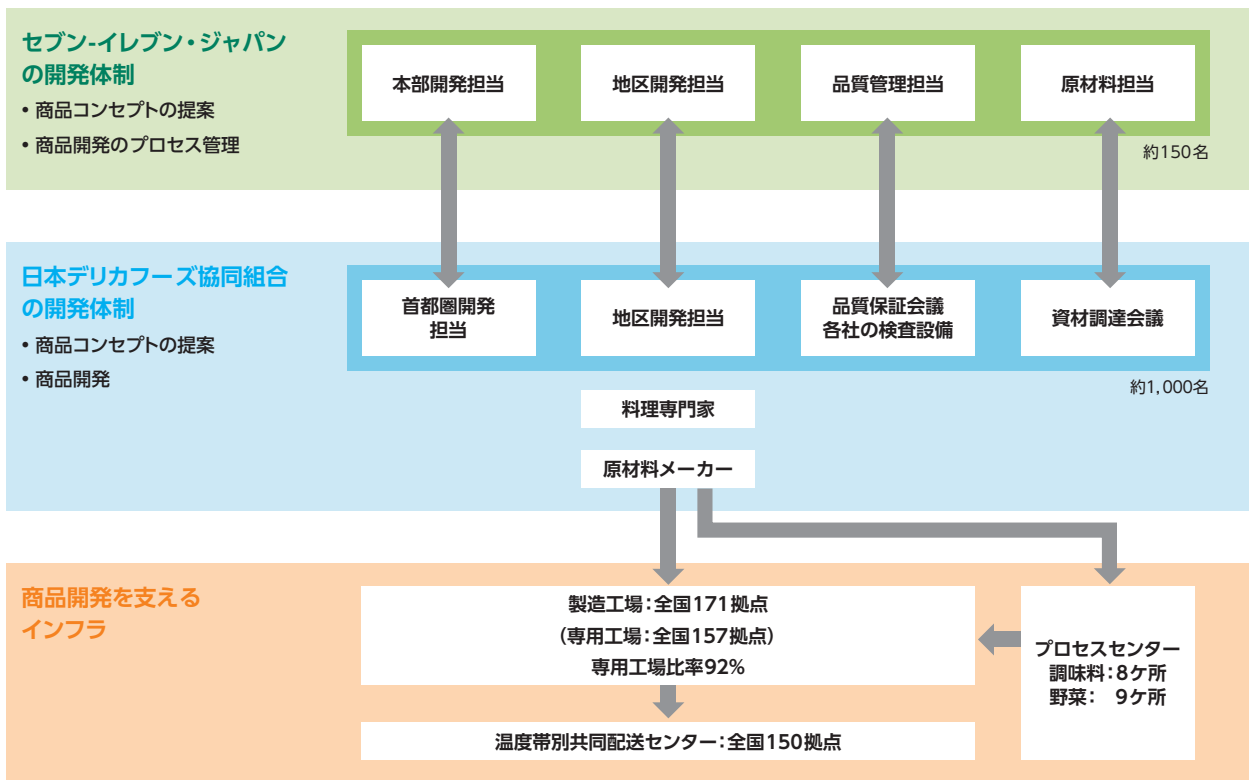
単品で年間販売金額が10億円以上の商品

デリー・日記商品	飲料・酒
52 SKU	23 SKU
	
菓子	加工食品
9 SKU	8 SKU
	
合計 92 SKU	

商品政策

オリジナルデイリー商品の開発 ～セブン-イレブン・ジャパンの事例～

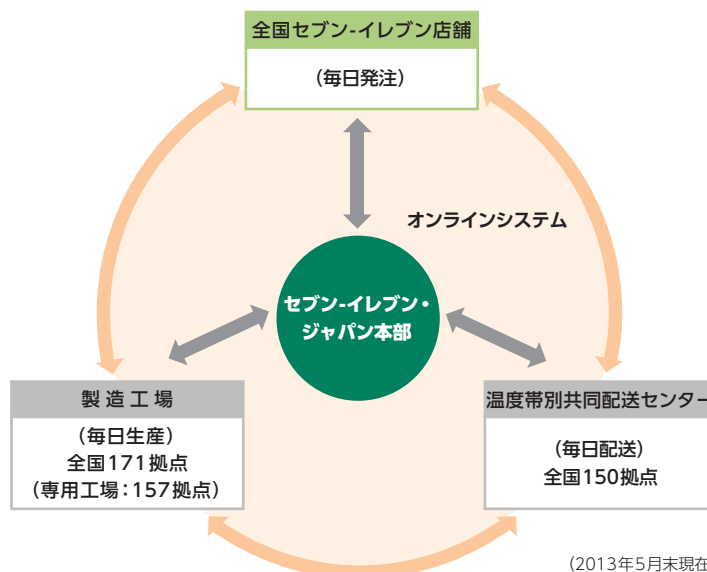
商品開発の仕組み



(注) 1. 日本デリカフーズ協同組合: 1979年に米飯メーカーを中心に結成。現在は米飯、調理パン、惣菜、調理麺、漬物メーカーなど約80社が参加し、商品開発、品質管理、共同購入、環境対策などを実施
2. 開発体制、製造工場数、専用工場数、温度帯別共同配送センター及びプロセスセンター数は2013年5月末現在

商品の供給システム

オリジナルデイリー商品は、それぞれが独立した協力企業が運営する専用工場で製造され、温度帯別共同配送センターから店舗へ納品されます。商品開発や衛生管理、品質管理の面で差別化を図るため、専用工場と温度帯別共同配送センターは全てセブン-イレブン・ジャパン専用となっています。



オリジナルデイリー商品

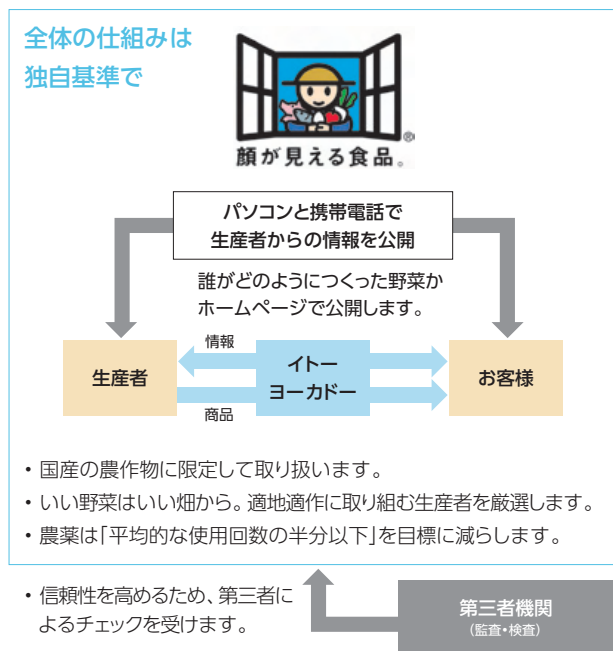
(2013年5月末現在)

安全・安心への取り組み ～イトーヨーカドーの事例～

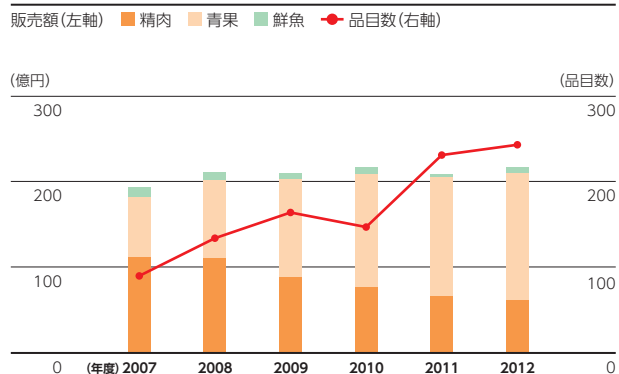
■「顔が見える食品。」の取り組み

イトーヨーカドーでは、「より信頼できる食べ物」へのニーズに応えるために、商品の生産地や生産方法、流通経路を正確に把握し、お客様にお知らせするトレーサビリティを重視しています。この一例が、イトーヨーカドーが企画した商品ブランド「顔が見える食品。」シリーズです。「顔が見える食品。」は生産方法と品質の基準化、放射性物質などの検査、外部監査の導入による信頼性の確保、情報公開による開かれた関係づくりを推進しています。

青果におけるトレーサビリティの仕組み



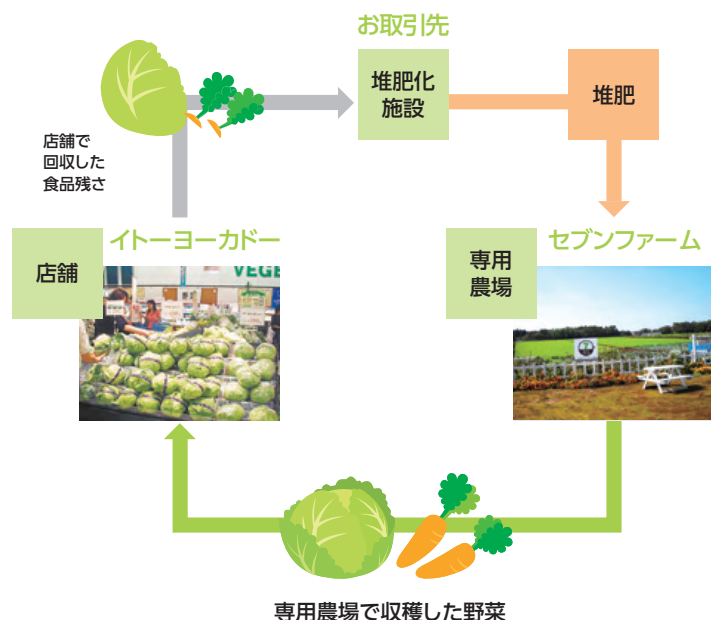
「顔が見える食品。」の取り扱い状況



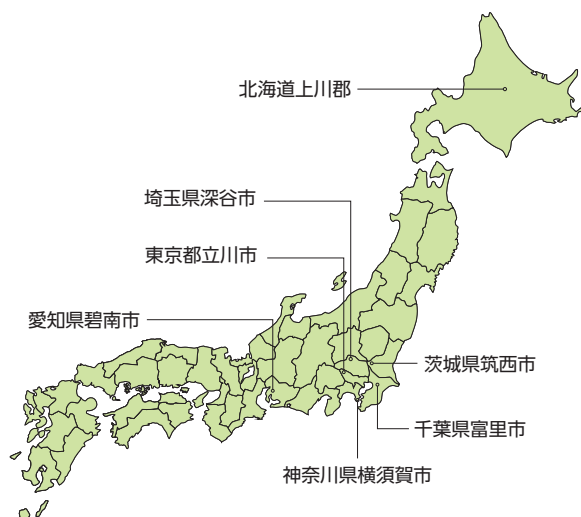
■ 環境循環型農業 「セブンファーム」

イトーヨーカドーでは、店舗から出る食品残さを堆肥化し、その堆肥を使って専用農場「セブンファーム」で野菜を栽培し、収穫した野菜を近隣のイトーヨーカドー店舗を中心に販売しています。循環型農業を実践している「セブンファーム」は2013年4月末時点で全国7ヶ所(計50ヘクタール)にあり、2013年度までに全国10ヶ所に拡大する計画です。

循環型食品リサイクルシステム



セブンファーム所在地(2013年4月末現在)



買物支援

社会変化に応じたお届けサービスを実施

■ お食事お届けサービス 「セブンミール」

栄養管理士が監修した「日替り弁当」や「お惣菜セット」などの商品をお届けするセブン-イレブンのオリジナルサービスです。2012年5月よりサービス内容を見直し、お買い上げ金額500円以上からお届け料無料、500円未満は120円でお届けしています。

セブンミールのご注文&お受け取り方法

ご注文

お店で注文／電話・ファクスで注文／インターネットで注文



お受け取り

セブン-イレブン店頭受け取り／店舗からお届け



■ 宅配サービス 「セブンらくらくお届け便」

環境にやさしい超小型電気自動車「コムス」を活用し、お客様から電話でご注文頂いた商品や店頭でお買い上げ頂いた商品をご自宅や事務所にお届けするサービスを、2012年7月よりスタートさせました。

2013年4月末には約350店舗、2013年度中には約1,000店舗で導入する計画です。

「セブンらくらくお届け便」は、2012年日経優秀製品・サービス賞の「日経MJ賞 最優秀賞」を受賞しました。



■ 移動販売サービス 「セブンあんしんお届け便」

遠くまでお買物に行けない高齢者や家の近くにお店がない方々を支援するセブン-イレブンの移動販売サービスです。車両は完全オリジナルの軽トラックで、常温、20℃、5℃、-20℃の4つの温度帯に対応しています。

2011年5月からサービスを開始し、2013年2月末時点で30台以上が稼働しています。



■ イトーヨーカドーのネットスーパー

イトーヨーカドーの店舗が運営主体となり、各店舗の商圏内のお客様から注文を受け、最短3時間で新鮮な商品を店頭と同価格でご指定の時間帯にお届けするサービスです。

パソコン／携帯から
ご注文



店頭でご注文商品の
ピッキング

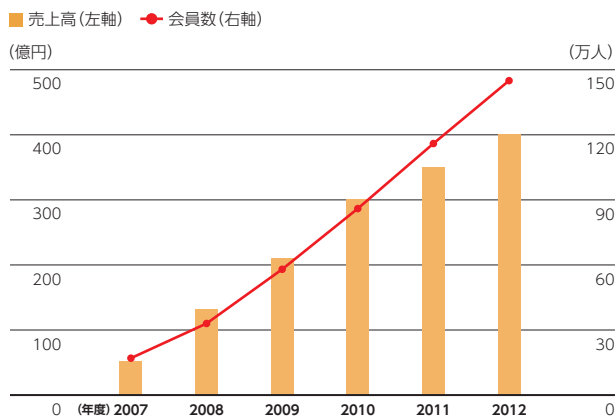


店舗バックルームで
商品の梱包作業



お客様へお届け

開始時期	2001年3月
取り扱い品目	約3万アイテム (食品、日用品、肌着、子供雑貨他)
配送料	315円(税込み) ※一定以上の購入で無料
配送	1日10便体制 ※一部店舗を除く
売上計上方法	イトーヨーカドー各店舗の売上に計上
売上	400億円(2012年度)
会員数	145万人(2013年2月末)



■ イトーヨーカドーの「ポーターサービス きいろい楽だ」

1ケースにつき315円(税込)で、イトーヨーカドーでお買い上げ頂いた商品をお預かりし、その日のうちにご自宅までお届けするサービスです。



午後3時までに
お買い上げの商品



当日午後6時～8時に
お届けします。



グループ環境

店舗の省エネ化

セブン&アイグループ各社では、店舗数の増加や商品・サービスの拡充に伴うCO₂排出量を抑制するため、最新の省エネ設備や再生可能エネルギーの導入などに取り組んでいます。国内の主要9社においては、2011年度の排出量を基準に2017年度の総排出量を試算し、その数値から約10%削減することを目標にしています。

■ セブン-イレブン・ジャパンの環境配慮型店舗

セブン-イレブン・ジャパンでは、鉄骨の量を大幅に削減したプレハブ工法でつくった店舗に、太陽光発電パネルを取り付けるとともに、太陽光を採り入れるためのトップライト(天窗)を設け、LED照明、冷凍庫の排熱を活用する排熱給湯システムなどを組み込んだ環境配慮型の店舗を2013年2月末現在で490店出店しています。

また、安定した自然エネルギーである地中熱を利用した空調システムを、2012年2月より4店舗でテスト導入しています。



2012年度の各設備の削減効果

	店舗数	電気の削減量 (千kWh)	CO ₂ の削減量 (t)
太陽光パネル	6,500	15,103	8,443
LED照明	11,256	29,534	16,510
合計	-	-	24,953

1店舗当たりの削減効果

・プレハブ工法採用店舗	CO ₂ 排出量	△5.8t
・環境配慮型店舗	電気使用量	△30%
・地中熱を利用した空調システム	電気使用量・CO ₂ 排出量	△30%

■ イトーヨーカドー

イトーヨーカドーでは、新規出店や改装時に省エネルギー型の設備を導入した環境配慮型店舗を出店しています。2012年11月にオープンした『アリオ鷺宮』は、LED照明に加え、店舗の南側壁面と屋根付駐車場上部に太陽光パネルを設置し、発電した電力を店舗照明の一部として利用しています。また、芝・ツタ植物などによる屋上・壁面緑化など約3,600m²の規模で展開しています。

また新店以外にも、基本照明と内装照明のLED化を積極的に進めています。



『アリオ鷺宮』の削減効果

	電気の削減量 (千kWh)	エネルギー削減量 (t)	CO ₂ の削減量 (t)
太陽光パネル	205	-	95
LED照明	1,144	-	530
高効率空調	-	9,927	533



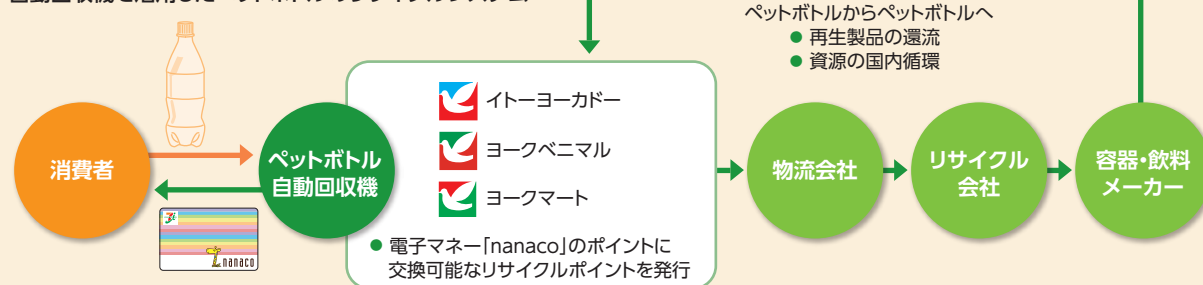
ペットボトル自動回収機の店頭設置

国内の大手小売チェーン全体としては初となるペットボトルの店頭回収、及び国内でのペットボトルリサイクルシステムを、2012年3月より開始しました。

実施店舗 (2013年3月末現在)

イトーヨーカドー	87店
ヨークベニマル	50店
ヨークマート	61店

自動回収機を活用したペットボトルのリサイクルシステム



グローバル戦略

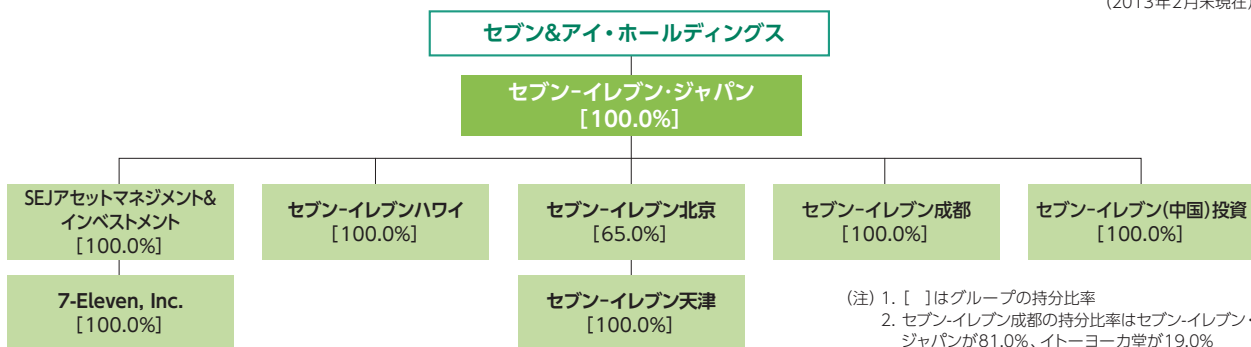
■ コンビニエンスストア事業の資本関係

日本、北米、中南米、中国（北京・天津・成都・青島）では、当社の子会社及び関連会社がセブン-イレブン店舗を運営しています。当社の子会社が運営する国や地域以外では、有力な企業グループがエリアライセンスとなり、セブン-イレブン店舗を運営しています。

また、今後の北米における業務拡大と収益の向上に向けた体制を強化するため、(株)SEJアセットマネジメント&インベストメントを設立しました。

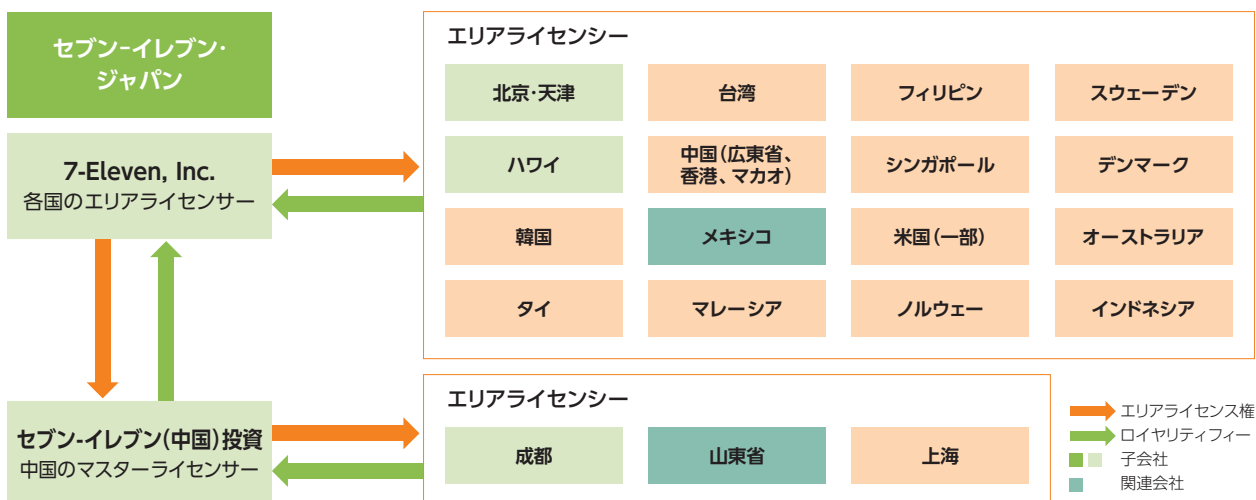
更に、中国事業の強化を目的に、中国におけるマスターライセンスであるセブン-イレブン中国有限公司で事業目的、資本金の変更（増資）などを行い、事業の統括と傘下の子会社などに直接投資できるセブン-イレブン（中国）投資有限公司に商号を変更しました。

（2013年2月末現在）



■ 世界のセブン-イレブンとの関係

7-Eleven, Inc.は、日本を除く各国のセブン-イレブンにエリアライセンス権を付与しており、エリアライセンスから支払われるロイヤリティフィーは7-Eleven, Inc.に計上されます。



■ 世界のセブン-イレブン店舗数

店舗数の推移

（店）

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
日本	10,826	11,310	11,735	12,034	12,298	12,753	13,232	14,005	15,072
アメリカ・カナダ	5,799	5,829	6,050	6,088	6,196	6,389	6,610	7,149	8,118
韓国	1,179	1,238	1,421	1,750	1,995	2,186	3,145	5,249	6,986
タイ	2,861	3,311	3,785	4,279	4,778	5,270	5,790	6,276	6,822
台湾	3,680	4,037	4,385	4,705	4,800	4,744	4,750	4,801	4,852
中国	808	952	1,105	1,358	1,512	1,670	1,711	1,792	1,919
その他	2,574	3,029	3,354	3,699	4,159	4,684	5,055	5,713	5,990
合計	27,727	29,706	31,835	33,913	35,738	37,696	40,293	44,985	49,759

（注）1. アメリカ・カナダの店舗数は7-Eleven, Inc.の直営店及びフランチャイズ店の店舗数
2. 日本は翌年2月末、その他の国・地域は12月末の店舗数

■ 世界のセブン-イレブン運営会社

国・地域	運営会社	店舗数(店)
韓国	Korea-Seven Co. Ltd. [Lotte Group]	6,986
タイ	C. P. ALL Public Company Ltd. [Charoen Pokphand Group]	6,822
台湾・中国(上海)	President Chain Store Co. Ltd. [Uni-President Enterprise Corp.]	4,936
中国(広東省・香港・マカオ)	The Dairy Farm Company, Limited [Dairy Farm International Holdings Limited]	1,544
メキシコ	7-Eleven Mexico S.A. de C. V.	1,498
マレーシア	7-Eleven Malaysia Sdn Bhd	1,407
フィリピン	Philippine Seven Corporation [President Chain Store Corporation]	829
オーストラリア	7-Eleven Stores Pty. Ltd.	595
シンガポール	Cold Storage Singapore (1983) Pte. Ltd. [Dairy Farm International Holdings Limited]	570
ノルウェー・スウェーデン・デンマーク	Reitan Servicehandel	547
アメリカ	Garb-Ko, Inc.	368
	Resort Retailers, Inc.	
	Southwest Convenience Stores, Inc.	
インドネシア	PT Modern Putraindonesia	117
中国(山東省)	山東衆邸便利生活有限公司	4

(注) 1. 2012年12月末の店舗数

2. 運営会社名の[]は各社が所属する企業グループ

3. 中国山東省においてセブン-イレブンを運営する山東衆邸便利生活有限公司はセブン-イレブン・ジャパンの関連会社

4. メキシコにおいてセブン-イレブンを運営する7-Eleven Mexico S.A. de C.V.は7-Eleven, Inc.の関連会社

■ 既存エリアライセンサーに対する支援プログラム

「セブン-イレブン」のブランド力を強化するため、SEJとライセンサーの7-Eleven, Inc. は、SEJがこれまで培ってきた経験を世界各国のエリアライセンサーのレベルアップに活用するプログラムを構築しました。支援プログラム契約を結んだエリアライセンサーに対して、支援をスタートしています。

支援内容

1. 店舗運営などのビジネスプロセスの支援や指導

- ・ファスト・フードを中心に、既存商品の品質改善や新商品の開発手法
- ・立地環境に即した店舗運営手法、経営指導員のカウンセリングスキル
- ・出店候補地選定手法ほか、物流・建築設備・ITなど、包括的に支援

2. モデル店の開設

- ・既存店を改装し、品揃えや陳列、接客サービスなどにSEJの経験を取り入れた店づくりを実践
- ・モデル店で育んだ成功事例の既存店への拡大、新店モデルの構築

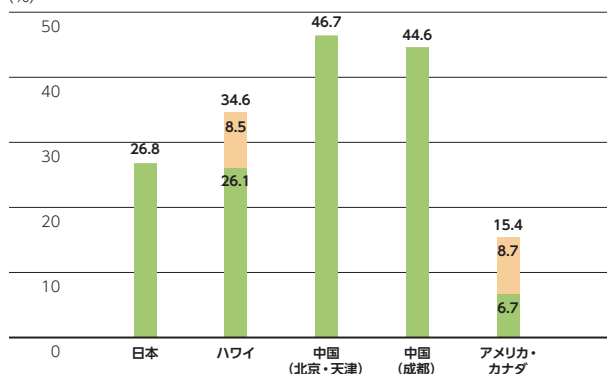
3. SEJによるエリアライセンサーの幹部候補社員の研修受け入れ

- ・店舗オペレーション、店舗開発、商品開発の営業3部門から研修生を受け入れ
- ・研修及び各専門分野での実地研修

■ 世界のセブン-イレブンのファスト・フードの売上

2012年度のファスト・フードの売上構成比

(%)



アメリカ・カナダ



中国(北京)

- (注) 1. ■ はカウンターで提供するドリンク(スラッピー、コーヒーなど)
 2. ハワイ、アメリカ・カナダは商品売上に対する構成比
 3. 海外子会社の決算期は12月期

グローバル戦略

中国事業

中国ではコンビニエンスストア、総合スーパー、レストランを展開しており、業態の垣根を越えて情報の交換や商品の共同開発にも取り組んでいます。また、中国事業を更に強化するために、中国におけるマスターライセンスであるセブン-イレブン中国有限公司で、事業目的、資本金の変更(増資)などを行い、事業の統括と傘下の子会社などに直接投資できるセブン-イレブン(中国)投資有限公司に商号を変更しました。

またスーパーストア事業におきましても、事業の統括と傘下の子会社に直接投資ができるイトーヨーカ堂(中国)投資有限公司を設立しました。

(2012年12月末現在)

	業態	設立	1号店開店日	資本金	出資比率
セブン-イレブン 北京有限公司	コンビニエンス ストア	2004年1月	2004年 4月15日	35,000 千米ドル	セブン-イレブン・ジャパン 65.0% 北京王府井百貨(集団)股份有限公司 25.0% 中国糖業酒類集团公司 10.0%
セブン-イレブン 成都有限公司	コンビニエンス ストア	2010年12月	2011年 3月17日	30,000 千米ドル	セブン-イレブン・ジャパン 81.0% イトーヨーカ堂 19.0%
セブン-イレブン(中国) 投資有限公司	中国事業における 投資会社及び セブン-イレブンの マスター・ ライセンス*	2012年7月	-	250 百万人民元	セブン-イレブン・ジャパン 100.0%
セブン-イレブン天津 有限公司	コンビニエンス ストア	2012年11月	2012年 11月	28 百万人民元	セブン-イレブン北京有限公司 100.0%
山東衆邸便利生活 有限公司	コンビニエンス ストア	2012年11月	2012年 11月	120 百万人民元	衆地集团有限公司 65.0% セブン-イレブン・ジャパン 35.0%
華糖ヨーカ堂有限公司	総合スーパー	1997年9月	1998年 4月28日	65,000 千米ドル	イトーヨーカ堂 75.8% 伊藤忠商事・伊藤忠中国 12.3% 中国華孚貿易発展集团公司 12.0%
成都イトーヨーカ堂 有限公司	総合スーパー	1996年12月	1997年 11月21日	23,000 千米ドル	イトーヨーカ堂 74.0% 中国華孚貿易発展集团公司 12.0% 伊藤忠商事・伊藤忠中国 9.0% 永利都(成都)房産開発有限公司 5.0%
イトーヨーカ堂(中国) 投資有限公司	中国事業における 投資会社	2012年7月	-	30,000 千米ドル	イトーヨーカ堂 100.0%
セブン&アイ・レストラン (北京)有限会社	レストラン	2009年2月	2009年 7月21日	100 百万人民元	セブン&アイ・フードシステムズ 75.0% 北京王府井百貨(集団)股份有限公司 15.0% 中国糖業酒類集团公司 10.0%

* 既に7-Eleven, Inc.よりエリアライセンス権を付与されている北京・天津・河北省及び香港・マカオ・広東省を除く

売上高の推移

(百万円)

	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度
華糖ヨーカ堂	13,640	14,493	16,809	20,585	26,514	33,901	36,369	31,932	30,008	28,477	27,902
成都イトーヨーカ堂	7,980	8,099	12,707	15,611	19,682	26,690	36,738	41,192	48,048	50,672	53,513
セブン-イレブン北京	-	-	-	882	1,997	3,563	4,686	5,204	5,874	7,754	11,273
王府井ヨーカ堂	-	-	-	963	1,436	1,660	2,054	1,458	1,295	1,217	1,511
セブン-イレブン成都	-	-	-	-	-	-	-	-	-	517	1,909
為替換算レート(1元=)	¥15.04	¥13.98	¥13.06	¥13.57	¥14.62	¥15.51	¥14.85	¥13.72	¥12.90	¥12.32	¥12.72

(注) 1. 売上高は増値税(付加価値税)を除く
2. 各社とも12月決算



成都イトーヨーカ堂



華糖ヨーカ堂



セブン-イレブン北京



セブン-イレブン成都

セブン&アイHLDGS.のネット戦略

国内約17,000店舗に及び店舗ネットワーク、接客力や商品知識、高度な情報・物流システムなどの事業インフラ、「セブンプレミアム」をはじめとする商品開発力。セブン&アイHLDGS.が培ってきた様々な資産をネットと融合させることで、オムニチャネル時代に対応した新しい小売業を目指しています。

1. 2つのネット事業モデル

セブン&アイHLDGS.では、セブン-イレブン店頭受け渡しに加え、専用の倉庫から全国にお届けする「通販型」、近隣のセブン-イレブンやイトーヨーカドーから商品をお届けする「お届け型」でネット事業を展開しています。「通販型」においては、最新設備を導入した約50,000㎡規模の物流センターが2013年6月から稼働しており、より早いお届けと品揃えの強化を行います。

2. グループのネットサービスの一本化

2012年7月、グループ各社の通販サイトをセブンネットショッピングに一本化し、ワンストップでグループ各社の様々なネットサービスが利用できるようになりました。サイトの機能やデザイン、品揃えや物流において、よりシームレスなサービスに連携していくことで、お客様が多様なサービスをスムーズにお使い頂けるように進化させていきます。

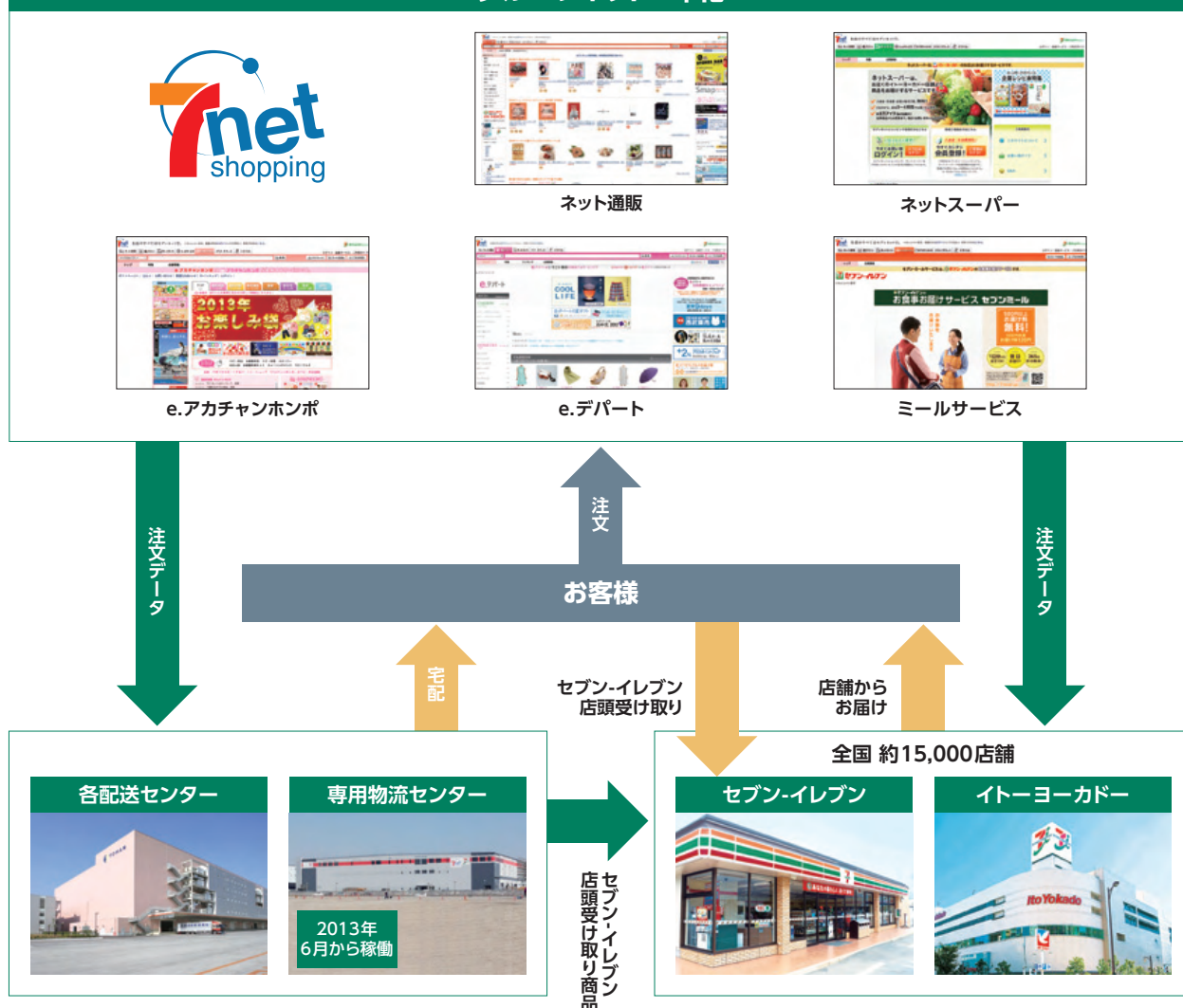
3. Wi-Fiサービス「セブンスポット」

約13,000店のグループ店舗内に光ブロードバンドサービスを利用したWi-Fiサービス「セブンスポット」を構築し、高速インターネットサービスだけでなく、限定コンテンツやお得なサービスを配信し、集客につなげています。

今後は情報インフラとしてだけでなく、リアル店舗とネットをつなぐ、オムニチャネル時代のお客様の導線としても活用していきます。



グループネット一本化

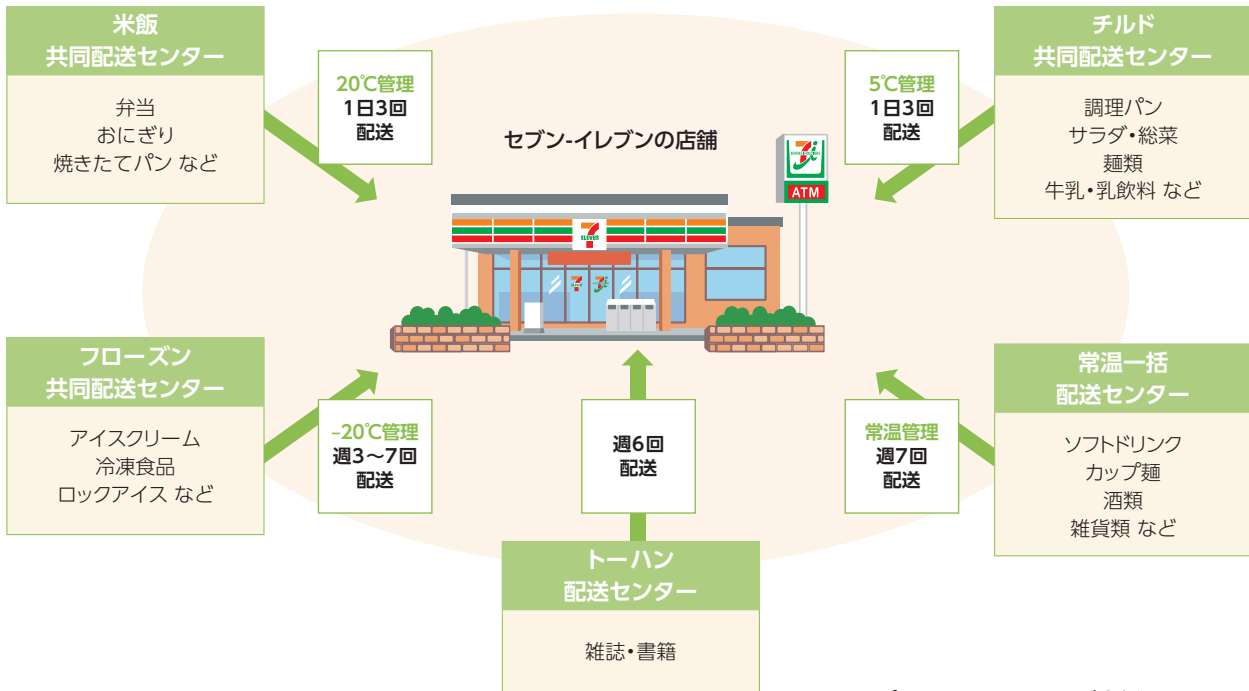


物流システム

■ 共同配送システム

セブン&アイグループ各社では物流効率を高めるため、共同配送システムを採用しています。共同配送システムは、異なる取引先の商品を同じトラックに積載して店舗に納品する合理的な物流システムです。また、共同配送センターは外部の専門業者によって運営されています。

セブン-イレブン・ジャパンの温度帯別共同配送システム



プロセスセンター及び生鮮センターの設置状況

セブン-イレブン・ジャパン

調味料パッケージセンター	8ヶ所
野菜プロセスセンター	9ヶ所

イトーヨーカ堂

生鮮センター	11ヶ所
青果センター	4ヶ所

ヨークベニマル

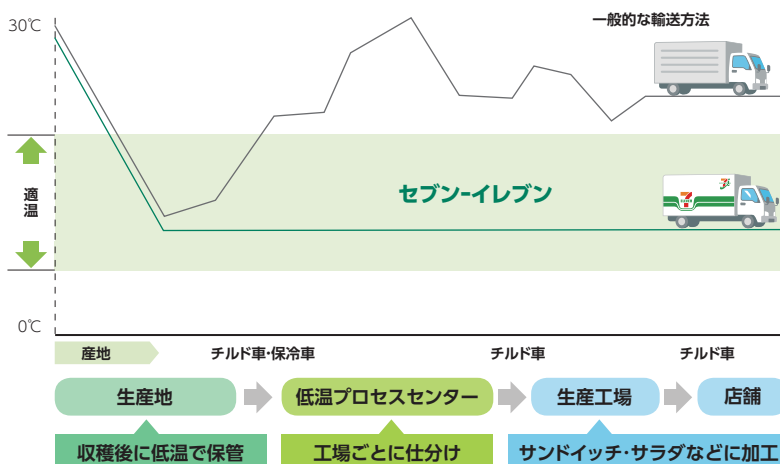
生鮮センター	5ヶ所
--------	-----

(2013年5月末現在)

	延べセンター数	拠点数
5°C管理	69	5°C 11
20°C管理	71	20°C 13
		共同 58
-20°C管理	18	18
小計	158	100
常温管理	-	50
合計	-	150

(注) 延べセンター数は、一拠点から複数の商品カテゴリーを配送している場合にカテゴリーごとでカウントした延べ数

■ コールドチェーン



鮮度管理は畑からはじまっています

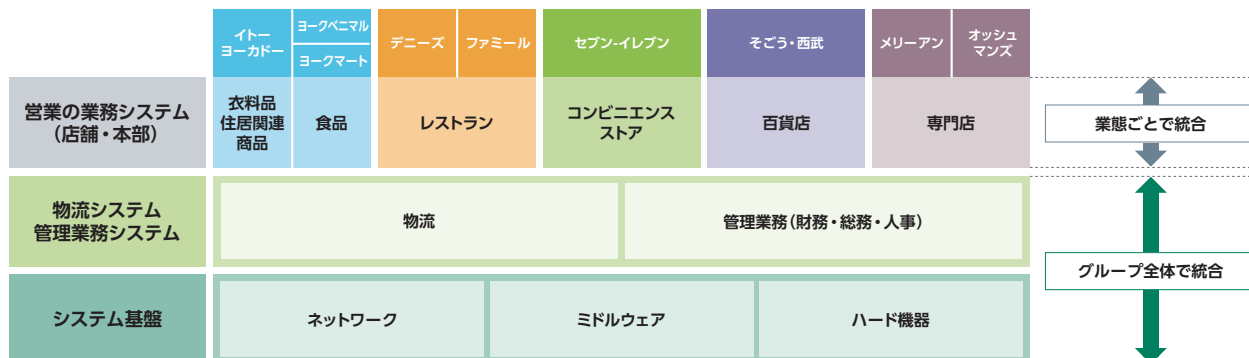
畑で収穫されたばかりの野菜を新鮮なまま輸送・加工するために、「コールドチェーン(低温物流網)」を導入しています。収穫された野菜はその場で低温保管され、配送車、仕分けセンター、生産工場から店舗まで、一貫した温度管理のもとで配送されています。

情報システム

■ グループシステム統合

セブン&アイHLDGS.では、グループシナジー効果の発揮と管理業務の高度化を目指し、システム基盤となるネットワークやハード機器などの統合を推進しています。また、営業の業務システムは業務が共通する業態ごとで統合しています。

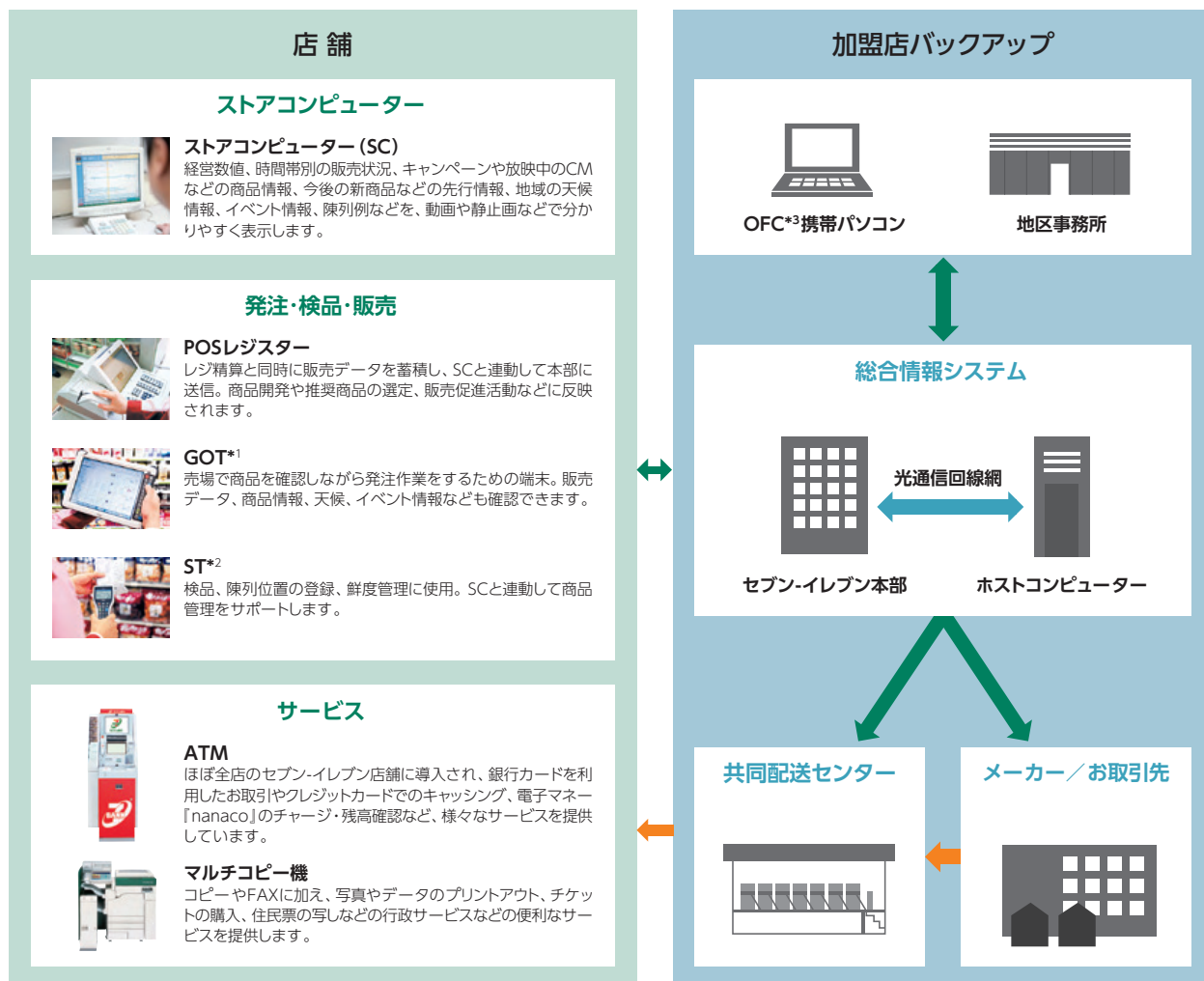
全体概要



■ セブン-イレブン・ジャパンの第6次総合情報システム

セブン-イレブン・ジャパンは、「単品管理」を実現するための独自の情報システムにより、店舗・本部・共同配送センター・お取引先を結び世界最大規模の情報ネットワークを構築し、店舗運営の効率化と収益の最大化を図っています。

セブン-イレブン・ジャパンの情報システムは災害などの不測の事態においても、店舗の継続的な運営と店舗経営のバックアップが維持できるよう国内2ヶ所にホストコンピューターが設置されており、どちらか一方でのシステム運用ができない場合でも業務機能を維持することが可能となっています。



*1 グラフィック・オーダー・ターミナル(GOT)=売場での発注端末

*2 スキャン・ターミナル(ST)=商品の検品や陳列登録、鮮度管理を行う端末

*3 OFC=オペレーションフィールドカウンセラー

→ 物流 → ネットワーク