



KFI創立50周年記念

# 日米食品流通シンポジウム

～消費者行動の変化に対するセブン&アイの対応～

2023年6月8日

株式会社 セブン&アイ・ホールディングス

代表取締役社長 最高経営責任者(CEO) 井阪 隆一

# セブン&アイグループの概要 ~2023年2月期



## 株式会社セブン&アイ・ホールディングス

2023年2月期の数字  
海外は2022年12月期

- ・営業収益 **11兆8,113億円** (\*グループ売上は 17兆8,426億円)
- ・営業利益 **5,065億円**
- ・国内店舗数 **約22,800店**      ・世界全体では、19の国と地域で **約85,000店**
- ・国内来客数 **1日約2,220万人**      ・世界全体 **5,990万人**(エリアライセンス含む)

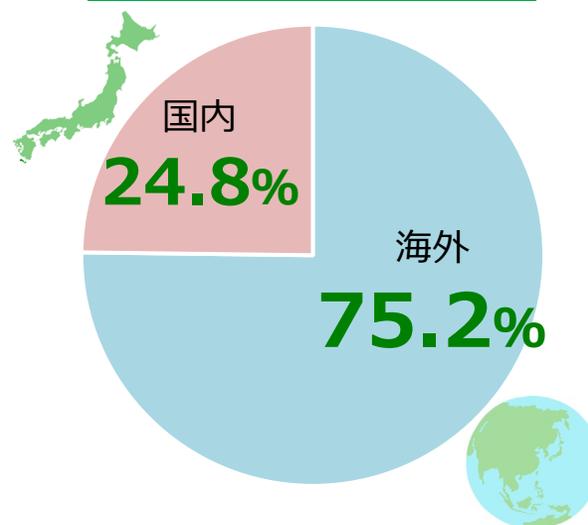
\*グループ売上：セブン-イレブン・ジャパン、セブン-イレブン・沖縄及び7-Eleven, Inc.における加盟店売上を含めた数値

### グループ事業領域

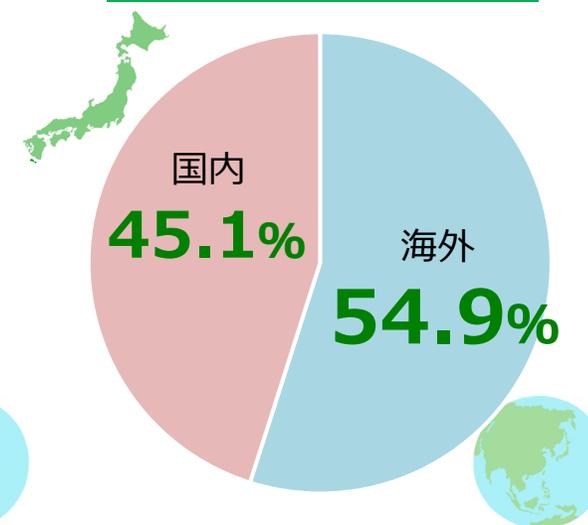


### グループ海外比率

#### 連結営業収益



#### 連結営業利益



# セブン&アイグループの社是、基本姿勢、目指すグループ像

## 社 是

私たちは、お客様に**信頼**される、**誠実**な企業でありたい。  
 私たちは、取引先、株主、地域社会に**信頼**される、**誠実**な企業でありたい。  
 私たちは、社員に**信頼**される、**誠実**な企業でありたい。

## 基本姿勢

**常にお客様の立場に立って**、新たな体験価値を提供することで、  
 国内外の地域社会に貢献したい

## 2030年に 目指すグループ像

セブン-イレブン事業を核としたグローバル成長戦略と、テクノロジーの積極活用を通じて  
 流通革新を主導する、「**食**」を中心とした世界トップクラスのリテールグループ



**創業以来の企業理念(社是)は、不変の精神として継承**

# 目次

## 1 消費者行動の変化と対応

(1.外部環境変化 2.これまでの対応 3.足元における対応 4.セブンプレミアム 5.海外での対応)

---

## 2 情報技術の活用

(1.お届け事業の取り組み ～「7NOW」の概要 2.「7NOW」の取り組み効果と計画)

---

## 3 今後の小売業としての対応

(1.サステナブル経営の推進 ～7つの重点課題 2.環境 ～「GREEN CHALLENGE 2050」)

---

# 目次

1

## 消費者行動の変化と対応

(1.外部環境変化 2.これまでの対応 3.足元における対応 4.セブンプレミアム 5.海外での対応)

2

## 情報技術の活用

(1.お届け事業の取り組み ～「7NOW」の概要 2.「7NOW」の取り組み効果と計画)

3

## 今後の小売業としての対応

(1.サステナブル経営の推進 ～7つの重点課題 2.環境 ～「GREEN CHALLENGE 2050」)

# 1. グループを取り巻く外部環境変化

長期的に変わらない  
構造的な変化

長期的に変わらない 構造的な変化	少子高齢化	65歳以上の人口構成比 <small>※総務省「国政調査」</small>	2005年 <b>20.1%</b>	UP	2020年 <b>28.6%</b>
	単身世帯数の増加	単身世帯数構成比 <small>※総務省「国政調査」</small>	2005年 <b>29.5%</b>	UP	2020年 <b>38.1%</b>
	働く女性比率の上昇	20~64歳女性の就業率 <small>※総務省「労働力調査」</small>	2005年 <b>61.6%</b>	UP	2022年 <b>76.6%</b>

足元の  
不確実な変化

足元の 不確実な変化	物価高	消費者物価指数 <small>※総務省「消費者物価指数」</small>	2020年3月 <b>+0.4%</b>	UP	2023年1月 <b>+4.3%</b>
	コロナ禍を経た人流の変化	各拠点の流動人口 <small>※2020年1/3~2/6迄の人流を基準とした場合の変化 ※Google「モビリティレポート」</small>	小売娯楽関連 (2022年10月) <b>DOWN</b> <b>▲2.8%</b>	職場 (2022年10月) <b>DOWN</b> <b>▲10.4%</b>	住宅地 (2022年10月) <b>UP</b> <b>+4.3%</b>

大きな環境変化が進むなか、消費者のニーズに対応して行く上で「食」の新たな価値を提案・創造し、消費者の生活に貢献して事が求められている

# 2.これまでの対応 ～外部環境変化に伴うコンビニの在り方の見直し

2008年まで  
即食ニーズへの対応が中心

「即食」中心の品揃え



2009年以降  
品揃えの幅を大きく拡大

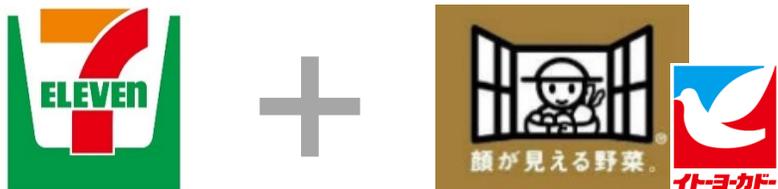
「ミールソリューション」に対応



環境変化への対応に伴い、事業モデルを再定義  
「開いててよかった」から「近くて便利」へ

# 3. 足元における対応 ~コンビニの使われ方の変化、野菜の品揃えを新規拡大

## 「顔が見える野菜。」の取り組み



ヨーカドーが育ててきた青果ブランド  
「顔が見える野菜。」を7-11店舗で展開  
※23年8月までに約12000店展開予定

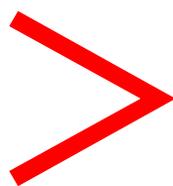


「顔が見える野菜。」  
+ 一部本部推奨  
ヨーカドーがあるからこそ  
実現できる品揃え

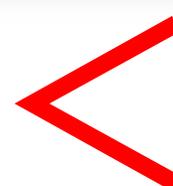


買上点数 **9.11** 個  
客単価 **1,949** 円

※2023年2月 SEJ POSデータ全社実績より



平均  
買上点数 **3.42** 個  
客単価 **755** 円



買上点数 **6.19** 個  
客単価 **1,141** 円

※2023年2月 SEJ POSデータ全社実績より



## 「ダイソー」の取り組み



100円均一の「DAISO」ブランドを7-11店舗で展開



商品カ・ブランドカ



アルコール除菌  
ウェット極厚大判25枚

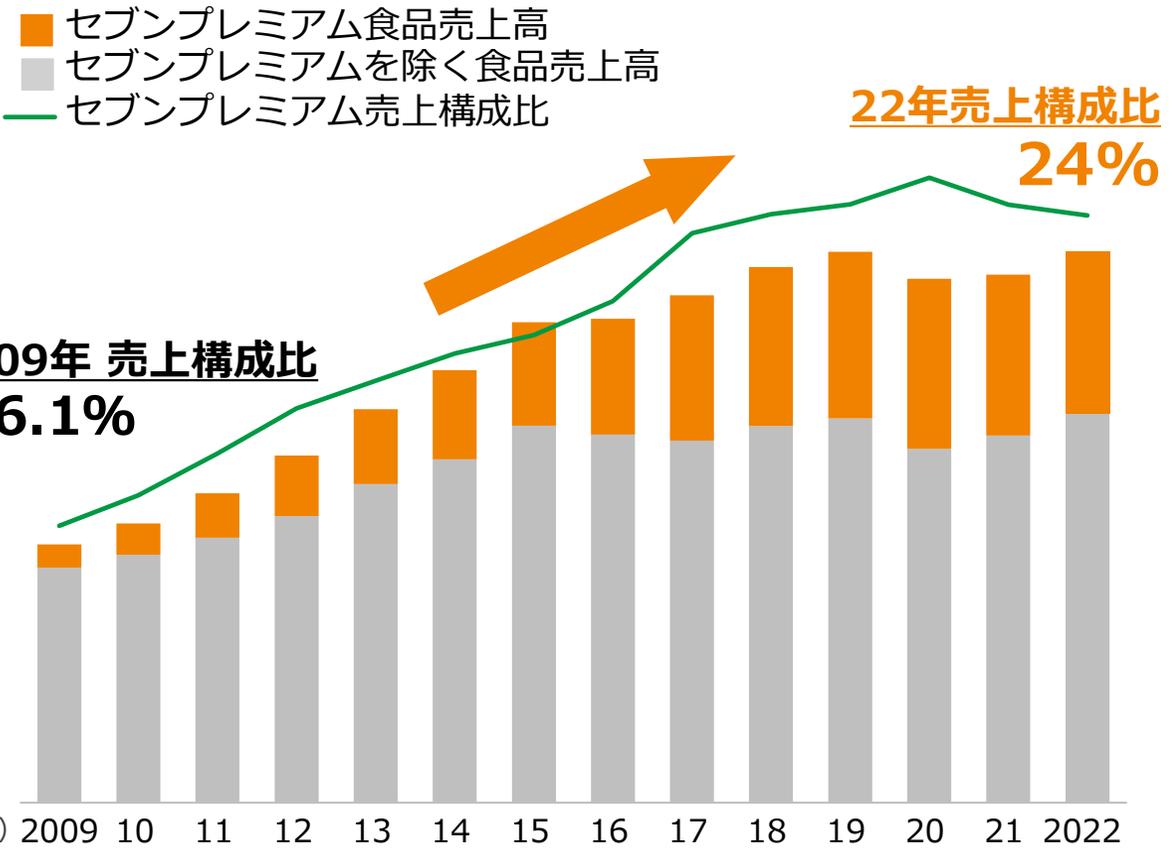


ペール用ゴミ袋  
45L半透明20枚

コロナ禍での消費者行動の変化により、「コンビニの使われ方」も変わってきている

# 4.セブンプレミアム ~「質」を徹底的に追求したオリジナルブランドの展開

## セブンプレミアム 売上構成の推移 (セブン-イレブン)



※2023年3月9日 外部公表資料より

## セブンプレミアム(食品)の開発体制 (2022年3月時点)



## オリジナル商品のアイテム数

単位：アイテム

カテゴリ	SEJ	A社	B社
食品合計	<b>1,330</b>	740	570
加食・調味料	<b>316</b>	131	101
日配品・水物・練物	<b>262</b>	117	126

特にスーパーマーケットが強い、加食・日配品に優位性 大  
 ※他社(A社・B社)の数値は各社WEBサイトより

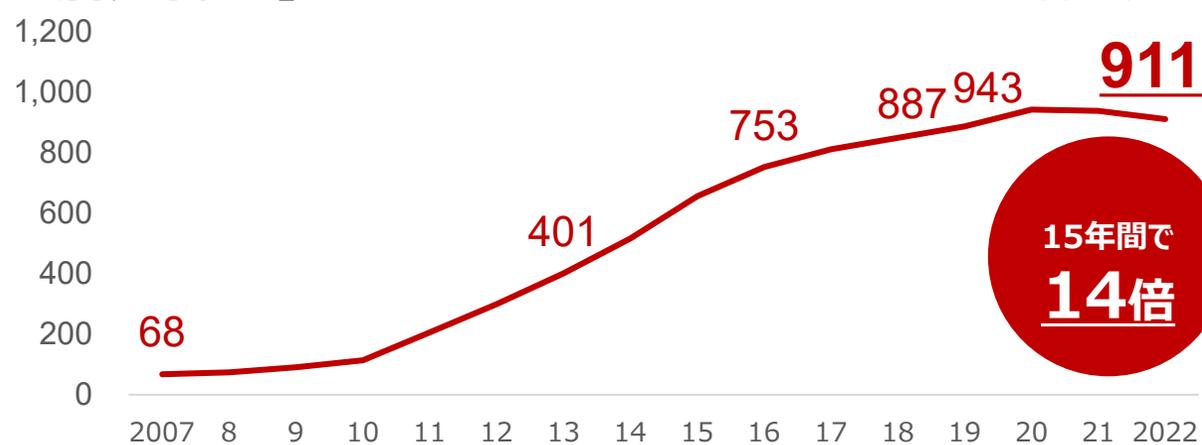
グループ各社の食に関する幅広い知見を結集し、商品の「質」を徹底的に追求

# 4.セブンプレミアム ~カテゴリ別 年間総売上額の推移 (セブン-イレブン)

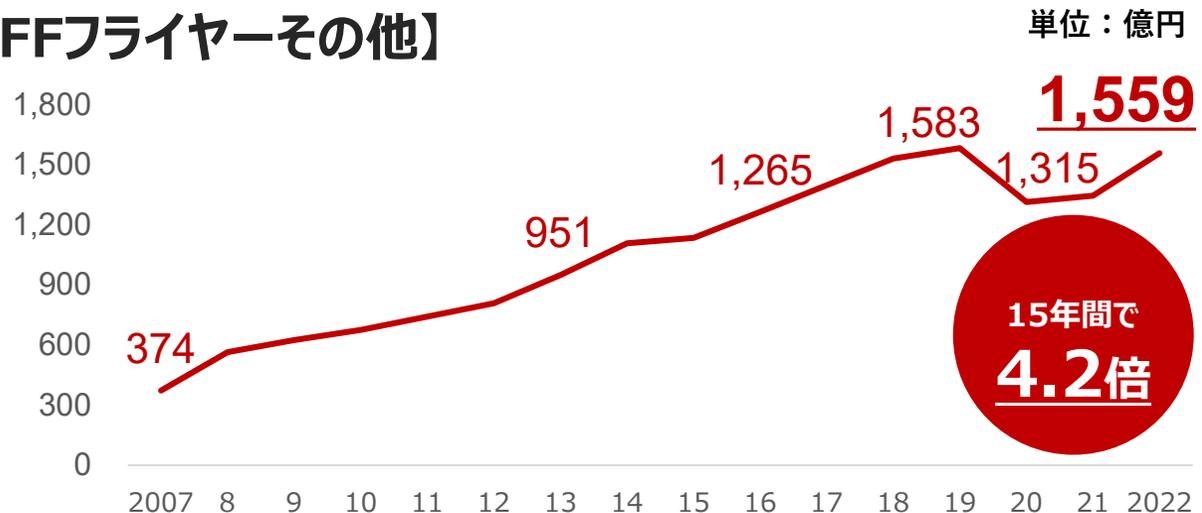
【冷凍食品】



【生活デイリー】



【FFフライヤーその他】



【デリカテッセン】



期末総店舗数：12,034店舗 (2007年度末) ➡ 21,252店舗 (2022年度末) **1.76倍**

# 5. 海外での対応 ~グローバル戦略 新地域への出店促進 (7-Eleven)

## 7-Elevenの世界展開状況と成長エリア

### North America

米国	12,854
メキシコ	1,886
カナダ	606

### Europe / Middle East

デンマーク	176
ノルウェー	134
スウェーデン	81
イスラエル	1

### Asia-Pacific

日本	21,323
韓国	14,179
タイ	13,838
台湾	6,683
中国	4,450
フィリピン	3,400
マレーシア	2,472
オーストラリア	738
シンガポール	460
ベトナム	79
カンボジア	44
インド	22

国・地域数 (1)

19の国と地域  
(7IN 15)

2030年度までに  
30の国と地域

店舗数 (1)

83,426店  
日本・北米除く：49,249店  
(7IN 46,757店)

2025年度までに  
日本・北米除く地域で  
50,000店以上

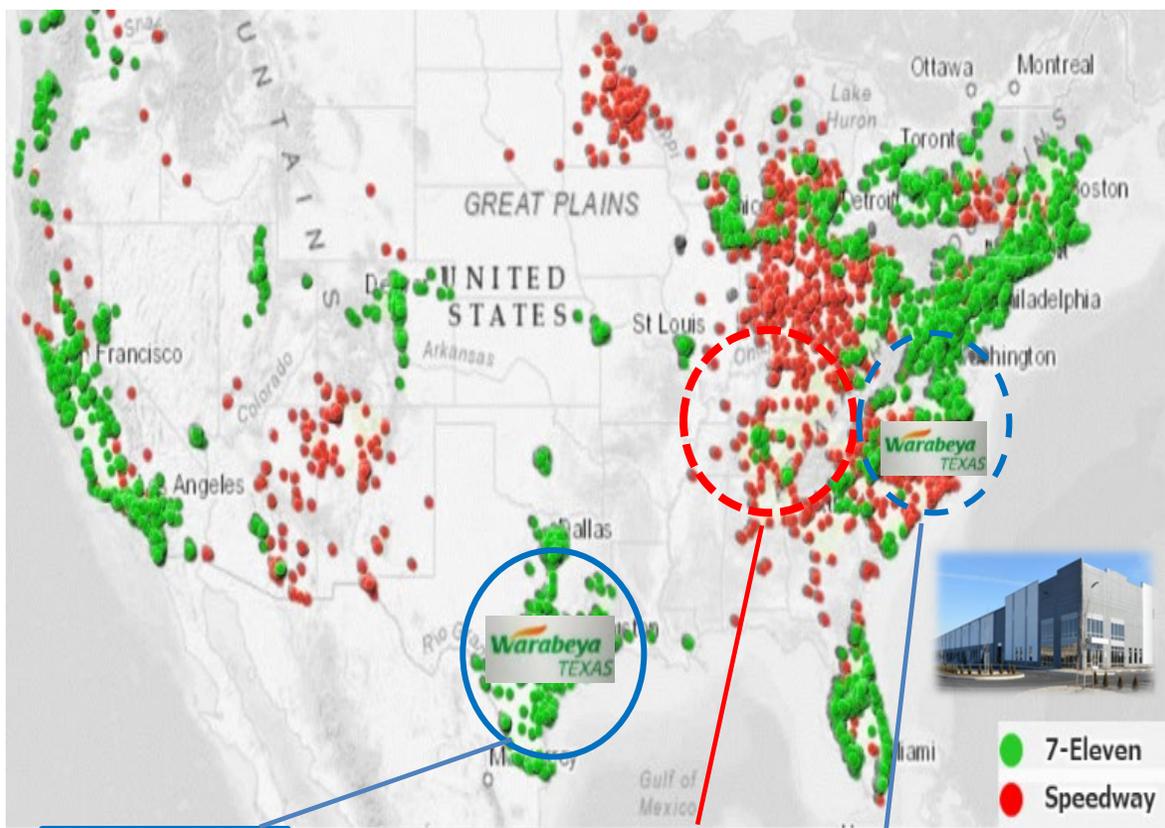
■ ...7-Eleven店舗の出店地域

(1) 2023年1月末時点

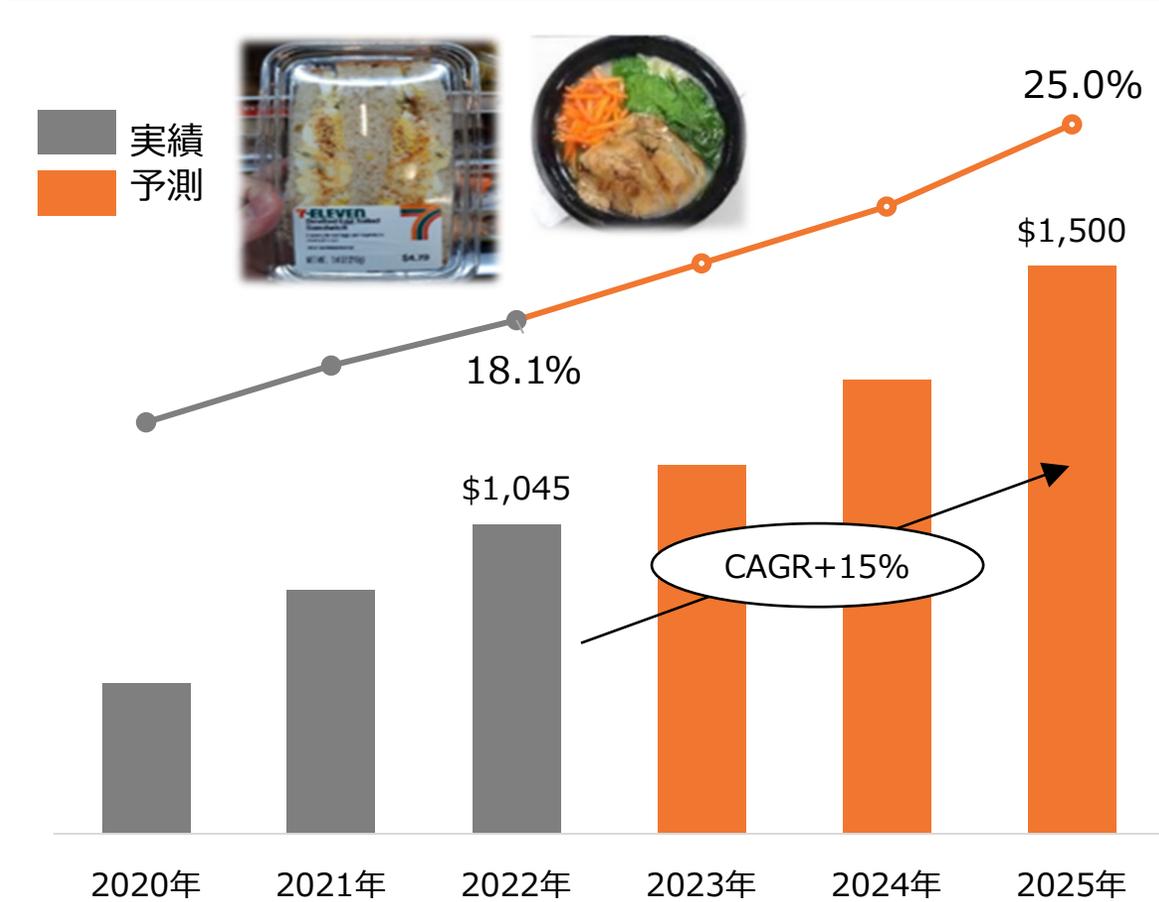
**7-Elevenは、新規国・既存国の双方において大きな成長余地が存在**

# 5. 海外での対応 ~北米CVS事業の展開状況(7-Eleven, Inc.)

## 北米展開状況と優先エリア



## フレッシュフード・専用飲料 既存店平均日販



**独自のフレッシュフードの開発と、供給のプロセスづくりを加速**

# 目次

1

## 消費者行動の変化と対応

(1.外部環境変化 2.これまでの対応 3.足元における対応 4.セブンプレミアム 5.海外での対応)

2

## 情報技術の活用

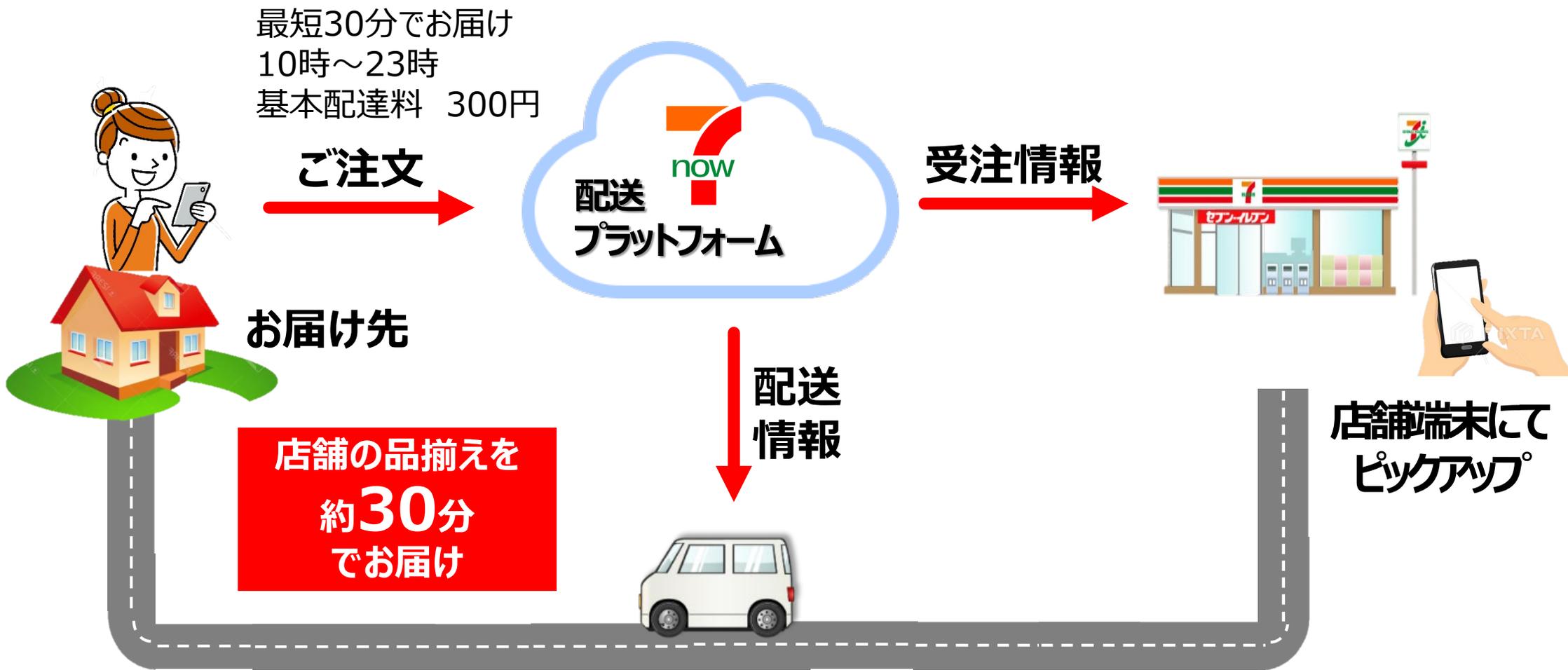
(1.お届け事業の取り組み ～「7NOW」の概要 2.「7NOW」の取り組み効果と計画)

3

## 今後の小売業としての対応

(1.サステナブル経営の推進 ～7つの重点課題 2.環境 ～「GREEN CHALLENGE 2050」)

# 1.お届け事業の取り組み ～「7NOW」の概要



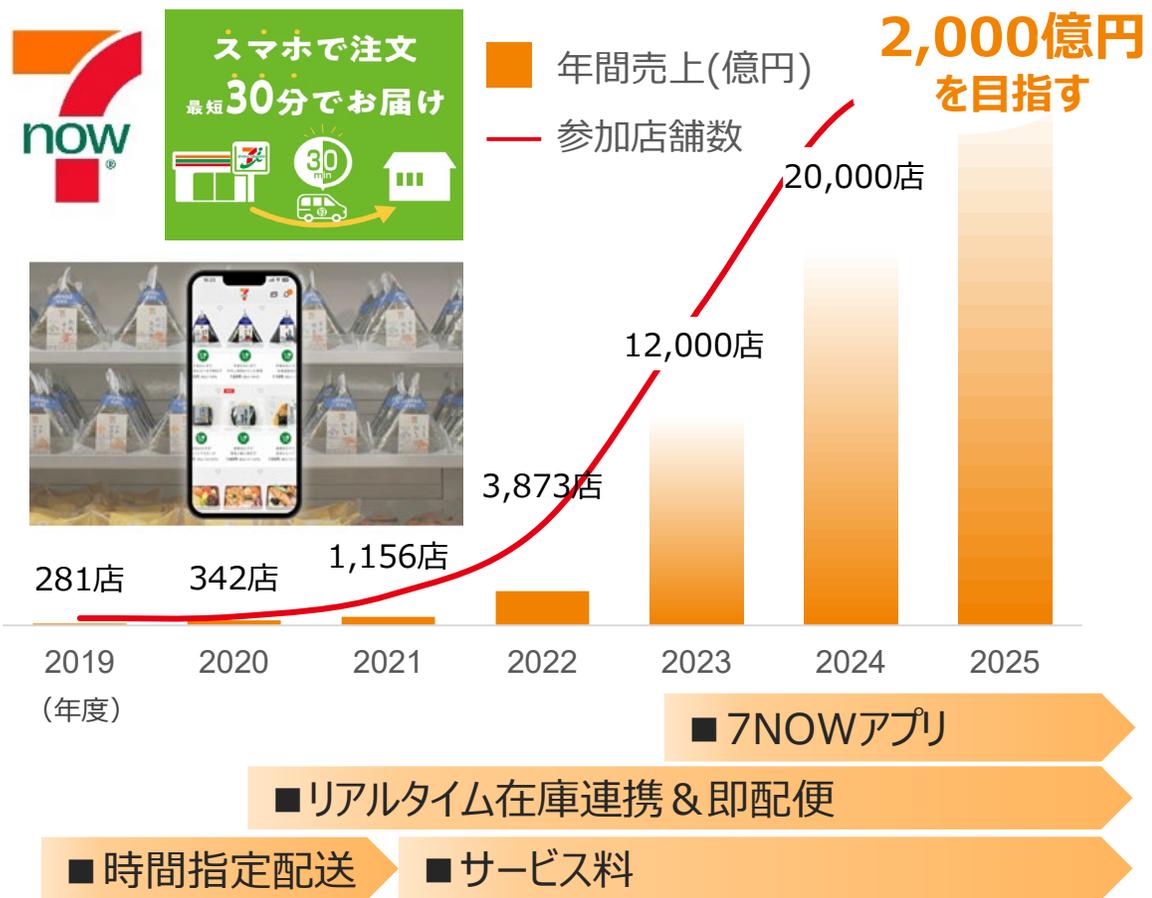
**拠点数を活かし「幅広い品揃え」を「短時間でお届け」できる優位性**

# 1.お届け事業の取り組み ～「7NOW」の概要

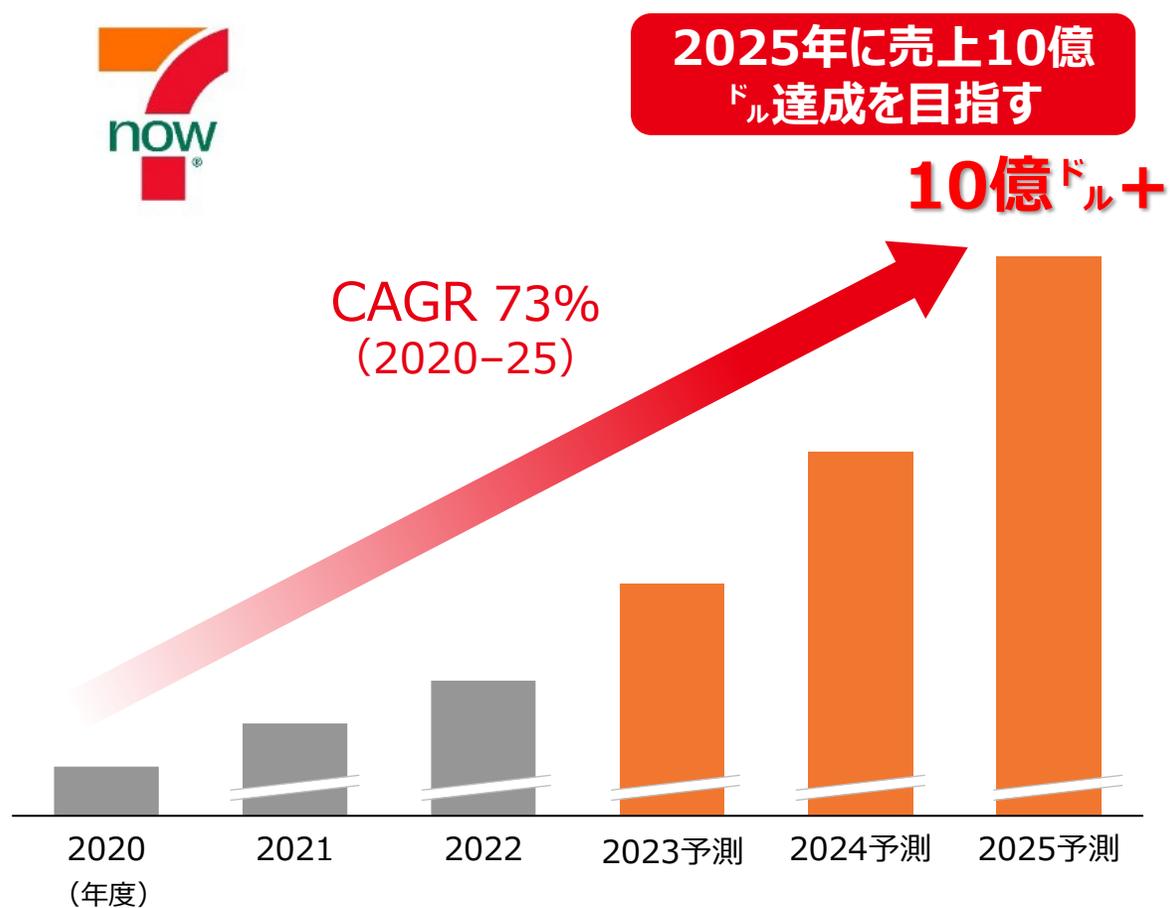
「7NOW」の動画を  
ご覧ください

# 2.お届け事業の取り組み ~「7NOW」の取り組み効果と計画

## (日本) 7NOWの売上推移



## (北米) 7NOWの売上推移



**7iD連携による顧客接点拡大が、顧客提供価値の向上に繋がる**

# 目次

1

## 消費者行動の変化と対応

(1.外部環境変化 2.これまでの対応 3.足元における対応 4.セブンプレミアム 5.海外での対応)

2

## 情報技術の活用

(1.お届け事業の取り組み ～「7NOW」の概要 2.「7NOW」の取り組み効果と計画)

3

## 今後の小売業としての対応

(1.サステナブル経営の推進 ～7つの重点課題 2.環境 ～「GREEN CHALLENGE 2050」)

# 1. サステナブル経営の推進 ~7つの重点課題 (マテリアリティ)

## 7つの重点課題 (マテリアリティ)

1. お客様とのあらゆる接点を通じて、  
地域・コミュニティと共に住みやすい  
社会を実現する



2. 安全・安心で健康に配慮した商品・  
サービスを提供する



3. 地球環境に配慮する、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する



4. 多様な人々が活躍できる社会を  
実現する



5. グループ事業を担う人々の  
働きがい・働きやすさを向上する



6. お客様との対話と協働を通じて  
エシカルな社会を実現する



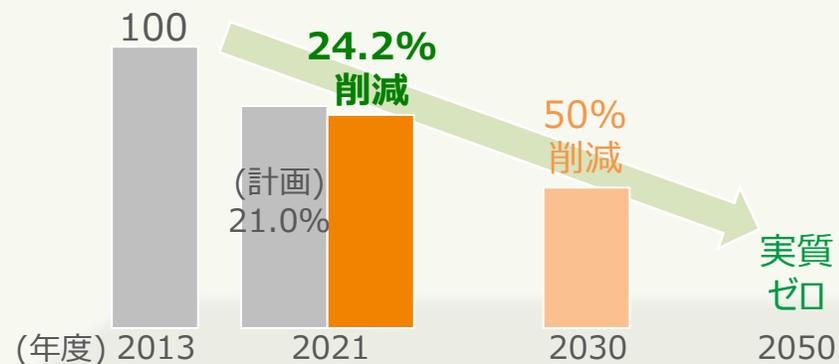
7. パートナーシップを通じて  
持続可能な社会を実現する



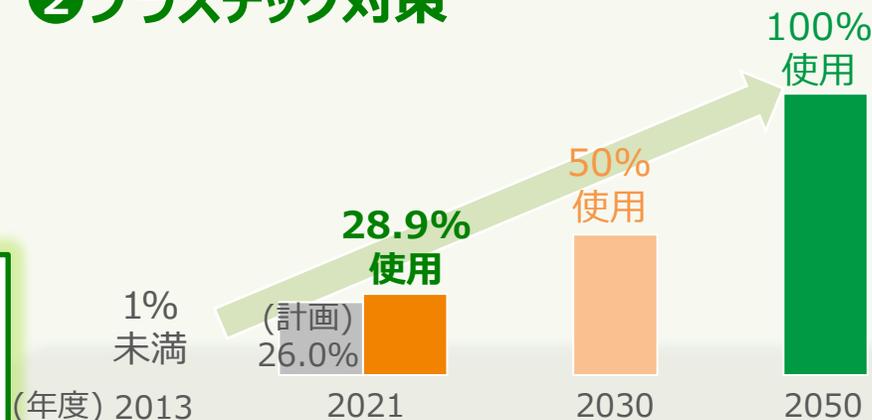
**重点課題を特定し、社会課題を解決と同時にSDGsの17のゴールの達成を目指す**

# 2.環境 ~「GREEN CHALLENGE 2050」

## ① CO2排出量削減



## ② プラスチック対策



### 環境宣言

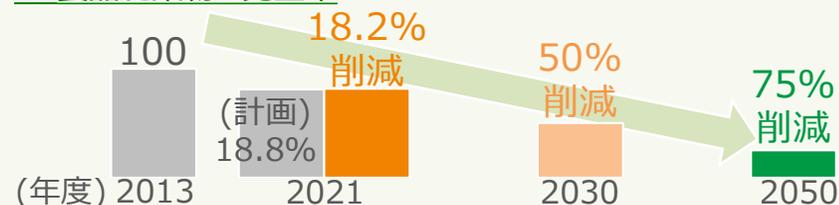
「GREEN CHALLENGE 2050」



2050年目標

## ③ 食品ロス・食品リサイクル対策

### ● 食品廃棄物の発生率



### ● 食品リサイクル率



## ④ 持続可能な調達



環境宣言における2050年までの目標に対し、更に取り組みを強化

## 社 是

私たちは、お客様に**信頼**される、**誠実**な企業でありたい。  
私たちは、取引先、株主、地域社会に**信頼**される、**誠実**な企業でありたい。  
私たちは、社員に**信頼**される、**誠実**な企業でありたい。

## 基本姿勢

**常にお客様の立場に立って**、新たな体験価値を提供することで、  
国内外の地域社会に貢献したい

## 2030年に 目指すグループ像

セブン-イレブン事業を核としたグローバル成長戦略と、テクノロジーの積極活用を通じて  
流通革新を主導する、**「食」を中心とした**世界トップクラスのリテールグループ



お客様



お取引先



加盟店  
オーナー



地球環境



従業員



地域社会



株主・  
投資家

**創業以来の企業理念は、不変の精神として継承**

