

平成16年11月29日

セブン-イレブンの新たな挑戦

～差別化戦略と新商品について～

株式会社セブン-イレブン・ジャパン（東京都千代田区、代表取締役社長最高執行責任者〈COO〉：山口俊郎）は、創業以来「変化への対応と基本の徹底」をスローガンに、つねに変化し続けるお客さまのニーズに対して、価値のある商品の開発やより便利なサービスなど、今までにない絶対的な質の追求に挑戦してまいりました。

その挑戦の中心となる商品開発においては、マーケティングを徹底することで市場ニーズを把握し、三つの政策を柱として取り組みを進めております。

【商品政策の三つの政策】

- （1） 価値ある商品の開発
- （2） 地域商品の開発
- （3） グループマーチャンダイジングの促進

これらの政策を実現するには、厳選された原材料の調達、味の地域性を実現する本格的な調味料の製造、差別化商品の開発が可能となる生産体制などが必要不可欠であると考えており、そのためセブン-イレブン・ジャパンでは、差別化戦略を進める上で独自の事業インフラを確立してまいりました。

【差別化戦略を進めるための独自の事業インフラ】

- ・ 本部・地区MD（マーチャンダイザー）を中心とした商品開発体制
- ・ アウトソーシングされた約650名の商品開発担当者（首都圏約230名、地区約420名）
- ・ セブン-イレブン専用の全国200工場
- ・ 温度帯別共同配送全国286センター
- ・ 原材料ロジスティクス（精肉5ヶ所、調味料6ヶ所、野菜9ヶ所）

お客様の“食”に対する目がますます厳しくなっている現在、セブン-イレブン・ジャパンではこのようなインフラを最大限に活用することで、今までにはない更に価値ある商品の開発に挑戦してまいります。その取り組みにおける開発商品として、12月より順次差別化された商品を発売してまいります。

〔商品例〕

① 業界初の製法であるHOT成型によるおにぎり革命第四弾

『手巻こだわりおむすび 新巻紅鮭』

価格 : 175円

発売日 : 12月28日(火) 首都圏一部エリアより順次発売

特徴 : ◇ 炊飯後、ごはんを温かいままほぐし、成型を行う(HOT成型)ことで、
ふっくら感と握りたての甘い香りを再現

◇ 今年獲れたアラスカ産の脂の乗った紅鮭を使用し、旨み成分をじっくり熟成

② 高級具材を使用した高付加価値弁当

『かに飯』

価格 : 770円

発売日 : 12月25日(土) 全国発売

特徴 : ◇ ズワイガニの中でも旨みのある本ズワイガニのみ使用

◇ 昆布飯を使用することで、自然な風味のごはんに仕立て上げ

◇ 新しい専用のかに加工工場で旨みを逃さない原材料加工を実施

『たっぷりいくら丼』

価格 : 630円

発売日 : 12月7日(火) 北関東を除く全国発売 ※北関東は12月14日(火) 発売

特徴 : ◇ 新物のいくらで、皮が柔らかく適度な弾力性のある成熟卵のみを使用

◇ “筋子”状態で国内に持ち込むことで旨みを向上

◇ 漬け込み時間を削減し、いくらの中の塩分を抑えたいくら本来の味わい

③ 業界初、原材料・製法を工夫したチルド(冷蔵)温度帯での販売による和菓子

『豆大福』『草大福』

価格 : 130円

発売日 : 12月下旬

特徴 : ◇ 保存料など不使用、北海道十勝産小豆のみ使用など、原材料にこだわることで
より味・品質が向上

◇ 蒸し時間を延長するなど、製法を工夫することで低い温度帯での販売でも、
適度な柔らかさとコシを維持

◇ 豆大福は赤えんどう豆入り、草大福は風味豊かな山形産よもぎ使用

以上