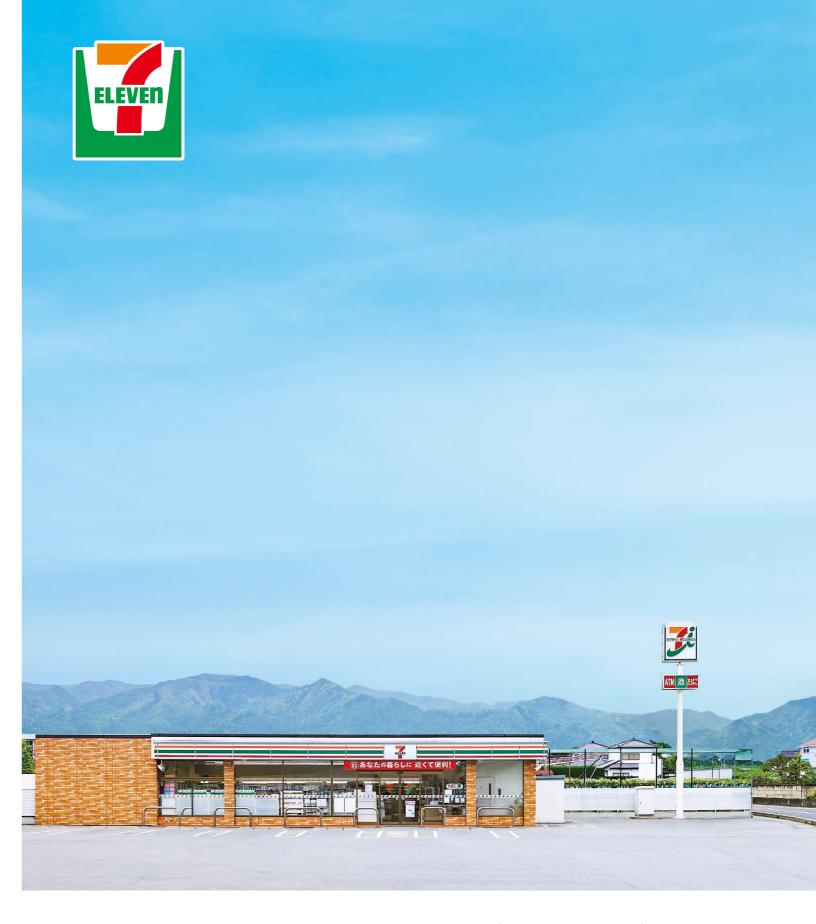


https://www.sej.co.jp













ごあいさつ

セブン-イレブン・ジャパンは1973年の創業以来、加盟店様とともに、全力を挙げてお客様のニーズにお応えしています。半世紀近くにわたるその歩みの中で、私たちは新たな商品・サービスの創出はもとより、サプライチェーンや情報・物流システムの革新など、幅広い分野におよぶイノベーションを推進してきました。同時に、店舗業務の省力化や生産性向上、加盟店様とのコミュニケーションの緊密化など、パートナーシップを実現するきめ細かな仕組みを構築してきました。

いま、社会構造をはじめ生活を取り巻く環境が大きく変化する中で、お客様の価値観や行動様式も大きく変容しています。この時代の転換点に立ち、私たちはますます、挑戦を加速させていきます。現在、DX(デジタルトランスフォーメーション)による新サービスの創造や店舗運営の省力化、商圏環境に密着したきめ細かな品揃え、新たな店舗レイアウトの開発など、お客様、地域社会の皆様、加盟店様にこれまでにない新たな体験価値をお届けするイノベーションに取り組んでいます。

また、地球規模で持続可能な社会の実現に向けた取り組みが求められる中、セブンーイレブンはCO2排出量の抑制、プラスチック対策など環境への対応にも注力しています。加盟店様や地域社会の皆様と一体となった取り組みを推進し、未来の扉を開く新たな利便性の創造を追求しています。変化し続ける社会とお客様ニーズにお応えし、加盟店一店舗一店舗へのサポートをよりいっそう充実させるために、セブンーイレブンはこれからも新たなイノベーションに取り組んでまいります。

株式会社セブン-イレブン・ジャパン 代表取締役社長

永松文彦



企業理念

私たちは

いかなる時代にもお店と共に あまねく地域社会の利便性を追求し続け 毎日の豊かな暮らしを実現する

創業の理念

「既存中小小売店の近代化と活性化」 「共存共栄」

※安全に配慮したうえで、撮影時のみマスクを外しています。 セブン-イレブンの横顔 **02**

新しい時代の生活を ともにつくっていく 新しい「近くて便利」へ

豊富な品揃え、便利なサービス、いつも近くにある安心感。

私たちはお客様のニーズとともに変化しながら、

地域に寄り添う「街づくり」に取り組んできました。

そして今、社会環境はかつてないほど変化し、

人々の価値観や暮らしが大きく変わり始めています。

このニューノーマルと呼ばれる時代に、

コンビニエンスストアの生活インフラとしての役割は

ますます多様化し、強く、深くなりました。

増加するおうち時間を、もっと豊かで健やかに。

もっと安全で、地球環境にもやさしいお買物へ。

お客様の新しい生活をともに築いていくために、

私たちは「近くて便利」の意味を改めて問い直し、

変化をいっそう加速させ、進化に挑み続けます。

Index

1 はじめに

ごあいさつ

企業理念/創業の理念

1 社会的価値の向上

5つの重点課題

地域社会とのつながり

IGREEN CHALLENGE 2050

1 7 データで見るセブン・イレブン

国内店舗数

グローバル展開/グループ会社データ 業績とデータ

15 セブン・イレブンの歩み

イノベーションの歴史

経営サポート

フランチャイズシステム

安心して働ける環境づくり

OFC(オペレーション・フィールド・カウンセラー)

Interview OFCに聞くセブン-イレブンの「経営サポート」

単品管理/店内設備/基本四原則

25 オリジナル商品

チームMD(マーチャンダイジング)

セブンプレミアム

「金のハンバーグ」10度目のリニューアル

フレッシュフードへのこだわり

Interview メーカー様に聞く専用工場の強み

厳格な品質管理

サプライチェーンと連携した取り組み

暮らしのサービス

お届け、受け取りサービス

デジタルサービス

オーナー様に聞くあの時とこれから

view 地域のお客様と、従業員に愛される店を目指して

Interview 被災地で実感した「商売の原点」

契約について

開店までの流れ

契約条件一覧

沿革

組織図



03 セブン・イレブンの横顔 セブン-イレブンの横顔 04





持続可能な社会の実現のため

5つの重点課題と、セブン-イレブンが

取り組んでいること

環境問題をはじめとするさまざまな社会課題を解決していくために、

セブン&アイ・ホールディングスは、すべてのステークホルダーとの

対話から「5つの重点課題」を策定しました。

セブン-イレブンは、この重点課題に基づき、さまざまな取り組みを通して

持続可能な社会のための国際社会の共通目標である「SDGs」達成に貢献します。



高齢化、人口減少時代の 社会インフラの提供



- ・お買物が不便な地域のお客様への支援
- 社会インフラとしてのサービスの拡充

主な取り組み: お届けサービス各種 行政サービス各種 セブン銀行 ATM など



まちのインフラ、コンビニエンスストアを 安全・安心の拠点に





ユニバーサルデザインで 見やすく使いやすくなった セブン銀行 ATM 第4世代「ATM+(プラス)」

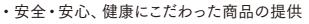
商品や店舗を通じた 安全・安心の提供











・まちの安全・安心の拠点として活動

主な取り組み: 健康に配慮した食品の提供

セーフティステーション活動 地域活性化の支援 など

商品、原材料、 エネルギーの ムダのない利用

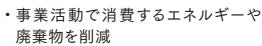












・地域社会と連携した循環型社会の 実現に向けた取り組み

主な取り組み: 省エネ設備の導入 再生可能エネルギーの活用 ペットボトル回収機 など





実質的な再生可能エネルギー 100%の実験店舗



フィルムの薄肉化でプラスチック使用量を 従来から約2割削減した 手巻おにぎりの新パッケージ

「プラスチック使用量削減」パッケージ



社内外の女性、若者、高齢者の



- ・シニア雇用の拡大と就労支援の実施
- ・ 多様な人材の活躍支援

主な取り組み: セブンなないろ保育園

高齢者向けお仕事説明会 など



障がいのある生徒への就労支援活動 「セブン-イレブンのお仕事体験」

お客様、お取引先を巻き込んだ エシカルな社会づくりと 資源の持続可能性向上











・環境市民団体への活動支援や自然環境の 保護・保全、災害復興支援などを通じた 社会貢献活動

主な取り組み: 災害復興支援のための店頭募金活動 「セブンの森」山の森づくり・海の森づくり など

宮城セブンの森の間伐材を 利用した

全な森を自分たちの手で守る

「木製募金箱」



セーフティステーション活動 |

05 セブン-イレブンの横顔 ※時勢に鑑み誌面を制作していますが、イラストはマスクなしで掲載しています。

ますます地域とつながっていく セブン-イレブン

セブン-イレブンが目指すのは店舗とその周辺を巻き込んだ

エリア全体での発展的な「街づくり」です。

地域社会の一員として、社会性・公共性の高い取り組みや社会支援を行いつつ、

事業を通じて地域の発展や豊かな生活環境づくりに貢献しています。



地域活性化包括連携協定

地産地消の取り組みや観光振興、環境保全、子育で・高齢者支援などの活動を地域とともに推進する ため、全国の都道府県、市町村と地域活性化包括連携協定や高齢者等に関する見守り協定の締結を 進めており、今後も地域の活性化や安全・安心に対する取り組みに協力していきます。

地域活性化包括連携協定

(2021年2月末現在)

高齢者等の支援に関する協定を 締結している自治体

(2021年2月末現在)

セーフティステーション活動

女性・子どもの駆け込みや高齢者保護、強盗・ 万引き・特殊詐欺被害の防止、災害や事故、 急病人への対応など、安全・安心を見守る地 域の拠点として「セーフティステーション活動」 に取り組んでいます。また20歳未満の方にお 酒・タバコを販売しないなど、青少年環境の 健全化にも努めています。



セーフティステーションの 店頭ポスター



POSレジスターの画面でも啓発

セブン-イレブン記念財団

セブン-イレブン記念財団は、お客様からの 募金やセブン-イレブン本部などからの寄付金 をもとに、環境市民活動支援や自然環境保 護・保全活動に取り組んでいます。環境市民 団体の支援とともに、自らも加盟店様や計員 のボランティアを募り活動しています。



地域の住民やNPO、行政と連 携し、植樹から下刈り・間伐ま での森の保育活動を行い、健 全な森をつくる森林保全活動



「セブンの海の森」

海中の栄養を吸収し、酸素を 放出することで海水を浄化す る海草 「アマモ」を増やす活動 や海岸清掃活動を実施してい

商品を通じて地域の皆様を応援 「地域の食材を使おうプロジェクト」

新型コロナウイルス感染症防止にともない、給食の停止や、 外食需要の減少を原因とした「食品ロス」が社会的な課題 となりました。そこで、セブン・イレブンでは各地域で供給過 多になっている食材等を使用した商品を開発。「地域の食 材を使おうプロジェクト」と題して、食品ロス削減とともに、 生産者・事業者の皆様を応援し、地域の地産地消の取り 組みの推進を図りました。

北海道産食材を全国へ。

北海道産牛乳使用 みかんの牛乳寒天

北海道産玄蕎麦使用 かき揚げそば

北陸エリア 白えび天おむすび

四国・九州エリア



=重県産直鯛の 鯛めしおむすび

近畿・中国エリア



炭火やきとり



厳選米おむすび 長州黒かしわの



厳選米おむすび

愛媛県産真鯛

ホタルイカの ペスカトーレ



北海道エリア

こだわりおむすび 北海道産帆立



バター醤油焼き

東北エリア



比内地鶏肉! 親子丼



山形県産つや姫 おむすび 仙台牛すき煮

東日本エリア



赤城和牛の 牛すき鍋

奥久慈しゃも使用 つくね蕎麦 常陸秋そば粉使用



ウ域に寄り添った

小豆島

手延べそうめん

島の光使用

セブン-イレブンでは、2017年に「大分プロジェクト会議」を発足させ、 より地域に寄り添ったさまざまな取り組みを進めてきました。その中で、 青果用としては出荷の難しい完熟した「かぼす」を加工用原材料とし て使用した『大分県産 完熟かぼすサワー 340ml』の発売は、新たな 需要創出にもつながり、「令和2年度地産地消等優良活動表彰」に て、「九州農政局長賞」を受賞しました。このような生産者様を含む地 域の皆様を応援する取り組みは、全国に拡大しています。

07 セブン-イレブンの横顔 ※時勢に鑑み誌面を制作していますが、イラストはマスクなしで掲載しています。







セブン&アイグループの環境宣言

環境負荷低減を推進し、豊かな地球環境を未来世代につないでいくため、

環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を掲げています。

4つのテーマにおけるそれぞれの中長期的目標を達成するため、

グループー丸となって環境負荷の低減に取り組んでいます。





CO2排出量削減

●グループの店舗運営にともなう排出量 (2013年度比)

2030年 | 50% 削減 | 2050年の | 排出量実質 ゼロ

LED照明や太陽光発電パネル、省エネ性の高い設備の導入 による省エネ・再生可能エネルギー等の活用で、さらなるCO2 排出量の削減に努めていきます。



で使用する電力のすべてをCO2排出量ゼロ の「再生可能エネルギー」とする実証実験店を オープン。屋根には太陽光パネル、駐車場奥に は蓄雷池が並びます。

太陽光パネル設置店舗 8.653店 (国内のセブン-イレブン店舗:2021年2月末現在)



2 プラスチック対策

●プラスチック製レジ袋の使用量

2030年 使用量ゼロ 紙等の持続可能な 天然素材にすることを目指します。

●オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で使用する容器は、 環境配慮型素材(バイオマス・生分解性・リサイクル素材・ 紙、等)を使用。

2050年の 100%

プラスチックごみによる海の汚染が大きな問題となっています。 レジ袋やプラスチック製容器等、1回の使用で捨てられるプラ スチックの削減に努めていきます。





店頭に設置された1,001台*1のペッ トボトル回収機で、年間で約3億 3,000万本※2ものペットボトルを回 収しています。回収したペットボトル は新しいペットボトルや肌着などに 再生されています。

※1 セブン&アイグループ合計 2021年2月末現在 ※2 セブン&アイグループ合計 2020年度実績

子どもたちが描いた絵で、心に傷を負った子どもたちを救う "Kids Helping Kids"活動への参加

病気や戦争、災害などで心に傷を負った世界中の子どもたちに、画材や 必要物資の支援、絵を描くワークショップを、世界40カ国以上で続けて いる特定非営利活動法人 子供地球基金と共同でオリジナル商品を企画 しました。子どもたちが描いた絵をエコバッグやポケットティシューなどに 使用。売上の一部を活動支援のために寄付しています。





3 食品ロス・食品リサイクル対策

●食品廃棄物量の削減 発生源単位(売上百万円あたりの発生量・2013年度対比)

2030年 50% 削減 2050年の 75% 削減

●食品廃棄物のリサイクル率

▶ 2050年の 100%

まだ食べられるのに捨てられてしまう「食品ロス」への関心が 高まっています。この食品ロスを減らすため、食品廃棄物の削 減・リサイクルをさらに推進していきます。

製造工程や衛生管理の 見直しによってフレッシュ フードの消費期限の延長 に取り組んでいます。

消費期限が迫った商品にボーナス ポイントを付与する「エシカルプロ ジェクト」を2020年5月から全国で 開始しました。



4 持続可能な調達

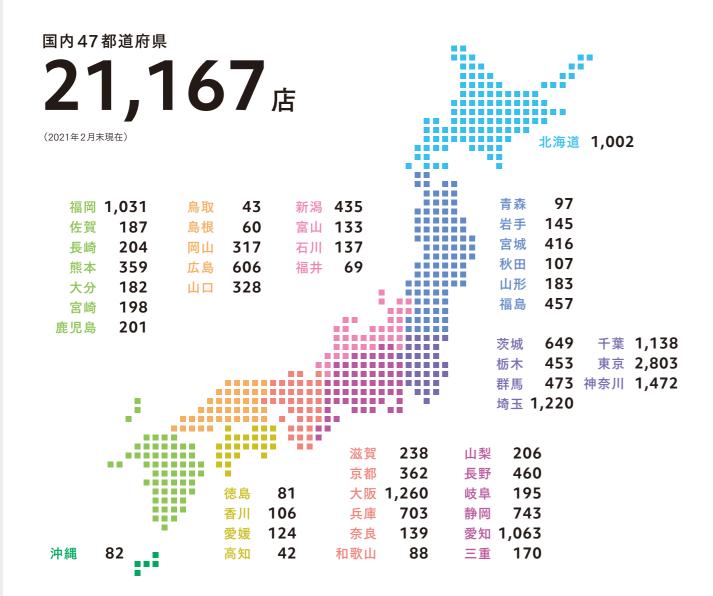
●オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で使用する 食品原材料は、持続可能性が担保された材料を使用。

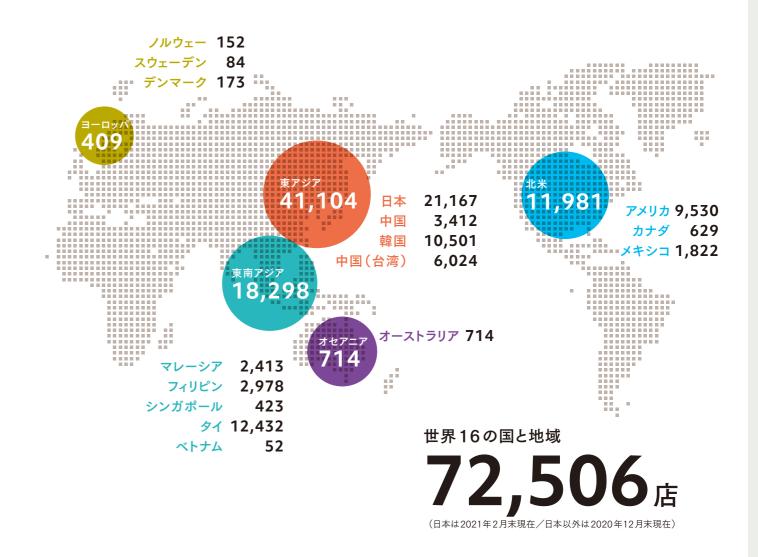
お客様に安全・安心・便利で環境にも配慮した商品を提供す るために、持続可能性が担保された食品原材料の使用を増 やしていきます。



持続可能な漁業で獲られた天然の水産物を対 象としたMSC認証を受けた「セブンプレミアム ひとくち辛子明太子」や、フェアトレード原料を 使ったひと口サイズのチョコレート「セブンプレミ アム カカオ73% ハイカカオチョコレート」も取り 扱っています。

セブン-イレブンの店舗数





都道府県別出店時期

1974年 5月	東京都	1982年 5月	宮城県	1	1996年 3月	宮崎県	2009年 2月	島根県
6月	神奈川県	8月	広島県		1999年 7月	山形県	12月	石川県
9月	福島県	10月	佐賀県		2000年 3月	長崎県	2011年 3月	鹿児島県
10月	埼玉県	1983年 4月	山梨県		10月	岩手県	2012年 5月	秋田県
1975年 4月	長野県	9月	山口県		2001年 6月	大分県	2013年 3月	香川県
10月	千葉県	1986年 5月	新潟県		7月	和歌山県	3月	徳島県
1978年 5月	北海道	1987年 6月	熊本県		7月	奈良県	2014年 3月	愛媛県
1979年 2月	栃木県	1991年 3月	滋賀県		2002年 7月	愛知県	2015年 3月	高知県
4月	福岡県	3月	京都府		2005年11月	岐阜県	6月	青森県
5月	静岡県	3月	大阪府		2006年 2月	三重県	10月	鳥取県
8月	茨城県	1993年 4月	岡山県		2009年 1月	富山県	2019年 7月	沖縄県
1981年12月	群馬県	1995年11月	兵庫県		1月	福井県	I I I	

セブン&アイグループの主な事業会社 (2021年7月1日現在)

(株)セブン-イレブン・ジャパン (株)イトーヨーカ堂 (株) そごう・西武 (株)セブン-イレブン・沖縄 (株)ヨークベニマル (株)池袋ショッピングパーク (株)セブン・ミールサービス (株)ヨーク (株)ごっつお便 (株)セブンネットショッピング (株)シェルガーデン (株)セブン&アイ・アセットマネジメント (株)セブンドリーム・ドットコム (株)サンエー (株)赤ちゃん本舗 (株)ロフト

海外コンビニエンスストア事業 7-Eleven, Inc.

SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC. セブン-イレブン(中国)投資有限公司 セブン-イレブン北京有限公司 セブン-イレブン成都有限公司 セブン-イレブン天津商業有限公司

国内コンビニエンスストア事業

(株) ヨーク (株) シェルガーデン (株) サンエー (株) 丸大 (株) ライフフーズ アイワイフーズ(株) (株) ヨーク警備 (株) セブンファーム (株) Peace Deli

(株) Peace Deli イトーヨーカ堂 (中国) 投資有限公司 成都イトーヨーカ堂有限公司 華糖ヨーカ堂有限公司 (株) ダイイチ*

(株)天満屋ストア※

(株) バーニーズ ジャパン(株) オッシュマンズ・ジャパン(株) Francfranc*公司 タワーレコード (株)*

百貨店・専門店事業

(株)セブン&アイ・フードシステムズ

(株)ニッセンホールディングス

金融関連事業

(株)セブン銀行 (株)セブン・フィナンシャルサービス (株)セブン・カードサービス

(株)セブンCSカードサービス

(株)バンク・ビジネスファクトリー (株)セブン・ペイメントサービス

FCTI, Inc.

その他の事業

(株)セブン&アイ・ネットメディア (株)セブンカルチャーネットワーク (株)セブン&アイ・クリエイトリンク (株)八ヶ岳高原ロッジ (株)テルベ(特例子会社) びあ(株)*

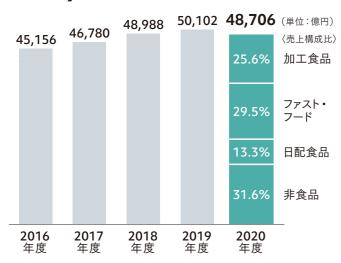
※持分法適用関連会社

11 セブン-イレブンの横顔 12

業績とデータ(2021年2月期)

チェーン全店売上(国内)

4兆8,706億19百万円

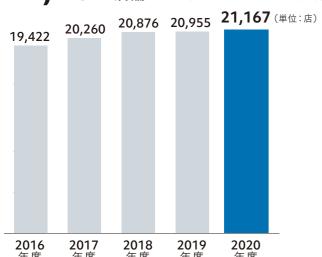


営業総収入 8,502億91百万円

営業利益 2,333億21百万円

期末店舗数(国内)

21,167店舗 ※2019年度よりセブン・イレブン・沖縄を含む



経常利益 2,819億74百万円

当期純利益 1,944億79百万円

売上と客数(全店平均)

平均日販 642千円

平均客数 **908**人

平均客単価 **707**_E

取扱金額は年間5兆円を超える 料金収納代行サービス

ガス、電気などの各種公共料金やインターネットショッ ピングの代金なども、全国のセブン-イレブンの店頭で 支払うことができます。身近なサービスとして利用者が 増加しています。

年間取扱件数

年間取扱金額

5億1,021万件

5_兆4,034億円

● 料金収納代行サービスの取扱件数と取扱金額の推移



新型コロナウイルスの 感染症拡大から1年 品質の追求で 需要の変化に対応 2020年年初から始まった新型コロナウイルスの感染症拡大は、社会に大きな 影響を与え、一人ひとりの生活と購買行動も大きく変化しました。

社会全体における需要の低下の中においても消費者ニーズの変化をとらえ、 商品の品質追求や店内レイアウトの変更などで対応。常に変化する社会環境 やお客様のニーズに合わせて進化し続けています。

ワンストップニーズの増加

密を避けてお買物がしたいという心理により、1カ所で お買物を済ませるお客様が増加しました。

●お客様の利用店舗数の変化

2020年12月 2021年3月 2019年12月

98万人 100万人 85万人 1店舗のみ利用 47万人 45万人 45万人 3店舗を利用 20万人 17万人 17万人 5店舗を利用

(首都圏 nanaco 利用データ)



レイアウトの見直しによる買い合わせ強化



1店舗でまとめ買いをする お客様が増加。酒類ととも に惣菜やサラダ、おつまみ の買い合わせを促進して



高付加価値商品の需要増

在宅勤務などによるおうち時間の増加で「プチ贅沢」や「より 品質の高いものを食べたい」というニーズが増加しました。



味・品質のさらなる追求



セブンプレミアム ゴールド

「金のビーフカレー」は、ほろほ ろとほぐれる柔らかくて大きな牛 肉と、32種類の香り立つ挽きた てスパイスを使用し、こだわりが パワーアップ。できたてを温かい まま封入することで香りと旨味 を逃さず閉じ込めました。



こだわりおむすび

人の移動に制限がある中でも、 海苔・米・具材にこだわった 「こだわりおむすび」は大きく売 上げを伸ばしました。

13 セブン・イレブンの横顔 セブン-イレブンの横顔 14

社会の変化に合わせて進化する 数々のイノベーションが生み出してきた新しい「価値」

セブン-イレブンの歴史は、挑戦の歴史です。

時代とともに変化するお客様のニーズに対応するため、社会情勢や経済の動向、さらに災害や疫病など、 世の中の出来事を敏感にとらえながら、つねに先を読み、商品やサービスの開発・品質向上を追求。

それらを実現するために、あらゆる常識の壁に挑むことを恐れず、

多くのイノベーションを起こしてきました。

1974_年

日本のコンビニエンスストアの 歴史が始まる

1974年5月、東京都江東区の豊 洲に、本格的なフランチャイズの コンビニエンスストアとして日本初 の 「セブン-イレブン豊洲店」が オープン。





1976年

流通業界の常識を打ち破り 実現した共同配送

異なるメーカーの商品を同じ車で運 ぶことがなかった時代に、環境負荷 の低減や、配送コスト面のメリットな どを各メーカーに働きかけ、ついに 共同配送が実現しました。



1987年

ついに、コンビニエンスストアで 公共料金の支払いまで!

銀行などの営業時間外にも公共 料金の支払いに対応するため、 バーコード読み取りによる24時間 支払い可能な「収納代行サービス」 を日本で初めて開始しました。







1975年

コンビニが街の 「明かり」になった24時間営業

時代のニーズに応えて導入された24 時間営業。夜間でも灯っている店舗 の明かりは、この頃からずっと、地域 を守る安心の風景にもなっています。

1978年

「買うもの | ではなかった おにぎりを国民的商品に

おにぎりは「家庭でつくるもの」 だった時代に業界初となる挑戦。 「パリパリの海苔」という差別化で 大ヒット。

2001年

お客様のニーズに応えて 銀行事業がスタート

ATM事業をメインサービスとした「アイワイバンク 銀行(現セブン銀行)|がスタート。24時間365日、 お財布代わりのATMとして多くの人々に利用され、 現在では全国に約25.600台を展開しています。 (セブン&アイグループ合計 2021年2月末現在)



2013年

累計50億杯!業界を揺るがす コーヒー革命

店頭で一杯ずつドリップする「セブンカフェ」。徹底して こだわったおいしいコーヒーが手軽な価格で飲めると いう驚きとともに大人気商品に。2019年には累計販 売数が50億杯を突破しました。

4

20,000店舗突破, アメリカ同時多発テロ 2003 [10,000店舗突破] 日経平均7,700円割れ **2020**年 1999

に・楽しく・便利に」することを目標

に49アイテムからスタート。2020年

度には4.000アイテム、1兆4.600億

発を目指しています。

※セブン&アイグループ合計

2007年

阪神・淡路大震災

2001_年

使用を見直し

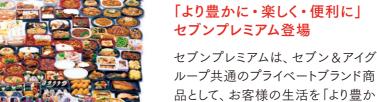
志向の高まりに応え、業界初となる 「保存料・合成着色料※を使用し ない|商品を米飯・調理パン・惣 菜・調理麺にて販売。衛牛管理・ 温度管理を徹底することにより実 現しました。

※着色料のうち指定添加物

品揃えと買いやすさの強化で 「おうち時間」をアップデート

新型コロナウイルス感染症の影響で 自宅で過ごす時間が増加。酒類とお つまみなどの購入促進のためのレイ アウト変更、冷凍食品の売場拡大、 日常品から食卓を華やかに彩る、 ちょっと贅沢な商品まで幅広く揃えま した。牛活インフラとしての重要件を ますます高めています。





業界に先駆けて保存料の

食への安全・安心の意識や健康

15 セブン・イレブンの横顔



セブン-イレブンのフランチャイズシステム

加盟店様が独立した経営者として店舗を運営し、本部はその店舗経営をバックアップ。 セブン-イレブンの「フランチャイズビジネス」は、 加盟店様と本部との明確な役割分担に基づき、 対等なパートナーとして行う「共同事業」です。



商品のマネジメント (発注・売場管理など)

人のマネジメント (採用・教育・労務管理など)

経営数値のマネジメント (売上げ・経営管理など) 共同事業

経営相談サービス

商品開発サービス

仕入援助と推奨売価

物流ネットワークの構築

販売設備の貸与

情報システムの提供

広報宣伝活動

会計簿記サービス

不良品※1原価相当額の15%本部負担

水道光熱費の80%本部負担

※1 廃棄ロス商品

店舗運営に関わる仕組み・制度

荒利分配方式

加盟店様と本部でお店の売上総利益※2 を一定の割合で分配する方式で 店舗運営による収益を分配。

オープンアカウント制度

小規模な資金でも事業をスタートでき、 加盟店様が安定した事業運営を 行えるよう設計された本部と 加盟店様間の決済の仕組み。

最低保証制度

加盟店様に一定額の オーナー総収入※3を保証する制度。

※2 売上高から売上商品原価(商品の売上原価から「品減・不良品原価」と「仕入値引額」を差し引いた純売上原価)を差し引いた利益額 ※3 売上総利益からセブン-イレブン・チャージを差し引いた金額



時代に合わせた 安心して働ける 環境づくりを

オーナー様も従業員様も、 誰もが安心して自分らしく働けるように。 さまざまなサポートをはじめ、 社会の潮流に合わせた 職場の環境づくりに取り組んでいます。



本部とのコミュニケーション促進



オーナー様のご意見やご相談など、生の声をしっかりとうかがい、 より良い経営環境を築いていくために。 オーナー様と本部のより緊密でていねいなコミュニケーションの活性化を図っています。

オーナー様向け アンケートの実施

2019年7月、2020年7月に加盟 店全店対象のアンケートを実 施。オーナー様の悩みや経営課 題を抽出しました。アンケートの 結果は、さらなる加盟店様の満 足度向上に活用していきます。

オーナー様意見交換会

オーナー様から店舗におけるさ まざまな課題やご提案を受け、 回答を行うとともに、本部からも 考え方や施策について、直接ご 説明するなど、双方向で建設的 な対話を行います。

オーナー様専用 相談窓口の開設

オーナー様のさまざまな相談を 受ける[オーナー相談室]の組 織改編を行い、人員を増加。 オーナー様の悩み事を相談でき る専用コールセンターを開設し ました。

お店づくりにおける「質の追求 商品における「質の追求」 売場における「質の追求」



3つ目は「売場における質の追求」です。

動画配信によるコミュニケーション

政策や商品情報などを、加盟店様に動画で情報発信できる仕組み を導入。OFC (オペレーション・フィールド・カウンセラー = 店舗経 営相談員)だけでなく、加盟店様と本部が直接のコミュニケーション をとることが可能になりました。



オーナーサポート制度の充実

求人やシフト作成など、事業主であるオーナー様が頭を悩ませる業務面でも、 充実したバックアップを行うことで負担を軽減しています。

求人面のサポート

求人管理システム「リクオプ | では、アルバイト募 集のホームページを無料で開設できます。有料 の求人媒体も安価で利用でき、応募者の管理も 可能です。

掲載イメージ



豆時間」「副業」「土日のみ勤務」など働くスタイル

与: 時給〇〇〇円~ 交通手段: JR線 四ツ谷駅 徒歩3分

電話番号: 00-000-000 受付時間:10:00~19:00(年末年始を除く)

オーナーヘルプ制度

オーナー様の急な疾病や冠婚葬祭などの際に 本部社員がオーナー業務を代行します。

不良品原価相当額の15%本部負担

加盟店様における毎月の不良品原価の15%を 本部が負担します。

作業割当・シフトの作成支援を順次拡大

店舗作業に要する時間の計測や、商品の納品 時刻、客数等の情報を入力・分析し、店舗ごと に最適な作業割当表を自動で設計します。



従業員サポート制度

すべての従業員様が「働き続けたい」と思える職場環境の実現へ。 安心で快適に、成長しながら働けるたくさんのサポート制度をご用意しています。

加盟店共済会 「クラブオフ」制度

加盟店共済制度の保険に加入されている店舗 の従業員様が利用できる福利厚生サービスの 周知と拡充を行っています。

加盟店様向け 定期健康診断

オーナー様だけでなく従業員 様もお近くの医療機関等で定 期健康診断を受診できます。

接客研修の実施

従業員様一人ひとりが効率 的なレジ・接客ができるように 研修を実施します。



お客様・店舗従業員様の 「安全・安心、健康」を守るため 新型コロナウイルス 感染防止における 衛生対策の強化を実施 お客様、加盟店オーナー様や従業員の皆様の 安全・安心、健康を最優先に考え、さまざまな 感染防止支援策を随時実施しています。

- ・お客様用除菌スタンドの設置
- ・従業員様検温のための非接触型体温計の配布
- ・おでん透明アクリルカバーの設置
- ・レジカウンターでの仕切りシート設置



※安全に配慮したうえで、撮影時のみマスクを外しています。時勢に鑑み誌面を制作していますが、イラストはマスクなしで掲載しています。 セブン- イレブンの横顔 20 19 セブン・イレブンの横顔

オペレーション・フィールド・カウンセラー

情報収集・分析、経営アドバイスのエキスパートが専任でサポート

担当店舗を定期的に訪問し、加盟店様と絶えずコミュニケーションをとって 経営をサポートするOFC(オペレーション・フィールド・カウンセラー=店舗経営相談員)。 店舗経営に有益な情報を伝え、売上や販売数などのデータから分析を行い、 商圏をふまえた商品の選定や陳列、店内の体制づくりまでアドバイスします。 あらゆる面から「売れるお店づくり」をバックアップする一番身近なパートナーです。







OFCによる店舗確認

売場やバックヤードなどで行われるオーナー様とOFCとの打ち合わせ

本部で行う情報収集

OFCは、隔週で実施されるFC会議(全体会議)に参加し、商品や販促等最新情報を収集します。 また、担当エリアの責任者であるDM(ディストリクトマネジャー)とコミュニケーションをとり、 地域に密着した情報交換を実施したうえで、原則週2回の訪店に臨みます。

マネジャー会議

FC会議(全体会議)

ゾーンミーティング / 地区ミーティング 担当エリアごとの地域密着情報を入手



情報活用方法

収集した情報を客観的視点で整理し 経営に活かします。

発注の考え方 商圏や来店客層、曜日特性を考慮し

発注のアドバイスを行います。

販売方法・陳列・接客

仮説をもとに発注した商品を、より多くの お客様の手に渡すにはどうするかを考えます。

商圏調査方法

店舗経営の基本として店舗周辺の立地を 調査・分析します。

店内の体制づくり

働きやすい環境を整えるために、作業割当や パートミーティングの実施等をフォローします。

経営数値分析

P/I.B/Sや商品の販売動向などを一緒に検証し PDCAを繰り返します。

など



オーナー様の声に耳を傾け、 想いを形にしていくお手伝いを

大学時代にセブン-イレブンでアルバイトしていた際にOFC の仕事の奥深さを知って憧れ、卒業後、新卒でセブン-イレ ブンに入社しました。入社後は東北エリアで4年間の直営店 勤務を経て、2014年に念願のOFCに着任しました。現在は、 埼玉県戸田地区の7店舗を担当しています。「コミュニケー ションは質も量も大事」をモットーに、お店でオーナー様や従 業員の皆様とFace to Faceで信頼関係を築くように心がけ ています。

OFCは店舗経営に有益な情報の伝達、売上や販売数の データ分析、商品の品揃えのアドバイスなど、あらゆる面から 「売れるお店づくり」をするパートナーとしての役割を担ってい ますが、これに加えて私がつねに心がけているのは、「オー ナー様の味方でいること」です。セブン-イレブンという共通 の看板を掲げていても、オーナー様の個性は当然ながら一人 ひとり異なり、店舗経営にかける想いもさまざまです。その個 性や想いを否定してしまうと、オーナー様は孤独になってしま います。そうならないようにオーナー様の声に耳を傾け、想い を形にしていくお手伝いをすることもOFCの大切な役割だと 思っています。

たとえば、以前の担当店の中に従業員の定着率が良くない お店がありました。オーナー様は非常にまじめな方でしたが、 私から見ると従業員の方とあまり打ち解けていない印象が あり、お店に活気がありませんでした。そこで、できるだけ頻 繁にオーナー様のもとに通い、たくさんお話をうかがうようにし たところ、次第に腹を割って話してくださるようになり、あるとき 「私の経営方針は時代遅れなのだろうか?」と悩みを打ち明け られました。確かにそのお店の運営の仕方は古く、それが従 業員の定着率の低さにつながっている可能性がありました。 しかし、直接それを指摘するとオーナー様のこれまでのやり方 を否定してしまうことになってしまいます。そこで、あくまでも参 考事例として「ほかのお店では、こういった工夫をして成功し ていますよ」と他店の事例を紹介したところ、オーナー様は真 摯に受け止めてくださって、それまでのやり方を刷新。これを 機にオーナー様はいろいろな変革に取り組まれるようになり、 その過程でオーナー様と従業員の絆が強まったことで、お店 は目に見えて活気を取り戻しました。その後、より良いお店づ くりを目指し、オーナー様は従業員だった4人を社員として雇 用し、今では地区を代表する繁盛店に成長しています。この ようにオーナー様の悩みに寄り添い、一緒に課題解決に取り 組めるのがOFCの仕事の一番の醍醐味。OFCとして1つの お店を担当できるのは数年間だけですが、離任の際に「高山 さんが担当OFCで良かったよ」「売上がすごく伸びて感謝して いるよ」と言っていただけるよう、これからも全力でオーナー様 と一緒に走り続けたいと思っています。

OFCとなって7年がたち、最近はオーナー様から複数店舗 経営の相談を受ける機会も増え、実際に何度かお手伝いを させてもらいました。目下の目標は、人生を懸けて事業拡大 に挑むオーナー様に有意義なサポートができるよう、店舗のみ ならず地区全体を見据えた戦略立案ができるようになること。 これまで以上に情報収集とデータ分析のスキルを磨き、オー ナー様とともに私自身も成長していきたいと考えています。





もっと詳しい話が読める、 「セブン-イレブンの横顔」 特別インタビュー集はこちら!



セブン-イレブン独自の 発注システムが 効率的な経営を支える

お客様のニーズが絶えず変化し、商品の ライフサイクルが短くなっている中で、 いつも充実した売場を維持するために。 店舗と本部が情報連携することにより、 商品単位での発注業務を支援しています。

OFC

地区事務所

加盟店様の各種帳票類のデータベース化など

担当する加盟店様の状況を携帯デバイスで確



共同配送センター

温度帯別共同配送などによって効率的に納品

メーカー様/お取引先様

発注情報から生産・出荷をタイムリーに実施

単品管理 商品の発注数量や陳列方法を単品単位で仮説、検証、見直しのサイクルを 短期間でまわしていくセブン-イレブン独自の販売管理手法です。 「単品管理」仮説・発注・検証のサイクル バックアップ環境・体制 店 舗 ストア・コンピュータ(SC) 経営数値、時間帯別の販売状況、新商品や販売促進計画、天候などの情報をわかりやすく表示 販売・価格変更などのデータ 納品・検品・陳列データ 発注・販売データ スキャナー・ターミナル(ST) グラフィック・オーダー・ターミナル(GOT) POSレジスター レジ精算時に販売データを蓄積し、本部に送信 検品・陳列位置の登録、鮮度管理に使用 売場で商品を確認しながら発注を行う端え コミュニケーションノネットワーク/物流

本 部

蓄積・管理・分析により

店内環境を改善する新しい設備



お会計セルフレジ お客様にお並びいただく時間と、レジ接客に対 応する時間の短縮や、作業効率化をかなえます。



スライドクリーンフィルター 作業負荷の大きかったアイスケースのフィル ター清掃を、レバーをスライドさせるだけで 可能にします。



高速回転するディスクがフライヤー油の侵入 をブロック。週1回の水洗いで清掃負荷を軽 減します。



スライド式陳列棚 陳列作業を軽減するだけでなく、美しく、 見やすい売場を実現します。



自動調理機能を付けることで、店内調理作 業と、排油や油槽清掃の作業負荷を軽減



フライヤーで使用する調理機器などの清掃 の時間を、手洗いの場合と比較して1日あ たり約1時間減らします。

お客様に愛されるお店づくりの「基本四原則」

お客様の期待に応えられる お店であるため、セブン・ イレブンでは「基本四原則」 を定めています。この原則 が守られているか、OFCは 訪店するたびに確認。お客 様に愛されるお店づくりを サポートします。



地域のお客様ニーズに きめ細かく応える商品



清潔で整理された売 場、身だしなみを徹底 します。



つねに安心してお買物 をしていただける新鮮 な商品を販売します。



フレンドリーサービス お客様の立場に立った 親しみやすい接客に努 めます。



チーム MD

業界の垣根を越え、さまざまなメーカー様やベンダー様などとチームを組んで 商品開発をするチームMD。

徹底したマーケット戦略のもと、各分野の高い技術と知恵を結集し、 品質、安全性、おいしさにこだわった理想の商品を追求します。



「新潟県産コシヒカリ七日間熟成辛子明太子」へのこだわり



その名の通りたくさんのこだわりが詰まった「こだわりおむすび」。 お米は新潟県産のコシヒカリ、海苔は食感と香りを重視し、摘み回 数が少ない有明産に限定。具となる辛子明太子では、皮の破れや つぶれを防ぐために人の手でやさしく扱う「手返し製法」を採用し、 7日間しっかりと熟成させて旨味を最大限に引き出しています。 このように、さまざまな「こだわり」をかなえられるのは、チームMD に参加するメーカー様、ベンダー様の協力があってこそです。







13.3%

チェーン 全店売上 4兆8,706億円

29.5%



プライベートブランドの常識を覆した **セブンプレミアム**

2007年の発売以来、好調な売上を続けてきたセブンプレミアムは、これまでのプライベートブランドの常識を覆してきました。

妥協を許さない新商品の開発力、つねに改良を続ける品質へのこだわり、食品を中心とした生活のあらゆるシーンに登場する幅の広さは、セブン・イレブンの商品ラインナップの大きな強みとなっています。





セブンプレミアム

「進化し続けるブランド」として、「もっとおいしく」「もっとおトクに」をテーマにお客様のニーズにきめ細かく応えます。





セブンカフェ

上質な素材とできたての香りがうれしいコーヒーや、本格的なスイーツで生活の中にくつろぎのひと時を。





セブンプレミアム ゴールド

上質な原料を、こだわりの製法で仕上げました。食卓を豊かにする最上級のブランドです。





セブンプレミアム ライフスタイル

便利で使いやすく、環境にもやさしい、衣料や生活雑貨。 充実のラインナップで、お客様の暮らしを支えます。

誕生から14年 改良と進化を続けてきた 国内最大級のブランド

2020年、セブンプレミアムは累計販売額が10兆円に到達しました。100年先につながるブランドを目指して、私たちはこれからも、あらゆる暮らしに寄り添い、新たな価値を創造し続けます。



究極のおいしさを求めて 「おいしいものほど飽きられるのが早い」。セブンプレミアムの強さの秘密は、 セブンプレミアム ゴールド そのあくなき品質への探究心にあります。 「金のハンバーグ」 発売と同時にリニューアルに向けた検証が始まるといわれる真摯な開発姿勢 が、数多くの定番ヒット商品を支えています。 10度目のリニューアル 決め手は素材と温度 2010年9月の販売開始以来、ほぼ毎年リニューアルを重ねて進 焼きたてハンバーグの 化し続ける「金のハンバーグ」。10度目を数える今回のリニューア おいしさをご家庭で ルは、よりジューシーでやわらかな食感を追求しました。ポイント は、最大200℃という高温での鉄板焼きと直火焼成です。一気 に旨味を閉じ込めることで、外はこんがり、中はふっくらと。さら に、三段仕込みのフォンドボーを使用し、継ぎ足し製法でつくっ たコクのあるデミグラスソースに、焼きたてのハンバーグからにじ み出た旨味のある脂が溶け込み、相乗効果でさらにおいしく、極 上の味に仕上がりました。

27 セブン・イレブンの横顔

毎日の「安心 | と「健康 | を支えるために フレッシュフードへのこだわり

セブン-イレブンのフレッシュフードは、質の高さも種類の豊富さも魅力。 そのバランスのとれた多彩な構成と、徹底したこだわりで 変化するお客様のニーズに応え続けます。





ここまで「しっとり」

素材はもちろん、発酵時間から カットする刃まで改良を重ねてこ だわり続けた「しっとり」した食感 のパン。



ここまで「シャキシャキ」

産地から低温状態を保ちながら運 ぶ[コールドチェーン] がかなえた、 他にはないレタスの「シャキシャ キ」感。



ここまで「フレッシュ」

原木のまま仕入れ、製造直前に スライスするフレッシュな「ハム」。 パンの大きさに合わせた角形の ハムを使用しています。

商品の安定供給とクオリティーを両立する アウトソーシング

優れた専門性を持つパートナー企業と協 力することで、よりおいしく、安全・安心な フレッシュフードをお届けします。工場や配 送センター、システムインフラなど、すべて 独立したお取引先の高度な技術を活かす ことで、高品質かつ安定的な製造を実現 しています。

商品の鮮度と 品質を守る 重要なポイント

----- **商品開発を支えるインフラ**(2021年2月末現在、沖縄を含む) ----

製造工場 温度帯別共同配送センター 全国 163 カ所

180工場(専用工場 全国166工場)

プロセスセンター

調味料/9カ所 野菜/9カ所

おいしさと

Interview

品質への挑戦 そして、最後はやはり

02 メーカー様に聞く 専用工場の強み

「情熱」です



株式会社武蔵野 代表取締役社長 安田 信行 Nobuyuki Yasuda

サンドイッチに革命を起こした 「低温長時間発酵」

株式会社武蔵野は1981年にセブン-イレブン・ジャパンとの お取引を開始。以来、サンドイッチやお弁当、おにぎりや調理 麺など主に中食食品の開発・製造を手がけてきました。現在 は全国17の工場で1日約370万食を製造、セブン-イレブン の店舗に出荷しています。

数ある商品の中で、最も力を入れているのが「パンづくり」 です。以前は他社から仕入れたパンを使ってサンドイッチを製 造していましたが、セブン-イレブンがサンドイッチの販売形態 を常温から冷蔵チルドに切り替えるのに合わせて、冷蔵しても パサつかないパンの開発・製造に挑戦し、独自の「低温長時 間発酵製法」を確立。12時間にもわたって、じっくりと生地を 低温発酵させることにより、小麦本来のコクのある旨味とふく よかな香りを引き出し、同時にパサつきのないしっとりとした 食感も実現しました。サンドイッチ製造工場では、このパンの ふんわりとしたやわらかさを損なうことのないよう、具材の トッピングなど繊細さが求められる工程や調理は人の手で 行っています。また、サンドイッチ用にパンをカットするために 丸刃スライサーを採用し、包装するまでを連続した工程で行う ことで、パンのやわらかな食感を損なわないようにしています。 スライサーを従来のものから、この丸刃スライサーに刷新した 年はサンドイッチの売れ行きが大きく伸び、お客様からの確 かな手応えを感じることができました。今は女性にも人気の ハード系のパンを使ったサンドイッチにも力を入れており、生 地づくりはもちろん、具材にもとことんこだわった商品の開発 に取り組んでいるところです。



サンドイッチを販売しているコンビニは数あれど、このように 独自の製法を確立してまで、おいしさと品質を追求しているの はセブン-イレブンのみ。その真摯な商品づくりの一端を担え ることは、食品メーカーである武蔵野にとって非常に大きな喜 びであり、さらなる成長への原動力となっています。

「おいしい料理」を食べる幸せを 皆様に届けたい

もちろん、武蔵野ではサンドイッチ以外にも創業以来培って きた独自の商品開発力を武器に、さまざまなヒット商品を世 に送り出してきました。たとえば、今やコンビニおにぎりの定 番となった「ツナマヨ」のおにぎりも、社員のアイデアをもとに、 武蔵野がいち早く商品化したものです。しかし、単に奇抜で 目新しいだけでは、お客様に長く愛していただける商品には なりません。やはり、安全・安心かつおいしいものでなくては、 お客様にリピートしてもらえないのです。そこで、武蔵野では 商品開発にあたって、「おいしい料理を作ろう~当然品質か ら感動品質へ」「お客様の台所であれ」というモットーを社員 に徹底。忙しい現代人にとっての台所ともいえるコンビニか ら、お客様が感動するおいしい料理をお届けすることを使命 に、社員が一丸となって挑戦を続けています。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で私たちの暮らしが大 きく変わる中、コンビニの中食には、ますます「もっと健康に」 というニーズが高まっています。武蔵野では、たとえば先年 発売してご好評をいただいた、食物繊維たっぷりのもち麦の おにぎりのように、ヘルシーさとおいしさを兼ね備えた魅力 的な商品の開発を通じて、皆様の健康づくりにも貢献してい きたいと考えております。



もっと詳しい話が読める、 「セブン - イレブンの横顔」 特別インタビュー集はこちら!



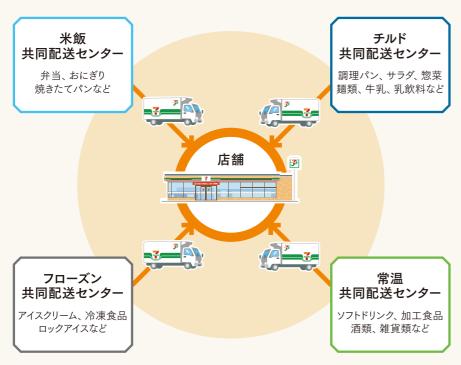
29 セブン・イレブンの横顔

おいしさは厳格な品質管理から

それぞれの商品をいちばんおいしい状態でお届けするためには、 生産地から製造、配送、店舗まで一貫した品質の管理を行うことが重要です。 とくに配送回数の効率化と低温物流網の整備は、 商品の鮮度を飛躍的に向上させました。

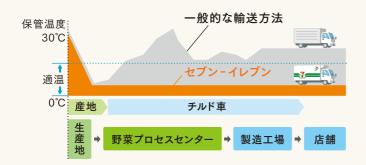
温度带別共同配送

商品ごとの味や品質を維持するためには、温度管理は重要な要素の一つです。 セブン-イレブンでは、最適な温度帯に分けて共同配送センターから各店舗に 一括で配送しています。



畑から始まる鮮度管理「コールドチェーン」

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。



安全と安心のために生産履歴管理を徹底

フレッシュフードに使用する原材料は、商品になるまでのあらゆる生産履歴を データベース化。原産国や工場、アレルゲン物質や添加物の有無、その素材が 使われているメニューや、販売エリアごとの使用量などすべての情報をチェックで きます。

--- 原材料の生産履歴管理の仕組み --



サプライチェーンと連携した環境への取り組み

専用工場一体型の野菜工場で、 新鮮・安全・安心な野菜を安定調達

プライムデリカ株式会社の「相模原ベジタブルプラント」では、3品種のリーフレタスを生産しています。 天候に左右されずに安定的な収穫が可能で、外気に触れることがないため、安全・安心で新鮮な野菜をすぐ商品に加工することができます。





栽培されたリーフレタスは、 サラダなどの商品に使われ ています。

サプライチェーン全体で取り組む省エネ推進活動が 「2020年度省エネ大賞 省エネルギーセンター会長賞」を受賞

セブン-イレブンのオリジナルフレッシュフードを製造する食品メーカーが加盟する事業協同組合(日本デリカフーズ協同組合)と連携して行ったフレッシュフード製造工場における省エネ機器の導入促進等の環境負荷低減の活動支援・啓発活動が高く評価されました。





セブン-イレブンのお届け、受け取りサービス

小売店舗の減少によりお買物が不便な地域の方や、お出かけが難しい高齢の方などのために、 お食事を中心にお届けするサービスを実施。消費環境やニーズが大きく変化する中、 セブン-イレブンは地域と連携し、地域に欠かせない現代の「ご用聞き」を目指しています。

セブンミール

毎日替わるお弁当や惣菜、セブン-イレブンの人気 商品をいつでも注文できるサービス。お店では取り 扱いのない限定商品もラインナップし、ご自宅までの お届けのほか、店舗でのお受け取りもできます。



セブンらくらくお届け便

店内で購入した商品や電話などでご注文いただい た商品を、ご自宅やご指定の場所にお届けします。 配達には、CO2の排出を抑えた環境にやさしい超小 型電気自動車「コムス」や、電動アシスト自転車など を活用しています。



643 [≙]

731 _⇔

セブンあんしんお届け便

おにぎりやお弁当、パン、飲料などを軽トラックで移 動販売するサービス。トラック内部は4つの温度帯に 分かれ、常温から冷凍まで各種食品や飲料に対応。 日用雑貨も含め約150アイテムの商品の積載が可能 で、小売店舗の少ない地域などで展開しています。



セブン・イレブン ネットコンビニ

お買物に行く時間がない、時間を有効に使いたいと いう、忙しいお客様の強い味方が「セブン-イレブン ネットコンビニ」。セブン-イレブンの豊富な品揃えの 中からスマートフォンで注文するだけで、当日配送さ れる便利なサービスです。(一部地域より順次拡大)



33 セブン-イレブンの横顔 ※安全に配慮したうえで、撮影時のみマスクを外しています。 セブン-イレブンの横顔 34



セブン-イレブンアプリ

「セブン-イレブンアプリ」は、おすすめ商品やキャンペーン情報、おトクなクーポンをいつでもスマートフォンで見られるアプリです。購買履歴に基づき、お客様に合わせたクーポンや情報が届くため、アプリを利用されているお客様は来店頻度が増え、お買上げ金額も向上することがデータで示されています。





お客様に合わせた クーポンが届く



お得な情報も どんどん届く



PayPayでの 支払いが可能に

7iD(セブンアイディ)

セブン&アイグループの各事業会社が保有する「お客様の情報」を1つのIDに集約して、消費行動を把握できる仕組み。これにより、高い精度で、ニーズに合った商品の開発や、タイムリーで的確なコミュニケーションを実現します。

セブンマイルプログラム

セブン&アイグループ各店舗や、ネットショッピングでのお買物でマイルが貯まり、1マイル→1nanacoポイントへの交換や、体験型イベント・デジタル特典、さまざまな寄付や支援金にご利用いただけます。







自転車シェアリング

店舗駐車場に設置され、セブン-イレブン 以外でも返却可能な自転車シェアリングの サービス。公共交通機関の代替手段としても注目されています。

(2021年5月末現在:約530店舗)

35 セブン・イレブンの横顔

宅配ロッカー

ヤマト運輸の宅急便のお受け取りができる ロッカーを設置。いつでも安心して荷物を 受け取れるとともに、フリマサイトで出品し た物品の発送にも利用することができます。

(2021年4月末現在:約1,060店舗)



セブン銀行ATM

全国で約25,600台設置され、600社以上の提携金融機関等のカードが、「いつでも、どこでも、だれでも、安心して」利用できるセブン銀行のATMサービス。海外発行カードご利用時、ATM画面明細票の表示を12言語から選択可能です。



さらに便利に

サブディスプレー付きの操作エリア「+(plus)エリア」を導入。運転免許証などの本人確認書類やQRコード※の読み取りが可能になりました。

※QRコードは(株)デンソーウェーブの登録商標です。



「いつでも、どこでも、 ___ だれでも、安心して」

さらに使いやすく

のぞき込み防止のバイザーを大型化してプライバシー空間を拡大。さらに、文字が大きく、より見やすくなったディスプレーなど、すべてのお客様に使いやすい仕様へ。

さらに安心して

最先端技術を用い、メンテナンスの最適化やセキュリティー対策の強化によって、ATMがより安全・安心に。また、消費電力とCO2排出量を減らし、環境負荷も低減します。

マルチコピー機

コピーやファクスだけでなく、スマートフォンやデジカメの写真プリント、ネットプリントサービス、コンサートや旅行のチケット申し込み、住民票や印鑑登録証明書発行などの行政サービスまで、さまざまな用途に対応。さらに便利に、使いやすく進化しています。



電子マネー 「nanaco」 でも お支払いいただけます。

コピー・スキャン・プリント

コピーのほか、スキャンやプリント機能も 完備。メディアやスマートフォンから、写真 や文書のプリントが簡単にできます。 両面コ ピーや写真・はがきプリントなどにも対応。



保険サービス

1日単位で加入できる1DAY保険(自動車・レジャー)、バイクの自賠責保険やガン保険、近年注目の自転車保険なども、マルチコピー機で加入手続きができます。

行政サービス*

「住民票の写し」「印鑑登録証明書」「戸籍 証明書」「戸籍附票の写し」「各種税証明 書」などの取得が、土日祝日でも可能です。

本籍地の戸籍証明書取り扱い 435自治体住所地の証明書取り扱い 851自治体

(2021年4月末現在)

※マイナンバーカードまたは住民基本台帳カード (住基カード)が必要です。 サービス内容は自治体によって異なります。

チケット発券

スポーツ観戦や演劇、コンサート、レジャーなど、「セブンチケット」と「ぴあ」、「JTBレジャー」が取り扱うチケットが購入できます。

ネットプリント

ネットで事前に登録した文書や画像をプリントできるサービス。出張や外出先での書類のプリントに役立ちます。



ニューノーマル時代の 働き方の変化と コンビニエンスストアの 新しい役割 新型コロナウイルスの感染症拡大にともない、企業の在宅勤務や学校のオンライン授業などが増加。その結果、マルチコピー機の「ネットプリント」や「スキャン」など、幅広く利用されました。

会社やご家庭のプリンター代わりとして使用されるほか、住民票の写しや 印鑑登録証明などの各証明書が発行できることで、お客様の利便性の向 上に役立っています。



OFCと二人三脚で乗り越えた 売上低迷期

高校卒業後、実家の運送会社でドライバーとして働いていま したが、自分でも事業経営をしてみたいと思い、30歳を前に セブン-イレブンのオーナーに応募しました。独立にあたって セブン-イレブンを選んだのは、単純にセブン-イレブンの商 品が好きだったから。まったくの異業種からの転職ですが、 人と接するのが好きなのでためらいはありませんでした。オー ナーに就任したのは、2014年7月。 開店当日はたくさんのお 客様にご来店していただき、感動したのを覚えています。しか し、現実はそう甘くなく、しばらくすると売上が低迷、「大丈夫 かな」と不安な気持ちで過ごす日が増えました。そんな窮状を 救ってくれたのが、開店3カ月後に着任したOFCのAさんで した。Aさんは直営店勤務を終えたばかりの新人OFCでした が、とても機動力があり、毎週200枚チラシを作って、私と一 緒に近隣地域にポスティングしてくれました。そのチラシを 握ったお客様が「この商品が欲しいんだけど」とご来店してく ださったときは、「これまでやってきたことはムダではなかった んだ!」と、涙が出るほどうれしかったですね。そんな地道な 努力のかいあって次第に客足が伸び、開店1年後には売上 も軌道に乗ってきました。大変な時に支えてくれたAさんの サポートには感謝しかありません。Aさんから担当のOFCは 代わっていますが、提案するだけでなく一緒になって動いてく れるOFCが多いですね。DM(ディストリクトマネジャー:地区 の責任者)もたびたび訪店してくれるので、店舗が抱える課 題の解決スピードが上がり、心強く思っています。

4年目で2店舗のオーナーに

オーナーになって4年目の2018年には、念願の2号店経営 をスタートしました。1号店と2号店はそれぞれ立地や客層、 売れ筋が違うので、すごく勉強になりますね。また、複数店の 経営者になったことで収入が増え、精神的にとても楽になり ました。2つの店を持つことで忙しくなることを覚悟していたの ですが、各店舗とも優秀な従業員に恵まれているおかげで、



草分オーナー(中央)と従業員さん

それほど負担は増えていません。むしろドライバー時代より自 分のペースで仕事ができるようになり、毎日家族と夕食を食 べられるようになりましたし、子どもの学校行事にも参加でき るようになって家族にも喜ばれています。

「働きたい人」が集まる店づくり

もう一つ、オーナーになって良かったと思うのは、一緒に働く 仲間と出会えたことです。前職では、人の採用など経験がな く、自分にできるか不安でした。一から労務の勉強をし、就 業規則を整えたり、有給休暇を取りやすい仕組みをつくった りと、働きやすいお店であるために、いろいろな工夫をしてい ます。現在、1号店・2号店にそれぞれ約30人の従業員がい ますが、長く働いてくれている人が多く、人手が足りなくなると 「働きやすいお店だから、やってみない?」と自分の友達や家 族を誘ってきてくれるので、これまで一度も有料で求人広告を 出したことはありません。従業員から学ぶことも多く、コロナ禍 で従業員の感染対策に悩んでいたときも「お客さんに必要と されているんだから、こんなときこそがんばらないと!」と励まし てもらいました。また、近隣在住の従業員が多いおかげで地 域とのつながりができ、今はオーナーとして町内会や地域の 子ども見守り隊の活動もしています。小学校の給食試食会に 呼ばれたときは、子どもたちに「あ!オーナーだ」と声をかけら れて、うれしかったですね。競合店も増えて決して楽観できる ことばかりではありませんが、できることに一つひとつ誠実に 取り組み、地域の皆さんと従業員に愛され続ける店でありた いと思っています。

3.11で店舗全壊 移動販売でお客様のもとへ

2011年3月11日の東日本大震災発生時、津波の到来をラ ジオで知った私はすぐに店にいた従業員とともに高台に避難 し、間一髪で難を逃れました。しかし、津波で店舗は全壊。 翌日には水が引いたものの、営業ができる見通しも立たず、 この先どうなるのか想像もつかないまま、まずは店内を片付 けることから始めました。片付けの合間には、まだ食べられる 商品を集めて近隣の皆様に無償でお配りしました。それまで 商売ができていたのは、地域の皆様の支えがあってのことだ と思っていたからです。

その後の約1カ月は、従業員の安否確認とがれき除去に終始 しました。幸い、従業員全員の無事が確認できたことに安堵 しながらも、内心では「もうこの場所で商売を再開できないの では…」と不安な日々を過ごしていました。そんな中、4月6日 に本部から「2トン車に商品を載せて販売する、移動販売をし てみないか」とのお話をいただき、「少しでも復興の役に立ち たい。ぜひ、私にやらせてください」と即答しました。当時は まだスーパーが営業を再開しておらず、日用品の買物すらま まならない状況でしたから、少しでもお客様のお役に立ちた いという強い思いに背中を押されるままに、毎日地域を走り まわりました。移動販売には従業員や担当OFCも協力してく れ、従業員が自宅から持ってきたガスコンロでお湯を沸かし て缶コーヒーを湯煎したり、OFCが持ってきた電子レンジで 商品を温めたりと、少しでもお客様に温かいものを提供でき



小林オーナー(右)と従業員さん

るように、皆で必死に知恵を絞りました。そのかいあって、移 動販売にうかがうと、店の常連さんはもちろん、初めてのお客 様にも、「ありがとう、助かるよ」と喜んでいただくことができ ました。その後、5月に店舗での営業を再開したときには、 「あの大変な時に、移動販売をやってくれて本当にありがと う」と感謝の言葉をいただき、「ここで商売をやっていてよ かった、移動販売に挑戦してよかった」と思うとともに、やは り商売の原点は「お客様の役に立つこと」だと改めて実感し ました。

10年を経て絆はより強固に

震災で車を流され、買物に行けず困っているお客様も多い ので、店舗再開後は「ご用聞き」の役割を強化しています。 震災の翌年からは本部からのお声がけもあって、移動販売 「セブンあんしんお届け便」をスタート。近所での買物が難し い地域のお客様のために、今も週5回ほど、専用車に弁当 や日用雑貨を積んで各地を巡回しています。今では巡回を 心待ちにしてくれる顔見知りのお客様も増え、大きなやりが いを感じながら取り組んでいます。

震災後の日々は本当に大変でしたが、ともにその困難を乗り 越えたことによって、従業員との絆がより強固になったことに は心から感謝していますし、当時の従業員の多くが今も働い てくれていることを、オーナーとしてとてもうれしく誇りに思って います。あの時一つでも行動を間違えていたら、今はありま せん。あの時生かされたから、今の自分があるのです。これ からも、地域の人々にとってなくてはならない存在になれるよ う、挑戦していきたいと思っています。





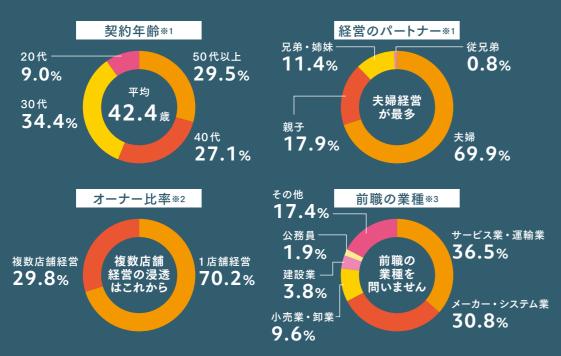




フランチャイズ契約

セブン-イレブンの事業は、オーナー様に独立した経営者として 店舗を経営していただく「フランチャイズビジネス」です。 セブン-イレブンのオーナー様として新しい毎日をスタートするための、 最適な契約プランがあります。

数字でわかるセブン-イレブンのオーナー様



※1 当社調べ(2020年度) ※2 2021年2月末現在(直営店のぞく) ※3 セブン&アイグループ社員およびセブン-イレブン店舗従業員のぞく

開店までの流れ

A タイプ

お店の土地・建物を加盟店様にご用意いただくタイプ

1.オーナー候補者様訪問

RFC(リクルート・フィールド・カウンセラー)が加盟店になら れるための説明を行い、「フランチャイズ契約の要点と概説」 をお渡しいたします。

2.立地・商圏・市場調査

加盟店として開店できるかどうか、立地や商圏を綿密に調 査。結果を多角的に分析・検討します。

3.システムのご案内

フランチャイズストーリーにて独自の店舗運営方法や経営全 般についてご納得いただけるまで詳しくご説明します。

4. 現地責任者との面談

セブン-イレブン経営に対するご夫婦、ご家族のご理解と同 意を確認させていただきます。

5. 社内審査

ご決定

オーナー候補者様より資金計画表・財務書類などをお預か りし、本部が計画内容を確認します。

6.フランチャイズ契約内容のご説明

オーナー候補者様と本部の役割分担など、各種取り決めを 1項目ずつご説明します。

7.オーナー候補者様のご検討および意思決定

じっくりご検討いただき、フランチャイズ契約を結ぶかどうか 決定していただきます。

8.フランチャイズ契約の調印

契約内容を十分にご検討いただき、意思決定されたうえで、 フランチャイズ契約を締結し、成約預託金をお支払いいた だきます。

9.店舗レイアウト・設計

本部の建築・設計部門が設計を行い、ご確認の後、建築 請負契約に調印していただきます。

Cタイプ

お店の土地・建物を本部がご用意させていただくタイプ

1.オーナー募集説明会参加

セブン-イレブンのフランチャイズシステム等について説明を行 い、「フランチャイズ契約の要点と概説」をお渡しいたします。

2.事前相談 - 一次面談

担当者がご自宅等にうかがい、経営される方と面談させて いただきます。

3.システムのご案内

フランチャイズストーリーにて独自の店舗運営方法や経営全般についてご納得いただけるまで詳しくご説明します。

4. 既存店(店舗)訪問

実際に経営している加盟店様を訪問し、生の声を聞いて理 解を深めていただきます。

既存のお店で短期間の業務体験をしていただき、経営者と しての適性を自らご確認いただきます。

6. 現地責任者との面談①

セブン-イレブン経営に対するご夫婦・ご家族のご理解と同意を確認させていただきます。

ご希望にもっとも近い物件をご紹介。ご覧いただいたうえで 経営する店舗を決めていただきます。

8. 現地責任者との面談②

セブン-イレブン経営に対するご夫婦・ご家族のご理解と同 意を再度確認させていただきます。

9.フランチャイズ契約内容のご説明

オーナー候補者様と本部の役割分担など、各種取り決めを 1項目ずつご説明します。

10.オーナー候補者様のご検討および意思決定

じっくりご検討いただき、フランチャイズ契約を結ぶかどうか決定していただきます。

11.フランチャイズ契約の調印

契約内容を十分にご検討いただき、意思決定されたうえで、 フランチャイズ契約を締結し、成約預託金をお支払いいた だきます。



共 通

開店前の準備

オーナー様のトレーニング

スクールトレーニング ストアトレーニング

得していただきます。



テキストやVTRを使った講義 各地区の直営店で実際に店 従業員様とコミュニケーション 開店前日のセレモニーです。 万全の準備を整え、お客様を が受けられます。



開店告知も行います。



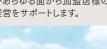
ターンキー

ます。

形式。機器実習では、レジや 頭業務や接客を行います。ト をとり、情報共有を図ります。 研修修了証書とともに店舗 お迎えします。開店後はOFC 情報機器を実際に操作して習 レーナーからていねいな指導 近隣にごあいさつにうかがい、 のキーを加盟店様にお渡しし があらゆる面から加盟店様の 経堂をサポートします。

開店







39 セブン-イレブンの横顔 ※安全に配慮したうえで、撮影時のみマスクを外しています。

契約条件一覧

	経営形態	独立の事業者	契約期間	15年				
	土地・建物の所有または賃借	加盟店の所有または賃借	水道光熱費負担	本 部:80% 加盟店:20%				
^ ~ . +	成約預託金	315万円 (消費税額等15万円を含む)						
A 917	セブン-イレブン・チャージ	売上総利益*1に45%の率を乗じた金額〔24時間営業の場合は43%〕 5年経過インセンティブ有り(一定の条件によりセブン-イレブン・チャージの減額) 売上総利益の1%を特別減額。さらにセブン-イレブン・チャージの減額有り注						
	最低保証	オーナー総収入※2 24時間営業の場合は年額2,5	┊以外の場合は1,900万円〕					
	経営形態	独立の事業者	契約期間	15年				
	土地・建物の所有または賃借	本部の所有または賃借	水道光熱費負担	本 部:80% 加盟店:20%				
	成約預託金	260万円(消費税額等10万円を含む)						
C タイプ	セブン-イレブン・チャージ	売上総利益*1にスライドチャージ率を乗じた金額24時間営業の場合は、売上総利益の2%を控除営業施設が、弊社の定める店舗分離型住居に該当する場合は、地域別適用金額*3を控除5年経過インセンティブ有り(一定の条件によりセブン-イレブン・チャージの減額有り、売上総利益の1%を特別減額。さらにセブン-イレブン・チャージの減額有り						
	最低保証	オーナー総収入※ ² 24時間営業の場合は年額2,000万円〔24時間営業以外の場合は1,700万円〕						

- ※1 売上高から売上商品原価を差し引いた利益額 ※2 売上総利益からセブン-イレブン・チャージを差し引いた金額
- ※3 地域別適用金額は店舗住所により異なります ※ 契約の詳細については「フランチャイズ契約の要点と概説」と「契約書」を説明時に組み合わせてご説明します

Cタイプのスライドチャージ計算基準

1ヶ月の売上総利益に対して	オーナー総収入	セブン-イレブン・チャージ
0円~ 250万円の部分	44%	56%
250万円超~ 400万円の部分	34%	66%
400万円超~ 550万円の部分	29%	71 %
550万円超	24%	76%

注 セブン-イレブン・チャージの減額について

セブン-イレブン・チャージは、上記により算出された金額から、以下に定める金額を減額します。

売上総利益額/月	550万円超	550万円以下
24時間営業店舗	月額 35,000 円減額	月額 200,000 円減額 - {24時間営業 -2% 相当額 } - {特別減額 -1% 相当額 }
非24時間営業店舗	月額 15,000 円減額	月額 70,000 円減額 - 〔特別減額 - 1% 相当額〕

※上記金額は、各会計期間ごとに実営業日数の日割り計算を行うものとします

成約預託金の内訳

	● 研修費用	② 開業準備手数料	3 開業時出資金
A タイプ	55 万円 (消費税額等5万円含む)	110 万円 (消費税額等10万円含む)	150 万円 (消費税はかかりません)
C タイプ	55 万円 (消費税額等5万円含む)	55 万円 (消費税額等5万円含む)	150 万円 (消費税はかかりません)
	加盟者が研修に参加して、店舗経営・実務を習得するための費用(食事、宿泊費を含む)。	契約前の店舗計画から商品陳列まで、加盟者の開店がただちにできる状態にするために、弊社が担当実施する開店準備の諸作業に関する 手数料。	開業当初の販売のための在庫商品代、つり銭用準備現金の額、什器・備品・消耗品の代金および加盟保証金500,000円などをまかなうための一部として、加盟者が自己資本として自ら調達する最低限度の金額(前記金額を弊社に払い込み、それ以外の分は、弊社が調達し、加盟者に貸付します)。

加盟店様へのバックアップ

経営相談サービス	販売設備の貸与	不良品(廃棄ロス商品)原価相当額の 15%本部負担		
商品開発サービス	情報システムの提供	13%本部負担 水道光熱費の80%本部負担		
仕入援助と推奨売価	広告宣伝活動	小担ル然貝の 00 // 本中貝担		
物流ネットワークの構築	会計簿記サービス			

お店で働く人のための制度

■ 加盟店様や配偶者様の死亡・傷病・老後の備え・正社員の福利厚生のため
の生命保険・医療保険・積立金
● 従業員の仕事中や通勤途中のけがに備えた従業員業務傷害見舞金

加盟店様へのインセンティブ

加盟店共済制度

複数店経営奨励制度	 開業後満5年を経過した加盟店様が複数店を出店した場合、複数店に対し、5年経過のインセンティブ・チャージを開業時より適用 1号店を除く複数店全店を対象にセブン-イレブン・チャージから売上総利益の3%に相当する金額を減額
-----------	---

制度ローン提携銀行

都市銀行	三井住友・りそな・埼玉りそな・みずほ・三菱UFJ
地方銀行	 北海道地区:北海道・北洋 東北地区:岩手・秋田・東邦・七十七・山形・荘内 関東・甲信越・東海地区:横浜・千葉・千葉興業・京葉・足利・常陽・群馬・武蔵野・山梨中央・八十二・第四北越・静岡・スルガ・百五・十六 関西地区:京都・滋賀・南都・紀陽・みなと・関西みらい 中国・四国地区:中国・広島・もみじ・山口・鳥取・阿波・伊予 九州地区:福岡・西日本シティ・北九州・佐賀・十八親和・肥後・大分・宮崎
その他	いちい信用金庫・福岡ひびき信用金庫

(2021年2月末現在)

41 セブン・イレブンの横顔 セブン-イレブンの横顔 42

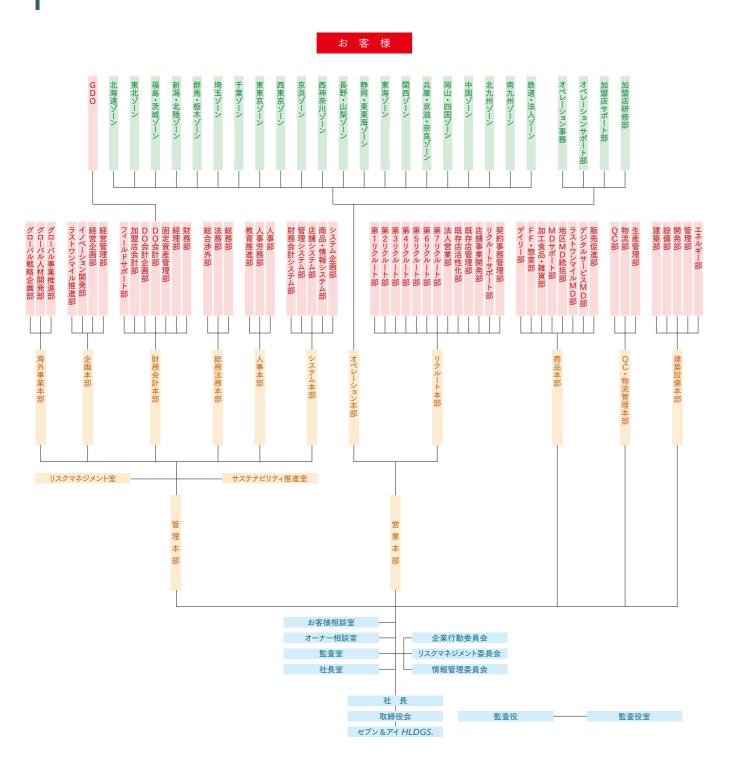
進化と変化を続けてきた「近くて便利」 私たちの歴史は、挑戦の歴史です

1973年 (昭和48)	11月	(株)ヨークセブン設立	1996年 3月 (平成8)	月) 気象情報システム導入開始
		米国サウスランド社(現7-Eleven, Inc.以下同じ) とエリアサービスおよびライセンス契約締結	1997年 6月 (平成9)	月) 出店数 7,000 店舗突破
1974年 (昭和49)	5月	第1号店出店(東京都江東区·豊洲店)	11 月	月	衛星通信による第5次総合店舗情報システム 導入開始
(昭和49) 1975年 (昭和50)	6月	24時間営業開始(福島県郡山市・虎丸店)	1998年 10月 (平成10)	月	雑誌定期購読予約サービス開始
1976年(昭和51)	5月	出店数100店舗突破	1999年 3月	月	栄養ドリンク剤販売開始
(#日1日 51)	9月	ベンダーの集約化、共同配送開始	(干級 TT) 11 月	月	出店数8,000店舗突破
1978年 (昭和53)	1月	社名を(株)セブン-イレブン・ジャパンに改称			イー・ショッピング・ブックス取り扱い開始
("11100)	8月	ターミナルセブンによる発注開始			インターネット代金収納代行サービス開始
1979年 (昭和54)	10月	東証第2部に上場	2000 年 2 月 (平成12)	月	電子商取引(EC)事業の(株)セブンドリーム・ ドットコム設立(同年7月よりサービス開始)
1980年(昭和55)	11月	出店数1,000店舗突破	8.5		お食事お届けサービスの(株)セブン・ミール
1981年 (昭和56)	8月	東証第1部に指定替え	0.5	Н	サービス設立(同年9月よりサービス開始)
1982 年 (昭和57)	10月	POS(販売時点情報管理) システム開始	2001年 4月 (平成13)	月	(株)イトーヨーカ堂と共同出資により (株)アイワイバンク銀行 (現 セブン銀行) 設立
		EOB(電子発注台帳)による発注開始	5.F	В	アイワイバンク銀行(現 セブン銀行)の店内
1984年 (昭和59)	2月	出店数2,000店舗突破	3 7.	,	ATM (現金自動預け払い機) 設置開始
1985年 (昭和60)	5月	グラフ情報コンピュータ導入開始	8,5	月	「保存料・合成着色料※を使用しない」商品を 米飯・調理パン・惣菜・調理麺にて販売
	8月	双方向レジスター導入開始			(※着色料のうち指定添加物)
1987年 (昭和62)	3月	米飯共同配送3便制導入開始	2002年 5月 (平成14)	月	冷蔵でも加温でも販売できるオープンケース 設置開始
	4月	出店数3,000店舗突破	11,5	В	マルチコピー機を活用したチケットサービス等
	10月	東京電力料金収納業務取り扱い開始	117	,	の取り扱い開始
1988年 (昭和63)	3月	東京ガス料金収納業務取り扱い開始	2003年 8月 (平成15)	月	出店数 10,000 店舗突破
	11月	米飯20℃温度管理体制 (工場~配送車~販売ケース)導入開始	2004年 1月 (平成16)	Ĭ	合弁会社セブン-イレブン北京有限公司設立
1989年 (平成元)	11月	プリペイドカード取り扱い開始	4 A	月	中国北京で第1号店出店 (北京市東城区・東直門店)
	12月	米国サウスランド社からハワイ事業部を 買い受ける	5,5	月	バリアフリー型店舗の展開開始
1990年	6 8	出店数4,000店舗突破	11,5	月	光ファイバー通信導入開始
(平成2)	9月	第4次総合店舗情報システム導入開始			デジカメプリント機能付のマルチコピー機設置開始
1991年		米国サウスランド社の株式を取得し経営に参画	2005 年 2 月 (平成17)	月	7-Eleven, Inc.を子会社化
(平成3)	5月	ISDN(総合デジタル通信網:NTT)導入開始	9,5	月	持株会社である (株)セブン&アイ・ホールディングス設立、
1993年	2月	出店数 5,000 店舗突破			東証第1部へ上場
(平成5)	11月	セブン-イレブンみどりの基金設立	11月	月	出店数 11,000 店舗突破
1994年		大型アイスクリームケース導入開始			7-Eleven, Inc.を完全子会社化
(平成6)	10月	チルドオープンケース導入開始	2006年 5月 (平成18)	月中	第6次総合店舗情報システム本格導入開始
1995年		出店数6,000店舗突破	2007年 3月 (平成19)	月	セブン-イレブンが小売業として世界最大の チェーン店舗数を達成
(平成7)	6月	通信販売代金収納業務取り扱い開始	4,5	月	独自の電子マネー「nanaco(ナナコ)」 導入開始

2007年 8月 (平成19)	「セブンプレミアム」をセブン-イレブン店舗で 販売開始		2014年 (平成26)		
10月	カウンター調理(フライヤー)商品の販売開始		2015年 (平成27)		チェーン全店売上高が4兆円を突破
				8月	出店数 18,000 店舗突破
12月	情報メディアと小売業を融合させた (株)日テレ7設立			10月	第7次総合店舗情報システム本格導入開始
2008年 2月 (平成20)	出店数 12,000 店舗突破			11月	「omni7」 グランドオープン
4月	セブン-イレブン中国有限公司設立		2016 年 (平成28)	2月	水素ステーション併設店舗を開店
2009年 1月 (平成21)	(株)セブンカルチャーネットワーク設立		(////	7月	世界のセブン-イレブン出店数が 60,000店舗を突破
12月	「セブンネットショッピング」サービス開始			8月	出店数 19,000 店舗突破
	ぴあ(株)と業務・資本提携				,
2010 年 2 月 (平成22)	マルチコピー機による「住民票の写し」 「印鑑登録証明書」の発行サービスを開始		2017 年 (平成29)		セブン-イレブンのコーポレートカラーを 「色彩のみからなる商標」として日本で初めて登録
	(一部自治体より)			6月	ベトナムにセブン-イレブン初出店
3月	「セブン-イレブンみどりの基金」を「一般財団 法人セブン-イレブン記念財団」として法人化			10月	(株)セブン-イレブン・沖縄設立
6月	クレジットカードで決済開始		2018 年 (平成30)	1月	出店数 20,000 店舗突破
12月	出店数 13,000 店舗突破			10月	「PRIDE指標」にて最高評価ゴールド認定を受賞
12/3		′ ਜਾ ਜੀ 21	2019年 /令和元)	4月	「行動計画」を策定
	世界のセブン-イレブン出店数が 40,000 店舗を突破	(TPX.51	/ 1711/6/	5月	東大和市、日本財団、
	セブン-イレブン成都有限公司設立				東大和市清掃事業協同組合と連携し、 東大和市における「ペットボトル回収」を促進
2011年 3月 (平成23)	日本における「セブン-イレブン」の商標権を取得	ł		6月	世界初の完全循環型リサイクルペットボトル 「一(はじめ)緑茶一日一本」をセブンプレミアムより
5月	オリジナル商品の内容、ロゴ、パッケージを 全面リニューアル				発売
	移動販売「セブンあんしんお届け便」開始			7月	セブン-イレブン・沖縄が沖縄県内に出店開始
				8月	出店数 21,000 店舗突破
	店内照明・店頭看板のLED化等の節電対策を 本格導入			10月	「営業時間短縮の検討」における取り組み
2012年 1月	チェーン全店売上が3兆円を突破				『深夜休業ガイドライン』を新たに制定
(平成24) 2 月	出店数14,000店舗突破		2020年(令和2)	1月	世界のセブン-イレブン出店数が 70,000店舗を突破
5月	「セブンライフスタイル」販売開始			5月	販売期限が迫った商品に nanacoボーナスポイントを付与する
7月	超小型電気自動車による商品お届けサービス 「セブンらくらくお届け便!開始				「エシカルプロジェクト」を全国に拡大
10月	(株)SEJアセットマネジメント&インベスト メント設立			6月	5社クレジットカードにおける非接触決済を導入・ 全国の店舗でサービス開始
2013年 1月	「セブンカフェ」販売開始			8月	7-Eleven, Inc.が米国Marathon Petroleum Corporationの主に「Speedway」ブランドで
(平成25) 2 月	出店数 15,000 店舗突破				運営されるコンビニエンスストア事業と 燃料小売事業の取得契約を締結
3月	世界のセブン-イレブン出店数が				
5 /3	50,000店舗を突破		2021年 (令和3)	3月	大規模災害に対する事業継続計画(BCP)を 大幅改定
12月	出店数16,000店舗突破				
2014年 8月 (平成26)	出店数17,000店舗突破			5月	移動販売「セブンあんしんお届け便」 サービス開始から10周年
10月	「セブンカフェドーナツ」販売開始				

43 セブン-イレブンの横顔

組織図(2021年5月末現在)



会 社 概 要 (2021年2月末現在)

名称株式会社セブン-イレブン・ジャパン本部所在地東京都千代田区二番町8番地8代表者永松文彦設立1973年11月20日資本金172億円従業員数8,990人

役 員 一 覧 (2021年5月末現在)

代表取締役社長 永松 文彦 代 表 専務執行役員 木村 成樹 専務執行役員 野田 靜真 常務執行役員 大橋 尚司 常務執行役員 藤本 圭子 執行役員 広隆 執行役員 阿部 真治 執行役員 青山 誠一 取締役 井阪 隆一 監査役 監査役 堂山 輝男 監査役 谷口 義武 執行役員 執行役員 石丸 和美 執行役員 桝尾 威彦 執行役員 飯沼 一丈 執行役員 藤田 重人 執行役員 濵﨑 信吾 執行役員 和瀬田純子 執行役員 青山 圭介 執行役員 眞野 義昭 執行役員 石川 孝 執行役員 西村 出 執行役員 榑谷 光生 執行役員 笠石 吉美 執行役員 羽石 奈緒 執行役員 内田 愼治

45 セブン-イレブンの横顔 46