セブン-イレブンの横顔
2023-2024

セブン-イレブン 50 YEARS

創業から50年を迎えた
セブン-イレブン
進化を続けてきた歴史の中にも
変わらないものがあります

セブン-イレブンのフランチャイズシステムは、
加盟店様と本部の共同事業です。
お客様一人ひとりにとって便利なお店であるため、
本部は常に新しい商品やサービスを開発し、
加盟店様は、それらの商品・サービスの提供を通じて
地域社会やお客様と深くつながっていく。
時代が変わり、社会の変化に対応しながらも、
加盟店様と本部が一緒になって社会全体をもっと便利に、
もっと豊かにしたいという姿勢は変わることがありませんでした。
そして、次の50年。
これからも変わらず加盟店様と二人三脚で
一歩ずつ、未来に向けて歩み続けます。

お客様

もっと便利で、もっと豊かな暮らしを

安全・安心な商品と便利なサービスで
生活に欠かせないインフラへ

加盟店様

地域に愛されるお店づくり

加盟店様は独立した経営者として、
また、地域社会の一員として地域に根差した商売を実現

本 部

オーナー様の店舗経営をバックアップ

環境の変化やお客様のニーズに合わせた
商品・サービスの提供

INDEX

セブン-イレブンのアウトライン
01 セブン-イレブンとは
03 ごあいさつ
05 挑戦と進化の50年
09 次の50年へ、今取り組んでいること
11 データで見るセブン-イレブン

経営サポート
15 フランチャイズシステム
17 安心して働ける環境づくり
19 OFC（オペレーション・フィールド・カウンセラー）
20 単品管理・基本四原則
21 オーナー様インタビュー

商 品 力
24 チームMD（マーチャンダイジング）
25 オリジナルフレッシュフード
26 セブンプレミアム
27 進化を続けるセブンカフェ
29 品質管理

生活インフラとして
31 生活サービスの提供
32 デジタルサービス

持続可能な社会の実現
33 7つの重点課題
34 環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』
35 サステナブルな社会へ
37 地域社会とのつながり

39 フランチャイズ契約について

43 沿 革
45 組織図
46 会社概要／役員一覧

見つめているのは次の50年。明日の笑顔を共に創りましょう。

2023年11月、おかげさまでセブン-イレブン・ジャパンは創業50周年を迎えました。お客様、加盟店のオーナー様や従業員の皆様、お取引先様、株主様、社員、地域社会の皆様など、これまでセブン-イレブンを支えてくださったあらゆる方々に感謝申し上げます。

これまでの50年間、セブン-イレブンは「開いててよかった」「近くて便利」「質の高い商品」といった、「経済的価値」の提供を行うことで、多くのお客様からのご支持をいただき、成長を続けてまいりました。しかし、私たちを取り巻く環境やお客様の価値観は、とくにここ数年で大きく変化しています。次の50年に向けて、私たちは「経済的価値」を提供するとともに、社会課題解決の一助となる「社会的価値」の追求を行っていくことが必要だと考えています。

世の中が便利になる一方で、私たちは現在、「生活習慣病の増加」「少子高齢化」「地域の過疎化」「環境問題」といった、さまざまな社会課題に直面しています。セブン-イレブンの従来の強みである「便利さ」に加え、「健康」「地域」「環境」「人財」という4つのビジョンを通じて、「明日の笑顔を 共に創る」という目指す姿に向かって進んでいきます。

具体的な取り組みの例として、「健康」では、栄養強調表示基準を満たしたフレッシュフード比率を高めるなどの「食のおいしさ」と「健康」の両立を進めていきます。また、「地域」では、各地域の原材料を使用した商品開発やフェアを実施していくことにより、食料自給率のアップや地域の雇用創出に貢献していきます。「環境」では、循環型社会の実現に向けたセブン＆アイグループの環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』の目標を、前倒しで実現していくチャレンジを進めていきます。そして、「人財」では、労働市場において質の高い職場環境を提供することによって、多様な人々が活躍できる社会を目指していきます。

もちろん、このような挑戦は、私たちだけで実現できるものではありません。ステークホルダーの皆様にご意見やご協力をいただきながら、創業50周年を新たな未来へのスタートと位置づけ、セブン-イレブンはさらなる挑戦を続けてまいります。

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

目指す姿

「明日（あす）の笑顔を 共に創る」
Building a joyful future, together.

ミッション Mission

次の便利の扉を開き、世界中に豊かな暮らしを実現する

ビジョン Vision

1. 価値ある商品・サービスを通じて、健康な社会を実現する
2. 地域と共に生きる社会を実現する
3. 環境に配慮した循環型社会を実現する
4. 多様な人財が活躍し、幸せな社会を実現する

バリュー Value

1.挑戦・変革　2.自律・自立　3.共創・共感
4.信頼・誠実　5.感謝・貢献

創業の理念

「既存中小小売店の近代化と活性化」
「共存共栄」

セブン-イレブンは創業50周年。それは、挑戦と 進化の軌跡です

セブン-イレブンは、この50年、質の高い商品開発をはじめ、画期的なサービス、
環境への取り組みなど、社会に変革をもたらすような数多くのイノベーションを起こしてきました。
未来に向けてさらなる進化を続ける、セブン-イレブンの歴史を改めて振り返ります。

物流システムと情報システムの進化

1975 オリジナルのマニュアルづくりから

日本の市場状況や文化に合わせた独自のマニュアルを作成しました。

1976 日本初！共同配送を実現

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、配送コスト面のメリットなどを各メーカーに訴えかけ、共同配送を実現。環境負荷の低減にもつながりました。

メーカーの皆様のご協力のおかげで実現しました。

1978 発注端末機「ターミナルセブン」を開発・導入

以前は電話で行っていた発注業務をコンピューター化。注文データを先行記録するターン・アラウンド方式が可能となり、精度および効率が大幅に向上しました。

1982 POSシステム導入

単品ごとの販売データを検証するため、バーコードを活用したPOS（販売時点情報管理）システムを採用。POSデータをマーケティングに活用する先駆けとなりました。

1990 GOT（グラフィック・オーダー・ターミナル）を全店に配置

現在も使用されるGOTは1990年に導入。販売データ、商品情報、天候、イベント情報などが売場で確認でき、効率的な発注作業を可能にしました。

2005 低温物流網「コールドチェーン」を全国に整備

物流をはじめ、さまざまなインフラを整備し、畑で収穫された野菜を商品にして店舗に届けるまで、一貫した温度管理のもとで保管・輸送・加工することが可能になりました。

レタスがシャキシャキなのは「コールドチェーン」のおかげ！

2009 「セブンネットショッピング」サービス開始

成長分野であるネット通販事業に本格参入。ネットで注文し、セブン-イレブン各店舗で受け取りと決済が可能な新しい販売形態がスタートしました。

2023 AI発注を全国に拡大

各店舗の販売実績からAIが需要予測数を計算し、発注数量を提案します。

※オリジナルフレッシュフードは対象外です。

DXの推進で、さらに進化した「近くて便利」へ

店舗開発とサービス拡充の歴史

1974 セブン-イレブン第1号店がオープン

1974年5月、東京都江東区の豊洲に、日本初の本格的なフランチャイズシステムによるコンビニエンスストア「セブン-イレブン豊洲店」がオープンしました。

1975 社会生活の変化に対応した24時間営業を開始

時代のニーズに応えて24時間営業をスタート。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。

1980 国内1,000店舗を達成

1987 公共料金の支払いが可能に

ライフスタイルの変化により、銀行などの営業時間外にも公共料金を支払いたい人が増えたため、バーコード読み取りによる24時間支払い可能な公共料金の「収納代行サービス」を日本で初めて開始しました。

最初は、電気料金の収納代行からスタート！

2001 24時間利用できるATMを設置

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ています。

2002 マルチコピー機を活用したチケット販売などがスタート

マルチコピー機の機能を活かし、生活サービスの提供をますます充実。現在では、住民票などの各種証明書の取得にも対応しています。

2003 国内10,000店舗を達成

2007 電子マネー「nanaco（ナナコ）」のサービス開始

「nanaco」は、安全に気軽にお買物を楽しめるプリペイド方式の電子マネー。セブン銀行ATMと連携することで、使える場所、チャージできる場所が増え、より便利になりました。

ご当地nanacoは2008年より発行

2011 移動販売「セブンあんしんお届け便」スタート

お買物が不便な地域にお住まいの方や、お出かけするのが難しい高齢の方に向け、4つの温度帯で管理されたさまざまな商品をお届け。地域に欠かせないサービスとなっています。

2017 「セブン自販機」設置開始

オフィス・工場・病院・学校など、一定のニーズが見込める「マイクロマーケット（小規模商圏）」に着目し、さまざまなお客様に便利さを提供しています。

2018 国内20,000店舗を達成

2019 沖縄出店で、ついに全国展開を達成

地域限定商品を豊富に揃え、満を持して沖縄に出店。地域に密着した商品とサービスの提供で、2023年時点で150店舗を超えています。

2022 「7NOW」スタート

ネットで注文されたセブン-イレブンの商品を、お近くの店舗から自宅や職場へお届けするサービス「7NOW」は、2017年から一部エリアでのテストを始め、2022年に本格的に導入がスタートしました。2025年には全国のセブン-イレブンで展開する予定です。

社会に欠かすことのできないインフラへ

セブン-イレブン 50 YEARS

商品開発は新たな挑戦と改良の歴史

食べる直前に海苔を巻く「パリッコフィルム」がポイントです！

1978 おにぎりを「商品」として販売！

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。

1979 おでんを商品化し、大ヒット商品に！

食材の選定、だしの開発、新しい提供容器の開発など、多くのハードルを超えて家庭の味を店舗で提供できるように。セブン-イレブンを代表する商品の一つです。

つゆ、具材のそれぞれにこだわりが詰まっています。

1992 チームMDによる商品開発がスタート

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を開始。セブン-イレブンの商品開発力の源流となりました。

1994 大型アイスクリームケース導入開始

店舗で販売できる商品の幅が大きく拡がりました。

2001 食品への添加物の使用を見直し

食への安全・安心の意識や健康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。衛生管理・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

2007 セブン＆アイグループ共通のプライベートブランド「セブンプレミアム」販売開始

セブンプレミアムは、セブン＆アイグループ共通のプライベートブランド商品として49アイテムからスタート。2022年度には約3,500アイテム、1兆3,800億円の売上※となりました。

※セブン＆アイグループ合計

2007 揚げ物惣菜の販売開始

2010 「セブンプレミアム ゴールド」販売開始

専門店と同等以上の味・品質を、お求めやすい価格で提供することをコンセプトに開発した「セブンプレミアム ゴールド」が大ヒット。

2013 新たな消費行動を定着させた「セブンカフェ」

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。

2020 「カップデリ」大ヒット

シールタイプのフタに変更することで、プラスチック使用量の削減と消費期限の延長に成功。お客様に気軽に手に取っていただけるサイズがご好評をいただいています。

2022 「お店で作るスムージー」販売開始

健康志向の高まりに応え、フレッシュなスムージーを店頭で提供。原材料に規格外食材なども使用し、フードロス低減にも貢献します。

時代の変化に合わせた商品開発を進めています。

いつも新しい発見があるお店に

環境社会への取り組みの歴史

現在は「一般財団法人 セブン-イレブン記念財団」として法人化されています。

1993 「セブン-イレブンみどりの基金」設立

加盟店様と本部が一体となって「環境」をテーマに社会貢献活動に取り組むことを目的として設立。店頭でお客様からお預かりした募金などをもとに活動しています。

2004 バリアフリー型店舗の展開開始

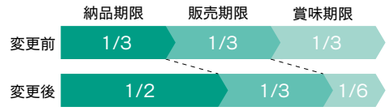
車いすの方にも利用しやすい多目的トイレの設置を開始。点字ブロックやお手伝いが必要な方のためのインターホン設置なども順次進めています。

2008 省電力型の店舗設備の導入開始

店内照明や店頭看板のLED化、太陽光パネルの設置など、消費電力の抑制とCO_2排出量を削減する店舗の開発をスタート。現在も、さまざまなアプローチで環境負荷低減の取り組みを行っています。

2014 納品期限の「1/3ルール」を見直し

製造日から賞味期限までの期間を概ね3等分して設定していた納品期限を見直すことで食品ロスの削減につなげています。



2016 水素ステーション併設店舗を開店

2017 「ペットボトル回収機」の設置を進め ボトルtoボトルを推進

回収したペットボトルをリサイクルし、再びペットボトル飲料として販売するサーキュラーエコノミー（循環経済）を実現する、「ペットボトル回収機」を店頭に設置。ペットボトルの再利用を促進し、完全循環型リサイクルの取り組みを推進しています。

次世代のエコカーである燃料電池車（FCV）に水素を供給する設備を設置した店舗を東京都と愛知県でオープン。

2017 環境配慮型配送トラックの導入を開始

2017年には世界初の電気冷蔵EV配送車を試験的に導入。騒音や排出ガスの課題解決への取り組みを始めました。2019年にはトヨタ自動車株式会社が開発した燃料電池小型トラックを導入するなど、水素トラックの導入拡大に向けた実証実験を進めています。

店舗や物流での環境対策をそのほかにも次々と進めています！

2020 食品ロス削減のために「エシカルプロジェクト」スタート

販売期限が迫ったおにぎりやお弁当などを選んでいただいたお客様にnanacoボーナスポイントを付与する「エシカルプロジェクト」。お客様と共に、エシカルな社会づくりの推進を目指します。

2021 オフサイトPPAによる再エネ供給をスタート

NTTグループと連携し、「千葉若葉太陽光発電所」の電力を、約40店舗に供給。店舗から離れた場所にある太陽光設備から送配電網を介して電力供給を行うオフサイトPPAは、国内初の取り組みでした。

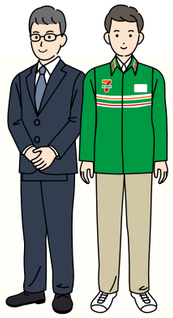
ざるそばの容器も今は透明に！

2022 環境に配慮した容器の採用開始

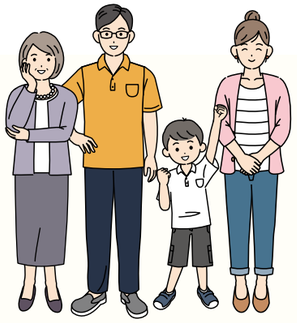
石油由来のインクや着色剤を減らした食品容器を採用し、CO_2の排出量を削減します。

地域と社会に貢献する企業に

次の50年に向かって今私たちが取り組んでいること



社会の仕組みや人々の生活様式が目まぐるしく変化する中、「明日(あす)の笑顔を 共に創る」ため、お客様に商品をお届けする新しいカタチにチャレンジしています。



ラストワンマイル施策の推進

DXにより商品とお客様をつなぐ配送サービスを進化 お客様の生活をより豊かにし、笑顔あふれる世界観をつくります

さまざまなデジタルサービスが生活に溶け込み、より便利な購買体験を求め、お客様のニーズは多様化しています。店舗での商品提供に加えて、希望の場所と時間に商品をお届けする「ラストワンマイルサービス」で、「楽しく便利な購買体験」を実現し、より多くのお客様の生活を豊かに彩ってまいります。

TOPICS

配送のかたちにも積極的に新しいテクノロジーを活用

自律走行型配送ロボット「RICE」がエレベーターを自律昇降し、「7NOW」で注文された商品をオフィスビル内のセブン-イレブン店舗から他フロアの所定の場所まで配送するという実証実験を継続して行っています。
また、人の手では配送するのが困難である離島や郊外エリアにおいて、「7NOW」で注文された商品を店舗敷地内から所定の場所まで自律飛行でドローンが配送する実証実験も行っています。

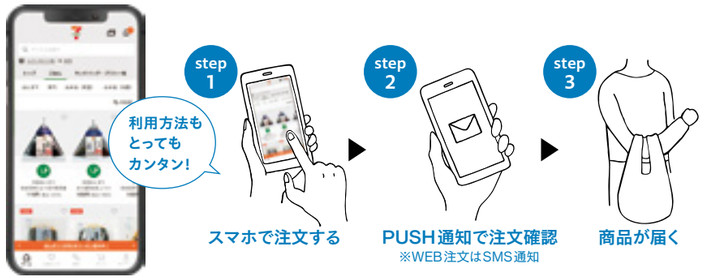
自律走行型配送ロボット「RICE」

食品や日用品をセブン-イレブン店舗から博多湾内の能古島までドローンで運びました。

新しい宅配・配送サービス「7NOW」

セブン-イレブンの商品とお客様をスマートフォンでダイレクトにつなげてくれる「7NOW」

ネットで注文されたセブン-イレブンの商品を、お近くのお店から自宅や職場へお届けするサービス「7NOW」は、2017年から一部エリアでのテストを始め、2022年に本格的に導入がスタートしました。テレワークの普及などに合わせて増加してきた、毎日の食料品も自宅から注文して、自宅で受け取りたいというニーズに対応。配送は外部業者と提携することで、店舗では商品のピックアップまでで作業は完了。加盟店様にとってもお客様にとっても便利なサービスとなっています。

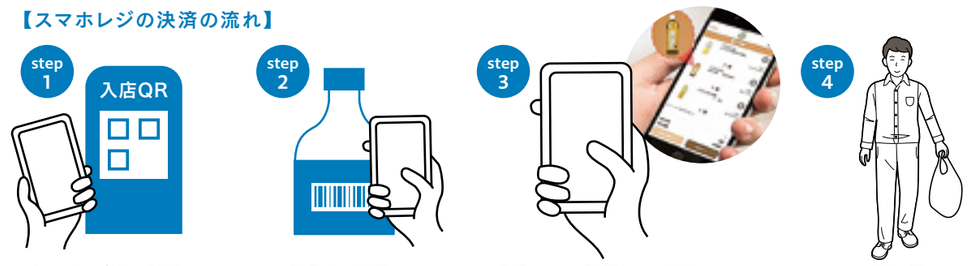


店舗業務のさらなる効率化

お買い物時のスピーディーな決済を実現 「セブンスマホレジ」の運用開始

「セブンスマホレジ」は、レジにお並びいただくことなく、お客様のスマートフォンのみで決済が完了できるため、店舗でのお買物時にスピーディーな決済を実現。店舗業務において大きな割合を占める「レジ業務」の効率化を促進します。レジ業務が軽減されると、他業務に携わる時間を増やすことができ、お客様とのコミュニケーションなども向上するため、さらなる便利なお店づくりにつなげることができます。

【スマホレジの決済の流れ】

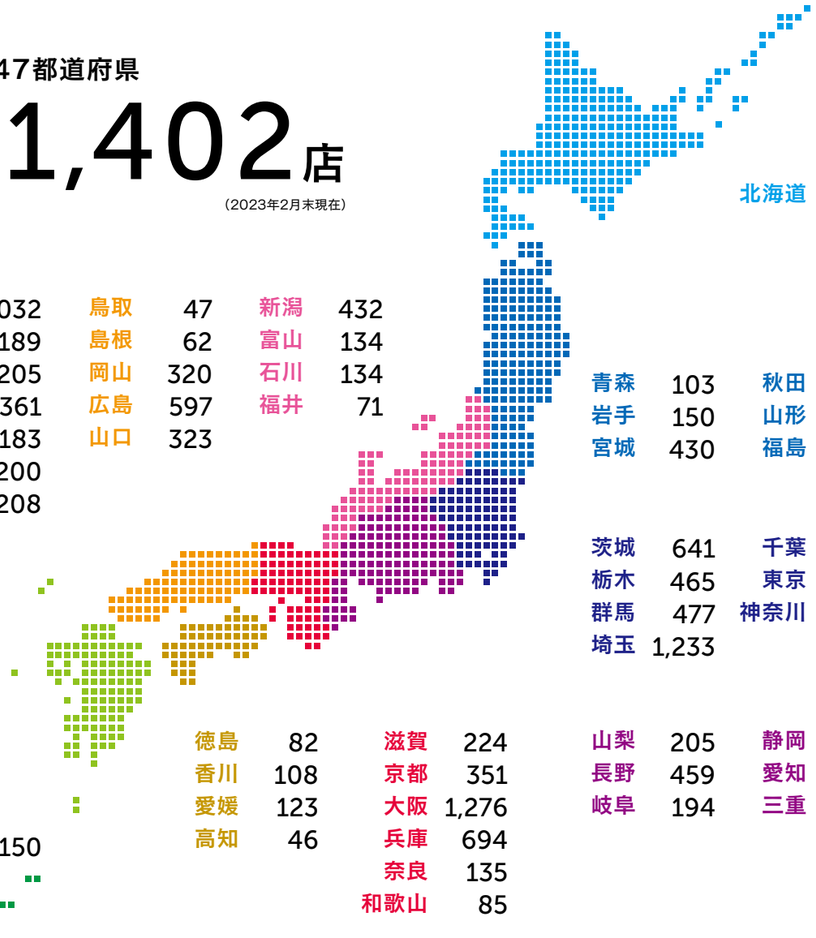


セブン-イレブンの店舗数　国内

国内47都道府県

21,402店

（2023年2月末現在）



北海道	999				
青森	103	秋田	116		
岩手	150	山形	186		
宮城	430	福島	453		
茨城	641	千葉	1,164		
栃木	465	東京	2,881		
群馬	477	神奈川	1,491		
埼玉	1,233				
新潟	432	富山	134	石川	134
福井	71	山梨	205	長野	459
岐阜	194	静岡	748	愛知	1,061
三重	174	滋賀	224	京都	351
大阪	1,276	兵庫	694	奈良	135
和歌山	85	鳥取	47	島根	62
岡山	320	広島	597	山口	323
徳島	82	香川	108	愛媛	123
高知	46	福岡	1,032	佐賀	189
長崎	205	熊本	361	大分	183
宮崎	200	鹿児島	208	沖縄	150

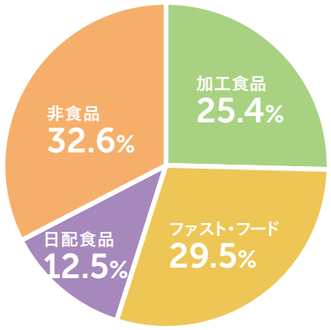
都道府県別出店時期

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

業績とデータ　（2023年2月期，セブン-イレブン・ジャパン）

チェーン全店売上と売上構成比

5兆1,487億42百万円

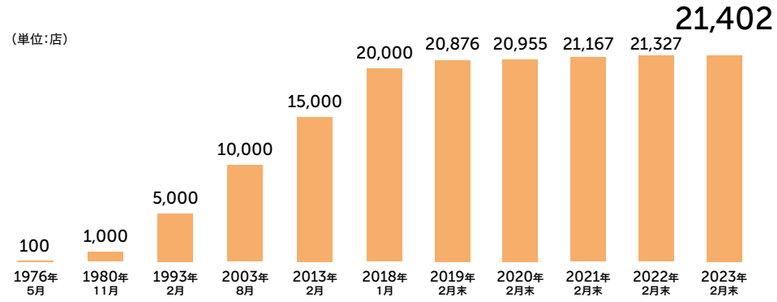


営業総収入	営業利益
8,727億19百万円	2,328億73百万円
経常利益	**当期純利益**
2,826億30百万円	2,030億09百万円

店舗単位の実績（全店平均）

平均日販	1日平均客数	平均客単価
670千円	904人	741円

店舗数の推移（国内）



※2019年度よりセブン-イレブン・沖縄を含む

セブン-イレブンの店舗数　世界

世界18の国と地域

83,579店

（日本は2023年2月末現在／日本以外は2022年12月末現在）

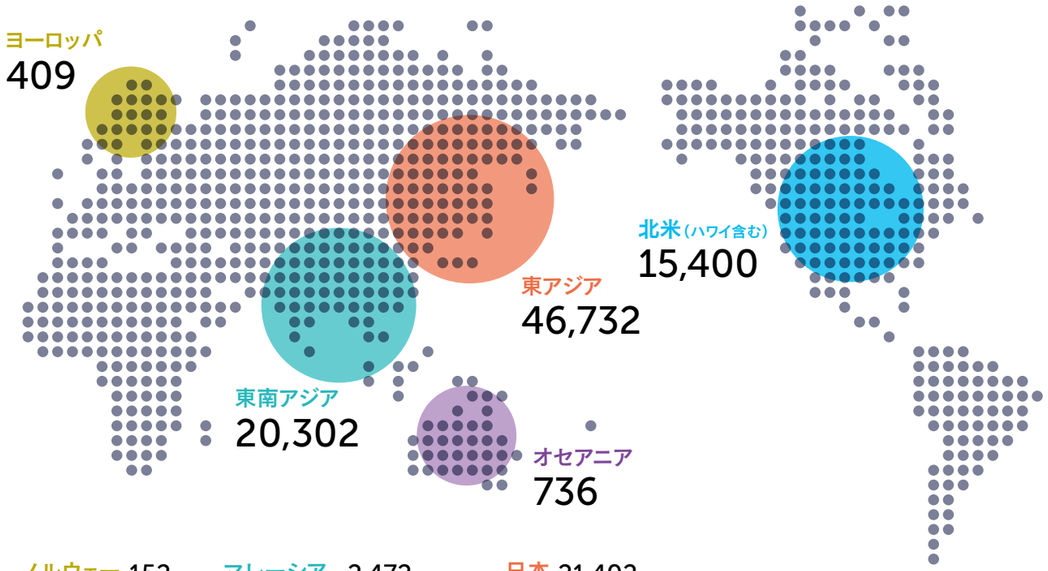
2023年、出店エリアは20の国と地域に拡大

TOPICS

2023年1月にイスラエルのテルアビブ、
9月にはラオスの首都ヴィエンチャンに初出店。

イスラエル

ラオス



ノルウェー	152
スウェーデン	81
デンマーク	176
マレーシア	2,472
フィリピン	3,393
シンガポール	457
タイ	13,838
ベトナム	79
インド	21
カンボジア	42
日本	21,402
中国	4,434
韓国	14,265
中国（台湾）	6,631
オーストラリア	736
アメリカ	12,904（内ハワイ65）
カナダ	607
メキシコ	1,889

セブン＆アイグループの主な事業会社（2023年9月1日現在）

国内コンビニエンスストア事業
（株）セブン-イレブン・ジャパン
（株）セブン-イレブン・沖縄
（株）セブン・ミールサービス
（株）セブンネットショッピング
（株）セブンドリーム・ドットコム

海外コンビニエンスストア事業
7-Eleven, Inc.
7-Eleven International LLC
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

スーパーストア事業
（株）イトーヨーカ堂
（株）ヨークベニマル
（株）シェルガーデン
（株）サンエー
（株）丸大
アイワイフーズ（株）
（株）ヨーク警備
（株）セブンファーム
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）ヨークは、2023年9月をもって、（株）イトーヨーカ堂と合併しました。

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.

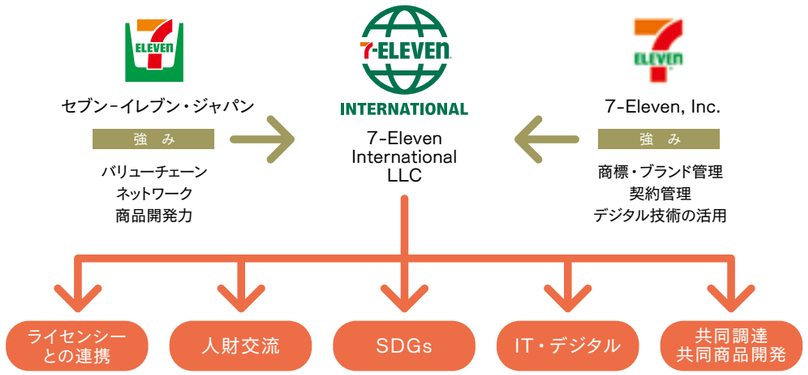
その他の事業
（株）赤ちゃん本舗
（株）セブン＆アイ・フードシステムズ
（株）ロフト
（株）ニッセンホールディングス
（株）Peace Deli
（株）セブン＆アイ・クリエイトリンク
（株）セブン＆アイ・ネットメディア
（株）セブンカルチャーネットワーク
（株）テルベ（特例子会社）
タワーレコード（株）※
ぴあ（株）※

※持分法適用関連会社

グループとしての強み

加速する海外戦略

グローバルブランドとしての価値向上のため、
7-Eleven International LLCが本格始動



セブン-イレブン・ジャパンと、7-Eleven, Inc. が、2021年に共同出資で設立した7-Eleven International LLCは、国内外で培った強みと経験をかけ合わせ、商品開発力とDXを中心としたデジタル技術、さらにSDGsへの取り組みを軸としながら、セブン-イレブンブランドの価値をグローバルに展開しています。

出店目標

1. 2030年までに30の国と地域に出店
2. 日本・北米を除く地域で2025年度までに50,000店を出店

セブン＆アイグループの強みを活かしたSIP

セブン-イレブン・ジャパンとイトーヨーカ堂は、「SEJ・IY・パートナーシップ（通称SIP）」における2社連携した商品開発や販売促進の取り組みを進めています。

SIP取り組み概要

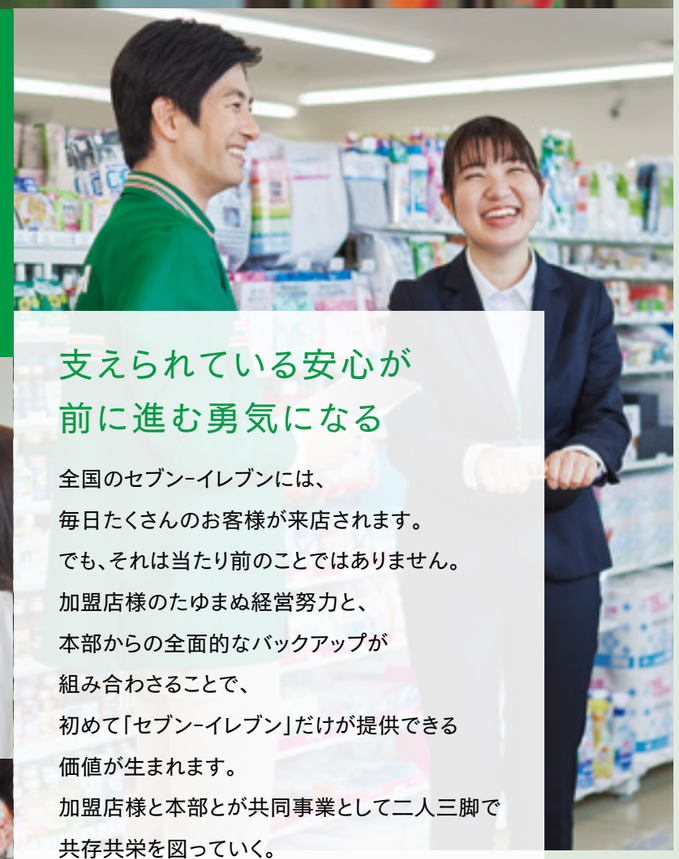
お客様の消費行動や生活に対する価値観が大きく変容する環境のもと、幅広いお客様のニーズの変化に対応するため、両者の強みを活かした連携強化に取り組んでまいります。

連携する取り組みテーマ	
商品・サービス	顔が見える野菜、ミールキット、カップデリ、スイーツなどの相互供給
販売促進	フェアの合同開催、アプリを通じた相互送客など
店舗オペレーション	7NOW、イトーヨーカドーネットスーパー、地域包括連携協定など

※冷凍食品「EASE UP」の一例

イトーヨーカ堂のオリジナル冷凍食品シリーズ「EASE UP」の一部商品をセブン-イレブンにて販売中。
左記の商品は、幅広い品揃えを持ち、さまざまなお客様が来店されるイトーヨーカ堂の知見と、セブン-イレブンに惣菜などを供給するベンダーのフジフーズ様、武蔵野様による中食製造の技術を活かして共同開発し、おいしさに徹底してこだわった冷凍食品です。

経営サポート

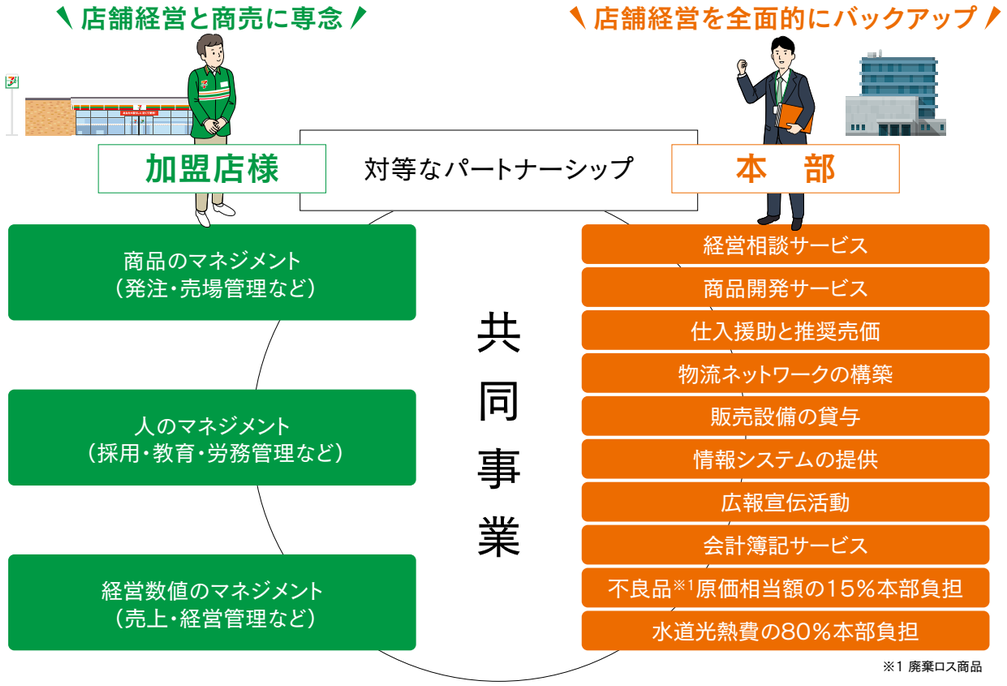


支えられている安心が前に進む勇気になる

全国のセブン-イレブンには、
毎日たくさんのお客様が来店されます。
でも、それは当たり前のことではありません。
加盟店様のたゆまぬ経営努力と、
本部からの全面的なバックアップが
組み合わさることで、
初めて「セブン-イレブン」だけが提供できる
価値が生まれます。
加盟店様と本部とが共同事業として二人三脚で
共存共栄を図っていく。
これこそが、セブン-イレブンの
フランチャイズシステムの最大の強みです。

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。



※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	オープンアカウント制度	最低保証制度※3
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。	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。	加盟店様に一定額のオーナー総収入※4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 最低保証制度は、オーナー総収入の最低額を保証するもので、オーナー利益を保証するものではありません。
また、最低保証額は、実営業日数に応じて適用されます。
※4 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

本部とのコミュニケーション促進の仕組み

オーナー様意見交換会	オーナー様向けアンケート	オーナー様懇親会
オーナー様と本部の双方向のコミュニケーションを行います。	オーナー様のお悩みや経営課題をお聞きしています。	日頃の感謝と本部の施策を加盟店様にお伝えします。

もっと
安心して活躍できる
環境のために

シフト作成支援システムの導入

名前や対応可能な勤務時間などの必要項目を入力するだけで、簡単にシフト表が作成できる「シフト作成支援システム」を採用しています。最新情報が常時確認でき、加盟店の従業員様からの申請や、オーナー様などの主体者からの勤務要請も可能。すべての申請情報がシフト表に反映されるため、シフト作成の作業が軽減されます。

オーナーサポート制度の充実

シフト作成支援システムの導入に加えて、事業主であるオーナー様が頭を悩ませる求人などの業務面でも、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

アルバイト募集のホームページを無料で開設でき、有料の求人媒体も安価で利用できます。

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。

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です。

加盟店様向け定期健康診断

全国複数の病院をWEBで予約できるシステムをご用意しています。

人財の育成をサポート（研修制度・評価表彰制度の充実）

オーナー様による店舗経営において、とても重要な要素の1つが店舗で働く従業員様の「人財育成」です。さまざまな研修制度や評価表彰制度で加盟店様を本部がサポートしており、2022年度の研修受講者数は40,000人を超え、多くのオーナー様、従業員様に活用・受講していただいています。

オーナー様向け研修

1.オーナー研修
経営者として必要な知識や店舗運営を学びます

2.店舗責任者研修
オーナー様、店長様の責任者としてのスキル向上を目指します

従業員様向け研修

1.新人研修
従業員様への初期教育を支援

2.シフトリーダー研修
時間帯責任者の育成支援

3.おもてなし研修
外国人従業員様への研修

評価表彰制度

1.シフトリーダー表彰制度
研修受講後、習得が進んだ従業員様を表彰し意欲を高めます

2.接客コンテスト
習得が進んだ従業員様の発表の場として開催

TOPICS

第1回「全国接客コンテスト」を開催

多くの加盟店オーナー様からのご要望に応え、2022年10月より新たに「接客コンテスト」を開始。店舗の従業員様3,030名が地方大会に出場し、エリア代表22名が2023年6月の全国大会に出場しました。大会を通じてのべ10,000人を超える出場・見学があり、従業員様の育成とモチベーション向上につながりました。

OFC
（オペレーション・フィールド・カウンセラー）

OFCの役割

担当店舗を定期的に訪問し、経営をサポートするのがOFC（=店舗経営相談員）です。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。店舗の経営をさまざまな角度からバックアップする、オーナー様にとって一番身近なパートナーです。

本部で情報を収集し、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取りながら、
店舗へのさまざまなカウンセリングを実施します。

- 情報活用方法
- 販売方法・陳列・接客
- 店内の体制づくり
- 発注の考え方
- 商圏調査方法
- 経営数値分析

オーナー様とOFCとの打ち合わせ

店内のさまざまなチェックも行います

AERA dot.
特集ページへ
CHECK!

OFCの
インタビューを
WEBでご覧
いただけます。

TOPICS

立地客層別カウンセリングシートや「AI発注」※を活用した新しい店舗経営のサポート

OFCは、地理情報や各種統計データを活用し、店舗ごとの立地特性、商圏特性を確認。環境やニーズの変化に対して「明確な根拠と手順」を示しながら品揃え・売場の提案を行い、画一化された店舗づくりからの脱却を図っています。
また、2023年3月より「AI発注」が本格稼働をスタート。各店舗の販売実績からAIが需要予測数と、安全在庫数を計算し、実際の発注数量を提案。効率的な発注と、生産性の向上が期待されます。

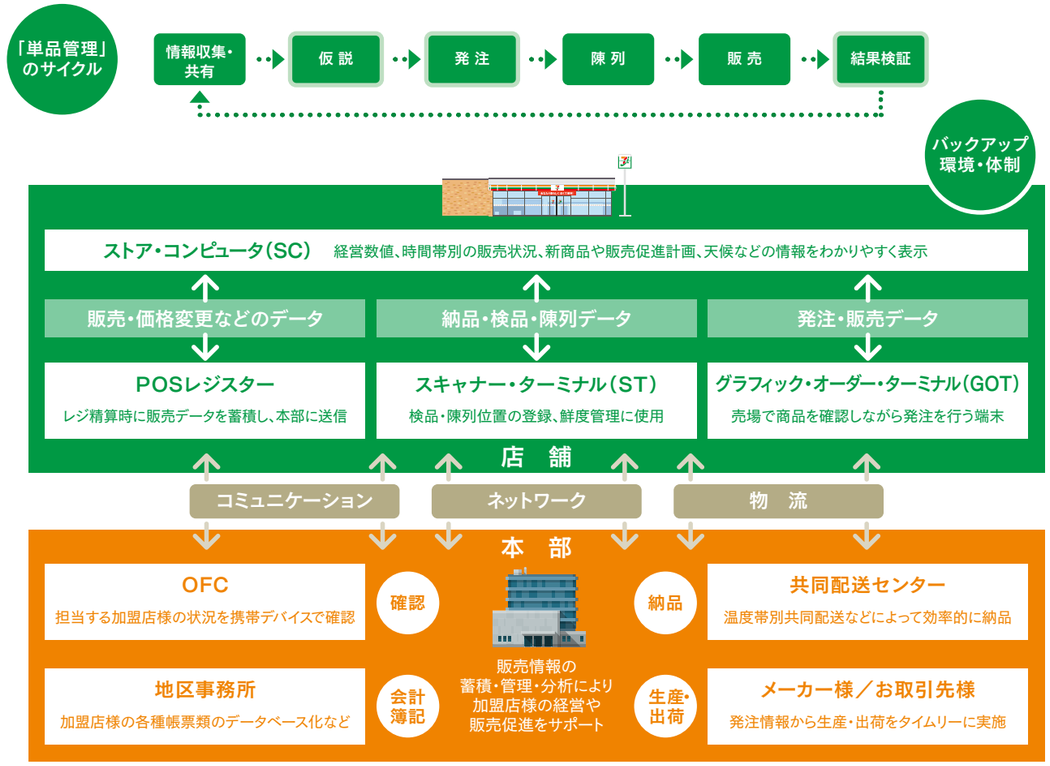
※オリジナルフレッシュフードは対象外

- AIが予測する時に考慮する代表項目
- 店舗の販売実績
- 気象情報
- 催事情報
- 立地情報
- カレンダー

需要予測数+安全在庫数
を導き出す

単品管理

お客様のニーズと社会の変化に機敏に対応するため、商品1品ごとの動きを管理し、データで検証しながら次の発注の精度を高める「単品管理」。発注業務に加え、情報の収集・共有化をバックアップしています。



お客様に愛されるお店づくりのための「基本四原則」

品揃え

地域のお客様ニーズにきめ細かく応える商品を揃えます。

クリンリネス

清潔で整理された売場、身だしなみを徹底します。

鮮度管理

常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。

あっという間の50年。守り続けた原則と、今も続く勉強と挑戦の日々。

豊洲店
オーナー 山本 憲司
Kenji Yamamoto

OWNER INTERVIEW 01

支えられながらチャレンジしつづけてきた50年。

セブン-イレブンを始めた頃は、とにかく夢中でやっていました。そしてはや50年、過ぎてしまえば早いものですね。いろいろなことがありましたが、もともと商売が好きなので、あまり苦にならずに、50年間やってこられました。発注した結果がどうなるか、商品のトレンドやお客様ニーズを含め毎日確認しているので、それを見るのが楽しみです。昔から、新しい商品や良い商品を販売するのが、私は大好きなんです。いろいろな人の協力もあり、感慨深いものがありますが、いつもチャレンジしながらやってきたことで今があると思います。
今は不確実な時代で、今までにはないようなことがどんどん起こっています。そういう時代には、目の前のことに集中するということが一番確実で大事なことだと思っています。今後も続くと思われる予想不可能な時代には、あるべき姿を追求しつつ、どうやったら自分達は生き残れるのか、どうしたらお客様の要望に応えられるのかということを、真剣に考えることも毎日の仕事の一つだと思っています。

忘れてはいけない「原則」。そして、最終的には「人」が一番大切。

セブン-イレブンを経営するうえで変えてはいけない基本的な考え方が「基本四原則」。これを徹底して行うことはお客様に対する義務だと考えています。私たち初期のオーナーは、「基本四原則」とともに「志四原則」というのも教わりました。仕事をするうえで、「情熱」「努力」「継続」「勇気」の4つを持ち続けようということでした。商売に対して「情熱」を持ち、日々工夫をして販売するという「努力」を「継続」する。そして最後に、誠実に「勇気」を持って対応する。今は「基本四原則」だけが残っていますが、「志四原則」も気持ちの面で非常に大事なことではないかと思っています。

70歳を超えて、毎日自分で考え、毎日自分でやりたいことをやるという生活を夢見ています。でも、やっぱりお店が気になりますから、信頼して任せられる「人」を育てていかないといけない。これは創業の時も今も同じです。
お店がこうなってほしいといったあり方の追求にはゴールがありませんから、毎日毎日少しずつ自分のペースでやっていくということが一番無理のないことだと感じています。
創業の時代からずっとそうですが、最終的には「人」なんですよね。人を育てる、人を大切にする姿勢を持っていないと、店内のコミュニケーションは良くなりませんし、それが結果的にはお客様の期待を裏切ることになってしまいます。商売に向いている人をいかに育てられるかということが大事だと思います。

加盟店と本部の関係は夫婦のようなもの。お互い助け合いながら日々精進していくべき。

我々個人事業主である加盟店と本部は信頼関係がとても大切で、夫婦のような関係だと思っています。もともとは他人、だけど心の底流では信頼で結びついている。だから今後もお互いが厳しい時には、お互いに助け合いながら、一つの方針に向かっていく関係であってほしいと思っています。

本部は、現場を含めたいろいろな勉強をしながら、イノベーションをどんどん進める。お店は商人力を高めるよう日々努力し、お客様のご要望にお応えする店づくりを行う。
業務の改善を行い、熱意を持って努力し、継続すること、お客様に対して誠実に対応し、謙虚な行動をするということが私たちの責任だと思います。
いつの時もいろいろな勉強をすることが大切で、それが今後の私たちの商売の決定的な差になると信じています。

写真中央がオーナーの坂本さん

働くことは生きること。そばにはいつもセブン-イレブンがあった。

さいたま曲本3丁目店
オーナー 坂本 まゆみ
Mayumi Sakamoto

OWNER INTERVIEW 02

AERA dot. 特集ページへ
さらに詳しいインタビューをWEBでご覧いただけます。

父から受け継いだお店。そして今子どもへ。伝えていきたいセブン-イレブンへの「思い」。

父が営んでいた酒屋。経営状態も悪くない中、セブン-イレブンへの経営転換を決めたのが1978年でした。全国にまだ数百店舗しかなかった時代に、すごい決断をしたなと思います。その後、好きなように生きろと言ってくれていた父が、パンづくりを学んでいた私に、「手伝ってくれないか」と初めて頼みごとをしてきたのが1991年の店舗移転の時でした。本当にお店を愛していた父から経営を引き継ぎ、今は2店舗を経営しています。そんな中、同じように、好きに生きなさいと育ててきた息子が22歳の時に「お店を手伝いたい」と言ってくれたんです。父と私がいろんな問題を本部の方たちと一緒に乗り越えてきた姿を見て、いつも時代の先を見据えて変化していることを肌で感じていたそうです。

改めて振り返りれば空まわりした時期もありました。従業員との温度差を感じ、思い悩んだこともありました。でも、最終的にいちばん大切なことは『お客様が喜ぶこと』。そこだけは曲げられません。そのためにはまず従業員が楽しくないと。みんなそれぞれに夢を持ちながら、貴重な時間をこの店のために使ってくれている。そこでいかに仕事に夢中になってもらえるかは、私たちとの関係性とセブン-イレブンに対する思いの強さにかかっていると思い、とにかく従業員と話すことを心がけています。
私の根幹にある“働くことは生きること”という考え方は、セブン-イレブンで培われました。セブン-イレブンは日本全国にあります。このお店を卒業した従業員さんも、ここでの経験を活かして、また別のセブン-イレブンで働くこともできます。その時のためにも、セブン-イレブンの素晴らしさをもっと伝えていきたいと思っています。

写真右側がオーナーの宮入さん

雪でも、遠くても。どんな人にも「買う楽しさ」をお届けする。

十日町西店
オーナー 宮入 正吉
Shokichi Miyairi

OWNER INTERVIEW 03

AERA dot. 特集ページへ
さらに詳しいインタビューをWEBでご覧いただけます。

セブン-イレブンの仕事を通じて地域の人たちに幸せになってもらいたい。

父の猛反対を受けながらも、最後は納得してもらって開業した1993年。自分のやる気とは裏腹に次々と従業員がやめていくなど開店当初は苦戦続きでした。それでも逃げずに続けてこられたのは、なによりセブン-イレブンの仕事が大好きだからなんです。
2011年に「セブンあんしんお届け便」がスタートすると聞き、高齢化が進むこの地域でなんとか地元のお客様の役に立ちたいと思い、本部に十日町での実施の必要性を訴え続けました。やりたいと、手を上げてくれた従業員さんの協力もあって2013年からスタートしてもう10年。地元の人達に本当に喜ばれています。

担当してくれている従業員さんは自分なりに販売場所を探しており、地域のお客様に喜ばれる商品をよく知っているから、やり方についてあれこれ言わず、安心して任せています。お客様からのありがとうの言葉が何よりもうれしいと言ってがんばってくれています。
また、この地域は豪雪地帯なので、雪への対応も念入りに行っています。お客様や除雪車が出入りしやすいように深夜から除雪を行ったり、温かい商品を充実させたり。それぞれの地域でお店が果たすべき役割があると思うんです。
今は5店舗の経営を行っています。目標は接客で日本一のお店になることです。お客様に日本一幸せを感じてもらえるお店を目指す。それは、セブン-イレブンを始めた時からずっと変わらない目標です。

商品力

セブン-イレブンが選ばれる最大の理由の一つ

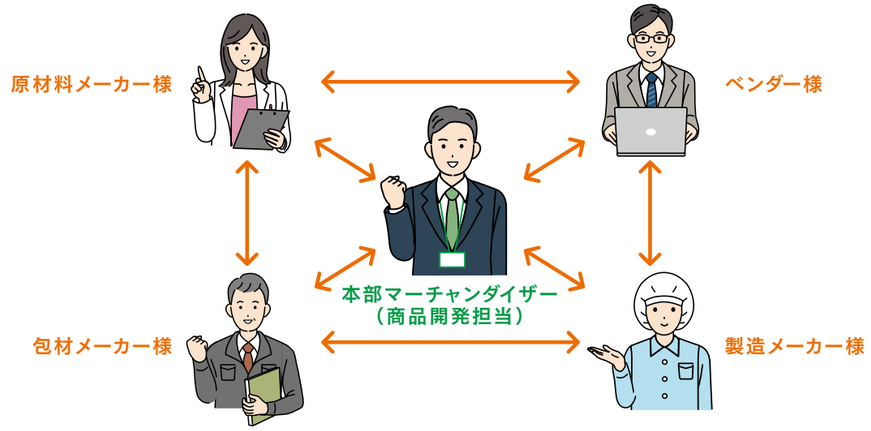
セブン-イレブンの最大の強みは
なんといっても商品力の高さ。
品質を妥協なく追求するのはもちろん、
パッケージに使用される素材から
店頭に並ぶまでの行程まで
あくなき探究心で日夜その品質の
向上に努めています。

セブン-イレブンでちょっと贅沢な食卓を。

トーストやサンドイッチのパン類はもちろん、サラダにスープ、食後のコーヒーやデザートまで、セブン-イレブンの商品でここまで贅沢な食卓がかないます。
※画像はイメージです。料理の一部で未販売の食材も使用しています。

チームMD（マーチャンダイジング）

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は、セブン-イレブンの商品開発力のベースとなっています。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。



TOPICS

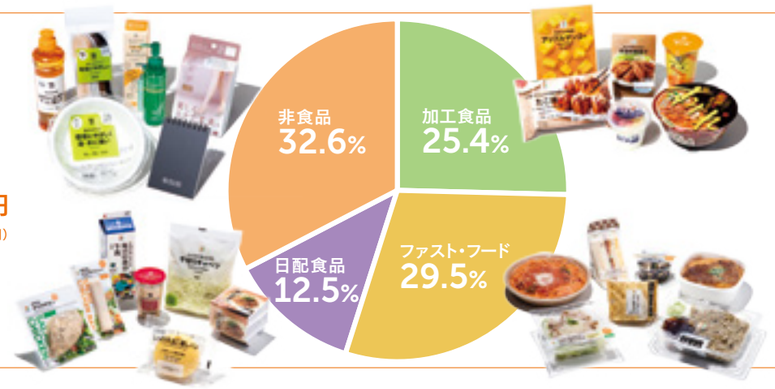
チームMDの力で、定番の「手巻おにぎり」をさらにおいしく。

「家庭でつくったおにぎり」を目指し、お米、海苔、具材からパッケージまで徹底的にこだわり抜いた手巻おにぎり。よりおいしくなることはもちろん、環境への負荷低減にも配慮した商品となっています。このようなこだわりは、チームMDに参加する製造メーカー様、ベンダー様のご協力なしには実現することができませんでした。

- **お米**：2023年5月から、「京の米老舗 八代目儀兵衛」様に監修いただき、粒立ち、米の甘みにこだわったブレンド米を使用。
- ×
- **海苔**：海苔ごとの品質に合わせて最適な焼成条件を設定。旨味と風味を最大限に引き出しました。
- ×
- **具材**：具材ごとに工程、手法を見直し、さらに旨味や風味、食感を向上させました。
- ×
- **パッケージ**：バイオマス素材の使用とともにフィルムを薄肉化。品質を保ちながら、プラスチック使用量を削減しています。

チェーン全店売上と商品別売上構成比

チェーン全店売上
5兆1,487億円
（2023年2月期）



オリジナル フレッシュフード

原料からパッケージまで徹底してこだわります

お客様の日々の食事と直接つながるオリジナルフレッシュフード。安全においしく召し上がっていただくために、原料から生産、物流、そしてパッケージまで開発と改良を重ね、日々進化し続けています。
また、種類が豊富でお好みの組み合わせで選べることも強み。毎日、たくさんのお客様に手にとっていただいています。

麺

小麦本来の香りや
もちもちとした食感が特長の
国産小麦をうどんに使用。
湯種製法を採用することで、
コシのある食感を実現しました。

つ ゆ

未凍結かつおからつくった
かつお節を使用し、
旨味と香り高い
「つゆ」に仕立てています。

製法と地域性

冷たい麺は全国26工場で
専用の原材料、製法、レシピにより
粉を練るところから麺をつくっています。
長年積み重ねてきた
知恵と技術が詰まっています。
また、「つゆ」の味わいは
地域のし好に合わせて、
7社、9拠点でつくっています。
どの地域でもおいしく召し上がって
いただけます。

TOPICS

充実した製造と物流のインフラが高い品質と安定した供給を支えます

工場や配送センター、システムインフラなど、すべて独立したすぐれた専門性を持つお取引先様の高度な技術を活かし、高品質かつ安定的な製造を実現。よりおいしく、安全・安心なオリジナルフレッシュフードをお届けすることを可能にしています。

セブン-イレブンの商品だけを製造している工場の比率 **90.3%**

製造工場	176工場	セブン-イレブンの商品だけを製造している工場 159工場
温度帯別共同配送センター	全国164カ所	
プロセスセンター	調味料／9カ所	野菜／9カ所

（2023年2月末現在）

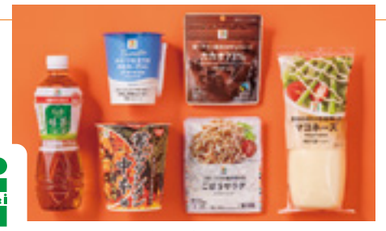
品質を追求し続ける プライベートブランド

グループ力が生きる「セブンプレミアム」

プライベートブランドの常識を変えたと言われるセブンプレミアム。おトクなだけでなく、品質にもこだわり続け、累計売上が10兆円を超える国内最大級のブランドに成長し、現在では合計アイテム数は約3,500に。豊富なラインアップにより、お客様の多様なニーズに応えています。

セブンプレミアム ゴールド

一流の料理人や専門家とともに、「とっておきの味」とみんなに教えたくなるおいしさを、食卓にお届けします。



セブンプレミアム

「毎日食べたい」と満足いただけるおいしさを、食卓にお届けします。

セブンプレミアム ライフスタイル

地球環境にも配慮し、確かな技術と細やかな工夫を重ね、「自分らしくいられる」と感じながら未来に続く生活をお届けします。

セブンカフェ

いつでもどこでもこだわりのおいしさで、「リフレッシュできるひと時」とワクワクする笑顔をお届けします。

TOPICS

「セブン・ザ・プライス」の取り扱いを順次開始

シンプルな製法やコスト削減の工夫などでお求めやすい価格ながらも、確かな品質を提供する「セブン・ザ・プライス」。多様化するニーズにお応えするため、2023年3月より、全国での取り扱いを順次開始しました。

新しい商品が新しい日常をつくり出すセブン-イレブンの商品開発

新たな消費行動を定着させたセブンカフェ

2013年の登場以来、その革新的なおいしさと手軽さから瞬く間に大ヒットし、「コンビニコーヒー」という新たなジャンルを築き上げたセブンカフェ。その後も味と品質の向上に挑み続けています。

販売開始から10年で累計販売数70億杯達成 セブンカフェ「強さ」のヒミツ

コーヒー豆へのこだわり

グアテマラ、タンザニア、コロンビア、ブラジルの4カ国のコーヒー豆を使用。4段階焙煎が、深みと奥行きのある味わいを実現しました。

容器へのこだわり

マシンとともに容器のデザインにもこだわったセブンカフェ。日本を代表するクリエイティブディレクター佐藤可士和氏の監修の元、シンプルで上質な世界観が表現されています。

抽出へのこだわり

おいしさを最大限に引き出す、一杯ずつのペーパードリップが、日本人のし好に絶妙にマッチ。お好みの味わいを選んでいただけます。

※カフェラテは対象外です。

TOPICS

新しい日常が生まれるかも？「お店で作るスムージー」が誕生

「お店で作るスムージー」は、素材のフレッシュ感が味わえる「急速凍結した野菜や果物」と野菜ピューレや果汁などを凍らせ、おいしさや栄養素を詰め込んだ「アイスキューブ」を組み合せました。お店の専用マシンでミックスして、でき立てを楽しめます。また、大きさや見た目の問題で通常は廃棄されてしまう野菜や果物も原料として使用しているので、フードロス低減にも貢献。環境にやさしく、おいしくて手軽に野菜や果物が摂れる商品として、2024年2月末までに全国への展開を目指しています。

誕生から10年。セブンカフェは新たなステージへ

セブン-イレブン・ジャパン 商品本部
FF・菓子・アイス部 総括マネジャー
園田康清
Kousei Sonoda

MERCHANDISER INTERVIEW 01

セブン-イレブンの横顔 WEB版

さらに詳しいインタビューをWEBでご覧いただけます。

CHECK!

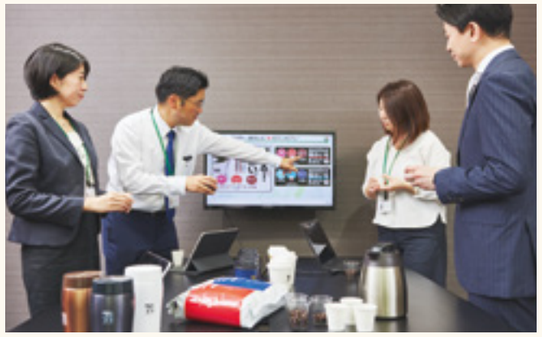
幾度もの試行錯誤を経てこだわりのセブンカフェが誕生

2013年1月の発売開始以来、お客様から多大なご支持をいただいているセブンカフェは、パンやお菓子といった軽食類の売上増にも貢献しただけでなく、コンビニエンスストアに「癒しの場」としての価値を付加し、いわゆる「コンビニコーヒー」という新たな市場を創出し、現在も市場のトップランナーとして成長を続けています。

しかし、ここまでの道のりは決して平たんなものではありませんでした。最初の取り組みは創業直後にスタート。まずはつくり置きを小分けして売るデキャンタストーブ式、続いてカートリッジ式を導入しましたが、いずれも大成功にはいたらず。2001年には3回目の挑戦として当時のシアトルコーヒーブームで注目されたエスプレッソコーヒーの販売に乗り出しましたが、こちらも方向転換を余儀なくされました。そこで、次に目指すべきコーヒーの大きなヒントとなったのがセブン-イレブンの人気商品「おでん」でした。おでんに欠かせないだしは、日本の軟水を使うと最もおいしく仕上がります。おいしいコーヒーを淹れるには水も重要なんだ、ここに思いいたった私たちは「外国の流行をそのまま採り入れるのではなく、軟水文化の日本に適した淹れ方で、日本人の味覚に馴染むコーヒーをつくる」という課題に挑むことにしたのです。コーヒー豆、マシン、ブランドデザインなど各分野の専門家を集めたチームで議論を重ね、原材料（厳選されたアラビカ豆を100%使用）、焙煎（ダブル焙煎、1杯取りペーパードリップ）、見た目（ブランディングデザイン）に徹底的にこだわった、日本一のコーヒーを目指しました。そして2年間の試行錯誤の末にペーパードリップ式の専用マシンを開発。香り豊かで日本人に馴染む味わいのコーヒーを一杯ずつていねいかつスピーディーに提供する「セブンカフェ」が誕生しました。

さらに進化を続けるセブンカフェ 新たに「お店で作るスムージー」を全国展開

しかし、セブンカフェの導入は新たな挑戦のスタートでもありました。変化の速い時代、目まぐるしく変わるお客様のニーズを満たすべく、商品の味や種類を何度も見直し、ブラッシュアップを続けています。2022年7月には「軽め」「ふつう」「濃いめ」の3つの味わいを選べる新機能を追加。「すっきりしたい朝は濃いめ、リラックスしたい夕方は軽めを選べてうれしい」などとご好評をいただき、



売上は好調に推移しています。

さらにお客様の健康志向の高まりを受けて、これまで一部店舗にて先行販売していた「お店で作るスムージー」の店舗拡大を決定、2024年2月末までに全国での販売を目指して順次導入を進めているところです。わずか約70秒で完成するフレッシュなスムージーは、発売以来、大変ご好評をいただいており、コーヒーやカフェラテとは違う層のお客様にもカウンタードリンクをご利用いただくきっかけを生み出しています。

実は「お店で作るスムージー」は身体だけでなく環境にもやさしい商品です。通常は廃棄されてしまうブロッコリーの茎部分や、これまでは大きさや見た目の問題で規格外となってしまっていたいちご、バナナ、マンゴーなども原材料に使われており、フードロスの低減や生産者応援にもつながっています。

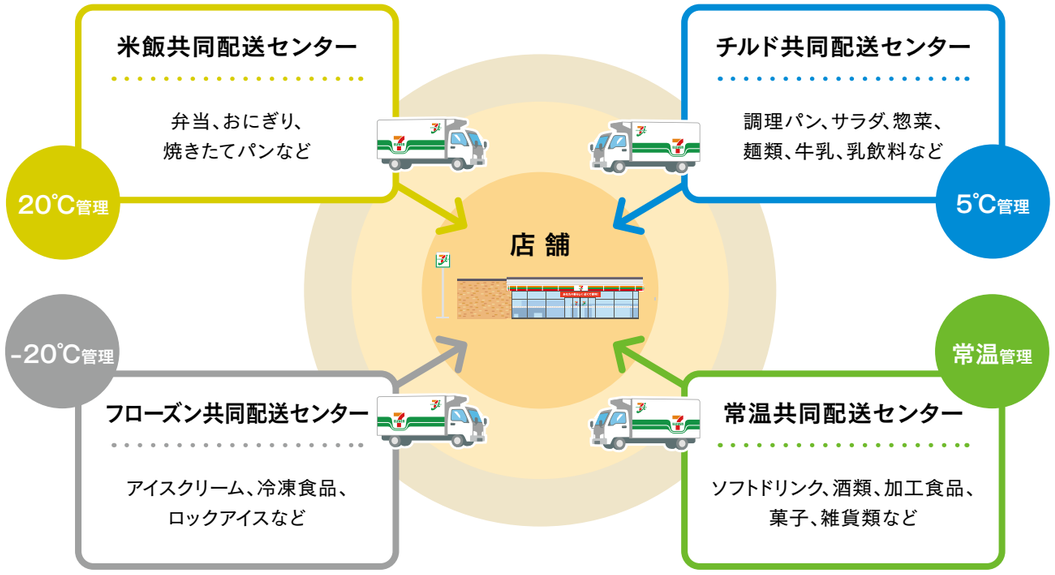
商品開発とは課題解決への挑戦

私自身、20年近くセブン-イレブン・ジャパンでセブンカフェをはじめさまざまな商品の開発にたずさわってきましたが、今、実感しているのは、商品開発とは、課題解決への挑戦だということです。お客様のニーズにどうやって応えるか、どうすれば社会問題の解決に貢献できるのか。セブン-イレブンの商品開発にゴールはありません。今後もお客様の声に真摯に耳を傾け、ご協力いただける企業の皆様のお力も借りながら、より良い商品・サービスを生み出し、皆様のより豊かで快適な生活、そして持続可能な社会の実現に向けて努力してまいります。

厳しさのさきに おいしさと安全がある セブン-イレブンの 品質管理

温度帯別共同配送

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。



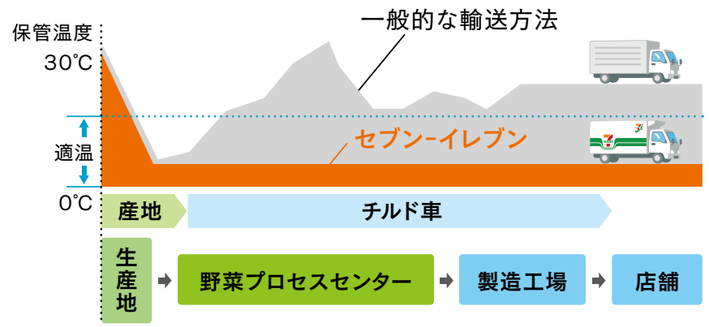
TOPICS

共同配送の実現は流通業界の革命的な出来事でした

異なるメーカーの商品を同じ車両で配送する共同配送を開始したのは1976年。大手メーカーが自社の物流で各店舗に配送することが主流だった当時では革命的な出来事でした。各メーカーへ共同配送のメリットなどを繰り返し説き、ご理解をいただくことで実現。作業効率やコスト、環境の面で大きな社会的改革を果たすことができました。

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、製造工場から店舗まで、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

オリジナル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

原材料から履歴チェック		販売エリアから履歴チェック		商品から履歴チェック
原材料管理データ	情報	物流管理データ	情報	レシピマスター（メニューレシピ管理データ）
各原材料の原産国、工場、添加物などのデータ		各地区ごとの原材料、使用量や使用期間などのデータ		商品に使用している原材料のデータ

TOPICS

「GAP認証」野菜の積極的な採用で持続可能な原料の調達を

農業の持続性に向けた取り組みを推進する生産者に対し、第三者機関の審査により与えられる「GAP認証」。2022年10月から、福島県内の店舗で販売するサンドイッチは、すべてこのGAP認証を受けた農場の野菜のみを使用することとし、持続可能な生鮮野菜の調達と合わせて、地産地消への取り組みも進めています。
また、安全で安定した野菜の栽培と供給を可能にする野菜工場からの調達を全国的に進め、その比率を2030年までに30%にすることを目標としています。2023年7月からは、野菜工場で栽培されたロメインレタスやほうれん草を使用したサラダを全国で発売しています。

野菜工場の一例

お客様の暮らしの価値を高める生活インフラとしてのセブン-イレブン

さまざまな生活サービスの提供

商品の購入だけでなく、日々の生活で必要とされるさまざまなサービスを新しい技術で提供。24時間営業という利便性と結びつくことで、暮らしの価値を大きく向上させています。

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、コンサートやレジャー施設のチケット申し込み、行政サービス、保険サービスなど、さまざまな用途に対応します。

※マルチコピー機は、一部店舗では設置されていない場合がございます。

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。

コンビニ交付参加自治体　1,165 団体　（2023年5月15日現在）

※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。

かんたんnetprint

専用アプリに表示されるQRコードをマルチコピー機にかざすだけで写真やPDFを簡単にプリントできます。

セブン銀行ATM

全国で約26,000台設置され、600社以上の提携金融機関などのカードが、「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には、ATM画面、明細票の表示を12言語から選択可能です。

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。

デジタルサービスを活用した利便性の向上

日々のお買物をより便利にし、そこで得られる付加価値によって来店いただく頻度を増やすために、デジタルサービスの開発、拡充にも力を入れています。

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。ご利用状況に応じ、お客様に合わせた情報やクーポンが届くため、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　おトクな情報もどんどん届く　そのままnanacoなどでの支払いが可能

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。

TOPICS

アプリと顧客データの活用でセブン-イレブンが新しいメディアに

セブン-イレブンでは現在、リテールメディアの推進を行っています。7iDを軸に会員数2,000万人を超える「セブン-イレブンアプリ」を活用し、精緻なターゲティングを行い、広告、購買活動に寄与。YouTubeなどの外部メディアも活用するほか、店舗へのデジタルサイネージの導入なども行い、店舗をメディア化。顧客体験の向上につなげていきます。

持続可能な社会の実現のため、セブン-イレブンが取り組む重点課題

**社会全体の目標である、持続可能な社会の実現。
私たちは地域に深く関わる事業を営む企業として、
自らはもちろん、お客様、地域社会、
お取引先の皆様と共に
さまざまな角度から重点課題に取り組んでいます。**

7つの重点課題

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

お買物に不便を抱える地域や世帯に対して、移動販売や商品配達など、お客様に寄り添う取り組みを進めています。

2. 安全・安心で健康に配慮した商品・サービスを提供する

お取引先様とのパートナーシップを密にし、共同で安全・安心な商品を提供しています。

3. 地球環境に配慮し、脱炭素・循環経済・自然と共生する社会を実現する

一部店舗にペットボトル回収機を設置。資源として活用し、商品に再生するなど、さまざまな側面から環境負荷を低減。循環経済社会を推進しています。

4. 多様な人々が活躍できる社会を実現する

さまざまな価値観の違いを理解し、シニア・外国籍や障がいのある方などの就業や、子育てと仕事の両立を支援。

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

多様な働き方を支援し、働きがいとともに働きやすい職場を目指し、加盟店様における環境整備を進めています。

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

地域清掃を通して、地元の環境保全活動にも協力しています。また、社会課題の解決に向けた商品やサービスの提供にも取り組んでいます。

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

持続可能なサプライチェーン構築を目指し、お取引先様と共に社会・環境に配慮した商品を提供。

セブン＆アイグループの環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』

GREEN CHALLENGE 2050 私たちの挑戦で、未来を変えよう。

CO_2排出量削減

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などの活用で、さらなるCO_2排出量の削減に努めていきます。

グループの店舗運営にともなう排出量（2013年度比）

2030年目標 50% 削減

→ 2050年の目指す姿 排出量実質 ゼロ

プラスチック対策

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など、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。

プラスチック製レジ袋の使用量

2030年目標 使用量 ゼロ

紙など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・紙など）を使用。

2030年目標 50%

→ 2050年の目指す姿 100%

食品ロス・食品リサイクル対策

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。

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

2030年目標 50% 削減

→ 2050年の目指す姿 75% 削減

食品廃棄物のリサイクル率

2030年目標 70%

→ 2050年の目指す姿 100%

持続可能な調達

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。

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原材料を使用。

2030年目標 50%

→ 2050年の目指す姿 100%

加盟店様と、お取引先様、そして地域社会・お客様と共に目指すサステナブルな社会

CO_2排出量削減

01 お店ごとに省エネリーダーを選出し省エネを推進しています

電力需給逼迫への対応や、CO_2排出量削減の観点から、「省エネ対策重点6項目」をお店ごとに推進する「省エネリーダー」を選出。環境問題を自分ごととととらえ、積極的に活動を進めています。

02 環境配慮型店舗の実証実験と全国展開の推進

太陽光発電パネルを設置する店舗は全国8,823店※、LED照明はほぼ全店で導入しています。さらに、「環境負荷低減店舗」では、蓄電池やエネルギーマネジメントシステムを導入し、さらなるCO_2排出量の削減に向けてテストを実施しており、今後も全国に拡大する予定です。

※2023年2月末現在

プラスチック対策

01 環境にやさしい包装・容器への変更全国に展開

サラダカップは環境配慮型PET容器に、チルド弁当容器やサンドイッチフィルム（一部）を紙仕様にするなど、便利さはそのままに環境配慮型に進化しています。ボタニカルフィルムやライスインキも使用し、今後も環境にやさしい包装容器に変更していきます。

食品ロス・食品リサイクル対策

01 お客様と共に進める食品ロス削減の取り組み

購入してすぐに食べる時は手前の商品を選んでいただく「てまえどり」や、販売期限が近づいたおにぎりやパンなどの対象商品を電子マネーnanacoで購入した場合にnanacoボーナスポイントを付与する「エシカルプロジェクト」など、お客様のご協力をいただきながら食品ロス削減に取り組んでいます。

02 新鮮さを長く保てる長鮮度商品と食べ切れるサイズの商品を拡充

窒素の充填など、独自技術の開発と、素材や製造工程、温度管理も見直すことで、味や品質を落とさずに従来よりも長い消費期限を可能にした商品を開発しました。このような長鮮度商品の品揃えの充実に加え、少人数で食べ切れるセブンプレミアム商品などの品揃えも拡大しています。

持続可能な調達

01 人権や地球環境に配慮した持続可能な商品調達

開発途上国の原料や製品が公平な条件で取り引きされていることなどを認証する制度である、国際フェアトレード認証のカカオ原料を使用した商品や、持続可能な漁業で獲られた水産物の証であるMSC「海のエコラベル」がついた商品など、サステナブルな原材料を使った商品を販売。今後もさらに拡大予定です。

FAIRTRADE

(MSC-C-59602)

企業理念である「明日の笑顔を 共に創る」のもと、全国各地の地域社会と密接な関係を築きながら社会課題の解決に取り組みます。

価値ある商品・サービスを通じて、健康な社会を実現する

東海

食育（地産地消）

地元の幼稚園児とのロメインレタスの収穫体験およびロメインレタスを使用した商品の試食会を実施。地産地消について知っていただく機会となりました。

九州

食と健康のイベント

宮崎県の「食」と「健康」をテーマにしたイベント「Karada Good Miyazakiフェスタ2022」に参加し、「食品ロス削減」「食の安全・安心」「地産地消商品」の取り組みについて展示を行いました。

地域と共に生きる社会を実現する

九州

安全・安心

地元警察署と連携し、店舗での防犯訓練を定期的に行うなど、地域の防犯対策に関する啓発活動を実施しています。

近畿

地域イベント

京都市内で行われた「京都マラソン2023」にペットボトル回収機を設置したブースを出展。参加された方々に完全循環型リサイクルの取り組みをお伝えするとともに、ペットボトルの投入を体験していただきました。

環境に配慮した循環型社会を実現する

沖縄

地域清掃

セブン-イレブン・沖縄では、毎月第1金曜日に全社員で店舗周辺の清掃活動を実施中。一人ひとりが環境への意識を高め、循環型社会の実現を目指します。

近畿

ペットボトル回収・リサイクル

資源の有効活用を目的に、大阪府のセブン-イレブンとしては初めて、堺市内の76店舗にペットボトル回収機を設置しました。

多様な人財が活躍し、幸せな社会を実現する

関東

障がい者エクセレントカンパニー

障がい者雇用において特色あるすぐれた取り組みを行う企業として、東京都が表彰する「障害者雇用エクセレントカンパニー賞」の東京都知事賞を受賞しました。

関東

多文化共生社会の推進

留学生への就労支援として文部科学省受託事業である「GHKG（グローカル・ハタラクラスぐんま）」への参画を進め、群馬大学の協力のもとインターンシップを実施しています。

全国

商品寄贈

店舗改装時の商品やフードドライブ活動による支援品などを寄贈しています。寄贈した商品は社会福祉協議会を通じて、高齢者、障がい者、子ども、生活困窮者などへ支援を行っている団体・施設に分配され、地域福祉の推進やフードロスの削減につなげています。

職場体験・出張授業

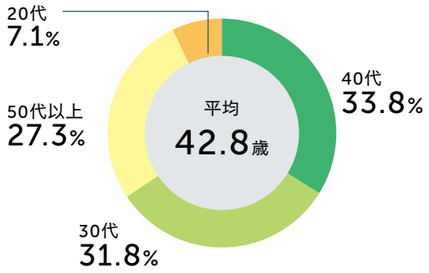
小・中学生を中心に、店舗での職場体験の受け入れや、学校を訪問しての出張授業を開催し、セブン-イレブンのSDGsの取り組みについて学んでいただきます。店舗での職場体験では、コンビニエンスストアの仕事を通じて、あいさつの大切さやルールを守ることの重要性を伝えています。

フランチャイズ契約について

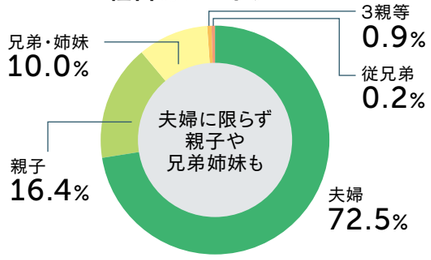
セブン-イレブンの事業は、オーナー様に独立した経営者として
店舗を経営していただく「フランチャイズビジネス」です。
セブン-イレブンのオーナー様として新しい毎日をスタートするための、
最適な契約プランがあります。

数字でわかるセブン-イレブンのオーナー様

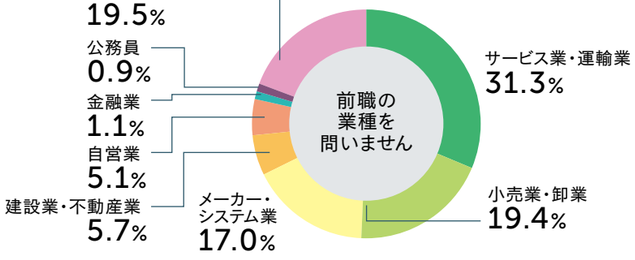
契約時の年齢※1



経営のパートナー※1



前職の業種※2



※1 当社調べ(2018年3月～2023年2月) ※2 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をのぞく

開店までの流れ

A タイプ
お店の土地・建物をご本人にご用意いただくタイプ

ご説明・調査・審査

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
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。

ご決定

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。

ご契約

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。

店舗建築

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

ご説明・審査

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など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・面談①
担当者がご自宅などにうかがい、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。

5.体験入店
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確認させていただきます。

7.候補物件確認
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③
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。

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。

ご決定

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。

ご契約

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。

両タイプ共通

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

テキストやVTRを使った講義形式。機器実習では、レジや情報機器を実際に操作して習得していただきます。

各地区の直営店で実際に店頭業務や接客を行います。トレーナーからていねいな指導が受けられます。

開店前の準備

従業員様とコミュニケーションをとり、情報共有を図ります。近隣にごあいさつにうかがい、開店告知も行います。

ターンキー

開店前日のセレモニーです。研修修了証書とともに店舗のキーを加盟店様にお渡しします。

開　店

万全の準備を整え、お客様をお迎えします。開店後はOFCがあらゆる面から加盟店様の経営をサポートします。

契約条件一覧

	Aタイプ	Cタイプ
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	オーナー候補者様の所有または賃借	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	315万円（消費税額等15万円を含む）	260万円（消費税額等10万円を含む）
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	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※2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） ●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※4	年間オーナー総収入※3 年額2,200万円 〔24時間営業以外の場合は1,900万円〕	年間オーナー総収入※3 年額2,000万円 〔24時間営業以外の場合は1,700万円〕

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

※1 売上高から売上商品原価を差し引いた利益額
※2 地域別適用金額は店舗住所により異なります
※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
※4 最低保証制度は、オーナー総収入の最低額を保証するもので、オーナー利益を保証するものではありません。
また、最低保証額は実営業日数に応じて適用されます。

Cタイプのセブン-イレブン・チャージ計算基準

1ヵ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～ 250万円以下の部分	44%	56%
250万円を超え～ 400万円以下の部分	34%	66%
400万円を超え～ 550万円以下の部分	29%	71%
550万円を超える部分	24%	76%

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	550万円超の店舗	550万円以下の店舗
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

	Aタイプ	Cタイプ	性　質
❶ 研修費用	55万円 （消費税額など5万円含む）	55万円 （消費税額など5万円含む）	加盟者（履行補助者と2名）が研修に参加して、受講・実地研修をするための費用。
❷ 開業準備手数料	110万円 （消費税額など10万円含む）	55万円 （消費税額など5万円含む）	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、当社が担当実施する開店準備の諸作業に関する手数料。既存店の引き継ぎの場合もお支払いいただきます。
❸ 開業時出資金	150万円 （消費税はかかりません）	150万円 （消費税はかかりません）	開業当初の販売のための在庫商品代、釣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円也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。

お店で働く人のための制度

加盟店共済制度	● 加盟店オーナー様や配偶者様の死亡・傷病・老後の備え・固定給者の福利厚生のための生命保険・入院手術保険・介護保険・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 ● 固定給者本人が加入できる生命保険・入院手術保険・所得補償保険

加盟店様へのインセンティブ

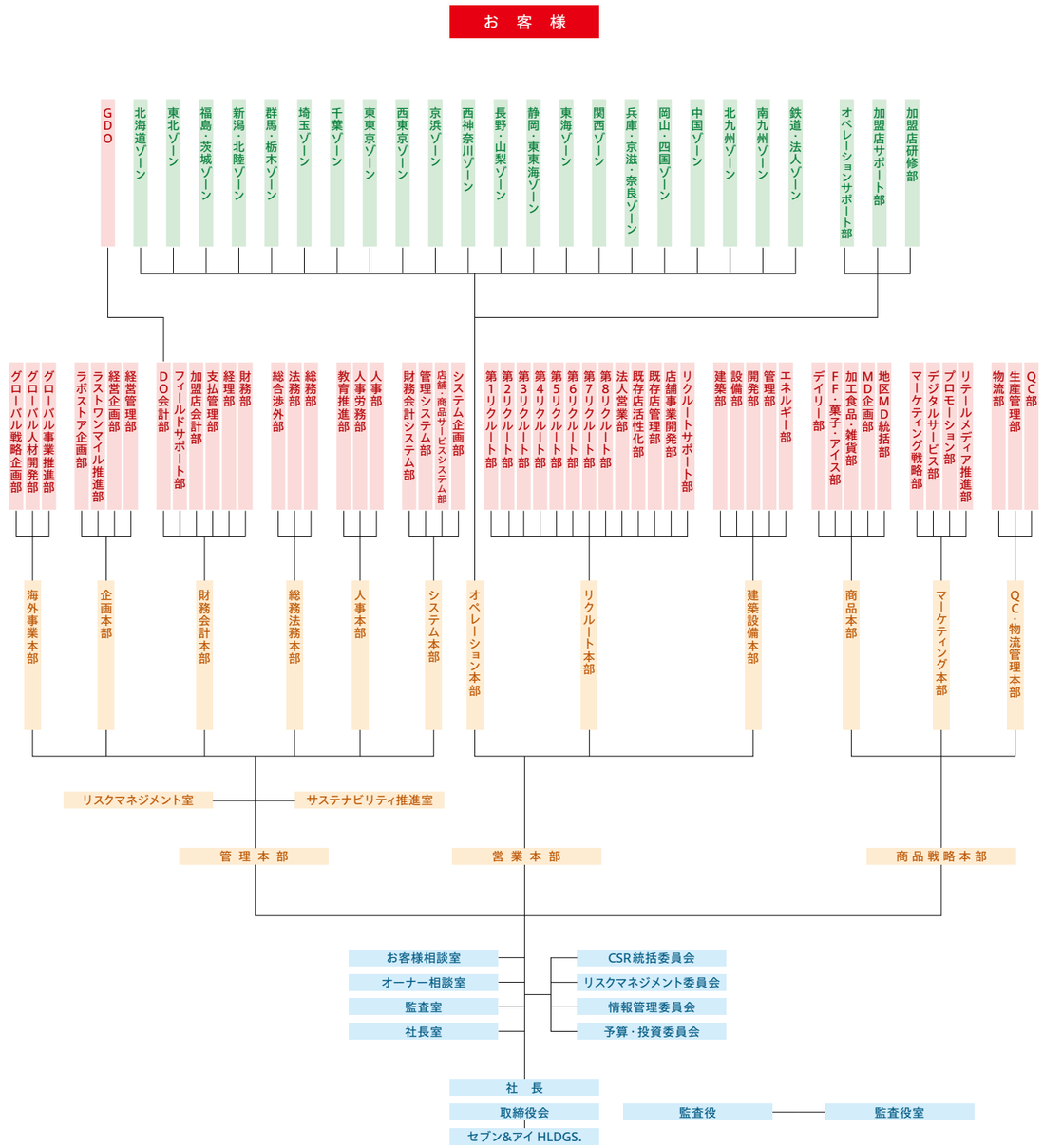
複数店経営奨励制度	● 開業後満5年を経過した加盟店様が複数店を出店した場合、複数店に対し、5年経過のインセンティブ・チャージを開業時より適用 ● 1号店を除く複数店全店を対象にセブン-イレブン・チャージから売上総利益の3%に相当 ● する金額を減額

セブン-イレブン 挑戦と進化の歴史

- 1973年（昭和48） 11月　(株)ヨークセブン設立
- イトーヨーカ堂、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
- 1974年（昭和49） 5月　第1号店出店（東京都江東区・豊洲店）
- 1975年（昭和50） 6月　24時間営業開始（福島県郡山市・虎丸店）
- 1976年（昭和51） 5月　出店数100店舗突破
- 9月　ベンダーの集約化、同年10月より共同配送開始
- 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
- 8月　ターミナルセブンによる発注開始
- 1979年（昭和54） 10月　東証第2部に上場
- 1980年（昭和55） 11月　出店数1,000店舗突破
- 1981年（昭和56） 8月　東証第1部に指定替え
- 1982年（昭和57） 10月　POS（販売時点情報管理）システム開始
- 11月　EOB（電子発注台帳）による発注開始
- 1984年（昭和59） 2月　出店数2,000店舗突破
- 1985年（昭和60） 5月　グラフ情報分析コンピュータ導入開始
- 8月　双方向POSレジスター導入開始
- 1987年（昭和62） 3月　米飯共同配送3便制を開始
- 4月　出店数3,000店舗突破
- 10月　東京電力料金収納業務取り扱い開始
- 1988年（昭和63） 3月　東京ガス料金収納業務取り扱い開始
- 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
- 1989年（平成元） 11月　プリペイドカード取り扱い開始
- 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
- 1990年（平成2） 6月　出店数4,000店舗突破
- 1991年（平成3） 3月　IYグループ、米国サウスランド社の株式を取得し経営に参画
- 4月　ISDN（総合デジタル通信網：NTT）導入開始
- 1993年（平成5） 2月　出店数5,000店舗突破
- 11月　セブン-イレブンみどりの基金設立
- 12月　オープン型チルドケース導入開始
- 1994年（平成6） 4月　大型アイスクリームケース導入開始
- 1995年（平成7） 5月　出店数6,000店舗突破
- 6月　通信販売代金収納業務取り扱い開始
- 1996年（平成8） 3月　気象情報システム導入開始
- 1997年（平成９） 6月　出店数7,000店舗突破
- 1997年（平成9） 11月　衛星配信によるマルチメディア情報を活用した総合店舗情報システム導入開始
- 1998年（平成10） 10月　雑誌定期購読予約サービス開始
- 1999年（平成11） 3月　栄養ドリンク剤販売開始
- 11月　出店数8,000店舗突破
- イーエスブックス取り扱い開始
- インターネット代金収納代行サービス開始
- 2000年（平成12） 2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）
- 8月　お食事お届けサービスの(株)セブン・ミールサービス設立（同年9月よりサービス開始）
- 2001年（平成13） 4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
- 5月　アイワイバンク銀行（現 セブン銀行）の店内ATM（現金自動預け払い機）設置開始
- 8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（※着色料のうち指定添加物）
- 2002年（平成14） 2月　出店数9,000店舗突破
- 5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
- 11月　マルチコピー機を活用したチケットサービス等の取り扱い開始
- 2003年（平成15） 8月　出店数10,000店舗突破
- 2004年（平成16） 1月　合弁会社セブン-イレブン北京有限公司設立
- 4月　中国北京で第1号店出店（北京市東城区・東直門店）
- 5月　バリアフリー型店舗の展開開始
- 11月　店舗ネットワークを光ファイバーに統合開始
- 2005年（平成17） 2月　7-Eleven, Inc.を子会社化
- 9月　持株会社である(株)セブン＆アイ・ホールディングス設立、東証第1部へ上場
- 11月　出店数11,000店舗突破
- 7-Eleven, Inc.を完全子会社化
- 2007年（平成19） 3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32,711店（31日時点）を達成
- 4月　電子マネー「nanaco（ナナコ）」導入開始
- 8月　「セブンプレミアム」をセブン-イレブン店舗で販売開始
- 10月　カウンター調理（フライヤー）商品の販売開始
- 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
- 2008年（平成20） 2月　出店数12,000店舗突破
- 4月　セブン-イレブン（中国）投資有限公司設立
- 2009年（平成21） 1月　(株)セブンカルチャーネットワーク設立
- 12月　「セブンネットショッピング」サービス開始
- ぴあ(株)と業務・資本提携
- 2010年（平成22） 2月　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（一部自治体より）
- 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
- 6月　クレジットカードでの決済が可能に
- 12月　出店数13,000店舗突破
- 世界のセブン-イレブン出店数が40,000店舗を突破
- セブン-イレブン成都有限公司設立
- 2011年（平成23） 3月　日本における「セブン-イレブン」の商標権を取得
- 5月　移動販売「セブンあんしんお届け便」開始
- 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
- 店内照明・店頭看板のLED化等の節電対策を本格導入
- 2012年（平成24） 1月　チェーン全店売上が3兆円を突破
- 2月　出店数14,000店舗突破
- 5月　「セブンライフスタイル」販売開始
- 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
- 10月　(株)SEJアセットマネジメント＆インベストメント設立
- 2013年（平成25） 1月　「セブンカフェ」販売開始
- 2月　出店数15,000店舗突破
- 3月　世界のセブン-イレブン出店数が50,000店舗を突破
- 12月　出店数16,000店舗突破
- 2014年（平成26） 8月　出店数17,000店舗突破
- 10月　「セブンカフェドーナツ」販売開始
- 12月　免税サービス開始
- 2015年（平成27） 2月　チェーン全店売上が4兆円を突破
- 8月　出店数18,000店舗突破
- 11月　総合通販サイト「omni7」グランドオープン
- 2016年（平成28） 2月　水素ステーション併設店舗を開店
- 7月　世界のセブン-イレブン出店数が60,000店舗を突破
- 8月　出店数19,000店舗突破
- 2017年（平成29） 3月　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」の第一号として登録
- 2017年（平成29） 6月　ベトナムにセブン-イレブン初出店
- 10月　(株)セブン-イレブン・沖縄設立
- 2018年（平成30） 1月　出店数20,000店舗突破
- 10月　「PRIDE指標」にて最高評価ゴールド認定を受賞
- 2019年（平成31／令和元） 4月　「行動計画」を策定
- 6月　東大和市、日本財団、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
- 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発売
- 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
- 11月　「営業時間短縮の検討」における取り組み『深夜休業ガイドライン』を新たに制定
- 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
- 3月　一般社団法人セブングローバルリンケージ設立
- 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「エシカルプロジェクト」を全国に拡大
- 「カップデリ」販売開始
- 6月　クレジットカード、デビットカード、プリペイドカードにおける非接触決済を導入
- 8月　7-Eleven, Inc.が米国Marathon Petroleum Corporationの主に「Speedway」ブランドで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
- 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
- 6月　7-Eleven International LLC 設立
- 8月　カンボジアにセブン-イレブン初出店
- 10月　インドにセブン-イレブン初出店
- 2022年（令和4） 2月　「セブン-イレブンネットコンビニ」を「7NOW」に変更
- 4月　世界のセブン-イレブン出店数が80,000店舗を突破
- 12月　北海道エリアにて、石油由来のインクや着色料を減らし、環境に配慮した容器をオリジナルフレッシュフードに採用 ※2023年5月より順次、全国に拡大
- 「セブンスマホレジ」を51店舗に導入へ
- 2023年（令和5） 1月　イスラエルにセブン-イレブン初出店
- 2月　全店にタブレット端末を導入
- 3月　AI発注を全国に拡大
- 6月　接客コンテスト全国大会（第1回）を開催
- 9月　ラオスにセブン-イレブン初出店

組織図

（2023年11月1日現在）



会社概要

（2023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	8,549人

役員一覧

（2023年11月1日現在）

代表者	代表取締役社長	永松 文彦
取締役	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	青山 誠一
	常務執行役員	藤本 圭子
	執行役員	阿部 真治
	執行役員	飯沼 一丈
		後藤 克弘
監査役		松原 一浩
		高橋 千恵美
		手島 伸知
執行役員		石丸 和美
		桝尾 威彦
		西村 出
		榑谷 光生
		笠石 吉美
		内田 愼治
		青山 圭介
		羽石 奈緒
		山口 圭介
		山口 繁
		岡嶋 則幸
		阿久津 知洋
		松井 大
		濵﨑 信吾
		眞野 義昭
		厳 茜

https://www.sej.co.jp

株式会社
セブン-イレブン・ジャパン
〒102-8455 東京都千代田区二番町８番地８
TEL：03-6238-3711（代表）
©2023年11月（株）セブン-イレブン・ジャパン

FSC www.fsc.org ミックス 紙 | 責任ある森林管理を支えています FSC® C004858
VOC FREE
VEGETABLE OIL INK
Waterless Printing. Naturally.