

2006年12月19日

－セブン&アイ HLDGS. 横断的商品開発組織を立ち上げ－
グループ各社のノウハウ・インフラを結集した商品開発に着手
～オリジナル商品として07年春よりグループ5社にて販売開始～

株式会社セブン&アイ・ホールディングス(本社:東京都千代田区、代表取締役会長 最高経営責任者<CEO>:鈴木 敏文、以下 セブン&アイ HLDGS.)は、グループ各社のノウハウを結集した独自の商品開発体制を確立し、多様化するお客様のニーズに対応した商品を新ブランドとして立ち上げ、2007年春頃を目途に、食品セクターを中心としたグループ5社(セブン・イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークマート、シエルガーデン)にて、販売を開始いたします。

セブン&アイ HLDGS. では、グループ各社の情報共有と商品開発体制の効率化を進めており、各社のインフラやグループのスケールメリットを最大限に活かした取り組みで、更なるシナジー効果を追求し、お客様のニーズに応えてまいります。

記

1. 取り組みの背景と狙い

- ◆ 05年9月にセブン&アイ HLDGS. が「新・総合生活産業」として発足以来、本格的なグループマーチャンダイジングとしての初の取り組み
- ◆ 人口の少子高齢化や商品の安心・安全に対するお客様の変化する多様なニーズに対応した新しい商品の開発
- ◆ グループ各社に来店される、あらゆるお客様へ対応した商品の提供

2. 新たな商品開発の概要およびコンセプト

- ◆ 各事業会社のインフラを最大限に活用
- ◆ 配送体制、原料調達、製造工程等のコストを徹底的に管理
- ◆ セブン・イレブン・ジャパンが培ってきた商品開発の手法をグループで共有化し拡大・強化
- ◆ グループ横断的なプロジェクトチーム、専門組織を初めて立ち上げ
- ◆ スタート時は、デイリー商品や加工食品分野を中心とした商品開発
- ◆ 主な開発カテゴリー(当初は11カテゴリーを予定)

デイリー商品 : 和惣菜、ヨーグルト・デザート、チルド牛乳・乳飲料 等

加工食品 : 乾物・お茶、調味料、飲料、嗜好品、カップ麺、菓子 等

3. 発売時期およびアイテム数

- ◆ 発売時期:2007年春を目途に
- ◆ アイテム数 (デイリー商品3 :加工食品7の割合)
 - <発売当初> 07年春に100アイテムを予定
初年度では、合計300アイテムを予定
※初年度の売上高、約500億円を予定
 - <今後の予定> 3年後(2010年度)には1,000~1,200アイテムへ拡大予定
- ◆ 売り上げ比率:
セブン&アイHLDGS の食品売上高(デイリー商品と加工食品)1.8兆円のうち、オリジナル商品の占める割合を3年後に15~20%へ

4. 商品のコンセプト

- ◆ トレーサビリティや品質基準を明確にした安心・安全な商品
- ◆ 原材料や製法にこだわった高品質の商品
- ◆ コンビニエンスストア、スーパーストア、スーパーマーケット等、それぞれにご来店されるあらゆるお客様に対応した、味・品質・価格 等、価値ある商品

5. 取り組み参画企業(販売店舗)

- ◆ セブン&アイHLDGS 傘下の食品セクターを中心とした事業会社5社

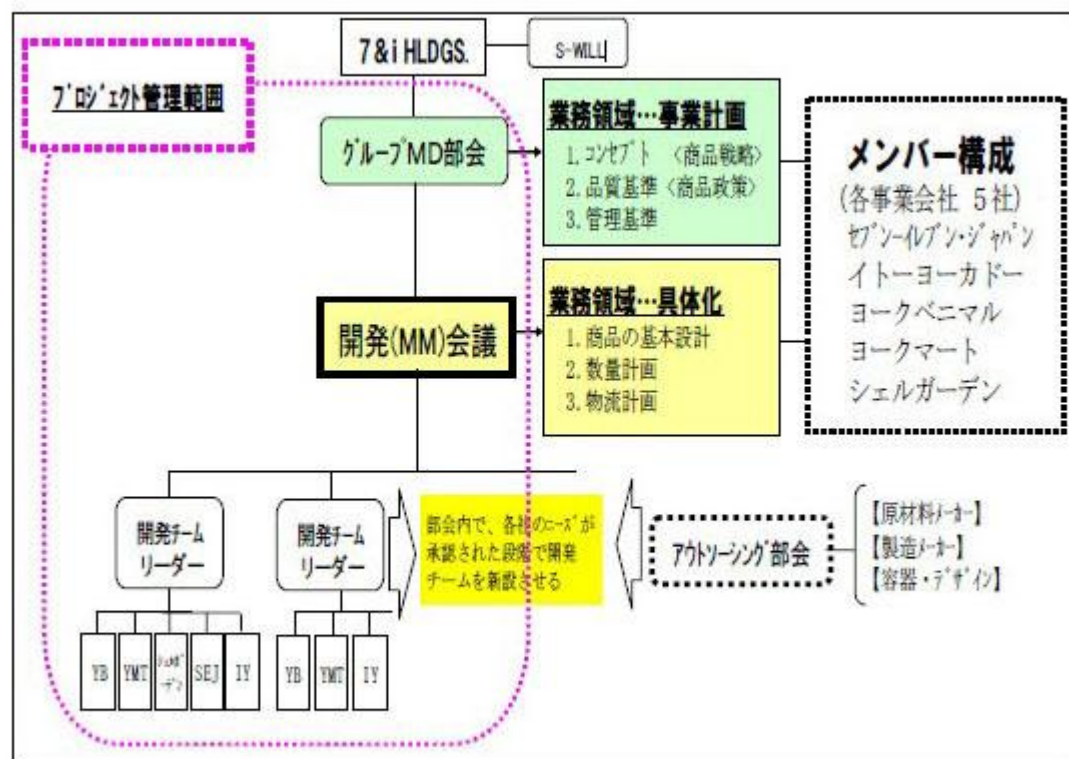
① セブン-イレブン・ジャパン	11,507
② イトヨーカ堂	180
③ ヨークベニマル	144
④ ヨークマート	58
⑤ シェルガーデン	19

合 計 11,908店(06年11月末現在)

6. プロジェクトチームの概要

- ◆ 発足年月: 2006年11月
 - 名 称: 7&I グループMD改革プロジェクト
 - 人 数: 事業会社5社より、総勢72名
 - 組 織: 11部会26チーム(デイリー商品と加工食品)

◆7&i グループMD改革プロジェクト 組織図



以上