



「なにがあるかな、セブン-イレブン。」 その期待にお応えし続けるために



セブン-イレブン・ジャパンは1973年の創業以来、「あいてよかった」「近くて便利」のコンセプトのもと、時代の変化に合わせた新しい価値を世の中に提供し、成長を続けてまいりました。日頃よりセブン-イレブンを支えてくださっているお客様、加盟店の皆様、お取引先様をはじめとしたすべてのステークホルダーの皆様に、改めて深く感謝申し上げます。私たちはこれまで、「より良い商品」「豊かさ」「快適な生活」に貢献するさまざまな価値を提供することによって、お客様に「近くにセブン-イレブンがあって本当に良かった」と感じただけのようなお店づくりを進めてまいりました。しかし現在、人々の価値観やライフスタイルはかつてないほど多様化しています。これからは、多くのお客様に共通するニーズを提供していくことに加えて、より一層、お客様一人

ひとりの多様なニーズに寄り添った「新たな価値」を提供していくことが不可欠であると考えています。誰にも真似できない「新しい価値の創出」は、挑戦することからしか生まれません。私たちは「エラー&ラーン」の精神で失敗を恐れず挑戦し、そこから学び、諦めずにチャレンジし続けます。そして、新しい商品やサービスを提供していくことはもちろん、デジタル化・省人化による店舗での働きやすさの追求など、あらゆる場面で今まで以上のイノベーションを実現していきます。「このコンビニで、街のひとを幸せにする。」その想いを大切にしながら、私たちはこれからもお客様一人ひとりの求める価値を提供する、お客様に寄り添ったお店づくり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

阿久津 知洋

企業理念

目指す姿

あす
「明日の笑顔を 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」

目次

- 01 ごあいさつ
- 02 企業理念
- 03 このコンビニで、街のひとを幸せにする。
- 05 多様化するニーズへの対応／Live-Meal
- 07 生活サービス／7NOW
- 09 社会のためにセブン-イレブンができること
- 10 地域と共に生きる社会を実現する
- 11 環境に配慮した循環型社会を実現する
- 13 価値ある商品・サービスを通じて、健康な社会を実現する
- 14 多様な人財が活躍し、幸せな社会を実現する
- 15 さまざまな地域社会に対する取り組み
- 16 なにがあるかな、セブン-イレブン
- 17 商品力
- 18 チームMD
- 19 Live-Mealがもたらす新しい体験
- 20 オリジナルフレッシュフード
- 21 セブンプレミアム
- 22 IP(知的財産)コンテンツ・エンタメ市場の拡大
- 23 生産・製造・物流におけるさまざまな取り組み
- 25 経営サポート
- 26 フランチャイズシステム
- 27 単品管理
- 28 OFC(オペレーション・フィールド・カウンセラー)
- 29 オーナー様インタビュー／OFCインタビュー
- 31 売場環境の進化
- 33 オーナー様をサポートする仕組み
- 35 データで見るセブン-イレブン
- 37 フランチャイズ契約について
- 41 セブン-イレブン イノベーションの歴史
- 45 組織図／会社概要



このコンビニで、 街のひとを幸せにする。

多くのお客様に共通するニーズを満たす「For ALL」時代から、
お客様一人ひとりの多様なニーズに寄り添う「For ONEs」の時代へ。

時代の変化に合わせて、さまざまなイノベーションを起こしてきた
セブン・イレブンも、社会から求められる役割が変化してきました。
おいしい商品や便利なサービスの提供に加えて、
社会課題への取り組みや人財支援など、
あらゆる面で変化への対応を進めています。

これからも、揺るぎない信念と覚悟を持ち、
加盟店のオーナー様、従業員様、
そしてサプライチェーンを支えてくださるすべてのパートナー様とともに、
お客様一人ひとりの新しい幸せと未来のために、挑戦を続けます。



POINT!

「食」を通じた幸せの実現

創業以来、もっとも大切にしてきたことのひとつが、安全で安心できる「食」の提供です。

そして今、できたてを食いたいという新たなニーズに応えるために、
店内オープンで焼き上げるベーカリーや、淹れたてのドリンクなど、
ライブ感のある商品を通じて、五感に響くできたての体験を全国へ
広げています。

お客様一人ひとりの期待に応えるワクワクするような「食の未来」
へ挑み続けます。



POINT!

「暮らし」をもっと豊かに便利にする

長くスローガンとして掲げてきた「近くて便利」を、次のステージへ。
お客様のスマートフォンからご注文いただいた商品を、最短20分で
お届けする「7NOW」のデリバリーサービスを核に、必要な時に必要
なものを届ける仕組みや、暮らしのサービスの拡充など、多様な利用
シーンに合わせた取り組みを拡大しています。

時代が求める新たな生活インフラとしての役割をアップデートし、
カタチにして提供し続けます。



社会変化に合わせた商品・サービスの拡充

「多様化するニーズへの対応」

社会環境やお客様の価値観が大きく変化する中、商品開発のあり方も新たなフェーズへと進んでいます。これまで培ってきた社会全体のニーズに対応する開発力に、お客様とのコミュニケーションを核とした手法を重ねることで、多様化するニーズを的確にとらえた商品やサービスの提供を行います。

これまで

社会全体のニーズに応える商品・サービスの提供



単身シニア



共働き



デジタル世代の若者

これから

より一層、一人ひとりの暮らしのシーンに合わせた商品・サービス開発へ

自分の時間を
楽しみたい1人だけ
ほしい

個食ニーズ

もう1品おかず
がほしい時間がなくても
きちんと食事を

おうちご飯ニーズ

できたてが
食べたい

モバイルオーダーニーズ

時間を
節約したい

配達ニーズ

TOPIC



新しいタイパ時代に「7NOW」のモバイルオーダーを開始

手軽に購入できる揚げ物などへの需要は高まっている一方、在庫が少なく「人数分が揃いにくい」というお客様の声や、「売れ行きが読みづらい時間帯は準備しにくい」という店舗側の課題もありました。「モバイルオーダー」は、注文分だけを準備、提供するため、この両方の課題を解決。「おいしさ」と「タイパ」の両立が期待できます。

五感で楽しむ

「Live-Meal」

焼きたて、淹れたて、挽きたてなど、さまざまな"できたて"を展開する「Live-Meal（ライブミール）」。「店内の専用機器で調理と仕上げを行い、従来のカウンターフードの枠を越えた、五感に響くおいしさを全国の店舗へ拡大しています。いつでもできたてのおいしさをお届けする、新しい食の体験です。



たとえば、専用オーブンで焼き上げる「セブンカフェ ベーカリー」は、香ばしく豊かな香りや温かさ、できたてならではの食感で、日常に新たな楽しさと喜びをもたらします。この体験は、おいしさの提供だけでなく、お店とお客様の新しいコミュニケーションを生み出し、最終的には強い絆へとつながっていく可能性を持っています。

TOPIC

食卓を賑やかに彩る、「【盛盛】若鶏のからあげ(もも)」

「7NOW」限定の「【盛盛】若鶏のからあげ(もも)」は、パッケージを開けた瞬間に広がるボリューム感で、日常の夕食だけでなくホームパーティにもぴったり。店内で仕上げた熱々のおいしさをそのままお届けし、食卓を賑やかに変えてくれる、「7NOW」の中でも大人気の商品です。



POINT!
「暮らし」を
もっと豊かに
便利にする

毎日にイノベーションをもたらす 「生活サービス」

セブン-イレブンは、全国で約22,000店を展開し、地域社会を支える「生活インフラ」としての役割も担っています。行政や地域と連携しながら、暮らしの安心や利便性を高めるサービスを展開しており、商品の販売にとどまらない、お客様の暮らしに寄り添う機能を、これからも充実させていきます。

01 セブン銀行ATM

全国ほぼすべての店舗に設置され、いつでも身近に利用できる金融インフラです。多様な提携金融機関や海外発行カードに対応し、環境に配慮した新型ATMへの刷新も進めています。

02 セブンあんしんお届け便（移動販売）

日常のお買物が困難な地域に、販売設備付きの軽トラックで商品をお届けする移動販売サービス「セブンあんしんお届け便」を運用しています。独自で開発したこの車両には、常温から冷凍品まで、食品や日用雑貨などが積載可能。今後も地域のお客様のニーズに合わせて順次拡大する予定です。

03 各種行政サービス（マルチコピー機）

店内のマルチコピー機を通じて、住民票の写しや印鑑登録証明書などの証明書を、役所に行かずその場で取得できるサービスです。自治体との連携により、地域住民の利便性向上と行政手続きの効率化を支えています。

新しいお買物体験 「7NOW」

「7NOW」は、時間や場所の制約を超え、「すべての人が、必要な時に、必要なものをご購入いただける」次世代インフラです。デリバリーサービスは、現在全国で展開し、2026年春からは「モバイルオーダー」を開始。さらに、季節の催事商品や日常の品を確保できる「予約注文」も備え、多様なライフスタイルに応える「お買物アプリ」として、全国で利用されています。



「7NOW」は、店舗在庫と連動しているため、効率的にお買物できる点も特長です。タイパ重視の共働き・子育て層や外出が難しいシニア層など、多様なライフシーンに合わせ、柔軟に対応。モバイルオーダーや予約注文とも連動しながら、店舗というリアルな資産をデジタルで拡張し、持続可能な新しいお買物環境を提供します。

TOPIC

新しい技術が広げる「7NOW」の配送ネットワーク

「7NOW」は配送を支えるテクノロジーと連携し、従来のデリバリーの枠組みを超えた新たな挑戦も進めています。都市部では自動走行ロボットによる配送を開始。あらゆる地域環境や配送インフラの状況に柔軟に寄り添いながら、確実にお手元に商品をお届けする持続可能なサービスとして、着実にその可能性を広げています。



社会のために セブン-イレブンができること

セブン-イレブンは創業以来、
価値ある商品やサービスの提供を通じて社会のニーズに応える、
「近くて便利なお店」を目指してきました。
その一方で、超高齢社会や環境問題などの社会課題が顕在化し、
社会の持続的発展にはその解決が急務となっています。

豊かな社会・環境を未来世代へつないでいくために、
地域・環境・健康・人財、4つの領域における課題に、
お客様、加盟店様、お取引先様、地域社会と共に取り組んでまいります。



LOCAL
地域



ENVIRONMENT
環境



HEALTH
健康



HUMAN RESOURCES
人財



地域と共に生きる社会を実現する



自治体との連携で、広くて深い地域共生を

「地域包括連携協定」締結を拡大

地産地消・子育て・高齢者支援・健康増進・環境保全・情報発信など幅広い分野で自治体との「包括連携協定」の締結を推進。災害時の支援体制強化や高齢者・子どもの見守りなど、地域共生の取り組みに活動を広げています。



全国の締結済
「地域包括連携協定」

257 自治体
(2026年2月末現在)

セブン-イレブンならではの地産地消と食育の取り組み



生産から消費まで。地域で完結する「地産地消」

商品開発力と製造工場の協力、全国の店舗網を活用し、地域の食材を使った地域限定商品を開発・製造・販売しています。地域経済の活性化に加え、フードマイレージ(食糧輸送時のエネルギー量)やフードロス削減にもつながる取り組みです。

子どもたちからの学びも。出張授業で「食育」を実施

全国で実施する出張授業では、近年「食育」をテーマにした授業のニーズが増えています。地産地消や食事の大切さを伝えることに加え、その学びとアイデアを商品に変えていく企画も実施し、食材や食料品、食事への関心を高めています。



環境に配慮した循環型社会を実現する

限りある地球資源を守るため、「環境配慮循環型社会」の実現に向けて4つの目標を掲げ、お客様やサプライチェーンとともに取り組んでいます。



CO₂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CO₂排出量の削減に努めています。

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**



環境配慮型設備の設置を推進

高効率の太陽光パネルの設置や省エネ設備の導入、新しいシステムの導入に加え、遠隔地の太陽光発電所からの再生可能エネルギー活用を進めています。

プラスチック対策

プラスチックごみは、海洋への流出による汚染に加え、焼却時の温室効果ガス排出や、資源の大量消費など、さまざまな環境問題につながっています。レジ袋やプラスチック製容器など、使い捨てにしやすい包装資材について、使用量の削減と環境配慮型素材への切り替えを進めています。



お客様のご協力で実現する「ボトルtoボトル」

店頭でのペットボトル回収機で集めたペットボトルを再生ペット樹脂にリサイクルし、再びペットボトルとして使用する「ボトルtoボトル」を実現しています。

プラスチック製レジ袋の使用量

2030年目標

使用量 **ゼロ**

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。



「てまえどり」「エコだ値」の取り組み

すぐ食べる際は手前の商品を選ぶ「てまえどり」や、販売期限が近い商品を値引きする「エコだ値」など、お客様とともに食品ロス削減に取り組んでいます。

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%

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

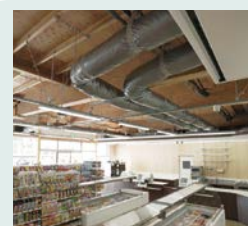
100%



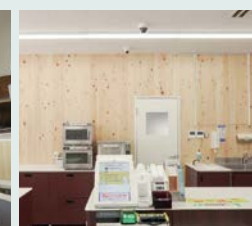
いつまでもおいしい「セブンカフェ」を提供するために

セブンカフェで使用するコーヒー豆を、環境・人権などの課題に対応した「持続可能なコーヒー豆」で調達することを目標とし、サプライヤーや農家の皆様と取り組みを進めています。

TOPIC



躯体



店舗内観

次世代環境配慮型店舗の開発に挑戦

国産木材を活用し、創エネ・省エネ・蓄エネ設備を備えた環境配慮型店舗をオープン。地産地消の木材活用や、地域資源の循環を通じて森の再生とCO₂吸収に貢献する、環境に配慮した店舗の開発に挑戦しています。



価値ある商品・サービスを通じて、健康な社会を実現する



高齢化や医療格差、生活習慣病など現代社会が抱える健康課題に対し、商品・サービスの開発や啓発活動を通じて、豊かで健やかな暮らしを提供します。

手軽にフルーツがとれる商品を

規格外の素材なども活用した「セブカフェ スムージー」



「セブカフェ スムージー」は、急速凍結した野菜や果物と、ピューレや果汁などを凍らせた「アイスクューブ」を使い、日々の食事に手軽にフルーツをとり入れられる商品です。規格外となった果物も原材料に活用し、フードロスの低減にもつなげています。

イベント出展で健康価値への気づきを提供

新しい健康的な暮らしについて社会とともに考える



「野菜摂取不足」をテーマにした出張授業



大阪・関西万博ヘルスケアパビリオン「パーソナルフードスタンド」

自治体や学校と連携し、地域の健康課題解決に向けた啓発活動を推進しています。東京都府中市では都立農業高校と連携し、「野菜摂取不足」をテーマにした出張授業を開催。2025年の大阪・関西万博ヘルスケアパビリオンでは、健康状態に合わせた食品サンプルが表示される「パーソナルフードスタンド」を展示しました。



多様な人財が活躍し、幸せな社会を実現する



本部だけでなく店舗でも、研修やリスキリングなど支援制度の充実を図っています。誰もが安心して働き、やりがいを感じながら活躍できる環境を目指しています。

店舗従業員様に対する研修制度

お客様とのコミュニケーションの第一歩「加盟店研修制度」

店舗従業員様を支えるさまざまなレジ接客研修

新人研修		従業員研修			シフトリーダー研修
レジ・接客コース	おもてなし研修	フレンドリーコース	単品管理コース	売場コース	教え方コース
基本の接客とレジの操作を学ぶ	外国人従業員様向け	感じの良い接客と商品のおすすめを学ぶ	発注の考え方を学ぶ	感じの良い接客と売場基本業務を学ぶ	新人従業員様への教育の仕方を学ぶ



さまざまな研修を通じて、加盟店従業員様が安心して働き、やりがいを感じながら活躍できる環境を整えることで、従業員様の意欲、接客力の向上につなげています。

本部社員の人財育成

キャリア形成を積極的にサポートする体制を整備しています。

リスキリングの支援



eラーニングの充実
約500講座のコンテンツの中から効率的に学びスキル向上を目指す



グローバル人材の育成制度 SET
(Seven-Eleven English Training)

立候補による多様なキャリア形成支援



SEJ立候補制度
社員の多様なキャリア形成をサポート



オーナー転身支援制度
経験を活かしたセカンドキャリアのサポート

社員それぞれの個性を活かし、高いモチベーションで業務に取り組めるよう、社員のスキル向上と多様なキャリアパスの支援を進めています。これらの取り組みは組織全体の競争力強化にもつながると考えています。

さまざまな地域社会に対する取り組み



地域の防犯と防災に対する取り組みを推進しています

「セーフティステーション活動」への参画

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など、地域の安全・安心を見守る拠点として「セーフティステーション活動」(SS活動)を推進しています。また、青少年を守る取り組みや、「SS活動通信」を通じて加盟店様への防犯情報の発信も行っています。

店頭ポスター	2025年対応状況	
	女性の駆け込み	1,748店 2,321回以上
	子どもの駆け込み	1,287店 1,826回以上
	高齢者保護	4,646店 8,384回以上
	合計(延べ)	7,681店 12,531回以上

非常時・災害時の状況を見える化する「セブンVIEW」

大規模災害発生時の店舗や物流の状況をGoogleマップ上に見える化する災害対策システム「セブンVIEW」を配備しています。店舗の停電や配送トラックの状況をリアルタイムで確認でき、店舗運営や避難活動、商品の安定供給に役立っています。



※Google マップはGoogleLLCの商標です

お客様からの募金や寄付を環境活動・自然保護活動に活かす セブン-イレブン記念財団

「セブン-イレブン記念財団」による環境保全活動

一般財団法人セブン-イレブン記念財団とともに「セブンの森・セブンの海の森」づくりに取り組んでいます。店頭でお客様からお預かりした募金と、セブン-イレブン・ジャパン、企業・団体・個人の皆様からの寄付金をもとに、全国各地での環境保全活動を実施。「CO2削減」と豊かな自然環境の再生を目的に、森・里・川・海の全国23ヶ所(26年2月末時点)で活動しています。



セブンの水辺の森

加盟店オーナー様・従業員様と本部社員が協力し、水辺に生育する貴重な植物の保護・保全活動に取り組んでいます。

なにがあるかな、 セブン-イレブン

「今日はなにがあるかな？」お店のドアを開けると、
そんな風にワクワクしていただける場所でありたい。

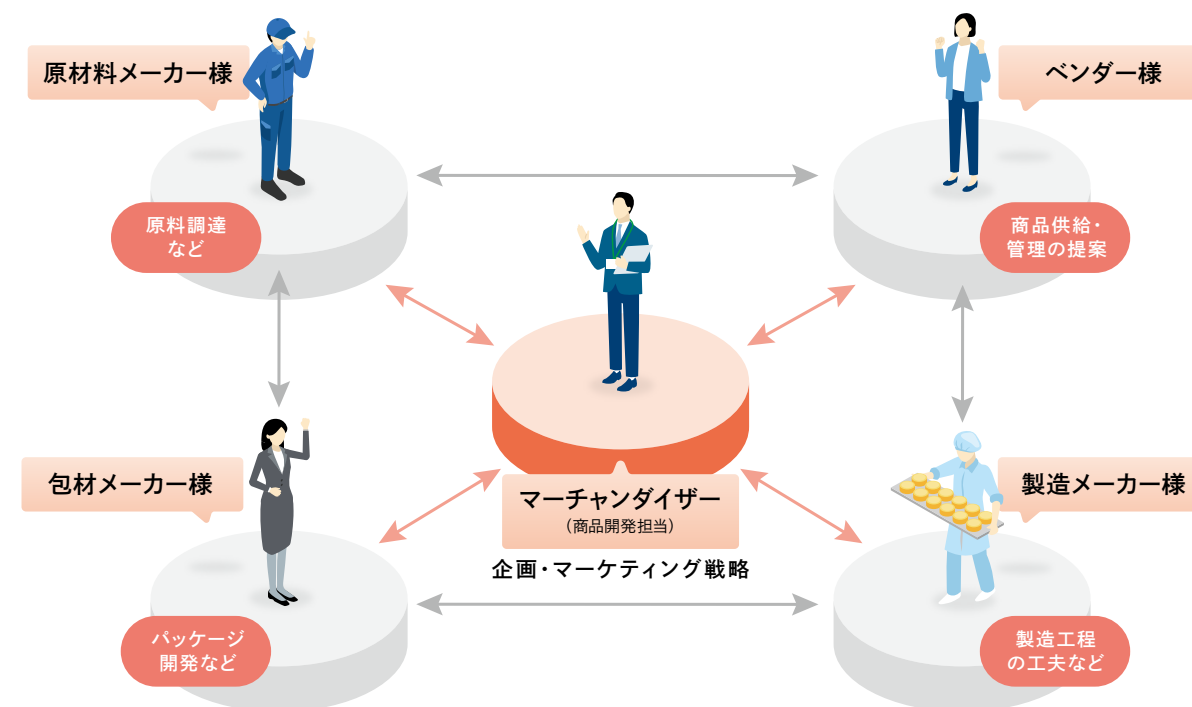
セブン-イレブンには、
毎日の食卓を彩るお惣菜から、ホッと一息つけるスイーツまで、
バラエティ豊かな商品が揃っています。
新しいお気に入りに出会える「発見」の楽しさと、
いつもの味に出会える「安心感」。
「セブン-イレブンに行けば、なにかあるかも」

あなたの毎日に、
そんな小さな期待と笑顔をお届けするお店づくりを進めてまいります。



商品開発力のベースとなる チームMD（マーチャンダイジング）

セブン-イレブンの高い品質を支えているのが、独自の共同開発体制「チームMD」です。原材料メーカー様や製造ベンダー様など、お取引先様と初期段階からワンチームを結成し、素材の選定から物流まで知見と技術を融合。ほかにはない品質と安全・安心、確かなおいしさを実現しています。



お客様とのリレーションをより強くするため



今まで

多くのお客様が求めているもの

For ALL



これから

一人ひとりのお客様の期待に応える

For ONEs

かつての、多くのお客様に共通するニーズ「For ALL」を満たす手法に加え、私たちは今、お客様一人ひとりの多様な生活ステージや価値観に深く寄り添う「For ONEs」のマーケティングへと進化しています。

価値ある「おいしさ」に実直に向き合う

商品力

セブン-イレブンが、創業以来磨き続けてきた「商品力」。安全・安心へのこだわりを基盤に、時代の変化を先取りした新しいおいしさを、追求してきました。技術と挑戦する姿勢から生み出される一品を、これからも皆様の食卓にお届けします。

Live-Mealがもたらす 新しい体験

カウンターでのお客様とのコミュニケーションは、お店とお客様のつながりを強くする大切な機会です。そこで、提供されるカウンターフードに、購入の瞬間に最高のおいしさを届ける「○○たて」を新たに展開。日常のあらゆるシーンに寄り添い、品質とおいしさ、そして新しい「体験」を提供しています。



焼きたて

店内の専用オーブンで調理を行うことで、香ばしく豊かな香りとできたての食感を引き出しています。



淹れたて

専用のマシンでいねいに抽出し、茶葉本来の華やかな香りと深い味わいを最高の状態で提供します。



混ぜたて

購入後、お客様ご自身が専用マシンで調理することで、素材のおいしさを引き立たせたスムージーとして完成させます。



揚げたて

店内の専用フライヤーで厳格な品質管理のもと調理し、素材のジューシーな旨味と衣の心地良い食感を引き出しています。



挽きたて

厳選されたコーヒー豆を1杯ごとにその場で挽き、独自のドリップ技術で豊かなコクとクリアな後味を抽出します。



TOPIC



「7NOW」との掛け合わせで広がる、 「できたて商品」の新しい消費スタイル

店内で仕上げる「できたて商品」、実は「7NOW」のモバイルオーダーと組み合わせるともっと便利に。帰り道にスマホで注文しておけば、待ち時間なく店舗での受け取りができます。忙しい毎日にうれしい、新しい「できたて」の楽しみ方が広がっています。

定番だからこそ進化し続ける オリジナルフレッシュフード

お客様の日常に寄り添う商品だからこそ、オリジナルフレッシュフードもお客様の期待を超えるおいしさを追求し、常にゼロベースでの改良を重ねています。中でも長く親しまれているサンドイッチは、多様化するお客様の声を分析し、定番商品から新商品まで、新しい工夫を積極的に取り入れています。



※画像は左から、セブン-イレブンこだわりTHEたまごサンド、照焼チキンとたまごサンド、シャキシャキレタスサンド、コロケ&マカロニチーズ

「セブン-イレブンよくばりサンド」

「セブン-イレブンよくばりサンド」シリーズは、「パンは具材を食べるための器」というコンセプトのもと、たっぷりの具材を2枚のパンで挟み込むことで、ひと口目から豊かな具材感を楽しめます。

「新・サンドイッチ専用パン」の開発

定番サンドイッチのパン生地も常に改良を行っています。小麦粉の種類を見直し、小麦本来の香りを引き立てる甘さ控えめの配合に変更しました。「口どけの良さとしっとり感」を残しつつ生地をきめ細かくし、「生地の弾力」と「ふんわり食感」を強化しています。



定番のサンドイッチ
4枚～6枚のパンで
具材を挟んでいます。



よくばりサンド
2枚のパンで挟むことで
圧倒的な具材感を提供します。



TOPIC



素材と製法にこだわりをつくした 「しあわせ食感」スイーツは、パッケージも新しく!

パッケージも一新した、スイーツのラインアップが大きく生まれ変わりました。コンセプトは、ひと口ごとに驚きと喜びが広がる「しあわせ食感」。濃厚なのにさっぱり食べられる、口当たりなめらかな「とろ生食感チーズケーキ」など、原材料選びから製法まで、こだわりが詰まった新しいシリーズです。

お客様の日常をより豊かに・楽しく・便利に セブンプレミアム

「セブンプレミアム」は2007年の誕生以来、品質と価値へのこだわりで国内最大級のプライベートブランドに成長しました。「チームMD」による徹底した素材・製法の吟味で、これまでのプライベートブランドの常識を覆す高い品質を実現。商品種別や価格帯によるブランド展開も進め、豊富なラインアップで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共に、「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、確かな技術とこまやかな工夫を重ね、「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を、「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。



セブン・ザ・プライス

確かな品質と安心価格で「これはおトク」とうれしくなるいつもの商品をお届けします。

セブンプレミアムの累計売上とアイテム数

2007年～2025年度累計売上

合計アイテム数

17兆円※

※グループ合計

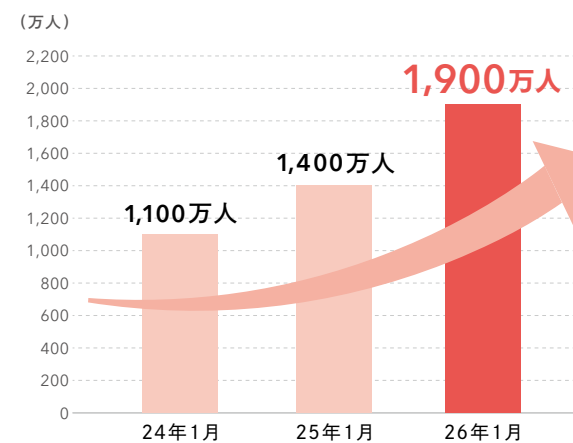
約3,540アイテム

IP（知的財産）コンテンツ・エンタメ市場の拡大

近年、特定のアーティストやキャラクターを応援する「推し活」市場が急速に拡大し、購買行動や余暇の過ごし方も多様化しています。各店舗がファンとコンテンツが会える身近な接点になりうると考え、限定商品や多彩なキャンペーンを通じて、お買物の枠を超えた新しい「楽しさ」や「体験価値」の提供に力を入れています。

「推し活」人口が年々増加

特定のアーティストやキャラクターを応援する「推し活」人口は、2024年から2026年にかけて着実に増加。幅広い世代に広がりを見せています。



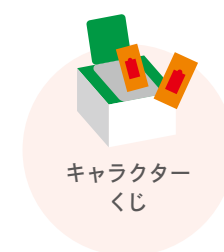
※出典:「推し活人口の推移」推し活総研(2026年1月)

オリジナル商品の展開

Tシャツやソックス、エコバッグなど、セブン-イレブン初となるオリジナルアパレル商品を開発。日常使いできるラインアップで、新たなファン層の獲得につなげています。



さまざまなIPコラボ商品を展開



キャラクターくじ



カプセルトイ



コンテンツプリント



アパレルブランド



チケット

玩具中心のIPコラボレーションに加え、映画・音楽・スポーツ・ダンス・地区催事など取り組みの幅を広げ、若年層を含む幅広い方に、ワクワクするセブン-イレブンだと思っただけのような開発を進めています。

TOPIC

「IP・コンテンツ戦略部」を新設。推し活市場に対応した新たな戦略を展開します。

2026年6月、これまで各部門に分散していたIP・コンテンツ関連の窓口を一元化し、部門間を横断した戦略を担う「IP・コンテンツ戦略部」を新設しました。IPホルダーとの連携を強化し、これまで取り扱っていなかった、さまざまなジャンルのIP取り扱いに挑戦することで新しいお客様の来店動機を生み出し、エンターテインメント領域でのさらなる成長を目指しています。

生産・製造・物流におけるさまざまな取り組み

安全・安心な商品を日々お届けするため、生産地から製造・配送・販売にいたるまで一貫した温度管理（コールドチェーン）と、厳格な品質管理を行っています。また、物流の環境変化にも対応し、製造・流通プロセスの見直しと構造改革を推進。品質の維持向上と工程の効率化を両立しています。

生産

レシピマスターシステム

おにぎりやお弁当などのオリジナルフレッシュフードは、「レシピマスターシステム」で原材料の産地、加工方法、使用量、管理状況等をデータベース化しています。これにより、原材料までさかのぼった履歴確認が可能です。

検品

衛生管理（HACCP）

多様なニーズに合わせた生産、多くの人に関わる産業特性に即した独自の「NDF-HACCP認証」を構築し、全工場で取得しています。2018年には、国際標準HACCP制度化に合わせて「NDF-FSMS認証」へ改正し、全工場で認証取得を完了しました。

製造

配送

温度帯別共同配送

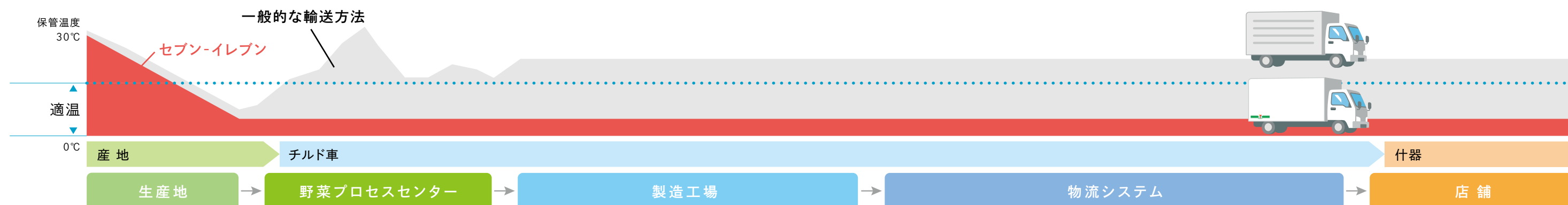
商品の味や品質維持には温度管理が重要です。商品を最適な温度帯に分け、共同配送センターから各店舗へ一括配送しています。また、地域によっては1台のトラック内を複数の温度に管理し、最適な状態でお届けしています。

納品

販売

店舗衛生管理

お客様に安全・安心な商品を提供するため、什器温度や清掃等の衛生管理を、日々店舗で実施しています。さらに、記録媒体を従来の紙からタブレット端末へ順次移行し、管理の徹底と環境負荷低減を両立しています。



徹底した温度管理が鮮度の決め手「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。（一部の野菜をのぞく）

製造・物流の新しい試み

ペストリーの製造工程の再構築

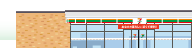
パンの製造工程では、1つの工場で全工程を完結させ、店舗へ直接納品する新しい取り組みが一部の商品でスタート。生産性が向上し、「ずっしりデニッシュりんご」や「パリッと食感のウインナーパン」など、定番商品で確かな「値ごろ感」を実現。売上の増加にもつながっています。

サプライチェーンの最適化

商品の長鮮度化などの技術革新により、米飯・サンドイッチの製造回数を1日3回から2回に減らす製造「2便制」を開始。各種のコストを削減し、ベンダー各社様の収益改善とお客様への「お求めやすい価格」を両立する取り組みを、順次拡大しています。

加盟店様と本部の「共存共栄」を実現する フランチャイズシステム

セブン-イレブンのフランチャイズビジネスは、加盟店様と本部が対等な関係で取り組む「共同事業」です。加盟店様は「独立した経営者」として店舗経営を行い、本部は経営ノウハウや商品開発力で経営を支えます。それぞれの明確な役割分担のもと、ともに持続可能な成長を目指します。



加盟店様

店舗経営と商売に専念

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・経営管理など)



本部

店舗経営を全面的にバックアップ

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

広告宣伝活動

会計簿記サービス

不良品原価相当額の15%本部負担

水道光熱費の80%本部負担



※このフランチャイズシステムは2026年2月現在のものです。

店舗運営にかかわる仕組み・制度

荒利分配方式

加盟店様と本部で店の売上総利益^{※1}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^{※2}

加盟店様に一定額のオーナー総収入^{※3}を保証する制度。

※1 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

※2 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

※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

加盟店様と本部のコミュニケーション促進の仕組み

オーナー様懇談会

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。

オーナー様向けアンケート

オーナー様のお悩みや経営課題をお聞きしています。

Zone Conference

日頃の感謝と本部、各エリアの施策を加盟店様にお伝えします。

信頼関係で築く「共存共栄」をこれからも

経営サポート

セブン-イレブンの成長を支える基盤は、
加盟店様と築き上げてきた
強固なパートナーシップにあります。

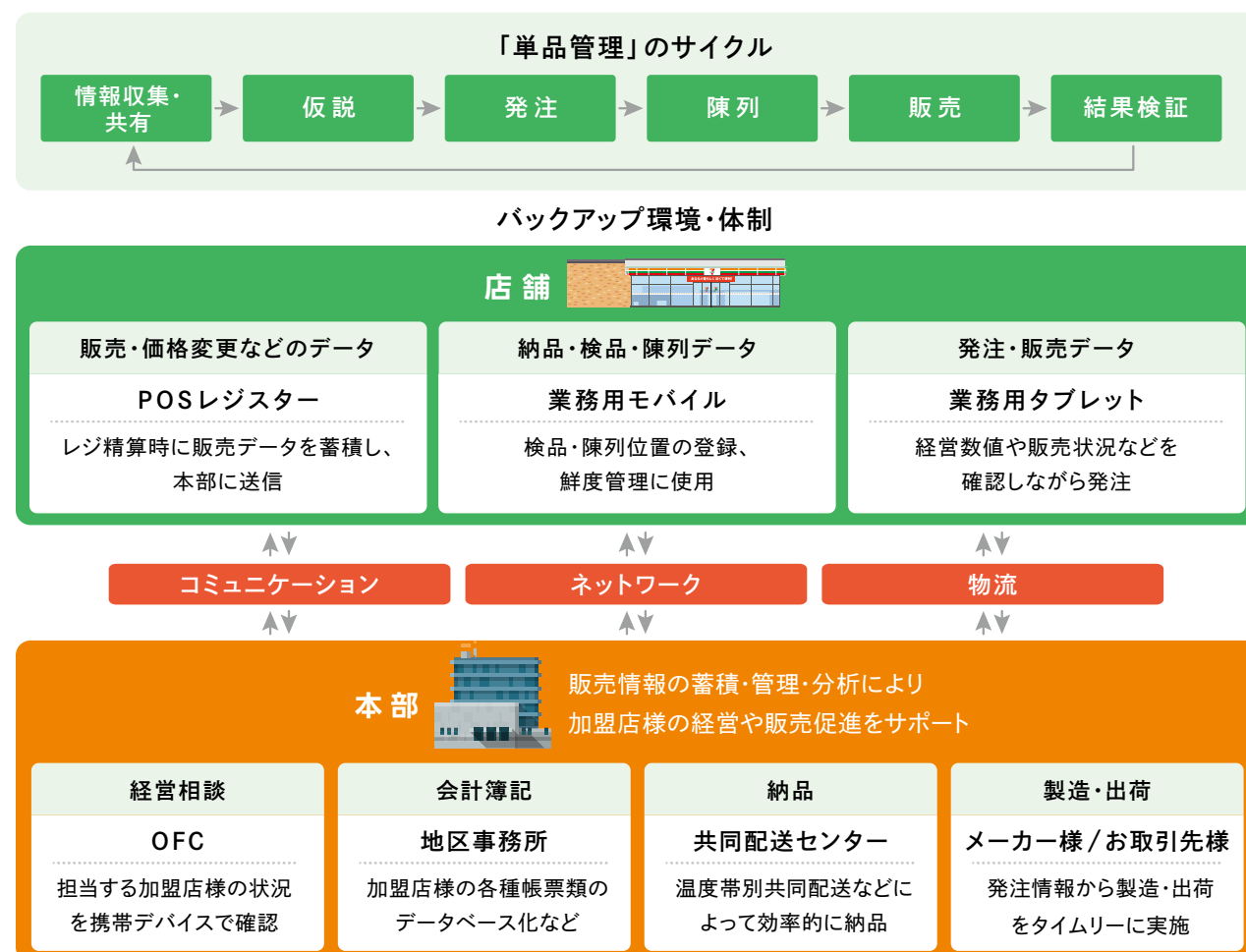
「共存共栄」の理念のもと、
経営情報システムとサポート体制を通じて、
日々の店舗経営を支援。

地域に愛され続けるお店を加盟店様と
ともに作りあげてまいります。



ニーズの変化に対応する 単品管理

「単品管理」は、商品一品ごとの発注精度を高める経営手法です。過去の販売データに加え、天候や地域の行事情報なども分析し、「お客様が今、何を求めているか」という仮説を立てて発注・売場づくりを行います。販売実績を検証し、次の発注に活かすサイクルを繰り返すことで、機会ロスと廃棄ロスを抑え、効率的で健全な店舗経営を支えます。



本部と店舗をつなぐ

OFC（オペレーション・フィールド・カウンセラー）

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。OFCは本部情報を収集し、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）ともコミュニケーションを取りながら、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、商圈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。

OFCがアドバイスをを行う主な項目と仕事の基本



各種データを見ながらの経営アドバイス



お客様の視点で店内外を確認



オーナー様との店内でのコミュニケーション



「驚き」と「喜び」を、お客様へ。
商品の魅力を誰よりも伝えたい、
ギフトボックスのようなお店



米子角盤町2丁目店
オーナー

宮田 明亜

きっかけは、商品への感動と、 それをみんなに伝えたいという気持ち

セブン-イレブンのオーナーになろうと思ったのは、自分のお店を持ちたいという気持ちより先に、セブン-イレブンの商品に感動したからです。20代の頃、おでんづくりへの徹底したこだわりを紹介するテレビ番組を見て、その本気度に衝撃を受けました。当時、地元の鳥取県・米子市にはまだセブン-イレブンがなく、隣県までわざわざ買いに行くほどセブン-イレブンが好きだったんです。夫も、他県で買った肉まんのおいしさに驚き、「専門店の商品かと思った」と話していたこともあるほどで、1つの商品で、ここまで人を感動させられる商品力に、いつの間にか惹きつけられました。以来20年以上、セブン-イレブンの商品への愛は変わりません。

時を経て、セブン-イレブンが米子市に初出店するという話を聞き、私も加盟のための説明会に参加しました。その時は、まさか自分が米子一号店を任せてもらえるとは思っていませんでした。決まった時は、うれしさはもちろん、不安も大きかったのですが、家族と一緒に挑戦したい、という気持ちが勝りました。研修では、トレーナーやリクルート担当の方が熱心に指導してくださり、未経験だった私たちにも「良いお店とは何か」が少しずつ見えてきました。それは、ひと言で表すと「ギフトボックスみたいなお店」。贈り物の箱を開けた時のような「わあ」という驚きや喜びを、お店でもお客様に感じてほしい。そんな思いを軸に走り出して、気づけばオープンして10年が経っていました。

今でも経営の軸にしているのは、最初に教わった「基本四原則」です。突き詰めていくと、日々の課題は必ずこの4つに行き着きます。中でも、商品の魅力をお客様に伝えるフレンドリーサービスは、商品を誰よりも

愛しているからこそ、特に力が入る部分です。今でも、新商品は夫婦そろって真っ先に味見するのが習慣です。最近だと、焼きたてパンの香ばしさには「これは本当においしいね」と笑ってしまったほど。そのほかの商品も、そこに込められた想いや工夫の話をし出すと止まらなくなります。この驚きやおいしさをお客様にも届けたい。その思いが接客の原動力です。クリンリネスも、その作業がなぜ必要かという背景をスタッフに伝えることを大切にしています。その結果、「次の時間の仲間が気持ちよく働けるように」というパトンプスの気持ちが根つき、お互いにフォローし合う雰囲気育ってきました。



地域とともに歩んできた10年

開店からすべてが順風満帆だったわけではありません。それでも、ていねいな接客を積み重ねるうちに、常連としてお店に来てくださる方が少しずつ増えていきました。開店当時は厳しいご意見もくださった方が、今ではほかの方に「ここのお店はいいよ」と言うくださるほどです。高齢のお客様をスタッフ同士で自然に見守る風土も根づいています。うれしいのは、この地で育った人が、卒業後もお店との縁を大切にしてくれることです。過去には、当店での接客を通してセブン-イレブンを好きになり、大人になってから、このお店にアルバイトとして働きに来てくれたスタッフもいました。彼が進学してお店を巣立っていく時は、家族のように寂しさと誇らしさが入り混じった気持ちで見送ったのを覚えています。

夫と二人三脚でお店に立ち続けてきましたが、こうして育ったスタッフが巣立っていく瞬間は、何度経験しても胸がいっぱいになります。この10年で築いた、この街と人とのつながりはとても大切な財産です。開店当初、地元のお客様にとっては「初めて」だったセブン-イレブンの商品も、だんだんと「いつもの」商品に変わっていきます。そんな中でも、私たちが心から感じる商品への驚きと喜びを、お客様に届けることで、いつまでもとくべつなお店であり続けられるのではないかと、思っています。



応援したい気持ちを、お店の力に。
オーナー様と、地域とともに育てる
「自走するお店」



東北ゾーン北上地区
オペレーション・フィールド・カウンセラー

矢作 和也

挑戦する店舗の、背中を押せる存在に

OFCになろうと思ったのは、学生時代の経験がきっかけでした。入社前、福島県のセブン-イレブンで、新しくオープンした店舗のアルバイトとして働いていました。オーナー様や店長様、加盟店従業員様、そしてOFCの輪の中で、地域のお客様から信頼されるお店ができていく過程を目の当たりにすることができたんです。その経験を通じて、私もオーナー様とともに地域に愛されるお店づくりに携わりたいと思い、OFCを目指しました。

入社後、直営店勤務や研修を経て、現在は岩手県の宮古市を担当するOFCになって3年になります。このエリアは、セブン-イレブンとしては後発で出店した地域です。地域には長年親しまれてきたお店が多く、お客様のお買物の習慣も根強く残っています。お客様に日常のお買物先としてセブン-イレブンを選んでいただけるようになるには、時間がかかりますし、正直プレッシャーもありました。それでも、競合に負けないお店を、オーナー様とともにつくっていく。そのために目指しているのが、オーナー様や従業員の皆さんが主体となって店舗運営を進められる、「自走できるお店」です。



毎月、オーナー様と販促や売場づくりについて話し合い、来月の販促情報を共有しながら、売上計画と一緒に考えています。大切なのは、オーナー様ご自身が「これを売りたい」と考え、決めることです。ご自身が主体となって取り組まれることで、従業員の皆様にもその思いが伝わり、お店全体が一つになって取り組めるようになります。実際に、揚げ物やベーカリーの新商品を中心に、試食や予約チラシなどの販売施策に取り組み、地区で一番の実績につながったお店もありました。成果を従業員の皆様と共有すると、本当にうれしそうな表情を見せてくださいます。

オーナー様は、日々の店舗運営に真摯に向き合われています。一方、私たちOFCは、データや他店の事例を客観的に伝えし、新たな視点をご提供することで、オーナー様とともにより良いお店づくりを進めることを考えています。それが、店舗運営に向き合うオーナー様と、複数店舗を担当する私たちOFCとの役割の違いではないでしょうか。もちろん、思うような結果につながらないこともあります。お店を取り巻く環境は年々変化しており、季節によって売上の変動が大きいエリアでは、判断に迷われる場面も少なくありません。そんな時こそ、現状と一緒に整理し、守るべきことと、新たに挑戦できることをオーナー様と一緒に考え、継続的にサポートしていくことを心がけています。

地域に根ざしたお店を目指して

このエリアは東日本大震災を経験した地域で、今でも各種警報が発令されると、営業を見合わせる判断となることがあります。そんな中、営業を再開した際に、お客様から「いつものお店が開いていて安心しました。」と声をかけていただいたことがあり、地域に必要とされる存在であることを改めて実感しました。地域の運動会やお祭りのお弁当注文に柔軟に対応したり、「オーナーいますか」と、突然顔を見せに来てくださる常連様がいたり。単なるお買物の場ではなく、地域のコミュニティの一部であり、心のよりどころになれているんだと感じる瞬間です。

担当するオーナー様の中には、「世界一のチェーンを地元にする」という思いから、セブン-イレブンのオーナーになることを決められた方もいらっしゃいます。地域の産業を盛り上げようという機運がある中で、セブン-イレブンもその一員でありたいと心から思っています。オーナー様の日々の努力と、それを支える私たちOFC、それぞれの力が合わさることで、地域に必要とされるお店が生まれるのではないかと考えています。

そんなお店づくりの土台を、オーナー様と一緒に一つずつ築いていくことが私のテーマです。いつも頑張ってくださいていることへの感謝を忘れず、お店の将来を見据えながら、これからも一緒に考え続けるパートナーでありたいと思っています。



新しいお買物体験と店舗運営の合理化を実現する 売場環境の進化

お買物シーンの変化に合わせ、店舗設備や売場レイアウトの更新を続けています。近年は、店内で調理・仕上げを行うカウンター商品の拡大に合わせ、専用什器を最適配置する売場改革を推進。できたてのおいしさに加え、カウンターを挟んだ温かいコミュニケーションを生み出し、地域に寄り添う店舗環境をつくっています。



レジカウンターをコミュニケーションスペースに

カウンターレイアウトを刷新し、レジと調理什器の移動距離を短縮。従業員様が一名でも二台のレジを円滑に担当できる環境を構築しました。調理設備をレジ近くに配置することで商品のライブ感を演出できるなど、効率化だけでなく、お客様との対話やいい接客にもつながっています。

省人化・ 省オペレーション化への 取り組み

店内オペレーションの煩雑化を解消するため、日々の定常業務をシステムや先端技術で効率化する「省人化・省オペレーション化」を推進。商品やサービス提供の品質向上を支えています。



お会計セルフレジ

商品のスキャンは従業員様がを行い、精算はお客様自身で行っていただくセミセルフ形式のレジ。1店舗あたり1日約7時間のレジ接客時間を削減し、ピーク時の業務負担を軽減しています。



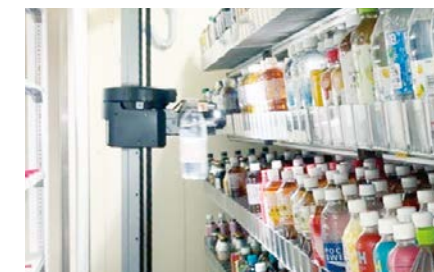
セブンスマホレジ

お客様自身のスマートフォンアプリで商品のバーコードをスキャンし、レジに並ばずその場で決済を完結できるシステム。混雑緩和とともに、少人数での効率的な店舗運営に寄与します。



床掃除・窓拭きロボット

店内の床清掃や、高所の窓ガラスを自動で清掃する専用ロボットの導入を進めています。清掃業務を代替することで、従業員様がより生産性の高い業務に専念できる体制を整えるため、テストを実施しています。



ウォークイン品出しロボット

ウォークイン内のドリンクを自動で品出しできるロボットです。専用の棚を設置し、ロボットが24時間自動で品出しをすることで、大幅な作業負担の軽減につながっています。現在、直営店および加盟店様の一部でテストを実施しています。



従業員見守りシステム

従業員様の急病や転倒を自動通報する「転倒検知システム」や、勤務中に不安を感じた際に、警備会社に画像センサーによる店内確認を依頼できる、「監視依頼ボタン」などの仕組みを整えています。

オーナー様をサポートする仕組み

独立した経営者であるオーナー様が、長期にわたって安心して店舗経営に専念できるよう、各種サポート制度を整備しています。健康管理や福利厚生を支える共済会制度をはじめ、日々の経営課題や生活環境の変化に対応するシステムの導入や相談窓口の設置など、店舗運営のステージに合わせたサポートを行っています。



営業計画支援システムの導入



店舗運営の効率化と従業員様の働きやすさを両立するため、店舗業務を担当者ごとに割り当て、最適なタイミングで効率的に働ける「営業計画支援システム」を導入。オーナー様と従業員様間の情報共有をサポートし、直接顔を合わせる機会の少ないシフト間でも業務内容や連絡事項を円滑に伝達することで、店舗全体のサービス向上をバックアップしています。

オーナーサポート制度の充実

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。オーナー様の求人にかかる時間を大幅に抑えることができます。

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。(有償)

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。

※一部未対応エリアもございます。

次世代店舗システム

2025年5月から導入した次世代店舗システムは、多様な業務が求められる店舗運営の負担を軽減するシステムです。従来のストアコンピュータ(SC)やターミナル端末に代わり、モバイルやタブレット端末を使用することで発注業務を効率化。顔認証システムの導入により、セキュリティの強化も図っています。

業務用モバイル



勤怠登録をはじめ、商品の検品や廃棄登録、チャットを使った従業員様間のコミュニケーションなど、店舗運営の業務面をサポートします。

業務用タブレット



各種情報分析、新規商品のキャンペーンの確認など行えるタブレット。これまで事務所内で行ってきた業務を、売場でも効率的に行えます。

外国人従業員様へのサポート



外国人の従業員様が言葉や生活の不安を解消し、安定して就労できるよう支援体制を整えています。外国人就労支援事業への参加やお仕事説明会の実施、在留資格(技術・人文知識・国際業務)の取得申請サポート、日本の文化・接客対応の基本を学ぶ「おもてなし研修」を実施し、店舗で活躍できるよう支援しています。

TOPIC

販売実績
気象情報
催事情報
立地情報
カレンダー

AIが計算
需要予想数
+
必要な在庫数

ストア・コンピュータのデータ
現在の在庫数
+
納品予定数

AIが提案
発注数量

効率化と合理化を達成する「AI発注」

過去の販売実績に加え、客数の推移や今後のトレンドをAIが分析し、最適な発注数量を提案する需要予測システムです。経験の浅い従業員様でも精度の高い発注が可能になり、機会ロスや廃棄ロスを抑えながら、発注にかかる時間と負担を軽減します。

お客様に愛されるお店づくりの基本四原則



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。



クリンリネス

清潔で整理された売場と、身だしなみを徹底します。



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。



鮮度管理

常に安心してお買物をしていただけの新鮮な商品を販売します。

データで見るセブン-イレブン

By the Numbers

セブン-イレブンの店舗数 (2026年2月末現在)

北海道	992				
青森	113	岩手	163	宮城	444
秋田	125	山形	186	福島	457
茨城	650	栃木	482	群馬	490
埼玉	1,273	千葉	1,193	東京	2,937
神奈川	1,536				
新潟	430	富山	138	石川	139
福井	72				
山梨	209	長野	453	岐阜	193
静岡	764	愛知	1,067	三重	177
滋賀	223	京都	350	大阪	1,310
兵庫	696	奈良	137	和歌山	87
鳥取	62	島根	73	岡山	322
広島	600	山口	315		
徳島	84	香川	124		
愛媛	136	高知	50		
福岡	1,062	佐賀	193		
長崎	209	熊本	386		
大分	193	宮崎	209		
鹿児島	218				
沖縄	205				

21,927店

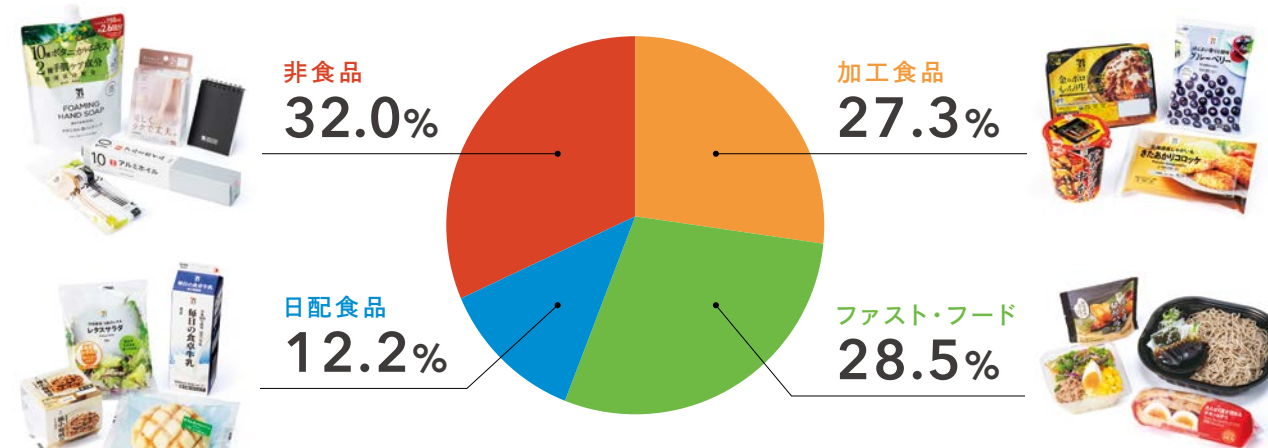
世界のセブン-イレブンの店舗数

87,096店

(2026年2月末現在)

※ライセンスシー（セブン-イレブンを運営するライセンスを与えられた企業）を含む

チェーン全店売上と商品別売上構成比 (2026年2月期)



チェーン全店売上

5兆4,693億円

営業総収入 8,876億55百万円

営業利益 2,202億63百万円

経常利益 2,619億20百万円

当期純利益 1,906億27百万円

都道府県別出店時期

1974年	5月	東京都	1982年	5月	宮城県	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		7月	山形県		12月	石川県
	9月	福島県		10月	佐賀県		3月	長崎県		3月	鹿児島県
	10月	埼玉県	1983年	4月	山梨県		10月	岩手県	2011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	2012年	3月	香川県
	10月	千葉県	1986年	5月	新潟県		7月	和歌山県	2013年	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			

店舗単位の実績 (全店平均) (2026年2月期)



フランチャイズ契約について

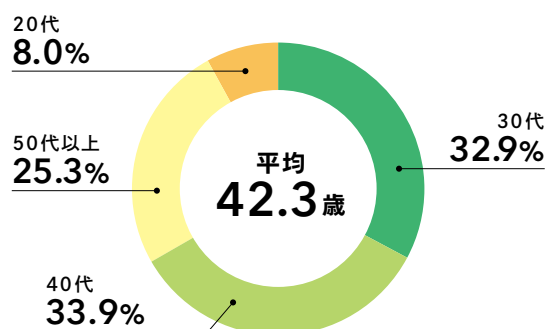
Franchise Agreement

「フランチャイズビジネス」で新しい毎日が始まる。

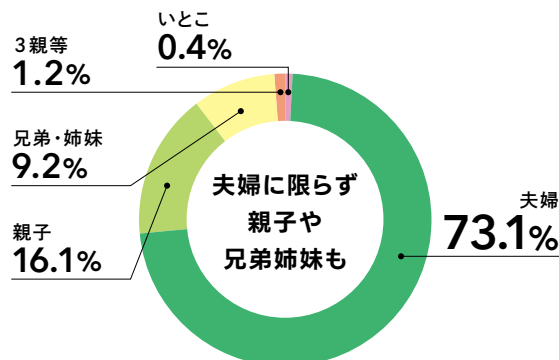
加盟店オーナーになるということは、独立した経営者になるということです。本部からの経営サポートを受けながらの共同事業を円滑にスタートするための、最適な契約プランをご用意しています。

数字でわかるセブン-イレブンのオーナー様^{※1}

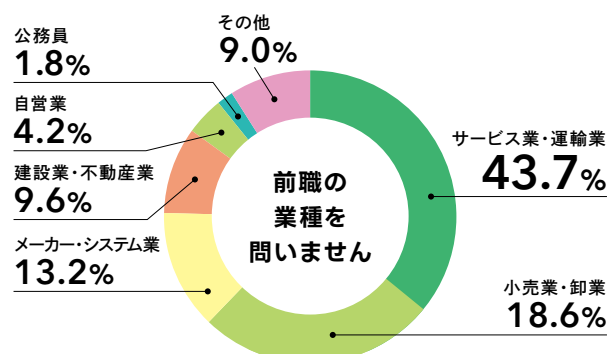
契約時の年齢^{※2}



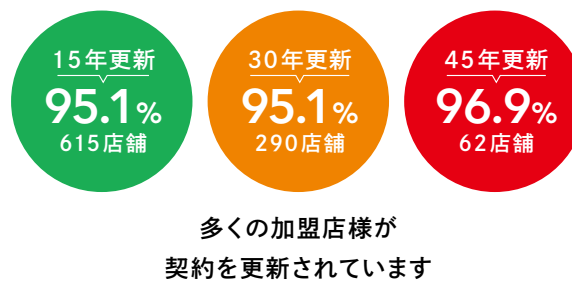
経営のパートナー^{※2}



前職の業種^{※2 ※3}



契約更新率（2025年度）



多くの加盟店様が
契約を更新されています

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

- 01 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。
- 02 立地・商圈・市場調査**
加盟店として開店できるかどうか、立地や商圈を綿密に調査。結果を多角的に分析・検討します。
- 03 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。
- 04 現地責任者との面談**
セブン-イレブン経営に対するご家族のご理解と同意を確認させていただきます。
- 05 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。
- 06 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、各種取り決めに1項目ずつご説明します。

ご決定

- 07 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。
- 08 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。

ご契約

- 09 店舗レイアウト・設計**
本部の建築・設計部門が管理設計を行い、ご確認の後、建築請負契約に調印していただきます。

店舗建築

Cタイプ

お店の土地・建物を「本部」にご用意させていただくタイプ

ご説明・審査

- 01 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。
- 02 事前相談・面談①**
担当者のご自宅などにかがいが、面談させていただきます。
- 03 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。
- 04 既存店（店舗）訪問**
実際に経営している加盟店様を訪問し、生の声を聞いてご理解を深めていただきます。
- 05 店舗見学**
既存のお店で店舗業務をご確認いただきます。
- 06 現地責任者との面談②**
セブン-イレブン経営に対するご家族のご理解と同意を確認させていただきます。
- 07 候補物件確認**
ご希望にもっとも近い物件をご紹介します。ご確認いただいたうえで経営する店舗を決めていただきます。
- 08 現地責任者との面談③**
セブン-イレブン経営に対するご家族のご理解と同意を再度確認させていただきます。
- 09 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、各種取り決めに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
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。



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



近隣地域へごあいさつにうかがい、開店告知を行います。



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。



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。

※1 端数処理（四捨五入）の関係で、合計が100%にならない場合があります。 ※2 当社調べ（2021年3月～2026年2月）
※3 株式会社セブン&アイ・ホールディングスおよびその連結子会社の社員およびセブン-イレブン店舗従業員を除く

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、当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 ー2%相当額 特別減額 ー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 ー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。（2026年2月末現在）

成約預託金の内訳

	Aタイプ	Cタイプ	性 質
1.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。
2.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。
3.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・老後の備えのため、固定給者の福利厚生のための保険【医療保険・入院手術保険・介護保険・生命保険・積立金】 ● 従業員様が就業中や通勤途中でケガをした場合に備える従業員業務傷害見舞金 ● 固定給者本人が自分で加入できる生命保険・入院手術保険・所得補償保険
集団扱自動車保険	● 加盟店オーナー様・配偶者様・固定給者・時給者の自動車での事故に備える保険（任意保険）

加盟店様へのインセンティブ

従業員独立支援制度	● 直近7年間以内（従業員独立支援申請書の申請月を含む）に通算3年以上勤務経験のある従業員様がオーナーまたは履行補助者として新規開店または既存店の引き継ぎの場合、 ● 勤務経験が3年以上5年未満の方は、開店前の勤務期間と開店後の経営期間を合計して5年経過した翌日より「5年経過のインセンティブ・チャージ」を適用 ● 勤務期間が5年以上の方は、開店時より「5年経過のインセンティブチャージ」を適用 ※ただし、週20時間以上勤務、店舗退職後1年以内に開店することなど、その他条件があります
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 イノベーションの歴史

セブン-イレブンは、社会や環境の変化に対応し、さまざまなイノベーションを起こしてきました。お客様の暮らしをより便利に、より豊かにするための挑戦をこれからも続けていきます。



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。

1982

EOB（電子発注台帳）による発注開始

1987

東京電力（株）の
料金収納業務取り扱い開始

1988

米飯20℃温度管理体制（工場～配送車）
導入開始

1993

セブン-イレブンみどりの基金設立

1996

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

1997

2000



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。

2001

2002

国内出店数
10,000店舗突破

2003

2005

7-Eleven, Inc.を子会社化
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

2007

国内出店数
5,000店舗突破

気象情報システム導入開始

お食事お届けサービスの
（株）セブン・ミールサービス設立

マルチコピー機を活用した
チケットサービスなどの
取り扱い開始



プライベートブランド
「セブンプレミアム」販売開始

「お客様の日常の食卓をより豊かに・楽しく・便利に」をコンセプトに、2007年より販売を開始しました。2025年度には約3,540アイテム、年間売上は1兆5,300億円*を突破しました。

*グループ合計

1974



セブン-イレブン
国内第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

時代のニーズに応じて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。

1976

国内出店数
100店舗突破



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。

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」という独自性で大ヒット。

1980

国内出店数
1,000店舗突破

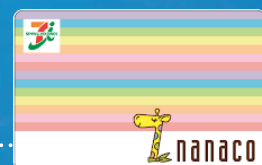
ターミナルセブンによる発注開始



揚げ物惣菜の販売開始

店内のフライヤーで調理する揚げたてのファストフード商品の販売を本格的に開始。トランス脂肪酸を低減した揚げ油を使用し、健康志向にも対応するなど、商品の品質向上も図りました。

2007



電子マネー「nanaco(ナナコ)」のサービス開始

「nanaco」は、キャッシュレスでお買物ができ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、利用できる場所や、チャージできる場所が増え、より便利になりました。

2009

「セブンネットショッピング」サービス開始

2010

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)



「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。

2011



移動販売「セブンあんしんお届け便」開始

お買物が不便な地域にお住まいの方や、お出かけ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。

2012

チェーン全店売上が3兆円を突破



新たな消費行動を定着させた「セブンカフェ」

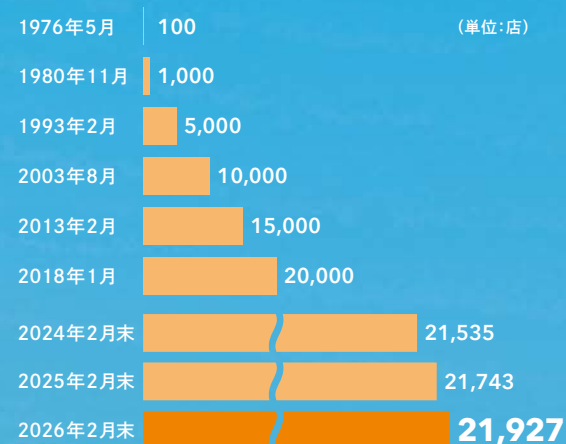
店頭のマシンで一杯ずつドリップする「セブンカフェ」。徹底してこだわり抜いたおいしいコーヒーが手頃な価格で楽しめるという驚きとともに大人気商品に。

2013

世界出店数 50,000 店舗突破

国内出店数
15,000 店舗突破

国内店舗数の推移 (2026年2月末現在)



※2024年度よりセブン-イレブン・沖縄を含む

2018

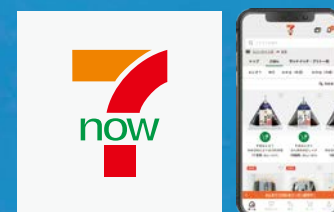
国内出店数
20,000 店舗突破

2019

世界出店数 70,000 店舗突破

2020

チェーン全店売上が初めて5兆円を突破



新しいお届けサービス「7NOW」スタート

スマートフォンでセブン-イレブンの店内にある商品を注文。最短20分で配達するサービスをスタート。食事から日用品のご購入まで、さまざまな用途にご利用いただけます。

2022

世界出店数 80,000 店舗突破

2023



「セブンカフェ スムージー」全国に順次拡大

健康志向の高まりに応え、専用マシンでできたてを提供するスムージー。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。

2024



「セブンカフェ ベーカリー」を全国に順次拡大

お客様にご注文いただいたから焼成マシンで焼き上げてご提供するため、パンや焼き菓子の温かく香りの良い、できたてならではの魅力的な食感や味わいが楽しめる商品です。

2025



「セブンカフェ ティー」を全国に展開開始

専用マシンで淹れたての本格的紅茶が楽しめる「セブンカフェ ティー」。こだわりの茶葉に、熱湯に近い温度のお湯を注いで、最適な時間で蒸らすことによって、茶葉本来の香りが華やかに広がり、淹れたての味わいを引き出しています。



大阪・関西万博会場内に未来型店舗をオープン

大阪・関西万博の会場に2店舗をオープン。「環境・商品・買い物体験」の3視点で水素発電やアンパター遠隔接客などの新しい取り組みを行いました。

会社概要

(2026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
代表取締役社長	阿久津 知洋
設 立	1973年11月20日
資 本 金	172億円
従 業 員 数	8,090人

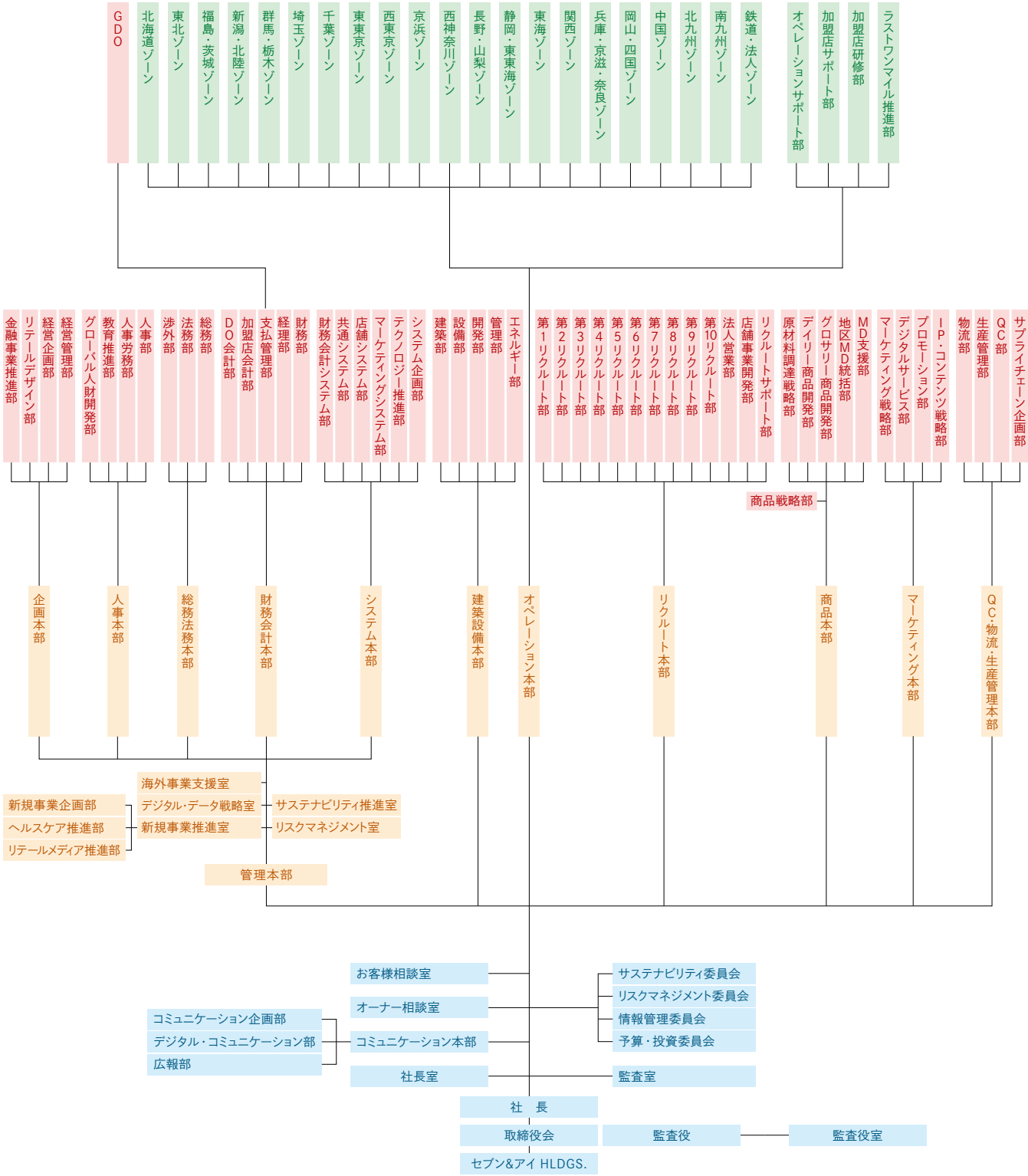
役員一覧

(2026年9月1日現在)

取 締 役 会 長	永松 文彦	執 行 役 員	榎尾 威彦
代表取締役社長	阿久津 知洋	執 行 役 員	山口 繁
		執 行 役 員	岡嶋 則幸
取締役常務執行役員	樽谷 光生	執 行 役 員	松井 大
取締役執行役員	飯沼 一丈	執 行 役 員	今井 崇敦
取締役執行役員	羽石 奈緒	執 行 役 員	福田 真介
取締役執行役員	竹井 浩樹	執 行 役 員	野村 真康
		執 行 役 員	百瀬 桂
取 締 役	木村 成樹	執 行 役 員	山口 圭介
取 締 役	阿部 真治	執 行 役 員	野上 明
監 査 役	松原 一浩	執 行 役 員	園田 康清
監 査 役	高橋 千恵美	執 行 役 員	加藤 雄介
監 査 役	奥 誠司	執 行 役 員	巖 茜
		執 行 役 員	波津野 芳弘

組織図

(2026年9月1日現在)





<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)

©2026年10月(株)セブン-イレブン・ジャパン

