

2020年5月21日

セブンプレミアム誕生から 13 年

もっと<環境に配慮した> <健康で> <上質で> <グローバルな>
100年先につながるブランドへ。

『セブンプレミアム コネクト宣言』を発信

～つなぐ、つながる、つながっていく～

株式会社セブン&アイ・ホールディングス（代表取締役社長：井阪 隆一）は、セブン&アイグループのプライベートブランド（PB）「セブンプレミアム」が今後更なる社会環境の変化に対応していくためのメッセージとして「セブンプレミアム コネクト宣言」を定め、①環境対応、②健康対応、③上質商品、④グローバル対応の強化を柱に、お客様に選ばれつづける商品を提供してまいります。また、2007年の販売開始より13年を迎え、これまでの累計売上がおかげさまで10兆円を突破いたしました。

セブン&アイ初のグループ横断的 PB として開発されたセブンプレミアムは、国内外約 30,800 店の店舗拠点を通じ、生活必需品を中心に、上質で手頃な価格で提供できる商品を、メーカー様とともに開発してまいりました。お客様のニーズも年々多様化する中、私たちは、お客様が求める新たな価値を認識し、品質へのこだわりはもちろんのこと、“買ってよかった”“使ってよかった”と感じていただきながら、“環境に配慮した”“健康を気づかう”価値観を大切にしていきます。また、海外での販売も通じ、お客様へ自信をもっておすすめできる“グローバルな”ブランドとして、人や社会、世界との「つながり」をこれまで以上に意味あるものとして位置付けてまいります。

これまでも、またこれからも、国内店舗はもとより、世界の多くの皆さまとも「つながる」、持続可能なブランドとして、そのつながりをさらに深めていきます。

人生 100 年時代を迎え、セブンプレミアムは、これまで以上にお客様やステイクホルダーとのつながりを強化し、変化し続ける人々のライフスタイルに対応、進化を続けていくことを宣言します。

- ・セブンプレミアム コネクト宣言 特集ページ （5月21日（木）11時アップ予定）

https://www.7andi.com/feature/7p_connect.html



■「セブンプレミアム」コネクト宣言の具体例

①環境問題への対応 ～環境問題解決で次世代とつながる～

2019年5月に発表した「Green Challenge2050」をもとに、セブンプレミアムは環境問題の解決を通して、次世代につながる“安心でやさしい商品”を目指します。

・プラスチック対策での「ペットボトル回収の取り組み」

ペットボトル回収機 国内 744店 820台を設置（2020年2月現在）

⇒セブンプレミアム商品に生まれ変わっています

『セブンプレミアム×ー（はじめ）「ー（はじめ）緑茶一日一本』
（2019年6月発売）

『セブンプレミアム ライフスタイル ボディクーラー』
（2020年2月発売）

『セブンプレミアム×ー（はじめ）「ー（はじめ）緑茶」シリーズ』
（2020年4月発売）



・エシカル消費への喚起

セブンプレミアム ライフスタイルは、従来取り組んできた『レディス オーガニックコットンインナー』に続き、メンズインナーへ、オーガニックコットン原料の取り扱いを拡大。

『メンズ オーガニックコットンインナー』2020年10月発売予定

②健康への対応 ～心も身体も健やかにつながる～

おいしさはもちろんのこと、健康へのニーズが多様化する中でセブンプレミアムは、お客様の心も身体も健やかにつながるやさしい商品を提供いたします。

・より健康的に生活したいというニーズの高まりに合わせて、栄養成分表示に『糖質』と『食物繊維』を表示。（2019年9月～）

・塩分、糖質を抑えた商品の開発

『セブンプレミアム 塩分30%オフ あらびきウインナー』（2020年4月発売）、

『セブンプレミアム 糖質0gのサラダチキン』（2020年7月発売予定）

・添加物の削減を推進

『セブンプレミアム 具付き醤油ラーメン』（2019年10月発売）

原材料と製法にこだわることで、不必要な材料を使わず、シンプルに仕上げた冷凍食品。



③ 『セブンプレミアム ゴールド』の強化

～専門店の美味しさと豊かな食卓をつながる～

『セブンプレミアム ゴールド』は、最上級ブランドとして上質の品質とおいしさを提供してまいりました。ライフスタイルの変化に合わせて、お客様の期待を超える価値をお届けしてまいります。

・継続的な品質向上

『セブンプレミアム ゴールド 金の直火焼きハンバーグ』10回のリニューアル

『セブンプレミアム ゴールド 金の食パン』9回のリニューアル

【今後】

・初のチルド中華カテゴリーでの新商品導入

『セブンプレミアム ゴールド 金のエビチリ』8月発売予定



④ グローバル対応の強化 ～日本の品質で世界とつながっていく～

セブンプレミアムが日本でも海外でも多くの国の方々に手に取ってもらう機会が増える中、海外の方にも分かりやすいパッケージに変更します。

・中国、香港、マカオ、台湾、シンガポールの約 8,000 店舗のセブン-イレブン、中国のイトーヨーカドーに輸出

・海外の方も分かりやすいように商品パッケージの英語表記を読みやすく拡大



旧



新

【パッケージの変更】

佐藤可士和氏 メッセージ

今回の「セブンプレミアム」リニューアルでは、「美味しさファースト」「分かりやすさファースト」をパッケージデザインコンセプトとして掲げ、商品の美味しさや機能性が直感的に伝わるようなデザインを目指しました。

シズル写真の全面的な使用、商品の特徴がより伝わりやすい商品名、機能性を的確に伝えるアイコンのデザインなど、ビジュアルの力を最大限に活用したデザインには、多様化する社会の中で、多くのお客様とのコミュニケーションをよりよくしていきたいという思いが込められています。

100年先につながるブランドとして、今後も「セブンプレミアム」の挑戦は続きます。



GREEN
CHALLENGE
2050



セブン&アイグループの環境宣言はこちら!▲
Check our challenge <https://7premium.jp/GC2050>

セブン&アイグループの
環境宣言ロゴと
セブンプレミアム HP への
QR を裏面に記載

※一部商品を除く

【参考】



セブンプレミアムは「進化しつづけるブランド」。
わたしたちは、お客様が求める商品を提案し続けます。
女性の社会進出や高齢化、エコへの関心、健康志向、安全安心など、
ますます多様化する生活のニーズにきめ細かく応えます。
「もっと美味しく」、「もっとお得に」。
セブンプレミアムは、あなたの楽しく豊かな食卓を応援します。



セブンプレミアム ゴールドは「最上級のブランド」。
上質な原料を、こだわりの技術で仕上げました。
すべてのお客様にご満足いただける美味しさで、
あなたの食卓を豊かにします。



セブンプレミアム フレッシュは「安全安心の生鮮ブランド」。
「誰が、どこで、どのように育てたか」をしっかりと管理しながら
手間をかけて大事に育てた生産者の想いと、
新鮮で美味しい食品を求めるお客様のニーズをつなぎます。



セブンカフェは「上質な時間を提供するブランド」。
上質な素材でつくられた出来立ての美味しいコーヒー、
そして本格的なスイーツで、
あなたの生活にくつろぎのひと時をお届けします。



セブンプレミアム ライフスタイルは「くらしを豊かにするブランド」。
確かな技術と品質に裏付けられた商品は、
便利で、使いやすく、環境にもやさしい。
充実のラインアップで、あなたのくらしを支えます。

【ご参考】

■ 「セブンプレミアム」の歩み

- | | | |
|-------|-----|---|
| 2006年 | 11月 | 「グループMD改革プロジェクト」立ち上げ |
| 2007年 | 5月 | 「セブンプレミアム」販売開始（食品49アイテムより） |
| | 8月 | セブン-イレブンでの取扱い開始（食品6アイテムより） |
| | 11月 | 住居関連商品の販売開始（洗剤等10アイテムより） |
| 2008年 | 3月 | 生鮮加工品の販売開始 |
| 2009年 | 2月 | 西武池袋本店での取扱い開始 |
| | 7月 | 第3のビール「THE BREW」発売 |
| | 10月 | お客様参加型の商品開発コミュニティサイト
『プレミアムライフ向上委員会』オープン |
| | 11月 | 世界展開第1弾としてプライベートブランド商品の
ワイン「ヨセミテ・ロード」を日米同時発売 |
| 2010年 | 9月 | 「セブンゴールド」の販売開始（チルド商品4アイテムより） |
| 2011年 | 5月 | 商品・ロゴ・パッケージを全面リニューアル |
| | 10月 | 「セブンゴールド」初の冷凍食品を発売（2アイテムより） |
| 2012年 | 5月 | 「セブンライフスタイル」を発売（53アイテムより） |
| | 7月 | 衣料品を発売 |
| | 11月 | セブンプレミアムがPBとして初めて「ファストフィッシュ」に認定 |
| 2013年 | 1月 | 「セブンカフェ」を発売 |
| | 4月 | 「セブンゴールド 金の食パン」を発売 |
| | 7月 | 「セブンカフェ」累計販売数1億杯を突破 |
| 2014年 | 8月 | 「環境配慮型セブンプレミアム」を発売
小売業初「間伐材マーク」「PETボトルリサイクル推奨マーク」認定 |
| | 11月 | 「セブンカフェ ドーナツ」を発売 |
| 2015年 | 5月 | 「セブンカフェ」カップに間伐材使用を開始 |
| | 6月 | 「セブンカフェ アイスカフェラテ」を発売 |
| 2016年 | 2月 | 「セブンプレミアム」年間売上1兆円を突破 |
| | 9月 | 「セブンプレミアム おせち三段重」を発売 |
| 2017年 | 1月 | 「セブンプレミアム」から初のトクホ
『そのまま飲める炭酸水プラス』を発売 |
| | 3月 | 「セブンプレミアム」発売10周年 |
| 2018年 | 10月 | 「セブンプレミアム」初のMSC認証『辛子明太子』を発売 |
| 2019年 | 6月 | 「セブンプレミアム」から
“世界初”店頭で回収したペットボトル100%使用
完全循環型ペットボトルリサイクル「一(はじめ)緑茶 一日一本」発売 |
| 2020年 | 2月 | 「セブンプレミアム ライフスタイル」から
グループで回収したペットボトルを原料とした再生糸を一部使用
『ボディクーラー』発売 |
| 2020年 | 5月 | 『セブンプレミアム コネクト宣言』を発信 |

【セブンプレミアムの売上状況】

	売上（億円）	アイテム数
初年度	800 億円	380 アイテム
2008 年度	2,000 億円	600 アイテム
2009 年度	3,200 億円	1,035 アイテム
2010 年度	3,800 億円	1,300 アイテム
2011 年度	4,200 億円	1,500 アイテム
2012 年度	4,900 億円	1,700 アイテム
2013 年度	6,700 億円	2,400 アイテム
2014 年度	8,150 億円	2,860 アイテム
2015 年度	1 兆 10 億円	3,300 アイテム
2016 年度	1 兆 1,500 億円	3,650 アイテム
2017 年度	1 兆 3,200 億円	3,900 アイテム
2018 年度	1 兆 4,130 億円	4,050 アイテム
2019 年度	1 兆 4,500 億円	4,150 アイテム

※初年度の数値は 2007 年 5 月～ 2008 年 5 月の 1 年間の実績

【取り扱い店舗】 国内外計約 30,800 店舗

◆国内で取り扱いがある店舗

セブン - イレブン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークマート、そごう・西武、
 シェルガーデン、アカチャンホンポ、デニーズ、ダイイチ、天満屋ストア、イズミ
 約 22,800 店舗

◆海外で取り扱いがある国や地域

セブン - イレブン（シンガポール、中国（広州除く）、香港、マカオ、台湾）、
 イトーヨーカドー（北京、成都）

約 8,000 店舗

以 上