

売上目標の上方修正と課題

～ セブンイレブンの「入れたてコーヒー」の対応 ～

セブンイレブン・ジャパンは、2013年5月に「入れたてコーヒー」の2013年度の販売目標を当初計画の4割増となる年間450億円～480億円に上方修正しました。

セブンイレブンの入れたてコーヒー「セブカフェ」は、利用者がレジカウンターでカップを受け取り、カウンターに置いた抽出機械で入れるセルフ方式です。本格的なドリップコーヒーをレギュラーサイズ(150ミリリットル)100円で提供しています。2013年5月現在、全店舗数の6割にあたる約8500店で扱っていますが、8月末までに1万5000店すべてで扱うようにします。

住宅地にも店舗展開するコンビニエンスストアが手ごろな価格で販売した入れたてコーヒーは、30代～50代の主婦やシニアといった新しい客層の拡大をけん引しています。また、通勤途中の会社員の定期的な来店でカフェチェーンの利用客を取り込み、サンドイッチなどのついで買いも見込まれるため、コンビニ各社は導入を急いでいます。

《コンビニ各社の入れたてコーヒーの状況》 (2013年5月24日現在)

	コーヒー(ホット)の最低価格	コーヒーの導入(予定)店舗数
セブンイレブン	100円(150ミリリットル)	8月までに全1万5000店
ローソン	180円(200ミリリットル) ※ポインタ会員は150円	2014年2月までに5000店に(全1万店舗中)
ファミリーマート	150円(220ミリリットル)	2014年2月までに全9500店
サークルKサンクス	130円→100円(150ミリリットル、6月4日から)	全6200店
ミニストップ	100円のSサイズ(200ミリリットル)を導入	全2200店(Sサイズは6月上旬までに全店導入)



セブンイレブンは、年間3億3000万杯だった当初目標を4億5000万杯に引き上げましたが、販売目標を上方修正すればそれで良いというわけではありません。販売量が増えても商品を安定供給することができなければ、売場は混乱し顧客の信頼を失うからです。安定供給のための仕組みを短時間で作り上げることが課題となります。

セブンイレブンは販売目標の引き上げに合わせて、原料のコーヒー豆の調達を商社の三井物産の他に、食糧分野に強く産地の開拓に定評のある丸紅も加えることで、天候などに左右されにくい安定調達を目指しました。調達した豆は味の素ゼネラルフーズが焙煎していますがUCCにも委託し、店舗への安定供給の体制を短期間で整備しました。