

「開いててよかった」から「近くて便利」へ
 ～セブンイレブンが変えた日本の生活 その2～

《セブンイレブンが初めて取り組んだ主なもの（1991年～）》

年	初めて	内容
1987	世界初	電気料金収納代行サービス開始
89	日本初	朝昼晩の3便制による米飯納入開始
91	日本初	電話料金収納代行サービス開始
	業界初	単品棚卸しシステム導入
92	日本初	水道料金収納代行サービス開始
93	業界初	調理パンのチルド化開始
94	業界初	焼きたてパンを首都圏で導入
96	日本初	発注における気象情報システムを全店で導入
	日本初	カラーコピー機導入
2000	業界初	マルチコピー機導入
01	日本初	セブン銀行のATMを店内に設置
	日本初	保存料、合成着色料なしのファストフード販売開始
09	日本初	マルチコピー機で住民票の写し、印鑑証明書を発行
13	業界初	セブンカフェ、ドーナツ販売開始
14	業界初	免税サービス開始
15	業界初	水素ステーションの併設店の展開開始

公共料金の収納サービスは、現在、取扱件数年間約3億件、取扱額約3兆円という規模になっています。セブンイレブンが始めた新たな取り組みは、2015年までに、世界初が13件、国内初が38件、業界初が73件にものぼります。

時代に合わせて、商品やサービス・コンセプト・組織・社員の働き方までを変化させてきていますが、一つだけ変わらないものがあります。それが「常にお客様の立場になって考え、変化に対応し続ける」という、創業者の鈴木敏文さんの考え方です。

《鈴木敏文さんの考え方》「常にお客様を起点にし、『お客様の立場で』考えることで、変化への対応を徹底するには、もうひとつ、変わらない視点、変えてはいけない視点が必要です。それは『真の競争相手は同業他社ではなく、絶えず変化するお客様のニーズである』という考え方です。そう考えた場合、何を指すべきなのか。わたしたちがお客様に提供する商品・サービスの価値には、相対的な価値と絶対的な価値があります。相対的な価値とは、競合している他社などと比べてよりよいとか、より優れているといった優劣を競う価値です。これに対し、絶対的な価値は、お客様により満足してもらいたいという自分達の思いや価値観を大切に、『あるべき姿』を追求することによってもたらされる価値です。私たちが追求すべきなのはこの絶対的な価値なのです。（鈴木敏文『働く力を君に』より）