

# セブンイレブンと買い物弱者

福西まや

## 買い物弱者（買い物難民）

- ・流通機能や交通網の弱体化とともに食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている人々のこと
- ・過疎地や高度成長期に建てられた大規模団地等
- ・600万人程度と推計（経済産業省）

## 買い物弱者を応援する方法

- ①身近な場所に「店を作る」
- ②家まで商品を「届ける」
- ③家から「出かけやすくする」

# セブンイレブンのシニアビジネス

1. 食事宅配 「セブンミール」

2. 移動販売 「セブンあんしんお届け便」

⇒ 主に高齢者をターゲット



セブンイレブンのお食事お届けサービス

セブンミール

## セブンミール

- ・健康に配慮した食事  
平均300kcal、塩分2.2g以下
- ・露骨に高齢者をターゲットにしていない  
「自分の時間を大切にするシニアのために」
- ・お客さんを確保し続けられる  
登録制なので、リピート率が高い、定価で販売



## セブンあんしんお届け便

- ・茨城、栃木、広島、熊本などで展開  
今年度目標20台
- ・即食性の高いものを中心に、約150種類  
移動販売車へ搭載
- ・高齢者の集まりの場にもなる

## 高齢化社会における役割

「店側が客に出向いていく」＝配達

- ・「買い物弱者」の救済

  - 地域のスーパの閉店

  - 商店街の衰退

  - 高齢により体が不自由に

- ・人とのつながりが希薄になりがちな現代の高齢者に

  - 「コミュニケーション・安否確認の場」を作る