

顧客満足第一の北海道のライフライン 「セイコーマート」

株式会社セコマ（北海道）



地域に根差したコンビニエンスストア「セイコーマート」を北海道全域で展開。道産素材をふんだんに用いた商品を低価格で提供。国内外に及ぶ調達網を独自に開拓するとともに、原材料の生産・食品製造・物流分野へも事業領域を拡大してサプライチェーンを充実させ、サステナブルなコンビニ経営を実現している。

受賞
ポイント

- ★ コンビニ業界の常識を崩し、北海道内での人口カバー率99.8%、道内1,131店（2020年12月。道内コンビニ総数は約3,000店）の店舗網を実現。人口減少時代の地域を支える新たなコンビニのモデルである。
- ★ 生産・製造・物流・小売までをカバーする垂直統合経営モデルにより、サプライチェーン全体で収益を確保しながら、低収益の過疎地域でも地域の要請に応じて出店を継続している。
- ★ 2018年9月の北海道胆振東部地震では、震災当日から道内1,100店舗中1,050店舗で営業するとともに、自治体等災害協定締結先に食料や日用品を20万個供給するなど、地域のライフラインとなっている。

事業内容

地域と共存共栄するコンビニ経営

1971年、コンビニエンスストア「セイコーマート」の1号店を開店。小規模零細小売店の経営近代化を目指し、米国の先進事例を取り入れた小売チェーンとしてのセイコーマートへの酒類販売店からの転換と組織化を開始する。創業当初より、「フェニックス=不死鳥」がシンボルマーク。時代の変化に合わせ、生まれ変わりながら事業継続し続けることの象徴と位置づけている。「サステナブルな

経営」を理念とし、地域住民と共存共栄するフランチャイズシステムを目指し、店舗数とサプライチェーン網を拡大。道内各地に物流センター13施設、食品工場21施設を置く。

サービス提供の背景・経緯

米国から学び、日本式・北海道式に発展

北海道内各地の小規模酒類販売店の生き残りのために、米国のコンビニエンスストア経営の先進事例を研究。小売が存続して

はじめて卸売が継続できるという考えから、存続を第一とするコンビニ経営を目指す。営業エリアの拡大とともに、北海道全域に広がる「地域のお店」としてのサステナブルな経営へと進化。地元スーパーの閉店による無店舗地域からの要請に応えての出店も行う。

サービスの概要とその革新性

北海道全域をサプライチェーンで結ぶ

直轄店8割、1,131店の店舗を持つ。市町村ベースでみた北海道内での人口カバー率は99.8%（179市町村のうち175市町村）。

- ① 店舗での販売に加えて、生産・製造・物流も垂直的に統合し、リーズナブルな価格の商品を供給。
- ② 広域な北海道内を効率的に結ぶサプライチェーンを構築し、日常生活を支える。配送頻度を増やすのではなく、混載することで物流効率を高める。
- ③ 市場の小さいエリアへも出店。非常時には物資供給等により地域の安全・安心を守る。

サービスの成果・実績とその優越性

北海道全域で同等のサービスを提供

北海道全域で同等な品質・価格を提供。生鮮品も取り扱う。人口の少ない地域や住宅地では、ミニスーパー的な存在である。

惣菜の容器は自社製造。1円単位で切り詰めた容器原価の削減分を惣菜の原価に充てる。容器の自社製造によって約80%のコスト削減と環境負荷軽減も実現。惣菜の企画・開発に端を発する原価企画の商品開発と、サプライチェーンマネジメントを活かし製造段階まで遡ったコストコントロールによる商品設計が、同業他社と比較した顧客満足の源泉となる。数十年かけて進化的に実現したサービスイノベーションである。

地元産材料を用いた商品も製造・販売

滝上町産の「和ミント」を使用した「ミントハイボール」、余市のトマト耐ハイ、富良野や厚真町、初山別村などのハスカップ商品、増毛の梨のアイスバーやメロンソフトなど、地元産材料を使用した商品を各種製造販売。どれも地元で高い評価を得ており、全国でも販売。メロンソフトは、出荷時に2割ほど生じることもある規格外品の赤肉メロンを原料とする。サービス業における循環システムを実現している。

災害時には物資供給に尽力

2018年9月の北海道胆振東部地震において、発災当日から北海道内にある1,100店舗（当時）中1,050店舗で営業。災害時の物資供給協定に基づき食料や日用品を20万個供給。

組織データ

組織名	株式会社セコマ ※株式会社セコマはセコマグループの事業持株会社	創立年	1971年
業種	コンビニエンスストア	本社所在地	北海道
URL	https://www.seicomart.co.jp/	従業員数	103名（グループ全体 約2.1万人）

サービスイノベーションとして優れている点

垂直統合型経営モデルを展開

生産から販売までを一体で運営する垂直統合型経営モデルによる高い顧客満足を実現。マクロな視点から店舗も含めた流通網全体をサプライチェーンとして捉えて事業基盤を構築し、ミクロには地域住民と生活価値を共創する。日常においても緊急時においても地域を見守る地域共存サービスであり、商売と人助けを両立させるサービスとして革新的である。

社会の発展への寄与

地域社会との共存共栄を実現

地元産材料を使用した商品を開発するなど、農畜産業等の地域社会との共存共栄を実現している。地域社会を支える小売のモデル事例である。

北海道内全体に広がるサプライチェーンを構築

一つ一つの店舗が存続していけるだけの収益確保をベースとし、その積み重ねとして企業全体を展開。その結果として、道内全体に広がるサプライチェーンが構築されるに至る。これは、持続可能な「地域のお店」を展開していくモデルである。人口減少が全国で進む環境下、北海道は10～20年先の日本の地方の姿であり、地方におけるこれからの小売のモデル事例でもある。

■セイコーマートで販売する惣菜



■地元産材料を用いた商品開発例

