

- ① 市場・顧客
  - セブン
    - 味・品質重視（食のセブン）
    - 夕食（中食）を求める主婦・シニア
    - 「近くて便利」なインフラ利用
  - ファミマ
    - 話題性・トレンド重視（若年層）
    - ボリューム・お得感重視
    - SNSユーザー（拡散する層）



- ② 競合
  - セブン
    - スーパーマーケット（内食市場）
    - デパ地下・専門店（高品質惣菜）
    - ファストフード（コーヒー等）
  - ファミマ
    - ドラッグストア（日用品・飲料）
    - 他のコンビニチェーン
    - エンタメコンテンツ（可処分時間）



- ③ 自社
  - セブン
    - チームMD（メーカー共同開発）
    - セブンプレミアム（圧倒的ブランド）
    - 集中出店による高効率物流
  - ファミマ
    - ユニークな企画力（増量・コラボ）
    - ファミチキ・フラッペ（看板商品）
    - ファミペイ（デジタル顧客基盤）

