

平成28年度 食品関連事業者による食品ロス削減研修会

食品ロス削減に向けた 取り組み事例

株式会社ファミリーマート

1.リサイクルループの拡大



食品リサイクルの取組み

■食品リサイクルの優先順位

①廃棄物発生抑制 ②再生利用(リサイクル) ③熱回収 ④減量化

●液体飼料化リサイクルの取組み

東京都内の店舗などから出た食品残渣を回収し、養豚業者を対象とした「液体飼料化リサイクル」の取組み。



ブライトピック千葉 豚に給仕

●廃食用油のリサイクル取組み

廃食用油のリサイクルはほぼ100%リサイクルされています。主に養鶏用の飼料の添加剤として精製された油を充填しています。



●肥料化リサイクルの取組み(コーヒーかす含む)

肥料化による取組みも同時に進めています。各地域での特性に合わせ生ゴミリサイクルの取組みを進めています。



(株)三功(三重県)での肥料化リサイクルの取組み

**ファミリーマートの食品リサイクル率
2015年度は50.5%**

一般廃棄物リサイクル種別構成比

飼料 47% : 堆肥 46% : メタン 7%

■食品リサイクル実施店舗数

- ・一般廃棄物 2,400店舗
- ・廃食用油 10,800店舗



東京23区 (株)明和運輸

東京都下 (有)古川新興

東京都下 (株)まごころ清掃社



食品循環資源の積み替え
東京23区 (株)明和運輸

※効率よく食品リサイクル工場へ運搬



千葉県旭市食品リサイクル工場



収集運搬業者
: 食品循環資源の収集運搬



処分業者: 手作業で容器を分別

ファミリーマートの 食品リサイクルループの取組み 『再生利用事業計画』の認定を取得

2009年2月 東京都を(有)古川新興、(株)まごころ清掃社の2社
が中継基地として(株)明和運輸に運搬し、東京区内店舗分を(有)
ブライトピック千葉で食品リサイクルを開始。

- ①食品循環資源の積み替え
- ②広範囲の区市町村を超えた収集運搬
- ③取引先を含めた取組み
- ④リキッドフィーディングによる飼料化



ブライトピック千葉、液状飼料の製造



物流車輛で店舗に納品



ファミリーマート弁当工場



■豚生姜焼き丼

■豚焼肉丼





食品循環資源



千葉県旭市食品リサイクル工場



収集運搬業者
: 食品循環資源の収集運搬



処分業者: 手作業で容器を分別

ファミリーマートとユニー、 サークルKサンクス、伊藤忠商事との 食品リサイクルループの取組み

4社合同プロジェクト

2010年4月『再生利用事業計画』認定を取得

4社共同化によるシナジー効果

- ・各社の食品リサイクルループの相互利用と情報交換
- ・リサイクルで出来上がる商品の共同利用



てりやきそぼろ&ハンバーグパン

山崎製パン

食肉加工品を使用した惣菜パンの製造



食肉加工品への加工

指定カット工場
(横浜ミートセンター)
部分肉への加工

※精肉用部分肉は
他所へ仕向け



ブライトピック千葉、液状飼料の製造、肉豚の生産

①ディーアイディー・JAあいち経済連



②不二産業・JA新潟みらい



③長谷川造園・JA花咲ふくい

④ヒラテ産業・JAあいち経済連

⑤トスマク・アイ・JA松任

⑥静岡油化工業・遠中農園

⑦むかしの堆肥・レインボーフューチャー

⑧アイルクリーンテック・角屋商店

⑨いいだ有機・JAみなみ信州

ユニー・サークルKサンクス 16のリサイクルループ (再生利用事業計画)



⑩武松商事・アリタホックサイエンス



⑪中部有機リサイクル・小久保畜産



⑭橋本・鈴木養鶏場



ファミリーマートが現在食品リサイクルを実施している取引先を、統合を期にユニーが『再生利用事業計画』(食品リサイクルループ)認定を取得している16の取り組みに両社で行っている同様の取り組みを整理し「追加変更申請」を実施し、食品リサイクルループの拠点を拡大を実施を予定。

⑪三功・酵素の里

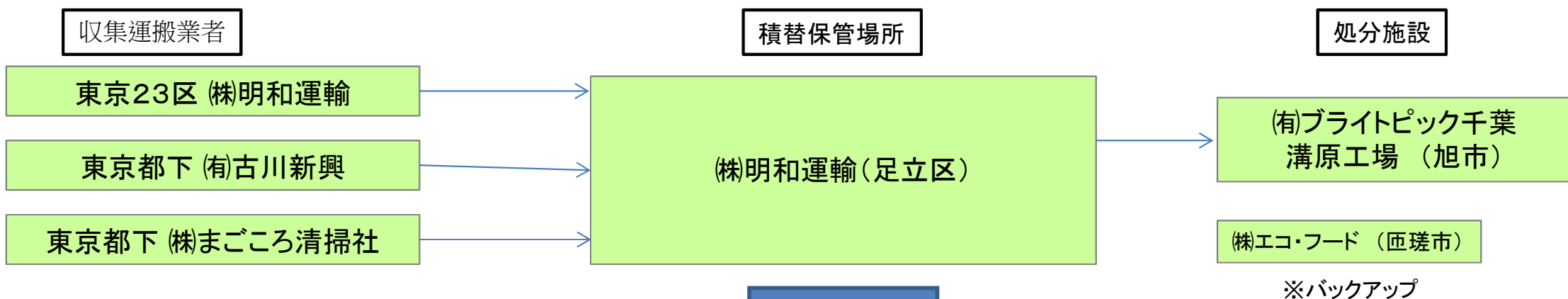
⑫京都有機質資源・鳥取レイクファーム

⑬ブライトピック千葉・ブライトピック

⑯富山グリーンフードリサイクル・JAなのはな

食品リサイクルループ 追加申請に伴う拡大

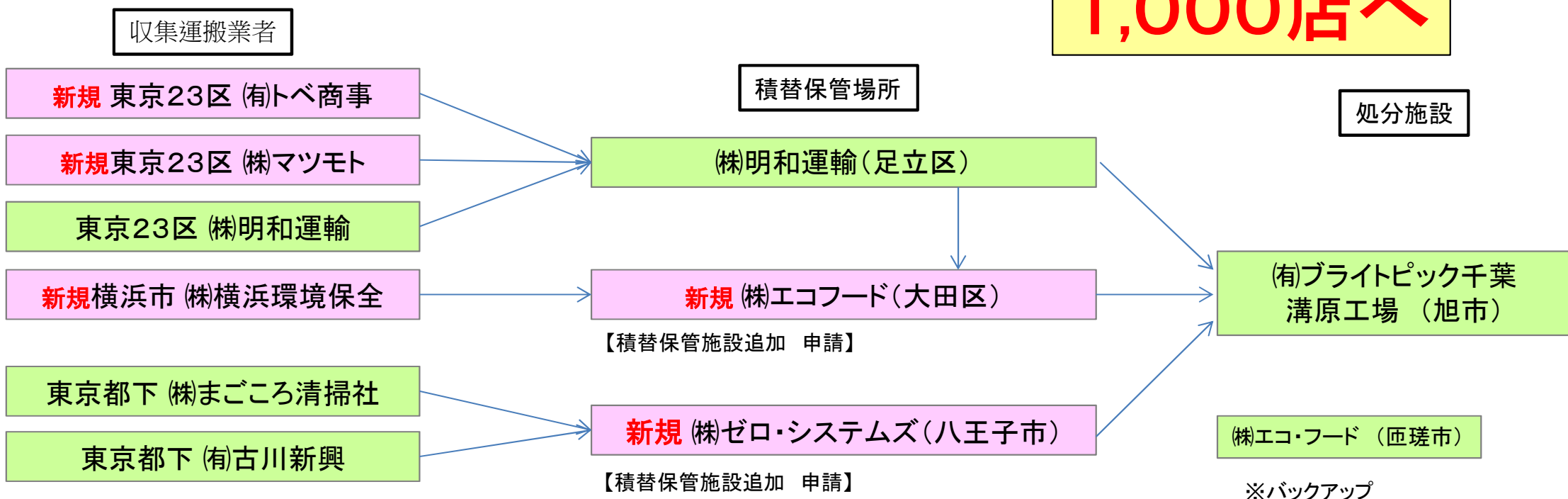
【現行】



変更

『再生利用事業計画』認定を取得

1,000店へ





2.DCM在庫標準化・ 情報共有化プロジェクト の推進

※DCMはファミリーマートにおいて進められてきた。現在、ファミリーマートとして構築したシステムへのサークルK・サンクスとのデータ統合が進められている。

ファミリーマートにおけるサプライチェーンネットワーク

調達



発注

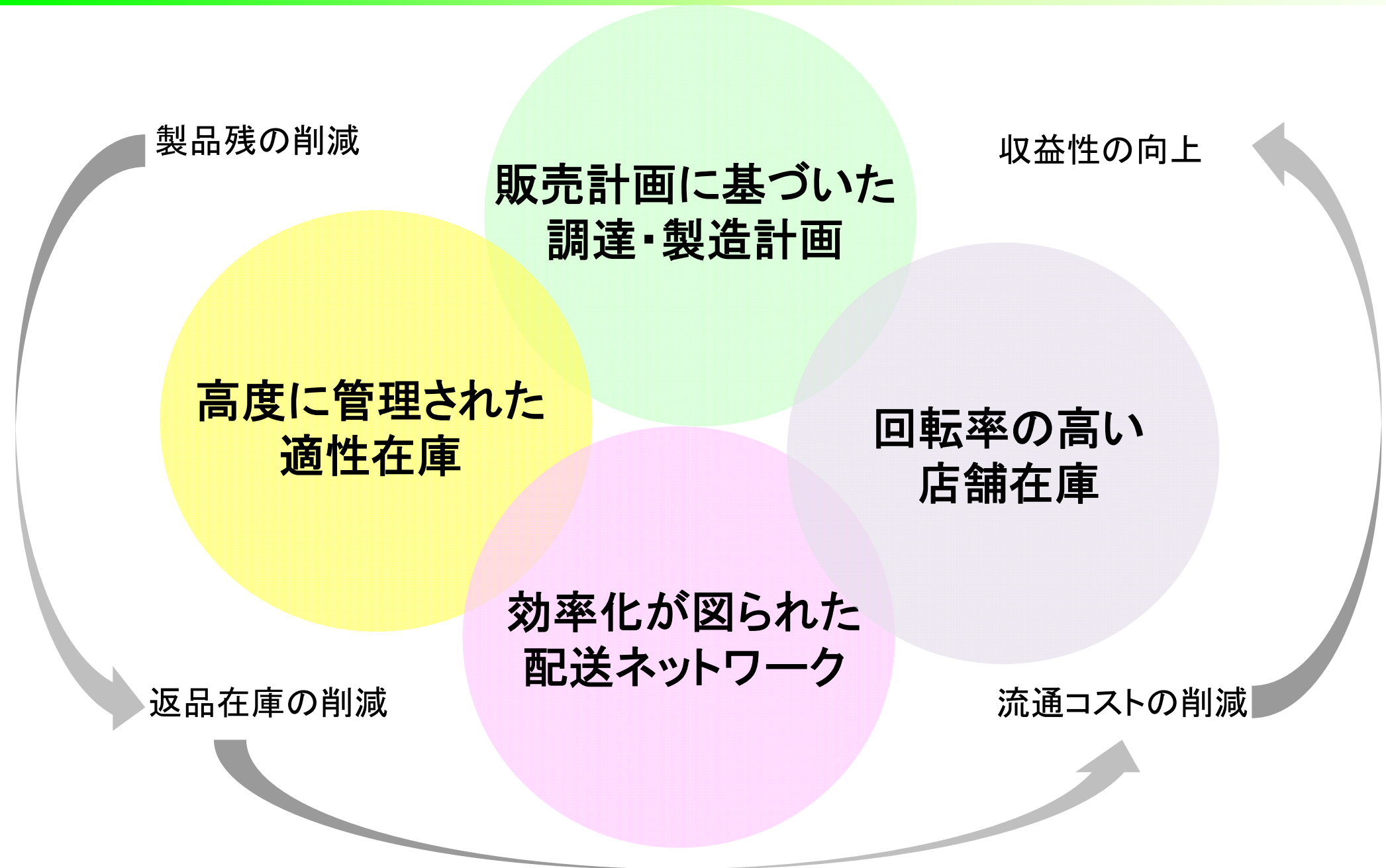


全国の店舗への商品供給と
販売活動が実現

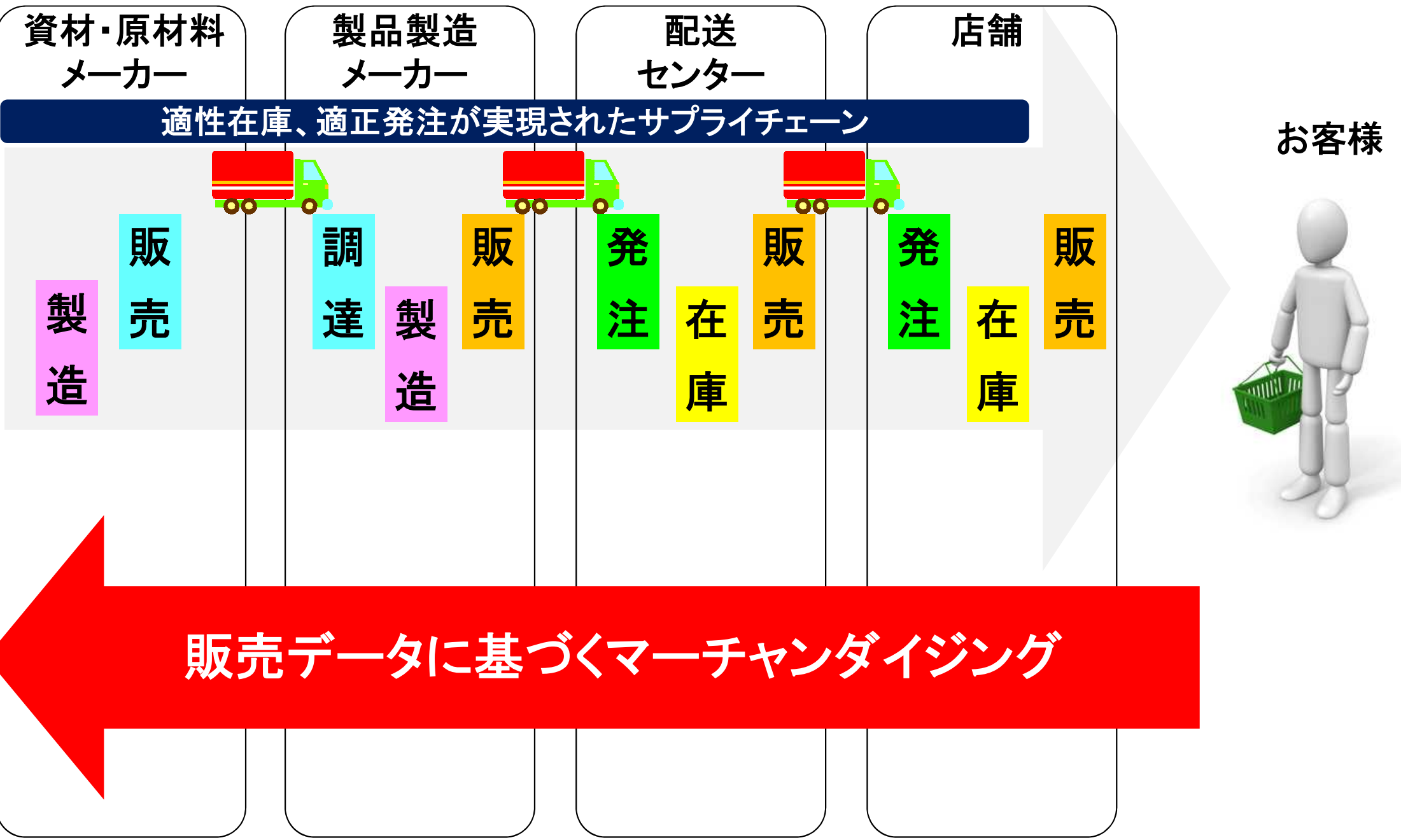
販売



ネットワークを活かした製・販・配における相乗効果の創出



サプライチェーンの精度向上を目的とした情報流通



当社DCMプロジェクト概要

DCM 在庫発注標準化・情報共有化プロジェクトの目的

①直接費での合理化効果創出 ②商品力強化における製品供給、原材料調達サイドからの実現支援を目的とした在庫、返品在庫の削減を促進。

MDにおける推進目的

販売力の高い商品の開発と タイムリーな導入

- ＜商品導入率の向上＞
 - 早期カット、新規導入のサイクルの好循環
- ＜メーカー様との取組み強化＞
 - 生産、供給の精度向上
 - カット時の残ロス、返品在庫削減
 - 商品計画の共有

MD機能強化による売上、
収益性向上、商品力強化

商品供給サイドでの在庫削減

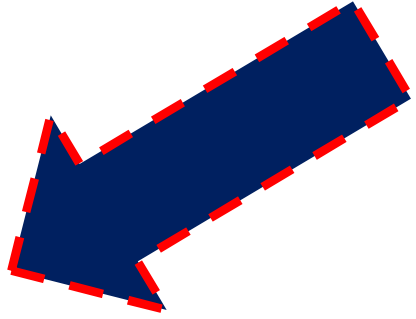
最適商品供給 (欠品防止、最適在庫)

欠品防止による過剰在庫、過剰スペース、多返品業務削減



直接管理費における合理化

- 在庫削減によるコスト削減
- 在庫管理業務の削減
- 在庫スペースの削減
- 返品業務コストの削減



取引先との
協働取組み

当社DCMプロジェクトの全体像

業務改善施策

共同商品開発促進
製造計画へのサポート

(売場実現を目的としたMDサイクルの実現)

商品力向上
売場における競争力向上

基盤となる インフラ整備



メーカー様

協働関係
の構築



センター
卸様



FM本社

消費者ニーズ
への対応



店舗

調達構造改善施策

在庫・返品削減
調達機能の提供

(原材料仕入れから店舗までの一貫した
調達物流の構築)

コスト逡減
提供スピード、鮮度向上

DCMシステム概要

DCM情報共有システム

常温・日用品センター
在庫情報

【主な閲覧企業】
メーカー、ベンダー

店舗発注・販売情報

【主な閲覧企業】
メーカー、ベンダー
チルド・冷凍メーカー

DCM発注暫定システム

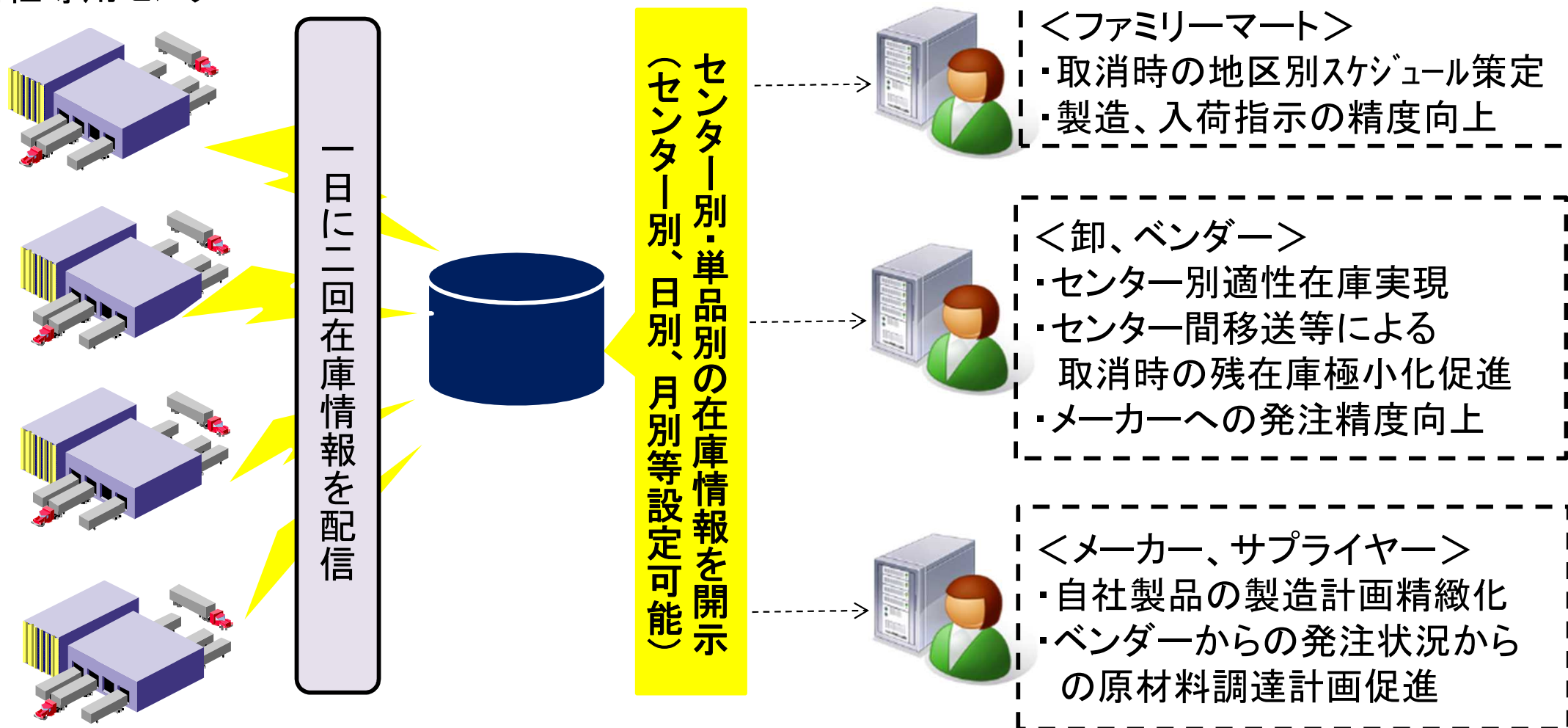
新規・イベント商品
受注前発注入力情報

【主な閲覧企業】
中食製造取引先
ベンダー

DCMシステム概要

DCM情報共有システム～センター在庫情報～

当社専用センター



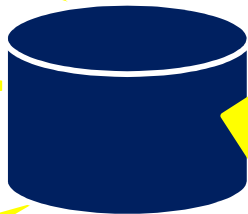
DCMシステム概要

DCM情報共有システム～店舗発注・販売情報～

FM店舗



一日に一回発注・販売情報を集信



開示項目
導入店率
導入店舗数
納品予定数量実績
納品予定数量店平均(日計)
納品予定数量前週(月)比
納品予定数量前々週(月)比
売上数量 実績
売上数量店平均(日計)
売上数量店平均(週計)
売上数量店平均(月計)
売上数量 前週(月)比
売上数量 前々週(月)比
売上金額 実績
売上金額店平均(日計)
売上金額店平均(週計)
売上金額店平均(月計)
売上金額店平均(日商)
センター在庫数量実績
センター在庫数量前週(月)比
センター在庫数量前々週(月)比



＜ファミリーマート＞

- ・地区別MD分析の深耕
- ・カテゴリー別商品動向把握



＜卸、ベンダー＞

- ・メーカーへの次回発注予測の精度向上
- ・センター別適性在庫の把握



＜メーカー、サプライヤー＞

- ・自社製品のMD分析
- ・当社売筋傾向の把握による開発、提案製品の精度向上

DCMシステム概要

DCM情報暫定システム

FM店舗



新規登録、イベント商品の発注日当日までの
暫定発注情報を集信（中食商品は全商品集信）



地区別、単品別の暫定発注数量と
予測発注数量を日次で開示



＜ファミリーマート＞

- ・発注店率の低い地域への
発注促進、周知



＜卸、ベンダー＞

- ・メーカーへの初回発注数量の
予測精度向上



＜米飯、麺、パンメーカー＞

- ・原材料調達計画の策定
- ・半製品の事前製造計画立案
- ・工場ライン稼働計画の策定
- ・イベント時の発注増加予測の
精度向上

DCMシステムの活用により実現する好循環

ファミリーマート



MDサイクルの最適化
欠品、機会ロスの防止

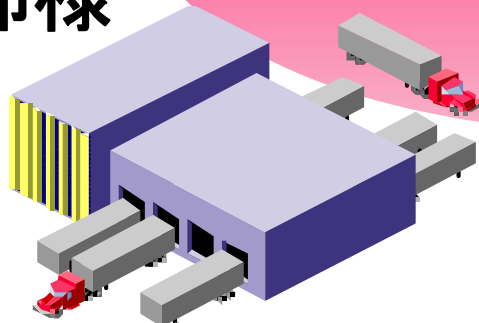
メーカー様



情報の共有化による
サプライチェーン好循環
の創出

生産精度向上、返品削減
販売データの有効活用

卸様



発注精度向上
在庫削減
倉庫オペレーションの効率化

DCMシステムの活用による相互メリット

ファミリーマート

- 在庫管理機能強化による残在庫削減
⇒経済条件の改善
- 初回発注量への適正対応
⇒欠品による機会ロス等の削減

ベンダー企業

- 適性在庫管理強化による残リスク軽減
- 商品の販売動向把握による品揃え提案精度向上
- メーカー様への返品在庫削減による経済条件の改善

メーカー企業

- 供給量の事前把握、予測精度向上による半製品、製品歩留の改善
- 自社製品販売動向把握による商品開発機能強化