



サプライチェーン

品質、コストだけでなく、社会・環境にも配慮した“製造小売業モデル”の進化を目指します

「おいしい」「安全、安心」「健康」「価格」などお客さまが求めるニーズはさまざまです。ローソンは、常にお客さまのニーズをもとに、オリジナル商品を企画・開発しており、その売上は全体の3分の1を占めています。こうしたオリジナル商品は、他社との差別化という側面だけではなく、総荒利益率の改善という側面も持っています。サプライチェーン全体に深く関与して、「見える化」を徹底し、非効率やムダをなくすことで、CO₂削減や生物多様性の維持など環境への配慮と、品質向上やコスト削減などの両立を追求しています。今後は三菱商事グループとの連携についてもさらに強化し、小商圏型製造小売業モデルを進化させていきます。



企画・開発

“こだわりの商品”をつくる

ポイントカードの購買データや、ソーシャルメディアで集めた声なども分析し、商品開発に活かしています。



高品質の素材をムダなくおいしく

機能子会社の株式会社SCIでは、生産者などと直接やりとりする原材料調達のプロフェッショナルが日々、高品質の原材料を最適なコストで仕入れています。全国の店舗で販売するスケールメリットとムダなく使いきる仕組みが、総荒利益率の高さにつながっています。

事業面

サプライチェーンすべてに関与し、真の製造小売業モデルを構築しています。



社会・環境面

サプライチェーンすべてを可視化し、社会・環境への配慮を徹底しています。

おいさと健康を第一義としながら、食材をムダなく活用する商品開発に常に留意しています。ローソンファームで産出された規格外野菜を、サラダや漬け物、ペットフードなどに活用し、廃棄を削減しています。

カウンターファストフードや弁当、デザートなどのオリジナル商品にはできるだけ国産の旬の食材を使用しています。各生産地の地域活性化につながるとともに、外国産原材料を使用することに比べて、輸送エネルギーの削減となります。





製造

作る工程に積極的に関与

弁当や惣菜などの製造工場を子会社に持つ大手食品メーカー3社とのパートナーシップを強化。三菱商事グループとの連携も含めて、製造領域へのローソンの関与を拡大し、さらなるサプライチェーンの進化を目指します。



製造段階では原材料の投入量、出来高量、盛りつけ量などをグラム単位で管理する「生産加工管理システム」を導入。余分な商品を作らない仕組みで廃棄物の発生を抑制しています。

物流

物流の「見える化」で効率改善

全国の店舗にムダなく商品を届ける。そのための配送センターでの作業やトラック配送などの効率化も非常に重要です。2016年に稼働を開始した自社配送センターでは、自社運営だからこそ可能な「見える化」で、物流の根本的な見直しを図ります。



共同配送の推進や配送頻度の適正化を図るとともに、トラックの燃費向上のためエコタイヤを導入。さらに運行管理システムを通してエコドライブに努め、ドライバーを対象にアイドリングストップなどの研修も行っています。

店舗

店内の作業を大幅に軽減

タブレット端末や自動釣銭機付POSレジの導入など、店舗の作業効率アップに向けてさまざまな取り組みを始めています。ムダを省き、生産性を高めることで、接客などに集中できる体制を整えます。



店舗から排出される食品廃棄物を削減するため、食品リサイクルを実施しています。売れ残り食品は飼料や肥料に、廃油は飼料用添加剤（エサの材料）やバイオディーゼル燃料などに再生されています。ローソンファーム鳥取では店舗の売れ残り食品からできた堆肥でおでん用の大根を生産しています。

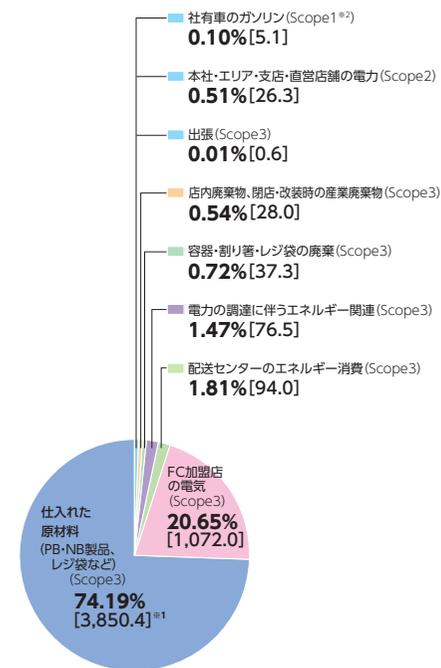
お客さま

●2017年度サプライチェーンのCO₂排出量

合計CO₂排出量

約**5,190.2**千トン

サプライチェーンを通じた、温室効果ガス排出量の算定方法
基本ガイドラインに関する業種別解説(小売業) Ver.1.0に基づき算定



※1 []内はCO₂排出量(単位:千トン)

※2 Scope1~3: サプライチェーンにおける温室効果ガスの排出量を排出源により分類したもの。

●CO₂排出量算定ルール

算定対象 社有車の使用、ローソン及びナチュラルローソン、ローソンストア100、合計14,428店舗、店舗で販売するために購入した製品・サービス

対象期間 2017年4月1日~2018年3月31日(行政年度)

