

ファミリーマート

FIRD 使用「サプライチェーン情報共有システム」実験

ファミリーマートは、経済産業省とコンビニ各社と共同で策定した「コンビニ電子タグ1000億枚宣言」に基づき、商品に貼付された電子タグから取得した在庫情報などをサプライチェーンで共有する実験を、2月14日（水）から2月23日（金）まで、ファミリーマート経済産業省店（経済産業省庁舎内 地下1階）にて実施する。

■ RFID を用いて電子タグが貼付された商品を計測・数値化

同社は、経済産業省とコンビニ各社と共同で、「コンビニ電子タグ1000億枚宣言」を2017年4月に策定。同宣言では、一定の条件の下、2025年までにコンビニ各社の全ての取扱商品に電子タグを利用することを合意した。

同事業は、同宣言が目指す「サプライチェーンでの情報共有」を実現するため、サプライチェーン情報共有システムを試作し、運用実験を行うものである。RFID※を用いて商品に貼付された電子タグを読み取ることにより、特定の商品が、“いつ、どこに、何個あるのか”といったデータを取得し、これらのデータをサプライチェーンで情報共有できる環境の整備を行う。

※ RFID (Radio Frequency Identification) とは、電波を利用して非接触で電子タグのデータを読み書きする自動認識技術。



◀使用する電子タグ。縦約2.5cm×横約4.5cm。

■ 実験の内容

今回の実験では、サプライチェーン上流で商品に貼付された電子タグを入荷時に読み取り、当該データを実験用に構築した情報共有システムへ投入する

ことで、在庫情報等をサプライチェーンで共有することや、情報共有システムの検証を実施する。

実験用の商品の流れは、以下の2パターンに分かれている。なお、ファミリーマート経済産業省店においては、電子タグ専用のセルフレジを設置。実験用商品は、菓子やカップ麺の一部や日用品、山崎製パンの商品など30アイテム、ペットボトルのお茶やチルド飲料などPB商品25アイテムの合計55アイテム。

① 物流センター経由

実験に使用する加工食品、日用品を実験用物流センターに集め、同センター内で商品1つ1つに電子タグの貼付を行う。その後、同センター内で電子タグの読み取りと、情報共有システムとの連携を行う。データの読み取り終了後、実験用の商品を実験店舗へ出荷。実験店舗においても、入荷時や販売時に電子タグを読み取り、情報共有システムとの連携を実施する。

② 店舗直送

店舗に直送されている商品については、メーカーで商品1つ1つに電子タグを貼付し、メーカーの出荷から電子タグの読み取りと、情報共有システムとの連携を行い、実験店舗へ直送する。実験店舗においても、入荷時や販売時に電子タグを読み取り、情報共有システムとの連携を実施する。

■ 実験期間・実施店舗概要

期 間：2018年2月14日（水）～2月23日（金）

店 舗：ファミリーマート経済産業省店

※経済産業省に用務のある利用客に限る。

住 所：東京都千代田区霞が関 1-3-1

経済産業省庁舎内

営業時間：7:00～24:00（土、日、祝日は休業）

※実証実験は9:00～15:00

売場面積：約44坪（約146㎡）

※電子タグ専用セルフレジ：1台

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場でのポイントは弁当。弁当類は平心自で展開され、弁当の盛り付けに特力を入れているという。百貨店の商品の盛り付けを目指し、ボリュームを出しつつ、豪華に見得るように、品目や色合いなども工夫されている。

米飯



「赤魚の焼漬弁当」
「季節の彩りはつき弁当」
「季節の味覚御膳」
「厚切り鮭弁当」
「豚肉アスパラチキ弁当」



「アツフライ」
「あねの塩焼」
「温惣菜」

“鮮度感”のある情報を：

ヨークベニマル矢野目店オープン当日、(株)ヨークベニマルの大高善興社長(代表取締役社長 兼 COO、セブン&アイ HLD. 取締役)は震災後1年の東北エリア、自社について次のようにコメントした。

■3.11以降の変化
東北エリアを見ていると、3.11 大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方で、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっており、大きく二極化してきたといえる。どっちかずの商品やサービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造している。



も好調なセブンイレブンのマネジメント力などをもっと学ばべきであると思っている。

■セブンプレミアム商品について
セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これらはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベシクな商品でリピーターをしっかりと作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

■SMにとってのPB
我々の販売の最大のプライベートブランドは野菜であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセンである。そこにデリーや加工、セブンプレミアムセブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これらはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベシクな商品でリピーターをしっかりと作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。
東北エリアを見ていると、3.11 大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方で、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全

◀▲上記記事は過去掲載記事例です。

■『Food Navigation』とは・・・

スーパーマーケットの新店をはじめ、コンビニや一部外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートする Web 閲覧媒体です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど鮮度感のある情報を提供しております。

■年間サービス利用料金

年間サービス利用料：90,900円+税 (税込 98,172 円)

■ご利用にあたって

- ※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。
- ※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイル (FinalCode システム) での提供をしております。FinalCode の動作環境としては、OS は Windows7 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 10、11、Microsoft Edge となっております。※ JavaScript 使用 ※ Cookie 使用。
- ※また、当サービスは契約企業内のみでの利用となっており、営業手段としての利用は禁止しております。

《 入 会 申 込 書 》

株式会社フードナビゲーションジャパン 担当：小池 宛

FAX. 048-424-5547 TEL. 048-424-5546
携帯：090-2545-4724 E-mail：info@foodnavigation.com

申込日： 年 月 日 (年 月より利用開始)

『Food Navigation』利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。 ※左空欄にチェックを入れて下さい。

配信先担当者	企業名	〒	連絡先	TEL:
	住所 部署 役職 氏名		情報配信先	FAX: E-mail:
請求先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	TEL: FAX: