

**サンドイッチの包材の形状を変更、新たなパッケージを導入
～年間約 12 トンの石油系プラスチック削減へ～
定番商品のリニューアルに加え「モーニングサンド」を新発売！**

株式会社ファミリーマート（本社：東京都港区、代表取締役社長：細見研介）は昨年から取り組んでいる **5つのキーワードの1つである「食の安全・安心、地球にもやさしい」、「もっと美味しく」**に加え、「ファミマ eco ビジョン 2050」の取り組みの一環として、サンドイッチの包材の形状を変更し、プラスチックの使用量を年間約 12 トン（従来品比）削減する新パッケージを導入いたします。

また、新パッケージの導入にあわせて、人気の定番商品「たまごサンド」212 円（税込 228 円）などのリニューアルに加え、新商品の「モーニングサンド」184 円（税込 198 円）を 2022 年 4 月 19 日（火）から、沖縄県を除く全国のファミリーマート約 16,200 店で発売いたします。



■「ファミマ eco ビジョン 2050」プラスチック対策に向けた取り組み

ファミリーマートは、2020 年 2 月に「ファミマ eco ビジョン 2050」を策定し、持続可能な社会の実現に貢献するため、2030 年及び 2050 年に向けた中長期目標として、「温室効果ガス（CO2 排出量）の削減」、「プラスチック対策」、「食品ロスの削減」の 3 つのテーマに基づき数値目標を設定しております。

このたびはその一環として、サンドイッチの包材のヘッダー部分を四角から台形型に変更し、石油系プラスチックを従来品より年間 1 2 t の削減を見込んでいます。サンドイッチの包材については、2020 年 4 月以降、従来品より 12.5%薄くしヘッダーのサイズを小さくすることで、石油系プラスチック使用量を減らしてまいりました。今回さらなる環境負荷の低減にむけて、新たなパッケージを導入いたします。

今後もファミリーマートでは、プラスチックの削減および環境配慮型素材の使用促進を進めてまいります。

左：従来品の旧パッケージ 右：新パッケージ

(ヘッダー形状を四角から台形型に変更し、高さを低くしています。)



【商品詳細】

	<p>【商品名】たまごサンド 【価格】212 円 (税込 228 円) 【発売日】4 月 19 日 (火) 【発売地域】全国 (沖縄県除く) 【内容】たまごサラダをコクと風味を感じる味わいにリニューアルしました。また、たまごサラダを 2.5%増量し、ボリューム感のある商品にしました。</p>
	<p>【商品名】ミックスサンド 【価格】239 円 (税込 258 円) 【発売日】4 月 19 日 (火) 【発売地域】全国 (沖縄県除く) 【内容】ハムたまご・ハムチーズレタス・ビネガーやブイオンで味付けしたツナサラダを組み合わせたサンドです。たまごサラダをコクと風味を感じる味わいにリニューアルしました。</p>
	<p>【商品名】ツナたまごサンド 【価格】221 円 (税込 238 円) 【発売日】4 月 19 日 (火) 【発売地域】全国 (北海道・沖縄県除く) 【内容】ビネガーやブイオンで味付けし、オニオンサラダを合わせたツナサラダと、たまごサラダとゆでたまごをサンドしました。たまごサラダをコクと風味を感じる味わいにリニューアルしました。</p>

	<p>【商品名】ハムチーズたまごサンド 【価格】230 円（税込 248 円） 【発売日】4 月 19 日（火） 【発売地域】全国（沖縄県除く） 【内容】ポークハムとチェダーチーズにたまごサラダとゆでたまごをサンドしました。ピネガーマヨソース仕立てです。たまごサラダをコクと風味を感じる味わいにリニューアルしました。</p>
	<p>【商品名】モーニングサンド 【価格】184 円（税込 198 円） 【発売日】4 月 19 日（火） 【発売地域】全国（沖縄県除く） 【内容】コロケ・たまごサラダ・ハムチーズ・ツナサラダの 4 つの味がそれぞれ楽しめるサンドイッチです。</p>

※画像はイメージです。

※軽減税率対象商品につき、税込価格は消費税 8%にて表示しております。

※店舗によって取扱いのない場合がございます。

【ご参考】

■ファミリーマートの商品におけるプラスチック削減の取り組みについて

◆既存の取り組み

<軽量化タイプのスプーンとフォークの導入>

プラスチック使用量の削減を目的に、持ち手の部分を穴の開いたデザインとした軽量化タイプのスプーンとフォークを導入しております。スプーンは、2021 年 5 月から順次導入し、現在全国の店舗で取り扱いしております。フォークは、2022 年 1 月に一部地域から導入を開始し、今夏には全店に取り扱いを拡大する予定です。

従来品と比較し、スプーンで約 12%、フォークで約 8%、プラスチックの使用量が削減されており、軽量化前と比較すると、スプーンとフォークの合計で年間約 87 トンのプラスチックの削減効果が見込まれます。



<マドラー本体の木製化、外装を紙製に変更>

「ファミカフェ」用のマドラーは、2020年3月以降、本体は木製、外装の袋は紙製に変更しております。変更前と比較して、年間約80トンのプラスチック使用量の削減効果となりました。

◆生分解性プラスチックを使用したカトラリーの導入拡大

<スプーン：生分解性プラスチック製スプーンの取り扱い地域を拡大>

現在、持ち手の部分を穴の開いたデザインとした軽量化スプーンを全店舗で導入しておりますが、東北地方と関東地方の店舗約7,300店では、生分解性プラスチック製スプーンも導入し、各店舗で自由に選択できるようにしております。導入エリアは、今後順次拡大していく予定です。※一部地域では取り扱い状況が異なる場合がございます。

<ストロー：全店で生分解性プラスチック製ストローとバイオマス配合のストローの選択制を実施>

全店舗で、生分解性プラスチック製ストローと、バイオマス5%配合したストローを取り扱えるようにしており、各店舗で選択できるようにしております。

<フォーク：一部店舗で生分解性プラスチック製フォークを取り扱い>

現在関東の一部店舗で、生分解性プラスチック製フォークを導入しています。該当店舗では、持ち手の部分に穴を開けた軽量化フォークと取り扱いを選択できるようにしております。



生分解性のスプーン・フォーク・ストロー

◆手巻きおむすびの包材変更について

2022年4月から、手巻きおむすびの包材フィルムの一部をバイオPP（※）を使用したフィルムに変更し、東北、関東、中部、北陸地域の店舗より順次、導入を開始しております。年間約7トンの石油系プラスチックの削減効果を見込んでおります。

（※）原料として植物などの再生可能な有機資源を使用するポリプロピレンの略称

◆スープ容器の環境配慮型容器について

2021年10月から、スープ容器の本体を一体化容器（プラスチック／紙）にするとともに、蓋の材質・材厚を変更。年間約39トンのプラスチック削減効果を見込んでいます。

◆直巻おむすびの包材変更について

2021年8月から、直巻おむすびの包材を、薄肉化および、バイオ素材の配合に変更することで、プラスチック使用量を減らし、年間約70トンのプラスチック削減効果を見込んでいます。

◆パスタ容器の環境配慮型容器について

2021年6月から、パスタ容器を再生可能資源由来のバイオPP容器に変更。2021年10月から、鍋の容器へも拡大しました。

◆弁当・寿司の一部容器の紙製容器への変更

2021年3月から、弁当・寿司の一部容器を紙製容器に変更しております。変更した弁当・寿司の一部容器は、従来のプラスチック製容器を使用した場合と比較して、1食あたり約40%のプラスチック使用量の削減を見込んでいます。

■「ファミマecoビジョン2050」の概要

ファミリーマートは、2020年2月に「ファミマecoビジョン2050」を策定し、持続可能な社会の実現に貢献するため、2030年及び2050年に向けた中長期目標として、「温室効果ガス（CO₂排出量）の削減」、「プラスチック対策」、「食品ロスの削減」の3つのテーマに基づき数値目標を設定しております。



1. 温室効果ガスの削減：店舗運営に伴うCO₂排出量（1店舗当たり）

・省エネ型機器の導入により、店舗の電気使用量を抑制し、CO₂排出の削減を進めます。

【数値目標】2030年 50%削減、2050年 100%削減（2013年対比）

2. プラスチック対策：オリジナル商品の環境配慮型包材・容器の使用割合

・容器・包材に植物を原料にしたバイオマスプラスチックや再生PETを配合するなど、環境配慮型素材の使用を進めます。

【数値目標】2030年 60%、2050年 100%

尚、レジ袋等の用度品を含めた環境配慮型素材割合は2030年度までに70%の水準を目指します。

3. 食品ロスの削減

・商品の発注精度の向上や容器包装の改良等によるロングライフ化を進めることで、食品ロスの削減を推進します。尚、発生した食品廃棄物は、食品リサイクルループなどの取り組みにより資源の有効活用につなげてまいります。

【数値目標】 2030年 50%削減、2050年 80%削減（2018年対比）

ファミリーマートは、「あなたと、コンビニ、ファミリーマート」のもと、地域に寄り添い、お客さま一人ひとりと家族のようにつながりながら、便利の先にある、なくてはならない場所を目指してまいります。

以上