

コンビニエンスストア初！
「FAMIMA CAFÉ」カップ・蓋一体型の
「完全紙カップ」(the good cup)導入に関する実証実験を開始
～2月7日(火)より、ファミリーマート本社店舗にて実施～

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、2021年から取り組んでいる 5つのキーワードのうち「食の安全・安心、地球にもやさしい」の一環として、FAMIMA CAFÉ「ブレンドS」における、カップ・蓋一体型の「完全紙カップ」（the good cup（※））導入に向けた実証実験を2023年2月7日（火）より1か月間、ファミリーマート本社ビルの社員専用店舗にて、ファミリーマート社員を対象に実施いたします。

（※）「the good cup」は Choose Planet A Ltd.（本社：香港）が特許出願中の製品です。



■コンビニエンスストア初となるカップ・蓋一体型の完全紙カップ「the good cup」導入の取り組みについて
このたび、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を定めた「ファミマecoビジョン2050」の一環として、実証実験において、FAMIMA CAFÉの定番商品「ブレンドS」をカップ・蓋一体型の完全紙カップである「the good cup」に変更いたします。本実証実験を通じて知見を高め、未来にむけたプラスチック削減に取り組んでまいります。

実施概要

場所：株式会社ファミリーマート 本社ビル ファミリーマート社員専用店舗

時期：2023年2月7日（火）～2023年3月6日（月）

実証対象：ファミリーマート社員

■全店展開時のプラスチック削減効果は年間約 250 トン！

ファミリーマート全店にて「ブレンド S」をカップ・蓋一体型の「完全紙カップ」に変更した場合、プラスチック削減効果は年間約 250 トンを見込んでおります。（2021 年度比）



■実証実験開始にあたり、SNS 上で完全紙カップ紹介動画を公開！多くの意見が寄せられました。

ファミリーマート社内での実証実験に先駆け、2023 年 1 月 31 日（火）にファミリーマート公式 SNS にて「the good cup 紹介動画」を公開し、今回の取り組みについて、意見を募集しました。

実際に動画を視聴した方からは、「グッドカップを使ってみたい」、「環境への配慮はありがたい」、「分別が楽で使いやすそう」という賛同意見をいただいた一方で、「紙の味がコーヒーに影響が出ないか心配」、「通常のカップも選択できるようにしてほしい」、「蓋がなくても飲めると嬉しい」などの貴重なご意見も集まりました。


これらの意見をもとにファミリーマート社員専用の店舗で実証実験を実施し、未来にむけたプラスチック削減の検証を行います。

■粕谷哲さんからのコメント

コーヒーは世界中で愛され多くの方が習慣的に飲まれているからこそ持続可能性を重視しなくてはならないと考えます。だからこそファミリーマートのような大量にコーヒーを販売するコンビニが SDG s に貢献する完全紙カップに取り組むことを嬉しく思います。

また、通常のカップでも蓋無しで飲んでいただくことで、プラスチック削減だけでなく、挽き立て淹れ立てのコーヒーの「香」を楽しめ、より美味しさを感じていただくことができます。是非お試しください。

【商品詳細】

	<p>【商品名】ブレンドS 【価格】102 円（税込 110 円） 【発売地域】ファミリーマート社員専用店舗にて実証実験を実施 【内容】豆選定、焙煎、抽出、すべて世界 No.1 バリスタ基準の自信作です。特長である「甘み」はそのままに、「コク」深い仕上がりの一杯です。</p>
---	--

※ World Brewers Cup2016 優勝「粕谷 哲氏」と共同開発した商品です。

※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。

粕谷 哲（かすや てつ）氏について



コーヒー業界に足を踏み入れてわずか 3 年で、独自のハンドドリップ理論「4:6 メソッド」により、WORLD BREWERS CUP 2016 にてアジア人として初めて世界チャンピオンに輝く。優勝後は世界各国のバリスタのコーチを行っており、2018 年には自身の教え子も同大会で優勝するなど、トップバリスタを育てるコーチとしても活躍中である。

「4:6 メソッド」：使うお湯の総湯量を 40%と 60%にわけて、それぞれで味と濃度の調整をする粕谷氏考案の画期的なハンドドリップの方法。従来のようなお湯を注ぐなどの“テクニック”による味の調整ではなく、注ぐお湯の量など“数字”で見える箇所での味の調整を可能にした革新的な手法。「誰でも簡単に美味しいコーヒーを淹れられる」というコンセプトから考案されました。

経歴

2013 年 IT ベンチャーを退職し、現 COFFEE FACTORY に入社。バリスタとしての道を進み始める。

2015 年 Japan Brewers Cup 2015 優勝。

2016 年 World Brewers Cup 2016 優勝。日本人初の決勝進出、アジア人初の世界制覇を達成。

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

【ご参考】

ファミリーマートでは、プラスチックの削減を重要な社会的課題であると認識し、プラスチック使用量の削減や環境に配慮した素材への切り替えなど、さまざまな取り組みを進めております。

- 当社のプラスチック対策の取り組み全般については、ホームページからご覧いただけます。

https://www.family.co.jp/sustainability/material_issues/environment/nature.html

2020年2月には、環境に関する中長期的目標「ファミマecoビジョン2050」を策定いたしました。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を設定し、「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つのテーマにおいて取り組みを進めております。

■「ファミマecoビジョン2050」の概要



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）