

NEWS RELEASE

2024年6月25日



報道関係各位

株式会社ファミリーマート

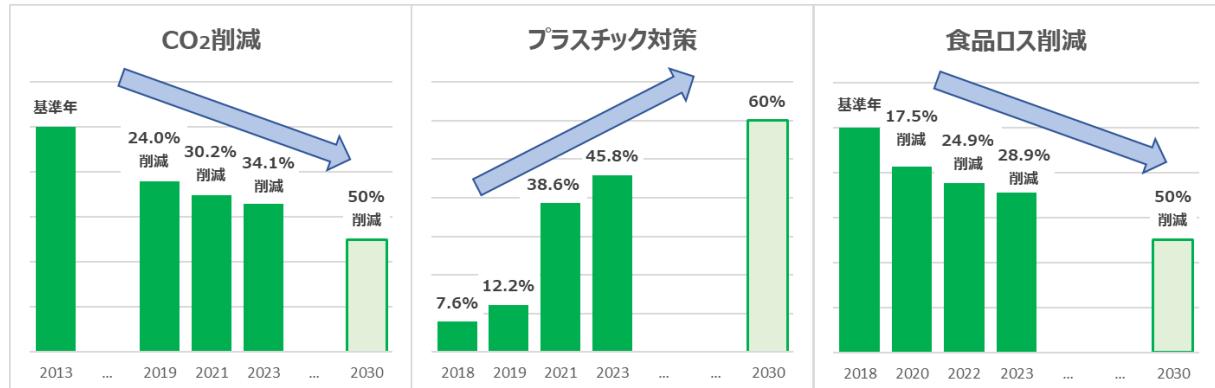
環境目標「ファミマ eco ビジョン 2050」経過報告を公開 ～食品ロス削減など3テーマすべてで2023年度計画を達成～

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、環境に関する中長期目標「ファミマ eco ビジョン 2050」の2023年度実績が、店舗運営に伴うCO2削減、プラスチック対策、食品ロスの削減の3テーマすべてで計画を上回る結果となりましたのでお知らせします。2030年と2050年の中長期目標の達成に向けて、取り組みをさらに推進してまいります。

◆「ファミマ eco ビジョン 2050」2023年度の数値実績

	2023年度		2030年	2050年	
	計画	実績	進捗	目標	
店舗運営に伴う CO2削減（2013年対比）	33.0% 削減	34.1% 削減	○	50% 削減	100% 削減
プラスチック対策 (環境配慮型素材使用割合)	44.0%	45.8%	○	60%	100%
食品ロス削減 (2018年対比)	26.3% 削減	28.9% 削減	○	50% 削減	80% 削減

◆各部門の進捗状況～目標達成に向けて順調に推移



◆「ファミマ eco ビジョン 2050」とは？

「ファミマ eco ビジョン 2050」は、当社が2020年2月に制定した環境に関する中長期目標です。「店舗運営に伴うCO2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取り組みを推進しています。持続可能な社会の実現に貢献するため、それぞれのテーマで2030年と2050年に向けての中長期目標を定めています。

<テーマごとの中長期目標>

テーマ	目標	2030 年	2050 年
CO2 削減	店舗運営に伴う CO2 排出量（1 店舗当たり）の 2013 年度対比	50%削減	100%削減
プラスチック対策	オリジナル商品における環境配慮型素材の使用率	60%	100%
食品ロス削減	店舗における食品ロス削減率（2018 年対比）	50%削減	80%削減

◆「ファミマ eco ビジョン 2050」に基づく主な取り組み

(1) 店舗における CO2 削減

省エネ型機器の導入並びに照明器具の消灯や照度コントロールにより、店舗の電気使用量を抑制し、CO2 の削減に取り組んでいます。

<主な取り組み>

①LED 照明の導入

店内及び店頭の蛍光灯を原則全店で LED に変更済み（2022 年 8 月末完了）。

ウォークインの蛍光灯も 2022 年度から順次 LED に切り替えており、合計で約 13,400 店に導入している（2024 年 2 月末現在）。

②ノンフロン什器の導入

節電効果のある、CO2 冷媒を使用したノンフロン冷凍・冷蔵什器の導入を推進している。直近で約 1,600 店に導入（2024 年 2 月末現在）。

③太陽光パネルの導入

約 3,000 店に設置（2024 年 2 月末現在）。一部店舗では発電した電力を再生可能エネルギーとして店舗で活用している。

④電気使用量の制御システムの導入

店舗の電気使用量を最適な状態に保つ「エネルギー・マネジメントシステム（EMS）」や、過剰な換気を抑制しエネルギー効率を高める「CO2 換気制御システム」の導入を順次進めています。

(2) プラスチック対策

容器・包材に植物を原料と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ています。

<直近の主な取り組み>

①おむすびの取り組み

手巻きおむすびの包材フィルムをバイオマスプラスチック配合素材に変更（2023 年 5 月から全アイテムに拡大）。プラスチック使用量（石油由来）は年間約 6 t 削減。

②パスタの取り組み

パスタ容器を軽量化しバイオマスプラスチック配合素材に変更。あわせて容器の着色剤も削減（2023年11月から）。プラスチック使用量（石油由来）は年間約93t削減。

③チルド弁当の取り組み

チルド弁当の容器の仕様を変更しプラスチック使用量を削減。あわせて容器の着色剤も削減（2024年1月から）。プラスチック使用量（石油由来）は年間約418t削減。



④スイーツの取り組み

スフレプリンの容器をバイオマスプラスチック配合素材に変更したほか、シュークリーム2品の包装でフィルムの厚みを薄くし、バイオマスプラスチック配合素材への変更を実施（スフレプリンは2024年3月から、シュークリームは2024年4月以降順次）。プラスチック使用量（石油由来）は年間約26t削減見込み。

⑤サンドイッチの取り組み

サンドイッチの包装でフィルムの厚みを薄くし、バイオマスプラスチック配合素材への変更を実施（2024年5月から）。プラスチック使用量（石油由来）は年間約30t削減見込み。



（3）食品ロス削減

店舗における値引き販売の実施や、商品の発注精度の向上や容器包装の改良など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。

<主な取り組み>

①店舗値下システム「ファミマのエコ割」

2021年7月から、消費期限の迫ったおむすびや弁当などの中食商品に、バーコード付きの値下げシールを貼って値下げ販売する取り組みを実施しています。レジでバーコードを読み込むと自動的に値下げされます。値下げのタイミングや価格は、各店舗の判断で実施します。現在、全国の9割以上の店舗で活用されています。



②「てまえどり」を全国の店舗で通年展開

消費者庁及び農林水産省、環境省の3省庁と連携し、全国の店舗で「てまえどり」を推奨する掲示物を通年で掲示しています。「てまえどり」は、陳列棚の手前にある販売期限が短い商品から、お買い上げいただく購買行動です。



③特殊な包装技術を活用した消費期限の延長の取り組み（ロングライフ化）

惣菜やサラダなどの一部商品に、特殊な包装技術であるガス置換方式を採用し、美味しさをそのままに消費期限を1日～3日延ばす取り組みを行っています。ガス置換方式とは、容器内の空気を商品に適したガスに置き換える技術です。ガスを密封するために、容器のふた部分をトップシール化することで、プラスチック使用量の削減にもつながります。



④連絡協議会

2024年度から食品ロス削減をさらに推進するために、社内に新たな連絡協議会を立ち上げました。連絡協議会では、「製造段階での対応」「販売方法での対応」「新たな手法のトライ」の3つのテーマについて、実験なども含めた新たな取り組みを推進しています。

＜ご参考＞

- ◆ファミリーマートのサステナビリティの取り組みは[こちらから](https://www.family.co.jp/sustainability.html)

◆「ファミマ eco ビジョン 2050」についてはこちらから
<https://www.family.co.jp/sustainability/ecovision.html>



今後も、ファミリーマートでは、「あなたと、コンビに、ファミリーマート」のもと、サステナビリティ活動を一層進化させることで、社会とともに持続的な成長を実現してまいります。

以上