



環境への配慮

Environmental Awareness

環境負荷低減に対する社会からの関心は年々高まっています。

国内約16,500店舗で日々の生活に欠かせない商品を提供し、

原料の調達から製造・配送に至るサプライチェーンを持つファミリーマートでも、事業の各段階で環境に与える負荷が最小限になるよう、様々な取り組みを行っています。

プラスチックごみの削減

廃棄されたプラスチックによる海洋汚染や生態系への影響は、グローバルで解決すべき課題として社会的な注目を集めています。包装材を中心にプラスチックを使用しているファミリーマートにおいても、プラスチックごみの発生抑制に取り組むと同時に、環境に負荷の少ない素材への切り替えを進めています。

バイオマスプラスチック容器の活用

ファミリーマートでは、サラダの定番商品に植物由来の包材であるバイオマスプラスチック容器を使用しています。石油資源を使わず植物を原料とするバイオマスプラスチックは、原料の植物が光合成時に吸収するCO₂の量と処分時に焼却によって排出されるCO₂の量がほぼ同じであることから総排出量の抑制につながります。2018年度は2,402トン相当のCO₂排出量を削減することができました。



バイオマスプラスチック容器を使用した「フレッシュ野菜サラダ」

包装材の容量削減

弁当類の包装については2014年度より、容器と蓋の結合部分のみをフィルム包装する「サイドシュリンク包装」へ順次変更しています。この変更により、プラスチック原料を年間541トン、CO₂換算で年間1,934トン相当を削減しています。

また、オリジナル惣菜「お母さん食堂」では、包装材をプラスチックの蓋から容器の蓋に特殊加工するトップシールへと変更しました。この変更により、同容量の惣菜容器と比較して、プラスチック原料を年間33.6トン、CO₂換算で年間153.7トン（導入時の試算）を削減しています。

レジ袋削減に向けた取り組み

ファミリーマートが加盟する一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会では、「2020年度までにレジ袋辞退率30%達成」を目標に掲げています。この実現に向け、レジでのお声掛けやポスター掲示による啓発活動を行い、ファミリーマートの2018年度のレジ袋辞退率は28.9%となりました。また、ストアスタッフによる適正サイズのレジ袋使用、原料となる石油使用量の削減につながる薄肉化など、レジ袋削減に向けた施策を推進しています。

食品ロスの削減

ファミリーマートの店舗売上高は、約60%が食品で占められています。販売数を予測して製造し、消費期限内に味わっていただくことができなかった商品を廃棄することは、大きな環境負荷につながるだけでなく店舗にとっても負担となります。こうした食品の廃棄ロスを削減するために、様々な取り組みを行っています。

中食商品のロングライフ化

主力商品である中食カテゴリでは、原料や調理方法を見直してロングライフ化（販売期限の延長）に取り組んでいます。

原料・製造工程・調理方法の見直しによるロングライフ化

カテゴリ	実施例
パン	水分値管理・生地配合見直しでの劣化低減
デザート	パイ生地の原材料見直し
チルド寿司	炊飯方法変更による米の劣化低減
調理パン	調理方法変更

オリジナル惣菜「お母さん食堂」では、商品の一部に「ガス置換包装」を採用しています。これは、容器内に酸素に代えて二酸化炭素と窒素を注入することで、酸化抑制効果を高め、食品の劣化を防ぐ技術で、これにより惣菜の鮮度とおいしさを損なうことなく消費期限を延長することが可能になりました。今後は同様の包装技術を他の商品カテゴリにも拡大させる計画です。



「ガス置換包装」を採用した「お母さん食堂」

廃棄ゼロに向けた取り組み

おせち料理やクリスマスケーキなどの季節商品に関しては、廃棄ロス削減を目的に予約限定商品の設定や完全予約制の推奨を行います。

完全予約制に向けて、予約期間の延長、早期予約割引の設定、店頭店内等での告知に加え、2019年10月からは、新たにネット予約受付サイトを開設する予定です。過剰な発注を抑制するだけでなく、製造数を適正化させ、廃棄ゼロを目指します。

冷凍食品の売場拡大

保存性の高い商品へのニーズが拡大していることから、冷凍食品の品揃えを拡大するとともに、売場においても陳列棚の数を増やして対応しています。2019年9月末までに4,000店舗で売場を拡大する予定で、中食商品に続く重点カテゴリとして位置付けています。



冷凍食品の売場を拡大