

2020年2月20日

CFO・IR室

## ファミリーマート サステナビリティ説明会 質疑応答要旨

◆2020年2月19日(水)10:00~11:00

Q. 年間でどのくらいの ESG 関連の投資を想定しているのか。

A. 今回の中長期目標は各部署と慎重に協議の上、できるだけ具体的な数字を設定しているが、金額ありきではなく、投資回収が可能かどうかも重視しており、フランチャイズ契約が10年であることを鑑みると、5年程度で投資回収ができるものに重点的に投資したい。

Q. サプライチェーンのリスク分散化とCO2の削減についてどう考えるか。

A. サークルKサンクスとの統合後、工場の統廃合や専用工場化を進めてきたが、現状ではサプライチェーンの供給網に非効率な部分も残されている。まずは、生産効率を上げることがサプライチェーン自体の投資の促し、結果的にCO2の削減にもつながる。BCPにおいては、引き続き各自治体との災害協定に基づいた対応を行っていく。

Q. こども食堂やファミマサークル等の施策を加盟店に浸透させるための取り組みは。

A. 毎週加盟店に配信している「WeeklyNews」という動画で紹介している他、地域のオーナー同士をつながりの中で施策が浸透しており、長期的には売上の向上に資するものになると感じていただいている。

Q. 嗜好品であるたばこの販売が売上の4分の1程度を占めているが、その点についてどう考えているか。

A. 酒やたばこの販売継続の重要なポイントとしては対面販売における年齢確認を厳格に対応することで未成年者への販売の抑止力となっている点である。また、店頭を設置している灰皿について、オリンピックの開催もあることから、会場の近くの店舗では撤去する方針である。

Q. CO2の削減が100%とあるが、実際に可能なのか。

A. 完全にゼロとすることは技術革新に頼る部分もあるが、当社としては毎年の改善実施、モニタリングを継続し、ゼロに近づける努力をするという決意表明と理解していただきたい。

Q. 廃棄ロスについて、見切り販売はないのか。

A. 見切り販売の実験は行っているが、見切り販売の決定権は加盟者にあり、単一商品を扱っている業態でないことから、利益につなげることがなかなか難しい。今年度の施策である予約販売の強化は効果が高いことが実証されたため、今年度も継続していく。

Q. 環境配慮型の商品に対する付加価値について。

A. 全産業のプラスチック使用量に比べ、コンビニエンスストアのプラスチック使用量は僅かだが、コンビニエンスストアから出るプラスチックごみが多いことが社会問題化している。当社では 7 月 1 日のレジ袋有料化にあわせ、バイオマス素材の配合率を改善したレジ袋を採用し、商品販売時に消費者にレジ袋を購入又は辞退することを選択いただく。辞退されることで、プラスチック削減に繋がると考えている。

以上