

重要課題 1

環境配慮を通じた 「地域と地球の未来」への貢献



社会背景と課題認識 ～なぜ重要なのか～

世界人口の増加や世界経済の発展に伴い、自然環境の破壊や汚染、資源の過剰な利用が進み、地球環境は深刻な危機に直面しています。特にCO₂の排出増に起因すると考えられる地球温暖化が進行し、世界各地で異常気象が頻発・激甚化し、人々の日常生活を脅かしています。

こうした中、SDGs（持続可能な開発目標）が国際社会で合意されたことを受け、気候変動の緩和・適応や、循環型社会の形成に向けた目標や枠組みの整備が加速し、企業への取り組み要請や期待は一層高まっています。

これらの環境課題は、当社の事業にも大きな影響をおよぼすことから、看過できないと考えています。当社は、環境課題の解決に向けて、積極的に取り組むことで、持続可能な社会の実現に貢献したいと考えています。

目指す姿～取り組みアプローチ～

環境方針（序文）

当社は、地域からずっと必要とされる存在であるように、人や地域に寄り添うことで進化し続ける地域密着を、本気で実現します。そして、ファミリーマートに関わるみんなが、家族のようにつながり、お客さまにとって地域の家族のような存在を目指します。

こうした基本理念を基に、環境に配慮した取り組みを通して、「地域社会」の持続可能な発展に貢献するとともに、それを推進するため、定期的に事業活動の環境影響を評価し、環境目標を設定して環境パフォーマンスの向上に取り組めます。

また、汚染の予防及び環境保護に取り組み、環境マネジメントシステムの継続的改善を図ります。

取り組み項目

- 環境マネジメントシステムの継続的改善
- 気候変動の緩和と適応
- 食品ロスの削減
- 持続可能な資源利用
- 環境汚染の防止

『ファミマecoビジョン2050』

詳細は当社の企業WEBサイトをご覧ください。
<https://www.family.co.jp/sustainability/ecovision.html>

温室効果ガス削減

店舗運営に伴う
CO₂排出量

2030年 → 2050年
40% 削減
100% 削減
 (2013年比)

プラスチック対策

環境配慮型素材
使用割合

2030年 → 2050年
60% 削減
100% 削減
 (2018年比)

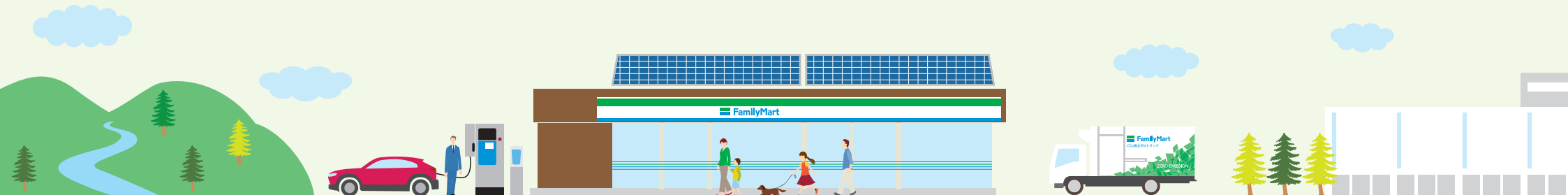
食品ロス削減

店舗の
食品廃棄物

2030年 → 2050年
50% 削減
80% 削減
 (2018年比)

2020年2月、当社は中長期の環境目標「ファミマecoビジョン2050」を公表しました。

この内容は、社会・環境委員会での議論、および取締役会への報告・確認に基づいて策定されました。



環境マネジメントシステムの継続的改善

環境マネジメントシステム

当社は基本理念やサステナビリティ基本方針、環境方針に則った環境経営を推進するために、国際規格ISO14001に基づき全事業所を対象とする環境マネジメントシステム (EMS) を構築し、社長をトップとする全社的体制で、本部と全店舗が連携しながら、EMSの継続的な改善に努めています。

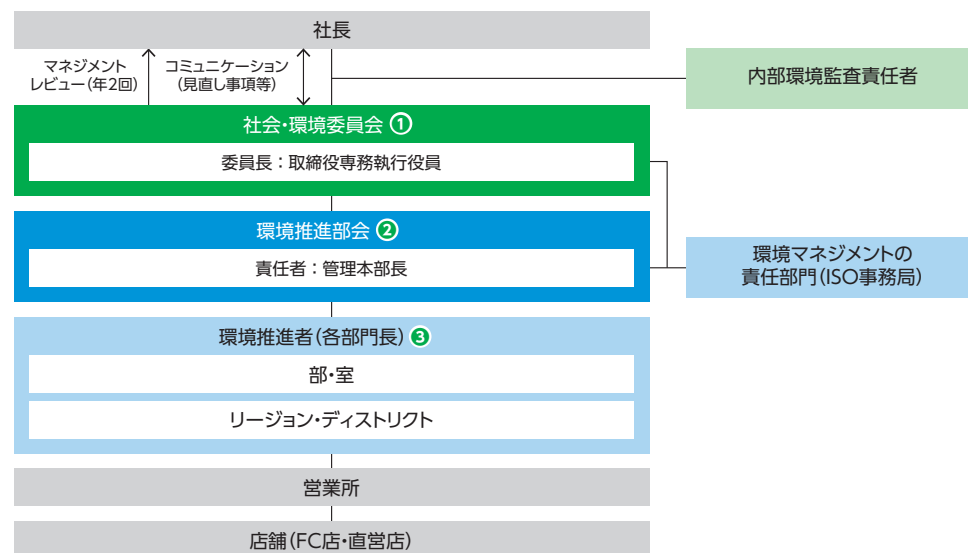
当社の環境マネジメント推進体制は、環境最高責任者であるCAOを委員長とする社会・環境委員会と、環境推進者(各部門長)で編成される環境推進部会の2つの組織で構成されています。

半期に一度開催する社会・環境委員会^①では、環境保全活動全般に関する案件を審議しています。近年、気候変動をはじめ、食品ロスやプラスチックごみ、水資源などの環境問題が、社会や当社事業におよぼす影響を踏まえ、リスクと機会の観点から分析・把握した上で意思決定を行っています。

また、四半期に一度開催の環境推進部会^②では、環境目標の達成状況の検証・評価や、新たな施策立案などを行っています。

なお当社では、商品やサービスの調達・企画から物流・販売等のあらゆる段階において、各部門が連携して環境に取り組むために、各部門長を環境推進者^③に任命し、実行力を高めています。

環境マネジメント推進体制図



内部環境監査

当社では、EMSが適正かつ効率的に運用するために、毎年、すべての事業所と店舗を対象に、内部環境監査を行っています。店舗の内部環境監査はスーパーバイザーが担当し、結果はサステナビリティ推進部に報告されます。サステナビリティ推進部では、報告結果を分析し、改善が必要な店舗に対しては、スーパーバイザーを通じて改善指導を行っています。

なお、内部環境監査における指摘事項は経営層にも報告を行い、次年度以降のEMSの改善に活用するとともに、好事例はほかの店舗や事業所へ水平展開することでグループ全体の環境改善につなげています。

2018年度の内部環境監査の結果、環境に関する法令違反や重大な環境問題の該当事項はありませんでした。

外部環境監査

当社は1999年3月にISO14001を認証取得して以来、定期的に外部審査機関の審査を受けています。直近の2019年11月には、店舗、地域を統括する事業所、本社の対象部門を対象に更新審査を受け、認証継続の評価を得ました。

環境教育

当社では、全従業員が自身の業務に環境意識を持って取り組めるよう、環境教育・啓発に取り組んでいます。全社員向けとしては、環境に関する基礎知識のほか、店舗運営に関する環境法規制などについて毎年1回のeラーニングを行っています。また、店舗運営をサポートするスーパーバイザー、お取引先と事業を推進する調達担当者など、それぞれ保有すべき環境知識等が異なることから、部門ごとに特性に合わせた教育を実施しています。

TOPICS

加盟店の環境教育

全店舗の店長とストアスタッフに向けて、環境教育ツール「ecoぱーとなー」を年3回発行しています。2019年度からは、データにより店舗へ配信しており、ストアスタッフも含め誰もがしやすい仕組みにすることで、環境意識向上と活動の徹底を図っています。また、各店舗では、同様に配信した各種チェックリストを用いて自己点検することで環境活動の継続的改善につなげています。



加盟店向け環境教育ツール「ecoぱーとなー」

気候変動の緩和と適応

課題認識

CO₂をはじめとした温室効果ガス（GHG）の人為的排出増に起因すると考えられる地球温暖化の影響により、世界各地で異常気象が頻発・激甚化しています。こうした気候変動に伴うリスクは、災害のみならず、食糧や水、生態系などにも大きな影響をおよぼすことから、私たちの日常生活や企業活動はおろか、将来世代にも重大な影響をおよぼし得るリスクとなっています。

こうした中、SDGsやパリ協定が国際社会で合意されたことを受け、気候変動の緩和および適応に向けた目標や枠組みの整備が加速し、企業への取り組み要請が一層高まっています。

主な成果・実績

- 環境省 脱炭素経営による企業価値向上促進プログラムへの参画(2019年8月)
- GHG(CO₂)総排出量：
前年比89.4%
- エネルギー消費量(組織内)：
前年比93.7%

マネジメント アプローチ

当社が排出するGHGの9割が店舗のエネルギー使用に起因することを踏まえ、店舗における徹底的な省エネの推進に加え、再生可能エネルギーの積極利用や環境配慮型店舗の開発により、脱炭素社会の実現に貢献します。また、気候変動が原材料調達や商品需要、店舗営業にいたる自社の事業活動におよぼす影響をリスク・機会の双方で把握・評価し、的確な対応策を講じるとともに、積極的な情報開示にも努めます。

カーボンマネジメント

当社は、気候変動および地球温暖化の主要な原因と考えられているGHGの削減に向けて、事業プロセス全体で、さまざまな取り組みを進めています。

当社が排出するGHGの9割が店舗のエネルギー使用に起因することを踏まえ、2030年までに1店舗当たりの店舗のエネルギー消費量(電気使用量)を2013年度比で40%削減する目標を設定し、省エネ機器への切り替え促進や、最新技術の積極導入による環境配慮型店舗モデルの開発に取り組んでいます。

なお、パリ協定に整合する目標を設定した上で、GHG削減の取り組みを着実に実行するために、2019年に「環境省 脱炭素経営による企業価値向上促進プログラム」に参加し、脱炭素経営促進ネットワーク会員としてSBT (Science Based Targets、科学と整合した目標設定) の設定に向けた検討を開始しています。また、気候変動対策に積極的に取り組む国内の企業や自治体、団体、NGOなど、国家政府以外の多様な主体が集まり情報発信や意見交換を強化するプラットフォーム「気候変動イニシアティブ (Japan Climate Initiative)」にも賛同しました。

今後もステークホルダーと協力しながら、気候変動対策を進めていきます。

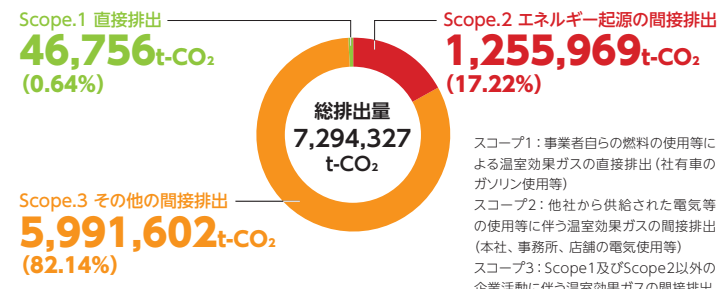
サプライチェーンCO₂排出量の管理

日本では、大企業を中心に地球温暖化防止の取り組みが進展する一方で、中小企業や消費者の取り組みは不十分と言われ、大きな課題に挙げられています。

当社はサプライチェーンCO₂排出量*の削減に向けて、まずは環境負荷を適切に評価するために、環境省の「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量の算定方法基本ガイドラインに関する業種別解説 (小売業) Ver.1.0」に基づき、サプライチェーン全体のCO₂排出量を算定しています。今後は、データ収集の精度向上や算定範囲の拡大に取り組むとともに、算定結果を分析して、サプライチェーン全体のCO₂排出量削減に向けた取り組みを強化していきます。

※ サプライチェーンCO₂排出量：事業者自らの排出だけでなく、原材料の調達から商品製造、物流、販売、廃棄、リサイクルまでを含む、事業活動全体に係る排出を合計した排出量。

サプライチェーンCO₂排出量の内訳

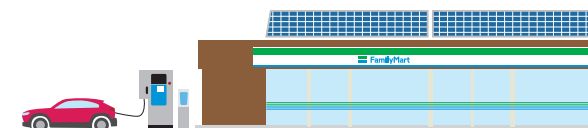


📄 データ編へ：2018年度のGHGカテゴリ別排出量

気候変動の緩和と適応

店舗における取り組み

地球環境に配慮した店舗づくり、店舗オペレーションのルール化や見直し等により、CO₂排出量の削減に取り組んでいます。また、2030年までに1店舗当たりの店舗のエネルギー消費量(電気使用量)を2013年度比で40%削減する目標の実現に向けて、環境配慮型店舗モデルの開発にも積極的に取り組んでいます。



環境に配慮した店舗づくり

当社は、店舗のエネルギー消費量を削減するために、店内照明をはじめ、ファサード看板やサイン看板、駐車場照明のLED化を進めてきました。また、時間帯・店内のゾーンごとに明るさを制御するシステムの導入や、エネルギー起源CO₂とフロン類の排出量削減を同時に実現できるCO₂冷媒を使用した冷凍・冷蔵庫の導入も進めています。

CO₂冷媒を使用した
冷凍・冷蔵庫の導入状況

90店180台
(2019年2月末時点)



これまでの省エネ設備取り組み変遷

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

店舗でのオペレーション上の取り組み

各店舗では、こまめな電源のオン・オフや、定期的な仕器のフィルター清掃など、店舗でできる「節電10か条」をストアスタッフに周知徹底し、日常の店舗オペレーションに組み込むことで、コスト意識を持った環境負荷低減に向けた取り組みを推進しています。



フィルター清掃の様子

再生可能エネルギーの活用推進

当社は、店舗のエネルギー消費量の削減と合わせて、再生可能エネルギーの積極採用も進めています。店舗の屋根上や外壁に太陽光発電パネルの設置を進めており、発電された電力の一部は、店内でも使用しています。また、EV(電気自動車)やPHV(プラグインハイブリッド車)の利用環境の整備に貢献するために、電気自動車用急速充電器の店舗駐車場への設置も進めています。



太陽光発電パネル
設置店舗

2,083店
(2019年2月末時点)



電気自動車用
急速充電器の設置店舗

710店
(2019年2月末時点)

FOCUS

環境配慮型店舗モデルの開発

当社では、環境配慮型店舗の実証実験として、環境材料や省エネ機材の積極利用に加え、空調・換気・冷蔵ケースなどの電気機器をインターネットに接続・監視することによる電気使用量の削減効果の検証を進めています。一連の実証実験により、発光効率の高い「高効率LED照明」が、従来品と比較し電気使用量8%の削減効果を得たことから、2018年1月から順次、新店の店内照明に導入しています。

なお、2018年度も環境配慮型店舗を新たに5店開店し、継続して実証実験に取り組んでいます。

狙い	主な施策
材料・機材作成時のCO ₂ 削減	・建物の木造化
冷暖房負荷削減	・高気密・高断熱材の採用 ・全熱交換換気システムの採用
電気使用量削減	・自然冷媒型のオープンケース導入 ・ドリンクケース・平型ケース等の省エネ仕器導入
駐車時のCO ₂ 排出	・駐車場の低温アスファルト施工

気候変動の緩和と適応

商品における取り組み

容器包装の工夫等により、CO₂排出量の削減に取り組んでいます。



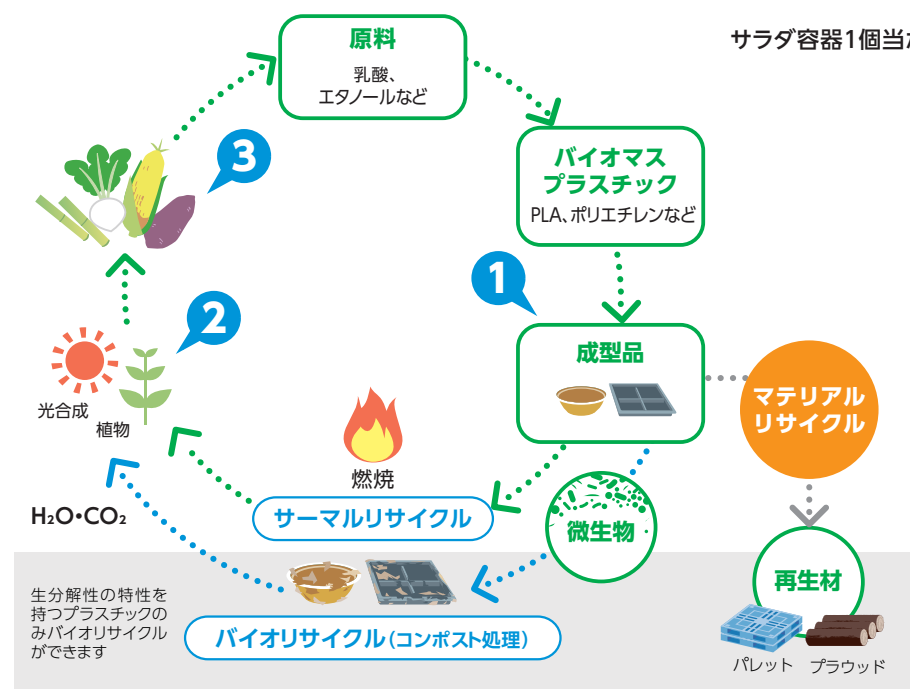
バイオマスプラスチック容器の使用促進によるCO₂の削減

日本国内で廃棄されたプラスチックの再利用率は、約84%と世界的にも高い水準となっています。しかし、石油製品を原材料とするプラスチックは、自然に分解されにくいことや、焼却処理や熱回収利用時にCO₂の排出に加えて、有害物質が発生する可能性が指摘されています。

そこで当社は、CO₂排出の削減につながるバイオマスプラスチック (PLA) 容器の使用を、サラダの定番商品を中心に2007年から導入を進め、現在では国内流通量の約2割を当社が使用しており、小売業で最も高い使用実績となっています。なお、当社が使用するPLAは、生分解性であることから、仮に自然界に廃棄された際にも、環境負荷が小さいとされています。

2018年度は、石油系プラスチック(A-PET容器)と比較して1年間で約2,402tのCO₂を抑制することができました。現在、サラダの定番商品にPLAを採用していますが、その他バイオプラスチックや再生PETなども含めた環境に配慮した素材を使用した商品の拡大に今後も取り組んでいきます。

バイオマスプラスチックの環境循環概念図



サラダ容器1個当たり

24.57 gの抑制につながる



原料が植物由来の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と容器の処分時に排出される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。

- 1 ごみを出さない**
再商品化することが可能です。
- 2 CO₂を増やさない**
焼却や分解により排出されるCO₂は、植物の成長過程で吸収されたCO₂です。だから、CO₂の絶対量は増やしません。(カーボンニュートラル)
- 3 石油資源を使わない**
植物からつくられるので、石油資源の節約に貢献します。

サイドシュリンク包装への切り替えによるCO₂の削減

従来、当社では弁当類の容器包装は、全体をラップする「フルシュリンク包装」を採用していました。2014年2月からは、容器とフタの結合部分にのみフィルムを装着する「サイドシュリンク包装」を導入し、2015年2月までに全面的に切り替えました。この取り組みによるCO₂の排出削減効果は、年間1,934t相当(従来ラップフィルム対比)、プラスチック原料の削減効果は年間541t相当となります。



サイドシュリンク包装は商品が見やすく、お年寄りから子どもまで誰にでも開けやすい、というメリットもあります。

気候変動の緩和と適応

物流における取り組み

当社が排出するGHGのうち、店舗に次いで多いのが物流過程です。

当社は、環境配慮車両の導入や配送のさらなる効率化を進めることで、環境負荷の低減に向けて取り組んでいます。



環境配慮車両の導入

当社は、1998年度にCNG（圧縮天然ガス）車、2003年度からハイブリッド車と、コンビニエンスストア業界で先じて環境対応車両を導入するなど、配送車両の低公害化に積極的に取り組んできました。

現在は車両の環境性能が大幅に向上したことから、燃費性能が良く、最新の排出ガス規制をクリアしたクリーンディーゼル車を全面的に採用・導入し、2023年には配送車をクリーンディーゼル車両に入れ替える計画を進めています。

また、さらなるGHGの排出削減に向けて、EV（電気自動車）やFCV（燃料電池車）車両の導入も、充電時間や導入コストなどを考慮しながら検討を進めています。

既存のディーゼル車両に
対し、CO₂排出量が

1 t/年削減可能



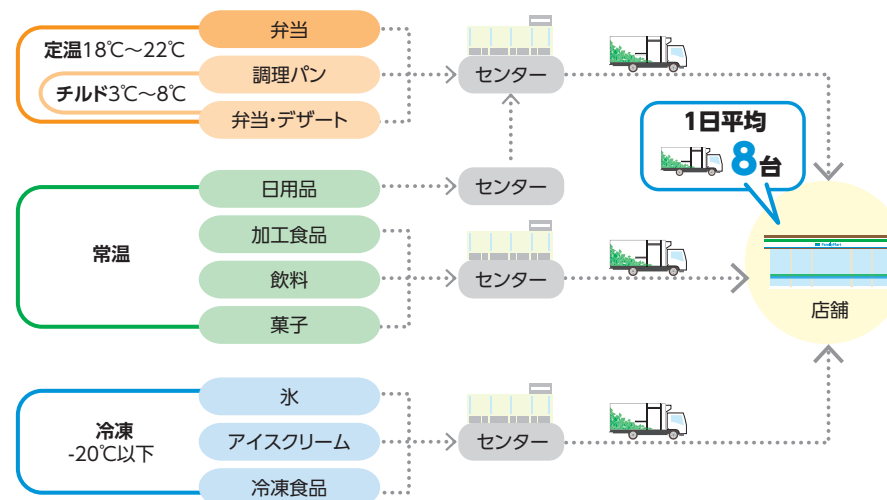
世界でトップクラスである日本の排ガス規制に対応したクリーンディーゼル車両を2019年9月から順次導入

配送の効率化

さまざまな温度帯の商品を取り扱う当社では、牛乳・デザートやチルド弁当などのチルド商品（3℃～8℃管理）と、弁当・パンなどの定温商品（18℃～22℃管理）を同時に積載できる2室式冷蔵車を使用することで、配送効率の向上と車両数の削減に努めています。加えて、複数の中食製造拠点やメーカーでつくられた商品を一旦物流センターに集約し、店舗ごとに一括配送する温度帯別共同配送の仕組みを構築することで車両数の大幅削減が可能です。（下図）

また、渋滞の影響を回避し、短時間で多くの店舗を効率よく巡回するために、配送センターや店舗間の最適な配送経路・時間をシミュレーションできる輸配送管理システム（TMS）を導入しており、これによりGHG排出とエネルギー使用の削減にもつながっています。

温度帯別共同配送の仕組み



気候変動の適応策の検討

当社では、地球温暖化や気候変動が引き起こすさまざまな事業環境の変化に対応しながら、事業を継続させ、また成長するための適応策についても検討しています。

例えば、小売業の要である物流網を守るため、台風や水害が発生する可能性を鑑み、物流拠点の検討時にはハザードマップを確認し、浸水リスクの低い土地への建設やリスク回避のための盛り土を行うほか、より堅牢なづくりの物流拠点の整備に努めています。

万一、被災により、物流拠点や中食製造拠点の機能停止や道路網の寸断が発生した際には、近隣の物流拠点より商品を仕入れたり、おむすびや日用品、飲料水等の緊急時に必要となる可能性の高い商品に絞って優先配送を行うなどの対応をとっています。

食品ロスの削減

課題認識

世界には貧困や飢餓・栄養不足の状態にある人々が多く存在する一方で、年間13億トンの食料が無駄に捨てられています。食料の多くを輸入に依存する我が国においても、年間2,759万トン^{*}の食品廃棄物等が発生し、このうちまだ食べることができる食品が廃棄される「食品ロス」は643万トン^{*}とされています。

こうした中、2030年までに小売・消費レベルでの世界全体の1人当たりの食品廃棄物を半減させ、生産・サプライチェーンにおける食品の損失も減少させることがSDGsの目標12に掲げられました。日本でも、2019年10月に食品ロス削減推進法が施行され、小売業には一層の取り組みが求められています。

^{*}農林水産省食品ロス量(2016年度推計)の公表値

主な成果・実績

- うなぎ弁当の予約販売強化による廃棄削減率80%削減(2019年上期)
- 中食商品のロングライフ化：最大10日(惣菜)

マネジメントアプローチ

食品ロスの発生は、環境負荷のみならず廃棄に伴う分別や処分にかかるコストなど、当社の事業運営にも大きく影響します。販売の軸を食料品が占める当社は、食品ロスの削減に向けた取り組みを重要課題の一つと位置付け、商品の発注精度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廃棄物の発生を抑制し、持続可能な消費・生産パターンへの移行に貢献します。

おでん販売方式の見直し

冬季に人気が高まるオリジナル商品「おでん」では、お客さまのご注文を受けてから電子レンジで温めて提供する新しい販売方式を、2020年1月に導入しました。従来の専用鍋で保温しながら販売する方式では、仕込み後に一定時間が経過した具材を廃棄していましたが、新方式はパック詰めされた具材の賞味期限が180日と長期保存が可能となり、食品ロス削減への大きな効果が見込まれています。また、具材の鮮度管理や補充、専用鍋の衛生管理・洗浄などの作業負担が軽減され、店舗オペレーションの効率化にもつながっています。

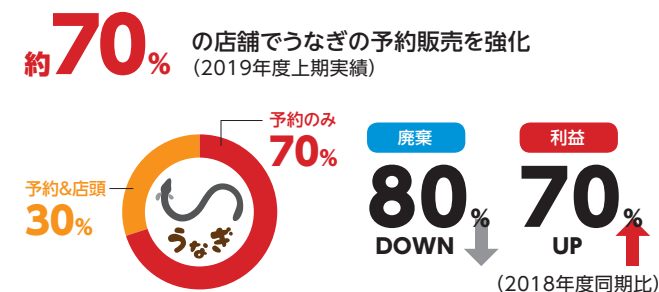


商品の発注精度向上と季節商品の予約販売強化

食品ロスの発生を抑制するために、店舗では日々の発注精度の向上に努め、販売期限切れによる食品廃棄の削減に取り組んでいます。2019年度からは、おせち料理やクリスマスケーキなどの季節商品では予約販売を強化し、お客さまのニーズに合わせた製造数の適正化を図ることで廃棄ゼロを目指しています。

予約販売の強化による効果

2019年7月の土用の丑の日では、約70%の店舗でうなぎ弁当を予約販売のみとしました。この結果、売れ残り商品が80%削減できたことで、廃棄による損失の削減効果により、加盟店の利益が70%向上しました。



食品ロスの削減

中食商品のロングライフ化の推進

主力カテゴリーの中食商品、原料や製造工程、調理方法の見直しなどによるロングライフ化（販売期限の延長）を積極的に取り組んでいます。オリジナル惣菜「お母さん食堂」では、商品の一部に通常のパッケージより鮮度を長く保つことが可能となる「ガス置換包装※」を採用したことで、惣菜の鮮度とおいしさを損なわず、添加物も増やすことなく、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ほかの商品カテゴリーにも広げる計画です。

※ガス置換包装：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、食品の劣化を防ぐ新たな技術。主な包装形式では、ピロー、トップシール、深絞り等がある。



包装技術の改良等により中長期的に取り組んでいる食品ロスの削減施策

カテゴリー	施策	販売期限延長目標・計画
バーガー・ロールパン	2019年度末からピロー包装の採用テストを実施	2021年度：2日→4日or5日
パスタ、チルド弁当の一部商品	2020年度からトップシール包装の採用テストを実施	2022年度：3日→5日
サンドイッチの一部商品	2020年度から深絞り包装の採用テストを実施	2022年度：1日→2～4日

ほかの主なロングライフ化の実施例

カテゴリー	実施事項の代表例	商品数	消費期限延長内容
寿司	①チルド寿司の期限延長 ②手巻き寿司の期限延長	7	①1.6日→2日 ②1日→1.6日
惣菜	①ロングライフ惣菜：揚げ物系商品の期限延長 ②魚惣菜：トップシール魚惣菜の期限延長 ③パウチ惣菜：売れ筋商品の期限延長	5以上	①20日→30日 ②8日→10日 ③30日→40日
パスタ	パスタオイル、原材料の麺変更により期限延長	3	2日→3日
チルド弁当	期限延長	2	3日→4日
デザート	期限延長	4以上	3日→4日
フライヤー	ハッシュドポテト 期限延長	1	2時間→4時間

製造委託中食工場の品質レベル向上による商品のロングライフ化

当社は、継続的に製造委託先である中食工場の品質管理ノウハウの向上に取り組んできました。これまでの取り組みを受けて、食味検査と細菌検査を再実施した結果、日配商品（対象商品：調理麺・生野菜サラダ・手作りデザート・菓子パン・惣菜パン・チルド弁当・カット野菜等）の販売時間を2時間延長することが可能となりました。これにより、各店舗で販売期限の確認作業が従来の1日6回から4回（一部地域を除く）に削減でき、食品ロスの削減に加え、店舗の省力化にもつながっています。

冷凍食品の売場拡大

食事形態の多様化等を背景に、保存性の高い商品へのニーズが拡大しています。当社はこうしたニーズに対応するため、冷凍食品の品揃えの充実とともに、売場の陳列棚の数を増やして対応しています。2019年9月末までに約4,000店舗で売場を拡大し、中食商品に続く重点カテゴリーとして位置付けています。なお、冷凍食品は消費期限の観点から食品ロスの削減にもつながると考えており、引き続き売場の拡大を計画しています。



冷凍食品の売場を拡大

持続可能な資源利用／環境汚染の防止

課題認識

経済成長と持続可能な開発を同時に実現するために、持続可能な生産消費形態の促進がSDGsの目標の一つに掲げられました。企業には関係法令の遵守を前提として、水や食糧をはじめとした天然資源の効率的な利用や廃棄物の適正処理と大幅削減など、循環型社会の形成に向けた一層の取り組みが期待されています。

なかでもプラスチックについては、海洋汚染や生態系への悪影響により、国際的に使用および排出抑制の流れが加速し、企業にはプラスチックごみの発生抑制や原材料の見直しが一層強く求められています。

主な成果・実績

- 食品リサイクル・ループの展開：国内7地域
- バイオマスプラスチック使用商品の拡大
- レジ袋辞退率(店舗)：28.9%

マネジメントアプローチ

当社は、天然資源をはじめとした原材料の使用削減と効率的な利用に加え、廃棄物の発生抑制・削減および再生利用・再利用、さらには環境汚染の防止にサプライチェーンを通じて積極的に取り組むことで、持続可能な生産消費形態の促進に貢献します。特にプラスチックについては、包装材を中心に大量に使用している責任を自覚し、容器包装の改善によるプラスチックの使用抑制に取り組むと同時に、環境負荷の少ない素材への切り替えを積極的に進めます。

食品廃棄物の再生利用の取り組み

店舗で発生する食品廃棄物(お弁当やおむすび、惣菜など)は生ごみ回収リサイクルシステムにより飼料や肥料、メタン等に再資源化し、食品リサイクル法で定められている食品小売業のリサイクル率目標55%を達成しています。なお、リサイクルを積極的に推進するため、リサイクルに対応できる廃棄物処理委託業者との取引を順次拡大しています。

また、当社は2008年に東京都内、神奈川県内の店舗などから排出される食品残さを回収し、飼料工場を持つ養豚場で飼料化し、その飼料で飼育した豚を使った弁当や惣菜パンを製造、販売する食品リサイクル・ループを構築しました。その後、リサイクル・ループの取り組みを全国に拡大し、現在7地域(2019年2月時点)で「再生利用事業計画」として認定されています。

2018年度の実績

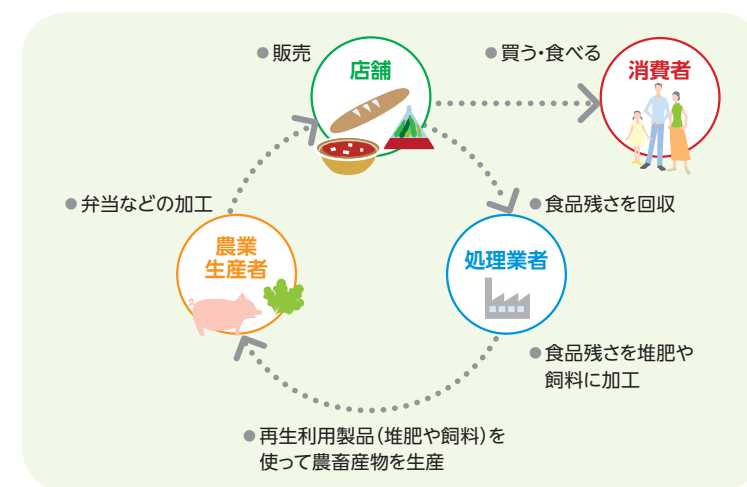
食品廃棄物発生量

71,135t

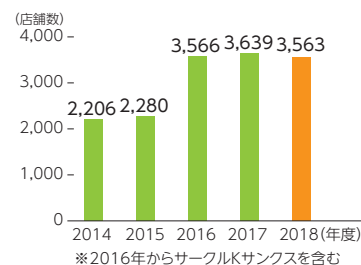
再生利用等実施率

56.3%

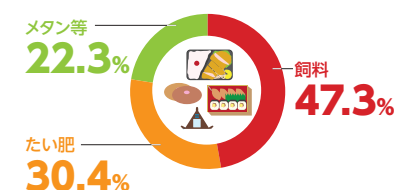
食品リサイクル・ループの仕組み



食品リサイクル実施店の推移



食品リサイクルの種別構成比



持続可能な資源利用／環境汚染の防止

プラスチックの削減に関する考え方

当社は容器包装リサイクル法に基づいたプラスチックの再生利用の促進や容器包装の改善に積極的に取り組み、プラスチックの使用抑制を進めてきました。

弁当類の包装については、2014年度から容器とフタ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541t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たことで、同容量の惣菜容器と比較し、プラスチック原料では年間33.6t、CO₂換算で年間153.7t(導入時の試算)を削減しました。

しかしながら、昨今のプラスチックごみ問題を受けて、当社は包装材を中心に大量に使用している責任を自覚し、容器の軽量化やリサイクル原料の活用、環境負荷の少ない素材への切り替えなど、さらに取り組みを強化していきます。

ファミリーマートのプラスチック削減の考え方

Reduce プラ使用量の削減

▶ 容器の軽量化・フィルムを薄くすることで削減

プラ削減効果

小～中

Recycle 再資源化

▶ リサイクル原料を活用した包材使用で削減

大

Renewable 持続(再生)素材利用

▶ 環境配慮素材(バイオマス)包材使用・配合で削減

小～大

取り組み事例

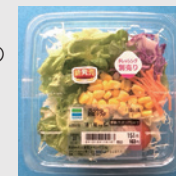
サラダ全品エコ容器化

Recycle

Renewable

- バイオマスプラスチック(PLA)をはじめとするエコ容器(バイオマスPET、再生PET)の使用促進(PLAは2007年から導入開始。現在、国内流通量の約2割を当社が使用)
- エコ容器使用量：約1,250t

▶ 2020年度にさらに拡大予定



調理パンのフィルム薄肉化

Reduce

- 新素材フィルムの採用による使用量の削減
- 削減効果：年間90t

▶ 2020年度導入予定



フィルムの厚み

現状 ▲5μ 今後
三角サンド 40μ → 35μ

アイスコーヒー：再生PET配合のカップ／マドラーの木製化

Reduce

Recycle

- カップに再生PETを使用、マドラーを木製化(袋もプラから紙製に変更)、ストローに環境配慮素材使用
- 削減効果：80t(マドラー)

▶ ストローレス実験中



再生PET

0% → 5%
配合
再生PET
2019年度上期 2019年度下期～

トップシール包装拡大

Reduce

- 惣菜に続き、サラダとパスタもトップシール化を検討
- ▶ 2020年度よりテスト開始



📖 関連情報：P26 バイオマスプラスチック容器の使用促進

持続可能な資源利用／環境汚染の防止

レジ袋削減に向けた取り組み

昨今、欧州を中心に世界各国でレジ袋削減に向けた取り組みが広がり、業態特性を考慮した適切な対応が求められています。レジ袋の削減は、容器包装の削減のみならず、CO₂の削減にもつながることから、非常に重要な取り組みです。

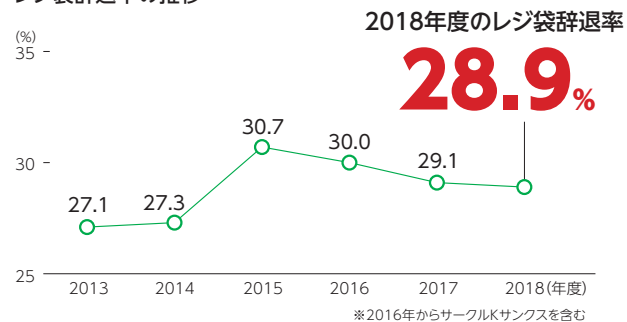
当社が加盟する一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会では、「2020年度までにレジ袋辞退率30%以上」を目標に掲げています。削減に向けてはお客さまのご理解とご協力が必要であることから、日頃から自治体と協働した消費者啓発キャンペーンなどを推進しているほか、レジ袋の使用確認のお声掛けや店頭ポスター掲示による啓発活動、マイバック持参の呼びかけなどを進めています。また、ストアスタッフによる適正サイズの使用、原料となる石油使用量の削減につながる薄肉化など、レジ袋の使用量削減に向けた施策も推進しています。

今後もレジ袋の辞退率向上に向けたストアスタッフの教育研修やお客さまへの協力呼びかけにより、一層の削減に取り組めます。



レジ袋削減啓発ポスター

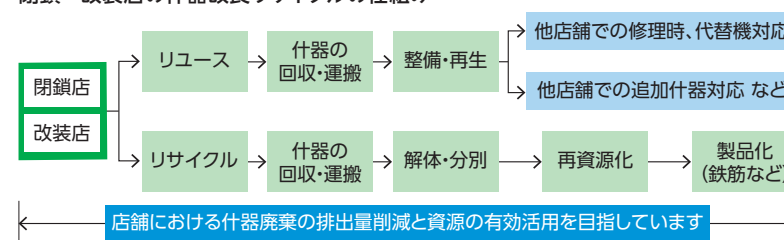
レジ袋辞退率の推移



什器のリサイクル

店舗閉鎖時に排出されるカウンター周りの什器のうち、利用可能なものは、整備・再生し、リユース什器として既存店の追加什器や修理代替機として活用しています。利用不可能なものは、解体・分別し機器や資材の原材料(鉄・銅など)としてリサイクルしています。

閉鎖・改装店の什器改良リサイクルの仕組み



廃食用油のリサイクル

ファミチキなどの店舗で調理する揚げ物で使用した廃食用油は行政から許可された廃食用油収集運搬業者に回収いただき、養鶏用飼料の添加剤やインク、石鹸などに100%リサイクルしています。なお、その一部は薬用ハンドソープとして店舗で使用することで循環型リサイクルを実現しています。また、2017年4月に電子マニフェストを導入し、廃食用油の適正な回収と正確な記録により、法令遵守ならびにトレーサビリティを確保しています。

TOPICS

処理業者との連携強化

一般・産業廃棄物の回収業務を廃棄物処理法に基づき正しく運用するために、廃棄物と廃食用油の回収業務を委託しているお取引先と、定期的に情報交換を行うことで連携を強化し、食品リサイクルの取り組み向上、店舗での運用課題の改善につなげています。



廃食用油収集
運搬業者連絡会議

TOPICS

「アーバン・ファミマ!!虎ノ門ヒルズ ビジネスタワー店」

当社と、株式会社アーバンリサーチのコラボレーション店舗である「アーバン・ファミマ!!」が東京都港区に2020年2月に開店します。本店舗は、都市で働く人々をターゲットに持続可能な新たなライフスタイルを提案することを目指しており、リサイクル、リユース素材を用いた店内什器や内装を取り入れた環境配慮店舗には、ファミリーマートおよびアーバン・リサーチの双方による「サステナビリティ」に配慮した商品展開を予定しています。



店舗イメージ

持続可能な資源利用／環境汚染の防止

環境配慮型プライベートブランド商品 「We Love Green」

「We Love Green」は、“この地球に生きている一人ひとりが自然を愛し、環境を守っていこう”という思いを込めて、当社が1999年に開発した環境配慮型プライベートブランド商品です。

該当商品には、開発基準（素材・使用時・廃棄時の環境負荷の低減）をクリアした印として「We Love Green」をラベリングしています。



リサイクル原料（再生ポリプロピレン100%）を使った「荷造りひも」や、すべり止め部分に天然ゴムを使用した「すべり止め手袋（薄手・厚手）」をはじめとした商品のほか、おむすびやサンドイッチなどの環境に配慮したパッケージも該当商品です。

フロンへの対応

店舗で使用する冷蔵・冷凍・空調設備には代替フロンを使用するとともに、法律に則った設備点検を実施しています。また、設備を廃棄する際には、フロン回収業者に処理を委託し、回収・破壊処理を徹底管理しています。さらに、エネルギー起源CO₂排出量の削減とフロン類の排出削減を同時に実現できる、CO₂冷媒を使用した冷凍・冷蔵庫の導入を進めています。

店舗における水の保全活動

当社は、2015年に環境省が提唱した、官民連携により日本の優れた水循環を支える施策である「JAPAN Water Style」に賛同しています。本施策では、水に関する商品やサービス、取り組みなどを通じて、新しい水との向き合い方を提案することを目的としており、当社では店舗運営を通じた水資源の循環を推進しています。店舗で使用するフライヤー調理器具の洗浄時に排出される油脂と水を分離する装置であるグリーストラップ[※]や浄化槽の設置、水の浄化施設の定期点検の実施により、排水の水質改善のほか、トイレの手洗い水栓を節水タイプに変更する等、水の使用量の削減にも取り組んでいます。

※下水道に直接油脂が流出することを防ぐ装置（油水分離槽）

グループ会社の取り組み

「クリアウォーター津南」水資源の有効活用

ミネラルウォーターの製造販売を行う株式会社クリアウォーター津南では、限りある水資源を有効活用するために、Reduce（できる限り使用する水を少なくする）、Reuse（できる限り繰り返し使う）の2Rの取り組みを全社一丸で進めています。

取水は、主に湧水と井戸水で、湧水はミネラルウォーターとして販売用に使用し、井戸水はボトルやキャップの殺菌洗浄や消雪等の用途に使用しています。

地域の皆さまと水源を共有していることから、年間使用水量について協定を締結し、その範囲内での取水、製造、販売を徹底しています。また、ペットボトルの内面洗浄、外面洗浄に使用している井戸水は超微細フィルターを通してろ過した後に、UHTシステム（超高温瞬間殺菌装置）で超高温殺菌を行います。洗浄後は回収タンクで再度超高温殺菌を行いリンス水として循環再利用することでReuse（再利用）、Reduce（削減）を図り取水量の削減に努めています。



クリアウォーター津南は、水や自然の恵みに支えられた企業として、自然環境との調和、地域社会との共生を図り、「安全・安心」で「価値ある商品」の提供を通じて、健康で豊かな社会に貢献することを企業理念としています。