

# サステナビリティ活動ハイライト

ファミリーマートの最新のサステナビリティ活動についてハイライト形式でご紹介します。

中長期の環境目標  
「ファミマeco  
ビジョン2050」  
設定

2020年2月、ファミリーマート初となる中長期的な環境目標「ファミマecoビジョン2050」を公表しました。

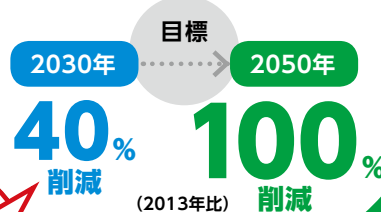
経済発展に伴い顕在化した様々な環境問題への対応が求められる中、国際社会においてはSDGs(持続可能な開発目標)をはじめ、これからの経済成長においては、環境や社会の持続可能性が不可欠であるという考え方へとシフトしています。

当社では、こうした社会の変化、ステークホルダーからの要請を受け、2030年と2050年を期限とした中長期の環境目標を設定しました。特に、当社の事業活動が影響を与える、「温室効果ガス削減」「プラスチック対策」「食品ロス削減」の3つのテーマについて、優先的に取り組むべきと考え、数値目標を定めています。

全社一丸となり、さらにはお客さま、加盟店やお取引先を含むビジネスパートナーの皆さまと協力しながら、持続可能な発展を目指し、「ファミマecoビジョン2050」の達成に向けた取り組みを推進していきます。

## 温室効果ガス削減

店舗運営に伴うCO<sub>2</sub>排出量



2019年度  
実績  
18%  
削減

### 【主な取り組み】

省エネ型機器の導入・使用拡大を通じた店舗の電気使用量の抑制。  
店舗スタッフへの環境教育等

目+ 関連情報：P26  
「気候変動の緩和と適応」

## プラスチック対策

環境配慮型素材使用割合



2019年度  
実績  
10%

### 【主な取り組み】

バイオマスプラスチック、再生PET使用商品の拡大や、改良による容器のプラスチック使用割合の削減

目+ 関連情報：P35「持続可能な資源利用」

## 食品ロス削減

店舗の食品廃棄物



2019年度  
実績  
8%  
削減

### 【主な取り組み】

季節商品の予約販売強化や、容器と製造手法の改良によるロングライフ化、発注精度の向上等

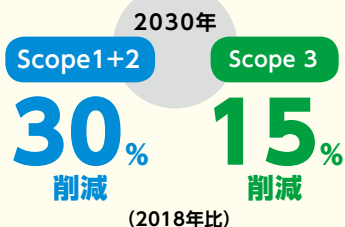
目+ 関連情報：P33  
「食品ロスの削減」

## サステナビリティ活動ハイライト

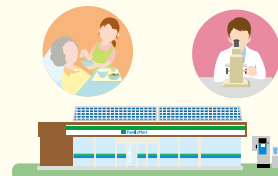
「TCFD」への  
賛同と気候関連の  
シナリオ分析の実施コンビニエンス  
ストア業界初の  
「SBT」認定取得

2020年3月、当社の温室効果ガス削減目標について、SBTイニシアティブの認定を取得しました。パリ協定の目指す「2℃目標」の達成に対し、「2℃を十分に下回る」科学的根拠のある目標は、SBT (Science Based Targets) として、SBTイニシアティブより認められます。

当社は、コンビニエンスストア業界では初めて、本認定を取得しました。

重要課題目標・  
KPIの設定

2019年度に見直した重要課題（マテリアリティ）について、2020年度はそれぞれに対し、目標・KPI等を設定しました。サステナビリティ委員会の監督の下、より実効性のあるサステナビリティ活動を目指し、PDCAを回していきます。



📖 関連情報：P10「サステナビリティ上の重要課題（マテリアリティ）」

「ファミリーマート  
人権方針」  
の制定

2020年10月、「当社にかかわるすべての方たちと「家族のように」つながり「ともに」歩んでいきたい」という思いのもと、あらためて「人権」に関して正しく理解し、行動するための指針と位置付け、「ファミリーマート 人権方針」を策定しました。本方針の社内外への周知を行うとともに、人権方針の定めるところの実践を目指します。

📖 関連情報：P20「人権の尊重」

※TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: 気候関連財務情報開示タスクフォース)



📖 関連情報：P30「特集 TCFD提言への対応」

📖 関連情報：P26「TOPICS コンビニエンスストア業界で初めてSBTイニシアティブの認定を取得」

## 有識者コメント ～人権方針策定に寄せて～



SDGパートナーズ  
有限会社  
代表取締役CEO  
田瀬 和夫 氏

コンビニエンスストアという業態は、その扱う商品の種類の多さや働く人たちの環境から、人権という概念と切っても切り離せないビジネスです。今般ファミリーマートが非常に強固な人権方針を策定され公開されたことは、ビジネスの土台の部分を強化し、顧客に見えている店舗や商品の部分のみならず、普段は見えないバリューチェーンまできちんとよいものにしていこうという、会社の明確な意思を示したものとして大いに評価できると考えます。これから重要なことは、着実な人権デューデリジエンスを行い、リスクがあると思われる部分は改善し、そうした情報について真摯に継続的に開示しステークホルダーとも対話していくことです。こうしたプロセスによって、ファミリーマートは地域の顧客のみならず世界全体から信頼される企業であり続けられると確信します。

# 新型コロナウイルス感染症拡大への対応

新型コロナウイルス感染症拡大を受け、当社はお取引先との協同による商品・サービスの安定供給と、お客さまが便利かつ快適に買い物のできる店舗づくり、ストアスタッフや従業員が安心して働ける環境の整備に、全社一丸となって取り組み、地域からの期待に応えていきます。



## 1 お取引先との協同による商品・サービスの安定供給

当社の中食商品は、原材料の調達から製造、配送、販売までサプライチェーンの全工程で品質管理体制を構築しています。製造委託をしている工場や物流センターでは、従業員の体調管理および工場内の衛生管理を徹底し、新型コロナウイルス感染予防対策を行っています。

### 製造委託工場における取り組み

- 工場スタッフの体温測定と健康チェック
- 作業場入場前の手洗いと手指のアルコール消毒
- 製造時のマスク、手袋の着用
- 工場内のドアノブや階段手摺りの定期的なアルコール消毒

### 物流センターでの取り組み

- 出荷作業やドライバーの出動前の体温測定
- 作業時のアルコール消毒や、手袋・マスクの着用
- 「3密\*」を防ぎ、休憩室の間隔確保
- ドアノブ等の定期的なアルコール消毒
- 掲示板における注意喚起の掲示

※3密：密閉、密集、密接を示す、厚生労働省の掲げる新型コロナウイルス感染症拡大防止のための標語。

## 2 お客さまが便利かつ快適に買い物のできる店舗づくり

店舗ではお客さまが安心して買い物をできるよう、ストアスタッフの手洗い、消毒、勤務時のマスク着用を徹底するほかに、飛沫防止シートの設置や、お客さまとの接触機会が多い場所の消毒、店内換気等を実施しています。

ご来店されるお客さまに対しても、マスクの着用やほかのお客さまやストアスタッフとの距離の確保を呼びかけています。

また、立地に応じて衛生用品や外出の自粛に伴う集ごもり需要に関連した商品品揃えを増やし、感染症の予防対策や消費行動の変化に対応しています。

### ① コイントレーの使用



### ② レジ前の並び位置の変更



### ③ 店内換気の励行



### ④ 飛沫防止シートの設置



### ⑤ お客さまとの接触機会が多い箇所の清掃・消毒の励行



### ⑥ 店内放送での告知



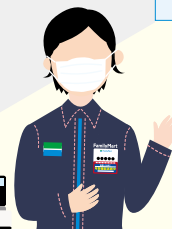
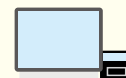
中食工場・配送センターでの衛生管理について

[https://www.family.co.jp/info/info\\_2020/info\\_factory\\_haiso-center.html](https://www.family.co.jp/info/info_2020/info_factory_haiso-center.html)



新型コロナウイルスに関する取り組み

[https://www.family.co.jp/info/info\\_2020/info\\_2004.html](https://www.family.co.jp/info/info_2020/info_2004.html)



## 3 従業員が安心して働ける環境の整備

当社では、従業員の感染予防と、感染拡大による事業継続への影響を避けるため、本社や各地区事務所において様々な取り組みを実施しています。新型コロナウイルス感染防止のため、全社的な対策をより厳しい基準で設定しており、また従業員の運動不足やストレス解消を目的に「健康News」の配信も実施しています。

### 感染予防のための取り組み

- 産業医や保健師による職場巡視と「3密パトロール」
- 各地区事務所、本社への消毒液の設置とマスクの配布、打ち合わせスペースへのパネル設置
- ポスターやデジタルサイネージによる注意喚起

### 万一感染した際の取り組み

- 新型コロナウイルス罹患窓口の設置
- 感染者の厳格な職場復帰手順の策定・実践



📄 関連情報：P71 [REPORT 新型コロナウイルス対策]