

**<ファミマルは環境にも“マル”!>  
気温が上がるこれからの季節に販売が伸長する  
“サンドイッチ”で年間約 30 トンのプラ削減へ  
～フィルムを約 14%薄くするなど環境対応～**

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、プライベートブランド「ファミマル KITCHEN（キッチン）」の人気カテゴリ「サンドイッチ」の包装を、環境に配慮し2024年5月14日（火）から順次、全国のファミリーマート約 15,900 店で変更いたします（※沖縄県は除く。BOX タイプのサンドイッチは除く）。

包装フィルムの厚みを約 14%薄くし、植物など再生可能な資源を原材料とするバイオマスプラスチックを一部使用いたします。これによりプラスチック使用量（石油を原材料としたもの）をカテゴリ全体で年間約 30 トン削減できる見込みです（2023 年度対比）。

なお、今回の取り組みは、ファミリーマートが継続して取り組む 5 つのキーワードのうち「食の安全・安心、地球にもやさしい」の取り組みの 1 つになります。



**◆人気 1 位はミックスサンド! サンドイッチの包装でプラスチック削減!!**

ファミリーマートのサンドイッチは、おむすびと並ぶワンハンド系の人気商品です。お出かけや行楽の際のニーズにも最適で、気温の上昇に合わせ、これからの季節に販売が大きく伸長していきます。

パン生地には発酵を助ける「発酵種」を配合しており、くちどけの良いしっとりとした食感のパンに仕上がっています。具材のボリューム感やパンの厚みにもこだわり、バラエティ豊かな約 20 アイテムを品揃えています。

人気ベスト 3 は、1 位「ミックスサンド」276 円（税込 298 円）、2 位「ジューシーハムサンド」290 円（税込 313 円）、3 位「たまごサンド」265 円（税込 286 円）です。環境に配慮した新しい包装とともに、ファミリーマートの自慢のサンドイッチをぜひお楽しみください。

### 【サンドイッチの人気商品ベスト 3】

	<p>【商品名】ミックスサンド          【価格】276 円（税込 298 円）          【発売地域】全国（沖縄県は除く）          【内容】          たまごサラダとゆで卵、ハムとチェダーチーズにレタス、玉ねぎみじん切りとホワイトペッパーを加えたツナポテトサラダの 3 層のサンドイッチです。</p>
	<p>【商品名】ジューシーハムサンド          【価格】290 円（税込 313 円）          【発売地域】全国（沖縄県は除く）          【内容】          ハムがしっかりと味わえるように、ハムを重ねてマヨネーズをはさみました。きょうりをマヨネーズ和えし、からし風味マヨネーズと組み合わせたシンプルなサンドイッチです。</p>
	<p>【商品名】たまごサンド          【価格】265 円（税込 286 円）          【発売地域】全国（沖縄県は除く）          【内容】          手作り感のあるごろごろとした具材感・見た目と、たまご本来の味わいが楽しめるたまごサラダをサンドしたシンプルなサンドイッチです。</p>

※画像はイメージです

※軽減税率対象商品につき、税込価格は消費税 8%にて表示しております

※店舗によって取り扱いのない場合がございます

※今回の包装変更は沖縄県を除く

### ◆「ファミマ eco ビジョン 2050」に基づきプラスチック対応を推進

ファミリーマートは、2020 年 2 月に環境に関する中長期目標「ファミマ eco ビジョン 2050」を策定し、「温室効果ガス（CO2 排出量）の削減」、「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、持続可能な社会の実現に貢献するための取り組みを推進しています。

今後も同ビジョンに基づき、「プラスチック対策」についても、オリジナル商品におけるプラスチック使用量の削減や環境配慮型素材の使用促進を積極的に進めてまいります。

▼ダブルクリームもカスタードクリームも人気! ファミマの年間売上 NO.1 スイーツで環境対応～袋のフィルムを薄くするなど年間約 16 トンのプラ削減へ～ (2024 年 4 月 19 日)

<https://www.family.co.jp/sustainability/topics/2024/S20240419.html>

▼ファミリーマートのプラスチック対応の取り組みは、こちらからもご覧いただけます

[https://www.family.co.jp/sustainability/material\\_issues/environment/nature.html](https://www.family.co.jp/sustainability/material_issues/environment/nature.html)

▼「ファミマ eco ビジョン 2050」については、こちらからご覧いただけます

<https://www.family.co.jp/sustainability/ecovision.html>

<参考情報・ファミマルについて>

■対象商品数は 1000 種類以上! 種類豊富なプライベートブランド「ファミマル」

ファミマルは、“家族の日常を豊かにする”加工食品や菓子、日用品、飲料などの「ファミマル」、 “家族の食卓を支える”惣菜や冷凍食品に、弁当、サンドイッチなどの中食商品を加えた「ファミマル KITCHEN」、 “食べる楽しさをいつでも手軽に”する「ファミマル Bakery」、 “毎日に癒しとご褒美を”提供する「ファミマル Sweets」、また、“素材や製法に特にこだわった上質な美味しさ”を提供するプレミアムライン「ファミマル PREMIUM」など、それぞれのラインアップで、合計 1000 種類以上を展開しております。

■「ファミマル」ネーミングとロゴに込められた思い



1 「ファミマの PB 商品であることがすぐわかる」こと

・「ファミマル」というワード、ファミリーマートのブランドカラーを使用

2 「ファミマが自信を持って薦めるクオリティであることが伝わる」こと

・安全・安心、環境対応、美味しさなど、「ファミマの二重マル」品質を表現したデザイン

3 「老若男女あらゆる世代・性別の方々が理解できる」こと

・お客さまも笑顔になるスマイルマーク (※ロゴ案の消費者調査で 1 位を獲得したロゴ)

## ■ファミラルのコンセプト

ファミラルのコンセプトは「ファミリークオリティ」。目指すのは大切な家族に安心してお薦めできる品質と安全性です。また、「おいしい◎うれしい◎あんしん◎」をキーワードに、お子さまからご高齢の方まで、誰にでもわかりやすい伝え方で、魅力を発信してまいります。

**おいしい ◎ うれしい ◎ あんしん ◎**

— おいしいへの取り組み —



※ 食品は、味覚調査を経て、商品開発会議を重ねて開発。原材料や製法にこだわりを持った商品を開発するための基準を設定。他社商品との比較調査や、お客さまの声を取り入れるなどして、改良を繰り返し、おいしさを追求していきます。

— うれしいへの取り組み —



※ 家族に自信を持って薦められるレベルの品質を、お求めやすい価格で提供することを目指します。パッケージでは、使い勝手・商品特徴などを分かりやすく表記する他、ユニバーサルデザイン※を取り入れ、お客さまに喜んでいただける商品開発を実現していきます。  
(※障がいの有無、年齢、性別、国籍等にかかわらず多様な人々が利用しやすいデザイン)

— あんしんへの取り組み —



※ 独自の基準をクリアした工場だけを選定。商品に適した温度管理を徹底し、出荷時の品質を大切にお届けするためスピーディで効率のよい配送を行っています。さらにバイオ素材配合の包材や紙容器等を一部使用するなど、環境配慮型素材への切り替えを促進していきます。

※上記18個のアイコン・アイキャッチは取り組みの一例で、全ての商品には当てはまりません

ファミリーマートは、「あなたと、コンビニに、ファミリーマート」のもと、地域に寄り添い、お客さま一人ひとりと家族のようにつながりながら、便利の先にある、なくてはならない場所を目指してまいります。

以上