

有料化でスプーン・ストローなどの 提供本数は 78%削減! ～使い捨てプラスチック削減に向けて～

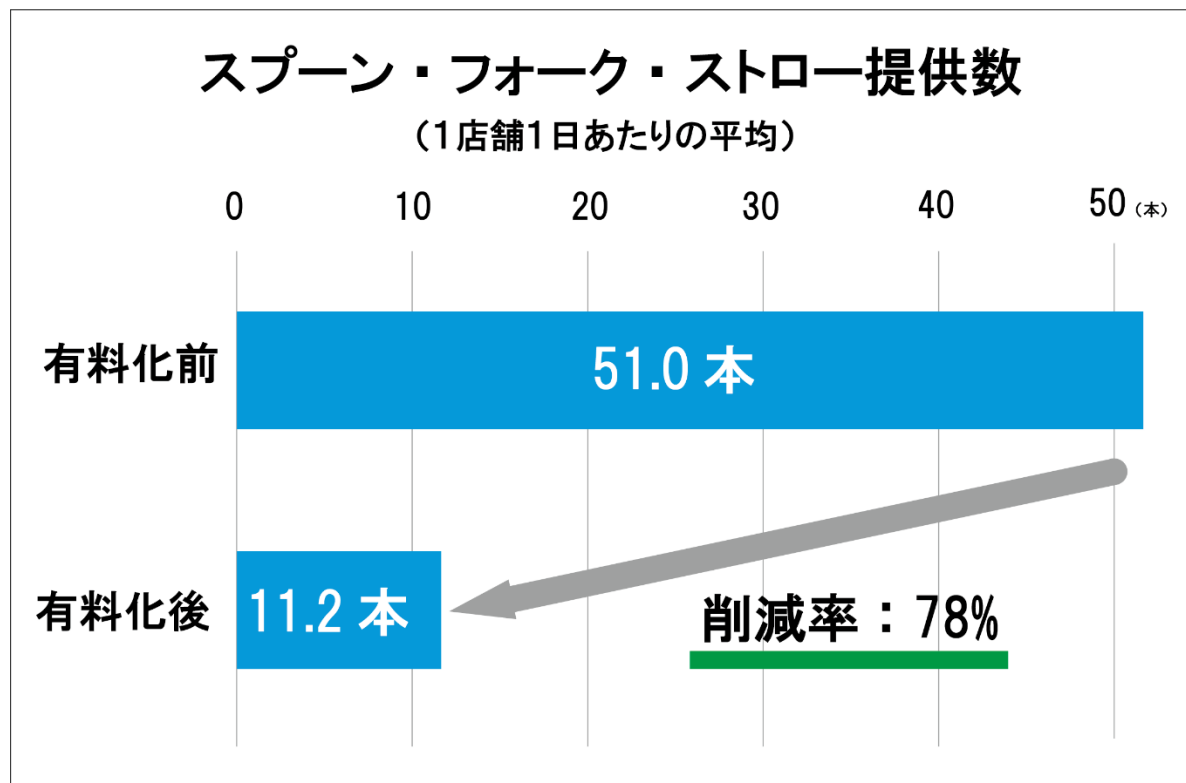
株式会社ファミリーマート（本社：東京都港区、代表取締役社長：細見研介）は、2024 年 1 月 29 日から全国の一部直営店舗で、プラスチック製のスプーン・フォーク・ストローの有料化を実施しています。削減状況などの検証結果をまとめたレポートを当社ホームページに公開しましたのでお知らせします。

有料化を実施した結果、対象店舗の 1 店舗 1 日あたりのスプーン・フォーク・ストローの合計の提供本数は、有料化前と比較して 51.0 本から 11.2 本（▲39.8 本、約 78%削減）に削減されました。プラスチックの使用重量は 100.5g から 23.1g（▲77.4g、約 77%削減）に削減されました。

▼スプーン・フォーク・ストローの有料化報告レポートはこちらから

https://www.family.co.jp/sustainability/material_issues/environment/nature.html#charge

◆有料化によるスプーン・フォーク・ストロー合計の削減実績（提供本数）

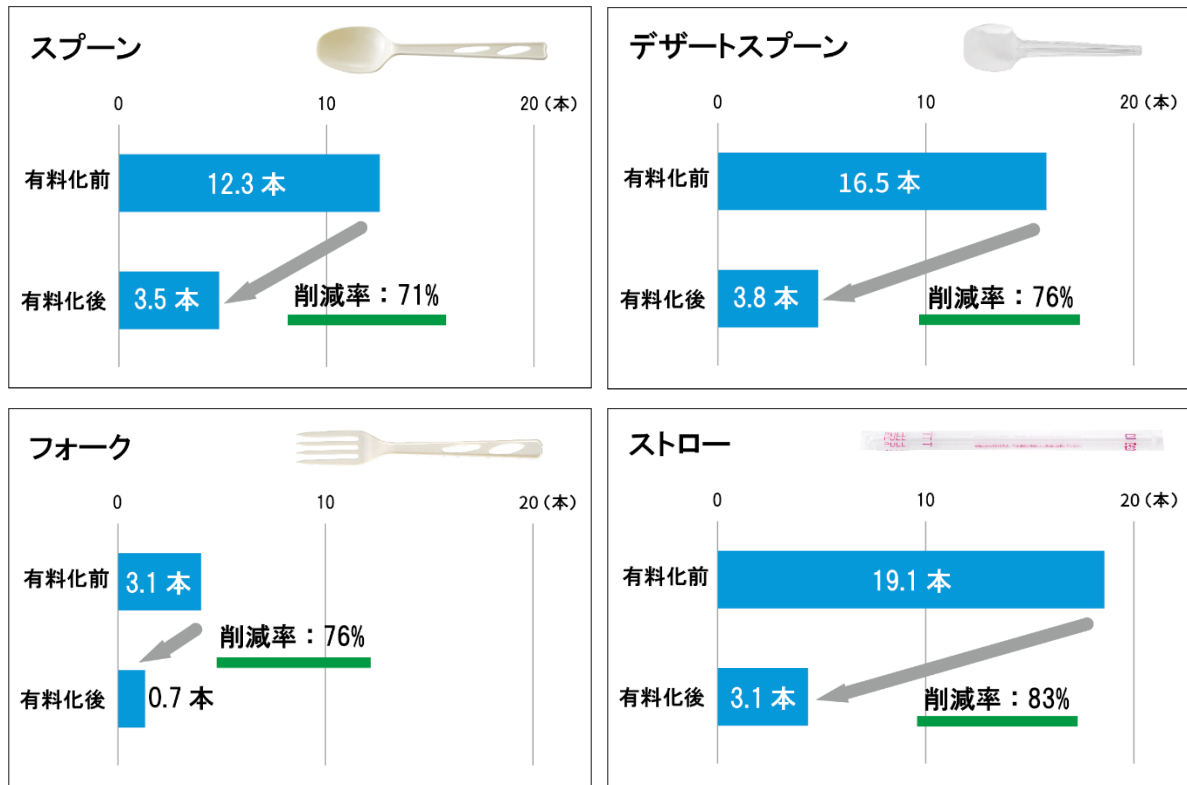


※データの対象期間は 2024 年 1 月 29 日～8 月 31 日

※対象店舗の 1 店舗 1 日あたりの実績

◆ストローは削減効果が高い傾向にありました

- ・スプーン・フォーク・ストローの種類別提供本数の実績をまとめました
- ・ストローは最も削減率が高い結果となりました。不要と考えられるお客さまが多かったことが想定されます
- ・カレーやスープなどで使用するタイプのスプーンは、削減率が低い傾向が見られました。お買い求めいただいた後すぐに召し上がるお客さまが多いことが影響していると想定されます



※データの対象期間は 2024 年 1 月 29 日～8 月 31 日

※対象店舗の 1 店舗 1 日あたりの実績

●有料化による削減状況（提供本数）のまとめ

	有料化前	有料化後	削減率
合計	51.0 本	11.2 本	78%
スプーン	12.3 本	3.5 本	71%
デザートスプーン	16.5 本	3.8 本	76%
フォーク	3.1 本	0.7 本	76%
ストロー	19.1 本	3.1 本	83%

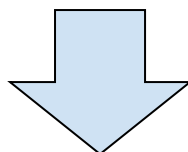
※データの対象期間は 2024 年 1 月 29 日～8 月 31 日

※対象店舗の 1 店舗 1 日あたりの実績

◆お客さまへの「価格の明示」と「環境対応が目的であること」を伝えることが大切

有料化した当初は、「有料」であることを主に伝える告知物を掲示していましたが、お客さまに取り組みの目的などをよりご理解していただけるように、6月下旬から告知物の表示に、有料対象アイテムのそれぞれの価格と、有料化の目的が環境保護を目的とした「プラスチックの削減」にあることを説明する表現を追加しました。これによりお客さまの有料化に対する認知がより向上することが確認できました。

取り組み当初の告知物（売場告知 POP）



変更後の告知物（売場告知 POP） ※6月下旬以降



◆お客さまからは様々なご意見をいただきました

有料化にあたっては、店頭ポスターや売り場、レジでの掲示物、店舗スタッフによる声掛けなどの対応を行い、店舗オペレーション上の大きな負荷や混乱はありませんでした。

多くのお客さまからは、取り組みの趣旨や使い捨てプラスチックの削減に対する一定のご理解とご評価をいただくことができました。

◆今後の取り組み

このたび、コンビニ業界で初めてカトラリーの有料化を実施した存在として、その結果をお伝えしました。コンビニ業界で有料化は当社のみの実施のため、商品カテゴリーによっては売上への影響が見られました。そのため、現時点での展開拡大は行わず、今後もお客さまのご理解と動向を見極めながら、現在有料化を行っている一部直営店舗での取り組みを継続していきます。

プラスチックの削減は積極的に取り組むべき課題だと強く認識しています。

今回の先行取り組みにより、有料化はプラスチック削減につながる事が確認されましたので、当社のみならず社会の方針として出されれば一層のプラスチック削減につながると思います。ファミリーマートは、今後とも様々なチャレンジをしながら、持続可能な社会づくりに取り組んでまいります。

◆プラスチック汚染問題の解決は世界的な課題

プラスチック汚染に関する法的拘束力のある国際文書（条約）策定に向けた第5回の政府間交渉委員会が、今年の11月25日から12月1日まで大韓民国（韓国）の釜山で開催されるなど、プラスチックゴミによる汚染問題は、世界的に重要な課題になっています。

国連環境計画（UNEP）の報告書によると、プラスチックの使用量は1950年以降急激に増加しており、近年では年間生産量約4億3000万トンのうち3分の2が使い捨て製品だったとも指摘されています。

ファミリーマートでは、こうしたプラスチック汚染問題に対して、全国 16,000 店以上を展開するコンビニエンスストアチェーンとしての責任を真摯に受け止め取り組みを進めています。

◆ファミリーマートのプラスチック対策について

ファミリーマートでは、環境の中長期目標「ファミマ eco ビジョン 2050」を策定し、具体的な計画数値に基づいて取り組みを進めています。プラスチック対策については、オリジナル商品に対する環境配慮型素材の使用割合を、2030 年までに 60%、2050 年までに 100%の目標を掲げています。2023 年度の実績は 45.8%と計画の 44.0%を上回ることができました。

また、2022 年 4 月に施行されたプラスチック資源循環促進法に基づき、お客さまに配布するカトラリー類の特定プラスチック使用製品については、2019 年度対比 2030 年度までに石油由来のプラスチック使用量を 50%削減する目標を掲げています。

◆ファミリーマートは大手コンビニ初の取り組みも多い

プラスチック製カトラリーについては、これまでも大手コンビニ初の取り組みとして様々な取り組みを実施しています。例えば、持ち手の部分に穴を開けてプラスチックの使用量を削減したスプーンの全店導入や、店舗におけるプラスチック製フォークの原則提供取りやめなどを実施しています。

プラスチック製カトラリー有料化の取り組みは、大手コンビニではファミリーマートのみで行っています。



▲持ち手に穴を開けた軽量化スプーン

<プラスチック製カトラリー有料化の概要>

(1) 実施内容

- ・スプーン・フォーク・ストローの提供を有料化

(2) 開始日

- ・2024 年 1 月 29 日

(3) 実施店舗

- ・全国の直営店舗 100 店でスタート
- ※現在は一部直営店舗で実施

(4) 対象カトラリー

- ・スプーン、フォーク、ストローなど計 4 品
- ・価格は 4～6 円に設定
- ※「フラップ」用ストロー、竹箸、木製マドラーは除く



▲有料化実施店舗で掲示しているポスター

◆環境の中長期目標「ファミマ eco ビジョン 2050」について

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」を制定し、「温室効果ガス（CO2 排出量）の削減」「プラスチック対策」「食品ロス削減」の 3 つのテーマで取り組みを推進しています。持続可能な社会の実現に貢献するため、それぞれのテーマについて数値目標を設定しています。

▼「ファミマ eco ビジョン 2050」の概要について

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

▼「ファミマ eco ビジョン 2050」の 2023 年度実績について

https://www.family.co.jp/company/news_releases/2024/20240625_01.html

▼ファミリーマートのプラスチック対策の取り組みについて

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

ファミリーマートは、「あなたと、コンビニ、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