

2050年脱炭素社会・アクション宣言 令和5年度 取組事例の紹介

登録 No.49 株式会社ファミリーマート

2050年脱炭素社会実現に向け、次のことに取り組んでいます！

ファミリーマートは環境問題をはじめとする社会課題の解決や持続可能な社会の実現に貢献するため、2030年及び2050年に向けた中長期目標として「ファミマ eco ビジョン 2050」を策定いたしました。

「ファミマ eco ビジョン 2050」では、「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中長期的な数値目標を設定し、目標達成に向けた取り組み推進を目指します。

「温室効果ガス(CO₂排出量)の削減」

○飲料用冷蔵庫の照明消灯

※店舗設備、環境により未実施の店舗もあります。

実施期間:2022年12月より継続実施



○店内天井照明の照度調整(60%ダウン)

店内 ATM 看板・店内イートイン・店外殺虫機等における電源や一部照明の消灯も実施

2050年脱炭素社会・アクション宣言 令和5年度 取組事例の紹介

※店舗設備、環境により未実施の店舗もあります。

実施期間:2022年6月より継続実施



また、これまでも継続的に実施してきた節電への取り組みとして、店舗照明設備におけるこまめな消灯や店内空調温度の調整、冷蔵ケースのフィルター清掃があります。



その他、節電の取り組み(一例)

○太陽光発電の取り組み

店舗インフラを活かして店舗の屋根を有効活用した太陽光パネルを設置し、再生可能エネルギーの積極採用を進めています。現在は、既存の太陽光パネル(売

2050年脱炭素社会・アクション宣言 令和5年度 取組事例の紹介

電)を店舗での自家消費へ切り替えと太陽光パネル(自家消費)の新規設置を進めています。



太陽光パネル

OLED 看板

ファミリーマートは、2004年にコンビニエンスストアとしては初めて、LEDを採用したファサード看板を導入し、2022年度には全店舗のLED化を完了しました。現在は、LED看板のさらなる省エネ化に向けて技術開発と実証実験に取り組んでおり、従来の蛍光灯看板に比べて約70%の省エネを実現しています。

○駐車場照明の省エネ化

駐車場照明は2013年2月からLED照明を導入しています。2008年から導入したセラミックハライドランプに比べ消費電力を245wから80wに削減、寿命は15,000時間から60,000時間に伸ばしています。

OCO₂冷媒を使用した冷凍・冷蔵システム導入推進

ファミリーマートでは地球環境への配慮、店舗運営にかかる消費電力の削減を目的とし、店舗の冷蔵・冷凍システムにおいて使用する冷媒ガスに自然冷媒(CO₂)を使用した機器の導入を推進しております。CO₂冷媒を使用した冷凍・冷蔵システムは年々導入店舗数を拡大しておりますが、今後は新店舗及び冷凍機更新を伴う改装店舗への50%以上導入を目標として掲げ、導入店舗数を拡大していきます。

2050年脱炭素社会・アクション宣言 令和5年度 取組事例の紹介

「食品ロスの削減」

○商品の発注精度向上

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。

○店舗値下(ファミマのエコ割)


おむすびや弁当などの中食商品を対象とした値下販売(ファミマのエコ割)を活用し、消費期限の近い食品の積極的な販売を推奨することで食品ロスの削減に取り組んでいます。






○てまえどり

2022年10月より消費者庁、農林水産省、環境省の3省庁と一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会が連携し、お客さまに環境に配慮した購買行動を呼びかける「てまえどり」を実施しました。買ってすぐ食べるのであれば商品棚の手前にある商品から積極的に選んでいただくことで、食品ロスの削減につなげようとするものです。

すぐに食べるなら、**「てまえどり」**にご協力ください。
手前をえらぶ。

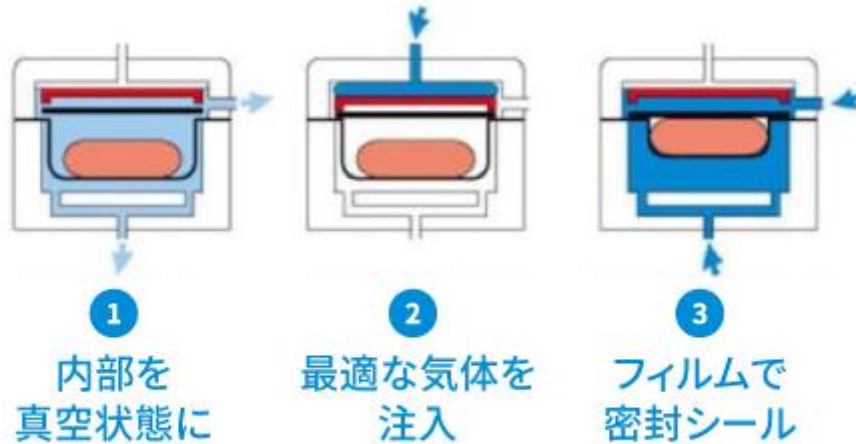
 **食品ロス
ゼロをめざして**

みんなで目指そう、地球にやさしいお買い物。
 消費者庁  農林水産省  環境省

○長持ちする製品の開発

食品ロス削減に向けた取り組みとして、サラダや惣菜の一部商品に特殊な包装技術であるガス置換包装を採用して、おいしさをそのままに消費期限を最大3日延長しました。容器内の空気をサラダや惣菜に適したガスに置き換え密封することで、消費期限の延長を実現したものです。

ガス置換包装の仕組み



「プラスチック対策」

○ファミリーマートのプラスチック削減の考え方

ファミリーマートはお客さまへ配布するスプーン、ストロー、マドラーのプラスチック使用量削減に向けて、「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」を目標として取り組んでいます。そのため、店舗での配布の抑制にも努めており、お客さまにもお声がけするなどご理解・ご協力をお願いしています。

■プラスチック使用製品の環境に配慮した設計

1. 軽量化
2. 代替素材(木製など)使用
3. バイオマスプラスチック配合
4. 生分解性プラスチック使用

○環境配慮設計の植物由来のバイオマスプラスチック容器の使用

2007年4月から定番サラダの容器に植物由来のバイオマスプラスチック(PLA)を使用しています。

2050年脱炭素社会・アクション宣言 令和5年度 取組事例の紹介

PLA 容器は、原料の植物が光合成する時に使う CO₂と容器を処分する時の CO₂がほぼ同じなため、実質的にこの容器を使用することによって CO₂の量が増えることはありません。試算では、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を抑制しています。
また、これに加えて、使用済みペットボトルを原料とした再生 PET 素材を冷やし麺の容器に使用するなど、さらなる CO₂削減に取り組んでいます。

○手巻おむすびの包材フィルムの一部をバイオ PP を使用したフィルムに変更

2022 年 4 月より、手巻おむすびの包材フィルムの一部をバイオ PP※1 を使用したフィルムに変更し、東北、関東、中部、北陸地域の店舗から順次導入しています。手巻きおむすび全商品の包材フィルムをバイオ素材配合に変更することで、石油系プラスチック使用量は年間約 7t削減の見込みです。

マスバランスアプローチ※2 によるバイオ PP フィルムを使用した商品化は日本初の取り組み※3 となります。

※1 原料として植物などの再生可能な有機資源を使用するポリプロピレンの略称

※2 マスバランスアプローチとは、「原料から製品への加工・流通工程において、ある特性を持った原料(例:バイオマス由来原料)がそうでない原料(例:石油由来原料)と混合される場合に、その特性を持った原料の投入量に応じて、製品の一部に対してその特性の割り当てを行う手法。

※3 伊藤忠プラスチック(株)調べ



○直巻おむすびの包材フィルムの薄肉化

2050年脱炭素社会・アクション宣言 令和5年度 取組事例の紹介

2021年8月、直巻おむすびの包材フィルムの薄肉化および、バイオ素材の配合に変更しました。これにより、石油系プラスチック使用量は従来品より1個当たり約15%、年間約70t削減されます。



〇100%リサイクルペットボトル

使用済みペットボトルからリサイクルした再生PET樹脂100%のリサイクルペットボトル(ボトル to ボトル)を、プライベートブランドである「ファミマル新潟県津南の天然水 600ml」と「ファミマル宮崎県霧島の天然水 600ml」の容器に使用しています。これにより石油から新規に製造されるプラスチック使用量は年間約780t、製品製造におけるCO₂排出量は年間約750t削減されます(2020年度対比)。

また、「ファミマル新潟県津南の天然水 370ml」の容器も、ボトル to ボトルに変更し、これにより、石油から新規に製造されるプラスチック使用量は年間約260t、製品製造におけるCO₂排出量は、年間約258t削減が見込まれます(2022年度対比)。

