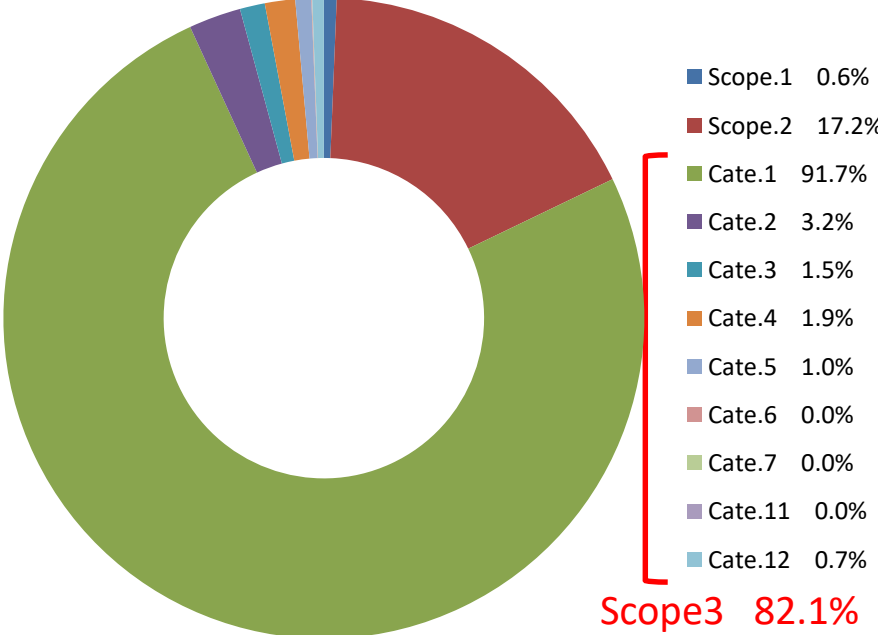


株式会社ファミリーマート

項目	内容
1.企業情報	<ul style="list-style-type: none">● 業種：小売業● 事業概要：フランチャイズシステムによるコンビニエンスストア事業● 事業規模：チェーン全店売上高2,982,852百万円 店舗数23,814店(国内外エリアフランチャイズ含む) 従業員数連結15,139名 ※2019年2月期
2.削減目標案	<p><Scope 1・2の削減目標と削減に向けた取り組み> 目標：2030年に2018年比で30%削減 ・店舗の省エネ設備導入と電力の再エネ化推進。</p> <p><Scope 3の削減目標と削減に向けた取り組み> 目標：Scope3カテゴリ1：2030年に2018年比で15%削減 ・サプライヤーとの連携により、容器包装の軽量化、環境配慮型素材の導入等に取り組む。</p>

株式会社ファミリーマート

項目	内容																									
3.基準年のGHGインベントリ	<ul style="list-style-type: none"> ● Scope 1・2・3の排出量の状況 (連結) 合計：8,942,180t-CO2 	<ul style="list-style-type: none"> ● SCOPE1 : 57,336 [tCO2] 																								
	 <table border="1" data-bbox="1091 592 1381 1106"> <tr><td>Scope.1</td><td>0.6%</td></tr> <tr><td>Scope.2</td><td>17.2%</td></tr> <tr><td>Cate.1</td><td>91.7%</td></tr> <tr><td>Cate.2</td><td>3.2%</td></tr> <tr><td>Cate.3</td><td>1.5%</td></tr> <tr><td>Cate.4</td><td>1.9%</td></tr> <tr><td>Cate.5</td><td>1.0%</td></tr> <tr><td>Cate.6</td><td>0.0%</td></tr> <tr><td>Cate.7</td><td>0.0%</td></tr> <tr><td>Cate.11</td><td>0.0%</td></tr> <tr><td>Cate.12</td><td>0.7%</td></tr> <tr><td>Scope.3</td><td>82.1%</td></tr> </table>	Scope.1	0.6%	Scope.2	17.2%	Cate.1	91.7%	Cate.2	3.2%	Cate.3	1.5%	Cate.4	1.9%	Cate.5	1.0%	Cate.6	0.0%	Cate.7	0.0%	Cate.11	0.0%	Cate.12	0.7%	Scope.3	82.1%	<ul style="list-style-type: none"> ● SCOPE2 : 1,540,183 [tCO2]
	Scope.1	0.6%																								
Scope.2	17.2%																									
Cate.1	91.7%																									
Cate.2	3.2%																									
Cate.3	1.5%																									
Cate.4	1.9%																									
Cate.5	1.0%																									
Cate.6	0.0%																									
Cate.7	0.0%																									
Cate.11	0.0%																									
Cate.12	0.7%																									
Scope.3	82.1%																									
	<ul style="list-style-type: none"> ● SCOPE3 : 7,347,441 [tCO2] <p>目標の対象セクター： カテゴリ1 (排出量割合91.7%)</p>																									

株式会社ファミリーマート

項目	内容
4.気候変動によるリスクと機会の分析	<ul style="list-style-type: none"> ● 気候変動による異常気象、自然災害（台風、豪雨、洪水などを含む）により、物流網の寸断、店舗施設の損壊、店舗従業員の勤務不能による営業停止、それに伴う店内在庫の劣化や汚破損に加え、来店客の減少による収益悪化のリスクがある。 ● 上記のリスクに対し、事業継続計画に基づく早期復旧体制の構築により、売上高、収益の増加が見込める。 ● 地球温暖化の進行等による平均気温の上昇により、店舗を中心に空調、冷蔵・冷凍機器の稼働に必要なエネルギー使用量が増加し、運用コストが増加するリスクがある。 ● 上記のリスクに対し、積極的な省エネ設備の導入により店舗のエネルギー使用量が削減され、コスト削減を図ることができる。
5.削減目標設定の背景・目的・期待する効果など	<ul style="list-style-type: none"> ● 社内外への取り組み発信が不足していたが、削減目標設定により企業としての姿勢を示す。 ● さらに、その削減目標をSBTの水準に整合させることで、ステークホルダーからの信頼を得て、企業価値向上に繋げる。 ● 社内外関係者の意識向上・取組強化により、CO2及びコスト削減を図る。

株式会社ファミリーマート

項目	内容
6.目標設定のプロセスと社内の議論	<ul style="list-style-type: none">● 削減目標の設定に向け、環境部門が目標設定案を作成し、社会・環境委員会で審議。担当役員・トップの承認を得た上で、SBTイニシアチブへ提出予定。● 目標の実現可能性について社内で意見があったが、2030年時点の事業環境の変化は見通せないこと、社会課題解決に向けてバックキャストで目標を設定することについて理解を得た。
7.今後の課題	<ul style="list-style-type: none">● 会社の承認を得て、社内の関連部署と共有し、着実に取り組みを実施していく。● Scope3のカテゴリ1の削減目標の達成に向けて、サプライヤーとの協働により、製品ごとの製造に伴うGHG排出量を把握する手法を確立する。● バウンダリに関し、連結子会社の理解が必要。● Scope3については、効果的な絶対量削減の方策は更なる検討が必要。