



## コンビニエンスストア業界のプラスチック削減 に向けた取組と課題(3.18)

一般社団法人  
日本フランチャイズチェーン協会



# (一社)日本フランチャイズチェーン協会(JFA)とは

- ◆ 設 立: 1972年
- ◆ 目 的: フランチャイズ・システムの健全な発展を図る
- ◆ 活 動: 調査研究、規範策定、普及啓発(広報活動)、指導・相談(FC相談)  
社会貢献(防犯・防災対策、環境対策等)、会員交流、国際業務等
- ◆ 構 成: フランチャイザー及びフランチャイズ・ビジネスに関心を持ち  
当協会の趣旨に賛同する企業(会員社: 2026年1月現在 468社)  
※正会員: 100社、準会員: 13名、研究会員: 104社、賛助会員: 251社

## 【JFA調査フランチャイズ業界の市場規模】 (2024年度)

	チェーン数	店舗数	売上高(百万円)
小 売 業(A)	307 ( 53)	109,670 ( 64,334)	21,559,834 (13,109,697)
(A)の内、コンビニ	16 ( 16)	57,170 ( 57,170)	12,247,019 (12,247,019)
外 食 業	547 (157)	51,865 ( 26,164)	4,629,072 ( 2,847,787)
サ ー ビ ス 業	437 ( 95)	92,943 ( 32,907)	3,093,676 ( 1,111,857)
合 計	1,291 (305)	254,478 (123,405)	29,282,582 (17,069,341)

※ ( ) 内は、J F A 会 員



第17代会長 星野 正則  
株式会社ドトールコーヒー  
代表取締役社長

## 【プラスチック製容器包装削減に関する各社の取組み】

- ①環境配慮型素材を使用
- ②容器包装資材の規格変更
- ③パッケージ印刷インキの非石油製品化(ライスインキ、ボタニカルインキ、ベジタブルインキ等)の推進
- ④お客様への訴求を実施
  - \* 商品詰め替え容器の利用(マイボトル、マイカップの推進)
  - \* カーボンオフセット商品の販売 等

## 【カトラリー(スプーン、フォーク、ストロー、マドラー)削減に関する各社の取組み】

- ①提供方法の工夫
  - \* お客様へのお声がけ(要不要の確認)
  - \* 有料化(一部店舗) 等
- ②製品の工夫
  - \* バイオマスプラスチック配合の環境配慮型素材の導入
  - \* 薄肉軽量化タイプの導入
  - \* 木製の導入
  - \* アイテム数の見直し 等
- ③JFA統一カトラリー辞退促進ポスターの掲示



## 【レジ袋削減に関する取組み】

JFA加盟のCVSでは「レジ袋辞退率70%以上を維持する。」という統一目標を設定し、レジ袋の削減に取り組んでいる。

2024年度の辞退率: 75.9%

### ① バイオマス素材配合率25%以上のレジ袋の有料化

### ② 有料化以外の取組み

- \* お客様に対して、「このままでよろしいですか？」等のお声かけの実施
- \* 少量点数をお買い求めのお客様へのレジテープ対応でのお願いの実施
- \* 従業員に対して、その商品にあったサイズのレジ袋を使用することを徹底
- \* エコバックの販売、配布
- \* お客様への告知
  - ・JFA統一ポスターを全店舗に掲示
  - ・レジ画面及び店内放送等による啓発
  - ・レジ袋に削減告知の文言を記載
- \* 自治体と連携した取組み
  - ・啓発ツール等により自治体と連携しお客様への訴求を実施



JFA統一ポスター

## ■環境に配慮したマスバランス方式を活用したバイオ & サーキュラー100%レジ袋



主原料に  
環境配慮素材を  
**100%**  
使用したレジ袋

**NATURAL  
LAWSON**

環境に配慮した  
レジ袋を  
ご用意しています

弁当用  
税込 **6円**

**S**  
税込 **6円**

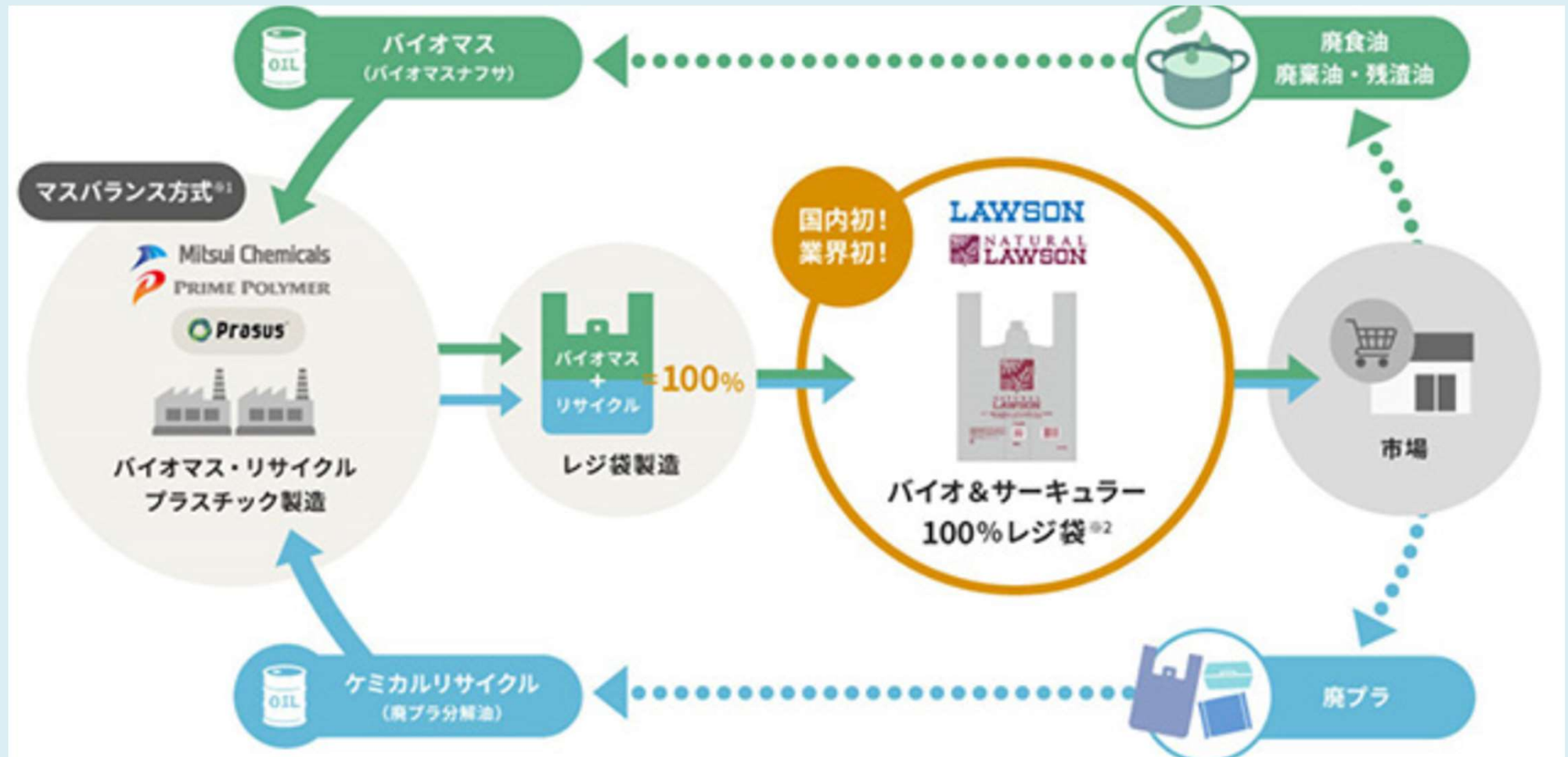
**L**  
税込 **10円**

※イラストはイメージです。

## ■ナチュラルローソンのレジ袋辞退率

JFA加盟のCVSの平均辞退率が約76%に対し、ナチュラルローソンでは約90%(2024年10月時点)カーボンニュートラルやサーキュラエコノミーに敏感なお客さまから「マスバランス方式」の認知度を広めていく。

## ■ マスバランス方式により割り当てられたバイオマス特性・リサイクル特性をもつポリエチレンを100%主原料として使用



※1 マス balan 方式とは、バイオマスやリサイクルrの特性を製品に割り当てる仕組みです。実際にこのレジ袋に含まれている割合ではありません。

※2 添加剤やインキ等、副原料を除いた主原料ポリエチレンの比率になります。

## 1. 廃棄物処理法上の課題

### ① 逆有償の扱いによる資源循環の阻害

企業側が費用を負担してでも製品を回収し、リサイクルを進めたいと考えている場合、現在の制度では、回収にかかる費用を企業が負担すると、その行為が「廃棄物の処理」とみなされてしまう可能性があるため、自主的に回収やリサイクルを進めたい企業にとって、制度が取組みの妨げになっている。

### ② 廃棄物該当性の判断基準が自治体ごとに異なる

食品トレー等のプラスチックを店頭で回収したいが、自治体ごとに判断が異なり、全国一律の取組みが困難な状況。

### ③ リサイクル処理施設の不足

地域によって状況は異なるものの、回収したプラスチックを適切に処理できるリサイクル施設が近隣に存在しないケースが多い。そのため、処理のために遠方まで輸送せざるを得ず、燃料費の高騰や人手不足の影響も相まって物流コストが上昇し、取組みの妨げになっている。

## 2. コストの課題

当協会の会員企業はフランチャイズビジネスを行っているため、店舗を経営する加盟者がリサイクル関連のコストを負担している。店舗側の負担が大きく、資源循環の取組みが「善意頼み」の状況。

## 3. ペットボトルの取扱いに関する課題

ペットボトルはすでにボトルtoボトルが急速に進展している。より柔軟で効率的な回収・再資源化スキームの構築を行えるよう、ペットボトルを専ら物扱いとすべきと考える。

農林水産省様によるアンケートにていただいたご意見について、CVS業界として次のように受け止めております。

## 【主なご意見①～③】

### ①消費者とのタッチポイントとしての期待

#### 《現 状》

CVS各社では、プラスチック資源循環に関する情報発信を自社ホームページやSNSを通じて行っているほか、店舗ではレジ袋やカトラリーの要否を確認することで、使い捨てプラスチックの削減に取り組んでいる。さらに、ペットボトル回収機の設置や再生ペットボトル等の環境配慮商品の展開等、消費者が日常の買物の中でプラスチック削減に参加できる仕組みづくりも進めている。

#### 《今後の展望》

消費者に最も近い業態として、資源循環に関する理解促進や行動変容を後押しする役割があると認識している。その上で「資源循環が自然に理解できる」「参加しやすくなる」伝え方を、官民が連携して検討していく必要がある。店頭回収の仕組みや環境配慮の意義を、分かりやすい表現を使いより効果的な方法で伝えることにより、消費者の理解と行動変容を後押しする取り組みを強化していくことができると考える。

### ②回収ボックスの設置

#### 《現 状》

CVS各社では、主にペットボトル回収機や専用回収ボックスの設置を進めており、ボトルtoボトルを推進している。

#### 《今後の展望》

今後、ペットボトルに限らずその他のプラスチック使用商品の店頭回収へと拡大するには、店舗スペースやオペレーション負荷、費用負担等、フランチャイズビジネスでは加盟者の理解と協力が不可欠であり、拡大には高いハードルがある。行政・メーカー・リサイクラーとCVS各社が連携し、回収ルールの標準化や効率的な物流・処理スキームの構築を進めることで、初めて実現可能となる。

## ③PB製品の環境配慮設計や再生プラスチック／バイオマスプラスチックの利用

### 《現状》

CVS各社では、PB商品の容器に再生プラスチックやバイオマスプラスチックを積極的に採用しつつ、紙容器への切替・薄肉化・ラベル簡素化等の環境配慮設計を進め、プラスチック使用量削減と循環利用を推進している。

### 《今後の展望》

PB製品における環境配慮設計・再生素材の利用については、ベストプラクティクスの共有や横展開等、業界として取組める部分について引き続き努めてまいります。

※その他にいただいたご意見につきましても、CVS各社へ共有し、プラスチック資源循環の一層の推進に向けた、各社の取組みに活用させていただきます。

我々が感じている課題や今回のアンケートでのご意見を踏まえ、次のご提案をさせていただきます。

- ①目的が水平リサイクル等のプラスチック使用製品であれば、店頭での回収に協力できる可能性はある。  
その条件として、店頭回収を持続可能な仕組みとするために、加盟店に過度な負担が生じないことが不可欠であり、このため、まず店舗では「回収場所の提供」のみを行うことを基本とし、消費者への周知・啓発、回収物の収集・運搬、適正処理等については事業者も協力しつつ、行政が主体となったスキームの構築が必要である。
- ②地域によっては近隣に適切なりサイクル施設がなく、遠方への輸送が必要となるため、燃料費高騰や人手不足の影響で物流コストが増大し、取組拡大の妨げとなっていることを踏まえ、国としての支援強化。
- ③国が主体となり、サプライチェーン全体で共通理解を形成し、協力体制の強化につながる勉強会の開催。  
具体的には、以下のような勉強会を提案する。
  - ・タスクフォースで整理された論点や取りまとめ結果について、サプライチェーン全体で共通認識を持てるような勉強会の開催
  - ・「環境にとって望ましい取組とは何か」「何が持続可能性につながるのか」について、サプライチェーン全体で認識をそろえるための勉強会の開催