

CSR Hand Book 2017

ファミリーマート CSRハンドブック2017

- ファミリーマート基本理念……01
- ファミリーマートのCSR……02
- 企業情報……03
- 特集／地域の高齢者に安心と笑顔を……05
- 社会・地域への貢献……09
- 次世代育成支援……13
- 品質管理……21
- 環境への取り組み……23
- 人財育成……29



あなたと、コンビニに、

 FamilyMart

ファミリーマート基本理念

●コーポレートメッセージ

あなたと、コンビニに、ファミリーマート



●私たちの目指すもの

来るたびに楽しい発見があって、新鮮さにあふれたコンビニへ

私たちは、便利で安心できるサービスを通じ、お客さまの気持ちにいちばん近い存在を目指します。

●私たちの行動指針

- ・ 私たちは、常に新しい価値の創造をめざし、お客さまのところに響く、クオリティの高い、安全・安心な商品・サービスを提供し続けます。
- ・ 私たちは、加盟店・取引先・社員とともに成長・発展する「相互発展の精神(CO-GROWING)」に立脚した事業活動を通じて企業価値を高め、全てのステークホルダーに対する責任を果たします。
- ・ 私たちは、グローバル展開しているチェーンとして、楽しさと新鮮さにあふれた生活と、夢のある社会の実現に向け、地域・社会の発展に貢献します。
- ・ 私たちは、倫理・法令を遵守し、オープンでフェアな事業活動を進めるとともに、地球環境保全・社会貢献に自主的かつ積極的に取り組み、社会から信頼されるチェーンを目指します。
- ・ 私たちは、一人ひとりの豊かな創造性とチャレンジ精神を何よりも大切に、自らが「感じ」「気づき」「行動する」闊達な風土を育みます。

●ファミマシップ

感じる、気づく、動く ~楽しさと新鮮さにあふれたコンビニへ~

- ・ お客さまの期待を超えよう
- ・ 仲間を信じともに成長しよう
- ・ 豊かな感性を磨こう
- ・ 挑戦を楽しもう
- ・ 世の中に向かって正直でいよう

ファミリーマートのCSR

ユニー・ファミリーマートグループは持続可能な社会へ貢献し、お客さま、ステークホルダーとの信頼関係をより一層確かなものとするため、サステナビリティ基本方針を定めています。

●サステナビリティ基本方針

私たちユニー・ファミリーマートグループは「くらし、たのしく、あたらしく」の企業理念のもと、常に世の中に新しい価値を提供し続け、お客さまから信頼される存在を目指します。その実現に向けて、ステークホルダーの皆さまと協働して持続可能な社会の形成を目指し、以下の基本方針を掲げます。

1. 地域社会の発展につながる活動に関わり、地域の皆さまのより良い生活に貢献します。
2. 安全・安心・健康に配慮した商品・サービスを提供し、取引先との公正な事業慣行に則ったサプライチェーンを構築します。
3. 地球環境や自然、生物多様性への配慮と地球温暖化防止、循環型社会の形成に努めます。
4. 未来を担う子どもたちが、健全で明るく育つよう地域社会とともに次世代の育成支援に努めます。
5. 人種、国籍、宗教、性別などに関わらず、人とその権利を尊重し、事業に関わるすべての人たちが活躍し、働き甲斐のある事業活動を推進します。
6. 国際規範および事業を展開する国や地域の法・規範を遵守し、誠実な事業活動を行います。

●CSRの考え方

「相互発展の精神(CO-GROWING)」に立脚し、公正なルールにそった事業活動を通じて、全てのステークホルダーに対する責任を果たします。

サプライチェーンを通じた責任ある調達
の推進と店舗運営における
安全・安心な商品を提供する品質管理。

未来世代に美しい地球環境を残すため
環境保全に誠実に取り組みます。

社会インフラとして地域社会と共生し
発展に貢献します。

私たちはステークホルダーの皆さまに寄り添い、より良い未来につながる価値を提供します



企業情報

会社概要

■ **会社名** 株式会社ファミリーマート

■ **代表取締役社長** 澤田貴司

■ **設立** 2001年7月2日
 ※1984年1月26日設立のサークルケイ・ジャパン株式会社(2001年7月1日商号を株式会社シーアンドエスに変更し、完全持株会社となる)より、会社分割手続きによって事業会社を新たに設立した日

■ **資本金** 83億80百万円
 (2017年2月末現在)

■ **従業員数** 6,199名
 (2017年2月末現在)

■ **チェーン全店売上高** 3兆93億63百万円
 (2017年2月末現在)

■ **住所** 〒170-6017
 東京都豊島区東池袋三丁目1番1号
 サンシャイン60 17F

■ **国内外総店舗数** 24,505店舗
 (国内外エリアフランチャイズ含む)
 (2017年9月末現在)

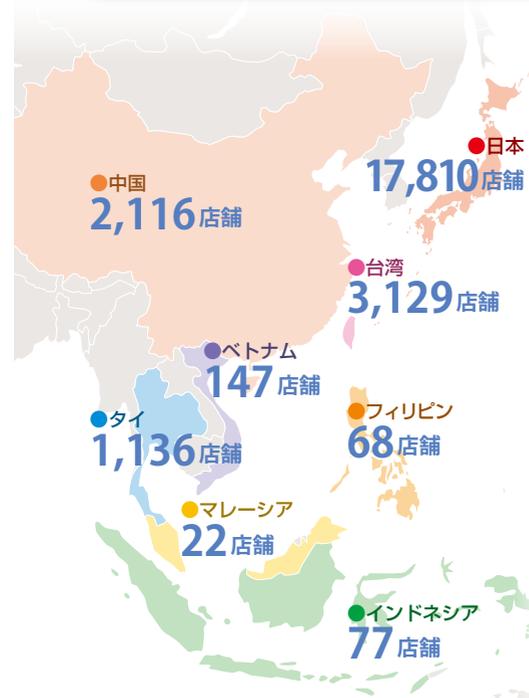
国内店舗数 17,810店舗

海外店舗数 6,695店舗 (いずれも2017年9月末現在)



北海道	248	群馬県	130	岐阜県	407
青森県	243	埼玉県	818	静岡県	589
岩手県	188	千葉県	655	愛知県	1,775
宮城県	372	東京都	2,596	三重県	440
秋田県	166	神奈川県	1,082	滋賀県	165
山形県	156	山梨県	86	京都府	343
福島県	181	長野県	286	大阪府	1,445
新潟県	196	富山県	173	兵庫県	579
茨城県	345	石川県	288	奈良県	146
栃木県	230	福井県	167	和歌山県	125

国内外総店舗数 24,505店舗 (国内外エリアフランチャイズ含む。2017年9月末現在)



●海外エリアフランチャイザー

- 全家便利商店股份有限公司(台湾)
- Central FamilyMart Co.,Ltd.(タイ)
- 上海福満家便利有限公司(中国)
- 広州市福満家連鎖便利店有限公司(中国)
- 蘇州福満家便利店有限公司(中国)
- 杭州頂全便利店有限公司(中国)
- 成都福満家便利有限公司(中国)
- 深圳市頂全便利店有限公司(中国)
- 無錫福満家便利店有限公司(中国)
- 北京頂全便利店有限公司(中国)
- 東莞市頂全便利店有限公司(中国)
- FamilyMart Vietnam Joint Stock Company(ベトナム)
- PT. Fajar Mitra Indah(インドネシア)
- Philippine FamilyMart CVS, Inc.(フィリピン)
- Maxincome Resources Sdn. Bhd.(マレーシア)

鳥取県	71	佐賀県	78※	宮崎県	(125)
島根県	67	長崎県	159※	鹿児島県	(281)
岡山県	251	熊本県	205※	沖縄県	(320)
広島県	279	大分県	119※		
山口県	93				
香川県	133				
愛媛県	256				
徳島県	89				
高知県	110				
福岡県	554※				

()内の店舗数は、国内エリアフランチャイズ各社の店舗数です。
 ※ JR九州リテール(株)が展開するファミリーマート店舗(福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県)は、当該地区の店舗数に含まれておりません。

●国内エリアフランチャイザー

- 株式会社沖縄ファミリーマート
- 株式会社南九州ファミリーマート
- JR九州リテール株式会社

特集 地域の高齢者に安心と笑顔

超高齢社会を迎え、小商圏で営業し、お客さまの生活圏内にあるコンビニエンスストアの果たす役割は大きく変化しています。ファミリーマートは高齢者の方々に配慮した商品を品揃えするだけでなく、高齢者が地域で安全・安心にイキイキと暮らしていけるよう、地域や自治体とともに、高齢者を優しくサポートしています。

目標 社会・生活インフラとして生活者のニーズに応えて機能進化を図り、高齢者・認知症の方々等の見守り、買物弱者配慮、防犯・防災等行政サービスと連携し、社会における公的役割の一翼を担う

課題 さらなる少子高齢化、健全な地域コミュニティの発展と維持、行政単独での住民サービス向上の限界

Close Up!

笑顔が行き交う店として、高齢者の安心をサポート。

和泉榎尾中学校南店(大阪府和泉市)

高齢者の買物不便が課題。

交通量が多い国道の交差点角にある和泉榎尾中学校南店は、2002年の開店以来、井上憲一店長・井上恵子マネジャーを中心に地域とのつながりを深める店舗運営を心掛けています。

長距離ドライバーや営業のお客さまだけでなく、後背に住宅地を控えていることから、地元のお客さまにも多くご利用いただいております。そうしたお客さまへの配慮は欠かせません。

全国各地で進む少子高齢化の波は同店の商圏でも例外ではありません。高齢者同士のご夫婦、また一人暮らしの高齢者も少なくなく、高齢者のお客さまに対しては、特に意識して取り組んでいます。近くにスーパーマーケットがなく、バスの本数も少ないこの地域は高齢者にとってはいわば買物不便地域同然。そのため、近くにある同店をスーパーマーケット代わりに、牛乳やパン、ジュース、卵といった日常の商品をお求めになります。そうした商品を絶対に切らさないことはもちろん、少人数向けの惣菜「お母さん食堂」を分かりやすく陳列したり、レジ前に和菓子を置くなど、高齢者を意識した売場づくりを徹底しています。

ご自宅へ商品配達サービスも。

一人暮らしで、車で5分程の距離にご自宅があるため、お店まで足を運ぶのが難しい高齢者のお客



和菓子をレジ前に陳列。高齢者が見つけやすいように配慮しています。

まがいます。そのお客さまには、長年電話注文でのお届けサービスを行っています。10日に1回程の割合で電話注文があり、ヨーグルト、菓子パン、食パン、惣菜、冷凍食品、切手など、注文内容に合わせて翌日までに商品を直接お届けしています。電話の間隔が空くと、店舗から連絡をとる気遣いも。「恵方巻」や「うな重」など季節の予約承り商品の時期には、近隣の高齢者のお客さまの自宅を御用聞きを兼ねて訪問。足の不自由なお客さまにも、注文商品をご自宅まで届けるサービスを行っています。同店の御用聞き訪問に喜んでくださるお客さまも少なくありません。商売として注文をいただくだけでなく、地元の高齢者の元氣な顔に会えるのが同店にとっての喜びになっています。そのため、地域密着のコミュニケーションは欠かせません。

「お店とお客さま」という関係を越えて――。

同店の店づくりの思いが地域のお客さまに伝わり、



お客さまから電話で注文を受けた後、車で商品をご自宅まで配達する井上店長。「なかなか買物に行けないので、井上さんにいつも自宅まで届けていただいて、本当に助かっています！」(お客さまの藤林真代さん)

お客さまから自宅で獲れた野菜や果物の差し入れをいただくこともしばしば。

「『お店とお客』という関係ではなく、『井上さん(のお店)と私』みたいな関係になっているのでは」と井上恵子マネジャー。ストアスタッフとの会話を楽しみにされるお客さまもいて、レジでの接客時間がつい長くなることもあるといいます。

また、店内には独自の掲示板を設置し、「こども店長」の写真や地域の人たちが撮影した写真などを展示。地元の情報発信、コミュニケーションの場として地元の皆さまに活用いただいております。まさに地域社会と共生している同店。それが、この地域で同店が果たす役割でもあり、目指しているお店の姿でもあるのです。

高齢者のお客さまが多いこともあり、井上恵子マネジャーは、今春「認知症サポーター養成講座」を受講。機転を利かせた対応を心掛けています。今後、ますます増えるご高齢のお客さまに対して、お店でできるサービスはないか――。これからも地元のお客さまを大事にしながら、笑顔が行き交う店として、ご高齢のお客さまの安心をサポートしています。



掲示板「おとなのファミマ写真館」。地域の人たちが撮影した写真などを展示するなど、地元の情報発信、コミュニケーションの場として活用いただいております。



井上店長と井上恵子マネジャー。

特集 地域の高齢者に安心と笑顔を 高年齢者の安心を支える取り組み



認知症患者の安心をサポート

「認知症サポーター養成講座」を受講

各自治体や日本フランチャイズチェーン協会、また各地の店長集會に合わせて本部内で開催している「認知症サポーター養成講座」を、店長・ストアスタッフ、本部社員が受講しています。高齢者が住み慣れた地域で安心して暮らしているようにするためには、地域のお店とスタッフの協力が不可欠です。今後も地域社会の一員として高齢者を見守っていきます。



自治体と連携

「見守り協定」を締結

地域の高齢者などの弱者が犯罪や事故に遭うことなく、安全に安心して暮らせるための活動を行う協定を、5都府市町と締結。認知症徘徊行動による行方不明高齢者などの早期発見・保護への協力や、何らかの異変を発見した際の速やかな通報・連絡などを行っています。



安否確認の役割も

高齢者向け宅配サービス

グループ会社のシニアライフクリエイティブが、高齢者専門宅配弁当チェーン「宅配クック123」を展開しています。弁当のお届けは安否確認の役割も果たしており、高齢者が安心して暮らせるための地域の見守り役を兼ねています。配達の対象となる商品は、弁当の他、大人用紙おむつや乾電池、水や菓子などの食品と、豊富なメニューから選べます。買い物に出かける頻度が限られる高齢者のご要望に応じています。また一部の店舗で、ご高齢のお客さまやお体が不自由な方へ、商品をご自宅までお届けする取り組みも行っていきます。



愛媛県、高知県、東京都

高齢者の「運転免許自主返納」支援制度に協力

高齢運転者による交通事故が増加している中、65歳以上の方が対象の「運転免許自主返納」支援制度に、愛媛県、高知県で協力しています。運転免許を自主的に返納した方に、ファミリーマート、サークルK・サンクスのお店で使用できる「QUOカード」を贈呈しています。また東京都では、「宅配クック123」の都内全店(31店舗=2017年3月末現在)で利用できる「ご試食無料券(1食分)」を自主返納者に贈呈する取り組みを、2017年3月13日から行っています。



東京都と2016年に締結した「ながら見守り連携協定」に基づき、安全安心を実感できる社会の実現に向けた取り組みに尽力したことに対し、東京都から表彰されました。

シニア人材の積極的活用

シニア加盟制度

高齢化が進む中、シニア層が持つ知識や技術、そして働く意欲を活かす取り組みにも力を入れています。

シニアの皆さまの やりがいと健康増進に貢献

シニアの皆さまにファミリーマートの店舗を経営していただく「シニア加盟制度」を2016年2月から始めています。この制度により61歳以上70歳までの方の加盟が可能となりました。契約期間は5年間となるため、最長75歳までの店舗経営が可能となります。働く意欲と経験を活かしていただくことで、シニアの皆さまのやりがいと健康増進に貢献しています。

●詳しくは…

ファミマ シニア加盟制度

検索

独立起業を検討するシニアの方に!

元気なシニアを応援する シニア加盟制度

契約期間が長い! 2年以上!

収入が増えることと新しい
特別サービスはありますか?

またまだ
働きたい!

■対象: 加盟者またはパートナーの方が
61歳以上70歳以下の方

■契約期間: **5年** (通常の契約期間は10年間です)

■運営可能期間: **75歳まで** (ご契約の日は2017年4月1日より、
*ご契約までの期間の場合は「事業加盟
優待制度」も適用です)

安心・充実のサポート体制!

■店舗「前」のサポート! シニア加盟制度適用向けの研修を豊富にシジュウや基本的な接客などをしっかり学びます!

■店舗「後」のサポート! 専門のサポートチームが店舗経営や人材育成など、お店の運営力を向上させる様々なサポートを継続的に行ないます!

詳しくは24時間受付

☎ **0120-01-7735** ☎ 03-5561-0101 (受付時間: 9時~19時)

http://www.family.co.jp

健康増進サポートと医療費削減への取り組み

超高齢社会を迎え国の医療費の増加や要介護者の増加は大きな課題となっています。そのなかでファミリーマートでは、一人ひとりが健康を維持するための支援として、健康をサポートする様々な商品・サービスや、ドラッグストアとの一体型店舗を展開。地域の皆さまのセルフケアの増進と医療費削減に貢献しています。

医師・管理栄養士の協力のもと「メディカルフーズ」を販売

糖尿病や腎臓病など食事制限が必要な在宅療養患者の方向けに、塩分量やタンパク量、糖類など食事に配慮した食品「メディカルフーズ（療養食）」を、地域の病院と連携しながら病院内店舗や病院近隣の店舗で販売しています。「メディカルフーズ」の販売に際し、大手小売業では初めて日本栄養士会と東京都栄養士会に賛助会員として加盟。農林水産省が普及・推進している介護食品「スマイル食」のマーク利用の認定も取得し、約450アイテムの「メディカルフーズ」を医師・管理栄養士に協力していただきながら店舗ごとに品揃えを行なっています。現在、69店舗（2017年6月末現在）で展開しており、2018年度中には200店舗に拡大する予定です。

栄養やカロリーなど健康に配慮した「管理栄養士監修商品」を販売

管理栄養士監修のもと、カロリーや塩分、食材品目、栄養バランスなど健康に配慮した商品を継続して販売しています。関東では淑徳大学看護栄養学部教授（管理栄養士）、関西では神戸市立医療センター中央市民病院の管理栄養士に監修いただいた弁当・パン・デザートなどを、それぞれ関東地区と関西地区で販売。健康な食生活をサポートする役割を果たしています。

目標 高齢者人口の増加に配慮した新規サービス・商品を通じ、最寄店として健康サポートと癒しを提供

課題 2010年から2030年までに、65歳以上の高齢者は23%から31%に拡大する。超高齢化社会、単身世帯増加社会における健康面、生活面での支援が必要となる



メディカルフーズの売場



紅茶のシフォンサンド
(豆乳クリーム)

さばのみりん焼き弁当



栄養相談や食事指導が受けられる「栄養ケア・ステーション（食生活相談所）」を設置

日本栄養士会協力のもと、ファミリーマートの店内で気軽に栄養相談ができる「栄養ケア・ステーション」を2016年10月から展開しています。

「栄養ケア・ステーション」は、日本栄養士会が推進している栄養ケアを提供する地域密着型の拠点。健康維持増進、生活習慣病予防のための管理栄養士による日々の栄養相談をはじめ、各種セミナーの開催など食に関する幅広いサービスを展開しています。ファミリーマートはコンビニエンスストアとして初めて栄養ケア・ステーション事業に参加。今後、20店舗に順次拡大していきます。



地域の生活インフラおよび医療インフラドラッグストア一体型店舗

2012年5月からドラッグストアとの一体型店舗を展開しています。従来のファミリーマートの店舗にドラッグストアの持つ専門性やカウンセリング力を融合させることで、健康志向の高まりに応えた商品やサービスを提供し、地域の皆さまの健康をサポートしています。現在、17社のドラッグストア・調剤薬局と50店舗の一体型店舗を展開しています（2017年2月末現在）。

おいしさもコミット！RIZAP コラボ商品

完全オーダーメイドのパーソナルトレーニングジムを運営するRIZAPとコラボした、パン・デザート・飲料などの商品を、2016年11月から販売しています。健康で安心な毎日の生活を支援するライフソリューションストアを目指すファミリーマートの思いと、お客さまに「人生最高の体と自信」を提供しダイエットや健康の知識・ノウハウを培ってきたRIZAPの「世の中の方々に健康になっていただきたい」という思いが合致し、共同開発することになりました。

「高齢社会における医療費の削減は日本の大きな課題の一つになっています。そのために、栄養士会として“食”による健康増進や疾病予防、重症化予防と改善に力を入れています。ファミリーマートさんとのコラボによる商品やサービスの提供はそうした取り組みの一つです。各地域に根差したファミリーマートさんの店舗が健康増進の拠点になることで、管理栄養士の知識やスキルを活かした、『栄養の指導』をより気軽に受けることができるようになります。今後も、さらに連携を強化しながら、皆さまの健康増進と疾病予防に貢献していきたいと思っています」



東京都栄養士会
西村一弘会長

管理栄養士、NSTコーディネーター、健康運動指導士、日本糖尿病療養指導士、日本栄養士会理事、緑風荘病院栄養室運営顧問、駒沢女子大学健康栄養学科教授



ファミリーマート+薬ヒグチ京橋店。



課題を解決し、便利を提供する取り組み



地域社会の課題をニーズととらえ、それらを解決し、便利を提供するサービスにも力を入れています。そして、社会構造と生活スタイルの変化に対応しながら、地域コミュニティの中心としてお客さまに新たな利便性を提供するコンビニエンスストアを目指しています。

地域コミュニティの核に イートインスペースの開放

希薄化が進む地域コミュニティの核となる場所として、店舗内のイートインスペースを開放。地元のNPOやサークル等のイベントにご利用いただくことを通じて、地域コミュニティの活性化に貢献しています。現在、約5,800店舗にイートインスペースを設置しています。



省エネやCO₂の排出抑制にも貢献 カーシェアリングサービス

車を保有するのではなくみんなで共有（シェア）する「カーシェアリングサービス」を、店舗の駐車場を活用して行っています。現在、4都道府県の54店舗（2017年9月末現在）で実施しており、省エネやCO₂の排出抑制につながっています。

*サービスのご利用にあたっては会員登録が必要です。



環境にやさしい自動車をサポート 電気自動車用急速充電器

走行中にCO₂を排出しない電気自動車は環境にやさしい自動車として注目され、年々増加していますが、充電場所が足りません。ファミリーマートは、電気切れの心配をせずに安心して電気自動車を利用できる環境を整えるため、お店の駐車場に電気自動車用急速充電器の設置を進めてきました。

2017年9月末時点で、設置数は約710店。日本国内の急速充電器が約6,941ヶ所ですから、その1割以上をファミリーマートのお店が占めていることになります。



車いすのお客さまの「安心」を支援 「多目的トイレ」設置店舗の 検索が可能に

個室に車いすを回転させるスペースや便器の周囲につかまる手すりなどがある「多目的トイレ」を設置している店舗が、ホームページで検索できるようになりました。外出先で多目的トイレを探してお客さまのニーズにお応えしたもので、ホームページの店舗検索画面上で多目的トイレのマークをクリックすると、該当店舗が表示されます。

ファミリーマートでは、2013年度より通常の広さの店舗で多目的トイレを標準仕様としています。現在約3,800店舗に設置しており、2020年の東京五輪までに8,000店舗規模の増設を予定しています。



緊急救護体制を強化 AED 設置

AED（自動体外式除細動器）を店舗に設置する協定の締結を自治体と進めています。現在、協定締結自治体は21府県58市町（2017年6月末現在）。今後も行政と協力しながら、地域の皆さまの救護体制を強化していきます。



買物不便地域を支援 移動販売車

買物不便地域のお客さまのために、2011年9月から移動販売車（ファミマ号、ミニファミマ号）が営業しています。稼働エリアも拡大し、1都11県で現在合計18台（2017年9月末現在）が活躍。高齢化が進み、買物不便地域への対策がより重要になっていく中、今後も自治体と連携を図りながら、買い物の手間や不便さの解消に貢献していきます。



交通不便を解消 タクシー配車サービス

地方でのバス・鉄道路線の廃止や縮小など交通不便地域の拡大を踏まえ、地元のタクシーをファミリーマートの店舗に設置した専用電話で呼び出すことができるサービスを行っています。東北・北陸・中国・関西・九州地方の164店舗（2017年9月末現在）で、タクシー会社と協力し地域の交通不便解消に貢献しています。



ありがとうの手紙コンテスト



いつの時代も、未来を担う子どもたちの育成支援は国や地域社会の最重要課題の一つです。ファミリーマートは、全国に展開する店舗や本部社員など、企業の「資源」を活かした多様な次世代育成支援活動を、地域社会とともに年間を通じて行っています。

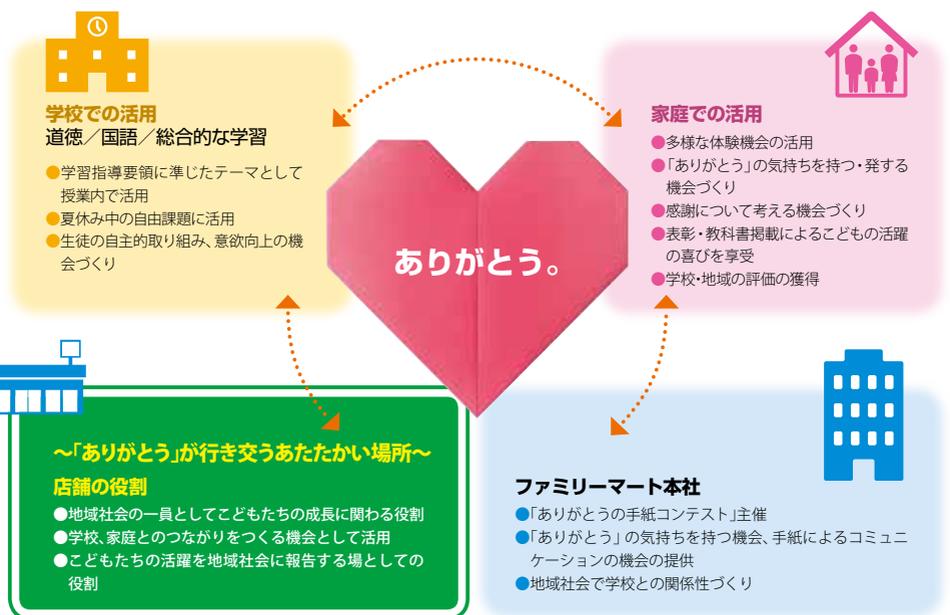
●小学生対象 **ファミリーマート ありがとうの手紙コンテスト**

「ありがとう」の気持ちを素直に伝える大人に成長してもらいたとの思いから、2009年より「ファミリーマートありがとうの手紙コンテスト」を開催しています。ジャーナリストの池上彰さんを審査員長として迎え、最優秀作品賞、審査員特別賞、学校・団体賞が選出されます。これまでの応募作品は約25万件にのぼり、応募作品は道徳の副読本にも掲載されました。

目標 地域社会とともに次世代を担う子どもたちの健全な成長を支援

課題 国内の7人に1人の子どもが貧困状態にある(※)。「子どもの貧困」問題に対する対策、及びそれによる学習機会などの教育格差の改善支援(※厚生労働省による)

審査員長の池上彰さんからは「相手を大切に思い、感謝の気持ちを手紙で伝えることは、子どもたちの成長につながります」と、コンテストが果たす社会的な役割を評価していただいております。今後も、地域の学校・家庭とファミリーマートが連携しながら、子どもたちの「ありがとう」の気持ちを醸成していきます。



Close Up!

お店が中心となって、地域に「ありがとう」の輪を広げる。

蔭山馬堀海岸店(神奈川県横須賀市)
京浜急行馬堀海岸駅から徒歩約5分。古くからの住宅地の一角にある蔭山馬堀海岸店は、1998年の開店以来、地域に密着した経営を行ってきました。「元々、地元で長年食品スーパーを運営していましたので、地域密着は当然のこと。地域の祭事、イベントなどにも積極的に参加してきました」(蔭山卯栄基オーナー)
そんな同店がより地域との関りを深めることになったのがファミリーマートが主催する「ありがとうの手紙コンテスト」です。その趣旨に賛同し、積極的に参加しています。「ふだんはなかなか言えない『ありがとう』の思いを、手紙にして家族に伝える。パソコンやスマホが当たり前の時代だからこそ、ぜひ子どもたちに書いて欲しいと思いました」(蔭山葉子店長)
そして、蔭山オーナーの母校でもある近隣の横須賀市立馬堀小学校を訪れ、コンテストの趣旨を説明。以来毎年、同校1年生からの応募が続いています。今年も同校を訪問し、木屋哲人校長先生と1年2組担任の井岡あずさ先生に面会。井岡先生は、道徳と国語の授業に「ありがとうの手紙」を取り入れたいと話してく

れました。「この授業を通じて、子どもたちに、人に感謝する気持ちと作文の基本を学んでもらえたらと思っています」(井岡先生)
応募していただいた作品は毎年、同校と子どもたち、そして保護者の皆さまのご承諾を得て店内に掲示しています。「その作品を、笑顔で、時には涙を拭いながら読んでいるお客さまの姿を見ていると、当店が学校と地域をつなぐ役割を果たしていることを改めて感じます」(蔭山店長)
「感謝の言葉を手書きで伝える機会が少なくなっている今だからこそ、この取り組みは意義があります。今後も、子どもたちの成長のために取り組んでいきたいと思っています」(蔭山卯栄基オーナー)
「ありがとうの手紙コンテスト」は、お店が中心となって、子どもたちを育み、地域に「ありがとう」の輪を広げていきます――。



店内に掲示された「ありがとうの手紙」。



馬堀小学校で「ありがとうの手紙コンテスト」の概要を説明する蔭山葉子店長と奥が蔭山卯栄基オーナー。



馬堀小学校の井岡先生(左)に応募要領をお渡しする蔭山店長。

「学校は地域とのつながりなくして成り立ちません。その意味で『ありがとうの手紙コンテスト』は、ファミリーマートのお店が中心になって地域と学校とのつながりを深めてくれています。とてもありがたく思います。また、蔭山さんのお店のように店内に作品を掲示していただくことで、子どもたちの姿を地域の人たちが見ることもできます。今後も活用させていただければと思っています」



横須賀市立馬堀小学校 木屋哲人校長先生

地域とともに次世代の成長を育む



ファミリーマートでお仕事体験

こども店長

こどもたちにファミリーマートのお店で仕事を体験していただく取り組みです。楽しみながら社会の仕組みを学ぶ機会として、たくさんのこどもたちと保護者の皆さまからご好評いただい

おります。
参加したこどもたちからは「初めてのことばかりで楽しかった！またやってみたい！」「自分が並べた商品が売れてうれしかった！」、保護者の皆さまからは「普段なかなか見れないこどもの姿が見られて親としても貴重な経験になった」「引込み思案なこどもが積極的になり、成長を実感できました」などの声が寄せられています。

★参加したこどもたちの声★

自分の並べた商品が売れて嬉しかった！

大きくなったらファミマの店長になりたい！

お母さんのお買物のレジができて楽しかった。夏休みの作文に書きたい！



ドキドキしたけど、お店のスタッフさんがやさしく教えてくれたので楽しかった。



お客さまが笑ってくれたので、うれしかった。

家でたくさん練習してきたから、うまくできた。

●保護者の皆さまの声●

夏休みの楽しい思い出のひとつとなりました。

コンビニの裏側も見ることができて、こどもだけでなく大人も楽しめました。

身近なコンビニで職業体験ができて、こどもたちの勉強になりました。

自分のこどもが知らないお客さまに「ありがとうございました」ときちんと言えていて、成長を感じました。

■店長より■

こどもたちの育成につながり、地域の皆さまにも喜ばれ、交流も深められると思い、2013年5月から定期的に開催しています。ストアスタッフも、「こども店長」が話しかけとなってお客さまと自然な会話ができるようになりました。常連になっていただいたお客さまも増えています（下館八丁台店<茨城県筑西市>の石塚店長）。

★こども店長実施状況（2016年度）

実施店舗数	実施件数	参加者数
106 店舗	145 件	約 750 店舗

社会人としての成長を支援

出前授業

ファミリーマートの社員が講師を務める「出前授業」を中学校・高校等で行っています。「ファミリーマートのビジネスモデル」「環境対応について」「販売指導」など、社員の職能と専門的知識を活かした授業の他、「総合的な学習」の授業の中で、地域社会が抱える課題とコンビニエンスストアの役割について一緒に考える「課題解決学習」も行い、生徒たちの考える力を育てています。2016年度は、昨年度に引き続き大阪市立野田



中学校2年生の「課題解決型学習」に協力し、課題の提供を行ないました。

第1回目の授業では、コンビニエンスストアの仕組み、少子高齢化・グローバル化などの社会背景や社会課題について説明し、授業の課題が発表されました。

グループ討議を重ね、12月の中間発表を経て、生徒たちが考える「10年先の地域社会が抱える問題を解決し、お客さまに喜んでいただけるファミリーマート」の最終プレゼンテーション（結論発表）が3月に行なわれました。

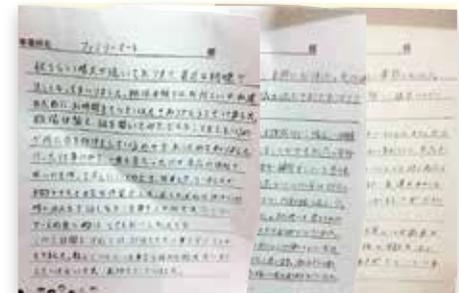
また2012年から、東日本大震災で被災した岩手県大船渡市の末崎中学校の2年生を対象に、同地の特産品であるワカメの「販売・接客の心得」をテーマにした出前授業を、毎年実施しています。



実体験を通じて仕事のやりがいを学ぶ

職場体験

地域の中学校の「職場体験」に、ファミリーマートの店舗が協力しています。店長やストアスタッフから、挨拶やレジでの袋詰め、商品の前出しなどを教わりながら、仕事のやりがいについて、実体験を通じて学ぶ機会を提供しています。



店舗で職場体験を実習した中学生から届いた感想文。

地域とともに次世代の成長を育む



働くことの意義や喜びをお伝えする

企業訪問

中学生や高校生が社会学習の一環として企業について学ぶ「企業訪問」に積極的に協力しています。

修学旅行や課外授業等の機会に行われるもので、東京・池袋のファミリーマート本社を訪れた生徒の皆さんに、ファミリーマートの歴史や本部の仕事の内容、コンビニエンスストアの仕組みや商品、サービス、社会インフラとしての役割な

どについて講義。「働くことの意義や喜び」「社会との関わり」をお伝えすることで、キャリア形成を支援しています。



「ご当地！絶品うまいもん甲子園」に協力

ファミマものづくりアカデミー

農林水産省が主催する高校生最大の料理コンテスト「ご当地！絶品うまいもん甲子園」(*)に協力し、各エリア選抜大会の代表校を対象にした「ファミマものづくりアカデミー」を2015年

度より開催しています。

商品開発についての講座や工場見学の機会を提供し、学んでいただくとともに、コンテスト作品を商品化し、地域の活性化にも貢献。各エリアの店舗で販売も行っています。

(*)「ご当地！絶品うまいもん甲子園」……全国の高校生を対象に、ご当地食材を使ったオリジナルレシピを、開発・調理・プレゼンテーションで競い合う料理コンテスト。食を通じて農林漁業の大切さを伝え、高校生の夢を応援し、地域を盛り上げ日本を元気にすることを目標としています。



ベルマーク活動



次世代を応援する活動を、販売している商品を通じて取り組む「おむすび全品にベルマーク」をつける活動。ファミリーマートはベルマーク協賛企業としてベルマークをつけるだけでなく、全店舗でのベルマーク回収にも取り組んでいます。

コンビニエンスストアで唯一の取り組み

「おむすびにベルマーク」は、小売ではファミリーマートだけの取り組みです。さらに2016年9月からは、サークルK・サンクスの店舗でもベルマーク付きおむすびに切り替わり、現在は全国約1万8,000店舗で販売しています。

また、店頭のおむすび売場に専用の「ベルマーク回収BOX」を設置しており、地域のベルマーク回収拠点としての役割を果たしています。



被災地の子どもたちを支援！

「ベルマーク回収BOX」にお寄せいただいたベルマークは、各店舗が近隣の小学校に寄贈しています。

また、ファミリーマート池袋本部や食品製造委託工場でもベルマークを収集。2011年からは東日本大震災で被災した地域の学校に、2016年は平成28年熊本地震の被災地の小学校に寄贈しました。



この9年間で10倍に増加！

ファミリーマートのベルマーク活動は地域の皆さまに浸透しており、ファミリーマートでお預かりしたベルマークの数も、取り組み1年目の2008年度と比べ、本部内のベルマークだけでこの9年間で約10倍に増加しています。

本部内でのベルマーク収集点数

●2008年度
14,260.3点
●2016年度
144,896.0点

店頭募金 「ファミリーマート夢の掛け橋募金」

ファミリーマートは1993年にコンビニエンスストアとして初めて店頭で募金箱を設置しました。2006年からは「ファミリーマート夢の掛け橋募金」として、NGO・NPOへ寄付しています。

世界の子どもたちと地球の未来のために――。

店頭でお預かりしたファミリーマート夢の掛け橋募金は、(株)ファミリーマートからの企業寄付(マッチングギフト*)と合わせて、下記4団体に寄付し、世界の子どもたちと地球の未来のための

活動に役立てられています。また、大規模災害の発生時には「災害義援金募金」に切り替え、被災地支援を行っています。

* マッチングギフト・募金総額に対して、企業などが一定率を掛け金額を上乗せして寄付すること。



寄付先との主な取り組み

アジアの子どもたちの命を守る防災教育を実施 「ファミリーマートグローバル子ども募金」

公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンとの「グローバルパートナーシッププログラム契約」に基づき、ファミリーマートが出店する国・地域で、子どもの命を守る「防災(災害リスク軽減)教育」プログラムに用途を限定した「ファミリーマートグローバル子ども募金」を2014年度から毎年4月に実施しています。

このプログラムには現地法人の社員がボランティアで参加。防災・減災教育に貢献しています。

●「ファミリーマートグローバル子ども募金」寄付総額(2017年4月)
(公)セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンに用途指定寄付

ファミリーマート店頭募金金額(AFC*含む)	23,103,351円
Famiポート募金金額(2016年5月～2017年4月分)	405,000円
株式会社ファミリーマート マッチングギフト	2,050,000円
合計	25,558,351円

* AFC=エリアフランチャイザー

幼稚園・保育園全国巡回型プログラム

森の教室～どんぐりくんと森の仲間たち～

幼稚園・保育園児が劇やどんぐり植え、育苗を通じて、森林がもつ様々な役割を学び、森づくりに参加する公益社団法人国土緑化推進機構主催の全国巡回型プログラム「森の教室」を支援しています。

2012年に、福島第一原発事故で被災した福島県富岡町から郡山市に避難していた保育園児と幼稚園児を訪ねたことからスタートし、これま

で24都道府県で開催。のべ1万5千名を超える園児たちが参加しています(2017年7月末現在)。「森の教室」には、開催される地域の店舗、ファミリーマート社員も参加。園児たちとの触れ合いを深めています。



森や海・川の名人から知恵や技術を学ぶ 聞き書き甲子園

「聞き書き甲子園」は、高校生が日本全国の森や海・川の「名人」を訪ね、知恵や技術、人生そのものを「聞き書き」し、記録する活動です。

参加した高校生は、名人との世代を超えた交流を通じて、森林や海からの豊かな恵みやそこに暮らす人々の営み、地域の伝統・文化などについて学び、その成果を報告会や作品集で発表します。

国連WFPコーポレートプログラム ミャンマー学校給食支援

ミャンマーは経済発展が不十分なため、国の約15%の人口は栄養不足で、5歳未満の子どもたちの35%が発育阻害であると言われています。国連WFPを通じ「ミャンマー連邦共和国・学校給食



ファミリーマートはこの活動に賛同し、2005年から、主催する公益社団法人国土緑化推進機構

認定NPO法人共存の森ネットワークに対する寄付活動による支援や、事前研修や報告会への社員派遣など、特別支援を継続して行っています。

プログラム」を支援し、未就学児と小学校の児童に、栄養強化ビスケットを支給する活動を進めています。



被災地域の次世代支援

TOMODACHI コンビニ基金

「TOMODACHI イニシアチブ」は、公益財団法人米日カウンシル・ジャパンが、米国政府(米国大使館)協力のもと、日本政府、日米企業、団体、個人から支援を受け、日米両国の未来の世代へ向けた投資として、教育交流、文化交流、指導者育成プログラムを提供。次世代の育成支援を通じて、日米間のつながり強化や友好を深めています。



ファミリーマートは2013年秋から被災地域の次世代支援を目的としたプログラム提供を行うため、店頭募金の寄付先として支援を行っています。

2017年は3回目となる、福島県内の高校2年生の女子生徒を対象としたキャリア支援プログラム「TOMODACHI 女子高校生キャリアメンタリングプログラム in 福島」を支援。約半年かけて、女子高校生たちが普段の生活では出会うことのない様々な年代、国籍、経験を持つ先輩女性たちとのセッションを行い、自分自身で未来を切り拓く力をつけることを目指します。

サプライチェーンにおける取り組み



原材料の調達から生産、物流、販売、そして廃棄——。サプライチェーンのすべての工程で、一貫した品質管理体制の構築と環境負荷低減を実現。安全・安心な商品をお客さまに提供するとともに、環境に配慮した取り組みを行っています。

目標 バリューチェーンを通じた商品の安全・安心を確保する体制の構築

課題 食の安全・安心に関わる事故発生リスクの回避と影響範囲の把握及び未然予防処置

原材料調達

日本国内と海外から原材料を調達しています。厳しい基準を満たしていることや、調達先の人権、環境に配慮をしています。

食の安全

- 食材工場点検50項目による検査
- 原材料の審査・承認(品質認証システム)
- ファストフードの主な原材料、原産国、生産国の公開

環境負荷低減

- 需要予測システムの構築による廃棄ロスの削減
- 食品ロス削減生産計画



生産

品質事故の削減、労働安全衛生、生産時の環境負荷軽減に注力しています。

食の安全

- 中食製造委託工場のHACCPへの取り組み
- 取引先を集めた全国品質管理会議による指導・情報共有
- 外部専門機関による品質監査
- ファミリーマート工場担当による工場巡回
- 工場の環境負荷軽減・炊飯ラインの構築
- 添加物削減



物流

鮮度と温度にこだわる物流の管理・輸送。

- 温度帯別共同配送
- ドライバー教育
- エコドライブ管理システム
- 低公害車・低燃料車の採用
- 配送センターのLED化、太陽光発電パネル設置
- 物流における環境負荷軽減
- 安全で効率的な配送ルートの確保



販売

安全・安心はもちろん、社会・環境に配慮した商品をお客さまにお届けします。

食の安全

- 衛生管理、期限管理、温度管理、3つの基本項目に基づき販売
- 衛生ツールを使用した店舗指導

環境負荷低減

- レジ袋削減の啓発、レジ袋辞退率の向上

その他

- ストアスタッフの表彰制度
- ストアスタッフ研修
- 社会貢献活動



廃棄

廃棄物の発生抑制と再生利用に取り組んでいます。

環境負荷低減

- 発注精度の向上による廃棄ロス発生抑制
- 食材、アイテム削減による原材料廃棄ロス削減
- 改廃アイテム削減によるメーカー包材ロス削減
- 商品登録・改廃アイテム削減による工場の生産性向上とロス削減
- 商品のロングライフ化による年間廃棄ロス削減
- 食品リサイクル率向上
- 適正な廃棄物の分別



店舗施設への取り組み



2020年までに売上高当たりエネルギー消費量（店舗の電気使用量）の10%削減（2010年比）を目指し、省エネ機器への切り替えを進める他、省エネ型店舗モデルの開発を進めています。

目標 気候変動及びその影響を軽減するために、環境負荷を可能な限り低減し、売上高当たりエネルギー消費量を2020年までに10%削減（2010年度比）

課題 産業革命前からの気温上昇を2℃以下に抑制削減。日本は2030年度にGHG排出量2013年度比26%減の目標

1 店内LED照明システムの導入

店内に省エネ効果の高いLED照明を導入するとともに、時間帯や店内のゾーンごとに明るさを制御する最新のシステムを導入しています。
（2017年2月末現在 8,473店）



2 看板照明へのLED導入

ファサード看板、サイン看板にもLED照明を導入し、蛍光灯を用いた看板と比較して約70%省エネ性が向上しています。
（LEDファサード看板 2017年2月末現在 6,810店）
（LEDサイン看板 2017年2月末現在 2,742店）



9 店内ゴミ箱の設置

ゴミの削減とリサイクル、行政からの廃棄物分別のルール徹底を図るため、2016年度よりゴミ箱の店内設置を標準化しています。



3 電子レンジ庫内照明のLED導入

電子レンジの庫内照明にLEDランプ、また待機電力ゼロの機種を標準導入しています。従来の庫内照明より電力消費量を約80%抑えています。

4 ウォークイン冷蔵庫の省エネ化

ウォークイン冷蔵庫の照明をインバーターランプに切り替えたことにより20～25%の省エネ化実現。また、ガラス層の結露防止ヒーターを一部廃止し、従来比75%の省エネ化を図っています。

5 冷凍・空調システムの省エネ化・環境配慮

2017年1月から冷凍機の冷媒ガスをR401Aから効率の良いR410Aに変更し省エネ化を促進。また、2017年5月からは空調機の冷媒ガスを地球温暖化係数の低いR32に変更するなど、環境配慮を図っています。

6 電気自動車用急速充電器の設置

電池の心配をせず安心して電気自動車やPHVを利用できる環境を整えるため、電気自動車用急速充電器を設置しています。
（2017年2月末現在 709店）



8 太陽光発電パネルの設置

事業活動と環境負荷低減の両立を実現する取り組みとして、太陽光パネルの設置を進めています。
（2017年2月末現在 2,383店）



10 駐車場照明のLED化

駐車場照明もLED化を進めています。従来の照明と比べ約30%省エネ性が向上。寿命も4倍に延びています。
（2017年2月末現在 4,196店）



7 CO₂冷媒機器を使用した冷凍・冷蔵庫の導入

エネルギー起源CO₂とフロン類の排出量削減を同時にできる、CO₂冷媒を使用した冷凍・冷蔵庫の導入を進めています。
（2017年2月末現在 67店）



消費電力2割削減 環境にやさしく、人にやさしい省エネ型店舗の開発

店舗の柱などを鉄から木材に置き換え、空調や換気などの機器をデジタル制御する省エネ型モデル店舗を3店舗開店し、電力使用量削減に向けた効果検証を進めています。主な実証実験は、駐車場に使うアスファルト低温室工仕様、木造仕様による、CO₂の排出量の約8割削減。空調・換気・冷蔵ケース機器のIoT化による総合的な最適制御の電力使用量2割削減



減などです。3店舗での実効性、耐久性検証を踏まえ、省エネ店舗モデルを構築し、2018年度より新店に順次導入する予定です。今後も電気使用料削減や店舗のローコスト化に向けて様々な取り組みを複合的に実施し環境への負荷削減に取り組んでいきます。

環境に配慮した容器包装の導入



1999年に紙製容器、2002年に葦(あし)を原料とするパルプモールド容器、2007年から植物(とうもろこしなど)を原料にしたバイオマス容器を採用。2015年に弁当の包装をサイドシュリンク包装に切り替えるなど、原材料のプラスチック使用量削減によるCO₂排出量の削減に積極的に取り組んでいます。

約1,846tのCO₂を削減!

植物由来のバイオマスプラスチック容器の使用

植物由来(とうもろこし)のバイオマス容器は、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がほぼ同じなので(カーボンニュートラル)、CO₂の量は実質増えることはありません。現在、サラダ3アイテムにバイオマス容器を使用。サラダ容器1個あたり24.57g、2016年度は1年間で約1,846tのCO₂を抑制したことになります。



バイオマス
No.060020

約1,540tのCO₂を削減!

フィルム使用量減のサイドシュリンク包装の完全導入

弁当類の容器包装は従来、全体をラップする「フルシュリンク包装」を採用していましたが、2014年2月より容器とフタの結合部分にのみフィルムを装着する「サイドシュリンク包装」の導入を開始。2015年2月に全面的に切り替えました。これにより、プラスチック原料は430t削減、CO₂は1,540t削減しています。2017年10月からのさらなる改良でさらに80tの削減が見込まれます。サイドシュリンク包装は商品が見やすく、お年寄りから子どもまで誰にでも開けやすい、というメリットもあります。



約100tのCO₂を削減!

植物性インク拡大

おむすび、手巻寿司、サンドイッチのフィルムに使用される印刷インキを、ライスインキ、ポタニカルインキ、ベジタブルインキなどの植物由来原料のものに順次切り替えています。現行インキに比べCO₂が約100t削減されます。



包装フィルムの白地の部分に植物性インクを使用しています。

Close Up!

容器包装技術の革新で153.7tのCO₂削減!

「お母さん食堂」に、「おいしさ」を長持ちさせる ガス置換包装とトップシールを採用

単身世帯や共働き世帯の増加、高齢化などの社会変化への対応策として導入した、一人前の分量を手軽に食べられるオリジナル惣菜「お母さん食堂」。その「お母さん食堂」に採用しているトレイパック商品16品目は、鮮度が維持できる「ガス置換包装」と手軽に食べられる「トップシール包装」を採用しています。

ガス置換包装は、容器の内部にある大気成分を食品に適した配合に替える仕組みです。例えば、食品が腐敗する原因の一つとなる酸素の配合を極力低くし、食品の酸化を抑えることで、鮮度を延長することができます。従来の惣菜の消費期限が2日間のところ、ガス置換包装に替えることで5日間まで消費期限を延長することができました。もちろん食品添加物は低減させています。

また、従来の惣菜容器のふたの部分にトップシールに変更することにより、同容量の惣菜容

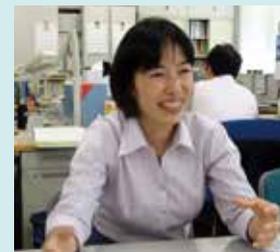
器と比較し、プラスチック原料は年間33.6t、CO₂は年間153.7t削減することになります。



●「お母さん食堂」と同容量の惣菜容器での比較

	通常の惣菜 トレイ	トップシール 包装 トレイパック	削減量
プラスチック 原料	217.2 t/月	183.6 t/月	33.6 t/月
CO ₂	506.5 t/月	352.8 t/月	153.7 t/月

「飲食店や小売店での食べ残しや売れ残り、自宅での食べ残し等の食品ロスは2014年度推計で年間約621万トンあります。食品ロスの問題を語る時、よくそ



農林水産省 食料産業局
バイオマス循環資源課
食品産業環境対策室
河合亮子室長

の俎上に上げられるのがコンビニエンスストア(CVS)です。その理由としては、CVSの食品ロス率がスーパーより高いこと、閉店時間がないため消費(賞味)期限切れ商品を廃棄している姿を消費者に見られる機会が多いこと、全国約6万店と経済規模が大きいことなどが考えられます。じつは、CVSをはじめ食品に関わる企業は、食品ロス削減のための積極的な取り組みを行なっているのですが、アピールが足りないからでしょうか、あまり世間に知られていません。

農林水産省では、そうした企業努力を消費者に知っていただくため

に、「食品ロスの削減に資する容器包装の高機能化事例集」をまとめ、この4月に公開しました。ファミリーマートさんの「お母さん食堂」もその一つです。容器包装改善によって鮮度保持・賞味期限を延長したという事例ですが、食品の容器は中身・食品を守るためにある、という考えを強く感じさせられる取り組みです。総菜のロングライフ化は、消費者にとっても大いにメリットがあることです。今後は、こうした新商品の開発に加え、商慣習の改善に向けて、食品業界全体で食品ロス削減を牽引する役割を担うことを期待しています」

廃棄物の削減



店舗から出る販売期限切れ食品などの食品残渣は、生ゴミ回収リサイクルシステムにより飼料、肥料、メタンなどに再資源化しています。そうした取り組みで、ファミリーマートの食品リサイクル率は47.0%となっています。

食品リサイクルを積極的に推進

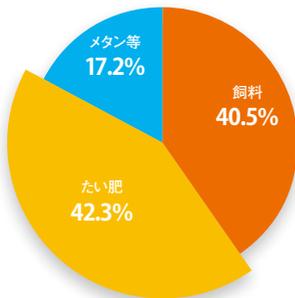
食品廃棄物の飼料・肥料へのリサイクルを積極的に推進するため、リサイクルに対応する廃棄物処理委託業者との取引を順次拡大しています。

店舗のフライヤーから出る廃食用油についても、飼料などにリサイクルしています。これらの取り組みの結果、2016年度の再生利用等実施率は47.0%となりました。今後も対応業者との取引拡大を進め、食品のリサイクルに努めてまいります。

また、食品リサイクル法による食品廃棄物などの発生抑制の目標値「44.1kg」（売上高百万円当たり）に対して、2016年度は27.5kgと、目標値より16.6kg低い実績となりました。

●食品リサイクル種別構成比

(2017年2月末現在)
合計3,566店舗

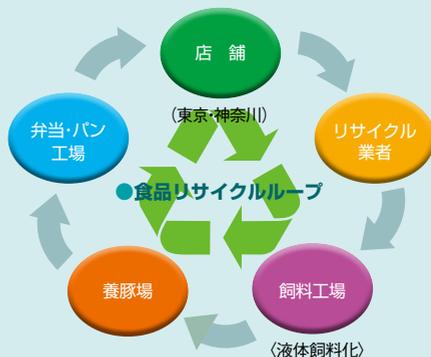


※ ファミリーマート、サークルK・サンクス合計

食品リサイクルループを約750店舗に拡大

2008年から、再生利用事業計画（食品リサイクルループ）として認定された液体飼料化に取り組んでいます。東京都内、神奈川県内の店舗などから排出される食品残渣を廃棄物収集運搬業者が回収し、飼料工場を持つ養豚場に効率的に運搬。その液体飼料で飼育した豚を使い、一部の弁当や惣菜パンとして製造、販売する食品リサイクルループを構築しています。

2017年度は、2016年9月のユニーグループ・ホールディングスとの統合を機に、食品リサイクルを実施している取引先と地域を整理・拡大。回収店舗数が統合前より150店舗増加、約750店舗になりました。



廃食用油を100%リサイクル

ファミチキなどのフライドフードを揚げた廃食用油は、行政から認可された廃食用油収集運搬業者によって回収。主に養鶏用飼料の添加剤やインク、石鹸等に100%リサイクルしています。その一部は「薬用ハンドソープ」として店舗で使用され、循環型リサイクルを実現しています。

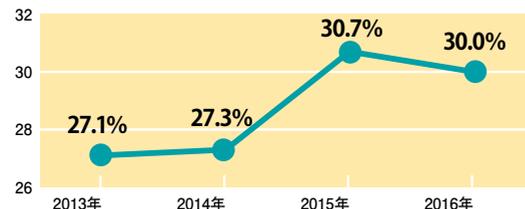


レジ袋削減

不要なレジ袋の使用を削減するために、お客さまにレジ袋不要時のお申出をお願いしています。また、店内放送・レジ液晶POP・店内ポスター掲

示などで使用削減をお願いするとともに、適正サイズのレジ袋使用などによる削減に努めています。

●レジ袋辞退率（2016年度はサークルK・サンクス含む）



Close Up!

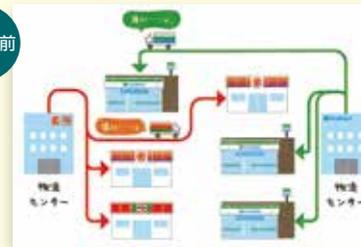
CO₂排出量も削減 製造・物流拠点の統廃合を推進

2016年9月にファミリーマートとユニーグループ・ホールディングスが経営統合しましたが、これまで旧2社のそれぞれの物流網が混在しており、その再整備を進めてきました。

そして6月までに、配送地域が重複する配送センターを統廃合し、213カ所あった拠点を173カ所に集約しました。

配送車の1日当たりの走行距離を従来の約90万kmから約75万kmへ約2割減らした他、台数も5,400台から5,250台に削減。これによって、CO₂排出量の削減（従来比約82.9%）にもつなげています。

統廃合前



統廃合後



「ファミリーマート店舗とサークルK・サンクス店舗の物流は、統合後もそれぞれのセンターからそれぞれのブランド店舗へ配送していたため、非常に効率の悪い配送でした。また配送の回数や時間帯もそれぞれ異なり、非均一的な配送になっていました。

本年6月までに、両者のセンターを再整備し、センターから店舗に最も効率よく配送できるルートを構築しました。統廃合整備により、一層の環境負荷低減を実現するとともに、物流コストを圧縮することができましたので、その原資を加盟店支援に活かしていきます」



物流・品質管理本部 物流運行部長 中田順吉

人財育成 ダイバーシティの推進

少子高齢化、労働人口の減少、人的資源のグローバル化が進む中、性別・年齢・国籍・障がいの有無などに関わらず、すべての社員が十分に能力を発揮し、いきいきと活躍できる職場づくりのため、ダイバーシティを推進しています。

目標 働き方改革を進め、年齢・ジェンダー・国籍などに関わらず社員の働きがいと経済成長を支援し、活躍できる社会づくりに貢献する

課題 少子化・高齢化による人口減少・労働力人口の減少

2017年度、ミッションを推進する専任部門としてダイバーシティ推進室が発足しました。「女性活躍推進」をダイバーシティの試金石と位置付け、まずは「女性が輝く会社づくり」に取り組んでいます。



ファミリーマートのダイバーシティミッション like Family^(*) 多様性をちからに。誰もが生き生きかがやく未来へ。



(*)「like Family」には、「違いを当たり前に入れて意識せず、そして困っている時には手を差し伸べてみんなで支え合う、そんな“家族”のようでありたい」という思いが込められています。

ダイバーシティ推進委員会の立ち上げ

ダイバーシティ推進を経営戦略として討議し、業績に結び付けていくための経営陣による委員会を実施しています。

女性の活躍プロジェクトが始動 FamilyMart Women Project (FMWP)

ファミリーマートで働く女性の活躍推進のための女性社員による活動「FamilyMart Women Project」が始動しました。

2017年度は、「私たちが働き方を変える」を

テーマに、FMWPカレッジがスタート。女性社員が中心となって、自部署の生産性を高め、顧客に新たな価値を提供する新しい働き方を考え、実証実験に取り組みます。

リーダー育成のための ダイバーシティ研修

女性活躍推進のキーマンである部長職以上を対象に研修を実施し、ダイバーシティ推進の重要性や難しさ、風土改革の必要性を共有しました。



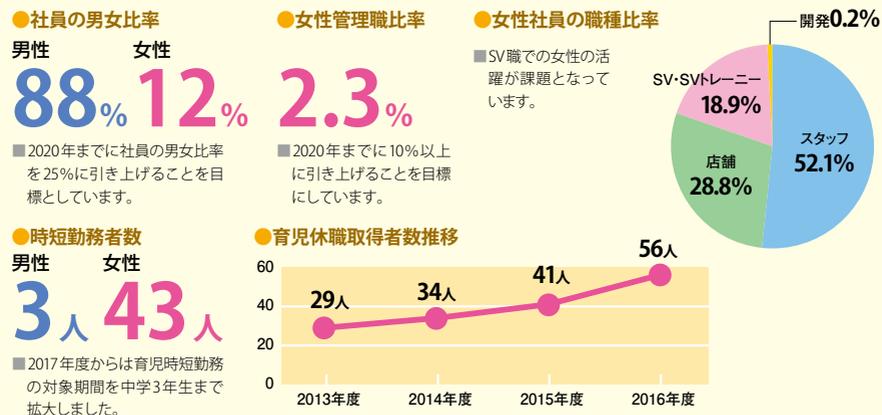
トップとのコミュニケーション

スーパーバイザー (SV) として活躍する女性社員や、育児短縮制度を活用しながら勤務する社員が出席し、社長と意見交換をする「ダイバーシティ座談会」を開催。トップとのダイレクトコミュニケーションを通じて、女性が活躍できる会社・職場に必要なことをはじめとして、男性も女性も共に働き続けることができる社会づくりについて考える機会となりました。



社内報で紹介された社長と社員による「ダイバーシティ座談会」。

数字で見るファミリーマートのダイバーシティ (2016年度)



制度の拡充

新規

●ジョブリターン制度

育児・介護・結婚・配偶者の転勤によって退職した社員に対する、退職後5年以内に優先的に再入社できる制度。

●女性成長支援研修

- ・プレキャリアデザインセミナー
- ・育児休暇・復職時セミナー
- ・次世代女性リーダー育成セミナー
- ・自己啓発支援制度

改訂

●すくすく休暇制度

子どもが小学1年生 (旧・2歳) になるまでの間に、毎年連続した5日間の特別有給休暇を取ることができる。

ワークライフバランス (2016年度)

育児休職からの復職率	89.5%	地域限定勤務・転居配慮制度利用者数	287名
育児勤務取得者数	62名	定年退職者再雇用制度利用者数	45名

本ハンドブック作成にあたり

本ハンドブックは、CSR活動内容を中心に、社会・生活インフラ企業として持続可能で発展的な社会の実現を目指すファミリーマートの取り組みを、幅広くご理解いただくために作成しております。

報告対象範囲

ご報告の対象は、株式会社ファミリーマートおよびフランチャイズ加盟店、サプライチェーン関連のお取引先、食品廃棄物リサイクルなどのお取引先での事業活動も含めて、2017年10月現在の取り組みを掲載しております。さらに詳細な取り組みは、ファミリーマートのコーポレートサイトCSRページでご紹介しております。

報告対象期間

実績データは原則として2016年3月から2017年2月末までを対象期間としていますが、2017年3月以降の情報も含んでいます。

国連SDGs(持続可能な開発目標)に対する取り組み



ファミリーマートは社会・生活インフラ企業として事業領域の拡大を通じ社会の持続可能な発展に貢献するとともに、地域社会の課題解決や、環境負荷軽減に取り組むことでSDGsの目標達成にも寄与していきます。

編集発行：株式会社ファミリーマート CSR・コンプライアンス部
〒170-6017 東京都豊島区東池袋3-1-1 サンシャイン60 17F
<http://www.family.co.jp>

ファミマCSR

検索



この印刷物は、E3PAのシルバー基準に適合した地球環境にやさしい印刷方法で作成されています
E3PA:環境保護印刷推進協議会
<http://www.e3pa.com>

リサイクル適性 (A)
この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。

