

## トップメッセージ

# どこよりも地域から 愛されるチェーンを目指して

### ご挨拶

2019年9月1日、当社はユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社と統合し、新生ファミリーマートとしての一步を踏み出しました。

ファミリーマートは誕生以来、お客さまの声や社会のニーズを取り込みながら、ご提供する商品やサービスを充実させ、「便利で豊かな生活」を提供するビジネスモデルを愚直に磨き続けることで進化を遂げてきました。現在、国内約16,500店舗の規模を擁するチェーンへと成長することができたのは、地域のお客さまの多大なるご愛顧をはじめ、お取引先のご協力、株主の皆さまの変わらぬご支援、そして何よりも加盟店の皆さまのたゆみない努力の賜物であると、あらためて感謝申し上げます。今後も皆さまのご期待に沿えるよう、ファミリーマートブランドをより強固にすることで、当社の企業価値向上に一層努めてまいります。

株式会社ファミリーマート  
代表取締役社長

**澤田 貴司**



## トップメッセージ

### ■ ファミリーマートの基本理念とありたい姿

## 基本理念は、ファミリーマートの社会との約束であり、 今後の成長を支える不変の価値観です

新生ファミリーマートとして新たな一歩を踏み出すにあたり、私たちが目指すべき姿をあらためて明確にするため、まず基本理念を改訂<sup>1</sup>いたしました。

私は、基本理念というものは日頃の業務や何かを選択する時の判断基準であり、いわば私たちが社会に存在する意義を表す、極めて重要なものと考えています。ブランド統合を経て「One FamilyMart」となった今こそ、拠り所となる新たな理念を明示し、全社一丸でベクトルを合わせながら持続的な成長に向けて突き進むべきであると考えました。

見直しに際しては、ステークホルダーの皆さまはもちろん、特に加盟店の皆さまに共感していただける内容とするために、社内外の声や知見も取り入れながら、1年以上討議を重ねました。

## “ 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 ”

📖 参照：P2、基本理念

まず、コーポレートメッセージは、やはり私たちの原点である「あなたと、コンビニに、ファミリーマート」を継続しました。そしてこの不動のメッセージに込められたミッションとして、新たに「私たちが大切にしている3つのこと」を掲げました。

私は、基本理念の改定を機に、今一度「ファミリー」という言葉の意味を深く問い直しました。「ファミリーマート」という名前は、私たちの出発点であるとともに、目指すべき姿です。お店のストアスタッフや店長、そして社員が、みんなで一軒の商店を切り盛りする“家族のように”つながること。そして、“お客さま一人ひとりに”向き合いながら、“地域に寄り添う”商いを続けることで、地域の皆さまから末永く必要とされる存在になること。これこそが、私たちが思い描く姿であり、社名にその思いが込められているのです。

社名の「ファミリー」は、私たちとステークホルダーの皆さまを結ぶ大切な絆であり、コミットメントです。それぞれの地域でお客さまに“家族のように”寄り添いながら、地域社会に貢献する。そうした魅力ある企業を目指し、加盟店の皆さまとともに、全力で取り組んでまいります。

### ■ 外部環境認識と課題への対応

## 「地域社会と家族のようにつながる」 ことが、これからの成長の鍵

小売業を取りまく経営環境は、年を追うごとに変化のスピードを加速させています。かつてのコンビニエンスストアは、大量出店による店舗網の拡大で成長してきました。しかし、人口減少や過疎化による社会構造の変化、Eコマースの台頭による競争環境の激化等を受け、従来の店舗網拡大を頼みとする事業成長のフェーズは終わり、戦い方を見直す時代を迎えています。

2016年9月に社長に就任して以来、何をおいても、まずは現場へ足を運び、加盟店の皆さまが日々直面していることを見聞することが最優先と考え、これまで1,000店舗近くの全国の加盟店を訪問してきました。そのほかにも加盟店向けの謝恩会「感謝のつどい」の開催や、日常的な会話やメール、SNSによる率直な意見交換等、オーナー、店長やストアスタッフの皆さまとのコミュニケーションをとにかく重視<sup>2</sup>してきました。これは経営陣が現場を知ることなしに、重要な意思決定はできるはずがないと信じているからです。

現場でのコミュニケーションを通して深く感じていることは、“地域に根差している加盟店”がやはり強いということです。地域のことをよく知り、そして、そこで働いているストアスタッフと、毎日ご来店されるお客さまが強い絆でつながっている店舗は、極めて商売が順調です。

変化の激しい時代の中で、こうした加盟店から学ぶことは非常に多く、本部の私たち自身も、地域社会へのコミットメントを

### 関連 情報

1 基本理念を改定  
→P2：基本理念

2 オーナー、店長やストアスタッフの皆さまとのコミュニケーションをとにかく重視  
→P21：加盟店との強固な信頼関係の持続

## トップメッセージ

深め貢献しながら事業を行っていくことが、これからの時代に大切であることに気づかされました。

こうした課題認識のもとで2019年3月に立ち上げたのが「淡路島プロジェクト」です。兵庫県の淡路島にはファミリーマート店舗が24店舗あり、担当スーパーバイザーが毎日、高速道路を使い、神戸市から淡路島へ通っていました。そこで「淡路島プロジェクト」では、実際に淡路島で生活することで、加盟店・地域のお客さまと密接なコミュニケーションを通じて地域を深く知ることを目指しました。地域のニーズを把握し、その解決に向けて加盟店と活発な議論を交わしながら、さまざまな取り組みを広げています。例えば、店舗のイートインを活用したイベント開催や、老人ホームへの移動販売車での訪問販売など。その結果、多くの店舗において加盟店利益の向上につながっています。これらは一例ですが、全国で地域が抱える課題をよく理解し、それぞれの事情や特性に合った解決方法を加盟店と共に考え、実行することで、地域社会へと家族の輪を広げることこそが、当社が持続的に成長し続ける鍵であると私は確信しています。



淡路島での店舗巡回

## ■ サステナビリティ経営の高度化に向けた重要課題の見直し 社会課題の解決に向けて、「待ったなし」で積極的に取り組んでいきます

気候変動やプラスチック問題、格差・貧困、人権問題など、複雑に関連した社会課題が一層顕在化しています。こうした課題は、私たちの日々の日常生活だけでなく、当社の事業にも大きな影響をおよぼすことから、決して見過ごすことはできません。

こうした社会課題に対して企業がいかに対応しているか、いわゆるESG(E: Environment, S: Social, G: Governance)の視点で企業を評価する流れが加速し、ESGへの取り組みレベルが企業価値におよぼす影響が年々強まっています。当社としてもESG経営の重要性を認識し、一層推進してまいります。

当社は、企業活動が社会におよぼす影響を把握・管理しながら事業運営することが重要と考え、2017年度にサステナビリティ上の重要課題(マテリアリティ)を特定し、事業とCSRを連動させて推進してきました。

今般、コンビニエンスストア単独の事業体制へと変わったことを踏まえ、SDGs(持続可能な開発目標)やパリ協定等を軸に、社会やステークホルダーからの期待や要請を再整理し、2019年度にこの重要課題を見直し①しました。まず、「人に寄り添う地域活性化拠点としての進化」をはじめ、「環境配慮」、「商品・サービス」、「サプライチェーン」、「組織風土・人づくり」といった、当社事業が社会に影響をおよぼす項目を『5つの重要課題』として特定しました。そして、これらの重要課題の解決



を支える『4つの基盤』として、「加盟店・本部の共同成长」とともに、「人権の尊重」、「リスクマネジメント・コンプライアンスの徹底」、「コーポレート・ガバナンスの強化」を新たに設けました。今後、新たな体制の下で目標設定と行動計画を策定し、一段と実効性を高めてまいります。そして、国連グローバル・コンパクトの加盟企業としての責任と自覚を以て、SDGsへの貢献にも「待ったなし」で積極的に取り組んでいきます。

2019年度は、コンビニエンスストア事業の24時間営業の在り方において、従来のビジネスモデルに対する課題が浮き彫りになりました。当社は早期に課題を認識し、24時間営業の見直しに着手、店舗設備への投資による業務負荷削減やオペレーションの効率化といった、積極的な加盟店支援②に取り組んできました。また、うなぎ弁当やクリスマスケーキなどの季節商材については、予約販売を強化したことで食品ロスを削減③するとともに、廃棄損の縮小により加盟店収益の改善につながる結果が得られました。各種施策は、加盟店あってこそそのファミリーマートであることの強い意思表示であり、長期

### 関連情報

#### 1 2019年度に重要課題を見直し

→P10: サステナビリティ上の重要課題(マテリアリティ)

#### 2 積極的な加盟店支援

→P20・21: 加盟店・本部の共同成长

#### 3 うなぎ弁当やクリスマスケーキなどの季節商材については、予約販売を強化したことで食品ロスを削減

→P28: 食品ロスの削減

## トップメッセージ

的な視点で持続可能なビジネスモデルを再構築していくため、今後も一層の加盟店支援を継続してまいります。

また、「地域密着」を掲げる私たちは、地域と加盟店とのつながりを一層深めることで、持続可能な地域社会の活性化に貢献することを使命の一つであると認識しています。その一環として2019年に本格始動したのが、「ファミマこども食堂」<sup>1</sup>です。店舗のイートインスペースを活用し、地域の子どもたちや親子が集い、皆で食卓を囲む楽しみを味わいながら地域交流が図られ、これまでに全国で3,000名以上にご参加いただきました。加えて、高齢化が顕著な日本において社会問題となっている「特殊詐欺被害」の防止や、「運転に不安を抱える高齢者による運転免許証の自主返納」等を促進するため、地元の警察や自治体から防犯や交通安全に関するアドバイザーをお招きし、イートインスペースで講習会を開催する「ファミマサークル」<sup>2</sup>を2019年12月より開始しました。こうした参加者同士の交流や、安全・安心なまちづくりと地域活性化への貢献を目指した取り組みは、いずれも賛同された加盟店のもとで開催されており、地域に開かれた、どこよりも愛されるコンビニエンスストアチェーンでありたいというファミリーマートの願いが込められています。

時代の流れの変化を受け、経営課題に着実に取り組みながら更なる進化を遂げていくために不可欠なのは、「人」の持つ力です。これまでのグループ再編を通じて、多様な人材が集結しているのが我々の強みです。この強みを最大限活かし、事業戦略である「地域密着」をこれまで以上に強力に推進していくために、今後大胆な現場への権限移譲と構造改革による本部組織のスリム化で意思決定のスピードを高めるとともに、専

門性に長けた人材がその能力を最大限に発揮できる仕組みづくりを行ってまいります。

そして、誰もが活躍できる組織風土を培うダイバーシティ&インクルージョンの推進を行うとともに、社員の安全と健康を確保するため、健康経営を実践し、安全で働きやすい職場環境づくりにも取り組みます。

私は、「人」の力は無限大であると信じています。

ファミリーマートの価値を最大限に向上させていくために、働きがいのある組織風土と人づくり<sup>3</sup>を両輪で進化させてまいります。

### ■ ステーホルダーの皆さまへ

## 進化し続けながら、社会とともに持続的な成長を目指します

国内約16,500店のファミリーマートでは、約20万人の加盟店・ストアスタッフが、今日もお買い物に訪れる約1,500万人(1日当たり)のお客さまをお迎えし続けています。更に、地域のコミュニティをはじめ、お取引先や株主、そして当社の社員へと周りを見渡せば、ファミリーマートはどれほど多くの“ステークホルダー=家族”に支えられていることかと、あらためて感謝の念に堪えません。

私は、この感謝の気持ちを念頭に置きながら、これからも加盟店とともにファミリーマートをもっともっと進化させなければならないと考えています。

それぞれの地域にどこよりも密着し、“家族のように”愛され

るチェーンをつくってまいりたいと思います。そしてこれからの私たちの使命として、地域への貢献、地域の活性化に努めていきたいと思っています。

ファミリーマートが地域コミュニティの家族となり、便利な商品・サービスに加えて新たな価値を生み出していく。

ステーキホルダーの皆さまと歩む幸せな未来のため、「ファミリー」の輪を広げながら、社会とともに持続的な成長を実現していきます。

新生ファミリーマートの、たゆまぬ進化にご期待ください。



#### 関連情報

1 ファミマこども食堂  
→P39

2 ファミマサークル  
→P41

3 働きがいのある組織風土と人づくり  
→P56