

## 重要課題 4

# お取引先とともに持続可能な サプライチェーンを追求



## 社会背景と課題認識 ～なぜ重要なのか～

世界経済の発展やボーダレス化の進展に伴い、企業の調達活動は世界中に拡大し続けています。こうしたグローバル化の広がりは、企業の競争優位の獲得や、人々の生活に豊かさをもたらす一方で、環境問題や貧困・格差、労働・人権問題など、さまざまな社会課題を引き起こす一因ともなっています。また、調達先の企業倫理に反する行動が、委託会社側の管理問題に発展し、社会からの信頼を損なう事例も多数発生するなど、サプライチェーンの広がりは企業にとって大きなリスク要因となっています。

こうした中、ISO26000やISO20400\*などの国際規格の発行を受けて、企業には調達先との公正な取引をベースに、責任ある調達をサプライチェーン全体で履行することが国際的に求められています。

多種多様な商品を扱う当社は、事業の拡大とともに調達網をグローバルに広げていることから、安全・安心な商品をお客さまにお届けするためには、一層のサプライチェーン管理が重要であることを認識しています。また、安全・安心のみならずサプライチェーン全体で、人権や労働慣行、環境、腐敗防止などに関して、プラスの影響力を行使するなど、サプライチェーンをより高度に管理していくことが、当社の社会的責任であると考えています。

※ISO26000：組織の社会的責任に関する国際規格。ISO20400：持続可能な調達に関する国際規格。

## 目指す姿 ～取り組みアプローチ～

社会とともに持続的に成長し続けるためには、お取引先との信頼関係に基づく、強固な体制づくりが不可欠です。当社は、お取引先との公正で透明な取引を通じて、長期にわたる良好なパートナーシップの確立・維持に努めます。

また、国際社会における社会的責任の範囲が、サプライチェーン全体に対して求められていることを踏まえ、2018年2月に制定した「サステナビリティ調達原則」と「サプライチェーンCSR行動規範」に基づき、お取引先とともに持続可能な社会の形成に貢献するための取り組みを継続的に高度化していきます。

## 取り組み項目

- お取引先との公正で透明な取引の徹底／良好なパートナーシップの構築
- 責任あるサプライチェーンマネジメントの構築／持続可能な原材料調達の推進
- 安全・安心な商品供給への責任



# お取引先との公正で透明な取引の徹底／良好なパートナーシップの構築

## 課題認識

豊かな社会の実現には、企業の成長基盤である市場経済の健全な発展が必要不可欠であり、企業には、公正かつ自由な市場経済の中で、競争を通じて付加価値を社会に提供し、適正な利益を創出することが求められています。とりわけ、サプライヤーに対しては、優越的地位に乗じた不当な取引を行うことは、経済の好循環を妨げる行為として認識し、中小企業等のサプライヤーの取引条件を改善していくことが期待されています。

## 主な成果・実績

- お取引先アンケート回収率：44.4%
- 「国連グローバル・コンパクト」サプライチェーン分科会への参加

## マネジメントアプローチ

当社は、お取引先との公正で透明な取引のための基本原則を定め、独占禁止法をはじめ贈収賄等を含むあらゆる腐敗行為および下請法、その他関連法令、大規模小売業告示などの遵守を徹底します。

また、お取引先との双方向のコミュニケーションを通じて、良好なパートナーシップを構築し、相互発展を目指します。

## 公正で透明な取引の徹底に向けた教育

調達・購買等の関連部門の社員に対しては、基本原則に基づく教育のほか、CSR調達などに関する研修を定期的を実施しています。また、全社員向けには社内掲示板で、独占禁止法や下請法などの内容をいつでも確認できるように「公正取引の手引き」を掲載しています。

さらに、リスクマネジメント・コンプライアンス委員会においても、基本原則や法令などの遵守状況を厳しく審査しています。

## お取引先ヘルプライン

当社の社員が調達活動等において、コンプライアンス違反行為を行った場合や、その懸念がある場合に、相談・通報ができる窓口を外部の第三者機関に設置し、課題の早期発見と是正につなげています。なお、2018年度の「お取引先ヘルプライン」への問合せは0件でした。

## お取引先アンケート

当社では、お取引先に対してコンプライアンス調査（お取引先アンケート）を実施しています。商談時等に当社の社員が不当な圧力をかけていないかなど、定期的にチェックを行うことで、お取引先との健全で良好なパートナーシップの形成に役立

ています。2018年度は、商品・建設関係のお取引先266社にアンケートを実施し、118社（44.4%）に回答いただきました。今後はWEBアンケート方式を導入するなど、回答率の向上にも努めていきます。

### お取引先アンケート集計値

	発送数	回収数	回収率
商品関係	92	49	53.3%
建設関係	174	69	39.7%
計	266	118	44.4%

## お取引先との強固なパートナーシップの構築

当社の持続的な成長には、お取引先との相互理解と信頼関係をベースとした強固なパートナーシップが不可欠です。当社では、年2回の商品政策説明会を開催し、お取引先と業界動向をはじめ、当社の事業戦略やESG課題等への取り組みについて共有しています。

また、安全・安心を確保するために、お取引先の品質管理責任者にお集まりいただき、「全国品質管理会議」を開催しています。会議では、品質衛生管理のポイントの解説や各工場の事例発表、外部講師を招いたセミナー開催など、ノウハウの共有とともに、自主管理の向上にお役立ていただいています。

# 責任あるサプライチェーンマネジメントの構築／持続可能な原材料調達の推進

## 課題認識

事業活動の拡大とともに調達網がグローバルに拡大する中、安全・安心な商品の提供はもとより、GHGや廃棄物の削減や汚染防止・生物多様性の保全などの環境への取り組みをはじめ、人権尊重や労働慣行、従業員の安全・健康、さらには物流における人手不足への対応など、社会面にも配慮した事業をサプライチェーン全体で展開することが求められています。

また、気候変動に起因すると考えられる自然災害の頻発・激甚化する中、そうした災害に耐える持続可能な調達および商品供給網を日常から構築するなど、レジリエンス強化への期待が高まっています。

## 主な成果・実績

- 原材料・中食製造拠点の工場監査  
実施工場・拠点：109工場、92拠点
- 国土交通省「ホワイト物流宣言」への賛同  
(2019年9月)

## マネジメント アプローチ

当社は、サステナビリティ基本方針に基づき制定した「サステナビリティ調達原則」と「サプライチェーンCSR行動規範」のもと、当社のみならず、農畜水産物仕入先・プライベートブランド商品・オリジナル商品の製造委託先、輸入元などのお取引先と協働し、持続可能な社会の実現に向けてサプライチェーン全体でCSRを推進します。

## CSR調達の推進

当社は、お取引先とサステナビリティ／CSRに関する共通認識を持って事業を行うために、2018年2月に「サステナビリティ調達原則」と「サプライチェーンCSR行動規範」を制定しました。お取引先には、本行動規範に基づいてCSRを推進いただくことに加え、各社の仕入先に対しても同様に展開いただくよう、お取引先アンケートにて依頼しています。

なお、地球規模で課題解決が求められている環境問題については、エネルギー使用の削減を通じたGHGの排出削減による気候変動対策や、水をはじめとした各種資源の使用削減、生物多様性への配慮、環境汚染の予防のほか、業界として課題となっている食品廃棄物の削減に対する取り組みに対しては、特に配慮するように要請しています。さらに労働環境についても、安全衛生や健康のほか、長時間労働の削減による労働時間の適正化にも配慮するよう働きかけています。

今後もお取引先と密に連携しながら、サプライチェーン全体でのCSR活動を推進していきます。

## CSRに配慮したお取引先の選定

お取引先の選定に際しては、品質・コスト・納期に加え、当社の「サステナビリティ調達原則」と「サプライチェーンCSR行動規範」に基づき、CSRに配慮しているかどうかを評価し、適正且つ公正な手続きにより選定しています。

## お取引先のCSR監査・モニタリングの実施

当社では、既存のお取引先に対する監査・モニタリングを徹底しています。

食材・包材関連の工場に対しては、品質・衛生管理を中心に、廃棄物や排水状況など、約60項目にわたる工場監査を実施しています。また、商品に関する苦情件数を基準としたリスク評価を参考に、第三者機関と協働し改善対策の履行確認も含めた監査を実施しています。さらに中国の工場については、年1回の監査を原則とし、ジャパンフードサプライ (JFS) \*が現地を訪問して4段階で評価しています。これらの工場監査にて指摘事項が生じた場合は、改善提案からは正・確認までを行っています。なお、点検項目には、人権やフェアトレードをはじめ、フードセーフティ、環境、労働問題なども含まれています。

中食製造拠点に対しては品質管理を中心とした月に一度の工場点検や、第三者機関による抜き打ち監査を実施しています。なお、食品にかかわる企業の責任として、食品ロスに関する課題解決に向けて、食品ロスの排出削減を要請し、排出状況の月次報告をモニタリングしています。また、地区ごとの中食製造委託先が集まり、業界の動向や各社の優良事例を共有する場では、災害の被害拡大を防ぐ方法について討議するなど、NFFを通じてお取引先の能力開発の強化を図っています。

\*ジャパンフードサプライ (JFS) : 日本アクセス100%子会社として設立後、主に当社の中食製造委託先向けの調達・共同配送・品質管理の3業務を担っています。

## 責任あるサプライチェーンマネジメントの構築／持続可能な原材料調達への推進

### 持続可能な原材料調達

当社は、中食商品を中心に多くのオリジナル食品を取り扱っており、主原料となる農作物・畜産物を安定的に調達する必要があります。当社では、気候変動に起因する干ばつ・水害による農作物・畜産物の収穫や育成に与える影響、児童労働等の人権問題、動物福祉、遺伝子組み換え食品に関する法規制や消費行動の変化等の外部環境の変化を、持続可能な調達を脅かすリスクとして認識し、今後の対応を検討しています。

#### 2018年度の工場監査、第三者監査結果

	調達先(約3,500工場)	中食製造委託先(92拠点)
工場監査	109工場	92拠点
第三者監査	65工場	92拠点

調達先の工場監査および中食製造拠点の工場点検・第三者監査の結果、管理書類の不備や、指摘した製造工程からの逸脱等、全ての拠点で軽微な事項を含めた改善依頼を行っており、再点検を実施しました。

### 物流の高度化

当社では、魅力的で価値の高い中食商品を提供することを目的に、中食構造改革を推進してきました。特に物流面では、ブランド統合に伴い、両チェーンの物流網も含めた物流センターでの作業工程や配送ルートを見直し、配送センターを統合当初の213拠点から160拠点まで集約しました。さらに、輸配送管理システム(TMS)を活用し、配送センターや店舗間の配送経路、時間をトータルに管理し、発注のタイミングや回数、配送車両の運用を見直すことで物流の高度化を図っています。

また、物流業界の労働力不足に対応するため、高齢者や女性のドライバーにも働きやすい労働環境をめざす国土交通省の「ホワイト物流宣言」に賛同し、パレットの活用による荷役時間の削減や、荷卸し等の運転以外の付帯作業の削減について自主行動宣言を発表しました。今後、安定供給はもとより、環境問題や労働環境などの社会面にも配慮したレジリエントな物流網の構築を目指します。

#### サステナビリティ調達原則

ファミリーマートは、地球環境の保全や人権の保護などの持続可能な社会の実現に向けた取組みを社会的責任として認識し、事業活動に取組んでいます。そのために生産者及び取引先との公正なルールに則った相互発展の精神(CO-GROWING)に基づく事業活動を進め、共に持続的な成長を実現しつつ、以下の事項に取組みます。

1. 生物多様性の保全に配慮し、自然資源の違法な取引、採取、漁獲を排除します。
2. 枯渇の危機にある自然資源を保護し、再生可能な資源の再利用を図ります。
3. お客様の安全、安心、健康を最重要事項として農畜水産物のトレーサビリティを確立し、お客様に分かりやすい情報開示に努めます。
4. 法令や社会規範を遵守し、人権・労働・安全衛生、地球環境保全など社会的責任を果たす生産者・取引先と持続可能な社会を目指します。

#### サプライチェーンCSR行動規範

##### 1. 法令遵守

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う。

##### 2. 人権

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、人権侵害に及ぼさない。

##### 3. 労働

従業員の健康と安全衛生に配慮し、働きやすい職場環境を実現するとともに、性別、年齢、国籍、障がいの有無、性的多様性を尊重し、雇用における差別、非人道的な扱い、強制労働などを禁止する。

##### 4. 公正な取引

取引にあたって健全な商慣習に従い、適切な条件のもとで取引を行い、私的な利益は受けない。

##### 5. 環境

地球環境や自然、生物多様性への配慮、環境汚染の防止、温室効果ガス排出抑制などの地球温暖化防止に努める。また、廃棄物の削減、適正処理とリサイクルなど循環型社会の形成に取組む。

##### 6. 品質・安全性

お客様の安全・安心・健康に配慮した商品・サービスを提供し、事故または不良品などの発生時には、迅速な情報開示や所轄当局への届出などの対応を行う。

##### 7. 地域社会との共生

地域社会の発展につながる活動に関わり、事業所または工場周辺の環境影響に配慮するなど、地域のより良い生活に貢献する。

##### 8. サプライチェーンの体制整備

社会的規範に従うとともに社会的要請に応じてCSR推進体制、内部統制を構築し、リスク管理の体制整備に努める。また、自らのサプライチェーンに対してもCSRの周知と浸透に努める。

# 安全・安心な商品供給への責任

## 課題認識

食の安全・安心への関心が高まる中、国内では2018年6月の食品衛生法改正を受け、食品安全の強化や国際化への対応として、食品等事業者は原則HACCPに則った衛生管理に取り組むことが義務化されました。また、幅広い商品を扱う事業者の責任として、商品・サービスの内容や取り扱いなどに関する情報をお客さまに適切かつわかりやすく表示・説明することが求められています。

## 主な成果・実績

- HACCP義務化への対応推進
- JFS食材クレーム件数：前年比95.6%
- 中食製造委託先製品クレーム件数：前年比85.0%

## マネジメント アプローチ

当社は、安全で安心な商品のお届けを最優先に掲げ、お取引先と協力しながらサプライチェーン全体で品質管理を徹底します。中でも中食食品については、従来よりHACCPを柱とした当社独自の品質管理基準を設け、原材料の調達から製造、配送、販売までの全工程で、品質管理の向上とトレーサビリティの確保に努めます。また、商品やサービスにかかる情報についても、関係法令に従い適正に表示することはもとより、ステークホルダーと連携しながら消費者への啓発活動にも取り組み、責任あるマーケティングを実行します。

## サプライチェーン全体での安全・安心への取り組み

当社は、原材料調達から生産、物流、販売、さらには廃棄・リサイクルまでのサプライチェーン全体を視野に、安全・安心を最優先とした統合的な管理を行っています。当社オリジナル商品である中食商品の品質については、商品・物流・品質管理本部が中心となり、中食製造拠点の稼働状況も含めて厳格な品質管理を行い、継続的にサプライチェーンマネジメントの高度化を図っています。

また、お客さまからのご意見やご要望、各部署の商品開発過程で得られたアイデア等については、商品基盤整備部が商品カテゴリごとに分かれている担当部署の横串を刺す役割を担うことで、社内内はもちろん、中食製造委託先とも情報を共有しながら、商品品質の価値向上に努めています。

### 品質管理体制と各段階の主な取り組み

#### 原材料管理



- 工場の検査証明書確認
- 事前の工場点検の実施
- 品質衛生管理基準に基づいた原材料審査

#### 製造管理



- 食材の受け入れ検査の実施
- 全中食製造拠点对象の工場点検の実施(毎月)
- 細菌検査の実地(毎月)
- 全国品質管理会議の定期開催(四半期に一度)

#### 物流管理



- 物流センター施設の管理
- 冷凍/チルド/定温の温度帯別の保管、配送の実施

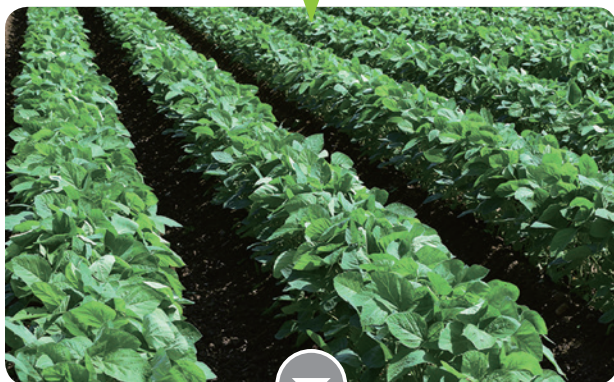
#### 店舗管理



- 店舗での衛生管理に関する教育ツール配布
- 店長、スーパーバイザーによる品質管理と適正な販売状況の確認

## 安全・安心な商品供給への責任

### 原材料管理



### 原材料のトレーサビリティの確保

当社は、安全・安心な商品をお客さまにお届けするために、伊藤忠商事のグループ会社であるJFSと連携し、原材料の調達段階から品質管理を徹底しています。原材料のお取引先メーカー約200社から開示いただいた食材・包材に関する情報を、JFSがシステム上で一元管理することで、原材料のトレーサビリティをグローバル規模で確保しています。

### 原材料の品質管理体制

中食商品に使用する原材料は、事前に検査証明書の確認や工場点検を行い、当社基準に適合した調達先からの食材のみを仕入れる体制を構築しています。なお、工場点検では、約50項目にわたる食材点検のほか、食品への人為的・意図的な異物の混入を防止（フードディフェンス）するために、人権や労働問題に関するリスクの有無も確認しています。

また、商品開発や改良時においても、品質衛生管理基準に基づいた原材料審査を実施し、基準をクリアできた食材のみを中食製造委託先に供給することとしています。さらに各中食製造拠点では、食材の受け入れ検査を実施することで品質基準を厳格に確認しています。

### 工場監査の徹底

当社では、プライベートブランド（PB）の取り扱いがあるお取引先を中心に、事前の自主点検結果をもとに選定した工場を監査しています。特に中国の工場については、原則年1回とし、JFSが現地を訪問して4つの段階を設けて評価しています。これらの工場監査にて指摘事項が生じた場合は、改善提案から是正・確認までを行っています。なお、点検項目には、人権やフェアトレードをはじめ、フードセーフティ、環境、労働問題なども含まれています。

また、商品開発サイクルが早く新規食材の登録が目まぐるしく行われる中でも適切に工場点検を行い、点検結果が不十分な工場には後日、JFSがフォローアップ監査を行っています。なお、発見された問題点は管理システムを通じて当社にも報告・共有され、対応状況等は適宜各メーカーに追跡確認されています。

### 製造管理



### 中食製造拠点での品質衛生管理の徹底

当社の中食商品は、約90の中食製造拠点で作られています。中食製造委託先が組成する日本フレッシュフーズ協同組合（NFF）では、全工場を対象とした工場点検を毎月実施しています。工場点検では品質・衛生管理を中心に確認されています。また、外部委託機関の抜き打ち検査を年2回程度実施することで品質管理の実態を調査し、一層の強化を図っています。なお、工場点検で基準不適合や課題が見られた場合は、当該工場に改善を求め、是正処置を行っています。



工場点検表

## 安全・安心な商品供給への責任

### お取引先との協同体制

安全・安心な商品をお届けするためには、中食製造拠点で働く従業員が、当社の品質衛生管理基準を理解し、食の安全・安心に対する高度な共通意識を持つことが重要です。当社では、お取引先の品質管理責任者向けの「全国品質管理会議」を年4回開催し、品質衛生管理の取り組み強化ポイントをお取引先と共有しています。会議では、月次の工場点検の結果や細菌検査結果を踏まえた改善事項等を共有することで、自主管理の向上につなげています。

また、毎週地区ごとに中食製造委託先が集まり、最新の業界動向や各社の成功事例などを共有する場を設けており、優れた取り組みを行ったお取引先へは表彰も行っています。加えて、NFFを通じて、中食製造委託先が相互で連携し効率的な動きができる体制も整備されています。

#### TOPICS

#### HACCP※制度化への対応

当社では、2020年までに全ての中食製造拠点のHACCPに基づく衛生管理体制を構築するため、日本食品マネジメント協会が制定するJFS-B規格以上の認証取得を目指し、取り組みを進めています。

※HACCP：HACCPは、食中毒菌汚染や異物混入等のリスクを回避するための重要な工程を管理し、製品の安全性を確保することを目的としており、問題のある製品の出荷を未然に防ぐことができるとして、従来の抜取検査による衛生管理に比べ効果的とされています。

### 物流管理



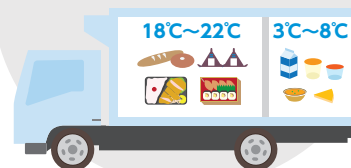
### 物流センターの安全・安心

物流センターでは、不審者の侵入を防ぐために監視カメラを設置するなど、セキュリティを強化しています。また、ドライバー不在時のトラックには、オートロック機能を搭載し、安全管理を徹底しています。

なお、物流センターの点検は、伊藤忠商事のグループ会社の日本アクセスが管理会社として実施しており、地震などの災害に備えた物流網の整備・運用管理についても、同社が一元的に行っています。

### 2室式冷蔵車

前室、後室でそれぞれ商品に応じた温度設定が可能。さらに荷重に応じて各室の広さも変更することが可能です。



### 食材・商品の温度管理の徹底

当社の物流センターでは、食材や商品ごとに「冷凍」「チルド」「定温」などの温度帯に分け、徹底した温度管理を行っています。

また、配送車両においても、冷凍・常温車両に加え、「定温室」と「チルド室」を備えた2室式冷蔵車を採用し、商品の温度管理を徹底しています。

#### 物流センターの仕分け・保管体制

定温センター	定温(18~22℃)、チルド(3~8℃)
冷凍センター	冷凍(-25℃以下)
常温センター	常温



定温センターでの温度管理

## 安全・安心な商品供給への責任

### 店舗管理



### ストアスタッフへの教育の徹底

店舗では、「衛生管理」「温度管理」「期限管理」の3つの管理方法の徹底により、おいしく、安全・安心な商品提供を目指しています。

「衛生管理」では、こまめな正しい手洗いの実践や清掃による食中毒の予防、「温度管理」では商品特性により異なる、商品と陳列什器の設定温度のチェックと記録を一日4回実施することにより、商品の鮮度を維持しています。「期限管理」では、中食商品においては、一日4回（一部の地域を除く）販売期限の確認と商品の売場撤去を実施しています。

こうした衛生管理の方法についてのポイントをまとめた教育ツールを全店舗に配布し、ストアスタッフへ品質衛生管理の指導を行っています。また、外国籍の従業員向けに教育ツールの多言語化にも取り組んでいます。



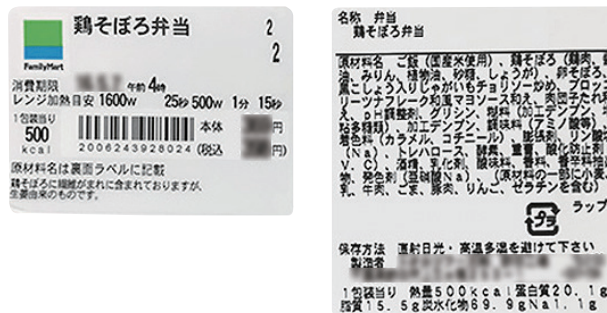
ストアスタッフ向け販売期限管理のポスター

### 適切な商品表示の徹底

安全で安心な商品・サービスを提供するためには、品質管理と同様に、責任あるマーケティングとして、適正な商品表示と販促表示を行うことが重要です。加工食品の製造者や加工者等に義務づけられる食品表示法をはじめとした関係法令について、当社は販売者として徹底して遵守するために、関係部門の従業員に対して関係法令のアップデート研修や定期的なeラーニングによる社内教育を徹底しています。

また、消費者への誤解を招いたり、登録商標、景品表示法等の関係法令に抵触する恐れのある商品表示を防ぐため、商品開発部門における一次チェックに加え、法務部や品質管理部での二次チェックを行うなど、社内のモニタリング体制を整備しています。店舗の販促物においても、誤解や法令に抵触する表示内容を避けるため、店舗の運営マニュアル内に店舗販促物制作に関するガイダンスページを設け、ストアスタッフに対する啓発も実施しています。

また、増加の一途をたどる訪日外国人にも対応するため、日本小売業協会の会員として、同協会の定める「小売業の多言語対応の手引き」に則った商品表示も進めています。



デリカ商品における商品表示例

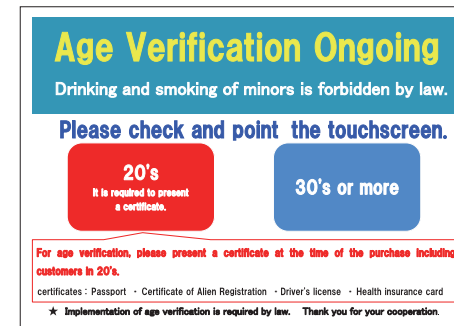
### 未成年者への酒・たばこの販売防止

当社は責任ある事業者として、また当社が加盟する一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会のセーフティেশション活動憲章（青少年環境健全化への取り組み）に基づく対応として、未成年者への酒類・たばこの販売防止を徹底しています。未成年者の飲酒は、急性アルコール中毒や、将来のアルコール依存症へ発展するリスクがあるとの考えに基づき、店舗を中心とした取り組みを進めています。

店舗オペレーションにおいては、2017年7月にレジプログラムを変更しました。酒類・たばこをスキャンした際、音声ガイダンスと同時にストアスタッフ側・お客さま側双方のレジ画面に確認メッセージを表示し、ストアスタッフへの注意喚起や、お客さまの年齢確認をやすくしました。

また、ストアスタッフへの取り組みとしては、採用時に「お酒・たばこ販売体制」に関する研修を義務付けているほか、全ストアスタッフに対し年2回の定期教育を実施しています。

なお、定期教育の受講完了記録のほか、法律で定められている酒類の売場表示や区分陳列の実行状況や「年齢確認実施中」のポスターなど、未成年者の飲酒・喫煙を禁じるPOPが正しく設置されているかなど、店長、スーパーバイザーが確認しています。



外国人用年齢確認メッセージ(英語版)