

ファミリーマートのサステナビリティ

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」には、すべてのステークホルダーの皆さまとともに歩んでいきたいという信頼関係の構築への想いが込められています。各地域でお客様の期待に応え、地域の社会課題の解決に貢献することが私たちの使命であり責任です。

サステナビリティの基本的な考え方

コンビニエンスストア事業を展開する当社は、商品・サービスの提供を通じて、お客さまや地域社会に「便利で豊かな生活」をお届けすることが、社会における存在意義であると考えています。加えて、地域密着経営を積極的に推進することで、地域や社会の課題を解決し、持続可能な社会の形成に貢献すること、さらには自らも社会とともに持続的に成長し続けることが、当社のサステナビリティにおける基本的な考えと位置付けています。

こうした考えを社内外にコミットするために、2017年9月に「サステナビリティ基本方針」を制定するとともに、国際社会と連携した取り組みを推進するために「国連グローバル・コンパクト」へ署名しました。さらに、当社の事業が社会に及ぼす影響を把握・管理して事業を運営するために、2017年度より重要課題（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。

そして、2018年2月にはサプライチェーンを通じて環境・社会に配慮した事業活動を推進するために、「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」を策定しました。2019年度では、グループ再編を受けて重要課題の見直しに加え、中長期の環境目標「ファミマecoビジョン2050」を策定。2020年度からは重要課題ごとに目標・KPIを設定し、取り組みの実効性を高めています。今後も社会や地域経済の発展の一翼を担う企業であることを自覚し、サステナビリティ経営の高度化を追求することで、SDGsの達成を含む持続可能な社会の形成に貢献します。

サステナビリティ基本方針

私たちファミリーマートは、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. 未来を担うこどもたちが、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。



サステナビリティに関する各種取り組みの方針

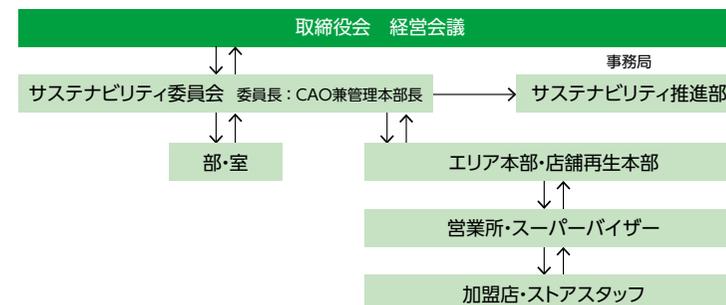
<https://www.family.co.jp/sustainability/management/policy.html>

サステナビリティ推進体制

当社は、全社のサステナビリティ活動を横断的に統括する機関として、サステナビリティ委員会（社長の諮問機関、委員長：CAO（最高総務責任者）兼管理本部長、事務局：サステナビリティ推進部）を設置し、活動計画の承認、進捗を管理しています。

サステナビリティの推進にあたっては、当社の基本方針や中長期計画、サステナビリティ委員会の決定事項等に基づき、各部門・室、エリア本部・店舗再生本部が、それぞれの業務を通じて具体的なCSR活動を展開しています。なお、活動結果や課題などについては、適宜、サステナビリティ委員会で共有・審議し、改善を図っています。また、常日頃からステークホルダーや外部の専門家との対話を図ることで、当社に対する社会の期待や要請のギャップを認識・把握し、それらをサステナビリティの推進に活かしています。

サステナビリティ推進体制



サステナビリティ委員会の主な審議事項

- 2019年度
 - 重要課題の見直し
- 2020年度
 - 重要課題ごとの目標・KPIに関する審議・検証
 - 気候関連リスクおよび機会分析の検証・議論

サステナビリティ上の重要課題（マテリアリティ）

当社は、サステナビリティ経営の高度化に向けて、社会やステークホルダーから寄せられる多くの課題のうち、事業活動を通じて優先的に解決すべき重要課題（マテリアリティ）を特定し、取り組みを継続的に強化しています。

重要課題（マテリアリティ）の特定と 目標・KPI設定

気候変動や様々な資源問題、さらにはプラスチック問題や格差・貧困、人権問題などの社会課題が、複雑に関連しながら顕在化・深刻化しています。こうした背景から、2015年にSDGsとパリ協定が採択され、社会課題の解決に向けて国際社会が連携して取り組んでいくことが共通認識となり、企業にも強みを活かして主体的に取り組むことが期待されています。

当社は、人々の生活に密着しているコンビニエンスストアを展開する事業者だからこそ、社会の変化に適応し、かつステークホルダーの要請・期待にしっかりと応えていくことが重要であると考えています。そこで、当社の事業が社会に及ぼす影響をあらためて把握・管理するために、2017年度に初めて重要課題（マテリアリティ）を特定し、2019年度には、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、あらためて外部環境や社会課題、さらにはステークホルダーの期待・要請を再整理の上、「重要課題」を見直しました。こうして特定された、5つの重要課題と、それらの解決を支える4つの基盤の見直し過程では、事業を通じて、社会課題の解決に貢献することでSDGsの達成に貢献し、それにより当社が掲げる基本理念の実現にもつなげていく方針を明確にしました。

2020年度には、各課題の担当部門とサステナビリティ推進部が連携し、環境の中長期目標「ファミマecoビジョン2050」や重要課題ごとに策定した目標・KPIに対して、サステナビリティ委員会のもとPDCAサイクルを回し、より実効性のあるサステナビリティ活動の継続と強化に取り組んでまいります。

重要課題（マテリアリティ）の見直し・特定プロセス

STEP 1 課題の把握・整理と抽出

外部環境、内部環境分析により、当社に関連する課題を抽出。

外部環境分析

SDGsをはじめ、国際的な基準・規範やイニシアティブ、ESG評価や顧客要請のほか、ベンチマーク企業の活動指標等も総合的に分析。

- 主な分析指標：SDGs、パリ協定、国連グローバル・コンパクト、ISO26000、GRIスタンダード、SRI/ESG評価、SASB、業界目標等

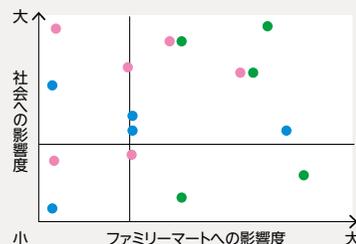
内部環境分析

当社の基本理念や規範類、事業戦略等を分析。

- 基本理念、事業計画、各種方針等

STEP 2 重要性評価

抽出した課題を、社会への影響度、当社への影響度の重要性を評価・検証し、重要課題（案）を特定。



STEP 3 妥当性評価

各課題の担当部門との意見交換や、外部有識者からのレビュー・意見交換を重ね、課題の妥当性や整合性を検証し、「重要課題マトリクス最終案」を作成。

STEP 4 重要課題の特定

STEP3で作成した「重要課題マトリクス最終案」を基本理念とのつながりやSDGsへの貢献、社内外への浸透・理解のしやすさ等を考慮し、5つの重要課題テーマと、それらの解決を支える4つの基盤テーマに分類。

経営会議で承認され、取締役会での確認を経て特定されました。

STEP 5 重要課題に対する目標・KPI設定

各重要課題のテーマごとに、業界の動向やESG評価をはじめとしたステークホルダー・社会からの要請と、各課題に対する当社活動の進捗状況を鑑み、課題ごとの担当部門とサステナビリティ推進部が連携し、2020年度の目標・KPI案を検討、サステナビリティ委員会にて、議論・妥当性を検討の上決定されました。今後は、目標に対する進捗を定期的に報告・確認し、取り組みの実効性を高めていきます。

サステナビリティ上の重要課題(マテリアリティ)

重要課題(マテリアリティ)とSDGsとの関連

重要課題	重要テーマ ※は基本理念とのつながり	取り組み項目	重要課題ごとの年度目標・KPI例 (詳細は各重要課題の関連ページを参照)	関連するSDGs	関連ページ
重要課題 1	環境配慮を通じた 「地域と地球の未来」 への貢献 ※「地域に寄り添う」	<ul style="list-style-type: none"> 環境マネジメントシステムの継続的改善 気候変動の緩和と適応 食品ロスの削減 持続可能な資源利用 環境汚染の防止 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗運営に伴うCO₂削減量：21% EV・FCV配送車の導入に向けた検証実施 デザートの販売期限を7時間延長 中食商品容器への環境配慮型素材使用割合：28% 		P24
重要課題 2	人に寄り添う地域活性化 拠点としての進化 ※「地域に寄り添う」	<ul style="list-style-type: none"> 安全・安心なまちづくりへの貢献 次世代育成支援 高齢社会への対応 	<ul style="list-style-type: none"> 「まちの安全・安心の拠点」としての機能強化 参加者の満足度向上 新たな地域活性化プログラムの開発・展開：2件以上 		P39
重要課題 3	「便利で豊かな生活」を 実現する安全・安心な 商品・サービスの創出 ※「お客さま一人ひとりに」	<ul style="list-style-type: none"> 顧客満足の向上 デジタル推進による利便性の向上 健康や福祉を向上させる商品・サービスの提供 	<ul style="list-style-type: none"> 「ファミペイ」ダウンロード数：1,000万DL(長期目標) 健康関連商品における自社基準の策定 健康関連商品の統一ラベリング商品の販売 		P47
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 ※「お客さま一人ひとりに」	<ul style="list-style-type: none"> 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への推進 安全・安心な商品供給への責任 	<ul style="list-style-type: none"> 中食製造委託先への新基準でのCSRモニタリングの実施：2社 GLOBAL G.A.P.取得野菜の使用比率：10% クレーム発生率の削減：前年比85% 		P53
重要課題 5	働きがいのある 組織風土・人づくり ※「家族のように」	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティ&インクルージョンの推進 ワーク・ライフ・バランス&働き方改革の推進 人材開発・育成 健康、安全で働きやすい職場環境 	<ul style="list-style-type: none"> 女性管理職比率：10% すくすく休暇取得率：100% 従業員一人当たりの研修時間：8.7時間 BMI値25以上の肥満率：5%削減 		P61

基盤

コーポレート・ガバナンスの強化

P14

リスクマネジメント・コンプライアンスの徹底

P16

人権の尊重

P20

加盟店・本部の共同成長

P22

ステークホルダーエンゲージメント

当社では、事業活動を通じて果たすべき社会的責任や、ファミリーマートへの期待を把握するために、重要なステークホルダーの皆さまとの対話の機会を設けています。

いただいた貴重なご意見・ご要望を踏まえ、2019年には重要課題(マテリアリティ)を見直しました。そのほかにも、事業活動の改善や商品・サービスの高品質化につなげています。

以下に、主なステークホルダーエンゲージメントの内容を記載しています。

	方法/内容	実績・評価	対応/計画
 <p>お客さま</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 店舗、ネットショッピング、自販機コンビニ等の各種販売チャネル ● お客様相談室でのご意見・ご要望の受付、対応 ● 店舗でのお客さま参加型イベントの開催 ● 責任ある宣伝広告・商品表示、およびマーケティング ● 「ファミペイ」を通じた個別ユーザーに最適化した情報の発信 	<ul style="list-style-type: none"> ● 売上・来店客数への反映 ● 商品・サービスの評価向上 ● お客様相談室へのご意見数：85,279件 ● 「ファミペイ」ダウンロード数：約502万DL(2020年2月末時点) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 消費者ニーズに応えた商品・サービスの改良 ● 品揃え・接客・クレンネスなどの店舗運営の高質化 ● 店舗設備やアプリを活用したコミュニケーション機会の向上 ● 商品表示のわかりやすさの追求と正確さの徹底
 <p>地域社会/ NGO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様相談室を通じた地域社会との対話 ● 次世代育成支援や防犯・防災、お客さま参加型イベント等を通じた地域・学校等との対話 ● 自治体やNGO・NPOとの協働 ● 店頭募金、社内募金の寄付 ● 地元イベント、コミュニティ活動の協働開催 ● 各団体運営への人的支援 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域の子どもたちの環境意識の強化 ● 地域の防犯・防災体制への貢献 ● 災害救援物資の支援実績： おむすび 2,800個、飲料水600ml 400本 ● 被災地への支援金額：約63百万円 ● 2019年度の募金実績(支援金除く)：約418百万円 	<ul style="list-style-type: none"> ● 店舗を通じた次世代育成支援、地域コミュニティ活動の提案、実践 ● 包括協定・災害協定・見守り協定に基づいた地域貢献活動の拡大 ● 店頭募金、社内募金、企業寄付の効果的な活用 ● お客さまや加盟店、社員への社会課題に対する解決意識の啓発
 <p>加盟店</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 加盟店支援「行動計画」の策定・実践 ● 社長による店舗巡回、役員を同伴したダイレクトミーティングの開催 ● スーパーバイザーによる定期的な店舗訪問 ● 感謝のつどい(年度方針発表会)／商品セミナーの開催 ● 店長ヘルプ制度の充実、店舗スタッフサポートの強化 ● 加盟店向け月刊誌のデータ配信 ● 加盟店相談室の運営 	<ul style="list-style-type: none"> ● 社長による店舗巡回：929店舗(2016年9月就任～2020年10月19日時点) ● Family座談会(ダイレクトミーティング)を毎月開催(2019年6月～) ● 感謝のつどい：全国11会場、16日間開催(2019年度) ● 各地の営業部門が主催する店長集会の内容充実 ● 加盟者・ストアスタッフの健康診断支援サービスの継続、店長ヘルプ制度利用条件の緩和、自社求人サイト利用料金の無償化など 	<ul style="list-style-type: none"> ● 店舗運営の効率化を促進 ● 店舗収益力の向上 ● 店舗運営サポートの拡充 ● 深い信頼関係の構築 ● 地域社会を理解し貢献する、地域密着の店舗づくり
 <p>ストア スタッフ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● スタアスタッフ表彰制度 ● 優秀スタッフ社員登用制度 ● スタアスタッフ定期教育の実施 ● SST(ストア・スタッフ・トータルシステム)講習会 ● ファミマスクールによる教育支援 ● 外国籍スタッフ講習会 	<ul style="list-style-type: none"> ● スタアスタッフ表彰者数：60,040名、内255名に最上位のエクセレントスタッフ賞を授与 ● 優秀スタッフの社員登用実績：延べ人数10人(2017年～) ● ファミマスクール：26回、参加人数：1,794名 ● 外国籍スタッフ講習会：受講者439人 ● 健康診断支援の無償サービス開始(2019年6月～) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 店舗業務の軽減、省人化の推進 ● モチベーションの向上につながる制度の拡充 ● スタアスタッフ向け講習会・外国籍スタッフ向け研修の内容充実

ステークホルダーエンゲージメント

	方法/内容	実績・評価	対応/計画
未来世代 	<ul style="list-style-type: none"> ● 高校生/大学生向け教育プログラムへの協力・協賛 ● 小学生向けコンテストの主催 ● 職場体験など学習機会の提供 ● 募金寄付を通じたNGO/NPOが開催する体験学習プログラムの支援 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2019年度インターンシップ 参加者 430名 ● 聞き書き甲子園 (NPO主催) の支援 ● ありがとうの手紙コンテスト (文部科学省後援) の主催 応募累計：延べ約 37万通 ● 店舗でのファミマこども食堂、こども店長プログラムの開催 ● 森の教室 (公社 国土緑化推進機構主催) の支援 	<ul style="list-style-type: none"> ● 提供プログラムの拡充 ● プログラムへの店舗、従業員の参加率向上 ● プログラム参加者の満足度向上
お取引先 	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品政策説明会 ● 企業間での情報連携 ● お取引先相談窓口の設置 ● お取引先アンケートの実施 ● ジャパンフードサプライ (JFS) との、CSR調達観点による工場監査の実施 ● 中食製造委託先との品質衛生管理に関する情報共有、能力強化 	<ul style="list-style-type: none"> ● お取引先アンケートにおいて、336社への依頼に対し、190社から回答内、自由回答：意見 8件、苦情 6件、お褒め 3件 ● 中食製造委託先製品クレーム件数：前年比 65.8% 	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライチェーン全体における、ガバナンス強化と人権・環境への配慮 ● 当社サステナビリティ調達原則・サプライチェーンCSR行動規範の周知 ● CSR調達の強化
社員 	<ul style="list-style-type: none"> ● 社員意識調査の実施 ● 社長とのダイレクトミーティング ● 社員研修/自己啓発支援制度 ● 自己評価 (ストレスチェック) の実施/上長との個人面談 ● 社内ポータルサイト/社内報 ● 労使対話 	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営トップとの直接対話・意見交換会 (ブレインストーミング、パワーランチ等) ● ストレスチェック実施率：94.2% ● 社員研修 (人財開発部主管) 受講者数：延べ 1,329名 ● 労働組合との従業員意識調査結果の共有・活用 回答率：労働組合調査 97%, 自社調査 91% ● 多様な人材の確保と育成 	<ul style="list-style-type: none"> ● 業務改善や企画提案力の強化 ● ワーク・ライフ・バランスのサポート向上 ● 教育・研修体制の拡充 ● こころと体の健康維持の推進
株主・投資家 	<ul style="list-style-type: none"> ● 株主総会 ● 決算説明会 (海外含む) ● 投資家との意見交換会 ● サステナビリティ説明会 ● ホームページ、各種レポート発行での情報開示 	<ul style="list-style-type: none"> ● 株主数：24,152名 (2020年2月末時点) ● 定時株主総会来場者数 (第39期)：68名 ● 投資家との個別ミーティング：約 300回 ● 国内外カンファレンス (証券会社主催)：10回 	<ul style="list-style-type: none"> ● 株主価値の向上 ● 正確性・迅速性・公平性を旨とする、シンプルで誠実な情報開示 ● 健全で透明度の高い経営システムの構築 ● ESG投資への対応を意識した情報開示の充実