

**【開催報告】ファミリーマートとコカ・コーラ ボトラーズジャパン
関大万博フェスタ～巡縁祭～
「KANDAI RAINBOW DAY」に協同出展
LGBTQ への理解を促進するためのオリジナルステッカーを配布**

株式会社ファミリーマート（本社：東京都港区、代表取締役社長：細見研介、以下「ファミリーマート」）と、コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長 最高経営責任者：カン・ドラガン、以下「コカ・コーラ ボトラーズジャパン」）は、SDGs（持続可能な開発目標）の分野における連携・協力事業推進の一環として、6月30日（月）に関西大学の千里山キャンパスで開催された「関大万博フェスタ～巡縁祭～」に合わせ実施された「KANDAI RAINBOW DAY」に協同出展し、LGBTQ への理解を促進するために作成したオリジナルステッカーの配布などを実施しました。



「KANDAI RAINBOW DAY」は「だれかの“普通”に合わせなくても、安心していられる関大に。」をテーマに、多様性を祝福し、自分らしさを大切にするイベントです。イベントでは、性の多様性や自分らしい表現について、楽しく学び・感じ・共有できる6つの体験ブースが設置され、両社の体験ブースでは、LGBTQに関するクイズを出題し、正解者にコカ・コーラ社製品とLGBTQへの理解を促進するためのオリジナルステッカー312枚をプレゼントしました。両社のブースを訪れたイベント参加者からは「問題が難しかったけど、ハンドブックのおかげでクイズに答えやすかった!」、「オリジナルステッカーがかわいい!」などの声が寄せられました。



ファミリーマートとコカ・コーラ ボトラーズジャパンは、双方の資産・知見を連携させた取り組みを継続的に実施し、引き続き、SDGs 達成への貢献を目指してまいります。

【共同ブースの概要】

日時：2025年6月30日（月）11:00-15:00

場所：関西大学 千里山キャンパス 悠久の庭

内容：

- ・性の多様性について学ぶクイズの実施
- ・クイズの正解者にコカ・コーラ社製品とLGBTQへの理解を促進するためのオリジナルステッカーをプレゼント
- ・“LGBTQ+アライのためのハンドブック”の配布
- ・フォトブースの設置



【オリジナルステッカーについて】

オリジナルステッカーのデザインは、2024年10月に女装パフォーマー/ライターブルボンヌ氏と両社のアライ ※社員が意見交換を重ね、発信したいメッセージや、そのイメージとなるモチーフを検討しました。約30案集まったデザインからブルボンヌ氏と両社約2,600名の社員による投票により、デザインを決定しました。



※ アライは、「同盟」や「味方」などを意味する英語「ally」が語源で、自分自身が性的マイノリティであるかどうかによらず、積極的にLGBTQを理解し、サポートする人を指します。

【担当者のコメント】

・コカ・コーラ ボトラーズジャパン

2023年よりファミリーマートと共に、DE&Iの観点から様々な協業を進めてまいりました。今回、関西大学の学生の皆さんに向けて、LGBTQに関する気づきや学びを深める機会を提供できたことを、心から嬉しく思っています。特に、両社のアライメンバーが主体となり、性の多様性に関するクイズ形式の学びや、アライハンドブックの配布を通じて、学生の皆さんが自分らしさを尊重し合える社会のあり方について考えるきっかけを創出できたことは、大きな成果だと感じています。

これまで、両社間では従業員同士の交流を通じて、互いの価値観や取り組みを共有し合う文化を育ててきましたが、今回のように社外の若い世代と直接つながる活動は、私たち自身にとっても新たな学びと気づきをもたらしました。

今後も、企業の枠を越えて、誰もが安心して自分らしくいられる社会づくりに貢献していきたいと考えています。

・ファミリーマート

これまでコカ・コーラ ボトラーズジャパンと当社は、2023 年は「知る」、2024 年は「動く」、2025 年は「動く＋広める」をコンセプトとして性の多様性への理解を促進するための連携を深めてきました。今回、関西大学様のイベントに参画させていただき、直接学生の皆さんとコミュニケーションを図り、両社で制作したオリジナルステッカーに込めた「それぞれのペースでもいいから“一步を踏み出そう”」という想いをお伝えできたことを嬉しく思います。

今後も、企業の枠を超えて、LGBTQ への理解促進、ALLY の輪を広げる活動を通じ、すべての人が自分らしく活躍できる社会を目指すことへの応援を続けていきます。

<ご参考>

●【開催報告】企業の垣根を超えた初の取り組み！コカ・コーラ、チェリオ、クリートとLGBTQ への理解促進キャンペーンのお披露目イベントを実施（2025 年 6 月）

<https://www.family.co.jp/sustainability/topics/2025/s20250612.html>

●企業の垣根を超えた初の取り組み！コカ・コーラ、チェリオ、クリートとLGBTQ への理解促進キャンペーンを実施 ファミチキ袋やライフガードがレインボーカラーに変身！合言葉は「We are “Rainbow”」（2025 年 6 月）

https://www.family.co.jp/company/news_releases/2025/20250603_01.html

●コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社とのコラボイベント

・ALLY メンバーが女装パフォーマー・ブルボンヌ氏とともにLGBTQ 理解促進につなげるためのロゴデザインを検討（2024 年 10 月）

<https://www.family.co.jp/sustainability/topics/2024/s20241015.html>

・ALLY が考える「多様な性」への理解促進の取り組み（2024 年 6 月）

https://www.family.co.jp/company/news_releases/2024/20240627_01.html

・「今日からあなたも ALLY に」（2023 年 10 月）

https://www.family.co.jp/content/dam/family/sustainability/topics/pdf/topics_20231012_FamilyMartxCoca-ColaBottlersJapan_LGBTQ_seminar.pdf

・「LGBTQ について一緒に考えよう」（2023 年 4 月）

https://www.family.co.jp/content/dam/family/sustainability/topics/pdf/20230424_coca_colo_lgbtq.pdf

ファミリーマートは、「あなたと、コンビニ、ファミリーマート」のもと、地域に寄り添い、お客さま一人ひとりと家族のようにつながりながら、便利の先にある、なくてはならない場所を目指してまいります。

以上