



# 合理的配慮の提供等に関する取組事例

～ファミリーマートが挑む店舗から始めるインクルージョン社会に向けたチャレンジ～

2025年8月

株式会社ファミリーマート  
マーケティング本部  
サステナビリティ推進部  
CSR・ダイバーシティ推進G

# 1.はじめに：コンビニエンスストア



全国47都道府県にある店舗ネットワーク・24時間営業  
= 誰にとっても身近な存在

# 1.はじめに：私たちが目指すもの

コンビニエンスストア：社会インフラとしての役割

 国内の店舗数

約**16,300**店

 1日あたりの来店客数

約**1,500**万人

 全国の店舗スタッフ

全体

うち外国籍

約**21.7**万人 約**1.9**万人

多様な方に利用いただく場所だからこそ、誰にとっても使いやすく

# 1.はじめに：サステナビリティ3本の柱

## 環境対応



ファミマ  
eCOビジョン  
2050

FamilyMart  
Environmental Vision  
2050



30円  
税込  
価格  
より  
引き

※セルフレジではご利用いただけません  
※他の割引がある場合は合算して割引します

## 社会課題解決



## 多様性尊重



「あなたと、コンビニに、ファミリーマート」のもと、  
様々なステークホルダーと「コンビニになって」（共に）  
サステナビリティに取り組んでいくことを大切にしています。

## 2.なぜ「合理的配慮」に取り組むのか

コンビニエンスストアが抱える「社会的障壁」

多岐にわたる商品・サービスが…



公共料金



宅配便



チケット



ATM



買い物



各種申込

あらゆる便利にお応え

コミュニケーションの複雑化

=意図せぬ「障壁」に

### 3.具体的な取り組み事例：当事者の声

当事者の「声」が、私たちの出発点

#### 専門機関との連携

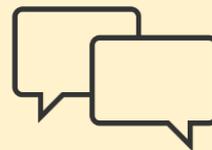


車いすユーザーの視点で助言

- ・セルフレジの位置が高い
- ・買い物かごが膝に乗せづらい
- ・通路の障害物



- ・お客様相談室に寄せられるお声
- ・障がいのある社員の声
- ・障がい者団体との対話・意見交換



#### リアルな「声」が出発点

私たちでは気づけない  
具体的な「困りごと」を  
受け止めることから始めた

# 3.具体的な取り組み事例：対話ツール

## コミュニケーションの壁をなくす工夫：コミュニケーション支援ツール

The interface includes several sections:

- Top Row:** Three green buttons with text: "ファミマのアプリ・ポイントカードをおもちですか?", "レジ袋においれますか?", "マイバッグにおいれますか?".
- Second Row:** Three icons: "アプリ" (App), "有料" (Paid), and a shopping bag icon.
- Third Row:** A numeric keypad (1-0) and two buttons: "はい" (Yes) with a circle icon and "いいえ" (No) with an X icon.
- Bottom Left:** A green button "あたためますか?" (Warm up?).
- Bottom Middle:** A green button "おつけしますか?" (Do you want to add?).
- Bottom Right:** A blue button "購入します" (Purchase) with icons for "ホットスナック" (Hot snacks), "焼きとり" (Grilled chicken), and "中華まん" (Chinese buns).
- Bottom Far Left:** A green button "いくつありますか?" (How many?).
- Bottom Far Right:** A green button "お困りごとはありますか?" (Do you have any questions?).

Additional text at the bottom: "※商品ケース前でご注文を伺います。" (We will take your order at the product case counter.)



### 当事者社員のアイデアから誕生

企画段階から障がいのある社員が参加し  
項目やデザインを決定



### 見やすさへの配慮

分かりやすいイラストと、色弱の方にも配慮した  
カラーユニバーサルデザインを採用

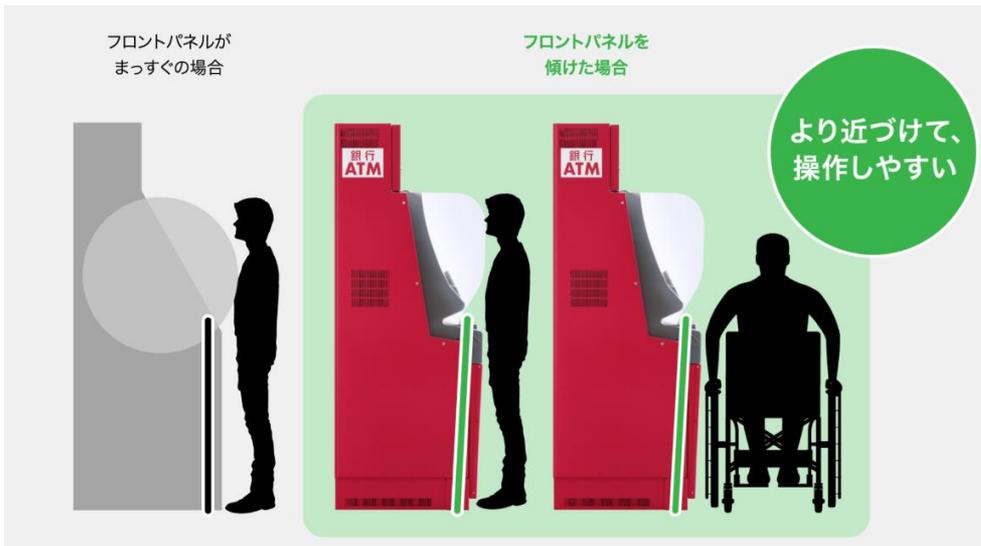


### アプリ連携と継続的な改善

全店導入に加え「ファミペイ」にも搭載  
お客さまの声をもとに現在も改定を継続

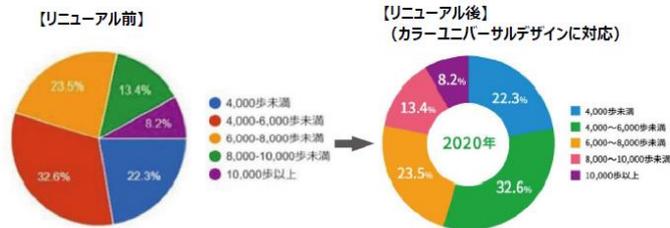
# 3.具体的な取り組み事例：設備やサービス

## 誰もが使いやすい店舗・設備へ：ATMやWebサイトでの対応

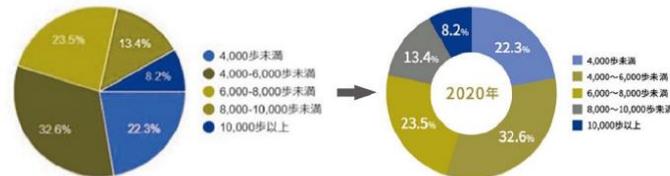


- ・車椅子の方でも利用しやすい高さや大きさに変更

<カラーユニバーサルデザインに基づいた図表デザインのイメージ>



【色覚に障がいをお持ちの方の見え方】「1 (P) 型 2 色覚」の方の場合



- ・カラーユニバーサル対応
- ・図の音声読み上げ機能の搭載

## 4.社内体制構築の整備：情報共有体制



## 4.社内体制構築の整備：当事者目線の研修

### 当事者目線を「体験」する



車いすでの買い物体験を通じ  
自ら「気づく」機会の創出

### 全社で「学ぶ」文化を醸成



経営層から店舗スタッフ・新入社員の  
教育担当社員、店舗設備に関わる担当  
社員等がユニバーサルマナー検定受講

# 5.取り組みの成果



## 社員の「気づき」

「商品の置き方一つで通路が通り  
にくくなる」など、研修を通じて  
当事者視点が浸透



## お客さまからの「おほめの言葉」

「車いすの目線で声掛けをしてくれて  
気持ちよく買い物ができる」といった  
感謝の声

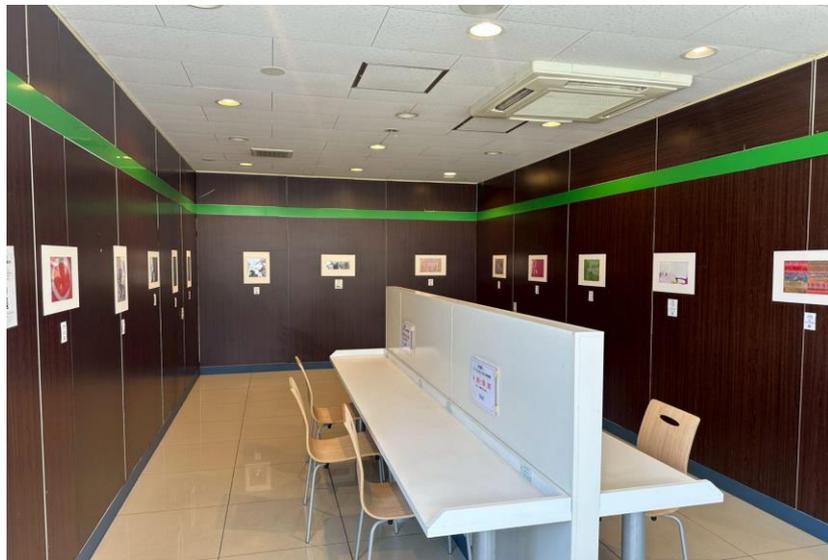


## 波及効果

- ・手話でのあいさつを強化する地域取り組み
- ・買い物に不便を感じるという点で同じ立場の高齢者を対象とした  
スローショッピングの取り組み

## 6.今後の展望：拠点を活かした支援

### コンビニだからこそできる社会参画支援



#### 店舗がアートギャラリーに

イートインスペースを活用して障がいのあるアーティストの作品を展示するファミマギャラリーの開催



#### アートを商品に

障がいのあるアーティストと一緒にデザインしたタオルハンカチノートを「コンビニエンスウェア」から発売

## 6.今後の展望：取り組む中で生まれた課題

課題  
01

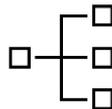
### 現場対応の難しさ



お客様相談室に寄せられる事象  
は考えさせられるものが多く  
現場対応の難しさも

課題  
02

### 事例の尻すぼみ



導入した事例によっては実用  
機会が少なく拡大できずに  
終わった例も

課題  
03

### マニュアルの限界



無数のパターンを想定した  
マニュアル作成の限界



「常に合理的な配慮とは何か？」を考えながら勤務できるよう  
継続的に情報提供や気づきの機会を提供することが重要



## 8.最後に



誰もが買い物しやすい店舗に向けて  
今後もチャレンジする方のコンビニ

---

**ご清聴ありがとうございました**