FRESTA HOLDINGS

Smile Report

フレスタホールディングス
社会・環境レポート2021

お客さまの豊かで健康的な生活を支え続けます。
フレスタがある街はみんなが健康になる、をミッションとして、
私達は、お客さまに寄り添った「ヘルシストスーパーマーケット」になります。
そして、フレスタグループとして、持続可能な情報製造小売企業群を確立します。

私達の商売の原点は「お客さまの笑顔」です。

日々の商売を通じて、お客さまにご満足頂き、笑顔になって頂き、そして健康になって頂くことが弊社の存在意義だと考えております。コロナ禍においても、我々の存在意義は不変です。ただし、お客さまのニーズ、社会環境や時代背景に合わせて、商品・サービスの提供・提案方法を変えていく必要があります。㈱フレスタの創業の精神に「進取の気性」「正直な商売」があります。お客さま、社会の変化を敏感に感じ取り、改革をし続ける。お客さまに対して、従業員に対して、社会に対して、正直な商売を続けていく。「スーパーマーケットをやめようよ」と、従業員に伝えています。従来のスーパーマーケットの当たり前を正とせず、今まで以上に、環境へ配慮した活動を推進し、社会課題の解決に注力し、従来のスーパーマーケットの枠組みを超え、真に地域に必要とされるフレスタグループを目指して参ります。

今期は「フレスタグループ一丸となって「チェーンとしての個店経営」を他社に真似できないレベルまで高める」ことをグループテーマに定めました。㈱フレスタホールディングスにおいては①グループ連携強化、②グループ資産・グループ人材の活用、③グループ基盤進化の３つを事業方針の軸に掲げ、フレスタグループ一丸となって、より一層強固なリージョナルチェーンの構築に邁進いたします。

また、㈱フレスタは「良いものがお買い得で、美味しさに妥協しない企業になる!」を継続的な基本コンセプトとして、①生産性向上、②付加価値創造の２つを軸に、お客さまに選ばれるスーパーマーケットになるべく、社員一丸となって取り組んで参る所存です。

㈱フレスタは、株式会社化して70周年という節目を迎えるにあたり、コロナという大きな変化対応に向かうべく、創業の精神、企業理念の浸透・体現を目的として、若手社員が中心となって、以下、新しい行動規範を策定いたしました。

2014年から始動しました「ヘルシストスーパーマーケット」の実現は、いまだ道半ばでございます。今後も、地域の社会インフラとして、また地域のコミュニティーハブとして、お客さまの「健康寿命」の延伸に貢献いたします。さらに、弊社が提供する「新」「旬」「美」という食材の提案に加え、リアル店舗の強みを活かし、デジタルと融合した新しいサービスの提案、食を起点としたお客さまの体験価値向上に、より一層磨きをかけて参ります。

上記のような食やサービスの提供を通じて、お客さまに健康的な生活を送って頂くことで、笑顔があふれる街創りに貢献し、２つの創業の精神を胸に、企業理念、行動規範を体現して参ります。

今回で14年目となります「フレスタ社会・環境レポート2021」は、品質管理や環境保全、または地域社会に対する弊社の取組みを分かりやすくまとめたものです。ご一読頂き、フレスタグループの活動についてご理解頂ければ幸いです。

これからも皆さまに信頼されるべく「正直」な企業として、さらに努力を続け、地域の小売業としての責務を果たして参りたいと考えております。引き続き、ご指導・ご鞭撻のほど、宜しくお願い申し上げます。

㈱フレスタホールディングス
代表取締役社長
宗兼 邦生

沿革

1887	宗兼清兵衛、横川で菓子・タバコ・小売販売店としてムネカネ創業
1947	横川で「青果堂」として商売再開
1951	(有)山城屋に改組
1960	(株)主婦の店に改組し、広島におけるスーパーマーケット第一号店「横川店」を開店
1976	横川店を新築増床移転し、横川コミュニティタウンを開店
1991	第2次CIを実施し(株)フレスタに社名変更
2001	「エブリデイフレスタ」スタート
2002	● 新社屋および本店(新横川店)建設に伴い横川店リニューアルオープン・おいしさスタジオ開設 ● ショッピングモール「CAZL横川」オープン
2005	PBブランド「FRESTA Bimi Smile」スタート
2006	第3次CIを実施し企業理念・行動規範・キャッチフレーズを制定
2007	創業120周年
2008	モバイルサイト開設
2009	● 「ISO9001 2008年版」認証取得
2010	会社設立60周年
2012	● 「スマイルネット倶楽部」スタート ● 「コンテ・フレスタ」スタート
2014	● 「電子マネーサービス」スタート
2017	創業130周年 ● (株)フレスタホールディングス設立
2018	㈱三原スーパーの小売事業を㈱フレスタへ承継 ● 「ISO9001　2015年版」認証取得 ● 「フレスタアプリ」スタート
2020	会社設立70周年 本部機能を緑井に移転

SDGsへの取り組み

フレスタは2015年に国連が採択したSDGs達成に向けて、社会課題の解決に取り組んでいます。環境レポートでは、項目ごとに関連したSDGsのアイコンを掲載しています。

SDGs…「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals）」

2030年までに、すべての人に平和と豊かさを確保するための社会・経済・環境面における目標

Contents

ごあいさつ・沿革 …… 1
70周年プロジェクト・新しい行動規範の策定・新行動規範・本部機能の移転… 3
フレスタ企業理念・ロゴマーク・キャッチフレーズ …… 4
フレスタホールディングス・グループ企業 …… 5

Friendly

品質&サービスの改善・向上をめざして
お客さまの満足をこえるサービスをめざして …… 7

災害発生に備えて
社内における危機管理体制の強化 …… 9

Relation

環境保全への取り組み
環境に配慮した店舗設備と工夫を …… 11

店舗でのエコロジー活動
お客さまと共に取り組む環境保全 …… 14

社外と環境活動の連携
取引先と共同して取り組む環境保全 …… 16

地域社会と共に歩む
より豊かで楽しい暮らしの創造 …… 17

Enjoy

新たな取り組みにチャレンジ
よりたくさんのお客さまに喜んでいただくために
私たちは進化し続けます …… 19

Smile

健康的な生活を応援する
「ヘルシストスーパーマーケット」になります …… 21

Tasty

品質&サービスの改善・向上をめざして
安心と笑顔を毎日の食卓へ …… 23

お客さまの信頼と期待に応えて
安心して気持ちよくご利用いただくために …… 25

Assist

一人ひとりの可能性を広げる
個性と能力を発揮できる環境 …… 27

より働きやすい環境をめざして
人が財産。働きがいのある職場へ …… 28

70周年プロジェクト

■新しい行動規範の策定

フレスタでは、この度70周年の節目を迎え行動規範を新たに策定することにいたしました。
正社員だけではなく、パートタイマーとして働くスマイル社員や学生アルバイトにも理念が浸透することを目的に、グループ各社から計20名の若手社員が集まってプロジェクトを結成いたしました。このメンバーの中から4グループに分かれ行動規範案を考案し、全従業員による総選挙を実施しました。4300票の投票の中から選ばれた案が、来期からの新しい行動規範として策定されます。今後プロジェクトはこの行動規範がより多くの従業員に浸透されるような施策を計画するため活動を続けます。

プロジェクトメンバー

■本部機能の移転

フレスタグループでは、これまで広島市西区横川や安佐南区長束にあった(株)フレスタホールディングス、(株)フレスタ、(株)スマイルマーケティング、(株)香港フレスタ、(株)レッツの本部機能を、2020年5月25日に広島市安佐南区緑井に集約いたしました。
昨今のめまぐるしい市場の変化や多様化する顧客ニーズにスピーディに対応するために、本部機能をリプレイスし、徹底した効率化を図り、さらなる顧客満足度の向上を実現します。
同年9月にはフレスタプロセスセンター(食肉加工センター)、10月には(株)フレッシュセブン(惣菜加工工場)を同地へ集約いたしました。セントラルキッチン化と商品力強化を目指し、最新の設備で、お客さまに安心で安全な健康にやさしい商品を提供するとともに、新しい発見やおいしさをさらに追求していきます。

■新行動規範

Friendly
お客さまに対して誠実な人になろう

Relation
地域に根差し環境を大切にする人になろう

Enjoy
チャレンジを楽しむ人になろう

Smile
明るく笑顔にできる、元気な人になろう

Tasty
商品に自信を持てる人になろう

Assist
仲間を思いやる人になろう

創業の精神である「正直な商売」、「進取の気性」や企業理念の実現に向けた行動指針を、社名の頭文字をとって連想される6つの英単語にして表現しています。

本社外観

フレスタ企業理念

**私たちは、お客さまの笑顔を原点に、
信頼される品質と安心を提供し、
食から広がる豊かで快適な「暮らし」の
創造提案企業をめざします。**

[定　義]

私たちが商売をしている原点は、お客さまのご満足のためです。常にお客さまに喜んでいただくために、信頼できる商品づくりに磨きをかけ、豊かな食卓や食文化をご提案することにより、お客さまの暮らしを潤すことができる企業を目指します。
また商売の核である「食」を中心にしながら、そこから広がる暮らし全体を創造提案し、心地良い生活のお手伝いをさせて頂きます。
それとともに創造力と先進性をもって、お客さまへの喜びを創り出すという使命感をもった、素晴らしい人財を育てることにも努めます。

フレスタの企業理念は、お客さま・従業員・社会に対する約束です。この３つのバランスがとれた活動を遂行し、企業としての社会的責任を果たします。

■キャッチフレーズ

「ココロ、カラダに、スマイル。」

これからの時代はカラダだけではなく、ココロの健康も重要になってきます。フレスタは、「食」というものを軸にしながら、気持ち良く買物をしてもらえるような憩いの空間を提供するとともに、安心で品質の高い商品と新しい提案でおいしい食卓を演出することが使命です。そんな「ココロ」と「カラダ」のバランスがとれるライフスタイルを提供したい。そんな思いがこのキャッチフレーズには込められています。

ロゴマーク

**ロゴマークの色使いにも
思いが込められています。**

社名は、Fresh（新鮮な）、Friendly（親しまれる）、Festa（祭り）、Rest（憩い）から造った造語です。
マークは、味覚・視覚・嗅覚をイメージ化し、３つのモチーフを合わせると、人の顔に見えるデザインです。
ブルーの目は魚（空・海）、グリーンの鼻は野菜（森林）、真っ赤な口は肉（太陽）を表し、三大感覚と生鮮三品と自然界（環境）を組み合わせています。
生鮮三品は当社の主力商品であることは当然ながら、自然・地球環境への対応も当社の大きな理念です。
フレスタでは、ロゴマークに自然界の意味合いを込めることで、従業員に対して教育し、環境に配慮した経営を行っています。

FRESTA
ココロ、カラダに、スマイル。

Fresh……新鮮な
Friendly……親しまれる
Festa……祭り
Rest……憩い

4つの単語に思いを込めて造った造語です。

魚　[青]新鮮なお魚
空・海[青]地球環境を大切に思う心
視覚 [目]おいしい物を見分ける力

肉 [赤]良質なお肉
太陽[赤]地球環境を大切に思う心
味覚[口]おいしい物を味わう力

野菜[緑]フレッシュな野菜
森林[緑]自然や緑を大切に思う心
臭覚[鼻]おいしい物を嗅ぎとる力