

WAKU WAKU? レポート

社会環境報告書



株式会社 サークルKサンクス


 トップ
コミットメント

地域社会とお客様に、 安心と「WAKUWAKU」を届けたい。



株式会社サークルKサンクスの発足から約2年が経ちました。私たちは、新しいスタートを切るにあたり、「WAKUWAKUのあるコンビニ」というキャッチフレーズと共に、経営理念・経営ビジョンを策定し、以来新しい企業風土づくりに取り組んでおります。

最も大切なステークホルダーはお客様

私たちは、「経営理念」の中で「社会に信頼され」と詠っています。社会とは「行動指針」に明言した、私たちの事業活動に関わる全てのステークホルダーです。その中で、最も大切なステークホルダーはお客様です。実際にお店に足を運んでいただき、お買い物をしていただく地域社会の皆様、消費者の皆様の信頼こそ、お店の発展を支えるものです。地域社会とのつながりなくして、私たちのコンビニ事業は成り立ちません。

プラスアルファの期待に応える「WAKUWAKU」

安心して買っていただける品質の確保は、お客様に対する社会的責任として、もはや当たり前の条件です。私たちサークルKサンクスが目指す「WAKUWAKU」とは、その上をいくこと。「またこのお店に来たい」と思っただけの、積極的な期待感にお応えすること。それは、商品・サービスに加え、お店を担うスタッフの笑顔であり、信頼に感謝の気持ちをもって応える、トータルな店づくりに他なりません。

地域社会から社会的責任を果たすために

株式会社サークルKサンクスとして2年目となる本報告書の発行にあたっては、私たちの取り組みを、これまで以上にわかりやすくお伝えすることを心がけました。「企業の社会的責任(CSR)」という視点で捉えますと、取り組むべき多くの課題を抱えております。本報告書を多くのステークホルダーの皆様にお読みいただき、忌憚のないご意見を頂戴し、地域社会に根ざした今後の事業活動に反映していきたいと考えております。

2006年8月

株式会社サークルKサンクス
代表取締役社長

土方 清

経営理念

わたしたちは、社会に信頼され、成長し続ける企業をめざします。

行動指針

1. お客様に対する行動指針

基本方針 販売ならびに勧誘に関する法令・ルールを遵守し、倫理と良識ある活動を行うとともに、常にお客様の視点で行動し、お客様に喜んでいただける商品とサービスを提供します。

2. 加盟店（・エリア会社）に対する行動指針

基本方針 フランチャイズ契約を基本に、本部と加盟店の役割を正しく認識し、公平・公正な継続的取引により信頼関係を築き上げ、共存共栄をはかります。

3. お取引先様に対する行動指針

基本方針 お取引にあたっては、関連する法令・ルールを遵守するとともに、適切な品質、価格、納期をもってお取引することにより、堅固な信頼関係を築き、相互の繁栄を目指します。

4. 株主の皆様に対する行動指針

基本方針 社会のニーズを的確につかみ経営に活かすとともに、企業情報を積極的かつ公正に開示します。

5. 地域社会との関係における行動指針

基本方針 地域社会の発展を願い、その一員として責任を果たします。

6. 私たちと会社との関係における行動指針

基本方針 努力した人が報われる、働きがいのある職場環境をつくるとともに、相互に信頼し合い、風通しの良い企業風土を築き上げていきます。

会社概要

社 名：株式会社サークルKサンクス
 本 部 所 在 地：東京都江東区塩浜2-20-1 TEL：03-5635-3939（代表）
 本 店 所 在 地：愛知県稲沢市天池五反田町1
 代 表 者：代表取締役社長 土方 清
 設 立：2001年7月2日
 （注）1984年1月26日設立のサークルケイ・ジャパン株式会社（2001年7月1日に商号を株式会社シーアンドエスに変更し、完全持株会社となる）より、会社分割手続きによって事業会社を新たに設立した日。
 資 本 金：83億8,040万円
 主 要 株 主：ユニー株式会社（47.28%）
 事 業 内 容：コンビニエンスストア「サークルK」「サンクス」のフランチャイズ事業および店舗経営等
 従 業 員 数：2,176人（2006年2月末現在）
 チェーン店舗数：サークルK3,035店舗／サンクス3,337店舗、計6,372店舗（2006年2月末現在）
 ※エリアフランチャイズ含む

編集方針

◎基本方針：本「社会環境報告書」は、サークルKサンクスコンビニエンスストア業務にともなう、環境負荷低減、地域社会との関わり、品質管理、コンプライアンスなどの取り組みを、「WAKUWAKU」をキーワードにわかりやすくご理解いただけるよう報告しています。データについては合併により、集計不可能なものがありますが、可能な限り開示しました。
 ◎発行日：2006年8月1日（次回発行2007年7月予定）
 ◎対象範囲：サークルKサンクス本部及び店舗の事業活動並びにお取引先にご協力いただいている商品、物流、建設等の取り組みを中心に作成しています。
 ◎対象期間：2005年度（2005年3月1日～2006年2月28日）また、2006年3月度以降についても重要事項と思われる内容は併せて記載しています。

目次

WAKUWAKUするコンビニ像

トップコミットメント	1
土方社長へのQ&A	3
WAKUWAKU座談会	5

WAKUWAKUを届ける

地域の一員として	7
商品のはなし	11
店舗設備のはなし	15
お店の入口と出口で	17

WAKUWAKUを支える

会社のしくみ	19
スタッフ・従業員の育成	21
環境マネジメント	23

2005年度の成果

環境影響と負荷削減の取り組み	25
環境監査	27
2005年度の達成状況と2006年度目標	28
環境パフォーマンス	29
環境会計	30



土方社長への
Q&A

土方社長に聞く、 これからのコンビニ、これからのサークルKサンクス



コンビニの社会的役割は、 大きく変わってきましたね。

約30年前にコンビニが誕生し、都心部を中心に広がった20年前までは、ミニスーパー的な存在でしたね。24時間営業はまだ一部でしたが、それでも特に学生や一人暮らしの方にとっては「冷蔵庫代わり」。その後、業界全体が味と安全性の向上に力を注ぐ中で、「コンビニでもおいしいものが食べられる」と言われるようになりました。

地域社会への貢献で最も画期的だったサービスは、18年前、公共料金をコンビニで支払えるようにしたこと。平日の3時や4時まで銀行や郵便局に行かなければならない手間や、集金する側のコストと比べたら、コンビニの手数料は安いものです。こういったニーズを先取りすることから、地域社会に支持される存在になっていったと思います。

24時間営業のメリットを、 どのように考えていますか。

近年、24時間営業について「電力の無駄遣い」「深夜のコンビニが不良のたまり場になる」といった声があります。これは、24時間営業の悪い面だけを見ていると思います。例えば、子どもが夜中に熱を出した時、医薬品は買えなくても医薬部外品で朝までつなぐことができるわけですから。

そして、街灯しかない夜の暗闇の中に、誰でも利用できるお店が明かりを灯していることの意味。地域社会の安全、防犯において「セーフティステーション活動」は、コンビニ店舗に期待される当然の社会的役割です。これを、私たちは一企業としてだけでなく、コンビニ業界全体として取り組んでいるわけです。

「WAKUWAKU」に託された、 思いを聞かせてください。

昨今の世の中を見ていると、社会全体が「癒し」を求めているように感じます。それが、個々人の生活レベルでは体調を崩されたり、社会的には犯罪につながったり。こういった時代だからこそ、コンビニの社会的責任も含め、お店に来ていただくことで「わくわく」していただけたら、と願っています。

お客様を「わくわく」させるということ。それは、ありがとうと言ってもらえるような接客であり、お店全体の雰囲気、品揃え、商品やサービスへの新鮮な驚きだと思います。それを常に感じていただけるような店づくりを、私たちサークルKサンクスの加盟店全てに、徹底していきたいですね。



Q お店のスタッフが果たす役割は、とても大きいですね。

コンビニ業に限らず、どんな事業活動も、最終的には「人づくり＝人の育成」で決するものと思います。働いている皆さんの能力にそれほどの開きはない。差が出るのは、仕事への熱意であり、プラス志向の考え方。環境問題に対してもお客様に対しても、常に社会にプラスになるよう前向きにとらえる姿勢ですね。

企業のコンプライアンスが語られる昨今ですが、私は難しく考えるべきではないと思っています。大切なことは、「悪いことをするな」「嘘をつくな」「約束を破るな」、シンプルにこの3つです。こういった姿勢が伝わり、スタッフが育ってるお店ほど、実際の売上げも伸びているんです。

Q 今後も地域社会への貢献が求められますね。

ライフラインとは、一般的には鉄道や道路、通信、電気・水道・ガスのことを示しますが、今やコンビニエンスストアもその1つではないでしょうか。そして、ここにこそコンビニが向かうべき未来像、地域社会における「あるべき姿」を感じています。

実際、阪神淡路大震災や新潟中越地震の時、電気や水が止まる中で、大手コンビニは地域と連携し、救援物資を運びました。こういった緊急事態の時、おにぎりや水を提供するのは、物流の拠点を全国にそれぞれもち、ある程度の在庫を保有しているコンビニだから果たせる、当然の社会的役割ですから。

Q 未来のコンビニは、どんな存在になっていくと思いますか。

今から20年後の日本社会がどうなっているかは予想がつきません。しかし、1つははっきりと言えることは、コンビニが地域社会のライフラインとして、なくてはならない存在になっているということ。そのために必要なイノベーションに、私たちは挑戦し続けなければなりません。

地域のお客様が「こんな商品、こんなサービスがあればいいな」と思うものに、どんな分野を広げて取り組んでいきたい。そういった潜在的なニーズを掘り起こし、社会的にリードしていくことが、これから未来のコンビニに、より強く求められる社会的役割ではないかと思っています。



WAKUWAKU 座談会

私たちがコンビニに求めるもの。望むこと。

コンビニエンスストアのさまざまなサービスは、毎日ご利用いただくお客様の声があってこそ実現したもの。

生活スタイルが変われば、求められるサービスも変わる。社会人、学生、それぞれの立場からの「こんなコンビニがほしい」を語っていただきました。

ものを買う以外の利便性は？

どんなサービスがほしいですか？

「また来たい」と思うコンビニは？



加藤千博さん
「環境コンサルティング会社で働いています。社会人2年目です」



浅野知恵美さん
「愛知県豊田市で、環境カウンセラーや消費生活アドバイザーを務めています」



杉崎豪紀さん
「早稲田大学4年生です。国際交流を進めるサークルで活動しています」



白石亜樹さん
「国際基督教大学4年生です。イギリス留学から帰国したばかりです」



入倉康裕さん
「電気機器メーカーの環境部署担当です。今日はおじさん代表としての参加です」



石原麻利子さん
「国際基督教大学4年生です。学生の視点で発言し、意見を聞きたいです」

浅野：公共料金の支払い。銀行と違い、コンビニは24時間大丈夫というのが嬉しいです。それから郵便物。サイズも測れ切手も買えて、レジ前にはポストもあってとても便利です。

加藤：自分が働く渋谷区は、行政のごみ収集でペットボトルを回収しません。それで、コンビニの回収ボックスを利用します。

白石：自分が留学したイギリスでは、コピーをとるにも図書館まで行きました。家から数分の場所で、コピーもファックスも使える。すごくなって感じます。

石原：私はATMです。銀行が閉まってる時間など、コンビニのATMはとても便利です。あとは、手数料が取られなければ…。

—— 平日の昼間であれば手数料なしの「ゼロバンク」(▶ P7) というATMサービスを開東・中京圏で始めました。今後、全国展開を目指します。

加藤：予約した航空券や切符を受け取れるといいですね。あとは、不在連絡票が入った郵便物の受け取りも。

浅野：使い捨てコンタクトをコンビニで入手できればと思います。それから、入れたてのおいしいコーヒーが飲めるお店。

杉崎：レンタルビデオ屋とコンビニの共存店。好きな作品を探しつつ、ついでに何か買うと思います。

石原：ファーストフードや薬局の付いたコンビニがあれば、面白いし便利です。

入倉：手作りの豆腐やおからが買えるコンビニがあればと思います。

白石：インフォメーションセンター的な役割が欲しいです。せめて、簡単な周辺地図だけでもあると助かります。

—— お客様・オーナー相談室(▶ P8) やお店に直接いただくご要望を反映し、できるところから抜けていきたいと思います。

杉崎：何も買わなくても、「ありがとうございます」と言われると嬉しいです。やはり店員さんの態度で大きく印象が変わりますね。

浅野：公共料金などの支払いで、素早く対応してくれるお店。やはり、任せて安心感のある店員さんがいるコンビニを選びます。

加藤：箸が要らない時や少量のものを買った時など、店員さんから聞いてくれるといいですね。

白石：マニュアルに従っているだけで、ちゃんとコミュニケーションできない店員さんだと、近所でも敬遠します。

—— サークルKサンクスでは「セーフティステーション」(▶ P9) という活動を行っていますが、それもスタッフの印象が悪いと機能しませんね。取り組みを通して地域に貢献できるよう、より良い接客を目指し、レベルの向上に努めていきます。



コンビニの地域貢献、社会貢献とは？

杉崎：ごみ箱の中を見てもコンビニ発のものが多く。ごみの再利用や、ごみ自体を減らす取り組みを進めてほしいです。

石原：それから、分別にも取り組んでほしいです。店頭のごみ箱から溢れている時など「分別していないな」と感じる時があります。

浅野：コンビニ店舗を使った体験型の環境教育をやってほしいです。それから、店舗の省エネルギー設備をエコキャラクターで紹介するなど、「見える」取り組みがあればと思います。

加藤：消費行動の中で環境に配慮できるよう、マイバッグを利用するお客さんを後押しするようなデザインの工夫、ポイントサービスなどがあれば。

—— スーパーのように、レジ袋を断るとポイントがもらえる。そういったサービスの要望は多いですが、試験的にやったら

コンビニのお客様には実際それほどニーズがなかったのが実状です。今後も行政や地域との連携を含め、できることから取り組みを検討していきます。

白石：その地域のものを扱っていると、消費者側も安心感があります。地元にお金が流れるという点でも。

入倉：売れ残ったお弁当がごみになることに問題を感じます。堆肥化しても、もともと食べものなので、無駄じゃないかと思っています。

—— 「欲しいものが欲しい時に欲しいだけある」ことがコンビニに求められています。お客様のご要望に応えつつ廃棄を極力少なくできるよう、発注精度の向上や食品リサイクル法への対応に努めていきます。

これからの、未来のコンビニとは？

加藤：大量生産大量消費で、コンビニが悪い影響を与えた部分も感じます。消費のライフスタイルを変える意味で、コンビニも変わる必要があると思います。今日サックスで、JA奈良のイチゴを使ったジャムパンを見つけました。こんな風に、国内の食材を使った商品をもっと開発してほしい。

浅野：コンビニ店舗は売れる場所・売れない場所、スクラップ&ビルドを繰り返しています。20年、30年先を見越して、「愛・地球博」店舗（▶ P15）のような建材のリユースや、環境に配慮した建材の積極的な導入を進めてほしいです。

杉崎：コンビニはとても身近な存在なので、地域に根ざしたサービスのお店を望みます。地元の産物を使ったり、道案内をしてくれたり。

石原：古い商店街の中で、コンビニだけ浮

いて感じる場合があります。地域通貨に参加するなど、地元の生活に密着したコンビニが増えたらいいと思います。

入倉：コンビニ店舗はどれも同じで、コピーのようです。今後は個性的なコンビニが増えてほしい。例えば、オーナーがラジコン好きならラジコンが飾ってあるとか（笑）。

白石：最近、実家の近くに新しいコンビニができて、祖父が通い始めました。体が弱ったお年寄りがすれ違いやすい空間とか、大きい文字表示とか、そんなコンビニが増えればいいなあと思います。

—— 社内で検討を進めている新しいコンセプトストアに、高齢者向け店舗や女性向け店舗などがあります。コンセプトストアや異業種店舗で培ったノウハウを皆さんが利用される店舗運営に活かし、より一層「わくわく」していただけるお店づくりを目指していきます。





地域社会の一員として、 コンビニにできる社会的役割を果たしていきます。

一人でも多くのお客様のご要望にお応えできるよう、お客様相談担当を設け、対応と改善に努めています。
また、セーフティステーション、募金・協賛活動などを通じ、地域に根ざした店舗づくりに取り組んでいます。

店舗における コミュニケーション

サークルKサンクスでは、お客様にいつも快適な時間を店舗で過ごしていただければと考えています。そのため、お客様のニーズを把握し、よりよい店舗づくりができるよう、お客様とのコミュニケーションを大切にしています。



笑顔と対話によるフレンドリーな接客

お客様へのお声かけ

お客様に対し、「袋にお入れしましょうか?」「お箸は何膳おつけしましょうか?」等のお声がけをさせていただいています。不要な袋・お箸をもらうことで、ごみが増えるというお客様の声を反映し、お客様に必要な量をお渡しする取り組みです。袋やお箸等が不要なお客様は、ぜひレジで不要の旨をお伝えください。



レジ袋削減をよびかける店内ポスター

お客様からの声への対応

サークルKサンクスでは、本部に「お客様・オーナー相談室」を設け、お客様から寄せられるご要望やクレーム、お問い合わせに対応しています。

お客様ニーズに応えたサービスのご提供

レジ前の郵便ポストは、切手を購入されるお客様のご要望にお応えしたサービスです。また、一部地域ではATMの手数料が無料になる「ゼロバンク」のサービスを開始しており、今後、全国展開する予定です。



レジ前に設置された郵便ポスト



ゼロバンクのATM機



サンクス熊本光の森店
オーナー
村井 清美さん(中央)

何より嬉しい、お客様の笑顔

常連のお客様に、顔を見ただけでタバコをお出ししたり、お買い物が終わるまで赤ちゃんをお預かりしたり、いつもお客様一人ひとりを大切にしよう心がけています。一人暮らしの年輩の女性に恵方寿司をお届けした時、「上がってお茶でも飲んでいって」と言われ、これからの高齢化社会でコンビニが果たす社会的役割の大切さを感じました。

コンビニには、時代のニーズに合わせ成長していける可能性を感じます。私は、日本舞踊で老人ホームや病院の慰問もするのですが、やはり何より嬉しいのは喜ぶ人の笑顔。これからもお客様を笑顔で迎え、笑顔で帰っていただく。そんなお店づくりを続けていきたいです。

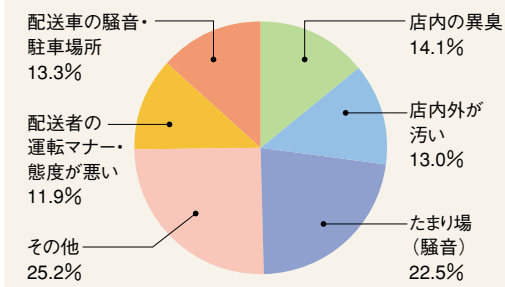
クレームへの対応

お客様からいただくクレームについては、真摯に受け止め、早急な改善へと結びつけています。下図は、お客様からいただいた環境に関するクレームの2005年度の内訳です。インターネットの普及により、お客様からいただくクレーム・お問い合わせの

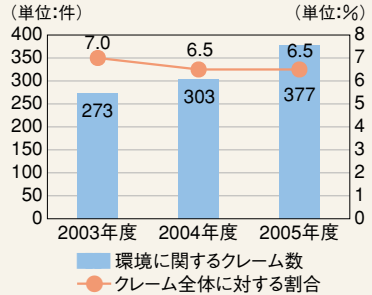
件数は増加傾向にあります。クレーム全体に対する環境のクレームの割合は若干減少しました。

地域のお客様からの貴重なご意見を店舗運営に反映し、今後とも愛される店舗を目指していきます。

2005年度環境に関するクレーム件数

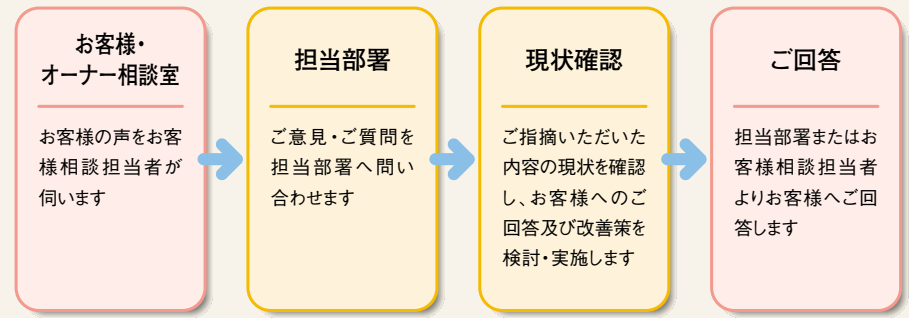


環境に関するクレーム推移



クレーム内容		2003年度	2004年度	2005年度
店内環境	店内の異臭	31	33	53
	店内外が汚い	28	32	49
	たまり場(騒音)	48	79	85
	その他	45	75	95
その他	配送者の運転マナー・態度が悪い	52	57	45
	配送車の騒音・駐車場所	69	27	50
計		273	303	377

お客様からいただいたご意見・ご質問への対応



地域の一員として

安全な地域社会を守る活動

サークルKサンクスでは、防犯対策として、店舗に「防犯カメラ」、「防犯ベル」、「カラーボール」などを設置するとともに、従業員への防犯心得、防犯設備の取り扱い、現金保管の徹底などの教育を行っています。さらに、警察署、防犯協会等の協力の

もと、防犯訓練を実施しています。

また、防災対策として、店舗で消火器の場所及び使用方法の確認を行っているほか、本部、事務所等でも常に店舗をバックアップできるよう、緊急用品や食料、災害時初動ガイド、衛星携帯電話などを配備するとともに、年1回防災訓練を実施し、緊急事態に備えています。

地域社会におけるライフラインとしての店舗の役割をふまえ、その社会的使命を果たせるよう取り組んでいます。



災害時初動ガイドなどマニュアル例

全・安心な生活拠点』づくりを目指すセーフティステーション活動に取り組み、地域社会への貢献に努めています。

セーフティステーション標準対応マニュアル



WAKUWAKU VOICE



営業企画室
運営企画推進部部长
中村 嘉孝

営利より先に「安全な地域社会」を

コンビニエンスストアは地域社会に役立ってこそ、存在意義があると思います。以前、台風の被害から復興した小さな村のお店をお手伝いした時、嬉しそうなお客様の顔を見て、「コンビニをやっている本当に良かった」と実感しましたね。

セーフティステーションの活動はまだ認知度が低く、もっと知らせていく努力が必要と感じています。他のチェーンも売上では競争相手でも、地域社会の安全という点では一緒にやっていく仲間です。私たちが「営利より先に地域の安全」という意識でリードすれば、地域社会のあり方も変えていけると 생각합니다。

地域社会への貢献活動

サークルKサンクスでは、企業の社会的責任の一環として社会貢献活動に取り組んでいます。

クリーンアップキャンペーン

2005年度よりクリーンアップキャンペーンの実施地域を拡大し、春秋の2回で延べ94会場、3,232名で実施しました。日頃見落としがちなタバコの吸殻をはじめとする多くのごみを実際に拾うことで、環境への意識づけになるとともに、一つひとつは小さな活動でも全体では大きな活動になることを従業

地域のためにできること

サークルKサンクスの店舗では、「警察官立ち寄り所」「防犯連絡所」「こども110番」「110番通報の店」など地域社会の方々の安全を守る拠点として、地域や警察から依頼のあった場合、積極的に協力しています。

また、サークルKサンクスが加盟している日本フランチャイズチェーン協会ではコンビニエンスストアを中心とし、地域の皆様・国・地方自治体の協力のもと『まちの安

員一同、再認識する機会として位置づけ活動しています。今後も、環境活動・社会貢献の一環として、春・秋のクリーンアップキャンペーンをより充実させ継続していきます。



庄内川枇杷島橋クリーンアップキャンペーン

店頭募金活動

全国の店舗網を活かし、店頭の募金箱にてお客様の善意の募金をお預かりし、社会貢献活動への橋渡しをしています。

2005年度は、日本盲導犬協会やユニセフなどの団体や、大規模災害発生時の緊急募金など、総額77,246,930円の募金が集まりました。ご協力ありがとうございました。

NPO団体への支援

企業活動から得られる利益の一部を社会に還元し、豊かな社会を次世代に引き継ぐという理念のもとに、人道的支援に積極的に取り組んでいる団体を支援するための寄付を行っています。



カンボジアに建設した「みんなの夢学校」

協賛活動

2005年度は、日本初のプロバスケットボールリーグ「bjリーグ」のオフィシャルパートナーとなり、リーグの発展とバスケットボールの普及に取り組みました。また、各地域ごとのスポーツ協賛として、愛知県小牧市での少年野球大会「ボーイズリーグ中日本大会」や静岡での「少年サッカー大会」などを通じて、日本の未来を背負う青少年の健全な成長を応援しています。このほか、「名古屋シティマラソン」などの市民マラソン大会への協賛活動も行っています。



名古屋シティマラソン

2005年度募金一覧

サークルK	全国盲導犬普及キャンペーン	13,081,982円
	海外被災者救援募金	3,466,488円
	環境保全募金	11,070,538円
サンクス	ユニセフ募金	21,348,496円
サークルK、サンクス	緊急募金	28,279,426円
合 計		77,246,930円

支援を行っているNPO団体

国境なき子どもたち	カンボジア、ベトナム、フィリピンなどの恵まれない子どもたちの教育・生活環境の向上を主な目的とした活動を展開。
JHP・学校をつくる会	カンボジアを中心に学校建設や修復のボランティア活動を展開。2003年12月、サークルKサンクスの寄託により「みんなの夢学校」が開校し、2004年12月には2校目が開校して以来、2006年までに3つの小・中学校が開校しています。
ファミリーハウス	小児がんなど難病と戦う子供たちとその家族のために宿泊施設を提供し、経済的負担を軽減する活動を展開。



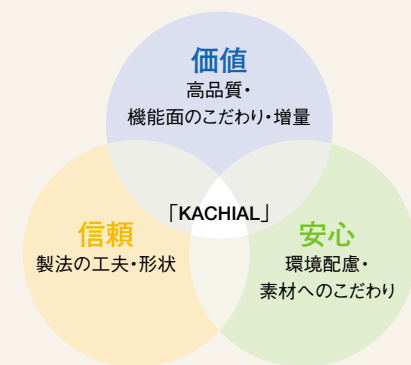


安心・安全な商品をお届けするために、 原料選定や製法にこだわりをもっています。

「価値」「信頼」「安全」をコンセプトに、オリジナルブランド「KACHIAL」の開発と展開を進めています。
また、HACCPシステムによる食品の品質と安全性確保に取り組んでいます。



■ KACHIALの3つのコンセプト



価値 お客様が商品を使用するシーンを想定し、
お客様に理解していただける価値にこだわっています。

信頼 素材や機能など、メーカー商品と
同等以上の品質を備えています。
使うことで、その信頼できる品質が実感できます。

安心 リサイクル可能な商品や、
環境にやさしい素材を使用した商品など、
お客様に「安心」をご提供します。

コンセプトと開発採用基準

「KACHIAL」の基本コンセプト「価値」「信頼」「安全」は、商品の使用感、付加価値、価格全ての面におけるお客様満足の追求に基づくものです。

お客様が使用するシーンを想定した商品開発で付加「価値」を生み出し、素材や

機能などメーカー商品と同等以上の品質を保持することでお客様の「信頼」に応え、リサイクル可能な商品や環境負荷の少ない原材料使用により「安心」感を醸成します。

雑貨商品から日用品、衣類、菓子・ドライ食品まで、お客様にとって価値のある商品の開発を、順次拡大展開しています。



KACHIAL商品

環境配慮型商品

KACHIALでは、環境配慮型商品として、環境ラベルが表示されている商品を積極的に採用・展開しています。

再生紙100%使用の商品をはじめ、お客様がご利用になる用途と再生紙比率のバランスを考慮した、再生紙比率の高い商品を提供しています。

また、代替材料利用として、ケナフ・竹を原材料とした商品や、計画的な植林による木材を活用したオリジナル商品を提供しています。さらに、印刷配慮として、化学物質の使用が少なく、環境への負荷が少ない水性インクを使用しています。

これらの取り組みによりコストは増えますが、森林伐採抑制や二酸化炭素排出抑制など、地球環境への負荷低減を企業の社会的責務ととらえ、積極的な採用を進めています。



再生紙利用



代替材料利用



印刷配慮

WAKUWAKU VOICE



マーケティング本部
加工食品部バイヤー
松石 敏明

「KACHIAL」はお金で買えない価値

9年ほど前に100円菓子を始めた時から、包装材に水性インクとポリプロピレンを使用する環境対応を続けています。

「ほがら菓たいむ」の売上は1週間で約200万袋。これを1年で換算すると約1億袋です。これだけの環境負荷は重大問題ですから、コンビニの社会的責任として当然取り組むべきだと考えます。

包材もちろんですが、食材への合成着色料や遺伝子組換原材料の不使用も着実に進めています。売上は大切ですが、「お金で買えない価値」ってあると思うんです。「この商品なら安心して買っていたける」と、太鼓判を押せる商品をもっと増やしたいですね。

安心・安全な容器包装

サークルKサンクスでは、お客様への安心・安心かつ環境にやさしい商品のご提供のため、とうもろこし・さとうきび・さつまいもなどの澱粉から作られる「生分解性プラスチック」の容器包装の導入について、研究・実験を行っています。現在、21%が環境配慮型の容器包装となっています。これからも、メーカー各社との連携を含め、より環境にやさしい容器の開発に努めます。



包装材の一部に生分解性プラスチックを使用した商品



品質と安全

サークルKサンクスは、お客様に安全な商品を安心して、さらにおいしく召し上がっていただくために全力を注いでいます。そのために、食材の調達から製造、配送、店舗での販売まで全ての過程において徹底した衛生・品質管理を行っています。

HACCPシステム

サークルKサンクスでは、「HACCP(食品衛生管理)手法」を参考に、原材料の吟味、食品製造工場でのさまざまな工程(原料受

入、洗浄、カット、加熱、冷却、切込、盛付、包装)、完成した商品の物流センター経由での店舗までの配送、店舗での陳列・販売という一連の流れを安全かつ効率的に管理しています。さらに、管理状況を頻繁にモニタリングすることによって安全性を脅かす危険を未然に防ぎます。今後も食品製造工場との協力体制を一層強化し、お客様に安心、安全な食品をご提供できるよう、一層の努力を行っていきます。

ラベルへの食品情報表示

食品のラベルには、栄養成分、原材料、アレルギー、容器の材質識別、食品添加物を表示しています。特にアレルギーでは、

アレルギー症状を起こす恐れのある食品に関して、たとえ微量であってもJAS法に準拠し、「義務表示の食品(5品目)」「任意表示の食品(19品目)」について、商品開発時の原材料企画書で確認の上、漏れなく明記しています。

また、着色料については、すべて天然着色料を使用しています。保存料不使用の場合は品質管理を徹底して行っています。

ています。また、さまざまな環境負荷削減の取り組みとして、ラップを塩化ビニールからポリエチレンへ切り替え、再生紙使用の紙容器の採用、天然葦100%の食品容器の開発などを実施しています。すでにグラタン、ドリア、カップタイプスープなどは、これらを反映して商品化しています。

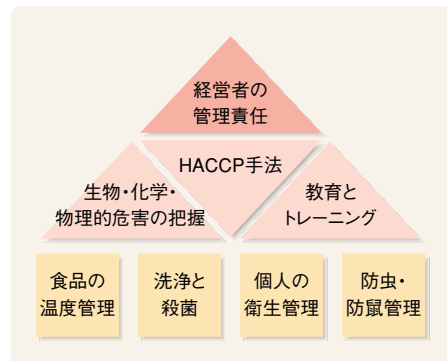


再生紙使用のグラタン容器

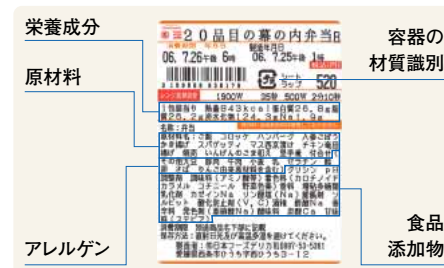
容器・包装

安心・安全な商品をご提供するため、容器・包装は環境に配慮した素材を使用し

食品の安全を保証するピラミッド



ラベルへの食品情報表示例



容器包装使用材質の一覧表

使用素材	代表的な商品	使用材質の特徴
A PET 非結晶 ポリエチレンテレフタレート	生野菜サラダ、調理サラダ、冷麺、おにぎりバック容器	内分泌攪乱物質を有する化学物質に該当せず、塩素も含んでいない。
C PET 非結晶 ポリエチレンテレフタレート	グラタン、ドリアの上蓋	A PETと同一素材でありながら耐熱性が高いのが特徴。
PPファイラー ポリプロピレン	弁当、惣菜の容器	内分泌攪乱物質を有する化学物質に該当せず、塩素も含んでいない。
OPS 二軸延伸ポリスチレン	弁当、惣菜の上蓋全般	
紙(耐熱性紙)	ミニグラタン・ドリア	葦100%の素材を使用。
パルプモールド	グラタン、ドリアの容器	
OPPB 延伸ポリプロピレンボードン	サンドイッチの包材全般	内分泌攪乱物質を有する化学物質に該当せず、塩素も含んでいない。

米飯商品への取り組み

コンビニにとっての米飯商品は、売上としては1割強ですが、そのニーズに応えることで多くのお客様にご指示いただき、ご来店いただくことにつながる重要な商品です。

サークルKサンクスでは、品質と安全性の追求はもちろん、何よりお客様にいいと感じていただける米飯商品の開発に取り組んでいます。

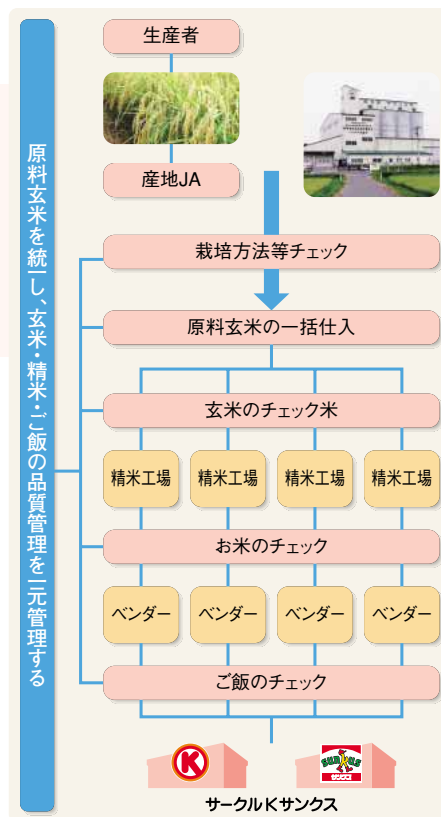
おにぎり

米飯商品の4割を占めるおにぎりの「手で握った食感」を実現するため、おにぎり成形機やパッケージの工夫、出荷・納品時の丁寧な取り扱いに努めています。

原料米の選定

品質管理体制とトレーサビリティ※を構築するため優良産地の原料に統一し、「原料玄米」から「おにぎり・弁当」までを一元管理し、「おいしい+安心・安全」を具現化します。

■原料米の選定フロー



※トレーサビリティ(生産流通履歴情報による追跡可能性)とは生産から流通、店頭まで一貫した商品の流れを記憶し、消費者の知る権利、商品購入時の選択の便宜を提供しようとするものです。

WAKUWAKU VOICE



マーケティング本部
ファーストフード部部长
岩田 正之

夢は、握りたてのおにぎりのご提供

おにぎりという食べ物とはとてもシンプルなので、素材の質がそのままお客様の評価につながります。そして、子どもの頃に食べたような、お母さんが握った「ふっくら感」の追求です。

現在、サークルKとサンクスのおにぎり一元化を進めていますので、来年春以降には同じ「ふっくら感」のおにぎりが店頭に並びます。

どこのお店で買っても、「やっぱりサークルKサンクスのおにぎりが美味しい」と言っていだけるよう、常にお客様の立場に立った商品開発を続けたいですね。いつの日か、無添加で握りたてのあったかいおにぎりをご提供することが、私の夢なんです。

QRコードによるアンケート実施

2005年度は、サンクスのチルド弁当に2次元バーコード(QRコード)をつけ、携帯電話によるアンケートを実施しました。

召し上がってすぐに、味、具材、品質など、ご要望に応えられていたかを検証し、実現できなかった点は次のリニューアル時に反映する。今後は、商品開発におけるこの循環をさらに拡大していきたいと考えています。



チルド弁当の2次元バーコード
(QRコード)





24時間、地域に密着したお店だからこそ、 見えないところで多くの環境配慮を行っています。

照明、冷機、空調など、店舗設備への省エネルギー機器導入や、蛍光灯リサイクルによる環境負荷低減に努めています。

2006年6月には、「サークルK愛・地球博店」の資材・設備などをリユースしたモニュメント店舗をオープンしました。

省エネルギー機器

サークルKサンクスでは、照明機器・冷機システム・空調機器など、店舗で使用している機器について、省エネルギーへの実験・検証を実施しています。この結果をもとに、開店する店舗や店舗改装時にエネルギー効率やコストを検証し、店舗の標準仕様決定に反映させています。

建築設備の環境配慮

蛍光灯リサイクルシステムの実施

店内、看板照明、及びオープンショーケース等店舗で使用した廃蛍光灯を回収し、リサイクルに取り組んでいます。2005年度は、委託した蛍光灯保守業者、蛍光灯リサイクル業者を通じ、31万5,110本（実施店舗はサークルKのみ）の蛍光灯を回収、ガラス、金属、水銀等に分別し、ガラス再生品などにリサイクルしました。

フロンの回収・破壊処理

オゾン層破壊の原因物質であるフロンが大気に放出しないよう、年4回の冷蔵・冷凍設備の点検を実施しています。

年2回、フロン回収業者への監査を実施し、フロンの回収・破壊処理の徹底管理を実施しています。

TOPICS 店舗

「サークルK愛・地球博店」のモニュメント店を稲沢市にオープン

2006年6月、サークルKサンクスは、愛・地球博出店店舗「サークルK愛・地球博店」のモニュメント店を、愛知県稲沢市に「サークルK稲沢天池店」としてオープンしました。

稲沢天池店では、店舗建物の鉄骨部の躯体や鋼製建具、照明などの資材をはじめ、サークルKのブランドマーク看板や冷機設備などに愛・地球博店で使用したものを再利用しています。また、新たな資材に関しても、鉄鋼スラグやガラス材使用の外装タイルなど、リ

サイクル品を積極的に採用しています。このほか、店舗駐車場には、風力・太陽光エネルギーを利用した照明機器を設置し、環境負荷の低減に努めています。



サークルK稲沢天池店のオープニングセレモニーの様子

■店舗における取り組み

カウンター廻り

- 割箸、フォークなどのお渡し時のお声がけ実施による廃棄物削減
- お声がけによる不要レジ袋の削減
- レジ袋の軽量化による廃棄物の削減
- カウンター天板にロングライフ材の高耐久人口大理石使用
- ペットボトルリサイクルユニフォームの使用
- 使用済携帯端末回収(関西地区)

外観

- 照明の一灯化による電気使用量の削減

店頭・駐車場

- ペットボトル店頭回収拠点として協力(東京都23区、名古屋市など)
- お客様への騒音防止などご協力依頼看板の設置
- 駐車場アスファルト路盤にリサイクル材の再生砕石を使用
- シンク排水クリーン樹設置により雑汚物の回収
- 駐車場照明に省エネタイプの水銀灯を使用
- 店頭、駐車場、ごみ箱などの定期清掃の実施による美化活動
- セーフティステーション(安全拠点)としての地域貢献
- 身体障害者補助犬の受け入れ



商品

- 環境配慮型商品の開発、採用
- 弁当、惣菜などの包装材に非塩ビ系素材を使用
- 合成着色料を使用しない米飯、調理パン、惣菜、麺類(オリジナル商品)の採用
- 販売期限管理の徹底による安心な商品のご提供

冷凍・冷蔵機器

- 省エネ型インバーターによる電気使用量削減
- 低騒音型室外機による騒音の削減
- 照明の一灯化による電気使用量削減
- 定時の温度管理の実施による異常事態の早期発見
- 冷凍、冷蔵機器の定期清掃実施による電気量削減

空調設備及び内装材

- 空調フィルター、換気扇の定期清掃実施による電気量削減
- 店舗内壁はロングライフ材であるアルミ樹脂積層複合材を使用

トイレ

- 節水タイプの設備機器による水道水使用量削減
- 男女別、バリアフリー対応
- 照明自動点滅機を取りつけ、不要時の電気使用量削減

配送

- アイドリングストップの励行
- 共同配送の推進
- 環境配慮型車両の導入促進

※このイラストは、2006年度の標準店舗イメージです。





お店への商品配送と、お店から出るごみ対策でも、環境に配慮した店舗運営をしています。

店舗への商品配送時の騒音、排気ガス、CO₂などによる、周辺環境への影響と環境負荷の低減に取り組んでいます。
また、店舗廃棄物の発生抑制とリサイクルの推進に努め、地域社会の住環境と共存する店舗運営に努めています。

物流における取り組み

コンビニエンスストアでは、お客様のニーズに合った商品をご提供するために品揃えは非常に重要なポイントとなります。しかし、商品供給用の配送車両は環境への負荷が大きい事も否定できません。配送効率の向上により、排気ガスが削減されることはもちろん、店舗当たりの配送車両数が減ることにより騒音・渋滞などの防止にもつながります。環境への配慮によって、地域住民やお客様の住環境への影響も減少できることを十分に認識し、配送効率の向上に向けた取り組みを継続しています。

環境配慮型車両の導入

現在、店舗への配送車両には、天然ガス(CNG)車69台、ハイブリッド車5台が使われています。今後も引き続き、導入台数

を増やしていく予定です。

●天然ガス(CNG)車：圧縮天然ガスを燃料とした低公害の自動車です。地球温暖化の原因とされるCO₂も大幅に削減し、大気汚染防止に一役買っています。

●ハイブリッド車：車両の減速などで発生するエネルギーをバッテリーに蓄電し、エンジン動力をモーターがアシストすることで黒煙の排出を削減します。

消音台車の導入

店舗の近隣地域への騒音対策の一環として消音台車を導入しました。これにより従来の台車に比べ、騒音を35%削減しています。

梱包材の省資源化

チルド配送センターから各店舗へ運ばれる段階で、段ボールやビニールなどは全

て処分され、梱包材の省資源化を推進しています。また、一部センターでは摩耗して役目を終えたケースを、パレットやポリバケツなどにリサイクルしています。

ドライバー教育

店舗に毎日商品を配送している全国の日配品センターのセンター長は、所属する全ドライバーに対し、アイドリングストップや店舗への納品時の騒音などについて、マニュアルに基づいた啓蒙教育を実施しています。また、センター長に対しても、アイドリングストップの再確認教育やお客様からのクレームなどを半年に1回、センター長が一堂に集まる日配品センター長会議の中で、啓蒙教育、業務に関わる環境問題の情報として共有しています。



天然ガス(CNG)配送トラック

廃棄物への取り組み

サークルKサンクスでは、本部と店舗だけでなく、行政や廃棄物回収業者とも連携し、廃棄物の発生抑制やリサイクルの推進に努めています。

廃棄物の分別

店舗で発生する廃棄物については、お客様にご利用いただく店頭ごみ箱を含め、市区町村の分別基準に則り、分別を実施しています。廃棄物の多くは、分別の徹底を図ることで再資源化が可能です。地道な活動を通じた廃棄物の有効活用は、店舗で行える重要な環境への取り組みと考えられています。

店頭ごみ箱は、お客様へのサービスの一環としてご利用いただいておりますが、分別徹底にはお客様のご理解が欠かせません。少しでも多くの資源を有効活用できるよう、地域の皆様のご協力をよろしくお願い致します。

食品リサイクルへの取り組み

コンビニエンスストアでは、日々多くの食品廃棄物が発生しています。日常業務の中で発注精度の向上に努めていますが、食品廃棄物を有効活用する仕組みとして、食品リサイクル実施業者との連携を図っています。現状、東京23区・名古屋市・横浜市などを中心に、全国各地で多くの業者と連携し、食品廃棄物リサイクルに取り組んでいます。

廃棄物回収業者との契約は、各店舗で行っていますが、リサイクル業者との情報交換・実験などを本部・店舗で連携して行い、より多くの店舗でリサイクルが可能となるよう協力しています。過去には、農家・廃棄物収集運搬業者などの協力の下、店舗の食品廃棄物を利用した肥料による食物を育成し、商品の食材に使用する実験も行いました。これら多くの実験で得た情報をふまえ、食品廃棄物有効活用のためにできることを、今後も検討していきます。



サークルK飯田丸山店
オーナー
横田 和彦さん(左上)

環境保全是、お金に代えられない問題

私の店では、廃棄物処理を長野県のごみ処理業者に委託しています。最終処分まで100%信用できる業者です。毎月の費用負担は重く、ほかからは安い契約を持ちかけられるのですが、ずっと継続契約しています。環境保全是、お金に代えられる問題ではありませんから。

この店のオーナーになって10年。私自身、生まれも育ちも飯田市なので、地元への愛着は深いです。最近は、町中でごみの投げ捨てが目立ち、若年層でなく中高年層に多いことが気になります。くわえタバコでお店に入ってこられる中年の方もいます。やはり、年齢が上の者から襟を正し、気を付けて直すことが大切だと思います。

ペットボトルのリサイクル

店頭ごみ箱では、あえてペットボトルを単独のごみ箱としています。これは、コンビニエンスストアを利用されるお客様にペットボトル商品を購入されるお客様が多いだけでなく、分別の徹底によりリサイクルを推進するためです。特に、行政がペットボトルのリサイクルに取り組んでいる東京都23区・名古屋市などでは、ご家庭のペットボトルのリサイクル回収拠点として、地域のお客様にご利用いただいております。

また、店舗で従業員が着用しているユニフォームにペット100%再生糸による生地を利用し、ペットボトルの再利用促進にも貢献しています。



ペット再生糸
100%使用のユニフォーム





地域社会と共にあるコンビニ運営のため、 信頼される企業づくりを第一に考えています。

内部統制システムによるコーポレート・ガバナンスと、社内通報制度によるコンプライアンスの徹底を図っています。

また、加盟店と本部が共存共栄するフランチャイズシステムを目指し、店舗運営をサポートしています。

コーポレート・ガバナンス

内部統制システム

サークルKサンクスでは、企業の存続とその継続的な発展のために経営資源をコントロールする仕組みづくりとして、内部統制システムの整備に関する基本方針に則り、企業経営を実施しています。また、コ

「基本原則」

私たちは、次の「五つの原則」に基づき、常に社会的良識をもって行動するとともに、地域のお客様に喜ばれ、信頼される企業づくりを目指します。

- 一、私たちはお客様重視を第一義におき、法令やその精神を遵守するとともに、公正かつ透明で、自由な競争を行います。
- 一、私たちは社会のニーズを的確につかみ、品質を最優先と考え、安全で安心して購入していただける商品、サービスをお客様にわかりやすい形で提供します。
- 一、私たちは環境問題への取り組みが、地域社会に根ざす企業の存在と活動に必須の要件であることを認識し、自主的、積極的に行動するとともに、さらなる地域社会の発展を願い、その一員としての責任を果たします。
- 一、私たちは各利害関係者との契約ならびにそれらに準ずる行為に際しては、公明正大、誠実であることを旨とし、広く社会とのコミュニケーションを行い、企業情報を積極的かつ公正に開示します。
- 一、私たちは社内外の声を広く取り入れ、実効性のある社内体制の整備を行うとともに、個人情報の保護と企業倫理の徹底をはかります。

ンプライアンス・環境マネジメント室を設置し、全社の危機管理を横断的に統括する部門としての責任を担っています。

行動指針の徹底

常に社会的良識をもって行動するとともに、地域のお客様に喜ばれ、信頼される企業づくりを目指すことを示した「基本原則」を掲げ、従業員への周知徹底を図っています。さらに、この基本原則に従い、お客様、加盟店、取引先、株主、地域社会との関係、私たちと会社との関係において「行動指針」(P2参照)に沿った日常業務の周知徹底を図っています。

コンプライアンス

サークルKサンクスの目標とするコンプライアンスとは、単なる法令遵守にとどま

らず、社会的な貢献を自ら行い、企業の社会的責任を遂行することと位置づけています。この考えに基づき、2006年3月にはコンプライアンス・環境マネジメント室を設置し、法令遵守だけでなく環境に関する取り組みを含めた全社の横断的な視点で、社会貢献活動を継続しています。

会社と従業員の認識の温度差の収集や教育の継続を繰り返し、企業倫理や社会道德の品格向上を含め、横断的な情報の共有化と意見交換ができる、風通しの良い企業活動の実践に努めています。

社内通報制度

水面下の問題発生に対する情報収集方法として、CSコール(取引先関係者用)、ESコール(従業員用)という通報窓口を設置し、個別に情報収集・改善提案を行える仕組みを構築しています。

WAKUWAKU VOICE



開発本部
関東第5リージョン
開発マネージャー
潮 顕彰

その地域に求められるお店を増やしたい

フランチャイズのオーナーは初期投資が必要なので、特にこれから独立される方はさまざまな不安を抱えています。「お店を持つ」夢に応えつつ、経済的な不安を取り除く必要があり、その意味で「良き聞き役」として、カウンセラー的な役割が大きい業務ですね。

店舗開発になったきっかけは、「つくったお店が地図に載る」ことです。でも正直なところ、成功したお店もあれば「閉店」という失敗例も経験しました。良いお店というのは、売上と利益のあるお店。つまり、多くの方にご利用いただけるお店です。今後も、その地域に求められる店づくりをし、たくさん地図に載せていきたいですね(笑)。

このシステムを活用し、社員のコンプライアンスに対する意識の向上を図るとともに、問題発生を未然に防ぎ、早い段階で問題点を把握し正しい会社運営を行えるよう、企業倫理・社会道德に則った、より良い企業風土づくりに役立っています。

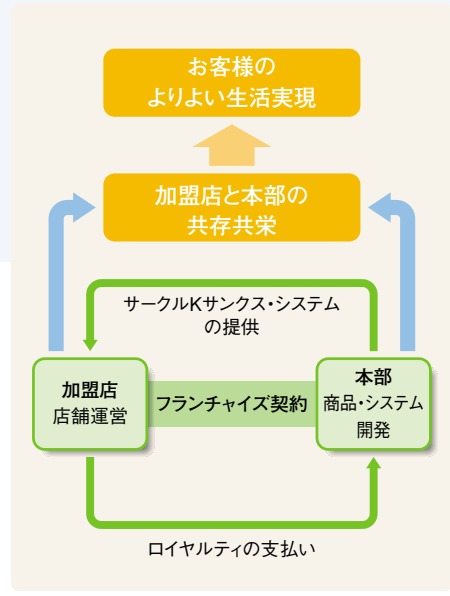
フランチャイズシステム

フランチャイズシステムは、本部と加盟店の役割分担が明確なくみです。本部は多額の投資が必要なシステムや商品の開発・メンテナンス、物流管理や会計のサポートなど、事業者が単独で行うことが大変難しい部分を一手に受け持ちます。加盟店には、本部の提供するこれらのシステムを活用し、店舗スタッフと力を合わせて店舗経営をしていただきます。両者がコンビネーションよくそれぞれの役割を果たすことにより、来店されるお客様にご満足いただき、その結果、本部と加盟店が共存共栄する。これが、私たちの目指すフランチャイズシステムの姿です。

バックアップシステムとロイヤルティ

サークルKサンクスでは、加盟店から売上総利益に対してのロイヤルティをいただきますが、このロイヤルティによって、本部は店舗総合情報システムによる最新の商品情報提供やチェーン全体の広告宣伝、経営資料の作成など、加盟店への継続的なサポートを実施しています。

■フランチャイズシステムの概念図



■加盟店のサポート一覧

サポート	内容
商標の使用	「サークルK」または「サンクス」の商標使用。
スーパーバイザーによる経営指導	健全な経営のための定期的な巡回サポート。
チェーン全体の広告宣伝	TVCMなどチェーン全体の販売促進。
運転資金の融資	店舗運営に必要な資金の融資。
店舗総合情報システムの提供	発注精度を高めるのに必要なコンピュータシステムの提供。
経営資料の作成提供	店舗を運営する上での、さまざまな経営資料の提供。
最新情報による商品の斡旋	最新商品についての情報収集や分析、斡旋。
棚卸の実施	適切な在庫管理のための棚卸の実施。
販売用什器備品の貸与	冷蔵・冷凍ケースや Gondola (商品陳列棚)、コンピュータ機器などの貸与。
店舗設備のメンテナンス手配	店舗の販売用設備などの定期的メンテナンス。





加盟店スタッフや従業員のステップアップをサポートする教育体制を整えています。

お客様満足度を向上させるスタッフ育成のため、認定サブマネージャー研修などのスタッフ教育制度を設けています。

また、加盟店をサポートするためのSV(スーパーバイザー)など、本部従業員の育成にも取り組んでいます。

加盟店スタッフの育成

ステップアップトレーニング

お客様満足度向上の実現には、スタッフに正しい知識を教育することが重要です。

サークルKサンクスでは、オーナーや店長による人材育成をサポートするためのマニュアルの提供や、本部による「ステップアップトレーニング」という研修制度を設けています。



サンクス「トレーニングマニュアル」



サンクス東京オペラシティ店
マネージャー

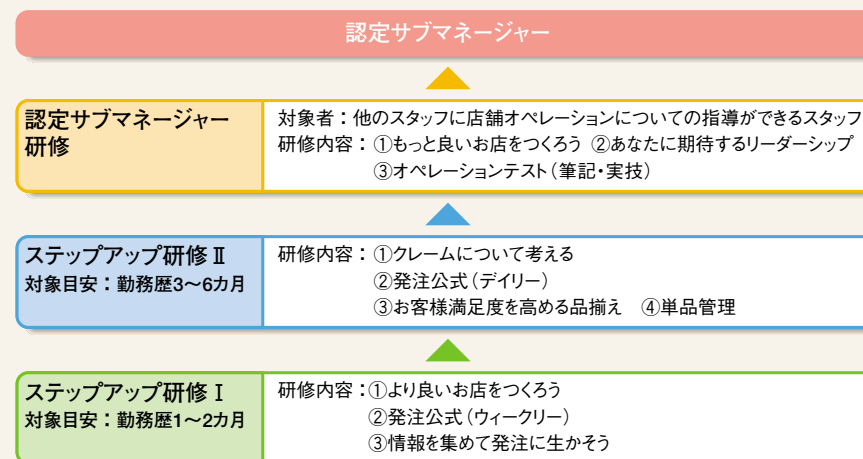
曳地 明美さん(中央)

お客様への感謝の気持ちで楽しく働く

私が「認定サブマネージャー研修」を受けたのは4年前。以前は百貨店の販売でしたので接客ノウハウは心得ていましたが、扱う商品やサービスの数・幅広さで、コンビニはより高いレベルを要求されます。研修を通じて、こういった精度が確実に上がりましたね。

忙しさから、店舗ではスタッフ教育に十分な時間をとれない点から、この研修の役割は大きいと感じます。若いスタッフの皆さんには、お客様との対話を楽しみ、何より感謝の気持ちを持って楽しく働けるようになってほしいです。スタッフが楽しく働くお店に、お客様の足は自然と向くはずですから。

■ステップアップトレーニング(加盟店スタッフ教育制度)



認定サブマネージャー研修

認定サブマネージャー研修は、スタッフの中心的人材である「サブマネージャー」の育成促進によって他のスタッフへの影響力・指導力を強め、お客様満足度の高い店づくりへつなげることを目的とします。

筆記・実技試験による、「正しい知識・技術」を身につけているかの確認や「正しい指導方法」についての講義を行うことにより、自己のスキル確認と指導者としての気付きを与える研修です。



研修の様子

本部従業員の育成

サークルKサンクスでは、社員基礎マニュアルを基本とした上で全従業員に対する研修体系を確立し、必要な知識や経験を体得できるシステムを構築しています。

SV(スーパーバイザー)養成

オーナーに最新の経営情報を伝えるだけでなく、スタッフの育成や地域にあった店舗づくりにおいて、オーナーをサポートするのがSVです。

サークルKサンクスでは、入社2年目までを目安に入社時研修、社員基礎研修、SV基礎研修を中心とし、SVとして店舗経営指導



サークルKサンクス「社員基礎マニュアル」

を行う基礎を集中して身につけます。さらに、ASV(アシスタントスーパーバイザー)研修を踏まえ、経営指導に関するノウハウを習得の上、SVとして店舗指導を行っています。

従業員教育

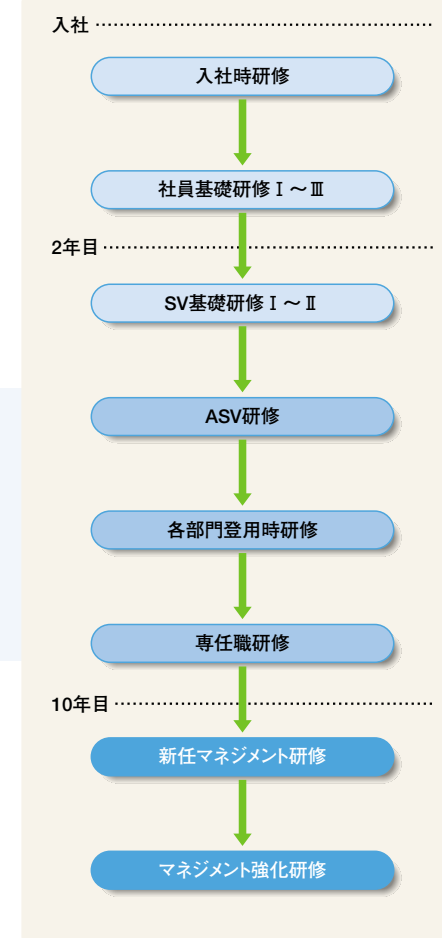
サークルKサンクスでは各部門登用時研修など、各担当者への部門別の教育体系を整え、専任職研修、新任マネジメント研修など、部門・担当に関わらない、横断的な階層別研修を実施しています。

研修は、部門間のコミュニケーションや社内での自身の位置づけを認識するだけでなく、お客様の視点を大切にするを折りに触れて確認させる研修体系になっています。



従業員研修の様子

従業員教育制度





企業活動の環境負荷を削減するため、 環境マネジメントシステムを運営しています。

環境理念、環境方針に基づき、サークルKサンクス全ての関係者の連携による環境マネジメントシステムを運営しています。

自らの業務を環境という視点でとらえ直し、業務に反映できるよう、従業員・オーナーの環境教育に取り組んでいます。

環境理念

わたしたちは企業活動にともなって発生する環境負荷を可能な限り減少させ大切な地球環境を守り、豊かな自然を次世代に引き継ぐよう行動します。

環境方針

- | | |
|--|---|
| <p>① 省資源、省エネルギー、廃棄物の削減に取り組めます。</p> <p>(1) 店舗、本部、事務所における電気使用量の削減活動</p> <p>(2) 廃棄物の発生抑制及び再生利用の推進</p> <p>(3) 省エネ技術の積極導入によるエコ店舗化の推進</p> <p>(4) 物流体制の整備による配送効率のアップ</p> <p>(5) グリーン商品の販売、グリーン事務用品購入の促進</p> <p>② 加盟店、本部、取引先が協力し、汚染を予防し環境マネジメントシステムを強化します。</p> <p>(1) 環境教育の実施による環境意識向上</p> <p>(2) PDCAサイクルに基づく環境施策の継続的改善</p> | <p>③ 環境保全に関する法律、規制及び協定などを遵守します。</p> <p>(1) 行政機関、市民団体、お客様との連携活動</p> <p>(2) 合意したその他の要求事項の遵守</p> <p>④ 年度毎に環境目的と目標を見直します。</p> <p>⑤ 商品、情報、サービスを通じて地域社会への貢献を目指します。</p> <p>(1) 地域美化運動への参加等によるパートナーシップの強化</p> <p>(2) 安全・安心な商品の提供で信頼される店づくりの推進</p> <p>⑥ 環境保全・商品安全に関する情報を広く内外に公開し、その評価を環境保全活動の改善に生かします。</p> |
|--|---|

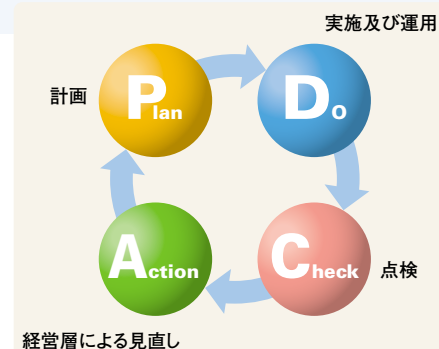
2004年9月1日

株式会社サークルKサンクス
代表取締役社長 土方 清

環境マネジメントシステム

サークルKサンクスでは、ISO14001認証を取得し、環境への取り組みを行っています。年度ごとにPlan(計画)、Do(運用)、Check(点検)、Action(見直し)のマネジメントサイクルを活用することにより、環境負荷の削減及び環境教育の徹底を図っています。

PDCAサイクル



環境マネジメント推進体制

サークルKサンクスの環境への取り組みにおける大きな課題は、一人ひとりの自覚を持った確実な実行です。それは本部従業員だけでなく、加盟店オーナーや従業員を含め、サークルKサンクスに関わる全ての関係者との連携によって、環境への取り組みを継続的改善につなげることです。

環境マネジメントシステムの確実な実行のため、環境委員長・環境副委員長・環境管理責任者から担当者に至るまで、各自の責任及び権限を定め、それぞれの立場で確実に推進する体制を確立しています。また、養成された内部環境監査員は、環境に関する知識の習得を行うとともに、立場ごとの推進の旗振り役としてリーダーシップを発揮しています。

環境委員会

サークルKサンクスでは、代表取締役社長を環境委員長とする環境委員会を年2回開催しています。経営層による環境マネジメントシステムの見直しを行うとともに、社会的責任の遂行の視点にも立ち、お客様や行政からの要請事項を含め、さまざまな環境に関する課題を報告・提案・審議する場となっています。

環境教育

自らの業務が、環境という視点ではどのような負荷を及ぼしているか、または良い活動になっているかを理解することが環境への取り組みの第一歩と考えます。そこで、従業員や加盟店オーナーに対し、より身近な環境教育を実施することを心がけています。

従業員教育

本部従業員に対する環境教育は、業務に密接した内容で、段階を追って実施しています。

新入社員研修では、教育カリキュラムに環境教育を取り込み、サークルKサンクスが環境問題に取り組む背景や地球環境問題について確認するとともに、店舗業務に密接した環境への取り組みについて確認しています。その後、スーパーバイザー登用前には、環境法規やお客様や行政からの要請事項や環境に関する社会的背景など、加盟店指導を行うに当たって必要な環境関連情報を習得します。

WAKUWAKU VOICE



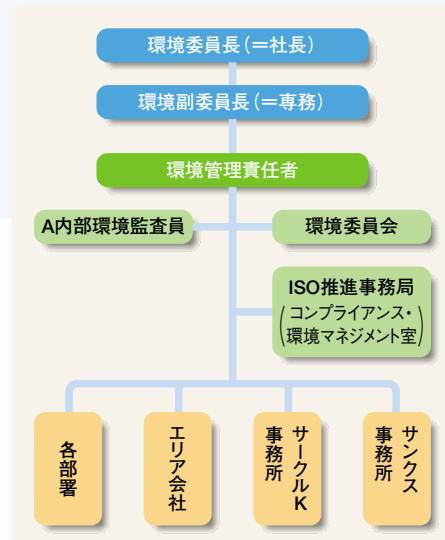
コンプライアンス・
環境マネジメント室
環境マネジメント
マネージャー
佐藤 陽子

日常業務の中で気付き、実感する大切さ

こういう立場ですと周りの目も厳しいので、「環境担当はちゃんとやっているかな」と監視されてるような部分もありますよ(笑)。でも、そう感じるのは周りの方の意識が高く、協力して取り組んでいるからだと思っています。

私自身、特に環境意識が高かったわけではありませんから、大上段に「環境問題は…」でなく、「これは別の目線では環境への取り組みにもなる」という視点を大切にしています。縁の下の力持ちとして、できるだけ現場の負荷が大きくならないよう心がけつつ、日常業務の中で気付き、実感し、とても身近なこととして環境への取り組みを感じることでできるような雰囲気づくりをしていきたいですね。

■環境教育マネジメント推進組織図



また、小売業に関わる従業員として知っておくべき共通教育については、朝礼・部会を通して各部署で実施し、全従業員が環境への取り組みを身近なものとして理解できる教育を目指しています。



環境教育の実施風景

加盟店オーナー教育

開業前研修において、店舗のオペレーションを習得する際に、廃棄物の適正処理や店舗内外の美化活動、レジ袋削減など店舗オペレーションに密接した教育を実施し、環境への意識を高めています。また、加盟店セミナーや広報誌を通じ、その時々々のトピックスや必要な法律の情報を提供し、日々の啓蒙活動も進めています。





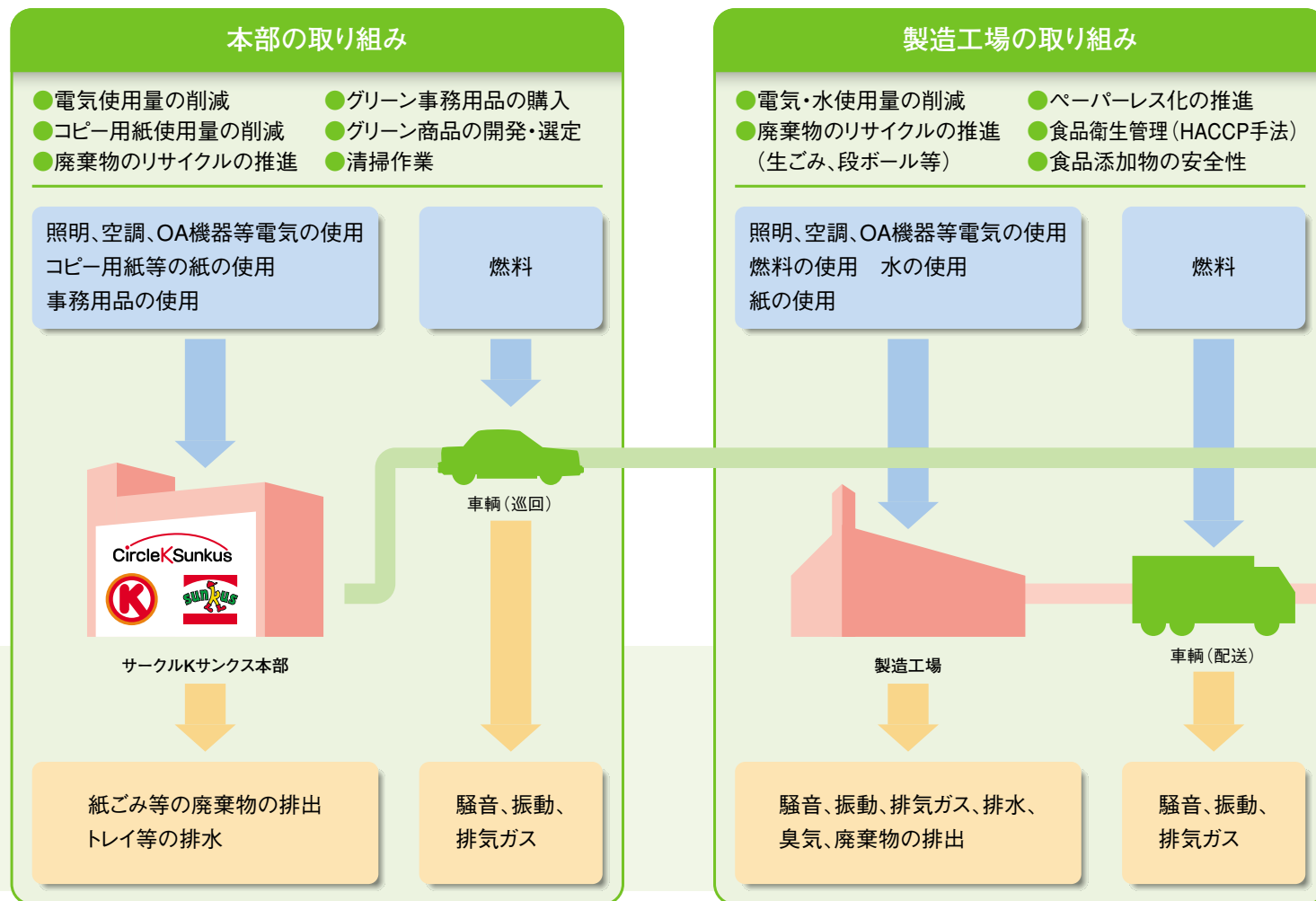
原料調達から消費まで、ライフサイクルを通じた環境負荷を削減しています。

販売だけでなく、原材料の調達、製造、配送など、事業活動の全てにおける環境影響を把握し、加盟店や取引先にもご協力いただいた環境負荷削減の活動を続けています。

TOPICS 本部

本部ではグリーン事務用品購入ガイドラインを策定し、グリーン購入に取り組んでいます。また、廃棄物の適正分別の徹底による、リサイクルの促進を図っています。このほか、未使用箇所の消灯や冷暖房設備の設定温度厳守による省エネルギー、コピー用紙発注量とコピーカウントの集計によるコピー用紙の削減に努めています。特に夏季は、ノーネクタイ運動を実施し、省エネルギーとともに、従業員への環境啓発につなげています。

■サークルKサンクスの事業における環境影響



配送センター・物流の取り組み

- 合同配送の推進
- 温度帯別共同配送の推進
- 環境配慮型車両の導入
- アイドリングストップの励行

燃料（ガソリン・軽油）の使用
照明、空調等電気の使用
トイレ等の水の使用 紙の使用

燃料

配送センター

※製造工場と配送センター
一体の生鮮センターも
あります。

車両（納品）

騒音、振動、排気ガス、排水、
臭気、廃棄物の排出

騒音、振動、
排気ガス

店舗の取り組み

- 省エネルギー機器の導入
- 割り箸等の手渡し
- 廃棄物の分別
- レジ袋の軽量化

照明、空調等電気の使用
トイレ、厨房等の水の使用



店 舗

騒音、排水、廃棄物（生ごみ、紙ごみ、
ビン、缶、ペットボトル等）の排出

お客様

容器・包装の排出
（家庭廃棄物）

一部地域では
ペットボトルは
行政の回収拠点
として協力

TOPICS 物流

温度帯別共同配送と

合同配送による効率アップ

弁当・デザート・チルド飲料などの商品は、新鮮な商品をお客様にお届けするため、日々店舗に配送しています。商品により最適温度帯が異なる商品は、2室式2温度管理車両による配送を実施することにより、配送効率の向上を図っています。

また、菓子・雑貨などの常温配送商品については、従来「サークルK」「サンクス」別々に配送を実施していましたが、一部地域から配送センターの統合による合同配送を開始し、2005年に全ての統合を完了しました。

2006年度は、米飯商品についても合併のメリットを活かした統合を進めています。お客様へのより良い商品の提供にとどまらず、配送効率の向上を図り、1店舗当たりの配送車両台数の削減に努めています。





内部環境監査と外部審査を通じて、 着実な環境改善を図っています。

内部環境監査員を育成し、本部、地区事務所、エリア会社および全ての店舗における内部監査を実施しています。
また、ISO14001の外部審査を受審し、環境経営の継続的な改善に取り組んでいます。

内部環境監査

サークルKサンクスでは、環境マネジメントシステムを有効に運用するために、本部を14、地区事務所を42、エリア会社を13

にまとめ、それぞれで環境マネジメントプログラムを作成しています。また、実際の運用の確認のため、チェックリストをもとに内部環境監査を実施しています。

内部環境監査員の育成

サークルKサンクスでは、内部環境監査の精度を高めるため、本部、地区事務所、エリア会社の監査を行うA内部環境監査員、店舗の監査を行うB内部環境監査員とし、この2種類の内部環境監査員を養成し、運用の確認を行っています。

特にA内部環境監査員は、2日間の研修を受講し、ISO14001の規格内容の把握をはじめ、社内システムの理解や環境負荷や法律に関わる知識を習得し、社内の推進役を担います。また、資格習得後も毎年フォロー研修を受講し、外部審査の指摘内容の確認や最新の地球環境問題に関する知識の習得などを実施し、継続的改善を促進するための役割も担っています。

外部審査

2005年11月30日～12月2日の3日間で、日本検査キューエイ株式会社によるISO14001の外部審査を受審しました。環境委員長(社長)、環境副委員長(両専務)、環境管理責任者、ISO推進事務局及び本部、地区事務所、エリア会社及び店舗を対象に審査を受け、サークルKサンクスの環境マネジメントシステムが継続して実行されていることが確認されました。

また、今回の外部審査ではビル主からの要請事項への対応、お客様からのご指摘に対する仕組み及び緊急事態への対応についての指摘がありました。これらの指摘内容を確認し、継続的改善を実施するための取り組みを進めています。



運営本部
静岡リージョン
リージョナルマネージャー
伊藤 聡

システムではなく「人の心」で回すPDCA

今でこそ言えますが、実は私、最初「A内部環境監査員」の試験に落ちたんですよ。そこで、会社の環境問題に対する姿勢を痛感しまして、環境活動への考え方を改めました。

現在、監査員という立場で驚くことは、皆さんの意識が予想以上に高いことです。監査の範囲で要求されなくても、他部署の良い事例は広がる。業務の負荷になっても、改善に向うものは根付く。強制だったものが、自主的な進化になっているんですよ。

環境への取り組みは、システムではなく「人の心」。意識のPDCAが回ること。ここ数年、それを実感していますね。



年度ごとの環境目標設定と評価を行い、 環境改善を具体的に進めています。

本部、地区事務所、マーケティング本部、建設部、運営本部から環境担当まで、全ての部署で、
前年度の進捗状況をふまえた新年度の環境目標を設定し、中長期的に着実な改善活動を進めています。

■2005年度の達成状況と2006年度目標

2005年度環境目標				2006年度環境目標	
担当部署	目 標	目 標 値	進 捗 状 況	目 標	目 標 値
本部	電気使用量の削減	前年比100%	前年比98.7%	電気使用量の削減	前年比100%
	コピー用紙使用量の削減	前年比 99%	前年比89.8%	コピー用紙使用量の削減	前年比100%
	廃棄物の適正管理	—	分別方法の明示と啓蒙活動	廃棄物の適正管理	—
地区事務所	電気使用量の削減	前年比100%	前年比102.7%	電気使用量の削減	前年比100%
	コピー用紙使用量の削減	前年比100%	前年比98.4%	コピー用紙使用量の削減	前年比100%
	廃棄物の適正管理	—	分別方法の明示と啓蒙活動	廃棄物の適正管理	—
マーケティング本部	ベンダー食品工場の廃棄物リサイクルの実態調査	—	ベンダー食品工場の実態調査の実施	ベンダー食品工場の廃棄物リサイクル推進	—
	環境負荷の少ない容器包装の採用	—	一部衣料品包装材への生分解性プラスチック使用 及びオリジナル菓子への水性インクなどで継続実施	環境負荷の少ない容器包装の採用継続	—
	配送業者運転手への環境啓蒙活動の実施	—	定期的な啓蒙活動の実施	配送業者運転手への環境啓蒙活動の継続実施	—
	1店舗当たりの納品回数の低減	—		1店舗当たりの納品回数の低減	—
建設部	店舗電気使用量の削減	—	店舗での実験の継続	店舗電気使用量の削減	—
	店舗建設廃棄物の適正処理	—	業者への監査実施による確認	店舗建設廃棄物の適正処理	—
	フロンガスの適正処理	—	業者への監査実施による確認	フロンガスの適正処理	—
運営本部	店舗電気使用量の削減	—	B内部環境監査で実施状況を確認	店舗電気使用量の削減	—
	食品リサイクル実験及びリサイクルの推進	—	業者との連携及び情報収集の継続	食品リサイクル実験及びリサイクルの推進	—
	クリーンアップキャンペーンへの積極的参加	—	のべ488店舗の参加	クリーンアップキャンペーンへの積極的参加	前年比105%
				レジ袋削減への取り組み	2000年度対比1店舗当たりマイナス20%
環境担当	廃棄物業者との連携	—	業者との連携及び情報収集	廃棄物業者との連携	—
	食品リサイクル法の周知徹底	—	セミナーでの加盟店啓蒙活動	食品リサイクル法の対応	20%の店舗で食品リサイクル実施
	クリーンアップキャンペーンの拡大	—	のべ全国94会場、3,232名の参加	クリーンアップキャンペーンの拡大	前年比105%





サークルKサンクス店舗と本部全体で、 省資源、省エネルギーに取り組んでいます。

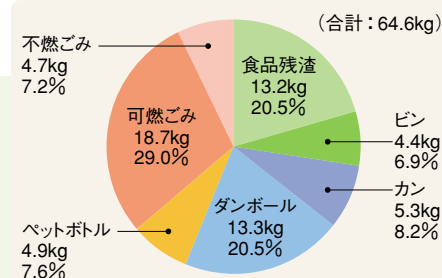
サークルKサンクスの店舗、本部全体で使用するエネルギー量や資源量を経年で把握し、その削減に努めています。

2005年度の取り組み

2005年度は、全店舗ならびに本部において、省資源、省エネルギー活動に取り組みました。その結果、本部事務所に於ける電気使用量を除く全てにおいて、前年度を上回る結果が得られました。今後とも継続的に取り組みを進めていきます。

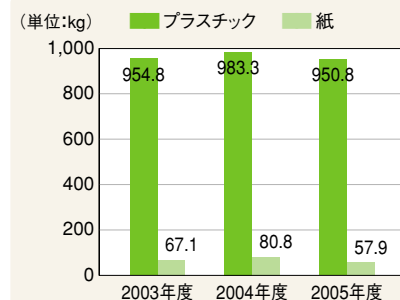
※フロン回収量について、2004年度以前は合併前で集計方法が異なるため記していません。

1店舗1日当たりのごみ排出量

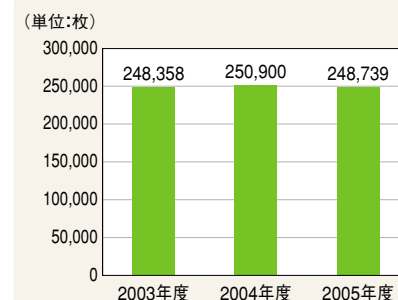


※集計方法: 愛知県内209店舗の1カ月平均実測値をもとに集計

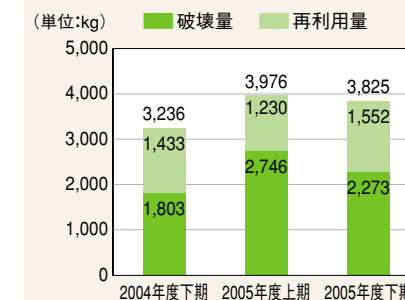
1店舗当たりの容器包装使用量推移



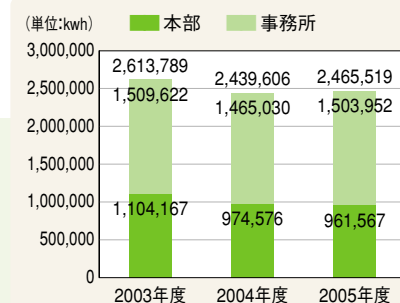
1店舗当たりのレジ袋使用量推移



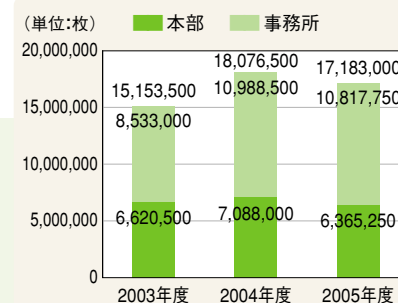
フロン回収量推移



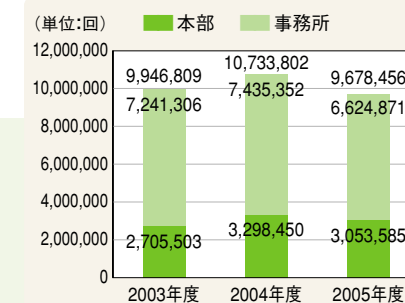
全社電気使用量推移



全社コピー紙購入量推移



全社コピーカウント数値推移





環境活動のコストと効果を算出し、 取り組み全体の把握に役立てています。

環境会計の導入により、事業活動における環境への取り組みを定量的に把握し、環境保全活動の改善につなげています。

2005年度の環境会計

サークルKサンクスでは、「環境会計ガイドブック2005年版」を参考に環境会計を導入し、年度ごとの環境保全活動における収支を明らかにしています。これは、環境保全活動による投資や費用に対する効果を定量的に把握し、評価するためです。この結果を次の環境目標の設定に活かすことで、環境への取り組みをより効果的、効率的なものに改善し、環境経営に役立てています。

■環境保全コスト

(単位：千円)

環境保全コスト							
分類	取り組み内容	コスト		分類	取り組み内容	コスト	
		投資	費用			投資	費用
(1) 事業エリア内コスト(内訳)	(1)-1 公害防止コスト			(3) 管理活動コスト	EMS構築費用	0	1,176
	浄化槽点検・整備(加盟店負担)	0	46,548		内部環境監査員研修費用	0	3,364
	浄化槽点検・整備(本部負担)	0	5,172		内部環境監査、環境委員会費用	0	3,710
	室外機防音工事(29件)	17,740	0		環境報告書、社内報、加盟店向け情報誌、ホームページ作成費用	0	6,239
	駐車場遮音・遮光工事(71件)	71,350	0		小計	0	14,489
	小計	89,090	51,720	(4) 研究開発コスト	ストアマスター(ショーケース用ドアヒーター制御装置)	280	0
	(1)-2 地球環境保全コスト				ガスコージェネ温水式生ごみ処理システム	0	87
	低公害車の導入	0	82,065		小計	280	87
	省エネ店舗照明システムの導入(348店舗)	143,828	0	(5) 社会活動コスト	クリーンアップキャンペーン(清掃活動)	0	17
	店舗閉店時のフロン回収	0	16,812		環境デーなごや協賛	0	21
	小計	143,828	98,877		全国盲導犬普及キャンペーンへの寄付(お客様の募金)	0	13,082
	(1)-3 資源循環コスト				海外被災者支援募金への寄付(お客様の募金)	0	3,466
	店頭分別ごみ箱の設置	24,534	0		環境保全基金への寄付(お客様の募金)	0	11,071
	事業系一般廃棄物の適正処理(加盟店負担)	0	1,855,440		ユニセフへの寄付(お客様の募金)	0	21,348
	事業系一般廃棄物の適正処理(本部負担)	0	190,440		米国ハリケーンカトリナ被災者支援募金(お客様の募金)	0	14,237
	食品廃棄物リサイクル費(加盟店負担)	0	65,280		パキスタン地震被災者支援募金(お客様の募金)	0	14,043
	食品廃棄物リサイクル費(本部店負担)	0	8,520		「JHP学校を作る会」支援	0	10,000
	小計	24,534	2,119,680		「ファミリーハウス」支援	0	5,000
	(1)-1～(1)-3までの合計	257,452	2,270,277		小計	0	92,286
	(2) 上流・下流コスト			(6) 環境損傷対応コスト	小計	0	0
	容器包装リサイクル法再商品化委託料(加盟店負担)	0	268,690				
	容器包装リサイクル法再商品化委託料(本部負担)	0	15,006				
	小計	0	283,695				
合 計						257,732	2,660,835

※環境会計ガイドブックを参考に算出しています。

※対象期間：2005年3月1日～2006年2月28日

※加盟店及び本部の費用について、明確に把握できるもののみ記載しています。





株式会社 サークルKサンクス

〒135-8539 東京都江東区塩浜2-20-1 塩浜ビル
TEL.03-5635-3939(代表) FAX.03-5635-3484
<http://www.circleksunkus.jp/>



- この報告書は、古紙配合率100%の再生紙を使用しています。
 - 生分解性に優れたアロマフリータイプの大豆インキで印刷しています。
- 2006.8