

CircleK Sunkus



株式会社 サークルKサンクス
社会環境報告書
2010

WAKUWAKUな未来づくり



WAKUWAKU する お店、社会、未来づくり

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。

経営ビジョン

「WAKUWAKU」のある企業
質の向上

CONTENTS

P3 トップメッセージ

P5 特集 さまざまな“WAKUWAKU”を発信するお店見学レポート

P9 ステークホルダーマップ

P11 ☀️お客様へ

- P11 安心と安全を提供する仕組み・体制
- P13 お客様の声や地域らしさを活かして
- P15 「健康」と「おいしい」を両立するために
- P16 お客様の声を受けとめる仕組み

P17 🏠地域社会のみなさまへ

- P17 快適な暮らしをサポートするために
- P18 社会の期待に応える新しい取り組み
- P19 非常事態時・災害時に備えて

P20 🌱地球環境のために

- P20 お客様とともに取り組む活動
- P21 CO₂排出量削減をめざして
- P23 環境にやさしい店舗作り

P34 第三者意見・編集後記

P25 🏢加盟店と本部が一体となって

- P25 愛されるお店作りの両輪として

P27 🤝お取引先様へ

- P27 とともに歩むビジネスパートナーとして

P28 🧑🏫私たちとして

- P28 コーポレート・ガバナンス
- P29 環境マネジメントシステム
- P30 環境影響と負荷低減の取り組み
- P31 環境活動の実績と目標
- P32 2009年度の環境成果
- P33 お客様とのコミュニケーション

会社概要

社 名：株式会社サークルKサンクス
本 部 所 在 地：東京都中央区晴海2-5-24 晴海センタービル
TEL：03-6220-9000(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 中村元彦
設 立：2001年7月2日
※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
ランチャイズ事業及び店舗経営など
従 業 員 数：1,759人(単体：2010年2月末現在)
チェーン店舗数：サークルK3,025店舗
サンクス3,194店舗
計6,219店舗(2010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：当社の経営ビジョンである『WAKUWAKU』のある企
業の実践を、行動指針[私たちの基本原則]をベースにした「ステ
ークホルダー重視」の構成で紹介しています。
当社からの一方的な情報発信に留まらず、外部の視点や声を取り
入れる企画として、特集では消費生活アドバイザーの方にご意見
をいただきました。
また報告ページでは、木のモチーフを使って、継続的な活動がど
んな成果につながっているのかを、視覚的にわかりやすく表現しま
した。さらに、多くの方に見やすいようユニバーサルデザインフォ
ントを採用し、配色や図表にも配慮しました。
◎用紙・印刷：再生紙100%を使用し、グリーンプリンティング認定
工場にて、VOC FREEのW2インキ、水なし印刷など環境配慮に
力を入れました。さらに、本報告書の印刷によって排出されたCO₂は、
オフセット(相殺)しています。印刷方法については、裏表紙にまと
めました。また、本報告書は製本時に針金を使用しておりませんので、
ご不要になった際はリサイクルにお出ください。
◎発行日：2010年7月30日(次回発行2011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
取引先様にご協力いただいている商品、物流、建設などの取り組
みを中心に作成しています。
◎対象期間：2009年度(2009年3月1日～2010年2月28日)。また、
2010年3月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。



Top Message

地域でいちばん、 「やさしいコンビニ」 でありたい。

私たちの考える社会への責任です。

株式会社サークルKサンクス
代表取締役社長

中村元彦

1号店オープンから30年。 変化する社会・ニーズに応えるために

2010年、「サークルK」と「サンクス」は、ともに1号店を出店してから30年という節目の年を迎えます。この30年の間に、コンビニエンスストアに対する社会からの期待は大きく変わりました。24時間いつでも利用できることを、便利だと感じていただける時代から、常に新しい商品やサービスの充実を求められる時代が変わってきています。

その中でも、近年急速にお客様からの期待が高まっていると感じるのは、より快適で、安全安心な暮らしを支えるための「社会のインフラ」としての機能です。私どももその役割を自覚し、今まで以上に、お客様に頼りにしていただける新たなコンビニエンスストアに進化していきたいと考えます。

その結果、お客様にとって、地域でいちばん「やさしいコンビニ」になることができれば幸いです。

やさしいコンビニ その1 地域社会に対して

地域の方が、安心してお買い物ができるようにするだけでなく、いざという時に頼りになるコンビニエンスストアであることが、地域社会に対して「やさしいコン

ビニ」であると考えます。

以前から取り組んでいる、女性やお子様が必要な時に店舗へ駆け込んでいただくセーフティステーション活動では、昨年度3,982件の対応をさせていただきました。この活動を広くお客様にご理解いただき、何かあった時に頼れる店舗として認知されてきたと感じています。

また、各地の行政と包括協定を締結し、連携を強化することで、災害時の物資提供や帰宅者支援への協定締結、地域活動への参加、地産地消の推進となる「MOT(もっと)プロジェクト」商品の拡大などに取り組んでいます。特に「MOTプロジェクト」の活動では、「FOOD ACTION NIPPON アワード2009」のコミュニケーション・啓発部門で、優秀賞もいただくなど、大きく評価されています。

やさしいコンビニ その2 環境に対して

便利だけでなく、お客様の身近なところにあるからこそその環境への取り組みができないかということを考え、昨年より、一部地域のスーパーバイザー(店舗巡回相談員)用車輛にプラグインハイブリッド車を導入。また、一部の店舗で、お客様にもご利用いただける充電スタンドの設置も開始しました。さらに本年1月より、首都圏を中心に「カーシェアリングサービス」も開始しました。車の台数を減らすことにより、二酸化炭素の排出量削減、

渋滞の緩和などを見込める、新たな環境への取り組みとして、多方面から注目されています。

また、従来から取り組んでいる食品廃棄物のリサイクルでは、リサイクルから生まれた堆肥を使用して生産した食材を、お弁当に利用し、東海3県で販売しました。さらに、本年より、廃油をリサイクルして作られたハンドソープの使用を全国の店舗で開始しました。

やさしいコンビニ その3 未来に向けて

これからの低炭素社会、高齢化社会に向けたコンビニエンスストアのあり方を考えていくことも、重要な課題だと考えています。

低炭素社会に向けた取り組みとして、本年4月に愛知県豊田市ではじまった、民間企業と地域自治体が協力して取り組む「低炭素都市構築実証プロジェクト」に参加しています。

また、高齢化社会において、役割を果たすコンビニエンスストアの新しいスタイルを確立するため、昨年12月に株式会社ココカラファイン ホールディングスと業務提携を行いました。ドラッグストアや健康関連サービスのノウハウを導入し、売場の活性化を実現するとともに、高齢者にやさしいコンビニエンスストアを展開していく一歩として、本年5月にはドラッグストアとのコラボ店舗である、サンクス多摩センター落合店をオープンしました。

さらに、接客面でも高齢者の方にやさしい対応を考える機会として、認知症の方とその家族を見守る「認知症サポーター養成講座」を昨年より本部従業員を対象に開設し、本年は、対象範囲を店舗に広げて継続します。

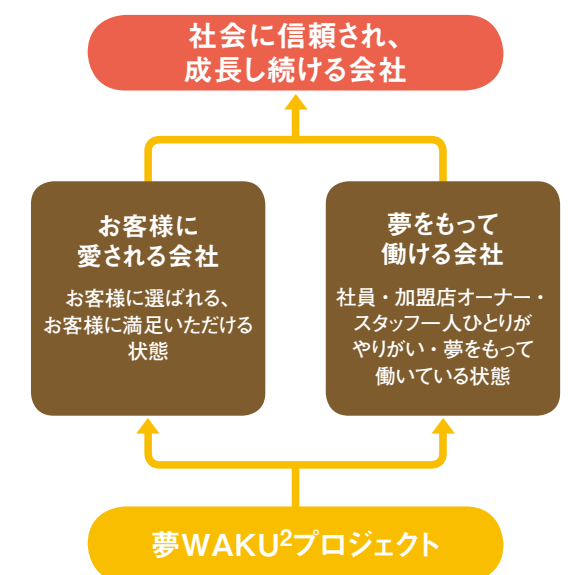
当社は、今年度の経営方針のキーワードを「enjoy」としました。これはお客様に楽しいと感じていただくには、まずサークルKサンクスに関わる一人ひとりが、それぞれの仕事を楽しみ、積極的に取り組む必要があるからです。

今後も多くのお客様の笑顔を生み出すサービスの提供を続け、お客様のより高い期待に応えていくことを約束いたします。

本報告書を通して、当社の取り組みをより身近に感じていただくことができればうれしく思います。また、忌憚のないご意見、ご感想をいただければ幸いです。なお、制作段階より環境配慮に努めておりますので、ご不要になった際には、リサイクルにお出しいただき、環境負荷の低減にご協力をお願いいたします。

夢WAKU² プロジェクト を推進中!

2008年3月より、本部、店舗経営者、店舗スタッフが「夢WAKU²プロジェクト」を展開しています。



2009年度の活動事例

「夢WAKU²プロジェクト」をさらに進化させるため、2009年度は「聞く耳施策」を新たにスタートさせました。お客様との接点である加盟店、あるいは本部従業員ならではの「気づき」や「アイデア」を収集し、これらの意見をもとに、2009年11月にはサンクス銀座中央通り店に、デザートブランド・シェリエドルチェの世界観を表現した店舗が、2010年2月には加盟店発案の「とろ〜り半熟玉子うどん」が、それぞれ誕生しました。



「おいしい!」「安心安全」「選べてうれしい♪」など、

さまざまな“WAKUWAKU”を発信する お店見学レポート

私たちは、店内でのサービスや商品を通じて、地域の皆様にとって「やさしいコンビニ」であることをめざしています。特集では、お客様代表として、消費生活アドバイザーの和田由貴さんに店舗にお越しいただき、さまざまな活動をご紹介しました。その様子をレポートします。

とっておきの
楽しみの
お宝。

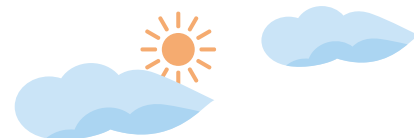
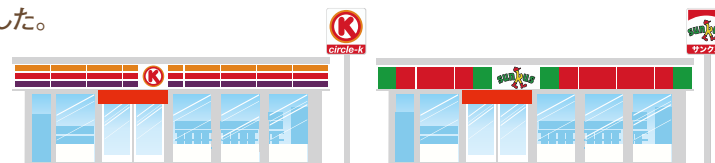
お客様代表
消費生活アドバイザー
和田 由貴さん

節約術や家事情報に精通する節約アドバイザーとして、また消費生活や環境問題の専門家として幅広く活動。現役の節約主婦兼2児の母として、消費者の視点からお財布にも地球にもやさしい生活を提唱。



ご案内役
株式会社サークルKサンクス
内部統制・環境統括室 環境 マネージャー
佐藤 陽子

START



親切・ていねい・心の込もった接客 「いらっしゃいませ!」

お客様満足の向上をめざし、直接お客様と接する全国の店舗スタッフを対象に、接客レベルを競う「フレンドリーコンクール」を実施。成功事例やノウハウの共有を通じて、より愛されるお店作りにつなげています。また、2009年度には、本部従業員に対し、「認知症サポーター養成講座」の受講をスタート。2010年度には受講の対象を店舗スタッフにも拡大しています。

→詳細P.18



お褒めの言葉

325 件

(2009年度実績)

いざ、という時に心強い、 医薬品の販売

2009年6月より、一部の直営店で医薬品の取り扱いを開始。それに加えて、2009年12月には、株式会社ココカラファイン ホールディングスと業務提携を結び、ドラッグストアや調剤薬局併設の店舗展開もはじめました。

→詳細P.18

和 「身近なコンビニで薬が買えるのは心強いですね」



お客様のニーズに応える お弁当ラインナップ

ドリンクと合わせてもワンコインの「オテゴロ弁当」や、素材にとことんこだわったもの、野菜たっぷりのシリーズなど、多様化するニーズに応えます。

→詳細P.13、15

和 「地産地消にヘルシー…コンビニの印象が変わりました」



▲オテゴロ弁当

オテゴロ弁当
2009年9月から6カ月で

1,500

万食達成

食品リサイクルループで 生産者の顔が見える商品を開発

店舗から出る残渣などを堆肥として活用する、食品リサイクルループ。2010年1～3月には、食品リサイクルループの一環で栽培されたニンジンを、中京地区で販売されたお弁当に使用しました。

→詳細P.20

和 「栽培した生産者・農地までわかるので安心ですね」



サークルKサンクスの
お弁当に使用した

ニンジン 23 t



カーシェアリングには
弊社のポイントが
ポイントに
ポイントに

KARUWAZA CLUB (カルワザクラブ) のポイントで、 日本のCO₂排出量削減に参加

お客様が商品の購入などを通じて集めることができる「カルポイント」を、日本のCO₂排出権と交換できる仕組みを展開しています。

→詳細P.22 和 ポイントを、お得とエコの両方に活かせるということですね



2008年12月～
2010年2月までに

153 t
分のCO₂排出権
を償却

ATM、カーシェアリング、セーフティステーション活動…。 店舗から広がる「社会のインフラ」としての機能

店舗で展開しているさまざまなサービスは、社会のインフラとして、地域の皆様の生活を支えています。

→詳細P.17～19

セーフティステーション

社団法人日本フランチャイズチェーン協会の「セーフティステーション活動」に参加し、「安全・安心なまちづくり」、「青少年環境の健全化」に努めています。



10 台
13 スタンド
2010年7月末現在

環境に配慮した 車両を導入

2009年12月、スーパーバイザーが店舗を巡回する際に使用する車両として、プラグインハイブリッド車の導入を開始し、一部店舗に充電スタンドを設置しました。現在は、愛知県と神奈川県で展開しています。



サークルKサンクス

駆け込み対応

3,982 件
(2009年度実績)

カーシェアリングサービス、スタート

2010年1月より、店舗を利用したカーシェアリングサービスを導入。首都圏を中心に、店舗を拡大中です。

和 コンビニだからこそ
利用しやすいサービス。
CO₂削減のためにも、
ぜひ拡大を！



22 道府県 1 市
2010年7月末現在

自治体と協定を結び、 地域を元気に

サークルKサンクスでは、全国23の自治体と包括協定を締結し、自治体と協同で、地域の皆様の安心・快適な暮らしをサポートしています。

エコにつながる 「このままでよろしいですか？」 のお声かけ



レジ袋削減をめざし、お客様に積極的にお声がけをするほか、「オリジナルマイバッグ」も販売。売上げの一部は「緑の募金」に寄付します。

→詳細P.20

和 「このままで」は、消費者としても
言いやすい言葉ですね。レジ前で
もっとアピールしてもいいと思います



1店舗当たり(重量)
2000年度対比
-37.4 %



GOAL

時間帯やゾーン に応じて、店内の 照度を調整

店内を3つのゾーンに区切るほか、昼、夜、深夜の時間帯別に照度を調整することで、使用電気の削減に努めています。

→詳細P.21

和 照度に変化しているとは
気づきませんでした。
窓際には外の明るさを
感知するセンサーも
ついているんですね



1店舗当たり
CO₂排出量
2007年度対比

-1.13 t

容器も環境にやさしく

お寿司の新シリーズ「初代シャリの銀次」では、植物由来のプラスチックを配合した環境配慮型の容器を採用。また定番のパスタシリーズ「rubetta (ルベッタ)」にも、焼却時のCO₂排出量が少ない容器を導入しています。

→詳細P.11

店舗から出る廃油を 100%リサイクル

店舗のフライヤーから出る廃油は、店舗内で使用するハンドソープの原料や飼料などとして、100%リサイクルしています。

→詳細P.20



▲店舗内で使用している
廃食用油由来のハンドソープ

店舗の見学を終えて…

一般的にコンビニエンスストアというと、環境によくない、定価販売、健康的ではない、というイメージが、どうしても先行してしまいがちですが、今回の見学を通じて、知らなかった活動に多く触れ、印象が大きく変わりました。実際に説明していただくと、環境に対しても、消費者に対しても、さまざまな努力がされていることがわかります。

ただ残念なのは、これらの取り組みが消費者には少しわかりにくいことです。商品の印象もありますので、食品残渣や廃油をリサイクルした商品の訴求については、難しい部分もあると思いますが、言葉を言い換えるなどして、もっとアピールしてみたいかがでしょうか。

またカーシェアリングは、立地条件に恵まれたコンビニエンスストアの店舗でやるからこそ、活用しやすいものだと思います。今後の展開に非常に期待しています。

「さまざまな
努力と取り組み。
ぜひ消費者に
伝わる工夫を」

消費生活アドバイザー
和田 由貴さん



サークルKサンクスは、
お客様、加盟店様、
お取引先様をはじめ、
さまざまなステークホルダーの
皆様とともに、
WAKUWAKUな未来に向かって
歩んでいきたいと考えています。

地球環境の ために

美しい地球を次世代に
受け継いでいくために、
CO₂排出量の削減、
食品リサイクルなど、
さまざまな面から環境保全に
アプローチをしています。

→P. 20



お客様へ

行動
指針

私たちは、お客様に支持をいただくため、法令を遵守し、企業倫理
や社会道徳の正義の精神を尊重するとともに、お客様に喜ばれる
商品・サービスを、安全で安心な品質を最優先に提供いたします。

お客様の声を積極的に取り入れ、
多様なニーズに応えるための取り組みを紹介します。

→P. 11



加盟店と本部が 一体となって

加盟店と本部がそれぞれの役割を担い、
活動の両輪となってWAKUWAKUのある
商品・サービスを発信していきます。

→P. 25

加盟店

役割

- お客様へ対面で
サービスを提供
- お客様のニーズを直接、
受け取る

フランチャイズ契約

※加盟店と本部は、共存共栄を
図るため、フランチャイズ契約による
役割分担を行っています。
加盟店と本部がそれぞれの役割を
しっかりと果たすことで、お客様に
ご満足いただける店舗が実現され、
相互の事業発展につながります。

本部

役割

- 新たな商品やシステムの開発、
物流管理
- チェーン全体の広告宣伝、
価値向上の取り組み



お取引先様へ

行動
指針

私たちは、関連する法令等を遵守するとともに、常に対
等なパートナーシップのもと、公平で公正な取引により、
堅固な信頼関係を築き、相互の繁栄を目指します。

ワクワクを提供するためのあらゆる場面で、
お取引先様のご協力が欠かせません。

→P. 27



地域社会の みなさまへ

行動
指針

私たちは、社会貢献や環境保全への取
組みを自主的かつ積極的に取組むと
ともに、地域社会の発展のため、市民の一
員として行動します。

社会のインフラとして、
また災害時のライフラインとしての
機能拡充に努めています。

→P. 17



活動をご紹介するに あたって

社会とのつながりを重視

本報告書を通じて、サークルKサンクス
の社会・環境に関する活動の歩み、ま
た活動に対する姿勢をお伝えしたいと
思っています。次ページからはじまる活
動紹介のページでは、具体的な活動内
容を、行動指針【私たちの基本原則】
を基本に、ステークホルダーとのつな
がりを重視した構成で紹介しています。

行動
指針 = 行動指針
【私たちの基本原則】
(2007年6月1日改訂)

木のモチーフで進捗を報告

コンビニエンスストア業務に伴う、継続
的な活動の深度を、木のモチーフで表
現することで、わかりやすい報告を心掛
けています。

- 取り組みの基礎となる活動
- (ふたばから発展・派生し) 現在、
継続して取り組んでいる活動
- 継続的な取り組みの結果、
一定の成果をもたらした活動
- New 今年度、新しくはじめた活動

私たちとして

行動
指針

私たちは、皆様の声を広く
取り入れ、企業活動の最適
化を継続的に行うとともに、
企業情報を積極的かつ公
正に開示し、社会に信頼さ
れる企業を目指します。

→P. 28





安心と安全を提供する仕組み・体制

お客様に安心してご利用いただけるよう、徹底した品質管理はもちろん、地球環境にも配慮した商品開発を行っています。

食品の「安全性」を守り向上させる仕組み

原料の仕入れ・製造・販売まで、全ての工程で品質管理を徹底

サークルKサンクスでは、食品の安全性向上のために、商品開発時に使用する食材の安全性を一つひとつ確認しています。使用する食材は原料メーカーの規格書をもとに精査、微生物検査を実施。商品化の際はこれらの手順を経て安全が確認された食材のみを使用することを徹底しています。

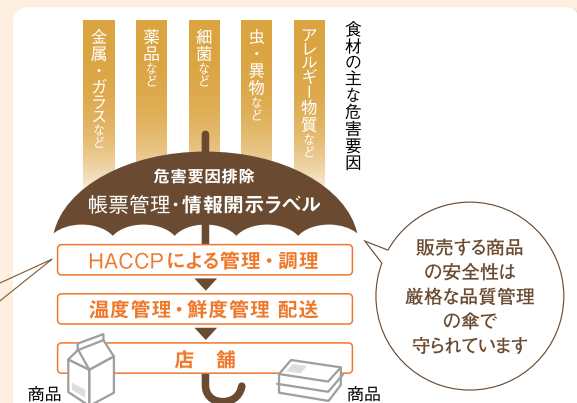
また、全ての専用工場では、さまざまな食材の危害要因から食品を守るため、宇宙食の開発から生まれた食

品の衛生管理手法「HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points: 危害分析重要管理点)」を取り入れ、HACCP手法に基づいて、原材料の洗浄・カット・調理等の各工程で、時間と温度を管理しています。さらに、商品を店頭で陳列した後も、第三者に委託して店頭商品買取検査を実施するなど、お客様に安心してご利用いただける品質をめざして、開発から製造まで、食の安全への追求を続けています。

厳格な品質管理の傘「HACCPシステム」

厳重な管理下で製造された商品は、工場から出荷された後も、店舗までの配送、店舗での陳列・販売という一連の流れの中で、常に最適な温度が保たれ、安全性が確保されています。

- 設備機器の洗浄を実施し、第三者が定期的にチェックします。
- 設備機器・室内の微生物検査を実施し、第三者が定期的にチェックします。
- でき上がった商品は全て金属検出機を通し、金属が混入していないかをチェックします。



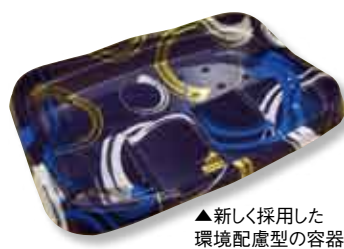
環境にやさしい容器に転換

素材へのこだわり、そして豊富なメニューが魅力のパスタシリーズ「rubetta (ルベッタ)」。



▲ナノハイブリッドカプセル

2010年に立ち上げた寿司の新シリーズ「初代シャリの銀次」では、植物資源から製造されるバイオマス・プラスチックを30%使用した環境配慮型の容器を採用しています。石油由来のプラスチックの代わりにバイオマス・プラスチックを使用することで、化石資源を節約。現在使用している容器から切り替えることで、年間約215トンのCO₂を削減することにつながります。



▲新しく採用した環境配慮型の容器

「安心」をお届けするために

安心・安全を担保するシステム

サークルKサンクスでは、食の安心・安全を追求するために、2005年10月よりオリジナル商品の弁当・おにぎり・サンドイッチ・惣菜・調理麺には「保存料」、「合成着色料」を一切使用していません。またオリジナル商品以外についても、商品原材料の規格まで遡って確認できる「トレーサビリティシステム※」を導入し、体制の強化を図っています。

※トレーサビリティシステム (生産流通履歴情報による追跡可能性) とは、生産から流通、店頭まで商品の流れを記録し、消費者が流通経路を遡及できる仕組みのことで、消費者の知る権利を保護し、商品購入時の選択の便宜を提供しています。

25品目のアレルゲン表示で目に見える安心を提供

安心して商品を選んでいただけるよう、弁当・惣菜などの商品のラベルには、「食品衛生法」、「JAS法」、「健康増進法」、「景品表示法」といったさまざまな法律に準拠した、「栄養成分」、「原材料」、「アレルゲン」、「容器の材質識別」、「食品添加物」を表示しています。特に、アレルゲンでは「義務表示7品目」及び「任意表示18品目」を漏れなく記載し、増え続ける食品アレルギー問題にも対応しています。

見やすく、わかりやすいラベル表示

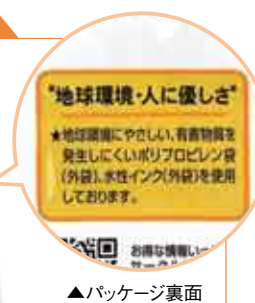
それぞれの商品ラベルには、商品名やバーコードのほかに、消費者の皆様には知らせるべき情報をわかりやすく紹介しています。

- ① 栄養成分
1包装当たりの熱量・タンパク質・脂質・炭水化物・ナトリウム量を表示。
- ② 容器の材質識別
お客様の分別を容易にして容器包装のリサイクルを進めるための材質識別表示。
- ③ 原材料
商品に使用されている原材料を重量の割合が多い順に表示。
- ④ アレルゲン
JAS法に定められた「義務表示の食品」7品目と「任意表示の食品」18品目を表示。
- ⑤ 食品添加物
安心・安全に召し上がっていただくための食品衛生法の規定に基づく使用添加物を表示。



包装材のインクにも配慮

サークルKサンクスオリジナル商品の中でも、中核の一つである「ほがら菓たいむ」の包装には、有害な化学物質が発生しにくい水性インクを使用し、環境への負荷を低減させ、安全性だけでなく地球環境にもやさしい商品作りを行っています。



▲パッケージ裏面



Challenge

社会からの「食の安心・安全」への期待は、ますます高まる傾向にあります。私たちは、皆様の健やかで安心して楽しめる食生活のために、現状に満足せず、これからも品質管理の徹底に努めています。



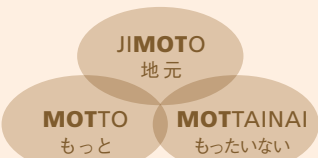
お客様の声や地域らしさを活かして

お客様の声を活かした商品作りはもちろん、社会の一員として、地域のニーズに応える、地域活性につながる商品の開発・事業展開を行っています。

地域の皆様と作る「MOT(もっと)プロジェクト」

2007年、プロジェクトスタート

「MOTプロジェクト」は、地元で生産された食材を地元で加工し、地域のお客様に消費していただくという「地産地消」の考えに基づき、2007年5月にスタートしたプロジェクトです。活動開始以来、JIMOTO(地元)、MOTTO(もっと)、MOTTAINAI(もったいない)、をキーワードに「地産地消」、「地元食材の消費アップ」、「地域の活性化」をめざし、地元の方々とともにオリジナルの商品の開発・販売を進めています。



11地域・31道府県へ拡大

北陸地域からスタートした当プロジェクトは、各地に広がり、現在は11地域・31道府県、11ブランドが活躍中。弁当、惣菜をはじめデザートや飲料まで、それぞれの地域で多彩なラインナップを展開しています。地元の方々とともに取り組みを進め、パッケージには生産地と使用作物、原料をわかりやすく明記し、お客様にも地産地消を訴えています。



新潟県「R10(アールテン)プロジェクト」に賛同

2009年12月より、新潟県内のサークルK93店舗で「新潟MOTプロジェクト」がスタートしました。当プロジェクトでは、新潟県農林水産部が推進する「R10プロジェクト」にも賛同しています。「R10プロジェクト」とは、食料自給率向上のため小麦粉消費量の10%以上を米粉に置き換えるというもので、サークルKでは、新潟県産米粉を使用した4商品を発売しました。今後も地元の学校などと連携して商品の開発を行っていきます。

Close up

FOOD ACTION NIPPON アワード 2009
「コミュニケーション・啓発部門」
優秀賞受賞

2010年、「MOTプロジェクト」が「FOOD ACTION NIPPON アワード 2009」(共催:農林水産省)の「コミュニケーション・啓発部門」において、優秀賞を受賞しました。これは、当プロジェクトが、食料自給率向上に寄与し、普及・啓発、また地域の活性化や食育などの活動が認められたもので、今後も地産地消の推進・地域活性に努め、お客様に愛されるチェーン店をめざして参ります。



地産地消の仕組み



全国に広がるプロジェクト



地元教育機関とのコラボレーション

「MOTプロジェクト」を教育の場で活用

商品開発においては、地元生産者、企業に加えて、地域の教育機関の皆様にもご協力をいただいています。現在、全国の高校・大学、約30校と連携し、地産地消や食育をテーマにした授業を通じて、連携した商品の開発に取り組んでいます。



調理科の高校生との商品開発

2009年度は、三重県立相可高等学校の食物調理科と連携し、相可高校オリジナルの醤油を使ったからあげや、三重県産コシヒカリが入ったオリジナル弁当を開発しました。

- 2009年12/10～1/20「お父さんがんばって弁当⑧」535円
- 2010年4/1～4/14「手巻おにぎり(照焼チキン)」125円
- 2010年4/1～4/28「鶏めし(3ヶ入)」260円
- 2010年4/1～5/3「米粉のグラタンパン」137円
- 2010年4/1～5/5「新生活がんばって弁当⑩」535円

地域性やニーズに合った商品展開

地域ごとに商品部を設置し、地域の食材の活用や、地域の味付けを重視した商品の提供を心掛けています。特に、米飯については、従来は全国统一商品の開発が主流でしたが、現在は地区商品及び地区で味付けを変えた商品の開発を拡大しています。全国统一商品については、食材を大量に購入することで、お得感やボリューム感を実現しています。

さまざまなニーズにお応えするため、2009年9月より、販売価格を398円に統一させた「オテゴロ弁当」を販売しています。価格は398円に統一する一方、おいしさにこだわったシリーズで、発売6カ月で約1,500万食を突破しました。一方で、高級素材を使用したお弁当も展開しており、お客様のお好みに合わせて、豊富なラインナップの中からお選びいただけます。



生徒たちの日常に欠かせないコンビニエンスストアの商品を開発する、ということで、非常に責任を感じます。生徒たちが商品の企画を通じて、大量生産するための制限や、配送にも配慮した商品設計など、実際の社会で役立つ知識を学べたことは、大変有意義だったと思っています。

▶相可高校の生徒の皆さん



相可高校
村林 新吾 先生

interview

Challenge

「MOTプロジェクト」が「FOOD ACTION NIPPON アワード2009」を受賞したことは、お客様の声や、社会、地域のニーズを真摯に受けとめ、事業活動に活かしてきた結果だと考えています。今後も展開地域の拡大、ラインナップの充実をめざしていきます。



「健康」と「おいしい」を両立するために

健やかな毎日をサポートするために、おいしいだけではなく、栄養バランスやカロリーなど、健康にも配慮した商品開発に取り組んでいます。

からだ想いのオリジナルブランド

2006年、「THINK BODY プロジェクト」の展開開始

2006年7月に健康志向商品のオリジナルブランド「THINK BODY」を立ち上げました。「おいしい×からだにいい＝楽しい！」をコンセプトに、「食事」と「からだ」のベストバランスをめざす活動として展開し、不足しがちな栄養素や旬の食材、料理法を取り入れた商品を開発。ホームページや携帯サイトでは、日々の食事や運動にまつわるお役立ち情報の発信なども行っています。



“カラダのことを考える”フェア開催

2010年2月、全国のサークルKとサンクスにて、「THINK BODYフェア」を開催しました。ファッション雑誌などを中心に活躍し、当社のホームページ「wakuwaku☆caféブログ」にも参加している読者モデルのアイデアを活かした商品も登場。健康志向の高い読者モデルと共同開発した商品は、見た目や味、健康面にもこだわった仕上がりで、好評をいただきました。



野菜をおいしく、バランスよく摂るために

新しいサラダ生活の提案

社会からの「健康」に対するニーズ、特に「野菜をもっと摂取したい」という意識の高まりを受け、2009年5月より、新しいサラダのスタイル「Vege Phyto（ベジファイト）」を展開しています。「野菜のある毎日」をキーワードに、現代人の忙しい毎日をサポートします。



さまざまなスタイルで元氣な毎日をサポート

「Vege Phyto」では、いろいろなシーンで野菜を摂っていただけるよう、ほかの商品とも組み合わせやすい価格や量に配慮した、バラエティ豊かなサラダを提案しています。定番サラダの品揃えだけでなく、和惣菜や漬物をアレンジした、健康志向・本格志向のサラダや、具だくさんの温かいスープ、軽食代わりになるスープごはん、食欲が低下しがちな夏場でも食べやすい冷たいスープなど、野菜がもっと身近になるような新しい商品を開発しています。



4社共同「からだスマイルプロジェクト」

「からだスマイルプロジェクト」は、「お客様の健康に資する商品を原料レベルから共同で研究開発し提供していく」という目標のもと、ユニーグループと伊藤忠グループの4社が、共同で商品を企画開発する取り組みです。カロリーを200kcal前後に抑えたパン、食物繊維入りヨーグルトなど、さまざまな商品の開発を進めています。



Challenge

今後も、オリジナルブランド「THINK BODY」と、4社共同プロジェクト「からだスマイルプロジェクト」を併せて推進し、皆様の健康な毎日をサポートしていきたいと考えています。



お客様の声を受けとめる仕組み

お客様からお寄せいただいた声を真摯に受けとめ、社内で迅速に共有し、次の活動に活かしていく仕組みと体制を整えています。

お客様の声を次に活かすために

お客様・オーナー相談室を設置

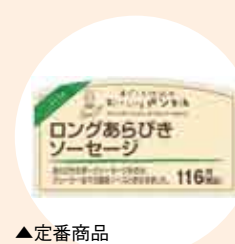
サークルKサンクスでは、「お客様・オーナー相談室（以下、「お客様窓口」）」を設置し、お問い合わせやご意見・ご要望をお電話やメールで承っています。いただいた貴重なご意見等は、本部で集約し、改善のためのマニュアルやシステム作りで反映しています。2009年度、寄せられたご意見は合計21,561件でした。そのうち、環境に関わるお叱りの声は518件でした。内訳は下記のとおりとなっています。

(単位:件)

	2007年度	2008年度	2009年度
店内環境	81	79	83
	106	105	136
	120	128	167
その他	80	87	60
	109	106	72
計	496	505	518

お客様の声を受けての取り組み

お客様の声を受けて、定番商品である「ロングあらびきソーセージ」に辛味を加えた新商品を発売しました。パッケージには「HOT」の文字を大きく入れ、定番商品との区別がしやすいよう配慮もしています。また、お客様からのご指摘を受け、カレーパンのパッケージに辛さのレベルについて注釈を入れるなど、お客様の声は、商品開発はもちろん、ラベル表示の改善といった点にも活かされています。

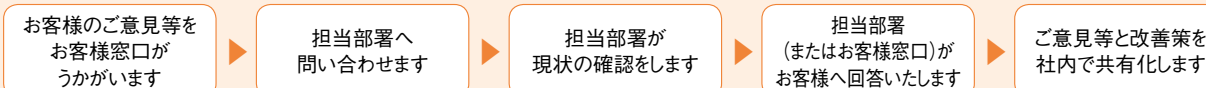


▲定番商品



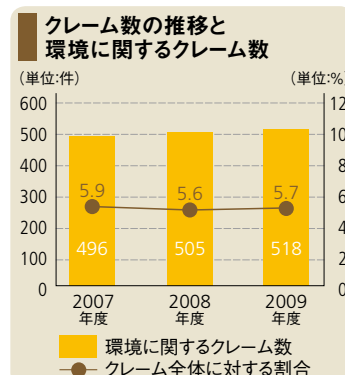
▲辛味を加えた商品

お客様からいただいたご意見等の対応の流れ



クレームを改善のきっかけに

お客様からのご意見等のうちクレームに対しては、できるだけ早い現状確認とご回答及び改善策のご報告に努めています。特に、複数の店舗で共通のご指摘を受けた場合は、社内会議で検討を図るとともに、店舗への確認、セミナー会場での事例紹介などで本部と店舗経営者が内容を共有しています。



Challenge

お客様窓口の電話対応を継続的にモニタリング(観察)するほか、定期的の実施している同電話対応の通話記録のサンプル調査、及びそこから導き出される結果のフィードバック(指導)により、お客様に満足いただける電話対応の品質向上をめざしています。



快適な暮らしをサポートするために

「カルワザステーション」のサービス展開、地域自治体との連携など、毎日の暮らしに安心と快適をお届けする活動に取り組んでいます。

自治体と協同で地域を応援

自治体との包括協定

住民サービスの向上や地域の活性化などを目的に、各自治体と「連携と協力に関する包括協定」を締結しています。協定の内容は、「地産地消の推進」、「観光振興」、「子育て・高齢者支援」、「地域の安心・安全」など多岐にわたり、2008年5月に石川県と初めて締結して以来、現在22道府県1市と協定を結んでいます（2010年7月末現在）。

大阪府と連携し「子育て世帯」をバックアップ

2010年1月、大阪府と「連携と協力に関する包括協定」を締結しました。それに先立ち、2009年11月には、大阪府が子育て世帯を社会全体で応援することを目的に行っている「まいど子どもカード事業」に参加。会員証の提示で対象商品が割引になるサービスを展開するほか、大阪産の食材を活用した商品の展開も積極的に行っています。

忙しい毎日を応援するサービス

店頭端末「カルワザステーション」のサービス

「カルワザステーション」とは、サークルKサンクスの店頭マルチメディア端末です。時間を気にすることなく簡単に、コンサートや映画のチケット、バス・航空券などの受け取り、各種検定試験の受付・支払いなどを行うことができます。



さまざまな分野にサービスを拡大

2010年2月、「カルワザステーション」の新サービスとして、一部大学の出願や受験料の支払いができるようになりました。当サービスの利用により、24時間受付が可能なほか、インターネット環境が身近にない高校生でも、オンラインで手続きを行うことができるようになりました。そのほか、レジでのSuica、PASMO、Quoカードの取り扱いもスタートしており、今後もさまざまな分野にサービスを拡大していく予定です。

ATMエリア拡大中

お客様からのご要望が高いATMサービスですが、サークルKサンクスでは「ゼロバンク」、「バンクタイム」、「イーネット」の3ブランドで、4,443店舗（2010年2月末現在）に展開しています。今後も、オリジナルブランドである「バンクタイム」（株式会社りそな銀行が幹事銀行）のATMによる展開店舗の拡大を進めていく予定です。

カーシェアリングサービスの展開

2010年1月より、店舗を利用したカーシェアリングサービス「i-share（アイシェア）」の導入を開始しました。カーシェアリングとは、1台の自動車を複数で共同利用する、自動車の新しい利用形態です。利用時間に応じて料金を支払うシステムなので、車輜維持費・固定費はかかりません。また、自動車走行距離の削減により、CO₂排出量の削減にもつながります。



社会の期待に応える新しい取り組み

高齢化社会、環境問題など、未来に向けての課題をいち早く捉え、人の暮らしはもちろん、地球にもやさしいサービスを展開しています。

新しい店舗スタイルの展開スタート

コンビニとドラッグストアを融合した新しい店舗スタイル

2009年12月、サークルKサンクスと、ドラッグストアチェーンの「セイジョー」及び「セガミ」を全国展開している、株式会社ココカラファイン ホールディングスは、業務提携を行うことを決議しました。今後、双方のノウハウやインフラを活用し、共同でオリジナル商品の開発や人材育成にあたるほか、コンビニエンスストアとドラッグストアを融合させた、新しい店舗も展開していく予定です。幅広い時間帯に同じ場所で、日用品と医薬品の両方をご提供することで、地域の皆様に一層の利便性と安心感をお届けしていきます。

コラボ第1号店オープン！

2010年5月、コンビニエンスストアとドラッグストア、調剤薬局がコラボレーションした「サンクス」「セイジョー薬局」多摩センター落合店がオープンしました。同店内には、在宅医療・介護を支援する「訪問看護ステーション及び居宅介護支援事業所」も併設しています。今回のコラボ出店により、地域の皆様の毎日を、快適な生活とヘルスケアの両面から、サポートできるものと考えています。



▲手前：サンクス、奥：セイジョー薬局

社会の一員として、地域をバックアップ

「認知症サポーター100万人キャラバン」に賛同

厚生労働省の「認知症サポーター100万人キャラバン」に賛同し、一人ひとりが認知症に関する正しい知識をもって対応できるよう、「認知症サポーター養成講座」の受講を進めています。これまでに本社や地区の事務所など39カ所で養成講座を開催し、1000名以上の本部従業員が受講しました（2010年6月末現在）。今後は、対象範囲を店舗に広げて継続します。

クリーンアップキャンペーン

春・秋の年2回、ボランティア活動としてクリーンアップキャンペーンを全国で展開しています。2009年度は延べ112会場、3,461名の参加がありました。



interview



Challenge

「インフラ」としての機能に、社会からの期待が高まっています。サークルKサンクスは、誰にとっても快適でやさしい存在であり続けるために、社会のニーズと真摯に向き合っていきたいと考えています。



全国キャラバン・メイト
連絡協議会 事務局長
菅原 弘子 さん

認知症のお客様も安心して通える店舗は、あらゆる人にとって心強い店舗です。認知症に対する正しい知識と具体的な対応方法を習得した「認知症サポーター」を養成する「認知症サポーターキャラバン」に、コンビニエンスストアとして先駆的に取り組んでこられている本部そして店舗の方々には、ぜひ、誰もが安心して暮らせるまちづくりを担う頼もしい一員として、ご活躍いただければと期待しております。



非常事態時・災害時に備えて

日頃から店舗の備えを万全にし、緊急時には支援物資の提供や義援金の寄託を実施するなど、迅速な支援活動を行っています。

地域のライフラインとして

自治体・本部・店舗の連携で、地域を守る

サークルKサンクスは、「コンビニエンスストアは地域社会の重要なライフラインの一つである」と考え、各自治体と災害時の物資供給や防災活動に関する協定を結び、連携を図っています。大地震や異常気象などの予測できない自然災害時にも、店舗が地域のライフラインとしての機能を果たせるよう、本部や地区事務所には緊急用品や食料、災害時ガイドを配布し、周知を徹底。衛星携帯電話も配備しています。さらに店舗はガイドに則り、地域への支援体制を整えています。

被災地復興のお手伝いとして

被災地の一刻も早い復興を願い、救援物資のお届けや店頭での募金活動を実施しています。2009年度の実施状況は下記のとおりです。

- 中国・九州北部豪雨被災者支援募金
 - 募金総額：10,158,686円(サークルKサンクス単独)
 - 寄託先：日本赤十字社
- スマトラ島沖・サモア諸島地震被災者支援募金
 - 募金総額：11,506,518円(ユニグループ合計)
 - 寄託先：日本赤十字社
- ハイチ大地震被災者支援募金
 - 募金総額：29,518,215円(ユニグループ合計)
 - 寄託先：日本赤十字社

豊かな社会に貢献するために

店頭募金及びNPO団体への支援

全国の店舗に募金箱を設置し、お客様の善意と社会貢献活動との橋渡しをしています。2009年度は緊急募金以外に、店頭募金として総額65,640,746円をお預かりしました。また、企業の社会的責任として、NPO団体への支援も行っています。

2009年度 店頭通常募金結果

募金	募金額
全国盲導犬普及キャンペーン	28,441,974円(129,150円)
緑の募金	15,631,808円(205,000円)
ユニセフ募金	21,566,964円(189,700円)

※()内のカルワザポイント交換分を含む

2009年度に支援を行ったNPO団体

団体名	活動内容
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。
ファミリーハウス	小児がんなど難病と闘う子どもたちとその家族のために宿泊施設を提供。

毎日の暮らしに安全と安心を

コンビニエンスストアの社会的責任の一環として「安全・安心なまちづくり」並びに「青少年環境の健全化」をめざし、未成年者への酒類・タバコ販売禁止のためのお声がけ実施や成人雑誌の陳列配慮、たまり場化防止などの取り組みを実施しています。また、店舗が地域に密着し、何かあった時に頼りになる「安全・安心」の場であるよう、社団法人日本フランチャイズチェーン協会の「セーフティステーション活動」に参加。2009年度には、サークルKサンクス店舗への駆け込み対応を3,982件(女性1,729件、子ども688件、高齢者1,565件)行いました。



Challenge

万一の時に地域の一員として何ができるか、何を求められているかを見直し、今後も加盟店と本部、そして自治体が連携し、備えを充実させていきます。



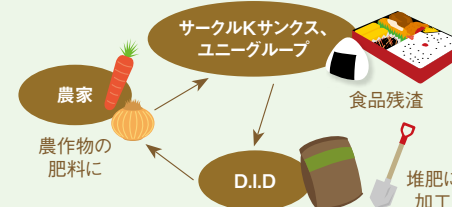
お客様とともに取り組む活動

食品リサイクルループから生まれた商品の展開やレジ袋削減など、地域やお客様のご協力のもと、さまざまな活動を推進しています。

大切な「食べ物」を無駄なく活用

2008年に認定を受けた「再生利用事業計画(食品リサイクルループ)」

サークルKサンクスとユニグループは、愛知県経済農業協同組合連合会と株式会社D.I.Dとともに食品リサイクルループの構築に取り組み、2008年に環境省より認定を受けました。2010年1月、活動の一環で収穫したニンジンを使用したお弁当を、中京地区で発売しました。



新しい商品として、再び店頭へ

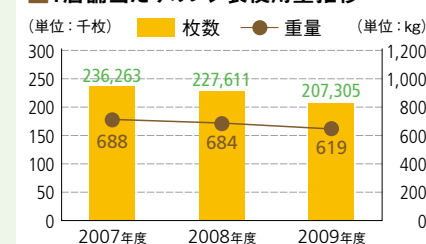
地域、季節限定の商品だけでなく、全国の店舗での取り組みとして、店舗から出る廃油をハンドソープの原材料としてリサイクルし、そのハンドソープを店舗内で使用する活動もスタート。今後も当社の食品リサイクル目標26%実施に向けて活動を推進していきます。

レジ袋削減を通じた環境活動の推進

お客様のご協力のもとで活動を展開

2006年度より継続して行っているレジ袋削減の取り組みでは、2000年度対比で1店舗当たり使用重量マイナス32%という目標に対し、2009年度はマイナス37.4%と、目標を大幅に達成。これは、2009年10月にお声かけのマニュアルを変更するとともに、お客様に理解いただいた結果であると考えています。今後ともご協力をお願いします。

1店舗当たりのレジ袋使用量推移



お客様への浸透を図るために

2009年10月から販売したメーカー11社とのコラボレーションオリジナルマイバッグの売上げから、1枚当たり5円を「緑の募金」に寄贈します。また、2009年12月には東京都杉並区内のサークルK、サンクス全店で、オリジナルマイバッグの無料配布を行いました。

▶企業コラボマイバッグ



おはしを環境にやさしくリニューアル

お弁当などのご購入時にお渡ししている割りばしを、使用感は保ちつつ、従来よりも小さいサイズに規格変更しました。これにより、年間約4,930万膳相当の木材使用量(当社使用量から算出)を削減することが可能となります。



Challenge

2010年度は、レジ袋の厚さをさらに薄くした仕様に変更し、省資源の取り組みを進めていきます。お客様にご理解をいただきながら、お客様とともに環境配慮の輪を広げていきたいと考えています。



CO₂ 排出量削減をめざして

地球温暖化防止をめざし、環境に配慮した事業展開を心掛け、物流・配送システムにおいても、積極的にCO₂の削減に取り組んでいます。

継続的な活動による成果と今後の目標

チャレンジ25キャンペーンに参加



環境省が推進する「チャレンジ25キャンペーン」は、2010年に誕生した地球温暖化防止のための国民運動です。サークルKサンクスでは、地球温暖化防止のため、これまでの「チーム・マイナス6%」に引き続き、当キャンペーンに参加し、温暖化ガス削減に取り組んでいきたいと考えています。

電力の使用量削減については、社団法人日本フランチャイズチェーン協会の自主行動計画に則り、2008年から2012年の店舗の電気エネルギー消費原単位(1㎡、1時間当たりの電気使用量)の平均値を1990年度対比で23%削減することを目指しています。2009年度については、目標数値の0.12397kwh/㎡・hに対して、0.12kwh/㎡・h(1990年度対比△25.4%)を実現しました。

新削減目標の設定

New

サークルKサンクスの新たな省エネルギー(CO₂削減)目標について、1店舗当たりのCO₂排出量を2014年度までに2007年度対比8%削減と設定しました。

今年度より改正省エネ法の対応や、地球温暖化対策基本法の制定に向けて、サークルKサンクスとしての社会的責任を果たすため、1店舗当たりCO₂排出量の目標を設定することにいたしました。

サークルKサンクスではCO₂削減策として省電力化を推進しており、1店舗当たりの電気使用量の少量化においては、業界トップクラスの実績を達成しております。今後についてもさらなる取り組みで、1店舗当たりの使用電力量について、2014年度までに2007年度対比で約13,800kwhの削減をめざします。

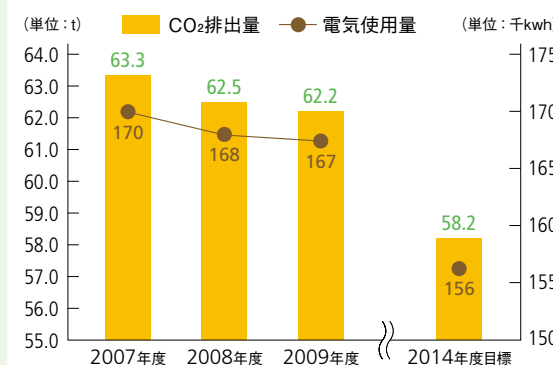
Close up

New

低炭素社会の構築をめざす、共同プロジェクトに参加

サークルKサンクスは愛知県豊田市で次世代送電網(スマートグリッド)の実証実験である「低炭素都市構築実証プロジェクト」に参加しています。このプロジェクトは、2010年4月に経済産業省より次世代エネルギー・社会システム実証地域として選定された愛知県豊田市にて、トヨタ自動車株式会社、中部電力株式会社をはじめ、民間企業とともに行うものです。再生可能エネルギーの安定供給や有効活用により、コミュニティ単位の「低炭素社会システム」を構築し、CO₂排出量の大幅削減に取り組んで参ります。

■1店舗当たりのCO₂排出量の推移



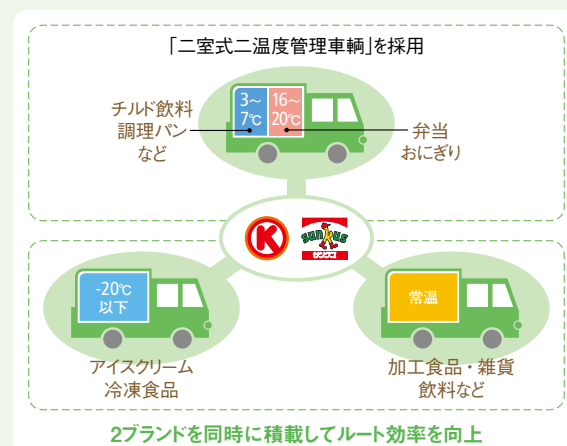
物流・配送時も環境にやさしく

温度帯別共同配送と合同配送



商品の配送にあたっては、1台の車輛に温度帯の異なる二室を設けた「二室式二温度管理車輛」による配送を行っています。そのほかにも、交通量の少ない深夜配送、効率のよい配送ルートを選定、「サークルK」、「サンクス」の両ブランドの商品を分けずに1台に積載して配送することで、環境負荷の低減を図っています。

また使用する台車は通常の約65%の音量である消音台車を導入し、地域の環境にも配慮をしています。



環境はもちろん、地域の皆様にも配慮

大都市における車輛の排気ガスを規制するNOx・PM法といった法律の遵守はもちろん、法律対象外の地域でも排気ガスの少ない、CNG(天然ガス)車とハイブリッド車を積極的に導入しています。2010年2月現在、CNG車は48台、ハイブリッド車は21台を使用しているほか、一部の車輛では燃費が向上する省エネタイヤも採用。物流全体における負荷の低減を図っています。

店舗に毎日商品を配送している全国の日配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納品時の騒音などについて、マニュアルに基づいた啓発活動を実施しています。また、半年に1度開催される日配センター長会議の中では、啓発教育や環境問題の情報を共有し、定期的な確認・啓発を行い、ドライバー教育につなげています。

お客様も気軽にCO₂削減に参加可能に

KARUWAZA CLUB (カルワザクラブ) のポイントをCO₂の排出権と交換

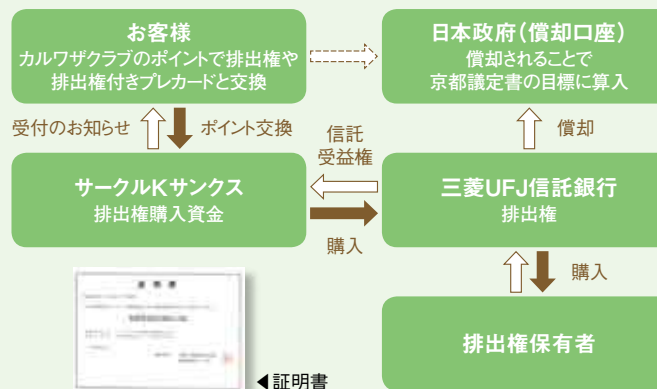


2008年12月、「カルワザクラブ」のポイントを使って、お客様が気軽に日本の温室効果ガス削減に貢献することができるサービスを開始しました。これは、国連の承認を受けた排出権を三菱UFJ信託銀行から購入し、お客様からお預かりしたポイント分の排出権を、サークルKサンクスが月ごとにまとめて日本の償却口座に移動する、というものです。2009年度は76トン分のCO₂排出権が償却されました。

KARUWAZA CLUB とは？

「カルワザクラブ」とは、サークルKサンクスのお得な会員クラブです。会員限定クーポンが発行できたり、登録された電子マネーのご利用によって、ポイント獲得などのお得なサービスが受けられます。会員登録は、店頭のカルワザステーションやホームページ(<http://karuwaza.jp/>)からどうぞ。

カルワザクラブのCO₂排出権の仕組み



Challenge

独自の活動を推進していくのはもちろんですが、単一の企業でできることには限界があります。愛知県豊田市における大規模プロジェクトをはじめ、社会全体の仕組みを変えていくような取り組みも、進めていきたいと考えています。





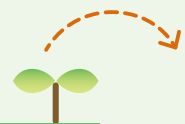
環境にやさしい店舗作り

電気使用量を減らし、分別・リサイクルを推進するなど、環境に配慮した店舗運営を進め、地球にやさしい店舗作りに努めています。

環境に配慮した店舗運営

電気エネルギー削減をめざして

店舗規模の拡大化や設備の大容量化の影響で、通常は電気の使用量は年々増加しますが、照明、冷凍・冷蔵設備、空調、トイレといった店舗設備に、省エネルギー機器を導入することで、店舗の電気使用量は減少傾向にあります。また、さらなる削減をめざして、LEDをはじめ省エネに貢献できる機器の実験も定期的に実施しており、拡大導入に向けて検討しています。



環境にやさしい店舗設計

店舗の設備仕様についても環境に配慮し、天井照明は、売場ゾーン別・時間帯別による調光と、店外照度を感じる調光を組み合わせています。さらに2010年度からは、蛍光灯灯数の削減や、より細かい照度設定の調整を進め、電気使用量の削減を図っていきます。そのほかボール看板についても、蛍光灯の灯数削減に取り組んでいます。また、LED照明についても、トイレに導入するほか、一部店舗では、ファサード看板にも使用をはじめました。また飲料冷蔵庫の扉は、露点温度感知によるヒータ制御となっているほか、冷凍設備では、インバータ冷凍の低圧制御を実施しています。



①店頭・駐車場

- ・ベットボトル店頭回収拠点として協力（東京23区、名古屋市など）
- ・お客様への騒音防止など協力依頼看板の設置

②看板

- ・照明の一灯化による電気使用量の削減
- ・ソーラータイマー、自動点滅器による自動点灯
- ・ボール看板の蛍光灯灯数削減（16本→8本）

③店内照明

- ・売場照明蛍光灯灯数削減（58本→52本）
- ・照度の自動調整による電気使用量の削減

④冷凍・冷蔵設備

- ・低圧制御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（オープンケース）

- ・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使用量削減

⑤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使用量削減

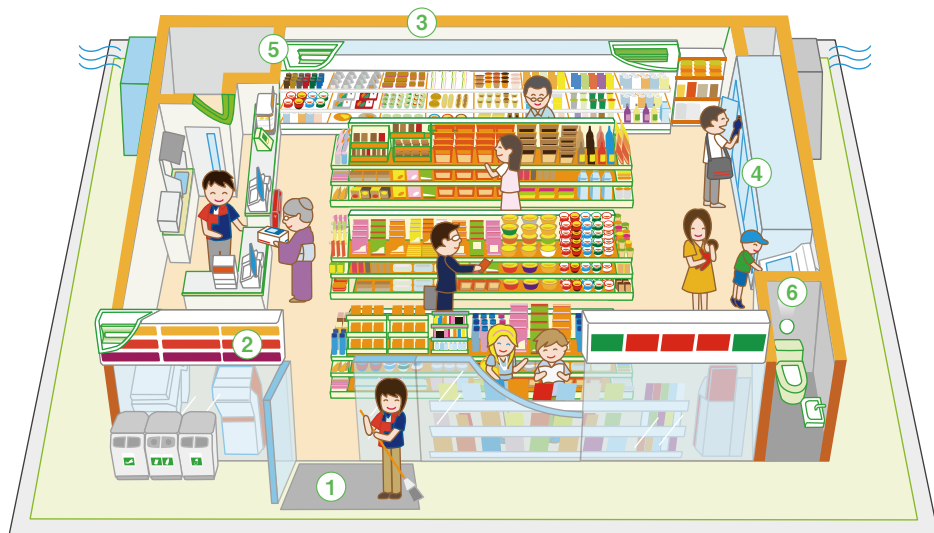
⑥トイレ

- ・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
- ・人感センサーによる照明自動点灯
- ・LED照明導入

●一部店舗での取り組み

工場生産を主としたユニット工法※を導入。工期が短縮されることで、ユニットの再利用も可能になり、現場で発生するCO₂削減や資源の有効活用に貢献。環境負荷を低減することができます。

※ユニット工法：工場で仕上げに近い段階まで生産された壁面、屋根など（ユニット）を、店舗予定地で組み立てて建設する工法。



店舗内におけるさまざまな工夫



■ 照明設備の変更

CO₂排出量削減に向けて、電気使用量を減らすためのさまざまな取り組みを開始しました。

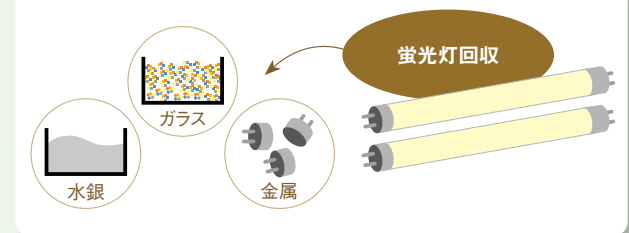
	2009年度 までの 標準店舗	2010年度 からの 標準店舗	1年当たりの CO ₂ 削減量
ボール看板の 蛍光灯灯数	16本	8本	0.51t
売場照明の 蛍光灯灯数	58本	52本	0.61t
既設店の店内売場 照明調光システムの 設定変更	—	従来のシステム にさらに細かな 設定を追加	0.66t
トイレ照明の LED化	未使用	導入	0.2t

■ 蛍光灯をリサイクル

店舗内外で使用した蛍光灯は、回収してリサイクルをしています。2009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、23万2,571本の蛍光灯を回収。ガラス、金属、水銀などに分別し、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

店舗で使用している冷蔵・冷凍・空調設備ではフロンガスを使用しています。オゾン層破壊の原因物質であるフロンが大気に放出されることがないように、改正フロン回収・破壊法に基づき、工程管理表のチェックのほか、年に3回、冷蔵・冷凍設備の点検を実施。設備を廃棄する際のフロン回収業者への監査も年に2回実施しています。2009年度の回収量は、6,564kgで、うち5,525kgを破壊し、残りを再利用しています。



「CO₂削減／ライトダウンキャンペーン」に参加

環境省が地球温暖化対策の一環として実施している「CO₂削減／ライトダウンキャンペーン」に、2004年より毎年参加しています。この活動は、普段ライトアップが当たり前になっている方々に「消灯」を通して、日常生活でいかに照明を使用しているかを実感してもらい、温暖化対策について改めて考えてもらうことを目的としたキャンペーンです。サークルKサンクスでは、この取り組みに賛同しファサード看板（メイン看板）を中心に消灯を実施するほか、多くの方にこのキャンペーンを知っていただくお手伝いをしています。

プラグインハイブリッド車（PHV）& 充電スタンドの導入

New

2009年12月より、愛知県内においてスーパーバイザーが店舗巡回時に使用する車両として、CO₂排出量の少ないPHVの導入を開始しました。同時に、同県内の一部店舗へ充電スタンドも設置。一般のお客様にも開放し、店舗が電気自動車、PHVの「充電スタンド」としての役割を担うことも視野に入れています。

■ 導入台数

	地域	台数	合計
PHV	愛知県	3台	10台
	神奈川県	7台	
充電 スタンド	愛知県	9台	13台
	神奈川県	4台	

（2010年7月末現在）

Challenge

地球環境に配慮した店舗作りを追求する中で、2009年度に始動したPHV導入に伴う充電スタンドの設置については、お客様にご利用いただくことで、「暮らしの快適さ」と「環境へのやさしさ」を体感いただける、新サービスと考えています。



愛されるお店作りの両輪として

加盟店と本部の共存共栄関係をさらに強め、両者が一体となって、事業活動を推進していくことで、さまざまなワクワクを発信していきたいと考えています。

加盟店と本部が一丸となってワクワクを発信

フランチャイズシステムによる共存共栄

加盟店と本部は、共存・共栄を図るため、フランチャイズ契約による役割分担を行っています。本部は、投資を伴うシステムや商品開発・物流管理などを担当します。加盟店は、本部が提供するこれらのシステムを活用し、店舗を運営。両者がそれぞれの役割を果たすことで、お客様にご満足いただける店舗が実現され、相互の事業発展につながります。これが、私たちのめざすフランチャイズシステムです。

加盟店と本部をつなぐ、スーパーバイザー (SV) 教育

サークルKサンクスでは、愛されるお店作りのためには、人材育成が欠かせないものと考えています。本部従業員に対しては、フランチャイズチェーン本部の従業員として必要なスタンスや知識、技術を習得するため、必要な時期に応じた①階層別教育、②目的別教育、③部門別教育、④自己啓発支援を行っています。特に、加盟店と本部の重要なパイプ役を務めるSVに関しては、店舗経営のノウハウを熟知するための教育・研修を徹底して行っています。

2008年より、「夢WAKU²プロジェクト」を推進中

お客様にもっと愛されるお店をめざし、2008年3月より、本部と店舗経営者、店舗スタッフが一体となってお客様満足向上に取り組む「夢WAKU²プロジェクト」を推進しています。当プロジェクトのもと、2009年度は38回「お客様満足向上フォーラム」を開催し、2,586店舗、6,156名が参加。理想の店舗像などについて意見交換をすることで、意識向上を図りました。また、店舗スタッフを対象に「フレンドリーコンクール」を開催し、接客レベルの向上や成功事例共有の機会としています。

Close up

New

加盟店・本部従業員の声を取り入れる「聞く耳施策」

2009年は新たに、加盟店や本部従業員の声を収集する「聞く耳施策」をスタートしました。これは、加盟店の意見や要望を経営陣に伝え迅速に業務改善につなげることや、将来の事業拡大につながるようなこれからのお店作りに向けて、広く本部従業員からアイデアを募ることを目的としたものです。2009年度は加盟店から210件、本部従業員から120件の声が寄せられ、実際に新商品や新サービスの展開につながった例も生まれています。

加盟店・店舗スタッフへの研修・サポート

店舗経営者、スタッフ教育

本部のSVが各店舗を担当し、地域に合った店舗作りをサポートしています。毎年開催されるセミナーでは、商品の動向やサービスの案内、経営問題点の解決策などを紹介しています。店舗スタッフに対しては、基本的な知識・技術を身につける「ステップアップ研修」と、幹部スタッフ育成をめざす「サブマネージャー研修」を実施しています。

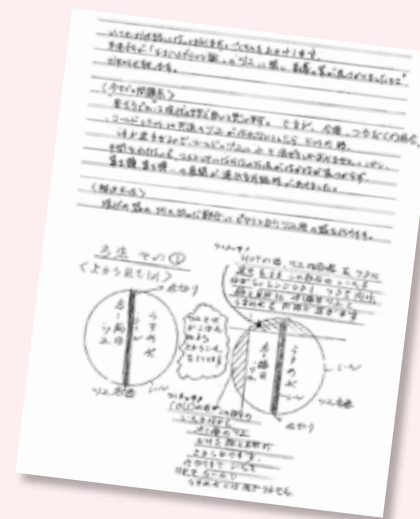
加盟店のサポート体制を強化

2009年7月、加盟店の休日取得や人材不足時のサポートを目的とする「加盟店ヘルパー制度」を導入しました。また、「サークルKサンクス共済会」では、店舗経営者の福利厚生制度や各種保険制度を充実させるなど、強いサポート体制、信頼関係の構築をめざしていきます。

加盟店発！「とろ〜り半熟玉子うどん」



加盟店の声から生まれた商品。気候やお客様のお好みに応じて、冷たいままでも温かくしても、おいしくお召し上がりいただけます。(→interview P.27参照)



本部従業員発！「シェリエドルチェ」の世界観をイメージした店舗

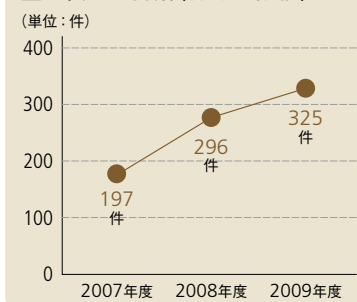


本部従業員の発案で、2009年11月にサンクス銀座中央通り店が、オリジナルデザート「シェリエドルチェ」の世界観をイメージしたお店としてオープンしました。

お客様からの「お褒めの言葉」

各種教育、研修の成果は、「お褒めの言葉」にも表れています。2009年度は2008年度より29件多い、325件のお言葉をいただきました。いただいた声の中には、豪雨で立ち往生しているお客様に店舗スタッフがお声がけをし、傘をさして駐車場に停めてある自動車までお送りした事例もあり、後日改めて、お客様から本部宛てに、お礼のご連絡をいただきました。お客様からの声を励みに、今後も努力を重ねていきたいと考えています。

■お褒めの言葉 (件数の推移)



「マニュアルの徹底」以上に「気配り、目配り」をしっかり指導している成果がお客様に伝わったと感じています。今後も、お客様が求めるニーズ「接客や商品の提案」にうまく対応し、お客様満足度の高いお店をめざしていきます。(川嶋)

(写真右から3番目)サークルK六ヶ所平沼店 店長 沼田 優さん
(写真左)東北事業部 南部運営部 上北・下北運営地区 SV 川嶋 宗一

「お客様の記憶に残る心の込められた接客対応」に取り組んできた結果、お客様からうれしいお便りをいただいたり、フレンドリーコンクールでは当店から受賞者(小山由紀さん／写真左から2番目)を出すこともでき、全員で喜びました。(沼田さん)

Challenge

2009年度は、加盟店の声を経営陣にスピーディーに伝える新制度をスタートさせました。厳しい経営環境だからこそ、加盟店と本部の共存共栄関係の強化に努めるべく、今後も両者が一体となって業務の改善を行い、新しいワクワクの発信に努めていきたいと考えています。



ともに歩むビジネスパートナーとして

関連する法令を遵守するとともに「常に対等なパートナーシップを築く」というチェーン全体の方針をお取引先様と共有し、各種活動に取り組んでいます。

お客様に喜んでいただくために

お取引先様方針発表会の開催

全国に広がるネットワークを陰で支えているのが、商品・サービスをご提供いただいたり、店舗をさまざまな面からバックアップしていただいているお取引先様です。サークルKサンクスでは、年に1回、お取引先様方針発表会を実施しています。方針発表会では、社長の中村より当社の考え方をお取引先様に直接お話をさせていただき、お客様により喜んでいただける店舗に向けて、一緒に歩んでいただくようお願いしています。2010年度は4月に開催し、300社、652名の皆様にご参加いただきました。

お取引先様とともに生み出した新商品

サークルKサンクスで展開する商品やサービスの企画・開発において、お取引先様の協力は欠かせません。特に2009年度は店舗スタッフアイデアの商品化を積極的に行うため、テーマを決めて店舗スタッフからの商品提案を募集しました。日頃、お客様と一番近くで接する店舗スタッフの思いが詰まった商品アイデアをもとに、多くの困難を解決し、店舗で販売することができる商品に作り上げていただきました。これは、お取引先様に当社方針をご理解いただけたことで実現できた企画です。発案した商品をお客様に喜んでいただけたことは、店舗スタッフにとっても大きな自信につながりました。

加盟店アイデアを実現した商品の一部

▲店舗スタッフの提案書
実際の商品▶
(商品名「とろ〜りたまごの焼そばサンド」)

とろ〜りたまご焼そばを挟んだサンドイッチ。女性も気軽に食べられるよう、青のりは不使用。

▲実際の商品
(商品名「ぶるぶるレモンジュレ」)

▲店舗スタッフの提案書

輪切りのレモンスライスがのったゼリー。夏用の商品として提案。

▼店舗スタッフの提案書

▼実際の商品
(商品名「水菜と半熟たまごのサラダ」)

半熟たまご和風ドレッシングのサラダ。混ぜやすい容器を使用しました。

加盟店様から「温かくても冷たくてもおいしく召し上がっていただける調理麺ができないものか」とのお声をいただき、商品開発に着手しました。挑戦したことのない商品設計の難しさを痛感しましたが、開発チーム一丸となり奮闘。「とろ〜り半熟玉子うどん」の商品化を実現しました。(→商品P.26参照)



セントラル製麺株式会社
管理部 商品開発課
村瀬 幸弘さん

interview



Challenge

よりよいパートナーシップの構築が、よりよいお店作りにつながると考えています。「お客様に喜んでいただく」という共通の目標に向かって、ともに努力し切磋琢磨していける、堅固なパートナーシップの構築をめざしています。



コーポレート・ガバナンス

あらゆる企業活動において法令を遵守し、組織や個人のコンプライアンスの取り組みや、リスク管理体制を含む透明性の高い内部統制システムを、整備・確立していきます。

コンプライアンス態勢

コンプライアンス意識向上のために

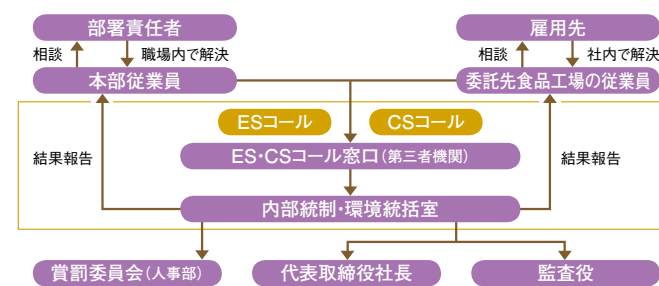
サークルKサンクスでは、コンプライアンス意識向上のため「私の行動基準」を掲げています。また、2つの社内通報制度と窓口を設置し、その周知を図っています。

私の行動基準

1. お客様に対する行動基準
2. 加盟店様に対する行動基準
3. お取引先様に対する行動基準
4. 地域社会との関係における行動基準
5. 職場の活動における行動基準

1. ESコール「本部従業員用の窓口」
業務を適正に行うための運用改善や職場環境の改善提案の窓口
2. CSコール「お取引先様関係者用の窓口」
食品の安全や品質の維持管理等についての窓口

■「ES・CSコール」フロー



全員に浸透させるために

コンプライアンス教育の徹底や社内通報制度により、役員を含む全本部従業員が、コンプライアンス態勢※を正しく理解することをめざしています。社会から発信される要望に対して、敏感に反応ができるように「どのように捉え、適正な判断を導き、行動するか」について、本部従業員を対象にしたeラーニング教育や部門ごとの専門法令に関する研修などを実施。継続的な意識啓発を行っています。

教育事例

1. eラーニングによる全本部従業員への啓蒙活動
2. 社内報での「コンプライアンスニュース」連載
3. 部門ごとの専門法令に関する研修
4. 入社時研修での社内通報窓口の案内



▲eラーニング

リスクマネジメント態勢

リスクを定義・分類し、継続的な管理活動を実施

リスクの識別や対応のための規程を整備し、サークルKサンクスの経営理念、経営ビジョン、また事業目的などの達成を阻害する全てのリスクについて、把握することをめざしています。またリスクの回避・低減のための活動、監視及び改善なども実施しています。事業活動のリスク管理に関しては、子会社や関係会社も含めて、事業活動に大きな影響を及ぼすリスクの識別・分析を行い、継続的にリスク管理の効率化及び最適化を図り、事業目標を実現するための業務改善活動を行っています。



▲各部署が、リスク管理ワークシートをもとに、リスク管理活動を評価。残存リスクを把握し、業務の改善を継続的に推進

災害に関するリスク

大規模災害や新型インフルエンザなどの影響により、事業の継続に重大な支障が発生する場合を想定し、各部署で重要業務を継続して行うための対応をまとめた「業務継続計画」を作成しています。

▶災害対応マニュアルと安否連絡手引



※サークルKサンクスでは、コーポレート・ガバナンスにおいて、確実に守ることを表現するために「遵守」、仕組みがあるということではなく仕組みが正しく機能している状況を表現するために「態勢」という文字表記をしています。



環境マネジメントシステム

サークルKサンクスに関わる全ての方と一緒に、環境への取り組みの大切さを理解し、確実に取り組みを実施していくことをめざしています。

環境活動を推進する理念・方針・体制

環境に対する基本的な姿勢

「私たち」を主語とし、環境に対する取り組みの基本的な考え方を、環境理念・環境方針として制定しています。

環境理念

私たちは、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

1. 私たちは、省資源、省エネルギー、廃棄物の削減及び分別に努めます。
2. 私たちは、地域社会の一員として、法律及び同意したその他の要求事項を順守し、汚染の予防と環境負荷の低減に努めます。
3. 私たちは、環境マネジメントシステムを活用し、年度毎の目的、目標を定めると共に、環境施策の継続的改善を実施します。
4. 私たちは、環境への取り組み、地域美化活動への参加、セーフティステーション活動などを通じ、地域貢献に努めます。また、取り組み内容を広く内外に公開し、その評価を継続的改善に生かします。

環境教育の実施

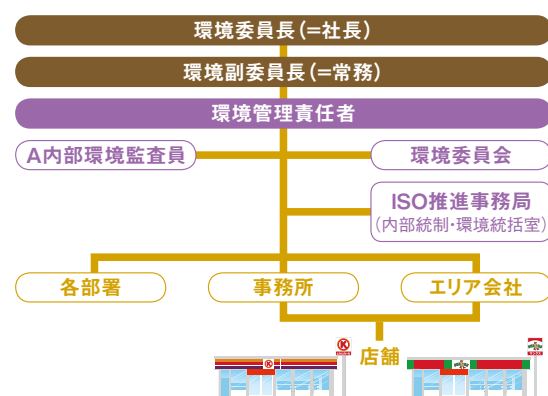
環境理念・環境方針の周知徹底及び日常業務との関わりを自覚するため、環境教育を実施しています。本部従業員向けには、入社時研修、社内報やSV登用前の研修など、業務に密接した内容の教育を実施しています。

店舗経営者に対しては、開業前研修時に、コンビニエンスストアに関連する法律を中心とする、店舗業務に関わる内容に特化した教育を実施しています。さらに、店舗スタッフ採用時には、店舗経営者より環境への取り組みについて説明。開店後も、加盟店セミナー、広報誌、本部からの連絡などを通して継続的な教育を実施しています。

環境マネジメント推進体制

サークルKサンクスは、ISO14001認証を取得し、年度ごとにPlan(計画)、Do(実施)、Check(確認)、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、取り組みの推進を図っています。代表取締役社長を委員長とする経営層による環境委員会は、年2回の定期的な開催を基本に、必要に応じて臨時会議も開催。環境マネジメントシステムを見直すだけでなく、社会的責任遂行の視点から挙げる課題について報告・提案・審議をする場となっています。

■環境マネジメント推進組織図



内部環境監査の実施

本部を15、地区事務所を32、エリア会社を13の単位にまとめ、各単位ごとに目標を定めて環境活動を推進しています。内部環境監査も各単位ごとに実施し、運用状況を確認しています。内部環境監査員には研修があります。特に本部、地区事務所、エリア会社を担当する内部環境監査員に対しては、毎年、年度はじめにフォロー研修を実施しています。

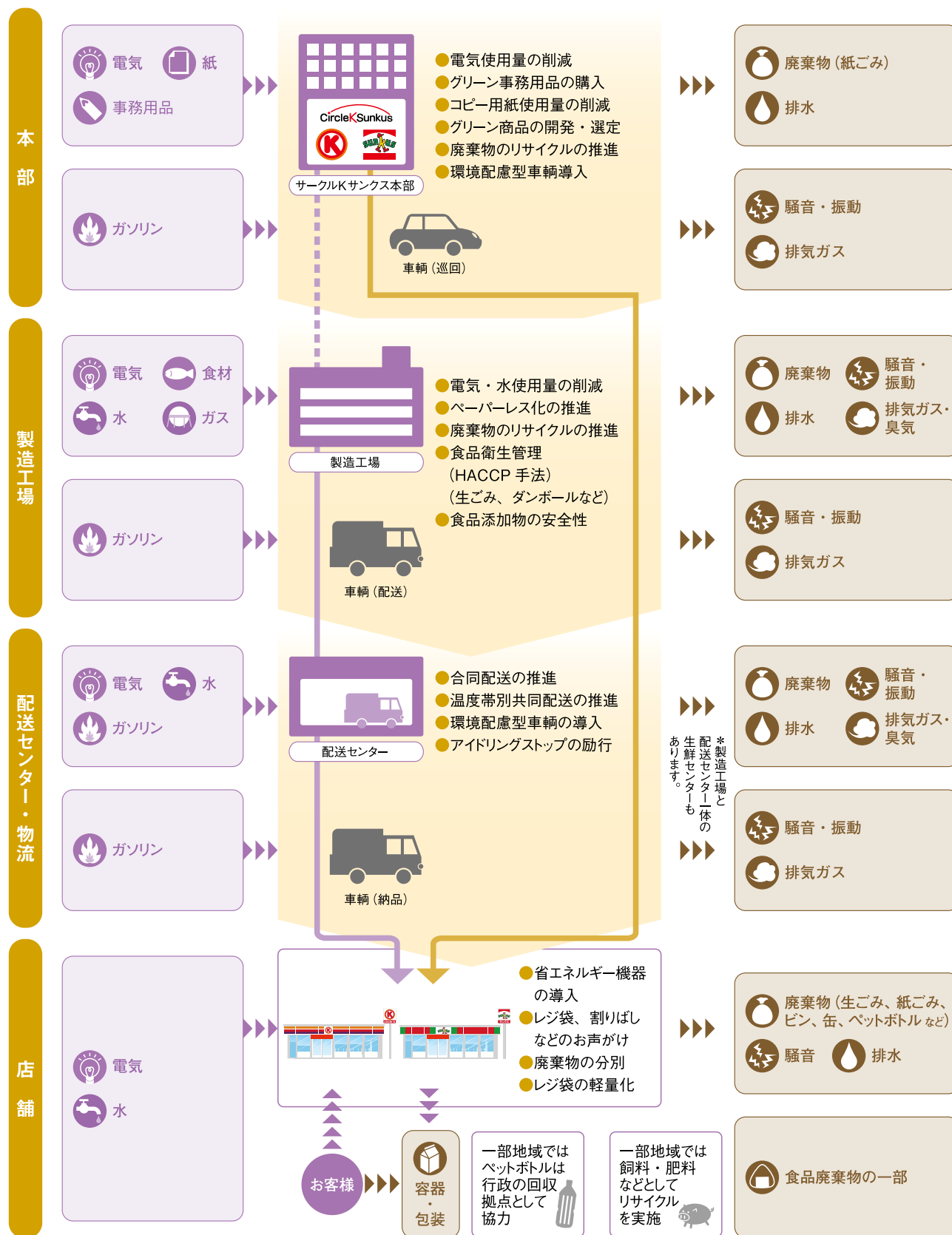
外部審査の報告

2009年11月、日本検査キューエイ株式会社によるISO14001更新審査を受審しました。審査では、軽微な不適合として「是正処置報告書において、不適合の根本原因、再発防止策が明記されていないものが多い」というご指摘をいただきました。これを踏まえ、是正処置報告書の書式の見直しとともに、記入内容の再教育と実習を実施し、内部環境監査員のチェック体制を強化しました。



環境影響と負荷低減の取り組み

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、環境負荷低減の活動を続けています。





環境活動の実績と目標

2009年度の環境目標に対する進捗を踏まえ、2010年度の環境目標を設定しました。
引き続き着実な改善活動を進めていきます。

2009年度の実績と2010年度の目標

2009年度の達成状況			対象		評価
項目	目標・取り組み予定	結果並びに進捗状況	本部	店舗	
省エネルギーへの取り組み	社団法人日本フランチャイズチェーン協会の自主行動計画に掲げる、1990年度店舗電気エネルギー消費原単位(0.161kwh/m ² ・h)に対して、2008年度～2012年度の平均値で△23%(0.12397kwh/m ² ・h)達成に向け、省エネ機器の導入と数値管理、及び新たな省エネ機器実験店舗の増加	2008年度の店舗電気エネルギー消費原単位△24.2%(0.12198kwh/m ² ・h)に引き続き、2009年度についても△25.4%(0.12kwh)を達成 2008年度～2009年度の平均値は1990年度対比△24.8%(0.12099kwh/m ² ・h)を達成 LEDをはじめ省エネに貢献できる機器の実験を定期的に実施しており、拡大導入に向けて検討		○	🌱
	本部(本社・事務所)電気の適正使用 目標前年比 100%	実績前年比 94.6% (本社 93.6%、事務所 95.3%)	○		🌳
	配送の効率化と環境配慮型車両の推奨を継続 目標1店舗当たり台数 7.3台	実績 1店舗当たり 7.3台 CNG(天然ガス)車 48台 ハイブリッド車 21台	○		🌱
省資源への取り組み	商品製造工程における環境配慮型容器・食材の導入の推進	輸送距離の少ない食材の導入(地産地消)の取り組みを推進し、「FOOD ACTION NIPPON アワード2009」の「コミュニケーション・啓発部門」において、優秀賞を受賞 回収されたポリスチレンペーパーをリサイクルして作られた容器を使用することによりCO ₂ 排出量を1/2に削減	○		🌳
	包装材に化学物質が低減され、環境への負荷が少ない水性インクを使用したPB商品の導入を推進	PB商品である「ほがら菓たいむ」で、環境への負荷が少ない水性インクを使用	○		🌱
	レジ袋の1店舗当たり使用重量の削減 目標 2000年度対比△32% ユニフォームをリサイクルしたマイバッグの配布により、レジ袋の削減を呼びかける	2000年度対比△37.4%(619kg)の実績で目標達成 マニュアルを変更し、お客様へのお声かけを強化するとともに、店内でのポスター、店内放送、レジ画面でのご協力依頼、ユニフォームをリサイクルしたマイバッグを配布。また、東京都杉並区と連携し、同区内の全店舗で、オリジナルマイバッグの無料配布を実施	○		🌳
廃棄物の適正処理への取り組み	割り箸の適正使用 目標前年比 100%	割り箸の購入量 実績前年比 91.5%	○		🌳
	コピー用紙の適正使用 目標前年比 100%	実績前年比 89.5% (本社 82.1%、事務所 94.9%)	○		🌳
	商品製造過程における廃棄物の発生抑制、分別、食品リサイクルの推進のため、食品製造ベンダーの製造状況を確認	食品製造ベンダーの食品廃棄物発生抑制、食品廃棄物の処理状況の確認を実施	○		🌱
環境への教育啓発活動	改装・閉店時の廃棄物の適正処理とリサイクル推進のため、解体業者の作業状況を確認	解体業者の廃棄物の処理状況と転用可能な機器のリサイクル実施状況の確認を実施	○		🌱
	廃棄物の適正処理とリサイクルの推進	分別の徹底と契約書・許可証・フロー図を定期的に確認し、法令遵守状況を把握	○	○	🌱
	店舗の食品廃棄物リサイクル 目標実施率 24%	食品廃棄物リサイクル実施率 16.2%(2010年2月現在)で未達成。フライヤーの廃油については、100%リサイクルを実施一部地域で推奨業者を食品リサイクル対応業者に切り替え、加盟店への案内を実施	○		🌱
環境への教育啓発活動	電気使用量の適正化を図り、CO ₂ 排出量の抑制に努める	セミナーを活用した店舗への電気使用量適正使用の啓発活動を実施	○	○	🌱
	食品リサイクル法の加盟店への教育啓発活動を実施する	新たに食品リサイクル対応となった地域において、加盟店への食品リサイクルの説明と対応業者の案内を実施	○		🌱
	レジ袋削減に向けた加盟店への教育啓発活動を実施する	セミナー、加盟店広報誌を活用して店舗に対しレジ袋削減の啓発活動を実施。また、お客様に対しても、マニュアルを変更し、お声かけを強化するとともに、ポスター、店内放送、レジ画面を活用し、啓発活動を実施	○		🌱
環境への教育啓発活動	店舗におけるCO ₂ 削減/ライトダウンキャンペーンの取り組みの実施 実施率 80%以上	6/21 実施店舗 3,977店 実施率 64.5% 7/7 実施店舗 4,849店 実施率 78.7% 平均 実施店舗 4,413店 実施率 71.6%	○		🌱
	車輦における環境負荷低減のためのアイドリングストップや省エネ運転の推進を図る	本部従業員に対して、全体教育、社内報を通して環境教育を実施 物流会議において、ハイブリッド車の導入促進活動実施	○		🌱
	本部従業員に対する環境教育を継続実施する	本部従業員に対して、全体教育を通して環境教育を実施	○		🌱
環境への教育啓発活動	クリーンアップキャンペーンを2008年度と同規模(2,962名参加)の実施を図る	3,461名参加 前年比 116.8%	○		🌳

※評価の見方: 🌱→未達成 🌱→継続実施 🌳→達成

2010年度環境目的・目標			対象		評価
項目	目標・取り組み予定	目標値及び取り組み内容	本部	店舗	
省エネルギー・CO ₂ 削減への取り組み	社団法人日本フランチャイズチェーン協会の自主行動計画について、2008年度～2009年度で達成している店舗電気エネルギー消費原単位に対する△24.8%(0.12099kwh/m ² ・h)の維持継続	店舗電気エネルギー消費原単位1990年度対比△23%(2008年度～2012年度平均目標)2008年度～2009年度の平均値は1990年度対比△24.8%(0.12099kwh/m ² ・h)のため、削減率の維持継続の推進		○	
	電気使用量の削減によるCO ₂ 排出量の削減として、1店舗当たりのCO ₂ 排出量を2014年度までに2007年度対比8%削減に向けた取り組みの実施	改正省エネ法の対応として、蛍光灯灯数の削減や、より細かい照度設定の調整、照明のLED化を推進予定		○	
	本部電気の適正使用	前年比 96.2% (本社 95.0%、事務所 97.2%)	○		
省資源への取り組み	店舗におけるCO ₂ 削減/ライトダウンキャンペーンの取り組みの実施	実施率 80%以上		○	
	配送の効率化と環境配慮型車両の推奨を継続	1店舗当たり7.3台の維持・継続 環境配慮型車両の推奨を継続する	○		
	商品製造工程における環境配慮型原材料導入の推進	寿司容器について、植物資源から製造されるバイオマス・プラスチックを使った環境配慮型容器の導入を推進 パスタの容器について、ナノハイブリッドカプセル入りの容器の導入を推進 物流に係るエネルギーを削減できる地元食材、食品廃棄物をリサイクルした堆肥、飼料を使用して生産された農産物、豚肉の導入の推進	○	○	
廃棄物の適正処理への取り組み	化学物質が低減され、環境負荷が少ない水性インクをPB商品の包装材に継続使用	PB商品「ほがら菓たいむ」の包装材に、水性インクを継続使用	○		
	レジ袋の1店舗当たり使用重量の削減	レジ袋の1店舗当たり使用重量の削減目標 2000年度対比△37.4% レジ袋を強度を変えず、薄くすることにより、使用重量をさらに削減 割り箸の使用感を保ちつつ、従来より小さいサイズに規格変更し、木材使用量とフィルム使用重量を削減	○		○
	割り箸の適正使用	前年比 97.8% (本社 95.0%、事務所 99.7%)	○		
環境貢献活動の推進	商品製造過程における廃棄物の発生抑制、分別、食品リサイクルの推進	食品製造ベンダーの食品リサイクル実施状況の確認の継続	○		
	改装・閉店時の廃棄物の適正処理とリサイクルを推進	改装・閉店時のマニフェスト管理の実施確認と解体業者の廃棄物の処理状況と転用可能な機器のリサイクル実施状況の確認の継続	○		
	廃棄物の分別・適正処理とリサイクルの推進	廃棄物の発生抑制と分別の徹底、及びリサイクルを継続	○	○	
環境への教育啓発活動	店舗の食品廃棄物リサイクルの推進	実施率26%	○		
	環境配慮型サービスの提供	カルワザクラブのポイントでCO ₂ の排出権と交換できるサービスの推進	○	○	
	地域貢献活動の参加	包括協定の進捗管理 包括協定の締結促進	○	○	
環境への教育啓発活動	クリーンアップキャンペーンの実施	参加者前年比 100%以上	○	○	
	食品リサイクル法の店舗への教育啓発活動を実施する		○		
	レジ袋削減に向けた店舗への教育啓発活動を実施する		○		
環境への教育啓発活動	車輦における環境負荷低減のためのアイドリングストップや省エネ運転の推進を図る	本部従業員に対して、全体教育、社内報を通して環境教育を実施 物流会議において、ハイブリッド車の導入促進活動実施	○		
	本部従業員に対する環境教育を継続実施する	本部従業員に対して、全体教育を通して環境教育を実施	○		
	クリーンアップキャンペーンを2008年度と同規模(2,962名参加)の実施を図る	3,461名参加 前年比 116.8%	○		



2009年度の環境成果

環境保全活動による投資や費用に対する効果を把握し、評価することで、次の目標の設定に活かせるように取り組んでいます。

2009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」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。

■環境保全コスト

(単位:千円)

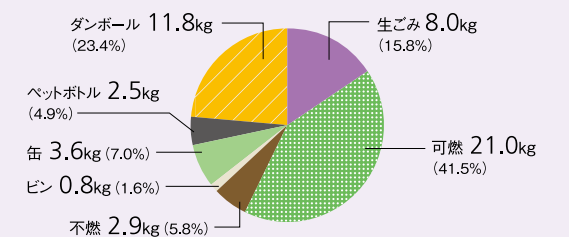
分類		取り組み内容	コスト		分類	取り組み内容	コスト		
			投資	費用			投資	費用	
(1)事業エリア内コスト(内訳)	(1)-1 公害防止 コスト	浄化槽点検・整備(加盟店負担)	0	31,050	(3) 管理活動コスト	EMS構築費用	0	2,136	
		浄化槽点検・整備(本部負担)	0	2,850		内部環境監査員研修費用	0	3,560	
		室外機防音工事(21件)	20,552	0		内部環境監査・環境委員会費用	0	4,068	
		駐車場遮音・遮光工事(50件)	23,186	0		環境報告書・環境カード	0	8,635	
		小計	43,738	33,900		JFAポスター	0	600	
	(1)-2 地球環境 保全コスト	低公害車の導入	0	535,501	(4) 研究開発コスト	小計	0	18,999	
		省エネ店舗照明システムの導入(302店舗)	131,068	0		冷機省エネシステム(336店舗)	16,733	0	
		店舗閉店時のフロン回収	0	22,879		その他環境対策工事	3,060	0	
		小計	131,068	558,380		小計	19,793	0	
	(1)-3 資源循環 コスト	店頭分別ごみ箱の設置	38,963	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	144	
		事業系一般廃棄物の適正処理(加盟店負担)	0	1,579,920		全国盲導犬普及キャンペーンへの寄付 (お客様の募金)	0	28,442	
		事業系一般廃棄物の適正処理(本部負担)	0	145,464		緑の募金への寄付(お客様の募金)	0	15,632	
		食品廃棄物リサイクル費(加盟店負担)	0	90,360		ユニセフへの寄付(お客様の募金)	0	21,567	
		食品廃棄物リサイクル費(本部負担)	0	12,960		中国・九州北部豪雨被災者支援募金 (お客様の募金)	0	10,159	
		小計	38,963	1,828,704		スマトラ島沖・サモア諸島沖地震被災者支援募金	0	11,507	
	(2) 上流・下流コスト	(1)-1～(1)-3までの合計		213,769	2,420,984		ハイチ大地震被災者支援募金	0	29,518
		容器包装リサイクル法再商品化委託料 (加盟店負担)	0	186,952		「JHP・学校をつくる会」支援	0	10,160	
			容器包装リサイクル法再商品化委託料 (本部負担)	0	13,730		「ファミリーハウス」支援	0	5,000
			小計	0	200,682	(6)環境損傷対応コスト	小計	0	132,129
合計						233,562	2,772,794		

※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:2009年3月1日～2010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。

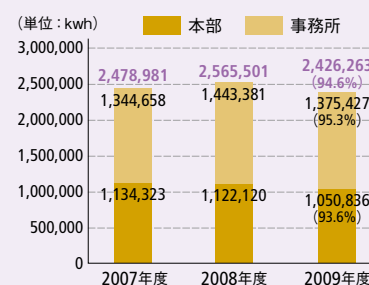
2009年度の省資源化の取り組みについて

2009年度も省資源・省エネルギーに取り組みました。本部・事務所でのコピー用紙購入量は、パソコンを活用した業務の徹底により削減しました。また電気使用量も事務所の統合により削減しました。店舗で使用する容器包装については、本部の省資源化施策と、店舗でのお声がけ徹底により、削減傾向となっています。

■1店舗1日当たりのごみの排出量 (合計:50.5kg)

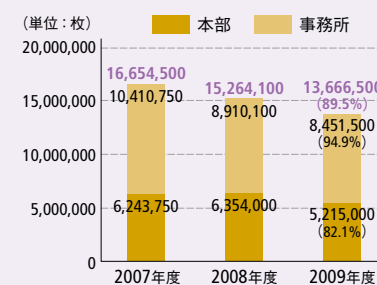


■全社電気使用量推移

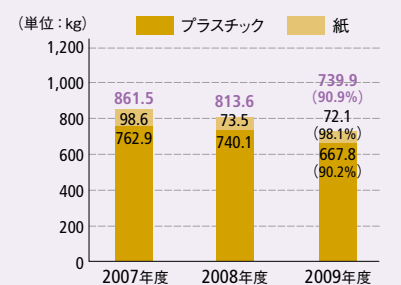


※2009年度数値下の()は、2008年度比の値(小数点以下第二位を四捨五入)。

■全社コピー紙購入量推移



■1店舗当たりの容器包装使用量推移





お客様とのコミュニケーション

サークルKサンクスでは、社会の皆様に向けてわかりやすい情報発信を心掛けており、2010年3月にホームページも一新。今後もコミュニケーションを深めていきたいと考えています。

ホームページのご紹介

よりよいコミュニケーションのために

サークルKサンクスでは、お客様とのコミュニケーションを高めていくため、ホームページでも各種情報をご紹介します。

商品情報やサービスのほか、企業情報ページでは、社会・環境への取り組みについて、本報告書で割愛した内容に関しても紹介をしています。

ホームページリニューアルオープン！

2010年3月、ホームページの会社情報サイトを一新しました。皆様が知りたい情報を引き出しやすいよう、ナビゲーションにも工夫をしています。

今後もわかりやすく、タイムリーな情報発信に努めていきます。

New



会社案内

<http://www.circleksunkus.jp/company/info/index.html>

IR・投資家情報

<http://www.circleksunkus.jp/company/investor/index.html>

社会・環境への取り組み

<http://www.circleksunkus.jp/company/activity/index.html>

サークルKサンクスHP

<http://www.circleksunkus.jp/>

株主様への情報発信

各種ツールの展開

サークルKサンクスでは、株主・投資家の皆様に向けた情報発信ツールとして、アニュアルレポートのほか、年2回の「WAKUWAKU! 株主通信」「投資家ガイドブック」を発行しています。発行後はPDFをホームページにアップして、広く情報を開示しています。特に、株主通信では、株主様との双方向のコミュニケーションをめざし、年1回、アンケートを同封。株主様からのご意見を承っています。



▲WAKUWAKU! 株主通信

サークルKサンクス社会環境報告書2010への 第三者意見

千葉大学法経学部教授 倉阪 秀史 氏



プロフィール

千葉大学法経学部教授。専門は、環境政策論、環境経済論。環境庁において環境基本法や環境影響評価法の制定、企業の環境対策促進などを手掛けた後、大学に移り、2008年から現職。千葉大学の環境管理責任者も務める。著書に『環境政策論第二版』（信山社）など。

地域において深夜まで営業を行うコンビニエンスストアは、地域社会と環境に対して大きな社会的責任を負っています。事業を開始して30年目を迎えたサークルKサンクスでは「社会に信頼され、成長し続ける会社をめざす」という経営理念に基づき、従来からの環境に配慮した活動に加え、新たな取り組みを数多く実施しています。特に、一店舗当たりの二酸化炭素排出量を2014年度に2007年度比で8%削減するという目標を掲げたことは高く評価できます(P.21)。また、カーシェアリングサービスの開始(P.17)、食品リサイクルループの取り組みの進展(P.20)など、単発の取り組みではなく、システムとして継続できるような新しい取り組みに数多く取り組んでいることが、素晴らしいと思います。これらの取り組みが、既に大きな成果を挙げている地産地消の取り組み「MOTプロジェクト」(P.13-14)に並ぶような成果を挙げることを期待します。

サークルKサンクスの社会環境報告書に対する第三者意見は、昨年に引き続き書かせていただいておりますが、昨年指摘した事項に適切に対応していただきました。特に、今年の報告書では加盟店の位置づけが明確にな

りました。また、個別の取り組みの効果が多くの箇所で定量的に示されるようになりました。ただ、その数字の意味が理解しにくい記述もみられました。例えば、一店舗での二酸化炭素削減量や蛍光灯の回収総本数などの数字が掲載されていますが、削減量が店舗の排出量の何割に当たるのか、回収された蛍光灯が廃蛍光灯の何割に当たるのかなど、数字の意味合いについて具体的に記述されるとわかりやすいと思いました。

本報告書において、目標が未達成の項目について具体的に公開している点は大変好ましく(P.31)、環境報告書全体の信頼性を高めることにつながっています。2008年度に未達成であったレジ袋削減目標について、2009年度は達成できました。2009年度も未達成であった「店舗の食品廃棄物リサイクル目標」と「店舗のCO₂削減/ライトダウンキャンペーンの取り組み実施率目標」についても、達成をめざして継続的に取り組んでいただきたいと思います。

今後とも、サークルKサンクスの取り組みが継続的に改善され、よりわかりやすい報告書が発行されることを期待します。

編集後記

取り組みの推進とわかりやすい情報発信に向けて

この度は、「サークルKサンクス社会環境報告書2010」をご覧いただき、誠にありがとうございます。

本報告書は、日頃店舗をご利用いただくお客様を含め、弊社の環境への取り組み、地域社会とのつながりなどを、広く一般の方に知っていただきたいという思いで作成いたしました。特に、次の2点について、今年度の大きな変更としております。

一つ目は、ステークホルダーマップ(P.9)の作成です。弊社の行動指針は、ステークホルダーの方々及び従業員に対して作成しており、行動指針に合わせた切り口で、マップとして表現をしました。弊社とステークホルダーの方とのつながりをわかりやすく表現し、関わりと役割などをわかりやすくお伝えする資料となればと考えております。

二つ目として、消費者アドバイザーの和田様にご来店いただきました(P.5)、消費者視点で店舗や当社の取り組みをご確認いただきました。始まったばかりの取り組みや、あまり知られていない取り組みなどをご紹介するとともに、より情報発信すべき内容を教えていただくなど、新鮮な視点で弊社の取り組みを振り返る機会になりました。

なお、昨年に引き続き、千葉大学の倉阪教授に第三者意見をいただきました。CO₂排出量の原単位での目標設定に加え、1店舗当たりのCO₂排出量の目標値を新たに設置し、削減状況をより明確にわかるようにした点、レジ袋削減に取り組み、目標値を達成することができた点、本報告書における数値目標や実績数値の見える化に取り組んだ点などを評価していただきました。取り組みが評価された点を励みにし、今後の活動につなげていきたいと考えます。

また、今年度も課題としていただいた、食品リサイクルの推進とライトダウンキャンペーンについては、目標値を達成させるために、より具体的な取り組みを進め、成果としてお伝えできるようにし、来年度の報告書では今年度を上回る成果のご報告を出るようにしたいと思います。

最後に、本報告書の発行にあたっては、社内外の多くの方にご協力をいただきました。この場をお借りしてお礼を申し上げます。また、今後も環境の取り組みや地域社会との連携を通し、サークルKサンクスの社会的責任を果たしていく所存です。忌憚のないご意見をいただけると幸いです。

CircleK Sunkus



株式会社 サークルKサンクス

〒104-8538 東京都中央区晴海2-5-24 晴海センタービル

TEL.03-6220-9000 (代表) FAX.03-6220-9051

<http://www.circleksunkus.jp/>



サークルKサンクスは
チャレンジ25キャンペーン
に参加しています。



古紙配合率100%再生紙を使用しています。

リサイクル適性 (A)

この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。



この報告書1部あたり

CO₂排出量 **278.2g**

15,000冊作成のための総排出量4,173kg



本報告書は、制作において以下の点に配慮しました。

- 「古紙リサイクル適正ランクリスト」の最高ランクを獲得した用紙を使用しています。針金を使用せずに製本しているので、そのままリサイクルにお出しいただけます。この印刷物は新聞や雑誌、書籍などへのリサイクルが可能です。
- 揮発性有機化合物といった鉱物油成分を含まないばかりか、印刷後のインキローラーを水性洗浄液で洗えるインキを使用し、環境に配慮したグリーンプリンティング認定工場で印刷しました。また、イソプロピルアルコールなどの有害物質を排出しない水なし印刷を採用するなどW2システムに適合しています。
- この報告書は、製造に伴うCO₂排出量が日本カーボンオフセットを通じてオフセット（相殺）され、チャレンジ25キャンペーンに貢献しています。
- 誌面構成においては、年齢や個人差に関わらず多くの方に見やすいデザインを心掛け、ユニバーサルデザインフォントを採用したほか、配色や図表はカラーユニバーサルデザインに配慮しました。

2009年度版は、エコ印刷研究会の環境報告書賞優秀賞をいただきました。2010年度版では再生100%用紙の使用、グリーンプリンティング認可工場での印刷等、一層、環境に配慮した制作を心掛けました。