

CONTENTS 目次

| | |
|-------------------------|----|
| 環境報告書 2001年版について | 1 |
| ごあいさつ | 2 |
| 環境マネジメントシステム | |
| 環境活動の基本理念 | 3 |
| 環境マネジメントシステムの推進体制 | 5 |
| 事業活動にともなう環境への影響 | 6 |
| ISO14001のPDCAサイクルを基盤として | 7 |
| 環境監査 | 9 |
| 環境活動2000 | |
| 店舗で行われている環境保全活動 | 11 |
| 環境配慮型商品の開発と選定 | 13 |
| 環境保全型物流体制の推進 | 16 |
| エコショップ化の推進 | 19 |
| 環境保全型店舗運営の実施 | 22 |
| 事務所における環境保全活動の推進 | 25 |
| 品質管理活動2000 | |
| 安心・安全な商品をお届けするために | 27 |
| 環境コミュニケーション | |
| 環境教育・オリエンテーション | 29 |
| お客さまの声 | 31 |
| 環境保護団体の皆さまのご意見 | 32 |
| 情報発信 | 33 |
| 社会的活動2000 | |
| 社会貢献活動 | 34 |
| 活動のまとめ | |
| 2000年度環境目標の達成状況 | 37 |
| 環境会計 | 39 |
| 2000年度総括と今後の環境活動 | 40 |
| 環境保全活動の歩み | 41 |
| 会社概要 | 42 |

環境報告書 2001年版について

【編集方針】

昨年までは「環境活動報告書」の名称でしたが、今年は「環境報告書 Environmental Sustainability Report」としました。

Sustainability(持続可能性)とは、企業が経済的側面とともに、社会的側面、環境的側面に配慮し、事業活動が将来にわたって継続的に社会から望まれ、支持される可能性を意味します。

この報告書を通して、ファミリーマートの本部と店舗が、フランチャイズシステムという仕組みの中でお互いに独立した事業活動を営みながら、なぜ力を一つに合わせて環境保全、品質管理、社会貢献の活動に取り組むのか、そしてファミリーマートがこれからの21世紀において、どのように「社会における持続可能性=社会との共生」の実現をめざすのかをお伝えしたいと考えます。従って内容は環境報告を主体として、品質管理、社会貢献についても記述しています。

また、「環境報告書」はまず第一に、読んでくださる一般消費者の方々ファミリーマートのコミュニケーション・ツールであるとの位置づけを再確認し、その視点を見失わない編集を心がけました。

【編集方針に基づく主な新規項目】

環境監査 / 審査員によるサーベイランス審査結果及び講評

品質管理活動2000

環境コミュニケーション / お客さまの声

環境コミュニケーション / 環境保護団体の皆さまのご意見

社会的活動2000

活動のまとめ / 2000年度環境目標の達成状況

Answer Your Question

【対象期間】

本報告書の活動内容・データは2000年度(2000年3月1日～2001年2月28日)の実績を主体としていますが、発行が2001年6月であるため、大きな進捗事項については、6月現在までの活動も掲載しています。

地域とともに 持続可能な発展をめざして

環境の世紀といわれる21世紀がスタートし、半年が経ちました。環境問題は我々人類にとって、地球規模の見識に立ち、各国がお互いに協力して臨まなければ解決し得ないところまできています。これからの社会は、経済的な発展と環境への配慮を両立させ、環境負荷をできるかぎり少なくして、持続可能な社会をめざしていかなければなりません。企業もまた、社会的な責任としての自覚を持って、環境活動に取り組まなければならないと考えます。

ファミリーマートはおかげさまで持ちまして、今年9月に創立20周年を迎えます。それぞれの地域社会において、お客さまに便利なお店として、品質の良い商品とサービスを常にご提供できるよう心がけてまいりました。また、1999年3月にはISO14001の認証を取得し、本部とご加盟店がチェーンとしての総合的な環境保全活動に取り組み、推進してまいりました。

現在、私どもが全国に展開する店舗は約5,200店舗、店長・ストアスタッフの人数は約10万人、ご来店されるお客さまは1日あたり約400万人にのぼります。ファミリーマートは、この強いネットワークを支えに、本部とご加盟店が一体となって、安全で安心できる生活環境を作り上げていかなければならないと考えております。

今日、個人消費の低迷や業態間・業界内競争の激化など、ファミリーマートを取り巻く状況も厳しさを増しております。そのような情勢下、ファミリーマートの1店舗、1店舗が、お客さまや近隣にお住まいの方々に望まれ、支持され、信頼されることによって、地域社会とともに共生し続けていくことが、今後ますます重要になります。品質の良い商品やサービスの提供はもとより、環境活動、社会貢献の実践を通して、信頼されるファミリーマートであり続けることは、これからの21世紀において大切なことであると考えます。

この報告書を通して、環境保全、品質管理、社会貢献など、ファミリーマートの企業活動についての皆さまのご理解を賜るとともに、率直なご意見、ご批評をいただければ幸いです。

2001年6月



代表取締役社長

田邊充夫