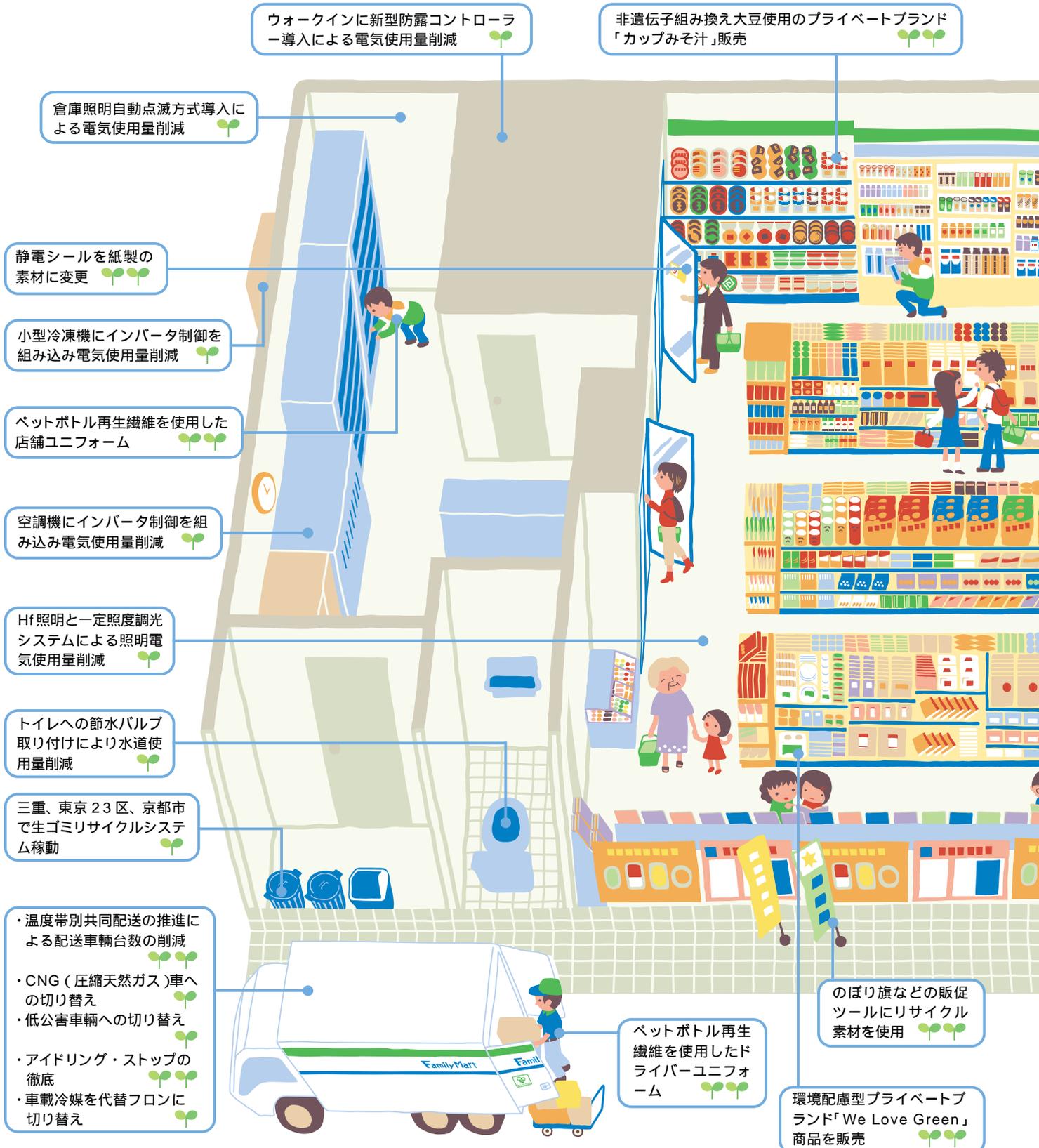


店舗で行われている環境保全活動

お客さまに見えるところで、そして見えないところでも、ファミリーマートはさまざまな環境への取り組みを進めています。今年度は、それぞれの取り組みの導入状況を若葉のマークで表示してみました。



導入状況

全店で実施しています 段階的に導入を進めています



環境配慮型商品の開発と選定

環境に配慮した買い物をしたい—そんなお客さまのご要望に応えて、1999年10月に販売をスタートした「We Love Green」商品。今年度はアイテム数を倍近くに拡大しました。自社開発以外の商品の環境負荷削減についても、可能性を探り、取り組みを進めていきたいと考えています。

環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品の拡大

2000年度目標と実績

アイテム数

目標 30 アイテム

実績 30 アイテム

年間売上高

目標 6億5,000万円

実績 8億6,095万円

(エリアフランチャイズ分をプラスすると9億2,655万円)

■ 着々と新アイテムを展開

1999年10月に販売を開始したファミリーマートの環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品は、今年度新たに14アイテムを発売、累計30アイテムとなりました(2001年3月には、30アイテムの内文具類で3アイテムの入れ替えを行っています)。これまでの開発商品はいずれも、ファミリーマートが独自に定めた「We Love Green」商品の開発基準、「素材による環境負荷の低減」、「廃棄時に



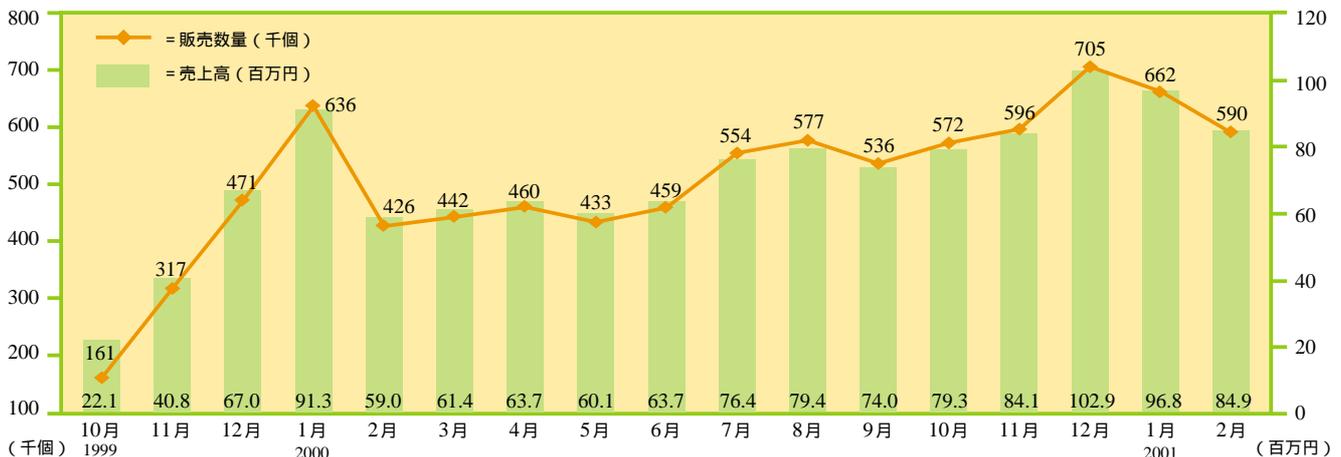
おける環境負荷の低減」のいずれかを満たす商品です。

2000年8月から9月にかけては、「We Love Green」商品を紹介する環境情報コマーシャルをテレビ放映し(▶P.33)、認知度の向上を図りました。ファミリーマートのホームページの「環境・社会貢献」のサイトにも

「We Love Green」商品の個別詳細情報揭示コーナーを設けています(▶P.33)。

2000年度の販売数量は608万6,292個、売上は8億6,095万4,094円(エリアフランチャイズ分込み9億2,654万7,835円)と目標を大幅に上回り、好調な推移を示しています。

□「We Love Green」商品の全国販売数量、売上高の推移



販売数量・売上高ともに、(株)ファミリーマート及びエリアフランチャイズである(株)沖縄ファミリーマート、(株)松早ファミリーマート、(株)南九州ファミリーマートの加盟店、直営店の総計の数値

□ 2000年度の新しいアイテム



ボトルウェットティッシュ 容器の素材を100%再生プラスチックにしました。取り出し口も使いやすくなり、天然コットン使用のウェットティッシュはやわらかくソフトな使い心地です
ハンディウェットティッシュ 包材の外袋に70%、内袋に50%、再生プラスチックを使用しました。取り出し口も使いやすくなりました



食品保存ラップ 焼却しても有害ガスが発生しないポリエチレンを100%使用。添加剤を一切使用しないので、より安全です。包材、中芯に再生紙を使用し、刃も可燃ゴミ対応の紙刃にしました



ゴム手袋(中厚手) 焼却しても有害ガスが発生しない合成ゴム(ニトリル)を使用。ゴムアレルギーの方にも安心して使用いただけます
すべり止め手袋(厚手) 綿100%、引き裂き強度に優れ、すべり止め効果の高い天然ゴムを使用。焼却時にはダイオキシンを発生しません



キッチンクリーナー 再生ペットボトル不織布ネットと泡立ちのよい抗菌ウレタンを使用。かき落とし効果の優れたWネットです
バスクリーナー 再生ペットボトル不織布とウレタンの2層タイプ。かき落とし効果が高く、水切れもよい



元禄箸 5年で成木になるポプラを使用。箸先を丸くし、口先に安全でやさしく仕上げました
ペーパーカップ(20個入) 使用済みの牛乳パックなどの再生紙を原料として使用。白色度を維持し、強度を高めました
クリアカップ(10個入) ペット樹脂を使用。透明度が高く強度に優れ、焼却時の燃焼カロリーが低く焼却炉を傷めません



水性サインペン(黒) 軸の部分などに流通コンテナの再生材を主に使用しています

2000年4月に発売した「油性ボールペン2P」は、2001年3月にカットしました

■ 今後の取り組み

循環型社会実現のために、またお客さまのグリーン購入の輪を広げていただくためにも、小売業者が自ら環境配慮型商品の開発・提供を行うことは重要な責務であるとファミリーマートは考えます。

一方で、コンビニエンスストアは売場面積が狭く、確実に「We Love Green」商品が定位置を確保していくためには、「売れる」という実績が要求

されます。環境に配慮すると同時に、使い心地、品質、機能面などの充実や、値頃感のある価格設定が必要です。環境配慮型でありつつ、お客さまの納得・支持を得られる「We Love Green」商品をめざして、今後も商品

開発を進め、アイテムを拡大していく予定です。さらには「We Love Green」商品をより多くのお客さまに知っていただくための情報発信にも積極的に取り組んでいきます。

□ 2000年度の発売

発売時期	発売アイテム数
2000年4月	1
5月	5
10月	6
2001年2月	2
計	14 (累計30アイテム)

□ 全30アイテムの開発基準別内訳

満たしている開発基準	アイテム数
素材による環境負荷の低減	24
廃棄時における環境負荷の低減	6

Answer Your Question

Q 環境配慮型商品って、売れているんですか？ 普通の商品と比べて使い勝手や使い心地が今一つのものもあると思うのですが。

A コンビニエンスストアの店頭にある商品はおおよそ3000アイテム。その1つ1つがしっかりと売れる商品でなければなりません。そのため常に売上をチェックし、毎週のようにアイテムが入れ替わっていきます。ファミリーマートが自社で開発した商品といえども、その店に来られるお客さまの支持が得られず、売れる商品ではないと店長が判断すれば、売場から撤去する対象となってしまうのです。「We Love Green」商品については、通常の商品と比較して品質、価格ともに同等の商品づくりをめざしています。環境に配慮しているだけでなく、使い勝手や使い心地のよさを追求していますので、売上は今のところ好調に推移しております。今後もお客さまの支持を得ながら、開発を進めていきます。

プライベートブランド・オリジナル商品の容器包装見直し

2000年度目標と実績

目標 20 アイテム

実績 11 アイテム

容器包装廃棄時の環境負荷を低減するための取り組みを進めてきました。1998年度には、容器包装環境影響評価シートを作成して、容器及び包装が廃棄された後の環境への影響を評価する仕組みを構築し、1999年度にはプライベートブランド商品の評価を行いました。今年度は実際に、プライベートブランド商品3アイテム、オリジナル商品8アイテムの容器包装の材



紙容器に変更したプライベートブランドのカップスープ。2アイテムはスプーンも取り外しました

質を紙製に変更し、廃棄後に焼却された場合の環境負荷低減を図りました。プライベートブランドのカップスープは、同時に添付スプーンも取り外しています。年度目標（20アイテム）には到達できませんでしたが、今後も継続して容器包装の見直しに取り組んでいきます。

年賀状にも「環境配慮型」

年賀状印刷承りの104種のモデルの中に、「再生紙使用・私製年賀状」を取り入れました。年賀状のおもて面に「牛乳パック再生紙」の文字が入っています。承り件数は237件（エリアフランチャイズを含む全国での承り数）でした。



年賀状印刷承りパンフレットより

非遺伝子組み換え食品への取り組み

遺伝子組み換え食品の安全性や生態系など環境への影響が懸念されるなか、ファミリーマートでは非遺伝子組み換え食品への取り組みを進めています。プライベートブランドの「新鮮輝きたまご」(1999年11月発売)は、米国契約農場から非遺伝子組み換え・ポストハーベスト農薬フリーのハイオイルコーンを輸入して飼料とし、国際的な食品衛生管理方式であるHACCP対応工場で生産を行い、産卵から配送まで一貫したチルド管理体制でお届けする「本当に安心・安全でおいしい卵」です。

また、同じくプライベートブランド商品であるカップみそ汁4アイテムにも、非遺伝子組み換え大豆を使用しています。

今後も、多くの研究成果や情報を収集しつつ、取り組みを続けていきます。



安心・安全でおいしい「新鮮輝きたまご」

Answer Your Question

Q プライベートブランド以外の商品についても、環境配慮をしていますか？

A 本部が主体的に開発に係わっている弁当、惣菜などは、実際の製造は各メーカーが行っていますが、ファミリーマートのオリジナル商品として位置づけ、環境負荷の低減に取り組んでいます。特に容器包装については、廃棄後の環境影響を考え、非塩ビ系ラップの使用や焼却時に有害ガスの発生しないプラスチックの使用を義務づけています。一般の商品についても徐々に取り組みを進めてきましたが、2001年度からは商品担当の職掌に「環境配慮」の項目を入れ、商品の開発・選択に不可欠の要素として定めています。



非遺伝子組み換え大豆を使用したプライベートブランドのカップみそ汁

環境保全型物流体制の推進

物流委託会社と協力して効率的な物流体制を構築し、1店舗あたりの配送車輛台数をできる限り減らして、配送車のエネルギー消費量削減、温室効果ガス削減に取り組んでいます。窒素酸化物などの排出量が少ない低公害車への切り替えも進めました。

配送車輛の環境負荷削減への取り組み

配送車輛から排出される排ガスは大気汚染の大きな要因となります。ファミリーマートでは物流委託会社と協力して物流の効率化を図るとともに、環境負荷のより少ない配送車輛への切り替えを進めています。

CNG(圧縮天然ガス)車への切り替え

2000年度目標と実績

目標	20台
実績	3台

ファミリーマートでは1998年度からCNG(圧縮天然ガス)車の実験導入を進めています。CNG車は、従来のディーゼル車に比べて、CO₂で約20%、NO_xで約80%の削減ができるため、低公害車の中でも高い評価を得ていますが、通常の配送車に比べてコストが高く、供給ガスステーションが不足しているなどの課題も残されています。2000年度は目標を大きく下回りましたが、この不足分は2001年度に繰り越して、トータルで50台超の導入をめざします。



ファミリーマートのCNG(圧縮天然ガス)配送車

七都県市指定低公害車への切り替え

2000年度目標と実績

目標	全車輛比90%以上
実績	全車輛比90.7%

ファミリーマートは、物流委託会社の七都県市指定低公害車への切り替え状況を常に確認しています。2000年度は、全車輛比90.7%まで切り替えが進みました。七都県市指定低公害車とは、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市が、窒素酸化物・粒子状物質・黒煙の排出量が国の定めた許容限度を大幅に下回る自動車を「指定低公害車」として指定したものです。

アイドリング・ストップの徹底

温室効果ガスの削減と、近隣の人々へのご迷惑となる騒音・振動の防止のために、冷凍車を除く全配送車で、積み卸し時などにエンジン停止の徹底に取り組んでいます。

全配送車(冷凍車を除く)に「アイドリング・ストップ実行」のステッカーを貼付しています



搭載冷媒機器の使用フロンを代替フロンへ切り替え

2000年度目標と実績

目標	全車輛比95%以上
実績	全車輛比95.1%

商品を適正な温度管理の下で店舗に届けるためには、冷蔵・冷凍機器を搭載した配送車輛を使用しなければなりません。冷蔵・冷凍機器の内部には冷媒としてフロンガスが使用されていますが、オゾン層破壊を防ぐために、使用しているフロンの代替フロン(R-404a)への切り替えを進めています。100%の切り替え達成をめざして、今後も取り組みを進めます。

ドライバーユニフォームもペットボトルリサイクル素材に

1999年度に、配送車ドライバーのユニフォームをペットボトルリサイクル素材に変更しました。2000年度には夏服も同素材に変更し、ファミリーマート専用物流については切り替えをほぼ完了しています。

ペットボトルリサイクル素材を使用したドライバーユニフォーム(夏服)



温度帯別共同配送の推進による1店舗あたりの配送車両台数削減

2000年度目標と実績

目標 10.82 台/日

実績 10.12 台/日

適正な温度管理のもとに、新鮮な商品を正確な時間に店舗に届けること、そして、配送車による環境負荷をできる限り抑制すること—この2つの両立をめざして、ファミリーマートは1996年より本格的な「物流整備計画」を推進してきました。「温度帯別」「エリア完結」「共配化」の3つの基本方針のもとに、従来の問屋型物流を改め、ファミリーマートが主体的に取引先の集約を進めて共同配送を拡大し、1店舗あたりの配送車両台数削減に努めています。

温度帯別

商品を管理温度によって「定温」（3～8のチルド、18±2の弁当類）、「常温」「冷凍」に3分類し、それぞれを最適な温度で配送するため

に、温度管理機能をもつ物流拠点と配送車両を整備・導入してきました。

エリア完結

全国を5つの地域に分割し、それぞれの地域の中で独立した商品供給能力をもつ物流拠点の整備・集約化を進めてきました。今年度も6センターを新たに開設。96年度の「物流整備計画」スタート時には206カ所あったセンターは、2000年度には70カ所に集約・統合されています。

共配化

複数の商品群を温度帯ごとにまとめて配送することにより、納品の効率化、回数の削減を進めています。

定温商品

弁当類、調理パン、チルド商品などの定温商品は、物流センターの敷地に製造工場を併設した総合センターと定温共配センターの拠点整備を進めています。配送車には、2つの温度帯の部屋を移動式中仕切りで仕切った2室式車両を導入して共同配送を推進しています。2000年度は、川越定温センターの開設により、共同配送エリアを拡

大しました。

常温商品

加工食品、飲料、菓子などの常温食品では、同一の共配センターでの在庫管理による共同配送を推進しています。2000年度は、横浜大黒、相模原、北埼玉の3共配センター開設により、共同配送エリアを拡大しました。

冷凍商品

冷凍食品では、氷、アイスクリーム、FF冷食、市販冷食、中華饅頭を同一拠点にストックし、共同配送を進めてきました。2000年度には、これまでの卸のストックセンターをスルーセンター化し、メーカーが運営するファミリーマート専用のストックセンターで仕分け・在庫管理を行う新方式を導入、さらなる合理化を推進しています。

これらの温度帯別共同配送の推進により、2000年度の1店舗あたりの配送車両台数は10.12台となりました。環境配慮の物流体制をめざし、今後も着実に取り組みを続けていきます。



横浜大黒共配センター(常温)



東関東ストックセンター(冷凍)

Answer Your Question

Q 町でファミリーマートのマークをつけた配送車をよく見かけます。大気汚染防止のために、どんな取り組みをしているのですか？

A ファミリーマートでは「ジャストインタイム」の配送を基本としています。例えばお弁当は1日3回、朝昼晩のピーク前に合わせて納品し、鮮度の高い商品をお客さまに提供できる仕組みになっています。常に新鮮な商品をお届けするためには、それに応じた配送回数が必要ですが、同時にその回数(=1店舗あたりの配送車両台数)をいかに効率的に減らし、大気汚染を少なくしていくかが課題となります。ファミリーマートでは、「温度帯別共同配送の推進(詳しくはこの見開きページをお読みください)」という形でこの課題への取り組みを続けてきました。また、環境汚染物質の排出の少ない低公害車への切り替えも順次進めています。

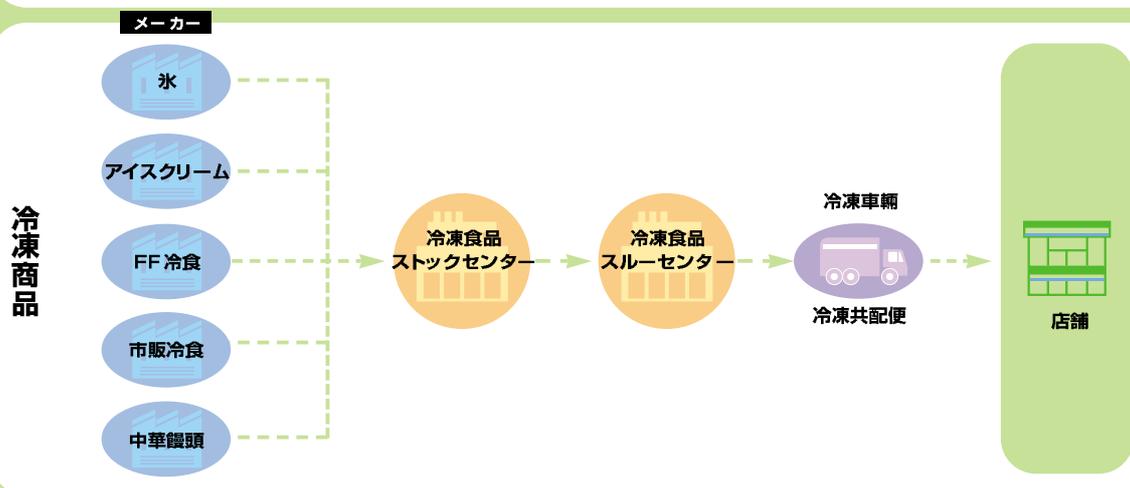
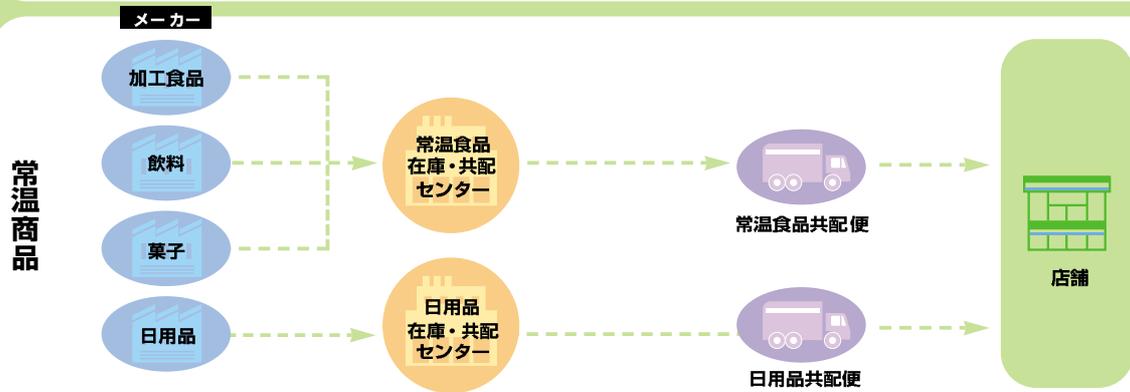
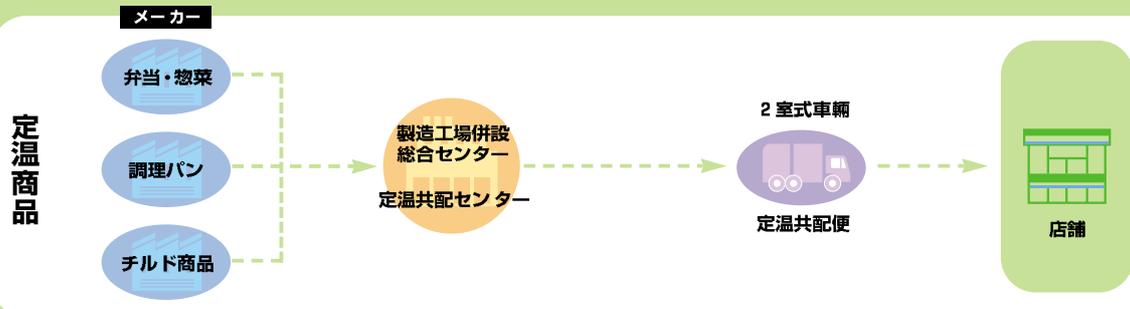
□ 1店舗あたりの配送車両台数の推移



□ 2000年度に開設したセンター

センター名	温度帯	所在地	開設月
川越定温センター	定温	埼玉	6月
横浜大黒共配センター	常温	神奈川	6月
川崎スルーセンター	冷凍	神奈川	6月
東関東ストックセンター / 岩槻スルーセンター	冷凍	埼玉	6月
相模原共配センター	常温	神奈川	10月
北埼玉共配センター	常温	埼玉	11月

■ ファミリーマートの温度帯別共同配送の取り組み



エコショップ化の推進

24時間営業を基本とするコンビニエンスストアにとって、商品を適温管理するための設備や空調、照明などに使用する電気の削減は大きな課題となります。2000年度もさまざまな取り組みを行い、省エネルギー、省資源、環境保全の店舗づくりを進めました。

新設店舗の電気使用量の削減

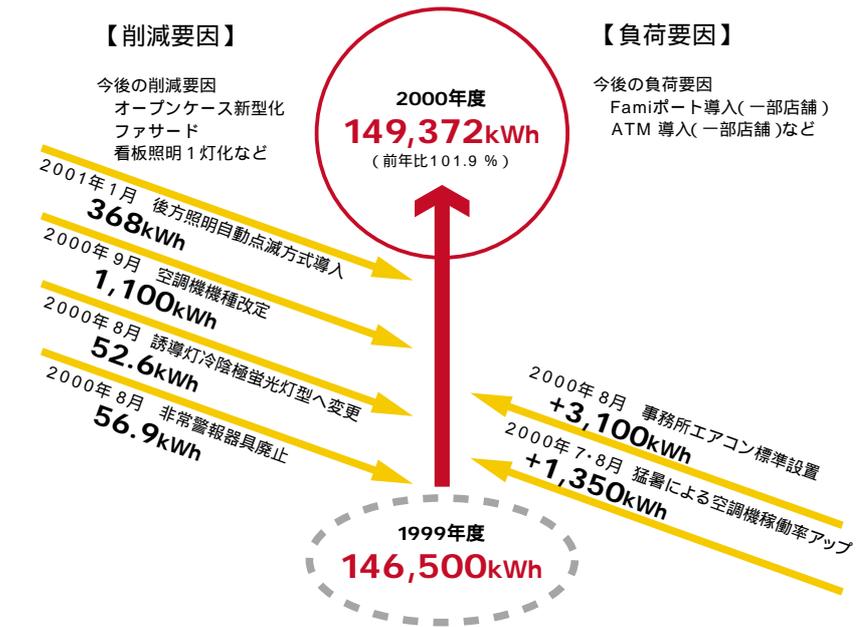
2000年度目標と達成度

目標 99年度比1%削減

実績 99年度比1.9%増

2000年度は「空調機種改定」「後方照明自動点滅方式導入」などの各種取り組みにより、新設店舗の電気使用量を1,577.5 kWh削減としました。しかし、目標設定時に予想しなかった外的要因(猛暑)のために夏の電気使用量が昨年度を上回り、さらには店舗事務所のエアコン設置が標準化となったことで、計4,450 kWhのプラスとなり、結果として1999年度比1.9%増となりました。電気使用量削減の取り組みは、販売用の機器・設備の拡充と削減努力とのせめぎあいの様相を呈しています。既に「オープンケース新型化」「ウォークイン新型防露コントローラー」「ファサード看板照明1灯化」など削減のための新しい取り組みをスタートしていますが、一方では多目的情報端末やATMの導入も始まっています。ファミリーマートでは、販売用機器・設備の省エネ化を進め、店舗の電気使用量削減に継続して取り組んでいきます。

1店舗あたりの年間電気使用量(標準店舗)2000年度の削減・負荷要因



2000年度に導入をスタートしている主な取り組み

機器・設備	施策	効果
オープンケース	照明器具の電子安定器化	安定器自体の無駄な電力を削減
	循環ファンのDCモーター化	DCモーター化により、内部発熱量が縮小されることによって、循環ファン部分の電気消費量を削減
	冷却システム マイコン搭載	マイコンにより、ケース内温度を一定に保つようコントロールされることによって、電気消費量を削減
ウォークイン	新型防露コントローラー導入	温度湿度を検知し、ガラス扉の結露防止ヒーターの作動を制御することによって、無駄な電気消費を防止
後方(倉庫)照明	自動点滅方式導入	センサーにより作業時のみ照明が点灯することによって、無駄な電気消費を防止
ファサード看板	照明の1灯化	反射板の改善(1灯化)により蛍光灯を減らすことによって、照明部分の電気消費量を削減



① オープンケース



② 照明器具の電子安定器化



③ 循環ファンのDCモーター化



④ 冷却システムマイコン搭載



⑤ ウォークインに新型防露コントローラー



⑥ 後方(倉庫)照明自動点滅方式



⑦ 反射板



⑧ ファサード看板照明1灯化

「エコショップ」の実験・検証から 新店・改装店への具現化

ファミリーマートは、1997年にコンビニエンスストアとしては初の太陽光発電を設置した実験店「エコショップ」を開店しました。以降、省エネルギー、省資源、環境保全を実現する「エコショップ」を全国に展開し、実験・検証を進めています。また、有効性が確認された取り組みは、新店・改装店へ導入しています。

東北地区に初の「エコショップ」オープン

2000年10月に、全国10店目の「エコショップ」となる仙台五橋通り



仙台五橋通り店

「統合蓄熱システム」の導入店舗をオープン

ファミリーマートでは、2000年7月にオープンした塩付通店（名古屋市昭和区）にコンビニエンスストア業界としては初の、割安な夜間電力を利用する冷蔵と空調の「統合蓄熱システム」を導入し、実験・検証をスタートしています。

このシステムは、中部電力株式会社との共同の取り組みで、夏季には夜間における空調機の余力で蓄熱運転を行って昼間の冷房に利用し、冬季にはショーケースからの排熱を暖房に有効利用

店をオープンしました。同店に設置した太陽光発電パネルは、従来のパネルより2%変換効率がアップし、年間11,900 kWhを発電して照明電力の50%を賄うことができます。また、バックヤードには、40%の省エネが可能な自動点滅装置を採用、照明器具には現行比3%の省エネが可能なPAMインバータ制御方式を導入しています。

エコマテリアルの導入拡大

省資源への取り組みとして「エコショップ」で実験・検証を続けてきたリサイクル材、ロングライフ材の一般店舗への導入は、1999年度にスタートしています。店舗設計基準に取り込み、2000年度も新店・改装店に導入しました。今後も、「エコショップ」での実験・検証の結果、有効性が確認された取り組みを一般店舗へ導入するというシステムを通して、店舗の環境負荷削減を進めていきます。

ファミリーマートのエコショップ

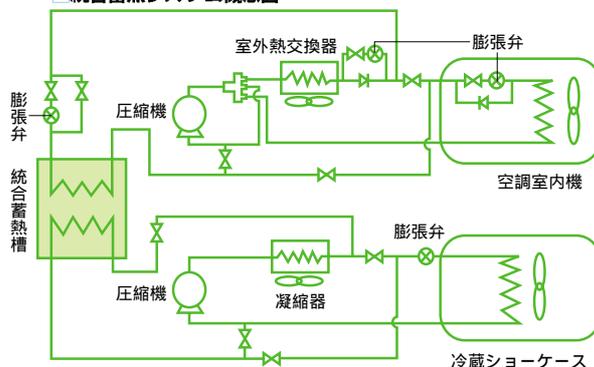
店名	所在地	開店
港南台インター店	神奈川県横浜市	1997. 8.10
葉山町店	神奈川県葉山市	1997. 8.31
つくば谷田部店	茨城県つくば市	1997.12.12
マリンピア喜入前店	鹿児島県喜入町	1998. 8.26
シーガイア入口店	宮崎県宮崎市	1998. 9.11
小垣江西店	愛知県刈谷市	1999. 2.10
門真深田町店	大阪府門真市	1999. 2.25
吉田駅北店	大阪府東大阪市	1999. 2.25
和歌浦東店	和歌山県和歌山市	2000. 2.28
仙台五橋通り店	宮城県仙台市	2000.10.26



エコマテリアルの導入

①ロングライフ材のアルポリックを使用したカウンターパラベット ②リサイクル材の廃ガラス入り（約60%）タイルを使用した犬走りタイル、腰タイル ③ロングライフ材の人工大理石を使用したレジカウンター ④ロングライフ材のアルポリックを使用した売場内壁（下り壁）

統合蓄熱システム概念図



統合蓄熱槽

統合蓄熱システムによる環境負荷削減効果（従来システム比）

年間消費電力量	約11%削減
年間CO ₂ 排出量	約12%削減

するものです。機器の効率向上によって、年間約11%の消費電力量を削減し、CO₂排出量も約12%削減できます。また、蓄熱利用による設備容量の低減、割安な夜間電力利用などによる

電気料金の削減というメリットもあります。現在、効果の検証、システム耐久性の確認などを進行中です。

指定フロン仕器の代替フロン化

2000年度目標と実績

目標	縦型冷凍庫、小型冷凍機、空調機で実施
実績	縦型冷凍庫 2000年4月より切り替え 小型冷凍機 2001年3月より切り替え 空調機 切り替えを検討中

オゾン層破壊を防ぐために、ファミリーマートでは冷蔵冷凍仕器及び空調機に使用されている冷媒用フロンを管理し、1996年度より、指定フロンから代替フロンへの切り替えを進めています。2000年度には新店・改装店の縦型冷凍庫を代替フロン化、少し遅れましたが2001年3月には小型冷凍機についても切り替えを行いました。目標としていた空調機については、現在、切り替えに向けて継続的に取引先と検討を進めています。また、店舗閉鎖・改装時には、機械の内部に封入されている特定フロン、指定フロンを業者に委託して回収・分解処理し、最終処理までの確認を行っています。



縦型冷凍庫
(2000年4月より代替フロン化)



小型冷凍機
(2001年3月より代替フロン化)

標準店舗の冷媒封入量

機器名	冷媒種類	封入量	代替フロン化の時期
小型冷蔵庫	R-134a	0.05kg	1996年1月
カップアイスケース	R-404a	1.42kg	1998年3月
コールドテーブル	R-404a	0.26kg	1998年7月
ドリンクケース	R-404a	0.96kg	1999年3月
デザートケース	R-404a	2.61kg	1999年5月
縦型冷凍庫	R-404a	0.90kg	2000年4月
小型冷凍機	R-404a	20.00kg	2001年3月からR-404aに切り替え済み
リーチイン	R-404a	5.00kg	2001年3月から代替フロン化 (それ以前はメーカーにより一部代替フロン化)
空調機	R-22	8.70kg	2002年1月以降代替フロンに切り替え予定
事務所空調機	R-22	0.68kg	
合計		40.58kg	

指定・代替フロン別集計

代替フロン	R-404a	31.15kg
	R-134a	0.05kg
代替フロン小計		31.20kg
指定フロン	R-22	9.38kg
合計		40.58kg

水道使用量の削減

コンビニエンスストアで水を使うのは、販売仕器の洗浄や店内外の清掃、トイレなどです。このうちファミリーマートの店舗でいちばん多く水を使用するトイレを対象に、1999年度、1,100店舗に節水バルブを取り付けました。サンプル店で継続的に実測した結果、2000年度は19.7%の削減となりました。全店舗の平均年間水道使用量は344m³となっています。

新店舗建設時の廃棄物削減

新店舗建設時に出る廃材などの産業廃棄物の発生量を削減するために、2000年度、外壁パネル工法の実験を行いました。実験店と在来工法店との比較で53%の削減を確認し、さらに取り組みを進めています。

外壁パネル工法による廃棄物削減

工法	産業廃棄物発生量
外壁パネル工法	1.2 t
在来工法	2.57 t

Answer Your Question

Q 「エコショップ」でいちばん熱心に取り組んでいることは何ですか？

A 「エコショップ」の目印は、屋根に取り付けられたソーラーパネルです。太陽光発電による店舗の電気使用量の削減に取り組んでいます。小売業の中でもコンビニエンスストアは比較的売場面積が狭く、1店舗単位の電気使用量はそれほど多くはありません。しかしながら、近年、ヨーロッパ諸国をはじめ日本においても、太陽光や風力などを利用した電力発電の「自然エネルギーへの転換」を模索する動きが広がってきました。ファミリーマートも未来を見据え、10店舗の「エコショップ」で自然エネルギー利用の実験・検証に取り組んでいます。



ソーラーパネル

環境保全型店舗運営の実施

1店1店が、店舗から出る廃棄物を日々適正に処理し、リサイクル可能なものはできる限りリサイクルして有効活用することに取り組みました。さらに「生ゴミリサイクルシステム」「フライヤー廃食用油リサイクルシステム」の導入エリアも徐々に拡大しています。

市町村別廃棄物 分別ルールの徹底

2000年度目標と実績

目標	徹底率 100 %
実績	徹底率 100 %

店舗から出るゴミは事業系一般廃棄物にあたり、原則として各市町村によって処理されます。その分別ルールは市町村によって違います。ファミリーマートでは、市町村の許可を得た地元の廃棄物収集運搬業者と協力しながら、それぞれのルールに則った処理を徹底するための取り組みを続けています。2000年度の店舗における環境目標は、前年度から継続して「廃棄物分別ルールの徹底」としました。「エコばーとなー」をテキストとするストアスタッフ全員へのオリエンテーション



店舗の事務所には必ず「環境方針」を掲示しています



店頭分別ダストボックス。回収時には、正しく分別されているかチェックします



市町村の協力要請地域の参加店に設置しているペットボトル専用回収ボックス

や、コンベンションにおける「店舗の廃棄物のリサイクル」の紹介などにより、廃棄物分別への意識向上を図りました。また、内部環境監査では、全店舗の廃棄物処理状況を厳しくチェックし、適正に実行されていない場合は是正を行いました。

廃棄物処理法への対応

2000年10月、2001年4月の廃棄物処理法改正に先行して、産業廃棄物となるフライヤー廃食用油の回収リサイクルシステムを推進し(▶P.24)、不法投棄・野焼き(焼却)禁止についてのオリエンテーションを実施して発生防止の再確認を行いました。

市町村のペットボトル 店頭回収に協力

ファミリーマートでは、市町村によるペットボトル回収事業の回収拠点として、店頭で専用ボックスを設置し、ペットボトルのリサイクルを推進するために協力しています。現在、東京23区(1997年10月～)をはじめとする11市町村で回収を実施しており、約900店舗が参加しています。

市町村の要請に対応して ゴミ袋、レジ袋の半透明化を実施

ゴミ袋

現在、ほとんどの市町村でゴミ袋の半透明化の要請があり、用度品登録をして対応しています。

レジ袋

商品を入れてお客さまにお渡しするレ

ジ袋についても、用度品登録をして、市町村の要請に基づいて対応しています。

販促ツールの 再生素材への切り替え

2000年度目標と実績

目標	2ツールの切り替え
実績	1ツールを切り替え

店舗で使用する販促ツールの省資源化を図り、再生素材への切り替えを進めています。

2000年度は静電シールの切り替えを完了。焼却時に有害ガスの出ない環境配慮型素材に変更しました。予定していたPボードについては、夜間視認性などに問題があり、実験期間を延長して、検証しました。実施に向けて、さらに検討を続けていきます。

再生素材へ切り替え済みのツール

のぼり旗、開店時粗品、ポスター、POP、チラシ、スクラッチカード、一周年記念景品、催事用うちわ、年末販促用カレンダー



静電シール



Pボード

生ゴミ リサイクルシステム の導入拡大

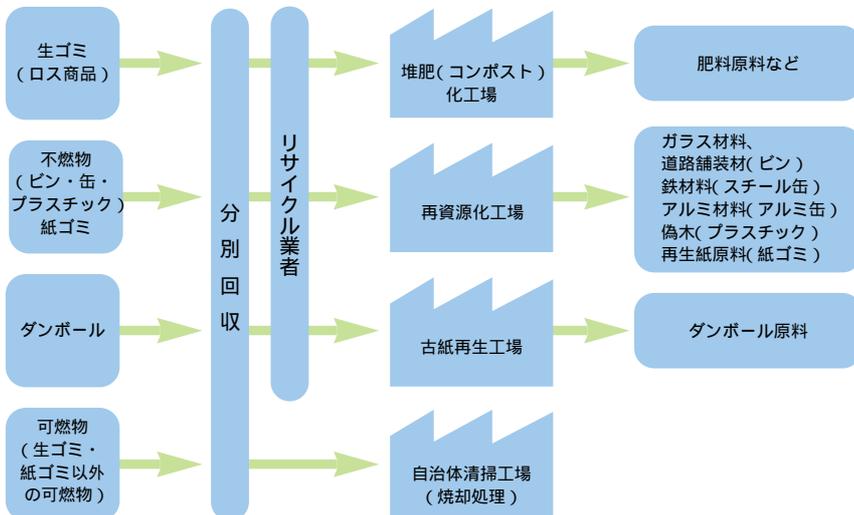
2000年度目標と実績

目標 対象地域拡大(東京23区+1市)

実績 東京23区+京都市

お客さまに安全な商品を提供するために、販売期限を過ぎた商品は廃棄しています。毎日出るこの生ゴミをいかにリサイクルするかは、コンビニエンスストアにとって重要な取り組み課題です。ファミリーマートでは、1997年8月から廃棄物処理業者との共同の取り組みにより店舗の生ゴミのコンポスト化の実験を続け、その有効性を確認して、1999年4月より三重県60店舗で「生ゴミリサイクルシステム」を稼働しました。専用の回収車で生ゴミを店舗から回収し、再生処理工場の堆肥化処理施設でリサイクルしています。2000年度は4月に東京23区、8月に京都市へシステム対象地域を拡大しました。2001年3月には広島市でもスタートしています。今後も引き続き導入を進めていきます。

■廃棄物トータルリサイクルシステム



廃棄物 トータルリサイクルシステム

ファミリーマートがめざすのは、生ゴミリサイクルシステムを主軸として、店舗から出るすべての廃棄物を分別回収し、リサイクルする「廃棄物トータルリサイクルシステム」の拡大です。すでに東京23区及び京都市の一部エリアで導入がスタートしています。店舗の負担(分別の手間、処理料金など)、行政の許認可、回収業者のリサイクル能力など、課題も多いのですが、着実にシステムの輪を広げていきたいと考えています。

発注精度向上

1店舗が1日に排出する生ゴミは、平均約12kgです。リサイクルへの取り組みと並行して、その絶対量を減らすため、発注精度向上に努めています。精度の高い発注は販売のチャンスロス減らし、期限切れで廃棄される商品の減量化にも直結します。2001年度は、さらに力を注いで発注精度向上への取り組みを進めています。

生ゴミリサイクルシステム



週3回、専用回収車で回収し処理工場に運びます



容器包装のまま回収された場合は手作業で取り除きます



生ゴミ堆肥化処理機で、種菌とともに熱を加えながら24時間攪拌します



24時間後に処理機から取り出した状態



ふるいにかけて残存物を取り除き、肥料原料の完成です。無臭で、生ゴミ時の約1/3に減量

肥料メーカーへ

臭気対策として大型洗浄脱臭塔を稼働しています



フライヤー廃食用油 回収リサイクルシステムの 推進

2000 年度目標と実績

目標 対象地域拡大・14エリア

実績 対象地域拡大・28エリア

店舗のフライヤー機器を使って揚げ物など調理に使用された後の油は、廃油として適正に処理をしなければなりません。ファミリーマートでは廃食用油回収リサイクルシステムの実験を進め、1999年12月には福島県など2エリアに導入。2000年度は全国91エリアのうち28エリアに対象地域を拡大しました。今後も2001年度中の全店舗への拡大を目標に取り組みを続けていきます。

割ばし、スプーンなどの 添付を廃止

ファミリーマートでは2001年4月16日より、弁当類に添付していた割ばし、スプーン、フォークを取り除きました。レジではお客さまに割ばしなどが不要かどうかを確認し、不必要な使用をできる限り減らして省資源化を図っています。



Answer Your Question

Q ファミリーマートのゴミ箱に、家庭のゴミの袋らしきものを押し込んでいる人を見かけました。家庭のゴミを捨ててもいいのですか？

A 家庭のゴミは、自治体のゴミ回収事業によって集積所などから回収されることを原則としています。ところが、残念なことに店頭ゴミ回収ボックスや店舗周辺にいつの間にか家庭ゴミを捨てられることがあり、お客さまや近隣住民の皆さまに悪臭などの環境影響を及ぼしています。特に、自治体による家庭ゴミ回収の有料化やゴミ分別の細分化を実施している地域で多く見られるようです。ファミリーマートでは、2000年9月に作製した環境リーフレットで「ゴミの正しい分別と家庭ゴミ持ち込み禁止」を呼びかけました。地域社会の環境保全、廃棄物の適正な処理とリサイクルのために、これからも家庭ゴミの持ち込みをやめていただくよう呼びかけてまいります。



Q 同じファミリーマートなのに、ペットボトルのリサイクルボックスを置いている店と置いていない店があるようですが、これはどういうことなのでしょうか？

A 一部地域の店舗でペットボトルを回収していますが、これは基本的には市町村のペットボトル回収事業の拠点として協力をしているものです。市町村からの協力要請があり、回収が週2～3回以上行われ、かつ適正な排出のための呼びかけが行われる場合に、ファミリーマートがボックスを負担して設置し、お客さまにご利用いただいています。その後の回収、処理、リサイクルは市町村の責任において実施されています。回収拠点としての協力なので、ご家庭から出たペットボトルを投入していただいてもOKです。

事務所における環境保全活動の推進

部門ごとに任命されたエコアシスタントリーダーによる全社員の啓発活動と、定期的な進捗確認により、本部事務所の省エネルギー・省資源・リサイクルを推進しました。社有車も低公害車への切り替えを進めています。

事務所の電気使用量削減

2000年度目標と実績

目標 99年度比0.5%削減

実績 99年度比7.1%削減

1999年度からスタートしたエコ・チェックシートによる終業時点検、就業中の「離席時のOA機器スイッチオフ」「不要電灯の消灯」など、引き続いている徹底を図りました。今年度は、社員ひとりひとりの「やるべきことは必ずやる」という意識の高まりが見られ、「昼休み消灯運動」「OA機器への



昼休み消灯運動



「スイッチOFF!!」



エコ・チェックシートの確認項目は各部門に合わせて立てられています

“省エネ徹底！”シール貼付」「朝礼でのエコアシスタントリーダーのレクチャー」など、各フロアで意欲的な取り組みが実行されています。

紙類のリサイクルを推進

2000年度目標と実績

目標 リサイクル率65%

実績 リサイクル率70%

1991年から各部門ごとに設置している紙類リサイクルBOXを活用し、事務所から出る紙ゴミを可能な限りリサイクルしています。リサイクルできない「燃えるゴミ」は年々減っていますが、分別の徹底、絶対量の削減により、さらなる減量を図っています。



紙類リサイクルBOXの活用状況についても、エコ・チェックシートにより毎日の点検を実施しています

紙類のリサイクル率推移(単位: kg)

	1998年度	1999年度	2000年度
ダンボール	5,280	6,381	6,143
文書類	64,910	94,290	82,840
紙コップ	120	1,115	1,200
シュレッダー	0	4,760	6,560
リサイクル計	70,310	106,546	96,743
燃えるゴミ	60,935	58,772	40,758
廃棄物合計	131,245	165,318	137,501
リサイクル率	53.5%	64.4%	70.3%

廃棄物分別回収の徹底

ゴミの削減、リサイクル促進のため、6月より事務所から出る廃棄物の回収区分細分化を実施しています。

廃棄物分別状況

2000年5月まで3分類

燃えるゴミ

ビン・缶

紙コップ

6月より5分類

燃えるゴミ

ペットボトル

ビン

缶

紙コップ



細分化された回収BOX



紙コップは専用BOXで回収

エコロジー事務用品の導入

2000年度目標と実績

目標 導入率 24%

実績 導入率 59%

事務用品の購入に当たっては、グリーン購入を心がけ、環境に配慮した商品（エコマーク認定など）への切り替えを進めてきました。9月にはエコロジー製品の導入に積極的に取り組んでいる業者との取引をスタートし、定番商品の中にエコロジー製品を数多く取り入れたことで、導入率を一気に上げることができました。今後も、コストや



環境配慮の事務用品



社名入り封筒・年賀状、名刺にも100%再生紙を導入しています

使いやすさなどを検討しながら切り替えを進めていきます。

アイドリング・ストップの徹底

2000年度目標と実績

目標 環境教育実施 100人

実績 環境教育実施 67人

今年度は新人トレーニー（スーパーバイザーの前段階）向けの安全運転講習の中で環境教育を実施し、温室効果ガスの削減、騒音防止のためのアイドリング・ストップの徹底を図りました。目標未達成の理由は、全国にいるトレーニーの集合日に合わせて講習を実施したものの、日程都合など諸事情により未実施者が出てしまったものです。2001年5月には、未実施者全員に対して講習を完了しました。

社有車に低公害車を導入

2000年度目標と実績

目標 新規導入 192台

実績 新規導入 224台

店舗担当のスーパーバイザーは、店舗巡回のために1人1台の社有車を使用しており、店舗増加に伴って車輛台数も増加しています。1200台（2000年度末）に及ぶ社有車の環境負荷を削減するために、1999年度より七都県市指定低公害車への切り替えをスタートしました。導入している低公害車は、排出ガス中に含まれる炭化水素と窒素酸化物を平成12年排出ガス規制値の50%に低減し、「優 - 低排出ガス / E-LEV」認定を取得しています。今年度は224台を切り替え、累計365台、全車輛に対する導入率は30.4%となりました。



ファミリーマートの低公害車。オゾン層への影響に配慮した代替フロンHFC134aを採用しています

今後も着実に導入率のアップを図っていきます。



全社有車に「私たちは、アイドリング・ストップを実施します」のステッカーを貼付しています

平成10年及び12年の排出ガス規制値と、当社導入低公害車の諸元値との比較（10・15モード）

