



**ファミリーマート
社会・環境
報告書
2004**
Sustainability Report

FamilyMart

CONTENTS

目次

編集方針	1
事業概要	2
トップメッセージ	3
企業姿勢	5

経済性報告

店舗展開	7
主要データ	9

特集

ファミリーマートの24時間	10
---------------	----

環境報告

環境マネジメントシステム	
環境ビジョン	24
事業活動にともなう環境への影響	25
環境マネジメントシステムの体制と運営	26
環境教育・オリエンテーション	27
2003年度達成状況と2004年度環境目標	29
環境会計	31
環境監査	33
定期サーベイランス審査結果及び講評	34
環境保全活動	
商品	35
物流	37
店舗施設	39
廃棄物対策	41
事務所	43

社会性報告

企業倫理	45
食品の安全・安心	47
情報公開・メッセージ発信	49
お客様の声	50
社員との関わり	51
加盟店との関わり	52
社会貢献活動	53

第三者意見	56
環境活動の歩み	57
「信頼されるファミリーマート」をめざして	58

編集方針

1. 基本方針

これまで過去5回「環境報告書」を発行してまいりましたが、第6号にあたる今回はタイトルを改め、「ファミリーマート社会・環境報告書 Sustainability Report」としました。この報告書は、ファミリーマートの「経済」・「環境」・「社会」の3つの側面に関する活動を広く社会に公開することを目的としています。社会性報告についても十分にスペースをとり、できる限り分かりやすく報告することに努めました。

2. より分かりやすい報告書をめざして

ファミリーマート店舗の24時間を紹介
コンビニエンスストアは原則として24時間、365日営業しています。ファミリーマート店舗の24時間を追いながら、お客さまの目に見えるところ、見えないところで行われている環境への取り組み、社会的な活動をレポートしました。

概要から詳細へ、詳細から概要へ

「ファミリーマートの24時間」から「環境報告書」「社会性報告」へ、また「環境報告書」「社会性報告」から「ファミリーマートの24時間」へと、本報告書のページはたくさんの矢印で互いに結ばれています。概要から詳細へ、詳細から概要へと行き交いながら、ファミリーマートの社会・環境活動の全体像を知っていただきたいと考えています。

加盟店が心がけているお客さま満足の取り組みを紹介

ISO14001定期審査を受けた加盟店のオーナー、店長、マネジャーに、「店舗の経営を通して、お客さまに喜んでいただいている取り組み」をお聞きしたところ、地域社会への貢献のために行っているさまざまな取り組みが寄せられました。その中から20名の方のコメントを、写真とともにページ欄外に掲載しています。

3. 対象期間

2003年度(2003年3月～2004年2月)

実績データは2003年度ですが、活動内容には一部、2004年度も含まれています。

4. 対象範囲

株式会社ファミリーマート単体と加盟店の事業活動及びお取引先にご協力いただいている商品、物流、店舗施設、廃棄物対策等の取り組み。

5. 第三者評価

環境マネジメントシステムについて、ISO14001審査員による定期審査結果及び講評を掲載しています。また、環境NPO「Japan for Sustainability」に依頼し、本報告書に対する第三者意見をいただきました。

6. ホームページでの開示

ファミリーマート環境サイト <http://www.family.co.jp/eco/>

FamilyMartエコキッズ <http://www.family.co.jp/eco/ecokids/>

7. 今まで発行した環境報告書

第1号 1999年7月26日発行	第4号 2002年6月5日発行
第2号 2000年6月5日発行	第5号 2003年6月5日発行
第3号 2001年6月5日発行	第6号 2004年6月5日発行(今回)

事業概要

それぞれが独立した事業主である加盟店と本部が
フランチャイズ契約のもとに、
パートナーとして「ファミリーマート」の事業を展開しています。

会社概要

商号：株式会社ファミリーマート

本社所在地：〒170-8404

東京都豊島区東池袋4-26-10

電話番号：03-3989-6600(代表)

ホームページ：http://www.family.co.jp

設立年月：1981年9月1日

資本金：166億58百万円

事業目的：フランチャイズシステムによる
コンビニエンスストア事業

従業員数：2,245名

国内エリアフランチャイズ
株式会社沖縄ファミリーマート
沖縄県那覇市松尾1-9-49

株式会社南九州ファミリーマート
鹿児島県鹿児島市真砂本町3-67

海外エリアフランチャイズ
全家便利商店股份有限公司
中華民国台北市中山北路二段61號7樓
BOKWANG FAMILYMART CO.,LTD.
大韓民国ソウル特別市江南区三成洞141-32

Siam FamilyMart Co.,Ltd.
Vanit Building ,11th Fl.,1126/2
New Petchburi Road,
Makkasan,Rajchatewii,Bangkok
10400,THAILAND

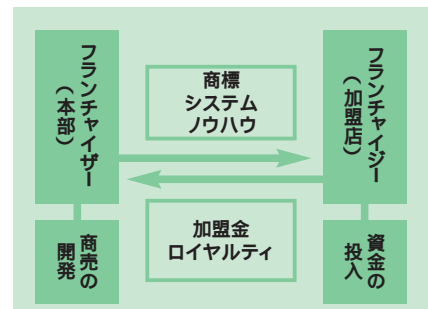
ファミリーマートのフランチャイズシステム

ファミリーマートの事業は、全国
5,528店舗(2004年2月末現在)の加盟
店と本部とのフランチャイズ契約によ
って成り立っています。

加盟店は、心のこもった接客とニー
ズを的確にとらえた品揃え、清潔で衛
生的な店づくりなどによってお客さま
の満足をめざし、本部は、ブランド価
値を高める商品開発や、効率的な店舗
運営に資するシステムの提供など、あ
らゆる角度から加盟店を支援してい
ます。また、スーパーバイザー(加盟店
経営指導担当社員)は、加盟店と本部
のコミュニケーションを密接に図ると
ともに、各店舗の経営データの分析に基
づく実践的な経営コンサルタント業務
を行っています。

加盟店と本部がそれぞれの役割をし
っかりと果たし、対等のパートナーと
して強い信頼関係を築きながら、チェ
ーンとして統一された戦略を実現し、1店

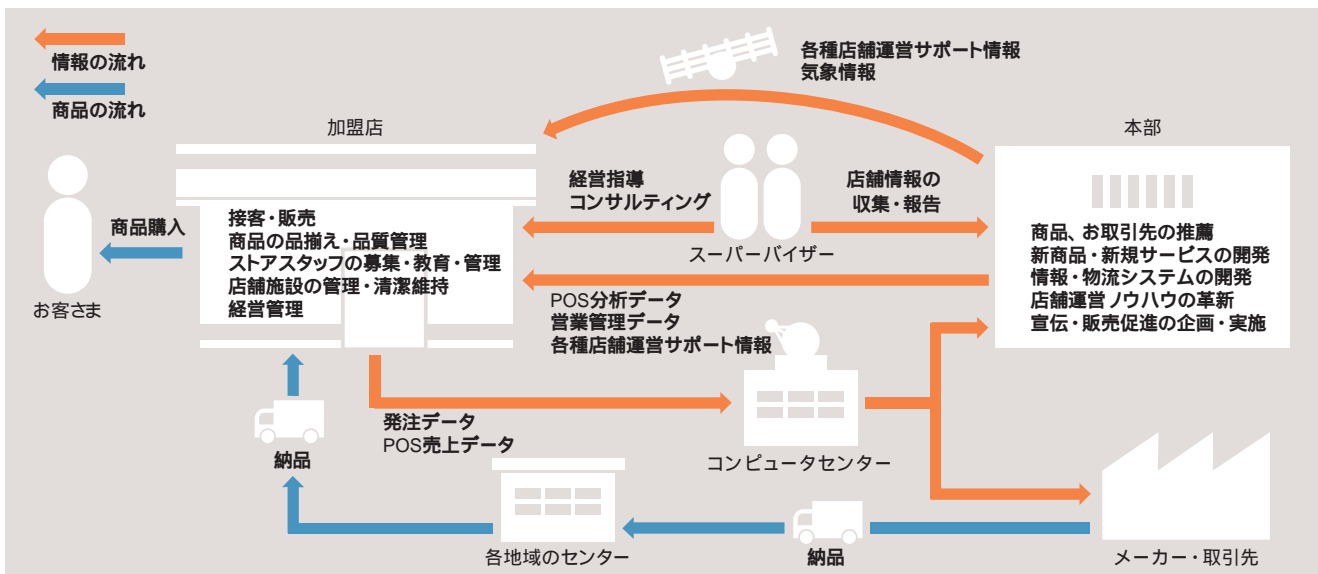
フランチャイズチェーンの仕組み



1店が地域社会でお客さまに最も支持
される店舗になる—それが、ファミ
リーマートの求めるフランチャイズシ
ステムです。

環境保全活動についても、1999年3
月のISO14001認証取得以来、フラン
チャイズチェーン一体となつての取り
組みを進めてきました。2002年10月
には、フランチャイズ契約書の「守る
べき事項」に「廃棄物の分別・リサイ
クルなどに積極的に協力すること」を
明文化し、さらなる徹底を図ってい
ます。

加盟店を支えるフランチャイズビジネスの仕組み



企業としての高い倫理観をもって 社会・環境活動に取り組みます

代表取締役社長兼COO

上田 津二

小売業の基本に徹して

2003年度は、企業の収益改善が進み、長い間続いてきた不景気感により、やく明るい兆しが見えてきました。しかし、小売業を取り巻く商環境は、雇用、賃金水準、デフレいずれも依然として厳しい状況が続いています。

このような情勢の中、ファミリーマートは企業体質の構造改革を押し進めるとともに、小売業の基本を重視し、その徹底に努めております。

小売業の基本とは、お客さまの視点に立って、お客さまの望まれていることを考えるということです。例えば接客においては、気持ちのよい対応は当然のこととして、さらに、お客さまが「元気になる」、もう少し進んで「勇気が生まれる」というような、人と人との心がつながる接客ができれば、お客さまの支持を得られると考えます。もちろん、気持ちよくお買い物していただくために、お店を清潔に整えるクレンネス、そして、お客さまのニーズにきちんと対応した品揃えも欠くことのできない要素です。

2003年度は、ジェネレーション(世代)マーケティング、プライス(価格)マーケティング、リージョナル(地域)マーケティングの3つの視点で商品開発を進めました。壮年世代向けの高級弁当「彩り膳」や高単価・高品質の「通の極上豚まん」といった商品は世代を超えて広くマーケットに受け入れられました。

今後も、さらに小売業としての基本を徹底し、地道に繰り返し実行して、

競争力のある店舗の創出をめざしていきます。

環境経営の推進

1991年に環境問題担当を設置以来、ファミリーマートは環境に配慮した事業活動を展開してきました。2002年度からは、環境活動を単なる企業のリスクマネジメントのひとつではなく、コスト削減によって収益の構造改革に結びつくものと位置づけ、「環境経営」への取り組みを進めています。

2004年2月からスタートした配送車へのハイブリッドトラック実験導入も、その一例といえます。全国に広がる店舗に商品を納品する数多くの配送車については、以前より低公害車への切り替えに取り組みできました。ハイブリッド車は、1998年より導入を進めてきたCNG車に比べて、天然ガススタンド不足というインフラの問題がクリアされ、効率化が進むと予測されます。さらには、燃費効率の向上によって、地球温暖化の抑止効果が高まり、経費削減も期待できます。実験の結果を確認でき次第、導入を進めていきます。

また、2003年度から本格導入をスタートした「総合熱利用システム」は、空調・冷蔵・冷凍のシステムを一体化することで、店舗の電気使用量を削減する画期的なシステムです。

「環境経営」の視点を見失うことなく、積極的に環境活動に取り組むことは、企業の使命であると認識し、さらに取り組みを進めていきます。

社会的責任への認識

今日、「企業の社会的責任」という視点が大きくクローズアップされています。私は、企業にとって社会的責任を果たすことは当然のことであり、当たり前のことを当たり前に、基本的なことを基本に忠実に、どこまで諦めずに繰り返し実行できるかがすべてであると考えています。

昨年、ファミリーマートは、ファミマ・クラブ会員の個人情報流出というあってはならない事態を招いてしまいました。ネットワークを駆使した広報活動で第2次被害の防止に努めるとともに、子会社に至る社内調査、外部の専門機関による調査などによって流出経路の特定を進め、ご迷惑をおかけした会員の皆さまにお詫びと経過報告を行うという対処をいたしました。このような不祥事を二度と起こすことがないように、以前より進めていたコンプライアンスへの取り組みのさらなる強化を図り、社長直属のコンプライアンス委員会を設置して、社内規定の整備、社員の意識向上に努めています。

ISO14001認証取得から5年を経て、環境活動については、全社員が日常業務の中で当たり前のこととして取り組むという意識が定着しつつあり、これを、コンプライアンス、情報セキュリティについても成し遂げたいと考えています。

食品の安全・安心、地域の拠点としての役割、環境活動、コンプライアンスなど、ファミリーマートの果たすべき

社会的責任を常に自覚し、その一つひとつに誠実に、着実に取り組んでいきたいと考えます。

「元氣・勇氣・夢」を持って

環境活動やコンプライアンスを実践する上でポイントとなるのは、人の意識の変革です。社内規定やシステム、テクノロジーの整備、充実を進めても、それを扱う人の意識のレベルが低い限り、企業にとっても社会にとっても豊かな実りへとつながることはありません。

2年前の社長就任時、私は「元氣・勇氣・夢」をモットーとして掲げました。閉塞感漂う時代だからこそ、自ら前向きに元氣を出して、逃げずに困難に立ち向かう勇氣を持たば、夢につながるということです。社員一人ひとりが「元氣・勇氣・夢」を持って常にポジティブに仕事に取り組み、それがご加盟店にも伝播していった時、そこに、お客さまにご満足いただける、お客さまに支持していただけるファミリーマートの姿があるはずです。

2003年度は、ディストリクト制の導入、ストアスタッフ教育サポートのための各種施策など、ご加盟店とのコミュニケーションをさらに深め、支援体制の強化を図りました。

「元氣・勇氣・夢」の精神の下、企業としての高い倫理観を持って、ファミリーマートはこれからも社会・環境活動に取り組んでいく所存です。



第2回全国環境美化活動(2003.10.31)



2003年度
春夏コンベンション
(2003.3.18)

2004年度
加盟店懇親会
(2004.3.3)



企業姿勢

お客さま、地域社会、加盟店、お取引先、社員とともに
企業理念 = 「CO-GROWING(共同成長)」をめざします。

21世紀を迎え、社会が大きく変化していく中で、ファミリーマートはコンビニエンスストアの原点を見つめなおし、これからの時代が求めるコンビニエンスストアのかたちを創り出そうとしています。

その挑戦の根幹となるのは、多くのステークホルダーの方々と相互にプラスの関係を築きながら、ともに成長し発展することをめざす企業理念「CO-GROWING(共同成長)」です。ビジネスパートナーとしての加盟店、連携す

るお取引先、すべての社員と協力して新しい価値を創造し、お客さまの共感、支持を得ながら、地域社会に貢献していきたいと考えます。

ファミリーマート企業理念とステークホルダーとの関わり

商品の製造、店舗への配送、店舗の建築、廃棄物処理など、ファミリーマートの事業は数多くのお取引先との連携によって成り立っています。環境保全活動については、このファミリーマートチェーン全体としての取り組みを目標として、お取引先にも環境負荷削減への協力依頼を進めています。中食製造工場や物流センターでは廃棄物の分別・リサイクルへの取り組みが進み、2003年度には、配送センターにおける配送車輛の消費燃料削減計画がスタートしました。

詳細は⇒P35 ~ 42

全国5,528店舗(2004年2月29日現在)の加盟店は、本部とフランチャイズ契約によって結ばれ、ともにファミリーマートのコンビニエンスストア事業を推進するパートナーです。加盟店は販売と店舗運営に専念し、本部は全力で加盟店を支援します。環境保全活動についても、フランチャイズチェーンとしてISO14001の認証を取得し、全店舗と本部全事業所が一体となって継続的改善に取り組んでいます。

詳細は⇒P2, 28, 52

全国のファミリーマートにご来店くださるお客さまは約500万人/日。ファミリーマートは、「すべてはお客さまのために」の精神のもとに事業活動を行っています。お客さまに満足していただける商品・サービスを提供し、また、安全・安心な商品の提供、徹底したコンプライアンスと情報開示、社会貢献活動への取り組みなどによって、お客さまの信頼をいただけるよう努めています。環境保全活動については、お客さまとのコミュニケーションを深め、ともに考え、ご協力をいただきながら取り組みを進めることを目標とし、2003年度は店舗からの環境メッセージの発信に力を注ぎました。

詳細は⇒P49



ファミリーマートの社員数は2,245名(2004年2月29日現在)。すべての社員がその能力を十分に発揮し、常にお客さまの視点に立ちながら、加盟店とともに成果を生み出していけるように、研修・教育の徹底、働きやすい職場環境の実現、人事制度の改革に取り組んでいます。

詳細は⇒P51

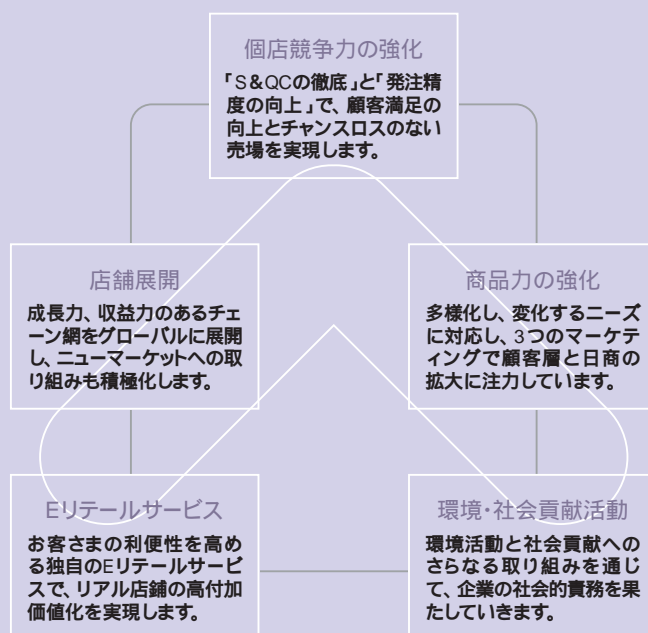
全国の各地域に店舗展開をするファミリーマートは、行政や地域の人々と協調し、地域社会の一員としての責任を果たしていきたいと考えています。24時間営業による環境負荷をできる限り抑制し、地域のセーフティステーションとして、防犯活動や未成年者への酒・タバコ販売防止に取り組んでいます。また、地域の要所に点在する利点を活かして災害時のライフラインとしての役割を果たせるよう、体制の整備を進めています。2003年度には、全国環境美化活動をスタートさせました。

詳細は⇒P53 ~ 55



経済性報告

ファミリーマートは常にお客さまの視点に立ち、加盟店とともに
店舗オペレーション・商品・サービスにおける最高レベルのクオリティを追求しています。



店舗展開

太平洋をぐるりと囲むグローバルネットワークの形成。
既成概念にとらわれることのない、ニューマーケットの開拓。
ファミリーマートはチャレンジを続けます。

アジア1万店達成、そしてパン・パシフィック構想始動

2003年12月18日に開店した「ファミリーマート柏豊四季店」をもって、ファミリーマートはアジア1万店を達成しました。

お客さまのご支持のもとに

1973年に埼玉県狭山市でコンビニエンスストアの実験店を開店して以来30年、お客さまのご支持をいただき、ファミリーマートは着実に店舗展開を進めることができました。2004年2月末現在で、国内38都府県6,199店舗(エリアフランチャイズ含む)、海外4,127店舗(台湾1,539店舗/韓国2,251店舗/タイ337店舗)合計10,326店舗を出店しております。

パン・パシフィック構想

国内では四国地方において、これまで出店していた香川県に続いて愛媛県へ進出するなど、今後は未進出地域の展開エリアの拡大を図ります。

海外戦略については、アジア1万店達成を一つの通過点としてとらえ、さらに次のステップをめざします。すでに出店している台湾、韓国、タイに加えて、パン・パシフィック構想のもと、2004年には中国・上海へ出店し、さらには米国・西海岸への進出も視野に入れています。

新たな可能性に向かって

ファミリーマートは、海外の提携先の

制約を受けることなく、純粹に“日本発”のチェーンとして世界に出ていくことができるコンビニエンスストアです。「日本発」のグローバルスタンダード」を確立させるべく、より一層高質店の出店を加速していきます。

そのために、物販だけでなく、Famiポート(店内に設置しているマルチメディア端末)などの情報インフラを利用した新しいサービスの拡充を通して、お客さまの利便性を高めていきます。

また、より広い地域を対象とした商品原料の共同調達の仕事づくりなど、グローバルネットワークを活用した新たな可能性を追求していきます。

ファミリーマートの「パン・パシフィック構想」



ニューマーケットへの出店を加速

ファミリーマートは、お客さまの利便性を追求し、新しいマーケットの創造にもチャレンジを続けています。病院や大学の構内、高速道路のサービスエリア・パーキングエリア、ホテル、オフィスビル内など、これまで未開拓だったマーケットで、「ここにファミリーマートがあったらいいな」とお客さまが思われるような立地に、出店しています。また、出店にあたっては、それぞれの場所におけるニーズを的確にとらえ、品揃えやストアスタッフの編成、施設、外観についても柔軟な店舗展開を行っています。

2003年度は、大学・専門学校に6店舗、高速道路のサービスエリア・パーキングエリアに4店舗など、20を超えるニューマーケットへ出店しました。今後もお客さまのご要望に応え、既成概念にとられないマーケットへの積極的な出店を行っていきます。



大阪赤十字病院店

(2003.9.1開店)
病院内へ出店。入院中の患者さんや、病院で働く方々、お見舞いの方々のニーズに合わせて、日用品必需品、花などの品揃えを充実させています。

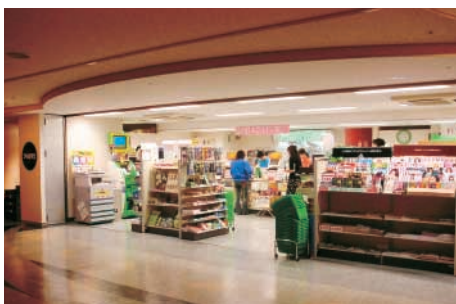
京都産業大学店

(2003.3.24開店)
大学構内への出店。より快適な教育環境の充実と、学生の皆さんへの利便性提供を第一に考え、レジ・通路幅の拡大、中食コーナーの充実、昼のピーク時のサテライト売店稼働などを実施。きめ細かいサービスを行っています。



蓮田SA店

(2003.7.19開店)
東北自動車道上り線に、吾妻パーキングエリア店と同時オープン。24時間途切れることのないサービスエリア利用者に向けて、より良い商品とサービスの提供に努めています。お客さまのニーズに応えて、お土産品や行楽関連商品、カー用品を充実させています。



伊藤忠ビル店(2003.12.3開店)

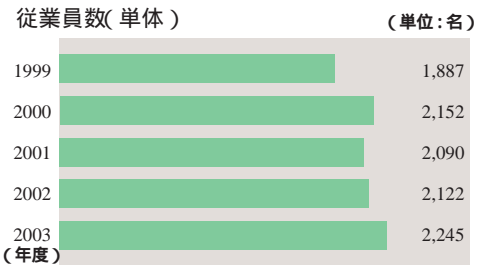
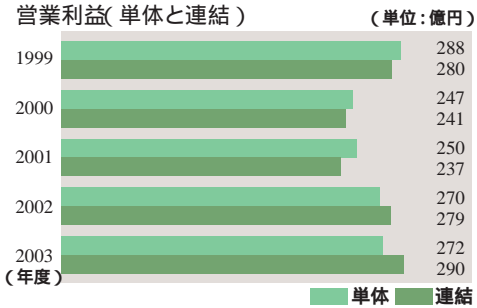
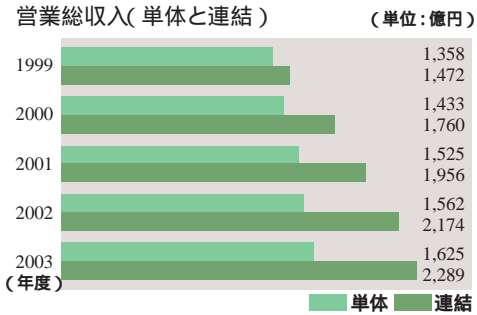
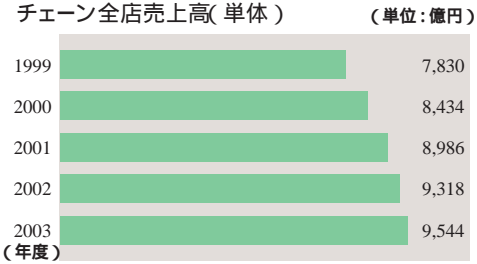
伊藤忠商事株式会社の東京本社ビル、地下1階へ出店。オフィス需要に合わせたワイシャツ、靴下や残業者向けの小物菓子、飲料、日用雑貨類を中心に好評をいただいています。



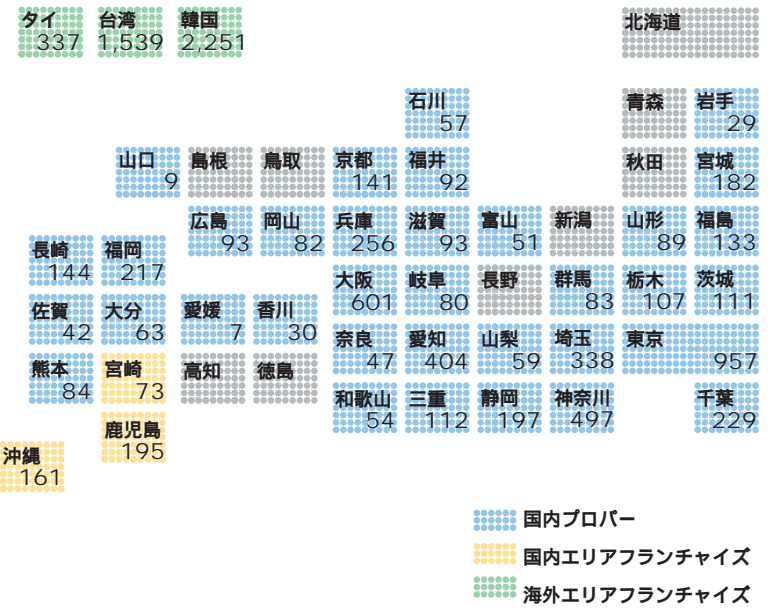
なんばパークス店(2003.10.1開店)

大阪なんばの新しいランドマーク「なんばパークス」内の地上30階建ての高層オフィスビルに新コンセプトショップとして開店。「なんばパークス」のコンセプトに合わせて、従来の店舗とは全く異なるメインロゴ、外観、店内装飾を採用しています。

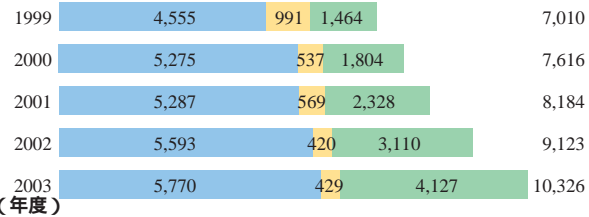
主要データ(財務状況・店舗数・運営状況など)



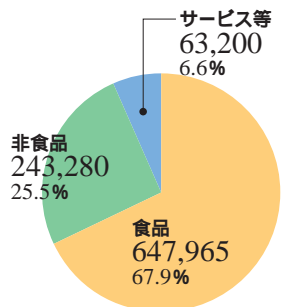
都道府県別店舗数(2004年2月29日現在)



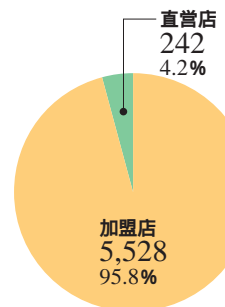
店舗数(単位:店)



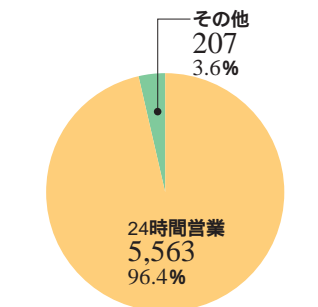
2003年度商品分類別売上高(単体) (単位:百万円)



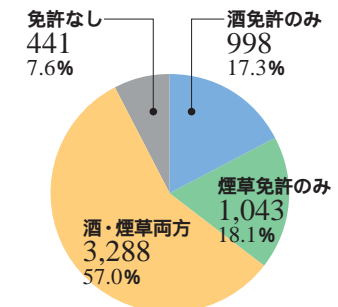
2003年度末店舗状況(単体) (単位:店)



2003年度末営業時間別店舗数(単体) (単位:店)



2003年度免許品(酒・煙草)有店(単体) (単位:店)



特集 ファミリーマートの24時間

朝、昼、夜。24時間、いつでも、どんな時にでも、
ご来店されたお客さまにはご満足いただける商品、サービスを提供したい。
そのために、ファミリーマートの店舗では、日夜休むことなく店内、店外の作業が行われています。
できる限り環境に配慮し、地域の皆さま一人ひとりのお役に立てるようにとの思いをこめて
ファミリーマートが取り組んでいる日常の姿をご紹介します。

取材店舗：ファミリーマート甲府千秋橋店(直営店)
取材日時：2004年4月9日(金)9:00AM～10日(土)9:00AM



9:00 A.M.

10:00 A.M.

店外

「いらっしゃいませ
おはようございます」



パン便到着



店頭分別ダストボックスのゴミを回収



店内

午前の発注



商品の検品と陳列



車で来店のお客さまに道案内



朝のピークが終わると、店長はバックヤードで朝の発注作業に。お客さまのニーズを満たし、なおかつロスを適正に収めるため、精度の高い発注をめざしています。



バックヤードの壁にはファミリーマートの環境方針を掲示



ストアコントローラーのインクカートリッジは指定袋に入れてリサイクルへ

市町村別廃棄物分別ルールの徹底を図っています

店舗の運営における環境目標は、「市町村別廃棄物分別ルールの徹底」です。店舗から出るゴミ(事業系一般廃棄物)は、原則として各市町村によって処理されます。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て、それぞれのルールに則った適正な処理を推進しています。2003年度も教育ツール「エコぱーとなー」によるストアスタッフ全員へのオリエンテーションを3回実施し、徹底を図りました。店長は毎月1回「排出ゴミ分別状況チェックリスト」による点検を行っています。



空調(左)・冷凍(右)の各室外機。ともにインバータ制御を組み込み、電気使用量の削減を図っています。2003年度からは、空調・冷蔵・冷凍のシステムを一体化して大幅な省エネルギー効果を上げる「総合熱利用システム」の本格導入もスタートしています。

詳細は→P39

11:00 A.M.

12:00 A.M.

廃棄物業者によるゴミの回収



ダンボールを倉庫に保管



廃棄物業者によるダンボール回収



売場手直し・補充



「レジ袋にお入れしますか？」



ペットボトルのユニフォーム



缶・ビン・ペットボトルは回収後、リサイクルに回します。

この作業は、手の空いた時間に随時行います。

ダンボールはリサイクルしています。

ペットボトル再生繊維を使用した店舗用ユニフォーム。1着につき、2リットルのペットボトル5本分を使っています。青は店長・マネジャー用、オレンジはストアスタッフ用です。

お客さまのご要望に応じてひと声おかけしています

お買い上げの商品を入れるレジ袋や、お弁当に添える箸・スプーンなどについては、無駄な使用を抑制し、省資源に努めています。お客さまの状況をよく見ながら、小さなものを1、2点程度お買い上げの際には、「レジ袋にお入れしますか?」、お弁当類をお買い上げの際には「お箸をお付けしますか?」とひと声おかけするようにしています。お客さまのご協力により、2003年度の1店舗あたりレジ袋使用量は約25万枚。前年比約89%まで削減することができました。



「お箸をお付けしますか?」

STAFF INTERVIEW

樋川 綾 スタアスタッフ

まず目に入るお店の外観が汚いと、お客さまに悪い印象を与えてしまうので、清掃には気を配っています。特にゴミ箱については、スタッフ全員がこまめにチェックして、ゴミが溢れたりしないように随時分別回収しています。きれいにしておけば、お客さまも「ああ、こんなにきれいにしておるんだから、自分もちゃんと分別して捨てよう」と思ってくれるのではないのでしょうか。レジでは、2品以内のお買い上げの場合は必ずレジ袋の要不要をお伺いしています。最近は、ご自分の方から「いらないよ」と言ってくれるお客さまも増えてきました。



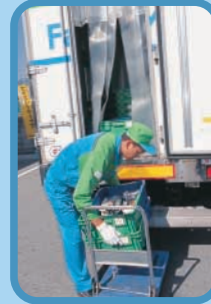
1:00 P.M.

2:00 P.M.

店頭・店舗周辺清掃



定温センター便到着



店内清掃



磨き上げた床



冷蔵・冷凍ケースの温度点検



地域の皆さまにご迷惑を
かけないように、日に3
度は店頭と周辺の清掃を
しています。

安全・安心な食品をお客
さまにお届けするには、
店舗での温度管理が非常
に重要です。ケースごと
に適正温度が保たれてい
ることを、昼夜2回の点検
で確認しています。

環境への負荷を抑制するため、効率
的な物流体制を構築し、配送車輛の
環境対策に取り組んでいます。

詳細は→P37~38

ドライバーユニフォームには
ペットボトル再生繊維を使用

納品時の騒音を
防ぐ静音台車



統一パットの採用で積載
効率を向上

建築材の省資源と 脱塩ビ化を進めています

ファミリーマートでは、建築材のエコマテリアル化を進め、実験・検証で有効性が確認されたものは、店舗設計の基準として採用し、新店・改装店を対象に導入を進めています。床材では、リサイクル対応可能なポリオレフィン(非塩ビ樹脂)系Pタイルの導入を2003年度よりスタートしています。燃焼時に有害ガスを発生せず、ダイオキシン発生
の心配もほとんどありません。接着剤も「シックハウス症候群」による環境規制強化に対応し、有害物質トルエンを
含まないものを使用しています。



清潔なお店で、気持ちよく
お客さまにお買い物をして
いただけるよう、クレンネ
スには力を入れています。
床清掃では、ダスターモッ
プがけは手が空いた時に
随時、バフingマシーン
がけは日に2回行っていま
す。

3:00 P.M.

4:00 P.M.

夕刊便到着



「ありがとうございました
またお越しくださいませ」

廃油回収業者による回収



商品の検品と陳列



販売期限チェック



SATで午後の発注



SAT: 店舗の売上情報などを確認しながら発注、売場づくりに活用する携帯端末機。

生ゴミ処理機を稼働



弁当など中食商品について保存料、合成着色料の使用を全廃しています。

詳細は→P48

また、ラップはポリ系、容器・ふたにも燃焼時に有毒ガスを発生しない素材を使用しています。

詳細は→P48

2003年7月からは、おにぎり包装を25ミクロンから20ミクロンに薄くし、軽量化を実施。2003年度トータルで前年度より24t削減しました。



販売期限とは、ファミリーマートが設定した、その商品を販売してもよい期限のことです。お客さまに新鮮で安全な商品をお買い上げいただくために、日に3回のチェックを行い、販売期限切れ商品がない売場づくりに努めています。

詳細は→P47

フライヤー商品の調理で使用した後の廃食用油は、「廃食用油回収リサイクルシステム」により、回収・リサイクルされています。

詳細は→P42

個店設置型生ゴミ処理機により、生ゴミを減量処理しています。販売期限の過ぎた弁当などの容器包装を外し、処理機に入れてスタート。

詳細は→P41

STAFF INTERVIEW

長田好美 スタッフ

日に1度は、お店正面のガラスとタイル部分の清掃をしています。結構重労働ですが、もう習慣になっていて、それほど苦にはなりません。ゴミの分別や廃油の処理なども、スムーズに日常業務の中に定着しています。このお店で働き始めて3年経ち、今は、日用雑貨やお菓子、アイスなどの発注も任されるようになりました。SATの商品情報をもとに、他店と比べて自分のお店の場合はどうだろうと常に考えながらの作業です。新商品で売上の読みが当たった時などは、本当に嬉しい。お客さまの反応がすぐに返ってくるコンビニエンスストアの仕事は、前向きに取り組むと、本当に面白いと実感しています。



5:00 P.M.

6:00 P.M.

スーパーバイザー来店



宅急便集荷



スーパーバイザーは次の店舗へ



生ゴミ処理機運転終了



レジ袋にメッセージ



ロス商品の処理については、回収して肥料へとリサイクルする「生ゴミ回収リサイクルシステム」の導入も進んでいます。

詳細は→P41

2003年6月より、レジ袋に「街の環境美化に協力しましょう」のメッセージ掲載をスタートしました。レジ袋の削減にご協力をお願いし、ゴミやレジ袋のポイ捨ては止めましょうと呼びかけています。



スーパーバイザーは本部と加盟店を結ぶパイプ役

スーパーバイザー(以下SV)は店舗経営のコンサルタントともいうべき存在。定期的に店舗を訪れ、店舗運営全般から、品揃え・陳列方法といった具体的なことまで、ファミリーマートが蓄積したノウハウに各店の個性を加味して、実践的なアドバイスを行います。また、本部と店舗との潤滑なコミュニケーションを図ることも、SVの重要な仕事です。1人のSVが担当する店舗は平均7店。その1店1店の競争力を高め、より魅力ある店舗にいくために、日々サポートに力を注いでいます。



スーパーバイザーが店舗訪問時に使用する社有車については、1999年度より七都県市指定低公害車への切り替えを進めています。2003年度は301台を新規導入しました。また、駐車時にはアイドリング・ストップを徹底しています。



アイドリング・ストップ宣言のステッカー



2004年度より、交通事故防止のための前照灯昼間点灯を実施

7:00 P.M.



8:00 P.M.

「いらっしゃいませ
こんばんは」



店頭分別ダストボックス回収整理



店内に環境メッセージが流れています



セーブ・ザ・チルドレンの募金箱



2003年10月より、店内のマルチメディア端末「Famiポート」(音声は店内放送と連動)で、30秒の環境メッセージビデオを放映しています。「環境報告書2003」の表紙に使用したサトウキビ畑を背景に、「省資源」街の環境美化へのご協力をお願いする内容です。



袋にお入れしますか?

割り箸はご利用になりますか?



レジ袋やゴミは

捨てずにお持ち帰りください

限りある資源を大切に



夕方の売上のピークが終わるとダストボックスはいっぱい。

国際的なNGOであるセーブ・ザ・チルドレンの活動を支援し、全国の店舗のレジカウンターに募金箱を設置しています。

詳細は⇒P55

STAFF INTERVIEW

小林 亮

東京第3ディストリクト甲府エリア スーパーバイザー

甲府千秋橋店は直営店ですから、三森店長とはいわば「同志」の感覚で、経営戦略を練っています。スーパーバイザーの仕事は、経営面での戦略パートナーとしての役割が第一ですが、さらに、ご加盟店にいかにも楽しく、元気にコンビニエンスストアという事業を営んでいただけるかが勝負だと思っています。もちろん環境保全活動のアドバイスも大切なことですから定期的に行っています。ストアスタッフの皆さんに、自分で売場をつくっていくことの面白さを知ってもらい、コンビニエンスストアの仕事を好きになってもらえるよう、サポートをしています。私がお店の担当を代わった後も、いつまでもお客さまに支持されるお店づくりをめざしています。



9:00 P.M.



10:00 P.M.

「ありがとうございました
またお越しくださいませ」



常温便到着



店内清掃



レジ液晶画面でメッセージ表示



「We Love Green」商品



人工大理石製カウンター



レジカウンター天板のリユースをスタート

レジカウンターの天板は1999年度より、ロングライフ材の人工大理石の使用を標準化しています。2003年度には、人工大理石製天板を使用していた閉鎖店より回収し、改修後、一部を再利用するリユースの実験導入をスタートしました。人工大理石製天板を使っていた閉鎖店はまだ少ないのですが、今後はリユースが順次増えていくと見込まれます。



2003年9月より、レジ液晶画面でレジ袋削減へのご協力をお願いしています。固定画面5秒で、FamilyMartエコキッズのキャラクター「エコロン」も登場。「皆で省資源に取り組もう」という思いをこめています。

温室効果ガスの排出削減と騒音防止のため、冷凍車を除くすべての配送車でアイドリング・ストップを実施しています。



ドライバーとエンジン・キーをつなぎ、駐車時にキーの抜き取りを徹底する腰ひもキーホルダー

日用雑貨のコーナーには、ファミリーマートの環境活動のシンボルマーク「We Love Green」を付けた商品が置かれています。2003年度には、これまで展開してきた統一パッケージによる展開を見直し、商品それぞれの特性を前面に出したパッケージへと移行。さらにクオリティを高め、環境配慮型商品の拡大に努めています。

詳細は→P35



11:00 P.M.

12:00 P.M.

定温センター便到着



検品と陳列



販売期限チェック



検品と陳列



販売期限切れ商品をなくすために、ストアスタッフには「品質衛生管理ハンドブック」を配布しています。



オリジナル商品「ゲラタン」の容器は、天然素材の葎でつくられています。

詳細は→P35

オリジナル商品「パッソプレzzo」カップコーヒーには、環境にやさしい栽培方法でつくられた「Rainforest Alliance」認定コーヒー豆が使われています。

詳細は→P36

プライベートブランド牛乳にESL製法を採用

ファミリーマートでは、お客さまにより新鮮な牛乳をお届けするために、全国6カ所の産地に分けてプライベートブランド産地指定牛乳を販売しています。2003年5月からは、さらなる安全とおいしさをめざして、ESL(extended shelf life)製法を採用しました。ESL牛乳は、通常のチルド牛乳と同じく生乳を殺菌・充填し冷蔵保存したものです。原料から製品に至る全製造工程の徹底衛生管理によって品質レベルを高めています。この製法により、お客さまにはより一層安全・安心でおいしさの長持ちする牛乳を提供することが可能となりました。



積み降ろし時の外気の侵入を抑制するため、配送車輛のドアの内側にはスリットカーテンが設置されています。

1:00 A.M.



2:00 A.M.

雑誌便到着



店舗入口の防犯回転灯



カラーボール



消火器



店内照明



フライヤー清掃



冷蔵・冷凍ケースの温度点検



2003年度から、「カラーボール」を全店に導入しました。強盗事件の際、逃げる犯人の足元に投げつけて破裂させ、洗ってもルミノール反応が出る塗料を服に付着させるもので、カウンター内の目立つ場所に設置しています。

各ケースについては、防露コントローラー導入などの仕様改善を進め、電気使用量削減に努めています。冷媒には、空調機とともにオゾン層破壊の影響が少ない代替フロンを標準化し、切り替えを進めています。また、店舗の改装・閉鎖時には、機器の内部に封入されているフロンを回収・分解処理または再利用し、最終処理までの確認を行っています。

店内照明は、Hf照明(高出力型蛍光灯)を使用し、一定照度調光システムにより、電気使用量を削減しています。

地域のセーフティステーションをめざすファミリーマートにとって、深夜営業時間の防犯対策は非常に重要な課題です。緊急事態発生時には、安全を確認後、防犯回転灯を鳴らします。

防災のため、店内には消火器も設置。

使い終わった食用油を冷ました後、回収用容器に入れ、フライヤーを清掃します。



3:00 A.M.



4:00 A.M.

朝刊便到着



パン便到着



正面ファサード看板



レジ液晶画面にメッセージ表示



店内清掃



検品と陳列



夜を明るく照らし出すファサード看板。薄型化を図り、特殊反射板を利用して内部の蛍光灯の本数を半減しています。

お客さまが少なめの夜間清掃では、バフingマシンの前にモップによる水拭きを追加しています。

セーフティステーションへの取り組みの重点課題として、「未成年者への酒・タバコ販売防止」があります。販売時の年齢確認などにお客さまのご協力をいただくために、店内のさまざまな場所からメッセージ発信を行っています。

詳細は→P53



入口にポスターを掲示



Famiポートからも放送



ネームプレートにもメッセージ

STAFF INTERVIEW

一瀬 健正 深夜勤務担当ストアスタッフ

防犯については、まずお客さまが入店された時に、しっかりとその方と目を合わせながら元気よくあいさつをするようにしています。店内の人の動きにきちっと目を配っていれば、それほど不安を感じることはありません。深夜は納品も多くて結構忙しいのですが、比較的空いている時間帯には、バフingマシンで床を磨き、明け方には店頭のゴミ箱や灰皿をきれいにし、清々しい気分で朝を迎えます。きれいなお店にお客さまをお迎えし、ちゃんと接客をしていけば、お客さまと心が通い合う瞬間も増えてきて、それが、この仕事をやっていて一番楽しいところだと感じています。



5:00 A.M.

6:00 A.M.

冷凍便到着



店頭分別ダストボックス回収整理



店頭・近隣清掃



雑誌陳列



「レジ袋にお入れしますか？」



フロン券取り扱い告知シール



セーフティステーション化への取り組みとして、18歳未満の青少年への成人向け雑誌販売防止に努めています。2004年6月から新什器を導入し、成人向け雑誌の区分陳列の徹底を強化しています。また、POPや店内放送でお客さまにご協力をお願いしています。



駐車場で風を受けてはためくのぼり旗は、ペットボトルの再生素材を60%使用しています。



行政の ペットボトル回収事業に 回収拠点として協力しています

ペットボトルのリサイクル推進のため、自治体からの協力要請地域では、回収拠点として協力をしています。自治体による回収が週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回収ボックスを負担して設置し、お客さまにご利用いただくシステムです。現在、東京23区など33の市区町村で協力しており、約900店舗が参加しています。



ペットボトル専用
回収ボックス

フロンガス拡散防止を 推進する 「自動車フロン券」の 取り扱い

フロンガスの回収により、オゾン層破壊・地球温暖化の防止を目的とする「フロン回収破壊法」の施行(2002年10月)に伴い、ファミリーマートでは自動車廃車時のフロン処理費用の代行収納を「フロン券取扱票」により実施しています。



自動車フロン券(外袋)

7:00 A.M.

8:00 A.M.

「いらっしゃいませ
おはようございます」



定温センター便到着



店頭的环境ステッカー



検品と陳列



販売期限チェック



ファミリーマートが国際規格ISO14001に則って環境活動に取り組んでいることを広くお客さまに知っていただくために、店頭に環境ステッカーを掲示しています。

非遺伝子組み換え
飼料による
安全・安心の
「新鮮輝きたまご」

おいしくて安全・安心な卵をお客さまにお届けするために、お取引先との連携で独自のシステムを構築し、非遺伝子組み換えコーンを飼料とした「新鮮輝きたまご」を販売しています。HACCP(国際的な食品衛生管理方式)対応による生産、産卵後から配送・販売まで一貫したチルド管理体制など、徹底したこだわりをもってつくられた商品です。



STAFF INTERVIEW

三森貴代美 店長

日々店舗から出るゴミを徹底して分別し、可能な限りリサイクルすること、省資源のためにレジ袋や箸などの要不要を確認することは、コンビニエンスストアとして責任をもってやらなければならないことだと思っています。また、食品を扱う店としてのレベルをクリアする清掃も必要ですし、常に安全・安心な食品をお届けするための温度・鮮度チェックも欠かせません。業務に追われ忙しい毎日ですが、幸いに、今のスタッフは皆、積極的に取り組んでくれています。店が公道沿いにあるため、道の案内、トイレのご使用、車内ゴミの廃棄などの頻度も高いのですが、お客さまに喜んでいただける対応を心がけています。短い滞店時間の中で、接客、品揃え、店の美しさ・清潔さなど、どれかひとつでもお客さまに「良かったな」と感じてもらえるよう、これからもスタッフと一緒に頑張っていきたいと思っています。



環境報告

環境保全への取り組みは、ファミリーマートの社会的使命であると認識しています。
ISO14001マネジメントシステムのもと、
事業を構成する「商品」「物流」「店舗施設」「廃棄物対策」「事務所」のそれぞれについて、
毎年目標を立て、取り組みを進めて、継続的な改善を図っています。



環境ビジョン

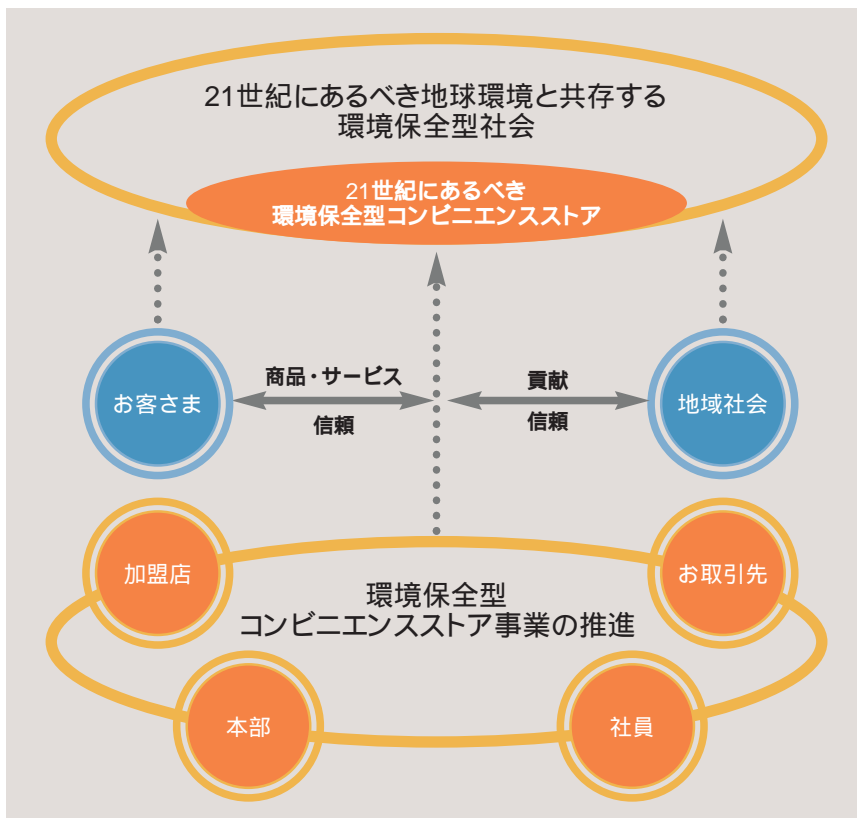
企業理念「CO-GROWING(共同成長)」を基盤として地球環境と共存する、21世紀にあるべきコンビニエンスストアの姿を追求しています。

ファミリーマートのコーポレートカラーはブルーとグリーン。ブルーは都会性や知性、自由を、グリーンは環境保護を表しています。環境保全活動は、今や人々の日常生活に深く浸透し、新たな社会インフラともなったコンビニエンスストア事業を営むファミリーマートのコーポレートテーマです。

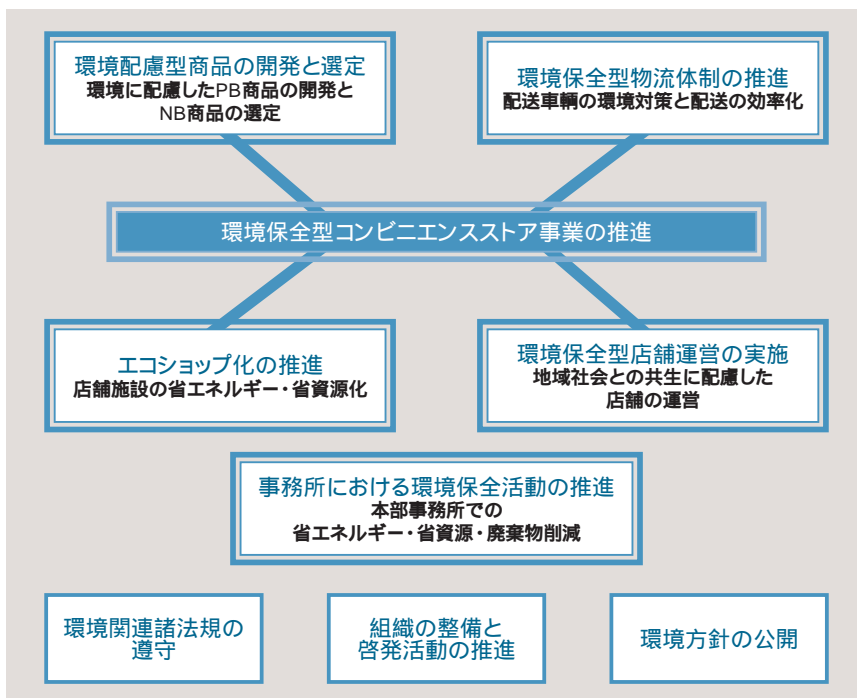
ファミリーマートの環境保全活動の根幹となるのは、企業理念「CO-GROWING(共同成長)」の精神です。本部、社員、加盟店は、お取引先とのパートナーシップを深めながら、「環境保全型コンビニエンスストア事業」を推進します。そして、環境に配慮した「商品」「物流」「店舗施設」「店舗運営」を実現することで、お客さまの信頼を獲得し、地域社会への貢献を果たします。ファミリーマートに関わるさまざまな企業、人々が心を通わせ、力を合わせて、地球環境と永続的に共存しうる社会の実現に取り組んでいきたいと考えます。

ファミリーマートが未来に思い描くのは、環境保全型社会の拠点としての役割を担う「21世紀にあるべき環境保全型コンビニエンスストア」の姿です。大規模な店舗ネットワーク、高度な情報発信力を活かして、今後も目標を高く掲げ、進化を続けていきます。

ファミリーマートの環境ビジョン

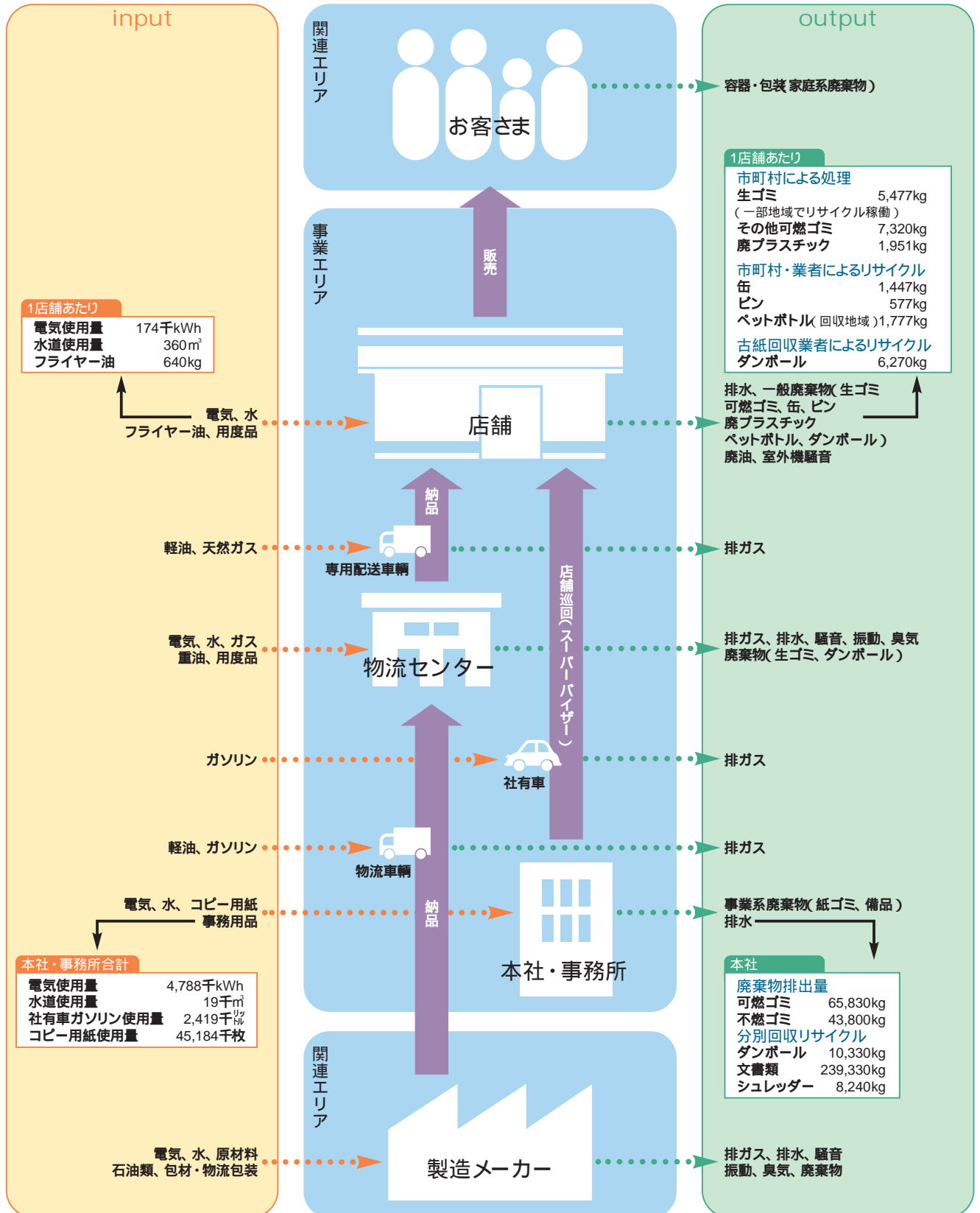


ファミリーマートの環境方針骨格



事業活動にともなう環境への影響

適切で効率的な環境保全活動を推進するため、ファミリーマートの事業活動が生み出す環境負荷をできる限り具体的に把握するよう努めています。



数値は、表示がある場合を除いてすべて年間のデータです

環境マネジメントシステムの体制と運営

フランチャイズチェーン全体の環境保全活動の向上をめざして、PDCAサイクルによる環境マネジメントシステムを推進しています。

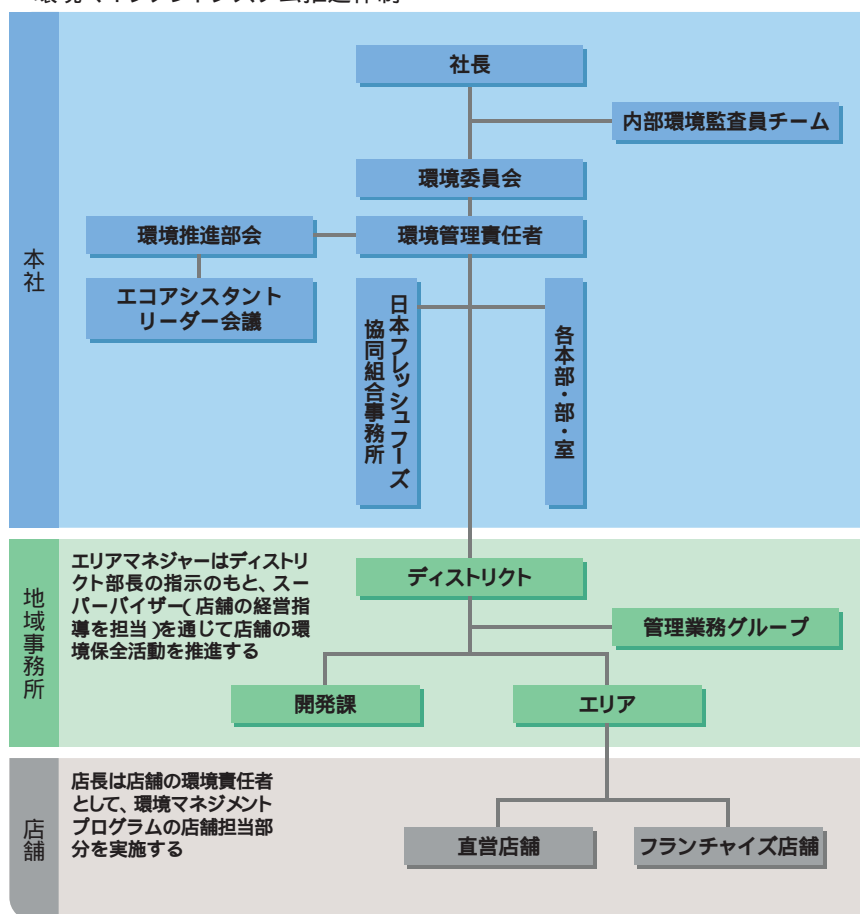
推進体制——ディストリクト制導入

ファミリーマートの環境保全活動における最大の課題は、本部から約5,800店に及ぶ全店舗にわたって、いかに均質な取り組みを実行できるかということです。1999年3月にISO14001の認証を取得以来、社長をトップとする推進体制で環境マネジメントシステムを運営し、全店舗と本部の全事務所で継続的改善に努めています。

2003年3月には、地域事務所を分割再編して16のディストリクトによる体制をスタートしました(2004年3月にはさらに19ディストリクト制に移行)。加盟店への支援を強化し、より緊密なコミュニケーションを実現しています。また、管理業務部(2004年3月から管理業務グループ)は、環境マネジメントシステムにおいて、エリア、開発課に対するチェック機能の役割を果たし、内部環境監査の役割を担っています。

これからも充実した体制のもと、環境保全活動のさらなる拡大・徹底を図っていきます。

環境マネジメントシステム推進体制



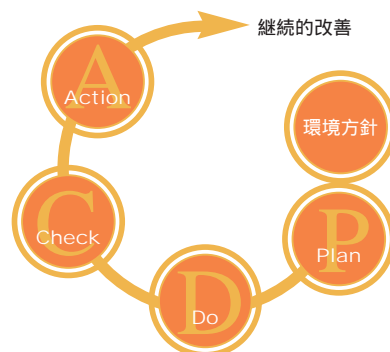
PDCAサイクルによる運営——目標を立て、実行し、検証し、改善する

全店舗及び本部の全事務所で、ISO14001のPDCAサイクルによる環境マネジメントシステムを推進しています。具体的な数値目標を立て(Plan)、総力を挙げて実行し(Do)、達成度を確認して是正し(Check)、システムの見直しをして改善を図る(Action)。このシステムは、フランチャイズチェーン全体に環境保全活動を浸透させ、レベルアップを図るためには非常に有効です。

Checkでは、四半期ごとに進捗状況を確認し、計画通りに進んでいない時には原因と対策を明らかにして、是正に努めました。

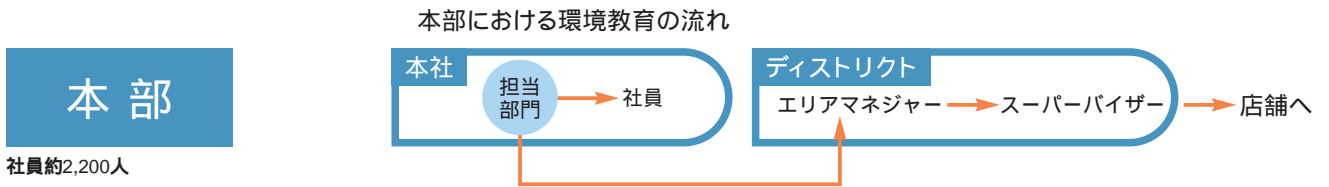
2003年度の重点取り組み事項は、D(Do)の教育において、全社員を対象にe-ラーニング環境教育を実施したことと、C(Check)の内部環境監査において、内部環境監査員を増員し、全エリア事務所の監査を実施したことです。

ファミリーマートにおけるPDCAサイクルの運営



環境教育・オリエンテーション

社員、店長、そして約10万人に及ぶストアスタッフまで、徹底した環境教育・オリエンテーションの体制づくりに努めています。



全社員を対象にe-ラーニングによる環境教育を実施

社員への環境教育の徹底を図るため、2003年6月～8月、パソコン上で環境教育を行うe-ラーニングを実施しました。社内イントラネットを見られる環境下にある社員全員が、ISO14001環境マネジメントシステムについての学習をし、最後に四択形式のテストを受ける(トータル所要時間約30分)というコースになっています。

e-ラーニングの導入には、多くのメリットがあります。

集合学習とは異なり、各自の都合に合わせて、時間・場所の制約なく受講できる。

すべての受講者の学習状況を環境推進部で把握することができる。

反復学習、テスト実施などにより、高

い教育効果が期待できる。

社員全体の環境スキルを、均一的にレベルアップすることができる。

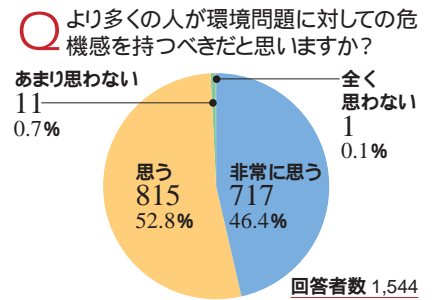
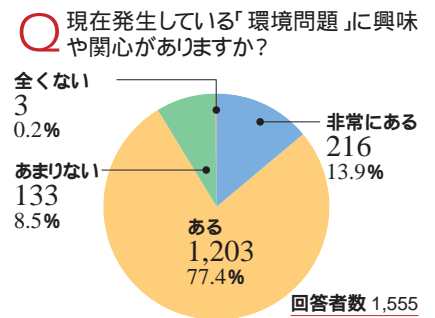
社員の学習意欲も高く、受講後のアンケートにも、環境学習に対する前向きな意見が多く寄せられました。

社員教育では、この他に階層別教育として、新入社員環境一般教育(4月)、著しい環境側面に関わる業務に携わる社員の環境専門教育(9月～12月)を行っています。



e-ラーニングによる環境学習

受講後の社員へのアンケートより



環境方針個人カード

毎年6月に「環境方針個人カード(名刺サイズ、4ページ)を発行し、全社員常時必携としています。ファミリーマートの「環境方針」「環境影響」「環境目的・環境目標」を掲載しています。



イントラネット「なるほど環境問題」

2002年5月より社内イントラネットに、環境推進部発信の「なるほど環境問題」を開設。メニューを随時更新し、日常の業務に環境活動を連動させるツールとして活用しています。



「Familink(ファミりんく)」

社内報「Familink(隔月刊)では、ファミリーマートの社会・環境活動を随時報告し、情報の共有化と意識啓発を図っています。



店舗

店長・ストアスタッフ約10万人

店舗における環境教育・オリエンテーションの流れ



「エコぱーとなー」による教育・オリエンテーションの徹底

2003年6月・9月、2004年1月の3回にわたって、全店舗における環境教育・オリエンテーションを実施しました。教育資料「エコぱーとなー」をテキストとして、スーパーバイザーは担当する全店長に、店長は雇用する全ストアスタッフにオリエンテーションを行い、意識啓発と活動の徹底を図っています。

ストアスタッフ全員へのオリエンテーション実施を確認するチェックリスト

エコぱーとなー

地球環境問題やファミリーマートの取り組みの状況をイラストや写真で分かりやすく解説



2003年度の環境教育・オリエンテーション

教育資料(エコぱーとなー)	内容	時期
Vol.18 店舗で行う環境保全活動	<ul style="list-style-type: none"> 一声かけて省資源、心がけよう省エネルギー 清掃活動の実施、廃棄物分別の徹底、リサイクル ISO14001って何? 	6月
Vol.19 リサイクル・循環型社会に向けての取り組み	<ul style="list-style-type: none"> 廃棄物トータルリサイクルシステム 資源ゴミはどこへ? リサイクルのルートを追跡 環境インタビュー「継続して清掃活動に取り組んでいます」 	9月
Vol.20 一緒に考えよう地球温暖化	<ul style="list-style-type: none"> 審査機関によるISO14001定期審査 地球温暖化防止への取り組み 環境インタビュー「舗道のタイルや植え込みにまで細やかな心くばり」 	1月



店長からストアスタッフ全員へ

スーパーバイザーから店長へ

マネジメントマニュアルに「環境保全」

2002年9月より、店舗経営の基本となるマネジメントマニュアルに「環境保全」を加えました。環境保全型店舗運営を継続していくためのシステム、法的及びその他の要求事項、ストアスタッフ教育、排出ゴミについての責任と権限・実施手順などが細部にわたって記載されています。



「Family」

加盟店向けの月刊誌「Family」では、ファミリーマートの環境活動の動きを随時レポートして、加盟店の環境への意識向上を図っています。



コンベンションに環境コーナー

加盟店の店長、ストアスタッフを招いて開催するコンベンションの会場に環境コーナーを設置し、オリエンテーションを実施しました。

2003年春夏コンベンション

日程・会場	環境コーナーの展開
3月5日 ～26日 全国6会場	<ul style="list-style-type: none"> 食品リサイクル法の解説と個店設置型生ゴミ処理機の紹介 フライヤー廃食用油のマニフェスト票管理の徹底 ISO14001の取り組み



福井会場

2003年度達成状況と2004年度環境目標

具体的な目標を設定し、達成に向けて総力を挙げて実行し、結果を検証する。このシステムを守って、着実に環境活動の継続的改善を図っています。

2003年度環境目標の達成状況

	2003年度環境目標	環境マネジメントプログラム的手段	参照ページ
環境配慮型商品の開発と選定	環境配慮型商品(日用品)の改善・リニューアルの実施 上期=3アイテム、下期=8アイテム	より質の高い商品へ全面リニューアル	P.35~36
	環境に配慮した非プラスチック容器の中食商品への採用(5アイテム)	葦等の環境に配慮した容器の選定	P.35
	おにぎりの包材を25ミクロンから20ミクロンに軽量化(7月)	軽量化による環境に配慮した包材の使用	
環境保全型物流体制の推進	CNG配送車20台新規導入 2003年度末累計114台	CNG配送車の導入	P.37~38
	ディーゼル車輛の使用燃料削減 配送車輛の10km走行するのに必要な燃料の改善 目標値:前年よりも3%削減	4センター112台の車輛で運転マナー教育による削減効果の検証	
エコショップ化の推進	総合熱利用システムの新設店/改装店への全面導入 年間電気使用量約7,000kWh/店の削減	導入可能店のみ、全面導入	P.39~40
	備品(一部什器)共同配送システムの全面導入 店着台数14台 2台	導入可能店のみ、全面導入	
	ポリオレフィン床タイルの新設店/改装店への全面導入 (非塩ビ床材とVOC対応接着剤)	導入可能店のみ、全面導入	
	カウンター天板(人工大理石製)のリユース	導入可能店のみ。人工大理石製カウンター天板を使用の閉鎖店より回収し、再利用	
環境保全型店舗運営の実施	市町村別事業系廃棄物分別ルールの徹底 徹底率=100%	全店での維持管理	P.41~42
	生ゴミリサイクル実施店舗の拡大 2003年度末、累計555店舗(新規参加170店舗)	直営店への生ゴミ処理機導入 リサイクル業者の開発 既存店の生ゴミリサイクルへの切り替え 新店舗の生ゴミリサイクル実施	
	廃油回収リサイクル実施店舗の拡大 2003年度末、累計4,650店舗(新規参加310店舗)	既存店の廃油回収リサイクルへの切り替え 新店舗の廃油回収リサイクルの実施	
事務所における環境保全活動の推進	事務所電気使用量の削減 2002年度比99.0%(本社ビル及び周辺ビル)	毎月の部門目標数値の進捗状況確認 昼休み事務所内蛍光灯消灯 1時間以上離席する時はPC本体の電源を消す	P.43
	コピー用紙仕入(使用)量の削減 2002年度比95.0%(本社ビル及び周辺ビル)	毎月の部門目標数値の進捗状況確認 両面コピーの利用 ファイリングの推進	
	紙類リサイクルBOX利用の徹底 リサイクル率=80%	エコアシスタントリーダー会議での確認	
	エコロジー事務用品の導入 導入率=63%	事務用品登録の見直し	
	低公害車導入(七都県市指定低公害車) 215台新規導入	低公害車への切り替え	

2003年度の進捗状況	評価
14アイテムのリニューアルを実施 品質の良さを全面に訴求するパッケージ変更を実施	
グラタン等4アイテムに葎製容器導入。その他惣菜で1アイテム、 サラダ1アイテム、米飯3アイテムに非プラスチック製容器導入	
計画通り7月から軽量化	
新規導入18台。年度末累計112台	
運転時の燃料削減重点項目を策定し、実施 軽油使用量2002年度比97%	
今年度合計530店舗に導入	
今年度合計554店舗で実施	
今年度合計646店舗に導入	
今年度合計24店舗から回収し、リユースを実施	
店舗向け環境教育資料「エコぱーとなー」により市町村別の 廃棄物分別を徹底	
新規参加148店舗、累計514店舗で実施	
新規参加607店舗、累計4,949店舗で実施	
2002年度比99.9%	
2002年度比104.6%	
第1四半期は80.2%、第2四半期は80.2%、第3四半期は76.1%、 第4四半期は82.5%。年間リサイクル率80%	
エコロジー事務用品導入率64%	
七都県市指定低公害車301台導入	

環境目的と2004年度環境目標

環境目的	2004年度環境目標
オリジナル商品の原料・容器・包装の環境 配慮仕様への素材改良、軽量化の推進	環境配慮型商品(日用品)の 導入率向上 環境に配慮した非プラスチック容器の 中食商品への採用(新規2アイテム)
配送車による温暖化 ガス排出量の削減	低公害車輛(CNG車又はハイブリッド 車)新規18台導入 エコドライブの徹底による燃費向上策 を58センター、1,163台で実施
店舗の省エネルギー 対策の推進	ガラス壁面の遮熱フィルム、断熱効果 の高い外壁材の導入
店舗建設及び改装・ 閉鎖の際の環境配慮	ポリオレフィン素材の床仕上げ材導入 推進
店舗から排出される 廃棄物の分別、 リサイクルの推進	市町村別事業系廃棄物分別ルールの 徹底 生ゴミリサイクル実施店舗の拡大 2004年度新規参加 = 170店舗 廃油回収リサイクル実施店舗の拡大 2004年度新規参加 = 450店舗
事務所の 省エネルギーの推進	電気使用量の削減 目標 = 前年比99%
事務所の省資源、 リサイクルの推進	コピー用紙仕入(使用)量の削減 目標 = 前年比97% 紙類リサイクルBOX 利用の徹底 リサイクル率目標 = 80% エコロジー事務用品の導入 導入率目標 = 64%
社有車の 環境負荷削減	低公害車230台新規導入

評価： ○ = 100%達成 △ = 70%以上、100%未満の達成 × = 70%未満の達成

環境会計

環境活動にかかったコスト(投資・費用)を集計し、環境経営に活かしています。

ファミリーマート環境会計の考え方

ファミリーマートはISO14001(環境マネジメントシステム)に基づいて環境保全活動に取り組んでいます。毎年公表している環境会計もISO14001の考え方を反映させて集計し、なるべく分かりやすい公表に努めています。

1.環境会計導入の目的

1年間の環境保全活動(環境負荷の削減、環境改善など)のために投下した投資額と費用額を集計し、「内部機能」としては社内における環境経営の管理ツールとして活用し、「外部機能」としてはお客さまや株主、地域住民などのステークホルダー(外部の利害関

係者)への情報公開、説明責任を果たし、ファミリーマートの環境保全活動に対するご理解を深めていただくために使用します。

2.環境管理会計としての有効性

ISO14001の要求事項として、環境方針に従って計画(Plan)を立てる際、各部門の環境目標を達成するための責任、手段及び日程を明確に定めることになっています。「ISO14001対応型環境会計」は、環境方針によって導き出された環境目的、環境目標と連動しています。従って、各部門別の環境目的、環境目標に基づいた1年間の活動の成

果についてコスト面での評価を行い、今後の環境活動の計画に反映させることが可能になります。環境管理会計として分かりやすく、社内での有効活用を図っています。

3.今回の集計期間

2003年度(2003年3月1日～2004年2月29日)

4.対象範囲

株式会社ファミリーマート本部及び店舗(加盟店及び直営店)

本部と加盟店がともにISO14001の認証を取得し、環境保全活動に取り組んでいますので、環境会計の対象範囲

2003年度 ISO14001対応型環境会計

(単位:千円)

環境保全コストの分類			投資	費用	主な効果(成果)	関連ページ
大分類	中分類	具体的な取り組み				
1 環境方針に基づく環境目的・環境目標達成に向けた「積極的コスト」	店舗施設関連の環境保全コスト	電気・水道使用量削減のためのコスト オゾン層保護のためのコスト 店舗周辺環境保全コスト 建設廃材適正処理コスト	64,778	295,229	省エネルギー オゾン層保護 廃棄物適正処理	P.39～40
	店舗運営関連の環境保全コスト	廃棄物適正処理・リサイクルなどのコスト	24,118	1,610,279	廃棄物適正処理・リサイクル	P.41～42
	本部事務所関連の環境保全コスト	廃棄物適正処理・リサイクルなどのコスト	0	4,382	廃棄物適正処理・リサイクル	P.43
	小計		88,896	1,909,890		
2 環境マネジメントシステムの「維持コスト」	環境保全活動に伴う人件費	環境教育・活動・組織関連の人件費	0	61,684	環境活動の推進	P.26～28
	環境教育用資料作成コスト	社員教育及び店長・ストアスタッフへのオリエンテーションコスト	0	5,155	環境教育の実施	P.27～28
	環境監査関連費用	内部環境監査・定期審査のためのコスト	0	5,444	環境監査の実施	P.33～34
	環境関連法規制対応コスト	容器包装リサイクル法に基づくリサイクル費用など	0	315,800	再商品化(リサイクル)	P.35～36
	社会活動における環境保全コスト	環境保全を行う団体への寄付、支援 環境情報の公表及び環境広告	0	12,737	外部コミュニケーションの充実	P.49
小計		0	400,820			
3 環境損失補償費用	土壌汚染、自然破壊の修復コストなど	環境保全関連補償金、罰金など	0	0		
合計			88,896	2,310,710		

に本部とともに、店舗の投資額・費用額を含めています。従って、株式会社ファミリーマートにおける決算数値とは異なります。

5.環境保全コストの大分類

1.環境方針に基づく環境目的・環境目標達成に向けた「積極的コスト」
積極的に環境負荷を削減する目的で支出するコストで、環境マネジメントシステムにおける環境方針に基づいた環境目的・環境目標(1年間の環境への取り組み目標)の実現に関連するコストです。

2.環境マネジメントシステムの「維持コスト」

環境マネジメントシステムの運用・整備などシステムの維持、環境関連法規制への対処、その他社会活動に関するコストです。

3.環境損失補償費用

環境汚染を起こした場合の浄化費

用、賠償金・罰金等のペナルティ的コストです。

6.コストの考え方

1.差額計上と全額計上

従来から使用していた施設、設備、機器、製品などに代わり、新たに環境に配慮した同種類の施設、設備、機器、製品などを導入する場合は、その投資額の内の差額分(=環境改善に貢献している部分)を計上しません。

全く新たに環境に配慮した施設、設備、機器、製品などを導入する場合は、廃棄物リサイクル・適正処理費用、環境教育資料の印刷費などは全額計上します。

2.減価償却費について

投資額には取得価額を計上します。キャッシュフローの観点からマネジメントを行いますので、投資に伴う減価償却費は計上していません。

3.環境活動に伴う人件費について

環境専従者は全額、兼務者は按分計算によって算出します。按分については、環境活動に関わる作業時間×時間あたりの標準的な賃金によって求めています。

7.2003年度の結果

2003年度の投資は約88百万円、費用は約2,310百万円でした。これに対して、前年度は投資約72百万円、費用約2,157百万円でしたから、投資額は約16百万円の増加、費用額は約153百万円の増加でした。

投資額が増加した主な要因は、店舗で発生する生ゴミを処理するための個店設置型生ゴミ処理機導入拡大によるものです。一方、費用額が増加した主な要因は、容器包装リサイクル法に基づく再商品化委託費用の支払額が増えたこと等によるものです。

環境省ガイドライン2002年版対応型環境会計

(単位：千円)

環境保全コスト	分類	具体的な取り組み	投資	費用
1.事業エリア内コスト	公害防止コスト	大気汚染防止・騒音防止のためのコストなど	0	4,875
	地球環境保全コスト	温暖化防止及び省エネルギーのためのコスト オゾン層破壊防止のためのコスト	64,778	17,800
	資源循環コスト	産業廃棄物の処理・リサイクルのためのコスト 一般廃棄物の処理・リサイクルのためのコスト	24,118	1,887,214
2.上・下流コスト	商品などの回収、リサイクル、再商品化、適正処理のためのコスト		0	315,800
3.管理活動コスト	環境マネジメントシステムの整備、運用のためのコスト 環境情報の開示及び環境広告のためのコスト 環境負荷監視のためのコスト 従業員への環境教育などのためのコスト		0	84,272
4.社会活動コスト	環境保全を行う団体などに対する寄付・支援のためのコスト 地域住民に対する情報提供などの各種の社会的取り組みのためのコスト		0	749
5.環境損傷対応コスト	自然修復、環境保全に関する賠償などのためのコスト		0	0
合計			88,896	2,310,710

環境監査

内部環境監査のレベルアップと、外部審査機関による厳正な審査により、環境マネジメントシステムの継続的改善を図っています。

内部環境監査——体制をさらに整え、初めて全100エリアの監査を実施

精度の高い内部環境監査の実施により、環境活動の均質化と効率的な推進をめざしています。2003年度も、全店舗、16ディストリクト、100エリア、本社28部門の監査を実施し、不適合項目については原因と対策を明らかにして是正を図りました。

内部環境監査員を28名増員

ファミリーマートでは、外部研修機関による養成セミナーを受講し、試験に合格して修了証を得た者を内部環境監査員として認定、登録しています。2003年度は、組織体制変更により、管理業務部が管轄ディストリクトの全エリアの内部環境監査を行うことを規定し、管理業務部担当者を中心に28名がセミナーを受講。全員が登録され、累計96名と大幅に増員しました。各部、ディストリクト、管理業務部に内部環境監査員を配置することをめざし、各部門内での環境活動の徹底とレベルアップを図っています。

全エリアに監査対象を拡大

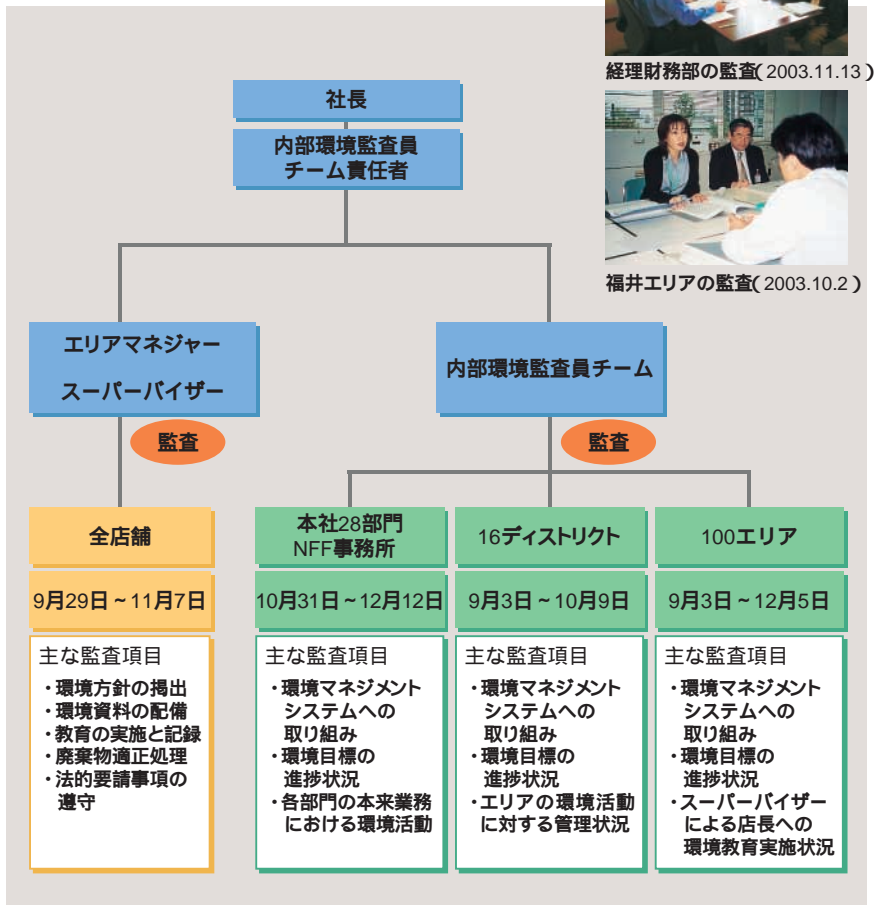
内部環境監査員の増員により、2003年度は、課題であった全エリアへの内部環境監査を実施し、より現場に密着したきめ細かな監査を行うことができました。

監査体制強化のために、今後もさらに改善を進めます。



内部環境監査員養成セミナー(2003.6.27)

内部環境監査の体制と2003年度の実施状況



NFF = 日本フレッシュフーズ協同組合



経理財務部の監査(2003.11.13)



福井エリアの監査(2003.10.2)

外部審査——審査機関による1年間の取り組みの検証

2004年1月26日～30日、外部審査機関による定期サーベイランス審査が行われ、全国44店舗、5ディストリクト、2管理業務部、12エリア、本社9部門が受査しました(審査結果及び審査員講評は次ページに報告)。指摘を受けた3件の観察事項については、既に是正を完了しています。



店舗の審査
(2004.1.28
久留米高良内店)



エリアの審査
(2004.1.29
大分エリア)

定期サーベイランス審査 結果及び講評

株式会社日本環境認証機構
環境認証部

山田 旭司



審査概要

1. 審査日程 2004年1月26日～30日
2. 適用規格 ISO14001:1996
(JISQ 14001:1996)
3. JACO登録証番号 EC98J1203
4. JACO審査員 山田旭司、佐藤彰、
中山猛、森喬雄、油田まり子

審査結果

総合評価は4段階(向上、維持、低下、受認不可)の内、向上。

前回サーベイランス審査(2003年1月実施)の指摘事項2件はすべて是正されていることを確認しました。

今回の審査では、指摘事項は3段階(重大、軽微、観察(状況証拠から推察できる不適合以外の事項))が3件あり、内容は下記の通り。いずれも2004年4月までに是正することとしました。

1. 目的/目標を毎年見直していますが、継続的改善を進める点で数値目標について配慮が必要と考える項目があります。
2. 組織が用いる物品及びサービスに対して取引先及び委託先に対して、要求事項の伝達及び環境負荷の低減についての協力要請を行うように定めていますが実施記録が明確でないものが一部あります。
3. 浄化槽管理において、浄化槽の委託業者による定期点検結果をまとも良否の管理運用していますが、定期点検から次の点検までの間の店舗による日常点検が必要と考えます。

審査におけるメモ(指摘事項・観察事項を除く、事実関係・評価すべき点などを記述)は下記の通りです。

1. 訓練、自覚及び能力
・本社からエリアまでの社員教育の効率を上げるべくIT化を進め、“e-ラーニング”を導入し運用体制の準備をしていました。本年度は完全に本システムによる教育を実施し、必要事項の徹底や、教育レベルの平準化が図られておりシステムが向上しています。
2. コミュニケーション
・環境情報件数が増加し、活発に運用されています。さらに情報の有効活用に対する改善を進めて下さい。
・日本経済新聞「環境経営度調査」において、小売業では3位、コンビニエンスストア業界では1位、『日経エコロジー』でも高い評価を受けています。又、小中学校の環境活動への対応も図っています。
・地域社会への貢献として、全国で環境美化活動を展開し、交流を図っています。

3. 運用管理

・店舗の自主管理項目として、店舗周囲において広範囲に清掃を実施し、地域での環境推進に貢献しています。

・店舗での環境に配慮した取り組みとして、商品の品揃えの仕方に工夫をし、洗剤、お手拭ペーパーなどの詰め替え商品を訴求するなど、新しい取り組みの芽が出始めています。

4. 内部環境監査

・内部環境監査員の28名増員を図り、監査体制を強化しています。課題であったエリアを含め完全な監査体制ができ、大きな組織に合わ

せたきめ細かい監査をする体制ができ上がり、監査レベルが向上したことは大いに評価できます。

5. 目的目標

・2003年度の改善項目(18項目)の15項目は達成しています。未達のコピー用紙について一部で削減効果が出ています。特記事項として、葦製の容器やおにぎりの包材の薄型化、総合熱利用システムによる省エネ対策、生ゴミ処理機新規導入及び廃油回収等のリサイクル推進、低公害車の導入等があります。

審査結果講評

2回目の更新審査を1年後に控えた今回の審査では、省エネ、省資源、廃棄物削減を始めとしてISO14001のシステムがよく機能し、継続的な改善が進んでいることを確認することができました(特に進展が見られた事項については、前出「審査メモ」に記載しています)。

認証取得から5年を経過し、当初からの目標がほぼ到達点に達しつつある今、ファミリーマートに求められるのは次なる段階への挑戦です。そのためにはまず第一に、本来の仕事の中で業務改善をしながら環境改善をしていくことが必須となります。例えば、紙の使用量削減なら、裏紙利用で節約するという段階は終わり、仕事のやり方そのものを見直して、変革していく。お店の電気使用量についても、節約は既に当然のこととして、本来業務を損なわない中でさらに進んだ取り組み――照度を確保しつつ使用量を削減する設備の開発や、ショーケースをつくる時点での省エネ改善など――が必要です。既にそういった取り組みも始まっていますが、さらに掘り下げて、挑戦を続けてほしいと思います。

今回の審査では、取引先に対して環境改善の要請が適切にされていることを、戸田総合センターへ行って、弁当の製造メーカーと物流の取引先の両方からヒアリングで確認をしました。食品リサイクル法や、排気ガス規制など、社会からの要請もあり、「食品」と「配送」の問題は今、企業の重要なテーマとなっています。そしてコンビニについていえば、それらはどちらかといえば本体ではなく、取引先の業務となります。ファミリーマート本体も、生ゴミや廃油のリサイク

ル、配送の環境対策に取り組み、初期の目標についてはある程度の達成を果たしていますが、次なる段階として、その取り組みをいかに周囲に広げていくかが課題となります。そのためには、それぞれに異なる立場をお互いに理解した上で、さまざまな問題点を解決していかねばなりません。そこには的確なコミュニケーションと最適な判断が要求されます。最終的には、取引先から、さらにその先の生産者に至るまで、ファミリーマートを中心とする巨大なグループが、トータルとして一番環境にいいシステムをつくりだしていく――そのような高い目標に向かって進んでほしいと願います。

全国に展開する約5,800の店舗については、店長に環境配慮への意志がかなり浸透し、ストアスタッフへの周知徹底も年ごとに進んでいます。また、内部監査も今年度から全エリアでの実施体制に入るなど、システム改善に工夫が見えます。システム改善をして結果的にパフォーマンスがよくなるという非常にいい攻め方であると評価します。

部門審査を通して感じたこととして、ファミリーマートには全国に約10万人のストアスタッフがいる、1日に数百万の人々との接点を持ちます。環境についての教育を受けたストアスタッフ、その接点において環境配慮の考え方をアピールしていくことができれば、その影響力・効果には計り知れないものがあります。地域・社会に貢献し、コンビニエンスストアとしての社会的責任を果たしていくためにも、その大きな影響力に着目した、次なるテーマをぜひ探ってほしいと思います。

商品 — 環境に配慮した商品をお届けするための取り組み

ファミリーマートで販売されている商品は約2,800アイテム。お客さまの幅広いニーズに応えるべく厳選した品揃えの中に、環境配慮型商品をできる限り増やしていきたいと考えています。

環境配慮型 (We Love Green) 商品の改善・リニューアル

1999年10月以来、ファミリーマートでは、環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品の開発と販売に取り組んできましたが、スタート後2年を経過した頃から、単に環境を前面に出した商品というだけでは訴求力に欠けるのではないかと課題が出てきました。2002年度には取り組み全体を見直し、2003年度は「We Love Green」商品の改善とリニューアルを進めました。

リニューアルの方向性

環境に配慮し、かつ品質の良さ、利便性の高さ、値ごろ感などを追求し、商品力を高めて、環境配慮型商品の売上を向上させる—それが、今回のリニューアルのコンセプトです。そのために、パッケージも商品ごとの特性を前面に出しています。



2004年3月現在の「We Love Green」商品

14アイテムを改善・リニューアル
2003年度は標準・選択合わせて14アイテムをリニューアルしました。環境を軸にした物づくりをファミリーマートと同じスタンスで考えるメーカーと組み、より価値の高い商品をつくり、

そこに開発基準(「We Love Green」商品と同じ、素材・使用時・廃棄時の環境負荷の低減)をクリアした証として「We Love Green」マークを付けています。今後もさらに取り組みを進めていきます。

容器包装の環境配慮 — 減量化、天然素材の導入

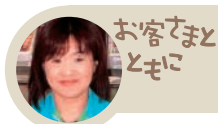
容器・包装材の環境配慮設計を重視し、減量化やリサイクル適性、天然素材といったさまざまな視点からの取り組みを続けています。2003年度は、おにぎりの包材を軽量化し(2003年7月)、惣菜1、サラダ1、米飯3アイテムを紙容器で展開しました。

また、「グラタン」「ドリア」など4アイテムに葦製パルプモールド容器を導入

しています。葦は世界各地の水辺に自生する多年草で、生長時に炭酸ガスを多量に吸収するため、地球温暖化防止効果に期待が寄せられています。また、葦の新たな用途としての資源の有効活用にもつながります。従来のプラスチック製容器に比べて断熱性があり、電子レンジでの加熱時に熱くなり過ぎることもありません。



「グラタン」などの葦製パルプモールド容器



岩手県 水沢高校前店 三田かつ子店長 高齢の方がお休みになれるようにと店の前にベンチを設置したところ、お子さま連れの方や学生さんなど、幅広い世代にご利用いただいています。市主催の会で水沢高校生が、「心が安らぐ所はどこですか」との質問に「ファミリーマート水沢高校前店のベンチ」と答えてくれたという話を聞いて、とても嬉しく思いました。

項目	2003年度目標	達成状況
環境配慮型商品の改善・リニューアル	11アイテム	14アイテム
非プラスチック容器の中食商品への採用	5アイテム	9アイテム
おにぎり包材の軽量化	7月実施	7月実施

おにぎり包材の軽量化 [詳細は→P14](#)

2003年度にリニューアルした「We Love Green」商品



フェリシアトイレット4ロールダブル
牛乳パック100%配合のトイレットティッシュです。素肌にやさしいやわらかさと、丈夫で使いやすいしっかりとした品質です。



WLGペーパーカップ
木材を製材する時の端材や間伐材、人工林を原料としています。温・冷どちらにもご使用になれる紙コップです。



WLGスーパープレート
木材を製材する時の端材や間伐材、人工林を原料としています。水にも油にも強い丈夫な食品用の紙皿です。



WLGペーパーボウル
木材を製材する時の端材や間伐材、人工林を原料としています。スープやサラダにも安心の耐水、耐油加工済みです。



WLGハンディウェットティッシュ
外装に再生フィルムを使用。厚手の不織布を使用したウェットティッシュですから、汗や手の汚れを簡単にふき取れます。



WLGボトルウェットティッシュ
容器に再生プラスチックを使用。いつでもどこでも気軽に汗や手の汚れをふき取れるボトルタイプです。



WLGポプラ元禄箸
植林により生産されているポプラを使用。色が白く、匂いが少ない材質です。



WLGつまようじ
白樺を製材する時に不要になった端材を有効使用しています。抗菌防カビシート入りです。



WLGすべり止め手袋 薄手
すべり止めには環境に配慮した天然ゴムを使用しています。指先を使う細かい作業や軽作業向き手袋です。



WLGすべり止め手袋 厚手
すべり止めには環境に配慮した天然ゴムを使用。独自開発のグリップパターンですべりにくく使いやすくなりました。



WLG作業手袋
再生原料を100%使用した作業手袋です。漂白剤も使用していません。3本糸で編んでいますので、厚手で丈夫です。



WLGニトリル手袋 中厚手 / 薄手
ニトリルゴムは燃焼時にダイオキシンを発生しません。従来のビニール製に比べて、耐油性、耐磨耗性に優れています。

以上13アイテムは標準的な店舗に品揃えしている商品。他に選択商品「杉元禄天削箸」もリニューアルしています。

「Rainforest Alliance」認定商品を開発 — 「パソップレッソ カフェラテ」

2003年4月中旬より販売をスタートした開発商品「パソップレッソ カフェラテ」は、環境にやさしい栽培方法でつくられた「Rainforest Alliance(レインフォレストアライアンス)」認定コーヒー豆を51%使用しています。

「Rainforest Alliance(熱帯雨林同盟)」とは、ニューヨークに本部を置き、企業の活動を通じて生命の多様性の保

護と持続可能性を追求し、人類と生物の共存する生態系を守ることを目的として活動している非政府環境保護団体(NGO)です。

同団体は、自らが推進するプログラムに則った方法で生産される農産物や木材などを認証しています。

ファミリーマートは今後も環境に配慮した商品の開発に努めます。

「パソップレッソ カフェラテ」
2004年4月12日にパッケージをリニューアルして、「Rainforest Alliance」のロゴを前面に出しました



「Rainforest Alliance」の推進するプログラム例

- ・処理水の清浄化
- ・樹木伐採禁止
- ・果肉を土壌還元(堆肥とする)
- ・環境への影響の強い農業使用の規制



お客さまと
ともに

岩手県 江刺愛宕店 吉田由美店長 年配のお客さまが多い店なので、より丁寧な接客と、型通りではなく、お客さまの目線に立った話し方やご説明を心がけています。「顔を見にきたよ」と言って立ち寄ってくださる方もいらっしゃいます。常連の方との日々のコミュニケーションは心楽しく、私にとっても元気の源となります。

物流 — 環境保全に配慮した商品配送実現のための取り組み

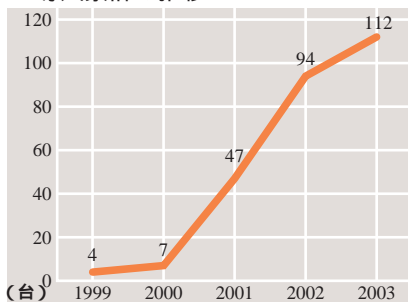
効率的な物流体制の構築と、低公害配送車輛の導入に加えてディーゼル車輛の使用燃料削減への取り組みもスタート。商品配送に伴う環境負荷の低減に努めています。

配送車輛における環境対策 — 低公害車導入への取り組み

CNG(圧縮天然ガス)配送車
18台を導入

CNG(圧縮天然ガス)配送車の新規導入は、2003年度目標20台に対して18台に終わり、累計112台となりました。目標未達成の要因は、充填スタンドの不足などの問題でお取引先との合意に至れなかったことにあります。CNG車は、大気汚染物質の排出が非常に少なく、配送車による環境負荷の削減には非常に有効ですが、一方では、充填スタンドが少なく、1回の充填による走行距離が短い、車輛価格が高いなどの課題がありました。ファミリーマートでは1998年以来、お取引先や行政との連携を図りつつ、「2005年までに140台導入」の目標に向けて計画を推進してきましたが、当社のような全国で年中無休終日営業をしている業態では、インフラ整備が進まない限りこれ以上の拡大が難しい状態にあります。ハイブリッド車の検証結果を踏まえて、今後の取り組みを検討していきます。

CNG(圧縮天然ガス)配送車
導入累計の推移



ハイブリッド配送車の
実験導入をスタート

2004年2月、コンビニエンスストア業界では初めて、配送車にハイブリッドトラック1台を実験導入しました。電気モーターとディーゼルエンジンを組み合わせて効率良く走るハイブリッド車は、既存のスタンドで給油ができるため新たなインフラ整備の必要がなく、全国への円滑な導入が可能です。また、環境汚染物質の削減を図ることができます。

今回定温センターに導入したハイブリッドトラックには、コンビニエンスストアの配送用車輛として、特別仕様が施されています。

現在の配送車と同じく2室式冷蔵仕様の温度管理機能を備え、2温度帯共同配送を実施。

早朝・深夜配送時の防音対策として、サイドドアにイージークローザー(半ドア状態まで閉めれば、あとは自動的に確実にドアが閉まる装置)を装備。

車輛停車時にはエンジンを自動停止する機能を搭載。

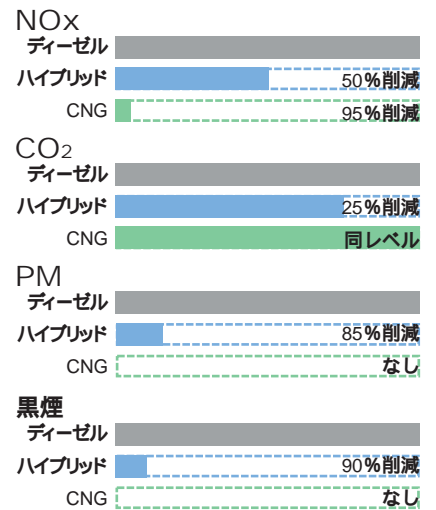
排ガス対策として、PM(粒子状物質)を浄化するDPF(Diesel Particulate Filter)システムを装備。

今後は、モニター車による走行性能などの検証を進め、その結果を踏まえて本格導入していく計画です。



ハイブリッド配送車

CNG車、ハイブリッド車の
排出ガス削減効果(ディーゼル車比)



ファミリーマートの
専用配送車輛台数(2004年2月現在)

温度帯	車輛数(台)
定温	1,003
常温	699
冷凍	335
合計	2,037

全車輛で七都県市指定低公害車への切り替えを終了しています。

最新式ディーゼルエンジンに発電機兼用の電気モーターとニッケル水素バッテリーを搭載し、発進時にはエンジンとモーターで駆動、通常走行時はエンジン、減速・制動時にはモーターで自動的に発電してバッテリーに充電する。



岩手県 一関赤荻店 佐藤強店長 お店は常に清潔であるよう清掃を徹底し、品切れなどでお客さまをがっかりさせることのないよう気を配っています。また、開店以来心がけていることはあいさつの徹底です。365日、スタッフ全員が元気良く、大きな声であいさつをしていて、お客さまにも「元気が出る、温かみのあるお店」と好評をいただいています。

項目	2003年度目標	達成状況
CNG配送車新規導入	20台	18台
選定車輛のエコドライブ徹底による使用燃料削減	前年比3%削減	目標達成

ドライバーユニフォーム、台車、パットの環境配慮 **詳細は→P13**

アイドリング・ストップの徹底 **詳細は→P17**

ディーゼル車の使用燃料削減ーエコドライブ教育による削減効果の検証

2003年度は、配送車輛の燃費を向上させることによって、10km走行に必要な燃料を前年比3%削減することを目標とし、配送管理会社と打ち合わせの上、9月より三郷、東村山、浦安、千葉中央の4センター計112台で「エコドライブ」徹底によるドライバー教育を実施しました。複数のドライバーでチームを組み、話し合って月ごとの目標を立て、実行し、未達成の場合は原因・方法について再度話し合うという自主的な取り組みにより、1台あたりの軽油使用量前年比97%の目標を達成

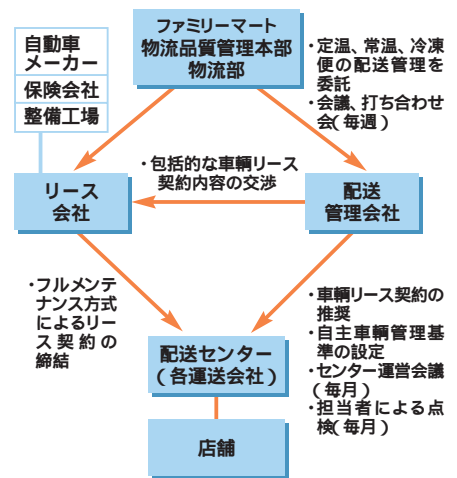
することができました。手法などについて検証した後、2004年度は対象センター・車輛を拡大していきます。

エコドライブ

経済走行
 高速道路走行での制限速度の保持
 経済速度と等速度運転の励行

浪費追放
 空ぶかしの厳禁
 エアコンは控えめに
 アイドリングは必要最小限
 急発進・急加速は厳禁
 急ブレーキの厳禁
 適切なギアの選択
 必要のない物は積まない
 適正なタイヤの空気圧の厳守

FM専用配送便の管理体制



環境保全型物流体制推進の取り組み

適正な温度のもとに、新鮮で安心な商品を速やかに店舗に届けること、さらには1店舗あたりの商品配送に必要な車輛台数を減らして環境負荷をできる限り抑制することーこの2つの両立をめざして、ファミリーマートでは1996年より「物流整備計画」を推進してきました。

温度帯別

すべての商品を「定温(18 ±2)」「チルド(3~8)」「常温」「冷凍(-25以下)の4つの管理温度帯に分類し、それぞれの温度管理機能をもった物流拠点と配送車で配送。

エリア完結

エリアごとに、物流拠点を適正配置して、スピーディで安定した物流を突

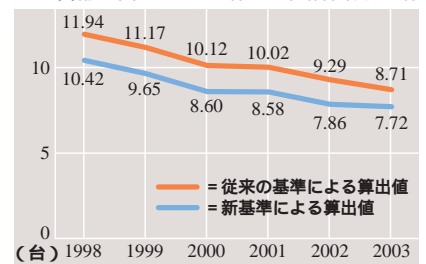
現。特に鮮度が重要な弁当などについては、製造工場と物流センターを一体化させた「総合センター」を主要拠点に建設し、全国の配送体制を完成。

共配化

効率的な配送と店舗への納品時間の精度アップをめざし、複数の商品群を同じ配送車輛で納品する「共配化」を進めてきました。

今後については、さらなる効率化に向けて定温商品と常温商品を共配するなど「全温度帯共配」への取り組みを推進していきます。

1店舗1日あたりの配送車輛台数の推移



従来基準

定温便 / 常温食品便 / 冷凍便 / パン便 / 雑誌便 / 新聞 (朝刊、夕刊、競馬) 便 / 地元情報誌 (求人情報などフリーペーパー) 便

新基準

定温便 / 常温便 / 冷凍便 / パン便 / 雑誌便 (新聞や地元情報誌など地域性が強く変動の多い商品群は除外)

ファミリーマートの配送センター (2004年2月現在)

管理温度区分	センター数
定温(冷蔵、チルド)	37
常温	21
冷凍	22
合計	80



山形県 山形深町店 石川朋弘店長 近くにスーパーがありますが、買い忘れをされて、当店に来られるお客さまも多いようです。「気軽に来られて、便利だね」と言われます。だから、欠品だけはしないように心がけてきました。若いスタッフが多いのですが、最近言葉をかけてくださるお客さまも増えてきて、嬉しいです。

店舗施設 — 省エネルギー、省資源、環境保全の店舗づくりへの取り組み

商品を適温管理するための販売機器や、空調、照明、建築材など、お店を構成する一つひとつの要素について環境対策を進め、環境保全型店舗の実現をめざしています。

「総合熱利用システム」の本格導入を開始 — クレジット取引・移転試行事業に参加

2002年度の12店舗における試験導入を経て、2003年度より「総合熱利用システム」の本格導入をスタートしました。

大幅な省エネルギーを実現

「総合熱利用システム」は、従来はバラバラに単一機能として設備され、それぞれに単独で動いていた空調・冷蔵・冷凍のシステムを一体化して、電力を効率良く使用するものです。このシステムの採用で、従来のファミリーマート店舗と比較して、1店あたりの年間電気使用量を約7,000kWh削減することができます。特に冬季には、冷蔵・冷凍ショーケースからの廃熱を100%暖房に利用することで、省エネルギー効果を発揮します。また、冷媒には温

暖化係数の最も低い代替フロン(オゾン破壊係数はゼロ)の新冷媒を採用しています。

2003年度は、導入可能な新設店/改装店全530店舗に導入しました。

公的試行事業への参画

「総合熱利用システム」への転換による温室効果ガス削減プロジェクトにより、ファミリーマートはメーカーであるダイキン工業株式会社とともに、平成15年度のクレジット(排出削減量)取引・移転試行事業に参画しています。これは、経済産業省が京都メカニズムを活用し、クレジットの安定的・円滑な取引を行うための国内インフラ整備に向けて実施している事業で、参画によりファミリーマートは、第三者認証機関

による排出削減量の検証と、仮クレジットの発行を受けます。

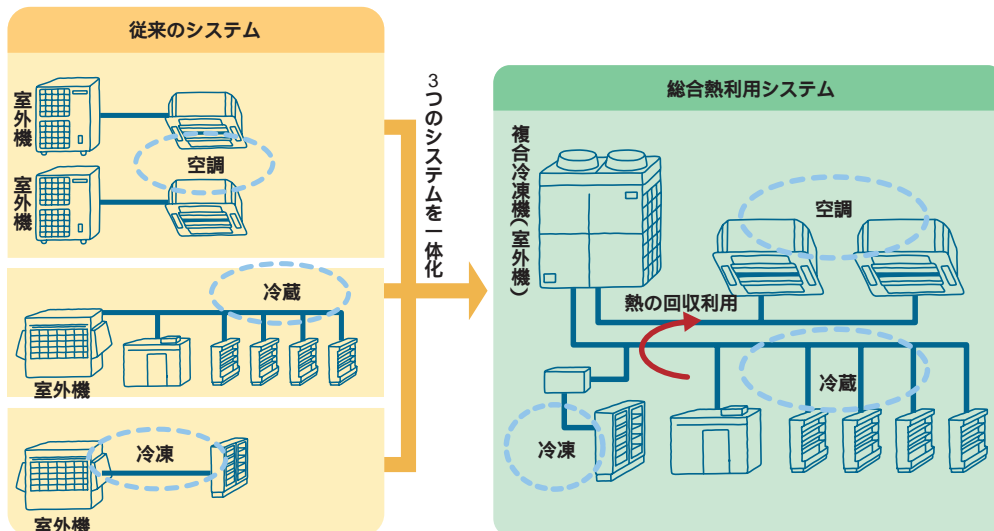
2003年度電気使用量の推移

2002年度に引き続き、2003年度も、8電力会社におけるサンプリング店舗(2001年度以降閉店の基準レイアウトプランのフリースタANDING店舗で、店舗建築・設備/外構が標準規模の店舗)計99店について電気使用量の集計を行い、その平均値として1店舗あたりの数値を算出しました。2003年度は電気使用量増加の要因として、取り扱い商品が増えたことなどによる1店舗あたりの店舗規模の拡大がありました。夏の節電対策などの効果により前年(173,000kWh)比微増の173,600kWhとなっています。

京都メカニズム

京都議定書に定められた各国の温室効果ガス削減の数値目標達成のため、クリーン開発メカニズム、共同実施、国際排出量取引の3つの仕組みの活用が期待されています。

総合熱利用システムの仕組み



複合冷凍機(室外機)



静岡県 函南畑毛店 坂本幸マネジャー お目当てのものがなかったと言われた場合、次の日にはその商品を準備できるよう努力しています。また、高齢の方や体の不自由な方には、少しでも楽にお買い物していただけるようスタッフとともども気をつけており、喜んでいただいています。

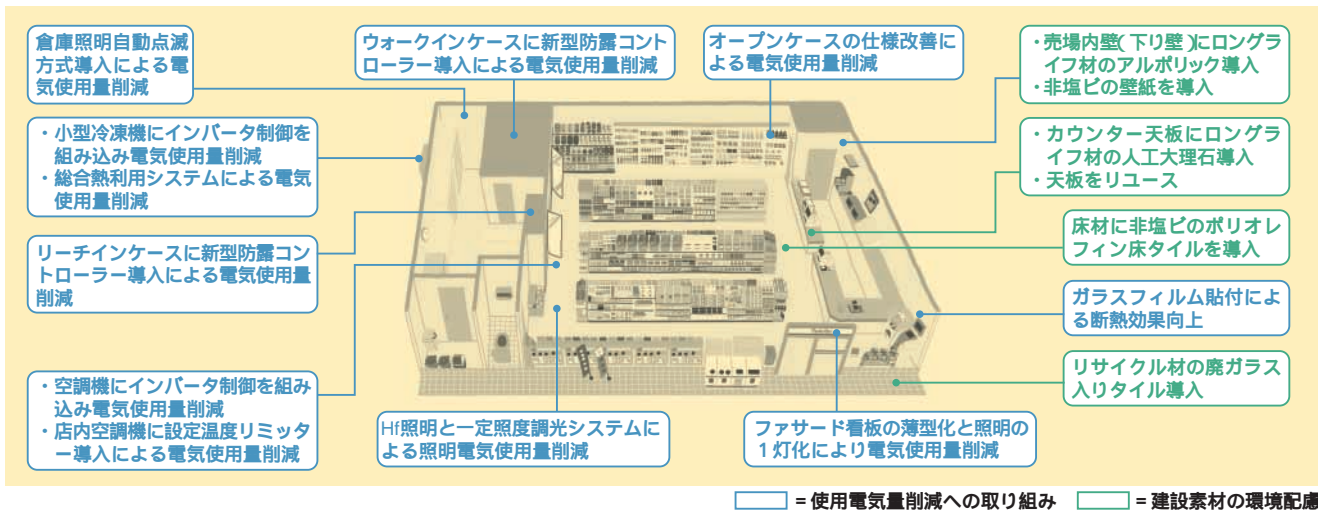
項目	2003年度目標	達成状況
総合熱利用システム	新設店 / 改装店への全面導入	521店舗に導入
什器備品共同配送システム	新設店 / 改装店への全面導入	554店舗で実施
ポリオレフィン床タイル	新設店 / 改装店への全面導入	646店舗に導入
人工大理石製レジカウンター 天板のリユース	実験導入	24店舗で実施

建築材の脱塩ビ化 **詳細は→P13**

レジカウンター天板のリユース **詳細は→P17**

フロンの代替フロン化と回収・処理 **詳細は→P19**

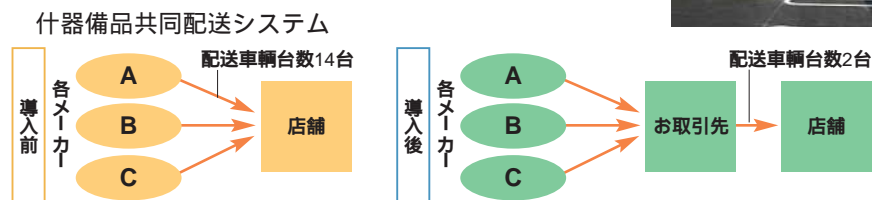
店舗施設 (標準店舗) における環境対策



什器備品共同配送システムを導入 14台から2台に集約



2003年度より、店舗新設・改装時の環境負荷低減を図り、什器と備品をまとめて搬入する共同配送システムをスタートしました。従来は各メーカーから個別に届いていた什器や備品を、お取引先が一括して在庫管理し、一括搬入しています。配送車輛の店着台数は導入前の14台から2台に集約され、物流



の効率化とともに、近隣の皆さまのご迷惑ともなる排ガスや騒音の削減が進

みました。今後も導入可能店への全面導入を継続していきます。

マッチングビルド(MB)工法を実験導入

2003年11月、マッチングビルド(MB)工法により、ファミリーマート龍ヶ崎平台店(茨城県)を建設しました。この工法は、部材のモジュール化とパネル化により、完全乾式工法で店舗内部を連結し、建設・解体工期を従来の2分の1に短縮することができます。部材の組

み合わせによってさまざまな形状と規模に対応でき、将来フランチャイズ契約が終了して、店舗を解体した後に残る建設資材をパーツ単位で再利用することが可能です。環境配慮型店舗への取り組みとして、今後も検証を進めていきます。



ファミリーマート龍ヶ崎平台店



静岡県 三島本町店 加藤照代マネジャー 24時間営業というのは、便利で重宝とも言われますが、一方で、近隣に長くお住まいの高齢の方々からは「時々利用するけれど、夜の照明や騒音が気にならないとは言えない」という声も。地域でお店を営む身として、店の周りだけでなく、近隣のゴミなどを率先して拾ったり、高齢の方のペットボトルなどの回収をお受けしたりと、皆で日々努力しています。

廃棄物対策— 廃棄物を減らし、リサイクルを進めるための取り組み

店舗から出る廃棄物をできる限り削減・リサイクルするために加盟店、お取引先の協力のもとに取り組みを進めています。

生ゴミリサイクル実施店舗の拡大 生ゴミ処理機本格導入スタート

生ゴミ回収リサイクルシステム
1999年より、販売期限を過ぎて廃棄となるロス商品を回収し、肥料へとリサイクルする「生ゴミ回収リサイクルシステム」の導入拡大に取り組んできました。2003年度は、従来の東京23区、三重県、京都市、広島市、熊本市に加えて、福井県福井市(6月)、千葉県浦安市(9月)地域の業者と生ゴミリサイクルに関する新規契約を締結し、累計471店舗まで導入が進みました。今後も、お取引先、加盟店の協力をいただきながら、引き続き対象地域を拡大していきます。

また、「生ゴミ回収リサイクルシステム」

参加店舗には、ファミリーマートの「廃棄物トータルリサイクルシステム」が導入され、店舗から出るほとんすべての廃棄物を分別回収・リサイクルしています。このトータルシステムの参加店舗を拡大することを目標として、今後も取り組みを進めていきます。

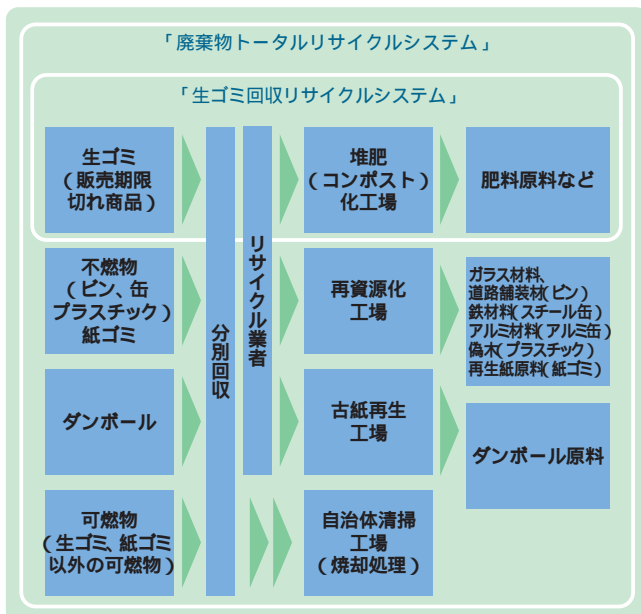
個店設置型生ゴミ処理機

2002年度の実験導入による検証で、作業効率、使い勝手、安全性・操作性ともに良好との結果を得て、2003年度は個店設置型生ゴミ処理機の導入をスタートしました。各店舗のバックヤードに電子レンジ型の生ゴミ処理機を設置し、販売期限の過ぎた弁当、惣菜、お

にぎり、サンドイッチなどを減量処理するものです。従来からの実験導入分と合わせて、2003年度末までに直営店累計51店舗に導入しました。機械の購入、容器包装を取り外す手間など負担はありますが、これからも導入を進めていきたいと考えています。

回収リサイクルシステム参加店と処理機設置店を合わせて、2004年2月末現在、生ゴミリサイクル実施店舗は514店(並行実施店舗8店)となりました。

「生ゴミ回収リサイクルシステム」と「廃棄物トータルリサイクルシステム」



個店設置型生ゴミ処理機の作業手順



1 弁当などの容器包装を外し、取り出した処理機の中容器に投入。最大5kgまで投入可能です



2 中容器を処理機にセッティングします



3 蓋をして、スイッチを押せば、処理開始。5kgの処理時間は約80分です



4 でき上がり。不快臭はなく、減容率は4分の1、重量は2分の1になります



お客様と
とまよ

愛知県 桜見町店 大山静恵店長 店の近くに歩道橋があり、向かい側の病院の方々や学生さんたちに気持ち良く来店いただくために、時々清掃をしています。店の前の清掃時には特に声をかけられることはありませんが、歩道橋を清掃していると、近所の方々や病院に通われているお年寄りの方々に話しかけられることが多く、お店での接客とはまた違った楽しさを味わっています。

項目	2003年度目標	達成状況
市町村別事業系廃棄物分別ルール徹底	徹底率100%	100%
生ゴミリサイクル実施店舗の拡大	新規170店舗	148店舗
廃食用油回収リサイクル実施店舗の拡大	新規310店舗	607店舗

市町村別廃棄物分別ルール徹底 **詳細は→P11**

廃食用油回収リサイクル

実施店舗は90%を超えました

1999年12月より、店舗のフライヤー商品の調理で使用した後の廃食用油を回収して、飼料などにリサイクルする「廃食用油回収リサイクルシステム」を導入し、実施店舗の拡大に取り組んでいます。2003年度は新規607店舗(目標:310店舗)が参加し、累計4,949店舗となりました。廃食用油回収リサイクルの拠点数としては全国最大で、ファミリーマートのフライヤー取り扱い店全体の90%を超えました。

2003年度は、さらに国内エリアフランチャイズ各社の廃食用油回収・リサイクル実施をサポートし、業者選定や打ち合わせを行いました。(株)沖縄ファミリーマートでは2003年10月から実験回収、11月本稼働。(株)南九州ファミリーマートでは12月から実験回収、2004年2月から本稼働しています。

今後は、 manifests票(国が定めた廃棄物処理のプロセスを最終処理までチェックする管理票)による管理の徹底を図り、さらに取り組みを進めていきます。

廃食用油回収リサイクルシステム



廃棄物・廃食用油処理に関する情報管理の充実

回収業者との情報交換会
回収処理業務を正確に安全に運営するため、廃棄物・廃食用油別に定期的な回収業者との情報交換会を開催しています。

廃食用油 全国3ブロックで2カ月に1回開催。

廃棄物 廃食用油と同様に実施。

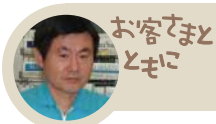
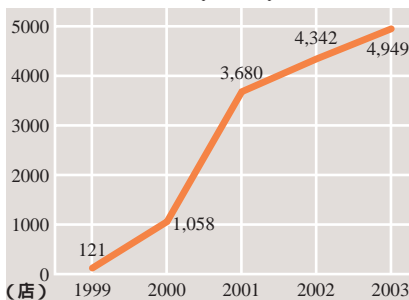
東京:毎月、神奈川:2カ月に1回、その他は管理会社及びファミリーマートとの直接情報交換。

回収確認システムの拡大

廃棄物は2001年11月より、廃食用油は2002年6月より、回収時にレジで担当業者がカードをスキャンすることで、店舗と本部が回収状況を記録・確認できる「回収確認システム」を導入し、さらに適正な回収・運行が可能となりました。

2003年度は、廃食用油回収は全国展開(6月)、廃棄物回収については対象エリア拡大に取り組みました。

廃食用油回収リサイクルシステムの導入店舗数推移(累計)



愛知県 久後崎町店 澤田利八郎店長 近くの小学校の子供110番の指定を受け、また中学校の職場体験学習にも積極的に協力しています。地域社会の一員として、少しでも役に立つことができればと思っています。

事務所 ― 省エネルギー・省資源・リサイクル推進への取り組み

本社・地域事務所でも、社員自らができることを考えて着実に取り組みを進めています。

項目	2003年度目標	達成状況
電気使用量の削減	2002年度比99.0%	99.9%
コピー用紙使用量の削減	2002年度比95.0%	104.6%
紙類のリサイクル推進	リサイクル率80%	80%
エコロジー事務用度品の導入	導入率63%	64%
社有車の低公害車導入	215台新規導入	301台

社有車の低公害車導入 [詳細は→P15](#)

電気使用量の削減

「昼休み事務所内蛍光灯完全消灯」「1時間以上離席時のパソコン電源OFF」などが日常の業務の中で浸透してきました。進捗状況は毎月のエコアシスタントリーダー会議で確認し、目標未達成の場合には改善策を施して対応しています。

6～9月には、経済産業省の夏期に向

けた節電の呼びかけに対応して、節電対策を実施。全社に「電力不足。協力中。」のポスターを掲示して、意識の啓発を図り、廊下の蛍光灯を一部取り外すなどの取り組みを行いました。



夏期節電対策時のポスター掲出と廊下蛍光灯の取り外し

コピー用紙の使用量削減

2003年度は、「両面コピー」、「ミスコピー用紙の裏面利用」、「ファイリングの推進」などを徹底してコピー用紙の使用量削減に努めましたが、目標は未達成でした。2003年度にスタートした「ペーパーレス化推進プロジェクト」では、「仕事の質や効率向上をとまなうべ

ーパーレス化」を目標として、業務の見直しを進めています。

なお、コピー用紙は1998年度に100%再生紙に切り替え、コピー機のトナーカートリッジについては1999年度よりリサイクルを行っています。



裏面利用推進のためのミスコピー用紙入れをコピー機脇に設置

紙類のリサイクル

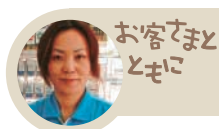
紙類リサイクルBOXの活用などにより、事務所から出る紙ゴミ(燃えるゴミ、ダンボール、文書類、紙コップ、シュレッダーなど)の80%をリサイクルしました。また、事務所から出るその他のゴミについても、分別回収(燃えるゴミ・ペットボトル・ビン・缶)により、廃棄物総量の削減とリサイクルを進めています。



紙類リサイクルBOX

エコロジー事務用度品の導入

事務所で使用する事務用度品については、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います。2003年度も、事務用度品の登録見直しを進め、導入率アップを図りました。



お客様まよととまよ

愛知県岡崎向山町店 阿部まゆみ店長 店舗裏のゴミ置き場からゴミが持ち出され、ご近所の方に迷惑をかけてしまったことがありました。早急にゴミ置き場にフェンスを作って二度と起こらないように対処したところ、皆さんに喜んでいただけました。近隣の方々との日頃からのコミュニケーションの大切さを実感しました。



社会性報告

お客さまや地域社会に望まれ、信頼されるファミリーマートであるために、
コンプライアンスの徹底、お届けする食品の安全・安心の確保、
社会貢献活動、お客さまとのコミュニケーションなど、
「企業としての社会的責任」を常に考え、さまざまな活動を行っています。

企業倫理

お客さまから信頼される企業であるために、
コンプライアンス体制の整備・強化に取り組んでいます。

コンプライアンスー 倫理・法令遵守を確実に実行

グループ全体としての取り組み

近年、国内外において食の安全性を揺るがす品質偽装や施設の安全性をないがしろにするといった企業不祥事が多発し、企業の姿勢・倫理が問われています。

倫理・法令遵守を確実に実行し、企業としての社会的信頼を得るために、2003年9月、ファミリーマートは社長直轄の機関として「コンプライアンス委員会」を設置するとともに、総務人事部

に「コンプライアンス推進グループ」を設け、日常業務として行動していく体制を整えました。その範囲は、国内外AFC各社、関係会社を含めたグループ全体を対象としています。

PDCAサイクルによる運営

ファミリーマートのコンプライアンスへの取り組みは、倫理・法令遵守の基本方針として定めた7つの原則に則り、環境保全活動と同じく、Plan、Do、Check、ActionのPDCAサイクルによ

って運営されます。

コンプライアンス意識の醸成
コンプライアンス行動指針3項目を定め、ファミリーマートで働く者の倫理・法令遵守の意識醸成を図るとともに、内部情報提供窓口を設置しています。

このように、基本方針、行動指針、内部情報提供制度によって、社員一人ひとりに企業倫理、法令遵守の意識を徹底させ、コンプライアンス体制を組織として整備・強化していきます。

ファミリーマート 倫理・法令遵守基本方針

ファミリーマートは、経営理念(企業理念・事業理念)のもと、次の7原則に基づき、国の内外を問わず、倫理・法令およびその精神を遵守してまいります。

1. 健全な企業経営

適正な組織運営を行うとともに、積極的かつ公正な企業情報の開示により、健全な企業経営を行います。

2. 安全で安心な商品・サービスの提供

商品・サービスの品質管理を徹底するとともに、適正な販売環境を整備します。

3. 公正な取引

公正、透明、自由な取引を維持します。また政治、行政との健全かつ正常な関係を保ちます。

4. 適正な情報管理

事業活動上、知り得た個人情報および機密情報を適正に取扱います。

5. 環境への配慮

地球環境保護は、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、積極的にその活動に取組みます。

6. 職場環境の整備

従業員のゆとりと豊かさを実現し、働きやすい職場環境を確保するとともに、従業員の人格、人権を尊重します。

7. 反社会的勢力等との遮断

社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体との一切の関係を遮断します。

2004年5月1日制定
代表取締役社長 上田準二

ファミリーマート コンプライアンス行動指針3項目

私たちファミリーマートで働く者(「私たち」)は、「ファミリーマート 倫理・法令遵守基本方針」のもと、以下の事項を遵守してまいります。

1 私たちは、社会の良き市民としての自覚のもと、良心、礼節を踏まえ、倫理・法令および社会が定める規定・規則・マニュアル等(「倫理・法令等」)を遵守します。

2 私たちは、倫理・法令等に違反する行為を指示したり、求めたりしません。

3 私たちは、万一、倫理・法令等の違反の事実があるときは、速やかに、その是正を求めます。または正されないときは、会社に報告します。



お客さまと
とこに

兵庫県 姫路阿成店 山本隆生店長 お年寄りのお話に耳を傾けたり、ベビーカーを押しているお客さまが来店された時にはドアをお開けしたり、ささいなことでも積み重ねます。決まり事だけをこなすのではなく、なにげない会話や笑顔が、一番お客さまに喜んでいただけると私は思います。

情報セキュリティー 個人情報保護の強化

個人情報流出事件を教訓として

2003年度、ファミリーマートは、個人情報の保護を強化するため、情報セキュリティ委員会を中心として社内規定の整備に取り組んできました。

しかしながら、まことに残念なことに、2003年8月、ファミマ・クラブの最大18万2,780名という多数の会員の皆さまの個人情報が流出する事態を招いてしまいました。

会員の皆さまに多大なご迷惑をおかけした今回の事態を重く受けとめ、このような不祥事を二度と発生させないために、11月には既存の「情報セキュリティ・ポリシー」を強化する形で「個人情報保護方針」を制定、12月から2004年1月にかけて、全役員・全社員及び関連会社を対象に「情報セキュリティ教育」を実施しました。

今回の全社教育は、パソコンによるe-ラーニング方式を中心に、店舗勤務者や一部関連会社の方には小冊子『「情報セキュリティ教育」テキスト&ハンドブック』を作成・配布して、自己学習を併用しました。教育内容は「インタ



『「情報セキュリティ教育」テキスト&ハンドブック』

ファミリーマート個人情報保護方針

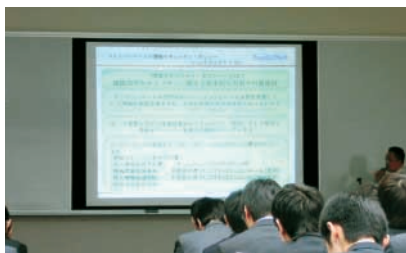
当社は、多数のお客様の個人情報を取扱う事業者として、個人情報に関する個人の権利利益の重要性を認識し、個人情報保護方針、個人情報保護規程その他の規定を制定し、役員および従業員に対して周知徹底を図り、これを実施および運用することにより適切な個人情報の保護に努めます。

- 1.法令などの遵守
個人情報に関する法令、条例およびその他の社会的規範、ならびに当社の個人情報保護規程その他の規定を遵守します。
- 2.個人情報の取得・利用・提供
個人情報を取扱うに当たっては、利用目的を明確に定め、この利用目的および法令の範囲内において、本人の同意を得て個人情報を取得し、利用・提供を行います。
- 3.個人情報の適切な管理
個人情報セキュリティマネジメント基準を定め、これに基づき個人情報を適切に管理し、不正アクセス、漏えい、滅失または毀損のリスクに対する安全管理措置を実施します。
- 4.公表、開示など
法令に従い、保有個人データに関する事項の公表、開示、訂正・追加・削除、および利用の停止・消去を行います。
- 5.継続的な改善
個人情報保護規程その他の規定について、社会環境の変化、監査の結果などに応じ、継続的に改善を加えます。
- 6.苦情および相談の窓口
個人情報の取扱いに関する苦情および相談は、当社お客様相談室(0120-079-188)にてお受けいたします。

2003年11月8日 制定
代表取締役社長 上田準二

ーネット時代のPC使用リスクとルール」,「当社の情報セキュリティ・ポリシーの知識」,「個人情報保護について」です。

さらに、2004年2月には社内報に情報セキュリティに関する特集記事を掲載し、改めて全社員へ個人情報保護の徹底を図りました。今後もこのような教育・啓発を定期的実施し、情報セキュリティにおける社内体制の強化を進めていきます。



新入社員情報セキュリティ教育

新入社員情報セキュリティ教育
2004年度の定時入社社員84名の入社時研修において、情報セキュリティ教育を実施しました。これからファミリーマートで働く一員として、情報セキュリティに関する基本的な方針の理解と、行動指針に関する意識の啓発を図りました。

店舗での個人情報保護
2004年3月のファミマフェスタ2004(加盟者に新商品を紹介したり新たなシステムを発表したりする催し)の会場では、情報セキュリティのブースを設けて、オーナー、店長、ストアスタッフに、加盟店で守るべき情報セキュリティと個人情報保護を学んでもらいました。



お客様と
ともに

兵庫県 姫路花田店 米澤恵美子マネジャー 開店当初に、店内の照明が明るすぎて栽培されている菊の開花が狂ってしまうとの苦情をいただきました。幸いにブラインドを少し下ろすことで解消することができ、今ではいいお客さまです。あと、思いのほか多くのお客さまに喜んでいただいているのは、トイレと駐車場のご提供だと思います。

食品の安全・安心

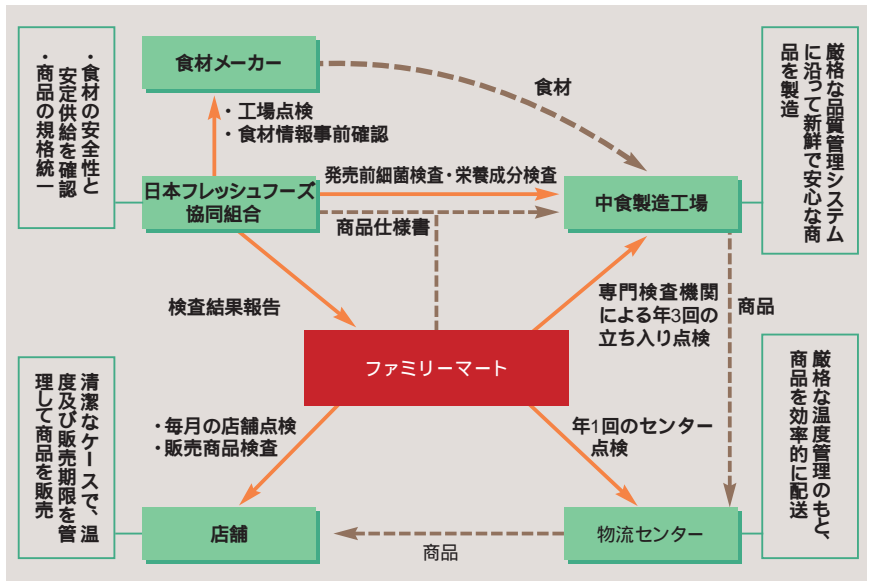
食品については、おいしさとともに安全性を徹底的に追求し、お客さまに安心して召し上がっていただけることを第一と考えています。

徹底した品質管理体制

新鮮で安全・安心な商品を常にお客さまに提供することは、コンビニエンスストアの基本です。食品衛生法よりも厳しいファミリーマート独自の品質基準に基づき、お取引先とともに製造から販売まで一貫した品質管理体制を構築して、徹底を図っています。

2003年度は、お取引先の製造工場も含めてコンプライアンスの再徹底を図りました。また、検査機関の一元化や、クレーム受付システムをバージョンアップして広く情報を共有化するなどの基盤整備を進め、品質管理の精度をさらに高めています。

中食商品の品質管理体制



日本フレッシュフーズ協同組合
中食製造メーカーによって1994年12月に設立。事業目的は原材料・包装材料の共同購入・共同配送、商品・製造技術の共同開発とレベルアップ、品質管理の徹底など。組合員は2004年2月末現在、25社(62工場)。

ISO9000の企業集団形成を推進

ISO9000シリーズは品質管理システムの国際規格で、認証取得後も定期的に外部審査があり、この認証を維持継続している会社は、厳格な品質管理システムに沿って事業活動を行っていると認知されます。ファミリーマートでは終始一貫して、このISO9000の企業集団形成を品質管理の大きな柱としてきました。1999年以来、日本フレッシュフーズ協同組合を中心に取り組みを続け、2004年2月末には、組合以外のデザートメーカーなども含め36の工場が認証を取得しています。

2003年度のISO9000シリーズ認証取得状況

認証年月	メーカー	種類
2003年4月	朝日食品工業(株) 児玉第2工場	デザート
	" 日高工場	漬物
5月	トオカツフーズ(株) 野田工場	米飯
	" 狭山工場	米飯・惣菜
	ヨネザワ製菓(株) 埼玉工場	デザート
2003年度計 5工場 / 累計 36工場		

認証工場では、食材チェックから包装までのすべての工程が品質マニュアルによって自主的に管理が徹底され、新鮮で安全・安心な商品を提供することが可能となります。これまでの取り組みで、認証工場はファミリーマートの中食を製造している全工場の約5割まで増えました。3年後には100%取得を目標としています。

「品質衛生管理強化月間」の展開

2003年度も、6月の1カ月間を「品質衛生管理強化月間」とし、全店舗で強化に取り組みました。重点ポイントは前年に引き続いて「販売期限管理の徹底」。ポスター掲示でストアスタッフの意識啓発を図り、点検表によるチェックを行いました。また、製造工場、物流センターにおいても、品質基準が正しく運用できていることの確認を行いました。



「品質衛生管理強化月間」ポスター



愛知県 新村町店 山本均店長 駐車場でウロウロしていた迷い犬を保護し、常連さんのご協力を得て飼い主の元にお返ししました。また、近所の足のご不自由なおばあちゃんに、週に1回くらい電話にて必要なものをお届けし、喜んでいただいています。地域の皆さんのお役に立てることを、少しずつでも実行していきたいと思っています。

中食商品の保存料・合成着色料を全廃

お客さまに、より一層安全・安心な商品をお届けするため、ファミリーマートでは2002年3月より「添加物総量の削減」に取り組んできました。削減にあたっては、まず第一に品質の確保、さらには、お客さまに満足していただける「おいしさ」の維持を欠かせない要件とし、厳格な保存検査を行いながら段

階的に削減を進めました。

右表の通りの進行で、2003年9月には、中食全商品についての保存料、合成着色料・合成甘味料の排除を完了しています。また、保存料全廃後は、タスクチーム、専門業者を投入して、全ルートにおける品質管理のさらなる徹底強化を図っています。

ファミリーマートの添加物削減状況

	惣菜・サラダ サンドイッチ 調理類 スナック類	弁当・寿司 おにぎり
合成着色料	2002年3月より使用中止	
合成保存料	2002年10月より使用中止	
合成甘味料	2002年10月より使用中止	
天然保存料	2003年3月より 使用中止	2003年9月より 使用中止

中食商品の容器包装への安全配慮



中食商品の容器包装の素材については、食品衛生法と厚生労働省告示に従い、安全性を確認して使用していま

す。いずれも内分泌かく乱物質作用を有する疑いのある化学物質に該当せず、また、塩素も含有しません。

中食商品の容器包装材質一覧

代表的な商品	材質名	材質表示
弁当・惣菜などの容器本体	PPファイラー(PP-F,T)シート	PP
弁当・惣菜などのふた	透明PPシート	
スパゲティなどの容器本体	PP発泡シート	
三角サンド、直巻・手巻おにぎりなどのフィルム	PPフィルム	PS
弁当・カップ類などの容器本体	発泡ポリスチレン(PSP)シート	
ざるそばなどの容器本体	耐衝撃性ポリスチレン(HIPS)シート	
弁当・惣菜などのふた全般	二軸延伸ポリスチレン(OPS)シート	PET
生野菜サラダ・冷やかけそばなどの容器とふた	非結晶ポリエチレンテレフタレート(A-PET)シート	
グラタンなどの容器本体	結晶ポリエチレンテレフタレート(C-PET)シート	PE
弁当・惣菜などのラップ	ポリエチレン/フィルム	
ファーストフードなどの容器	紙	紙
グラタンなどの容器本体	蓋	

PP=ポリプロピレン PS=ポリスチレン PET=ポリエチレンテレフタレート PE=ポリエチレン

原材料の安全性確保への取り組み

高病原性鳥インフルエンザへの対応
鶏肉・鶏卵の安全性に関する政府機関(食品安全委員会)の見解では、加熱処理することでの安全性が確認されています。弁当、フライヤー商品、惣菜で使用している鶏肉は、すべて中心温度85℃以上で加熱処理しています。

牛海綿状脳症(BSE)への対応
弁当等に使用している牛肉については、BSEの発生した国・産地・品種・特定危険部位のものは使用していません。使用牛肉すべてについて、特定危険部位等不使用の証明書を受領しています。

遺伝子組み換え作物への姿勢
遺伝子組み換え作物の安全性や生態系への影響が懸念されている現状への対応として、遺伝子組み換えをした原料使用の旨を表示した商品は販売していません。「新鮮輝きたまご」等是非遺伝子組み換えコーンを飼料にしています。

詳細は⇒P22

ラベルには正確で適切な情報を表示

JAS法の改正に伴い、中食商品のサーマルラベルを拡大しました。法律の規定に準じたファミリーマートの表示基準事項に加え、「レンジ加熱目安」「製造工場の連絡先」「容器のフチで手指を切らないようにご注意ください」「保存料・合成着色料不使用の表示」などの項目を追加しています。

ファミリーマートの表示基準

名称 / 製造年月日・時間 / 製造者 / 原材料名 / 添加物名 / 消費期限 / 栄養成分 / 保存方法 / アレルギー表示(義務5品目及び推奨19品目) / 容器材質識別表示



福井県 美浜佐柿店 松村弘行オーナー 夜中に急に熱が出たと来店され、熱さまシートやボカリスエットなどを買われて「ほんとに助かった!」と感謝されることがあります。24時間お店を開けているメリットといえるでしょうね。そんな時は、本当に嬉しいです。

情報公開・メッセージ発信

「みんなで、環境問題に取り組んでいこう」という気運づくりもまた、地域に根ざすコンビニエンスストアに課せられた大きな使命です。

店舗からの環境メッセージ発信

全国各地に多数の店舗を展開するファミリーマートにとって、店舗における環境コミュニケーション、店舗からの環境メッセージ発信は大変意義のあることと認識しています。2003年度は、3つの取り組みをスタートしました。

レジ袋

6月23日より、街の環境美化へのご協力を呼びかけるメッセージを掲載。

詳細は→P15

レジの液晶画面

9月30日より、レジ袋削減へのご協力を呼びかけるメッセージ画面を掲載。 **詳細は→P17**

Famiポート

10月28日より、マルチメディア端末Famiポートで30秒の環境メッセージビデオを放映。 **詳細は→P16**

お客さまの中には、不要なレジ袋はいらないと考える方が増えてきました。今後もさらに取り組みを進め、地域や社会に対する責任を果たしていきます。



レジ袋



レジの液晶画面



Famiポート

環境Webサイトをリニューアル

2003年10月31日より、ファミリーマートのホームページ内の環境Webサイトをリニューアルしました。閲覧者は、日頃ファミリーマートにご来店いただいているお客さまと想定し、お店を起点として、ファミリーマートの環境活動を分かりやすく、楽しく、詳細にお伝えしています。リニューアル版は、「環境goo大賞2003」の大手企業・総合部門で審

査員特別賞を受賞、子ども向けサイトFamilyMartエコキッズも同環境教育部門で審査員特別賞を受賞しました。また「みんなで選ぶエコWEB大賞」では、本サイトが「特別奨励賞」、エコキッズが「KIDS賞(2年連続)」を受賞しました。

お客さまとの重要なコミュニケーションツールとして、今後もより一層の充実 に努めます。



環境Web サイト <http://www.family.co.jp/eco/>



FamilyMartエコキッズ <http://www.family.co.jp/eco/ecokids/>

環境報告書

1999年より毎年「環境報告書」を発行し、1年間の環境活動の概要を報告しています。環境NGOや読者の方々のご意見をできる限り反映させて、一般の方にも分かりやすい編集を心がけています。2003年版からは、「環境報告」

に加えて「経済的な側面」「社会的な責任」についての記載を行い、持続可能性報告への移行を図りました。

配布先は全店舗、全社員、お取引先、行政、マスコミ、金融機関、環境NGOなどで、1万7,000部を発行しています。



2003年版



お客さまと
とまじ

香川県 高松松島町店 中西繁則店長 当店の足元商圏には、高齢者でひとり住まいの方がたくさんおられます。コンビニで朝昼晩の食事を済ませる方も多いためです。そういったお客さまがお弁当などを買われる時には、何時頃に食べられるかを伺い、その時間に合わせて鮮度を確認し、商品をお勧めしています。また、新しい商品はできるだけご紹介するようにしています。

お客様の声

お客様からいただくご意見は、ファミリーマートの大切な財産です。真摯に、迅速に対応し、日々の仕事の向上に生かしています。

全社体制でお客様の声に対応

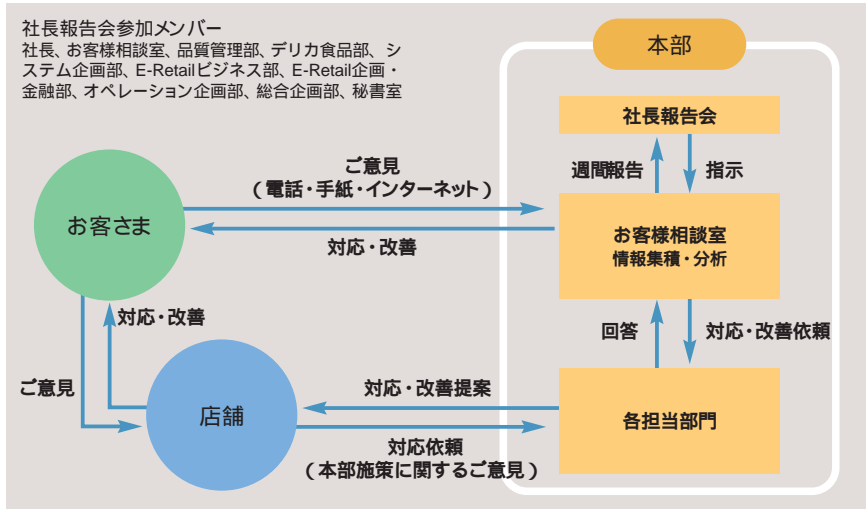
企業に対する社会的関心の高まりを反映して、お客様からファミリーマートに寄せられるご意見も増えています。2003年度は17,328件のご意見をいただきました。お叱り、ご要望、お問い合わせ、お褒めといろいろで、内容も多岐にわたっていますが、その一つひとつが、ファミリーマートにとって非常に貴重な情報であると受けとめています。「お客様相談室」でお受けしたご意見は関連部門に伝え、緊急に対応を要する件については、担当者・店舗の連携で迅速に改善策を施します。即座の対応が難しい件についても、現場の声と合わせながら多角的に検証し、課題を全社横断的に改善・推進していく体制を整えています。

今後も、お客様のご意見に真摯に耳を傾け、日々の仕事の向上に生かしていきたいと考えています。

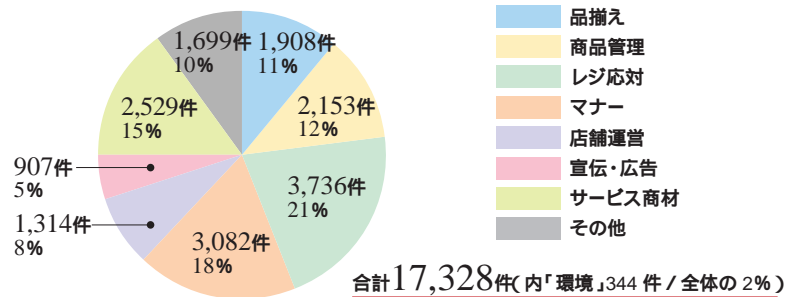
お客様相談室に寄せられた環境活動に関するご意見・ご質問の代表的なものと、それに対するファミリーマートからの回答を環境サイト内でご覧いただけます。

<http://www.family.co.jp/eco/voice/>

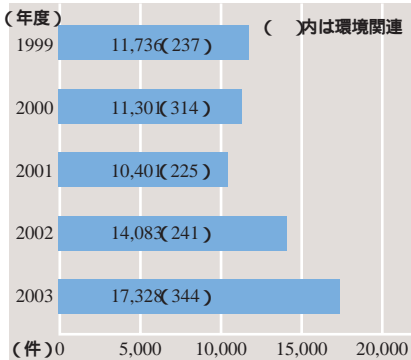
お客様とのコミュニケーション体制



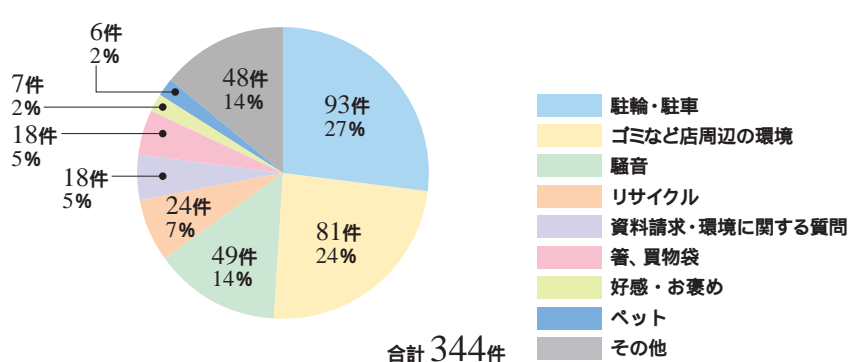
ファミリーマート全体にいただいたご意見



お客様から寄せられたご意見数の推移



環境活動についてのご意見



お客様と
ともに

香川県 高松高田店 大西英昌店長 保育園、小学校が近くにあり、「こどもSOS」やPTA、警察とも協力して、子どもたちが安心しておつかいや普段の買い物ができるような売場・環境づくりに努めています。保育園には季節イベントとしてサンタクロース訪問もやっており、毎年、子どもたちの笑顔を見るのが楽しみです。

社員との関わり

すべての社員が、熱意と緊張感をもって業務に取り組み、スキルを磨き上げていく。そのような企業であるために、仕事を支える制度の充実を図っています。

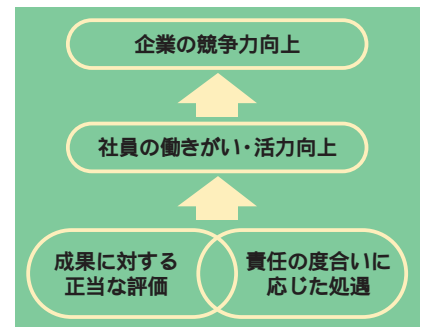
人事制度——公平な評価と処遇

ファミリーマートでは、その時々
の社会情勢や経営政策を踏まえ、かつ
将来を見据えながら、人事制度の変
革を重ねてきました。現行の人事制
度は、「成果に対する正当な評価」と
「責任の度合いに応じた処遇」を2
つの大きな柱としています。成果を
挙げた人や、成果を挙げるために果
敢に挑戦した人を的確に評価し、職
責(仕事の責任度合

い)と対価とのバランスを図った賃
金制度を導入しています。

2003年度は、幹部社員に多くの若
手を抜擢し、社員の意識改革を推
進しました。真に公平な制度の運
用により、組織を構成する社員の
活力を引き出し、企業の競争力を
さらに高めていきたいと考えてい
ます。

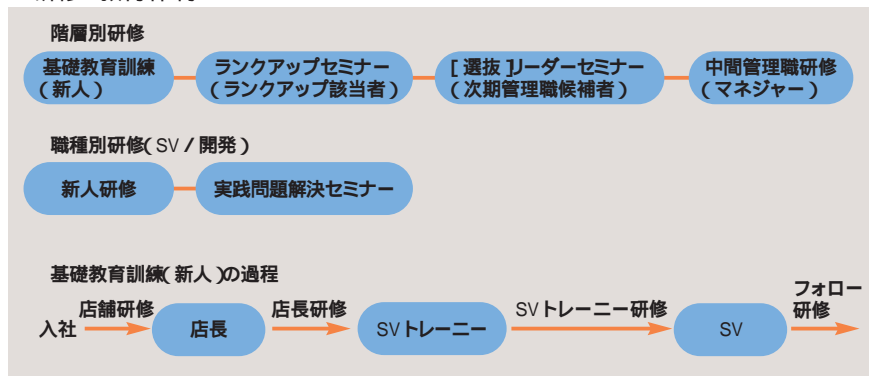
人事制度の考え方



研修・教育制度——自発的に考え、行動する社員を育てる

ファミリーマートの仕事は、常にお客
さまの立場、加盟店の立場に立ち、そ
れぞれの利益の増大をめざすことを原
点としています。社員には高い問題解
決能力と、コミュニケーション能力が求
められます。「部下育成」「選抜」「基本
の重要性」「部門横断交流」の4つを柱
として、自ら考え、自ら行動する“強い
個人”を創出する研修・教育制度を整
備しています。

研修・教育体制



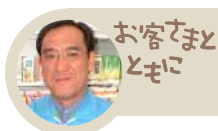
SV＝スーパーバイザー

安心して、元気に働ける職場環境の整備

社員が安心して業務に取り組み、十
分に能力を発揮することができるよう
働きやすい職場環境の実現に努めてい
ます。また、セクシャルハラスメントに
ついては専用の相談窓口を設けて、解
決を図る体制を整えています。

出産・育児・看護の支援
育児のための休職期間終了後、さら
に1年以上勤務する意志のある人への
「育児休職(満4歳まで)、子が満7歳に
達するまで勤務時間を短縮できる「育
児勤務」、家族看護のための「看護休

職」などの制度を設けています。
[2003年度の制度利用者]
育児休職15人 / 看護休職1人



香川県 丸亀今津店 磯野直樹店長 周りに大きな商業施設はなく、お店は夜には明るく輝いています。お店のスタッフの持ち味も「元気で明るい」、「元気」や「明るさ」をご提供してお客さまに喜んでいただくことは地域に根ざすコンビニの大きな役割だと思っています。

加盟店との関わり

パートナーである加盟店が、安心して、元気に店舗運営に専心できるよう、さまざまなバックアップ体制を整備しています。

ストアスタッフ育成の支援ーストアスタッフトレーナー養成講習会、移動研修車SQC号

24時間365日営業を基本とするコンビニエンスストアにとって、ストアスタッフ育成は非常に大きな課題となります。ファミリーマートでは、「集める・育てる・報いる・楽しませる」という4つの柱からなる「ストアスタッフータルシステム」を用意し、店長をサポートしています。2003年度には、さらに2つの強化策を実施しました。

ストアスタッフトレーナー養成講習会
店長の右腕として、新人ストアスタッフを教育するトレーナーを育成するための講習会です。2003年4月より、各

エリアでスタートし、2004年2月までに、1,926店、2,975名のストアスタッフに参加しました。

SQC号

これまでは、加盟店ストアスタッフの集合研修を各地域のエリア事務所などで行ってききましたが、遠隔地の店舗は参加が困難なケースもありました。そこで、2004年1月より、移動研修車SQC(サービス、クオリティ、クリンネス)号を稼働し、遠隔地や新規出店地域の店舗を中心に本部トレーナーによる出張研修を実施しています。



ストアスタッフトレーナー養成講習会

SQC号。VTR視聴設備、レジ、発注端末などの研修施設を装備



車内研修風景。1回につき最大8名の受講が可能

防犯体制のバックアップ

店舗での犯罪を防ぎ、緊急事態発生時にはお客さまやストアスタッフの安全を確保するために、防犯体制の強化を進めています。ファミマフェスタ2004では、ブースを設けて防犯ビデオ

を上映、加盟店向け広報誌『Family』でも特集を組み、防犯体制の再徹底を図りました。また、委託会社によるセキュリティシステムの導入を加盟店に推奨し、導入店舗の拡大に努めています。



ファミマフェスタ2004で上映された防犯ビデオの、カラーボール使用解説画面。このビデオは全店舗に配布しました [詳細は→P19](#)

緊急あんしんダイヤル

本社やエリア事務所の営業時間外に緊急事態が発生した際の連絡窓口として「緊急あんしんダイヤル」を設定。連絡を受けた専従スタッフが、内容に応じて適切な回答や情報の伝達を行います。加盟店の方々には常に安心して店舗運営を行ってもらうためのサポートシステムです。

福利厚生

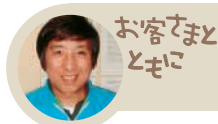
各種保険制度
加盟店の相互扶助により運営される団体保険制度「加盟店共済制度」では、医療保障などさまざまなプランを、スケールメリットを生かした割安な保険料で提供しています。

ファミリーマート健康ダイヤル

心と体のさまざまな相談に、医師、

看護師などの専門スタッフが24時間体制で対応するサービスで、委託会社によって運営されています。

人間ドック紹介制度 / 郵便検診
健康管理のため、検査受診のサポートをしています。



お客さまと
ともに

福岡県 久留米高良内店 郷田国俊店長 お客さまに「ファミリーマートが好きなんです」とか「このお店いいですね」と褒められると、清掃作業もどんどん楽しくなってきます。いつまでもそんなふうと言われるファミリーマートであり、お店でありたいと思います。

社会貢献活動

お客さまや地域、社会とともに成長、発展していきたい。
そのためにやらなければならないことを考え、実行に移しています。

地域のセーフティステーションをめざして

ファミリーマートでは、全国に展開するすべての店舗が、地域の人々にとって便利で頼れる存在、安心感の拠り所としての「セーフティステーション(地域安全活動拠点)」となることを目標として、活動を続けています。

セーフティステーション化
第2次トライアル

日本フランチャイズチェーン協会に加盟するコンビニエンスストア各社が実施してきたセーフティステーション化トライアルは、2003年3



「コンビニエンスストアセーフティステーション宣言」ポスター

月～5月(川崎市・佐賀県)の第1次に続き、11月～2004年1月にはモデル地区を東京都内6区、横浜市、川崎市、福岡県、佐賀県に広げて、取り組みを行いました。テーマは「安全・安心な街づくりに協力 防犯・安全・防災対策」「青少年の健全育成の醸成」とし、モデル地区にある店舗が参加しました。

「未成年者への酒・タバコ販売防止」プロジェクト
2003年度は、7月～8月の夏休み、12月～2004年1月の冬休みを強化時期とし、キャンペーンポスターの掲出を行いました。また、これまで以上に酒類の販売に関する法令を遵守し、オペレーションの徹底を図るために社内プロジェクトを発足、店長用テキスト「お酒販

売ガイドブック」を作成しました。このテキストは酒類を取り扱う全店舗に配布します。

今後も未成年者への年齢確認などによる酒・タバコの販売防止の徹底に努めます。



キャンペーンポスター 「お酒販売ガイドブック」

防犯対策 詳細は→P19 P52
青少年の成人雑誌閲覧・購入防止
詳細は→P21

災害時のライフラインとしての取り組み

地域の要所に点在するコンビニエンスストアは、災害などの発生時に、生活必需品の供給を維持する重要なライフラインとなります。

ファミリーマートは、1996年に静岡県と防災協力協定を結んでいます。2004年3月、さらに2府県との協定を結びました。

宮城県 災害発生時には、県の要請に基づいて、ファミリーマート物流ネットワークシステムをフルに活用し、食料品・飲料水・生活物資等の緊急救援物資を迅速に被災地へ供給することで

地域を支えます。(2004年3月22日締結)
大阪府 大阪府域で地震による災害が発生し、交通が途絶した場合に、帰宅困難者に対して、水道水・トイレなどの提供、地図による道路の情報、ラジオなどで知り得た通行可能な歩道に関する情報を提供します。(2004年3月31日締結)

また、2004年4月には、従来の「地震対策マニュアル(初版1996年7月1日)」を全面的に見直し、「災害対策マニュアル」として改訂しました。震度6弱以上の地震を想定し、平時の事前対策、地



宮城県庁における協定締結式。浅野知事(中央左)と上田社長(中央)(2004.3.22)



改訂された「災害対策マニュアル」と携帯版

震発生直後の初期対応、復旧対策を明記しています。

コンビニエンスストアの社会インフラとしての使命を万全の体制で果たせるよう、今後も取り組みを進めていきます。



お客さまと
とぎに

福岡県 広又店 水町君代店長 地域の皆さまと良いお付き合いをさせていただくことは、とても大切なことです。弁当箱を外に片付けるとき、特に夜中には、ご近所の迷惑にならないよう、皆で静かな作業を心がけています。また、高齢のお客さまの荷物が重たそうな時には、配達してあげることもあります。

行政・地域社会・学校とのコミュニケーション

「環境にやさしい 買い物キャンペーン」に参加

2003年10月、消費者・事業者・行政の3者連携により、国民への環境に関わる啓発活動を行うことを目的として「環境にやさしい買い物キャンペーン」が39都道府県で実施されました。ファミリーマートでは、店舗を出店している29都府県4,765店舗が参加し、ポスター掲示などの協力を行いました。



内閣府作成のポスター

「ロード・セーフティステーション」 に協力

国道の要所に点在し、24時間営業をするコンビニエンスストアは、道路の情報拠点として期待されています。

ファミリーマートは、2003年5月に国土交通省東北地方整備局、8月に中部地方整備局と「ロード・セーフティステーション」協定を締結。道路利用者からの道路の異常事態の報告や道路管理者からの現地状況の問い合わせに対応する協力を管内の店舗でスタートしています。



中部地方整備局との協定締結式(2003.8.22)

「あいちクリーンキャンペーン」 に協力

愛知県では2005年日本国際博覧会「愛・地球博」の開催に向けて、街角に散乱ゴミなどのない清潔で快適な街づくりを進めるため、2004年より「あいちクリーンキャンペーン」を実施しています。ファミリーマートでは愛知県の要請に応じて、県が作製した啓発用ステッカーを県内の店舗に掲出し、キャンペーンに協力しています。



店頭に掲出したステッカー

「豊島区リサイクル環境フェア」 に出展

資源循環型社会の実現に向けての区民の意識啓発を目的として開催された「豊島区リサイクル環境フェア」(2003年10月25~26日)に、子ども向け環境Webサイト「FamilyMartエコキッズ」を出展。クイズやゲームを楽しみながら、ファミリーマートの環境活動への理解を深めていただきました。



フェア会場風景

店舗における環境学習に 子ども向け環境報告書を作成

2004年4月22日、山形県鶴岡市立朝陽第二小学校6年生の皆さんが、修学旅行先である仙台市内のファミリーマート店舗で環境の勉強を兼ねた見学会を行いました。ファミリーマート環境推進部が作成した「こどもかんきょうほうこくしょ2004」をテキストとして、ファミリーマートで日々取り組んでいる環境活動について勉強していただきました。



「総合的な学習の時間」の 環境学習への協力

2003年11月26日、河内長野市立小山田小学校の4年生が「総合的な学習の時間」で取り組んでいる環境学習「地球を守ろう～循環型社会をめざして」で、環境活動に取り組んでいる企業の活動内容を発表するという試みがあり、ファミリーマートでは、ペットボトルリサイクルのユニフォームと環境配慮型商品をお送りしました。



後日生徒のみなさんからいただいたお礼の手紙



大分県 寺崎町一丁目店 蔵田華織店長 清掃にはとても力を入れています。「いつもきれいなお店」と言っていたのは一番の喜びです。お客さまに楽しく、快適にお買い物していただけるよう、さらに、心のこもった接客、充実した品揃えにも力を注いでいこうと思います。

「全国環境美化活動」をスタート

店舗、本社、地域事務所では、これまで個別に自主的な清掃活動を行ってききましたが、2003年度より全国一斉の取り組みとして、年2回の環境美化活動をスタートしました。2003年度は5月30日の「ごみゼロデー」に、本社、全国の地域事務所など約40カ所で800名を

超える社員、加盟店が参加。また10月下旬から11月中旬にかけては、全国で約70カ所、約1,100人の社員が参加して、清掃活動に取り組みました。地域の美化に少しでもお役に立てるよう、今後も活動を続けます。



全国一斉「ごみゼロデー」(東京・池袋)

セーブ・ザ・チルドレンへの支援 「Save the Children 一緒に、始めよう。」プロジェクト実施

国際的NGOであるセーブ・ザ・チルドレンの活動を支援し、「身近で、気軽な社会貢献」を趣旨に1993年からスタートしたファミリーマートの店頭募金。2003年度の募金額は7,585万6,841円で、募金累計額は4億6,741万8,643円となっています。

募金箱設置以来、丸10年の節目となる2003年度は、困難な状況下にあるアジアの子どもたちのために、hiroさん、今井絵理子さん、上原多香子さん、HITOEさんの4人をメッセンジャーとする「Save the Children一緒に、始めよう。」プロジェクトに取り組みました。実行委員会メンバーはセーブ・ザ・チルドレン・ジャパンとファミリーマートで、他に9社が協力企業として参加し、4～12月の期間、募金活動、チャリティコンサート、キャンペーンを実施しました。活動に伴う寄付及び収益の一部は、セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンを通じて、海外支援事業及び国内啓発活動に活用していきます。

「募金」だけでなく、「ボランティアのこころ」を日本の子どもたちの中に育てたいという願いをこめて、ファミリーマートはこのプロジェクトに取り組みました。

今後も店頭での募金活動を中心に活動を続けていきます。

「Save the Children一緒に、始めよう。」プロジェクト経過

4月8日	プロジェクトスタート。メッセンジャー4人が呼びかけるポスターと募金箱を設置。
7月1～21日	「Save the Children一緒に、集めよう。キャンペーン」実施。
9月27日～11月13日	「Save the Children SPEED LIVE 2003」全国9カ所19公演
9月23日～10月20日	「Save the Childrenデザートで、始めよう。」フェア実施

セーブ・ザ・チルドレン

1919年、英国で創立。世界のNGOの代表格として各国政府や国連組織からもその重要性を認められています。セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンは1986年設立以来「素敵な笑顔に出会いたい」を合言葉に、アジアを中心に子どもたちの権利を実現するための支援を続けています。



「SPEED LIVE 2003」(さいたまスーパーアリーナ)



募金ブースではたくさんの募金をいただきました(日本武道館)



新聞に掲載したプロジェクト最終報告



お客さまと
とまに

大分県 佐賀関神崎店 平岡太加秋店長 店があるのは小さな地区で若い人も少なく、スーパーにいつもは行けない方もいて、「歩いて買い物に来られる」と喜んでいただいています。量が多い方は、毎日少しずつ買物に来てくださったたりして、本当に嬉しいです。

「ファミリーマート社会・環境報告書2004」 意見書

ジャパン・フォー・サステナビリティ
共同代表

枝廣 淳子



今回の報告書は、これまでの環境報告の内容に、経済性報告と社会性報告を加え、「持続可能性報告」の方向へ一歩踏み出しました。店舗の1日を追うなかで具体的な取り組みやスタッフの声を紹介する特集「ファミリーマートの24時間」は、読者の好奇心をじょうずに刺激して、活動を伝えようとする新しい試みです。時間帯ごとの環境負荷の変化などを示すと、さらに興味深くなるでしょう。欄外に多数掲載したスタッフのコメントやわかりやすいレイアウトなど、「伝えたい」という気持ちの伝わってくる報告書です。

内容的には、フランチャイズ加盟店や中食商品の工場も含めて広く取り組みを進めていること、特に環境や食の安全に関して意欲的な取り組みが行われていること、個人情報流出というネガティブ情報をトップのメッセージおよび報告と対策のページで取りあげたことなどが特に評価できます。

さらに、報告書を環境・社会面への取り組みの「原動力」のひとつとして機能させるために、今後に期待することを述べます。

1) パフォーマンスや取り組みの全体像を示す

ファミリーマートのビジョン、マネジメント、具体的な取り組みと実績の有機的な全体像が一目でわかるページがあるとよいでしょう。本文や図表中に多くのデータや数字、取り組み事例が掲載されていますが、全体像をわかりやすく伝えることも大切です。さまざまな取り組みも、事例紹介に終わらず、全体的な方向性や戦略を具現化するものとして位置づけて下さい。また、持続可能な商品の提供に向けて、国内外にわたるサプライチェーン全体の取り組みや方向性の記載を期待します。さらに、アジア各国やアメリカへの海外展開とともに海外店舗も含めたグローバルな報告を期待します。

2) 実績の認識を通じて、意思やビジョンを伝える

「事業活動にともなう環境への影響」のページは、メーカー、本社、物流センター、店舗、お客さまという流れのなかでインプットやアウトプットを一目で示す意欲的な試みですが、定量的な数字のみならず、「この実績は過去に比べてどうか」「この数字をファミリーマートはどう認識しているか」「これからどうするつもりか」という解説があっ

てはじめて、データが意味とメッセージを持つようになります。

組織や体制などの説明だけではなく、このような認識や方向性がダイナミックに感じられる解説にこそ、経営者や企業の意思やビジョンが映し出されます。そして、翌年に「その結果、実績がどうなったか。それをどう認識・評価して、次はどうするつもりか」を報告するという、PDCAの過程そのものを報告してほしいと思います。

3) 過去・現在・未来の時間軸で方向性を伝え、 ジレンマも伝える

過去から現在への進捗を効果的な指標で可視化し、未来の方向性をダイナミックに感じさせるメッセージを発信して下さい。また、「すべて問題なし」ということはありえませんが、過去から現在へ、そして未来へ向かうなかで、直面している課題やジレンマを率直に伝えて下さい。例えば、お客様のニーズに対応するための長時間営業や取り扱い品目の増大は、温暖化をはじめとする地球環境問題への取り組みとぶつかっていないでしょうか。

課題に悩み、考え、試み、また考えるという人間的な側面を素直に伝えることで、社会や一般の人々も一緒に考えはじめるとは思いませんか。

4) 読者の知りたいことを伝える

例えば私は、「24時間営業なので、スタッフの安全や心身の健康面にはどう取り組んでいるのだろうか?」「男女機会均等や人権などについては?」と思って読みました。社会性報告の今後の充実を望みます。読者の知りたいことをわかる形で伝えるためには、読者との継続的なコミュニケーションが欠かせません。「何を知りたいのか」「こういう書き方で通じるのか」等対話を続け、コミュニケーションのPDCAを回すことで、報告書を環境経営の原動力にして下さい。

幅広い年齢層の一般の人々にもっとも近い存在であることを活かし、その啓発という間接影響にも力を入れていることはすばらしいと思います。今後もその「近さ」を、「広報」のみならず「広聴」という点でも活かして、着実に取り組みを広げ、深められることを期待します。さらに、環境負荷低減という「マイナスを減らす」活動だけではなく、「ここで買い物をするほど、地球環境が改善する環境修復型コンビニ」というビジョンと取り組みの登場を心待ちにしています。

1991	91年	「環境問題担当」を設置 事務所の古紙分別回収・リサイクル開始 古紙の積極的利用開始(名刺、コピー用紙、レシート) 買い物袋のポリエチレン化
	92年	店内照明をインバータ方式に変更(資源エネルギー庁長官賞受賞)
	95年	店舗改装・閉鎖時の什器リサイクル(再使用)開始
1996	96年	店舗のゴミの適正処理をめざした廃棄物回収システム開始
1997	4月	サンドイッチ・サラダに契約農家の野菜導入開始
	6月	店舗改装・閉鎖時の冷蔵冷凍機器・空調機フロン回収開始
	8月	太陽光発電設備を設置した「港南台インター店」(神奈川県)開店 太陽光発電設備を設置した「葉山町店」(神奈川県)開店 生ゴミ堆肥(コンポスト)化実験開始
1998	10月	東京23区でペットボトル店頭回収開始(以降、各市町村の要請に基づいて実施)
	12月	太陽光発電設備を設置した「つくば谷田部店」(茨城県)開店
	3月	弁当・惣菜等の包装ラップを塩ビ系からポリオレフィンに変更
1998	8月	太陽光発電設備を設置した「マリンピア喜入前店」(鹿児島県・株式会社南九州ファミリーマート)開店 空調機、小型冷凍機のインバータ制御導入
	9月	太陽光発電設備を設置した「シーガイア入口店」(宮崎県・株式会社南九州ファミリーマート)開店 店舗向け商品配送車輛にCNG(圧縮天然ガス)車の導入開始
	10月	店舗のタイルに廃ガラス入りのリサイクル材使用開始
1999	12月	店長・ストアスタッフ向け環境教育資料「エコぱーとなー」第1号発行
	2月	太陽光発電設備を設置した「小垣江西店」(愛知県)、「吉田駅北店」(大阪府)、「門真深田町店」(大阪府)開店
	3月	全店舗、本部の全事業所を対象にISO14001認証取得 店舗のカウンターに人工大理石(ロングライフ材)使用開始
1999	4月	店舗の廃棄物トータルリサイクルシステム導入、生ゴミ堆肥化開始
	6月	店舗内照明に高出力型蛍光灯と一定照度調光システム導入
	7月	環境保全活動のシンボルマーク「We Love Green」制定
1999	8月	本社のコピー機トナーカートリッジのリサイクル開始
	9月	店舗の水道使用量削減のために節水装置取り付け
	10月	環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品発売開始 配送ドライバーユニフォームをペットボトルリサイクル素材に変更
1999	11月	非遺伝子組み換え飼料を使用した新鮮輝きたまご販売開始
	12月	店舗の廃食用油回収リサイクルシステム稼働 店舗のファサード看板薄型化と照明ランプを半数に削減
	1月	ペットボトルリサイクル素材を使用した店舗ユニフォーム導入 店舗システムのプリンターインクカートリッジリサイクル開始
2000	2月	「We Love Green」コンサート開催、会場で尾瀬保護財団への募金実施(福岡・大阪・東京) 太陽光発電設備を設置した「和歌浦東店」(和歌山県)開店
	3月	グリーンコンシューマー奨励賞(グリーンコンシューマー東京ネット・東京商工会議所主催)受賞
	10月	太陽光発電設備を設置した「仙台五橋通り店」(宮城県)開店
2001	8月	「青葉すみよし台店」(神奈川県)で小型ガスコージェネレーションによる電力供給の実験開始
	11月	店舗の廃棄物回収確認システム導入
2002	3月	第1回東京都生活文化局長賞受賞
	4月	個店設置型生ゴミ処理機実験開始 日用品をセンター便と共同配送、酒類を常温食品便と共同配送開始
	5月	社員向け環境情報をイントラネット「なるほど環境問題」で発信
2002	6月	店舗の空調・冷蔵・冷凍のシステムを一体化した「総合熱利用システム」実験開始
	7月	店舗の床材に非塩ビ素材導入実験開始
	8月	店長向けマネジメントマニュアル「環境保全」作成、全店舗に配布
2002	9月	グラタンに葦製パルプモールド容器導入開始
	10月	子ども向け環境Webサイト「FamilyMartエコキッズ」配信開始
	11月	全国油脂事業協同組合連合会から表彰
2003	1月	第6回環境レポート大賞業種別奨励賞受賞
	3月	店舗の建築・改装時に什器備品共同配送システムを導入
	4月	レインフォレストアライアンス認定コーヒー豆を使用した飲料を開発 店舗閉鎖時に人工大理石製カウンターを取り外し、他店舗へのリユースを開始
2003	5月	「FamilyMartエコキッズ」がエコWEB大賞KIDS賞受賞
	6月	レジ袋に街の環境美化を呼びかける環境メッセージを記載
	7月	おにぎりの包材(ポリプロピレンフィルム)を軽量化
2003	9月	レジの液晶画面に環境メッセージ掲載
	10月	店内情報端末Famiポートによる環境メッセージビデオ放映開始
	12月	「環境Webサイト」、「FamilyMartエコキッズ」が環境goo大賞審査員特別賞受賞
2004	2月	店舗向け商品配送車輛にハイブリッド車の実験導入開始
	3月	「環境Webサイト」、「FamilyMartエコキッズ」がエコWEB大賞「特別奨励賞」、「KIDS賞」受賞

「信頼されるファミリーマート」をめざして

環境推進部管掌
取締役

岡田 朝 雄



1. 社会・環境報告書の発行にあたって

本報告書は、昨年まで「環境報告書」として発行してまいりましたが、今回から「社会・環境報告書」のタイトルに改めました。これまでも環境報告の他に、経済的な側面、社会的な責任について報告してまいりましたが、私どもの社会性に関する情報公開、説明責任を今まで以上に果たすという考えに基づき、より範囲を広げて2003年度の取り組みをご報告させていただきます。

皆さまもご承知の通り、2003年はCSR(Corporate Social Responsibility 企業の社会的責任)元年と言われました。CSRとは企業が持続的な事業活動を進めていく上で、社会的な要請に対して真摯に応えていく責任であると考えます。法律の遵守(コンプライアンス)、食の安全・安心の取り組み、個人情報の保護、環境保全活動など、経済・社会・環境に関するさまざまな側面について、企業が誠実に対応することが求められています。

2. フランチャイズ本部としての社会的責任

フランチャイズシステムによるコンビニエンスストア事業を営む私どもにとって、CSRの観点から、今後、次の2つの基本的考え方に基づいて取り組んでいく所存です。

まず第一に「お客さまからの信頼」を大切にすることが挙げられます。ファミリーマートの加盟者と本部がそれぞれの事業を営む上で、社会的な責任を考えた活動を行い、お客さまと社会から「信頼されるコンビニエンスストア」、「信

頼される本部」をめざします。そのためには、お客さまのご意見に誠実に耳を傾け、着実に企業体質の改善に取り組むことが必要です。本報告書の45ページに掲載いたしました「ファミリーマート 倫理・法令遵守基本方針」の通り、倫理・法令を遵守(コンプライアンス)した企業活動の徹底を図ってまいります。

第二に「フランチャイズ本部としての事業責任」を常に考えて行動するということが重要です。弊社は事業発足以来、小売業の経験をお持ちであるか否かにかかわらず、コンビニエンスストアの経営に意欲を持って前向きに取り組もうという方々に対して、フランチャイズ契約のもと、ファミリーマートシステムを提供してまいりました。ファミリーマートに加盟される皆さまは、本部の持つ店舗運営の総合的なシステムを信頼して契約されています。従って、フランチャイズ事業を営む本部として、加盟者の店舗運営を支える事業活動においても、社会的責任があると考えます。お客さまがコンビニエンスストアに求める商品やサービスを追求し、最新の運営ノウハウを店舗に提供し続け、常に加盟者の信頼に応えていくことも私どもの社会的な責任として重要です。

ファミリーマートはこれからも持続可能な発展をめざして、社会的な責任を果たし、環境活動に取り組めます。「社会・環境報告書」をお読みいただき、皆さまからの忌憚のないご意見を頂戴できれば幸いです。

あ と が き

ファミリーマート事業の原点は店舗です。社員一人ひとりの業務は、結果的にはすべて店舗に帰結すると言っても過言ではありません。本社に勤務しているスタッフ部門の社員も、昨年度から年1回1日、店舗勤務をすることになりました。自らの業務が店舗でどのように実現されているのかを確認し、今後の業務改善に結びつけることがその目的です。

今回の「社会・環境報告書2004年版」も事業の原点である店舗を中心に展開したいと考えました。ファミリーマート店舗の24時間の作業を追

いながら、そこで行われているさまざまな社会・環境活動の取り組みを紹介する構成が一番分かりやすいと考えました。

この報告書をご覧いただき、ファミリーマートの加盟者と本部の取り組みをより一層ご理解いただけましたら幸いです。

最後になりましたが、24時間徹夜で取材したスタッフを始め、作成にご協力いただいたすべての方に感謝いたします。ありがとうございました。

環境推進部 高橋 哲



表紙写真：藎(アシ)
世界各地の水辺に自生する藎は、プラスチックに代わる非木材原料として、容器などへの利用が始まっています。(本文P35をご参照ください)



【お問い合わせ先】

株式会社ファミリーマート 環境推進部


〒170-8404 東京都豊島区東池袋4-26-10

TEL 03-3989-7757 FAX 03-5954-5599

ホームページ：<http://www.family.co.jp>



この報告書は、FSC認証紙、
VOC(揮発性有機化合物)成分ゼロの100%植物油インキ、
印刷工程で有害廃液を出さない水なし印刷を採用しています。

 **30%** この印刷物に使用されている用紙に含まれる木材繊維の30%
以上は、適切に管理された森林から切り出されたものです。
Minimum 適切に管理された森林とはFSC(森林管理協議会)の規定に従
SGS-COC-1696 い、独立した機関により認証された森林を指します。
FSC FSC Trademark © 1996 Forest Stewardship Council A.C.

2004年6月5日発行

次回発行は2005年6月予定