

ファミリーマート

環境活動報告書

We L♥ve Green

2000

FamilyMart

目次

目次 / 会社概要	2
ごあいさつ	3
企業理念	4

環境マネジメントシステム

環境方針	5
ISO14001のPDCAサイクル	6
環境管理体制	7
環境教育・オリエンテーション	8
環境監査	9

ファミリーマートの環境保全活動

事業活動にともなう環境への影響	10
店舗で行われている環境保全活動	12
環境配慮型商品の開発と選定	14
環境保全型物流体制の推進	17
エコショップ化の推進	20
環境保全型店舗運営の実施	23
事務所における環境保全活動	26
環境コミュニケーション	28
パートナーシップ	29

1999年度総括

環境会計の導入	30
環境保護団体による第三者意見	32
1999年度の環境活動の評価	33

環境保全活動の歩み	34
2000年度の環境目標	35

本報告書の活動内容・データは、1999年度(1999年3月1日～2000年2月29日)の実績を主体としていますが、発行が2000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。

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
チェーン全店売上高：7,830億90百万円(1999年度)
店舗数：7,010店(国内外エリアフランチャイズ含む2000年2月末現在)
従業員数：1,887名(男1,747名、女140名)

21世紀にあるべき 「環境保全型コンビニエンスストア」 をめざして

21世紀を目前にして、環境問題は私たち人類及び他のあらゆる生命にとって大変重要な課題となり、世界的なレベルでの対応が急がれています。地球温暖化やオゾン層の減少、資源・エネルギー問題など、事態はますます深刻化していると言わざるを得ません。現在の社会・経済システムにおいて、企業が率先して環境保全活動に取り組み、持続可能な社会を構築する為の役割を担うことは、極めて重要であると考えます。

わが国のコンビニエンスストアは1970年代に誕生して以来、フランチャイズチェーン方式によって、地域社会に根ざした店舗展開を進めるとともに、その時々時代の要請に応えて、常に便利な店舗であり続けることをめざしてまいりました。今やいつでも気軽に買い物のできる店舗として、お客さまにとっては非常に身近な存在になりました。従って、ご来店されるお客さまや地域の皆様の信頼に応える為にも、加盟店と本部が共に環境問題に対する社会的な責任を果たさなければなりません。

ファミリーマートはチェーンとしての総合的な環境への取り組みを推進する為、1999年3月に環境管理の国際規格であるISO14001の認証を取得し、環境保全活動に取り組んでおります。環境方針に掲げております通り、「環境配慮型商品の開発と選定」「環境保全型物流体制の推進」「エコショップ化の推進」「環境保全型店舗運営の実施」「事務所における環境保全活動の推進」等、コンビニエンスストアとしてできることを追求し、積極的に推進しています。

今後、環境問題への重要性がますます高まる中、ファミリーマートは21世紀にあるべき「環境保全型コンビニエンスストア」をめざしてまいります。事業活動における継続的な環境保全活動を進め、一店舗、一店舗が地域社会と共生していきたいと考えております。

この報告書を通じてファミリーマートの環境への取り組みについて皆様のご理解を賜るとともに、これからの私たちの活動についての率直なご意見・ご批評をいただければ幸いです。

2000年6月

代表取締役社長

田邊 充夫



ファミリーマートの企業理念

企業理念 ファミリーマートがめざす
会社の姿

CO-GROWING

事業
領域

FC(フランチャイズ)事業の展開を通じ、
快適な都市型生活の実現に寄与する。

経営
姿勢

人で完結するサービスのシステムが、当社
の商品であると認識し、たえざる革新によ
り、卓越したシステムの構築をめざす。

社会的
使命

加盟店、取引先、社員との関連な協同作業
を通じ、常に新しい価値を創造することに
よって、お客さまの共感、支持を得るとと
もに、地域社会に貢献する。

企業
風土

常にチャレンジ精神を持ち、企業革新に努
力しかつ誠意ある態度を失わない社員が育
つ土壌を培う。

そして、お客さま、加盟店、取引先、社員、地域社会と相互にプラ
スの関係を築きながら、ともに発展・成長することをめざします。

事業理念 ファミリーマートがめざす
コンビニエンスストアの姿

HUMAN CONVINNOVATION

ファミリーマートは「共同成長の精神」に立脚し、お客さま、加盟店、
取引先、社員が相互にところをかよわせることのできるコンビニエンス
ストア事業をめざします。

また、都会型のカジュアルライフスタイルの発信基地として、常に先進
的でイノベーションなファミリーマートであることを目標とします。

これらの理念の実践において、ファミリーマートは環境への取り組
みを重要な活動のひとつとして位置づけています。意欲的に、責任
をもって環境保全活動を継続し、環境に配慮した「商品」「物流」
「店舗施設」「店舗運営」、そして企業経営の実現をめざします。

ファミリーマート環境方針

基本理念

地球環境問題は人類のみならず、他のあらゆる動植物を含む地球生命圏全体に係わる問題です。国際社会の一員であり、グローバルネットワークの構築を目指す株式会社ファミリーマートは加盟店、取引先、社員との関連な共同作業を通じ、常に新しい価値を創造すると共に、地域社会に貢献することを社会的使命とする企業理念「CO-GROWING（共同成長）」のもとに、地球環境の保全も経営使命の一つとして捉え、ファミリーマートチェーンとして地球環境保全活動を行い、このかけがえのない地球を守り、広く社会に貢献します。

環境方針

ファミリーマートは、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の推進にあたり、定期的に環境影響を評価し、環境目的・目標を設定して継続的改善を図ると共に、環境への汚染予防に取り組む基本方針として以下を定めます。

(1) 環境保全型コンビニエンスストア事業の推進

事業活動の推進にあたり、地域環境及び地球環境の保全に配慮した環境保全型コンビニエンスストアをめざします。

環境配慮型商品の開発と選定

環境への影響を配慮したプライベートブランド商品の開発を推進します。

また、当社開発商品以外の商品についても、環境に配慮した選定を行います。

環境保全型物流体制の推進

配送車両を低公害車に順次転換すると共に、温度帯別共同配送の促進により、商品配送の効率化を推進します。

エコショップ化の推進

環境保全型店舗施設への転換に向け、新設店及び改装店に省エネルギー、省資源の設備、什器、資材等を順次導入します。

環境保全型店舗運営の実施

店舗では地域社会との共生を常に配慮し、廃棄物の分別、削減及びリサイクルに留意した運営を行います。

(2) 事務所における環境保全活動の推進

各事務所では、省エネルギー・省資源・リサイクル及び廃棄物の削減を推進します。

(3) 環境関連諸法規の遵守

事業活動の推進にあたっては、環境関連諸法規及び当社の合意したその他の要求事項を遵守します。

(4) 組織の整備と啓発活動の推進

環境マネジメントシステムに関する組織、運営体制を整備し、責任の所在の明確化を図ります。

また、環境保全・改善に対する一層の意識の向上を図るため、従業員、フランチャイズ契約者に積極的啓発活動を推進します。

(5) 環境方針の公開

この方針は一般の人の公開要求に常に応えます。

ISO14001のPDCAサイクル

ファミリーマートの環境保全活動は、全店舗と本部の各事務所で、環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001に基づいて構築したPDCAサイクルに則って進められています。

Action

環境委員会を開催し、環境目標の進捗状況のまとめ、内部環境監査及び審査機関による定期審査の結果報告をもとに、環境マネジメントシステム全体の見直し・改善を実施しています。

Action

経営層による見直し

Check

点検及び是正処置

Do

実施及び運用

Plan

計画

環境方針

Plan

ファミリーマートの活動・商品・サービスにおける環境側面を徹底的に洗い出すとともに、環境関連諸法規及び地方条例の調査を実施します。前年度の環境保全活動の実績を検証した後、今年度の環境目標を決定し、各担当部門ごとに具体的な実施計画を立案し、環境マネジメントプログラムを作成します。

Do

環境目標の達成に向けて全店舗と本部の各事務所で環境保全活動を実行します。日常の業務の中で、ひとりひとりが環境への配慮を自覚し、責任を持って行動することが重要であり、環境教育・コミュニケーションに力を注いでいます。

Check

環境マネジメントプログラムの進捗状況を、各部門長（環境責任者）が3ヵ月に1度点検、環境推進部会で報告し、環境目標の達成度を確認します。また、店舗・本部及び各事務所を対象として内部環境監査員による内部環境監査を実施し、不適合事項の改善を図っています。

継続的な改善

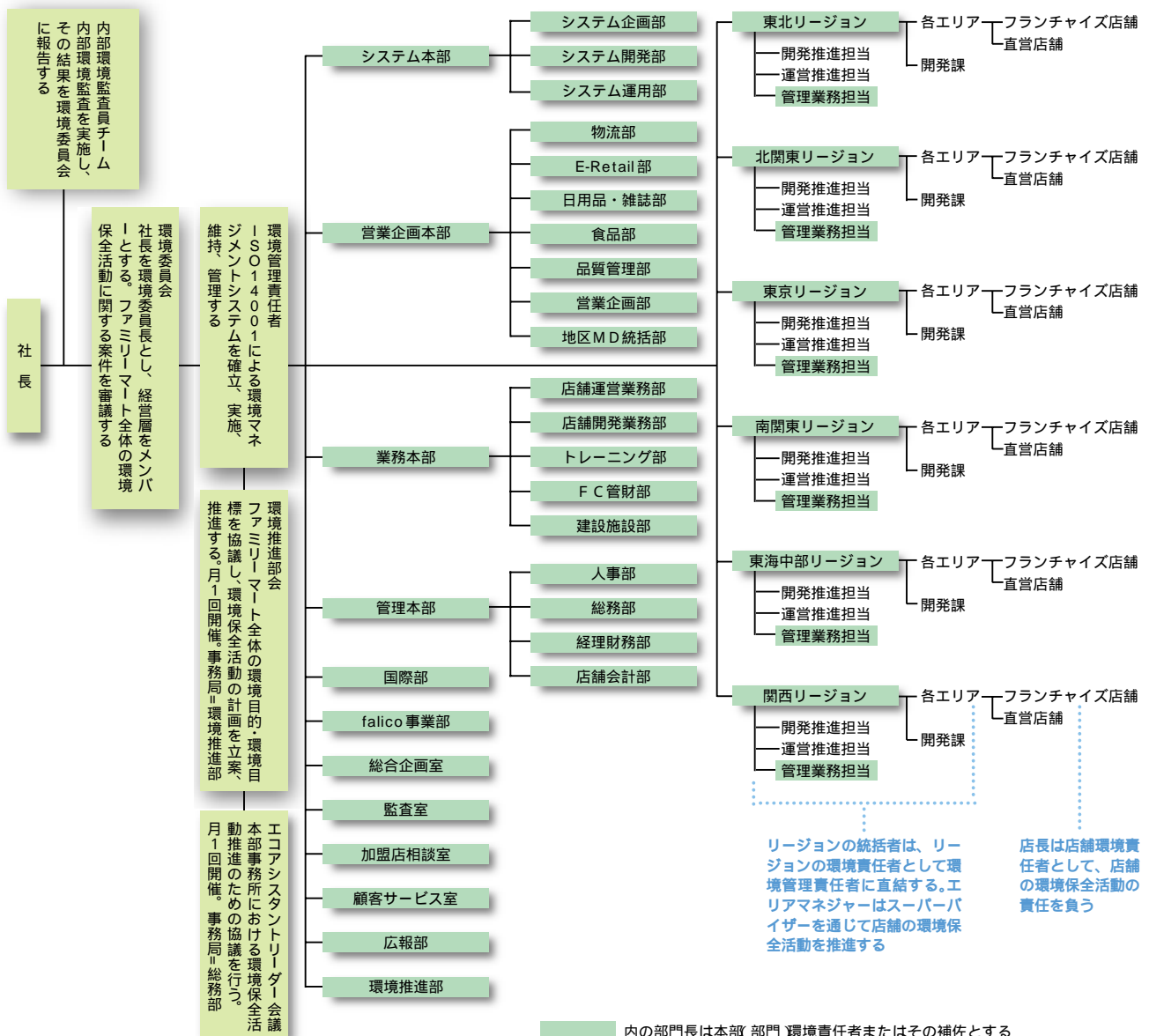
環境管理体制

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展開するファミリーマートにとって、各店舗における環境保全活動の徹底は最重要課題となります。2000年3月からは、チェーン全体としてお客さまの視点に立った店舗の運営を実現するとともに、店舗と本部がともに環境保全活動の向上を図る新体制を構築し、活動をスタートしています。

新体制における管理体制の強化

各地域の店舗を統括するリージョン（東北、北関東、東京、南関東、東海中部、関西）の統括者を各リージョンの環境責任者とし、店舗の環境保全活動を推進する。

本部事務所における環境保全活動の推進のために、各部の実務担当者をメンバーとする「エコアシスタントリーダー会議」の機能を強化し、環境推進部会の下部組織として位置づける。



環境教育・オリエンテーション

環境保全活動を定着させるためには、ひとりひとりが環境問題についての関心と知識を持ち、自発的に取り組んでいくことが不可欠です。ファミリーマートでは各種印刷物や研修などを通して環境教育・オリエンテーションを実施しています。また環境保全活動についての店舗と本部とのコミュニケーションを深めるための取り組みを行っています。

店舗

環境マネジメントシステムについてのオリエンテーション
 エリアマネジャー → スーパーバイザー → 店長 → ストアスタッフの流れで「環境方針」「環境側面」「環境目的・環境目標」のオリエンテーションを実施しています。

店舗向け環境リーフレット「エコぱーとなー」
 「地球環境問題（地球温暖化、廃棄物処理、ダイオキシン、オゾン層破壊など）」、「ファミリーマートをめぐる環境調査レポート」、「店舗におけるマネジメントシステムの手順書（イラスト版）」、「容器包装リサイクル法の解説」などの内容で、環境保全活動への意識向上に役立てられています。



「エコぱーとなー」は、各店舗に設置された「環境ファイル」にストアスタッフのオリエンテーション記録などとともに保管されています

コンベンションに環境コーナー

99年3月と9月に行われたコンベンションの会場に環境コーナーを設置し、全国のファミリーマート店長へのオリエンテーションを行いました。

	日程	環境コーナーのテーマ
春夏コンベンション	3/6 ~ 3/29	環境についての消費者意識調査（ファミリーマート店頭アンケート他）
秋冬コンベンション	9/8 ~ 9/29	「We Love Green」商品紹介 新たなリサイクルへの取り組み



1999 秋冬コンベンション

社員

99年度に実施した社員教育

新入社員には入社時研修において、全員に環境教育を実施しています。また、ISO14001のしくみに基づいて各本部（部門）環境責任者は環境目的・環境目標達成のために、各実施事項の責任者、担当者を決め、スケジュール化して、その内容を部門内全員に対して教育し、徹底を図ります。

対象者	教育名	内容	実施責任者	実施
新入社員	環境一般	地球環境問題 環境マネジメントシステム概論 ファミリーマートの環境への取り組み	管理本部・人事部	4月
全社員	環境マネジメントシステム	環境方針 環境側面 環境目的・環境目標	各部長（環境責任者）	5月
関連部門担当者	環境専門教育	著しい環境側面	各部長（環境責任者）	5月

内部環境監査員養成

ISO14001の環境マネジメントシステムを適正に運用していくためには、厳正な内部環境監査を実施する内部環境監査員の養成が重要です。ファミリーマートでは99年11月25～26日の2日間にわたって内部環境監査員養成セミナーを開催、認定を受けた21名を新たに内部環境監査員に任命しました。98年度任命者と合わせて63名となりました。今後も増員を図っていきます。



内部環境監査員養成セミナー
 （1999年11月25日）

環境監査

PDCA サイクルの適正な運用のために、環境監査は重要なポイントとなります。ファミリーマートでは、内部環境監査の実施と外部審査機関による厳密な審査を通して、環境マネジメントシステムの運用状況を評価し、継続的な改善を図っています。

内部環境監査を実施しました

ファミリーマートの環境マネジメントシステムの運用開始は98年12月でした。そこで、内部環境監査については、98年度の3カ月間(98/12～99/2)と99年度(99/3～2000/2)の計15カ月間で、全適用範囲(全店舗・全部門)について完了する計画をたて、実施しました。

監査内容

- 環境マネジメントシステムとの適合性
- 法規制及びその他の要求事項との適合性
- 環境目的・環境目標の進捗度

監査状況及び結果

実施時期	対象	監査結果
99年 1～2月	全店舗 6ゾーン 12エリア 5部門	環境マネジメントシステム構築後間もないため、部門の監査において軽微な指摘事項が17件あり、本審査までには是正を行いました。また全店舗の監査では、環境方針、環境目的・環境目標の徹底を図りました。
99年 6月	2店舗 2ゾーン2エリア 10部門	「教育記録が不徹底(1店舗)など軽微な不適合が2件あり、改善・指導を行いました。
99年 12月	9部門	「部門の活動指針となる環境マネジメントプログラムの周知が不確実(3部門)など軽微な不適合が3件あり、改善・指導を行いました。
2000年 1～2月	全店舗	環境方針の掲示、ストアスタッフへのオリエンテーション記録の点検、環境目標への取り組みについて監査し、徹底されていない場合にはエリアマネジャーによる是正を図りました。

外部審査機関による 定期審査を受けました

2000年1月17日～21日にかけて外部審査機関によるISO14001の定期審査が行われ、本部10部門、10エリア事務所、42店舗が受審しました。ファミリーマートは前回の初回審査で指摘を受けた観察事項4件の是正を完了していることが確認され、ISO14001規格への適合を維持し、引き続き有効に機能しつつけているとの評価を受けました。今回指摘を受けた観察事項1件については、是正のための対策を検討し、実行に移しています。

定期審査を受けて

定期審査の対象となった42店舗の店長に、
審査終了後実施したアンケートより

審査を通して環境問題についての意識が高まり、現在の環境に対する取り組みが不十分であることを痛感しました。1店舗だけで環境問題に対処していくことは難しく、本部が強いリーダーシップを発揮してチェーンとしての取り組みを推進していくことが大切です。環境のための真のシステムづくりが進めばよいと思います。

(岡山県岡山市 店長)

ゴミの分別方法が守られているか、1カ月に1度店長がチェックする表を作成したことをとても評価してもらいました。普段から環境問題について勉強したり、店舗でリサイクル活動を自主的にやっていたが、審査を受けて、これまで以上に環境について考えるようになりました。今後も頑張って環境活動に取り組んでいきます。

(岡山県倉敷市 店長)

従業員の人数が多いため、全員にISO14001の内容の理解と徹底を図るのが大変でした。環境問題で一番大事なのは知識と理解であり、実践はその上に立ったものとなるべきです。「ファミリーマートが環境について取り組んでいる」で終わるのではなく、その取り組みを住民の皆さまや取引先、自治体にPRし、その輪を広げていくことができれば素晴らしいと思います。

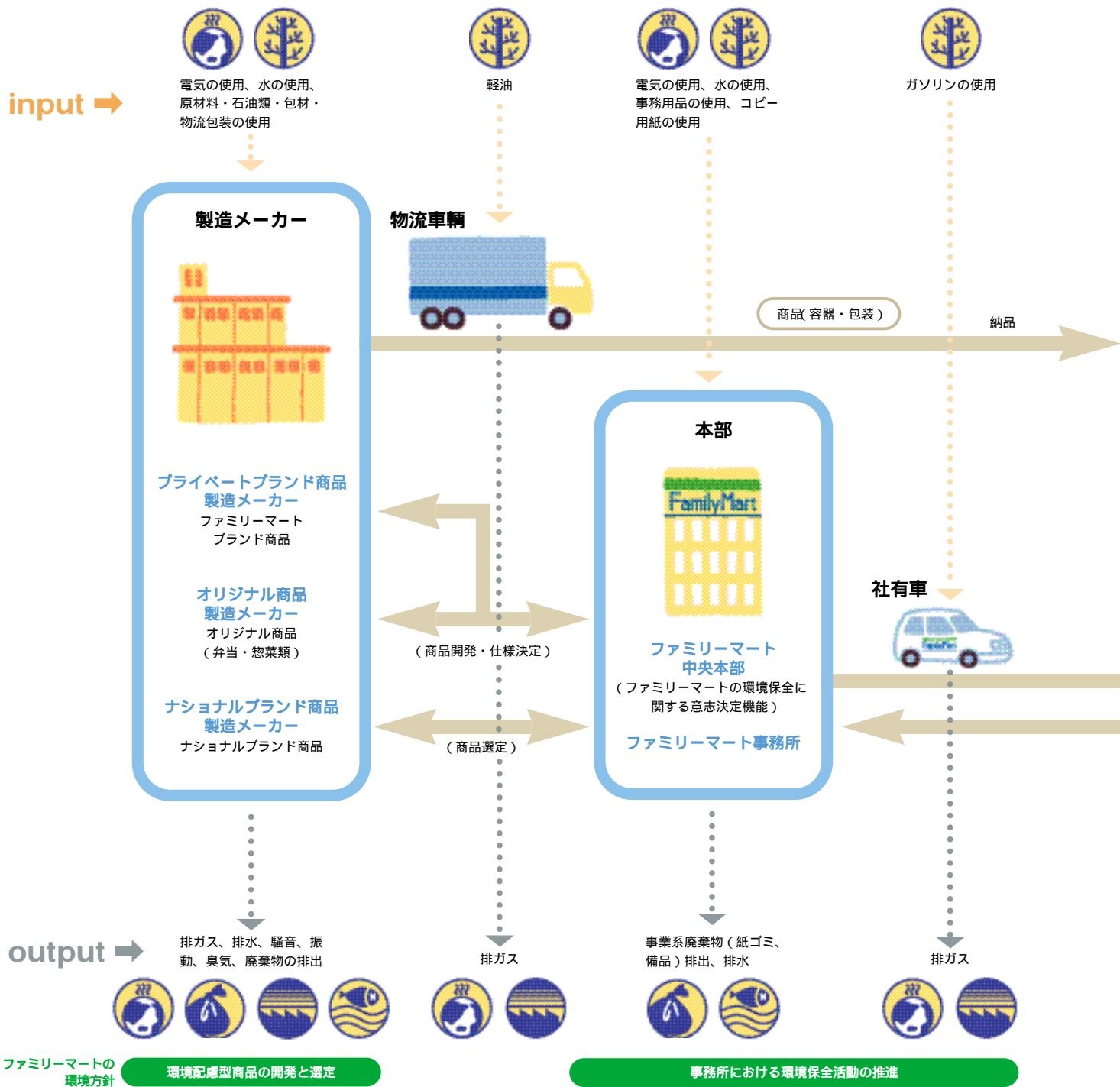
(千葉県茂原市 店長)



外部審査機関による店舗の定期審査
(2000年1月)

事業活動にともなう環境への影響

ファミリーマートの事業活動は、商品開発、製造、物流、本部及び各事務所、そして全国に展開する店舗それぞれの局面で、環境に対して何らかの影響を及ぼしています。それらの環境への負荷を徹底的に検証し、方法論を検討し、可能な限りの軽減を図る—それがファミリーマートの環境保全活動です。





ファミリーマートの環境保全活動

環境影響



地球温暖化



オゾン層破壊



廃棄物問題



資源の枯渇



大気汚染



水質汚染

DATA

1店舗あたりのinputとoutput(月間平均)

input

電気使用量	12,200kWh
水道使用量	30 m ³
フライヤー油使用量	50 L
フロンガス封入量(常時)	30 kg

output

生ゴミ	310 kg
その他可燃ゴミ	530 kg
缶	60 kg
ビン	20 kg
ペットボトル	20 kg
" 回収地域	90 kg
ダンボール	730 kg
フライヤー廃油	50 L



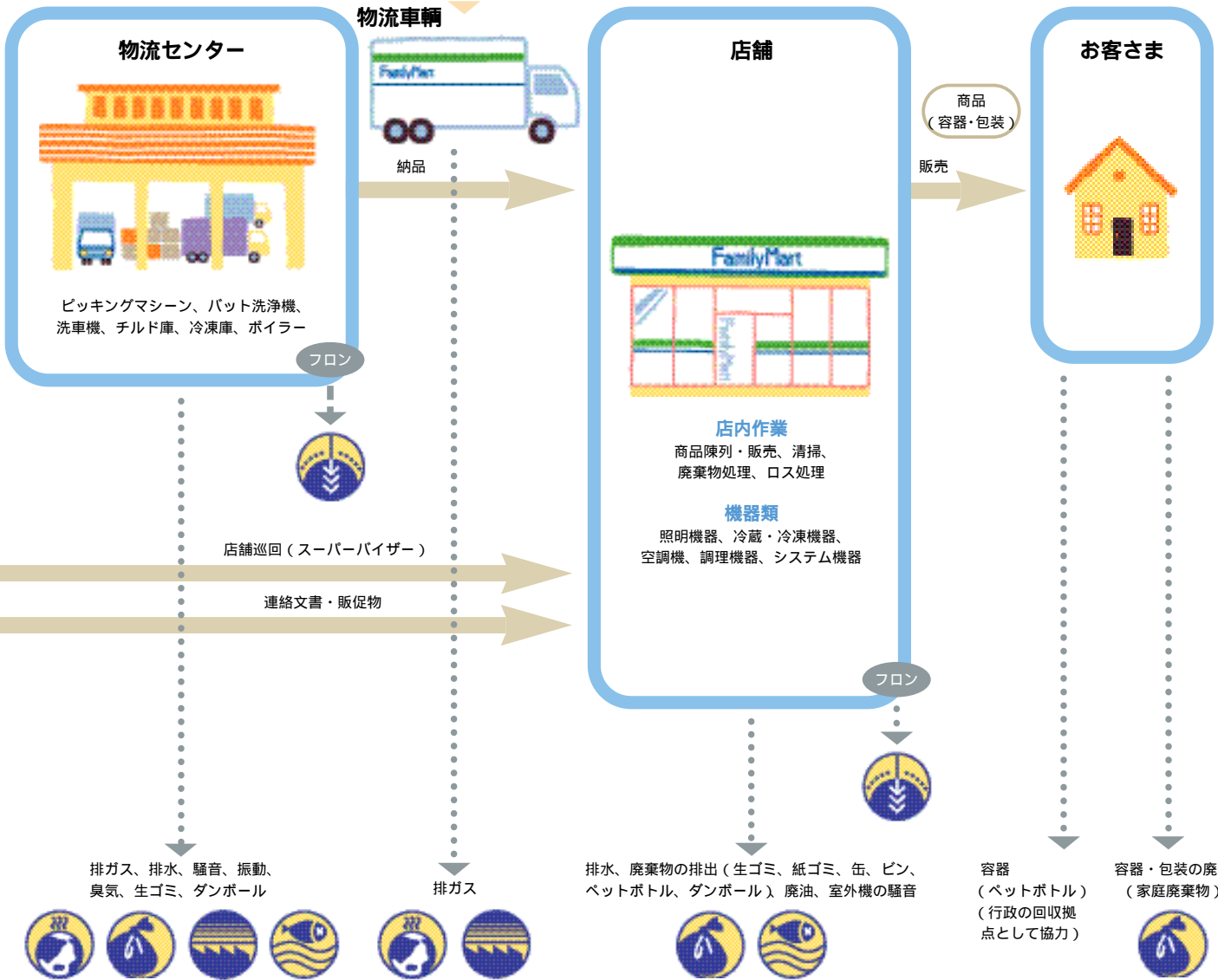
電気・水の使用、ガス・重油・用度品の使用



軽油



電気の使用、水の使用、フライヤー油の使用、用度品(消耗品等)の使用



環境保全型物流体制の推進

エコショップ化の推進

環境保全型店舗運営の実施



店舗で行われている環境保全活動

環境方針に基づいて、ファミリーマートがめざすのは「環境保全型コンビニエンスストア」の実現です。
ファミリーマートの小さなお店の中では、さまざまな環境への取り組みが進んでいます。

小型冷凍機にインバータ制御を組み込み電気使用量を削減

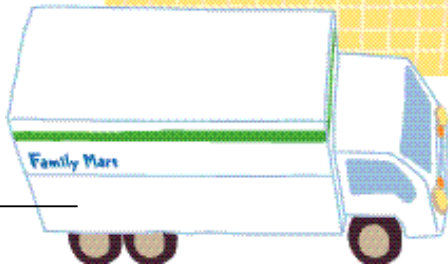
三重、東京 23 区で生ゴミリサイクルシステム稼働

Hf 照明と一定照度調光システムによる照明電気使用量削減

空調機にインバータ制御を組み込み電気使用量を削減

トイレへの節水バルブ取付により水道使用量削減

- ・ 温度帯別共同配送の推進による配送車両台数の削減
- ・ 低公害車両への切り替え
- ・ アイドリング・ストップの徹底
- ・ 車載冷媒を代替フロンに切り替え



ペットボトル再生繊維を使用したドライバーユニフォーム



のぼり旗などの販促ツールにリサイクル素材を使用

環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品を販売



ファミリーマートの環境保全活動



ファミリーマートの環境保全活動を広くお客さまに告知するため、全店舗の店頭環境ステッカーを掲示しています

売場内壁（下り壁）にロングライフ材のアルポリック導入

非遺伝子組み換え飼料による「新鮮輝きたまご」販売

調理パン・サラダに契約農家の減農薬・減化学肥料栽培の野菜を使用

弁当・惣菜類のラップをポリ系に、弁当容器やふたも燃焼時に有毒ガスを発生しない素材を使用

ストアコントローラー用インクカートリッジをリサイクル

外壁に防熱効果の高いALC板導入

給排気型排気ファンにより、外気を遮断し、冷暖房効率を向上

福島・東京・栃木でフライヤー廃油の回収リサイクルを実施

冷蔵・冷凍機器及び空調機などに使用されているフロンは、店舗改装・閉鎖時に専門業者によって回収処理

ペットボトル再生繊維を使用した店舗ユニフォーム

カウンターパラペットに、ロングライフ材のアルポリック導入

カウンター天板にロングライフ材の人工大理石導入

ガラスフィルム貼付により防熱効果向上

市町村別廃棄物分別ルールを徹底

ファサード看板の薄型化と照明ランプの1/2化により電気使用量削減

入口ガラス壁面に環境ステッカー掲示

地方自治体の要請地域でペットボトル店頭回収拠点として協力

リサイクル材の廃ガラス入りタイル導入



環境配慮型商品の開発と選定

ファミリーマートで扱うすべての商品について、環境配慮への可能性を検討する。自ら、環境配慮型の商品を開発し、提案する。それが「環境保全型コンビニエンスストア」への第一歩であるとファミリーマートは考えます。

1999年度目標

店舗で扱う商品による環境負荷削減のために、環境配慮型プライベートブランド商品の開発、容器・包材の環境負荷の低減、店舗用度品の環境負荷の低減を図る。

1999年度の取り組み

環境配慮型プライベートブランド 「We Love Green」商品販売開始

ファミリーマートは環境配慮型のプライベートブランド「We Love Green」商品を開発、99年10月、トイレットペーパーなど16アイテムの発売をスタートしました。開発にあたっては、生産から廃棄までのライフサイクルの中で「素材による環境負荷の低減」「使用時における環境負荷の低減」「廃棄時における環境負荷の低減」について独自の開発基準を定め、その基準のいずれか、または複合的に満たす商品を「We Love Green」商品としました。スーパーなどの大型店と違い、コンビニエンスストアでは日用品は「1機能1単品」となるため、環境配慮型商品にも使いやすい心地など機能における質の高さが要求されます。お客様の認知を得ながら、引き続き「We Love Green」商品の開発を行い、アイテムを拡大していきます。



「We Love Green」商品
はファミリーマートの
環境保全活動のシンボル
マークと、環境配慮の内容
説明を表示しています

「We Love Green」商品の開発基準

素材による環境負荷の低減	再生材料	古紙、牛乳パック、再生プラスチック、廃木材、再生木質ボードなど、リサイクル材料を部材の一部に使用した商品を対象
	代替材料	木材紙に代わる資源を使用した非木材紙商品、また従来の材料よりも環境負荷の少ない材料に変更した商品が対象
	不要材料	樹液を採集した後のゴム材や、間伐材、端材を材料とした商品が対象
使用時における環境負荷の低減	詰替方式	使用中に消費する部品を詰め替えまたは補充することにより、繰り返し使用することが可能な商品を対象
	簡易包装	使用時に捨てる包装を必要最低限の、簡易なものにした商品を対象
	有害物質	オゾン層の破壊につながるフロンやトリクロロエタンを排除した商品、また焼却後に有害物質を発生しない商品を対象
廃棄時における環境負荷の低減	リサイクル設計	商品の設計段階から素材ごとのリサイクル、または不燃物や可燃物に分別可能な商品、及び分別せずにリサイクル可能な商品を対象



1999年10月に発売された16アイテム



ペーパープレート(大・小)、ペーパーカップ、ペーパーボウル、紙ひも
使用済みの牛乳パックを再生原料として使用



吉野杉割箸/原材料に奈良県吉野の杉の建築端材を使用
楊枝/原材料に中国黒龍江省の白樺材の廃材を使用



トイレットロール
古紙を80%使用



ラバーグリップボールペン・シャープペンシル、ゲルインクボールペン(黒・赤)、太字ボールペン(黒)
製造工程で出る、食品トレー、食品包材、OA機器、車などのバッテリーケースの廃材、廃棄物を材料別に洗浄して乾かし、【粉碎】溶かし【切断】成形の工程を経て、軸の部分などのパーツごとに使用



赤鉛筆(2本組)、ゴム付鉛筆(2本組)
カリフォルニア産のインセンスシダー(ひのき科)を加工するときに廃材となる端材を接合して木軸などに使用



すべり止め手袋
すべり止めの凹凸部に天然ゴムを使用(廃棄焼却時に有害物質を発生しない)

「We Love Green」商品の実績

合計販売数量	2,011,913
合計売上高	¥280,050,208

(99年10月～2000年2月、国内全店舗の合計)

ラップフィルムをポリ系に切り替え

弁当・惣菜類の包装に使用するラップフィルムについては、ダイオキシンの発生原因として疑われている塩ビ系の使用を中止し、ポリ系(ポリオレフィン)ラップフィルムへの100%切り替えを完了しています。弁当容器やふたについても、燃焼時に有毒ガスの発生しない素材への切り替えを完了しています。



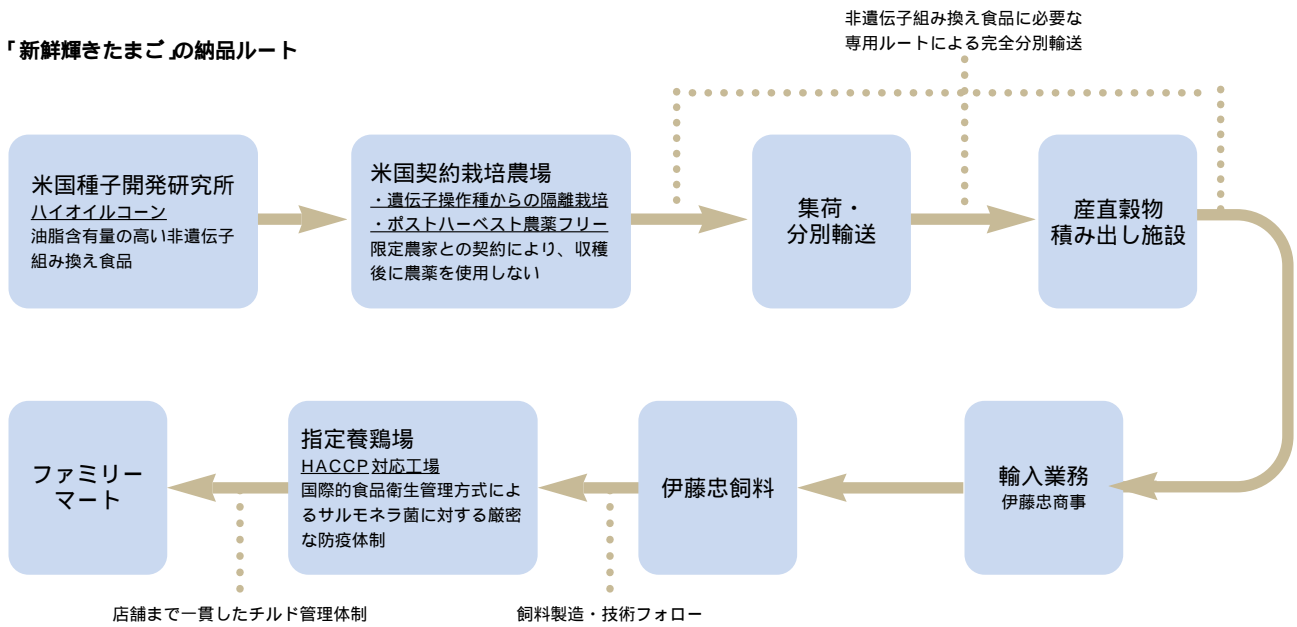
安全でおいしい！

非遺伝子組み換え飼料による「新鮮輝きたまご」の開発

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「本当に安心・安全でおいしい卵」をお客さまにお届けしようと、伊藤忠飼料と共に取り組みを進めてきました。その結果生まれたのが「新鮮輝きたまご」(99年11月発売開始)です。非遺伝子組み換えでポストハーベスト農薬を使用していないハイオイルコーンを完全分別輸送で入手、HACCP対応工場生産、さらには産卵から配送まで一貫したチルド管理体制をとっています。



「新鮮輝きたまご」の納品ルート



ファミリーマートではプライベートブランド商品のカップみそ汁にも非遺伝子組み換え大豆を使用しています。

容器包装廃棄時の環境負荷低減を推進

容器包装環境影響評価シートにより、プライベートブランド商品(新規・既存全61アイテム)の調査を実施しました。

全用度品の環境影響評価を実施

環境配慮型用度品の採用へ向けて、店舗の用度品(事務用品、消耗品など)全320アイテムの環境影響調査を実施しました。



環境保全型物流体制の推進

適正な温度管理のもとに新鮮な商品を速やかに店舗に届けることと、配送車のエネルギー消費量の抑制、温室効果ガス削減の両立。ファミリーマートは効率的な物流体制を構築し、環境負荷をできる限り少なくしたいと考えています。

1999年度目標

物流体制の合理化による配送車両台数の削減、低公害車の導入、CNG（圧縮天然ガス）車の実験継続、車載冷媒の代替フロン化の推進により、物流における環境負荷の低減を図る。

目標値

- 1店舗あたりの配送車両台数削減..... 11.17台（98年度比6.5%削減）
- 七都県市指定低公害車の導入..... 全車両比75%以上
- 車載冷媒の代替フロンへの切り替え..... 全冷媒機器比75%以上

1999年度の取り組み

温度帯別共同配送の推進により 配送車両台数を削減

1店舗あたりの配送車両台数を削減するために、99年度もさまざまな取り組みを進めました。

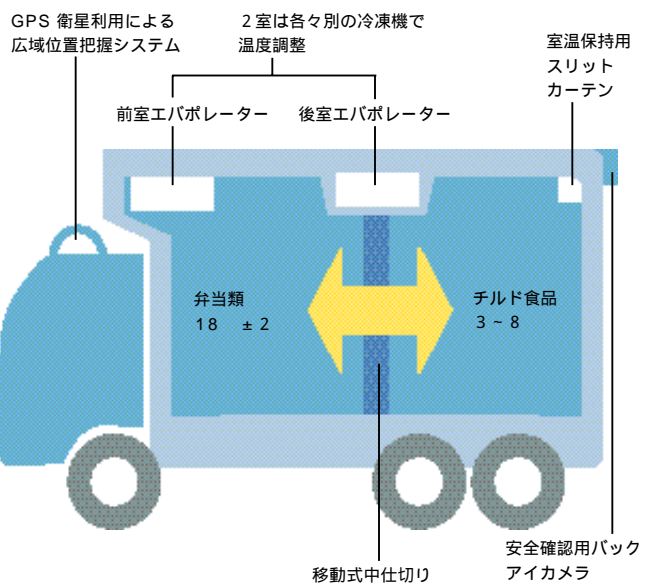
5センター増設による温度帯別共同配送の推進

ハードウェアとしての拠点作りを進め、弁当・チルドなどの食品工場と物流センターを併設した総合センターを含めて新たに5カ所開設、弁当便とチルド便の共同配送を拡大しました。この2便の共同配送については、2000年度中にほぼ完了する計画です。

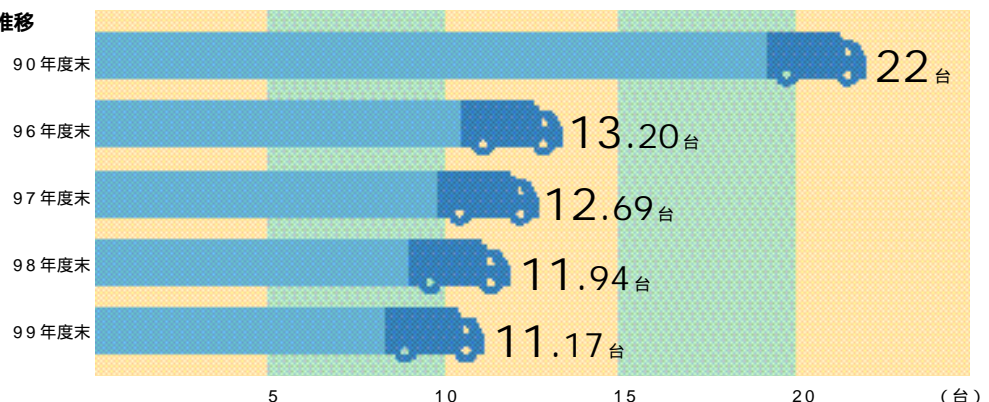
99年度に開設した総合センター

3月	新浜松定温センター（静岡）
4月	栗東総合センター（滋賀）
6月	伊丹定温センター（兵庫）
7月	東大阪総合センター（大阪）
11月	裾野定温センター（静岡）

温度帯別共同配送には、弁当類とチルド商品の2つの温度帯の部屋を設けた2室式車両が稼働しています



1店舗あたりの配送車両台数の推移



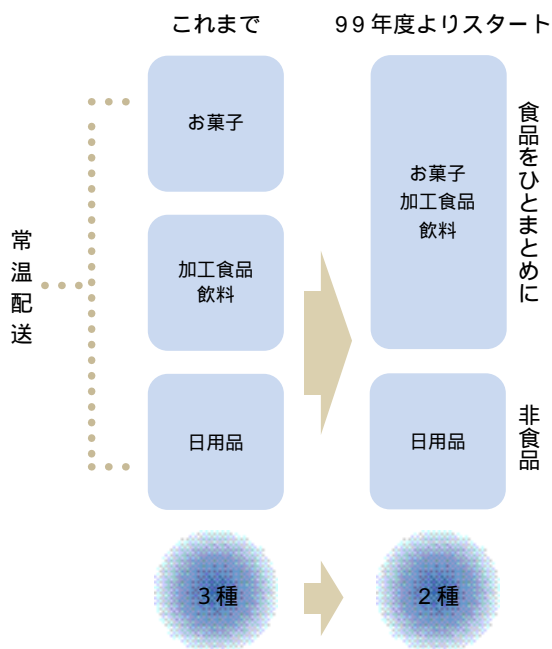


ファミリーマートの環境保全活動

取引先集約による温度帯別共同配送の推進

「温度帯ごとにたばねて一緒に運ぶ」という発想のもと、これまでの単一チャネルごとの問屋型物流を見直し、取引先の集約を進めて、共同配送を拡大しました。

常温配送も共同化へ



1999年度実績 11.17台(98年度比6.5%削減)

車載冷媒の代替フロンへの切り替え

オゾン層を守るために、配送車の車載冷媒の代替フロンへの切り替えを進めました。

1999年度実績 全冷媒機器比89.3%

アイドリング・ストップの徹底

温室効果ガスの削減、騒音防止をめざして、冷凍車を除く全配送車でアイドリング・ストップの徹底に取り組みました。さらに、積み卸し時のスリットカーテンによる外気侵入抑制量の調査など、さまざまな実験を行っています。



冷凍車を除く全配送車に「私たちは、アイドリング・ストップを実行します。」のステッカーを貼付しました

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

99年10月より、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。ファミリーマート専用物流についてはほぼ完了。2000年度には夏服も変更する予定です。



ペットボトルリサイクル素材を使用した新しいドライバーユニフォーム



配送車の低公害車種への切り替え

配送車の低公害化への実験・検証・導入を進めています。

低公害車導入を推進

七都県市（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市）指定低公害車への切り替えをさらに進めました。また、メーカー参入による低公害車開発への取り組みもスタートしています。

1999年度実績 全車種比 82.1%

CNG（圧縮天然ガス）車の導入拡大への実験・検証

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、低公害車の中でも高い評価を得ていますが、燃料補給拠点の不足、1回充填あたりの走行距離の短さなど、クリアしなければならない課題も残されています。ファミリーマートでは、98年度に4台のCNG車を実験導入、データ集積による検証を続けてきました。その結果を踏まえつつ、2000年度には20台の導入を計画しています。



CNG（圧縮天然ガス）配送車

アイドリング・ストップによる削減効果（冷凍ハイブリッド車1台あたり）

NO _x 削減量	300g / 日 109.5Kg / 年
燃料消費削減量	3.5R / 日 1277R / 年
納品時の騒音防止	

環境配慮型冷凍ハイブリッド車の実験導入

99年夏より、冷凍ハイブリッド車3台の実験導入をスタートしました。店舗納品時のエンジン停止（アイドリング・ストップ）を可能にした画期的な試みです。実験を継続し、さらなる改善に取り組んでいます。

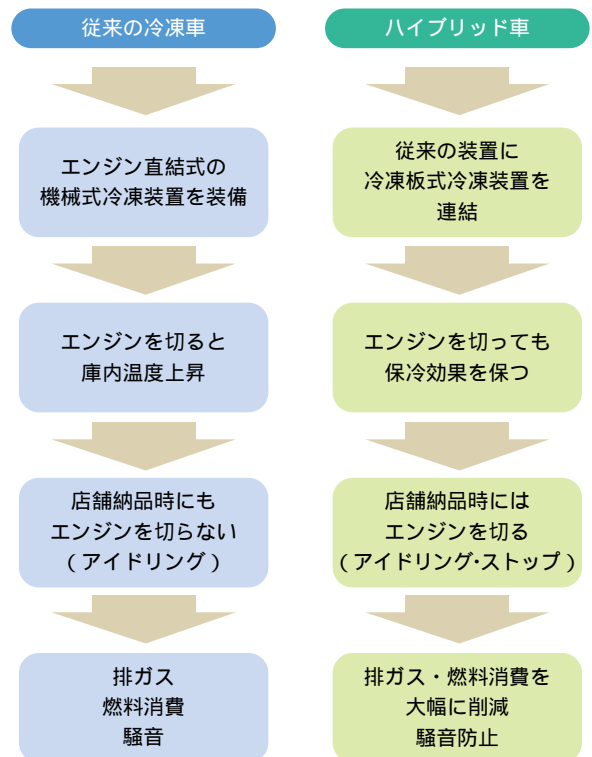


エンジンを切っても保冷効果を保つ「冷凍ハイブリッド車」



庫内

冷凍ハイブリッド車の特長





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、店舗のハードウェアにおける環境への配慮は不可欠です。省エネルギー、省資源、環境保全を実現する店舗づくりに、ファミリーマートは取り組んでいます。

1999年度目標

実験店「エコショップ」における検証を継続。電気・水道使用量の削減、リサイクル材などの導入、特定・指定フロンへの代替フロン化・完全回収などにより、店舗のハード面における環境負荷の低減を図る。

目標値

- 新店・改装店1店あたりの電気使用量..... 3.0%削減(97年比)
- 新店・改装店1店あたりの水道使用量..... 1.3%削減(97年比)

1999年度の取り組み

「エコショップ」の実験・検証の継続→実績を基に新店・改装店への具現化

ファミリーマートでは、97年より実験店「エコショップ」の建設をスタート、99年にオープンした和歌浦東店を含む全国9店舗(南九州ファミリーマートを含む)で、実験・検証を続けてきました。それぞれの実験項目について、環境負荷の低減、経済性、ライフサイクルなどを検証し、有効性が確認された取り組みについては新店・改装店への導入を進めています。

全国に展開するファミリーマートの「エコショップ」



「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

シーガイア入口店
宮崎県宮崎市
(1998.9.11)

マリンピア喜入前店
鹿児島県喜入町
(1998.8.26)

門真深田町店
大阪府門真市
(1999.2.25)

和歌浦東店
和歌山県和歌山市(2000.2.28)

吉田駅北店
大阪府東大阪市(1999.2.25)

つくば谷田部店
茨城県つくば市(1997.12.12)

港南台インター店
神奈川県横浜市(1997.8.10)

葉山町店
神奈川県葉山町(1997.8.31)

小垣江西店
愛知県刈谷市(1999.2.10)

()内はエコショップとしての
実験開始日



ファミリーマートの環境保全活動

「エコショップ」の太陽光発電による発電量・CO₂削減量

店名	発電出力(年間発電量)	年間CO ₂ 削減量 (CO ₂ 排出係数0.12)
港南台インター店	10.44kW (11,000kWh)	1,320kg
葉山町店	13.92kW (15,000kWh)	1,800kg
つくば谷田部店	13.92kW (15,000kWh)	1,800kg
マリンピア喜入前店	12.96kW (12,800kWh)	1,536kg
シーガイア入口店	12.96kW (13,900kWh)	1,668kg
小垣江西店	10.44kW (11,000kWh)	1,320kg
門真深田町店	10.00kW (10,000kWh)	1,200kg
吉田駅北店	10.44kW (11,000kWh)	1,320kg
和歌浦東店	9.57kW (11,400kWh)	1,368kg

CO₂排出係数：1kWhの電力を得るために排出されるCO₂の量（環境庁の試算）です

「エコショップ」つくば谷田部店の実験と新店・改装店への導入状況

実験・検証		導入状況
太陽光発電	屋根に太陽光発電システムを設置、照明用電力の一部を自給。現在、ソーラーと屋根の一体化の実験にチャレンジ中	
空調機・小型冷凍機のインバータ制御	インバータによる容量制御で、電気使用量を2割削減	導入開始
エコマテリアルの採用	店舗のさまざまな部分にリサイクル材、ロングライフ材を採用	一部導入開始
廃棄物の回収・リサイクル実験	あき缶、ペットボトル用の回収・減容機（つぶす機械）、生ゴミ処理（堆肥化）機を導入	
太陽光採光	バックヤード天井にスカイライト（明かり取り）を設置、自動的に太陽光を取り入れ、昼間照明として利用	
二重ガラス	店舗のガラス壁面に、内側を特殊金属膜でコーティングした二重ガラスを採用、店内温度を維持し、省エネを図る	
環境コーナー	店舗に環境コーナーを併設、パネルや情報端末機器によるファミリーマートの環境活動の紹介、リサイクル素材の展示などを行い、環境教育にも利用	



つくば谷田部店

電気使用量の削減

取り扱う商品やサービスの拡大に伴い、新たに電気を使用する機器を投入しなければなりません。ファミリーマートでは、どうすれば店舗の電気使用量を削減していけるのかを常に検討しています。99年度もさまざまな取り組みを行い、新店・改装店において導入を推進しています。

電気使用量削減への取り組み

実施事項		効果
空調機と冷蔵設備	空調機と小型冷凍機のインバータ制御	負荷に応じて周波数を変え（最適制御）、圧縮機を効率的に運用
建物冷暖房負荷の削減	ガラス壁面へのフィルム貼付	太陽光の一部を遮断することでの防熱効果
	外壁ALC板使用	内部に空気層を取り込んだ外壁を使用することでの断熱効果（ALC=オート・クレード・ライト・ウェイト・コンクリート）
	排気ファンに給排気型を使用	外気を遮断することでの断熱効果
照明器具の仕様改善	Hf照明（高出力型蛍光灯）と一定照度調光システム導入	インバータを使って通常の周波数を高周波に変換して蛍光灯の光を出す能力をアップし、使用本数を削減。また、一定照度調光システムにより、蛍光灯の初期の無駄な明るさをカットし、交換時まで明るさを一定に保つシステムを導入。（Hf=ハイフリクエンシー）
	ファサード看板の薄型化と照明ランプの半減	店舗外側の看板の薄型化を図り、内部に使用している蛍光灯の本数を特殊反射板を用いて半減

1999年度実績 新店・改装店1店あたり0.3%削減(97年比)

目標は未達成でしたが、原因は99年4月のコンビニエンスストアでの栄養ドリンク剤販売解禁に伴う、ドリンクケースの新規導入にありました。その増加分を引けば、3.1%の削減を達成しています。



ファミリーマートの環境保全活動

水道使用量の削減

ファミリーマートで一番多く水を使用するのはトイレです。99年度は、1,100店舗のトイレに節水バルブを取り付け、水道使用量の削減を行いました。

1999年度実績 新店・改装店1店あたり30%削減(97年比)

リサイクル材・ロングライフ材の活用

省資源への取り組みの一環として「エコショップ」で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がスタートしました。これらについては店舗設計基準書を変更し、ファミリーマートの新店に導入されています。

導入が始まったリサイクル材・ロングライフ材

特徴	素材	導入部分
リサイクル材	廃ガラス入りタイル	犬走りタイル、腰タイル
ロングライフ材	アルポリック(98~)	売場内壁(下り壁) カウンターパラベット
	人工大理石	レジカウンター天板



犬走り・腰タイルには廃ガラスを約60%使用した再生タイルを使用



アルポリック使用の売場内壁(下り壁)



アルポリック使用のカウンターパラベット



レジカウンターの天板には人工大理石を使用

フロンの代替フロン化への取り組みと閉鎖店、改装店の全店回収を継続

「オゾン層を破壊しないファミリーマート」をめざして、99年度も継続的な取り組みを行いました。

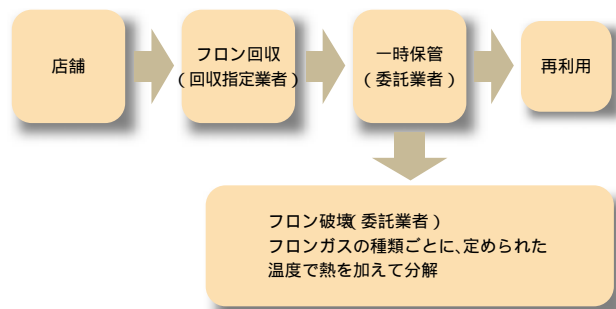
特定・指定フロンの代替フロン化

99年度は5月に、内蔵型ケースを指定フロンから代替フロンへと仕様変更しました。また、99年度はその他の指定フロン什器についても代替フロン化への検討を進め、2000年度における仕様変更を現在計画しています。これにより、新設店の什器は代替フロン化を進めていく一方で、既存店についても店舗改装を行う際、代替フロン什器への入替えを行っています。

フロンの回収を行っています

ファミリーマートでは97年度より専門の業者に委託して、冷蔵・冷凍機器及び空調機に封入されている特定フロン、指定フロンを店舗閉鎖・改装時に回収し、分解処理しています。99年度は閉鎖・改装した全店舗のフロン回収を実施しました。

ファミリーマートのフロン回収・処理ルート



冷凍機(左)、空調機(右)などに封入されているフロンガスを3~4時間かけて回収します



環境保全型店舗運営の実施

日々の店舗業務において、可能な限り廃棄物をリサイクルし、また、リサイクルされたものをいかに活用して、環境に配慮した店舗運営を実行できるか—ファミリーマートはできることから取り組みを行い、システムづくりを進めています。

1999年度目標

ユニフォームや販促ツールなどの再生素材活用、地方自治体のゴミ回収ルールへの遵守、廃棄物リサイクルシステムの実験と導入により、店舗運営における環境負荷の低減を図る。

1999年度の取り組み

2000年1月1日、ペットボトルに着替えました

ファミリーマートは2000年1月1日に店長・ストアスタッフのユニフォームを全国の店舗で一新しました。新ユニフォームのテーマは「お客さまとファミリーマートのふれあい」「地球環境との共生」「環境リサイクル」。ポリエステル65%と綿35%の素材で、ポリエステルについてはペットボトルのリサイクル素材を使用しています。1着につき2Rのペットボトル5本分を使用しているため、全国の店長・ストアスタッフ用のユニフォームに計50万本以上をリサイクルしたことになります。胸元には「We Love Green」マークをあしらいました。この新しいエコロジーユニフォームの着用により、ファミリーマートの環境保全活動をお客さまにご理解いただくとともに、ストアスタッフの環境意識の向上を図っています。

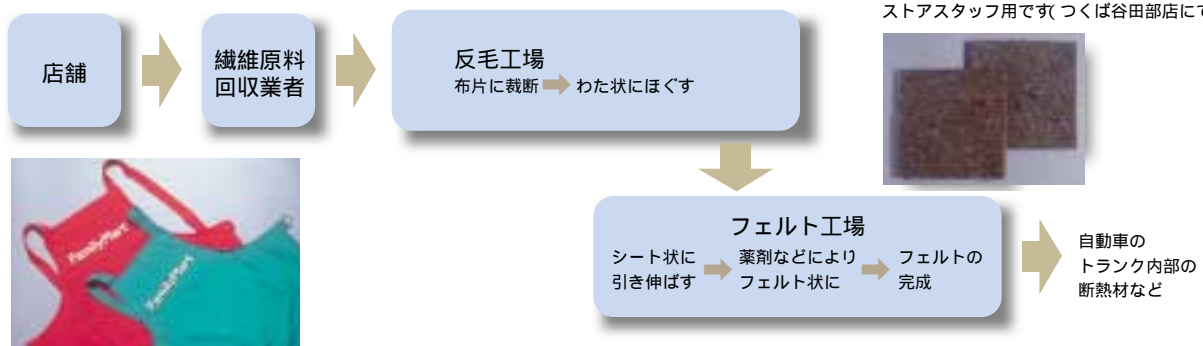
ユニフォーム一新につき、朝日新聞全国版（99.12.31朝刊）に環境広告を掲載しました



旧エプロンはリサイクル

新ユニフォームの導入によって不要になったエプロンは2000年1月以降に回収し、自動車のトランク内に敷く断熱材などに利用するフェルトにリサイクルしました。

エプロンのリサイクルルート



新しいエコロジーユニフォームでお客さまをお迎え。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（つくば谷田部店にて）



販促ツールの再生素材への切り替え

店舗で使用する販促用のツールの省資源化、再生素材への切り替えを順次進めています。すでに切り替えを済ませたのぼり旗、開店時粗品などに続き、99年度も次々に再生素材を導入しました。

99年度の再生素材導入

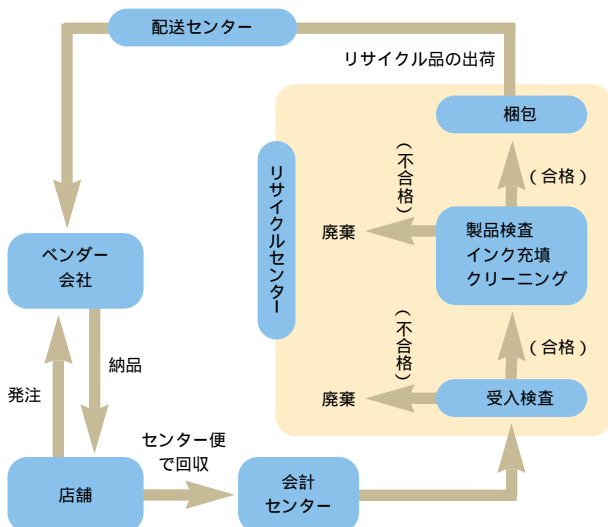
導入開始	実施事項
3月	ポスター、POP、チラシに再生素材使用
4月	スクラッチカード、一周年記念景品に再生素材使用
7月	催事用うちわを再生紙化
12月	年末販促用カレンダーを再生紙化



ストアコントローラー用 インクカートリッジのリサイクル開始

使用済みのストアコントローラー用インクカートリッジを回収し、インクを充填して5回まで繰り返し使用するリサイクルシステムを構築、99年5月からの直営店での検証を経て、2000年1月より全店に導入しています。

ストアコントローラー用インクカートリッジのリサイクルシステム



地方自治体のペットボトル店頭回収に協力

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において店頭回収拠点として協力しています。97年10月から東京23区でスタートし、99年度に神奈川県相模原市と東京都福生市が加わって現在11の自治体に協力しており、約900店舗が参加しています。

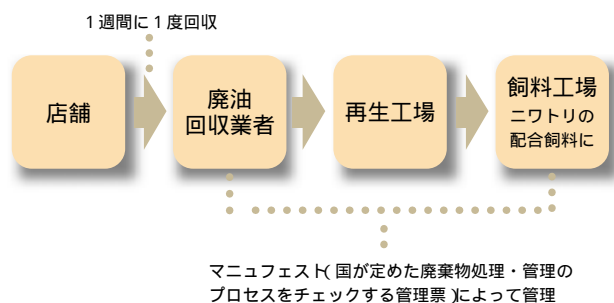


参加店舗に設置されている
ペットボトル専用回収ボックス

フライヤー廃油の 回収リサイクル本稼働

店舗のフライヤーで揚げ物など調理に使用する油は、1店舗で1カ月に約50Lが廃棄されます。ファミリーマートではこれまで廃油を凝固させて可燃ゴミとして焼却していましたが、今後予想される法規制に先行して廃油の回収リサイクルシステムの実験を進めてきました。99年12月より福島県の店舗で本稼働、2000年度にはさらにエリアを拡大します。

ファミリーマートのフライヤー廃油リサイクルシステム



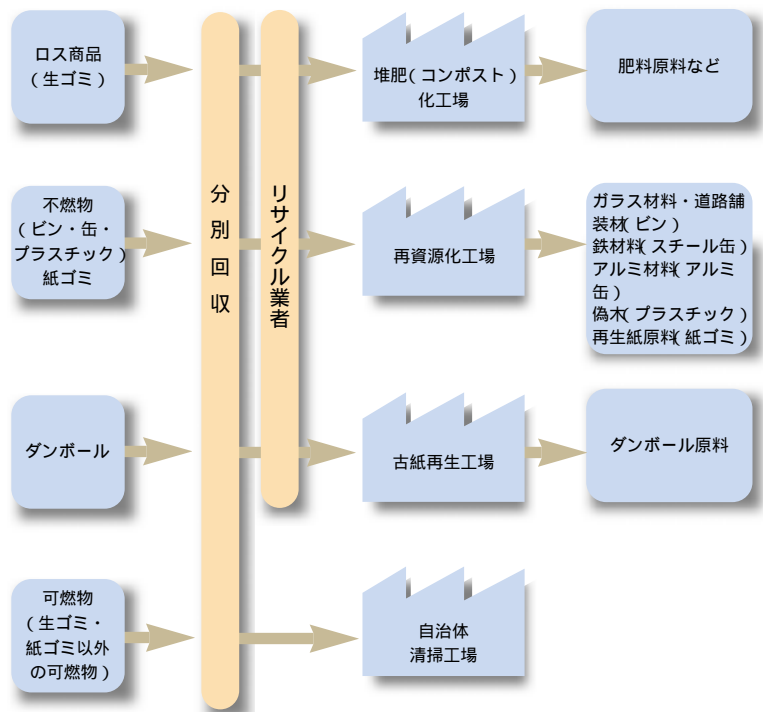
店舗では廃油を循環回収用容器に保管。固まるショートニングは容器のまま回収します



生ゴミのリサイクルを主軸とする「廃棄物トータルリサイクルシステム」の実現に向けて

1店舗平均で1日約10kg発生する生ゴミのリサイクルによる有効活用は、これからの重要な課題となります。ファミリーマートでは97年8月から各地域の廃棄物処理業者との共同の取り組みにより、専用の回収車で回収した店舗の生ゴミをコンポスト(堆肥)化して農家に供給する生ゴミ・リサイクルシステムの実験に取り組んできました。98年秋には堆肥の成分分析、野菜の栽培試験の結果、有効性を確認し、99年4月より三重県で稼働。さらには、店舗から出る全てのゴミの分別回収・リサイクルを図る「ファミリーマート廃棄物トータルリサイクルシステム」を構築し、2000年4月に東京23区を対象として、一部エリアから取り組みをスタートしています。店舗の負担(分別の手間、処理料金)や、国の許認可、リサイクル能力を持つ回収業者への切り替えなど、調整を要する問題はありますが、徐々に導入エリアを拡大していく計画です。

ゼロ・エミッションに向けて—「廃棄物トータルリサイクルシステム」



1999年度実績 生ゴミリサイクルシステム
99年4月～三重県60店舗導入

生ゴミ堆肥(コンポスト)化の工程

(東京23区廃棄物処理業者)



生ゴミの専用回収車で週3回収→工場へ



手作業で容器包装を取り除く

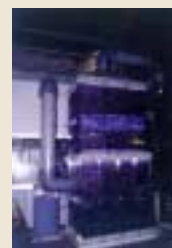


生ゴミ堆肥化処理施設で、種菌とともに熱を加えながら24時間攪拌



残存するラップなどをふるいにかけて、堆肥原料の完成。サラサラで無臭、生ゴミの約1/3の量に

10t単位で肥料メーカーへ



周辺住民への悪臭対策として、大型の洗浄脱臭塔を設置

事務所における環境保全活動

本部事務所でも、省エネルギー、省資源、リサイクル推進などへの取り組みが進んでいます。99年度からは本部事務所の環境保全活動をリードする「エコアシスタントリーダー」制を新たに導入、さらなる活動の充実をめざしています。

1999年度目標

電気使用量の削減、紙類リサイクルBOXの活用、エコロジー事務用品の導入、社有車の低公害車導入、アイドリング・ストップの徹底などにより、事務所における環境負荷の低減を図る。

目標値

七都県市指定低公害車の導入... 神奈川地区 13台切り替え エコロジー事務用品の導入..... 導入率 40 %
 社有車にアイドリングストップ・ステッカーを貼付... 100 % 電気使用量..... 0.5 %削減(98年比)

1999年度の取り組み

事務所電気使用量削減への取り組み

99年度から、各部門ごとに最後に帰宅する社員がエコ・チェックシートで「OA機器の電源オフ」「不要電灯の消灯」「ブラインドの引き下ろし」などをチェックし、エコアシスタントリーダーが管理する体制をスタートしています。さらに就業時間中については、

30分以上離席時のOA機器スイッチオフ

使用していない部屋の消灯

上下3階の移動時には階段使用

などの徹底により、電気使用量削減を図りました。



エコ・チェックシートの確認項目は、各部門によって異なります

1999年度実績 0%微増

本部ビルは地域冷暖房を電気に換算して、その値を含めて電気削減量の目標設定をしましたが、未達成でした。原因は99年夏の気温上昇のため冷房用電力の使用が増えたことにあります。施策の検討を行い、2000年度の目標達成をめざします。

紙類のリサイクルを推進

事務所から出る大量の紙類をできるかぎりリサイクルするために、各部門ごとに紙類リサイクルBOXを設置、休憩室の紙コップ、シュレッダー後の紙の回収もスタートし、全社体制で紙類のリサイクル率アップに取り組みました。



紙類リサイクルBOXの活用状況についても、エコアシスタントリーダーが毎日確認を行っています

事務所における紙類のリサイクル率

(単位: kg)

	98年度	99年度
段ボール	5,280	6,381
文書類	64,910	94,290
紙コップ	120	1,115
シュレッダー	0	4,760
リサイクル計	70,310	106,546
燃えるゴミ	60,935	58,772
廃棄物合計	131,245	165,318
リサイクル率	53.5 %	64.4 %

1999年度実績 紙類リサイクル率 64.4 %



システム化による紙類使用量の削減

紙の使用量を削減するために、本部のシステム部門では帳票類の光ディスク化・電子化に取り組んでいます。

会計帳票の本部保管分の光ディスク化により、月間約30万枚の紙を削減しました。(99年12月)

EDP担当確認用打ち出しリストの電子化により、月間約6万枚の紙を削減しました。(99年9月)

エコロジー事務用品の導入を推進

筆記具、封筒、ファイルなどの事務用品を見直し、コストや使い勝手などを検討しながら、環境に配慮した品(エコマーク認定など)への切り替えを進めています。



1999年度実績 導入率18%

社内年賀状、名刺には100%再生紙を導入。トイレットペーパーも100%再生紙に切り替えました。

コピー用紙は、98年度に100%再生紙導入を完了しています。なお、99年8月よりコピー機のトナーカートリッジのリサイクルも始めました。



社有車(ファミリーマートが所有する乗用車)による環境負荷削減を推進

担当店舗を巡回し、日常の店舗オペレーションの指導を行うスーパーバイザーは、1人1台、社有車を使用しています。社員が使用する、ファミリーマートのロゴマークが入った車だからこそ、環境に負荷を与えないように配慮しています。

低公害車への切り替えを推進

99年3月より七都県市指定低公害車への切り替えをスタート、99年度は全国で141台を導入しました。さらに環境負荷の少ない指定車の導入も検討中です。

1999年度実績 神奈川地区14台、他エリア127台 計141台を導入(導入率13.4%)

アイドリング・ストップをさらに徹底

99年5~8月にかけて全国で実施した安全運転講習会の中で、スーパーバイザーを主な対象者として、アイドリング・ストップの必要性などについての環境教育を行い、意識の向上を図りました。

また「私たちはアイドリング・ストップを実行します」のステッカーを全車に貼付(99年11月完了)し、広く社会にアピールするとともに、ドライバーの自覚を促しています。



全社有車にアイドリング・ストップのステッカーを貼付しました



環境コミュニケーション

お客さま、地域社会、行政、環境保護団体などとの相互交流を糧に環境保全活動をバージョンアップしていきたいとファミリーマートは考えます。イベントの開催やネットワークへの参加を通して、ファミリーマートの環境保全活動についての情報発信も行っています。

グリーンコンシューマー奨励賞を受賞

2000年3月、ファミリーマートは、グリーンコンシューマー東京ネットと東京商工会議所の主催による「第1回グリーンコンシューマー奨励賞」を受賞しました。この賞は、“グリーンコンシューマリズムの普及推進または環境に配慮した商品・サービスなどの普及にかかわる取り組みに顕著な功績を挙げた個人または団体”に贈られるものです。ファミリーマートは、ISO14001の認証取得、環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品の販売などで、環境保全型コンビニエンスストアをめざして本格的な取り組みを開始していることが認められました。

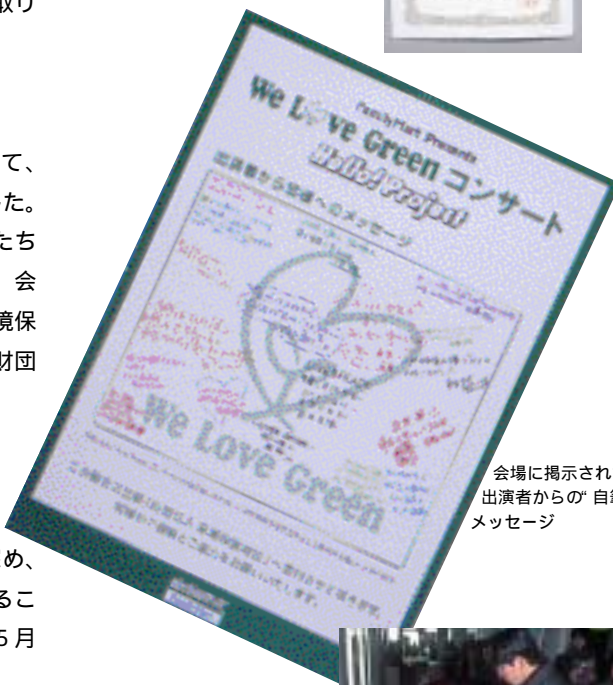


東京都消費生活総合センターにおける授賞式（2000年3月28日）



「We Love Green コンサート」を開催

ファミリーマートは、自然環境を保護する活動の一環として、2000年2月に「We Love Green コンサート」を開催しました。1月のキャンペーンでの当選者6,000組、12,000人の若者たちに「モーニング娘。」他のライブを楽しんでいただくとともに、会場ロビーには「We Love Green」商品を展示、また、自然環境保護のための募金活動を行いました。寄せられた募金は、全額を財団法人尾瀬保護財団に寄付しました。



会場に掲示された出演者からの“自筆”メッセージ

ネットワークへの参加

環境事業団「環境保全活動促進ネットワーク」

環境分野において企業、行政、NGOなどが建設的に連携を深め、情報交換や相互の交流を通じて環境保全活動の一層の促進を図ることを目的とするネットワークです。ファミリーマートは98年5月より企業会員として参加、活動を行っています。

グリーン購入ネットワーク

日本におけるグリーン購入（環境負荷低減を考慮した商品を優先的に購入すること）の取り組みを促進するために96年に設立された、企業、行政、消費者のゆるやかなネットワークです。グリーン購入の普及啓発、商品選択に役立つ指針策定やデータの収集・提供などの活動を行っています。ファミリーマートは97年7月より企業会員として参加し、グリーン購入への取り組みを進めています。



「自然環境を守るために若者たちも寄付





パートナーシップ

環境への取り組みは、一企業の頑張りだけでは解決できません。ファミリーマートに関わるすべての企業とともに、環境についての意識を高めあい、環境保全活動を推進していきたい—ファミリーマートは取引先企業とのグリーンパートナーシップに力を注いでいます。

「二十一世紀会」の活動

ファミリーマートでは97年度より、主要取引先151社(99年度)で構成される「二十一世紀会」において環境保全活動に関する勉強会を続けてきました。また、97年総会で決定した「21世紀初頭には、できるだけ多くの会員企業がISO14001の認証取得をめざす」という環境対策活動計画も順調に進み、既に過半数が認証取得、あるいは認証取得を予定しています。

1999年度活動

視察研修と環境対策セミナー

日時：1999年10月29日

参加者：93社 158名

概要：視察研修

富士フィルム足柄工場「写るんです」

循環生産システム

—国内の最先端環境対策施設を視察

環境対策セミナー

テーマ

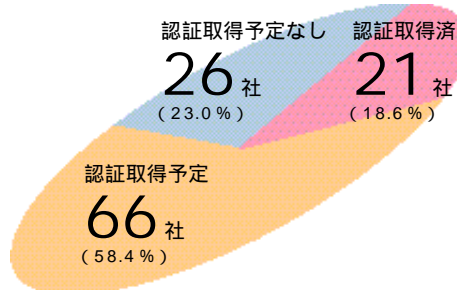
「環境マインドが職場を変える、社会を変える」

講師 / 武蔵工業大学環境情報学部教授 中原秀樹氏

「21世紀会」会員企業のISO14001認証取得状況

会員企業151社を対象に実施したアンケートによる

回答企業数113社(回答率74.8%)



米飯製造でのISO9002認証取得 —拡大する品質管理ネットワーク

99年3月、ファミリーマートがISO14001の認証を取得すると同時に、ファミリーマートの弁当・惣菜類を作る米飯製造メーカーで構成される日本フレッシュフーズ協同組合(21社53工場加盟)及び、その加盟3メーカーの主力3工場も、品質管理の国際規格であるISO9002の認証を取得しました。米飯製造メーカーのISO9002認証取得は日本初。規格に沿ってシステム化された品質管理体制を構築・維持することで、これまで以上においしく、安心安全で、良質な商品がファミリーマートの店舗へ供給されるようになりました。その後も各メーカーで継続して取り組みが進められ、2000年4月までに新たに10工場が認証を取得しました。ISO9000シリーズによる品質管理ネットワークの輪は、今後もさらに広がっていきます。

米飯製造メーカーのISO9002認証取得状況

1999年3月	日本フレッシュフーズ協同組合 (21社53工場加盟)	
	戸田フーズ(株)	追浜工場
	トオカツフーズ(株)	八千代工場
	(株)ファーストフーズ	北戸田工場
2000年4月	(株)ファミリコフーズ	本社工場
	丸茂食品(株)	つくば工場
	戸田フーズ(株)	戸田工場
	トオカツフーズ(株)	足利工場
	トオカツフーズ(株)	川口第2工場
	トオカツフーズ(株)	萬作川和工場
	プリムイソベン(株)	岡崎工場
	角井食品(株)	本社工場
	シノフーズ(株)	京滋工場
	(株)ボオトデリカトオカツ	神戸工場

プリムイソベン(株)岡崎工場と角井食品(株)本社工場は設計管理を含むISO9001を取得



シノフーズ(株)京滋工場(左)とプリムイソベン(株)岡崎工場(右)の製造現場。品質マニュアルによる徹底した管理により、製品の標準化が図られています

ISO9002認証取得をめざして行われた米飯メーカーの研修セミナー(1999年8月30日)





環境会計の導入

ファミリーマートは1999年度より環境会計を導入しました。環境会計とは、企業が環境保全のために使用した「環境保全コスト(投資額・費用額)」と「環境保全効果」を把握し、公表するための仕組みです。現在、その定義についての国際的な統一基準は確立されていませんが、日本では環境庁が1999年3月に「環境保全コストの把握及び公表に関するガイドライン(中間取りまとめ)」さらに改訂版として2000年5月に「環境会計システムの確立に向けて(2000年報告)」を公表し、その普及が図られています。ファミリーマートは環境庁のガイドラインを参考として、当社の環境保全活動の基本としている「ISO14001環境マネジメントシステム対応型環境会計」の作成に取り組みました。

ファミリーマート環境会計の考え方(1999年度)

期間

1999年度(1999年3月1日～2000年2月29日)

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)。本部と加盟店が共にISO14001の認証を取得し、環境保全活動に取り組んでおりますので、環境会計の対象範囲に店舗の投資額・費用額を含めます。

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。

環境保全対策に係わる効果についての考え方

今回は環境保全活動の効果として、「物量単位」の効果の本報告書の各関連箇所として示します。また、環境保全対策に伴う事業収益や費用の節減・回避を把握する手段として、「貨幣単位」による算出の考え方がありますが、社会的な統一見解の方向性を見極めるべきと考え、公表を控えます。

公表様式

「環境庁ガイドライン(2000年版)対応型環境会計」と「ISO14001対応型環境会計」の2パターンを公表します。

環境庁ガイドライン(2000年版)対応型環境会計

環境庁ガイドラインに準拠して、環境保全コストを分類、開示することにより、社会における統一的な枠組みを通して、環境保全への取り組み状況を明らかにします。

環境庁ガイドライン(2000年版)対応型環境会計

(単位:千円)

環境保全コストの分類	主な取り組みの内容	投資	費用
生産・サービス活動により事業エリア内で生じる環境負荷を抑制するための環境保全コスト	公害防止コスト	2,850	
	地球環境保全コスト	70,814	35,530
	資源循環コスト	74,297	1,017,285
生産・サービス活動に伴って上流又は下流で生じる環境負荷を抑制するための環境保全コスト	環境負荷の少ない製品、商品などの購入(グリーン購入)に伴い発生した通常購入行為との差額コスト 生産・販売した製品のリサイクルコストなど		9,364
管理活動における環境保全コスト	社員への環境教育などのためのコスト 環境マネジメントシステムの運用コスト 環境保全対策組織人件費など		60,398
研究開発活動における環境保全コスト	環境保全に資する製品の研究開発コストなど		3,551
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費用など		25,768
環境損傷に対応するコスト	土壌汚染、自然破壊修復費用など		0
合計		147,961	1,151,896

減価償却費は把握が困難な点があるため、今回は除外します。



ISO14001 対応型環境会計

ファミリーマートの環境保全活動の取り組みは、ISO14001環境マネジメントシステムを基本としていますので、その活動における経済的な効率性を環境会計により、明らかにします。コストの大分類は下記の通りとします。

1. 環境目標達成に向けた「積極的成本」

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の環境目標(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

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に要するコスト、環境関連法規制への対処、その他社会活動関連コスト

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・罰金などのペナルティ的コスト

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	効果 環境活動報告書掲載ページ
大分類	中分類	具体的な取り組み			
1. 環境目標達成に向けた「積極的成本」	環境保全活動シンボルマーク関連費用	We Love Green マーク作成・商標登録費用	0	3,552	環境配慮型商品の開発と選定 14～16ページ
	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 リサイクル材などの導入コスト オゾン層保護のためのコスト 店舗周辺環境保全コスト	147,961	42,130	エコショップ化の推進 20～22ページ
	店舗運営関連の環境保全コスト	エプロンのリサイクル・新規ユニフォーム関連 リサイクル販促物関連 廃棄物リサイクルなどのコスト	0	1,008,489	環境保全型店舗運営の実施 23～25ページ
	本部事務所関連の環境保全コスト	廃棄物リサイクルなどのコスト 環境配慮事務用品導入コスト	0	4,138	事務所における環境保全活動 26～27ページ
	社有車関連の環境保全コスト	環境に配慮した社有車導入などのコスト	0	1,298	
	小計			147,961	1,059,607
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	50,302	環境教育・オリエンテーション 8ページ
	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	4,501	
	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	5,775	環境監査 9ページ
	店舗環境関連法規制など対応コスト	容器包装リサイクル費用	0	1,131	環境保全型店舗運営の実施 23～25ページ
	本部環境法規制など対応コスト	容器包装リサイクル費用	0	5,870	環境配慮型商品の開発と選定 14～16ページ
	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	24,710	主として環境広告コスト (関連 23ページ、28ページ)
小計			0	92,289	
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			147,961	1,151,896	

減価償却費は把握が困難な点があるため、今回は除外します。

今後の対応

今回の環境会計は導入初期段階であるため、環境保全対策に係る効果や人件費、減価償却費などの環境コストの開示が限定的とならざるを得ない面があり、今後の課題と考えております。

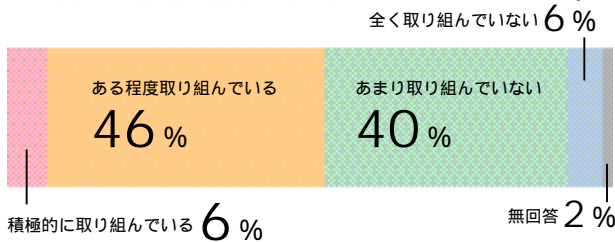
環境庁ガイドラインに示されている考え方、さらにはこれから公表されるガイドラインなどに配慮しながら、ファミリーマートの環境への取り組み姿勢を皆様に明確にする情報としてさらに検討し、改善をしていきます。



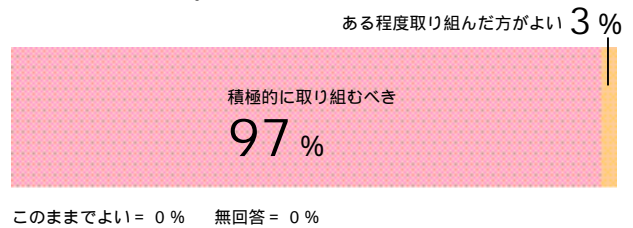
環境保護団体の皆さまに ファミリーマートの環境保全活動への評価をうかがいました

ファミリーマートは毎日店舗にお買い物にいらっしゃるお客さまの意見を大切にしたいと考えます。今回は第三者意見として、お客さまの中でも特に、日頃小売業の環境活動に関心を持ち、積極的に活動しておられる環境保護団体の会員の皆さまに、ファミリーマートの環境保全活動を評価していただきました。

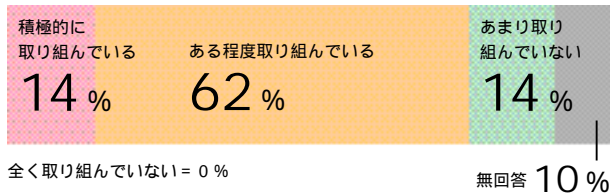
問1 コンビニエンスストアは他の小売業（スーパーなど）と比較して環境保全活動に取り組んでいると思いますか。



問3 コンビニエンスストアは環境保全活動に取り組むべきだと思いますか。



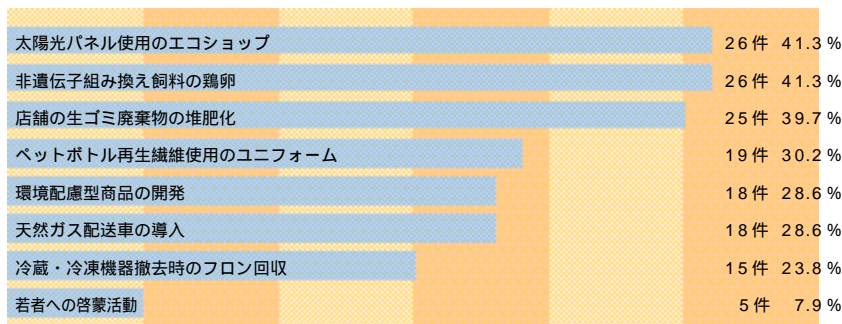
問2 ファミリーマートは環境保全活動に取り組んでいると思いますか。



問4 ファミリーマートの環境保全活動のシンボルマーク「We Love Green」は、ご存じですか。

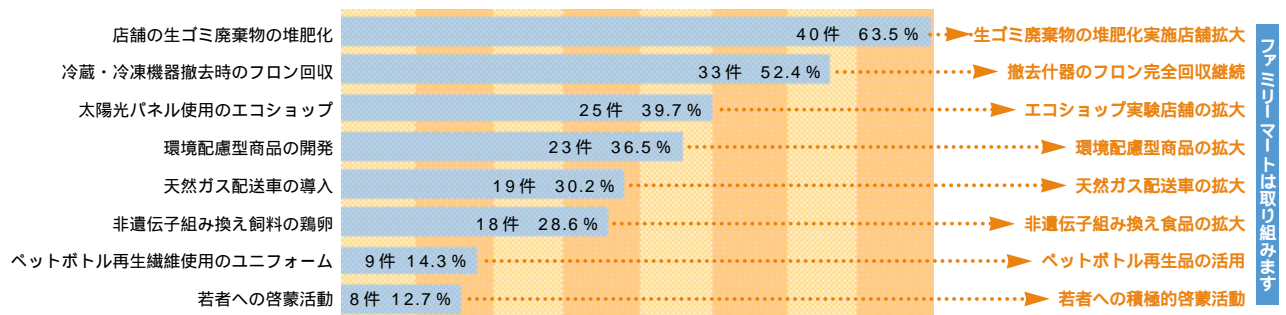


問5 ファミリーマートが現在、積極的に取り組んでいると思われる環境活動はどのようなことですか。（複数回答）



[調査対象] 環境保護団体 17団体
[調査方法] 郵送によるアンケート
[調査期間] 2000年4月7日～5月1日
[回収状況] 14団体 63通

問6 ファミリーマートに今後、積極的に取り組んでもらいたい環境活動はどのようなことですか。（複数回答）



ファミリーマートは取り組めます



1999年度の環境活動の評価

その他のご意見（記述式）

グリーンコンシューマーが利用するコンビニエンスストアとして、環境配慮型商品を増やしてほしいと思います。

コンビニエンスストアは若い人にとって身近な店舗なので、啓蒙に一層効果があると思います。いろいろな啓蒙活動を積極的にやってください。

若者のみならず、全年齢層の生活に密着した存在であるコンビニエンスストア。ファミリーマートのイメージは、TVCMから明るいイメージがありますが、環境保全の取り組みはあまり周知されていないのではないのでしょうか。

積極的な取り組み姿勢は評価されます。ぜひ継続して取り組んでください。

大変よい店とあまりよくない店とのバラツキがあるように思われます。その改善を図ることが重要だと思います。

コンビニエンスストアはスーパーに比べて商品アイテム数が少ないので難しい面はありますが、消費者に環境負荷の大きい商品は売らない、包装材は最少限にするということを徹底していただきたい。

店舗内をよく見ると比較的、環境配慮型商品が見受けられます。ただ、どの商品がそうなのか消費者にはあまり伝わっていないと思います。

これまでの経済の一面をコンビニ業界がひっぱってきたと思います。しかし、これまでの方法での経済発展はおそらく望めないでしょう。ぜひ、環境に十分配慮し、環境問題でもトップランナーとして、ひっぱっていただきたいと思います。



専務取締役
環境推進部管掌

倉石 武志

1. 1999年度の概況

1999年度、ファミリーマートは3月にISO14001の認証を取得、7月には環境保全活動のシンボルマーク「We Love Green（ひとりひとりが、自然を愛し、環境を守ろうという意）」を制定し、チェーン全体として、本格的に「環境保全型コンビニエンスストア事業」の推進をスタートしました。ファミリーマートは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展開しており、各地域に所在する加盟店と本部が共に環境保全活動を推進しております。11月に実施した私どもの「店舗の自主的な環境保全活動の調査」によると、敷地の隅で生ゴミ廃棄物から肥料を作ったり、近隣小学校からの依頼で環境保全活動（ゴミの捨て方）の課外授業を店舗で実施したりするなど、それぞれの店舗でさまざまな取り組みが行われている実態を知り、一人ひとりの環境保全意識が高まりつつあると実感しております。

2. 環境活動報告書をまとめるにあたって

今回の環境活動報告書では、前述の通り、新たに「環境会計の公表」と「第三者意見による企業活動の評価」を行いました。「環境会計」は企業としての情報公開を進めるとともに、説明責任（アカウントビリティ）を果たすべきであるとの考え方に基づいて公表を行いました。環境庁のガイドラインを参考に「ISO14001対応型環境会計」を作成し、1999年度にかかった経費と投資額の集計を行っております。

「第三者意見」は、日々ご来店されるお客さまのご意見を伺うべきと考え、特に全国各地域でグリーンコンシューマー運動などの活動を行っている団体の皆さまから客観的な評価をいただくのがよいとの判断の下、郵送によるアンケートを実施いたしました。14団体、63名の皆さまの忌憚のないご意見や励ましのお言葉を、真摯に受けとめていく所存でございます。

調査結果において、「コンビニエンスストアも積極的に環境保全活動に取り組むべきである」とのご意見はじつに全体の97%にも上っています。また、ファミリーマートの環境保全活動については、「積極的に取り組んでいる」とのご意見が14%、「ある程度取り組んでいる」が62%あり、合計で76%の皆さまからご理解を得ているとの結果でしたが、今後とも環境保護団体をはじめとするお客さまの期待に応えられるよう一層の努力をし、積極的に取り組んでいるとの評価をいただけるようにしていきたいと考えております。

3. 今後の取り組み

これからの2000年度の活動において、本部、各事務所、全店舗がひとつのマネジメント体制の下で、計画を立て、実践し、継続的改善を図っていく必要があります。

具体的な取り組みとしては、以下の3点を柱とします。

2000年度環境目標の明確化

環境目標を重点課題に絞り込み、可能な限り数値目標を設定します。

マネジメント体制の強化

環境推進部会（ファミリーマート全体の環境活動推進組織）、エコアシスタントリーダー会議（事務所における環境保全活動の推進組織）の機能を強化します。

内部環境監査の充実

内部環境監査チェックシートの見直し、内部環境監査員のレベル向上などを図り、監査機能を強化します。

まだまだ課題は多く残されていると感じていますが、ISO14001の規格に基づく確実な運用を行い、ファミリーマートチェーン全体のより一層のレベルアップを図りたいと考えます。

[今回のアンケートにご協力いただいた団体]

ACT53 仙台 / A SEED JAPAN / アース・リサイクル・グループ / エコネット市民の会 / 鎌倉を美しくする会 / 川崎ごみを考える市民連絡会 / 環境市民 / キュー鎌倉グリーン推進会議 / グリーンコンシューマー研究会 / 港北くらしの研究会 / 全国牛乳パックの再利用を考える連絡会 / 中部リサイクル運動市民の会 / 東京都地域消費者団体連絡会 / ネットワーク地球村（アイウエオ順）

ファミリーマートの環境保全活動の歩み

1991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 メタノール配送車導入(東京・板橋で3年間の実験導入)
1992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) 弁当箱に成長の早い樹木シンゴン使用(1年間の実験導入)
1995年	店舗改装・閉鎖時の什器リサイクル(再使用)開始
1996年	店舗のゴミの適正処理を目指した廃棄物回収システム開始
1997年	4月 調理パン・サラダに契約農家の減農薬・減化学肥料栽培の野菜導入開始 6月 店舗改装・閉鎖時の冷蔵冷凍機器フロン回収開始 8月 太陽光発電システムによるエコショップ開店「港南台インター店(神奈川県)」 エコショップ開店「葉山町店(神奈川県)」 生ゴミ堆肥(コンポスト)化実験開始 9月 環境への取り組みの全社的な組織として環境プロジェクト設置 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各地域ごとに実施)
	12月 エコショップ開店「つくば谷田部店(茨城県)」
1998年	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 6月 環境委員会、環境作業部会を設置し、環境マネジメント体制確立 8月 エコショップ開店「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)」 空調機、小型冷凍機のインバータ制御導入 9月 エコショップ開店「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)」 天然ガス(CNG)配送車導入開始 10月 環境作業部会を改め、環境推進部会設置 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年	2月 エコショップ開店「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)」 3月 全店舗・本部の全事務所を対象に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 4月 三重県で店舗の廃棄物トータルリサイクルシステム稼働、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 配送車輛にアイドリングストップ可能な冷凍ハイブリッド車導入開始 環境保全活動のシンボルマーク「We Love Green」制定 8月 本部事務所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」商品販売開始 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 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
2000年	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 2月 We Love Greenコンサート開催、会場で「財」尾瀬保護財団への募金実施(福岡・大阪・東京) エコショップ開店「和歌浦東店(和歌山県)」 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 4月 東京23区で廃棄物トータルリサイクルシステム稼働、生ゴミ堆肥化開始

2000年度の環境目標

環境保全型コンビニエンスストア事業の推進

環境配慮型商品の開発と選定

環境配慮型商品の開発を拡大します。
容器包装の環境負荷の低減を図ります。

環境配慮型プライベートブランド
「We Love Green」商品の拡大
目標：30 アイテム 年間売上高 6億5千万円
環境負荷低減のための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
目標：20 アイテム

環境保全型物流体制の推進

1店舗あたりの配送車輛台数を削減します。
配送車輛の低公害車輛への切り替えを進めます。

温度帯別共同配送の推進
目標：1店舗あたりの配送車輛台数
10.82台/日(99年度比3.1%削減)
CNG(圧縮天然ガス)車への切り替え
目標：20台
七都県市指定低公害車への切り替え
目標：全車輛比90%以上(99年度比+7.9%以上)
配送車の搭載冷媒機器の使用フロンを
代替フロンへ切り替え
目標：全車輛比95%以上(99年度比+5.7%以上)

エコショップ化の推進

店舗の省エネルギー・省資源を進めます。
オゾン層への環境負荷低減を図ります。
店舗閉鎖時に発生する建材廃棄物を削減します。

新設店舗の電気使用量の削減
目標：1店舗あたり年間電気使用量
99年度比1%削減
指定フロン(R22)計器の代替フロン化
目標：縦型冷凍庫、小型冷凍機、空調機で実施

環境保全型店舗運営の実施

廃棄物の分別による適正処理を行い、リサイクルを拡大します。
環境に配慮した店舗販促物の使用を進めます。

市町村別事業系廃棄物分別ルールの徹底
目標：徹底率100%
生ゴミ廃棄物リサイクルの推進
目標：対象地域の拡大 東京23区+1市
フライヤー廃油リサイクルの推進
目標：対象地域の拡大 14エリア管轄店舗
販促ツールの再生素材への切り替え

事務所における環境保全活動の推進

事務所の省エネルギー・省資源・リサイクルを進めます。社有車の環境負荷を削減します。

事務所の電気使用量削減
目標：0.5%削減(99年度比)
紙類リサイクルBOX利用の徹底
目標：リサイクル率65%
廃棄物分別回収の徹底

エコロジー事務用品の導入
目標：導入率24%
社有車の七都県市指定低公害車への切り替え
目標：全社合計192台導入
アイドリングストップの徹底
目標：環境教育実施率80%



We Love Green

「ひとりひとりが、自然を愛し、環境を守ろう」という思いを込めた、ファミリーマートの環境保全活動のシンボルマークです

この報告書に関するご意見・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



この報告書は古紙配合率100%の再生紙にアメリカ大豆協会認定の大豆油インキで印刷しています

発行日 2000年6月5日
次回発行 2001年6月予定