CONTENTS 目次

環境報告書2001年版について 1
ごあいさつ 2

環境マネジメントシステム
環境活動の基本理念 3
環境マネジメントシステムの推進体制 5
事業活動にともなう環境への影響 6
ISO14001のPDCAサイクルを基盤として 7
環境監査 9

環境活動2000
店舗で行われている環境保全活動 11
環境配慮型商品の開発と選定 13
環境保全型物流体制の推進 16
エコショップ化の推進 19
環境保全型店舗運営の実施 22
事務所における環境保全活動の推進 25

品質管理活動2000
安心・安全な商品をお届けするために 27

環境コミュニケーション
環境教育・オリエンテーション 29
お客さまの声 31
環境保護団体の皆さまのご意見 32
情報発信 33

社会的活動2000
社会貢献活動 34

活動のまとめ
2000年度環境目標の達成状況 37
環境会計 39
2000年度総括と今後の環境活動 40

環境保全活動の歩み 41
会社概要 42

環境報告書2001年版について

[編集方針]

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

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

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

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

[編集方針に基づく主な新規項目]

- □**環境監査／審査員によるサーベイランス審査結果及び講評**
- □**品質管理活動**2000
- □**環境コミュニケーション／お客さまの声**
- □**環境コミュニケーション／環境保護団体の皆さまのご意見**
- □**社会的活動**2000
- □**活動のまとめ／**2000**年度環境目標の達成状況**
- □Answer Your Question

[対象期間]

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

地域とともに
持続可能な発展をめざして

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

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

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

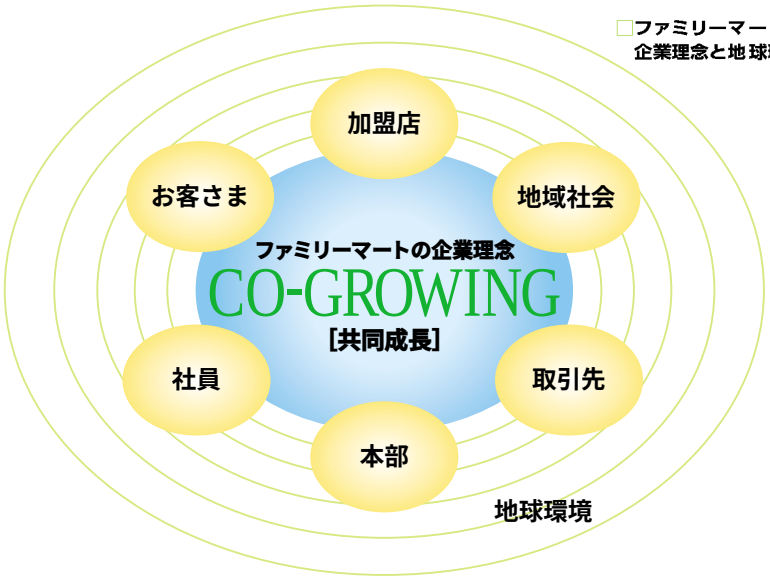
今日、個人消費の低迷や業態間・業界内競争の激化など、ファミリーマートを取り巻く状況も厳しさを増しております。そのような情勢下、ファミリーマートの1店舗、1店舗が、お客さまや近隣にお住まいの方々に望まれ、支持され、信頼されることによって、地域社会とともに共生し続けていくことが、今後ますます重要になります。品質の良い商品やサービスの提供はもとより、環境活動、社会貢献の実践を通して、信頼されるファミリーマートであり続けることは、これからの21世紀において大切なことであると考えます。

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

2001年6月

代表取締役社長

「CO-GROWING」の企業理念のもとに
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

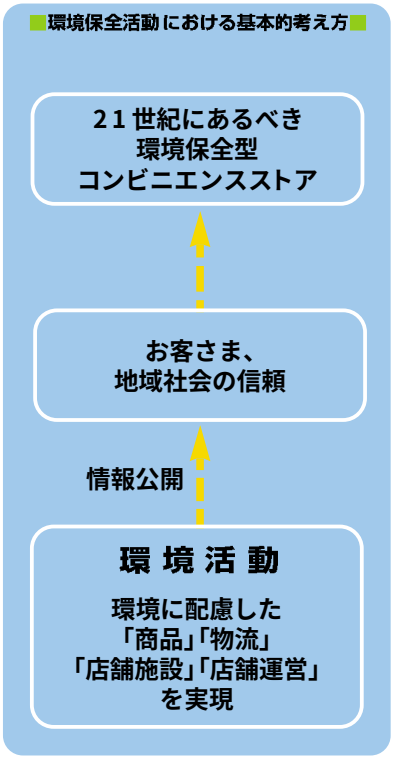


「CO-GROWING」、そして「HUMAN CONVINNOVATION」

ファミリーマートの企業活動の根幹を成す理念は「CO-GROWING（共同成長）」です。そこには、お客さま、地域社会、加盟店、取引先、社員とともに成長、発展していこうという想いが込められています。

さらに、事業理念として掲げるのが「HUMAN CONVINNOVATION」。コンビニエンスとイノベーションを併せた造語で、心が通い合う、人間性豊かなコンビニエンスストアを絶え間なく革新していく決意を込めています。

「CO-GROWING」の企業理念は、大きな意味で地球環境との共存というテーマにもつながるものです。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、加盟店や取引先との緊密なパートナーシップのもとに、お客さまや地域社会との共生をめざしていますが、その事業活動は、また地球環境を守り、次世代の人々に美しい地球を引き継いでいくことと両立するものでなければなりません。



フランチャイザーとフランチャイジーが一体となって

1991年に環境問題担当を設置して以来、ファミリーマートは環境に配慮した事業活動を拡大してきました。1999年3月には、全店舗、本部の全事業所を対象にISO14001の認証を取得し、その環境マネジメントシステムを有効に活用して環境保全活動を進めています。フランチャイジーである店舗（加盟店）は本来、それぞれに独立した事業主ですが、ファミリーマートをともに支えるパートナーとして、フランチャイザー（本部）とフランチャイジーが一体となって環境保護に取り組んでいます。

ファミリーマートがめざすのは、環境の世紀といわれる21世紀にあるべき「環境保全型コンビニエンスストア」です。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、お客さまや地域社会から「ファミリーマートならでは」という信頼をいただいたとき、理想とするコンビニエンスストアへの道が開けてくるはずです。その取り組みはまた、企業市民としての社会的責任であり、持続可能な事業活動を行っていくための必須の要件であると考えます。

地球環境と永続的に共存しうるために

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、ファミリーマートのコーポレートテーマです。「CO-GROWING」の企業理念のもと、地球環境と永続的に共存しうる事業活動をめざして、今後も積極的に取り組みを続けてまいります。

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、社員との闊達な共同作業を通じ、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。

①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。

②環境保全型物流体制の推進

配送車輌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。

③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。

④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。

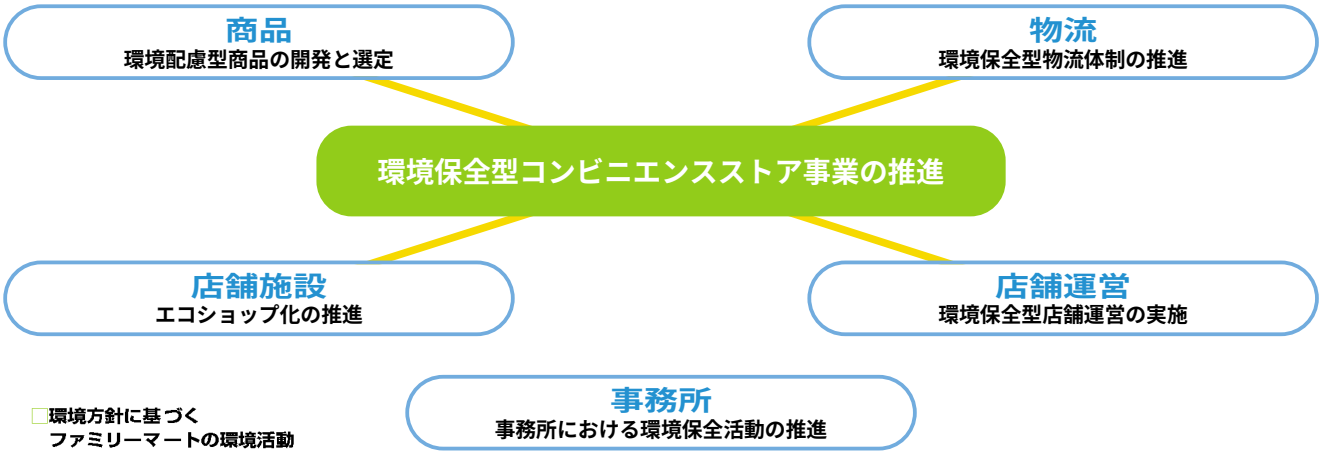
（4）組織の整備と啓発活動の推進

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。



環境方針に基づく
ファミリーマートの環境活動

環境マネジメントシステムの推進体制

フランチャイザー（本部）とフランチャイジー（加盟店）が、環境方針のもと、チェーン一体となって環境保全活動を向上させていくための体制を整備し、取り組んでいます。

環境管理体制のポイント

■■環境推進部会の機能

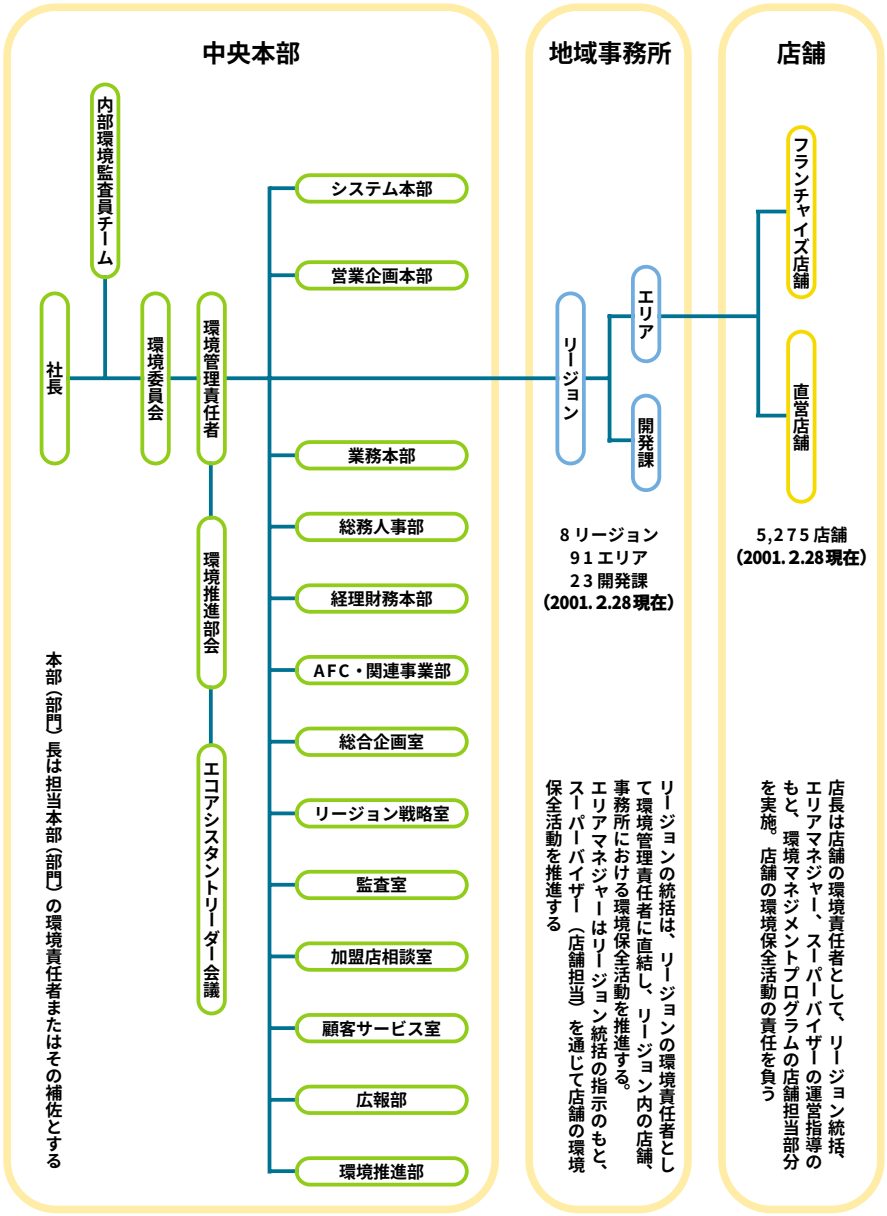
経営トップが環境方針に掲げた「商品」「物流」「店舗施設」「店舗運営」「事務所」の５項目について、環境目的・環境目標を設定し、責任者、担当者を決めてスケジュール化を図り、実行しています。環境推進部会では環境管理責任者が各部門の実務担当者に対してそれぞれの環境目標の進捗状況を確認し、遅れている場合には原因を究明し、対策を立てて取り組んでいます。

■■エコアシスタントリーダー会議の機能

東京・池袋の本部ビルを使用する各部門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において、エコ・チェックシートによる点検状況、電気使用量の数値データなどの定期的な進捗確認により、本部事務所の環境保全活動を推進しています。

■■リージョン統括を環境責任者に

全国の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、北陸、関西、山陽瀬戸内、九州北）の統括責任者を各リージョンにおける環境責任者とし、店舗の環境保全活動を推進しています。



環境委員会

社長を環境委員長とし、経営層をメンバーとする。ファミリーマート全体の環境保全活動に関する案件を審議する

内部環境監査員チーム

内部環境監査を実施し、その結果を環境委員会に報告する

環境管理責任者

ISO14001による環境マネジメントシステムを確立、実施、維持、管理する。環境委員長の任命により、現在は環境推進部長が担当

環境推進部会

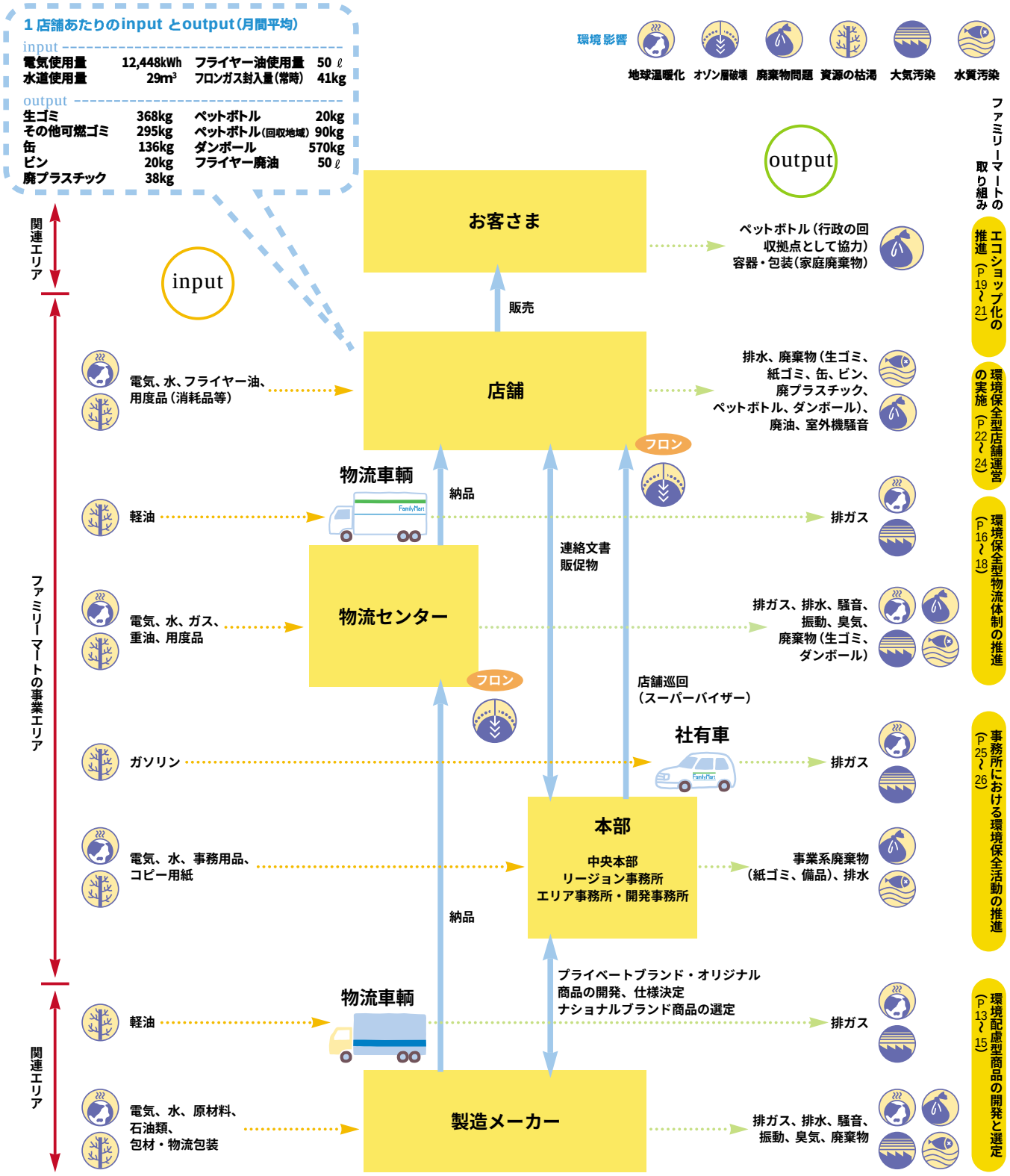
チェーン全体の環境保全活動の計画立案と推進、環境目的・環境目標の協議を行う。月１回開催。
事務局＝環境推進部

エコアシスタントリーダー会議

本部事務所における環境保全活動推進のための協議を行う。月１回開催。事務局＝総務人事部

事業活動にともなう環境への影響

全国に約 5,200 店舗のコンビニエンスストアをチェーン展開するファミリーマートでは、商品の開発・選定、物流、事務所、店舗での販売活動といったそれぞれの局面で、環境に対して何らかの影響を及ぼしています。環境側面を徹底的に洗い出し、環境影響を検証する──ファミリーマートの環境保全活動は、毎年そこから始まります。



ISO14001のPDCAサイクルを基盤として

ファミリーマートの環境保全活動は、ISO14001に基づいて構築したPDCAサイクルに則って全店舗と本部の全事務所で進められています。2000年度は、サイクル各ステージでの取り組みにも具体性が増してきました。

経営層による見直し Action

環境マネジメントシステムの適合性、有効性及び妥当性を確認し、環境問題を取り巻く社会状況の変化を考慮して、継続的な改善を行うため、環境委員会において年1回、環境マネジメントシステムの見直しを行っています。

①見直しの対象項目

1.環境方針
2.環境目的及び環境目標
3.環境マネジメントプログラム
4.法的及びその他の要求事項
5.著しい環境影響に係わる規程
6.環境マネジメントシステムのその他の要素

②見直しのための情報

1.環境に関する社会情勢の変化
2.環境目的・環境目標の達成度
3.内部環境監査の結果
4.外部による環境監査の結果
5.利害関係者、地域社会からの情報
6.不適合の予防処置結果

2000年度は、経営トップによる環境方針の見直しが行われ、改めて制定されました。
また、環境目的、環境目標はなるべく目標数値を明確にすることで、進捗管理を確実に行うことが決まりました。

点検及び是正処置 Check

■■監視及び測定

本部、部の環境責任者は、年度当初に定めた環境目標について、毎月、実施状況を確認します。さらに、四半期ごとに達成状況の確認を行い、計画通りに進んでいない場合は不適合としての処置を行います。また、環境関連法規から逸脱しないように監視すること、教育を実施した際の記録を管理することも環境責任者によって行われています。

■■不適合並びに是正及び予防処置

不適合とは、ISO14001の要求事項との不一致、環境マネジメントシステムとの不一致（規程・手順書との不一致）、環境マネジメントプログラムの未達成、環境関連法規及びその他の要求事項との不一致をいいます。不適合が生じた場合は、「不適合処置報告書」を作成し、原因を究明し、対策を講じています。

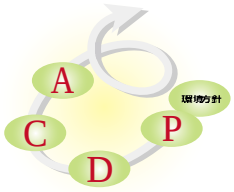
■■環境マネジメントシステムの監査

すべての店舗、すべての部門を対象として、年1回、内部環境監査を実施しています。
店舗の内部監査項目は、環境方針の掲示、環境オリエンテーション（教育）記録の整備、廃棄物分別の徹底状況などです。2000年度は、10月に全店一斉に行いました。
また、本部各部門の監査項目は、環境マネジメントシステムの適合性（環境教育記録の整備、規程・手順書の整備）、環境関連法規及びその他の要求事項の遵守、環境目的・環境目標の進捗状況などです。2000年度は11～12月にかけて実施しました。
内部環境監査の結果は内部環境監査員チーム責任者によってまとめられ、環境委員会に報告されています。

Answer Your Question

Q PDCAサイクルって、何ですか?

A ISO14001をひも解くと、まず最初に必ず目にするのがPDCAサイクルの図です。これは環境マネジメントシステムの全体の姿を図で表したものです。まず、経営トップが環境方針を立てます。そしてPlan(計画)では、事業活動が環境にどのような影響を与えているのかを調査し、その評価をしたり、環境関連の法律の規制を調べたりした上で、なるべく具体的に環境活動の計画を策定します。Do(実施及び運用)では、教育の実施、内部・外部のコミュニケーション活動、規程・手順書に基づく実施などにより、環境活動を実践します。Check(点検及び是正処置)では自らの活動を振り返ってみて、できていないこと、実施が困難なことなどがあればその原因を明らかにし、対応を図ります。さらにAction(経営層による見直し)では、環境に関する社会情勢の変化を見極めた上で環境方針や環境マネジメントシステムの見直しを行いますので、常に時代に合わせた実効性のあるシステムとして機能する仕組みになっています。



計 画 Plan

■■環境側面の抽出と環境影響評価

環境側面(環境と相互に影響しうる、組織の活動、製品又はサービスの要素)の抽出によって、店舗及び本部の事業活動が環境にどのような影響を及ぼしているのかを見極めるとともに、電気の使用量、紙の使用量、廃棄物の排出量などのデータを収集します。それらのデータをもとに環境影響評価を行った結果、2000年度は店舗における電気の使用や配送車の使用などが最も環境への影響が大きいものであると特定しました。

■■法的及びその他の要求事項

事業活動において、環境関連の法律及びその他の要求事項(ファミリーマートが国、自治体などと遵守することを約束した事柄)を環境マネジメントシステムに反映させています。

環境関連の法律は下記の通りです。

- 「廃棄物の処理及び清掃に関する法律(廃棄物処理法)」
- 「容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律(容器包装リサイクル法)」
- 「浄化槽法」
- 「特定物質の規制等によるオゾン層の保護に関する法律(オゾン層保護法)」
- 「(都道府県・市町村の)景観条例」

その他の要求事項は下記の通りです。

- 「市町村によるペットボトル回収の拠点としての協力」

なお、2001年5月からは「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律(食品リサイクル法)」への対応についても考慮していきます。

■■環境目的及び環境目標、環境マネジメントプログラム

経営トップが定めた環境方針、環境影響評価の結果、法的及びその他の要求事項を踏まえて、すべての部門が環境目的(3年間で達成する目標)、環境目標(年度目標)を設定しています。そして環境目標を実現するために、具体的な実施事項、責任者、担当者、対象者を定め、年間スケジュールを策定し、全員で環境保全活動に取り組んでいます。

実施及び運用 Do

■■体制及び責任

ファミリーマートチェーン全体の環境活動を統括する環境管理責任者を置くとともに、本部長、部長はそれぞれの本部、部の環境責任者に任命しています。また、「環境委員会」「環境推進部会」「エコアシスタントリーダー会議」を定期的に開催し、各部門の環境保全活動の進捗状況を確認しています。

■■教育訓練、自覚及び能力

ファミリーマートのオリジナル環境オリエンテーション(教育)資料「エコぱーとなー」を使用して、店長及びストアスタッフ全員に対する環境オリエンテーション(教育)を実施しています。2000年度は2回(2000年6月、2001年1月)行いました。社員に対しては、部長を教育責任者として年1回、各部門ごとに環境教育を実施しています。社員全員でファミリーマートの事業活動が環境に対してどのような影響を及ぼしているのかを具体的に確認し、所属する部が定めた環境目的、環境目標について年間を通して実行するよう徹底を図っています。

■■コミュニケーション

お客さまや店舗近隣にお住まいの皆さまなど、外部からいただいた情報は顧客サービス室を窓口として対応しています。受理された情報は毎週、経営層と関連部門へ伝達され、対応が図られています。

■■運用管理

環境への影響に配慮し、環境保全活動を実行するために、「低公害物流車輌管理規程」「エコショップ建設運営管理規程」「本部事務所環境管理規程」など、全部で16の「規程」「手順書」を定めています。毎年1回、各関連部門において、教育用の資料としても活用されています。

環境監査

環境マネジメントシステムの運用がスタートして約２年。その運用が適切に実施、維持されているかを定期的に検証するために、全店舗、全リージョン、本部全部門を対象に内部環境監査を実施し、不適合部分を是正しています。

内部環境監査の精度向上

昨年度の外部審査機関による１年次サーベイランス審査において今後の課題として指摘された「内部監査の精度向上」を実現するため、内部環境監査員チームで検討を重ねた結果、今年度より２つの新しい試みを取り入れることにしました。

■■監査チェックシートの改善

監査時に内部環境監査員が使用するチェックシートに「著しい環境影響を持つ作業一覧表（部門別）」「環境法規制及びその他の要求事項一覧表（部門別）」を新たに組み込むことにより、被監査部門の特性に合わせたチェック項目の設定と、監査精度の向上を図りました。

内部環境監査（2000.11.24）

■■内部環境監査員に事前研修

内部環境監査員の意識向上とスキルアップを目指し、監査員を対象に事前研修を実施。チェックシートの活用方法に監査員間のレベル格差が生じないようにして、監査の充実・徹底を図りました。

以上の結果、今年度の２年次サーベイランス審査では「計画・実施のいずれにおいても適切に行われ、その品質も概ね良好」との評定をいただきました。

内部環境監査のさらなる精度向上をめざして、今後も改善を進めていきます。

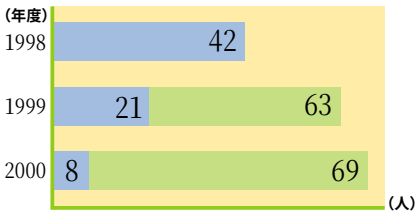
□内部環境監査 実施状況及び結果

対象	実施時期	監査担当	監査項目	監査結果
全店舗	2000年 10～11月	スーパーバイザー	「店舗内オリエンテーション」「排出ゴミ分別状況点検」などについての6項目	一部店舗に「オリエンテーション不徹底」「排出ゴミ分別状況点検記録の不備」があり、エリアマネジャーが是正を図る
本部全部門	11～12月	内部 環境監査員	「環境マネジメントシステムの適切な運用」など大きく3項目（細項目多数）	一部部門に「環境教育記録の不備」があり、部門長（環境責任者）が是正を図る
全リージョン・15エリア	12月	内部 環境監査員	同上	一部事務所に「環境教育記録の不備」「エコ・チェックシートの不整合」があり、リージョン統括、エリアマネジャーが是正を図る

内部環境監査員を養成

今年度は、内部環境監査員養成セミナー（２日間）を受講して認定を受けた４名、及び既に認定取得の４名、計８名を内部環境監査員に任命しました。いずれも、９月のエリアフランチャイズ合併によって誕生した九州北・北陸の２リージョンに所属し、リージョンの環境保全活動の推進役となります。

□内部環境監査 員養成状況



※2000年度は8名増、2名減で、累計69名です

外部審査機関による定期サーベイランス審査

2001年1月23日～29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、本部９部門、初めての審査となる九州北・北陸を含む８リージョン、14エリア、２会計センター、63店舗が審査を受けました。総合結果は４段階（「向上」「維持」「低下」「受認不可」）の最上位である「向上」、ファミリーマートの環境マネジメントシステムが有効に機能し、継続的な改善がなされているとの評価をいただきました。

今回指摘を受けた観察事項３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。

社長インタビュー

事務所の審査（福岡第一エリア）

店舗の審査（博多バイパス松島店）

サーベイランス審査結果及び講評

(株)日本環境認証機構
環境マネジメントシステム
主任審査員

審査概要

1. 審査日程　2001年1月23日～29日
2. 適用規格　ISO14001：1996（JIS Q 14001：1996）
3. JACO登録証番号　EC98J1203
4. システム変更サーベイランス審査の実施
   2000年9月1日、(株)ファミリーマートは子会社である(株)北陸ファミリーマート、(株)アイ・ファミリーマートと合併しました。従って、それぞれの出店エリアである北陸、九州北についてISO14001の適用範囲を拡大しました。

2年次定期サーベイランスとシステム変更サーベイランスの実施

2001年1月、(株)ファミリーマート殿のEMS（環境マネジメントシステムの略、以下同じ）に対する2年次サーベイランスと、これに合わせて北陸および九州北の両リージョンを登録範囲に加えたことに関するシステム変更サーベイランスを行い、登録維持とシステム拡大に関する合格判定がなされました。

審査方法

当社のEMSは、東京池袋に中央本部と全国に展開している8箇所のリージョン事務所、91箇所のエリア事務所、約5200の店舗で構成されています。今回審査は、中央本部では26部のうち9部、8つのリージョンはすべて訪問、エリア事務所は14箇所、店舗は既登録部分で44店、システム拡大範囲の北陸・九州北で19店をサンプル抽出し、2001年1月23日～1月29日までの5日間、8名の審査員で行いました。

審査結果

審査チームは、経営者から社員・店員に至る各階層へのインタビュー、文書と記録の閲覧、環境保全関連施設の現場観察により、既登録範囲及びシステム拡大範囲に関して、適合性と有効性の維持を確認し、そのことをジェイコに報告、ジェイコはこれを審査して合格判定を行いました。

前回定期サーベイランスで課題とされた『内部監査で、部署レベルの監視及び測定や不適合に対するフォロー精度が粗く、これに対する内部監査シートの精度や監査員の認識の向上が望まれる』について、改善が見られました。

過去1年間の継続的改善の状況は、以下の結果に基づき、システム及びパフォーマンスの両面で改善が認められ、総合評価でも『向上』と評定しました。

①主要なシステム改善事項として、内部監査の手法向上、体制及び責任におけるエコアシスタントリーダー会議の機能強化、コミュニケーションに関して環境会計や環境活動報告書発行への取り組み
②遵法関連のパフォーマンス改善事項として、適用法令遵守に加えて、特に自動車排気窒素酸化物対策における進展
③目標関連のパフォーマンス改善事項として、商品、物流、店舗の設備・運営、事務所活動の夫々に関する環境配慮の推進において、ほとんどの目標値項目を達成、向上

今回審査で、以下の3件の不具合点（いずれも観察事項）を指摘し、今年6月までに是正するとの約束を得ています。

①法規制等登録書での要求事項の記述（地域の条例を含む）の具体性が不十分
②エリアマネジャー及びスーパーバイザーの役割、権限に関する記述、周知が不十分
③エリア事務所、店舗に対する関連文書の配備に関する手順が不明確

審査結果の講評

1. 広範な地域にわたる従業員10万人の巨大組織にあって、EMSの適合性と有効な機能を維持しており、経営者、環境担当スタッフ、社員・店員の熱意がみられます。

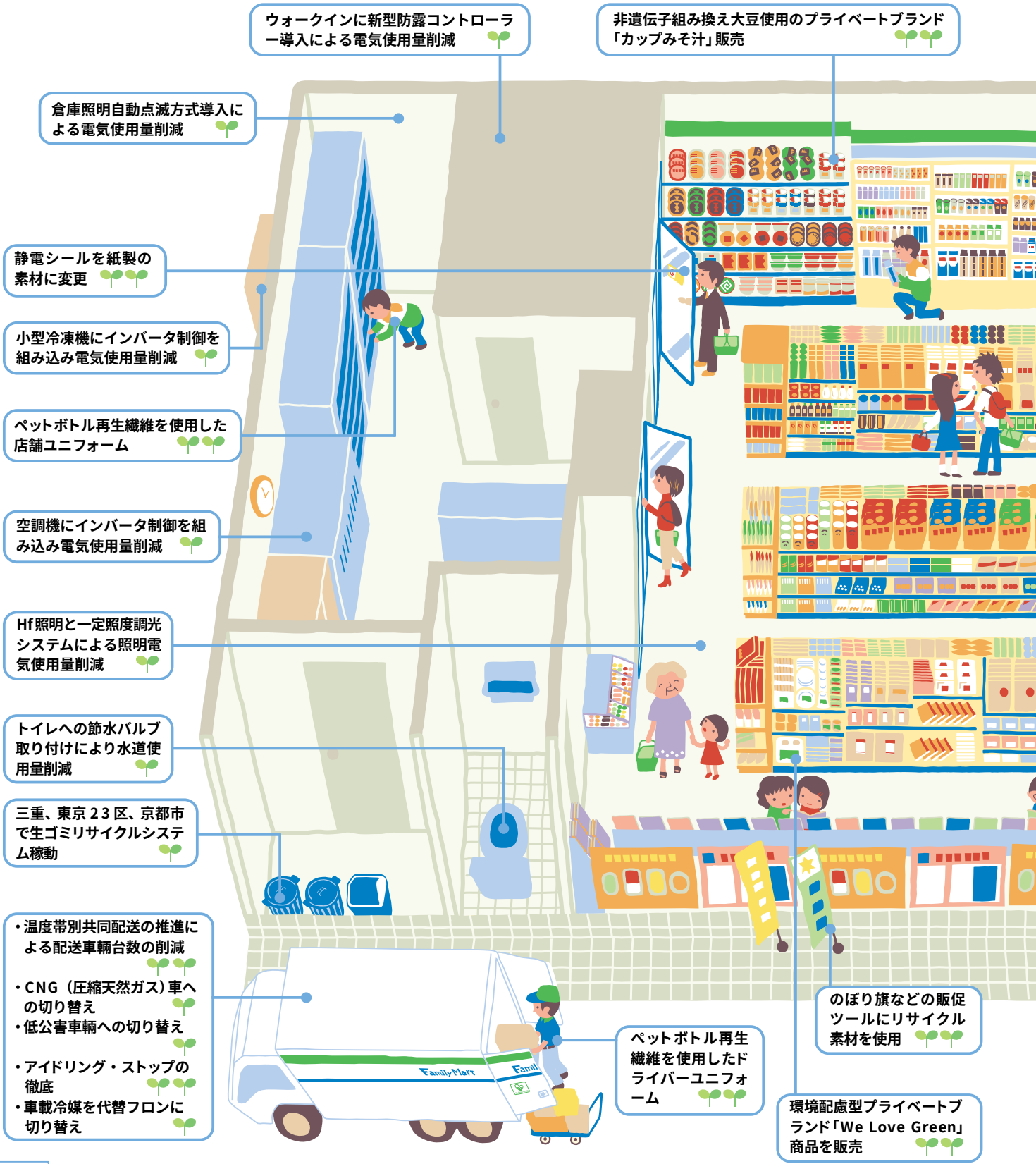
2. ISO14001の特徴点であるPDCAサイクルのうち、EMS認証取得によって、目的及び目標の進捗管理におけるCAプロセスの向上に大きな成果を上げられています。

3. 今後EMSの更なる発展として、次が期待されます。

①各種のEMS文書管理、特に法規制等の登録維持とそれに対応する運用管理の機動化に関して、情報伝達の電子化の進展
②これまでは本部から前線・実務への展開が強かったのですが、これからは前線・実務の創意工夫に根ざした環境保全活動テーマの発掘・施策形成のプロセスの活発化

店舗で行われている環境保全活動

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



導入状況

全店で実施しています　段階的に導入を進めています

非遺伝子組み換え飼料による「新鮮輝きたまご」販売

売場内壁（下り壁）にロングライフ材のアルポリック導入

調理パン・サラダに契約農家の野菜使用
減農薬・減化学肥料栽培へ順次切り替え

オープンケースの仕様変更による電気使用量削減

・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
・弁当類への割ばし、スプーン、フォークの添付を廃止

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

フライヤー廃食用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

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る防熱効果向上

リサイクル材の廃ガラス入りタイル導入

・社有車に低公害車を導入
・アイドリング・ストップの徹底

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

ファサード看板の薄型化と照明の1灯化により電気使用量削減

市町村別廃棄物分別ルールを徹底

環境配慮型商品の開発と選定

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

環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品の拡大

2000年度目標と実績

アイテム数

目標	30アイテム
実績	30アイテム

年間売上高

目標	6億5,000万円
実績	8億6,095万円

（エリアフランチャイズ分をプラスすると9億2,655万円）

■■着々と新アイテムを展開

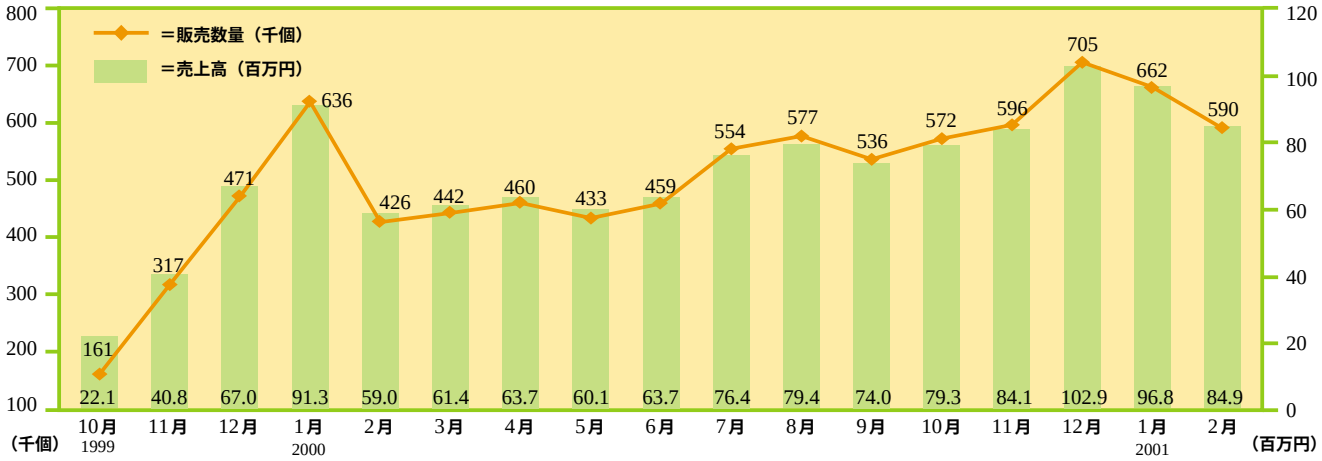
1999年10月に販売を開始したファミリーマートの環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品は、今年度新たに14アイテムを発売、累計30アイテムとなりました（2001年3月には、30アイテムの内文具類で3アイテムの入れ替えを行っています）。これまでの開発商品はいずれも、ファミリーマートが独自に定めた「We Love Green」商品の開発基準、「素材による環境負荷の低減」、「廃棄時における環境負荷の低減」のいずれかを満たす商品です。

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

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

「We Love Green」商品の全国販売数量、売上高の推移

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



2000年度の新アイテム

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

ハンディウェットティッシュ　包材の外袋に70％、内袋に50％、再生プラスチックを使用しました。取り出し口も使いやすくなりました

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

ゴム手袋（中厚手）（薄手）　焼却しても有害ガスが発生しない合成ゴム（ニトリル）を使用。ゴムアレルギーの方にも安心して使用いただけます

すべり止め手袋（厚手）　綿100％、引き裂き強度に優れ、すべり止め効果の高い天然ゴムを使用。焼却時にはダイオキシンを発生しません

キッチンクリーナー　再生ペットボトル不織布ネットと泡立ちのよい抗菌ウレタンを使用。かき落とし効果の優れたWネットです

バスクリーナー　再生ペットボトル不織布とウレタンの2層タイプ。かき落とし効果が高く、水切れもいい

元禄箸　5年で成木になるポプラを使用。箸先を丸くし、口先に安全でやさしく仕上げました

ペーパーカップ（20個入）　使用済みの牛乳パックなどの再生紙を原料として使用。白色度を維持し、強度を高めました

クリアカップ（10個入）　ペット樹脂を使用。透明度が高く強度に優れ、焼却時の燃焼カロリーが低く焼却炉を傷めません

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

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

今後の取り組み

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

一方で、コンビニエンスストアは売場面積が狭く、確実に「We Love Green」商品が定位置を確保していくためには、「売れる」という実績が要求されます。環境に配慮すると同時に、使い心地、品質、機能面などの充実や、値頃感のある価格設定が必要です。

環境配慮型でありつつ、お客さまの納得・支持を得られる「We Love Green」商品をめざして、今後も商品開発を進め、アイテムを拡大していく予定です。さらには「We Love Green」商品をより多くのお客さまに知っていただくための情報発信にも積極的に取り組んでいきます。

2000年度の発売

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

全30アイテムの開発基準別内訳

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

Answer Your Question

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

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

プライベートブランド・オリジナル商品の容器包装見直し

2000年度目標と実績

目標	20アイテム
実績	11アイテム

容器包装廃棄時の環境負荷を低減するための取り組みを進めてきました。1998年度には、容器包装環境影響評価シートを作成して、容器及び包装が廃棄された後の環境への影響を評価する仕組みを構築し、1999年度にはプライベートブランド商品の評価を行いました。今年度は実際に、プライベートブランド商品3アイテム、オリジナル商品8アイテムの容器包装の材質を紙製に変更し、廃棄後に焼却された場合の環境負荷低減を図りました。プライベートブランドのカップスープは、同時に添付スプーンも取り外しています。年度目標（20アイテム）には到達できませんでしたが、今後も継続して容器包装の見直しに取り組んでいきます。

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

年賀状にも「環境配慮型」

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

年賀状印刷承りパンフレットより

非遺伝子組み換え食品への取り組み

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

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

今後も、多くの研究成果や情報を収集しつつ、取り組みを続けていきます。

安心・安全でおいしい「新鮮輝きたまご」

非遺伝子組み換え大豆を使用したプライベートブランドのカップみそ汁

Answer Your Question

Q プライベートブランド以外の商品についても、環境配慮をしていますか？

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

環境保全型物流体制の推進

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

配送車輌の環境負荷削減への取り組み

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

CNG（圧縮天然ガス）車への切り替え

2000年度目標と実績

目標	20台
実績	3台

ファミリーマートでは1998年度からCNG（圧縮天然ガス）車の実験導入を進めています。CNG車は、従来のディーゼル車に比べて、CO_2で約20％、NO_xで約80％の削減ができるため、低公害車の中でも高い評価を得ていますが、通常の配送車に比べてコストが高く、供給ガスステーションが不足しているなどの課題も残されています。2000年度は目標を大きく下回りましたが、この不足分は2001年度に繰り越して、トータルで50台超の導入をめざします。

ファミリーマートのCNG（圧縮天然ガス）配送車

七都県市指定低公害車への切り替え

2000年度目標と実績

目標	全車輌比90％以上
実績	全車輌比90.7％

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

アイドリング・ストップの徹底

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

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

搭載冷媒機器の使用フロンを代替フロンへ切り替え

2000年度目標と実績

目標	全車輌比95％以上
実績	全車輌比95.1％

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

ドライバーユニフォームもペットボトルリサイクル素材に

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

ペットボトルリサイクル素材を使用したドライバーユニフォーム（夏服）

温度帯別共同配送の推進による1店舗あたりの配送車輌台数削減

2000年度目標と実績

目標	10.82台／日
実績	10.12台／日

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

■■温度帯別

商品を管理温度によって「定温」（3～8℃のチルド、18℃±2℃の弁当類）、「常温」「冷凍」に3分類し、それぞれを最適な温度で配送するために、温度管理機能をもつ物流拠点と配送車輌を整備・導入してきました。

■■エリア完結

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

■■共配化

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

定温商品

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

常温商品

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

冷凍商品

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

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

横浜大黒共配センター（常温）

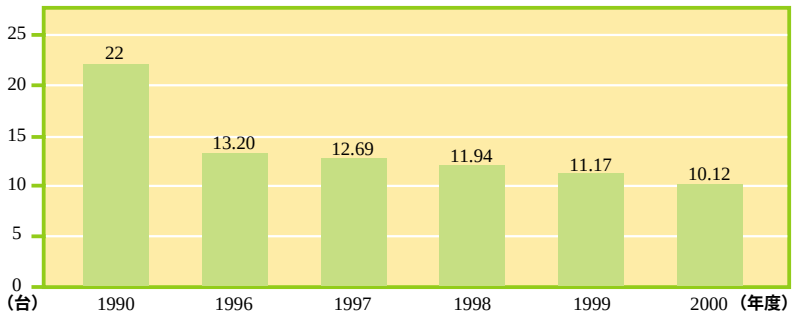
東関東ストックセンター（冷凍）

Answer Your Question

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

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

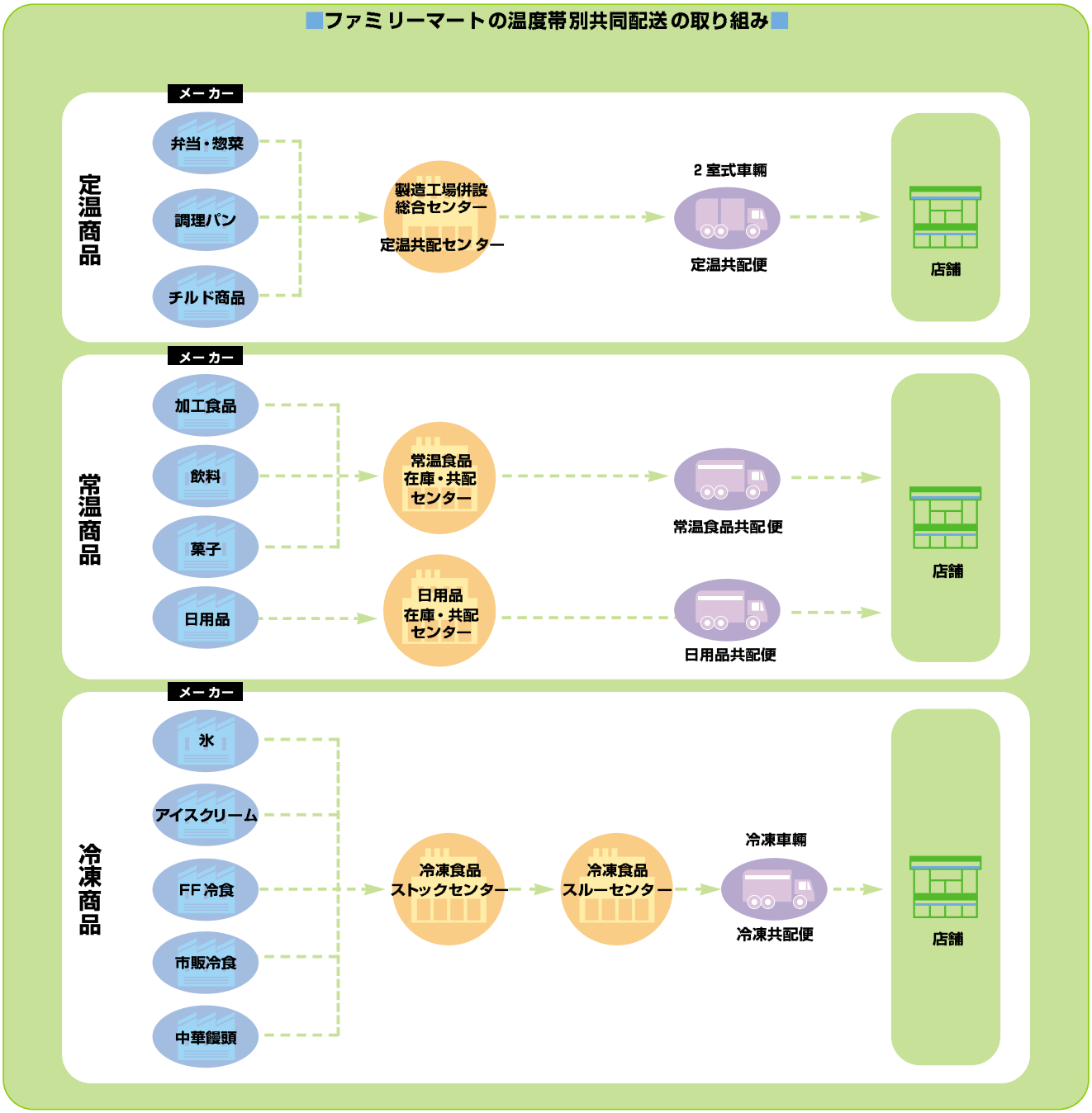
1店舗あたりの配送車輌台数の推移



2000年度に開設したセンター

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

■ファミリーマートの温度帯別共同配送の取り組み■



エコショップ化の推進

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

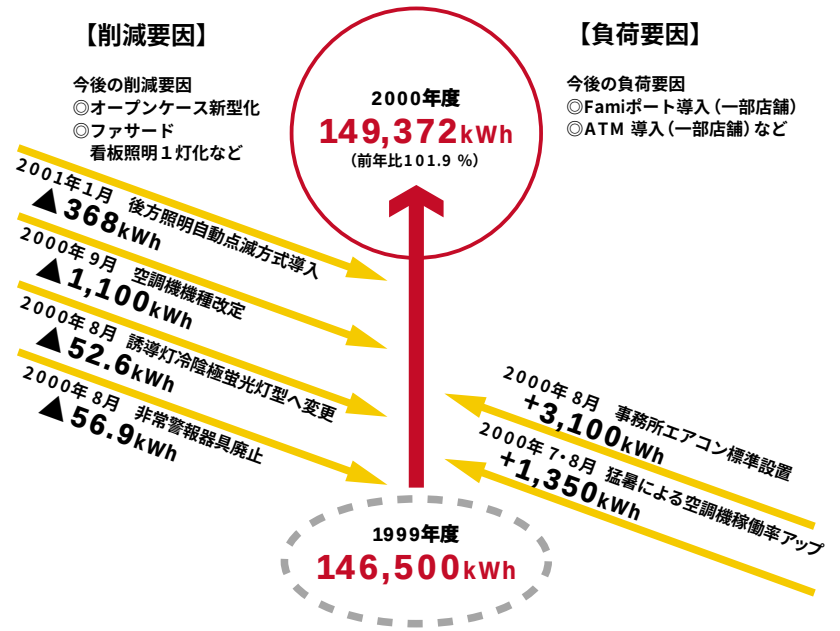
新設店舗の電気使用量の削減

2000年度目標と達成度

目標	99年度比1%削減
実績	99年度比1.9%増

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

1店舗あたりの年間電気使用量（標準店舗）2000年度の削減・負荷要因



2000年度に導入をスタートしている主な取り組み

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

ⓐ オープンケース

ⓑ 照明器具の電子安定器化

ⓒ 循環ファンのDCモーター化

ⓓ 冷却システムマイコン搭載

ⓔ ウォークインに新型防露コントローラー

ⓕ 後方（倉庫）照明自動点滅方式

反射板

ⓖ ファサード看板照明1灯化

「エコショップ」の実験・検証から新店・改装店への具現化

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

東北地区に初の「エコショップ」オープン

2000年10月に、全国10店目の「エコショップ」となる仙台五橋通り店をオープンしました。同店に設置した太陽光発電パネルは、従来のパネルより2％変換効率がアップし、年間11,900kWhを発電して照明電力の50％を賄うことができます。また、バックヤードには、40％の省エネが可能な自動点滅装置を採用、照明器具には現行比3％の省エネが可能なPAMインバータ制御方式を導入しています。

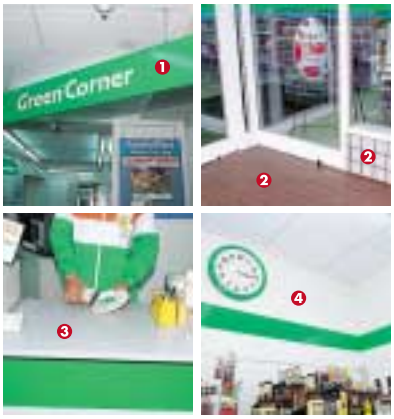
仙台五橋通り店

エコマテリアルの導入拡大

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

□ファミリーマートのエコショップ

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



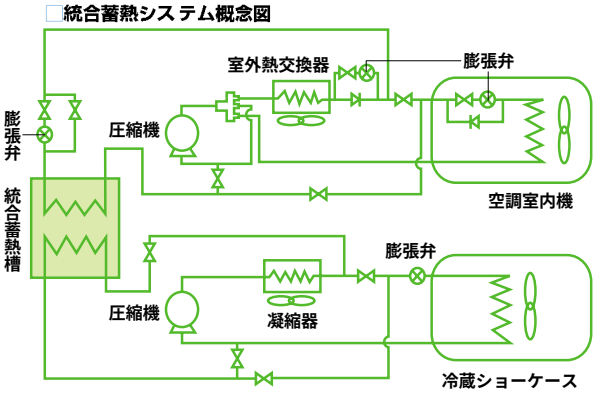
エコマテリアルの導入
❶ロングライフ材のアルポリックを使用したカウンターパラペット ❷リサイクル材の廃ガラス入り（約60％）タイルを使用した犬走りタイル、腰タイル ❸ロングライフ材の人工大理石を使用したレジカウンター ❹ロングライフ材のアルポリックを使用した売場内壁（下り壁）

「統合蓄熱システム」の導入店舗をオープン

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

このシステムは、中部電力株式会社との共同の取り組みで、夏季には夜間における空調機の余力で蓄熱運転を行って昼間の冷房に利用し、冬季にはショーケースからの排熱を暖房に有効利用するものです。機器の効率向上によって、年間約11％の消費電力量を削減し、CO_2排出量も約12％削減できます。また、蓄熱利用による設備容量の低減、割安な夜間電力利用などによる電気料金の削減というメリットもあります。現在、効果の検証、システム耐久性の確認などを進行中です。

□統合蓄熱システム概念図



統合蓄熱槽

□統合蓄熱システムによる環境負荷削減効果
（従来システム比）

年間消費電力量	約11％削減
年間CO_2排出量	約12％削減

指定フロン什器の代替フロン化

2000年度目標と実績

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

オゾン層破壊を防ぐために、ファミリーマートでは冷蔵冷凍什器及び空調機に使用されている冷媒用フロンを管理し、1996年度より、指定フロンから代替フロンへの切り替えを進めています。2000年度には新店・改装店の縦型冷凍庫を代替フロン化、少し遅れましたが2001年3月には小型冷凍機についても切り替えを行いました。目標としていた空調機については、現在、切り替えに向けて継続的に取引先と検討を進めています。

また、店舗閉鎖・改装時には、機械の内部に封入されている特定フロン、指定フロンを業者に委託して回収・分解処理し、最終処理までの確認を行っています。

縦型冷凍庫
（2000年4月より代替フロン化）

小型冷凍機
（2001年3月より代替フロン化）

標準店舗の冷媒封入量

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

指定・代替フロン別集計

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

水道使用量の削減

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

新店舗建設時の廃棄物削減

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

外壁パネル工法による廃棄物削減

工法	産業廃棄物発生量
外壁パネル工法	1.2 t
在来工法	2.57t

Answer Your Question

Q 「エコショップ」でいちばん熱心に取り組んでいることは何ですか？

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

ソーラーパネル

環境保全型店舗運営の実施

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

市町村別廃棄物分別ルールの徹底

2000年度目標と実績

目標	徹底率100％
実績	徹底率100％

店舗から出るゴミは事業系一般廃棄物にあたり、原則として各市町村によって処理されます。その分別ルールは市町村によって違います。ファミリーマートでは、市町村の許可を得た地元の廃棄物収集運搬業者と協力しながら、それぞれのルールに則った処理を徹底するための取り組みを続けています。

2000年度の店舗における環境目標は、前年度から継続して「廃棄物分別ルールの徹底」としました。「エコぱーとなー」をテキストとするストアスタッフ全員へのオリエンテーションや、コンベンションにおける「店舗の廃棄物のリサイクル」の紹介などにより、廃棄物分別への意識向上を図りました。また、内部環境監査では、全店舗の廃棄物処理状況を厳しくチェックし、適正に実行されていない場合は是正を行いました。

店舗の事務所には必ず「環境方針」を掲示しています

店頭分別ダストボックス。回収時には、正しく分別されているかチェックします

市町村の協力要請地域の参加店に設置しているペットボトル専用回収ボックス

廃棄物処理法への対応

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

市町村のペットボトル店頭回収に協力

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

市町村の要請に対応してゴミ袋、レジ袋の半透明化を実施

ゴミ袋

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

レジ袋

商品を入れてお客さまにお渡しするレジ袋についても、用度品登録をして、市町村の要請に基づいて対応しています。

販促ツールの再生素材への切り替え

2000年度目標と実績

目標	2ツールの切り替え
実績	1ツールを切り替え

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

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

□再生素材へ切り替え済みのツール

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

静電シール

Pボード

生ゴミ リサイクルシステムの導入拡大

2000年度目標と実績

目標　対象地域拡大（東京23区＋1市）

実績　東京23区＋京都市

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

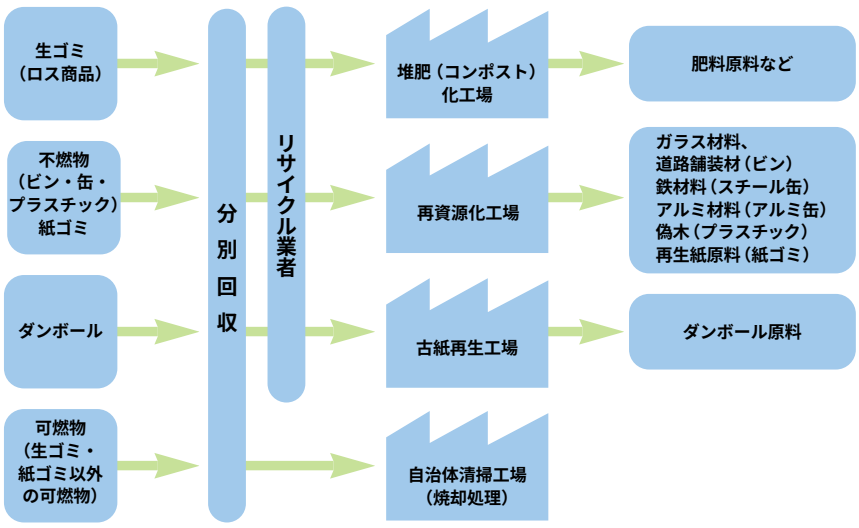
廃棄物 トータルリサイクルシステム

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

発注精度向上

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

廃棄物トータルリサイクルシステム



生ゴミリサイクルシステム

週3回、専用回収車で回収し処理工場に運びます

容器包装のまま回収された場合は手作業で取り除きます

生ゴミ堆肥化処理機で、種菌とともに熱を加えながら24時間撹拌します

24時間後に処理機から取り出した状態

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

肥料メーカーへ

臭気対策として大型洗浄脱臭塔を稼働しています

フライヤー廃食用油回収リサイクルシステムの推進

2000 年度目標と実績

目標	対象地域拡大・14エリア
実績	対象地域拡大・28エリア

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

割ばし、スプーンなどの添付を廃止

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

Answer Your Question

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

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

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

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

事務所における環境保全活動の推進

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

事務所の電気使用量削減

2000年度目標と実績

目標	99年度比0.5％削減
実績	99年度比7.1％削減

1999年度からスタートしたエコ・チェックシートによる終業時点検、就業中の「離席時のOA機器スイッチオフ」「不要電灯の消灯」など、引き続いての徹底を図りました。今年度は、社員ひとりひとりの「やるべきことは必ずやる」という意識の高まりが見られ、「昼休み消灯運動」「OA機器への“省エネ徹底！”シール貼付」「朝礼でのエコアシスタントリーダーのレクチャー」など、各フロアで意欲的な取り組みが実行されています。

昼休み消灯運動

「スイッチOFF!!」

エコ・チェックシートの確認項目は各部門に合わせて立てられています

紙類のリサイクルを推進

2000年度目標と実績

目標	リサイクル率65％
実績	リサイクル率70％

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

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

紙類のリサイクル率推移（単位：kg）

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

廃棄物分別回収の徹底

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

廃棄物分別状況

2000年5月まで 3分類	6月より 5分類
燃えるゴミ	燃えるゴミ
ビン・缶	ペットボトル
紙コップ	ビン
	缶
	紙コップ

細分化された回収BOX

紙コップは専用BOXで回収

エコロジー事務用度品の導入

2000 年度目標と実績

目標	導入率24％
実績	導入率59％

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

環境配慮の事務用品

社名入り封筒・年賀状、名刺にも100％再生紙を導入しています

使いやすさなどを検討しながら切り替えを進めていきます。

アイドリング・ストップの徹底

2000年度目標と実績

目標	環境教育実施100人
実績	環境教育実施　67人

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

全社有車に「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ています

社有車に低公害車を導入

2000 年度目標と実績

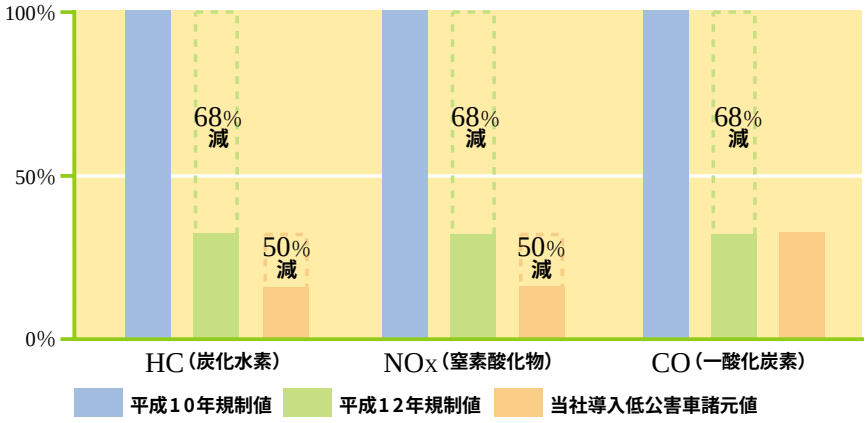
目標	新規導入 192台
実績	新規導入 224台

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

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

今後も着実に導入率のアップを図っていきます。

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



安心・安全な商品をお届けするために

お客さまに安心・安全でおいしい商品をお届けするために、製造メーカー各社とともに品質管理ネットワークの拡大に努めています。また食中毒などへの危機管理対策として、「品質衛生管理強化月間」「中食の緊急品質検査」を実施しました。

危機管理対策を含む品質管理の強化・徹底

ファミリーマートは、なによりもまず、お客さまに安心・安全な商品を提供しなければならないと考えます。商品の品質管理を徹底し、危機管理対策を進め、万全の体制づくりに努めています。

品質管理体制

ファミリーマートの品質検査は、中食（店舗で購入し、家庭で消費される弁当・惣菜などの食品）を重点に、店頭販売商品の抜き取り検査と、製造工場の検査が定期的に行われています。

商品検査は毎月実施し、食品衛生法よりも厳しい独自の自主基準に基づく細菌検査と、食材の受入検査が行われます。工場検査は年４回、ファミリーマートと各工場の取り決めのもとに、厚生労働大臣指定検査機関が品質管理の基準であるHACCPの点検表に基づいて実施し、不備があれば是正しています。

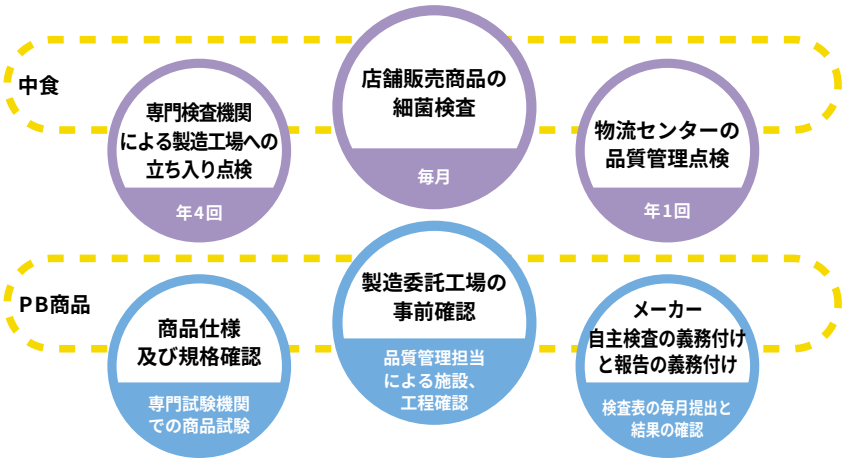
緊急品質検査を実施

ファミリーマートでは、2000年7月上旬より全国110のPB委託工場（乳飲料工場23、弁当工場47、惣菜・デザート工場40）で緊急品質検査を実施、品質管理の再徹底を改めて各メーカーに確認しました。特に乳飲料工場については、ファミリーマートの品質管理担当者立ち会いのもと、温度管理、洗浄、消毒、殺菌、ロス管理などについて厳しい検査が実施され、その結果、品質基準をクリアしていることが確認されました。

「品質衛生管理強化月間」を実施

店舗における商品の衛生管理を徹底し、お客さまに新鮮で安心・安全な商品を提供するために、6月を「品質衛生管理強化月間」と定め、強化点検を行いました。強化ポイントは「販売期限の厳守」と「店内調理商品の調理・販売管理の徹底」。「品質衛生管理強化点検表」によって週1回、店長かマネジャーが自主点検を行い、進捗状況をスーパーバイザーが点検しました。また、事務所でのポスター掲示や、ストアスタッフへの「品質衛生管理ハンドブック」配布によってひとりひとりの意識向上を図りました。

□ファミリーマートの品質管理体制



乳飲料工場での緊急品質検査。ファミリーマートの品質管理担当者が立ち会いました

「品質衛生管理強化月間」徹底のためのツール。左より事務所掲示用ポスター、点検表、ストアスタッフに配布された「品質衛生管理ハンドブック」

米飯製造メーカーのISO9000シリーズ認証取得を拡大

弁当・調理パンなどは、コンビニエンスストアの主力商品の1つです。新鮮でおいしく、安心・安全な商品を提供するために、徹底した品質・衛生管理に取り組んでいます。

ファミリーマートの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55工場、1994年11月設立）では、「共同購入」「共同

2000年度にISO9002認証取得したフジデリカ新宮工場（上）と、ファーストフーズ名古屋本社工場（下）の製造現場

配送」「商品開発」を柱に、高品質で安心・安全な商品づくりを促進してきました。1998年には、より確実な品質管理の仕組み構築のため、品質管理の国際規格ISO9002の認証取得を宣言し、組合を含む4事業体で取り組みを開始。翌99年3月、ファミリーマートのISO14001認証取得と時

米飯製造メーカーが合同で実施した内部品質監査員研修会（2000年6月2～3日）

を同じくして米飯業界では初めてとなるISO9002 認証を取得しました（1組合3工場）。以降取り組みは全国に広がり、2000年度末には、組合以外の事業所も含め20事業体が認証工場となっています。認証工場では、食材チェック・製造工程のすべてが文書化された品質マニュアルによって徹底管理され、均一な品質を実現するとともに、衛生管理面でのレベルも数段アップしました。

ISO9000シリーズによる品質管理ネットワークは、今後もさらに拡大していきます。

製造メーカーのISO9000S認証取得状況
（2001年2月末現在）

米飯製造メーカー（日本フレッシュフーズ協同組合関連）	
1999年3月	日本フレッシュフーズ協同組合
	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
	戸田フーズ（株）　追浜工場
2000年4月	シノブフーズ（株）　京滋工場
	（株）ファミリコフーズ　本社工場
	トオカツフーズ（株）　萬作川和工場
	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）　川口第2工場
	トオカツフーズ（株）　足利工場
	（株）ポオトデリカトオカツ　神戸工場
	角井食品（株）　本社工場
	プリムイソベン（株）　岡崎工場
2000年6月	（株）フジデリカ　新宮工場
7月	（株）ファーストフーズ名古屋本社工場
惣菜メーカー（組合以外のデザート、サラダなどの製造メーカー）	
2000年4月	川辺食品（株）岡部工場（野菜サラダ）
	デザートランド　筑波工場（デザート）
6月	エフケイ　成田工場（氷）
	エフケイ　京都工場（氷）

ファミリーマートさんとともに、お客さまの満足を求めて

米飯製造メーカーとしては初のISO9002認証取得に取り組むことを決めたとき、不安もありました。商品群・工程の多いコンビニエンスストアの米飯製造で、果たして完全なマニュアル化や徹底した文書管理に対応できるだろうかと思ったからです。しかし見方を変えれば、これを契機として、品質のバラツキを減らし、より高度な品質・衛生管理が可能になるはずだという期待もありました。

導入への取り組みで一番苦労したのは、社員やパートタイムのすべてのスタッフに、この認証取得の意味と必要性を理解してもらうことでしたが、「安心で安全でおいしい商品を作る」という目標がとてもわかりやすいシステムで具現化されたことで、ひとりひとりの意識の向上が生まれました。このことは、認証取得後も弊社の貴重な財産となっています。

ファミリーマートさんのバックアップで、現在も日本フレッシュフーズ協同組合に加盟する各社がISO9002認証取得の取り組みを進めています。ファミリーマートさんの品質管理に関する要求も今までにもまして厳しいものになっています。

以前から食品衛生法よりも厳しい自主基準に基づいて、微生物・細菌検査や衛生管理などを主体とした点検が行われていましたが、さらにISO9002の要求事項を満たしているかどうかが重要視されるようになりました。点検事項にはお客さまのニーズに応えることも追加されています。お客さまが満足しない商品は、まったく価値がないに等しいということです。

お客さまの安心・安全に対する信頼に応えていくことは、食品業界における重要な使命です。今後もファミリーマートさんとともに、安全で、お客さまに満足いただけるおいしい商品の供給を日々行っていきたいと思います。

トオカツフーズ株式会社八千代工場
品質管理係リーダー
北沢貴洋

環境教育・オリエンテーション

ファミリーマートの店舗は全国に約5,200店。そこで働くストアスタッフは約10万人です。そして本部社員が約2000人。そのひとりひとりが環境への意識を高め、環境目標の実現に自発的に取り組んでいかなければ、環境保全活動のステップアップは望めません。環境教育・オリエンテーションのよりいっそうの充実をめざして、今年度もさまざまな試みを行いました。

本部

中央本部

2000年度に実施した社員教育

対象者	教育名	内容	実施責任者	時期
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	人事部	4月
全社員	環境マネジメントシステム	・環境目的 ・環境目標	各部長（環境責任者）	6月
関連部門担当者	環境専門教育	・著しい環境側面に係わる業務	各部長（環境責任者）	6月

新入社員環境教育

■環境方針個人カード
■社内報「Famillink」
■内部環境監査員養成（➡ P.9）

自己啓発
■ファミリーマートユニオンの環境セミナー

■環境方針個人カード■

6月、名刺サイズ4ページの「環境方針個人カード」を全社員に配布し、常時必携としました。「ファミリーマートの環境方針を知っていますか」の呼びかけに始まり、「環境方針」「環境影響」「環境目的・環境目標」を掲載しています。環境方針の実現をめざし、社員ひとりひとりが自発的に日常業務の中で環境保全活動に取り組むことを目的とするものです。

■「Famillink（ファミりんく）」■

社内報「Famillink」（月刊）に2000年度より“We Love Green”コーナーを設置。ファミリーマートの環境保全活動に関する情報を逐一掲載し、社員ひとりひとりの環境意識の向上を図っています。

■ファミリーマートユニオンの自己啓発活動■

ユニオンでは、社員同士の相互交流、環境に対する意識の向上を目的として、さまざまな活動を行っています。

2000年度の活動

活動	目的	期日	参加者
ヨーロッパ視察セミナー	ヨーロッパにおける最先端の環境に対する取り組みを学び、環境に関する意識の醸成を図る ●ドイツ：フライブルグ市の行政と市民が一体となった環境対策 ●スイス：スーパーマーケットチェーンであるミグロ社の環境配慮型商品・包装の取り組み ●イギリス：自然派化粧品を製造・販売するボディショップ社の自然保護活動	5月13日～20日	10名
自然観察会in石垣島	石垣島の大自然に親しみ、自然環境保護への意識を高める WWF Japan(財)世界自然保護基金日本委員会との共同企画により実施	8月23日～26日	23名（家族を含む）

フライブルグ市視察

石垣島の自然観察

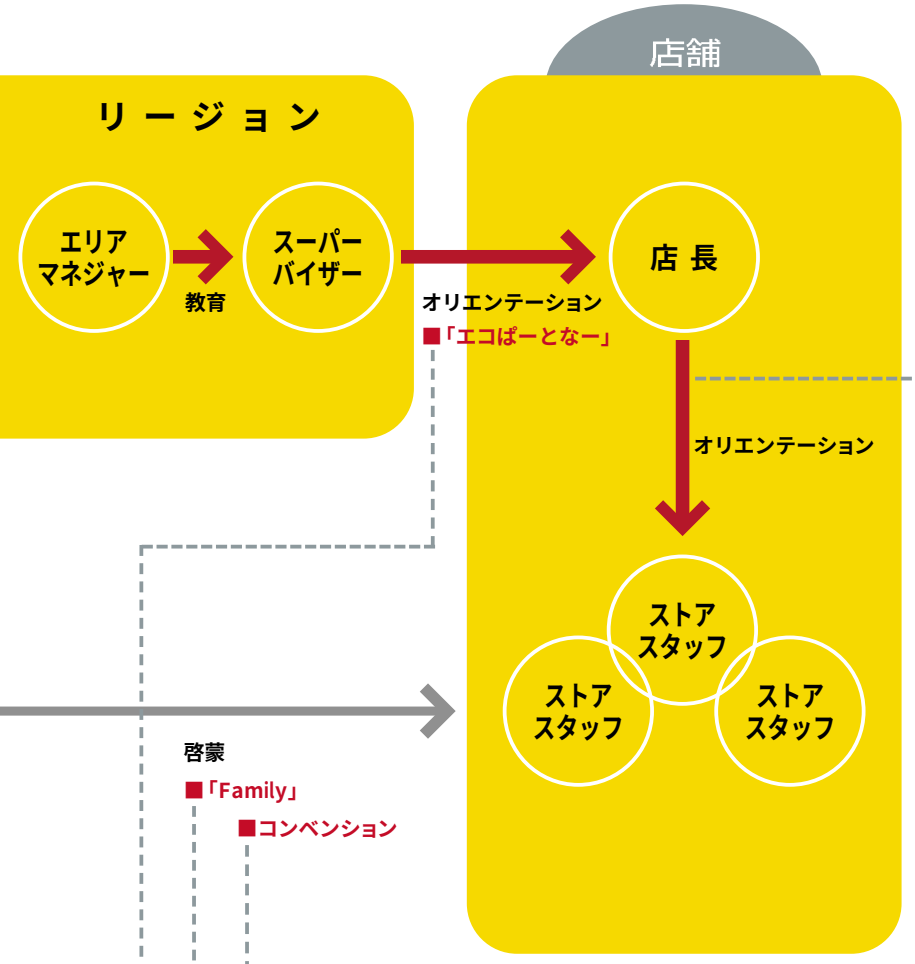
■「エコぱーとなー」■

店舗向け環境リーフレット「エコぱーとなー」を今年度は2回発行。「What 's“ISO14001”?」「ストアスタッフがお店で取り組むこと」「サーベイランス審査」「環境関連法規制の強化」などをイラストやQ&A入りでわかりやすく解説し、ストアスタッフ全員の環境保全活動への意識向上を図りました。また、エリアマネジャー➡スーパーバイザー➡店長➡ストアスタッフの環境教育・オリエンテーションにおけるテキストとしても活用しています。

Answer Your Question

Q お店はフランチャイズだし、スタッフもアルバイトの人が多いと思うのですが、そんな中で全店舗の全スタッフが同じ意識をもって環境活動をするというのは、かなり難しいことではないのでしょうか。

A 確かに、ISO14001認証取得の活動をスタートした当初は、店舗での環境保全活動への取り組みに差が見られました。そこで、ファミリーマートの環境保全活動のキャッチコピーとシンボルマークの募集を全店舗、全社員を対象に行いました。その結果生まれたのが、「We Love Green」のコピーと、“ハートが若葉を包み込む”マークです。応募総数は2,877通に及び、店長・ストアスタッフ・社員の意識向上を図るきっかけとなりました。日常的には、下図にもあるとおり、コンベンション、「エコぱーとなー」による環境オリエンテーション、「Family」での環境情報伝達など、本部と店舗が一体となって環境保全活動に取り組んでいく体制づくりに努めています。



■本部からストアスタッフに至る教育・オリエンテーションの流れ■

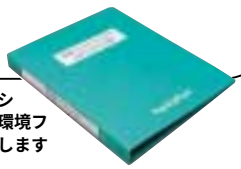
今年度は6月、2001年1月の2回にわたり、矢印→のルートで環境マネジメントシステムについての教育・オリエンテーションを徹底しました。ストアスタッフのオリエンテーション記録は、「エコぱーとなー」などとともに店舗の環境ファイルに保管しています。

□2000年度に実施した教育・オリエンテーション

実施	内容
6月	・ISO14001について ・環境側面 ・環境目標 ・店舗での廃棄物分別について
2001年1月	・サーベイランス審査を契機として、全店舗における環境への取り組みを再確認 ・廃棄物処理法の改正

スーパーバイザーから店長へ

店長からストアスタッフへ


オリエンテーションの記録は環境ファイルに保管します

■「Family」■

加盟店向けの月刊誌「Family」ではファミリーマート全体における環境保全活動の動きを随時レポートし、環境意識の向上、共有化を図っています。

■コンベンションに環境コーナー■

年2回行われる加盟店向けコンベンション(本部から加盟店に対して新たなシステムを発表したり、新商品を紹介したりする場)の会場には、環境コーナーを設置しています。今年度も、パネル、自社製作の環境ビデオ、リーフレット、リサイクル品の展示・配布などにより、全国のファミリーマートの店長、ストアスタッフへのオリエンテーションを行いました。
コンベンション会場から排出される廃棄物は3分別して、生ゴミのリサイクルを廃棄物処理業者に委託しています(仙台、東京、名古屋、大阪の各会場)。

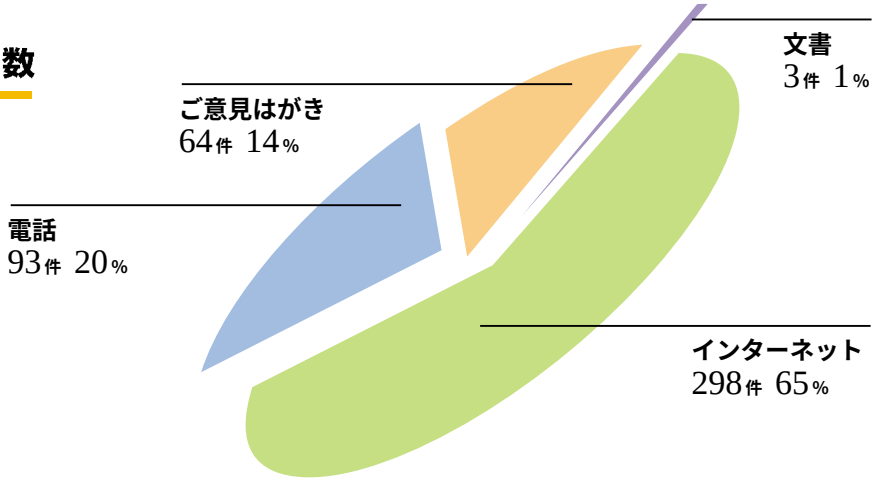
□2000年度のテーマ

	日程・会場	環境コーナーのテーマ	目的
春夏コンベンション	3月16日より全国4会場	店舗の廃棄物のリサイクル	廃棄物分別の意識向上を図る
秋冬コンベンション	9月8日より全国6会場	店舗の生ゴミのリサイクル	食品リサイクル法施行に向けての取り組みの紹介

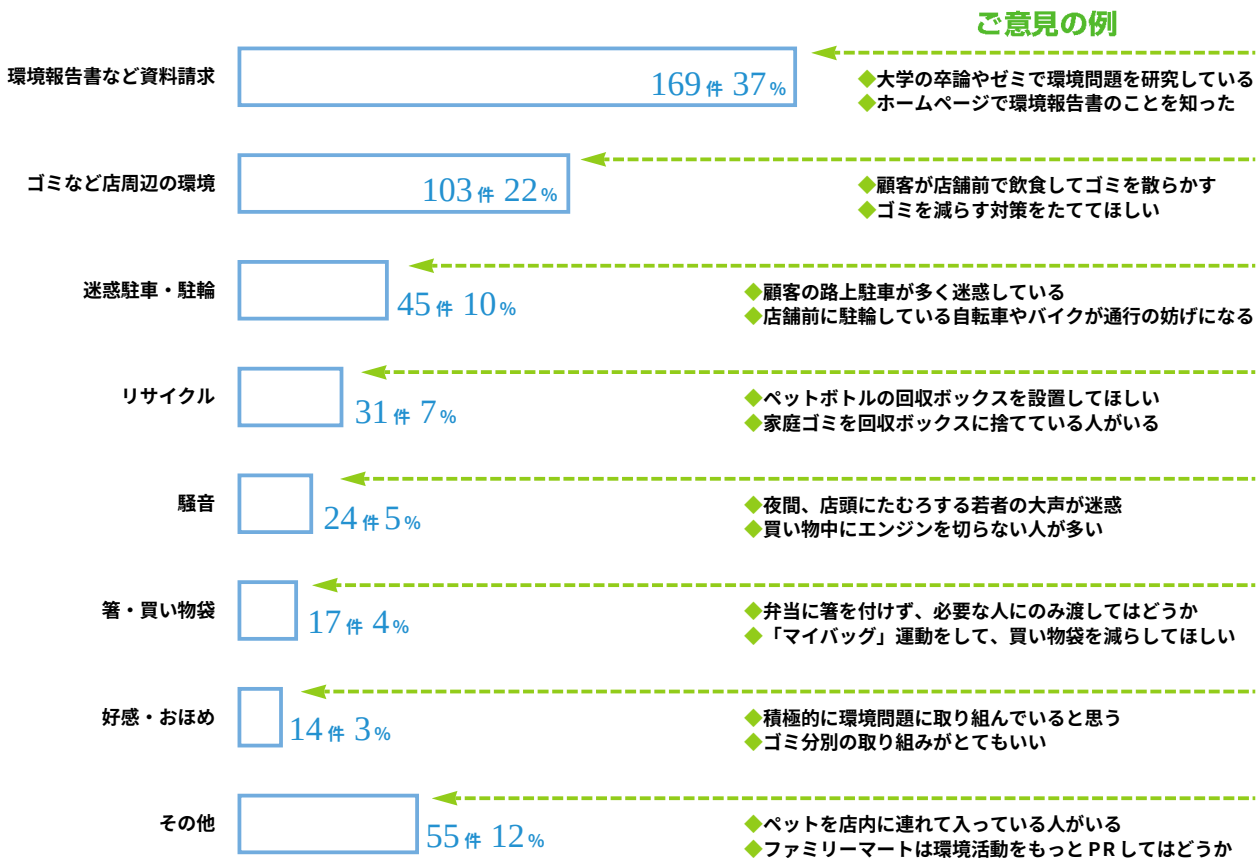
お客さまの声

お客さまからのさまざまなご意見・ご要望は、ファミリーマートにとって非常に重要な情報であると受けとめています。
お客さまには迅速に的確にご返答するとともに、担当の部門・店舗において責任をもって対応しています。2000年度に寄せられた情報の内、環境に関するものは458件でした。

受付媒体別件数



環境に関するご意見・ご要望の内訳 (全458件)



弁当類への箸・スプーン・フォーク添付については、2001年4月16日より廃止しました。
その他の件についても改善に向けて努力を続けています。
お客さまに信頼されるファミリーマートであるために、今後もお客さまの声に真摯に対応してまいります。

環境保護団体で活動されている皆さまにファミリーマートの環境保全活動についてうかがいました

※ご氏名の下の［　　］内は、所属環境保護団体の主な活動内容を記していただいたものです。

Question 質問

1 ファミリーマートの環境保全活動で、「進んでいる」「よくやっている」と思われる取り組みにはどのようなものがありますか。

2 ファミリーマートの環境保全活動で、「遅れている」「もっと努力すべき」と思われる取り組みにはどのようなものがありますか。

3 ファミリーマートの環境保全活動へのご意見をお聞かせください。

---

1 レジ袋の要不要をまめに確認していることや不要者にお礼を述べていること。間伐材の杉割ばしやヨウジを置いていること。はし、フォーク、スプーンを必要な人にだけ渡すようにしていることなど、お客さんと共に行動しようとしている姿勢。

2 食品にまだまだ添加物が多い品物がかなりあること。再使用容器への積極的対応がなされていないこと。安易なリサイクル製品が環境商品として扱われていること。京都市内で黒いごみ袋が販売されていることなど、商品への配慮をもっと積極的に。

3 環境活動に関して、このように環境NGOに意見を求められることは、大変良い方向だと思います。これを今一歩すすめて環境報告書を出す前に座談会などを開催されてはどうでしょうか。ところで、今日本各地で商店街が危機的な状況にありますが、これは地域創造にとっても大きな脅威です。コンビニも商店街との共存を考える時代ではないでしょうか。

杣本育生　環境市民
［日本で初めてグリーンコンシューマー買い物ガイドを出版、その他エコシティ活動、環境教育活動など］

1 自然エネルギー発電促進法案が国会で見送られた中（2000年11月）、太陽光発電を取り入れた店舗が増えつつあること。また商品のお弁当やお惣菜から割箸を除いたこと。割箸の90％に、輸入木材が使用されています。

2 鶏卵、調理パン、非塩ビ製ラップなどで努力はうかがえますが、さらにより安全性の高い商品の取扱いを期待します。生殖異常や精神不安定など、環境ホルモンは重大な影響をもたらし「最大の環境問題」とも言われています。

3 ゴミ減量の為には、「4R」：Refuse＝やめる、Reduce＝減らす、Reuse＝再利用、そして最後にRecycle（リサイクル）＝再資源化、の考え方が大切です。欧州では多く見られる量り売りや、ビンやペットボトルのリサイクルではなくリターナブル（再利用）システムの導入が早急に必要です。またコンビニ全社の協力で深夜早朝営業の短縮化を望みます。

禰宜田晴子　ネットワーク『地球村』
［環境問題全般についての啓発活動］

1 省資源・省エネなど幅広い取り組みがあるが、非遺伝子組み換え飼料による「新鮮輝きたまご」は私たちの食環境を直接的に守ろうとする点で進んでいます。プライベートブランドの再生紙を使用した商品の販売も評価できます。

2 非塩素系食品用ラップを全店に置く、冷却装置は温暖化影響のある代替フロンではなくノンフロンのものを導入する、レジ袋を断ると値引きなど具体的なメリットのあるサービスを導入する、などに努力してほしい。

3 環境報告書では、We Love Green商品を販売している店舗の比率も明確にして、客観的に評価できるデータにしてほしい。コピー機は再生紙と両面コピー機能が使えるように。コンビニの店内は重要な情報発信の場。グリーンコンシューマーを育てるためにもっと環境に配慮した商品を置き、POPでの情報提供を。「エコショップ」は商品も含めた総合的な視点でネーミングを。

緑川芳樹　グリーンコンシューマー研究会
［環境配慮型商品の評価・推奨、環境負荷低減活動を積極的に進めている事業者の評価活動］

---

1 環境配慮型プライベートブランド商品の数の多さ、弁当・惣菜類の容器包装について、焼却時に有毒ガスが出ない素材選び、再生繊維のユニフォーム使用など積極的な貴社の取り組みを評価しています。

2 鎌倉市は、平成12年11月からペットボトルのリサイクルがスタートしました。回収は月2回です。ライフスタイルの多様化で決められた日に出せない人もいます。ペットボトルの店頭回収箱の設置をお願いします。

3 頂いたパンフレットで環境に配慮した貴社のさまざまな取り組みがわかりました。コンビニは、店員も若いアルバイトの人が多く、利用者も若者が多いのが特徴です。企業努力が売手、買手双方にどの程度伝わっているのか知りたいものです。利用して感じることは、もっと貴社の理念を積極的に伝える努力をされるよう望みます。

高田晶子　鎌倉を美しくする会
［神奈川県鎌倉市の散乱ゴミ防止、町の美化、公衆トイレの美化］

---

1 2 他社コンビニエンスストアの環境対策の情報を十分に知らないので回答できません。そもそも環境報告書を自社の取り組みの“お披露目”の場にするのではなく、環境問題の改善にどれほど実質的貢献があったかという視点で情報公開していくべきです。さらにその結果をNGOや市民から意見を聞き議論することで、次年度にそれを反映させていくことが課題ではないでしょうか。

3 再生材を使用したPB商品の開発販売や減農薬の食品への取り組みなど注目すべき点が多く、それが実践されていると思う。しかし、店舗における環境への取り組みの進展があまり感じられないことは残念。継続して、段階的に普及している環境保全活動もあると思われるが、より環境負荷の少ない取り組みや営業体制そのものに力を注ぐことも考えるべきではないか。たとえば、店舗の総電力消費の軽減をはかるキャンペーンや、ゴミそのものの量を減らすための簡易包装もひとつのアイディアとなりえるのではないだろうか。また、職員、アルバイトむけの人材教育としてストローや割り箸は顧客からの要望がない限り袋入しないなどソフト面での地道な活動が重要であることはいうまでもない。顧客とともに参加型の店舗キャンペーンをくむことも面白みのあるものになるかもしれない。年度をおって、貴社の取り組みの波及効果や蓄積のわかる環境報告書を望む。

峰　亜紀　A SEED JAPAN
［青年による環境と開発と協力と平等のための国際行動］

1 店頭に資源回収ボックスを置いている。無印良品のコーナーを作ってPRしている。スプーン・お箸入用の方は申し出るようにのステッカーがあった。

2 環境保全活動のリーフレットが見当らない。店員がウイラブグリーンの商品を知らなかった。探したら6品目あったが解りにくかった。ラップは塩ビラップだけでした。コンビニの中で初めて作ったPB商品、もったいない。

3 店長にPB商品のリストを渡し意味を理解してもらって品揃え、入れ替えをしてもらう。PB商品に誇りを持って中央につとめること。コンビニでも環境に留意している良い品を販売していることが解れば皆で買い支えます。立派な商品・資料を作っても店で生かされてない。店頭回収品目を増やし回収量のデータを公表すること。各層の人に利用される店に。

安藤光子　港北くらしの研究会
［環境問題は日常生活の中から生じることが多く、一人一人の意識を変えるための啓蒙活動を実施］

1 エコデザインの徹底と実践は持続可能な発展には不可欠であるという観点から環境配慮型商品の開発と選定を第一に挙げる。その他太陽光パネル、消費者とのコミュニケーションツールとしての環境コーナーが挙げられる。

2 利便性の追求とは相反する行為なので難しい面もあるかと思うが、発生抑制に関する取り組みについてもっと努力すべきである。例えばレジ袋の削減、ロス弁当の発生そのものの抑制等の活動が望まれる。

3 他の同業者との比較を厳密にしたわけではないが、印象としては最も先進的な取り組みを進めていると思う。21世紀の課題として、マテリアルフローを伴わない経済成長を遂げることが挙げられるが、そのためにはモノの消費からサービスの消費へと消費の質を変革する必要がある。モノからサービスへの転換を、できる所から実践されることを望みます。

伊藤　裕　中部リサイクル運動市民の会
［リサイクルのシステムづくり、環境教育、環境情報誌の発行、環境商品開発・普及］

---

1 「新鮮輝きたまご」、再生紙トイレットペーパー、再生紙の紙コップなど。POPのPRに工夫を。

2 6月は、環境月間です。グリーンコンシューマー全国大会、国民会議などが実現できると良いかと思います。現場の声を大切に、ミニ対話集会や口こみで、広げることも必要。

3 エコ製品の消費需要に向けて、社会的な仕組づくりが急務ですし、啓発活動や意見交換の場が必要です。消費者、流通業、NGOなど。関心は高くても、行動につながらないし、知恵をだし合ってゆきましょう。塩ビ系ラップやバージンパルプには、環境税や世論の喚起が急務です。マスメディアの協力や連携が不可欠。

田中富士男　エコネット市民の会
［非木材紙ケナフ普及活動、環境政策への提言、グリーンコンシューマー啓発］

貴重なご意見をお寄せいただき、まことにありがとうございました。厳しいご指摘のひとつひとつについて検討し、改善の努力を続けてまいります。
また、おほめのお言葉は、今後への励みといたします。ファミリーマートはこれからもたゆみなく、着実に環境保全への取り組みを進めてまいります。

情報発信

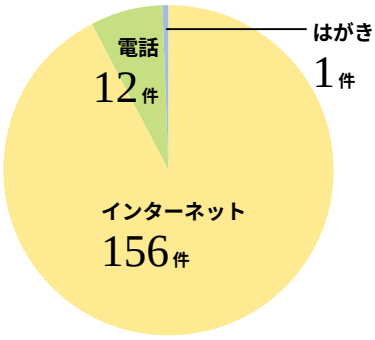
ファミリーマートが環境についてどのような考えを持ち、どのような環境保全活動を行っているのかを、一般消費者の方々に広く知っていただきたいとファミリーマートは考えます。今年度も、環境活動へのご理解・ご協力を深めていただくため、さまざまなツールによって情報発信に努めました。

環境活動報告書

1999年版より毎年「環境活動報告書」を発行し、1年間の環境保全活動の概要をレポートしています。発行部数12,000部。配布対象は、一般消費者、環境保護団体、行政、マスコミ、金融機関、大学、取引先、そして全店舗、全社員など。編集する際の想定読者は一般消費者とし、環境の専門知識がなくとも理解しやすい内容をめざしています。

1999年版　2000年版

一般消費者からの環境活動報告書送付の要望（2000年版）



※2000年6月5日～2001年2月28日の集計。すべての方に環境活動報告書をお送りしました。

環境保全活動・社会貢献活動のホームページ

1999年より、ファミリーマートのホームページ内に「環境・社会貢献」のサイトを開設しています。メニューは環境方針、環境保全活動の歩み、「We Love Green」商品の紹介、環境会計、お客さまへのお願いなどの他、環境活動報告書の全ページが閲覧可能です。ご覧いただいた皆さまにファミリーマートの環境保全活動がご理解されやすいように、これからもよりわかりやすく、充実したサイトの作成に向けて努力してまいります。

「環境社会貢献」サイトのトップページ

「We Love Green」商品紹介ページ

環境リーフレット

環境保全型コンビニエンスストアをめざしてさまざまな取り組みを進めるファミリーマートの姿をお客さまに知っていただくために、環境リーフレットを作製し、9月に全店舗の店頭で無料配布しました。内容は「お店の周辺で行われている環境保全活動のイラストマップ」「環境方針」「お客さまへのお願い」です。ともに環境保全に取り組んでいきましょうという、お客さまへの呼びかけの気持ちも込めています。

環境情報コマーシャル

より多くの人々にファミリーマートの環境への取り組みを知っていただくために、8月から9月にかけて環境活動のテレビコマーシャルを放映しました。ファミリーマートの環境保全活動のシンボルマークと、環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品の紹介を通して、環境保護の大切さを訴える内容となっています。

オンエアされたコマーシャルより

社会貢献活動

ファミリーマートの企業理念「CO-GROWING」には、社会とともに成長、発展していこうという思いが込められています。社会に対する貢献は、企業市民としての使命であるという認識のもとに、今年度もさまざまな活動に取り組みました。

セーブ・ザ・チルドレンに協力

国際的なNGOの団体であるセーブ・ザ・チルドレンの活動を支援し、1993年より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。募金箱設置という方法は、地域の生活に密着して数多くの店舗を展開するコンビニエンスストアの特性を活かした、最適の社会貢献であると考えます。身近で、いつでも気軽に、安心して募金できる場を地域の人々に提供し、アジアの子どもたちの教育や生活改善と自立を支援するために、今後も協力を続けていきます。

支援実績

2000年度の募金総額　4,997万5,289円
1993年以来の累計総額
2億8,564万4,358円

学校に行けない子どもたちのための教室（ネパール）

「セーブ・ザ・チルドレン」とは

第一次世界大戦後の1919年に英国で創立。「子どもの権利を世界中で実現する」という理念のもとに現在30団体（30カ国）が加盟し、世界100カ国以上で支援活動を行っています。世界のNGOの代表格として、各国政府や国連組織からも重要性を認められています。
日本のセーブ・ザ・チルドレン・ジャパンは、現在アジア5カ国（ネパール、ベトナム、タイ、フィリピン、ミャンマー）で、貧困地域の子どもの教育支援、栄養不良の子どもの栄養・発育促進事業、エイズ・薬物中毒の予防・啓発活動などさまざまな草の根の支援を続けています。

災害義援金募集活動

大規模な災害が生じたときには、全国、あるいは特定地域の店舗において災害義援金募集を実施しています。ポスターなどでお客さまへ呼びかけて募金活動にご協力をいただき、被災地に対する迅速な義援活動を行っています。今年度は3回の活動を実施しました。募金総額や寄付委託先については、お客さまへのお礼のポスターの中で報告しています。

2000年度の義援活動

活動名	期間	活動地域	義援金総額	寄付委託先
伊豆諸島地震活動災害義援金募集	9月10日～25日	全国	8,328,719円	日本赤十字社
東海地方大雨災害義援金募集	9月15日～10月31日	東海中部リージョン	1,506,310円	愛知県災害対策本部
インド大地震義援金募集	2001年2月9日～3月3日	全国	11,134,065円	セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン

ご協力お願いのポスター

お礼報告のポスター

地域のセーフティステーションをめざして

コンビニエンスストアは、地域の要所に点在し、深夜にも営業を行っていることから、地域の安全活動の一翼を担う存在ともなりえます。しかし、一方では、強盗の被害を受けたり、青少年の非行のたまり場になったりしていると指摘される店舗もあります。また、未成年者への酒類・タバコ販売や、18歳未満の青少年への不健全図書の販売が社会問題として取り上げられるなど、コンビニエンスストアを取り巻く環境は厳しさを増しています。

このような情勢のもと、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）」となることを目標に掲げ、2000年度に本格的な取り組みをスタートしました。

10月からはなお一層の強化を図るために、スーパーバイザーが毎週、チェックリストによる点検を実施しています。

未成年者への酒・タバコ販売防止に取り組んでいます

セーフティステーションの活動の中でも、特に力を注いでいるのが、未成年者に対する酒類及びタバコの販売防止です。確実な成果を上げるために、多角的な取り組みを進めています。

■■ストアスタッフ研修（10月より強化）

①研修用ビデオの視聴

お酒が未成年者に与える影響、法律などについてのビデオを見ます。

②POSレジによるロールプレイング

年齢確認の仕方、販売の断り方などを実習します。

ストアスタッフ全員への実施を目標とし、研修終了者は「未成年者飲酒防止ワッペン」を付けます。

■■お客さまへの告知活動（5月より強化）

①告知POPを掲示

レジ、入口ドア、酒・タバコ売場、ウォークインに掲示しています。

②音声・画像による告知

店内BGMやレジ液晶画面でも告知を流しています。

数多くの告知により、お客さまに理解を深めていただき、未成年者への年齢確認がしやすい環境をつくっています。

■■警告メッセージ表示（11月より始動）

POSレジで、酒・タバコを登録して未成年の客層ボタンを押すと、ストアスタッフに対して、年齢確認の警告メッセージが表示されるシステムを導入しました。

18歳未満の青少年への不健全図書の販売防止に取り組んでいます

不健全図書の区分陳列の徹底、陳列棚に「青少年への閲覧・購入禁止」のPOP掲示（8月より）、店内BGMによる告知（10月より）などを実施し、取り組みを強化しています。

警視庁企画のコンビニエンスストア防犯対策ビデオ「セーフティステーションを目指して」に撮影協力しました。写真は撮影風景

二十一世紀会の活動

ファミリーマートと主要取引先企業（149社、2001年2月末現在）が相互に研究、取り組みなどを行うことを目的として発足した「二十一世紀会」（1995～）でも、環境対策活動や社会福祉活動に取り組んできました。

環境対策活動

1997年度より「人と環境に優しい」をテーマとして、3年間にわたり環境対策活動に取り組んできました。環境対策視察研修や、環境セミナーの実施、会員企業のISO14001認証取得推進が主な活動内容です。2000年度には第一取り組み目標としての環境対策活動を一応終了しましたが、今後も常に環境を視野に入れた活動を続けていきます。

社会福祉活動

1997年度より、ファミリーマートの新規出店エリアを対象として福祉増進に貢献しています。

□二十一世紀会の環境対策活動

年度	視察研修	環境対策セミナーのテーマ	参加
1997	ヨーロッパの環境対策を学ぶ（スウェーデン、ドイツ、イギリス、フランス） ・イエテボリ国際環境見本市 ・環境公害対策OECD本部	「環境マネジメントシステムへの取り組み」	26社30名
1998	・東京湾中央防波堤埋め立て処分場及び不燃物処理場 ・ペットボトル再生処理工場 ・ファミリーマートの「エコショップ」つくば谷田部店	「企業における環境対策の取り組み」	98社157名
1999	富士写真フイルム足柄工場「写るんです」循環生産システム	「環境マインドが職場を変える、社会を変える」	95社160名

□二十一世紀会の社会福祉活動

時期	寄贈先	寄贈内容
1998年 2月	福島県障害者スポーツ協会	50万円
1999年 5月	和歌山県老人福祉施設協議会	50万円
2000年 2月	福山市社会福祉協議会	50万円（老人福祉施設に老人シュミレーター）
2000年11月	広島市	50万円（障害者福祉施設に冷蔵庫、ジャーポット、ミキサー）

臓器提供意思表示カードを設置

ファミリーマートは臓器提供意思表示カード（ドナーカード）の普及を支援し、1999年4月より全店舗に同カードとパンフレットを設置、臓器提供の意思のある人が店頭でカードを得る機会を提供しています。

ネットワークへの参加

地球環境問題を解決していくには、行政、企業、市民、NGOなどがそれぞれに主体的な取り組みを進めていく一方で、互いにパートナーとして連携を深め、環境保全活動のさらなる拡大・進捗のために力を合わせていかねばなりません。ファミリーマートは2つのネットワークに企業会員として参加、活動を行っています。

「環境事業団・環境保全活動促進ネットワーク」(1998年5月より参加)

環境事業団・地球環境基金が1996年に設立。国内外で環境保全活動に取り組む企業とNGOなどにより構成され、環境に係わるさまざまな情報交換や相互の交流、国・地方公共団体との交流により、環境保全活動の一層の促進を図っています。

グリーン購入ネットワーク (1997年7月より参加)

日本におけるグリーン購入の取り組みを促進するために1996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。全国の多種多様な団体が同じ購入者の立場で参加し、グリーン購入の普及・啓発、商品選択に役立つ指針の策定やデータの収集・提供などの活動を行っています。

GPN Green Purchasing Network

グリーン購入ネットワークのロゴマーク

2000年度環境目標の達成状況

環境目標に基づいて2000年度に取り組んだ環境保全活動を一覧にまとめ、実績と自己評価を付けました。
今後もさらに継続して取り組みを進めます。

環境方針・項目		2000年度環境目標	環境マネジメントプログラムの手段
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	環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品の拡大 (年度末までの目標アイテム数ー30アイテム) (年間売上目標ー6億5千万円)	日用品、文具類の環境配慮型商品の開発
		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 (合計20アイテム)	プライベートブランド商品の容器包装の見直し (見直しアイテム数ー10アイテム)
			オリジナル商品の容器包装の見直し (見直しアイテム数ー10アイテム)
	環境保全型物流体制の推進	温度帯別共同配送の推進 1店舗あたりの配送車輌台数ー10.82台/日 1999年度(11.17台/日)比3.1%削減	川越定温センターの新設によるチルド便と弁当便の共同配送
			加工・飲料・菓子便の共同配送エリア拡大 (対象エリアー横浜、相模原、北関東)
		CNG(圧縮天然ガス)車への切り替え 20台新規導入(1999年度4台)	CNG(圧縮天然ガス)車の導入
		七都県市指定低公害車への切り替え 90%以上ー1999年度(82.1%)比+7.9%以上	七都県市指定低公害車への切り替え150台
		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 95%以上ー1999年度(89.3%)比+5.7%以上	代替フロンへの切り替え65台
	エコショップ化の推進	新設店舗の電気使用量の削減 1店舗あたり年間電気使用量削減 1999年度(146,500kWh)比1%削減	オープンケース照明器具の電子安定器化
			オープンケース循環ファンDCモーター化
			オープンケース冷却システムマイコン搭載型へ変更
			ウォークイン新型防露コントローラー導入
			リーチイン新型防露コントローラー導入
			後方(倉庫)照明自動点滅方式導入
			全面改装店舗でのファサード看板照明の1灯化
			外壁パネル工法実験検証
		指定フロン(R-22)什器の代替フロン化	縦型冷凍庫
			小型冷凍機
			空調機
		新設店舗建設時の廃棄物削減 削減率ー10%	外壁パネル工法による廃材発生量10%削減
	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 徹底率ー100%	全店での維持管理
		生ゴミ廃棄物リサイクルの推進 対象地域拡大2市町村ー1999年度(1県)	東京23区にて実施 京都市にて実施
		廃食用油リサイクルの推進 対象地域拡大14エリアー1999年度(2エリア)	東北、北関東、東京リージョン管轄店舗にて実施
		販促ツールの再生素材への切り替え 2ツール(Pボード、静電シール)の見直し	再生紙化及びリサイクル素材導入
	事務所における環境保全活動の推進	事務所電気使用量削減 1999年度(1,398千kWh)比0.5%削減(本部ビル)	電気使用量削減のための諸施策の実施
		紙類リサイクルBOX利用の徹底 リサイクル率65%ー1999年度(64.4%)比+0.6%	紙類リサイクルBOX利用の徹底
		分別回収の徹底	廃棄物分別回収の徹底 ゴミ回収区分細分化
		エコロジー事務用度品の導入 導入率24%ー1999年度(18.0%)比+6.0%	事務用度品登録の見直し
		低公害車導入(七都県市指定低公害車) 192台新規導入ー1999年度(141台)	低公害車への切り替え
		アイドリング・ストップの徹底 環境教育実施率ー80%、100人への実施	運転者環境教育の実施

担当本部（部門）	進捗状況 実績（2000年3月～2001年2月）	評価	今後の対応策
営業企画本部 日用品・雑誌部	・合計30アイテム（新規14アイテム販売開始） ・2000年度販売金額ー8億61百万円（目標比132.5％）	★★★	適切な価格で、再生素材ながらも質の高い商品づくりを継続する
営業企画本部 品質管理部 食品部	カップスープなど11アイテムの容器の材質をプラスチックから紙に変更 （うち2アイテムはスプーン取り外し）	★	容器包装の見直しを継続する
営業企画本部 物流部	1店舗あたりの配送車輌台数10.12 台/日 ・チルド便と弁当便の共同配送 6月ー川越定温センター新設 ・加工・飲料・菓子便の共同配送 6月ー横浜大黒共配センター新設 10月ー相模原共配センター新設 11月ー北埼玉共配センター新設	★★★	商品の管理温度帯別（常温、定温、冷凍）の共同配送に継続して取り組む
	新たに3台導入	★	配送委託会社とCNG（圧縮天然ガス）配送車導入を積極的に推進する
	全車輌比90.7％（152台導入）	★★★	継続して配送委託会社と取り組む
	全車輌比95.1％（66台切り替え）	★★★	継続して配送委託会社と取り組む
業務本部 建設施設部	152店に導入	★★★	2000年度1店舗あたりの年間電気使用量 149,372kWh（前年比101.9％）ー★ 新設店・改装店の新たな店づくりの際、電気使用量削減のために省エネルギータイプの機器導入に継続して取り組む
	25店に導入		
	98店に導入		
	523店に導入	★★★	
	実験の継続（2001年度に延期）	★	
	71店に導入	★★★	
	85店に導入	★★★	
	空調機使用電気量の13.6％削減	★★★	
	479店に導入	★★★	冷蔵・冷凍機器メーカーと共同して取り組む
	実験の継続（2001年3月から実施）	★	
	実験の継続（2001年度に延期）	★	
	53％の削減	★★★	店舗建設時の廃棄物発生量削減に継続して取り組む
店舗	全店舗での維持管理	★★★	全店舗の店長・ストアスタッフが継続して取り組む
環境推進部	4月ー東京23区、8月ー京都市で開始	★★★	各地域の廃棄物処理業者と共同の取り組みを進める
	28エリアに新規拡大	★★★	
営業企画本部 営業企画部	・Pボード環境配慮型素材への変更に向けて実験を継続中 ・静電シールは焼却しても有害ガスの出ないものに変更	★★	リサイクル素材を使用した販促物の開発に取り組む
管理本部総務部 及び全部門	電気使用量ー1999年度比7.1％削減	★★★	全社員が環境保全活動の自覚を持って継続して取り組む
	リサイクル率ー70.3％	★★★	
	6/1よりゴミ区分細分化実施 5分類（燃えるゴミ・ペットボトル・ビン・缶・紙コップ）	★★★	
管理本部 総務部	エコロジー事務用度品ー導入率58.9％	★★★	
	七都県市指定低公害車ー合計224台導入	★★★	
管理本部総務部 及びリージョン・エリア	運転者環境教育の実施 新人トレーニー向け運転教育ー実績67人	★	

評価：★★★……かなり成果がありました（達成率100％）　★★……成果がありました（達成率70％以上、100％未満）　★……これからも頑張ります（達成率70％未満）

環境会計

環境会計とは、環境保全活動において、どのような事柄に、どのような理由で、どれだけのコスト（投資額と費用額）がかかったのかを把握し、公表する仕組みですが、その定義についての明確な基準はありません。これまで環境省はガイドラインを公表しており、さらに2000年９月に小売業の環境会計に関する企業実務研究会「流通ワーキンググループ」を発足（ファミリーマートも研究会に参加）して検討を重ね、その成果として2001年３月「環境会計ガイドブックⅡ」の中で流通ワーキンググループの成果を報告しております。ファミリーマートとしてはこれらの検討結果を参考としながら、昨年に引き続き「ISO 14001対応型環境会計」を作成しました。ISO 14001対応型とは、環境マネジメントシステムに基づく環境保全活動の結果と環境関連のコストを明確に関連づけることで、わかりやすく、活用しやすい環境会計のあり方をめざしたものです。

環境会計の考え方

①期間

2000年度（2000年３月１日～2001年２月28日）

②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。

③ISO14001対応型環境会計

1. 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ー的コスト

□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	主な効果（成果）	環境報告書掲載ページ
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「積極的コスト」	①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	16,263	290,337	省エネルギー オゾン層保護 廃棄物適正処理	エコショップ化の推進 P. 19～21
	②店舗運営関連の環境保全コスト	廃棄物リサイクルなどのコスト リサイクル販促物関連などのコスト	0	1,089,429	廃棄物適正処理・リサイクル リサイクル素材の活用	環境保全型店舗運営の実施 P. 22～24
	③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 環境に配慮した社有車導入などのコスト		4,395	廃棄物適正処理・リサイクル リサイクル素材の活用 大気汚染防止	事務所における環境保全活動 P. 25～26
		小計	16,263	1,384,161		
2 環境マネジメントシステムの「維持コスト」	①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	48,098	環境活動の推進	環境教育 ・オリエンテーション P. 29～30
	②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	2,403	環境教育の実施	
	③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	7,085	環境監査の実施	環境監査 P. 9～10
	④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再商品化委託費用	0	187,886	再商品化（リサイクル）	環境保全型店舗運営の実施 P. 22～24
	⑤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	14,170	外部コミュニケーションの充実	主として環境広告コスト （関連P. 33）
		小計	0	259,642		
3 環境損失補償費用	①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			16,263	1,643,803		

※減価償却費は把握が困難な点があるため除外します。
※環境配慮型商品の製造コスト（P.13～15）、低公害配送車輌の導入コスト（P.16～18）などはファミリーマートのコストとしては発生しないため、除外します。

2000年度総括と今後の環境活動

常務取締役
環境推進部管掌
上田準二

2000年度環境活動の総括

昨年度、ファミリーマートは環境マネジメントシステムにおける推進の仕組みを大幅に見直し、強化を図りました。具体的に取り組んだ事項は下記の3点です。

① 2000年度環境目標の明確化

環境目標（環境活動計画における年度目標）について、ファミリーマートとして重点的に取り組まなければならない課題に絞り込みました。さらに、達成状況を明確にするため、可能な限り具体的に取り組みの進捗管理がしやすい目標を設定しました。

②マネジメント体制の強化

「環境推進部会」の機能を強化し、ファミリーマート全体の環境活動の進捗状況を毎月確認して、遅れている事項の原因究明とその対策を検討し、活動の推進を図りました。「エコアシスタントリーダー会議」も機能の強化を図り、本部事務所を使用する各部門のエコアシスタントリーダーを対象に毎月1回、環境活動の取り組みについて確認をしました。

③内部環境監査の充実

内部環境監査チェックシートを見直し、監査員の監査レベルの適正化を図るとともに、各部門の業務に合わせたきめの細かい監査が行われるように改善しました。

2001年度の環境活動

私ども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ますので、チェーン本部の環境保全活動を進めていくためにはご加盟店やお取引先の理解と協力が必要です。

環境方針に掲げている「環境配慮型商品」の開発と選定を進めるには、実際に商品を製造するお取引先と何度も話し合いを重ね、使いやすく、お求めやすい価格で、高品質な商品づくりを追求して、はじめてお客さまにご納得いただける環境配慮型商品が生まれます。

「環境保全型物流体制」を推進するためには、物流の全体計画を描くのは本部ですけれども、実際にCNG（圧縮天然ガス）配送車など、低公害車の導入を行うのは配送を委託しているお取引先です。導入コストや運用上の問題などをお取引先の立場に立って、検討していかなければなりません。

「エコショップ化」を推進し、省エネルギーやオゾン層保護、リサイクル材の活用などの環境対策を進めるには、店舗施設や機器類を扱っているお取引先と共同で実験・検証を重ねてはじめて実現します。

そして、最も重要なこととして、「環境保全型店舗運営」を日々、継続的に実施するためには、ご加盟店の協力がなければ実現は不可能です。例えば、プライベートブランドの環境配慮型商品といえども、商品を発注し、売場に品揃えするのは店長の判断であり、ご加盟店自らが環境への意識を持って取り組まなければ実現しません。

私どもは全店舗と本部を対象としてISO14001の認証を取得し、ご加盟店とお取引先に対しても定期的に環境マネジメントシステムに関するオリエンテーションを実施したり、環境に関する要望事項を伝達したりしております。ご加盟店においては、店長やストアスタッフの意識も徐々に高まってきています。これからもファミリーマートの環境保全活動の輪が広がり、関係者が全員で循環型社会の一翼を担っていければと考えております。課題はまだ多く残されていると思いますが、ぜひとも皆さまのご協力により、ファミリーマートチェーンとしてのより一層のレベルアップを図り、取り組みを進めていきたいと考えております。

□2001年度の環境目標

環境方針・項目		2001年度環境目標
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	環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品の開発・リニューアル 年度末までの目標アイテム数ー35アイテム 年間売上目標ー8億円
	環境保全型物流体制の推進	温度帯別共同配送の推進 1店舗あたりの配送車輌台数ー10.08台／日
		CNG（圧縮天然ガス）車への切り替え 47台新規導入ー2001年度末（54台）
		七都県市指定低公害車への切り替え95.3％
		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100％
	エコショップ化の推進	新規開店店舗に導入するオープンケース、リーチインケースの電気使用量を1500kWh削減
		空調機の代替フロン化
	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　徹底率ー100％
		店舗のフライヤー廃食用油リサイクルエリア拡大
		店舗の生ごみリサイクルエリア拡大
事務所における環境保全活動の推進		事務所電気使用量削減　1999年比0.75％（本社ビル）
		紙類リサイクルBOX利用の徹底　リサイクル率目標67.5％
		エコロジー事務用度品の導入　導入率目標60％
		コピー用紙の削減　両面コピー率目標50％
		社有車の七都県市指定低公害車への切り替え 合計201台新規導入

ファミリーマートの環境保全活動の歩み

1991――1996

91年　「環境問題担当」を設置
91年　事務所の古紙分別回収・リサイクル開始
91年　古紙の積極的利用開始（名刺、コピー用紙、レシート）
91年　買い物袋のポリエチレン化
91年　メタノール配送車導入（東京・板橋で3年間の実験導入）
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）
92年　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)
95年　店舗改装・閉鎖時の什器リサイクル（再使用）開始
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　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　エコ 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「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「つくば谷田部店」（茨城県）

1998

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「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）
CNG（圧縮天然ガス）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

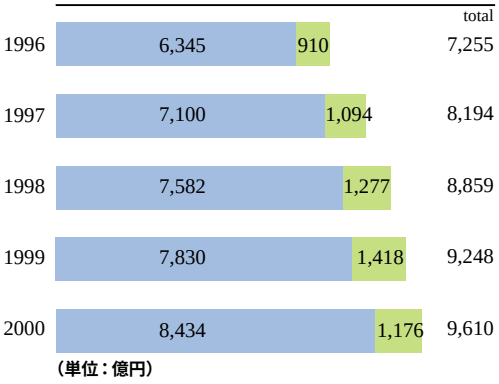
2月　エコ「小垣江西店」（愛知県）、エコ「吉田駅北店」（大阪府）、エコ「門真深田町店」（大阪府）
3月　全店舗、本部の全事業所を対象にISO14001認証取得
店舗のカウンターに人工大理石（ロングライフ材）使用開始
4月　三重県で店舗の廃棄物トータルリサイクルシステム稼動、生ゴミ堆肥化開始
6月　店舗内照明に高出力型蛍光灯と一定照度調光システム導入
7月　配送車輌にアイドリング・ストップ可能な冷凍ハイブリット車導入開始
環境保全活動のシンボルマーク「We Love Green」制定
8月　本部事務所のコピー機トナーカートリッジのリサイクル開始
9月　店舗の水道使用量削減のために節水装置取り付け
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
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動
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

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、会場で尾瀬保護財団への募金実施（福岡・大阪・東京）
エコ「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区で店舗の廃棄物トータルリサイクルシステム稼動、生ゴミ堆肥化開始
6月　環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品第2弾発売開始
8月　京都市で店舗の廃棄物トータルリサイクルシステム稼動、生ゴミ堆肥化開始
10月　エコ「仙台五橋通り店」（宮城県）
環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品第3弾発売開始

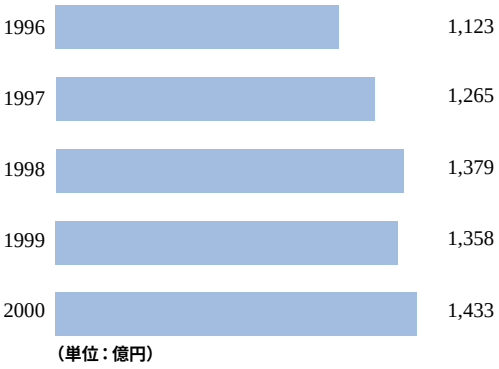
エコ＝エコショップ開店

国内エリアフランチャイズを含む
チェーン全店売上高



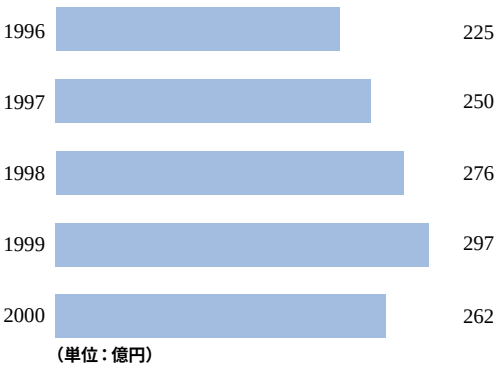
（単位：億円）

営業総収入



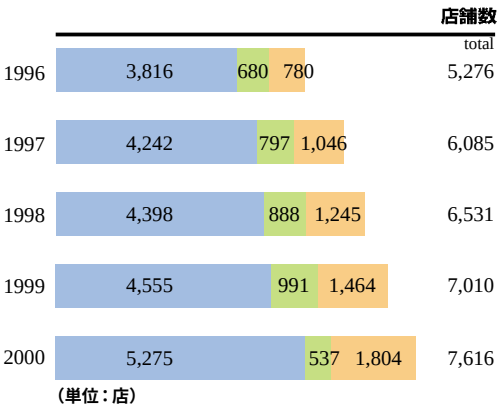
（単位：億円）

経常利益



（単位：億円）

店舗数



（単位：店）

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：2,152**名（男**1,973**名、女**179**名）**

■国内エリアフランチャイズ
（株）沖縄ファミリーマート
沖縄県那覇市松尾1-9-49

（株）松早ファミリーマート
長崎県長崎市御船蔵町1-20

（株）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
中華民国台湾省台北市中山北路二段61**號**7**樓**

（株）普光ファミリーマート
大韓民国ソウル特別市江南区三成洞141-32

Siam FamilyMart Co.,Ltd.
Robinson Ratchadaphisek Bldg., 5th Fl.,
139 Ratchadaphisek Rd.,
Bangkok 10310, Thailand

国内プロパー
国内エリアフランチャイズ
海外エリアフランチャイズ

※2000年9月1日、（株）ファミリーマートは連結子会社でありました（株）北陸ファミリーマート、（株）アイ・ファミリーマートを吸収合併しましたので、2000年度において当社の店舗数に含めています。