

ファミリーマート  
社会・環境報告書  
**2005**  
Sustainability Report

## ファミリーマートのお客さまに対する『約束』

ファミリーマートは、お客さまひとりひとりから、  
より一層「親しみ」を感じていただき選ばれる存在へ

そのために

忙しい毎日を送るお客さまに、「**気軽にこころの豊かさ**」を感じていただける  
「楽しい生活に向けた活力」を提案することを心がけます

### あなたと、コンビニに、ファミリーマート

私はこの言葉を胸に、ただ便利で近い「コンビニ」から脱却します。  
お客様にとって  
一番気持ちに近い、なくてはならない「**コンビニ**」になることを宣言します。

そのために

私は、「ファミリーマート」という名のとおり  
お客様にとっての**『家族(ファミリー)のひとり』**としての意識を持って行動します。

# 編集方針

## 1. 基本方針

本報告書は「ファミリーマート社会・環境報告書Sustainability Report」へ名称を変更して2号目、1999年に「環境活動報告書」として環境報告書の発行を開始以来、第7号目にあたります。

この報告書は、「ファミリーマートらしさ」をご理解いただくため、ファミリーマートの「経済」、「社会」、「環境」の3つの側面に関する活動を、広く社会に公開することを目的として発行致します。

## 2. 対象期間

2004年度(2004年3月～2005年2月)

実績データは2004年度ですが、活動内容には一部2004年度以前、以降についても報告しています。

## 3. 対象範囲

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

一部、国内外のエリアフランチャイズ会社の活動についても記載しています。

## 4. 第三者評価

環境マネジメントシステムについて、ISO14001審査員による更新審査結果を掲載しています。また、東北工業大学近藤祐一郎先生に依頼して、ファミリーマートの環境活動に関する第三者意見をいただきました。

## 5. ホームページでの開示

### ■ファミリーマート環境サイト

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

### ■ファミリーマートこども環境報告書

<http://www.family.co.jp/company/eco/ecokids/report/>

## 6. 発行について

●今回の発行:2005年6月

●次回の発行予定:2006年6月

## CONTENTS ●目次

●ファミリーマートのお客さまに対する「約束」

●会社概要

●編集方針

●トップメッセージ 2

マネジメント

●コーポレートガバナンス・コンプライアンス 4

●情報セキュリティ・リスクマネジメント 6

特集

●ファミリーマートの歩み 8

経済性報告

●ファミリーマートのフランチャイズシステム 16

●商品・サービスの展開 18

●店舗展開 20

●主要データ 22

社会性報告

●食品の安全・安心 24

●お客さまとともに 26

●ご加盟店とともに 28

●社員とともに 30

●地域社会とともに 32

環境報告

●環境ビジョン 36

●事業活動とともに環境への影響 37

●2004年度達成状況と2005年度環境目標 38

●環境会計 40

●環境監査 41

●環境教育・オリエンテーション 42

●商品 44

●物流 46

●店舗施設 48

●店舗運営 50

●事務所 52

●環境コミュニケーション 53

●愛・地球博に出店 54

●第三者意見 56

●取締役挨拶 57

## 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 ● 2,351名

■ 国内エリアフランチャイザー

株式会社沖縄ファミリーマート

沖縄県那覇市松尾1-9-49

株式会社南九州ファミリーマート

鹿児島県鹿児島市真砂本町3-67

■ 海外エリアフランチャイザー

全家便利商店股份有限公司

中華民国台北市中山北路二段61號7樓

BOKWANG FAMILYMART CO.,LTD.

大韓民国ソウル特別市江南区三成洞141-32

Siam FamilyMart Co.,Ltd.

Vanit Building II, 11th Fl, 1126/2

New Petchburi Road, Makkasan, Rajchewi,

Bangkok 10400, THAILAND

上海福満家便利有限公司

中華人民共和国上海市南京西路993号9楼

# 「ホスピタリティ」の精神が、すべてにつながる



代表取締役社長

上田 準二

## 企業が社会的責任を果たすことは当然のこと

ここ数年、「企業の社会的責任」が注目されています。私は社会的責任を果たせない企業は、市場から淘汰される時代になってきていると認識しています。今日の消費者は大変厳しい目で企業を見ており、たった1回不祥事を起こすと、信用を回復するためには莫大な時間がかかります。

そのような中で企業が競争をしながら成長していくためには、社会的責任を果たすことが大前提です。法令等を守る、地域社会に貢献していくというのは当然であって、それが利益を正しく生み出して行くことにつながります。

ファミリーマートでは2004年度、法務・コンプライアンス部を新設し、特に個人情報の取り扱いに関する社内の意識を高めました。また2005年度には、個人情報保護法が4月より施行されることに対応し、個人情報を含む機密情報管理体制の強化を目的として「情報管理室」を新設。さらに、従来の環境推進部を強化・充実させて「社会・環境推進部」に改称し、高い企業倫理を確立とともに、社会貢献活動を含む企業の社会的責任を果たすことに、これまで以上に積極的に取り組む体制をつくりました。

## 全国の店舗網を活かした貢献

お客様の関心の高い食の安全・安心への取り組み、環境活動、コンプライアンス等には、より厳しい視点で取り組んでいかなければならないと思っております。

また、私たちコンビニエンスストア

は、もはや社会インフラの拠点となつており、そのインフラを活かした役割も担っていきたいと考えます。地域住民のセーフティステーションとして、青少年の健全育成、防犯拠点、さらには地域で災害が発生した時に安全確保の1つの拠点であったり、あるいは物資の供給拠点であったり、いろいろと果たすべき役割があるかと思います。また帰宅者の情報の連絡拠点として使っていただことなどは、行政や自治体からの要請があれば当然対応していかなければなりません。さらに、災害発生時には東京本社からのメール配信で、全国約6,000店舗が瞬時に募金活動を開始できる体制を組んでおります。これはまさにコンビニエンスストアの持つ強みであります。

その一方でフランチャイズ事業を営んでいる私たちには、事業パートナーとしてのご加盟店に対する責任があります。店舗を経営されているご加盟店の売上、利益を追い求めていくことは当社の社会的責任を考える上で重要です。ご加盟店は、本部の持つ店舗経営の総合的なシステムを信頼して契約をされています。したがって、私たちは常に社会の動向を見極めながら、チェーンオペレーションの質の向上に努め、お客さまが求める商品やサービスを提供し続けることによって、こうした信頼に応えることができると考えています。

## 「ホスピタリティ」の実践が社会的責任につながる

私は、ご加盟店や社員に対して常日頃から申し上げている、お客さまをおもてなしする気持ち、つまり「ホスピタ

リティ」を感じていただくことが、実は私たちの社会的責任にもつながっていると思っています。コンビニエンスストアにいらっしゃるお客さまは、スーパーや百貨店に対するニーズとは違い、モノを買うということと同時に、楽しさや賑わい、あるいはここに来るとホッとするなど、「気軽にこころの豊かさ」を求めています。その時に重要なことが「ホスピタリティ」の精神なのです。「ホスピタリティ」を実践するという大きな標題があれば、例えば、商品に瑕疵があるとか、傷んでいるといったことは、当然起ころはずがないわけです。まさに社会的責任を果たすことにつながっているのです。

2004年度の決算で、ファミリーマートは既存店日商を前年比101.2%と大きく伸長することができました。その理由はまさにそうした「ホスピタリティ」という考えが、1店舗1店舗で具体的に実践されてきたからだと思っております。

## 環境活動も 「楽しく」「お祭り騒ぎで」実践

1999年3月にISO14001の認証を取得して以来6年、私たちの間に環境活動に対する意識が確実に高まってきた。 「小売はお祭りだ」と同様に「環境活動はお祭りだ」ということで、全社的な運動を皆でやるという気持ちです。「やらねばならない」とか「やらされている」ということではなく、自ら肌で感じて環境活動に楽しく取り組んでいます。

特に地域の清掃活動として年に2回、5月と10月に全国約100カ所で約1,300人が参加して清掃活動を行っていますが、この時の社員の表情はデスクで仕事をしている時よりもじつにイキイキとしています。

それ以外にも、環境に配慮したWe Love Green商品の開発、ハイブリット配送車輌の導入、店舗の冷蔵・冷凍・空調システムを一体化した総合熱利用システ

ムの導入、個店設置型生ゴミ処理機の導入にも取り組んできました。こうした取り組みは、最初の設備投資は若干かかりますが、中長期に見れば、コストダウンに結びつくものであり、今後も積極的に進めていきたいと考えています。また、当社では全部門から「エコアシスタントリーダー」を選出し、毎月1回全社横断的に会議を開いており、この仕組みを会社の業務推進のモデルとして考えています。

自分たちがそれをやること自体が楽しい、そして社会に支持されているという形こそ理想形であり、一番いいことだと思うのです。楽しく、お祭り騒ぎでやる。そしてそれが結果的に会社の利益になる。環境活動とはまさにそういうものではないでしょうか。

企業としての高い倫理観をもって社会的責任を果たしていくとともに、「小売はお祭りだ」、「ホスピタリティ」という考え方のもと、社会貢献活動に取り組んでいきたいと考えております。



# コーポレートガバナンス・コンプライアンス

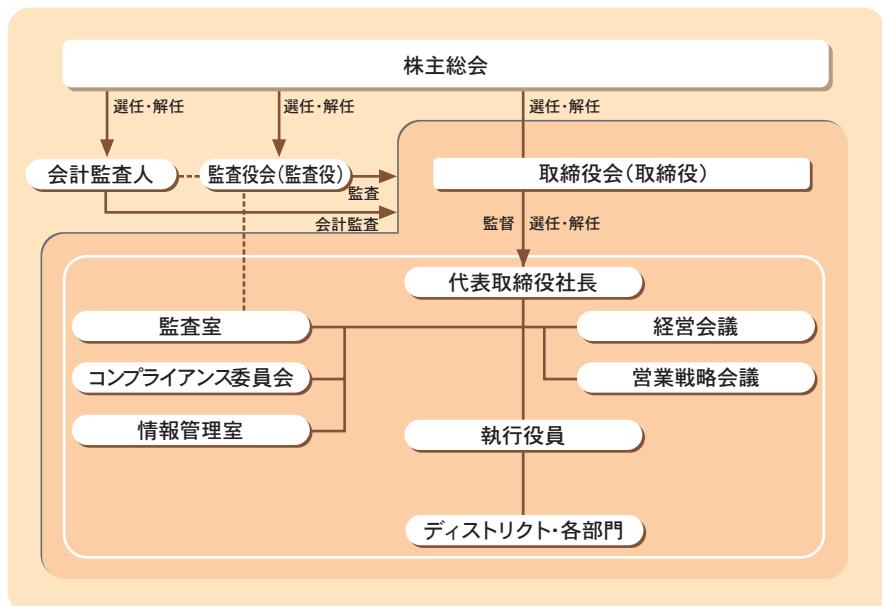
企業の社会的責任を果たすために、透明度の高い経営システムを構築し、コンプライアンス体制の整備と周知の徹底を図っています。

## コーポレートガバナンス

2000年5月に取締役会を適正規模とするために取締役数の削減を実施し、同時に執行役員制度を導入致しました。これにより、取締役会を会社の意思決定と業務執行の監督機関と位置付け、業務執行機能を執行役員に大幅に権限委譲し、意思決定と業務執行の迅速化、経営体質の強化を進めてまいりました。

また、監査役会は4名で構成し、内1名は社外監査役とし、取締役・執行役員の職務の執行を厳正に監査しています。特に内部監査部門等とは緊密な連携に留意して、より一層、監査機能を強化しています。

### ■ファミリーマートのコーポレートガバナンス



## コンプライアンス

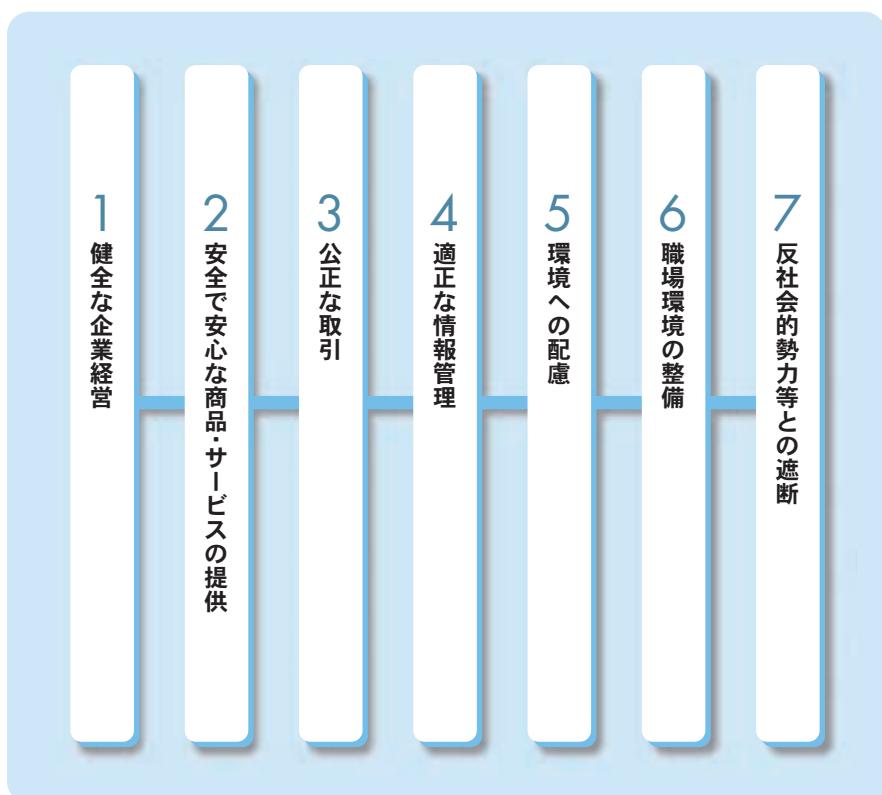
2003年9月にコンプライアンス委員会を設置して以来、倫理・法令遵守に関するさまざまな取り組みを推進してきました。

2004年度は、倫理・法令遵守を確実に実行するため、法務・コンプライアンス部を設置。2004年5月には、倫理・法令遵守基本方針を制定するとともに、内部情報提供制度(ホットライン)を導入しました。また、倫理・法令遵守に関する行動指針、行動規範を制定しました。これらの内容は、全社員に対して社内のインターネットへの掲載、e-ラーニングの実施、小冊子「倫理・法令遵守の手引き」の配布により、周知徹底されています。今後もコンプライアンス・プログラムに基づき、倫理・法令遵守を確実に実行してまいります。



「倫理・法令遵守の手引き」

### ■「ファミリーマート倫理・法令遵守基本方針」の骨子



## コンプライアンス行動指針3項目

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

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

2.私たちは、倫理・法令等に違反する行為を指示したり、求めたりしません。

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

私たちは、倫理・法令等違反を「しない」「させない」「見過ごさない」

## コンプライアンスに関する行動規範

「倫理・法令遵守の手引き」より抜粋

### 健全な企業経営

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

社会的に健全な企業経営のあり方(コーポレートガバナンス)への関心が高まるなかで、適正な組織運営を図るため、商法、証券取引法等の法令を遵守して業務遂行、会計処理等にあたるほか、法令によって禁止された競業取引・利益相反取引・無償の財産上の利益の供与、子会社等との非通例的取引、インサイダー取引等は行いません。

また、透明度の高い経営システムの構築を図り、商法、証券取引法、証券取引所規則等の法令を遵守して適切な企業情報を開示し(ディスクロージャー)、説明責任(アカウンタビリティ)を果たすほか、積極的な広報活動により正しい評価、理解を得るよう努めます。

### 安全で安心な商品・サービスの提供

商品・サービスの品質管理を徹底するとともに、適正な販売環境を整備します。

お客様に安心してお買物いただくため、食品衛生法、薬事法、消費生活用商品安全法、電気用品取締法、火薬類取締法等を遵守し、商品・サービスの安全な品質を確保します。

商品・サービスの表示については、食品衛生法、JAS法、JIS法、景品表示法、計量法等を遵守し、適切な表示を行います。また、建築基準法、道路交通法等の店舗・設備に関する法令を遵守し、適正な販売環境を整備します。

### 公正な取引

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

お取引先との関係においては独占禁止法、下請法等の法令を遵守して公正な取引を行い、ご加盟者との関係においては中小売商業振興法、独占禁止法等の法令を遵守してフランチャイズ契約に関する正確かつ十分な情報提供を行うなど、公正で透明な取引を維持します。

また、政治・行政との関係においては、刑法、政治資金規正法等の法令を遵守し、贈賄、贈与等や違法な寄付・政治献金はもとより、癒着との誤解を招きかねない行為を厳に慎み、健全かつ正常な関係を保ちます。

# 情報セキュリティ・リスクマネジメント

情報を積極かつ安全に活用するための基盤を整備し、情報に対する適切なリスク管理を図っています。

## 情報セキュリティ

### 管理体制の構築と 適切な運用管理

ファミリーマートは2002年12月に制定した情報セキュリティ基本方針書とともに、情報資源取扱基準、情報資源管理基準及び個人情報保護基本方針、個人情報保護規程を定め、役員及び社員に対して情報の適切な取り扱いに関する周知徹底を図っています。特に個人情報の取り扱いに関しては、個人の権利利益の重要性を認識し、適切な個人情報の保護に努めています。

また、情報セキュリティ管理体制の構築と、ファミリーマートのグループ会社を含めた情報セキュリティの円滑な運営を図る機関として、情報セキュリティ委員会を設置し、情報セキュリティ管理に関わる協議を定期的に行っています。

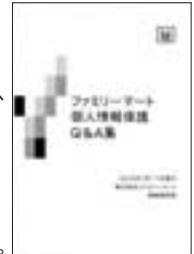
### 社内の教育・啓発活動と 管理体制の強化

2004年度は、11月から2005年2月にかけて、ファミリーマート及び一部のグループ会社の従業員を対象にパソコンによるe-ラーニングを実施しました。また、店舗勤務者等には『2004年度下期コンプライアンス教育』テキスト＆ハンドブックを作成・配布し、個人情報の保護に関する教育を推進し、周知徹底を図っています。

さらに2005年1月から2月にかけて、店舗開発担当と国内AFC2社にも個人情報保護の説明会を開催しました。2005年度は、3月に情報管理室を新設し、より一層機密情報の管理体制を強化し、情報管理責任者(社内各部門の部長・室長)を対象とした個人情報保護法施行に関する勉強会を開催したほか、各ディ

ストリクト、エリアに対しても個人情報保護の教育を行いました。

また、全社員に「ファミリーマート個人情報保護Q&A集」を配布し、ファミリーマートの業態に即した形で、個人情報を取り扱う上で注意を喚起しました。



### 店舗での 個人情報保護対策として

2004年3月及び2005年3月に開催したファミマフェスタ(ご加盟店に新商品を紹介したり、新たなシステム等を発表する催し)で、ご加盟店が守るべき個人情報保護について、オーナー、店長、マネジャーやスタッフに学んでいただきました。

## リスクマネジメント 企業活動における様々なリスクを未然に防止するため、リスクマネジメント体制を構築しております。

### 各委員会の設置

法令遵守・公正取引・環境・情報セキュリティなどのリスクを未然に防止するため、倫理・法令遵守の観点に立った健全な企業活動を推進する「コンプライアンス委員会」、日常業務における公正な取引を推進する「公正取引運営委員会」、環境保全活動を推進する「環境委員会」、情報セキュリティに関わる管理体制の構築と円滑な運営を推進する「情報セキュリティ委員会」の設置など、組織体制を整備し、役員・社員への啓発と周知徹底を行っています。

### 商品の安全性確保への体制

お客様に、安心してお買い物いただくために、商品の安全性確保と今後発生が予見されるリスクへの予防措置を講ずる体制として、品質管理部・お客様相談室を通じて、製造から販売までの品質検査及び管理に関する遵守体制を構築し、徹底を図っております。

### 緊急時対応マニュアルの整備

原則として24時間、365日営業してい

るご加盟店の店舗運営を支えるため、緊急事態が発生した場合の対応マニュアルを作成して、社員に配布しています。

2004年4月に改定した「災害対策マニュアル」は、店舗運営に支障のある大地震が発生した時に、社員、会社がどう対処するのかを明示することにより、社員・家族及び店舗関係者の安全の確保を最優先に対応するとともに、店舗を含めた被害を最小限にとどめ、いち早く会社と店舗の復旧を図ることを目的としています。



## 特 集

お客さま、そして事業パートナーである  
ご加盟店の皆さまとともに—。

### ファミリーマートの歩み

1973年9月、ファミリーマートの第1号店が開店しました。  
現在、日本国内のみならず、台湾、韓国、タイ、中国において

1万店を超える店舗を展開するまでに  
成長したファミリーマートですが、  
すべては、その第1号店から始まったのです。  
以来今日まで、ファミリーマートは  
事業パートナーであるご加盟店の皆さまとともに歩み、  
成長してきました。  
そしてそれは、地域のお客さまや  
社会との関わりの歴史でもあります。  
ファミリーマートのこれまでの歩みを  
振り返ってみました。



# 1970年～

●株式会社西友ストアー(現・西友)

企画室内に小型店担当を設置  
(1972年9月)

●ファミリーマート第1号店(実験店)

狹山店(現・入曽店)開店。(1973年9月)  
東京郊外の住宅地で商圈に1,000世帯以上あるという条件で絞り込み、最終的に埼玉県狭山市の西武新宿線入曽駅から徒歩10分の宅地が選ばれました。初期の商品構成は、生鮮三品や日配品、加工食品をメインにした1,100品目。弁当やおにぎりなどの中食はなく、ミニストアー的な品揃えでした。



●実験2号店富士見町店(板橋区)開店

(1973年11月)

初めてリーチインケースを導入しました。



●実験3号店宮本町店(川越市)開店

(1973年12月)

●株式会社西友ストアー小型店担当を  
CVS開発部に改称(1974年9月)

●実験4号店秋津店(清瀬市)開店  
(1975年5月)

●株式会社西友ストアーCVS開発部を  
CVS部に改称(1976年9月)

●実験5号店小手指店(小手指市)開店  
(1978年2月)

●株式会社西友ストアー  
ファミリーマート事業部発足(1978年3月)

●実験第1号店をフランチャイズ店に  
変更し事業開始(入曽店)(1978年4月)

●一般募集による初のフランチャイズ店・  
大閣三山店(千葉県船橋市)開店

(1978年8月)

フランチャイズ店として募集した初めての店舗。酒販店からの転業で、初の24時間年中無休店舗でもありました。



●「太陽と星」のマーク誕生(1978年9月)

ファミリーマートを象徴する「太陽と星」のマーク。昼も夜も、お客さまにご利用いただきたいという願いが込められています。現在は星を小さくしたマークが店舗の入口に掲示されています。



●ご加盟店向け情報誌創刊(1978年9月)

●初のラジオCM放送(1979年1月)

●非常ベル設置。  
初期の防犯体制づくり始まる  
(1979年8月)

CO-GROWING TALK (ご加盟店より)



▲熊谷オーナー(右)と長男の敦行店長



▲1号店開店当時の熊谷オーナーとマネジャー

## 家族、本部と共に歩んできた22年

石神井2丁目店(他6店舗)●熊谷一矩オーナー

量販店から脱サラでファミリーマートに加盟したのが22年前、37歳の時です。当時は生活していくかどうか常に不安で、今日来たお客様が明日も来るかは分からない…という気持ちでした。それを支えてくれたのが家族です。競合が出店して落ち込んでいる時、マネジャーが「できたものはしょうがないじゃない。いつまで悪いことばかり続くわけじゃないし」と励ましてくれました。今は7店舗を経



▲1号店の大泉学園店(1983年開店)  
※現在はありません

営し、22年前に小学生だった長男が、今は私の右腕として店舗運営に携わっています。加盟店から見て、本部もあらゆる面で大変進化しました。私にとって、家族、そして本部と共に歩み、成長してきた22年です。

# ファミリーマートの歩み

# 1980年～

## ●ご加盟店向け情報誌1面で

「省エネ」啓発記事掲載(1980年2月)

「すぐ実行できる“省エネ”を考える」という特集で、新たな設備投資や改造なしに、手軽にできる省エネ策を紹介しています。

## ●第1回店長集会開催(1980年4月)

## ●第1回QSCキャンペーン開催(1980年5月)

## ●株式会社西友ストアから

営業と資産の譲渡を受け、  
株式会社ファミリーマート誕生

(1981年9月)

株式会社西友ストアの事業部として展開してきた「ファミリーマート」が、株式会社ファミリーマートとして独立しました。発足当時の店舗数は89店舗でした。



## ●100店舗達成(1981年11月)

## ●社団法人日本フランチャイズチェーン協会へ正会員として入会(1981年11月)

## ●ご加盟店向け情報誌で「防犯問題」を特集(1982年2月)

## ●非常通報システム導入開始(1982年6月)

## ●関西1号店(吹田寿町店/大阪府吹田市) 開店(1982年7月)



## ●初のテレビCM放映(1982年12月)

## ●「通りゃんせ募金」への協力開始 (1983年12月)

## ●中部ファミリーマート株式会社設立 (1985年4月)

## ●ご加盟店オーナー・店長による 「ファミリーマート持株会」発足 (1985年4月)

## ●天皇杯サッカー看板広告 (1987年1月)

元旦開催の天皇杯サッカー決勝に会場広告を掲示。この当時から、ファミリーマートはサッカーを応援していました。



## ●第63回箱根駅伝番組提供(1987年1月) 正月恒例のスポーツイベントの一つ 関東大学箱根駅伝(正月2日～3日)。その番組の提供を行いました。



## ●1,000店舗達成(1987年2月)

## ●株式会社沖縄ファミリーマート設立 (1987年10月)

## ●東証2部上場(1987年12月)

## ●鈴鹿8時間耐久レースをスポンサー (1988年7月)

## ●台湾ファミリーマート設立(1988年8月)

台湾に「全家便利商店股份有限公司」を設立し、同年12月から台湾内でのフランチャイズ展開を開始しました。



## ●キャッチフレーズ

「あなたと、コンビに、ファミリーマート」  
スタート(1989年1月)

「コンビに」には、「街の便利な存在(コンビニエンス)という意味と「お客さまと一緒に」(コンビ)の両方の意味が込められています。

## ●株式会社松早ファミリーマート設立 (1989年3月)

## ●株式会社アイ・ファミリーマート設立 (1989年4月)

## ●東証1部上場(1989年8月)

## ●加盟店共済制度発足(1989年9月)

ご加盟店の福利厚生の一環として、加盟店の相互扶助により運営される「加盟店共済制度」が発足。その内容は年々充実し、現在多くのご加盟店のお役に立っています。

## ●株式会社沖縄ファミリーマートが 「第二十五回琉球新報賞」受賞 (1989年9月)

沖縄の発展や県民福祉の向上に多大な貢献をした人たちを顕彰するもので、「流通業の基盤整備と県経済の発展に尽くした功績者」として表彰されました。

## ●中部ファミリーマート株式会社が 「名古屋市制百周年記念功績者」 として表彰(1989年10月) 市政の各分野で長年にわたって活躍、 名古屋市の発展に尽くしたとして、市 制百周年に功績者として表彰されました。

# 1990年～

経済性

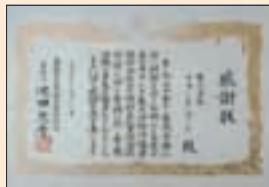
- 株式会社北陸ファミリーマート設立(1990年3月)
- 韓国のBOKWANG FAMILYMARTと契約、韓国内におけるフランチャイズ展開開始(1990年7月)

- 新VI(ビジュアルアイデンティティ)導入(1992年3月)  
ブルーとグリーンを基調にした現在のVIに変更しました。ブルーは都会性・知性・希望・自由を表現、グリーンは自然、フレッシュ感、若々しさ、清潔感を表しています。



社会性

- ファミリーマートを舞台にしたドラマ「コンビニエンス物語」放映(1990年4月)
- 「'90トライアスロン伊良湖大会」をスポンサー(1990年9月)
- 中部ファミリーマート株式会社が募金を東海テレビの福祉事業団に寄付(1990年12月)  
中部ファミリーマート株式会社の店舗に置かれている募金箱「ラブボトル」に寄付された募金を、地元東海テレビの福祉事業団に寄付。同福祉事業団から感謝状が贈られました。



- ニッポン放送「通りゃんせ募金」に協力。店舗に感謝状(1991年2月)  
ニッポン放送主催の募金キャンペーンに参画。約670万円の募金が集まりました。協力店舗には感謝状が贈られました。
- 雲仙普賢岳の被災地・長崎県島原市に義援金を贈呈(1991年6月)  
雲仙普賢岳の火碎流で大きな被害を受けた島原市に義援金300万円を贈りました。
- 新企業理念「CO-GROWING」制定(1991年9月)  
ファミリーマートがめざす企業の姿として「加盟店、取引先、社員との闊達な協同作業を通じ、常に新しい価値を創造することによって、顧客の共感、支持を得るとともに、地域社会に貢献する」考えを表した企業理念「CO-GROWING」を制定しました。

- 中部ファミリーマート株式会社が募金を東海テレビ・テレビ愛知の福祉事業団に寄付(1991年12月)

- 葛飾の店舗有志が雲仙普賢岳被災地に義援金を寄贈(1992年1月)

- 「防犯アクションプログラム」を発表(1992年3月)  
CVSでの犯罪が社会問題化しつつあった当時、ファミリーマートは一早く防犯対策に取り組んでいました。そうしたファミリーマートの防犯対策を効果をより一層高めるための「防犯アクションプログラム」を、マスコミを通じて発表しました。

- バレエ学校「ロシア・バレエ・インスティテュート」を支援(1992年9月)  
メセナ(文化芸術支援活動)の一環としての支援を行いました。

環境

- 環境対策を強化するため社内組織に「環境問題担当」を設置(1991年3月)
- ご加盟店向け情報誌で「地球環境対策」を特集(1991年9月)  
創立10周年企画として特集。ファミリーマートが進める環境対策と、お店でできる環境対策を紹介。
- 店舗の自動調光制御システムが、資源エネルギー庁長官賞受賞(1992年2月)  
ファミリーマートの店舗で採用している、照度(3段階)を自動的に切り替える「自動調光制御システム」が、省電力化を図るものとして評価されました。

- 環境ハンドブック「エコロジーブック」発行(1992年4月)  
地球を守るために私たちができることを紹介したエコロジーブックです。A4判12ページ。



- 「シンゴン」製弁当容器首都圏全店で導入(1992年6月)  
成長性が高く計画生産が可能な東南アジア産の木材「シンゴン」を使用した弁当容器が導入されました。

- 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(1996年10月)

- 店舗改装・閉鎖時の冷蔵冷凍機器・空調機フロン回収開始(1997年6月)



- 店舗の自動調光制御システムが日本照明賞を受賞(1992年5月)
- 配送車両にメタノール車実験導入(1992年5月)  
当時、低公害車として最も実用レベルに近いとされていたメタノール車。東京・板橋地区で実験走行が開始されました。

## ファミリーマートの歩み

経済性

社会性

環境

- タイにSiam FamilyMart Co.,Ltd設立(1992年9月)
- 株式会社南九州ファミリーマート設立(1993年4月)
- 中部ファミリーマート株式会社と合併(1995年9月)
- インターネットホームページ開設(1996年3月)

- ポールサイン変更(1998年2月)  
VI変更に統いて、ポールサインも変更。ブルーとグリーンのポールサインは、今ではすっかりおなじみになっています。
- 筆頭株主が株式会社西友より伊藤忠商事グループとなる(1998年2月)
- 5,000店舗達成(1998年2月)



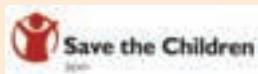
- 100%出資による子会社株式会社MBEジャパンを設立(1998年8月)

- チケットぴあ取り扱い開始(1998年9月)

- ATM設置開始(1999年10月)  
銀行ATM(現金自動預金払出機)の設置を開始。ファミリーマートの店舗で現金の入出金ができるようになりました。



- 中部ファミリーマート株式会社が募金を東海テレビ・中部日本放送の福祉事業団に寄付(1992年12月)
- 「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」の活動を支援開始(1993年9月)  
アジアの恵まれない子供たちを支援する国際的なNGO「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」の活動に賛同。全店での店頭募金を開始しました。
- 東京証券取引所の「上場会社表彰」を受賞(1993年9月)
- 「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」事務局から感謝状(1994年3月)



- 02年サッカーW杯招致フレンドリークラブ会員募集活動を応援(1994年6月)
- エイズ啓蒙活動に協力(1994年)
- 阪神淡路大震災罹災加盟店に、義援金を贈呈(1995年2月)
- 阪神淡路大震災店頭募金寄付(1995年4月)  
未曾有の大被害をもたらした阪神淡路大震災。店頭での募金活動で1億円を超える募金が集まりました。その募金を日本赤十字社兵庫県支部を通じて被災地へ寄付しました。

- 劇団「ふるさときゃらばん」協賛(1995年10月)
- プロ野球日本シリーズMVPにファミリーマート賞贈呈(1995年10月)
- APEC開催への協力に対し  
大阪府警から感謝状(1995年12月)  
大阪で開催されたAPEC期間中、ファミリーマートは警備に当たった大阪府警本部へ弁当約1,000食の供給と、加盟店もトイレ提供などの協力を行いました。

- 太陽光発電設備を設置した「港南台インター店」(神奈川県)開店(1997年8月)  
ソーラーパネルによる太陽光発電設備やリサイクル素材の採用など、環境に優しい「エコショップ」1号店として開店。



- 生ゴミ堆肥化実験開始(1997年8月)  
店舗で販売期限が切れた弁当、惣菜類を三重県の堆肥化施設に持ち込み、堆肥化実験を実施しました。できあがった堆肥を使って小松菜の栽培を行なったところ、発芽、生育状態に良好な結果が得られました。

### CO-GROWING TALK (ご加盟店より)



▲左から清恵マネジャー、山形オーナー、長男の進一店長



▲当時の山形オーナー

### 本部の励ましが、心の支えとなりました

#### やまがた加倉店 ● 山形照之オーナー

長年、経営していた菓子問屋から転業して、1986年にファミリーマートに加盟しました。お客様の欲しい商品がいつもあり、接客が丁寧で、お店もキレイなことが、お客様に対する一番のおもてなしだと思いますが、19年間お店を経営してきました。また中学校の体験学習を受け入れたり、PTAの活動に協力したり、地域に密着した取り組みも行っています。じつは開店してひと月程、売上が厳しかった時期がありました。その時、本部の方が毎日買物にいらっしゃって、週末にもご家族を連れて来店されました。それが、どれだけ私の励みとなったことか…。本部のバックアップなしではここまで来れなかつたことでしょう。



▲開店(1986年)当時のやまがた加倉店

## CO-GROWING TALK (ご加盟店より)



▲左から浜本勉オーナー、奥さまの千代子さん、耕作店長、恵子マネジャー



▲開店当時のみなさん

## 家族と地域のつながりが、お店を支えてくれました

ハマヨ寺町店●浜本勉オーナー

1991年に、昭和初期から続く酒屋から転業したのは、時代の変化を見通して長男と二人で決めたことでした。以来14年、長男夫婦を中心に運営する中で大事にしてきたのは、地域の皆さんとのつながりです。長男の店長が積極的にPTAや祭事などの役員を引き受け、協力してきました。これは手間も時間もかかり、利益だけを見ていたらできませんでしたが、そのおかげで地域の方に親しまれ、店舗改装のために一時閉店した時、沢山の方



▲お客さまとの会話が弾みます

に「ファミリーマートが開いていない寂しい」と声を掛けただきました。人手が足りない時は孫も店を手伝い、家族ならではのチームワークでお店を運営しています。地域の方々の暖かい応援と人のつながりを大事にする本部の姿勢、そして家族のサポートのお陰で続けることができたと思っています。

- 静岡県内の全店舗がトイレを一般開放する県の福祉政策に協力(1998年9月)

高齢者や障害者の皆さんが出やすい環境を作るための静岡県の福祉政策の一環で、県内全店舗が協力しました。



- ファミリーマート米飯製造主力メーカーが品質ISO9002を認証取得(1999年3月)

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、およびその加盟米飯メーカー3社が認証を取得しました。



- 業界初の新セキュリティシステム試行導入(1999年10月)

- 台湾大地震義援金寄付(1999年11月)

- 空調設備、冷凍設備代替フロン化開始(1997年9月)

- 東京23区でペットボトル店頭回収開始(以降、各市町村の要請に基づいて実施)(1997年10月)

- 弁当・惣菜等の包装ラップを塩ビ系からポリオレフィンに変更(1998年3月)

- 空調機、小型冷凍機のインバーター制御導入(1998年3月)

- 配送車輛にCNG(圧縮天然ガス)車の導入開始(1998年9月)

ファミリーマートの商品配送車輛にCNG車を導入することを決定。従来のディーゼル車から順次切り替えられていきました。ディーゼル車と比べCO<sub>2</sub>で約20%、NOxで約80%の削減となります。



- ファミリーマート環境方針制定(1998年11月)

- 店長・ストアスタッフ向け環境教育資料「エコパーとなー」第1号発行(1998年12月)

ご加盟店の店長・ストアスタッフに

向けて、環境活動についての教育用媒体

を創刊しました。A4判・4ページ。

- 全店舗、本部の全事業所を対象にISO14001認証取得(1999年3月)

- 店舗のカウンターに人工大理石(ロングライフ材)使用開始(1999年3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(1999年4月)

- 環境保全活動のシンボルマーク

「We Love Green」制定(1999年7月)

全店舗のオーナー、店長、ストアスタッフから環境保全活動に関する「シンボルマーク」と「キャッチコピー」を大募集。応募総数2,877通の中から選ばれました。ハートが若葉を包み込むマークと「We Love Green」というコピーの組み合わせに、「一人ひとりが自然を愛し、環境を守ろう」という思いが込められています。



- 配達ドライバーユニフォームをペットボトル素材に変更(1999年10月)



- 非遺伝子組換え飼料を使用した新鮮輝きたまご販売開始(1999年11月)

- 店舗の廃食用油回収リサイクルシステム稼動(1999年12月)

- 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(1999年12月)

# 2000年～

## ファミリーマートの歩み

### 経済性

- 株式会社北陸ファミリーマートと合併(2000年9月)
- 株式会社アイ・ファミリーマートと合併(2000年9月)
- インターネット・ショッピング「ファミマ・ドット・コム」スタート(2000年10月)

- 「Famiポート」実験導入その後2001年2月より本格導入(2000年10月)
- クレジットカード会社アイエフジェイカード企画株式会社(現ファミマクレジット株式会社)設立(2001年11月)



- ICカード(ユピカード)サービス開始(2002年5月)
- 株式会社松早ファミリーマートと合併(2002年9月)

- 中食の緊急品質検査実施(2000年7月)  
飲料メーカーの食中毒事件を受け、PB製造を委託している全110工場で実施。



- ヘリコプターによる緊急時対応検証実施(2000年11月)  
多降雪時における山間部の店舗へのヘリコプターを使用した商品供給の検証を行いました。



- 伊豆諸島地震災害義援金、東海地方大雨災害義援金寄付(2000年11月)  
両災害の被災地に対して、日本赤十字社を通じて義援金を送りました。

- ファミリーマートの中食を製造しているメーカーが「ごはん食推進優良事業者」として表彰(2001年3月)  
シノブフーズ(株)と(株)ファーストフーズ名古屋が表彰されました。

- 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(2000年1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)(2000年2月)  
この寄付に対して、財団法人尾瀬保護財団から感謝状が贈られました。

- 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(2000年3月)  
「ISO14001の認証を取得し、環境保全型CVSの推進を目指して本格的な取り組みを開始している」とと「1999年10月に環境配慮型PB商品の販売を開始したこと」が認められました。



- 配送車両へ「アイドリングストップシール」を貼付(2000年5月)

- 「塩付通店」(愛知県)で統合蓄熱システムの実験導入(2000年7月)

- お客様向け「環境リーフレット」発行(2000年8月)

- 店舗のバックヤードに人を感知して点灯する赤外線センサー照明の導入開始(2001年1月)

- 「青葉すみよし台店」(神奈川県)で小型ガスコージェネレーションによる電力供給の実験開始(2001年8月)

伊藤忠エナジーソリューション株式会社と東京ガスの技術協力を受け、電力と排熱利用による温水を供給する発電事業の実験を開始しました。

- 冷蔵ケースの無駄な電力を削減する防露コントローラー導入開始(2001年12月)



- サッカー日本代表チームのサポートティングカンパニーに(2001年4月)

- 「セーブ・ザ・チルドレン一緒に始めよう。」プロジェクト開始(2003年5月)

- 全日本物流改善事例大会で物流努力賞受賞(2004年4月)  
webを活用した店舗供給マネジメントの強化とコスト削減を実現したことが評価されました。

- 新潟県中越地震義援金募集活動(2004年10月)

- インドネシア・スマトラ島沖地震義援金活動(2005年1月)

- 第1回東京都生活文化局長賞受賞(2002年3月)

店舗の環境活動とスタッフへの環境教育、お客さま向け環境リーフレットの配布などが評価されました。授賞式では、ファミリーマートの環境への取り組みについての事例発表も行いました。

- 個店設置型生ゴミ処理機実験開始(2002年4月)

- 日用品をセンター便と共同配送、酒類を常温食品便と共同配送を開始し、配送車両を削減(2002年4月)

- 空調冷蔵一体化熱利用システム導入開始(2002年6月)

- 店舗の床材に非塩ビ素材導入実験開始(2002年7月)

- 店長向けマネジメントマニュアル「環境保全」作成、全店舗に配布(2002年8月)

- 子供向け環境Webサイト「FamilyMartエコキッズ」配信開始(2002年10月)



### 社会性

### 環境

- アジア1万店達成(2003年12月)  
2003年12月18日、アジア1万店となる柏豊四季店(千葉県柏市)がオープン。



- スポーツ振興くじ「toto」販売  
(2004年3月)

- 中国上海市に上海福満家便利有限公司設立(2004年5月)  
同年12月からフランチャイズ展開開始

- 「ファミマカード」のサービス開始  
(2004年10月)

- 米国に現地法人  
FAMIMA CORPORATION設立  
(2004年10月)

### CO-GROWING TALK (ご加盟店より)



▲木村オーナーと奥さまの佳子マネジャー



▲開店当時のお二人

### 本部とスタッフの支えが、理想の店作りに生かされました

木村都島店(他3店舗) ●木村徹オーナー

米屋を家業としていた私が加盟したのは、今から22年前。ファミリーマートの温かいイメージに惹かれて、関西で11店舗目のファミリーマートになりました。当時は、商品展示会や店長会もすべて東京開催。上京するたびに本部の方々に励まされ、勇気付けられました。開店以来「いいスタッフは、いいお客様を呼ぶ」と信じて、スタッフの採用と指導に気を配ってきました。当店には母娘2代に渡るスタッフもいて、まさに“ファミリー”。そのいい雰囲気がお客様にも伝わっていると自負しています。当時ニュービジネスだったコンビニも、今ではなくてはならない業態になりました。店舗を増やすという夢も叶い、温かい理想の店作りに取り組んできた22年です。

- 全国油脂事業協同組合連合会から表彰(2002年11月)

- 「FamilyMartエコキッズ」がエコWeb大賞KIDS賞受賞  
(2003年5月)

- 「環境Webサイト」がエコWeb大賞「特別奨励賞」「KIDS賞」受賞  
(2004年3月)

- 第6回環境レポート大賞  
業種別奨励賞受賞(2003年1月)  
優れた環境報告書を表彰する同賞。コンビニエンスストア業界から初めての受賞となりました。

- レジ袋に街の環境美化を呼びかける環境メッセージを記載(2003年6月)

- 小学生が店舗で環境学習  
(2004年4月)

- 「野口英世記念館前店」(福島県)でオンライン発電排熱を融雪に使用(2003年2月)



- 山形県の小学6年の修学旅行生が宮町四丁目店(宮城県仙台市)を訪れ、ファミリーマートの環境の取り組みについて学びました。

- 店舗の建築・改装時に什器・備品共同配送システムを導入(2003年3月)
- レインフォレストアライアンス認定コーヒー豆を使用した飲料を開発(2003年4月)
- 店舗閉鎖時に人工大理石カウンターを取り外し、他店舗へのリユースを開始(2003年4月)

- 店内情報端末Famiポートによる環境メッセージビデオ放映開始(2003年10月)

- 第7回環境報告書賞優良賞受賞  
(2004年5月)

- 「環境Webサイト」が環境goo大賞審査員特別賞受賞  
(2003年12月)

- 「上野駅前店」(東京都)のファサード看板に白色LED導入  
(2004年6月)

- 配送車両にハイブリッド車の実験導入開始(2004年2月)

- 環境省の「CO<sub>2</sub>削減・百万人の環」イベントに協力(2004年6月)  
夜8時から10時まで、直営店を始め一部のフランチャイズ店でファサードをライトダウンしました。

- 全店舗のストアコントローラーに環境情報の配信を開始(2004年9月)
- 環境Webサイトにおいて「こども環境報告書」発行  
(2004年11月)

# 経済性報告

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は、  
お客様のご要望にお応えするため、  
新しい商品やサービスの提供、  
新しい店舗の開発や店舗網の拡充に努めています。



# ファミリーマートのフランチャイズシステム

パートナーとして、ともに夢を育む…

それがファミリーマートのフランチャイズシステムです。

ご加盟店と本部がフランチャイズ契約によって結ばれ、それぞれ独立した事業主としてコンビニエンスストア事業を展開しているのが、ファミリーマートのフランチャイズシステムです。

ご加盟店は温かく親しみのある接客、ニーズを的確にとらえた鮮度・品質の良い商品の提供、そして清潔で衛生的な店づくりをめざし、本部はブランド価値を高める商品開発と効率的な店舗経営を支援する仕組みを常に提供し続け、ともにお客さまにご満足いただけるコンビニエンスストアを展開しています。また、スーパーバイザー(加盟店経営指導担当社員)は、ご加盟店と本部

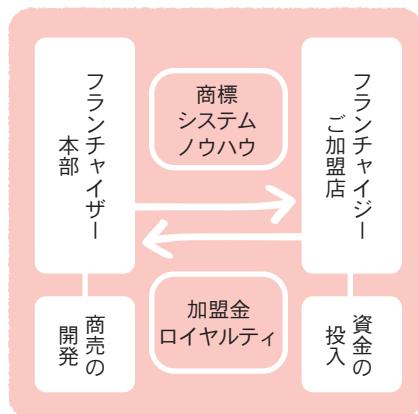
のコミュニケーションを密接に図るとともに、各店舗の経営データの分析に基づき、実践的な経営コンサルタント業務を行っています。

ご加盟店と本部、スーパーバイザーの三者が協力しあいながら、対等のパートナーとしてその責任を果たし、ともに事業の発展と夢を育む。それがファミリーマートのフランチャイズシステムです。

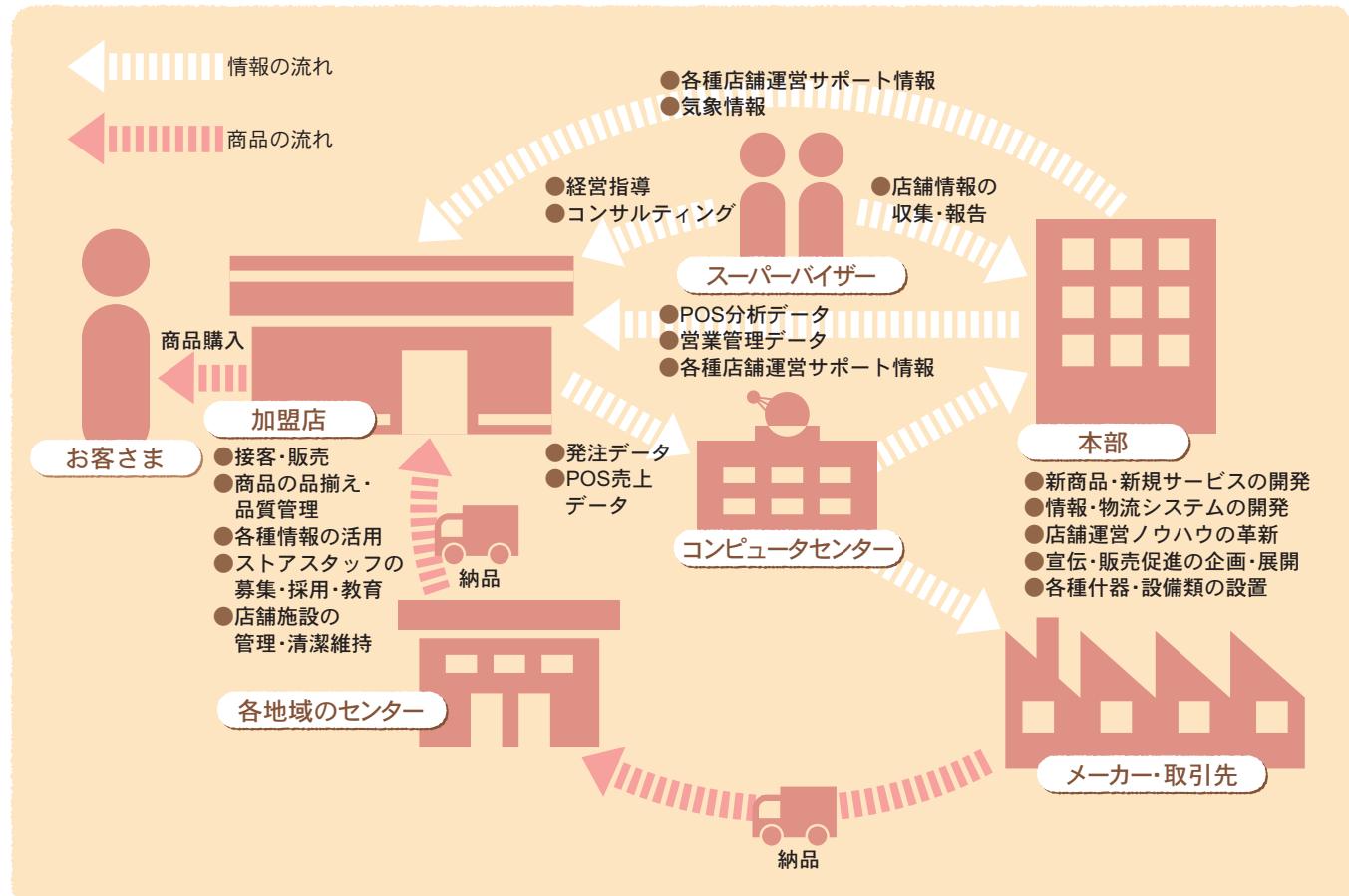
環境保全活動についても、1999年3月のISO14001認証取得以来、ご加盟店、本部が一体となっての取り組みを進めてきました。2002年10月には、フランチャイズ契約書の「守るべき事項」に

「廃棄物の分別・リサイクルなどに積極的に協力すること」を明文化し、さらなる徹底を図っています。

## ■フランチャイズチェーンの仕組み



## ■ご加盟店を支えるフランチャイズシステム

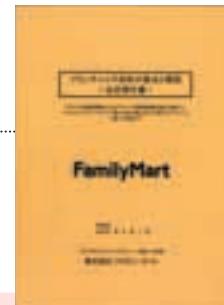


## 契約内容を十分にご理解・ご納得いただいたうえで、最良のパートナーシップを築きます。

ファミリーマートは、ご加盟店と本部との間に起こりうる契約上のトラブルを防ぐため、フランチャイズ契約の要点と概説をまとめた「法定開示書」や「フランチャイズ契約のご説明」等を用

意しています。また、フランチャイズ契約締結前に「契約書の事前提出」も行いますので、契約内容を十分にご理解・ご検討いただいたうえで加盟していただけます。ご加盟店と本部が最良のパ

トナーとして、事業を進めていくために、ファミリーマートは契約時のコンプライアンスを重視しております。



### ■「フランチャイズ契約の要点と概説 一法定開示書一」

ファミリーマートへの加盟を希望される方へ

#### ■加盟申込みまで

加盟者はファミリーマート事業の主旨に賛同

加盟者はファミリーマート・システムのもとに、ファミリーマート店を行うことを希望

加盟者はファミリーマート本部から各種資料の提出と説明を受け

加盟者は自ら店舗物件における経営の成否を検討

加盟者の判断において加盟する意思を固め

店長・マネジャー予定者は健康診断を受診

加盟者は加盟に必要な各種書類を提出

加盟者はファミリーマート本部に加盟の申し込み

#### ■フランチャイズ契約の締結まで

加盟の申し込み

ファミリーマート本部は加盟者との面接・提出書類を受け

ファミリーマート本部は加盟者の意欲・適性を総合的に判断

ファミリーマート本部は加盟者の加盟を承諾

加盟者は契約書・付帯覚書の最終説明を受け

加盟者の十分な理解

ファミリーマート本部と加盟者が契約締結

### ■フランチャイズ契約形態

契約タイプ	投資負担区分			契約金	本部フィー
	土地・建物	店舗工事費用	備考		
1FC-A	●	●		●	営業総利益の35%
1FC-B	●	○	○店舗内装設備工事の一部をファミリーマートが負担	●	営業総利益の38%
1FC-C	■	○	○店舗内装設備工事を加盟者が負担	●	営業総利益の48%
2FC	■	■		●	営業総利益の55~70%

注1: ●は加盟者が用意、■はファミリーマートが用意します。 注2: 株式会社ファミリーマートの契約形態です。

# 商品・サービスの展開

商品力の強化とお取引先との協働体制、常に新しく便利なサービスの提供により、お客様のニーズに応えています。

## 商品力の強化

ファミリーマートのマーケティングは「ジェネレーション」、「プライス」、「リージョナル」の3つの考え方に基づいて行われており、主力商品である中食(ファスト・フード、おむすび、寿司、弁当、惣菜、サラダ、サンドイッチ、デザート等)やオリジナル商品はその考え方のもとに商品開発が行われています。

中でも、フライドチキン、フライドポテトやおでん等のファスト・フードは、2004年度の売上高が前年度比約120%と好調な売れ行きを示しています。

また、「包み仕立て弁当」をはじめとするオリジナル商品の開発・販売、おむすび等の商品改良、20~30代の女性を対象とした小容量・低価格で組み合わせを楽しめる商品や全国各地の地域開発商品等、ファミリーマート独自のアイデアを生かした商品開発を進めています。

### 3つのマーケティング

#### ●ジェネレーション

幅広い年齢層のお客さまに対して、それぞれのニーズに対応した商品を開発。特にこれから定年を迎える世代を対象とした商品開発を推進しています。

#### ●プライス

値頃感のある商品から高付加価値商品まで、価格以上の価値を追求した商品を開発。販売力、収益力の視点から定期的にレビューを行っています。

#### ●リージョナル

全国各地の地域に応じた商品展開をめざして、全国を7つの地区に分けて、各地域の味覚を大切にした地域限定商品を開発。地元テレビ局や名店とのコラボレーション商品等が好評です。



包み仕立て弁当

「包み仕立て弁当」とは、素材とソースと一緒に紙の袋で包み込むことにより、旨みと香りを閉じこめた商品です。レンジアップすることで出来立てのおいしさを楽しむことができます。(特許出願中)



フライドチキン



フライドポテト

### ■DCM(デマンド・チェーン・マネジメント)システム

お取引先(ベンダー・メーカー)と販売・在庫情報を共有し、欠品・返品・在庫を最少化



## サービスの拡大

### ファミマカード

●クレジット機能付ポイントカード  
現金でもクレジットでもファミリーマートでのお買物でポイントがたまります。たまたまポイントはFamiポートでダウンロードして、ファミリーマートのお買物にご利用いただけます。また、18歳未満のお客様にはクレジット機能なしのカードもご用意。幅広い層のお客様にご利用いただけます。



### E-net

#### ●ATMサービス

店内に設置したATM端末により、キャッシュカードで入金・出金ができます。都市銀行のほか、地方銀行、信託銀行など提携金融機関も増加中です。ファミマカードでのキャッシングもできます。全国へ設置拡大中です。



### Famima.comマガジン

#### ●カタログショッピング

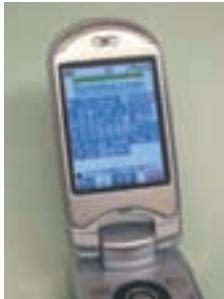
毎月85万部発行のファミリーマートオリジナル通販雑誌「Famima.comマガジン」。映画や音楽の情報やキャラクターグッズなどを掲載。店頭で無料配布しています。



### ファミマ・ドット・コム

#### ●ケータイ・ショッピングサービス

NTTドコモのi-mode、VodafoneのVodafone live、auのEZwebの3つの公式サイトがあります。CD・DVDや、ゲームの注文のほか、チケット予約、「Famima.comマガジン」商品の注文等が携帯電話で行えます。



#### ●インターネット・ショッピングサービス

キャラクターグッズやDVD・CD、チケットなど、約48万点ものアイテムが揃うファミリーマートの「インターネット店舗」。お客様がネット上で注文した品物は、店頭で受け取れます。



### Famiポート

#### ●マルチメディアキオスク

チケットぴあの各種チケットの発券、高速バス・宿泊などのJTBの旅行商品、DVD・CDの取り寄せ、デジタルカメラの写真プリント、携帯電話・電子マネーなどのプリペイドサービス、各種学校などの願書の発注、航空券のお支払いなど多彩なサービスを提供するマルチメディアステーションです。



# 店舗展開

“日本発”的グローバルスタンダードで、パン・パシフィック構想をさらに推進。新しいストアブランド展開など、ニューマーケットへの出店加速にも積極的にチャレンジしています。

## 2004年度は新たに3県に出店

2004年度に新たに出店した地域は、3月の徳島県、6月の鳥取県、10月の高知県です。国内における基盤を固め、着実に店舗の展開を進めてきました。

2005年度はこれまでに出店してきた地域におけるさらなる出店の強化を進めるとともに、将来においては国内の全都道府県をカバーすることを視野に入れています。



台湾

## 2005年夏には米国に出店

また、海外の展開については2003年12月のアジア1万店達成を一つの通過点としてとらえ、いよいよ新たなステップを踏み出します。すでに出店している台湾、韓国、タイに加えて、パン・パシフィック構想のもと、2004年7月には中国・上海への出店を果たし、同12月には中国大陸初のフランチャイズ1号店をオープンいたしました。また2005年度には、コンビニエンスストア発祥の地である米国への出店を予定しています。

ファミリーマートは、海外の提携先の制約を受けることなく、純粋に“日本発”的のチェーンとして世界に出ていくことができるコンビニエンスストアです。日本で培ったコンビニエンスストアの運営ノウハウを活かして、質の高い日本型のコンビニエンスストアの出店を加速していきます。

### ■ファミリーマートの出店状況 合計11,501店舗

■ファミリーマートの出店状況	
合計11,501店舗	
■日本	
株式会社ファミリーマート	5,994店
■台湾	
全家便利商店股份有限公司	1,701店
■韓国	
BOKWANG FAMILYMART CO.,LTD.	2,817店
■タイ	
Siam FamilyMart Co.,Ltd.	509店
■中国	
上海福満家便利有限公司	50店



韓国



タイ



中国



## 立地に応じたデザイン、特定のニーズに合せた品揃え ファミリーマートの新ブランドコンセプトショップ「ファミマ!!」を展開

ファミリーマートは、新しいマーケットの創造にもチャレンジし続けています。病院や大学の構内、高速道路のサービスエリアやパーキングエリア、ホテル、オフィスビル内など、これまで未開拓だったマーケットで、お客様の利便性を追求しています。

2004年度は合計17店舗のニューマーケット店を開店いたしました。このうち3店舗はファミリーマートの新ブランドコンセプトショップ「ファミマ!!」による出店です。「ファミマ!!」は心地よい店舗空間の提供だけではなく、「ファミマ!!」だけでしかお買い求めできない

商品をはじめ、各種輸入文具や雑貨を取り揃えています。出店する立地環境と店舗全体のデザインを含めた雰囲気、取り扱い商品により、新たな需要を喚起してまいります。



武庫川女子大学店(2004.4.6開店)

大学構内への出店により、学生の皆さんへコンビニエンスストアとしての利便性を提供。特に中食コーナーの充実を図り、昼食時のニーズに対応しています。



東京タワー店(2005.2.11開店)

東京タワービルのエントランスロビーに位置しており、観光の皆さんだけでなく、館内や近隣事業所の皆さんにも好評をいただいています。



福岡西新駅店(2004.8.22開店)

福岡市地下鉄では初めての駅構内コンビニエンスストアです。お客様の利便性の向上を追求するファミリーマートと乗降客の皆さんへのさらなるサービスの向上をめざす福岡市地下鉄との意向が一致しての出店です。



三木SA店(2004.8.3開店)

西日本の瀬戸内海側を横断する山陽自動車道の三木サービスエリア(上り線)内にオープン。通常のファミリーマート店舗と同様のサービスを提供している他、お土産品やコーヒーサーバーなども用意し、ドライブタイプの休憩場所として好評を得ています。



ファミマ!!ペディ汐留店(2005.2.8開店)

ファミリーマートの新しいストアブランド「ファミマ!!」。店舗内装をブラウン系で統一し、床はウォールナットのフローリング敷きで、商品陳列棚にも木目やシルバーを使用し、洗練された雰囲気を醸し出しています。イートインコーナーも設置し、コーヒー・スープを提供。オフィスビルに勤務する皆さんの憩いの場にもなっています。

# 主要データ

## 財務状況・店舗数・運営状況など

チェーン全店売上高(単体) [単位:億円]

2000	8,434
2001	8,986
2002	9,318
2003	9,544
2004	9,984

[年度]

営業総収入(単体と連結) [単位:億円]

2000	1,433	1,760
2001	1,525	1,956
2002	1,562	2,174
2003	1,625	2,289
2004	1,733	2,529

[年度] 単体 連結

営業利益(単体と連結) [単位:億円]

2000	247	241
2001	250	237
2002	270	279
2003	272	290
2004	286	308

[年度] 単体 連結

従業員数(単体) [単位:名]

2000	2,152
2001	2,090
2002	2,122
2003	2,245
2004	2,351

[年度]

都道府県別店舗数

(2005年2月28日現在)

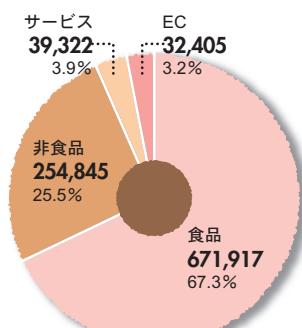
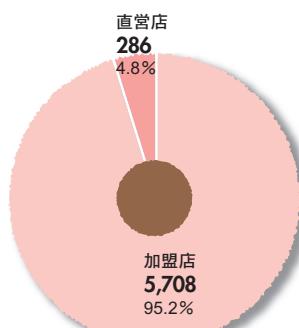
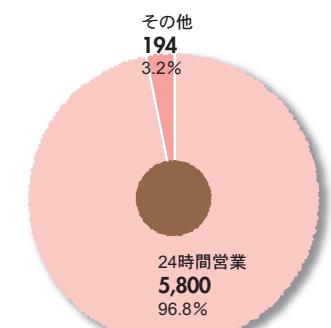
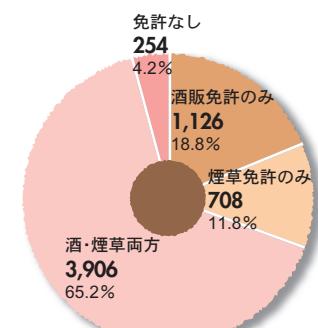
富山	55
石川	58
福井	91
鳥取	5
岡山	80
広島	113
山口	9
福岡	224
佐賀	43
長崎	144
熊本	88
大分	64
宮崎	76
鹿児島	192

岩手	56
山形	92
宮城	176
福島	136
茨城	119
栃木	105
群馬	84
埼玉	346
千葉	240
東京	987
神奈川	500
山梨	59
静岡	199
愛知	422
岐阜	83
三重	113
滋賀	98
京都	140
大阪	612
兵庫	266
奈良	48
和歌山	60



2000	5,275	537	1,804	7,616
2001	5,287	569	2,328	8,184
2002	5,593	420	3,110	9,123
2003	5,770	429	4,127	10,326
2004	5,994	430	5,077	11,501

[年度] [単位:店]

2004年度商品分類別売上高  
(単体) [単位:百万円]2004年度末店舗状況  
(単体) [単位:店]2004年度末営業時間別店舗数  
(単体) [単位:店]2004年度末免許品(酒・煙草)有店  
(単体) [単位:店]

# 社会性報告

地域社会とともに歩んできたファミリーマートは、  
お客さま、ご加盟店、お取引先、  
そして社員等との関わりの中で「企業の社会的責任」を考え、  
安全で安心な食品を提供し、災害時のライフラインとしての  
役割などを果たしています。



# 食品の安全・安心

一貫した品質管理体制のもと、安全性を徹底的に追求、お客様においしく、安心して召し上がっていただける商品を提供いたします。

## 徹底した品質管理体制

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

2004年度は、取引先の製造工場も含めてコンプライアンスの徹底を図りました。また、検査機関の一元化や、情報受付システムをバージョンアップして、広く情報を共有化するなどの基盤整備を進め、品質管理の精度をさらに高めています。

## 「品質衛生管理強化月間」の展開

2004年度も、6月の1ヶ月間を「品質衛生管理強化月間」とし、全店舗で強化に取り組みました。強化ポイントは「販売期限管理の徹底」で、製造から販売に至るまでの品質管理強化をご加盟店、お取引先、本部が一丸となって取り組みました。



### ■中食商品の品質管理フロー



食材の安全性と安定供給の確認



厳格な品質管理システムに沿って新鮮で安心な商品を製造



厳格な温度管理のもと、商品を効率的に配送



清潔なケースで、温度及び販売期限を管理して商品を販売

## ISO9000の企業集団形成を推進

ISO9000シリーズは品質管理システムの国際規格で、認証取得後も定期的に外部審査があり、この認証を維持継続している会社は、厳格な品質管理システムに沿って事業活動を行なっていると認知されます。ファミリーマートでは終始一貫して、このISO9000の企業集団形成を品質管理の大きな柱としてきました。1999年以来、日本フレッシュフーズ協同組合を中心に取り組みを続け、2005年2月末には、組合以外のデザートメーカーなども含め、29の工場が認証を取得しています。

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

### ■ISO9000シリーズ認証取得工場

トオカツフーズ(株)	足利、八千代、野田、萬作川和、狭山工場
(株)ファーストフーズ	武藏、八王子工場
戸田フーズ(株)	戸田、追浜工場
(株)ファミリーシェフ	相模原、神戸工場
朝日食品工業(株)	児玉、児玉第二、京都工場
丸茂食品(株)	つくば工場
マルアキフーズ(株)	本社工場
(株)ヤマヨ	本社工場
(株)旭物産	本社工場
川辺食品(株)	岡部工場
(株)デザートランド	つくば第一工場
ヨネザワ製菓(株)	埼玉工場
ブリムイソベン(株)	岡崎工場
(株)ファーストフーズ名古屋	本社工場
シノフーズ(株)	京滋工場
角井食品(株)	本社工場
(株)ボオトデリカトオカツ	神戸工場
(株)フジデリカ	新宮工場
(株)みなと食品沖縄	本社工場
(株)ピア西むら	本社工場

## 原材料の安全性確保への取り組み

中食商品原材料の安全性と安定供給は、日本フレッシュフーズ協同組合が担っております。

例えばホタテについては青森の産地

へ行き、漁場から加工場まで確認しております。特にホタテの殻については、バラ状態でX線検出機に通し確実に除去するようにしております。



### 高病原性鳥インフルエンザへの対応

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

### 牛海綿状脳症(BSE)への対応

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

### 遺伝子組み換え作物への姿勢

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

## 中食商品の保存料・甘味料・合成着色料を全廃

お客様に、より一層安全・安心な商品をお届けするため、ファミリーマートでは2002年3月より「添加物総量の削減」に取り組んできました。削減にあたっては、第一に品質の確保、さらには、お客様に満足していただける「おい

しさ」の維持を欠かせない要件とし、厳格な保存検査を行いながら段階的に削減を進めました。2005年1月には、中食全商品についての保存料・甘味料・合成着色料の使用を中止しています。

### ラベルには正確で適切な情報を表示

JAS法の改正に伴い、中食商品のサマルラベルを拡大しました。法律の規定に準じたファミリーマートの表示基準「アレルギー表示(義務5品目及び推奨20品目)」「容器材質識別表示」に加え、「レンジ加熱目安」「製造工場の連絡先」「容器のフチで手指を切らないようご注意」「保存料・合成着色料不使用の表示」などの項目を追加しています。



### ■ファミリーマートの添加物削減への取り組み

	惣菜・サラダ・調理パン・調理麺・スナック麺	弁当・寿司・おむすび
合成着色料		2002年3月より使用中止
合成保存料		2002年10月より使用中止
合成甘味料		2002年10月より使用中止
天然保存料	2003年3月より使用中止	2003年9月より使用中止
天然甘味料		2005年1月より使用中止

### ■ファミリーマートの表示基準

名称／製造年月日・時間／製造者／原材料名／添加物名／消費期限／栄養成分／保存方法／アレルギー表示(義務5品目及び推奨20品目)／容器材質識別表示

# お客さまとともに

お客さまからの貴重なご意見やお褒めの言葉、お叱りの言葉は、ファミリーマートの大切な財産です。その一つひとつに誠意とスピードをもってお応えしていきます。

企業の社会的責任が問われているいま、お客さまからいただく情報は企業経営の指針となる大切な財産です。2004年度は15,995件のご意見をいただきました。お叱り、ご要望、お問い合わせと、その内容も多岐にわたっていますが、ファミリーマートに関心を寄せているからこそその貴重なご意見、お言葉と受けとめ、誠意とスピードをもってお応えしています。

「お客様相談室」でお受けした「お客さまの声」は関連部門に伝え、緊急を要

するものについては担当者と店舗が連携して、迅速に改善策を施します。また、本部として取り組まなければならないご要望などについても、店舗やスーパー・バイザー等の考え方や意見を検証しつつ、全社で横断的に改善に努める体制を整えています。

ファミリーマートでは、これからもお客さまの貴重な“声”に真摯に耳を傾け、ホスピタリティあふれる店舗運営を心がけてまいります。

## お客様相談室かわら版の発行

お客様相談室では毎月1回「お客様相談室かわら版」を作成し、全店舗に配布しています。かわら版に掲載する内容は、特集として「お客さまとの応対で注意すべきこと」と、お客さまから寄せられた「代表的なおほめの声」。特にお客さまから寄せられたおほめの声はストアスタッフにとって大きな励みになります。「毎朝、元気に明るいあいさつ」、「松葉杖で困っている時に力ゴヤ商品を取ってくれて助かった」などの貴重なご意見をすべての店舗に情報提供し、共有化して、店舗運営レベルの向上に役立てています。

また、お客さまから格別のおほめの言葉をいただいた時には、該当店舗のストアスタッフに感謝状を送っています。

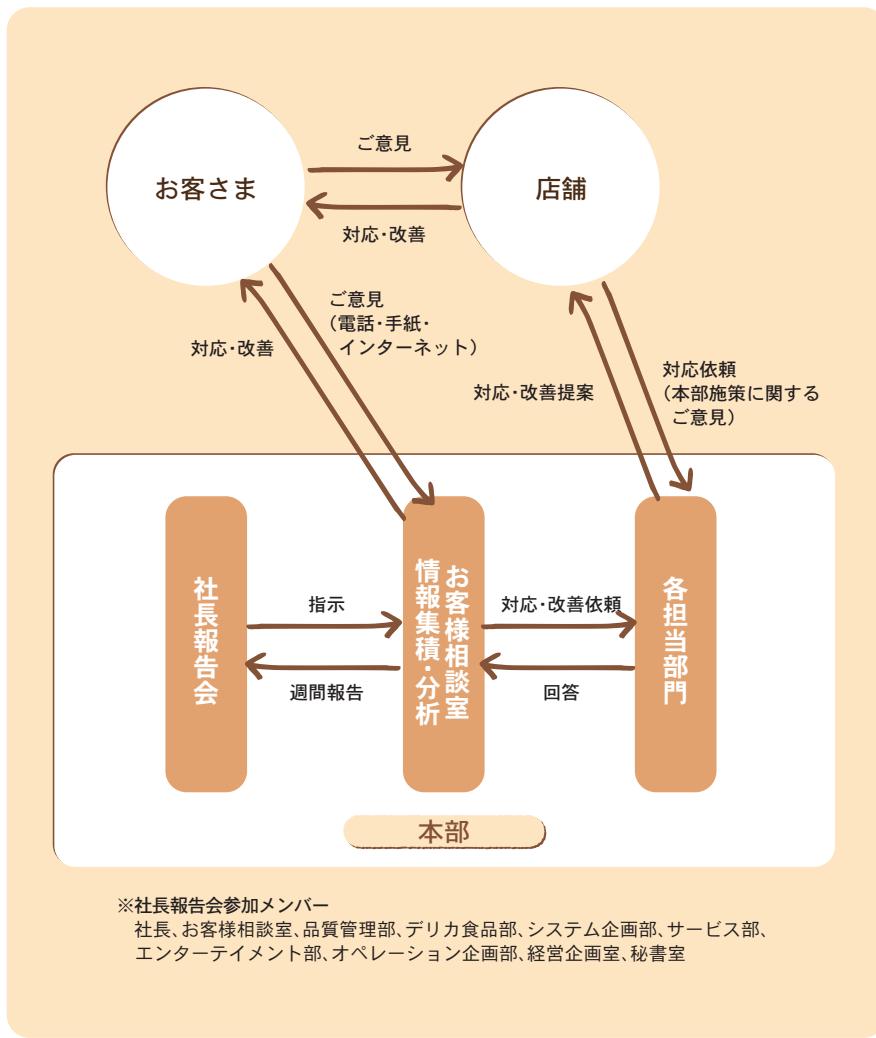


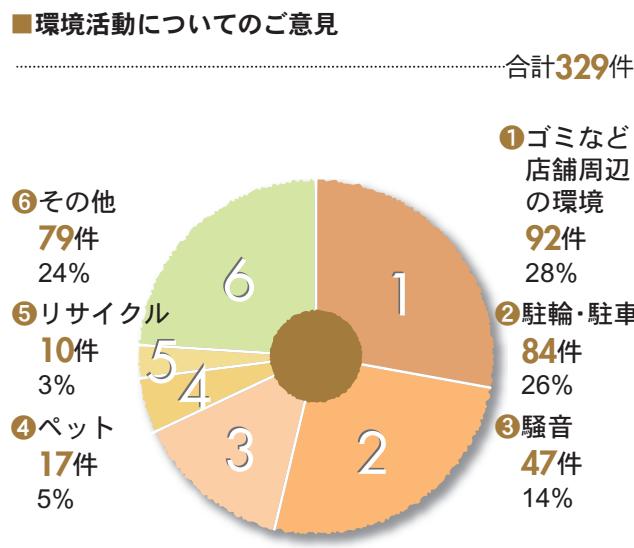
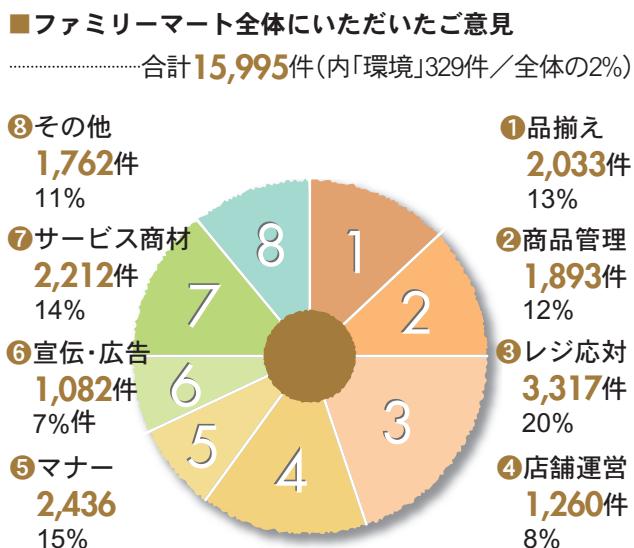
お客様相談室かわら版



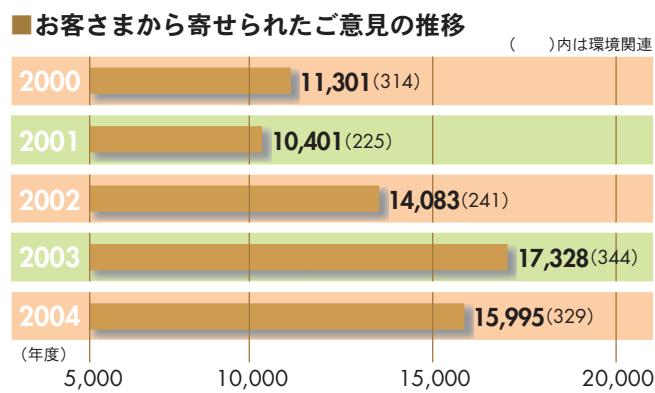
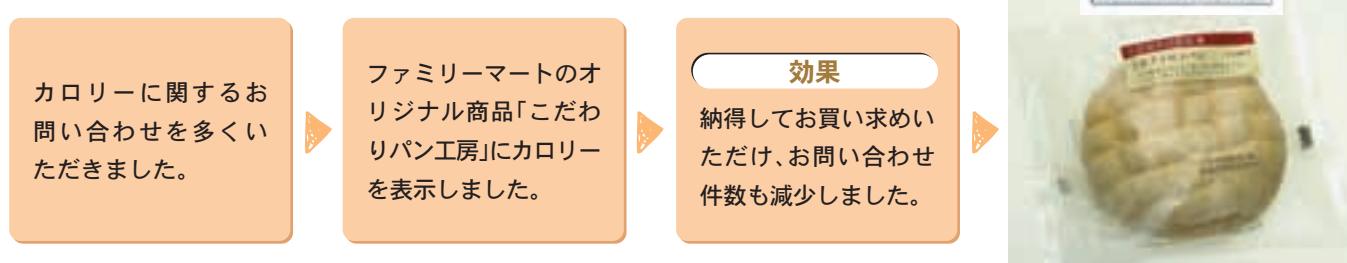
ストアスタッフへの感謝状

### ■ お客さまとのコミュニケーション体制





## 2004年度お客様の声による改善事例



■ファミリーマートお客様専用フリーダイヤル **0120-079-188** ご利用時間／9:00～17:45(土日を除く)

# ご加盟店とともに

事業パートナーであるご加盟店のみなさんが、より快適に店舗運営に専心できるよう、研修、防犯、福利厚生など、さまざまな側面からバックアップしています。

## 年度政策の共有

### 政策発表会

ご加盟店に本部の年度政策をご理解いただき、ファミリーマートチェーンの価値観の共有化を図るため、毎年政策発表会を開催しています。

2004年度は3月上旬から下旬にかけて全国9つの会場で行われました。上田社長から「S&QCの徹底」「発注精度の向上」「商品力の強化」を重点課題に、ご加盟店をより一層支援、バックアップするとの主旨で政策発表があり、引き続きご加盟店の成功事例の紹介、年間

S&QCコンクール優秀賞の表彰式等が行われました。



2004年3月に開催された「2004年度政策発表会」

## 安心のためのバックアップ

### ストアスタッフの保障

すべてのストアスタッフは労働保険の対象となり、所定の条件にあてはまるストアスタッフに対しては雇用保険が適用されます。ご加盟店での保障にともなう書類作成にあたっては、本部より社会保険労務士を紹介する制度を設けています。

## 防犯体制のバックアップ

### 防犯体制の強化

店舗での犯罪を未然に防ぐとともに、緊急事態発生時にはお客様やストアスタッフの安全を確保するために、防犯体制の強化を進めています。ご加盟店向け広報誌「Family」で随時防犯に対する情報提供や意識の啓発を実施。また、2004年度に行ったファミマフェスティにおいてもブースを設けて防犯ビデオを上映するなど、防犯意識の向上や対策に努めました。さらに、委託会社によるセキュリティシステムもバージョンアップし、首かけ式の通報ボタンを採用し、緊急時への備えを充実させています。

### 防犯教育ビデオの配布

2004年5月、全店舗を対象として「防犯教育ビデオ」を配布しました。ご加盟店での防犯意識を高めていただくことを目的として、ファミリーマートが独自に作成しました。臨場感あふれる内容で、具体的で分かりやすいと好評です。



### ●各種保険制度

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

### ●ファミリーマート健康ダイヤル

心と体のさまざまな相談に、医師、看護師などの専門スタッフが24時間体制で対応するサービスで、委託会社によって運営されています。

### ●人間ドック紹介制度／郵便検診

健康管理のため、検査受診のサポートをしています。



「加盟店共済制度」を  
ご案内するパンフレット

## 充実した研修制度で人材育成を支援

### ストアスタッフトータルシステム

24時間365日営業を基本とするコンビニエンスストアでは、ご加盟店のオーナー、店長、マネジャー、ストアスタッフの育成が店舗運営の鍵となっています。ファミリーマートでは、その育成のためにさまざまなプログラムや施設、設備を用意してトレーニングできる体

制を整えています。「ストアスタッフトータルシステム」では、「集める・育てる・報いる・楽しませる」を4つの柱に、「オペレーション」「トレーニング」「マネジメント」に関するマニュアルを整備し、店長のストアスタッフ育成をサポートしています。

### SQC号

2004年1月より、移動研修車SQC(サービス・クオリティ、クリンネス)号を稼働し、遠隔地や新規出店地域の店舗を中心に本部トレーナーによる出張研修を実施しています。



移動研修車SQC号

SQC号には、VTR視聴設備、レジ、発注端末などの研修設備が装備されており、エリア事務所などで行っていた集合研修と同様のカリキュラムが手軽に受けられるようになりました。



車内でのストアスタッフ研修

### 海外研修旅行

S&QCコンクールを開催し、特に店舗の運営において優れていると認められるご加盟店を表彰しています。2003年度の年間優秀賞の副賞はタイまたは台湾への海外研修旅行。2004年5月に実施され、現地の流通事情の視察や観光名所の見学などが行われました。



### 湘南研修センター

1997年8月に竣工した「湘南研修センター」は、ファミリーマートブランドとして、「人材」の育成支援の機能を果たしてきました。新規加盟店の店長・マネジャー研修をはじめ、既存店研修として再契約研修、さらには本部社員の研修にも利用され、ハード、ソフトの両面からファミリーマートの研修システムを支えています。

この研修センターには、実際の店舗と同じトレーニングショップ(模擬店舗)、POSレジやストアコントローラの機能や操作を習得するPOS研修室、さらに夜11時まで使用できる自習室等のほか、多くの研修室があり、カリキュラムに合わせた効率的で細かい研修を受けることができます。従って、コンビニエンスストアを初めて経営される新規加盟店の方でも5日間の研修を通して「経営者として必要な心得」やマネジメント業務を身につけることができます。

2004年度は湘南研修センターの運営を支えている設備管理会社およびレストラン業務委託会社のご協力を得て、ISO14001の認証を取得しました。このことにより、センター運営上の環境活動を推進するための業務手順と責任が明確になりました。

湘南研修センター



POS研修室



# 社員とともに

経営環境や社員の仕事に対する意識の変化に対応し、合理性、公平性、公開性を追求した人事制度の変革と周知、運用により社員をモチベートし、クオリティにおける真のリーディングカンパニーをめざしています。

## 社員に求められる役割

ファミリーマートは多様化する社会ニーズに合わせて成長をしてきました。常に社会の変化に対応して変革を続けることが、コンビニエンスストアに求められています。

従って、ファミリーマートで働く社員には、その時代に求めらるニーズを的確に捉え、お客様やご加盟店の立場に立ち、それぞれの満足と利益の増大を常にめざすことが求められます。このことは店舗の運営や商品に関わる部門に限ったことではなく、スタッフ部門に至るすべての社員が常に意識しなければなりません。そして、そのためには「課題解決スキル」、「コミュニケーションスキル」が求められます。

### 課題解決スキル

フランチャイズシステムにおいては、ご加盟店が直面するあらゆる問題に対して、本部がその解決を助けていかなければなりません。そこで必要になるのは店舗で起こるさまざまな事象を分析し、課題を抽出する力です。さらにこの課題に対して実現可能な解決策を考え、すばやく実行に移す。そしてその結果を検証して、さらに新たな課題を見つけ出していく。この繰り返しを的確に実践する課題解決スキルが求められます。

### コミュニケーションスキル

課題解決のすべてのプロセスにおいて、ヒアリング、ディスカッション、プレゼンテーションといった人対人のコミュニケーションが重要です。特に解決策を実行に移すには、説得力のあるコミュニケーションが求められます。

## 人事制度

自発的に考え行動する「強い個人」を創るとともに、その強い個人の結集による組織力の強化を図るために、ファミリーマートでは社会情勢や経営政策を踏まえ、人事制度を常に見直し、改善しています。

具体的には、「成果に対する正当な評価」「責任の度合いに応じた処遇の合理性」という2つの大きな柱のもと、成果を挙げた人や、成果を挙げるために果敢にチャレンジした人を的確に評価し、責任の度合いと対価とのバランスを図った賃金制度を導入しています。

2004年度は、従来の人事制度の課題を点検、検証し、できるだけシンプルで分かりやすい制度内容に移行していくことを基本的な考え方として、あわせて運用面の強化を図ることができるような制度への改定に取り組みました。

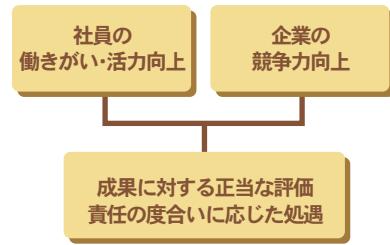
今後も新しい人事制度のもと、若手

社員の抜擢、大幅な権限委譲により、社員のやる気を引き出し、人材の育成を図っています。

また、2005年度のアメリカ進出に向けて、社内の機運を盛上げ、社員の自発性を奨励する目的で、アメリカでの勤務を希望する社員を社内から募りました。

応募資格は勤続3年以上の本社員とし、上司を経由せずに直接人事部へ応募する方式としました。その結果、スーパーバイザー、店舗開発担当、店長候補を選出しました。

### 人事制度の考え方



## 研修・教育制度

ファミリーマートの研修・教育制度は、「部下育成」「選抜」「基本の重要性」「部門横断交流」を4つのキーワードに、自発的に考え行動する「強い個人」を創出し、全社的に最適な視点の醸成を図ることを目的としています。

お客さまやご加盟店の立場に立ち、それぞれの利益の増大をめざすことを仕事の原点とするファミリーマートの社員には、高い問題解決能力と、コミュニケーション能力が求められており、問題や課題をクリアするためのさまざまな研修や教育制度を整備しています。



次期管理職候補者を対象とした  
「選抜リーダーセミナー」

### ■教育・研修体系

#### ●階層別研修

**キャリア開発セミナー**  
(対象:昇格者)

**【選抜】リーダーセミナー**  
(対象:次期管理職候補者)

**中間管理職研修**  
(対象:管理職)

#### ●職種別研修

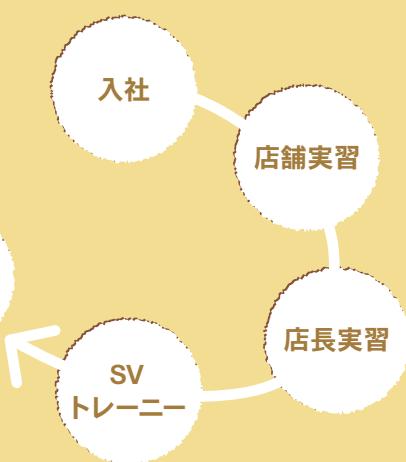
**基礎教育訓練(新入社員)**

**職種別セミナー**  
(S V・開発・商品担当)

#### ●基礎教育訓練の流れ

ファミリーマートの新入社員は基本的に全員がスーパーバイザー(S V)を目標において基礎教育訓練を受けます。まず直営店において店舗実習を行い、その後店長となって店舗運営全体に責任を持つ立場で経験を積みます。これによりファミリーマートの店舗運営の理解、知識、スキルを身につけた上でスーパーバイザーの研修期間となるスーパーバイザートレーニーへと進み、その後各職種に配属されます。

**各職種  
配属**



## 安心して、元気に働く職場環境の整備

社員が安心して業務に取り組み、十分に能力を発揮することができるよう、働きやすい職場環境の実現に努めています。また、会社として社員の労務管理に関するコンプライアンス(会社の安全配慮義務、使用者責任)の浸透に向けた啓発に取り組み、健全な企業環境づくりを推進しています。

### 出産・育児・看護の支援

育児のための休職期間終了後、さらに1年以上勤務する意志のある人への「育児休職」(満4歳まで)、子が満7歳になるまで勤務時間を短縮できる「育児勤務」、家族看護のための「看護休職」などの制度を設けています。また、2005年4月1日に改正された「育児・介護休業法」に

定められている「子の看護休暇の創設」、「育児休業及び介護休業の対象労働者の拡大」などにも対応し、取り組んでいます。

**【2004年度の制度利用者】**  
**■育児休職18人**

# 地域社会とともに

お客さまや地域社会のためにできること、やらなければならないことを考え、実行しています。

## 災害時のライフラインとしての取り組み

地域の要所にネットワークを広げているコンビニエンスストアは、地震などの災害発生時に、生活必需品の供給を維持する重要なライフラインとなります。また、安否の情報や帰宅困難者の

連絡拠点としての役割を担うほか、本部からのメール発信で全国の店舗が一斉に募金活動に取り組める体制を築いています。

### 新潟県中越地震に対する支援物資の提供と義援金募集活動

2004年10月23日に発生した「新潟県中越地震」の被災者の皆さまを支援するために、ファミリーマートの商品調達及び配送機能をフルに活用し、支援物資の提供と、全国の店舗で義援金の募集活動を行いました。



「新潟県中越地震」の被災者の皆さまにお届けした支援物資(越路町役場)

#### 活動内容

##### ■ヘリコプターによる雑貨類の緊急輸送

10月25日、新潟県小千谷市にお届けしました。

- カイロ ● 生理用品 ● 乾電池
- 石鹼 ● 軍手 ● 懐中電灯
- タオル ● 紙おむつ
- ティッシュ類 ● レインコート

##### ■食品の提供

10月26日、新潟県長岡市、越路町にお届けしました。

- おむすび／20,000個
- 弁当／1,000個
- 葉子パン／15,000個
- ミネラルウォーター／約5,300本
- お茶ペットボトル／3,720本
- 缶詰／528個
- レトルト食品／1,240個
- カップ麺／5,880個
- カップ茶漬け・味噌汁／3,810個等

※上記支援の他、宮城県との「災害時物資供給協定」に基づき、おむすび2,500個、カップ麺3,000個を提供

##### ■全国約6,300店舗での募金活動

###### 【実施期間】

2004年10月26日～11月7日

###### 【義援金総額】

9,261万9,596円

###### 【募金先】

日本赤十字社

### インドネシア・スマトラ島沖地震への支援活動

2004年12月26日に発生したインドネシア・スマトラ島沖地震と、それにもなう津波による被災者の皆さまに支援活動を行いました。タイのピーケットには、ファミリーマートが8店舗ありますが、奇跡的に被災を免れました。海外フランチャイザーであるタイファミリーマートでは、緊急対策本部を設置し、地域住民や観光客のために、バンコクからの臨時配達で、商品を絶やすことなく営業を続け、ライフラインとしての役割を果たしました。また、株式会社ファミリーマートからもタイファミリーマートを通じてタイ政府へ義援金を送付。また国内全店舗での義援金募集の呼びかけを行いました。

#### ●実施期間

2004年12月27日～2005年1月31日

#### ●義援金総額

4,688万9,453円

#### ●募金先

セーブ・ザ・チルドレン  
日本赤十字社



被災を免れた店舗でライフラインとしての役割を果たすタイファミリーマート

## セーブ・ザ・チルドレンの支援活動

### 店頭募金

ファミリーマートの店頭募金は、お客様のご厚意による身近で気軽な国際協力として根づいています。セーブ・ザ・チルドレンは世界の子どもたちの権利を実現するための支援活動を行っています。インドネシア・スマトラ島沖地震で被災した子どもたちの支援活動についても積極的に展開しました。

- 食糧、シェルター、水、  
 クッキング用品、衛生用品、テント、  
 衣類などの配布
- 家族と生き別れた子どもとの  
 再会支援
- 伝染病や略奪などさらなる被害  
 からの子どもの保護など

今後も、この活動を通じて社会貢献活動を推進していきます。

### Famiポートによる募金

ファミマカードをお持ちのお客さまはFamiポートによる募金が可能です。お買い物などにより貯まったポイントをFamiポートから1ポイント単位(1ポイント=1円)で募金することができます。



Famiポートによる募金活動

## 行政との協力体制

### 災害時の帰宅困難者の支援等

ファミリーマートでは、1996年4月に静岡県と「災害救助に必要な物資の調達に関する協定」を結び、2004年3月には宮城県と「災害時における応急生活物資供給等の協力に関する協定書」を締結。大阪府及び大阪市と「地震災害時における帰宅困難者に対する支援に関する協定」を締結しました。さらに11月には滋賀県と「災害時における応急生活物質の供給および帰宅困難者への支援に関する協定書」を取り交わしました。



滋賀県との協定を発表

また、2005年3月には関西2府5県3政令市(三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、京都市、大阪市、神戸市)の自治体で構成する関西広域連携協議会と「災害時における帰宅困難者に対する支援に関する協定書」を締結し、帰宅困難者に対して水道水・トイレの提供、地図やラジオなどによる道路情報の提供などをしていくこととしています。



帰宅困難者の支援を  
告知する店頭ステッカー

### 「環境にやさしい買い物キャンペーン」に参加

「マイバッグを持参する」「過剰包装を避ける」「詰め替え商品を選ぶ」など、環境に配慮した生活・経済活動の促進を目的として、内閣府、経済産業省、環境省、ごみゼロパートナーシップ会議と全国47の都道府県が共同で「環境にやさしい買い物キャンペーン」を実施。2000年に東京都の呼びかけでスタートして以来、ファミリーマートはこのキャンペーンに毎年参加しており、2004年10月に行われた際にもファミリーマートは店舗にポスターを掲示して、3R(リデュース・リユース・リサイクル)行動の実践を呼びかけました。



内閣府作成のポスター

### 「あいちクリーンキャンペーン」に協力

「愛・地球博」の開催地である愛知県が、2004年から実施している「あいちクリーンキャンペーン」に協力し、街角に散乱ゴミなどのない清潔で快適な街づくりのお手伝いをしています。ファミリーマートでは県が作成した啓発用のステッカーを県内の店舗に掲出し、「愛・地球博」開催中も積極的にこの取り組みを応援しています。

## 地域のセーフティステーションをめざして

セーフティステーション活動とは、ファミリーマートの店舗が「まちの安全・安心な生活拠点づくり」及び「次世代の青少年健全育成」をめざす活動です。日本フランチャイズチェーン協会に加盟するコンビニエンスストア各社が取り組んでいます。

2003年3月に第1次トライアルとしてスタートし、2005年10月に全国で本格的に展開するこの活動に積極的に参加しています。これまでに「未成年者への酒・タバコ販売防止」に向けて社内プロジェクトを立ち上げ、「キャンペーンポスター」や「お酒販売ガイドブック」などの作成で、酒類を取扱う店舗の啓発に努めてきましたが、2004年度にはガイドブックを分かりやすく映像化し、さらにその徹底を図りました。



「セーフティステーション宣言」を告知する日本フランチャイズチェーン協会作成のポスター



ガイドブックを  
分かりやすく映像化



キャンペーンポスター

### セーフティステーション活動の目的

- ①地域社会(住民・顧客)の安全・安心への貢献
- ②地域社会とのコミュニケーションの確立
- ③コンビニエンスストアの社会的責任への貢献
- ④日常業務へのセーフティステーション活動の取り込み

#### 主要テーマ

##### ■安全・安心なまちづくりに協力

###### 【防犯・防災対策】

- 1.自主防犯(強盗・万引き等の防止対策)の強化
- 2.緊急事態(災害・事故・急病人等)に対する110番・119番通報

###### 【安全対策】

- 1.女性・子供等の駆け込みへの対応
- 2.高齢者・身体障害者等の介護補助と連絡
- 3.地域顧客への安全情報の発信、提供

##### ■青少年健全育成への取り組み

- 1.未成年者への酒類・タバコの販売禁止
- 2.18歳未満者への成人誌の販売・閲覧禁止
- 3.少年・少女非行化の防止

##### ■関連事項への取り組み

- 1.店舗周辺の清掃徹底
- 2.地域住民・商店(=商店街)との交流、連携の強化

## 全国環境美化活動を実施

5月と10月に実施している「全国環境美化活動」に2004年度も取り組みました。2004年10月に実施した活動は4回目になり、池袋本社ほか全国約100箇所で、ご加盟店、本部社員、お取引先総勢約1,600名による清掃活動を繰り広げました。

この活動はファミリーマートが地域の清掃美化活動に積極的に参加し、「地域の社会貢献に積極的に取り組む企業」としての姿勢をアピールするものとして取り組んでいます。今後もこの活動を継続的に実施し、地域社会とのコミュニケーションを深めてまいります



和歌山・白浜海岸の清掃活動(2004.5.25)



東京・池袋の清掃活動(2004.5.28)



東京・池袋の清掃活動(2004.10.29)

# 環境報告

環境保全への取り組みは、ファミリーマートが  
果たすべき社会的使命であるとともに、  
最も基本的な活動です。

ISO14001マネジメントシステムに基づき、  
PDCA(プラン・ドゥ・チェック・アクション)サイクルによる  
運営を継続的に行っていきます。



# 環境ビジョン

企業理念「CO-GROWING(共同成長)」のもと  
地球環境を大切に考え、共存する  
環境保全型コンビニエンスストア事業を追求しています。

ファミリーマートの環境保全活動の根幹となるのは、企業理念「CO-GROWING(共同成長)」の精神です。本部、社員、ご加盟店は、お取引先とのパートナーシップを深め、互いに高めあいながら「環境保全型コンビニエンスストア事業」を推進しています。そして、環境に配慮した「商品」「物流」「店舗施設」「店舗運営」を実現することで、お客さまの信頼を獲得し、地域社会への貢献と社会的責任を果たしていきます。

地球環境と永続的に共存しうる社会の実現。それは、ファミリーマートが思い描く「21世紀にあるべき環境保全型コンビニエンスストア」の姿です。事業活動を通して、次世代の人々に美しい地球を引き継いでいくことこそ私たちの責任であり、使命だと考えます。

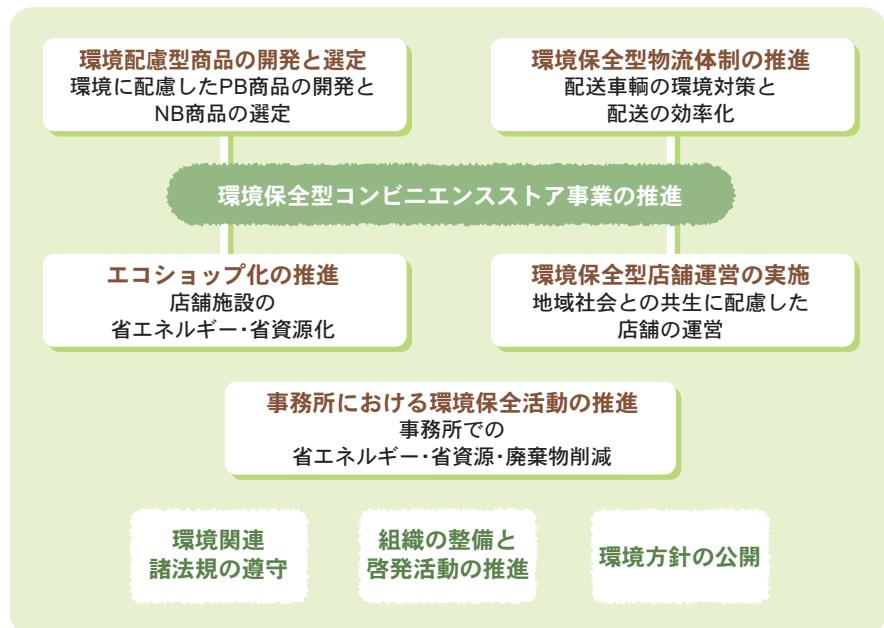
## 推進体制

1999年3月にISO14001の認証を取得以来、社長をトップとする推進体制で環境マネジメントシステムを運営し、全店舗と本部の全事務所で継続的改善に努めています。

2005年3月には20のディストリクトによる体制となり、全店舗で均質な取り組みが実行できるよう、ご加盟店への支援を強化。より緊密なコミュニケーションを実現しています。また、管理業務グループは、エリア、開発課に対するチェック機能の役割を果たし、内部環境監査の役割を担っています。

これからも充実した体制のもと、PDCAサイクルによる環境マネジメントシステムを推進し、環境保全活動のさらなる拡大・徹底を図っていきます。

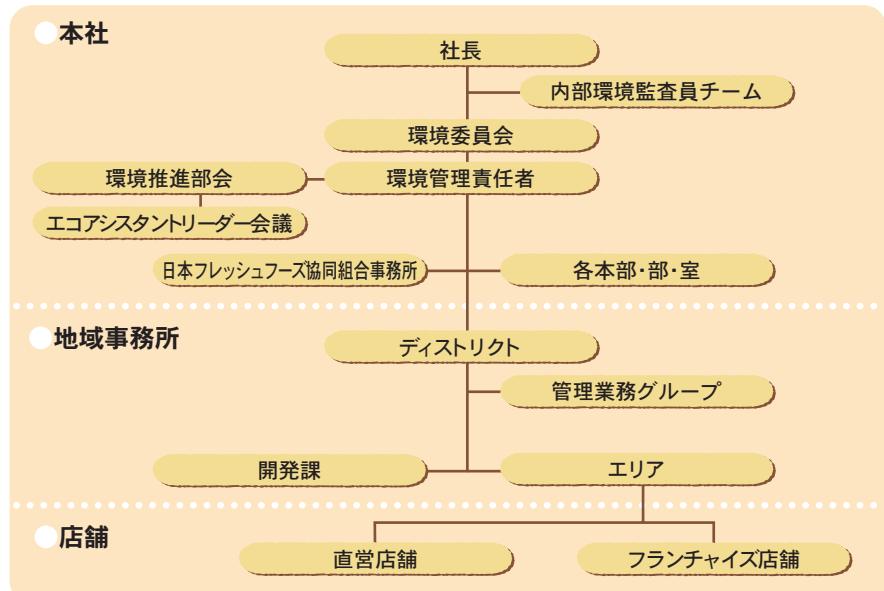
### ■ファミリーマートの環境方針骨格



### ■環境マネジメントシステムの体制と運営

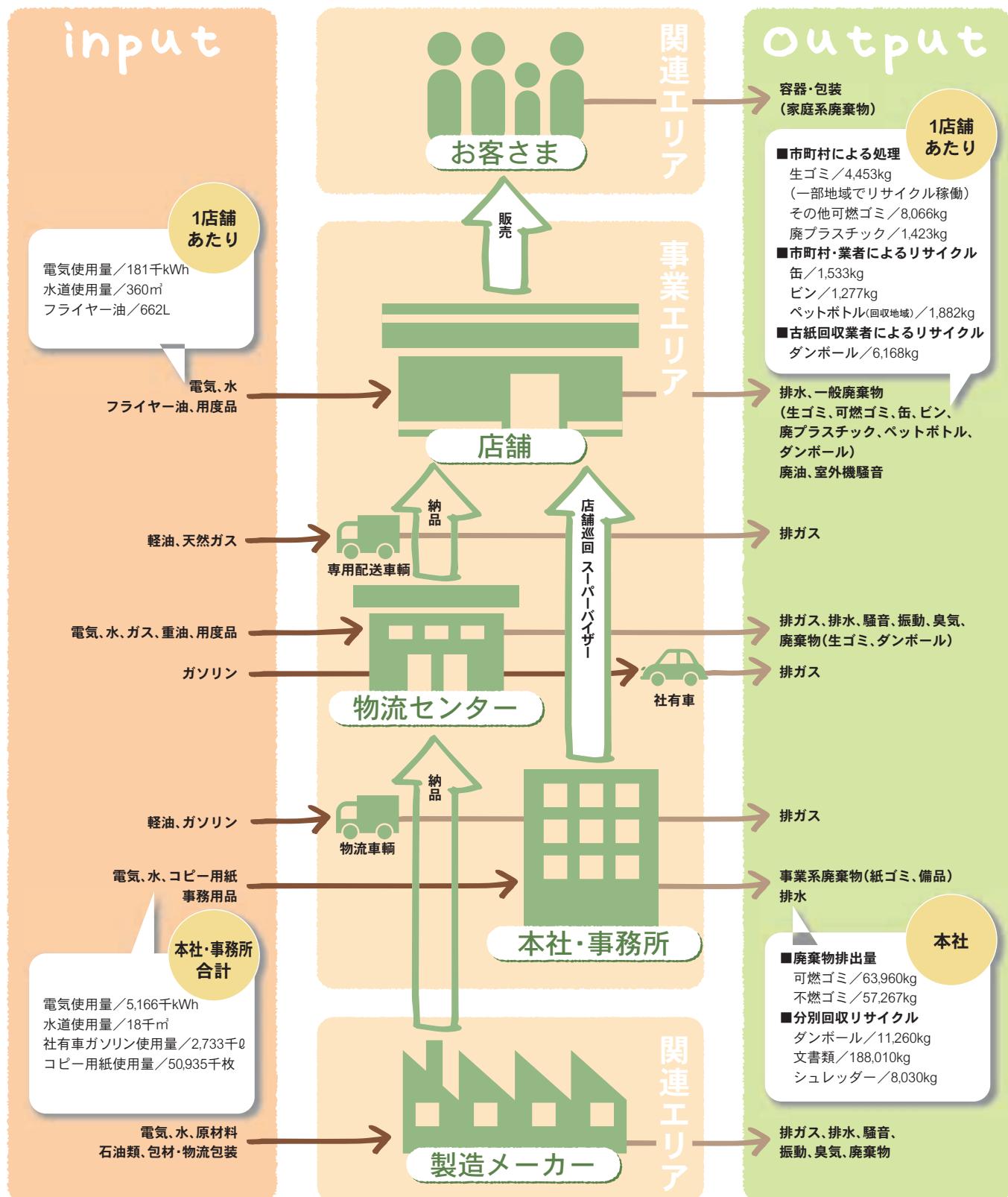
本社、地域事務所、そして店舗が一体となってPlan=Do=Check=Actionのサイクルによる環境マネジメントシステムを推進し、環境保全活動の向上をめざしています。

### ■環境マネジメントシステム推進体制



# 事業活動にともなう環境への影響

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



※数値は、表示がある場合を除いてすべて年間のデータです

# 2004年度達成状況と2005年度環境目標

環境保全活動の具体的な目標を設定、実行、検証を継続することで  
環境保全型コンビニエンスストア事業の推進・改善を図っています。

2004年度環境目標の達成状況		
	2004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(日用品)の導入率90%以上	エリア・店舗への啓発活動
	環境に配慮した非プラスチック容器の採用	環境に配慮した容器の情報収集、選定
	食品工場の食品リサイクル法への対応を確認	工場の視察と確認書の受領
環境保全型物流体制の推進	低公害車両年間18台導入 2004年度低公害車両累計130台導入	CNG配送車両の導入 ハイブリッド車の合理性検証後、本配備の可否決定
	配送車両の燃費向上 目標値:前年比100%以上	エコドライブの徹底による1台あたりの燃費向上 (58センター、1163台 全車両台数の63%)
エコショッピングの推進	店舗の電気使用量の削減	ガラス面に遮熱フィルムを貼付して空調機の電力量を削減 断熱効果の高い外壁材を導入して空調機の電力量を削減
	環境に配慮した建材の導入	ポリオレフィン床タイルの新設店／改装店への全面導入 (非塩ビ床材とVOC対応の接着剤使用)
	店舗建設時の建材使用量削減	外部犬走りタイル貼り面積の縮小
環境保全型店舗運営の実施	生ゴミリサイクル実施店舗の拡大 2004年度新規参加170店舗	直営店への生ゴミ処理機導入 リサイクル業者の開発 既存店の生ゴミリサイクルへの切り替え 新店舗の生ゴミリサイクル実施
	廃食用油回収リサイクル店舗の拡大 2004年度新規参加450店舗	新店舗の廃食用油回収リサイクルシステムへの 参加促進
事務所における環境保全活動の推進	事務所電気使用量の削減 2003年度比99.0%(本社ビル及び周辺ビル)	毎月の部門目標数値の進捗状況確認 昼休み事務所内不用箇所の蛍光灯消灯 1時間以上離席する時はPC本体の電源を消す
	コピー用紙仕入(使用)量の削減 2003年度比97.0%(本社ビル及び周辺ビル)	毎月の部門目標数値の進捗状況確認 両面コピーの利用 ファイリングの推進
	紙類リサイクルBOX利用の徹底 リサイクル率80%	エコアシスタントリーダー会議での確認
	環境に配慮した事務用度品の導入 導入率64%	事務用度品登録の見直し
	低公害車導入 年間230台新規導入	低公害車への切り替え

環境目的と2005年度環境目標			
2004年度の達成状況	評価	環境目的	2005年度環境目標
導入率87.4%	△	オリジナル商品の 環境配慮仕様への 素材改良、軽量化と 廃棄物リサイクルの 推進	環境配慮型容器包装の推進 ●目標=12アイテム 環境に配慮した店内用度品の拡大 中食工場の食品リサイクル法(施行)への 対応促進
13アイテムに紙容器採用	○		
12工場を対象に取り組みの状況を精査	○		
CNG車新規2台導入、累計114台 ハイブリッド車両は新規16台導入、累計17台 低公害車両累計131台導入	○	配送車両による 温暖化ガス排出量の 削減	ハイブリット配送車両の導入拡大 ●目標=62台新規導入 配送センターの全車両を対象に、 エコドライブ徹底による燃費向上 ●目標=全車両平均で前年度よりも向上
夏の猛暑の影響があり、燃費の前年比98.4%で推移	△		
120店舗の計画に対して、176店舗へ導入 8店舗の計画に対して、38店舗に導入	○	店舗の省エネルギー 対策の推進	遮熱フィルムをガラス壁面に 貼付した店舗の拡大 ●目標=導入可能店舗のみ 省エネルギー機能を向上させた 新型調光盤の導入拡大 ●目標=導入可能店舗のみ
ポリオレフィン床タイルを累計730店舗に導入	○		
8店舗の計画に対して38店舗に導入	○		
新規参加188店舗	○	店舗から排出される 廃棄物のリサイクル 推進	生ゴミリサイクル実施店舗の拡大 ●目標=新規参加150店舗 廃油回収リサイクル実施店舗の拡大 ●目標=新規参加600店舗
新規参加737店舗	○		
2003年度比99.2%で目標未達	△	事務所の 省エネルギーの推進	電気使用量の削減 ●目標=前年比99%(本社ビル及び周辺ビル)
2003年度比105.7%で目標未達	△		
年間リサイクル率77.36%で目標未達	△	事務所の省資源、 リサイクルの推進	コピー用紙仕入(使用)量の削減 ●目標=前年比90%(本社ビル及び周辺ビル) 紙類リサイクルのB.O.X利用の徹底 ●目標=リサイクル率75%
エコロジー事務用度品の導入率64%	○		
八都県市指定低公害車導入306台導入	○	社有車の 環境負荷削減	●目標273台新規導入

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

# 環境会計

環境関連の収支を明らかにし、  
投資や費用に対する効果を環境経営に活かしています。

## 1.環境会計の考え方

ファミリーマートが取り組んでいる「ISO14001対応型環境会計」は、環境方針によって導き出された環境目的、環境目標と連動しています。各部門別の環境目的、環境目標に基づいた1年間の活動の成果についてコスト面での評価を行っていますので、今後の環境活動の計画に反映させることができます。環境管理会計として分かりやすく、社内での有効活用を図っています。

## 2.今回の集計期間

### ●2004年度

(2004年3月1日～2005年2月28日)

## 3.対象範囲

### ●株式会社ファミリーマート本部 及び店舗(加盟店及び直営店)

本部と加盟店がともにISO14001の認証を取得し、環境保全活動に取り組んでいます。

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

## 4.環境保全コストの大分類

### ■環境方針に基づく環境目的、

#### 環境目標達成に向けた「積極的コスト」

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

### ■環境マネジメントシステムの 「維持コスト」

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

### ■環境損失補償費用

環境汚染を起こした場合の浄化費用、賠償金・罰金等のペナルティ的コストです。

## 5.減価償却費について

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

## 6.2004年度の結果

2004年度の投資は約89百万円、費用は約2,562百万円でした。これに対して、前年度は投資約88百万円、費用約2,310百万円でしたから、投資額は約1百万円の増加、費用額は約252百万円の増加でした。

投資額が増加した主な要因は、店舗で発生する生ゴミを処理するための個店設置型生ゴミ処理機導入拡大によるものです。一方、費用額が増加した主な要因は、店舗の改装、閉鎖に伴う産業廃棄物処理費用の支払額が増えたことと、店舗から排出される一般廃棄物の処理委託費用が増加したことなどによるものです。

## ■2004年度ISO14001対応型環境会計

(単位:千円)

環境保全コストの分類 大分類	中分類	具体的な取り組み	投資	費用	主な効果(成果)	関連ページ
1.環境方針に基づく環境目的・環境目標達成に向けた「積極的コスト」	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	72,716	435,032	省エネルギー、オゾン層保護、廃棄物適正処理	P48～49
	②店舗運営関連の環境保全コスト	廃棄物適正処理・リサイクルなどのコスト	16,800	1,737,357	廃棄物適正処理・リサイクル	P50～51
	③本部事務所関連の環境保全コスト	廃棄物適正処理・リサイクルなどのコスト	0	4,081	廃棄物適正処理・リサイクル	P52
		小計	89,516	2,176,470		
2.環境マネジメントシステムの 「維持コスト」	①環境保全活動に伴なう人件費	環境教育・活動・組織関連の人件費	0	49,171	環境活動の推進	P36、P42～43
	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	5,344	環境教育の実施	P42～43
	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	6,675	環境監査の実施	P41
	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リサイクル費用など	0	315,652	再商品化(リサイクル)	P44～45
	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	9,513	外部コミュニケーションの充実	P53
		小計	0	386,355		
3.環境損失補償費用	①土壤汚染、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	89,516	2,562,825		

# 環境監査

内部環境監査員養成セミナーの開催等で監査体制を充実・強化。  
外部審査機関の厳正な審査により、  
環境マネジメントシステムの運用状況を厳しくチェックしています。

## 内部環境監査

すべての事務所を対象に毎年1回内部環境監査を実施し、より精度の高い環境マネジメントシステムの運用をめざしています。2004年度は店舗(5,807)、

ディストリクト(19)、エリア(103)、池袋本社、湘南研修センターを対象に内部環境監査を実施し、不適合項目については是正を図りました。



天王寺エリアの監査(2004.10.5)



デリカ食品部の監査(2004.11.23)

## 外部審査

1999年3月にISO14001の認証を取得して6年目になる2004年度は、2回目の更新審査が行われました。2005年1月31日～2月3日の4日間にわたり、外部審査機関による審査が行われ、全国50店舗、3ディストリクト、12エリア、本社各部門が受査しました。審査の結果合格し、継続してファミリーマートのISO14001認証取得が認められました。



日用品・雑誌部の審査(2005.2.1)



店舗の審査(2005.2.2)

## 内部環境監査員の養成

ファミリーマートでは、内部環境監査の均質化と効率的な運用をめざし、2003年度に引き続き2004年度も外部研修機関による内部環境監査員養成セミナーを2004年7月に開催。各ディストリクトにおける内部環境監査員の2名

体制を目標に28名が受講しました。セミナー後のテストの結果、全員が合格し、社内の内部環境監査員は累計118名になりました。監査体制強化のために、今後もさらに改善に努めます。

## 外部審査結果

### ■審査総括所見

- 過去3年間の活動成果は、事務所の省エネでは91%、環境配慮型商品を日用品から弁当・惣菜容器への拡大、環境保全型物流体制の推進、エコショッピングの推進など成果を上げています。特に業界に先駆けた廃油回収システムの確立、配送車へのハイブリッド車導入、総合熱利用(空調冷蔵一体化)システム導入など特筆事項があり、これらが総合的に評価され「環境報告書優良賞」受賞にも繋がったと評価します。
- 店舗の活動では、地域との連携が木目細かく配慮されており、店舗周辺の清掃や、店舗から業者に引き渡す前の廃棄物の分別徹底など、審査した全店舗が例外なく活動しておりました。

### 【注意を促す点】

- 目的・目標において、電気、ゴミ、コピー用紙等は、改善活動から維持活動に移行しつつあります。今後は環境影響が大きい業務としてシステム関係部門ではITによる効率化、物流関係ではCO<sub>2</sub>削減など本来業務の取り組みに軸足を移して推進されることを推奨します。
- 昨年度よりe-ラーニングが導入され、高度な内容と全員受講ということで効果を上げつつありますが、現場に密着した側面、階層別の教育等がはっきりしません。著しい環境影響を持つ作業の教育との関係も含め改善が望まれます。

# 環境教育・オリエンテーション

本部、そしてご加盟店――

ファミリーマートに関わるすべての人たちへの教育・オリエンテーションを徹底しています。

## 本部

### 全社員を対象に環境教育を実施

社員への環境教育の徹底を図るため、2003年度に引き続き、2004年度も6月～8月にかけて、パソコン上で教育を行うe-ラーニングを実施し、社員全員が一般環境教育を受講しました。教育の内容は、①地球温暖化と京都議定書、食糧・人口問題等の「地球環境問題」、②「ファミリーマートの環境影響とISO14001認証取得の目的」、③「ファミリーマートの環境方針と体制」、④店舗に関わる環境関連法規制です。なお、①～④の各章ごとにテストを実施し、一定レベルに達しない場合は再受講する仕組みになっています。

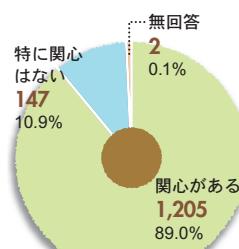
また、受講終了時に環境に対するアンケートを任意に行い、多くの前向きな意見が寄せられました。

### 本部における環境教育の流れ

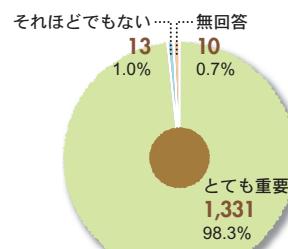


### e-ラーニングを受講した社員へのアンケート結果

Q 環境問題に関心がある



Q コンビニエンスストアにとって、将来の環境対策は重要である



※アンケートの回答は任意のため、全社員が回答している訳ではありません。(回答者:1,354名)

### 新入社員向け環境教育の実施

新入社員に対する環境教育を1999年から毎年実施しています。2004年4月にも当社の湘南研修センターで地球環境問題やファミリーマートの事業活動が環境へ与える影響、ISO14001に基づく環境保全活動等について教育を行いました。

### インターネット 「環境インフォメーション」

社会・環境推進部が発信する「環境インフォメーション」。2002年5月に社内インターネットに開設し、随時更新をしています。日常の業務に環境活動を連動させるツールとして定着しています。

### 「Familink(ファミリンク)」

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

### 環境方針個人カード

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



## 店舗

### 「エコぱーとなー」による 教育・啓発

2004年度も、年3回(2004年6月・9月、2005年1月)発行している「エコぱーとなー」で、全店舗における環境教育・オリエンテーションを実施しました。A4判4ページで表紙に店長向けの情報を、中面にストアスタッフ向け情報を掲載。中面は店舗の事務所に掲出し、ストアスタッフが常時確認できるようしています。

さらに、最後のページには全国各地で環境保全活動に前向きに取り組んでいるご加盟店を紹介するコーナー「環境インタビュー」を掲載。他の店舗での活動事例を全店舗へ参考事例としてご案内しています。「エコぱーとなー」の内容はスーパーバイザー



#### 店舗における環境教育・オリエンテーションの流れ



が店舗へ持っていく前に必ず確認したうえで全店長に、そして店長が全ストアスタッフにオリエンテーションを行い、意識啓発と活動の徹底を図っています。

#### ■2004年度の環境教育・オリエンテーション

##### 教育資料(エコぱーとなー)

###### Vol.21 店舗で行う環境保全活動 〈時期／6月〉

- このままでは地球が滅んでしまう
- 環境を大切にする企業こそが21世紀に生き残れる
- 環境方針・環境目的・環境目標
- 環境インタビュー  
～環境保護の第一歩は周辺美化活動から～

###### Vol.22 廃食用油処理の流れ 〈時期／9月〉

- マニフェスト伝票はコンプライアンスの証
- マニフェスト伝票の流れ
- ペール缶の取扱いについて
- 環境インタビュー  
～市民としてできることから実行しています～

###### Vol.23 店舗の電気使用量削減のための活動 〈時期／1月〉

- 環境にやさしく、経費を減らし、  
環境経営を実現しましょう
- 店舗の電気使用量は工夫次第で減らせます
- 環境インタビュー  
～地球環境の改善は気づいたことからの実行で～

### ストコン「環境情報コーナー」



店舗の事務所に設置しているストアントローラーの情報メニューの中に「環境情報コーナー」を設けました。地球環境問題や店舗で取り組む環境保全活動について、いつでも確認することができます。

### 「Family」

ご加盟店向けの月刊情報誌「Family」では、ファミリーマートの環境活動状況を随時掲載し、ご加盟店の環境への意識向上を図っています。



### マネジメントマニュアルに 「環境保全」

店舗経営の基本となるマネジメントマニュアルに「環境保全」の内容を掲載しています。環境保全型店舗運営を推進するために実施すべきことが記載されています。



# 商品

---

## 環境に配慮した商品をお届けするための取り組み

お客さまのお求めになる商品の中に、  
環境に配慮した商品を増やし続けていきたいと考えています。

### 容器包装の環境配慮

ファミリーマートでは、容器・包装材の環境配慮設計を重視し、減量化やリサイクル適性、天然素材といったさまざまな視点からの取り組みを続けています。

2004年度は、惣菜、デザート、麺類、弁当などに紙容器を導入し、環境への負荷を軽減しました。



紙容器を使用した「4種チーズのラザニア」

### 「Rainforest Alliance」認定商品の拡大

「Rainforest Alliance(熱帯雨林同盟)」とは、ニューヨークに本部を置き、企業の活動を通じて生命の多様性の保護と持続可能性を追求し、人類と生物の共存する生態系を守ることを目的として活動している国際的非政府団体です。同団体は、自らが推進するプログラムに則った方法で生産される農産物や木材などを認証しています。

ファミリーマートでは、2003年4月に同団体の認定コーヒー原料を使用した「パッソプレッソ カフェラテ」を商品開発しました。

「パッソプレッソ カフェラテ」



### We Love Green商品の改善・リニューアルの継続

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、2003年度をセカンドステージとして、商品の改善とリニューアルに取り組んできました。単に環境に配慮した商品というだけではなく、製品的にもより優れたものを提供していくという方向性への転換でした。ファミリーマートと同じスタンスで考えるメーカーと組み、より価値の高い商品をつくり、そこを開発基準(素材・使用時・廃棄時の環境負荷の低減)をクリアした証として「We Love Green」マークを付けていくという考えです。統一デザインにこだわらず、商品の特性を前面に出したパッケージなど、画一化された括りを超えてお客様へアピールしています。

2004年度もその改善・リニューアルを推進してきましたが、今後も価値の高い商品を開発し、提供していく予定です。



## 愛・地球博 応援フェア開催

ファミリーマートは3月25日(金)に開催された「愛・地球博」の開催テーマである「自然の叡智」に学ぶという主旨に賛同し、ファミリーマートオリジナルの環境配慮型商品「We Love Green商品」やファミリーマートオリジナル菓子「ぼくのおやつ」シリーズの愛・地球博ライセンス商品の展開など、「愛・地球・博」応援フェアを行いました。



キャンペーンポスター



ファミリーマートオリジナル菓子  
「ぼくのおやつ」シリーズ

## 「緑の募金」への募金

ファミリーマートオリジナルの環境配慮型商品「We Love Green商品」について、2005年3月8日から4月4日まで、売上の0.5%を「緑の募金(※)」に寄付させていただくことにしました。お客様の環境配慮型商品のご購入により、315,869円が「緑の募金」のために集まりました。

さらに、2005年3月8日(火)から9月25日(日)まで、ファミリーマートで支払い可能なカード「ファミマカード」を

お持ちのお客さまは、店頭のマルチメディア端末「Famiポート」より募金が可能です。お買い物などによりカードに貯められたポイントをFamiポートから「緑の募金」に1ポイント単位(1ポイント=1円)で募金することができます。

※緑の募金…緑の募金(旧・緑の羽根募金)とは国民の自発的な緑化活動を推進し、森林を守り、育てていくことを目的とした運動です。国民・企業からの寄付を受け、社団法人国土緑化推進機構の運営のもと、水源林の整備、砂漠の緑化、青少年の環境教育など、さまざまな事業を展開しています。

### 「愛・地球博」ライセンス商品販売

— 東海地区限定 —

紙容器入りの「包み仕立て弁当」



ファミリーマートは全国各地域の特色に合わせた地区限定商品の開発に取り組んでいます。全国を7地区(東北、関東、東海、北陸、関西、中国・四国、九州)に分け、それぞれの地場食材を使用。地域独特の味覚に合わせたおむすび、弁当、パン等の商品を開発しています。

特に、東海地区においては、愛知県で国際博覧会「愛・地球博」が開催されたことに伴い、3月22日(火)から4月18日(月)まで、東海地区限定で、おむすび、弁当、パン、麺類、サラダ等の「愛・地球博」ライセンス商品を11アイテム販売し、お客様から好評を得ました。

国際博覧会であることから、世界各国の料理をベースにして、さまざまな商品を開発しました。おむすびには、インドの「タンドリーチキン」、タイの「トムヤムクン」、

中国の「酢豚」などを具材としてアレンジして使用。弁当では、「愛・地球博」の展示で話題のマンモスをモチーフにした弁当「ミニマンモスドリア」(食材の配置により、マンモスの顔を表現)など楽しさのある商品や「愛・地球博」のテーマに沿って、環境に配慮した紙容器入りの「包み仕立て弁当」を開発しました。パンは、アメリカのファストフードとして有名な「ホットドッグ」、サンドメニューである「クラブハウスサンド」を開発、麺類では、イタリア産ダイストマトを使ったトマトソーススパゲティや韓国をイメージした「ビビンバ風冷麺」を開発しました。

これからも全国展開の商品とは別の魅力を持ち、それぞれの地域のお客さまに喜ばれる商品の開発に取り組んでいきます。

# 物流

## 環境に配慮した商品配送実現のための取り組み

効率的な物流体制の構築と、ハイブリッド配送車両の導入で商品配送にともなう環境負荷の低減に努めています。

### 配送車両における環境対策

#### 低公害配送車両導入の取り組み

##### ハイブリッド配送車両の本格導入へ

2004年2月に、コンビニエンスストア業界では初めて、配送車にハイブリッドトラックを実験導入。2005年2月までに17台になりました。従来から、導入していたCNG(圧縮天然ガス)配送車は、大気汚染物質の排出が少なく、環境負荷の削減には有効ですが、充填スタンドの不足や1回の充填による走行距離が短いことなどの課題がありました。

一方、ハイブリッド車は、電気モーターとディーゼルエンジンを組み合わせて効率良く走る仕組みで、既存のスタンドで給油できるため、新たなインフラ

整備の必要がなく、全国への円滑な導入が可能です。また、環境汚染物質の削減を図ることができます。このためファミリーマートでは、実験的に導入したハイブリッド配送車の検証を踏まえ、全面的にハイブリッド車への切り替えをすることにしました。

ファミリーマートが定温センターに導入したハイブリッドトラックには、コンビニエンスストアの配送用車両として、以下のような特別仕様が施されています。

①従来の配送車と同じく2室式冷蔵仕様の温度管理機能を備え、2温度帯共同配送が可能。

②早朝・深夜配送時の防音対策として、サイドドアにイージークローザー

(半ドア状態まで閉めれば、あとは自動的に確実にドアが閉まる装置)を装備。

③車両停止時にはエンジンを自動停止する機能を搭載。

#### 低公害配送車両累計台数



#### ■ハイブリッド車の排出ガス削減効果

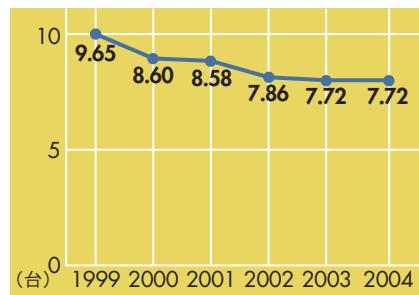
(ディーゼル車比)



## 環境保全型物流体制推進の取り組み

ファミリーマートでは1996年から「物流整備計画」を推進しており、適正な温度管理のもとに、新鮮で安全・安心な商品を速やかに店舗に届けるとともに、1店舗あたりの商品配送に必要な車輌台数を減らして環境負荷ができる限り抑制することに取り組んでいます。

### ■ファミリーマートの 1店舗1日あたりの 配達車輌台数の推移 (2005年2月現在)



### 温度帯別

すべての商品を「定温」( $18^{\circ}\text{C} \pm 2^{\circ}\text{C}$ )、「チルド」(3~8°C)、「常温」、「冷凍」(-25°C以下)の4つの管理温度帯に分類し、それぞれの温度管理機能をもった物流拠点と配送車輌で配達。

### エリア完結

エリアごとに、物流拠点を適正配置して、スピーディで安定した物流を実現。特に鮮度が重要な弁当などについては、製造工場と物流センターを一体化させた「総合センター」を主要拠点に建設し、全国の配達体制を完成。

### ■ファミリーマートの 専用配達車輌台数

(2005年2月現在)

温度帯	車輌数(台)
定温	1,023
常温	711
冷凍	338
合計	2,072



2004年9月に竣工した「香川総合センター」(香川県)

## 使用燃料削減

### エコドライブ教育による 削減効果の検証

2003年度は4センター(三郷、東村山、浦安、千葉中央)112台で、10Km走行に必要な燃料を前年比3%削減することを目標に、「エコドライブ」徹底によるドライバー教育を実施。軽油使用量前年比97%の目標を達成しました。2004年度は対象センター・車輌を58センター、1,163台に拡大して同様の取り組みを実施しました。

2005年度は、定温39センター、常温19センター、冷凍15センターに拡大して取り組みます。

### ■エコドライブ■

#### 経済走行

- 高速道路走行での制限速度の保持
- 経済速度と等速度運転の励行

#### 浪費追放

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



センターで実施した  
ドライバー教育



# 店舗施設

## 省エネルギー、省資源、環境保全の店舗づくりへの取り組み

照明、空調、建築材など、店舗施設全般の省エネルギー・省資源化を図るとともにホスピタリティ設備の導入でより快適な店舗の実現を推進しています。

### LEDを採用した新照明方式を実験導入

2004年度、コンビニエンスストア業界としては初めて、新しい照明方式の白色LED(発光ダイオード)をファサード看板に実験導入しました。

LEDは省電力・長寿命の特性を持ち、現行の蛍光灯からLEDに切り替えることにより、電力使用量の削減、管球交換回数の削減、看板の薄型化、面板の明るさの均一化などが図れ、地球温暖化防止にも効果を発揮します。

ファミリーマートでは、2店舗でのフィールドテストを検証しつつ今後、さらに実験店舗を拡大導入し、結果次第では、将来、標準仕様として順次店舗に導入する予定です。

#### ■LED方式採用のメリット

①電力使用量の削減	現行比 30%～50%減
②管球交換回数の削減	1回／10年
③看板の薄型化	140mm→50mm
④面板の明るさの均一化	照度ムラ(明暗)改善
⑤看板BOXと面板の一体化	リユースの促進



白色LEDをファサード看板に導入した上野駅前店  
(東京都台東区)

### 総合熱利用システムによる複合冷凍機の次世代機の検証

2004年度は、2002年度から開始した「総合熱利用システム」の次世代機の検証を実施し、今後標準仕様として順次導入していきます。

#### 大幅な省エネルギー化と省スペース化を実現

「総合熱利用システム」の次世代機は、空調・冷蔵・冷凍のシステムを一体化して、電力を効率良く使用するものです。特に冬季には、冷蔵・冷凍ケースからの排熱を暖房に利用することで、省エネルギー効果を発揮します。冷媒にはオゾン破壊係数ゼロのR410A、R404Aを採用しています。また、室外機の設置スペースも従来の半分以下(約58%)となり、省スペース化を実現しています。

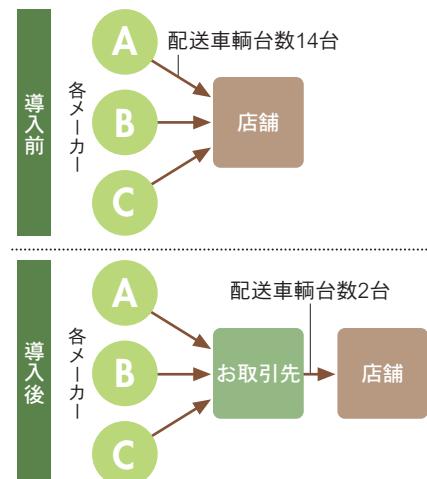


大幅な省エネルギー化と省スペース化を実現した「総合熱利用システム」の室外機

### 什器備品共同配送システムを導入

2003年度より、店舗新設・改装時の環境負荷低減を図り、什器と備品をまとめて搬入する共同配送システムをスタートしました。従来は各メーカーから個別に届いていた什器や備品を、お取引先が一括して在庫管理し、一括搬入しています。配送車輌の店着台数は導入前の14台から2台に集約され、物流の効率化とともに、近隣の皆さまのご迷惑ともなる排ガスや騒音の削減が進みました。今後も導入可能店への全面導入を継続していきます。

#### ■什器備品共同配送システム



## コンビニエンスストア各社と 環境対応製品の調達や 省エネルギー機器の 開発・導入に取り組んでいます。

ファミリーマートではサークルKサンクス、ミニストップ、スリーエフのコンビニエンスストア各社と共同で省エネルギー機器の実験導入などに取り組んでいます。

2004年度は、店舗のガラス面に遮熱効果のある塗料を使用し、太陽光を反射させて電気量の削減を図る実験を行いました。



リユース率を高めた  
店舗外壁



5つのゾーンに分けて照明の照度を調整

## 店内照明設備のバージョンアップ、 バリアフリー設備の導入、リユース可能な店舗構造の導入

従来、店内を3つのゾーンに分けて不用な照明を制御していましたが、2004年度から、さらに省エネ効果の向上を図る目的で5つのゾーンに分けて照明の照度を調整するシステムを採用しました。例えば雑誌コーナー天井の蛍光灯は店外からの太陽光により採光することができるため、照度を若干落としたり、昼間と夜間の照度を調整したり、きめ細かい省エネルギーへの対応を図っています。また、車椅子でのご利用に配慮した通路幅の拡張やレジカウンターの高さ設定、多目的な利用に対応したトイレ(赤ちゃん用のシートの設置、洗面所への手すり設置)などのバリアフ

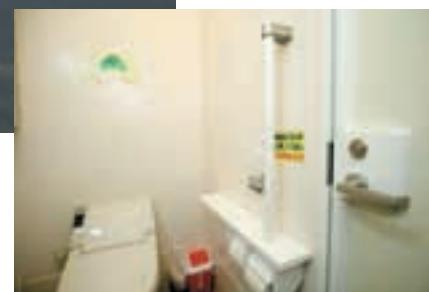
リー設備を2005年4月から順次導入し、ホスピタリティのある店づくりに心がけています。また、店舗の外壁については従来の構造を改善し、建築資材をパーソナライズすることにより、リユース(再利用)率の高い店舗設計への取り組みも積極的に進めています。



車椅子でのご利用に  
配慮したレジカウンター



省エネルギー、省資源、環境保全の店舗づくりを  
実現している我孫子湖北台店(千葉県我孫子市)



手すりを設置するなどバリアフリー設備を  
導入したトイレ

# 店舗運営 —— 生ゴミリサイクル、廃食用油リサイクルの拡大

店舗での廃棄物対策として、  
生ゴミや廃食用油のリサイクルを進めるとともに  
排出量の削減にも取り組んでいます。

## 店舗の環境ステッカー

### 店頭の環境ステッカー

ファミリーマートが環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を取得し、そのしづみに則って環境保全活動に取り組んでいることを広くお客様に知っていただくために、店頭に環境ステッカーを掲示しています。



店頭の環境ステッカー(中央)

## 行政の廃棄物処理への協力

### 廃棄物処理券の販売

自治体が発行する事業系又は家庭系廃棄物の処理券の販売に協力しています。



## 環境省のライトダウン2004 に協力

環境省による地球温暖化防止のための「CO<sub>2</sub>削減・百万人の環」キャンペーンに応じて、2004年6月20日(日)午後8時～10時の2時間、ファミリーマート本部からご加盟店へファサード看板などの消灯を呼びかけました。



ファサード看板をライトダウン

## 生ゴミリサイクル実施店舗の拡大

### 生ゴミ回収リサイクルシステム

1999年より、販売期限を過ぎて廃棄となるロス商品を回収し、肥料・飼料へとリサイクルする「生ゴミ回収リサイクルシステム」の導入拡大に取り組んできました。2004年度は、従来の導入地域に加えて、名古屋市(5月)、横浜市(11月)の業者と生ゴミリサイクルに関する新規契約を締結し、累計582店舗まで導入が進みました。

今後も、お取引先、ご加盟店の協力をいただきながら、引き続き対象地域を拡大していきます。

### 個店設置型生ゴミ処理機

2002年度に個店設置型生ゴミ処理機の導入を開始し、各店舗のバックヤードに電子レンジ式の生ゴミ処理機を設置。販売期限の過ぎた弁当、惣菜、おむすび、サンドイッチなどを減量処理しています。従来からの導入分と合わせて、2004年度末までに直営店累計98店舗に導入しました。機械の購入、容器包装を取り外す手間など負担はありますが、これからも導入を進めていきたいと考えています。

## ■個店設置型生ゴミ処理機の作業手順

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



中容器を処理機にセットします。



蓋をして、スイッチを押せば、処理開始。5Kgの処理時間は約80分です。



でき上がり。不快臭はない、減容率は4分の1、重量は2分の1になります。



## 廃食用油回収リサイクルの推進

店舗のフライヤー商品の調理で使用した後の廃食用油を回収して、飼料などにリサイクルする「廃食用油回収リサイクルシステム」を導入(1999年)し、実施店舗の拡大を進めています。2004年度は累計5,435店舗となりました。廃食用油回収リサイクルの拠点数としては全国最大で、ファミリーマートのフライヤー取り扱い店全体の90%を超えていました。



店舗内に保管された廃食用油



業者のトラックに  
ていねいに移し替え



行政の許可を受けた業者が回収



回収後の缶はきれいに拭いて  
設置場所へ

## 廃棄物・廃食用油回収業者との情報交換会

廃棄物の回収業務を正確に安全に運営するため、廃棄物と廃食用油の回収業務を委託している取引先と定期的に情報交換会を開催しています。



ファミリーマート本社で行われた情報交換会

### 新ユニフォーム

ファミリーマートでは2005年6月より、店舗のユニフォームを刷新します。デザインは店長、スタッフとも同じ。色はファッション性があり汚れが目立ちにくい黒を基調に、アクセントにブルーのステッチを施しました。

生地はポリエステル85%・綿15%。速乾性があり、シワになりにくく、かつ耐久性に優れているのが特徴です。なお、ポリエステル85%のうちペットボトルを使用した再生ポリエステルを55%使用し、環境への配慮をしています。



機能性、耐久性、環境に配慮した  
新ユニフォーム



右の胸にはファミリーマートのロゴ



左のそでにはWe Love Greenのマーク

# 事務所――省エネルギー・省資源・リサイクルへの啓発と徹底

毎月のエコアシスタントリーダー会議で進捗状況を確認、できることから着実に取り組みを進めています。

## 電気使用量の削減

「昼休み事務所内蛍光灯完全消灯」「1時間以上離席時のパソコン電源OFF」、また「離席時のパソコンモニターOFF」など、“だれにでもできること”への取り組みをさらに徹底しました。進捗状況は月に1回開かれるエコアシスタンリーダー会議で確認し、社員一人ひとりの意識をさらに高めています。



## コピー用紙の使用量削減

「両面コピー」、「ミスコピー用紙の裏紙利用」、「ファイリングの推進」など、社員のコピー用紙使用量削減の意識が年々高まり、従来の取り組みを継続して推進しています。しかしながら2004年度のコピー用紙使用量は前年比105.7%と、目標の97%に対して未達でした。原因としては、事業拡大に伴い、ディストリクトの増加や人員の増加により、会議で使用する枚数が増大しているためです。

今後の対策として、会議時のシステム機器活用による紙使用量削減等、仕事の質と効率の向上を両立させたペーパーレス化に取り組む予定です。

なお、コピー用紙の100%再生紙への切り替え(1998年度)、トナーカートリッジのリサイクル(1999年度)などの取り組みは引き続き継続して取り組んでいます。



コピー機周辺にはコピー用紙削減のための注意事項を貼り出しています

## エコロジー事務用度品の導入

事務用度品の購入については、2004年度もグリーン購入に努め、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ました。事務用度品の登録見直しも継続的に行い、導入率のアップを推進しました。

## 社有車の低公害車導入

スーパーバイザーが店舗訪問時に使用する社有車による環境負荷を低減するために、1999年度より八都県市指定低公害車への切り替えを進めています。2004年度は新たに306台の低公害車を導入しました。

## 紙類のリサイクル

事務所から出る紙ゴミ(燃えるゴミ、ダンボール、文書類、紙コップ、シュレッダーなど)は、紙類リサイクルBOXを活用していますが、2004年度のリサイクル率は77.4%と、目標の80%に届きませんでした。

そのため、リサイクルBOXに入れられた紙類が、回収後、どのような工程を経て、どのようにリサイクルされるのかをビデオに収め、社員の関心の喚起と、啓発に努めました。

事務所から出るその他のゴミについても、分別回収(燃えるゴミ、ペットボトル、ビン、缶)の徹底により、廃棄物総量の削減とリサイクルを進めています。



紙類リサイクルBOX

## 安全運転の啓発

2003年12月より、社有車を運転するしないに関わらず、全社員に対して毎月「安全運転ニュース」を電子メールで配信しています。車両点検整備の方法、昼間点灯走行の励行、自動車事故の防止等の啓発活動を行っています。



## エコドライブコンテスト 北九州地区大会で優良賞受賞

2004年11月7日、ファミリーマートの北九州エリアがエコドライブコンテスト北九州地区大会において優良賞を受賞しました。エコドライブコンテストとは、環境省と環境再生保全機構が大気汚染防止の為の事業として全国大会を主催しており、北九州地区大会は北九州市と北九州商工会議所が主催しています。



エコドライブコンテスト北九州地区大会授賞式

# 環境コミュニケーション

地域のみなさまとともに、育んでいきたい…  
環境問題に関するファミリーマートからのメッセージです。

## Famiポートによる 環境メッセージビデオの放映

全国各地に店舗を展開するファミリーマートにとって、店舗は大きな情報発信ネットワークの拠点です。

お客様に環境保全のご協力を願うため、レジの液晶画面にレジ袋削減へのご協力を呼びかけるメッセージ画面を2003年9月より掲載しています。また、2003年10月からマルチメディア情報端末「Famiポート」による30秒間の環境メッセージビデオを上映しています。



レジ袋削減へのご協力を呼びかけるメッセージ画面

## 社会・環境報告書

1999年より毎年「環境報告書」を発行し、1年間の環境活動の概要を報告しています。環境NGOや読者の方々のご意見をできる限り反映させて、一般の方にもわかりやすい編集を心がけています。2004年版からは、「企業の社会的責任」や「経済的な側面」についての報告も記載し、「社会・環境報告書」として編集・発行しています。

配布先は全店舗、全社員、お取引先、行政、マスコミ、金融機関、環境NGOなどで、1万8,000部を発行しています。



2004年版「社会・環境報告書」

## 第7回環境報告書賞 「優良賞」受賞

2004年4月、東洋経済新報社、グリーンリポーティング・フォーラム共催による「第7回環境報告書賞サステナビリティ報告書賞」におきまして、ファミリーマート環境報告書2003年版は「環境報告書賞優良賞」を受賞しました。応募総数301点の中から「環境経営に対する明確な企業姿勢が読み取れる」、「ステークホルダーに対するコミュニケーションツールとして優れている」点などが評価されました。これからも継続して分かりやすい報告書づくりに努めてまいります。



環境報告書賞表彰式

## 「こども環境報告書」の発行など、環境Webサイトを充実

ファミリーマートはより多くの方々に本部やご加盟店の環境への取り組みをご理解いただきたいと考え、環境Webサイトの充実を図っています。2004年11月、小学校高学年向けに環境への取り組みをまとめた「ファミリーマートこども環境報告書」を新たに環境Webサイトに掲載しました。内容は全16ページで構成されており、商品、物流、店舗設備などを中心にファミリーマートの環境への取り組みを小学生に

も分かりやすいように解説しています。

ファミリーマートの環境Webサイト(<http://eco.family.co.jp>)へアクセスいただければいつでもPDFファイルをダウンロードすることができます。



環境Webサイトのトップ画面



新たに環境Webサイトに掲載した  
「ファミリーマートこども環境報告書」

# 愛・地球博に出店

「自然の叡智」をテーマに開催されている  
愛知万博の会場内に出店しました。

## 「環境」と「アジア」をキーワードに、長久手会場へ出店！

ファミリーマートは、愛知県内で開催されている愛・地球博のテーマ「自然の叡智」に学んで創る新しい文化文明の在り方と、21世紀社会のモデルを、世界中の人々との多彩な交流を通じて実現する」ことに賛同し、愛・地球博へ協賛、出店(愛・地球博店=期間内営業)しました。

愛・地球博の開催メッセージには「地球上の総ての『いのち』の持続可能な共生を、全地球的視野で追求することが、21世紀における地球社会の構成員総ての課題で

あり、この課題を解決するために、愛・地球博のテーマである“自然の叡智”を縦糸に、豊かな交流を横糸にして、幅広い参加と交流の博覧会を開催する」とあります。

また、愛・地球博の開催により「国家、地域、企業、市民、NPO／NGO、ボランティアなどの地球社会を支える人々の多様な営みと多彩な参加」により、多くの交流が期待されています。

ファミリーマート愛・地球博店の出店場所は、長久手会場内「グローバルコモン

1－アジアコモン」です。今回の出店により、「環境」と「アジア」をキーワードに、世界中からご来場される皆さまに対して、ファミリーマートの環境への取り組み姿勢やアジアに広がるファミリーマートの展開をご案内できるものと考えます。

会場内において、コンビニエンスストアの本来の役割である便利に使っていただける店舗として、来場者だけでなく、就業者の皆さまにもご利用をいただいている。



ファミリーマート愛・地球博店



お客様まで賑わう店舗内

### 開催概要

#### 1.名称

- 正式名称:2005年日本国際博覧会
- 略称:愛知万博(EXPO2005AICHI)
- 愛称:愛・地球博

#### 2.テーマ

- 自然の叡智

#### 3.サブテーマ

- 宇宙、生命と情報
- 人生の“わざ”と知恵
- 循環型社会

#### 4.開催期間

- 2005年3月25日～9月25日  
(185日間)



## 環境に配慮した店舗設計

### 照明器具

ローコスト化と同時に省資源化を図るために天井を貼っていません。それを前提とした器具の選定を行い、効率の高いセラミックメタルハライドランプを採用しています。同じ明るさを得るために蛍光灯と比較して約15%の消費電力の削減を図ることができ、さらにランプの特性上演色性が高く、商品の見栄えが良くなるという利点も持ち合わせています。



セラミックメタルハライドランプ

### 壁紙

壁紙にはケナフウォールを使用しています。ケナフは短期間に成長する一年草で、生育時に大量の二酸化炭素を吸収・固定し、地球温暖化防止の一助になるといわれており、木に近い性質のため、紙や繊維などを作ることができます。さらに、この壁紙は非木材紙普及協会の認定第1号で、環境保全を目的とした商品であることが認められています。



ケナフウォールを使用した壁紙

### 床材

愛・地球博の会期終了後は店舗を閉鎖し、解体しなければなりません。従来の床材はコンクリートの下地に直接接着されているので、解体作業を行う際に分別することができませんので、他の建設廃材と一緒に処理するしかありませんでした。しかし今回、この店舗で使用している床材は、コンクリートの下地に固着されていませんので、剥がした後に回収し、細かく碎いて、再び床材としてリサイクルすることができます。



リユースが可能な床材

## 環境配慮の内容を告知

ご来店されたお客様に、ファミリーマート愛・地球博店において導入している環境配慮の設備内容をより一層ご理解いただくため、環境情報に関する告知ボードを設置しています。

内容は、空調・冷蔵・冷凍のシステムを一体化して電力を効率良く使用する「総合熱利用システム」や「照明器具」の省エネの取り組み、ケナフを使用した「壁紙」、

リサイクル可能な「床材」についてです。

さらにレジカウンター奥の壁にはファミリーマートが現在取り組んでいる「環境保全活動」と「海外の展開」についてパネルを掲示し、ご紹介しています。



# 市民のための取り組みを通して 市民のためのコンビニであることを 切に願います。

東北工業大学 工学部 環境情報工学科／助教授

近藤祐一郎



## ファミリーマートとの出会い

杜の都・仙台の小高い丘の上に東北工業大学はあります。小生は工学部 環境情報工学科に所属していますが、ここでは3年生の時に「環境マネジメント」の講義が開講されています。この講義の難しいところは比較的新しい分野なので、数学や化学などに見られるような分かりやすい資料集やサブテキストの類が見当たらないことです。ある時、環境報告書をそれに使えないだろうかと思い、さまざまな環境報告書を30冊ほど取り寄せました。多くの報告書が封筒に入れられて送られて来ましたが、そのなかに報告書がそのまま送られて来たものがありました。よく見ると開く部分がテープで留められ、表紙に宛先が書かれたラベルが貼り付けてありました。この時、直感的に感じた「環境への本気の取り組み」を今でも鮮明に覚えています。これが「ファミリーマート社会・環境報告書」との出会いでした。

## 特別講義の実施

しかし、リアリティという点では、小生が講義で説明するにも限界があります。そこで、是非とも「現場の声」を学生達に伝えて頂きたいとの思いから、環境推進部の担当者に特別講義のお願いをしました。ぶしつけなお願いにもかかわらず快く引き受け下さり、わざわざ仙台まで来て下さいました。90分の講義では、ファミリーマートが取り組んでいる環境マネジメントについて、パソコンや本報告書を巧みに使いながら、ビジュアルに分かりやすく解説をして下さいました。堅苦しくなりがちな大学の講義ですが、そのあたりは本報告書と同様に、とても見やすく理解しやすいものでした。特別講義の後半30分間に質疑応答の時間を設けて下さいました。普段の講義ではとても静かなのですが、講師がよかったです。この日は大変盛り上がりいました。例えば、「深夜営業に伴う非行や犯罪へは、どのように対応しているのか?」「深夜営業は照明を点け続けることになり、環境に負担をかけることにならないのか?」などの質問は、我われ教員にとっても大変興味深い点でした。これらの質問にも懇切丁寧に回答して下さいました。例えば、前者の質問については、「実際にそのようなこともあるが、深夜営業という特徴を逆にいかして地域防犯の拠点として位置づけることができないか」と考えているとの旨を説明されました。

このように、現代コンビニの核心に触れるような質問が学生から出たということは、それだけ学生が真剣に聞いていたからであり、それは当日の特別講義がとても素晴らしいことにほかなりません。また、本報告書をサブテキストとして普段の講義のなかで使用したことが、結果的に特別講義の予習としての役割を果たしていたと考えることもできます。試行的な講義スタイルでしたが、学生達にとっては環境マネジメントに関する知識と理解が深まり、心に残る講義となりました。このような成果が得られたことは、白眉たる本報告書ゆえであり、まさに(学生を含む)市民のためという分かり易さが伝わったからです。これからも本気で市民のための取り組みを行い、市民にとって身近なコンビニであることを切に願います。「ファミリー」マートとは、きっとそんな意味も込められているのでしょうか。

## サブテキストとして利用

環境の勉強をしているとは言っても、まだまだ学生は学生です。その点で、もともと市民向けに作られている本報告書は、学生にとっても近づきやすく作られているようです。例えば、2004年度版で紹介されていた「ファミリーマートの24時間」では、時間軸に沿って我われが普段目にしている動きと環境活動とをうまくまとめていますので、イメージがわき易く理解度が断然高いようです。また、講義のなかでエコグッズについて解説する時には、最初に概念を説明した後、「例えば、ファミリーマートでは…」と続けてトイレットペーパーやポプラの割り箸などを紹介しています。更にローカルな点について、仙台には「仙台五橋通り店」がありますが、屋根に付いているソーラーパネルを知る学生はほとんどいませんでした。しかし、本報告書でその存在を知り、実際に屋根を見に行き、はじめて環境配慮型経営とは何たるかを実感したと言います。本報告書は単なるレポートのみならず、このような普段の生活のなかから環境について考えるきっかけを与えてくれる機能も有しているのです。

# 社会・環境報告書2005年版発行にあたって

取締役 常務執行役員  
総務人事本部長（兼）社会・環境推進部管掌  
(兼)コンプライアンス委員長（兼）情報管理室管掌

岡田 誠



企業の社会的な責任という言葉がさまざまな場面で取り上げられるようになりました。私どもと致しましても、昨年発行致しました報告書からタイトルを改め、「社会・環境報告書」と致しました。ファミリーマートの環境活動報告のみならず、社会的な責任に対する取り組みの姿勢、考え方を今まで以上に広く社会に公開し、企業としての説明責任を果たしていくべきであろうとの判断によります。

今回発行致しました本報告書は、「マネジメント」、「特集：ファミリーマートの歩み」、「経済性報告」、「社会性報告」、「環境報告」の5つの章から構成されています。

「マネジメント」につきましては、2003年9月にコンプライアンス委員会を設置、2004年5月に倫理・法令遵守基本方針を制定し、社内体制の整備、社員に対する教育等さまざまな取り組みを推進してまいりました。私はコンプライアンス委員長として、社内報を通じて、2003年度は頭で理解し、認識した年。2004年度はハートで理解し、認識した年。そして2005年度は行動を通じて理解し、認識する年になると伝えていま

す。社員一人ひとりが誠実に、社会的な責任に対する意識を持って行動するような環境づくりに努めて参ります。

「特集：ファミリーマートの歩み」では、ファミリーマートの過去から現在までの時間軸に基づいて、事業活動の内容を紹介しています。1970年代、実験店のスタートからこれまでの事業活動を「経済性」、「社会性」、「環境」の3つの側面から捉えました。ファミリーマートが社会の中でどのように受け入れられてきたのか、その活動の軌跡を年代別にまとめました。また、フランチャイズ契約に基づき、事業パートナーとして長年一緒に歩んでこられたご加盟店に登場いただき、これまでの店舗経営について振り返っていただきました。お客さまの為、地域社会の為に取り組んでこられたご加盟店の姿を通して、コンビニエンスストアとしての社会的な責任について紹介しています。

「経済性報告」では、商品・サービスの新しい取り組み、国内、海外への店舗展開の取り組みについて紹介しています。今後、ファミリーマートはパン・パシフィック構想のもと、2008年度グローバル2万店体制に向けて、日本で培っ

た運営ノウハウを携えて米国へ進出致します。

「社会性報告」では、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営む私どもと致しまして、特に重要な「食品の安全安心の取り組み」、「お客さまから寄せられたご意見と改善の取り組み」、「ご加盟店、社員、地域社会との取り組み」について紹介しております。

「環境報告」では、ISO14001に基づく環境活動についてまとめました。私どもは、環境に配慮した商品開発、ハイブリッド配送車輌の導入、省エネルギー・バリアフリーに配慮した店舗施設、廃棄物の適正処理とリサイクル等に取り組んでいます。また、愛・地球博の会場へ出店した店舗の環境配慮の取り組みについても紹介しています。

ファミリーマートはこれからも社会的な責任を果たしながら、持続可能な発展をめざします。「社会・環境報告書」をお読みいただき、皆さまからの忌憚のないご意見、ご要望を頂戴できれば幸いです。

## あとがき

今回の特集ページ「ファミリーマートの歩み」の“CO-GROWING TALK”では、長年ファミリーマート店舗を経営されているご加盟店にお話しを伺いました。ご加盟店とともに共同成長をめざしてきたファミリーマートの事業活動を振り返るとともに、ご加盟店のお話しを通して、フランチャイズ本部としての本業における社会的責任とは何かを考えたいと思いました。

取材に伺った店舗は加盟されてから十数年～二十余年になります。これまでどのようにご苦労を重ねて店舗の運営を続け、地域社会の中でお客さまから信頼され、支持を得てこられたのかという話を伺いました。中でも「今日ご来店されたお客さまが明日もいらっしゃるとは限らない。だからお客さまへのホスピタリティを大切にしたい」という言葉は印象的でした。ご加盟店の中には開店当時小学生又は中学生だった子供さんが今では一緒に店舗の運営をされているというお店もあります。生活をかけて加盟された方々にとって、改めて本部としての役割、責任とは何かを考えさせられました。

この報告書を通して、ご加盟店と本部の共同成長の取り組みをより一層ご理解いただけたら幸いです。  
(高橋)



[社会・環境推進部メンバー]左より、新井弘之、佐藤久子、  
部長 早崎康隆、堀越正行、マネジャー 高橋哲



### [お問い合わせ先]

#### 株式会社ファミリーマート 社会・環境推進部

〒170-8404 東京都豊島区東池袋4-26-10

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

ホームページ:<http://www.family.co.jp>



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



© 30%  
Minimum  
SGS-COC-1696

FSC FSC Trademark © 1996 Forest Stewardship Council A.C.

2005年6月発行  
(次回発行は2006年6月予定)