

CircleK Sunkus



株式会社サークルKサンクス

社会環境報告書2015



経営理念・経営ビジョン・行動指針

サークルKサンクス
社会環境報告書 2015



経営理念

わたしたちは、
社会に信頼され、
成長し続ける企業をめざします。

サークルKサンクスでは、経営理念のもと、安全・安心で高品質なおいしい商品をご提供し、社会貢献活動や環境保全活動にも誠実に取り組んでいます。また、法令の遵守、公正な情報開示など企業規模に見合った社会的責任を果たします。その上で、改革や創意工夫を通じて企業価値を高め、株主様、お客様、地域社会の皆様、加盟店様、お取引先様、社員など当社に関係する全ての人・組織に対して価値を提供し続ける企業でありたいと考えています。



経営ビジョン

いちばんの満足をおあなたに

いつも期待以上の満足がある。いちばんの元気を、いちばんのきれいを、いちばんの便利を、いちばんのおいしさを。地域一人ひとりのお客様にとって、いちばんの満足を提供できるお店になれるよう、取り組んでまいります。



行動指針【私たちの基本原則】

① お客様へ

私たちは、お客様に支持をいただくため、法令を遵守し、企業倫理や社会道徳の正義の精神を尊重するとともに、お客様に喜ばれる商品・サービスを、安全で安心な品質を最優先に提供いたします。

② 加盟店様へ

私たちは、公平で公正な経営指導を行い、加盟店様の利益の確保に努め、相互の信頼関係を築き、共存共栄を図ります。

③ お取引先様へ

私たちは、関連する法令等を遵守するとともに、常に対等なパートナーシップのもと、公平で公正な取引により、堅固な信頼関係を築き、相互の繁栄をめざします。

④ 地域社会の皆様へ

私たちは、社会貢献や環境保全への取り組みを自主的かつ積極的に取り組むとともに、地域社会の発展のため、市民の一員として行動します。

⑤ 私たちとして

私たちは、皆様の声を広く取り入れ、企業活動の最適化を継続的に行うとともに、企業情報を積極的かつ公正に開示し、社会に信頼される企業をめざします。

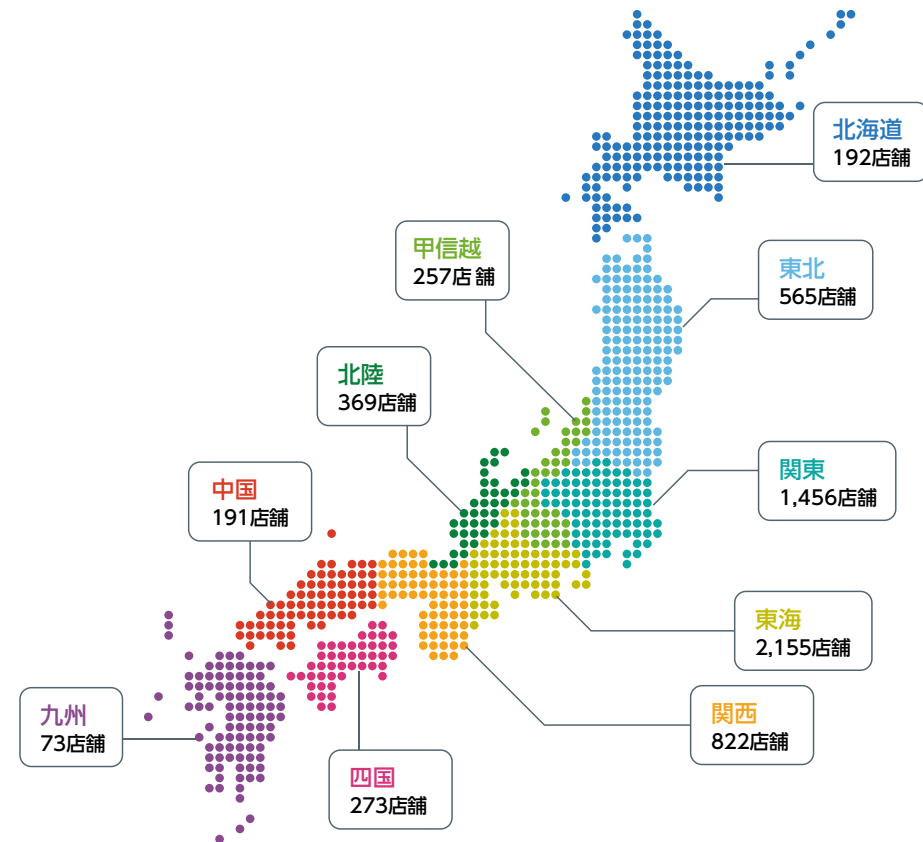
会社概要

サークルKサンクス会社概要

社 名	株式会社サークルKサンクス
本 部 所 在 地	東京都中央区晴海2-5-24 晴海センタービル4階・5階 TEL:03-6220-9000 (代表)
本 店 所 在 地	愛知県稲沢市天池五反田町1番地
代 表 者	代表取締役社長 竹内 修一
設 立	2001年7月2日 ※1984年1月26日設立のサークルケイ・ジャパン株式会社（2001年7月1日商号を株式会社シーアンドエスに変更し、完全持株会社となる）より、会社分割手続きによって事業会社を新たに設立した日。
資 本 金	83億8,040万円
主 要 株 主	ユニーグループ・ホールディングス株式会社
事 業 内 容	コンビニエンスストア「サークルK」「サンクス」のフランチャイズ事業及び店舗経営など
従 業 員 数	1,816人 ※2015年2月末現在
チェーン店舗数	サークルK 3,560店舗
	サンクス 2,793店舗
	計 6,353店舗 ※2015年2月末現在、エリアフランチャイザー含む



店舗展開



※2015年2月末現在

編集方針

基本方針

サークルKサンクスの社会・環境への取り組みを皆様にわかりやすくお伝えするため、報告項目をサークルKサンクスに関わるステークホルダーごとに分類し、詳しく紹介しています。報告ページでは、多くの方が見やすいよう、ユニバーサルデザインフォントを採用し、配色や図表にも配慮しました。

UD FONT

ユニバーサルデザイン (UD) の考え方に基づき、より多くの人へ適切に情報を伝えられるよう配慮した見やすいユニバーサルデザインフォントを採用しています。

●発行

2015年9月

●対象範囲

サークルKサンクス本部及び店舗の事業活動、並びにお取引先様にご協力いただいている商品、物流、建設などの取り組みを中心に作成しています。

●対象期間

2014年度(2014年3月1日～2015年2月28日)。また、2015年3月度以降についても重要事項と思われる内容は併せて記載しています。組織・役職名は2015年3月1日現在のものを記載しています。

アンケートご協力をお願い

下記URLにてアンケートを実施しています。忌憚のないご意見をいただけると幸いです。
<http://www.circleksunkus.jp/company/activity/questionnaire/index.html>

Contents 目次

トップインタビュー

経営理念・経営ビジョン・行動指針	1
会社概要	2
編集方針・目次	3
トップインタビュー	4・5

特 集

未来の子ども達に幸せな笑顔を贈ります	6・7
物流センターの統合	8

コーポレート・ガバナンス

ステークホルダーの皆様とともに	9
コーポレート・ガバナンス	10

お客様のために

商品の安全・安心への取り組み	11・12
お客様の利便性向上をめざして	13
お客様の声を受けとめる仕組み	14

地域社会とともに

地域と連携した取り組み	15
安全・安心な社会に向けての取り組み	16

お取引先様とともに

パートナーシップで実現する 「お客様満足」の向上	17
-----------------------------	----

加盟店とともに

加盟店との共創共栄をめざして	18
----------------	----

社員に向けて

働きがいのある職場づくりのために	19
------------------	----

地球環境のために

環境マネジメントシステム	20
循環型社会への取り組み	21
低炭素社会への取り組み	22・23
店舗における環境にやさしい取り組み	24・25
環境影響と負荷低減への取り組み	26
環境活動の実績と目標	27・28
2014年度の環境成果	29

トップインタビュー

社会環境活動に結びつくような 事業活動に取り組み、 コンビニの社会的な役割を果たしていきたい。

株式会社サークルKサンクス
代表取締役社長 竹内 修一

——ユニーグループとしてのホールディングス体制のもと2年が経過し、社会環境活動においてもグループシナジーの成果が表れてきましたね。

ホールディングス化以前は、サークルKサンクスがコンビニエンスの特徴を活かして進めてきた社会環境活動と、小売業で唯一のエコ・ファースト企業としてユニーが取り組んできた活動には、同じような方向性はあったものの関係性が薄く、それぞれ独立した活動になっていました。社会環境活動というのはさまざまなやり方があり、ホールディングス体制になったことにより単体でやっていた時には気づけなかった取り組みを学び、活動の幅が広がったことは大きな成果です。それとともに、両者の取り組みを融合させたことで、お取引先様も巻き込んだ「ドネーション企画」などが生まれています。「未来の子ども達に

幸せな笑顔を贈ります」をテーマに取り組む活動の数々は、その発展性を考えると、我々自身がわくわくする取り組みであり、従業員のやりがいも生まれています。

——一方で、コンビニが社会インフラとして重要視されてきている中、サークルKサンクス単体としては、コンビニと地方自治体との連携のモデルケースになる取り組みが注目されているようです。

京都市交通局との連携で、快適なバス待ち環境を提供する「バスの駅」の設置がその一つです。今年9月からスタートですが、バス停と近接した店舗を対象に、店内でバスの待ち時間を過ごしていただくサービスです。店内のレジカウンターにバス接近表示器を設置、バスが来るまでの時間を店内でお買い物を楽しみながら過ごせるよう活用し

ていただくものです。雨や風、雪といった天候のとき、暑いときや寒いとき、夜間にも安全に安心してバス待ちができます。

また、愛知県豊田市で6月からスタートさせた電気自動車のシェアリングサービス「Ha:mo RIDE (ハーモライド)」のステーション設置も、コンビニ業界では初の取り組みです。ハーモライドは、トヨタ自動車の実証運用する超小型電気自動車「コムス」を使い、車などパーソナルな乗り物と公共交通を最適に組み合わせることによって、人や街、環境にやさしい移動の実現をめざす交通サポートシステムです。すでに設置されていた豊田市内の各駅や庁舎などに加え、サークルKサンクスの一部店舗にステーション機能を設置することで、お客様のさらなる利便性向上と、豊田市内での社会インフラ機能の充実に貢献したいと考えています。



こういった取り組みは、コンビニを社会インフラとして有効に活用していく一例です。コンビニに求められる利便性が大きく変化している中で、今求められる便利を追求することが、地域の皆様のお買い物支援や地域貢献につながっていくのです。

—今年、ISO14001の規格が改正され、事業活動と環境活動の結びつきを重視する方向性へと規格の要求事項が変わります。店舗を活用した地域貢献は、まさにこのISO14001の方向性とも合致することですね。

「事業活動そのものが環境や社会貢献に結びつく活動」は、ユニーグループが当初からめざしていることです。その中で、コンビニはスーパーと比べ、より小さな商圈の中で地域に密着している営業形態ですから、それを活かして営業活動と社会貢献活動をどうすればもっと結びつけていけるのか、その方向性を5年後、10年後を見据えて探っていかなければいけません。

実は昨年、コンビニ業界として時代の変化に合わせたコンビニの社会的役割を考えようという取り組みをスタートさせ、他社とも積極的に情報交換を実施しています。コン

ビニ各社は、さまざまな社会環境活動を展開しており、我々がユニーグループに入り、いろいろな切り口に気づいたように、他社の事例も参考にしながら、そこに我々なりの新しいやり方、考え方を加えてどんどん広げていくことも大事だと考えています。

当社としては、社員・加盟店を対象に「認知症サポーターの養成」を行っています。セーフティステーションの役割を担い、出歩いて帰れなくなっている認知症の方を保護することも重要な役割ですが、うまくサポートすれば日常生活は十分送れるという認知症の初期の方も大勢いらっしゃると思います。今後そういった層がますます増えていくと思われる中、そうしたお客様のサポートは、まさに小商圈に強いコンビニに対して求められている社会貢献ですから、この取り組みを他へ広げていくためにも、ぜひ、力強く進めていきたいと考えています。

—もう一つ、「地域の環境保全」も大切な視点ですね。

社会に新たな光を灯す活動を進めていく一方で、我々の営業活動にはどうしても食品廃棄物の発生やエネルギーの消費など、



環境負荷という影の部分も生まれます。それをどれだけ減らしていくかも社会環境活動に取り組む大切な視点です。

「食品リサイクルループ」の取り組みでは、店舗から排出された食品廃棄物からつくった肥料でお米を育て、それを使ったお弁当やおにぎりを販売しています。これは、ユニーとの協働で実現した取り組みで、今後も継続していきます。やはりスーパーという規模だからこそできることもあり、ホールディングスとしてのスケールメリットを活かし

て、一体となって取り組むことで確実に成果を上げていきたいと考えています。

「いちばんの満足をあなたに」が当社の経営ビジョンですが、お客様の満足は、時代によってどんどん変わります。大切なのは、何事もしっかりと継続していく中で、お客様や社会の変化を敏感にキャッチし、常に一歩先の最適を見つめ活動していくことだと考えています。



社会貢献活動

未来の子ども達に 幸せな笑顔を贈ります

ユニーグループでは、社会貢献活動のテーマを「未来の子ども達に幸せな笑顔を贈ります」としています。さらに2013年～2017年の5年間は、グループとして東北の子ども達を対象にさまざまな企画を実施してまいります。

サークルKサンクス
社会環境報告書2015

6



店頭募金を実施

全店舗に募金箱を設置し、お客様が身近な場所で気軽にできる社会貢献活動のお手伝いをしています。

2014年度募金結果の詳細はコチラ

「全国盲導犬普及キャンペーン」

(寄託先：全国盲導犬施設連合会)

一人でも多くの視覚障害者の自立、社会参加の機会増大につながる活動を推進するための盲導犬育成・普及支援。



「東北の子ども達に幸せな笑顔を贈ります」

学び舎バスの提供 (寄託先：レスキューストックヤード)

東日本大震災の被災地である宮城県七ヶ浜町において、仮設住宅暮らしで居場所のない子ども達に、マイクロバスを改造した学びの場を提供。

学び舎バス贈呈式の詳細はコチラ



「東北の子ども達に幸せな笑顔を贈ります」

東北レインボーハウス活動支援 (寄託先：あしなが育英会)

東日本大地震・津波で親を失った子ども達のケアを本格的に取り組むための施設「東北レインボーハウス」(仙台市、石巻市、陸前高田市)の運営支援。



NPO団体への支援

人道支援を目的に、企業活動から得られる利益の一部を2つのNPO団体へ寄託し、その活動を支援しています。

JHP・学校をつくる会

カンボジアを中心に学校の建設や修復、教育支援などを行う国際協力NGOです。サークルKサンクスでは、2003年度にカンボジアでの学校建設支援を始めて以来、2014年度までに12の小中学校で合計21棟の校舎建設を支援。また、2014年からは、過去に建設支援したオーリヤンアウ小学校を労働組合の役員が訪問しブランコを設置するなど、さまざまな形で支援しています。支援により建設された小中学校では、2014年12月現在、9,000人を超える生徒が学習をしています。



ファミリーハウス

小児がんなど難病と闘う子ども達とその家族のために、宿泊施設を提供し、経済的・精神的負担を軽減する活動を展開する施設です。サークルKサンクスでは、運営資金や食品など物資の提供による支援を実施しています。



ドネーション企画

ユニー株式会社、ご賛同企業各社と共同で、対象商品お買い上げ1品につき1円を東北の子ども達への寄付金とし、さまざまな形で支援しています。

楽器贈呈企画

(2014年4月24日～5月7日実施)

企業7社と共同の企画で、被災地の小学校にプラスバンドの楽器を寄贈。

金額：3,455,413円
(グループ計)



花王企画

(2014年5月20日～6月23日実施)

花王株式会社と共同の企画で、東北の学校・幼稚園などに絵本を寄贈。

金額：1,051,884円
(グループ計)



ミュージカル支援企画

(2014年11月21日～12月7日・
2015年4月23日～5月10日実施)

企業11社と共同の企画で、東北の子ども達による震災をもとにしたミュージカル (2015年8月上演) を支援。

金額：4,380,172円
(グループ計)



みちのく未来基金へ寄付

サークルKサンクスは、ユニーと共同で、2012年3月より「公益財団法人みちのく未来基金」への寄付を行っています。この組織は、東日本大震災で親を亡くした子ども達が将来の夢をあきらめず進学できるように設立された奨学基金です。サークルKサンクスとユニーは、2021年まで寄付を継続し、10年間にわたり被災地の子ども達の進学を支援していきます。



クリーンアップキャンペーン活動

春と秋の年2回、「クリーンアップキャンペーン」を全国で展開しています。このキャンペーンは、従業員の環境に対する意識向上と環境活動への理解、地域社会の一員として地域貢献に取り組むことを目的としたボランティアの清掃活動です。2014年度の開催回数は延べ119回(エリア会社含む)で、3,337名の参加がありました。また、同キャンペーンはユニーグループ各社で実施しており、子どもの通学路や公園などの清掃により、子どもの環境整備にも取り組んでいます。



東北復興応援ツアーを開催

サークルKサンクスでは、JA全農みやぎと共同で、小学生親子を対象とした「親子で稲刈り体験&行こうよ!みやぎ観光地ツアー」を2014年10月4日・5日の2日間にわたり開催、20組40名の親子を無料で招待しました。

また、2015年5月9日・10日には、20組40名の親子を無料招待した「親子で田植え体験&行こうよ!みやぎ観光地ツアー」を開催。これらのツアーは、親子で楽しく農業を体験し、食育を学んでいただくとともに、宮城県の観光を通して東北地方の復興に貢献することを目的としています。

参加した小学生のアンケートでは、「なかなかできない体験ができて良かった」「楽しく思い出に残ると思う」などといった稲刈り体験および田植え体験の感想のほか、東北の方々への応援メッセージが多数寄せられました。



イベント風景は
こちら



イベント風景は
こちら

物流センターの統合

サークルKサンクスでは、グループ会社のユニーと共同で物流の効率化を図っています。2013年10月より稼働している「ユニーグループマザーセンター」では、プライベートブランド商品「スタイルワン」「プライムワン」の物流拠点が確立しました。また、全国10エリアにあるサークルKサンクスおよびユニーの物流センターのうち、近接する3 エリア（関東・静岡・北陸）の統合を計画しており、北陸エリアでは2015年2月22日より「ユニーグループ北陸物流センター」が稼働しています。2015年6月21日からは静岡エリアで「ユニーグループ静岡物流センター」が稼働を開始、今後は関東エリアにおいても、グループ物流センターが稼働予定です。これらにより、物流コストおよび物流に関わる環境負荷を低減します。



ユニーグループ静岡物流センター

静岡エリアの物流拠点となる「ユニーグループ静岡物流センター」が、2015年6月21日よりフル稼働し、一般加工食品（ドライ・菓子・飲料・酒）、雑貨などを配送しています。センター内にはリサイクル施設や太陽光パネルなど、環境に配慮した設備を設置しています。



施設の設備

センターの屋根に太陽光パネルを設置 最大容量30kℓの軽油インタンクを設置 非常用発電機を設置



対象店舗 サークルKサンクス 268店舗 ユニー 26店舗 合計 294店舗（2015年5月末時点）

ユニーグループ北陸物流センター

北陸エリアの物流拠点となる「ユニーグループ北陸物流センター」が、2015年2月22日より稼働し、一般加工食品（ドライ・菓子・飲料・酒）、雑貨を配送しています。このセンターは、ユニーの2拠点の物流センターをサークルKサンクスの物流センターに統合したものです。



対象店舗 サークルKサンクス 369店舗 ユニー 16店舗
合計 384店舗（2015年5月末時点）

ユニーグループマザーセンター

プライベートブランド「スタイルワン」「プライムワン」のドライ食品を対象としたユニーグループ共同物流の拠点として、2013年10月より、「ユニーグループマザーセンター」が稼働を開始しました。「マザーセンター」の稼働により、各メーカーは商品を一括して配送するだけで済むため、全国29カ所（2015年5月末現在）にあるユニーおよびサークルKサンクスの物流センターまでの配送ラインを一本化することができました。



ステークホルダーの皆様とともに

サークルKサンクス
社会環境報告書 2015



ステークホルダーマップ

サークルKサンクスは、加盟店と本部の両輪体制によりステークホルダーの皆様とつながっています。また、全ての人に関わる地球環境もステークホルダーの一部として考え、環境保全に取り組むとともに、社会のニーズに応える企業へと成長していきます。

地域社会とともに P15

地域社会の発展のため、社会貢献につながる取り組みを積極的に展開し、市民の一員として行動します。



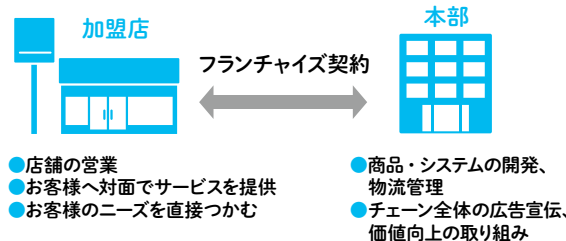
お客様のために P11

お客様の声をさまざまなかたちで取り入れながら、便利で安全な商品・サービスを提供していきます。



加盟店とともに P18

加盟店と本部は共創共栄を図るパートナーです。それぞれの役割を担いながら、理念とビジョンを共有・実現することで、社会・環境に貢献し、お客様に信頼される店舗をめざします。



地球環境のために P20

美しい地球を次世代へと受け継いでいくために、循環型社会・低炭素社会の実現に向け、さまざまな環境保全活動を推進しています。



お取引先様とともに P17

対等なパートナーシップのもと、お取引先様とゆるぎない信頼・協力関係を築き、相互の繁栄をめざします。



社員に向けて P19

多様な人材育成制度の実施や、働きやすい職場に向けた取り組みを行い、従業員一人ひとりが能力を発揮できる環境づくりを進めています。



コーポレート・ガバナンス

※サークルKサンクスでは、コーポレート・ガバナンスにおいて、確実に守ることを表現するために「遵守」、仕組みがあるということではなく、仕組みが正しく機能している状況を表現するために「態勢」という文字で表記しています。

サークルKサンクス
社会環境報告書 2015

10

コーポレート・ガバナンスの基本方針

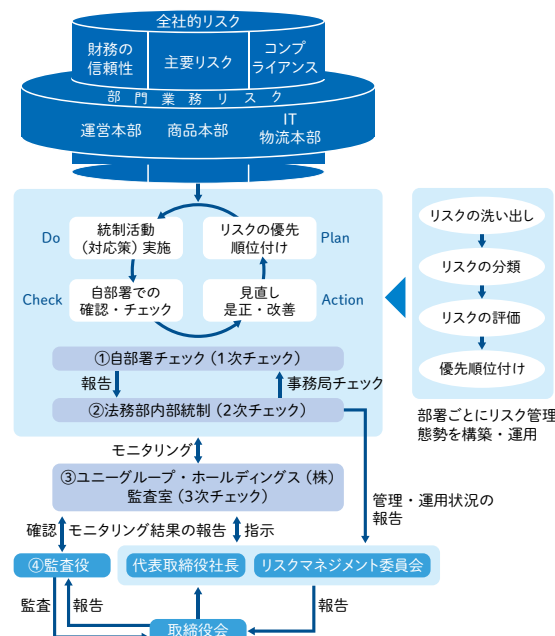
サークルKサンクスは、お客様、加盟店、お取引先様、地域社会、従業員などサークルKサンクスを取り巻く全ての人・組織をいずれも重要なステークホルダーと位置づけています。積極的な情報開示により各ステークホルダーとの良好な関係を築くとともに、あらゆる企業活動において法令を遵守し、コンプライアンス・リスク管理体制を含めた透明性の高い内部統制システムを整備・確立していきます。これを通じてコーポレート・ガバナンスの充実を図り、企業価値のさらなる向上に努めています。

リスクマネジメント態勢※

サークルKサンクスは、事業活動に関するさまざまなリスクに的確に対応するため、リスクを定義・分類し、それぞれのリスクごとに所管する部を定めています。当該所管部において継続的にリスクを監視するとともに、未然防止および発生時の最小化に向け、リスクマネジメント態勢を強化しています。

リスクマネジメント態勢とは、組織全体の目標達成に向けた貢献を阻害するリスクの把握を行い、改善策を講じることです。サークルKサンクスではその基準となる「リスク管理規程」を策定し、「リスク管理規程」に基づいて全社リスクと部門業務リスクのマネジメントの効率化および最適化を継続的に見直しなが、事業目標を実現するための業務改善活動を行っています。

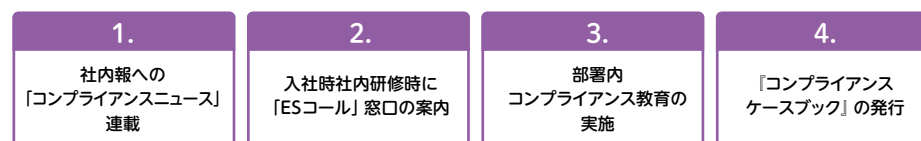
■リスクマネジメント態勢図



コンプライアンス態勢※

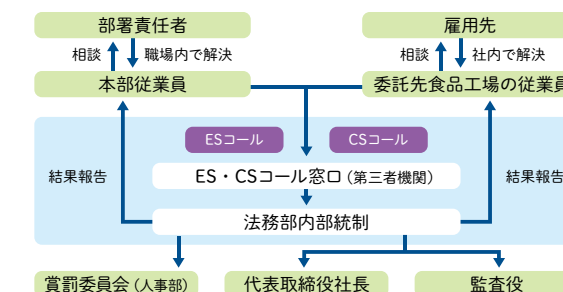
サークルKサンクスでは、業務の中でコンプライアンスを実践していくために、職場環境の整備や従業員の教育を推進しています。

サークルKサンクスのコンプライアンスに対する考え方は、法令遵守はもちろんのこと社内規程の遵守、関係官庁の指導や企業倫理、社会道徳に照らし、ステークホルダーより支持を得られる判断と行動を選択するものです。そのため、従業員のコンプライアンスに関する教育を実施しています。



2006年4月「公益通報者保護法」に対応して、法律、企業倫理違反や社会道徳の欠如に対する社内通報制度として「社内通報規程」を整備するとともに、社内通報窓口「ESコール」を設置し運用しています。また、サークルKサンクスの委託先食品工場には「CSコール」窓口の案内ステッカーを掲示、食品の安全と安心についての情報を得られるように監視しています。これらによって、通報者の保護と組織の職場環境の最適化に努めています。

■「ES・CSコール」フロー



- ESコールとは
社内で法令、行動指針、規程違反および倫理、道徳に対する判断ミスや職場環境の悪化が顕在化した場合に連絡する窓口。伝達機能や判断ミスの機能改善を図っています。
- CSコールとは
サークルKサンクスのオリジナル商品を製造している工場より、食品の「安全」・「安心」に関する情報を収集する窓口。

商品の安全・安心への取り組み

サークルKサンクス
社会環境報告書 2015

11

食材品質のチェック

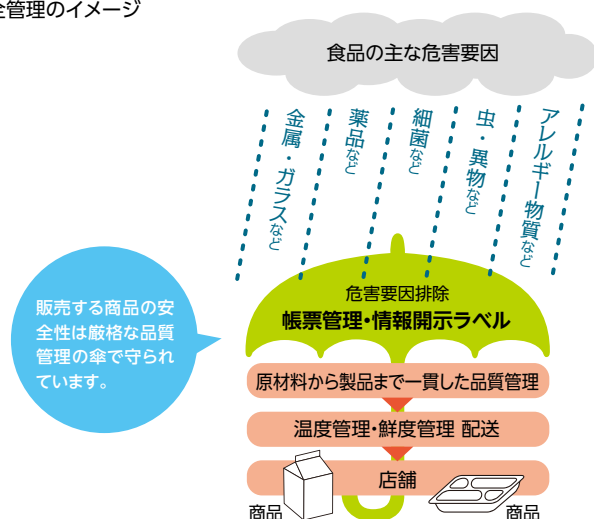
サークルKサンクスでは、食品の安全性向上のために、商品開発時に使用する食材の安全性を一つひとつ確認しています。使用する食材は原料メーカーの規格書をもとに厳格なチェックを実施（2014年度は約3,000種類）。商品化の際は安全が確認された食材のみを使用するよう徹底しています。今後も引き続き、食材の厳格な品質管理を全ての専用工場で実施し、食の安全・安心を守ります。

原材料から製品までの一貫した品質管理

サークルKサンクスの全ての専用工場では、原材料の産地や洗浄・カット・調理などの各工程の時間・温度を管理し、さまざまな食材の危害要因から食品を守っています。

厳格な管理下で製造された商品は、工場から出荷された後も、店舗までの配送、店舗での陳列・販売の一連の流れの中で常に最適な温度で保たれ、安全性が確保されています。さらに、でき上がった商品は全て金属探知機を通し、誤って金属が混入していないかチェックされます。

品質と安全管理のイメージ



異物混入を防ぐ工場内の取り組み

食材を調理する専用工場内では、従業員の清潔を保ち、異物などが混入しないように細心の注意を払うことで、安全・安心な商品をつくっています。また設備機器は定期的に洗浄され、チェックを受けています。

さらに米飯・調理パン・惣菜・調理麺については、毎年項目が更新されるチェック表に沿って、厳密な調査を実施しています。

清潔を保つための工場入場手順

清潔な作業服・マスク・帽子を着用する

専用の道具や機械で、作業の前に作業服の付着物を入念に取り除く

ブラシなどを使って、爪の間から手のひらまで入念に洗い、アルコールなどで殺菌・消毒する

再度、全身を確認する

食材に触れる時には必ず専用手袋を着用する



ローラー掛け



金属探知機

商品の安全・安心への取り組み

保存料・合成着色料の排除

食の安全・安心を追求するために、2005年10月よりオリジナル商品のお弁当・おにぎり・サンドイッチ・惣菜・調理麺には「保存料」「合成着色料」を一切使用していません。またオリジナル商品以外についても、厳格な基準で精査した食材を使用しているので安心です。



製品ラベルの拡大図

「食の安全」への意思統一を図る品質管理部会議

サークルKサンクスでは、商品を製造する全国の専用工場や製造業者の責任者などが参加する「品質管理部会議」を定期的実施しています。また、100人以上が参加する品質管理部会議は、年3回開催しています。会議では、食品表示関連法令に基づく商品情報表示や、地区ごとの食品製造課題などの内容を確認し合い、安全・安心な商品づくりに向けた意思統一を図っています。

ラベルでの商品情報表示

お客様に安心してお買い求めいただけるよう、店頭での商品管理を徹底しています。それぞれの商品ラベルには、商品名やバーコードのほかに、消費者の皆様にお知らせすべき情報をわかりやすく記載しています。また、お弁当・惣菜などの商品のラベルには、「食品衛生法」「JAS法」「健康増進法」「景品表示法」といったさまざまな法律に準拠した、「栄養成分」「原材料」「アレルゲン」「容器の材質識別」「食品添加物」を表示しています。特に、アレルゲンでは「義務表示7品目」及び「任意表示20品目」を漏れなく記載し、増え続ける食品アレルギー問題にも対応しています。また、本年4月に施行されました食品表示法に対応する準備を実施しています。

栄養成分

1包装あたりの熱量・蛋白質・脂質・炭水化物・ナトリウムの量を表示。

原材料

商品に使用されている原材料を重量の割合が大きい順に表示。

アレルゲン

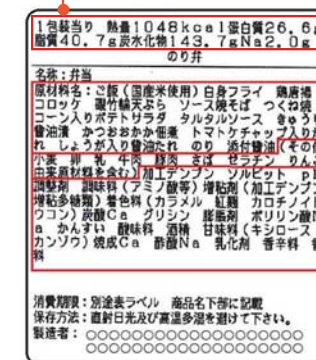
食品衛生法に定められた「義務表示の食品」7品目と「任意表示の食品」20品目を漏れなく表示。

食品添加物

安全・安心に召し上がっていただくための食品衛生法の規定に基づく使用添加物を表示。

容器の材質識別

お客様の分別を容易にして容器包装のリサイクルを進めるための材質識別表示。



お客様の利便性向上をめざして

サークルKサンクス
社会環境報告書 2015

13

電子マネーなどへの対応

電子マネーの普及などにより、お客様の代金お支払い方法へのご要望は多様化しています。サークルKサンクスでは、「楽天Edy」や各種交通系の電子マネーに加え、主要クレジットカードや「QUOカード」などの商品券によるお支払いにも対応し、お客様の利便性を高めています。



介護用品の取り寄せサービス

高齢化社会を見据え、近くの店舗で手軽に介護用品をお求めいただける「便利」を提供するため、2011年より介護用品カタログを発行し、店舗設置のKステーションを使って、カタログから選んだ商品を店頭に取り寄せるサービスを実施しています。カタログの商品は、インターネットでもご注文が可能です。さらに2014年4月からは、カタログ記載のフリーダイヤルへご注文いただくと、ご自宅にお届けするサービスも開始しています。



介護用品カタログ

マルチコピー機

マルチコピー機ではコピー、FAX、スキャンに加え、記録メディアやスマホの写真データを手軽に証明写真等の各種サイズにプリントできる「写真プリントサービス」、市区町村の各種証明書が発行できる「行政サービス」、Webにアップした各種データをプリントアウトできる「ネットワークプリントサービス」など、多様なサービスを提供しています。また、地図、各種新聞、四季報、プリント楽譜、占いなど、各種コンテンツが購入できる「コンテンツプリントサービス」には順次コンテンツが追加されるなど、お客様のさらなる利便性の向上のため、サービスを拡充しています。



マルチコピー機

宅急便店頭受取りサービス

ヤマト運輸株式会社が取り扱う宅急便やクロネコメール便に加え、「宅急便店頭受取りサービス」と「宅急便受取り場所選択サービス」を、2014年2月より開始しました。「宅急便店頭受取りサービス」では、ご自宅や勤務先の近くなどのサークルK・サンクスのお店で、お客様のご都合の良い日時に宅急便の受け取りが可能です。店舗設置のマルチメディア端末にて「お問合せ番号」と「認証番号」を入力し、簡単に受け取ることができます。

店頭での受取手順

- 1 店頭の「Kステーション」から「荷物を受取る」を選択
- 2 あらかじめメールで通知されている「お問合せ番号」と「認証番号」を入力
- 3 出力されるレシートを持ってレジ受付へ

column 「Rポイントカード」の利用が可能に

2014年10月より、楽天株式会社が開始した共通ポイントサービス「Rポイントカード」の加盟企業として参画しました。同カードは、お買い物の際提示いただくだけで、決済手段に関わらず「楽天スーパーポイント」が貯まり、貯めたポイントは、1ポイント1円としてご利用可能です。またサークルKサンクスの会員組織「+K（プラスケイ）」に、Rポイントカード番号をご登録いただくと、毎週火曜日のポイント2倍デーや、単品ボーナスポイントなど、さらにお得にポイントが貯まります。

これにより、9,900万人を超える楽天会員と既存のお客様の利便性向上につなげ、また、会員の購買データを詳細に分析する事で、個々のお客様に最適なサービス・商品を提供していきます。



+K Rポイントカード

[+K会員サイトの詳細はコチラ](#)

お客様の声を受けとめる仕組み

サークルKサンクス
社会環境報告書 2015

14

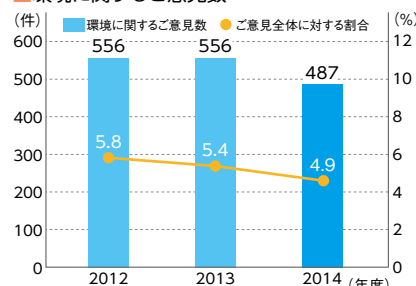
貴重なご意見を改善へとつなげる「お客様相談窓口」

サークルKサンクスでは、「お客様相談窓口」を設置し、お客様からのお問い合わせやご意見・ご要望などを、電話またはメールで承っています。いただいた貴重なご意見は、速やかに担当部門へと伝達し、担当者と店舗・お取引先様などと連携しながら改善のためのマニュアルやシステムづくりに反映するなど、全ての部署でお客様の意見を共有する仕組みづくりに取り組んでいます。2014年度に寄せられたご意見は合計9,855件、そのうち、環境に関するご意見は487件（ご意見全体に占める割合4.9%）でした。内訳は下記のとおりです。

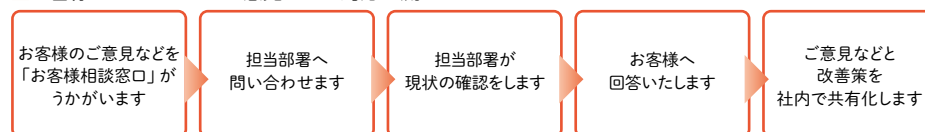
■環境に関するご意見数

		2012年度	2013年度	2014年度
店舗環境	店内の異臭	69	54	52
	店内外が汚い	144	187	145
	たまり場（騒音）	160	181	137
その他	配送者の運転マナー・態度が悪い	86	63	71
	配送車の騒音・駐車場所	97	71	82
合計		556	556	487

■環境に関するご意見数



■お客様からいただいたご意見などの対応の流れ



ソーシャルメディアによるコミュニケーション

サークルKサンクスでは、「Facebook」「Twitter」「YouTube」の公式アカウントを運営しています。これらのソーシャルメディアでは、一方的な情報発信だけではなく、発信者側のキャラクター自身がサークルKサンクスファンの一員、コンビニ好きの一員として、お客様と仲間同士のコミュニティを築いていくことをめざしています。

また、こうしたソーシャルメディアを通じて得られたお客様の声は、商品開発にも活用しています。



サークルKサンクス公式 Facebook ページ

■Facebookファン数：412,875人
■Twitterフォロワー数：225,480人

※2015年5月末現在

ソーシャルメディア（Facebook・Twitter）を活用したキャンペーン



「窯出しとろけるプリンリッチ」
20,000 名様プレゼント!

窯出しとろけるプリンリッチを広く知っていただくため、2014年7月21日～8月11日の期間、抽選で20,000名様に「窯出しとろけるプリンリッチの無料引換券」をプレゼントしました。参加者数は目標の3倍を達成するなど、大きな反響がありました。



スピードくじ 豪華賞品がその場で
110 名様に当たるチャンス!

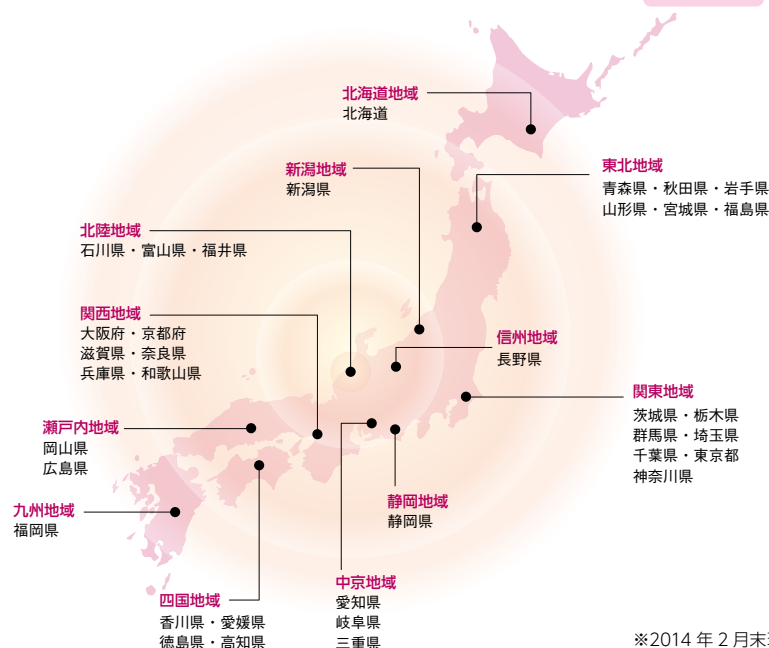
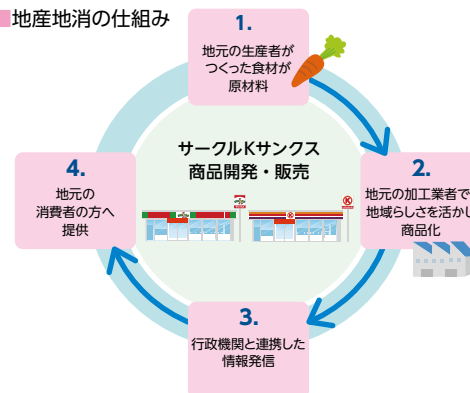
期間中1日1回その場で豪華賞品の当選が決まるスピードくじを実施しました。2014年11月17日～12月15日の期間で実施したこのキャンペーンでは、ゲーム機やご当地グルメ、商品券といった豪華景品を数多くご用意することで予想を超える応募数があり、新規Facebookファンも大幅に増加しました。

地域と連携した取り組み

「MOTプロジェクト」を全出店エリアで展開

「MOTプロジェクト」は、JIMOTO(地元)・MOTTO(もっと)・MOTTAINAI(もったいない)をコンセプトにした地産地消企画です。現在、12地域36都道府県でプロジェクトを展開し、全ての出店エリアをカバーしています。各エリアにおいて地元食材を使用した地域密着型商品を地元の方々とともに開発・販売し、地域活性化への貢献に努めています。

■地産地消の仕組み



※2014年2月末現在の展開地域

神奈川開発の新種の柑橘「湘南ゴールド」を使用した商品

神奈川県農業技術センターが12年がかりで開発した新種の柑橘「湘南ゴールド」を使用したデザートやパン合計3アイテムを、2014年5月20日から数量限定で、神奈川県をはじめとした関東地区の店舗で発売しました。これらの商品は、コンビニエンスストアでは初めて「湘南ゴールド」を使用したオリジナル商品で、地産地消企画MOTプロジェクトの一環として開発しました。

地域の食材を活かした地産地消の取り組みが評価され、同年11月に開催された「フード・アクション・ニッポン アワード2014」商品部門の優秀賞を受賞しています。また、同商品は2014年に関東地区で販売、多くの方からご好評いただいたため、2015年5月には、全国の店舗に拡大して発売しました。



ホワイトサンド
(湘南ゴールド&ホイップ)



湘南ゴールドのレアチーズ



湘南ゴールドのシュークリーム



フード・アクション・ニッポン アワード 2014 表彰式

column 「湘南ゴールド」の美味しさを全国へ

JA全農かながわでは、「湘南ゴールド」の認知度を高め、ブランド価値を向上させる一環として、加工品などの開発支援に取り組んでおります。そのような中、サークルKサンクス様の地産地消企画「関東MOTプロジェクト」に共感、同企画の「湘南ゴールド」を使用したオリジナル商品の開発に、食材提供などで支援させていただきました。

本年、同商品が全国の店舗で販売され、多くのお客様に「湘南ゴールド」の美味しさをお伝えできたことに感謝しております。今後も加工品などの開発を支援させていただき、新しい付加価値の創造に取り組んでまいります。



JA全農かながわ
農産部
中央ベジフルセンター
所長 内田 賢一様

安全・安心な社会に向けての取り組み

サークルKサンクス
社会環境報告書 2015

16

自治体との包括協定を締結

「コンビニエンスストアは地域社会の重要なライフラインの1つである」という考えのもと、地産地消や子育て・高齢者支援、観光振興、環境活動などの多項目にわたる包括協定を各自治体と締結し、連携を図っています。2015年2月末現在、25道府県1市と包括協定を締結しています。

■包括協定を結んでいる地域一覧

	自治体
2008年	石川県、岐阜県、青森県、埼玉県、三重県、千葉県、長野県
2009年	神奈川県、北海道、静岡県、愛媛県、秋田県、愛知県、岩手県、岡山県、宮城県、高知県、新潟県、名古屋市
2010年	大阪府、山形県、奈良県、香川県、兵庫県
2011年	京都府
2012年	富山県

※2015年2月末現在

「セーフティステーション活動」への参加

コンビニエンスストアの社会的責任として、「安全・安心なまちづくり」並びに「青少年環境の健全化」をめざし、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会の「コンビニエンスストア・セーフティステーション活動」に、全国の店舗で取り組んでいます。2014年度は、のべ1,970店舗において、駆け込み対応を行いました。

また、未成年者への酒類・タバコ販売禁止のためのお声がけや、成人雑誌の陳列配慮、たまり場化防止などの取り組みも積極的に実施しています。



セーフティステーション活動宣言ポスター

「認知症サポーターキャラバン」に賛同

厚生労働省の「認知症サポーターキャラバン」に賛同し、一人ひとりが認知症に関する正しい知識をもって対応できるよう、「認知症サポーター養成講座」の受講を進めています。2010年4月からは本部社員だけでなく加盟店も受講できる体制を整え、2015年2月末までに、2,245名の加盟店オーナー・スタッフや、本部社員が受講しました。高齢者のお客様にも安心してご利用いただけるコンビニエンスストアをめざして、これからも活動に取り組んでいきます。



大規模災害への対策

東日本大震災の教訓を踏まえ、サークルKサンクスでは、大規模災害に向けた対策を強化しています。今後も加盟店と本部が連携し、災害時に迅速かつ適切な対応をとれるよう、防災の意識向上に努めます。

■警報勧告システムの導入

サークルKサンクスでは、「警報勧告システム」を各店舗に導入しています。これは、大津波警報や土砂災害警戒情報、大雨・洪水・暴風などの各種警報の発令を、店内のお客様や従業員にお知らせするシステムです。警報発令時には該当する地域の店舗において、店頭レジのお客様側・従業員側の両画面に警報情報を表示し、大津波警報と土砂災害警戒情報については、警告音・音声案内での通知も行います。このシステムを活用し、各種災害発生時に警報情報をお客様や店舗従業員に周知することで、速やかな避難行動を促します。



警報勧告システム（お客様側表示画面）

■総合災害訓練の実施

2012年度より、毎年3月と9月を「防災月間」と定め、加盟店において防災訓練を実施しています。また2015年5月には、スーパーバイザーによる「店舗被害チェックリスト」を使った店舗の被害状況確認訓練を行いました。

さらに本部では、携帯電話を利用した専用応答システムによる全従業員の安否確認テストを実施したほか、事務所ごとにハザードチェック表の作成や防災備品などの確認を行いました。今後も定期的に災害訓練を実施し、防災意識の向上を図っていきます。

パートナーシップで実現する 「お客様満足」の向上

お取引先様とのパートナーシップ体制

サークルKサンクスが、「新しいコンビニエンスストアづくり」を推進し、お客様満足の向上を実現していくためには、お取引先様のご協力も欠かすことができません。商品やサービスの提供はもとより、お客様のニーズを満たす売場を実現するためのマーケティングも、お取引先様とのパートナーシップにより実現しています。

信頼関係を維持するための「私の行動基準」

お取引先様をはじめとするステークホルダーの皆様と、常に透明性が高く信頼に基づいた関係であり続けるために、社員一人ひとりの「私たちの基本原則」「私の行動基準」を定めています。

■「私の行動基準」の中のお取引先様に対する行動基準

1. 私は公平で公正な取引を厳守します。
2. 私は最適な品質及び価格を追求します。
3. 私は取引上のトラブルは誠意と責任を持って解決します。
4. 私は私的な利益供与を受け取りません。

ユニーグループ会

サークルKサンクスも含めたユニーグループでは、グループ各社とお取引先様により構成されるユニーグループ会を設けています。2015年4月には会員会社690社約1,400名様のご出席により定期総会が開催されました。ユニーグループ各社とユニーグループ会の会員会社のさらなる結束の場となりました。



ユニーグループ会

カウンターコーヒーサービス「淹れたてコーヒー」の展開

サークルKサンクスでは、2007年より「淹れたてコーヒー」の販売を本格的に開始、2012年8月末には約6,000店舗に拡大しました。現在、サークルKとサンクスのほぼ全店舗で販売を行い、多くのお客様に好評をいただいています。

さらに、2015年3月からは、「淹れたてコーヒー」の立ち上げから協働しているUCC上島珈琲株式会社とともに、より本格的なコーヒーを手軽に味わっていただけるよう、コーヒーマシンの全面リニューアルを実施しています。従来のカートリッジタイプから挽きたてタイプに抽出方法を変更し、抽出中の香りもお楽しみいただけるよう工夫しました。豆は高級アラビカ種を100%使用、単品焙煎によるひと手間かけたこだわりにより、苦味・酸味・コクのバランスが取れた一杯を提供します。

今後も、両社のコラボレーションにより、より多くのお客様に満足いただける商品を提供していきます。

column 「Good Coffee Smile」を提供

UCCはコーヒーを通して、お客様に「Good Coffee Smile」を提供すべく、サークルKサンクス様と手を取り合ってカウンターコーヒー事業に取り組んでいます。近年、その需要は高まり、多くのお客様にコーヒーを楽しんでいただけるようになりました。

今後は現状に満足することなく、より幅広い世代のお客様にコーヒーを楽しんでいただけるよう、さらなるコーヒーの可能性を見出していきたいと思っています。



UCC上島珈琲株式会社
松本 亜衣様

加盟店との共創共栄をめざして

フランチイズシステムによる共創共栄

加盟店と本部は共創共栄を図るため、フランチイズ契約による役割分担を行っています。投資を伴うシステム構築や商品開発・物流管理・会計代行などについては本部が実施。加盟店はこれらのフランチイズシステムを活用して店舗を運営し、商品やスタッフ、売上や経費の管理を実施しています。加盟店と本部がそれぞれの役割をしっかりと果たすことで、お客様にご満足いただける店舗が実現され、相互の事業発展につながります。

セミナーとフォーラムの開催

店舗経営者を支援するため、本部のスーパーバイザーが各店舗を担当し、立地・地域特性に合った店舗づくりをサポートしています。また春には加盟店との対話を目的とした「加盟店フォーラム」、秋には加盟店向けの研修会・商品展示会である「加盟店セミナー」を開催し、全社方針・地域方針の共有や、新商品・新サービスの紹介、店舗における課題解決策の共有など、さまざまな最新情報をご案内しています。



加盟店セミナー



加盟店フォーラム

店舗スタッフの育成をバックアップ

本部では加盟店に対し、「グローイングアッププログラム」というキャリアパスを中心とした教育と評価の仕組みを提案しています。また、店舗内におけるスタッフ教育を推進するために、「トレーナー研修」やオペレーションの理解度・習熟度を測る「認定サブマネージャー検定」なども実施し、加盟店への支援を行っています。2014年度はトレーナー研修を2,392名が受講、「認定サブマネージャー」には新たに630名が認定されました。

このように加盟店のスタッフ育成を支援することで、サークルKサンクス全体の「お客様満足」の向上につなげています。



研修の様子



認定サブマネージャーバッジ

加盟店へのサポート体制を強化

加盟店の休日取得や人材不足時のサポートを目的とする「加盟店ヘルパー制度」を導入しています。また、「サークルKサンクス共済会」では、店舗経営者の福利厚生活動や各種保険制度を充実させており、今後も加盟店と本部の信頼関係の構築、強いサポート体制づくりに継続して取り組んでいきます。

働きがいのある職場づくりのために

サークルKサンクス
社会環境報告書 2015

19

人材育成の実施

個人の多様性に対応しながら組織の生産性を高めるために、人材の育成は不可欠です。本部社員には、フランチャイズチェーン本部の社員として必要な知識・技術の習得や、個人のキャリアを向上させるための機会を提供。①階層別教育、②目的別教育、③部門別教育、④自己啓発支援などの教育体系に加え、加盟店と本部のパイプ役を務めるスーパーバイザーについては、常に最新の情報や店舗経営のノウハウを共有できる機会を設けています。

従業員の健康を保つための取り組み

従業員が心身ともに健康に過ごせるよう、定期健康診断やがん検診に加え、メンタルヘルスケアにも力を注いでいます。3月から8月を心と体の測定時期と位置づけ、それぞれ定期健診を実施。9月から2月は診断結果に基づき、特定保健指導および産業医による「こころとからだの保健指導」を行っています。「こころの定期健康診断」については、個人結果をすぐに本人へフィードバックし、ストレスへの気づきを促すとともに、上司へは組織としての結果もフィードバックし、個人では対応が難しい職場のストレスを、早期に発見・対応できるよう努めています。

人事データ ※注釈のないものは2015年3月1日時点

社員数	1,856人 (男性1,743人、女性113人)
管理職者数	337人 (男性329人、女性8人)
平均年齢	42.1歳
平均勤続年数	15.2年
地域社員数	151人
定年退職者の再雇用数	17人中17人 ※2014年度の1年間
離職率	54人 (2.91%) ※2014年度の1年間退職人数÷2015年2月末人員数
障害者雇用人数	23人 (1.34%) ※2015年6月1日時点
採用者数	48人 ※2015年4月1日入社
育児休業取得人数	社員9人／サン社員0人／パートタイマー12人 ※2014年度実績
介護休業取得人数	社員0人／サン社員0人／パートタイマー0人 ※2014年度実績
有給休暇取得率	15.90% ※2014年度実績
健康診断受診率	100% ※2014年度実績
労働災害発生件数	41件 ※2014年度実績

従業員の士気を高める取り組み

サークルKサンクスでは、年度内に優れた成果を上げた社員などを表彰する「優秀社員表彰制度」を設けており、2014年度には20名と2チームが優秀社員として表彰されました。優秀社員については新年度の方針発表会において社長による表彰を行い、表彰事例は社内で紹介しています。本制度は、数値実績に優れた者だけではなく、日頃の業務への取り組み姿勢などを通して周囲の社員に対しポジティブな影響を与えた者を表彰することで、従業員の士気向上につなげるとともに、優れた成果や成功事例を全社的に共有する機会となっています。



優秀社員表彰

MBA取得サポート

サークルKサンクスでは、社員の能力向上を目的として「MBA取得支援制度」を実施しています。制度利用者は通常の業務を続けながら指定の国内大学院に2年間就学することができ、学費などの費用は会社が負担します。この制度を通じて、自己成長を望み、高い学習意欲をもつ社員のMBA取得をサポートしています。

2010年度よりスタートした本制度でMBAを取得した社員は8名。取得後の社員は、海外事業発足時にはメンバーとして現地に赴任し中核的な役割を果たすなど、さまざまな業務で活躍しています。

ユニーグループのダイバーシティ・マネジメントへの取り組み

ユニーグループでは、2014年に立ち上げたダイバーシティ推進委員会を通じた活動により、女性・障がい者・高齢者・外国籍者の活用を推進して個々の個性や価値観を尊重するとともに、各々がもつ能力を発揮することで、グループ理念の実践、継続的な成長をめざします。また、ユニーグループ各社の女性社員を中心に構成した小委員会を設置。現行の課題や問題点を整理・検討するなど、協議を進めています。これらの活動の結果、2015年度より正社員再雇用制度や女性人材育成研修といった新たな取り組みが開始されています。

環境マネジメントシステム

サークルKサンクス
社会環境報告書 2015

20

環境活動を推進する理念・方針

「私たち」を主語とし、環境に対する取り組みの基本的な考え方を環境理念・環境方針として制定しています。

●環境理念

私たちは、企業活動にともなって発生する環境負荷を可能な限り減少させ、大切な地球環境を守り、豊かな自然を次世代に引き継ぐよう行動します。

●環境方針

- 1 私たちは、省資源、省エネルギー、廃棄物の削減及び分別に取り組み、資源の有効活用に努めます。
- 2 私たちは、地域社会の一員として、法律及び同意したその他の要求事項を順守し、汚染の予防と環境負荷の低減に努めます。
- 3 私たちは、環境マネジメントシステムを活用し、年度毎の目的、目標を定めると共に、環境施策の継続的改善を実施します。
- 4 私たちは、環境への取り組み、地域美化活動への参加、セーフティステーション活動などを通じ、地域貢献に努めます。また、取り組み内容を広く内外に公開し、その評価を継続的改善に生かします。

内部環境監査の実施と外部審査の報告

本部を10、地区事務所を23、エリア会社を3の単位にまとめ、単位ごとに目標を定めて環境活動を推進しました。内部環境監査も単位ごとに実施し、運用状況を確認。本部、地区事務所、エリア会社を担当する各進捗管理者や内部環境監査員に対しては、毎年度フォロー研修を実施しており、2014年度は合計8回74人が受講しています。

なお、2014年11月に実施されたISO14001定期審査では、ラップレス弁当の拡大や食品リサイクル商品商品の販売など、事業活動と一体となった環境活動が評価されました。



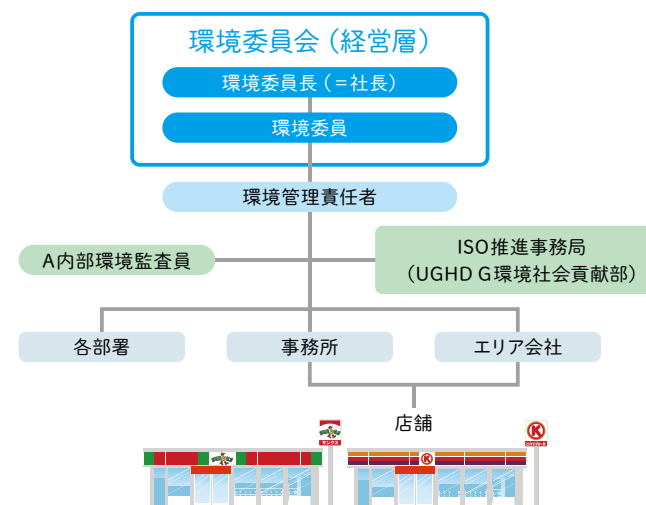
2014年度 ISO14001 定期審査

環境マネジメント推進体制

サークルKサンクスは、代表取締役社長を委員長とする環境委員会を年2回開催しています。必要に応じて臨時会議も開催し、環境マネジメントシステムの見直しとともに、コンビニエンスストアの社会的責任遂行の視点から挙がるさまざまな課題について報告・提案・審議を行っています。

また、ISO14001認証を取得し、年度ごとにPlan（計画）、Do（実施）、Check（確認）、Action（見直し）のPDCAサイクルを活用することで、取り組みの推進を図っています。

■環境マネジメント推進体制図



加盟店・従業員への継続的な環境教育

本部従業員向けに環境教育を月1回開催し、環境理念・環境方針の周知徹底及び日常業務との関わりを意識する機会を定期的に設けています。また、入社時研修やスーパーバイザー登用前研修など、業務に密接した内容の教育も実施しています。

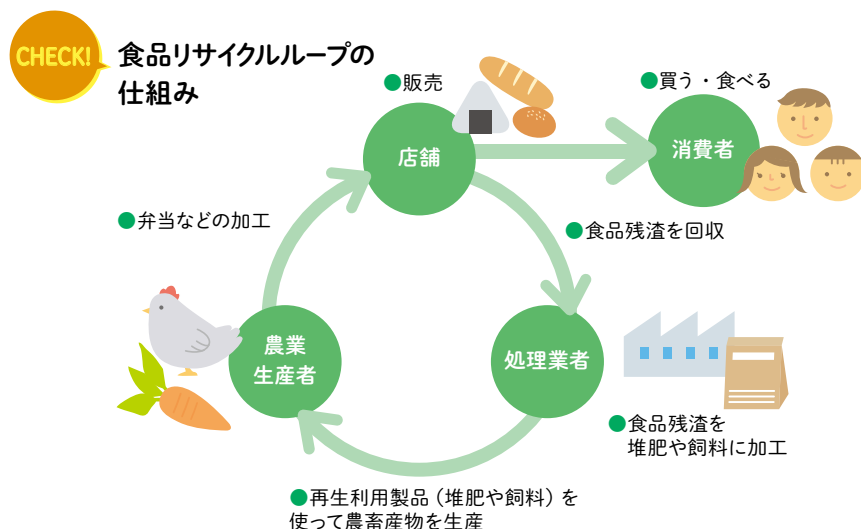
店舗経営者に対しては、開業前研修時に、コンビニエンスストアに関連する法律を中心とする店舗業務に関わる内容に特化した教育を実施。開店後も、加盟店セミナー、広報誌、本部からの連絡などを通して継続的な教育を行っています。

循環型社会への取り組み

環境省認定の「再生利用事業計画」

サークルKサンクスでは、「食品リサイクル法」に基づき、食品循環資源の再生利用事業促進に取り組んでいます。

2008年には、ユニーグループとして愛知県経済農業協同組合連合会および株式会社D.I.Dとともに、環境省より「再生利用事業計画（食品リサイクルループ）」の認定を受け、活動の一環として収穫したニンジンの一部をお弁当に使用しました。2014年には、同様に活動の一環として収穫したお米をおにぎり・お弁当に使用し、中京地区の店舗で販売しました。



2014年秋に販売したリサイクルループ商品



塩むすび（篠島産しらすと野沢菜）



篠島産しらすと野沢菜ご飯

食品リサイクルを積極的に推進

食品廃棄物の飼料・肥料へのリサイクルを積極的に推進するため、リサイクルに対応する廃棄物処理委託業者との取引を順次拡大しています。また、店舗のフライヤーから出る廃油についても飼料などにリサイクルすることで、店舗から発生した廃油は100%リサイクルしています。これらの取り組みの結果、2014年度は、発生抑制も含めた再生利用等実施率は44.2%、発生抑制を含まない単純な食品リサイクル率は31.2%となりました。今後も対応業者との取引拡大を進め、食品のリサイクルに努めていきます。

また、2012年4月より設定された食品廃棄物などの発生抑制の目標値「44.1kg/売上高百万円あたり」に対し、2014年度実績では「23.9kg/売上高百万円あたり」となっています。

食品リサイクル実施率と店舗数の推移

	2007年(基準年)	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
食品リサイクル法目標数値	20%	22%	24%	26%	28%	30%	32%	34%
食品リサイクル実績数値	—	28.1%	28.6%	49.5%	52.5%	47.7%	49.5%	44.2%
食品リサイクル実施率	10.5%	12.5%	15.2%	19.1%	20.9%	23.8%	29.2%	31.2%
食品リサイクル実施店舗数	677	784	861	867	947	1,029	1,199	1,239

A※発生抑制を含んだ数値、B※発生抑制を含まない純粋な食品リサイクル実施率と店舗数

食品廃棄物などの発生抑制の目標値とその実績

業種区分	目標値 (食品廃棄物発生量)	2011年	2012年	2013年	2014年
コンビニ エンスストア	44.1kg /売上百万円あたり	17.6kg /売上百万円あたり	20.2kg /売上百万円あたり	21.0kg /売上百万円あたり	23.9kg /売上百万円あたり

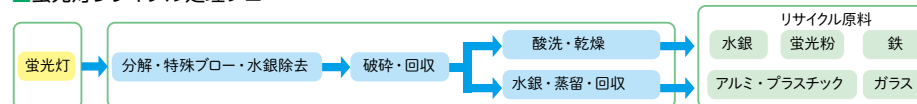
蛍光灯のリサイクル

店舗内外で使用した蛍光灯は、回収してリサイクルをしています。2014年度は、430,633本の蛍光灯を回収しました。回収後は、ガラス、金属、水銀などに分別し、ガラス再生品などへ、100%のリサイクル率を実現しています。



蛍光灯処理機

蛍光灯リサイクル処理フロー



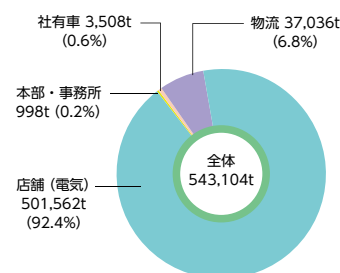
低炭素社会への取り組み

温室効果ガス削減に向けた取り組み

サークルKサンクスでは、温室効果ガス削減に取り組んでいます。右記のグラフのとおり、企業活動を通じて発生するCO₂の大部分が店舗での電気エネルギーの使用によるものであることから、1店舗あたりのCO₂排出量の削減目標を「2014年度までに2007年度対比で8%削減」と定め、削減の取り組みを進めてまいりました。2014年度の電気使用量は、各種省エネ設備の導入や節電対策の効果により、2013年度から1.08%の減少、電気使用量の累計削減率は6.95%となりました。しかしながら、電気使用に伴うCO₂排出係数が大幅に増加していることから、CO₂排出量は累計で29.36%の増加となっています。

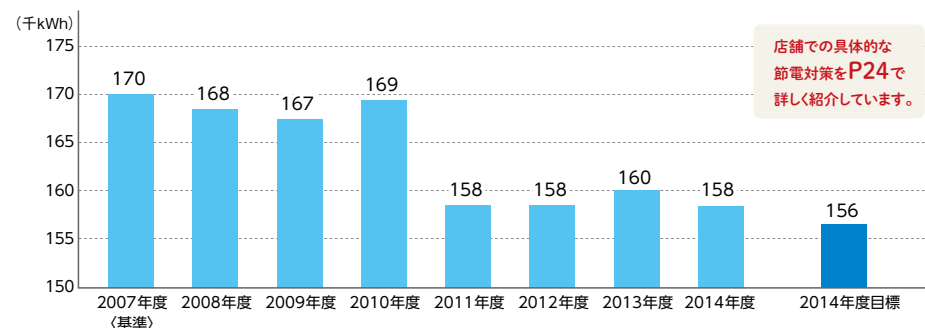
※電気使用に伴うCO₂排出係数は、減少傾向であったことから毎年度固定の数値を使用していましたが、同係数の大幅な増加を受け、算出係数を電気事業連合会の年度ごとの係数と運動させました。

■ 全社CO₂排出量の内訳 (2014年度)



※エリア会社の店舗を除く数値

■ 1店舗あたり電気使用量推移



店舗での具体的な
節電対策をP24で
詳しく紹介しています。

太陽光発電システムによる売電事業

2013年5月より、日照効率の高い店舗を約400店舗選定して「太陽光発電システム」を導入しました。太陽光発電による自給エネルギー確保に事業化で貢献するため、再生可能エネルギー固定買取制度を適用。発電した電力は全量売電し、売電収益は店舗が節電対策に取り組むための省エネ設備の投資などにつなげています。



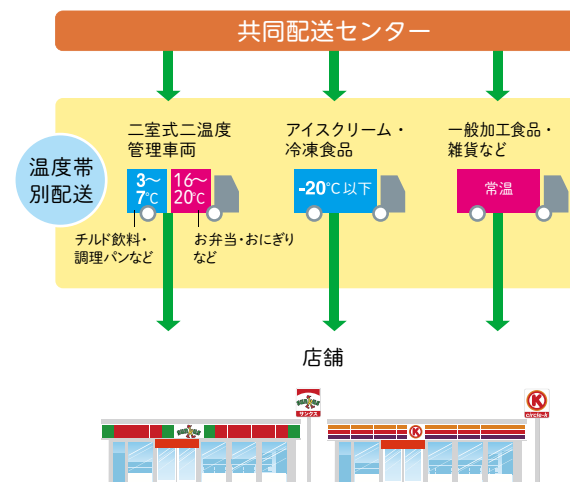
太陽光パネル
(サンクス福島下野寺店)

環境に配慮した商品配送

環境にやさしい商品の配送をめざし、1台の車両に温度帯の異なる二室を設けた「二室式二温度管理車両」での配送や、温度帯別の効率的な配送を行っているほか、サークルK、サンクスの両ブランドの商品を1台にまとめて積載しています。

また、常温商品の配送について適時適量物流の考え方による大幅な見直しを実施。その結果、2014年度の1店舗あたりの配送車両台数(1日)は6.8台となり、削減が進んでいます。今後も商品配送の効率化により、環境負荷の低減に努めていきます。

■ 温度帯別共同配送の仕組み



低炭素社会への取り組み

配送車両へのハイブリッド車の導入

大都市における車両の排気ガスを規制する自動車NOx・PM法などの遵守はもとより、法律対象外の地域でも排気ガスの少ないハイブリッド車を、積極的に導入しています。

また、一部の車両では燃費が向上する省エネタイヤを採用しています。さらに、店舗に商品を毎日配送する全国の日配センターでは、所属する全ドライバーに対し、アイドリングストップや店舗納品時の騒音などについて、マニュアルに基づいた啓発活動を実施しています。半年に1度開催される日配センターの責任者会議では、啓発教育や環境問題の情報を共有しているほか、定期的な確認・啓発を行い、ドライバー教育にも力を注いでいます。

エコカーによる店舗巡回

スーパーバイザーが店舗巡回に使用する社用車についても、CO₂排出量の少ないエコカーの導入を進めています。2009年度には、一部地域にPHV（プラグインハイブリッド）車を導入し、2011年度以降はそれに加えてハイブリッド車の導入を開始。2014年度までに計503台のハイブリッド車を導入するなど、最終的には降雪地域を除いて全ての車両をハイブリッド車に入れ替える予定です。また、PHV車導入地域を中心に、電気自動車用倍速充電器21台、電気自動車用急速充電器6台を設置。来店されたお客様にも開放しています。



ハイブリッド車 アクア（左）とプリウス（右）



倍速充電器

フロンの回収・破壊処理の実施

店舗で使用する冷蔵・冷凍・空調設備には、オゾン層破壊係数ゼロの代替フロンを使用しています。フロンの大気放出防止などの環境配慮として、サークルKサンクスでは改正フロン回収・破壊法に基づく工程管理のほか、冷蔵・冷凍設備の点検を実施しています。さらに、設備を廃棄する際のフロン回収業者への監査も年2回行い、管理の徹底に努めています。2014年度の回収量は6,121kg、うち4,837kgを破壊し、1,264kgを再利用、残りを一時保管しました。また、2015年度からは、新たに施行されたフロン排出抑制法に基づき、店舗での簡易点検など新たな管理の仕組みを確立しました。なお、一部の店舗では、代替フロンと比較して温暖化係数が非常に低いCO₂を冷媒とした最新機器も実験導入しています。



CO₂ 冷媒冷凍機

カーシェアリング

トヨタ自動車株式会社が実証運用する超小型電気自動車「COMS（コムス）」を使ったシェアリングサービス「Ha:mo RIDE（ハーモライド）」に協力し、2015年6月より愛知県豊田市内の6店舗の敷地内駐車場に、コンビニとしては初となる車両ステーション（専用駐車場）をオープンさせました。

「ハーモライド」とは、近距離移動ニーズに対応したモビリティ・シェアリングで、分単位の短時間利用ができるため経済的なうえ、省スペース・省エネルギーにより地域環境にも配慮し、利便性向上とCO₂排出量削減の双方が図られるサービスです。

また、2015年7月からは、カーシェアリングサービス「タイムズカープラス」のステーションを設置、東京都および神奈川県のおよび8店舗でサービスを開始しました。今後はさらなる社会インフラ機能の拡大をめざし、2015年中に全国で50店舗の展開を予定しています。



ハーモライド



タイムズカープラス

店舗における環境にやさしい取り組み

サークルKサンクス
社会環境報告書 2015

24

環境に配慮した店舗設計

サークルKサンクスでは、店舗の設備仕様についても、環境に配慮した地球にやさしい店舗づくりに努めています。特に節電に対する社会的関心の高まりを受け、サークルKサンクスでは各店舗において使用電力削減につながる取り組みを推進しています。

2014年度は、新店における全照明LED化をはじめとした省エネ設備の導入をさらに進め、電力使用量の削減を図りました。また、一部店舗において店舗設備の電力使用状況を計測し、店舗オペレーションによるさらなる省エネの仕組みの構築を進めるなど、今後も全店を挙げて節電対策に取り組み、電力問題の課題解決への貢献を目指していきます。

1 服装



■店舗従業員のクールビズ導入
夏期における従業員の暑さ軽減のため、ユニフォームを着用せず、推奨インナーシャツのみの服装で勤務するクールビズを導入しています。
※クールビズの導入は、店舗ごとに設定しています。

2 看板



- LED照明導入
- 灯数削減
- ソーラータイマー、自動点滅器による自動点灯

3 店頭・駐車場



- ペットボトル店頭回収拠点として協力(東京23区、名古屋市など)
- お客様への騒音防止など協力依頼看板の設置

4 空調設備及び内装



- 空調フィルター、換気扇の定期清掃実施による電気使用量削減

5 店内照明



- LED照明導入
- 照度の自動調整による電気使用量の削減(調光システムの導入)

6 冷凍・冷蔵設備



- 冷凍機の自動最適化制御システムによる電気使用量削減
- 低騒音型室外機による騒音の削減
- LED照明導入
- 定時の温度管理の実施による異常事態の早期発見
- 冷凍・冷蔵機器の定期清掃実施による電気使用量削減
- ウォークインクリアカーテンの設置

7 トイレ



- 節水タイプの設備機器による水道水使用量削減
- 男女別、バリアフリー対応
- 人感センサーによる照明自動点灯
- LED照明導入

店舗の建築方法

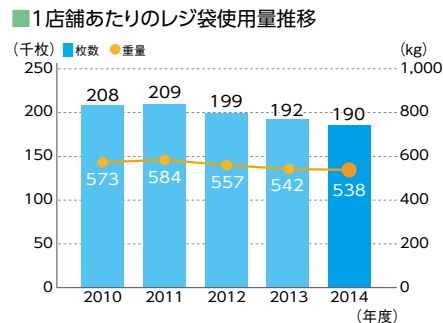


一部店舗の建築方法に、工場で加工したパネルを現地で組み立てる「パネル工法」を採用しています。これらの建築方法の導入が工期短縮や資材削減につながり、その結果、CO₂発生量削減や省資源化に結びついています。

店舗における環境にやさしい取り組み

お客様とともにレジ袋削減への取り組み

容器包装ごみを削減するため、レジ袋の削減に取り組んでいます。お客様へのお声がけや、ポスター掲示・店内放送での啓発を行うとともに、レジ袋自体の薄肉化やサイズ変更も実施した結果、2014年度には、2000年度の1店舗あたりのレジ袋使用量989kgに対して約46%のレジ袋削減（重量換算）を達成しました。今後もお客様のご協力のもと、レジ袋削減に向けた取り組みを推進していきます。



「バイオマスポリエチレン」を含むレジ袋の導入

サークルKサンクスでは、環境にやさしい植物由来の素材「バイオマスポリエチレン」を10%使用したレジ袋を、2013年5月より中部地区、関西地区の一部約1,400店舗で導入しています。「バイオマスポリエチレン」はサトウキビ由来の植物プラスチックで、本来なら廃棄される砂糖製造後のサトウキビ残液からつくられたものです。そのため食料とは競合せず、強度も従来のものと同等な上、導入店舗では、従来の石油由来のプラスチック「ポリエチレン」と比べ、年間のレジ袋使用に伴うCO₂排出量の約7%※を削減することが可能です。

※導入店舗における2012年度の年間出荷数より算出



ラップレス弁当の販売

2013年8月より販売を開始したお弁当「GOZEN deli」は、味と見た目の彩りにこだわって開発したシリーズです。このシリーズは、商品の見やすさと環境への配慮を考慮し、ラップレス包装で提供しています。従来のお弁当類に使用していた外装のラップを外し、テープ止めにしたことで、ラップ部分の包装を1食につき約2g削減することができ、廃棄物の削減につなげています。

このラップレス包装は、その他のお弁当にも順次拡大していきます。



GOZEN deli

環境にやさしい容器の使用

商品においても環境に配慮するため、サークルKサンクスでは環境にやさしい容器を採用しています。パスタの容器には、ナノハイブリッドカプセル入り容器を導入、容器焼却時のCO₂排出量を従来の容器と比較して平均20%削減しています。また、寿司の容器には、石油由来のプラスチックの代わりに植物資源から製造されるバイオマス・プラスチックを30%使用した環境配慮型容器を採用しています。



ナノハイブリッドカプセル入りのパスタ容器



バイオマス・プラスチック使用の寿司容器

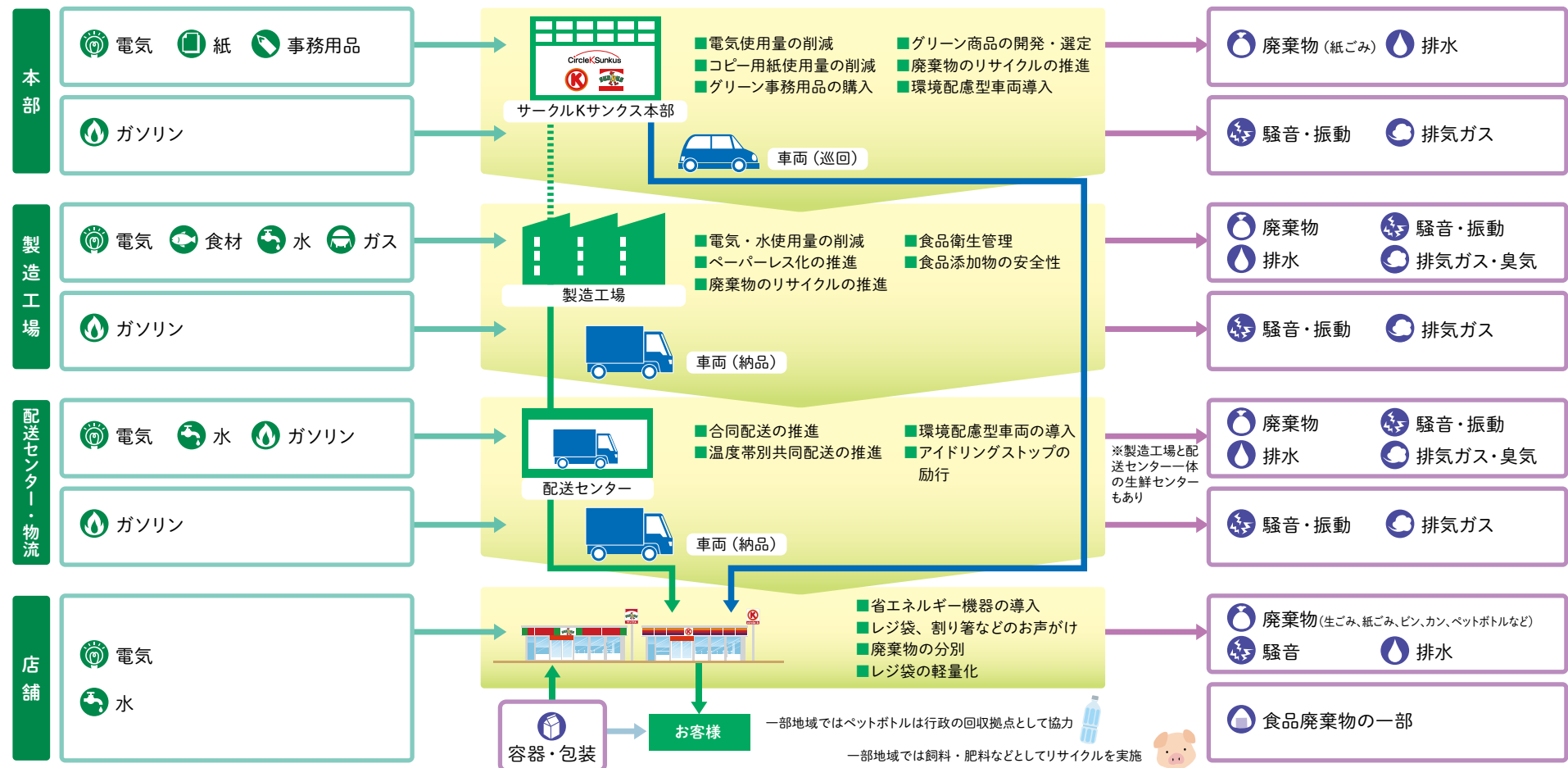
環境影響と負荷低減への取り組み

サークルKサンクス
社会環境報告書 2015

26

環境影響と負荷低減への取り組み

販売だけでなく、原材料の調達、製造、配送など、事業活動の全てにおける環境影響を把握し、お取引先様や加盟店とともに一致協力して環境負荷低減の活動を続けています。



環境活動の実績と目標

サークルKサンクスでは、毎年、環境活動の取り組み目標を設定し、環境活動を積極的に展開しています。
2014年度の環境目標に対する進捗を踏まえ、2015年度の環境目標を設定しました。引き続き着実な改善活動を進めていきます。

■2014年度の実績と2015年度の目標

評価の見方:◎達成 ○継続実施 △未達成

項目	2014年度の達成状況		対象		評価
	目標・取り組み	結果並びに進捗状況	本部	店舗	
省エネルギー・CO ₂ 削減への取り組み	●電気使用量の削減によるCO ₂ 排出量の削減として、1店舗当たりのCO ₂ 排出量を2014年度までに2007年度対比8%削減	●2014年度は2007年度に対し電気使用量で△6.95%の削減実績 ●新店の全照明LED化など設備面と、空調の温度設定変更など店舗オペレーション面の両面での削減効果 ●新店350店で全照明LED化 ●既存店のファサード看板省エネ化(LED化もしくは灯数削減)を2,127店で実施 ●CO₂排出量は係数の変動により2007年度に対し29.36%の増加	✓		○
	●本部(本社・事務所)電気の適正使用 目標 前年比97.9%(本社・事務所ごとに95.0%～99.0%の範囲内で目標設定)	●実績前年比 98.8% (本社 92.5%、事務所 104.0%)	✓		△
	●社有車に環境配慮型車両を導入	●前年度までに導入した401台(PHV10台、ハイブリッド車391台)に加え、計102台導入済み(合計503台)	✓		○
	●配送の効率化と環境配慮型車両の推奨を継続 ※1店舗当たり配送車両6.9台/1日の維持・継続	●実績 1店舗当たり6.8台/1日 ●CNG(天然ガス)車 11台 ●ハイブリッド車 44台	✓		◎
省資源への取り組み	●商品製造工程における環境配慮型原材料導入の推進	●弁当容器に関わる廃棄物削減として、外装のラップを外しテープ止めにしたラップレス包装で提供する商品を常時展開 ●地産地消のMOTプロジェクトを、店舗のある全ての地域で展開	✓		○
	●レジ袋の適正使用	●買い物1回当りのレジ袋使用重量2014年度2.09g ●レジ袋辞退率28.1%	✓		△
	●割り箸の適正使用	●割り箸の購入量実績 前年比96.9%	✓		◎
	●コピー用紙の適正使用 目標前年比99.0%	●実績前年比 96.4% (本社 89.7%、事務所 99.1%)	✓		◎
項目	2015年度環境目的・目標		対象		
	目標・取り組み予定	目標値及び取り組み内容	本部	店舗	
省エネルギー・CO ₂ 削減への取り組み	●店舗電気使用量の削減に向けた取り組みの実施	●新店の全照明LED化など省エネ設備の導入や、電気使用量データの収集・分析による省エネオペレーションの検討によりCO ₂ の削減を図る		✓	
	●本部(本社・事務所)電気の適正使用、ノーマル残業デー等による空調・照明の不要時停止	●前年比 98.5% (本社・事務所ごとに95.0%～99.0%の範囲内で目標設定)	✓		
	●社有車に環境配慮型車両を導入	●社有車にハイブリッド車導入を継続	✓		
	●配送の効率化と環境配慮型車両の推奨を継続	●1店舗当たり配送車両6.8台/1日の維持・継続	✓		
省資源への取り組み	●商品製造工程における環境配慮型原材料導入の推進	●弁当容器について、外装のラップを外しテープ止めにしたラップレス包装を拡大し、廃棄物を削減 ●物流に係るエネルギーを削減できる地元食材の導入推進	✓		
	●レジ袋の適正使用	●レジ袋辞退率30.0%以上をめざす		✓	
	●割り箸の適正使用	●お客様への声かけ等による割り箸の購入量削減		✓	
	●コピー用紙の適正使用	●前年比 95.0%	✓		

環境活動の実績と目標

■2014年度の実績と2015年度の目標

評価の見方：◎達成 ○継続実施 △未達成

項目	2014年度の達成状況		対象		評価
	目標・取り組み	結果並びに進捗状況	本部	店舗	
廃棄物の適正処理への取り組み	●商品製造過程における廃棄物の発生抑制、分別、食品リサイクルの推進	●食品製造ベンダーの食品廃棄物発生抑制、食品廃棄物の処理状況の確認を実施	✓		○
	●改装・閉店時の廃棄物の適正処理を推進	●解体業者の廃棄物処理状況と、転用可能な設備・什器のリユース実施状況の確認を実施	✓		○
	●廃棄物の分別・適正処理とリサイクルを推進	●分別の徹底と契約書・許可証・フロー図を定期的に確認し、法令順守状況を把握	✓	✓	○
	●店舗の食品廃棄物リサイクルの推進 ※再生利用等実施率45%の維持・継続 ※発生抑制を含まない食品廃棄物リサイクル実施率 2013年度実績 (29.2%) +2%以上	●食品リサイクル法における発生抑制も含めた再生利用等実施率は、44.2% ●発生抑制を含まない食品廃棄物リサイクル実施率は、31.2%で前年 (29.2%) +2%を達成 ※フライヤーの廃油については、100%リサイクルを実施		✓	△
	●店舗の食品廃棄物等発生抑制の推進	●食品小売業の目標数値「44.1kg/売上高百万円あたり」に対し、2014年度実績「23.9kg/売上高百万円あたり」		✓	◎
環境貢献活動の推進	●地域貢献活動の参加	●計25道府県1市と締結済み	✓	✓	○
	●クリーンアップキャンペーンの実施 目標参加者前年比100%以上	●119会場 3,337名参加 前年比 96.5%	✓	✓	△
環境への教育啓発活動	●食品リサイクル法の店舗への教育啓発活動を実施	●新たに食品リサイクル対応となった地域において、加盟店への食品リサイクルの説明と対応業者の案内を実施	✓		○
	●レジ袋削減に向けた店舗への教育啓発活動を実施	●加盟店への案内文書などにより、店舗に対しレジ袋削減の啓発活動を実施 ●また、お客様に対してもお声がけやポスター、店内放送、レジ画面を活用し、啓発活動を実施	✓		○
	●車輦における環境負荷低減のためのアイドリングストップや省エネ運転を推進	●本部従業員に対して、全体教育を通して環境教育を実施 ●物流会議において、ハイブリッド車の導入促進活動実施	✓		○
	●本部従業員に対する環境教育を継続実施	●本部従業員に対して、全体教育を通して環境教育を実施	✓		○
	●社内報、加盟店広報誌、社会環境報告書、セミナーなどを通じ、環境への全般教育を継続実施	●社内報、加盟店広報誌、社会環境報告書、セミナーなどを通じ、本部従業員及び加盟店に対し、環境への全般教育を実施	✓	✓	○

項目	2015年度環境目的・目標		対象	
	目標・取り組み予定	目標値及び取り組み内容	本部	店舗
廃棄物の適正処理への取り組み	●商品製造過程における廃棄物の発生抑制、分別、食品リサイクルの推進	●食品製造ベンダーの食品リサイクル実施状況の確認の継続	✓	
	●改装・閉店時の廃棄物の適正処理を推進	●改装・閉店時のマニフェスト管理の実施確認と解体業者の廃棄物の処理状況と転用可能な設備・什器のリユース実施状況の確認の継続	✓	
	●廃棄物の分別・適正処理とリサイクルの推進	●廃棄物の発生抑制と分別の徹底、及びリサイクルを継続	✓	✓
	●店舗の食品廃棄物リサイクルの推進	●再生利用等実施率45%以上 ●発生抑制を含まない食品廃棄物リサイクル実施率2014年度実績 (31.2%) +2%以上		✓
	●店舗の食品廃棄物等発生抑制の推進	●食品小売業の目標数値「44.1kg/売上高百万円あたり」に対し、2014年度実績「23.9kg/売上高百万円あたり」の維持・継続		✓
環境貢献活動の推進	●地域貢献活動の参加	●包括協定の進捗管理・締結促進	✓	✓
	●クリーンアップキャンペーンの実施	●参加者前年比 100%以上	✓	✓
環境への教育啓発活動	●食品リサイクル法の店舗への教育啓発活動を実施する		✓	
	●レジ袋削減に向けた店舗への教育啓発活動を実施する		✓	
	●車輦における環境負荷低減のためのアイドリングストップや省エネ運転の推進を図る		✓	
	●本部従業員に対する環境教育を継続実施する		✓	
	●社内報、加盟店広報誌、社会環境報告書、セミナーなどを通じ、環境への全般教育を継続実施する		✓	✓

2014年度の環境成果

2014年度の環境会計

サークルKサンクスでは、環境保全にかかった費用とその活動による効果を定量的に把握するため、「環境会計ガイドブック」を参考に環境会計を導入し、年度ごとの環境保全活動における収支を明らかにしています。

環境保全コスト

(単位：千円)

分 類		取り組み内容	コスト	
			投資	費用
事業エリア内コスト	公害防止コスト	- 浄化槽点検・整備 - 室外機防音工事 - 駐車場遮音・遮光工事	86,306	37,860
	地球環境保全コスト	- 低公害車の導入 - 省エネ店舗照明システム導入 - 冷機省エネシステム - 店舗売場照明 LED工事、新店 省エネパック - 看板照明 LED工事、新店 省エネパック - 冷機照明 LED工事、新店 省エネパック - その他環境対策工事	629,649	571,538
	資源循環コスト	- 店頭分別ごみ箱の設置 - 廃棄物関連費用	27,370	2,203,440
事業エリア内コストの小計			743,325	2,812,838
上流・下流コスト		容器包装リサイクル法関連費用	0	159,030
管理活動コスト		- 環境マネジメントシステム関連 - 環境報告書関連	0	10,732
社会活動コスト		- クリーンアップキャンペーン (清掃活動) - 募金活動 - NPO団体への寄付	0	121,145
合 計			743,325	3,103,745

※環境会計ガイドブックを参考に算出

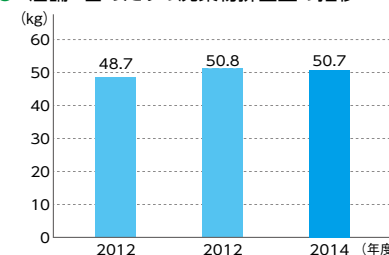
※対象期間：2014年3月1日～2015年2月28日

※加盟店及び本部の費用について、明確に把握できるもののみ記載

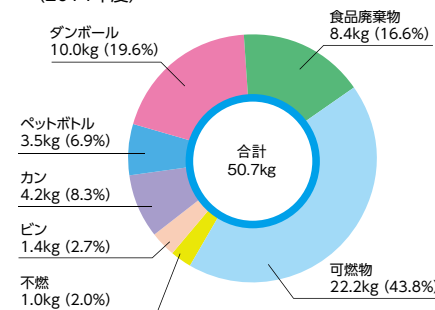
2014年度の省資源化の取り組み

2014年度も省資源・省エネルギーに取り組みました。電気使用量は、前年に引き続き節電を進めることにより、さらなる削減を達成しています。店舗で使用する容器包装については、カウンターフーズなどの売上増加・取扱拡大に伴い、紙容器包装の使用が増加しています。

1店舗1日あたりの廃棄物排出量の推移



1店舗1日あたりの廃棄物の排出量の内訳 (2014年度)



※データ抽出条件

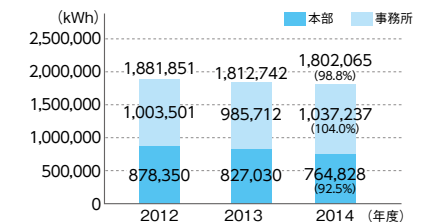
●抽出期間／前年度 (4月～3月) の平均月間排出量

●対象店舗／管理会社経由で一般廃棄物委託処理契約を締結している店舗 (エリア会社を含む)

●サンプル店舗数／1,734店舗

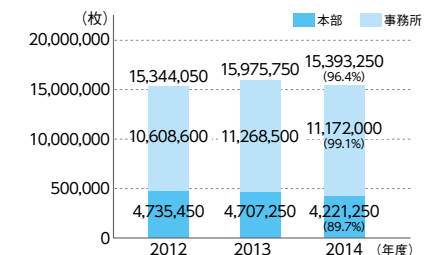
●全社電気使用量の推移

事務所は昨年から大幅な増加となったが、本社は削減が進み、全社では前年を下回った。

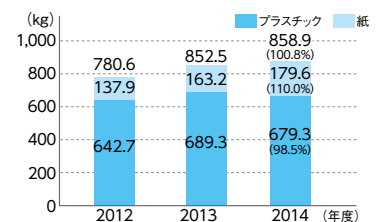


●全社コピー紙購入量の推移

本社・事務所とも削減が進んだが、事務所は2年前と比較すると増加している。



●1店舗あたりの容器包装使用量の推移



※2014年度数値の下にある () は、2013年度比の値 (小数点以下第二位を四捨五入)