



株式会社 **ビックカメラ**

環境報告書 2007.10.25

- 地球温暖化防止への挑戦 -



2006年度省エネ型製品普及推進優良店
環境大臣賞受賞(名古屋駅西店)





(クールビズ着用)

ビックカメラは「お客様第一主義を実践し、最高の満足とサービスをお客様に提供することで社会に貢献する」との経営理念のもと、「より豊かな生活を提案する進化し続けるこだわりの専門店の集合体」を目指して活動を続けています。

特に環境問題につきましては、人類共通の課題であります地球温暖化問題の改善のため、お客様のご理解とご協力を得ながら、省エネ型家電製品の普及促進、CO₂の排出削減などの課題に、常に業界のトップランナーとなるべく全社を挙げて取り組んでおります。

本レポートは、その活動の一端を皆様にご報告するものです。引続きのご愛顧をお願い申し上げます。

株式会社ビックカメラ

代表取締役社長 **宮嶋 宏幸**

*** INDEX ***

1.省エネ型製品普及促進のトップランナー

2.ビックカメラのCO₂削減目標

3.各種地球温暖化対策のキャンペーンの実施

4.3Rへの取り組み

5.社内啓発

進化するCSRレポートを目指して





1、省エネ型製品普及促進のトップランナー

ビックカメラは2003年度から実施されました**省エネルギー型製品普及推進優良店制度**において、**初年度から4年連続上位入賞**を果たし、**省エネ型製品普及のトップランナー**の役割を果たしております。

2006年度	環境大臣賞	名古屋駅西店
	資源エネルギー庁長官賞	高崎東口店

申請18店舗の全てが省エネ型製品普及推進優良店に認定

- <2005年度> 経済産業大臣賞 札幌店
- <2004年度> 経済産業大臣賞 立川店 資源エネルギー庁長官賞 新横浜店
省エネルギーセンター会長賞 池袋本店・有楽町店
- <2003年度> 第1位 有楽町店 第2位 池袋本店 第3位 立川店



(2003年度 第1位有楽町店)

(省エネ型製品販売事業者評価制度の概要)

財団法人省エネルギーセンター主催で2003年度から開始。省エネ型製品の販売促進の取組みや省エネに関する知識、統一省エネラベル等の分かりやすい表示、省エネ製品の販売実績等について、学識経験者、消費者団体等からなる評価委員会が、書類、データ、店舗覆面調査などを通じて厳しい審査を行い上位優良店には経済産業大臣賞、環境大臣賞などが授与され、成績優良上位3分の1が省エネ型製品普及推進優良店に認定されます。





*** ピックカメラの省エネ型製品の普及促進は海外からも注目されています**

2006年、2007年の海外からの視察団の受け入れ事例

実施日時	2006年1月19日
実施店舗	新宿西口店
研修名	「国際エネルギー消費効率化等協力 基礎事業研修生受入・専門家派遣事業」 「第3回多国間研修(MTPEC03)日程」
参加国	ブルネイ、カンボジア、インドネシア、 ラオス、ミャンマー、フィリピン、ベトナム

実施日時	2006年10月31日
実施店舗	有楽町店
研修名	中国(省エネ法調査)政策研修
参加国	中国(9名)

実施日時	2006年5月30日
実施店舗	有楽町店
研修名	日中省エネ・環境総合フォーラム
参加国	中国(47名)

実施日時	2007年3月19日
実施店舗	新宿西口店
	平成18年度 ポーランド国
研修名	日本省エネルギー技術センタープロジェクト
参加国	ポーランド(4名)

実施日時	2006年8月31日
実施店舗	有楽町店
研修名	「国際エネルギー消費効率化等協力 基礎事業研修生受入・専門家派遣事業」 「第5回多国間研修(MTPEC03)日程」
参加国	アセアン諸国(27名)

実施日時	2007年7月18日
実施店舗	新宿西口店
研修名	平成19年度JICA集団研修「省エネルギー」
	インドネシア・マレーシア、フィリピン、スリランカ、 シリア、ケニア、チュニジア、メキシコ、パラグアイ、
参加国	セルビア
参加メンバー	13名

実施日時	2006年9月2日
実施店舗	有楽町店
研修名	外務省対ロシア技術支援訪日研修
参加国	ロシア(20名)

実施日時	2007年7月18日
実施店舗	有楽町店
研修名	E-waste調査団
参加国	韓国(9名)



(日中省エネ環境総合フォーラム視察説明)





2、ビックカメラのCO₂ 削減目標

家電量販業界で初めて企業単位の数値目標を設定いたしました

ビックカメラは、CO₂ 排出原単位 (店舗面積当) を

2010年までに2006年対比で

4%削減します

「原単位」は「年間のCO₂ エネルギー消費量(kg - CO₂/年)」÷「店舗面積」を採用しております。また、店舗面積は延床面積を採用しております。

ビックカメラ2006年の
CO₂ 排出原単位実績(店舗面積当)
207.4727 kg - CO₂ / m²

(2006暦年実績算定対象22店舗、2007年10月1日現在25店舗営業中)

- CO₂ 削減のための具体的取り組み -

(1) 地球環境に優しいターミナル型量販店

ビックカメラは全店舗が駅前立地、公共交通機関の利用も便利な地球環境に優しい店舗展開を続けています。特に2007年8月オープンの**JR 京都駅店は京都駅30番ホーム新改札口と2階で直結、駅のホームから直接入店出来る全国初の家電量販店**として注目をされております。

(2) LEDの採用により消費電力を削減

ビックカメラは、店舗の改装や新規出店をする際、地球環境にやさしい**省エネ型照明**を積極的に採用しています。2007年7月池袋本店の外装改装に**LED(発光ダイオード)**を使用した省エネ型照明を採用し**消費電力を1/7以下に削減しクールシティを目指す池袋のCO₂ 削減のシンボル**となっています。

2006年9月オープンの**ラゾーナ川崎店**は、蛍光灯の約5倍寿命が長い「LED」を外看板の照明に採用しました。また、**2007年秋オープン予定の岡山店(仮称)**の外看板の照明においてもLEDを採用します。





特に、京都議定書が採択された京都市に2007年8月にオープンしたJR京都駅では、外壁照明にLEDに加え、「冷陰極管」を採用しています。冷陰極管は一般の蛍光灯(熱陰極管)より細くて小型で寿命も長く、消費電力が蛍光灯の1/4と小さいのが特徴です。ビックカメラはこれからも、環境負荷の少ない店舗作りを進めていきます。



(池袋本店 外観 昼間(写真左)と夜間(写真右))

(LED)

発光ダイオード。電気を直接光に変えるためエネルギー効率が良い。白熱灯に比べ寿命が著しく長く消費電力も小さいため、省エネや廃棄物の削減につながります。携帯電話、自動車、交通信号機等様々なところで使用されています。今後白熱灯や蛍光灯に取って代わる光源として期待されています。

(3) レジ袋を一新 紙資源の節約とゴミの減量に貢献

近年、ゴミの増加が問題になっていますが、家庭ゴミの約6割は商品を包んでいる容器や包装だと言われています。ビックカメラはレジ袋についても見直しを行いました。レジ袋の軽量化により年間21t以上の紙資源を節約します。新レジ袋の原材料には無漂白の再生紙を使用し、また光沢がない紙質にしたことでリサイクルもしやすいよう配慮しています。また、プラスチック製レジ袋においても厚みを減らすなど、今後とも包装の更なる軽量化に向け、努力を続けていきます。



(旧レジ袋)



(新レジ袋)





(4) 新物流センターが稼働

2006年10月、埼玉県東松山市に新たな物流センターが完成しました。それまで首都圏にあった3つの物流センターの機能を1つに集約することによって物流の効率を図り、CO₂の削減に努めます。

(5) 緑化への取り組み 人と地球にやさしさと快適さを

東松山の新物流センターでは、壁面緑化に取り組んでいます。緑化には、ヒートアイランド現象の緩和、植物によるCO₂の吸収、景観の向上、夏は断熱・冬は保温、ヒーリングなどの効果があると言われています。



(6) きめ細かな省資源、省エネルギー

全社員を対象に3ヶ月間(2006年2月～4月)の意識向上キャンペーンを行い、両面印刷・割付印刷、裏紙を利用することにより紙の使用量削減に努めること、こまめな消灯、不要な機器の電源をOFFにすることにより消費電力削減に努めること等と呼びかけました。この結果“何気なく”行っていた印刷、“なんとなく”そのままにしていた不使用時の機器の電源などに対して節減する意識が定着しました。

この他社内会議資料のペーパーレス化の推進、機密書類の廃棄への「溶解処理」を導入しました。溶解後は再生紙の原料となり紙のリサイクル・森林の保護に繋がります。

今後ともあらゆる機会を捉え、これらのきめ細かい省資源、省エネルギーを継続、徹底して参ります。





3、各種地球温暖化対策のキャンペーンの実施

ビックカメラは全国トップを切って CO2 削減の国民運動に協賛するなど、**地球温暖化防止のトップランナー**を目指しています。

- (1) 2007年7月9日に全国の企業のトップを切って全国トップを切って「1人1日1kgのCO2削減」応援キャンペーンに協賛を実施しました。

(協賛内容)

電球形蛍光灯ご購入時に「私のチャレンジ宣言カード」をご提示いただいた場合に10%値引きしています。
有楽町店マルチビジョンにて「1人1日1kgCO2削減」に関する環境省制作コンテンツを放映(15秒×64回/日)しています。
ビックカメラ全店舗で「1人1日1kgのCO2削減」の啓発ポスターを掲示しています。



(1人、1日、1kgのCO2削減)

- (2) 「HOT! & COOL! ビックカメラ サマーチャレンジ with チーム・マイナス6%」

2007年8月5日千葉マリスタジアムでのマリーンズの公式戦「ビックカメラマッチデー」(入場者28,223名)において夏休みにご家族みんなで楽しめる「HOT! & COOL! **ビックカメラ** サマーチャレンジ with チーム・マイナス6%」を開催しました。



(イベント内容)

エコクイズの実施。
当社社員とマリーンズのマスコットキャラクターのクールくんとチーム・マイナス6%の電球マンによるエコクイズの実施しました。

「1人1日1kgのCO2削減」応援キャンペーンへの参加を呼びかけチーム・マイナス6%事務局と協力して「1人1日1kgのCO2削減」応援キャンペーンの「チャレンジ宣言」への参加を呼びかけ、スポーツイベントとしては最多の1,002名の方にチャレンジ宣言を行っていただきました。



(エコクイズ実施風景)



(チャレンジ宣言受付風景)





(3)家電量販店で唯一、映画「不都合な真実」とのタイアップ企画を実施

ご来店のお客様に地球環境問題に関心を持っていただくため、家電コーナーに「不都合な真実」(ゴア元米国副大統領が本年度ノーベル平和賞受賞!)のポスター掲示を行い、同作品のオリジナルプロモーションビデオを放映しました。
(財団法人省エネルギーセンターとの共同企画として実施)



(映画「不都合な真実」の告知)

(4)池袋クールシティ推進事業への協力

創業の地:池袋で豊島区が取り組む「クールシティ中枢街区パイロット事業モデル街区」の指定(環境省)及び事業実施に向け、地元中核企業として協力しています。

(5)3年連続クールビズを実施!

2005年から開始されたクールビズ(冷房温度を28度に設定、ノージャケット、ノーネクタイ等軽装を奨励)に3年連続で参加(事務部門)。2006年秋からウォームビズ(暖房温度を20度に設定)に参加(事務部門)、2007年には売場でも一部クールビズを実施しました。



(クールビズポスター)



(ウォームビズポスター)





4、3Rへの取り組み - 自らリユース、リサイクル事業に

3R: Reduce(リデュース): 廃棄物の発生抑制

Reuse(リユース): 再使用

Recycle(リサイクル): 再資源化

ビックカメラはグループ企業一体になって、環境と経済が両立した循環型社会の形成のため**3R**の推進に努めています。

(1)株式会社フューチャー・エコロジー: グループの総合環境ソリューション企業

我が国を代表する電気・電子・情報機器メーカー等16社のご出資を得て、家電製品、OA機器等のリユース及びリサイクルを行うことにより、廃棄物の大幅な減量、適正処理及び不法投棄等の防止を図るモデル事業として東京都スーパーエコタウンに事業所を開設し、

家電リサイクル法に基く使用済みエアコン及びテレビの法定リサイクル、

使用済み携帯電話機のリサイクルによる希少資源の回収

その他、パソコン等使用済み OA 機器について、セキュリティスペースでのデータ消去・破壊後にリユース、を実施しています。

施設の概要

所在地 : 東京都大田区城南島三丁目2番14号

- * 用途地域: 工業専用地域
- * 敷地面積: 4,983.58 m²
- * 建築面積: 1,872.75 m²
- * 延べ床面積 : 2,997.45 m²



(東京事業所の外観写真)

ビックカメラグループ以外の出資企業

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| ・アップルコンピュータ株式会社 | ・キヤノン販売株式会社 |
| ・三洋電機株式会社 | ・シャープエレクトロニクスマーケティング株式会社 |
| ・ソニーマーケティング株式会社 | ・日立コンシューマ・マーケティング株式会社 |
| ・東芝コンシューママーケティング株式会社 | ・日本ヒューレット・パッカード株式会社 |
| ・日本ビクター株式会社 | ・富士フィルム株式会社 |
| ・株式会社富士通ゼネラル | ・株式会社富士通パーソナルズ |
| ・松下電器産業株式会社 | ・株式会社三菱電機ライフネットワーク |
| ・東芝キャリア株式会社 | ・株式会社リコー |
| ・株式会社国土環境研究所 | |

2006年度事業実績

- * 法定家電リサイクル: 2,308t
- * 携帯電話機リサイクル: 97t
- * OA 機器リユース: 54,496件



(家電リサイクルライン全景)

2006年9月19日 ISO14001(環境マネジメント)認証取得

ISO27001(情報セキュリティマネジメントシステム)取得準備中





(2) 家電リサイクル制度改正への貢献

代表取締役社長宮嶋宏幸が家電リサイクル法、制度見直しのための環境省及び経済産業省の審議会合同会合の委員に就任(2006年7月)し、現行制度最大の問題の一つとなっている、使用済み家電製品のリユースの適正化に向けて、2007年7月より、適正処理のトレーサビリティを確保した家電リサイクル法対象3品目(冷蔵庫、洗濯機、テレビ)のリユースサービスを業界に先駆けて実施しています。(2007年4月家電リサイクル取り扱い優良店として推奨されました)

(3) 株式会社ソフマップ(連結子会社)のリユースの取り組み

中古パソコン、中古周辺機器及び中古ゲームソフトにおいて、業界標準となる品質管理、商品化手法、生産性向上等の品質マネジメントシステム(ISO 9001 認証取得)を確立しました。

商品不良に関しては、専用の修理サポート窓口を各店に設置し年中無休のサポート専用コールセンターも開設しました。個人情報保護の観点からデータ消去専用ラインにおいて、記憶装置のデータを完全消去しています。

これらの「お客様に信頼される中古パソコン市場育成スキーム」を評価され、2006年3月に第17回消費者指向優良企等表彰を受賞しました。



(ソフマップ秋葉原本店)





5、社内啓発 - 環境マインドの全社浸透を目指して

ビックカメラでは環境問題を CSR(企業の社会的責任)の重要課題と位置付け、環境マインドの全社浸透を目指して社内啓発に努めています。

(1) 社内報で40回(3年8ヶ月)にわたり「環境教室」を連載し、地球環境問題から廃棄物の処理に係る法規制に至るまで、マクロ、ミクロの両面から社員の環境マインドの涵養に努めています。

(2) あらゆる機会を捉えて社内告知

店舗内のお客様向けの省エネ、CO₂削減関連の各種ポスターに加え、事務スペース、食堂などを活用し、従業員向けの省エネ学習、省エネ活動の呼びかけなど環境関係の告知を徹底して行なっています。

(3) **省エネ家電推進チーム**

2003年10月に本社及び全店舗に省エネ家電推進チームを設置、その活動が省エネ型製品普及促進優良店表彰上位入賞の原動力になりました。

(4) **省エネ勉強会**の定期開催

全販売員、新入社員を対象に省エネ勉強会を開催、さらに製品別の少人数ローリングプレー等も実施しています。省エネに関する知識・情報は**ビックカメラ**の専門性の柱となっており「**専門販売員制度**」の重要な専門分野となっています。

未来環境教室
サステナブル・エコロジー

「1人1日1KgCO₂削減キャンペーン」

ビックカメラは「1人、1日、1KgCO₂削減」を応援します。のPOPが店舗で告知されているのに気付いていますか？これは日本政府が今年6月にドイツのハイゲンダムサミットで提唱した地球温暖化対策「美しい星50」の中で提案した国民運動です。

ビックカメラは7月9日に全国に先駆けて協賛企業として名乗りを上げ、1人、1日、1Kgのチャレンジ宣言をされたお客様に省エネ型電球の特別割引を実施しています。また、8月5日の千葉マリンスタジアムの「HOT 1 & COOL」ビックカメラサマーチャレンジ with チームマイナス6%では1日で1,002名の観客の皆さんにチャレンジ宣言をしていただくなど、省エネルギー型家電製品販売促進に続いてCO₂削減の国民運動でもトップランナーの役割を果たしています。

ビックカメラグループの皆さんには全員、この1人、1日、1Kgチャレンジ宣言を実行していただきたいと思います。アクセスは、パソコン <https://m.tszc.jp/trv-1kg/tm6-co2-1kg02.html> 携帯メール www.team-6.jp/mobile/ のいずれからでも可能です。サイト上の39項目の日常生活で実行できるメニュー(冷房温度を28度に設定、こまめな消灯、エコドライブ等々)の中から実行する項目をクリックすると1日合計のCO₂削減量が計算されこれをプリントアウトして持参すると、ビックカメラを始め50以上の協賛企業から各種のディスカウントや特典も得られます。

地球温暖化問題というどこか手の届かないところの話のように感じるかも知れませんが、一人一人の日常生活での行動や工夫も積み重ねれば大きな貢献に繋がります。

因みに、私が39項目の内クリックしたのは15項目、1日のCO₂削減量は1.001Kg、ぎりぎり合格点でした。皆さんも是非トライして下さい。

(社内報の環境教室)



(従業員向けの省エネ告知)





進化する CSR(企業の社会的責任)レポートを目指して

29年前に池袋駅北口の約50平米の小さな店舗からスタートしたビックカメラはお客様のご愛顧と家庭電化の質的・量的拡大の中で我が国1,2位を争う都市型量販店:「専門店の集合体」に成長することが出来ました。

この間貫きつづけた「お客様第一主義」の企業理念の中で、環境、製品安全、個人情報保護、公正取引、その他様々なお客様サービス、社会的貢献の取組みが積み上げられて参りました。

今回、環境対策を皮切りに CSR レポートを策定するに当り、平均年齢27歳の若い社員を中心にしたプロジェクトチームを編成しましたが、「まず環境にやさしく機動的なペーパーレスの報告書にしよう」との斬新な提案から作業が始まりました。

地球温暖化の加速度的進展、国際社会の取組み、日本の役割はまさに目まぐるしく変化しています。1年に1回報告書を印刷するよりも、常に最新の情報とデータを更新できる報告書を作成する方がビックの企業文化に相応しいと判断しました。

本報告書はビックカメラグループの CSR(企業の社会的責任)報告書として、策定と同時に進化と更新の使命を担っています。

皆様からの忌憚の無いご注文、ご意見をお待ちしております。

2007年10月25日

取締役 CSR 担当

加藤 周二

連絡先	広報・IR部	03 - 3987 - 8785
	ホームページアドレス	ir@biccamera.com

