

く
ら
し、
晴
れ。

ダ
ス
キ
ン
の
E
C
O。
。



株式会社 **ダスキン**

〒564-0051 大阪府吹田市豊津町1-33
TEL:06-6387-3411 (代表)
www.duskin.co.jp



みんなで止めよう温暖化
「ダスキン」チーム・マイナス6%



SF070725 07.8.1-30.000

「魔法のぞうきん」と呼ばれた「ホームダスキン」。
ここからダスキンの歴史が始まりました。



家庭用商品第1号・ホームダスキン

創業の翌年である1964年、
ダスキン初の家庭用ダストコントロール商品として
黄色い「ホームダスキン」が誕生しました。
水ぞうきんを使った拭き掃除の時代に登場したこの商品は、
当時「魔法のぞうきん」と呼ばれ、
主婦にかかるお掃除の負担を大幅に軽減させました。
同時に、より多くの人に手軽に使っていただけるよう、
フランチャイズシステムでレンタルするという
新しい流通システムを打ち出しました。
これにより、多くの人に事業参入の機会を提供するとともに、
急速に広まっていきました。
ダスキンはその後も、
「どうやったら役に立ち、喜んでいただけるか」という思いから、
さまざまな新商品・サービスを開発し続け、
今日に至っています。



ダスキンピア(本社)

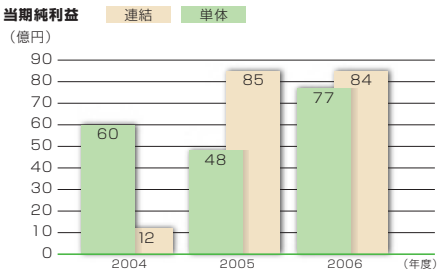
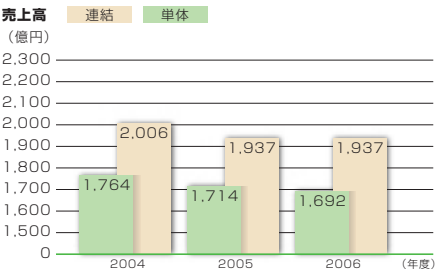
株式会社ダスキン概要

会社概要

社名	株式会社 ダスキン【DUSKIN CO.,LTD.】
本社	〒564-0051 大阪府吹田市豊津町1番33号
代表者	代表取締役社長 伊東英幸
設立	1963(昭和38)年2月4日
資本金	113億5,294万円(2007年3月31日現在)
連結売上高	1,937億円(2006年度)
全国チェーン店お客様売上高※	4,486億円(2006年度)
従業員数	企業集団3,647人 当社1,994人 (2007年3月31日現在)

※ダスキン全国チェーン店お客様売上高は、国内外の直営店・子会社売上高および加盟店推定売上高の合計を参考数値として記載いたしております。なお、上記金額には、SEED RESTAURANT GROUP,INC.および株式会社ヒガ・インダストリーズに係るお客様売上高は含んでおりません。
※記載金額は、単位未満を切り捨てて表示しております。

株式会社ダスキン業績推移



沿革

- 1963年 ◎ダスキン創業
 - ◎ダストコントロール(DC)商品の初の生産拠点、吹田工場開設
- 1964年 ◎家庭用DC商品「ホームダスキン」全国販売開始
 - ◎フランチャイズ加盟店の募集を開始
- 1966年 ◎初の加盟店会組織D.F.C.(ダスキンフランチャイズチェーン)全国連合会発足
- 1969年 ◎国際フランチャイズ協会(IFA)に、日本初のメンバーとして入会
- 1971年 ◎ミスタードーナツ事業スタート
 - ◎サービスマスター事業(現ケアサービス事業の一部)スタート
 - ◎ホームダスキンの廃却布を再生した産業用ウエスのレンタルスタート
- 1978年 ◎レントオール事業スタート
- 1981年 ◎ユニフォームレンタル事業(現ユニフォームサービス事業)スタート
- 1982年 ◎ヘルスケア事業(現株式会社ダスキンヘルスケア)スタート
- 1988年 ◎ターミックス事業(現ケアサービス事業の一部)スタート
- 1989年 ◎メリーメイド事業(現ケアサービス事業の一部)スタート
- 1990年 ◎株式会社アガコスメティックス(現ヘルス&ビューティ事業)設立
 - ◎カフェデュモンド事業スタート
 - ◎本社ビル「ダスキンピア」が大阪・江坂に完成
- 1991年 ◎日本水産株式会社との共同出資によるザ・どん事業スタート

- 1995年 ◎統一超商股份有限公司とライセンス契約で、台湾での「DC商品レンタル」事業スタート
- 1999年 ◎かつアンドかつ事業スタート
 - ◎ケータリング事業(現ドリンクサービス事業)スタート
 - ◎トゥルグリーン事業(現ケアサービス事業の一部)スタート
- 2000年 ◎中国・上海市にミスタードーナツを出店
 - ◎シニアケア事業、ホームインステッド事業スタート
- 2003年 ◎コンプライアンス意識の指針「ダスキン行動基準(第0版)」を作成
- 2004年 ◎「ダスキン行動基準(第1版)」を発行
 - ◎公的介護保険適用の介護サービスを行う株式会社ダスキンゼロケア設立
 - ◎統一超商股份有限公司と合併で、台湾でミスタードーナツ事業スタート
- 2006年 3月 三井物産株式会社およびフューチャーベンチャーキャピタル株式会社と共同で出資した有限会社フランチャイズインベストメントを設立し、フランチャイズ育成投資事業有限責任組合の運営開始。同年6月初の投資実行
- 8月 株式会社ヒガ・インダストリーズと資本・業務提携締結
- 11月 三井物産株式会社、楽清服務股份有限公司(台湾の統一超商股份有限公司とダスキンの合併会社)と共同で楽清(上海)清潔用具租賃有限公司を設立。中国でのクリーンサービス事業を開始
- 12月 東京証券取引所・大阪証券取引所の市場第1部に上場

目次

会社概要

株式会社ダスキン概要	3
ダスキン事業構成	4
経営理念	6
ごあいさつ	7
中期経営計画	8
方針	10
環境統治体制	11
株式会社ダスキンのダイジェスト	12
ケアサービス事業ダイジェスト	16
レントオール事業／ヘルスレント事業ダイジェスト	20
ミスタードーナツ事業ダイジェスト	22

2006年度環境報告書

クリーンサービス事業	27
1) 環境フローチャート	30
2) 環境管理体制	31
3) 環境負荷低減への取り組みの状況	32
4) エコライフへのお役立ち商品	36
5) 環境保全活動の状況	37
6) 環境コミュニケーションの状況	39

株式会社ダスキン

フランチャイズチェーン(加盟店)

※営業拠点数は2007年3月31日現在、お客様売上高は2006年4月1日～2007年3月31日データ
※拠点には、複数の事業を兼業する店舗も含まれています。

商品再生工場数: 47工場(国内)
◎フランチャイズ事業
◎営業拠点数: 国内2,194拠点・海外11拠点
◎お客様売上高: 2,375億92百万円
◎訪問サービス

◎フランチャイズ事業
◎拠点数: 1,800拠点
◎お客様売上高: 421億64百万円
◎訪問サービス

◎フランチャイズ事業
◎お客様売上高: 111億65百万円
◎店舗数: レントオール・126店舗
ヘルスレント・104店舗
◎店舗サービス

◎フランチャイズ事業
◎お客様売上高: 1,333億06百万円
◎店舗数: 国内1,294店舗・海外1,475店舗
◎店舗サービス

◎フランチャイズ事業
◎お客様売上高: 26億44百万円
◎店舗数: 44店舗
◎店舗サービス

◎フランチャイズ事業
◎お客様売上高: 13億98百万円
◎拠点数: 122拠点
◎訪問サービス

◎フランチャイズ事業
◎お客様売上高: 36億35百万円
◎拠点数: 175拠点
◎訪問サービス

◎フランチャイズ事業
◎お客様売上高: 24億04百万円
◎拠点数: 351拠点
◎訪問サービス

◎フランチャイズ事業
◎お客様売上高: 9億25百万円
◎拠点数: 149拠点
◎訪問サービス

売上高構成比
(お客様売上高)

クリーンサービス事業
53.0%

ケアサービス事業
9.4%

レントオール事業2.5%

ミスタードーナツ事業
29.7%

その他計5.4%
(海外含む)

関係会社

連結子会社

(株)ダスキンサーヴ北海道
(株)ダスキンサーヴ東北
(株)ダスキンサーヴ北関東
(株)ダスキンサーヴ東海北陸
(株)ダスキンサーヴ中国
(株)ダスキンサーヴ四国
(株)ダスキンサーヴ九州
(株)ダスキンシャトル東京
楽清(上海)清潔用具租賃有限公司
楽清香港有限公司
(DUSKIN HONG KONG COMPANY LIMITED)
(株)和倉ダスキン
(株)小野ダスキン
(株)ダスキンプロダクト北海道
(株)ダスキンプロダクト東北
(株)ダスキンプロダクト東関東
(株)ダスキンプロダクト西関東
(株)ダスキンプロダクト東海
(株)ダスキンプロダクト中四国
(株)ダスキンプロダクト九州
(株)どん
(株)エバーフレッシュ函館
上海丸仁楽清食品有限公司
MISTER DONUT KOREA CO.,LTD.
(株)ダスキンヘルスケア
(株)ダスキンゼロケア
ダスキン共益(株)
ダスキン保険サービス(株)
(有)フランチャイズインベストメント
フランチャイズ育成投資事業有限責任組合

持分法適用関連会社

楽清服務股份有限公司
統一多拿滋股份有限公司
SEED RESTAURANT GROUP, INC.
(株)ヒガ・インダストリーズ

(2007年3月31日現在)

グリーンレポートについて

当グリーンレポートは、多事業を展開するダスキンの環境保全や社会へのお役立ちへの取り組みをできるだけわかりやすくお伝えすることに主眼をおいています。

また、27ページ以降からは当社の主体事業である「クリーンサービス事業」の環境報告書を掲載しています。同事業ではフランチャイズ展開により加盟店や協力工場と一体となって事業を行っており、報告対象範囲を株式会社ダスキンのみではなく、加盟店活動も含めた「クリーンサービス事業」としております。

報告内容は2006年実績を中心に、環境省の「環境報告書ガイドライン2003年度版」「事業者の環境パフォーマンス指標ガイドライン(2002年度版)」を参考にして構成しております。

※ダスキン全国チェーン店お客様売上高は、国内外の直営店・子会社売上高および加盟店推定売上高の合計を参考数値として記載いたしております。なお、上記金額には、SEED RESTAURANT GROUP, INC. および株式会社ヒガ・インダストリーズに係るお客様売上高は含んでおりません。

連結売上高 1,937億90百万円

全国チェーン店お客様売上高合計 4,486億07百万円※

その他関係会社

株式会社どん
どんぶりレストラン

株式会社ダスキンヘルスケア
病院の滅菌・消毒・清掃

株式会社ダスキンゼロケア
公的介護保険適用サービス

理念の根底にある「喜びのタネまき」。
この言葉、この思いが、ダスキンの事業活動すべてに、
そして一人ひとりの行動に込められています。

創業者である鈴木清一は
1963年のダスキン起業にあたって、
「たとえ自分にとって損であろうとも
或いは苦しいことであろうとも
自ら進んで生き甲斐を求めるなら
他人に対して喜びのタネをまこう
そして喜びのタネから
美しい世の中にする花を咲かせたい」
そういう会社をつくってみたい、と語り、
その願いを経営理念に込めました。

祈りの経営ダスキン経営理念

一日一日と今日こそは
あなたの人生が(わたしの人生が)
新しく生まれ変わるチャンスです

自分に対しては
損と得とあらば損の道をゆくこと

他人に対しては
喜びのタネまきをすること

我も他も(わたしもあなたも)
物心共に豊かになり(物も心も豊かになり)
生きがいのある世の中にする

合掌
ありがとうございました

地域社会に喜ばれ、ともに未来に向かって
歩んでいきたいダスキンです。



代表取締役社長

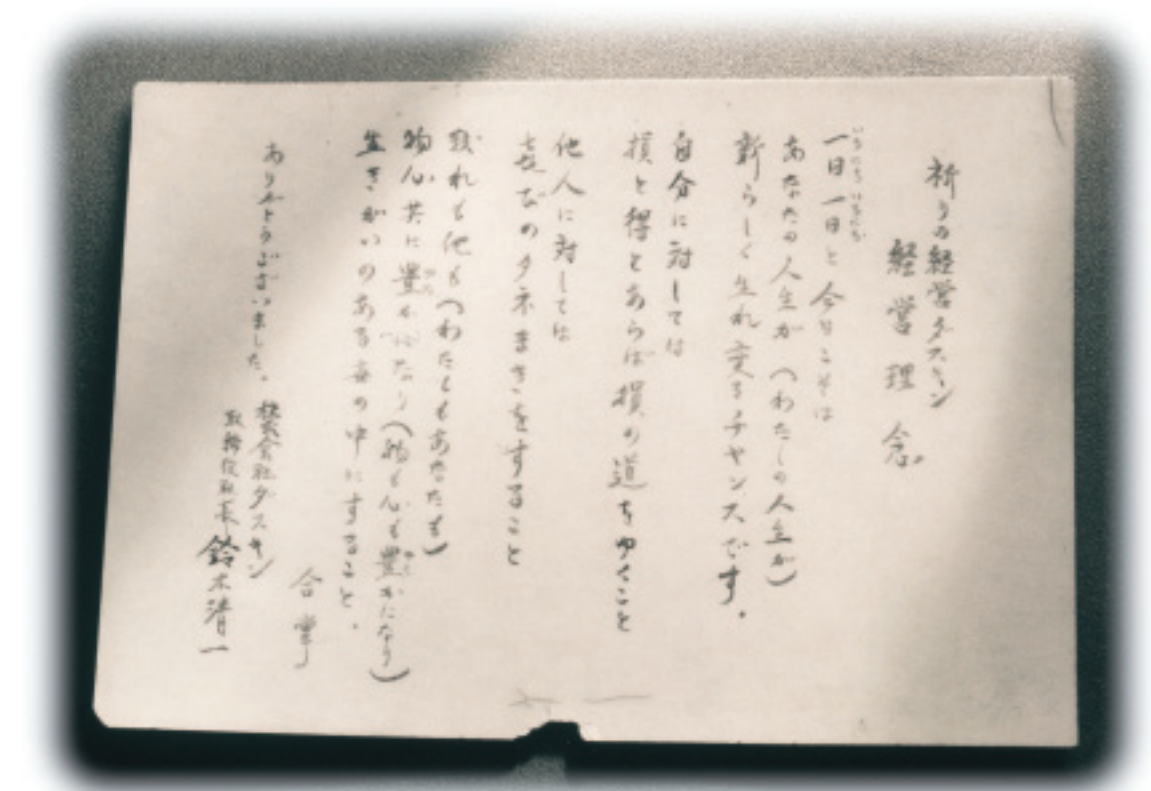
伊東 英章

創業以来ダスキンは、常に地域社会とともに
成長させていただきました。
“お掃除”から始まったサービスは、
「こんなサービスがあればいい」という
消費者の皆さまの声にお応えして商品を開発、
今日ではフード関連事業や介護関連事業まで領域を広げ、
生活の身近なところでさまざまなサービスをお届けしております。

レンタルを40年以上続けているダスキンは、
今も展開しているさまざまな事業分野において、
「繰り返し使う」「モノを大切にする」思想を根本に置いています。
ダスキンのエコは、レンタルシステムを基幹事業におき、
モノを大切にする取り組みを行っています。
回収された使用済み商品は再生・再資源化すると共に、
2006年度にモップの柄や浄水器、空気清浄機本体など
レンタル商品に付随する備品類も
ほぼ100%再資源化することが実現できました。

一方、ミスタードーナツ店舗では陶器やガラス食器を使用、
紙容器の使用を抑えることや店舗で使用している揚げ油も回収をして
再資源化しています。

私たちは、お届けするサービスによって、
モノが豊かになるだけでなく
心の豊かさにもつながるよう社会へのお役立ちを目指し、
ダスキングループ・加盟店・従業員とともに、皆さまの地域社会から喜ばれ、
ともに歩ませていただきたいと願っています。



経営計画テーマ

【改革と創生】から【共生と飛躍】へ

ダスキンは、2004年度より、「社会への4つの約束」を宣言し、社会的責任を果たせる透明性の高い企業へと再生すること、そして、社員一人ひとりが常に生活者の視点で判断し、実行できる組織になることを目的に社内の構造改革を進めてきました。

社会への4つの約束

- 1) 安全で安心、環境保全に配慮した商品・サービス、そして楽しさをお手渡しします。
- 2) 歪みのない透明で公正な経営姿勢をつらぬき通します。
- 3) 地域の人々と喜びを分かち合いながら、心豊かな暮らしに貢献します。
- 4) 立場を越えて、自由に意見を出し合い、議論し、決まったことは一つとなって実行する開かれた企業風土を醸成します。

2004年に策定した中期経営計画「改革と創生」(2004～2006年度)では、コーポレートガバナンス強化を経営の最重要課題と捉えると同時に、すべての企業活動の基本にコンプライアンスを据えて、健全で透明性の高い経営を実

現できるよう注力しました。また、生活者・消費者の視点で企業活動を見直すことにより、安全で安心な商品・サービスをお届けし、心豊かで快適な暮らしを提供し、お客さまにお喜びいただける活力ある企業として、更なる社会への貢献を目指しました。その結果、社内の構造改革が進み、社会からの信頼を徐々に得ていくと共に、収益も増加に転じました。

しかし、期間中に着手した健全な経営のための仕組みや意識改革は途上であり、また、もう一つの大きな課題であった事業規模の回復・拡大までには至りませんでした。

ダスキンは新たな3カ年の中期経営計画のテーマを「共生と飛躍」(2007～2009年度)とし、「改革と創生」で築いた礎のもと、経営理念が掲げる目指すべき道をあらためて確認し、果敢に行動を起こしていきます。そして、社員はもちろん、加盟店も含めた企業集団すべてが、「経営理念」の共通の理解を基に行動を起こし、すべての利害関係者(ステークホルダー)とともに、さらなる発展・飛躍を目指します。



2007～2009年度
中期経営計画のテーマ

共生と飛躍

スローガン

街いちばんの喜びを
街いちばんの信頼で

【共生】とは

パートナーとしての加盟店をはじめとするすべてのステークホルダーに、当社の企業姿勢、経営理念を理解していただき、地域・社会の皆さまからの信頼を勝ち取り、ともに喜びを分かち合っていきたいとの願いを込めております。

【飛躍】とは

生活者視点でお客さまの要望を的確に捉え、事業の一層の成長を図ると共に、新たな事業開発および、その展開も積極的に行い、地域・社会に対し、一層の貢献を果たしていきたいという意思表示であります。

2004～2006年度
中期経営計画のテーマ

改革と創生

スローガン

あなたの喜び顔が見たい

企業目的

道と経済の合一

利益追求のみならず世の中の人に喜ばれる「喜びのタネまき」を実践し、地域の人々と喜びを分かち合い、物も心も豊かな暮らしに貢献することで継続的に企業価値を向上してまいります。



ダスキン環境方針

私たちダスキンは、
環境保全と企業経営の両立に
全力で取り組み、
生産から使用後まで安全で安心、
環境保全に配慮した
商品・サービスを提供します。

(1) 環境負荷が少ない商品・
サービスの設計・開発・選択

原材料の調達から商品の製造、お届け、お客さまによるご使用、使い終わった後の回収再生や処分まで、すべての段階に配慮し、安全・安心で環境負荷低減に貢献する商品・サービスを開発し採用します。
商品や資材の循環活用を推進し、資源のもつ価値を十分に活用します。

(2) 環境負荷が少ない工場稼働

省資源で省エネルギーな工場稼働に努めます。
廃棄物や環境負荷となる排出を抑制すると共に、排出物のリサイクルや有効活用を推進します。
公害や事故を発生させない工場稼働に努めます。

(3) 環境負荷が少ない物流と
営業・販促活動

ムダのない、効率的な商品流通・物流と営業活動に努めます。
車両活用に伴う排ガス汚染の軽減、CO₂排出の削減に取り組みます。
環境保全に、より優れた商品・サービスの積極的販売を推進します。

(4) 環境負荷が少ないオフィス活動
や施設・設備

省資源で省エネルギーなオフィス活動を推進します。
グリーン購入により、環境負荷の低い物品の活用を推進します。

(5) 環境負荷が
少ない社会づくりへの貢献

法令や規律を守ると共に、環境保全を推進するための社会施策や要請に積極的に協力し、自らも貢献できる施策を検討し、実践します。

ダスキン行動基準(第2版)



2007年4月、経営理念実践の行動指針である「ダスキン行動基準」を改定いたしました。
「ダスキン行動基準」は、経営理念を実践するための役員・社員の行動の指針として「私たちがとるべき行動とは何か」を
◎ 法と社会常識に則した行動
◎ 地域社会の安全・安心への配慮
◎ 安全・安心で環境に配慮した商品・サービスの提供
など、6分野40項目に渡って具体的に示したものです。また、全社員に対してこの行動基準を根付かせるため、研修を行っています。



「ダスキン行動基準」の理解と実践を目的として役員、従業員に対する「コンプライアンス研修」を継続的に実施。2005年度からは全事業の加盟店まで範囲が広がっています。

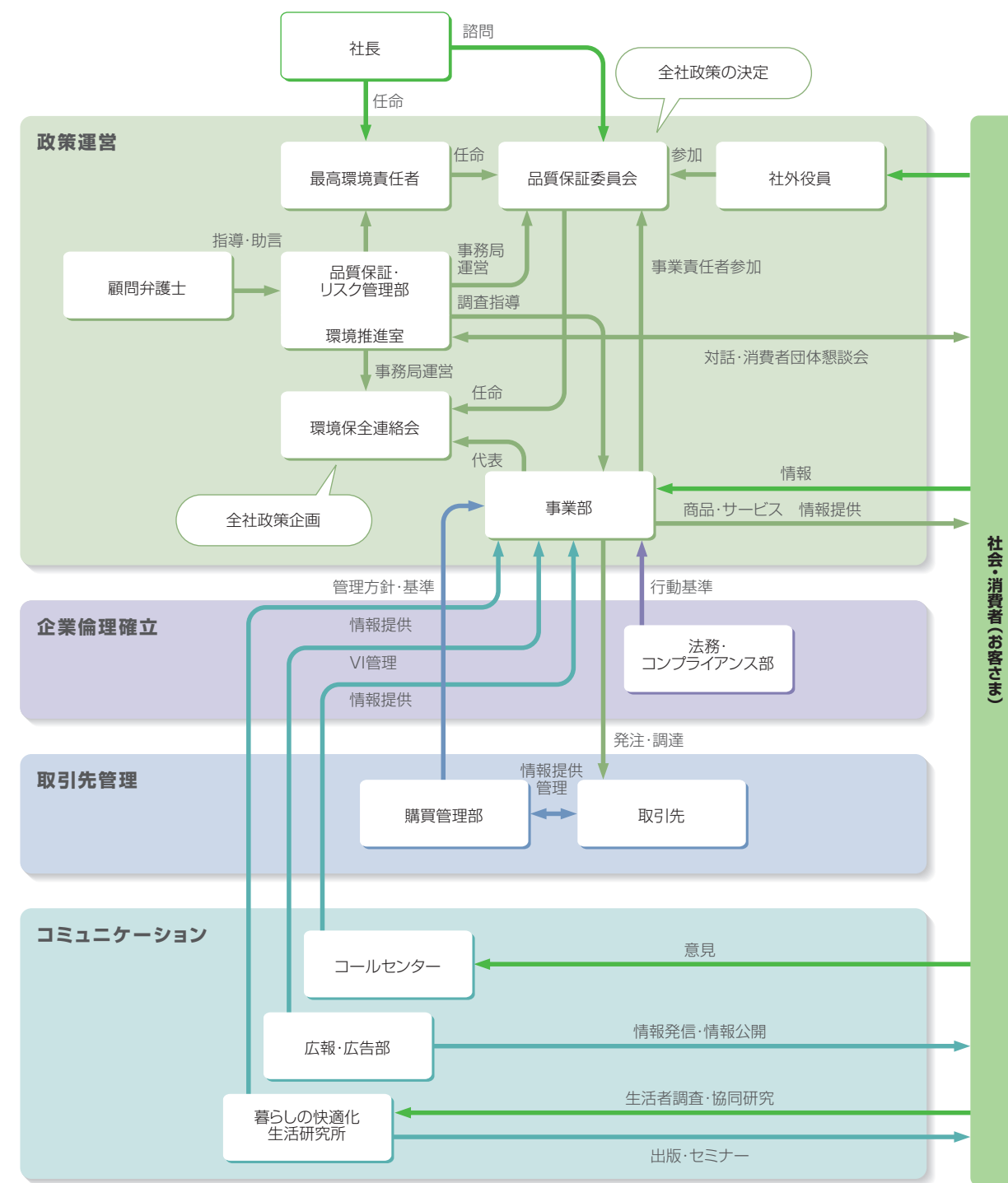
「ダスキンのエコ」をテーマとしてCO₂削減に取り組んでいます。

ダスキンは創業以来、独自のレンタルシステムを主軸として、各種の商品やサービスをお届けしてまいりました。事業活動の根幹には、商品を大切に何度も何度も使い、寿命が尽きるまで使い切るという発想があります。まさに「もったいない」に通じるこの精神を引き継ぎ、「行動基準」を社員一人ひとりの行動の軸、環境方針を事業活動の軸として、地域の人々と喜びを分かち合いながら、心豊かな暮らしに貢献する「ダスキンのエコ」を追求してまいります。

また、継続的に業務プロセスを改善してコーポレートガバナンスと企業の透明性を高め、さらに信頼される誠実な企業を目指してまいります。2005年度には地球的規模、かつ全人類共通の緊急課題とも考えられる地球温暖化問題の原因となっているCO₂の削減を全社統一のテーマといたしました。

ダスキンが展開するさまざまな事業活動から排出されるCO₂は、少なくとも年間23万t以上に上ると推計されます。今、各事

業ではそれぞれの事業特性に合わせて取り組みを進めています。この2年間にクリーンサービス事業の工場部門では、省資源・省エネ技術の開発導入を積極的に行うことなどにより、年間1万5千tのCO₂排出を減らしました。一方、全国で2万3千台近くも使っている営業車やトラックの排ガス対策も重大な課題です。事業の性格上急速な改善は難しい状況ですが、低公害車や省燃費車の優先採用などをグループ全体で進めています。



消費者の立場から
社外役員が経営に参画

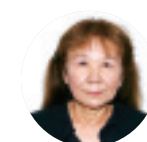
消費者やお客さまの声を経営に活かし、公正な企業運営を行うため、消費者団体などで活躍されている方々に役員として経営に参画いただいています。コンプライアンス、品質保証、環境保全に関する各種重要会議や委員会に参加いただくと共に、「ダスキン行動基準」の策定にもご協力いただきました。



新井ふく 社外監査役
(現) 社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会常任顧問



坂本允子 社外取締役
(2007年6月まで)
(前) 全大阪消費者団体連絡会 事務局長



あざみ 勲 社外取締役
(2007年6月より)
(現) 特定非営利活動法人コンシューマーズ京都(京都消団連)理事

株式会社ダスキンのダイジェスト

ダスキンは、日本でいち早く取り入れたフランチャイズシステムを、さまざまな事業分野で展開しています。それらすべての展開事業において、本部としてお客さまの信頼に応える商品・サービスメニューの充実、全国各地で実際に皆さまに接して商品やサービスをお届けする、加盟店スタッフの技術やサービスレベルの向上に取り組んでいます。その取り組みの中で、環境方針に沿い、環境への配慮を徹底することは、ビジネス展開の基本です。

1 商品・サービスの環境負荷低減に向けて

ダスキン開発研究所では、多角的な視点で独自性の高い環境に配慮した技術開発・研究に取り組んでいます

ダスキン開発研究所では、日本で最初に開発したダストコントロールをはじめとした環境衛生に関する基幹技術開発や商品開発活動を行うほか、商品の生産技術や再生技術の向上に取り組んでいます。研究・開発方針として人や環境への安全性向上、開発から廃棄まで製品全体の環境影響評価をし、すべてのテーマで環境負荷低減を追求しています。また、研究所の中に商品検査センターを設置して新規取扱商品の安全性などについて厳重にチェックしています。そのほか、ダスキンでは化学物質に対する自主基準などを設けて、総合的に商品・サービスの安全性向上や環境負荷低減を進めています。



開発研究所、生産本部があるダスキン大阪中央工場(大阪府吹田市)。



開発研究所(大阪中央工場5F)



ダニ、花粉アレル物質を抑制するモップ技術もこの研究所で誕生しました。

2 工場での環境負荷低減に向けて

生産本部では、省エネ・省資源を追求した革新的なクリーニング技術開発と全国工場の一元管理に取り組んでいます

全国の工場を統括する生産本部では、商品の加工技術やそのための設備開発が行われています。洗浄・乾燥などクリーニング技術の省エネ化や廃水処理などの環境対策技術についても独自ノウハウを蓄積しており、数々の特許を保有しています。全国の工場の稼働状態についても情報が集約され、定期的に行われる排水水の分析データなどもオンラインデータベースで一元的に確認しています。



廃水処理設備



生産本部(大阪中央工場5F)



最新加工設備

3 物流や営業活動での環境負荷低減に向けて

各事業でプロフェッショナル養成体制を整えています

さまざまな事業で、業務技能を習得するための教育・研修機関を運営しています。環境への配慮なども含めて、プロフェッショナルを養成しています。また、その基礎として「サービスの基本は人づくり」の考えのもと、「喜びのタネまき」を企業目的とするダスキンの企業姿勢を伝えています。



ケアサービス・ラーニングセンター(大阪府吹田市)
「お掃除」「害虫駆除」「庭木のお手入れ」のプロフェッショナル養成の場として、各種の基礎知識から、作業工程、ISO14001に基づく環境教育、環境への配慮、店舗オペレーションまで徹底して教育・実習が行われます。



ミスタードーナツカレッジ(大阪府吹田市)
お客さまに、常に安全でおいしい高品質なドーナツをお召し上がりいただくため、食品や衛生に関する基礎知識から製造・品質管理技術、店舗の維持管理まで徹底して教育・実習が行われます。特に初期研修は、49日間に渡る厳しい研修として知られています。



クリーンサービスビジネスカレッジ(大阪市北区)
お客さまに真心を込めて商品をお届けすることを基本に、商品知識などの研修を行っています。玄関では「心豊かなサービスのすべては、ここを源とする」の看板が来場者を出迎えています。(2007年8月20日移転予定)



事業活動のあらゆる段階で環境配慮を推進しています

ダスキンでは、事業活動のあらゆる段階で環境配慮を徹底することを推進しています。そのため主力4事業では、本部や工場ばかりでなくフランチャイズ加盟店までを含め、ISO14001認証を実施しています。



工場部門 ISO14001認証



営業部門 ISO14001認証



車両運行での低公害化を推進しています

全事業部門のフランチャイズ加盟店や委託運送会社にも呼びかけて、低公害車採用を推進しています。



低公害車活用モデル店として、主力営業車すべて(30台)を天然ガス車で運行する直営の桜川支店(大阪市)。



ダスキンのリース車カタログにも、推奨する低公害車がわかりやすく表示されています。

4 オフィス活動での環境負荷低減に向けて

チームマイナス6%活動実施中!

本社をはじめ、各種事業所で冷暖房の抑制や、ゴミの分別徹底などチームマイナス6%活動を実施しています。



5 社会へのお役立ちに向けて

「サステナブル社会教育プロジェクト」に協賛しています

子どもたちへの環境教育を支援する「サステナブル社会教育プロジェクト」に協賛しています。2006年度は生物多様性の大切さを伝える「いきものがたり」が小中学校や高校、養護学校などに約4万2千冊寄贈されました。



私たち人間の存在そのものを支えている生物多様性を、学者やまんが家、アーティストなどの“多様な視点”で切り取り、本質をわかりやすく書き下ろした11篇。驚きに満ちたコンテンツが次から次へと展開し、生物多様性への関心と理解がぐっと深まる工夫を随所に盛り込んでいます。

障害のある方とともにみんなが幸せに生きる社会を目指して「愛の輪」運動が広がっています

始まりは「めい・あい・へるぶ・ゆう」の精神から生まれた小さな思いやりの運動でした。1981年の国際障害者年に、「障害のある方の自立と社会への完全参加」を目指してダスキンが設立した「財団法人 広げよう愛の輪運動基金」。2005年には25周年を迎え、現在、店舗の従業員、パート、アルバイトを含め、ダスキングループ全体で約18万人もの会員が障害のある方たちと共生する活動を行っています。ミスタードーナツの店舗に置かれた入会パンフレットを通じて、広く一般の方々からも入会を募り、今後ますます運動の輪を広げていきます。



水に浮く特殊な車いすチェアボートやシーカヤック体験イベントを、愛の輪運動沖縄地区のふれあい活動の一環として開催。会員はこうした企画にボランティアとして参加し、お手伝いしています。



ダスキンの新入社員は、アジアから招いた研修生とともに街のバリアフリー化を実体験します。その後、現状の問題点を発表し、解決策について話し合います。この交流研修会を通して、障害のある人とともに暮らし、みんなが住みやすい社会づくりに対する意識を高めています。



お絵かきコーナーでは、2歳から12歳の子どもたちに、2日間合計358枚の絵を描いてもらい、ブース内いっぱいに掲示しました。

地域イベントなどへ出展・協賛しています

本社のある吹田市のイベント「吹田産業フェア」には毎年出展しています。2007年5月12～13日に行われた今年の会場では、子どもを対象に、環境に配慮したダスキンの紹介と、より環境に関心を持ってもらうために、自然・環境をテーマにした「お絵かきコーナー」や「環境メッセージ募集コーナー」を展開しました。



地域への感謝の気持ちをお掃除で恩返し



いろんな「キレイ」を商品やサービスでお届けするだけでなく、お掃除そのものを通じて地域社会のお役に立ちたい。ダスキンでは創業以来、全国の事業所や工場、

加盟店周辺での定期的な清掃活動を行っています。パートやアルバイトを含めた従業員が参加する日常的な清掃活動のほか、地域の方々が気軽に楽しく、自分たちの街をキレイにする活動「クリーンアップマイタウン」も全国でスタートしています。



クリーンアップマイタウンは、各地のイベント会場で、来場者に楽しみながら行うゴミ拾いを呼びかけ、キレイな街づくりをお手伝いする運動です。



皆さまとのコミュニケーション

ダスキンコールセンター(フリーダイヤル0120-100100)

24時間365日、皆さまからのご連絡をお待ちしています。



ボランティア休暇制度など



ボランティア休暇制度(株式会社ダスキン)を活用してボランティア活動初心者も環境保全活動などに参加しています。

2006年度に労働組合が募集した「富士山の森づくり」に1人が参加しました。

子どもたちも楽しく体験。「キレイ学院」開校中!

洗浄・加工を繰り返して使うダスキンのレンタルシステムを通じて、“環境保全の重要性”と“お掃除の大切さ”を伝えたい。そんな思いから、横浜中央工場と大阪中央工場では小学生を対象にした工場見学を実施。子どもたちを「キレイ学院」の生徒として迎え、楽しく体験・学習する機会を設けています。2006年からは、一般の方々を対象にした見学コースもスタートしました。



使用済みのモップやマットなどをキレイに洗浄するダスキンの工場。「キレイ学院」では、クイズやキャラクターを使いながらその仕組みを紹介し、お掃除やエコの大切さを楽しく伝えます。



消費者団体との懇談会

消費者を代表する団体の方々より評価やご意見をいただくための懇談会を2005年度より実施しています。



第2回(2006年度)消費者団体懇談会

(2007年2月21日 於(株)ダスキンミスタードーナツカレッジ)

●出席団体

- 1.(財)関西消費者協会
- 2.全大阪消費者団体連絡会
- 3.なにわの消費者団体連絡会
- 4.特定非営利活動法人コンシューマーズ京都
- 5.(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 西日本支部
- 6.(社)全国消費生活相談員協会 関西支部
- 7.(株)日本消費経済新聞社

キレイ学院キャラクター クリンくん

読む人の幸せを心に願ってつくる「喜びのタネまき新聞」

ダスキンでは“読む人の幸せを心に願ってつくる”ことをテーマにしたコミュニケーション紙「喜びのタネまき新聞」を発行しています。現在の発行部数は、企業発信のコミュニケーション紙として日本最大級の600万部。1971年に創刊され、2006年度には450号目をお届けし、通巻発行部数で10億部を超えました。2004年4月より発行の「喜びのタネまき新聞」をWeb上でもご覧いただけます。皆さまから寄せいただきましたお話をもとにつくった「喜びのタネまき新聞」をぜひご覧ください。



ダスキンホームページ (http://www.duskin.co.jp)

企業情報や環境への取り組み状況などを発信しています。また、皆さまからのご意見なども受け付けており、今後の商品やサービスの向上などに反映させています。





「きれいに、大切に、 いつまでも使う」。 お客さまの快適な エコ生活を支えています。

ご家庭やお庭・オフィス・お店の空間や、エアコンをはじめとした各種備品をプロの技術で、清潔で快適にリフレッシュすると同時に、使う薬剤や作業は人や環境に充分配慮し、「安全」であることがプロの条件であると考えています。
技術・安全・エコロジーをテーマに私たちは更に皆さまのお役に立てるプロを目指しています。



プロのお掃除サービス **サービスマスター事業** 1971年事業開始

- 訪問サービス（フランチャイズ事業）
- お客様売上高：271億82百万円（2006年度）
- 拠点数：960拠点（2007年3月末現在）
- 主なサービス：家庭やオフィス、店舗、病院などの空間や各種備品のクリーニング、エアコンクリーニング、レンジフードクリーニング

害虫駆除と予防サービス **ターミックス事業** 1988年事業開始

- 訪問サービス（フランチャイズ事業）
- お客様売上高：66億円（2006年度）
- 拠点数：317拠点（2007年3月末現在）
- 主なサービス：シロアリ、ゴキブリ、ネズミ、ダニなどの害虫の駆除・予防

家事代行サービス **メリーメイド事業** 1989年事業開始

- 訪問サービス（フランチャイズ事業）
- お客様売上高：69億40百万円（2006年度）
- 拠点数：473拠点（2007年3月末現在）
- 主なサービス：家庭のお掃除代行、時間単位の家事代行

花と庭木のお手入れサービス **トゥルグリーン事業** 1999年事業開始

- 訪問サービス（フランチャイズ事業）
- お客様売上高：14億40百万円（2006年度）
- 拠点数：50拠点（2007年3月末現在）
- 主なサービス：庭木の年間ケア、樹木、花、芝生などのメンテナンス、ガーデニング代行

各事業共通

- ISO14001 認証
- 登録対象：サービスマスター、ターミックス、メリーメイド、トゥルグリーン、ファシリティマネジメント、ヘルスケアの各本部と全拠点
- 登録日：2001年4月27日
- 登録番号：JQA-EM1552
- 認定機関：財団法人日本品質保証機構

お掃除や害虫駆除、庭木のメンテナンスを行うケアサービス事業では業務の性質上、洗剤をはじめとした各種薬剤を使用する機会が多くなります。ケアサービス事業では「薬剤」「施工方法」の両面から人や環境への安全性向上を追求しています。

薬剤の安全性向上に向けて

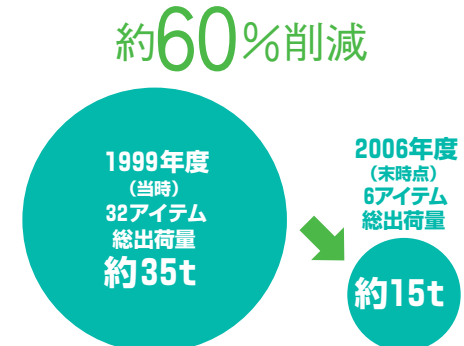
ケアサービス事業では、環境衛生ビジネスの最重要責任としてすべての薬剤において、法規制の一步先を目指し、人や環境への安全性向上に取り組み続けてきました。

- 2003年度 害虫駆除薬剤（殺虫剤類）の脱有機リン剤化完了
- 2004年度 アレルギー原因の可能性として厚生労働省が指定した13物質の薬剤配合全廃
- 2004年度 お掃除サービス用洗剤の無リン化完了
- 2005年度 合成洗剤を使わない「エコお掃除」をサービスメニューとして導入

これらの取り組みにより、サービスマスターでは1999年当時32アイテムあったPRTR対象物質※含有（配合）薬剤を2006年度末には6アイテムまで削減（それらを含む薬剤出荷量として約60％削減）することができました。ケアサー

ビス事業は今後も率先して、ダスキン全社の取り組みでもある人や環境への安全性向上を推進していきます。

PRTR対象物質含有（配合）薬剤



※PRTR対象物質
人や環境に対して負荷が高い物質として、特定の事業者に使用・排出実績の管理と報告が義務づけられている354物質（2007年3月末時点）。
〈ダスキンケアサービスは対象事業者になっていません〉

環境方針

株式会社ダスキン ケアサービス事業グループは、家庭やオフィス・店舗をはじめ各事業所施設の快適環境を実現するために、環境に配慮した資器材とサービス及び高度の専門システムサービスで、お客様により安全で衛生的な生活環境を提供し、豊かな社会とかけがえのない地球を守ります。

- ①全国のサービス拠点・チェーン店に環境管理体制を組み入れ、自らの責任において環境負荷低減活動を維持します。
- ②ケアサービス事業活動の環境に与える影響を評価し、目的・目標を定めて、定期的に見直しを図り、汚染の防止と継続的改善を行います。
- ③事業活動に伴う関連の環境法規制とその他の要求事項を遵守して環境保全活動を積極的に推進します。
- ④事業活動で使用する資器材、薬品はより安全で、環境に配慮すると共に、資源の有効活用と廃棄物削減を目指します。
- ⑤ケアサービス事業グループの全働きさんに環境教育を実施して意識向上を図り、環境方針の周知徹底と清掃活動で地域社会へのお役立ちを行います。
- ⑥この環境方針は、社内外に公表をします。

NEWS

伝統の知恵を生かしています！ 合成洗剤を使わない「エコお掃除」を本格展開

頑固な汚れも落とす強力な薬剤は、それだけ成分が強く、人間にも環境にも負担を与えてしまいます。ですから極力、強い薬剤を使わずにお掃除をする方が本当は良いのではないのでしょうか。

環境に負荷が多いとされる「合成洗剤」を使わずに、身近で安全な材料を使ってお掃除をする方法を「エコお掃除」と呼びます。

エコお掃除は、合成洗剤を使うと肌へのトラブルが心配なお客さまや、小さなお子さまがおられるご家庭、床をなめるペットが心配なお客さまにもおすすめのお掃除方法です。

2005年度に導入したこの「エコお掃除」を2006年度にはメリーメイドで本格展開しました。2007年度からはサービスマスターの事業所日常清掃部門にも拡大して展開していきます。

エコお掃除に使う材料

- クエン酸
レモンなどの酸味成分です。水あかや石けんかすなどのアルカリ汚れを中和して落とすやすくします。
- 重曹（重碳酸ソーダ）
ふくらし粉や胃薬などに使われます。油汚れを浮き上がらせたり、クレンザー代わりに使います。
- 酸素系漂白剤
水に溶けると炭酸ソーダと過酸化水素に分かれます。炭酸ソーダは中華麺の「かんすい」や、こんにゃくの凝固剤成分です。過酸化水素は漂白剤として働き、すぐに分解します。
- セスキ炭酸ソーダ
重曹と炭酸ソーダを半々に混ぜて結晶化したもので、入浴剤などに配合されます。油汚れや手あか落としに使います。

●液体石けん

天然の動植物油を昔ながらにアルカリ物質と反応させてつくった洗剤です。

●エッセンシャルオイル（精油）

ハーブや樹木、果実などから抽出した天然の香り成分です。抗菌作用を持つものが多く、お掃除をやさしい香りで仕上げます。



「エコお掃除」では、石けんなど昔から生活の中で使われてきたものばかりを使います。食品や入浴剤にも使われ自然の中ですぐに分解されてしまうものですので、環境にも負荷が小さく、安心して使用できます。

薬剤をまかない害虫駆除・植栽管理を目指して

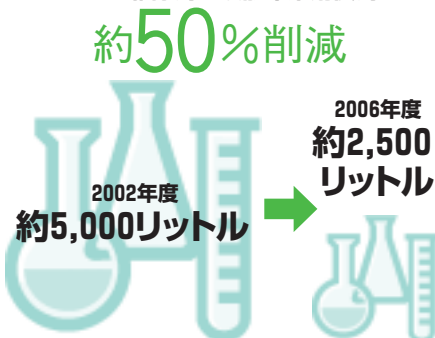
害虫駆除や植栽管理などでは殺虫剤や農薬を大量に散布する従来の施工方法ではなく、害虫の有無やその進入経路などを日頃からチェックし、必要になった時、必要な部分だけに必要最小量の駆除用薬剤を「塗る」「しかける」「注入する」施工方法の普及を推進しています。

薬をまかないシロアリ駆除・防除「セントリコン™・システム」

TM:ダウ・アグロサイエンス・エル・エル・シー商標

ターミックスのシロアリ駆除では、床下などに殺虫剤を散布する方法から、シロアリの成長を阻害する成分を微量添加したエサ(ベイト剤)を食べさせて、巣ごと根絶する「セントリコン・システム」を採用し、お客さまにもおすすめしています。これにより、2002年度(セントリコン導入当時)に比べ散布するタイプの薬剤の2006年度使用量は半分になりました。

シロアリ駆除用土壌散布薬剤使用量



※数種の土壌散布薬剤使用実績を合計した単純計算量です。

セントリコン™・システムとは

セントリコン・システムはダウ・アグロサイエンス(米国)が開発したシロアリ防除システムです。国内では約150の認定会社のみ施工が認められており、ダスキんケアサービスは国内最大規模の認定業者です。

新たな餌場を見つけるとフェロモンにより仲間を誘導するシロアリの生態を利用し、家の周りの土中にしかけた駆除用エサを次々に摂取させコロニー(巣)ごと壊滅させる防除法です。

セントリコン・システムの施工手順と安全性

セントリコン・システムはシロアリの活動が認められない間は薬剤を全く使用しません。あらかじめエサ(木片)だけのステーションを家の周辺にしかけておき、定期点検でシロアリが見つければ、そのステーションにだけベイト剤を投与します。残ったベイト剤は回収しますので環境中に出る薬剤はシロアリによって巣に運ばれた部分だけです。

駆除剤は、シロアリなど特定昆虫だけに作用する脱皮阻害剤であり、殺虫剤や農薬ではないため直接的な毒性を持ちません。1コロニーの駆除に必要な量は多くても約1gと従来工法の1500分の1~2000分の1以下です。さらに、ベイト剤は専用容器に入れ地面に埋め込むため、人やペットが薬剤に触れる可能性はほとんどありません。



シロアリが好むエサ(木片)を地面にセットし、定期チェックでシロアリが見つかった場合は、駆除用エサ(ベイト剤)に交換します。

ステーション



2007年3月からシロアリ検知器管理サービスをメニューに加えました。

米国最高峰の2000年環境栄誉賞受賞

セントリコン・システムは、2000年米国環境栄誉賞(プレジデンシャル グリーン ケミストリー チャレンジ アワード)を受賞しました。従来の工法に比べて極めて微量の活性成分でシロアリを巣ごと根絶できることから、環境に対する負荷を低減することを可能にしたことが、評価されたものです。

※セントリコン・システムの詳細は、ダスキんHPおよび、ダウ・アグロサイエンス社HPなどをご覧ください。

薬剤をまかない「ゴキブリ・ベイトシステム」

ゴキブリ駆除でも液剤散布しないベイト工法(ベイトシステム)を推進しています。専門担当者が生息場所と繁殖状況を調査。特定の場所だけに少量の薬剤を混ぜたエサ(ジェル状ベイト剤)を設置します。

薬剤を散布しないので、臭いもほとんどなく、食器や調理器具などに薬剤が付着する危険もありません。薬剤の使用量は、散布の場合の30分の1以下に抑えられます。その結果、薬剤(散布液剤とベイト剤の合計)は2002年度(ベイトシステム導入当初)に比べ約30%(2006年度実績)減らすことができました。



ベイト剤設置前にHEPAフィルター※装着の専用掃除機などでゴキブリを捕獲し、できるだけ薬剤を使用しないよう環境に配慮しています。
※HEPAフィルターは0.3ミクロンの微粒子を99.97%まで捕集します。

薬剤使用量 約30%削減



植栽管理サービスでも「薬剤をまかない」施工を推進

トゥルグリーンでは、四季に合わせた年間プログラムで庭木や芝生のメンテナンスサービスを提供しています。薬剤は、日米双方の安全基準を満たしたものの中から、さらに厳しい自主基準を設けて選定し、人体と環境への安全性に最大限配慮しています。さらに、薬剤を散布せずに直接土壌に注入することで、不要な箇所に薬剤が飛び散らず、薬剤使用量も削減する取り組みを進めています。

トゥルグリーンの使用薬剤は米国環境保護庁(EPA)にも承認されています。



その他にも「薬剤をまかない」施工を拡大

ダスキんケアサービスでは、害虫駆除ターミックスを中心に「薬剤をまかない」施工への切替を推進しています。シロアリ駆除、ゴキブリ駆除以外にもさまざまな施工メニューを提供しています。

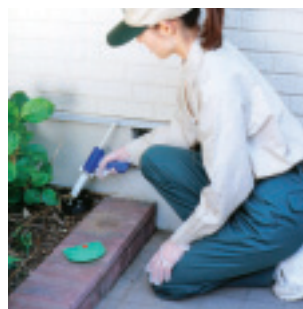
飛翔害虫駆除システム

薬剤を使用せず防虫フィルム、防虫蛍光灯、蛍光灯カバーなどを組み合わせた光のコントロールによる飲食店の防虫管理。



ご家庭向け害虫駆除システム

ゴキブリ、アリ、ダンゴムシ、クモ、ナメクジ、ヤスデなど、家の周辺に潜む不快な害虫を、ベイト剤などで駆除。



資材容器の削減にも取り組んでいます

サービスマスター薬剤(18リットル入り)のポリ容器や金属缶を、廃棄部分が少なくリサイクルしやすい容器(段ボール箱など)に切替を進めています。取り組みを始めた1999年に比べ2006年度には約74%使用量を削減出来ました。

ポリ容器・金属缶 約74%削減



エアコンクリーニングで省エネに貢献

エアコンに付着したホコリや汚れは冷暖房の性能を低下させ劣化を早めます。エアコンクリーニングによって機器の負担が軽くなると共に、本来の性能が回復し省エネ効果を生みます。

エアコンクリーニングの様子。



サービスで生じる污水にも配慮

エアコンやレンジフードのクリーニングなどでは、発生する污水の管理にも配慮しています。お客さま先では、環境上安全な排水経路を確認すると共に、洗剤や汚れを多く含む污水は適宜持ち帰り、適切な処理を行ってから排水しています。



エアコンクリーニングの污水はポリタンクに入れて店に持ち帰って処理します。

新ユニフォームのリサイクルシステム導入

2006年10月よりユニフォームのリサイクルシステムを導入いたしました。



回収されたユニフォームは再生工場へ送られ、建設用・作業用資材としてリサイクルされます。

NEWS

リサイクル! 活性炭入り培養土の開発・販売でお客さまのエコライフをサポート

クリーンサービス事業でレンタルを終えた使用済み浄水器カートリッジの活性炭を有効活用した「活性炭入り培養土」を開発しました。

2005年に行ったテスト販売では大変好評を博し、2006年4月から本格販売をスタートし、2007年3月末までに14リットル袋6700袋をお客さまにお届けしました。

浄水器の活性炭約8tをリサイクル活用



小松菜の栽培テスト (自社参考テスト)





限りある貴重な資源で つくられた商品を大切に 「みんなで使うエコ」を 世の中に提案し続けます。

必要なときに、必要なものを「レンタルシステム」でお届けするレントオール事業。「みんなが購入」せず「みんなで使う」ことを世の中に提案し続けてきました。

買わないことは捨てないですむということ。

中古品の販売も行い「使わなくなった人から使う人へとリレーしていく中継地点」としての役割も担い、さらに利用しやすい「みんなで使うエコ」を目指しています。

また、介護・福祉用具レンタルの専門店「ヘルスレント」を展開し、高齢社会のニーズに合わせた提案を進めています。



レントオール事業 1978年事業開始／**ヘルスレント事業** 2004年事業開始

- 店舗サービス(フランチャイズ事業)
- お客様売上高: 111億65百万円 (2006年度)
- 店舗数: レントオール126店舗
ヘルスレント104店舗 (2007年3月末現在)
- 主な商品: ベビー用品、旅行用品、家庭用品、イベント用品、事業所用品、公的介護保険適用福祉用具などのレンタル
- ISO14001認証 登録対象: 本部と全店舗
登録日: 2001年7月26日
登録番号: JMAQA-E218
認定機関: 社団法人日本能率協会

レンタルによる省資源

一つの商品をみんなで使うことで資源の活用効率が大幅に向上します。

例えばダスキンレントオールでは、ベビーベッドだけでも年間約28,000台※1ご利用いただいています。仮にこのベッドをお客さまご自身でご購入されると、約28,000台分の資源が必要になりますが、実際には約13,000台※2ですんでいます。つまり、15,000台分(約54%)の資源が使われずにすんでいるということ。

身近なことから始めるエコロジー。私たちは赤ちゃんの未来のためにも地球への負担を減らしていきたいと考えています。

※1 2006年4月～2007年3月レンタル台数
※2 ベビーベッド保有台数

年間約28,000件の
ベビーベッドを
レンタル



必要なベッド数

購入すると
約28,000台

レンタルの場合
約13,000台

商品配送時の段ボール削減

宅配便を利用してレンタル商品をお届けする際の商品梱包用段ボール箱を、繰り返し使用できる専用袋に切り替え、段ボールの使用量削減に取り組んでいます。

また、物流センターから各店舗へ商品を配送する際の梱包材も、長期間使用できるプラスチック製の通い箱に切り替え、同様に梱包材の削減を実現しています。

このことで商品の保護もより強化され、梱包作業の軽減にも貢献しています。



使わなくなったら買い取る リユースサービスをスタート

新品を特別価格で販売し、不要となった時点で買い戻してレンタル品や中古品販売に活用する「リユースサービス」をベビー用品を対象に行っています。「レンタルしたいけど、新品がいい」「使わなくなったベビー用品の処分が大変」というお客さまのニーズに応えたサービスとして好評を得ています。

消費者・お客さま



ダスキン
レントオールステーション

DUSKIN

メンテナンス・修理

③買い戻した商品は、
レンタル品・中古品として
活用されています。



Support for Ecology Life



インターネットでもご注文いただけます。
(<http://www.kasite.net>)

環境方針

ダスキンレントオールグループは家庭や事業所への価値ある商品のレンタル及びリサイクルを通じて快適で豊かな社会づくりのため事業を展開してきました。今後さらに21世紀の循環型社会構築のリーダーとして、レンタル及びリサイクル事業の領域を広げると共に豊かで安全・衛生的な社会の継続的な発展を事業の使命と信じ、かけがえのない地球環境の保全を実現できる商品提供を続けてまいります。

①商品メンテナンスを行う際は、充分環境に配慮し、それにとりまう汚染の予防に万全を期します。

②事業活動に伴う関連の環境法規規制及びその他のお約束事項を確実に遵守し、環境保全活動を積極的かつ継続的に推進します。

③事業活動においては省エネルギーを推進し、資源の有効活用に努めるとともに、商品のメンテナンスには万全を期し、お客さまの安全を最優先として取り組みます。

④この方針を全員に周知し、継続的に取り組み実践していきます。

⑤この環境方針は、社内外に公表をします。

福祉用具もレンタルシステムで 有効活用を実現 (ヘルスレント事業)

福祉用具はご利用になる方の身体に合っていること、また生活環境やご希望に合わせて選択できることが非常に重要です。使用される方の身体状況に合わせて用具を変更することも時には必要となってきます。

レンタルの仕組みは、このような変更にも柔軟に対応ができます。使い終わったモノでも他では必要とされています。ヘルスレント※では、ご利用者さまや介助の方が使いやすい用具をレンタルで提供することで、資源の有効活用に貢献しています。

※介護・福祉用具に特化したレンタル拠点。





心を込めたドーナツと、 「使い捨てない」 エコロジーなお店で 皆さまをお迎えしています。

環境にやさしいお店で、安心しておいしいドーナツを味わっていただきたい。ミスタードーナツは、お客さまにも地球にも愛されるお店であり続けたいと願っています。
創業初期から、本格的なコーヒーを「使い捨てない」陶器のしゃりとしたカップで提供し続ける私たちのこだわりも、そこにあります。これからもさらに、くつろげるエコロジーなお店にしていきます。



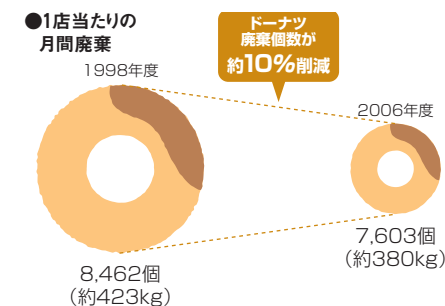
ミスタードーナツ事業 1971年事業開始

- 店舗サービス(フランチャイズ事業)
- お客様売上高: 1,333億06百万円 (2006年度)
- 拠点数: 国内/1,294店舗 (2007年3月末現在)
海外/1,475店舗
- 主な商品: ドーナツ、飲茶、コーヒー、ソフトドリンクなど
- ISO14001認証 登録対象: 本部と全ショップ(国内)
登録日: 2000年4月21日
登録番号: JMAQA-E104
認定機関: 社団法人日本能率協会



閉店時陳列ドーナツの 廃棄の削減と再資源化

製造管理の徹底による廃棄個数の抑制
ドーナツの廃棄個数を削減するため、全国のショップでは製造スケジュールの見直しや廃棄チェックリストによる管理を行っています。2006年度には、1998年度と比べて1店当たり月間平均859個(約43kg)削減しました。



閉店時陳列ドーナツのリサイクル

ミスタードーナツでは、閉店時直前にお越しいただいたお客さまにも多くの品数からお選びいただくことを心がけています。その結果、閉店時に売れ残ってしまうドーナツがあります。ミスタードーナツでは、これらを資源として有効に生かす取り組みを続けてきました。閉店時の陳列ドーナツを回収し、飼料化処理工場で原料化、液状化してそのまま飼料原料として利用するシステム(リキッドフィーディングシステム)の展開に取り組んでいます。
このシステムは、2003年度に関東エリアで導入を開始し、現在約365店で稼働、2007年度には近畿エリアでの導入を予定しています。

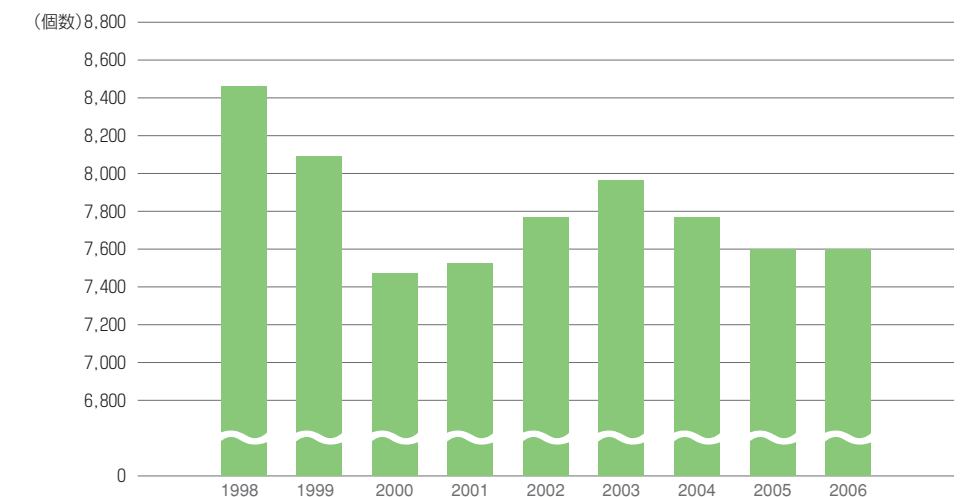


ショップの省エネに努めています

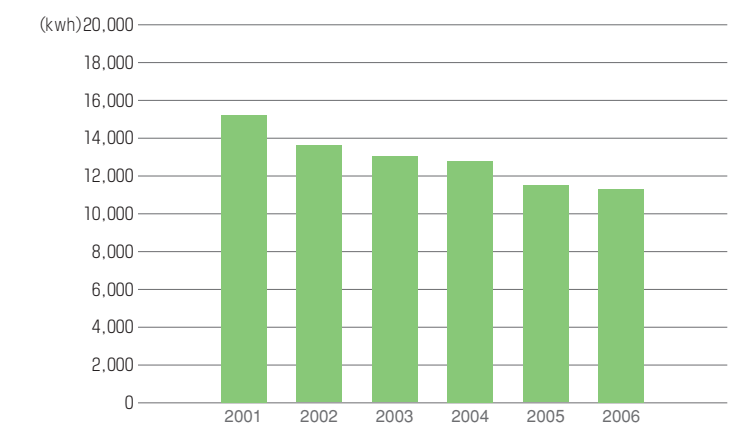
ショップでは水道光熱メーター管理やこまめな消灯などによって、省エネルギー活動を推進。2001年度の月間平均と比較して1店舗当たり、電力消費量を3,899kwh削減(削減率25.7%)、水道使用量を47m³削減(削減率18.6%)しました。
また、店舗改装と併せ、導入前に比べ8%の電気使用量を削減する省電力型店舗設備の導入を行っています。
更なる省エネルギー型店舗出店を目的に、ガスコージェネレーション、蓄熱空調設備、オール電化などのテスト検証も実施。今後の省エネルギー型店舗の出店に向けて、設備オプションとして選択できるようにしています。



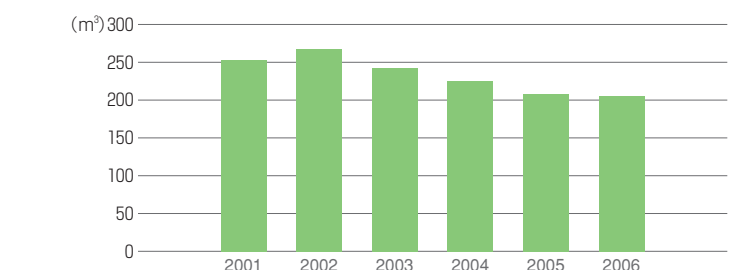
●ドーナツ廃棄個数年度別推移(1店舗当たり・月間平均)



●電気使用量年度別推移(1店舗当たり・月間平均)



●水道使用量年度別推移(1店舗当たり・月間平均)



ミスタードーナツ事業ダイジェスト

廃油を石けんにリサイクルしています

ドーナツを調理した油(年間958t)はすべて回収し、飼料やゴムなどの工業用原料として100%リサイクル活用。その一部はミスタードーナツショップの洗剤としても活用しています。



使い捨て紙製品ではなく 陶器やガラス食器を使っています

店内飲食時の食器は、1974年度から陶器・ガラス製のカップや食器、金属製のスプーンを使用し、使い捨て文化の象徴ともいわれる紙製カップなどペーパーゴミの排出を極力抑えています。紙製にした場合と比較し、年間724tの紙の使用量削減につながっています。



店主(店舗運営資格者)への 環境教育も実施しています

環境教育を周知徹底するため、店主候補者に対する必須研修のカリキュラムに、環境マネジメントの基本知識を組み込んでいます。さらに店主資格取得後2年に1度実施する「免許証更新研修」でも環境教育を実施。環境保全効果、経費削減効果、環境法規制の遵法などに対する能力を継続的に高めるため、研修修了時にはテストを実施すると共に、カリキュラム自体も定期的に見直しています。



ショップ周辺の環境維持にも 取り組んでいます

ショップで取り組んでいる環境保全活動を通じて、ショップの周辺も含めた環境維持にも取り組んでいます。

店舗周辺の清掃活動の実施

日常的な店舗周辺の清掃活動だけではなく、定期的にショップ近隣を清掃するなど、環境美化活動を行っています。



ショップを出店後の環境保全チェックの実施
ショップを出店するにあたり、各種法規制や制約条件をクリアすることはもちろんのこと、環境面に配慮した店づくりを行っています。出店後も環境面において問題が発生していないかを確認するために、オープンから一定期間が過ぎると、「環境保全チェック」を行い、オープン後の環境影響確認を実施しています。

本部による定期的なチェック

ショップの運営面はもちろんのこと、ショップ周辺の環境面も含め、地域責任者によるチェックを定期的 to 実施しております。



環境方針

ミスタードーナツは、お客さまに健康的で快適な楽しい食文化を創造し、環境に配慮した店舗や事業サービス活動を促進して地球環境に許される企業「ミスタードーナツ」を追求し続けます。

- ①ミスタードーナツは、全国チェーン店組織に環境管理体制を組み入れ、地域社会へのお役立ちと地球環境保全に取り組めます。
- ②ミスタードーナツ事業活動が環境に与える影響を評価し、環境目的・目標を定め、汚染の予防及び継続的改善を図ります。
- ③ミスタードーナツ事業活動に伴う関連の環境法規制及び同意したその他の要求事項を遵守します。
- ④ミスタードーナツ事業活動の全ての領域で、省資源、省エネルギー、リサイクル、廃棄物の削減に取り組めます。
- ⑤この方針を、ミスタードーナツ事業に携わる全働きさん(従業員)に周知徹底して環境意識向上を図ると共に、年一回以上状況を把握して見直しを行います。
- ⑥この環境方針は社内外に公表します。



安全・安心への取り組み

お客さまに安心してご利用いただくために徹底した管理体制を構築・実践しています。

商品開発 (商品の検証)



トレーサビリティの確認

原材料の安全性を、生産現場までさかのぼって把握できるトレーサビリティを確保した上で、添加物やアレルギー成分、遺伝子組み換えの有無、残留農薬など多項目にわたって確認しています。

安全確認会議

商品のテスト販売・本販売前には、食品安全管理責任者、商品開発、品質保証を担当する部門などから構成される「安全確認会議」を実施。お客さまに提供する時点で商品に残留してはならない成分や保存・流通条件のチェック、原材料工場への立入検査の結果検証、ショップでの取り扱い方法について確認し、確実に「安全・安心」なものを商品化しています。

原材料／工場



インスペクター(品質管理指導者)

工場では、原材料の生産や管理が衛生的に行われているかを、インスペクターが定期的に検査をしています。新商品のテスト販売前には30項目87のチェックポイントについて、本販売前には80項目800のチェックポイントについて評価しています。

購買物流



インスペクター(品質管理指導者)

物流段階でも、原材料の保管・配送において、品質管理が徹底されているか、インスペクターが定期的に検査を実施しています。

ショップ (衛生管理)

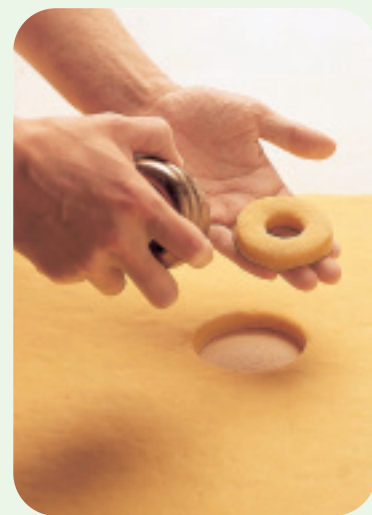


ショップ衛生管理

全国のショップでは、独自のマニュアルに基づき、施設や設備の洗浄、調理工程での十分な加熱や器具・備品へのアルコール殺菌など、その手順に沿った衛生管理を日常的に行っています。また、商品の定期的な抜き取り検査のほか、スタッフには手洗いの徹底や身だしなみのチェックに加え、2005年度からは、毎月実施している従業員の健康状態検査の対象枠を拡大しています。

サニタリーチェック

スーパーバイザーによる指導に加え、衛生管理が確実に実施されているかを確かめるため、第三者公的検査機関の検査員が2カ月に1度、各ショップを予告なしに訪問。専門的な見地から、施設や調理器具、商品、店舗スタッフの衛生状態を入念にチェックし、総合的にショップの衛生管理状況を評価、問題のある項目は継続的に改善指導を行っています。



成分情報の開示

すべての商品について、原材料、栄養成分、アレルギー特定原材料などの情報を公開し、ショップの掲示物やホームページなどを通じてお客さまに提供しています。



<http://www.misterdonut.jp/menu/eiyou/index.html>

お客さま視点による プレミアムグッズの選定・検品

お客さまにとっては、プレミアムグッズもミスタードーナツから提供される商品の一つです。その選定や開発にあたっては消費生活アドバイザーなどのご意見も取り入れながら、食品と同様の安全管理を徹底しています。開発段階では自社商品検査センターで仕様チェックをした後、製品については検査だけを担当する工場により全品検査を行っています。



2006年度のプレミアムグッズの一例。

店名の真ん中に隠れている「dona」はラテン語でドーナツの意味。そして（and）、何度（nand）でも、足を運びたくなる場所、という願いを込めました。



ミスタードーナツの都心型新業態「andonand」がオープン。 環境や衛生に配慮した取り組みに 新たなチャレンジをしています。

ミスタードーナツは、2007年4月20日に、都心部のビジネスパーソン（20代から40代のビジネスパーソンやOL）をターゲットにした新業態店「andonand=アンドナンド」を、東京都・渋谷区にオープンしました。

これまで全国のみスタードーナツでは、お子さまからお年寄りまで幅広い方々に、テイクアウトを中心にご利用いただいていたが、アンドナンドは比較利用頻度の低かったビジネスパーソンを主なターゲットとしたイトイン主体の店です。

コンセプトは「大人のミスト」「ドーナツカフェ」。環境や健康に対する意識の高いターゲット層に伝えるため、上質な素材にこだわってつくり上げた美味しいドーナツを、自然の心地よさを演出したリゾートハウスのような空間で提供します。

都心部を中心に、ゆったりとくつろぎたい方々が集う、新たな憩いの場として出店を進めていきます。

カフェテリアスタイルのショーケースを採用。お客さま側にも初めて扉を設置し、衛生面にも配慮しました。



主力商品は、最高品質の小麦粉を採用したプレミアムドーナツや、野菜や黒ごまなどを練り込んだ健康志向のスティックなど。素材の原産地にもこだわりました。



ダイニングスペースには、緑を配したり、天然の石や古ワラを混ぜた珪藻土を壁面に使用するなど、モダンな空間に自然な雰囲気を感じています。柔らかいソファやチェアで、ゆったりとくつろいでいただけます。



エコNOTE

基本は、廃油のリサイクルや廃棄の削減、環境保全・維持活動など、ミスタードーナツに準じています。その上で、「andonand」では、非木材紙（ケナフ）や再生古紙を配合したペーパーパッケージを使用。また、クリアカップには生物分解性材質「ポリ乳酸」を採用しました。トウモロコシのでんぷんを原料とした素材を使用し、環境にできるだけ配慮しています。包装資材には「石油由来製品（ポリ袋などのプラスチック製品）をできるだけ使用しない」ことを方針としています。



コーヒー類には、自然保護や労働環境、耕作方法などの基準をクリアしたレインフォレストアライアンス（熱帯雨林同盟・http://www.rainforest-alliance.org）の認証コーヒー豆を採用しました。認証コーヒー豆は、栽培農園が特定できるため安全、安心。



クリーンサービス事業 2006年度 環境報告書



報告対象範囲

1 事業の範囲

クリーンサービス事業

（モップ・マットを中心としたお掃除用品などのレンタルと販売）
ダスキンは組織、商品・サービス、流通チャネルが全く異なる多事業を展開しています。したがって、ここでは売上規模並びに社会認識上でも当社の主体となるクリーンサービス事業に絞って、データを収集、集約して掲載いたしました。掲載するデータの一部に、組織、流通チャネルの一部を共有する対象外事業を含む場合があることをご了承ください。



2 場所（サイト）的範囲

フランチャイズ本部並びに直営店・直営工場、フランチャイズチェーン店・協力工場

クリーンサービス事業では、販売・工場組織を一部の直営店・工場を除きフランチャイズ展開しています。直営・フランチャイズ間において業務上の差はなく、環境負荷の発生状況にも差がないため、フランチャイズチェーン店・工場を含めたデータを報告しています。ただし、経営および会計は独立しているため、環境会計は掲載していません。また、工場としては本報告データに含む商品の再生加工（洗浄、修理など）を行う工場以外に、商品自体の生産を行う2工場を子会社として運営しておりますが、他の47工場と性格を全く異とするため、報告データに含めておりません。

●営業（店舗）部門詳細

配置店数	2,194
内訳	直営 26 子会社 52 フランチャイズチェーン 2,116

●工場部門詳細

配置工場数	47
内訳	直営 2 子会社 12 協力工場 33

3 期間の範囲

定量データについては、2006年度（2006年4月～2007年3月末）を掲載。定性データ・情報については2006年度を中心に、前後の経過を掲載している場合があります。

4 分野の範囲

本報告は、環境面の情報を主体に構成しております。活動の趣旨や考え方をご理解いただくため、その他分野の情報を含む場合があります。

「使い続ける」レンタルを通じて、お客さまとともに省資源に貢献しています。

ダスキン創業以来の基幹事業として、モップやマットなどお掃除関連を中心としたレンタル商品を、全国のフランチャイズチェーン店ネットワークを通じて、お客さまに定期的にお届けしています。

商品を繰り返し活用するレンタルは、その仕組みや商品をご利用いただくお客さまご自身が、エコロジー活動に参加することにつながっています。

資源の循環活用を追求し、より価値の高い商品を、より環境にやさしい仕組みでお届けすることが、私たちの責任として取り組んでいます。

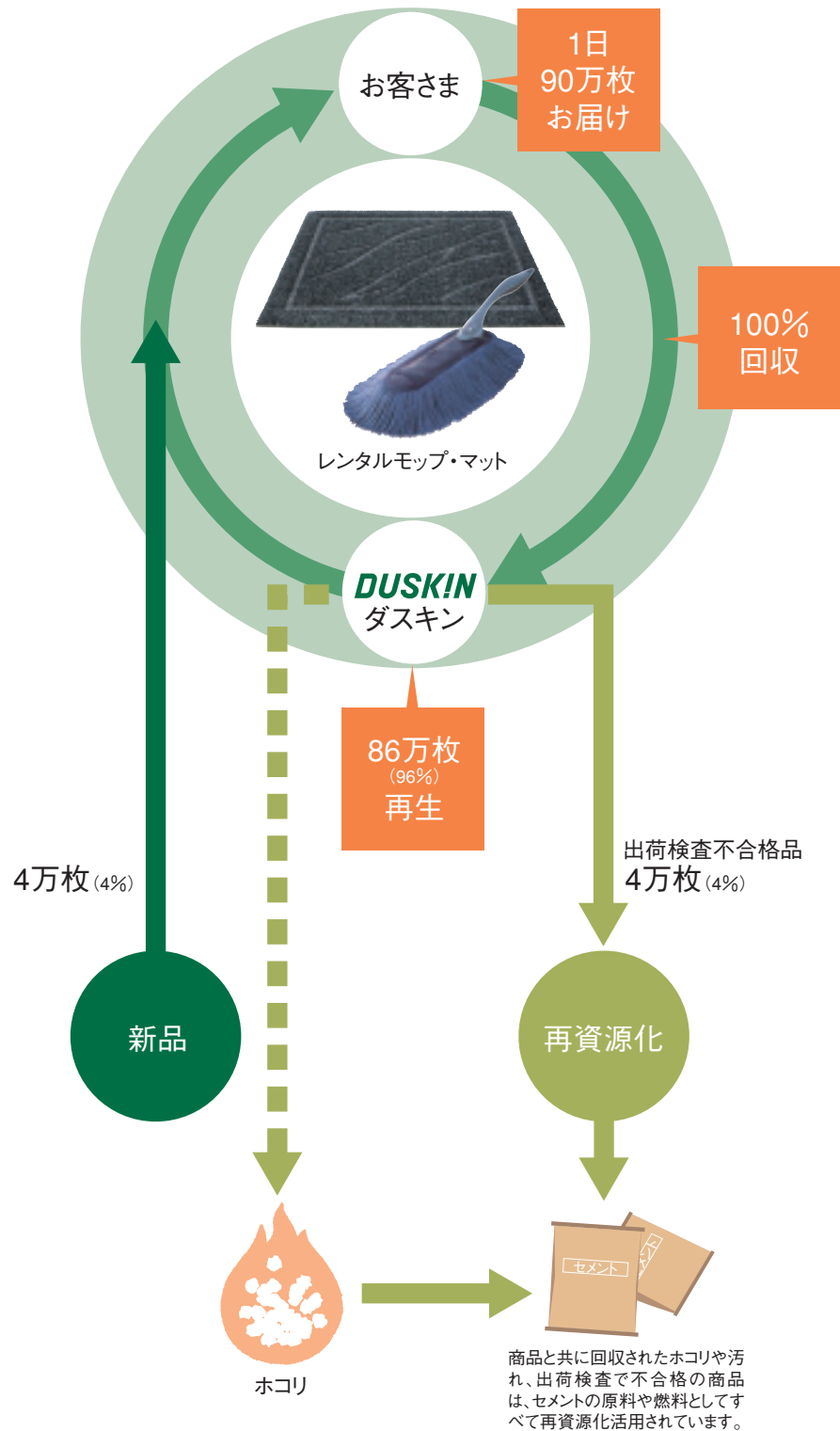


営業部門（クリーンサービス事業） 1963年事業開始	
●訪問サービス（フランチャイズ事業）	
●お客様売上高： 2,375億92百万円	※家庭市場／46.5%、事業所市場／53.5%（2006年度）
●拠点数： 国内／2,194拠点	海外／11拠点（2007年3月末現在）
●主な商品： 家庭用／モップ、マット、浄水器、空気清浄機、レンジフードフィルターのレンタル、洗剤・スポンジなどの販売	
事業所用／モップ、マット、ウエス、空気清浄機、脱臭機、分煙機、化粧室関連商品、厨房関連の衛生管理商品のレンタルと販売	
●ISO14001認証	登録対象： 本部と全加盟店、支店（国内） 登録日： 2001年3月30日 登録番号： JQA-EM1483 認定機関：財団法人日本品質保証機構

工場部門（生産本部） 1963年事業開始	
●洗濯業： モップ、マットなどの再生加工	
●拠点数： 商品再生工場47工場（国内）	
モップ縫製工場1工場	
マット製造工場1工場	（2007年3月末現在）
●主な業務： レンタル製品（モップ、マット、タオル、空気清浄機フィルターなど）の加工および保管および配送 洗剤・スポンジなどの保管および配送	
●ISO14001認証	登録対象： 生産本部と47総合工場 登録日： 2000年3月3日 登録番号： JMAQA-E095 認定機関： 社団法人日本能率協会

レンタル商品の循環システム

全国のお客さまにお届けするモップやマットは、1日90万枚にのぼります。販売ならば二度と返ってくることはない商品ですが、ダスキンでは100%回収。その96%（86万枚）が工場で再び商品化され、お客さまに届けられます。



2006年度のダイジェスト

環境にやさしい商品の開発

ペットボトルや企業のユニフォームなどの再生繊維を利用したマットや、従来は廃棄されていた未利用繊維を活用したモップなど、エコマークの認定を受けた、環境にやさしい商品の導入を進めています（P36参照）。



リサイクルの推進

使用済みモップハンドルや空気清浄機本体などを回収して分解、再資源化する取り組みを全国に拡充しました（P35参照）。



低公害車導入を推進

お客さまに商品をお届けする営業車や配送トラックの低公害車導入も、積極的に進めています（P34参照）。



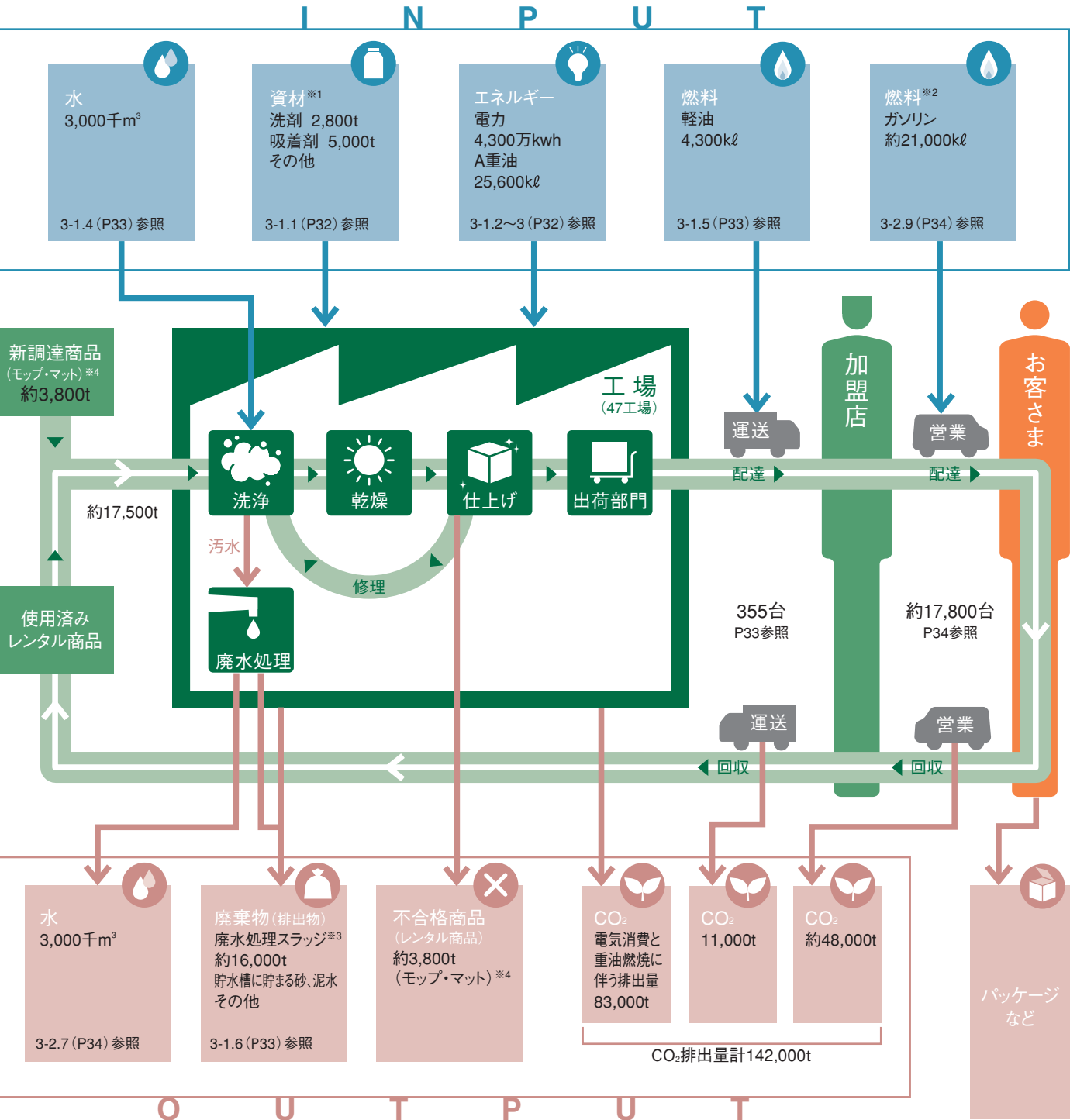
社員が環境家計簿に取り組んでいます

環境家計簿を通して、自分たちの日々の生活の中で環境への意識を高めCO2排出の削減に貢献。本当の意味で「環境にやさしい企業ダスキン」となるよう努めています（P38参照）。



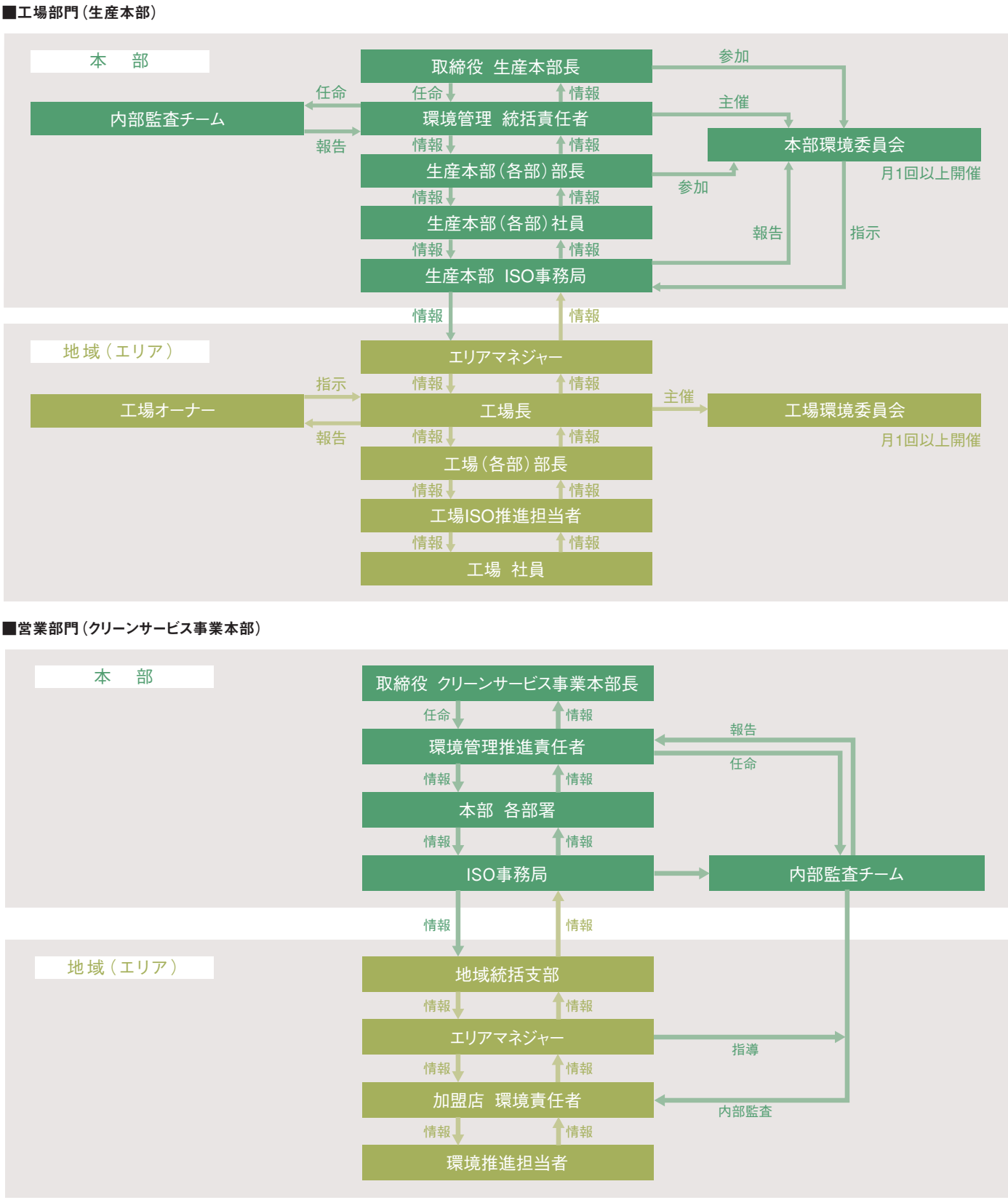
1 環境フローチャート (2006年度実績に基づく年間量)

当社では、お客さまへお届けした商品（使用済み）を回収し、工場で再加工を行った上で再びお客さまにお届けする循環型生産システムを採用しています。
チャートで工場の業務工程と配送にかかる環境負荷フローをご紹介します。



※1 洗剤・吸着剤購入金額は資材全体の約30%を占めています。 ※2 ガソリン使用量は過去3年間の実績より推測。
※3 スラッジ:汚水からホコリや汚れを分離して固めたもの。 ※4 レンタルモップ・マットはクリーンサービス事業全売上の約80%を占めます。

2 環境管理体制



3-1 環境負荷低減への取り組みの状況

1 製造（加工）洗剤消費の削減〈工場部門〉

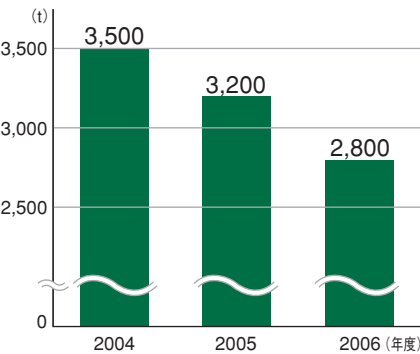
機能水プラントが40工場に導入されました。洗浄用水を機能水化することで、洗剤使用量を2年間で20%削減しました。洗剤削減により廃水を処理する負荷が大幅に軽減され※1スラッジの発生量が17%削減されました。



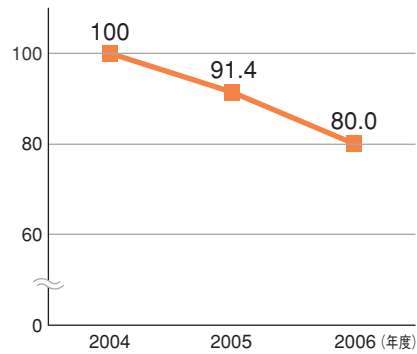
機能水プラント

※1 スラッジ：廃水処理によって洗浄污水からホコリや汚れを分離して固めたもの。

●洗剤消費量の推移と削減（47工場計）



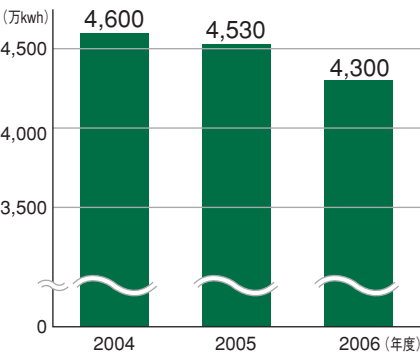
●単位生産当たり洗剤消費量推移（指数）



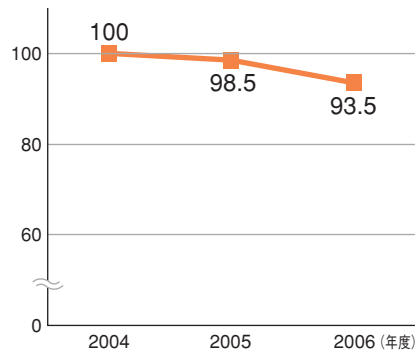
2 製造（加工）電気消費の削減〈工場部門〉

省エネ乾燥機の導入、工場従業員の環境意識向上、および各種設備の効率運転の取り組みにより、電気消費量の削減が進んでいます。更なる省エネ設備の開発を実施していきます。

●電気消費量の推移と削減（47工場計）



●単位生産当たり電気消費量推移（指数）



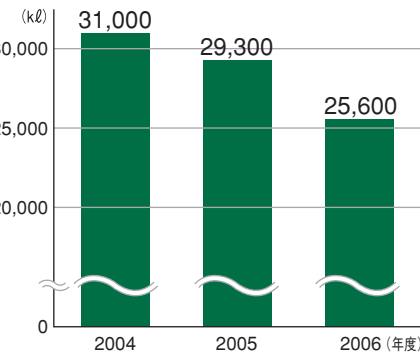
3 製造（加工）燃料消費の削減〈工場部門〉

全国の工場で省エネ乾燥機の導入を推進しています。燃料消費量が既存機に対して、新規開発機は50%削減、既存機の省エネ改造タイプで30%削減を達成しました。省エネ対応型の乾燥機は全加工能力の38.8%まで普及。今後も省エネ対応型を普及させてまいります。省エネ効果は2年間で17%燃料を削減することができました。

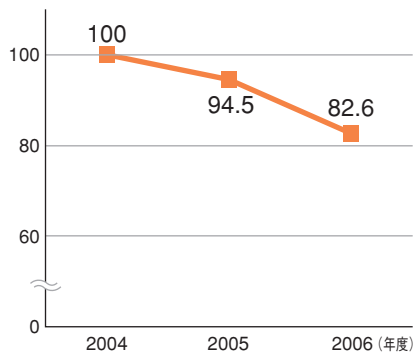


最新型省エネ乾燥機

●燃料消費量の推移と削減（47工場計）



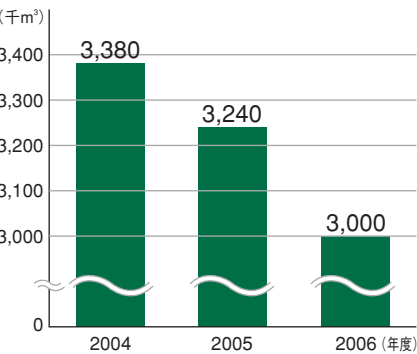
●単位生産当たり燃料消費量推移（指数）



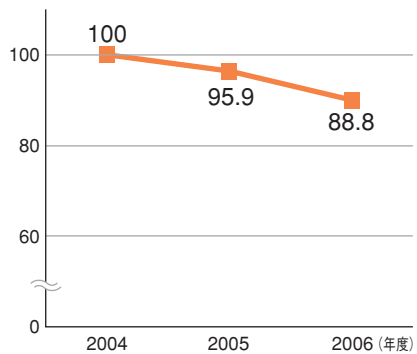
4 製造（加工）用水消費の削減〈工場部門〉

洗濯水に使用する水は、通常処理を経て、河川や下水道に流されますが、特殊な処理をすることにより繰り返し使用を行っています。このリサイクル技術を導入した工場が、2006年度は25工場にまで増加しました。これにより水の使用量を大幅に削減することができました。

●水消費量の推移と削減（47工場計）



●単位生産当たり水消費量推移（指数）



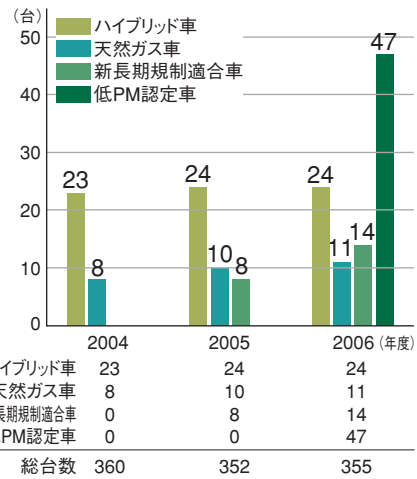
5 商品配送車の燃料消費の削減〈工場部門〉

二酸化炭素(CO₂)や窒素酸化物(NO_x)、スス(PM)などの発生を抑えるため、低公害車の導入を進めています。さらに輸送ルート効率化による車両削減や、アイドリングストップをはじめとするエコドライブの推進により、燃料消費量の削減に努めています。

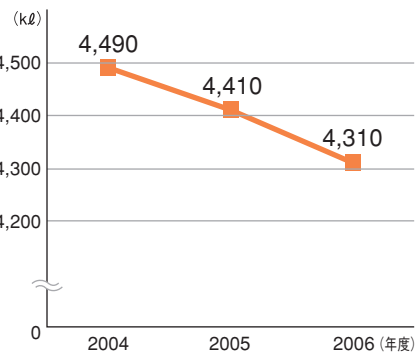


ハイブリッドトラック

●低公害車の導入状況（全国）



●商品配送車の燃料消費量の推移



委託運送会社の外部認証状況	
ISO14001認証	丸和運輸機関、中野運送
ISO9001認証	御船運送、佐賀運輸、熊本交通運輸、丸和運輸機関
グリーン経営認証	大島倉庫運輸、魚沼運輸

（委託運送会社:31社）

6 製造（加工）廃棄物の削減〈工場部門〉

スラッジの再利用

マットやモップの洗濯廃水を処理した時に分離したホコリや汚れは、スラッジという固まりとして処理されます。これをセメントに製造する際の燃料として再利用する取り組みを1999年度より開始して、現在で

は100%の再利用を達成しています。2005年度では約19,000t、2006年度では約16,000tのスラッジを再利用できました。現在は、スラッジ発生量の削減に取り組んでいます。

3-2 環境負荷低減への取り組みの状況

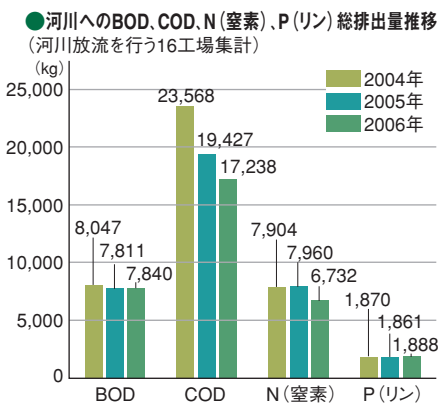
7 排水による汚染の削減 〈工場部門〉

工場放流水に残留する汚れ成分の削減

工場放流水は、法基準よりも厳しいダスキン独自の自主基準値を設定し管理することにより、汚れ成分の総排出量を減少させています。

河川放流工場の放流水汚濁成分濃度			
2006年度平均排出濃度 (mg/l)		水濁法規制値 (mg/l)	備考
BOD ※1	9	最大160 日間平均 120	
COD ※1	22	最大160 日間平均 120	海、湖への規制値で河川放流には適用されません
N (窒素) ※2	6	最大120 日間平均 60	
P (リン) ※2	2	最大16 日間平均 8	

水質汚濁防止法 (水濁法) よりも厳しい条例基準が適用されている工場もあります。



※1 BOD、COD:一般的な有機物による汚れ量。両者は測定方法の違い。
※2 N (窒素)、P (リン):川や湖、海などを富栄養化させる成分…それ自体は水を汚さないが微生物を増やすため、増えた微生物が汚濁原因となる。
※CODは定期測定を行っている14工場を集計しています。

8 レンタルによる繰り返し活用実績 〈工場部門〉

モップやマットなどのレンタル商品は、商品の寿命が尽きるまで何度も繰り返し工場で再生し、お客さまにご利用いただいています。資源を最大限に有効活用することで、当社はお客さまとともに資源保護に貢献しています。

主要製品 (マット・モップ) の新規投入量		全出荷量	
マット	120万枚	マット	5,800万枚
モップ	790万枚	モップ	1億4,000万枚
計	910万枚	計	1億9,800万枚

全出荷量－新規投入量＝1億8,890万枚が商品として再使用されています。

9 営業活動の環境負荷を低減 〈営業部門〉

低公害営業車の導入

営業活動で車両を多く使うため (全国で約17,800台)、1997年度から軽オートマチックタイプ天然ガス車の独自開発などをはじめ、排気ガスの低減に取り組んできました。天然ガス車の導入を計画的に進めると共に、ほかのすべての営業車もリースアップ時に、政府認証の三つ星以上の低公害車に順次切り替えています。



2006年度末現在、43台の天然ガス車が営業車として運行しています。天然ガス車を主に利用するモデル店が稼働しています。

10 再資源化による廃棄物の削減 〈工場部門・営業部門〉

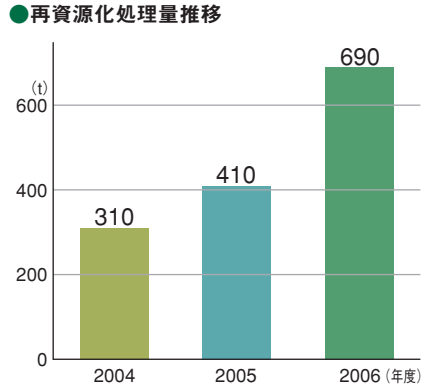
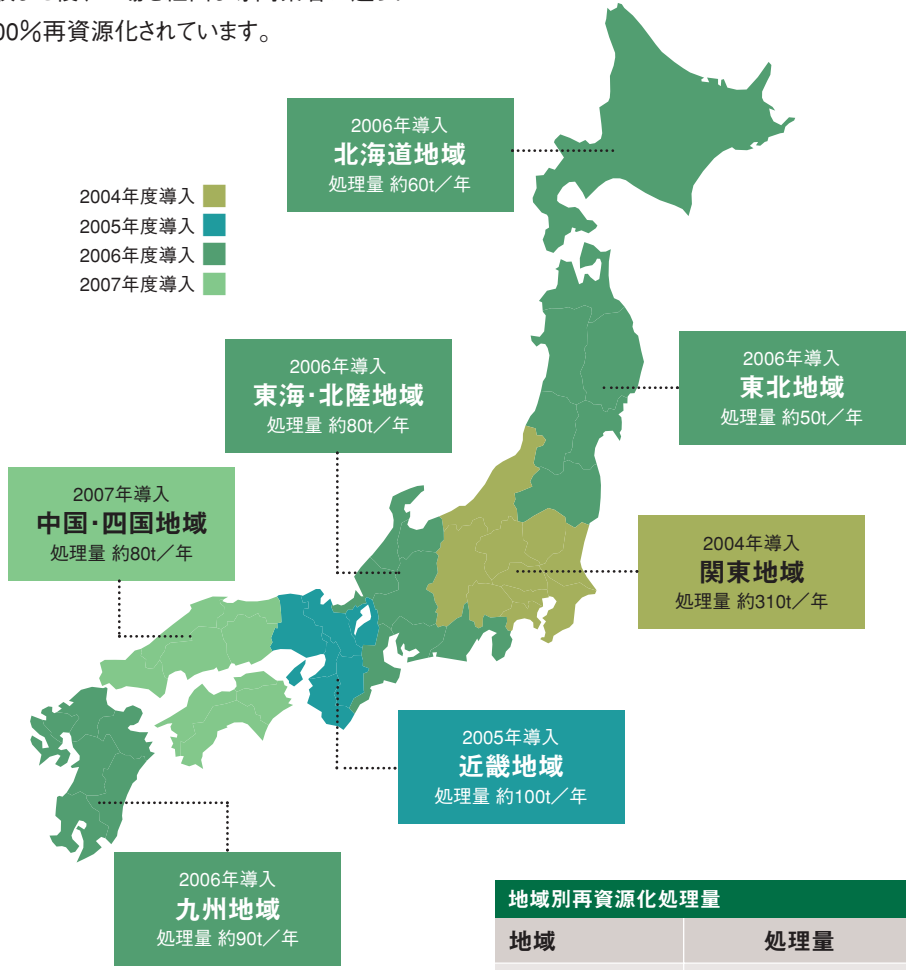
モップ・ハンドル類の回収と再資源化の全国体制を構築

2004年度より、モップのハンドルや空気清浄機本体、浄水器本体、キャビネットタオル本体などを回収して分解、再資源化しており、この取り組みを全国に拡充しました。対象の回収商品は各営業店が責任を持って回収した後、工場を経由し専門業者に送られます。そこでは、一品一品分解・解体され、ほぼ100%再資源化されています。

●回収・再資源化実施商品



専門業者により、一品一品主に手作業で分解・解体されます。



地域別再資源化処理量	
地域	処理量
北海道	約 60t/年
東北	約 50t/年
関東	約310t/年
東海・北陸	約 80t/年
近畿	約100t/年
中国・四国※	約 80t/年
九州	約 90t/年
合計	約770t/年

※中国・四国は2007年度より導入。中国・四国を除く合計は約690t/年。

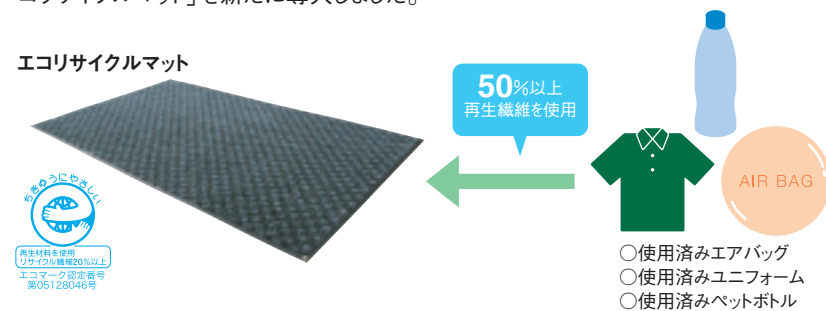
4 エコライフへのお役立ち商品

環境に配慮した商品設計

再生繊維を使用した商品

●レンタルマット

再生ペットボトル繊維を活用した商品を、事業所用の一部のマットなどで展開してきました。2006年4月には単一再生繊維の使用でなく、使用済みエアバッグ、使用済みユニフォーム、使用済みペットボトルという複数の再生繊維をパイル（布地）全体の50%以上に使用した「エコリサイクルマット」を新たに導入しました。



資源を有効活用した商品

捨てればゴミになる使用済み商品も、活かすことができれば立派な資源となります。使用済みトナーカートリッジや使用済み浄水器活性炭をリサイクルして、新しい商品として有効活用しています。

●トナーカートリッジ・リサイクルシステム

厳しい品質管理システムでリサイクルを施し、不用パーツは再資源化し再利用しています。また、コストが新品トナーの約半分と、大幅な経費削減が可能です。



環境に悪影響を与えない商品

家庭排水を汚さない商品、省資源に役立つ商品など、レンタルモップやマット以外の商品も環境に配慮。使用することで、環境への負担を減らすことができます。

●天ぷら油ろ過器

調理後の油の揚げカスからニオイ、ニゴリまでを活性炭フィルターがしっかりろ過。油を繰り返し使えるので廃油の量も減らせます。



●洗剤

自然に分解されやすい生分解性の高い界面活性剤を使用した洗剤。主原料は天然成分で、安全性が高い成分を厳選して使用しています。



未利用繊維を使用した商品

●レンタルモップ

繊維製品の紡績工程で発生する短繊維などの「未利用繊維」を使用した「ノンオイルモップ・エコ」を2005年度に、「事業所用モップ・エコ」を2006年度に導入。未利用繊維を10%以上使用することで、エコマークの認定を受けました。



●ダスキン活性炭脱臭パック

ダスキン浄水器の使用済み活性炭を再生したエコ商品。タバコ、トイレ、ペットなどの臭いを抑え、湿気も吸収。



●スポンジ・ふきん商品

洗剤に頼らなくても水にぬらして軽くこするだけでガンコな汚れを落とすことができます。



5 環境保全活動の状況

1 事故、緊急事態への対策状況 〈工場部門〉

2006年度に外部への環境影響を及ぼしたものと、工場部門で重油の流出が1件、洗濯廃水があふれ外部に流出する事故が1件、合わせて2件の事故が発生しました。いずれも少量でしたが、行政に報告し緊急事態の対応手順書、予防手順書の作成を行うなど、再発予防策を全国の工場で展開しました。

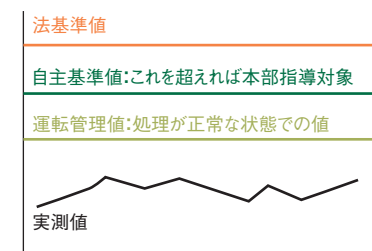
2 環境法の遵守と監視・測定状況 〈工場部門〉

工場の活動において、各種法規制を遵守するため、法規の改訂や新法の設立を年2回調査し全工場へ発信しています。全国の工場はこれを受け、各地域の条例を調査し環境法の遵守を徹底しています。工場の活動状況や各種法規制への適合状況は、定期報告書やイントラネット、インターネットを通じて本部データベースに収集されます。

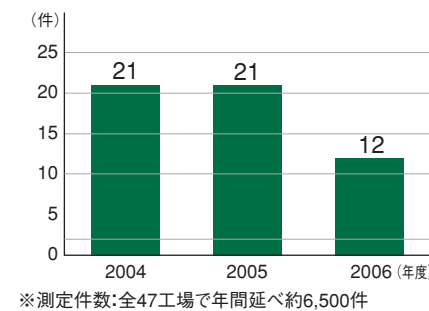
水質自主管理基準値を設定

商品の洗浄・再生を行うダスキンの工場にとって、もっとも重要な監視項目である廃水処理後の放流水に残留する汚れ成分の定期分析・測定では、法基準を確実に遵守するため、法律よりさらに厳しい自主基準値や特性項目による運転管理値を設定して、水質の傾向管理を行い、処理の安定化を図っています。

●管理基準の設定（モデル）



●自主基準値オーバー件数



土壌汚染調査と対応

過去に、ウエス洗浄でドライクリーニング溶剤（テトラクロロエチレン）使用実績があった熊本中央工場・愛知中央工場について、自主的に土壌汚染状況の調査を行いました。

●ダスキン熊本中央工場での調査結果（熊本県）

ボーリング調査の結果、すべての深度において対象物質のすべてが土壌溶出量基準に適合することが確認されました。

同様に地下水調査においてもすべての対象物質が地下水環境基準に適合することも確認されました。

●ダスキン愛知中央工場での調査結果（愛知県）

2006年2月から11月にかけて土壌ガス調査、土壌ボーリング調査および地下水調査を実施した結果、敷地の一部土壌および地下水で、土壌溶出量基準もしくは地下水環境基準を超過する揮発性有機化合物（テトラクロロエチレン、トリクロロエチレン、シス-1,2-ジクロロエチレン）が検出されました。

■汚染の原因

当工場では、テトラクロロエチレンを含む廃棄物を一時保管した後、搬出しておりました。本件の原因は、廃棄物の保管中あるいは工場敷地外への搬出作業中に、廃棄物の一部のこぼれが、地中に浸透したものと推定しております。

■対応および対策状況

- ※2006年11月28日 愛知県により情報開示・ダスキンホームページ掲載
- ※2006年12月9日 近隣住民説明会を開催
- 汚染地下水の敷地外への流出を防ぐために、地下水の流れ方向の下流側敷地境界部にバリア井戸を設置、地下水を揚水することで、拡散防止対策をしました。
- 汚染源対策として汚染土壌を掘削除去し、掘削した場所は汚染のない、新しい土を入れました。その後、汚染源の地下水浄化を目的として、揚水井戸を設置し境界のバリア井戸と合わせて汲み上げ浄化をし、モニタリングを行っております。
- 汲み上げた地下水は、専用のプラントで曝気することで揮発性有機化合物を分離させ、当該地下水を基準値以下にし場外へ排水しております。なお、曝気空気は活性炭を通すことにより浄化しております。
- この汲み上げ浄化およびモニタリングは、法令で定められた地下水基準を2年間遵守を継続した後、浄化完了いたします。

工場での火災防止対策

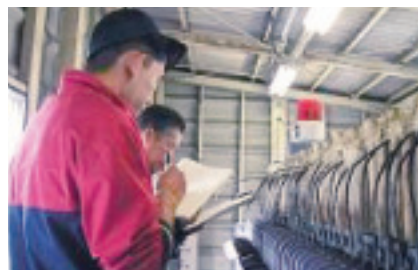
モップ・マットだけで年間約2億枚もの商品を洗濯・乾燥する工場では、これまで何度か小火が発生してきました。乾燥機などの改良を重ね、ウエス用乾燥機には、自動消火設備の導入が完了しました（56台/43工場）。その結果、2005年は乾燥機のフェルト焦げの1件、2006年は洗濯機のモーター焼けの1件のみでした。

3 内部チェック（監査）の状況 〈工場部門〉

工場での管理状態は管轄エリアのエリアマネジャー（スーパーバイザー）が定期巡回しながらチェックを行っています。この定期巡回とは別に、工場では毎年1度、改善活動の進捗や管理の適切性などについて、総合的な内部環境監査を実施しています。さらに、2003年度から2005年度にかけて全工場の廃水処理監査を行い、是正箇所を指摘しました。2006年度は1年間かけてフォロー活動を行い、是正箇所の改善を完了しました。



ISOサーベイランス審査風景



廃水処理設備の点検

石綿（アスベスト）対応について

ダスキンでは、石綿（アスベスト）を製造または原材料として使用していませんが、「石綿障害予防規則」が2005年7月1日に施行されたのに伴い、工場の建物（各工場内建物、事務所、倉庫）に対し、内部監査で1980年以前の建物を対象に吹き付け材の有無を確認し、使用されている工場には専門業者による調査を実施しました。詳細調査で3拠点で吹き付け材にアスベストの含有がわかり、3拠点での除去・封じ込めは完了しました。今後も、石綿使用材料による暴露の恐れがあると判断した場合には、適宜迅速な対応をとっていきます。

4 教育・啓発の状況

公害防止などの専門教育を実施しています 〈工場部門〉

ISO14001の運用を全工場に浸透させるために内部環境監査員勉強会を実施しました。現在、268人の内部環境監査員の資格者（生産グループ）がいます。環境保全上、重要な業務に携わるものに対して社内研修を行い、受講修了を必須条件としています。

- 社内研修
 - 1 内部監査員
 - 2 廃水処理運転
 - 3 ボイラー運転
 - 4 危険物取扱



内部監査員研修
専門機関講師による2日間の研修。内部監査員や工場長の必須講習としています。

環境にやさしい商品を提供する人は本当に環境にやさしい 〈営業部門〉

お客さまに環境にやさしい商品やサービスをお届けしたい。そのためには、「まず自分たち自身が環境への意識を高め、CO₂排出量削減に取り組もう」と、営業部門の社員とその家族が2005年度から「環境家計簿」をつけています。

「環境家計簿」とは、家庭での電気・ガス・水道などの使用料金と使用量からCO₂排出量を算出したものを毎月記録することによって、どのエネルギーがどれだけ使われているかを知り、省エネに取り組む目標を把握するものです。CO₂削減効果は2005年度は約76トン、2006年度は約60トンでした。2007年度は本部約700人と全直営支店の組織員（お客さま係）に活動の輪を広げて取り組んでいきます。



▲2005年度
実施期間：4月～9月まで
6ヶ月間

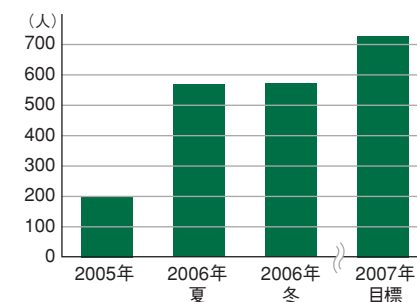
▼2006年度
実施期間：6月～8月まで
12月～2月まで
計6ヶ月間



取り組み参加者は年々増加

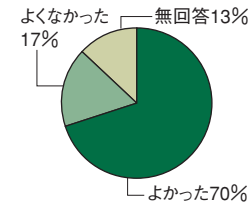
「環境家計簿」への取り組み参加者数は2005年201人が2006年には571人と約3倍になりました。社員の環境に対する意識が年々高まってきています。2007年は700人以上の取り組み参加者が予想され、今後も取り組み参加者の輪はその家族とともに広がっていきます。

●取り組み人数推移



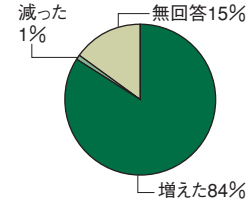
取り組んだ感想

●取り組んだ感想



- 子供と環境について話ができた
- 我が家の削減目標がわかった
- 使わない電源はプラグを抜くようになった

●省エネ（CO₂削減）行動



環境家計簿への取り組みを推進し続けます

社員の一人ひとりが「ほんの少し」だけ環境を意識することで、その社員の家族を含めた周りに小さな変化が起こり始めます。その繰り返しが、大きな環境保全効果をもたらします。自分の子どもたちが大きくなったときも、現在のままの地球であり続けることを願える人がグリーンサービス事業本部は1人でも多く育つことを目標にしております。「環境にやさしい商品を提供する人は本当に環境にやさしい」とお客さまからも認めていただけるよう、また環境に配慮した生活を身に付けるため今後も「環境家計簿」への取り組みを推進し続けます。



子どもと一緒に家計簿作成（社員自宅にて）。

6 環境コミュニケーションの状況

1 工場見学の実績 〈工場部門〉

全国の工場では、ご要望に応じて工場の見学受け入れを行っています。2006年度は延べ9,600人の方が訪れてくださいました。

また、通常の工場見学とは別に、社会学習の場として、小学生を対象に工場見学を開催しています（P15参照）。

●2006年度の工場見学者

一般の方	3,300人
学校関係者	2,200人
ダスキン組織員	4,100人
合計	9,600人



工場見学参加者

2 消費者、生活者の皆さまからのご意見やご要望・対応

工場から発生する騒音や臭気、生活環境に関わるご意見などは、地域を代表するご意見として受け止め、現地調査や測定、改善対策の説明を行い、対策後に改善効果の確認を行うように努めています。工場は住宅と隣接している所もあります。2006年度は、廃水処理施設からの臭気などについて4件のご指摘をいただいております。改善に努めています。