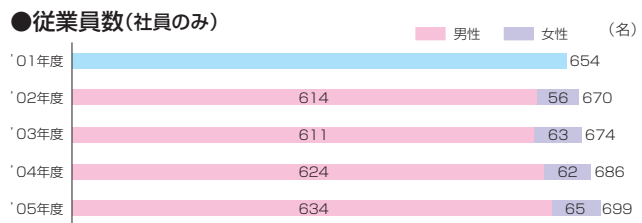
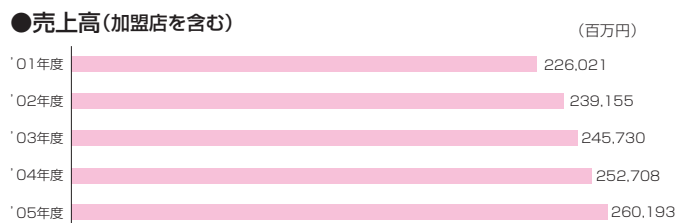
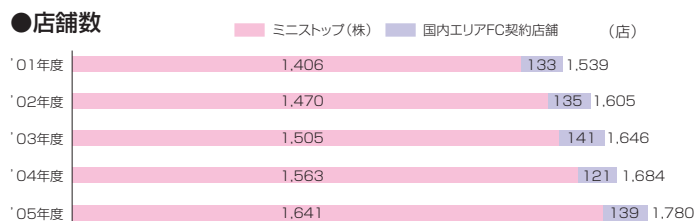
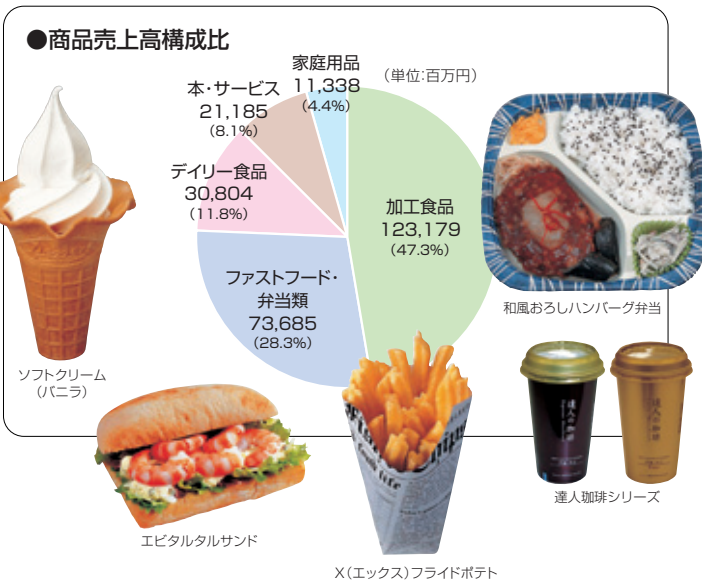
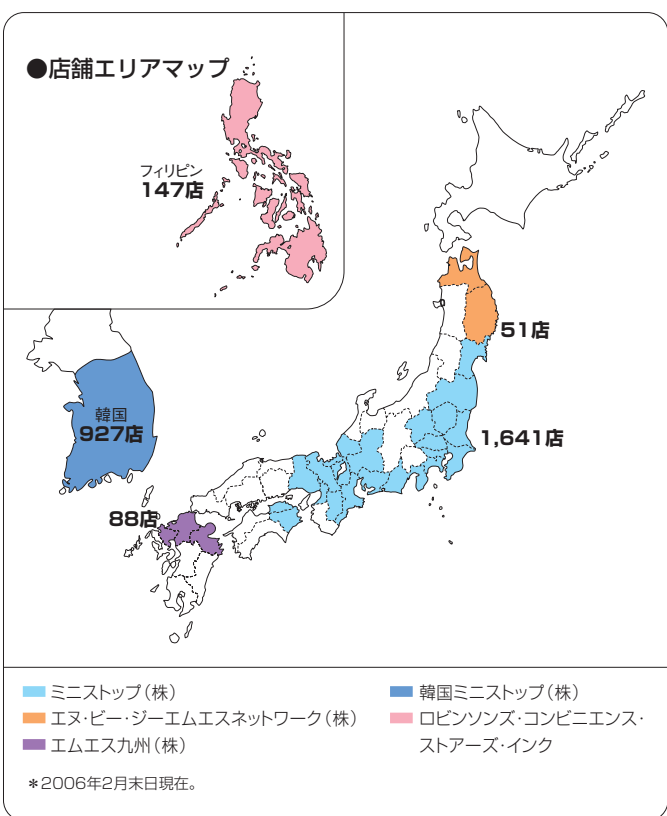


会社概要

- **社名**
ミニストップ株式会社
- **事業内容**
コンビニエンスストアに店内の加工ファストフードを組み合わせた
コンビストア「ミニストップ」をフランチャイズ方式によって展開す
るコンビニエンスストア事業
- **代表者**
代表取締役社長 横尾 博
- **設立**
1980年5月21日
- **資本金**
74億91百万円
- **上場証券取引所**
東京証券取引所市場第一部（1996年8月1日上場）
- **本社**
〒101-0054 東京都千代田区神田錦町1-1
- **本部事務所**
〒261-8540 千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1
- **主要事務所および所在地**
本部事務所（千葉県千葉市美浜区）
東京事務所（東京都千代田区）
東北地区事務所（宮城県仙台市宮城野区）
東海地区事務所（愛知県名古屋市中村区）
近畿地区事務所（大阪府大阪市中央区）



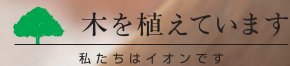
*2006年2月末日現在。
*売上高と経常利益は単体ベースになります。



◎お問い合わせ先／
ミニストップ株式会社
CA推進室 環境推進担当 森出 芳孝・野口 秀明・岡村 幸代
〒101-0054 東京都千代田区神田錦町1-1 神田橋安田ビル3F
TEL.03-3259-5284(ダイヤルイン) FAX.03-3294-2051
ホームページ http://www.ministop.co.jp/company/eco_social/index.html
本報告書は上記のウェブサイトでもご覧いただくことができます。
また、PDF形式のダウンロードもできます。
◎発行日／2006年5月・通算第7号(次回発行日は2007年5月を予定しています)
◎制作協力／株式会社クレアン



この報告書は製版をCTP(Computer to plate)化し、ポリエチレン・アセテートフィルムの使用を全廃しました。
これに伴いフィルム現像時のアルカリ性現像液も不要となりました。
印刷用紙には、使用することで森林保護に貢献できるFSC森林認証紙を使用しています。
大気汚染の原因となるVOC(揮発性有機化合物)の発生を減らすため、印刷インクは植物性の大豆油インクを使用しています。



ミニストップ 環境社会報告書 2006

2006 **MINISTOP** Sustainability Report

01 社長座談会 地域におけるコンビニエンスストアの役割とは

03 社長コミットメント お客さま・地域にいつでも信頼される ミニストップを目指して

05 特集 ミニストップが大切に思う取り組み

環境 13 環境マネジメント 14 温暖化防止への取り組み 15 廃棄物削減の取り組み

社会 16 ミニストップと社会との関わり 17 お客さまとの関わり 18 従業員との関わり 19 加盟店との関わり 21 社会とのコミュニケーション

22 よりよいミニストップのために、専門家からのご意見 編集方針

会社概要

別紙 コミュニケーションツールの考え方
コールセンターに寄せられた声
「ミニストップ環境社会報告書2005」アンケート結果
2006アンケート



表紙メッセージ

食えること、それは一番身近な自然とのつながりなのかもしれません。忘れてしまいがちですが、私たちは自然の恵みなしには生きていけないのです。食事前の「いただきます」は、自然の恵み、その生命へ、また生産者や料理してくれた人々への感謝の気持ちなのです。
ミニストップは私たち日本人の主食であるお米を通して、食の大切さ、人と人、人と自然のつながりを大切にしています。

地域におけるコンビニエンスストアの役割とは

ミニストップは「地域との共生」を経営ビジョンの一つとして位置づけ、チャイルドインターンシップやセーフティステーションなど地域の皆さまと関わる活動を行っています(→P7、8)。過去5回行った座談会の度に必ず上がる話題は地域におけるコンビニの役割。そこで現在取り組んでいる活動を振り返りながら改めて地域におけるコンビニの役割について、社長がお客さま、専門家、加盟店オーナーと話し合いました。

この座談会は2006年2月15日に行いました。
座談会の内容は当社ウェブサイトでもご覧いただけます。
http://www.ministop.co.jp/eco_social/msg.html



お客さま代表
佐藤 留美氏

自宅兼事務所から一番近いコンビニがミニストップなので、買い物はもちろん、気分転換によく利用しています。2児の母でもあり、家族みんなミニストップのソフトクリームが大好きですね。



早稲田商店会エコステーション事業部長
全国商店街震災対策連絡協議会 専務理事
藤村 望洋氏

早稲田商店会を拠点に、全国リサイクル商店街ネットワークの構築に携わっています。リサイクルも災害対策も、楽しくてもうかる仕組みが長続きの秘訣です。コンビニではコピー機を頻繁に使っています。



東京学芸大学 環境学習推進専門研究員
NPO法人自然文化誌研究会 理事
井村 礼恵氏

農山村における郷土食を核とした村づくりの調査研究や、子どもの環境学習などの活動をしています。コンビニは、コピーを利用したり、文具や飲み物を買うために、週1回くらい利用しています。



若葉町2丁目店オーナー
古清水 裕

10年前店頭でたまっていた子たちが、今は親となって子どもたちと来店されます。地域の方々といっしょに成長している実感があります。チャイルドインターンシップで中学生が毎年数人、職場体験学習に来ます。



上尾宮本町店オーナー
大熊 敏夫

チャイルドインターンシップを引き受けて8年になります。中学生とうまくコミュニケーションを取るには、上から押しつける態度ではなく、同じ仲間として話しかけることだと思います。



町田矢部店オーナー
小西 高雄

ミニストップ加盟10年になります。2児の父であり、親の視点から子ども連れのお客さまを大切にしたい運営をしています。去年、職場体験学習で中学生を受け入れました。



ミニストップ株式会社 代表取締役社長
横尾 博

ミニストップのあるべき姿は地域密着型です。環境や地域活動の取り組みは「長く続けよう」をモットーに、各店舗が地域の事情に合わせた楽しい活動ができるように支援したいと考えています。



社長座談会前に店舗での活動をオーナーが説明

あたたかく見守りたい地域の子ども

横尾：最近ではコンビニエンスストアを地域の安全・安心の拠点(セーフティステーション)にしようという社会からの期待が強く、ミニストップでもセーフティステーション活動をはじめ、地域との関わりを大切にする店舗が多いです。

古清水：私は子どもたちに「いま塾の帰り?」「寄り道しないで」などと声かけをするようにしています。家の鍵を忘れた小学生を、親御さんが来るまでイートイン*で待たせたこともあります。いわば「口うるさいおじさん」です。

佐藤：今の時代、親と先生以外で子どもに接する大人がほとんどいなくなっていました。コンビニという無機質なイメージがありましたが、古清水さんのようなお店では地域の人との信頼が育まれているのでしょうか。

大熊：私の店では中学生のチャイルドインターンシップを8年来やっています。接客や商品並べを体験することで、あいさつの大切さや仕事の大変さを実感してもらいます。

小西：私の地域は青少年の非行が多くて、オープン当初は店頭にたまられたり、のぼりを取られたりしたこともありましたが、でも、「寒いから中で食べたら?」などと声をかけ続けるうちに、リーダーが仲間に「店長に迷惑かけるな」と注意してくれるようになって、いたずらもなくなり今ではいい常連さんです。

古清水：人情味ある関係は、コンビニ運営に不可欠です。

井村：教育や子育て関係者の間では「子どもをコンビニには行かせたくない」という声をよく聞きます。現代社会は生活自体がコンビニ化されている側面があり、24時間営業のマイナスイメージがあるように思います。今日お話をうかがって、皆さんの努力が一般にはよく理解されていないと感じました。

*イートイン：購入されたファストフードなどを食べられる店内スペース



地域の人と協働できること

佐藤：人が集う3つの条件として、迎えてくれる人、居心地の良さ、情報が重要です。お店の雑誌や商品も情報ですが、そのほかに従業員の顔が載っているかわら版や地域の情報コーナーがあると、さらに充実すると思います。

古清水：私の店では、宗教と政治以外に関することなら掲示物は引き受けています。町内会、子ども会、近くの大学の演劇とかピアノリサイタルとか様々ですね。

小西：私の所でも、大学祭や保育園のイベントのお知らせは貼っています。私は、イートインを地域の人たちが集い、情報を交換する場にしたいと考えています。朝はご年配の方々、昼間は子ども連れのお母さんたち、といった感じで多くの方に使ってもらえたらいいなと。

佐藤：そのようなオーナーさんの意見や情報は、横のつながりで共有していращやるのですか?

横尾：各地域で勉強会を実施してオーナー間の交流を促していますし、成功事例はできるだけ共有するようにしています(→P20)。

佐藤：地域の視点では、地元の商品を地元で売するような試みを全国でやっていただきたいですね。福祉作業所の製品を扱ってもいいと思います。

藤村：それに加えてぜひやっていただきたいのは地域の災害対策です。コンビニを災害時の帰宅困難者支援の拠点にしているそうなので、ぜひ議論を深めてほしいです。

横尾：阪神や新潟の被災地支援を通して、支援物資を送る時のタイミングや量の見極めの重要性を実感しました。

藤村：支援物資の分配は地元商店が担い、費用は地域通貨で動かして後で換金するといったような、地元商店の復興も視野に入れ、事前に地域で話し合っておくといいですね。

小西：大震災などの場合、緊急対策として商品を配ったほうがいいんですか?

藤村：店を開けて売ってくれるだけで十分ありがたいんです。水道も電気も通ってない状況でどうやって売るかを考えておくのが賢明ですね。

もっと広めたい活動

横尾：木や花の苗を小学校に提供する花の輪運動を15年続けています(→P9)。

佐藤：イートインに小さな花鉢と花の輪運動の紹介カードみたいなものを置いてはどうですか? やや暗かったり狭かったりする席も雰囲気よくなりますよね。

藤村：お店に置いた花を、ご近所の花好きの方にお世話してもらったりすると、いいコミュニケーションになりますね。

大熊：実際にお店の前にプランターを置いていたら、近所の方に少し分けてほしいと言われたこともありましたね。それが花の輪運動と連動したイメージになればいいですね。

井村：そのほかにも、せっかく田植えや稲刈りのツアーを実施(→P21)したり、食品ごみを豚の飼料(→P15)になさっているのですから、もっとアピールしてもよいのではないのでしょうか。

横尾：泉のようにアイディアが湧いてきますね。環境や防災の取り組みを日常の業務に加えると、しんどくなって続きませんが、マーケティング活動の一環と考えると可能性が広がってくるような気がします。いただいたご意見を活かして、今まで以上に地域の方々に喜んでいただけるコンビニのあり方を探っていきたいと思います。今日はどうもありがとうございました。

まとめ

- チャイルドインターンシップやセーフティステーション活動など、地域との関わりを大切にしたい取り組みが行われているが、一般の方にはうまく伝わっていない。
- イートインを地域の人たちが情報交換できる場所にするなど、人が集うような居心地のよい場所として提供できるのではないか。
- コンビニは、災害時の帰宅困難者支援の拠点となったり地元商店の復興に貢献できるので、災害後の対応を事前に地域の方々と話し合っておいたほうがよい。



お客さま・地域にいつでも信頼される ミニストップを目指して

ミニストップ株式会社 代表取締役社長

横尾 博

地域の皆さまが集まるお店でありたい

「気持ちよくあいさつしてくれたおかげで、落ち込んでいたのに元気になりました」とお客さまにお礼を言われたというようなエピソードを、コールセンターや店舗のオーナーから聞くことがしばしばあります。コンビニというと無機質なイメージを抱かれがちですが、昔の商店と同じように人とのつながりをお客さまが求めているのだと感じています。

今回の座談会では、お客さまもオーナーも、イートインに対する期待がとても高いことがよく分かりました。イートインの設置は、ミニストップの特徴の一つですが、単に弁当やソフトクリームを食べる場所としてだけではなく、人が集って情報を交換する場として活用したいという強い思いを改めて感じました。

ミニストップは、以前から地域密着型店舗こそ、あるべき姿と考え、地域との共生を目指してきましたので、今後はその延長として、おもしろさを切り口にイートインをうまく利用していただくための仕組みづくりを進めたいと思います。そのためには、本部主導だと地域の实情にそぐわなくなり、お客さまのモチベーションが下がってしまうので、あくまで各店舗の自主性を重視する方法がよいと思います。そして各店舗の取り組みをバックアップするとともに、全店で事例などの情報を共有化することが、本部としての重要な役割です。

各店舗の「地域らしさ」を育む

ミニストップの店舗を小中学生の職場体験学習の場として提供するチャイルドインターンシップの活動も少しずつ広まってきています（→P7）。本部がやり方を押しつけずに、各店舗の自主性に任せています。子どもへの指導では、オーナーがリーダー的な生徒に教え、その生徒がほかの生徒に教えるといった工夫をしている店舗もあります。現場での知恵と工夫があつてこそ、地域の人たちとの真のふれあいが生まれるのではないのでしょうか。

子ども連れのお客さまが多い店舗では、子ども用の小さな買い物かごを用意して好評を得ているところもあります。ほかとはちょっと違う気づきがお客さまにとっても喜ばれているよい例です。店舗が客層に合わせてひと工夫しているところがよいと思っています。

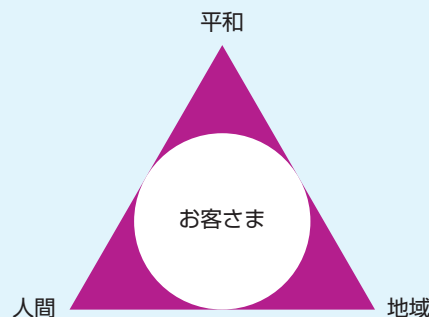
八王子では、店舗従業員が作った商品POP（販促物）からよくできたものを選んでイートインに展示している店舗があります。そうしたら、店舗従業員のやる気も高まったうえに、こういう楽しい店で働きたいと言って来られる人も出てきたそうです。

各店舗が地域とのつながりを考えて創意工夫した結果、地域との信頼関係が築かれていきます。

イオンの基本理念

“AEON（イオン）”…ラテン語で「永遠」を表します。

私たちの理念の中心は「お客さま」
イオンは、お客さまへの貢献を永遠の使命とし、
最もお客さま志向に徹する企業集団です。



[平和] イオンは、事業の繁栄を通じて、平和を追求し続ける企業集団です。
[人間] イオンは、人間を尊重し、人間的なつながりを重視する企業集団です。
[地域] イオンは、地域の暮らしに根ざし、地域社会に貢献し続ける企業集団です。

防犯・防災対策は地域と連動して

地域における取り組みの重要な課題の一つは、防犯・防災対策です。防犯に関しては、各地域の警察と合同で実地訓練を行ったりしていますので、心構えや備えも進んできています（→P8）。

防災に関しては、マニュアルを各店舗に配布してはいますが、まだまだやるべきことがたくさんあると認識しています。座談会でのご意見に応えて、まずは各店舗でどこが一番安全な場所なのかを確認して、いざというときの行動をシミュレーションできるようにしたいと思います。ガス湯沸かし器は地震発生時には自動的に止まりますが、フライヤーから熱い油がはね出ることがあるかもしれない。そのような瞬時の注意事項や、揺れが収まってから取るべき行動や緊急連絡などを日頃から確認しておくことは非常に重要なことです。

また本部には足の不自由な従業員もいますので、避難方法をもっと細かく検討する必要があります。

各店舗での防災対策は、防犯対策のように地域の方々のお知恵をいただきながら一緒に取り組むことが課題です。

安全な食の提供により信頼を高める

ミニストップでは、創業当初から食の安全性を重視し、品質管理を進めてきました。今後も継続して食の安全性を重視してまいります。



イオン行動規範 宣言

- 一、イオンビープルは、常に多くの人々から支えられていることに感謝し、ひとときも謙虚な気持ちを忘れません。
- 一、イオンビープルは、人々との信頼をなによりも重んじ、いかなる時も正直で誠実な行動を貫きます。
- 一、イオンビープルは、お客さまの期待を感動に高めるため、常に自らを磨きます。
- 一、イオンビープルは、イオンの理想を実現するため、ためらうことなく変革への挑戦を続けます。
- 一、イオンビープルは、地域の発展を願い、よき企業市民として社会への奉仕につとめます。

ミニストップ経営ビジョン

ミッション

- ミニストップはお客さま一人ひとりの毎日の暮らしに健康、安心、便利をお届けします。
- ミニストップはコンビネーションにより差別化し、独立を志す人々とともに成長、繁栄を目指します。

ビジョン

21世紀はミニストップの時代、国内外でクオリティNo.1のおいしい便利なコンポストア、ミニストップブランドを確立する。

バリュー

- お客さま第一
- 変化への対応
- 現場主義
- 地域との共生
- 人間尊重
- 公正 (Fairness)
- そして、楽しく

ファストフードや米のように大量に使う食材については、流通経路がわかるようになっています。ほかの食材についても可能な限り流通経路の把握を進めていこうと考えています。トップバリュ（→P11）の共同調達が進むと、さらに品質管理の効率は高まっていくと考えています。

最近、健康を意識した買い方をするお客さまが増えていきます。栄養バランスのよい野菜ジュースや、野菜のサンドイッチなどがよく売れているので、惣菜でも野菜を使ったメニューを増やしていこうと考えています。旬野菜の商品化や、よく噛んで食べることの重要性を考慮した商品開発などは、大きな目で見ても食育*に関わる部分です。このような情報を発信していくことも重要です。郷土食のような地域の食文化を取り入れる動きも活発にしていきたいと思っています。

コンビニは「便利なお店」ですが、時代の流れによって「便利さ」の意味合いが違ってきています。2005年、日本は人口動態の分岐点になり、経済が右肩上がりではない社会で、コンビニがお客さまの生活に役立つために何ができるのか、改めて問い直しているところです。今年は、「明るい」「元気」「ふれあい」をキーワードに、それぞれの店舗が思いをこめ、未来に向けて今できる一歩を踏み出す行動の年にしていきたいと思っています。

*食育：食に関して、多岐にわたる知識と食を選択する力などを習得し、健全な食生活を実践できる人間を育てること。



ミニストップが大切に思う取り組み 地域とのつながり



町屋4丁目店
(東京都荒川区)
杉井 貞夫 オーナー

お店のすぐ近くに学校があるので、放課後になると子どもたちがよく来ます。チャイルドインターンシップは一昨年から、職場体験学習としてその学校の生徒を受け入れています。
6年ほどお店をやっているの、子どもを含め地域の方で顔見知りの人が増えました。



FCサポート本部
加盟店トレーニング部
フレンドリー・
開店推進担当
マネージャー
川崎 茂樹

チャイルドインターンシップでは指導する側の店舗従業員の力量が求められてくるといいます。地域によっては連続5日以上の職場体験学習を取り入れているため、ますますイエローテイル・プログラム(→P20)による店舗での人材育成が重要となってくるでしょう。

チャイルドインターンシップを通じて 地域社会とのつながりを深めています。

小中学校での総合的な学習の時間の実施にともない、地域の学校から職場体験学習の依頼が増え、各店舗が個別に子どもたちの受け入れを行っていました。この取り組みを広げていくために、2004年から本部に事務局を設置し、加盟店のバックアップ体制を整えてきました。実験的な取り組みを経て、2005年より全国展開をしています。

申し込み受付、店舗との調整、スケジュール調整、事前準備などを事務局が一括して行うようになったので、受け入れ店舗での手間が軽減されました。また、職場体験学習をより充実させるために、事例をウェブサイトで公開することによって体験やノウハウの共有化を図っています。

生徒たちは、店舗従業員と同じユニフォーム、名札、クリーンキャップを着用し、あいさつ、接客、清掃、品出しを行います。最後にはソフトクリームの加工も体験。参加した生徒たちからは、店での職場体験学習を通してあいさつの大切さや、働くことの喜びや厳しさを実感し、達成感を得たとの感想が店舗へ届いています。また、日常の教育活動を行うかたわらで職場体験学習の受け入れ先を探すことは先生方にとって負担が大きいので、当社のウェブサイトを通じて申し込みができる体制はとても喜ばれています。http://www.ministop.co.jp/internship_child/index.html

ミニストップは、「商業を通じて地域社会に奉仕しよう」という社是を実現するために、今後もチャイルドインターンシップの活動を継続していきます。

*チャイルドインターンシップを実施した店舗オーナーからの声を、P13~15、17、18、20のページ上部に掲載しています。

地域の生活安全拠点づくりと青少年の健全育成を 目指してセーフティステーション活動に取り組んでいます。

地域の生活安全拠点づくり

コンビニエンスストアを地域のセーフティステーション(生活安全拠点)とする活動は、(社)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と警察・自治体との協力で2003年から実験的に始め、2005年10月から全国展開となりました。

強盗や万引きなどの防止対策を強化するとともに、災害や事故・急病人などの通報、女性や子どもの駆け込みへの対応、ご年配の方や障害をおもちの方などの介護補助や連絡、地域の安全情報の提供ができるように、確認ポスターを貼ったり、対応マニュアルやビデオマニュアルを使用して勉強会を行ったりしています。

2005年末に福岡で少女が母親に軟禁されていた事件がありました。公園で少女を見つけた方が近くのミニストップに来店され、店舗で110番通報したことで少女が保護されました。地域の方にもミニストップがセーフティステーションだという意識が根づいていたからこそできた地域との連携の結果です。



目のつく位置にポスターを貼っています

青少年の健全育成

未成年者に酒類・タバコを販売しないために、年2回以上、学校の長期休暇に入る時期に対応マニュアルを全店舗に配布しています。また、店内放送で呼びかけをしたり、店舗従業員が「私たちは未成年者の方にお酒・タバコは販売しません」と書かれたカードを名札に付けて従業員の自覚を促すとともにお客さまに伝えていきます。年齢確認のため、お客さまに身分証明書の提示を求めたりすることもあります。

18歳未満のお客さまには成人向け雑誌の販売・閲覧を禁止しています。売り場では、成人向け雑誌は陳列棚に仕切りを設け、区分陳列し中身を開けられないようにシール止めをしています。



レジでの注意表示

未成年者へ酒類を販売

未成年と見られるお客さまが酒類を購入する際は、レジで年齢確認をするようにしていますが、2005年6月に静岡県、10月に横浜市の店舗で、中学生に酒類を販売してしまいました。成人だと誤認したり、急いでレジを打つことに集中しすぎたため購買者の顔を見ていなかったことが原因でした。

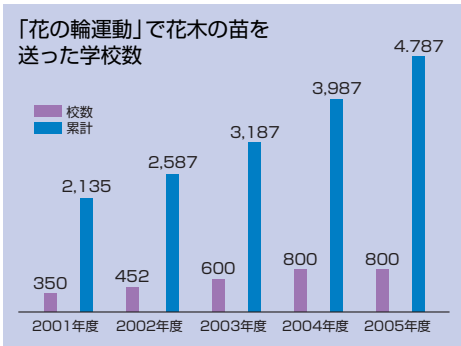
二度と同じことを行わないために、年齢確認を行うといった、店舗従業員教育を徹底します。



仕切り板で区切った成人向け雑誌コーナー



表示によって注意を促しています



花の輪運動を通して、子どもたちに自然や命の大切さを伝えています。

(財)花と緑の農芸財団が1990年に花の輪運動を開始して以来、ミニストップはこの活動を支援しています。この活動は、毎年抽選により小学校へ花や木の苗を送る活動です。

店頭でのお客さまからの募金に加えて、2002年からは土曜日のソフトクリーム売り上げの1%を(財)花と緑の農芸財団に寄付しています。苗の贈呈式に近隣のオーナーが参加し、子どもたちといっしょに苗植えを行っている小学校もあります。

応募された先生からの声

私たちの学校が花でいっぱいになっていると、地域の方たちの庭先にも花が咲きはじめたりもするんです。この学校から花の輪が広がっていくんです。花を育てることでその花の心を子どもたちが学んでくれたらと思います。今回は本当にありがとうございました。



苗の贈呈式
2005年11月15日
静岡県富士宮市立井之頭小学校
根原分校にて



(財)花と緑の農芸財団
事務局長
船津 裕隆氏

花の輪運動は、2005年で15年目を迎えました。15年前に花を受け取ってくれた子どもたちは、どんな大人になっているだろうと思うと感慨深いものがあります。大きな節目を迎えて、私どもはさらに花の心の啓蒙と普及に努めてまいります。

お客さまと協力して募金活動に取り組んでいます。

花の輪運動募金以外に、災害救援や子どもへの支援を目的とする募金活動をお客さまの協力を得て毎年行っています。

店頭募金一覧(2005年度)

「インド洋津波災害下のこどもたちのために復興支援」募金	
期間：4/1～5/22 寄付先：(財)日本ユニセフ協会	5,590,480円
24時間テレビ28「愛は地球を救う」募金	
期間：7/29～8/31 寄付先：24時間テレビ委員会	12,043,265円
パキスタン地震被災者救援募金	
期間：10/10～10/30 寄付先：ジャパン・プラットフォーム	3,820,659円
「知床の森を守ろう」キャンペーン募金	
期間：12/1～12/25 寄付先：知床国立公園内森林保全基金	1,799,951円
フィリピン レイテ島 地すべり災害被災者救援募金	
期間：2/20～3/5 寄付先：NPO法人AMDA	2,376,476円
花の輪運動	
期間：通年 寄付先：(財)花と緑の農芸財団	11,275,784円
お客さまからの募金合計金額	36,906,615円

*エリアフランチャイズ含む



再生プラスチック製の店頭の募金箱

地元の商品を地元で売っています

千葉県のカナダ全店では、2004年から銚子産いわし缶詰や穀つき落花生などの県特産品を販売、地産地消活動のお手伝いをしています。

地産地消：地域生産地域消費の略。
地元で消費されると輸送距離を短縮することができるため、環境への影響を抑えることができます。

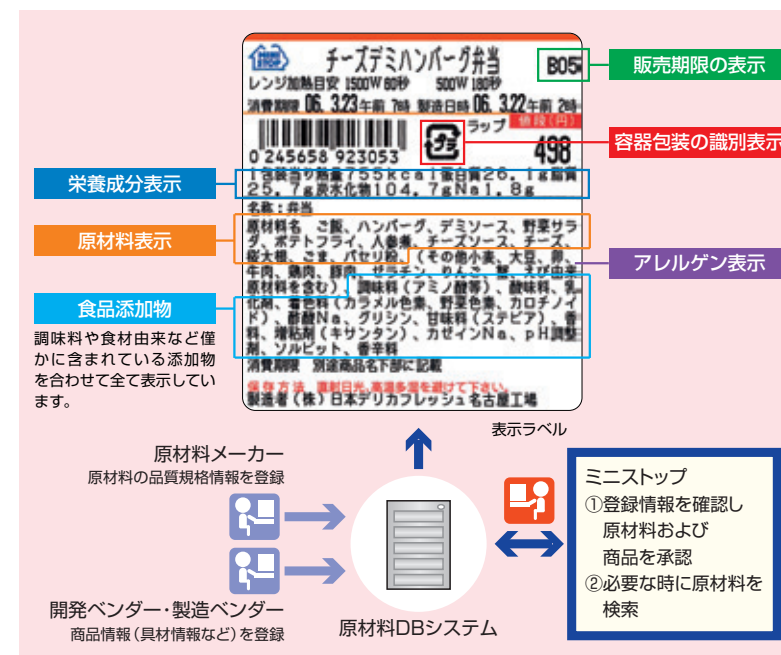


ミニストップが大切に思う取り組み 食の安全を求めて

安全とおいしさを考えた原材料調達をしています。

取引先と原材料情報を共有するシステム(原材料DB)を構築しました。このシステムを導入することによって、ミニストップは商品からさかのぼって原材料情報を把握できるため、お客さまへ速やかに情報提供ができます。

*環境ホルモン、牛海綿状脳症(BSE)、高病原性鳥インフルエンザなどへの対応は、当社ウェブサイトにてご覧下さい。http://www.ministop.co.jp/company/eco_social/social_safecom.html



原材料データベース開発者チームの声



CA推進室
品質管理担当
双木 啓

原材料データベースの利用者に理解してもらうとともに、今後はお客さまに商品ラベルを通じて正しい情報を伝えたいと思います。



商品本部
米飯・デリカ商品部
全国商品企画担当
吉野 淳司

データベースを有効に活用していただけるように、取引先とのコミュニケーションも欠かせません。

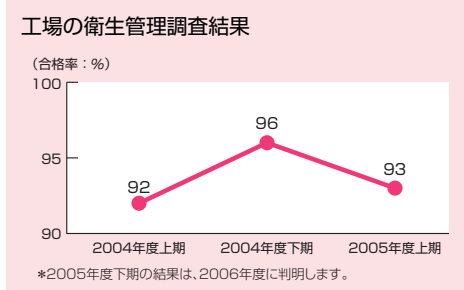


システム本部
システム部
ITシステム担当
マネージャー
金子 傑

製造ベンダーや原材料メーカーなども含む数百社が利用するデータベースなので、分かりやすい画面構成を目指しました。



現場への立ち入り調査



製造工場で食品の安全に配慮しています。

原材料調達ルートや食品製造委託先の選定時には、独自の基準で事前調査を行っています。また、商品は原材料仕様に関する書類によって、食品衛生法で禁止されている抗生物質やミニストップ独自で規制する添加物の混入がないかを確認しています。輸入商品は、現地および日本国内で原材料・製品検査を実施し、細菌・アレルギー・添加物・農薬・遺伝子組み換えなどを厳しくチェックしています。

食品製造委託工場を第三者機関がミニストップの基準による衛生調査を年2回実施。細菌検査と書類による環境衛生評価を行っています。一定の水準に達していない場合には、改善報告を求め再検査を行っています。2005年度上期の調査では優良工場が増え、細菌検査等の不適格が減少。しかし、書類不備による新規工場の不合格や汚れの指摘が増えました。工場と協力して衛生管理の強化を図って安全な商品をお届けします。

もちろん店舗でも食品の安全に配慮しています。

ミニストップではファストフードを店内調理加工しているため、自主基準に基づき第三者機関による衛生管理の調査や検査を行っています。調査および検査の結果が基準に達していない店舗に対しては、ストアアドバイザー (SA) の改善指導と再検査の実施により衛生管理レベルの向上に取り組んでいます。そのほか、店舗での食中毒防止、感染症の予防のために、店舗従業員の検便検査を実施しています。

店舗衛生調査 (年2回)

お客さまに自信をもって安全な商品を提供するため、店舗の衛生管理レベルが自主基準に達しているかを調べます。

ソフトクリーム細菌検査 (年4回)*

看板商品であるソフトクリームが常に安全であることを確認するため、細菌検査を実施しています。

*2006年度からは、年6回の検査となります。

オリジナルブランド「トップバリュ」

イオンがグループのオリジナルブランドとして提供する安心品質の製品「トップバリュ」をミニストップの各店舗でも販売しています。モニター調査でお客さまの声を取り入れながら開発されたお買い得価格の商品で、安全・安心や環境にも配慮し、発売後にも改良が繰り返されています。この「トップバリュ」では、自然の力を活かして育てた農・畜産物と加工食品「グリーンアイ」、おいしさ、素材、機能などにこだわった「SELECT」、そしてリサイクル資源を利用した「共環宣言」の3つのサブブランドも展開しています。



安全でおいしい弁当ができるまで

どんな場所で、どのように、どんなことに配慮して弁当を作っているのか、製造委託先の一つである株式会社日本デリカフレッシュの東京工場を紹介します。

徹底した温度管理・衛生管理で細菌の発生を防止

弁当づくりの現場に入るためには、髪の毛をすべてキャップに入れ込み、作業服への粘着テープのローラーがけ、エアシャワー、靴裏ローラー、手洗い、爪洗い、手のアルコール消毒が必須です。調理機器の洗浄や、弁当などの細菌検査も定期的に行っています。

85℃以上で加熱調理されたご飯、肉、魚、惣菜は、調理後すぐにおいしさを保ったまま冷やされます。調理されたフライなどを切るカット室、惣菜などを分類する部屋、詰める作業をするトッピングラインも、すべて室温20℃以下を常に保っています。細菌が繁殖しやすい30℃前後の場所は一つもありません。



具材の中心温度を計っています



家庭と同じように手作りで作っています

健康に配慮したおいしい弁当を安定供給

売り上げの動向やお客さまの購入パターンを分析して開発された新しい弁当が、毎週火曜日に店頭に並びます。タケノコやウナギなど季節の定番も登場します。最近では、ひじき、切り干し大根、根菜の煮物など家庭的な惣菜が入ったものも人気があります。健康に配慮するお客さまが多いので、なるべく薄味に仕上げています。

米は契約栽培米を使用し、精米翌日には工場に到着して炊飯されることがおいしさのポイントです。食材は、原材料メーカーにミニストップの担当者が出向いて品質を確認しています。さらに、一定のおいしさを保つため、工場内で調理した食材の細菌検査を行い、試食も毎週実施しています。

廃棄物の削減とリサイクルの試み

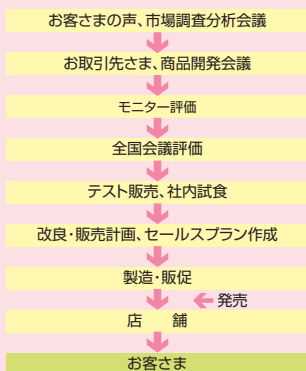
現在、約240店舗に弁当やおにぎりなどを供給しています。商品の発注は、各店舗から朝と夕方の2回。注文数に合わせて作られた商品は、配送室で店舗ごとに分配されます。注文から配送までオンラインで商品の数が管理されているので、無駄な食材を使用せずに済みます。

現在、東京工場では廃棄物の種類と量を毎日記録し、さらなる削減対策に役立てています。廃棄物処理は業者に委託し、廃油は石けんなどにリサイクルされています。また、2005年4月から食品廃棄物を養豚飼料として活用する試みを始めました。



具材をていねいに詰め合わせています

弁当商品開発の流れ



株式会社日本デリカフレッシュ 東京工場 工場長

平河内 幹雄氏

食品を扱っているため、やはり安全、衛生面を重視しています。商品ラベルについては、表示内容の表示ミスを防ぐためラベルができた時はもちろん、現場でラベルを貼る際にも表示内容のチェックをしています。



商品本部 米飯・デリカ商品部 全国商品企画担当

小川 潤

女性やご年配の方をはじめ、健康に気を遣う方が増えてきているので、弁当の開発段階でカロリーには気を配っています。さらに、安全でおいしい弁当を開発するにはメーカーさんとじっくり話し合うことが不可欠であると考えています。

*工場内での撮影のためキャップを被っています。

環境マネジメント

環境マネジメントシステムをもとに
循環型社会を目指して環境保全に取り組んでいます。

環境保全の考え方

コンビニエンスストアにおける主な環境負荷は、食品廃棄物や建築廃材の排出と電力の使用であると考え、主に廃棄物削減と省エネルギーに力を入れてきました。2003年3月に、ISO14001の第三者認証を取得しました。原材料調達、製造、販売、廃棄処理にいたる過程で目標設定と成果評価を明確にし、本部と店舗が一体となって継続的な改善に取り組んでいます。

ミニストップ 環境方針

改訂第3版

私たちはお客さま・加盟店・取引先と共に地球環境を考えます。私たちは循環型社会の構築を目指して共に学び、自らの役割を自覚して行動するようつとめます。

継続的改善
私たちは環境マネジメントシステムを継続的に改善し、この環境方針に基づいて環境目的・目標を設定し、定期的に見直します。私たちは事業活動の中でグリーン調達・省資源、省エネルギー、再利用・再資源化、廃棄物削減などにつとめます。

法の遵守
環境保全に関する法規制、およびミニストップが同意する環境上の要求事項を遵守します。

安全・安心な商品・サービスの提供
多様化するお客さまのライフスタイルに配慮し、安全・安心な商品やサービスの開発・選定につとめます。

環境保全活動
緑化などの環境保全活動に積極的に取り組みます。

方針の周知
この環境方針は従業員のみならず、ミニストップの事業活動に関わる全ての人たちに広く知らせます。

方針の公開
この方針は広く一般に公開し、適切な情報提供につとめます。

八千代高津店(千葉県八千代市)
土田 英昭 オーナー

仕事の大変さを感じてもらえるだけでなく、商売の楽しさを感じてもらえたのが嬉しかったです。

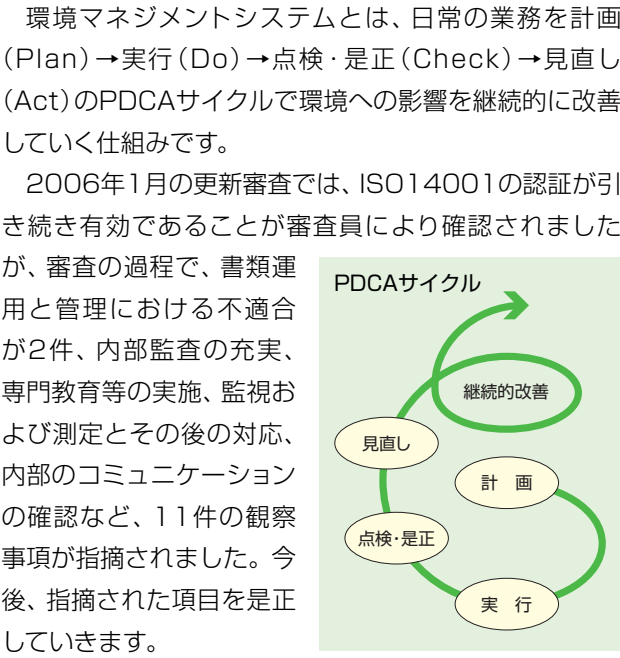
(チャイルドインターンシップを受け入れて →P7)

環境マネジメントシステム

環境マネジメントシステムとは、日常の業務を計画(Plan)→実行(Do)→点検・是正(Check)→見直し(Act)のPDCAサイクルで環境への影響を継続的に改善していく仕組みです。

2006年1月の更新審査では、ISO14001の認証が引き続き有効であることが審査員により確認されましたが、審査の過程で、書類運用と管理における不適合が2件、内部監査の充実、専門教育等の実施、監視および測定とその後の対応、内部のコミュニケーションの確認など、11件の観察事項が指摘されました。今後、指摘された項目を是正していきます。

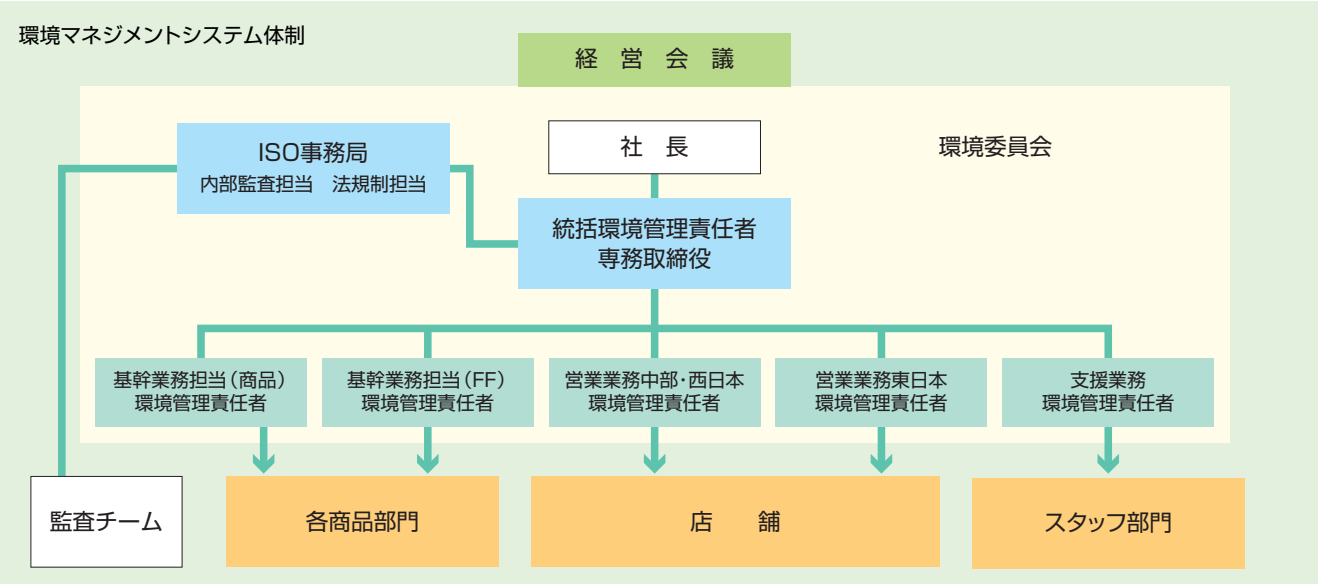
環境マネジメントシステム



内部監査

環境マネジメントシステムの運用を維持するために内部監査は非常に重要です。訓練を受けた本部従業員が、2003年から3年間で本部と全店舗の内部監査を行いました。

2005年の内部監査の結果、内部監査員の監査力の強化を図ること、本部と店舗における取り組みの実行度合いを向上させることが大きな課題であると経営トップから表明されました。



温暖化防止への取り組み

ミニストップは、温暖化の原因となる
温室効果ガスの排出量削減に取り組んでいます。

省電力の取り組み

店舗の電力消費が大きな環境負荷の一つであると考え、電力使用量をできる限り削減するために毎年、新店の標準仕様を決定する時点で、最適な機器を導入するトップランナー方式で省電力を進めてきています。

新しく建てる店舗では、可能な限り各機器のインバーター化を進め、機器によってはセンサーで必要な時に電力消費を制御しています。

既存店では、蛍光灯の安定器を計画的にインバーター化し電力を削減しています。機器のフィルター清掃によって、無駄な電力消費を行わないことを定期的に紹介する啓発活動も実施しています。

本部および店舗での電力消費量(2005年度)

	本部・各事務所合計	1店舗
電力使用量	74,885 kWh/月	15,685 kWh/月
二酸化炭素排出量	28.3 CO ₂ -t/月	5.9 CO ₂ -t/月

FCサポート本部 建設部 設備担当
今川 和実

省エネは電気代削減に直結するため、各店舗も関心を寄せてくれます。新しい店舗の空調機器は消費電力が10年前の約半分です。技術は日進月歩で進歩していますから、実験結果をみながら、計画的に導入していきます。適切なメンテナンスが省電力に効果的なことも、もっと伝えていきたいと思っています。

戸塚矢沢店・東戸塚品濃町店(神奈川県横浜市)
丸山 博久 オーナー

生徒には、裏側の苦勞、仕事に取り組む心構えと考え方、自分たちの生活がどの様な方々に支えられているかを学んで欲しいですね。

(チャイルドインターンシップを受け入れて →P7)

オゾン層破壊物質の廃絶

オゾン層破壊への影響が大きいとされる特定フロンを使っている冷蔵庫などの機器を2006年度までにすべて回収し、代替フロンの機器に切り替える予定です。特定フロンの回収・破壊処理は、認可された専門業者に委託しています。

代替フロンへの切り替え実績

	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
代替フロン	2.880t	2.640t	4.962t	2.282t
特定フロン	0.110t	0.560t	0.018t	0.016t

配送時の取り組み

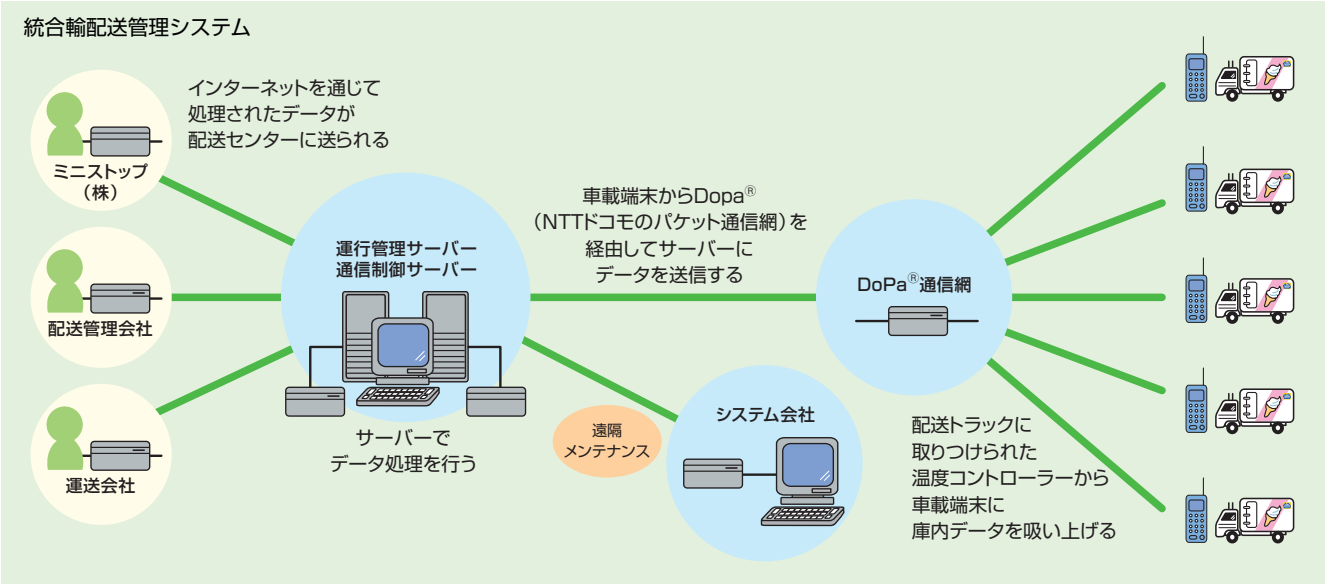
2001年10月から統合輸配送管理システムを導入。無線通信とGPS(全地球測位システム)を活用し、配送車の庫内温度を制御したり、アイドリングストップの状況をリアルタイムで把握したりできるようになりました。これにより、無駄な軽油を使わず、また排出ガスの削減ができるとともに、配送商品の安全性・品質保全も向上しました。

また、1998年以降は、二酸化炭素の排出が少ない天然ガス(CNG)車を導入。配送車はすべて排出ガス規制基準をクリアしています。

配送における環境実績

	2003年度	2004年度	2005年度
1店舗1日あたりの配送車走行距離	56.8km	51.6km	66.5km*
統合輸配送管理システム導入車	280台	235台	284台
天然ガス(CNG)車	8台	8台	9台

*ドミナント出店(一定の地域に集中出店すること)ができない地域があったため、走行距離が伸びました。



廃棄物削減の取り組み

廃棄物を減らすために
排出抑制とリサイクルを行っています。

建築廃棄物削減の取り組み

店舗の建築時には、工場で製造したユニットを現場で組み立てる工法を条件が合う限り採用し、廃材の発生を抑えています。2005年度は21店舗で採用しました。

閉店・改装時は、厨房機器や備品の再利用を進めて廃棄物の発生を減らしています。

再利用した機器・備品数

機器・備品	2004年度	2005年度
冷設設備	3台	0台 (0t)
厨房機器・備品	67台	548台 (20.3t)
店内備品・その他	35台	326台 (12.7t)
合計	105台	874台 (33.0t)

店舗での廃棄物削減の取り組み

店舗から出る廃油は100%リサイクルし、工業用石けんやインクなどの原料となります。

レジ袋と割りばしは、お客さまに「テープ貼りでよろしいですか」などと声をかけることで、不要なレジ袋や割りばしの使用を抑えています。

一店舗あたりの年間使用量

	2004年度	2005年度
レジ袋	239,571枚	231,464枚
割りばし	54,068膳	58,171膳



江崎佐倉原店（茨城県稲敷市）
鈴木 優佳 マネージャー

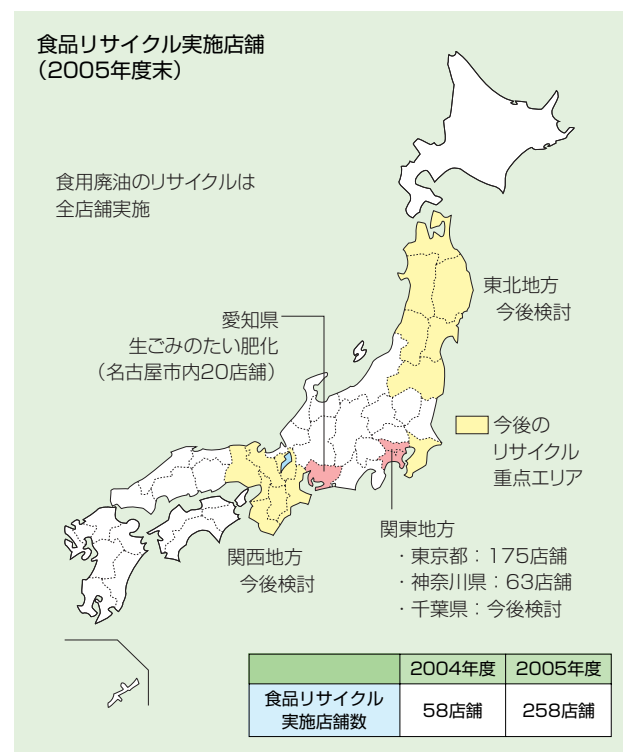
大変なこともあります。私たちの仕事に興味をもってもらえるのは、大変うれしいことなので、このような機会が増えることを期待します。

（チャイルドインターンシップを受け入れて →P7）

食品リサイクルの取り組み

ミニストップでは、食品廃棄物を資源と捉えて再資源化（リサイクル）を進めています。

1998年にたい肥化実験を開始したことをはじめ、様々な実験・検証を行った結果、養豚飼料化を中心にリサイクルを行っています。



ミニストップと社会との関わり

ミニストップと関わるすべての方々との対話を進めます。



●お客さま

ミニストップの商品やサービスをご利用いただく方すべてがお客さまです。お客さまにご満足していただけるような接客を心がけています。またご意見やご要望の反映にも努めています（→P17）。

●地域の皆さま

お客さまをはじめ、地域とのつながりを深めるために、子どもたちの職場体験学習や安全な街づくりへの協力など、地域に根づいた活動に力を入れています（→P7～9）。

●加盟店

加盟店は、本部とフランチャイズ契約を結んだ独立した事業者が運営している店舗です。加盟店は、「地域に根ざし、お客さまに満足をお届けする」という目標を本部と共有するパートナーです（→P19～20）。

●従業員

従業員とは、本部に所属する人を指します。従業員は最も重要な経営資源であり、財産です。一人ひとりが仕事を通じて十分に能力を発揮するために、労働条件や人事制度の整備に取り組んでいます（→P18）。

●お取引先

商品やサービスの提供や物流、建設、メンテナンス、廃棄物処理などに関わるすべてのお取引先は、ミニストップの重要なパートナーです。公正な取引に基づき、ともに発展する関係を築きます。

●株主

財務体質と経営基盤の強化を図りながら、株主・投資家の皆さまへの利益還元を充実させることを経営の重要施策としています。また、財務・IR情報の的確な開示を行っています。http://www.ministop.co.jp/company/ir/

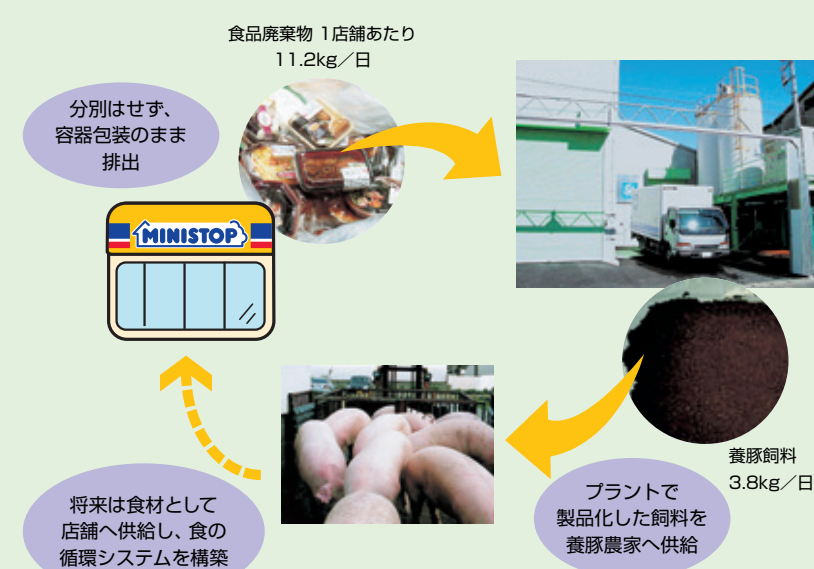
●行政機関

店舗の建設や運営時に、国や地方自治体、保健所、警察署など様々な行政機関と関わり、法令などを順守しています。

●NGO/NPO

よりよい社会の実現に向けて、NPO・NGOと協力し、小学校に鉢植えを贈る花の輪運動（→P9）や、救援活動などへの募金などの環境・社会貢献活動を積極的に行っています。

食品リサイクルの流れ



CA推進室
環境推進担当
野口 秀明
運搬業者や自治体との対話を重ね、今後食品リサイクルの取り組みをほかの地域にも拡大したいと考えています。



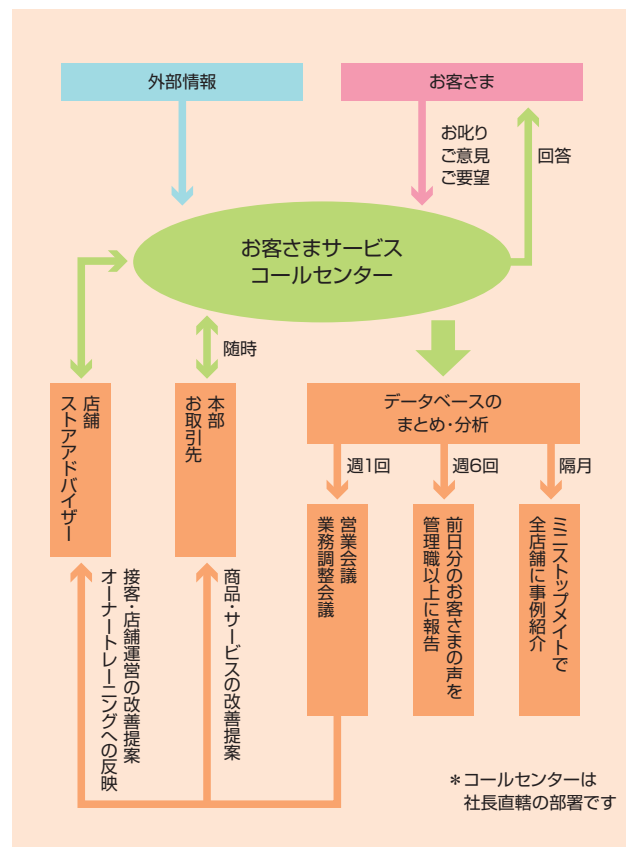
横浜市有機リサイクル
協同組合
事業本部長
前川 覚氏
本組合が開発した飼料化技術、トレーサビリティシステムを活用し、食品循環型社会の確立、食糧自給率の向上に貢献いたします。

お客さまとの関わり

社会からの声として皆さまの声や情報を積極的に受け止め、事業に活かす体制を整えています。

お客さまの声を聞く仕組み

ミニストップでは、いつでもお客さまからご意見やご要望を気軽に寄せていただけるようにコールセンターを設置しています。フリーダイヤルやメールでいただいた貴重なお叱りやご意見などをデータベース化して共有し、店舗、本部、お取引先が連携して的確な対応や改善につなげています。現在、ISO10002（苦情対応マネジメントシステムの国際標準規格）への適合宣言を目指して、新たなシステムを構築中です。



覆面調査（フレンドリー調査）

お客さまにご満足いただくためには、接客と店舗の清潔さが欠かせないと考え、年に2回覆面調査を実施しています。この調査では外部調査員が一般のお客さまに扮れ、各店舗の接客と清潔さをチェックし、点数評価をしています。評価の結果はストアアドバイザー（SA）を通じて各店舗に伝えます。レジでのあいさつとクリーンキャップの着用が特に重視されます。

2005年度の調査結果は、店頭および軒下のタイルの汚れが目立ち、そのほかごみ箱や店内の清潔さ、あいさつや商品の渡し方なども指摘されました。



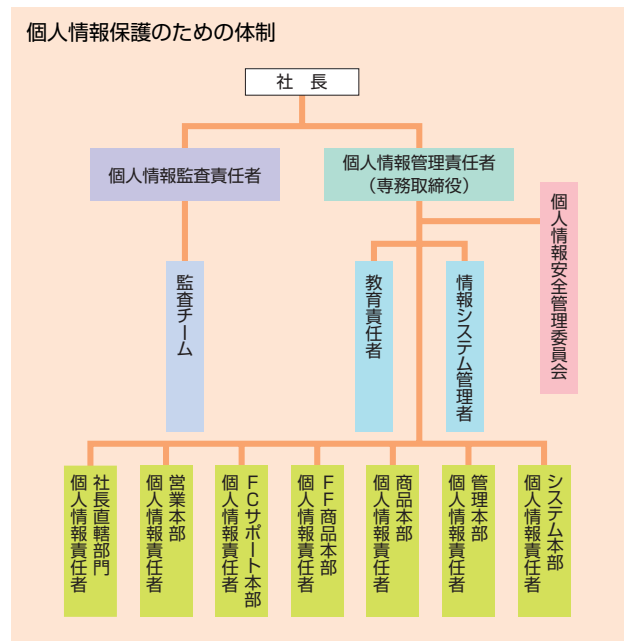
巣南町店（岐阜県瑞穂市）
奥田 幸 オーナー、奥田 友子 マネージャー
開店当初から地域密着型という志を持っています。チャイルドインターンシップによって教育の場も広がるので、こういった地域とのふれあいは大切です。

（チャイルドインターンシップを受け入れて →P7）

個人情報保護の取り組み

2004年11月に個人情報保護方針を制定し、ウェブサイトで公開しています。http://www.ministop.co.jp/individual_information_policy/index.html

この方針に基づいて、体制を整え、全店舗にマニュアルを配布。個人情報を収集・利用・保管・廃棄する場合は、安全で適切な取り扱いをするよう教育を行っています。



個人情報の紛失

2005年4月に、さいたま市で公共料金などの支払い伝票63枚を紛失し、後日、付近の植え込みから発見されるという事故が発生しました。

紛失発覚後、考え得る場所すべてを丹念に搜索したにもかかわらず発見できなかったため、危機管理委員会を立ち上げ、さらに搜索を進めるとともに関係機関や経済産業省に報告し、お客さまには説明とお詫びなどの対応を取りました。プレスリリースで報道にも情報を開示し、お問い合わせに応じる態勢を整えました。

幸い数日後に発見され、情報が悪用されることはありませんでした。紛失事故再発を防ぐために、支払い伝票の保管場所や管理の方法、配送時の取り扱い方、廃棄の仕組みを見直しました。この事故を教訓にお客さまの支払い伝票を正確に取り扱うことが、いかに重要であるかを認識し直し、さらなる徹底を図っています。

従業員との関わり

ミニストップを支える本部従業員が常に挑戦・成長し、また満足できる仕組みを作り上げています。

人事制度

●メンター制度

2003年に、先輩社員が親身になって新人の相談相手になるメンター制度を発足。学生から社会人の生活に適應できるようにサポートを行っています。入社1年以内で離職する人が2002年度には6名でしたが、2003年度は0名、2004年度は1名、2005年度は2名に減り、効果を発揮しています。

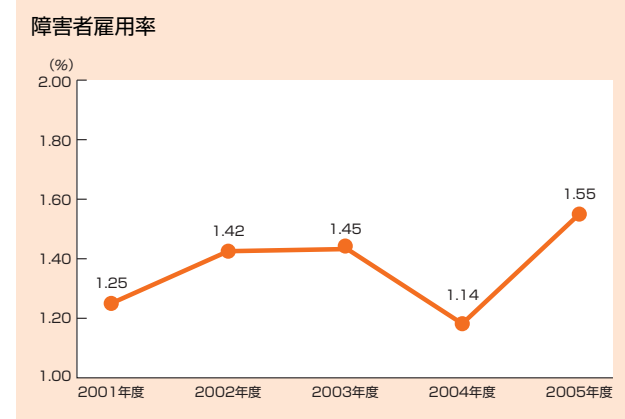
●登用制度

中間管理職までの従業員を対象に毎年昇格試験を行っています。筆記試験の合格者が面接を受け、その結果により登用が決まります。毎年5月頃に試験内容を告知し、9～12月に試験を実施しています。

人権と働きやすさの向上への取り組み

●障害者雇用

当社ウェブサイトや人材センター、ハローワークなどで採用活動を行っています。今後も障害を持つ方の採用を進めていきます。



CA推進室
お客さまサービス担当
細江 貴子

育児休暇取得者の声

第一子の出産が1995年。第一号の育児休暇取得者でした。社会的な関心は今ほど高くはなかった時ですが、幸い上司や同僚の理解も得られ、第二子の育児休暇と育児勤務時間も合わせて4年間ほど利用しました。制度は使ってこそ生きるもの。子育てはみんなでの気持ちが大仕事だと思っています。



神戸町北一色店（岐阜県安八郡）
林 清一 オーナー、林 光子 マネージャー
「仕事は大変でしたが、総てがお客さまに気持ち良く買い物していただく為とわかりました。」との感想を聞いて非常に感動しました。

（チャイルドインターンシップを受け入れて →P7）

●介護休職制度

勤続満1年以上の社員は、家族の介護に専念するために、休職期間終了後も引き続き勤務することを条件に、最長1年以内の連続した期間の休職ができます。

●育児勤務制度

育児休職や労働時間を短縮させることのできる育児勤務制度を設け、仕事と子育ての両立支援をしています。2006年からは、出産祝い金制度と育児休職復帰祝い金制度を新たに設けました。

育児休暇取得者数

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
育児休暇取得者数	1人	0人	1人	0人	4人

従業員の労働安全衛生

●車両事故の防止

社有車両による過失事故ゼロを目標に、安全運転教育やエコドライブ教習を実施しています。

●健康診断

全従業員を対象に年代別の健康診断を行っているほか、検便検査も行っています。健康診断受診率を高めるために、受診すれば傷病の際に使用できる有給を付与する傷病有給休暇制度も設けています。

健康診断受診率

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
一般検診	93%	96%	94%	96%	96%
成人病検診	82%	92%	85%	90%	94%
人間ドック	69%	84%	80%	84%	93%



ミニストップ労働組合
委員長
飯久保 明

労働組合員の声

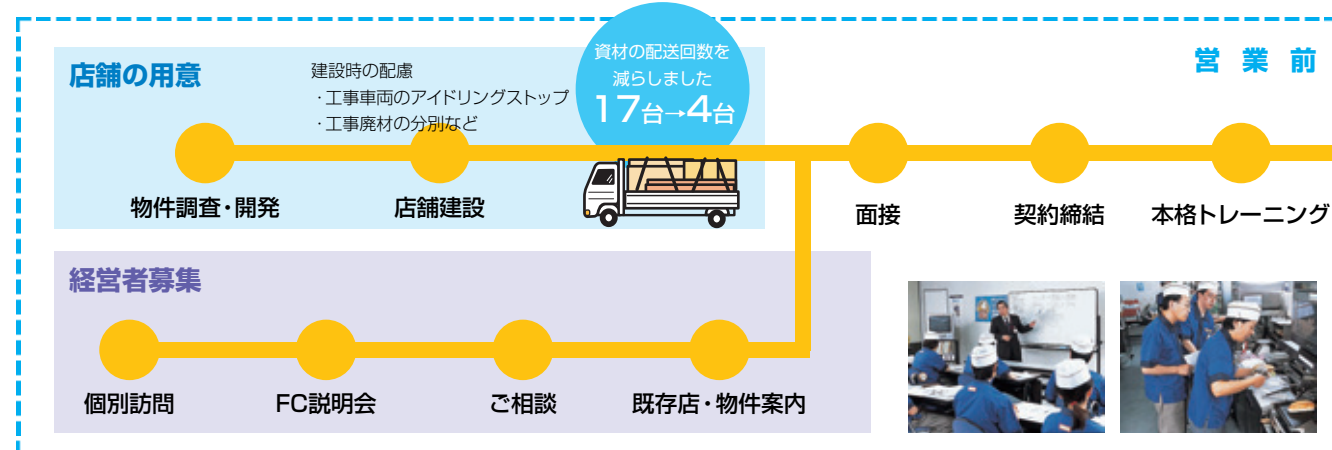
1995年11月の組合結成から4年間書記長、以後6年間委員長を務めてきました。一人ひとりが働く喜びを追求し、お客さまや社会との共生を考えながら働いた結果として賃金や処遇が守られていくこと。そういう共同体の意識を明確にしていきたいと考えています。

加盟店との関わり

加盟店と本部からミニストップは成り立ちます。

双方のパートナーシップにより、互いに力を出し合える関係でありたいと思います。

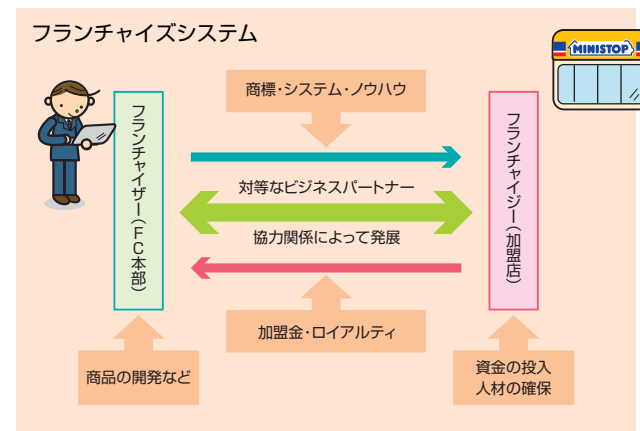
コンビニのライフサイクル



正しい契約のための取り組み

●加盟店と本部の関係

本部が加盟店に商品やシステムなどを提供し、加盟店がロイヤルティを支払うフランチャイズシステム(FC)を採用しています。ミニストップは、加盟店と本部が互いに力を出し合うパートナーシップを大切にしています。



●FC契約士認定制度

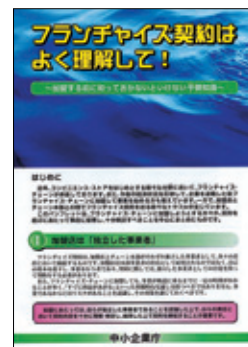
フランチャイズ契約を結ぶにあたって、加盟候補者にマイナスの情報を含む契約内容を正しく説明できているかを確認するため独自のFC契約士認定制度を設けています。また、この制度を通じて加盟候補者の知りたいことを把握し、問題解決のための提案力と動機づけができる人材を育成しています。なお、制度では認定期間を1年とし、店舗開発担当者は毎年、FC契約士認定試験を受けています。

FC契約士認定者数の推移

	2004年度	2005年度
FC契約士認定者数	93名	91名

●契約およびその状況

フランチャイズ契約の仕組みを正しく理解していただくために、加盟候補者には資料を配付し、契約に際しては、中小小売商業振興法、中小小売商業振興法施行規則、独占禁止法を順守しています。



「フランチャイズ契約はよく理解して!」「フランチャイズ契約の要点と概説」



契約に関する件数*1

契約状況	2002年度	2003年度	2004年度
新規に営業を開始した加盟者の店舗の数 (既存店の移転による新規営業を含む)	181店	176店	163店*3
契約を途中で終了*2した加盟者の店舗の数 (既存店の移転による新規営業のための終了を含む)	86店	85店	84店
更新された加盟者の店舗の数	74店	112店	99店
更新されなかった加盟者の店舗の数	34店	33店	38店

訴訟件数*1

訴訟内容	2002年度	2003年度	2004年度
加盟者または加盟者であった者から提起された訴え	0件	0件	0件
当社より提起した訴え	0件	0件	0件

*1：2005年度データは「フランチャイズ契約の要点と概説」で2006年7月公表予定です。
*2：契約期間は満7年です。
*3：JFR四国エムエスネットワークの吸収合併による、加盟店受け入れ21店含む。



桜井芝店（奈良県桜井市）
看倉 玄三男 オーナー、看倉 恵利子 マネージャー
コンビニの仕事に興味を持ってもらうことは、私たち経営者にとっても、うれしいことです。今後も地域に根ざした店づくりをしていきたいと考えています。

（チャイルドインターンシップを受け入れて →P7）



セキ浜遠山店（宮城県宮城郡）
鈴木 和雄 オーナー、鈴木 美知子 マネージャー
はじめにミニストップの歴史、挨拶の仕方などを教えています。商売は、地元の人に愛されることが一番です。今後も積極的に受け入れていきたいです。

（チャイルドインターンシップを受け入れて →P7）

営 業 中



契約後の経営サポート

●加盟店勉強会

店舗従業員のレベルアップを継続的にバックアップするために、加盟店向けの勉強会を各地で開催しています。新たな取り組みや成功事例を共有することを目的に、本部と加盟店、加盟店間の交流を図っています。

●契約更改セミナー

フランチャイズ契約を更新する加盟店を対象に契約更改セミナーを毎月1回実施しています。このセミナーでは店舗経営の柱となる、人や情報に関する講演を行い、加盟店オーナーの経営ビジョン策定のサポートをしています。2004年度は32店舗35名、2005年度は67店舗69名の方が参加しました。

●共済制度などの福利厚生

加盟店の皆さまが24時間年中無休で相談できる「健康ダイヤル」、目的別保障制度「ミニストップ共済制度」を設けています。

●オーナー相談部

営業内外の通常の組織の報告ルートでは言いづらい事柄について、店舗経営者からの話を受け、本部の経営上層部に直接報告する部門です。電話、Fax、手紙などからお話をいただいたり、店舗訪問時に、店舗経営者からの声を吸い上げて改善につなげています。



オーナー相談部 マネージャー
根本 昌幸

ミニストップ(株)の加盟店を対象に店舗経営者の方々の様々な悩み、ご意見、要望をじっくりお聞きます。

イエローテイル・プログラム (YP)

ミニストップは、店舗従業員が楽しさややりがいを感じて働いている(従業員満足：ES)店舗では、お客さま満足(CS)がおのずと高くなると考え、従業員の教育や組織化を進める独自の仕組みYellowtail Program (イエローテイル・プログラム)を活用しています。各店舗はそれぞれのビジョンを実現するために必要なことを設計シートとして明確にし、それに沿って店舗従業員が意欲的に働ける仕組みを作っていきます。商品売場勉強会やストアリーダー研修会などの機会には、プログラムの一環として各店舗の従業員が参加できる講座を本部が実施し、店舗従業員一人ひとりがモチベーションを高め、出世魚のブリ(Yellowtail)のようにステップアップできるようサポートしています。



プログラム概要

- 店舗スタッフが育っていく段階に合わせた教育をすることにより、スタッフに期待する仕事内容を分かりやすくする
- 期待する仕事のできているか定期的に面談することにより、スタッフを評価する

社会とのコミュニケーション

皆さまとのコミュニケーションを活発にするため、ミニストップからの情報発信に努めています。

エコツアー*の開催

一般のお客さまと加盟店の親子を対象としたエコツアーを行っています。

●田植え・稲刈りツアー

ミニストップのおにぎり、弁当、寿司に使われている契約栽培米は、契約農家が土づくりにこだわり、農業を減らして栽培された米です。産地での田植えや稲刈り体験は、生産



楽しく田植えを行いました

者と加盟店の方々やお客さまとの相互理解を深め、顔の見える関係を作るきっかけになるとともに自然や農業に触れる絶好の機会としても好評です。2005年度は山形県、滋賀県の契約農家に合計120名が訪れました。

●環境学習ツアー

親子で楽しく遊びながら自然体験をするプログラムです。3回目となる2005年は、千葉県の花と緑の農芸の里で8月に実施。一般のお客さまを含め39名が、花びら染め、釜炊き炊飯などを行いました。



花びら染め体験

*エコツアー：自然環境や歴史文化を体験して学ぶとともに、環境や歴史文化の保全に責任を持つ、というエコツーリズムの考え方を実践するためのツアーを指します。(出典：「エコツーリズム推進マニュアル」平成16年7月 環境省監修)

稲刈りツアー関係者の声



要町3丁目店(東京都豊島区)
大塚 真司オーナー、三千代マネージャーご一家

都会育ちの子どもたちにとって稲刈りツアーは奥深い体験でした。稲刈り、洞窟体験、舟下り、特に目の前で打ち上げていただいた花火は感動的でした。



稲刈り用の田んぼ提供者
山形県最上郡
金山(かなやま)町在住
小沼 礼次郎氏

稲作を始めて、今年で50年目になります。稲は生き物ですから、その生育の様子を見ながら肥料や水をあげています。稲作は、いわば「水と大地と長年の経験で培った技の協賛(ハーモニー)」ですね。まだまだ元気なうちは、米作りに励みたいと思っています。
協力：JA金山



商品本部
米飯・デリカ商品部
部長
*2005年度当時
竹本 竜治

ツアー参加者からは「生産者の苦勞を知ることができる」と、生産農家の方からは「お店で売っている人の声を聞くことで、作り甲斐がでる」と喜ばれており、双方の交流を深めることにより、品質向上にも役立っています。また、参加された子どもたちには、自然とのふれあいを楽しんでもらいたいと思います。

キャンドルナイトキャンペーン

電気を消して省エネや平和について考えるキャンドルナイトキャンペーン。ミニストップはこの主旨に賛同し、2004年から参加。地域で環境問題について考えるきっかけとなるように店頭でポスター掲示をし、6月19日(夏至)の夜2時間(20～22時)、安全上の問題がある店舗を除いた全店舗で店頭電飾看板を消しました。



キャンドルナイトキャンペーンの店頭ポスター

様々なツールで情報発信

ミニストップは、関わりのある方々に必要な情報を分かりやすく伝えることが重要だと考え、様々なツールを使用して情報発信しています。環境社会報告書、会社案内、事業報告書やウェブサイト、店内ではポスターやレジの液晶パネル、店内放送を使って情報発信しています(→別紙「コミュニケーションツールの考え方」)。

よりよいミニストップのために、専門家からのご意見



グリーン購入ネットワーク(GPN)代表
武蔵工業大学 環境情報学部 教授
中原 秀樹氏

「ミニストップ環境社会報告書2006」の原稿が送付され、第三者評価を書く段になると、一向に筆が進まない。ミニストップに関して知っているのは、食品リサイクルの取り組みについて、横浜市有機リサイクル協同組合を訪問させていただき、大変すばらしい取り組みをしているということだけである。ペットボトルからペットボトルへリサイクルするのと同じように、食品廃棄物を肥料にするのではなく豚の食料に変える、しかも食品工場並みに清潔で品質の良い、豚にとって美味しそうな餌に変えているのである。書けない原因はお店を知らないからである。そこで急遽、都内自宅近くの4店舗で買い物をしながら環境社会報告書と実際を比較してみた。4店舗すべて店内は清潔で好感を持ったが、残念ながら1店舗でキャップをかぶっていない従業員を見かけ、レジ袋が必要かどうか聞かれたのは半分の2店舗であった。「レジ

袋がご不要な方は、お申し出ください」との表示がレジ袋にはあるが、店員に聞かれない限り消費者はレジ袋に商品を入れてもらうだろう。意地悪で書くつもりは無いが、環境社会報告書やウェブサイトを覗いて店を選ぶ消費者はまずいない。情報開示のための報告書も大切だが、フェイス・ツー・フェイスの日常的なやり取りが顧客と社会的信頼を勝ち取るものではないだろうか。チャイルドインターンシップやセーフティステーションなど、すばらしい活動をしているだけに残念だ。一層の店舗・従業員教育に期待したい。また環境の面については、2006年1月にISO14001の更新審査を受けているにもかかわらず、配送における環境実績、レジ袋・割り箸の年間排出量の数値が出ていなかったことが気になる。環境社会報告書で毎年記載しているのだから第三者評価の前に準備しておくべきであろう。



立教大学
経営学部 助教授
高岡 美佳氏

小売業は地域密着型産業です。ミニストップさんは、地域住民へ「安心」を提供するための食のトレーサビリティシステムや、製造委託工場の基準づくりのようなインフラ整備は本部が統括して行い、チャイルドインターンシップなど地域社会との共生をめざす取り組みは加盟店の自主性を重んじており、本部と加盟店との間の分業バランスがよくとれています。ただし、地域社会との共生部分を加盟店が担うといっても、各加盟店がバラバラに実施するのはもったいないと思います。本部の加盟店に対する経営バックアップ体制と並んで情報共有の仕組みにも触れてはいますが、お客さまからの苦情など以外に、成功した地域取り組み事例などポジティブな情報を全加盟店で広く共有する仕組みがあるのであれば報告してほしいと思います。ミニストップさんは加盟店の自主性を重んじる形のFCシステムなので、このこと

は特に重要だと思います。東北、九州などエリア・フランチャイズもあるので大変だと思いますが、ぜひ進めていただきたいと思います。

社会とのコミュニケーションでは、エコツアーの取り組みも大切ですが、より重要なのは、小売店は地域でものを売ることを通じて生活文化を提供している点です。特にコンビニエンスストアの場合はお客さまが頻繁に来店するという特徴があります。日々の生活の中で、環境配慮などを気づかせるために、生活文化や価値観を伝える店舗づくり・品揃え・キャンペーンなどを行うことこそが重要な社会コミュニケーション課題ではないでしょうか。

また、FC契約士を養成し、フライチャイズ契約に関するトラブルがゼロであると考えてありますが、どうしてゼロであるかを具体的に示してほしいと思います。



専務取締役 管理本部長
統括環境管理責任者
井上 雅之

ご提言をいただいて

忌憚(きたん)のないご提言をいただき誠にありがとうございました。

店舗がミニストップの社会的信頼のすべてであり、原点です。お客さまは、接客や身なりなど店舗従業員の行動や、商品、キャンペーンなどのコミュニケーションを通じてミニストップへの信頼を抱きます。これらコミュニケーションによって、お客さまの日々の生活や価値観に対する提案を行い、より一層の信頼感を高める

ことが重要です。

ご指摘通り、店舗従業員一人ひとりがミニストップの目指すビジョンをお客さまに伝えることができておりません。今後はSA活動の見直しや店舗従業員教育プログラムの導入強化によって、ミニストップのビジョンや環境配慮が伝わるような店舗を増やしてまいります。また、本部従業員は環境パフォーマンスの算定など環境マネジメントシステムを向上させ、内部統制システムの整備に生かしてまいります。

編集方針

- ミニストップのステークホルダー(利害関係者)を結ぶ共通事項は店舗様々な立場の人が読む機会の多い冊子では、店舗における取り組みを中心に掲載し、コンパクトな報告書を目指しました。ミニストップ本部中心の活動はウェブサイトで報告しています。
 - 報告書はステークホルダー同士のコミュニケーションツール
お客さま・加盟店・従業員・経営トップのステークホルダー・ミーティングを年度末に開催。このミーティングで得た経験を、経営層や従業員は日常業務に活かしていることも報告しました。また、コールセンターに寄せられた声やご返信いただいたアンケートを別紙にまとめました。
 - 本業での社会的責任を中心に報告
コンビニエンスストアとして、地域の皆さまの生活に根ざし、安全な街づくりや食の安全を追求していきます。
 - GRI サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン 2002を参照
環境省の「環境報告書ガイドライン(2003年度版)」もあわせて参考にしました。
- *GRI(Global Reporting Initiative):環境面だけでなく社会性・経済性を含めた報告書作成を世界的に標準化しようとする国際団体。UNEP(国連環境計画)をはじめ、世界中のサステナビリティレポートに取り組む団体・個人によるマルチステークホルダー形式でガイドラインを作成・発行している。



このロゴはGRI日本フォーラムの会員であることを証明するもので、報告書の内容を認証するものではありません。

編集後記

「お客さま(≒地域)のために」。加盟店オーナーの取り組みを見聞きする度に私が感動するその思いや、肅々と「お客さまのために」業務を全うしている本部従業員の姿を少しでも多くの方に伝えたくて報告書を作っています。また報告書は、お読みいただいている全ての皆さまから評価をいただいていたことが改善を行うためのツールです。忌憚のない評価を寄せていただくことを期待しています。



(左から)野口、森出、岡村

ご意見・ご感想をお寄せください

最後までお読みいただきありがとうございました。皆さまから忌憚のないご意見・ご感想をFAXなどで送っていただければ幸いです。
いただいたご意見・ご感想は、明日からの改善に活かしてまいります。

●「ミニストップ環境社会報告書2006」についてのご意見・ご感想をお書き下さい。

●環境や社会活動の中で知りたいことをお書き下さい。

●ミニストップの環境・社会活動へのご意見やご要望をお書き下さい。

ご記入いただいた個人情報は報告書およびソフトクリーム券の送付の目的のみに使用いたします。またミニストップは報告書の送付業務を外部に委託し、個人情報を預けています。ミニストップは委託先が個人情報を安全に管理するよう適切に指導・監督を行い、個人情報の漏洩、改ざん、破損・紛失および不正アクセスを防止します。

●次回の「環境社会報告書」を希望なさいますか(2007年5月発行予定)

☐ はい ☐ いいえ

●以下お差し支えなければ、ご記入をお願いいたします。

お名前 性別（男性・女性） 年齢（ ）歳代

〒（ ）
ご住所

お電話番号 （ ）－

e-mailアドレス @

どのような立場でお読みになりましたか（2つまで選択可）

☐ お客さま ☐ お取引先 ☐ NGO/NPO ☐ 企業・団体の環境担当者 ☐ 株主 ☐ 研究・教育機関 ☐ 学生 ☐ 金融機関 ☐ 監査法人
☐ 行政機関 ☐ 店舗関係者 ☐ その他（ ）

ご協力ありがとうございました。

キ
リ
ト
リ
線

キ
リ
ト
リ
線

コミュニケーションツールの考え方

ミニストップはお客さま、加盟店、従業員、株主などミニストップと関わるすべての方に向けた

環境・社会活動に関するコミュニケーションツールをそれぞれご用意しています。

これからも、それぞれの方々へ望まれる内容を分かりやすくお伝えするように努めていきます。



すべてのお客さまへの情報発信ツール

●ウェブサイト

当社ウェブサイトでは新商品をはじめ、会社情報、加盟店を希望される方へのご説明、株主や投資家の方への経営情報、環境・社会への取り組みなどを紹介しています。そのほかにも、こだわりの商品の裏話などの楽しい情報もご覧いただけます。

<http://www.ministop.co.jp/>

●事業報告書 (milestone)

株主への財務情報を中心とした事業の概要や今後の経営方針について報告しています。当社ウェブサイトでもご覧いただけます。

http://www.ministop.co.jp/company/ir/business_report.html

●会社案内

主にミニストップの加盟店オーナーを目指される方に、当社の事業概要やフランチャイズシステムをご理解いただくために作成しています。

●環境社会報告書

ミニストップと関わりあるすべての方、お客さまを対象としたコミュニケーションツールです。ミニストップの環境・社会活動に関する考え方や取り組みを広く紹介しています。

来店されたお客さまへの情報発信ツール

●店内放送

アイドリングストップやレジ袋が必要でないかを従業員が声をかける「一声運動」など、お客さまとともにできる活動と呼びかけています。

●レジコマーシャル

各店舗のレジの液晶パネルでは、レジ袋削減を呼びかけるなどの環境や社会活動への取り組みをわかりやすくお伝えしています。

●ポスター

店内にて環境・社会活動の情報を掲示し、お客さまにミニストップの取り組みを知っていただくとともに、活動への参加を呼びかけています。

●情報紙

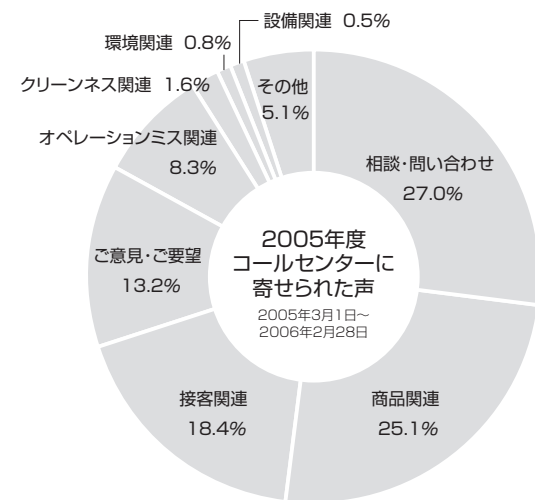
環境社会報告書やウェブサイトでは様々な内容を広くお伝えしていることに対し、情報紙ではテーマを絞ってお客さまの知りたいことに応える探索型コミュニケーションツールです。

コールセンターに寄せられた声

2005年度にコールセンターや各部署に寄せられたお客さまの声は合計11,448件でした。

電話が70.0%、ウェブサイトから28.7%、その他少数ですが封書やはがきでも声を寄せていただきました。環境に関する声は全体の1.5%となり、2004年度に比べ約1.3倍に増えています。店舗付近のごみの散乱の苦情が昨年度から16件増え、昨年と比べ1.8倍に増えました。さらに、ごみの保管・管理状態についてのご意見は減っていますが、今後とも近隣の皆さまにご迷惑をおかけしないよう、対策をたててまいります。

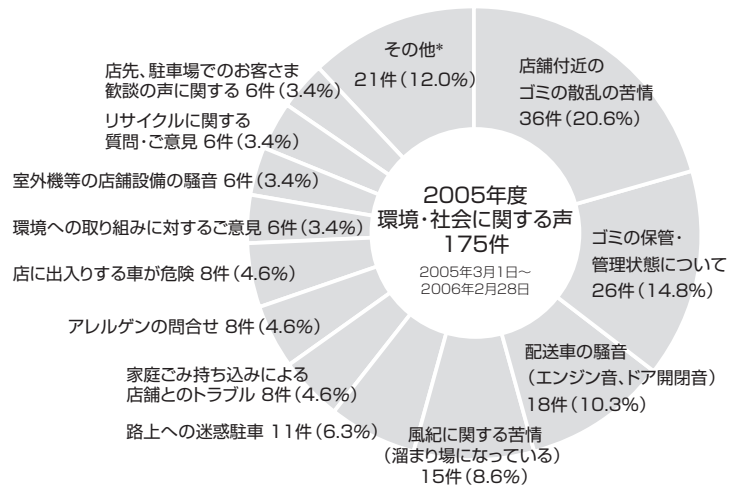
*本誌P17ではコールセンターを紹介しております。あわせてご覧ください。



●コールセンターに寄せられたお客さまの声

年 度	承り件数(環境・社会に関するご意見・ご要望*)
2000年度	8,346件 (75件)
2001年度	7,227件 (130件)
2002年度	10,594件 (95件)
2003年度	10,785件 (190件)
2004年度	10,562件 (136件)
2005年度	11,448件 (175件)

*環境社会報告書の発送依頼件数を除く。環境関連以外の分類も一部含む



*その他の内訳

お客さま車輛の騒音(エンジン音、ステレオ音等) 5件
商品搬入時の物音(空き箱の音、台車の音等) 3件
ゴミ分別に関する質問・ご意見 3件
店の音(店内放送等)が聞こえてきて不快 3件
店舗工事作業時の騒音 2件
店舗周辺の放置自転車 2件
購入した花火の店先での着火による騒音 1件
環境配慮商品取り扱いについての意見 1件
店内の異臭 1件

CASE 1 店舗付近のごみの散乱に関するご意見

【お客さまからの声】

毎日通勤の経路として店の前を通っています。しかし、残念に思うのですが店前の歩道にある植え込みの中に、明らかにお客が捨てたと思われるごみが常に散乱しています。空き缶とか食料の包装紙が無造作に捨てられているにも関わらず、それを清掃している姿を目にした事はありません。

(2006年2月21日 東京都ご在住の方より)

【お客さまへの対応】

- 状況を確認したところ、店舗の周辺まで目が配られていなかったため、店舗では店のまわりや歩道・植え込みも清掃するようにしました。
- お客さまへは、今後の店の対応をご説明させていただきました。

CASE 2 試食のお勧めに関するご意見

【お客さまからの声】

今日、5歳の娘を連れて買い物をしていたところ試食としてソフトクリームの小さいものを子どもに手渡してくださいました。娘はアレルギー症状がでるため日頃から乳製品と砂糖の摂取を控えておりました。とっさに断ることもできず受け取らせてお礼を言い、店をでました。子どもは嬉しそうにいましたが、食べた後の症状のこと(湿疹やかゆみ、大量の目やに)を話し結局食べることを諦めさせ、家で廃棄いたしました。アトピーで苦しんだ経験や身の回りで苦しんでいる人がいなければ実感がないことで、母親にとっては足の遠のく店にもなりかねません。(2005年4月12日 東京都ご在住の方より)

【お客さまへの対応】

- 翌日のお客さまサービスの日報配信時に関係者に注意を喚起しました。
- 毎週開催している会議にて試食販売のルールを管理職全員で再確認しました。
- お客さまサービスから加盟店向け連絡表にてルールの再確認を実施しました。

【試食販売のルール】

- お子さまには、保護者の同意を得る(お子さまだけのときは勧めない)。
- アレルギーを聞かれたら確認をしてから回答をする。

CASE 3 ごみの保管・管理状態に関するご意見

【お客さまからの声】

お店の外にごみ箱が置いていないのは何故か？お店の横にはごみ箱が3つ隠すように置いてある。理由を知りたい。

(2005年12月24日 愛知県ご在住の方より)

【お客さまへの対応】

- 愛知県が勧めるゴミ0(ゼロ)推進運動に協力しているため店頭のごみ箱は撤去し、ごみ箱を店内に移動していることを説明しました。
- 上記1の内容をお客さまに説明し、ご納得いただきました。

「ミニストップ環境社会報告書2005」アンケート結果

2005年5月に発行した「ミニストップ環境社会報告書2005」のアンケートに28件のご意見・ご感想をいただきました。どうもありがとうございました。

寄せられたご意見・ご感想は、本報告書の作成をはじめとしたミニストップの環境保全活動の中で、できることから少しずつ、確実に実行していきたいと思います。

*コメントは原文からそのまま引用しています。

●環境社会報告書の発送依頼件数

年 度	承り件数
2001年度	41件
2002年度	438件
2003年度	862件
2004年度	660件
2005年度	783件

*2002年度より発送代行(エコほっとライン)のデータを含む

1. 「環境社会報告書2005」に関するご意見

【お褒めの言葉】

- 店で買い物をするだけでは見えなかった、安全などに配慮した商品作りがよく分かり、安心して商品を購入出来るようになった。
- この本を読んで初めて、安心・安全・地域とのコミュニケーションを大切にしている事を知り、驚いた。これからも地域とつながっていて下さい。
- 各企業が、利益重視で、安心が薄らいでいる中、ミニストップさまの、この問題に真剣に取り組んでいる姿に関心致しております。
- 「新潟中越地震発生後、ミニストップは、速やかに被災者への食料提供支援を決定し、実行した」との記事を読み感動しました。
- MSさんの環境に配慮した様々な制度や、システム・活動など、感動しました。私も、家庭の中で出来る環境対策を頑張ろうと思いました。
- 健康や安全に配慮していることがよくわかった。これなら安心して利用できると思った。
- 図やグラフが多く、見やすくわかりやすかった。また、ミニストップがどう変化しているかが分かり、期待以上の内容だった。
- 環境への取り組みを、消費者に送付していただけると言う事はとても大切で、御社とのコミュニケーションが身近に感じられました。

【そのほかのご意見】

- 環境に真剣に取り組んでいる様子がみえた。CO₂削減目標については、目につかなかった、どのような目標があるのか知りたい。
- 座談会について、お客さま代表は、もう少し色々な層の意見を聞きたいと思います。
- 妻がMSの株主です。今回初めて報告書を見て、御社の取り組みを知りました。もっと多くの人にも、知ってもらいたい内容だと感じました。
- 全体を通して、取り組んでおられる成果がよくわからないのが残念です。多くの店がある中での把握は、難しいこととは思いますが…。
- 御社が行っている取り組みなどをもっと分かってもらい、自然とMSを利用してみたくなるよう、広告、CMで「他のコンビニとちょっと違う」をPRしてはどうでしょうか。
- この報告書を読んで、色々な活動をしていることを知りました。もっと多くの人々に、この活動内容を知ってもらえるといいと思う。
- 環境会計がないのが残念でした。P5・6がわかりやすく良かったです。
- 環境報告書だから、再生紙などを使用すべきだ。環境に対する取り組みが少ない。これから、環境問題が深刻化していく中で、何かほかとは違う取り組みをして欲しい。

2. ミニストップの環境・社会活動へのご意見・ご要望

【お褒めの言葉】

- 一人ではどうにもならない事も、人が集まった力はすばらしい。店頭募金などを通じて、災害などの力添えを、これからも頑張ってください。
- 中越地震発生後、すぐに食料提供などすばらしいと思います。これからもずっとやさしさを忘れず、支援して下さい。
- 今回の株主総会で、株主の「24時間営業は、無駄ではないか？」との質問に回答された横尾社長の言葉に感銘を受けた。応援したい。
- チャイルドインターシップ制度について興味深く読ませていただきました。近年、ニートと呼ばれる若者の増加が、社会問題になっています。MSさんのこの制度は、意味のある事だと思います。
- 現在、多くの会社が環境や社会活動を行っているが、災害などいざと言う時に役立つコンビニであって欲しいと思います。また、地域共存の面では、頼りになるコンビニを目指して欲しいです。
- 株主総会はとてもよかった。他社と比べてピカイチ。駅からの道案内・懇談会での食事メニュー・お花のお土産など心配りがすばらしい。
- 食品を扱っているだけに、品質にこだわり、きちんと管理・監視などもされている事に、大変よい印象を持ちました。
- イオングループであるためか、他のコンビニチェーンと比べ環境を大切にしていると思う。

【そのほかのご意見】

- 近くのMSは、通路に商品を置きっぱなしにしていたりする、イートインをもっと清潔にしてほしい。
- 地球温暖化防止の為の、キャンドルナイトキャンペーンなどの取り組みは評価できるが、その結果の数値があれば、もっと説得力となるのではないかな。
- 何かトラブルがあった事があれば、それに対する対応など、そういう事情も欲しいと思います。
- 店舗のごみ分類がハッキリわかるよう、商品自体に分類表示して欲しい。弁当など添加物が少なく、有機栽培の材料を使うとか、健康や、安全を重視したものを置いて欲しい。
- 個々のお店が、もっとそれぞれの地域に合った共生の仕方があると思います。都市部と田舎ではコンビニに求める要素が少し異なると思います。
- ごみの分別が細くなり、出し方が難しくなりました。コンビニでも、プラスチックのスプーン・割箸・袋など、もらわなかった場合のスタンプカードなど特典を実施してはどうか？それが無いと、ついもらってしまう。
- 一般に、コンビニのイメージは、利便性だと思うが、報告書を見て、少し違うイメージを持った。地域の共生をもっと強めてもらいたいと思った。特設コーナーなどは面白いので、設けてみてはどうですか？
- 災害が多い昨今、いざと言う時に役立つコンビニであってほしいと思います。また、地域共存面では、頼りになるコンビニを目指してほしいです。