

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加工のファストフードを組み合わせた
コンボストア「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 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

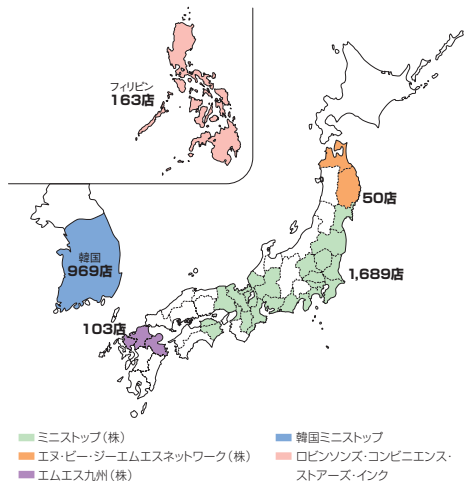
〒101-0054 東京都千代田区神田錦町1-1

本部

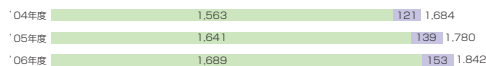
〒261-8540 千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1

主要事務所および所在地

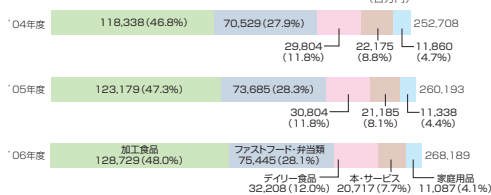
本部(千葉県千葉市美浜区)
東京事務所(東京都千代田区)
東北地区事務所(宮城県仙台市宮城野区)
東海地区事務所(愛知県名古屋市中村区)
近畿地区事務所(大阪府大阪市中央区)



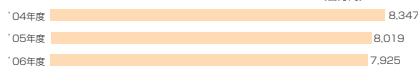
店舗数



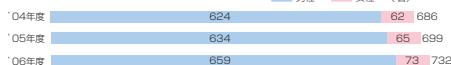
商品売上高・構成比(加盟店を含む)



経常利益



従業員数(社員のみの)



*2007年2月末現在。 *売上高と経常利益は単体ベースになります。

編集方針

●考え方

1. お客さまに向けて制作
店舗の近くにお住まいの方、NGOや行政、取引先、そして店舗従業員に本部従業員。ミニストップにとって全てのステークホルダー(関わる方々)が「お客さま」です。
2. わかりやすく/読みやすく
業界用語を省き、表現を平易に。さらに今年はページ数を24→16ページに減らしました。
3. 掲載内容はほんの一部
この報告書を読んでいる方と編集担当者が共有できることは「店舗」。したがって本報告書では店舗を焦点としたミニストップの考えていることや取り組みを掲載。本報告書に載っていない項目についてはウェブサイトに掲載。
http://www.ministop.co.jp/eco_social/index.html

4. GRIガイドライン2006/環境報告書ガイドライン2003年版を参考に制作
ミニストップにとって重要に思うこと(マテリアリティ)やトップコミットを主眼に。環境パフォーマンスの掲載方法等について参考にしました。

●対象期間

ミニストップ2006年度(2006年3月1日～2007年2月28日)

●報告対象エリア

ミニストップ株式会社およびミニストップ株式会社とフランチャイズ契約を結んでいる加盟店。一部のデータにはミニストップ株式会社とエリアフランチャイズ契約を結んだ店舗のデータが含まれています。

編集後記

開店する前からの多くの方々と関わり合いによってミニストップは成り立っています。それゆえにレジ後削減問題のように、環境・社会的側面の問題解決は、関わり合う同士の協同作業によると思います。この報告書が、皆さまとの協同活動のきっかけになればと思っています(もちろん願っているだけではありません)。



(左から)野口・岡村・中井・森出

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・岡村 幸代・野口 秀明・中井 智律子

〒101-0054 東京都千代田区神田錦町1-1 神田橋安ビル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/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/2007年5月・通算第8号(次発行日は2008年5月を予定しています)
◎制作協力/株式会社クレアン ◎表紙写真撮影/小林裕幸



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製版時のアルカリ性廃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・ソルベントを使用しています。また、印刷機は、有害な廃液・ガスが出ない水溶性インクを使用しています。報告書の紙は、再生紙を使用しています。PS版はPH12以上の強アルカリ性廃液が発生するため特別管理産業廃棄物として回収が義務づけられています。



ミニストップ 環境社会報告書 2007

2007 MINISTOP Sustainability Report

01 社長座談会

「チョコレートの安全性」を考える

03 社長コミットメント

食の安全、地域との共生、環境改善… お客さまの期待に応えるのがミニストップの使命

05 第三者意見

06 特集

ミニストップが大切に思う取り組み

07 食の安全を求めて

09 地域との共生に向けて

環境報告

11 地球環境保全への取り組み 地球温暖化防止への取り組み

12 廃棄物削減の取り組み

社会性報告

13 お客さまとの関わり

14 加盟店との関わり

会社概要

編集方針

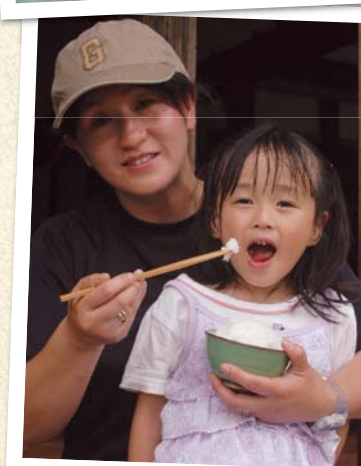
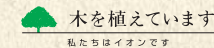
別紙 アンケート

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2006」アンケート結果
2007アンケート

表紙メッセージ/

食を育てる。それは人が生きるうえで基本要素です。また、食を育てることは地球という惑星で生活するうえで、動植物などの自然の恵みとの対話をするということでもあります。食を通じて人は自然とつながり、さらに人と人同士がつながって、親子、兄弟姉妹、夫婦、友人などの対話や絆を支えています。

ミニストップは、皆さまに安全・安心な食をお届けすることを通してコミュニケーションを育んでいきたいと考えています。



「チョコレートの安全性」を考える

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、便利をお届けすることをミッションとして活動しています。そのため、衛生面をはじめとした品質管理については細心の注意を払ってきました。ところが今、お客さまを感じる安心は、商品そのものの安全性だけでなく、商品が手元に届くまでのプロセスも安心の対象になりつつあります。今回は人気商品の「ベルギーチョコソフト」をテーマに、環境そして社会的側面の観点から原材料調達について、専門家やお客さまを迎えてご意見をうかがいました。

この座談会は、2007年2月24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.jp/gc/eco_social/msg.html



ベルギーチョコソフトとカカオ豆

カカオ生産現場の現状と課題

横尾:これまで食の安全は品質を中心に考えられてきましたが、環境面・社会面での安全性も問われるようになりました。まずは、生産現場の状況を教えていただけますか。

星野:チョコの原料となるカカオは、約70%がガーナやコートジボワールといった西アフリカで生産されています。そのカカオ農園には、学校にも行けず、一日中働かされている子どもが28万人以上いるそうです。

岩附:コートジボワールだけでも児童労働者は推定13万人。西アフリカで働く子どもたちの64%が14才以下だといわれています。大なたを使う、3m近くあるカカオの木に登るなど危険が伴う作業です。ガーナのある調査では95%の子どもが袖なしシャツに半ズボン、ゴム草履姿で農薬をまいていたそうです。

星野:カカオは価格変動が大きく、適正な報酬が得られないことも問題となっています。さらに、プランテーションによる生態系や地域住民への影響、一つの作物に頼り切ってしまう経済的なリスク(災害などによる収穫上の損害)なども心配されています。

岩附:カカオの平均価格は、現在は1トン1500ドルくらい。1970年代は4800ドル、85年は2800ドル、92年は785ドル、2000年は720ドルでした。また、国によってカカオの取引価格が違うので、農家の収入は産地ごとに差がひらいています。

星野:そうした問題を改善する取り組みの一つとして、フェアトレード^{*1}チョコの推進が挙げられます。今年のバレンタインに、チョコレボ実行委員会主催によるフェアトレードチョコのセレクトショップを3日間限定で開いたのですが、オープン前から行列ができるほど反響がありました。

横尾:社会的側面からの安全性について、感度の高いお客さまが増えています。誰の手によって、どういう工程で作られているのか、



*1 フェアトレード:貧富の差のない公正な社会をつくるための、対価と透明性、互いの敬意に基づいた貿易のパートナーシップ。農業や化学肥料に頼らない自然農法や、生産地で採れる自然素材と伝統的技法を活かした生産によって、持続可能な社会を目指す。
 *2 クーベルチュールチョコレート:製菓用に使われるチョコレート。
 *3 HACCP方式:1960年にアメリカNASAで開発された食品衛生管理の方式。入荷から製造・出荷の工程における危険を分析し、重要なポイントを中心に管理することで不良製品の出荷を未然に防ぐ。

プロセスの情報開示が求められてきています。

チョコレートの製造工程における安全性への取り組み

デルゴージュ:ピュラスではクーベルチュールチョコレート^{*2}を提供しています。チョコレートの製造工程としては、まずカカオ豆を焙煎し細かく砕いてチョコレートのベースとなるカカオマスをつくります。それをフィルタープレスで絞り、脂とココアケーキ(ココアの固まり)に分けます。脂は脱臭してココアバターに、ココアケーキは破砕してココアパウダーになります。次に、カカオマスとココアバターと砂糖と粉乳を混ぜて練り上げます。さらに香料とレシチンを合わせて最後にタブレット状に包装という手順で製造します。横尾:チョコレートの農薬チェックについてはどうですか。

デルゴージュ:カカオ農園は小規模な家族経営である場合が多く、各農園でいつ、どのくらいの農薬を使用したかを記録することはできません。ですから、HACCP方式^{*3}に基づいて、原料サプライヤーから安全証明書を取得し、さらに自社製品での検査を行っています。また、フェアトレードのチョコレートの使用も検討しています。

横尾:ミニストップの開発で、トップバリュからフェアトレードの缶コーヒーを発売しました(→P7)。でも、「フェアトレードとは何なのか」ということを認識してもらうには、まだまだ時間がかかるとい



特定非営利法人ACE...<http://acejapan.org/> チョコレボ実行委員会...<http://www.choco-revo.net/> ピュラスジャパン株式会社...<http://www.puratos.co.jp/>

う印象があります。

星野:ヨーロッパではNGO、アメリカではチョコレート購買を бой コットする消費者団体から呼びかけがはじまりましたが、企業がリードしてメッセージを送るのは日本らしいやり方だと思います。岩附:最近では、ワールドココアファンデーション(世界カカオ基金)に日本の食品メーカーも加入し、企業の間でも関心が高まってきているようです。

商品情報のさらなる開示に向けて

海保:ミニストップでは年間約3000万個のソフトクリームを販売しています。それは、国内シェアの10%にあたり、トップを誇っています。その社会的責任としてソフトクリームは年4回の自主検査をし、さらに年2回、全店舗で衛生調査を行っています。店舗衛生調査では年々100点満点に近づいています。それから、ソフトクリームマイスターの資格を定め、年間3000人以上が認定されています。

鈴木:ソフトクリームミックスの安全面で一番配慮していることは、無菌であり続けること。菌数管理が重視されています。お客さまは、安くておいしいから商品を買って。安全だからといって高くても買うかどうかは難しいところですよ。

岩附:フェアトレードの商品は量が限られるところがネック。自社で

オリジナルのガイドラインを設け、生産者と互いに利益をもたらすことができる関係を築いている企業もあります。

デルゴージュ:1つの企業が動けば、他の企業も動いていく。企業が強いイニシアチブを持って取り組んでいけば、政府や市民の意識はもっと高まります。

岩附:政府から政府への援助は、金額は大きいけれど時間がかかります。それに対しNGOからNGO、市民から市民というのは、規模は小さいけれど早い。企業の援助を受けてNGOがプロジェクトを共に実施していけば、機動性があるファン層を築いていくことも大切ですね。そのためには現地でリポートしたり、メディアを通じてPRすることが必要です。

星野:カカオの農園に直接行くファン層を広げていくことも大切ですね。そのためには現地でリポートしたり、メディアを通じてPRすることが必要です。海保:西アフリカの農家1軒1軒を管理するのは難しい。今、できることは現地の実態を知らせること。チョコを食べる幸せが、生産者の幸せに近づけるといいですね。

デルゴージュ:西アフリカへのスタディーツアーを実施して、現地を見てみましょう。そして、具体的にフェアトレードの商品の購入目標を決めましょう。

横尾:現地へ行って、生産者と話し合いながらつくっていくことが大事ですね。自分たちがつくったカカオがどんな人たちの手によってどんな使い方をされるのか。お客さまの喜ぶ顔が見られるのは生産者として幸せなこと。そういう意味でも情報開示をきちんとしていくことは大切なことなんですね。

まとめ

- カカオ農園の児童労働問題をはじめ、カカオ栽培から加工・製品化に至るまでのプロセスが企業にも一般の方にも知られていない。
- フェアトレード商品についての知識や理解を高めるために、企業が主体性をもって取り組む必要があるのではないかと。
- 原材料調達に関する社会的側面への配慮は、企業やNGO、市民団体などが協同で取り組みをしていくことが望ましい。
- まずは現地の事情を勉強することからはじめたい。



食の安全、地域との共生、環境改善・・・ お客さまの期待に応えるのがミニストップの使命

食品の安全・安心を見つめ直して

相次ぐ食品業界の不祥事で、お客さまの食品に対する安全・安心の関心がさらに高くなりました。実際に、コールセンターへの問い合わせは、通常の4倍に増えています。商品の品質や消費期限についての質問がほとんどで、お客さまは食品に対する不信感を抱いているのだと感じました。

そこでミニストップでは、衛生面をはじめとしてこれまで以上に品質管理の強化に取り組みました。具体的には、各店舗でのセルフチェックを徹底するとともに、セルフチェックをしやすくするマニュアルづくりや、万が一事故が起きたときに、原因がすぐに分かるよう確認履歴をきちんと残すシステムづくりも進めています。

さらに、座談会を終えて食材そのものの安全性、さらに、その食材がどこでどのように栽培されてお客さまの手に届くのかといったプロセスも含め、情報を的確に伝えていかなくてはならないと痛感しました。

ミニストップでは「契約栽培米」という、できるだけ農業を使わないお米を使用しています。でも、「契約栽培米」というだけでは、どんなお米なのか分かりにくい。例えば、先日その契約農家から「田んぼにホタルが増えました」という報告があったのですが、それならば「契約栽培米」というより「ホタルが棲む田んぼからとれるお米」といった方が分かりやすいと思うのです。このような「伝える」工夫がもっと必要でしょう。

店舗にある商品一つひとつが、企業の姿勢を表すメッセージになります。いっそう信頼を得るために、安全・安心をいかに伝えていくかが課題です。

地域にとって、より身近な存在へ

ミニストップでは「地域との共生」を経営方針に基づく行動基準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(→P9)など、地域の皆さまと関わる活動を行っています。

チャイルドインターンシップは、小中学生の職場体験学習の一環として定着し、学校からの要請も増え、店舗側の受け入れの仕組みも整ってきました。2006年度は96校で実施し、100店舗でおおよそ300人の子どもたちが働く現場を体験しました。

「思ったより大変な仕事だ」「ソフトクリームのつくり方がわかった」「ふだん買っているお店の裏側を見ることができて面白かった」など、子どもたちの反応はさまざま。店舗側もそういう子どもたちの反応を見て気づかされることが多いようで、積極的に受け入れるようになりました。

セーフティステーションは、地域の生活安全拠点として浸透しつつあると思います。事故や急病人などへの対応や、夜間に女性がストーカー被害に遭って駆け込む、といったことも多い



ミニストップ株式会社 代表取締役社長

横尾 博

ようです。これまでコンビニエンスストアだけの取り組みでしたが、今年からは外食チェーンや他の業種にも拡大していこうと、社団法人日本フランチャイズチェーン協会が中心となって働きかけています。

このほか地域への貢献として、災害時のトイレの開放や商品の配給などにも対応できるよう、行政と連携して協定書を行っています。防災や防犯への対応を組織的に行うことは非常に好ましいことだと思います。

みんなで手を取りあって環境の改善を

2007年は、年の始めから皆さんが温暖化を体感されたのではないのでしょうか。暖冬により“熊が冬眠をしない”桜の開花が早い”といったニュースが飛び込み、温暖化への危機感を肌で感じている方も多いと思います。特に女性は環境問題の意識が高く、「自分たちに何ができるのか」とふだんから考えているようです。

ミニストップもまた、環境負荷を少しでも減らすよう、さまざまな取り組みをしています。まずは、国産材を使用した割りばし「5円の木づかい」。林野庁の「木づかい運動」に賛同して開発した割りばしで、今では7～8割の店舗で取り扱い、コンスタントにお買い上げいただいています(→P10)。食事のときに国産材の割りばしを選んでいただくことによって、森林の活

性化や保護、ひいては地球温暖化防止につながると信じています。最近では、国産材の「マイ箸セット」の販売もはじめました。

次に、お客さまや加盟店の親子を対象とした「エコツアー」。これは親子で自然と触れあい、環境意識を醸成していただく活動です。この活動を通して分かったことは、一番敏感に反応する子どもたちに、環境問題は正しく知らされていないということ。現在、世界でどんな問題が起こっているのか、伝えることのできる貴重な機会として続けていきたいと思っています。

そして、Reduce (削減する)、Reuse (再利用する)、Recycle (再資源化する)、Reasonable Treatment (適正処理)の4Rを中心にした取り組みです。例えば、店舗の電気使用量の削減については、多くの電力を消費する冷凍冷蔵庫、照明、空調設備において、トップランナー方式*1によるシステムを導入することで省エネルギーを目指しています。生ごみリサイクルについては、生ごみの養豚飼料化やたい肥化、また食用廃油のリサイクルを行うなど、食品廃棄物を「生ごみ」ではなく「食品循環資源」ととらえリサイクル化を推進しています(→P12)。物流センターから店舗への商品配送については、配車システムで最短の配送ルートを探し効率的な配送で二酸化炭素の排出削減



減に努めるとともに、二酸化炭素排出量が少ない天然ガス車を導入しています(→P11)。

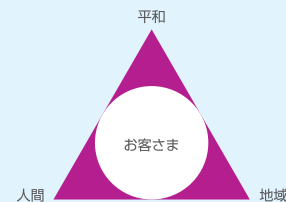
でも、これはミニストップだけではなく、街や企業全体で取り組んでいかなければならないことです。一人ひとりがごみを減らしたり、エネルギーをできるだけ使わないようにするなど、小さなことを積み上げていくしか温暖化を防ぐことはできないのです。ミニストップはお客さまや地域社会と一緒に、環境に配慮した取り組みをさらに進めていきたいと考えています。

*1 自動車の燃費基準や電気製品等の省エネルギー基準を、それぞれの機器において現在商品化されている製品のうち、最も優れている機器の性能以上にするという考え方。

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。

イオン行動規範 宣言

- 一、イオンビールは、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ピー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

よりよいミニストップのために、第三者の立場からのご意見



アロマセラピスト
大橋 マキ
フジテレビアナウンサーを退職後、英国に留学し、IFA 認定アロマセラピスト資格を取得。以後、アロマセラピストとして病院で活動するほか、執筆、翻訳、テレビ番組ナビゲーター、ラジオパーソナリティなど、様々な分野で活躍中。

2007年の報告書には驚きの連続です。すでに話題になっている「5円の木づかい」や「マイ箸販売」のほか、店舗での節電対策やペットボトル再生素材のユニフォームなど、まさに「うちエコ」のような衣食住トータルな環境配慮をされているのですね。街に根ざすコンビニならではの感覚です。極めつけはフェアトレードの缶コーヒーでしょうか。量産に不向きなフェアトレード商品。それを、コンビニで、しかも缶コーヒーという形でスタートしてしまう。すでに問題意識の高い人たちが「選択する」ものから、もう一歩、いえ三歩進んだ提案型。良質な商品を提供するだけでなく、商品を介して物語を伝える「メディア」としてのコンビニの可能性に期待が膨らみました。

コンビニに行くとき、小さな衝動買いをしてしまうのは私だけでしょうか？あの手軽さ、気安さ、手ごろ感。魅せ方の上手さ。夜でも灯りのある安心感、居心地の良さ。そんなコンビニだからこそ発信できること、広い層にカジュアルに伝えられることがあるのかもしれない。いつもの街から世界に繋がれるとしたら、こんなに素晴らしいことはありません。

実は、アロマセラピーの分野でも、環境配慮型の商品が少しずつではじめています。北海道下川町の森からは、FSC認証を受けた世界初のモミのアロマが誕生しました。間伐によって生じた枝葉から手作業で抽出したモミのアロマが、大都市のデパートに並べられています。そんなモミのアロマを買った人たちから、下川町の森づくりを見学したいという声があがったのをきっかけに、今では「下川の森林ツアー」が毎年行われています。手づくりのアロマボトルは、都会の人たちへのメッセージボトルになったのです。

最近、ラジオに寄せられるメッセージから、「自分にできることは何だろう？」という一人ひとりの思いが伝わってきます。「周りの目が気になって、マイ箸が使えません。これからは勇気を出してみます」というOLさんや、「コンビニでレジ袋を断れずいたのですが、先日、思い切って言ってみました！有難うございます、と言ってもらえてキモチよかったです。次も頑張ります」という学生さんや……。自分にできることを行動に移したい段階にきているようです。あとは、背中を押してあげるシステムや雰囲気づくりではないでしょうか？システムの提案としては、利用の増えてきた「マイお弁当箱」の使用を可能にするほか、「マイ水筒」にいれるお茶の「給水サービスステーション」を飲料メーカーと協力して設置してみるのはいかがでしょうか？

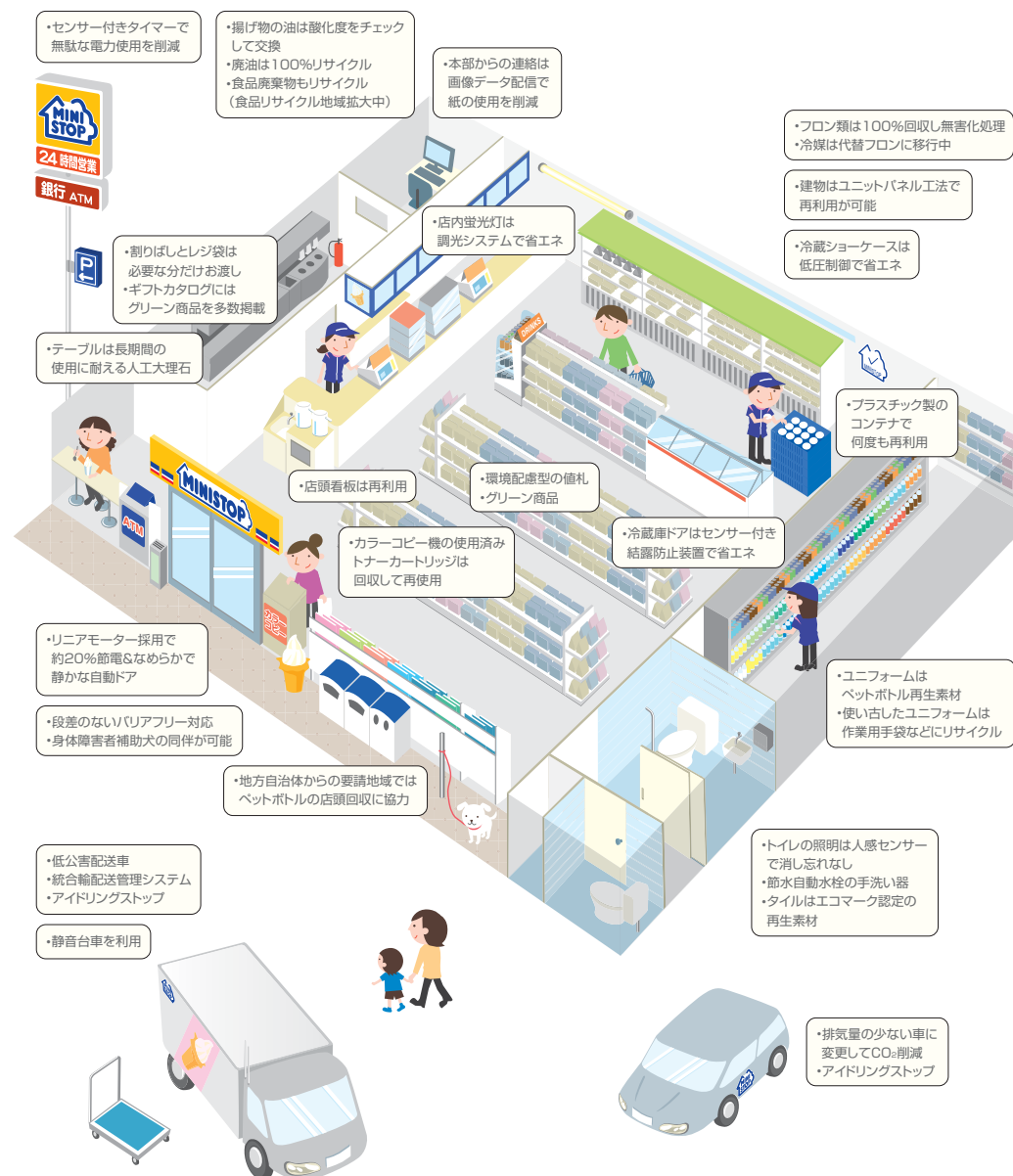
また、明るくて当たり前のコンビニが一緒に消灯するキャンドルナイトキャンペーンを行っているようですが、現状ではあまり店舗数が多くなかったり、認知度が低いように感じるのも、もっと広がりが出ると良いと思います。

日常の風景、それがコンビニです。親の背中をつぶさに見ているように、子どもたちもきっと見ていることと思います。いつもの街で、「自分にできること」を探している人たちが勇気ある一歩を踏みだせるよう、是非、背中を押してあげてください。よろしく願いいたします！これからも応援させていただきます！

特集

ミニストップが大切に思う取り組み

お客さまに安全・安心、便利、そして健康をお届けすること。これはミニストップが社会から求められている責任であると考え、地域に根ざし、地球環境に配慮した様々な取り組みを続けています。



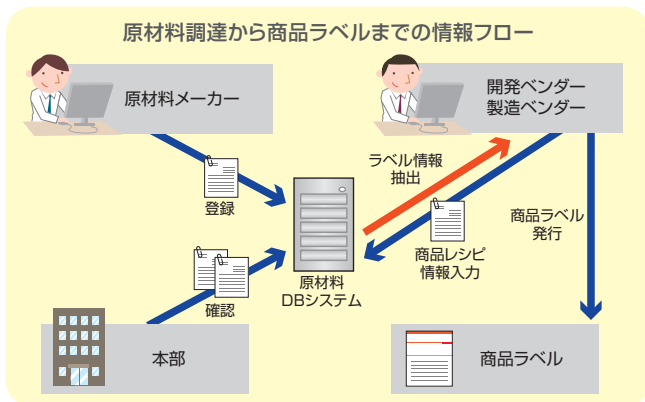
ミニストップが大切に思う取り組み
食の安全を求めて

私たちは食の安全を重要なテーマにしています。食の品質と安全を保つために、食品衛生法の基準はもとより、独自の基準による衛生調査を実施するとともに、原材料に関する情報を取り先と共有する仕組みを構築しました。また、ここで把握した原材料情報を反映した商品ラベルでお客さまに食品の情報提供を行っています。

安全とおいしさ考えた原材料調達をしています。

安全を確保し、トラブル発生時の速やかな調査を可能にするため、商品の原材料に関する情報を取り先と共有する原材料データベースを構築しました。このデータベースをもとに、商品の原材料、食品添加物、栄養成分、アレルギーなどの情報を商品ラベルを通じてお客さまに提供しています。

※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確認ください。
http://www.ministop.co.jp/eco_social/social_safecom.html



商品ラベルについて

お客さまが安心して商品を選んでいただけるように、食品添加物やアレルギー、原材料などの情報を、各種法令にしたがって表示しています（弁当・調理パン・惣菜・調理麺）。

栄養成分表示

1包装あたりの熱量・たんぱく質・脂質・炭水化物・ナトリウム量を表示。

消費期限の表示

お客さまが安心して召し上がることのできる期限。

原材料表示

商品中に占める重量の割合が多い順に、原材料を表示。

容器包装の識別表示

「紙」「プラスチック」など容器包装の分別排出を促進するための材質識別表示。

食品添加物

食品衛生法の規定に基づいて忠実に表示し、豊富な情報量を掲載。

アレルギー表示

法令によって定められた義務表示5品目、任意表示20品目を表示（ファストフードはウェブサイトで義務表示の5品目を表示）。

QUALITY AND TRUST
TOPVALU
トップバリュ

トップバリュ「フェアトレードブラック無糖」

「トップバリュ」は、イオンが安心品質の製品として展開しているグループのオリジナルブランドです。そのひとつである「フェアトレードコーヒー（レギュラータイプ）」を、ミニストップは、コンビニエンスストアの視点から缶コーヒーという形で開発しました。FLO® 認証のアラビカ種の豆だけを使い、保存料（ビタミンC）を使わない缶コーヒーです。「初めてフェアトレードについて知りました。」というお客さまの声などから、手に取りやすい「フェアトレード商品」を店頭と並べることで、コンビニエンスストアが新たな情報発信の場となっているといえます。

また、日本では、まだ珍しい「タイプ3エコラベル」*1をつけるなど、容器にもより環境に配慮したものを使用しています。

*1 FLO(Fairtrade Labelling Organizations International)・・・17ヶ国が加盟し、世界的規模で展開している「フェアトレード」認証組織
*2 タイプ3エコラベル・・・製品の製造から使用、廃棄に至る各段階で、二酸化炭素の排出量や消費資源量などの環境負荷のデータを定量的に示すもの

ソフトクリームができるまで

ミニストップのソフトクリームはどこから来て、どこへ行くのか？ そんな疑問を解くため、ソフトクリームが生まれる瞬間から、お客さまのお口に届くまでを追ってみました。



① 生乳を集める
酪農家1軒1軒から新鮮な生乳が集められています。このあと加熱殺菌され、製造ラインへ移されます。



② 原材料の調査
生乳にバター、生クリーム、練乳などを加えて、殺菌前のソフトクリームミックスのできあがりです。材料に卵は使っていません。



③ 直接加熱殺菌装置
蒸気を入れ、超高温で直接殺菌後、無菌貯乳タンクに移されます。



④ 無菌充填機
牛乳でおなじみの1リットルのブリックパックに、ソフトクリームミックスを無菌のまま、まったく空気に触れさせずに充填します。



⑤ 出荷へ
1時間に7000本のペースで、ブリックパックが充填されていきます。このあと品質チェックを行い、出荷を待ちます。



⑥ 店頭へ
出荷されたソフトクリームミックスは、衛生管理が徹底された店舗のソフトクリームフリーザーへ。おいしくて安心で安全なソフトクリームを毎日提供しています。

おいしいソフトクリームをつくるためのこだわり

■生産ラインの分解整備
半年に1度、生産ラインを止めて設備の分解整備を行います。取り外せるすべての部品を取り外し、完全に整備しています。

■官能検査
生産される製品の品質を五感で確認すること、「官能検査」と呼びます。サンプルのソフトクリームミックスを実際に口にし、前回生産分と同じ品質を保っているかどうかチェックしています。

安全・安心のための、徹底した衛生管理

■エアシャワー
生産ラインに入る前に、担当者は手を洗浄し、上履きに履き替え、粘着ローラーで体に付着したゴミを取り除きます。さらにエアシャワーを通過し、手をもう1度洗い、アルコールで殺菌しています。



■自主検査
店舗のソフトクリームフリーザーは、毎日殺菌と週に1度の分解洗浄、年に4回の自主検査を行っています。

溶かしたソフトクリームを検査シートに入れる

検査シートを35℃で24時間培養

検査シートに細菌が繁殖していなければ合格



※大腸菌群の場合



びわ湖工場 プレスト生産部 次長
吉原 重信氏

生産に関する機器や付帯設備全般を管理担当しています。品質を守るため機器を正常維持していくのは大変です。



びわ湖工場 品質保証室 課長
山田 敏夫氏

品質管理、クレーム対応を担当しています。品質管理ではなにも起きないのが一番ですね。



十勝主管工場 品質管理課 課長
徳岡 修一氏

原料と工程管理、品質検査を担当しています。日量1500トンの生乳を受け入れているので責任重大です。



食品衛生管理部 係長
宮本 健一氏

全国1800店分の検査を年に4回行っています。検査は6名で行っていて、3日かかります。

※ミニストップのソフトクリームミックスは、滋賀県および北海道にある工場2カ所で生産しています。上記記事では、2つの工場の様子を一纏に紹介しています。また、実際の生産順序とは異なる場合があります。

セーフティステーション

安全・安心な街づくりを目指して「セーフティステーション」(生活安全拠点)活動に取り組んでいます。

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、社団法人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地域の警察・自治体の協力体制のもと、2005年10月から全国展開しています。

ミニストップは、店舗が地域の安全・安心の拠点としてお役に立てると考え、この活動に当初から積極的に参加しています。強盗や万引きなどの自主防犯体制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、高齢者・身体障害者の方への買い物のお手伝いと連絡、地域の安全情報の発信・提供ができるように、確認ポスターを貼ったり、対応マニュアルを使用し、活動に取り組んでいます。



入ロドアにポスターを貼っています。



八幡宿駅前店
(千葉県市原市)
近藤 忍 店長

小学生登下校時の声かけと見守り活動

お店は、駅を挟んで小学校の近隣に位置します。PTAの皆さんをはじめ、地域では、自転車にパトロールプレートをつけたり、散歩の際も子どもたちの安全を意識する取り組みを実施しています。当店も通学路にあたり「子どもたちが安全・安心に通学できるように」、また、怖いことや危険を感じた時はいつでも「子ども110番のお店として、駆け込めるように」朝と夕方の登下校時に店頭にてできる限り、声かけと見守りを実施しています。



月隈店
(福岡県福岡市)
徳永 邦章 オーナー

子どもの駆け込みに対応

虐待(18年間軟禁)されていた少女の駆け込みがあったため、保護し、警察へ通報しました。マスコミの取材を受け全国のニュースにもなりました。警察からは、事件解決に協力していただいたと感謝のお言葉をいただきました。町内・学校からは、緊急時には店舗へ駆け込むように指導されており、お客さまからもニュースを見たとのことで、セーフティステーションへの認知度が上がりました。



国分寺南町3丁目店
(東京都国分寺市)
辻野 美佳枝 マネージャー

女性の駆け込みに対応

ストーカーのような不審な男性に追われていた女性が来店、従業員がバックルームに通して保護しました。その後、警察にも巡回を依頼しました。後日、お客さまからは、感謝のお言葉をいただきました。

お客さまと共に取り組む京都議定書

京都議定書は、大気中の温室効果ガス(二酸化炭素、メタン等)の増大が地球を温暖化し、自然の生態や気候等に悪影響を及ぼすおそれがあることから、大気中の温室効果ガスの濃度を安定化させることを目的として採択された、気候変動に対応する枠組みとしての条約です。その中で日本は、2008年から2012年の間に自国の温室効果ガス排出量を1990年の水準より6%削減することを義務づけられました。この削減目標に向けては、産業界だけでなく国民一人ひとりがライフスタイルを見直し、日常生活の中で取り組むことが不可欠となっています。

ミニストップは、コンビニエンスチェーンならではの視点を活かし、地球温暖化防止に向けて、さまざまな活動をしています。中でも、お客さまと接する店舗では、まさに「お客さまとともに」「できることからひとつずつ」ということで、「レジ袋の削減」や「木づかい運動」などを積極的に推進しています。



ミニストップは「チーム・マイナス6%」のチーム員です。

※「省電力や配送時などの取り組み」はP11

レジ袋の削減に向けて

ミニストップは、社団法人日本フランチャイズチェーン協会会員企業の一員としてレジ袋削減に取り組んでいます。コンビニエンスストアの業態特性として、電子レンジで温めた弁当・惣菜等の商品提供が多いことや、立ち寄りによる買い物が中心であることを考慮し、従来から実施しているお客さまへの声かけを基本とした取り組みの徹底を図ります。具体的には、積極的な「一声運動」を通じて、レジ袋が不要なお客さまにご協力をお願いすることによるレジ袋の使用削減や、レジ袋の薄肉化、適正サイズの利用徹底をすすめるとともに、今年度中にはお客さまへのキャッシュバックなどの試験的な仕組み導入等を計画しており、さらなるレジ袋の削減に向けた取り組みの強化を進めていきます。

入ロドアに貼っています。

1店舗あたりの年間使用量

	2004年度	2005年度	2006年度
レジ袋	239,571枚	231,464枚	237,215枚
割りばし	54,068膳	58,171膳	56,650膳

木づかい運動、マイ箸クラブについて

「木づかい運動」とは、国内の森林に二酸化炭素を吸収させるために林野庁が2005年度から開始した「国産材の積極的な利用を通じての森林づくり」のことです。

ミニストップは、一部の割りばしを国産材に替え、「5円の木づかい」として販売しています。国産材の割りばしを選んでいただくことによって、日本の森林活性化、海外の森林保護、ひいては地球温暖化防止につなげることができます。

「マイ箸クラブ」とは、「マイ箸」＝「自分用の持ち歩き用のお箸」をもって、「使い捨てのライフスタイルを見直したい」「お箸の先に見える『食』そのものを大切に考えたい」という人たちが集まって作られたネットワークです。ミニストップは、お箸を通して資源を大切にすることを支援しています。



マイ箸クラブウェブサイト
http://mother-earth.jp/myhashi/

募金活動について

花や木の苗を小学校に贈呈する活動として1990年から行っている「花の輪運動」をはじめとして、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と協力して毎年取り組んでいます。

店頭募金一覧(2006年度)

募金名	期間	寄付先	(単位=円)
「ラオス学校建設支援」募金	4/21~6/20	財団法人 日本ユニセフ協会	店頭募金金額 5,809,210
24時間テレビ「愛は地球を救う」チャリティー募金	7/7~8/31	24時間テレビ委員会(日本テレビ)	13,688,524
「ケニアの動物たちに森を返そう」	12/1~12/25	ケニア「グリーンベルト」ムーブメント	2,489,757
「九州台風13号災害」救援募金	9/21~10/21	宮崎県延岡市	46,226
「点字プリンター」募金	7/1~11/30	西日本新聞社	402,282
「フィリピン・レイテ島 地すべり災害緊急救援」募金	2/20~3/5	NPO法人 アムダ	2,376,476
「フィリピン台風21号・22号 災害緊急救援」募金	12/26~1/25	NPO法人 アムダ	2,484,330
花の輪運動	上記以外通年	財団法人 花と緑の豊茂財団	21,011,840
お客さまからの募金合計金額			48,308,645



再生プラスチック製の店頭の募金箱

グループ共同募金
九州地区のグループ会社8社と共同募金
ミニストップの募金

チャイルドインターンシップ制度

チャイルドインターンシップに関する詳細についてはウェブサイトをご覧ください。

URL : http://www.ministop.co.jp/internship_child/index.html

地球環境保全への取り組み

環境マネジメントシステムをもとに、環境保全と地球温暖化防止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注力してきました。原材料調達から製造、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。

環境マネジメントシステム推進体制に関する詳細についてはホームページをご覧ください
▶URL: http://www.ministop.co.jp/eco_social/eco_ems.html

環境監査

環境マネジメントシステムを着実に運用し、継続的改善につなげていくため、店舗585店と本部24部門で内部監査を行い、監査員全体で環境目標の浸透・進捗を把握しました。

2007年2月の継続審査では、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、審査の過程で管理面の不適合1件と、書類運用、内部コミュニケーションの確認、専門教育等の実施など12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。

なお、環境に関する事故は0件でした。

地球温暖化防止への取り組み

地球温暖化の原因となる温室効果ガスの排出削減に取り組んでいます。

省電力の取り組み

ミニストップは、店舗での電力消費が大きな環境負荷のひとつであると考え、新店舗へのトップランナー方式による最適な機器の導入をはじめ、店舗におけるインバーター化などの省エネ機器の導入を積極的に進めています。

本部および店舗での電力消費量（2006年度）

	本部・各事務所合計	1店舗
電力使用量	1,351,428kWh	190,932kWh
二酸化炭素排出量	250.8t-CO ₂	74.65t-CO ₂

配送時の取り組み

2001年10月から統合輸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、配送車の庫内温度の制御や、アイドリングストップ状況のリアルタイムの把握が可能になり、燃料消費や排出ガスの削減と配送商品の安全性・品質保全を向上させました。

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達成しています。

配送における環境実績

	2004年度	2005年度	2006年度
1店舗1日あたりの配送車走行距離	51.6km	66.5km ^{*1}	76.9km ^{*1}
統合輸送管理システム導入車	235台	284台	275台
天然ガス（CNG）車	8台	9台	18台 ^{*2}

*1 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。

*2 その他ハイブリット車2台あり

ミニストップ 環境方針 改定第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にとめます。

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。

法の順守

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順守します。

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的に公開し、適切な情報提供につとめます。

オゾン層破壊物質の廃絶

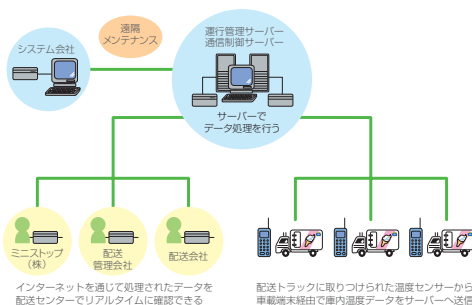
ミニストップでは、オゾン層破壊への影響が大きいとされる特定フロンを使っている冷蔵庫などの機器は、2006年度までに全て回収し、「代替フロン」の機器に切り替えました。「特定フロン」の回収・破壊処理は、認可された専門業者に委託して適正に行っています。

代替フロンへの切り替え実績

	2004年度	2005年度	2006年度
代替フロン	4.962t	2.282t	2.419t*
特定フロン	0.018t	0.016t	0.012t

*HCFC 2.362t HFC 0.049t

統合輸送管理システム



廃棄物削減の取り組み

廃棄物削減のため、リサイクル活動を積極的に進めています。

店舗建築・解体時の取り組み

店舗の建築時には、条件が合う限り工場で製作したユニットを現場で組み立てるユニット工法を採用し、廃材の発生を抑えています。2006年度は20店舗で採用しました。

また、閉店・改装時は、厨房機器や備品を再利用し廃棄物を削減しています。

再利用した機器・備品数

機器・備品	2004年度	2005年度	2006年度
店内冷凍・冷蔵設備	3台	0台(0t)	0台(0t)
厨房機器・備品	67台	548台(20.3t)	490台(15.9t)
店内備品・その他	35台	326台(12.7t)	343台(12.3t)
合計	105台	874台(33.0t)	833台(28.2t)

店舗での廃棄物削減の取り組み

ミニストップでは、お客さまに「テープ貼りでよろしいですか?」「お箸はご入り用ですか?」などと声かけする「一声運動」を1999年から継続しています。不要なレジ袋や割りばしの使用数を減らすことで資源節約とごみの削減を推進しています。

「木づかい運動」や「マイ箸クラブ」の活動（→P10）も、店舗でできる身近な廃棄物削減の取り組みとして位置づけています。

また、店舗から出る廃食用油は委託業者に引き取られ、家畜飼料や石けんやインクに100%リサイクルされています。

*「レジ袋や割りばし使用数」はP10

1店舗あたりの年間排出量

	2004年度	2005年度	2006年度
一般廃棄物	60.1t	—	53.0t
廃食用油	5.9t	—	6.8t

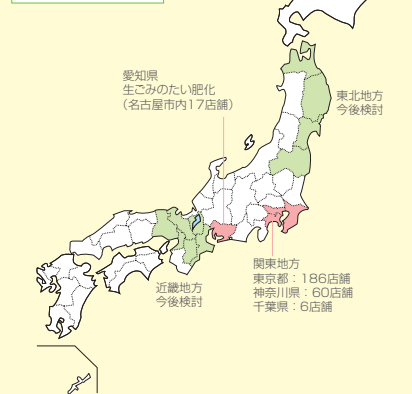
*2005年度は計測方法見直しのため、経年データとはなりません。

食品リサイクルの取り組み

1998年から、食品廃棄物をたい肥化する実験など、様々な試みと検証を続けており、食品廃棄物を「生ごみ」ではなく資源と捉えてリサイクル化を進めています。現在、愛知県で生ごみをたい肥化、関東地方で生ごみを養豚飼料化しており、少しずつ地域を拡大しながら推進しています。

食品リサイクル実施店舗 (2006年度末)

食用油のリサイクルは全店舗実施
■ 今後のリサイクル重点エリア



	2004年度	2005年度	2006年度
食品リサイクル実施店舗数	58店舗	258店舗	269店舗

食品リサイクルの流れ

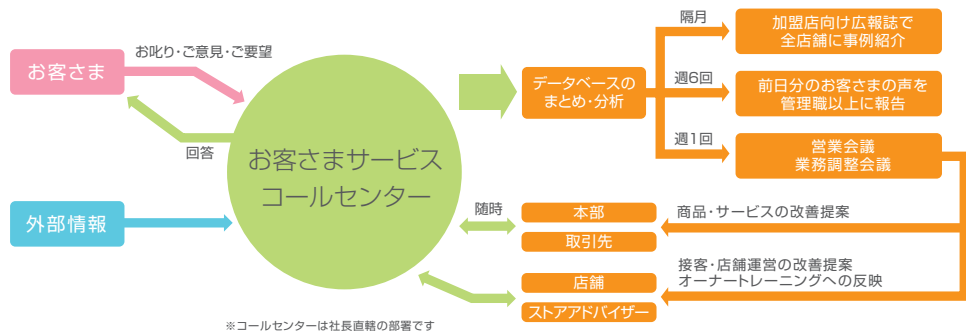


お客さまとの関わり

お客さまをはじめ、社会からの声や情報を積極的に受け止め、日々の取り組み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

お客さまが率直なご意見やご要望を気軽に寄せていただけるように「お客さまサービス 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声は社内でデータベース化して共有し、店舗、本部、取引先が連携して的確な対応や改善につなげています。また、「ISO10002（苦情対応マネジメントシステムの国際標準規格）」の適合宣言を目指して新たなシステムを構築しています。



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、1997年から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を通じて各店舗に伝えます。レジでのあいさつとキャップの着用が特に重視されます。

2006年度の調査結果としては、店頭及び軒下のタイルの汚れ、そのほかトイレの清潔さ、あいさつなどへの指摘がありました。指摘された内容は速やかに改善、維持できるようつとめています。

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、JISQ15001に基づく個人情報保護体制を社内に構築しました。全店舗にはマニュアルを配布し、お客さまからお預かりする個人情報が、紛失や盗難などで漏えいしないよう安全で適切な取り扱いを行っています。

これらの取り組みを継続的に運用した活動が認められ、2006年12月12日に財団法人日本情報処理開発協会からプライバシーマークの認証を取得しました。

※プライバシーマーク…認定を受けた事業者のみ、プライバシーマークを付けることができます。



個人情報の紛失に関してのお詫び

2006年9月に、横浜市内の店舗前において配送車両が深夜便の商品搬入作業中に、ロックされた車両ドアを何者かに開けられ、車両助手席側でチェーンロックにより施錠保管されていた、お客さまの公共料金等払込み票（本部控え）の回収ボックスがチェーンごと盗難されるという事故が発生しました。この盗難事故により、住所・氏名・電話番号等が記載された464枚の公共料金等の払込み票控えを紛失しました。

配送車両のドライバーが商品搬入作業終了後に事故に気づき、直ちに地元警察署に連絡しました。警察官による現場での状況説明と届出を終えた後、近隣を1時間ほど探しましたが見つからなかったため、同日午後社員等15名で5時間半ほど周辺地域を探索しましたが発見することができませんでした。

ご本人さまには各収納先と協議の上で説明とお詫びを行い、プレスリリース及びウェブサイトで事故の公表を行いました。幸いにも、その後情報が悪用されたとの報告はありません。この事案を教訓として、次のような事故防止策をとりました。まず、配送車内の回収ボックスについてチェーンを、4mm厚から6mm厚以上に変更しセキュリティを強化しました。さらに、回収便の時間を夜中便から昼間便に変更しました。

加盟店との関わり

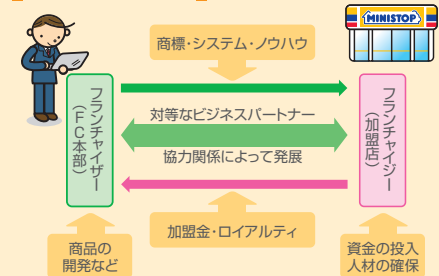
加盟店と本部が信頼できるパートナーシップを築き、事業および環境社会活動においても協働できる関係作りを進めています。

公正な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を採用しています。ミニストップは、本部と加盟店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。

■ フランチャイズシステム ■



※加盟店からのご意見ご要望は、オーナー相談部や「ミニストップ21」などを通じて担当者から社長まで伝えられます。

【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契約認定者数の推移

	2004年度	2005年度	2006年度
FC契約士認定者数	93名	91名	85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、加盟候補者には契約前に資料を配付しています。契約に際しては、中小小売商業振興法、中小小売商業振興施行規則、独占禁止法を順守しています。



「フランチャイズ事業を始めるにあたって」



「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	2003年度	2004年度	2005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)	176店	163店 *3	189店
契約を途中で終了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)	85店	84店	67店
更新された加盟者の店舗の数	112店	99店	98店
更新されなかった加盟者の店舗の数	33店	38店	54店

訴訟件数 *1

訴訟内容	2003年度	2004年度	2005年度
加盟店または加盟者であった者から提起された訴訟	0件	0件	0件
当社より提起した訴訟	0件	0件	0件

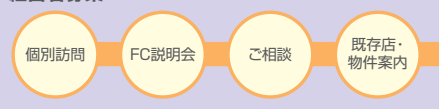
*1：2006年データは「フランチャイズ契約の要点と概説」で2007年7月公表予定です。
*2：契約期間は満7年です。
*3：JRA四国エムエスネットワークの吸収合併による、加盟店受け入れ21店含む。

コンビニの開店まで

店舗の用意



経営者募集



ご意見・ご感想を
お寄せください。

最後まで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2007」で興味をひいた内容を含め、ご意見・ご感想をお書きください。

P5大橋マキさんからのご意見に対してのご感想をお聞かせください。

今後の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ください。

次の「環境社会報告書」を希望なさいませう。(2008年5月発行予定)

☐ はい ☐ いいえ

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、個人情報の漏えい、改ざん、破損・
紛失および不正アクセスを防止します。

ご意見を
お寄せくださった方には、
謝礼として
ソフトクリーム券を
お送りいたします。



●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・女）	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 ☐ 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。

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にご用意しています。
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
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/>

●株主向け報告書(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mercial

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(ミニモノ)

環境社会報告書やウェブサイトは様々な内容を広くお伝えしている
のに対し、情報紙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。

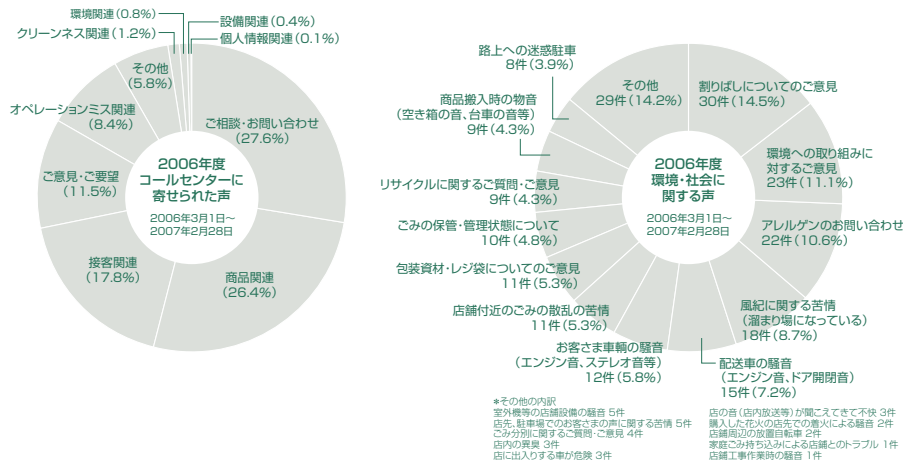
コールセンターに寄せられた声

2006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13,065件(対前年比114.1%)でした。電話が74.4%、ウェブサイトから24.3%。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1.6%となり、2005年度に比べ117.1%でした。店舗付近のごみの散乱の苦情については全店舗の環境目標として取り組んだ結果、昨年度と比べ25件減少、昨年比30.6%となりました。9月から全国で取り扱いを開始した「5円の木づかい」箸に関して、多くの励ましやご賛同をいただきました。

*本誌P13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。

年 度	承り件数(*1)
2003年度	10,785件(190件)
2004年度	10,562件(136件)
2005年度	11,448件(175件)
2006年度	13,065件(202件)

*1: 環境・社会に関するご意見・ご要望
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。



CASE 1 「店内の異臭に関する」お申し出

お客さまからの声

12/15(金) 16:12お客さまよりメール受信。
しばしばお世話になっております。ミニストップはダントツでデザートがおいしいなぁと感じております。品揃えにも満足しております。ただ…いつも不満が1点あるのです。それは「匂い」です。油物の匂い、牛乳・デザート・ジュースなどバック包装に移っています。品物がおいしいだけにいつも残念でなりません。でも改善してくれればうれしく思います。(2006年12月15日 群馬県ご在住の方より)

お客さまへの対応

12/16(土)店舗にて確認したところ、オープンケースの近くのファンが油で汚れてしまっていたので専門業者に清掃を依頼しました。毎日の中では、気づかないことでした。お客さまへは、謝罪とご指摘くださったことへのお礼、対応内容を報告させていただきました。

CASE 2 「接客に関する」お申し出

お客さまからの声

10/31(火) 16:37お客さまよりメール受信。
以前から気になっていたの、一言言わせていただきます。どうして「いらっしゃいませ」や「ありがとうございます」の挨拶がないのでしょうか?それは基本中の基本なのでは?~中略~レジに並んでいて黙って無視をされるのは気分が悪いですし、笑顔や言葉の一つで「ここ次も買い物しよう」という気になると思います。完璧さを求めるつもりはないですが、あと少しの接客マナーでもっとお客さまがつくと思うのです。期待しています。(2006年10月31日 大阪府ご在住の方より)

対応後にいただいたお客さまのメール

以前に接客態度に関してメールをさせていただきましたが、その後気持ちよく接客していただいております。スタッフのみなさまにこれからもがんばっていただきたいなと思います。

CASE 3 「5円の木づかい」箸へのご意見

お客さまからの声

割りばし有料化=大賛成・応援します。ministop新聞が何からministopの割りばし一部店舗有料化を知りました。正直、今までコンビニでもらえる割りばしは「当たり前」だと思っていました。ですが、そうではないんですね。ちょっと反省しました。コストも自然も無駄にしてしまっているという気になります。もったいない!! ミニストップ、ちょっと遅いけどあえて選んでこれからは利用させてもらいたいと思います。(エコロジー意識気味より)

お客さまへの返信

「あなたの5円で一緒に森を育てませんか」と訴えることで国内の森が荒廃している現状を、身近な木製品「割りばし」を通して多くの方に知っていただくことができました。国産の間伐材で生まれる「割りばし」を消費することで維持できる環境もあるという、「5円の木づかい」箸は、多くのお客さまから支持・賛同のご意見をいただいております。

「ミニストップ環境社会報告書2006」アンケート結果

2006年5月に発行した「ミニストップ環境社会報告書2006」のアンケートに30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て環境・社会に関する取り組みの中で、できることから少しずつ、確実に実行していきたいと考えています。

*掲載スペースの都合上、コメントは原文の趣旨に沿って要約させていただきました。

環境社会報告書の発送依頼件数

年 度	承り件数
2003年度	862件
2004年度	660件
2005年度	783件
2006年度	1,005件

*発送代行(エコぽつとライン)のデータを含む

①「環境社会報告書2006」に関するご意見・ご感想

【お褒めの言葉】

- どのように衛生管理を行っているかの説明されていて安心しました。(株主)
- 日頃何気なく使っている店が環境面で大いに配慮された設計になっていることに感銘を受けた。(株主・お客さま)
- 今まで御社が取り組んでいる環境保全の内容をほとんど知らず、ますますミニストップに親近感を覚えました。(お客さま)
- 加盟店とのかかわり、興味深く読みました。オーナーと本社、一店を立ち上げるのに双方の取り組みが大変だと思いました。(株主・お客さま)
- 毎年このような環境社会報告書が出されることにより、ミニストップの活動を知ることができるのはいいことだと思います。(お客さま)

【更なる取り組み改善へのご意見やその他のご感想】

- コンプライアンスに関する取り組みについて、どのような対策を立てているか等は、今日では極めて重要なことだと思うが、殆ど触れていなかったように思える。その点が残念だ。(株主・お客さま)
- 数字の羅列だけでなく「だからどうなのか」を書くのと良いと思う。「電気使用量を〇Kwh削減しました。これは……と同じ位です」のように、例えがあるとより分かり易いと思う。(株主・お客さま)
- 報告書にあるだけでは分からないところもあるので、店でも分かりやすく伝えたいと思う。(店舗関係者)
- 普段我々が知らないところで、さまざまな取り組みが行われていることがわかった。このような活動をもっと周知させた方が、業界への理解が高まりビジネスへも好影響を与えるのではと思う。(株主・お客さま)
- 食品リサイクルは一企業としてだけでなく、行政機関、他の企業と共同で進める体制を確立し、供給安定性を目指すとともに自社の廃棄物の低減化を図りたい。(株主・行政機関)
- 自分も消費者の一人として、できるところから環境に配慮した生活をしていかなければと思いました。(株主・お客さま)

②ミニストップの環境・社会活動へのご意見・ご要望

【お客さまや地域との共生に向けた取り組みへのご意見・ご要望】

- 災害時の帰宅困難者支援の助けとなったり、地元の商店の復興に貢献したりして、災害後のコンビニの役割などをもっと充実させてほしいです。(株主)
- とても素晴らしい社会活動をしているので、もっと多くの人々に知ってもらえるように、企業アピールしてはどうでしょう。チャイルドインターナショナル・セーフティステーション等ほとんどの人が知らないと思います。(株主)
- 店舗と消費者が一体となってエコツアーなどされているのは良いですが、子ども向け、親子企画が多い気がします。友人・夫婦・カップルなどでも楽しめる企画があると楽しそうです。(お客さま)
- 店で、割りばし・スプーンを断ると「ありがとうございます」と声をかけてくれます。私も少しは協力できたのかなと嬉しい気持ちになります。(株主)
- 高齢化社会、少子化社会なので、一人暮らしのお年寄りや核家族の子どもにもやさしく使いやすい店になって欲しい。(お客さま)

【独自性のある環境・社会活動へのご意見・ご要望】

- コンビニチェーンの中で環境イメージの強い店にしてください。(株主・お客さま)
- 最近、スーパーでは、レジ袋が、1枚5円とかレジ袋いらない人はポイントがたまるといものが多いので、ミニストップでも(他のコンビニよりも早く)そういったことをやった方がいいと思います。(店舗関係者)
- 廃棄物削減の取り組みは、まだまだ向上できるのではありませんか?(株主・お客さま)
- 「花の輪運動」の募金に私も協力しています。花を愛し、人を愛する子どもたちを育ててください。(お客さま)

フィードバック・マネージャー 参考URL http://www.ministop.co.jp/eco_social/index.html

ウェブサイト上の環境・社会への取り組み報告をご覧いただいた方からのご意見、ご感想を受け付ける仕組み「フィードバック・マネージャー」を2007年1月から導入しています。本アンケートより細分化した項目ごとに、匿名によるご意見・ご感想をいただいています。(個人情報をおたがえないアンケート形式ですので、個別の回答は行っていません)

【店舗あたりの割りばし・レジ袋使用数へのご意見】

- 店員から「袋いりますか?」などと言ってほしい。大概の客は袋を必要としない客で、「テープでいいですか?」などと聞かれたらそれですむはずだと思う。アルバイトにもこまめに教育してほしい。(10代 男性)

【グリーン商品へのご意見】

- グリーン商品を取り扱っていたなんて知りませんでした。お店の全商品をグリーン商品(グリーン商品しか置かない!)にするくらい意気込みでこれからも取り組んでください。(40代 女性)

【原材料調達時の考え方へのご意見】

- 商品の安全性はもちろんのこと、フェアにトレードされたと保証のある商品を置いていただけたらと思います。コーヒーやチョコレートなど日本で安く手に入る様々な商品が、途上国の貧しい人々の犠牲の上に作られており、気軽にそれらの商品を買うことが出来ません。しかし、普段良く利用するコンビニにはフェアトレードの商品が見られません。(20代 女性)