

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
コンポストア「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

〒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

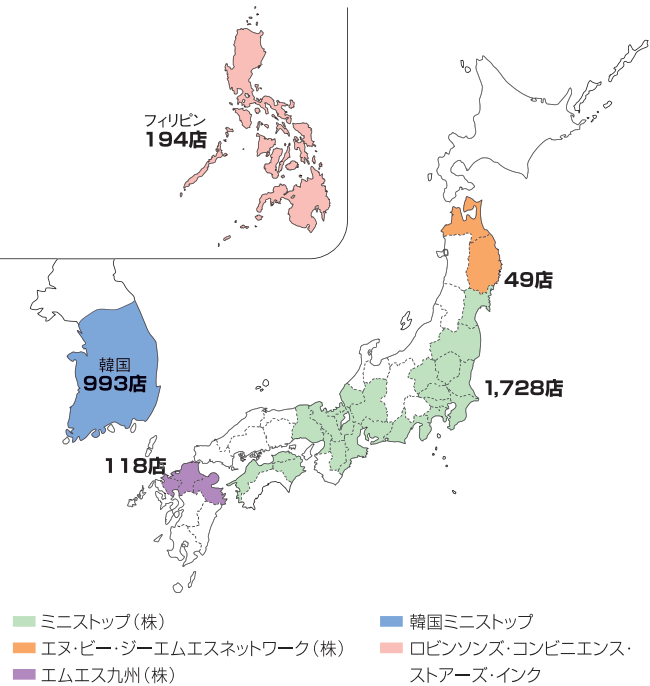
本部 (千葉県千葉市美浜区)

東京事務所 (東京都千代田区)

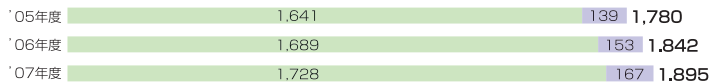
東北地区事務所 (宮城県仙台市宮城野区)

東海地区事務所 (愛知県名古屋市中村区)

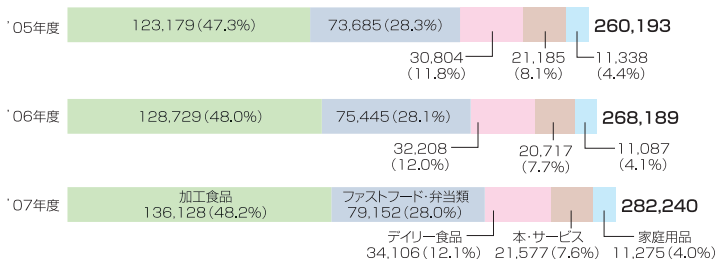
近畿地区事務所 (大阪府大阪市中央区)



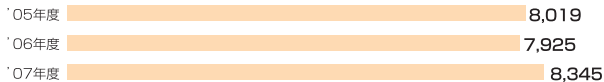
店舗数



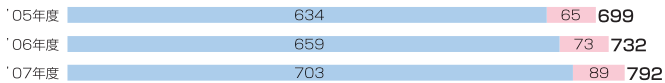
商品売上高・構成比 (加盟店を含む)



経常利益



従業員数 (社員のみ)



*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.お客さまが対象
ミニストップにとって関わりのある全ての方々がお客さまです。(→P13)
- 2.わかりやすさ/読みやすさ
表現を平易にした他、一読して全体が把握できるページ数にしました。
- 3.ウェブサイトとのメディア連携
本レポートはミニストップの2007年度の活動の一部にスポットを当てて編集しました。詳しくはウェブサイトに掲載してあります。関心をお持ちいただいた項目についてご覧ください。
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2007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を中心に制作しました。

●対象期間

ミニストップ株式会社2007年度 (2007年3月1日～2008年2月29日)

●報告対象エリア

ミニストップ株式会社及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舗 ※一部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データを含みます。 ※海外店舗は含みません。

編集後記

読みやすさにこだわり、ページ数の少なさに加えて文字の大きさを去年より1サイズ大きくしたので概要のみの掲載となり、店舗以外の活動を載せられませんでした(涙)。ミニストップの活動は、ウェブサイトにも掲載していますのでぜひともご覧ください。そして一緒に持続可能な明日を作っていきましょう。CSRの「C」はCitizenであり、Corporateでもあるのですから。



(左から) 森出・岡村・中井・野口

お問い合わせ先 ミニストップ株式会社

経営企画本部 CA推進部 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/eco_social/index.html

本レポート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/2008年5月・通算第9号(次回発行日は2009年5月を予定しています)
◎監修/株式会社クレアン ◎制作協力/株式会社アルテミス



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。

詳細はFSCのホームページ <http://www.fsc.org/en/> または、日本森林管理協議会 <http://www.forsta.or.jp/> をご覧ください。

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。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、印刷インキは植物性のインキを使用しています。水なし版は、有害な廃液が一切出ない水現像方式です。現像処理後の排水は下水に流すことができます。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 CSRレポート 2008

2008 MINISTOP CSR Report

01 継続企画 2007-2008

「フェアトレード」心と心のつながりを求めて

03 社長座談会

イキイキ、楽しい働き方を考える

05 社長コミットメント

お客さまからの信頼を目指して

07 第三者意見

08 ミニストップ 店舗エコマップ

09 特集

ミニストップが大切に思う取り組み

09 食の安全を求めて
10 お客さまと取り組む温暖化防止

環境報告

11 省エネルギーとマネジメント
12 4R

社会性報告

13 ミニストップと社会との関わり

15 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2007」アンケート結果
2008アンケート



表紙メッセージ

ミニストップの「5円の木づかい」箸がどこで生まれているか知っていますか。このお箸は奈良県吉野で育ったヒノキから、一つひとつ職人さんの手で作られています。その吉野の森が今静かに弱りつつあります。割りばしから見える日本の林業のあり方、森のあり方に関心を寄せいただければと思います。(撮影地 奈良県吉野郡下市町・割りばし発祥の地)

「フェアトレード*1」心と心のつながりを求めて

—ご意見をいただいてからの活動報告—



特定非営利活動法人ACE 代表
岩附 由香氏
世界に2億1800万人といわれる児童労働問題に取り組む日本のNGOです。子どもが笑顔でいられる社会をめざして、児童労働を広く知らせ、企業や政府に働きかける活動を国内で行うほか、国際協力NGOとしてインドで子どもの支援を行っています。
特定非営利活動法人ACE・・・<http://acejapan.org/>

ミニストップ株式会社 代表取締役社長
横尾 博
生産者の顔が見えることは「衛生・品質面の安心」だけではなく、「心の安らぎ」につながります。フェアトレード商品はその新しい価値観を提案するひとつの方法です。食品に関する諸問題に真剣に向き合いながらも、将来を見据えた取り組みを、情報発信だけでなく、お客さまとのコミュニケーションを通じて、広め続けることが大切です。

チョコレボ実行委員会 代表
星野 智子氏
チョコ好きな人たちが構成された非営利団体です。「チョコを選べば、世界が変わる」を合言葉に、フェアトレードチョコなど、人にも地球にもやさしいチョコに関する情報をウェブサイトやイベントを通じて発信し、マーケティングやプロモーションを行っています。
チョコレボ実行委員会・・・<http://www.choco-revo.net/>

2008年2月4日 中野北口店にて(東京都) ※所属・役職名は撮影当日時点のものです。

ミニストップでは、2006年からオリジナル商品「フェアトレード缶コーヒーブラック」を販売することで、原材料調達面における社会的責任への取り組みをお客さまにお伝えしてきました。さらに昨年度の社長座談会を受けて2008年2月、地域期間限定でフェアトレードカカオを使った「ベルギーチョコソフトプレミアム」を販売するに至りました。

今回は、本プロジェクトにご協力いただいた特定非営利活動法人ACE(エース)代表・岩附氏、チョコレボ実行委員会代表・星野氏を店頭にお迎えし、ご意見をうかがいました。

2007年度の座談会の様子はウェブサイトをご覧ください。
http://www.ministop.co.jp/eco_social/msg_2007.html

座談会を終えて

2007年度の社長座談会では「チョコレートの安全性」を考えるとというテーマで「チョコレートの製造工程における安全性への取り組み」について、チョコレートの供給元であるピュラトスジャパンの方から説明を受けたほか、ミニストップの衛生管理体制などについても詳しい解説がされま

した。さらに「原材料であるカカオ調達に関する社会的側面への配慮」が検討課題としてあげられました。

カカオには児童労働の問題があり、その問題に配慮した取り組みをさらに進めていく合意がなされたことで、改めて具体的なアクションを起こすことになりました。



ベルギーチョコソフトプレミアムとカカオ

プロジェクト始動

2007年度の座談会后、原産地の児童労働問題に取り組むプロジェクトを立ち上げ、いくつかの可能性を検討しました。「募金活動はわかりやすいが、それだけで十分か?」「フェアトレード原材料の調達は可能か?」「FLO*2の認証基準は?」「商品開発は?」「ソフトクリーム以外の商品では?」など具体的な意見が交わされる中、フェアトレードカカオを調達し、チョコソフトへ使用することが決まりました。

フェアトレード商品を販売することにより、お客さまに児童労働問題を知っていただく機会ができます。また、お買い上げいただくことで児童労働問題の解決に少しでも貢献できると考えたからです。

ACE・チョコレボとの協同活動

座談会でご意見をいただいた岩附氏、星野氏らに経過報告したところ、プロジェクトに参加していただくことになり、お客さまへのフェアトレードの伝え方についてご意見をいただきました。

星野氏らのご協力のもと、店舗配布用リーフレットなども作成し、日本でチョコレートが一番脚光を浴びる2月14日バレンタインデーに合わせ、商品開発を進めました。



日本初のフェアトレードチョコソフト



働く子どもたちへの支援活動募金



レスチョコ*3プロジェクト会議

*1 フェアトレード:安心で品質の良いものを望む消費者と、安定した生活とより良いものづくりを求める生産者をつなぐ「公正な取引」。生産者が環境に配慮した方法で高品質のものを生産可能なよう適正な報酬を支払い、継続的に安定した取引を可能にする。
*2 FLO(Fairtrade Labeling 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。
*3 レスチョコ:レスボンシビリティチョコレート。信頼性のあるチョコレート。

店頭対談、そして今後の展開

横尾: 通常使用のブレンドカカオではなく、1種類のカカオを使っているため、個性が出ますね。粉っぽさがありませんね。

星野: そうですね。すごくなめらかですし、艶もありますね。苦味が爽やかです。

横尾: 苦味を生かして、ビターな大人のチョコソフトを狙いました。ただ、1種類のカカオ(今回はドミニカ産を使用)だけを使用すると、その年の豆の出来映えで味が変わってしまいがちですが。

星野: ワインのように、「今年の出来はどうだった?」というのも面白いと思います。

横尾: お客さまの反応についても、すでにいくつか問い合わせがあったようで、12店舗で個々にプロモーション展開を行っていますから、評価がはかれると思います。

星野: はい、プロモーションの面では、今回一部の店内販促物のデザインでお手伝いをさせていただきました。チョコレボにも、今回のミニストップさんの試みについての問い合わせがウェブサイトからたくさん届いています。

岩附: フェアトレードのカカオを使う背景として、児童労働の問題があることも、お客さまに関心をもっていただけると嬉しいです。西アフリカの児童労働問題に取り組むための活動支援募金(=ワン・モア・ラブ募金)の一環として、2月9日からは12店舗に募金箱を置いていただくことになりました。

横尾: その際のフェアトレードの伝え方を考えないといけませんね。まずは気軽に、おいしく食べていただいて、近づいてもらえるといいですね。

岩附: そうですね。コンビニのような気軽な場所で個人的にできることがあれば、身近に感じていただけます。

星野: 今はバレンタインの時期で、皆さんに知っていただく機会としてはいいですよ。生産者に対して、自立支援の取り組みができる形になるとうれしいですね。

横尾: 私たちが、もっと原産地のことを知るためにも、原材料メーカーさんなどに、勉強できる機会をつくっていただけるよう要望したいですね。



チョコレボ協力によるPOP

イキイキ、楽しい働き方を考える

「お客さま満足度を高めるためには、なにより加盟店やSA（ストアアドバイザー）が『イキイキ、楽しく働く』ことが非常に重要であり、そのために会社全体の業務を現場から見直そう!」

そんな視点から始まった業務改革。1年が経過した現在、業務改革を先頭にして進めてきた従業員とともに、これまでの活動や成果、そして、今後の課題や展望について意見を交えました。

この座談会は、2008年3月14日に行いました。座談会の内容は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

「SA業務改革」の背景と現状

阿部：私たちは、加盟店を中心としたビジネスです。加盟店を支えるのは、お店をサポートするSAです。SAの仕事のレベルや働き方が変わらなると、加盟店の盛り上がりにはつながりません。これまでいろいろな改善の試みをしてきましたが、社会の変化に対応しつつSA活動を変えていくためには現場の生の声から改革を行う活動が必要となってきたのです。

横尾：これまでのトップダウン的なマネジメントだけに頼ることも限界があります。従業員自身が抱えている課題を部門横断的に解決しようというスタイルを加えることで、従業員一人ひとりの意識が変わりはじめ、最初のステップが軌道に乗ってきたという感じがします。

桑迫：私は、「SA業務改革」にあたり考えたことが二つあります。一つは全社員が参加して意見が言える場所をつくる。もう一つは、意思決定やそのプロセスを開示して、全社員が情報を共有することです。「誰でも改革しようという意志を持てば、誰でも実現できるのがミニストップだ」ということを伝えたいのです。

阿部：従業員の意識も高まりつつあります。2007年度の分科会は上期で11、下期で20になりました。その中から提案されて実施された政策対象は60を超えます。問題が解決するまでの期間を想定して、短期・中期・長期にわけてテーマを設定しています。

横尾：短期的な課題で実現した具体的な例としては、テレビ会議と会議体の変化があげられますね。導入によって各地のSAが一ヶ所に集まらなくても必要な情報を直接入手することができるようになりました。

「女性・休日」2つのテーマから見えた成果と課題

桑迫：現在は、アンケートで多くの声が上がった20のテーマに絞りました。なかでも、「ウーマンズ☆パワー分科会」は、9月に発足して活発に進められている分科会です。

小野寺：この分科会の始まりは「女性が働きやすい環境をつくろう」という発想でした。女性は結婚・出産後の働き方、男性は女性社員の増加に関心が高いという調査結果がでしたが、女性社員の多様な働き方を理解しあえる環境を整えていくことも今後のポイントになると思います。

阿部：ミニストップでは現在約800人の社員のうち女性は約80人。SAは240人のうち11人で、少ないですね。

小野寺：女性社員の人数を増やすことも重要ですが、育児休暇がとりやすい環境づくりや、制度活用のための啓発活動が必要です。男性社員の中には育児休暇制度自体を知らない人もいますから。男性の理解・協力も必要ですので、男性にも分科会にぜひ参加してほしいですね。

阿部：昨年女性採用が増えていて、数年後にはずいぶん変わると思います。そのとき、先輩女性の好事例があれば、より安心して業務に取り組めますね。

小野寺：そうですね。中期・長期の課題として、結婚や出産をしてもSAや、現在女性がいない部署で女性が仕事をしている事例を頑張ってつくりたい。

横尾：女性の生き方は非常に多様化していて、それに対応する必要があります。女性が仕事に傾けるパワーの発揮場所をつくってあげることが必要です。

阿部：もう一つ従業員の働き方をテーマに活動しているのが、「休日と残業をなんとかする分科会」です。



ミニストップ株式会社 代表取締役社長
横尾 博

「SA業務改革」は、従業員が自ら考え提案しながら、職場環境を整備していくための第一歩です。これまで様々な問題を抱えながら、現場を支えてきたSAがそれらの問題を解決するために取り組む姿勢をバックアップすることが大切です。



常務取締役 FCサポート本部長
阿部 信行

加盟店の価値を高めていくためには、SA自身が充実しなければなりません。そのことが結果として、加盟店と良好な関係を築き、ひいてはお客さまに満足いただけるお店づくりにつながると思います。



FCサポート本部 SA業務改革担当マネージャー
桑迫 俊次

業務改革のポイントは、いかに従業員が意見を言いやすい形をつくるかということ、その情報を集約、開示して共有することです。組織の一部の人間が動くというだけではなく、全員参加型の取り組みが大切です。



商品本部 デザート飲料商品部 デザート飲料開発マネージャー
小野寺 晴美 (ウーマンズ☆パワー分科会サブリーダー)

男性が大部分を占める会社では、女性の活躍の場も期間も限られてしまいがちです。女性が働きやすい職場は実は男性も働きやすいのではないかと思います。女性社員が増えることで、健全なパワーバランスから、相互理解が生まれるのではないのでしょうか。

桑迫：コンビニエンスというのは365日、24時間営業しています。社員は休日や残業という時間の概念が希薄になりがちです。しかし、業務時間の密度を高めれば、生活を豊かにしたり、次の仕事への活力にする時間ができたりします。そこで、「みんなが一緒に帰る日をつくろう」と、この分科会が始まりました。NO残業という残業ありきではありません。今は、実験的に本部と東京事務所などで行っていますが、4月の第1週から全事務所で週一回行おうとしています。

【補足】4月3日から毎週木曜日を「みんな帰るでえ」と決めました。

横尾：私たちの業務というのは意外と個人に頼っている部分が多いですから、より合理的に仕事を進められるよう、スキルの共有も今後の課題ですね。コールセンターを設けて、休日・深夜でも受け付けられるSAのバックアップ体制をつくることも考えられます。

「やりがい」が「お店」に現れる業務改革を目指して

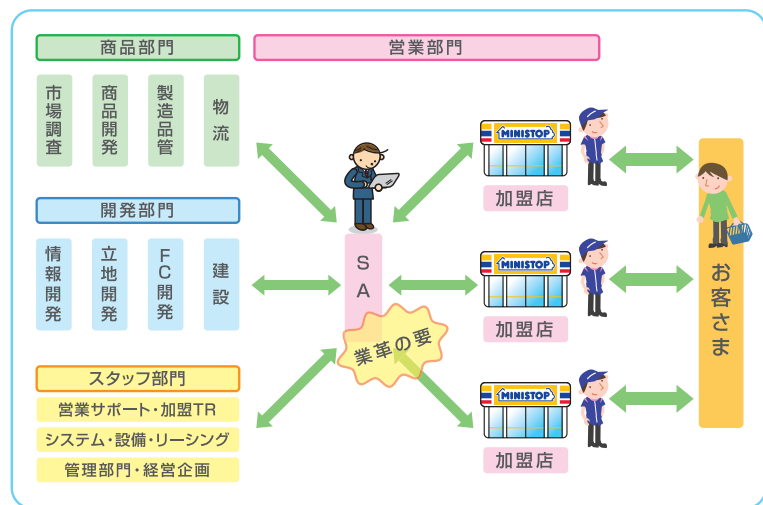
阿部：働くというのは自分の人生を生きるための手段ですから、「ミニストップで働けたから人生が楽しく生きられた」と思えるようにするのは会社の使命でもあります。

小野寺：ミニストップがやりがいを持って楽しく仕事ができる、女性も男性もチャレンジができて、達成感を味わえる会社になっていったらいいな、と思います。



座談会まとめ

- 「SA業務改革」から会社全体の業務改革へステップアップする
- 短・中・長期的に課題を明確にして、やりがいをもたせる
- 男女相互の理解を促進する



お客さまからの信頼を目指して

全体のバランスを考えた環境対策を

2007年は、気候変動が大きな社会的問題であるというやく認識されはじめ、社会全体での対応が注目されてきています。一方でその取り組みが一過性のものにならないよう、私たちが気候変動に対して、地球環境を全体からしっかりと認識した上で、小売業として、一人ひとりの毎日の生活において継続的に取り組める雰囲気を提供することが重要です。

地球環境が健全な状態であり続けることが環境保全の目的であるのに、二酸化炭素排出削減を目的に農作物を切り替えたために、従来の穀物供給が変化したり、新たに森林を開墾したりする現象も一部では出はじめ、環境そのものがバランスを崩している感じがします。

また、アメリカの経済問題に端を発して、現在、世界的に原油や穀物の値段が大きな影響を受けていますが、こちらでも国際経済レベルで本来のバランスを欠いた現象です。

このように環境面や経済面でのバランスが崩れてしまうと、食糧・穀物、エネルギーなどの資源調達が今まで以上に困難になると考えられます。だから、いっそう資源を有効に利用する手段を考えていかなければなりません。

ミニストップも温暖化抑制としての省エネルギーや、資源の有効利用の食品リサイクルなど、様々な側面から無駄をなくすよう努めています。ミニストップでは、温暖化対策の位置づけを整理・明確化し、数値目標を立てて、取り組みを進めることにしました。

ミニストップの温暖化対策の位置づけ

1. 店舗電力消費量削減 2. 配送車燃料使用量削減	二酸化炭素排出削減効果大きい
3. レジ袋使用量削減 4. 食品リサイクル推進 5. エコ商品品揃え	社会の関心が高い
6. 社有車燃料使用量削減 7. 本部事務所電力使用量削減	従業員の啓発

例えば、温暖化対策という点では「SA業務改革」によって具現化したテレビ会議の導入(→P3)は、社員の移動時間削減と、二酸化炭素排出削減という複数の側面で効果があります。一方、資源の有効利用という点では、食品残さを肥料や飼料(エコフィード)として再利用、エコフィードで飼育した豚を原料にしたメンチカツ弁当の販売に至り、完全循環にすることを実現しました(→P12)。



ミニストップ株式会社 代表取締役社長 横尾 博
*2008年2月末日現在

今後も全体のバランスを考慮した温暖化抑制対策や食品リサイクルを推し進めます。

食の安全・安心への体制づくりをさらに強化

2007年は、産地偽装問題や期限切れ食材の使用問題、さらには中国産食品・食材の問題など、「食の安全・安心」に関わる様々な問題が報道されるたびに不安を抱かれた方も多かったのではないのでしょうか。

私たちが検査をこれまで以上に非常に厳しくしました。また、店舗での管理ルールを改善、匿名で内部関係者からの連絡を受け付ける「食の安心ホットライン」という制度もスタートし、管理レベルを強化しています(→P9)。

「安心」とは、ミニストップが原材料などの情報をお客さまにすべて開示することで、お客さまに不安を抱かせないことです。そのための体制作りを強化しました。

さらに、「健康をお届けする」という視点も意識しています。食育や栄養バランスといった面での配慮、その上オーガニック素材やフェアトレードの商品を取り扱い、非常に好評をいただいています。

ミニストップでは、コーヒー、オレンジジュースのフェアトレード商品を品揃えしていますし、2月にはフェアトレードのベルギーチョコソフトを地域期間限定で販売しました(→P1)。今後も販売検証を積み上げてフェアトレード商品の普及に努めます。

また、SELF+SERVICE*(セルフサービス)の商品を開東地区から取り扱いを開始、「健康」「安心」を利便さに加えてお届けできればと思っています。

社会からの信頼を高めるために

日々の業務にCSRの視点を組み込んだ活動を浸透させることが重要です。現在、ミニストップでは「SA業務改革」を強化しています。この目的は、SAの働き方の改善を通してミニストップ全体の業務の見直しを行うことです。まず実現可能なものから着手し、徐々にステップアップして組織全体の改善・改革へとつなげていく予定です。

従業員が自らのワークライフバランスを考え、自らやりがいのある職場環境を作ることができるよう会社はバックアップする体制を整えることが大切だと思います。

地域社会とのつながりの点では、継続性を重視、「花の輪運動」*2を20年行っており、小売業にとって、地域とのコミュニケーションは非常に重要です。

今、イオングループ各社はホールディングス化に向けての組織再編中で、CSRの方向性を見直しと整理の段階にあります(2008年5月現在)。その方向性を見極めた上で、ミニストップならではの課題を盛り込んだ方針を定めて、社会からの厚い信頼を得られる企業を目指します。

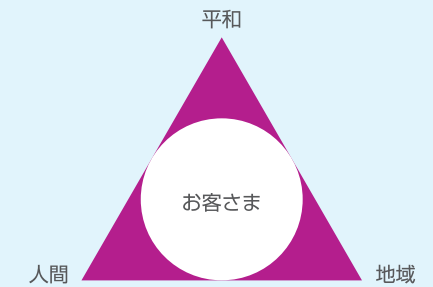


*1: SELF+SERVICE(セルフサービス)をコンセプトにしたイオンのプライベートブランド。
*2: 花の輪運動:お客さまからの募金とソフトクリームの上皿出金から「花の苗」や「木の苗」を毎年、応募のあった小学校に抽選で贈呈する活動。

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ペ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。

2008年の報告書は、今後の展開にさらなる期待が感じられる内容で、楽しく読ませていただきました。とりわけ印象的だったのは、地域との関わり、食の安全とエコへの取り組み、女性が働きやすい環境づくりの3点。誠実で積極的な姿勢に共感しました。

各地域で「チャイルドインターンシップ」や「花の輪運動」を継続されていることは素晴らしいですね。さらに、独自の地産地消ブランドを作る、あるいは近隣の農家と連携して朝市を開くなど、もう一歩地域に踏み込んだ発展を目指してはいかがでしょうか。いろいろな世代の人が集うコンビニならではの可能性が追求できそうです。

廃棄食品を飼料としてリサイクルする「エコフィード」で飼育された豚を、メンチカツ弁当の食材とする試みにも、エコへの熱い意気込みを感じました。この循環の輪を活用し、「田植えツアー」と同じように、地域の人々や子どもたちを巻き込んだ農場体験ワークショップなども、ぜひ実現してほしいです。

私は先だって出産し、今は育児中心の生活を送っています。そんな日々の、家事や育児を通して実感したり学んだりしたことを仕事に生かすことは、社会的にも有意

義だと確信します。企業が職場環境を整え、女性の視点を生かす仕組みづくりを進めれば、必ずや企業のパワーアップにつながります。ぜひ継続していただきたいです。バリアフリーでバギーを押して行ける、ギフトカタログでグリーン商品が選べる、ヘルシーな食べ物やフェアトレード商品が買える、そんなコンビニが身近に増えたらうれしいです。

それから、商品揃えと同じくらい大切なのが、店員さんです。店員さんが誇りを持って一所懸命に働いているお店に、自然と足が向くものです。そういう意味で、ソフトクリームのみスター制はとて素敵です。「エコフィード」の豚肉、フェアトレードの缶コーヒーやチョコレートなど、真心や誠実さが伝わる画期的な商品の開発や生産に携わっている人たちの顔も、ぜひ見せてもらいたいです。ピュアな思いを抱き、地道に現場でエネルギーを注いでいる人たちに、もっともっと光を当て、店頭でかっこよく伝えてみては…？幅広い層の人が集まるコンビニだから、社会的に大きなインパクトを与えられるでしょう。

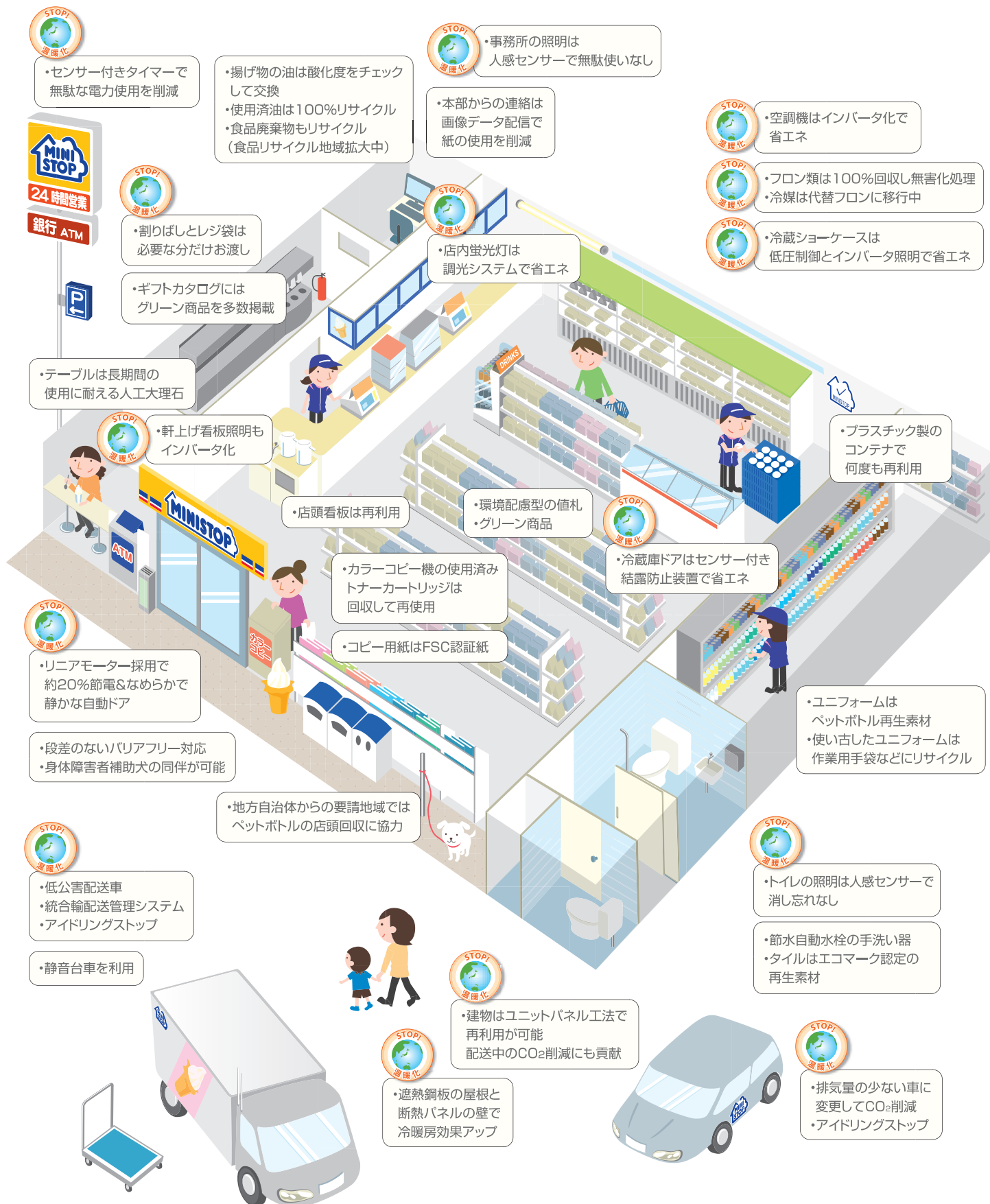
伝え方はとても重要です。その点は、改善の余地がまだありそうです。例えば、「マイ箸」。「省資源や、使い捨てのライフスタイルを考え直そう」という直球のメッセージで展開していますが、「自分のお箸で美味しく食べる贅沢さ」をアピールしてもよいのでは？フェアトレードカカオを使った「ベルギーチョコソフトプレミアム」のポスターなども、背景にある真心をもっと表現できたらはず。エコやフェアトレードの取り組みは、それ自体ひとつひとつが地味だからこそ、洗練されたデザインで共感を喚起したいものです。

多くの人が、環境負荷の高い商品を買うことを後ろめたく感じる時代になってきました。消費を煽るコンビニではなく、そっと背中を押して優しい消費に導いてくれるコンビニの実現に期待しています。優しさが根底に流れる商品やサービスを、優しい気持ちで買えたら幸せです。これからも、ミニストップさんらしい粋に捕らわれない試みを楽しみにしています。

ミニストップ 店舗エコマップ

お客さまに安全・安心、便利、そして健康をお届けするミニストップには、地球環境を考えた工夫もたくさんあります。お近くのミニストップで、これらの工夫をお確かめください。

※下記イラストは最新の店舗設備を基準にしており、一部対応していない店舗もあります。



ウェブサイトでは、廃棄物・物流・エネルギーについて詳しく紹介しています。http://www.ministop.co.jp/eeco_social/eeco_pd.html

ミニストップが大切に思う取り組み

食の安全を求めて

食の安全はミニストップにおけるCSR*の重要テーマです。お取引先と協同で安全な商品とラベルを通して情報を提供しています。*：CSR：一般的に「企業の社会的責任」と訳すが、本来は「企業が社会から信頼されること」

食材の調達

■中国を含む国内外の製造委託工場の安全管理を常に確認

2007年は、食に関して社会の信用を失う事件が多発しました。食の安全を重要課題に取り組んできたミニストップでは、国産はもとより海外産食材も、商品開発・生産管理・品質管理といった様々な担当者が産地や工場の調査点検を行います。

ミニストップの「うなぎ」は「お求めやすく、安全・美味」をお届けするため、中国の養殖・蒲焼加工、日本での2次加工まで一貫した管理のもと、幾度もの検査に合格した「うなぎ」を使用しています。



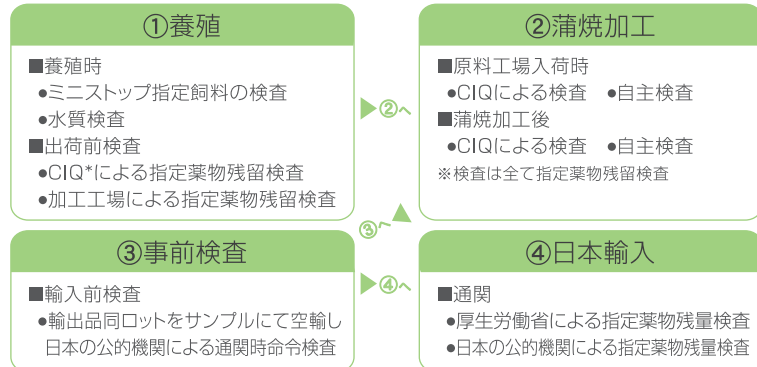
中国産うなぎ蒲焼製造の現場

公的機関レベルの自主検査



商品本部 米飯・デリカ商品部
商品開発担当 マネージャー
佐久間 斉

場所を問わず常に「安全」「おいしい」「品質の高い」食材を調達することを心がけています。蒲焼用「うなぎ」は養殖池を指定、稚魚から蒲焼までトレーサビリティできる体制をとっています。



自主検査内容：微生物6項目、抗生物質45項目、農薬検査、検体細菌検査、検査実施など
*CIQ:中国国家品質監督検査検疫総局

期限管理について

■店舗セルフチェック

店内調理加工ファストフード（FF）を取り扱うため、食材開封後の使用期限や、加工後の販売期限の管理を店舗ごとに行う必要があります。そこで、ミニストップではチェックリストや管理表のルールを設け、次のように管理しています。

- FFチェックリスト
FF食材（冷凍を除く）の期限チェック実施
- FFロス管理表
期限切れ食材は、FFロス管理表に記録して廃棄
- FF販売期限レシート
解凍、開封後の食材は使用期限レシートを出し、期限を守る

■使用期限切れ食材を使った店舗に対する対応

2007年に多発した期限管理に関する事件報道を受け、ミニストップではあらためて細部にわたる調査をしたところ、関東の店舗で管理の不徹底が見つかり、フランチャイズ契約解除となりました。この事件を厳重に受け止め、内部からの連絡を受け付ける「食の安心ホットライン」を設け、事件を未然に防ぎ、安全の確保に努めています。

商品ラベルについて

お客さまが安心して商品を選べるよう、食品添加物やアレルギーなどの情報を表示しています。また、これまで併記していた消費期限と製造日時のうち、表示を消費期限のみとし、識別、管理をやすくしました。

*商品ラベルについての詳細はウェブサイトをご覧ください。
http://www.ministop.co.jp/eco_social/social_safecom.html



店舗における衛生管理

第三者機関による衛生管理の調査や検査を行い、店舗衛生管理レベルの維持、向上に努めています。

- 店舗衛生調査（年2回）
店舗の衛生管理レベルが自主基準に達しているか調べます。
- ソフトクリーム自主検査
ソフトクリームの安全性を年6回の細菌検査により確認しています。

お客さまと取り組む温暖化防止

ミニストップは、お客さまのご協力のもと、レジ袋や割りばし削減に努めることで、温暖化防止に向けた取り組みを進めています。

レジ袋削減に向けて

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、レジ袋削減ポスター（右）を貼り、お客さまへの声かけをいつでも誰もが行うことができるように徹底を図ります。さらに、レジ袋の薄肉化や、適正サイズの利用を進めていきます。



入口ドアに貼っています。

■新たな削減方法の試み

2007年6月から千葉市内イオンタワー店では、レジ袋をご辞退いただいたお客さまに1円引きを試験的に実施、現在レジ袋削減と1円引きの効果を検証しています。

また、エコバッグをお客さまに無料配布するなど、独自にレジ袋削減に努めている店舗もあります。

1店舗あたりの年間お渡し量

	2005年度	2006年度	2007年度
レジ袋	231,464枚	237,215枚	244,598枚
割りばし	58,171膳	56,650膳	55,849膳

割りばしについての考え方

ミニストップではお箸を通して森林資源の大切さを発信しています。無料で差し上げる割りばし（サービス箸）を減らすために、「5円の木づかい」箸や「マイ箸セット」の販売と「マイ箸クラブ」の応援をし、「食事は自分のお箸を使う」「国産材の割りばしを使う」「サービス箸（外国産）はなるべくもらわない、使わない」というライフスタイルの浸透を呼びかけています。

■「5円の木づかい」箸

ミニストップが2006年6月から販売している「5円の木づかい」箸は、吉野（奈良県）産ヒノキの間伐材や製材端材から作られた割りばしです。お客さまにお買い上げいただいた5円の一部が、吉野地域の森林育成と活性化を促します。国産木材の使用は日本の森林の健全なサイクルを取り戻して二酸化炭素吸収量を増やすため、温暖化抑制に貢献できます。



木づかい運動「5円の木づかい」箸

■「どこでもマイ箸セット」

ミニストップでは、マイ箸普及のために、「マイ箸セット」を店頭で販売しています。「マイ箸クラブ」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」という人たちのネットワークです。



「どこでもマイ箸セット」



マイ箸クラブウェブサイト
<http://myhashi-club.net>

ミニストップは「チーム・マイナス6%」のチーム員です。

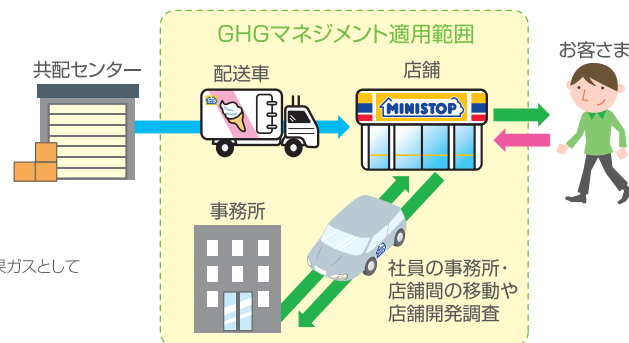
2008年から京都議定書の約束期間が始まりました。日本は2012年までの間に自国の温室効果ガス排出量を1990年の水準より6%削減しなければなりません。この削減目標に向けて、産業界だけではなく、国民一人ひとりがライフスタイルを見直し、日常生活の中で取り組むことが不可欠となっています。



省エネルギーとマネジメント

温室効果ガス(GHG*1) マネジメントについて

ミニストップでは、温室効果ガスの排出削減活動を漏れなく、適切に行うためガイドライン*2を参考にGHGマネジメントシステムを構築、2005年、組織面と事業活動面からマネジメント適用範囲を決めました。その範囲*3は、共配センターからの配送、店舗、事業所、事業所と店舗間の社員の移動です。



*1: GHG (Green House GAS): 「地球温暖化対策の推進に関する法律」(1998年制定)で、温室効果ガスとして定められたもの。二酸化炭素、メタン、一酸化二窒素、代替フロン等の6種類。
 *2: ガイドライン: 「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン」(平成17年)
 *3: エヌ・ピー・ジーエムエスネットワーク(株)は多業態の事業展開のため店舗のGHGのみ換算

二酸化炭素排出削減の取り組み

温室効果ガスの排出量が最も多い二酸化炭素の排出を削減するためには、店舗の電力消費を抑えることが最も重要なため、トップランナー方式による高効率設備の導入を行なっています。例えば、機器のインバータ化や低圧制御、店内蛍光灯の自動照度調整(調光システム)などを計画的に導入しています。

店舗における二酸化炭素排出削減の取り組みについてはウェブサイトをご覧ください。
http://www.ministop.co.jp/eco_social/eco_pd.html

また配送時の省エネ対策として、2002年に統合輸配送管理システムを導入しています。無線通信とGPS(全地球測位システム)を活用し、燃料消費の削減やアイドリングストップを図りました。さらに1998年以降、二酸化炭素の排出が少ない天然ガス(CNG)車を導入しています。

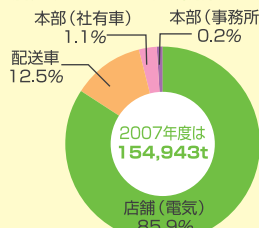
配送時の取り組みについてはウェブサイトをご覧ください。
http://www.ministop.co.jp/eco_social/eco_pd.html

1店舗での電力消費量

	2006年度	2007年度
電力使用量	190,932 kWh	192,086 kWh
二酸化炭素排出量*	74,651 t-CO ₂	75,110 t-CO ₂

* 排出係数は0.391(環境省より公表された値を使用)

活動領域別二酸化炭素排出の内訳



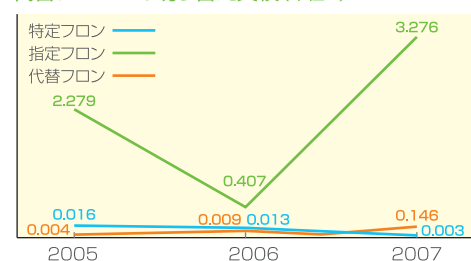
* 2006年度は151,042t

オゾン層破壊物質の根絶に向けて

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厨房冷蔵庫冷凍庫などの機器は、2007年度に回収・破壊を完了しました。

特定フロンの回収・破壊処理は、都道府県知事に認可された専門業者に委託して適正に行いました。

代替フロンへの切り替え実績(単位:t)



ISO14001の認証状況

2008年1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。審査の結果は不適合0件、書類運用、内部コミュニケーションの充実、専門教育のレベルアップなど10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。また、ISO14001の仕組みを活用して二酸化炭素排出削減を進めます。

法令違反について

発生件数は0件でした。また、環境に関する事故は0件でした。

環境マネジメントシステムの詳細はウェブサイトをご覧ください。
http://www.ministop.co.jp/eco_social/eco_ems.html

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。

4R*

*4R: Reduce(削減する)、Reuse(再利用する)、Recycle(再資源化する)、Reasonable Treatment(適正処理)

食品リサイクルの取り組み

ミニストップは食品廃棄物を「生ごみ」ではなく「資源」と捉えて1998年から、たい肥化など数々の実験と検証を繰り返し、2004年より神奈川県の一部で養豚飼料(エコフィード)化を始め、少しずつ実施地域を広げています。

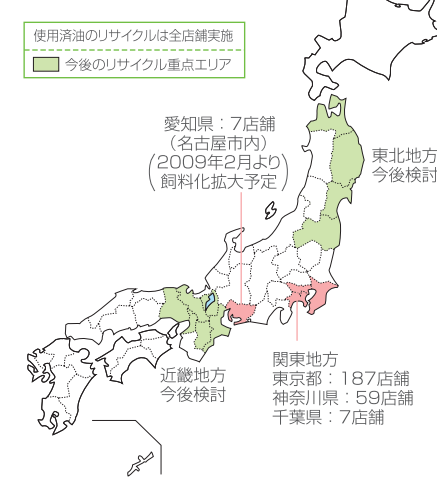
エコフィードで飼育された豚の肉をメンチカツの具にし、2008年4月「メンチカツ弁当」の販売が実現しました。



アリタホックサイエンス(養豚農家) 在田 正則氏

食の安心・安全が大きく揺らぎ、食糧の6割以上を海外に依存している中で、生産の現場に求められることは、「安心して美味しいものを食べたい」という思いに応えることです。そのために生産履歴を開示し、品質の向上をはかるとともに、食品廃棄物を資源として利用する、生産システムに取り組んできました。実績と経験を活かし「食」の安定供給にリサイクルループの一役を担ってまいります。

食品リサイクル実施店舗 (2007年度末)



	2005年度	2006年度	2007年度
食品リサイクル実施店舗数	258店舗	269店舗	260店舗*

* 閉店により実施店舗が減りました

ミニストップの食品リサイクル



使用済み油のリサイクル

1980年の創業以来、店舗が排出する使用済み油は委託業者を経て100%リサイクルしています。現在、家畜飼料、石けんやインクにリサイクルしています。

1店舗あたりの年間排出量

	2005年度	2006年度	2007年度
一般廃棄物	—	19.3t	22.1t
使用済み油	—	2.4t	2.1t

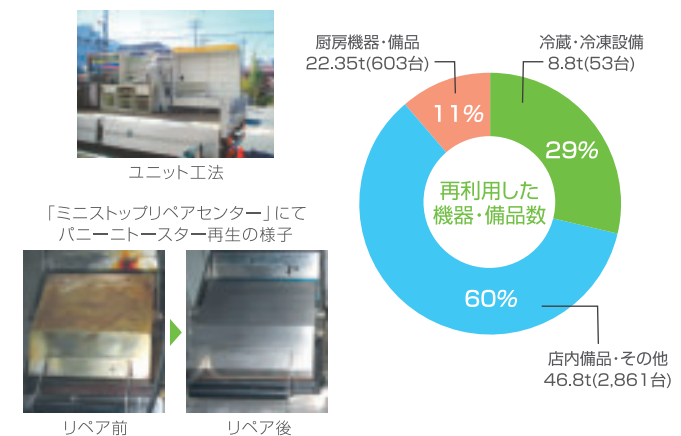
*2005年度は計測方法見直しのため、経年データをとりませんでした。

建築廃材のリデュース・機器のリユース

店舗の建築時には、工場で作成したユニットを現場で組み立てる工法を、建設条件が合う物件で採用、廃材の発生を抑えています。また、ユニット仕様のため再利用が可能です。

店舗改装・閉店時には、部品などを「ミニストップリペアセンター」へ集めて修理再生、店舗で再利用しています。

店舗・機器リサイクルについての詳細はウェブサイトをご覧ください。
http://www.ministop.co.jp/eco_social/eco_pd.html



ミニストップと社会との関わり



ミニストップはイオングループの基本理念のもと、ミニストップの経営ビジョン(→P6)の実現に向けて日々事業活動を行っています。同時に、お客さまや株主、地域の皆さま、お取引先、加盟店、従業員など様々な立場の方に支えられ、ともに歩むことを念頭に置いた取り組みを行っています。

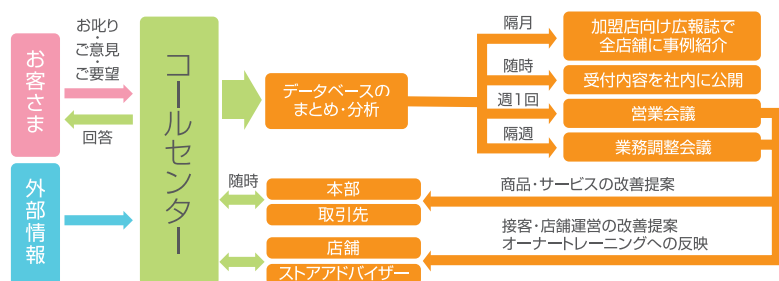
そのために様々な立場の方との対話を行いながら社会から信頼されるミニストップであるための活動を続けます。

- お客さま……商品・サービスをご利用いただく方すべてが大切なお客さまです。
- 地域の皆さま……地域により地元警察との協力、災害時の対応をしています。
- お取引先……公正な取引のもとパートナーシップを築きます。
- 加盟店……「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。
- 株主……財務、経営の強化の他、社会面からも企業価値を高めることで株主・投資家の皆さまへの利益還元を充実させます。
- 従業員……本部に所属している人を指します。一人ひとりが「やりがいのある」会社作りに向けて「業務改革(→P3)」に着手しています。
- NPO・NGO……持続可能な社会の実現に向けて、協働しています。(→P1)

お客さまとの関わり

お客さまの声を聞く仕組み

1998年2月、コールセンターを設置、2008年2月に「お客さま対応方針」を定めました。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。



お客さま対応方針についての詳細はウェブサイトをご覧ください。
<http://www.ministop.co.jp/correspondence/index.html>

フレンドリー調査

接客と店舗の清潔さを保つため、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て各店舗の接客と清潔さをチェックと、点数評価をし、結果をストアアドバイザーが各店舗に伝えます。2007年度の調査結果として、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、速やかに対応しました。

地域社会との関わり

チャイルドインターンシップ

チャイルドインターンシップとは、小中学生の職場体験学習を受け入れる制度です。子どもたちに地域社会の一員であることを認識してもらう、働くことの厳しさを体験するとともに働いている方々への感謝の気持ちを持ってもらう、地域の方々との交流を図りつながりを深めること、などを目的に2005年より独自のプログラムに沿って進めてきています。

昨年は過去最高の375名、129店で受け入れ、地域の方々との交流も深まってきました。

チャイルドインターンシップについての詳細はウェブサイトをご覧ください。
http://www.ministop.co.jp/internship_child/index.html

セーフティステーション活動

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。

セーフティステーション活動についての詳細はウェブサイトをご覧ください。
http://www.ministop.co.jp/eco_social/social_safety.html

未成年者への酒類・たばこ販売に関する報告と是正

未成年と見られるお客さまが酒類・たばこを購入する際は、レジでの年齢確認に努めていますが、2008年1月神奈川県内店舗にて、18歳男性2人にサワー類を販売してしまいました。全従業員に指導を行うとともに、今後このようなことのないよう、酒類販売の際には年齢確認をさらに徹底します。



入ロフトにポスターを貼っています。

加盟店との関わり

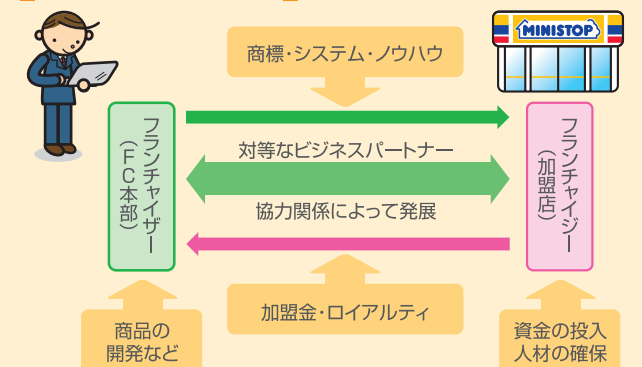
ミニストップはフランチャイズ契約を交わした本部と加盟店から成り立ちます。店舗特性や地域特性に応じ、加盟店オーナーと連携して人材育成に取り組むほか、店舗の活性化など双方のパートナーシップを強化できるよう、勉強会やセミナーなどを実施しています。

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

	2005年度	2006年度	2007年度
FC契約士認定者数	91名	85名	82名

店舗従業員育成支援(YP)

ミニストップは、店舗従業員のやりがいがお客さまの満足度につながると考え、従業員の教育や組織化を進める独自の仕組みYellowtail*1 Program (YP:イエローテイル・プログラム)を活用しています。2004年にスタートしたYPも、2007年度にはSL(ストアリーダー)を約650名(在籍率30%)輩出するにいたり、本格的に活躍する体制になりつつあります。2008年度には、YPもセカンドステージに入りさらに発展させていく予定です。また、少子高齢化が進む中、人材確保と育成も重要な課題のひとつと考え、特に都市部では、外国人従業員*2に対しての教育カリキュラムをつくるなどの整備を進めています。

*1: Yellowtail(イエローテイル)とは、出世魚のブリのことで、店舗従業員がステップアップすることを意味しています。
 *2: 現在中国籍スタッフ用教育ツールの制作と運用を進めています。

【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」

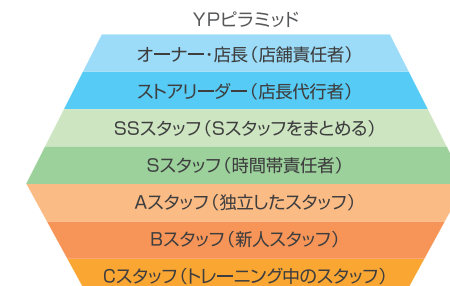
契約に関する件数*1

契約状況	2004年度	2005年度	2006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)	163店*3	189店	200店
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)	84店	67店	79店
更新された加盟者の店舗の数	99店	98店	84店
更新されなかった加盟者の店舗の数	38店	54店	73店

訴訟件数*1

訴訟内容	2004年度	2005年度	2006年度
加盟店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: 2007年度データは「フランチャイズ契約の要点と概説」で2008年7月公表予定です。
 *2: 契約期間は満7年です。
 *3: JR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。



FCサポート本部 加盟店トレーニング部
 YP・人材開発担当 堀込敬介
 “楽しくてやりがいがある”働き方を。YPにはスタッフの向上心を刺激し、お客さま満足度につながる役割があります。

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、匿名でご意見や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」を導入しています。活動一つひとつについてご意見をいただくことができるため、具体的に社内へフィードバックできます。

【レジ袋の削減活動へのご意見】

●24時間営業のコンビニでレジ袋の有料化は難しいかもしれませんが、その分もっと努力すべきだと思います。レジ袋を断ろうと思っても既に袋に入れていることが多く、なかなか断れません。過剰包装を嫌いながらも断れない人のためにもレジでの声かけを徹底してほしいと思います。(お客さま)

【食品リサイクル活動へのご意見】

●食品リサイクルについて、以前テレビで、食品廃棄物を製品化した飼料を、なかなか買い取ってもらえないと言っていたのを見たため、実際に活用されているのを嬉しく思います。道のりは険しいかもしれませんが、実施店舗がさらに増え、いずれは全店舗で実施されて欲しいと思います。(お客さま)

【フェアトレード商品についてのご意見】

●これからは、原材料などの情報のみではなく、環境や人権にも配慮している製品が「安心して選べる商品」なのだと思います。自分の消費活動により、踏みにじられている環境や人権があると理解したら、気持ちよく買物ができる人はいません。イオングループがフェアトレード商品を扱い始めたことには大変高く評価しています。ミニストップでもチョコや缶コーヒーなど扱うと聞いて嬉しくなりました。コンビニでフェアトレード商品を販売することは非常に意義があります。スタンダードになることを心から願っています。(お客さま)

ご意見・ご感想をお寄せください。

ミニストップ株式会社 経営企画本部 CA推進部 環境推進担当

〒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
e-mailアドレス hp@ministop.co.jp

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・ご感想を下記のはがき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。

- 1. 「ミニストップCSRレポート2008」の中で、もっと知りたいと思われた点は何ですか？
- 2. 「ミニストップCSRレポート2008」についてのご意見・ご感想をお聞かせください。
- 3. その他ご意見・ご感想がございましたらご記入ください。

ご協力ありがとうございました。

■3. その他ご意見・ご感想がございましたらご記入ください。

■2. 「ミニストップCSRレポート2008」についてのご意見・ご感想をお聞かせください。

■1. 「ミニストップCSRレポート2008」の中で、もっと知りたいと思われた点は何ですか？

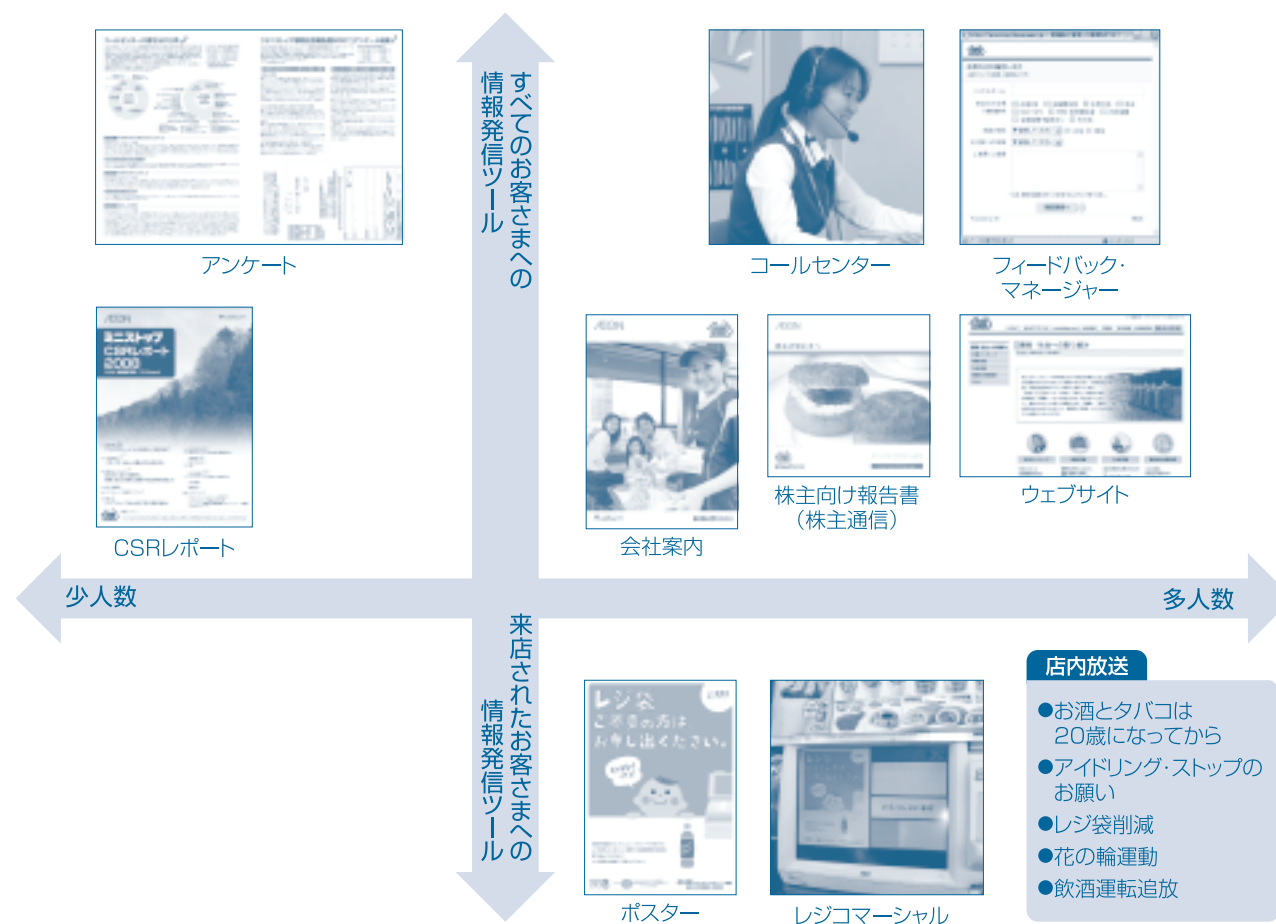
ミニストップCSRレポート2008 アンケート

ご意見・ご感想をお寄せくださった方に、
 感謝の気持ちとしてソフトクリーム券をお送りいたします。



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/>
- **株主向け報告書(株主通信)**
 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。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。
- **CSRレポート**
 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ご不要な方は従業員へお申し出ただけをお願いなど、お客さまとともにできる活動を呼びかけています。
- **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。

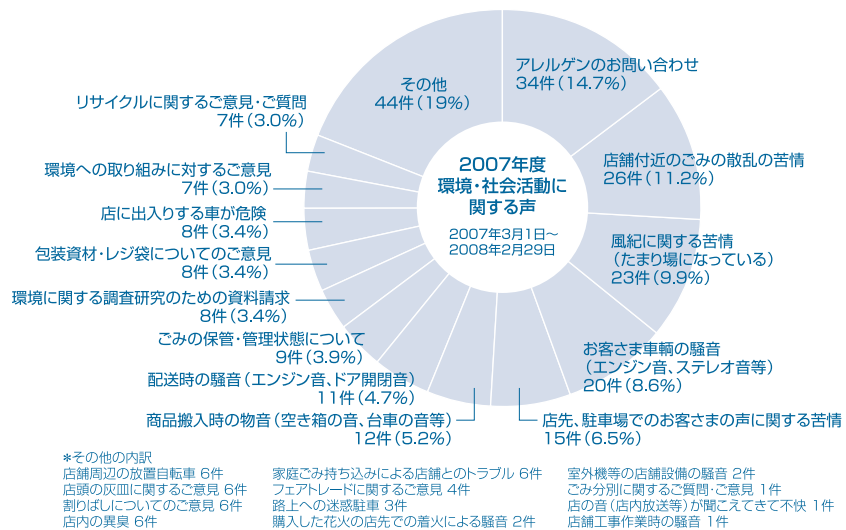
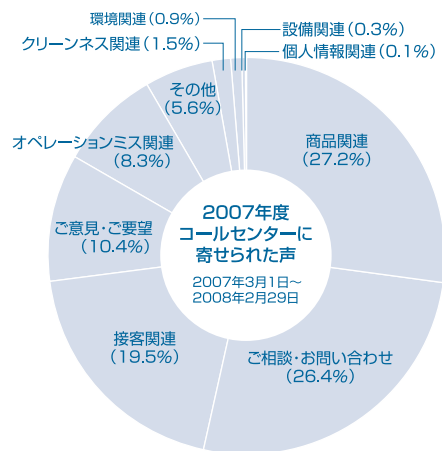
店内放送

- お酒とタバコは20歳になってから
- アイドリング・ストップのお願い
- レジ袋削減
- 花の輪運動
- 飲酒運転追放

コールセンターに寄せられた声

2007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14,993件(対前年比114.7%)でした。電話が75.6%、ウェブサイトから24.1%、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。当社は、2008年度3月に「お客さま対応方針」を定め、「お客さまの声」を加盟店と取引先とともによりいっそう経営の改善に役立ててまいります。環境に関する声は全体の1.5%となり、2006年度に比べ110.9%でした。2月に実験販売をしたフェアトレードのカカオを原材料に使用したソフトクリームに関して、実験にもかかわらず励ましや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。



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(*)
2005年度	11,448件 (175件)
2006年度	13,065件 (202件)
2007年度	14,993件 (224件)

*1 環境に関するご意見・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。

「ミニストップ環境社会報告書2007」アンケート結果

2007年5月に発行しました「ミニストップ環境社会報告書2007」のアンケートに50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ミニストップの環境・社会取り組みの中で参考にさせていただき、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しました。

* () 内は報告書を読まれたお立場

環境社会報告書の発送依頼件数

年 度	承り件数
2005年度	783件
2006年度	1,005件
2007年度	1,663件

*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2007」に関するご意見・ご感想

【お褒めの言葉】

- フェアトレードの姿勢に共感を覚えます。またセーフティステーション＝ミニストップと近隣の方に認識されるといいですね(株主)
- 全体的に非常にわかりやすく、好感ももてた。“ソフトクリームができるまで”についてはミニストップのソフトクリームが好きなので、興味深く読ませていただいた。(企業・団体の環境担当の方)
- 商品ラベルが非常に分かりやすく、アレルギー体質の子どもの安全を確保して買い物ができるので助かっています。(お客さま)

【さらなる取り組み改善へのご意見やその他のご感想】

- 「ミニストップが大切に思う取り組み」を読んで考えさせられた。私たち消費者も店側ばかりに環境問題を任せるのではなく、自分たちができることをしなくては良い結果が得られないと思う。(お客さま)
- P6の店舗での環境配慮について、意外と知らないことがたくさんあり驚きました。廃棄物削減の取り組みについて、これからもいろいろ工夫してがんばってください。(株主)
- 報告書を読むとミニストップの活動内容がよく分かるが、店舗ではこれほどアピールしていない。もっと取り組みをアピールすれば客の意識も芽生えると思います。(お客さま)
- CSRに関連する貴社の活動が特集として要領よくまとめられ、感心して読みました。食の安全性については、消費者が安心・信頼できるよう、さらに詳細な説明が欲しい。(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】

- 今後の高齢化社会への対応を期待します。高齢者が買い物しやすい環境の整備をお願いします。(株主)
- 企業は利益を得た分、世の中に還元していくべきものと考えます。良い取り組みを今後もがんばってください。(お客さま)
- 店舗で買い物をする際の袋の要・不要を問う声かけがまだ少ないと思う。(株主)
- いつでも、どこにでもあるコンビニだからこそ、社会にも環境にも人にも優しいお店になってほしい。(お客さま)
- お店の個々における活動内容のアピールが弱いと思う。地球環境を守る活動はみんなの協力が必要なので、もっとアピールしても良いと思う。(株主)
- 私もレジ袋やおはしなど、なるべくもらわないようにしています。お店も私たち消費者も地球に優しい…をモットーにしたいですね。(お客さま)
- 豊かな国で、豊かな生活と様々な見識を深めることのできる子どもがいる一方、世界では児童労働者が多くいることは驚きでした。そのような国の子どもたちにも援助活動ができるといいと思います。(お客さま)

CASE 1 「店頭の灰皿と接客に関する」お申し出

9/25(火) 16:55 メール受信。

会社がすぐ近くのため朝と昼に、二度利用させていただいております。改善され気持ちよく利用できることを望んでいます。前面道路が喫煙禁止区域であるにもかかわらず、店舗入口に灰皿が設置してあるため、店舗の前に喫煙者が集まっている場合があり、気持ちよく入店することができません。また、レジを打つ時に店員同士で話をしながら仕事をしている場合やレジ作業の時、商品をひったくるようにして、バーコード読みをするのもあまり感じのよいものではありません。(東京都ご在住の方より)

対応後にいただいたお客さまのメール

私がメールしてすぐに、灰皿の撤去をさせていただいたので、弊社社員を含め喜んでおります。今までの習慣で灰皿のあった所で喫煙をしている人がいますが、時間が経過すれば喫煙する人もいなくなると思っております、いずれにせよ早い対応ありがとうございました。

CASE 2 「接客に関する」お申し出

7/28(土) 22:30 メール受信。

夜10時過ぎに店舗へ行ったのですが、駐車場の一画、おそらく自分たちの車の前に若者数人が集まっていました。どうやらそこで何か盛り上がっているようで、その場所は店舗内からも見える位置にあるのですが、店員は注意をしないのでしょうか?近くにミニストップが出店してきたことはうれしいですが、それにともなって、そういう若者のたまり場になる可能性があり不安です。(静岡県ご在住の方)

ストアアドバイザーからの報告

オープン直後だったので目が行き届きませんでしたが、オーナーと話し合い、これからは地域に愛される店を目指します。また、オーナーからはたまっている若者へは注意しますとのことでした。

CASE 3 励ましのお言葉

1/28(月) 21:10 メール受信。

いつも利用させていただいております。本日新商品の「塩キャラメルソフト」を購入させていただきましたが、店員の方のご対応に感激し、お礼を申し上げたく、ご連絡させて頂きました。私には現在9ヶ月になる息子がおり、母乳育児中なのですが、息子は卵と小麦アレルギーのため、私も卵・小麦を完全除去しております。そのため、大好きなソフトクリームもコーンが食べられないのでいつも泣く泣く諦めていたのですが、本日試しにレジに居た女性の店員さんに「アレルギーでコーンが食べられないので何か違う容器に入れてはいただけませんか?」と尋ねたところ、快く引き受けてくださり「他のデザートも食べられないモノは除去できますよ」とおっしゃって下さいました。元々甘いモノが大好きな私ですが、息子のためと食べたものもずっと我慢していただけに、こちらのミニストップでは大好きなソフトクリームや他のデザートも食べられるなんて、本当に感激です。これからも足繫く通いたいと思います。本当にありがとうございました。塩キャラメルソフトも本当に美味しかったです!!また買いに行きたいと思えます。他の店舗でも同様に対応してくださいと、アレルギーを持つ子の親として、こんなに心強いことはないです。(東京都ご在住の方)

ご記入いただいた個人情報はレポートおよびソフトクリーム券送付の目的のみに使用いたします。またミニストップはレポート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、滅損・紛失および不正アクセスを防止します。

郵便はがき

101-8796
517

東京都千代田区神田錦町1-1
神田橋安田ビル3F

ミニストップ株式会社
経営企画本部 CA推進部 環境推進担当行

料金受取人私郵便
神田支店 承認
7463

差出有効期限
平成21年5月
20日まで

お名前	性別 (男・女)	() 歳代	
ご住所 〒 () () ()			
お電話番号 () () () - () () ()			
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)			
<input type="checkbox"/> お客さま <input type="checkbox"/> お取引先 <input type="checkbox"/> NGO/NPO <input type="checkbox"/> 企業・団体の環境担当			
<input type="checkbox"/> 株主 <input type="checkbox"/> 研究・教育機関 <input type="checkbox"/> 学生 <input type="checkbox"/> 行政機関 <input type="checkbox"/> 店舗関係者			
<input type="checkbox"/> その他 ()			
次回の「CSRレポート」を希望なさいますか。(2009年5月発行予定)			
<input type="checkbox"/> はい <input type="checkbox"/> いいえ			