

会社概要 2009年2月末現在

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
代表取締役社長 阿部 信行

設立
1980年5月21日

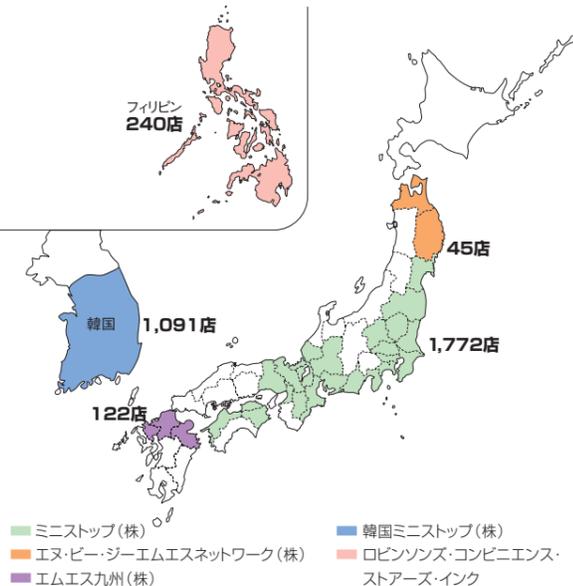
資本金
74億91百万円

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)



報告書印刷での配慮

■印刷用紙



森林での伐採から、製紙、印刷までの流れが適正であるというFSC森林認証紙を使うことで森林保護に貢献できます。

■インキ

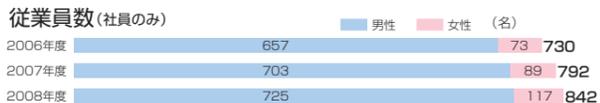
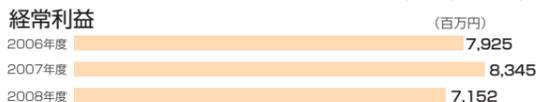
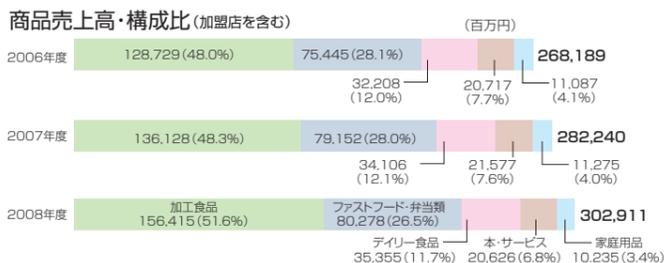
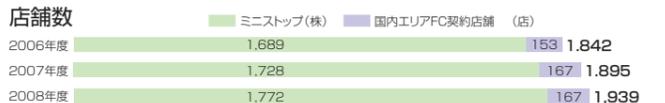


大気汚染の原因となるVOC(揮発性有機化合物)の発生を減らすため、印刷インキは植物性のインキを使用しています。

■印刷方式



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。



*売上高と経常利益は単体ベースになります。
*記載金額は、百万未満を切り捨てて表示しています。

編集方針

- 考え方**
1.お客さまに向けて
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。(→P15)
2.分かりやすさ/読みやすさ
表現を平易にしたほか、一読して全体が把握できるようにしました。
3.詳しさ
ミニストップについてより詳しく知っていただくため内容を拡充し、ページ数を増やしました。
4.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2008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
5.GRIガイドライン第3版/環境報告ガイドライン2007年版を参考に制作
ミニストップにとって重要と思うことを中心に制作しました。

- 対象期間(数値・所属・役職名)**
2008年度(2008年3月1日～2009年2月28日)

- 報告対象**
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
※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

地球温暖化に加え、リーマン・ショックやインフルエンザなど常に変化し、対応を迫られる社会。企業はその変化に対応して存続を図りますが、CSRの取り組みは、変化への対応部分と不変部分という両輪で成り立っています。本誌では、食品の安全性や温暖化対策という企業として不変で重要な事柄、マテリアリティを掲載。活動内容と結果へのご意見・ご感想を寄せいただければ幸いです(0)。



川崎・野口・伊東
岡村・森出

お問い合わせ先 ミニストップ株式会社
経営企画本部 環境・社会貢献部
森出 芳孝・岡村 幸代・川崎 茂樹・野口 秀明・伊東 祐紀
〒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
ウェブサイト 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/2009年6月・通算第10号(次発行日は2010年6月を予定しています)
◎監修/株式会社クレアン



木を植えています
私たちはイオンです

ミニストップ CSRレポート 2009

2009 MINISTOP CSR Report

01 社長座談会
地球温暖化防止を通して新たな価値観を

03 社長コミットメント
新しい価値観の創出を目指して

05 第三者意見
06 ミニストップ 店舗エコマップ

特集
—ミニストップが大切に思う取り組み—

07 地球温暖化防止
09 食の安全
11 地域との共生



表紙メッセージ

樹木の成長に長い年月を要する日本では、古より森から伐り出した木を大切に使うてきました。木の皮までも利用し、自然の恵みを余すところ無く享受する精神は、森に関わる人たちに私たちに伝えられます。そうした恵みのひとつである国産割りばしを通して、森の恵みとそこに携わる人たちに思いを巡らせてみましょう。

(撮影地 奈良県吉野郡下市町:「5円の木づかい」着産地)

環境報告
13 地球温暖化防止と環境マネジメント
14 循環型社会に向けた4R

社会性報告
15 ミニストップと社会との関わり
15 お客さまとの関わり
16 従業員との関わり
17 加盟店との関わり
18 フェアトレードで生産者とお客さまの橋渡しを

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CSRレポート2008」アンケートより
2009アンケート

地球温暖化防止を通して新たな価値観を

地球温暖化対策が重要な課題となり、ミニストップにもさらなる取り組みの進化が求められるようになりました。今後、ミニストップは何をすべきか、有識者の方々と交えて取り組みの方向性を探りました。

この座談会は、2009年2月17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

地球温暖化対策の現状と今後

——地球温暖化対策でコンビニエンスストアがいろいろと注目される中、ミニストップはどんな点にポイントを置いているのでしょうか。

阿部:大きく分けて、店舗での取り組み、すなわち設備や店舗運営ですね。そして、レジ袋の削減など、お客さまやスタッフの教育などコミュニケーションを図りながら進める取り組みです。

渡邊:設備面での取り組みでは、省エネ機器の導入を進めることが何よりも効果的です。

高岡:具体的にはどのような省エネ機器なのでしょう。

渡邊:店舗のエネルギー消費電力の多いものから順に冷蔵・冷凍機器、空調、照明となります。それぞれをよりエネルギー効率の良いものに交換しています。店舗で揚げ物をつくるためのフライヤーについては、省エネ性の高い機器がなく、調理の方法などで工夫する必要があります。使わない時間はフライヤーに蓋をして省エネにつなげることを考えています。

辰巳:京都には、看板の照明をLEDに切り替えた店舗があるそうですね。

渡邊:蛍光灯に比べると暗いですが、消費電力はまったく違います。看板の役割を考えれば、その店がミニストップであることをしっかり認識できればよいと思います。

高岡:これまでが、明るすぎたのではないのでしょうか。どこも明るさを競っている気がしますが、繁華街などは必要ないかもしれませんね。

阿部:これまで、他より明るくという競争でした。それは正しい競争だったのか、私たちはしっかりと見極め、無駄なことは勇気をもってやめることも大切です。

渡邊:これからは暗さへの挑戦というのも考えられますね。店舗における設備面での省エネは限界まできているといえます。太陽光発電などの自然エネルギーを導入したり、使用済み油をバイオディーゼルとして利用したりすれば、まだ可能性はありますが、コストや規制など解決すべき点が多いです。

辰巳:そうした店舗での努力は、きちんとお客さまに伝わっているのですか。

阿部:現在はお客さまとのコミュニケーションが十分ではないのが課題です。

辰巳:それは、もったいないですね。環境への配慮は、お客さまがお店を選ぶときの大切な要素です。努力しているお店で買い物をすると思っている自分まで気分が良くなりますのに。

新たな豊かさや価値観の提供

——CO₂情報として、新たに「カーボンフットプリント(以下CFP)」が登場しました。

辰巳:「CFP」とは、商品の生産から廃棄・リサイクルまでに排出したCO₂の量を表す仕組みです。今後は商品に「CFP」マークが表示されていくことになると思います。現在、「CFP」の算定方法の整備が進められていますが、CO₂排出量を単純に比較するのではなく、「商品が生産から廃棄・リサイクルまで、地球温暖化に関わりがある」とまずは知ってもらうことに意義があると思っています。

阿部:CO₂情報だけではなく、商品生産の上流までさかのぼってお伝えするわけですから、食品であれば、それは商品の安全・安心の提供にもつながりますね。

辰巳:商品の上流が分かるものという、フェアトレード商品もそのひとつですね。

阿部:2008年には、これまでのフェアトレードのアイスコーヒー以外に、ドライマンゴやチョコレートも販売を開始しました。

高岡:昔、百貨店は豊かさを提供する小売りだといわれ、新しいライフスタイルや文化を私たちに提供する場でした。お客さまはモノを消費するだけでなくライフスタイルを消費することで心に豊かさを得ていたのですね。「CFP」やフェアトレード商品を置くことは、新しいライフスタイルの提案ともいえますね。

阿部:私たちは、現在100年に一度といわれるほどの経済状況の中にいますので、人々の関心はどうしても環境よりも経済に向けられがちですが、こんなときこそ、今までの豊かさに対する考え方を変える提案が必要です。

高岡:新しい価値観をつくってもらって、提供してもら



立教大学 経営学部 教授
高岡 美佳 氏

企業は「カーボンフットプリント」や「フェアトレード」商品情報を共に提供したり、企業の姿勢を棚割*1やパッケージなどに示したりして「見える化」することが重要だと思います。



ミニストップ株式会社 代表取締役社長
阿部 信行

物質的豊かさの追求の代償が、現在の地球温暖化問題につながっています。地球温暖化対策を推進しながらも、お客さまが、心豊かになれる商品づくりや、サービスをご提供できる企業を目指します。



日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 常任理事
辰巳 菊子 氏

お客さまは「カーボンフットプリント」や「環境ラベル」などの持つ情報が商品を選ぶときの目安だけと考えず、本来その商品が持っている環境負荷に関わる情報であることも理解する必要があります。



業務推進本部 本部長
渡邊 勝巳

LEDを使うだけで大幅なCO₂排出量削減につながるわけではありません。様々なコストリスクを踏まえ、経営とのバランスをとりながら、最も効果的な対策を追求していきます。

えると、お客さまは嬉しいですし、お店の姿勢に信頼を寄せられれば、安心してお買い物ができますね。ラベル情報に頼らず、「ミニストップで売っているものなら安心」と思ってもらえる街のコンシェルジュのような存在になってほしいですね。

地球温暖化防止を通してミニストップが目指すこと

——有識者の方からの提案が、今後どのように活かされていくのでしょうか。

阿部:今後は、コミュニケーションをより強化していく必要があると考えています。加盟店や本部スタッフと、地域の方やお客さまなどへのアプローチの仕方は違いますが、きちんと伝えて理解してもらうことが大切です。

辰巳:先ほどのコンシェルジュの話ではないですが、ミニストップといえばソフトクリームですよね。ソフトクリームにちょっとCO₂情報をつけてみると、加盟店さんや本部スタッフの方、お客さまにもしっかりと情報が伝わるし、ソフトクリームの製造から販売への関心も高められるのではないで

しょうか。

阿部:ソフトミックス*2の輸送に、モーダルシフト*3を利用して、CO₂排出削減への配慮もしています。ミニストップならではの商品を通して情報を発信することも是非実現していきたいですね。温暖化防止につながる一つひとつの試みを、店舗でしっかり発信して、ミニストップに足を運んでいただく、商品を手にとっていただく、店舗スタッフとお話ししていただく、といった中で、お客さまが心豊かになっていただけるような企業を目指したいと思います。

*1 棚割:商品棚にどのような商品をどう並べるかを定めること
*2 ソフトミックス:ソフトクリームの原料となる液体
*3 モーダルシフト:トラックでの貨物輸送を鉄道や船舶に切り替えること

座談会まとめ

- これまで当然と思っていた価値観を見直す店舗づくりを目指す。
- 温暖化対策を店舗での様々な情報発信を通して、お客さまや加盟店スタッフにお伝えする。



社長コミットメント

新しい価値観の創出を目指して

イキイキと働くミニストップであるために

社長に就任したこの1年間は、店舗や本部のスタッフの教育やコミュニケーションに力を入れてきました。特に、独自に開発した店舗スタッフ育成支援（イエローティールプログラム→P17）を充実させたことにより、より大きな責任を担うストアリーダーが店舗で次々と育っています。ミニストップで働くことが誇りとして、目の輝きも増し、日々の仕事のやり方も変化し、それがお客さまへのサービス向上へとつながっていくと考えています。

また、お客さまに私たちの想いを伝えていくためには、本部スタッフが気持ちをひとつにしていく必要があります。そこで、昨年からは本部スタッフと直接対話する機会を部門ごとに設け、それぞれの職場における課題について意見交換をしてきました。ミニストップはまもなく30周年を迎えます。次の30年後、ミニストップはどうありたいかを本部スタッフ自ら考えるプロジェクトを始めています。

環境、食の安全をお伝えするために

コンビニエンスストアは、環境面や食の安全・安心面で常に注目されています。なぜなら、お客さまの生活に近い存在であり、店舗数の多さから社会インフラとして期待されているからこそと考えています。

食の安全面では、引き続き原材料調達、衛生管理、期限管理、販売のあらゆる点に気を配るように努めていきます。原材料調達では、担当者が国内外を問わず生産地や加工工場へ足を運び、自らが安全を確かめたものをお届けできるようにしています。社会やお客さまが望むレベルの衛生管理を維持するために、常にスタッフを教育し続けることが欠かせません。

本部と加盟店、オーナーと店舗スタッフ、店舗とお客さまなど、日ごろからお互いの関係性を密にして、しっかりと話をすることで、「ああ、ミニストップなら大丈夫ね」と誰もが安心して商品をお買い求めいただけるようにしていきます。

環境面では特に、地球温暖化防止に向けて一層の努力が求められるようになってきました。コンビニエンスストアの24時間営業についても議論されていますが、社会インフラとしての役割と環境への影響とのバランスを冷静に見定めつつ、CO₂排出削減をすることが必要です。例えば、電力消費量の多い冷蔵・冷凍設備は営業時間に関わらず24時間稼働するため、省エネ効果の高いものに適宜切り替え、導入を進めることなどです。すでに「自主行動計画*」で設定した目標は達成の見込みですが、今後もさらにCO₂排出削減に向けて努力していきます。



ミニストップ株式会社 代表取締役社長 **阿部信行**

またリサイクルでは、食品残さから米へとリサイクルループの輪を広げる実証実験を2008年秋から行いました。店舗機器についても状態に応じて再利用し、資源の有効利用に努めます。

環境面の取り組みは、各自の日々の業務一つひとつに組み入れられてこそ、効果を発揮するため、店舗や本部のスタッフが環境意識をさらに高めていかなければなりません。その環境意識がお客さまに伝わると、レジ袋削減などのように、お客さまと店舗が一緒に取り組みを進められると考えています。

地域・社会への貢献

チャイルドインターンシップ（→P11）は、学校教育に貢献するとともに、これからは、店舗での地球温暖化防止の取り組みや、フェアトレード商品、食の安全などについて学ぶ場としての役割も担っていければと思っています。また、24時間営業を、女性や子どもの駆け込みや



災害時帰宅者支援に役立てるなど、セーフティステーション（→P12）としての役割を、地域・自治体と協力しながら、しっかり果たしていきます。

現在、海外にも出店しています。環境問題、労働面などの社会的問題、食の安全面の取り組みが進んでいない国もあります。ミニストップは、各国の文化、風土、制度に合わせ、きちんとした取り組みをしていくことにより、その地域の皆さまの信頼を得ていきます。

ミニストップは「心の豊かさを得られる拠点」へ

経済も、環境も世界規模で影響を受ける時代で、直接関係ないところで起こっている出来事が、身近な生活に影響を与えることが少なくありません。現在の経済状況は利益だけを追い求めた結果ですが、同時に価値観や豊かさを見直す機会だともいえます。

私たちの場合は、店舗で「質」にこだわった「本物」を提供していきます。例えば、フェアトレード商品は体の健康と心の安心をお届けするものです。それは、今までにない「価値観」と「豊かさ」の提案でもあり、他のコンビニエンスストアとの差別化につながります。お客さまが、ミニストップに足を運ばれることで、「心豊か」になってもらえる、そんな企業を目指していきます。

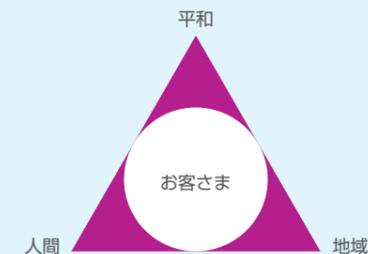
* 自主行動計画:京都議定書の目標達成のため、業界ごとに策定した計画。コンビニエンスストア業界は2008年から2012年までの5年間の温室効果ガス排出量の平均値を原単位（床面積×営業時間当たりエネルギー消費量）で1990年度比23%削減を目標としている。

PRESIDENT COMMITMENT

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

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



生活コラムニスト
ももせ いづみ

メーカーで10年間、文化事業の企画などを手がけたのちに独立。現在は生活コラムニストとして新聞・雑誌で活躍中。農林水産省の「食の未来を考える戦略会議委員」などを務める。著書に「やれば得する!ビジネス発想家事」など。暮らしに根ざしたコラム、家事改革への新発想は、男女問わず幅広い世代から支持を集めている。

私は15年ほど前から、働く女性に向けた情報発信を続けてきました。女性に限らず、昼間地域にいる時間が少ない人たちが暮らしの質を維持していくためには、これまでとは違った家事のノウハウが必要です。便利な商品は積極的に取り入れ、よいサービスがあるならどんどん利用する。そうした発想の転換をしていくことが大切なのだと思っています。

さて、そこでコンビニです。私がこうした活動を始めた頃は、便利でも買い物をコンビニで済ませることに抵抗を感じるファミリー層は存在していました。そんな意識が、その後大きく変化し、周囲でもコンビニのお弁当や食材がおいしくなったという人が増え、プライベートブランド商品の登場で、お財布にも大いにやさしくなりました。今は、コンビニは暮らしの中の大きなキーステーションになっているように思います。私も、かなりの頻度で利用しています。特にミニストップはイトインの機能が、立ち寄るのがわくわく楽しいのです。

そんな思いが、今回のCSRレポートを拝見して、さらに大きく変わりました。マンゴーの皮や種までリサイクルしていること、フェアトレード商品を積極的に取り入れ、食

品のリサイクル、建築廃材や機器のリデュース・リユース、ショーケースや照明のCO₂を削減する努力。びっくりしました。環境問題に広い視野で対応されていることを知り、エコロジーへの姿勢に対して大きな好感を抱きました。と同時に、こんな思いも湧いてきたのです。「ねえ、こんな素敵なことをしているのに、なぜもっと私たちに教えてくれないの?」。

コンビニは楽しいけれど、利用するたびに小さなひっかかりがあるのは確かなのです。余ったお弁当はどこに行くのだろう? 電気が明るすぎないか、使っている素材は安全なの? エコバッグやマイ箸を持ち、ゴミを減らす努力をいくら続けても、商品を作る場所や売る場所で行われることに対しては、消費者は無力です。物を買うという行為をしながら、自分の努力の及ばない場所への心配や不安を抱えながら私たちは生活しています。



店舗視察で説明を受けるももせ氏

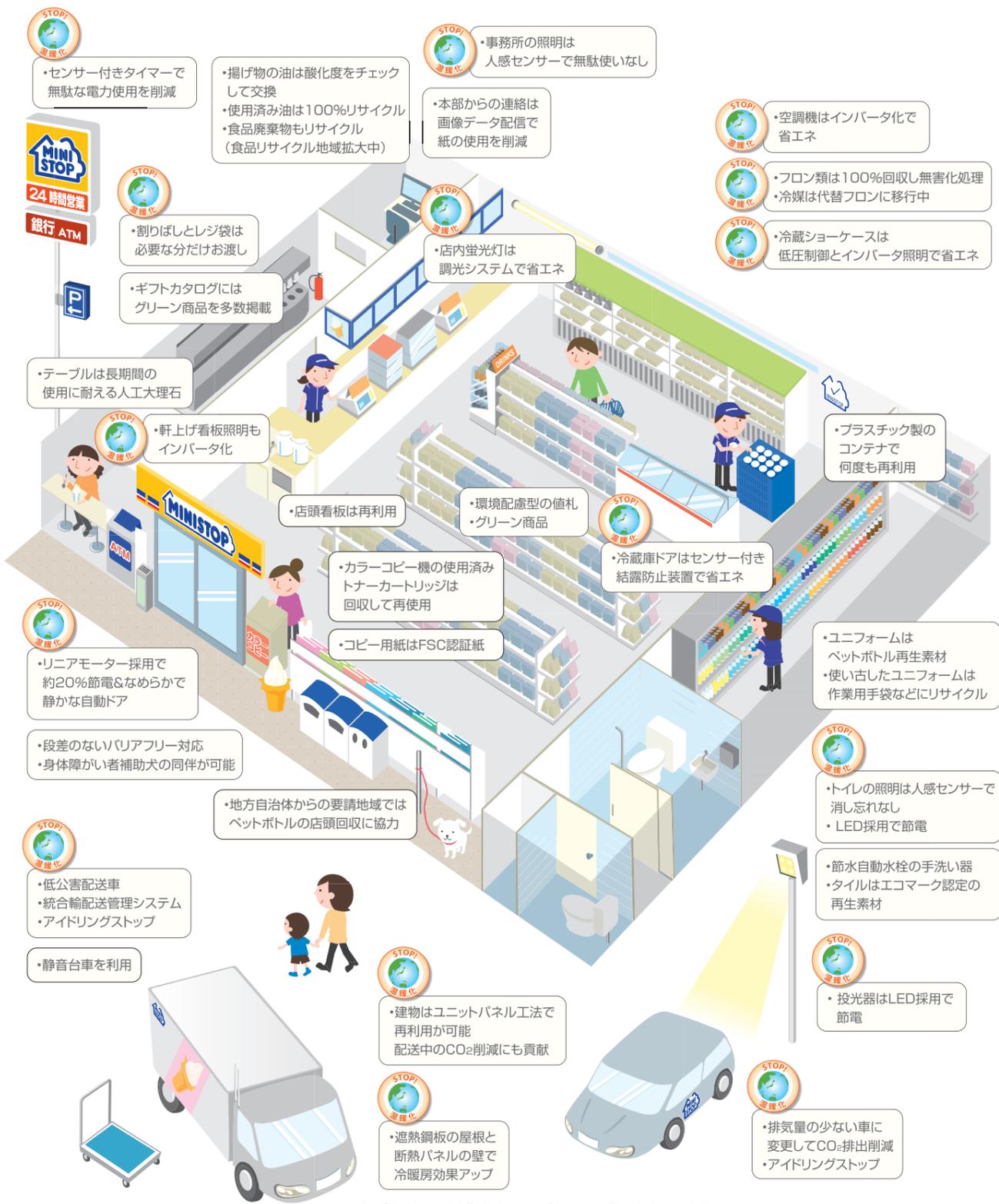
お弁当に手を伸ばしたとき、そこに「こんなリサイクルしているんですよ」という表示があったら、買うときの気持ちが楽になります。「蛍光灯は自動調整システムで省エネなんです」と入り口に表示があれば、夜にお店の前を通るときにちょっとほっとします。ワンブロック先にあっても、あのミニストップを利用しよう、子どもを連れて行こうと思うのです。私たちは、知ることによって購買行動を変えています。だから、もっともっと、教えてほしいと思います。知らせる義務が、あると思うのです。前向きなミニストップの試みが、一人でも多くの消費者に広く伝わっていくことを、期待しています。



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/eco_social/eco_pd.html



青色LEDを使った看板

地球温暖化防止

ミニストップ全体で排出される、エネルギー由来の温室効果ガスの約80%は、店舗で使う電気であることから、電力使用量を抑えることが地球温暖化防止の重要ポイントです。*P6-13と合わせてご覧ください。

店舗機器の省エネ化

店舗で電気を最も使う機器は、冷蔵・冷凍設備（約33.6%）。そこで冷蔵・冷凍設備を照明や他の機器より優先的に電気使用量を減らすことによりCO2排出量を減らします。

■冷蔵・冷凍設備

冷蔵ショーケースを低圧制御*1にして、お客さまにとって最適な商品温度を保ちながら、エネルギー消費量を抑えます。また、ウォークイン式冷蔵庫*2の扉ガラスを二層にし、断熱性を高めることによって結露を防ぐことができるため、扉ガラスの曇りどめを目的とした結露防止ヒーターを必要としなくなりました。



インバータ付ドリンクコーナー

*1 低圧制御:インバータにより機器への電圧を低く抑えることで、省エネ効果を高める
*2 ウォークイン式冷蔵庫:背面から商品を補充できる冷蔵庫

■照明

店内の蛍光灯には自動調光システム*3を設置。また、駐車場を照らす投光器やトイレの照明をLED*4に変えています。LEDを導入することにより投光器で80%、トイレの照明で40%のCO2排出量を減らすことができます。

省エネ機器は新店では原則設置しますが、既に営業している店舗（既存店）は24時間、365日休みなく営業しているため機器の入れ替えが困難なことがあります。そこで、営業を一次休止する改装時に、より効果の高い省エネ機器に切り替えています。



LED投光機

既存店の機器導入（入れ替え）を毎年50~100店舗で行う予定です。

*3 自動調光システム:外の明るさを感知して、蛍光灯の明るさを自動的に調整。
*4 LED:発光ダイオードともいい、蛍光灯に比べ消費電力は少ないが、製品コストが割高。

新しい試み

■店頭看板のLED化

店舗の入り口上部に設置する看板の光源にLEDを採用する試みを始めました*5。ロゴマーク部分のみを強調するデザインに変更することで、蛍光灯の看板に比べて電気使用量を約80%削減しました。LED光線はまっすぐに進む性質があり、周囲を照らさないため、従来の店頭看板よりも暗く感じます。しかし、店頭看板はそこにミニストップがあることを伝えることが目的。だから、ミニストップがあることが認知される程度の明るさがあれば十分だと考えています。今後は費用対効果を測りながら導入を進めます。

*5 今後、京都市に建つ店舗は原則、LEDを導入します。

■FSC木材を使ったユニット店舗

ユニット構造の店舗を2001年から導入。2008年にはユニット材に金属ではなく木を使った店舗を作りました。木は成長過程で大気中のCO2を吸収、体内に固定するため、CO2削減に役立ちます。成長を終えた木は、燃やしたり腐ったりしない限り、CO2を出さないため、木造建築はCO2を吸収固定した建物といえます。現在はカナダ産材を使っていますが、日本の森林活性化のために、次回は国産FSC認証材*6を使います。将来はユニット構造店舗で国産FSC認証材を使うことを当たり前にすることを目指します。



木造ユニット

*6 FSC認証:森林の管理・伐採が、環境や地域社会に配慮して行われているかどうかを、第三者が評価し、それが行われている森林を認証。

業務推進本部 本部長 渡邊 勝巳

もともと建設部に所属していたため、ハード面での環境対策は自然に身に付きました。環境コストのあるべき姿を考えながら実現可能なものを積極的に推進していきたいと思っています。



お客さまと一緒に取り組む地球温暖化防止

レジ袋や割りばしの削減に加え、グリーン商品（環境に配慮した商品）の販売に努めています。2008年には白熱蛍光灯や充電電池、カーボンオフセット*付き商品の販売を始め、お買い物によるお客さまの地球温暖化防止への取り組みをお手伝いします。

■カーボンオフセット商品



カーボンオフセット証書

*カーボンオフセット付き商品:商品販売利益の一部でCO2排出権を購入。ミニストップはブラジルのプラントから120トン購入し、日本の京都議定書目標に貢献。

■国内の森林保護商品



木づかい運動「5円の木づかい」著 →奈良県吉野産
どこでもマイ箸セット →三重県尾鷲産



農林水産大臣感謝状

2009年3月、農林水産大臣から「木づかい運動推進部門」で感謝状をいただきました。

■レジ袋削減

店頭でポスターを貼り、お客さまにはレジ袋ではなくテープ利用でよいからお伺い続けている結果、年々レジ袋のお渡し量が減っています。さらに、レジ袋の薄肉化や適正サイズを使うことで資源の節約に努めています。

●1円還元実験

2007年6月より、レジ袋なしでお買い物をしたすべてのお客さまのお会計から1円を引く実験を27の店舗で実施しました。その結果、レジ袋削減効果はありましたが、コストとのバランスが取れませんでした。値引き基準を見直して改めてもう一度取り組みます。

1店舗あたりの年間お渡し量

	2006年度	2007年度	2008年度
レジ袋	237,215枚	235,861枚	227,495枚
割りばし	56,650膳	54,513膳	53,128膳



入口ドアに貼っています。

マイ箸クラブへの支援

2003年から「マイ箸クラブ」を応援し、お箸に関わるライフスタイルの見直しを呼びかけています。マイ箸クラブウェブサイト <http://myhashi-club.net/>



体験してみました

ミニストップでエコ



ミニストップに来ました。



エコ関連の商品がたくさんありますね

マイバッグを持ってきたので、レジ袋なしでもだいじょうぶ。



ありがとうございます



イトインで楽しく食べた後のごみは、正しく分別してポイ。



お買い物で私たちにもできることから始めてみましょうね。

また来ようね!

食の安全

安全で安心なマンゴーパフェをお届けするために。

マンゴーパフェが皆さまのもとに届くまでにどのような道をたどるのでしょうか。
* タイのマンゴー農園と加工工場のひとつをご紹介します。



アップルマンゴーパフェ
(*マハチャノック種 通称アップルマンゴー)

1 マンゴー農園

ミニストップのマンゴーパフェに使われるマンゴーは、タイにある契約農園で栽培されています。



タイ北部にある契約農園。330haにわたる広大な農園でマンゴーは栽培されています。



手間をかけ、きれいに剪定することで虫がつきにくくなり、農薬の使用量を減らすことができます。



おいしいマンゴーを育てていますので、日本のみなさんにたくさん食べていただければと思います。

農場の責任者
ヌクルーン・ティアナン さん

農園・加工工場の調査



マンゴーパフェの発売時期が近づく、毎年農園と工場を訪れて収穫や加工の状況を確認しています。皆、「日本のみなさんに安全でおいしいマンゴーを食べてほしい」という熱い想いで仕事をしており、品質にも安全性にも自信を持っておすすめしたいと思います。

ファストフード商品本部 商品開発部 デザート担当 マネージャー
藤井 景子

ミニストップの品質管理の考え方

「品質管理に関する基本方針」を定め、安全性・おいしさ、価格、納期のバランスを満たすことを目指しています。また、品質管理マニュアルにおいて、原材料の調達から店舗での販売までの各工程における品質管理の手順を定めて実施を徹底しています。

収穫後、加工工場へ移動。



農業検査

工場入荷前に、80種類の農薬について検査し、日本のポジティブリスト制度に定められた残留基準値以下であることを確認しているほか、入荷時・包装時・出荷前の計4回農業検査を行っています。また、農家には使用農薬リストの提出を義務付け、適切に使用・管理されているか確認しています。



2 マンゴー加工工場

多いときには、600人以上が働くマンゴー加工工場。女性スタッフが70%を占めます。最大で1日に約20トンのマンゴーが加工されている工場は、HACCP*1やGMP*2など、食品安全衛生に関わる認証を受けており、高いレベルで安全、品質管理が行われています。

*1 HACCP:原料入荷から製造・出荷までの全工程で、重要管理点を特定、継続的に監視・記録し、異常を迅速に解決。不良製品出荷を未然防止するシステム
*2 GMP:食品等を製造するための製造時の管理・順守事項を定めた規則

工場の衛生管理は、スタッフの教育が重要です。一つひとつの作業の大切さをよく説明し、理解してもらっています。ですから、スタッフは皆、仕事に対しては厳しく、誇りをもって働いている一方で、会社で様々なイベントを催したり、スタッフ一人ひとりに配慮があるので、家族のように楽しく仕事ができています。



加工工場の品質管理担当
プーミット・サンサワ さん

細菌検査

加熱処理しないマンゴーは、細菌の管理がとても大切。各工程でマンゴーを抜き取り、一般生菌や大腸菌群、サルモネラ菌などを工場内で検査します。マンゴー以外に、作業員や道具も1日2回検査しています。基準値以下でも、通常時より多く菌が検出された場合は、その原因を究明し、最終製品に問題が起きないように予防を徹底しています。



マンゴーの皮と種のリサイクル

マンゴーは種が大きく、おいしく食べられる部分は約40%。残りは、たい肥に変えて有効利用しています。



果汁
黒砂糖などと混ぜて発酵させ、液肥化。



種・皮
籾殻や鶏ふんと混ぜて発酵させ、たい肥化。



自社農園の肥料として利用しています。



マンゴーの肥料で大きく成長したバジル。ミニストップで販売した「ピタサンド(ガッパオ)」に使われました。



1.入荷・選別

汚れ・傷のあるものは除去し、糖度や色の基準に合格したものだけを使用。



2.洗浄・殺菌

水洗いした後、次亜塩素酸ソーダに浸して消毒殺菌し、水で洗浄。
* 次亜塩素酸ソーダは、飲料水や果物・野菜の消毒殺菌に広く使用。



入室時の衛生管理

作業場への入室時には、手洗い、アルコール消毒、作業服のローラーがけを徹底し、異物混入を回避。



3.カット

マンゴーの皮を剥き、サイコロ状にカット。繊維を残さず、美しくカットするには熟練の技が必要。



4.冷凍

フレッシュなおいしさをそのまま届けるため、個別急速冷凍技術で冷凍。



5.選別

色、大きさ、異物の確認。



6.包装・出荷

1食分ずつ包装されて出荷。

3



販売

店舗での衛生管理、マンゴーの温度管理、冷凍庫の温度、販売期限管理を徹底。ソフトクリームフリーザーは毎日殺菌。

お待ちしました!



地域との共生

コンビニエンスストアとしての特性や、ミニストップだからできる活動を通して地域の皆さまに信頼され、支えていただける店舗を目指します。

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、2005年から始めた小中学生の職場体験学習を受け入れる制度です。

チャイルドインターンシップ受け入れ店舗数



チャイルドインターンシップ 体験の様子



一日の始まりは清掃から。ピカピカにしてお客さまをお迎えです。



商品の検収を体験。数や種類をひとつずつ確認していきます。



レジでの接客は、ドキドキします。いつもとは逆の立場で、勉強になることがたくさん。



ファストフードを作ってみました。初めての厨房に興味津々。



これまでの反省とこれからの体験内容の確認です。



中十条店(東京都北区) マネージャー
小井戸 早苗
実習終了後に学校で行われる発表会の様子の報告と、お礼のお手紙を頂戴し、学校や生徒さんのお役に立てるとともに、お店も地域に溶け込んでいける、とても素晴らしい活動だと感じました。



経営企画本部 環境・社会貢献部
社会貢献担当 マネージャー
川崎 茂樹
子どもの育成を担い、店舗スタッフが初心にかえて、仕事に取り組めるような制度にしたいです。

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。 URL http://www.ministop.co.jp/internship_child/

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についての詳細はウェブサイトをご覧ください。 URL http://www.ministop.co.jp/eco_social/social_safety.html



■ 振り込め詐欺を未然に防止!!



行田城西店(埼玉県行田市) マネージャー
富岡 智美

比較のお客さまの少ない午後3時くらいに、老夫婦がいらっしゃいました。ATM前で携帯を片手に困惑している様子でした。普段から年配の方のご来店も多いのですが、ATMをご利用になる方はまれですし、携帯からの指示でATMの操作をしているようでしたので、「振り込め詐欺ではないか」と思い、すぐにお声かけしました。すると、息子さんが会社で問題を起こされ、至急指定

口座に現金を振り込んでほしいとのことでした。「一度息子さんに直接電話をした方がいいですよ」と促したところ、やはり振り込め詐欺でした。

日頃から声かけを心掛けているため、今回の声かけが特別なことではないですが、犯罪に巻き込まれることを未然に防ぐことができ何よりです。今後もお客さまをよく見て、コミュニケーションをとりながら、セーフティステーションとしての役割を果たしていければと思います。

災害時の活動

地震などによる大規模な災害が起きた際、ミニストップはライフライン確保の一環として、被災地店舗の営業継続を目指します。そして、災害状況をはかりながら、物資の供給や店頭募金を行っています。また、2009年3月に愛知県と災害時協定を結んだように、大規模災害時に徒歩での移動を余儀なくされた方々に対し、トイレの貸し出しや水道水の提供、情報提供をする「帰宅困難者支援に関する協定」を自治体と結んでいます。

未成年者への酒類・たばこ販売に関する報告

未成年と見られるお客さまが酒類・たばこを購入する際には、レジでの年齢確認に努めています。ところが年齢確認を怠ってしまい、販売してしまったことがありました。

2008年度は地元警察による厳重注意や書類送検、現場検証などが13件ありました。*

どんな場合でも年齢確認を行って未成年者に酒類・たばこを販売しないことを、店舗スタッフ一人ひとりが意識して行動するために、少なくとも年3回の全店通達による啓発活動やチェックリストによる従業員教育の徹底を図っています。

*現場検証や事情聴取を受けることはありましたが、立件件数は0(ゼロ)でした。

募金運動

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、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。

2008年度 店頭募金一覧

募金名	期間	寄付先	店頭募金金額合計
「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	6,663,529
「中国四川省地震災害緊急被災者救援」募金	5/14~6/1	中華人民共和国駐日本国大使館	5,847,926
24時間テレビ31「愛は地球を救う」チャリティー募金	7/4~9/7	24時間テレビチャリティー委員会(日本テレビ)	12,980,647
「ホッキョクグマに氷を返そう」募金	11/17~12/25	財団法人 世界自然保護基金(WWF) ジャパン	3,427,365
「地雷・クラスター爆弾をなくそう」キャンペーン募金	2/1~2/28	特定NPO法人 難民を助ける会(AAR JAPAN)	3,686,899
花の輪運動	上記以外通年	財団法人 花と緑の農芸財団	23,366,520+
お客さまからの募金金額合計			55,972,886



子どもたちに花の苗を贈呈

再生プラスチック製で何回も使える募金箱



イオングループ共同募金 ミニストップの募金 *毎週土曜日のソフトクリームの売り上げの1%も合わせて寄付しています。2008年度は10,692,355円でした。

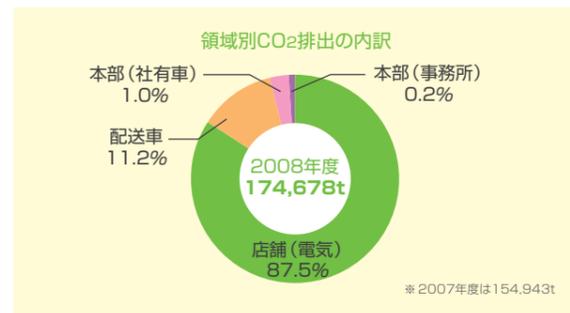
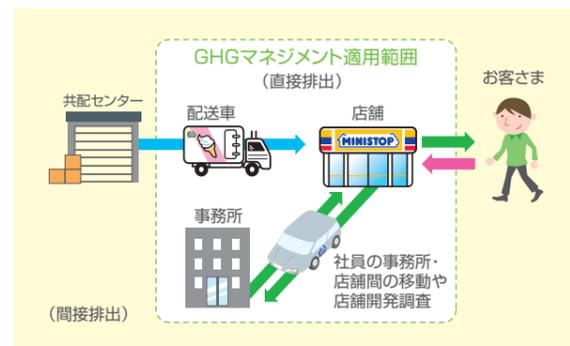
花の輪運動についての詳細はウェブサイトをご覧ください。 URL <http://www.ministop.co.jp/company/social/hananowa.html>

地球温暖化防止と環境マネジメント

温室効果ガス(GHG*) マネジメント

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年に組織面と事業活動面からマネジメント適用範囲*3を、共配センターからの配送、店舗、事務所、事務所と店舗間の社員の移動による直接排出領域に決めました。

*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」(2004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



店舗の取り組み

店舗からの温室効果ガスの排出を減らすことが最も重要だと考えています。費用対効果を考慮した上でトップランナー方式による高効率設備を、新店と改装店から順次導入しています(→P6)。

店舗におけるCO₂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_co2.html

1店舗あたりの電力消費量とCO₂排出量

年度	電力消費量	CO ₂ 排出量*
2006年度	190,937 kWh	106.0t-CO ₂
2007年度	191,072 kWh	106.0t-CO ₂
2008年度	191,540 kWh	106.3t-CO ₂

* 排出係数は0.555 (環境省より公表された値を使用)

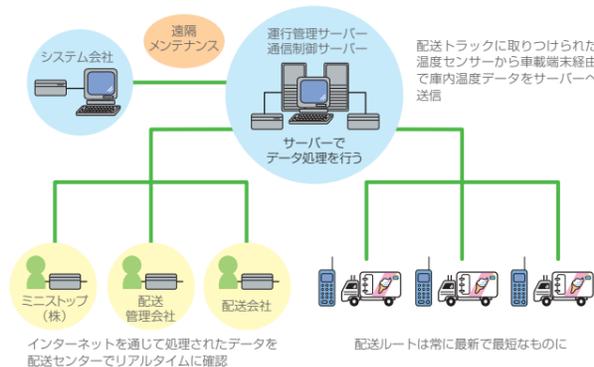
CO₂排出総量は店舗数が44*に増えたため、12.7%増加しました。1店舗あたりの排出量の増加は0.2%です。これは猛暑によって空調機が多く稼働したことによるものです。今後は1店舗あたりの排出量を増やさないことに努めます。

* 開店数から閉店数を引いた純増加店舗数

輸送時における取り組み

2002年に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、燃料消費の削減やアイドリングストップを図っています。さらに1998年以降、CO₂の排出が少ない天然ガス(CNG)車をインフラの整った地域で導入しています。

統合輸配送管理システム



ISO14001の認証状況

2009年1月の更新審査でISO14001の認証が引き続き認められました。

環境に関する法令違反について

発件数は0件でした。また、環境に関する事故は0件でした。

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。

循環型社会に向けた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

2008年度の食品リサイクル率は46.8%でした。食品リサイクル法に基づき、2012年に向けて毎年2%上げていきます。

■食品残さ

ミニストップでは食品廃棄物を「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てきました。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、飼料化を中心に実施地域を少しずつ広げています。

2008年4月に、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た「メンチカツ弁当」を販売しました。

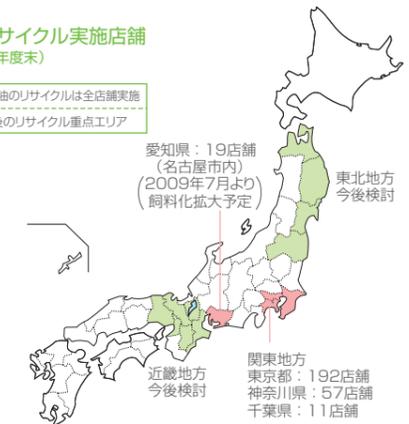
また、飼育された豚のふんをたい肥化し、契約農家の米栽培に利用する実証実験も始まりました。できる限り捨てずに有効利用し、再び店舗に還るリサイクルの輪(リサイクルループ)の実現を目指します。

■使用済み油

1980年の創業以来、ファストフード製造時に出る使用済み油を、委託業者を経て100%、家畜飼料、石けんやインクにリサイクルしています。

食品リサイクル実施店舗 (2008年度末)

使用済み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

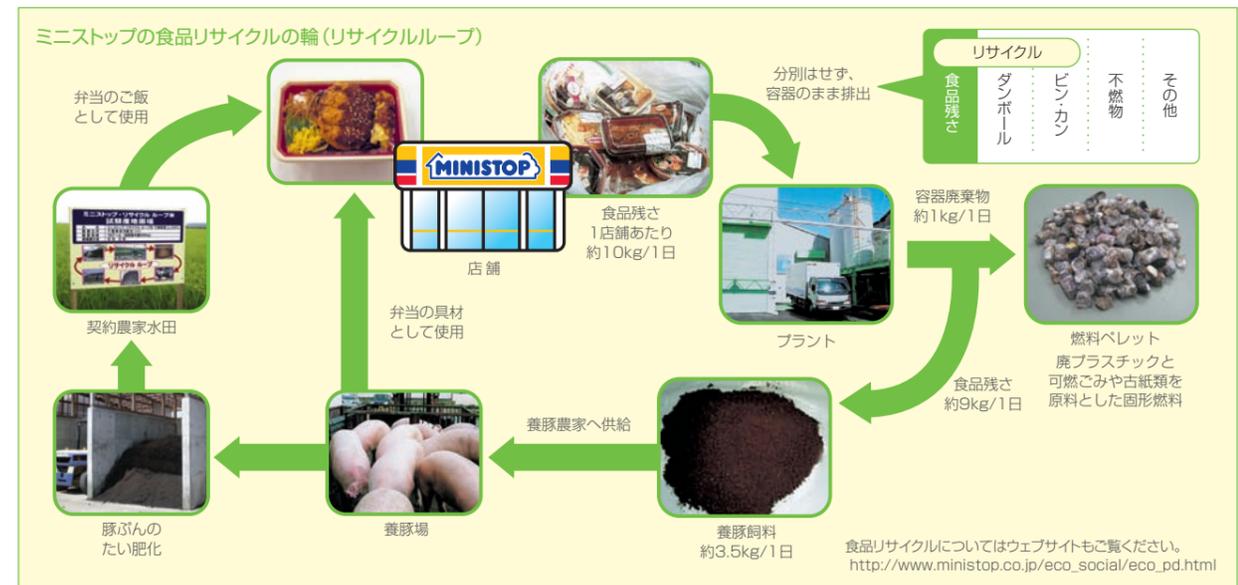


	2006年度	2007年度	2008年度
食品リサイクル実施店舗数	269店舗	260店舗*	279店舗

* 閉店により実施店舗が減りました

1店舗あたりの年間排出量

	2006年度	2007年度	2008年度
一般廃棄物	19.3t	22.1t	21.1t
使用済み油	2.4t	2.1t	2.1t



建築廃材のリデュース・機器のリユース

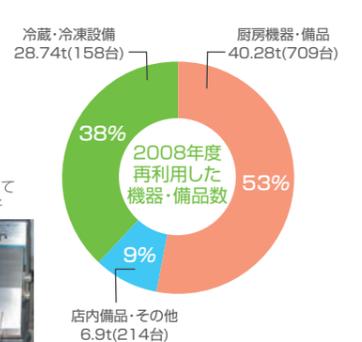
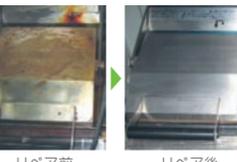
店舗の建築時には、工場で作成したユニットを現場で組み立てる工法を、建設条件が合う物件で採用、廃材の発生を抑えています。また、ユニット仕様のため再利用が可能です。

店舗改装・閉店時には、備品などを「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



「ミニストップリペアセンター」にてパネーリスター再生の様子



社会性報告

ミニストップと社会との関わり



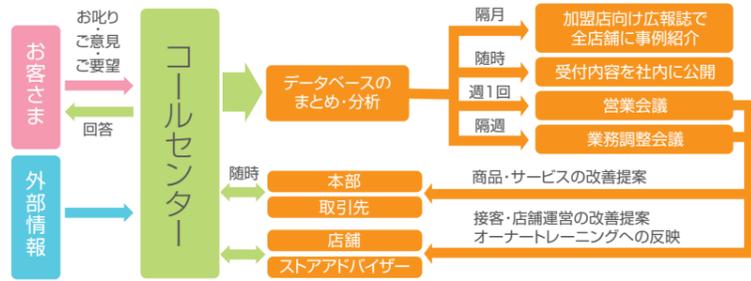
ミニストップは、お客さまや株主、地域の皆さま、お取引先、加盟店、従業員など様々な立場の方に支えられています。社会から信頼される企業であるために、関わりのある方々との対話を行いながら事業活動を続けます。

- お客さま……商品・サービスをご利用いただく方すべてがお客さまです。
- 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。
- 地域の皆さま……行政や地元警察との協力、災害時の対応をしています。
- NPO・NGO……持続可能な社会の実現に向けて、協働しています。
- 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。
- 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」会社づくりをしています。

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で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>

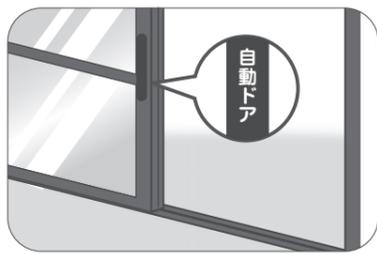


フレンドリー調査(覆面調査)

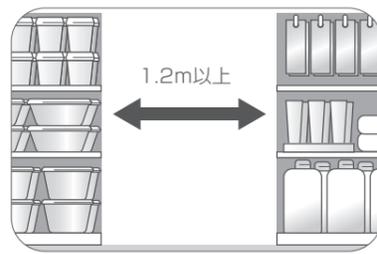
接客と店舗の清潔さの質を上げることで心地よいお買い物をしていただくために、1997年から覆面調査を実施しています。この調査では外部調査員が一般のお客さまに扮れて各店舗の接客と清潔さを点数評価し、結果をストアアドバイザーが各店舗に伝達・指導します。2008年度は2007年度よりも点数が向上しましたが、接客・店舗外周りの清掃についての指摘が多く、各店舗改善しています。

店舗のユニバーサルデザイン

ハンディキャップをお持ちの方も24時間安心して立ち寄ることができるよう、店舗のユニバーサルデザイン化に取り組んでいます。例えば、入口は自動ドアにするほか、身障者用トイレを設置、店内通路幅は1.2m以上とるなど、皆さまに気持ちよくご利用いただけるようにしています。



※店舗の立地により設置していないところがあります。



従業員との関わり

変化の大きい社会情勢に対応しながら、店舗のクオリティを高め、お客さまにご満足いただくために、本部スタッフが常に向上心を持って挑戦できる体制を整えています。

教育制度

ミニストップの教育制度は、個人のキャリアと役割に応じたプログラムを組み、一人ひとりがスキルアップし自己実現できる制度です。



管理本部 人事部 教育・採用担当マネージャー
斎藤 友紀雄

教育は人と組織を元気にし、ナレッジやマインドの向上につながります。ただし、受け身からは何も生まれません。一人ひとりの能力、意識の向上が、組織の力となり、成果に結びついていくのです。自らの力でキャリアを構築し、働くことに誇りをもった人財を育成しています。

教育体系概略図

	営業担当教育	開発担当教育	商品担当教育
事例共有会	FC契約士認定プログラム	MD研修	
マネジメント領域	マネージャー研修		
	新任マネージャー研修		
初等領域	SAフォローアップ研修	開発フォローアップ研修	MDフォローアップ研修
MSP	SA準備セミナー	受入教育	受入教育
	新入社員研修		オペレーショントレーニング

※MSP=ミニストップ・ステップアップ・プログラム
※SA=ストアアドバイザー(店舗指導者)
※MD=マーチャンダイザー(商品開発者)

働きやすい職場を目指して

■女性が働きやすい職場に

2008年業務改革のひとつ「ウーマンズ☆パワー分科会」では、結婚・出産・育児などのライフイベントに沿った社内・社会制度をまとめた『Lifestyle NAVI(ライフスタイルナビ)』を発行、本部スタッフに公開しました。今後は、外国人や障がい者など社員の多様性に応じた取り組みをさらに進めていきます。
「ウーマンズ☆パワー」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/msg_2008.html

■育児勤務制度

2008年から、制度対象者の子ども年齢を小学校2年生まで引き上げました。
人事制度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_workplace_3.html

ワーク・ライフバランス

ワーク・ライフバランスをとる意識付けによって、業務時間と休日取得数の問題を解決し、本部スタッフのモチベーションの維持、向上を図ります。

- ノー残業:「みんな帰るでえ」
週1回19時までの退社
- 長期休暇制度:「うっきょう♡ホリデー」
7日間連続休日の年2回取得義務化

イキイキ働く職場を目指して…業務改革から1年

2007年から2年間業務改革を実施してきました。コンビニエンスストアは常に変化を求められている中、従来のシステムでは課題を処理しきれないと感じられたため、一念発起、新生ミニストップに向けて、部門横断型に課題を見つけて解決する場を設けました。結果、主に「人:人権・多様性・社風」「店舗:オペレーション」「SA(ストアアドバイザー):営業」の3点にスポットを当てた改善がなされました。

今回の業務改革では、現場から出された課題を該当するすべての部門が連携して対処する土壌ができました。「お客さまの満足度」「お店の満足度」がすなわち「社員の満足度」であることを念頭に、全社員がモノイえる社風と、それを実現に導くエネルギーに変えていければと思っています。

2008年度座談会で業務改革のことを話し合いました。詳細はウェブサイトをご覧ください。
http://www.ministop.co.jp/eco_social/msg_2008.html



業務推進本部
ストアオペレーション部
部長
桑迫 俊次

全社員のまいた種が、今はまだ芽が出始めたところです。今後はそれぞれの取り組みが、地道に大きく育っていくことを期待しています。

社会性報告

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加盟店と本部から成り立ちます。店舗や地域の特性に応じ、本部が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。

【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、SA(ストアアドバイザー)とオーナー相談部を通じて担当者から社長まで伝えられます。

【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、加盟店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	2005年度	2006年度	2007年度
新規に営業を開始した加盟店の店舗の数 (既存店の移転による新規営業を含む)	189店	200店	212店
契約を途中で終了*2した加盟店の店舗の数 (既存店の移転による新規営業のための終了を含む)	67店	79店	82店
更新された加盟店の店舗の数	98店	84店	110店
更新されなかった加盟店の店舗の数	54店	73店	91店

訴訟件数*3

訴訟内容	2005年度	2006年度	2007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

*1-3 2008年度データは「フランチャイズ契約の要点と概説」に2009年7月公表予定です。
*2 契約期間は満7年です。

正しい契約のための取り組み

【FC(フランチャイズ)契約士認定制度】

フランチャイズ契約を結ぶ前に、すべての契約内容を、加盟店候補者に正しく説明できるかの確認を目的とした独自の制度です。また、この制度を通じて加盟店候補者の知りたいことを把握、疑問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。認定期間は1年のため、店舗開発担当者は毎年、FC契約士認定試験を受けてレベル向上に努めています。

FC契約士認定者数の推移

	2006年度	2007年度	2008年度
FC契約士認定者数	85名	82名	85名

店舗スタッフ育成支援(YP):中国籍スタッフ育成教室

店舗スタッフのやりがいがお客さま満足度につながると考え、スタッフの教育や店舗内の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:YP)を2005年に開発、利用者が増えています。

2007年から年々増加する外国人スタッフ向けの教育カリキュラムを整備、2008年は、中国籍スタッフ育成教室を東京・東海・近畿で計18回開催、56名が参加しました。参加者には、商習慣や文化の違いを理解し、ミニストップでの仕事に誇りを持ってもらえるよう指導しています。



※Yellowtailとは出世魚ブリのことで、店舗スタッフがステップアップすることを意味します。

業務推進本部 ストアオペレーション部
トレーニング・セミナー担当

張 海峰 (チョウ カイホウ) 兪 明霞 (ユ ミンシャ)



今後は、育成教室以外にもお店でのお互いの様子を見に行くなど、交流を続けていきたいと考えています。

フェアトレードで生産者とお客さまの橋渡しを

ミニストップでは、原産地の児童労働問題に取り組むためのひとつの方法として、2006年以降、フェアトレード商品の取り扱いを続けてきました。お買い求めいただくことで、生産者に利益が還元されるとともに、お客さまの心にも安心をお届けできるものと考えています。

フェアトレード商品をより身近なものに

2008年11月から、フェアトレード専門ブランド「ピープル・ツリー(フェアトレードカンパニー株式会社)」と協働し、全店で「フェアトレードチョコレート」、「ドライマンゴ」を販売しています。

ミニストップは、商品の安全性による身体の健康はもちろん、児童労働問題に心痛めることなく商品を楽しんでいただくことが、心の健康にもつながると考えています。

また、身近なコンビニエンスストアで取り扱うことで、フェアトレード商品を広く知っていただくとともに、ミニストップが生産者とお客さまとの心をつなぐ橋渡しをしたいと思います。

今後の課題と挑戦

食品、特に加工品の場合、原材料の一部にフェアトレード以外の素材を用いるとFLO*1の認証を取ることが難しくなり、商品化してもお客さまにフェアトレードの取り扱いが伝わらないのが現状です。

また、日本は欧米に比べて、取引全体が少ないため、コスト面などの課題もあります。今回の「ドライマンゴ」は「ブレダ基金」*2とピープル・ツリーの協働で調達に至りましたが、フェアトレード商品は小規模の生産者が中心なため、今後の商品開発にあたっては、原材料の安定調達も課題といえます。

今後も、店舗を通して地道に発信し続けられるよう、フェアトレードへの取り組みを続けていきます。

*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 ブレダ基金:フィリピンでのマンゴの栽培を通して経済的に弱い立場の農民が収入を得る機会を提供する他、その売り上げによって子どもたちを支援している。

商品本部 加食・家庭用品商品部

加食担当マネージャー 白石 耕一郎

児童労働問題は家族を持つ身として、他人事とは思えません。商品開発を通してフェアトレードに関わりを持ち、多くを学ばせていただいています。フェアトレード商品をひとつでも多くお届けするため、日々様々なアイデアを出し、ハードルをひとつずつ越えながら、志の高いチャレンジを続けていきたいですね。



フェアトレード商品を通じて生産者と消費者をつなぐ存在に

「フェアトレードの商品を買いたいけど、近所のお店で見つけれない」という声をお客さまからも聞いていたので、コンビニエンスストアでフェアトレード商品が買えるようになり、より身近なものとして感じてもらえるようになったのではと思います。チャリティではなく、人と地球にやさしい持続的な貿易、フェアトレードを通して生産者を支援できる機会をより幅広い層の消費者に提供してくださったミニストップさんには本当に感謝しています。今後もフェアトレード商品の提供を通して生産者と消費者をつなぐ存在であり続けてもらえるよう期待しています。

【フェアトレード商品の歩み】

2006年10月 「フェアトレードブラックコーヒー」発売

2008年2月 「フェアトレードチョコソフト:ベルギーチョコソフトプレミアム」「フェアトレードチョコレート(板チョコ)*3」地域・期間限定で発売

2008年6月 「フェアトレード濃縮還元オレンジジュース100%(缶入り)」発売*4

2008年11月 「フェアトレードドライマンゴ」「フェアトレードチョコレート(板チョコ)*5」発売(※板チョコは秋冬限定)

2009年3月 「フェアトレード濃縮還元パイナップルジュース100%」「フェアトレード濃縮還元オレンジジュース100%」発売

2009年5月 「フェアトレードカフェオレ」発売

*3*5 ピープル・ツリー商品
*4 缶入りの販売を2008年11月中止し、ペットボトルに変更

ピープル・ツリー 代表
サフィア・ミニー 氏

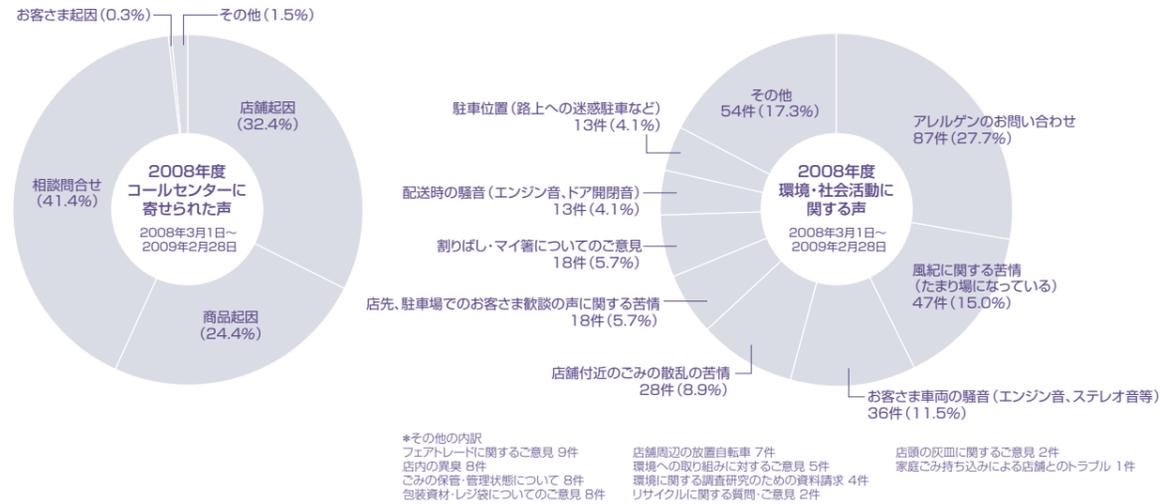
フェアトレードが生産者の生活向上に貢献するだけでなく、有機栽培や自然農法を重んじることで環境保護にもつながることを知ってもらいきっかけになったと思います。



コールセンターに寄せられた声

2008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17,402件(対前年比116.9%)でした。電話が67.0%、ウェブサイトから24.6%、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2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一層経営の改善に役立てています。環境に関する声は全体の1.7%となり、2007年度に比べ138.3%でした。

※本誌P15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。



CASE 1 「店前でたむろして喫煙していた高校生に、絡まれた」お申し出

☑ 08/29(金) メール受信。
 先ほど8月29日22:30ごろ店を利用させていただいたところ、非常に不快な思いをしたので報告させていただきます。
 ・制服を着た明らかに未成年で高校生とわかる女性たちが補導の対象となる時間帯に喫煙して平塚御殿店の前でたむろしていた
 ・それに店員の方々が注意する様子は無かった
 ・店内で食事している私たちにその女子高生と思しき人間が絡んできた
 ・店員の方々はそれに注意することは無かった
 仕方なく警察に通報させていただきました。コンビニエンスストアという業務形態で素晴らしい接客の実現というのは難しいとは思いますが、せめて安全に飲食・買物が出来るように指導していただくと嬉しく思います。店をよく利用することもあり、今回の一連の件は残念で仕方ありません。(神奈川県ご在住の女性)

お客さまへ返信

当該店舗では制服着用で明らかに学生と判断できるお客さまについては、22時以降は帰宅を促し、喫煙に関してもオーナーが注意を行い、警察も巡回を行っているとのことでした。ただしこのたびの件については、スタッフがオーナーへの報告を怠ったことにより、お客さまへご不快な思いをおかけしたことを、オーナーが大変反省していたとのこと。今後はこのようなことがないよう深夜の時間帯勤務の全スタッフへオーナーへの連絡、またオーナー不在時には警察への連絡を徹底するよう周知を行ったとの報告を受けています。

CASE 2 「店舗のごみが一般の集積所に置いてある」のお申し出

☑ 1/13(日) メール受信。
 店舗のごみが自分の家(集合住宅)のごみ集積所に捨てられている。中には大量のレシートと納品伝票、弁当等が入っている。カラスが荒らしてすごい事になっているので、早急に確認と対応をしてください。(埼玉県ご在住の男性)

ストアアドバイザーからの報告

店舗のごみ箱にカギがかかっていなかったため、持ち出されてしまったと思われます。ここ最近、ごみ箱の南京錠の穴を接着剤で固められるといういたずらがあったため、カギを数日間していませんでした。本日、お客さまからお申し出のあった住所へオーナーが訪問し、ごみを全部片付けました。また、新しいカギを購入し、取り付けを完了しております。

CASE 3 お客さまの声

☎ 7/14(月) フリーダイヤル受付。
 先日、子供2人が祖母の家に向かったが、門司港駅で降りなければならないのに、誤って門司駅で降りてしまい、道に迷った。その際、迷った先にミニストップがあり、従業員の方が車で送ってくれたと子どもから聞いた。お礼を言いたい、土地勘がないので、どこの店か分からない。店舗がどこか教えてもらえないか?(福岡県ご在住の女性)

報告

お客さまにはお店の電話番号を案内し、店舗にはストアアドバイザー経由で、お客さまのお申し出内容を知らせました。

「ミニストップCSRレポート2008」アンケートより

2008年5月に発行した「ミニストップCSRレポート2008」のアンケートに90件*のご意見・感想をお寄せいただき、ありがとうございました。お寄せいただいたご意見・感想は一通ずつ拝見し、少しずつではありますが改善につなげております。*2008年5月～2009年4月末現在
 ご紹介する[CASE]は原文をそのまま転記

CSRレポートの発送依頼件数

年 度	承り件数
2006年度	1,005件
2007年度	1,663件
2008年度	942件

発送代行(エコほっとライン)のデータを含む

①「ミニストップCSRレポート2008」誌上でもっと知りたいこと

一番多かった回答は「食の安全」(20件)。いわゆる「表示偽装」や、中国など海外からの食材調達に関するご意見が半分(10件)を占めました。次点以降は「食品リサイクル」(19件)、フェアトレード(10件)でした。

CASE1

食の安全について商品のラベルはよく見るようにしています。食品添加物を少なくして欲しいです。(千葉県ご在住の女性)

CASE2

食品のリサイクルについて、残り物をただ飼料として他のものに変わるのもいいかもしれませんが、残り物を困っている人にそのままあげるとい事は出来ないものでしょうか
 (千葉県ご在住の女性)



環境・社会貢献部 より(部長 森出 芳孝)

どんな場合であっても、お客さまの身体への安全性とおいしさをミニストップがお約束できることが最も重要であり、販売期限を超えた食品を商品として提供することは控えています。

CASE3

継続企画「フェアトレード」に関して私自身理解・内容がわからない部分がある。もう少し店舗内に、『フェアトレード』に関する文面・文書があれば、他のお客様も理解し、協力しあえるのではないかと
 思った(大阪府ご在住の男性)

ご記入いただいた個人情報(次回発行のレポート作成の参考としてのみ使用いたします。また送付業務を外部業者に委託、ミニストップは外部業者を適切に監督し、個人情報漏えい、改ざん破壊紛失及び不正アクセスを防止する措置を講じます。法令による要請等がある場合を除き、個人情報を第三者に提出しません。)

郵便はがき

101-8796
517

〒101-8796
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 環境・社会貢献部

料金受取人私郵便
神田支店 承認
9523

差出有効期限
平成22年5月31日まで

お名前	性別(男・女) ()歳代	〒() ()	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()
次の「CSRレポート」を希望しますか。 (2010年6月発行予定)				<input type="checkbox"/> はい <input type="checkbox"/> いいえ

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に、匿名でご意見や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。掲載項目ごとに入力、気軽にご意見をお寄せいただけるため、具体的なご意見を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】※原文を掲載

●レジ袋削減の取り組みは本当ですか？

他のコンビニも含めてですが、「レジ袋は必要ですか?」と聞かれたことはほとんどありません。特に朝の混雑時はこちらが言い出す前にさっさと袋にいれられてしまうことすらあります。(東京都ご在住の女性)

【店舗機器の再利用についてのご意見】※原文を掲載

●店舗の解体などで、機器の再利用点数を掲載されていますが、数の増減は単に解体店舗数の上限に比例しているのか、または努力によるものなのかが少しわかりづらい気がします。そこまで書いてあればよかったのと思いました。(神奈川県ご在住の女性)

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 環境・社会貢献部

〒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2009」の中で、もっと知りたいと思われた点は何ですか？
2. ミニストップウェブサイトではなくCSRレポート誌面に掲載してほしい点があればご記入ください。
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. ミニストップウェブサイトではなくCSRレポート誌面に掲載してほしい点があればご記入ください。

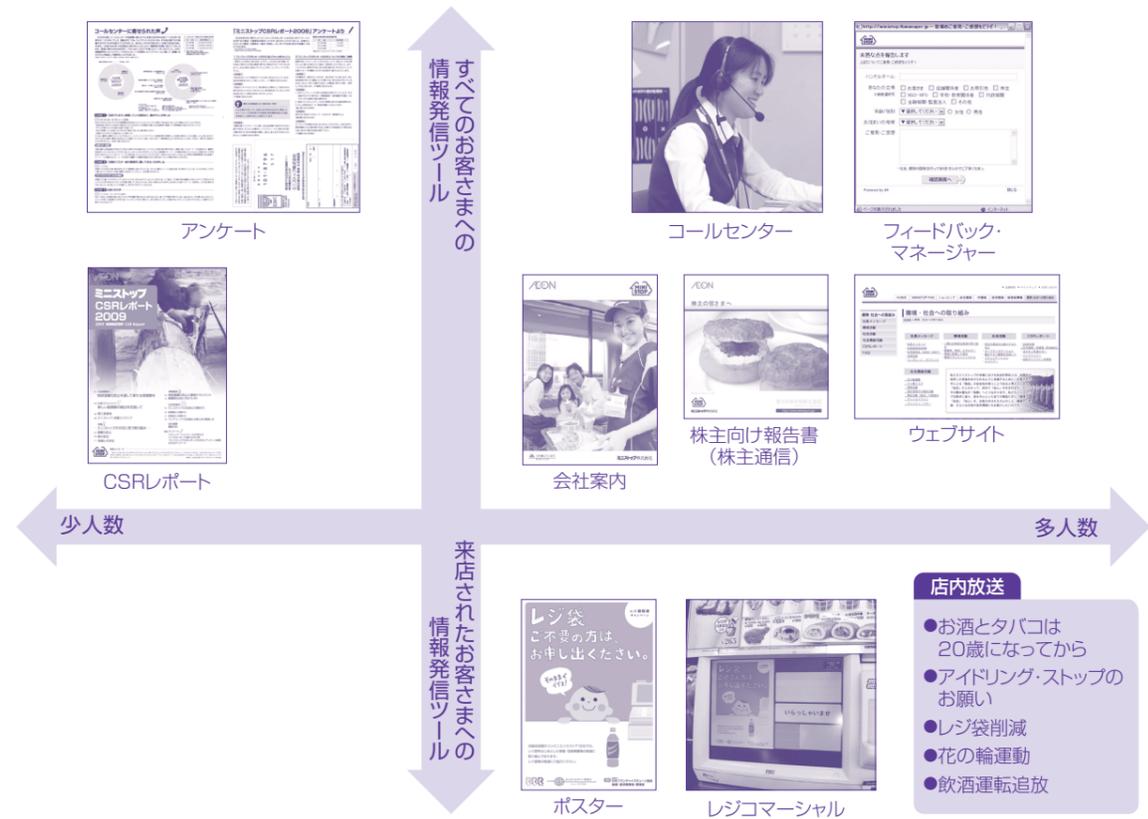
■1. 「ミニストップCSRレポート2009」の中で、もっと知りたいと思われた点は何ですか？

ミニストップCSRレポート2009 アンケート

キリトウ線

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様、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いただくようお願いなど、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分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。