

編集方針

ミニストップは、2010年に創業30周年を迎えるにあたり、ミッション(使命)を再定義しました。また、中期的なビジョン(目標)として、「コーヒー」「スイーツ」「おにぎり」を通じて2013年度末までにお客さま評価No.1を目指すことを示しました。

再定義したミッションは「私たちは、「おいしさ」と「便利さ」で、笑顔あふれる社会を実現します。」です。これは、まさにミニストップの考える企業の社会的責任(CSR)であり、このCSRレポートでは、ビジョンで掲げた「コーヒー」「スイーツ」「おにぎり」に対するミニストップの取り組みが、どのようにCSRに通じているかについて報告しています。また、これを機に新しい環境方針も掲げており、ハイライトとして取り上げています。

より多くの方々にお読みいただけるよう、CSR報告の中でも特にお伝えしたい内容に絞って掲載し、全店舗で配付をしています。それぞれの活動の詳しい内容や実績はウェブサイト(<http://www.ministop.co.jp/>)をご覧ください。

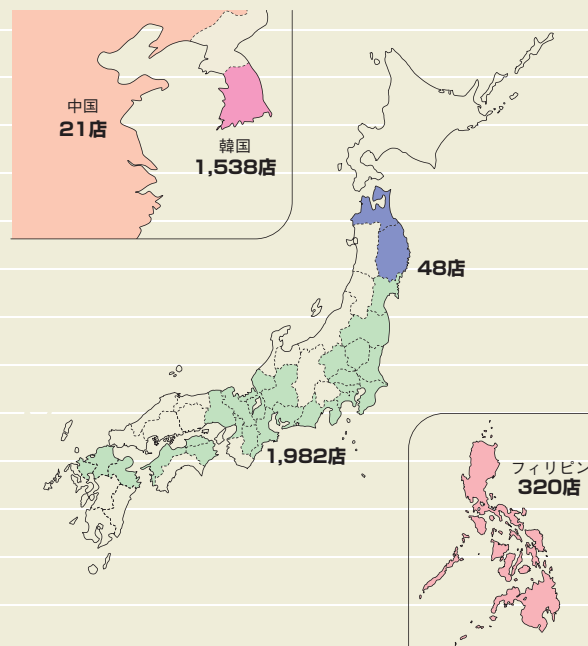
ミニストップは皆さまと共に、笑顔あふれる社会の実現に向かって取り組みを進めていきたいと考えています。ご意見・ご感想をお寄せいただければ幸いです。

店舗数

(2011年6月30日現在)

■ミニストップ(株)	1,982店
■エヌ・ビー・ジーエムエスネットワーク(株)	48店
■韓国ミニストップ(株)	1,538店
■ROBINSONS CONVENIENCE STORES, INC.	320店
■青島迷你島便利店有限公司	21店
□(株)れこっず	7店

(東京・神奈川・大阪・奈良・各1店 / 兵庫・3店)



お問い合わせ先

ミニストップ株式会社

コミュニケーション推進部 環境・社会貢献担当

森出 芳孝・川崎 茂樹・野口 秀明・伊東 祐紀・辻 久美子

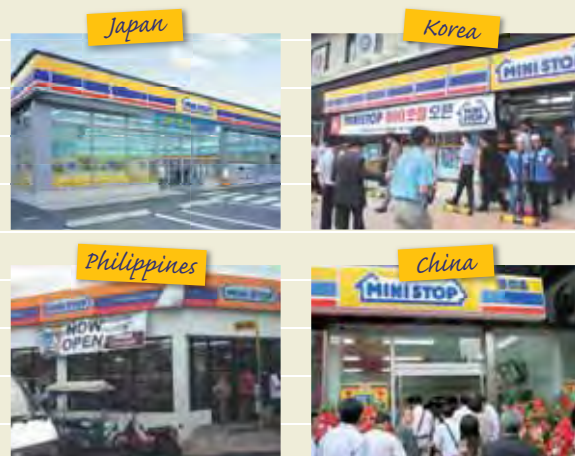
〒261-8540 千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1 イオンタワー6階
TEL.043-212-6489 FAX.043-212-6767
<http://www.ministop.co.jp/>

CSRレポートの詳しい内容はウェブサイトをご覧ください。また、PDF形式のダウンロードもできます。

©発行/2011年8月・通算第12号(次回発行は2012年6月を予定しています)



森出 野口 伊東
辻 川崎



モバイルクーポンでお得にお買物! <http://8632.jp/mobile/coupon/index.html>

Twitter ミニストップ公式アカウント @ministop_fan

Facebook ミニストップ公式ファンページ <http://www.facebook.com/ministopfan>

※Twitterは、Twitter, Inc.の商標です。 ※Facebookは、米国および他の国々で登録されたFacebook Inc.の商標または登録商標です。

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しています。

■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。

AEON

木を植えています
私たちはイオンです

2011 MINISTOP CSR Report

ミニストップ

社長メッセージ

笑顔あふれる社会の実現に向けて

ちょっと立ち寄り「ほっと一息」

Sweets for Smile

炊きたて&手づくりの温かさ

ミニストップの考えるフェアトレード

フェアトレードバナナレポート

私たちの考える環境



ミニストップがつくる「笑顔あふれる社会」 —— 求められるコンビニエンスストアの役割 ——

■東日本大震災にみるミニストップの役割

一東日本大震災では、非常に大きな影響があったかと思いますが、ミニストップとしての対応と現状をお聞かせください。

まず、この度の震災で被災されたすべての皆さまに、心からお見舞い申し上げます。

かつてない規模の災害による被害は、私たちも例外ではなく、店舗・配送センターが被災し、生命線ともいえる物流インフラも広範囲に寸断してしまいました。被災直後の加盟店や従業員の安否確認から始まり、現場での復旧活動や商品・物流確保など、一刻も早い通常営業再開に向けてやれることはすべてやってきました。

その結果、被災地では津波によって消失した2店舗を除くすべての店舗が、震災翌月の4月末までに、仮設ではなく通常店舗で営業を再開することができました。このスピード感ある対応は、それぞれの現場での臨機応変な判断と、ひたむきな努力、さらには、自分たちが何とかなければという使命感によって生まれたものであると思っています。

商品供給が途絶える中、とにかく早くお客さまの元に品物をお届けしたいとの思いから、震災直後に多くの帰宅困難者の方々が出た首都圏では、店内の手づくりおにぎりをお米が無くなるまで作り続けてご提供しました。また、東北では株式会社セイコーマート様のプライベートブランド製品である牛乳を取り扱うなど、グループの垣根を超えてお客さまへの商品供給に努めました。



震災直後の対応

3月11日 本社に震災対策本部、東北事務所に現地対策本部を設置
3月12日 現地対策本部に第一次応援隊(役員を含む12名の幹部社員)派遣
3月12日 緊急支援物資のお届け・水(2L)11,520本、菓子パン6,000個
3月13日～ 宮城・福島エリアに緊急送り込み開始(おにぎり20,000個等)
3月14日～ 豊田・厚木センターより飲料、ラーメン等の供給実施

被災地で営業を再開した店舗には、多くのお客さまにご来店いただき、私たちが地域インフラとしての重要な役割を果たしていることが分かります。今後の復興の段階においても、コンビニエンスストア(以下CVS)としての役割を果たすことで、笑顔あふれる社会をつくること、それがミニストップの社会的責任であり、私たちのミッションだと考えています。

■ビジョンを通じてミッションを果たす

一「私たちは、「おいしさ」と「便利さ」で、笑顔あふれる社会を実現します。」というミッションを再定義し、2013年度末までに、コーヒー、スイーツ、おにぎり、お客さま評価No.1を獲得するというビジョン(目標)を掲げられました。そのミッションやビジョンへの思いを教えてください。

ミッションにある「笑顔あふれる社会」のために、何をすべきかを考え、ミニストップ全体で取り組む中期的な目標としてビジョンを掲げました。

コーヒー、スイーツ、おにぎりは、どこのCVSにもある商品です。しかし、ミニストップだからできる店内調理加工とそれを支えるQSC(「品質(クオリティ=Quality)」「サービス(Service)」「清潔さ(クリンネス=Cleanness)」)を極限まで高めることで、No.1になると考えています。

ビジョン達成の基礎となるのは、お客さまに最も近い店舗でのオペレーションです。コーヒーなら「ほっと一息」を、スイーツなら「楽しい」「特別な日のため、人のために」を、おにぎりなら「手づくりの温かさや優しさ」をと、それぞれの良さを最大限に引き出すためには、的確な作業と来店されるお客さまへの対応が非常に大切です。

おいしさやQSCの徹底でお客さまにご満足いただいた笑顔は、私たちにとって一番の喜びです。同時に加盟店、お取引先、株主など、ミニストップに関わる皆さまが笑顔になる「笑顔のつながり」が生まれるはず。そして、それが、私たちの目指す「笑顔あふれる社会」の一つの形と考えています。

■今後の成長に向けて

一韓国では1,538店舗、フィリピンでは320店舗、そして中国にも既に21店舗*と海外への展開を積極的に行っていますが、海外でのミニストップのあり方はどのように考えていらっしゃるのでしょうか。また、国内では、今後どのように展開していかれるのでしょうか。

まず、海外についてですが、2011年度、韓国で400店舗増を目指すほか、2009年度の中国出店に続き、今年度はベトナムへの出店を計画しています。かつて日本が海外から取り入れ、普及したCVSという文化を今度は日本が広めていくことになるでしょう。CVSの地域インフラとしての役割を果たしていくと同時に、環境配慮や社会貢献などを含めて、私たちがこれまで築いてきたことを海外でも展開していきたいと思います。もちろん日本のミニストップをそのまま海外に持っていくのではなく、その地域に合わせた店舗づくりをしています。ミッションにある「笑顔あふれる社会」は国内外共通のものですが、ビジョンは各国のステージに合わせて掲げることで、ミッションを果たしていきたいと思います。

次に国内ですが、これまでのミニストップとは違った形での展開も始めています。例えば、高速道路サービスエリアの店舗、学校などの施設内の店舗、ドラッグストアと融合した店舗(株式会社これっず)など、新しいスタイルの店舗を増やしています。

従来型の店舗でも一人暮らしや高齢者向けの商品を充実させました。カット野菜や、小分けのお惣菜などを身近なCVSで買い求めいただけるようにしています。これも地域インフラの役割という意味では大切なことと考えています。国内外において、「笑顔あふれる社会の実現」に向けて、これからも地域や社会のニーズをリードするミニストップとして成長していきます。

ミニストップのミッション

ミッションは、私たちがなすべきもの、使命をあらわしています。

私たちは、
「おいしさ」と「便利さ」で、
笑顔あふれる社会を実現します。

ミニストップのビジョン

ビジョンは、「No.1戦略」
お客さまに選ばれる存在であり続けるために
従業員・店舗それぞれのNo.1に挑戦!

2013年にお客さま評価No.1を獲得する!

そのために私たちは、
「コーヒーといえばミニストップ」
「スイーツといえばミニストップ」
「おにぎりといえばミニストップ」
を実現する!



ミニストップ株式会社 代表取締役社長

阿部信行

コーヒーで笑顔を

24時間、いつでも「ほっと一息」。
忙しい毎日を送るお客さまに、
ほんの少しの癒しの時間を提供できたら。
そんな思いを込めて、淹れたてのコーヒーをご提供します。

ミニストップがこれまで培ってきた店内調理加工のノウハウを生かすことで、お客さまが「ほっと一息つきながら笑顔になれる」には、どうしたらよいだろう…。そんな思いから「M's STYLE COFFEE (エムズスタイル コーヒー)」にたどり着きました。

24時間いつでも、お客さまに店でドリッ
プした淹れたての香り高いコーヒーを提供
しています。

目指したのは、身近なコンビニエンスス
トアで毎日おいしいコーヒーを手軽に楽し
んでいただけること。出勤前の自動車の中
で、仕事中のブレイクタイムに、お友達と
おしゃべりしながら。

そんなシーンの中一杯のコーヒーの
ために、高い品質とおもてなしの気持ちに
こだわっています。

ちょっと
立ち寄り
ほっと一息

こんな工夫をしています

ブラック派には不要かもしれませんが、
マドラーにちょっとした工夫をしています。
それは国産間伐材を使用していること。
間伐は、森林を守る大切な作業。そこで
採れた木材からマドラーを作っています。

こだわりの
ポイント!



抽出後はすぐディ
スペンサーに移すことで
淹れたての風味をそ
のまま封じ込めます。



「淹れたてのコーヒ
ーはいかがですか。」お
客さまとのコミュニ
ケーションを大切にし
ます。



気持ちよく召し上がっ
ていただくために、コ
ンディメント周りをい
つも清潔に保ってい
ます。



M's STYLE COFFEE
ホットコーヒー 価格 150円 アイスコーヒー 価格 150円

「M's STYLE COFFEE」について ——加盟店にお話を伺いました——

「M's STYLE COFFEE」で笑顔を増やしている、
2店舗のオーナーにお話を伺いました。



毎日のおいしさは
基本を守ることから

松戸市大橋店
(千葉県松戸市)
近藤宏之オーナー

多くのお客さまが、缶コーヒーではなく、この「M's
STYLE COFFEE」をオーダーされるようになってきて
いることから、お客さまが「M's STYLE COFFEE」を楽

しみにご来店いただいていることを感じます。

私は、毎日同じおいしさを求めているお客さまに、毎日
期待通りのおいしさを提供することがとても大切だと考
えています。

そのためには特別なことをする必要はありません。基
本に忠実にオペレーションをすることが重要です。一番
のポイントは、コーヒーの抽出後手早くディスペンサーへ
入れ替えを行うことです。抽出したコーヒーを酸化させな
いことが、変わらないおいしさを保つ秘訣なのです。

接客や衛生管理、オペレーションなどすべてにおいて、
いつでも高いレベルで基本を大切にします。そうすれば必
ずたくさんのお客さまに選ばれ、そのお客さまからたく
さんの笑顔をいただけたと思います。販売がアップし、お客
さまからも喜ばれることは、スタッフのモチベーションに
もなっていると思います。

おもてなしで
お客さまに笑顔を



深大寺東町店
(東京都調布市)
坂本敏和オーナー

コンビニエンスストアの役割は、急に何かが必要になった
お客さま、逆に毎日お立ち寄りいただけるお客さま、その両
方に必要なものを提供することだと思っています。

手ごろな価格で淹れたてのおいしさが楽しめる「M's
STYLE COFFEE」は、お客さまの毎日の生活に取り入れ
ていただくには最高の商品だと思っています。

朝といえばコーヒーというくらいに、朝の6時から9時はコ

ーヒー販売のピークになります。毎日皆さんに淹れたてをご
提供できるように心掛けています。

当店は通行量の多い通りに面していて、店舗の前にはバ
ス停もあるので、通勤前の会社員の方や、深夜のタクシーの
運転手さんなど、たくさんの常連のお客さまがいらっしゃい
ます。

ですから、当店では接客を何よりも大切にしています。お
客さま一人ひとりのお好きなものを覚えておいて、それと
なくお勧めしたりしています。

また、ミニストップにはイートインコーナーがありますから、
「ちょっと一息」といった喫茶室のような感じが出せればと
考えています。そのためにも、接客を含めた雰囲気づくりに
は気を配っています。

笑顔の接客でおいしい淹れたてのコーヒーを提供すること
で、お客さまの毎日に笑顔を広げていきたいと考えています。

スイーツで笑顔を

「コンビニスイーツ」といえばミニストップ。
小さなスイーツにも、「満足感」や「幸福感」を
与えられるとても大きな力が秘められています。
そんなスイーツたちは、
私たちの誇りでもあります。

ミニストップといえば、ソフトクリームが代名詞。
北海道産の生乳を使うなど、素材へのこだわりは
そのままに、2011年3月には10年ぶりに生ま
れ変わり、甘さ控えめのなめらかな風味にな
りました。

そのソフトクリーム以外にも、パフェなど
さまざまなスイーツをファストフードで展
開しています。いずれも、素材の生産地を
訪れ、しっかりと品質を確かめたものばかり
で、自信を持っておすすめします。

店内調理加工スイーツの魅力はなんといっても、
そのフレッシュ感。特に乳製品のソフトクリームは、安
全・安心のための衛生管理など、機器の徹底した殺菌洗
浄からお客さまの手にお渡しする瞬間まで、心を込めて
扱っています。

各フレーバーは、コーンタイプ・カップタイプ をお選びいただけます



カップタイプなら、小麦・アーモンドな
どにアレルギーがある方も安心して召
し上がりいただけます。また、小さなお子さ
まにも持ちやすい形状なので、おいしさを
ゆっくり楽しんでいただけます。

安全・安心のヒミツ!

ミニストップでは、定期的な自主検査とストアアドバイザーに
よる巡回指導によって、衛生管理を徹底しています。また、ソフト
クリームマイスター制度を導入し、ソフトクリームに関する知識・
技術を高める取り組みも実施。安全・安心のための厳しい基準を
クリアしています。



店舗衛生
調査*
14回連続
100点

つくば天久保店
(茨城県つくば市)
田緑 晋一さん

*年2回、第三者機関により、手指、器具の拭き取り細菌検査や油の酸化度検査、厨房内の衛生管理状況、商品の保管・管理状況等を確認

Sweets
for
Smile



2011 年度 モンドセレクション 金賞受賞

ミニストップのソフトクリームが
受賞しました。
受賞品目:ソフトクリームバニラ/
ベルギーチョコ/
ベルギーチョコミックス/
デザートコーン

ソフトクリーム バニラ 価格 198円

スタッフのコメント

ミニストップの看板スイーツであるソフトクリームは、お客さまに自信を持
ってご提供できる大切な商品のひとつです。おいしさはもちろんですが、安心
して召し上がっていただくための衛生管理、特に機器の分解洗浄は徹底して
行います。分解洗浄の主な目的は機器に蓄積された乳脂肪分を取り除くこと
で、細菌の混入と増殖を防ぐことです。召し上がったお客さまの「笑顔」につ
ながるものと信じて、日頃から丁寧な作業を実施しています。

ソフトクリームの売り上げが 花の苗に

花の輪運動

花の輪運動は、財団法人花と緑の農
芸財団が提唱する活動で、申し込みの
あった小学校に、抽選で花の苗、木の
苗を贈呈しています。ミニストップはこ
の活動に賛同し、店頭での募金と、土
曜日のソフトクリームの売上高の
1%分を財団に寄付し、この活動
の応援を続けています。



子どもたちに花の苗を進呈



再生プラスチック製で
何回も使える募金箱

HAPPYRICH SWEETS

食べるとハッピーでちょっとリッチな気分になれるデザート

多様化するライフスタイルの中で、それぞれの
お客さまの「笑顔」づくりにミニストップのスイーツ
が役に立っていないか。いつもの仕事帰りに、食後のデ
ザートに、記念日に…。店内調理加工のファストフ
ードにはない趣向を凝らした味付けやワンハンド(片
手)で食べられるなどのちょっとした工夫が、さま
ざまな場面できっと「笑顔」につながるはず。そんな思
いから、新たに「HAPPYRICH SWEETS(ハピ
リッチスイーツ)」のブランドを立ち上げ、スイーツ
ラインナップの充実を図りました。

2010年はコンビニエンスストア発のスイーツが
注目を浴びた年です。街の洋菓子店や百貨店の専
門店などとは違う、コンビニエンスストアオリジナル
商品が続々と発表され、好調な売れ行きを見せまし
た。

コンビニエンスストアの魅力は、何といても気
軽に立ち寄れるところです。お一人でも、お二人、ご
家族でも、何気なく立ち寄ったミニストップでお求め
いただいた「HAPPYRICH SWEETS(ハピリッチ
スイーツ)」を召し上がると、特別な気分になれる、
そんなちょっとした高級感あるデザートをご提供しま
す。



お客さまの消費シーンを
考えながらの商品企画会議



おにぎり笑顔

「作りたてのおにぎりってこんなに温かみがあるんですね。」
ミニストップの手づくりおにぎりは、
店内で炊きたてのご飯からスタッフが一つひとつ作っています。
おにぎりはシンプルな食べ物。違いは「手づくり」に込められた、
お客さまの「笑顔」への私たちの思いです。

炊きたて&
手づくりの
温かさ

コンビニエンスストアにちょっと立ち寄ってすぐに食べられる、そんな定番のおにぎりで、お客さまに「笑顔」を。炊きたてのご飯でおにぎりを作ったら、きっと喜ばれるに違いない。そんな思いから手づくりおにぎりが生まれました。

今では、バラエティに富んだ具材のおにぎりが、どこのコンビニエンスストアでも簡単に手に入ります。ミニストップはそこに「手づくり」という大きな価値を加えました。「手づくり」が可能なのは、これまでミニストップが店内調理加工で築いてきた、食材の鮮度管理、器具の殺菌などの徹底した衛生管理が身についているからです。

新潟県産コシヒカリ100%のお米で、ちょっと大き目のボリューム感。そして、何よりも店内で炊きたてのご飯から作った「出来たて感」。一度食べていただければ、どこか懐かしいおいしさを感じていただける、私たちの自信作です。

※「手づくりおにぎり」は一部店舗での取り扱いですが、順次導入を進めます。

お客さまには、私たちが店内で一つひとつ作っているということをお伝えすることで、安心して召し上がっていただけていると思っています。一度に何種類もつくるので、前の具材のアレルゲンが残らないようとても気を使っています。機械に頼らないため、時間も手間もかかりますが、その分、温かみのあるおにぎりを作れると思っています。

池辺町店（神奈川県横浜市）
田上 誠さん

フェアトレード

日本でさらにフェアトレードを広めるために、ミニストップは2010年11月、日本で初めてフェアトレード認証バナナの販売を開始しました。

ミニストップでは、フェアトレードを一時的な募金や寄付とは違う、継続的な社会貢献型のビジネスモデルとして考えています。私たちは、生産者からお客さまへ商品が渡るまでのすべての人に対して、思いやりをわち合い続けます。特に、途上国の生産者が食糧を得たり、学校に通うことに悩まない程度に安定した生活を送ることができるようにすることを目標としています。

ミニストップでは2006年10月からフェアトレード商品の販売をスタートし、トップバリュ フェアトレード ブラックコーヒー無糖（ボトル缶）をはじめ、これまでさまざまな商品の販売を継続してきました。

ミニストップのフェアトレードバナナは、フィリピンのミンダナオ島南部ダバオにある「ヨシダファーム」で作られています。



農薬を使わずに育て、花房を手で一つひとつ摘み取ります。

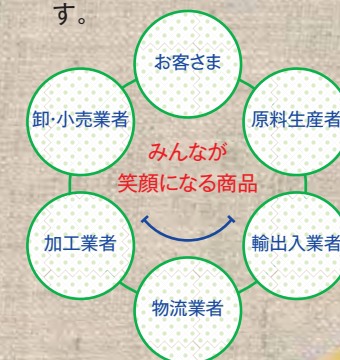


フェアトレード認定ラベル

FLO（国際フェアトレードラベル機構）が設定した基準をクリアした事業者にのみ使用を許可するラベル

近隣のバナナ農園では非正規雇用が多い中、ヨシダファームでは60名全員を正規雇用し、従業員の生活の安定を保つよう努めています。労働環境に配慮することで、従業員のモチベーションを高め、品質の良いバナナを生産しているのです。このような取り組みの結果、ヨシダファームは2010年にアジアで初めてフェアトレードの認証を受けました。

お客さまにフェアトレードバナナを選んでいただくことによって、ヨシダファームとの取引が継続できます。ミニストップはこれからも積極的に品揃えをして、販売に努めます。



フェアトレードバナナ
価格 1本入り105円 3本入り178円
（2011年6月30日現在）



ヨシダファームの皆さま
右がオーナーのレティカ・イババオさん



ヨシダファームで働くカミンセさんご一家

「収入が安定したので、
子どもを安心して育て
られるようになりました。」

ミニストップCSRレポート2011 パフォーマンスデータシート

対象期間:2010年度(2010年3月1日~2011年2月28日) 注)本冊子の数値とは異なります。

このシートに掲載されているデータは、ミニレポに掲載されていないミニストップ主要データをまとめたものです。
活動内容の詳細はミニストップのウェブサイトをご覧ください。http://www.ministop.co.jp/eco_social/

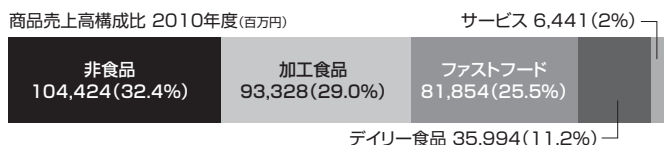
■ 会社概要

※ 2011年2月末日現在

【社名】	ミニストップ株式会社
【事業内容】	イオンの戦略的小型店事業としてコンビニエンスストア『ミニストップ』を展開
【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
【本店】	〒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】	幕張事務所(千葉県千葉市美浜区) 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) 九州地区事務所(福岡県福岡市博多区)
【店舗数】	ミニストップ(株).....1,987店 エヌピージーエムエスネットワーク(株).....52店 韓国ミニストップ(株).....1,429店 ROBINSONS CONVENIENCE STORES,INC. 331店 青島迷你島便利店有限公司.....14店 (株)れこっず.....3店
【従業員数】	869名

■ 経済性報告(単体)

年度	2008	2009	2010
加盟店を含む売上高(百万円)	302,911	300,442	322,043
経常利益(百万円)	7,152	3,990	7,432



■ 社会性報告

【お客さまとの関わり】

コールセンター受付件数、声の内訳 合計17,717件(対前年度比98.7%)



【地域社会との関わり】

年度	2008	2009	2010
チャイルドイン턴シップ受け入れ生徒数	454名	908名	993名
フェアトレード商品販売数	—*	136万個	85万個
2010年度店頭募金総額	34,894,902円(花の輪運動 10,399,883円含む)		

※ 詳細データなし

【加盟店との関わり】

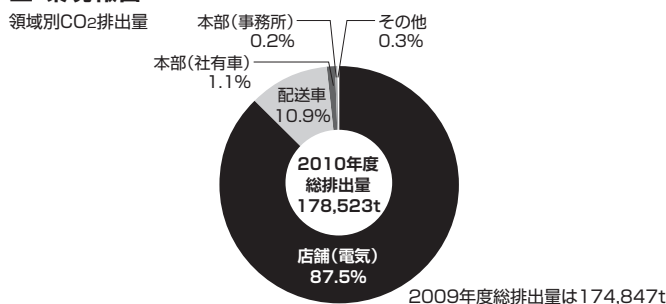
年度	2008	2009	2010
FC契約士認定者数	85名	85名	59名
訴訟件数	1件	1件	—
契約に関する件数			
新規に営業を開始した加盟者の店舗数 (既存店の移転による新規営業を含む)	210店	253店	—
契約を途中で終了した加盟者の店舗数 (既存店の移転による新規営業のための終了を含む)	130店	106店	—
更新された加盟者の店舗数	95店	84店	—
更新されなかった加盟者の店舗数	39店	36店	—
ストアリーダー認定者数	220名	325名	235名

【従業員との関わり】

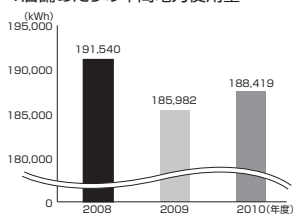
年度	2008	2009	2010
採用者数	89名	64名	82名
平均年齢	36歳2ヵ月	37歳	37歳9ヵ月
平均勤続年数	9年9ヵ月	10年3ヵ月	10年5ヵ月
離職率	4.43%	5.08%	4.78%
女性管理職数	6名	6名	5名
障がい者雇用率	1.97%	2.52%	2.69%
育児休職利用者数	4名	5名	2名
健康診断受診者率(一般) (4月~3月の受診者率)	99%	100%	98%

※ 2011年2月末日 現在

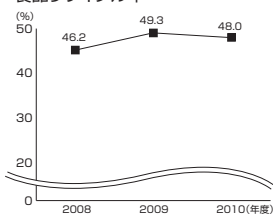
■ 環境報告



1店舗あたりの年間電力使用量



食品リサイクル率



社団法人日本フランチャイズチェーン協会共通削減目標:

2008年~2012年で店舗のエネルギー消費原単位(床面積・営業時間当たりエネルギー消費量)を23%削減。
2010年度は0.131kWh/m²・hで1990年度比26.4%削減

1店舗あたりのレジ袋使用枚数及び使用重量

年度	2008	2009	2010
使用枚数(枚)	227,495	218,868	223,672
使用重量(kg)	764	687	707
2001年度比	-25%	-33%	-31%

(送信方向)

FAX 043-212-6767

ミニストップ CSR レポート 2011

ミニレポ アンケート

ミニストップ株式会社 コミュニケーション推進部 環境・社会貢献担当 行

～ご意見・ご感想をお寄せください～

最後までお読みいただきありがとうございました。皆さまからの忌憚のないご意見・ご感想を FAX 等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、今後の改善に生かしてまいります。

e-mail アドレス：hp@ministop.co.jp

■ 1. 「ミニストップ CSR レポート 2011」の中で、印象に残った内容は何かですか。

■ 2. 「ミニストップ CSR レポート 2011」の中で、もっと知りたいと思われた点は何かですか。

■ 3. ミニストップに今後取り組んでほしい点は何かですか。

■ 4. その他ご意見・ご感想がございましたらご記入ください。

お住まいの地域

性別（男・女） 年齢（ ）歳代

都・道・府・県

市・区・町・村

注）番地、アパート名等をご記入しないようお願いいたします。

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 CSR 担当 ☐ 株主 ☐ 研究・教育機関
☐ 学生 ☐ 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。