

より一層の変革が求められる経営

ミニストップを含むコンビニエンスストア業界の経営環境は、2020年以降、新型コロナウイルス感染拡大の影響で大きく変化し、国内外を取り巻く状況がかつてないほど変貌しました。引き続き、新型コロナウイルスと共生する経営が求められます。お客さまの生活に密着した業態として、店舗で働く従業員とお客さまの安全・安心を最優先に、原則通常営業を継続してまいります。

これまでコンビニエンスストアは、時代やお客さまの変化に対応することで成長してきました。ミニストップは、「もっと便利、もっと健康、もっと感動、毎日行きたくなる店舗をつくります。」という経営ビジョンを追求し、さらなる成長を図ります。

ミニストップのDNAは、創業時から継承されてきたイトインや厨房を生かした店内加工ファストフードです。ソフトクリーム、X(エックス)フライドポテト、克蘭キーチキンなどの定番商品に加え、ハロハロ

果実氷のシリーズ展開や、ソフトクリームのスプーンを「食べられるスプーン」の提供への変更などに取り組んでいます。また、毎日の食事にミニストップを選んでもいただけるように、手づくりのおにぎり、弁当類、単品惣菜に力を入れています。今まで以上にお客さまの毎日の暮らしに寄り添った店舗にまいります。

今後もできたてのおいしさを提供するミニストップ独自のオペレーションで商品に付加価値を与え、コンビニエンスストア業界の中でユニークでエッジの効いた存在になることを目指していきます。

お客さまの声にお応えし、魅力ある商品を揃える

お客さまに喜んでいただくことでまた新たな魅力ある商品を揃え、さらにお客さまの満足度を上げる。この有機的なサイクルを回すことで、ミニストップは成長し続けられると思います。この成長に向け加盟店と本部が一体となり、お客さまに選んでいただける店舗づくりを進めてまいります。

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、ミニストップビープル全員で目指す店舗イメージをあらわしています。

もっと便利、もっと健康、もっと感動、毎日行きたくなる店舗をつくります。

加盟店オーナーさまの満足がそのまま、私たちの満足です。

ミニストップを経営する満足と喜びをすべての加盟店オーナーさまと分かち合いたい。

そして、さらに一歩先へ前進するために、同じ目標を共有し、手を携え歩みたい。

ミニストップの存在意義は、コンビニエンスストア事業を通じて、お客さまにご満足いただけるオリジナリティあふれる商品やサービスを世に送り出すこと。そのためにはまず、加盟店オーナーの皆さまがミニストップの経営に満足と喜びを感じていただけることが大前提と私たちは考えます。

そして、そのための仕組みを真摯に検討し、実践していくことが、皆さまと手を携え歩むための本部の果たすべき役割だと私たちは認識しています。ミニス

トップが最も大事にしているのは、こうしたパートナーシップという考え方。決して企業の論理を一方的に押しつけるのではなく、加盟店オーナーの皆さまと同じ目標を共有し、実現のために互いの力を出し合える関係でありたいと思います。

加盟店さまが店舗経営と販売に専念できるよう本部は多面的にサポートします。そして、得られた事業利益を分け合うミニストップパートナーシップ契約に基づき、双方の持続的成長を目指します。

ミニストップ株式会社

代表取締役社長

藤本明裕

加盟店



- 店舗のマネジメント
Quality(品質)
Service(サービス)
Cleanness(クリンネス)
品揃え
- スタッフのマネジメント
- 経営のマネジメント

本部



- ストアアドバイザーによる経営アドバイス
- 商品の開発・サービスの導入
- 広告宣伝活動
- 情報システムの構築
- 会計業務代行
- 教育

持続的成長