

ごあいさつ

Message from the President

価値ある商品で経営環境の変化に対応

私たちを取り巻く経営環境は、不安定な国際情勢による原材料費の高騰や物価高、労働人口の減少などさまざまな課題が山積しています。そして、お客さまのライフスタイルや購買行動の変化が長期的に続く環境下でミニストップは、店舗の競争力や商品開発力を向上させ、お客さまニーズの変化に対応するための成長戦略と構造改革を推進することで、さらなる成長を図っています。

2024年に発売した「ダブルクリームシュー」やCVSおにぎり、菓子パンなどお求めやすい価格の商品は、多くのお客さまにご利用いただきました。また、創業時から継承されてきた本格的な厨房でつくられる手づくり弁当や、ファストフードの新商品となる「ホットドッグ」も評価をいただいております。今後も“おいしさ”にこだわり続け、トップバリュ商品の活用、プライベートブランド商品の開発、農産商品やデイリー／冷凍食品の拡充なども進めていきます。そして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。

ソフトクリームを通じた社会課題の解決

ミニストップの基幹商品である「ソフトクリーム」では、プラスチックスプーンの代わりに食べるスプーンの提供によりCO₂排出量削減に貢献することで社会課題の解決を推進しています。2025年は、ソフトクリームマイスター制度を約6年ぶりに復活させます。スタッフのソフトクリームに関する技術・知識を深め、オペレーション力向上を図るとともに、お客さまへの対応力を上げ、絶対的なブランド地位の構築につなげていきます。また従来の活動である花の輪運動、チャイルドインターンシップなどもミニストップ独自の社会貢献として継続し、地域社会にとってなくてはならない存在を目指します。

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ていきます。こうした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

