

地域との共生

八女の棚田と地産地消

福岡県の八女近郊には、とても美しい棚田があります。この棚田でとれたお米を「棚田米で作ったおにぎり」として福岡県のミニストップで販売しています。この地産地消の取り組みが、地域にとって大切な棚田の美しい景観、水や緑の保護につながっています(→P14)。



美しい棚田の風景



稲刈り体験

表紙メッセージ

時代が変わっても変わらないものがあります。

私たち日本人は遠い昔からお米を食べてきました。太陽からふりそそぐ光をめいっぱいにあびて作られたそのお米を、いつも食卓で目にします。

この写真は下から順に粳(もみ)、玄米、白米です。最近では、粳から一気に白米に精米してしまうので、玄米と白米は違う米だと思っている人もいます。

ミニストップは親しみのあるお米とともに、食の大切さや生産者とのつながりを問い直し、環境の保全に取り組んでいます。



◎お問い合わせ先／ミニストップ株式会社

CA推進室 環境推進担当 伊藤 隆俊・森出 芳孝・野口 秀明・岡村 幸代

〒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/company/eco_social/index.html

本報告書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 2005年5月 通算第6号 ◎次回発行日は2006年5月を予定しています。 ◎制作協力／株式会社クレアン



30%
Minimum
SGS-COC-1515
この印刷物に使用されている用紙に含まれる木材繊維の30%以上は、FSC(森林管理協議会)の認定を受けた第三者機関により適切に管理されていると認められた森林から生産されたものを使用しています。
FSC Trademark © 1996 Forest Stewardship Council A.C.



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。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。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、印刷インクは植物性的大豆油インキを使用しています。



木を植えています
私たちはイオンです

ミニストップ 環境社会報告書 2005

2005 MINISTOP Sustainability Report

01 ステークホルダーミーティング

「ちょっと違う」を伝えるコミュニケーションを目指して

03 社長コミットメント

お客さまに選んでいただけるミニストップでありたい

05 ミニストップが取り組んでいること

安全・安心への取り組み

07 安全な商品をお届けするために

08 担当者に聞く、新商品ができるまで

09 安心して商品を選んでもいただけるように

10 安全で環境にも配慮した商品

環境への取り組み

11 エコストアを目指して

地域との共生

13 地域との共生

15 コンビニのライフサイクル

コミュニケーション

17 みなさまの声を聞いて活かす

18 みなさまに伝える

19 ミニストップ21キャンペーン

21 第三者からのご意見・編集方針

22 会社概要

別紙 コミュニケーションツールについての考え方、コールセンターに寄せられた声
2004アンケート結果、2005アンケート



「ちょっと違う」を伝える コミュニケーションを目指して

ミニストップは、商品づくりとお店づくりにこだわり、「ちょっと違うね」と言っていただけのコンビニエンスストアになりたいと考えています。そのためには何が必要なのか。お客さま代表、加盟店代表、専門家、先進的な取り組みをする企業の担当者さまにお集まりいただき、ご意見をうかがいました。さらに今回は、そのご意見をどう活かしていくかについての社員による話し合いを、座談会終了直後に行いました。

(この座談会は2005年1月26日に実施しました。所属等は実施日のものです。)

お客さま代表

依田 美穂子氏



会社勤めをしている時はコンビニを良く利用していました。用途に合わせて使い分けますが、ミニストップにはこういう商品がある、その場で作ってくれるという点で、他のコンビニとは違う印象があります。

お客さま代表

齋藤 且彦氏



平日は都内にいてそれほど利用しませんが、趣味のアウトドアで出かける時の休憩場所や、現金の引き出しに利用します。また、週末に千葉の実家に行く時のお土産にソフトクリームをよく買います。

グリーン購入ネットワーク(GPN)事務局長

佐藤 博之氏



GPNは環境負荷の小さい製品やサービスを購入する取り組みを進める企業、行政、NGOのネットワーク組織です。学生時代に初めて入ったコンビニがミニストップでした。今も子どもと外出した時に良く利用しています。

ザ・ボディショップ
(株式会社イオンフォレスト マーケティング局
販促企画部ディレクター)

成瀬 祐子氏



英国生まれのスキンケア商品を日本で販売する会社です。私にとってコンビニは「小さなアミューズメントパーク」。コーヒーや化粧品、サブプライムで何でもあって、買い物しながらリフレッシュできます。

沼田バイパス店(群馬県)オーナー

長谷川 康三



店は新潟県との県境に近いところにあります。レジャーがてら立ち寄るお客さまが多いのですが、人口の割にコンビニが多い激戦区です。現在2店舗を運営しています。

箕面新稲店(大阪府箕面市)オーナー

堀越 昭夫



店は猿で有名な山の近くにありますが。コンビニを地域の情報発信基地ととらえて、常に最先端を走るようスタッフとともに考え、努力しています。オリジナル缶コーヒーの販売数は全国第1位です。

ミニストップ株式会社 FF商品本部 商品開発部部長

森山 茂



人気のソフトクリームやナチュラルブレッドサンドや中華まんなど、ファストフードの開発を担当しています。

ミニストップ株式会社 商品本部
デリカ・デザート・飲料商品部 飲料担当

谷澤 隆



原料となる豆の産地を農園まで指定したオリジナル缶コーヒーを開発しました。これまでに合計で210万本近く販売し、売れ筋商品になっています。

ミニストップ株式会社 代表取締役社長

横尾 博



お客さまがまた行きたくくなるようなお店を目指すとともに、お客さまが食べて幸せな気持ちになる、そんなシーンを提供できる商品を開発することをキーコンセプトにしています。

左: 店内に置いたリーフレット(→P18)
右: 環境社会報告書2004の発行をお知らせするポスター



前回いただいた声を次のように反映しました

「環境社会報告書2004」に掲載している社長座談会の主題は、それぞれの立場で考える「安全な食とは？」という内容でした。この中で頂いた声には、以下のようなものがありました。

- ・知りたい人が詳しい情報を手に入れられる仕組みを
- ・きちんと食品表示をしているのに消費者に伝わっていない
- ・イートインコーナーをもっと活用しても良いのでは

そこで2004年度には、安全・安心と環境についての取り組みをまとめたリーフレットを作成し、店内に置くとともに、より詳しい情報を記載している環境社会報告書を知っていただくためのポスターをイートインコーナーに掲示しました。

お客さまが求めているものは何か

横尾：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、便利をお届けすることを企業としての社会的な使命であると考えています。最近ではそれに加えて、環境や社会に良い商品を買うことを意識する消費者が増えているようですね。

依田：私は学生時代から環境問題に興味があって、同じような商品が並んでいたら多少高くても環境に配慮したものを選びます。環境に良いことをした、と感じられるからです。もっと環境に配慮した商品を増やしてほしいですね。

佐藤：コンビニエンスストアやスーパーでは食品関連の商品が多いためグリーン商品を増やすのは難しい点もありますが、先進的なイオンのトップバリュ(→p10)のような取り組みを導入すると良いと思います。

森山：例えばファストフード商品の「ナチュラルブレッドサンド」は、デンマークの工場で焼き上げたパンを冷凍して日本に空輸して、販売時に温めています。このようなことをするのは、おいしいことに加え、現地工場の生産性が非常に高く原料をほとんど無駄にしないからです。

佐藤：それは知りませんでした。商品が持つそうした物語を消費者に伝えていくことが大事ですね。

依田：商品の表示についても、最近は健康ブームなので安全や安心の面からも、もっと産地や原材料についての表示があると良いですね。

齋藤：私はコンビニエンスストア全般に対して、残念ながら、ごみがたくさん出るところという印象が強いです。だからごみ箱を置いているのだろう、と思っています。例えば、おいしさを保つために素材ごとに別包装にしている食品がありますが、商品の包装をもっと簡素化することはできませんか。

森山：商品の包装については、食品を包む紙や容器の厚みを薄くするなど原料の総重量を減らしていますが、意識はしていてもまだ徹底されていない部分はあります。

目に見える工夫を活かした店づくりを

成瀬：私どものボディショップでは、お客さまに、お買物袋はお入用ですか？と伺い、簡易包装にご協力いただいております。また、

空容器をお店に返却するとポイントが加算される制度もあります。

依田：私はポイントに弱いので、そうしたサービスは魅力ですね。また、きっかけがポイントをためることで、次第に意識が変わる人も多いと思います。

長谷川：店で回収するごみはコスト面でも大きな課題となっています。すぐにできる取り組みとして、例えばソフトクリームを店内で食べるお客さまには手渡しするようにしています。

堀越：不要なはしや袋を渡さなくするなど従業員教育を徹底していけば、ごみの量は減っていくと思います。

佐藤：イートインを利用する時は袋に入れずにトレーに載せるなどすれば便利ですし、ごみが減ります。また、実際にリサイクルされた商品を並べるなどすれば、消費者も自分が出したごみはどうなるか確認することができ、啓発の意味でも効果的でしょう。

工夫できることはまだまだあるはずです。

谷澤：環境配慮と言ってもお客さまにはなかなか伝わりにくいものがあると思います。お客さまが直接商品に手を触れて知っていただくなど、「環境」を体験(感)していただく工夫が必要だと思います。

お客さまや地域とのつながりを大切に

横尾：ミニストップの「ちょっと違う」部分をお客さまに伝えるためには、どのような手段が有効であるとお考えですか。

佐藤：最近感じるのは、商品や地域の「つながり」が見えなくなっているということです。コンビニはある意味で街の拠点になっていますが、顔が見えにくい印象があり、信頼のおける場所という印象がまだありません。店長の「イチ押しエコ商品」などの掲示物が店頭にあるだけで、ずいぶん印象が変わると思いますよ。

成瀬：ザ・ボディショップでは店舗が広告塔の役割を担います。現在のコミュニティレード*のキャンペーンでも、リーフレットや広報物、マーク、キャッチフレーズなどを効果的に使って視覚に訴えけるとともに、お客さまと対話することでスタッフ自身も学び、商品売るだけでなく価値観も共有できる売り場や環境づくりを心がけています。

堀越：当店では、ホスピタリティ、いわゆるおもてなしの気持ちを表すために、スタッフによる手書きの掲示物を置いています。また、地域活動としては、市と協力してごみ袋の無料配布を行っているほか、子ども110番や緊急時の連絡体制を整備しています。

長谷川：沼田では徘徊老人に関する問い合わせが多く、地元のコンビニなどでつくる集まりで、高齢者支援ネットワーク事業を行うことを検討したり、駐車場に掲示板を置いて地域情報をお知らせしたりするなど、地域での社会貢献のあり方を考えています。

横尾：コンビニを利用するお客さまはいろいろな立場や年齢層であるだけに、スタッフ自身が対話や日頃の取り組みを通して地域との関わりの大切さに気づいていくことが大切ですね。

これからのミニストップに期待すること

横尾：これからのミニストップに期待することを一言ずつお聞かせください。

依田：コンビニは地域にとって大きな存在になりつつあります。これからますます良い意味での生活の拠点になってほしいです。

齋藤：携帯電話の使い捨て充電器などはもったいないので、バッテリーを共通化し、コンビニに行けば充電済みのバッテリーと交換してくれるサービスなどがあると便利ですね。

佐藤：ほかに、ビニール傘など使い捨てになってしまっている商品をコンビニで目にしますが、使い捨てにされるような商品を取り扱うのは見直しが必要でしょう。今後は「こういう商品は扱わない」という基準を設けるべきではないでしょうか。

成瀬：来店する人は、物を買うだけでなく、ふれあいなどの時間の共有も求めているので、心のニーズに応えられる場所になってほしいですね。

堀越：時代を先取りしつつミニストップらしさを追求していただきたいですし、それが従業員の自信や明るさにつながっていくと感じています。

長谷川：これからはいかに売るだけでなく、いかに地域の中で支持されるかを考えていく時代であると思います。特に、新潟県中越地震の時には被災地から水や通信手段を要望する声が多くあったので、ライフラインのステーション的な機能を果たしていくことも考えていきたいと思っています。

横尾：本日のお話の中で「つながり」や「物売るだけでなく」、「心のニーズに応えられる」など、大変重要なご意見やキーワードをいくつかいただきました。

皆さまからのご提案をもとに、昨年とちょっと違ったミニストップを目指してがんばります。本日はどうもありがとうございました。

*コミュニティレード：世界各地の先住民や女性グループ、小規模農家など、支援を必要としているコミュニティ(地域)から原料やアクセサリーを公正な価格で直接仕入れ、コミュニティの経済的、社会的な改善を継続的にサポートするボディショップの活動。一般的には「フェアトレード」と呼ばれます。

皆さまの声を活かしていくために

上記の座談会終了後に、傍聴していた社員を含め11名で、いただいた意見をどう活かしていくかについて話し合いました。自らの部署に関連する課題をそれぞれが持ち帰り、重要度と緊急度によって重み付けをして、2005年度以降の取り組みに反映します。フィードバックの状況は、2006年度版の報告書にてご報告します。



社長コミットメント



お客さまに選んでいただける ミニストップでありたい

ミニストップ株式会社 代表取締役社長

横尾 博

千葉の市原市のあるお店は、同市から2年目のエコショップ認定を受けました。オーナーが特に「無駄な袋を使わないようにしましょう」とお客さまにマイバッグの持参を推奨しており、別にポイントがたまるわけでもないのに、今までコンビニエンスストアを使ってくれていなかった年配の主婦が何人も買い物にいらっしやるようになったそうです。これはある意味、環境活動を通じた「共感」であると思います。

こだわりに力を入れることで、多くのコンビニエンスストアがある中で「ミニストップはちょっと違うね」と感じて来店してくださるお客さまを増やすことができたのです。こうした取り組みを広げていくことが今年の課題です。

安全性や品質でも「ちょっと違う」商品を

一時期、農業問題で一部の中国野菜の輸入が禁止され、消費者は国産品や生産者が明示されている野菜を買い求めるようになりました。しかし、国産だから、生産者の顔が見えるから、といって安全とは限らないはず。当社では、安全性は客観的な基準でちゃんと調べられたものであるべきだと考え、検査体制や品質管理体制を確保しています(→P7)。これは、海外からの輸入品についても同様です。

先日、中国の提携工場を何カ所も視察して、そこで働く従業員の労働環境や生産環境、品質管理体制に加え、どんな方が働いているかといった全体のイメージまでチェックしてきました。とに

かく現場を見ることが重要です。当社では本部の品質管理担当者が現地で厳しい指導と管理をしており、徹底した品質管理によって現地の生産者自身の品質基準が上がります。例えば不良品等の発生率が下がれば、廃棄する量が減って生産性も上がります。厳しい基準に耐えることで体力が付くということを現地の人も理解して、相乗効果で良くなっていくのです。

また、当社では産地だけでなく農場まで限定したオリジナルの缶コーヒーを販売していますが、この商品の開発にあたっては担当者が直接産地に行って生産者と打ち合わせしました。通常の商品でも原料を扱う商社がプロとして管理しているので安全性や品質は問題ないのですが、農場指定の場合はミニストップがどういう店で、どういうお客さまが買うかといった情報を伝えることで、生産者の親近感や思い入れが増すのです。これは非常に重要なことです。

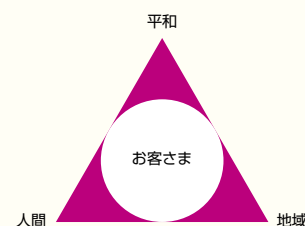
違いを知っていただくために

今後の課題は、こうした取り組みをどのようにしてお客さまにお伝えしていくかということです。そのためには、「共感商品」とでも言いましょうか、お客さまの共感や価値観の部分にアプローチをしていくことが重要であると思います。当社でもそうした商品群について統一ブランドと販促物を作ってコミュニケーションを図っていく予定です。ただし、あまりお客さまの意識と離れすぎてもいけませんので、いわば半歩先を行きながらお客さ

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、地域のくらしに根ざし、地域社会に貢献し続ける企業集団です。

まをリードしていくことが大事だと考えています。

また、商品に込められた物語やメッセージを店舗オーナーや店舗スタッフが共有して、初めてお客さまに発信していくことができます。やはり、従業員や働いている人が食べた

い、おいしい、いいな、と思う商品はお客さまにも良いと思っただけのものではないでしょうか。サービスの違いで店を選ぶお客さまも多いので、オーナー研修や加盟店教育にさらに力を入れていきます(→P16)。

地域と社会に 根ざしたお店に

現在、企業の社会的責任がこれほど問われているのは、社会を良くするために企業の役割が大きいと期待されているからだと思います。

2004年は、天災が頻発したこともあり、コンビニエンスストアに対して、水、トイレ、通信網、帰宅途中の人の安全なステーションなど、社会的なインフラとして機能してほしいという要請が高まっています。ただし、供給や社会の仕組みの問題などを考え合わせると、まずそのためのインフラを整備する必要があり、今の段階では個々の企業での対応が難しい面も多いため、業界全体で行政と対応を考えています(→P13)。

2004年、ある店舗が台風で停電し、とても店を開けられる状況ではありませんでしたが、それでも食料などに困ったお客さまのために店を開けたそうです。また、近隣の水没してしまったお店が「皆さんのためにこの商品をミニストッ

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。

で売ってください」と持ってきてくれたそうです。このように大変な時には助け合う精神は素晴らしいことです。このエピソードには、コンビニエンスストアに期待されていることが表れているように思います。

当社では地域に根ざしたお店へのこだわりを大事にしています。ミニストップ21キャンペーン(→P19)で受賞した提案に、ミニストップの店舗を小中学生向けの体験学習の場として提供するという企画があり、すでに具体化するための専用チームを設置しています。まずモデル地区で取り組んで、その結果をもとに全国に拡大し、今後1年間続けていきます(→P14)。

また、千葉県の店舗では県や千葉県物産協会と連携して県内の特産品を販売したところ大変好評で、堂本知事にも喜んでいただきました(→P14)。いわば地産地消の取り組みです。県内の商品を使った弁当やおにぎりを作って販売してほしい、近隣の農産物を産地直売してほしい、という要望もあります。今後もこうした取り組みを広げていきたいと考えています。

今後当社では、日頃の一つひとつの業務に社会的責任の視点を落とし込み、全社が連携して一貫性を持って取り組むことが必要であると感じています。そのためには、会社全体の目標をたて、社員が現在の自分の仕事はどこにつながっていくかを知ることが重要です。その上で、実施したことを公表してお客さまの理解を得ていく活動を継続していきます。

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



ミニストップの目指す姿 ちょっと違うね! ミニストップ

「ちょっと違うね! ミニストップ」という言葉はコーポレート・メッセージとして2004年度末に定め、現在展開しています。「ちょっと違うね! ミニストップ」と感じるこだわりの商品とコンポストアとしてのお店づくりを目指しています。店舗や本部社員は、「ちょっとの違いを意識する」「自分の仕事にこだわりを持つ」「こだわりを意識する」という気持ちで自分にささやき、自分を高めています。

お客さまに安全・安心、便利、そして健康をお届けすること。これは社会から求められている責任であると考えています。この責任を果たすために、地域に根ざし、地球環境にも配慮した取り組みを続けています。

ミニストップ独自の商品基準によって高い品質と安全性を守るとともに、人にも環境にもやさしいグリーン商品を拡大しています。また、商品を安心して選んでいただくための内容表示も積極的に行っています。



地球の限られた資源を無駄なく利用することは、温室効果ガス削減の面からも企業の社会的な責任です。ミニストップは、空調機器の自動制御装置、天然ガス（CNG）車などの一つひとつの取り組みを積極的に行い、企業活動における全てのプロセスで省エネルギーに取り組んでいます。



Reduce(削減)、Reuse(再利用)、Recycle(再資源化)、Reasonable Treatment(適正処理)。この4Rを中心に、声かけによる割りばしやレジ袋の使用量削減や廃油のリサイクル、生ごみをたい肥化し契約農家へ供給するリサイクルの実験など、さまざまな方法で廃棄物の削減に取り組んでいます。



ミニストップでは、地域のお役に立つためにさまざまな取り組みをしています。皆さまに気軽に立ち寄ってもらえるような地域に根ざした店舗になるために、地域にとっての安全・安心の実現など、果たすべき役割を常に考えて行動しています。



未成年者飲酒防止
キャンペーンポスター

セーフティステーションの
店頭ポスター(→P13)

ウェブサイトでは、社会貢献活動を詳しく紹介しています。
http://www.ministop.co.jp/company/eco_social/index.htm

●蛍光灯はHFインバーター

- 割りばしとレジ袋は
必要な分だけお渡しする
- ギフトカタログには
グリーン商品を多数掲載
- 募金箱の設置

- 冷凍ケース、冷蔵ケース、エアコンなど1台のコンプレッサーで一括供給する省エネルギーシステム実験中
- 動力対応省エネルギー装置導入
- フロン類は100%回収し破壊処理
- 冷媒は代替フロンに移行中

- ユニットパネル工法
- 塩化ビニル不使用の
オレフィン系床タイル

- ユニホームは
ペットボトル再生素材
- 使い古したユニホームは
作業用手袋などにリサイクル

- トイレの照明は人感センサーで
消し忘れなし
- 節水バルブ内蔵の便器
- 節水自動水栓の手洗い器
- トイレは手すり付き
- タイルはエコマーク認定の
再生素材
- 紙タオルからジェットタオルへ
変更してごみの削減

- ごみは地域に
合わせて適正処理

- 1店舗あたりの排出量(年)

廃棄物	21.4トン
廃油	2.1トン
レジ袋	239,571枚
割りばし	54,068膳

- 排気量の少ない車に変更してCO₂削減
- アイドリングストップ

- ノートパソコンを使い、無駄のない発注指導を行い紙の削減

- センサー付きタイマーで
無駄な電気の削減

- 厨房には消火器を常備
- 揚げ物の油は酸化度をチェックして交換
- 廃油は100%リサイクル
- 食品廃棄物はリサイクル実験中

- ファストフードに
環境配慮型資材

- カラーコピー機の使用済み
トナーカートリッジは
回収して再使用

- 環境配慮型の値札
- グリーン商品

- 冷蔵庫はセンサー付き
結露防止ヒータで節電

- 仕切り版で区切った
成人誌コーナー

- 単一素材の
アクリルー体型で
リユース可能

- テーブルは長期間の
使用に耐える人工大理石

- 段差のない
バリアフリー対応
- 身体障害者補助犬同伴可

- リニアモーター採用で
約20%節電&なめらかで
静かな自動ドア
- ガラスはUV65%カットで
冷房効率アップ

- ごみの分別は
市区町村のルールを遵守
- 地方自治体からの要請地域では
ペットボトルの店頭回収に協力

- 犬をつなぐ
ペット用ポール

- 低公害配送車
- 統合輸配送管理システム
- アイドリングストップ

- 静音台車を利用

安全な商品をお届けするために

健康や安全に関するお客さまの関心が高まってきた今日、ミニストップは食の安全を重要なテーマにしています。お客さまの安心のため、全ての従業員が商品の安全に対する努力を積み重ねています。

原材料調達時の考え方

●添加物について

オリジナル商品には、合成着色料・合成保存料を使用しておりません。安全のために添加物を使用する時には、食品衛生法の遵守はもちろんのこと、ミニストップ独自の基準に基づいています。

●遺伝子組み換え食品について

豆腐、油揚げ、納豆、枝豆、コーンなど、ミニストップで取り扱う商品の原材料には、遺伝子組み換え作物や不分別の作物は使用しておりません。

●環境ホルモンについて

容器包装の原材料には、環境ホルモンの疑いがある化学物質に該当するものや、塩素系プラスチックは使用していません。弁当類のラップ素材やふたについても非塩ビ(ポリエチレン)に変更しています。

●高病原性鳥インフルエンザ、牛海綿状脳症(BSE)について

弁当・サンドイッチ・惣菜・麺類やファストフードに使用する鶏肉は、十分な加熱処理*をしています。また、牛肉はBSE発生産地・特定危険部位を使っておりません。

*鶏肉・鶏卵の安全性に関する政府機関(食品安全委員会)の見解では、鳥インフルエンザについて、加熱処理対策による安全性が確認されている。

商品製造委託先選定および製造時の考え方

取引先工場を選ぶ時には、独自の基準に基づき、事前調査を行います。原料の調達ルートも実地調査します。取引開始後も、第三者機関がミニストップ独自基準に基づく工場衛生調査を年2回実施しています。

また、商品については原材料仕様に関する書類で食品衛生法で禁止されている抗生物質や、ミニストップが定めた使用



1個1個確認中



現場への立ち入り調査

禁止の添加物の混入について確認します。輸入商品は、現地および日本国内で原(材)料・製品検査を行います。検査内容は細菌・アルゲン・添加物・農薬・遺伝子組み換えなど多岐に渡ります。

大泉 初朗オーナー(宮城県仙台市 仙台長瀬店)



周辺の学校より職場体験学習として3名の生徒さんを受け入れました。「普段店を利用している時にはわからなかった事を知り、コンビニエンスストアの仕事に興味を持った」という声が多く、働くことの厳しさと面白さを体験できたのではないかと思います。今後もこうした地域とのつながりを深めていきたいと思います。(→P14)

おいしくて安全な「契約栽培米」

ミニストップの弁当、おにぎり、寿司に使用している契約栽培米は、独自の栽培基準を守る契約農家が土づくりからこだわり、農薬や肥料の使用量、種類や成分まで管理して生産しています。特に農薬はその地域の慣行に比べておおむね半分に散布回数を抑えています。物流面でも、産地から販売まで全ての履歴を管理し、収穫した米はもみからのまま保管をし、3日間で使い切る量だけを精米する体制により、おいしさをお客さまにお届けします。



現地で生産者と打ち合わせ



店舗の衛生管理

店内でファストフードを作ってお客さまに提供するため、厨房の衛生管理にも細心の注意を払っています。

●店舗衛生調査(年2回)

自主基準に基づき、第三者機関による調査を年2回実施しています。調査の結果、基準に達しない店舗は、即座にファストフードの販売中止措置をとり、改善を行い、再調査で基準に達した時点で販売を再開します。

●ソフトクリーム細菌検査(年3回)

ソフトクリームは乳等省令*によって乳固形分や乳脂肪分、細菌数が厳しく定められています。

いつもおいしく、安全なソフトクリームをお客さまに提供するため、ソフトクリームの細菌検査を年3回行います。検査で基準値を超えた細菌数が検出された場合は、ソフトクリームの販売を中止し、原因の究明・改善を行い、再検査で安全性が確認できた時点で販売を再開します。

*乳等省令：厚生労働省から発せられた、乳及び乳製品の成分規格等に関する省令の通称。

担当者に聞く、 新商品ができるまで

「五目中華フカヒレまん」編

ミニストップのファストフード商品は、どのようにして生まれ、どのようにして作られているのでしょうか。今回は「五目中華フカヒレまん」を取り上げ、お客さまのお手元に届くまでにどのような安全性への配慮をしているかについて、商品開発担当者(マーチャンダイザー：以下MD)と生産管理の担当者が語ります。

「五目中華フカヒレまん」は どんなきっかけで生まれたのですか？

永山：商品開発は、お客さまのニーズを調べることから始まります。モニター調査をしたところ、高級感のある中華まんの食材として、ふかひれが求められていることがわかりました。ところが、ふかひれを調べていくと、世の中には「ふかひれもどき」があふれていることに気づいたのです。

江：安いものも多く出回っていますが、例えば色を白くするために漂白剤を入れたり、量を水増ししたりしますからね。

永山：私たちは、「本物」を使いたい、そしてせっかく使うならわかってもらえるくらいのボリューム感を出したい、と考えました。

江：「本物」のふかひれを作るには、原料の安全性さえ確認できれば加工工程の管理は比較的容易です。そこで今回は、日本で調達したサメのヒレを宮城県気仙沼で一次加工し、中国に運んで二次加工を行うことにしました。

食品の安全性を確保するのは 大変ですね。

永山：直接輸入は、4年ほど前に中国から中華まんを輸入したのが最初です。その頃、ちょうど他社の中華まんでは違法な添加物使用が発覚する事件があり、予防策を真剣に考えました。食品の安全性を確保するには原料が肝心です。特に調味料は違反事例が多いので、現地での成分分析に加え日本の検査機関でも重ねてチェックしています。

江：当社では、たとえコストがかかっても安全性を最優先します。例えば中華まんの生地に使われる小麦粉は、日本の製粉メーカーが製造したものを中国に運んで使っています。中国で買うと半値以下ですが、安全性のためにあえて行っています。

検査はどのように行っているのですか？

永山：商品になるまでに、原料検査、製品検査、日本での商品検査の「トリプルチェック」を行っています。

江：毎日作っている中華まんの場合、当社の駐在員が毎日張り付いて原料や工程をチェックしています。駐在員にはMDと生産担当者が考えたチェックリストと手順を指示します。

永山：駐在員からの報告をもとに、チェックリストも日々見直します。また、横尾社長自らの工場視察に、現地の従業員はびっくりしていました。中華まんの製品検査では、日本の店舗と同じスチーマーを現地で使って、店舗と同じ手順で作ってみます。そし



ファストフード商品本部 商品開発部
スナック担当マネージャー
永山吉之

MDの仕事は、チームを組んで商品を形にしていくこと。今回は粉の専門家、中華料理の専門家、生産の専門家など10人ほどの方に関わっていただきました。



商品本部 商品情報部
海外開発&生産管理担当マネージャー
江 昌華

現在ミニストップでは、原料・商品の直接輸入の割合を増やしています。魅力的なオリジナル商品を開発でき、自ら安全性を確認できることがメリットです。

て味や形、細菌の数などを検査します。さらに製品の成分検査も行います。そして日本に届いてからも、コンテナごとに商品検査を行います。

生産工場を選ぶ時の基準などはあるのですか？

江：取引先工場を選ぶ際には、調査シートに基づいてチェックします。まず、経営管理がしっかりしているか。現在取引のある工場のほとんどがHACCPを認証取得しています。また、経営者やそこで働く従業員と直接話して、労働条件や採用条件、例えば児童労働がないのかも確認します。

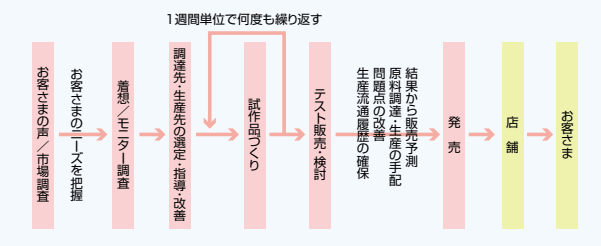
永山：特に中華まんは一つひとつが手づくりなので、人が重要です。人の動きを見ていれば、規律正しさや従業員教育の水準がわかります。「良い会社で働いている」と思わなければ、モラルにも影響しますから。

江：それから、原料の調達ルートも確認します。当然、工場だけでなく農場などにも調査に行きます。日本では髪1本でも入っていればクレームになるなど彼らとは考え方が違うので、消費地である日本のビデオなどを見せながら徹底的に教育をします。現地の工場側からすると当社の基準はとても厳しいですが、後から「品質が向上したことで、他の日本企業との取引が増えました」と感謝されることも多いですよ。

これまで海外からの直接輸入に携わって どんなことを感じていますか。

永山：今でこそ中国から日本へ最終商品を直接輸出していますが、15年前はとても中国で日本向けの最終製品が作れるとは思いませんでした。苦労して作ってきた基準やチェックリストは当社の大事なノウハウであり、財産です。

●ファストフード商品開発の流れ



安心して商品を選んでいただけるように

食の安全性は、非常に重要なテーマです。ミニストップは、添加物やアレルゲンなどの情報を、ラベルやウェブサイトなどを通じて積極的に表示し、お客さまの安心のお役に立ちたいと考えています。

商品ラベルによる情報提供

栄養成分表示

健康増進法によって定められた栄養表示基準に従って、1包装あたりの熱量・たんぱく質・脂質・炭水化物・ナトリウム量を表示しています。

原材料表示

改正JAS法によって定められた品質表示基準に従って、商品中に占める重量の割合が多い順に、原材料を表示しています。

食品添加物

食品衛生法に従って、商品中で原材料に占める重量割合の多い順に表示しています。

誤販売防止のために

販売期限を過ぎた商品は売場から随時回収しています。ミニストップではそれら期限切れの商品を誤って販売しないために、期限切れ商品を販売できないようにレジにエラー画面を表示する機能を備えています。

ファストフードの商品情報

●ウェブサイトでの情報提供

ファストフード商品のアレルゲン・栄養成分をウェブサイトに掲載しています。

●メニュー下敷きによる情報提供

店内ではレジにあるメニュー下敷きにカロリー(熱量)表示をしています。アレルゲン表示についても正しく伝える方法を検討しています。



<http://www.ministop.co.jp/menu/allergen/index.html>



石垣 崇オーナー(写真右)(東京都目黒区 東山2丁目店)



「地域の方に快適に楽しく買い物をしていただきたい!」どんな事が出来るのか?」と考えていました。また、従業員にもやりがいを持って働いてもらいたかったので、お客さまへ従業員を紹介するボードをイートインに掲示し始めました。すると嬉しいことに、ボードの内容を見たお客さまと従業員が話をする機会が増え、イートインの活性化に役立っていると実感しています(→p18)。

販売期限の表示

店頭販売の期限です。安全な商品だけを販売するために店舗が確認し、消費期限の前に売場から下げています。

容器包装の識別表示

資源有効利用促進法に従って、「紙」や「プラスチック」など容器包装の分別排出を促進するための材質識別表示をしています。

アレルゲン表示

食品衛生法によって定められた義務表示の5品目に加え、任意表示の19品目を表示しています。ファストフードは、ウェブサイトでも義務表示の5品目を表示しています。

アレルギー物質を含む食品

義務表示 (5品目)	小麦、そば、卵、乳、落花生
任意表示 (19品目)	あわび、いか、いくら、えび、オレンジ、かに、キウイフルーツ、牛肉、くるみ、さけ、さば、大豆、鶏肉、豚肉、まつたけ、もも、やまいも、りんご、ゼラチン

*アレルゲン：アレルギー症状を引き起こす原因物質のこと。まれに生命に危険がある激しい症状を起こすため注意が必要です。

アレルゲン表示及び原材料・添加物表示の誤りについて

2004年5月に、店舗で販売した一部商品に、アレルギー物質として表示が義務付けられている成分の表示に誤りがあることが判明しました。判明直後、すみやかに販売を中止し、該当商品の回収とともに、販売済の商品に対してはお客さまに返金を行いました。また、製造者より所轄保健所に報告の上、新聞各紙に社告を掲載しました。

再発を防止するため、アレルゲン表示に関する事項の再教育を、製造者、社内商品部員とともに徹底しています。同時に、加工品に関する表示および原材料確認体制の整備も行っています。

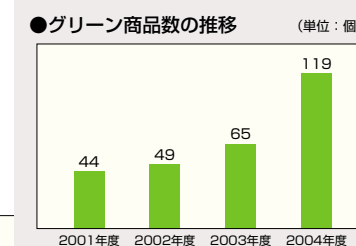
安全で環境にも配慮した商品

ミニストップは、地球環境に配慮し、お客さまへ安心・安全な商品をお届けするために、グリーン商品販売に取り組んでいます。

グリーン商品

ミニストップが考えるグリーン商品*とは、下記の基準を満たしたものです。この基準をもとに、積極的に品目の拡大に取り組んでいます。

*グリーン商品：環境への負荷ができるだけ少ない製品やサービス。グリーン商品を購入することで、消費生活が環境にやさしいものになるだけでなく、環境負荷の少ない製品の開発につながる。



ミニストップのグリーン商品基準

1. エコマーク認定商品
例：再生プラスチックを使ったボールペン
2. グリーン購入ネットワークのガイドラインに従った商品
例：バガスの使用比率を高め、木材原料を減らしたティッシュペーパー
3. 1と2に含まれないが、既存品に比べて少しでも環境に配慮している商品
例：紙に古紙配合100%の再生紙を使ったパンティストッキングの中台紙

ミニストップの予約パンフレットで販売しているうなぎ蒲焼きは、鹿児島県の指定養殖場で抗生物質や合成抗菌剤を一切使用せず育てられています。こうした生産履歴がわかる安心システムにより、水産物では初めて「無投薬水産用食品」の第三者認証を取得しました。



トップバリュ・グリーンアイ 鹿児島県産 うなぎ蒲焼き

札幌 三夫オーナー(埼玉県草加市 草加新里町店)



幼稚園児を対象にめりえ大会(→P18)を実施しました。描いてもらった絵は必ずビニールでラッピングをして園児に返しています。また、これを親子で楽しめるイベントとして定着させていきたいです。当店は、開店して11年が経ちました。これからはめりえを通して地域との交流を図れる店舗であり続けたいと思います。

環境に配慮した容器包装

2001年から葦(あし)や紙など環境配慮型容器を使った商品開発に取り組んでいます。また、2004年10月より「エコ弁当容器」の採用を始めました。「エコ弁当容器」は40%以上の再生プラスチックを使用し、重金属などの有害物質を一切含んでいません。現在は、容器生産量が少ないため近畿地区の弁当容器の一部に採用していますが、今後は少しずつ地域を広げていく予定です。



容器の底にあるエコマーク

オリジナルブランド「トップバリュ」

ミニストップを含むイオンでは、安全・安心で環境に配慮した商品を、グループのオリジナルブランドとしてお客さまに提供しています。商品を発売する前には、モニター調査によりお客さまの声を取り入れ、納得いく品質に達した商品を発売します。発売後も、更なる改良を怠りません。こうして開発された商品だけが、安心品質で買い得価格のオリジナルブランド「トップバリュ」として販売されています。

また、この「トップバリュ」では3つのサブブランドを展開しています。自然の力を活かして育てた農・畜産物と加工食品の「グリーンアイ」、おいしさ、素材、機能などにこだわった「SELECT」、リサイクル資源を利用した「共環宣言」です。

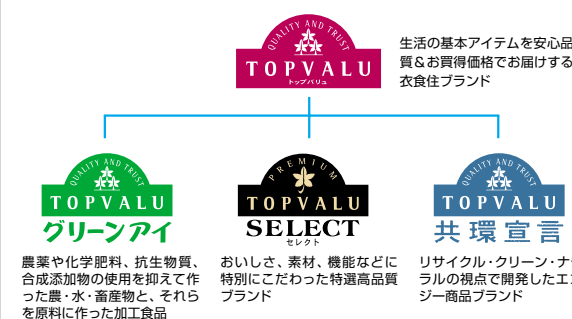


ゴム手袋



ジュース

イオンのプライベートブランド「トップバリュ」



エコストアを目指して

環境のために「できることから一つずつ」、小さな工夫、大きな工夫を積み上げて、人にも地球にも配慮したコンビニエンスストアを目指しています。

かけがえのない地球環境のために

ミニストップは環境への取り組みを重視し、二酸化炭素などの排出を抑え、廃棄物をできる限り再資源化することなどに取り組んでいます。

ミニストップ 環境方針 改訂第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。

法の遵守

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遵守します。

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に公開し、適切な情報提供につとめます。

ミニストップが重視する環境に関する事項 (店舗における活動)

店舗のライフサイクル	業務活動	環境側面	環境影響	関連ページ
営業前	店舗物件の視察・調査	車両の使用	CO ₂ 、NOxの発生	—
	店舗建設	建設工事	CO ₂ 、NOxの発生 騒音振動、廃棄物、排水の発生	P15・16
営業中	店舗への商品配送	配送車両(トラック)の使用	CO ₂ 、NOxの発生	P12
	販売業務	お客さまへの割りばしやレジ袋の提供	廃棄物の発生	P6・11
	店舗運営業務	照明や冷蔵ショーケースなど電気設備の使用	CO ₂ の発生	P12
		販売期限切れ商品の廃棄	廃棄物の発生	P11
		ファストフード商品の加工	廃棄物の発生	
		火災発生(緊急時)	CO ₂ 、廃棄物の発生	—
		上水の水質異常	健康被害、生活環境の悪化	—
営業後	店舗巡回指導	車両の使用	CO ₂ 、NOxの発生	—
	店舗の改装・撤去・解体	販売什器(冷蔵ショーケース)の処分 撤去工事	フロンの適切処理 CO ₂ 、廃棄物の発生 CO ₂ 、NOxの発生 騒音振動、廃棄物の発生	P16

後藤 泉オーナー(静岡県伊豆市 修善寺横瀬店)



使用済みのパフェ容器やペットボトルを近くの幼稚園へお渡ししたところ、工作の一環としてマンダリンという楽器に作り変えていました。幼稚園から礼状もいただきました。このように、使用済み容器が再利用され、かつ、地域の方々に喜ばれていることは私たちにとても嬉しいことです。

廃棄物の削減とリサイクルの推進

ミニストップは、コンビニエンスストアの中でファストフードが買えるユニークなコンボストア*です。店内で調理してお客さまに「できたてのおいしさ」を提供しています。

*コンボストア:コンビニエンスストアにファストフード店の要素をプラスした店舗のこと。ミニストップによる造語。

しかし、ファストフードや店頭で販売する弁当などをお客さまに安全な商品を提供し続けるために販売期限を超えた時点で食品廃棄物として取り扱わざるを得ません。

行政認可を受けた再生処理業者の数が全国でもまだ少なく取り組みが難しい状況の中、ミニストップは、1998年より生ごみをたい肥化する実験などのさまざまな取り組みを始め、検証を続けてきました。

現在では、名古屋市内23店舗の生ごみをたい肥化、横浜市・相模原市30店舗の生ごみを養豚飼料化、また全国の店舗で食用廃油のリサイクルを行うなど、食品廃棄物を「生ごみ」ではなく、「食品循環資源」ととらえ、少しずつ地域を拡大してリサイクル化を推進しています(→P20)。



また、食品廃棄物のリサイクル以外にも、店舗から発生する廃棄物の削減を目指し、「お声かけ」によるレジ袋・割りばしの使用量削減や、エコ弁当容器・非塩ビ容器の使用などに取り組んでいます(→P10)。

こうした、「ごみを減らす努力」「ごみをリサイクルする努力」の両面から、環境に与える影響ができるだけ少ない店舗づくりを目指しています。

無駄のない電力の利用に向けて

ミニストップでは省エネルギーへの取り組みを行っています。特に店舗では、電力使用量の削減のために、多くの電力を消費する冷凍冷蔵庫、照明、空調設備において、新しい機器やシステムの導入を進めています。

例えば扉付き冷凍冷蔵庫には、特殊なセンサーにより微量の結露を感知した時のみ結露防止ヒーターを作動させる「防露ヒーターコントローラー」を設置しています。これにより約80%の電力を削減できることがミニストップの実験店舗で明らかになっています。

また、空調室外機に取り付けることで、空調機のスイッチを必要に応じてON/OFFする機能をもつ空調機専用機器は、地域の環境や設定によって異なるものの、約15%の電力を削減できます。

このような電力消費量の削減に対する新しい取り組みは、全国各地に展開する各店舗でそれぞれに異なる環境・条件のもとで行われています。この取り組みにおける削減効果をより迅速かつ効率的に把握すべく、2004年度は電力消費量の集計システムについて、1年間検討を重ねてきました。今後この集計システムの確立により、より大きな省エネルギーの取り組みにつなげることを目指しています。

店舗への配送も環境に配慮

物流センターから店舗への商品配送では、配車システムで最短の配送ルートを探し、効率的な配送で二酸化炭素の排出削減に努めています。さらに、無線通信とGPS(全地球測位システム)を活用した統合輸配送管理システムでは、それぞれの配送車の庫内温度やアイドリングストップなどの状況をリアルタイムで把握でき、配送商品の安全性も向上しました。

また1998年からは二酸化炭素排出量が少ない天然ガス(CNG)車を導入しています。配送車は、全車が排出ガス規制基準をクリアしています。

	2003年度	2004年度
1店舗1日あたりの配送車走行距離	56.8km	51.6km
統合輸配送管理システム導入車	280台 (2002年度比33台増加)	235台 (2003年度比45台減)
天然ガス(CNG)車	8台 (2002年度比増減なし)	8台 (2003年度比増減なし)

加藤 広計オーナー(写真右)(愛知県半田市 半田有楽町店)



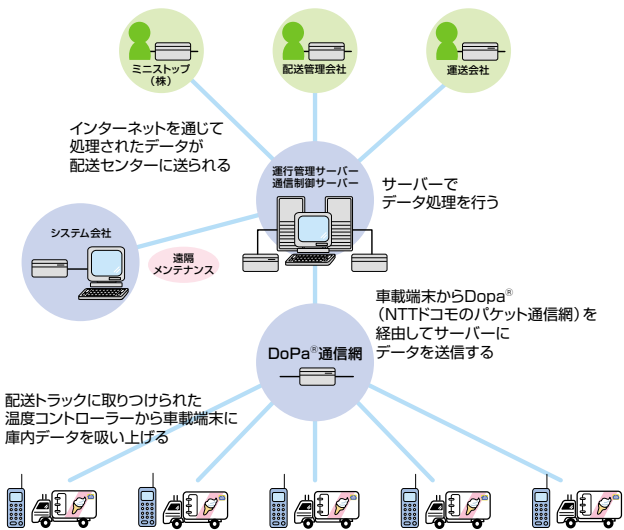
当店で「誰でも楽しく買い物ができるお店」づくりを考えたところ、アルバイトさんから筆談で、耳の不自由な方が買い物に不自由をしないようにしたいという提案を受けました。レジ前で筆談を気軽に申し出られるように貼り紙をしました。思った以上に筆談のお申し出があり、今では従業員全員で対応しています。

統合輸配送管理システム

統合輸配送管理システムは2001年10月にスタートし、現在までに全国18カ所の配送センターに導入しました。

統合輸配送管理システム導入の成果

- ・車両1台1台のアイドリング状況や急ブレーキなどを定量的に把握し、ドライバーに対してアイドリングストップや安全運転などを指導しています。
- ・庫内温度状況をリアルタイムで把握し、適切な庫内温度を保って配送することにより商品の品質を保ちます。
- ・最適な配送ルートを自動的に設定することで、二酸化炭素排出量削減にもつなげています。



その他にもこんなことをしています

●ユニホーム

ミニストップは2000年から、エコマーク認定のユニホームを導入しています。再生ポリエステル含有率は50%。1着につき500mlペットボトル約6本分に相当します。また、古くなったユニホームも、不織布や作業手袋などに100%リサイクルします。



リサイクルユニホーム

●環境に配慮した建築資材

建築資材についても積極的に環境への取り組みを進めています。2002年度から、燃やしても有害ガスを出さない非塩ビのオレフィン系床材や、トイレにはエコマーク認定の床・壁用タイルなどを新店舗および改装店舗に導入しています。



エコマーク認定のタイル

●フロンの回収・破壊処理

オゾン層破壊への影響が大きいとされる「特定フロン」を使用する、エアコン、冷蔵庫などの機器を回収し、2005年度には全ての機器を「代替フロン」に切り替える予定です。フロンの回収・破壊処理は、行政から認可された専門業者に委託して適正に行っています。(単位:トン)

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
代替フロン	0.897	2.880	2.640	4.962
特定フロン	0.137	0.110	0.560	0.018

地域との共生

全国に広がるミニストップでは、それぞれの店舗が地域のお役に立つために、さまざまな取り組みをしています。

地域との共生の考え方

「店舗」は地域の皆さまの生活に根ざし、お役に立つものである、とミニストップは考えます。小さなお子さまからご高齢の方まで、気軽に立ち寄ってもらえるような地域に根ざした店舗になるために、地域にとっての安全・安心の実現など、果たすべき役割を常に考えて行動しています。

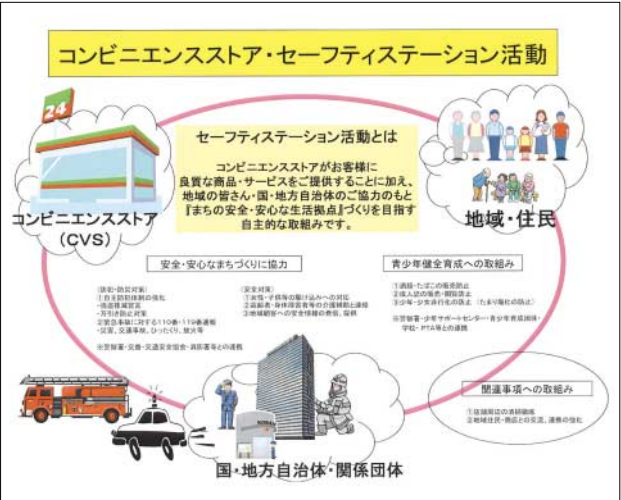
安全、安心な街づくりへ

●セーフティステーション（生活安全拠点）

ミニストップは、(社)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ともに、店舗、警察庁や自治体、地域の皆さまと共同で、地域の安全・安心な生活拠点「地域のセーフティステーション」づくりを目指しています。

これまでは地域限定で試験的に実施してきましたが、2005年10月1日より全国展開を始める予定です。

「安全・安心な街づくりに協力」「青少年健全育成への取り組み」「関連事項への取り組み」の3つをテーマとして、ポスターや対応マニュアル、ビデオなどのツールを活用しながら、地域の安全・安心のための活動を実践していきます(→P20)。



従業員向けポスター

●地元警察との取り組み

2004年4月より豊橋警察署より「コンビニ110番の店」の委嘱を受け、女性や子どもへのストーカー行為、ひったくりなどの犯罪が発生した時の緊急避難先として、ミニストップは、地域の駆け込み寺的な役割を果たしています。店員スタッフが被害者に代わって警察への通報を行うとともに、店舗内外の警戒強化、地域防犯活動への協力などを行い、安心して暮らせる街づくりのお役に立つよう努めています。

梅津 邦明 店長(宮城県仙台市 仙台野村店)



従業員一人ひとりが防犯に対する意識を高めるための声かけやあいさつを行っています。防犯意識をさらに高めるために、宮城県警泉警察署による強盗模擬訓練を当店で実施しました。訓練でしたが、実際パニックになる危険を感じました。こんな状況を防ぐため、この経験を生かし、犯罪が起きない・起こさない店づくりや環境づくりを全従業員で行っていききたいと思います。

災害への対策

社会において、コンビニエンスストアは「電気」「ガス」「水道」と同じくライフラインの一つと位置づけられています。災害時には、その特性を活かした役割を果たすため、人命を優先しつつも可能な限り営業を継続、あるいは再開する努力を行います。

2005年2月には、大阪府や京都市など2府5県3政令市を代表する関西広域連携協議会と「災害時における帰宅困難者に対する支援に関する協定」を締結し、徒歩帰宅者への水道水、トイレ、道路情報の提供などのサービスを行う体制を整えています。2005年4月に、名古屋市消防局からの要請により、帰宅困難者支援のための地図を名古屋市内店舗に配布し、東海地震警戒宣言発令時に備えています。

新潟県中越地震での取り組み

●震災発生時の食料提供を行いました

2004年10月23日に発生した新潟県中越地震発生後、ミニストップでは、すみやかに被災者の皆さまへ食料提供支援を決定し、実行しました。震災発生の翌日10月24日にはおにぎり7,000個、翌々日の25日にはおにぎり6,000個、弁当合計1,000個(のり弁当500個、唐あげ弁当500個)の食料提供を、被災された方に向けて行うことができました。

●募金へのご協力ありがとうございました

ミニストップ全店で、中越地震にて被災された方を救援するための支援募金活動を実施しました。募金活動は2004年10月26日から11月7日まで行い、緊急の呼びかけにも関わらず、多くのお客さまにご支援いただきました。お寄せいただきました募金は552万8,769円となり、11月18日に新潟県に全額寄付しました。

●支援商品のご購入ありがとうございました

2004年12月より中越地方に位置する越路町*で収穫された契約栽培米のコシヒカリを使ったおにぎりを限定販売しました。その目的は地域経済振興につなげることです。また2005年2月25日に、この売上金の一部を越路町に寄付しました。

*2005年4月1日に長岡市と合併しました。



売上金の一部を寄付しました

小田根 努オーナー(写真左奥)(兵庫県豊岡市 日高西芝店)



台風23号による豪雨で周辺地域は住宅も商店も浸水してしまったのですが、幸い当店は無事でした。停電や断水のために食料などを求めて来るお客さまのために、いち早く店を開けようと自家発電機を借りて営業しました。丸1日何も口にしていなかった親子が来られて、勢いよくおにぎりを食べていたのが印象的でした。店が役に立ったという実感でとても嬉しかったです。

●成人誌

18歳未満のお客さまへの成人誌の販売はもちろん、閲覧(立ち読み)も未然に防ぐため、雑誌の陳列棚には仕切り板を導入し、また注意を促す表示板を取り付けました。



仕切り板により対応を図っています

地産地消*への取り組み

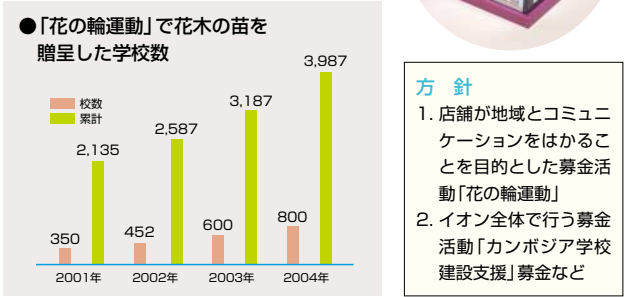
2004年より、千葉県のミニストップ全店では、銚子産いわし缶詰や殻つき落花生など県の特産品を販売しています。

今後も多くのお客さまに地域の特産品の素晴らしさを再発見していただける、地域に根ざした店舗づくりによって、より地域に貢献できるよう努めています。

*地産地消：地域の新鮮で安心な商品を提供できるのに加え、農水産物などの販路拡大により地場産業の活性化や配送距離を短くすることにより、環境保全にも貢献できます。

募金活動

「花の輪運動」や店頭募金を通じて、2004年度もお客さまから多くの活動支援をいただきました。

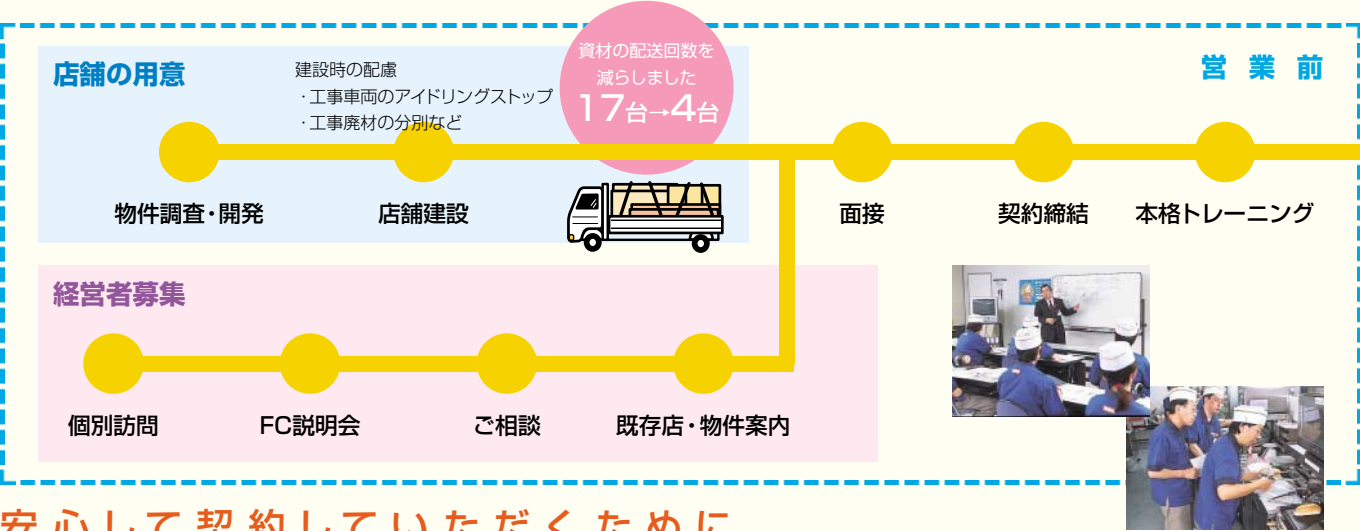


募金名	期間	寄付先	店頭募金金額
「ネパール学校建設」募金	3/21～5/20	財団法人 日本ユニセフ協会	4,467,162円
「地雷をなくそう! キャンペーン」募金	7/1～8/31	NPO法人 難民を助ける会	4,044,138円
「新潟中越地震」・「台風23号災害」支援募金	10/26～11/7	兵庫県・京都府・香川県・徳島県(台風23号被災地) 新潟県(新潟中越地震被災地)	3,284,554円 5,528,769円
「シマフクロウに森を返そう!」募金	12/1～12/25	知床財団	1,837,988円
スマトラ島沖地震による津波被災者緊急支援募金	12/28～1/16	財団法人 日本ユニセフ協会	6,045,985円
花の輪運動	通年	財団法人 花と緑の農芸財団	12,153,933円
お客さまからの募金総合計金額			37,362,529円

*エリアフランチャイズ含む

コンビニのライフサイクル

コンビニエンスストアが開店するまでには、たくさんのプロセスがあります。それぞれの場面で地域環境への配慮や、雇用などの社会的な責任を果たし、ミニストップは地域の皆さまと共に歩みます。



安心して契約していただくために

契約およびその状況について

ミニストップは、中小小売業振興法および中小小売業振興法施行規則、独占禁止法を遵守して加盟候補者とフランチャイズ契約を結んでいます。

加盟候補者へ配布する資料

「フランチャイズ契約はよく理解して!」「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	2001年度	2002年度	2003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)	141店	181店	176店*3
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)	78店	86店	85店
更新された加盟者の店舗の数	51店	74店	112店
更新されなかった加盟者の店舗の数	27店	34店	33店

訴訟件数*1

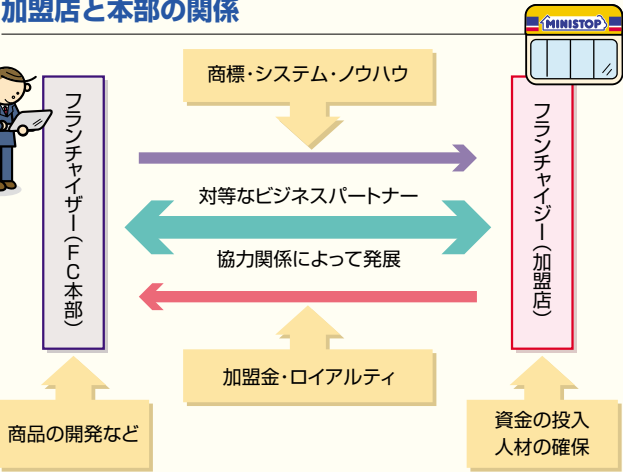
訴訟内容	2001年度	2002年度	2003年度
加盟者または加盟者であった者 から提起された訴え	1件	0件	0件
当社より提起した訴え	0件	0件	0件

*1：2004年度データは「フランチャイズ契約の要点と概説」で2005年7月公表予定です。
*2：契約期間は満7年です。
*3：近畿地区営業譲渡加盟店受1含む

FC契約士認定制度

ミニストップ独自の認定制度で、「マイナス情報や不利益になる内容も含めて全て隠さず、加盟候補者に正しい契約の説明ができるか」を確認しています(認定期間は1年)。FC契約士以外が単独で加盟候補者に契約の説明をすることはできません。2004年2月から開始し、2004年度は93名が認定を受けています。

加盟店と本部の関係



法律を遵守しています

特に重視する環境関連の法律

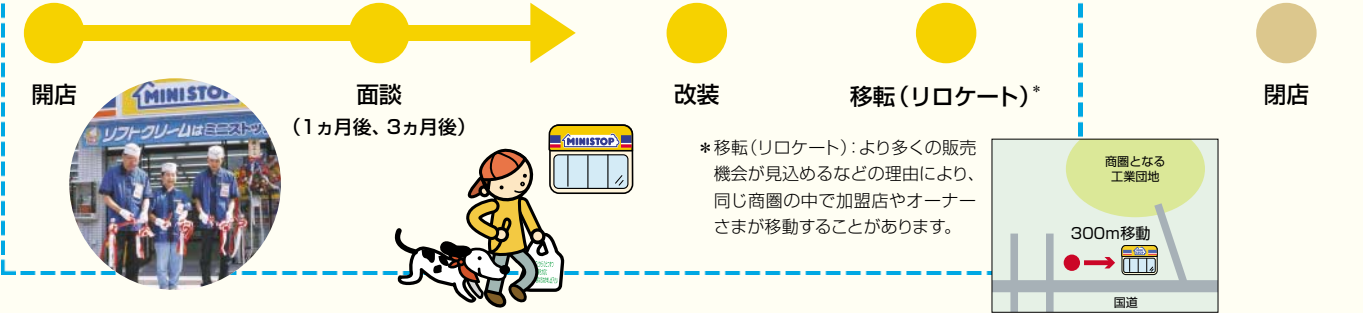
法区分	法 規 制	対 象 項 目
廃棄物	廃棄物処理法	廃棄物全般
リサイクル	容器包装リサイクル法	販売用資材・プライベートブランド商品の容器包装
水質	浄化槽法	営業店舗
防災	消防法	営業店舗(防火管理者・消火器の設置)
大気	自動車NOx・PM法	配送車
リサイクル	食品リサイクル法	食品廃棄物

*その他、店舗所在地の条例も遵守しています。

関連のある主な法律

法区分	法 規 制	対 象 項 目
騒音・振動	騒音規制法	店舗(建設から閉店まで)
騒音・振動	振動規制法	店舗(建設から閉店まで)
リサイクル	資源有効利用促進法	販売商品全般およびファストフード用資材
リサイクル	建設資材リサイクル法	改装・閉店店舗
水質	下水道法	営業店舗
大気	オゾン層保護法	厨房内冷凍冷蔵庫・空調機・ショーケース
大気	悪臭防止法	営業店舗
表示	改正JAS法	販売商品
有害物質	家庭用品規制法	販売商品

営業中



加盟店の安心バックアップシステム

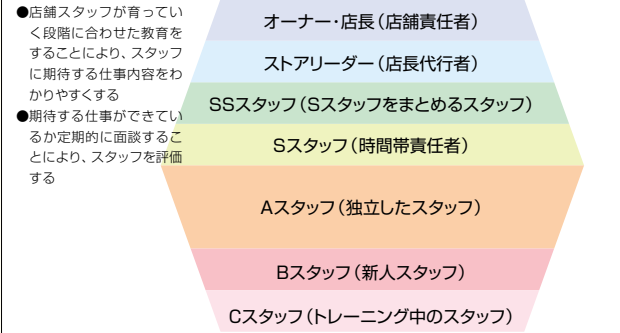
コンビニエンスストアを経営するという事は、自ら事業を立ち上げることと全く同じです。ミニストップでは、加盟店の皆さまが独立した経営者として自立し、安心して店舗を経営していけるように、サポート体制、福利厚生制度を整備しています。

●YP(イエローテイル・プログラム)

イエローテイル (Yellowtail) とは、魚の「ぶり」のことです。「ぶり」は出世魚で、成長とともに呼び名が変わる魚として知られています。この「ぶり」のように、店舗スタッフにも成長していった欲しいという想いから従業員教育システムを「YP」と名づけました。

お客さまに選ばれる店舗になるために欠かせないのが、店舗スタッフの成長と戦力化です。ミニストップでは、家業経営から企業経営という発想を加盟店と共有し、オーナー・マネージャー、そして店舗スタッフが一体になった店舗づくりをYPでサポートしています。

プログラムの概要



●フレンドリー調査

加盟店の成功に必要な「信頼できる接客」と「清潔な店舗」を実現するため、外部の調査員により、全店で接客とクリンネスを調査します。その目的はお客さまの視点で自店を分析し、お客さまの期待に応える店舗を目指した改善を行うことです。

●健康診断などの福利厚生について

家族を含めた加盟店の皆さんが、24時間年中無休で健康相談できる「健康ダイヤル」や目的別保障制度「ミニストップ共済制度」があります。また、店舗の運営で忙しく病院へ行く機会の少ないオーナーの希望から2004年に集団健康診断を実施しました(→P20)。

●環境に配慮した店舗づくり

店舗の建設には、工場内でユニットを製作し、建設現場で組み立てるユニット工法を採用しています。これにより、建築廃材の削減が可能になりました。また、不要となった機器や備品を再利用するために2004年9月にリペアセンターを立ち上げ、廃棄物の削減に努めています。

ユニット工法

再利用した機器・備品数
(2004年度)

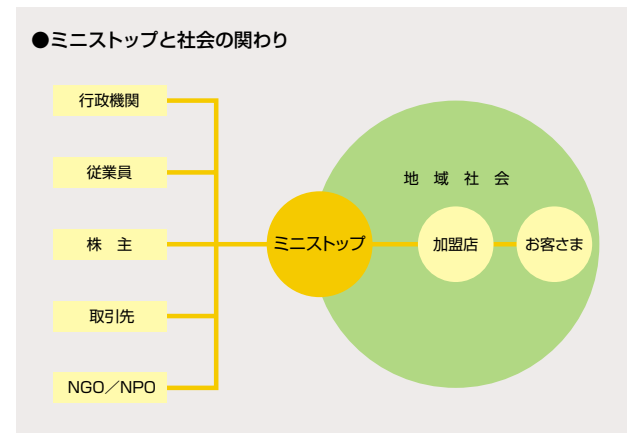
機器・備品	数量(台)
冷設設備	3
厨房機器・備品	67
店内備品・その他	35
合計	105

みなさまの声を聞いて活かす

お客さまをはじめ、社会からいただいた声を大事にし、貴重な財産として日々の取り組みに反映します。皆さまとのコミュニケーションが、新しい一歩の原動力になっています。

ミニストップと社会との関わり

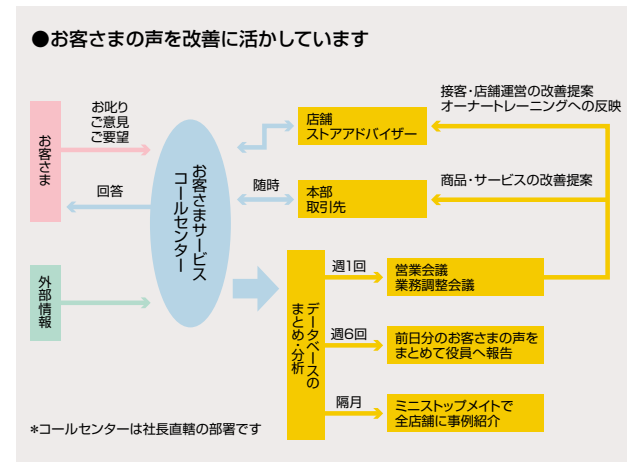
ミニストップは、さまざまな方との関わりで成り立っています。地域社会、取引先、株主、行政機関、NGO/NPO、そして加盟店、従業員。その全てが大切なお客さまです。今後も、よりいっそう社会への責任を果たしていきたいと考えています。



お客さまの声を聞く

お客さまからの貴重なご意見、ご要望をしっかりと活かすため、ミニストップでは、「お客さまサービス コールセンター」を設け、フリーダイヤルやメールでいただいた声を社内のデータベースにより管理し、店舗だけでなく、本部、取引先とも連携して改善を行っています。

また、「ISO10002」(苦情対応マネジメントシステムの国際標準規格)にのっとった新たなシステムを、数年後の適合宣言を目指して構築しています。



お客さまの声で商品が改善されました

天然抹茶を使ったデザート「宇治抹茶白玉」に対して、お客さまから「抹茶の生クリームが変色している」とご指摘をいただきました。すぐに原因を調査したところ、蛍光灯により退色が起きていることがわかりました。品質には問題ありませんが、より安心してお客さまにお買い求めいただくため、ただちに抹茶の生クリームの上に薄いあずきゼリーをのせることで、変色を防ぐ改善を行いました。



株主の皆さまへ

株主総会で環境社会報告書を配布しています。総会後に懇親会を行い直接対話をしています。また、ウェブサイトで月度の店舗数推移や業績速報を公開しています。

加盟店とともに歩む

ミニストップでは、加盟店と本部とのコミュニケーションの促進、加盟店相互の交流、取り組み事例や成功事例の共有などを目的として、2002年から加盟店勉強会を開催しています。2004年度は全国で62回行い、565店舗が参加しました。勉強会の内容は全加盟店にフィードバックされ、ミニストップ全体でサービスの向上、改善につなげています(→P20)。

また、2004年度より契約7年以上の加盟店を対象に契約更新セミナーを実施。『人』や『情報』をもとに、加盟店がこれまでの経営を振り返り、これからの店舗経営のビジョンを見つける場となっています。

個人情報保護への取り組みについて

2005年4月1日から個人情報保護法が施行されました。ミニストップは2004年11月に個人情報保護方針を制定し、ウェブサイトで公開しました。その方針に基づき、社内に個人情報を保護する体制を構築、全店舗にマニュアルを配布しました。個人情報を収集・利用・保管・廃棄する各場面において、安全で適切な取り扱いを徹底しています。

みなさまに伝える

エコツアーの開催を続けています

加盟店の親子を対象としたエコツアーを2000年から開催しています。

2004年からは、一般のお客さまも対象として募集を開始。ミニストップの弁当、おにぎりなどに使われる契約



子どもから大人まで田植えを行いました

栽培米の田植えや稲刈りのツアーに、合計134名の皆さまが参加しました。ツアーに参加した皆さまには大変好評をいただき、生産者との距離を縮め、顔の見える関係づくりのきっかけとなっています。また2004年の環境学習ツアーでは染色体験学習を行いました。

2005年もこうした田植え・稲刈り・環境学習ツアーを続け、より多くの皆さまに参加していただきたいと考えています。

様々なツールでお伝えします

●ウェブサイト

使いやすくてわかりやすく、迅速にお客さまへ情報を伝えることを目的に、2004年9月にリニューアルオープンしました。新商品はもちろん、会社情報、加盟を希望される方への説明、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に加え、「コンビニ大解剖」ではこだわり商品の裏話など、楽しい情報も掲載されています。



<http://www.ministop.co.jp/>

●レジコマーシャル

各店舗のレジの液晶パネルにて、環境・社会活動を始めとする、さまざまな情報を提供しています。レジ袋削減を呼びかけるなど、お客さまにわかりやすく環境への取り組みを伝えています。



レジ画面でお伝えしています

●リーフレット

2004年に初めてリーフレットを発行し、店内に設置しました。地域のみなさまへ直接伝えるツールとして、今後も内容を拡充し発行を続けていきます。



2004年度リーフレット版「お伝えします、ミニストップの安全・安心」

●アドバシ

「アドバシ」とは、広告付きの国産材割りばしです。国産の間伐材で作る割りばしは、輸入割りばしに比べて約4倍の値段になりますが、その差額を箸袋に載せる広告費で補い、国産の間伐材の利用を促して森林保護に貢献します。



箸袋の広告を入れた「アドバシ」

マイ箸クラブ

自分用の箸「マイ箸」を持ち歩いて割り箸の使用を減らそうと呼びかける「マイ箸クラブ*」を2003年に立ち上げました。

*マイ箸クラブ：エコ商品通販サイトのマザーアース・ネットとミニストップが共同で提供する、マイ箸の普及・推進のためのネットワーク。



<http://www.mother-earth.ne.jp/myhashi/>

キャンドルナイトキャンペーン

地球温暖化防止のため、省エネルギーを考えるきっかけを目指して始まった「CO₂削減・百万人の環〜キャンドルナイトキャンペーン〜」。この目的に賛同し、2004年6月20日(日)20



キャンドルナイトキャンペーンの店頭ポスター

時より2時間、ミニストップの全店で電飾看板を消灯しました。

イートインコーナーを利用してお客さまとのコミュニケーション

ご来店のお客さまとのコミュニケーションを図るために、各店舗に設置されているイートインコーナーを利用し、さまざまな方法でコミュニケーションを図っています。

2004年は、東山2丁目店(東京都目黒区)のコルクボードを使った取り組みや草加新里町店(埼玉県草加市)の「めりえ大会」などを実施し、地域の皆さまとの交流を図っています(→P20)。



コルクボードに店舗スタッフの顔写真とコメント



子どもたちが描いためりえを飾りました

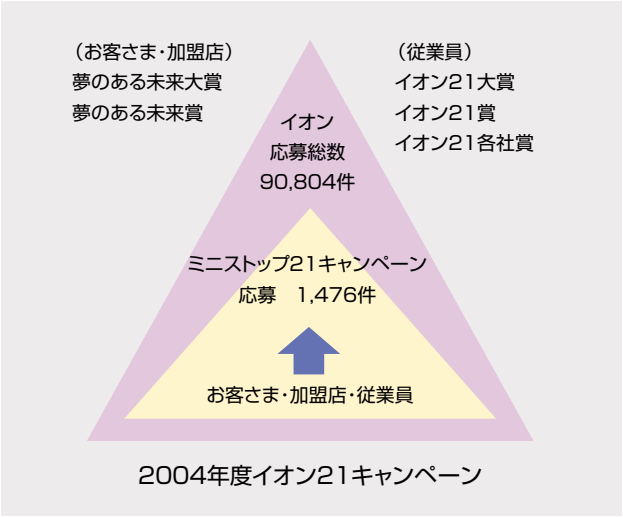
ミニストップ21キャンペーン

みんなが提案「ミニストップ21」

「健康・安心・便利」をお届けし、地域に根ざした店舗を目指すミニストップとして、お客さまのために何ができるのか。新しい提案をお客さま・加盟店・従業員から、毎年広く募集します。

2005年度からは、ウェブサイトを利用してお客さまからの提案をいただくとともに、従業員からの提案はこれまでのような年1回のキャンペーン形式だけでなく、1年を通じて「こんなミニストップになったらいいな」という現場からの声を募集する予定です。

http://www.ministop.co.jp/ministop21/



お客さまの声を実現させよう【2004年度実施要項】

募集期間	2004年7月6日（火）～2004年8月10日（火）
テーマ 1	「地域（コミュニティ、地域社会、地域の商材）」について
テーマ 2	本当の「地域No.1店舗」を目指して、お客さまが望む究極のサービスについて
テーマ 3	商品開発に活かします ① 教えてください、地域のおふくろの味 ② 寒い日についつい食べたくなるファストフードメニューの提案
テーマ 4	ミニストップピープルは、かけがえのない資産です 新しい従業員制度（教育、働く環境、従業員の心得など）について
実施内容	告知方法：公式ウェブサイト・店頭ポスター・企画書・朝礼等 募集方法：お客さまは公式ウェブサイト、もしくは店頭手渡しによる応募 従業員・加盟店は応募専用eメール、専用メール封筒による応募 募集テーマ：ミニストップ独自に設定したテーマで募集 表彰：社長賞、ミニストップ21賞、夢のある未来賞

*ミニストップ21での提案は、全てイオン21の選考にも提出されます。

提案募集実績

	2002年度	2003年度	2004年度
お客さま	—	774	35
加盟店	263	1,786	485
社員	1,208	2,820	956
合計	1,471	5,380	1,476

お客さまからの声の集め方が今後の課題です。

ミニストップ21選考基準

- ・ミニストップの経営理念に合致するか？
- ・それが実現することでお客さまの利便性は向上するか？
- ・時期ビジネスモデルとして通用するか？
- ・世界初、業界初！
- ・ミニストップで実施する意味があるか？
- ・サプライズ！
- ・具現化は可能か？

2003年度に選定された提案項目

	提案項目および実施目的・計画	結果報告
1	提案項目：セーフティステーション化 実施目的：警察庁や自治体、地域の皆さまと共同で、地域の安全・安心な生活拠点をつくる 実施計画：2005年10月1日より全国展開を開始予定	→P13「セーフティステーション(生活安全、拠点)」を参照
2	提案項目：生産工場見学 実施目的：生産工場見学による弁当惣菜の生産システムを見学し、製造、販売の理解を深める 実施計画：年2回の工場見学を実施する	加盟店勉強会全62回中、7回生産工場見学会を開催しました。見学会が好評だったという意見があり、今後も実施店舗数を増やしていきます。 →P17「加盟店とともに歩む」を参照 
3	提案項目：加盟店の健康管理バックアップシステム 実施目的：高齢化社会に伴い、福利厚生の一環としてオーナー、マネージャーの健康管理をサポートする 実施計画：1) 健康診断受診の有無の確認システム構築 2) イベントの際の健診車発動、電話（郵送）での健康診断を実施する	健康診断の機会を提供してほしいという声が多かったため、年2回の商品・売場勉強会の会場で健康診断を実施しました。同業他社では見られないミニストップ独自の取り組みで、多くの受診者にご好評いただきました。 →P16「健康診断などの福利厚生について」を参照
4	提案項目：イートインコーナーの活性化 実施目的：イートインコーナーを気軽に利用し、お客さまとコミュニケーションが図れる雰囲気作りを提供する 実施計画：2003年度調査、アンケート調査実施	
5	提案項目：カップ、スリーブなどに絵を書くこと！ 実施目的：店舗近隣の学校・施設の子どもたちに呼びかけて、絵を書いてもらうことで、自然や環境、地球にどのようにかわり、守っていけるのかを考えてもらうきっかけを作る 実施計画：広告媒体やパンフレット、ポスター、環境財団のツールなどを使用し、各学校や施設に呼びかけ、「環境、地球、自然」の3つのテーマで絵を書いてもらう その中から優秀賞を5～6作品を選出し、ハロハロカップやコンスリーブなどにデザインをする。参加していただいた学校、施設には苗木をお送りし、デザイン採用の子どもには、賞状と商品をお送りする	  1テーマにつき さまざまな種類の めりえを用意 →P18「イートインコーナーを利用したコミュニケーション」を参照
6	提案項目：MINI(3月2日)の日、お客さまモニター 実施目的：ミニストップ独自の記念日を作り、お客さまにお値打ち価格でご提供し、より多くのお客さまにミニストップのことを知っていただく 実施計画：3月の第一週を「ミニストップウィーク」として、販売促進を集中的に実施	原点に立ち返り、お客さまの満足を実現するミニストップの日。店のイメージを決定する「ハード面」は2005年2月16日より23日にかけて交換、接客・クリンネスなど「ソフト面」も改善。今回は両面からの向上で地域No.1を目指します。  店内イメージを一新させるキャンペーンとして スマイルキャンペーンを実施
7	提案項目：生ごみ処理機導入 実施目的：生ごみを有機化し、一次たい肥処理するシステムを導入する 実施計画：①生ごみ処理機を使用する ②分別のみ実施し、処理機は使用しない この2つの方法で堆肥化の実験を開始 社外の専門家を交えて、改善点を洗い出し、店舗数を拡大していく	1店舗で実証実験を行いました。その結果、悪臭問題、費用とパフォーマンスにおいての課題があったため、稼動を中止しました。今後は、生ごみを回収し、リサイクルを行う仕組みへ変更する予定です。 →P11「廃棄物の削減とリサイクルの推進」を参照
8	提案項目：チャイルドインターンシップ導入 実施目的：子どもたちに働くことの厳しさを体験してもらい、地域との交流を深める 実施計画：地域の小学高学年、中学生2～4人までを受け入れる。体験学習コースと見学中心コースの2コースを設置	この制度を通して2005年2月までに全国6店舗で受け入れてきました。今後も継続的に全国展開を予定しています。 →P14「チャイルドインターンシップ制度」を参照

社長賞受賞

おふくろの味はおもいやり

国分寺南町3丁目店マネージャー 辻野美佳枝さん



賞状を受け取る辻野マネージャー（左）

以前からミニストップの惣菜や弁当に思い入れがあり、営業の方にいろいろなアイデアを話している中から生まれました。

「おふくろの味」は千差万別ですが、子どもへの「思いやり」がこもっているという点では共通していると思います。おふくろは悪いものを出さないし、体のこと、栄養のことなど気をを使うのも当たり前のことです。そこで、お客さまがその時の体調や、おなかのすき具合で弁当の組み合わせを選べるようにすれば、喜んでいただけたと考えました。

おすすめの組み合わせメニューや、カロリー、栄養成分の表示、また一緒にサプリメントの提案などもできると、さらに喜んでいただけたと思います。

第三者からのご意見・編集方針

より良いミニストップを作るためには、外部の方の客観的評価とご意見・ご指摘は欠かせません。
今回は、環境マネジメントシステムの観点から審査員の方のご意見と、
今まで継続してご意見をいただいていた方から、総括としてのご意見をいただきました。

「ちょっと違うミニストップ」に期待します

社団法人 日本消費生活アドバイザー・
コンサルタント協会 理事 環境委員会委員長

辰巳 菊子氏



継続して3年間意見書を書かせていただき、その中で指摘させていただいた項目について、今回はその後の経過を中心に環境社会報告書を拝見しました。まず、取り扱い商品のことに關しては、グリーン商品の基準に合致する商品を拡大するという姿勢を明確にされていることを評価します。それが店頭で選ばれるような商品棚への表示にさらなる努力を期待します。表紙の変遷からはお米へのこだわりが読み取れます。また、店舗の環境への取り組みについては、店舗の環境負荷を整理して、具体的な環境影響をつかうという姿勢は見えますが、まだ、十分把握をされているとはいえないと思います。数多くの店舗の負荷を容易に把握するためのシステムの構築が大切ではないでしょうか。

お客さまとのコミュニケーションについては、環境対応POP（販促物）の提供を検討されていることは大変嬉しい変化です。お客さまにミニストップの思い、「ちょっと違う」を共感いただけるためにもお店で「ぱっと目につく」情報提供が必要です。全国一律のコンビニエンスストアから少し脱却した地産地消の考えは、さまざまな観点からとてもすてきな取り組みです。地域に根ざしたコンビニエンスストアはこれからのキーワードだと思います。

どういうミニストップであり続けるか、が何より重要です。ミニストップで買

い物をするを持続可能な社会にプラスに働く。これが「ちょっと違うミニストップ」に私の期待するところです。

●3年間を通して「できていること」「今後、期待すること」

	できていること	今後、期待すること
取り扱い商品について	グリーン商品の基準に合致する商品の拡大についての方針策定	店頭でぱっと目につく商品表示の仕方やその情報公開に向けた仕組みづくり
環境負荷影響について	環境負荷を整理し、具体的な環境影響についての方針づくり	定量的な把握と積極的な情報開示
コミュニケーションについて	お客さまへ：環境配慮型のPOPの提供を検討	各店舗でのわかりやすいコミュニケーション（例：環境配慮についてリーフレットで開示し店頭に設置するなど）
	オーナーさまへ：各店舗への教育・啓発「YP」導入	各オーナーの考えや、環境方針などを店頭に掲示
特徴的な取り組み	各店舗に設置されたイートインコーナー	高齢化社会に向けた、持続可能な社会へ貢献する地域の取り組みなど →「ちょっと違うミニストップ」を普及させる

ISO14001 第二回継続審査をととして

ピーエスアイジャパン株式会社
環境マネジメントシステム主任審査員

水城 学氏



今回の審査は構築された環境マネジメントシステムが前回以上に適切に実施運用されているか否かが焦点でした。全3日間の審査において、統括管理責任者の下で全社のシステムが運用され、4人の管理責任者の下で各部門・店舗のPDCAサイクルが運用されていることが確認されましたが、今後は全部門が同じレベルでシステムを理解し、活用することを期待します。

また、地域のお客さまの目から見て、新設店で防音壁の設置などお店づくりに近隣への細かい配慮がされていることが随所で確認できました。食品リサイクル法を脱んだ生ごみリサイクルの実験も開始されており、廃棄物削減にも着手されていました。

今後は商品のライフサイクルに焦点を当て開発・流通・消費・廃棄・各段階の環境配慮を進化させること、その過程において消費者の意見、要望を積極的に取り入れていくことによる取り組みに、環境マネジメントシステムをより一層有効に活用されることを期待しております。

第三者からのご評価・ご意見を受けて

専務取締役 管理本部長
統括環境管理責任者

井上 雅之



環境マネジメントシステム(EMS)を導入して2年が経過しました。今回この取り組みを審査いただいた審査員の皆さまからは、積極的な取り組みを評価いただきましたが、同時に、まだまだ部門における習熟度合いに格差が存在することへの指摘もいただきました。今後の当社の課題は、取り組み事項を具体的な成果がわかるように指標化し、加盟店にも社員にも、その進捗が管理できるようにすること。お客さまに対してそれらの取り組みを公開していくことだと考えます。そのためにはもう一度原点に立ち返り、環境目的と環境目標の妥当性を再検討し、全員参加のシステムに高めていくよう努力してまいります。

編集方針

- ミニストップのステークホルダー(利害関係者)を結ぶ
共通事項は店舗
さまざまな立場の人が読む機会が多い冊子では、店舗における取り組みを中心に掲載し、コンパクトな報告書を目指しました。ミニストップ本部中心の活動はウェブサイトで報告しています。
- 報告書はステークホルダー同士のコミュニケーションツール
お客さま・加盟店・従業員・経営トップのステークホルダー・ミーティングを開催。このミーティングで得た経験を、経営層や従業員は日常業務に活かしていることも報告しました。また、コールセンターに寄せられた声やご返信いただいたアンケートを別紙にまとめました。
- 本業での社会的責任
コンビニエンスストアとして、地域の皆さまの生活に根ざし、安全・安心な街づくりに貢献していきます。防災・災害など命に関わる対策について、警察庁や自治体などと共同で「地域のセーフティステーション」づくりを行っています(→P13)。
- GRI サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン 2002を参照

「環境報告書ガイドライン(2003年度版)」も併用して参考にしました。

*GRI(Global Reporting Initiative):環境面だけでなく社会性・経済性を含めた報告書作成を世界的に標準化しようと提唱する国際団体。UNEP(国連環境計画)をはじめ、世界中のサステナビリティレポートに取り組む団体・個人によるマルチステークホルダー形式でガイドランを作成・発行している。



このロゴはGRI日本フォーラムの会員であることを証明するもので、報告書の内容を認証するものではありません。

- 対象期間 2004年3月1日～2005年2月28日(当社2004年度に該当)
- *最新のデータが対象期間外の場合はその旨を表記しています。
- 報告対象エリア ミニストップ株式会社およ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。
- *一部の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のデータが含まれており、その旨を表記しています。

編集後記

この報告書には、私たち後方支援スタッフに関する記事がありません。なぜなら、冊子の報告書では、お店に来られる方を主な対象としているからです。冊子を読んだ後にお店へ行き、「そういえばこんなことが載っていたな」と思い起こしていただければ製作者冥利につきます。じゃあ後方支援スタッフのことは？それはお手数ですがウェブサイトへ。アクセスできない場合は裏表紙のお問い合わせ先までご連絡下さい(O)。

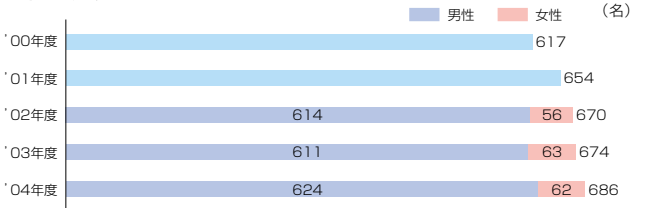


(左から)野口、岡村、伊藤、森出

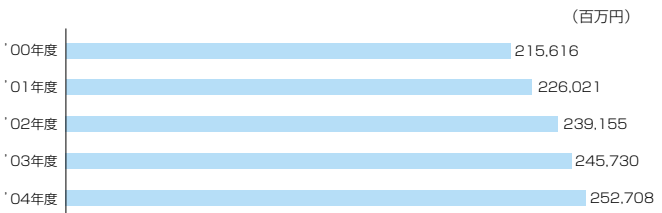
会社概要

- 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の加工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 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
- 本部事務所
〒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
 - ① 本部事務所(千葉県千葉市美浜区)
 - ② 東京事務所(東京都千代田区)
 - ③ 東北地区事務所(宮城県仙台市宮城野区)
 - ④ 東海地区事務所(愛知県名古屋市中村区)
 - ⑤ 近畿地区事務所(大阪府大阪市中央区)

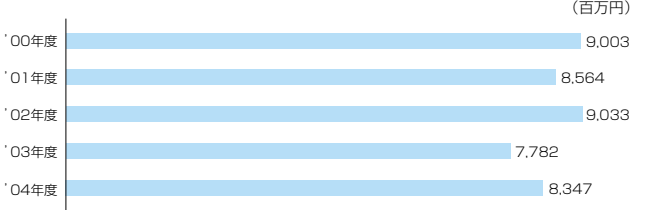
●従業員数(社員のみ)



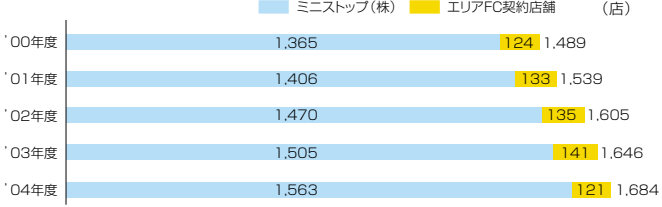
●売上高(加盟店を含む)



●経常利益



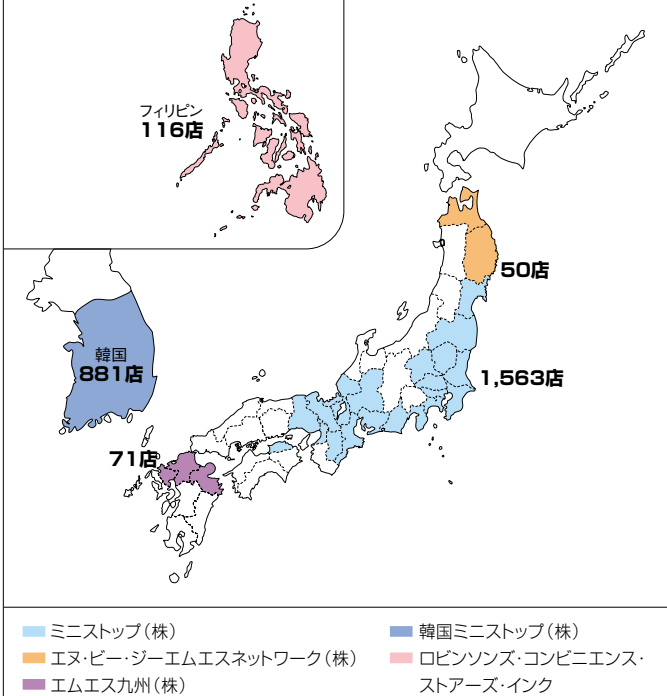
●店舗数



*2005年2月末日現在。
*売上高と経常利益は単体ベースになります。



●店舗エリアマップ



*2005年2月末日現在。
*2004年8月、四国エムエスネットワーク(株)はミニストップ(株)へ合併されました。

●商品売上高構成比



ミニストップ株式会社 CA推進室 環境推進担当

FAX 03-3294-2051

e-mailアドレス hp@ministop.co.jp

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す。皆さまから忌憚のないご意見・ご感想をFAX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。

●「ミニストップ環境社会報告書2005」についてのご意見・ご感想

●ミニストップの環境・社会活動へのご意見やご要望

ご記入いただいた個人情報は報告書送付の目的のみに使用いたします。またミニストップは報告書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、個人情報の漏洩、改ざん、破損・紛失および不正アクセスを防止します。

●次回の「環境社会報告書」を希望なさいますか(2006年5月発行予定)

☐ はい ☐ いいえ

●以下お差し支えなければ、ご記入をお願いいたします。

お名前 性別 (男性・女性) 年齢 () 歳代

〒 ()
ご住所

お電話番号 () -

e-mailアドレス @

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・団体の環境担当者 ☐ 株主 ☐ 研究・教育機関 ☐ 学生 ☐ 金融機関 ☐ 監査法人
☐ 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。

キ
リ
ト
リ
線

キ
リ
ト
リ
線

コミュニケーションツールについての考え方

ミニストップはお客さま、加盟店、従業員、株主など、さまざまな方と関わり、それぞれの方々へ向けた環境コミュニケーションツールを用意しています。
これからも、それぞれの方々へより最適なツールで望まれる内容を伝えるよう努めます。

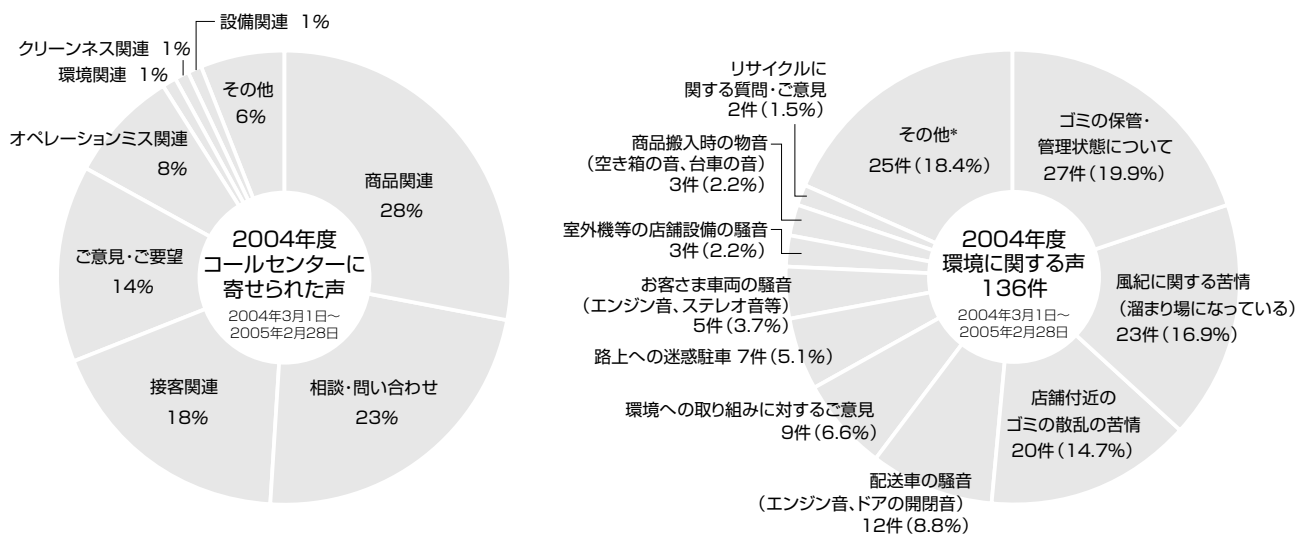


コールセンターに寄せられた声

2004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10,562件でした。

電話が約7割、ウェブサイトからが約3割、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。環境に関する声は2003年度と同じく全体の約1%でした。2003年度に多かった風紀に関する苦情(溜まり場になっている)および店舗付近のごみの散乱への苦情は、それぞれ10件ほど減りました。しかし、ごみの保管・管理状態についての件数が1.5倍に増えていますので、近隣の皆さまにご迷惑をおかけしないよう、早急に対策を立ててまいります。

※本誌P17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 溜まり場に関する苦情

【お客さまからの声】

以前から若者が夜の22時や23時、早朝の5時頃に不良が店内や店外で4、5人で騒いでいる。30～40メートルの距離を保ちながら自宅までついてくる。これでは安心して買い物出来ない。早急に対策を練ってほしい。

(2004年8月9日 東京都ご在住の方より)

【お客さまへの対応】

1. 状況を確認したところ、店舗へもお客さまからの申し出を承っており対応をしていました。店舗でも困っておりストアアドバイザー(SA)と店舗で改善策を話し合いました。周辺で騒ぐ学生には、警察へ対応を依頼することになりました。
2. お客さまへは、今後の店の対応を説明させていただき、店内で何かあれば店員に相談していただきたいと思います。また、ご自宅までつけてくることに関しては警察へ相談されては、とお伝えいたしました。

CASE 2 ごみの保管・管理状態に関する苦情

【お客さまからの声】

ミニストップの商品が詰まったごみ袋が路上に放置されています。勝手に持っていかれたのか、ホームレスの方へ配ったりしているのではないのでしょうか。現在のごみの管理方法など伺いたいと思います。

(2004年7月16日 愛知県ご在住の方)

【お客さまへの対応】

1. お店に確認したところ、店舗のゴミ箱の鍵が壊れていたため、至急鍵を取り付けました。
2. お客さまへは、店舗のごみ箱の鍵が壊れていたため鍵を新たに取り付けたことを報告いたしました。また、店舗が排出するごみは専門業者と契約をし、適正に処理をしていることをご説明しました。さらに、路上に放置されていたことから、市役所への報告もいたしました。

CASE 3 個人情報の廃棄方法について

【お客さまからの声】

店頭レジで受ける電力会社などの支払いについて、控えの処理はどうしているのでしょうか。個人情報保護法の観点より返答いただきたいです。他コンビニチェーン店で控えをごみと一緒に出しているのを見かけ心配になりましたのでお問い合わせしました。(2005年1月25日)

【お客さまへの対応】

1. 「個人情報保護方針」に則り管理します。公共料金などの控えは、店舗保管分および本部保管分の処理は、一定期間保管した後に個人の情報がわからない方法で廃棄しています。
2. 上記1の内容をお客さまにご説明し、納得いただきました。

「ミニストップ環境社会報告書2004」アンケート結果

2004年5月に発行した「ミニストップ環境社会報告書2004」のアンケートに46件のご意見・ご感想をいただきました。ご協力いただいた皆さまに厚くお礼申し上げます。

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たミニストップの環境保全活動の中でできることから少しずつ、確実に実行していきたいと思います。

※アンケートのコメントは原文から引用しております。

●環境社会報告書の発送依頼件数

年 度	承り件数
2001年度	41件
2002年度	438件
2003年度	862件
2004年度	660件

※2002年度より発送代行(エコほっとライン)のデータを含む

1. 「環境社会報告書2004」に関するご意見

〔環境〕

- 環境への取り組み、お客さまに対する「安心・安全」への配慮がわかりやすく書いてあり、とても参考になった。
- 環境や、社会に対しての真面目な姿勢が感じられ、素晴らしいと思った。貴社のはっきりした態度は、とても大切なことです。
- 減農薬米の使用、閉店店舗の廃棄物の利用、食の安全の追及など、環境への取り組みを強化していることがよくわかった。
- 一目でわかるお店の取り組みも面白い内容で、別冊として、環境会計、環境目標も感心しました。
- リサイクルの取り組みをぜひ発展させてほしい。大学との取り組みは地味な活動を学問的にも光を当てる良いチャンスだと思う。
- 食べ物など、安全に関する内容が充実していた。弁当などのラベルの記号など、一般の人にもわかるようにしてほしい。
- レイアウトが良く、見やすかったが、環境報告書であるなら、次回は全ての内容をメール送信とか、ペーパーレスの方向で考えてはどうか。
- 小さな書類でも大きなダンボールで来る。無駄な書類が多すぎる。いつも半分以上捨てている。ストアアドバイザー(SA)さんにも言っていますが。

〔その他〕

- ミニストップの経営ビジョン、環境方針、店の取り組みなどが、よく理解できた。社長はじめ役員の顔が見れてよかった。
- イラスト、写真などが多く使用され、気軽に読めた。読んでいろいろな取り組みをしているのもわかった。皆さんの提案も面白い企画だと思う。
- 『ミニストップはこうして生まれます』と、『一目でわかるお店の取り組み』のところが、とてもわかりやすかった。
- 明るく清潔で、この取り組みに対し社員の皆さまが、生き生きと取り組んでいるのだらうと、感じさせるようなつくりとデザインでした。
- 前回よりわかりやすくなった。ミニストップ・21キャンペーンのアイデアはとても面白かった。実現したらいいと思います。
- 愛知県、岐阜県にも学生、社会人、引きこもりの人への職業体験の機会を作ってください。
- 昨年から拝見。特に目新しいと感じる点が少ない。情報量が多いが、一番伝えたいことがぼやけている。
- 具体的な取り組みはわかったが、他社でも同じようなことを考えているので、これからどう差別化を図っていくのか。
- 小中学生向けのダイジェスト版の作成をお願いしたい。安全・安心を親子で語り合うことが出来るような資料をつくってほしい。
- 付録的なものとして、店の紹介をしてほしい。例えば、店の客層、時間帯別など。

2. ミニストップの環境・社会活動へのご意見・ご要望

〔環境〕

- 環境保全と安全な食の提供をして、積極的に宣伝し、不安を取り除いてほしい。地球温暖化防止活動などが少ない気がする。
- 「環境・社会活動」に取り組む会社の姿勢は、理解できたが、少々物足りなかった。森林事業など、積極的に推進して欲しい。
- 買い物袋の廃止を促進させるため、スタンプ制にするなど考えてみてはどうか。使用済みの電池回収もやってはどうか。小学校に花を送るのは良いことだ。
- 環境経営に真剣に取り組んでいることが理解できた。関連取引先に対し、産業界の裾野を広げる趣旨から、エコステージ導入を勧めてほしい。
- 多くの人々が利用するので、環境への取り組みの影響は大きい。ミニストップさんが、他のコンビニを引っ張って行ってください。
- エコツアーやマイ箸クラブの活動は評価できるが、会社全体としての統一的な方針の位置付けが不明。散発的な印象を受ける。
- 単独の建物であれば、太陽光や風力の小型発電施設を設置するものも良いと思う。必ず人目を引きアピールにもなる。
- 買い物袋を有料にしているかどうか。食品添加物など、表示してあるだけでなく、減らすように努力してほしい。
- 目にあまる無駄が多いように思います。環境にも悪いです。

〔その他〕

- 活動内容は、いずれも評価できるものです。継続を願っています。
- P15の「お店独自の取り組み」を読んで、いろいろ店ごとに努力されているのがわかり、感銘を受けた。これからもがんばってほしい。
- いつもミニストップを利用しています。月一回の『MINI'S』をもらっていますが、このごろ新商品が載っていないのが残念です。
- 大学構内の店舗は、もっと増やして行けば、学生にとって、便利で懐かしい思い出になるのではないかと。イートインコーナーも便利です。
- 安全第一で、消費者との信頼関係を大切にしてください。
- パフェ、フロフロ、ハロハロの専用オリジナルタンブラーを販売したらどうか。タンブラー持込みのお客さまは、割引するとか。はしの販売はとも良いと思います。
- 取り組んでいる活動は素晴らしい内容だと思うので、継続を。実験で取り組んでいることもぜひ現実に向けて頑張ってください。
- 店舗に、同じグループのジャスコ店マップ、イオン冊子を置いてほしい。市町村役場にあるパンフレットも置いてほしい。