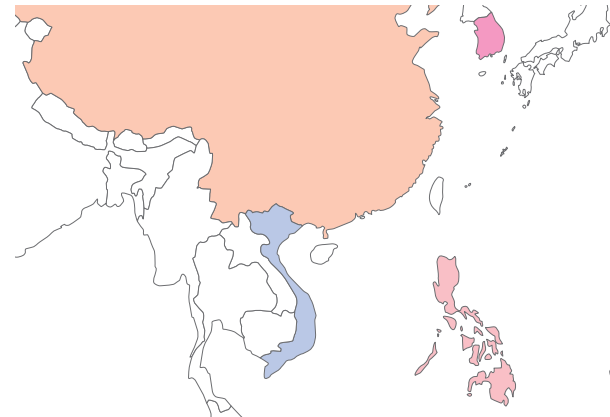


国内外店舗数 4,177店 (2012年2月末現在)

海外



中国
青島迷你島便利店
有限公司
30店



韓国
韓国ミニストップ(株)
1,713店

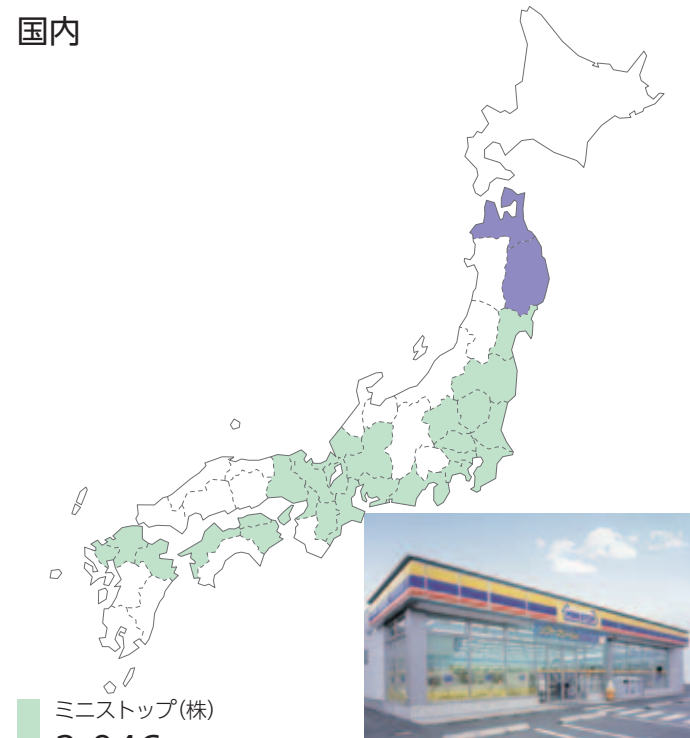


ベトナム
G7-MINISTOP SERVICE AND
TRADING JOINT STOCK COMPANY
2店



フィリピン
ROBINSONS CONVENIENCE
STORES, INC.
327店

国内



ミニストップ(株)
2,046店

エヌ・ビー・ジー・エムエスネットワーク(株)
42店

(株)れこっず
17店

れこっずは、東京都、神奈川県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県で展開



編集方針

ミニストップのCSR Report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。」というミッションにどう取り組んでいるかを軸に展開しています。

2012年度版は、お客さまの声を掲載し、お客さまにご満足いただくために加盟店、本部それぞれが果たす役割をお伝えすることで、笑顔をつないでいく活動の一端をご紹介します。「コーヒー」「スイーツ」「おにぎり」を通じてお客さま評価No.1を獲得するというビジョン、そしてその先にあるミッションに対し、一人ひとりがどう考え、取り組んでいるかを表現しました。

できるだけ多くの方々に私たちの考え方をお伝えしご理解いただきたく、本レポートを最後まで読みただけよう、CSR情報の中でも特にお伝えしたい内容に絞って掲載しています。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。

ミニストップは今後も皆さまと共に、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ます。ご意見・ご感想をお寄せいただければ幸いです。

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・個人情報チーム

森出 芳孝・須田 栄夫・野口 秀明・伊東 祐紀・野沢 亜璃沙・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. 043-212-6746

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

CSRレポートの詳しい内容はウェブサイトで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：2012年7月・通算第13号(次回発行は2013年6月を予定しています)

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

ミニレポ

笑顔あふれる社会を
目指して

2012

MINISTOP CSR Report



「品揃え」

- ・あの値段でおいしいコーヒーを
飲める幸せは他では味わえません。
- ・今朝行ったらホットコーヒーが
ありませんでした。
- ・切らないようにお願いしたいです。
- ・確かにハピリッチスイーツは
一つ一つの味がいしく
見た目も違います。
- ・いろいろなミニストップで
ソフトクリームを食べますが
たまに小さいと思うことがあります。
- ・カップデザートの見た目に一目ぼれして
少し奮発して買ったのに
思っていた味と違いショックでした。
- ・毎朝手づくりおにぎりを買っていますが
すごくおいしくて感動しました。
- ・注文を受けてから作っていただければ
もっと温かいおにぎりでも
おいしいと思うのですが。

「安全・安心」

- ・3歳の娘がお使いに行ったときに
スタッフがずっとそばで見守って
くれていました。
- ・大変な地震のせいで
日常生活が送れなくなり不安なところ
ミニストップさんが開いていて
お茶やお菓子などを買うことができました。
- ・「フェアトレード」について勉強して
その活動が素晴らしいものであると
知りました。
- ・フェアトレードのチョコレートを
取り揃えているお店が少ない中で
ミニストップさんで売られていると
知ったときはうれしかったです。

「フェアトレード商品」

「イートイン」

- ・温かい店内でお弁当を食べられるのは
最高です。
- ・前のお客さんの残飯が
そのまま置かれていました。
- ・椅子に座ったとき、足元が汚れていて
不愉快な思いをしました。
- ・「いつも笑顔で「おはようございます」
「ごつごつじゃいませ」と
声を掛けてくれます。
- ・感じの良い声掛けと一生懸命さで
つついとお薦め商品を
購入してしまいました。
- ・いつも小さな声で接客され
やる気が感じられません。
- ・スタッフのミスで待たされたのに
「お待たせしました」「すみません」の
言葉ありませんでした。

「清潔」

- ・お手洗いが、非常にきれいに清掃されており
大変気持ち良く利用することができました。
- ・下段のお酒にほこりがたくさん付着してい
とても残念に思いました。
- ・店舗の裏の空地に
ゴミが散乱していました。
- ・商品の陳列棚に虫の死骸らしきものを
見かけました。

声 お客さまの

ミニストップに寄せられたお客さまからの声です。ミニストップはお客さまからの声を一つ一つ確認し、接客サービスや商品に反映するよう努力しています。また、各店舗へもお客さまの声を伝え、日々改善活動に取り組んでいます。



私の原動力 お客さまの「ありがとう」が

ミニストップ 東日本橋3丁目店 スタッフ 瀬長 亜沙実

接客の基本を学んでから楽しく仕事ができるように

ミニストップで働こうと思ったきっかけは、ソフトクリームやファストフード商品を作るのが楽しそうだったからです。お店で働き始めたころは、接客のときに笑顔とあいさつが意識できなかったので、店長やストアアドバイザー（SA*）にあいさつやお辞儀の仕方を教わりました。そのとき、笑顔で必ず一人ひとりのお客さまに「いらっしゃいませ」と「ありがとうございます」とあいさつすることを実践するように決めました。

続けていくうちに、お客さまから「笑顔がいいね」「元気いいね」「こちら元気が出るよ」と声を掛けていただくようになりました。するとどんどん接客が楽しくなり、今では笑顔とあいさつの接客が自然にできるようになりました。また、マニュアルにあるわけではありませんが、常連のお客さまとは積極的に話をしたり、お客さまの好みを覚えて商品をさっと提供できるようにしています。

* SA：店舗経営指導員。詳細は7ページをご参照ください。

チームワークのある店舗で笑顔のあいさつを実践

店長の発案でスタッフそれぞれが目標を立てて、それを事務所に貼り出しています。私は3つの目標を立てました。「入店されたお客さま一人ひとりに必ずあいさつをする」「レジが混んでいるときも会釈を忘れないようにする」「元気よく常に笑顔で接客する」

スタッフが各々の目標を持つことでやる気が生まれ、その目標をスタッフがお互いに理解することで助け合えるチームワークが生まれました。

笑顔のあいさつを実践することで、お客さまからも「ありがとう」と言っていただけるようになりました。嫌なことがあって気持ちが沈んでいるときも、笑顔でお客さまに接すれば自分も元気になります。お客さまからいただく「ありがとう」の言葉が私の原動力です。

http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/social/customer/communication/higashi-nihonbashi.html

ミニストップピープルの声

お客さまに「ミニストップに来て良かった、また来たい」と思っていただくために、全国のミニストップピープルが、毎日実践していることをご紹介します。

亀戸9丁目店 スタッフ 赤羽 夏美

何かに困っておられるお客さまには、特に親切、丁寧に対応しています。

所沢上新井店 店長 杉本 裕司郎

店舗経営ビジョンの「お客さまに元氣と笑顔を届けるお店」を目指し、大きな声でのあいさつと会釈を全スタッフで実施しています。

筑後長崎店 スタッフ 山田 歩磨

「お客さまがレジにいらっしゃらないときは店内で作業」「お客さまがレジに向かわれたらお客さまより早くレジに戻る」に全スタッフで取り組んでいます。

名古屋康生通店 ストアリーダー 茅原 弘海

店舗経営ビジョンの「一來店一感動」や当店のスタッフ心得を常に念頭に置いています。

五祝店 スタッフ 加藤 あずさ

おもてなしの気持ちを忘れず、目線をお客さまに合わせた笑顔の接客を実践しています。

鴨島知恵島店 スタッフ 内藤 三奈子

お客さまへの対応をスピーディーに行うために、スタッフ間で申し送りの徹底を図っています。

名駅2丁目店 スタッフ 菊田 聡美

お客さまの立場に立った接客のために、スタッフ全員が常に高い意識を持って相互に意見し合える環境をつくっています。

可児広見5丁目店 スタッフ 梅田 優子

何度もご来店いただけるお客さまは必ず覚えます。年配のお客さまには、お話相手となるよう心掛けています。

掛川宮脇店 スタッフ 岡本 翔也

お客さまとの会話を大事にし、新商品などのお薦めをするようにしています。

茅ヶ崎堤店 スタッフ 藤崎 道代

自分がされたら嫌な接客をしないように、お客さまの立場で接客するよう心掛けています。

刈田京町店 スタッフ 坂本 晃則

お客さまに楽しくお買い物をしていただくため“笑顔と笑声”での接客を実践しています。

金谷町店 ストアリーダー 小澤 美映子

お子さまには目の高さを合わせてお話しし、お体の不自由なお客さまには扉の開閉やお買い物のお手伝いをしています。



店舗：お客さまにとって 価値のある店舗へ

おいしいファストフードは 徹底した品質管理から

ミニストップ 佐野大橋店
オーナー 橋本 勇一

ミニストップには、他店にまねのできないファストフードがあります。私はこの差別化商品に魅力を感じ、オーナーとして加盟することになりました。それから17年、とにかくたくさんのお客さまにこのおいしいファストフードをお楽しみいただきたいという思いで続けてきました。

重要なのは基本を大切にすることです。スタッフ全員がマニュアル通り正確に作れること、陳列やお渡しにも気を抜かないこと、そこまでできているから、全員が自信を持ってお客さまに商品をお出しできるのです。

これは作り方だけではありません。期限管理や衛生管理こそがファストフードの基本であるというミニストップの文化があります。これらをしっかりと徹底することで、お客さまから信頼され、ご支持をいただいていると思います。

http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/social/customer/safe/sano.html

ニーズをとらえ

あらゆるお客さまにご満足いただける店舗に

ミニストップ 甲子園口5丁目店
店長 中田 麻衣子

当店は、サラリーマン、家族連れ、シニア層、小中学校の生徒など、さまざまな層のお客さまにご利用いただいています。近くにスーパーがないため、食パン、牛乳、卵などの毎日の生活に必要な商品や調味料などの品揃えを強化しています。またシニアのお客さまに「かりんとうを入れてほしい」とご要望をいただいたことをきっかけに、和菓子類も充実させました。スイーツはお客さまのニーズを先取りして、店頭に並べるようにしています。お客さまを具体的にイメージして発注した商品は反響が良く、お客さまの喜ぶ声を聞きたくてさらに品揃えを充実させています。

どのようなお客さまにも満足していただける品揃えが、本当のお客さま満足につながると 생각합니다。今後はさらに野菜など農産品の品揃えにも挑戦していきます。お買い物の楽しさをお客さまに提供していきたいと思っています。

http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/social/customer/shinazoroe/koushienguchi.html

お客さまの立場に立ったお薦めを

ミニストップ 本宮高木店
スタッフ 伊藤 昭子

私はお客さまへ声をお掛けすることで、お客さまのお買い物をお手伝いしています。お客さまの目線を見ていれば、お昼ご飯をお求めなのか、スイーツなのか、何をお探しのかが分かります。お客さまが望まれていることを察し、すぐ行動に移すことが大切だと考えています。

スイーツ商品の発注を担当していますが、曜日や天候によって売れ行きが変わる商品の品揃えを工夫し、きれいで見やすい陳列を心掛けています。

キャンペーンや新商品をご案内するときは、タイミングに注意してお客さまに声掛けをしています。予約商品のご案内の際も、忙しそうにされているお客さまには、一言「よろしくお願いします」と添えて、お知らせをレジ袋にお入れします。また、お急ぎではないお客さまには丁寧なご説明もしています。ご注文をいただくと、気持ちが伝わったような気がしてうれしいですね。

http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/social/customer/communication/motomiya-takagi.html

お客さまをお迎えする姿勢を大切に

ミニストップ 可児塩河店
マネージャー 山下 万利子

ご来店いただくお客さまをお迎えする気持ちで、QSC*と品揃えを大切にしています。4店舗を経営しており、各店舗での時間は限られますが、売場の確認は重要です。お客さまに気持ち良くお買い物をしていただくために、きれいで魅力的な売場づくりを心掛けています。

お客さまから「このお店はいつも明るく元気でいいね」と言っていただけます。どの店舗もスタッフが長く勤めてくれていて、お互いが助け合って良いお店をつくらうとするチームワークがあります。

店舗のオープンからスタッフが日々成長し、売場づくりが上達していく姿は頼もしく感じますし、生き生きと働く雰囲気はお客さまにも伝わります。店舗スタッフの良い雰囲気が売場づくりにもつながっていると思います。

* QSC:「Quality:品質」「Service:サービス」「Cleanliness:清潔さ」
http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/social/customer/communication/kani-shiokawa.html

本部：加盟店と共にお客さまを笑顔に



スタッフに品揃えをアドバイス



店舗の課題と一緒に取り組む

営業本部 神奈川・東静岡営業部 東静岡地区
ストアアドバイザー 森田 晃央

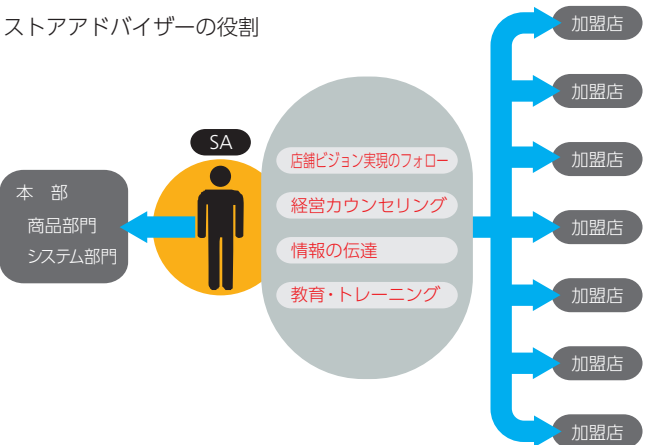
最も大切なことはコミュニケーション

コンビニエンスストア(以下CVS)は、基本的にフランチャイズという仕組みでチェーン店を全国に展開しています。各店舗は加盟店オーナーの皆さまにより経営・運営され、本部はその店舗運営をサポートしています。SA(ストアアドバイザー)の基本業務は、1日3～4店の担当店舗を巡回し、そこでQSC(「Quality:品質」「Service:サービス」「Cleanliness:清潔さ」)と品揃えという、基本4原則を確認することです。オーナーと一体となり、お客さまにとってより良い店づくりをしていくことがSAの仕事です。

SAになって約4年半になります。もともと小売業に興味があり、私にとって身近な存在で地域に密着しているCVSで仕事がしたいと思っていました。他のCVSとは異なる形態で店舗を展開しているミニストップに将来性を感じ、ミニストップに入社を決めました。

SAの仕事で一番大切なのはコミュニケーション、オーナーとの良好な関係づくりだと思います。CVSの店舗運営はとても大変な仕事です。オーナーだけでは、バランス良く店舗を見ることができないときもあります。そんなとき、私は「指導」というより、オーナーをはじめとした店舗スタッフと一緒に店舗づくりをしていくという姿勢で接することが大切だと考えています。

ストアアドバイザーの役割



ビジョン(目標)を共有し加盟店と一緒に取り組む

加盟店と一体となって取り組んだことに成果が出たときは、とてもやりがいを感じます。成果、つまり売り上げがアップしたというのはお客さまに評価いただいた結果だと思います。オーナーと一緒にお客さまのためにできることを考え、実行できた証拠です。オーナーからいただく感謝の言葉は何よりのやりがいです。

ビジョンで掲げているコーヒーとおにぎりも、さらなるレベルアップを目指していく上では課題があります。コーヒーは毎日の習慣としてお楽しみいただきたい商品ですので、品質管理が重要です。担当店舗で1年間、高い品質を維持するよう徹底し、24時間コーヒーを切らさないことで、売上杯数を1日当たり10杯伸ばすことができました。淹れたてのコーヒーを24時間ご用意することはもちろん労力を伴う作業ですが、まずはCVSでおいしいレギュラーコーヒーを提供する価値をオーナーと共有することが一番大切です。またおにぎりでは、時間帯ごとの販売数量を研究し、お客さまがおにぎりをお求めになる時間帯に合わせて準備をすることで販売数をアップし、結果として無駄な廃棄を削減することができました。お客さまが望まれるときに、いつでもできたてのおにぎりをご提供できるよう、加盟店と共にオペレーションの強化に努めています。

加盟店と本部をつなぐSA

オーナーが利益を生み出せるように導くのがSAの役割だと思います。そのためには、お客さまにとってお買い物しやすく、気持ちの良い店舗、また来なくなる店舗をオーナーと一緒につくっていく必要があります。SAはオーナーと本部のパイプ役でもあります。SAがオーナーと密度の高いコミュニケーションを取ることで、本部施策の背景を理解できるようになると思います。オーナーと本部で目標を共有していくことで、お客さまの笑顔があふれる店舗を実現できると思います。

http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/social/participants/support/morita.html

お客さまの評価という目標を
加盟店と共有できれば
結果が出る

本部：No. 1 MINISTOPを目指して

身近にあつて、
あらゆるお客さまに
ご満足いただける
品揃えを実現する

取締役常務執行役員
商品担当 藤本 明裕

2011年度は、コーヒー、スイーツ、おにぎりの3つの商品カテゴリーの強化を図り、お客さま評価No.1を獲得するビジョン（目標）に向かってまい進しました。これらは高い商品開発力、本格的な厨房設備を持つミニストップだからこそ提供できる差別化商品です。さらに、女性やシニア層のお客さまにも継続的にご来店いただけるよう、新たな商品カテゴリーにも挑戦します。あらゆるお客さまにとって便利で、価値を提供できる品揃えを実現していきます。

http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/social/customer/shinazoroe/fujimoto.html

基幹商品へと成長する M's STYLE COFFEE

淹れたてのレギュラーコーヒーを提供するM's STYLE COFFEEは、毎年確実に売り上げを伸ばす商品へと成長しています。毎日の習慣としてお召し上がりいただきたいCVSのレギュラーコーヒーに絶対不可欠な要素は、安定した品質です。そのためには温度管理、雑味を取り除くための機器洗浄など、数々のオペレーションの徹底が必要です。CVSチェーンの中でも創業から一貫してファストフードに取り組んできたミニストップだからこそ、これらノウハウの構築が可能なのです。

一度、その味や便利さといった価値をお客さまに知っていただければ、繰り返しご購入いただける、M's STYLE COFFEEのファンになっていただけるという確信のもと、店舗では試飲やささまざまなキャンペーンを実施しています。

手軽でおいしいレギュラーコーヒーをお客さまに知っていただきたい、そしてその味をお客さまに毎日楽しんでいただきたいという店舗の思いが、M's STYLE COFFEEをミニストップのビジョン達成に向けた基幹商品にしています。

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



手軽に味わえる
淹れたてのコーヒー



シーンごとに楽しめるスイーツ



こだわりの手づくりおにぎり

さまざまなシーンで笑顔になれるスイーツ

2011年3月、ソフトクリームの味を10年ぶりに変更し、甘さ控えめでなめらかな食感にしました。約1年半の歳月をかけ、パフェなどの他のスイーツにも合うすっきりした味にしました。

またオリジナルのスイーツブランドのハピリッチスイーツは、原料にこだわった本格的なおいしさ (RICHな幸せ) と、華やかな商品の中から選べる楽しさ (HAPPYな幸せ) の両方に満足していただける「幸級」スイーツ」を目指して開発されました。仕事の疲れを癒したいとき、少し小腹が空いたとき、また3時のおやつなど、いろいろなシーンでお選びいただけるよう品揃えを工夫しています。

スイーツは他の商品に比べても、女性のお客さまのお買い上げが15%ほど多いカテゴリーでしたが、2012年度はこれまで以上にフルーツを使ったスイーツを強化し、さらに女性やシニア層のお客さまのご支持を広げていきます。ハピリッチスイーツはこれからも、いつもの日常を少し特別な日にする、そしてお客さまを笑顔にするスイーツブランドを目指します。

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

手づくりでできたてのおいしさにこだわるおにぎり

手づくりおにぎりは、2012年5月現在約1,100店舗、全国の約半数の店舗に導入されています。CVSに店内調理加工のファストフードを組み合わせたコンボストアとして30年間培った文化ともいえるノウハウで作るおにぎりは、まさにミニストップの差別化商品といえます。

本格的な厨房を持つミニストップでは、清掃、殺菌の衛生管理を徹底しています。使用期限は、未開封の食材の使用期限と店舗で開封した時刻から計算された使用期限で管理されています。そして、調理加工後の商品の販売期限も含めた鮮度管理を実施しています。

この手づくりおにぎりは、女性やシニア層のお客さまに非常に高い評価をいただいています。徹底した品質管理体制が店舗でおにぎりを作ることを可能にし、お客さまにできたてのおいしさを提供したことが高い評価をいただいた理由と考えています。

お客さまがお求めになる時間帯にしっかり品揃えするためのオペレーション・ノウハウを構築し、いつでもできたてをお楽しみいただける品揃えを実現していきます。

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

シニア層のお客さまにもご満足いただける品揃え

ミニストップは、これまであまりご来店いただけなかった、あるいはかつてCVSをご利用いただいていたものの最近ご利用頻度が低下しているシニア層のお客さまにあらためてご利用いただけるよう、取り組みを開始しています。毎日の食卓に必要な食パン、牛乳、卵、納豆などの商品を強化し、さらに「身近で便利な店舗」を目指しています。

また、シニア層のお客さまには、惣菜などの調理済み食品、あるいは簡単な調理だけでご家庭の食卓を満たしたいというニーズもありますので、これまでCVSの価値とされてきた「すぐ食べられる」だけではなく「持って帰って食べる」「一手間加えて食べる」商品にも対応していきます。

2011年度より、青家店主の青山有紀さん監修の商品を発売しています。健康な身体をつくる食生活をご提案し、食材や味、食感、彩りにもこだわった商品は、女性やシニア層のお客さまに大変ご好評をいただいています。このような企画商品を通常に展開していくことで、女性やシニア層のお客さまに継続的にご利用いただける品揃えを目指します。

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



社会貢献につながる
フェアトレードバナナ

お客さまと一緒にいる社会貢献

ミニストップは、2006年10月より、商品を通じて社会に貢献できるフェアトレード商品を販売しています。フェアトレード商品を継続的にご購入いただくことで、その商品に携わる方々の安定した収入を実現し、生活の向上を促すことになるからです。これまでコーヒーやオレンジジュース、チョコレートなどを販売し、2010年11月には、アジア初となるフェアトレード認証バナナをミニストップが初めて発売しました。このバナナはフィリピンのミンダナオ島にあるヨシダファームで生産されています。生産者や流通経路が分かる商品として、お客さまに安全・安心を提供しています。

2011年10月には、ミニストップを通してフェアトレードを身近な存在にさせていただくために、ミニストップ・フェアトレード研究所を立ち上げ、Facebook®ページを開設しました。

生産者への感謝、思いやりを大切に、今後も取り組みを続けていきます。

http://www.ministop.co.jp/corporate/fair_trade/

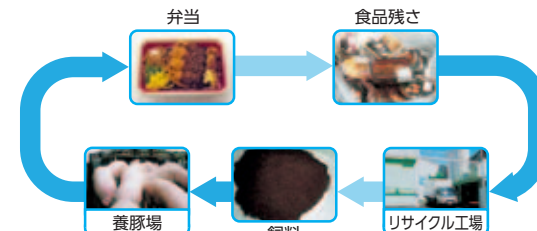
<http://www.facebook.com/ministopfairtrade>

食品残さを無駄なくリサイクル、資源を有効活用

ミニストップでは3R(発生抑制: Reduce、再使用: Reuse、再生利用: Recycle) に適正処理 (Reasonable disposal) を加えた4Rを柱とした取り組みを実施しています。店舗では、お客さまのご協力のもと、レジ袋や割り箸の使用量を減らし、廃棄物を削減しています。また再使用可能な店舗機器などはメンテナンスをしてもう1度使用しています。再生利用では、販売できなかった弁当などの食品残さを、養豚などの飼料にする食品リサイクルに取り組んでいます。店内調理加工時に出る使用済み油は、飼料や石けん、インクに100%リサイクルされています。そして、リサイクル飼料で育てられた豚を再び食材として活用する「食品リサイクルループ」を目指しています。これらの取り組みの結果、2011年度の食品リサイクル率は46.7%となりました。食品を扱う企業の責務として、今後も資源の有効活用を推進していきます。

また、チルド弁当など技術革新も利用して品揃えを充実し、販売量を増やすことで、廃棄を減らす好循環を生み出す環境活動にも取り組んでいきます。

http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/eco_circulation.html



ミニストップの食品リサイクルの輪(リサイクルループ)



執行役員
開発本部長
古川 純一

たくさんの笑顔があふれる店舗をつくり、オーナーの成功を目指す

震災を経験したことで、インフラ産業としての側面を再認識しました。ミニストップができたことで地域の皆さまにおいしさ、便利さを提供し、お客さまの笑顔があふれる店舗をつくるのが、私たち開発本部の役割です。「笑顔になるお客さまの数を増やしていきたい」—この目標を共に目指せるオーナーとの信頼関係を構築し、「この店舗のオーナーになって良かった」と思っていただけのような、加盟店の成功を実現していきます。

http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/social/participants/development/furukawa.html



取締役 常務執行役員
事業戦略担当
前田 昭彦

ミッションの拡大を通じてさらなる成長へ

ミニストップは、おいしさで笑顔あふれる社会を実現するというミッションを国内のミニストップ店舗のみならず、海外の店舗や新業態の店舗でも推進しています。海外事業は、2012年5月現在、韓国、フィリピン、中国（青島）、ベトナムで展開されており、カザフスタンでの店舗展開も予定しています。また、ドラッグストアとCVSを融合した新業態の「れこっず*」を展開しています。これらの事業をミニストップグループの成長戦略として推進しています。

*れこっず：CFS コーポレーション、タキヤ、ミニストップの共同出資による会社で、ドラッグストアとCVSを融合した店舗の開発とフランチャイズ事業を展開。

http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/social/stockholder/maeda.html

店舗の改廃を通じて省エネルギーを推進

2011年度は震災による電力需給の逼迫を受け、本部事務所や各店舗においてもさまざまな節電活動を行いました。店舗では、照明の消灯や空調の設定温度の見直しを実施しました。これは、お客さまのご理解とご協力をいただいて実現できたことですが、日々の省エネルギー活動の大切さをあらためて認識し、環境保全への意識を新たにしました。

2010年11月、ミニストップは「1店舗当たりの年間エネルギー消費量を2015年度に2007年度比12%削減する」との目標を掲げました。この目標に向け、ミニストップ全体のエネルギー消費の多くを占める店舗の冷蔵・冷凍機、照明、空調機器などを高効率の設備へ入れ替えています。古くなった店舗は閉店し、新規開店店舗には最新の高効率設備が導入されるため、開店店舗数に伴い省エネルギーが実現されていきます。

また、FSC 認証*を受けた国産材を使った店舗建築にも継続的に取り組んでおり、今後も年間20店舗の出店を予定しています。

* FSC 認証：森林の環境保全に配慮し、地域社会の利益にかなう、経済的にも継続可能な形で生産された木材に与えられる認証。

http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/environment/next/global-warming/eco_warming_2.html



開店のセレモニー



店内のLED照明



FSC 認証材を使用した店舗

安全・安心のインフラを提供

ミニストップは、CVSを地域の「セーフティステーション（生活安全拠点）」として、地域の警察・自治体の協力のもと、安全・安心な街づくりに協力しています。強盗や万引きに対する自主防犯体制の強化、急病人などの通報、女性や子どもの駆け込みへの対応、高齢者・身体障がい者の方への買い物のお手伝いや連絡などに、マニュアルを作成し取り組んでいます。2011年12月、前橋東片貝店では振り込め詐欺を未然に防ぎ、前橋東警察署より感謝状が贈られました。

震災やその後の停電で暗い夜を過ごされたお客さまから、夜間の店舗の明かりは地域の人々に安心感を与えているといただきました。高齢化や単身世帯の増加が進み、絆が失われがちな時代でのミニストップの役割は、便利で身近な地域の店舗であること、安全・安心のインフラを提供することです。地域になくてはならない店舗となり、そこから生まれるコミュニケーションを通じて人と人とのつながりを感じられるコミュニティを目指しています。

http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/social/community/safety-station.html

日本標準のお客さま対応を世界へ

日本のCVSは高度な小売業のノウハウの蓄積と共に成長してきました。このノウハウを海外で生かしチェーン展開することにより、各国のお客さまに今までにないおいしさと便利さを提供し、地域インフラとしての機能を果たすことで、その国の経済発展や人々の生活の向上に貢献します。また、品質管理やコンプライアンスなど、CVS業界に強く求められる社会的な使命を海外でも積極的に果たすことで、地域社会から信頼を得ます。

ミニストップは、海外への出店の際、商品・サービスは各国のニーズに合わせてローカライズしますが、お客さま対応は日本標準を目指しています。世界に誇れる日本のお客さま対応を他国で同じように展開するには多くの課題がありますが、これを実現することは大きな差別化になります。ミニストップのミッションを全スタッフで共有し、お客さま第一の考え方、そのための行動はどうあるべきかを学ぶ教育体制を整え、ミニストップグループのさらなる成長を目指します。

ミニストップのノウハウを新業態に生かす

れこっずは、ドラッグストアとCVSを融合したまったく新しい店舗フォーマットを展開しています。同社は、イオンの連結子会社であるドラッグストア2社（CFS コーポレーション、タキヤ）とミニストップそれぞれのノウハウや各経営資源を融合させ、より競争力のある店舗を創出し、協業による各社の成長戦略の実現を目的として設立されました。「地域ヘルスケアステーション&生活支援ステーション」の新業態として、各地域のお客さまに新しい価値を提供していきます。ドラッグストアの品揃え、ファストフードを含むCVSの品揃えを付加したれこっずは、より広範なお客さま層にご利用いただけると考えています。

今後は、店舗フォーマットの開発を進め、フランチャイズパッケージとして中小規模のドラッグストアなどへの販売を予定しています。れこっずに加盟いただき経営向上を図るオーナーをサポートさせていただくことで、私たちのミッションを果たしていきたいと考えています。

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



ベトナムの店舗



韓国の店舗スタッフ



新業態のれこっず

ステークホルダーの皆さまとの つながりを大切に 笑顔あふれる社会を目指す

ミニストップ株式会社 代表取締役社長

阿部信行

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!

お客さまの生活に根ざしたサービスの 提供を目指す

はじめに、2011年3月の東日本大震災により被災された皆さまに心よりお見舞い申し上げます。ミニストップは、被災された地域においしさと便利さを一刻も早く取り戻すため、本部スタッフが直接被災現場に入ってサポートする体制を構築しました。あらゆるミニストップピープルがそれぞれの役割を果たすことで、早期の復旧が実現できましたこと、心よりお礼を申し上げます。また、ステークホルダーの皆さまからご支援をいただく中で、店舗や商品、それらを結ぶ物流などの諸機能はもちろん、一つの目的に向かう人と人との多くのつながりこそが、事業継続に欠かせない要素であることを痛感いたしました。

震災を機に、これまでご利用いただけなかったお客さまにも、最も身近に必要な品物が揃う店舗としてミニストップをご利用いただけるようになりました。お客さまの毎日の暮らしに根ざした商品・サービスの提供を通じ、そのご期待に応え続けていくことが、ミニストップに求められる最大の責務であると考えています。

ビジョンの実現へと着実に歩む

私たちは2013年度末までに、コーヒー、スイーツ、おにぎりの3つの商品カテゴリーの強化を通して、お客さま評価No.1を獲得するビジョン(目標)を掲げています。これらの商品カテゴリーをミニストップならではの付加価値の高い

商品としてご提供することでお客さまの満足度を高め、ビジョンの達成を目指しています。2011年度は、これら3つの商品カテゴリーに対するお客さまからの確かな評価を感じることができました。

CVSでレギュラーコーヒーを取り扱うということは、味のみならず、淹れたてのコーヒーを毎日お手軽にお召し上がりいただくという新たな習慣のご提案にほかなりません。そのためには、全国どの店舗でも24時間欠品をさせない品揃えに加え、安定した品質の維持が重要です。コンボストアで培ったミニストップならではの衛生管理、鮮度管理のノウハウが生きてくるのです。

スイーツは、ファストフードのスイーツとコンビニスイーツの両方を強化するため、2011年2月にスイーツ商品部を立ち上げました。双方の商品をさらに充実させ、互いにブランドを高め合うことで、売り上げが前年を大きく超えました。今後もさらなる商品開発を進め、お客さまにより一層ご満足いただけるブランドに育成していきます。

手づくりおにぎりは、特に女性、シニア層のお客さまから評価をいただいています。これはまさに、私たちが今後積極的に対応していく必要のあるお客さまであり、私たちの進むべき方向の示唆ともなりました。

そして何よりこれらの商品を支えるQSC「Quality: 品質」「Service: サービス」「Cleanliness: 清潔さ」こそ、お客さまにご満足いただくための最も基本的かつ大切な要素なのです。これを追求し、高付加価値の商品をご提供することで、お客さまに「ミニストップに来て良かった、また来たい」と思っただけ、そのことがお客さま評価No.1であると考えています。ビジョンの達成は、私たちの事業の拡大・発展であると同時に、笑顔あふれる社会への道であると確信しています。

さまざまなお客さまにとって なくてはならない店舗へ

ビジョンに据えた3つの商品カテゴリーの成長は、店内調理加工というミニストップ独自の文化を十分に生かした結果だと考えています。今後はそれをベースとし、厨房設備を活用した惣菜にも力を入れていきます。また、毎日の生活に必要な商品の品揃えを強化し、CVSの立地、規模、営業時間といった特性をさらなる利便性につなげていきます。そして従来、主要客層としてきた30代から40代の男性のお客さまのニーズを確実にとらえながら、女性、シニア層のお客さまにも継続的にご利用いただけるような品揃えの店舗を目指します。高齢化社会の課題に対し、都心であっても毎日のお買い物に不便なエリアへの出店や従来のCVSとは異なる品

揃えをしていくことで、シニア層のお客さまが安心して、笑顔で暮らせる社会づくりに貢献したいと考えています。

また社会の一員として、環境に配慮した事業の推進は重要です。震災を経て、日ごろの地道な省エネルギー活動が大切であることを実感し、さらなる省エネルギーに向けた活動を推進しています。2011年度はLED照明を積極的に導入し、省エネルギーと事業の効率化を図りました。社会と共に持続的に成長するために不可欠な取り組みとして、小売業の業態特性を踏まえながら、今後も環境活動に取り組んでいきます。

日本の国力向上にも貢献する海外事業

2012年度、国内外の店舗数は逆転し、海外店舗数が国内店舗数を上回ります。2012年5月現在、韓国、フィリピン、中国、ベトナムの4カ国に出店していますが、今後それらの国々以外にも進出する予定です。海外への出店を加速する上で守っていただきたいことは、商品は各国のニーズに合わせてローカライズする一方で、接客サービスは日本規準を目指すということです。お客さまの笑顔こそが私たちの喜びであることを海外のスタッフと共有し、日本を規準とした接客サービスを世界へ展開し、ミニストップの価値を広く世界に伝えることを目指します。

CVSは日本が生んだ最高のノウハウを持った小売業です。そのノウハウを海外で生かし事業として展開していくことは、進出国の経済や文化の発展に貢献することはもとより、日本企業がその対価をいただくことで、日本の国力向上にもつながると思っています。これが日本の小売業としてミニストップが果たしていかななくてはならない役割なのです。

ミニストップのミッションは、笑顔あふれる社会の実現です。お客さまを笑顔にするだけでは、笑顔あふれる社会にはなりません。しかし私たちは相手の笑顔こそが自らの笑顔の源であることを知っています。自らの行動で周りの人々に笑顔になっていただき、その笑顔に関わる人々にさらに広げていくこと、この笑顔を価値でつなぐということが、流通業の本質であると考えています。本業の推進、新規事業への挑戦による収益の向上、会社の成長が、お客さま、地域社会、株主、お取引先、加盟店、従業員など関わる人々の笑顔を増やすのです。その実現にはQSCを高める地道な取り組みこそが本質であり、私たちがお客さま評価No.1を獲得するビジョンを掲げた理由はここにあります。ミッションをミニストップが社会に対して果たすべき責任(CSR)として、これからも日々の事業を推進してまいります。

http://www.ministop.co.jp/corporate/eco_social/msg_president.html

ミニストップCSRレポート2012 パフォーマンスデータシート

対象期間：2011年度(2011年3月1日～2012年2月29日)

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/corporate/eco_social/

● 会社概要 2012年2月末日現在

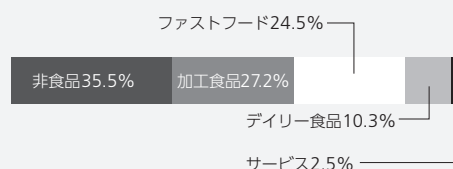
社名	ミニストップ株式会社	主要事務所	幕張事務所・東海地区事務所 東北地区事務所・近畿地区事務所・九州地区事務所
事業内容	イオンの戦略的小型店事業としてコンビニエンスストア『ミニストップ』を展開。ミニストップ店経営希望者とフランチャイズ契約を締結し、商品情報や経営ノウハウを提供。	店舗数	ミニストップ(株) 2,046店 エヌ・ビー・ジー・エムエスネットワーク(株) 42店 韓国ミニストップ(株) 1,713店 ROBINSONS CONVENIENCE STORES, INC. 327店 青島迷你島便利店有限公司 30店 G7-MINISTOP SERVICE AND TRADING JOINT STOCK COMPANY..... 2店 (株)れこっず 17店
代表者	代表取締役社長 阿部信行	従業員数	864名
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		

● 経済的報告

連結	(百万円)		
年度	2009	2010	2011
営業収入	108,880	113,889	122,209
営業利益	4,058	7,646	7,712
経常利益	4,929	8,577	8,605
当期純利益	1,623	3,414	3,099
1株当たり当期純利益	56円15銭	118円08銭	107円16銭

単体	(百万円)		
年度	2009	2010	2011
加盟店を含む売上高	300,442	322,043	355,525
営業総収入	59,007	59,667	64,115
営業利益	3,148	6,622	7,049
経常利益	3,990	7,432	7,844
当期純利益	1,073	2,910	2,678
1株当たり当期純利益	37円13銭	100円65銭	92円61銭

商品売上高構成比(単体) 2011年度



● 社会的報告

お客さまとの関わり

コールセンター受付件数と内訳 合計 19,235件(対前年度比 108.6%)

相談・問い合わせ(48.7%)	店舗起因(32.3%)	商品起因(17.4%)	お客さま起因(0.3%)	その他(1.3%)
-----------------	-------------	-------------	--------------	-----------

地域社会との関わり

年度	2009	2010	2011
チャイルドインターンシップ受け入れ生徒数	908名	958名	891名
フェアトレード商品販売数	136万個	85万個	109万個
2011年度店頭募金総額	144,128,815円 (花の輪運動 16,733,532円を含む)		

加盟店との関わり

年度	2009	2010	2011
新規に営業を開始した加盟者の店舗数 (既存加盟店の経営店舗変更による 新規営業開始を含む)	253店	303店 (エムエス九州合併 による、加盟店受け 入れ131店含む)	—
契約を途中で終了した加盟者の店舗数 (既存加盟店の経営店舗変更のための終了を含む)	106店	104店	—
更新された加盟者の店舗数	84店	106店	—
更新されなかった加盟者の店舗数	36店	38店	—
加盟者と本部間の訴訟件数	1件	1件	—

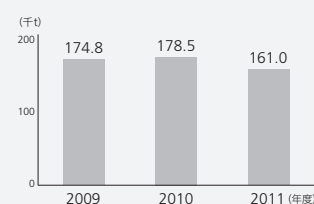
従業員との関わり

年度	2009	2010	2011
採用者数	64名	82名	61名
平均年齢	37歳0カ月	37歳9カ月	38歳9カ月
平均勤続年数	10年3カ月	10年5カ月	11年0カ月
離職率	5.08%	4.78%	5.21%
女性管理職数	6名	5名	4名
障がい者雇用率	2.52%	2.69%	2.76%
育児休業利用者数	5名	2名	9名
健康診断受診者率(一般) (4月～3月の受診者率)	100%	98%	98%

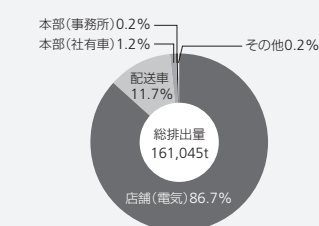
● 環境的報告

CO₂排出量

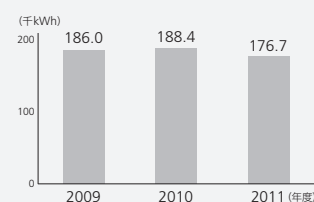
CO₂総排出量



領域別CO₂排出量 2011年度



1店舗当たりの年間電力使用量



ミニストップ削減目標：

1店舗当たりの年間エネルギー消費量を
2015年度に2007年度比12%削減

2007年度実績 192,086 kWh
2011年度実績 176,654 kWh
2015年度目標 169,036 kWh

一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会の環境自主行動計画における目標：
1店舗当たりのエネルギー消費原単位*を2008年度から2012年度の平均値において基準年度(1990年度)比23%削減

2011年度実績 0.123kWh/m²・h

2008年度から2011年度の平均値 0.130kWh/m²・h

1990年度比27.0%削減(先行達成)

*エネルギー消費原単位=エネルギー消費量÷平均延べ床店舗面積÷1日当たり平均営業時間

食品リサイクル率

年度	2009	2010	2011
食品リサイクル率(%)	48.7	46.7	46.7

1店舗当たりの年間レジ袋使用枚数及び使用重量

年度	2009	2010	2011
使用数(枚)	218,868	223,672	224,259
使用重量(kg)	687	707	718

(送信方向)

FAX 043-212-6746

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・個人情報チーム 行

ミニストップ
CSRレポート2012

ミニレポアンケート

ご意見・ご感想をお寄せください

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。皆さまからの忌たないご意見・ご感想をFAX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。

1. 「ミニストップCSR レポート2012」(以下レポート)の全体を通したご感想をお聞かせください。

- | | | | |
|--------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| 分かりやすさ | ☐ 分かりやすい | ☐ 普通 | ☐ 分かりにくい |
| 読みやすさ | ☐ 読みやすい | ☐ 普通 | ☐ 読みにくい |
| 内容 | ☐ 充実している | ☐ 普通 | ☐ 物足りない |
| 情報の量 | ☐ 多すぎる | ☐ ちょうど良い | ☐ 少ない |
| デザイン | ☐ 良い | ☐ 普通 | ☐ 悪い |

2. レポートの中で、印象に残った内容をお選びください。(複数回答可)

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------|
| ☐ 1-2ページ | お客さまの声 |
| ☐ 3-4ページ | 店舗:笑顔あふれる店舗のために |
| ☐ 5-6ページ | 店舗:お客さまにとって価値のある店舗へ |
| ☐ 7-8ページ | 本部:加盟店と共にお客さまを笑顔に |
| ☐ 9-12ページ | 本部:No.1 MINISTOPを目指して |
| ☐ 13-14ページ | 社長メッセージ |
| ☐ 印象に残った記事はない | |

3. 上記を選ばれた理由をお聞かせください。

[]

4. 今後掲載を希望される内容は何ですか。(複数回答可)

- | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|--|
| ☐ 店舗サービスについて | ☐ 商品の種類や特徴について | ☐ 商品の品質・安全について |
| ☐ 環境への取り組みについて | ☐ 社会活動について | ☐ 会社・グループ組織について |
- その他

[]

5. ミニストップに今後取り組んでほしいことは何ですか。

[]

6. 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

都・道・府・県

性別(男・女) 年齢()歳代

市・区・町・村

(注) 番地、アパート名等はご記入いただか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CSR/環境担当 | ☐ 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。