



MOUNTAIN

株式会社 モスフードサービス
環境報告書 2004



OCEAN



SUN

人と自然を
“食”で結ぶという、
大きな使命に向かい
歩んでいます。



企業理念

「人間貢献・社会貢献」

希薄化する「命の尊さ」への理解

イラク戦争・日本人拉致問題・幼児虐待事件・通り魔事件・食品にまつわる不祥事など21世紀の世界は、どれをとっても「命の尊さ」を一人一人が理解していないと感じざるをえません。その一方でその日、口にするものさえない人もおり、将来を担う大切な子供達の生命が奪われています。

人間同士の争い・宗教の違い・価値観の相違などの前に人間は地球と自然の中で「生かされている」自覚が希薄になっているのではないのでしょうか。地球の誕生の歴史を振り返ってみても、人類は地球自然という環境の中で生まれました。その後、人類の進化とともに、人間を中心に物事を考える社会が生まれ、自然への感謝・共生心が低下し「人間の都合が優先」の地球社会に変化してしまいました。

生命の誕生については科学的には立証されているものの（人間が作った仮説）未だ解き明かされていない神秘の部分がたくさんあります。

医学では到底解決できない難病が自然の力で完治してしまうこともあります。科学・医学の進歩は今後も人間の寿命を延ばすためには必要なこととして理解するところですが、そのために人間の尊厳の一つである心（こころ・ココロ）つまり「自然の中で人間は生かされている」という自然環境を大切に思い、融合・協調していこうという意志の大切さが希薄になってしまいました。

人々の命・健康のお役に立ちたい

すさんだ心を持った人間が子孫繁栄のために増えたとしても、人間社会また地球自然社会は決してこれを受け入れることはないでしょう。特に我々のように「食」に関する業界は、食べ物を通じての行為が直接人間の命・健康に関係するという重要な社会的使命を持っています。

肉体的なこと・精神的なことの両面において、つまり人間本来の「心身ともに健全でありたい」と願う欲求にお応えする貢献活動をしているという自覚が必要です。自然との対話・調和が実現されてこそ地球自然社会から受け入れられるのです。

モスはその社名を、自然の3要素である MOUNTAIN（山）・OCEAN（海）・SUN（太陽）のそれぞれの頭文字をとり、「MOS」といたしました。自然と融合・協調することによってのみ初めて事業が成立すると思ったからです。具体的には、大量生産・大量販売がもてはやされた時代においても、例え生産性・効率性が低下しても、一つ一つの材料を丁寧に吟味し調理することを守り通してきました。

商品の中心素材である肉・野菜をも極力自然に近い形での食材として捉え、人々の命・健康のお役に立ちたいとの思いで敢えて「非効率」と言われることを率先して行ってまいりました。その結果、アフターオーダーシステムにより食品残渣もほとんどありません。

また、創業当時から「モスの朝課」として毎朝店舗前及び周辺道路の清掃を実施し、地域社会に少しでも貢献しようということが続けております。掃除をすることは、人間のすさんだ気持ちが少しでも和らげたり、また地域社会においてゴミがこんなにも出ることを知ることができると思います。

今できることをやり続ける

日本社会は高度成長・バブル経済の歴史のなかで「使い捨て！」の意識・行為が当たり前ようになってしまいました。

資源が枯渇していくこれからの地球社会において「資源・資材を大切にしよう」という当たり前のことへの意識改革を国民一人一人がしていかなければなりません。土から生まれたものは土に返すという自然の摂理を守りながら、少しでも自然社会・人間社会に貢献できればと考えております。

このたび2004年3月に㈱モスフードサービス及びモスバーガーチェーンにおいて環境マネジメントシステム（ISO14001）の認証を取得いたしました。

私共は、大それたことより自らの事業が抱えるエネルギー・廃棄物問題を含め、リサイクルの推進など今できることを確実にやり続けることの積み重ねが結果として自然破壊問題の解消・環境負荷の低減・循環型社会の実現・社会の持続的発展につながるものと考えます。

モスバーガーチェーンで働く一人一人がその意識・理解・自覚に立って行動してまいります。



株式会社モスフードサービス
代表取締役社長CEO 櫻田 厚

桜田 厚

当チェーンの主な環境活動



1

1972(創業)

ホットドリンクを陶器のカップで提供(イートインの場合)①
ハンバーガー類の包装には発泡スチロールではなく、薄い袋状の紙(内袋)を使用。

1990

東京・国立店をリサイクル推進店舗に位置付けし、ガラスの食器や金属のスプーンなどを使用。全店では、持ち帰り用の手提げ紙袋を再生紙に切り替え。

1995

全店でガラスの食器の導入を推進。特別栽培農産物の健康野菜「モスの野菜」の導入開始。

1996

ホームページ開設と同時に、栄養成分情報を開示。②



2

1997

配送システムを、業界初の試みである三温度帯一括配送に切り替え。「モスの野菜」「モスのビーフ」を全店導入。(新価値宣言)
東京23区内の店舗に、可燃、不燃の分別ごみ箱を設置。その後、設置店舗を全国に順次、拡大。

1999

ホットドッグのパッケージをプラスチック容器から紙容器に変更。

2000

本社内に「環境推進グループ」を設置。
「ジャパン・リテイル・メンテナンス株式会社」(当社、ワタミフードサービス㈱、日本ケンタッキー・フライド・チキン㈱)との共同出資会社)による、廃棄物の共同処理、リサイクルの実験開始。
「モスの野菜」が社団法人日本フードサービス協会のJF認証を取得。③
廃食油の回収、リサイクルシステムの本部一元化実験開始。



3

2001

トレーをメラミン製からペットボトルのリサイクル製に変更。④
サラダ容器をプラスチック容器から非木材紙(葦)に変更。
包装資材(ポテト袋など)に非木材紙(ケナフなど)を使用。
「環境教育」講習を開始(加盟店および本部社員・店舗勤務社員対象)、ホームページで商品のアレルギー情報を開示。



4

2002

生ごみ乾燥処理機の実験開始。
お客さまとのコミュニケーションツール「ひらけMOS」にて食材や商品のこだわりなど紹介。⑤
アレルギー体質にも配慮した「モスキッズメニュー」の発売開始。
新業態店「キッチンモス」の看板表示に発光ダイオードを使用。
全店への納品書、請求書のペーパーレス化実施。



5

2003

食品一括配送・回収システム確立のための実証実験開始。
本社にて「屋上緑化」実施。⑥
農産物販売に特化したホームページ上のショッピングサイト「モス畑」開設。
食材の生産・製造・流通過程の詳細情報をホームページ上で開示。⑦
「環境推進グループ」および「品質管理グループ」を統合し、社長直轄の部門として「CSR推進室」を設置。



6

2004

中水(雨水)利用システムの実験開始。
ISO14001認証取得。
「CSR推進室」に新たに「監査グループ」「お客様相談グループ」を加え、「CSR推進本部」としてスタート。



7

環境報告書を お読みいただくにあたって

この度、㈱モスフードサービスは、初めての環境報告書を発行する運びとなりました。㈱モスフードサービスとチェーン加盟店が、各協力会社様と共に続けている、環境保全活動・社会貢献活動についてお伝えすることを目的としています。

この環境報告書は、2003年度の活動を象徴する取り組みを冒頭にハイライトとして紹介し、具体的なパフォーマンス内容をページ構成の中心に持ってくるなど、お客さまの視点に立った工夫を凝らしています。また、文中の表現についても極力分かりやすさを重視しました。

まだ不十分な点もございますが、今後さらに進んだ報告ができるように努めるとともに、皆さまのご意見を活かした報告書づくりを行いたいと考えています。ぜひ添付のアンケート用紙にて、ご意見・ご感想をお寄せください。

報告書概要

対象範囲

対象は、㈱モスフードサービスとチェーン加盟店の事業活動（一部関係会社5社も含む）です。ただし、当社の事業はさまざまな協力会社様との協働の下に成り立っていることから、一部協力会社様の取り組みも含めて紹介しています。

対象期間

掲出データは2003年度（2003年4月1日から2004年3月31日までの1年間）を対象としています。ただし、取り組み内容については、今回は初めての発行のため、2003年以前の経緯も含めて紹介しています。

参考にしたガイドライン

環境省「環境報告書ガイドライン（2003年度版）」

発行

2004年6月

次回発行予定

2005年6月

MOSとは

MOSには、

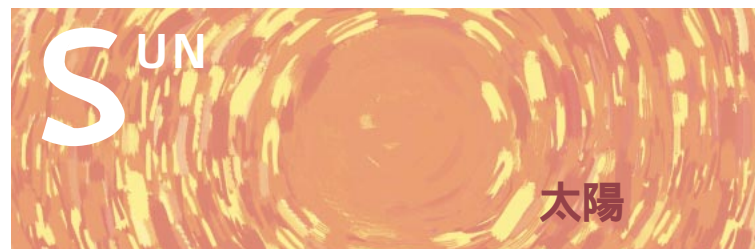
MOUNTAIN（山のように気高く堂々と）

OCEAN（海のように深く広い心で）

SUN（太陽のように燃え尽きることのない情熱を持って）

という意味があります。

創業者・櫻田慧（さくらだ さとし）が、人間・自然への限りない愛情と、このような理想の人間集団でありたいという願いを込めて名づけました。





モスの目指す 「共生」と「循環」



モスバーガーの環境活動、社会貢献活動の基本的な姿勢を象徴する、二つの取り組みを紹介します。一つは地域のゆずをメニュー開発に生かした取り組み。地域と“共生”の関係を築こうとする姿勢を表しています。もう一つは、材料と野菜くずを一括配送する取り組み。これが今後“循環型リサイクル”の実現につながっていくことでしょう。それぞれの現場での一生懸命な姿から、私たちの目指すものを感じとっていただけるのではないのでしょうか。

「ゆずドリンク」が結んだ 地域との“共生”のきずな



紀伊半島南部、清流「古座川」上流の山間に80世帯ほどの小集落があります。良質のゆず生産で有名な古座川町平井地区。モスバーガーはこの地区の古座川ゆず平井婦人部の皆さんとともに「ゆずドリンク」を開発し、2002年6月から和歌山県、奈良県の全店、三重県、大阪府の一部で販売を開始しました。さっぱりした味わいがハンバーガーに合うと、大変好評を得ています。



始まりは人と人とのつながりから

取り組みは、地域で農業改良指導を行っている和歌山県職員・西美保さんとモスバーガーチェーン店のオーナー・須崎重博さんが知り合いだったことから始まりました。当時、地区の特産である柚子酢の売れ行きは頭打ち。増える在庫に困った平井婦人部代表・寺本微笑子さんが、ゆず飲料の販売ルート開拓を西さんに相談し、須崎さんの紹介を受けたのです。話を聞いた須崎さんは、すぐに平井地区を訪問。地区の皆さんの温かさや製品づくりへの熱意にふれ、「できるだけやってみよう」と決意。(株)モスフードサービス本社に協力を要請しました。「ゆずドリンク」開発の第一歩です。



高い衛生基準と 個性的な味わいの追求

開発で問題となったのは衛生です。当時、平井婦人部が製品の製造に使っていたのは、10年以上も前に建てた小さな作業所で、保健所の許可は取得しているものの、とてもモスバーガーの衛生基準に合うものではありませんでした。モスバーガーチェーンの衛生管理を担当する(株)エム・エイチ・エス



「ゆずドリンク」開発に携わった方々。一番左が和歌山県職員の西さん、左から2番目が古座川ゆず平井婦人部代表の寺本さん。和歌山県古座川町平井地区のゆず園にて



80軒程度の民家が建つ古座川町平井地区

による検査の結果、モスの商品を製造するのは不可能と判断されました。

しかし、平井婦人部の皆さんはあきらめませんでした。ゆず搾汁加工場の中に、モスバーガーの衛生基準をふまえ、新しい作業所を整備。数度の改善の末、再び㈱エム・エイチ・エスの検査を受けて衛生面での基準をクリアしました。

次に問題となるのは製品の味です。もともと平井婦人部で製造していたゆず飲料はさわやかな味わいで、本社商品開発担当者は「予想以上に洗練された製品に驚いた」と言います。しかし開発担当者の、地域色を前面に打ち出せる商品をとという考えのもと、より個性の強い飲料を求めて開発を進めることになりました。婦人部代表の寺本さんが、果糖入りやハチミツ入り、配合を変えたものなど、さまざまなサンプルを用意し、本社に送付。本社総合商品開発室のスタッフが試飲、選定し、さらに改良のための方法を相談するというやり取りが何度か繰り返されました。そして、2002年6月1日、ようやく南紀熊野のハチミツ入りゆずドリンクがモスバーガーの店頭と並んだのです。



絶対に失敗させたくないという意志

販売にあたっては、須崎さんやモスバーガー共栄会近畿南支部の山本支部長が中心となり、地域のモスバーガーの店長に商品特性や販売戦略を浸透させました。「絶対にこの商品を失敗させてはいけない」という決意のもと、頑強な販売体制を敷きました。商品の質の高さと各店スタッフの販売に対する強い熱意により「ゆずドリンク」は発売とともに、お客さまの支持を獲得。その人気に応え、冬季版の商品「ホットゆずドリンク」も2002年11月21日から販売されることになりました。そして、現在もモスには欠かせないドリンクメニューのひとつとして、人気を集めています。

古座川ゆず平井婦人部は2004年4月1日、「農事組合法人 古座川ゆず平井の里」になりました。



ゆずの搾汁工程



古座川町平井地区
古座川ゆず平井婦人部代表
寺本 微笑子さん

地域にとって“ゆず”は将来への希望です。この事業を、若い人たちに確かなかたちで受け継いでいきたいと考えています。その意味では、今回のモスバーガーさんとの取り組みは、私たちにとって、大きな実績となりました。開発にご協力いただいた皆さん、店舗で販売していただいた皆さんに感謝しています。



和歌山県東牟婁地域
農業改良普及センター
西 美保さん

平井婦人部の皆さんが努力の末に、大手のファストフードチェーンで販売できるほどの生産ノウハウを身に付けたことは、地域振興にとって非常に意義のあること。この取り組みがまた他の事例にもつながっていくのではないかと期待しています。モスバーガーチェーンの皆さんは平井地区の皆さんや私たちを温かく受け入れ、支援してくださいました。



モスバーガー共栄会
副理事長
須崎 重博さん

初めて平井地区を訪れた時、地域の皆さんの“ゆず”にかけるただならぬ思いに、「これはただでは帰れないぞ」と思ったものです。そして、その熱意はその2年後、「ゆずドリンク」というひとつの商品に結実しました。発売までには、いくつもの乗り越えなければならない壁がありました。それにも関わらず希望を捨てなかった平井地区の皆さんの強い意志が、この商品を生み出す原動力となったのだと思います。



モスバーガー共栄会
近畿南支部長
山本 将之さん

「ゆずドリンク」発売までに、私たち支部のスタッフは平井地区の皆さんとふれあう機会が何度かありました。そのなかで、私たちは平井地区の皆さんの熱意と温かさにふれ、「この商品を絶対売ってみせるんだ」と一致団結。強い思い入れをもって、販売に臨みました。「ゆずドリンク」の販売は、お店にとっても、みんなの心を活性化させる良いきっかけになったと思っています。



古座川町に一番近い串本店。古座川でとれたゆずを使っていることから親近感を感じて「ゆずドリンク」を注文するお客さまも多いそうです

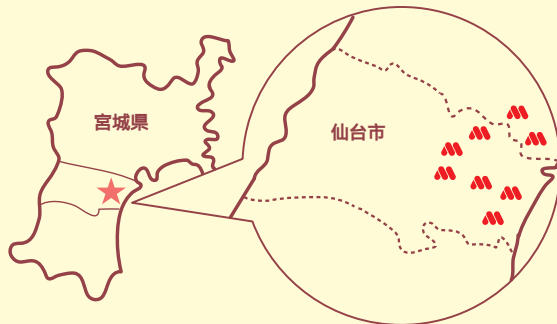
循環型リサイクルが 見えてきた！

食品を届けるとともに、
野菜くずを回収



一括配送に使用する専用車両

宮城県仙台市を中心とした店舗では、材料を輸送するトラックを利用するため、配送により排出されるCO₂の量を増やすことなく、野菜くずのリサイクル化を実現するという実験的な試みが行われています。回収された野菜くずはどのようにリサイクルされるのでしょうか。少しその先を追いかけてみましょう。



この取り組みは仙台市を中心とした8店舗で導入されています



店員からドライバーさんへ手渡される、野菜くずの入った専用ボックス



お店裏での取り組み ～循環型リサイクルの確立

宮城県仙台市のある店舗。見た目はいたって普通のお店ですが、ここでは野菜くずの処理について特別な取り組みが行われています。それはお店の裏で、いつものようにトラックが食材を運んできた時に行われていました。食材の納品が終わるとともに、お店の店員さんがボックスを抱えて現れ、それをドライバーさんに手渡したのです。中身を聞くと、野菜くず。この店舗では、トラックが食材を納品するとともに、野菜くずの回収を行なっているのです。

回収された野菜くずは、配送センターに運ばれ車内で攪拌・乾燥によって減量化されます。その後最終加工工場では堆肥の原料として利用されます。こうしてでき上がった堆肥原料を利用し、「モスの日」にお客さまへプレゼントされる「モスの日栽培セット」は作られるのです。モスから出た野菜くずが堆肥原料となり、めぐりめぐってお店で使われる野菜を育てる、という試みも検討され始めています。排出元から排出元への循環型リサイクル実現に、今後の期待が寄せられています。



モスだからこそできた

モスは、作り置きをしないためロスが少なく、またファストフードという特性から「食べ残し」もほとんどありません。もしモスがもっと大量の野菜くずや調理くずを出すスタイルのお店だったとしたら、いくら乾燥させて減量化してもすべてを処理しきれなかったでしょう。また、モスの野菜くずが仕込み時に発生するため他の混入物がなく、含水率が高く、乾燥処理後の減容率が高くなることも取り組みに適した条件でした。この取り組みは、これらの条件がそろったからこそできたと言えます。

今後も実験結果を検討し、良い結果が得られれば



他のお店にも随時導入を図る計画です。チェーン全体の野菜くず排出量を年間2,200トンと仮定すると、全店舗に導入された時には、堆肥原料生産量は132トン(年間)、実に2,068トン(年間)の減量ができる見込みです。



味の素物流株式会社
取締役低温事業部長
小田川 晶さん

食品系の物流専門会社である私たちにとって、環境問題は最大の関心事のひとつであり、法規制への対応はもとより、常々情報収集・研究に努めております。

この度の実証事業は、度々机上で議論・検討されてきた「お店への配送を行う車輛がお店で発生したリサイクル物資を回収してくる」というアイデアを、まさに現場で実際の車輛で行うというものでした。具体的な一歩を踏み出した意味は大きいと考えております。

次の段階へ向けては、行政上の課題、車輛コストといった乗り越えるべき高いハードルがあります。私共は今後も粘り強く、継続していく事が、課題解決への道と信じて取り組んで参ります。

「モスの日栽培セット」とは

2004年3月12日の「モスの日」、全国のモスパーガー店舗(大学店、競馬場店等の特殊店舗および休業中のお店は除く)にて、「ワイルドストロベリーの栽培セット」が配られました。この栽培セットは、お店の野菜くずを堆肥の一部として作られたものです。



「ワイルドストロベリー」はヨーロッパでは「幸せを運ぶ花」、アメリカでは「奇跡を呼ぶ花」と言われ、古くから親しまれているバラ科の多年草です。栽培セットを手にしたお客さまは皆笑顔で、その花が咲く姿を想像していらっしやるようでした。

3月12日「モスの日」の由来

1972年3月12日に、東武東上線成増駅前(東京)にモスパーガー1号店となる実験店がオープンしました。それを記念して、毎年3月12日には、お客さまに感謝の気持ちを表しています。



Contents

2 ごあいさつ

6 モスの目指す「共生」と「循環」

6 「ゆずドリンク」が結んだ地域との“共生”のきずな

8 循環型リサイクルが見えてきた！



11	商品と仕入れ	おいしくて健康的な商品をお客さまに届けたい 素材の質は“おいしさ”の基本
14	配送	配送を効率化しCO ₂ 排出量を低減
16	店舗	環境に優しいお店を目指しています
18	衛生管理	「食」の安全を支える優れたノウハウ
19	本部	自らも実践しています



20 社会貢献活動 人と社会の幸せに貢献したい

22 トップインタビュー

お客さまを思う気持ちが環境活動の原点です

(株)モスフードサービス 代表取締役社長 CEO 櫻田 厚
国際 NGO ナチュラル・ステップ・インターナショナル 日本支部代表 高見 幸子 様



24	CSR 経営を本格化	社会からの揺るぎない信頼を得るために
26	環境マネジメントシステム	チェーン一体となって環境活動を推進
28	目標と実績	各業務ごとに目標を立て、活動を推進
29	環境会計	環境活動を会計面でも評価・公開します
30	事業活動における環境影響・お客さまの声	環境負荷をトータルで把握

31 モスバーガーチェーンについて



おいしくて健康的な商品をお客さまに届けたい

モスの商品は、私たちの経営姿勢の結晶です。モスの商品づくりに対する考え方と、素材へのこだわりについて紹介します。

商品へのこだわり

本物志向のハンバーガーづくり

アメリカ生まれのハンバーガーを、味、栄養の面から見てもさらにおいしくバランスのとれたものに。モスバーガーは創業以来このような志のもと、商品づくりを進めてきました。その姿勢を集約したのが「おいしさ」「安心」「安全」「健康」という合言葉。この言葉を胸に刻み、今も変わらず、こだわりの商品を提供しています。

おいしさ与健康のノウハウを凝縮

「ニッポンのバーガー 匠味」

2003年8月に発売された「ニッポンのバーガー 匠味」は、「おいしさ」「安心」「安全」「健康」へのこだわりを表現した代表的な商品です。本当に価値のあるものを、ゆっくりと時間をかけて食べたいというお客さまのニーズをとらえ、素材にこだわり、究極のハンバーガーづくりに取り組みました。パティ用の肉には適度な歯ごたえのある牛ウデ肉を使用、パンズには手作り感を出すために工場での製法を工夫しています。

ソースには国産大豆をじっくりと自然熟成させたしょう油を使い、調理にはパティを蒸し焼きにするための専用パティカバーを用意するなど、徹底的に

こだわりました。さらに「製造責任者カード」¹をお渡しし、製造者を明確にしています。「ニッポンのバーガー 匠味」は、モスがこれまで蓄積してきた「おいしさ」のノウハウを凝縮して生みだしたハンバーガーなのです。

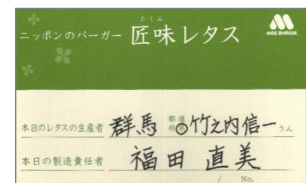
一日の野菜摂取量の約40%をカバー

「ニッポンのバーガー 匠味レタス」

「匠味」の次に企画されたのが「ニッポンのバーガー 匠味レタス」です。テーマは「ヘルシー感」。農薬や化学肥料に頼らない方法で栽培したモスの野菜の味わいを生かすため、パンの代わりにレタスでパティを包みました。成人の一日あたりの目標である野菜摂取量の約40%を摂ることができ、エネルギーは「匠味」より低めです。



「ニッポンのバーガー 匠味」



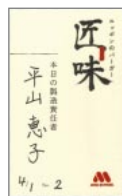
製造責任者カード



「ニッポンのバーガー 匠味レタス」

1 製造責任者カード

「ニッポンのバーガー 匠味」は厳選素材で手作りした本物のおいしさを提供することを目的としており、他の商品以上に高い調理技術が必要とされます。そのため、「製造責任者」を配置し、製造者の氏名を明記したカードをお客さまにお渡しして、特別メニューならではの安心感をご提供します。



食物アレルギー情報を公開しています

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

㈱モスフードサービスでは、2001年11月から商品のアレルギー情報をホームページを通じて発信しています。現在公開しているのは乳（乳製品）、卵、小麦、大豆などアレルギー食品6品目の情報ですが、今後はさらに公開品目の拡大を検討しています。



素材の質は“おいしさ”の基本

良質の素材が“おいしさ”の基本であるという考えのもと、モスバーガーは、素材の選定や品質管理に関するノウハウの蓄積に力を注いでいます。

仕入れ の こだわり

こだわりをもって素材を選び、品質管理を徹底

商品の「おいしさ」「安心」「安全」「健康」を形作る一番大きな要素は「素材」と考え、こだわりをもって厳選しています。特に中心的な素材となる牛肉と野菜には、「モスのビーフ」「モスの野菜」という呼称をつけ、そのこだわりを表現しています。

「モスのビーフ」 大自然の中で放牧

モスバーガーのハンバーガーパティに使われている牛肉、「モスのビーフ」の産地は、タスマニア州をはじめとする**オーストラリア南部とニュージーランド南島**¹です。牛たちは広大な牧場で放牧され、牧草だけを餌に、のびのびと育てられています。自然のままの育成方法にこだわり、**成長ホルモン剤**²は使っていません。

産地国の安全管理体制

オーストラリアとニュージーランドでは、政府と生産者・加工業者が協力し、飼育から加工・輸出の全段階におよぶ検査・管理体制を敷いています。食肉加工工場には政府機関派遣の獣医・検査官が常駐し、牛の健康状態のチェックや内臓検査などを実施。合格した食肉のみ出荷されます。



タスマニアの牧場風景

動植物の持ち込みを規制

牛の育成環境を守るため、オーストラリアやニュージーランドでは、外国からの動物や植物はもちろん、食品も一切無断で持ち込めないよう厳重な検疫体制がとられています。



食肉検査風景

¹ オーストラリア南部とニュージーランド南島
比較的気候が温暖で、牧草の育ちがよく、牛の育成に適した地域と言われています。

² 成長ホルモン剤
動物の成長を促進するための薬剤。短期間で個体を大きく成長させることを目的として使用されています。



Vegetables

「モスの野菜」

約2,000軒の

国内協力農家から野菜を調達

モスは創業以来、良質な野菜の仕入れに力を入れてきました。1994年からは宮城県に自社の実験農場を設け、野菜の栽培方法を研究。そこで培った豊かなノウハウをもとに、現在は約2,000軒の協力農家で栽培された野菜を、ハンバーガー・ホットドッグ類、サラダに使用する生野菜（トマト・レタス・たまねぎ・ピーマン・サニーレタス・キャベツなど）として仕入れています。

私たちはこうしてお店に届けられ調理に使われる野菜を、その品質に対するこだわりをこめて、「モスの野菜」という呼称で呼んでいます。



キャベツ畑（鹿児島県）



モスのハンバーガーも、おいしい野菜があってこそ

産地の情報を一元管理

産地との取り組みにあたっては、必ず本社アグリ事業グループの担当者が現地に行きます。一緒に取り組んでいけるかどうかの判断材料の一つは、お客さまに安全な野菜を提供し続ける、もしくはレベルアップできるかどうかです。具体的には、化学合成農薬や化学合成肥料をなるべく使わず、



マザーシステムイメージ画面

今後とも削減していく意思があるかどうかです。

各農家から供給される野菜の動きは、店舗に間違いなく野菜が届けられるようマザーシステム³という仕組みを使って一元管理し、店舗に産地の情報を毎日正確に送っています。店舗での毎日の素材情報の発信もこのシステムがあればこそなのです。

このようにモスは安全で自然本来の力で育てられた野菜にこだわっています。



野菜の情報をお知らせする黒板

日本の農業とともに

農業の発展なくして、モスバーガーの発展はない。その考えのもとモスは、長期的な単品栽培による土地の疲弊や化学肥料・農薬がもたらす問題など、産地が抱えるさまざまな課題の解決に取り組んでいます。例えば、農家で栽培される多様な野菜の販売チャネル開拓の一環として、ホームページ「モス畑」⁴で各農家で栽培された、少量でも良質な野菜を直販しています。多種多様な野菜の栽培を支援することにより、多品目栽培を実践する農家を応援したいと考えているのです。また、店舗見学など、農業経営者との情報交流も盛んに行っています。



生産者との勉強会



生産者の店舗での研修

生産者の声

群馬県利根郡昭和村
生産者団体
野菜くらぶ所属
宮田 徳彦さん



モスに出荷しはじめて驚いたのは、担当の方の農業への熱意です。年1回メンバー全員を集めて会議を行い、互いに良い仕事をしようと取り組んでいます。

モスバーガーに共感できるところは、規格には厳しいですが、柔軟な対応もしてくれるところです。例えば、天候不順で野菜の出来が悪い時、各店舗に事情を説明し、無駄にしない姿勢も見られます。農業の現場を知っているからこそその対応だと思えます。これからも共に成長し、歩んでいきたいと心の底から思っています。

3 マザーシステム

本部とお店、産地を結びインターネット上のプログラム。これを利用して、お店には毎日産地に関する情報が届けられています。

4 モス畑

モスが厳選した野菜や果物を産地から直接お客さまの元へお届けする、インターネットショッピングサイトです。

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



配送



配送を効率化しCO₂排出量を低減

配送業務における環境負荷低減に向けて、配送を委託している協力会社様と協同で、モーダルシフト、天然ガス車の導入などさまざまな取り組みを行っています。

関東圏で生産された商品を中心にモーダルシフトを実施しています

常温品は従来、全国13カ所の配送センターに分割して入荷していましたが(図1)2003年5月から関東圏で生産された商品は東扇島配送センターに一括入荷し、そこから輸入品とともにJRの貨物列車を使って各地に鉄道輸送する方法に切り替えました(図2)。これまで路線便や宅配便を使って入荷していたものを10トントラックでの一括入荷に切り替え、さらに東扇島配送センター

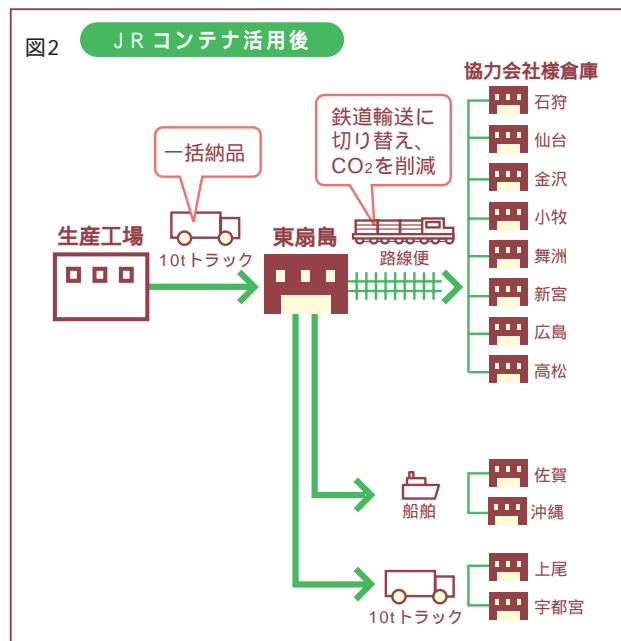
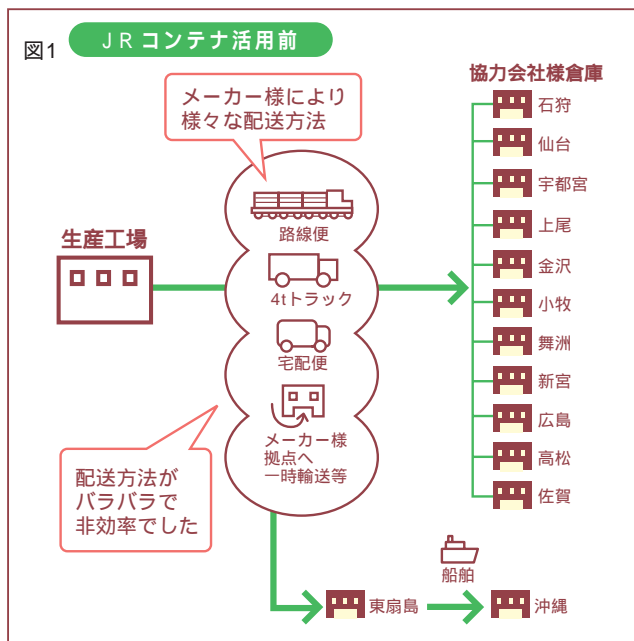
からの輸送を鉄道に**モーダルシフト**¹したのです。それにより、配送に伴うCO₂を約110トン削減しました。

また、東扇島・佐賀間の冷凍品の移動では、2001年からすでに船舶輸送を導入しています。船舶輸送はトラックでの輸送に比べ、約260トンのCO₂削減効果があると言われています。当社全体の配送のモーダルシフト率は常温で4.9%、冷凍品で4.2%となりました。

一方、委託配送会社様の協力を得て他社荷物との共同配送などを推進。配送コースの削減も推進しています。2002年度、首都圏では全5コースの削減に成



功しました。2003年度は全国でさらに3コースの削減に成功しています。



1

モーダルシフト

トラックによる幹線貨物輸送を、「地球に優しく、大量輸送が可能な海運または鉄道に転換」することをいいます。

天然ガス車導入を推進

都内の配送を委託している五十嵐冷蔵様様の協力を得て、東京都23区内で**天然ガス車²**の導入を推進しています。今後、配送コースの距離や燃料スタンドの状況などを確認した後、さらに導入台数を増やしていく予定です。また、2003年10月から開始された**首都圏のディーゼル車排ガス規制³**に関しては、委託先の協力会社に対応の完了を確認しています。



1996年からいち早く三温度帯一括配送を導入

モスバーガーチェーンでは、1996年から外食業界の他社に先駆けて、冷凍・冷蔵・常温の三温度帯を1台でカバーできるトラックを毎日の配送に導入しています。多種類の荷物を積むため、積載率のバラツキがなくなり、また短時間で配送が終了するため、トラックの回転率も上がります。結果的に、配送の際に排出されるCO₂の削減にも大きく貢献することができます。三温度帯一括配送はその後、食品配送において急速に普及しました。



仕切り板より奥が冷凍室、手前が冷蔵室と常温室になっています

2 天然ガス車

都市ガスの原料として使われている天然ガスで走る自動車のことを言います。排気ガスがクリーンで、窒素酸化物の発生が少なく、硫酸酸化物もほとんど排出しません。二酸化炭素もガソリン車に比べ20%~30%削減することができます。

倉庫廃棄物の25%をリサイクル

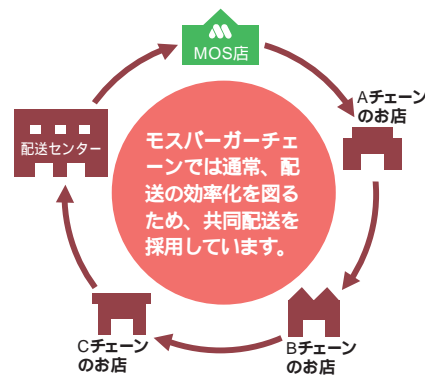


愛知県小牧市、和歌山県田辺市にある倉庫からの廃棄物を大阪府大阪市の舞洲倉庫へ集約し、一括して京都府内のリサイクルプラントに持ち込み、リサイクルしています。2003年12月からこの取り組みを開始し、2003年度(2004年3月まで)で倉庫廃棄物全体の25%をリサイクルすることに成功しました。



共同配送を積極導入

配送を委託している協力会社様では、他の外食チェーンとの共同配送を全配送ルートにわたって積極的に実施し、配送効率を大きく改善させています。

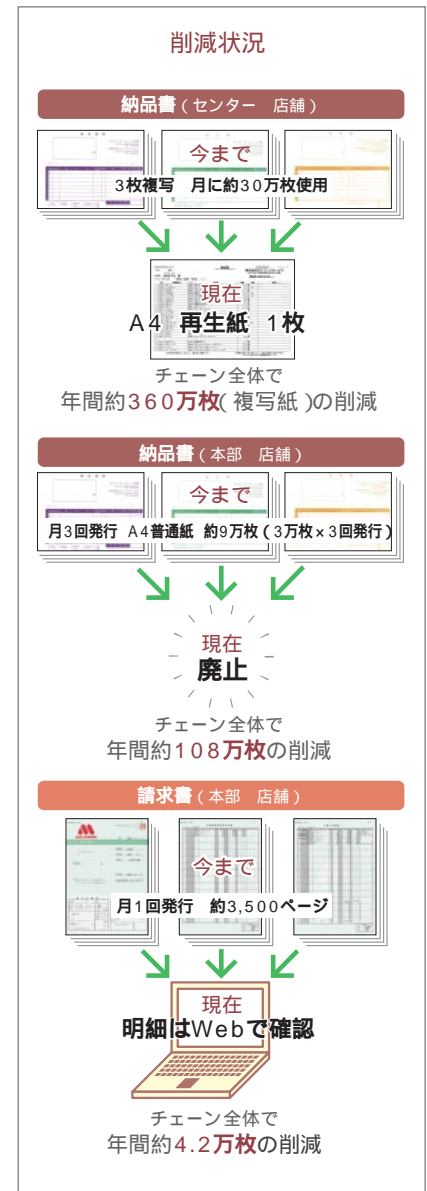


3 首都圏のディーゼル車排ガス規制

2003年10月から開始された、東京都の条例で定める粒子状物質排出基準を満たさないディーゼル車の都内の運行を禁止する規制。埼玉県、千葉県、神奈川圏など首都圏においても規制が実施されています。

伝票などを簡素化し、紙の使用量を減量

以前は商品の受け渡しの確認として3枚つづりで8行明細の納品書を使用していました。しかし、1999年の「倉庫支援システム」の導入を機に、A4再生紙で25行明細の納品書に変更し、納品書用紙を90%削減しました。また、各店への請求書もWeb化し、紙の使用量を削減しています。



店舗



環境に優しいお店を目指しています

モスバーガーでは、現状のお店の運営による環境負荷を低減する取り組み、そしてさらに、環境負荷の少ない新しいスタイルの店舗の開発に向けた取り組みを推進しています。

店舗スタッフの取り組み

ポリ袋削減活動を開始

1,583,000枚 削減

2003年9月から店舗のポリ袋削減活動をスタートさせました。商品を単品などで注文されたお客さまに、ポリ袋がご入用かどうかを確認することによって、過剰なポリ袋配布を防ぐ活動です。その結果、2004年3月までに1,583,000枚削減することができました。この活動は2004年度も継続していきます。

店舗の省エネを推進

スタッフ一人一人が日頃から電気・ガス・水道の使用量の削減に努めるとともに、省エネタイプの機器の導入なども推進しています。



チェーン統一ポスター
店舗レジ前の例



その他の取り組み

廃食油のリサイクルシステム

関東・甲信越を中心としたモスバーガー店舗約450店で、本部主導の廃食油のリサイクルを行っています。廃食油は飼料や肥料として再利用されます。

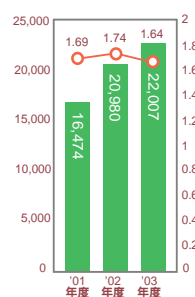


分別ダストボックス設置店を拡大中

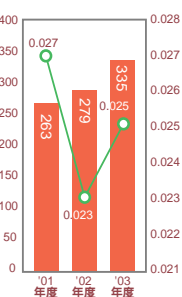
吸い殻、水分(水・氷)、可燃ゴミ、不燃ゴミに4分別するダストボックスの設置店を拡大中です。年間70店のペースで分別ダストボックスの設置店を増やすことを目標としています。



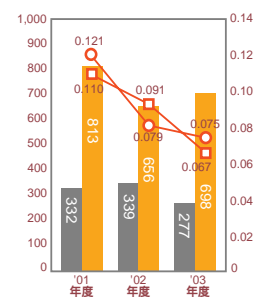
電気使用量



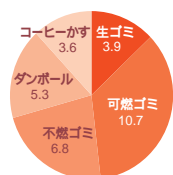
水道使用量



ガス使用量



1店舗1日あたりの
ゴミの排出量(kg)



直営店舗で実施した測定調査の計測データの平均値です

使用量は直営店データです。

健康増進法

公共の場所でたばこの煙を周囲の人が吸い込む「受動喫煙」を防止することを目的に制定された法律です。飲食店も防止のための必要な処置を講じるよう努めなければならないと定められています。

環境に配慮した容器・包装類

店内トレイ
1枚あたり500mlのペットボトルを約12本分リサイクルして作られています。



「モスチキン」の袋
非木材紙が3%配合されています。この他、非木材紙はポテトの袋などにも採用されています。



手提げ紙袋
原料に再生紙を30%混ぜ、印刷に大豆油インキを使用しています。食品が直接触れる包装資材には、法律上禁止されているため、再生紙を使用していません。

店舗での新たな取り組み

モスは2004年度から随時、従来の「赤モス」から「緑モス」への移行を図っていきます。「緑モス」にはリサイクル素材の採用など、環境に配慮した工夫がなされています。

また、その他既存店においても、生ゴミ乾燥処理機の設置、コージェネレーションシステムの導入などの試みにも取り組んでいます。



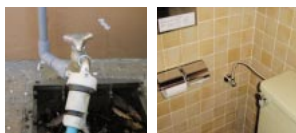
省エネ型設備

夜と昼の発光量を自動的に変えて消費電力量を低減するシステムなど、さまざまな省エネ対応設備を導入します。



中水システム

2004年1月から川越山田店で中水利用システムの実験をしています。節水効果や水道料金などのメリットを検証しています。



環境配慮素材

厨房の床タイルや椅子のレザーなどに、リサイクル素材や環境配慮素材を採用しています。



徐々に移行が図られている「緑モス」(店内)

コージェネレーションシステムの導入

四条河原町店に導入し、5%~7%の電気使用量を削減しています。



生ゴミ乾燥処理機

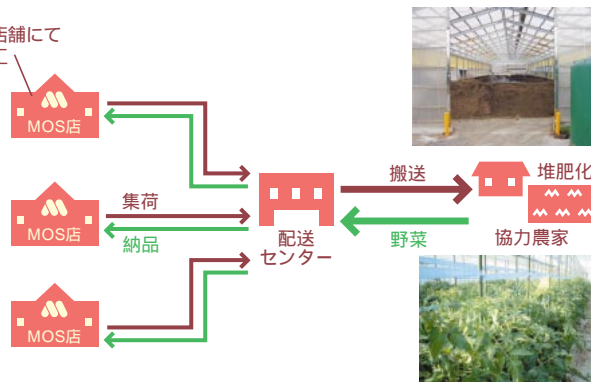
生ゴミを約20分の1に減量化できる生ゴミ乾燥処理機を現在16店舗に設置。乾燥された野菜くずは配送ルートに乗って協力農家に届けられます。堆肥の原料として畑で利用され、そこで栽培された野菜が店舗へ納品されます。



野菜くず

生ゴミ乾燥処理機

野菜くずを店舗にて乾燥一次加工



サラダ容器と匠味バーガーの容器
非木材紙のひとつ、
筆を原料に使っています。



ペーパーナプキン
6ツ折式から4ツ折式に変更し、1枚あたりに必要な紙材量を減らしました。



カップ&ソーサー
陶器製のため、洗浄して繰り返し使えます。

2 大豆油インキ

原料が大豆油のため、印刷紙のリサイクルがしやすく、大気汚染の原因となるVOC(揮発性有機化合物)の発生を減らすことができます。モスバーガーでは、手提げ紙袋の他に、外袋、キッズトレイ、キッズ用紙袋などに採用しています。



食の「安全」を支える優れたノウハウ

モスバーガーでは、原材料からお客さまがお召し上がりになるまでの各プロセスを一連の流れで捉え、総合的で緻密な衛生管理を実施しています。創業以来、衛生面の事故は皆無であるばかりでなく、業界内でも高い評価を得ています。

「総合衛生チェック」で店舗の安全を確保

日本全国の「モスバーガー」店舗では、(株)エム・エイチ・エス¹の衛生指導員・衛生検査員による「総合衛生チェック」を年に4回実施しています。

商品検査・ふき取り検査・温度チェックと基本衛生管理状況を総合的に確認し、点数化と評価ランクを設け、わかりやすい形にして改善するよう指導



店長への指導

検査種目の一例



しています。

単に検査結果で合否を判断するのではなく、改善計画を正しくまわし、より良い結果に導くための指導を常にここにかけています。

衛生専門会社とのパートナーシップのもと

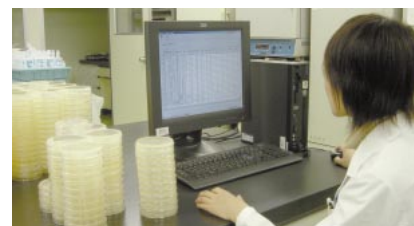
原料肉や工場加工品等の食品原材料については当社の品質管理グループが担当し、店舗における衛生管理は関係会社の(株)エム・エイチ・エスが分担してチェック・指導・管理・教育などを行っています。

トレーサビリティの思想を早くから取り入れ、「産地からお客さまがお召し上がりになるまで」の考えに基づき各段階でシステム管理を行い、安全を確保し、最終商品においてはより高いレベルの安全性を確保しています。

客観的な第三者機関として(株)エム・エイチ・エスを活用することにより、多角的に食品衛生を監視し、高度な衛生レベルを維持しています。



(株)エム・エイチ・エス内のクリーンルーム。微生物検査や化学検査、クリーム鑑定などを即時対応します



「厳しい工場指導」で衛生管理

(株)モスフードサービスでは、各商品の詳細にわたる約束事を明記した「規格書」、各工場の検査結果「品質管理報告書」のみならず、公的検査機関を用いて定期的な並行検査を実施し、ダブルチェックで食の安全性を確認しています。

また、各工場へは生産確認・衛生指導等を随時実施し、緻密で漏れのない管理・指導を行っています。



¹
(株)エム・エイチ・エス

(株)モスフードサービスの関係会社。食の「衛生・安全」に関わる業務を幅広く手がけ、GMP(適正製造基準)・HACCP・トレーサビリティを組み入れた独自のシステム管理手法により、他の外食産業や食品企業の衛生管理・指導も行っています。

本部



自らも実践しています

本部は、モスバーガーチェーン各店舗に対して、環境活動を推進していくとともに、本部独自でも環境活動を実践しています。

さまざまなチャネルから環境教育を実施

本部は、チェーン店のオーナーやスタッフを対象に、環境教育のための研修を実施しています。

また、さまざまなツールを使ってチェーン各店への環境教育を実施しています。従来よりフランチャイズ向け広報誌『MOSSLES』によって教育を実施してきましたが、2003年度からは環境教育用ツールとして『ecoモス通信』²の発行もスタートしました。

また、本部社員向けWebサイト



環境教育のための研修

「モスモスStation」³の中に環境教育のコーナーを設けました。さまざまなチャネルを通じて教育を行い、チェーンで働く全員の環境保全意識を高めています。

電気使用量削減のための自主点検

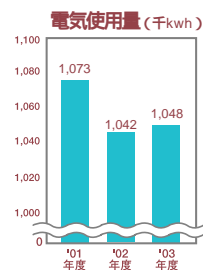
㈱モスフードサービス本社のオフィスでは、社員のいない一角の照明を細かく消していく配慮がされています。本部では、自主点検表を作成し、毎月の使用量をチェックし、使用量の削減を図っています。



使わない電気をこまめに消します



自主点検を行っています



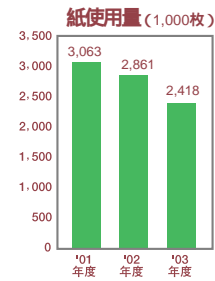
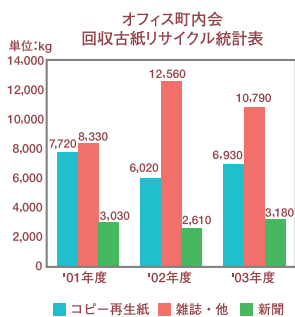
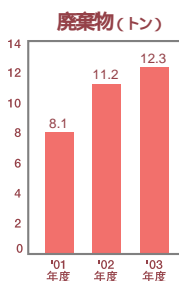
2003年度環境教育実施状況

本部勤務者対象		
参加対象者	内容・目的	開催回数
取締役(社長含む)・執行役員	環境マネジメントシステムについて	2
管理職	環境マネジメントシステム構築について	4
一般職・管理職	内部環境監査員養成及びレベルアップ	7

店舗勤務者対象(加盟店含む)		
参加対象者	内容・目的	開催回数
加盟店の店長及び社員	店舗における環境活動推進のための基礎知識教育	6
オーナー(加盟店)・店長(加盟店・直営店)	環境及び環境マネジメントシステム基礎知識教育	18

継続的にゴミの量の削減、古紙のリサイクルに努めています

現在本部では、オフィスから出るゴミを、古紙、空き缶・ビン、ペットボトル、可燃ゴミ、不燃ゴミ、生ゴミに6分類し、計量及び自主点検を行っています。古紙は**オフィス町内会**⁴の活動を通じてリサイクルを行なっています。



2 ecoモス通信
環境教育用のツールです。年6回程度発行しています。



eco モス通信

3 モスモスStation
本部社員の教育のためのWebサイトです。



モスモスStation

4 オフィス町内会
1991年8月に発足した、古紙の共同回収に取り組む環境NGO(非政府組織)。紙ゴミの減量化・資源化を推進しています。

人と社会の幸せに貢献したい

モスバーガーは地域や社会の発展に貢献するため、さまざまな取り組みを実施。これまで着実に努力を積み重ねてきました。ここではその一例をご紹介します。

お店などでの体験学習

モスバーガーでは、日本の未来の食文化を担う小中学生を対象に、お店や本部などでの体験学習を行っています。

各地域の学校からの要請により、店舗に児童・生徒を受け入れ、ハンバーガーの調理の体験してもらうという内容です。実際の体験を通じて、お店づくりや商品に対するこだわりを伝えています。また、本部においては、修学旅行生の受入れもしています。

これらの授業は豊かな人間性を育むための「食育」¹を推進する一環として考えています。



外部授業も実施

学校からの要請を受け、外食産業の現状やモスバーガーの仕事の仕組みに関する授業を実施。授業の中で、モスの経営理念、食を通じて人を幸せにするという考え方、安全や健康へのこだわりについて理解を深めていただいています。



1 食育

子どもたちが自分で自分の健康を守り、健全で豊かな食生活を送るための能力【食事の自己管理能力】を育てようとするものです。今まで教育現場では、「知育」「徳育」「体育」の3つの教育が行われてきました。しかし、「食の崩壊」と言われて久しい今日「食教育」の重要性が見直されています。

地域の美化を積極的に推進しています

～地域清掃

定期的に行われる本社及び各事務所周辺の清掃に全社員が積極的に参加し、地域の美化に努めています。

また、店舗においても、創業当初からの「朝課」として周辺の清掃活動を行っています。



地域清掃の様子



店舗周辺の清掃

夢の実現をサポート

～地球遊学制度

「モス地球遊学制度」は、「夢があるのにチャンスに恵まれないという強い思いから1984年に始まった制度です（当初はアメリカ遊学制度としてスタート）。これまで89名の方が、自分の夢を実現するために国境を越えて行きました。2003年度は5人の遊学生が誕生しました。

2004年度からは地球遊学制度に代わり、新たな企画がスタートしています。



第2回遊学生募集ポスター



第8回遊学生募集ポスター



第9回遊学生募集ポスター



報告会の様子
(2003年度)



第19回遊学生募集ポスター

920万9,457円の募金が集まりました ～愛のモスボックス

モスバーガーの店頭で置かれた愛のモスボックス。この募金箱に寄付していただいたお金は、(財)アイメイト協会、(財)児童憲章愛の会²、JF愛の基金³の活動に役立っています。2003年度の募金総額は、920万9,457円でした。皆様の善意に心より感謝申し上げます。



25頭の盲導犬が誕生！

募金の一部が活動に使われている(財)アイメイト協会⁴では、正規の訓練を受けた盲導犬(=アイメイト)を育成することにより、視覚障害者の社会参加と、社会に適應する手段としての自立歩行の支援をしています。皆様からの募金により、これまで25頭の盲導犬が育ちました。



モスボックスの募金で育った歴代モス号の名前

- 1号 ラサール
- 2号 オルパニー
- 3号 プバリア
- 4号 グロリア
- 5号 コキア
- 6号 ソレア
- 7号 スノーフレーク
- 8号 ボーラ
- 9号 シエルバ
- 10号 ビーバートン
- 11号 アルニカ
- 12号 モナミ
- 13号 カルダモン
- 14号 ベッパー
- 15号 イベリス
- 16号 ルドベキア
- 17号 ダフネ
- 18号 バサニア
- 19号 ベガ
- 20号 ダミア
- 21号 アンドリュー
- 22号 デュエット
- 23号 アローザ
- 24号 ジェニー
- 25号 アイリス

2 (財)児童憲章愛の会

児童憲章の普及と実践を勧奨し併せて児童文化の向上と社会教育の奨励に努め、児童憲章に約束された児童の幸福増進に寄与することを目的として設立された、文部科学省スポーツ・青少年局所管の公益法人です。

3 JF愛の基金

JF((社)日本フードサービス協会)主導のもと、外食産業の社会貢献活動の一環として実施されている募金活動。すこやか食生活協会、国土緑化推進機構、WFP(国際連合世界食糧計画)、スペシャルオリンピックス日本などの活動資金として役立っています。

4 (財)アイメイト協会

正規の訓練を受けた盲導犬(=アイメイト)を育成することにより視覚障害者の社会参加と、社会に適應する手段としての自立歩行のお手伝いをしている非営利団体です。

お客さまを思う気持ちが環境活動の原点です

スウェーデンの環境NGO「ナチュラル・ステップ」様に依頼し、当社の協力農家やお取引先、店舗を見学していただき、当社の社員も含め、各現場で働くスタッフの方へのインタビューを行いました。ここで収集した情報をもとにナチュラル・ステップ日本支部代表の高見様と櫻田社長に対談していただきました。

(株)モスフードサービス
代表取締役社長CEO

櫻田 厚



国際NGO
ナチュラル・ステップ・
インターナショナル
日本支部代表

高見 幸子様

お客さまの笑顔のさきに「eco」があった

高見 今回、このような機会をいただき大変勉強になりました。私たちが今回知ったのは、モスは最初から“環境”を意識をしていたわけではなく、お客さまを一番に考えてやってきたところに“環境”があったということでした。これは現場を見学させていただき、「遺伝子」のように浸透していると感じました。

櫻田 当社は「食を通じて人を幸せにすること」を基本理念としてきました。ここ数年、食の安全を含めた企業の環境への姿勢が見直されていますが、私たちは改めて環境を考えた行動を取っているのではありません。理念のもと行ってきたことが環境活動につながったのです。モスのスタッフは「オン・ザ・ジョブトレーニング」、すなわち現場でハンバーガーの作り方から接客までを学び、評価されるうちにモスの考え方を身につけます。環境への考え方も普通の仕事のなかで自然に定着してきたと考えています。環境用語は知らなくても、実はすでにお店でやっていた、ということは往々にしてあるようです。

高見 確かに“エコロジー”や“持続可能な発展”という言葉は知らないけど、自然にできていた印象を受けます。

櫻田 物事を知っているが実行できていない。一方で知識は少ないが自然と実行している。どちらか一方に偏らず、有言実行し説明もできるというのが理想的ですね。

高見 モスは環境活動だと考えずにやってきたところに素晴らしさがある。でも、それだけに今後は、社員間の環境活

動に対する認識をより確かなものにしていく必要があると思います。

櫻田 そこで2003年度は、ISO取得に取り組むことにしました。ISOを通して店・会社・社員の課題を明確にしようと考えたのです。

高見 ナチュラル・ステップもISOはビジョン実現のツールであるべきだと考えています。

櫻田 ISO取得で問題となるのは現場。理念がどれだけ現場に浸透しているか。100%を目指していますが、現状はまだ到達していません。

高見 ISO活動の中で新鮮だったのは、環境に配慮したお店作りとして、新店や改装店のスタッフが設計段階で環境配慮型資材を選択できるように取り組んでいることでした。メニューやパッケージ、生ゴミ処理などの取り組みは一般的ですが、これはめずらしい。実はナチュラル・ステップでも店舗デザインによる環境負荷低減について調査しています。今後は資材関係についても注目が集まるはずですよ。

モスの環境姿勢を世の中にさらに発信してほしい

高見 まずは消費者的な関心は、食品の原料に向け



社員へのヒヤリング
人材開発本部 営業本部 商品本部
総合商品開発室 広報室

られてくるでしょう。これからの食のテーマは、健康に生きているものを食べることにあります。その点はどう考えますか？

櫻田 モスでは1997年から「モスのビーフ」と「モスの野菜」を導入しています。創業以来、追求し続けてきたのは生命の大切さです。ただ生きているのではなく、健康に生きていること。私たちの体は食べるもので決まってくる。減農薬野菜は一例ですが、体にいいことを探していくと、やるべきことはたくさんあります。

高見 モスは真摯な姿勢で地道にやってきましたが、ただ残念なのは外部にそれがあまり伝わっていないことです。そこで私たちは、社会に向けてもっと積極的に情報を発信していくことを提案したいと思います。書籍や環境報告書、小冊子など一つの媒体に限らず、さまざまなフィールドに向けたコミュニケーション。これは他社との差別化にもつながるでしょう。

櫻田 おっしゃる通りです。今後も、食文化や食育、食への考えをさらに発信していきたいと計画しています。また、旬の素材や材料にこだわり、豊かで健全な食生活についても提案していきたいと考えています。

高見 楽しみにしています。

社会的・環境的側面の判断基準を定義してほしい

高見 もう一つのご提案は、社会的、環境的側面の判断基準の定義です。お客さま第一以外に明確な判断基準を持つべきでは



JA山武都市睦岡支所
有機部会様（協力農家）を視察

ないでしょうか。

例えばドリンク容器の素材はガラスとプラスチックどちらが環境に良いのか。前者は一般的にリサイクル可能で環境負荷が少ないと思われませんが、重いので配送の時に排気ガスが多く出てしま

います。一方後者は軽いので輸送での環境負荷は少ない。これはどちらも正しいのです。こうした話になった時に、モスとしての判断基準が必要です。

櫻田 モスの判断基準は消費者の視点です。例えば店内で温かいドリンクを提供するときに陶器のカップを使うのは、陶器カップでコーヒーを飲むとくつろげるといふ思いから。お客さまの心と体の満足度を第一に考えています。

高見 もちろんお客さま第一は大切。それを社員全員がより具体的な行動に落とし込み、さらに分かりやすく行動指針として定義することをお勧めしたいのです。仕入れから販売までの流れの中で、モスのスタイルは本当に環境によいのか。ぜひナチュラル・ステップの**システム条件**を使っていたきたいです。

櫻田 貴重なご意見です。これからの課題として考えていきたいと思います。

高見 社会的・環境的側面での判断基準というのは、最近よく聞かれる“CSR（企業の社会的責任）”にも通じていますね。

櫻田 私は、CSRの原点とは相手のことを思いやり、行動することだと思います。「環境活動」と大声をあげるのではなく、モスで働く一人一人がお客



五十嵐冷蔵機 東扇島倉庫を視察

さまに喜んでいただくことを考え実行する。言葉や規律で人を縛るのではなく、人の可能性を信じたいのです。

高見 それが最初に申し上げた、モスで働く人達また取引先の方々に浸透している遺伝子ですね。実はナチュラル・ステップも、CSRを突き詰めて同じことを提案しています。人の基本的なニーズを満たすためには、人にされたくないことはしない、人にしてほしいことをする、ここに尽きるのです。ぜひサステナブル（持続可能な）社会の実現のために、モスから新しい食のライフスタイルを発信していただきたいと思います。本日は有意義な時間をありがとうございました。

システム条件

ナチュラル・ステップの定めた、自然環境と人間社会双方を含めた「持続可能な社会システム」の総括的な4つの原則

- 1) 自然の中で地殻から掘り出した物質の濃度が増え続けられない。
- 2) 自然の中で人間社会の作り出した物質の濃度が増え続けられない。
- 3) 自然が物理的な方法で劣化しない。
- 4) そして、その社会においては人々のニーズが世界中で満たされている。

ナチュラル・ステップ The Natural Step

1989年、スウェーデンの小児科専門医カール・ヘンリーク＝ロベール博士の提唱により発足。カール16世グスタフ国王の支援のもと財団法人として運営され、日本を含め世界10ヶ国で活動している環境教育団体。環境保護と経済的発展の双方による持続可能な社会を目指し、企業・自治体・学界・政府・個人が行動するためのコンサルティングを科学的根拠に基づいて提供している。 <http://www.tnsij.org>

社会からの揺るぎない信頼を得るために

倫理憲章を制定

私たちモスバーガーチェーンは、本部をはじめ、チェーンの一店一店が「食」にたずさわっていることを常に自覚して、お客さまの生命、身体の安心、安全を他のどんなことよりも優先する事項として掲げ、お客さま（社会）からの揺るぎない信頼を確立するために、たゆまぬ努力を続けています。その姿勢を表現するものとして、2004年2月に**倫理憲章¹**を制定しました。

よりフレキシブルで全社的な対応をとるために

食品全体への不信・不安が高まる中で、より一層の品質管理強化が求められています。また、環境問題に関しても企業市民としてより積極的な対応が不可欠となっており、当社ではこれまでもこうした問題に率先して取り組んできました。しかしながら、現在の社会的責任は、従来の経済的あるいは法的な企業の責任を大きく超えた概念にまで広がりがつあります。今回、こうした社会状況を踏まえ、これまで以上にフレキシブルに全社的な対応が可能となる部門として、**CSR²**推進本部を新設することとしました。



取引先様会議での、CSRの取り組みについて説明

倫理憲章

一、理念

① 人間貢献

私たちのお店は、お店で働く一人ひとりの基本的人権を尊重し、それぞれの人格、個性を重んじながら、安全で健康的で快適な職場づくりを目指します。そんなお店から生まれる真心のこもったサービスを通じて、人を幸せにします。

② 社会貢献

私たちのお店は、地域社会の一員であることを自覚し、常に社会的良識を備えた善良なコーポレートシチズン（企業市民）として行動します。そして、お客さま（社会）に真心と笑顔のサービスを提供し続けることによって、地域社会の発展に貢献します。

一、基本方針

私たちのお店は、お店全体が善意に満ちあふれ、誰に接しても親切で優しく、明るく朗らかで、キビキビした行動、清潔な店と人柄、そういうお店でありたい。「心のやすらぎ」「ほのぼのとした暖かさ」を感じていただくために努力しよう。という創業の精神を遵守します。

一、法令遵守

私たちのお店は、あらゆる法令、社会的規範、ルールを遵守しながら、誠実で公正な営業活動を実践するとともに、特に食品の安全に関する法令は厳格に遵守し、安心、安全な商品をお客さまに提供し続けることによって、お客さまの期待と信頼にお応えすることを誓います。

一、社会との対話

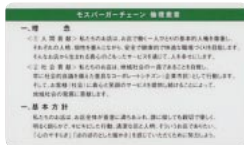
私たちのお店では、自由で闊達なチェーンの風土を尊重し、よい情報も悪い情報も素早く的確に伝達することによって、健全な職場にします。そして、正確な情報を的確、迅速に公表するとともに、社会に対する説明責任を全うし、社会との対話を大切にします。

一、環境保全活動への取り組み

私たちのお店は、環境保全活動に積極的に取り組み、循環型社会の実現と社会の持続的発展に向けて行動してまいります。

1 倫理憲章（「倫理憲章カード」）

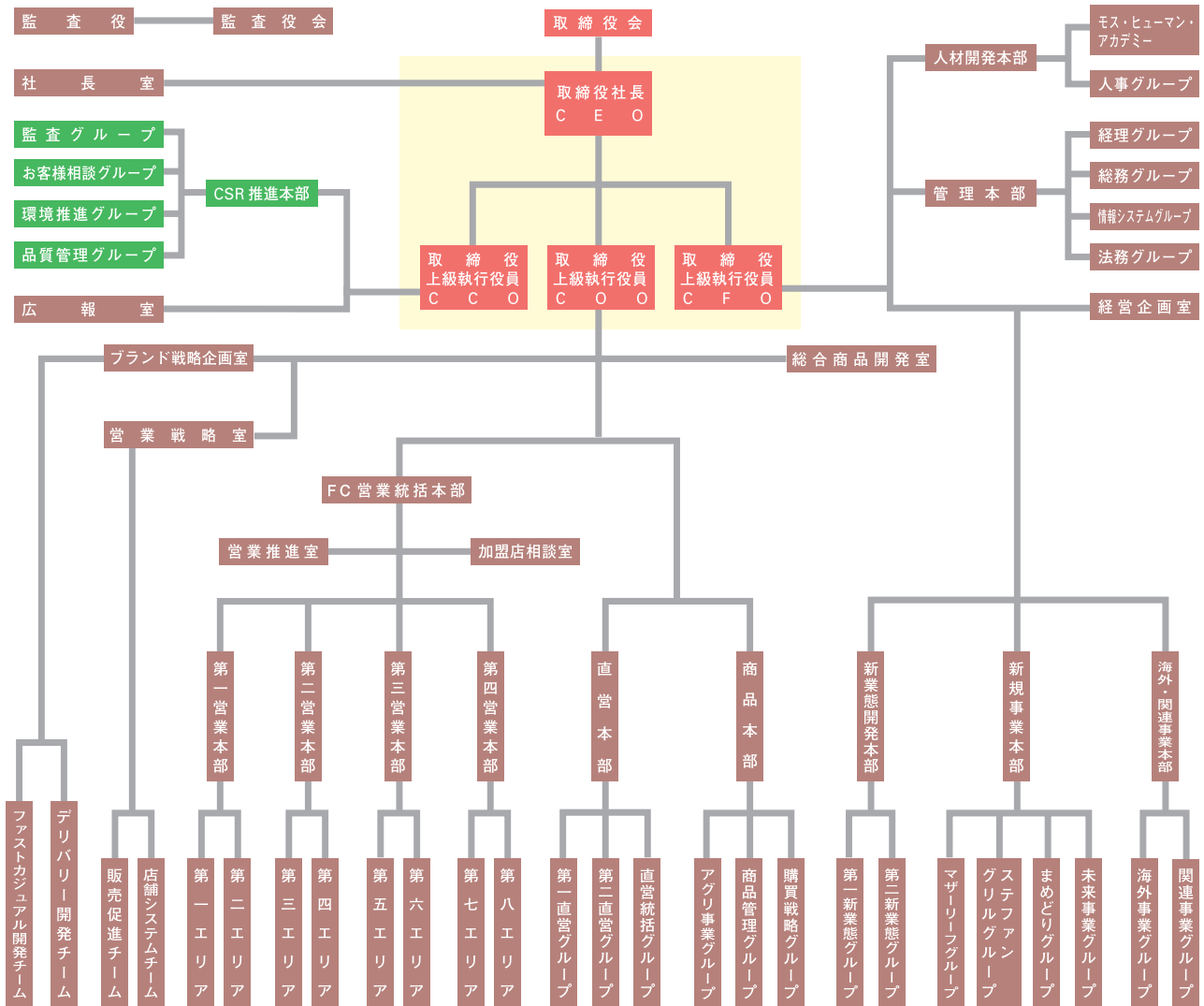
モスバーガーのブランドは本部の一人一人、チェーン店の一人一人が支えていることを自覚し、モスバーガーにたずさわる一人一人がその自覚に基づいて行動することを促すために、「倫理憲章カード」を作成し、携帯することになりました。



2 CSR

Corporate Social Responsibilityの略で、「企業の社会的責任」を意味します。企業活動を経済的側面だけでなく、社会的責任、法令遵守、環境、人権、などの側面から再点検する、現在最も注目されている企業評価の一つ。

株式会社モスフードサービス組織図 (平成16年3月16日付)



チェーン一体となって環境活動を推進

環境方針

基本理念

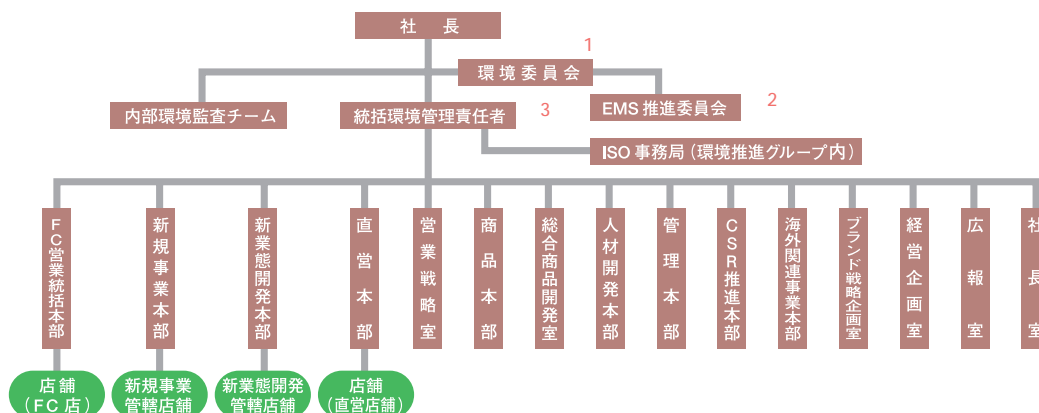
私たちは「食を通じて人を幸せにすること」という理念のもと、「おいしさ」「安心」「安全」「健康」という考えを経営の中心に据え、「人間貢献」・「社会貢献」のため、環境保全活動に積極的に取り組み、循環型社会の実現と社会の持続的発展に向けて、行動してまいります。

環境方針

モスバーガーは、フランチャイズシステムによる全国展開の店舗における、フードサービス事業の推進において、事業活動がもつ環境影響を認識して、以下の環境行動指針を定め活動します。

1. 資源の有効活用と省エネルギーを考慮した活動を行い、汚染の予防と継続的改善を図ります。
2. 環境に関連する法規制等を守ります。
3. 毎年度、環境目的および目標を設定し、見直しを行い、環境負荷低減に努めます。
4. 以下の項目について重点的に取り組みます。
 - (1) 資源とエネルギーの有効活用と廃棄物の削減及びリサイクルシステム導入を推進します。
本社及び事務所における省エネルギー、省資源、廃棄物の削減とリサイクル。
 - (2) 環境に配慮したお店づくりを推進します。
新店、改装店における省エネルギー設備の開発と導入。
設計段階での環境配慮型の資材の選択。
 - (3) 環境保全型の店舗運営活動を行います。
天然資源の有効活用。
廃棄物の削減と分別、リサイクルの推進。
 - (4) 自然環境と共生した商品の開発と選定に努めます。
契約農家との循環型農業の推進。
環境に配慮した包装容器・資材の選定。
 - (5) 環境保全型物流体制を推進します。
グローバルな視点で共同配送体制を見直し、協力会社と配送の効率化並びに環境保全活動の推進。
5. 地域とのコミュニケーションを深め、環境美化・保全活動に取り組みます。
6. モスバーガーチェーンで働く全員に対し、環境方針の理解と環境に関する意識向上を図ります。
7. この環境方針は外部にも公開いたします。

モスバーガー 環境管理組織図



1 環境委員会
社長を委員長とし、執行役員以上で組織されています。モスバーガー全体の環境保全活動に関する案件を審議。年4回定期開催。

2 EMS推進委員会
各部門1名の実務責任者により組織され、EMS（4参照）の運用と管理を行います。環境目的・目標についての協議を行い、各本部フロアや店舗での省エネ、省資源、環境負荷低減活動の提案を行います。月1回開催。

3 統括環境管理責任者
モスバーガーの事業規模を考慮し、正副1名ずつ「統括環境管理責任者」を任命、また各本部・室長20名が運用管理上の「環境管理責任者」として環境マネジメントプログラムの策定と実施、3ヶ月に1回の進捗確認、不適合時の是正を行っています。

さらに環境に配慮した企業へ

ISO14001 認証取得

2004年3月24日、(株)モスフードサービス及びモスバーガーチェーンにおいて、環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001の認証を取得しました。環境方針制定から約8ヵ月間の活動を通じての成果となります。

認証取得のための本審査は、本部および北海道から沖縄に至る62店舗（直営13店舗、フランチャイズ店49店舗）、新規事業店舗の「マザーリーフ」および「ステファングリル」など広範囲に及びました。取得を機に、環境活動のさらなる拡充に努めてまいります。

内部監査結果

2003年9月に2回、それぞれ2日間かけて120名の内部環境監査員を養成しました。監査には、内部監査員の資格を有する関係会社(株)エム・エイチ・エスの社員が主に内部監査にあたるなど、独立性を持たせる工夫をしました。内部監査の指摘事項に関しては、社内

LANの掲示板や教育ツール「ecoモス通信」に掲載するなどして水平展開を図りました。

内部環境監査実施概要

監査実施期間	平成15年10月1日～12月19日
審査対象店舗	1,408店舗
審査対象部門	本部44部門(統括環境管理責任者・ISO事務局を含む)

監査結果の指摘事項

店舗	重大な不適合	261件
	軽微な不適合	1,170件
本社部門	重大な不適合	6件
	軽微な不適合	25件

主な指摘事項

店舗

- 「ポリ袋削減状況チェックシート」の記録が不十分である
- 「ecoモス通信」の閲覧記録(教育記録)が不完全である
- 「お客様情報ノート」の記録がなされていない

部門

- 環境マネジメントプログラムの進捗管理が不十分である
- 外部情報の入手手順が不明確である
- 自部門に適用される法規制について認識が不足している



内部監査員教育研修

経営層の見直し・指示

環境方針の変更の必要性なし

環境目的・目標変更の必要性
各本部内で間接的に影響を与えるものも含めての目標設定

環境方針の主旨をさらに通常の業務の中に反映させる

店舗での改善活動をさらに有効的にするための教育体制の見直し

「食品リサイクル法」の遵守のための計測・記録の実施強化

ISO14001 認証取得と今後のEMSの課題

モスバーガーはこれまで、様々な環境改善活動に取り組んでまいりましたが、その活動をさらに根付かせ、成果のあるものへとつなげていくために、また、約1,500を数える店舗をかかえるチェーン及び本部の環境



負荷低減を企業の社会的責任として明確に果たすために「国際環境マネジメントシステム」の導入に踏み切りました。そして、2004年3月24日に「ISO14001」の認証を取得いたしました。

本部社員やオーナー様、店長さんは勿論のこと、全国の店舗で働くおよそ45,000人のパートさん、アルバイトさんが、いかにこの仕組みを理解し、日頃から環境を意識し、改善活動を積極的に進めていくかが、2003年度の重要な課題でした。

本部内の44部門それぞれが個々の環境目的・目標を持って活動を行ったこと、本部営業職全員を含む120名の内部監査員を養成したこと、さらに内部監査の充実を目的に、第三者的な立場から当社関係会社

の(株)エム・エイチ・エスが全店舗の環境監査を実施したことなど、モスバーガーで働く全員の活動により、「ISO14001」の基本精神、「継続的改善(ひいては「業務改善」)へのルールに繋げることができました。その結果、本審査時、審査員の先生方から「お店で働いている皆さんへも活動が十分に浸透していて、その意識の高さが確認できた」との評価をいただきました。またそれゆえに各店や部門での審査のやりとりは非常に真剣で高度なものとなりました。

認証取得は規格要求事項に適合したシステムの枠組みができたということであり、環境保全効果をさらに発揮するのは、**環境マネジメントシステム(EMS)**の今後の進展にかかっています。経営層の見直しの際に、「全社の事業計画の中で、EMSとの

融合性をさらに具体的に高めていくこと」が指示されました。本審査時も「目的目標の展開に、本来業務に直結するテーマの導入が行われている」ことを今後の期待事項に挙げていただいております。今後、EMSを環境保全効果の面では勿論のこと、経営効果を生み出す手法として、また「CSR」の全社的推進に向けても、さらに活かしていくべき重要事項であると考えています。

CSR推進本部
環境推進グループ
グループリーダー
(ISO事務局長)
中山 卓三



各業務ごとに目標を立て、活動を推進

2003年度 環境目的・目標

活動対象部門	目的	基準年度実績	2003年度目標	進捗状況	結果内容
モスバーガー	お持ち帰り用ポリ袋の使用削減	32,922千枚 (2002年度)	前年度(02.9~03.3月)より3%削減		5.1%削減達成
マザーリーフ ステファングリル まめどり MOS's - C キッチンモス	ゴミの分別	—	分別基準の設定と分別の実施		分別基準の設定及び分別の徹底
本社全体	電力使用量の削減 (1999~2002年の平均を基準として、2005年までに1.5%削減)	1,142千kwh/年 (1999~2002年の平均値)	基準年の0.5%削減 (1,136千kwh)		8.2%削減達成
	コピー用紙購入枚数の削減 (2002年を基準として、100%以下に抑制)	2,861千枚 (2002年)	基準年の100%以下に抑制する		基準年の100%以下抑制達成(5.5%削減)
	プラスチック・ビニールゴミの削減	3,432kg (2002年)	基準年の1%削減		8.2%増加 (未達成)
	可燃ゴミの削減	7,796kg (2002年)	基準年の3%削減		1.8%削減 (目標値に届かず)
	事務用品のグリーン商品採用拡大	本社のみ推進	購入量の30%		61.5%達成
全社	本社ビル及び各事務所の周辺の清掃実施	全社	本社ビル及び各事務所の周辺の清掃実施		定期的を実施
環境推進グループ	廃油リサイクルシステムの拡大	—	システム導入30%達成		契約店舗30%導入達成
	生ゴミリサイクルシステムの導入店舗拡大	8店舗導入	乾燥処理機を8店舗に追加導入		乾燥処理機の導入を含め、計18店舗のシステム化
	全社員の環境への意識を高める	社内報	継続教育および新人教育		社内報・社内LANの利用「ecoモス通信」8号まで発行済
商品管理グループ	メインディストリビューションセンターJRコンテナの利用による配送の効率化	未実施	適用品目の拡大		21品目追加
店舗システムグループ	分別ダストボックスの推進	127店導入 (2002年度)	基準年度より70店増		新規79店舗導入
	エネルギーの効率的利用 (電気使用量10%削減)	未利用	1店テスト導入 昨年8月~3月比10%削減		2.2%削減 (目標値に届かず)
購買戦略グループ	コスチュームの環境配慮設計の推進 包装資材の廃棄による環境負荷の低減	— —	厨房用シューズの非塩ビ化 ポリ袋の製品重量計量化		次年度変更に向けてテスト導入と検証を終了
アグリ事業グループ	契約農家との循環型農業の推進 (環境保全型農業の推進)	減農薬・減化学肥料栽培による野菜の仕入れ	店舗から排出される野菜屑の契約産地での再利用推進		千葉県協力農家にて40t堆肥化再利用

進捗状況



2003年度の目標を達成。



成果は出たが、2003年度の目標は未達成。



成果があまり上がらず、目標も未達。

環境活動を会計面でも評価・公開します

㈱モスフードサービスでは、以前より独自のリサイクルシステムの導入やモーダルシフトの活用、オーストラリア及びニュージーランド産の牛肉や減農薬野菜への切替など、環境活動に積極的に取り組んでいます。過去においてそれらは個々の事業活動でしたが、現在は包括的な「CSR活動」に移行しつつあります。また、2003年度はISO14001の認証取得を目指すなど（2004年3月に認証登録）以前にもまして環境活動に会社全体とし

て取り組んでいます。こういった流れの中で、環境面でのコストと効果を把握する必要性を感じ、環境会計を導入しました。

2003年度の特徴は、廃棄物の削減及びリサイクル化 環境教育に重点を置いたため、資源循環コストと管理活動コストのウエイトが高くなっています。

また、環境に配慮した店舗パッケージを構築するための研究開発にも投資しています。

環境保全コストの集計において、環境活動と本来業務を切り離して差額を把握する事は困難を要しますが、出来る限り差額コストを把握し、経営方針の指標の一つとして活かしてまいります。

集計範囲：東京本社、大阪事務所、札幌事務所、仙台事務所、直営店

対象期間：平成15年4月1日～平成16年3月31日

参考：環境会計ガイドライン（2002年度版）

環境保全コスト

単位：千円

分類	主な取り組み内容	投資額	費用額	
事業エリア内コスト		27,536	198,294	
内訳	1 公害防止コスト	下水道料金の支払 排水設備	13,957	53,727
	2 地球環境保全コスト	モーダルシフト 力率調整器	5,129	28,208
	3 資源循環コスト	事業系一般廃棄物処理 生ゴミ乾燥処理機の導入	8,450	116,359
上・下流コスト	グリーン調達 容器包装リサイクル協会費用	6,023	8,242	
管理活動コスト	環境マネジメントシステムの導入・運用・教育	0	48,026	
研究開発コスト	店舗設計（LED看板等）	6,225	11,977	
社会活動コスト	モスの日 エコバック共同開発	0	947	
環境損傷対応コスト		0	0	
合計		39,784	267,486	

㈱モスフードサービス（単体）の決算数値

単位：千円

項目	主な内容	金額
2003年度の投資額の総額	店舗取得による保証金、什器備品	1,877,741
2003年度の研究開発費の総額	品質検査 商品開発	122,635

環境保全効果

効果の内容	環境保全効果を表す指標				削減量	削減量内訳		経済効果(注2) 単位：千円
	指標の分類	指標の単位	2002年度	2003年度		既存店	開店・閉店	
事業活動に投入する資源に関する効果	電気使用量（本社） (a)	千kwh	1,042	1,048	6	-	-	111
	電気使用量（店舗） (b)	千kwh	20,980	22,007	1,027	68	1,095	1,262
	ガス使用量（店舗） (c)	千m ³	995	975	20	27	7	3,162
	水道使用量（店舗）	千m ³	279	335	56	19	37	4,868
	コピー用紙使用量（本社）	千枚	2,861	2,418	443	-	-	241
	CO ₂ 排出量((a) (b) (c)を換算)	t-CO ₂	11,713	11,812	110	168	278	
事業活動から排出する環境負荷及び廃棄物に関する効果	事業系一般廃棄物（本社）	t	11	12	1	-	-	552
	倉庫廃棄物処分	t	322	208	114	-	-	1,240
(間接的効果)	ポリ袋使用削減（FCを含む店舗）	t	281	266	15	2	13	-
経済効果合計								374

注1：店舗の数値は一部推定計算しています。また、削減量、経済効果ともに が、減少量、効果額を表しています。

注2：経済効果は既存店および本社を対象としています。

経済効果単価 1kwhあたりの電気料金 = 18.44円 1m³あたりのガス料金 = 117円 倉庫廃棄物 = 2002年度 倉庫別単価

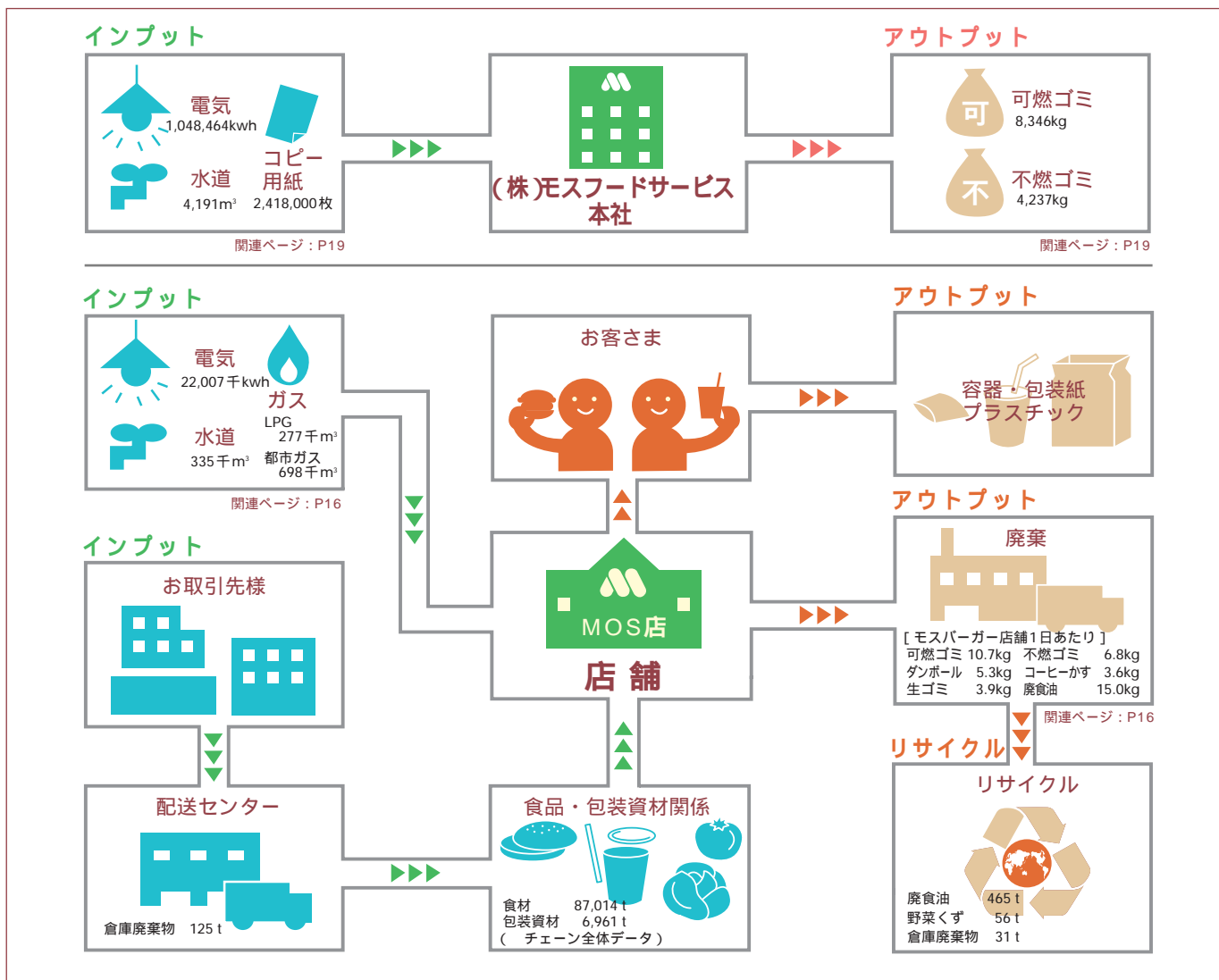
1m³あたりの水道使用量 = 257円

CO₂換算係数 電気使用量：0.378kgCO₂/kwh、ガス使用量 都市ガス：0.0513kgCO₂/MJ 1m³ = 41MJ

LPG：0.0598kgCO₂/MJ 1m³ = 99MJ

環境負荷をトータルで把握 (2003年度本社及び直営店データ)

事業活動における環境影響



お客様相談グループ

環境に関するご意見・ご感想
~貴重なご意見をありがとうございました。

モスバーガーの環境保全活動について、2003年度は計74件のご意見・お問い合わせをいただきました。ありがとうございました。環境保全活動を通じて、幅広いステークホルダーと関わりをもてることは、モスバーガーにとって非常に意味のあるものです。寄せられたお客さまの声を今後の活動に生かしていきたいと考えています。

環境に関するご意見の項目別件数 (内容により重複あり)

ご意見の内容	件数
モスの環境に関する取り組み	16
ゴミの分別、リサイクル	9
不必要な包装資材	9
環境報告書、環境に関する資料の発行	8
環境に配慮してよい	5
陶器、グラス、ステンレススプーンなどの使用	4
騒音	4
包装資材の材質	3
エアコンの温度	3
洗剤の成分	2
ドライブスルーでの車のアイドリングストップ	1
その他	10
合計	74

会社概要

社名

株式会社モスフードサービス

本社所在地

〒162-8501 東京都新宿区笹筒町22番地

代表取締役社長CEO

櫻田 厚

設立

1972年(昭和47年)7月21日

資本金

114億1,284万円(2004年3月31日現在)

従業員数

507人(2004年3月31日現在)

事業内容

フラチャイズチェーンによるハンバーガー専門店
「モスバーガー」の全国展開・その他飲食事業
など

関係会社

株式会社エム・エイチ・エス
(食品衛生検査)

株式会社モスクレジット
(金融・保険取扱い)

株式会社トモス
(中華そば「ちりめん亭」など中華業態の経営)

モスフード・ホールディング社(米国)
(海外管理運営)

株式会社四季菜
四季の旬菜料理「AEN(あえん)」の経営

株式会社モスフードサービス

環境報告書 2004

お問い合わせ先

CSR推進本部環境推進グループ
TEL 03(3266)8744 FAX 03(3266)0741
<http://www.mos.co.jp/>



この報告書の印刷には、
環境に配慮した大豆油
インキを使用しています。