

第三者意見

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・
コンサルタント・相談員協会

常任顧問 辰巳菊子様

エネルギー問題や省エネ・新エネ関連、3Rや環境コミュニケーションなどの分野で持続可能なくらしをめざした活動をしている。商品の一生を知って商品選択をすることが消費者の役割であるとの考えのもと、商品の一生を知ること、それを伝えることに力を注いでいる。



モスのコミュニケーションレポート2016を発行するにあたり、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会の常任顧問 辰巳菊子様にご覧いただき、ご意見をいただきました。

今年も「モスのコミュニケーションレポート2016」に第三者意見を寄せる機会をいただきました。創業以来、心を込めて築きあげた「モスは安心だね」という評判。この「安心」という言葉の重い意味がすべてのステークホルダーと共有できることが、100年企業を目指して歩み続けるというモスの基盤となると考えます。すなわち、モスが世界の豊かさや持続可能なくらしにつながる企業であって初めて、全ステークホルダーにとっての「安心」なのです。

世界では、先進国の10億人あまりが今は自分達の望む消費ができていますが、今後の地球上の人口増加で、2~30年後には限りある資源を奪いあうような状況となるかも知れません。

2015年9月に発表された国連のイニシアチブ「持続可能な開発目標(SDGs)」に「持続可能な消費と生産」が取り上げられています。「持続可能な消費」のために、企業は「持続可能な生産」を行う義務があり、消費者に「持続可能な消費」のための選択を促すわかりやすいコミュニケーションをしなければなりません。その一つがこのレポートだと思い、ゆっくりと読ませていただきました。

特集の「共に歩む」はモスを形作るもととなるもの

この特集では、共に働く人々のつながりによって創り出され、提供される商品やサービスの背景やストーリーが読み取れます。そしてその先には常にお客さまへの目線があるはずですが、

このモスを形づくることになる「共に歩む」の部分は、お店に来られるお客さまにもぜひ読んでほしいと思いました。特にモスの野菜にこだわる現場の話については、常に語り続けることが大切で、語り続けることで、現場でも緊張感を持ち続けることができます。

「モスの約束」は世界に通じる持続可能な生産の裏付け

2005年にモスフードサービス様の環境座談会に参加させていただき、その頃の農業への取り組みや、環境対応の取り組みなどをお聞きした記憶があります。それから10年、環境に力点を置いた基本は変わらず、社会・環境活動のあゆみからもわかるように、格段の進展もあります。今年の新しい「モスバーガーグリーン大賞2015」の実施では、各店舗や支部などの自主的なベストプラクティスを取り上げています。褒めることで、他店でもさらなる工夫などの広がりが想定できます。長く継続してほしい活動です。コーヒーのペーパードリップ式抽出マシンへの変更が省エネとなる話や、制服のレンタル化が廃棄物削減となるなど、とてもわかりやすい取り組みです。また食育の出前授業など、いずれも世界に通じる持続可能な生産の一面ですが、今後、海外モス事業を拡大し、世界ブランドになるという目標実現に向けて、CSRもさらなるグローバル化が必要です。人や物やエネルギーなどの持続可能な調達にも目を広げていただきたいと思います。

最後に、若い世代が幸せであることが社会を判断する重要な尺度であり、100年企業を目指すモスとして、トップメッセージでその点に言及されていることは印象的でした。

ご意見をいただいて

今号の特集テーマ「共に歩む」の根底には、お客さまを含めたステークホルダーとの絆を育みながらモスを発展させていきたい、という願いがあります。その点で、「お客さまにも読んでほしい」という辰巳さまのご意見は、私どもの意を酌んでいただいたありがたいお言葉です。レポートを通じて、店舗

や商品からは見えにくい取り組みもしっかりとお伝えし、コミュニケーションにつなげることが、これからのモスの成長の糧となると考えています。

当社は創業時から「地域密着」という姿勢を大切にしていますが、持続可能であることとはつまり、ずっと必要とされるお店(企業)

であり続けることだと考えます。店舗のみならず本部の施策についても、生産、調達、販売、そして人材教育などあらゆる面でそれを心に留めながら、今後もレポートの内容の充実を図ってまいります。

CSR推進室長 後藤 賢一