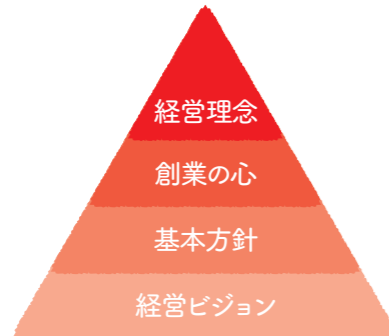


— 価値 —

食を通じた幸せを、 ステークホルダーの皆さまとともに

モスは「人間貢献・社会貢献」という経営理念のもと、ステークホルダーの皆さまに食を通じた幸せをご提供するため、さまざまな活動に取り組んでいます。

モスの心



経営理念 …… 人間貢献・社会貢献

創業の心 …… 感謝される仕事をしよう

基本方針 …… 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 そういってお店でありたい 「心のやすらぎ」「ほのぼのとした暖かさ」を感じて頂くために努力しよう

経営ビジョン …… 食を通じて人を幸せにすること

目次

1 モスの心	9 モスグループの成長戦略	17 ステークホルダーとの価値共有	33 マネジメント体制・平成28年 熊本地震への対応
2 社会・環境活動のあゆみ	10 成長戦略1 「国内モスバーガー事業」	18 環境とともに	35 モスグループの概要
5 会長メッセージ	13 成長戦略2 「海外モスバーガー事業」	21 お客さまとともに	36 第三者意見
6 社長メッセージ	15 成長戦略3 「新規事業」	23 取引先とともに	
7 モスグループの価値創造モデル		25 メンバーとともに	
		27 加盟店とともに	
		29 株主とともに	
		30 地域社会／行政とともに	

※ 本レポート中の店舗名及び役職、数値データは2017年3月末現在のものです。

海外で

世界8カ国・地域、
336店舗で
モスバーガー事業を展開

モスバーガーは「日本の味」を世界へお届けするべく海外展開を進めています。現在は、台湾、シンガポール、香港、タイ、インドネシア、中国、オーストラリア、韓国の8つの国と地域へ出店しています。

国内で

47都道府県、1,362店舗で
モスバーガー事業を展開

モスバーガーは「おいしさ、安全、健康」という考えを大切に商品と、「真心と笑顔のサービス」を日本全国のお客さまにご提供しています。

新規事業で

多様なニーズに応じて
さまざまな業態を
42店舗で展開

モスグループでは、モスバーガーで培ったノウハウを活かし、時代のニーズに合わせた新たな業態の開発にも取り組んでいます。

創業以来、「人間貢献・社会貢献」に取り組んできたモスグループ



1972 Episode 1

40年以上続く清掃活動「朝課」

創業当初から、開店前に近隣の道路を清掃することが日課でした。それは、「お客さまが気持ちよく来店できるように」という想いからでしたが、いつしか地域の方々からの信頼にもつながっていきました。これが経営理念「人間貢献・社会貢献」の原点です。



現在も続く「朝課」の取り組み



食育プログラムの様子

2005 Episode 4

地域の子どもたちに豊かな食生活を提案する「モスの食育プログラム」

地域社会との交流と豊かな食生活を提案するため、2005年から地域の小学校に近隣店舗のメンバーが訪問して出張授業をする「モスの食育プログラム」を続けています。正しい食のあり方や衛生の大切さに気づいてもらうことをテーマに全国で実施しています。(→P30)

1972 ●モスバーガー1号店「成増店」オープン。[1]

●ホットドリンクを陶器のカップで提供(イトインの場合)。[2]



1995 ●全店舗でリユース食器の導入を推進。

1996 ●ホームページ開設と同時に、栄養成分情報を開示。

2000 ●本社内に「環境推進グループ(現 社会環境グループ)」を設置。

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。

2004 ●(株)モスフードサービス及びモスバーガーチェーン全店舗においてISO14001認証を取得。同時に「環境方針」を制定。

●「環境報告書2004」を発刊(現 コミュニケーションレポート)。[3]



2010 ●補助犬受け入れ推進の意思表示として、オリジナルステッカーを掲示。[4]

2011 ●お客さまと当社社長との直接対話「モスバーガータウンミーティング」開催(第1回は静岡県)。



Since 1972

1979 ●「愛のモスボックス」募金活動スタート。モスバーガー白楽店[神奈川県]の活動がきっかけとなり、全国の店舗に拡大。

1980 ●モスバーガー共栄会発足。

1987 ●「モスライスバーガー」誕生。

1990

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。

●協力産地で栽培する「モスの生野菜」を全店導入(新価値宣言)。

2000

2002 ●アレルギー体質にも配慮した「モスキッズメニュー」の販売を開始(現在は「低アレルギーメニュー」として販売)。

2003 ●チェーンメンバーのための内部告発者支援窓口を開設(現 モスヘルプライン)。

2010

2012 ●チャージ式プリペイドカード「MOS CARD(モスカード)」を全店で導入。
●海外を含めたグループ全店舗の食品安全管理体制整備に向け、国内外食チェーンとして初めてISO22000認証を取得。認証範囲は、本部の関連部門と(株)エム・エイチ・エス、直営5店舗。

2013 ●LED照明の新看板を全店導入開始。

2015 ●インターネットで商品を注文できる「モスのネット注文」サービスを全国導入。



1980 Episode 2

モスバーガーチェーンの結束力の源「モスバーガー共栄会」誕生

信頼関係を育み、協力し合うことを目的に1980年に発足した「モスバーガー共栄会」。以来、モスの理念を共有する仲間として、本部と店舗だけでなく、店舗同士での情報交換や相互啓発などを積極的に推進。地域ごとに組織する支部では、サービス向上を目的としたHDC活動(→P27)など店舗の価値を高める重要な役割を担っています。

1987 Episode 3

国産米の消費拡大のために生まれた「モスライスバーガー」

日本の米食文化の危機が叫ばれた1980年代、行政から相談を受けて「お米を使った新商品」の開発に着手したモスは、1987年に「モスライスバーガー」を発売。当時、大きな話題を呼んだ商品は、いまでも「日本のお米のおいしさ」を伝える定番商品となっています。



モスライスバーガー焼肉

2008 Episode 5

こだわりの国産素材でとびきりのおいしさを実現した「とびきりハンバーグサンド」

食料自給率の低下と長引く国内不況に直面する中、モスは「地域を、そして日本経済を元気にしたい」という想いから「とびきりハンバーグサンド」を発売しました。国産肉(豚・牛合挽き肉)を100%使用したハンバーグと、おいしい国産生野菜を使っています。



とびきりハンバーグサンド<トマト&レタス>