



株式会社 モスフードサービス

お問い合わせ:CSR推進室 TEL 03-5487-7344 FAX 03-5487-7340 <http://www.mos.co.jp>



古紙のリサイクルに取り組むオフィス町内会と、森林の再生に取り組む岩手県岩泉町との連携により実現した「森の町内会一問伐に寄与した紙一」を使用しています。



印刷インキは、石油系溶剤を大豆油、桐油などの植物油成分に100%置き換えたVOCフリーのインキを使用しています。



印刷工程で有害廃液を出さず、湿し水が不要な「水なし印刷方式」を採用しています。



地球のためにモスができること



# モスのコミュニケーションレポート 2008

MOS BURGER COMMUNICATION REPORT

# モスの コミュニケーション レポート 2008

## MOS BURGER COMMUNICATION REPORT

### 編集方針

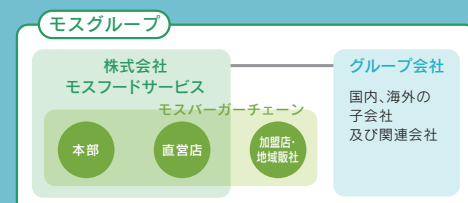
モスでは、2004年「環境報告書」を発行以来、社会・環境活動の取り組みやさまざまな方々とのコミュニケーションについて、情報開示に努めてまいりました。その中で「モスの活動や事業について、理解が深まった」というご意見もいただいております。今回のレポートでは、さらに理解を深めていただくために、地域で営業している加盟店舗の店長やスタッフにレポートの誌面上でそれぞれの活動について語っていただいております。チェーン事業の社会との重要な接点である「店舗」を通じて、モスを理解していただくことも重要ではないかと考えているからです。また、昨年同様情報量を絞り込み、より多くの方々に身近な読み物となり、また有用なコミュニケーションツールとなるような工夫をしております。

**報告対象組織** (株)モスフードサービス及びモスバーガーチェーン(本部・直営店・加盟店)。但し、モスバーガー以外の事業やグループ会社の一部についても報告しています。

**報告対象期間** 2007年度(2007年4月1日～2008年3月31日)但し、一部、2008年度以降の継続的な活動や将来の目標も報告しています。

**発行** 今回の発行:2008年6月  
前回の発行:2007年6月  
次回の発行:2009年6月

本レポートをお読みいただく際は、以下をご参照ください。



\*本部の店舗指導員を「スーパーバイザー」または「SV」で統一表記しています。  
\*本レポート中の店名及び役職は2008年3月当時のものです。

## INDEX

- 1 編集方針
- 2 ごあいさつ
- 3 いろんなモス
- 4 **「おいしい」にこだわる**
- 5 野菜のこと、外国産食材のこと
- 6 パティのこと、商品づくりのこと
- 7 **「あんしん」を徹底する**
- 7 品質管理のこと、お店での衛生管理 など
- 8 食中毒予防、工場での品質・衛生管理
- 9 **「つながり」を大切にする**
- 9 お客様相談室
- 10 食育、こども110番の店 など
- 11 食に関する情報開示
- 12 ご当地メニュー、アフターオーダー など
- 13 **モスチェック&モスアクション**
- 14 **「地球や地域」と仲良く**
- 15 省エネのこと
- 16 環境配慮容器、店舗づくりの環境配慮素材
- 17 地球温暖化防止、配送時のCO<sub>2</sub>について
- 18 エコリーフ環境ラベル、環境省との自主協定
- 19 廃棄物について
- 20 野菜くずのリサイクル、廃食油のリサイクル
- 21 **お客さまとの座談会**
- 22 **海外のモス**
- 23 **モスバーガー以外のお店**
- 24 コーポレート・ガバナンス
- 25 環境マネジメントシステム
- 26 事業活動と環境影響
- 27 環境目的・目標結果
- 28 モスバーガーのフランチャイズチェーン
- 29 株式会社モスフードサービスについて
- 30 第三者意見  
モスの4年間の取り組みを振り返って  
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
- 31 会社概要
- 32 モスバーガーチェーンの主な社会・環境活動

## 一人ひとりがコミュニケーションの キーマンとして行動し、 「新しいモス」を皆さまに伝えます。

食の安心・安全に不安が広がっています。外食産業全体に対する信頼が揺らいでおり、私たちもその渦中にと痛感しています。そのような中ではありますが、モスグループでは「安心・安全」な商品づくりを、変わらず地道に続けてまいりました。世の中がどのような状況であっても、この信念は揺らぐことなく、これからも誇りをもって続けてまいります。

食だけでなく地球温暖化も大きな不安材料となっております。CO<sub>2</sub>削減のためには、まずはモスグループで働く一人ひとりが、自分の生活の中でできることから、きちんと理解して取り組むことが大切です。理解した上で無駄なエネルギーを使わないようお店でできることを続けていく。この行動につなげるためにはより一層のコミュニケーションが必要だと考えています。

しかしながら、過去を振り返り「コミュニケーションができたか?」と考えたときに、特にグループ内でのコミュニケーションが不足していたのではないかと感じます。

2007年9月に、35年お世話になった東京都新宿区の新築から、東京都品川区の大崎に本社を移転し、散在していたグループ会社のほとんどを新オフィスに統合しました。これにより効率的で、情報共有を密に行える環境が整いましたので、内部でのコミュニケーションをさらに高めると同時に、多くの方々とコミュニケーションを図っていきたくと考えています。

皆さまに信頼いただくためには、スタッフ一人ひとりがどうコミュニケーションしていくか、が鍵となります。それがお店の魅力となり、お客さまに波動として伝わり、そしてそんなオーラが出るようなお店を作っていきたい。チェーン店であるけど、チェーン店でない、一店舗一店舗、それができそうなお店を目指し、新しいモスとしてお伝えしていけるよう、今後も自分たちができることを精一杯努力してまいります。

株式会社モスフードサービス  
代表取締役社長CEO 櫻田 厚

あゆむ



モスフードサービス本社受付ロビーにて



MOSには

**M**ountain  
(山のように気高く堂々と)

**O**cean  
(海のように深く広い心で)

**S**un  
(太陽のように燃え尽きることのない情熱を持って)

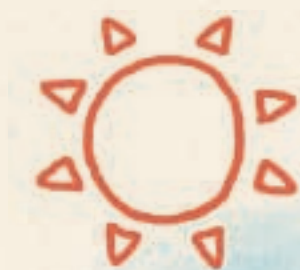
という意味があります。

お客さまのご要望は場所や

時間によって変わるもの。

だからモスは、コミュニケーション

のいろんな形を大切にします。



住宅地やビジネス街、ロードサイド……モスは、いろんな場所にあります。場所によって、お越しくださるお客さまはさまざまです。また、ランチタイムや晚ごはんなどの時間によっても、お客さまがモスに求めることは変わってきます。だからモスは、お客さまとのコミュニケーションのいろいろな形を、大切にしていきたいと考えています。

それと同時に、すべてのモスが、いつでもおいしさと安心・安全にこだわり、健康や環境を大切にすることで、もっとお客さまに「幸せ」を感じていただきたいと考えています。



近所×モス

お客さまと楽しくおしゃべり

住宅地の中にあるモスバーガーには、小さなお子さま連れのお父さんお母さんからお年寄りまで、さまざまなお客さまがいらっやいます。そんなモスバーガーで働くスタッフは、ご注文やお帰りの際などにひとときのおしゃべりを楽しむなど、「お客さまーお店」の関係にとどまらない「ご近所」ならではのコミュニケーションをしています。



都市×モス

忙しいお客さまにくつろぎと元気を

都市部にあるモスバーガーには、忙しい仕事の合間をぬっていらっしゃるお客さまが多く、特にランチタイムはたくさんのお客さまがいらっやいます。そんなモスバーガーで働くスタッフは、お客さまに少しでも「くつろぎ」の時間を過ごしていただき、「よし、もうひとふんばり!」と元気になってお帰りいただけるよう心がけています。



おでかけ×モス

遠方からのお客さまに+αの「幸せ」を

大きな道路に面した(ロードサイド)モスバーガーは、店舗面積が比較的広いお店もあり、その広さを活かしてお客さまをお迎えします。また、遠方からレジャーや旅行にいらしたお客さまがお立ち寄りくださった際、「おいしさ」と「くつろぎ」をご提供するのはもちろん、何か喜んで帰っていただけることはないかと考えています。



海外のモス

アジアでも広がるモス流コミュニケーション

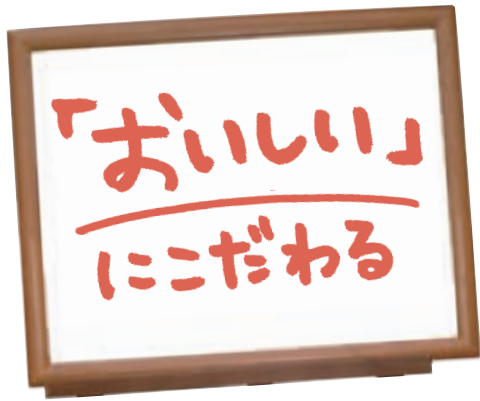
海外の皆さまにも、おいしいハンバーガーを食べて欲しいという思いから、積極的に海外出店を進めています。現在、台湾、シンガポール、タイ、香港に展開しています。現地のスタッフたちもまた、おいしさ、安心・安全、健康、環境について真剣に考え、日本のモスバーガーに負けない意欲で取り組んでいます。



モスバーガー以外のお店

いろんなお店でいろんな「おいしい」を

ハンバーガーだけでなく、いろんな「おいしい」をお客さまにお届けしたいという思いから、ちりめん亭(ラーメン)、AEN(旬菜料理のレストラン)、マザーリーフ(カフェ)など、さまざまな業態のお店を展開しています。どのお店も、モスバーガーと同様、お客さまへの真心込めた商品とサービスを心がけています。



# おいしくて安心な食材を調達し 一つひとつ心を込めてつくって

います。

## 野菜づくりにかける思い ① 農業生産法人(株)サングレイス【トマト農家】

お客さまに「おいしい!」と思っていただけるトマトを目指し、全力を尽くしています。お客さまやお店の方々にお越しいただいても恥ずかしくないような、きれいに管理された農場で、**おいしいトマトをたくさんお届けできるよう、頑張ります!**

## 野菜をよりおいしくする工夫 ①

当たり前のことですが、野菜納品後はできるだけ速やかに冷蔵庫に保管します。冷水でレタスをシャキッと。  
また、レタスやキャベツを**シャキッ**とさせておいしく召し上がっていただくための工夫として、レタスやキャベツを仕込む時は**約4℃の冷水**に3~5分間浸しています。



## モスキッズメニュー\*を刷新

お子さま専用セットメニュー「モスキッズメニュー」を2007年7月に刷新しました。**より多くの野菜**を摂取できるよう、ハンバーグに練り込む野菜を4種類から**7種類**に増やしました。ライスプレートとサイドメニューの選択により、**小麦・卵・牛乳のアレルギー**のあるお子さまに配慮しています。  
\*店舗限定販売



## 調理時の心がけ ② 米子皆生通り店【鳥取】

熱いものは熱いうちに、冷たいものは冷たいうちにご提供するため、温度にこだわり、**おいしそうにつくる**よう心がけています。**いつでももつくりたて**をおいしく召し上がっていただきたい、という思いを込めています。



モスバーガー

## 生産者の顔が見える関係

モスバーガーのホームページ上で野菜生産者の方を紹介しています。顔が見える関係を築くことで、お客さまに**安心**して食べていただき、生産者の方にも**高い意欲**を持って取り組んでいただきたい、という願いからです。自分のつくった野菜をお客さまがどんな風に召し上がっているか、店舗に向いてそつと確認する生産者の方も多そうです。今後も**日本の農業**との共存を目指し、努力していきます。



ホームページで「モスの生野菜」の産地だよりを公開しています。

杉山 健一さん  
(株)サングレイス



岡田 久美さん  
米子皆生通り店【鳥取】



中村 正美さん  
米子皆生通り店【鳥取】



中川 智香さん  
米子皆生通り店【鳥取】



草原 由美さん  
米子皆生通り店【鳥取】



## 全国の産地と協力してつくる、おいしい「モスの生野菜」 ①

モスバーガーで使用する生野菜\*1は、全国の産地の協力によりつくられています。協力産地はモスバーガー本部が定めた基本条件を満たすとともに、「安全な野菜を届けたい」という思いがモスと共通である、ということから選んでいます。また、店舗と同じ地域で収穫された生野菜を使用する「地産地消」を推進しています。地産地消は、より鮮度の高い野菜をお届けできるだけでなく、輸送距離短縮によりCO2排出量の削減につなが

ると考えています。2006年には群馬県の「野菜くらぶ」と共同出資で、「農業生産法人・株式会社サングレイス」を設立しました。これは、関東圏店舗への輸送距離短縮、野菜の安定供給、産地との協体制強化を目的としています。2007年にトマト専用ハウスでの栽培を始めましたが、猛暑や病気の発生が原因で初年度は目標出荷量に届きませんでした。2008年は課題を整理し、計画どおりの出荷を目指します。

\*1 レタス、トマト、タマネギ、キャベツ、ピーマン、サンチュ、サニーレタス(2008年3月現在)。天候などの都合により、一般の野菜を使用する場合があります。

## 外国産食材について

「おいしさ」「安心・安全」の2つの基準から食材を調達しています。あらかじめ、特定の国や地域を除外することはありません。食材の産地がどこであるかよりも、モスの品質基準「モス・スタンダード」を満たしているかを重視しています。外国産に限らず、食材はすべてこの厳しい基準を満たしたものを選んでいます。主要食材の原産地は農林水産省が作成した「外食における原産地等の表示に関するガイドライン」に従い、ポスターなどで公開しています。

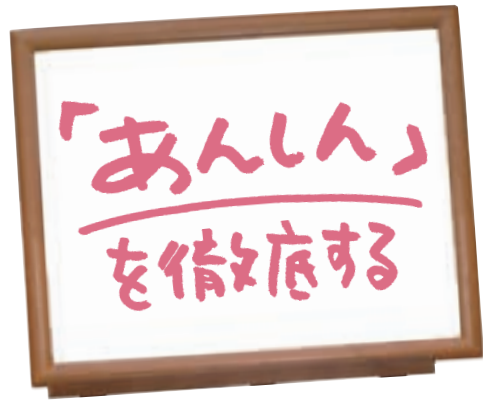
## さらにおいしさを追求した合挽きパティ

1997年以降、ハンバーガー用パティにビーフのみ\*2を使用していましたが、牛肉の良さを活かし、さらに歯ごたえ、肉の甘み、ジューシーさを改良し、2007年4月より「ビーフとポークの合挽きパティ」に変更しました。ビーフはオーストラリア・ニュージーランド産限定、ポークはチリ産を使用し、いずれも成長ホルモン剤不使用です。モスバーガー本部の担当者が産地や加工工場を視察し、各国の管理基準やモスの品質基準に沿っているか、衛生管理は適切かなどを確認しています。また、ビーフとポークはともにトレーサビリティが整っているため、万一、品質に問題があれば、すぐに原因をトレースバック(追跡)し、適切な処置を講じられます\*3。

\*2 ビーフの他にタマネギ、調味料などを使用。  
\*3 ハンバーガー用ミートソースなど、その他の加工肉も、原材料の産地や安全性を確認しています。

## モスバーガーの商品づくり ②

創業当時より、日本人の味覚に合った味を目指して、味噌や醤油といった日本の食文化を取り入れた独自の商品をつくってきました。そして、おいしさ・安心・安全はもちろんのこと、栄養バランス・カロリー・アレルギーにも配慮して、商品を開発しています。2007年度は、定番商品のモスバーガー、テリヤキバーガー、サウザン野菜バーガーを全面的に見直すとともに、「ナン・タコス メキシカンモレソース」などハンバーガーショップの枠を超えた味にも挑戦しました。また、ご当地メニューにも積極的に取り組んでいます(12ページ参照)。今後も、さらに安心・安全に配慮し、定番商品を定期的に見直すとともに、新しい味にも挑戦していきます。



# 安心して気持ちよくご利用いた 食材やお店の衛生をしっかりと管

# だきたいから 理しています。

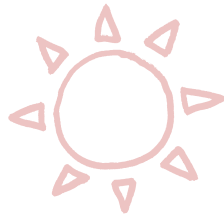
## より良いお店を目指して努力

金沢諸江店【石川】

モスバーガーは店舗運営力向上のために、Hospitality、Delicious、Cleanlinessを**HDC活動**として推進しています。私たちのお店では特にCleanlinessについて「**全員が必ずやる**」と決めて徹底的に清掃します。また、強化期間中はいつも以上に温度管理に気をつけて、商品がおいしい温度に保たれているか確認しています。



スタッフがこのバッジを胸につけている時はHDC強化期間中です。



## 衛生には神経質なくらい気配りを ①

基本的なことを守って、営業中は十分に手を洗い、こまめに**アルコール除菌剤「モスコール」**で手を除菌し、仕込みで使用用手袋はこまめに取り替えています。閉店後は、いろいろなところをモスコールで除菌します。



モスコールで調理台をしっかりと除菌。

## 食中毒予防のために ②

ノロウイルス検便の実施、注意喚起のためのポスター掲示などを行っています。また、店舗スタッフの健康管理も大切なこと。**健康管理表**を使って健康状況を把握しています。私たちスーパーバイザーは**ノロウイルス勉強会**に参加して正しい知識を学び、店舗での適切な指導に努めます。

ご近所のお子さまとお母さまのために  
当店で 神戸西代店【兵庫】

同じ建物内に小児科ができたことがきっかけになり「**キッズスペース**」を設けました。そこでアニメビデオを流しているのですが、見ている間はお子さまおとなしくしているので、「ゆつくりできます」と**お母さまたちから好評**をいただいています。ファミリーでご来店されても、**ご自分の家のようにくつろい**いただけるお店になればステキですね。



キッズスペースはこんなところです。

## お取引先製造工場スタッフの心がけ ③

お客さまに、いつも「おいしい」と笑顔で**安心して**召し上がっていただけるよう、日々の商品チェックを行っています。

小笠原 孔平さん  
金沢諸江店【石川】



橋 真弓さん  
金沢諸江店【石川】



第八エリア  
(九州担当)  
横山 孝SV



向 明日香さん  
神戸西代店【兵庫】



お取引先工場  
品質保証課 係長  
志村 直孝さん



お取引先工場  
商品開発課 主任  
濱田 寿文さん

## 品質管理で大切なこと

品質管理で大切なことは2つあると考えています。1つはお客さまの視点を忘れないこと。発売日まで時間がなく、在庫がなくなりそう、これらは会社の都合で、お客さまには関係のないことです。品質管理チームは「自分や自分の家族が食べるとしたら」という気持ちをいつも忘れずに、妥協を許さない厳しい目で品質管理・衛生管理に取り組んでいます。

もう1つは自分の目で確かめること。検査結果や管理記録はもちろん大切ですが、それだけでは不十分だと考

えています。商品や原材料がモスの品質基準「モス・スタンダード」を満たしているか、自分たちの目で確認します。これは、衛生規格、食品添加物の使用基準(MOS添加物コード)、製造工程の管理状況などの基準や規格で、これらを満たすものだけを、モスの商品及び原材料として承認しています。

つまり、単なる基準・規格にとどまらず、確認・承認の手順まで含んだ厳しい品質管理・衛生管理システムが、「モス・スタンダード」なのです。

## 定期検査で衛生レベル向上 ①

店舗では、年4回の総合衛生検査(商品検査、ふき取り検査、温度検査、重要衛生項目、基本衛生管理など)、年2回の衛生自主検査(店舗へは無告知で商品を買取り、検査)、水質検査を実施しています。検査を受けて、スーパーバイザーか株式会社エム・エイチ・エス<sup>※1</sup>の衛生指導員が改善指導を行い、結果次第では販売を停止することもあります。また、年間を通じて衛生指導員が定期的な指導を行い、衛生管理の徹底に努めています。

※1 食の安心・安全に関する業務を行う検査機関(26ページ参照)。

## お客さまの健康のために大切なこと ②

かつて、私たちのある店舗がお客さまに大変なご迷惑をおかけしました<sup>※2</sup>。これは、忘れてはならない大切なことです。二度とお客さまに同じ思いをさせない、という固い決意のもと、2005年に「ノロウイルス予防対策チーム」をスタート。2006年には食中毒や衛生事故全般を扱う「食の安全対策委員会」へ発展させました。2007年からは、リスク統括委員会<sup>※3</sup>の専門部会の一つ「食の安全対策部会」として、異物混入予防のマニュアル化、アレルギーに関するお客さま対応ツールの作成など、食の安全全般に関する活動を進めています。2008年度はアレルギー情報の一層の充実を図りたいと考えています。

※2 2004年に発生したノロウイルスによる食中毒。  
※3 リスクとクライシスのマネジメントに加え、コンプライアンス体制の推進まで幅広く担う取締役会の常設の諮問機関(28ページ参照)。

## パティ製造工場の品質・衛生管理 ③

工場では、厳しい作業基準、品質チェックを繰り返し、安心・安全・鮮度・おいしさを維持しています。パティが最もおいしくなる条件下(鮮度管理など)で、主原料の牛肉、豚肉、タマネギを加工するように心がけ、製造ラインの衛生をしっかりと確認してから製造を始めます。また、重点管理項目(CCP:クリティカルコントロールポイント)を中心に温度管理などを実施しています。出荷検査では、微生物検査はもちろんのこと、専任の担当者が実際に調理し、食べてみて、味・風味・食感を製造日ごとに厳しく検査します。これらを合格したものだけを自信を持って出荷しています。時には店舗に足を運び、お客さまの様子を見て、安心・安全でおいしい商品を提供する重要性を再認識しています。

# 「つながり」を大切に①

## いつも、お客さまの笑顔が溢れるお店。そんなモスになれるよう頑張っています。

### お届けサービス推進中

ご自宅やオフィスで気軽にモスバーガーの商品を召し上がっていただくために「**お届けサービス**」(宅配)を推進しています。ご注文ごとに手数料を頂戴しますが、ご好評をいただいております。2008年3月現在、219店が実施しています。2007年2月には、宅配とテイクアウト専用の「モスバーガー デリバリー キャンビン」をオープン、テスト店舗として今後のモスバーガーの新しい可能性を検証しています。



宅配専用メニューとして人気の山盛りポテトセット

### 愛のモスボックス

1979年、神奈川県横浜市にあったモスバーガー白楽店で募金を始めたのがきっかけで、「**愛のモスボックス**」(店頭募金箱)を全国に設置するようになりました。2007年度は総額1,335万1,075円の善意が集まりました。

募金期間：2006年8月1日～2007年8月31日  
(スタッフによる1日10円募金含む)

- 寄贈先：
- ・(財)アイメイト協会
  - ・(財)児童憲章愛の会
  - ・ジェフ愛の基金
  - ・日本赤十字社新潟県支部 (新潟県中越沖地震義援金)



### ご近所のお客さまと仲良く

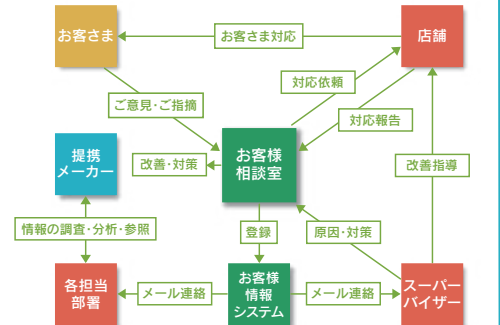
那覇金城店(沖縄)では、**オープン15周年記念**に、スタッフ全員がいろんなものを持ち寄り、駐車場で**フリーマーケット**を開催。当日はたくさんのお客さまがご来店くださり、お支払いは「愛のモスボックス」に**直接入れて**いただきました。「**またやって**」とお声がけいただくなど、良いコミュニケーションができて、楽しかったです。



### お客さまの声を聞いています

意見をいただいた時は、その内容をスタッフ全員が見られるよう掲示し、改善やご要望にお応えできるよう努力しています。時にはスタッフへのお褒めを頂戴します。その時は**その喜びを全員で共有して**励みにします。

### お客様相談室の仕組み



### 食育授業を通じて思うこと

久喜駅前店 [埼玉]

食育授業で**目を輝かせて**いる子どもたちの顔を見ると、日々の業務に追われて、つい意識しなくなる「食を通じて人を幸せにする」という経営理念の大切さを実感します。モスが大好きだから仕事を頑張っている**ので、これからも子どもたちのために貢献**したいです。



自分でハンバーガーをつくります。

荻原 直道 店長  
坂戸につさい店 [埼玉]

三田 圭子 さん  
久喜駅前店 [埼玉]

上原 なつき さん  
那覇金城店 [沖縄]

末吉 沙也香 さん  
那覇金城店 [沖縄]

遠藤 麻衣子 さん  
郡山富久山店 [福島]

### お客様相談室から始まる改善

お客様相談室はインターネットや電話などを通じ、年中無休でお客さまからご意見を承っています。頂戴した貴重なご意見は、商品づくり並びに店舗づくりに役立っています。

**商品について**：お客さまは、はっきりとおいしいかそうでないかを教えてください。特においしくなかった場合、期待を裏切られたというお気持ちで「味が薄い」「肉が硬い」「ソースが少ない」など、具体的なご意見をいただきます。これらを店舗と本部で共有し、店舗での調理方法を確認するとともに、商品設計時の改善点として参考にさせていただいています。

**店舗について**：実際に店舗を利用されたお客さまにしかわからないことがたくさんあります。「メニューの見やすさ」「利用のしやすさ」「施設の不具合」などのご意見は、スーパーバイザーが

確認し、対応します。どの店舗にも共通する事例は営業本部全体で検討して、さまざまな角度から改善に努めます。

その他にも、販売促進のツールやキャンペーンのスタンプカード、ホームページの表記やキッズメニューのおまけなど、さまざまなご意見をいただきます。お客さまからの声で気づかせていただくことが多く、検討できることから着手して改善につなげています。

2007年度は、ご要望が多かった「モスライスバーガー鶏つくね」を期間限定で再発売し、好評をいただきました。また、キッズメニューにお子さまが喜ぶおまけをつけて欲しいとのご要望が多く、かわいいイラストが描かれパラパラとめくって楽しい「ばらばらえほん」のおまけを作成しました。

### 食育で伝える食事の大切さ

食を扱う立場として子どもたちに食事の大切さを教える責任があると考え、「モスの食育プログラム」を行っています。子どもたちに身近な食事であるハンバーガーを通じて、元気で健康な体をつくるには、栄養バランスのとれた食事が大切であると教えます。

内容は、講義と実習による90分の授業。講義は紙芝居形式で、朝ごはんや栄養バランスの良い食事の大切さを伝えます。実習は正しい手洗いの仕方から始まり、「モスの生野菜」のレタスをそのまま

味わったり、パン(バンズ)を焼く前と後とで食べ比べした後、「テリヤキバーガー」をつくります。最後に「できたて」をみんなでいただきます。

#### 受講した子どもたちの声(アンケートより)

- 野菜嫌いの友達がむしゃむしゃレタスを食べていて驚いた。
- 今度お店に行って、職人さんのつくったテリヤキを食べてみたい。
- 家に帰ってから家族にハンバーガーの歴史を説明しました。

### 子ども110番の店

「子ども110番の店」は、危険を感じて助けを求めてきた子どもを一時的に保護し、警察や家族に連絡する拠点のことで、安心・安全な生活拠点づくりの活動です。モスバーガーでも、地域の皆さまや警察・PTA・地方自治体のご協力のもと、「モスバーガー 子ども110番の店」の登録を進め、2008年3月現在、1,153店が登録しています。



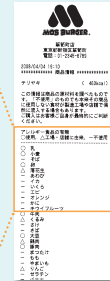
# 「つながり」を大切に②

## お客さまとのコミュニケーションを通じて信頼していただけるお店をつくらせていきます。

### 最新の商品情報をお客さまに

お客さまからアレルギーや原産地情報などのお問い合わせをいただいた際、すぐに対応できるように、POSレジスターの使い方を覚えます。以前はすぐにお答えできないことも多かったのですが、レシートで最新情報をお答えできるようになりました。

- アレルギー食品の有無  
○使用、△工場・店舗に由来、一不使用
- 乳
  - 小麦
  - そば
  - 卵
  - 花生
  - △ あわび
  - △ イカ
  - △ いくら
  - △ エビ
  - △ オレンジ
  - △ かにか
  - △ キウイフルーツ



### 黒板は心を込めていねいに

お客さまに安心していただくため、また、生産者の方を身近に感じていただくために、その日の野菜の産地情報を店頭の黒板を使ってお知らせしています。「モスの生野菜は本当においしい」と自信を持っておすすめでき、また、こんなおいしい野菜をつくってくださる生産者の方を紹介したいという気持ちで、いねいに黒板に書いています。



### 環境の取り組みをお知らせ

お客さまにモスの環境への取り組みを知っていただくため、ISO14001の認証取得のこと、野菜配送時の環境負荷を「エコリーフ環境ラベル」として情報登録・公開していることを店頭に掲示しています。また、「モスのコミュニケーションレポート」の発行を幅広くお客さまにお知らせするため、トレーマツや折り込みチラシで紹介しました。



トレーマツで紹介

### 洗うときは工夫しています

陶器やカップを洗浄する際は、無駄に洗剤や水道を使わないよう、水をためて浸け置きしておいて汚れを落ちやすくしておくなど、効率的に洗う工夫をしています。

メニュー名	産地	販売期間
ゆずドリンク	和歌山県産ゆず	6~9月 12~3月(ホット)
宮崎県産霧島黒豚メンチカツバーガー	宮崎県産ポーク	11~12月 1~2月
岩手県産南部どりバーガー	岩手県産チキン	1~2月
青森りんごシェイク	青森県産りんご	12~3月

### ご当地メニューでコミュニケーション

「岩手県産南部どりバーガー」を販売した際、お客さまに「南部ってどこ？」と聞かれ、東北の歴史をご説明するなど、良いコミュニケーションができました。スタッフにとっても、東北という自分たちの地域を知る良い機会となりました。



岩手県産南部どりバーガー

三田村 青香さん  
逗子店【神奈川県】

斉藤 美穂さん  
逗子店【神奈川県】

塚本 あい香さん  
逗子店【神奈川県】

城田 光世店長  
逗子店【神奈川県】

藤澤 一成店長  
上尾市民体育館前店【埼玉県】

大河原 加代子店長  
郡山富久山店【福島県】

中根 悠子さん  
芝大門店【東京都】

### 食に関する情報開示について

2005年から、POSレジスターの情報機能を活用して商品のアレルギー・栄養成分・原産地情報を公開しています。この活動が評価され、2007年に「第16回食品安全安心・環境貢献賞」(日本食糧新聞社主催)を受賞しました。POSレジスターを活用することで、常に最新の情報を配信することができ、また、お客さまのご要望に応じて、レシートに情報をプリントしてお渡することもできます。

モスは、できるだけ多くの商品に関する情報をお客さまに伝えたいと考えています。なぜなら、お客さまの選択の幅を広げたいと考えるからです。結果的にモスを選んでいただけなくなるとしても、お客さまとモスは、いつも同じ情報量を持った対等の立場でありたいと考えています。

そこで、2007年度はホームページで公開しているアレルギーに関する情報開示\*1のさらなる拡充に取り組みました。たとえば、大豆の場合、それが原材料に使用している醤油に由来するものなのか、大豆がそのまま原材料として使用されているのかを区別して表示する仕組みです。これは「食の安全対策部会」(8ページ参照)での検討から生まれた取り組みで、お客さまの選択の幅が広がることを期待しています。

2008年度は、POSレジスターの機能のさらなる活用を目指し、店舗に納入される食材の消費期限・賞味期限の管理についての検討を始めています。

\*1 以下のウェブサイトにてご覧いただけます。  
モスバーガーホームページ(<http://www.mos.co.jp>)→メニュー→栄養成分表・アレルギー情報

### ご当地メニューの販売

地域に伝わる伝統的な食材や、旬の食材を使用した商品を開発することで、地域社会への貢献を目指しています。2007年度は、地域・期間限定で「宮崎県産霧島黒豚メンチカツバーガー」と「岩手県産南部どりバーガー」を発売しました。また、2002年より近畿南地区限定「ゆずドリンク」の販売と一緒に取り組んできた「和歌山県古座川ゆず平井の里」が、「平成19年度農林水産祭むらづくり部門」で「内閣総理大臣賞」を受賞しました。モスとしても嬉しい限りです。

### アフターオーダー方式を採用

できたてのおいしさを味わっていただくため、創業当時よりご注文いただいたから商品をつくる「アフターオーダー方式」を採用しています。また店内では、できるだけ陶器のカップやグラスを使用し、よりおいしさや心地よさを感じていただけるよう努めています。

こうした「こだわり」は結果的に、作りおきのロスを発生させない、陶器やグラスは繰り返し使うので使い捨て容器としてのごみが出にくいなど、廃棄物発生量を抑えることにもつながっています。

### 森の町内会を支援

「環境NPOオフィス町内会」の「森の町内会」の活動を支援しています。「森の町内会」は、岩手県岩泉町と連携し、そこで間伐された木材を紙にしており、この紙を企業が使用することで、間伐実施のための費用が生み出されます。日本全体の山や森が整備され、国産材消費が増えることを願い、森の町内会の紙の使用を少しずつ増やしています。これまでに、10.8tの紙を使用、約0.6haの間伐促進に貢献しました。





# モスチェック & モスアクション

お客さまにもっと喜んでいただけるお店にするために、スタッフたちが各店で、日頃の心がけや取り組みを「チェック」し、これからの「アクション」の宣言をしました。



## モスチェック

より快適な空間とおいしい食事をお客さまに楽しんでいただくために私たちが頑張ったこと

●…完璧です! ○…ほぼ実行! △…満足いくほどできていません



<p>①お客さまと積極的にコミュニケーションをとっています。</p>	<p>△ スタッフが慣れてきたところなので、これから努力します。</p>	<p>● 土日はフロアでの接客を専門に行うホスピタリティマネージャーを置いています。</p>	<p>● 学生のお客さまに、お店を模擬テストの会場として提供しました。</p>	<p>○ お会計時や商品をお持ちする際に、お客さまと積極的にコミュニケーションしています。</p>	<p>△ お客さまから話しかけられた時は、きちんと対応するようにしています。</p>	<p>○ 常連のお客さまの顔を見ると挨拶をしています。</p>
<p>②お客さまに合わせたコミュニケーション(高齢の方、小さなお子さま連れの方、お急ぎの方、障害者の方など)を心がけています。</p>	<p>○ お客さまに合わせて対応できるよう、努力しています。</p>	<p>● お急ぎのお客さまには臨機応変に対応し、簡単な注文であれば、先にご提供します。</p>	<p>● 学生が多いのでテストの過去問題集などをストックしています。</p>	<p>○ ご家族が多い土日はお子さま用に風船のプレゼントを用意しています。</p>	<p>● 障害者、高齢の方にはドアの開け閉めをお手伝いします。</p>	<p>○ つけめんなど、ピリ辛の商品をご注文いただく場合、お子さまが食べるかどうか聞いています。</p>
<p>③お店が混雑した時も、お客さまに気持ちよくご利用いただけるよう工夫しています。</p>	<p>○ すぐにフロアに出て、お席を探しに行きます。</p>	<p>● 必ず事前にだいたいの待ち時間をお伝えします。また、こまめにお食事の食器を下げています。</p>	<p>● スピードセットを日替わりで設定しています。</p>	<p>○ 混雑時は、お客さまへその旨をお伝えし、スタッフがお客様を席へスムーズに誘導します。</p>	<p>○ 満席時はお待ちいただく間にオーダーを伺い、お席が空いたらすぐに出せるようにしています。</p>	<p>△ 挨拶はしていますが、そういう時だからこそ、笑顔が一番できると良いです。</p>
<p>④お客さまからのご意見・ご要望があった際に、適切に対応しています。</p>	<p>● お客さまアンケートを掲示し、改善しています。</p>	<p>○ お客さまアンケートを各席に置き、毎日チェックし、すぐに改善できることは速やかに実行しています。</p>	<p>● お客さま連絡ノートの利用を徹底しています。</p>	<p>○ お客さまからのご意見は専用レポートに記入し、本部へ提出しています。</p>	<p>○ お客さまからクレームがあった時には、すぐに対応します。</p>	<p>● お客さまから指摘があった時は、すぐ話し合い、改善するようにしています。</p>
<p>⑤もっと良いお店にするためにどうすべきかを、スタッフ同士で話し合っています。</p>	<p>○ ミーティングを開いています。</p>	<p>○ マネージャーと毎日情報交換し、スタッフ同士は1~2カ月に1回ミーティングしています。</p>	<p>● 毎月1回の店舗ミーティング、月2回のマネージャーミーティングを実施しています。</p>	<p>○ 毎月1回ミーティングを開催、1カ月に起きた出来事から問題提起し、改善策を話し合っています。</p>	<p>△ もっと話し合える場をつくっていきます。</p>	<p>○ こうしたほうが良いのではないかとスタッフが言ってくるように、話し合いの場をつくっています。</p>
<p>⑥ご近所の役に立つような取り組みをしています。</p>	<p>△ これからだと思っています。</p>	<p>○ 毎朝、近隣のごみ拾いをし、時には敷地外(道路際)の樹木の下草むしりなど、きれいになっています。</p>	<p>● 月1回、駅前の清掃を実施しています。</p>	<p>○ 近隣の掃除を実施しています。</p>	<p>△ 近隣のお掃除など、自分たちができることをしていきます。</p>	<p>○ 毎朝外回りを清掃しています。</p>
<p>⑦地域の行事にモススタッフとして参加しています。</p>	<p>○ 食育授業や、中学生の職場体験の受け入れをしています。</p>	<p>△ 今後、努力していきます。</p>	<p>● 里の活動のボランティアスタッフとして参加したり、地元のカラオケ大会に参加したりしています。</p>	<p>○ お店が入っているショッピングモール内のイベントに参加しています。</p>	<p>△ できるだけお手伝いしたいと思います。</p>	<p>△ 今後もっとコミュニケーションを努力していきます。</p>
<p>⑧地球環境に配慮して、省エネを心がけています。</p>	<p>○ 厨房のエアコンはなるべく使用しません。</p>	<p>○ 洗い物はためてから行い、蛇口はこまめに締めます。営業後は不要な電気をすぐに消しています。</p>	<p>○ 事務所の冷房の温度を27度に設定しています。</p>	<p>● 電気・水道使用量の削減を進めています。</p>	<p>○ 節水を心がけ、電気のスイッチはこまめにチェックしています。</p>	<p>○ 水の出しっぱなしはせずに、ためてから洗っています。</p>
<p>⑨ごみを減らすために工夫をしています。</p>	<p>△ 毎日、ごみの計量をしています。</p>	<p>○ ごみ袋はもう入らないというくらい、ぎゅうぎゅうづめに捨てています(ごみ袋の使用枚数も削減)。</p>	<p>○ スタッフ全員がマイ箸を持参しています。</p>	<p>△ ごみ袋使用量削減のため、使用済み紙コップはまとめてから廃棄する工夫をしています。</p>	<p>○ 野菜などの仕込みは、使う分だけにし、無駄がないようにしています。</p>	<p>△ ごみ袋の数を減らすため、ためてから捨てています。</p>
<p>⑩お店での仕事にやりがいをもって、いきいきと働いています。</p>	<p>😊 いきいき!</p>	<p>😊 すごくいきいき!</p>	<p>😊 すごくいきいき!</p>	<p>😊 いきいき!</p>	<p>😊 いきいき!</p>	<p>😊 いきいき!</p>
<p>⑪自分自身に目標を課して働いています。</p>	<p>😊 目標づくりを推進中!</p>	<p>😊 目標を立てています!</p>	<p>😊 目標を立てています!</p>	<p>😊 目標づくりを推進中!</p>	<p>😊 目標づくりを推進中!</p>	<p>😊 目標づくりを推進中!</p>



## モスアクション

より快適な空間とおいしい食事の実現のために私たちが挑戦したいこと

- ・ごみの分別を徹底します。
- ・毎日、お店の前を掃除します。
- ・スタッフ全員が集まるミーティングを開いて、コミュニケーションを促進します。
- ・常に明るく正しい言葉遣いに努めます。
- ・お客さまと積極的にコミュニケーションします。
- ・スタッフ一人ひとりが、おいしさに対してもっともつとこだわります。
- ・時間帯によるレベルの違いをなくし、いつでも同じモスバーガーを提供します。
- ・正しい手洗い消毒をさらに徹底します。
- ・賞味期限をさらに厳しくチェックします。
- ・店内での商品コンテストの定期的実施により、HDCの「Delicious」力のアップを目指します。
- ・同エリア3店舗でのHDCコンテストを毎月実施します。
- ・近隣への宅配サービスを実施します。
- ・楽しい職場をつくるため、今まで以上にスタッフ全員とのコミュニケーションを図り、スタッフから提案してくるような環境をつくります。
- ・現在、ISO14001の取り組みで電気・水道使用量の削減を進めていますが、今後はごみの量や、お持ち帰り用ポリ袋の使用量削減にも取り組みます。
- ・モスバーガーの店頭を参考に、お花を置いたり、消えないペンでメッセージを書いたりして、お客さまをお迎えしたいと思います。
- ・お店をもっとキレイにするため、花を育てていきたいです。



# 「地球や地域」と仲良く①

## 心地よさや地球のことも考えて いろいろな取り組みをしています。

### ↑ 当店で ↑ 当店で

#### オフィス街のモスはスピードも大切 新橋二丁目店【東京】

時間に追われるビジネスマンなどオフィスで働く方の多い地域なので、お客さまに**1秒でもはやく**商品をご提供できるように、みんな**キビキビと**行動するようにしています。そんな**慌ただし**い**中でも笑顔**で、気持ち良い挨拶ができるように心がけています。



櫻井 加苗店長  
新橋二丁目店【東京】

### ↑ 当店で

#### お花で、オフィス街に 和みの空間を 南森町店【大阪】

人と人とのふれあう機会が少ないビルばかりの地域なので、歩行者の方に少しでも**和んで****いただきたい**と思い、店頭**に緑や季節ごとのお花**を置いています。店頭を掃除中、「**いつも楽しみにしています**」とか「**花の名前は？**」と聞かれることもあり、お客さまとのコミュニケーションにつながっています。



伊地知 理那さん  
南森町店【大阪】

### 環境配慮容器・包装資材 ①

モスバーガーのお持ち帰り用の透明アイスカップは、**とうもろこしのデンプン**が原料の「**バイオマスプラスチック**」を使用しています。限りある化石燃料を節約し、地球温暖化の原因であるCO<sub>2</sub>発生量の削減に効果があるとされています。



その他の環境配慮容器・包装資材

コーンスターチ素材のサラダ容器

お持ち帰り用の紙バッグ



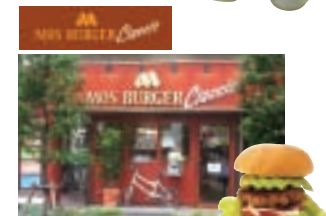
近澤 太輔店長  
芝大門店【東京】

### ディック・ブルーナモデル店舗/ モスバーガークラシック

2005年4月より、絵本作家**ディック・ブルーナ氏のイラスト**を採用し、一層の快適さを追求した「**ディック・ブルーナモデル店舗**」を展開中です。2007年10月には、4店舗目となる「**大崎カフェ店**」がオープンしました。また、アメリカンクラシックスタイルのハンバーガーをご提供する「**モスバーガークラシック**」は1店舗展開中です。



モスバーガー  
大崎カフェ店【東京】



モスバーガークラシック  
神楽坂店【東京】



宮澤 綾子さん  
新橋二丁目店【東京】

### 省エネについての考え方と成果

地球環境のために省エネを進めるのはとても重要ですが、お客さまに心地よく過ごしていただくためには、適正照度や快適な温度を保つ必要があります。また、安心・安全な商品のためには、決められた調理時間や方法を守らなければなりません。

これらを考慮・維持して、いかに省エネを進めるかが重要です。2007年度は、ISOの環境目標活動として、水の削減活動を継続して行いました。その結果、前年比16.9%（売上100万円あたり）の削減となりました（実測可能店舗の実績）。

モスバーガーチェーン全店舗の電気・ガス使用量、CO<sub>2</sub>排出量

	単位	2005年度		2006年度		2007年度	
		使用量	CO <sub>2</sub> 排出量	使用量	CO <sub>2</sub> 排出量	使用量	CO <sub>2</sub> 排出量
電気使用量	千kWh	162,213	68,616	144,981	59,442	140,647	57,665
都市ガス使用量	千m <sup>3</sup>	3,642	7,661	4,203	8,840	4,478	9,419
LPガス使用量	千m <sup>3</sup>	6,387	37,812	6,231	36,889	6,220	36,824
CO <sub>2</sub> 排出量合計(a+b+cを換算)	t-CO <sub>2</sub>	—	114,089	—	105,171	—	103,908

※ CO<sub>2</sub>排出量が「モスのコミュニケーションレポート2007」の20ページに記載・公開したものと差異がある理由は、「電気事業連合会」が2006年度以前の電力のCO<sub>2</sub>排出量換算係数を修正したためです。

電力：  
2005年度=0.423kg-CO<sub>2</sub>/kWh  
2006年度=0.410kg-CO<sub>2</sub>/kWh  
2007年度は現時点で未発表のため、2006年度の係数を使用。  
都市ガス：0.0513kg-CO<sub>2</sub>/MJ 単位発熱量 41MJ/m<sup>3</sup>  
LPガス：0.0598kg-CO<sub>2</sub>/MJ 単位発熱量 99MJ/m<sup>3</sup>  
なお、チェーン全体のCO<sub>2</sub>排出量は、エネルギー使用量を計測可能な店舗の実績から一部推定計算しています。

### 環境配慮容器・包装資材について ①

地球温暖化の原因のひとつと言われている石油資源の使用をできるだけ減らすため、お持ち帰り容器を石油系プラスチック素材から代替素材へと変更を進めています。主なものとして、1999年にホットドッグ容器を発泡スチロールから紙へ、2001年にサラダ容器をプラスチックから非木材紙（葦）へ、2004年にモスライスバーガー包装紙を発泡ポリエチレンからパルプ系繊維へ変更しました。2006年度には、前年度のお持ち帰り容器・包装資材総量の半分を占めていた、お持ち帰り用ポリ袋を紙バッグへ、お持ち帰り用の透明アイスカップをバイオマスプラスチックへ、サラダ容器をコーンスターチ素材へ変更しました。今後は、商品の包装以外の細かい付属品についても代替素材に変更するなど、取り組みをさらに推進していく予定です。

### 店舗づくりの環境配慮素材について

店舗に使う資材は「環境資材選定ガイドライン」に沿って選定しています。2007年3月から、採取の寿命が尽きたゴムの木の廃材からつくられた椅子の導入を進め、2008年3月末で導入時からの累計は約1,000脚（27店舗）になりました。また、ビルトイン型店舗で検証していた水光熱費削減型の低コスト標準厨房導入を開始しました。今後も省エネ型設備の効果を検証し、導入店舗の拡大を進めます。2008年3月オープンした八王子植原店では、「木造軸組工法」を採用しました。この工法は、工期の短縮（約30日）が可能となるため、工事期間のエネルギー低減にもつながると考えています。



ゴムの木の廃材からつくられた椅子

# 「地球や地域」と仲良く②

## 一つひとつ小さなことを積み重ね 魅力あるお店づくりに努力します。

### 当店では プルタブを収集 鹿屋バイパス店【鹿児島】

住友生命鹿児島支社の活動に賛同し、お客さまに空き缶の**プルタブ**をお持ちいただく活動を行っています。集まったプルタブは金属として換金され、**車椅子に交換**されます。車椅子は鹿児島県社会福祉協議会を通じて利用者の方に寄贈されます。**地道なこと**ですが、社会貢献への意識づけができたと思います。



こんなに集まりました！



福田 仁美さん  
鹿屋バイパス店【鹿児島】

### 観光でおでかけのお客さまのために 奈良店【奈良】

奈良店は古くからの路地の一角にあり、**外国人観光客がとて多い**場所です。そうした方々に少しでもお役に立てばと思い、観光協会の地図(英・中・韓国語の3種)をコピーして設置しています。多くの方がそれを持って帰られます。また、スタッフの**手づくりで3カ国語バージョンメニュー**を作成しました。作成時は、留学生の常連さんにアドバイスをいただきました。



スタッフ手づくりの3カ国語バージョンメニュー



新谷 聖子さん 奈良店【奈良】  
藤中 和代さん 奈良店【奈良】

### ブラックイルミネーション 1 2007※に参加 佐賀兵庫店【佐賀】

当店では店内の照明を消し、キャンドルを灯しました。無力より微力でありたい、**微力でも足し算で大きな力となる**。未来を生きる子どもたちに大人のできることをしていきたい。ロウソクの灯りに照らされて、いつもとは違う、しっとりとした空間になりました。何より楽しかったです。※2007年6月24日20時~22時 全国のモスバーガー 129店舗が参加。



田中 滝子さん  
佐賀兵庫店【佐賀】

### モスバーガーファクトリー

お買い物のついでに、ご家族やお子さま連れでもっと気軽にご利用いただけるよう、フードコート向けの新業態「モスバーガーファクトリー」を積極的に展開しています。メニューを絞り込んでいるので、**小スペースでもスピーディにできたてをご提供**します。2008年2月より、「**ふりかけポテト**」がファクトリー店舗限定商品として登場しました。2008年3月現在、37店舗を展開中です。



モスバーガーファクトリー  
イオンモール 熊本クレア店

### 当店では チューリップの球根を 植えました 金沢諸江店【石川】

中京北陸支部は、**チューリップ**を毎年お店に植える活動をしています。お店を花でいっぱいになりたいので、私たちのお店では**約200個の球根**を植えています。パートさんを中心に配色まで考えて植えるので、春になるのが楽しみです。お客さまも「**キレイだね**」と声をかけてくださいます。



中川 真理店長  
西宮マルナカ店【兵庫】



橋場 雅代さん  
金沢諸江店【石川】

### 地球温暖化防止に向けて 1

食の安心・安全が、現代の人々だけでなく、私たちの子孫(未来)にとっても重要な問題であるように、地球温暖化問題も現代だけでなく未来にとっても重要な問題であると考えています。そこで、2007年5月、「環境方針」をモスグループ全体の方針として作り直し、事業全体で地球温暖化抑止策に取り組むうえで、省エネと資源の有効利用活動の推進、環境に配慮した店舗・商品や物流体制づくり、グリーン購入の推進を明示しました。また、2007年8月31日~10月11日に

環境省の「1人、1日、1kgCO<sub>2</sub>削減応援キャンペーン」に参加しました。期間中に「私のチャレンジ宣言カード」を持参したお客さまには「サウザン野菜バーガー」の割引サービスを実施。お客さまと一緒に地球温暖化防止運動をしました。2008年度は各店舗で、一層の省エネ活動と省エネ設備の導入を計画しています。



私のチャレンジ宣言カード

### 配送時のCO<sub>2</sub>について

1997年より他社に先駆けて、冷凍・冷蔵・常温の三温度帯を一台でカバーできるトラックを導入しています。店舗への配送はトラックが主ですが、従前より他事業者との「共同配送」を推進しています。また、モーダルシフト化も推進しており、鉄道や船舶での輸送が倉庫間輸送重量の全体の40%になりました。現在は、常温品が中心ですが、チルド品でも試行する計画です。2008年度は、適正な倉庫間輸送に努め、トラック輸送自体を減らしてきています。

### エコリーフ環境ラベル

地球温暖化の影響が国内の農作物へも及んでいる中で、環境負荷の低減を確実に進め、おいしい野菜を提供できる環境を維持することが重要と考え、「エコリーフ環境ラベル」※1の認証を取得しました。そして、生鮮野菜の内、使用量が多いトマト・レタス・タマネギについて、産地から店舗までの輸送や配送センターでの保管、包装材の廃棄といった段階で排出されるCO<sub>2</sub>量を算出し、第三者検証後、登録公開しています※2。2006年度は、レタスの配達時の、リユース可能な折りたたみコンテナボックス導入により、前年比でエネルギー使用量を5.4%、温暖化負荷を6.2%削減できました※3。

※1 経済産業省所管の(社)産業環境管理協会が推進している、製品やシステムなどの定量的な環境負荷データを開示するものです。  
※2 (社)産業環境管理協会ホームページ(<http://www.jemai.or.jp/ecoleaf/index.cfm>)からご覧いただけます。  
※3 2006年度の実績データを2007年10月に公開し、比較計算しています。

### 環境省との自主協定の成果

2006年に循環型社会の構築と地球温暖化の抑止に協働して取り組むことを目的に締結した「環境保全に向けた取組に関する協定」(2007年9月12日期限)に関して、2007年5月28日と2008年4月3日に環境省を訪問し、取り組みの成果を環境大臣に報告しました。また、協定期間後も継続して地球温暖化抑止へ向けて、さらに取り組みを進めることを約束しました。



2008年度の環境大臣への報告の様子

#### 目標 ※カッコ内は2007年度の取り組み結果

プラスチック製容器包装類について2005年度使用量の50% (重量比)を非石油系製品に転換。(50.7%)

チェーン全体での食品廃棄物について、2006年度発生量の20%をリサイクル。(26.7%)

# 「地球や地域」と仲良く③

## ごみを減らす、リサイクルする。 これからも環境保全活動を進めていきます。

【図1】モスバーガーチェーン全店舗の食品廃棄物発生量とリサイクル率(2007年度)

	分類	発生量(t)	リサイクル実績(t)	リサイクル率(%)
モスフードサービス (直営店含む)	野菜くず、 コーヒーかす 他	283	50	17.7
	廃食油	225	148	65.8
	倉庫廃棄物	227	210	92.5
	小計	735	408	55.5
加盟店	野菜くず、 コーヒーかす 他	3,596	95	2.6
	廃食油	3,640	1,625	44.6
	小計	7,236	1,720	23.8
チェーン全店	総合計	7,971	2,128	26.7

※ 廃食油は、首都圏を中心とした「廃食油リサイクルシステム」657店舗の実績

### ごみを出さない工夫 1 金沢諸江店【石川】

仕込み時に出る野菜くずは、よくパートさんが持ち帰って、ベットのエサや肥料にするなど、活用してくれています。もともとごみはそれほど出ませんが、**よりごみを出さない**ように心がけています。



中野 実之さん  
川崎アゼリア店【神奈川】



前田 享宏店長  
南紀白浜店【和歌山】



平田 亜美さん  
串木野店【鹿児島】



前田 享宏店長  
南紀白浜店【和歌山】

### 環境大賞について

お店のスタッフが、地球や地域の環境のために、**自分たちで考え、行動する**ことが、モス全体の環境活動を進めるうえで重要だという考えから、「**環境大賞**」はスタートしました。各店舗の活動を営業部長が審査し、最優秀賞・優秀賞の店舗・支部を年1回表彰する制度です。3年目を迎え、活動は着実に広がってきています。

#### 2007年度の受賞支部・店舗

- ・最優秀賞 関西支部
- ・優秀賞 甲信支部、串木野店(九州)、長崎時津店(九州)、中津如水店(九州)

### 森林保全活動を始めました

モスバーガー共栄会関西支部では、和歌山県の「**企業の森**」事業を活用し、森林保全活動を始めました。2007年11月29日に「湯の峰温泉モスの森2007植樹祭」を開催、関西支部各店舗から参加者が集まりました。植樹の場所まで急斜面の険しい道でしたが、将来の子どもたちのために少しでも貢献できて**嬉しかった**のと同時に、自然の大切さを改めて感じました。



植樹祭の様子

### 当店で 廃食油で石鹸づくり 2 串木野店【鹿児島】

独自にお店の**廃食油からつくった石鹸**を必要な方にお渡ししています。この活動をきっかけとしてスタッフの間で「**もったいない**」の意識が高まりました。もっとやれることがあるのではないかと、という気持ちで、さらなる省エネやごみ削減に取り組んでいます。



お店独自のリサイクル

### 廃棄物について 1

1店舗1日あたりのごみの発生量は【図2】のとおりです。そのうち、廃食油と野菜くず、コーヒーかすは、一部地域でリサイクルを進めています。今後も、ごみの削減とリサイクルの推進に取り組めます【図1】。

【図2】モスバーガー 1店舗1日あたり総廃棄物量(kg)

紙ごみ	11.9
プラスチックごみ	3.3
野菜くず(一部リサイクル)	4.5
コーヒーかす(一部リサイクル)	3.4
ダンボール(リサイクル)	4.2
廃食油(リサイクル)	7.5
合計	34.8

※ 紙ごみ・プラスチックごみ・ダンボールは都内のサンプル店舗、その他は全国のサンプル店舗の測定値平均から算出しています。

配送センターで発生する使用期限切れ商品・ツールなどの廃棄物は、飼料、肥料、バイオガス、RPFなどにリサイクルする取り組みを継続しています※1。2007年度は新たに沖縄のセンターでもリサイクルを実施し、全国の倉庫合計で240tをリサイクルしました(総倉庫廃棄量の92%)。しかし、2007年度の総廃棄物量自体は前年比で13%増加しました。今後は残った北海道の配送センターでの廃棄物リサイクルを目指し、廃棄物削減も継続して努力していきます。



食品廃棄物をバイオガスにする施設

※1 バイオガスとは、再生可能エネルギー「バイオマス」のひとつで、生ごみなどの有機性廃棄物や家畜の糞尿などを発酵してつくる可燃性ガス。RPF(固形燃料)とは、古紙および廃プラスチックが原料の高カロリー燃料。

### 野菜くずのリサイクル

店舗から1日に出る野菜くずやコーヒーかすなどの食品廃棄物は「食べ残り」ではなく「調理くず」という性状で、既存の配送システムの帰り便を利用しやすいことから、2003年に「配送時の原料回収システム」を始めました。これは、帰り便の活用により運送時の環境負荷を増やさずにリサイクルしようという考えにも基づいています。しかし、導入店舗は、仙台と名古屋の11店舗にとどまっています。異業種との連携も未だ進んでいません。1店舗



1店舗で1日に出る野菜くずとコーヒーかす



野菜くずからつくられた堆肥入りの栽培セット。3月11、12日の「モスの日」にお客さまに手渡しました。

### 廃食油のリサイクル 2

2007年度は、廃食油のリサイクルシステム導入地域を拡大し、657店舗で実施しました。システム未導入の地域では、自治体に認可された施設に処分を委託するようにしています。処理が適正に行われているかを確認するため、全国の主要な回収業者様や処理業者様の施設の視察、委託契約書やマニフェスト伝票の確認を行っています。



マニフェスト伝票

# ずっと正直であって欲しい～モスへの期待～



コミュニケーションの一環として、6名のお客さまに集まっていただき、座談会を開きました。「モスの社会的役割への期待・要望とは」という少々重たいテーマではありましたが、生活されている身近な視点から率直なご意見をいただきました。

開催日：2008年3月7日

場所：(株)モスフードサービス 第11会議室

お客さま：住吉五月 様、田島輝美 様、池田あす香 様、

阿比留直子 様、坂根未樹 様、平林美和 様

司会進行：ドーンブルー(株) 平井康男 様

(文中は敬称略)

当社の出席者：田村 茂

(株)モスフードサービス

取締役専務執行役員COO



## 今後のメニューづくりはどうなっていくの？

**平井**：本日はお集まりいただきありがとうございます。まず、生活者という視点から、食という部分でご意見を伺えますか？

**田島**：モスは子どもに野菜をたくさん食べさせられて良いですね。娘はスープが好きだし、すべて揃っているからありがたいです。

**坂根**：他のファストフードより野菜がちやんととれるイメージですね。

**平林**：キッズシアで子どもがモスのお仕事を体験できることを知りました。モスは大人向けのお店だと思っていたのですが子ども向けの心配りも行っているんですね。おもちゃセットなどは出さないのですか？

**住吉**：意外と高齢者にモスファンが多いです。3度の食事でどれだけモスに助けられたことかと介護をしている友人に聞きました。高齢化社会への貢献について、何か考えていたら教えてください。

**田村**：創業者が日本人の舌の感覚をよく捉えていて、肉と野菜のバランスを大切に商品開発してきました。野菜を入れるにしても良いものを使いたいという思いが継承されています。また、ライフステージが変化し、自分の嗜好より子どもにとっていいことがあるかどうか考えるようになってきています。今後、キッズメニューやおもちゃなどの研究も大きな要素だと思いますし、高齢の方を含めお客さまのセグメントに合わせたサービスを考えていきたいと思っています。もっとゆったりした空間でくつろいでもらいたいし、モスはそれができると思っています。いずれ宅配で、体の悪いところを考慮したメニューを届ける、といったこともできるのではないかと…と思っています。

**田島**：小麦の値段が上がっていますが、モスも値上げをするのでしょうか？また、最近米粉のパンがありますが、使う予定はありますか？

**坂根**：ご当地メニューはその土地でしか食べられないのですか？

**田村**：3月28日から一部値上げさせていただきます。上げたくないですが、お客さまにもご協力いただかなければならないところまできています。米粉については勉強しています。価格も安定してくると思うし、小麦粉より長く使えるので、安心して使える食材だと思っています。ご当地メニューは、その土地の良い食材と商品開発のノウハウを折り込んで生まれた商品で、基本的には地産地消の考えですが、他地域で販売した商品もありますし、場合によっては「地産他消」にしても、おもしろいかもしれませんね。

**住吉・阿比留**：「モスライスバーガーつくね」を復活させて欲しいです！

**田島**：クーポンはないのですか？ケータイだともっと良いですが。

**田村**：“ハンバーガーはパン”という既成概念を外し、時代に合ったおいしいものをつくるのが大事だと考えて、私が最初に担当したのが「モスライスバーガーつくね」でした。2007年は、一度期間限定で復活させました。さらに磨いてどこかで復活させたいですね。また、2007年より大々的にクーポンを取り入れています。今まではクオリティが良ければいいと思っていたのですが、足を運んでもらうきっかけになるなら、と思い始めました。ケータイの会員登録\*も始めています。

## 地域社会への役割をどう考えているの？

**平井**：地域でどんな存在であって欲しいと思いますか？

**田島**：お店を増やして欲しいです。近所のお店が閉店してしまったので。また、小さい子どもを遊ばせるスペースがちよっとでもあると騒がずにくれるので嬉しいです。もしそういうお店があったら口コミで母親の間に拡がります。それからベビーカーでモスに入るとき、段差があって不便を感じるがあったのですが、バリアフリーにはできないのですか？

**田村**：すみません、拠点が少ないですね。実は店舗は減っています。大型ショッピングセンターができて商圏が変化したり、閉店せざるを得ない心苦しい事情もあります。でも、新しい出会いの場としての物

件を積極的に探しています。キッズスペースは、すでにつくり始めています。都心部ではスペース上むずかしいですが、今後増やしていきたいと思っています。ライフステージに合わせ、店舗にも付加価値をつけていかなければいけない時代になったと思います。バリアフリーについては、完全にはむずかしいですね、入り口やトイレにスロープをつくったり、通路に手すりをつけたり、可能なところから取り組んでいます。

**坂根**：入り口やお店の周りに緑やお花があったり、手書きのメッセージ黒板やメニューが外に置いてあるのは入りやすいですね。

**平林**：夜、街中のファストフードは蛍光灯の光が目立ちますが、煌々と

しすぎて入りにくい。モスは温かみのある光で、ふんわりとした入りやすいお店であって欲しいです。

**住吉**：練馬駅店[東京]のような、駅構内からでも入れるお店が増えるといいですね。新しくつくる時にガラス張り太陽の光が降りそそぐ、明るいお店というのはどうですか？

**田村**：そういう明るいお店は開放的で気持ちが明るくなりますね。お店が暗いと気持ちも暗くなります。自動で調光ができる店もあり、たとえばクリスマスシーズンにはムードをつくる工夫をしています。また、店頭の花を置いて季節を感じてもらい、良い波動として道行く人々に伝えていきたい、ということも以前より続けています。黒板はスタッフが交代で季節感のあるメッセージを工夫して書いています。黒板を見てくれた人に「頑張ろう」と思ってもらえればいいなと思っ

ているのですが。

**阿比留**：よく行くモスには個室のようなスペースがありとても良いです。こういうゆったりしたスペースがあると良いと思います。

**坂根**：もっと座りやすいソファの椅子などにして欲しいです。大崎カフェはゆったりして入りやすかったです。全国のお店が大崎カフェのように変わるといったことはあるでしょうか？

**田村**：今の時代、個室の感覚が求められているようですね。スペースの余裕があるところならいいかもしれませんね。温かい空間にするために、冷たい感じの椅子はやめようと言っています。ソファタイプの椅子を多く使っているのはカフェの店舗ですが、全国につくるというのは考えにくい。ただ、市場として可能性のあるところにはつっていきたくと思います。

## 環境への取り組みを期待しています！

**平井**：昨年のレポートの印象やご要望などをお聞かせください。

**阿比留**：野菜くずを肥料にするのはすごく良いですね。世の中リサイクル、と言われているのでちゃんとやっているなと思いました。

**池田**：ごみを減らす取り組みに共感。陶器の食器で出てくるのは珍しいと思っていましたが、なるほど、と思いました。使い捨てのおしぼりではなく、布製のおしぼりにすればもっとごみ減量になるのでは？

**田島**：ISO14001を取得されているようですが、あまり強調していないように感じます。また、マイカップを持って行くと割引になるというような取り組みは考えていませんか？

**田村**：布製のおしぼりに関しては衛生面との兼ね合いでむずかしい面がありますね。でも、前向きに検討はしていきたいです。ISO14001に

ついては取得から4年も経つのでメッセージが少ないかもしれません。モスはフランチャイズまで全店が取得していることはアピールできる場所だと思っています。また、マイカップについては、今はそういう時代だと思っています。最近マイ箸や、マイ漬物(漬物キーブ)までありますよね。環境面もさることながら、パーソナルな感じを表現できる「マイ〇〇」というのは大切な要素だと思いますので検討させてください。

**平井**：最後に、皆さんにとってモスのお店や会社がこうあって欲しい、こうだったらステキだな、ということをお願いします。

\* ケータイ会員登録：<http://mos.jp/mm>もしくは右のQRコードから、登録画面にアクセスできます。今後、クーポン配信を予定しています。



## こんなチェーンであって欲しい！

**正直であって欲しい。**

今、世の中でいろいろな問題が起きていますが、モスは開かれた企業であって欲しい。練馬駅店で障害者の方が笑顔でいきいきと働いているのはとても好印象。感じ方は人にもよりますが、そういうところを上げて行って欲しいです。(住吉)

**開かれた企業であって欲しい。**

これだけ環境に取り組んでいるので、モス主催の環境イベントがあればアピールにもなるし、私たち消費者が参加することで環境問題を考えるきっかけになります。(田島)

**働いている人がいきいきと笑顔でテキパキ働くお店であって欲しい。**

また行きたいと思える店であって欲しい。(池田)  
店員さんが温かい感じのお店であって欲しい。(坂根)

**若い人が責任をもって働ける店に！**

若い人たちがもっと責任をもって働ける、働きやすい環境であればいいと思います。(阿比留)

**おしゃれであって欲しい！**

他のファストフードよりおしゃれであって欲しい。看板を駅につけるにしても、他と同じようではなく、おしゃれだな、一人でも行きたいと思えるようなものにして欲しい。(平林)

**駅で目立つように！**

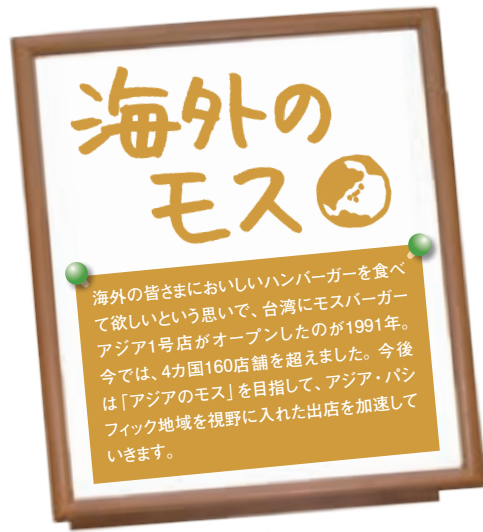
駅でモスの看板が目につきにくく、もったいないなと思います。もっと工夫して欲しい。(坂根)

**体にやさしいものをたくさん使ったメニューをつくって欲しい。**

(阿比留)

皆さま、ありがとうございました。モスには、正直なこと、正しいことをやるという企業文化があるので、これをまじめに継承し、スタッフにはこの仕事人が人を幸せに、元気にする、誇りのある仕事だということを改めて伝えていこう努力します。そしていろいろなメニューにトライし「いいものをつくったね!」と言ってもらえるようにします。もっとステキだな、と発見できるものをつくっていけるよう今後もチャレンジしていきます。今回いただいたご意見は、今後役に立て、お客さまの幸せづくりに貢献していきたいと思っています。(田村)

ご意見・ご感想などございましたら、挟み込みのアンケートにご記入ください。



# 「アジアのモス」を目指して、海外のお客さまにもおいしいハンバーガーをお届けします。

**1** 近所の児童病院に長期入院している子どもたちのために、ハンバーガーの製造実演試食会を定期的に行っています。

**1** 隣の小学校の登下校時の交通整理のボランティアを週2回、交代で行っています。

**2** 飲食店における「奉仕」の考え自体、香港にはなかった考えなので新鮮です。それを**体現**できるように頑張ります。

**2** お店で、お客さまが「幸せ」を感じてくれることは、**自分にとっても非常に嬉しいこと**。お客さまに与え、お客さまから与えられるというサイクルを大切にしたいです。

**3** 電気や水道はもちろん、ごみ袋でも**無駄遣いしない**ように心がけています。さらに商品・接客レベルを上げて、モスブランドを高めたいです。

**4** 「食を通じてお客さまを幸せにする」というモスの目標に共感し、いつもそれを心がけて仕事をしています。また、タイ国内にモスの企業理念「人間貢献・社会貢献」を広めたいです。

張 宜芬店長 嘉義店 [台湾]

林 庭婷店長 復興南路店 [台湾]

Cathy店長 APM店 [香港]

Barton店長 ランナムプレイス店 [香港]

Benson店長 トアバヨ ハブ店 [シンガポール]

Rinthida Denphitad店長 セントラルチットロム店 [タイ]

## 1 台湾のモスバーガーについて

1990年に合弁会社「安心食品サービス(股)」を設立し、翌年2月、台北市に1号店(新生南路店)をオープン、2008年3月現在で132店舗を展開しています。牛肉はニュージーランド産、豚肉・鶏肉は台湾産、野菜も入手にくい季節以外は台湾産を使用しています。また、野菜を中心にホームページでの生産履歴の公開<sup>\*1</sup>や、店頭での黒板での生産地のお

知らせを行っています。店舗衛生については、1日4回の温度チェック、入店時の手洗いの徹底、新人スタッフへの教育に努めています。お持ち帰り用ビニール袋が法律で有料のため、紙袋のままお渡しし、サラダ容器とコールドドリンクの一部にバイオマスプラスチック容器を使用するなど環境に配慮しています。

モスフードサービスの子会社、魔術食品工業(食材加工会社)は、2007年12月に食品安全マネジメントの「ISO22000」及び「HACCP」を取得。「安全でおいしいものを食べると、人は幸せになる。だから、安心・安全でおいしい、高品質な商品をつくり続けよう」という思いで、誇りと使命感を持って商品づくりに取り組んでいます。

<sup>\*1</sup> 以下のウェブサイトにてご覧いただけます。台湾のモスバーガーホームページ→生産履歴 <http://www.mos.com.tw>



桃園武陵店

## 2 香港のモスバーガーについて

2006年にモスフードサービスの子会社「モスフード香港社」が運営する1号店(APM店)がクントン地区にオープンしました。大好評をいただき、2008年3月現在で6店舗にまで成長しています。アフターオーダー+迅速提供に努めており「自分が行きたいお店」「何でもある香港で、お客さまから選んでいただけるお店」を目指して努力しています。



沙田西田店

## 3 シンガポールのモスバーガーについて

1992年に「モスフード・シンガポール社」<sup>\*2</sup>を設立し、翌年5月、1号店(イセタンスコッツ店)をオープン。2008年3月現在で21店舗を展開しています。モスライスバーガーの人気が高く、シンガポールオリジナルメニューも含め、現在7種類販売しています。

2005年にはシンガポールの飲食店で初めてISO14001の認証を取得しました(目標と実績は【図1】参照)。今後は、中期経営計画でビジョンを明確にし、シンガポールでの環境配慮企業の先駆者的立場として、さらに積極的な取り組みを進めます。

<sup>\*2</sup> モスフードサービスの子会社。  
<sup>\*3</sup> シンガポールのモスバーガーのホームページ <http://www.mosburger.com.sg>



IMM店

【図1】シンガポールISO14001目標と結果

- 水道使用量(店舗のみ)  
目標数値 18,465.69cum 実際使用量 16,765.86cum目標の90.79%に抑えました。
- 紙使用量(事務所のみ)  
目標数値 650ream 実際使用量 638ream 目標の98.15%に抑えました。
- 電気使用量(店舗+事務所)  
目標数値 4,285,836kWh 実際使用量 4,057,982kWh 目標の94.68%に抑えました。
- 2007年度の主な活動
  - ガイドライン作成(オフィス/店舗)
  - 目標設定(オフィス/各店舗)
  - 店舗サイド
    - ・各店舗具体的数値目標提示
    - ・電気スイッチ部分にシールで色分けして利用する箇所のみ電気使用を徹底
    - ・閉店後のコンセント部分の主電源オフ徹底
    - ・ISO責任者から各店への定期的活動実績報告
  - オフィスサイド
    - ・オフィス具体的数値目標提示
    - ・電気スイッチ部分にシールで色分けして利用する箇所のみ電気使用を徹底
    - ・両面コピー
    - ・使用期間が終了したトレーマットの裏側を利用した印刷
    - ・ISO関連のポスター掲示
    - ・スタッフによるISO強化ポスター作成&オフィス内掲示
    - ・定期的活動実績報告

## 4 タイのモスバーガーについて

2006年に合弁会社「モスフーズタイランド社」を設立、2007年3月に1号店(セントラルワールドプラザ店)がオープン、予想以上のお客さまにご来店いただいています。2008年2月にセントラルチットロム店、3月にサイアム・バラゴン店がオープンしました。食材は、一部の食材(チーズ、ハラペーニョ)以外はすべてタイ国内から調達しています。店内でのドリンクはグラスでご提供し、テーブルサービスを実施しています。衛生管理については、スタッフへの教育に力を入れ、取り組みの徹底と意識向上に努めています。環境面では、ごみの削減に努めています。



セントラルチットロム店

# モスバーガー以外のお店

モスフードサービスでは、モスバーガーのノウハウや経験を活かして新規事業を展開しています。2007年度はISO14001取得に向けて全店で環境活動に取り組みました(2008年2月範囲拡大)。マザーリーフ事業ではフランチャイズ展開を本格的に始めました。

## いろいろな「おいしい」をお客さまにお届けしたい。

### 1 ちりめん亭

あっさりした醤油味で飽きのこないおいしさ、元気な小麦の味が広がる麺を使った「中華そば」専門店チェーン。誰でも気軽にご利用いただけるアットホームな店づくりをコンセプトにしています。1986年に1号店の新高円寺店(東京)がオープンしました。環境保全に向けては、水道使用量5%削減を目標に掲げ、ちりめん亭本部、加盟店が一致団結して施策に取り組みました。



上石神井店【東京】

※ 株式会社モスフードサービスの子会社、株式会社トモが運営。2008年3月末現在、65店舗を展開しています。

### 2 AEN(あえん)

畑の土づくりからこだわったミネラルバランスに優れた野菜と、丹精込めて育てられた栃木産桜山豚と厳選黒豚を中心に、四季折々の旬菜料理を提供するレストラン。人と食の原点を見つめ直し、素材の味わいを最大限に活かした新しい「食」をご提供することが、コンセプトです。1999年に1号店の自由が丘店(東京)がオープン。2008年1月には芝離宮店(東京)がオープンしました。環境への取り組みは、廃棄物の削減を目的とした仕込み時などに発生する食品ごみの計量、資源有効活用のデイリーチェックを始めています。



丸井瀬口店【神奈川】

※ 株式会社モスフードサービスの子会社、株式会社四季菜(しきな)が運営。2008年3月末現在、10店舗を展開中。

**1** 明るく笑顔で接し、お客さまが**お帰りになる際に忘れずにお声かけ**しています。ていねいな言葉遣いを心がけ、お客さまの立場に立ったサービスができるように努力しています。

ちりめん亭 牛込北町店【東京】  
渡辺 正子さん(左)  
矢野 芳江さん(右)



**2** 料理に興味を持っていただけるよう、**ごほうびがなぜこの厚さなのか**をご説明したり、料理をする際の**コツ**をお教えしたりします。お客さまと**お話しするのは楽しい**です。

AEN 芝離宮店【東京】 近藤 裕士さん



**3** お客さまを笑顔にするため、**心を込めておもてなし**します!

マザーリーフ 東銀座店【東京】  
東泉 美香さん



### 4 カフェ・レジェロ

マザーリーフの新業態として開発された、選りすぐりのコーヒーと手づくりスイーツのお店。気軽にご利用いただけるよう、カジュアルなセミセルフ・スタイルを採用しています。環境への取り組みは、マザーリーフ同様、廃棄物の削減を目指し、食品ごみの計量を実施しています。



アステイ静岡店【静岡】

※ 株式会社モスフードサービスが運営。2008年3月現在、5店舗を展開中。

**5** フードコート内のお店なので、お客さまと接する機会は限られていますが、**ちょっとした接点を大切に**して、心を込めて商品をつくっています。

ステファングリル ららぽーと横浜店【神奈川】 富田 晴義店長

**4** ゆっくりされるお客さまも、**ちょっとお立ち寄りのお客さまも、楽しんでいただけるよう、温かい接客と明るい笑顔**で日々、頑張っています!

カフェ・レジェロ アトレ大森店【東京】  
稲村 哲子さん



### 5 ステファングリル

素材にこだわり、ポリウムたっぷりの自家製ハンバーグやふわふわたまごのオムライスを手頃な価格でスピーディに提供のお店。ショッピングセンター内フードコートに展開しています。豊富なトッピングやソースを選ぶ楽しさがあるのも特徴のひとつです。環境への取り組みは、廃棄物の削減を目指し、食品ごみの計量を実施しています。



イオンモール羽生店【埼玉】

※ 株式会社モスフードサービスが運営。2008年3月現在、11店舗を展開中。

**6** 言葉遣いに気をつけ、お客さまの立場に立った接客を心がけています。席をお待ちいただく場合、**不安にならないようお声をかける**ようにしています。

シェフズブイ 横浜ランドマークタワー店【神奈川】  
井手 千鶴さん



### 6 シェフズブイ

旬の野菜のおいしさと「野菜をおいしく食べたい」をコンセプトに、体にやさしい料理を提供するベジタブルレストラン。シェフの技術がふんだんに盛り込まれた、独創的な料理がたくさんあります。環境への取り組みは、廃棄物の削減を目的とした、仕込み時などに発生する食品ごみの計量や、資源有効活用のデイリーチェックを行っています。



丸ビル店【東京】

※ 株式会社モスフードサービスの子会社、株式会社シェフズブイが運営。2008年3月末現在、東京と神奈川で3店舗を展開中。

### 株式会社エム・エイチ・エス

食品の衛生検査・管理・指導を行っており、食品業界に幅広く取引先があります。原材料から最終消費までを一連の流れとしてシステム管理する方法を早くから取り入れてきました。また、GMP・HACCP・トレーサビリティなどの考え方を取り入れ、現実的かつ簡潔明快な業務を目指しています。2007年にISO9001を認証取得しました。

### 株式会社モスヒューマンアカデミー

社員やモスバーガー店長の教育研修、店舗オープン時のトレーニングや運営支援、教育マニュアルの作成、モスバーガーで働くスタッフの給与計算、人材派遣などを行うモスフードサービスの子会社です。「マスターライセンス制度」(33ページ参照)の管理もしています。各地域開催の研修「店長学校」では、環境に関する教育にも力を入れています。

### 株式会社モスクレジット

主にモスバーガー加盟店様対象に、モスバーガー本部提案による制度融資や、モスバーガー共栄会保障制度による保険代理店業、POSレジなどの機器のリース、レンタル業務、決算書のデータ管理などを行うモスフードサービスの子会社です。

### 株式会社エム・イー・エス

モスグループの店舗で使用される、厨房機器・看板・家具・マイク設備などの什器、エアコン・換気・電気などの設備に関するメンテナンスの受付手配や、什器・消耗品などの受発注手配を行うモスフードサービスの子会社です。

# コーポレート・ガバナンス

## コーポレート・ガバナンス

2009年3月期から適用される金融商品取引法（日本版SOX法）に対応するため、2008年3月に監査室を新設し、内部統制グループと内部監査グループを統合しました。これにより、財務報告に関わる内部統制体制の強化を図ります。◎[図1]

## 倫理憲章

2007年9月に「モスバーガーチェーン倫理憲章」は、モスグループ各社及びフランチャイジーにまで適用されることを明確にするため、一部字句を修正のうえ、これを「倫理憲章」と改めました。この憲章は、事業活動を行うに当たっての普遍的価値を定めるものであり、モスグループで働く全員は、お客さまや自分たちを取り巻く社会に対する「約束」であることを常に忘れず、その精神とそこに掲げられている理念を誠実に実行しなければなりません。

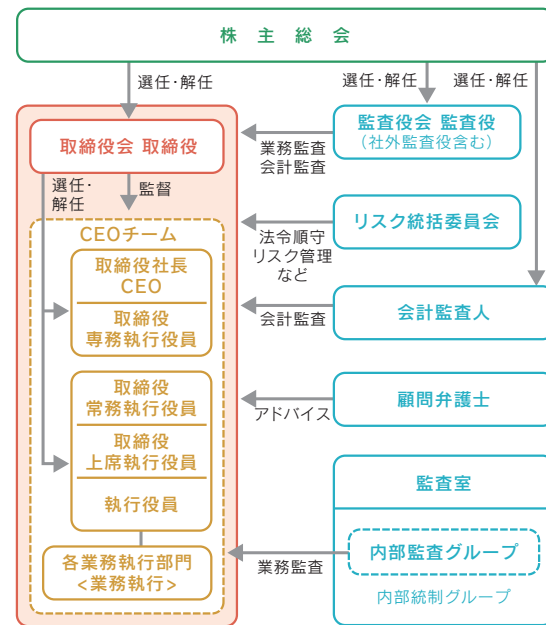
## モスグループ企業行動基準

「倫理憲章」の精神と理念を実現するために取るべき日々の行動を定めたものが、「モスグループ企業行動基準」です。モスグループは、一人ひとりが自ら職場の問題に気づき、それを未然に防止し、早期に解決していくことが本当のCSR経営であると考えています。そのために2007年9月の改訂にあたり、この企業行動基準を常に携帯し、座右において活用できるようにこれまでの冊子の形から「MOS Compliance Book」としてシステム手帳に収納する形に改めました（右写真）。モスグループで働く全員は、真の意味で企業風土として根づくよう、自主的に考え、率先して行動していきます。

## モスの考えるCSR経営

モスグループにとってCSRの取り組みは決して新しいことではなく、創業以来の経営理念や企業目標を再確認し、それを当たり前のように徹底して取り組むことであり、いわば「古くて新しい」取り組みです。この「凡事徹底」の心構えで、モスグループに求められる社会的要請を認識し、ステークホルダーの皆さまとの信頼関係を築いていきます。◎[図2]

[図1]コーポレート・ガバナンス体制図



### 倫理憲章

- 一、理念
    - ① 人間貢献
 

私たちは、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。そんな職場（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、社会（お客様）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、一お店全体が善悪に満ちあふれ、誰に接しても親切で優しく明るくからかて、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」「ほのほのとした暖かさ」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
 

私たちは、あらゆる法令、社会規範、ルールを遵守しながら、誠実に公正な営業活動を実施するとともに、特に食品の安全に関する法令は厳格に遵守し、安心、安全な商品をお客様に提供し続けることによって、お客様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
 

私たちは、自由で開かれた風土を尊重し、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。
- この憲章は、モスグループ各社（株式会社モスフードサービスとその子会社）とそのフランチャイジーが事業活動を行うに当たっての普遍的価値を定めるものであり、そこで働く私たちは、この憲章がお客さまや私たちを取りまく社会に対する「約束」であることを常に忘れず、その精神とそこに掲げられている理念を誠実に実行しなければなりません。



MOS Compliance Book

経営理念	人間貢献 お客さまの幸せづくりに奉仕する 社会貢献 地域社会の幸せづくりに奉仕する
企業目標	食を通じて人を幸せにすること

## 財務報告に関わる内部統制システム

2007年12月に、財務報告に関する内部統制システムの基本となる「モスグループ内部統制基本方針」を定め、内部統制システムを効率的に整備・運用するために、取締役社長CEOを自ら委員長とする内部統制委員会を設置しました。また、財務報告に関する内部統制システムの評価は日常業務から独立した視点で、内部統制評価チームが行います。◎[図3]

## リスクマネジメントとコンプライアンス推進体制

取締役社長CEOを最高責任者、取締役専務執行役員CFOを統括責任者とし、CFOはリスクマネジメントとコンプライアンス推進体制におけるPDCAサイクルの確立について、取締役会に対し責任を負っています。◎[図4]

**リスク統括委員会**：リスクとクライシスのマネジメント<sup>\*1</sup>に加え、コンプライアンス体制の推進を担っています。1名以上の社外委員と社内委員で構成する取締役会の常設の諮問機関です。

**コンプライアンス部会と食の安全対策部会**：専門知識を有する社内の委員で構成する専門部会です。

**CSR委員会**：取締役と執行役員全員で構成し、CSR経営の推進に加えて、リスクマネジメントとコンプライアンスを含む内部統制システム全体についての牽制機能も担っています。

\*1 リスクマネジメントは想定される危険要因を最小限に抑えるための危機管理。クライシスマネジメントは不測の事態が生じた際に素早く対応すること。

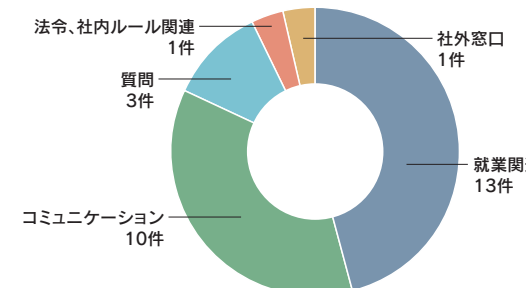
### ●コンプライアンス研修

2007年度はコンプライアンス研修として集合教育とe-ラーニングを各2回実施しました。e-ラーニングは全役員及び全従業員が受講し、修了後も繰り返し学習できるようにコンテンツのテキスト(右写真)も配布しました。

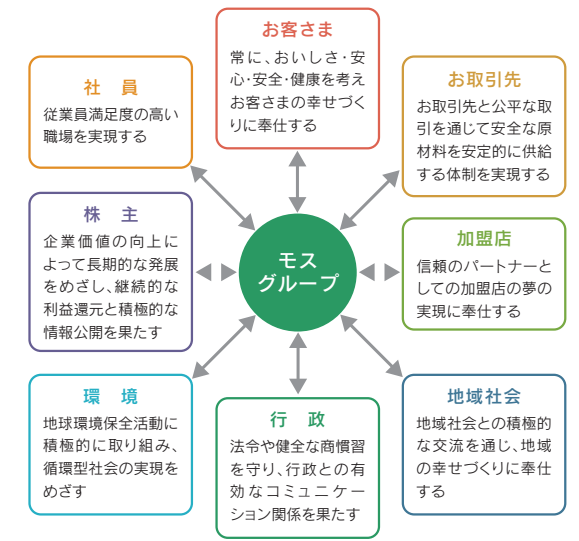


クイズで学ぶコンプライアンス（第一法規）

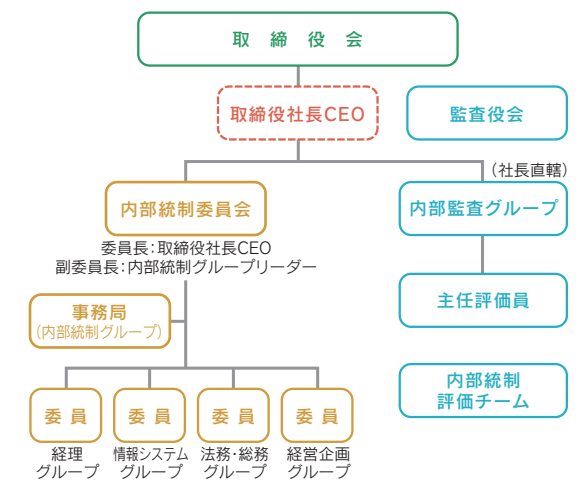
### ●2007年度モスヘルプライン相談実績



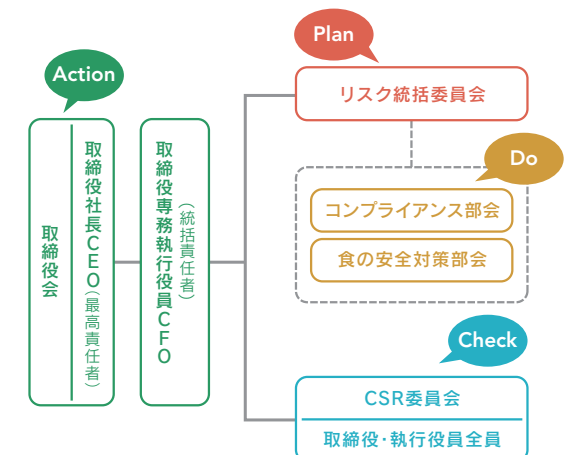
[図2]ステークホルダーへの基本方針



[図3]財務報告に関わる内部統制システム



[図4]リスクマネジメントとコンプライアンス推進体制



# 環境マネジメントシステム

## モスグループ環境方針

### 基本理念

私たちは「食を通じて人を幸せにすること」という目標のもと、「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。

### 環境行動指針

私たちは、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. 私たちは、事業活動に関連する法規制および受け入れを決めたその他要求事項等を守り、汚染の予防を図ります。
2. 私たちは、持続可能な社会を次の世代に残すため、事業活動全体において、地球温暖化抑止策に以下のとおり取り組みます。
  - (1) 省エネルギーと資源の有効利用活動「3R-リデュース(削減)、リユース(再利用)、リサイクル(再資源化)」を推進します。
  - (2) 環境に配慮したお店づくり、商品づくり、および物流体制を推進します。
  - (3) 使用する備品や資材などのグリーン購入を積極的に推進します。
3. 私たちは、モスグループで働く全員と事業活動を支える人々の環境に関する意識向上のために、環境教育・訓練および啓発活動を進めます。
4. 私たちは、社会の役に立つ存在であり続けるため、地域社会と連携し、環境保全と啓発に努めます。
5. 私たちは、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。
6. 私たちは、環境方針ならびに環境マネジメントシステムの継続的改善の進捗状況を公開し、積極的に外部とのコミュニケーションをおこないます。

2007年5月21日改訂  
(2003年7月28日 モスバーガー環境方針制定)

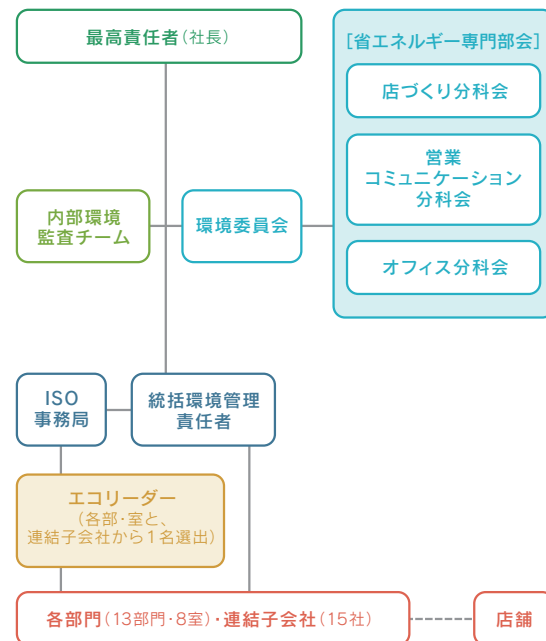
## 環境方針

事業活動がもつ環境影響を認識して、積極的に環境活動に取り組むことを目指し、「環境方針」を定めています。2007年5月には、国内連結子会社への環境マネジメントシステム拡大に向け、「モスグループ環境方針」として改訂し、地球温暖化抑止策に取り組むことを明示しました。

## 環境マネジメント体制

社長を最高責任者とする体制のもと、推進しています。モスフードサービス及びモスバーガーチェーン店舗が対象でしたが、2007年度より連結子会社各社と、関連する店舗に拡大しました。(株)モスフードサービス各部門と連結子会社から1名ずつ「環境管理責任者」と「エコリーダー」を選出し、「エコリーダー」は、推進を担当するとともに全員が毎年度、内部環境監査員として内部監査を行います。◎[図1]

[図1]環境マネジメント体制



## 内部環境監査

環境マネジメントシステムがPDCAに基づいて適正に運用されているかをチェックするため、年1回、内部環境監査を実施しています。なるべく多くの社員が関わることを目指し、2007年度は38名を新たに加えた230名が内部監査員となりました。また、内部監査実施前の「セルフチェック」を継続的に実施しています。連結子会社及び関連店舗では、ISO14001の知識や基本的な活動記録などを中心に監査しました。◎[図2]

### ●店舗の内部環境監査

2007年度は前年度と比べ、不適合件数は若干減少しましたが、活動記録が不十分な店舗への指導不足という課題が残りました。前年度の外部審査の「緊急事態の手順テスト方法が、実態に合わないものがある」という指摘を受けて、各担当スーパーバイザーが実態に合ったテスト方法を店舗に指示し、実施しました。連結子会社関連店舗では、基本的活動の実施を確認しました。

### ●モスフードサービスの各部門と連結子会社の内部監査

監査経験者と新しい内部監査員がチームとなって取り組むよう、工夫しています。2007年度は目標達成への進捗管理不足や、点検する仕組みの不備などが指摘されました。前年度の外部審査での「内部監査のチェック内容が定性的でパフォーマンスなどの深まりが不十分」という指摘を受け、部門ごとの実施計画の達成状況を重点的に確認するなど、監査レベルの向上につなげました。連結子会社では、EMSの基本的な仕組みと実施方法を確認しました。

## ISO14001認証をグループ全体に拡大

2004年3月に認証取得した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加え、国内連結子会社と関連店舗を含めた範囲に拡大しました。2008年2月に、外部審査機関によるサーベイランス審査を実施。審査の結果、引き続き適合と判定されました。

## 環境教育について

2007年度は環境教育の対象を、モスフードサービス及びモスバーガーチェーン全体からモスグループ全体の社員や店舗のスタッフにまで拡大して、積極的に実施しました。◎[図3]

[図2]内部監査実施概要、指摘件数

内部監査実施概要		
実施期間	対象部門・会社	対象店舗
2007年10月1日～ 2008年1月30日	40 (統括環境管理責任者、 ISO事務局含む)	1,483店
内部監査による指摘件数		
	分類	2007年度
店舗	重大	302件(162店)
	軽微	485件(215店)
オフィス	重大	7件
	軽微	14件
廃棄物管理責任者	重大	1件
	軽微	3件



ISO14001登録証

[図3]環境教育実施状況

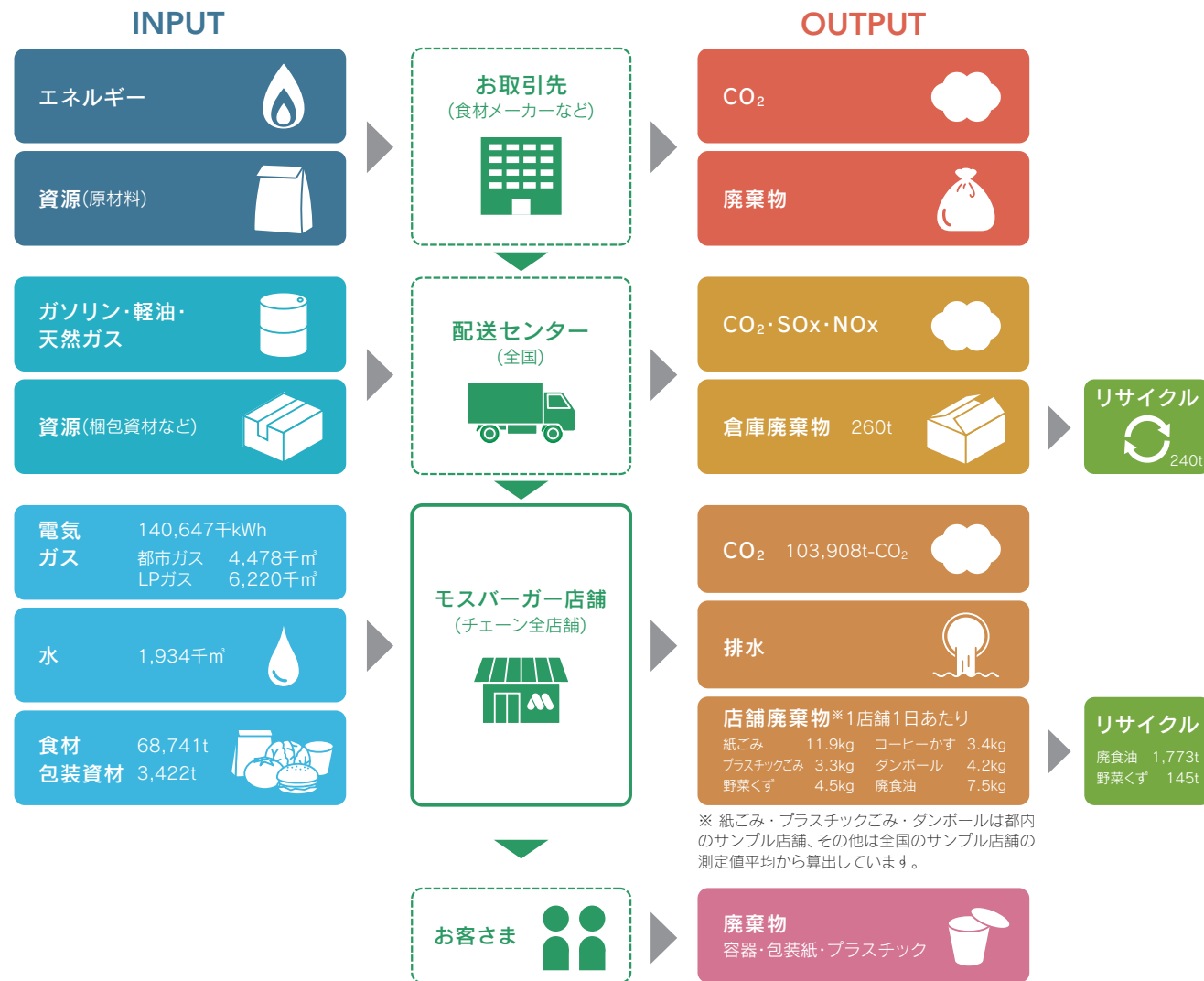
対象者	内容・目的	講師	開催回数(回)	参加人数(人)
本社役員及び管理職以上 連結子会社の環境管理責任者	気象から見た地球温暖化～最新情報～	外部	1	87
全社員より参加募集	モスの環境ふれあい研修	外部	1	16
新入社員	環境とお店	社内	1	9
内部監査員(新規)	内部監査員養成	外部	1	38
内部監査員	内部監査説明会	社内	1	30
スーパーバイザー	内部監査と環境法規	社内	1	108
全社員(e-ラーニングによるテスト)	モスのコミュニケーションレポート内容理解	社内	1	686
モスフードサービス社員(出向者含む)	環境経営戦略ゲーム	社内	11	163
店長	地球温暖化とISO14001の今期の活動について	社内	72	1,443
連結子会社店長	ISO14001のしくみ、環境法規	社内	9	66
パート・アルバイト	ecoモス通信	-	6	-
ちりめん亭加盟オーナー	事業方針説明会にてISO14001取得に向けての説明	社内	1	27
連結子会社社員	ISO14001のしくみ	社内	6	53
連結子会社環境管理責任者	法規制の順守評価の手順説明	社内	1	11



# 事業活動と環境影響

事業活動の各段階での環境影響を把握し、環境活動全体を通しての環境負荷低減に努めています。

## モスバーガー店舗(直営店・加盟店)の活動による環境影響



## 本部の活動による環境影響



\*環境会計はホームページ(<http://www.mos.co.jp/>)上で公開しています。

# 環境目的・目標結果 (2007年度抜粋)

部門単位で目標を設定し、実績の評価を行い、環境活動の改善に継続的に取り組んでいます。「中期環境行動計画」の項目に合わせて整理をしました。

🌸 2007年度の目標を大きく達成 🌸 2007年度の目標を達成 🌿 2007年度の目標を未達成

中期環境行動計画	対象部門	2007年度目標	判定	結果
1	国内関連会社及び店舗	子会社のISO認証取得	🌸	国内連結会社、関連店舗で認証取得
	モスバーガーグループ全体で、環境保全活動を推進します	海外営業グループ 台湾:売上10万円あたりの電気使用量を2005年度比で0.5%削減 シンガポール:売上1,000ドルあたりの電気使用量を2005年度比で15%削減	🌸	1.7%削減 23.6%削減
2	モスバーガー全店	水道使用量を売上100万円あたり1%削減(2006年度入力実績店使用量×99%)	🌸	16.9%削減
	モスバーガー全店	2007年8月までに本社電気使用量を2002~2005年度比で3%削減(2007年9月から、新社屋での全社計測)	🌸	12.5%削減
	モスバーガー全店	2007年8月までにコピー用紙購入量を2005年度比で10%削減(2007年9月から、新社屋での全社計測)	🌸	18.6%削減
	モスバーガー全店	アグリ事業グループ ピッキングセンターから排出される野菜残さのリサイクル率 65%	🌸	86.7%
	モスバーガー全店	商品管理グループ アグリ事業グループ エコリーフ2006年度実績の登録公開	🌸	2007年10月12日登録・公開
	モスバーガー全店	アグリ事業グループ 社会貢献グループ サンクレイズ農場稼働によるエネルギー削減(2007年11月~2008年3月 40,195t・km削減)	🌿	21,270t・km削減 達成率 53%
3	モスバーガー全店	社会貢献グループ チェーン全体で食品リサイクル 25%を達成	🌸	26.7%
	モスバーガー全店	システムグループ バックヤード用低環境負荷省電力器具の導入 5店舗	🌸	5店舗導入
	モスバーガー全店	企画開発グループ ラバーウッドチェア 800脚を導入	🌿	796脚導入
	モスバーガー全店	商品企画開発グループ 地産地消志向メニューの開発(研究・導入)	🌸	年間2品のメニュー導入
4	モスバーガー全店	購買戦略グループ 食品に直接接触する石油系製品脱石油化	🌸	2008年度導入素材開発
	モスバーガー全店	コンプライアンス統括グループ モスバーガー調達ガイドラインの整理及び検討・モスの一括表示統一ルールとガイドラインの作成	🌸	ガイドラインの作成
5	モスバーガー全店	マーケティング部 ガイドライン確認及びグリーン購入促進	🌸	折込チラシ類への運用
	モスバーガー全店	総務グループ グリーン購入率 70%	🌸	76%
6	モスバーガー全店	広報IR室 CSR・環境に配慮した活動の情報開示 6件	🌸	7件
	モスバーガー全店	広報IR室 ホームページ「社会・環境への取り組み」ページのアクセス件数アップ 18,200回/年	🌸	25,914回/年
7	モスバーガー全店	共栄会担当室 環境に対する啓発活動「環境大賞」の制定と認定	🌸	2支部+3店舗を表彰
	モスバーガー全店	人材開発室 人事考課基準の環境項目に対し考課者の一般職への評価を反映させる	🌸	人事考課表に反映、考課実施
7	モスバーガー全店	マーケティング部 環境コミュニケーションの発信	🌸	「ソトコト」抜き刷り版を全店で配布
	モスバーガー全店	立地調査グループ 土壌汚染防止対策	🌸	店舗物件取得時の情報確認

# モスバーガーのフランチャイズチェーン

# 株式会社モスフードサービスについて

## フランチャイズチェーン

フランチャイズチェーンシステムとは加盟店がモスバーガーの看板を掲げ、商品を販売し、店舗指導を受ける対価としてロイヤルティを払うシステムです。「お客さまに喜んでもらえることを自分の喜びとする」というモスの考えに共鳴する方々に加盟していただいています。本部と加盟店、及び加盟店同士が緊密にコミュニケーションを取り、信頼関係を育て、協力し合うという、人と人とのつながりを大切に作る風土が、モスバーガーチェーンの特徴です。

## モスバーガー 共栄会

全国のモスバーガー加盟店主体の任意団体であり、お客さまと加盟店、本部が共に栄えること（＝共栄）を目指し、全国を12の支部に分け、オーナー、店長が密接な連携を取って活動をしています。2008年度のスローガンは「感動の創造」です。

Hospitality（心のこもったおもてなし）、Delicious（安心、安全で高品質なおいしい商品の提供）、Cleanliness（磨き上げられた清潔なお店）の頭文字からとったHDC活動は、年2回の強化期間を設け、おいしさ、サービス、清潔な店づくりの再確認を行うとともに、お客さまのニーズにお応えできる最高のサービスの提供を目指しています。2008年度は「笑顔・スピード・おいしいモス 安心、安全な商品づくり」をスローガンに全国、支部において活発な活動を進めています。

## 事業方針説明会

モスバーガー加盟店オーナーを対象に店舗運営及び経営計画の指針としていただくため、年に1回、事業方針説明会を実施して、来期のモスバーガー本部の施策を発表しています。2008年は3月13日に開催しました。

## マスターライセンス制度

モスバーガーの運営に携わる人たちのやる気、課題解決力、コミュニケーション力などの向上と、顧客満足度の向上を目的とした、モスバーガー本部公認の認定資格制度です。取得後も指定研修を受講し、店舗運営に関わる知識及びスキル向上に努めます。すべての店舗に、1名以上のマスターライセンス取得者が在籍しており、2008年4月1日現在の取得者は1,746名です。

### ●モスバーガー共栄会の2007年度の活動

- ・2007年共栄会スローガン：理念経営
- ・HDC活動 強化期間：春と秋の年2回
- ・定時総会
- ・各支部活動
  - ・支部オーナー会
  - ・支部店長会 など

HDC活動強化期間ポスター



2007年秋

2008年春



事業方針説明会の様子



マスターライセンス認定証

## 従業員との関わり

### ●多様な人材活用

2007年4月にチャレンジメイト<sup>※1</sup>専属のスタッフを採用し、就労支援活動を行いました。その結果、店舗で5名、本部で3名の安定した就労を確保し、年間を通じて法定雇用率(1.8%)を達成しました。

※1 モスで働く知的障害のある人たちのこと。

### ●活気のある職場づくり

店舗勤務社員全員を対象に、エデュメント<sup>※2</sup>を開催しています。その一環として2007年度は、「息抜き・関係構築」をテーマとした社内探求を5回開催し、総勢119名が参加をしました。今後もこれを活用し、社内でのコミュニケーションをさらに図ります。

※2 造語で、エデュケーション(教育)+エンターテインメント(気軽に楽しめる・気晴らし)という意味。

## お取引先との関わり

2005年5月より「モスバーガーグリーン調達ガイドライン～基本原則」を策定し、ホームページで公開しています。さらに、毎年、お取引先に「環境活動へのご協力依頼書」をお渡しして、「環境方針」とグリーン調達ガイドラインをご理解いただくとともに、「環境への取り組みアンケート」にお答えいただいています。また、年1回「取引先パートナー様事業方針説明会」を開催しています。2008年は4月16日に開催、100社259名の方にご参加いただき、2008年度の施策についてご説明し、ご協力をお願いしました。

## 株主・投資家との関わり

株主・投資家の皆さまと積極的なコミュニケーションに努めています。株主総会では、「開かれた総会」を目指し、総会後の懇親会を実施、役員全員がメモボードを持ち、積極的に株主様のご意見を伺いました。また、株主総会だけでなく、2007年12月に大阪、2008年4月には名古屋でIR説明会を実施し、個人投資家の方に多数ご参加いただきました。

2006年9月にはモーニングスター社会的責任投資株価指数(MS-SRIインデックス)の構成150銘柄に選定され、2007年度も引き続き選定されています。

### 人材雇用の状況(連結ベース)

		2005年度	2006年度	2007年度
社員数(人)	男性	466	641	642
	女性	156	256	265
平均勤続年数	男性	10年1カ月	9年5カ月	8年10カ月
	女性	9年3カ月	8年3カ月	8年7カ月
新卒採用者数(人)	男性	14	6	12
	女性	9	7	6
身障者雇用数(人)		6	7	8
高齢者雇用数(人)		0	0	0
女性管理職率(%)		3.38	5.69	4.52

※ 各年度3月末の数字です。  
※ 身障者雇用数は雇用保険に加入している人数です。

### マザーリーの店舗契約社員を正社員へ

改正パートタイム労働法が2008年4月に施行されました。その目的のひとつに正社員と非正社員(パートタイマー)との均衡のとれた待遇の確保を図ることがあります。改正に伴い、勤務地限定で採用されたマザーリーの店舗契約社員34名を、職務内容を見直し、4月1日より正社員として再雇用しました。今後も労働状況を確認し、格差解消に取り組みます。



取引先パートナー様事業方針説明会の様子



名古屋でのIR説明会の様子

**第三者意見** 「環境報告書2004」からモスの取り組みに対してアドバイスをいただいております、ナチュラル・ステップの高見幸子様に、4年間の活動についてご意見をいただきました。今後の活動に役立ててまいります。

# モスの4年間の取り組みを振り返って

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 2008年4月

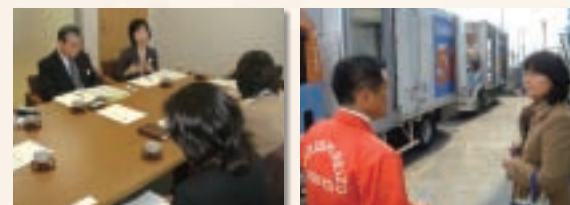
## 背景

モスフードサービスは、コミュニケーションレポートの信頼性を高めるために、国際NGO ナチュラル・ステップ・ジャパンと協働して、過去4年間、ステーキホルダーダイアログと社長対談を行ってきました。今年は、過去4年間で、どれだけCSR活動が進んだのかを分析し、現在のビジネスを長期的な成功につなげるために、今後、どのようなCSR活動が必要なのかを分析しました。そのために、持続可能な社会で成功した姿からバックキャストिंगをして、体系的な視点で分析し、評価をするという方法を使いました。基準の詳細は、ホームページ (<http://www.tnsij.org>) をご参照ください。



サンブレイス静岡農場のトマト栽培用ビニールハウスを見学  
商品関連部門へのヒアリングの様子

我々は、モスフードサービスとは公平な立場で意見報告書を書いています。この分析のために、発行された今までのコミュニケーションレポート、「モスのコミュニケーションレポート2007」、持続可能性分析のための質問票を分析しました。また、さらに、農業生産法人株式会社サンブレイス静岡農場の見学、商品関連部門（商品管理・購買戦略・商品開発・アグリ事業）、人材開発室、CSR推進室のそれぞれの事業部長、担当者の方々にヒアリングをしました。そして、モスフードサービスのロジスティックが委託されている五十嵐冷蔵株式会社 東扇島倉庫も見学しました。我々の第三者意見は、以上の情報を基盤に発言をしています。



人材開発室へのヒアリングの様子  
モスフードサービスのロジスティックを行う五十嵐冷蔵株式会社の東扇島倉庫を見学

## 本論

### 1 4年を振り返って どんな発展があったか？

4年前、第三者意見を書くために、協力農家野菜栽培の現場、ロジスティック、パティ加工工場の見学、また、商品開発、人材開発、営業本部、広報室のヒアリングをしました。その後、4年間で、直感的に様々な良い環境対策をされていた段階から、環境マネジメントシステムで、体系的に環境と社会的な課題に取り組まれるという段階にあります。また、包装における脱化石燃料、エコリーフ環境ラベルのように少し理解されにくい対策も、社会にしっかりと発信されています。ステーキホルダーダイアログも数回、取り組み、外部とのコミュニケーションもずいぶん進みました。

そして、環境だけではなく、社会的貢献の視点もあるCSRの活動も発展しました。一つ例を挙げると、本業を通して、日本の衰退する地方の農業の再生の支援をされている活動があります。それは、協力産地である群馬県の株式会社野菜くらぶと共同出資で農業生産法人（株）サンブレイスを設立し、先進的なトマトの栽培が開始されたことです。それによって、若い世代が農業に興味を持ち、地域に雇用が生まれ、農業が再生される希望が生まれています。また、日本各地域の伝統的食材や旬の食材をメニューに取り入れた「ご当地メニュー」

の開発に積極的に取り組まれており、これも地方の活性化に貢献できるため高く評価できます。

また、それは、地産地消や季節の素材にこだわる食のあり方を消費者（特に若年層の顧客）に啓発することにも一役買っており、食に対して敏感な顧客のニーズに応えるものです。ファストフードチェーンであるモスバーガーが実現することの役割は大きく、今後も大変期待の持てる商品に発展しています。

### 2 食品の安心・安全において信頼できる会社なのか、お店なのか？

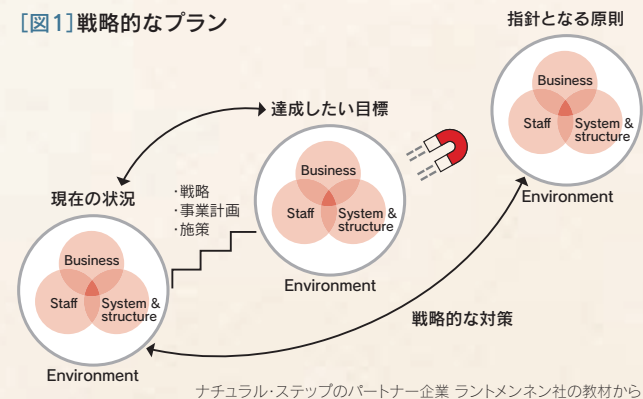
何ごとも、安心・安全・信頼を得る最も重要な要素が、透明性です。モスフードサービスは、その面、非常にオープンに、また積極的に情報開示をしていることが評価できます。例えば、モスバーガーの店では、その日に入荷した野菜農家の名前を書き、トレーサビリティがあり、消費者が安心・安全と信頼してもらえるお店になっていると考えます。

その次に重要な要素が、科学的な根拠による予防原則です。予防原則とは、科学者が、疑わしいと言うことは、その有害性が実証される前に、対応するという姿勢です。モスフードサービスは、す

で、予防原則を導入して、ビーフはオーストラリア・ニュージーランドを指定し、牧草だけを与えていることや、ポークも成長ホルモン剤不使用でトレースバックができるチリ産にするなどを選択していることなどが評価できます。また、タラ類が絶滅に瀕していることを受けて、タラの代用としてホキを採用したり、安心・安全と環境への配慮を考慮して素材を選定してきました。そのような取組は大変評価に値することです。今後、さらに信頼を得るために、長期的に持続可能な製品・サービスのみを提供していくというビジョンから、素材を順次オーガニックに切り替えていく、環境を考慮していない地域の養殖品は使用しない等、メニューに一貫性を持たせることを提案します。まずはオーガニックでフェアトレードなコーヒーを採用してみても如何でしょうか？

### 3 戦略的思考はどうか？

モスフードサービスにとってあるべき姿とは、持続可能な社会の原則の枠組内で、「食を通じて人々を幸せにしている」状況です。このようなバックキャストिंगをした戦略思考 [図1] が、モスのCSR活動が飛躍するために必要と考えます。そのために、外食産業のLCAで考え、どこに最も環境負荷、社会的な負荷があるのかを分析すると良いでしょう。



### 4 変革するための能力はあるのか？

「人間貢献・社会貢献」の経営理念は、モスフードサービスで従事する全てのスタッフに脈々と息づいています。そして「『食』を通じて人を幸せにする」という企業目標は、様々な事業活動の中で具現化され、当社のファンを増やしています。また、独自に工夫された社員の環境教育も実施されています。変革の能力の基盤はできています。今後、持続可能な発展のために、特に再生可能なエネルギー、サプライヤーにおいて、持続可能な農業、林業、漁業のマネジメントがされているかどうか、国内のワークライフバランス、海外のサプライヤーでの労働条件などの視点も必要になります。そのような変革のために、社内に知識と能力をさらに蓄積し、発展させていく必要があ

ります。人事戦略において、その視点が考慮されることが極めて重要になってくるため、今後、意識的にそのようなシステムを構築されることを提案します。

### 5 コミュニケーションは良くなったか？

4年前、モスフードサービスがせっかく先進的な様々な環境対策、CSR活動をされていたのに発信されておらず残念であることを指摘いたしました。また、発信することは説明責任として重要であるという指摘もいたしました。その後4年間で、大変、外部とのコミュニケーションが良くなったと思います。今後、持続可能な発展というビジョンを明確にされ、どのようなチャレンジがあるのかを社内外において、コミュニケーションをとっていかれることを期待しています。

### 6 これからのどのような課題が残っているのか？

過去半年で、小麦、お米など食糧品の価格と石油価格が急騰しています。中国やインドが急速な経済成長をしていることが原因にあるのですが、今後、これらの商品が、益々高騰していくと予測されています。そのような激動する社会で、どのような持続可能な発展ができるのか、それはどの企業にとっても大きなチャレンジです。このように複雑で大きな変革が必要な時にこそあるべき姿からバックキャストिंगをすることが有効であると言われています。

外食産業にとって、最も大きい環境負荷は、LCA分析によると、レストランに於いてではなく、原料の生産段階にあります。サプライヤーに於ける対策が大きな課題で、特に、農産・畜産物生産者との協働が極めて重要です。モスフードサービスが、業界でリーダーシップをとって対策を進められることに期待をしています。

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



#### ナチュラル・ステップについて

スウェーデンの小児癌の専門医であったカール・ヘンリック＝ロベール博士の提唱によって1989年に発足し、世界的な広がりを見せている政治的・宗教的に中立な環境教育団体です。持続可能な発展のために先進的に活躍する企業と自治体を支援しています。

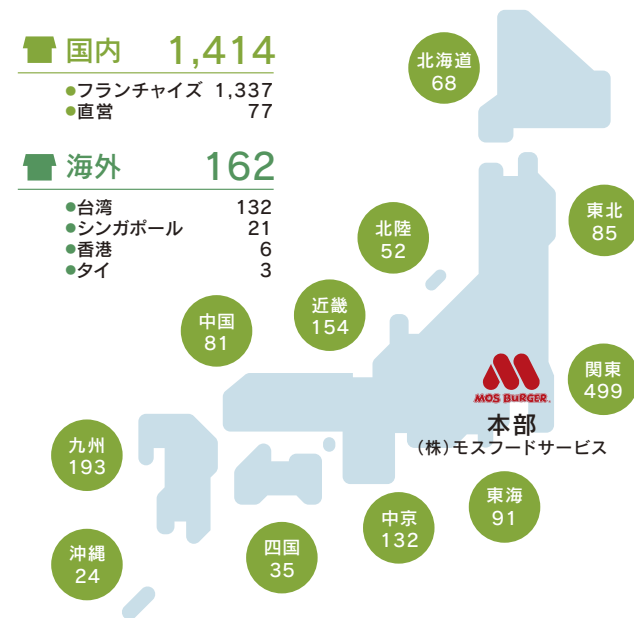
# 会社概要

## ●事業内容

**社名** 株式会社モスフードサービス  
**本社所在地** 〒141-6004 東京都品川区大崎2-1-1 ThinkPark Tower 4階  
**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(2008年3月31日現在)  
**社員数** 907人(2008年3月31日現在。連結ベース)  
**事業内容** フラン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/株式会社モスクレジット/株式会社トモス/株式会社四季菜/株式会社モスフードサービス東北/株式会社モスフードサービス北関東/株式会社モスフードサービス南関東/株式会社モスフードサービス関西/株式会社モスフードサービス九州/株式会社エム・イー・エス/株式会社モスヒューマンアカデミー/株式会社シェフズブイ/その他

## ●店舗マップ (2008年3月31日現在)

\*モスバーガー、ステファングリル、マザーリフ事業。数字は店舗数



## ホシノドリームズプロジェクト公式スポンサーに

スポーツを通して、若者たちに夢を追い活かし、世界のスポーツ界、ビジネス界をリードする人材を育てていきたい、という星野仙一さんの夢に賛同し、活動を応援しています。

## 若者のチャレンジ応援しています

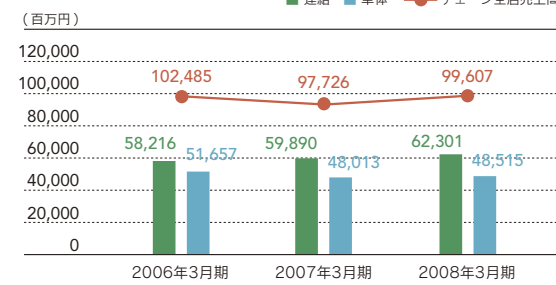


## 株式会社ダスキンとの資本・業務提携

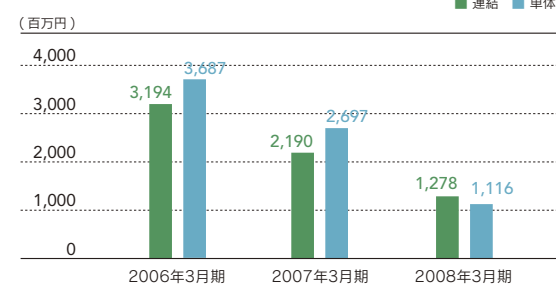
モスフードサービスは2008年2月20日に、株式会社ダスキンと両社が展開している外食事業に関して資本・業務提携契約を結びました。それぞれの得意分野や経営資源を有効活用することにより、お客さまには販売促進の連携などによる、付加価値向上を図ることを目指します。



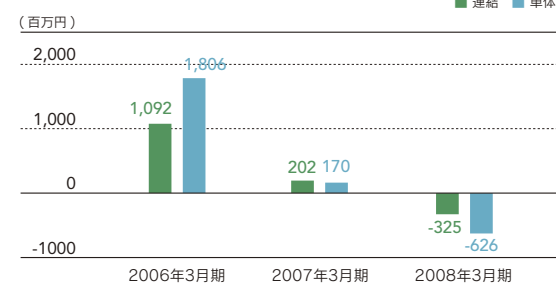
## 売上高



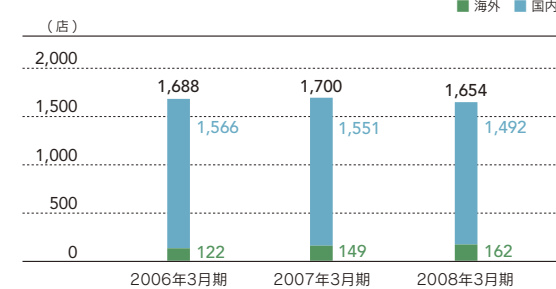
## 経常利益



## 当期純利益



## 店舗数



※モスグループ全店舗

# モスバーガーチェーンの主な社会・環境活動

1972

- ▶ 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)。[写真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。



[写真1]

1990

- ▶ 国立店[東京]をリサイクル推進店舗として位置づけ、ガラスの食器や金属のスプーンなどを使用。
- ▶ 全店舗で、お持ち帰り用の手提げ紙袋を再生紙に切り替え。

1995

- ▶ 全店舗でガラス食器の導入を推進。
- ▶ 特別栽培農産物の「モスの生野菜」の導入を開始。

1996

- ▶ ホームページ開設と同時に、栄養成分情報を開示。

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。
- ▶ 「モスの生野菜」「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

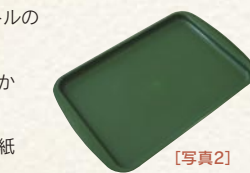
- ▶ ホットドッグのパッケージを発泡スチロール容器から紙容器に変更。

2000

- ▶ 本社内に「環境推進グループ」を設置。
- ▶ 「モスの生野菜」が(社)日本フードサービス協会のJF認証を取得。
- ▶ 廃食油の回収、リサイクルシステムの本部一元化開始。

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。[写真2]
- ▶ 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(加盟店及び本部社員・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。



[写真2]

2002

- ▶ アレルギー体質にも配慮した「モスキッズメニュー」の発売を開始。[写真3]
- ▶ 全店舗への納品書、請求書のペーパーレス化実施。



[写真3]

(2002年発売当時)

2003

- ▶ 食品一括配送・回収システム確立のための実証実験を開始(仙台)。
- ▶ 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。
- ▶ 「ニッポンのバーガー匠味」新発売。[写真4]
- ▶ 「CSR推進室」を設置し、全社的なCSR推進活動強化。



[写真4]

(2003年発売当時)

2004

- ▶ チェーン従業員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)
- ▶ 緑モス1号店の新橋二丁目店[東京]オープン。
- ▶ 中水(雨水)利用システムの運用実験を川越山田店[埼玉]にて開始。
- ▶ お持ち帰り用ポリ袋の軽量化などにより、原料の削減を強化。
- ▶ (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。
- ▶ 「環境報告書2004」を発行。[写真5](現 コミュニケーションレポート)
- ▶ 倉庫廃棄物の一括再資源化を本格的に開始。
- ▶ モスライスバーガーの内袋を発泡ポリエチレンから、パルプ系繊維を使用したものに変更。
- ▶ 「倫理憲章」を制定。
- ▶ 「企業行動基準」を発行。
- ▶ 「個人情報保護法」遵守のためのガイドライン発行。



[写真5]

2005

- ▶ シンガポール法人のモスフード・シンガポール社でISO14001の認証を取得。
- ▶ 「グリーン調達ガイドライン～基本原則～」と「中期環境行動計画」をホームページ上に公開。
- ▶ 食育推進委員会を発足し、独自の食育プログラム開始。
- ▶ 新POSシステム全店導入、アレルギー・主な原産地情報をレシートで提供。
- ▶ 名古屋エリアにて「配送時の原料回収システム」を展開。
- ▶ モスバーガーチェーン「こども110番の店」登録推進開始。
- ▶ 紙袋を脱色や染料加工を施さない未晒スタイプの紙に変更。

2006

- ▶ 「モスバーガーこども110番のホイッスル」配布。
- ▶ 農業生産法人株式会社サングレイス設立。
- ▶ 健康志向に配慮したフライオイルの使用開始。
- ▶ 栄養成分情報をレシートで提供。
- ▶ お持ち帰り用ポリ袋に代わり、紙バッグ導入。[写真6]
- ▶ お持ち帰り用透明アイスカップをバイオマスプラスチックに変更。
- ▶ サラダ容器をコーンスターチ素材に変更。
- ▶ 環境省と自主協定締結。[写真7]
- ▶ キッザニア東京に「ハンバーガーショップ」をパビリオン出展。



[写真6]



[写真7]

2007

- ▶ 生鮮野菜の食材配送システムが「エコリーフ認証ラベル」を取得。
- ▶ 環境省の「1人、1日、1kgCO<sub>2</sub>削減応援キャンペーン」に参加。
- ▶ 魔術食品[台湾]がISO22000及びHACCP取得。

2008

- ▶ ISO14001認証をグループ全体(国内)に拡大。