

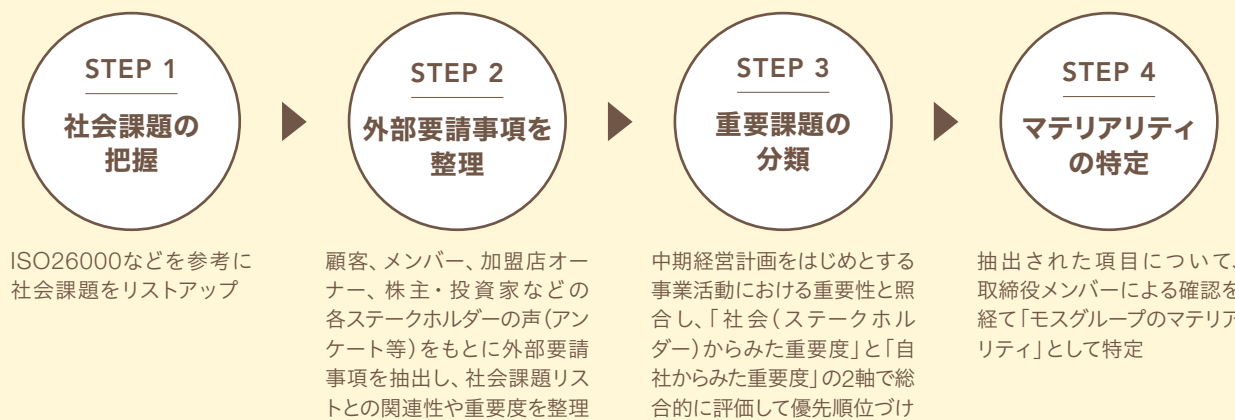
マテリアリティの特定

サステナビリティ経営を通じた企業価値の向上

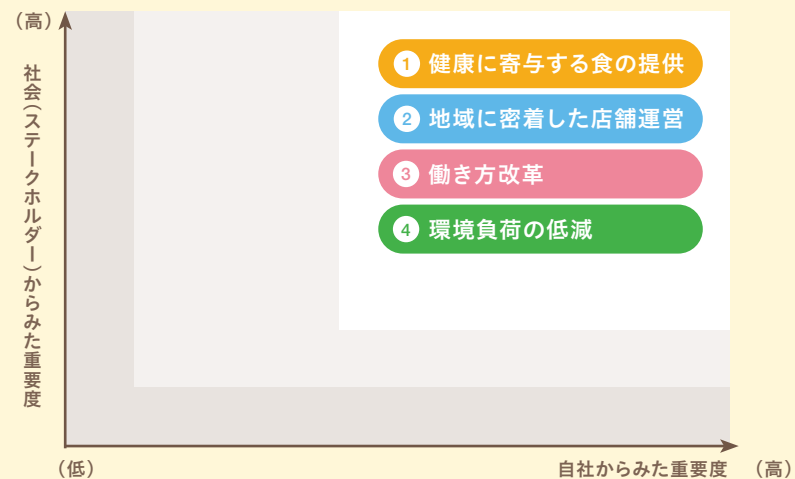
モスグループでは、理念体系「モスの心」を指針に、モスを取り巻くすべてのステークホルダーの皆さまとの価値共有を通じ、経営品質の向上を目指してきました。

この度、これらの取り組みを改めて社会的要請に照らし、本業を通じて社会課題の解決に貢献するため、環境・社会・ガバナンス(ESG)の観点から事業におけるマテリアリティ(重要課題)を特定しました。これにより、サステナビリティ経営を通じてさらなる企業価値の向上を推進していきます。

マテリアリティの特定プロセス



マテリアリティ(重要課題)の整理



モスグループの4つのマテリアリティ



笹谷秀光氏をお迎えした

SDGs勉強会の開催

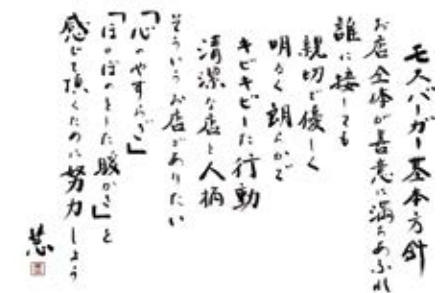


企業とSDGsの関わりについて理解を深めるため、CSR/SDGsコンサルタントの笹谷秀光氏を講師に迎え、2019年12月に経営層向け、2020年2月に管理職向けの勉強会をそれぞれ実施しました。「SDGs軽視の怖さを知ろう」というテーマで、先行事例とともに企業がSDGsに取り組む意義や価値創造についてご講演いただきました。

また勉強会に先立ち、モスグループのおもなESG項目とSDGs目標の関連性について、笹谷氏の監修によりマトリックスを使った関連整理を実施しました(詳細はP21参照)。

モスグループの考えるSDGs

モスグループでは理念体系「モスの心」(詳細はP1参照)に基づき、事業活動における重要課題(マテリアリティ)の解決と社会に向けた価値創造に取り組んでいます。国際的な枠組みであるSDGsにおいては、重要課題に深く関連する6つのゴールを中心に目標を定めています。またSDGsの17の目標に加え、独自の「18番目の目標」として、当社の基本方針にある「心のやすらぎ」「ほのぼのとした暖かさ」を世界の人々に広げていくことを目指していきます。



講師よりコメント



笹谷 秀光

CSR/SDGsコンサルタント。東京大学法学部卒、1977年農林省(現農林水産省)入省。環境省・外務省出向などを経て2008年退官。2008~2019年まで(株)伊藤園にて取締役・常務執行役員などの立場でCSR推進を担当。2019年4月より社会情報大学院大学客員教授、2020年4月より千葉商科大学教授。

なぜ企業経営にSDGsが必要なのか。それは「世界共通言語である」ことが最大の理由です。折しも未曾有の世界的危機である新型コロナウイルス感染症による脅威の拡大で、このことはさらに強く認識されるようになりました。コロナ以前とは違う「ニューノーマル」の中で企業が競争力を発揮するには、共通言語を使って自社の方針を明確化し、協働者を得やすくする必要があります。SDGsのキーワードは「レジリエンシー(強靱性)」と「トランスフォーメーション(変革)」。危機に対してしなやかにリカバーできるようになるのです。

モスフードサービスは理念経営が特徴的で、2年ほど前からSDGsを意識した経営を行ってきました。今回改めて自社の課題とSDGsを明確に相関させたマトリックスを作成されましたが、自社の強みだけでなくリスク対策も整理できるという効果を発揮しています。このマトリックス整理は、対外的な説明のみならず、社内でのワンボイス化にも大変役立ちます。大きなリスクを経て投資家の視線も集まる中、今後同社にはSDGsを活用した発信力とイノベーションを期待しています。

モスグループの取り組みとSDGsとの関連

モスグループでは、SDGsと関連するさまざまな商品・サービスの提供やサステナビリティの取り組みを行っています。これらをさらに推進するため、この度ESG重要テーマごとにおもな目標項目を整理し、マテリアリティ(重要課題)を抽出するとともに、モスグループの取り組みとの関連性をSDGsの17の目標と169のターゲットに照らして検証しました。

●：おもに関連するSDGs目標 ○：関連するSDGs目標

※ 本マトリックスは笹谷 秀光氏の監修による

ESG	7つの中核主題	ESG重要テーマ	モスグループのおもな目標項目	マテリアリティ (重要課題)	SDGsの17目標との関連性																		
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
																							
	組織統治	コーポレートガバナンス	企業統治																				
			内部統制																	● 16.4 16.5	● 17.16 17.17		
			サステナビリティ経営の推進(社内浸透)																				
		リスクマネジメント	グループ全体のリスクマネジメント																	● 16.4 16.5			
			データセキュリティとプライバシーの保護																				
		BCP管理													○ 11.5 11.2		● 13.1						
		コンプライアンス	理念体系、行動規範の管理と啓発											○ 10.2 10.3						● 16.4 16.5			
	公正な事業慣行	公正な取引の遵守	取引に関する法令の遵守												● 10.3						● 16.4 16.5		
		サプライチェーンマネジメント	CSR調達の推進		○ 1.1	● 2.4						● 8.4 8.7		○ 10.2 10.3		12.2 12.3 12.4 12.5 12.8					○ 16.5		
			産地支援とモスファーム事業の推進				● 2.4						● 8.4				12.2 12.3 12.4 12.5					● 17.17	
	人権	人権	人権の尊重(啓発、ハラスメント教育)						○ 5.1 5.5			● 8.5 8.8		○ 10.3									
	労働慣行	人事・福利厚生	法制度改革への対応										● 3.a	● 4.4 4.7	● 5.5		● 8.5 8.8		● 10.3 10.4				
			福利厚生の充実																				
		従業員の健康・安全	長時間労働の是正・休暇取得の推進	働き方改革 (P27)										● 3.a 3.d									
			健康経営																				
		人材育成	人材獲得と退職防止													● 4.4 4.7							
			人材育成、能力開発、キャリア形成、コミュニケーションの強化													● 4.4 4.7						○ 17.17	
			次世代FCオーナー育成													● 4.5 4.7	● 5.5		● 8.5 8.8		● 10.3		
		ダイバーシティ	メンバーの多様性の確保、女性活躍推進												● 4.5 4.7								
	心と設備のバリアフリー推進													○ 10.3		○ 11.7							
	消費者問題	製品の品質と安全性	モス食品安全基準などの運用	健康に寄与する 食の提供(P23)				● 3.d										● 12.4					
		健康価値(健康と栄養性)	健康に寄与する食の提供				○ 2.4	● 3.d							○ 9.4								
		適切な情報公開	商品情報の適切な表示と開示					● 3.d										● 12.2 12.4					
		製品の求めやすさ	商品・サービスの価値向上																				
			利便性向上のための店舗インフラ整備																				
		公正なマーケティングと広告	公正なマーケティングと広告															● 12.8				○ 16.10	
	コミュニティへの 参画及び コミュニティの発展	個人情報の保護	データセキュリティとプライバシーの保護																		○ 16.10		
		コミュニティと地域活動	店舗の地域貢献活動の推進	地域に密着した 店舗運営 (P25)												○ 11.a						● 17.17	
		コミュニティと産業育成	多様化するニーズに合わせた店舗開発																			● 17.17	
			地域に密着した店舗運営																				
		コミュニティと環境・文化	地域の特産品を活かした新商品の開発				● 2.4	● 3.d						● 8.9	○ 9.4							○ 17.17	
	環境	気候変動・大気汚染の防止	エコマーク「飲食店」認定を活用した環境対応	環境負荷の 低減 (P29)				○ 3.a				● 7.3					● 12.3 12.5	○ 13.1					
			温室効果ガスの排出削減									● 7.3					○ 12.2	● 13.1					
		省エネルギー推進	本社及びチェーン全体の省エネルギーの推進									● 7.3					● 12.2	○ 13.1					
		廃棄物とリサイクル	環境配慮型容器包装などの開発									○ 7.3		○ 9.4			● 12.2 12.5	○ 13.1					
			食品リサイクルの推進									○ 7.3					● 12.3 12.5						
		生物多様性の保全	生物多様性の保全																○ 14.1	● 15.4			
		水の管理	水質保全								● 6.3								● 14.1				

マテリアリティ

1

健康に寄与する食の提供

関連するSDGs



健康で安全な食生活のために

今回、マテリアリティの1番目として、「健康に寄与する食の提供」を特定しました。モスでは創業以来、栄養バランスの良い食事をとることで病気の予防や改善につなげるという「医食同源」の考え方を大切にしてきました。できるだけ農薬や化学肥料を使わない野菜を商品に使用し、ミネラルを含んだ野菜を使ったメニューを豊富に取り揃えているのも、この「医食同源」の考えに基づきます。このように、モスでは、おいしさはもちろんのこと、お客さまの健康にも責任を持ち、商品を展開してきました。新型コロナウイルス感染症の拡大によって、バランスのとれた食事や、カロリーを抑えたヘルシーな食事への需要が拡大することが予想されますが、このような時代だからこそ、モスの存在意義を再認識していただけるのではないかと感じています。

これに加えて、モスでは食の楽しさの提供にも力を入れてきました。食に制限のある方々でも楽しんでいただける「低アレルゲン」メニューの開発や、ご当地食材を活かした新商品の開発など、オリジナリティを大切に商品づくりに自信があります。

中食の台頭やテイクアウト需要の拡大により、ますます競争激化が予想される外食産業ですが、これからもお客さまの健康に寄り添う商品を提供し、モスならではのオリジナリティあふれる商品を展開していきます。

安藤 芳徳

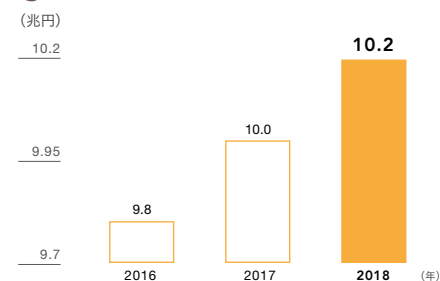
上席執行役員
マーケティング本部長

世の中の変化

健康志向の高まりと外食産業の競争激化

新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、健康志向のさらなる高まりが予測されます。また、女性活躍社会における、働く女性の家事時間の短縮や外食機会の減少に伴い、中食の台頭が見込まれるなど、今後も外食産業の競争激化が予測されます。

中食(惣菜)市場規模



※「2019年版惣菜白書」(一般社団法人日本惣菜協会)を参考に当社作成

モスグループの対応

健康に寄与する商品とモスの差別化商品

モスでは、生野菜を使った商品を多く展開しており、その究極がレタスで具材を挟んだ、「モスの菜摘(なつみ)」です。また、2016年には減塩タイプのドレッシング(従来品から塩分を25%カット)を導入するなど、健康志向に応える商品の開発を推進しています。また、ご当地食材を活かした商品を開発するなど、オリジナリティを大切に商品で他社との差別化を図りながら、食の楽しさも提供していきます。



モスグループの取り組み

健康志向

原材料に動物性食材を使わず、野菜と穀物を主原料に使った“MOS PLANT-BASED GREEN BURGER <グリーンバーガー>”を、2020年3月に一部店舗で販売開始し、5月より全店舗へ拡大しています。世界では、多様な食習慣や宗教などの観点からフードダイバーシティ(食の多様化)が進んでおり、日本でも、健康志向や食事の選択が環境に与える影響の再認識など、食を見直すライフスタイルが取り入れられ始めています。モスではこれからも、多様化するニーズに応えながら、サステナブル経営に則した商品の開発を行っていきます。

食品安全

モスでは、独自の食品安全基準として、「モス食品安全基準」を設定しています。同基準は、国際規格(ISO22000)に準じ、モスバーガーが40年かけて培ってきたこだわりやノウハウを活かしたうえで、「おいしさ」と「安全」を両立できるように定めた食品安全のための仕組みです。これからも、「モス食品安全基準」を遵守することで、食品安全を徹底します。P36➡

食の楽しさの提供

創業時より培ってきたオリジナリティあふれる商品づくりを基盤に、「MOS JAPAN PRIDE」として、日本の食文化や技術を活かした商品開発を行っています。また、各地の特産品を活用したご当地メニュー開発にも力を入れています。さらに、食物アレルギーや健康志向、食習慣や思想などさまざまな事情を持つお客さまにも、安心して外食を楽しんでいただける工夫も続けています。

担当者のコメント



小川 岳敏

リスク・コンプライアンス室
品質保証グループ
グループリーダー

お客さまへ安心をお届けするために

品質保証グループの主要業務は、供給品の安全管理です。安全な商品をお客さまに提供するために、新規工場の事前監査や、製品の製造立ち合い、でき上がった製品の受入検査、新商品の安全性評価などを行っています。また、「モス食品安全基準」の事務局として、同基準の遵守の徹底を推進しています。「モス食品安全基準」では、モス本部の各部門(商品開発、流通、品質保証など)及び店舗において食品安全上のリスクを分析し、これを低減する運用ルールを策定しています。同基準の遵守により、2019年度の食品事故※1の件数は、2018年度比17%の減少となりました。特に店舗由来の案件が減少しており、これは店舗で働くメンバーの衛生管理の徹底の成果です。一方で、課題は由来不明の食品事故案件です。

この課題を解決するためにも、今後も食品安全を徹底するとともに、2021年に施行される飲食店のHACCP※2義務化に対応するための準備を進めていきます。

※1「モス食品安全基準」において定義される、お客さまに健康被害を与える可能性の高い事案。
※2 Hazard Analysis and Critical Control Point(危害分析に基づく重要管理点)の略で、おもに食品工場の製造工程などにおける衛生管理の手法。

目指す姿

おいしくて、幅広い需要にお応えでき、
身体にもやさしい商品



肉を使用しない
“ソイパティ”

レタスで具材を挟んだ
“モスの菜摘(なつみ)”



アレルギーのある方
でも安心して外食で
きる場を提供します。

- 低アレルゲンメニューの開発
- 商品のアレルギー情報の提供



マテリアリティ
2

地域に密着した 店舗運営



地域とともに発展する企業グループを目指して

現在日本では、少子高齢化と都市部への人口流出により、地方活力の低下が問題視されています。加えて、共働き世帯や一人世帯が増加するなど、各地域の需要を捉えた店舗運営が今後重要となります。今回、マテリアリティの2番目として、「地域に密着した店舗運営」を特定したのも、これらの問題に対応するためです。モスバーガーの9割はFC（フランチャイズ）で、自分が生まれ育った地元に、モスバーガーを通して恩返しをしたいと思われている各地域のオーナーが多くいらっしゃいます。地元の方々が集うお店をつくらう、地元の方のお役に立とう、地元に密着した店舗運営を行おう。これらを念頭にモスバーガーが各地で運営されていることは、私たちの特徴の一つであり、強みです。

モスバーガーには、チェーンの本部と加盟店、そして加盟店同士をつなぐ、「モスバーガー共栄会」という独自の組織があり、地元に密着した活動を行うべく、加盟店同士が情報共有を行っています。地域の清掃活動に参加したり、認知症カフェとしてお客さまの見守り活動を行ったり、日本の産業を守るために地元食材を利用した商品を販売したりと、加盟店が主体となってさまざまな活動を行っています。

これからも、地元で選ばれる「地域一番店」を目指して、健全なFC経営を前提としながら、共栄会活動を推進していきます。

太田 恒有

取締役上席執行役員
営業本部長

世の中の変化

国内の人口減少と地方活力の低下

日本では少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少と同時に、都市部への人口流出による地方活力の低下が懸念されています。また、共働きや一人世帯の増加によって生活スタイルは急激に変化しており、その地域の状況に対応する店舗運営が今後ますます重要となります。

地方活力の低下

働き手の流出・高齢化の加速



モスグループの対応

各地域に密着した店舗運営

FCが9割を占めるモスバーガーでは、全国各地にその地域に縁のあるオーナーがいます。地元で貢献したいという想いのもと、店舗の営業に留まらず、地域の清掃活動やイベントへの協力を行うなど、地域に密着した店づくりはモスならではの強みです。

地域の力で日本を元気に



モスグループの取り組み

健全なFC経営

モスバーガーでは、本部と加盟店が結ぶFC契約に加えて、VC（ボランティアチェーン）のような加盟店同士のつながりも持っています。これが、日本的FCともいわれるモス独自のFVC（フランチャイズ・ボランティアチェーン）です。本部と加盟店のつながりはもちろんのこと、加盟店同士が支部活動や勉強会を通して交流し、切磋琢磨しながら良い店づくりを目指しています。企業経営の持続可能性が評価される現代において、これからも健全なFC経営を推進し、加盟店と本部との関係を強化しながら、ともに成長していきます。

P39

共栄会活動

おいしくて身体に良い商品を召し上がっていただきながら、心のやすらぎを感じていただけるお店をつくるのが、モスの使命です。それを具現化するため、「モスバーガー共栄会」でHDC※活動を行っています。心のこもったおもてなしや、おいしい商品の安全な提供ができているかななどを、常に加盟店同士がアドバイス合っています。これからも、「モスバーガー共栄会」を通じて、「どうせ仕事をするなら感謝される仕事をしよう」という創業者の教えを共有しながら、地域の皆さまに必要とされる店づくりを目指します。

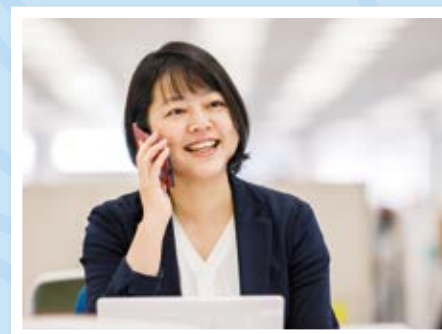
※ Hospitality, Delicious, Cleanlinessの頭文字をとった、「モスの心」を具現化するための活動です。

P39

業態開発

モスをご利用いただいている大人のお客さまをメインターゲットとするカフェ業態「MOS CAFE（モスカフェ）」を全国に8店舗展開しています。通常のモスバーガー店舗でも、お客さまの属性や地域特性、店舗立地などに合わせた店づくりを研究中です。また、新規事業として手がけるパスタ業態やプレミアムバーガー、和食・洋食のレストランなどでも、多様化する食のニーズに対応していきます。

担当者のコメント



田代 華子

営業本部 第一エリア
エリアリーダー

地域で必要とされる店舗づくりに向けて

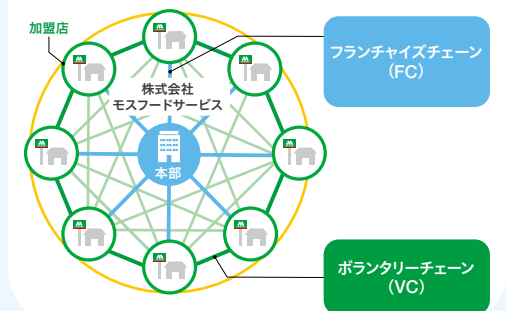
モス店舗の役割の一つは、その地域のお客さまに「この街にモスがあって良かった」と思ってもらえるような店舗運営を行うことだと考えています。ただ安全でおいしい商品を召し上がっていただくだけでなく、モスの店舗は、その地域の雇用の創出や活性化につながるような、「街の活力再生の場」としての役割を担っています。

それらの多くを担う加盟店を支えるため、私たち営業本部は加盟店と本部のパイプ役として、安全・安心な店舗維持のための指導や、災害時の対応を行っています。また、モスならではの取り組みとして、加盟店の皆さまと協力した社会貢献活動や販促活動を行っています。これらの活動を基盤にしながら、今後はローカルマーケティングを推進し、地域限定商品の販売や、地元企業とのコラボ、ローカルメディアの活用などを行う予定です。

これからも、モスの店舗自体がある種のCM（コマーシャル）となり、地元愛を醸成・発信できるような取り組みを推進していきます。

目指す姿

本部と加盟店のつながり



地域への貢献活動を 継続していきます。



地域清掃の様子（支部活動）

お客さまのライフスタイルに 合った業態開発を行います。



モスカフェ江ノ島店
[神奈川県]

あえん 伊勢丹会館店
[東京都]

マテリアリティ
3

働き方改革



誰もが働きやすい職場を目指して

2019-2021年度中期経営計画では、全社横断テーマとして、「モス社員の幸せを実現するための働き方改革」を設定しています。2019年4月より、働き方改革関連法案が一部施行されたことを受けて、多様で柔軟な働き方への社会的要請が高まっていると同時に、メンバー一人ひとりの労働環境の充実が、モス全体の持続可能性にもつながることから、マテリアリティの3番目として「働き方改革」を特定しました。

モスでは、メンバーがいきいきと働ける環境づくりを以前から推進しており、2020年には「健康経営優良法人2020(大規模法人部門)」に認定されました(P37参照)。お客さまの健康に配慮した商品を提供する外食企業として、まずは、メンバーが健康に働き続けられる企業である必要があります。これからも、健康経営の各種取り組みを推進していきます。

加えて、多様性への対応として、女性や外国人、障がい者の採用を積極的に行っています。障がいのある方々のさらなる雇用拡大と安定のため、2017年に株式会社モスシャインを設立し、2018年に特定子会社の認定を取得しました。また、外国人の登用拡大としては、2019年度より特定技能制度を利用した「ベトナム カゾク」の制度を導入しています。

これらは、外食業界としては半歩先を行く取り組みですが、今後は、外食業界に限らず日本をリードしていくような企業を目指して、お客さまだけでなくメンバーにも選ばれ続ける企業へと進化していきます。

川越 勉

執行役員 経営サポート本部長

世の中の変化

働き方改革と多様性への要請

2019年4月より働き方改革関連法案の一部が施行され、メリハリのある働き方の推進が求められています。また、人材を最重要経営資源として捉え、多様性への対応や健康経営などへの意識も高まっています。

モスグループの対応

メンバーがいきいきと働ける職場環境づくり

モス本社では、健康診断受診に加えて、保健師による「健康相談室」の開設や、長時間労働の是正など、さまざまな健康経営への取り組みを行っています。また、本社・店舗において障がいのあるメンバーを積極的に採用したり、女性管理職や外国人を登用するなど、多様性への対応も推進しています。

多様な人材の活躍



働き手の多様化



モスグループの取り組み

健康経営

長時間労働の是正や連続休暇取得の推奨、就業時間中の喫煙禁止など、さまざまな健康経営への取り組みを推進しています。特に、テレワークやフレックスタイム制度を推進することで、ワーク・ライフ・バランスの充実を図っています。今後はウィズコロナ・アフターコロナにおける新しい生活様式を、働き方にも取り入れていきます。

P37

人材育成

モスで働くメンバー一人ひとりが自分の夢を実現させてほしいという想いのもと、さまざまな教育・研修制度を充実させています。モスアカデミーが中心となり、集合研修・通信教育・外部講習などの幅広い研修や教育活動を通じて、受講者の成長を支えるとともに、活躍する人材の育成と定着を図っています。また2020年度より、評価指標や等級制度の変更を行い、チャレンジの場にあふれた新人事制度を導入しました。

多様性への対応

モスでは、本社・店舗において女性やシニア、障がい者の雇用を積極的に行っています。2020年度からは「ベトナム カゾク」を本格稼働し、外国人登用に力を入れていきます。本社オフィスでも育児・介護休業制度の充実や特例子会社である株式会社モスシャインの活用など、個々の能力に応じた活躍の場を提供し、働きがいのある魅力ある職場づくりを進めています。

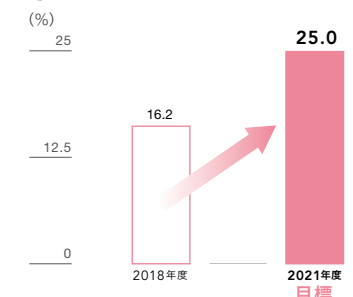
P38

目指す姿

2020年度からの
テレワーク利用率
1:1
(オフィス勤務:テレワーク)

2020年4月より新人事制度を導入
・シンプルでわかりやすい仕組み
・頑張った人がフェアに評価される仕組み

女性管理職比率



担当者のコメント



プロジェクト担当メンバー

左から

梶田 マリ

人材開発部 人事企画・給与グループ チーフリーダー

上條 千栄

人材開発部 人事企画・給与グループ チーフリーダー

谷本 月衣

人材開発部 人事企画・給与グループ リーダー

働き方改革推進プロジェクト

働き方改革推進プロジェクトは、現中期経営計画「モス社員の幸せを実現するための働き方改革」を達成するため、2018年度末に発足しました。「チャレンジの場にあふれ、頑張った人がフェアに評価され、社員がいきいき働ける、風通しの良い職場づくり」をテーマとしているため、「働きがいの実現」にも力を入れていることが特徴です。

2019年度は、人事制度改革の準備と、テレワークの導入、フレックスタイム制度の拡大を行いました。特にテレワークに関しては、2020年4月の一般職も含めた本格導入に向けて、2019年7月より管理職を対象にテスト運用を実施してきました。新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、1カ月ほど前倒して導入することになりましたが、大きな混乱はなくスムーズに対応することができました。

これらの制度改革はゴールではなく、スタートです。引き続き、新人事制度の浸透を図りながら、運用面の検証・改善を行うとともに、当社にマッチした働き方改革を進めていきます。

マテリアリティ

4

環境負荷の低減

持続可能な社会のために

昨今、プラスチック問題をはじめとした急激な外部環境の変化により、企業も環境問題に対しより一層の対応が求められています。これらの外部環境の変化を受けて、マテリアリティの4番目として、「環境負荷の低減」を特定しましたが、もともと環境への取り組みはモスとの親和性が高い分野です。モス(MOS)の頭文字はMOUNTAIN(山)、OCEAN(海)、SUN(太陽)に由来し、「山のように気高く堂々と、海のように深く広い心で、太陽のように燃え尽きることのない情熱を持って」という人間・自然への限りない愛情が、そこにはこめられているからです。そのため、創業当初より、省エネルギーの推進や廃棄物の発生抑制、環境配慮型の容器包装の導入など、さまざまな環境への取り組みを行ってきました。

これらの取り組みの結果、2017年10月には、国内モスバーガー及びモスカフェ全店で、飲食店では初となるエコマーク認定を受けました。また、2018年には「エコマークアワード2018」において、「エコ・オブ・ザ・イヤー」を受賞しました。これらの認定や受賞は、モスの取り組みに対する一定の評価ではありますが、これに満足しているわけではありません。ESG投資やSDGs推進への関心がますます高まる中で、お客さまをはじめすべてのステークホルダーに選んでいただけるモスであり続けるために、また、モスの取り組みによって皆さまの環境問題への意識を少しでも高められるように、これからも環境活動を推進していきます。

金田 泰明

執行役員
会長・社長室長

関連するSDGs



モスグループの取り組み

省エネルギーの推進

省エネルギーの取り組みとして、電気やガスなど店舗のエネルギー使用量の把握や、照明や空調、冷凍冷蔵庫などの定期清掃や点検を実施しています。また、モス独自の取り組みとして、店舗に「グリーンカーテン」を設置し、省エネに役立てると同時にお客さまとのコミュニケーションも促進しています。今後は、省エネ型機器の導入や再生可能エネルギーの活用によって、2030年度にはCO₂排出量26%削減(2013年度対比)を目指します。

P34

食品ロスの削減

創業当初からのアフターオーダー方式や、商品を多様なサイズで展開していることは、お客さまが欲しい分だけ適量を注文できるため食品ロスの削減につながっています。今後は、売上予測や発注精度を向上させるとともに、店舗からの廃棄における食品リサイクルの拡充や、フードバンクを活用することで、食品リサイクル法における再生利用等実施率の向上を目指します。

P34

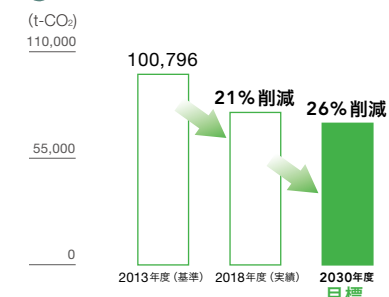
プラスチック対策

石油資源の節約とCO₂排出量削減、及び海洋プラスチック問題への対策として、お客さまに提供する使い捨て製品について石油系プラスチックをできるだけ使用しない方針を進めています。2030年度には環境配慮型製品比率を70%に、将来的には100%にすることを目標としています。

P33

目指す姿

CO₂排出量



食品ロスの削減

再生利用等実施率
65%
(2030年度)

プラスチック対策

環境配慮型製品比率
70%
(2030年度)

世の中の変化

環境問題に関する意識の高まり

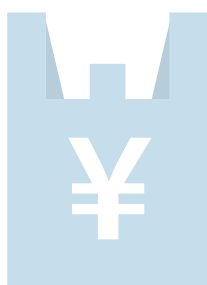
2020年1月より、地球温暖化対策の国際枠組みである「パリ協定」がスタートし、2020年7月より、レジ袋の有料化がスタートするなど、環境問題への企業の対応が求められています。また、「環境に良いものを消費したい」というお客さまの意識もますます高まることが予想されます。

モスグループの対応

店舗運営を通じた環境問題の解決

店内飲食(イートイン)ではリユース食器を使用し、2006年にはお持ち帰り用手提げ袋として紙バッグを導入するなど、店舗運営を通じて環境問題に貢献してきました。これからも、より一層の環境問題への対応を推進していきます。

レジ袋の
有料化



担当者のコメント



吉田 和子

商品流通部
購買グループ
シニアリーダー

環境配慮型容器包装の推進

モスは、現中期経営計画の全社横断テーマとして「SDGsの推進」を掲げ、経営理念である「人間貢献・社会貢献」の実現を通じた社会課題の解決を推進しています。店舗における環境配慮型容器包装類の導入は、その一環であり、モスの基本的な考え方に通じる取り組みといえます。

現在、お持ち帰り用の手提げ袋には紙やバイオマスプラスチック、サラダのテイクアウト容器は再生PET素材を使用しており、その他の製品についても順次環境配慮型素材への切り替えを検討しています。このような環境負荷に配慮した素材を採用するのはもちろん重要ですが、それと同時にお客さまに不都合を感じさせないような素材の選択も重要です。モスでは、お客さまが直接口に入れる製品も多く取り扱っているため、安全性を第一に、口当たりや、商品の味を損ねないものを念頭に素材選びを進めています。

地球規模で環境問題が深刻化する中、日本でも環境配慮型包材の導入はさらに加速することが予想されます。人と地球にやさしいモスであるために、これからは、店舗における使い捨て製品の総量を削減することに取り組んでいきます。