

ステークホルダーとの価値共有や信頼回復に向けた取り組みなどを紹介 『モスのコミュニケーションレポート 2019』発行

モスバーガーを展開する株式会社モスフードサービス（代表取締役社長：中村 栄輔、本社：東京都品川区）では、このたび『モスのコミュニケーションレポート 2019』を発行します。

2004年6月に本レポートの前身である『環境報告書』の第1号を発行し、以後、幅広いステークホルダーとのコミュニケーションツールと位置づけて発行を続け、今年で16号目となります。

今回のレポートでは、モスグループが環境、お客さま、取引先などのステークホルダーとともにやっている取り組みをまとめた“ステークホルダーとの価値共有”や、昨年の食中毒事故を受けて実施している信頼回復に向けた取り組みを特集した“信頼回復に向けて”など、全36ページにわたり紹介しています。

『モスのコミュニケーションレポート 2019』の概略

<ステークホルダーとの価値共有>

モスグループでは、地域社会の一員として、ステークホルダーとの「価値の共有」を行っています。本特集では、環境、お客さま、取引先、メンバー、株主、加盟店、地域社会・行政、それぞれのステークホルダーに対して、当社が行っている取り組みを、具体的なデータや事例を交えながら紹介しています。例えば、エコマークアワード2018における「エコ・オブ・ザ・イヤー」受賞や、14店舗での「スマートミール」認証の取得、2020年3月末に向けての国内全店の「完全禁煙化対応」などを取り上げています。

<信頼回復に向けて>

当社では、2018年8月の食中毒事故を受けて、ステークホルダーの信頼回復に取り組んでいます。本特集では、「衛生管理や安全対策」と「ブランドの新生」の2つのプロジェクト推進に向けて発足した「サプライチェーン強化チーム」「店舗オペレーション強化チーム」「新生チーム」の各施策について紹介しています。例えば、社長の中村がお客さまと直接対話を行う「タウンミーティング」を長野県と群馬県で開催し、子育て世代からの率直なご意見をいただきました。さらに、専門分野の異なる3名の外部有識者をお招きし、会長の櫻田、社長の中村と、100年企業を目指すモスの「現在」と「これから」についての対話を行いました。

モスフードサービスでは、「おいしさ、安全、健康」という考えを大切にした商品を「真心と笑顔のサービス」とともに提供することに一貫して取り組んでいます。本レポートの発刊により、グループ内部のみならずチェーンに関わるすべての方々に、さらなるコミュニケーションの輪が広がっていくことを目指しています。

※「モスのコミュニケーションレポート 2019」は、当社の企業サイトからもご覧いただけます。

モスフードサービス企業サイト <https://www.mos.co.jp/company/>

<報道関係者からのお問い合わせ先>

株式会社モスフードサービス 広報 IR グループ TEL. 03-5487-7371 FAX. 03-5487-7389
<https://www.mos.co.jp/company/> E-mail. pr@mos.co.jp

<お客様からのお問い合わせ先>

お客様相談室 TEL. 0120-300900

(参考) モスグループのおもな環境およびCSR活動

1972年 (創業)	<ul style="list-style-type: none"> ・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） 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
1995年	<ul style="list-style-type: none"> ・全店舗でリユース食器の導入を推進
1996年	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページ開設と同時に、栄養成分情報を開示
1997年	<ul style="list-style-type: none"> ・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」を全店導入（新価値宣言）
2000年	<ul style="list-style-type: none"> ・本社内に「環境推進グループ（現：社会共創（SDGs）グループ）」を設置
2001年	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・ホームページで商品のアレルギー情報を開示
2002年	<ul style="list-style-type: none"> ・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年	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・全社的なCSR推進活動を強化 ・チェーンメンバーのための内部告発者支援窓口（現：モスヘルプライン）を開設
2004年	<ul style="list-style-type: none"> ・「環境方針」を制定 ・「環境報告書（現：コミュニケーションレポート）」を発刊 ・倉庫廃棄物の一括再資源化を本格開始
2005年	<ul style="list-style-type: none"> ・「グリーン調達ガイドライン（基本原則）」をホームページ上に公開 ・モスの店舗スタッフが近隣の小学校へ出向き出張授業を行う「モスの食育プログラム」を本格的に開始 ・「モスバーガーこども110番の店」への登録推進開始
2006年	<ul style="list-style-type: none"> ・お持ち帰り用ポリ袋に代わり、紙バッグを導入 ・キッズニア東京に「ハンバーガーショップ」パビリオン出展 ・森の町内会「間伐に寄与する紙」の使用を開始
2007年	<ul style="list-style-type: none"> ・「エコリーフ環境ラベル」の認証を取得
2008年	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗の廃食油処理について「電子マニフェスト制度」を一部導入 ・「災害時帰宅困難者支援に関する協定」の登録店舗を拡大
2009年	<ul style="list-style-type: none"> ・「フード・アクション・ニッポン アワード2009」において「とびきりハンバーグサンド」が、プロダクト部門の優秀賞を受賞
2010年	<ul style="list-style-type: none"> ・補助犬受け入れ推進の意思表示として、ステッカーの掲示を開始
2011年	<ul style="list-style-type: none"> ・お客さまと社長との直接対話「モスバーガータウンミーティング」を開始 ・「フード・アクション・ニッポン アワード2011」において「自由が丘 あえんおそうざい」のお弁当が、「食べて応援しよう！賞」を受賞
2012年	<ul style="list-style-type: none"> ・グリーン電力を購入し、事業方針説明会、株主総会などの会場での使用を開始 ・国内外食チェーンとして初めてISO22000認証を取得
2013年	<ul style="list-style-type: none"> ・モスバーガー店舗にLED照明を採用した看板を導入（2014年度末までに全対象店舗で導入完了） ・「フード・アクション・ニッポン アワード2013」において「店舗スタッフによる産直・採れたて野菜のハンバーガー」の取り組みが、販売促進・消費促進部門の最優秀賞を受賞
2014年	<ul style="list-style-type: none"> ・朝食強化のため全店で朝7時オープンを実施 ※一部店舗除く
2015年	<ul style="list-style-type: none"> ・ミラノ国際博覧会（ミラノ万博）の日本館フードコートに出店 ・「モスバーガータウンミーティング」の開催を全国47都道府県で達成
2016年	<ul style="list-style-type: none"> ・マヨネーズタイプをカロリーーフに変更し、ドレッシングを減塩タイプに変更 ・新潟県のモスバーガー全店舗で、障がい者が描くふれあいアート展「MOS ごと美術館 with cotocoto」を初めて開催
2017年	<ul style="list-style-type: none"> ・「第3回 JSH 減塩食品アワード」において「和風ドレッシング<減塩タイプ>」が金賞を受賞 ・国内モスバーガー及びモスカフェ全店で飲食店初のエコマーク認定を取得 ・低アレルギーメニューをリニューアルし、個包装対応での提供を初めて採用
2018年	<ul style="list-style-type: none"> ・モスバーガー14店舗で「スマートミール」認証を取得 ・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
2019年	<ul style="list-style-type: none"> ・脱プラスチックの取り組みとして、一部店舗で1ヶ月間、紙製カトラリーの導入とプラ製ストローの一律提供を休止するテストを実施