

モスバーガーの温暖化対策



2014年2月12日(水)

株式会社モスフードサービス
CSR推進室 社会環境グループリーダー
松田由美子

- 自己紹介
- 会社沿革とCSRのあゆみ
- 温暖化対策の事例
- 今後の課題

■ 自己紹介



(株)モスフードサービス 会社概要

- 設立 昭和47年(1972年)7月21日
- 代表者 代表取締役社長 櫻田 厚
- 従業員数 1,166名
(平成25年3月末現在)
- 店舗数 (平成25年12月末現在)

国内モスバーガー店舗	1,414店	(うち FC加盟店 1,361店)
海外モスバーガー店舗	319店	(台湾、シンガポールなど 8つの国と地域へ出店)
未来事業店舗	42店	(紅茶専門店、レストラン等)
グループ合計	1,775店	

モスの名前の由来

Mountain 山のように気高く堂々と

Ocean 海のように深く、広い心で

Sun 太陽のように燃え尽きる
ことのない情熱を持って

経営理念

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

モスバーガーの成り立ち



1972年 1号店オープン

成増の裏路地の八百屋の倉庫(2.8坪)

開業資金は800万円

(うち商品開発費に600万円を費やす)



創業者 ・ 櫻田 慧

「アメリカで味わったうまいハンバーガーを

日本でも売りたい」という思いから

証券会社を脱サラして、モスバーガーを創業

創業の心

日本の食文化を表現

調味料・食材…日本生まれの企業としての使命



モスは「フランチャイズチェーン」

同じ価値観をもった仲間とともに成長したい

「心」＋「科学」

ずっと守り続けるものと、
時代に合わせた新技術・新手法



■ 会社沿革とCSRのあゆみ



企業の沿革とCSRの変遷

◆創業～1980年代 日本型の「おいしさ」と「おもてなし」

- ・アフターオーダー方式
- ・リユース食器の使用
- ・1986年 47都道府県へ出店達成

全国規模の外食FC
チェーンとして規模拡大

◆1990年代～2002年頃 環境問題の解決・対応

- ・野菜の品質のバラつき → 安定調達への模索
- ・1997年『新価値宣言』
- ・環境テーマは3Rと温暖化へ

個人事業者の集団から
企業・チェーンの責任へ

◆2003年～ 「エコ」から「CSR経営」へ

- ・2003年 CSR推進室を新設
- ・2004年 ISO14001 認証取得
- ・外部環境の変化、情報化社会への対応

コンプライアンスを含め
より高次のCSRへ

社会環境グループの業務内容

エネルギー

- ・ 省エネ施策の推進
- ・ 報告義務への対応

廃棄物

- ・ ごみの削減とリサイクルの推進
- ・ 報告義務への対応

社会貢献活動

- ・ 食育活動(モスの食育プログラム)
- ・ その他の社会貢献活動

ISO14001

- ・ 事務局機能、内部監査

■ 温暖化対策の事例



事例紹介

モスの生野菜

- ・ 安心・安全な食材の安定調達と、日本の農業支援

モスの食育プログラム

- ・ 未来を担う子供たちに本業を通じて社会貢献活動を

グリーンカーテン コンテスト

- ・ お客さまとのコミュニケーションにもなる店舗の省エネ活動

エネルギーマネジメント

- ・ 自店およびチェーン全体で活用するための仕組みづくり

モスの生野菜

1997年 『新価値宣言』

「おいしさ」だけでなく、「安心・安全」も実現する品質を提供



- 全国約3,000戸の協力農家による“顔が見える野菜”
- 減農薬・減化学肥料、環境保全型農業を推進
- 農業後継者の育成を支援

(参考)フード・アクション・ニッポン アワード

「フード・アクション・ニッポン」とは・・・
2008年に農林水産省が立ち上げた
国産農産物の消費拡大のための取組

- 2009年 **プロダクト部門 優秀賞**
国産肉(牛・豚合挽き肉)と国産生野菜を使用した
「とびきりハンバーグサンド」を発売
- 2011年 **食べて応援しよう！賞**
東北産の食材を積極的に『自由が丘あえん おそうざい』の
お弁当やお惣菜に使用
- 2013年 **販売促進・消費促進部門 最優秀賞**
店舗スタッフが地元で収穫！
産直、採れたて野菜のハンバーガー(群馬、岩手、福島で実施)



モスの食育プログラム

2005年 食育基本法の施行とともに本格始動
本業を通じた地域(社会)貢献活動の実現



- 全国の店舗スタッフが近隣小学校で出張授業
- ハンバーガーづくりを通じて「食」を体験、体感
- 食への関心、食べることへの感謝の気持ちを醸成

グリーンカーテン コンテスト

2005年より「環境大賞」を毎年実施

→ 2013年に、初めて「グリーンカーテン」に特化して開催



- 毎年恒例の店舗が増加、環境省からの要請が後押し
- 写真で応募、屋内でもひと鉢でも可
- 完成後だけでなく、育成中もお客さまとのコミュニケーションに

エネルギーマネジメント

2005年にシステム導入

店舗での省エネ対策とチェーン全体での情報把握を実現



- POS画面から、毎月メーター値(電気、ガス、水道)を入力
- 本部で集計・記録、店舗側でもダウンロード可能
- 誤入力対策を施し、連鎖化事業者としての報告義務へ対応

■ 今後の課題



■ 省エネルギー対応の一層の強化

■ 食品リサイクルの推進

■ 集計・報告業務負担の軽減

■ お客さまへのアピール、協力依頼



<エコマダムステッカー>