



## アイソマー

★触媒を用いてライトナフサのオクタン価を向上(70⇒80)させ、レギュラーガソリン(オクタン価90)の基材とするための装置。

## アイ ピー ピー(IPP:Independent Power Producer)

★電力卸供給事業

当社は、四日市製油所隣接地区にて20万Kwの発電所を建設。2003年度より中部電力向けに営業運転開始予定。

## アール ピー エス(RPS:Renewable Portfolio Standard)制度

★再生可能エネルギーの導入基準制度のこと。

「電気事業者による新エネルギー等の利用に関する特別措置法」に基き、電気事業者に対して、毎年その販売電力量に応じた一定割合以上の新エネルギー等から発電される電気の利用を義務付け、新エネルギー等の更なる普及を図るもの。

電気事業者の義務

- ①自ら新エネルギー等で発電する
- ②他から新エネルギー電気を購入する

当社は、電力小売販売事業への進出をにらみ、新エネルギーとして風力発電業への進出に向けた取り組みを開始。

新エネルギー:風力・太陽光・地熱・水力・バイオマス

## イー アール ピー(ERP:Enterprise Resource Planning)コンサルティング会社

★ERP:統合基幹業務パッケージ

当社がEPRを導入した際の人材・ノウハウを活用してERP導入時のコンサルティングを事業化。



## エコカード

⇒コスモ・ザ・カード「エコ」の項を参照ください。

⇒参考 コスモ・ザ・カード(ハウス)の項を参照ください。

## エス エス ナビ(SS NV)指数

★特約店がSSの体質強化(低マージン下でも利益を上げられる体質づくり)するための指数のこと。

★SSの経費を最小化し、同時に付加価値粗利(車検、オイル交換、洗車、タイヤ・バッテリー・アクセサリ販売などでの粗利)及び、ガソリン・軽油販売を最大化する方向性を把握させる目的。

★毎年コスモ石油より、目標指数を特約店に提示する。2002年度は6以下。

★指数は小さければ小さいほど(マイナスもありうる)、強いSSであると言える。

$$\text{SSの経費を最小化} = \frac{\text{SS直接経費} - (\text{付加価値粗利} + \text{灯油粗利})}{\text{自動車燃料(ガソリン+軽油)販売数量}}$$

燃料油以外の粗利を最大化

燃料油粗利を最大化

⇒参考 本社NV指数の項を参照ください

## エス シー エム(SCM)

★サプライチェーンマネジメント



## エフ(F)指数

- ★特約店がSSを管理(コスト意識)するための指数のこと。
- ★人件費に対する付加価値粗利(車検、オイル交換、洗車、タイヤ・バッテリー・アクセサリ販売等での粗利)割合を把握し、コスト意識を高める目的。
- ★指数は大きければ大きいほど、付加価値販売に強いSSと言える。
- ★毎年コスモ石油より、目標F指数を特約店に提示。2002年度は120%以上。

$$\text{計算式} = \frac{\text{付加価値粗利}}{\text{人件費}} \times 100$$

例) F指数 100%……>付加価値利益を人件費が相殺  
F指数 120%……>人件費を上回る付加価値販売 =強いSSであるといえる。

⇒参考 SS NV指数 の項を参照ください

⇒参考 本社NV指数 の項を参照ください



## エフ・シー・シー(FCC: Fluid Catalytic Cracking Unit)

- ★流動接触分解装置のこと。
- ★いわゆる二次装置のことであり、軽質留分(主にガソリン留分)をより多く生産するための設備。

## エム・ジー販売数量(MG販売数量)

- ★モーターガソリン(自動車用ガソリン)の販売量のこと。

## オートビークル(Auto B-Cle) カーケア コンビニエンス

- ★Best Car Life Entertainmentからの造語
- ★SSに併設するカーケア商品販売店舗、設備およびサービス提供の形態のこと。  
例)整備・修理、洗車、オイル・タイヤ交換、洗車などの設備。
- ★セルフ&オートビークル……セルフSSにビークルを併設したタイプのSS。
- ★フル&オートビークル……フルサービスSSにビークルを併設したタイプのSS。

## オートビークル・キーステーション

- ★指定あるいは認定工場をはじめ、カーケア全般に対応できる設備を備えたフルサービス・セルフSSのこと。
- ★キーステーションを中心にしてオートビークル・サテライトとネットワーク化することにより、サテライトで受け付けた車検を実施できるなど、単独のSSより広い商圈の顧客ニーズに対応でき、ネットワーク化を実施した地域において高いシェアを獲得できる。

## オートビークル・サテライト

- ★指定あるいは認定工場は持たないが、車検の受け付け窓口となるオートビークルを併設したSSのこと。



## カーケア商品

- ★車検、修理、オイル交換、洗車、タイヤ・バッテリー・アクセサリ・パーツなど車周りの商品およびサービス  
=付加価値商品

## カーケア粗利

- ★カーケア商品販売などに関わる粗利のこと。  
=付加価値粗利

## 原単位、SS原単位

- ★1SSあたりの1ヶ月の自動車用燃料油販売量のこと。

## コスモ・ザ・カード販売比率

- ★SSでの自燃油(ガソリン・軽油)販売量に占めるコスモ・ザ・カード会員様への販売数量の割合のこと。  
カードでの販売比率が高い=たくさんのお得意様に継続的にご支持いただいているSSであると言える。

# か

## コスモ・ザ・カード(ハウス)

★コスモ石油が独自に運営する、コスモ系列SS限定のクレジットカードのこと。価値創造21の

⇔トリプルカード

★お客様、特約店(SS)、コスモ石油3者それぞれに大きなメリットがある

お客様 : 即時発券、キャッシュレスの支払い、キャッシュバックシステム(コスモ・ガソリンマイレージの項を参照ください)、キャッシング他、多くの特典がある。

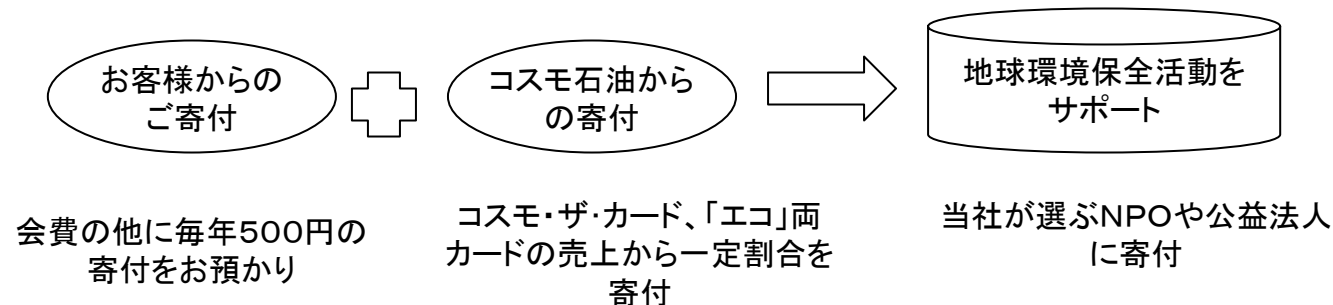
SS : お得意様に継続的にご利用頂ける(必ずコスモのSSを選んで頂ける)しくみが出来る。  
POSデータ活用でのマーケティングにより、SS体質強化、販売数量増につながる。  
決済業務の軽減ができ、信販系カードに比べ安価な手数料である。

コスモ石油 : マーケティングツール、SS体質強化によって販売量アップ、カード手数料収入が期待できる。

## コスモ・ザ・カード「エコ」(エコ・カード)

★コスモ・ザ・カードの機能に加え、「環境保全参加」の機会を会員様に提供するハウスカードのこと。

★コスモ・ザ・カードのターゲットに加え、環境意識の高いお客様を獲得するのが目的。



※上記のほか、会員のお客様には環境報告書や、環境保全活動や寄付金の使途を報告するグリーンレポートを送付



## コスモ・ガソリンマイレージ

★カーケア商品の売上に応じて、自燃油の決済時にキャッシュバックするコスモ・ザ・カードのシステムのこと。

★カーケア商品の売上を伸ばし、同時に自燃油の売上を伸ばす。

★コスモ・ザ・カードの機能とあわせ、お客様に継続的にコスモのSSにご来店頂けるシステム。

仕組み	カーケア商品の購入	1,000円ごとに1マイル付与。 10,000円以上/月で10ボーナスマイル付与。
	ガソリン・灯油・軽油購入	3,000円ごとに1マイル付与。
	★1マイルあたり、1リットル分について10円をキャッシュバック★	

例)コスモ・ザ・カードでオイル交換	10,000円	→ 10マイル獲得
ボーナスマイル		→ 10マイル獲得
コスモ・ザ・カードで給油	6,000円	→ 2マイル獲得

カードの決済時に22マイル=10円×22マイル=220円キャッシュバック

オイル交換	10,000円
ガソリン	6,000円
キャッシュバック	220円(22マイル×10円)

---

請求額合計	15,780円(消費税別)
-------	---------------

⇒参考 ネット会員 の項を参照ください。



## 社有SS

- ★コスモ石油が土地・建物を所有しているSSのこと。
- ★特約店へは、コスモ石油が土地・建物を賃貸している。

## 自己SS

- ★特約店が土地・建物を所有しているSSのこと。

## 自燃油

- ★自動車燃料油のこと＝ガソリン・軽油

## ザ・カード販売比率

⇒コスモ・ザ・カード販売比率 の項を参照ください。

## 収益改善プログラム

- ★外部コンサルタントの導入により、供給部門の付加価値向上を目指す。  
外部コンサルタントを導入し、製油所の装置運転を見直すことにより、白油の得率や処理量の向上をはかる。

## 全社NV(ナビ)指数

- ★全社NV指数＝SSNV指数＋本社NV指数  
⇒SSNV指数、本社NV指数 の項を参照ください。  
⇒本社NV指数 の項を参照ください。

## セルフ&ウォッシュ(SELF & WASH)

- ★セルフ給油機およびセルフ洗車のみを設置してあるタイプのセルフSSのこと。  
⇔オートビークル併設のセルフあるいはフルサービスSS  
⇒参照 オートビークル の項を参照ください。





## トリプルカード

★信販各社と提携しているクレジットカードのこと。

⇒ ハウスカード、コスモ・ザ・カード(ハウス) の項を参照ください。



## ネット会員

★コスモ石油が運営するWEBサイト コスモ・ガソリンマイレージ <http://www.g-mile.com> の会員のこと。

★お客様、コスモ石油双方にメリット。

お客様 ネット会員は、SSでのカーケア商品購入に伴って獲得できるマイルのほかに、当社運営のネット上や加盟店での買い物でマイルを貯めることが出来、貯めたマイルはガソリン購入のカード決済時にキャッシュバックされる。

コスモ石油 これらのマイル(決済時のキャッシュバック)の原資は、ガソリンマイレージの加盟店(約90サイト)が負担しているため、他店での買い物で貯めたマイルを当社SSで利用して頂くことができ、お客様に継続的にコスモのSSをご利用いただける。

例) インターネット上で獲得できるマイル

ネット会員の登録	10マイル	
ネット上で3,000円の買い物	6マイル	
CMの視聴	1マイル	
資料請求	50マイル	他多数

⇒参考 コスモ・ガソリンマイレージ の項を参照ください。



## ハウス・カード

コスモ石油が独自に運営する、コスモ系列SSのみで使用可能なコスモ・ザ・カード(ハウス)のこと。

⇒コスモ・ザ・カード「エコ」もハウスカードである。

⇔トリプルカード



## 発券枚数

★コスモ・ザ・カードの累計発券枚数のこと。脱会者の人数も含む。

⇒参考 有効枚数 の項を参照ください

## ピーピーエス(PPS:Power Producer and Supplier)

★電力小売事業

当社は、製油所余剰発電能力等を活用し、電力小売事業へ進出

## 分散型発電事業

★発電機を顧客の敷地内に設置して電力・熱を供給する事業。

燃料供給・運転・メンテナンスまですべてを当社が行い、発電した電力・熱を競争力ある価格で顧客に販売する。

## 本社NV指数

目的 : 特約店の体質強化(低マージン下でも利益を上げられる体質づくり)するため、特約店本社(管理部門)のコスト意識を高めるための指数。

毎年コスモ石油より、目標指数を特約店に提示

内容 : SS経営に関わるの経費を最小化し、同時に自燃油販売を最大化する方向性を把握する。

⇒SSNV指数とあわせ、全社NV指数として、特約店の体力を測る指数となる。

⇒参照 SSNV指数、全社NV指数 の項を参照ください。



## ミッドレンジSS

ビークルほどの設備は有しないが、中規模のカーケア設備を有するSSのこと。  
セルフ、フルサービス両タイプのSSがある。

## マイレージ、マイル

⇒コスモ・ガソリン・マイレージの項 を参照ください。



## 有効枚数

コスモ・ザ・カードの入会者数から脱会者数を引いた数のこと。  
実質の会員様数。  
⇒参考 発券枚数 の項を参照ください。



## ロイヤルカスタマー

毎年一定額以上、コスモ・ザ・カードでの購入のご実績のあるお客様を特にロイヤルカスタマー(お得意様)と位置付け、長期的  
且つ良好な関係の維持に努めている。