

## お客様に価値あるサービスを提供できる企業であるために

### ▶お客様にとって価値のある次世代業態ネットワークへ

コスモ石油とお客様とをつなぐ最大の接点はSSです。

そのため、SS(サービスステーション)におけるサービスの向上や安全の確保は重要な課題です。

当社では、お客様のニーズを個別に、またタイムリーに対応する「お客様にとって価値のある次世代業態ネットワーク」を目指しています。

## ■お客様がカーライフに求める価値

お客様がカーライフに求める価値に応じて、次世代業態へ進化していきます。

お客様がカーライフに求める価値は、燃料油に求める「価値」とカーケアに求める「価値」に大きく分けることができます。

### ▶燃料油に求める「価値」への対応 セルフSSへの業態転換・新設を強化

石油連盟のアンケートでは45%のお客様がセルフサービスを希望されています。

当社では、そのようなお客様ニーズに対応したセルフSSへの業態転換・新設を強化しています。

現状のセルフSSの店舗比率は8%、販売数量比率で20%に達しています。

### ▶カーケアに求める「価値」への対応 潜在ニーズも含めたトータルなカーライフソリューションへ

カーケアニーズには、お客様自身が交換時期を把握されている商品(オイル、タイヤ、車検など)と、お客様自身では交換時期が分かりづらい商品(バッテリー、冷却水など)があります。

お客様の車の状態に応じたメンテナンス情報を適切にアドバイスすることで、お客様がカーライフに求める「価値」に対する満足度の向上につなげることができると考えています。

## ■SSネットワーク

Auto B-cle(オートビークル)の開発とSSのネットワーク化で、多様化するお客様ニーズに応えていきます。

多様化するお客様のニーズに応えられるカーライフソリューションをコンセプトに、SSに併設する形で車検整備工場、高級洗車設備、タイヤ、バッテリーなどのカーケア販売業態「Auto B-cle(オートビークル)」を開発しました。

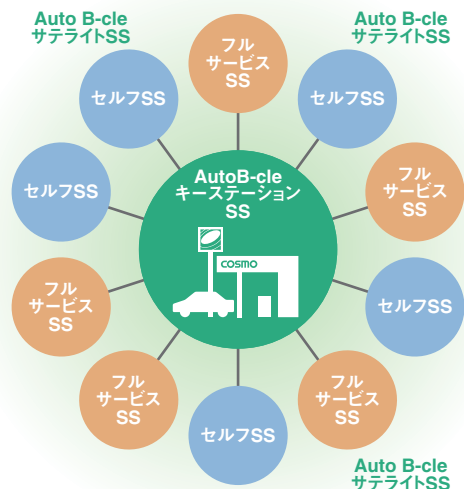
「いつでも、身近で、どんなことでも、車のことを相談できるコンサルティングステーション」を目指し、お客様の多様なカーケアニーズに対応しています。

また、大型で車検工場を併設したAuto B-cleキーステーションSSと周辺の中小Auto B-cleサテライトSSのネットワーク化を推進しています。これにより、近隣にキーステーションSSがなくても、サテライトSSを通じてAuto B-cleサービスを提供できます。

### ■ SSネットワーク



Auto B-cle



## ■SSサービス診断

年6回に及ぶSSサービス診断調査を実施し、迅速な改善行動につなげています。

お客様から信頼されるSSであるためには、小売業としての基本ルールを守ることが第一です。

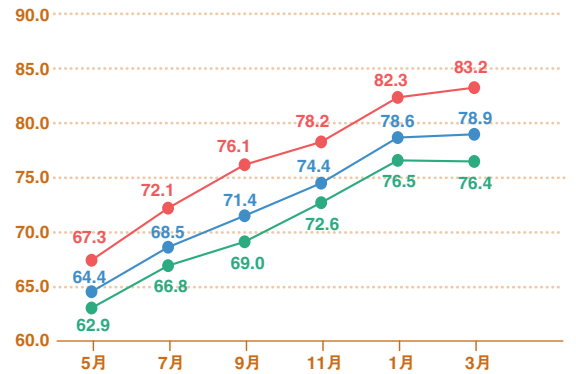
基本ルールとは「お客様との約束を守ること」で、コスモ石油のSSでは「親しみやすさ」「清潔さ」「安心感」「高品質」の4つを約束事項としています。

当社では年6回のサービス診断を行っています。調査モニターがお客様の視点から「印象」「オペレーション」「セールス活動」などの項目別にサービスレベルを調査し、「ぜひ再来店したい」「再来店したい」「どちらでもよい」「再来店したくない」の4段階で評価するものです。

約2ヵ月に1回という短いスパンで実施するのは、調査結果を各SSにフィードバックし、迅速な改善行動につなげ、再来店意向を高めることを目的としているからです。迅速な改善行動の一助として、サービス診断調査の目的や調査結果への対処などを記した「SSサービス診断調査活用ガイド」を制作し、各SSに配布しています。

■ SSサービス診断調査全店実績推移 (2003年5月～2004年3月)

(ポイント)



## ■バリアフリーSS

車イス対応トイレやスロープの設置、聴覚障害者のためのSSオーダーカードなど、バリアフリーSSの展開を推進しています。

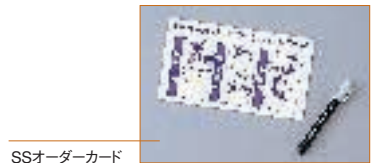
SSは、燃料の供給を通じて地域社会と共生しています。「身近にあるからこそ、もっと地域の皆さまに活用していただきたい」という考えの下、車イス対応トイレやスロープの設置など、バリアフリーSSの展開を推進しています。

また、聴覚障害を持つドライバーは全国に約3万人いるといわれています。聴覚障害を持つ方がSSでスムーズに燃料を注文できるよう、「聴覚障害者のためのSSオーダーカード」を備えています。このカードは、聴覚障害を持った当社の社員の提案により実現したものです。

WEB ▶ <http://www.cosmo-oil.cp.jp/ss/society/index.html>

## ■コスモカスタマーセンター

正確・丁寧・迅速な対応を心がけるとともに、お客様の声をサービス・業務改善に確実に反映させていきます。



SSオーダーカード

2000年10月に、お客様との双方向コミュニケーションを図ることを目的に、「コスモカスタマーセンター」を開設しました。

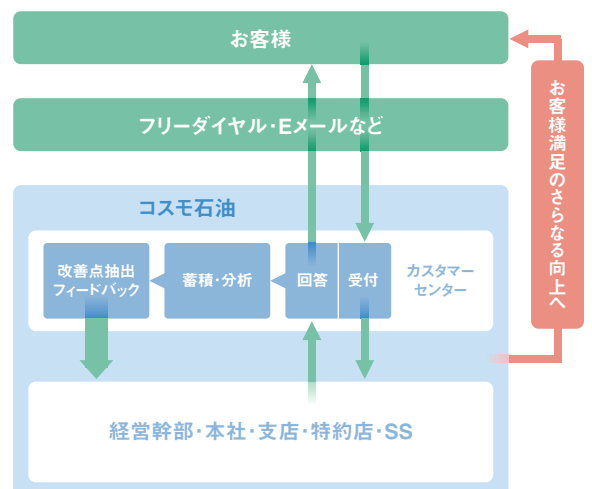
2003年度は、フリーダイヤルとEメールによって、1ヵ月約309件のお客様の声が寄せられました。その内訳は、ご質問57%、苦情23%、ご要望17%、その他3%となっています。

コスモカスタマーセンターでは、寄せられたお客様の声の一元的な収集、分類、分析を行っています。これにより、正確・迅速・丁寧に応えるとともに、お客様の声をいち早く関連部署に伝え、サービス改善・業務改善に確実に反映し、お客様満足のさらなる向上に努めています。

また、お客様から実際に寄せられた声とその対応について、ポイントを解説し、カスタマーサポートの立場から見た良い対応と悪い対応を掲載した「SSカスタマーサポートガイド」を制作し、各SSに配布し、カスタマーサポートの定着を図っています。

### カスタマーセンターの役割

お客様の声をより良いサービス・商品づくりに活かすために



WEB ▶ <http://www.cosmo-oil.cp.jp>

フリーダイヤル ▶ 0120-530-372

## 地球に暮らす企業市民としての役割を果たすために

### ▶お客様・社会・NPOなどと一体となって環境保全活動を推進

石油製品はお客様がご利用になる際に、多くの環境負荷を発生させます。

当社はより環境負荷の少ない石油製品の開発、提供に努めるとともに、お客様と一体となって、環境保全に取り組むことが重要だと考えます。そこで、お客様が気軽に環境保全活動に参加できる取り組みを進めています。

### ■コスモ・ザ・カード「エコ」

“地球のために何かをしたい”というお客様の気持ちと、コスモ石油の気持ちが一つになって生まれたカードです。

コスモ・ザ・カード「エコ」は、入会時および次年度以降の入会月に会員の方からお預かりする500円の寄付金に、コスモ石油からの寄付金を加えて、「ずっと地球で暮らそう。」を合言葉に、地球温暖化防止をメインテーマに、国内外での環境保全活動や次世代を担う子どもたちへの環境教育の支援活動を展開しています。会員数は発行以来2年で約75,000人になりました。

効果的な支援を行うために、基金のスタッフがプロジェクトパートナーであるNPOなどとともに検討を行い、地域の住民や行政の声を聞き、環境修復や保全プロジェクト、「ずっと地球で暮らそう。」プロジェクトを推進しています。



コスモ・ザ・カード「エコ」



### ■「ずっと地球で暮らそう。」プロジェクト

地球温暖化防止をメインテーマとして、地球規模での環境保全と、次世代への環境教育を中心に、お客様や地域社会、現地で活躍するNPOなどの皆さまとともに、地球市民の一員として「何ができるのか」「何をすべきなのか」を考えながら活動を推進しています。



#### 熱帯雨林保全プロジェクト

[バブアニューギニア/ソロモン諸島]

二酸化炭素の大きな吸収源である熱帯雨林を保全するため、その第一歩として森林への負担をかけない定地での循環型有機農業の普及を支援しています。



#### 循環型農業支援プロジェクト

[フィリピン]

キャッサバの葉を再利用する循環型農業を軸とした地域の持続的発展を支援しています。



#### 南太平洋諸国支援プロジェクト

[キリバス共和国]

温暖化が原因といわれる海面上昇で、井戸水の海水化や海岸線の浸食などの被害に直面する島嶼国を支援しています。



#### 学校の環境教育支援プロジェクト

[日本国内]

学校の「総合的な学習の時間」に環境教育プログラムを提供するなど、学校での環境教育を支援しています。



#### シルクロード緑化プロジェクト

[中国]

地域住民や地元政府とともに、砂漠化の進行の防止を目指してシルクロードへの植林を推進しています。



#### 環境学校支援プロジェクト

[日本国内]

自然環境と社会環境を同時に体験、勉強することを通して、環境に対し自ら行動できる子どもたちの育成を支援しています。

# [コラム] Column

## 「環境の世紀」における企業の取り組み



東京国際大学教授  
立命館大学名誉教授

唐 沢 敬



グローバル化や市場経済化、情報化の加速により経済（市場）と社会が構造的な変化を遂げている今日、企業や国民生活にもこうした変化への適応が求められています。市場機能を通じた民間活力の発揮や国民生活の枠を超えた地域経済統合、情報通信革命の進行などがその根底にありますが、地球環境問題への対応も不可欠の課題です。「環境の世紀」において、地球規模での持続的発展を具現化していくことはあらゆる経済主体の責任であり、企業の新しい役割や社会貢献を目指す動きも年々活発化し、これに対する社会的期待も高まっています。

コスモ石油は、これまで「社会全体の環境負荷を低減し、持続可能な社会づくりを推進するために、企業の果たす役割はますます大きくなった」（岡部会長）との認識に立って、早くから環境保全や社会貢献活動に取り組んできました。石油は、本来、貴重なエネルギー源であるだけでなく、あらゆるものの基礎物質、最大の貿易商品の一つ、金融商品化した特殊な存在、さらに、膨大なオイルマネーの創造という役割を通して、世界経済と社会を支える最も基本的な物質であり続けています。同時に、高度経済成長時代に典型的に示されたように、石油はその燃焼を通じて環境に重大な負荷を与え、経済と社会の持続発展性を奪う可能性も秘めています。現在、グローバル経済化や情報化の加速により地球規模での開発と競争が促進されていますが、それに伴って、途上国を中心に石油消費が急増し、二酸化炭素をはじめとする環境汚染物質の排出も地球規模で進んでいます。

こうした点で、石油企業としてのコスモ石油の経営戦略や「環境」への優先的取り組みには先端的な意味があり、経済や社会に与える影響も大きいと思います。とりわけ、石油関連各事業における環境負荷の低減だけでなく、顧客やNGO、行政等各層と共同で地球規模の環境保全と経済開発を同時に達成することを目指す『コスモ・ザ・カード「エコ」』活動は特徴的です。その一つ、パプアニューギニアやソロモン諸島における熱帯雨林保全のプロジェクトは、環境保全と地域社会の持続的な発展を両脱みしたユニークな国際プロジェクトであり、NGOとの協力関係も日本の開発協力の新しい行き方を示すものとして注目されます。

筆者は、2004年3月、パプアニューギニア・ラバウルでコスモ石油から寄贈された精米機と現地の人々による精米活動など定置型有機農法育成支援の実情をつぶさに観察する機会を得ました。稲作と養豚を結びつけた有機農法はパプアニューギニアの実状に合っており、熱帯雨林の破壊防止と食糧難・貧困問題を同時に解決するという意欲的な目標をもっています。

近年、いくつかの産業分野では、産業自体が天然資源に依存する在来型の大量生産システムから離脱し、知識・情報・技術を重視する製品の製造と市場密着型生産システムの確立に移行する傾向が強まったという指摘をしばしば耳にします。「環境」を最優先課題とするコスモ石油の今後の取り組みに注目していきたいと思います。

## ■CO<sub>2</sub> “排出権” を活用した試み

地球レベルで温暖化問題とCO<sub>2</sub>を考える試みとして、  
植林支援を通して吸収されたCO<sub>2</sub>から生まれる“排出権”を活用しています。

### ✦コスモ石油の排出権

コスモ石油では、オーストラリア南西部で約5,100ha（山手線の内側の広さ）のユーカリの森の育成を支援しています。この森が吸収したCO<sub>2</sub>を、2002年度は24,000トン分、2003年度は47,489トン分、排出権として取得しました。吸収されたCO<sub>2</sub>の量はノルウェーの森林管理会社ヤコプリ社と、朝日監査法人（現あずさ監査法人）の検証を受けています。

### ✦コスモ・ザ・カード「エコ」会員に向けて CO<sub>2</sub>フリーガソリン&軽油を提供

地球温暖化防止の啓発活動の一つとして、コスモ・ザ・カード「エコ」会員の方が1ヶ月間に購入したガソリンから発生するCO<sub>2</sub>を“排出権”で相殺するCO<sub>2</sub>フリーガソリンの企画を2002年度から行っています。2002年12月には11,195トン、2003年12月にはガソリンに軽油を加え、計16,228トンのCO<sub>2</sub>がこの排出権によって相殺され、その分のCO<sub>2</sub>がオーストラリアの森林に吸収されたこととなります。

### ✦日本初、個人向けの排出権「二酸化炭素吸収証書」の販売

地球温暖化防止について、少しでも多くの方とともに考え行動したいとの思いから、2003年1月から当社がかかわる環境関連のイベントなどで、排出権を証明書の形にして、1トンあたり500円で販売しています。

2004年2月からは、「イベントに参加できないが排出権に興味がある」という多数の方の声を受け、ホームページ上でも販売を開始しました。

この1年半で、約3,000枚の証明書が個人の方々のお手元に届きました。売上は、コスモ・ザ・カード「エコ」会員とともに進めている環境保全活動に役立たせています。

## ■クリック募金

支援したい環境保全プロジェクトを選んでクリックすると、お客様に代わってコスモ石油が1円を寄付します。

コスモ石油のホームページで支援したい環境保全プロジェクトを選んでクリックすると、自動的に1円を寄付したことになるというものです。寄付金はクリックされた方に代わって、コスモ石油が寄付する仕組みになっています。

2003年2月14日から開始し、2004年3月末までの寄付総額は1,378,230円となっています。

WEB ▶ <http://www.cosmo-oil.co.jp/kankyo/charity/index.html>

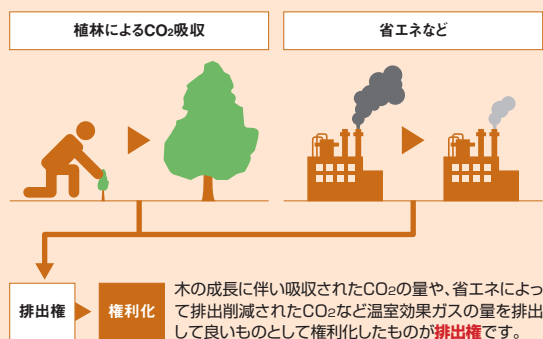


より理解を深めるために

### 排出権とは?

例えば木を植えて、その木が成長する間に吸収したCO<sub>2</sub>の量、つまり地球レベルで削減したCO<sub>2</sub>の量を「CO<sub>2</sub>を排出しても良い量」として権利化したものをいいます。当社では、2001年よりオーストラリアでユーカリの植林支援をし、この森が吸収したCO<sub>2</sub>を専門機関が測定、検証し、「排出権」として取得しています。

### 排出権の仕組み



温室効果ガス排出  
日本は年間 約13.3億トン  
内CO<sub>2</sub>: 約12.5億トン

日本人は1人当たりの年間CO<sub>2</sub>排出量は**アメリカの約半分**ですが、**中国の4倍以上**。  
年間排出量は**世界の5.2%**、**世界第4位**です。

出所:2002年度環境省発表資料

出所:全国地球温暖化防止活動推進センターホームページ (2000年データ)

# CM

## 環境広告のご紹介

コスモ石油株式会社 環境広告 「森はなくせない」篇 30秒  
2002.10~



♪  
"STILL BLUE"  
♪



**ナレーション:**  
焼畑農業は自然と共生可能な農法です。  
しかし人口増加などの影響で  
森の回復力を上回るペースで



耕作地が広がり、  
熱帯雨林の破壊要因の一つに  
なっています。



私たちは、焼畑から  
定地型農業への移行を願う  
バブアニューギニアの村々を  
支援しています。



**サウンドロゴ**  
♪ ココロも  
満タンに  
コスモ石油 ♪

コスモ石油株式会社 環境広告 「試みの農園」篇 30秒  
2004.2~



♪  
"STILL BLUE"  
♪



**ナレーション:**  
南太平洋の村に、稲作の歴史が  
始まっています。



米の実りが村を支え、自然とともに  
過ごす日々が続くようにと、  
彼らは願っています。



私たちはこの村に、定地型有機農業が  
普及するするための農園を開きました。  
人の想いに寄り添うことで  
叶う環境活動もあります。



**サウンドロゴ**  
♪ ココロも  
満タンに  
コスモ石油 ♪