

お客様とのかかわり

<http://www.cosmo-oil.co.jp/sustainable/07/soc/index.html>

お客様一人ひとりの「ココロも満タンに」を合言葉に、
安心安全なサービスの提供に努めます。

▶ コスモセルフ

お客様の消費行動はセルフSSへシフトする傾向にあり、全国のセルフSS数比率は2007年3月末には13.1%に対して、コスモ石油グループでは18.1%と業界平均を大きく上回る比率を示しています。また、マーケットでは、セルフSS対セルフSSの競争が激化するなか、多様化するお客様のニーズに応えられる、高いレベルのカーケア販売力をそなえた「コスモセルフ」の確立をめざしています。

▶ コスモアカデミー

「コスモアカデミー」では、お客様との最大の接点となるSSスタッフの人材育成をバックアップしています。新人からマネジャーまで各階層別に資格取得や技術販売などを目的とした研修のほか、カーメンテナンスに関するコールセンターの設置やインターネットで車に関する最新情報を提供するなど、SSスタッフがお客様のニーズにすばやく対応できるように側面支援しています。

▶ コスモ・ザ・カード

原油高騰によるガソリン価格上昇もあり、お客様のガソリン価格に対する意識が厳しくなるなか、お得に会員価格で給油できるコスモ・ザ・カードがお客様との長期的な関係づくりをバックアップしています。また、総合スーパー最大手のイオングループと提携し、2006年6月に「コスモ・ザ・カードオーパス」の会員募集を開始し、新たな会員の獲得に伴う「収益の最大化」を図っています。

 WEB 詳細データ●コスモ・ザ・カード/セルフSS <http://www.cosmo-oil.co.jp/sustainable/07/soc/index.html>

▶ “ココロも満タンに”宣言。

コスモ石油グループのSSでは、2007年度の新たな取り組みとして、「ココロも満タンに」宣言。を展開しています。これは、コスモ石油のキャッチフレーズ“ココロも満タンに”をこれまで以上に実感していただくためのお客様との約束事であり、それを実行する活動です。2007年度は3つを宣言し、これらが実践されているかをチェックするための調査も行っています。

- コスモステーションでは、ク린ナップの行き届いた店舗で笑顔と挨拶で対応します。
- コスモステーションでは、品質の確かな商品とサービスを提供します。
- コスモステーションでは、お客様からの質問に対し、責任を持ってお答えします。

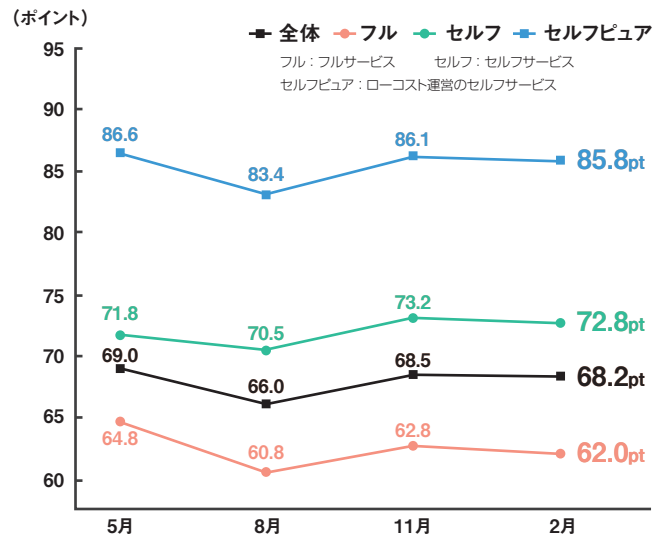
▶ カスタマーセンター

2000年10月から、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。2006年度は、フリーダイヤルとEメールによって、5,778件のお客様の声が寄せられました。その声の収集、分類、分析を行って、「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。

▶ SSサービス診断

「親しみやすさ」「清潔さ」「高品質」「安心感」の4つの基本ルールが高いレベルで実現されているかをチェックするため、お客様の目線でモニター調査をしています。2006年度は4回実施、調査結果はすばやく分析・フィードバックされ、SSの改善に活用されています。

SSサービス診断調査結果実績推移



 WEB ●お問い合わせ <https://www.cosmo-oil.co.jp/contact/index.html>
☎ 0120-530-372

▶ コスモステーションでのCSR

CSR経営として、コスモ石油グループのSSでは次のような取り組みを行っています。

コンプライアンスの徹底

コスモ石油グループでは「NAVIガイドブック」(特約店、SS向けのパンフレット)に、SSを取り巻く主な法令と内容を記載し、特約店、SS、リテール業務に携わる社員に、法令遵守を徹底するよう呼びかけています。

さらに、これらすべての法令遵守を念頭に置き、「個人情報保護法」「消防法」「土壌汚染に関する条例」については以下のような活動を行っています。



犬走りスロープ

社会／環境貢献活動

●「人と社会と地球にやさしいSS」をめざして

お客様との最大の接点であるSSにおける「人と社会と地球にやさしいSS」の実現をめざし、取り組みを始めています。次のような取り組みを2007年度から本格的に導入するため、2006年度はコスモ石油独自の基準でSSに試験的に導入しました。

人にやさしい

バリアフリー…犬走りスロープと大型トイレの標準装備

社会にやさしい

地域協力…緊急車両への安定的な石油製品の供給体制の確立(BCP)

地球にやさしい

環境ハード…省エネルギー電灯の導入や洗車機の排水リサイクル
環境ソフト…環境管理ポイント(EMポイント)調査やリスクマネジメント研修による環境保全意識の向上

●災害時の石油製品の安定供給(BCP)

大規模災害時において石油製品の安定供給を図るため、BCP(Business Continuity Plan:事業継続計画)に取り組んでいます。人命尊重を最優先とし、可能な限り石油製品の安定供給を行いながら、二次災害の防止・被災地の復旧・復興支援を行います。このBCPの一環として、災害に対応したSS「ライフラインサポートSS」の展開を図り、2007年10月に首都圏の直営SS約50店に導入します。「ライフラインサポートSS」では、災害対応に関するハード面およびソフト面でのさらなる強化を図り、災害発生時の石油製品供給のそなえとします。

電気等のライフライン停止時にも石油製品が提供できるようポンプや発電機の配備を行い、地域のライフラインサポートも視野に入れた大型発電機や貯水設備の配備についても検討していきます。

個人情報保護法

「個人情報保護テキスト」
「個人情報保護マニュアル」
「個人情報流出事故対応マニュアル」の活用

個人情報保護ポイント(PPポイント)調査

個人情報保護ポイント(PPポイント)調査/個人情報の管理状況などを半年ごとに調査しポイント化(100点満点)、必要な項目については改善を図っています。2006年度下期の平均は76.4点で、上期より3.9点改善しました。



WEB

詳細データ●個人情報保護ポイント(PPポイント)
<http://www.cosmo-oil.co.jp/sustainable/07/soc/customer.html>

消防法・土壌汚染に関する条例

安全点検記録帳による在庫管理・点検

環境管理ポイント(EMポイント)調査

各種管理ツール・マニュアルの活用

環境管理ポイント(EMポイント)調査/(100点満点)を半年ごとに実施。施設点検、在庫、産業廃棄物対策、設備点検などの管理状況を調査しています。2006年度下期は平均82.6点で過去最高を記録しました。



WEB

詳細データ●環境管理ポイント(EMポイント)
<http://www.cosmo-oil.co.jp/sustainable/07/env/management.html>