

誠実な業務遂行

コンプライアンスの推進

企業倫理推進体制

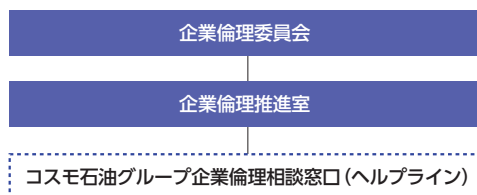
CSR推進委員会の実行組織として、企業倫理に関する基本方針の決定・推進・実施と確認を行う「企業倫理委員会」、推進役となる「企業倫理推進室」を設置しています。

さらに、業務における法令および倫理上の問題を匿名で相談・通報できる仕組みとして、「コスモ石油グループ企業倫理相談窓口」を社内および社外の弁護士事務所を設置しています。相談・通報の内容と対応は、「企業倫理委員会」に報告し、今後の活動に反映しています。また、人事部門内には、セクシュアルハラスメントおよびパワーハラスメントに関する相談窓口を設けています。

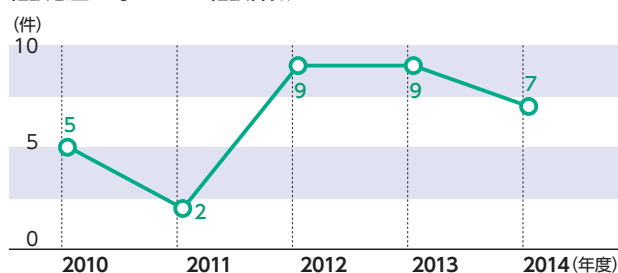
なお、2014年度の重大なコンプライアンス違反は0件*でした。

* 重大な製品およびサービスの提供、使用に関する法律や規制の違反、重大な環境法規制に関する違反を含みます。規制値を一時的に超えるなどの軽微な違反についてはWebにて報告しています。

企業倫理推進体制図



相談窓口寄せられた相談件数



企業倫理研修会

コスモ石油グループでは、毎年企業倫理研修会を行っています。

2014年度は、改定した「企業行動指針」(P23を参照)への理解を深めるとともに、①「安全第一」②「世の中の倫理・常識ルールの変化」③「他人への配慮(チームワーク)」をテーマに掲げました。

各テーマにおいて、日常業務のなかでありがちな事例を用いて、「自分ならどうするか」グループ討論を行いました。グループ社員からは、安全に対する意識が高まった、自身の行動の振り返りができた、ほかの人の意見が聞けて良かった、と好評価を得られました。



2014年度 企業倫理研修の実績数 ㊦

研修名	テーマ	受講者数	研修時間
新入社員	企業行動指針、CSR活動方針、グループ討論による倫理感の共有、ヘルプラインの紹介	74名*1	3時間
新任ライン長研修	企業行動指針、CSR活動方針における目標達成のためのライン長としての役割	30名	1.5時間
事業所研修	社長メッセージ、収益と倫理観の向上、企業行動指針の改定ポイント、グループ討論による倫理観の共有、意識調査アンケート結果(ハラスメント)のフィードバック	3,609名*2	1.5時間

*1 新入社員の受講者数は、コスモ石油採用社員のみとなります。

*2 開催回数は、全32事業所、76回になります。



企業行動指針の刷新

2014年9月、「コスモ石油グループ企業行動指針(2003年4月制定)」を改定し、時勢に合わせた新たな項目を追加するとともに、持続的発展が可能な企業であるために必要なことを見直しました。

2011年、2012年の当社千葉製油所での事故を受け、コスモ石油グループの使命である「安全・安定操業」に全社一丸で取り組んでいくため、「安全」の行動指針を第2章から第1章に変更し、さらに「安全で事故のない企業グループであり続けます」と宣言型にしました。

「安全」を礎とし、全6章からなる行動指針をグループ社員一人ひとりが実践することで、ステークホルダーからの信頼と期待に応え、社会的責任を果たしていきます。

また、グループ社員に一人一冊配布している企業行動指針をまとめた冊子も今回リニューアルしました。



コスモ石油グループ企業行動指針

- 第1章 安全で事故のない企業グループであり続けます
- 第2章 お客様の信頼と満足に応えます
- 第3章 人を大切にします
- 第4章 地球環境を大切にします
- 第5章 社会とのコミュニケーションを大切にします
- 第6章 誠実な企業グループであり続けます

社員意識調査アンケートの実施

2014年10月に、コスモ石油グループ社員6,215名を対象としたコンプライアンス意識や、職場風土を確認するためのWebアンケートを実施し、回答率は99.8%でした。

2012年に実施した前回調査から設問を一新し、より実態が把握できるよう直接的な表現にしました。また、回答方式は、個人を特定しないよう配慮しました。集計結果は各社・事業所へ報告し、それぞれ職場環境の改善に役立てています。

設問の構成カテゴリ

カテゴリ1	経営理念、中期経営計画などの基本理解	12問
カテゴリ2	コンプライアンス意識、職場の信頼感	9問
カテゴリ3	役員・上司への信頼感、マネジメント行動	11問
カテゴリ4	リスク・不正の可能性	38問
カテゴリ5	仕事・組織の魅力	13問
カテゴリ6	CSR活動方針の実行	8問
合計		91問

「パンダ通信」配信

「パンダ通信」は、企業倫理にかかわる見過ごしがちな事象やルールについて、ネズミが問題提起し、パンダが“白黒つけて”解決する社内メールマガジンです。2014年1月から隔月に1回配信し、定期的な啓発を続けることで、グループ社員が日常に潜む問題に気づく感度を高めることをめざしています。



お客様満足の実現

石油製品の信頼確保

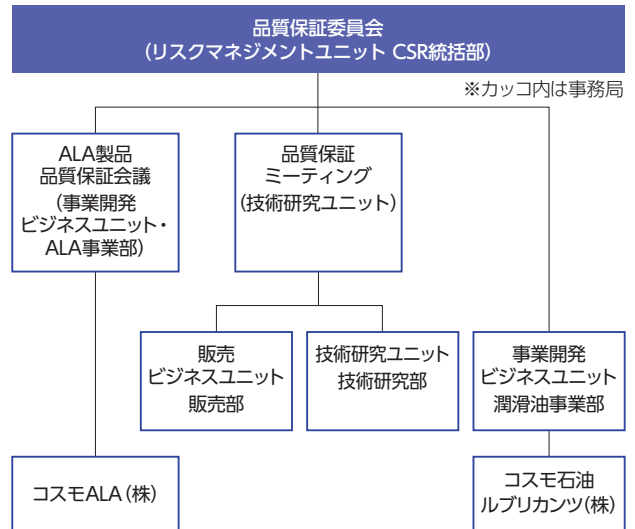
品質保証委員会の取り組み

「顧客が要望する品質を満たす安全な商品を経済的かつ安定的に供給する」ことを目的に、「品質保証委員会」を設置し、全社一体となった品質保証体制を確立しています。

2014年度の活動テーマは「安全・安定供給のための施策の徹底(品質不具合の防止)」「製品トラブル発生時の迅速・適切な対応」を掲げて、品質管理活動に取り組みました。

その結果、製油所や油槽所での品質トラブルはほとんどありませんでしたが、荷卸し時の作業ミスによる混油事故が2件発生してしまいました。いずれもお客様のご協力と迅速な対応により大事にはいたりませんでした。このようなトラブルの撲滅に向けて、実際の積荷と積荷データとの確認や、荷卸し時における立会いの徹底など再発防止策を徹底していきます。

品質保証委員会の体制



“ココロも満タンに”宣言

コスモ石油グループでは、SSで迎えるお客様に「心地良さ」「安心感」「信頼感」を実感していただくために、「“ココロも満タンに”宣言」活動に取り組んでいます。

詳細情報: “ココロも満タンに”宣言
<http://www.cosmo-oil.co.jp/ss/mantan/>

“ココロも満タンに”宣言

コスモグループの約束

お客様の“ココロも満タンに”を実現させるために、以下の3つをお客様との約束(ブランドプロミス)として取り組みます。

- 心地良さ
- クリンナップの行き届いた店舗で笑顔と挨拶で対応します。

- 安心感
- 品質の確かな商品とサービスを提供します。

- 信頼感
- お客様からのご質問に対し、責任を持ってお答えします。

3つの約束診断

カスタマーセンター

コンプライアンスの徹底と環境への配慮

CSR診断

コスモ石油エコカード基金

BCPへの取り組み

お客様のカーライフ価値提供業

ブランドプロミスである「心地良さ」「安心感」「信頼感」のもと、お客様の多岐にわたるカーライフニーズに応えるべく、燃料油を中心とした石油流通業からトータルカーライフでの価値提供業への変革をめざしています。

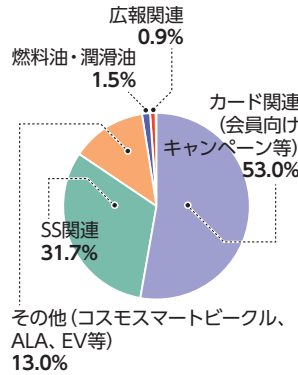
お客様サポート体制の充実

「コスモ石油カスタマーセンター」を設置し、2010年から電話によるお問い合わせ受付を24時間対応しています。

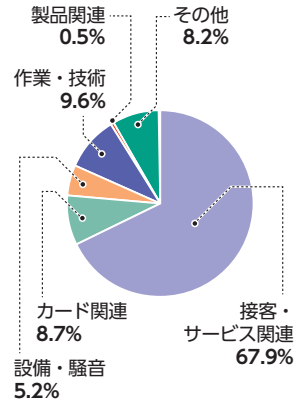
2014年度は、全体で10,875件のお問い合わせをいただき、「ご質問」内容の内訳では、カード関連が半数以上を占めました。「ご指摘」は102件減少(前年比約16%)し全体で517件となり、うち478件はSSに関連するご指摘でした。一方、「お礼・お褒めの言葉」も41件お寄せいただき、前年比で約14%増加しました。

関連情報：お問い合わせ
<http://www.cosmo-oil.co.jp/contact/>
 フリーダイヤル 0120-530-372

「ご質問」内容の内訳



SSへの「ご指摘」内容の内訳



カスタマーセンターに寄せられた声

お褒めの言葉

道に迷ってしまい、予定の時間もギリギリで慌てているときに、偶然入ったSSでスタッフの方が地図を持ってきて道案内してくれた。親切な対応してもらい本当に嬉しかった。

＜お褒めの言葉に対して運営者より＞SSでは道を聞かれることも多く、地図で対応することを基本としており、近場であれば口頭で道案内をします。このようなお声をいただき大変嬉しく思います。

ご指摘

今日のスタッフは何も聞かずに窓を拭きだしたり、吸い殻やごみ等の処分を頼むと嫌な顔をされたりした。帰り際の挨拶もなく、嫌な気分になった。

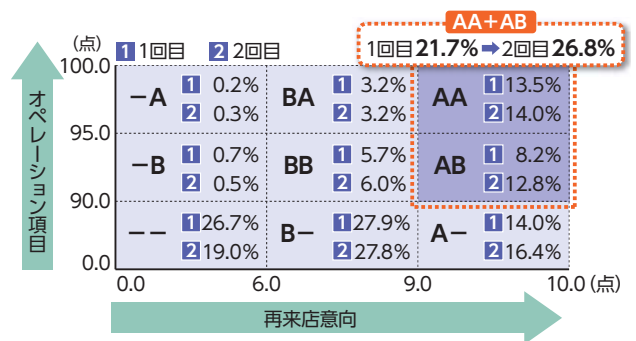
＜ご指摘に対して運営者より＞SSの方針としては丁寧な対応を心掛けていますが、確認したところ今回は事実でした。今後このようなことがないように指導します。

覆面モニターによる「3つの約束診断」

お客様との3つの約束、SSにおける「心地良さ」「安心感」「信頼感」が各SS店頭で忠実に実践されているかを確認するため、お客様目線でチェックするモニター調査を年2回実施し、お客様の満足度の確認と向上に努めています。(実施SS数：1回目1,414、2回目1,326)

調査は、業務が適切に行われているかを確認する「オペレーション項目」と、お客様がまた来たくなるかを確認する「再来店意向」の2つの軸を用いて行い、診断結果は、より良いSSづくりを行うための各種研修に反映させています。

2014年度「ココロも満タんに」宣言3つの約束診断結果の比較



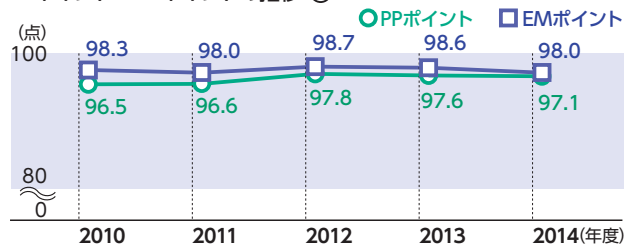
SSにおける「CSR診断」

SSを取り巻くさまざまな法令の遵守状況等を確認するため、個人情報保護法(PP)調査や環境管理(EM)調査などのCSR診断を毎年実施し、改善を図っています。

2014年度は1,338SSに調査員が訪問して調査しました。また、その他1,600を超えるSSが自己診断を行いました。

関連情報：情報管理
<http://www.cosmo-oil.co.jp/csr/social/customer.html>

PPポイント・EMポイントの推移



※ ポイントが高いほど評価も高くなります。