



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。

$$\text{SSの経費を最小化} \rightarrow \text{SS直接経費} - (\text{付加価値粗利} + \text{灯油粗利}) \rightarrow \text{燃料油以外の粗利を最大化}$$
$$\text{計算式} = \frac{\text{SS直接経費} - (\text{付加価値粗利} + \text{灯油粗利})}{\text{自動車燃料(ガソリン+軽油)販売数量}} \rightarrow \text{燃料油粗利を最大化}$$

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。



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

1 SS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・カードによる販売数量の割合のこと。
カードでの販売比率をあげることは必然的に優良顧客の絶対数を増やすことにつながる。

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。

トリプルカード

顧客、特約店 (SS)、コスモ石油 3者に大きなメリットがある

顧客 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)、キャッシングなど

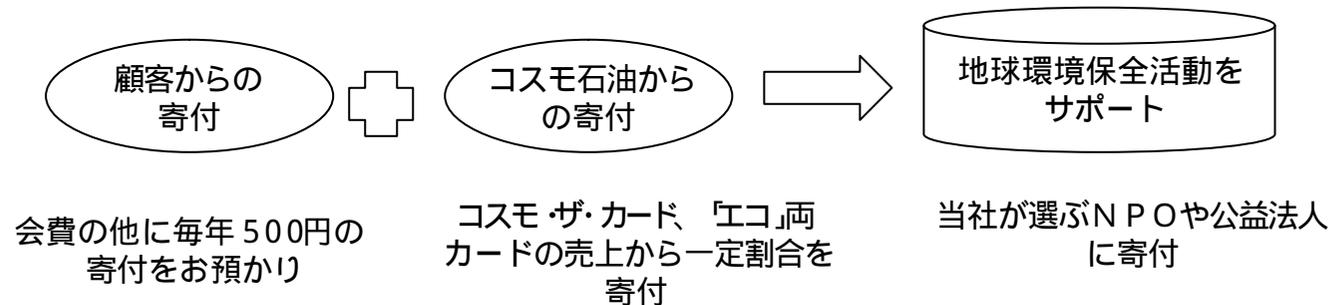
SS 優良顧客の囲込み、POSデータ活用でのマーケティングにより、SS体質強化、販売数量増
決済業務の軽減、信販系カードに比べ安価な手数料

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

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、環境意識の高い顧客を獲得するのが目的。



上記のほか、会員には環境報告書や、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、顧客の困り込みに有効。

仕組み カーケア商品の購入200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	50マイル獲得
コスモ・ザ・カードで80リットル給油	8,000円	

カードの決済時に50マイル=50リットル分について10円/Lキャッシュバック

オイル交換	10,000円
ガソリン	8,000円
キャッシュバック	500円 (50マイル×10円)
<hr/>	
請求額合計	17,500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。

全社NV(ナビ)指数

全社NV指数 = SS NV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。



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。

顧客、コスモ石油双方にメリット。

顧客 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できる。

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、顧客の囲い込みに有効である。

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

ビークル(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&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&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。



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。

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ビークルを併設したSSのこと。

ビークル・ネットワーク

整備工場を併設したキーステーションとサテライトをネットワーク化し、面として顧客へのサービスを展開。

サテライトで車検・修理を受け付け、ネットワーク内のキーステーションにて、車検や修理を実施



ピュア・セルフ

給油機のみを設置してあるタイプのセルフSSのこと。

ビークル併設のセルフあるいはフルサービスSS

参照 ビークル の項を参照ください。

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

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。

ま

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。

や

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。
実質の会員数。

参考 発券枚数 の項を参照ください。

ら

ロイヤルカスタマー

毎年一定額以上、コスモ・ザ・カードでの購入実績のある顧客を特にロイヤルカスタマーと位置付け、長期的且つ良好な関係の維持に努めている。