

## 「ずっと地球で暮らそう」を合い言葉に、 お客様と一体になった環境保全活動を展開しています。

石油製品の最大の環境負荷は、お客様の使用時に発生します\*1。当社は、より環境負荷の少ない石油製品をお届けするとともに、お客様と一体になって、環境保全に取り組むことも重要であると考えています。また、多くのお客様の満足度向上を目指して、お客様との双方向コミュニケーションを推進するなど、さまざまな活動に取り組んでいます。

### コスモ・ザ・カード「エコ」で お客様とともに環境保全を推進

コスモ・ザ・カードは、当社が独自に発行・運営しているクレジットカードで、有効会員数は372万名に及んでいます。2002年4月には、お客様の環境意識の高まりに応えるためにコスモ・ザ・カード「エコ」を新たに導入しました。スタートから1年の2003年3月末で、カードの登録会員数は56,000人に達しています。



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お客様からお預かりする500円の寄付金に、コスモ・ザ・カード「エコ」とコスモ・ザ・カードの売上の一定割合\*2の金額を当社が加えて、NPO・NGOなどを通して、環境保全活動などに役立てられます。



パプアニューギニアの熱帯雨林保全プロジェクト

2002年度は、熱帯雨林保全プロジェクトや国内希少自然保護プ

ロジェクトに役立てました。コスモ・ザ・カード「エコ」を通じた



活動は、「ずっと地球で暮らそう」を合い言葉に、効果的な支援を行うために、「コスモ石油エコカード基金」のスタッフが、支援を行う地域社会に実際に足を運び、その地域の皆様の声を聞き、NPO・NGOなどのパートナーとともに検討を行い、環境修復・保全を推進することを基本としています。また、会員の皆様には年次の活動報告書を発行し、活動内容や寄付金の運用についてご報告しています。



富士山にエコトイレを寄贈

### 現地政府と一体になった活動

当社は2001年から、パプアニューギニアにおける熱帯雨林の保全と食糧の確保を目的に、焼畑農業から定地型有機農業への移行を支援してきました。パプアニューギニア政府からは、当社のこれまでの活動に高い評価をいただき、今後も相互に関係を緊密化しつつ、この活動を継続・発展させていくことで合意し、共同プロジェクトに関する覚書(MOU:Memorandum Of Understanding)を交わしました。また、この共同プロジェクトでは、国際的にも新たな試みとして、途上国における地域開発支援をCDM\*3化するための調査・研究を行いました。CDM化が実現すれば、当社だけでなく他の民間資金が広く活用され、途上国における同様のプロジェクトの展開が期待されます。

#### プロジェクト名

#### 今年度の実績

プロジェクト名	今年度の実績
途上国の環境修復・保全	
熱帯雨林保全プロジェクト(パプアニューギニア)	精米所を3カ所に設置。(財)JOISCAによる農業普及リーダー育成とともに稲作の普及を促進させる。
熱帯雨林保全プロジェクト(ソロモン諸島)	循環モデルビレッジのコアとなる有機農業研修センターを建設中。アクセスロードの7割、ボカシ(有機肥料)小屋がほぼ完成。
島嶼国環境難民支援プロジェクト	2003年度の支援実施に向けた準備を完了。
シルクロード緑化プロジェクト	周の文王・武王の陵周辺、秦の威陽王宮跡に植林実施に向け準備完了。
エリ蚕養蚕プロジェクト	循環型農業の展開に向けて、エリ蚕養蚕技術講習会を実施。繭生産を拡大。
国内の環境修復・保全	
国内希少自然保全プロジェクト	富士山・山梨県側の2カ所(1合目、5合目)にエコトイレを設置。
環境教育	
棚田保全プロジェクト	2003年度の小学校の「総合的な学習の時間」への活用、実施の準備

\*1 19～20ページを参照。

\*2 コスモ・ザ・カード「エコ」の売上の0.1%、コスモ・ザ・カードの売上の0.01%を当社が寄付金として拠出します。

\*3 16ページ脚注を参照。

## コスモ・ザ・カード「エコ」が「グッドデザイン賞」を受賞

2002年10月コスモ・ザ・カード「エコ」は、クレジットカードとして初めて、財団法人日本産業デザイン振興会の「グッドデザイン賞」を受賞しました。今回の受賞は、お客様の間で高まりつつある「地球環境のために何かしたい」というニーズと、当社の地球環境を守りたいという企業姿勢を結びつけ、お客様の石油製品の購入を通じた環境保全活動への参加を実現させたカードのコンセプトが評価されたものです。

## 排出権利用の試み

### CO<sub>2</sub>フリーガソリン

コスモ・ザ・カード「エコ」の会員の皆様とともに、温暖化問題を考える機会として、「CO<sub>2</sub>フリーガソリン」を企画しました。これは、お客様のガソリンの使用に伴って発生するCO<sub>2</sub>に、当社が取得した排出権を充当する試みです。会員の皆様が、2002年12月中に給油されたガソリンは4,846kLで、11,195トンのCO<sub>2</sub>を排出する計算になります。当社は、2002年9月にオーストラリアの民間企業から購入した24,000トン分のCO<sub>2</sub>排出権<sup>\*1</sup>をベースに「二酸化炭素吸収書」を発行し、その一部をこれに充当し「CO<sub>2</sub>フリーガソリン」としました。

### 二酸化炭素吸収証書の販売

社会の皆様とともに温暖化防止について考えたいとの思いから、「二酸化炭素吸収証書<sup>\*2</sup>」を当社がかかわるイベントで、1トン当たり500円で販売しています。売上は、次年度のコスモ・ザ・カード「エコ」で実施する環境貢献活動に役立てます。



二酸化炭素吸収証書

## 障害者のお客様への対応

聴覚障害をもったドライバーは全国に約3万人いると言われており、聴覚障害を持った方がSS(サー

ビスステーション)で燃料を注文する際、スムーズに注文できるようなツールとして「聴覚障害者のためのSSオーダーカード」を導入しました。このカードは聴覚障害

をもった当社の社員の提案により実現しました。



オーダーカード

## コスモカスタマーセンター

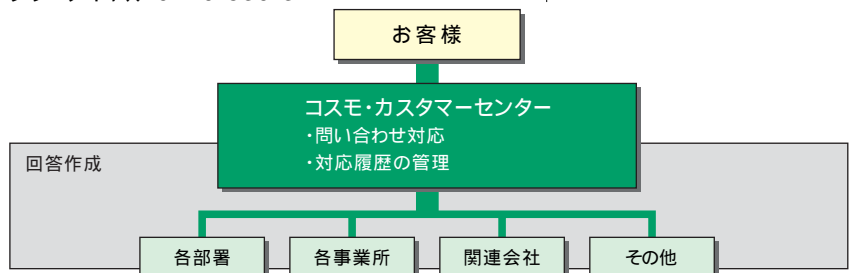
21世紀は、情報の双方向発信を前提に、社会のメンバーがお互いに積極的に働きかけあう「インタラクティブ・ソサエティ(Interactive Society= 双方型社会)」と言われています。

当社は、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場として「コスモカスタマーセンター」を開設しました。3年目を迎えた現在、フリーダイヤルおよびEメールによって1カ月平均280件のお客様の声が寄せられていますが、その内訳は、ご質問57%、苦情21%、ご要望17%、その他5%となっています。

コスモカスタマーセンターでは、お客様の声をいち早く社内や関連部署に伝えることにより、お客様満足度のさらなる向上に努めていきます。

<http://www.cosmo-oil.co.jp>

フリーダイヤル 0120-530-372



### (事例1)

お客様からカスタマーセンター  
サービスステーションに給油に立ち寄ったところ、2~3分待つことになったが、スタッフの対応がテキパキしており、待っている私たちにも、お詫びの言葉や油種を聞いたりと心配りが良かった。また、小額のオーダーにも嫌な顔ひとつせず、笑顔で対応してくれた。お礼をいう間もなく出てしまったので、くれぐれもよろしく伝えてください。

カスタマーセンターから支店を通じてA運営店へ  
お客様からいただいた「お礼の声」を、A運営店のBサービスステーションに伝えたところ、「一層のお客様第一主義を推進する励みにしたい」とのことでした。

### (事例2)

お客様からカスタマーセンター  
セルフSSで消防法適合の容器にガソリンを給油しようとしたら、拒否されました。話が通じず、無駄足を踏みました。

カスタマーセンターからお客様に  
セルフSSでは「消防法によって容器へのガソリン給油は禁止されています」ということをメールで返信し、ご理解をお願いしました。

\*1 16ページを参照。

\*2 朝日監査法人の検証を受けています。