

ミュージシャンでありながら、個人投資家の顔も持つサンブラザ中野くんが、企業のIR担当者とは対談！投資家目線で企業の魅力を探ります。



聞き手
個人投資家代表
サンブラザ中野くん

今月のお客さま

モスフードサービス

広報IR室 リーダー
比田井恵美さん

〇たい・えみ 1989年4月同社入社。店舗勤務、商品管理部を経て、2006年7月より経営企画グループにてIR業務を担当。2007年3月より広報IR室にて、IRに関する全社業務、個人投資家向け出版物の制作などを行う。

株主IIロイヤルカスタマー ファンを取り込むIRが目標

1972年に創業し、全国に1400店舗を展開するモスフードサービス。主要事業の「モスバーガー」は、商品を作り置きせず、注文を受けてから作る。フターオーダーや、日本の食文化を取り入れた商品開発、トレーサビリティの徹底など独自の手法により、ファストフード業界で確固たる地位を築いてきました。成長を続ける同社のIRについて、モスフードサービス広報IR室リーダーの比田井恵美さんに、サンブラザ中野くんが聞きました。

食材にまつわる安心感のある積極的な情報発信

Q 今日よろしくお願ひします！
A こちらこそ！ 実際は、ベジタリアンになってからは、ファストフード店には行かないのですが、以前はモスバーガー、よく食べていました！
Q ありがとうございます。当社のイメージはどうですか？
A 新鮮な食材を使っているイメージと、あじは、路地裏にお店があるイメージですね(笑)
Q なるほど(笑)。当初は一等地にお店が出せなかったという事情もあったのですが、逆にそれをバネにして、立地条件よりおいしさを勝負しようという戦略でいまままで続けてきました。
Q 確かに、値段は比較的高めですけど、商品に工夫があって、付加価値が

ある。ライスバーガーも最初に提案したのはモスさんですよ。
Q はい。日本人の味覚に合うものをとという観点から、「ライスバーガー」を開発しました。実はテリヤキバーガーも当社が最初に発売したんですよ。
Q へー！知らなかった！とこころで、「モス」ってどういう意味ですか？
A 「Mountain」「Ocean」「Sun」の頭文字で「MOS(モス)」なんです。
Q そうなんだ！初めて聞きました。
A 創業者が、「山のように高く堂々と、海のように広い心で、太陽のように燃え尽きることはない情熱を持って」と、想いを込めたんです。
Q いい名前ですね！ 自然志向の商品展開ともリンクするし。
Q 野菜に関しては、味、栄養分、農薬の使用にいたるまで徹底的に調査をします。本部のスタッフが直接産地に行き、生産者の方とたえず対話をしながらおいしい野菜づくりをしているのです。
Q 食に関する問題が最近頻発しているから、株主さんも気にされている方が多いんじゃないですか。
A 「原料はどこでつくられているんですか」というお問い合せは多いですね。当社はHPで主要原材料の原産地を公開し、確認できるようにしています。



比田井恵美さんの一日

IR説明会の時期は、資料の作成や打ち合わせて忙しくなります

午前9時	始業 メールチェック、電話対応
午前10時	IR説明会の資料作成
午後0時	昼食
午後1時	書類整理
午後2時	社長とのIR説明会事前打ち合せ
午後4時	制作物の原稿チェック等
午後6時	退社

「モスト」開始！ IR面でのメリットとは

Q 最近の話題は何と言ってもミスタードーナツさんの資本業務提携「モスト」ですね。ドーナツバーガーの開発を考えると、とか？(笑)
A いいえ(笑)。お客さまからどういうお問い合せはありましたか、まずは第一弾として、「ホットチキン」という同じキーワードで、それぞれ新商品を発売しました。商品だけでなく、仕入れや物流に関して共同で行い、コスト削減を図ろうとしています。
Q シナジー効果ですね！ 将来的には合併も？
A いまのところ予定はないです。ただ、新規出店の際に、モストとミスタードーナツの共同出店など、いろんな形



今月のおみやげ
ジュースギフト
【果実体験】
毎年夏に販売しているギフト専用商品であるモスジュースギフト。今年の夏は原料の産地を厳選した商品、「果実体験」が発売された。