

社会・環境報告書 2008

株式会社 吉野家ホールディングス

For The People.



会社概要

社名

株式会社 吉野家ホールディングス
(英文社名：YOSHINOYA HOLDINGS CO.,LTD.)

設立

1958年12月27日
(2007年10月に株式会社吉野家ディー・アンド・シーより商号変更)

資本金

102億6,548万円

代表取締役社長

安部 修仁

所在地

〒160-0022
東京都新宿区新宿4-3-17
ダヴィンチ新宿ビル

TEL

03-5269-5280(代)

URL

<http://www.yoshinoya-holdings.com/>

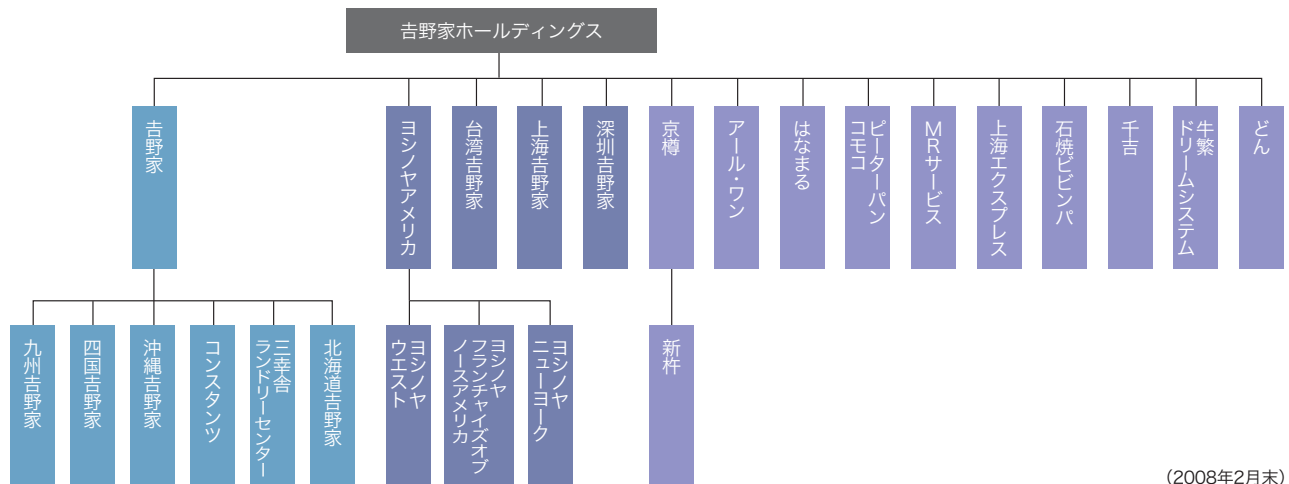


国内事業会社出店店舗数

吉野家	1,036	石焼ビビンバ	26
京樽	396	千吉	13
はなまる	209	アール・ワン	112
ピーターパンコモコ	272	牛繁	85
上海 익스프레스	24	計	2,173

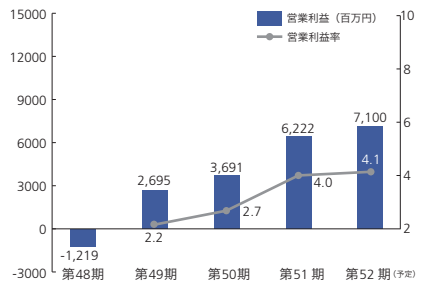
(2008年2月末)

吉野家ホールディングス組織図

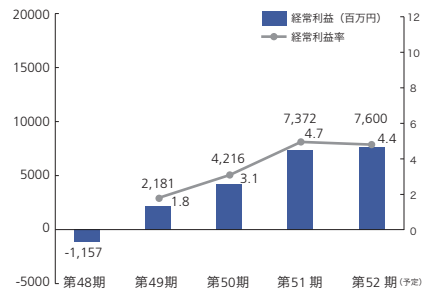


グループ連結業績推移

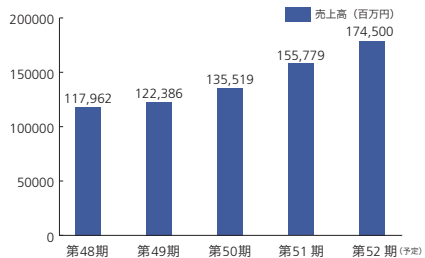
営業利益



経常利益



売上高



CONTENTS

吉野家ホールディングスについて

2	吉野家ホールディングスグループ概要	8	企業マネジメント
4	ごあいさつ	10	グループ企業紹介
6	グループ経営理念		

安全・品質・衛生管理への取り組み

16	グループ内での 安全・品質・衛生管理への 取り組み
18	(株)京樽の品質管理

社会への取り組み

19	社員との関わり
20	お客様との関わり
22	地域貢献活動
24	お取引先との関わり
25	株主との関わり

環境への取り組み

26	吉野家グループ 3Rへの取り組み
30	グループ各社の環境活動
32	(株)吉野家の環境会計
34	(株)吉野家の 環境保全活動のあゆみ

レポートの対象範囲

■編集方針

本レポートは、(株)吉野家ホールディングスが主体となり、グループのCSRに関わる活動報告を行います。
今回、ホールディング体制となり初の社会・環境報告書を発行するにあたり、幅広いステークホルダーの皆様に、グループ各社の事業活動とCSR活動をご理解いただけるよう編集を行いました。

■対象範囲

(株)吉野家の情報が中心ではありますが、国内の連結各社の情報をできる限り掲載するよう努めました。データなど一部吉野家だけの情報となる場合は、本文中に明記します。

■対象期間

2007年度（2007年3月～2008年2月）。一部過去の情報や、2008年3月以降の情報も記載されています。

「For the People」に込められた思い

**グループ全体の経営資源を有効活用し、
グループ企業価値の最大化を達成すると共に、
世界中の人々にとってかけがえのない存在を目指す**



吉野家グループのさらなる成長に向けて

吉野家グループを取り巻く環境はこの10年間に大きく変化し、外食産業の枠を超えた食の競争はさらに激しくなっています。私たちもさらなる成長のためには、これまでの牛丼事業を中心とした経営発想から大きく転換し、ダイナミックに変化する市場環境に 대응していかなければなりません。

そこで2007年10月1日より、それまで「株式会社 吉野家ディー・アンド・シー」が行ってきたグループ経営機能を分離し、連結経営に専念する純粋持株会社「株式会社 吉野家ホールディングス」を新たにスタートさせることにしました。各事業会社がそれぞれの事業活動に特化することで、迅速かつ機動的な業務遂行を目指す一方、当社はグループ全体の成長を促進し、グループ企業価値の最大化を追求していきます。

経営資源をグループ全体で有効に活用する

これまで人材・資産・資金といった経営資源は、各事業会社の裁量で配分されてきました。これをグループ全体の資源と捉え直すことで、その潜在的な力を有効に活用し、グループの成長につなげることができると考えています。それにはグループ内における経営資源を流動化させ、全体のために再配分していく仕組みが必要です。そのため当社の果たすべき重要な役割の一つは、グループ全体を俯瞰し、グループ企業に新たな可能性を生み出

せるような経営資源を、あらためて「適材適所」に配分していくことにあります。

さらに、グループ内に存在するさまざまな知見やノウハウも、全体で共有すべき大切な経営資源といえます。例えば、吉野家には商品を最も合理的に磨き上げ、消費者が求める固有の価値を創り上げてきた歴史があります。その過程で培われたさまざまなナレッジや普遍的なフィロソフィーは、ほかの事業でも有効に活用できるはずです。そこで当社では、そうしたグループ内にあるナレッジの共有化を図るためのシステムの整備や人的交流を積極的に進めていきます。

グループ事業の再編と コーポレート・ガバナンスの強化

グループとしての成長戦略を促進するために、グループ内の事業再編にも力を入れていきます。またM&Aについても、私たちのナレッジが効果的に適用できる事業ならびにその周辺事業を対象に、業種業態を問わず可能性を拡げていきたいと考えています。

さらに、グループとしてのコーポレート・ガバナンスの強化を目指して、内部統制環境の整備のためにグループ監査室を設けます。グループ監査室は、各事業会社についてグループ経営方針に沿った経営が行われているか監査を行い、吉野家グループ各社のブランド価値、グループの企業価値を保全し、経営の透明性を高める役割を担います。

かけがえのない存在になることを目指して

新しい経営体制をスタートさせるにあたり、吉野家グループとして共有すべき経営理念を「For the People すべては人々のために」と決めました。

—「人」のためを考え、「人」を大切に、「人」に必要とされたい。—

「For the People」にはそのような思いが込められています。そして世界中の人々にとって、なくてはならない存在になることが私たちの夢なのです。夢を実現するためには、事業活動だけでなく地域貢献活動や環境保全活動などに参画することも、当然の責任であると考えています。

変革と成長を約束した2010年度までの中期経営計画「The Next Stage 2010」を、グループ全員で一丸となって達成すること。そして、夢を実現していくこと。そのために私たちは、これからも確かな進化を続けてまいります。

2008年2月

株式会社 吉野家ホールディングス

代表取締役社長



大切にしている価値観

『うまい、やすい、はやい』

「うまい」は高品質、「やすい」は相対価値や効率性、「はやい」は迅速性や納期などを意味します。私たちはこの価値観にこだわり続け、これらの要素をより高めることを目指し続けます。

『客数増加』

客数は顧客満足度を測るバロメーター。ご利用頻度の向上と、新規出店や新規事業進出で一人でも多くのお客様に満足を提供し、より多くのお客様に利用していただくことを目指し続けます。

『オリジナリティ』

商品、サービス、店舗作り、従業員、組織文化などに関して、突出した存在感にこだわり、当グループだからこそ得られる満足をお客様に提供することを目指し続けます。

『健全性』

原理原則に基づいた本音での議論をすることで、透明性の高い自由闊達な社風を醸成します。また、社会倫理やコンプライアンスに背くような行為を許さず、健全であることを目指し続けます。

『人材重視』

人材が企業にとって最も重要な財産であると考えます。それぞれが向上心を持ち自ら積極的に学習し、人間性や能力を高め続けることにより社会から賞賛されるような人間集団を目指し続けます。

『挑戦と革新』

現状の延長線上に安住せず、マーケットの変化に常に目を向け、新しいことに積極果敢に挑戦し、革新を起こせる集団を目指し続けます。

すべては人々のために

当グループは、世界中の人々にとってかけがえのない存在になることを目指し、グループ経営理念のもと、真摯に企業活動を続けていきます。

ステークホルダーとの約束

『お客様』への約束

オリジナリティのある商品とサービスで、一人でも多くのお客様に満足を提供し続けます。

『従業員』への約束

従業員の個性や自主性を尊重し、公平に活躍の機会を創出し、仕事の達成感や人生の充実感を共有します。また、企業の社会的地位を向上させ、従業員やその家族が誇りに思えるような企業になります。

『お取引先』への約束

お取引先との良好な関係を保ち、適正な利潤を得る機会を提供し続けます。

『株主』への約束

健全な事業活動により企業価値を高め続け、株主の皆様に対して適正な還元を行います。

『社会』への約束

地球環境や資源の保護に努めた事業活動を実践すると共に、有益な社会事業に参画することで社会的な責任を果たします。



私たちは、国や地域を越えた世界中の人々のために、企業活動を行っていきます。

コーポレート・ガバナンス

「For the People」のもと、ホールディングスとグループ各社の価値基準を統一し、健全でオープンな経営を行っていきます。また、今後、CSR 推進体制を強化していきます。

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当グループは、「For the People」をグループ経営理念とし、企業価値を向上させると共に社会から信頼される企業となるために、経営の効率性、健全性、および透明性を高めることが重要であると認識し、コーポレート・ガバナンスの強化に努めています。

取締役・取締役会

取締役会は、社外取締役1名を含む取締役6名で構成されています。月1回の定例開催に加え、必要に応じて随時開催されていま

す。これにより迅速な経営判断と客観性の高い経営監督機能の発揮に努めています。また、取締役会の機能を補完する目的で、グループ戦略会議、各種プロジェクト・委員会などの会議体を随時開催し、そこで審議・決定された内容は、職務を執行する担当部門において速やかに実施しています。

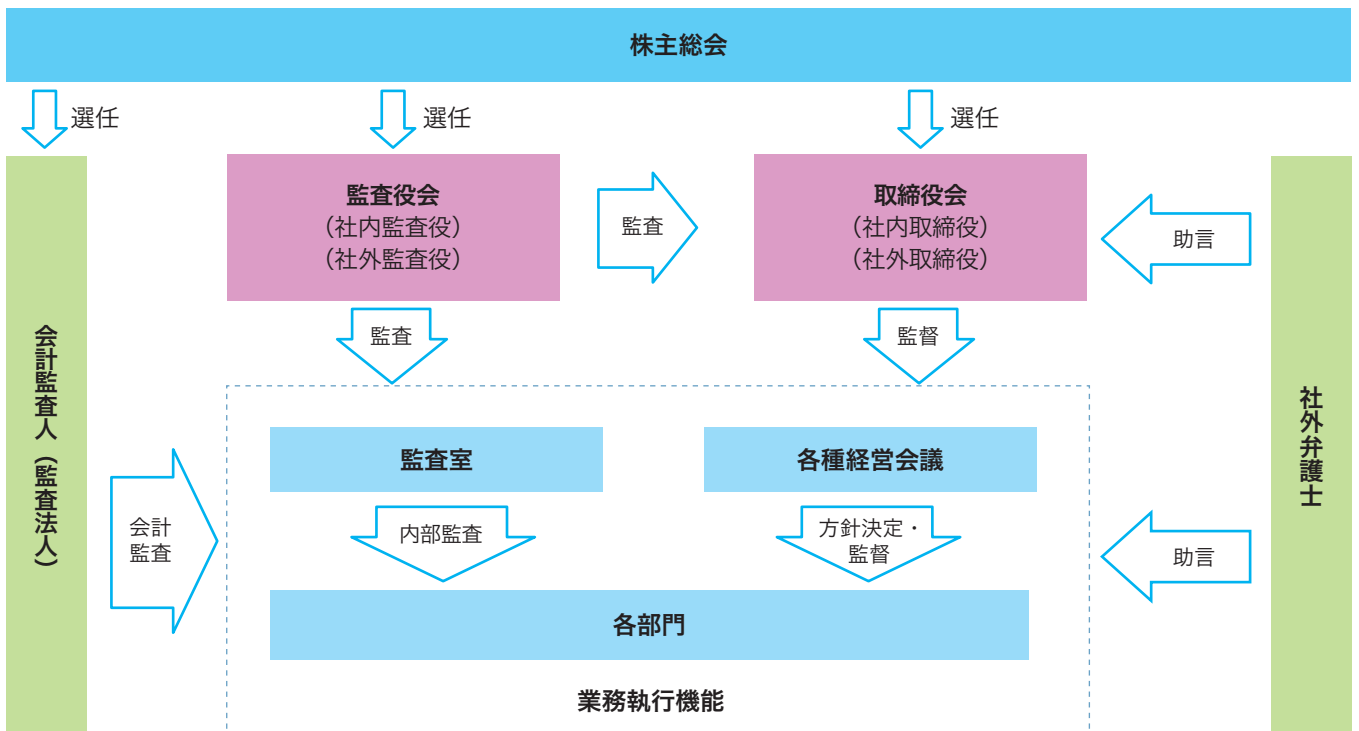
監査役・監査役会

監査役会は、社外監査役3名を含む4名で構成されています。開催は、原則月1回。監査役は、取締役会に毎回出席し、適宜意見を表明することで、取締役への牽制機能を果たしています。

内部統制

2006年2月、金融商品取引法（J-SOX法）に基づき、旧組織体である吉野家ディー・アンド・シーに内部統制委員会が発足しました。現在、(株)吉野家ホールディングスと(株)吉野家が中心となり、グループ内の内部統制システムの強化に努めています。なお、(株)京樽につきましてはジャスダックに上場しておりますので、独立した内部統制システムを構築しており、ホールディングスではその内容報告を受けています。

コーポレートガバナンス体制



コンプライアンス

吉野家ホールディングスでは、グループの経営理念である「For the People すべては人々のために」のもと、各事業会社と共に、社会の構成員として、企業および企業人に求められる価値観や倫理観に即した行動をとっています。

コンプライアンス推進体制

吉野家ホールディングスでは、企業行動規範（コンプライアンスガイド）に基づき、企業倫理の徹底に向けた社内教育を行っています。またこれに違反する行為を発見した場合の報告体制としての内部通報制度を機能させ、自浄作用を高めるよう努めています。

また、グループ各社の担当者による定期的なグループコンプライアンスミーティングを開催し、グループ全体としてのリスク・マネジメント、コンプライアンス体制の確立を目標として、グループ行動憲章の策定、コンプライアンスガイドの改訂、各社諸規程の整備、リスク分析と評価、リスク・マネジメントプログラムの整備、グループ内部通報制度の運用についての活動を進めています。

コンプライアンス教育

コンプライアンス活動の一環として、企業行動規範（コンプライアンスガイド）をグループ会社の社員に対して配布して現場での周知徹底、教育・啓発を実施しています。

また、適宜コンプライアンス研修会を実施し、研修後には考査を行い、現場への浸透状況を確認しています。店舗におけるコンプライアンス実践活動として、随時オペレーションマニュアルを改訂、食材管理表、緊急ストップ基準などを各事業所に配布、掲出して、全従業員で確認徹底、外出に携わるものとして、お客様に対する「安全・安心」を最優先課題として、日々サービスの提供に取り組んでいます。

リスク・マネジメント

「食の安全・安心」に対する社会的な関心が高まる中、常に「高品質」なサービスを提供し続けるために、必要なガイドライン、基準、規程を定め、万が一不測の事態が発生しても、損失を最小限にとどめ、再発防止を徹底し、コーポレートブランドの信頼性を確保できる体制作りを行っています。

また、グループ全体での損失に係る情報は横断的に情報共有し、一定の基準に基づいて、お客様、行政、マスコミ、地域、業界団体へ適宜、適切な報告・情報開示を行っています。



2005 年度版



“For the People すべては人々のために” を目指して

私たちは、グループ経営理念「For the People すべては人々のために」を軸に、日々事業活動を進めています。各社で働く方に登場いただき、それぞれの活動をお話しいただくと共に、各社のプロフィールを紹介します。



株式会社吉野家
環境品質管理室 室長
廣田 雅計

株式会社吉野家

人材育成で、さらなる社会貢献を

昨年10月、社会貢献活動の一環として、埼玉県の越谷市立中央中学校にて出前授業に参加し、講師を務めました。現在外食産業が抱えている環境問題や、当社の取り組みについて、分かりやすい言葉を選びながら丁寧に説明していきました。

外食産業では、原料調達から廃棄までのライフサイクルアセスメントが進んでいる企業はほとんどありませんが、これは環境問題を考えるうえで欠かせない項目です。中学生にとっては少し難しい内容だったかもしれませんが、未来を担う人材としてぜひ頭の片隅に置いてほしいことだと思います。

当社では、アルバイトを含め社員への環境教育を徹底しています。企業が政策として行う環境対策のほかに、従業員が企業で学んだ知識を家庭や地域で生かしてくれたら、それは大きな社会貢献活動と言えるのではないのでしょうか。今後も、従業員への環境教育に力を入れると共に、会社自体も社会や環境へますます貢献していきたいと思っております。

社名 株式会社吉野家
社長 出射 孝次郎
本社 〒160-8451
東京都新宿区新宿4-3-17
ダヴィンチ新宿ビル
設立 2007年10月1日
社員数 1,202名
資本金 2億円



社名 ヨシノヤアメリカ・インク
社長 池上 久
本社 991 West Knox St., Torrance,
CA 90502, U.S.A.
設立 2003年1月1日
資本金 800万 US \$

社名 上海吉野家快餐有限公司
董事長 孫平
本社 上海市漢口路515号
匯金大廈10樓1007室
設立 2002年6月3日
資本金 480万 US \$

社名 台湾吉野家股份有限公司
董事長 加藤 建司
本社 台北市中正区館前路59號2樓
設立 1987年10月6日
資本金 1億7,600万 NT \$

社名 深圳吉野家快餐有限公司
董事長 阿部 孝
本社 深圳市南山区華僑城東方花園會所4樓4A
設立 2004年10月21日
資本金 100万 US \$



株式会社京樽
品質管理室 課長
平山 ひかる

株式会社京樽

HACCP認証取得で工場の品質体制を強化

京樽は、「すし」の総合フードサービス業としてさまざまなブランドを展開しています。2002年に船橋炊飯工場にて食品の安全性を確保するための衛生管理手法HACCP（ハセップ）の認証を取得しました。その後、2005年に福島工場、幸手工場でも認証を取得。不良品の出荷を未然に防ぐために、厳しい管理手法を導入しています。

HACCPは、仕組みを導入しただけでは何の意味もありません。不良品の出荷防止は、工場で働くスタッフが真摯にHACCPを実行することで、初めて実現します。ですから認証取得までの間、HACCPの大切さや行動の意味を一つ一つ説明し、研修を行っていきました。その結果、工場では積極的にHACCPに取り組み、万全の安全衛生管理体制が敷かれています。当社ではお客様に自信を持っておいしい商品を提供できるよう、今後も品質管理体制のさらなる強化に全力で取り組んでいきます。

社名 株式会社京樽
社長 田中 常泰
本社 〒103-0013
東京都中央区日本橋人形町3丁目8番1号
TT-2ビルディング内
創業 1932年
社員数 729名
資本金 34億2,500万円





株式会社アール・ワン
業平店 店長
中原 正人

株式会社アール・ワン

ラーメン業界の大手チェーン企業を目指し新たな一歩を

アール・ワンは、味と価格が自慢のラーメンチェーン店です。ラーメン店は全国に数多くありますが、チェーン店という点、意外に少ないもの。外食産業では、それぞれの分野でトップシェアを誇る大企業がありますが、ラーメン界ではそのような企業はありません。つまり、私たちの努力次第で、大きなシェアを獲得できるチャンスがあるということです。私は、当社のそんなところに魅力を感じています。

現在、「びっくりらーめん」は、味・接客・サービスともにレベルアップさせた、「五条弁慶」へと業態変更が進んでいます。店舗スタッフとしては、これまで以上に接客やサービスを徹底し、お客様の期待に応えられる店舗づくりを行わなければなりません。お客様から「おいしかった、ありがとう」という最高のほめ言葉をいただくために、新たな一歩を踏み出していきたくと思います。

社名 株式会社アール・ワン
社長 渡部 政男
本社 〒532-0003
大阪府大阪市淀川区宮原2-14-4
MF新大阪ビル8F
設立 2007年8月13日
社員数 151名
資本金 1億円



株式会社ピーターパンコモコ
商品本部 商品部 商品担当
伊東 伸治

株式会社ピーターパンコモコ

豊富なアイデアで、お客様にいつでも新鮮みのある商品を

ピーターパンコモコは、たい焼やたこ焼を中心としたファストフードショップ「一口茶屋」のほか、商業施設内のフードコートでラーメンや焼きそば、甘味などの販売を行っています。

主力ブランドである「一口茶屋」では、商品開発は店舗のスタッフと協力し、新商品を考案しています。たい焼やたこ焼は、皮とアン・具材の組み合わせ次第で、自由に新商品を生み出すことができるので、そのアイデアは無限大。ですから、お客様の近くで反応や声を直に受け取っている店舗スタッフのアイデアが、とても重要な商品開発の糸口となるのです。店舗からは毎月いくつもの新商品アイデアが報告されます。これらは新鮮みがあり、お客様の興味を引く商品ができあがることもしばしばです。こうして全社一丸となり生み出した商品が、お客様の支持を受けたときには本当に嬉しくなりますね。今後もこのアイデア力を生かし、会社をステップアップさせていきたくと思います。

社名 株式会社ピーターパンコモコ
社長 浦邊 正記
本社 〒160-0022 東京都新宿区新宿二丁目
3番10号新宿御苑ビル8階
設立 1967年4月25日
社員数 273名
資本金 8,313万円





株式会社MRサービス
建築一部 主任
塩田 孝

株式会社MRサービス

当社にしかできないサービスを生かし、CSの高い仕事を

MRサービスは、吉野家をはじめ外食産業の多店舗展開を支援しています。私の担当は吉野家の店舗建設管理。図面を起こす段階から店を店長に引き渡すまで、すべての行程を管理しています。店舗を建てる際に最も重要で、最も難しいことは、吉野家のオペレーションが正確に実現できる店舗を設計することです。店舗レイアウトは用地の形や配線、施主の要望などによって、わずかですが店舗ごとに異なります。このわずかな違いの善し悪しを判断するために、私たちは吉野家の店舗基準やオペレーション方法だけでなく、企業文化や考え方を理解し、信頼して店舗を任せていただけるよう努力を重ねています。MRサービスは、当社にしか実現できないサービスのノウハウと仕組みを持っています。これは他社には決して真似できないものです。今後、その力を十分発揮し、より会社を大きくしていきたいと思えます。

社名 株式会社MRサービス
社長 鈴木 康彦
本社 〒171-0022
東京都豊島区南池袋3-13-8
ホウエイビル4階
設立 1996年8月8日
社員数 70名
資本金 7,000万円



株式会社はなまる
吉祥寺北口店
田中 咲子

株式会社はなまる

お客様をはなまる満点笑顔にする接客を

はなまるは、本格的讃岐うどんを天ぶらやおにぎりなどのサイドメニューと共に、セルフ方式で提供しています。

私は現在、研修店舗で新人の教育・指導にあたっています。しっかりとした接客マニュアルがあるとはいえ、お客様と接する際には、必ず「心」が必要です。マニュアル通りにあいさつをし、マニュアル通りの言葉だけを発しているのであれば、私たちが店内にいる意味はほとんどありません。お客様が困っているようであれば必ず声を掛けたり、雨の日であれば滑らないよう気をつけてと一声掛けてさしあげる。そんなちょっとした気遣いがとても重要なのです。

はなまるは気取らず、どんなお客様でも安心して気軽に入ることができるお店です。だからこそ、私たちには、心の通った接客が求められているのだと思います。私は、人と接することが大好きです。この楽しさを多くの新人に伝え、はなまるにもっと多くの笑顔を増やしていきたいです。

社名 株式会社はなまる
社長 河村 泰貴
本社 〒104-0061 東京都中央区銀座3-15-10
菱進銀座イーストミラービル7F
設立 2001年11月22日
社員数 188名
資本金 1億3,476万円





株式会社石焼ビビンバ
蘇我店 店長
飯岡 聖士

株式会社石焼ビビンバ

フードコート内で接客、商品ともに一番の店を目指す

石焼ビビンバは、大型商業施設内のフードコートにて、380℃に熱した石焼容器でビビンバを提供しています。フードコートという特性上、店舗にはお年寄りから小さなお子様まで幅広い年代のお客様が訪れます。当店の商品は、お客様の好みで味付けを楽しんでいただくことができますので、最後までおいしく食事を楽しめることが特徴です。

接客については、たとえフードコートといえども、お客様が困っているようなら積極的に声をかけたり、元気なあいさつを行うことが大切です。また、キッチン内はお客様から丸見えですから、常に整理整頓、清潔を心がけています。店舗での食材管理はホワイトボードを使用し、賞味期限や消費期限を厳守しています。廃棄した食材に関しては、日付を記し本部に報告。廃棄忘れが起こらないよう二重、三重にミスの防止を行っています。

フードコート内で一番目立ち、一番活気のある店舗を目指していきます。

社名 株式会社石焼ビビンバ
社長 松原 直彦
本社 〒150-0043
東京都渋谷区道玄坂1-22-10
見真ビル4F
設立 1997年1月27日
社員数 12名
資本金 1億円



株式会社千吉
代表取締役社長
成瀬 哲也

株式会社千吉

カレー屋としてのプライドで、こだわりの商品とサービスを

千吉は、カレーメニューを中心に、現在首都圏で展開しています。当社のこだわりは、カレーのおいしさを五感で味わっていただくこと。スパイスの香り、調理中の音、口いっぱい広がる香辛料など、レトルトカレーにはない、カレー屋としてのプライドを全面に打ち出しています。商品開発は私が担当しており、味の追究などマーケティング調査を欠かしません。各地でおいしいと思った料理の具材や調味料、調理の仕方などを徹底的に分析し、新商品開発や定番メニューの改良に役立てています。

また、スタッフ一同、当たり前前のサービスを当たり前前にこなし、お客様の顔や表情から欲しているものを察知するなど自信のあるサービスを行っています。

私たちの一番の喜びは、お客様が心から“おいしかった”と言ってくれることです。それをパワーの源に、これからも満足いただける商品とサービスを提供していきます。

社名 株式会社千吉
社長 成瀬 哲也
本社 〒103-0002
東京都中央区日本橋馬喰町1-5-8
設立 2001年3月1日
社員数 15名
資本金 1億円





株式会社牛繁ドリームシステム
商品部 部長
細原 光俊

株式会社牛繁ドリームシステム

良質でおいしい牛肉を追求し、何度でも訪れたいくなる店舗に

牛繁ドリームシステムは、首都圏で焼肉チェーン店を展開しています。当社は焼肉店ですから、一番のこだわりは、やはり肉です。通常、豪州産牛は牧草で生育され、穀物のエサはわずかな期間しか与えられません。しかし、適度に脂が乗った柔らかい肉質にするためには、200日以上穀物肥育期間が必要なのです。そこで、当社では、よりランクの高い360日以上穀物肥育された肉の導入を開始しています。穀物肥育の期間にこだわり始めたきっかけは、焼肉の有名店で食べた一品でした。この肉を牛繁でも出せないか——。そう思い、納得できる味と価格を求めてたどり着いたのが、360日以上穀物肥育された牛肉だったのです。お客様においしい牛肉を食べていただき、また牛繁に行きたいと思っていただく。そのために、これからもおいしさを求めて肉にこだわり続けていきたいと思えます。

社名 株式会社牛繁ドリームシステム
社長 高田 昌一
本社 〒160-0022
東京都新宿区新宿2-1-2 白鳥ビル6階
創業 1988年6月1日
社員数 81名
資本金 3億3,300万円



株式会社上海エクスプレス

社名 株式会社上海エクスプレス
社長 西井 敦
本社 〒164-0013
東京都中野区弥生町6-10-11
モンドビル5F
設立 1999年2月
社員数 29名
資本金 1億円

上海エクスプレス



株式会社どん

社名 株式会社どん
社長 南 慎一郎
本社 〒350-2218
埼玉県鶴ヶ島市柳戸町7-1
設立 1970年7月
社員数 578名
資本金 89億8,179万円



グループ内での安全・品質・衛生管理への取り組み

当グループは、食に携わる企業集団として、安全・品質・衛生管理には最も注意を払い、徹底した取り組みを進めています。

工場編

仕入れ食材の点検

当グループの工場では、食材の鮮度を保つために、季節や外部環境に応じた温度管理を行っています。

(株)吉野家では、白菜やキャベツなど温度差に弱い野菜の鮮度を保つため、冷蔵庫の温度が常に一定になるよう厳密な調整を行っています。(a)

(株)はなまは、麺を作るのに欠かせない小麦粉・打粉の納入時に基準を設け、報告書の提出を販売元に義務付けています。粉に関しては、わずかな配合割合の違いでも品質に差が出てしまうため、厳密に管理されています。また、そのほかの原料については、定期的に外部機関による品質検査を実施しています。

工程ラインでの安全・衛生状態の確認

当グループの工場は、食材への異物混入を防ぐため、加工ライン上で入念なチェックが行われているほか、検品段階では金属検知機を通し、原材料由来および製造機器由来の金属の混入を防止しています。(b)

品質検査

(株)吉野家は、2名の常駐検査員が細菌検査を中心に食材の抜き取り検査を実施しています。また、使用する什器や備品の衛生状態も定期的に検査し、工場内の衛生管理と品質保持に努めています。(c)

品質維持とトレーシング

(株)はなまは、品質、製品温度、冷蔵庫温度、含水分記録など継続的に数値を記録することで、品質維持とトレーシングに役立てています。

標準衛生作業手順書

(株)吉野家は、工場内の衛生に関する手順書を作成し、その遵守を徹底しています。この手順書は、品質面や安全面の観点からも非常に重要なものであり、手順の間違いや作業もれのないように活用しています。また、教育のツールとしても活用しています。(d)



a (株)吉野家の工場。食材の適正保管



b (株)吉野家の工場。白菜の異物混入を防止



c (株)吉野家の工場。細菌検査の様子



b (株)吉野家の工場。牛肉の軟骨を除去し、異物の混入を防止



b (株)吉野家の工場。金属検知機



d (株)吉野家。工場内の衛生に関する手順書

店舗編

店舗スタッフの手洗い・身だしなみ

当グループは、商品への異物混入を防止し、お客様に安心して店舗をご利用いただくために、スタッフの衛生管理を徹底しています。店頭に出る前にはごみ取り粘着シートを利用して、体に付着したほこりや髪の毛を除去。鏡を利用して再度ごみの付着がないか確認した後に、全身の身だしなみを整えています。(e)

また、当グループは、手洗いに関するマニュアルを徹底し、指先から腕までを専用の洗浄液で入念に洗っています。爪や指の間まで、汚れをきれいに落とします。(f)

食材の取り扱い

当グループは、店舗に配送された食材の取り扱いについて、適切な温度帯での保存、



e 異物混入防止の徹底



f ブラシを使用し、爪の中まで洗浄を行う

ホールディングタイムの徹底など各店舗で適切な保存、処理を行っています。

賞味期限や消費期限の把握については、納品日と消費期限を記録し、冷蔵庫や保管場所など目に付くところに掲示。毎日確認し、期限切れの食材があれば廃棄を行っています。

(株)石焼ビビンパは、廃棄をした場合その食材名と日付を本部に連絡し、もれのないうち徹底した管理を行っています。

商品作成時の品質管理

当グループは、調理に際し、適切な調理器具を使用し、調理時間や調理方法を厳守しています。商品提供前には異物の混入や食器の破損の有無などを確認し、安全で高品質な商品の提供に努めています。

また、セットアップ商品は、適切に保存され、決められた時間で廃棄を行います。ただし、できる限り廃棄を出さないよう消費食材の把握を行い、無駄の排除に努めています。(g)

設備・器具の衛生とクリンリネス

当グループは、調理器具の十分な洗浄、殺菌、乾燥を行い、常に清潔な状態を保っています。また、クリンリネスについては各営業形態に合わせて清掃を行っています。

(株)はなまるは、パッドや包丁、まな板などの調理器具を使用前にアルコール殺菌し、



g 適切な調理器具と調理時間を守り、品質を一定に保っている

食中毒や雑菌の繁殖を防いでいます。

(株)石焼ビビンパは、排気口や冷蔵庫内、食器棚など毎日清掃することが難しい部分については、場所を決めて週に一度、重点的に清掃を行っています。

(株)吉野家は、お客様がいらっしゃらない時間に店内の清掃を行っています。店舗前の通路や歩道も時間を見計らい、ほうきがけを行うなど、24時間営業でもクリンリネスを怠らず、店舗美化を保っています。(h)

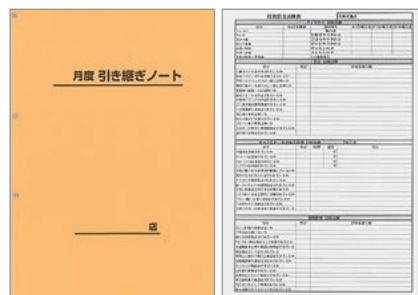
点検と記録

(株)吉野家は、パートやアルバイトは出勤時や休憩時に、手洗いや身だしなみなどの点検項目を確認し、引き継ぎノートにチェックを行っています。店長はそれを確認するとともにISOや品質管理なども記入し、店舗の衛生管理状態を記録していきます。(i)

また、定期的に本部の担当者や外部の検査機関によってチェックが行われています。



h 左：店頭の清掃 右：カウンターの清掃にもアクリルアサンを含ませたふきんを使用



i (株)吉野家で使用している引き継ぎノート。従業員や店舗の衛生管理は、このノートで報告・確認を行う

株京樽の品質管理

株京樽は、同業他社に先駆け、昭和44年から食品衛生検査室（現 品質管理室）を設け、商品に加工される以前の食材から検査を行い、使用に耐えられるものかどうか吟味しています。

品質管理体制

株京樽では、品質管理室を設置し、仕入原料、食材管理、商品仕様管理、工場工程管理、店舗衛生管理、販売情報管理を行っています。

仕入れ食材に関しては、事前確認の実施と仕先への食材規格書提出を義務付けており、細菌検査結果、栄養成分情報、原料情報、アレルギー情報、製造工程を販売前に確認しています。

自社工場製造品に関しては、各工場の特定のラインにHACCPシステムを導入し、工程管理、衛生管理、温度、時間管理を徹底しています。

また、仕入品、自社工場製品ともに定期的に微生物検査を実施し、安全を確認しています。

店舗に関しては、年4回の定期巡回検査を行い、店舗でのトータルな商品製造状態をチェックして、品質管理体制を整えています。



株京樽。品質管理検査

船橋工場炊飯ライン工程

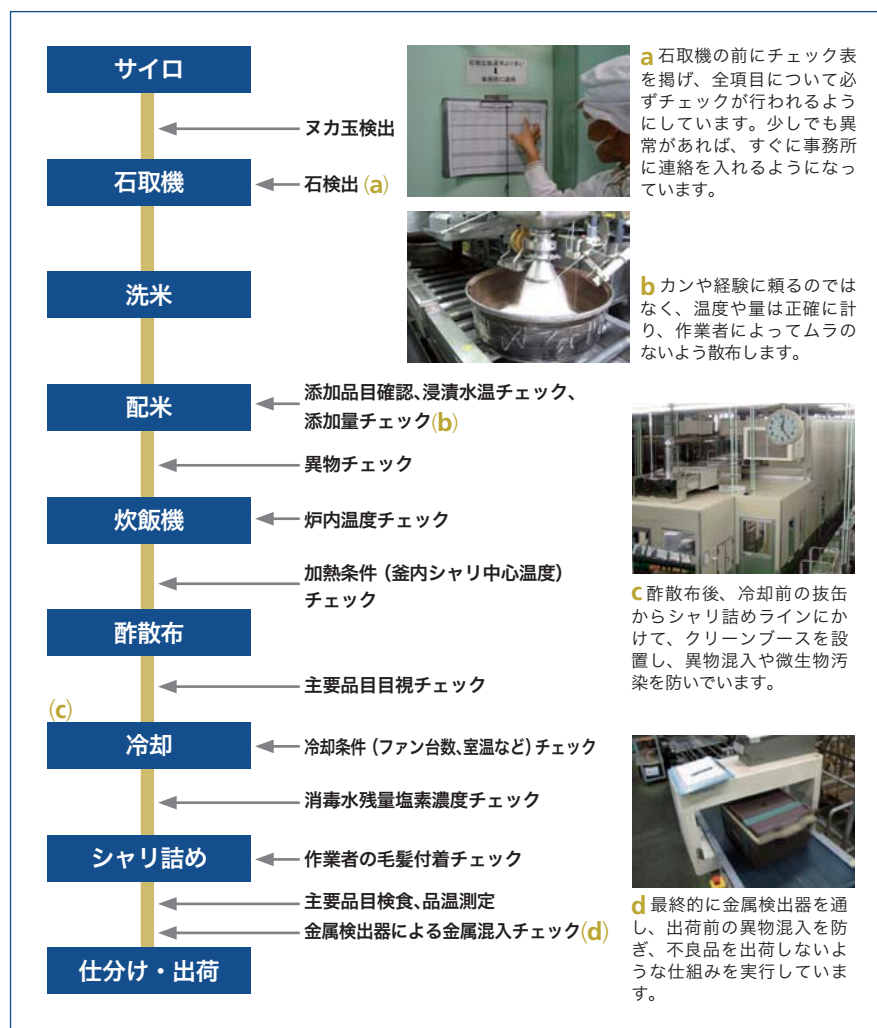
株京樽は、以下のラインでHACCPの認定を受けています（下表）。

HACCPとは、システムに基づいた衛生管理と食材仕入れから加工、出荷までの全行程を見直し、重要な管理項目の洗い出しと管

理方法の設定を行い、実際の作業の中で継続的に監視・記録することで、製造工程中の危害を分析してその要因を除去し、不良品の出荷を未然に防ぐ品質管理手法です。

HACCPの手法について、船橋工場炊飯ラインを例に説明します。

福島工場（福島県）	玉子焼ライン（H17年9月） 赤干・高野豆腐ライン（H19年10月）
幸手工場（埼玉県）	煮物ライン（H17年10月） 鮭35g・天むすえびライン（H19年11月）
船橋工場（千葉県）	炊飯ライン（H14年11月） 赤飯ライン（H19年11月）



社員との関わり

当グループは、人材重視という考え方に則り、人間性や能力を高め続けることが大切だと考えています。従って、従業員にとって働きがいのある職場づくりに取り組んでいます。

人材に関する基本的な考え方

当グループは、企業において人材が最も重要な財産であると考えています。企業活動を行ううえで、行動規範となりうる6つの価値観にも記されているように、従業員一人ひとりの個性を尊重し、「自律」をキーワードとして社会から賞賛されるような人間集団を目指し続けます。

また、会社の機能をより効果的かつ円滑に高め、従業員一人ひとりのモチベーションを高めるためにも、適材適所の配属に努めています。

研修制度

当グループは、“役に立ちたいという気持ちと役に立つ力”を持ち、社会に貢献できる人材育成に長期的な視点から取り組んでいます。

吉野家ホールディングスは、グループ人材の全体最適に向けた、グループ社員の成長機会の創造と、適材適所の実現を促進するための研修体系を構築していきます。グループ連合体としての進化とシナジーを

発揮するために「経営理念」「大切にしている価値観」「ステークホルダーへの約束」、さらに「将来の夢=ビジョン」を明確に共有するためのグループ横断インフラとして、グループ新入社員研修をスタートさせました。(a) また、将来の経営者を早期に育成するためのプログラムとして、グループ企業の基幹社員を対象としたグループ経営塾、米国視察研修、その他経営マネジメント力を強化する各種プログラムを実施してグループ各層の能力開発機能の効果向上と効率化を促進していきます。今後はグループ横断的な店長研修も実施していく予定です。また、グループとしての人的交流も積極的に行い経営を幅広い見識でとらえることのできる人材を輩出していきます。

障がい者雇用

株吉野家は、1992年から採用を開始し、東京工場などの製造部門や本社など事務部門において、吉野家の戦力としてそれぞれの能力に合わせた業務を行っています。

(b)

2002年には障がいを持つ方の雇用が法定雇用率を超え、年々増加しています。(c) また、雇用機会の拡大を目指し、厚生労働省から認定された特例子会社「三幸舎ランドリーセンター」を設立しました。「三幸舎ランドリーセンター」では、株吉野家のユニホームのクリーニングを行っているほか、新たに業容の拡大を目指しており、グループ全体での雇用の充実を図っています。

労働災害対策

株吉野家は労働災害事故の撲滅を目的に安全衛生委員会を設置しています。店舗、製造部それぞれの労働災害の現状を認識し、作業方法の見直しや設備、備品の改善まで具体的に踏み込んだ対策を検討・実施しています。

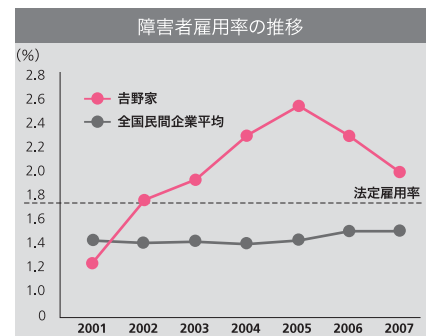
また、社内報を通じて、全社員に労働災害事故の原因や対策事例の周知を図っています。



a 研修風景



b 特例子会社「株式会社三幸舎ランドリーセンター」



c

お客様との関わり

当グループは、ほとんどの事業体が外食です。

日々お客様と向き合い、おいしい食事を提供するために、真摯に取り組んでいます。

お客様相談への対応

当グループは、より多くのお客様の声をお伺いするために、お客様からのご意見ご相談を、各本部やお客様相談室にてお受けしています。

㈱吉野家は、お客様相談室を設置し、365日、電話やホームページにてお客様からのご意見・ご相談を伺っています。

頂いたご意見・ご相談は、その内容によって担当部門へと伝えられ、直ちに対策などの検討を行います。例えば、店舗に関するご意見・ご相談であれば、その内容は営業部へ伝えられ、担当スタッフが店舗状況を詳細に確認します。その後、店舗へは必要な指導を行い、お客様に状況報告と今後の対応などをお伝えしています。

ご意見・ご相談の電話受付は、9:00～17:00となっています。

㈱吉野家 お問い合わせ内容事例紹介

改善事例1

郊外店舗などに設置されているお子様用イスの座面が不安定で危険であるとのご意見を頂きました。

安定性・安全性を再度検証し、ベルトなどの部品の改善や交換を実施しました。

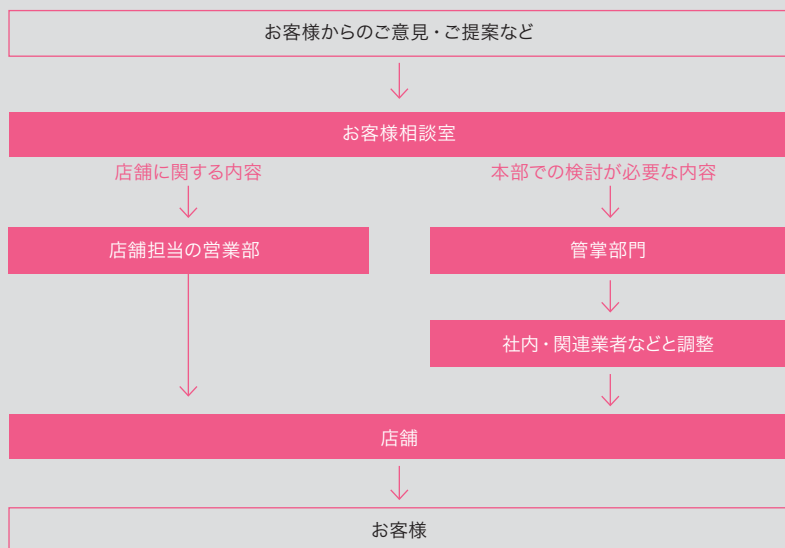
改善事例2

割箸を多数消費するのは木材資源の枯渇につながり、環境によくないのではないかとのご意見を複数頂きました。

リターナブル（再利用）可能な箸の導入を目指して、2007年1月より、実験・検証をしてきました。現在は10店舗のフィールドテストを実施しており、安全性や耐久性・店舗での取り扱いの改善を行っています。

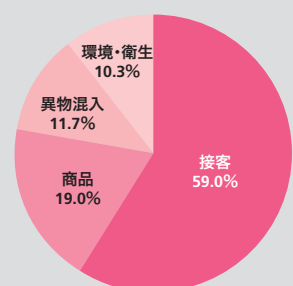
㈱吉野家 お客様相談室の仕組み

お客様からいただいたご意見・ご相談内容のブレイクダウン



お客様相談室では、個別の対応のほかに、多くのお客様から頂くご意見については情報をまとめ、経営陣はじめ、社内各部門に報告して、改善の材料とします。

2007年度クレーム内容



地域貢献活動

当グループは、地域社会の一員として皆様に安全でおいしい商品を提供するほか、地域の活性化や社会貢献活動に取り組み、従業員一同、積極的に地域社会とのコミュニケーションを図っています。

職場体験の受け入れ

グループ各社では、地域社会との交流を図り、各社の活動をご理解いただくために、中学生や高校生の職場体験を随時受け入れています。(a)

また、(株)吉野家では修学旅行のプログラムの一環として、中学生や高校生などの職場訪問を受け入れたり、学校などで講師を務めさせていただくこともあります。

出前授業

(株)吉野家は、埼玉県越谷市立中央中学校にて、選択授業の講師を務めました。(株)吉野家の環境への取り組みや、今後、外食産業で懸念される環境問題について、吉野家の歴史を交えて分かりやすく解説を行いました。(b)

地域清掃活動

(株)吉野家本社オフィスでは、毎月第三火曜日を「YDCゴミゼロデー」とし、有志で集まった社員が、勤務前に新宿駅および新宿四丁目周辺の清掃活動を実施しています。また、埼玉県大利根町にある東京工場では、毎週、周辺域の清掃活動を実施しています。

こうした活動を通じ、従業員の美化意識を向上させると共に本社地区の美化に貢献しています。(c)

災害帰宅困難者支援協定

(株)吉野家は、コンビニエンスストア各社と共に各都道府県において、「災害時帰宅困難者支援協定」の締結をしています。

この協定は、大地震などの災害時において外出先から帰宅が困難になる「帰宅困難者」に対して「水道水」「トイレ」「道路情

報などの情報」などの提供支援を行うものです。支援を行う店舗は、「災害時帰宅支援ステーション」と呼ばれ、防災に対する意識啓発のため広く住民への周知を図ります。(d)

また、災害時徒歩帰宅訓練開催の時には、水やトイレの提供などを行います。(e)

また、非常時の110番・119番通報の協力や不審者から女性や子どもを守ったり、地域活動に協力するセーフティステーション活動にも参加しています。(f)



a おかずの華での職場体験受け入れ



c 本社清掃活動



e 徒歩帰宅者訓練



b 出前授業のようす



d 災害時帰宅支援ステーションステッカー



f セーフティステーションポスター

こども110番

㈱吉野家は、地域で子どもを守るという趣旨のもと、都内、関西、東海地区など多くの店舗で「こども110番のお店」に協力しています。これは、子どもが事件や事故に遭遇した時やけがや急病などの時に保護し、警察・消防などの機関へ連絡を行うものです。(g)

また、警備会社への非常通報により、店内の状況をモニターすることができる設備を設置しています。万が一の場合でも、万全の体制が整っています。

日中環境保全友好植林実践会

㈱京樽と㈱吉野家は、特定非営利活動法人(NPO)「日中環境保全友好植林実践会」に加盟し、国土の砂漠化が危惧される中国で、植林活動に参加しています。

平成19年4月に遼寧省で開催された日中友

好植林記念式典には、㈱京樽から2名が、㈱吉野家からは2名が参加(日本からは当社を含め28社、計41名が参加)。中国側からは政府関係者や地元の小中学生、住民合わせて1万人が参加。合計7万本の植林を行いました。(h)

国有林

「緑のオーナー制度」に参加

㈱吉野家は、1990年から「緑のオーナー制度」に参加し、茨城県内の国有林(11ヘクタール)について、スギやヒノキなどを共同で育成しています。

「緑のオーナー制度」とは、国民参加の森林づくりの推進を目的に創設されたものです。育成途上の若い森林を対象に、オーナーが保育および管理に必要な費用の一部負担することで、国と一緒に森林を育てていく制度です。(i)

募金活動

㈱吉野家はさまざまな募金活動に協力しています。中でも、ニッポン放送ラジオチャリティー・ミュージックソンと社団法人日本フードサービス協会の「ジェフ愛の募金」は長年にわたり継続して募金を行っています。

日本語学校における留学生との国際交流

㈱吉野家は、従業員数名がインターカルト日本語学校の交流イベントに参加し、留学生の皆さんが日本での生活を充実させられるようお手伝いをしています。インターカルト日本語学校では、留学生と日本人の交流の機会を提供するために毎月イベントや交流会を開催しています。(j)



g こども110番を示すステッカー



i 国有林を示す看板



j 留学生と㈱吉野家のボランティア社員の交流



h 植林活動の様子



i ㈱吉野家が費用負担をしている国有林

- インターカルト日本語学校
秋葉原校 東京都台東区台東 2-20-9
<http://www.incul.com/>

お取引先との関わり

当グループでは、調達先と強いパートナーシップを結び、共栄共存を目指し、お取引先との公正で安全な取引を心がけると共に、安全で質の良い商品の仕入れを行っています。

お取引先との連携

㈱吉野家は、食材仕入れ時には産地、製造工場、加工工場を訪問し、規格や品質についての確認を行うと共にお取引先と情報を共有し、さらなる品質の向上に取り組んでいます。(a,b)

食材の選定

㈱吉野家は、新たな食材の導入にあたり、調理段階でのリスクを検証したうえで食材規格書を作成しています。リスク検証においては、実際に調理を行い、時間経過ごとに品質、衛生状態を分析。食品添加物や残留農薬、アレルギー物質、遺伝子組み換え食品の有無なども検証を行います。こうして作成された規格書を持って、仕入れ先の産地や工場まで視察へ行き、品質、衛生状態の確認を行っています。

現地視察による安全性の確認

●米について

㈱吉野家は、全国の米仕入れ先を定期的に訪問し、光学式選別機や、金属選別機など、7段階にもおよぶ異物混入防止が適正に稼働しているか、確認を行っています。(c)

●肉・野菜・加工品

その他食材について

㈱吉野家は、原産地や委託先の安全性を確認するために、現地の工場に出向き、衛生管理体制を中心に視察を行っています。具体的には、食品加工場での食材の工程管理、最終製品が規格通りかの確認、加工場内の施設整備、従業員の衛生管理など確認と指導を行っています。(d)

包材・備品の仕入れ

㈱吉野家は、店舗で使用する包材・備品についても、定期的に生産工場を視察しています。食材を盛り付ける食器や直接口に入る箸については、食材と同様とみなし、厳しく管理を行います。視察では、取り決め通りの原料や素材を使用しているか、原料入手先や生産・検品工程・衛生管理は確実に実行されているかなどを確認します。中国の割箸製造工場には、食品工場と同様、クリーンルームでの完封工程と殺菌を義務付けています。また、金属検知機も標準化しており、異物の混入がないよう徹底した管理を行っています。(e)



a 生姜加工工場視察



c 米仕入れ先の工場視察



e 割箸製造工場視察



b 生姜加工工場視察



d 加工委託先の視察

株主との関わり

当グループでは、コンプライアンスの遵守とコーポレートガバナンスの強化に努め、経営情報を積極的に開示し、透明性の高い企業経営に努めます。

利益分配に関する基本方針

吉野家ホールディングスは、安定的配当の継続を重視する一方、経営体質の充実と事業規模の拡大に必要な設備資金としての内部留保に努めながら、業績の進展状況に応じた利益還元を行うことを基本方針としています。

IR活動報告

吉野家ホールディングスは、ホームページをはじめとする各種メディアを通じて経営情報など株主に対する情報を積極的に開示し、株主・投資家の皆様と緊密なコミュニケーションを図っています。(e)

関連サイト：IR・決算情報

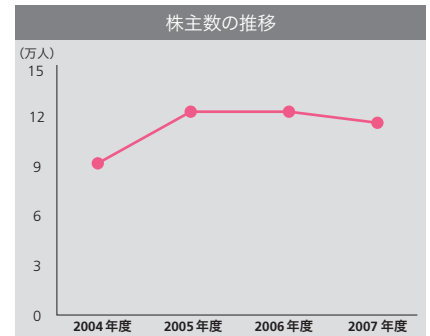
<http://www.yoshinoya-holdings.com/ir/>

株主優待

吉野家ホールディングスでは、「株主様ご優待券」が、吉野家・おかずの華に加えて、ピーターパンコモコ・石焼ビビンパ・千吉の店舗でも利用できるようになりました。なお、一部優待券の取扱いのできない店舗があります。今後も、株主優待の用途と利便性を考慮し、使用範囲の検討と実施を考えていきます。(f)

株主数

吉野家ホールディングスの株主数は2008年2月現在119,311名となっています。(g)



g



e 吉野家ホールディングスIRトップページ



f 株主優待券



昨年の株主総会の様子

吉野家グループ 3R への取り組み

環境負荷軽減を目指すうえで、解決の糸口となるのが、

リデュース (Reduce)・リユース (Reuse)・リサイクル (Recycle) という3つの「R」です。

限りある資源を無駄にせず、ごみを減らしていくために、当グループでは、各社でさまざまな取り組みを行っています。

Recycle リサイクル

生ごみを堆肥に変えよう 株吉野家生ごみリサイクルへの 取り組み

株吉野家では2007年2月末現在、197店舗にて生ごみリサイクルを実施しています。その中の一つ、横浜地区で行っている生ごみリサイクルは、2004年から取り組みをスタートしました。横浜環境保全株式会社を通じて、リサイクルを実施しています。捨ててしまえばただのごみ。しかし、リサイクルを行うことで、堆肥として生まれ変わるのです。

株吉野家の店舗から出た生ごみが、堆肥になるまでの過程をご紹介します。

●生ごみが堆肥へと生まれ変わるまで (横浜エリアの場合)



廃棄や食べ残しなど、店舗からは毎日、食品残さが排出されます。現在、株吉野家では、一日に一店舗あたり平均15kgの残さ(吉野家全店舗平均)が廃棄されています。残さのほとんどは水分ですから、排水ネットで十分に水を切り、容量を減らしてから指定の場所に出しておきます。



店舗から出された生ごみは、1日1回、回収され、堆肥プラントへと運ばれます。回収車には計量器が内蔵されており、回収時に計量を行っています。



店舗での取り組みを通じて、リサイクル意識が身につきました

株吉野家 戸塚駅西口店
中井 茂美



吉野家では、残さをしぼって水分を切り、生ごみの容積を減らしています。それまでは、リサイクルに対し、家庭でごみの分別を行う程度の意識しかなかったため、入店当初は、そこまでしなければならぬことに驚きました。

しかし、吉野家で残さ処理のほか、自宅で行う以上の分別をしていくうちに、リサイクルに対する意識が芽生え始めたのです。今では、自宅でも

生ごみは絞ってから捨てるようにしています。例え小さなアクションでも、社会に貢献していきたいですね。このことは、私の子どもたちにも必ず伝えていきたいと思っています。

最近はプラスチック系のごみが増えていますから、弁当容器やサラダ容器のごみも減らしていきたいらいいなと考えています。今後は、もっとごみを減らす方法を考えていきたいです。

発酵



残さは、リサイクル施設へと運ばれ、ここで堆肥へと生まれ変わります。まず残さを一次発酵が済んだ堆肥や木くずと混ぜ合わせ、水分調整と菌の植え付けを行います。

次に発酵槽へ投入し、1日一回攪拌を行い、20日間自然発酵させます。その後養生槽へ移し、さらに20日間寝かせ、攪拌を行います。その後堆肥をふるいにかけ、キメを整えた後に20日間寝かせれば、堆肥の完成です。



堆肥プラントの中。まだ発酵しきっていない残さが残っています。



このローラーが回り、堆肥を攪拌していきます。



さらさらの堆肥。臭いはほとんどありません。

袋詰・出荷



できあがった堆肥は袋詰めされ、契約農家や横浜環境保全株の有機肥料菜園にて使用されています。

リサイクル



食品残さから作られた堆肥で、トマトやなすなどの野菜を育てています。

MEMO

堆肥プラントが臭わない理由

横浜環境保全株のプラントはほぼ臭いがなく、施設の外はまったくと言っていいほど臭いませぬ。その秘密は、プラント屋上の脱臭施設にあります。屋上にはゼオライト石という特殊な石が敷き詰められており、建物の中の臭気をすべて脱臭しています。



廃棄麺リサイクル

(株)はなまるでは、製麺工場から出る廃棄麺（出荷不適格の麺）や打ち粉をリサイクルセンターへ運び、リサイクルを行っています。センターに運ばれた麺は、水分調整などを行った後に発酵促進剤を加え、堆肥や完熟肥料、土壌改良材として農家などに運ばれます。栽培された野菜は東京都内の五つ星レストランでも使用されています。

廃棄油リサイクル

(株)はなまるでは、天ぷら、からあげ、コロッケなどの調理に油を使用し、毎月、全店合計で約5万リットル以上使用されています。その廃棄油は中間処理工場へ集められ、種別に精製されます。その後、石けん工場や飼料工場、塗料工場へと運ばれリサイクル製品として生まれ変わります。そのほか、(株)吉野家店舗や東京工場でも廃油リサイクルが行われています。

廃プラリサイクル

(株)吉野家の東京工場では、食肉を包装しているポリ袋を、透明なものと同色のものに分別し、有償リサイクルを行っています。色別に、専用の洗浄機で洗い、脱水を行った後にチップ状に粉碎。専門のリサイクル業者に受け渡しています。(a)



a リサイクルされる梱包用のPPバンド（左）と食肉の梱包用ポリ袋（右）

色が付いているポリ袋は黒いプラスチックにしか再生されません。そのため、透明なプラスチックと混ざらないよう注意して作業を行う必要があります。

また、PPバンドに関しては、まとめてリサイクル業者に委託し、樹脂としてリサイクルされています。

段ボールリサイクル

(株)吉野家の東京工場では、使用済みの段ボールをプレス機にかけてまとめ、有償リサイクルを行っています。これらは再生紙に生まれ変わります。(b)

(株)石焼ビビンパ

(株)石焼ビビンパではスプーンのリユースと廃棄ペットボトルなどの再生トレイを使用しています。

スプーンは、おおよそ2年間で傷がついてしまい、光沢がなくなってしまいます。今までは、そのスプーンは廃棄していましたが、2005年頃から仕入先と協力し、リユースすることに成功しました。

研磨されたスプーンは、元の光沢を取り戻し、また使用できるようになります。少しでも、廃棄物の減量になるように今後も努力を続けたいと考えています。(c)



b 有価資源としてリサイクルを行なっている

PETトレイ、ABS食器の導入

(株)吉野家の店舗では、廃棄ペットボトルなどの再生トレイを使用しています。また、玉子碗や漬け物皿は、リサイクル可能なABS樹脂素材のものを導入。耐久性に優れています。(d)

また、(株)石焼ビビンパの店舗では、廃棄ペットボトルなどの再生トレイを使用しています。石油由来の製品は非常に貴重であり、且つ限り有る資源です。今後も、できることを整理して、地球環境に優しい活動を心がけたいと思います。

以下の工場では、リサイクル率100%を達成しています。

(株)吉野家 東京工場
(株)京樽 船橋工場、幸手工場



c (株)石焼ビビンパで使用されているスプーンとトレイ



d トレイは廃棄されたPETボトルの再生素材からできている

ABS樹脂素材の食器

Reuse リユース

リターナブル箸導入の実験検証

現在、(株)吉野家では切り替えに向け、10店舗でリターナブル箸の検証（耐久性、オペレーション）を行っています。リターナブルとは、洗浄して繰り返し使用できるという意味で、割箸の代替品として使用することで使用済み箸のゴミの削減に大きく貢献します。

衛生管理については、給食センターの事例に倣い温度殺菌にて対応し、安全面でも問題はありません。(e)

野菜外葉のリユース

(株)吉野家では、東京工場から出た野菜の外葉を、埼玉県東武動物公園に寄付し、動物のエサとして使用してもらっています。工場では1日に約2tの白菜とキャベツの外葉



e リターナブル箸



f 提供先は「ハイブリッド・レジャーランド東武動物公園」。シカ等、草食動物のエサに

が廃棄されます。そのうち190kgを東武動物公園に寄付しています。動物園までの運搬には、自家用運搬車を使用し、廃棄コストの削減にも努めています。(f)

オフィスでの紙リサイクル

当グループでは、オフィス部門にて古紙回収業者に依頼し、定期的リサイクルを行っています。また、コンプライアンスに気を配りながら、コピー用紙の裏紙利用を推進するなど、紙ごみの削減も行っています。(g)

Reduce リデュース

テイクアウト用ポリ袋の薄肉化

(株)吉野家では、テイクアウト用包材・弁当・ごみ袋などについて、必要最低限の機能を維持し薄肉化を図り使用原料の低減で廃棄ごみの削減に努めています。



g (株)吉野家。本社での古紙回収



h 品質を損なわない範囲で省資源化を行なっている

容器については保温、断熱、勘合はもちろん剛性まで考慮して仕様を決定し、弁当袋については最大重量から必要強度を算出し、ごみ袋については店舗から排出されるごみを想定した強度（引っ張り・突き刺し）を算出し、PB品については徹底管理しています。(h)

オフィスでのグループウェア活用

当グループでは、可能な範囲で電子化を進め、紙の無駄を省きます。

(株)吉野家では、本社、エリアオフィス勤務者はグループウェアを活用して社内連絡、業務連絡、各種文書の閲覧を行い、ペーパーレスに努めています。また今後、順次店舗に導入される予定の新システムを用いれば、本部との通信を電子化することが可能です。

天ぷら廃棄油削減

(株)はなまるでは、天ぷら油の廃棄の削減に取り組んでいます。現在3店舗で試験的に、油を循環させる過する機材を導入しています。実験では、約20%強の削減効果が出ています。

また、今までよりも作業の安全性の向上と効率のアップにもつながりました。今後、改装や新装の店舗を中心に順次導入する予定となっています。(i)



i 小型食用油精製機

グループ各社の環境活動

当グループは、積極的な環境活動や、徹底した従業員の環境教育を進めています。

LED看板の導入開始

㈱吉野家は、店舗の使用電力及びCO₂削減を目指し、看板の蛍光灯をLED（発光ダイオード）に順次変更を行っています。2008年度4月末現在、6店舗にて付け替えが完了しています。なお、店舗看板のLED導入は、各業界のチェーン店舗の中でも、先進的な取り組みといえます。(a)

ガスコージェネレーション

CO₂削減とコスト削減の目的で2002年からガスコージェネレーション（ガスエンジンで発電してその排熱も利用するシステム）をテスト的に運用して検証を進めてきました。

現時点ではCO₂排出量において削減の効果が確認されています。コストや運用面での検証を実施し、導入を拡大していく予定です。(b)

環境教育の推進

●新入社員研修

㈱吉野家は、新入社員および中途社員集合研修でISO14001の店舗における活動について、3時間の教育時間を設けています。また、環境問題の基礎知識から、店舗での実践に即した環境保全活動まで多岐にわ

たる内容の研修を行っています。終了後は、考査を実施することで知識の確認と定着を図っています。(c)

●本社勉強会

㈱吉野家は、本社では、ISO14001活動における質の向上を目指し、定期的に本社の環境担当者に対して勉強会を開催しています。

●環境ポスター

㈱吉野家は、環境保全に対するスローガン・基本方針・年度目標を盛り込んだポスターを各事業所と店舗に掲示しています。2008年度は新たに「ISO教育の推進」を目標に加えました。

今までも、キャストさんのランク評価の項目にISOの項目が入っていましたが、目標として設定することにより、より明確になり、キャストさんの教育が進むことによって、ISOの取組みを理解し、実施できる従業員が増えることを目指していきます。(d)

ガスエネルギー使用量削減

㈱石焼ビビンバは、石焼コンロについて、石焼容器の中心から熱伝導を研究し独自の開発機器を使用しています。このコンロは、常温から380℃に到達する時間を2分30秒と、通常のコンロに比べ約半分に短縮

が可能。ガスエネルギーの使用削減に努めています。(e)



c ㈱吉野家での環境教育



d ㈱吉野家環境方針ポスター



a LEDを使用した看板



b ガスコージェネレーション



e ㈱ビビンバのガスコンロ

財団法人日本品質保証機構審査員より ～ ISO14001定期審査を終えて～

前回審査以降の環境マネジメントシステムの改善状況

前回審査の改善指摘事項7件については、再発事績もなく、適正に是正・再発防止がなされていると判断されます。

前回審査以降、環境管理規定の改定その他、各規準類の改訂がなされていました。

また、省エネ・省資源・廃棄物削減等も実施されておりました。

以上により、1件の改善指摘事項と一部改善の余地があると思われる部分がありま

すが、環境マネジメントシステムは概ね有効に機能し、改善が図られているものと判断されます。

審査の結果

今回の定期審査により、ISO14001規格に基づく環境マネジメントシステム（EMS）が引き続き適切・妥当・有効であることの確実化に向けマネジメントレビュー（継続的改善）が有効に機能しているものと判断されます。



ISO定期審査の様子



ISO定期審査の様子

株吉野家の環境会計

環境対策をより効率的に推進するため、また株吉野家の環境保全活動を広くご理解いただくために、株吉野家では環境会計を導入しています。環境省の環境会計ガイドラインを参考に、「環境保全コスト」「環境保全効果」「環境保全対策に伴う経済効果」を算出しています。

環境保全コスト集計表

環境保全に関する取り組みで要した投資額や費用を記載しています。

環境保全コストの分類				
大分類	中分類		具体的な取り組み	
1	環境方針に基づく 環境目的・環境目標達成に向けた 「積極的成本」	目的・目標コスト 1-1	電気使用量の削減	啓発
			水道使用量の削減	啓発
			コピー使用量の削減	啓発
			廃棄物の分別および削減	排水ネットを使用し、食品残さの減量を行う
			リサイクル活動の推進	生ゴミ処理機リース料
		備品・資材の改善	自動復帰型エアコンリモコン検証	
			グリストラップ清掃機器検証	
			LED看板の検証	
			強化磁器食器の検証	
			冷陰極管の検証	
排水管理	リターナブル箸の検証			
	オゾン式グリストラップ清掃機器			
	グリストラップ浄化の固形バイオ導入費用			
その他のコスト 1-2	グリストラップ清掃器具の購入費用			
	水質検査費			
		廃棄物の適正処理	廃棄物処理料	
		浄化槽などの適正管理	浄化槽保守点検費用	
小計				
2	環境マネジメントシステムの 「維持コスト」	環境保全活動に伴う人件費	環境教育・活動	
		環境教育資料作成コスト	環境ポスター作成	
		環境監査関連費用	ISO店舗活動テキストの作成	
		環境関連法規制対応コスト	ISO14001 受審費用	
		社会活動における環境保全コスト	容り法に基づくリサイクル費用	
		植林活動		
		京都美化協会会費		
		環境報告書作成費用		
小計				
3	環境損失補償費用	土壌汚染・自然破壊の修復コストなど		
合計				

環境保全効果集計表 (物量単位)

環境保全に関する取り組みにより出た効果を記載しています。

		環境保全効果を表す指標 (2006)		
インプットに関する 環境保全効果	エネルギー	電気 (千 kWh)	66,159 千 kWh / 645,712 GJ	
		ガス (m ³)	14735 m ³ / 605,609 GJ	
		重油・灯油・軽油 (kℓ)	149 kℓ / 5,468 GJ	
		ガソリン (kℓ)	190 kℓ / 6,574 GJ	
		合計	1,263,363 GJ	
アウトプットに関する 環境保全効果	大気への排出 (社有車に占めるハイブリッドカーの割合)		14 台 / 62 台 / 22.5%	
	水域、土壌への排出		18 項目測定中 / 自主基準値超過 38.9%	
	廃棄物等の排出	総発生量		16,210 t
		リサイクル量		6,653 t
		リサイクル率		41.0%
		非リサイクル量		9,557 t
		生ゴミ		7,697 t
		リサイクル量		3,656 t
		リサイクル率		47.5%
	紙ゴミ		2,288 t	
	店舗ダンボール		2,721 t	
	廃プラ		2,728 t	
	エネルギー及び廃棄物処理から発生する CO ₂		エネルギーの CO ₂ 発生量	45,267 t
		廃棄物 (廃プラ) 処理の CO ₂ 発生量	2,006 t	
		計	47,273 t	

※廃プラ以外の一般廃棄物は生物起源であるため、焼却による CO₂ の排出量は算定結果に含めない。
 ※吉野家における廃油は動植物性由来のため、CO₂ 排出量の算定結果に含めない。
 ※ガスは全て都市ガスとして算出

	単位	単位あたり発熱量	CO ₂ 係数
電気	千 / kWh	9.76 GJ	0.555 tCO ₂ / 千 kWh
灯油	kℓ	36.7 GJ	0.0185 tCO ₂ / GJ
ガス	千 m ³	41.1 GJ	0.0138 tCO ₂ / GJ
ガソリン	kℓ	34.6 GJ	0.0183 tCO ₂ / GJ
廃プラ	t	—	0.735 tCO ₂ / t

費用 (2006) (千円)	費用 (2007) (千円)	投資 (2007) (千円)	主な効果 (成果)
0	0	0	省エネルギー
0	0	0	省資源
0	0	0	省資源
2,113	2,097	0	廃棄物適正処理 / 処理場逼迫軽減
1,085	542	0	リサイクル
0	0	0	省エネルギー
0	0	0	グリストラップ清掃効率化
0	1,161	1,161	省エネルギー
0	470	0	省資源
0	335	0	省エネルギー
199	1,885	0	省資源
0	0	0	
309	390	0	水質保全
0	0	0	
17	629	0	
362,483	395,515	0	廃棄物適正処理
51,831	42,000	0	水質保全・悪臭防止
418,037	445,024	1,161	
24,729	27,606	0	環境活動の推進
201	361	0	環境教育の実施
0	0	0	環境教育の実施
2,810	1,434	0	環境監査の実施
51,226	55,944	0	リサイクル
655	698	0	環境保全
25	25	0	環境保全
3,040	3,092	0	外部コミュニケーションの充実
82,686	89,160	0	
0	0	0	
500,723	534,184	1,161	

コストの分類と定義

- 1-1 積極的に環境負荷を削減する目的で支出するコスト
環境マネジメントシステムに基づいた環境目的・環境目標の実現に関するコスト
- 1-2 積極的コストのうち、1-1に含まれないコスト。店舗・工場の廃棄物処理費および、排水施設関連の保守管理・清掃関連費用
- 2 環境マネジメントシステムの運用・整備などシステムの維持、環境関連法規制への対応、その他社会活動に関するコスト
- 3 環境汚染を起こした場合の浄化費用、賠償金・罰金などのペナルティのコスト

計上基準

- ①投資および費用の区分
当社財務会計の費用・投資分類による。
- ②複合コストの計上
差額集計・按分集計・簡便法などを適宜用い、注記によって明示する。
- ③人件費の計上
環境管理専任部門人件費は100%、製造部など兼任部門については按分計上、その他の環境管理責任者、内部監査員の按分人件費は計上しない。
- ④減価償却費
投資に伴う減価償却費は計上しない。(キャッシュ・フローの観点からマネジメントを行う)

環境保全を進めた結果、企業の利益に貢献した効果を記載しています。

経済効果集計表 (貨幣単位)

効果	確実な根拠に基づいて算定される経済効果		経済効果
	費用削減	資源投入に伴う費用の節減	収益
効果	費用削減	省エネルギーによるエネルギー費の節減額	脂のリサイクル収入 1,544千円
		節水機器などによる用水費の節減額	再生樹脂売却収入 1,109千円
	環境負荷および廃棄物排出に伴う費用の節減	廃棄物処理費の節減額	電気料金節減額 ▲32,971千円
			水道使用料金節減額 ▲8,354千円
			グリストラップ清掃費 15,402千円

環境保全効果を表す指標 (2007)	
64,389 千kWh	628,437GJ
15,013km ³	617,034GJ
12k ^ℓ	440GJ
126k ^ℓ	4,360GJ
	1,250,271GJ
0台/66台	0.0%
110項目測定中	自主基準値超過 38.1%
	20,437t
	8,512t
	41.6%
	11,925t
	9,329t
	4,694t
	50.3%
	3,350t
	3,687t
	3,200t
エネルギーのCO ₂ 発生量	35,945t
廃棄物(廃プラ)処理のCO ₂ 発生量	2,352t
計	38,297t


商品100万食あたりの環境保全効果を表す指標

	2005年度	2006年度	2007年度
エネルギー総量	5,736.2GJ	6,509.8GJ	5,657.3GJ
水使用量	11,885.4m ³	12,684.3m ³	12,209.8m ³
CO ₂ 発生量	253.6t	243.6t	162.6t
非リサイクル廃棄物総量	22.4t	53.2t	50.0t

特定排出者の事業活動に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令(平成18年3月経済産業省、環境省令第3号)
地球温暖化対策推進法施行令より

**(株)吉野家の
環境保全活動のあゆみ**

活動項目を毎年増やしなが
ら、環境保全に取り組んで
います。

1980年代	店舗牛脂のリサイクル ミートセンターの牛肉ロスのリサイクル	
1992	都内・大阪市などの一部の店舗においてガスヒーポンの検証を開始	
1993	店舗の割箸をアスペン材に変更*	
1995	コピー紙のリサイクル コンピュータのストックフォーム紙をリサイクル 店舗の便座シートを再生紙化 東京工場の段ボールをリサイクル 封筒・名刺の再生紙化 不用照明の消灯励行 野菜加工センターの野菜くずを*コンポスト化 A	
1997	店舗のトイレトーパーをリサイクル品に変更 店舗のペーパータオルの再生紙化	
1998	事務所の使用済み封筒の再利用徹底 事務所の封筒を非木材紙化（バガス） B 店舗にて節水バルブの導入 店舗の紙ナプキンを非木材紙化（ケナフ）* 店舗の駐車場に分別ゴミ箱導入 本社にリサイクルボックスを設置しリサイクル徹底	
1999	埼玉県の店舗で生ゴミ処理機によるリサイクル運用開始C 店舗に節水型ロータンの導入 中国における植林ボランティアの開始 店舗エアコン・蛍光灯にスーパーインバーター機器を導入 店舗にロングライフ蛍光灯の導入 店舗の看板にソーラータイマーを導入	
2000	製造物流部においてISO14001認証取得 代替フロンエアコン機器の導入開始 代替フロン冷蔵機器の導入開始 横浜市の店舗で生ゴミのコンポスト化開始 D	
2001	店舗において節水型洗浄機の検証開始 E 店舗において節電機器の検証を開始 店舗の液体洗剤を無リン洗剤に切り替え 本社・営業部・店舗においてISO14001認証取得 本社・営業部の社用車にハイブリッドカーの導入開始	
2002	(社)日本フードサービス協会と協業にて百姓倶楽部でのコンポスト化参加 店舗にてコージェネレーションの検証開始 同業他社との協業で割箸のリサイクル開始 ユニットプレハブ工法の店舗を導入、建築廃材の減量を図る ノートPCによる店舗のQSCレポート集計開始（ペーパーレス化）	
2003	事務社員の制服をPET素材使用品に変更 店舗において節水型洗浄機の導入開始 店舗においてPET素材のトレイの導入を開始 店舗に排水ネットを導入し、生ゴミの脱水減量化を開始 F NPO日中環境保全友好植林実践会の新植林地に関する協定締結 本社・製造物流部・営業部に*グループウェアを導入（ペーパーレス化） *ペルチェ素子を用いた冷蔵ショーケースを導入	
2004	オール電化店舗（飯能駅前店）の営業を開始 G 千葉県店舗においてコンポスト化開始 店舗の蛍光灯をより効率の高いHf蛍光灯化 同業他社との協業にて横浜地区店舗でのコンポスト化拡大開始 本社における会議のペーパーレス化を推進 野菜加工センターにて野菜外葉を動物園の飼料として提供開始 電子帳簿保存法の適用を受け、帳簿データの電子保存を推進	
2005	首都圏において新たに3箇所のプラントを利用したコンポスト化の大幅拡大H 店舗のPETトレイを回収して再生利用する仕組みを構築 店舗のエアコンの自動温度復帰機能付きリモコンの検証開始 西日本事業部の事務所においてクールビズを実施 八都府市容器包装ダイエット宣言に参加 本社・営業部において事務用品のグリーン購入を開始 横浜市の店舗で新たなプラントを利用したコンポストの拡大	
2006	京都地区店舗における*バイオマス利用のリサイクルを開始I 三重地区店舗でコンポスト化を開始 J チーム・マイナス6%に参加 リターナブル箸の検証開始 ABS素材食器の導入 LED看板の検証 蛍光灯型LEDと冷陰極管の検証 強化磁器食器の検証 循環型食器洗浄機と洗剤の検証	 

※コンポスト
生ゴミや汚泥などを発酵分解させ、堆肥にしたもの。

※グループウェア
企業内LANを活用して情報共有やコミュニケーションの効率化を図るソフトウェア。

※ペルチェ素子
コンピューターのCPUの冷却などに用いられる。可動部がなく騒音の発生しない冷却装置。

※バイオマス
生ゴミなど生物由来する有機エネルギーや資源のこと。

*現在終了しております

YOSHINOYA HOLDINGS

お問い合わせ：社長室 広報担当

TEL 03-5269-5001

FAX 03-5269-5105

<http://www.yoshinoya-holdings.com/>



この印刷物は、適切に管理された森からの原料を含む FSC 認定紙を使用しています。また印刷には、VOC (揮発性有機化合物) 成分フリーのインキを使用し、有害廃液を排出しない水なし印刷方式を採用しています。