

For the People



株式会社 吉野家ホールディングス

CSR報告書2011

CONTENTS

吉野家ホールディングスグループについて

- | | | | |
|---|-------------------|---|----------|
| 3 | トップコミットメント | 6 | グループ経営理念 |
| 4 | 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 |

安全・品質・衛生管理への取り組み

- | | | | |
|----|--------------------------|----|-----------------------------|
| 10 | (株)吉野家
東京工場の安全衛生の取り組み | 14 | グループ内での
安全・品質・衛生管理への取り組み |
|----|--------------------------|----|-----------------------------|

社会への取り組み

- | | | | |
|----|-------------|----|--------------------|
| 16 | 社員との関わり | 21 | 地球環境保全活動・スポーツ支援 |
| 18 | お客様・株主との関わり | 22 | (株)吉野家ファーム神奈川の取り組み |
| 20 | お取引先との関わり | 24 | 地域貢献活動 |

環境への取り組み

- | | | | |
|----|---|----|-------------------|
| 26 | 吉野家ホールディングスグループ
3Rへの取り組み

(株)京樽
食品残さリサイクルへの取り組み | 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。

■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

2010年度(2010年3月~2011年2月)。一部過去の情報や、2011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



For the People

世界中の人々にとって

かけがえのない存在でありたい

2011年5月

株式会社 吉野家ホールディングス

代表取締役社長

安部 修仁

このたび、東日本大震災で被災された方々に、心よりお見舞い申し上げます。

当社は2007年10月に純粋持株会社体制へ移行し、グループ経営機能の強化、グループシナジーの追求、M&Aを含む事業再編、経営と執行の分離による成果と責任の明確化と経営スピードの向上を目的に、さまざまな施策に取り組んでまいりました。

また、内部統制環境を整備し、コンプライアンス体制の確立に努めるとともに、グループとしての経営の透明性を高め、コーポレートガバナンス（企業統治）を強固なものとしてまいりました。

当グループの企業理念は「For the People すべては人々のために」です。そこには「人」を大切に、「人」のために行動し、人々にとってなくてはならない存在になりたいという、私たちの思い

が込められています。

その思いを実現するために、基盤となる「人材」を価値の中心に置き、人を育む土壌を大切にして、教育機会と活躍の場を提供し続けてまいります。

今回の震災に際して、グループ各社はさまざまな制約の中、可能な範囲でお客様に食の提供を継続しました。また、出来る限りの被災地での支援活動を行いました。こういった活動こそが私どもの目指す「For the People」の企業理念そのものであるということを、改めて社員一同感じております。

そして、どんな時代でも、健全性の高い組織文化により、社会からの期待に応え続けたいと考えています。企業市民として、事業活動だけでなく、地域貢献活動や環境保全活動にも積極的に取り組んでいます。その考え方は、各ス

テークホルダーへの約束と行動規範による「グループ行動憲章」として宣言しています。

環境への取り組みにおいては、エネルギー消費量を劇的に改善する「エコ店舗」の開発を進めるなど、従来とは一線を画した取り組みを行ってまいります。

東日本大震災の復興には大変なエネルギーが必要とされますし、震災に端を発した電力不足の問題は、社会生活、経済活動にさまざまな影響をもたらしています。未曾有の経済危機といわれた2010年に続き、日本全体がさらに厳しい環境に立ち向かわねばならない2011年ですが、私どももグループ一丸となって取り組み、難局を乗り越えて行きたいと考えております。

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

〒115-0044
東京都北区赤羽南1-20-1

TEL

03-4332-9710(代)

URL

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

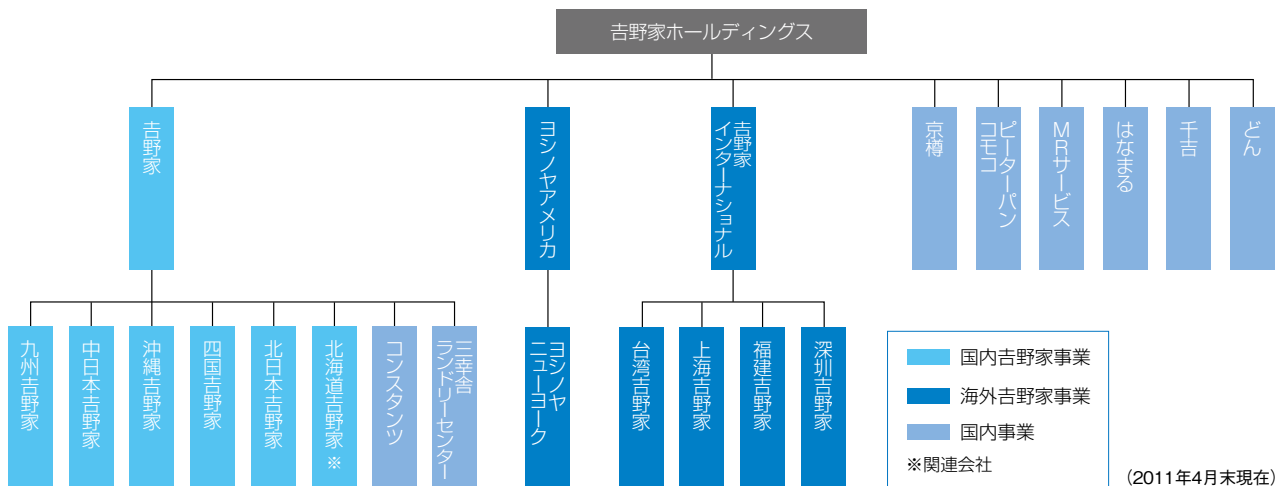


国内事業会社出店店舗数

吉野家	1154	千吉	15
京樽	359	どん	170
ピーターパンコモコ	242	おかずの華	20
はなまる	296		

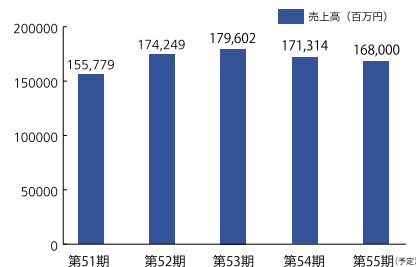
(2011年2月末)

吉野家ホールディングス組織図

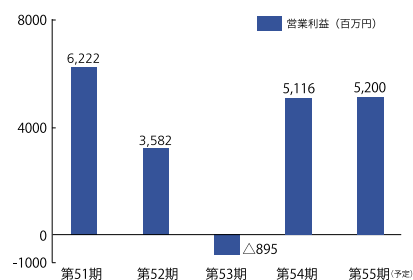


グループ連結業績推移

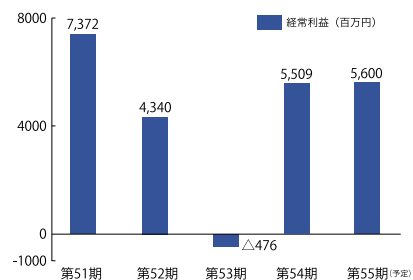
売上高



営業利益



経常利益





株式会社 吉野家

社名 株式会社 吉野家
 社長 安部 修仁
 本社 〒115-8529
 東京都北区赤羽南1-20-1
 設立 2007年10月
 社員数 1,309名
 資本金 2億円



株式会社 京樽

社名 株式会社 京樽
 社長 山下 昌三
 本社 〒103-0013
 東京都中央区日本橋人形町
 3-8-1
 TT-2ビルディング内
 創業 1932年
 社員数 615名
 資本金 34億2,500万円



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 432名
 資本金 7億5,070万円



株式会社 ピーターパンコモコ

社名 株式会社 ピーターパンコモコ
 社長 安井 昭裕
 本社 〒115-0044
 東京都北区赤羽南1-20-1
 設立 1967年4月
 社員数 232名
 資本金 8,313万円



株式会社 MRサービス

社名 株式会社 MRサービス
 社長 鈴木 康彦
 本社 〒115-0044
 東京都北区赤羽南1-20-1
 設立 1996年8月
 社員数 70名
 資本金 7,000万円



株式会社 はなまる

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
 社員数 291名
 資本金 1億3,476万円



株式会社 吉野家インターナショナル

社名 株式会社 吉野家
 インターナショナル
 社長 田中 柳介
 本社 〒115-0044
 東京都北区赤羽南1-20-1
 設立 2009年2月
 社員数 24名
 資本金 1億5,000万円



株式会社 千吉

社名 株式会社 千吉
 社長 成瀬 哲也
 本社 〒115-0044
 東京都北区赤羽南1-20-1
 設立 2001年3月
 社員数 13名
 資本金 1億円

大切にする価値観

『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。

『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。

『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。

『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。

『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。

『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。

For the People
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。

『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。

『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。

『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。

『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。



私たちは、国や地域を越えた世界中の人々のために、企業活動を行います。



コーポレート・ガバナンス

吉野家ホールディングスグループでは、「For the People」という経営理念のもと、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、永続的に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8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。こうした体制により、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。

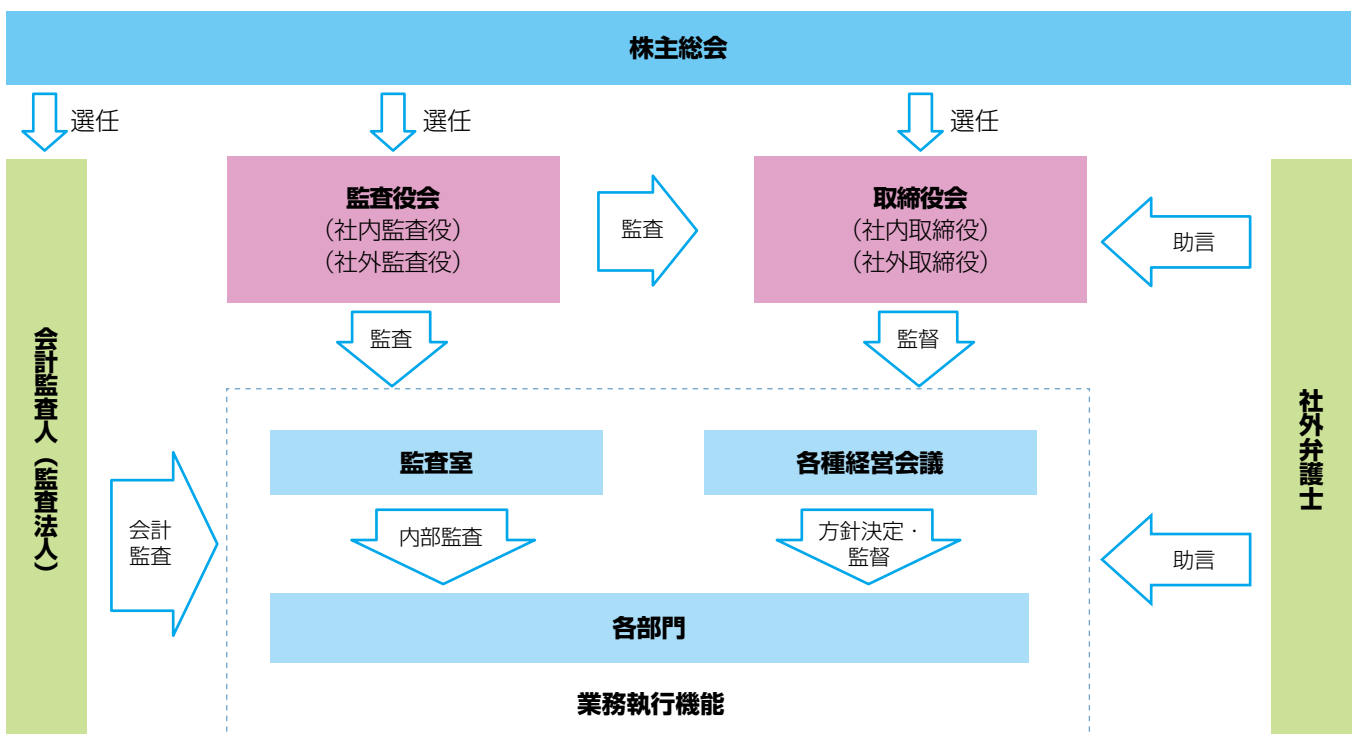
また、取締役会の機能を補完する目的で、グループ戦略会議、各種プロジェクト・委員会などの会議体を持ち、そこで審議・決定された内容は、職務を執行する担当部門において速やかに実施しています。

当グループは監督機能と執行機能の役割分担を明確にするため、執行役員制を導入しています。代表取締役による指揮のもと権限委譲と責任の明確化により、各事業会社における意思決定の迅速化を図るとともに、重要事項については、グループ戦略会議・業務進捗報告会・コミットメント会議において、審議・検討を行い、取締役会がこれを監督しています。

監査役・監査役会

監査役会は、社外監査役2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。

コーポレートガバナンス体制



コンプライアンス

当グループでは、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、グループ内のコンプライアンス担当者を中心に、毎月リスク管理担当者会議を開催しています。

リスクマネジメント、コンプライアンス活動、内部通報制度の運用に関する情報交換等を行い、優先的な重要課題を抽出し、対応の基本方針、具体策の検証等を行っています。これらの情報を各社関連部門へフィードバックし、現場改善を図ることで、グループ一体となったコンプライアンス体制を推進しています。

内部通報窓口は、各社ごとに設置されている他、グループ全従業員を対象とした共通窓口として「グループホットライン」を設置しています。従業員に対しては、コンプライアンスガイド、ポスター、社内報等を通して、目的、利用方法の理解、周知を図り、適切に運用することによって、組織内部の自浄作用を高めています。

コンプライアンス教育

コンプライアンス教育ツールとして、社員にはグループコンプライアンスガイドを、店舗にはコンプライアンスハンドブックを配布して、現場での知識教育、実践活動を推進し、職場全体へのコンプライアンス浸透に努めています。

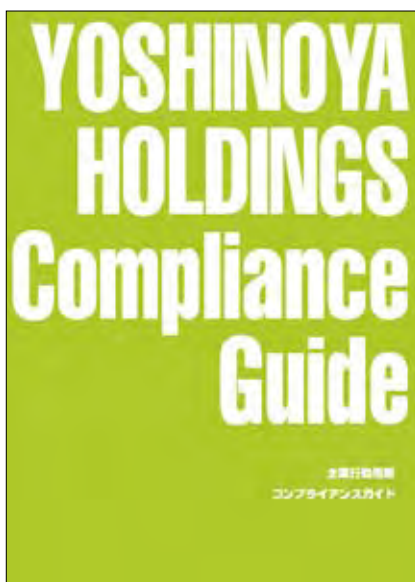
グループで開催する階層別研修においては、コンプライアンスをカリキュラムに組み入れ、「経営理念」、「コンプライアンス」の重要性理解を深め、日常業務におけるコンプライアンス実践について学んでいます。特に「食の安全・安心」については、最重要課題と認識し、全従業員で基準、マニュアル、ガイドを徹底遵守し、日々サービスの提供に取り組んでいます。

リスク・マネジメント

「食の安全・安心」リスクをはじめ、グループの事業活動に伴う、損失の危険（リスク）の管理については、「グループリスク管理規程」を策定し、四半期ごとに各部門で洗い出し、重要度の評価をとりまとめ、グループリスク管理委員会へ報告し、対策状況を確認しています。

万一、リスクが顕在化した場合には、リスクレベルに応じた緊急対策により、損失を最小限にとどめ、再発防止策を講じ、コーポレートブランドの信頼性を確保できる体制を整えています。

また、リスク情報については、グループ横断的に共有し、一定の基準に従って、お客様、行政、マスコミ、地域、業界団体へ適宜開示を行っています。



リスク管理担当者会議の様子

(株)吉野家 東京工場の取り組み

～平成22年度食品衛生優良施設厚生労働大臣表彰を受ける～

(株)吉野家東京工場が、平成22年度食品衛生優良施設として厚生労働大臣から表彰されました。東京工場における取り組みをご紹介します。

●高く評価された「仕組み」の構築と運用

「仕組み」の構築は マニュアル整備から

今回の表彰は、東京工場の安全と品質を守るための「仕組み」の構築と運用が高く評価されたものです。食品衛生優良施設に選定されるには、さまざまな基準（※P.11参照）をクリアしなければなりません。その中でも特に厳しいとされる保健所の検査では、2010年度も満点評価を得ています。

衛生管理については、(株)吉野家の衛生規定規準と埼玉県で定めているHACCP（※P.11参照）規準をベースに、製造部で「衛

生管理ガイド」を制定しました。そして、各ラインで作業するキャストさんを含めた従業員向けには「衛生管理ガイド」をもとに、図や写真を多用してわかりやすくまとめた「センターマニュアル」を運用しています。

教育とスキルアップを集約した 吉野家独自の運用法

衛生管理を徹底するためには、従業員の教育が重要です。吉野家には、工場と店舗で展開されている「キャストランクアップシステム」という制度があります。細かく

分けられたランクごとに評価項目が設定され、一人ひとりのレベルに合わせて評価が行われます。衛生管理では規準の数だけ評価表があるのが一般的ですが、「キャストランクアップシステム」は衛生面だけでなく作業やスキルなどをすべて一つに集約。この仕組みは吉野家独自のもので、キャストさんのステップアップも目的としています。

また、3カ月に1回のペースで衛生面の勉強会を行っています。毎年テーマが設定され、1年を通じて全員が参加できるようにしています。



センターマニュアルの根幹となるさまざまな規準書の一部

保健所の抜き打ち検査では、いつも100点満点の評価



平成 22 年度 食品衛生優良施設の選考基準

平成22年4月1日現在で以下に該当すること。

- 1 営業年数が10年以上であること。
- 2 対象施設が建築後営業を開始してから満3年以上経過していること。
- 3 保健所が実施した過去3か年の平均監視点数が95点以上であること。
- 4 施設改善に対する熱意が認められること。
- 5 従業員の健康管理が優秀であること。
- 6 対象となる施設が原則として都道府県知事若しくは(社)日本食品衛生協会会長等の賞を受けたことがあること。



現状に満足せず、日々進化

(株)吉野家
製造部 次長
桃井 康雄

私たち東京工場は、吉野家の中の一つの企業体だと考えています。店舗の先にはお客様がいることを常に意識しながら、安全性に自信のある商品を店舗に納めています。また店舗でのオペレーションを考慮し、営業本部と連携しながら作業・物流効率を検討しています。

例えば2010年は、1パックあたりの肉の含量を従来より増やして物流効率を上げました。しかし、そのままでは調理における肉と玉ねぎとのバランスが崩れるため、玉ねぎの含量も変えています。今後もさまざまな店舗の変化に合わせて、現状に満足することなく進化させていきます。



HACCP (ハセップ) の徹底で安全性を強化

(株)吉野家
製造部 課長
中村 弘之

HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) とは、原料の入荷から製造・出荷までのすべての工程における危害管理システムのことで、3つの危害(下記注)の発生を防止するための重要ポイントを継続的に監視・記録する衛生管理手法です。

東京工場では、ラインの各工程ごとに危害の有無をチェックしています。チェック項目を記したHACCP管理帳票により日常管理で防げるものを評価し、その帳票は一日40枚にものぼります。また、日常管理で徹底できないものは、モニタリング、改

善、検証などの仕組みが製品ごとに構築されたHACCPプランに特化して評価しなければなりません。



(株)吉野家 東京工場の取り組み

～人と機械との相乗効果で生まれる高い安全と品質～

入荷から出荷までのライン工程を、牛丼の要である牛肉・玉ねぎでご紹介します。各工程ではHACCP管理帳票により品質と安全が細かくチェックされています。

●ミートセンター



①解凍

一晩かけて肉の中心まで均一に解凍します。

②トリミング

軟骨などの異物除去と目視確認が行われます。

③分割

スライサー投入前の肉幅を揃えます。手が巻き込まれないようガードを設置しました。

●野菜加工センター



①一次洗浄

②芯取り

マシンにより頭と芯を同時に除去、必ず人の目でチェックします。

③洗浄殺菌

1回15kgの玉ねぎを、水による洗浄→次亜塩素酸による殺菌→すすぎの各槽に90秒ずつ投入します。水温は5℃以下に保たれ、次亜塩素酸の濃度は30分に1回チェックします。



肉の品質は温度管理が命

(株)吉野家
製造部 ミートセンター長
栗原 裕一

私たちは、お客様から安全・安心と認識してもらえることを最優先に考えています。肉の品質は温度管理が命。-18℃の入荷から出荷まで、決してドリップを出さない点に自信があります。また製造の現場は、労働安全という絶対的な土俵の中でしか成り立ちません。マニュアルに則った正しい加工方法と、労働安全を守る徹底的な管理とを日々もれなく行っています。



品質に絶対的な自信

(株)吉野家
製造部 野菜加工センター長
井上 誠

私たちの業務の使命は、①品質維持向上、②安定供給、③コスト低減の3点だと考えています。HACCPや帳票レポートによる管理が品質維持向上に、日々のさまざまな改善や工夫がコスト削減に、そして物流を含め体制を整えることが安定供給につながっています。全員の粘り強い取り組みで、これからも自信を持って製品を送り出します。



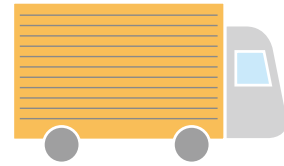
④スライス

専用のスライサーを使用。肉を入れる側は1人2台、受ける側は1人1台を担当します。



⑤計量

目視と自動計量装置でダブルチェック。金属探知機を通した後、店舗へ出荷します。



⑥出荷



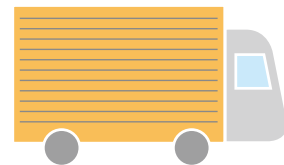
④スライス

マシンで規定値の13mm幅にスライスされ、目視で繊維の向きと幅を確認します。



⑤計量

スライスされた玉ねぎは自動計量され包装。金属探知機を通します。



⑥出荷

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。

(株)はなまるは、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、定期的な外部機関による品質検査を実施しています。

(株)京樽では、米の納入時に精米測定（穀粒

判別と成分分析）を行い、品質をチェックしています。

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、出荷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。

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、使用する仕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。

(株)どんでは、自家製ソース・ドレッシング

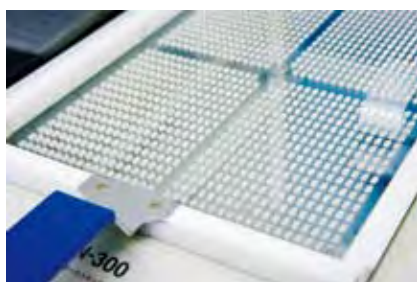
などのph、ブリックス、塩分濃度を毎日検査しています。また、ハンギングテnderという部位の肉については専用のラインを設け、徹底した管理を行っています。

品質維持とトレーシング

(株)はなまるは、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。



(株)京樽の検査室。納入された米の粒が揃っているかを判別する測定器



(株)吉野家の工場。キャベツの加工工程



(株)吉野家の工場。細菌検査の様子



(株)どんの工場。サンプリング用肉片採取の様子



(株)京樽の金属探知機



(株)京樽の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。

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。

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、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。

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。

設備・器具の衛生と クレンジング

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、クレンジング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、ボールなどの調理器具を使用前にアルコール殺菌し、食中毒や雑菌の繁殖を防いでいます。

点検と記録

当グループは、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。

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。

消費期限 (表示、管理体制)

当グループでは、安全とおいしさを確保できる消費期限を定め、マニュアルを順守した管理を行い、年1回、外部検査機関による抜き打ち検査を行っています。持ち帰り商品には、消費期限を表示しています。



異物混入防止の徹底



ブラシを使用し、爪の中まで洗浄を行う



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



(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

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実施しています。

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、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。

(株)吉野家は、社員を対象に2010年度には51回の研修を実施し、延べ人数で743名が参加しました。

障がい者雇用

当グループでは、障がいの程度に関係なく、幅広い人材の雇用を目指しております。

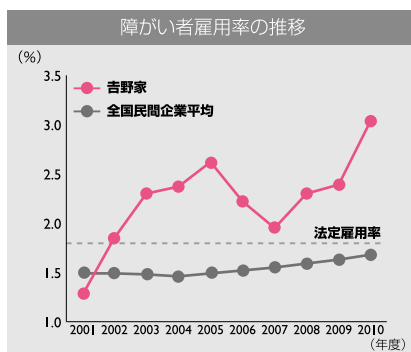
(株)吉野家では、東京工場などの製造部門や本社など事務部門において、それぞれの能力に合わせた業務を行っております。障がいがある人もない人も、仕事、地域生活、自己実現などあらゆる場面で、同



2011年度新入社員研修風景



2010年度新入社員研修・グループワークの様子



埼玉県雇用開発協会からの感謝状

じ条件で生活・経験・機会が得られる社会の実現を目指し、貢献していきます。またグループ全体の理念に基づき、職能訓練を通じた専門知識や技術の習得を図り、従業員一人ひとりが社会における確固たる自立をするために環境作りを実現するとともに、ノーマライゼーションを実践している会社を目標に、グループ全体でのさらなる雇用の充実を図っています。

(株)はなまるは、本社オフィスで1名、工場で4名、店舗で4名の受け入れをしています。

ワークライフバランス

当グループでは次世代育成支援対策法に対応した制度を導入しています。育児休暇制度は、(株)吉野家で8名、(株)はなまるで2名、(株)どんで1名が利用しました。また

(株)吉野家では、介護休暇制度を1名が利用しました。

社内技能コンテスト

お客様により良い商品を、素早く提供するために、グループ各社では技能を向上するための取り組みを行っています。中でも長い歴史を持つのは、(株)京樽の「職場技能コンクール」で、毎年ジャンル別に厳正な審査の下、競技が行われています。

(株)ピーターバンコモコでは、お客様満足度の向上を目的に、2010年度より「ベストストアマネジャーコンテスト」を行っています。接客と製造で厳正な審査を行い、総合ポイントにより最優秀店長を選出します。

(株)はなまるでは、商品製造知識と技術・店舗コントロール・接客スキルなどの店舗オペレーションのレベルを向上するため、店長・

スーパーバイザーを対象としたオペレーションコンテストを毎年秋に開催しています。

また(株)吉野家では、肉盛りをはじめとした店長の総合力を競う実技コンクール「年間グランドチャンピオン大会」を8年ぶりに開催しました。

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。



(株)吉野家の「年間グランドチャンピオン大会」



(株)ピーターバンコモコ「ベストストアマネジャーコンテスト」表彰の様子



(株)京樽の「職場技能コンクール」



腰痛予防のために導入された「ラクラクハンド」。30kgまでの持ち上げを補助できる



フレームの握り部分を円筒形にすることで、つかみやすく、洗浄しやすいなど安全衛生面での工夫が施されている

お客様・株主との関わり

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。また、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。

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。

(株)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、直ちに対策を検討し、重要性が高い事例は緊急連絡網で全社に情報が伝えられます。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。その他、社内報に情報を毎月掲載し、店長会で事例勉強会を毎月実施しています。

お客様アンケートの実施

(株)吉野家は実験商品の導入の際に「お客

様アンケート」を実施しています。注文からの提供時間や商品のボリューム・味付け・価格などのアンケートを実施し、販売数の推移と合わせて、アンケートのご意見を商品開発に役立てています。(株)はなまるでも、携帯サイトによるお客様アンケートでお客様の真のニーズを掴み、反映することによって、顧客満足につなげています。

情報開示

当グループは、食の安全への関心や健康意識の高まりによるお客様からの情報開示請求に対し、正確な情報をお伝えしています。

●原産地表示

(株)吉野家では「原産地等情報開示規準」に基づき、食品のカロリー・栄養成分・アレルギー・原産地情報についてホームページで最新情報を公開しています。またその情報は各店舗で共有されており、お客様からご質問があった際には正確にお答えできるようにしています。

店舗フォーマットの多様化

当グループでは、お客様のニーズにお応えし、より便利でより快適に食事空間を楽しんでいただくために、さまざまな業態や店舗形態で展開を行っています。

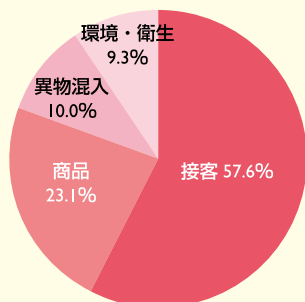
(株)吉野家では、従来のカウンター形式の店舗に加え、ファミリーや複数利用者に向けてテーブル席を設置した店舗を増加させています。また、牛丼弁当専門の店舗を展開するなど、立地により異なるお客様のニーズを把握し、最適な店舗展開を行っています。

(株)京樽では、時代と共に変化されるお客様の多様なニーズにお応えするため、新しい「食」を積極的に提案しております。

(株)ピーターパンコモコでは、マーケティングデータを分析し、よりお客様のニーズに対応できるようブランドの再設計を行っています。商品・ロゴ・デザイン・店舗レイアウトの施策を具体化し、チャネルにおけるブランドの最適化に取り組んでいます。

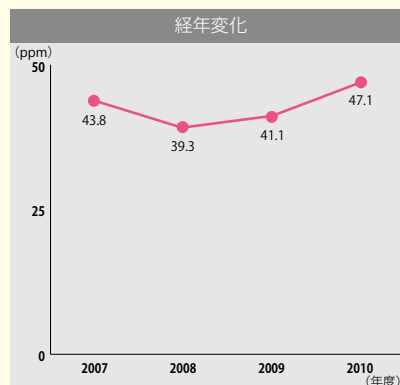
●(株)吉野家 サービス向上への取り組み

2010年度クレーム内容



ppm数値[※]の推移

(株)吉野家では、お客様からのクレームに対し真摯な対応で問題解決に取り組んでいます。クレーム発生指標として、月間のppmを算出しています。2010年度の年間ppmは47.1で、過去3年間と比較しても大きな変動はありませんでした。これからもお客様第一の対応を心がけてまいります。
 ※お客様100万人あたりのクレーム発生数値 (Percent Per Million) を換算したものです。



各種サービスの向上

(株)吉野家と(株)どんでは、電子マネーを導入しています。2009年6月から、(株)どんの全店舗で利用できる「DONSMILE CARD!」を、また2010年4月には、イオンの電子マネー「WAON」が、(株)吉野家のほぼ全店で利用できるようになりました。

電子マネーは、精算時に小銭をご用意いただく必要がなく、ポイントを付与されることもあり、お客様の利便性を向上します。

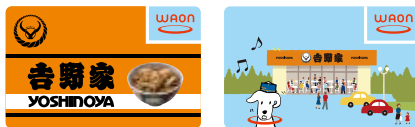
利益分配に関する基本方針

吉野家ホールディングスは、安定的配当の継



(株)吉野家で実施しているお客様アンケート

(株)吉野家のホームページに公開されているカロリー・アレルギー・原産地情報



(株)吉野家×WAONカード 2種類のデザインをご用意しています



(株)どん「DONSMILE CARD!」

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。

株主優待

吉野家ホールディングスでは、「株主様ご優



「もてなしとまごころ」をテーマにした(株)ピーターパンコモコの新店舗フォーマット



(株)吉野家のお持ち帰り専門店（東京日本橋）

待券」が、吉野家・おかずの華に加えて、ピーターパンコモコ・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。

株主数

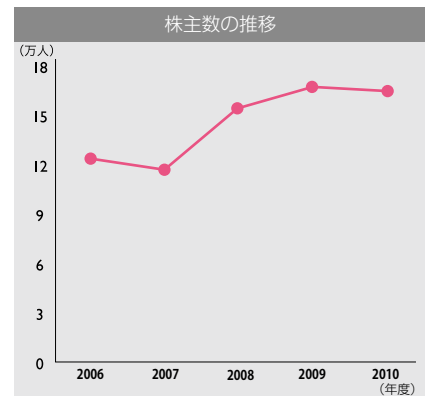
吉野家ホールディングスの株主数は2011年2月末現在、167,004名となっています。



吉野家ホールディングスIRトップページ <http://www.yoshinoya-holdings.com/ir/index.html>



株主優待券（吉野家ホールディングス）



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

(株)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。

食材の選定

当グループでは、仕入れ基準を設け、食材の選定を行っています。公的機関で安全性が確認されたものを使用しています。

(株)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

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。

(株)はなまるでも売買基本契約書に基づいた仕入れを行っています。

現地視察による安全性の確認

当グループでは、世界中の仕入れ先を査察し、食材の安全性確認を行っています。

●米について

(株)吉野家は、全国の米仕入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。

●肉・野菜・加工品その他食材について

(株)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。

●小麦粉について

(株)はなまるは、麺の原料となる小麦粉をオーストラリアから輸入しています。オーストラリア産のASW (Australian Standard White) は、日本の輸出向けに開発された小麦のブレンドで、品質が安定しています。開発段階では、日本から技術者が派遣され、日本人向けの品質になるように指導が行われました。

包材・備品の仕入れ

(株)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、取り決め通りの原材料や素材を使用しているか、原材料入手先や生産・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。

「はなまるだから安全だ」と思っていたきたい

(株)はなまる 代表取締役社長 **河村 泰貴**

海外の産地を視察するたびに思うことですが、日本と比較した時、農業に関しては、彼らの生産性の違いは絶望的であり、お客様に価値のある商品を低価格でお届けするためには、世界中からの原材料調達は不可欠です。日本では、食品については

一部の消費者の方々に国産信仰のようなことがあります。私たちが目指すべき姿は「はなまるが使用している原材料だから安全だ」と思っていただけのような、お客様との信頼関係の構築です。



オーストラリア・パースの小麦畑現地を視察する河村社長（後方）

地球環境保全活動・スポーツ支援

当グループは、さまざまな活動により、地球環境保全活動に取り組んでいます。
また、人々に夢と希望を与える活躍をしているスポーツチームを支援しています。

日中環境保全友好植林実践会に参加

(株)京樽と(株)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、平成22年度も継続して植林活動に参加しています。

国有林 「緑のオーナー制度」に参加

(株)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。

Team UKYOへの協賛

当グループは、元F1ドライバーの片山右京氏が代表を務める「Team UKYOエコプロジェクト」に協賛しています。

「Team UKYOエコプロジェクト」では、チャレンジスクールと題して、自然と触れ合うことを通して地球環境問題に関心を持つことを狙いとした参加型のさまざまなアクティビティを行っています。当グループでは、こうした片山氏の志に共感し2008年から協賛しています。

ラグビーチーム 「福岡サニックスブルース」を支援

(株)吉野家は、ジャパンラグビートップリーグに所属する福岡サニックスブルースのスポンサーとして、2005年よりその活動を支援しています。

少年サッカー大会へ食事提供

(株)吉野家は、2010年7月に長野県菅高原で開催された「サッカーマガジンカップ全国少年大会2010」に協賛しました。大会当日、会場へオレンジドリーム号が出動し、参加した少年やご家族に、牛井弁当を提供しました。



国有林を示す看板



ユニフォームの背中には吉野家のロゴ



ニュージーランド出身のカーン・ヘスケス選手(中央)



(株)吉野家が費用負担をしている国有林



福岡サニックスブルースの選手たち



牛井弁当を手にする子どもたち

(株)吉野家ファーム神奈川の取り組み

～地域とともに農業の可能性を模索する農業生産法人～

食材の安全性追求と地域農業の活性化を目的に「吉野家ファーム神奈川」が設立されて2年。現在では、周辺農家や学校と関係を築き、しっかり地域の輪に溶け込んでいます。

食材の安全性の追求と 地域農業の活性化

吉野家ファーム神奈川は、吉野家で使用する食材の安全性を追求するために設立されました。また、高齢化が進んでいる日本の農業の活性化に貢献したいという思いもあります。当初、横浜市青葉区の地元農家から貸借した農地は30アールでしたが、現在では7倍の2.2ヘクタールに増え、ビニールハウス栽培など、さまざまな試みに挑戦中です。牛丼や牛鍋丼の材料である玉ねぎ、お新香の材料の白菜などを栽培し、工場での加工を通して、一部の店舗で使用しています。また、店舗で出る残さを堆肥にしたものをこちらの農地で使い、循環型農業を実現しています。収穫した野菜は、吉野家以外にも提供することを考えています。

地元小学校で 農業の体験学習に協力

吉野家ファーム神奈川では、地元の横浜市立鉄小学校の農業体験学習に協力しています。この体験実習は、地元農家の協力のもと30年以上続けられているものです。昔ながらの方法で田植え、稲刈りが行われ、収穫祭も行われます。その他、春には地域のドブさらいに参加したり、冬には地域の防災訓練に参加し、移動販売車のオレンジドリーム号で牛丼を炊き出しとして振る舞ったりするなど、地域と積極的に関わり溶け込んでいます。

インターンシッププログラムを 受け入れ

2011年春、横浜市青少年自立支援事業インターンシッププログラムを受け入れました。これは、ひきこもり状態にある青少年の社会・経済的な自立を支援するために行われているもので、職場に実習生として受け入れるというものです。地域の一員として、こうしたニーズに応えるとともに、障害者雇用など、新たな雇用の創出にも貢献したいと考えています。



牛丼や牛鍋丼の材料となる玉ねぎの栽培



小学生の農業体験学習の様子



東日本大震災における被災地支援



吉野家ホールディングスグループは、東日本大震災の被災地へ食を提供する支援活動を行いました。吉野家は、約2ヵ月間、キッチンカー「オレンジドリーム号」で、宮城県、岩手県を中心に1日1台あたり牛丼約1000食、最大3000食を継続的に提供。はなまるでは、宮城県石巻市で2週間にわたって、カレーライスの炊き出し活動をしました。ピーターパンコモコは東松島市と石巻市で、2日間、焼き立てのたい焼（小倉）3500枚を提供しました。

また、京樽は、緑茶（ペットボトル）を1万本拋出し、三越伊勢丹を通して被災地に届けました。



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。

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。

学生の企業訪問の受け入れ

吉野家ホールディングスは、2010年度に日本全国の13校の企業訪問を受け入れ、会

社の歴史の説明や学生からの質問に答えられています。

学生の企業研究活動のサポート

吉野家ホールディングスでは、学生の卒業論文や修士論文の研究を支援しています。経営状況や特徴など、さまざまなテーマについて研究を希望されている方に、本社での質疑応答だけでなく、工場見学など含めた対応を実施しています。

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。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。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。



吉野家での職場体験受け入れ



吉野家ホールディングスが協力した修士論文
(テーマ：OLIパラダイムによる日本の外食企業の海外戦略の考察)



徒歩帰宅者訓練



企業訪問受け入れの様子



災害時帰宅支援ステーションステッカー

こども110番

(株)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。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。



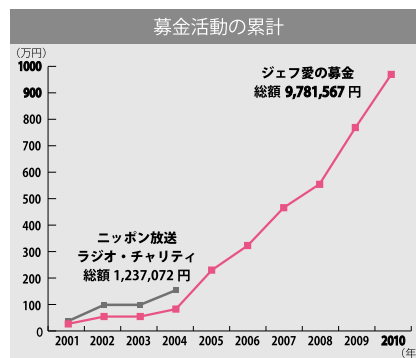
セーフティステーションポスター



こども110番を示すステッカー

募金活動

(株)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。2010年度の募金総額は、2,039,799円。2001年からの累計では、9,781,567円となっています。これらの募金は、世界で飢えに苦しむ人々へ食糧援助を行うWFP（国際連合世界食糧計画）やスポーツを通じて知的発達障害のある人々の社会参加を支えるスペシャルオリンピックス日本などに送られています。



募金額の推移のグラフ



店頭に設置された募金箱

当グループでは、社団法人日本フードサービス協会と協力して、東日本大震災への義援金活動を行っています。4月22日現在、グループ全体で6,568,163円を被災地へ寄附しました。

中国・大連の第二外国語教科書「好朋友」に協力

(株)吉野家のロゴマークが、中国・大連の中学校第二外国語教育用日本語教科書制作にローマ字の一例として掲載されました。漢字とローマ字が組み合わされたロゴは、中国でも親しまれています。



教科書に掲載された吉野家

吉野家ホールディングスグループ 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 〈京樽〉

食品残さのリサイクルの取り組み

京樽の船橋炊飯工場では、2009年9月より食品リサイクル法再生利用登録業者（千葉県市川市）と提携し、炊飯ラインで排出される食品残さ（ごはん・鰯シャリ）の再飼料化100%を達成しました。

従来、京樽の工場から排出される食品残さは、主に堆肥としてリサイクルされていましたが、今回提携した事業者では、食品廃棄物を選別してリサイクルすることで再生飼料（エコフィード）を均質化することができ、栄養分を破壊しないよう60℃以下の低温で乾燥処理する設備を整えるなど、再飼料化のためのノウハウを蓄積しています。

この事業者で生産されたエコフィードは、提携農家（養豚場）で配合飼料として使われるほか、飼料メーカーに飼料原料として出荷されています。

●船橋炊飯工場の食品残さ（ごはん、鰯シャリ）が飼料へと生まれ変わるまで

船橋炊飯工場



原料貯蔵ヤード



飼料化には腐敗は禁物。原料貯蔵ヤードの室温は、夏でも13～15℃に保たれています。

完成した飼料



減圧乾燥機



原料の栄養価を壊さないよう、60℃以下で水分を飛ばし、乾燥します。

養豚農場

豚のえさになります。



飼料メーカー

飼料原料として使われます。



エネルギー使用量

電気使用量削減

(株)はなまるでは、店舗の改装時に省エネ照明器具や空調機器の導入を進めています。
(株)吉野家の東京工場では、使用電力およびCO₂排出量の削減を目指し、LED (Light Emitting Diode 発光ダイオード) 照明の導入に向けた検証を行っています。
東日本大震災発生後、東京電力管内におけるグループ各社の店舗では特に、従来の取り組みに加え、さらなる節電に取り組んでいます。

ガスエネルギー使用量削減

(株)はなまるでは、高効率機器へ入れ替える



(株)吉野家東京工場で検証中のLED照明 (右端)



(株)吉野家の店舗で見える化されている設定温度

ことで、使用量削減に取り組んでいます。
(株)吉野家の店舗では給湯温度を41°Cから38°Cへ変更し、使用量を削減しています。

水道使用量削減

(株)はなまるでは、節水バルブの取り付けなどで水道使用量削減に取り組んでいます。
(株)どんでは、冷房の冷却水をタンクに貯め、工場の清掃に使用しています。
(株)吉野家の東京工場では、白菜漬けの重しとして使用する水を毎日ポンプで抜き、リユースしています。また、各ラインの清掃水としても利用されます。



(株)どん鶴ヶ島工場では、冷房の冷却水を清掃に利用



(株)吉野家東京工場では、白菜漬けの重し水を清掃に利用

環境教育の推進

研修・勉強会の実施

(株)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。

グループ報での啓蒙

当グループでは、グループ報「For the People」を発刊しています。その中でCSRへの取り組みを紹介し、知識を提供しています。



グループ報
「For the people」表紙



グループ報「CSRを考えると」のコーナー記事

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。

容器については保温、断熱、勤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ています。2009年12月より、店内提供のサラダ容器の蓋を洗浄して繰り返し使用できるものに変更しました。廃棄プラスチック量とコストの削減に努めています。

また、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。

(株)吉野家は「九都県市容器&包装ダイエツト宣言」に参加しています。詳しくは下記ホームページをご覧ください。

<http://www.diet-youki.jp/index.php>



店舗での生ゴミ排出量削減

(株)吉野家の店舗では、生ゴミの排出量削減に取り組んでいます。

- ①食べ残しを減らす
- ②排水ネットで脱水
- ③容器内食材をマニュアル通りに調理する
- ④廃棄をなくす

これらの取り組みにより、2010年度の一店舗当たりの生ゴミ排出量は9.4kg(前年比98%)と削減しました。



排水ネットで脱水している様子

リターナブル箸導入

(株)吉野家では、一部の店舗を除く全国の吉野家店舗へ、リターナブル箸(樹脂製)を導入しました。

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。

リターナブル箸に切り替えることで、森林資源保護としては、年間、原木換算で約14,000本、6,345tのCO₂削減効果になると試算しており、年間710tのゴミ削減となります。

吉野家およびおかずの華をテイクアウトでご利用になるお客様には、割り箸を提供しています。



リターナブル箸の殺菌

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「TRINITY」システムにより、本社、エリアオフィス勤務者が社内連絡、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。今後は、グループ本社ビル内の各社にも「TRINITY」システムの導入を進めていく予定です。

(株)はなまるでは、給与明細をWeb化することで、ペーパーレスと発送コストの低減を図っています。



(株)吉野家で取り入れているグループウェア「TRINITY」

天ぷら油の廃棄量削減

(株)はなまるでは現在、121店舗（2011年3月末現在）に小型食用油精製装置を導入し、天ぷら油の廃棄量をほぼゼロにまで削減しました。

導入前は、約3日に1度の頻度で劣化した油を廃棄して新しい油に取り替えていました。導入後は、毎日店内で精製してきれいな油に再生できるため、油の全交換・廃棄が約3ヵ月に1度になりました。

その結果、天ぷら油の廃棄量だけでなく、新しい油の使用量も削減。廃棄物を抑制しながら、コスト低減にもつながりました。



小型食用油精製装置

Reuse リユース

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。



取り除かれた外葉の中から、提供できるものを選別します



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

Recycle リサイクル

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10万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

しています。リサイクル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。

廃棄肉リサイクル

(株)吉野家の東京工場では、スライサーにたまった肉片や規格外で出荷できない肉を有償リサイクルしています。ミンチ肉と呼ばれるこれらは、肥料へと生まれ変わります。

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、透明なものと色つきのものに分別し、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。

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



リサイクルするミンチ肉は専用のバケツへ



左：梱包用PPバンド専用の回収場所
右：洗浄、粉碎後の食肉梱包用ポリ袋



有価資源としてリサイクルを行っている



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

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。

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、玉子椀や漬け物皿は、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。

(株)京樽の船橋工場と(株)吉野家の東京工場では、リサイクル率100%を達成しています。

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、定期的にも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。

(株)吉野家本社オフィスでは、①会議に使用する資料や議事録をパソコン画面で掲示・確認することで配付資料を削減②社内情報システムを更新し、源泉徴収票をメールで配布することで、用紙を削減しました。また、コピー機から複合機への機種変更をはじめ、資料はPDFで保存、社内外への送信は電子メールを使用するなど紙使用量の節減に努めた結果、前年度比

11.2%削減を実現しました。

吉野家の生ゴミリサイクルの取り組み

(株)吉野家では、工場と店舗から排出される生ゴミのリサイクル実施店舗増加と排出削減に取り組んでいます。生ゴミリサイクル店舗数は342店舗（前年度比12店舗増）となりました。

2010年度のリサイクル率は全体で66.0%（前年比-0.1%、工場100%、店舗60.4%）となりました。リサイクル物の内訳は堆肥化56.4%、飼料化35.4%、ガス化8.2%となっています。



(株)吉野家。本社での古紙回収



モニターを利用した会議の様子



リサイクルでできた堆肥

(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		費用(2009) (千円)	投資(2009) (千円)	費用(2010) (千円)	投資(2010) (千円)	主な効果(成果)			
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 「積極的コスト」	目的・目標コスト 1-1	電気使用量の削減	LED照明・節電機導入	300	54,440	200	4,096	省エネルギー
			水道使用量の削減	節水型洗浄機・洗米機の導入	0	0	0	0	省資源
			紙使用量の削減	スキャナー・コピー複合機導入	0	0	0	0	省資源
			廃棄物の分別および3Rの推進	排水ネットによる食品残さ減量	2,263	0	2,542	0	廃棄物適正処理 / 処理場逼迫軽減
			省エネ検証	オール電化店舗検証	0	8,696	0	26,737	省エネルギー
		その他のコスト 1-2	店舗の電力測定機導入	0	0	400	0	省エネルギー	
			排水管理	トラップクリーナー導入	0	11,658	0	11,200	水質保全
				グリストラップ浄化の固形バイオ導入費用	1,357	0	536	0	水質保全
				水質検査費	255	0	0	0	
				廃棄物の適正処理	廃棄物処理料	491,221	0	465,882	0
	浄化槽などの適正管理	浄化槽保守点検費用	62,736	0	56,296	0	水質保全		
	店舗調理臭対応	店舗周り臭気測定	0	0	0	0	悪臭防止		
小計		558,132	74,794	525,856	42,033				
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	21,307	0	23,855	0	環境活動の推進	
		環境教育資料作成コスト	社員教育・オリエンテーション ポスター、テキスト作成	483	0	326	0	環境教育の実施	
		環境監査関連費用	内部環境監査・定期審査	0	0	1,673	0	環境監査の実施	
		環境関連法規制対応コスト	容り法に基づくリサイクル費用	50,948	0	49,530	0	リサイクル	
		社会活動における環境保全 コスト	環境保全団体への寄付・ 支援、環境情報の公表及び環境広告	752	0	786	0	環境保全	
		植林活動	30	0	30	0	環境保全		
		京都美化協会会費	0	0	0	0			
小計		73,520	0	76,200	0				
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	0	0	0	0			
合計		631,652	74,794	602,056	42,033				

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的コスト(公共下水清掃費用等)

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 (2009)		環境保全効果を表す指標 (2010)		
インプットに関する 環境保全効果	エネルギー	電気 (千kwh)	72,368 千kwh	706,312GJ	74,916 千kwh	731,180GJ
		ガス (km ³)	18,141km ³	745,595GJ	16,512km ³	678,643GJ
		灯油 (kℓ)	182kℓ	6,679GJ	169kℓ	6,202GJ
		ガソリン (kℓ)	58kℓ	2,007GJ	57kℓ	1,972GJ
		合計		1,460,593GJ		1,417,997GJ
		水 (kℓ)	2,732,755kℓ		2,777,776kℓ	
		水域、土壌への排出	自主基準値超過率	24.9%	自主基準値超過率	6.7%
アウトプットに関する 環境保全効果	廃棄物等の排出	総発生量	14,575t		13,182t	
		リサイクル量	8,701t		7,963t	
		リサイクル率	59.7%		60.4%	
		非リサイクル量	5,874t		5,219t	
		生ゴミ	8,551t		8,319t	
		リサイクル量	5,648t		5,490t	
		リサイクル率	66.1%		66.0%	
		紙ゴミ	1,288t		1,144t	
		店舗ダンボール	2,978t		2,473t	
		廃プラ	1,758t		1,246t	
		エネルギーのCO ₂ 発生量	78,749t		エネルギーのCO ₂ 発生量	76,469t
		廃棄物(廃プラ)処理のCO ₂ 発生量	4,729t		廃棄物(廃プラ)処理のCO ₂ 発生量	3,352t
		計	83,478t		計	79,821t

	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
ガス	km ³	41.1 GJ	0.0506 tCO ₂ / GJ
灯油	kℓ	36.7 GJ	0.0678 tCO ₂ / GJ
ガソリン	kℓ	34.6 GJ	0.0671 tCO ₂ / GJ
廃プラ	t	-	2.69 tCO ₂ / t

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

※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。

経済効果集計表 (貨幣単位) 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。

		2009年度 (千円)		2010年度 (千円)	
実質的効果	確実な根拠に基づいて算定される経済効果				
	収益				
	脂リサイクル収入		2,129		1,943
	ダンボール・古紙売却収入		9,204		9,147
		再生樹脂売却収入	182		234
推定的効果	仮定的な計算に基づく経済効果				
	費用削減	資源投入に伴う費用の削減	省エネルギーによるエネルギー費の節減額	▲27,720	▲31,555
		節水機器などによる用水費の節減額	水道使用料金節減額	▲838	▲447
	環境負荷および廃棄物排出に伴う費用の削減	排水処理費の節減額	グリストラップ清掃費削減	▲200	▲517
		廃棄物処理費の節減額	コピー関連経費節減額	▲2,149	▲1,440
経済的効果の合計		42,422		45,083	

商品100万食あたりの環境保全効果を表す指標

対象年度	2008年度	2009年度	2010年度
エネルギー総量	6,198.6GJ	6,724.3GJ	6,429.8GJ
水使用量	9,471.4 kℓ	12,580.2 kℓ	10,328.3 kℓ
CO ₂ 発生量	371.1t	384.3t	361.9t
非リサイクル廃棄物総量	43.4t	27.0t	23.7t

(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をリサイクル
1992	都内・大阪市などの一部の店舗においてガスヒーボンの検証を開始
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 東京工場の段ボールをリサイクル 封筒・名刺の再生紙化 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 代替フロン冷蔵庫機器の導入開始 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	㈱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 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*グルーブウェアを導入（ペーパーレス化） *ヘ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（埼玉県・飯能駅前店）の営業を開始 G 千葉県の店舗においてコンポスト化開始 店舗の蛍光管をより効率の高いHi蛍光管化 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 八都県市容器包装ダイエツ宣言に参加 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 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
2007	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
2008	地球温暖化防止活動環境大臣表彰受賞（対策技術導入・普及部門） LED看板の導入開始
2009	リターナブル箸を全店舗に導入 全店舗を終日禁煙化
2010	次世代型店舗への取り組み開始



※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。

※グルーブウェア
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。

※ヘルチェ素子
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 03-4332-9701

FAX 03-4332-9707

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