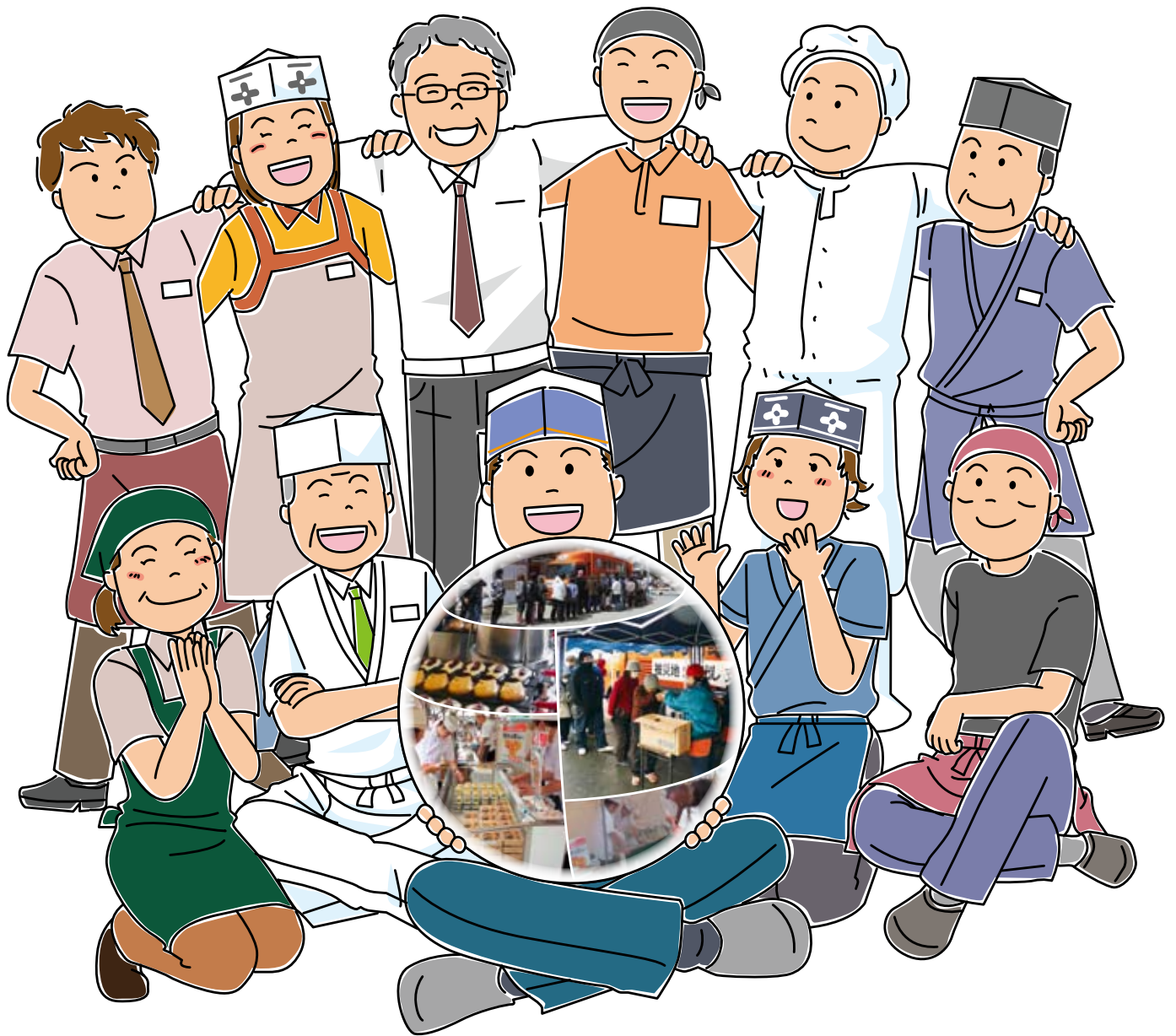


For the People



株式会社 吉野家ホールディングス

CSR報告書2012

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)京樽
船橋工場の取り組み | 12 | 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

- | | | | |
|----|-----------------|----|-------------|
| 14 | 東日本大震災 復興支援活動 | 21 | お取引先との関わり |
| 18 | 地域貢献活動 | 22 | お客様・株主との関わり |
| 20 | 地球環境保全活動・スポーツ支援 | 24 | 社員との関わり |

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

2011年度(2011年3月～2012年2月)。一部過去の情報や、2012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

2012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

東日本大震災から早くも1年2か月が経過しました。当社グループでは生活インフラ産業としての使命を果たすべく、グループとしてできることを積極的に取り組んでまいりました。こうした活動はまさに、グループの経営理念「For the People ～すべては人々のために～」の実践そのものであると、全従業員が改めて認識し、日々の活動にあたっております。

当社は2007年10月に純粋持株会社体制に移行し、グループ経営機能の強化、グループシナジーの追及、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るため、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「For the People」の実現のために、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、教育機会と活躍の場を提供し続けてまいります。

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まだ長い時間がかかると思われます。また、電力問題をはじめとしてさまざまな影響が、経済活動、社会生活にもたらされています。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2012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)

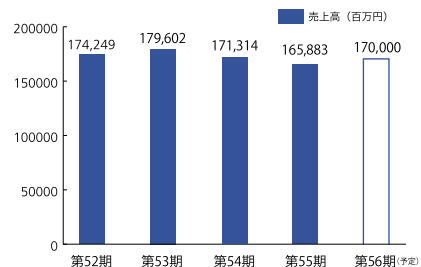
URL

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

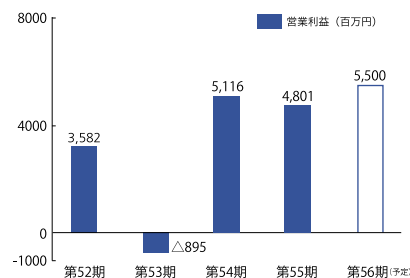


グループ連結業績推移

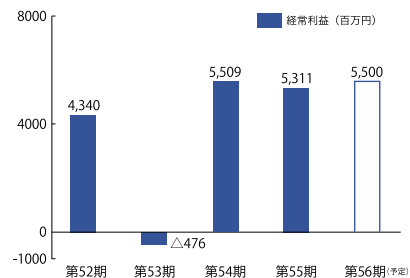
売上高



営業利益



経常利益

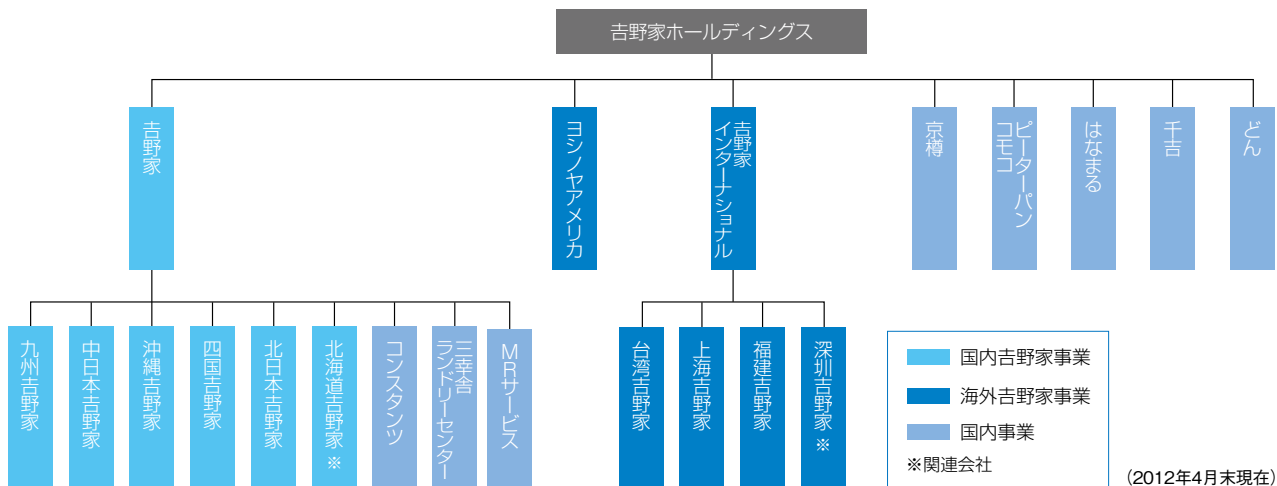


国内事業会社出店店舗数

吉野家	1171	千吉	14
京樽	350	どん	171
ピーターパンコモコ	181	おかずの華	18
はなまる	311		

(2012年2月末)

吉野家ホールディングス組織図





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 1,107名
 資本金 1億円



株式会社 京樽

社名 株式会社 京樽
 社長 山下 昌三
 本社 〒103-0027
 東京都中央区日本橋3-13-5
 KDX日本橋313ビル
 創業 1932年
 社員数 572名
 資本金 1億円



株式会社 どん

社名 株式会社 どん
 社長 長岡 祐樹
 本社 〒115-0044
 東京都北区赤羽南1-20-1
 設立 1970年7月
 社員数 381名
 資本金 24億7,627万円



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 236名
 資本金 8,313万円



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 274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 12名
 資本金 4億7,800万円



株式会社 千吉

社名 株式会社 千吉
 社長 渡辺 喜広
 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。

『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

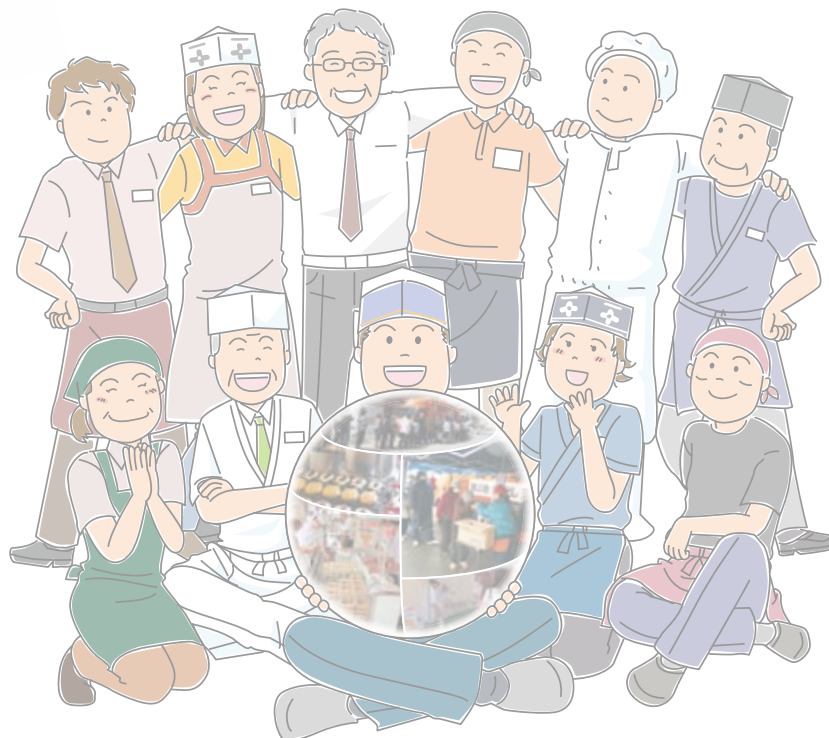
従業員の個性や自主性を尊重し、公平に活躍の機会を創出し、仕事の達成感や人生の充実感を共有します。また、企業の社会的地位を向上させ、従業員やその家族が誇りに思えるような企業になります。

『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。

ople

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。

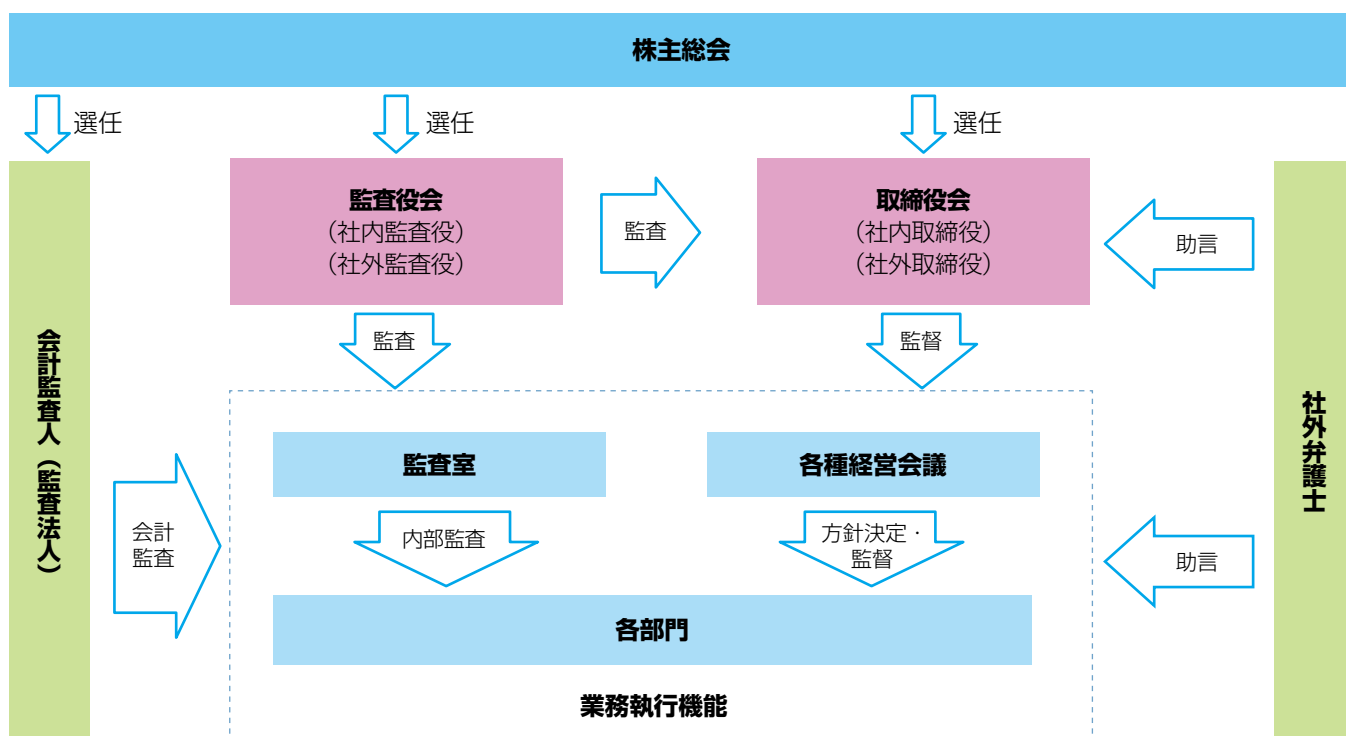
また、取締役会の機能を補完する目的で、グループ戦略会議、各種プロジェクト・委員会などの会議体を持ち、そこで審議・決定された内容は、職務を執行する担当部門において速やかに実施しています。

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

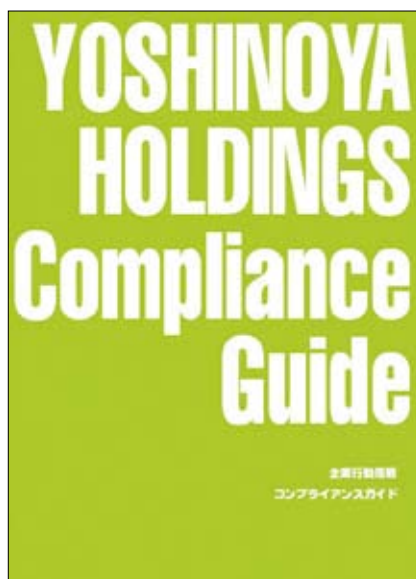
当グループでは、グループの経営理念である「For the People すべては人々のために」のもと、各事業会社と共に、社会の構成員として、企業および企業人に求められる価値観や倫理観に即した行動をとっています。

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、毎月リスク管理事務局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。



リスク管理事務局担当者会議の様子

(株)京樽 船橋工場の取り組み

京樽船橋工場では自動化を進め、安全で高い品質の商品を効率よく製造しお客様に提供しています。

京樽の命とも言えるシャリのほか、茶きん鮓、押し鮓、いなり鮓、のり巻、お弁当などを製造する船橋工場。炊飯ラインでは一日18トン（約9万食分）のシャリを製造。自動化され、ほぼ無人のラインとなっています。東北を含む東日本地区の店舗に毎日届けられています。

これまで各店舗で手づくりされていた「茶きん鮓」は、全て工場製造に切り替わり一部が自動化。仕上げ工程には必要な人員が配置され一つひとつ丁寧に作られています。安定した品質を守る2つのラインの製造工程をご紹介します。

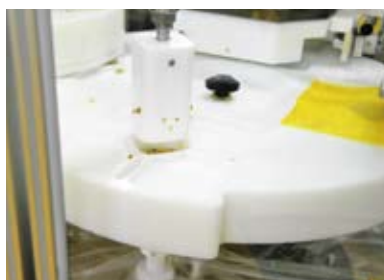


▶▶▶ 自動化への飽くなき挑戦

●茶きん鮓ライン



きんし（薄焼玉子）を製造ラインに載せます。



型に詰められたシャリの上にきんしをかぶせます。



シャリを下から突き上げ、茶きんに成型します。

▶▶▶ ほぼ無人化を実現

●炊飯ライン



釜に洗米された米と水が投入され、表面を平らにします。



蓋がかけられ、炊飯の順番を待ちます。



いよいよ炊飯。工程により設定温度が変わります。



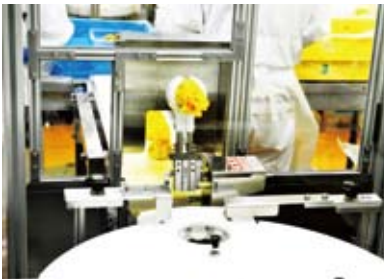
マニュアル遵守と 人の目で品質を保つ

船橋工場
工場長
河田 和浩

工場の使命は縁の下の力持ちとして常に高い品質の製品を供給することです。高い品質はマニュアル遵守で実現します。2011年3月、京樽の工場は船橋工場に一本化され新しいスタートを切りました。これを機に、商品ラインのメンバーが経験年数の少ない従業員に入れ替わりましたが、基本の手洗いや5S（整理、整頓、

清掃、清潔、しつけ）の理解・実行、そしてマニュアル通りの製造ができるよう教育に力を入れてきました。閑散期に丁寧に教育したことと繁忙期を乗り越えてきた経験が品質を安定させています。

京樽は積極的に製造の自動化を進めてきました。炊飯ラインはほぼ無人化していますが、商品ラインは多くを人の手に頼らざるを得ません。なぜなら目視で始まり目視で終わるからです。機械ができるのは成型のみで、鮭一つひとつの仕上がりは人の目で確認します。さらに詰め合わせ商品の見た目は品質の一つ。ここでも向きが正しいかどうか担当者の目が光ります。工場から届いた商品は安心・安全だと言ってもらえるよう、これからも一丸となって取り組んでいきます。



口をオブラートで結わき、型から抜きます。



人の手で一つひとつ花びらを開いて海老を飾ります。



茶きん鮭が出来上がります。



炊きあがり後、合わせ酢を投入する前に粗熱を取ります。センサーで規定値(93℃)以下であることをチェックします。



シャリはほぐされ、自動的に規定量が箱詰めされます。



人の手で蓋をして金属探知機を通過後、出荷されます。

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。

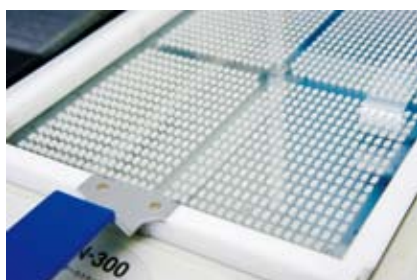
(株)どんでは、一部の自家製ソースのph、ブリンクス、塩分濃度を毎日検査しています。

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。



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



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



(株)京樽船橋工場の手洗い場に掲示されているポスター



(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

座談会

東日本大震災復興支援活動 私たちにできたこと

2011年3月11日、私たちは東日本大震災に遭遇し、「当たり前だと思っていたことが、当たり前でない」ことに気づかされました。外食の使命とは何か、仕事することの意味は何か。吉野家ホールディングスグループとして復興支援活動に参加した社員たちが、改めて“For the People”をテーマにこの1年を振り返り、語り合いました。

そのとき自分たちに できることをしていく

——昨年、各社で取り組んだ復興支援活動についてご説明ください。

伊藤 吉野家では事業推進本部が中心になって3月18日に現地入りし、3月19日から5月13日まで（4月7日を除く）の間、オレンジドリーム号で合計10万2760食分の牛丼の炊き出しを行いました。九州、大阪、名古屋からも駆けつけたメンバーと現地の従業員も加わった16人が、宮城県の石巻市、岩手県の大船渡市、福島県の相馬市を中心に活動しました。

石巻では全ての人が家を失ったわけで

はありませんでしたが、流通経路が寸断され食料が不足している状況では、全市民が被災者でした。一刻も早く炊き出しを始め、皆さんのお腹をいっぱいになれば！と思いましたね。最初のうちは自治体も状況を把握しきれていなかったため、自分たちで情報を集めながら活動を続けました。

松本 ピーターパンコモコは、事業再構築の最中で人的余裕がありませんでしたが、私たちにできる範囲で活動しようということになり、3月27日と28日の2日間、東松島と石巻の2カ所でたい焼を3500枚配りました。当社にはもともと催事のノウハウがあり、予備什器やテントを保有しているため、燃料があれば屋

外でも提供することが可能です。マネージャーや店長など、腕に自信があるメンバーが現地に入り込み、温かく糖分がとれるもので和んでほしいという気持ちで、たい焼を作って配りました。場所は伊藤さんのおかげでスムーズに決めることができました。

森 どんは、できる範囲で息の長い支援をしようと考え、5月～11月の7回にわたって、石巻、女川、牡鹿を訪問し、ハンバーグシチュー、カレーを提供しました。大きな団体が行き届かない200名規模の小さな避難所を回っていたのですが、仮設住宅ができてからは、そちらも回るようにしました。

五十嵐 はなまるうどんは、3月23日か



座談会参加メンバー

座談会参加メンバー

[後列左から]

(株)吉野家 伊藤 隆之

(株)ピーターパンコモコ 松本 知幸

[前列左から]

(株)どん 森 明彦

(株)はなまる 五十嵐 計一

(株)京樽 落合 聡



ら4月5日にかけて、石巻市内でカレーライスの炊き出しを行いました。当社の場合、屋外で調理するノウハウも仕組みもありませんでしたので、手探り状態でしたね。とりあえずハイエースをレンタルして、ガスボンベを積んで現地に向かいました。山形の店舗でカレーを作り、ごはんは現地で炊くことにしたのですが、200人近く行列ができていのに、水がなくてご飯が炊けないという事態になり、はらはらしたことを覚えています。初日はイオン石巻の駐車場で行ったのですが、2日目以降は、自分たちで炊き出しが可能な更地を探して活動しました。

落合 京樽は、震災直後に緑茶のペットボトルを1万本提供したほか、日本フード

サービス協会が主催する復興支援のグルメフェスタに参加しました。場所は遠野と名取です。茶きん館を提供しましたが、屋外での販売で温度管理がしやすい上方鍋の強みを実感しました。夜になると地域の人が集まってお祭りを楽しんでいただき、こういう形の復興支援もあるんだと身に染みしましたね。京樽が普段から力を入れている呼び掛け販売が功を奏して、場を盛り上げ、イベントを活気づけました。

改めて考えさせられた「ありがとう」の重み

——活動の中で、印象に残ったエピソードはありますか。

伊藤 私はエリアマネージャー時代に石巻と気仙沼を担当していたということもあって、自ら「行かせてほしい」と申し出ました。活動を始めて5日目に、連絡が途絶えていたキャストさんと再会しました。3月11日に店で働いていたユニホームのまま、壮絶な状況を話してくれましたが、こちらはただ黙って聞くことしかできませんでした。その翌日から、避難所の炊き出し活動に仕事として参加してもらいました。

松本 地元の人たちが、気軽に話しかけてくれたことが印象に残っています。「遠くから来てくれてありがとう」「家は流されてしまったけど頑張らな



きゃね」と話してくださる言葉の端々から未来に向かって前進していることが分かりました。温かいたい焼が、少しでも元気を引き出せたのなら、行ってよかったと思いました。

森 牡鹿にあるお寺の境内で炊き出しをしていたときに、小さなお子さんがお礼に歌を歌ってくれました。途中で緊張して声が出なくなってしまったのですが、周りの大人も一緒に歌ってくださり、大合唱になりました。私たちは感動して何も言えず、ただただ「ありがとう」という気持ちでいっぱいでした。私たちにできることは、人々に食を提供し続けることしかありません。

五十嵐 言葉の意味を改めて考え直し

ました。本当に困っている人に「頑張ってください」とは軽々しく言えません。普段何気なく口にしてしている言葉の意味が、ここでは違ってしまうということ強く感じ、だまってカレーを差し出すことしかできませんでした。逆に私たちが「ありがとう」と言われて励まされる一方で、申し訳なく思っていましたね。

落合 グルメフェスタでは、参加企業の一体感を感じました。手探り状態が始めたイベントでしたが、企業同士の壁は一切なく、この場を盛り上げようという気持ちでつながっていたと思います。初めての体験だったのでとても新鮮でした。

改めて考えさせられた「ありがとう」の重み

——一連の活動を通じて感じたことをお聞かせください。

伊藤 被災地で牛丼を配って思ったことは、「外食の仕事をしていて良かった」ということでした。あのような大変な状況で一番大切なことは、お腹を満たすことです。自分たちがそのお役に立てたことがとてもうれしかったし、誇りに思いました。困ったときだけでなく、いつでも世の中に必要とされる企業でなければならないと思います。自分たちができることを最大限に尽くしていきたいですね。

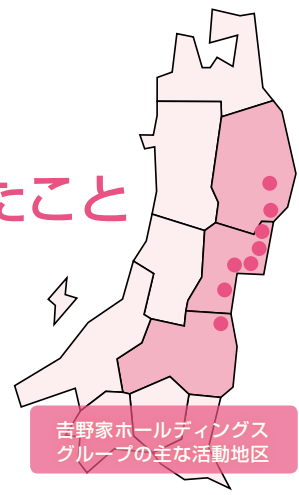


牡鹿地区の避難所となったお寺「洞源院」での炊き出しとハンバーグシチュー弁当

座談会

東日本大震災復興支援活動

私たちにできたこと



松本 実は被災地に行くまでは、あまり積極的になれませんでした。しかし、たい焼を喜んでくれる人々に接して、もっとはやく行けばよかったと思いましたね。少しでも役に立てたことが本当にうれしかった。あの経験で、生きていくこと、仕事に対する価値観が少し変わったと思います。困っている人のためにできることがあるなら、やるしかありません。

森 私の場合は、宮城の父の実家が被災してしまったということもあり、ほんの少しでも宮城の力になることができ、この仕事に就いてよかったと思いました。活動中は体力的には辛かったですが、涙を流して「ありがとう」と言われたこともあり、疲れが吹っ飛びました。こ

れは、普段店舗でお客様から「またくるね!」と言われてうれしいことと同じですよね。仕事を見つめ直す機会になりました。

五十嵐 改めて1年前を振り返ってびっくりしたのは、たった1年で記憶から消えてしまったことがたくさんあったことでした。「ありがとう」の重みについてあれほど考えさせられたのに、今は、当たり前のように「ありがとうございました」と声を掛けている。あのときの思いを決して忘れてはいけませんね。

落合 グルメフェスタの経験から、グループの力を結集すれば大きなパワーが生まれるのではないかと確信しています。“For the People”という言葉を本

に実感しました。

伊藤 炊き出しの場で、たくさんの人々と深くふれあいました。初めて会う我々に、ご自身の生い立ちまで語ってくださるのです。改めてもっとお客様のことを知らないといけないし、その土地のこと、人々のことをもっと知った上で、働くべきだと思いました。

皆さんとお話して、グループで連携すればもっと力を発揮できることを確信しました。有事における課題はたくさんあります。どんな支援活動ができるのか、知恵を出し合っていきましょう。



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

東日本大震災の影響で訪問を取りやめた学校が多くあったものの、吉野家ホール

ディングスは2011年度に日本全国から6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。



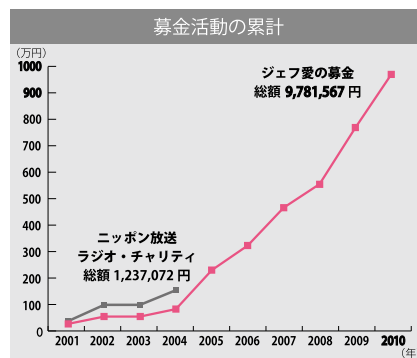
セーフティステーションポスター



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。2011年度は東日本大震災の影響で例年のような募金活動が行われませんでした。2010年度までの累計は、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



募金額の推移のグラフ



店頭に設置された募金箱

送られています。

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

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)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継続した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「福岡サンックスブルース」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ン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。

少年サッカー大会に協賛

(株)吉野家は2011年7月に長野県菅平高原で開催された「サッカーマガジンカップ全国少年大会2011」に協賛しました。



国有林を示す看板



(株)吉野家が費用負担をしている国有林



独特のブレースタイルでファンの人気を集めるサンックス



福岡サンックスブルースの選手たち



ユニフォームの背中には吉野家のロゴ

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）

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。

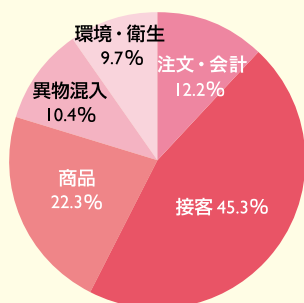
(株)吉野家では、従来のカウンター形式の店舗に加え、ファミリーや複数利用者に向けてテーブル席を設置した店舗を増加させています。また、牛丼弁当専門の店舗を展開するなど、立地により異なるお客様のニーズを把握し、最適な店舗展開を行っています。

(株)京樽では、時代と共に変化す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

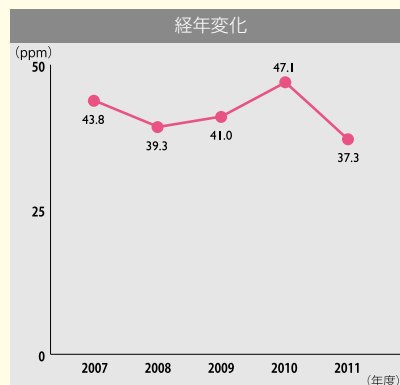
2011年度クレーム内容



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。2011年度の年間ppmは37.3で、過去3年間で最も低い数字となりました。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。

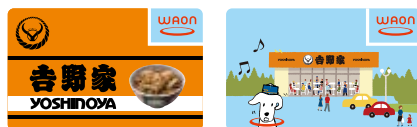
利益分配に関する基本方針

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

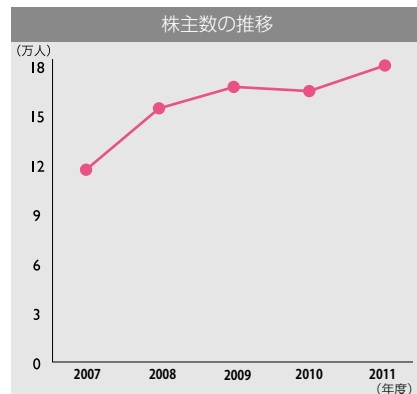
吉野家ホールディングスの株主数は2012年2月末現在、180,590名となっています。



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)



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。

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。

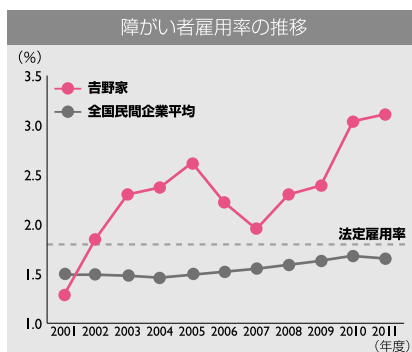
(株)吉野家では、東京工場などの製造部門や本社など事務部門において、それぞれの能力に合わせた業務を行っております。障がいがある人もない人も、仕事、地域生活、自己実現などあらゆる場面で、同じ条件で生活・経験・機会が得られる社会の実現を目指し、貢献していきます。またグループ全体の理念に基づき、職能訓



2011年度新入社員研修風景



2012年度新入社員研修・チームディスカッションで優勝したチーム



埼玉県雇用開発協会からの感謝状

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)京樽では本社オフィスで2名、工場で12名、店舗で11名を受け入れ、(株)はなまるとは、本社オフィスで1名、工場で5名、店舗で5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)京樽で10名、(株)吉野家で8名、(株)はなまるとで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)はなまるとでは、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・スタッフ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2010年度より8年ぶりに再開しています。

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。



(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

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・鮭シャリ）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。

●船橋工場の食品残さ（ごはん、鮭シャリ）が飼料へと生まれ変わるまで

船橋工場



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)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)京樽船橋工場ではエアコンの吹き出し口にカバーをかけ、送風のムラを防いでいる



(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」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、2011年度の一店舗当たりの生ゴミ排出量は8.5kg(前年比90%)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、126店舗（2011年12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322店舗（前年度比20店舗減）となりました。

2011年度のリサイクル率は全体で65.99%（前年比-0.01%、工場100%、店舗57.4%）となりました。リサイクル物の内訳は堆肥化54.0%、飼料化31.4%、ガス化14.6%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(2010) (千円)	投資(2010) (千円)	費用(2011) (千円)	投資(2011) (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	200	4,096	0	7,096	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	省エネルギー
			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	2,542	0	2,131	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	26,737	0	0	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	400	0	0	0	水質保全	
			排水管理	トラップクリーナー導入	0	11,200	0	2,650	水質保全
				グリストラップ浄化の固形バイオ導入費用	536	0	1,992	0	水質保全
				水質検査費	0	0	0	0	
			廃棄物の適正処理	廃棄物処理料	465,882	0	437,488	0	廃棄物適正処理
	浄化槽などの適正管理	浄化槽保守点検費用	56,296	0	61,095	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		525,856	42,033	502,706	9,706				
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	23,855	0	18,389	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	326	0	0	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	1,673	0	1,283	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	49,530	0	44,753	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	786	0	662	0	環境保全	
			植林活動 京都美化協会会費	30	0	30	0	環境保全	
小計		76,200	0	65,117	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		602,056	42,033	567,823	9,706				

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(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 (2010)		環境保全効果を表す指標 (2011)		
インプットに関する 環境保全効果	エネルギー	電気 (千kwh)	74,916 千kwh	731,180GJ	69,535 千kwh	678,662GJ
		ガス (km ³)	16,512km ³	678,643GJ	14,972km ³	615,349GJ
		灯油 (kl)	169kl	6,202GJ	150kl	5,505GJ
		ガソリン (kl)	57kl	1,972GJ	75kl	2,595GJ
		合計	1,417,997GJ	1,302,111GJ		
水 (kl)		2,777,776kl	1,872,629kl			
水域、土壌への排出		自主基準値超過率	6.7%	自主基準値超過率	16.7%	
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	13,182t	13,014t		
		リサイクル量	7,963t	7,613t		
		リサイクル率	60.4%	58.5%		
		非リサイクル量	5,219t	5,401t		
		生ゴミ	8,319t	7,854t		
		リサイクル量	5,490t	5,183t		
		リサイクル率	66.0%	66.0%		
		紙ゴミ	1,144t	1,140t		
		店舗ダンボール	2,473t	2,430t		
		廃プラ	1,246t	1,590t		
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	76,469t	エネルギーのCO ₂ 発生量	70,276t	
		廃棄物(廃プラ)処理のCO ₂ 発生量	3,352t	廃棄物(廃プラ)処理のCO ₂ 発生量	4,277t	
		計	79,821t	計	74,553t	

	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。

実質的効果		確実な根拠に基づいて算定される経済効果		2010年度 (千円)	2011年度 (千円)
収益		脂リサイクル収入		1,943	17,771
		ダンボール・古紙売却収入		9,147	8,946
		再生樹脂売却収入		234	134
		仮定的な計算に基づく経済効果			
推定的効果	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	▲1,925	▲4,011
			節水機器などによる用水費の節減額	▲596	▲613
	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	▲517	▲5,764
		廃棄物処理費の節減額	コピー関連経費節減額	▲1,440	▲40
経済的効果の合計				15,802	37,279

商品100万食あたりの環境保全効果を表す指標

対象年度	2009年度	2010年度	2011年度
エネルギー総量	6,724.3GJ	6,429.8GJ	6,122.0GJ
水使用量	12,580.2 kl	10,328.3 kl	8,805.0 kl
CO ₂ 発生量	384.3t	361.9t	350.5t
非リサイクル廃棄物総量	27.0t	23.7t	25.4t

(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
1992	東京工場にて障がい者雇用開始 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（現在は、リターナブル箸に）
1995	コンピュータのストックフォーム紙をリサイクル 東京工場のダンボールをリサイクル 野菜加工センターの野菜くずをコンポスト [※] 化
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	事務所の封筒に間伐材を使用 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 中国における植林ボランティアの開始 A 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	東京工場においてISO14001認証取得 代替フロン機器の導入開始 横浜市の店舗で生ゴミのコンポスト化開始
2001	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 社有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茨城県内店舗のコンポスト化参加 店舗にてガス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 京都市まちの美化推進事業団に参加
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
2004	店舗の蛍光灯をより効率の高いHF蛍光灯へ変更 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 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 B 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拡大 八都府市容器包装ダイエツ宣言に参加 NPO国連世界食糧計画WFP協会に参加 災害時徒歩帰宅困難者支援活動開始
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 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 C
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） D LED看板の導入開始 ペットボトルのエコキャップ収集活動開始
2009	リターナブル箸を全店舗に導入 全店舗を終日禁煙化 オール電化店舗の検証開始（1店舗）
2010	次世代型店舗への取り組み開始 E オール電化店舗の検証拡大（3店舗） 客席照明をLEDダウンライトと高効率照明に随時変更 F
2011	産業廃棄物の電子マニフェスト検証 テイクアウト包材の軽量化推進



A



B



C



D



E



F

※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。

※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。

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/>