

For The People



株式会社 吉野家ホールディングス

CSR報告書2013

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)どん
京都工場の取り組み | 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 | (株)吉野家ファーム神奈川 3年間の歩み | 19 | お客様・株主との関わり |
| 16 | 地域とともに | 21 | 社員との関わり |
| 18 | お取引先との関わり | 23 | 地球環境保全活動・スポーツ支援 |

環境への取り組み

- | | | | |
|----|-----------------------------|----|-------------------|
| 24 | 吉野家ホールディングスグループ
3Rへの取り組み | 30 | (株)吉野家の環境保全活動のあゆみ |
| 28 | (株)吉野家の環境会計 | | |

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

2012年度(2012年3月～2013年2月)。一部過去の情報や、2013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
 唯一無二の存在として
 社会から認められるために

2013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

河村 泰貴

当社グループのビジョンは、「世界中の人々にとってかけがえのない存在になること」です。かけがえのない存在とは、「なくなったら、ほかのもので代えられない、唯一無二の存在」を意味します。そのように社会から認められるためにも、全く新しい取り組みや変革にも果敢に挑戦し、成長し続ける企業集団を創っていきたいと考えています。

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求、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。

当社グループの経営理念である「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して、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。

安全で美味しく、満足いただける商品をお届けすることは、人々の暮らしを豊かにします。従業員一人ひとりが環境保全や食の安全への知識を高め、実践することは、社会への責任を果たしていくと同時に、社会全体の環境・安全知識の向上にもつながります。

「For the People」の実践こそ生活インフラ産業としての使命を果たすことにつながります。今後も企業活動を通じて社会への貢献を果たしていきたいと考えています。

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

河村 泰貴

所在地

〒115-0044

東京都北区赤羽南1-20-1

TEL

03-4332-9700(代)

URL

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

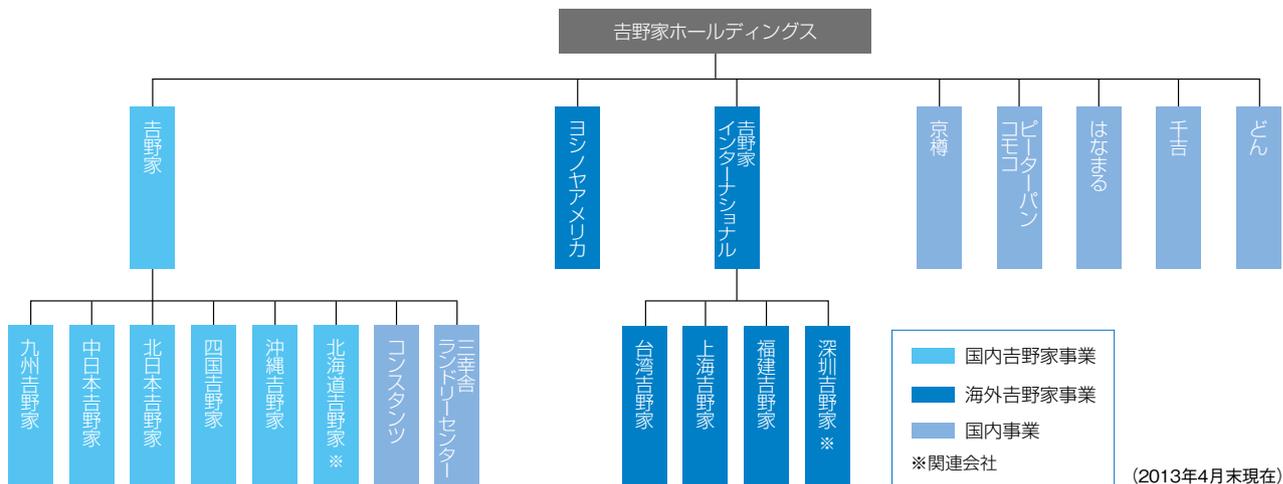


国内事業会社出店店舗数

吉野家	1193	千吉	15
京樽	330	どん	170
ピーターパンコモコ	176	おかずの華	20
はなまる	318		

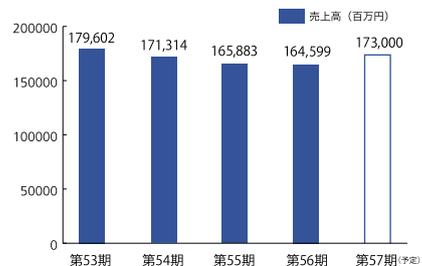
(2013年2月末)

吉野家ホールディングス組織図

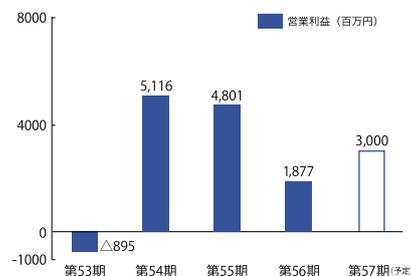


グループ連結業績推移

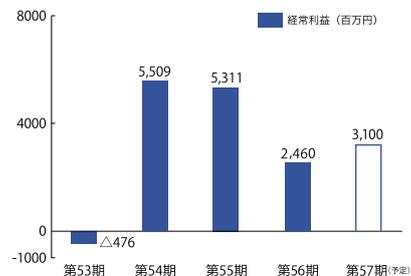
売上高



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 819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 550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 388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 栗原 幹雄
 本社 〒115-0044
 東京都北区赤羽南1-20-1
 設立 1967年4月
 社員数 193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 成瀬 哲也
 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 293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 9名
 資本金 4億7,835万円

**株式会社 千吉**

社名 株式会社 千吉
 社長 渡邊 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。

『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。

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。

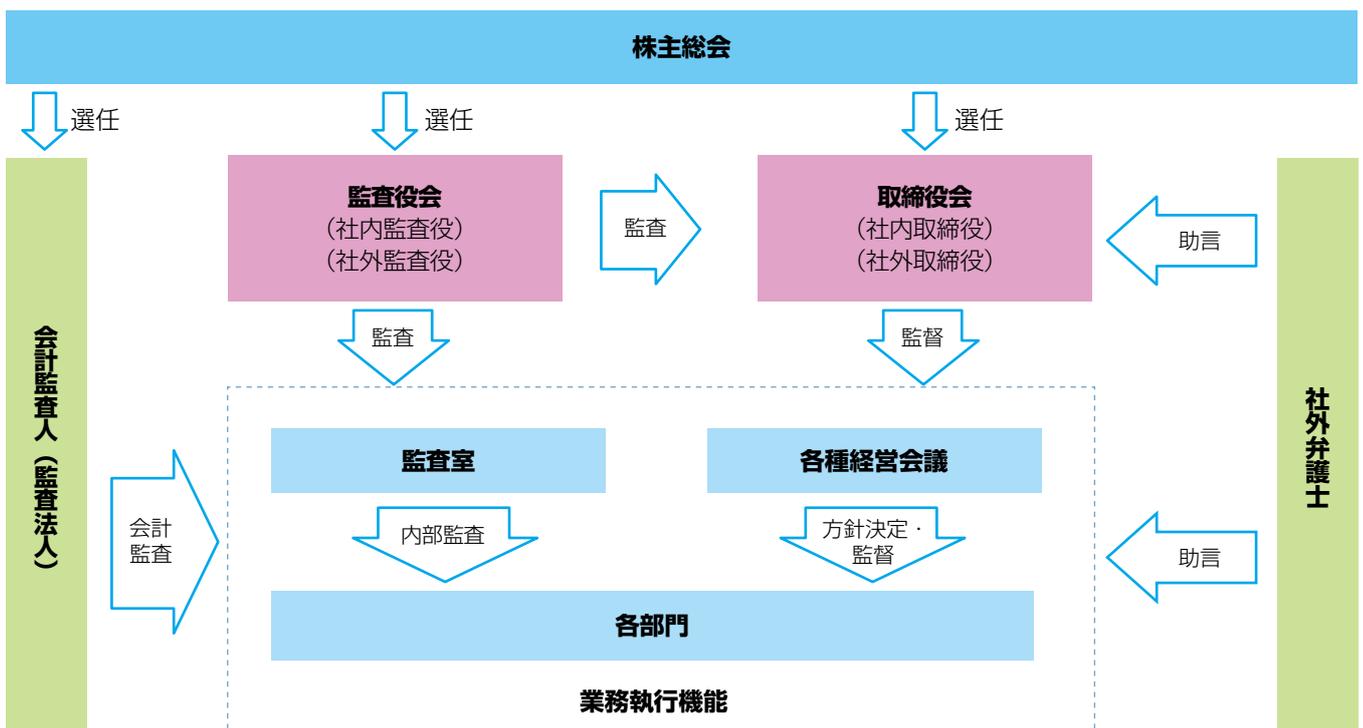
また、取締役会の機能を補完する目的で、グループ戦略会議、各種プロジェクト・委員会などの会議体を持ち、そこで審議・決定された内容は、職務を執行する担当部門において速やかに実施しています。

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。

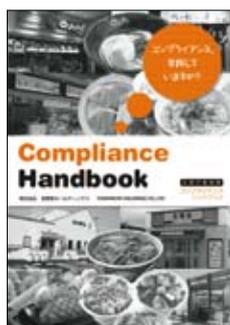
グループで開催する階層別研修においては、コンプライアンスをカリキュラムに組み入れ、「経営理念」、「コンプライアンス」の重要性理解を深め、日常業務におけるコンプライアンス実践について学んでいます。特に「食の安全・安心」については、最重要課題と認識し、全従業員で基準、マニュアル、ガイドを徹底遵守し、日々サービスの提供に取り組んでいます。

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)どん 京都工場の取り組み

どん京都工場では製造現場の品質管理、衛生管理を徹底し、安心・安全な商品をお客様にお届けしています。

京都工場では主に西日本地区の「ステーキのどん」および「フォルクス」店舗に向けたステーキ、ハンバーグ、オニオンソースを製造しています。また、関西地区の吉野家向けに玉ねぎと豚肉の加工を行っています。

お客様に安心・安全な商品をご提供するには、製造現場での品質管理、衛生管

理が徹底されていなければなりません。京都工場では従業員全員がマニュアルを守って業務に取り組むのはもちろん、改善すべき点を共有して安全に努めています。商品の安全性と品質を守る取り組みの一つが肉の温度管理です。ここではハンバーグの製造工程をご紹介します。



▶▶▶ハンバーグ製造ライン



お肉の温度測定から始まります。



凍ったお肉を砕きます(フレーク)。合挽の場合は牛肉と豚肉をここで混ぜていきます。



ミンチ状にします(グラインダー)。ミンチの網に通らなかった軟骨などは、自動的に左側の長い筒に排出されます。

グループの製造拠点として

関西地区の吉野家店舗で使用する食材の加工をしています。



吉野家東京工場で技術指導を受け、2012年より牛井用の玉ねぎスライスを開始しました。



焼味豚井用の豚肉スライスを行っています。



挑戦とスキルアップで グループの生産拠点へ

京都工場
工場長
くすがま 徹
榎下町 徹

京都工場は（株）どんの西日本地区の店舗に向けた商品製造の拠点としてスタートしました。製造ラインを稼働させてからまだ4年半ほどです。キャリアは浅いかもかもしれませんが、お客様においしいステーキを手軽に召し上がっていただくため、技術と知識の習熟に努めてきました。肉のトリミングをはじめポーションカットでは熟練した技術が必要です。たゆまぬ努力で技術を磨き、さらに生産性を高めていきたいと思えます。

私たちが最も大切にしているのは「安全」です。安全は従業員一人ひとりの意識の高さで守られます。京都工場では社員全員で場内を巡回し、危険部分や改善点を共有する社員ミーティングを週1回実施しています。社員それぞれ担当エリアがありますが、お互いがチェックの目を光らせることで新たな改善の発見につながっています。さらに毎月1回開催する安全衛生委員会で話し合われた内容を従業員全員が朝礼で共有します。

私たちは、毎日の取り組みがお客様に安心・安全な商品をお届けできていることに誇りを持っています。今後はグループのシナジー効果が最大限発揮できるよう挑戦を続けていきます。吉野家向けの玉ねぎ加工の成功を弾みに、はなまる向けの肉の加工にも挑戦する予定です。あらゆる食材に私たちの技術を加え、より良い商品のご提供をお約束します。



温度測定してタネの具材を準備し、ひき肉と具材を混ぜ合わせます（ミキシング）。



成形機に投入されたハンバーグのタネが規定量ずつ出てきます。



ベルトコンベアに乗ったままハンバーグの形に成形されます。



人の手でいねいにパッケージされ出荷します。



出来上がったハンバーグは人の手で一つひとつトレイに並べた後、マイナス35℃のフリーザーで急速冷凍します。



金属探知器を通ります。異物が感知されると自動的に下へ排除されます。

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。

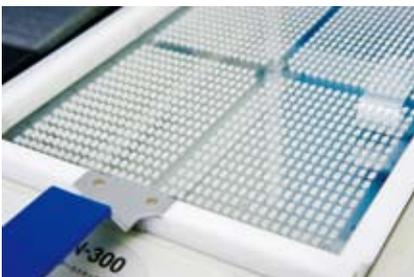
(株)どんでは、一部の自家製ソースのph、ブリンクス、塩分濃度を毎日検査しています。

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)どんの工場。製品検査の様子



(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



(株)京樽船橋工場の手洗い場に掲示されているポスター



ブラシを使用し、爪の中まで洗浄を行う



異物混入防止の徹底



(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)吉野家ファーム神奈川3年間の歩み

～つながりが広げる新しい農業～

設立以来、積み重ねた活動で農業の可能性を広げている「吉野家ファーム神奈川」。これまでの歩みから現在、そして今後の取り組みについてご紹介します。

32aから400aへ農地拡大

2009年9月に32aからスタートした農業生産法人(株)吉野家ファーム神奈川の圃場は、2013年4月に400aを超えました。横浜市青葉区、緑区、都筑区、戸塚区、秦野市、伊勢原市と神奈川県内各地で拡大を続けています。年間で収穫する作物も玉ねぎをはじめ、小松菜、蕪、キャベツ、白菜、なす、きゅうり、ピーマンなど多品目になりました。

設立以来、吉野家ファームは「安心安全な作物をつくる」と「農業をビジネスとして成立させる」を目指し活動を続けてきました。農業に対する取り組みが行政や地域に認められ支えられて、ここまで成長することが

できたのです。今後は広い圃場のある伊勢原市での活動に力を入れ、将来的には吉野家ファームのビジネスモデルを地元伊勢原市の農家の方々にご提案したいと考えています。

低農薬野菜で人々を笑顔に

吉野家ファーム設立の主な目的は、吉野家で使用する安全安心な食材の提供でした。しかし、現在では収穫した野菜を地元のスーパーや病院・介護施設にも販売しています。吉野家ファームの野菜は、低農薬で新鮮だと地域の方々に喜ばれています。吉野家ファームでは循環型農業の実現はもちろん、化学的に同じ肥料で育てられる作物を選ぶことで農薬を減らしています。

低農薬農法の一つが玉ねぎとお米の二毛作です。玉ねぎ収穫後に残った葉ねぎでつくるたい肥が稲によいとわかっていことから、休耕期の田んぼを利用して玉ねぎを育てています。

また手づくりのビニールハウスでは、小松菜を無農薬栽培で育てています。種を蒔いて1カ月ほどで育ちますが、大きくなり過ぎないように収穫に相応しいタイミングに注意しています。小松菜は収穫から3日で地域のスーパーなどに納められます。

活動に広がりを生む“つながり”

吉野家ファームは農業を通じて地域を盛り上げています。

農業は地域や人とのつながりがなくては



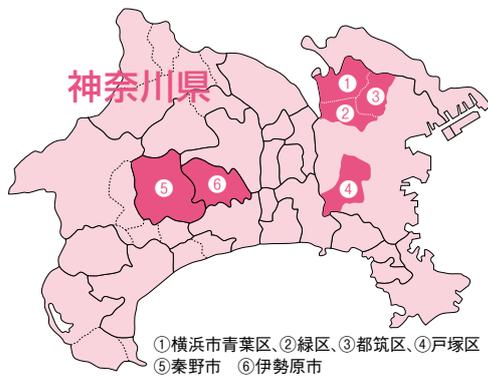
無農薬栽培の小松菜。バッターも遊びに来ます



玉ねぎ収穫後は稲の肥料となる葉ねぎ



井戸水をひいて設備コストを低減



できません。吉野家ファームは設立準備から自治体と連携し、そこから地域の農家さんや住民の皆さんとのつながりをつくってきました。吉野家ファームの農業の基礎は、農家の皆さんから教えていただいたノウハウです。3年にわたる活動から、吉野家ファームは農業から学んだビジネス視点のノウハウを農家の皆さんにご提案できるようになりました。

さらに人と地域とのつながりが新たな社会貢献を生み出しました。吉野家ファームはインターンシッププログラムや小学生の農業体験学習、収穫体験などの受け入れを行い、農業を通じて活動の幅を広げています。吉野家ファームはこれからも人と人、人と地域とのつながりを深めていきます。



出荷野菜のパッキング作業



大学生を対象としたインターンシッププログラムの受け入れ



吉野家発の農業で恩返しを

(株)吉野家ファーム神奈川
代表取締役社長

森本 桂次

吉野家ホールディングスグループの使命は、安心・安全な商品をお客様にご提供することです。吉野家ファームはグループの一員として生産段階における安全性を追求します。設立以来「正直にお話しする」「活動をオープンにする」という姿勢を変えずに取り組んできました。32aだった圃場を400a以上に拡大できたのは、地域の人々が私たちの姿勢を理解し、活動を認めてくださったからだと思います。

圃場の拡大により作物の多品目化もさらに進めなければなりません。まだまだ挑戦は続きますが、今後実現したいことが2つあります。一つはお米の量産です。一般の稲よりも収量性の高いハイブリッド米を使用して、年間4,000tを吉野家に納めようと取り組みを進めています。もう一つは野菜のパッケージ工場を福島県に設立することです。吉野家をはじめグループ各社で使用する玉ねぎや人参のパッケージをこの工場に集約し、雇用の創出による復興支援や軽作業での障がい者雇用を積極的に進め、社会貢献につなげたいと考えています。

お店に来てくださるお客様に支えられ、吉野家ホールディングスグループの現在があります。お客様への恩返しとして何ができるかが真の社会貢献ではないでしょうか。吉野家ファームが農業を通じて何らかの貢献ができていなら、これほどうれしいことはありません。



地域とともに

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では中高生の修学旅行や総合学習の企業訪問を積極的に受け入れています。2011年度は東日本大震災

の影響で訪問を取りやめた学校が多く6校でしたが、2012年度は日本全国からの24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高校生の研究発表



徒歩帰宅者訓練



企業訪問受け入れの様子



慶応義塾大学ビジネススクールの依頼により日中韓3国合同授業の一環としての企業訪問を受け入れ



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。



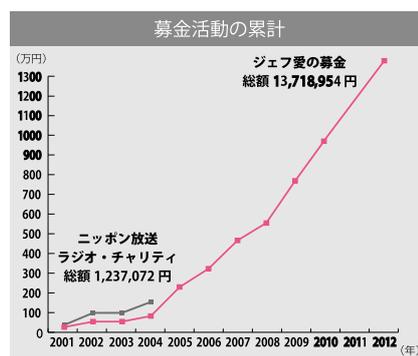
セーフティステーションポスター



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。2012年度までの累計は、13,718,954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

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

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。

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。

いただいたご意見・ご相談は、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、店長会での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。

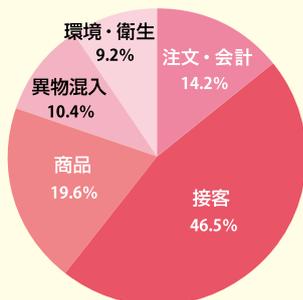
(株)吉野家では、従来のカウンター形式の店舗に加え、ファミリーや複数利用者に向けてテーブル席を設置した店舗を増加させています。また、牛丼弁当専門の店舗を展開するなど、立地により異なるお客様のニーズを把握し、最適な店舗展開を行っています。

(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

2012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。2012年度の年間ppmは33.0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)吉野家では電子マネーを導入しています。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。

また、(株)どんでは全店舗で利用できるポイントカード「DONSMILE CARD!」を導入しています。



(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!」

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。



「普段着のおやつ」をテーマにした(株)ピーターパンココの新店舗フォーマット。「ひとくち茶屋」手稲西友店



(株)吉野家のお持ち帰り専門店 (東京日本橋)

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、京樽・ピーターパンココ・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2013年2月末現在、204,769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」「大切にする価値観」「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



株京樽2013年度入社式



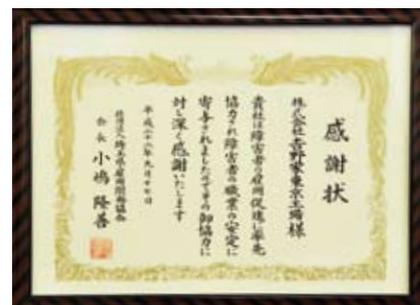
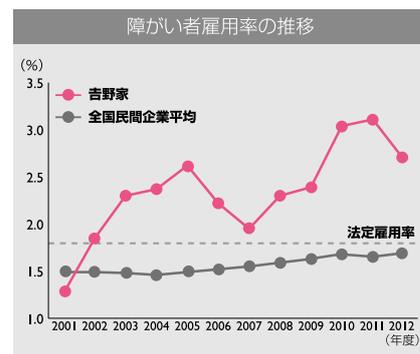
グループ米国研修ではヨシノヤ・アメリカ本社を訪問



株京樽で行われている実技訓練



グループ米国研修で行われたセミナーの様子



埼玉県雇用開発協会からの感謝状

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)どんでは、店舗で13名を受け入れていましたが、2013年度から新たに5名を受け入れ、計18名がともに働いています。また、人事部内担当者2名が第2号職場適応援助者の研修を修了しています。

(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)はなまるは、本社オフィスで1名、工場で6名、店舗で9名を受け入れています。

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)はなまるで2名、(株)どんで1名が利用しま

した。(株)はなまるでは、育児の時差出勤制度を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クール」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

吉野家ホールディングスグループでは、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、社内報や業務連絡を通じて、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クール」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(株)吉野家東京工場に導入された「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 (株)吉野家東京工場)

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。



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



独特のプ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

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。

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

(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
- といった取り組みにより、2012年度の一店舗当たりの生ゴミ排出量は9.05kg(前年比106.8%)となりました。

リターナブル箸の利用

(株)吉野家では、一部の店舗を除く全国の吉野家店舗でリターナブル箸(樹脂製)を使用しています。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す。割箸をやめ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。リターナブル箸への切り替えで、原木換算で年間約

14,000本の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。

なお、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。

オフィスでの電子システム活用

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。グループ本社ビル内の各社にも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。

天ぷら油の廃棄量削減

(株)はなまるでは現在、149店舗(2012年



容器&包装
ダイエツト宣言



排水ネットで脱水する様子



リターナブル箸の殺菌



(株)吉野家で取り入れているグループウェア「TRINITY」

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、油の全交換・廃棄が約3日に1度の頻度でしたが、導入後は3カ月に1度となりました。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。

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。



小型食用油精製装置

Recycle リサイクル

食品残さのリサイクル

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。

現在提携している事業者は、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。

これまで主に堆肥としてリサイクルされていた食品残さが、この事業者によりエコフィードに生まれ変わりました。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。

(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と排出削減に取り



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

組んでいます。生ゴミリサイクル店舗数は256店舗(前年度比66店舗減)となりました。2012年度のリサイクル率は全体で52.6%(前年比-13.4%、工場100%、店舗38.2%)となりました。リサイクル物の内訳は堆肥化62.5%、飼料化19.5%、ガス化18.0%となっています。

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。また、別のリサイクルセンターでは飼料化し、養豚場などで使用されています。



(株)京樽の船橋工場の食品残さから完成した飼料

廃棄肉・廃棄油リサイクル

(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。

また、(株)吉野家の店舗と東京工場では廃油リサイクルも行っています。

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。

また、PPバンドはリサイクル業者にまとめて委託し、樹脂にリサイクルされます。

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。

PET トレイ、ABS 食器の導入

(株)吉野家の店舗では、廃棄ペットボトルの再生素材からできたトレイを使用しています。また、玉子碗や漬け物皿は耐久性に優れ、リサイクル可能なABS樹脂素材のものを使用しています。

(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よる定期的なリサイクルを行っています。また、コンプライアンスに注意しながら、コピー用紙の裏紙利用を推進しています。

また(株)吉野家本社オフィスでは、①会議におけるPC活用、②社内情報システムの更新による源泉徴収票・給与明細のメール配信を実施しています。さらにコピー機から複合機への機種変更をはじめ、資料のPDF保存、社内外の通信には電子メールを使用するなどの活動を行っています。



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



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



(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

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照明の導入に向けた検証を進めています。
 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、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℃か



(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

ら38℃へ変更し、使用量を削減しています。

水道使用量削減

(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。

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



(株)吉野家東京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

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。終了後に考査を実施し、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

(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。

大分類		環境保全コストの分類		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	
				水道使用量の削減	節水型洗浄機・洗米機の導入
				紙使用量の削減	スキャナー・コピー複合機導入
				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
		その他のコスト 1-2	省エネ検証	オール電化店舗検証	
				排水管理	店舗の電力測定機導入 トラップクリーナー導入 グリストラップ浄化の固形バイオ導入費用
				水質検査費	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		
		店舗調理臭対応	店舗周り臭気測定		
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	社員教育・オリエンテーション ポスター、テキスト作成		
		環境監査関連費用	内部環境監査・定期審査	ISO14001 定期受審料	
		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		
		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	植林活動 京都美化協会会費	
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 (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)	69,535 千kwh / 678,662GJ
		ガス (km ³)	14,972km ³ / 615,349GJ
		灯油 (kl)	150kl / 5,505GJ
		ガソリン (kl)	75kl / 2,595GJ
		合 計	1,302,111GJ
		水 (kl)	1,872,629kl
アウトプットに関する 環境保全効果	廃棄物等の排出	水域、土壌への排出	自主基準値超過率 / 16.7%
		総発生量	13,014t
		リサイクル量	7,613t
		リサイクル率	58.5%
		非リサイクル量	5,401t
		生ゴミ	7,854t
		リサイクル量	5,183t
		リサイクル率	66.0%
		紙ゴミ	1,140t
		店舗ダンボール	2,430t
		廃プラ	1,590t
		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	4,277t
		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

費用(2011) (千円)	投資(2011) (千円)	費用(2012) (千円)	投資(2012) (千円)	主な効果 (成果)
0	7,056	0	16,293	省エネルギー
0	0	0	0	省資源
0	0	0	0	廃棄物適正処理 / 処理場逼迫軽減
2,131	0	2,129	0	省エネルギー
0	0	0	0	水質保全
0	2,650	0	5,830	水質保全
1,992	0	3,349	0	
0	0	23	0	
437,488	0	426,481	0	廃棄物適正処理
61,095	0	61,885	0	水質保全
0	0	0	0	悪臭防止
502,706	9,706	493,867	22,123	
18,389	0	17,792	0	環境活動の推進
0	0	0	0	環境教育の実施
1,283	0	2,873	0	環境監査の実施
44,753	0	32,229	0	リサイクル
662	0	500	0	環境保全
30	0	30	0	環境保全
65,117	0	53,424	0	
0	0	0	0	
567,823	9,706	547,291	22,123	

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処、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）

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。

環境保全効果を表す指標（2012）	
67,398 kWh	657,804GJ
15,497km ²	636,927GJ
81kℓ	2,973GJ
76kℓ	2,630GJ
	1,300,334GJ
	2,027,686kℓ
自主基準値超過率	16.7%
	12,382t
	5,827t
	47.1%
	6,555t
	6,519t
	3,430t
	52.6%
	1,142t
	2,397t
	2,324t
エネルギーのCO ₂ 発生量	70,013t
廃棄物（廃プラ）処理のCO ₂ 発生量	6,252t
計	76,265t

実質的効果	確実な根拠に基づいて算定される経済効果		2011年度 (千円)	2012年度 (千円)		
	収 益		脂リサイクル収入	17,771	12,874	
		ダンボール・古紙売却収入	8,946	7,320		
		再生樹脂売却収入	134	160		
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節減	省エネルギーによるエネルギー費の節減額	電気料金節減額	▲ 4,011	▲ 3,982
			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	▲ 613	▲ 473
	費用削減	環境負荷および廃棄物排出に伴う費用の節減	排水処理費の節減額	グリストラップ清掃費削減	▲ 5,764	1,234
		廃棄物処理費の節減額	コピー関連経費節減額	▲ 40	20	
経済的効果の合計			37,279	23,555		

商品100万食あたりの環境保全効果を表す指標

対象年度	2010年度	2011年度	2012年度
エネルギー総量	6,430GJ	6,122GJ	6,706GJ
水使用量	10,328 kℓ	10,374 kℓ	10,458 kℓ
CO ₂ 発生量	362t	351t	393t
非リサイクル廃棄物総量	24t	25t	33t

※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。

(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
2012	ポール看板・店頭看板にLED採用 G 弁当袋の規格変更（薄肉化）



A



B



C



D



E



F



G

※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
生ゴミなど生物に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/>



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、ページタブルインクを使用し、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。