

ワタミグループCSR報告書

# ふれあい報告書<sup>®</sup> 2009

～ありがとうの総和～



地球上で一番たくさんのありがとうを集めるグループになりたい。

**WATAMI<sup>®</sup>**

# 「ありがとう」宣言



ワタミは、  
お客さまのことだけを思って行動し、  
お客さまの喜びを自分の喜びとできる

「ありがとう」  
という言葉をいただくことに最大の価値を見出し、  
努力するグループであり続けます。

私たちは、「この人に出会えて良かった、ワタミに出会えて  
良かった、ありがとう」と、言っていたることを目指します。

地球上で一番たくさんのありがとうを集めるグループになりたい。

**WATAMI®**

## 目次 CONTENTS

### 「ありがとう」宣言

私たちは「ありがとうを集める活動」を中心に、持続可能な経営へ挑戦し続けます。

### P 3 目次・編集方針

### P 4 トップメッセージ

### P 6 ワタミグループの特徴

### P 8 ワタミグループに共通する経営の考え方

### P10 人が人を幸せにするワタミの事業展開

### P12 理念へのこだわりから生まれたビジネスモデル

### ワタミの最大の財産は「人」

各ステークホルダーと積極的な対話をし、「ありがとう」を集めていきます。

### P14 お客さまとともに

外食事業（【特集】外食海外事業）、介護事業、  
中食事業、MD事業、農業、環境/メンテナンス事業

### P30 株主様とともに

### P32 お取引業者様とともに

### P35 従業員とともに

### P40 地域・社会とともに

【特集】スクール・エイド・ジャパン

### P44 環境とともに

【特集】Return to Forest Life

### P54 コーポレート ガバナンス

### P56 ワタミグループ 会社概要

### P58 CSR指標

### P59 2008年度 アンケート結果/編集後記



#### ふれあい報告書2009

#### 「ワタミグループCSR報告書」発行にあたり

「ふれあい報告書」というタイトルは、私たちの活動の根幹である経営理念からネーミングされました。私たちは、人として、社会の一員としての責任を果たし、事業活動を営む一方で、できる限りの社会貢献に取り組んでいくことが大切だと考え、「できることからコツコツと一歩ずつ」を基本に創業時より努力してまいりました。

2001年より、この考え方に基づく行動を「ふれあい活動」と名づけ、グループのテーマに「環境貢献、社会貢献、人間貢献」を掲げ、今まで以上に明確に決意（意思）を表明し、毎年、環境および社会貢献に関する報告書として、また2006年からはステークホルダー（利害関係者）の皆様との関わりについても記載し、CSR報告書として発行しています。

本報告書を通じて、皆様の温かいご理解と貴重なご意見を頂戴することができましたら幸いです。

#### 編集方針

本報告書は、ワタミグループの活動や取り組みをわかりやすくご紹介させていただくことを目的に、ステークホルダーの皆様ごとに掲載しています。

本報告書では、

□各ステークホルダーの皆様にご覧いただくか  
□活動に対する姿勢、昨年度の課題に対する実績と評価、今後の目標を積極的に掲載しています。

また、特にステークホルダーの皆様に関心が高い事項について記載し、情報の開示に努めています。なお、本冊子に記載されている内容は、「ワタミふれあいホームページ」でご覧いただけます。  
(<http://www.watami.co.jp>)

#### 対象期間

2008年度（2008年4月1日～2009年3月31日）の活動を中心に、一部最新（2009年度）の情報を紹介しています。

※ワタミの介護（株）については、2月決算のため、2008年度（2008年3月1日～2009年2月28日）の情報としています。

#### 対象範囲

ワタミ株式会社および国内連結子会社9社を基本に、ワタミグループ全体、あるいはグループ会社の個々の活動についても紹介しています。

本報告書では、

1. 「環境とともに」ではワタミ（株）、およびワタミフードサービス（株）、（株）ティージーアイ・フライデーズ・ジャパンの国内外食企業2社、ワタミの介護（株）、ワタミエコロジー（株）、ワタミ手づくりマーチャンダイジング（株）の6社を対象としています。
2. 「ワタミグループの概要」では海外を含むワタミグループ全体について紹介しています。

※ワタミフードサービス（株）、およびワタミダイレクトフランチャイズシステムズ（株）は2009年4月に合併し、ワタミフードサービス（株）となったため、両社の内容については統一して「ワタミフードサービス（株）」と表記しています。

※P18 特集 海外外食事業では、和民（中国）有限公司、和民餐飲（深圳）有限公司、台湾和民餐飲股份有限公司を対象範囲としています。社名表記については、和民（中国）有限公司、和民餐飲（深圳）有限公司を「和民中国」、台湾和民餐飲股份有限公司を「台湾和民」と表記しています。

また、対象期間については、12月決算のため、2008年度（2008年1月1日～12月31日）の情報としています。

#### 社名表記について

本報告書ではグループ会社の社名を略称で記載しています。（2009年6月末現在の社名を使用しています。）

1. ワタミ株式会社および国内連結子会社9社を「ワタミグループ」または「ワタミ」と表記していますが、「環境とともに」では、ワタミ（株）およびワタミフードサービス（株）、（株）ティージーアイ・フライデーズ・ジャパンの国内外食企業2社、ワタミの介護（株）、ワタミエコロジー（株）、ワタミ手づくりマーチャンダイジング（株）の6社を「ワタミグループ」、または「ワタミ」と表記しています。対象が異なる場合は、該当する会社を記載しています。
2. 「ワタミフードサービス（株）」を「WFS」、「（株）ティージーアイ・フライデーズ・ジャパン」を「T.G.I.F.J.」と表記しています。
3. （株）ワタミファーム、（有）ワタミファーム、（有）当麻グリーンライフに関する記載を「ワタミファーム」と表記しています。
4. ワタミの介護（株）を「ワタミの介護」、ワタミタクシヨク（株）を「ワタミタクシヨク」、ワタミエコロジー（株）を「ワタミエコロジー」、ワタミ手づくりマーチャンダイジング（株）を「WTMD」と表記しています。

#### 将来の予測・目標について

本報告書には、ワタミグループの過去と現在の事実だけでなく、将来の予測・目標なども記載しています。しかしながら、これらの予測・目標は、記述した時点で入手可能な情報ないし判断であり、リスクや不確定な要因を含んでいます。

したがって、将来に生じる様々な要因により、活動結果が本報告書に記載した予測・目標と異なる可能性があります。読者の皆様には、以上のことをご理解いただけますようお願いいたします。

発行日：2009年9月



# 地球上で一番たくさんのありがとうを集めるグループになりたい。



## 100年先の“WATAMI”を見据えて

私には、夢があります。「100年後に、地球上で一番たくさんの“ありがとう”を集めるグループになりたい。」という夢です。

100年先から「今」を見ると物事の本質が大切になります。

100年先から見て問われることは、“どのように生きたか?”であり、“どれだけ多くの人の幸せに関われたか?”であり、“WATAMI”のあり方や方向性が問われます。

私たちの事業を通じて

- 「地球人類の人間性向上のためのよりよい環境をつくり、よりよいきっかけを提供する」ために…
  - もっとたくさんの笑顔や「ありがとう」に関われるグループ企業になるために…
  - ワタミと出会ったすべての方たちに、私たちの存在を喜んでいただけるように…
- この思いをカタチにすべく、創業から25年、ただひたすらに「ありがとう」を追求し、そのプロセスの中で成長してきました。

今では、その事業領域も第一次産業の「農業」から、第二次産業の「食材加工」を経て、第三次産業の「外食」「介護」「中食」まで、あらゆる場面で「ありがとう」を集めに行くグループになりました。

企業として成長していくことは、同時にその社会的責任も大きくなると考えます。ワタミグループ全社員の一人ひとりが、何をもって「ありがとう」を集めるのかを考え、共有したいと思います。

企業とは「人」そのものであり、一人ひとりの行動の反映であると考えます。

100年続く企業になるためには「人」なくしてあり得ません。

100年先から

- こんなお店があってよかった、ありがとう
- 安全で安心な手づくりの料理を、ありがとう
- あの会社があったから日本は、高齢者にとって幸せな国となった、ありがとう
- あの会社があったから日本の農業は守られた、ありがとう
- あの会社こそ、外食における環境負荷低減モデルの先駆けだった、ありがとう
- この会社の株主でいてよかった、ありがとう
- こんな会社で働けてよかった、ありがとう

社員一人ひとりが集めた「ありがとうの総和」こそが、CSRであり、会社の価値を決めると信じます。

あらためて「ありがとう宣言」

ここからの25年、新たな飛躍をめざします。皆様の変わらぬご支援をよろしくお願い申し上げます。

ワタミ株式会社 代表取締役会長・CEO  
渡邊 美樹

## ワタミのお客さまの数をとにかく増やしていきたい

創業者からのバトンタッチをうける中で、

私のこだわりは、「継続こそ力なり」。

一つのことを真の活動になるには、コツコツとやり続けること、そこには真の徹底が必要で、ワタミグループの大きなメッセージでもあります。

私は「継続こそ力なり」と思っています。成すべきことは継続して習慣になるまで、「非常にシンプルに、よりわかりやすく、やることを明確にして取り組み、徹底」する、私たちが大切に守り通さねばならないことを徹底します。

人にやさしい会社、人を大切にすることであり続けること

理念に基づき、額に汗する姿を必ず見続けられる会社であり続けること

お客さま、ご入居者様第一主義をつらぬく会社であり続けること

私は、これを社員に言い続けています。理念浸透と人の育成、それを可能にする組織づくり、これが一番大きな課題です。

これから私たちが変えていくことは、

外食事業では、統合により商品・組織・店舗営業力の改革で既存店客数が前年度と比較し100%の基調となってきています。介護事業では、特定枠の総量規制緩和など外的環境の後押しもあり、順調に多くのご入居者様に関われる機会が増えています。農業では、畑作部門で黒字化を達成し、有機農業がビジネスとして広がりを見せています。ご高齢者を中心にお弁当を宅配する「ワタミタクシヨク」では、ワタミの「商品力」と「人」を最大限に活かせる事業の本格展開も始まりました。

環境面においてもグループ全体としての活動を強化、中・長期計画では、従業員一人ひとりが生活の中で、常に「環境」を意識し、実質的に明日の地球の現実を変えていくための行動をとることを軸として「ワタミ環境宣言2008」を策定しました。

一人ひとりの社員が、自ら問題意識を持ち・考え・行動することで100年先の“WATAMI”へと踏み出していきます。

ワタミの伝統、文化、らしさを、より大きなものにしていきます。

我々がやることによって

他の企業にもそのメッセージを発信していきたいと考えています。本レポートでは、こうしたワタミの“ありがとうを集める活動”を紹介しています。いずれも、理念に基づいた活動を継続的に取り組むことで、我々に関わるすべての方に「ありがとう」と言っていたくための活動です。

全社員が、自らが誇りに思えるグループ“WATAMI”を、確実に、着実に一歩ずつ前進させていきたいと考えています。

どうぞ、忌憚のない皆さまのご意見をお寄せいただけますようお願い申し上げます。

ワタミ株式会社 代表取締役社長・COO  
桑原 豊





地球環境を破壊することなく、安全・安心な社会のため、

# 私たちは「ありがとうを集める活動」を中心に、持続可能な経営へ挑戦し続けます。

ワタミは、「人間は本来持っている誠実さ、思いやり、感謝する心、そのような美しい資質を高めるために生まれてきた。企業活動においても人間性を向上できる環境をつくっていききたい」と考え、創業当時より、人としての人間性、企業としての企業性を重視し、あらゆるステークホルダーの皆様の満足を追求してきました。

活動は「利益の追求」だけでなく、グループスローガン「地球上で一番たくさんの“ありがとう”を集めるグループになろう」に代表されるワタミの理念に基づき「ありがとうを集める」ことを事業活動の中心に据え、経済的・社会的・環境的ニーズの充足に挑戦し、既存の慣習に捉われない革新的な社会づくりに挑戦・邁進しています。

今まで、そしてこれからも。

## ワタミグループの特徴

### ①理念に基づく事業展開

ワタミの「ありがとうを集める活動」では、社員一人ひとりが集めた「ありがとうの総和」こそが会社の価値をつくると考えています。

お客さまからありがとうをいただくことはもちろん、株主様、お取引業者様、従業員、地域・社会、そして地球環境への対応など、あらゆる場面で集めるありがとうが最大となるべく事業展開をしていきます。

### ②理念へのこだわりから生まれたビジネスモデル

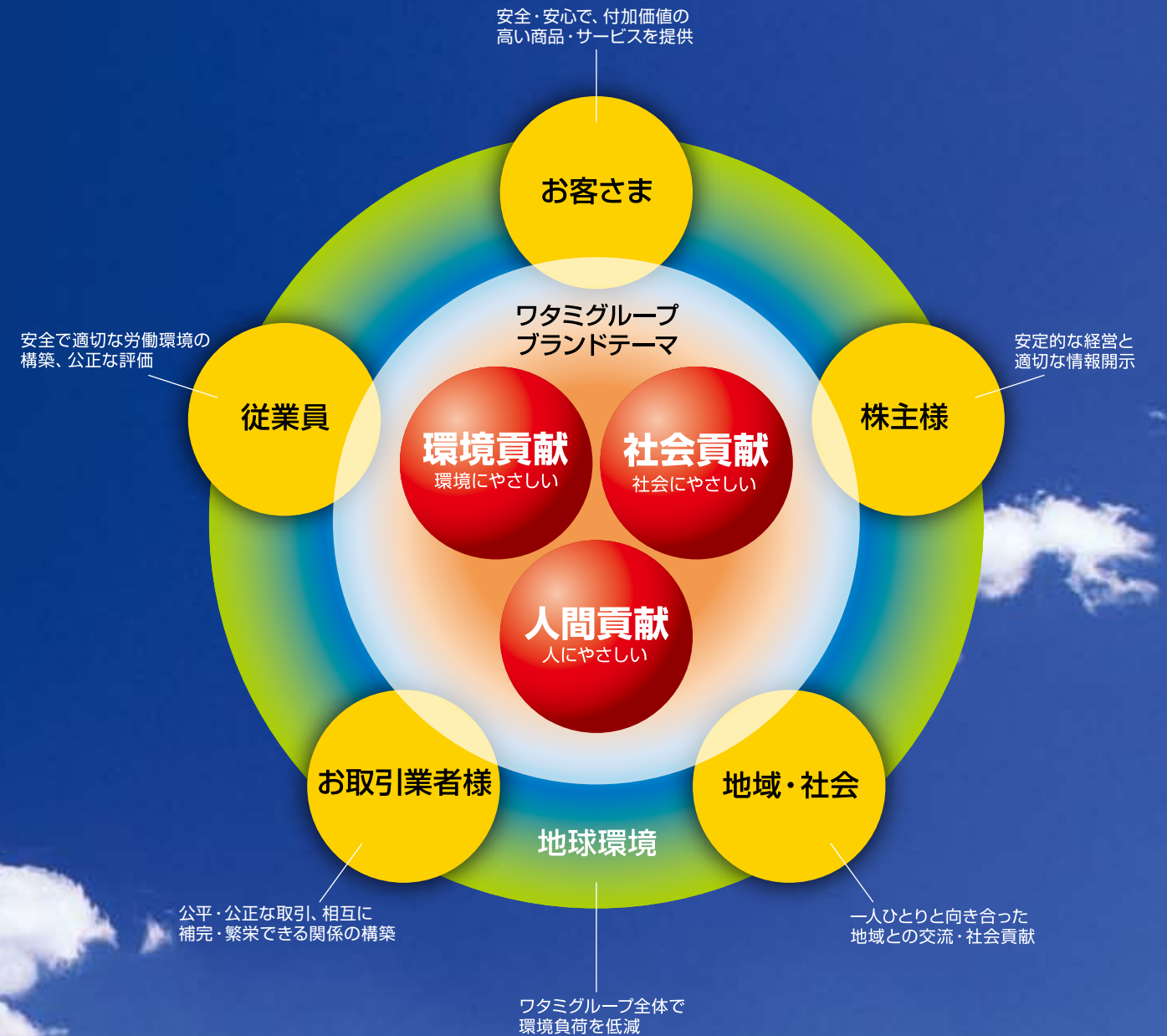
ワタミグループの事業展開は、「創業者の思い」がそのまま現在へとつながっています。グループの外食事業でも介護事業でも農業でも、現在の状態が一朝一夕にできたものではありません。

「ワタミがその事業に参入してくれてよかった…」と提供いただけることを目指し、どのような事業（業界）でも、常にあるべき姿を考え、皆が不便を感じていけば、そこにワタミが創意工夫を加えることを考え、挑戦を続けている姿が現在のワタミなのです。

### ③ワタミ最大の財産は「人」

「企業は人そのもの」であり、私たち一人ひとりが、人生の主人公となる舞台として会社があります。会社とは、創業者の思い（ミッション）があってこそ、初めて人が集まり、ありがとうが集まる。それが本来ではないかと考えています。

この「創業者の思い」と「それを共に実現しようとする仲間」が揃ったのがワタミグループです。



### ブランドテーマについて

ワタミでは、環境、社会、そして人に対して、よりやさしい存在になることを目指し、「環境貢献・社会貢献・人間貢献」をブランドテーマとして掲げ、取り組んでいます。

ブランドテーマは、私たちの存在そして行動が、どの領域においても「社会に対してプラスになる（我々の存在が周りに良い影響を与えられるように行動する）」という宣言です。

会社の存在そのものから事業の選び方も、仕事の仕方も、人に良い影響を与える存在であり続け、テーマとして掲げたことを、常に忘れずに少しずつでもやり続けるというグループ全体の意志表示です。



# ワタミグループは、理念の共有を最重要視し、事業展開 しています。

## ワタミグループに共通する経営の考え方

ワタミの目指す姿は、様々な社会貢献型ビジネスをグループで展開、ステークホルダーの皆様から、感謝と信頼を集め続ける「ビジョナリーカンパニー “WATAMI”」です。

ワタミがその事業に参入してくれてよかった・・・と言っていたように、「人」と「人」がふれあう、あらゆる場面で、“ありがとう”を集めます。

## ワタミグループ経営理念体系

### ワタミグループ スローガン

「地球上で一番たくさんの  
“ありがとう”を集めるグループになろう」

### ワタミグループ ミッション

「地球人類の人間性向上のための  
よりよい環境をつくり、よりよいきっかけを提供すること」

### ワタミグループ 経営の基本目的

「会社の繁栄、社員の幸福、関連会社・取引業者の繁栄、  
新しき文化の創造、人類社会の発展、人類の幸福への貢献」

### グループ社員の仕事の仕方に対する合言葉

「from-O」  
「明るくのびのびと仕事をしよう」

### ワタミグループ憲章

- ワタミグループは、
- 一、地球上で一番たくさんのありがとうを集めるために戦う
  - 一、一人一人の社員が人間性の向上のため、  
夢を持ち、夢を追い、夢を叶える努力をする
  - 一、一人一人の社員が、人として美しい生き方を追求する
  - 一、「人」が差別化となる、コツコツと売上利益を積み上げる  
事業にのみ参入する
  - 一、お客さまの満足をすべてに優先させる
  - 一、公明正大な人事を行なう、完全実力主義こそ、  
人事の要諦とする
  - 一、額に汗した利益のみを、利益と認める
  - 一、ありがとうの分だけ売上を上げ、  
知恵の分だけ利益を出す
  - 一、すべてのことにおいて、  
損得で判断をせず善悪で判断する
  - 一、ワタミらしいことをすべて肯定し、  
ワタミらしくないことをすべて否定する
  - 一、100年先から見た経営をする、  
100年先から見た時、問われるのは数字の多寡ではなく、  
いかに存在し、いかに周りによりよい影響を与えたかだ

※ワタミグループ憲章はワタミグループの経営判断基準を明文化したものです。

### グループ社員としての行動基準

ワタミグループは日々の仕事の中で以下の基準を常に意識し、行動し、常にワタミらしくあるべし

- 1. 常に謙虚なれ、常に感謝せよ
- 1. 他人の喜びや悲しみを共有せよ
- 1. 約束を守る、嘘をつかない
- 1. 愚痴、陰口を言わない
- 1. 笑顔で元気よく挨拶をする
- 1. 出来ないと言わない
- 1. 失敗を他人のせいにはしない
- 1. 大いに発言し、果敢に実行する
- 1. 他人の意見を聞く
- 1. 恥ずかしいと思うことはしない

### グループ社員の仕事に対する心構え

ワタミグループは同じ目的のために同じ心を持つ同志の集合体であるべし

- 1. 感激できる感性を持つべし 感激は情熱の源であり、情熱は成功への出発点である
- 1. 逆境に悲観せず、順境に楽観せず、常にハングリー精神を持ち 挑戦し続けるべし
- 1. 勝つまで戦え、限界からあと一歩進め結果がすべてである
- 1. 問題意識を持つべし 問題の発見と解決が次のビジネスチャンスを生む
- 1. 継続こそ力なり 日々の努力は継続されることにより信用を生み、信用は力を生む

■事業活動を通じて「ありがとう」を集めます。  
各事業活動を通じて目指すことを表現した経営目的

### 外食

一人でも多くのお客さまに、あらゆる出会いとふれあいの場と安らぎの空間を提供すること

### 介護

一人でも多くの高齢者の方に心からのお世話をさせていただくことにより、お一人おひとりの幸せに関わらせていただくこと

### 中食

一人でも多くの高齢者の方にまごころを込めた食の宅配サービスを通じて、喜びと幸せをお届けすること

### MD(マーチャンダイジング)

バラエティ豊かで、常に変化し続けるメニューを支え、安全・安心な製品を安価で提供すること

### 農業

食の基本である安全・安心を追求し、次世代に良い環境を残し、人々の幸せに貢献すること

### 環境/メンテナンス

ひとつでも多くの施設をより地球への負荷の少ない空間に変えること

■事業を超えて「ありがとう」を集めます。  
各活動における基本的な考え

### 社会貢献&ボランティア活動

してあげるのではなく、させていただくことにより学び、感動し、結果として成長させていただくこと

### ワタミ環境宣言

美しい地球を美しいままに、子どもたちに残していくこと



### 「体の重い亀」

ワタミグループのキャラクターで、グループ報のネーミングにもなっている亀さんです。まじめで一生懸命、スピードは出ないけれど、着実に、一步一步、進む亀。できることから少しずつ、目標に向かってコツコツと、決して後戻りしない亀、私たちの姿勢の象徴です。





# 人が人を幸せにするワタミの事業展開

## 理念に基づく事業活動を通じて、社会の課題解決に貢献する。

ワタミは、一人ひとりが理念に基づく自発的な活動目標を設定し、新たな価値の創出、持続可能な社会の実現に向けその内容を深めています。企業とは、単なる営利追求組織ではなく、企業市民としての社会的存在であり、社会の一員としての使命（責任）を果たしていることにより、その存在・継続性が確保されると考えています。ワタミは、事業活動のすべてを通じて、環境への負荷を減らすこと、社会的課題の解決に挑戦し続けます。

### 一人でも多くのお客さまに、あらゆる出会いとふれあいの場と安らぎの空間を提供すること

おいしいものがあって、良いサービスがあって、良い雰囲気がある場所に、好きな人と一緒にいる……。

こんな場面を提供したい。外食産業は人を幸せにする産業だと考え、「お店はお客さまのためだけにある」を店舗基本理念として、外食事業を展開しています。

この店舗基本理念は、「お店はお客さま」の部分の言葉を変えてワタミグループすべての事業に共通する考え方となっています。

### 一人でも多くの高齢者の方に心からのお世話をさせていただくことにより、お一人おひとりの幸せに関わらせていただくこと

日本の高齢化は急速に進んでおり超高齢社会となります。

一人でも多くのご高齢者の方に笑顔あふれる幸せな老後を過ごしていただきたい。ご高齢者の方に感謝と尊敬を込めてこの介護事業を立ち上げました。「ご高齢者の方からも、たくさんのありがとうを集めること」が目的です。

親孝行に限りがないように、介護という仕事にも「これでよし」はありません。自分の両親にして欲しいと思うことはすべて実践させていただこう。家庭的で居心地の良い清潔な空間で、お一人おひとりのご自分らしく自由に豊かな時間が流れる暮らしを目指します。

すべての方に「ワタミのホームに親を入居させたいと思う子は親孝行だ」と言ってもらえるホームにすること、親を思う心をカタチにしておくことこそ「ワタミの介護」です。

### 一人でも多くの高齢者の方にまごころを込めた食の宅配サービスを通じて、喜びと幸せをお届けすること

会社とは、皆の思いをひとつにして大きな思いをカタチにしていく存在と考えます。その典型的なビジネスモデルが高齢者の幸せのための高齢者による高齢者のための事業を目指すワタミタクシヨクが展開する中食事業です。

お弁当をつくっている人が主に高齢者のパートさん。お弁当を運ぶ「まごころさん」が主に高齢者の自営業の方。お弁当を召し上がる方=お客さまが一人住まいの高齢者、もしくは高齢者のご夫婦です。

毎日あまり人と接することがないご高齢者が今日の夕食を待つ。顔見知りの「まごころさん」が家に来る。しばしの世間話。「はい、お弁当。今日も元気でいこうね」あまり年の変わらぬ「まごころさん」が励ます。

「今日もありがとう」「こちらこそありがとう」  
ありがとうが飛び交う社会のお手伝い。これがワタミの中食事業です。

### バラエティ豊かで、常に変化し続けるメニューを支え、

#### ●安全・安心な製品を安価で提供すること

「食」を取り巻く環境の変化がますます加速する中で、「食の安全・安心を守る」ことは、「食」に関わる企業として当然の責務であると考えます。

ワタミ手づくりマーチャндаイジングは、生産から消費までの商品の全工程を設計して「安全・安心」な商品をお届けします。

これからも、「食」を通じてお客さまからたくさんの「ありがとう」を集める活動を広げていきます。

### 食の基本である安全・安心を追求し、

#### ●次世代に良い環境を残し、人々の幸せに貢献すること

長年、海外に依存した食糧政策、そして化学肥料に頼った農業政策が破綻し、環境に負荷をかけない「有機農業」が認知され始めています。

ワタミグループの農業参入は、「お客さまに、安全で安心な食材を使った料理をお出ししたい。」こう考えただけでした。

現在、安全・安心な農産物の提供と国内の農業諸問題を少しでも改善しようと全国の有機農業者とワタミグループ・ワタミファームが連携し、安全・安心な農業を推進しています。

### ひとつでも多くの施設を

#### ●より地球への負荷の少ない空間に変えること

お好み焼き宅配の「KEI太」での使い捨て包装容器問題から始まったワタミグループの環境対応活動は、現在、ワタミエコロジーに引き継がれています。

ワタミグループにおける環境への取り組みは、妥協するのではなく、現状でどのような環境負荷をかけているのかを自覚し、「出来る限りのことをすべて実行する」ことを基本にしています。

グループでは、さらに環境への取り組みを強化徹底するため、環境対応推進活動をワタミ(株)が中心となって行い、ワタミエコロジーは「様々な施設における環境改善を行うことにより、現在進行している地球規模の環境問題の改善に寄与する」ことを目指し、環境対応型メンテナンス事業に集中しています。

外食



介護



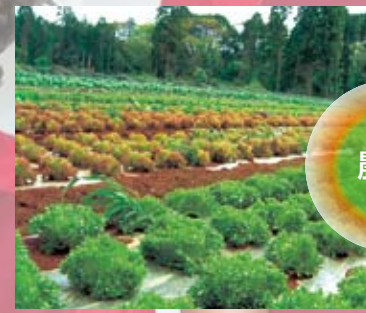
中食



MD



農業



環境  
メンテナンス





# 理念へのこだわりから生まれたビジネスモデル

ワタミでは、お客さまに安全・安心でおいしい商品をお届けしたいとのこだわりから、減農薬野菜の契約栽培を開始、さらに環境に負荷をかけない有機農業を推進するため自社農場「ワタミファーム」での生産も開始しました。また、商品の加工においても、「手づくり」へのこだわりから、機械によるオートメーション化に頼ることなく、手作業の生産ラインを持つことで「少量・多品種生産」を実現する「ワタミ手づくり厨房（集中仕込みセンター）」による製造にこだわり続けてきました。このこだわりが現在、グループの外食店舗や介護施設、弁当宅配などの事業展開において、生産から、加工・販売・消費という一連の流れをつなぐ独自のビジネスモデルとして確立されました。このモデルは、「お客さまの笑顔や“ありがとう”に、より多く関わられるように…」というワタミの理念から生まれたものです。

## 生産・仕入

ワタミでは、すべての商品を対象に「品質基本方針」に基づき原材料を調達し、安全確認を行っています。



## 加工・調理

ワタミ手づくり厨房では、徹底した衛生管理のもとで加工・調理(仕込み作業)が行なわれています。



## 消費(提供・サービス)

多様なお客さまに「食」の安全・安心をお届けしています。



### 品質基本方針

ワタミでは、お客さまに安全で安心してご利用いただけるように、食材に関する法律を順守し、原材料の安全性を確認し、適切な品質管理のもとで製造(生産)された食材のみを使用しています。仕入先(提携先)となるお取引業者様においても、ワタミの理念に共感していただけるサプライヤー(工場)であることを優先しています。

また、社員一人ひとりは、研究・開発から生産(原材料調達)・物流・販売・消費に至るまでの全領域で、適切な情報をお客さまに提供すること、お客さまの声を企業活動に反映し続けることなど、安全・安心な商品(サービス)の提供に最善を尽くしています。

### 品質へのこだわり

ワタミでは、品質基本方針のもと、残留農薬検査など品質検査の結果はもちろん、素材の栽培や飼育などに遡った生産履歴を把握するプロセス管理を重視しています。安全性の確認は、「野菜類」「魚介類」「肉類」などの原材料ごとに品質検査の基準を設け、その主要原材料を中心に原材料と製造の2つの面から行っています。

原材料の調達においては、自主的に工場を視察することもあり、仕入先業者様との安全・安心のための対話を重視しています。

また、細菌検査の結果や、生産地や生産者の確認ができる書類の提出、さらに、製造工程表の提出も求め、その工程における温度管理や異物混入対策の確認に努めています。

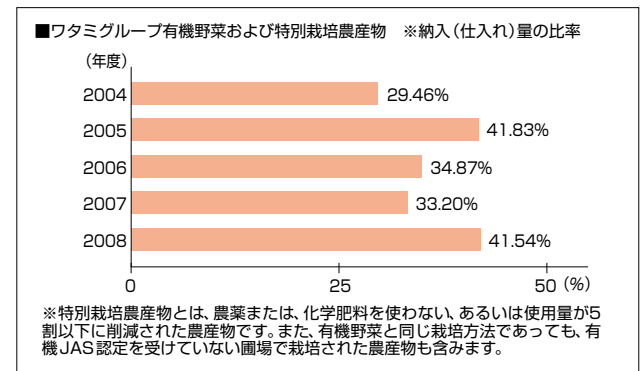
「ワタミ手づくり厨房」では、十分な温度管理のもとで仕込み作業を行っています。各センター内には検査室を設置、生産される商品や原料自体の抜き取り検査、製造機械の衛生検査を実施しています。

さらに、仕込みに関わる従業員だけでなく、事務部門を含めた全従業員に対して衛生検査を定期的に行い、「食中毒菌をセンターに持ち込まない」体制を構築しています。

### 有機野菜納入率は41.5%を達成

ワタミでは、自社農場(ワタミファーム)を開設し、そこで生産された有機野菜を積極的に導入しています。

2008年度の有機野菜の仕入率は、36.3%(2,099t)の目標設定に対して、41.5%(2,395t)を達成することができました。(ワタミタクシヨクを除く)また、有機野菜加工食品は763t以上に対して、704tとなりました。



### 食品添加物(化学調味料)を403kg削減

加工食品や原料に含まれる添加物として化学調味料(グルタミン酸ナトリウム)を中心に削減するプロジェクトを2003年4月に発足し、より安全で安心な食への追求を行なっています。

2008年度は、「新規7アイテム250kgの削減」を目標に掲げ、商品の開発に取り組んだ結果、新規9アイテムについて403kg削減できました。2009年度も引き続き「新規7アイテム250kgの削減」を目標とし、アイテム別に添加物の削減計画を進めていきます。

また、遺伝子組み換え対応では、「遺伝子組み換えをしていない大豆」からつくった有機醤油や豆腐、「遺伝子組み換えをしていないポテト、コーン」の使用に努めています。

### 「保存料」が不要な当日製造・当日配送

ワタミ手づくり厨房では、新鮮さを保ったおいしい料理をお届けするために、製造された食材を当日(一部翌日)のうちに、温度管理された配送車で各外食店舗・各介護施設などへお届けします。

この配送時間が短く、温度管理された配送システムにより、商品の劣化が抑えられているため、食材に保存料を使用する必要がなく、一切加えずに製造できています。

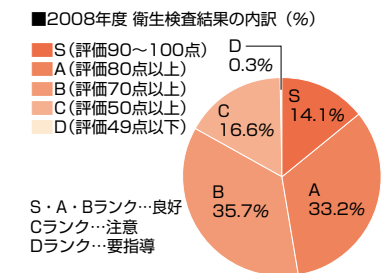
### 調理の安全性向上の仕組み

ワタミでは、外食店舗や介護施設で、「高い衛生管理レベルを維持する」ことを目的として、WTMD衛生センターが主管し、外部検査機関の専任巡視員による「衛生検査」を実施しています。

検査は、食材の管理やキッチン器具の清掃など基本的な項目に加えて、微生物検査などを加えた48項目に沿って実施され、店舗のスタンダードを確認しています。

衛生検査の結果、「要指導(Dランク)」となった店舗は、衛生センターのスタッフによる改善指導と「再検査」をしています。

2008年度は、1,167回の衛生検査を実施しました。



### 「原産地」を明確に

料理の主な食材(ソースや調味料を除く)について、原産地を明確にする取り組みを開始しました。

食材の原産地は、同じメニューであっても季節により異なります。そのため、外食店舗で使用するメニューブックには表記していませんが、ほぼすべてのフードメニューにおいて定期的に更新された原産地一覧表を店舗ごとに保管しています。

### 快適な空間づくりへ～店舗バリアフリー・分煙への取り組み～

外食事業では、2000年より「点字メニュー」、2002年より「英字メニュー」の設置を開始し、現在「点字メニュー」は「和民」「坐・和民」「和み亭」の全店舗、「英字メニュー」は「和民」「坐・和民」「和み亭」「わたみん家」の全店舗に用意しています。

また、2003年健康増進法の施行以前の2001年より、一部店舗で分煙の取り組みを進めています。現在では、見えない電子スクリーンが煙を遮断する「イオンバリア」と「ガラスの仕切り」を併用した分煙化を進めています。2008年度末時点で、計258店舗に導入しています。

しかし、私たちが考えるバリアフリーは、従業員一人ひとりがお客さまのことを思う気持ちがあつてこそ、より意味のあるものになると考えています。こういった従業員の「お客さま一人ひとりを思う気持ち」が、ワタミのバリアフリーです。