



1992年出店の居食屋「和民」1号店、笹塚店(東京都渋谷区)

お客さまとともに

ワタミグループでは、お客さまと積極的な対話を行い、各事業活動に対する“声”を集め、いただいたご提案・ご意見を定量的、継続的に把握する体制を全事業において構築しています。また、より多くのお客さまに、より多くの“ありがとう”をいただくため、施策や改善点を明確にした目標値を設定し、その達成に向けた活動を実施しています。

主な取り組み		2010年度目標	2010年度結果	評価	2011年度目標		
安全・安心への取り組み	食材の安全・安心	特裁・有機野菜比率(※1)	42%	37.5%	×	42%	
		有機加工食品の使用(※1)	600t	654t	○	600t	
		食品添加物(化学調味料)の削減	既存5アイテム削減の推進 着色料使用アイテム 14品目80kg削減の推進	提案実施数未達成 削減実施できず	×	着色料使用アイテムの削減推進(合成着色料のみ精査) ①現行品の合成着色料使用アイテムのリストアップ ②アイテムごとの削減検討と、削減可否の記録 ③可能なアイテムは代替品にて削減 年間5アイテムの削減提案	
		残留農薬検査	—	毎月5つの食材につき、286の農薬成分について調査	—	調査の継続	
		原産地表示(※2)	フードメニューの原産地一覧表を各業態で保管	「和民」「坐・和民」「和み亭」において、季節の特撰料理の産地情報を公開	×	「和民」「坐・和民」「和み亭」「わたみん家」において、季節の特撰料理の産地情報を公開	
		適正表示(※2)	食品衛生法、JAS法、景品表示法など関連法規の違反0件	違反件数0件	○	食品衛生法、JAS法、景品表示法など関連法規の違反0件	
		外食店舗の安全・安心	「点字メニュー」設置(※2)	「和民」「坐・和民」「和み亭」で設置	○	「和民」「坐・和民」「和み亭」で設置	
お客さま満足を目標とする	外食事業(国内)	「英字メニュー」設置(※2)	「和民」「坐・和民」「和み亭」「わたみん家」「T.G.I. Friday's」で設置	「和民」「坐・和民」「和み亭」「わたみん家」「T.G.I. Friday's」で設置	○	「和民」「坐・和民」「和み亭」「わたみん家」「T.G.I. Friday's」で設置	
		禁煙対応店舗(※2)	順次拡大	神奈川県条例対応で拡大	○	新店・「和民」改装店舗で順次拡大	
		アンケート満足度(※3)	年間80%以上	年間78.5%	×	年間80%以上	
	外食事業(海外)(※4)	アンケート満足度(T.G.I.フライデーズ)	GEMによるアンケート調査 90日間50.5%以上	年間45.0%	×	GEMによるアンケート調査 第4クォーター60%以上	
		アンケート満足度(香港)(※5)	年間80%以上	年間80.4%	○	年間80%以上	
		アンケート満足度(深圳)	年間80%以上	年間80.9%	○	年間80%以上	
		アンケート満足度(広州)	年間80%以上	年間75.5%	×	年間80%以上	
		アンケート満足度(台湾)	年間80%以上	年間62.3%	×	年間80%以上	
	介護事業	アンケート満足度(シンガポール)	年間80%以上	年間51.3%	×	年間80%以上	
		アンケート満足度	年間100%	年間85.5%	×	年間100%	
	MD事業	高齢者向け宅配事業	お客さま総合満足度(※6)	年間50%以上	年間40.8%	×	年間80%以上
		Wタミ手づくり厨房:品質・衛生管理体制	外食品質クレーム年間36件以内	年間42件	×	外食品質クレーム年間38件以内	
			献立(介護)品質クレーム年間12件以内	年間4件	○	献立(介護)品質クレーム年間4件以内	
学校給食:アンケート満足度(※8)		高齢者向け宅配品質クレーム年間400件以内	年間479件	×	高齢者向け宅配品質クレーム10,000食につき0.2件(※7)		
		保育園給食:検食評価	年間85%以上	年間80%	×	年間80%以上	
農業	有機農業の推進	JAS有機認証維持	JAS有機認証維持	○	JAS有機認証維持		
	有機農産物の出荷拡大	反収50万円以上	反収41万円	×	反収45万円以上		
環境・メンテナンス事業	アンケート満足度(カスタマーセンター)	年間80%以上	年間86.3%(※9)	○	年間80%以上		
	アンケート満足度(定期メンテナンス)	年間80%以上					

○達成、×未達成、一該当なし
 (※1)対象はWFS、T.G.I.F.J.、ワタミの介護の3社 (※2)対象はWFS、T.G.I.F.J.の2社 (※3)対象は「和民」「坐・和民」「和み亭」「わたみん家」「炭旬」「和っしょい?」「ゴハン」「饗の屋」
 (※4)月間の達成を目標に業務管理していますが、表は年間にまとめてあります。(※5)「和民」「和亭」の合算数値より算出 (※6)2011年度より4段階評価から3段階評価へ変更
 (※7)2010年度は件数把握。2011年度は販売数の増加に伴い、判断基準を変更 (※8)設問数8項目5段階評価の総合満足度 (※9)「カスタマーセンター」と「定期メンテナンス」の合算数値

お客さまとともに 外食事業(国内)

1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

2010年度の振り返りと2011年度の抱負(国内外食事業)



ワタミフードサービス株式会社
執行役員
和民・TGIカンパニー社長
菅谷 昌吾

王道を走るべく改めて基本を見直します

居食屋「和民」は2010年、今までの「売り方」と「売りものづくり」について色々と実験を繰り返してきました。初期の赤和民店舗のリ

ニューアルも進め、改めて客単価2,700円の居食屋のクオリティ追及を開始しました。2011年3月11日、震災が起こり、厳しい環境が続き、特に首都圏中心にマーケットは冷え込みとなり、今後も厳しい状況になると思われます。我々は「強く・大きく」卓越したクオリティに挑戦すべく、売り物(商品)をダイナミックに変更し、女性・家族・熟年層に客層を広げ、来店頻度を高められる様にし、売り方、サービスの満足度を高めます。リニューアルも40店舗実施し、未出店の県庁所在地には積極的に出店を行います。

T.G.I. Friday's®は2010年GEM(※1)のお客さま満足度とFSS(※2)の衛生管理を強化し、2011年はストロングマネジメント体制をつくり、リニューアルを進め、前年客数100%および活気あふれる陽気なレストラン&バーとして“ありがとう”をたくさん集めます。T.G.I. Friday's® GUAMは改めてQSC基本の見直しとマーケット戦略を明確にして業績立て直しを図ります。

(※1)P20に掲載しています。(※2)Food Safety Sanitation



ワタミフードサービス株式会社
執行役員
わたみん家・炭旬カンパニー社長
澤村 誠

持続性のある日本一の「炭火焼ブランド」の確立のために

炭火焼だいにんぐ「わたみん家」は、今期末で、235店舗となります。今後は、一層の責任の重さを皆で共有し、より謙虚にお客さまや従業員と向き合い、寄り添って行く

ことをお約束申し上げます。本年4月より小商圏で専門性を高めた炭火焼と鮮魚を柱とした「炭旬」業態も加わり、このふたつの業態を持って、上記「日本一の炭火焼ブランドの確立」というビジョンに着実に近付けて行く所存でございます。

皆で力を合わせ、社内フランチャイズの推進を力強く図り、質で日本一のナショナルブランドに成長そして拡張していきます。具体的な出店計画は以下となります。

○「わたみん家」は、2015年度中に全国展開を前提条件に300店舗を達成いたします。

○「炭旬」は、2015年度中に関東(一都三県)を中心に100店舗を達成いたします。合算で400店舗体制の実現を目指すと共に、DFCオーナー店舗を五割以上と致します。

経営目的達成のため、そして個々の夢の実現のため、さらなるご指導ご鞭撻の程、何卒宜しくお願い申し上げます。



ワタミフードサービス株式会社
執行役員
新業態カンパニー社長
村山 淳

国内外食の次なる柱を目指して…新業態カンパニー

2010年度は、japanese dining「ゴハン」3店、ごちそう厨房「饗の屋」1店、仰天酒場「和っしょい?」2店の新業態を出店しました。ワタミの外食店舗基本理念「お店はお客さまだけのものである」と「日本の外食を豊かにする」という志のもと、国内外食の新たな柱となる業態を目指し、取り組んでおります。

「饗の屋」「和っしょい?」は2011年度を業態確立の最終ステージととらえ、お客さまからの声を大切に様々な改善に取り組んでまいります。「ゴハン」においては、2011年度8月に新たな挑戦を実施し、カジュアルレストランのニーズにより応えられるお店を目指します。

それぞれの業態とも、アンケート満足度80%以上、クレーム0件を目標とし、お客さまを大好きで大切な人としておもてなしすることを日々実践してまいります。そして2012年度の目標である出店拡大につなげ、一人でも多くのお客さまに愛される業態を目指します。



お客さまからご意見をいただく仕組み

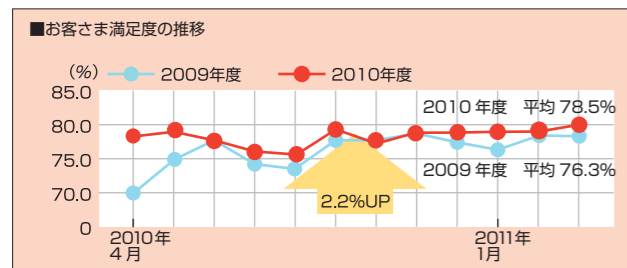
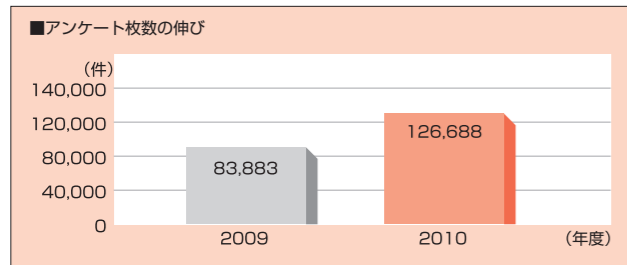
お客さま満足度の向上を目指して

WFSでは、お客さま満足度を追求するために、「アンケートハガキ」を外食店舗に、「アンケートフォームによるお問い合わせ」をWEBサイトに設置し、また、株主様には株主様ご優待券と一緒に「アンケートハガキ」を送付し、ご来店されたお客さまからご意見・ご感想をいただいています。

アンケートの評価は4段階となっており、「最も高い評価を80%・最も低い評価を0件」を目標にしています。いただいたご意見・ご感想は、毎週、各カンパニー社長が主催する「業務改革会議」にて確認し、ご満足いただけなかったアンケートなどについては、1件ずつその原因と対策について確認し、再発防止に努めています。

T.G.I.F.Jでは、通常のお客さまアンケートとは別に、どのサービスがお客さまの総合満足度に影響しているか、インターネットを通じての調査(ゲストエクスペリエンスモニター調査(GEM))を行っています。この調査では、「フレンドリーな歓迎」についてなど16項目を、「Excellent、Good、Average、Fair、Poor」の5段階で評価していただいています。

2010年度は、この調査を通じて6,129件のご意見・ご感想をいただき、「Excellent」評価45%、「Poor」評価30件という結果になりました。



炭火焼だいにんぐ「わたみん家」メニューブックの一部ページ

外食店舗運営のスタンダードを保つ仕組み

外食店舗運営レベルの維持向上

WFSでは、安定した外食店舗運営レベルを確保するため、内部監査をはじめ、本部社員(SIP)・お取引業者様(ミステリーカスタマー)など様々な視点からチェックを行い、外食店舗運営のスタンダードを再確認しています。

監査(内部監査) 640回実施

外食店舗の運営業務と完全に分離された監査室が、外食店舗運営の状況を9つのテーマと100の監査項目に沿って抜き打ちでチェックを行うことで、外食店舗の管理面の是正・改善が行われる体制をとっています。

SIP(スタンダード・インポート・パトロール) 616回実施

外食店舗運営のスタンダード再確認を目的として、本部社員によるSIP(100項目の評価)を、各店、毎年実施しています。また本部社員が外食店舗の社員と交流することで、問題を共有化していくという面でも、大変有効な手段となっています。

ミステリーカスタマー 432回実施

お取引業者様の従業員の方に、無作為に「お客さまとしてご来店」いただき、56項目の評価をしていただいています。外部からみた視線でよりよいお店づくりに努めています。

食材の安全・安心

原産地表示・適正表示

WFSでは、「ワタミ原産地表示サイト」を設け、居食屋「和民」語らい処「坐・和民」、居食屋「和み亭」の3業態において、「季節の特撰料理」で使用している主要食材の産地情報を公開しています。当サイトでは、農林水産省が作成した「外食における原産地表示に関するガイドライン」にしたがって原産地表示を行っています。

また、「和民」、「坐・和民」、「和み亭」、炭火焼だいにんぐ「わたみん家」では、特定原材料(※1)の使用の有無について、最新の情報が掲載された一覧表を各外食店舗ごとに保管しています。

※1 特定原材料・・・アレルギー発生頻度が高く、その症状が重篤であるとされる「小麦・乳・卵・そば・落花生」の5品目。

商品へのこだわり

お客さまの声に応える商品開発

WFSでは、定期的にご来店されるお客さまの属性、ニーズ、嗜好に合わせた商品開発を実施しています。アンケートにていただいたお客さまのご要望をもとに、「手づくり感」や「もうひとつの家庭の食卓」としての商品開発に重点を置き、内容の充実に努めています。

メニューラインナップや調理法、食感等にこだわる他、ワタミファームで採れた有機野菜を積極的に導入するなど、「安全・安心・手づくり」にこだわった商品開発を行っています。

お客さまに満足していただける商品を

商品のリニューアル

2011年6月、居食屋「和民」、語らい処「坐・和民」、居食屋「和み亭」では、グランドメニューを大幅にリニューアルしました。専門店の品質・価値を低価格で提供し、より幅広い年齢層のお客さまに満足していただけるメニューを追求しています。

また、2010年度は仰天酒場「和っしょい?」でも大幅にメニューを刷新。250円(税込み)のフード商品を9割に増やし、お客さまに満足していただけるボリュームや品質を追求しています。



たっぷり有機野菜の和民サラダ

仰天! 鶏もも焼きガーリックステーキ

外食店舗の安全・安心

快適な空間づくりへ 外食店舗のバリアフリー・分煙への取り組み

WFS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、居食屋「和民」、語らい処「坐・和民」、居食屋「和み亭」の全店舗、「英字メニュー」は、「和民」「坐・和民」「和み亭」炭火焼だいにんぐ「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、一部外食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。

また、神奈川県下の65店舗においては、神奈川県「公共施設における受動喫煙防止条例(平成21年条例第27号、2010年4月1日施行)」に対応した分煙工事を進め、禁煙席を拡大しました。今後も新規出店の際には積極的に分煙に取り組んでいきます。



「ガラスの仕切り」などで、他の席と区切られた禁煙席

一人でも多くのお客さまにご利用いただくために

既存店のリニューアルと新規出店

WFSは、2010年度、主力業態である炭火焼だいにんぐ「わたみん家」を中心に新規41店舗を出店、7店舗の転換を行うとともに、経年劣化の目立つ既存の居食屋「和民」16店舗のリニューアルを実施しました。また、新業態居食屋「炭旬」を立ち上げ、DFC店舗1店舗を含む7店舗を出店しました。

2011年度は、初出店となる山形県、富山県をはじめとする新規25店舗の出店と、居食屋「和民」40店舗、Restaurant & American Bar「T.G.I. Friday's®」3店舗の改装を予定しています。

また、2011年8月には、既存のjapanese dining「ゴハン」をブラッシュアップした新業態BARU & DINING「GOHAN」(パル&ダイニング「ゴハン」)を東京都新宿区に出店しました。

今後も一人でも多くのお客さまにご来店いただけるお店づくりに継続的に取り組んでいきます。



トピックス

JAPANESE DINING「和民」中目黒店 出店

WFSは、2011年3月、居食屋「和民」からの改装として、JAPANESE DINING「和民」中目黒店を東京都目黒区に出店しました。JAPANESE DINING「和民」では、従来の居食屋「和民」を大きく変化させ、ロゴマークは、以前の筆文字の赤白の「和民」からゴシック文字の黒色へと変更しました。内装については、「和」をテーマに和紙、白木、土壁、天然木、格子など「温もり」「懐かしさ」「居心地」を表現した形に変更し、少し高級感があるものの気軽に入りやすいイメージをもたせています。



JAPANESE DINING「和民」中目黒店

1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



和民国際有限公司
代表取締役社長
鰐部 慎二

海外外食事業 規模拡大のステージへ

ワタミの海外事業は「2012年100店舗達成」を中期目標に掲げ、アジアでNo.1のJapanese Casual Restaurantグループを目指しております。その中で2010年度は主力業態の居食屋「和民」のメニュー構成、マーケティング活動などを見直し、

「グローバルブランド」に向けてブラッシュアップを行いました。また、海外第2業態の日本料理「和亭」も香港で着実に店舗数を伸ばすことができました。新地域では中国の広州市に初出店、更にはフランチャイズ本部としてのノウハウを構築して東南アジアへの拡大の土台を構築することができました。

2011年はこれらの基礎をベースにして28店舗の出店を計画、規模拡大ステージに入っております。新地域開発ではマレーシアに初出店した他、拡大に対応して海外第2手づくり厨房への挑戦、既出店地域に更に業態を重ねるために第3業態への挑戦を行ってまいります。「ワタミがあっけよかった」というお言葉をアジアでもたくさんいただくべく、邁進してまいります。

お客さまからご意見をいただく仕組み

お客さま満足度の向上を目指して

ワタミインターナショナルでは、積極的にお客さまにご意見をいただくため、アンケート調査など様々なご意見を頂戴する機会を設けています。

また、国内と同様、外部からみた視点でのより良いお店づくりのためミステリーカスタマーを実施し、50項目において評価をいただいています。2010年度は、計378回実施し、香港と台湾では、平均点が80点を超える結果となりました。

様々な方法で頂戴したご意見をもとに、お客さまの声を反映した商品・サービスの改善に努め、「もうひとつの家庭の食卓」という基本コンセプトにこだわりながら、現地のニーズに対応した商品・メニュー開発に取り組んでいます。

2010年度お客さま満足度の結果

出店地域	いただいたご意見の件数	「最も高い評価」の割合
香港	115,956	80.4%
深圳	28,055	80.9%
広州	9,872	75.5%
台湾	77,293	62.3%
シンガポール	42,946	51.3%

食材の安全・安心

「有機野菜」の導入

ワタミインターナショナルでは、2011年度より、台湾において有機野菜を使用した商品を導入しました。

台湾では、3年以上農薬や化学肥料を使用しない農地で、有機肥料と自然栽培によって生産され、且つ台湾の行政機関「行政院農委會」に認定された野菜が有機野菜と認められます。台湾国内で生産され、台湾国内の認証を受けた有機野菜を使用することで、より安全・安心な商品をお客さまに提供していきます。

お客さまに満足していただける商品を

台湾にてワタミ手づくり厨房の実験スタート

ワタミインターナショナルでは、商品の品質、味の向上、均一化を目的に、2011年12月、台湾にてワタミ手づくり厨房の稼働を計画しています。2011年4月からは、外食店舗に併設されているテストキッチンから一部店舗へのテスト出荷を開始しています。

香港に続く海外でのワタミ手づくり厨房設立となり、台湾北部エリア10店舗への出荷を計画しています。

従業員とともに ~夢を追いかけるグループを目指して~

社員アンケートの実施

ワタミインターナショナルでは、2009年5月より、年に2回社員満足度アンケートESS(Employee Satisfaction Survey)を実施しています。社員の現状を把握することを目的とし、海外で働くすべての社員を対象としています。アンケート結果をもとに課題を明確化し、改善の取り組みを行い、定着率の向上を図ります。

従業員とともに ~理念を繰り返し確認する~

海外でのワタミ理念の共有

ワタミインターナショナルでは、従業員の雇用は現地スタッフを最大限雇用することを方針としています。

また、ワタミグループの理念に共感していただけるかどうかを基準として採用活動を行っています。教育面においても、国内と同様にワタミの社員が共有すべき価値観・使命感が日々の現場の様々な事例をもとに解説された「理念集」を全社員に配布、理念浸透を目的とした研修「理念研修会」や、ワタミグループのトップメッセージを録画した「ビデオレター」の視聴など、理念浸透を目的とした活動を継続的に行ってまいります。

2010年度は、「強く生きる」「ワタミの理念経営」の中国語版を完成させました。2011年には英語版「ワタミの理念経営」を、2012年には、簡易版英語理念集を完成させる予定です。



海外で使用している理念集

従業員とともに ~ワタミグループのビジョンを共有する~

海外から日本への研修

ワタミインターナショナルでは、海外直営会社における継続勤務年数3年以上の店舗管理職、または本社における同等職責以上の社員を対象に、ワタミグループの各事業現場やこだわりを知ることが目的とした日本での研修を実施しています。

研修では、日本におけるワタミグループの事業(外食・介護・高齢者向け宅配)や、ワタミ手づくり厨房、ワタミファームの農場、ワタミの森など様々な現場の視察を通して、「理念の具体化」や「安全・安心」や「手づくり」を体感するとともに、グループのビジョンや目標の共有・理解を深めています。



ワタミの森での研修

地域・社会とともに ~海外での社会貢献活動~

全社員が参加するボランティア活動

ワタミグループでは、海外でも積極的に社員のボランティア活動を支援しています。

障がいをお持ちなど社会参加の少ない方を店舗にご招待し、お食事会を通じた交流会を開催、2010年度は社員26名が参加しました。また、国内と同様、SAJの活動を支援しており、寄附による支援の他、カンボジアの孤児院や学校を訪問するツアーを開催、14名が参加しました。

その他にも、老人養護施設への訪問や、海岸・公園の清掃活動など、社員が積極的にボランティアに参加できるような機会を設けています。2010年度、海外におけるボランティア参加人数は、543名となりました。



老人養護施設でのボランティア活動(上)
孤児院でのボランティア活動(左)

一人でも多くのお客さまにご利用いただくために

出店地域の拡大

ワタミインターナショナルでは、「現地の経済の発展に貢献すること」「その地域のお客さまに楽しんでいただけるお店づくり」を基本的な考えとし、出店地域を拡大すべく、現地提携企業の開拓を進めています。2011年度はマレーシアに新規出店を果たし、2012年度にはフィリピンでの居食屋「和民」1号店出店を予定しています。今後の進出候補地域としては、韓国、タイを検討しています。



()は店舗数(2011年8月末現在)

トピックス

居食屋「和民」マレーシア1号店をオープン

ワタミインターナショナルとフランチャイズ契約を締結し、マレーシアで居食屋「和民」の開発権を有するチャスウッド社(本社:マレーシア)は、2011年8月、マレーシアの首都で最大の都市であるクアラルンプールに居食屋「和民」マレーシア1号店をオープンしました。1号店の出店エリアはクアラルンプールにおいて最大の商業集積地であるプキピントン、同地域のNo.1ショッピングモールである「パビリオン」の4階です。

※チャスウッド社は、ワタミインターナショナルとの間でマレーシアにおける居食屋「和民」の開発契約を2010年7月に締結しており、2016年までに同地域に10店舗の出店を計画しています。



居食屋「和民」マレーシア パビリオン店

1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



ワタミ株式会社 取締役兼
ワタミの介護株式会社
代表取締役社長
清水 邦晃

親を思う気持ちをカタチにする

2010年度は、ワタミマン・カメ吉・ユメ子が誕生した年として記憶されることになるかもしれません。また、初の試みとなるカジノキャラバンや、食を通しての思い出を語っていただいた小冊子「思い出レシピ」もカタチにすることができました。もちろん、4大ゼロをはじめ認知症ケアの充実や、栄養ムースなどの低栄養対策にも取り組んでまいりました。

2011年度は「親を思う気持ちをカタチにする」をスローガンに、「一人でも多くの」にこだわった取り組みを推進します。食事が充実したデイサービスをオープンし、より多くの方に入居いただけるよう低価格の介護施設も本格的に稼働しました。一般の方にも呼びかけ、親について考えるきっかけの提供として「親孝行川柳キャンペーン」も継続してまいります。

安全・安心の上の一つずつ親を思う気持ちを積み上げ、ご入居者様・ご利用者様に「明日が来るのが楽しみ」と言っていただける介護施設、サービスづくりを目指してまいります。

ご入居者様、ご家族様からご意見をいただく仕組み

ご入居者様、ご家族様満足度の向上を目指して

ワタミの介護では、ご入居者様、ご家族様の満足度向上を目指し、毎月ご入居者様のご家族様にアンケートを行い、各介護施設にもアンケートハガキを設置し、ご意見・ご感想をいただいています。ハガキの「評価5段階」のうち、「良い評価としている『5』『4』が100%、最も低い評価『1』を0件にすること」を目標にしています。2010年度は合計2,766件のご意見をいただき、年間の満足度は、目標の「100% 0件」に対して「85.5% 11件」となりました。

また、2009年4月からは、介護施設の運営サービスに関する、ご入居者様・ご家族様からの様々なご相談・ご要望を承れるよう「お客さま相談窓口」を設置、月間約15件のお問い合わせをいただいています。



ご入居者様に合わせたお食事を提供しています。

ポークソテー：通常食

ポークソテー：ソフト食

ポークソテー：軟菜食

ご自分らしい暮らしをしていただくためのサポート

4大ゼロへの取り組み

ワタミの介護では、ご入居者様の自立支援に力を入れ、「おむつゼロ、特殊浴ゼロ、経管食ゼロ、車椅子ゼロ」を目指す4大ゼロに取り組んでいます。2010年度は、スキルアップ研修を実施し、動作分解したフローチャートを活用、よりその方の実情を把握して改善ができるようにしました。

今後は、事例発表会や事例検討会の実施、ご入居者様の援助や使用する機具類などの視点から必要な対応を明らかにすること、また、取り組みを確実にノウハウとして蓄積し、他の介護施設へ展開ができる状態にすることを目指しています。

■2010年度の実績



ご入居者様が元気になる介護施設を目指して

認知症ケアへの科学的アプローチの強化

ワタミの介護では、2008年より、認知症ケアへの取り組み強化プロジェクトを開始しています。

2010年度は、すべての介護施設を対象に認知症勉強会を実施しました。認知症が脳の障害であるという前提に立ち、脳の基本的な仕組みや認知症の場合の脳の機能障害について、研修を実施しました。

また、FASTという認知症の進行度を測る指標を用い、度合い別の対応方法についてすべての介護施設で共有、展開しました。

今後は、福祉先進国であるスウェーデンの介護事業の教育スタッフを招致し、現地で実施されている認知症ケアに関する研修を実施すること、スウェーデンでの現地研修を実施することを目指しています。

「食」へのこだわり

栄養補助食品の開発・導入

ワタミの介護では、「すべての方の、すべての食事がおいしいこと」を実践するため、食欲が低下した方への低栄養対策として、栄養ムースなどを開発し、栄養補助食品として提供しています。

2010年下期からは、より一層、お一人おひとりに目を向けた栄養改善を行うため、対象者の選定から、ご入居者様に合わせた補助食品の決定、毎月の状態変化の把握・検証を行っています。また、新たにソフト食にもエネルギーアップのメニューを導入し、摂食・嚥下機能が低下した方でも必要とされる栄養量が十分充足できるよう、特にエネルギー・たんぱく質に配慮した献立を充実させています。

2011年度は、食事療法を必要とするご入所者様の嗜好や食欲に応じた個別献立の追求、安全で見た目もよく、おいしい嚥下食として、栄養面にも配慮した軟らかい食形態を開発していきます。

楽しい時間をお過ごしいただくために

アクティビティ・イベントの充実

ご入居者様同士、ご家族様やお友達と一緒に楽しい時間を過ごしていただけるよう、介護施設では、アクティビティ・イベントの充実を図っています。平日5クラス・土日2クラス以上開催されるアクティビティを通じて、ご入居者様の生き甲斐づくりや日々の楽しみのきっかけづくり、機能訓練にもなるようそれぞれの介護施設で知恵を絞っています。

2010年度は、初の試みとして「カジノキャラバン」を行いました。本格的なゲームを用いたレクリエーションとして好評を得ることができました。（射幸心などには充分配慮して行っています。）

実施したアクティビティは、実施状況をはじめとして満足度などの評価を把握することで、今後の満足度向上・質の向上などにつなげています。

今後は、日々アクティビティの内容について、機能訓練に焦点を当てメニュー開発を行います。各介護施設に1名ずつアクティビティ担当を置きイベントやアクティビティ活動の充実を図ります。



「カジノキャラバン」の様子

トピックス

ワタミの介護オリジナルキャラクター「ワタミマン」「カメ吉」「ユメ子」が誕生

ワタミの介護のオリジナルキャラクターとして、「ワタミマン」「カメ吉」「ユメ子」が誕生しました。

「ワタミ星」からきたこの3人は、「愛の力で世界を救う」というコンセプトのもと、ご入居者様にたくさんの愛と幸せを届けます。キャラクターの企画とデザインは、ベストセラー作家の浅見帆子様によるものです。2010年の11月より、親善大使とキャラクターの4人ですべての介護施設を巡回し、ダンスあり、寸劇あり、笑いありの内容で、たくさんのご入居者様とふれあってきました。今後も定期的にすべての介護施設を巡回し、ご入居者様に笑顔をお届けする予定です。

(C)Hohoko-style 左からユメ子、ワタミマン、カメ吉

一人でも多くの高齢者の方にご利用いただくために

過去最高の年間14棟の新棟オープン

ワタミの介護では、2010年度、過去最高の14棟を新たに開設し、介護施設数は累計61棟となりました。

2011年度は、20棟の開設を予定しています。新規エリアとなる大阪府、愛知県、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、広島県での開設を予定しています。

出会いとふれあいの空間の提供

デイサービススタート

ワタミの介護は、2011年9月、神奈川県相模原市にデイサービスを新規開設しました。ワタミの介護のデイサービス(名称:ハッピーデイズ)では「ご自宅で食事をつくるには手間がかかる」、でも「なかなか外食に行くのも大変」、そんな高齢者の方に、ワクワクしながら通っていただき、食事を通してコミュニケーションをとっていただけるような時間と空間を提供します。



ハッピーデイズ外観

トピックス

「思い出レシピ」を5月8日(母の日)に発行

ワタミの介護では、ご入居者様の思い出を何かのカタチに残したい、そして大切な人へ思いを届けていただければ、との願いをこめて、「思い出レシピ」と題した小冊子を発行しました。ご入居者様の大切な思い出エピソードをレシピとともに集めた記憶の記録です。

2010年6月から8月まで、ご入居者様・ご家族様へ公募を行ったところ、246のご応募をいただきました。その中から29レシピを掲載しました。

今後は年に1度、この「思い出レシピ」を発行していく予定です。



レシピをご提供いただいたご入居者様とご家族様

トピックス

「親孝行川柳」キャンペーン

「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」と言われるホームにする”を介護施設の運営基準にしているワタミの介護では、2011年4月から親孝行の気持ちをコトバにのせた「親孝行川柳」キャンペーンに取り組んでいます。ご応募いただいた作品は川柳家の尾藤一泉様とやすみりえ様の2名の選者により厳選の上、ラジオ番組やワタミの介護の広告紙面・WEBサイトで、毎月発表しています。

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



ワタミ株式会社 取締役
兼
ワタミタクショク株式会社
代表取締役社長
吉田 光宏

一人でも多くの高齢者の方との出会いを求めて

2010年度は、お弁当の商品リニューアルを行ったほか、関西エリアでの営業を開始しました。関東・関西で年度計36カ所の拠点開設を行い、年度末には九州・関東・関西合わせて146拠点体制となりました。

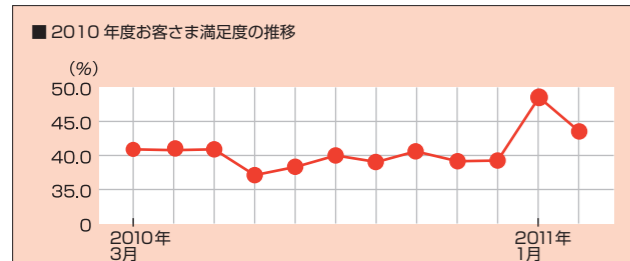
2011年度は、新商品「まごころ万菜」の開発・投入により、お弁当の商品ラインナップを拡充し、高齢者の方々のより幅広いニーズに対応いたします。また営業面では前年までに培った拠点開設ノウハウを活かして計80拠点を開設いたします。展開エリアは関西エリアをさらに拡充するほか東海、中国、四国、上信越エリアにも順次展開を進めてまいります。展開エリアでは、「まごころスタッフ」を通じた地域密着営業を推進し、地域の方に本当に必要とされ、愛される存在となれるよう、商品・サービスの一層のレベル向上に努めてまいります。東日本大震災の影響で一時的に閉鎖していた仙台市への展開も9月から開始いたします。

お客さまからご意見をいただく仕組み

お客さま満足度の向上を目指して

ワタミタクショクでは、お客さまのご意見やご感想をいただく仕組みとして、2008年よりハガキ(毎月「まごころスタッフ」がお届けしている「食卓のひろば」に掲載)による「お客さまアンケート」を開始しています。

2010年度は、10,088件のご意見をいただきました。お客さまからいただいたご意見・ご感想は、全社で共有するとともに、献立やお届け方法の改善など、その内容ごとに担当者にフィードバックされ、改善に努めています。



ワタミタクショクの事業展開

地域密着営業の推進

ワタミタクショクでは、健康に配慮した日替わりのお弁当・お惣菜を「まごころスタッフ」が1軒1軒、手渡しでお届けしています。お弁当・お惣菜は旬の食材や季節メニューを積極的に取り入れることで、季節に触れるなどの“きっかけ”となるべく配慮しています。

「お届け」は、お客さまと同じ地域に住む方を中心とした「まごころスタッフ」に業務を委託し、「手渡し」を基本としています。直接手渡しをすることで、お客さまとのふれあいやコミュニケーションを生み出すことにつながります。

毎日の食事にお困りの高齢者の方にお食事をお届けする一方で、まだまだ働きたいとお考えの元気な高齢者の方にも私たちの事業に参画していただき、一緒に高齢者の方を支えていきたいと考えています。

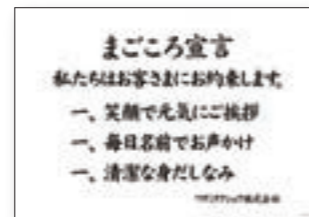
お客さまとお約束

まごころ宣言の浸透

ワタミタクショクは、「笑顔で元気に挨拶」「毎日名前でお声かけ」「清潔な身だしなみ」の3つをまごころスタッフとお客さまとの最低限のお約束とし、「まごころ宣言パネル」として各営業所、部署に掲げています。

「まごころ宣言」として、お客さまに対する基本的な行動を徹底することを通じてお客さまに寄り添い、ワタミタクショクを「地域コミュニティの役割」へと発展させることを目指します。

ワタミタクショクの存在が「地域コミュニティ」に不可欠な存在となれるよう努力を続け、元気に幸せに満ちた高齢社会を実現したいと思えます。



「まごころ宣言」

お客さまとのコミュニケーション

営業所を起点とした地域に根ざした活動

ワタミタクショクは、日々の生活に不安・孤独・不便を感じている高齢者の方のための「地域コミュニティ」での役割を果たすため、地域に根ざした活動をそれぞれの営業所ごとに行っています。

●事例のご紹介

東京都・昭島営業所では、お客さまに季節を感じていただく“きっかけづくり”として、独自に作成した「季節カード」をお客さまにお届けしました。

また、3月には、お客さまからひな祭りの思い出やイラストを募集してカードを作成し、お客さまへお届けしました。



季節カード

お客さまとのコミュニケーション

「お弁当のふた」イラストコンクールを実施

1人でも多くの方に、ワタミタクショクに関わっていただきたい、お客さまの自慢のイラストによって、食卓がより楽しい場になれば…という思いから始まった企画です。

2010年度は応募総数560作品にもおよぶ力作が、コメントとともに寄せられました。その中から、10名の方の作品を「ふたイラスト」に選ばせていただきました。2011年1月よりイラストが描かれたお弁当箱でお届けしています。

この企画は毎年恒例イベントとして進めていきます。



お弁当箱に使用させていただいたイラストの例

一人でも多くのお客さまにご利用いただくために～都心部でのサービス展開～

自転車での宅配スタート

ワタミタクショクの「思い」に共感していただいたパナソニックサイクルテック株式会社様のご協力のもと、ワタミタクショクは、2010年度より電動アシスト自転車での宅配を開始しました。

従来お弁当のお届けには自動車を使用していますが、電動アシスト自転車の導入は、都心部でのサービス展開において問題となっていた交通渋滞、駐車スペースの確保が困難という課題を解決し、同時に環境面でもCO₂排出量の抑制を可能としました。



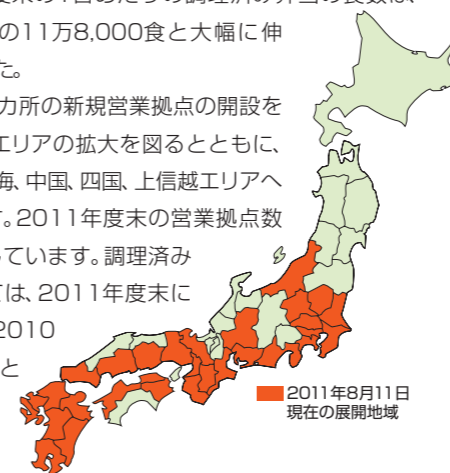
電動アシスト自転車

一人でも多くのお客さまにご利用いただくために

新規エリアへの展開

2010年度は、関西エリアへ進出、関東20カ所、関西16カ所の36カ所の新規営業拠点を開設しました。累計拠点数は146カ所となり、2010年度末の1日あたりの調理済み弁当の食数は、2009年度比約2倍の11万8,000食と大幅に伸ばすことができました。

2011年度は、80カ所の新規営業拠点の開設を計画しており、関西エリアの拡大を図るとともに、新規エリアとなる東海、中国、四国、上信越エリアへ展開を進めています。2011年度末の営業拠点数は226カ所を計画しています。調理済み弁当の食数においては、2011年度末には19万4,000食と2010年度末より約1.6倍となる予定です。



2011年8月11日現在の展開地域

トピックス

新商品の開発

●「まごころ万菜」

ワタミタクショクでは、2010年度、約5,000名のお客さまを対象に、味付け・ボリューム・栄養意識など15項目にわたるアンケート調査を行いました。その結果、たんぱく質やミネラルなどの栄養成分を積極的に摂取していきたいとの意見を多数いただきました。

このアンケート結果を考慮し、「摂る健康」をテーマに、活動的な方が栄養成分を積極的に摂取し、健康でいられることを目的として2011年度に新商品「まごころ万菜」を開発しました。「まごころ万菜」の商品化にあたっては、ワタミの商品開発力、食材調達力を利用して、1,000種類以上のお惣菜を開発しました。



●「らくシェフ」

ワタミタクショクではこれまで、九州・山口地区において、カット済み食材、オリジナル調味料とレシピ冊子を一緒にお届けする「キットベンリ」を販売してきました。2011年度はお子様も成長し、子育てがひと段落された中高年世帯の夕食のニーズに応えることを狙った「らくシェフ」を開発。5月より販売をスタートしています。

「らくシェフ」は、中高年層の嗜好とニーズに合わせて野菜を多く使用しており、健康に配慮した献立となっています。



でき上がりイメージ
一食で成人の理想的野菜摂取量の半分が摂れるヘルシーメニュー

MD事業：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 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

品を安価で提供すること の幸せに貢献する



ワタミ株式会社 取締役 兼
ワタミ手づくり
マーチャライジング株式会社
代表取締役社長
門司 実

ワタミファームとワタミ手づくりマーチャライジングの一体運営で農業の黒字化と、グループ全体の「品質向上」と「原価低減」を強化

2010年11月より“ワタミファーム”と“ワタミ手づくりマーチャライジング”は一体

運営になりました。一次産業と二次産業を有機的に融合することで、農業部門の黒字化とMD事業の品質向上・原価低減を目指します。2011年度は、その取り組みをさらに深化させる重要な年度だと位置づけています。その象徴的な戦略が「フルアソート体制（規格外の作物の活用をすること）」であり、ワタミファームの野菜の使用率を高め、ワタミ手づくりマーチャライジングでは新しいメニュー開発や効率の良い生産体制で原価低減に結びつけたいと考えています。その一環として、2011年7月には「ワタミファーム北総集荷センター」を開設しました。集荷センターは、野菜とともに人や情報を一カ所に集約することで品質向上とコスト削減をはかり、新たな雇用を創出することで地域社会に貢献しようというものです。MD事業の核になる手づくり厨房は、2010年11月の「丹波センター」に続いて2011年9月には「東松山センター」を開設。2012年には「中京センター」の開設を予定、ワタミタクシヨクの全国展開に対応してまいります。生命をなくす「食」のつくり手として、今年度も「生産者の思い」、「品質管理」、「製造」、「物流」のすべてにこだわり、何よりも安全・安心を最優先とし、さらなるお客さま満足の向上を追求し続けていきます。

ワタミ手づくりマーチャライジング株式会社と株式会社ワタミファームの合併

2011年3月、ワタミ手づくりマーチャライジング株式会社(WTMD)と、株式会社ワタミファームが合併し、農産物・肥料・農業資材の販売、肥料・農業資材の製造を、マーチャライジングに精通したWTMD主導で行うこととなりました。

農産物の卸売・外販・宅配等の農業関連事業の取り組みを強化するため、製造・仕入部門と一体で運営・管理を行い、ワタミグループにおける1次産業、2次産業の成長・拡大を図ることが目的です。

一次産業と二次産業の融合 ～事業モデルの強化～

芋焼酎「白杵 夢見心地」の誕生

2010年4月に開設したワタミファーム白杵(うすき)農場は、大分県白杵市野津地区にあり、約7haで展開しています。この地区は、元来さつま芋の産地として定評があります。

ワタミグループの6次産業モデルをこの大分にも展開させるために、白杵農場の開設準備期間中から構想にあった、さつま芋を原料とした芋焼酎の生産を、地元の酒造メーカー様にご協力いただき実現させました。焼酎はWTMDによってワタミグループの外食店舗へ供給されました。



白杵 夢見心地



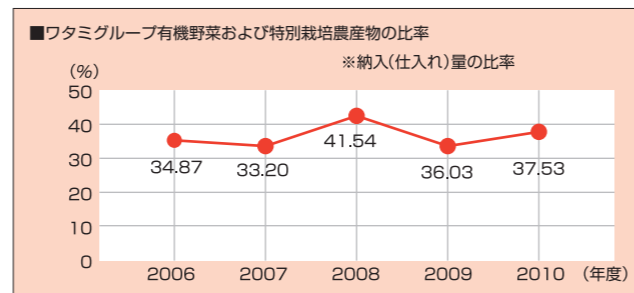
ワタミファーム白杵農場のさつま芋

一次産業と二次産業の融合 ～より安全・安心な商品の供給～

有機野菜の積極的活用

ワタミグループでは、お客さまに安全・安心をお届けするため、ワタミファームで生産された旬の有機野菜を積極的に仕入・加工し、外食店舗の商品、介護施設でのお食事、高齢者向け宅配のお弁当・お惣菜、おせち料理など様々な商品に展開しています。この取り組みにより、ワタミファームの生産性やワタミ手づくり厨房稼働率が向上し、より安全・安心な商品の供給体制の強化につながっています。

2010年度は、フルアソート体制を構築し、ワタミファームの圃場出荷率を向上すべく、規格外野菜も積極的に使用しました。これらは、ワタミグループの外食店舗で提供する前菜や、ワタミタクシヨクのお弁当・お惣菜に使用されました。



※特別栽培農産物とは、農業または、化学肥料を使わない、あるいは使用量が5割以下に削減された農産物です。また、有機野菜と同じ栽培方法であっても、有機JAS認定を受けていない圃場で栽培された農産物も含まれます。

一次産業と二次産業の融合 ～有機野菜を知っていただくために～

農場体験ツアー開催

WTMDは有機農業の啓蒙活動として「ワタミファーム農場体験ツアー」を主催しています。ワタミファーム山武農場で実施される体験ツアーでは、収穫体験に加え、有機農法に関する講話やとれたての有機野菜をふんだんに使用したランチの試食などを行っています。2010年度は、196名のお客さまにツアーへご参加いただきました。



ワタミファーム農場体験ツアーの様子

MD事業

食材の安全・安心

品質へのこだわり

WTMD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)された食材だけを使用しています。この品質基本方針のもと、残留農薬検査(毎月5つの食材をピックアップし、286の農薬成分について調べる)など品質検査の結果はもちろん、原材料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。また、添加物の削減にも継続して取り組んでいます。

2011年4月からは、ワタミファームの農場から出荷される野菜および土壌サンプルの、外部検査機関による定期的な放射能検査を実施しています。また、ワタミ手づくり厨房では、放射線測定器利用による青果物の日常的な検査を実施しています。

食中毒菌を持ち込まない!

製造における衛生管理

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材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。2010年度は、高齢者向け宅配事業専用工場、給食製造の厨房においても衛生点検を実施しました。



ムダのない製造 ～ワタミ独自の生産方式・問題解決の確立～

WPIの推進

ワタミ手づくり厨房では、「あらゆるムダを徹底的に排除して、総原価低減を図る」ことを目的に、独自の「多品種・少量生産体制」において、継続的に製造ライン(レイアウト)、従業員の移動歩数など、すべての製造工程を見直す取り組み(WPI:Watami Product Innovation)を実施しています。

この取り組み結果は毎月開示され、改善事例を共有、水平展開することで、より効率的な製造が実現されています。さらに年一度、WPI改善事例発表会が行われ、優れた改善事例を表彰しています。

今後は高齢者向け宅配事業専用工場へもこの取り組みを展開し、すべてのワタミ手づくり厨房で活用していきます。

保存料ゼロ!

「保存料」が不要な当日製造・当日配送

WTMD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(一部食材を除く)のうちに、温度管理された配送車で各外食店舗・介護施設・高齢者向け宅配事業の営業拠点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。

外食店舗、介護施設の安全・安心

調理の安全性向上の仕組み

WTMD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、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、微生物検査など47項目に渡って実施され、外食店舗や介護施設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」となった外食店舗や介護施設は、衛生センターのスタッフによる改善指導と「再検査」を行っています。

2010年度は、ノロウイルスによる食中毒対策として、個人衛生に関する内容を強化。これまでの手洗いの励行に加え、手洗い場の整備を点検項目に追加しました。

2010年度は、1,360回の衛生検査を実施し、平均点は83.5点(2009年度82.3点、プラス1.2点)でした。

病院・学校・保育園でもこだわりを

給食事業の展開

WTMDでは、病院、学校、保育園における給食業務の委託を受け、カロリー、塩分などの栄養管理やアレルギー、離乳食にも対応したお食事を提供しています。

ワタミの「食」へのこだわりと共に共感いただいたクライアント様とともに、子どもたちの健やかな成長や、患者様の健康に配慮し、安全・安心な「食」の提供に努めています。

2010年度は、栄養管理ノウハウを蓄積し、新たに保育園1施設から業務委託を受けました。

MD事業：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 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

品を安価で提供すること の幸せに貢献する



マザーセンター稼働

ワタミ手づくり厨房「東松山センター」の開設

WTMDは、関東地方の高齢者向け宅配事業専用工場として、2011年9月、埼玉県比企郡滑川町にてワタミ手づくり厨房「東松山センター」を開設しました。高齢者向け宅配事業の全国展開に対応するため、「マザーセンター（人材の育成、最適な製造方法の検証を行う基幹センター）」として稼働し、2011年度は1日あたり2万6千食、2012年度は1日当たり6万食の製造を目指しています。



ワタミ手づくり厨房 東松山センターイメージ

家族への職場公開

「ワタミ手づくり厨房子ども見学会」の実施

WTMDでは、2007年度からワタミグループの社員の家族（お子さま）を対象にした「ワタミ手づくり厨房子ども見学会」を実施しています。

2010年度は相模原センターに16名のお子さまをお招きして、お父さんやお母さんが働いている職場を見学していただき、食の大切さを知っていただくとともに、ワタミの食に対する安全性の取り組みやこだわりを体験していただきました。

今後は、地域社会とのコミュニケーションの一環として、近隣の小学校や自治会などにも活動範囲を広げていきたいと考えています。



相模原センターにおける「ワタミ手づくり厨房子ども見学会」の様子

農業

有機農業の推進

ワタミ式生産方式の確立を目指して

ワタミファームでは経営の根幹である畑作事業のシステム化を進めています。創業以来、全国の各農場において、圃場ごとに日々の業務実績を記帳し、データ化を実施してきました。このデータを活用しワタミ式生産方式を確立させようと日々取り組んでいます。完成した生産方式は外部へも流通させ、結果として農業界が少しでも活性化することを目指しています。

また、2010年11月にはMD事業と農業との組織統合を行いました。その効果としてワタミファームの主力作物である大根・人参におけるフルアソート規格を設けて出荷歩留まりを向上させました。グループ内の有機野菜および特別栽培農産物比率が向上し、安全・安心な食の提供に貢献することができました。

ワタミファームの事業展開

有機農業を軸とした事業展開

ワタミファームでは2002年に畑作事業を千葉県山武農場で開始しました。2004年には酪農・養鶏・乳製品加工事業を北海道の瀬棚農場にて、2006年には畜産事業を北海道の弟子屈牧場にて、2007年には育苗事業を千葉県の佐原農場にて開始しました。

今後は各地域に根ざした有機農業を進め、少しでも多くの農産物と加工品を供給することで社会に貢献していきます。

事業名	内容
畑作事業	北海道から九州まで、全国各地域においてリレー栽培を実施しています。周年での有機農産物の安定供給を目指しています。
鶏卵事業	「ボリスブラウン」と「ごとうもみじ」2種類の鶏を計約1,600羽、平飼いで飼育しています。国内初の有機JAS認証を取得しました。
乳製品加工事業	チーズ・アイスクリーム・バターを生産しています。瀬棚農場内で生産された生乳と鶏卵を主原料にしています。鶏卵同様国内で初めてJAS認証を取得しました。
畜産事業	約240haの広大な土地で「短角和牛」「褐毛和牛」を中心に飼育しています。
育苗事業	有機JASに即した生産管理をしています。生産した苗は、自社農場や契約生産者様、ロイヤルホームセンター様へ供給しています。

有機農業を世の中に広めるために

外部販売の強化

各農場や牧場で生産された農産物や加工品は、ワタミグループの外食店舗、介護施設、高齢者向け宅配事業のお弁当・お惣菜への供給だけではなく一般の量販店や小売店・生協等へも積極的に販売を進めています。

また、昨今のガーデニングブームを受けて2010年からは有機JASに適合した野菜苗を、さらに2011年からはワタミファーム肥料をブレンドした「育苗用培土」の販売をロイヤルホームセンター様にて開始しました。



安全な「食」の提供

畜産事業での取り組み

2006年に北海道川上郡南弟子屈町に設立されたワタミファーム弟子屈牧場は、面積約240haあまりの広大な敷地において、肉牛を中心に現在550頭ほどの飼育を行っています。

自社繁殖・自社飼育を行い、出荷に至るまでの間は細かく決められた自社基準プログラムに基づき育成しています。牧草や飼料なども、基本的に自社敷地内や契約先で栽培されたものを与え、育成期間によっては牛舎飼育ではなく、完全放牧できる環境づくりを行っています。



ワタミファーム 弟子屈牧場

消費者とともに

鶏卵事業での取り組み

「安全・安心を生産者だけにまかせるのではなく、消費者自らが経営に参加した方が安全な鶏卵をより安定的に確保できるはず」という消費者団体の思いを受けて、2010年から生産管理の委託（外部企業様に購入していただいた鶏を、ワタミファーム瀬棚農場にて飼育する）を受けております。生産と消費者の新しい関係を構築すべく今後もより協力して進めていきます。

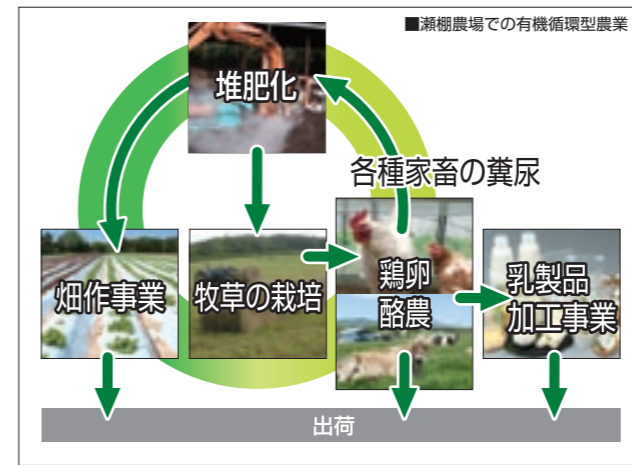
持続可能な地域社会の創造を目指して

有機循環型農業経営のモデル

ワタミファーム瀬棚農場では「有機循環型農業経営モデル」が確立しています。

養鶏と酪農事業で排出された家畜の糞尿を堆肥化し、圃場や草地に投入して土づくりを行っています。そこで収穫された野菜や牧草を鶏や牛に与えます。そして、鶏や牛から生産された鶏卵や生乳を主原料にアイスクリームやチーズを生産します。

この循環型モデルを構築したことで、瀬棚地区は安定した経営を持続しています。



より地域に根ざして

企業様と地産地消の取り組み

ワタミファーム山武農場では2010年度1年間を通じて、地元千葉県のお菓子メーカーである株式会社オランダ家様と落花生の共同栽培を実施しました。オランダ家様は地産地消を重視されており地元食材を積極的に原料に使用されています。

ワタミファームからは有機農業を実施している意図や農業界の実体、栽培や土づくりについてお伝えし、オランダ家様からは地産地消へのこだわりについて学ばせていただきました。収穫された落花生はお菓子の原料に使用していただきました。

より地域に根ざして

グランドマザーファクトリーの開設

2011年3月、北海道九遠郡せたな町に「ワタミファーム瀬棚グランドマザーファクトリー」を開設しました。ここではワタミグループ外食店舗で提供されている「パンアイス」を製造しています。

「グランドマザーファクトリー」は「高齢者や障がいのある方が作業を行うことができる、持続的な運営が可能な工場を創造し地域社会に貢献すること」をコンセプトにしています。

単純工程の加工品の開発、既存工程の改善を行い雇用の拡大を目指します。



グランドマザーファクトリーでの作業の様子

外食店舗で提供しているパンアイス

地域社会への貢献を目指して

ワタミファーム北総集荷センターの開設

2011年7月、千葉県富里市に「ワタミファーム北総集荷センター」を開設しました。ワタミファーム直営農場はもちろん千葉県北総地域の生産者様の農産物を集荷し販売しています。この集荷センターに農産物を集荷し、人や情報、サービスなどを1か所に集約させることで、品質向上、物流をはじめとしたコストの削減、新たな雇用の創出をはかり、地域社会に貢献することを目指していきます。



ワタミファーム 北総集荷センター

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



ワタエコロジー株式会社
代表取締役社長
清水 利重

循環型社会創造企業を目指して

2010年度は「環境貢献」の輪を広げるために、環境負荷低減ができる商品やサービスの提供に努めてきました。試行錯誤の繰り返しではありましたが、廃棄物管理サービスの提供とリサイクルループの拡大、食器洗浄機節水システムの導入により、「環境貢献」というグループのブランドテーマに大きく寄与することができました。

2011年度は、今までの取り組みに更に磨きをかけて、品質・納期・コストにおける取り組みを強化し、お客さまの満足度向上を追求し続けています。より多くのお客さまの環境意識が高まるための新たな環境負荷低減ができる商品やサービスを開発・提供し、循環型社会を構築していくための努力を継続していきます。

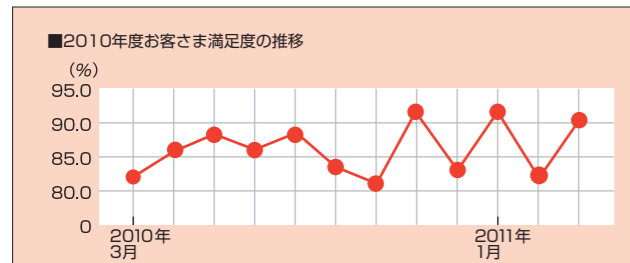
お客さまのご意見をいただく仕組み

お客さま満足度の向上を目指して

ワタエコロジーでは、より質の高いサービスを目指し、「定期清掃メンテナンス」の作業終了後や「サポートサービス」での修理完了後、お客さまアンケートを配布し、「週間満足度80%以上」を目標に評価を伺っています。そこで、ご満足いただけなかった場合は、その原因と対策について確認し、協力会社様と共有、改善を水平展開しています。

■定期清掃メンテナンスとサポートサービス

施設清掃の活動では、施設の快適な空間づくりに取り組んでいます。サポートサービスでは、設備機器のトラブルなどを24時間365日体制でサポートし対応しています。修理ごとに施設様で評価していただくお客さまアンケートでは、「最も良い評価を80%以上、指摘・クレーム0件」を目標としています。



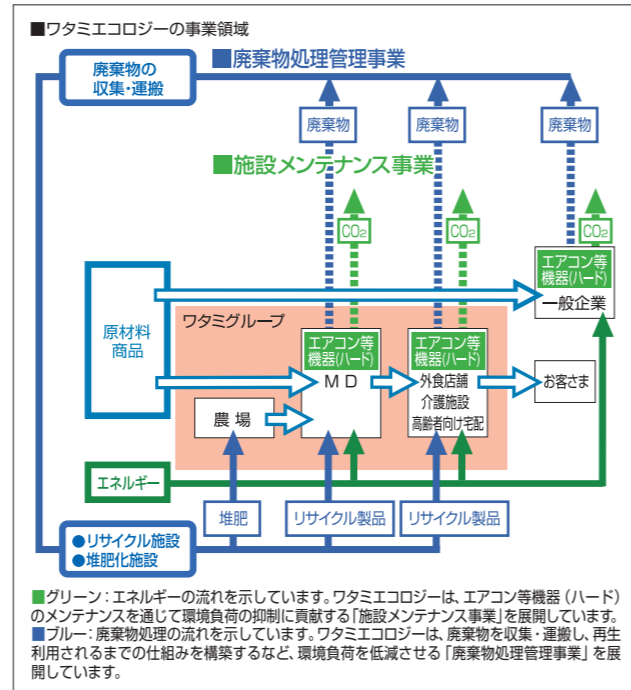
ワタエコロジーの事業展開

環境負荷低減の事業展開

ワタエコロジーでは、「様々な施設の環境負荷低減を主軸とした事業」を構築、展開しています。

外食店舗やアミューズメント施設・介護施設など、約1,700カ所のメンテナンスを通じて、エアコン等機器（ハード）の寿命延長や、省エネ化・省資源化、CO₂排出量の抑制など、環境負荷の抑制に有効な保全活動を展開しており、2010年度は29,000件の依頼に対応しました。（施設メンテナンス事業）

また、グループでの廃棄物処理管理で得たノウハウの提供と廃棄物回収の共同物流化を推進することで、生ゴミリサイクル他、3R[Reduce(発生抑制)]「Reuse(再利用)」「Recycle(再生)」推進のサポートを行うなど、ソフト面からも施設の環境負荷低減に取り組んでいます。（廃棄物処理管理事業）



環境負荷低減の施設メンテナンス

エアコン洗浄

ワタエコロジーの主要サービスのひとつが「施設メンテナンス」です。特に環境負荷低減にインパクトがあるサービスがエアコン洗浄です。エアコンは「冷媒ガス」の液化・気化による熱交換を利用した冷却装置です。「フィン」という細かなアルミ板の組み合わせで表面積を最大限に取るように設定された部分を空気が通過することで、効率的な熱交換が行われますが、その部分に汚れが堆積すると熱交換機能も低下し消費電力も増加します。一例では洗浄前後で30%の消費電力差が見込まれるとされています。

ワタエコロジーではエアコンを効率よくご利用いただき、かつ電気料金削減に大きな効果がある「空調機分解フィン洗浄作業」を施設メンテナンス事業のサービスとして、積極的に外部企業様への営業活動を推進しています。

環境負荷低減の廃棄物処理管理

廃棄物の適正管理

ワタエコロジーのもう一つの主要サービスが「廃棄物処理管理」です。外食店舗や介護施設から排出される廃棄物の収集・運搬・処分については、様々な法律上の制約があり、無認可作業や不法投棄などの不正があれば排出事業者が罰則の対象となります。

ワタエコロジーでは、コンプライアンス順守での廃棄物処理が行われているかを、厳重にチェックし、適正価格かつ安全で安心なスキームが運営されるようお取引業者様との強固な関係を構築して「廃棄物処理管理」というサービスを確立しています。

リサイクル率の向上を目指して

リサイクルループの推進

外食業界では、食品リサイクル法に基づき、企業ごとにリサイクル率の向上に取り組んでいます。しかしながら、業界目標40%に対して、現状は22%に留まっています（2007年度、農林水産省）。

ワタミグループでは、ワタエコロジーを推進役として、自社のみならず業界としてのリサイクル率の向上促進のため、企業連携を含めたリサイクルループの構築を推進してきました。そして2010年5月、国内大手居酒屋チェーンとして初めて、環境省・農林水産省から「再生利用計画事業（リサイクルループ）」の認証を得ることができました。（※1）

2010年6月より、東京都渋谷・品川・大田区エリアのワタミグループの外食店舗を中心に、合計70店舗（※2）で、生ゴミのリサイクルを実施しています。ワタミファームを活用することにより、安定したループ

これまで、このサービス対象はグループ会社と一部の外部企業様に限られていましたが、全国規模での管理体制を整備し、2010年度から積極的に外部企業様への営業を開始しました。そして、2010年10月より、その第1号として北関東地区の中華チェーン様へのサービスをスタートさせました。

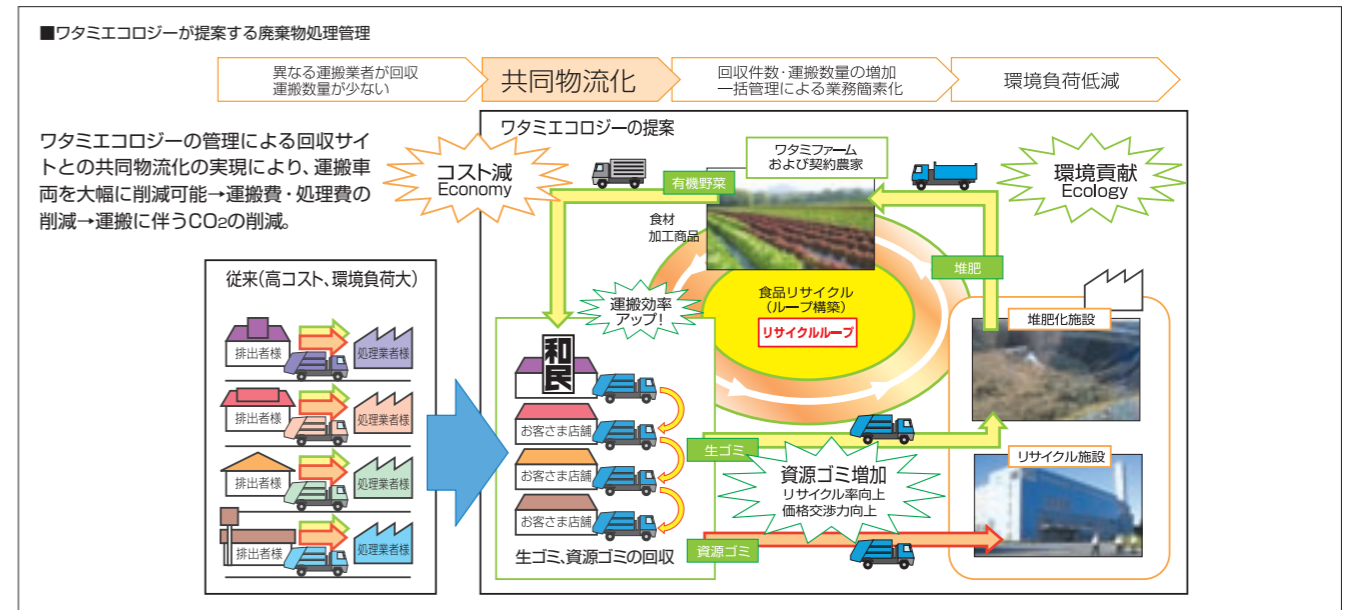
現在、外食チェーン業界以外へもアプローチを開始し、2011年度は、380カ所の排出事業場（廃棄物発生現場）の管理を目標としています。この活動は、地域全体の環境負荷低減に寄与することにつながります。

の構築が可能となっています。

また、収集運搬に関しては、日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社様（KFC様）、株式会社グリーンハウスフーズ様（GHF様）の参加が得られたことで効率化されました。

2011年3月には、新たに38店舗（※3）が加わり、計108店舗においてリサイクルを実施しています。2011年度末には、外部企業様を含め、合計129店舗になる計画です。

（※1）リサイクルループ（再生利用事業計画認定制度）
農畜水産物等の利用までを含めた計画的な食品循環資源の再生利用の取り組みを主務大臣が認定することにより、再生利用の促進に関わる関係者の連携を推進するとともに、認定事業者による的確な再生利用の実施、廃棄物処理法の許可手続等の簡素化による効率的な再生利用の実施を確保する。制度上、食品関連事業者、特定肥料等製造業者、特定肥料等の利用者の三者で申請することとなっている。
（※2）リサイクルループの参加店舗 WFS55店舗 KFC様10店舗 GHF様5店舗
（※3）WFS34店舗 GHF様4店舗



ゼロエミッションへの熱い思いは変えず

リサイクルセンターの発展的解消

ゼロエミッションを目指し、2002年にワタミリサイクルセンターは設立されました。設立後、社会的にリサイクル普及したため受け入れ業者様も多くなり、ワタミが単独でセンターを運営する必要性が低下、2010年9月、その役割を終え廃止されました。

現在は、ワタエコロジーを中心としてお取引業者様のネットワークを活用することにより効率的、かつローコストでリサイクルを推進できるようになりました。このようにワタエコロジーは、循環型社会の創造に寄与していきたいと考えています。