



業態のブラッシュアップとさらなる拡大

2011年度、和民においては、これまでのポジショニングを明確にした上で、業態のブラッシュアップを実施。65店舗の大改装と、新商圏となる山形、富山、沖縄への進出を果たしました。2012年度は、和民の改装にさらに拍車をかけるとともに、わたみん家においては、差別化の大きな要素となる「炭火烧」という店舗技術をより強化して、専門性が高く、高品質・低価格な業態にしていきます。2012年度は、わたみん家でも20店舗の大改装を計画しています。

新業態においては、それぞれの業態が徐々にお客様に支持をいただけるよう成長した1年でした。2012年度はこれらをさらに拡大していきたいと思っています。また、「旨い屋」の新店も、2012年度の大きな戦略のうちの1つです。景気低迷、経済の不透明さを見たときに、より低価格な、ただし高品質な業態が必要だろうと考え、「和っしょい²」をブラッシュアップした「旨い屋」を出店しました。

これらを通し、さらにワタミらしい人材を育成し、1店1店、ピカピカに磨き上げ、厳しいと言われる居酒屋業界の中でも自分たちのポジショニングを明確にし、戦っていきたくと思っています。



ワタミ株式会社 代表取締役社長
兼
ワタミフードサービス株式会社
代表取締役社長
桑原 豊

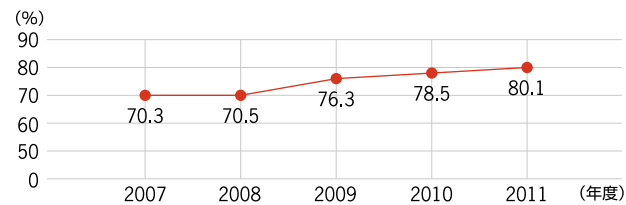
お客様満足度の向上を目指して

WFSは、お客様満足度を追求するために、アンケートハガキやホットライン(メール)、アンケートフォーム(WEBサイト内に設置)を用意し、ご来店されたお客様からご意見・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。2011年度は、128,795件のご意見をいただき、全体に対して最も高い評価は80.1%となりました。

いただいたご意見・ご感想は、毎週「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。

■お客様満足度の推移



「T.G.I. Friday's」独自の取り組み

Restaurant & American Bar「T.G.I. Friday's」では、通常のお客様アンケートとは別に、どのサービスがお客様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))を行い、より良い店舗づくりのために活用しています。



Restaurant & American Bar「T.G.I. Friday's」イクスピアリ店

お客様の声に応える商品開発

WFSは、アンケートにていただいたお客様のご要望をもとに、メニューラインナップや調理法、食感などにこだわる他、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。

2011年度は旬の野菜をふんだんに取り入れ、ワタミファームなどで収穫した旬の有機野菜からつくったドレッシングとともに提供する「自家製ドレッシングで食べる17品目のサラダシリーズ」を、居食屋「和民」、JAPANESE DINING「和民」、語らい処「坐・和民」、居食屋「和み亭」の特撰メニューに新たに導入しており、お客様にご好評をいただいています。



自家製ドレッシングで食べる17品目のサラダ

原産地の公開

WFSは、「ワタミ原産地表示サイト(携帯サイト)」を設け、居食屋「和民」、JAPANESE DINING「和民」、語らい処「坐・和民」、居食屋「和み亭」、炭火烧だいにんぐ「わたみん家」の4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。また、上記4業態においては、特定原材料(*)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。

*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。

安心してご利用いただける空間づくり

WFSは、2000年より「点字メニュー」、2002年より「英字メニュー」を設置しています。現在「点字メニュー」は、居食屋「和民」、JAPANESE DINING「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」炭火烧だいにんぐ「わたみん家」、Restaurant & American Bar「T.G.I. Friday's」の全店舗に用意しています。

また、分煙化にも取り組んでおり、特に、ごちそう厨房「饗の屋」では全席禁煙席とし、喫煙スペースを別に設けることで、お子さま連れのお客様にも安心してご利用いただける工夫を行っています。

外食店舗運営レベルの維持向上

WFS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) 626回実施
 - SIP(スタンダード・インポート・パトロール) 548回実施
 - ミステリーカスタマー 416回実施
- WFSの本部社員が、全店舗、抜き打ちでチェックを行い、管理面の是正・改善が行われる体制をとっています。
- 外食店舗運営のスタンダードの再確認、問題の共有化を目的として、本部社員が、全店舗のチェックを行っています。(ただし、T.G.I. Friday'sを除く。)
- お取引業者様の方に、無作為に「お客様としてご来店」いただき、56項目の評価をしていただいています。外部からみた目線によりよい店舗づくりに努めています。

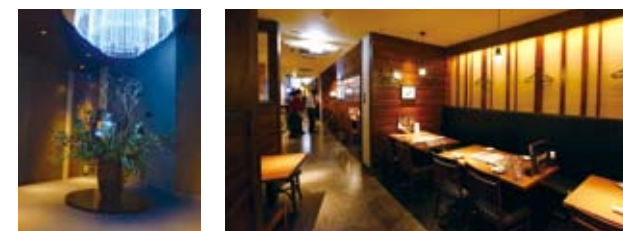
JAPANESE DINING「和民」への転換

居食屋「和民」は、2012年、1992年の初出店から20周年目を迎えました。20周年を迎えるにあたり、WFSでは、2011年度より、リブランディング活動の一環として、古くなった居食屋「和民」を順次、JAPANESE DINING「和民」へ転換しています。新しいデザインでの内外装に加え、業態ロゴ、ユニフォーム、食器なども一新し、「和民」業態のリニューアルを図っています。

2011年度は、60店舗の転換を完了しました。2012年度は85店舗の転換を行い、2012年度中に居食屋「和民」全店舗の転換を完了させる予定です。



w a - t a - m i
JAPANESE DINING



新業態の出店 JAPANESE BARU「旨い屋」

WFSは、2012年7月、低価格業態の居酒屋として、JAPANESE BARU「旨い屋」御茶ノ水駅前店を新たに開業しました。お客様の低価格志向に対応すること、また、仰天酒場「和っしょい²」からの転換として、商品・内装をブラッシュアップし、低価格でありながら付加価値の高い商品を提供しています。

「旨い屋」では、8割のメニューを263円(税込)と305円(税込)に設定し、お客様にお値打ち感をしっかりと感じていただける価格にしています。

主力業態である居食屋「和民」や炭火烧だいにんぐ「わたみん家」に次ぐ第3の柱として、5年間で約100店舗規模の出店を目指しています。



JAPANESE BARU「旨い屋」の
グランドメニューブック

より多くの“ありがとう”のために

WFSは、2011年度、17店舗の新規出店、65店舗の改装を行うと同時に、山形県、富山県、沖縄県への初出店を果たしました。2012年7月末現在、鳥取県、島根県への出店も完了しており、未出店地域となっている秋田県、福井県、高知県へも2012年度中に開業する予定です。

また、2012年度は、炭火烧だいにんぐ「わたみん家」を中心に25店舗の新規出店を計画しています。さらに、居食屋「和民」だけでなく、他業態においても2012年度より転換・リニューアルを行っていきます。

BARU&DINING「GOHAN」新宿三丁目店



japanese dining「ゴハン」は、BARU & DINING「GOHAN」へ転換していきます。

ごちそう厨房「饗の屋」府中若松店



居食屋「和み亭」は、ごちそう厨房「饗の屋」へ転換していきます。

現地のお客様に確実に満足いただくために

いつもワタミグループを応援いただき、誠にありがとうございます。

2011年はマレーシアへ出店し、海外合計で59店舗となりました。展開地域は香港、台湾、深圳、広州、上海、シンガポール、マレーシアと広がっています。2011年前半は震災・原発事故以後、魚介類中心に日本食消費の減少が見られましたが、当社は特定食材に偏らないバラエティ感あるメニューにより、影響をごく軽微にとどめることができました。

バラエティ、オリジナリティ、クオリティが当社のキーワードです。豊富なメニュー、本物の日本の味の再現、理念教育によるサービスマインドの徹底は、現地のお客様に確実に支持をいただいております。結果として、2011年12月には全店舗合計で71万人のお客様にご来店をいただくことができました。

2012年は過去最大の21店舗出店、新地域フィリピン出店、新業態「和亭」[kitchen J] の確立、現地幹部教育、出店を支えるサポート体制の整備が最重要テーマです。2012年12月には合計80店舗、月間来店客数は101万人となる見込です。一人ひとりのお客様に確実に満足をいただくよう、引き続き現地スタッフ教育に余念なく活動し、すべての店舗で元気な営業を行ってまいります。



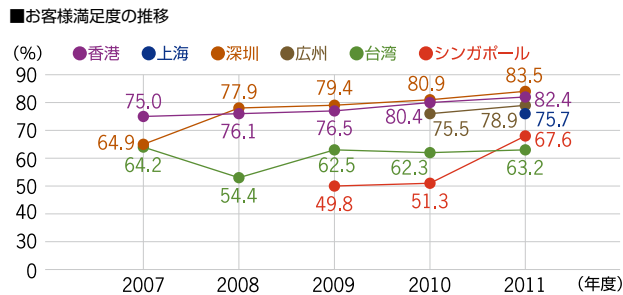
和民国際有限公司
代表取締役社長
栗原 聡

お客様満足度の向上を目指して

ワタミインターナショナルは、積極的にお客様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。

国内と同様、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「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。

頂戴したご意見をもとに、お客様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。



店舗運営レベルの維持向上

ワタミインターナショナルは、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ています。お取引業者様に「お客様としてご来店」いただき、50項目において評価をいただいております。2012年度は、計524回実施しました。

お客様にご満足いただける商品を目指して

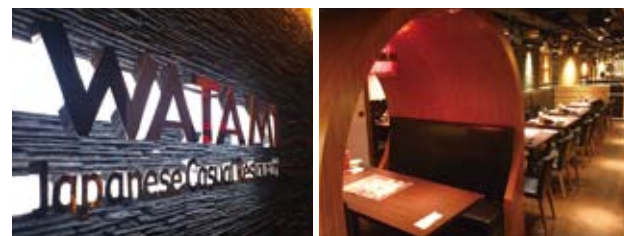
ワタミインターナショナルは、日本の食スタイルを楽しむ、リーズナブルに味わっていただくことを目指し、日本の「和民」をベースに、現地食材を可能な限り使用して、「手づくり、本物性（日本式）」を表現した商品開発に力を入れています。日本の最新商品を導入し、メニューの新鮮さを強化するとともに、串焼、寿司などの人気商品においてはブラッシュアップを行い、よりお客様にご満足いただけるよう取り組んでいます。



すき焼き鍋 ひれカツ卵とじ

新デザインでの店舗づくり

ワタミインターナショナルは、2011年度より、新規性、効率性、従業員の働きやすさを満たす、新しいデザインでの居食屋「和民」の店舗づくりに取り組んでいます。外観においては、「Japanese Casual Restaurant」を前面に打ち出し、イメージの刷新を狙っています。内装においては、照度や壁面に工夫し、「ハレ」「大人」の雰囲気こだわった空間をお客様に提供できるよう、改善に取り組んでいます。



**新業態の出店
Japanese Restaurant & Cafe[kitchen J]**

ワタミインターナショナルは、2012年1月に、新業態となる Japanese Restaurant & Cafe[kitchen J] を香港に出店しました。日本の和食を中心とした居食屋「和民」、日本料理「和亭」とは別に、日本で発展した美味しい洋食を海外のお客様に提供する業態として開発しました。友人、家族で気軽に日本の洋食を楽しんでいただけるよう、パスタ、ピザ、オムライス、ドリアと、様々なラインナップを用意しています。味・品質は専門店レベルを追求し、パスタは茹で上げ、ピザは生地をその場で広げて焼いていきます。内装も華やかに、色彩豊かに明るい雰囲気を出しています。

2012年8月末現在、2店舗で実験中ですが、香港で30店舗を出店できるよう創り込んでいきます。

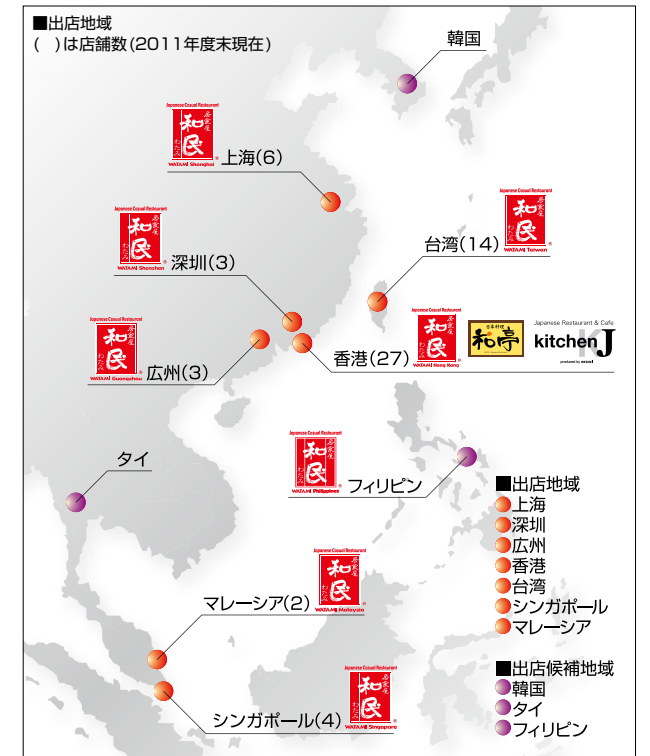


より多くの“ありがとう”のために

ワタミインターナショナルは、「現地の経済の発展に貢献すること」「その地域のお客様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、香港、上海などで過去最多となる20店舗を新たに開店し、海外店舗数は累計で59店舗となりました。マレーシアでは、海外初となる現地企業によるフランチャイズ店を出店しました。また、フィリピンの Creative Resto Concept, Inc社と新たに居食屋「和民」のフランチャイズ開発契約を締結しました。

2012年度は、過去最多の21店舗の出店を計画しており、2012年秋にはフィリピン1号店の出店を予定しています。



TOPICS

ワタミグループ外食店舗（国内外含め）700店舗の出店を達成！

ワタミグループは、2012年8月、JAPANESE DINING「和民」那覇新都心店の出店をもって、国内外含め、700店舗を達成することができました。これをひとつの区切りとして、お客様に感謝を伝えることを目的とした「700店舗達成記念キャンペーン」を、2012年3月から4月にかけて国内外すべての外食店舗にて実施しました。本キャンペーンは、国内外で連携した初めての大型キャンペーンとなりました。



キャンペーンポスター



JAPANESE DINING「和民」那覇新都心店



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

**安全安心に暮らしていただける
ホームづくりを目指します**

2011年度は「親を思う気持ちをカタチにする」とテーマを決め、こんな暮らしをして欲しい、できたら幸せだろうな、という事を一つひとつカタチにしていきました。

飲み込む力と噛む力が弱くなってきた方も、できるだけ長く口からおいしく召し上がっていただけるように、見た目は普通、噛むと軟らかい「軟菜食」の導入。認知症に関する知識やスキルを高めようと、福祉先進国であるスウェーデンの会社と業務提携。動物と一緒に暮らせるホームの開設。在宅の方へおいしい食事とアクティビティにより、いつまでも元気に暮らしていただきたいという思いからサービス「Happyデイズ」の開設。

2012年度は、「もっともっと安全安心に暮らしていただけるホームづくり」をテーマに介護技術向上のための研修を強化します。認知症、4大ゼロ、ターミナルケア、栄養マネジメントのスキルを上げ、ワタミのホームやサービスをご利用者様・ご利用者様の笑顔でいっぱいにしていきます。

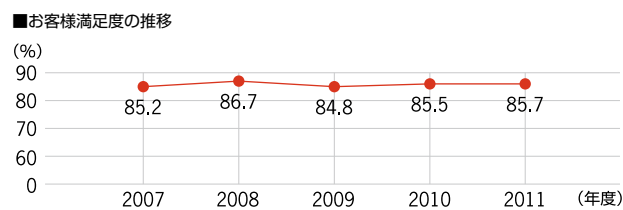
ご利用者様、ご家族様満足度の向上を目指して

ワタミの介護は、各ホームにご意見箱を設置、また、毎月1回お客様へお送りするご請求書の中に、「お客様アンケート」を同封し、ご意見・ご感想をいただいています。アンケートの評価は5段階となっており、「良い評価」である「5」「4」が100%、「最も低い評価」である「1」が0件となることを目標にしています。2011年度は、3,299件のご意見をいただき、目標の「100%0件」に対し、「85.7%36件」でした。

アンケートを通していただいた貴重なご意見は、毎週行われる「業務改革会議」で確認し、苦情については内容を真摯に受け止め、すぐに改善策を講じています。同時に、課題点を従業員全員で共有し、改善に努めています。

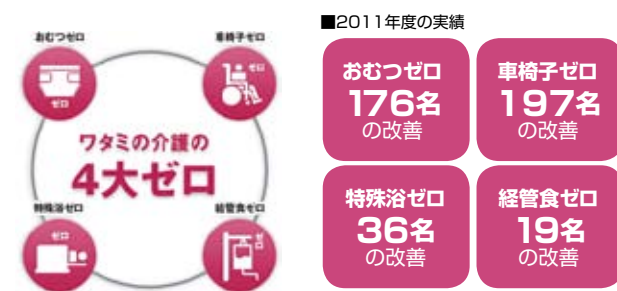
年に1回、項目を増やしたアンケートも実施しています。

また、ホームの運営サービスに関して、ご利用者様・ご家族様から様々なご相談・ご要望を承れるよう「お客様相談窓口」を設置しており、2011年度は、251件のお問い合わせをいただき、対応いたしました。



4大ゼロへの取り組み

ワタミの介護は、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。2011年度は、介護・医療・リハビリの専門チームが主力となり、事例発表会や事例検討会を実施しました。改善された事例だけでなく、状態の維持ができた事例、病気や機能低下を予防した事例にも焦点をあてて取り組みました。今後もより多くの事例を集め、ノウハウを蓄積し、他のホームへ展開できる状態にすることを目指しています。



認知症ケアへの取り組み

ワタミの介護は、2008年より、認知症ケアへの取り組み強化プロジェクトを行っています。

2011年度からは、福祉先進国であるスウェーデンの「オリビア社」と提携し、認知症研修を実施しています。2011年10月にはオリビア社の教育スタッフを日本に招致、スウェーデンで実施されている認知症ケアに関する研修を行いました。さらに2012年5月には、20名の社員がオリビア社を訪問、スウェーデンのホームの見学、体験実習などを通して、認知症ケアについての知識を高めました。



TOPICS

「思い出レシピ」第2弾の発行

ワタミの介護は、2012年5月、ご利用者様の思い出を何かのカタチに残したい、そして大切な人へ想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」第2弾を発行しました。

「思い出レシピ」では、ご利用者様の大切な思い出エピソードをレシピとともに紹介しています。



軟菜食の導入

ワタミの介護は、「すべての方の、すべての食事がおいしいこと」を「ホームの運営基準」に掲げています。これまで、咀嚼力や飲み込む力が低下した方の機能を補う食事として、舌で押しつぶせる軟らかさでありながら、見た目や味にもこだわった「ソフト食」や、食べ物を小さく刻んで食べやすくした「きざみ食」などを提供してきました。

2011年度は、これらに加え、通常食とソフト食の中間で「きざみ食」よりも、より飲み込みやすい介護食である「軟菜食」を、順次、全ホームとHappyデイズに導入しました。これにより、ご利用者様の嚥下状態、歯の具合、咀嚼力に合わせた幅広い対応が、よりいっそう可能となりました。

※軟菜食とは…歯の欠損や義歯が原因で、固い食べ物を噛むことができない方に、歯茎でも噛めて消化しやすいように調理した食事。ソフト食よりも食感がしっかりしている。



ポークソテー：通常食



ポークソテー：軟菜食



ポークソテー：ソフト食

アクティビティ・イベントの充実

ご利用者様同士、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、ホームでは、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、ご利用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を提供しています。また、ご利用者様に日に日に元気になっていただけるよう、4大ゼロに紐づくアクティビティを提供していきます。

2012年度からは、新たなイベントとして「天麩羅キャラバン」を開始しました。

「天麩羅キャラバン」では、カウンター形式で、ご利用者様の目の前で天麩羅を揚げます。待つ楽しみ、香る楽しみ、音の楽しみを感じていただきながら、熱々揚げたてのおいしい天麩羅をお召し上がりいただけます。また、多くのご入居者様に召し上がっていただけるよう、お身体の状態に合わせて、量や質を工夫し、ソフト食などの提供も行います。



「iPad」を全ホームに導入

ワタミの介護は、2011年11月より順次、介護記録端末として「iPad」を全ホームに本格導入しています。

これにより、ご利用者様の健康状態を、より早くより正確に把握することを実現していきます。また、操作性の向上により業務負担を軽減させ、プレゼンテーション機能の充実による説明業務の円滑化を達成し、よりご利用者様と向き合える時間を増やし、ケアの質の向上に繋げていきます。

今後は介護記録端末としてだけでなく、ご利用者様のレクリエーションツール、職員の試験対策用教材や業界の情報収集ツールなどとして活用し、サービスの質の向上に繋げていきます。

快適な空間の実現のために

ワタミの介護は、ご利用者様によりご満足いただける空間を提供できるよう、ホームの内装改善に取り組んでいます。

<これまでの主な取り組み>

- 認知症の方に配慮し、快適な生活を考えた専用フロア「円居（まどい）」を設けたホームの開設
- 便器の位置、方向を変更することで着座する際の回転角度を小さくし、より安全にお使いいただけるトイレの設置
- ご利用者様のお体に合わせて高さを調節できる家具の導入
- ご利用者様の動きを正しく誘導できる位置に手摺を設け、より安全にお使いいただける浴室の設置

今後も、ホームと本部の従業員で意見交換を行いながら、より良い空間を提供できるよう取り組んでいきます。

より多くの“ありがとう”のために

ワタミの介護は、2011年度、過去最高となる18棟のホームを新たに開設しました。2011年度末のホーム数は79棟となり、5,000名を超えるお客様にご入居いただいています。

また、2011年度は、神奈川県相模原市にサービス「Happyデイズ」を新たに開設しました。「Happyデイズ」では、レストランという新しいコンセプトのもと、新鮮で安全・安心な食材を使い、季節感や盛り付けにも喜びを感じていただけるレストランのようなメニューを提供しています。2012年9月には、2号店目を神奈川県横浜市に開設しました。



「Happyデイズ相模原中央」のダイニング



Happyデイズのお食事例



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

お客様に愛される存在となることを目指して

2011年度は、新商品「まごころ万菜」の投入を行い、お弁当の商品ラインナップを拡充しました。これにより高齢者の方々のより幅広いニーズに対応することが可能となりました。一方営業面では東海、中国、四国、上信越、東北エリアにも進出し、111拠点を開設し合計258拠点となりました。この結果32都府県への拠点設置を果たすことが出来ました。また2月には「ワタミの宅食」に事業ブランドを一新し、宅食として初のテレビCMも放映しました。

2012年度は、新たに145拠点を開設し、400拠点42都府県体制の構築を図ります。そしてそれぞれのエリアで活動するまごころスタッフが広くお客様に愛される存在になるべく、編集した「まごころ理念集」をまごころスタッフに配布し、教育機会を増やすことでワタミ理念浸透を図ってまいります。

ブランド力向上に向けては、お客様向け月刊情報誌のブラッシュアップ（宅食らいふの創刊）を図り、さらにはお弁当のお客様向けには週刊情報誌「ふかしいも」のお届けを開始いたしました。商品・サービスの継続的な改善取り組みをはじめ、私どもの真摯な経営姿勢を少しでもお伝えできればと思っております。

「高齢者向け宅配事業」から「ワタミの宅食」へ

ワタミタクシヨクは、2012年2月、展開している高齢者向け弁当・食材セット宅配などの事業の総称を、新たに「宅食事業」と変更し、事業ブランドを「ワタミの宅食」と名づけました。高齢化が進行する日本に欠かせない、言わば生活インフラを目指し、「自宅で健康的なお弁当を食べる」=「宅食」という新しいライフスタイルをご提案していきます。

ワタミの宅食のお弁当・お惣菜宅配

ワタミタクシヨクは、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。「お届け」は、お客様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、お客様とのふれあいやコミュニケーションを生み出すことに繋がります。

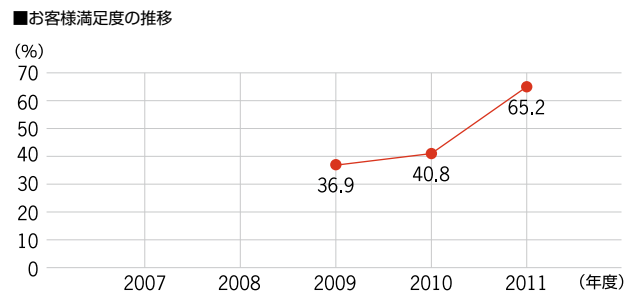
毎日の食事にお困りの高齢者の方にお食事をお届けする一方で、まだまだ働きたいとお考えの元気な高齢者の方にもまごころスタッフとして私たちの事業に参画していただいています。そして、一緒に高齢者の方を支えていきたいと考えています。

お客様満足度の向上を目指して

ワタミタクシヨクは、お客様からのご意見・ご感想をいただくため、毎月発行しているお客様向け情報誌「宅食らいふ」とともにアンケートハガキをお客様に配布しています。アンケートの評価は3段階となっており、「満足」の評価を80%以上いただくことを目標にしています。2011年度は、15,384件のご意見をいただき、「満足」の評価は65.2%でした。

お客様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。

また、2011年度からは、「業務改革会議」を開始しました。毎週開催することで、日々のお客様からのお電話、アンケートハガキ、メールでのご意見に対する対応状況を、迅速に全社で共有し改善へ繋げています。



※ワタミタクシヨクは2008年7月にグループ会社となったため、2008年度からのグラフとなっております。
※2011年度より、アンケートの評価を4段階から3段階へ変更しました。

地域に根ざした活動

ワタミタクシヨクは、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に、「地域コミュニティ」での役割も果たすべく、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。また、現地採用を積極的に行うことで、より地域に密着した活動を行うことができています。

- <各営業所での活動例>
- 東北支社
復興支援イベントや病院が主催するバザーへの出店を行いました。
 - 土浦営業所
営業所開設一周年の感謝の思いを込めて、営業所でバザーを行い、お客様をご招待しました。
 - 東村山営業所
地域の方との交流、ワタミグループが支援するSAJやRFLの紹介を目的に、バザーを行いました。
 - 山形営業所
地域の方との交流を図るため、寄席を行いました。



土浦営業所でのバザー

「お弁当箱のふたイラストコンクール」を実施

ワタミタクシヨクは、2011年度より一人でも多くのお客様と関わり合っていきたい、絆を深めていきたいという思いから、お弁当箱のふたも1つのメディアと考え、ふたを飾るイラストをお客様から募集する「お弁当箱のふたイラストコンクール」を実施しています。

2011年度は「みんなが元気になる風景のイラスト」をテーマに募集を行いました。多数の応募作品の中から10作品を採用させていただき、2012年1月より、お弁当箱のふたのイラストとして使用させていただいています。



お客様向け情報誌のリニューアル

ワタミタクシヨクは、2007年5月より、ワタミタクシヨクの取り組みを知っていただくためのお客様向け情報誌として「食卓のひろば」を毎月発行してきました。2012年2月、事業ブランドの刷新に伴い、「食卓のひろば」をリニューアル、新たに「宅食らいふ」を創刊しました。

また、調理済み商品の1週間分の献立をお知らせする週刊「ふかしいも」も新たに創刊しました。

□月刊「宅食らいふ」

「ワタミの宅食」ブランドの開発に合わせて、「宅食」という新しいライフスタイル提案の核となる情報誌として発行しています。ワタミタクシヨク、およびワタミグループの思いや取り組みについて、地域密着、顧客密着という事業コンセプトを盛り込みながら、情報の量・質を向上させていきます。



□週刊「ふかしいも」

従来よりお客様に配布していたお弁当の献立表を発展させ、週刊の情報誌として新創刊しました。まごころスタッフからのメッセージを思わせる手づくり感を表現したデザインで、毎日の食と健康を中心とした、役立つ情報をお届けしています。また、読者の投稿コーナーも設け、お客様との交流を図っています。



よりご満足いただける商品を目指して

ワタミタクシヨクでは、専任の栄養士が塩分・カロリー、栄養バランスに配慮し、四季折々のパリエティ豊かな献立を考えています。また旬の食材や季節メニューを取り入れ、お客様が季節にふれるきっかけとなるようにも配慮しています。

2012年2月には、主力商品である「まごころ万菜」の内容をさらに充実したものにすため、食品数を25品目から30品目に、野菜の使用量を150gから175gに増加しました。

また、2012年3月から、関東・関西地方の約400名のお客様を対象に、日々の商品に対してのご意見を直接お聞きするアンケートを実施しています。このアンケートを通して、「一品ごとの料理に対する評価」「一食の献立に対する評価」を集計し、品質向上に活かしています。



まごころ御膳 まごころおかず



まごころ万菜

より多くの“ありがとう”のために

ワタミタクシヨクは、2011年度、新規エリアとなる東海、中国、四国、上信越、東北地方への展開を進め、累計で111カ所の営業拠点を開設しました。2011年度末の営業拠点数は258カ所、1日あたりの調理済み弁当配食数は215千食となりました。

2012年度は、過去最多となる145カ所の営業拠点を開設します。2012年度末には42都道府県にまで宅配エリアを拡大し営業拠点は400拠点を超える予定です。

□電動自転車でのお届けエリア拡大

宅配エリアの拡大に伴い、電動自転車でのお届けエリアも拡大しました。

お弁当のお届けには、自動車を使用していますが、都心部では、交通渋滞や駐車スペースの確保が困難など、問題が発生します。ワタミタクシヨクは、その問題を解決するため、2010年度からお届けに電動自転車を使用しています。

2012年度7月現在は、230台の電動自転車を使用し、東京都内のお客様にお弁当をお届けしています。今後は、関西エリアでも使用していく予定です。



さらなる付加価値創造と社会貢献を実現し続けます。

2011年度はワタミファームとの連携を強化し、「フルアソート体制(規格外の作物を活用すること)」を戦略的に進め、畑作部門の黒字化を達成しました。今後もMD事業の核である製造拠点「ワタミ手づくり厨房(以下、手づくり厨房)」の近隣に農場を展開し、供給先の自社工場が近くにあることを有効活用することで農場の効率化を進め、同時に手づくり厨房としては、鮮度の高い野菜を使用することで製品の品質向上、原価低減に取り組み続けて参ります。

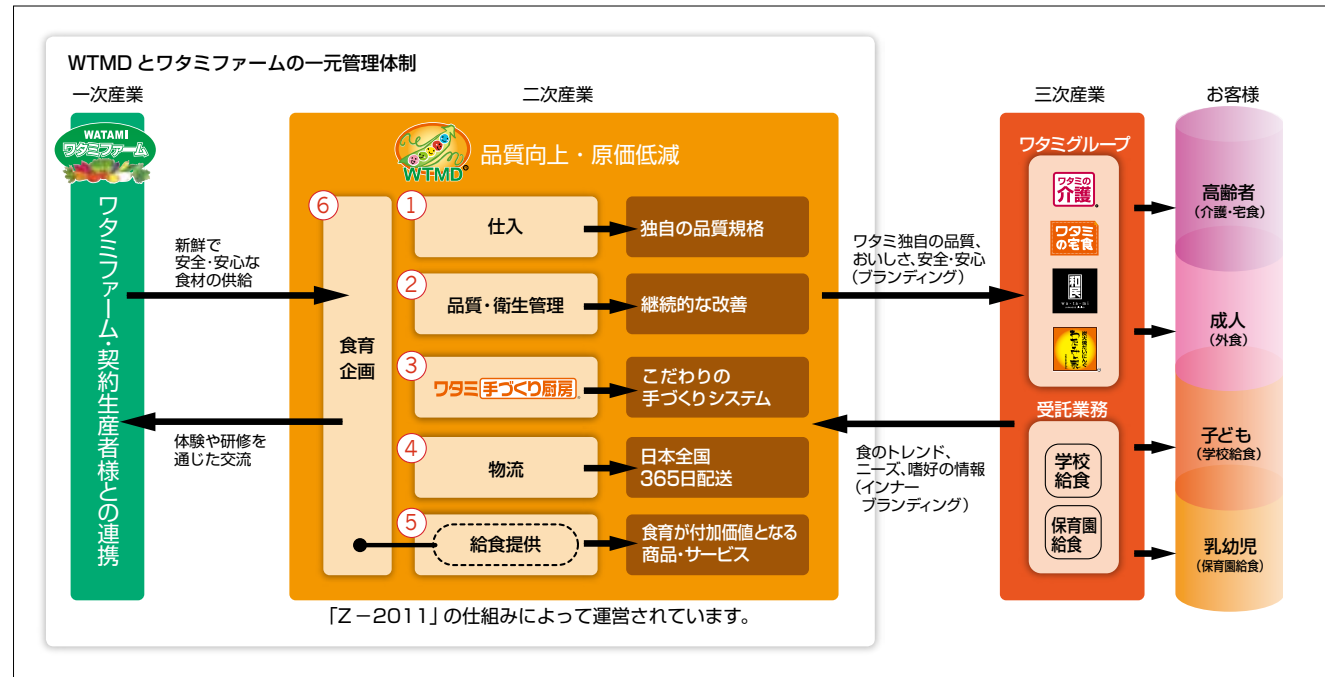
宅食事業の全国展開に対応すべく、2012年5月に「手づくり厨房中京センター」を開設しました。続けて2013年1月には、「手づくり厨房岩国センター」を開設する予定です。

2012年度は、ワタミエコロジーとの連携強化によりMD事業の環境負荷を削減する新たな取り組みが始まっています。生ごみリサイクル(堆肥化)、再生可能エネルギーの導入など順に挑戦していきます。各地域に展開させて頂いている手づくり厨房を拠点に、農業と環境事業との連携を強化し、さらなる付加価値創造と社会貢献を継続的に実現し続けます。



ワタミ株式会社 取締役 兼
ワタミ手づくり
マーチャндаイジツグ株式会社
代表取締役社長
門司 実

WTMDの事業内容



「Z(ゼータ)-2011」の策定と運用

WTMDは、2011年度、自社独自のマネジメントシステムである「Z-2011」を策定しました。「Z-2011」とは、品質向上、原価低減を目標としたPDCAマネジメントサイクルです。

「Z-2011」は、品質はもちろん、環境目標、安全な組織・センターの運営、経理などを一つにまとめたマネジメントシステムです。これまで取得してきた品質マネジメントシステムISO9001に、予算、資産、経費管理の項目を追加することで、品質向上、原価低減のバランスのとれたマネジメントシステムとすることができました。

WTMDでは、「Z-2011」を全社に展開、これをもとに各分野において自社独自の基準設定や、改善活動に取り組んでいます。

品質へのこだわり

WTMDは、お客様に安全に、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、生産地、生産者、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。

この独自の品質基本方針のもとで、残留農薬検査、細菌検査などの品質検査の結果や、原材料の栽培、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。

製造における衛生管理

ワタミ手づくり厨房(集中仕込みセンター)では、徹底した品質・衛生管理のもとで、安全・安心な製品を製造、出荷しています。

各センター内には検査室を設置し、生産される商品や原材料自体の抜き取り検査や、製造機械の衛生検査を実施しています。さらに、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。

2011年度は、新たに「衛生重点改善項目」を設け、衛生面において特に注意が必要な事項を全従業員が意識できるようにしました。

調理における衛生管理

WTMDでは、ワタミグループの外食店舗や介護施設において「高い衛生管理レベルを維持する」ことを目的に、衛生センターの主管で、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機具の清掃、微生物検査など47項目にわたって実施され、外食店舗や介護施設のスタンダードを確認しています。

2011年度は、1,253回の巡視を行い、平均点は昨年より2点高い、84.9点という結果になりました。

ワタミ手づくり厨房の新規開設

WTMDは、宅食事業の拡大に対応するため、2011年9月に東松山センター(埼玉県比企郡滑川町)を、2012年5月に中京センター(愛知県津島市)を、新たに開設しました。東松山センターは関東地方、中京センターは中部地方の宅食専用工場として、宅食事業の拡大を製造面からサポートしています。どちらも人材の育成、最適な製造方法の検証などを行う基幹センターとして稼働しており、1日あたりの製造数は、東松山センター6万食、中京センター10万食を目標にしています。また、2013年1月には、山口県に岩国センターを開設する計画です。



ワタミ手づくり厨房中京センター

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」ことを目的とした「多品種・少量生産体制」を敷いています。この体制のもと、継続的に製造ライン(レイアウト)や従業員の移動歩数など、全製造工程を見直す独自の改善活動WPI: Watami Product Innovationを行っています。

各センターで行われているWPIの取り組み結果は、毎月全センターで開示され、改善事例を水平展開し、より効率的な製造を実現しています。さらに、年一回、「WPI改善事例発表会」を行い、優れた改善事例を表彰しています。

2011年度は、宅食事業専用センターへWPIを展開し、センター投資額の抑制に貢献、今後は、すべての宅食事業専用センターへ展開していく予定です。

保存料不要な当日配送

WTMDは、新鮮さを保った料理をお届けするために、製造された食材を当日のうちに、温度管理された配送車で各事業拠点などへお届けしています。(一部食材を除く)

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、一切加えずに製造しています。

給食の受託

WTMDは、学校、保育園から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。

また、食育にも取り組んでおり、保育園では2011年度、「食育キャラバン」と称し、魚の解体ショーを行いました。

放射性物質の新基準への対応

WTMDは、食育企画部を中心に、2012年4月に政府から公示された、食品中の放射性物質の新基準値への対応を進めています。

□保育園給食製品の検査体制について…2012年度より保育園へ出荷する全製品の放射能検査を毎日実施、さらに7月からは、一部の食材においてより精密な検査も自社内で開始しました。

□国産牛肉の使用状況および検査体制について…ワタミグループでは主に米国産、豪州産の牛肉を使用していますが、一部使用している国産牛肉については、出荷元に全頭検査の確認を行うとともに、自社および第三者機関による放射性物質検査を実施しています。

□農産物の検査体制について…ワタミファームの農産物、土壌のサンプリング、および契約農場の農産物を定期的(月1回)に第三者機関に依頼し、放射性物質検査を実施して安全性の確認を行っています。また、日々の確認検査として、産地確認と併せて、ワタミ手づくり厨房入荷時に、スクリーニング検査(※)を実施しています。

(※)スクリーニング検査…表面の放射性物質の付着の有無を確認する検査



地域から一番たくさんのありがとうを集めたい!!

2011年7月にワタミファーム北総集荷センターを開設しました。このセンターを開設したことで山武農場・佐原農場のある千葉北総地区から有機/特別栽培の農産物の本格的な集荷/販売業務を開始致しました。この集荷業務をきっかけに、地域から様々な情報をインプットし、その情報を元に地域に合ったモデルの構築を目指しています。一例としては、地元生産者への出向業務や種苗、資材の供給などを、集荷業務を通じてインプットした情報を元に展開しています。出向業務は当社の社員が地元の農業技術を習得する良い機会にもなっています。

2012年4月にはワタミ手づくり厨房丹波センターに隣接する形で丹波農場、6月には修学旅行や学生の実習を受け入れさせていただいている都文館夢学園の合宿所、志高館の近くに東御農場を開設しました。グループ体となっての運営スタイルをより強化することで、グループとしてのシナジー効果をさらに発揮させ、地域が抱えている森林再生/環境/廃棄物/農業関連といった各種課題解決にも貢献していきたいと思っております。



農業生産法人
有限会社ワタミファーム
代表取締役社長
磯野 健雄

有機農業を軸とした事業展開

ワタミファームは各地域に根ざした有機農業を発展させ、少しでも多くの農産物と加工品を供給することで地域に貢献していくことを目指しています。

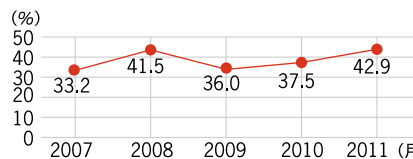
事業名	内容
畑作事業	北は北海道から南は九州大分まで全国各地で農場を運営しています。各地域に合った農産物をそれぞれ栽培しています。
養鶏事業	鶏は「ボリスブラウン」と「ごとうもみじ」の2種類を、約1,600羽、平飼いで飼育しています。
酪農事業	牛は有機牧草と有機飼料を与え、放牧しています。その生乳と鶏卵を主原料とし、有機乳加工品（チーズ、バター、アイスクリーム）を生産しています。
乳製品加工事業	鶏卵、有機乳加工品は、JAS認証を取得しています。（国内初の認証取得です。）
畜産事業	約241haの広大な北海道、弟子屈牧場で「短角和牛」「褐毛和牛」を中心に飼育しています。
育苗事業	有機JAS認証に対応できる育苗事業を行っています。生産した苗は、自社農場や契約生産者様、ホームセンターなどへ供給しています。

有機野菜の積極的活用

ワタミグループでは、お客様に安全・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、様々な商品に展開しています。

2010年度からは、フルアソート体制を構築しました。出荷規格に満たない大根は大根おろしに、人参はドレッシングに加工するなど、規格外の野菜も積極的に使用しています。その結果、ワタミファームの圃場の出荷率は大きく向上し、ワタミグループの有機野菜および特別栽培農産物の納入量比率の向上にも寄与しています。

■ワタミグループ有機野菜および特別栽培農産物※の納入(仕入れ)量比率



※特別栽培農産物とは、農業または、化学肥料を使わない、あるいは使用量が各地域で定められた割合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みます。

「有機循環型モデルタウン」づくり

ワタミファームは、有機農業を発展させることで、環境負荷の低減や地域の活性化に繋がる持続可能な社会をつくることを目指しています。これを達成するために、ワタミファーム独自の「有機循環型モデルタウン」づくりを推進しています。

■ワタミファーム瀬棚地区

養鶏、酪農、畑作、乳製品加工の各事業を瀬棚地区内で運営することで、安定した経営を維持しています。

■ワタミファーム瀬棚地区での有機循環型農業



※「パンアイス」の製造

ワタミファームは、2011年3月、瀬棚地区に製造工場「グランドマザーファクトリー」を設立し、ワタミグループ外食店舗の一部で提供されている「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の開設は、高齢者や障がいをお持ちの方が作業を行うことができ、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目的としています。



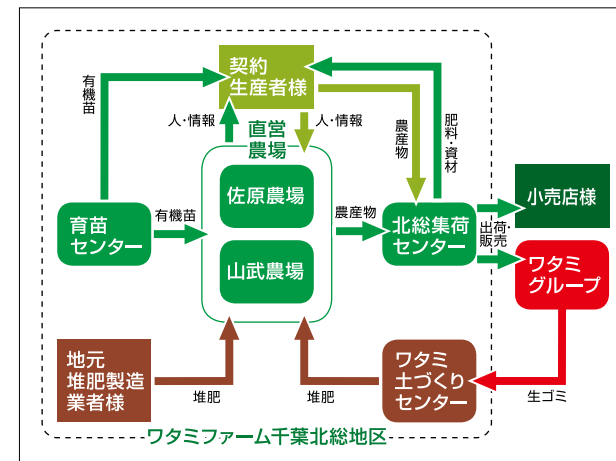
外食店舗で提供している「パンアイス」

グランドマザーファクトリーでの作業の様子

□ワタミファーム千葉北総地区

畑作、育苗、集荷、販売を通して、「有機循環型モデルタウン」づくりを推進しています。地域の契約生産者様や専門業者様と協力し、土づくりや人材育成、農産物の流通加工を地域内で完結できるように取り組んでいます。

■ワタミファーム千葉北総地区での有機循環型農業



畑作事業のシステム化

ワタミファーム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、データ化してきました。このデータを活用しワタミ生産方式を確立させようとして取り組んでいます。完成した生産方式はグループ外へも流通させ、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。

地域の企業様との協力により、新商品を開発

ワタミファームは、2010年度より、臼杵農場にて生産されたさつま芋を原料とし、芋焼酎「臼杵 夢見心地」を生産しています。この芋焼酎の生産は、地元の酒造メーカー様にご協力いただき実現しました。商品はWTMDによって、ワタミグループ外食店舗へ供給されています。

2011年度は、ワタミファーム山武農場で生産された有機人参を100%使用したにんじんジュースを、地元の製造会社様にご協力いただき製造しました。にんじんジュースは、主にワタミの宅食をご利用のお客様に提供しています。



ワタミファーム山武農場

まるごと100% にんじんジュース キャロちゃん

畜産事業での取り組み

ワタミファーム弟子屈牧場では、自社繁殖・自社飼育を行い、出荷に至るまで細かく決められた自社基準プログラムに基づき、牛を育成しています。牧草や飼料も、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。

2011年11月に行われた「第一回北海道肉専用種枝肉協会」では、弟子屈牧場で生産された肉が最優秀賞と優秀賞一席を受賞しました。

農場の新規開設

ワタミファームは、2012年4月、兵庫県丹波市に丹波農場を、6月、長野県東御市に東御農場を開設しました。

□ワタミファーム丹波農場

ワタミ手づくり厨房丹波センターに併設しており、物流費や包装資材費といった変動経費を圧縮できることから、低コストで鮮度の良い有機野菜を安定供給することを目指しています。また、物流の効率化は、省エネルギー、排気ガス削減などに直結、包装資材などの削減はごみの削減になることから環境負荷低減に貢献することができます。主に水菜を栽培し、ワタミの宅食のお弁当・お惣菜の食材に使用していく計画です。



□ワタミファーム東御農場

標高800～1,100m、南向きの傾斜面で日当たりが良好な場所に位置しています。この標高と日照量を活かして酷暑期のレタス栽培を進め、有機野菜のさらなる安定供給に繋げていきます。

また、自社農産物に限らず、長野県産の農産物をワタミグループへ提供できるよう集荷事業を行い、東御市や地元JAの皆様とともに地域活性化に取り組んでいきます。

農場体験ツアー

WTMDとワタミファームは、有機農業の啓蒙活動として「農場体験ツアー」を山武農場で開催しています。体験ツアーでは、収穫体験に加え、有機農業に関する講話や採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。

2011年度は、31名のお客様に参加していただきました。2012年度は、関西の丹波農場でも初めて開催し、11名の方に参加していただきました。



ワタエコロジー株式会社
代表取締役社長
清水 利重

「W-ECO(環境と経済の両立)」の実現を目指して

2011年度は「環境貢献の輪」を広げるために、廃棄物に関するあらゆる施策を講じつつ、リサイクルループの拡大を行い、「W-ECO(環境と経済の両立)」の実現を目指して活動してきました。2011年度末現在、178店舗で食品リサイクルを行っております。(リサイクルループ111店舗、外部委託67店舗)また、2012年3月よりお取引業者様にご協力をいただき、首都圏の外食店舗から排出される雑ビンの全てをリユース・リサイクルする取り組みを開始し、コスト削減も実現しました。

2012年度はその取り組みをさらに進化させる年度と位置づけております。その象徴となる取り組みが「エコ・ファーストの約束」として記されています。リサイクルループ200店舗の達成、外食+MDの食品リサイクル率50%の達成、日本酒ビンリユースの拡大(関東、甲信越、東北の全店舗)の達成、を目指して活動していきます。2012年8月には、千葉県山武の堆肥場で土(堆肥)づくりの実験を開始し、循環型社会創造企業として新たな挑戦をしていきます。

環境専門事業会社としての活動開始

ワタエコロジーは、「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を行ってまいりました。

2012年4月、事業内容を整理し、循環サービス事業部と再生可能エネルギー事業部とで、改めて活動を開始。事業内容を「環境事業」に特化しました。ワタエコロジーは、循環サービスのビジネスモデルを確立し、廃棄物の側面から地球環境負荷を削減し、循環型社会を目指します。

また、ワタミグループでは、3年前から検討していた再生可能エネルギー導入を正式に決定。秋田県にかほ市の市民風力発電プロジェクトに参画しました。風力発電事業は、ワタエコロジーの新規事業として取り組んでいきます。1号機に引き続き、2号機以降についての可能性も調査中です。

▶ 風力発電事業については、特集P12~13をご覧ください。



廃棄物の適正管理

①

各事業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。

ワタエコロジーは、コンプライアンスのもと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。

2012年3月末現在、グループ会社と588の外部サイトから業務を請け負っています。

□ 電子マニフェストの運用

ワタエコロジーは、ワタミグループのすべての外食店舗、介護施設における産業廃棄物の収集において、「電子マニフェスト(※)」を導入しています。これにより確実なマニフェスト管理を行うことができます。

※電子マニフェスト
産業廃棄物の処理を委託する際に必要となる、産業廃棄物の名称、運搬業者名、処分業者名、取り扱い上の注意事項などを記載したマニフェスト(産業廃棄物管理票)の情報を電子化して、排出事業者、収集運搬業者、処分業者の3者が情報処理センターを介したネットワークで、正確な情報や、処理が適正にされているかを把握する仕組みです。

廃油のリサイクル

①

ワタエコロジーは、お取引業者様のご協力のもと、ワタミグループ外食店舗から回収された廃油のリサイクルに取り組んでいます。外食店舗から回収された廃油は、精製され、必要な成分のみ抽出され、石鹸にリサイクルされています。石鹸は、ワタミグループの一部外食店舗でも使用されています。

リサイクルループの推進

②

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。

ワタミグループは、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「リサイクルループ」の認証を得ることができました。(※1)

2011年度は、178店舗で生ゴミのリサイクルを実現させました。2012年度は「エコ・ファーストの約束(※2)」に明記した通り、200店舗まで拡大していきます。

(※1) リサイクルループ(再生利用事業計画認定制度)
農畜水産物など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、認定事業者による確かな再生利用の実施、廃棄物処理法の許可手続など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、特定肥料料など製造業者、特定肥料料などの利用者の三者で申請することとなっている。

(※2) 「エコ・ファーストの約束」
グループ環境方針「W-ECOビジョン2020」を受けて2012年までの具体的な目標設定をしている中期計画となります。

ワタエコロジーが推進する土づくり

③

ワタエコロジーは、2012年8月より、ワタミファーム山武農場の近辺にて生ゴミリサイクル=堆肥化(土づくり)の実験を行っています。製造された堆肥は、ワタミファーム山武農場へ投入します。実験結果を経て、2014年11月には本格稼働させる予定です。

また、ワタエコロジーは、ワタミファーム白浜農場を12a借りて、生ゴミ由来の炭と堆肥を利用した土壌改良実験を行っています。ワタミファームと外部研究機関に育成および調査分析のご協力をいただき、進めています。



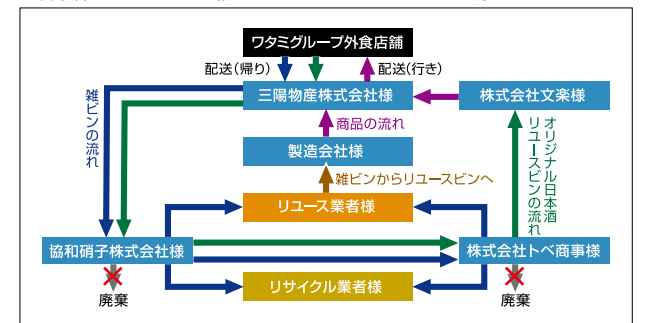
土づくりセンターでの堆肥化実験

リユースビンの取り組み

ワタミグループは、2009年10月より、ビン廃棄量を抑制するため、オリジナル日本酒の空ビンリユースに継続的に取り組んでいます。2012年3月末現在、神奈川県、茨城県、千葉県、埼玉県、東京都のワタミグループ外食店舗において実施しています。2012年度は、「エコ・ファーストの約束」に明記した通り、甲信越、東北地域の全店舗にも取り組みを拡大していきます。

また、2012年3月より、関東地方のワタミグループ外食店舗346店舗を対象に、雑ビンの配送便回収を行っています。今まで地域ごとに廃棄物処理業者へ委託していた雑ビンも、物流会社様による飲料配送時の帰り便で一括回収することで、全種類のビンの回収、全量リサイクルおよびリユースを行っています。これにより、月間74tの廃棄物を削減し、資源の有効活用にご貢献することができました。また、ビン回収の効率化により運搬・処分費用を削減することができました。

■ 日本酒空ビンリユース、雑ビンリサイクルおよびリユースの流れ



■ワタエコロジーが提案する廃棄物処理管理

