

ふれあい報告書[®]2006

ワタミグループ CSR報告書

WATAMI[®]

表紙のデザインについて

会社の価値はありがとうの総和であるとの考えにもとづき、「お客さま(外食・介護)」「株主様」「お取引業者様」「従業員」「地域・社会」「環境」というステークホルダーから「ありがとう」という言葉をいただくことを目指しています。このありがとうをいただく活動を通じて持続可能な社会を目指します。そんな私たちの思いや取り組みを各ステークホルダーの写真を使いデザインしました。

ワタミ株式会社
東京都大田区羽田1丁目1番3号(〒144-0043)
お問合せ先TEL(03)5737-2784 FAX(03)5737-2793
ワタミふれあいホームページ <http://www.watami.co.jp>

本報告書掲載のワタミグループ各社および関連団体のホームページには、「ワタミふれあいホームページ」からアクセスできます。



この報告書は、用紙はFSC認証林およびリサイクルされた木材や木材繊維から製品化されたFSCミックス認証紙を用い、インキには有害なVOC(揮発性有機化合物)を排除しほぼ100%植物油を材料としたベジタブルインキを使用、印刷方式には強いアルカリ現象液を使用しない水なし印刷を採用しています。



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[®]

はじめに

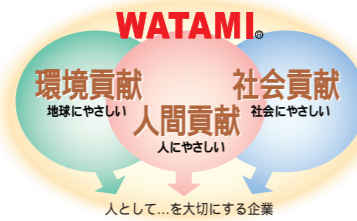
「ふれあい報告書」というタイトルは、私たちの活動の根幹である経営理念からネーミングされました。私たちは、人として、社会の一員としての責任を果たし、事業活動を営む一方で、できる限りの社会貢献(還元)に取り組んでいくことが大切だと考え「できることからコツコツと一歩ずつ」を基本に創業時より努力してまいりました。

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「ふれあい報告書」を発行してきました。

今年度からは、より内容を充実させ、「環境」「社会貢献(地域・社会)」のみならず、「お客さま」「株主様」「お取引先業者様」「従業員」などステークホルダー(利害関係者)との関わりについても記載し、CSR報告書として発行しました。

持続可能な企業に向けたワタミグループの課題を含め、主要なパフォーマンスデータを織り込み作成しました。

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たら幸いです。



お問い合わせ先

ワタミ株式会社(社長室)
東京都大田区羽田1丁目1番3号(〒144-0043)
TEL(03)5737-2784 FAX(03)5737-2793
ワタミふれあいホームページ <http://www.watami.co.jp>

編集方針

本年は、まずCSR報告書初年度としまして「正確な現状」をお伝えすべくGRI「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2002」を参考に、ワタミグループの活動実績をご報告します。

活動や取り組み内容を分かりやすくご紹介していくことを目的に主たるニーズの共通するステークホルダー(お客さま、株主様、お取引業者様、従業員、地域・社会、環境)の皆様ごとに分類し、掲載しています。

ステークホルダー別の扉ページでは、活動に対する姿勢や今後の課題について記述しました。また、本文ではどのようにご意見・ご要望を伺い、企業活動に活かしているかを積極的に掲載しました。

対象範囲

ワタミ株式会社および国内連結子会社13社を基本に、一部の報告書では海外を含むワタミグループ全体、あるいはグループ会社の活動についても紹介しています。

本文中では、基本となる国内連結子会社13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。ただし、「環境とともに(P51~P62)」ではワタミ(株)および国内外食企業3社、ワタミエコロジー(株)の5社を対象とし、それら5社を「ワタミグループ」または「ワタミ」と表記しています。

また、2005年度のワタミ(株)の活動のうち、外食事業についてはワタミフードサービス(株)と記載し、2006年4月からの持株会社体制に合わせた表記としました。

ワタミ(株)と表記する場合は、ワタミフードサービス(株)に移管した外食事業は含まれません。(2006年4月1日に、ワタミ(株)より外食事業をワタミフードサービス(株)に移管しました。)

ワタミメディカルサービス(株)および(株)アールの介護は、2006年4月1日に合併し、ワタミの介護(株)と社名変更したため、両社の内容については統一して「ワタミの介護(株)」と表記しています。

対象期間

2005年度(2005年4月1日~2006年3月31日)の活動を中心に、一部最新(2006年度)の情報をご紹介します。

和民(中国)有限公司、和民餐飲(深圳)有限公司、三商和民股份有限公司の3社については、12月決算のため、2005年度(2005年1月1日~12月31日)の情報としています。

<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・目標なども記載しました。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。

<参考にしたガイドライン>

グローバル・リポーティング・イニシアティブ(GRI)
「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2002」
環境省「環境報告書ガイドライン2003年度版」

発行日

2006年9月(次回発行:2007年9月、前回発行:2005年9月)

会社概要(2006年3月末現在)

社名:ワタミ株式会社
本社所在地:東京都大田区羽田1丁目1番地3号(〒144-0043)
創業:昭和59年4月
設立:昭和61年5月
売上高:82,671,651千円
資本金:4,334,558千円
従業員数:2,827名(グループ計)(2006年4月1日現在)

ワタミグループは、外食事業を中心に、介護・農業・環境・教育の分野で事業を展開しています。ワタミの最大の財産である「人」が差別化要因となる事業で積極的な展開をしています。

グループ事業内容(2006年3月末現在)

- 外食:飲食店の経営およびフランチャイズ加盟店の店舗管理
グループ直営店およびフランチャイズ加盟店の酒・飲料の納入
店舗数:国内536店舗、海外17店舗
- 介護:訪問介護・居宅介護支援事業および施設介護事業
施設数:17ホーム
- 農業:農産物、有機肥料の生産・販売およびグループ企業への農産物の納入、酪農・養鶏事業
農場:国内6農場(面積:245.5ha)
- 環境:グループ企業および他の企業の店舗施工・メンテナンス・環境改善業務の受託
- 教育:グループ企業の人材採用・教育業務の受託
- その他:グループ企業への花卉類の納入および一般小売

目次

「ふれあい報告書2006」発行にあたり	P 2
トップメッセージ	P 4
ワタミグループに共通する経営の考え方	P 5
ワタミのCSR	P 6
コーポレートガバナンス	P 8
企業倫理とコンプライアンス	P 10
リスクマネジメント	P 11
CSR指標	P 12
お客さまとともに	P 13
外食事業	P 14
介護事業	P 23
農業	P 26
環境事業	P 28
株主様とともに	P 29
株主様の満足を目指して	P 30
開かれた総会を目指して	P 32
お取引業者様とともに	P 33
お取引業者様との共存共栄を目指して	P 34
特集 ワタミファームの取り組み	P 36
従業員とともに	P 37
研修・制度	P 38
機会均等の徹底へ	P 43
安心して働ける職場を目指して	P 44
地域・社会とともに	P 45
社会貢献活動	P 46
特集 スクール・エイド・ジャパン	P 50
環境とともに	P 51
ワタミにおける環境活動の考え方	P 52
環境マネジメントシステム	P 53
廃棄物低減の取り組み~店舗ゼロエミッション	P 54
CO ₂ 排出量の削減~エネルギーマネジメントシステム	P 55
お店での環境対策	P 56
外食店舗スタッフの教育	P 58
配送におけるCO ₂ 削減	P 59
環境コストと効果の集計	P 60
特集 ワタミの森林づくり開始	P 61
環境年表	P 62
GRI対照表	P 63
2005年度アンケート結果	P 65
2006年度アンケート	P 66
第三者所感・編集後記	P 67

「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。

ワタミは、夢の実現にこだわる会社として前進し続けます。



トップメッセージ

夢に日付を。

ワタミ株式会社
代表取締役社長・CEO

渡邊美樹

夢の実現にこだわる会社

その夢は、私たちの夢だけでなく、お客さまの夢であり、社会の夢であり、そして、地球に住む人すべての夢でもあること・・・。

ワタミは、この思いをカタチにすることでさらに大きなありがとうを集めてまいります。

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・・・。

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・・・。

もっとたくさんの笑顔や「ありがとう」に、より多く関わられるグループ企業になるために・・・。

夢に日付を入れつつ、一歩ずつ、着実に進む・・・そんな“体の重い亀”のように歩んでまいります。

2005年、第二の創業宣言とともに社名変更

グループ企業として、その価値を最大にするために、経済・社会・環境面において実施している取り組みについて、その原点を振り返りました。

1997年より開始した“全社員で行う社会貢献”は、日本のみならず海外でもその輪を広げる活動を始めることができました。

2004年に完成したゼロエミッションの仕組みに満足することなく、CO₂排出量ゼロ企業という新たな目標を掲げました。

グループの組織や統括体制についても、1年間で大きく変化しました。

2001年より毎年発行している本報告書も、「環境・社会貢献報告書」から「CSR報告書」へと一歩前進しました。制作にあたり、今まで取り組んではいきましたが、目標が明確でないものもありました。あらゆるステークホルダーに対し、様々な指標に対し、明確な目標を持つため、改めて自分たちの社会に対する関わり方と、会社の価値について振り返る機会となりました。

ワタミのCSRは「ありがとうの総和」

お客さまから「こんなお店があってよかった、ありがとう」

と何人の方から言っていただけか。

ご入居者様から「こんな施設があってよかった、ありがとう」

と何人の方から言っていただけか。

投資してくださっている株主様から「こんな会社に投資ができて

よかった、ありがとう」と何人の方から言っていただけか。

お取引してくださっている関係会社から「こんな会社と取引ができて

よかった、ありがとう」と何人の方から言っていただけか。

働いている社員から「こんな会社で働けてよかった、ありがとう」と

何人から言ってもらえるか。

地域・社会の方から「こんな会社があってよかった、ありがとう」と

何人の方から言っていただけか。

地球環境の保全・復旧に対して、どれだけの貢献をさせていただけるか。

それこそがCSRであり、会社の価値を決めると信じています。

地球上で一番たくさんのありがとうを集めるべく、グループ全社・全

社員で取り組みます。

皆様の 変わらぬご支援を 心よりお願いいたします。

ワタミグループに共通する経営の考え方

私たちは、企業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。

私たち一人ひとりが、365日24時間、ワタミらしく生きることで“WATAMI”に込められた思いを実現できます。

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・・・と言われるように、

「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

1. 会社の繁栄、社員の幸福、関連会社・取引業者の繁栄

1. 新しい文化の創造、人類社会の発展、人類の幸福への貢献

【グループ企業が目指すことを各社の経営目的に表現】

グループ各社の経営目的は、グループ共通の経営の基本目的に加え、各事業領域での目指すことを表現しています。

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

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

環境 さまざまな施設における環境改善を行う事により、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

教育 人間性を高める「仕事」と「職場」づくりを支援し、人と企業との新たな出会いの場を創造する

グループ社員の仕事の仕方に対する合言葉

「from-0」

「明るくのびのびと仕事をしよう」

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ならない

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

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、人間性の向上のため、夢を持ち、夢を追い、夢を叶える

一、人として美しい生き方を追求する

一、「人」が差別化となる事業にのみ参入する

一、お客様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

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。

“ありがとう”を集めるためにできること~ワタミのCSR

社会の一員として当たり前のことを当たり前に行います。

ワタミのCSR

ワタミにとって、企業としてCSRを追求することは特別に新しい概念ではありません。創業当時より、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。既存の慣習に捉われることなく、経済的・社会的・環境的ニーズの充足に挑戦し、革新された社会づくりに邁進してきました。

今後も、グループスローガンに代表されるワタミの理念に基づき、よりよい社会、新しい社会のあり方を開発・提案・実践することでCSR活動(地球上で一番たくさんのありがとうを集める活動)を進めていきます。

地球環境を破壊することなく、安全・安心な社会のため、人として、企業としての使命(責任)を果たす持続可能な経営へ挑戦し続けます。

CSRの領域

ワタミは、グループのミッション・スローガンを共有し、一人ひとりが新たな価値の創出、持続可能な社会の実現・地球環境の保全に向け、理念に基づき自発的な活動目標を設定し、その内容を深めることは必須と考えています。

一環したCSR活動を維持・継続するため、その活動の対象となる方々を主要なステークホルダーとして、「お客さま」「株主様」「お取引業者様」「従業員」「地域・社会」「環境」に分類、そのさらなる追求に努めています。

- お客さまへの責任：安全・安心で、付加価値の高い商品を提供
- 株主様への責任：安定的な経営と適切な情報開示
- お取引業者様への責任：公正で公平な取引、相互に補完・繁栄できる関係の構築
- 従業員への責任：安全で適切な労働環境の構築・公正な評価
- 地域・社会への責任：積極的な地域との交流と社会貢献
- 環境への責任：お取引業者様を視野に入れた環境負荷の低減

社会的責任を果たしていくために

ワタミが、社会的責任を果たすため、“すべてのステークホルダーの皆様からの感謝”をいただくために、皆様との対話を積極的に行い、私たちの活動に対する“声”を集めています。

皆様から寄せられたご提案・ご意見・クレームは、すぐに検討(対応)するとともに、課題解決への計画を策定、それぞれのマニュアルへの反映、業務計画への組み込みを行っています。

計画の実施、結果の評価、継続的な改善、確実なる目標達成に向けて、PDCA(計画 実行 評価 改善)サイクルを稼働させ、活動に取り組んでいます。

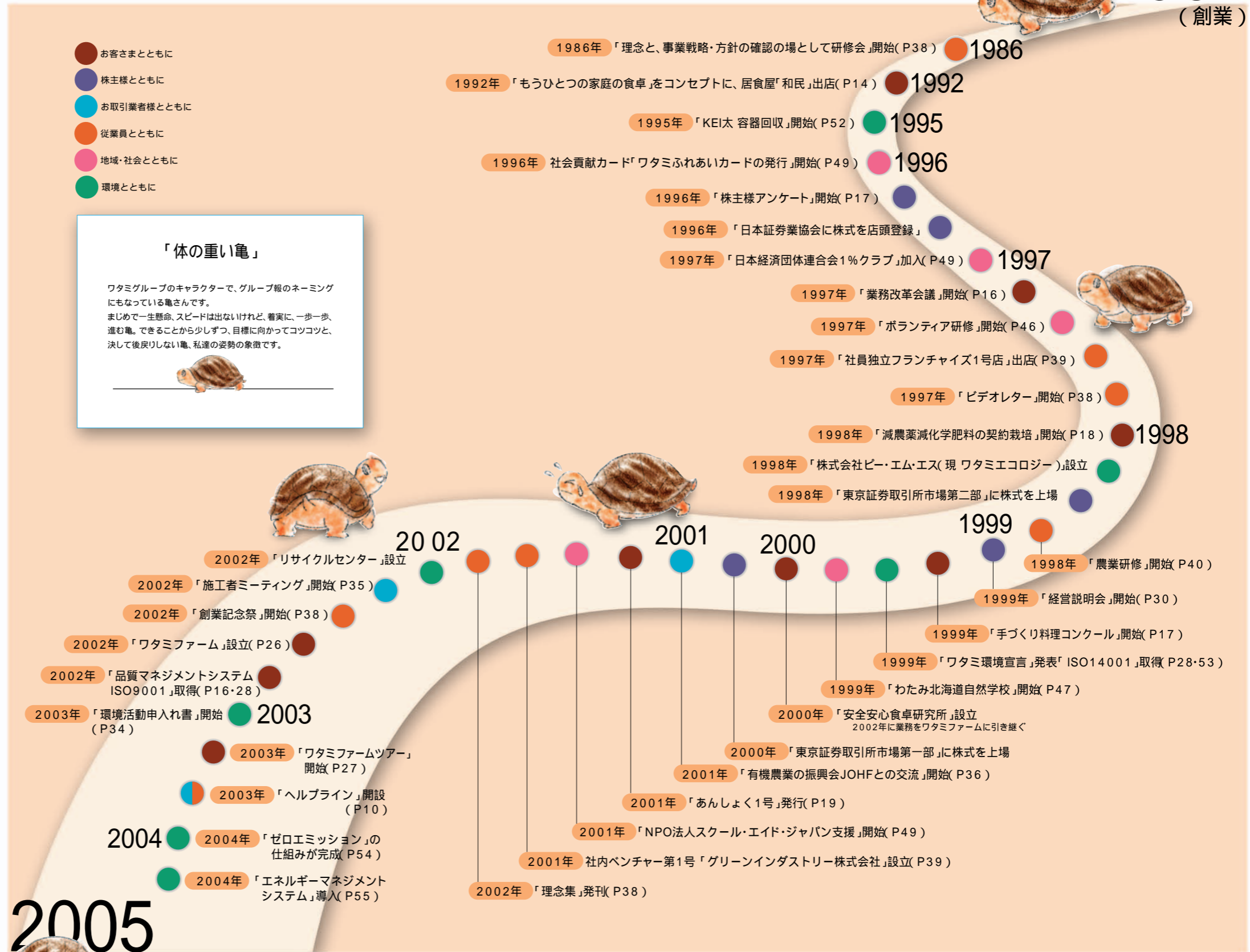
ブランドテーマ

ワタミグループでは、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も掲げ、取り組んでいます。

私たちの行動が、「改善(プラス)」にいたらなくても「原因とならない(害とならない、マイナスとならない)」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、「人」に良い影響を与える存在であり続ける。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」というグループ全社の意思表示です。

CSR関連活動の歩み 1984年~2004年度までの主な出来事について記述しています。



「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、私達の姿勢の象徴です。



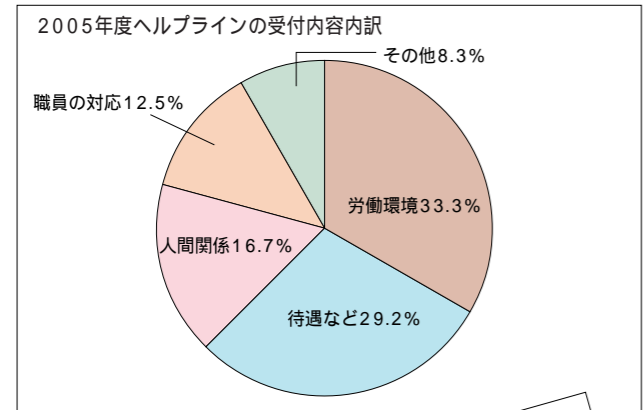
企業倫理とコンプライアンス

企業倫理とコンプライアンスの徹底のために

ワタミグループでは、企業としての社会的責任を果たしていくうえで「理念の浸透」に加え、「企業倫理の確保」と「遵法精神の醸成」を最も重要な活動の一つに位置づけて、社内への浸透に徹底的に取り組んでいます。

役員・社員の一人ひとりが法令の順守にとどまらず、高い倫理観・使命感を持って実践に取り組めるよう、「理念集」を全社員に配布し、事業責任者が主催する教育・啓発活動を毎月実施しています。(詳しくはP38)

また、執行部門から独立した監査室を置き、内部監査規程に基づき定期監査および臨時監査を行っています。さらに、社外プレーンを含む企業行動委員会および社会的責任の履行に対応する情報収集窓口(ヘルプライン)を設置し、牽制機能を確立しています。



ワタミヘルプライン

2003年に、グループ内に存在する問題を広く受け、積極的に解決し、自己改善・自浄のできる組織になることを目指し、情報収集窓口(ワタミヘルプライン)を、グループ従業員(パート・アルバイトを含む)およびお取引業者様に向け開設しました。

このヘルプラインは、社内独立組織のヘルプラインプロジェクトに直接連絡する窓口と外部委託機関である(株)インテグレックス経由で連絡する窓口の2つを設けています。

社内外の2つの窓口を持つことで、企業活動に伴うリスクの早期発見・未然防止の体制を強化するとともに、制度の透明性・利便性の向上、通報者の保護の徹底に努めています。



パンフレットをお取引業者様へ配布し、ポスターを店舗などの更衣室に掲示するなど、周知徹底を図っています。

ワタミヘルプライン概要

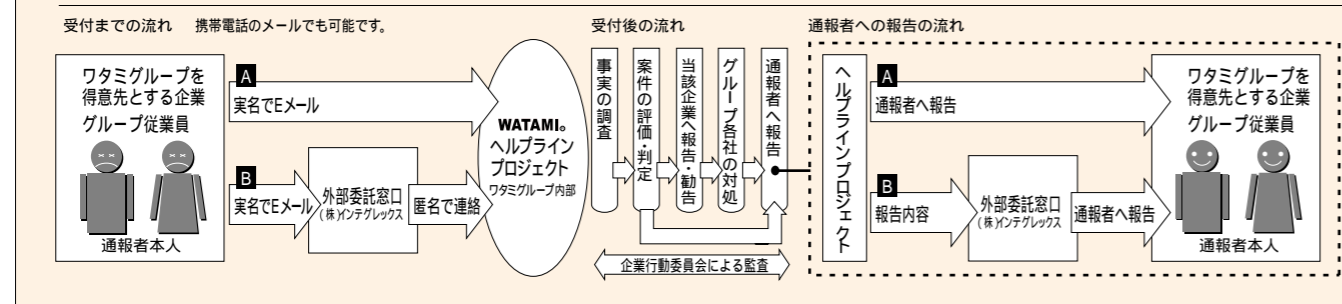
受付体制
ワタミグループ企業の法令・契約違反、不当な要求や地位の濫用、店舗で使用する食材の品質にかかわることなど、私たちが社会の信頼を失う可能性のある内容について、Eメールによる情報提供をお願いしております。

2つの約束
守秘義務の約束
情報提供に際しては、「情報のご提供は実名」が原則となっております。ワタミグループ内部の「ヘルプラインプロジェクト」とインテグレックス社の「ヘルプライン」は、通報者の秘密を守ります。
報復禁止の約束
通報者がヘルプラインに情報を提供することでワタミグループから報復を受けることはありません。



受付窓口
Eメールの受付窓口は2つあります。
グループ内窓口は、社内独立組織の「ヘルプラインプロジェクト」がメールを受け付け、対応します。
外部委託の窓口は、(株)インテグレックスに設置されており、通報者の所属や氏名などを伏せてワタミ社内の「ヘルプラインプロジェクト」に情報が提供されます。
インテグレックス社は、企業の社会責任を支援する会社で、連絡者とワタミグループの間に入り中立性を維持します。法令上の義務を負う場合を除き、本人の了解なく氏名などがワタミ側に情報提供されることはありません。

ヘルプライン受付アドレス Eメールアドレスへは携帯電話からのメールでも可能です。
A ワタミヘルプラインプロジェクト w-helpline@watami.net
B (株)インテグレックス(外部委託会社) w-helpline@integrex.jp
インテグレックスホームページ http://www.integrex.jp



リスクマネジメント

リスクマネジメントの推進

ワタミグループではリスクを、(1)経営リスク(2)政治・経済・社会リスク(3)災害・事故などのリスクなどに分類し、それぞれのリスクの影響度・発生頻度を考慮し管理しています。

外食事業では、BSEや鳥インフルエンザなどの伝染病の蔓延による仕入価格の高騰や、集中仕込みセンターの稼働不能による供給体制の支障、社会保険加入基準変更などの法改正といったリスクがあります。

また、グループ事業の拡大に伴い、農業での天候不順や介護事業での保険制度の改正など、新たなリスクが発生しています。

リスクが具体化した場合には、業務の早期復旧を図るべく、各グループ会社の責任者が中心となって「緊急対策本部」が設置されます。

緊急対策本部は、情報連絡チームおよび顧問弁護士などを含む外部アドバイザーチームを組織し迅速な対応を行い、損害の拡大を防止し、これを最小限に止める体制を整えています。

今後も、リスク項目の選定および未然防止、対策組織の整備に向けて、継続的に内容を見直すなどレベルアップを図っていきます。

想定される主なリスク

リスク種類	カテゴリー	項目
経営リスク	製品	衛生管理
	生産	生産拠点の崩壊、仕入れ単価高騰
	知的財産権	著作物・商標侵害
	雇用	差別、役員・従業員の不祥事
	法務	商法違反・インサイダー取引
	資産運用	不良債権・貸倒れ
	投資	企業買収、敵対的買収
政治・経済・社会リスク	信用	情報管理の不備、顧客情報漏洩
	政治	法律の制定、制度・税制改正
	経済	景気変動、為替・金利変動
災害・事故などのリスク	社会	戦争テロによる社会的混乱
	自然災害	異常気象、地震、風災など
事故	火災、交通事故	

情報セキュリティの強化

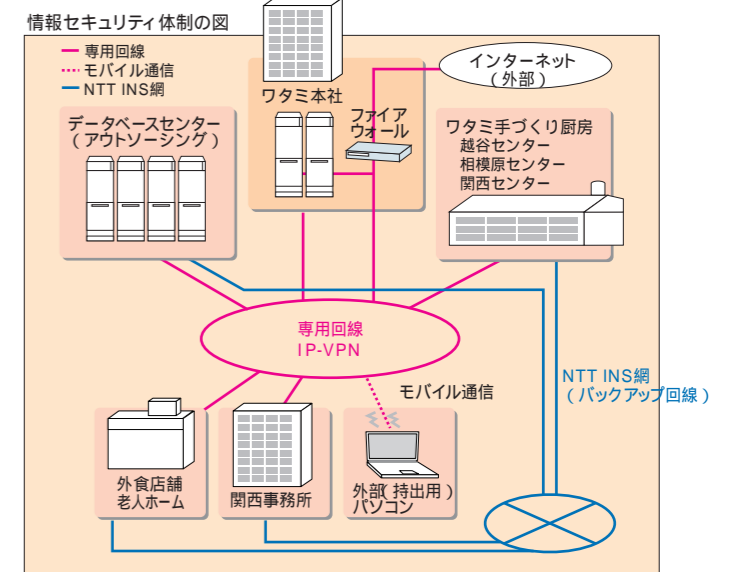
事業活動を遂行するうえで不可欠な情報の保護・管理は、企業として当然の責任と認識し、その整備に積極的に取り組んでいます。

各施設(店舗・ホームなど)は専用の通信ネットワークを整備することでアクセスを制御、外部(インターネット)への接続は、本社ファイアウォールを経由することでセキュリティを強化しています。

また、天災や災害に備えデータベースセンターを地盤の強い立地に選定するほか、通信ネットワークのトラブル発生時には、自動的にバックアップ回線に切り替わるシステムを導入、データ送信に支障の出ない体制を構築しています。

さらに、不正ソフトウェア対策に対応するほか、盗難や紛失への対処等、厳格な運用・監査と継続的な見直しを図っています。

- ・IDとパスワードによる本部パソコンのアクセス制限(外部持出し用パソコンは、IDによる利用者制限)
- ・自動スキャンによる不正ソフトの検出
- ・ファイアウォールの導入
- ・災害対策と高度なセキュリティ機能を持つデータセンターを設置
- ・IP-VPN網によるネットワーク構築

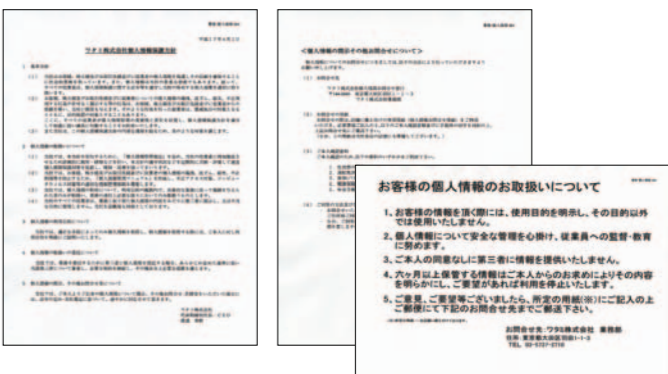


個人情報の安全管理体制

ワタミグループでは、2005年4月の「個人情報保護法」の全面施行に先立ち、主要社員を対象に専門部署による説明会を実施しました。外食店舗では、全店に個人情報の取扱いについて掲示はもちろん、個人情報に関するお問い合わせに対する専用窓口をご案内しています。

内部統制としては、お客様の名簿はもちろん従業員の個人情報についても、施錠可能な場所に保管するルールが徹底されていることを定期的に確認する体制を導入しています。

また、ワタミふれあいホームページでは「お客様の個人情報に関するプライバシーポリシー」を公開し、法令および当社が定めた内部規則を順守することを宣言しています。さらに、外食店舗の評価を送信するアンケートフォームにおいては、送信される情報はSSLにより暗号化しています。なお、2005年度に個人情報保護法に違反する事案はありませんでした。



外食店舗に掲示されている個人情報保護方針

CSRの取り組みを通じて、グループの価値最大化を目指します。

ワタミグループでは、CSRへの取り組み状況を定量的・継続的に把握するためにCSR指標を算出しました。財務面における指標だけでなく、各ステークホルダーに対して目標値を設定しています。本報告書で取り上げた活動や主な指標を各対象(範囲)ごとにわけて掲載します。

CSR指標

対象	範囲	項目	2005年度(結果)	2006年度(目標・方針)注14)	掲載ページ
連結	グループ注1)	売上注2)	82,671百万円	101,010百万円	30
		経常損益注2)	3,292百万円	4,590百万円	
		ROC	6.94%	2010年度・25%	
	外食注3)	店舗数()	553店舗	653店舗	14
	介護	ホーム数()	17ホーム	21ホーム	23
単体	ワタミ(株)	売上注4)	63,816百万円	11,140百万円	-
		経常損益注4)	3,170百万円	780百万円	-

お客さま	外食注3)	客数	32,837千人	(安定的な拡大)	-		
			WFS	67.4%		週間80%以上	
				WDIFS			71.2%
				T.G.I.F.J			79.7%
				和民中国			56.1%
	和民台湾	52.8%					
	介護	アンケート満足度 実績は年間の累計数値	73.3%	週間100%	24		
		環境	88.4%	月間80%以上	28		
	株主様	ワタミ(株)	外食注6)	禁煙対応店舗()	177店舗	(新規店舗導入)	21
			グループ注7)	有機・特裁納入比率	41.83%	40%以上	18
有機加工物の使用				547t	714t		
株主様	ワタミ(株)	追加物の削減	1,249kg	1,700kg	19		
		株主数()	65,858人	(安定配当の維持 敏速な情報開示)	30		
発行済株式総数()	41,491,780株						
個人株主の持株数比率(役員・従業員除く)()	33.2%						
お取引業者様	ワタミ(株)	環境への取り組み説明会	新規92社	(新規お取引業者様に対する説明会実施)	34		
		農業	有機農業生産者との交流会	70人	(現状維持)	36	
従業員	グループ	社員数()注1)	2,355人	新卒で610人の採用	43		
		パート・アルバイト数()注8)	9,795人	(安全な労働環境の構築)	-		
		女性社員比率注9)	14.4%	(男女差別のない環境の維持)	43		
		グループ障がい者雇用比率()注10)	0.9%(単体2.1%)	1.8%以上			
		理念研修参加率	100%	(現状維持)	38		
地域社会	グループ	ボランティア参加人数(率)注11)	1,129人(95.6%)	(全社員ボランティア参加)	46		
		NPO(SAJ)支援注7)	9,814千円		49		
環境	外食注6)	1店舗あたりCO ₂ 排出量()注12)	99.9t-CO ₂	97.9t-CO ₂ (前年対比で2%削減)	52		
		1店舗あたり水道使用量	2.8千m ³	2.7千m ³ (前年対比で2%削減)			
		1店舗あたり廃棄物排出量	15.1t	(現状維持)			
		1店舗あたり電気使用量	19.4万kWh				
		全廃棄物リサイクル率()注13)	37.3%	40%以上			
		食品廃棄物リサイクル率()注13)	30.4%	20%以上			
		エネルギーマネジメントシステム導入店舗()	293店舗	新規30店舗導入		55	

対象期間は、2005年4月1日～2006年3月31日まで ()は、2006年3月末時点の値 注1)対象はワタミ(株)および連結子会社17社 注2)グループの売上・経常損益は連結決算、売上は消費税を含まない 注3)対象「外食」は、ワタミフードサービス(株)・ワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)・(株)ティー・ジー・アイ・フライデーズ・ジャパン、和民中国 有限公司、和民餐飲(深圳)有限公司、三商和民股份有限公司、WATAMI USA GAMUの7社合算「農業」は、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の3社合算 注4)2006年4月1日より持株会社体制への移行に伴い、2006年度の単体経営成績は前年度と比較して大きく変動 注5)WFSはワタミフードサービス(株)、WDIFSはワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)、T.G.I.F.Jは(株)ティー・ジー・アイ・フライデーズ・ジャパン、和民中国は和民中国 有限公司および和民餐飲(深) 有限公司、和民台湾は三商和民股 有限公司 注6)対象は、ワタミフードサービス(株)・ワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)・(株)ティー・ジー・アイ・フライデーズ・ジャパンの3社 注7)対象は、国内企業13社 注8)対象はワタミ(株)および連結子会社17社、社員数は就業人員、パート・アルバイト数は対象期間の平均雇用人員(1日1人8時間換算)注9)対象は、ワタミ(株)・ワタミフードサービス(株)・ワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)の3社 注10)対象は、グループはワタミ(株)・ワタミフードサービス(株)・ワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)、ワタミの介護(株)の4社、単体はワタミ(株) 注11)対象は、ワタミ(株)・ワタミフードサービス(株)・ワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)・(株)ティー・ジー・アイ・フライデーズ・ジャパンの4社 注12)水道・ガス・電気使用量をCO₂換算(対象は外食3社の開店後2年以上経過している407店舗)注13)全廃棄物リサイクル率は、店舗で発生する全廃棄物に対するリサイクル比率。食品廃棄物リサイクル率は店舗で発生する生ゴミ・廃油に対するリサイクル比率(対象は外食3社536店舗)注14)目標・方針は2006年8月現在のものです。

お客さまとともに

ご来店に真剣に向き合う

ワタミフードサービス(株)代表取締役社長・COO 栗原 聡

お客さまの私たちへの信頼は、今までの様々な活動によって得られたものであります。お客さまは、その信頼のうえに、さらなる期待を抱かれてのご来店となります。私たちはその期待にお応えすべく、「その一回のご来店」に対して真剣に向き合うことが不可欠であると考えています。

2005年度は、お客さまの声一つひとつを確認、その活用・是正に取り組んでまいりました。社内監査やお取引業者様にもご協力いただき、店舗の課題発見を今まで以上に行ってきました。

2006年度は、この課題に対して従業員の集中トレーニングを行う部門の設立、理念研修の強化、マネジャーの業務範囲の見直しを行います。お客さま、お一人おひとりに向かい合い、その満足の向上に努めます。



とにかくおいしい食事を

ワタミの介護(株)代表取締役副社長・COO 清水 邦晃

2005年度、ワタミグループは施設介護に本格的に参入しました。「ワタミのホームに親を入居させる子は親孝行」「ワタミのホームに入ってきた、ありがとう」と言われるホームをつくるために、施設運営基準を見直し、ワタミグループのノウハウを活かし、お客さま満足の向上に努めました。

とにかくおいしい食事を召し上がっていただくことと全ホームにワタミの食事を導入するほか、本部とホームとの連携強化のための組織変更も実施しました。ご入居者様の声に耳を傾けることはもちろん、ご家族様のご要望やご意見にも応えていきたいと、ハガキによるアンケートを開始し、継続的にご意見をいただく仕組みを構築しました。

2006年度は、この介護に対する従業員の思いを一つに、理念に基づいたホームづくりに全力で取り組みます。



安全・安心、おいしい野菜を

(株)ワタミファーム 代表取締役社長・COO 武内 智

ワタミファームでは、自然循環機能を持つ有機農業を推進しています。有機生産者や環境問題に取り組まれるお取引業者様との連携、「人とのつながり」を築くことが不可欠と考えています。

2005年度は、有機農業では画期的なJAS有機に適合した肥料の製造、さらに2006年5月には肉牛肥育牧場の運営を開始するなど、循環型有機農業の推進を目指し事業を拡大しています。お取引業者様の協力の元、食品工場で発生する食品残渣や大規模な畜産事業の糞尿を利用した取り組みを開始することもできました。どの事業も、有機農産物生産とシナジー効果を発揮することのできる事業です。

今後も、お取引業者様とのパートナーシップの強化を通じて、より循環型有機農業を全国に推進していきたいと考えています。



付加価値の高いサービスを

ワタミエコロジー(株)代表取締役社長・COO 中村 昌宏

ワタミエコロジー(株)では、外食店舗や介護施設など施設の安全性や快適性を確保し、直接の顧客となる企業様に付加価値の高いサービスを提供すると同時に、リサイクルや省エネルギーを中心とした環境負荷低減策をご提供しています。持続可能な発展をしていくために、この活動の両立を最大の課題としています。

2006年度は、積極的な情報交流と、従業員の基礎教育の強化を課題としました。企業様の社内会議に参加させていただき情報共有を図るとともに、店舗を利用されたお客さまからのご意見を快適な空間の維持・向上に活かします。また、施設にかかわるビルオーナー様、近隣住民の皆様からも信頼を得られるよう一層のサービス向上を図ります。



お客さまに感動を与える店をつくりたい～ワタミの外食

お店は、お客さまのためだけにある……

ワタミの外食事業は、1984年「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…」との思いから始まり、「豊かで楽しいもうひとつの家庭の食卓」をコンセプトに、「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展開されています。

お客さまの声をすべての原点として、安全で安心な商品を、付加価値高く提供、こんなお店があってよかった……と感じていただき、笑顔の溢れる場面をひとつでも多く集めるべく、経営目的である「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」ことを追求しています。

1992年「居食屋マーケット」を創造

創業当時から「食空間業」をキーコンセプトとしてスタート、1992年に居食屋「和民」を開発しました。当時のアフター5の居酒屋市場に、「飲むだけでなく、食べるだけでなく、女性にも、家族にも、時間、空間を楽しむ」場を提供すべく、そのマーケットを「居食屋マーケット」と名づけ、居食屋「和民」業態を投入、積極的に開発してきました。

多様化するニーズに複数の業態展開

居食屋マーケットが成熟する中、お客さまは利用目的に応じてお店を使い分けられています。ワタミグループでも、この多様化するニーズに対応して複数業態を開発しています。

幅広いお客さまにご利用いただいている居食屋「和民」、語らい処「坐・和民」を中心として、料理の専門性を追求した業態と、独自のテーマ性を持たせて食空間を展開するカジュアルダイニング業態の3つの方向でポートフォリオを組んでいます。この体制で出店地域での外食マーケットシェア20%確保を目標としています。

また、出店地域では、2005年は、首都圏・関西圏以外に積極的に出店し、2005年3月時点で1都1道2府25県に展開しています。

海外では、香港のほか、中国本土（深圳）、台湾へと展開、出店地域を拡大しています。（詳しくはP22）

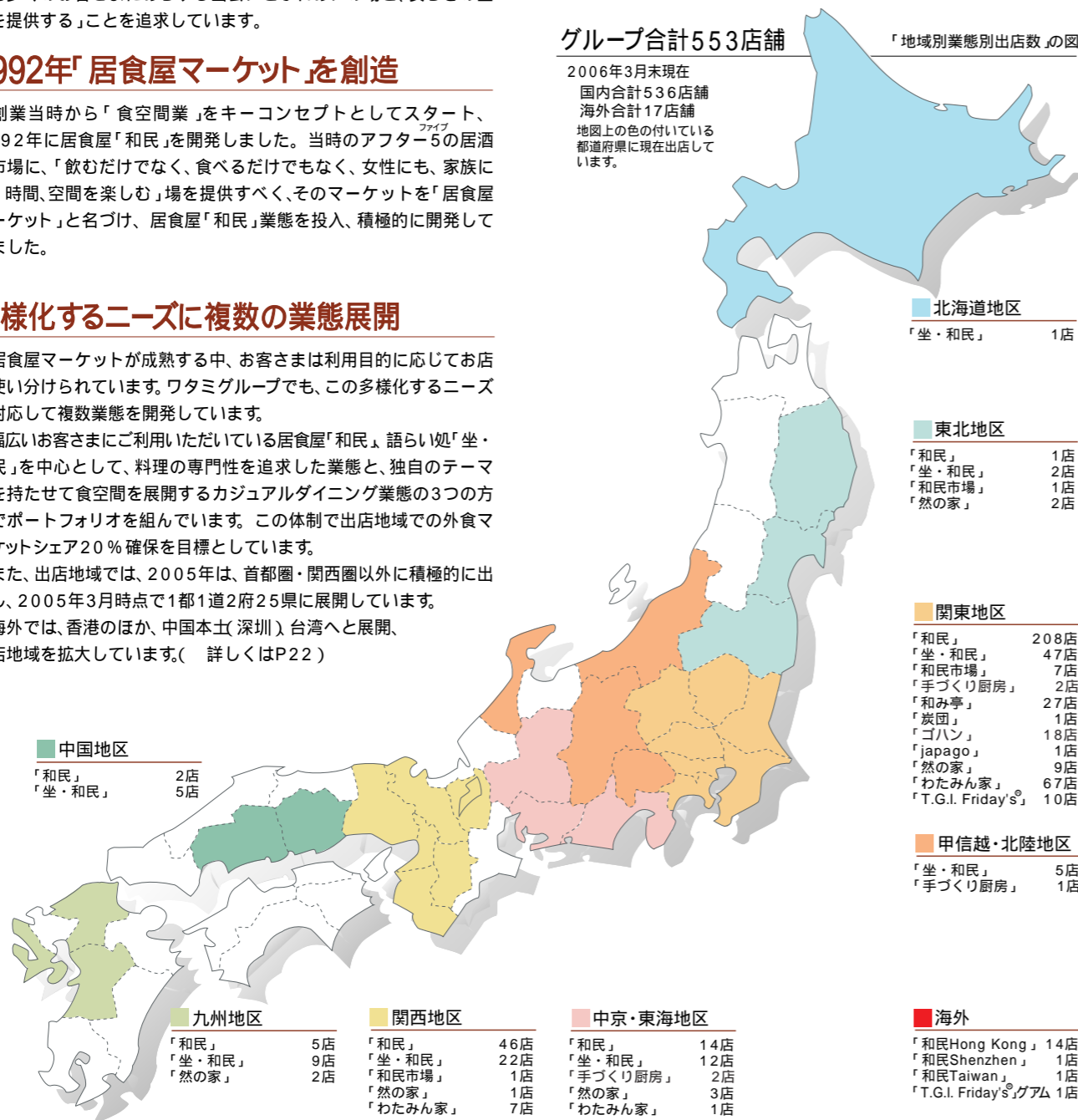
「安全・安心な食卓」であるために

外食事業では、安全・安心な食材の仕入れにこだわり、厳格な品質管理体制を構築することは大前提であります。加えてお客さまへの適正表示の徹底や店舗で使用している食材の紹介などの情報提供活動を積極的に行っています。

さらに、快適に店舗をご利用いただくために、分煙やバリアフリーなど様々な活動を実施しています。また、未成年飲酒防止など適正飲酒を推進しています。

グループ合計553店舗 「地域別業態別出店数」の図

2006年3月末現在
国内合計536店舗
海外合計17店舗
地図上の色の付いている
都道府県に現在出店しています。



全国チェーンとしては初めての全席禁煙店舗として実験出店した居食屋「手づくり厨房」は、2006年5月に他業態に転換しました。

業態紹介(国内)

居食屋「和民」

あはたのリビングダイニング

「時間、空間を楽しむ」新しいタイプの居酒屋として開発。「豊かで楽しいもうひとつの家庭の食卓」を基本コンセプトに展開しています。

語らい処「坐・和民」

居食屋市場の変化に合わせ、内装により個室感を持たせた「静かに語り合う空間」を提供しています。

居食屋「和み亭」

ランチ&ディナー営業を行う居食屋「和み亭」。ファミリーコミュニティレストランとして多様なニーズに対応しています。

海鮮処「和民市場」

新鮮な魚介料理を楽しみたい、という特定動機に対応した居食屋業態として展開しています。

焼肉居食屋「炭団」

「炭火・肉・タレ」にこだわり、お得な価格に、居心地良さを添え、焼肉居食屋として展開しています。

ごはん酒房「然の家」

自然をキーコンセプトに据え、より幅広い層の方々の、より多様なご利用動機にお応えできる、新しい和の居食屋空間です。

DINING & BAR「japago」

レストランとしてもバーとしてもご利用いただける業態

DINING & BAR「japago」を開発。2006年2月に1号店を出店した1号店はカジュアルな空間を大切に、開放感を演出しました。

japanese dining「ゴハン」

「古きよき日本の食卓」が基本コンセプト。不思議な雑踏感があり、懐かしさと新鮮さを感じるモダンな居食屋です。

炭火焼だいにんぐ「わたくみん家」

「炭火焼串料理」と「おでん」「串揚げ」といった専門商品を提供する業態として展開しています。

Restaurant & American Bar「T.G.I. Friday's」

「古き良きアメリカ」をコンセプトに、ドリンク類を豊富に揃え、アメリカの家庭食をフレンドリーなサービスで提供するレストラン

アメリカのカーソン・カンパニーグループのT.G.I. Friday's, Incと1998年に合弁会社を設立し展開中。

みんなで作るお店づくり

社内はもちろん、あらゆる角度からお客さまの声を生かしています。

お客さま満足を追求して

お客さま満足を追求するために、お客さまの声を傾けることはもちろん、株主様・お取引業者様にも積極的に店舗をチェックしていただく仕組みを取り入れています。

また、通常の内部監査の他に、本部社員が現場を再確認するなどの仕組みを取り入れ、全社でその活動に取り組んでいます。

これらの活動は、お客さま満足度の設定目標や店舗運営基準などに基づき実施されています。

2002年10月には、このお客さま満足を追求する体制を品質マネジメントシステムとして申請、ISO9001の認証を、「和民」「和み亭」の全店で取得しました。

2005年度は、外食店舗437店(審査時点での「T.G.I. Friday's」を除く国内外食全店)で取得、毎年その範囲を拡大しています。

お客さまの声を聞く仕組み

店舗に来店されたお客さまからご意見・ご感想を聞く仕組みとして、「アンケートハガキ」を店舗に、「アンケートフォームによるお問い合わせ」をホームページに設置しています。

2005年度のアンケートハガキでは、国内外食店舗全体で、52,591件のご意見・ご感想をいただきました。

ご意見・ご感想は、メニューのご提案の場合はメニュー開発担当者へなど、ご意見の内容ごとに担当者にフィードバックされます。また、外食各社では、毎週、お客さまからいただいたご意見・ご感想と向き合うことを目的とした「業務改革会議」を、各社社長主催のもと、出店地域(エリア)ごとの責任者が参加し実施しています。

会議では、残念ながら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することはもちろん、その傾向を分析、全責任者と共有することで、再発の防止に努めています。会議で決定した重点項目については品質マネジメントシートを活用し、全店がその実施について徹底を図っています。

お客さまアンケート「80%0件」を目指して

業務改革会議では、1週間の間に届くお客さまアンケートの店舗評価4段階のうち、最も高い評価(もう一度是非利用したい)80%以上、最も低い評価(利用したくない)0件を目標にしています。

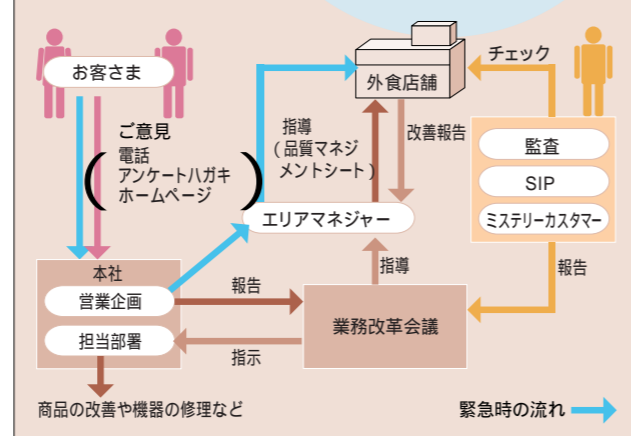
また、この目標をISO9001の品質目標と定め、達成に向け継続的な改善を行っています。

店舗運営基準

1. 商品が美味しいこと
2. 商品がタイミングよく提供されること
3. 商品が均一化されていること
4. メンバーが親切なこと
5. メンバーに笑顔があふれていること
6. メンバーに活気があること
7. メンバーが礼儀正しいこと
8. 店舗は清潔であること
9. 明朗会計であること
10. QSCのバランスにおいて価格が安いこと

店舗改善の仕組み(全体像)
様々な観点から店舗チェックを行うことにより店舗改善に努めています。

店舗改善の仕組み(概念図)



株主様による店舗チェック

ワタミでは株主様からも、積極的に店舗運営状況についてご意見をいただきたいと考えています。そこで、毎年2回郵送される事業報告書に、株主優待券およびご利用いただいた際に感想を記入していただく「株主様アンケート」を同封しています。2005年度上半期は2,887通、下半期は813通のご回答をいただきました。

外食店舗に対するご意見の内訳

サービス...24.0%	料理の味...14.9%	提供時間・温度等...13.3%
内装・備品...9.7%	価格...9.5%	メニュー提案...7.2%
その他...21.4%		

お取引業者様による店舗チェック (ミステリーカスタマー)

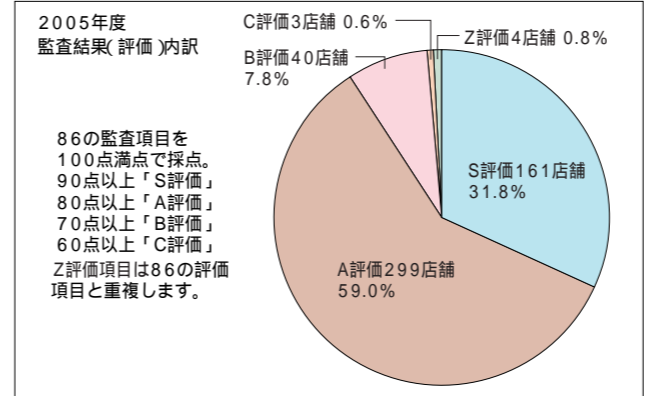
お取引先の従業員の方に、店舗へ「お客さまとしてご来店」いただく制度を2003年より導入しました。よりお客さまに近い視点での評価52項目と総評をいただいています。2005年度は、延べ165回の店舗チェックを実施していただきました。

店舗監査

お客さま満足の向上を目指して、内部監査(抜き打ち監査)を実施しています。店舗運営業務の執行と完全に分離された監査室が、店舗運営の状況を、6つのテーマ「理念(企業倫理)の浸透、サービスの品質、料理の品質、ホールの清掃状況、キッチンの清掃状況、マネジメントシステムの定着」と86の監査項目に沿って行うことで、店舗のスタンダードを確認しています。

また、2004年に、近隣の住民の方からの重大なクレームなどがあり、新たに13項目に及ぶ「Z評価」項目を抽出しました。Z評価が出た場合は、各担当者より、その外食店舗を運営する各社社長にその場で報告され、緊急に措置が行われます。

2005年度は、4件のZ評価がありました。



本部社員による店舗チェック (SIP:スタンダード・インポート・パトロール)

店舗のスタンダード(標準)を再確認することを主な目的として、本部社員によるSIP(監査)を各店、原則年2回()実施しています。日程およびチェック項目を事前告知し、環境活動を含めた店舗サービス・料理の品質等を再確認しています。2005年度は、延べ875回実施されました。

日頃、現場から離れている本部社員が店舗社員との交流することで、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。開店して1年未満の店舗は年1回、もしくは次年度より実施となります。

お客さまの声を商品へ

【店舗によるアンケート調査の実施】

ワタミフードサービス(株)では、通常のアンケートとは別に定期的にお客さまにご協力いただき、ご来店者の属性を含めてニーズ、商品の嗜好などをお聞きするアンケート調査を実施しています。

2005年度は、5月と11月に「和民」「和民市場」「わたみん家」「ゴハン」「然の家」「手づくり厨房」で実施し、合計3,200件のご回答をいただきました。アンケートの調査結果は、新商品の開発や業態開発に活かされています。



お客さまのご意見をもとに開発した「和み亭」ドリンクメニュー

【インターネット調査 ゲスト エクスペリエンス モニターの実施】

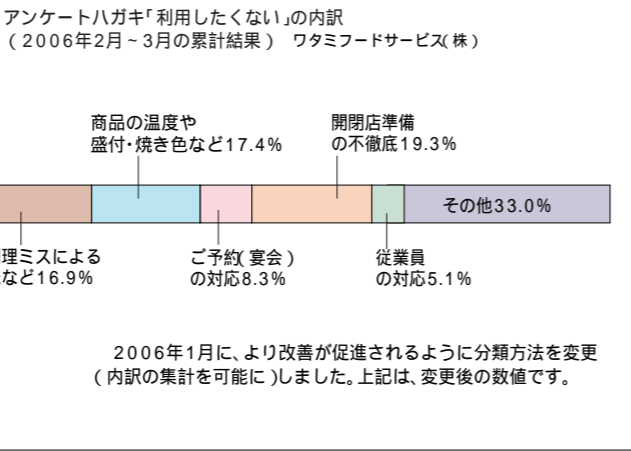
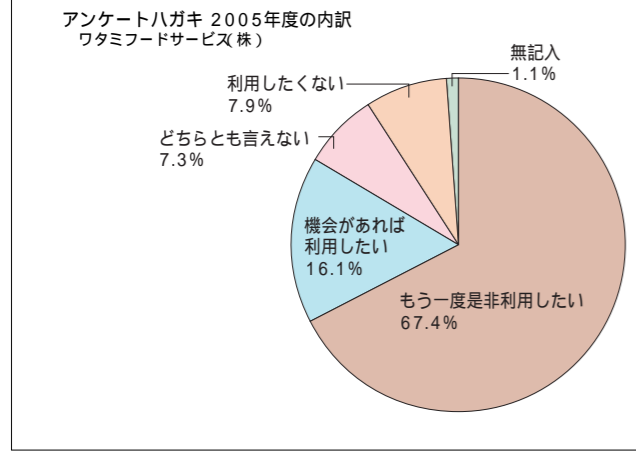
(株)ティージー・アイ・フライデーズ・ジャパンでは、どのサービスがお客さまの総合満足度に影響を与えているかを調査するアンケートを2006年より開始しました。この結果をもとに効果的にお客さまの総合満足度を高める取り組みが行われています。

TOPICS お客さまとつくる新メニュー 「手づくり料理コンクール」

ワタミフードサービス(株)では1999年より毎年、「豊かで楽しいもうひとつの家庭の食卓にのせる、あなたの腕自慢の手づくり料理」をテーマに、お客さまより新メニューを募集するキャンペーンを実施しています。

第7回目の開催となる2005年度は、294通の応募をいただきました。応募いただいたメニューは、書類選考の後、商品開発部により実際にメニューとして調理され、試食会にて最優秀賞が決定されます。

2005年度は「たこ焼きDE海老ぶりやい」が、最優秀賞に選ばれました。また、入選した商品によっては「和民」で特撰メニューとして販売もされています。



食材の安全・安心

おいしくて、安全・安心な食材をお届けするために様々な取り組みを行っています。

有機JAS認証野菜・加工食品

ワタミグループでは、1998年よりお客さまに安全で安心な料理を提供したいとの思いで減農薬野菜の契約栽培を始めました。

その後さらに安全で安心といわれている有機野菜の導入を検討しましたが、市場にほとんどありませんでした。

安全・安心の実現には自社生産が一番の早道であり、環境に負荷をかけない有機農業を推進することが最適であると考え、2002年よりワタミファームを設立し、ワタミファーム農場やその協力農家で生産された有機野菜を積極的に導入しています。

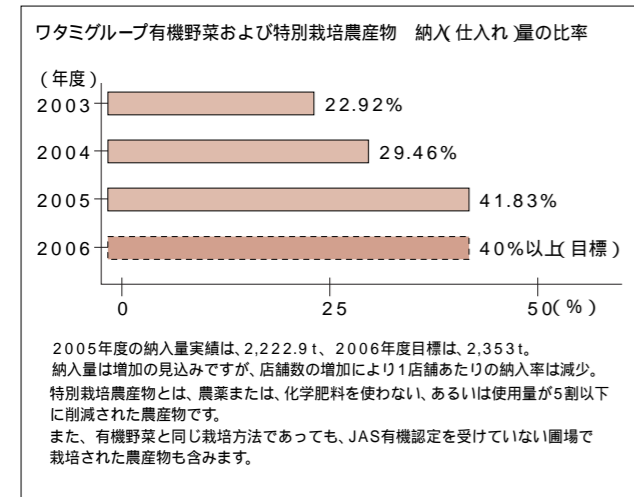
2005年度は、1,588tの有機農産物や有機加工食品を使用しました。今後も、積極的に導入していく計画です。

有機加工食品および、有機農産物を使用した加工食品使用一覧（2005年度）	
有機寄せ豆腐	有機切干大根
有機醤油	有機納豆
有機絹生揚げ	有機トマトジュース
有機木綿豆腐	有機玉葱ロースト
有機豆乳	有機無添加みそ
有機生いもこんにやく	有機じゃがいもフライ
有機おでん大根	有機米を使用した日本酒
有機こし水ようかん	有機さつまいもを使用した焼酎
有機抹茶水ようかん	

有機野菜および特別栽培農産物納入量

ワタミグループの外食店舗では、仕入れる全野菜に対する有機野菜の比率の向上を目指しています。毎年、目標数値を設定し取り組んでおり、年々その比率は高まっています。

また、有機加工食品についても積極的に導入し、毎年目標数値を設定し取り組んでおり、2005年度は、547t使用しました。



TOPICS 「有機JASマーク」は、安全で安心な有機野菜の目印となっています。

有機野菜とは、「農林物資の規格化、および品質表示の適正化に関する法律」(JAS法)に基づいて認証された圃場で栽培された野菜です。

有機野菜認証にあたっては、禁止されている農薬と化学肥料を2年以上使用していない圃場において、遺伝子組み換え技術を使用しないで栽培し、農林水産省に登録された認定機関の検査を受ける必要があります。これらの条件を満たした野菜のみが、「有機JAS」マークを表示できます。

遺伝子組み換えへの対応

料理、味のベースとなる基礎調味料について、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を使用しています。

もちろん、ポテト・コーン・豆腐の食材にも遺伝子組み換え大豆は使用していません。

遺伝子組み換えかどうかの確認では、お取引業者様との信頼関係構築、書類の提出を求めるとことや生産ラインで混入しないことの確認、物流中に混入しないことの確認など、念入りなチェックを重ねています。



「和民」のフライドポテト

「和民」の有機寄せ豆腐

安全・安心な養鶏場・牧場の運営

ワタミファームでは、自社で養鶏場の運営も行っています。有機おからなどを飼料にし、ゲージ(檻)を使用することなく開放された鶏舎(平飼い)で鶏を育成、鶏卵を生産しています。

また、2004年の酪農および乳製品の加工の開始に続き、2006年5月には牧場の運営を開始、日本で和牛と認められている四銘柄の一種である短角和牛という品種の育成をはじめました。(詳しくはP27)

【BSE・鶏インフルエンザについて】

BSE・鶏インフルエンザ問題について、厚生労働省が定めた使用禁止原料を使用していないことを全商品確認しています。

また、米国産牛肉の輸入が解禁になりましたが、現時点では仕入れの予定はなく、今後も慎重に扱ってまいります。(2006年8月現在)



ワタミファーム瀬棚農場(鶏舎)

添加物(化学調味料)の削減

加工食品や原料に含まれる添加物(化学調味料)を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っています。

2005年度は、16品目から添加物として使用されている「化学調味料(アミノ酸など)」の使用量をゼロにし、1,249kg削減しました。

2006年度は、ISO14001の目的・目標に、「新規15アイテム1,700kgの削減」を掲げ、継続的に活動を行っています。

添加物の削減は、様々な添加物の中で優先的に削減をすることを決めた添加物、および使用量の多いアイテムを中心に削減を進めています。

添加物を削減した加工品例

	2004年度	2005年度
品目数	11品	15品
品名	ほたるいかたまり漬 からあげの素魚用 にんにく味噌 ボン酢 バター粉 とんかつソース 辛子マヨネーズ 焼鳥タレ ステーキソース ほか	ユッケソース 赤味噌 昆布醤油 コチュジャン まぐろ丼タレ シーザードレッシング バルサミコドレッシング マヨネーズ 汐吹き昆布 やきそばソース ほか

お取引業者様との協力

原材料の調達についても、安全で安心な食材の追求に注力しています。ワタミグループの品質規格に合った食材を仕入れるために、各ベンダー様や納品業者の方々に、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を求め、内容を精査し、安全確認を行っています。

さらに、加工食品については、原材料別の生産地や生産者の確認、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も行い、仕入れる食材の安全を確認しています。

また、定期的にお取引業者様の工場などを視察(製造現場や製造工程を確認)安定した品質の食材を店舗に供給できるように努めています。

コミュニケーション誌「あんしよく」

2001年より、ワタミグループの外食各店舗にご来店のお客さまに、ワタミファームの取り組みや、その時々旬の有機野菜についての話題などを紹介する無料配布のコミュニケーション誌「あんしよく」を年3回発行しています。バックナンバーは、ワタミファームのホームページ上でご覧になれます。



あんしよく

適正表示について

仕入れ、物流段階だけではなく、お客さまが見るメニュー表記についても細心の注意を払っています。表示については、食品衛生法・JAS法・景品表示法などの関連法令を順守しています。

また、香辛料などにより刺激の強いメニューや、新製品にマークを表示し、お客さまの利便性の向上に努めています。

さらに、メニューに記載する商品名については「商標権」などにも留意し、他社の権利を侵害することのないようチェックを徹底しています。特にオリジナル性の強い商品名については、第三者の権利を侵害していないことを調査し、決定しています。



「和民」での辛口表示などマーク表示の例

原産地表示について

2006年1月より、料理の主な食材(ソースや調味料除く)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、メニューブックには表記しておりませんが、常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。

2006年6月には、ワタミグループが国内で展開する10業態で、通常のメニューはもちろんのこと、季節限定メニューやランチメニューなどを含め、ほぼすべてのフードメニューにおいて一覧表が保管されています。

TOPICS ごはん酒房「然の家」

“自然”をキーコンセプトに据えた、ごはん酒房「然の家」では、自然塩・天日干し鰹節などを使い、手間ひまかけて出汁をとるなど素材そのものおいしさを大切にしています。

2005年11月からは化学調味料(グルタミン酸ナトリウム)を使用していないフードメニューを導入しています。



平飼い鶏の出汁巻玉子

調理の安全・安心

衛生管理の行き届いたワタミ手づくり厨房と店舗で日々調理を行っています。

ワタミ手づくり厨房(集中仕込みセンター)

ワタミグループでは、居食屋「和民」開業当初より、「もうひとつの家庭の食卓」のコンセプトに則り、各店舗でほとんどの食材を仕込む、「こだわりの手づくりシステム」を開発しました。

2002年3月、このシステムの最大の長所である「手づくり感」を損なわず調理する考え方を踏襲した集中仕込みセンター「ワタミ手づくり厨房」を埼玉県越谷市に設置し、関東圏の「和民」「和み亭」への供給を始めました。

2003年5月には、神奈川県相模原市に第二センターが、2005年6月には兵庫県尼崎市に第三センターが稼働しました。第三センターの稼働は、全グループ店舗の供給において、物流コストの削減、食材の納品時間の短縮でその効果を発揮しています。また、複数センターの分散展開は、災害に対する危機管理といった面もあります。



第三センターの外観

ワタミ手づくり厨房

「集中仕込みセンター」の強み

ワタミ手づくり厨房は、一般的なセントラルキッチンとは異なり独自の生産体制を確立しています。

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」と「店舗で商品の仕込みをすることと同様の状態(こだわりの手づくりシステム)」を実現しています。

だから、あえて「セントラルキッチン」ではなく「集中仕込みセンター」と呼んでいます。



ワタミ手づくり厨房の製造ライン

ワタミ手づくり厨房のこだわり

1. 当日製造の原則

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店舗・各ホーム(介護施設など)へ届けます。

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。

2. 低価格実現の原則

ワタミ手づくり厨房では、「こだわりの手づくりシステム」と「低価格であること」を実現するために、あらゆる工程に改善の眼を向けます。

前日の売上実績をもとに、必要な食材を必要な分だけ製造し、食材のムダを減らすことにこだわります。

さらに、製造にかかる人件費も当日の製造量に合わせてコントロールするなど、徹底してムダを排除した低価格(適正コスト)を追求しています。

3. 安全・安心を追求する衛生管理

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が行われています。また、センター内に検査室を設置し、定期的に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行っています。

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。

店舗での衛生管理

店舗では、使用食材の品質チェック、保管用冷凍・冷蔵庫の温度チェックを毎日実施するほか、定期的に従業員の衛生検査を行い、食中毒菌を菌留していないかの確認をしています。

また、ワタミ(株)の衛生管理責任者が、厨房の衛生状況を抜き打ちで検査する衛生検査を年2回実施するほか、ワタミエコロジー(株)による害虫発生予防・店舗内清掃も行われています。



使用食材の品質チェック

店舗の安全・安心

適正飲酒ほか、快適な時間を過ごしていただくための様々な取り組み

店舗バリアフリーの取り組み

既存の建物に入居するテナント店舗と異なり、建物の躯体から開発できる「和み亭」などでは、入口や店内の段差をなくした「スロープの設置」などを行っています。また、車イスのお客さまに対応した「トイレの設置」も行ってあり、現在37店舗にて、安心してご利用いただけるようになっています。店内には、2000年より「点字メニュー」、2002年より「英字メニュー」の設置を開始しています。

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」の全店舗にご用意しています。

また、ワタミの国内外食全店で、お箸の代わりにスプーンやフォーク、グラスの代わりに取っ手の付いたマグカップなど、バリアフリーに対応する什器をご用意しています。

しかし、私たちが考えるバリアフリーは、単に什器・備品を用意するだけでなく、店舗の入り口の前に段差や階段があって車イスの方がご来店できない店舗や駐車場から店舗入り口までに傾斜がある店舗では、従業員がお手伝いし、店舗までご案内をすることや、お帰りの際に、乗車のお手伝いをすることです。

また、お料理をご要望に合わせてお好みの大きさにカット、熱い鉄板でのご提供が危険なお客さまへは、お皿に移し変えるなど、従業員一人ひとりがお客さまのことを思う気持ちがあるからこそ、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、ワタミグループのバリアフリーです。

車イス対応トイレが設置されている店舗一覧 2006年8月現在

- 「和民」: 中目黒店・武蔵中原駅前店・南海難波駅前店・千日前店・菊川駅前店・光が丘IMA公園通店・千葉都賀店・足立谷中店・青梅店
 - 「坐・和民」: 紙屋町店・京阪京橋片町店・伏見桃山店・博多都ホテル店・長崎銅座店・立川南口店・広島駅南口店・西中島南口店
 - 居食屋「和み亭」: 大宮日進店・鹿島田店・新江古田駅前店・大島居店・西船橋店・武蔵野駅前店・和光店・武蔵境店・福生店・府中若松店・海老名中央店・天王町店
 - ファミリーコミュニティレストラン「和み亭」: 越谷南町店・東村山店
 - 「和民市場」: 立川南口店
 - 「然の家」: 博多都ホテル店・長崎銅座店
 - 「わたみん家」: 広島駅南口店
 - 「T.G.I. Friday's」: 品川バシフィック店・MM21クロスゲート店
- はテナント出店のため、共同トイレに設置

適正飲酒の推進・STOP未成年飲酒

適正飲酒の啓発活動は、社会的影響の大きい重要なテーマであると考えています。中でも、「未成年飲酒防止」については重点課題と位置付け、社員教育・店内ポスター掲示などの社内体制の整備に加えて、未成年者と見えるお客様には年齢確認をさせていただいています。具体的な内容としては、全従業員に対して入社時研修およびロールプレイング研修や、全店舗にマニュアルを配布し徹底を図っています。

特に、未成年の飲酒が増える時期(3月・7月・12月)には全店舗を対象に指導を強化し、業務改革会議を通じて再度徹底を促しています。

なお、未成年飲酒を見逃してしまうことは、営業停止などのさらなるリスクを発生させ、様々なステーキホルダーの皆様の満足を妨げることになるため、徹底して未成年飲酒防止を推進しています。

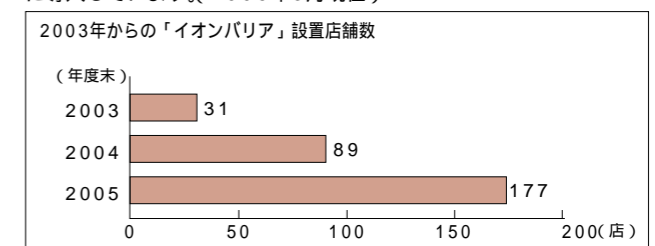


店内掲示ポスター

分煙の取り組み

2003年健康増進法の施行以前の2001年より一部店舗で分煙を実施しています。2003年9月の新規出店(居食屋「和民」草加西口店)より、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実施しています。2005年度は新規88店舗に設置しました。

新期出店において148店舗、既存店において29店舗、計177店舗に導入しています。(2006年3月現在)



標準仕様書による快適な店舗づくり

客席や厨房、サイン(看板等)にいたるまで各業態ごとに100項目以上ののぼる店舗設計の仕様を規程した「標準仕様書」に基づいた店舗設計を行っています。この仕様書に準じて店舗を設計することで、ローコストな建設はもちろん、各種法令の順守、利用しやすい動線の確保など、快適な店舗づくりを実現しています。また、実際の施工を踏まえ、年2回見直しを行い継続的な改善に努めています。

このほか、シックハウス対策などにおいても、法令で定められている接着剤や塗料は、ホルムアルデヒド発散等級が規制対象外のものを使用するほか、独自の基準に基づいた建材を使用しています。

TOPICS 「中食(なかしょく)」への新たな挑戦

安全・安心で、おいしい「ワタミの食事」をご家庭でも楽しんでいただきたく、惣菜店の展開を開始します。

外食のお客さまはもちろんのこと、更に幅広い層のお客さまづくりに取り組んでいきます。ワタミファームの有機野菜、平飼卵、短角和牛などを使った安全・安心なこだわり商品をお届けします。



店舗パース(完成予想図)

2006年11月に開業予定の大型ショッピングセンター「ダイヤモンドシティ・ミュウ(立川市・武蔵村山市)」の三越・武蔵村山店内にオープンします。

TOPICS わたみの特撰おせち

2005年12月、「わたみの特撰おせち」を製造・販売しました。

冷凍食品や保存料を極力使わずに、安全・安心な「わたみの特撰おせち」ができあがりました。



店内告知ポスター

世界に広がる「ありがとう」の輪～ワタミの外食(海外)

コンセプトも料理もそのまま、日本の「和民」をアジアで展開しています。

新しいスタイルの食文化を

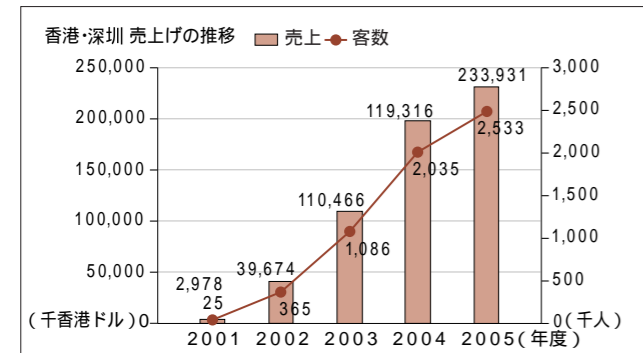
ワタミの海外展開では各国の文化や現地のお客さまのニーズに適合させたお店を開発、『日本の「和民」そのまの料理を、お洒落で清潔な店内で、手頃な価格とフレンドリーなサービスで気軽に楽しむことができる』Japanese Casual Restaurant「和民」として展開しています。

2000年7月和民(中国)有限公司が設立され、2001年11月には海外1号店として香港で「和民Huphreys Avenue店(九龍/尖沙咀)」を出店。2006年3月現在で13店舗展開しています。

2005年1月には、和民餐飲(深圳)有限公司を設立し、中国本土1号店として居食屋「和民」万象城店(深圳市)を出店しました。

2005年5月には三商行股份有限公司と合併会社として三商和民股份有限公司を設立、11月にはワタミグループ500店目として台湾1号店となる、和民忠孝店(台北市)を出店。

2006年8月には、和民駅前店(台北市)がオープンしました。



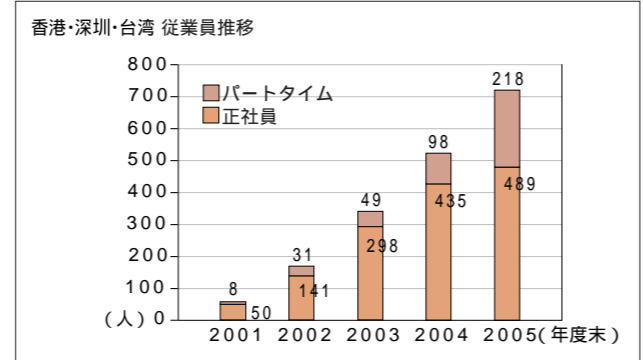
2005年11月オープンの台湾は含まれておりません。

現地への貢献を目指して

海外での展開においては、現地の経済の発展に貢献することももちろん、出店地域のお客さまが気軽に楽しんでご利用いただけるお店づくりに注力しています。店舗には日本同様、お客さまの声を積極的に集めることを目的としてアンケートを設置、お客さまのご要望をお伺いし、これらを反映した商品・サービスの改善に努めています。

お客さまアンケートは週間単位で集計し、国内同様「80%・0件(詳しくはP16)」を目標にしています。2005年度は、年間の累計で香港56.7%・1.4件/週、深圳49.8%・0.6件/週、台湾52.8%・1.8件/週でした。

また、従業員の雇用は、最大限現地スタッフを雇用するという方針で、2005年度末時点では、香港・深圳で707人の従業員を雇用しています。教育面においても、質の高いサービスが提供できるよう、ワタミグループが培ってきた人材開発のノウハウを取り入れた教育が行われています。



誰もが幸せな老後を迎えるために～ワタミの介護

普通の方が、普通の年金内で、幸せに暮らせる……新しい介護を目指し事業を展開しています。

ワタミの介護

日本の高齢化は急速に進んでおり、2014年には総人口の25%が65歳以上という超高齢社会になります。「高齢者の方からも、たくさんのありがとう」を集めることを目的に、介護市場に参入しました。

2004年4月、ワタミメディカルサービス(株)を設立し介護事業に参入、2005年3月には、神奈川県・埼玉県を中心に有料老人ホーム「レストヴィラ・トレクオーレ」を運営する(株)アールの介護が、ワタミグループの一員となり、本格的に「施設介護」事業の展開を開始しました。

この事業は、ワタミグループのノウハウ(施設管理・商品開発・人材教育)を最大限に発揮し、相乗効果を生み出せる事業であると考えています。2006年4月には、「株式会社アールの介護」と「ワタミメディカルサービス株式会社」を合併し、「ワタミの介護株式会社」に社名変更しました。

現在(2006年8月)は、有料老人ホーム(介護付有料老人ホーム)「レストヴィラ」を、埼玉県に2ホーム(大宮、ふじ野)東京都に1ホーム(堀之内)神奈川県に14ホーム展開、および神奈川県住宅供給公社のトレクオーレ横須賀の運営を受託、さらに高齢者マンション(住宅型有料老人ホーム)1号棟の「レヴィータ岸和田」を運営しています。

2020年1000棟を目標に積極的に展開していく計画です。

すべては食卓から

「食事がおいしい」ことは、単に「料理の問題」だけではありません。「食」の目的は、「よりよく生きる」ことであり、健康を維持し、老化を遅らせ、病気を予防することはもちろん、心への働きかけも食の大切な役割です。

「食卓から」をきっかけとして、「長生きすることは素晴らしい」と感じていただき、毎日を元気に健やかに楽しく過ごしていただくホームをつくっていきたく考えています。

ホームの食材も、「安全でおいしい旬の野菜や厳選された素材」を外食事業と同様の厳しい基準で仕入れています。

また、二次調理によって、より摂取しやすくする「介護食」をはじめ、「セレクトメニュー(好きなパンや飲み物を選んでいただく)」や、より常食に近い色・味・見栄えを再現した「ソフト食(嚥下困難食)」も充実させています。



ワタミの介護 三大(ゼロ)への取り組み

ワタミの介護(株)では、体の機能を持続できるようリハビリテーションに力を入れ、おむつ・0(ゼロ) 特殊浴・0(ゼロ) 経管食・0(ゼロ)を目指しています。

安易におむつを使わず、個々の排泄リズムを把握して、適切なトイレ誘導を行うこと、特殊浴槽を避け、できるだけ一人ひとりで肩までゆっくり入っていただく個浴を使用すること、そして、口からおいしく食べていただくことに介護の基本を置いています。

独自の品質保障マークとして



2006年4月
シンボルマーク制定

ワタミの介護(株)では、「ご本人らしい人生のあり方、生活の仕方」を最大限尊重することが基本と考えます。

自宅にいたときと同じような暮らしがしたい、自分らしい生活がしたい……という、「ご入居者様の思い」を出発点として、「家庭的で居心地の良い、安らぎの空間で一人ひとりの個性が生きて、様々な人々の中で営まれる自立した豊かな暮らし」の場としてのホームを目指します。

この思いに基づき、「ホームでご入居者様の幸せのためだけにある」ことを宣言し、私たちのご提供する暮らし、サービス全般の品質を自ら保証するものとして、社名変更を期にシンボルマークを制定しました。

私たちは、ご入居者様が主役の「ワタミの介護」の実践に、持てる力と知識、心のすべてを尽くし、高齢者の方の笑顔を生む喜びとし、明るくのびのびと、礼儀正しく、笑顔で働くことをこのマークの下に誓っています。

ホームは、ご入居者様の幸せのためだけにある

経営目的

- 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
- 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

合言葉

- 自分の両親にして欲しいと思うことをすべてさせていただこう
- 自分の両親にして欲しいと思わないことは、絶対にするのはやめよう
- 高齢者の方の笑顔を生む喜びとして明るくのびのび働こう

ホームの運営基準

- 「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
- 常食も介護食もすべての食事が美味しいこと
- 介護予防・リハビリテーションの充実により、一日でも長く元気な生活をしていただけるように努力していること
- すべてのスタッフが、おむつ・0、特殊浴・0、経管食・0を常に目標に努力を続けていること
- 働くスタッフがすべてのご入居者様に対して、強い関心を持ち、感謝と尊敬をこめてお世話をさせていただいていること
- 働くスタッフが親切であり、元気で、礼儀正しく笑顔で働いていること
- 風呂・マッサージ・美容により、心地良い時間を常に提供していること
- ホームは清潔であり、ご入居者様にとって「安らぎの空間」であり、それぞれのお部屋は「くつろぎの空間」であること
- 同好会・趣味活動を積極的に支援することで、ご入居者様に「楽しむ」機会を提供していること
- 食事と運動と環境により、ご入居者様が日に日に元気になっていくホームであること
- 病院との緊密な連携によりご入居者様にとって安心なホームであること
- 提供するすべてのサービスが価格に対して圧倒的価値を表現しているホームであること
- 「ワタミのホームに入ってよかった、ありがとう」と、すべての方から言ってもらえるホームであること

TOPICS 香港や中国のサービス業に革新をもたらしたい。



海外では日本食は高級イメージがあり、値段が高く手軽に食べられるものではありませんでした。さらに、香港や中国の飲食業のサービスレベルは決して高いものとはいえません。

私はワタミの理念に共感して、社員としてワタミで働き、そこで学んだサービスに対するワタミの考え方を、香港・中国において実践しています。

現地スタッフに、サービス(お客さまの目線に合わせて接客をする姿勢や考え方)を教育する場合、まず自分がやってみせ、理由をしっかりと説明し、彼らが理解し易い教え方が鍵と考えています。

2001年にオープンした香港1号店は、幸いお客さまには高い評価をいただくことができ、店舗数も増やすことができました。

今、「和民」のホスピタリティある接客が現地飲食店の刺激となり、香港のサービスレベルが改善されてきていると感じています。

和民(中国)有限公司会長
兼 ワタミ(株)海外事業本部副本部長 ディレク・リウ

TOPICS 「T.G.I. Friday's」ガム・タモン店も経営

(株)ティー・ジー・アイ・フライデーズ・ジャパンでは、2000年11月より、アメリカ ガム・タモン店を運営しています。日本から観光でガムに渡航中のお客さまの来店が多いこの店舗では、日本の文化や習慣を活かした独自の活動を組み合わせることで、双方のメリットを活かした店舗運営を実現しています。

また、清掃活動といったボランティア活動など、現地地域社会との交流にも積極的に取り組んでいます。

さらに、現地スタッフとの直接的交流は、アメリカ文化の理解を促進し、国内「Friday's」の経営にも役立っています。



お取引業者様とともに

従業員とともに

地域・社会とともに

環境とともに

22

ホーム改善の仕組み

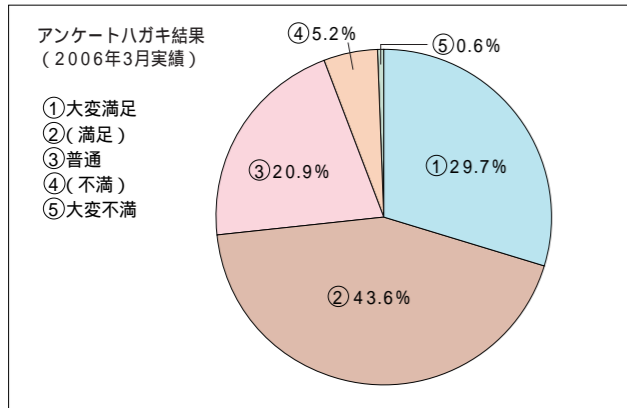
ご家族アンケート

ワタミの介護(株)では、ご入居者様・ご家族様の満足向上を目指して、毎月、ご入居者様のご家族全員に、アンケートハガキをご送付し、ご意見・ご不満をいただく窓口としています。

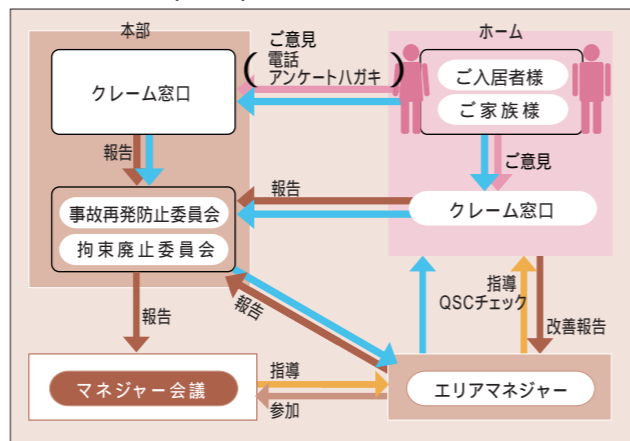
食事メニューやおやつに対する要望など、すべてのご意見・ご感想を、一枚一枚、事業責任者(副社長)が確認した後、担当部署や該当ホームにフィードバックされます。

品質目標100%0件を目指して

ご家族から、ホームの現時点での評価をアンケートで集め、最も高い評価を「5」、最も低い評価を「1」として、5段階でホームの評価をしています。ホームでは、この評価のうち、良い評価としている「5」「4」の評価が100%、最も低い評価「1」を0件にすることに取り組んでいます。



ホーム改善の仕組み(概念図)



QSCチェックとは、ホーム運営の「品質・サービス・清掃」を独自の基準で確認する制度です。緊急時連絡

マネジャー会議

ホームの運営状況を確認し、ご家族様の意見(アンケートの内容)と向き合う機会として「マネジャー会議」を毎週行っています。この会議は、事業責任者が主催し、各ホームを地域ごとに担当するエリアマネジャー全員が参加するもので、一つひとつの事例を挙げながら「ホーム運営基準」に基づいた運営がなされているかを確認しています。

また、会議では「事故再発防止委員会」、「拘束廃止委員会」より、ホームで起こった事故が報告され、全ホームで起きた事故・事例を共有することにより、ホーム全体のレベルアップを図っています。

展開ホームご紹介

レストヴィラ

介護付有料老人ホームとして展開する「レストヴィラ」は、24時間365日のハード・ソフト両面における安全・安心と快適・清潔を確保し、全体を最も高いレベルの障害に対応できる設計・仕様とし、いつでも職員が見守り、問題の際は即駆けつける体制を整えています。



レストヴィラ名瀬の里内装

レストヴィラ十日市場外観

REVITA

住宅型有料老人ホームとして展開する「レヴィータ」は、食事や終身生活支援の付いた高齢者マンションです。

プライバシーを維持しつつ、万一介護の必要が生じても、「デイサービスセンター」および「訪問介護ステーション」を併設するなど安心して自室に住み続けることができる体制を整えています。



レヴィータ岸和田外観

元気に、健やかに、楽しく過ごしていただくために

レクリエーション委員会

気の合うご入居者様同士、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、ホームでは、イベント開催やリビングスペース、談話コーナーの設置など様々な取り組みをしています。

平日5クラス・土日2クラス以上開催されるレクリエーションは、リハビリテーションや日々の楽しみ、生きがいにもなるよう、それぞれのホームが知恵を絞っています。

レクリエーション例

健康管理について

医師との連携による健康管理サービス、リハビリテーションのお手伝いを行っています。

ホーム(看護師/ケアマネジャー/ヘルパー/管理栄養士)は、協力病院、ホームドクターと連携し、ご入居者様の健康状態に応じた看護/健康管理/介護を行います。

親身にかつ専門的にご入居者様の日々を守って、協力病院、ホームドクターとの関係を構築し、ご入居者様の「日に日に元気に」を医療面からもサポートしています。

各ホームにもクレーム窓口を設置

各ホームと本部にご入居者様・ご家族様からのクレーム窓口を設けています。

窓口に寄せられた貴重なご指摘は、速やかに改善するとともに、マネジャー会議にて報告され、全ホームに内容と対策を周知することで、ご入居者様・ご家族様の満足向上に努めています。

ワタミコーナー

ご入居者様、ご家族様に、私たちの介護への思いを共有していただきたいと願い、心に残る「ワタミコーナー」を各ホームに設置しています。

ご意見をいただくために「ワタミ君への手紙」とネーミングされた投函ポストを設け、いただいたお便り一つ一つに返信しています。



レストヴィラ名瀬

レストヴィラ十日市場

ワタミ農園

ご入居者様に、日に一度は外に出て、陽の光を浴び、風のそよぎ、鳥の声を楽しんでいただきたいの思いから、各ホームで職員とご入居者様による「園芸クラブ」を組織し、ワタミファームのサポートを受けて、全ホームに「ワタミ農園」を開設しました。

花々で彩られた庭園によって季節の移り変わりを楽しむだけでなく、土づくりからこだわったハーブや野菜を栽培することは、準備する楽しみもあり、ご入居者様の「日に日に元気に」を目的としています。

また、車イスなどご不自由な方にも、農園の手入れや収穫を楽しんでいただけるよう工夫を凝らしています。



プランターを手の届く位置に配置、車イスのまま通れる導線を確保するなど工夫を凝らしています。

自然のままを大切に ~ワタミの農業

日本農業の問題点と農業事業設立主旨

長年、農薬・化学肥料を使用してきた日本の農地は疲弊し、地力を再生することが非常に難しい状況に陥っています。これら農薬や化学肥料は環境破壊を誘引し、食の安全性という面も含めて大きな社会問題になっています。加えて農業者の高齢化、不足など、大きな転換の必要性に迫られています。このような状況の中で、ワタミグループは自らの購買力で、有機

農産物を栽培する農家を支援・共生し、国内農業が根本的に抱える諸問題の解決に貢献することを目的とし、農業生産法人、農産物の卸販売法人を設立しました。単に購買する立場から一歩進み、自然循環機能を持った有機農業を自らがその実践者となり、ノウハウ構築、人材の育成、マネジメントシステムの導入を通じて日本の農業の発展に貢献します。

安全で安心なおいしい野菜を求めて

2002年4月、ワタミグループ念願の農場進出の第一歩としてワタミファームを設立し、千葉県山武市で第一農場「山武農場」を稼働させました。2003年11月には、ワタミファームと千葉県、および千葉県山武町の3者共同で「有機農業推進特区」を申請し認可されました。2004年4月には、瀬棚農場(北海道せたな町)でも農業特区が認可され、酪農や鶏卵事業にも進出しています。また、2004年11月には有限会社当麻グリーンライフがワタミグループに加わりました。2006年4月には、関西地区で初の農場となる、ワタミファーム京都後農場(京都府京丹後市)で京都の伝統的な野菜の作付けが開始されました。現在(2006年8月末)では、ワタミグループの農場のうち、6つの農場「ワタミファーム山武農場・倉淵農場(群馬県高崎市)・瀬棚農場・白浜農場(千葉県南房総市)・佐原農場(千葉県香取市)・当麻

グリーンライフの農場(北海道当麻町)が改正JAS法に基づき有機園場として認定されています。また、京丹後農場でも2006年秋の認証取得に向けて準備を進めています。

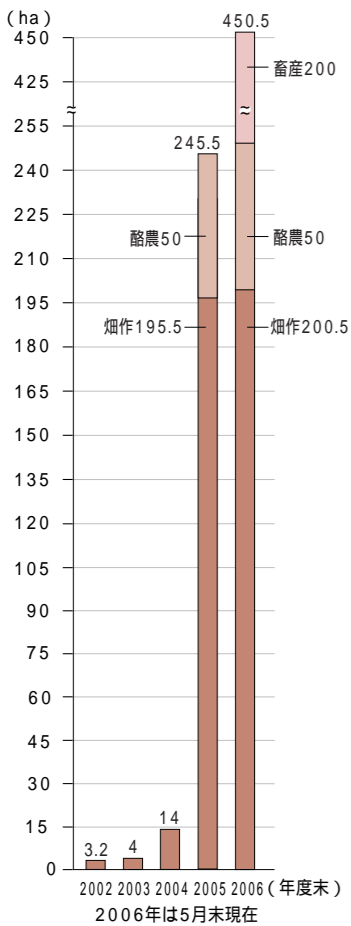
ワタミファームは、有機JAS認証(詳しくはP18)を積極的に取得し、有機野菜を中心とする「安全で安心なおいしい野菜」をグループ店舗へ、そして消費者へ供給していきます。

本文中の地名表記については、現在のものを使用しています。

ワタミグループの農場で栽培している野菜

果菜類	ナス、カボチャ、トマト、ゴーヤ、オクラ、ズッキーニ
葉菜類	ホウレンソウ、白菜、キャベツ、玉レタス、サニーレタス、ロメインレタス、シルクレタス、フリルレタス、小松菜、水菜、バジル、空芯菜、ペピーリーフ、春菊、イタリアンパセリ
根菜類	大根、カブ、ニンジン、ジャガイモ、ラディッシュ、さつまいも
その他	トウモロコシ

農場(牧場)面積の推移



ワタミグループの農場(2006年5月現在)

- 北海道・瀬棚農場**: 2004年1月開設 農場面積: 70ha (JAS有機畜産に関する法律施行後JAS有機畜産の認証を取得する計画。2007年度春取得予定)
- 北海道・肥料事業部・留萌営業所**: 2005年10月開設 製造量: 2,000t/年(計画)
- 北海道・当麻グリーンライフ農場**: 2004年11月ワタミグループと提携 農場面積: 145ha
- 北海道・弟子屈牧場**: 2006年5月 運営開始 農場面積: 200ha
- 千葉県・佐原農場**: 2006年3月開設 農場面積: 3ha
- 千葉県・山武農場**: 2002年4月開設 農場面積: 7ha
- 京都府・京丹後農場**: 2006年4月開設 農場面積: 5ha
- 群馬県・倉淵農場**: 2006年4月開設 農場面積: 12ha
- 千葉県・白浜農場**: 2004年6月開設 農場面積: 0.5ha
- 農業研修センター**: 2002年4月開設

農場開設を計画中

有機園場
有機園場準備中
牧場
複合

広がるワタミファームの活動

ワタミグループの農場が日本の農業を元気にします。

有機肥料事業について

2005年11月、動物性副産物(各種家畜のし尿)などを原料にした肥料「有機バイオ」の製造を、北海道留萌の工場で開催しました。産業廃棄物として扱われ、その処理方法が環境問題に発展している各種家畜のし尿などを原料とすることは、循環農業の推進に貢献すると考えています。また、有機質肥料が少ない有機農業界にとって、有機農業生産者を側面から支援することになります。



酪農および鶏卵事業について

瀬棚農場では、有機牧草と有機飼料を与えた牛を、通年放牧型の牧場で飼育し、糞尿を農場の堆肥として循環利用しています。また、瀬棚農場では、鶏卵事業(詳しくはP18)も行っています。なお、2005年11月に施行されたJAS有機畜産に関する法律に対応し、JAS有機畜産の認証を取得すべく準備をしています。(2007年春取得予定)

宅配事業「ワタミファーム倶楽部」

おいしい有機野菜や乳製品を手軽に召し上がっていただく宅配事業をスタートしました。商品は、ワタミグループで生産されたものを中心に産地から直送でお届けしています。

ワタミファーム倶楽部のトップページ

ワタミファーム倶楽部のパンフレットと野菜

TOPICS 自然のままを追求した牧場を開始

2006年5月、北海道の弟子屈(てしがが)で牧場の運営を開始しました。短角和牛という品種202頭で開始しましたが、今後2011年で1,000頭まで増やしていく計画です。なお、この牧場は通年放牧型の牧場で、餌は農薬や化学肥料を一切使用しない牧草と国内産の循環型の飼料を使用しています。焼肉居酒屋「炭団」をはじめとした各店舗での提供がスタートしました。



TOPICS ワタミファームの野菜がおいしい理由(農場長の話)

ワタミファームでは、おいしい野菜を召し上がっていただくために様々な取り組みを行っています。例えば、レタス。外食店舗でサラダとしてお客さまに召し上がっていただくことが多いレタスでは、玉レタス・ロメインレタス・サニーレタス・シルクレタス・フリルレタス(赤・緑)など複数のレタスを栽培し、常に4~5種類のレタスをお店にお届けすることで、ミックスされたレタスの様々な食感を楽しんでいただくようにしています。また、栽培においては有機栽培による適地適作を推進できるように、季節に合わせて全国(一部契約農家含む)の栽培農地を変更するほか、収穫においても畑の横に冷蔵車を横付けして、収穫後すぐに鮮度管理に取り組みすることでその品質を維持しています。さらに、グループ内で「自社農場での収穫から、市場を通さずにお店に納品」を実現できていることで、「5度」といったチルド管理が徹底されています。運送ルートや時間においても現在の輸送状況を常に把握できる体制を組んでおり、野菜の「鮮度管理・温度管理」についてのトレーサビリティを可能にしています。新鮮な野菜をお届けできる秘密のひとつです.....だから「おいしい」のです。

TOPICS ワタミファームツアー

2003年から2回、お客さまとのコミュニケーションを目的に「農場体験ツアー」を実施しています。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・有機農法に関する講話・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。2005年度は、92名のお客さまが参加しました。



子どもたちに美しい地球環境を残すために～ワタミの環境

「環境対応型施設管理」を推進

環境に関する法令が強化され、企業は社会的にも環境的にも、対策とその実施を迫られています。しかしながら、企業が自社で環境対策を実施するには、高いノウハウと多くの時間と費用が必要となり、その実現は容易ではありません。

ワタミエコロジー(株)では、環境ビジネスと既存ビジネスの融合を図り、経済活動を推進しながらも、環境対策を実施できるビジネスモデルの構築に取り組んでいます。

メンテナンスや清掃も環境活動

施設で環境負荷を低減させるための基本は、その施設の設備についてよく知り、設備の状態をできるだけ良いコンディションに保つことが大切です。

動力削減機の導入やエネルギーマネジメントシステム(詳しくはP55)の導入などのほかにも、定期的なメンテナンスや清掃の実施、故障やトラブルに迅速に対応するなどして、機器の耐久年数を延長させることは、経済コストを削減するとともにCO₂の削減という環境負荷の軽減にもなります。

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あげたい”
次の世代が、今ある美しい地球環境を受け継ぐことができれば、とても素晴らしいことだろう...。このためには、地球に住むひとり、ひとりが変わらなくては、何も変わらない。

(1999年7月29日付 日経流通新聞当社広告)



お客さま満足向上の仕組み

ワタミエコロジー(株)では、より質の高いサービスを目指し、定期清掃や改装工事、ビル管理サービス等の作業終了後に、お客様の評価を伺うアンケートを実施し、その内容を確認・是正をする会議を開催しています。また、3ヶ月ごとにお客様評価の高い部署(社員)や、協力会社の表彰も行っています。これらの業務については、「お客さま評価 満足度80%以上、指摘・クレーム0件」を品質目標としてISO9001を導入し、その継続的な改善に取り組んでいます。

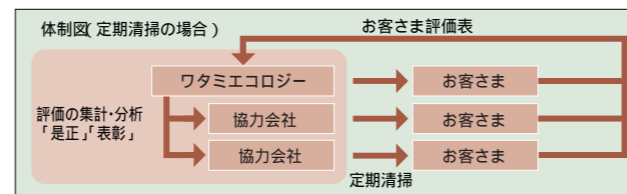
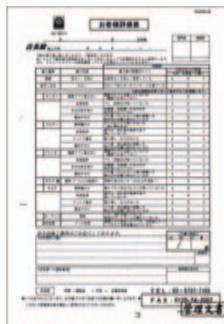
定期清掃の場合

定期清掃業務においては、お客さまごとに作成された「お客さま評価表」を清掃後に記入していただき、業務内容のクオリティについてチェックをしています。

お客さま満足度の推移

2005年	実施数 (件)	満足度 (%)	指摘・クレーム (件)
4月	313	82.3	46
5月	239	91.0	16
6月	329	87.2	32
7月	263	91.7	17
8月	296	87.5	18
9月	255	88.1	19
10月	343	84.8	28
11月	259	85.9	19
12月	310	88.7	27
1月	270	89.7	28
2月	299	92.9	34
3月	253	94.3	22

評価表



環境負荷軽減における取り組みを、積極的に情報公開

「ワタミ環境宣言」を受けて、ISO14001認証取得に関わる情報や廃棄物のリサイクルなど、自社の取り組み内容を積極的に情報公開

2005年度の取り組み

環境シンポジウム2005千葉会議
2005年9月

「市民と大学、企業、行政が手をつなぎ、環境教育と環境保全の活動の啓発および交流を促進していくこと」を目的に、環境省などが後援するシンポジウムに参加し、ワタミグループ環境活動について講話しました。



鎌倉市「事業所のための3R推進セミナー」2005年12月

神奈川県鎌倉市が主催する「循環型社会の形成への貢献」をテーマにしたセミナーに出席しました。

セミナーでは「事業活動により発生するゴミをどのように処理するか、また事業活動を通じての発生抑制および資源化に関する先進事例」として紹介されました。

しています。環境意識の向上を目的とし、各種の団体や大学、企業などの要望に応じて、「環境活動の事例紹介(講義)」を実施しています。

高校生環境サミット
2005年10月

各高校での環境関連活動の広がりを目指し、東京都立つばさ総合高校が主催する「高校生環境サミット」に参加し、ワタミグループ環境活動への取り組みを説明したパネルの展示や、ステージでの発表を行いました。



エコフェスタ ワンダーランド(環境展)
2006年2月

東京都大田区民の環境意識の向上を目的とし、区内小学校にて開催される環境展に参加しました。有機野菜を使ったおでんの提供や、ブースの出店、環境活動をテーマにした劇を行いました。



株主様とともに

スピーディな開示体制づくり

ワタミ(株)執行役員 経営管理部長 武藤 輝一

様々な事業分野で収益性を高め、安定した利益を確保し、それを株主・投資家の皆様に還元していくこと、これがワタミグループが株主に負っている最大の責任であると考えています。

これからも株主・投資家の皆様の適正な投資判断のために、外食事業のみならず、介護・農業・環境・教育といったワタミグループの取り組みを、より正しく、より透明性を高く、よりスピーディに開示する体制をつくり上げていきます。

また、グループ事業の展開に伴い、ガバナンスやリスクマネジメントといった面においても、適切な情報開示が必要であると考えています。

2006年度は、より多くの株主・投資家の皆様にご満足いただける情報開示の体制づくりを重点課題として取り組んでいきます。



証券市場の声に真摯に

ワタミ(株)社長室長 中川 直洋

ワタミグループでは、株主様と積極的な対話を行い、経営に反映していくことが大切であると考えています。

機関投資家・アナリストの皆様に対しては、決算発表後にトップによる決算説明会を開催するほか、スモールミーティングやワンオンワンミーティングを積極的に行い、経営状況や今後の事業展開について説明させていただき、証券市場の声に真摯に耳を傾けています。

個人株主様に対しましては、年2回アンケートハガキを送付させていただき、そのご回答内容を経営に活かしています。



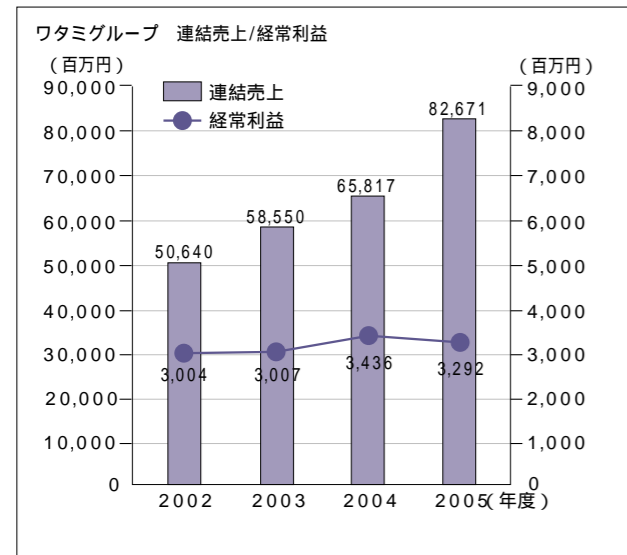
株主様の満足を目指して

株主様との対話を続け、安定配当の維持や事業理念の共有を図っています。

安定配当の維持を基本に

ワタミ(株)では、株主の皆様への利益還元を経営上の最重要課題の一つと考え、安定配当の維持を基本としながら、業績と財務状況などを鑑みながら還元を実施しています。2005年度の配当金は、通期で10円、配当性は2005年3月期27.1%で、2006年3月期は10円配当で34.6%となりました。

店頭公開時、目標とした20%を上回る株主還元を行っていますが、中長期的な事業計画を見据え減配は行いませんでした。



また、収益性・資金効率の観点から、重要経営指標としてROC(使用資本経常利益率)を掲げています。今後は中心となる外食事業に加えて介護事業などのグループ事業の拡大をはかり、2010年25%を目指しています。

個別の投資案件につきましては、投資基準を明確にするためROI指標を活用し各事業の投資回収管理を徹底し、2009年には格付け「A」の取得を目指し、企業価値のさらなる拡大に努めています。

ROC 経常利益÷(有利子負債+株主資本)

年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
ROC	14.02%	11.15%	8.26%	6.94%

1株あたり純資産額/1株あたり配当額/配当性向/1株あたり当期純利益

年度	1株あたり純資産額(円)	1株あたり配当額(円)	配当性向(%)	1株あたり当期純利益(円)
2002年度	406.80	15	41.2	36.37
2003年度	413.31	10	40.1	24.91
2004年度	441.65	10	27.1	36.86
2005年度	458.77	10	34.6	28.83

2002年3月末を基準として、株式1株を1.5株に無償分割しております。対象は、1株あたり純資産額はグループ連結、1株あたり配当金額・配当性向・1株あたり当期純利益はワタミ(株)

株価

年度	高値(円)	安値(円)	年度末終値(円)
2002年度	1,929	574	650
2003年度	890	610	838
2004年度	1,100	800	930
2005年度	2,120	890	1,819

積極的な情報開示

ワタミ(株)では、企業情報の開示は非常に重要との認識で、適切かつ迅速な情報提供のために担当部署を設け、積極的に活動しています。お問い合わせに対しては、公平かつ正確な情報の提供を追求しています。

有価証券報告書、およびリリースをすべてを、日本証券業協会に株式を店頭登録した翌年の1997年からワタミふれあいホームページに公開しています。

また、事業報告書を年2回発行するほか、毎月10日をめどに近況報告を発表し、タイムリーな情報発信に努めています。当社の近況報告は、東京証券取引所に提出した後、ホームページにも掲載し、中心となる外食事業をはじめ、介護事業や新規事業への取り組みなど活動状況を公開しています。



ワタミふれあいホームページのIRページ(近況)

参加しやすい株主総会を目指して

個人株主が多いことに留意し、集中日を避けた土曜日に株主総会を開催、より多くの株主様が参加できるように努めています。

株主総会終了後には、事業戦略や株主様との質疑応答をするための経営説明会を開催し積極的な交流を行っています。

2005年度からは、東京での開催に加えて、関西地区でも経営説明会の実施を始めました。

機関投資家向けに様々な活動を

決算発表の同日に、株式市場関係者・報道機関の方々を対象にした「決算説明会」を実施、その資料の内容はワタミふれあいホームページにて公開しています。

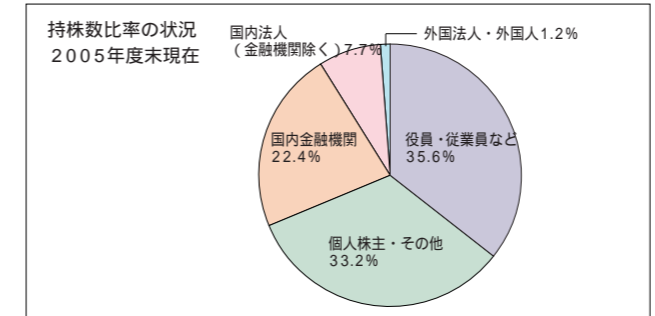
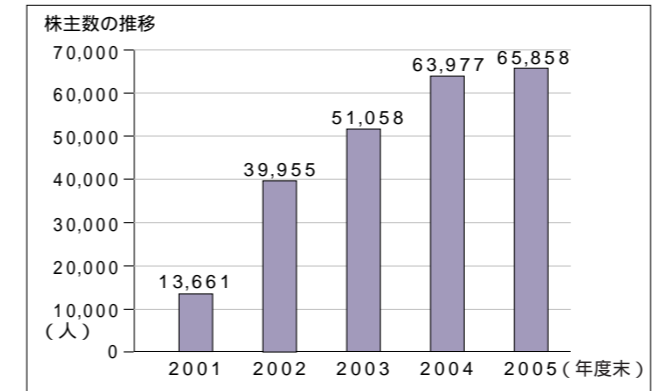
さらに、機関投資家向けのスモールミーティングやワンオンワンミーティングを開催しています。

2005年度は、証券会社主催の外国人投資家向けに開催された「ジャパンコンファレンス」にも参加しました。

株主構成について

ワタミ(株)では、株主様はもちろん、ステークホルダーの皆様積極的にIR活動を実施し、株主様10万人を目指しています。

現在の持株比率は、「役員・従業員など 35.6%」「個人株主・その他 33.2%」「国内金融機関 22.4%」「国内法人(金融機関除く)7.7%」「外国法人・外国人1.2%」となっています。また、ほぼ全従業員が「持株会」を通じてワタミの株式を保有し、経営への参加意識を高めています。



社会的責任投資(SRI)での評価

SRI: Socially Responsible Investment

近年、金融(株式)市場では、財務的な観点だけでなく環境保全や人権への配慮、倫理性・社会貢献といった観点を投資判断の評価基準とする社会的責任投資(SRI)に対する関心が高まっています。

ワタミでは、「モーニングスター社会的責任投資株価指数(2006年5月1日時点)」のインデックス構成銘柄に採用されています。

また、複数のSRIファンドにも組み入れられています。



モーニングスター「モーニングスター社会的責任投資株価指数」は、モーニングスター(株)が国内上場企業の中から社会性に優れた企業と評価する150社を選定した国内初の社会的責任投資株価指数です。

組み入れられているファンド

運用会社名	ファンド名称
野村アセットマネジメント	モーニングスター-SRIインデックス・オープン(愛称:つながり) 2006年7月18日時点
三井住友アセットマネジメント	エコバランス(愛称:海と空) 2006年7月31日時点
三菱UFJ SRIファンド	三菱UFJ SRIファンド(愛称:ファミリー・フレンドリー) 2005年11月21日時点

TOPICS 日本IR協議会「第10回IR優良企業」で奨励賞を受賞

2005年12月、日本IR協議会(JIRA)が選定する「IR優良企業奨励賞」を受賞いたしました。

これは、IRの主旨を深く理解し、積極的に取り組み、市場関係者の高い支持を得るなどの優れた成果を上げた企業を表彰するものです。

当社としては、介護などの新事業に進出する中でIRの改善に取り組んだこと、経営トップとともに投資家へのコミュニケーションに努めていること、アナリストの業績予測に有用な月次の店舗情報を定期的に開示していること、株主総会には株主様以外のマスコミやアナリストも招き、開かれた総会にしていることなどが評価され、受賞につながったものと考えます。



TOPICS 株主様ご優待券を「NPO法人への寄付」に

ワタミ(株)では、外食店舗で利用できる割引券として株主様ご優待券を年2回発送しています。ご優待券は、ワタミファームが販売する有機野菜やアイスクリームを購入する際の割引券としてもご利用いただけます。

さらに、2005年度からはNPO法人「スクール・エイド・ジャパン」への寄付としてご利用いただけるようになりました。これは、2005年度の第19期定時株主総会で、株主様より提案があり導入された制度です。

2005年度は、株主様ご優待券より255,600円が寄付されました。



株主様ご優待券

開かれた総会を目指して

第20期定時株主総会ご報告

2006年6月24日(土) 両国国技館(東京都墨田区)にて、第20期定時株主総会および経営説明会を開催しました。当期の事業・社会貢献活動を収録したビデオ上映も行いました。

株主様、同伴者様などあわせて7,252名の方々にご参加くださいました。株主総会・経営説明会では、積極的なご意見やご提言をいただくことができました。

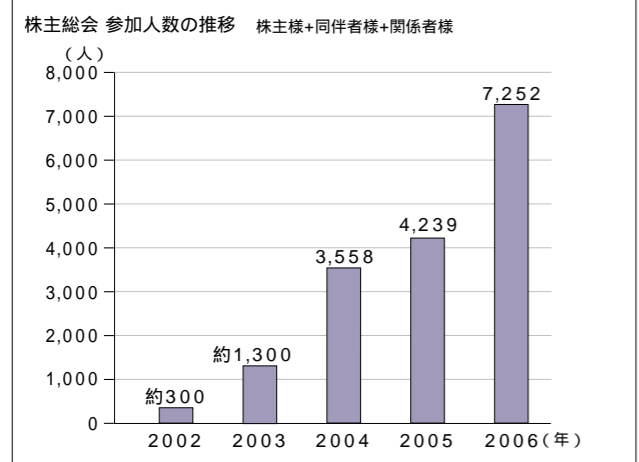
会場では、各事業の活動を紹介するブースの設置、有機野菜の「即売会」、お好み焼や焼鳥などの「出店(でみせ)」、介護食(ソフト食)の試食などを行うほか、お子様向けのキッズコーナーを設営しました。

また、グループ社員がボランティアをさせていただいている障害者施設の方が、授産品を販売するスペースも用意させていただきました。当日のチャリティ販売等の収益金は、NPO法人「スクール・エイド・ジャパン」へ全額寄付しました(授産品販売除く)。

関西地区でも、グランキューブ大阪(大阪国際会議場)にてワタミ(株)第2回関西地区経営説明会を2006年7月1日(土)に開催し、1,224名の方々に参加しました。株主総会と同じく経営説明とビデオ上映を実施し、株主様から活発なご意見やご提言を頂戴しました。

2005年度株主総会質問内容への回答

Q1. [財務状況] 自己資本比率が低下しているが、増資により自己資本を増強することを検討しているか?	[回答] 自己資本については、今後の利益の蓄積により強化する考えであり、現在は、増資(エクイティファイナンス)の計画はありません。
Q2. [財務状況] 資金調達を借入れで行うよりも、増資をして株主に配当を支払うという考え方もあるのではないかと?	[回答] 増資をすることにより1株当たりの利益の希薄化を懸念しており、現状の低金利下では、銀行借入れが既存株主様のためになると考えています。
Q3. [配当性向] 現状の配当性向を30%にまで高める考えは?	[回答] 今後の成長を考えると、内部留保も必要であり、配当性向は20%を基本とし、その分株価の上昇により株主様の期待にはお応えしたいと考えています。
Q4. [ストックオプション] ストックオプションの付与基準は? 潜在株式の増加時の対応は?	[回答] 潜在株式5%超過時には、自社株買いで対応。想定利益の5%以内の費用計上を原則としています。



多くの株主様と交流をさせていただきました。(会場内)

各事業の活動を紹介するブースなど



お取引業者様とともに

担当者が恩恵を受けない企業づくり

ワタミ(株)取締役常務執行役員
商品本部長兼海外事業本部長 門司 実

ワタミグループでは、お取引業者様に対して、公平で公正な取引はもちろん、その対応についても謙虚な姿勢で、信頼関係を築くための地道な努力をする企業でありたいと考えています。

本年は一部地域においては地域特性に合わせたメニューや地域限定メニューを導入するほか、介護食・中食の開発に挑みました。このような様々な取り組みが、無事に大きな事故もなく取り組むことができたのは、お取引業者様のバックアップがあったからです。

2006年度は、品質管理の徹底や環境面への取り組みを拡大し、「ワタミと取引をして本当に良かった」と感じていただける関係づくりと、担当がお取引業者様から万が一にも恩恵を受けることのない厳格な企業づくり、社員一人ひとりへの教育に努めていきます。



お取引業者様との交流を

ワタミ(株)取締役常務執行役員
店舗開発本部長 桑原 尚人

ワタミグループでは、全国への店舗展開を背景にそれぞれの地域の不動産業者様とのネットワークを構築しています。

また、店舗の工事期間において安全・安心な現場施工を行うために、ワタミグループ建設に関わるお取引施工業者様35社が主体となり発足された「大鳳会」との交流により安全管理に努めてきました。

2006年度は、年2回の全施工者会議、年2回の大鳳会総会などを中心に、お取引業者様との交流を積極的に行ってまいります。

ワタミグループの事業理念を共有していただき、より一層の公平な取引、安全対策・安全管理を推進いたします。お取引業者様の繁栄、ワタミグループとの信頼関係を努めていきます。



お取引業者様との共存共栄を目指して

お取引業者様はワタミの大切なパートナーです。

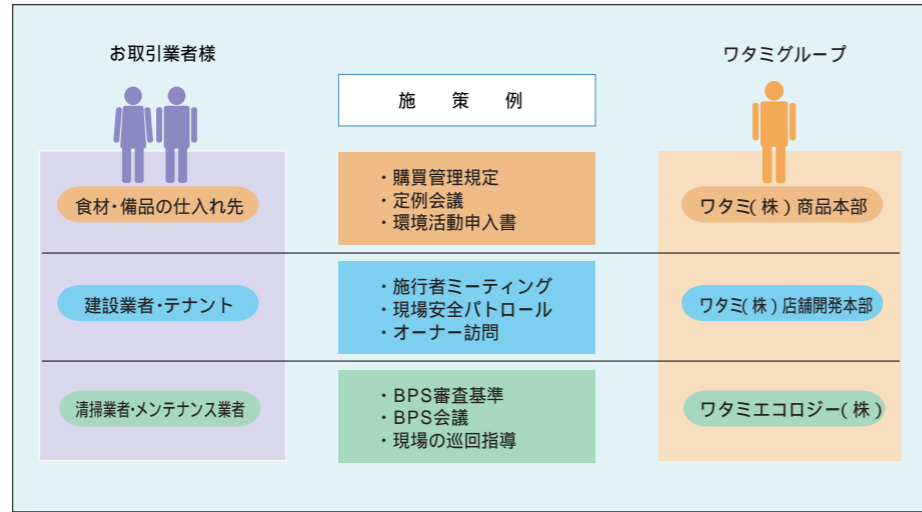
定期的な交流を活かした関係づくり

ワタミでは、お取引業者様と公平で公正な取引を実施するとともに、信頼関係を深めていくためには、相互の理解が不可欠であると考え、積極的な意見交換の場を設けています。

ワタミ(株)商品本部での「より高い品質管理体制」の構築、ワタミ(株)店舗開発本部での「快適な店舗づくりと施工中の安全確保」、ワタミエコロジー(株)では、お客さまからの声を共有し継続的な品質維持向上を図るためなど、お取引業者様と定期的な交流を活かし相互の繁栄に努めています。

また一方で、グループ内の不当な要求などに対する通報窓口を外部委託機関と協力して設置するなど、厳格な社内体制を築いています。

対話・協力の仕組み



食材・備品の仕入れ、物流会社様との取り組み

公正な取引と徹底した品質管理

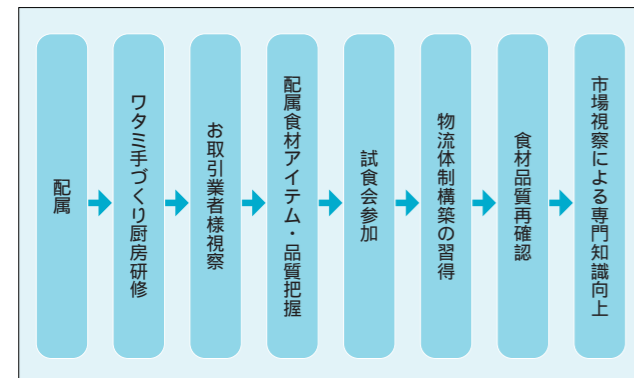
購買方針

ワタミ(株)商品本部では、1996年に策定された「購買管理規定」に基づき、購買業務の責任者を明確にするとともに、独自の基準を設定しています。また、新規お取引業者様を含め公平で公正な評価を実現するために、継続的に使用されている食材などについては、年2回再評価をすることが義務づけられています。

公正な取引と連動する独自のマーチャンダイジング教育プログラム

商品の購買を担当する仕入部では、お客さまに提供する商品の付加価値を高め、お取引業者様との公正な取引を継続するための教育プログラムを導入しています。食材や備品などの専門知識の習得に加え、ワタミ手づくり厨房(集中仕込みセンター)での研修や商品が決定する試食会への参加など、商品の購買だけでなくマーチャンダイジングの一連の流れを全て理解・把握するプログラムです。

また、新規お取引業者様との契約方法や、お取引業者様との公正な取引を徹底するための考え方などの説明が行われ、その徹底を図っています。



ワタミのマーチャンダイジング教育の流れ

品質管理体制

ワタミ(株)商品本部では、定期的にお取引業者様を訪問し、製造されている商品が、仕入れ・調理(製造)などセクションごとに、決められた手順・工程で行われ、一定の品質を確保していることを確認しています。

そのうえで、万が一、異常が発生した場合は、原因を明らかにし、必要に応じてお取引業者様にも書類の提出を求めています。また、発生した異常についてはすべて記録され、再発防止に努めています。

物流の協力体制

ワタミ(株)では、埼玉県・神奈川県・兵庫県にあるワタミ手づくり厨房ごとに、物流体制を整えています。この物流体制に基づいて、それぞれのワタミ手づくり厨房では、毎月、お取引業者様と定例会議を実施し、物流時の品質管理や環境に対する取り組み状況について情報共有を図っています。

万が一、物流時に事故などが発生した場合は即時対応するだけでなく、発生した事故情報を共有することで、再発防止に努めています。

また、新規お取引業者様に対しては、環境に対する取り組み内容をご説明し、協力体制を築くことを目的として「リサイクルの推進、騒音対策、大気汚染軽減への取り組み」を骨子とする環境活動の継続的な実施について書面を取り交しています。

2005年度も、ワタミの取り組み、環境に関する協力体制についてお話をさせていただきました。

2006年度は、お取引業者様と協議の上で監査シートを作成、ワタミ社員が定期的にお取引業者様を訪問、監査を実施する計画となっています。



環境活動申し入れ書：例

建設業者様・オーナー様との協力体制

お店の建設時から安全・安心に配慮

現場安全パトロールの実施

快適な店舗づくりと、施工中の安全確認をする「現場安全パトロール」が、大鳳会(お取引業者様35社により結成された組織)によって行われています。近隣の方々や通行人の安全対策、作業員の健康状態のチェック、防火対策、危険物管理(塗料の保管)など30項目におよぶ項目を確認することで、建設現場の安全確保に努めています。

この現場安全パトロールは、複数の企業担当者が参加し、様々な視点からチェックをすることで、公正な評価を実現しています。

結果は、大鳳会の役員会に報告され、そこにはワタミ(株)の担当者も参加させていただき、積極的な情報交換を行っています。

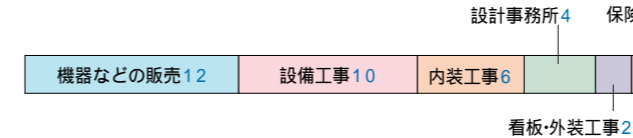
このような活動を自発的、かつ組織的に実施していただけのことでは、ワタミの理念に賛同していただいている結果と考え、大変ありがたいことだと感謝しています。

現場安全パトロール点検表

「大鳳会」の主な活動内容

活動	頻度	内容
総会	年1回	該年度の実施報告および会計報告 翌年の実施計画及び予算審査 社会貢献活動(寄付金額)の報告
役員会	年6回	活動状況の進捗確認
講演	年1回	事業理念・事業展開の説明(ワタミグループトップによる講話)

参加企業の業種内訳



清掃業者様・メンテナンス業者様とビジネスパートナーシップ

広範囲でタイムリーな対応を可能にするBPS

ワタミエコロジー(株)では、お客さまのニーズを満たすためには施設のトラブルを迅速に解決し、広範囲で業務を処理しなければなりません。そのために協働会社と積極的に連携する体制として、ISO9001によって管理された継続的な品質維持向上システム「ビジネスパートナーシップ(BPS)」を実施しています。

このビジネスパートナーシップは、協働会社は単なるお取引業者様ではなく、共に成長できるパートナーという考えのもとスタートし、ワタミエコロジーの審査基準を満たし、責任者の存在する企業のみが登録されます。

毎月開催されるBPS会議では、前月の評価結果や巡回指導の内容について共有することももちろん、より環境に負荷を掛けない洗剤などの実験結果報告や清掃手順の見直し・標準化についての協議、害虫発生原因など専門分野に関する講義を実施しています。

施工者ミーティングの実施

店舗の設計基準など品質に関する要求事項や環境に対する取り組みについて共有化し、快適な店舗づくりを追求する施工者ミーティングを年2回実施しています。

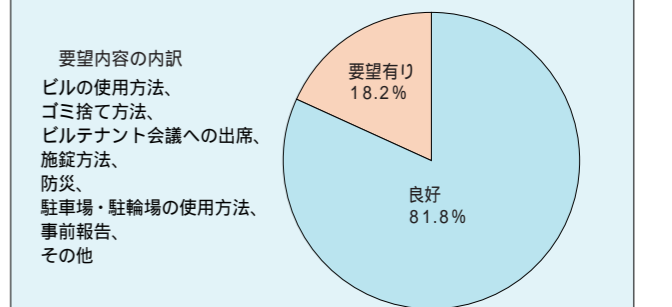
このミーティングには、内装工事や空調設備工事などの建設工事関連の方々に参加し、施工時の問題点やトラブル事例を共有するとともに、実際に使用される「標準仕様書」(詳しくはP21)を用いて基準と改善点の確認を実施しています。

このような機会を通じて、お取引業者様とコミュニケーションを図ることは、品質の向上に欠かせない信頼関係を築く上で重要な活動であると考えています。2005年度は、40社のお取引業者様が参加しました。

TOPICS ワタミに物件の提供をいただいているお取引業者様との協力体制を目指して

毎年12月に、ワタミに物件を提供しているお取引業者様を訪問し、ゴミの捨て方やテナント会議への出席などオーナー様からの要望事項についてご意見を伺っています。

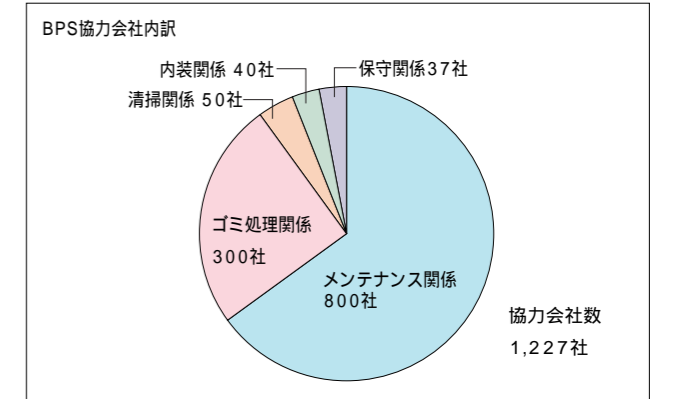
要望事項については即日対応するとともに、一部工事などが必要な案件には、専門部署を通じてその改善に努めています。



要望内容の内訳
ビルの使用方法、ゴミ捨て方法、ビルテナント会議への出席、施錠方法、防災、駐車場・駐車場の使用方法、事前報告、その他

清掃業者様・メンテナンス業者様とビジネスパートナーシップ

広範囲でタイムリーな対応を可能にするBPS



お客さまとともに

株主様とともに

お取引業者様とともに

従業員とともに

地域・社会とともに

環境とともに

ワタミファームの取り組み

国内農業が根本的に抱える諸問題の解決に貢献したい。

有機農業の振興

2001年より、日本に有機農業を拡げ、技術的側面の普及や啓発活動を行うことも目的にJOHF(Japan Organic Heart Farmers-Food-Family)が主催する生産者会議に出席しています。

この会議では、日本における有機農業の現状について共有するとともに、ワタミグループの人材育成方法やマネジメントシステムの導入について紹介しています。

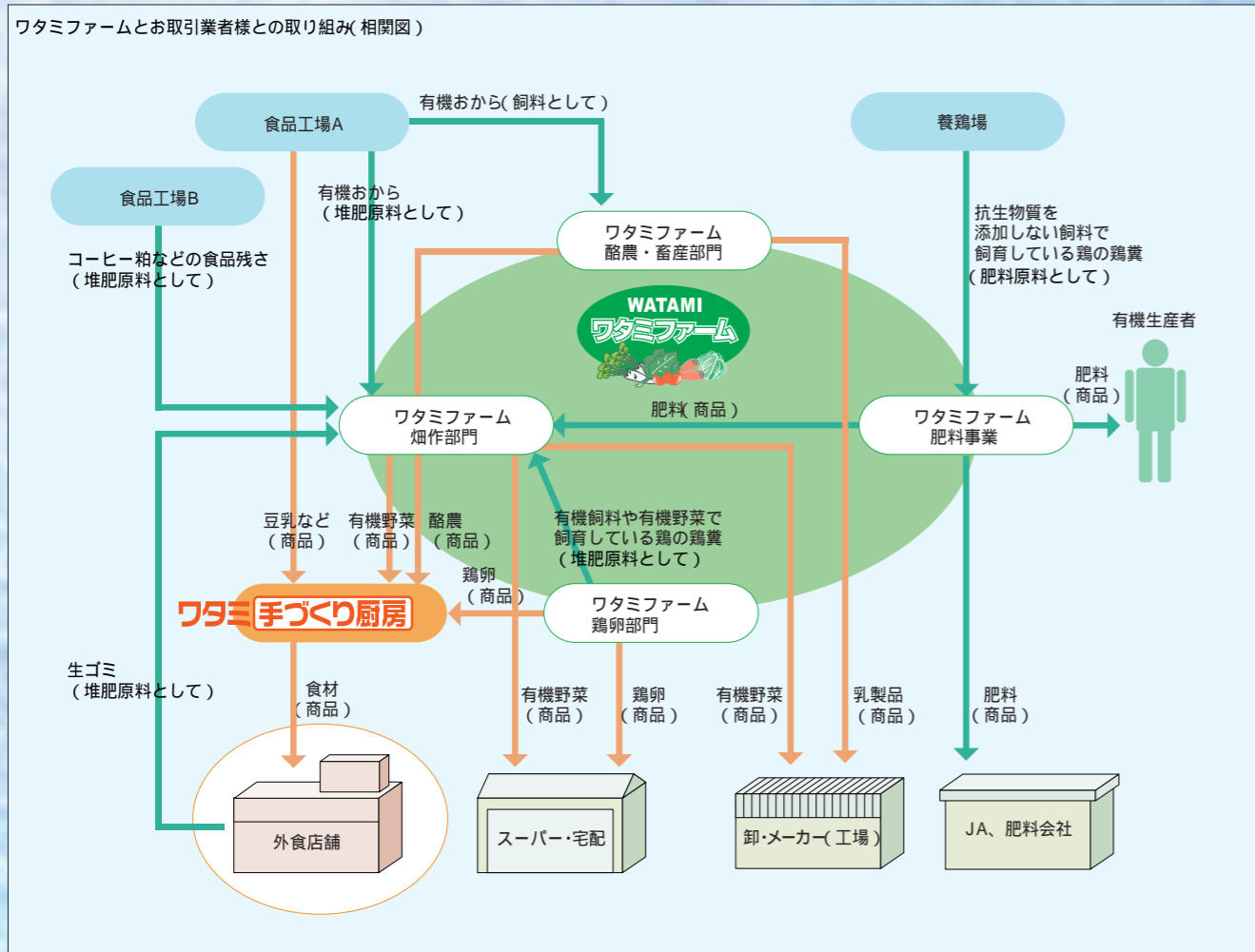
有機野菜を中心とする「安全で安心なおいしい有機農産物」を栽培する農家を支援・共生し、国内農業が根本的に抱える諸問題の解決に貢献したいと考えています。

また、この会議の終了後には、ワタミファームが主催する交流会(懇親会)を開催しています。2005年度は、有機農産物を栽培する41農家70名の方が交流会に参加しました。



お取引業者様との取り組み

「環境への配慮、資源の有効活動」をテーマに、お取引業者様と連携した循環型仕入れの仕組み構築に取り組んでいます。技術の改良・開発に努め、より良い商品をお客さまにお届けするとともに、グループの技術や体制だけでは足りない部分を、お取引業者様と協力体制を築くことで、その開発に努めています。具体的には、鶏卵の仕入れで発生する鶏糞、豆乳の製造時に発生するおから・コーヒー粕などを、ワタミファームの堆肥(飼料)として利用しています。2005年度は、鶏糞273t・おから78t・コーヒー粕12tを堆肥(飼料)原料として使用しました。



従業員とともに

働きがいの持てる職場づくり

ありがとうを集めるのは人です。人づくりこそが理念の体現であると考えています。

持株会社体制への移行に伴い、2005年度はグループとしての「理念の共有、組織の活性化、公正な人事」をテーマに取り組みました。

全従業員を対象として定期的に行われる理念研修を開始。研修では、社員の心構えや取るべき行動についての話し合いを繰り返し行います。

また、自らが希望する部署への異動を申請するフリーエージェント制度や社内独立制度の見直し、関連して給与規程やインセンティブ制度の見直しも行いました。

今後もグループ各社において、全社員がより働きがいを持ち、また安心して業務に打ち込める職場環境づくりを目指します。

ワタミ(株)取締役 上席執行役員
人材開発本部長 吉田 光宏



一人ひとりが主人公であり、夢を追いかけるグループであるために

ワタミグループでは事業特性に応じた教育研修を行っています。

ワタミグループでは、一人ひとりが、何をもち「ありがとう」を集めるのかを考え、どう行動するかを考えることそのものが経営の最重要課題であると考えています。

社員一人ひとりが、このような理念を共有したうえで様々な個性や能力を最大限に発揮し、「自らの人生の主人公として夢を追いかける組織」を目指しています。

また、仕事を通じて、より優しくなり、誠実になる、つまり人間性を向上させる場としての組織づくりを目指しています。何よりも、「人」づくりに力を注ぎ取り組んでいます。

顔の見える対話で理念浸透を～ワタミグループとしての取り組み～

研修会

1986年より、毎月、各社社長・事業責任者が主催する研修会を自己啓発の場として実施しています。研修会では、理念と、事業戦略・方針の確認を目的としています。

具体的には市場の動向やそれに対する自社の施策の把握や、専門知識を含め様々なスキルアップのための講義・課題発表を実施しています。

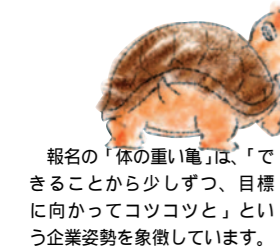
この研修会は毎月、役職や地域別(海外含む)に受講クラスを設定し、全社員が月1回参加できるようになっています。2005年度は延べ342回開催されました。

事業責任者と直接対話をする機会を設けることで、経営への参加意識向上や、重要案件に対する認識を共有することにも取り組んでいます。

社内報(グループ報)「体の重い亀」

1990年より、社内報(グループ報)は、毎月発行され、グループ全社員および社員のご両親へ届けられています。

巻頭にトップから社員へのメッセージ、そしてグループおよび各事業の活動状況、優秀店舗の表彰、新入社員の紹介などが掲載されています。



報名の「体の重い亀」は、「できることから少しずつ、目標に向かってコツコツ」という企業姿勢を象徴しています。



課題レポート

社内報(グループ報)に掲載されたトップメッセージに、各社社長・事業責任者からのメッセージが加わり、2つのメッセージが社員に届きます。

この2つの「メッセージ」や、「経営目的」、「課題図書」をテーマに社員が「課題レポート」を提出、そのレポートに上司がフィードバックする制度を全社で導入しています。

これは、事業責任者からのメッセージに対して自らの意見を述べることで、その理解を深めようとするものです。また、現場から一歩離れて、レポート形式による対話をする中で、将来のキャリアプランや、プライベートな部分についても話のしやすい関係を築いています。

理念研修

2005年度より、ワタミグループ全社員を対象に、改めて「理念の浸透」を目的とする自己啓発の研修をスタートしました。

グループ全社員が定期的(3ヶ月ごと)に参加するこの研修では、トップからの講話や質疑応答、理念をテーマにしたグループディスカッションを実施することで、従業員に対する情報開示の場としての役割も果たしています。

さらに、グループ各社の社員同士が、お互いの立場から意見交換をする機会にもなっています。

理念集

グループ全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」をグループ全社員に配布しています。

理念集には、グループ報から項目テーマ別に抽出されたものが掲載されています。



理念集

ビデオレター

1997年より、毎月、トップメッセージを本社・各部門・および店舗(施設・農場)にビデオで配布し全従業員が視聴できるようになっています。このビデオは、グループの事業展開や活動を紹介した内容で、アルバイトメンバーにもワタミの理念を理解してもらうきっかけとしています。

グループ入社式・入社時研修

毎月、ワタミグループに入社する全社員を対象として、グループ各社合同での入社式を実施しています。

新入社員は配属される会社や事業に関わらず、グループ入社時研修を受講します。ワタミの理念をはじめ、各社の事業展開や、環境・社会貢献活動など、ワタミグループが取り組んでいることについて学んでいます。

創業記念祭

2002年度より、社員の表彰の場として、グループ全社員が集まるイベントとして開催しています。

創業記念日の5月16日の前後に開催され、お客さま満足や各店舗の売上高のほか、従業員の育成や環境に対する取り組み、永年勤続など、独自の表彰基準に沿って、従業員の業績や活動を表彰するものです。2005年度は、累計49名の社員が表彰されました。



組織の活性化を目指して

DFC制度(ダイレクトフランチャイズシステム制度)

1995年より社員の独立支援を目的とした制度として、支援と研修をセットにしたDFC制度を導入しました。

2004年には、この制度をさらに推進することを目的にワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)を設立、自ら物件を持ち、店舗を運営する一般的なFC制度に加えて、直営店から店舗を選択しその業務を請け負うFC制度が加わりました。

独立を希望する社員は、この制度を利用することで、少ない資本で独立が可能になりました。

2005年8月現在で、12名(15店舗)の社員が、この制度を利用して独立を達成しました。2008年には、43店舗のFC展開を目標としています。

【制度を利用して独立した社員の声】

株式会社「らぼぬる」代表取締役 鈴木秀俊(33歳)



独立して感じていることは、今年の4月1日よりDFC制度で独立を果たしました。私は昔から「和民」が大好きで働いていました。だから独立して自分の店になったからといって、働く姿勢や、お客さまに対しての思いなどは何ら変わることはありませんでした。

しかし、店舗運営に関しては、今日来店されるお客さまに喜んでいただきたいという思いと合わせて、一年先どのような店でありたいか、そのためにはどうしたらよいか、という長期的な視点で店舗運営について考えることが多くなりました。

地域密着型の店舗となるにはどうしたらいいかを、以前以上に強く考えるようになりました。

今後独立を目指す社員へのアドバイスは、独立することがゴールではなく、独立してからどうするかを具体的に描いていることが大切だと思います。自分自身も今年独立を達成することができましたが、それはあくまでスタートであり、今後は、2018年30店舗・店頭公開を目標にしています。

また、独立を目指すにあたり、何かわからないことがあればどんどん自分に聞いて欲しいと思っています。自分自身も様々なことを教わり、独立をすることができました。次は少しでも自分の経験を話すことがアドバイスになればと思っています。

フリーエージェント制度(FA制度)

ワタミグループでは、「夢の実現に向けて、もっと大きな仕事にチャレンジしたい」「個性や経験をいかした仕事をしたい」という意欲を持つ社員をバックアップし、かつ組織活性化を目的として、2003年よりフリーエージェント制度を導入しています。

ワタミグループ各社で、同一企業、同一部署内に3年以上勤務した社員、または、外食部門で店長として1年以上勤務した社員は、グループ内の他社や他部門への異動を希望することができます。

自発的にエントリーできるこの制度を定着させることによって、社員の将来と可能性を広げていきたいと考えています。

2005年度は、FA制度に20名の応募があり、その内13名が希望の部署に異動することができました。

TOPICS ヤングボード

2006年6月より、ワタミグループの次世代経営幹部育成を目的に、選抜された若手社員を対象に、トップが自ら主催する勉強会を開始しました。「事業計画の立案」を通じて、身近な課題から将来の構想にいたるまで様々な経営課題をテーマとし、講義や全メンバーによるディスカッションなどを行っています。

TOPICS Date your dream.®手帳(ワタミ手帳)

「Date your dream.®手帳」は、ワタミ(株)代表取締役社長・CEOの渡邊美樹が夢を実現するために実践してきた手帳の活用方法を、より実践しやすく企画された手帳です。

これを使い、仕事の目標管理や個人のスキルの活用方法を具体的に紹介し、社員の一人ひとりの夢実現を側面からフォローする研修を行っています。

「Date your dream.®手帳」は、一般の方向けに販売もされています。



TOPICS 社内ベンチャー支援

2000年2月、社内ベンチャー第1号として、花卉販売チェーンを運営するグリーンインダストリー(株)が設立されました。

起業を目指す社員からの新規事業プランの提案を、ワタミ(株)人材開発本部が窓口となり受け付けています。

2006年4月現在、グリーンインダストリー(株)が展開する「FLOWER KITCHEN」は、新鮮な花を、より低価格でご提供、気軽に選び、楽しめる「花とふれあう生活」を提案し、現在3店舗を展開しています(2006年7月現在)。



FLOWER KITCHEN 東京都三軒茶屋店

グループ企業の教育・研修(外食事業)

ワタミグループでは事業特性に応じた教育研修を行っています。

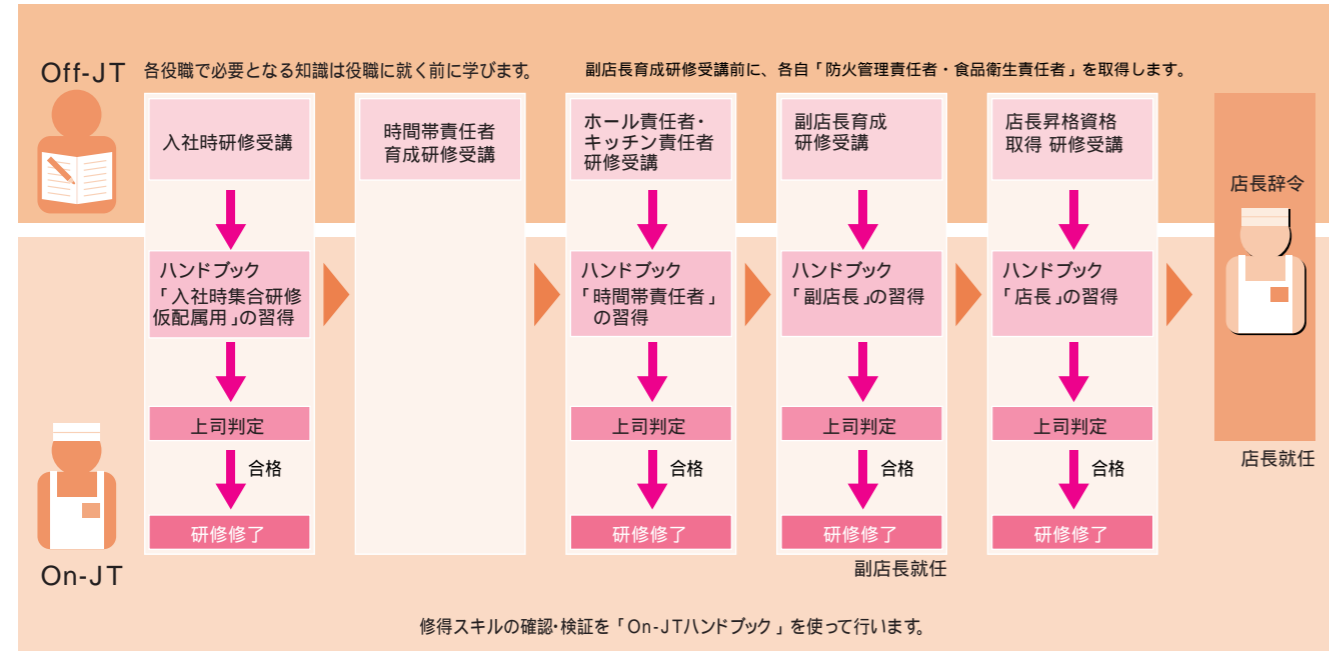
外食事業の教育(ワタミフードサービス株式会社)

自ら参加する制度へ

1998年より、自らのキャリアプランを計画しやすい研修制度を目指し、研修参加資格を明確化した自主申請による「エントリー方式の研修制度」を導入しました。これにより、いつまでに必要な業務を習得するなど研修を受けるためのキャリアプランを自らのペース

で主体的に設計できるようになりました。

また、2004年から、店長就任において必要な1,261項目の一覧をまとめたハンドブックを導入し、業務習得においてすべての内容を確実に把握することができる体制を強化しました。



専門知識・技術のさらなる向上を目指して

農業研修

1998年に、契約栽培を始めたことをきっかけに北海道帯広市にて農業研修がスタートしました。ただ単に、契約栽培で生産を委託するのではなく、店長を中心とする従業員が直接農場に関わることで、食材に対する知識を広め、日々の店舗営業に活かすことや、直接、自然に触れることによって、環境への関わりを考えることなどを目的として行いました。

2002年度からは、ワタミファーム(千葉県)に場所を移し、有機農業に関する講義なども行い、更に充実した内容で研修を行っています。

2005年度は、80名が参加しました。2006年度は、178名の参加を計画しています。

農業研修参加者人数

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
人数	86	36	98	92	80

2002年度は、ワタミファームへの会場切り替え準備のため上半期の実施を見合わせたため、参加人数が減少しています。

手づくり厨房研修

2002年に、埼玉県越谷市に集中仕込みセンター「ワタミ手づくり厨房」が設立されたことをきっかけに、ワタミ手づくり厨房研修がスタートしました。

独自の少量多品種生産の技術を通じて、品質管理体制や、製造工程におけるムリ・ムダ・ムラの発見などを学習することで、自社商品の理解促進と店舗運営への反映を目的に実施されています。

2005年度は、204名が参加しました。2006年度は396名の参加を予定しています。

アメリカ研修

1995年より、毎年、アメリカの外食チェーンストアを視察する研修を、ワタミ(株)および外食各社の社員から選抜された課長・店長を対象に実施しています。アメリカの外食市場の動向を学習、日本で展開する業態の開発などに活かしています。

対象となる社員は、出発前にチーム編成され、事前に調査する内容を決定・発表し、現地でも視察結果に対するディスカッションなどを行います。

2005年度は、27名の社員が参加する中、4泊6日で研修が行われ、現地に滞在した4日間で41店舗を視察しました。

TOPICS WFS・WDFS従業員アンケート

2006年4月に、ワタミフードサービス(株)ワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)の6ヶ月以上勤務のアルバイトメンバーを対象に、「アルバイトメンバーからの声を直接聞く」ことを目的としたアンケート調査を実施しました。

新メニューやサービス、キャンペーン企画の提案や、マニュアルや福利厚生に対する意見・要望など、2,869通のアンケートが集まりました。アンケートに記載された提案・意見は、各担当セクションに報告されました。

TOPICS 教育事業本部の新設

2006年6月、教育活動を本格的に事業化すべくワタミに教育事業本部を新設しました。当初は、「医療介護」の分野においてワタミ流の教育を、外部に向けて提供していく計画で、一般社会人の職能教育および法人向けの研修企画を主とした事業を行っています。

2006年8月より「ケアマネジャー試験対策講座」を開講し、また9月には東京国際フォーラムにて「教育事業記念(医療・介護)シンポジウム」を開催します。

「T.G.I. Friday's®での取り組み」

TOPICS Friday's®エクスペリエンス達成のための従業員アンケート

2005年3月に、自己成長を促進する環境や、常に目標設定が明確にできているかなど、さらなる環境の改善とT.G.I. Friday's®に対するロイヤリティの向上を目的に全従業員を対象としたアンケートを実施しました。アンケートは、年2回実施し、前回の改善計画がどのように実現されているかを合わせて評価しています。

さらに、アンケートの中から「クオリティの高い業務遂行をする従業員に共通する特徴」を体系的に把握し、今後の教育や従業員の採用基準に反映しています。

TOPICS 世界のFriday's®世界バーテンダーチャンピオンシップ

1999年より、T.G.I. Friday's, Inc(アメリカ)が主催する世界バーテンダーチャンピオンシップに参加しています。クルー(アルバイトメンバー)のドリンクに関する専門知識や、エンターテナーとしての手腕を向上させ、ゲストにパフォーマンスの高いサービスを披露することを目的として開催されています。

世界統一基準のもと実施される大会は、T.G.I. Friday's®の伝統・知識・専門性を象徴するイベントとして毎年実施され、2004年・2005年度は、(株)ティー・ジー・アイ・フライデーズ・ジャパンの代表が2年連続で世界チャンピオンになりました。

また、事前に関われるバーテンダーチャンピオンシップ国内大会での収益は、(株)ティー・ジー・アイ・フライデーズ・ジャパンを通じて、NPO法人「スクール・エイド・ジャパン」に寄付されました。2005年度は、44千円を寄付させていただきました。



2005年日本大会

TOPICS Friday's®スピリットをFun Friday's®Club

カールソン・カンパニー・グループと(株)ティー・ジー・アイ・フライデーズ・ジャパンでは、従業員に感謝し、その功績を評価することは、伝統と文化づくりに大きな役割を果たしているとの考えにより、一定の高い基準をクリアしたクルー(アルバイトメンバー)を全社員が集まる全体会議(年2回開催)で表彰する制度を導入しています。

2005年度は、45人のクルーが「素晴らしいパフォーマンスと優れた才能、並外れたフライデーズスピリットを持ち貢献したクルー」として表彰され、店頭に掲示してあるゴールドプレートに名前が刻印されました。

審査対象者一例

- バーテンダーチャンピオンシップ日本大会優勝者
- お客様の顔と名前を50名覚えているクルー
- 勤続5年を達成したクルー

TOPICS Friday's®モックサービス

(株)ティー・ジー・アイ・フライデーズ・ジャパンでは、1999年に東京都渋谷区での1号店出店より、地域に愛されるお店を目指して「モックサービス」を実施しています。

モックサービスは、新規店舗のオープン前に、従業員のトレーニングを目的として行われます。

またゲストとしてお取引業者様、地域関係者・情報供給者・近隣企業・従業員の家族を招待し、「T.G.I. Friday's®」のサービス・商品を体験していただきます。2005年度は、4月の下北沢店オープン時に実施し、述べ800名の方が参加されました。



教育・研修(介護事業・環境事業)

介護事業の教育(ワタミの介護株式会社)

理念を実現するための研修制度スタート

ワタミの介護(株)の教育・人材育成は、外食事業で構築された「人」を育成する仕組みをフルに活用しています。ホームでの経営目的・施設基本理念・ホーム運営基準の理解から始まり、テキスト・チェック

リストなどを用いてホームの運営のためのノウハウ、介護知識や技術を習得するものです。2020年1000棟に向けこのプログラムが開始されました。

ホーム長育成プログラム

ワタミの介護(株)では、経営目的の実践を通じて「人」が育つ教育体系を構築しました。「ホーム長育成プログラム」においても、ホーム長の人材像を明確にし、それぞれの段階で求められる能力要件を定義、基礎的な知識・技術から評価を得ながら段階的にレベルを上げ、知識・技術・問題解決能力を高めるプログラムがスタートしました。

段階別に6ヶ月の研修期間を設け、それぞれの要所にOJTチェックを入れ、着実に職務要件を身につける仕組みになっています。

ホーム長育成プログラム体系図



ケアマネジャー研修

ホームのご入居者様の介護の実現に直接関わってくるのはケアマネジャーです。ワタミの介護(株)では、ホーム運営基準を実現するケアプランの作成、介護の質の向上を目的としたケアマネジャー全員を対象とする研修が行われています。

「三大-0(ゼロ)の実現」や「すべての食事がおいしいこと」といった個々の運営基準をテーマに、ワタミの介護(株)がご入居者様にお約束している介護の実現に向け、実際の事例からケアプランを組み上げるスキルアップを習得する研修を行っています。

環境事業の教育(ワタミエコロジー株式会社)

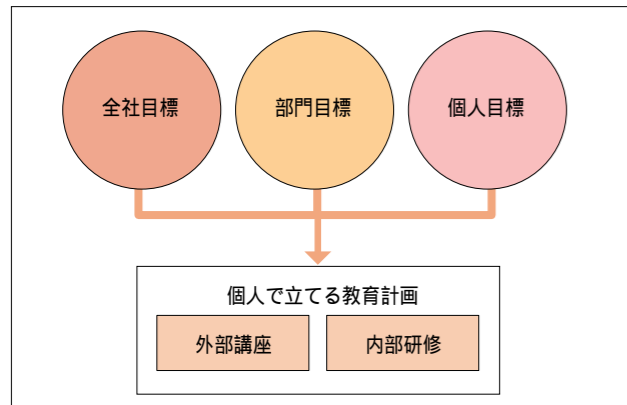
必要な研修を自ら申請

個人でつくるキャリア計画

ワタミエコロジー(株)では、部門での業務遂行に必要な専門知識を習得するために、内部研修の受講や外部資格取得講座の受講を、自らが設計・申請し、業務計画に組み込む制度を導入しています。

2005年度は、様々な研修受講(資格取得)の業務計画が申請されました。しかしながら、申請通りの達成は難しく、「要対策」となっていました。

2006年度は、この課題に対し、「厨房設備士」などお客様満足に関係の深い研修(資格)を優先的に受講(取得)してもらう方針としました。



全社目標・部門目標・個人目標を踏まえ、必要な技術・知識を習得する個人教育プランを立案

部門ごとに必要とされる専門知識・実務経験

ワタミエコロジー(株)では、メンテナンス部・ビル管理部・清掃部・建設部・コールセンターなど、部門ごとに必要とされる専門知識・実務経験が異なります。

そこで、必要な知識や経験を習得するための講習会や資格制度を導入しています。これらの講習会や資格制度は、ISO9001品質マネジメントシステムを活用することで、その効果(有効性)を追求しています。

資格例

清掃責任者、メンテナンス責任者、清掃設計担当者、ビル管理責任者、改装工事責任者、厨房工事責任者、時間帯責任者

清掃責任者講習

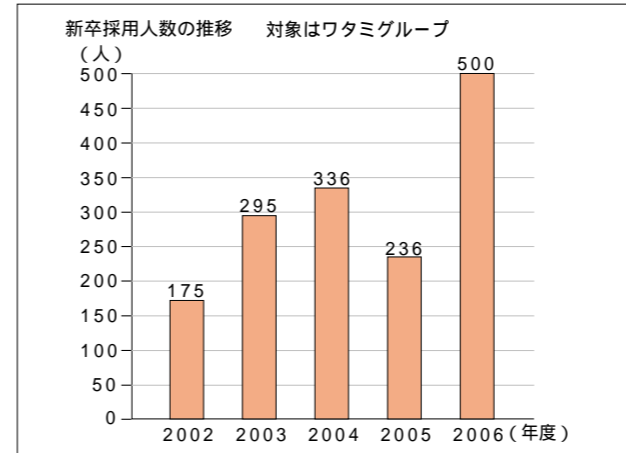
講習会は、「定期清掃実施計画書および定期清掃月間計画書の作成」など清掃責任者の職務内容を明らかにするとともに、責任者に求められることの理解を目的に実施しています。

また、講習の内容に対してより理解を深めるために、ISO9001に基づいた帳票の作成や、緊急事態における対処方法について確認テストを実施しています。

機会均等の徹底へ

人材の雇用

ワタミグループでは、求める人材像を明確にしています。雇用においても、この人材像に基づき、学歴や性別などで差別することなく、統一された選考プロセスで採用活動を実施しています。2006年度は新卒500人を採用、2007年度は610人の採用を計画しています。



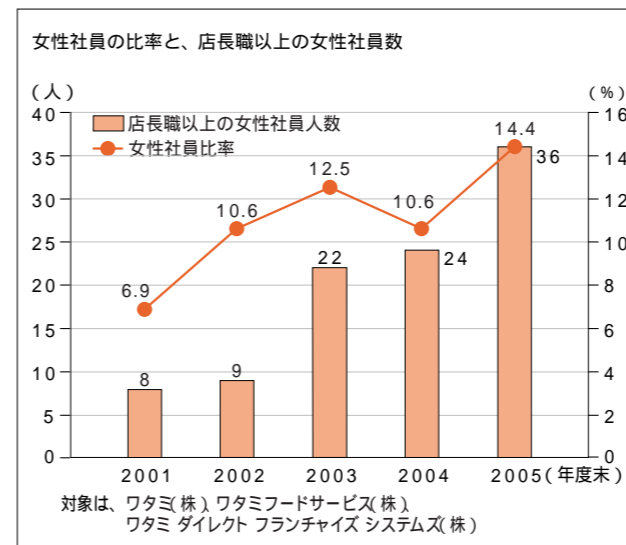
男女別平均勤続年数(2006年3月末日現在)

	社員数(人)	平均勤続年数(年)
男性社員	1,043	3.4
女性社員	153	2.5
全社員	1,196	3.2

平均年齢 28.7歳
対象は、ワタミ(株)、ワタミフードサービス(株)

働く女性を積極的に支援

女性社員の拡大を目指して積極的な採用活動を実施しています。具体的には、会社説明会や面接時に、先輩女性社員とのコミュニケーション機会を設定し、就労後の感想や仕事のやりがいなどについて紹介しています。また、働く女性を支援するために出産・育児に関する休暇・休職などの各種制度を導入しています。



人権への取り組み

ワタミグループでは、法令順守はもちろん、あらゆる差別行為を禁じ、人権と個人の尊厳を尊重しています。社会的身分、人種、信条、性別、出身地、身体障害など、事業活動の推進において関わりのない理由で差別をせず、あらゆるステークホルダーに対して公正で公平な関係づくりに努めています。

より深く浸透させるため、グループ各社に公正採用選考人権啓発推進員を配置、研修会の開催やヘルプラインの設置など様々な人権に関する教育・啓発活動を行い、浸透を図っています。

互いを尊重しあうことが、信頼関係を築く第一歩だと考えています。

障がい者雇用

障がい者の雇用を創出し、自立を支援することに努めています。2005年度は12名の障がい者の雇用創出に取り組みました。その結果、障がい者雇用比率はワタミ(株)では、2.1%になりましたが、グループ全体()では0.9%にとどまりました。

2006年度は、さらなる雇用強化の取り組みを開始、具体的には、本部やワタミ手づくり厨房での就労以外に、ワタミの介護(株)などのグループ各社が加わり、2006年度末を目安に法定雇用率(1.8%)を越える計画を進めています。

障がい者雇用比率
法定1.8%、サービス業平均1.3%、
ワタミ(株)2.1% ワタミグループ全体0.9%

対象は、ワタミ(株)、ワタミフードサービス(株)、ワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)、ワタミの介護(株)

インセンティブ制度

2000年より、会社や役職ごとに評価期間を設定し、業務成果や取り組み内容による評価を実施、その結果を反映した賞与を支給するインセンティブ制度を導入しました。

2005年度現在、ワタミ(株)、ワタミフードサービス(株)、ワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)、(株)ティージーアイ・フライデーズ・ジャパンに導入されています。

社員一人ひとりの努力や成果を、より本人が実感しやすいサイクルで評価することで、業務に対する意欲向上につながっています。

また、この制度を導入したことにより、全社の経営状況をより意識しやすくなりました。

再雇用制度(嘱託制度)

長年培ってきた豊富な経験を活かす制度として再雇用制度を設けています。定年退職者で再就職を希望し、本人の健康状態などを考慮したうえで適切な方を対象に嘱託として再雇用しています。

メンタルヘルスケアへの取り組み

メンタル疾患の予防や早期対処への取り組み、心身両面の健康づくりは大切なことと考えています。

従業員の要望に応じて産業医によるカウンセリングを実施するほか、外部機関への通達窓口(詳しくはP10)を設置しています。

しかし、まだまだその取り組みを強化する必要があると考えており、2006年度は、「心のケア」づくりへの取り組みを推進する予定です。

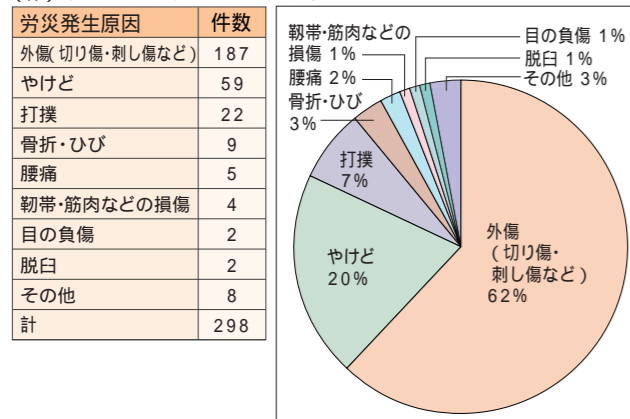
安心して働ける職場を目指して——100%の力を発揮できる職場づくり

安全で快適な職場環境づくり

社員、パートタイマー、アルバイトメンバー、派遣社員を含むすべての従業員が、安心して働ける安全な職場環境づくりは、企業において重要な責務です。

ワタミグループでは月1回、各社の責任者が集まる「安全衛生委員会」を開催しています。社会保険労務士が参加する委員会では、発生した事故の内容や、知識ノウハウを共有することはもちろん、原因の分析や再発防止に向けた施策が協議、決定されています。

2005年度 労災発生原因の内訳
ワタミフードサービス(株)、ワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)、(株)ディー・ジー・アイ・フライデーズ・ジャパン



定期的な訓練を実施

火災などの災害に対して、定期的な避難訓練を本部、各店舗にて実施しています。また、地震などの災害発生時のマニュアル整備や、緊急連絡体制の整備をしています。

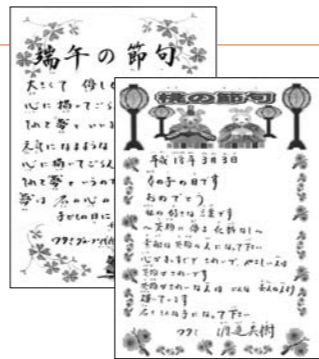


防火訓練の様子

福利厚生

従業員の休暇制度や、万が一に備え安心して勤務できる職場づくりに取り組んでいます。

- (例)
- 医療保険.....治療を目的として継続して5日以上入院した場合「入院給付金(5,000円)×入院日数」が支給されます。
 - 所得補償.....ケガまたは病気で仕事を休む場合、その1ヶ年間の所得による平均月間所得額を限度として支給されます。
 - 親族報恩.....社員の両親に毎月、従業員向けに発行されている社内報「グループ報」を送付します。また、母の日・父の日・結婚・出産・入学、端午の節句、桃の節句には、それぞれにメッセージや慶弔金などが支給されます。
 - 持株奨励金...持株会への拠出に対して10%の拠出金が支給されます。
 - 契約保養所...国内・海外にある保養施設やゴルフ場(割引施設)を利用できます。



社員の家族(子ども)へのメッセージ

健康診断

ワタミグループでは、年2回の健康診断を実施し、社員の健康管理のサポート体制を構築しています。

社員が、健康で活力を持って勤務することは、事業の発展に不可欠なことでありと考えています。若年層の受診比率が低下していることを課題として、全社員受診を目指しています。

持株会・ストックオプション

1999年より、従業員の経営への参加意識向上を目的に、一定以上の役職者にワタミ(株)のストックオプションを付与しています。2005年度は、267名の社員に付与されました。また、持株会を通じて、グループ社員の99.5%が自社株を取得しています。

付与数の例 ワタミ(株)

役職	店長	課長	部長
付与数(株)	1,000	2,000	3,000

TOPICS インターンシップの推進

2000年より、応募者と企業の就職に関するミスマッチを削減することを目的にインターンシップ制度を導入しました。

2005年度は、店舗勤務を主体とする営業部のほか、グループ各社を含め20のプログラムを実施し、210名のインターンシップ生を受け入れました。インターンシップ制度は、相互の理解を深めるだけでなく、1つのテーマにもとづいて成果が生みだせる取り組みへと定着してきました。

2006年度は、最大384名の受け入れを予定しています。

インターンシップ プログラム例

	対象	主な内容
1	ワタミ(株)経営管理部	金銭の管理・計上マニュアルの提案
2	ワタミ(株)社長室	広報業務体験・ボランティア参加
3	ワタミ(株)ブランド管理部	他社CSR報告書の分析
4	ワタミ(株)商品本部 生産部	品質管理向上の提案
5	ワタミ(株)店舗開発本部 店舗開発部	交通量調査などの店舗開発業務体験
6	ワタミフードサービス(株)営業部	外食店舗市場調査
7	ワタミフードサービス(株)営業企画部	外食販売促進企画の提案
8	ワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)営業企画部	宴会マニュアル制作の体験
9	ワタミエコロジー(株)環境部	環境活動の現状分析
10	(株)ワタミファーム	有機農法による野菜の生産・管理
11	グリーンインダストリー(株)	アンケートによる顧客調査・競合店調査

地域・社会とともに

社会貢献

ワタミグループでは、よき企業市民として、社会的使命(責任)を果たすためにも、グループをあげて、「ワタミらしい社会貢献活動」を推進しています。活動は、「グローバル&ローカル」を基本に、地球的、かつ地域密着型で、着実に社会貢献活動を推進しています。

現在は、事業領域と同じ「外食」「介護」「環境」「農業」そして「教育」の分野を重点的な活動領域として設定しています。

今後関わるすべての領域で「人として(のあるべき姿)」に、重点をおいた様々なプログラムを推進していきます。

ワタミの発想の原点を、トップが社員に向けて贈ったメッセージから再録、紹介します。(給与メッセージより)

何のために人は生まれてきたのか？

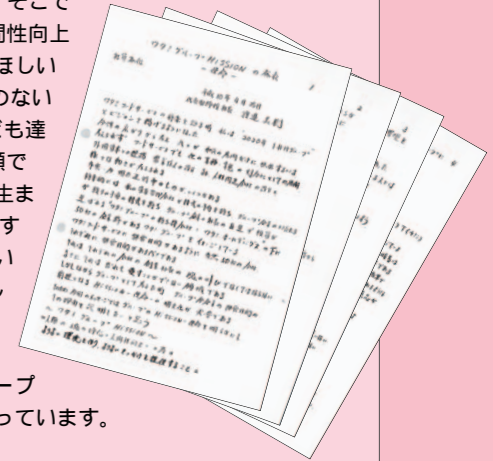
食べ物がなかったり、病気をしても手当てを受けられなかったりしている子どもたち。この平和な日本でも、生まれてきたときから体が不自由、突然の事故、病気.....この長い人類の歴史のなか、幸福に暮らし天寿を全うした人のなんと少ないことでしょうか。このことを、私は、この地球を、「人間性向上のための道場」として神様がつくったのではないかと考えると、すべてつじつまが思うと思っています。

長生きする、しない。病気になる、ならない。事故にあう、あわない。お金持ちか、貧乏か。等々、この地球で起きていることは、神様の尺度からするとまったく取るに足らないことなのでしょう。すべてのマイナスの現象は、人間性向上のきっかけとなると考えているのでしょうか。

病気やケガをしたがために、何でもないことに感謝できるようになり、本当の謙虚さを身につけ、優しくなり、誠実になったという話はよく聞きます。

「人は悲しさを知った分だけ人に優しくなれる」と言いますが、本当かもしれないと思います。他人の喜びや悲しみを共有した時、人間性は最も高まっていきます。

ワタミグループでは、そこで働く人にとっては、人間性向上の場そのものであってほしいと思います。環境汚染のない青空の下、世界中の子ども達が飢えることなく、笑顔で楽しく、自分のもって生まれた能力を100%活かすことで人間性を磨いています。そんな場面を想像しています。そんな世の中をつくるため、ほんの少しでも役立つグループになりたいと本気で思っています。



グループみんなでボランティア

ワタミらしい社会貢献

ボランティア体験を研修カリキュラムに

1997年4月に、横浜ボランティア協会との協力で新入社員が地域の作業所を訪問し、ボランティア活動を行うプログラムを導入。以来、新卒社員の入社時研修として毎年4月に行われています。2005年度は280名が74の作業所などの施設で研修を行いました。

ボランティア研修

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
参加社員人数	153	174	295	249	280
訪問施設数	22	40	52	74	74

施設バザーへの参加

ワタミグループの社会貢献活動が本格的に始まったのは、1995年5月の施設バザーへの屋台出店からです。これらのバザーには、本部社員を中心に継続的に参加しており、2005年度は4回出店して61名の社員が参加しました。お好みなどの模擬店を出店し、合計318千円を主催団体様に寄付させていただきました。グループ会社でもそれぞれの形で地域交流の一環として地域のバザーやイベントに積極的に参加し、その売上は主催団体様やNPO法人「スクール・エイド・ジャパン」へ寄付させていただいています。



お食事会

1999年の7月と9月に横浜訓盲院、横浜看護授産所の方々をお迎えしてお食事会を開催。以来、ハンディキャップがある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」を開催しています。2005年度のお食事会は18回行われ、464名の方々をご招待し、449名の社員がボランティアとして参加をしました。この活動を通して、サービスの原点であるホスピタリティを学び、一人ひとりが、人に優しい心を持てるような機会をいただきました。



お食事会

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
実施回数	22	32	33	16	18
参加社員人数	319	556	761	380	449
招待人数	491	1,131	1,115	449	464

養護学校との交流を

「地域の方々との交流を通じ、地域社会に貢献していくこと」を目的として、外食店舗・ワタミ手づくり厨房では、養護学校との交流を行っています。具体的には、養護学校の生徒が各店舗などでの勤務体験を通じて社会的自立をする支援をしています。2005年度は7校13名の生徒を受け入れました。このような活動を続けながら、さらに地域との交流を深め、地域への貢献を目指していきたいと考えています。

交流した養護学校
 東京都 足立養護学校・中野養護学校・七生養護学校・矢口養護学校・羽村養護学校
 神奈川県 相模原養護学校
 千葉県 野田養護学校

地域清掃・美化活動

外食店舗・FLOWER KITCHENでは、毎日店舗周辺の地域清掃を行っています。定期的に地域で開催される清掃イベントにも参加しています。ワタミファームでは、山武農場では千葉県横田地区、倉洲農場では群馬県相馬地区、佐原農場では千葉県返田地区、京丹後農場では京都府島津地区で行われる清掃や草刈のイベントに毎年参加しています。また2005年度は、ワタミフードサービス(株)の社員18名が兵庫県須磨区の主催する海岸清掃に参加しました。今後も継続的に参加し、環境意識の啓発を行うとともに地域の環境向上に貢献しています。

わたみ北海道自然学校

1999年より毎年8月に、小学校高学年生を対象とした「わたみ北海道自然学校」を開催しています。わたみ北海道自然学校は、子どもたちの持つ「思いやり、誠実さ、謙虚さ、感謝の心、素直さ」など「人間が本来持っている美しい資質」を高める「きっかけ」を提供できたら、との思いからはじめたイベントで、2006年度は、8回目を開催し、子どもたち36名に、社員10名が先生としてボランティアで参加しました。



授産品の代行販売「和み亭」のおもちゃ

ワタミグループでは、ハンディキャップのある方々の社会参加の後押しを目的に、1999年6月より「和み亭」店舗にショーケースを設置し、「授産品」の販路を広げのお手伝いをしています。(2006年度3月末現在27店舗で設置) 2004年4月からは、NPO法人「日本セルフセンター」との協働を開始し、全国571団体に働く方々への支援をするきっかけをつくりました。2005年度は860千円を代行販売させていただきました。

特定非営利活動法人 日本セルフセンター
<http://www.selp.or.jp/selpcenter/>



「和み亭」のおもちゃの代行販売

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
実施店舗数	18	26	39	35	27
売上金(千円)	988	1,251	1,350	1,389	860

「T.G.I. Friday's」 Gum店でのふれあい

「T.G.I. Friday's」 Gum・タモン店では、1980年に設立された非営利のボランティア団体「Make A Wish Foundation」の主旨に賛同し、難病と闘っている子どもたちを店舗にご招待する「お食事会」を開催しています。「Make A Wish Foundation」は、18歳までの難病の子どもたちの夢を叶え、生きる力や病氣と闘う勇気を持ってもらうことを目的とし、アメリカ国内で77カ所、世界中で27カ国に支部を置いて活動しています。2005年度はお食事会を不定期に2回開催し、難病と闘う子どもたちとそのご家族の方々に、「T.G.I. Friday's」 Gum・タモン店でのひとときを過ごしていただくことができました。「Make A Wish Foundation」 <http://www.mawj.org/>



病院ボランティアバザー

ワタミメディカルサービス(株)を通じ、病院の、主にターミナルケア病棟(ホスピス)の入所者の方々とレクリエーション、散歩、お食事などのお手伝いを定期的に行わせていただいています。ボランティアとして参加させていただくことにより、参加者が自分の目で見て・ふれあひ・感じることを通じて生きるということについて学び、人生について考えるきっかけをいただいています。2005年度は、21回・合計108名の社員が参加しました。2006年度からは、ワタミ医療サービス(株)にその活動を引き継ぎ、10回・90名の参加を予定しています。また、患者様・ご家族様・近隣の方々・病院の職員の方々が参加するバザーで、ワタミファームの有機野菜を販売し、その収益100千円を岸和田市保健福祉部および、なかよし新条ボランティア会に寄付させていただきました。



お客様とともに

株主様とともに

お取引業者様とともに

従業員とともに

地域・社会とともに

環境とともに

地球的、かつ地域密着型の活動を地道に、継続的に・・・

広がる「ありがとう」の輪

1000000人のキャンドルナイト

ワタミグループでは地球温暖化問題を真剣に考え、CO₂削減にグループをあげて取り組んでいます。

2006年6月18日に実施された「1000000人のキャンドルナイト」は、「でんきを消して、スローな夜を」をテーマに様々な団体・企業が全国で取り組んでいる活動です。

ワタミグループでも、「美しい地球を美しいままに、未来の子どもたちに残してあげたい」をテーマに参加、独自のキャンペーンを開催、環境について考えるきっかけを提供する活動を実施しました。

国内では、キャンペーンを告知する絵ハガキの配布や、20時～22時までワタミグループ外食店舗558店・介護施設17棟・ワタミグループ本社の看板を消灯しました（一部、時間・消灯場所が異なります）。

また、外食店舗では寄付を前提としたカクテルの販売を実施し、販売利益1,871千円をNPO法人「スクール・エイド・ジャパン」へ寄付させていただきました。

海外においても、香港・中国・台湾の外食店舗ではキャンペーンを告知する絵ハガキを配布、台湾の店舗では看板を消灯しました。



東京都上野駅前の外食店舗と介護の看板
（左は消灯時、右は点灯時）
1000000人のキャンドルナイト
<http://www.candle-night.org/index.html>



キャンペーンポスター
限定カクテルメニューブック
報告ポスター

TOPICS 新潟地震被害者への支援

2006年1月、千葉県山武町（現：千葉県山武市）が、新潟地震の被害者の方々向けに準備した救援物資に、水菜・菜花・ジャガイモなどワタミファーム山武農場の有機野菜を提供させていただきました。

TOPICS ap bank fes への出店

オーガニックフードエリア出店
2005年6月に静岡県「つま恋」で開かれたap bank主催の環境と音楽をテーマとした野外イベント「ap bank fes 05」のフードエリアに出店しました。

このイベントは、ap bankの活動を広く大衆に伝え、社会問題を考えるきっかけを提供するための音楽イベントで約6万人を動員しました。このイベントのオーガニックフードエリアでは、ワタミグループが自社農場で生産しているからこそ提供できる有機野菜や有機飼料から生み出された素材を使ったオリジナルフードを提供しました。

イベントの利益は、主催団体の環境プロジェクトの融資として使用され、ワタミは3日間の売上の一部241千円をイベントロイヤリティとして納金しました。

また、2006年7月にも同イベントのフードエリアへ出店し、3日間の売上の一部333千円を納金しました。

ap bankとは、
自然エネルギーや省エネルギーなどの環境に関する様々なプロジェクトに融資を行う非営利活動組織です。
<http://www.apbank.jp/>

TOPICS 農場体験（学生の受け入れ）

ワタミファーム瀬瀬農場では、農場体験の場として、学生の受け入れを実施しています。

2004年度より、郁文館夢学園の修学旅行のプログラムの一環としての農業体験の受け入れを行っており、2005年度は「食の大切さ、命の大切さを理解してもらおう」ことをテーマに、252名の学生を受け入れました。

また、日本大学生物資源科学部の学生の受け入れを行い、2005年度は6名の学生を受け入れました。座学で学んでいる農学や動物学などの知識をさらに深め、同時に農業への興味をより増進してもらえればと考えています。



ワタミふれあいカード

1996年より「未来の子どもたちのために」をテーマに始めたワタミふれあいカードは、グループ店舗での利用時にも特典を受けられるクレジットカードで、国内ワタミグループでの利用総額の1%相当を、社会貢献に使用しています。

2005年度は、NPO法人「スクール・エイド・ジャパン」に、4,473千円を寄付させていただきました。



日本国内のカード

「和民香港」でも、ワタミふれあいカードの利用総額のうち0.25%を「児童癌慈善団体」など社会貢献活動を行う団体へ毎年寄付させていただいています。

児童癌慈善団体（Children's Cancer Fund charity purpose）は、癌と闘う子どもたちを支援している団体です。
<http://www.ccf.org.hk>



「和民香港」のカード

「和民台湾」では、2005年11月の開店当初よりワタミふれあいカードを導入、社会貢献活動への寄付を計画しています。



「和民台湾」のカード

Watamian Club

和民（中国）有限公司

和民（中国）有限公司の社員主体で「Watamian Club」では、様々なボランティア活動に参加しています。

2005年7月には、社会福祉団体が主催する野外公園に植物を植える活動にボランティアとして30人が参加しました。

2006年3月には明愛（社会福祉団体）を通じて老人介護施設を訪問、歌や劇などの催し物などで、ご老人の方々とふれあう機会に25名が参加しました。



1%クラブ

1997年8月より、（社）日本経済団体連合会の1%クラブ（経常利益の1%相当額を、自主的に社会貢献活動に支出しようとする企業や個人の連合会）に加入し、目標数値をもってプログラムを推進しています。

1%クラブ
<http://www.keidanren.or.jp/japanese/profile/1p-club/>

NPO法人「スクール・エイド・ジャパン」の支援

ワタミグループは、2001年に設立されたNPO法人「スクール・エイド・ジャパン(SAJ)」の活動を支援しています。

SAJは、「一人でも多くの子どもたちに、人間の向上のための教育環境と教育機会を提供する」ことを目的としており、「子どもにかかわる教育支援プロジェクト」に積極的に取り組んでいます。

その具体的な活動として小学校を中心に、教育環境の提供（学校建設支援、教材・教具・図書提供）教育機会の提供（学費里親制度としての「ふれあいサポートプラン」）などの支援活動を行っています。

SAJはワタミのある社員の発案から設立された団体で、スタート時点ではワタミからの支援が中心でしたが、今ではたくさんの方々からの支援により運営されている団体です。

設立当初からワタミグループ各社と社員全員で継続的に支援を行っています。ワタミは今後もこの団体を支援していこうと考えています。

NPOとは、Non Profit Organizationの頭文字で、民間非営利組織のことです。

支援内容

外食店舗での募金箱設置(ポスターの掲示)
2005年度寄付金額 1,048千円
従業員が給与天引きで寄付できる体制の構築 (社員は1,000円～、アルバイトメンバーは100円～)
2005年度寄付金額 18,036千円
株主総会(経営説明会)でのブース出店スペースの提供
全体会議および研修会で、取り組み内容を説明する機会の提供
SAJの活動報告をする月刊誌「smile通信」を配布する機会の提供
グループ各社による法人会員寄付
2005年度寄付金額 420千円



SAJ支援によって建設されたカンボジアの中学校と子どもたち



外食店舗のレジ付近に募金箱を設置

お客様とともに

株主様とともに

お取引業者様とともに

従業員とともに

地域・社会とともに

環境とともに

特定非営利活動法人(NPO法人)「スクール・エイド・ジャパン」(SAJ)の支援

皆様の寄付は、「1円残らず現地に」お届けしています。

発展途上国の子どもたちに教育環境と教育機会を提供しています。

SAJの特徴は「全額寄付の方針」

SAJでは、皆様からの寄付・募金は、「1円残らず相手に届ける」ことを基本方針として活動しています。

事務局の経費は、「経費指定寄付(使途限定の寄付)」で賄われ、皆様からの寄付・募金は、事務局の活動費には使われていません。

教育支援の3つの方針

学校教育を充実させる支援

発展途上国においては、学校教育は子どもの基礎学力の向上を組織的、効率的に行うために、特に重要な役割を果たします。

より多くの子どもたちが教育を受けられるよう、小学校教育を中心とした支援活動を行います。

地域に根ざした支援

支援対象地域の状況に合わせた教育支援活動を行います。

点から面への広がりのある支援

一地域からその周辺より広い地域へと、活動の浸透が図られることを目指します。

活動実績

2001年からカンボジアを中心に教育支援をしています。

2001年11月より、SAJ初のプロジェクト、カンボジア・トモケオ小学校での「学校建設」が始まり、2002年2月には、支援の第1号校舎が完成しました。

2005年度は20校を建設し、2006年度は23校を予定しています。

ふれあいサポートプラン

SAJでは、教育環境や教育機会に恵まれない子どもたちに、自分の向学意欲を満たし、可能性を伸ばす機会の提供として、学校建設のほか、「ふれあいサポートプラン」を行っています。

小学校に入学する子ども1,000人のうち、卒業できるのはたった69人。多くの子どもたちは、貧困などの家庭の事情のために学校に通えなくなってしまう。

「ふれあいサポートプラン」は、貧しくて、学校に通えない子どもに、制服、ボールペン、ノートを支援しています。

2003年度に試験導入を行いました。その結果、出席率がよくなり、成績も向上するなどの効果が見え、州教育局もこの制度に着目しています。2005年度は754名の支援をしました。



給食支援・お米の支援をWFPと協同で開始

2006年5月より、「給食支援」「お米の支援」を、WFP(国際連合世界食糧計画)と協同で開始しました。

「給食支援」は、コンボンチュナン州で建設支援した15校6,500人の子どもたちに1日1回の朝給食を、「お米の支援」では、ふれあいサポートプランを受けている754人の子どもたちに毎月15kgのお米を提供する支援です。(毎年、WFPの審査を受けて更新となります。支援の最大期間は4年間です。)

給食支援が開始されたことによって、今まで食事代を稼ぐために学校よりも仕事を優先していた子どもたちの出席率の向上が期待されます。とりわけ、ふれあいサポートプランの支援を受けていた子どもたちは、学校を休む日数が飛躍的に減りました。

国際連合世界食糧計画(WFP) <http://www.wfp.or.jp/>

TOPICS カンボジア政府からの勲章授与

2005年3月のカンボジア・ポーサット州の「ブンカンチュット小学校」にて行われた贈呈式で、カンボジア政府から「コマンドール勲章」が授与されました。

また、2006年3月にカンボジア・ポーサット州の「フンセン1月10日中学校」にて行われた贈呈式では、カンボジア国王から外国人に授与される最高の勲章「モニサルポーン モハッセナー勲章」がSAJへ授与されました。

カンボジア政府ならびに国王から活動の実績を認められたことであり、大変名譽なことだと考えています。



カンボジア政府の代表として出席されたソー・ケン副首相

TOPICS ホームページがリニューアル

2006年2月、ホームページが全面リニューアルされました。

理念・活動報告・現地の状況などが詳しく掲載されています。

また、ホームページから「インターネット寄付」ができるようになりました。



SAJ <http://www.saj.or.jp>

環境とともに

環境基本方針

ワタミグループは、「安全・安心」な食材をより多く確保してお客さまに提供するとともに、地球や自然にやさしい環境の保全に貢献することを当グループの責務と考え、すべての店舗および事業所を対象とした環境負荷の削減を図るため、可能な限りの努力を行います。

環境方針 2006年5月1日

- ワタミグループは、環境基本方針の理念にもとづき事業活動の中で環境影響の大きな項目について、環境目的・目標を設定して取り組み、その結果を見直していきます。
- 特に以下の項目に取り組むために具体的な環境行動計画を策定し、継続的改善および汚染の予防をお約束します。
 - 電気使用量の削減(店舗)
 - 水使用量の削減、排水の水質改善(店舗)
 - 生ゴミ廃棄量の削減(店舗)
 - リサイクルシステムの構築
 - 温暖化対策の推進
- ワタミグループの活動に関連する環境法規制および当グループが同意するその他の要求事項を順守します。
- ワタミグループのすべての従業員に対して継続的に教育を行い、環境に対する意識を高めるとともに本方針の浸透を図ります。
- 本方針を適切な機会をとらえて積極的に公開し、開示要望にお応えします。

CO₂排出量ゼロ企業へ

ワタミグループ環境管理責任者
(ワタミエコロジー(株)常務取締役 経営本部長)
川辺壽也



ワタミグループは、「美しい地球を美しくいまに子どもたちに残していく」ことを環境でのミッションとして、これまでの主体であった外食事業について環境対策を積極的に推進してまいりました。

1999年のワタミ環境宣言を皮切りに、ISO14001の認証取得、店舗でのゴミ分別、リサイクルセンターの設立による容器包装系廃棄物のリサイクル実施、生ゴミ破砕乾燥機の導入による生ゴミリサイクルの実施、エネルギーマネジメントシステム導入による電気使用量の削減などの様々な施策を行ってきました。

2006年度は、「地球温暖化対策」の一環として、本社において「チームマイナス6%活動」の継続実施、ゼロエミッション(リサイクル処理)の仕組みを再構築、全従業員へ関連取引先へ、環境活動に関わる協力体制を強化、有機農産物を拡大して、安全で安心な食材の提供の継続実施、介護施設においてもISO14001を導入する準備などを目標としています。

これらは、ワタミエコロジー(株)がグループ各社の環境に対する様々な施策を統括しながら、独自開発の「環境負荷低減型施設管理」で推進します。これは様々な施設の管理を行いながら、同時に施設の環境負荷低減を実現するというものです。

この新施策はグループ以外の企業様へも幅広くご提供させていただき、一つでも多くの施設の環境負荷を低減させ、地球温暖化の防止に寄与することを第一課題と考えています。

しかし事業が拡大するに伴い、現在実施している環境施策だけでは排出されるCO₂の増加は押さえきれないことは明白です。そこでワタミエコロジーは、本年度よりCO₂排出量ゼロ企業を目指し、NPO法人を設立します。(詳しくはP61)

ワタミにおける環境活動の考え方

環境活動の課題

多品種で小ロットの廃棄物が発生する外食事業を中心に展開しているワタミグループにおいて、環境面における最も大きな課題は廃棄物の削減と地球温暖化対策です。ワタミグループにおいては、その削減およびリサイクル活動を推進するとともに、そのノウハウを公開することで、業界全体の廃棄物削減活動を広く浸透させていくこと、また、地球規模で問題となっているCO₂の削減に積極的に取り組んでいくことは、企業として当然の責務であると考えています。

廃棄物の削減について

2005年度の全廃棄物排出量は全店舗合計で7,627t、1店舗換算で15.1tとなり、総排出量では過去最大となりました。

新規店舗の大量出店および業態変更に伴う改装やリサイクルシステムの構築が遅れている遠隔地への出店増加などが原因と考えられます。

また同様の理由により、リサイクル実施状況においても、仕組みが構築されている関東圏での全廃棄物リサイクル率は、50.7%とほぼ前年値を確保していますが、全店舗を合計した全廃棄物リサイクル率は、昨年比で3.9ポイントダウンし、37.3%となりました。

遠隔地におけるリサイクルシステムの早期構築が今後の課題となりました。この中で店舗における生ゴミ排出量におきましては、生ゴミ破砕乾燥機設置をきっかけとして環境意識が高まり、それが食材のロス率の低下にもつながり、排出量そのものが1店舗当たり前年比で63%と大幅に削減されています。

なお、2005年度の食品廃棄物リサイクル率は廃油および食品残さ(食品廃棄物)合計で30.4%となり、現状、法規制で定められた削減率20%以上を確保しています。

CO₂排出量の削減について

2005年度のエネルギー使用によるCO₂排出量は、新規店舗拡大の影響もあり全店舗計で50,441t-CO₂となり、廃棄物同様、最大の排出量を記録してしまいました。

1店舗当たりのCO₂排出量におきましても、2005年度は一転して前年比で、1.3ポイントオーバーという結果となっています。


ワタミグループでは、2004年度より環境方針の中に「地球温暖化対策の推進」を入れ、取り組みの最優先課題項目に掲げて、エネルギー管理システムの導入などの温暖化対策を徹底して行ってきました。しかしながら、システムを導入している293店舗においては週間単位で進捗の追いかける改善の仕組みができていますが、残り約200店舗のシステムを導入していない店舗においては、エネルギーなどの削減対応は店舗に任せられ、十分な改善の仕組みができていないのが現状です。

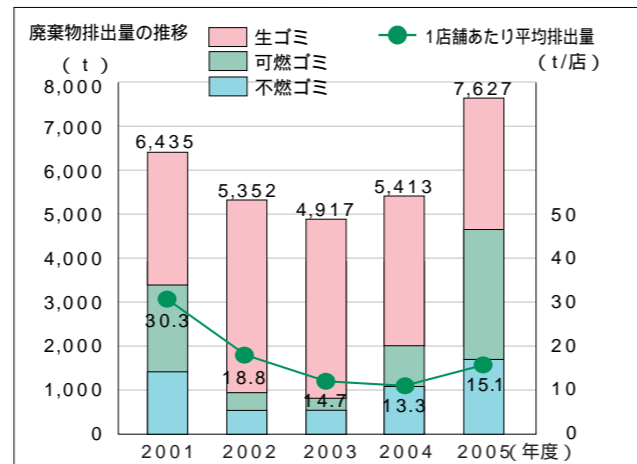
この結果を踏まえて、今年度は現行の仕組みの見直しを行いながら、マネジメントシステム導入拡大を目指しています。

TOPICS 環境事業参入の原点について

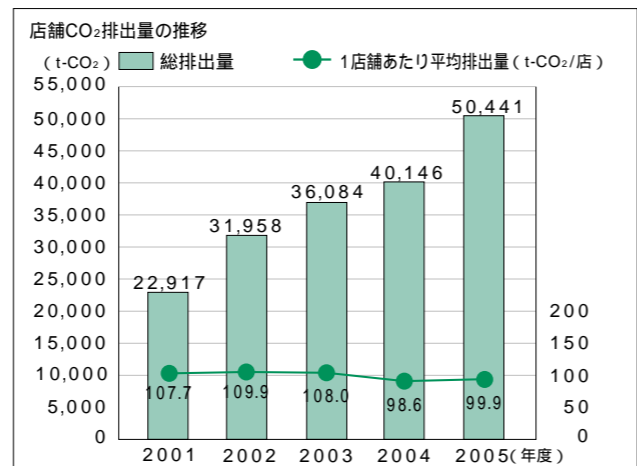
環境問題に対して、ワタミが行動を起こしたのは、1995年からでした。当時のワタミフードサービスでは、お好み焼き宅配の「KEI太」という事業を展開していました。

マンションのゴミ捨て場に、山積みになっていた「KEI太」の包装容器。当時は、発泡スチロールを使っていました。行方を調べたところ、捨てた後、埋めるしかない知り、容器を回収することにしました。コストは上乗せになりますが、どうしても「売りっぱなしでゴミを増やす」ことに我慢ができませんでした。





	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
全廃棄物リサイクル率 (%)	7.3	20.7	39.3	41.2	37.3
食品廃棄物リサイクル率 (%)	11.4	10.1	8.3	30.1	30.4



	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
総使用量 (万kWh)	4,434	6,463	7,120	7,814	9,825
1店舗あたり平均使用量 (万kWh/店)	20.1	22.2	20.2	19.1	19.4

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
総使用量 (千m ³)	895	1,145	1,208	1,375	1,419
1店舗あたり平均使用量 (千m ³ /店)	4.2	3.9	3.6	3.3	2.8

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
総使用量 (千m ³)	3,064	3,821	4,643	5,341	6,783
1店舗あたり平均使用量 (千m ³ /店)	14.4	13.1	13.9	13.1	13.4

環境マネジメントシステム

環境活動の推進

ワタミグループでは定期的に内部監査を実施して、本社および外食店舗における環境活動の継続的改善に努めています。特に店舗監査はISO9001の仕組みを利用して、店舗サービスの品質確認と是正を目的とした業務監査と同じタイミングで実施しています。

その中で、監査員は主に環境活動の進捗を含めた従業員への浸透度、法規制の順守状況などをチェックし、毎週実施される業務改革会議にて、統括責任者、営業部宛てに是正処置要求を含めた結果報告をしています。

ISO14001の取り組み

ワタミグループは1999年7月に、日本の外食産業として初めて、本社および全外食店舗にてISO14001の認証を取得しました。2005年7月に2回目の更新審査を迎えて、同月に審査対象店舗、認証範囲を拡大し改めて認証を取得いたしました。

私たちはこれからも対象店舗、活動範囲を広げながらシステムのPDCAの仕組みを活用して環境活動の継続的改善を図っていきます。

ISO14001 2006年度認証対象範囲

2006年7月時点でのISO14001の登録サイトは、ワタミ(株)、ワタミフードサービス(株)ワタミダイレクトフランチャイズシステムズ(株)、(株)ティージーアイ・フライデーズ・ジャパン、ワタミエコロジ(株)のグループ会社5社の1本社ビルおよび、ワタミ手づくり厨房3センター、変更審査申請時点での493店舗の合計497サイトとなります。

申請月以降の新規店舗におきましては、未登録ながら同様の活動に取り組み、常に全店舗の登録を推進しております。

EMS委員会

グループ内の環境活動をより効果的に推進していくために、各社各部署よりメンバー約20名を選抜して月2回、環境マネジメントシステム委員会(EMS委員会)を開催しています。

この委員会では、グループ内環境活動の方向性の立案および改訂、具体的な行動計画の策定と活動の進捗確認などを行っています。

また、委員会では環境活動のリーダーとなるメンバーのスキルアップを目指して、環境関連施設の視察ツアーや内部監査員養成講習会などの勉強会も随時実施しています。

環境法規制の順守

2006年「食品リサイクル法」施行に向けて、2005年度は生ゴミ破砕乾燥機を179店舗に導入し、外食店舗にて生ゴミを破砕乾燥させた後、137店舗においてはリサイクルセンターを経由して、グループ内農場にて堆肥化し、その堆肥を使って育てた有機野菜を店舗に出荷するという循環型の「生ゴミリサイクルの仕組み」を稼働しています。

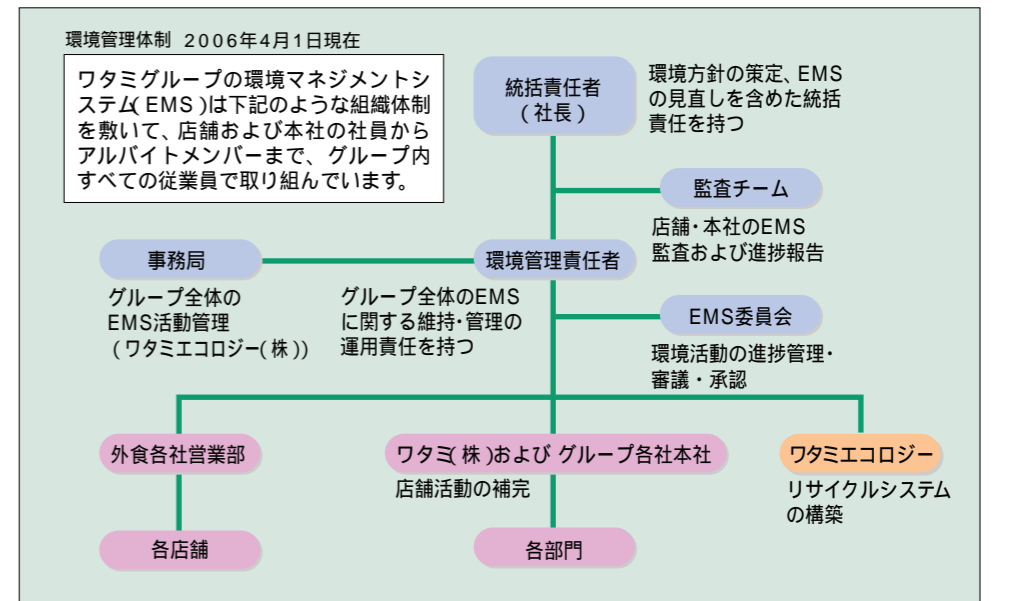
また、店舗運営に関わる法規制である「騒音、振動、悪臭」に関しては、廃棄物の分別の不徹底、出し遅れによる取り残し、液だれなどによる悪臭クレーム、トラック配送・回収時の騒音・振動クレームで計45件の発生を確認し是正処置をいたしました。

今回のクレーム発生は前年に比べて38件増加となりましたが、店舗で発生したクレームが本部にまで伝わる仕組みがようやく完成したことの現われと解釈しています。これら発生クレームに対しては原因の洗い出しから改善まで早急に対処し、さらに期日を決めて後追い調査を実施し再発防止に努めています。

「廃棄物処理法」に関しては、産業廃棄物のマニフェスト管理に重点をおいて取り組み、戻り伝票チェックによる適正処理の確認を徹底して行っています。また、廃棄物の中間および最終処分施設の立ち入り調査を継続して実施しています。

法令への対応(例)

法令	容器包装リサイクル法	食品リサイクル法
施行日	1997年4月	2001年5月
要求事項	容器包装リサイクル料の支払い 排出時にリターナブル容器の使用、分別収集の促進	発生抑制、再生利用、減量の優先順位で減容 年間100t以上排出する場合は、総量の20%以上を上記のいずれかの方法で減容
現状値	おみやげ用バック袋など 再商品化委託料 992kg/年 再商品化委託料金 88,387円 ビン、ペットボトル、プラスチックなどのリサイクル	生ゴミ処理機(破砕乾燥機) 179店舗導入 生ゴミ・廃油のリサイクルで30.4% 生ゴミ乾燥物をワタミファームの堆肥として利用
必要な対応	再商品化委託料金の支払い	発生抑制
順守状況	順守	順守



廃棄物低減の取り組み～店舗ゼロエミッション

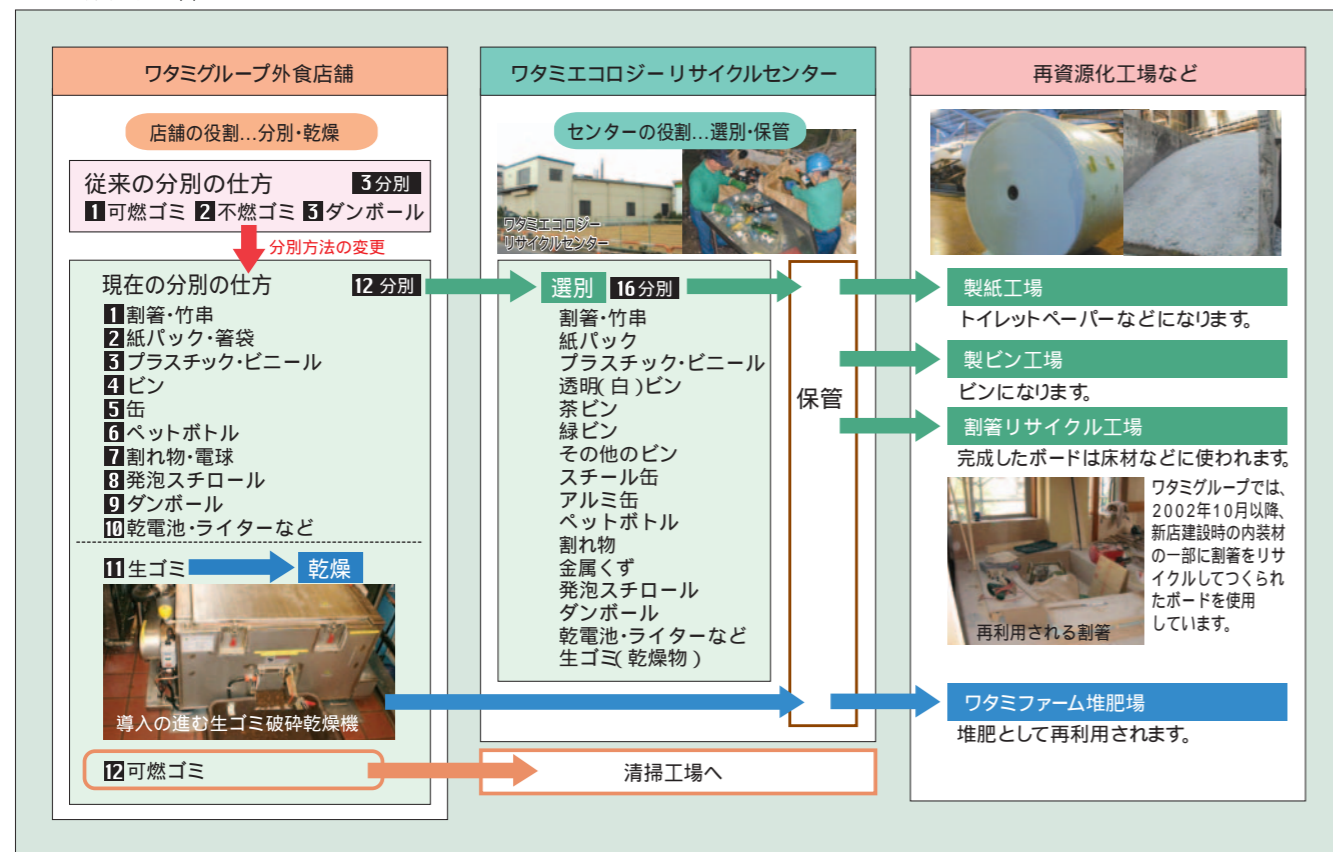
ゼロエミッション、そして地球温暖化防止へ

新しいゼロエミッションの仕組みづくりを目指して

「2004年ゼロエミッション達成」を目標に、1998年からその取り組みをスタートしました。店舗でのゴミの分別から始まり、2002年にはリサイクルルートが整備された関東近郊のエリアでは、容器包装系のゴミのリサイクルができるようになりました。

2003年には生ゴミ破砕乾燥機の導入による生ゴミのリサイクルも可能となりました。これらのリサイクルシステムが完成したエリアの店舗ではゼロエミッションの仕組みができあがりました。(リサイクル率は80%。残りの20%はタバコの吸殻や有機物の付着した廃プラスチックなど、現在リサイクルができないものです。)

2005年3月末現在、リサイクルルート内における生ゴミ破砕乾燥機ゼロエミッションの図



2005年度 生ゴミ処理機稼働率 No.1は、みんなのおかげ。『和民』新大久保店 原聖馬 店長の話



アルバイトメンバーの皆が、非常に意識高く生ゴミ破砕乾燥機を使用していることがNo.1になった一番の要因だと思っています。何か特別なことをやっているということではありません。ゴミ分別バウチが複数の場所に貼ってあったり、生ゴミを捨てる網カゴを複数設けるなどの工夫はありますが、何より突出しているのは、アルバイトメンバー皆の意識が高いことです。

決められている基準で、ゴミを分別することが当たり前で、店舗開店準備前のごしらえの時に発生する野菜の切れ端などはもちろん、営業中、お店がどんなに忙しくても分別の基準を下げることはありません。

ません。ちょうど、ご来店されたお客さまには、おしぼりをお渡しますが、それと同じように当たり前のこととして実施しています。

だから、間違えてフォークなどを生ゴミ破砕乾燥機に入れてしまい、故障するようなことがあったら大変。皆が、どうして間違えて入ってしまったんだろう?と大騒ぎします。

この意識の高さは、生ゴミ破砕乾燥機を使うことの意味、ゼロエミッションの意義を、アルバイトメンバー皆が理解しているからだだと思います。だから「生ゴミ破砕乾燥機を使うこと」や「ゴミを分別すること」を意識しているのではなく、「極力ゴミを出したくない」と思っているのです。

自分自身も、学ぶことが多く、今後別の店に移った時にもこの思いは伝えていきたいと思っています。

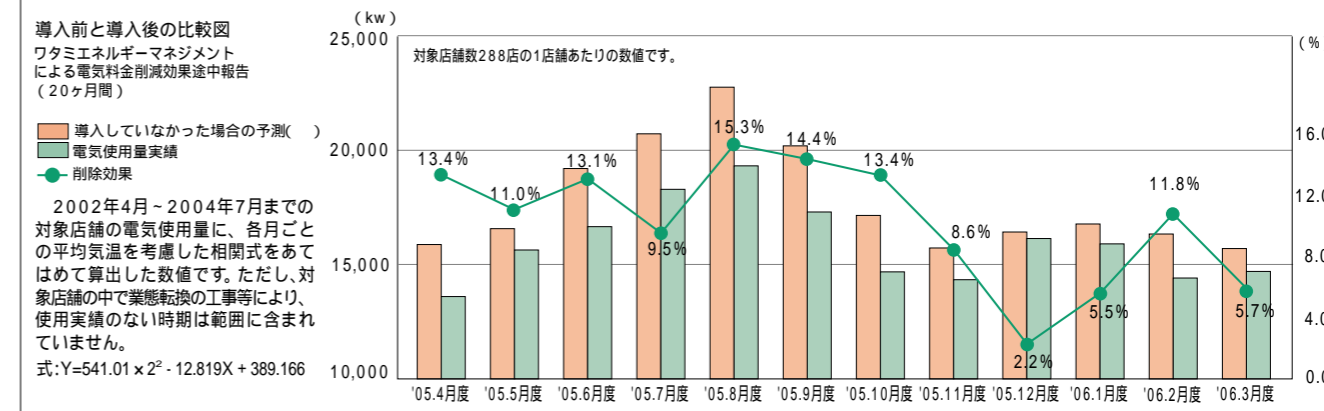
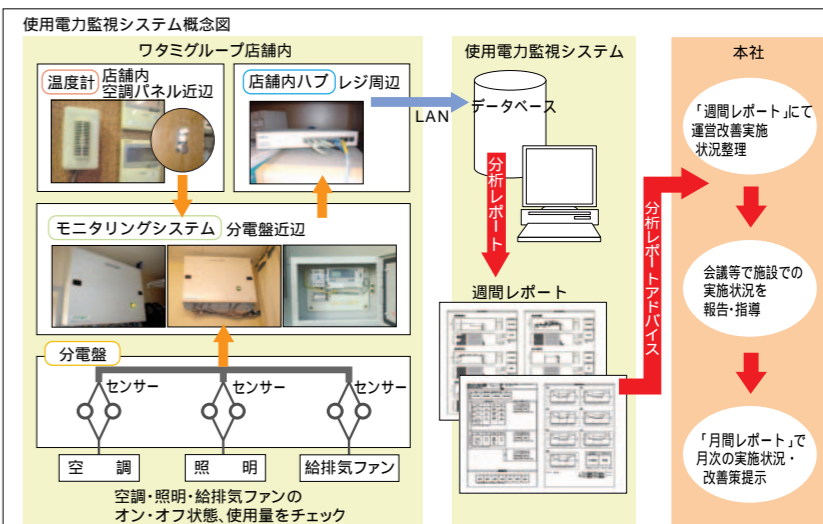
CO₂排出量の削減～エネルギー管理システム

使用電力監視システム

2004年8月より、店舗の使用電力を一元管理するモニター機器(電気の使われ方を24時間監視し、ムダな電気使用を発見して、その抑制を行うという使用電力監視システム)を293店舗に導入しました。

電力のムダに対してタイムリーな対策を打つことにより、2005年度は、導入店舗全店で導入前使用量との比較で10.6%、電気料金で1億3000万円、CO₂排出量で2,354t-CO₂の削減をすることができました。(2005年4月～2006年3月の1年間実績)このCO₂排出量は、クスノキ(が光合成を行う際のCO₂吸収量に換算して、6,036本に相当します。

さらに、2005年6月より温湿度センサーを店舗内に取り付け、営業中の客席環境が快適な空間に保てるよう取り組んでいます。クスノキ(樹高:8~10m、幹周55~71cm)のCO₂吸収量は390kg-CO₂/本(年間)にて換算。



未使用スペースの消灯

電気使用量削減に向けて、看板やフロア、厨房の照明スイッチに色分けしたシールを貼り、営業前と営業終了後の準備や片付けの時に点灯する照明を明確にしています。このスイッチの色分けを活用し、その時々最低限必要な照明のみを使用しています。

空調

空調機器(エアコン)は月に1回以上、室内機のフィルター清掃を店舗で実施するとともに、年1回、室内機のオーバーホールと室外機の熱交換フィン洗浄を実施しています。これらの定期メンテナンスの実施は故障を予防し、機器の寿命を延長させると同時に電気使用量を約14%削減する効果があります。

小さな改善の積み重ねが大切! 『坐・和民』青葉台店 西村久美 店長の話



毎週ワタミエコロジー(株)より報告される「ムダ電気料金の金額」でワースト1位になってしまったことが、改善が始まったきっかけでした。ワタミエコロジーの方と一緒に、店舗での改善が始まりました。改善は、エネルギー管理システムのレポートにより、どの時間でこの照明をムダに使っているかの分析から始まりました。

結果、営業前の清掃時と営業終了後の照明のムダが大きいことがわかりました。そこで、まず 営業前準備 営業中 営業終了後それぞれの時間帯に合わせて必要最低限の照明を使用することができるよう、照明の設定も変更しました。また、照明のスイッチングについて明確なルールと毎日の管理方法

を決め、誰でもわかるように3色のシールを貼り、それぞれの時間帯でつけるべき照明をスイッチの色で区別できるようにしました。当初は、私が店舗にいない日のスイッチングについてはなかなか結果が出ませんでした。

しかしながら、毎週報告されるレポートを活用することで、どの時間にムダな電気を使用しているかが一目瞭然でしたので、アルバイトメンバー皆へ協力を呼びかけ、具体的な行動について説明することで徐々に改善されていきました。

このような取り組みの結果、1ヶ月でなんと約8万円の電気料金を削減することができました。今は、新店に異動になりましたが、そのお店でも青葉台店の経験を活かして、「ムダな電気の削減」に努めていきたいと思っています。

お店での環境対策

インプット、アウトプット

ワタミグループの外出店舗には、日々様々な「IN-PUT(投入)」と「OUT-PUT(排出)」が発生しています。それぞれの投入量、排出量は1店舗では少ない量に思えますが、これがグループ店舗全体となりますと決して少ない数値ではなくなります。

IN-PUT / OUT-PUT フロー図

1店舗あたり年間数値

IN-PUT項目	投入量	OUT-PUT項目	排出量
電気(kWh)	194,562	CO ₂ 電気(kg-CO ₂)	70,042
ガス(m ³)	13,433	CO ₂ ガス(kg-CO ₂)	28,210
水道(m ³)	2,810	水道(m ³)	2,810
	投入量(t)		排出量(t)
食材(アルコール、ドリンク含)	1,683	生ゴミ	5.9
備品(消耗品、コピー紙含)	1.3	可燃ゴミ	5.3
		不燃ゴミ	3.9
店舗活動		店舗活動	
食用油	4.2	生ゴミ乾燥物(乾燥前0.6t)	0.2
割箸・串	4.4	割箸・串	0.4
ダンボール	1.8	ダンボール	1.4
発泡スチロール	0.2	発泡スチロール	0.1
プラスチック製容器包装材	6.3	プラスチック製容器包装材	0.2
紙製容器包装材	4.5	紙製容器包装材	0.2
ビン・缶・ペットボトル	2.8	ビン・缶・ペットボトル	2.7
		割れ物(陶磁器類)	1.0
		廃油	2.0
		グリストラップ汚泥	0.8

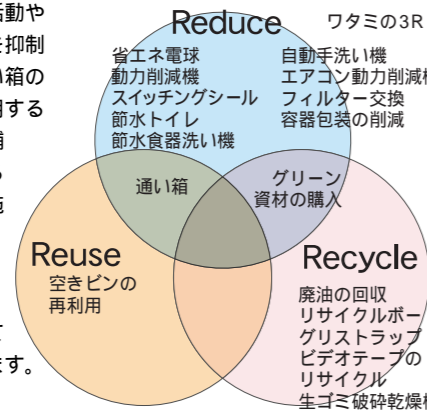
CO₂ 排出量算出係数(kg-CO₂/kWh) 電気: 0.36
 CO₂ 排出量算出係数(kg-CO₂/m³) ガス: 2.10
 CO₂ 排出量算出係数(kg-CO₂/m³) 水: 0.58
 リサイクルセンター経由店舗数(関東圏) 226店舗(全536店舗中)
 リサイクル量: 9.0t(全店舗における全廃棄物リサイクル率: 37.3%)
 リサイクルセンターへの搬入店舗の全廃棄物リサイクル率は50.7%
 食品残さリサイクル量: 1,303.8t(137店舗)<2.5t/店>
 食品廃棄物リサイクル率: 30.4%

ワタミの3R

環境と調和した経済社会を構築するためには、3Rの技術を開発・普及させることが重要と考えています。3Rとは、ゴミの排出削減、資源利用効率の最大化を図るための考え方

Reduce (リデュース: 製品に使用する資源の削減および使用期間を長くすること)
Reuse (リユース: 利用後に製品部品として再使用すること)
Recycle (リサイクル: 資源として再生させ、再び製品原材料として利用すること)

を意味します。ワタミエコロジー(株)では、施設や機器の寿命延長を図るメンテナンス活動や容器包装資材の発生を抑制するリデュース、通い箱の活用やボトルを再使用するリユース、さらに店舗や本社から排出されるゴミのリサイクル実施と3Rへの取り組みを強化しています。今後も、活動の推進・開発を積極的に進めていきたいと考えています。



お客さまへごまご

株主様へごまご

お取引業者様へごまご

従業員へごまご

地域・社会へごまご

環境へごまご

外食店舗スタッフの教育

店舗テーマシートの運用

店舗では、「店舗テーマシート」を用いて、電気・水・廃棄物の削減などの環境改善への取り組みに対する監視測定を毎月行い、その結果と反省をもとに店舗別に次月の計画を策定しタイムリーな対応を行っています。

ワタミグループ店舗では、このシートを用いてPDCAサイクルを推進し、全店舗・全従業員への環境活動の浸透と継続的改善を図っています。

店舗環境ミーティング

店舗での環境活動は、毎月行われる店舗環境ミーティングによって支えられています。このミーティングは店長が主催し、アルバイトメンバーに対して自店の環境活動の進捗を報告、全員の意見交換が行われます。

店長はこの意見を踏まえて次月の取り組み計画を策定、その内容を全アルバイトメンバーに開店前の朝礼にて通知し環境改善活動を実施していくという継続的改善を行っています。

ゴミ分別

店舗ではゼロエミッションを達成するため、リサイクルできるものはすべてリサイクルするという目標を掲げて、1998年より廃棄物の6分別からスタートし、2005年度11月からは12分別を実施しています。店舗で分別された廃棄物は、ワタミエコロジー(株)リサイクルセンターにて、さらに16種類に仕分けを行い、各リサイクル処理施設に送られています。(詳しくはP19)

スタッフルーム

常に目につくところに環境方針や取り組み項目を明示したポスターを貼って、スタッフ同士で環境活動への意識づけを行っています。

環境ビデオレター

店舗では年間1回、ワタミグループの環境に対する考え方を活動を紹介した「環境ビデオレター」を全従業員が視聴し、現状の環境問題の再認識とグループにおける当年度の環境活動の方向性などを確認しています。

エコツアー

ワタミグループでは新卒社員および一般の方々を対象として、年間数回の環境関連施設見学会「エコツアー」を開催しています。このツアーの主旨は、実際に集められた廃棄物がどのように分別されリサイクルされていくかを実際に自分の目で確認して、分別の大切さや環境活動の現実を知ってもらうことです。

2005年度は、ワタミグループ新卒社員252名および社内参加希望者、お取引業者様含め280名の参加がありました。



リサイクル施設の見学

環境コミュニケーション

ワタミグループでは環境について積極的に取り組む意義と、どのような目標をもち実際にどのように活動を行っているのかということとを全従業員が理解し、環境に対する思いと知識の共有化を行うために様々な研修を実施しています。そして、この教育を通して従業員が自立した一人の人間として、環境について考えられるようになってほしいと考えています。

新入・中途社員研修

環境問題の重要性とワタミグループが環境問題に真摯に取り組む理由を、入社時研修の中での重要なプログラムとして位置づけて研修しています。この研修により環境に対する意識づけを図ると同時に、研修内容の理解度を確認するテストを行っています。

店長クラス研修および副店長育成研修

ワタミグループ環境活動の要は外食店舗であり、店長がその取り組み・推進の中心となるため、店長の環境活動に対する理解は環境負荷低減の重要なポイントといえます。

店長には毎年1回、また、副店長に昇格する対象者には、副店長育成研修にて店舗における環境活動の手順についての教育を実施しています。さらに毎週開催される業務改革会議では、環境活動の進捗と対応策の確認を定期的に行っています。

本社従業員説明

本社では、年度はじめに、本社で行う当年度の環境への取り組み内容と考え方を伝える説明会を実施しています。

本社従業員には、この研修により環境に対する意識づけを図ると同時に、研修内容の理解度を確認するテストを行っています。



ISO14001特別セミナー

ワタミグループでは、エリアマネージャー、EMS委員、内部監査員などを対象として、環境問題や環境活動に関する理解浸透および監査員の養成などを行っています。これらの教育を通して、環境活動の理解浸透と社員の専門性向上を推進しています。

配送におけるCO₂削減

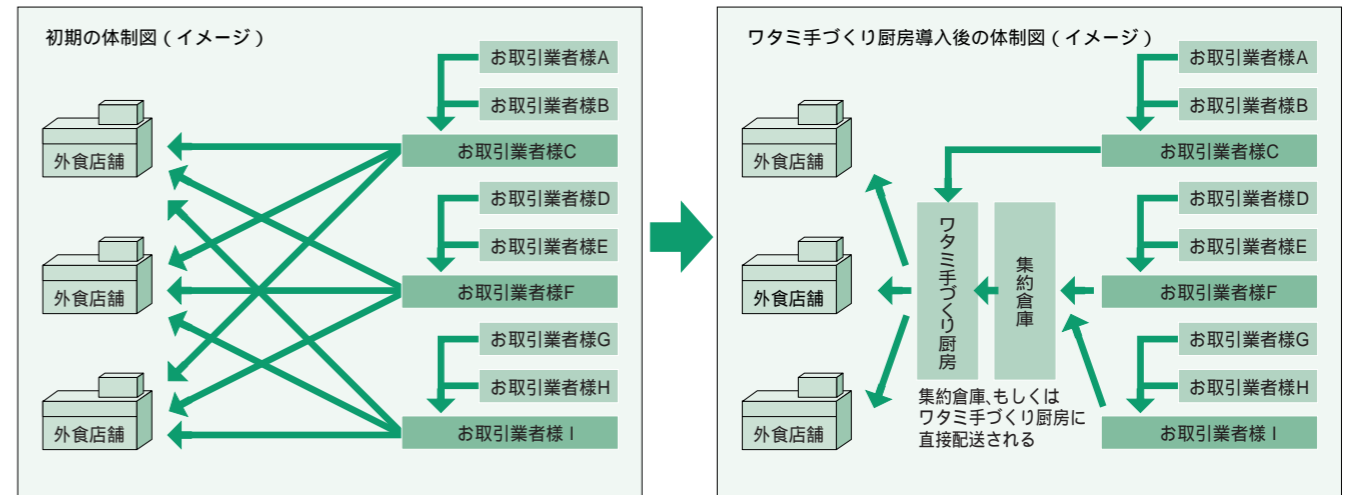
トラック配送時の環境負荷低減に向けて

2005年度は、トラック配送におけるCO₂排出量の把握に向けて、データ収集の仕組みづくりを始めました。

ワタミグループでは、その配送業務を委託先業者に委ねているため、お取引業者様も含めたトータルの配送距離削減のための取り組みを推進することが大切であると考えています。その削減に向けた取り組みのひとつが、センターごとに「集約倉庫」を設け、お取引業者様との協体制をとった「集約配送ルート」の構築です。

2006年度より、ようやく集計の仕組みができあがり、現状値を基にした予測では2006年度は8,886,756kmの配送距離となり、この時のガソリン使用量をCO₂排出量に換算すると19,319t-CO₂になります。

そして、今後も継続して、新規出店に合わせた店舗への配送ルートの組み替えおよび帰りの有効活用による配送の効率化などにより、環境負荷の低減に少しでも寄与していくことを目標としています。



アイドリング・ストップの徹底

店舗の食材やドリンクの納品時には、全車エンジン停止(アイドリング・ストップ)をすることをお取引業者様との協議によって決定し、その徹底を図っています。

天然ガス車の導入へ

2006年度より、お取引業者様との協力のもと、地球温暖化の原因となるCO₂の排出量が、ガソリン車より2~3割低減できる天然ガス車の実験的な導入を北海道でスタートさせました。



天然ガス車

TOPICS クールビズ・ウォームビズ

みんなで止めよう温暖化
チーム・マイナス6%

環境省主催の「チーム・マイナス6%」活動に賛同、「チーム・マイナス6%」が掲げるさまざまな取り組みの中で、企業が直接取り組むことができるクールビズ・ウォームビズを推進しています。クールビズ対応では室内の温度を28℃に設定し、ノーネクタイ・ノー上着を実施しました。残念ながら、クールビズではその取り組みを全従業員に浸透させることができず、前年を上回る電力・動力の使用量となりました。

その結果を踏まえ、ウォームビズ対応では、毎月エアコンフィルターの清掃を実施したり室内の温度を20度とし1日2回の温度チェックの実施、週単位・月単位で前年比の電気・動力使用量と比較し報告することで、使用量で7,862kWh、前年比96%を確保し、118千円の削減効果を発揮することができました。

チームマイナス6% <http://www.team-6.jp/index.html>

エアコンフィルター清掃

温度チェックツール

環境コストと効果の集計

ワタミグループの環境会計

環境会計の集計範囲は、ワタミグループの本社および全直営外食店舗で2005年4月から2006年3月までに環境保全・管理活動のために支出した投資と費用の額です。

それぞれの活動ごとにコスト項目を特定し、金額を集計しています。ワタミグループでは環境保全コストを大きく3つに分類しました。

- (1) 店舗・本社における環境目的・目標を達成するための活動に関わるコスト(目的・目標コスト)
- (2) 環境法規制に対応するために必要なコスト(法規制対応コスト)
- (3) 環境マネジメントシステムの適切な運用・維持を図り、環境パフォーマンスを改善していくために必要なコスト(環境活動コスト)

CO₂(地球温暖化ガス)の把握と効果測定

2005年度、ワタミグループでは既存店において56店舗の業態の変更を行った結果、排出されたCO₂は、既存店比較でプラス547t-CO₂となっていました。ワタミグループではこの度のCO₂の増加

集計結果(削減効果)

2005年度の環境保全コストは767百万円でした。その内の46%が目的・目標コストにあたります。この目的・目標コストでは、外食店舗におけるエネルギーマネジメントシステム、生ゴミ破砕乾燥機などのハード機器導入によるコストが全体の45%を占めました。

これらの導入効果として、電気使用量においては導入店舗で基準年である2003年度に対して月あたり11.7%の削減効果を上げることができました。

また、残り54%を占める法規制対応および環境活動コストには、店舗から出る一般廃棄物、粗大ゴミ、廃油・グリスラップ汚泥の回収・リサイクル処理費用、環境担当者の人件費、ISO14001審査費用などが含まれます。

なお、2005年度の既存店における省エネ・節水促進および廃棄物のリサイクル化による削減コスト効果は、2005年度の使用単価ダウン効果もあり499百万円となりました。

結果を真摯に受けとめ、現在行っている環境活動に対して、改めて業態ごとの見直しを図るとともにチェック機能を強化して、新たな気持ちで地球温暖化の防止に取り組んでいくこととしました。

コスト項目	具体的な取り組み	コスト	
目的・目標コスト	従業員の教育と店長による実施状況チェック	節電・節水・ゴミの分別の徹底とチェック 注1)	28,628
	電気・水使用量の削減	エネルギーマネジメントシステム・動力削減機の導入・省エネ冷蔵庫の導入 注2)	127,238
	排水の水質改善	グリスラップの管理・清掃・水質検査 注3)	3,700
	生ゴミ、可燃物・不燃物廃棄量の削減	生ゴミ破砕乾燥機の設置・稼働 注4)	35,131
	グリーン資材の導入	リサイクル廃材(エヴァーボード)の新店への導入 注5)	19,707
	リサイクルシステムの構築	リサイクル・ゼロエミッション活動の運用(リサイクルセンター運営、環境委員会活動、再資源委託等)注6)	135,959
	環境教育	従業員への教育の実施 注7)	4,640
	グリーン資材の導入	エコ文具、備品の導入(本社、店舗)注8)	3,410
	小計		358,413
法規制対応コスト	適正な廃棄物処理	廃棄物の委託処理(リサイクル化含む)	396,086
	適合性チェック	環境法規制の適合性チェック	3,600
	小計		399,686
環境活動コスト	環境マネジメントシステムの管理活動	ISO14001の全社・全店舗での運用、環境監査の実施 注9)	8,980
合計(+ +)		767,079	

注1) 2005年度末までにオープンした国内536店舗を対象 注2) エネルギーマネジメントシステムは導入店舗293店、動力削減機は31店舗184台、省エネ冷蔵庫は11店舗74台の導入コスト 注3) グリスラップの管理清掃は476店分、水質検査は9店舗25回実施分 注4) 新規、生ゴミ破砕乾燥機設置43店舗の導入コスト 注5) 新規87店舗導入分 注6) リサイクルセンター(2箇所)運営・再資源委託費用、リサイクル品回収266店舗分および廃油回収536店舗、ビデオテープリサイクル5564本分 注7) 従業員1,472人への研修費用 注8) 2005年度新店100店舗を対象 注9) ISO14001対象497サイト

効果項目	既存店の削減額
省エネルギーの推進(電気・ガス)	158,326
節水の推進	318,807
廃棄物処理委託費(リサイクルによる差益含む)	21,974
合計	499,107

効果項目	既存店の削減量
省エネルギーの推進(電気)	376
省エネルギーの推進(ガス)	264
省エネルギーの推進(水)	93
合計	547

既存店比較対象店舗数: 407店舗(2004年度末店舗数)

ワタミの森林づくり開始

この森林づくり活動の報告を積極的・継続的に行い、より幅広い方々に環境の大切さを知っていただきたいと考えています。

現在、ワタミグループでは、ゼロエミッションやエネルギーマネジメントなどの地球温暖化防止活動を積極的に実施していますが、これらの活動を継続的に行った場合でも、CO₂排出量においては、最大でグループ排出量の15%程度の削減しか見込めません。

さらに、今後の店舗や施設の拡大の方向性を鑑みると、CO₂排出量の増加は避けて通れません。

そこで私たちは、今年度より、排出量削減と吸収量拡大の両面からのアプローチを検討、グループの経済活動によって排出されるCO₂を、植物の光合成によるCO₂吸収効果を最大限に活用して、少しでも多く吸収させていく「森林づくり活動で補完する」計画を立てました。

グループが排出しているCO₂の削減を少しでも担うことから始めていくこととしました。

森林は人の手による整備が行われないと衰退してしまいます。過去日本では、里山という考え方により、人間が森林にある程度

の手を入れることで、森林および周囲の自然環境を守ってきました。現在日本の森林は、林業政策の一環により、全森林面積の約40パーセントがCO₂吸収効果の低いスギやヒノキなどの針葉樹の人工林によって埋め尽くされ、さらに林業そのものも衰退傾向にあります。森林の十分な手入れが行われず、樹木が病気がかかってしまったり老木化してしまい、光合成の効率はさらに悪化してしまっているのが現状です。

これらのことを踏まえて私たちは、まず始めに、現在放置されている小規模な人工林に手を入れ、「森林づくり活動」を開始します。

この作業の中で森林の機能の活性化を目指し、森林管理のノウハウを学びます。その後、徐々に規模の大きな森林の維持・活性化に着手し、自然環境維持への貢献と地域の活性化を計画しています。この活動によってグループCO₂排出量ゼロ企業を目指します。



活動前の森林の様子

スギ、ヒノキを中心とした針葉樹の人工林のため光合成によるCO₂の吸収効率が低くなっている。

森林の十分な手入れが行われておらず、下枝が枯れ上がり、モヤシ状の木が多くなっている。

暗い林内で地表がむき出しになり、雨水とともに土が流れ去ってしまう。



活動後の森林の様子

活動後の森林の様子

CO₂の吸収が高いケヤキやクヌギなどの広葉樹が多い森林になる。間伐や枝打ちなどによって、幹が太く枝葉がしっかりとした健全な樹木が育つ。林内に光が入り、下層植生が生えてくる。地表が守られる、生物多様性の豊かな森林となる。

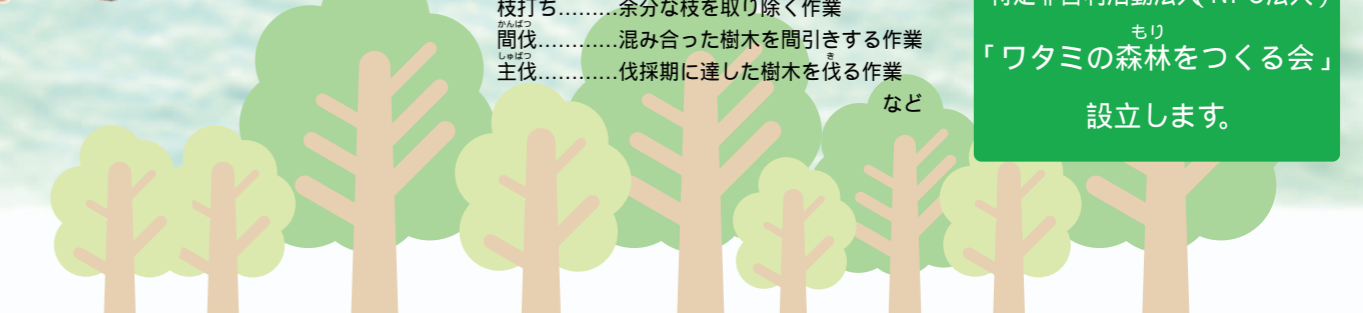


森林づくりは先の長い活動です。森林保全再生活動など... しっかり学習することから開始です。

森林の保全・再生を図る活動

- 地こしらえ... 植林をする場所を整理し、苗木を植えやすくなる作業
- 植林..... 苗木を植える作業
- 下草刈り..... 苗木の周りの草を刈り取る作業
- 枝打ち..... 余分な枝を取り除く作業
- 間伐..... 混み合った樹木を間引きする作業
- 主伐..... 伐採期に達した樹木を伐る作業など

特定非営利活動法人(NPO法人)「ワタミの森林をつくる会」
もり
設立します。



環境年表

1998年 4月	ISO14001環境マネジメントシステム認証取得に向けて活動開始
1999年 7月	日本の外食産業として初めて、ISO14001環境マネジメントシステム認証取得<ワタミ本社・123店舗>
2001年12月	「ワタミ環境宣言」掲出 ふれあい報告書2001 第1版(環境・社会活動報告書)発行
2002年 6月	JRM(現ワタミエコロジー(株))リサイクルセンター第1設立(東京都足立区) 東京23区内、容器包装系廃棄物のリサイクルスタート
2002年 7月	ISO14001環境マネジメントシステム認証取得(更新・拡大)<ワタミ本社・323店舗、ワタミエコロジー(株)>
2002年 9月	ふれあい報告書2002 第2版(環境・社会活動報告書)発行
2003年 3月	第1回日本環境経営大賞「環境経営優秀賞」受賞
2003年 5月	生ゴミ破砕乾燥機の店舗テスト導入開始
2003年 7月	JRM(現ワタミエコロジー(株))リサイクルセンター 第2設立(東京都武蔵村山市) 東京23区外、神奈川、埼玉一部地区内、容器包装系廃棄物のリサイクルスタート
2003年 8月	第12回「日食・環境資源協力賞」受賞
2003年 9月	ふれあい報告書2003 第3版(環境・社会活動報告書)発行
2003年11月	関西地区(大阪市内11店舗より)リサイクルに向けて、取り組みスタート<ピン・缶・ペットボトル・ダンボールより>
2004年 7月	ISO14001環境マネジメントシステム認証取得(更新・拡大)<ワタミ本社・384店舗、ワタミ手づくり厨房、ワタミエコロジー(株)、ワタミDFS(株)>
2004年 8月	エネルギーマネジメントシステム導入開始(293店舗)
2004年 9月	ふれあい報告書2004 第4版(環境・社会活動報告書)発行
2005年 3月	第1回エコプロダクツ大賞「優秀賞」をワタミエコロジー(株)が受賞 地球温暖化対策として、国内グループ全社にて「クールビズ」対応実施(7月1日~9月末日迄) ISO14001環境マネジメントシステム認証取得(更新・拡大)<ワタミ本社・店舗447店、ワタミ手づくり厨房、ワタミエコロジー(株)、ワタミDFS(株)、(株)T.G.I.フライデーズジャパン>
2005年 9月	ふれあい報告書2005 第5版(環境・社会活動報告書)発行
2005年12月	地球温暖化対策としてクール・ビズに続き、本社にて「ウォーム・ビズ」対応実施(12月1日~3月末日迄) 日経リサーチ環境経営度調査<日経産業新聞> 小売・外食部門10位、外食部門1位にランクイン
2006年 2月	大田区エコフェスタにて 有機おでんの配布、環境劇実施
2006年 6月	全社にて「クールビズ」対応実施(6月1日~9月末日迄)
2006年 7月	ISO14001環境マネジメントシステム認証(更新・拡大)<ワタミ(株)・ワタミフードサービス(株)・ワタミエコロジー(株)・ワタミDFS(株)>(株)T.G.I.フライデーズジャパンのグループ会社5社の1本社ビル及びワタミ手づくり厨房3センター、変更審査申請時点でのワタミグループ493店舗の合計497サイト>
2006年 9月	ふれあい報告書2006 第6版(CSR報告書)発行

日本環境経営大賞「優秀賞」受賞

ワタミグループは2003年に、第一回日本環境経営大賞で優秀賞を受賞しました。この賞は企業の経営方針に基づく環境保全の具体的な実践活動の取り組みとその成果に対して表彰するもので、三重県を中心に、経済産業省、環境省などから選抜された審査員により選出されるものです。



第12回「日食・環境資源協力賞」受賞

ワタミグループは2003年に外食店舗における電気、水使用量などの環境負荷低減に取り組み、継続的に削減効果を出す活動に対して「日食・環境資源協力賞」を受賞しました。私たちの環境に対する様々な活動が認められています。



エコプロダクツ大賞 推進協議会会長賞を受賞

ワタミエコロジー(株)は2005年に、第1回エコプロダクツ大賞にて「外食チェーンとのアライアンスによる統一リサイクルシステム」が評価され、優秀賞(エコプロダクツ大賞推進協議会会長賞)を受賞しました。エコプロダクツ大賞とは、財務省・厚生労働省・農林水産省・経済産業省・国土交通省・環境省の6省の後援で、環境負荷の低減に配慮したすぐれた製品・サービス(エコプロダクツ)を表彰し、わが国におけるエコプロダクツの開発・普及の促進と、それに関する正確な情報を消費者に広く伝えるものです。



GRI対照表(1/2)

項目		評価	該当ページ		
1. ビジョンと戦略	1.1 持続可能な発展への寄与に関する組織のビジョンと戦略に関する声明		4-11,13,29,33,37,51		
	1.2 報告書の主要要素を表す最高経営責任者(または同等の上級管理職)の声明		4		
2. 報告組織の概要	組織概要	2.1 報告組織の名称	3		
		2.2 主な製品やサービス。それが適切な場合には、ブランド名も含む	3		
		2.3 報告組織の事業構造	3		
		2.4 主要部門、製造部門子会社、系列企業および合併企業の記述	3		
		2.5 事業所の所在国名	3		
		2.6 企業形態(法的形態)	3		
		2.7 対象市場の特質	14,23,26,28		
		2.8 組織規模	3		
		2.9 ステークホルダーのリスト。その特質、および報告組織との関係	2,6		
	報告書の範囲	2.10 報告書に関する問い合わせ先。電子メールやホームページアドレスなど		裏表紙	
		2.11 記載情報の報告期間		2	
		2.12 前回の報告書の発行日		2	
		2.13 報告組織の範囲と、もしあれば報告内容の範囲		2,53	
		2.14 前回の報告書以降に発生した重大な変更		2,8,23	
報告書の概要	2.15 時系列での、また報告組織間での比較に重大な影響を与えうる報告上の基礎的事柄		2,12,53,60		
	2.16 以前発行した報告書に含まれている情報の再報告の性質、効果および理由	-	-		
	2.17 報告書作成に際しGRIの原則または規定を適用しない旨の決定の記述		2		
	2.18 経済・環境・社会的コストと効果の算出に使用された規準/定義		3,12,53,55,60		
	2.19 主要な経済・環境・社会情報に適用されている測定手法の大きな変更	-	-		
	2.20 報告書に必要な正確性、網羅性、信頼性を増進し保証するための方針と組織の取り組み		2,67		
	2.21 報告書全体についての第三者保証書を付帯することに関する方針と現行の取り組み		67		
2.22 報告書利用者が、個別施設の情報も含め、追加情報報告書を手取できる方法		2,65			
3. 統治構造とマネジメントシステム	構造と統治	3.1 組織の統治構造		8-9,53	
		3.2 取締役会構成のうち、独立している取締役、執行権を持たない取締役の割合		8-9	
		3.3 環境・社会面の戦略の方向を導くための、専門的知見を持った取締役選任プロセス		9	
		3.4 リスクや機会を特定し管理するための、取締役会レベルにおける監督プロセス		8-9	
		3.5 役員報酬と、組織の財務的ならびに非財務的な目標の達成度との相関	x	-	
		3.6 経済・環境・社会と他の関連事項に関する各方針の、監督、実施、監査に責任を持つ組織構造と主務者		8-9,53	
		3.7 組織の使命と価値の声明。組織内で開発された行動規範または原則。経済・環境・社会各パフォーマンスにかかわる方針とその実行についての方針		5,6,11,16,23,28,51	
		3.8 取締役会への株主による勧告ないし指導のメカニズム		30-32	
		3.9 主要ステークホルダーの定義および選出の根拠		6	
	ステークホルダーの参画	3.10 ステークホルダーとの協議の手法		10,16-17,19,22,24-25,27,28,30-32,34-36,38,41,46-49,58	
		3.11 ステークホルダーとの協議から生じた情報の種類			
		3.12 ステークホルダーの参画からもたらされる情報の活用状況			
		3.13 組織が予防的アプローチまたは予防原則を採用している場合のその方法の説明		8-11	
		3.14 任意に参加、支援している、外部の経済・環境・社会的憲章、原則類や各種の提唱	x	-	
統括的方针およびマネジメントシステム	3.15 産業・業界団体、国内/国際的な提言団体の会員になっているものうちの主なもの	x	-		
	3.16 上流および下流部門での影響を管理するための方針とシステム		16-21,24,26-27,28,34-36,53-59		
	3.17 自己の活動の結果、間接的に生じる経済・環境・社会的影響を管理するための取り組み		10		
	3.18 報告期間内における、所在地または事業内容の変更に関する主要な決定		2-3,23		
	3.19 経済・環境・社会的パフォーマンスに関わるプログラムと手順		8-11,28,30-32,38-44,46-49,52-60		
	3.20 経済・環境・社会的マネジメントシステムに関わる認証状況		16,28,53		
4. GRIガイドライン対照表			63-64		
5. パフォーマンス指標	統合指標	全体系的指標	43,53		
	横断的指標		52		
6. 経済的パフォーマンス指標	直接的な影響	顧客	EC1. 総売上げ		3,30
		EC2. 市場の地域別内訳	x	-	
	供給業者	EC3. 製品、資材、サービスなど全調達品の総コスト	x	-	
		EC4. 違約条項の適用なしに、合意済みの条件で支払い済みの契約件数のパーセンテージ	x	-	
		EC11.【任意】組織別と国別の供給業者内訳	x	-	
	従業員	EC5. 給与と給付金総支払額の国ないし地域ごとの内訳	x	-	
		投資家	EC6. 債務と借入金について利子ごとに分類された投資家への配当		30
	公共部門	EC7. 期末時点での内部留保の増減	x	-	
		EC8. 支払税額の種類についての国別の内訳	x	-	
		EC9. 助成金等についての国ないし地域別の内訳	x	-	
		EC10. 地域社会、市民団体、その他の団体への寄付		49	
		EC12.【任意】コアビジネスではない領域でのインフラ整備にかかわる支出		49	
	間接的な影響	EC13.【任意】報告組織の間接的な経済影響	x	-	
	7. 環境パフォーマンス指標	原材料	EN1. 水の使用量を除いた、原材料の種類別総物質使用量		56,60
EN2. 外部から報告組織に持ち込まれた廃棄物が、製品作りの原材料として使用された割合				36	
EN3. 直接的エネルギー使用量				52	
エネルギー		EN4. 間接的エネルギー使用量	x	-	
		EN17.【任意】再生可能なエネルギー源の使用、エネルギー効率の向上に関する取り組み		52-59	
		EN18.【任意】主要な製品のエネルギー消費量フットプリント	x	-	
		EN19.【任意】他の間接的(上流/下流)なエネルギーの使用とその意味合い	x	-	
		EN5. 水の総使用量		52	
水		EN20.【任意】報告組織の水の使用によって著しく影響を受ける水源とそれに関係する生態系/生息地	-	-	
		EN21.【任意】水源からの年間利用可能な水量に占める、地下及び地上からの取水量	-	-	
	EN22.【任意】水のリサイクル量および再利用量の総量	x	-		

...記載している ...部分的に記載している x...今後開示を検討していく -...該当事項なし

項目	評価	該当ページ			
7. 環境パフォーマンス指標	生物多様性	EN6. 生物多様性の高い地域に所有、賃借、管理している土地の所在と面積	-	-	
		EN7. 事業活動による陸上、淡水域、海洋の生物多様性への主な影響の内容	-	-	
		EN23. 【任意】生産活動や採掘のために所有、賃借、管理している土地の全量	-	-	
		EN24. 【任意】購入または賃借した土地のうち、不透水性の地表面の割合	-	-	
		EN25. 【任意】事業活動と操業による、自然保護区や脆弱な生態系地域への影響	-	-	
		EN26. 【任意】事業活動と操業による自然生息地の改変内容、生息地が保護・復元された割合	-	-	
		EN27. 【任意】生態系が劣化した地域の原生の生態系とそこに生息する種の保護と回復の方針、プログラム・目標	-	-	
		EN28. 【任意】操業によって影響を受ける地域に生息する、IUCN絶滅危惧種の数	-	-	
		EN29. 【任意】保護地域や脆弱な生態系からなる地域とその周辺で、進行中・計画中の事業	-	-	
		EN8. 温室効果ガス排出量 (CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs, SF ₆)	-	52,55-56,59-60	
	放出物、排出物および廃棄物	EN9. オゾン層破壊物質の使用量と排出量	x	-	
		EN10. NO _x , SO _x , その他の重要な放出物 (タイプ別)	x	-	
		EN11. 種類別と処理方法別の廃棄物総量	-	52,54,56-57	
		EN12. 種類別の主要な排水	x	-	
		EN13. 化学物質、石油および燃料の重大な漏出について、全件数と漏出量	-	-	
		EN30. 【任意】その他の間接的な温室効果ガス排出量 (CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs, SF ₆)	-	-	
		EN31. 【任意】パーゼル条約で「有害」とされるすべての廃棄物の生産、輸送、輸入・輸出	-	-	
		EN32. 【任意】排水と流出によって重大な影響を受ける水源とそれに関する生態系 / 生息地	-	-	
		供給業者	EN33. 【任意】環境に関する供給業者のパフォーマンス	-	-
		製品とサービス	EN14. 主要製品およびサービスの主な環境影響	-	52,56-57,59-60
	EN15. 製品使用後に再生利用可能として販売された製品の重量比、実際に再生利用された比率		-	52,53,54,56-57	
	法の順守	EN16. 環境に関する国際的な宣言、全国レベル・地方レベルの規制の違反に対する付帯の義務と罰金	-	53	
	輸送	EN34. 【任意】物流を目的とした輸送に関する重要な環境影響	-	-	
	その他全般	EN35. 【任意】種類別の環境に対する総支出	-	60	
	8. 社会的パフォーマンス指標：労働慣行と公正な労働条件	雇用	LA1. 労働力の内訳	-	12
			LA2. 雇用創出総計と平均離職率を地域・国別に区分	-	43
			LA12. 【任意】従業員に対する法定以上の福利厚生	-	44
		労働 / 労使関係	LA3. 独立した労働組合等によりカバーされている従業員の地理的な割合	x	-
			LA4. 組織の運営に関する変更の際の従業員への情報提供、協議、交渉に関する方針と手順	-	38
			LA13. 【任意】意志決定および経営に正規従業員が参画するための規定	x	-
		安全衛生	LA5. 労働災害および職業性疾病に関する記録・通知の慣行、「ILO行動規範」への適合性	-	44
			LA6. 公式の合同安全衛生委員会の記述と、この様な委員会が対象としている従業員の割合	-	44
			LA7. 一般的な疾病、病欠、欠勤率、および業務上の死亡者数 (下請け従業員を含む)	-	44
			LA8. HIV/AIDSについての方針およびプログラム	-	-
			LA14. 【任意】「ILOガイドライン」の実質的遵守の立証	x	-
教育研修		LA15. 【任意】職場の安全衛生に関する労働組合等との公式な取り決めと、対象となる従業員の割合	x	-	
		LA9. 従業員当たりの職位・職域別年間平均研修時間	-	40-42	
		LA16. 【任意】雇用適正を維持するための従業員支援および職務終了への対処プログラム	-	43	
		LA17. 【任意】技能管理または生涯学習のための特別方針とプログラム	-	40-42	
多様性と機会		LA10. 機会均等に関する方針やプログラムと、施行状況を保証する監視システムとその結果	-	43	
		LA11. 上級管理職および企業統治機関の構成。男女比率や多様性を示す文化的に適切な指標	-	43	
9. 社会的パフォーマンス指標：人権	方針とマネジメント	HR1. 業務上の人権問題の全側面に関する方針、ガイドライン、組織構成、手順	-	43	
		HR2. 投資や調達に関する意思決定の中に人権に与える影響への配慮が含まれているか否かの立証	x	-	
		HR3. サプライ・チェーンや請負業者の人権パフォーマンスの評価と取り組みの方針と手順	x	-	
		HR8. 【任意】業務上の人権問題の全側面に関する方針と手順についての従業員研修	x	-	
	差別対策	HR4. 業務上のあらゆる差別の撤廃に関するグローバルな方針、手順、プログラム	-	43	
		HR5. 組合結成の自由に関する方針と範囲、手順・プログラム	x	-	
	児童労働	HR6. 児童労働の撤廃に関する方針と適用されている範囲、手順・プログラム	x	-	
		HR7. 強制・義務労働撤廃に関する方針と適用されている範囲、手順・プログラム	x	-	
	懲罰慣行	HR9. 【任意】不服申し立てについての業務慣行	-	38	
		HR10. 【任意】報復防止措置と、実効的な秘密保持・苦情処理システム	-	10	
	保安慣行	HR11. 【任意】保安担当職員への人権研修。研修の種類、研修受講者数、平均研修期間	x	-	
		HR12. 【任意】先住民のニーズに取り組む方針、ガイドライン、手順	x	-	
	先住民の権利	HR13. 【任意】共同運営している地域苦情処理制度 / 管轄機関	-	-	
		HR14. 【任意】事業地区からの営業収入のうち、地元地域社会に再配分される割合	x	-	
10. 社会的パフォーマンス指標：社会	地域社会	SO1. 組織の活動により影響を受ける地域への影響管理方針、手順と計画	x	-	
		SO4. 【任意】社会的、倫理、環境パフォーマンスに関する表彰	-	62	
	贈収賄と汚職	SO2. 贈収賄と汚職に関する方針、手順 / マネジメントシステムと、組織と従業員の遵守システム	-	8-11,34	
	政治献金	SO3. 政治的なロビー活動や献金に関する方針、手順 / マネジメントシステム、遵守システム	-	8-11	
		SO5. 【任意】政党および政党候補への資金提供を主目的とした政党や団体への献金額	x	-	
競争と価格設定	SO6. 【任意】反トラストと独占禁止法令に関わる訴訟の判決	x	-		
SO7. 【任意】不正競争行為を防ぐための組織の方針、手順 / マネジメントシステム、遵守システム	-	8-11			
11. 社会的パフォーマンス指標：製品責任	顧客の安全衛生	PR1. 製品・サービス使用時の顧客の安全衛生の保護に関する方針、範囲、手順 / プログラム	-	14-28	
		PR4. 【任意】顧客の安全衛生に関する規制への不適合、処罰・罰金の件数と類型	x	-	
		PR5. 【任意】製品とサービスの安全衛生を監督、規制する所轄機関等に報告されている苦情件数	-	16-17,24,28	
		PR6. 【任意】社会的、環境的責任に関する自主規範の遵守、製品ラベル、あるいは受賞	-	62	
		PR2. 商品情報と品質表示に関する組織の方針、手順 / マネジメントシステム、遵守システム	-	18-19,23	
		PR7. 【任意】製品情報と品質表示に関する規制への不適合の件数と類型	x	-	
	製品とサービス	PR8. 【任意】顧客満足度に関する組織の方針、手順 / マネジメントシステム、遵守システム	-	16-17,24,28	
		PR9. 【任意】広告に関する規程や自主規範の遵守システムに関する方針、手順・マネジメント	-	18-19	
	広告	PR10. 【任意】広告、マーケティングに関する法律違反の件数と類型	x	-	
		PR3. 消費者のプライバシー保護に関する、方針、手順 / マネジメントシステム、遵守システム	-	10-11	
	プライバシーの尊重	PR11. 【任意】消費者のプライバシー侵害に関して正当な根拠のある苦情件数	-	10-11	

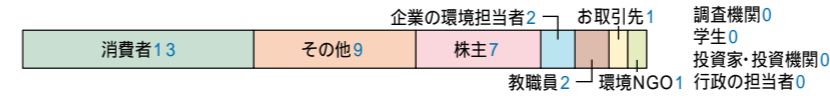
...記載している ...部分的に記載している x...今後開示を検討していく -...該当事項なし

2005年度ふれあい報告書 アンケート結果

(当社社員を除くデータより集計)

ワタミ「2005年度ふれあい報告書」(2005年9月発行)アンケートに多数お答えいただき、誠にありがとうございました。皆様からお寄せいただきました貴重なご意見・ご感想は、本報告書の制作に役立てさせていただきました。

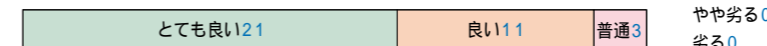
Q1 どのような立場でこの報告書をご覧になっていますか？(人)



Q2 報告書についての満足度(人)



Q4 ワタミグループの社会活動全般について、評価するとしたら以下のどれに該当しますか？(人)



Q3 興味のある項目(複数選択可)(件)

2004年度事業活動	11
トップメッセージ	17
特集 ワタミグループと自然とのふれあい	19
特集 自分たちの手で行う社会貢献	14
外食店舗での取り組みの全体像	20
安全・安心への取り組み	23
外食店舗における環境配慮-1	21
外食店舗における環境配慮-2	21
環境マネジメントシステム	18
社会貢献活動-国内	17
社会貢献活動-海外	17
ワタミグループ会社概要	10
環境方針/環境年表	10
データ集 環境目標	17
データ集 環境コストと効果	16
データ集 エネルギー使用量	12
2004年度アンケート結果	6
編集後記に代えて	8

ご意見・ご感想をお聞かせください。

ふれあい報告書2006をご覧いただきありがとうございました。よりよい報告書をつかっていくために、皆様のご意見、ご感想をお聞かせください。FAXまたは、ホームページのアンケートフォームでお送りください。

FAXの送り先

ホームページアドレス

03 - 5737 - 2793 <http://www.watami.co.jp>

裏ページがアンケート用紙になっております。

バックナンバー

バックナンバーを含むすべての「ふれあい報告書」は、ワタミふれあいホームページ <http://www.watami.co.jp> からPDF形式でダウンロードできます。



アンケートをお願いいたします。

どのような立場でこの報告書をご覧になっていますか？ **1つだけ✓をつけてください。**

消費者	株主	お取引先	投資家・投資機関	調査機関
企業の環境担当者	行政の担当者	教職員	学生	環境NGO
その他（具体的に	当社社員			

報告書についての満足度 **各項目1つずつ✓をつけてください。**

内容	満足	ほぼ満足	普通	やや不満	不満
ページ数	多い	やや多い	ちょうど良い	やや少ない	少ない
わかりやすさ	満足	ほぼ満足	普通	やや不満	不満
表紙デザイン	とても良い	良い	普通	やや悪い	悪い

興味のある項目（複数選択可） **当てはまるものに✓をつけてください。**

トップメッセージ(P4) ワタミグループに共通する経営の考え方(P5) ワタミのCSR(P6-7)
 コーポレートガバナンス(P8-9) 企業倫理とコンプライアンス(P10) リスクマネジメント(P11) CSR指標(P12)
 お客さまとともに(扉)P13/ 外食事業(P14-22) 介護事業(P23-25) 農業(P26-27) 環境事業(P28)
 株主様とともに(扉)P29/ 株主様の満足を目指して(P30-31) 開かれた総会を目指して(P32)
 お取引業者様とともに(扉)P33/ お取引業者様との共存共栄を目指して(P34-35) 特集 ワタミファームの取り組み(P36)
 従業員とともに(扉)P37/ 研修・制度(P38-42) 機会均等の徹底へ(P43) 安心して働ける職場を目指して(P44)
 地域・社会とともに(扉)P45/ 社会貢献活動(P46-49) 特集 スクール・エイド・ジャパン(P50)
 環境とともに(扉)P51/ ワタミにおける環境活動の考え方(P52) 環境マネジメントシステム(P53)
 廃棄物低減の取り組み(P54) CO₂排出量の削減(P55) お店での環境対策 P56-57) 外食店舗スタッフの教育(P58)
 配送におけるCO₂削減(P59) 環境コストと効果の集計(P60) 特集 ワタミの森林づくり開始(P61) 環境年表(P62)
 GRI対照表(P63-64) 2005年度アンケート結果(P65) 第三者所感・編集後記(P67)

ワタミグループの社会活動全般について、評価するとしたら以下のどれに該当しますか？ **1つだけ✓をつけてください。**

とても良い 良い 普通 やや劣る 劣る
 評価する項目はなんですか？
 ()

今後、ワタミグループに期待することをご記入ください。

その他、本報告書やワタミグループの社会活動に対して、ご意見やご感想等がございましたらご記入ください。

ご協力ありがとうございました。お差支えなければ下記にご記入ください。

性別	年齢	お住まいの都道府県
男 女	歳	

FAX送り先：03 - 5737 - 2793

第三者所感・編集後記

ワタミグループ「ふれあい報告書2006」について、第三者としての所感



株式会社トーマツ環境品質研究所
代表取締役 古室正充

ワタミグループの「ふれあい報告書2006」(以下「本報告書」と称する)を拝見し、第三者としての所感を述べさせていただきます。なお、本所感は報告書に記載されている情報の正確性等につき、一般に公正妥当と認められる基準を判断基準として第三者審査意見を述べるものではありません。

ワタミグループの「今」を伝える報告書

「地球上で一番たくさんの方のありがとうを集めるグループになりたい」というグループスローガンを持つワタミグループにとって、CSR活動への注力はごく自然な流れかと思われまふ。本報告書は、ワタミグループにとってはじめてのCSR報告書であり、またはじめてのグループ報告書であり、過去の報告書と比較しても大変意欲的な内容になっている印象を受けました。ステークホルダー別の記載、CSR指標の選定・開示、外食以外の分野の記述の拡大などまさにワタミグループの今を知ることのできる報告書です。

社会の抱える問題に真正面から取り組む姿勢

ワタミグループのCSR活動の強みは、グループスローガンの実践がすなわち自分たちのCSRであるとはっきり言えることだと思ひます。各社が自社のCSRの定義や考え方を社内に普及することに苦慮している中、従業員や社会に受け入れられやすい考え方です。

また、外食をはじめとする介護や農業、環境といった主力事業が、高齢化や農業問題、環境問題といった社会の発展に伴う様々な問題点・課題を真正面から受け止めてスタートしているという点も大変高く評価できるのではないのでしょうか。

また、常にお客さまからスタートする姿勢を徹底し、お客さまの声に対し1件1件、トップ自らが業務改善会議で確認するというこ

わり、いつまでもおいしい食事を入居者に楽しんでいただきたいたいという介護の考え方、業界初の店舗でのゼロエミッション達成など、先駆的に活動していることが感じられます。

“今”から “これから”へ ~今後の課題解決への期待

“今”がわかる報告書だからこそ、“これから”への期待も高まります。外食業以外の記載や取り組みについては、より一層の充実が求められます。

本報告書ははじめてのCSR報告書であるため、活動の記載や制度の紹介がメインになっていますが、今後の課題や取組み方針といった記載にも着目してほしいと思ひます。

CSR活動も、日常の一つ一つの活動の積み重ねが重要だと考えています。だからこそCSR活動の従業員への更なる展開と本報告書で掲げた指標や目標を来年確実に進展させることが大切です。そうした中、環境の取り組みなどで昨年以前から開示内容に変化が余り見られない項目も散見されます。是非とも進化・発展を続ける記載が望まれます。

「夢を形にする会社」へのチャレンジ

本報告書を読んだステークホルダーが、「ワタミのお店に行きたい」「ワタミの介護をうけたい」「ワタミの野菜を食べたい」「ワタミと環境を考えたい」といわれるようなレポートを目指してほしいと思ひています。

そして、「夢を形にする会社」を目指すワタミであれば、ワタミで働いている社員がどんなに生き生きしているか、夢をもって頑張っているかが伝わってくるような報告書を読みたいと思ひます。

スタートラインに立ったワタミグループのCSR活動ですが、常に新たなチャレンジを続けるワタミの今後に大きく期待しています。

以上

編集後記

報告書を定期的に作成しワタミグループの活動を振り返ることは、活動を持続しレベルアップを図るために大切なことだと考えています。

「ふれあい報告書2006」は対象となる事業・会社も報告範囲も拡大しましたが、グループ各社の数多くの社員の協力があり、制作を順調に進めることができました。そして、各社・各部署との打合せを重ね編集していく過程で、様々なCSR活動を知り、CSR活動は社員一人ひとりが自発的に取り組む活動であることを改めて実感しま

した。記載した記事一つひとつには、活動を推進する社員のCSRに対する思いが込められています。今回の制作をひとつのきっかけとして、さらにCSR活動を推進、次回報告書にはより高い成果を記載できるよう努めていきたいと思ひます。

なお、読者の皆様から2005年度ふれあい報告書に対する様々なご意見をいただきましたことを、この場を借りてお礼申し上げます。