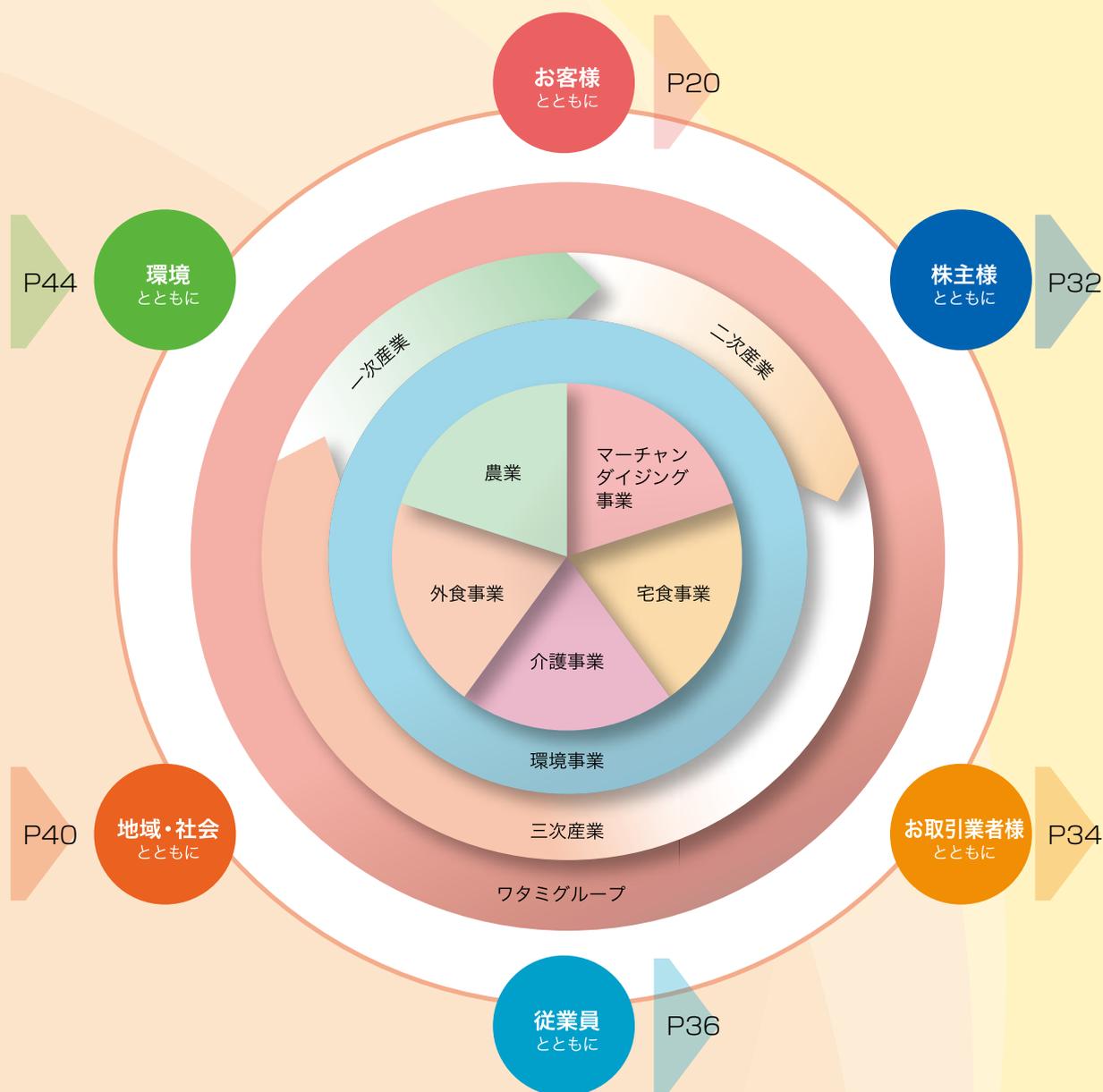


ワタミグループの事業活動のご紹介

ワタミグループの事業活動や取り組みについて、ステークホルダーの皆様ごとに掲載しています。
ワタミグループは、新たな価値の創出・持続可能な社会の実現に向け、その内容を深めています。



お客様とともに

ワタミグループは、積極的にお客様からご意見・ご感想をお伺いし、事業活動の改善に活かしています。よりお客様にご満足いただけるサービスや商品を提供できるよう努めています。

外食事業(国内) 一でも多くのお客様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

TOP COMMITMENT

既存業態のブラッシュアップと、新業態の展開



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

2012年度はまず、新商圏である福井県・秋田県・高知県に出店を行い、47全都道府県への出店を果たしました。基幹業態の「和民」「わたみん家」においては、大改装を実施し、業態のブラッシュアップを図りました。「和民」は、2012年度に83店舗を、2013年度には14店舗を改装することで、ほぼ全店舗の改装を完了する計画です。「わたみん家」は、2012年度に4店舗を改装しており、2013年度は13店舗の改装を計画しております。また、競合居酒屋チェーンとの差別化の大きな要素となる「炭火烧」を強調し、専門性が高く、高品質・低価格な業態にしていきたいです。

新業態においては、それぞれの業態収益力を強化し、展開に向けた準備が整った1年でした。「GOHAN」は、本格的なイタリアン&スパニッシュを気軽に楽しんでいただける業態として「BARU & DINING GOHAN」へ全店舗の転換を実施しました。

ワタミの強みでもある「人」に関しては、社員一人ひとりが「クリエイティブマネジャー」として活躍できるよう、これまで以上に教育に力を入れていきます。

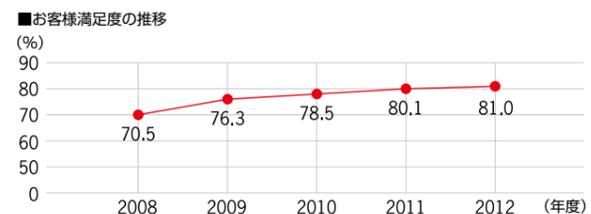
これらの取り組みを含め、リブランディングを行い、1店1店をピカピカに磨き上げ、この厳しい居酒屋業界でのポジションを明確にし、戦ってまいります。

お客様満足度の向上を目指して

ワタミフードサービス(以下、WFS)は、外食店舗に設置したアンケートハガキやメール、WEBサイト内に設置したアンケートフォームを通して、ご来店されたお客様から積極的にご意見・ご感想をお伺いしています。アンケートの評価は4段階となっており、「最も高い評価を80%・最も低い評価を0件」を目標にしています。

2012年度は、117,706件のご意見をいただき、全体に対して最も高い評価は81.0%となりました。

ご意見・ご感想は、毎週「業務改革会議」にて確認し、ご満足いただけなかったという内容などについては、1件ずつその原因と対策について確認し、再発防止に努めています。



「TGI フライデーズ」独自の取り組み

American Restaurant & Bar「TGI フライデーズ」では、通常のお客様アンケートとは別に、どのサービスがお客様の総合満足度に影響しているか、インターネットを通じての調査(ゲストエクスペリエンスモニター調査)を行い、より良い店舗づくりのために活用しています。

商品へのこだわり

WFSは、アンケートを通していただいたお客様のご意見をもとに、メニューラインナップや調理方法、手づくりこだわった商品開発を行っています。また、ワタミファームなどから供給される有機野菜を積極活用するなど、「安全・安心」にこだわっています。

□BARU & DINING「GOHAN」での取り組み

BARU & DINING「GOHAN」(以下、「GOHAN」)は、女性を意識したおしゃれでスタイリッシュな空間で、主にイタリアンやスパニッシュ料理を提供する業態です。2013年4月には、「GOHAN」ならではの高級感をお客様に楽しんでいただけるよう、オマール海老、トリュフ、フォアグラなどの高級食材を使用した商品を開発しました。価格は1,000円台に設定し、より多くのお客様に手軽にお楽しみいただけるようにしています。



まるごとオマール海老の
トマトクリーム(パスタ
税込1,564円)



牛フィレ肉と
フォアグラのロッシューニ風
〜トリュフソース〜
(税込1,669円)



原産地・特定原材料の公開

WFSは、「ワタミフードサービス原産地表示サイト(携帯サイト)(<http://www.watamifoodservice.jp/g/>)」を設け、JAPANESE DINING「和民」、居食屋「和民」、語らい処「坐・和民」、炭火烧だいにんぐ「わたみん家」の、「季節の特撰料理」で使用している主要食材の産地情報を公開しています。

また、同業態においては、特定原材料(※)の使用の有無について、最新の情報が掲載された一覧表を各外食店舗ごとに保管しています。

(※)特定原材料とは…アレルギー発生頻度が高く、その症状が重篤であるとされる「小麦・乳・卵・そば・落花生・えび・かに」の7品目。

安心してご利用いただける空間づくり

WFSは、2000年より「点字メニュー」を、2002年より「英字メニュー」を外食店舗に設置しています。現在「点字メニュー」は、「和民」、「坐・和民」の全店舗、「英字メニュー」は、「和民」、「坐・和民」、「わたみん家」、「TGI フライデーズ」の全店舗に設置しています。

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



「和民」「坐・和民」の点字メニュー

外食店舗運営レベルの維持向上

WFSは、お客様にご満足いただける営業レベルを確保・維持するため、本部社員やお取引業者様の視点から外食店舗のチェックを行い、運営のスタンダードが維持されているかを確認しています。

①店舗診断

WFSの本部社員が、全店舗、抜き打ちでチェックを行い、管理面の是正、改善が行われる体制をとっています。2012年度は、302回実施しました。

②SIP(Standard Important Patrol)

外食店舗運営のスタンダードが守られているかの確認と、改善点の共有を目的に、ワタミグループの本部社員が、全店舗を年1回チェックしています。

③ミステリーカスタマー

お取引業者様に無作為に「お客様としてご来店」いただき、56項目の評価を行っていただいています。お客様から見た目線での「より良い店舗づくり」に努めています。2012年度は、389回実施していただきました。

より多くの“ありがとう”のために

WFSは、2012年度、23店舗を新たに新店舗するとともに、日本全国47都道府県への出店を達成し、2012年度末の店舗数は640店舗となりました。また、2012年7月には、低価格で付加価値の高い商品を提供する業態として、JAPANESE BARU「旨い屋」を新たに開発しました。

2013年度は、20店舗を新たに新店舗し、2013年度末の店舗数は647店舗となる計画です。



JAPANESE BARU「旨い屋」の内装

□「2022年 1,000店舗」に向けて

WFSは、中長期計画として、2022年に1,000店舗を出店することを目標に掲げ、新業態開発、人材育成に取り組んでいます。

新業態開発においては、お客様の細分化されたニーズに合った業態を少しでも多く提供できるよう、今後は、新業態を年間1〜2業態ずつ開発していく計画です。

人材育成においては、「V-Action 2022 CM-S1000」(2022年、1,000人の笑顔の「クリエイティブマネジャー」が店舗を運営する)をビジョンに掲げました。「ワクワクする未来を創造し、自ら考え成果を生み出せるリーダー」を「クリエイティブマネジャー」と定義づけ、店長の必要技術の再整理、教育ツールの作成、従業員トレーニングの標準化などに取り組んでいます。

TOPICS

「ワタミ×よしもと おもしろ宴会部」発足!

WFSは、2013年4月、株式会社よしもととクリエイティブ・エージェンシー様と提携し、「ワタミ×よしもと おもしろ宴会部」(以下、「宴会部」)を発足、「食」と「笑い」で日本を元気にしていく企画を展開しています。カラテカ・入江慎也さんをはじめ、お笑い芸人の方々を宴会部メンバーとして任命し、2013年12月末までに、「宴会部」を通じた様々なエンターテインメントをお客様にお届けしていきます。

WATAMI.
×
YOSHIMOTO

「ワタミ×よしもと
おもしろ宴会部」



TOP COMMITMENT

更なる飛躍に向けて～海外100店舗達成～



和民国際有限公司
代表取締役社長
栗原 聡

2012年度は新たにフィリピン、2013年度には韓国に出店し、2013年12月末には海外100店舗を達成、月間来店客数は110万人となる見込みです。

展開地域は香港、台湾、深圳、広州、上海、シンガポール、マレーシア、フィリピン、韓国と9地域に広がっています。

2012年9月ごろからアジアの一部地域との関係により、一部店舗においてお客様の減少が見られましたが、当社は「お店はお客様だけのもの」の理念のもと、各国、各地域、各部署が一致団結し、一人ひとりのお客様に対し、また現場にいる社員に対し真摯に対応させていただくことで影響を軽減してまいりました。

店舗コンセプトとして、バラエティ、オリジナリティ、クオリティが当社のキーワードです。豊富なメニュー、本物の日本の味の再現、理念教育によるサービスマインドの徹底は、現地のお客様から確実に支持をいただいております。

2014年度はカンボジアへの出店を含め30店舗の出店を目標にしております。そのためにも「和亭」「kitchen J」の業態確立、現地幹部教育、出店を支えるサポート体制の整備が最重要テーマです。

一人ひとりのお客様に確実にご満足いただけるよう、すべての店舗でお客様に本物の日本食を提供いたします。

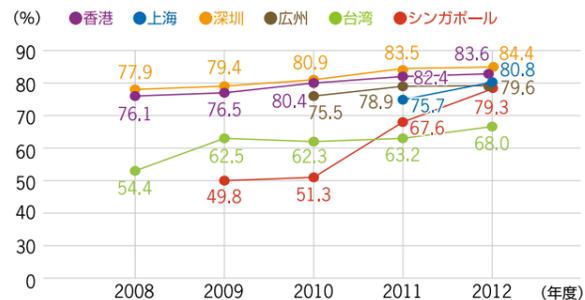
お客様満足度の向上を目指して

ワタミインターナショナルは、アンケート調査を通して、お客様からのご意見・ご感想をお伺いしています。

国内と同様、アンケートの評価は4段階となっており、「最も高い評価を80%・最も低い評価を0件」を目標にしています。ご意見・ご感想は、それぞれの地域で、毎週行われている「業務改革会議」にて確認し、ご満足いただけなかったという内容などについては、1件ずつその原因と対策について確認し、再発防止に努めています。

また、いただいたご意見をもとに、商品・サービスの改善に努め、「もうひとつの家庭の食卓」という基本コンセプトに則し、現地のニーズに対応した商品・メニュー開発に取り組んでいます。

■お客様満足度の推移



店舗運営レベルの維持向上

ワタミインターナショナルは、お客様にご満足いただける営業レベルを確保・維持するため、ミステリーカスタマーを実施しています。外部機関の調査員の方などに、無作為に「お客様としてご来店」いただき、50項目において評価をいただいております。

お客様にご満足いただける商品を目指して

ワタミインターナショナルは、日本の食スタイルを楽しく、気軽に味わっていただくことを目指し、現地のニーズにあわせて、日本の「和民」をベースにした商品開発を行っています。

2012年度は、新たに人気商品を生み出すことをテーマに、商品の改善に取り組みました。

□「和民特製 鉄板焼餃子」

従来は棒餃子タイプの「海鮮豚肉餃子」を提供していましたが、より日本食に近づけるため、一口タイプの餃子に変更しました。さらに羽根つきにすることで、独自性を持たせました。



□「和風陶板牛ステーキ」

従来提供していた「サイコロステーキ」に対し、仕上がりが硬いというご意見が多かったことから、使用する肉の部位を変更しました。また、卓上でお客様に焼いていただく調理法に変更しました。



日本料理「和亭」での取り組み

ワタミインターナショナルは、中心繁華街に出店する居食屋「和民」に加え、郊外の生活圏でも、本格的な日本料理を、よりリーズナブルに提供する業態として、2008年に日本料理「和亭」を開発しました。2013年8月末現在、香港にて13店舗を運営するとともに、内装、商品などの改善を進めています。

内装においては、2012年度に新たに新出店した店舗に、カジュアルかつ落ち着いたデザインを取り入れました。

商品においては、鍋料理、寿司、丼ぶりのカテゴリーを3つの柱

として、メニューラインナップを改善しました。特に鍋料理を「和亭」の主力商品と位置づけ、新たな商品の開発と改善に力を入れています。さらに、香港では珍しく、店内にドリンクバーを設置しています。



寿司盛合せ (20貫)

居食屋「和民」フィリピン1号店を出店

フィリピンで居食屋「和民」の開発権を有する Creative Resto Concept, Inc(以下、CRCI 本社:フィリピン)は、2012年11月、パサイにあるアジア最大級の巨大モール「SMモールオブエイジア」の2階に、居食屋「和民」フィリピン1号店を出店しました。

CRCIは、2011年6月、ワタミインターナショナルとフィリピンにおける居食屋「和民」の開発契約を締結しており、2013年8月末現在、2店舗を運営しています。将来的には、フィリピンに10店舗以上の出店を計画しています。

Japanese Casual Restaurant



居食屋「和民」韓国1号店を出店

ワタミインターナショナルは、2012年10月、大韓民国(以下、韓国)において居食屋「和民」のフランチャイズ経営を行うため、GENESIS CO.,LTD.(本社:韓国)と合併契約を締結し、2012年11月、双方折半の出資で、GNS WATAMI FOOD AND BEVERAGE SERVICE CO.,LTD.(本社:韓国 以下、GNS)を設立しました。

韓国で居食屋「和民」の開発権を有するGNSは、2013年5月、韓国1号店となるカンナム店をソウルに出店し、2013年8月末現在、2店舗を運営しています。将来的には韓国に50店舗以上の出店を計画しています。

Japanese Casual Restaurant



より多くの“ありがとう”のために

ワタミインターナショナルは、「現地の経済の発展に貢献すること」「その地域のお客様に楽しんでいただけるお店づくり」を基本とし、出店地域を拡大すべく、現地提携企業の開拓を進めています。

2012年度は、香港、上海などで過去最多となる21店舗を出店し、2012年度末の店舗数は80店舗となりました。2013年度は、24店舗の出店を計画しており、2013年度末には101店舗となる予定です。

TOPICS

観光庁と連携したキャンペーンを実施

ワタミインターナショナルは、日本の観光庁が取り組む「訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)」と連携したキャンペーン「美味しい日本食を食べて、日本に行こう」を2012年度と2013年度の2回にわたり、全外食店舗で実施しました。

キャンペーン期間中は、外食店舗に訪日旅行を喚起するポスターやテーブル Tentなどを掲出しました。また、「日本の特別メニュー」として鶏もも串(焼き鳥)などを無料で提供したり、抽選で特派員として日本をレポートする旅行をプレゼントするなど、訪日意欲を喚起する企画を実施しました。



「美味しい日本食を食べて、日本に行こう」キャンペーンPOP

TOP COMMITMENT

もっと介護のプロへ



フタミ株式会社 常務取締役 兼
フタミの介護株式会社
代表取締役社長
清水 邦晃

2012年度は、「もっともっと安全・安心に暮らしていただけるホームづくり」をテーマに、基本介護技術の標準化とスキルの向上に取り組みました。本部の教育チームが、延べ817カ所、5,021名のスタッフを対象に「体位交換」「移乗」「移動」「排泄」「入浴」「食事」の研修を行いました。

2013年度は、前年度の取り組みを踏まえ、「もっともっと介護のプロへ」のテーマを継続、フタミの介護の原点、「食事」と「4大ゼロ」を強化します。

さらに低栄養を予防・改善し、夕食にセレクトメニューを導入し、機能訓練のスキルアップを図り、体操や散歩を日課にする等、ご入居者様にもっと楽しく、元気にお過ごしいただけるよう指導者の育成も図ってまいります。

フタミグループが介護事業に参入してから、約10年が経ちました。ご入居者様も介護度が進み、最期を迎えられる方も多くなってきました。その最期の場所を病院ではなく、ホームで迎えたいという、ご本人様、そしてご家族様のありがたいお言葉も頂戴しております。今後は、社会的使命とも言える「ターミナルケア」についての受け入れ体制を整えていきます。

ご入居者様、ご家族様満足度の向上を目指して

□お客様アンケート

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

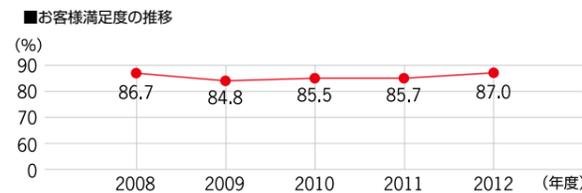
2012年度は、3,318件のご意見をいただき、「100% 0件」の目標に対し、結果は「87.0% 20件」でした。

アンケートを通していただいた貴重なご意見は、毎週行われる「業務改革会議」で確認し、苦情については内容を真摯に受け止め、すぐに改善策を講じています。同時に、課題点を従業員全員で共有し、改善に努めています。また、年に1回、質問項目を増やしたアンケートをお送りし、より具体的なお意見・ご感想をお伺いする取り組みも実施しています。

□お客様相談窓口

フタミの介護は、ホームやデイサービスの運営サービスに関して、ご入居者様、ご利用者様、ご家族様から様々なご相談・ご要望を承れるよう「お客様相談窓口」を設置しています。

2012年度は、271件のお問い合わせをいただき、対応しました。



認知症ケアの取り組み

フタミの介護は、2008年より認知症ケアの取り組み強化プロジェクトを行っています。2011年度からは、福祉先進国スウェーデンの「オリピア社」と提携し、日本とスウェーデンで、それぞれ年に2回ずつ認知症研修を行っています。

2012年度に行われた日本での研修では、オリピア社の認知症教育スタッフを日本に招致し、認知症ケアの技術を学ぶとともに、オリピア社のスタッフから実践的な指導を受けました。スウェーデンでの研修では、フタミの介護の社員がスウェーデンの高齢者向けホームなど介護の現場を見学したり、実際に高齢者と食事やレクリエーションを行うなど、現地の介護を体験しました。

今後も、この研修を継続し、従業員が認知症ケアの知識と技術をさらに高めていくことを目指します。



天麩羅キャラバン

よりご満足いただけるお食事を目指して

フタミの介護は、「すべての方の、すべての食事がおいしいこと」を「ホームの運営基準」に掲げ、季節の素材やだしの旨みにこだわり、日々美味しさを追求しています。また、「身体の中から元気になる!4つの予防食」を食事のテーマに掲げ、献立開発に取り組んでいます。

<身体の中から元気になる!4つの予防食>

- ①味覚低下予防: 牛肉料理や、アサリなどの亜鉛を多く含む食品を使用したお食事を提供
- ②低栄養予防: 噛む力や飲みこみの状態に合わせ、軟食食(※1)やソフト食(※2)といった食形態での提供
- ③老化予防: 活性酸素を抑える抗酸化食品を1日10品目以上を目標に提供
- ④便秘予防: 「健康日本21」(厚生労働省策定)が推奨する、野菜1日350gの摂取に向けて、有機野菜やホームでの手づくり野菜ジュースなどを提供

(※1)「軟食食」: 通常食とソフト食の中間で「きざみ食」よりも、より飲み込みやすいお食事 (※2)「ソフト食」: 咀嚼力や飲み込み力が低下した方の機能を補うための舌で押しつぶせる軟らかさにしたお食事



「軟食食」のお食事例



「ソフト食」のお食事例

アクティビティやイベントの充実

フタミの介護は、ご入居者様同士、また、ご家族様やご友人と一緒に楽しい時間をお過ごしいただけるよう、アクティビティやイベントの充実を図っています。

ホームでは、ご入居者様の生き甲斐づくりや日々の楽しみのきっかけづくりとして、平日5クラス、土日2クラス以上のアクティビティを開催しています。ご入居者様の機能訓練にも力を入れており、「4大ゼロ」を目指して、体、心、脳に働きかけるプログラムを用意しています。

また、寿司、天麩羅など様々なお店や、納涼祭などのイベントのセットが、各ホームをキャラバン(巡回)する「キャラバンイベント」を定期的に開催しています。ホーム内に本物さながらの演出を施し、ご入居者様に日常とは違った雰囲気や、ホームにいながら楽しんでいただけるようなイベントにも力を入れています。



天麩羅キャラバン

快適な空間の実現のために

フタミの介護は、ご入居者様がご家族様やご友人を招いて我慢できるホームをつくることを目指しています。安らぎやくつろぎを感じられる空間を提供することはもちろん、ご入居者様に安心してお過ごしいただけるよう、ホームの内装改善に取り組んでいます。

<これまでの主な取り組み>

- 車椅子をご利用のご入居者様により安全にお使いいただけるよう、便器の位置、方向を変更し、着座する際の回転角度を小さくしたトイレの設置
- ご入居者様のお身体の状態に合わせて、着脱が容易にできる居室トイレ内の手すりの設置
- ご入居者様のお身体に合わせて高さを調節できる家具の導入

より多くの“ありがとう”のために

フタミの介護は、2012年度、14棟のホームを新たに開設し、2012年度末のホーム数は93棟となりました。2013年度は、10棟を開設し、2013年度末には102棟となる計画です。

□デイサービス「ハッピーデイズ」の展開

フタミの介護は、2011年9月、「レストランデイ」という新しいコンセプトのデイサービス「ハッピーデイズ」を開設しました。「食事・レクリエーション・運動」を効率的に組み合わせ、要介護度が進む原因となる疾患の予防に繋がる取り組みを日替わりで行っています。

2012年度は新たに1カ所を開設しました。2013年度は、3カ所を開設し、2013年度末には5カ所となる計画です。



ハッピーデイズのお食事例

TOPICS

「思い出レシピ」第3集を「敬老の日」に発行

フタミの介護は、2011年度より、「ご入居者様やご利用者様の思い出を何かのカタチに残したい」との願いを込めて、「思い出レシピ」を発行しています。「思い出レシピ」では、ご入居者様やご利用者様のこれまでの人生におけるエピソードの一部を、思い出の料理とともにご紹介しています。



TOP COMMITMENT

一人でも多くの高齢者の方の喜びや幸せに関わります。



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

2012年度は、新たに営業拠点を177カ所開設し、お届けエリアを全国42都府県に拡大いたしました。これに伴い、お客様サービスに力を入れ、それまであったお料理キット「らくシェフ」をリニューアルいたしました。

さらには、従来のお客様向け情報誌「月刊宅食らいふ」をブラッシュアップし、「週刊ふかしいも」を創刊いたしました。また、「まごころスタッフ」向けに「まごころ理念集」を配布しワタミの理念浸透を図りました。

2013年度はさらにブランド力の深耕に注力してまいります。商品展開においては、お料理キットの関東エリアへの進出。「まごころスタッフ」のモチベーションアップのための「ありがとう伝説認定制度」の発足。そして、健康や高齢者問題に対する企業としての知見拡大のための「ロコモ チャレンジ!推進協議会」への参加など、様々な取り組みを積極的に進めてまいります。

今後も「ワタミの宅食」の事業に対する社会的な期待に応えるべく、一人でも多くの高齢者の方の喜びや幸せに関わってまいります。

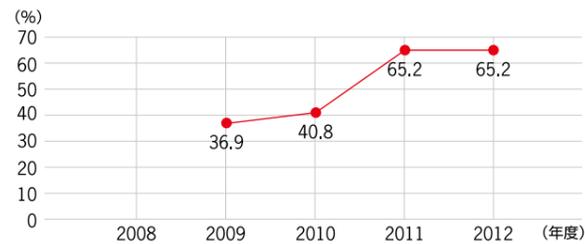
お客様満足度の向上を目指して

ワタミの宅食は、毎月発行しているお客様向け情報誌「月刊宅食らいふ」内にアンケートハガキを設け、お客様からのご意見・ご感想をいただいています。アンケートの評価は3段階となっております。「満足」の評価を80%以上いただくことを目標としています。

2012年度は、39,533件のご意見をいただき、「満足」の評価は65.2%でした。

お客様からいただいたご意見・ご感想は、全社で共有するとともに、献立やお届け方法の改善など、その内容ごとに担当者にフィードバックされ、改善に努めています。また、毎週行われる「業務改革会議」では、日々のお客様からのお電話、アンケートハガキ、メールでのご意見の対応状況を共有し、営業活動の問題点の把握と改善を迅速に行えるようにしています。

■お客様満足度の推移



(※)ワタミタクシヨクは、2008年7月にワタミ(株)の連結子会社となり、2009年度よりお客様満足度の集計を開始しました。
(※)ワタミタクシヨクは、2011年度より、アンケートの評価を4段階から3段階へ変更しました。

「まごころスタッフ」が1軒1軒、手渡しでお届け

ワタミの宅食は、健康に配慮した日替わりのお弁当やお惣菜を、お客様と同じ地域で暮らす「まごころスタッフ」が、1軒1軒、毎日決まった時間帯に、手渡しを基本にお届けしています。「まごころスタッフ」から直接手渡しすることで、お客様とのふれあいやコミュニケーションを生み出すことにつながります。ご希望のお

客様には、安否確認もかねてお届けしています(事前のお申し込みが必要です)。

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

地域に根ざした活動

ワタミの宅食は、日々の生活に不安・孤独・不便を感じている高齢者の方のために、「地域コミュニティ」での役割も果たすべく、地域に根ざした活動をそれぞれの営業所ごとに行っています。また、現地採用を積極的に行うことで、より地域に密着した活動を行うことができます。

- ①東京都大田区羽田…「羽田神社夏季例大祭羽田まつり」で団扇を配布し、涼をとっていただくなど、地域の方と交流を深めました。
- ②京都府京都市南区…自治会が定期的に行っている清掃活動に参加しています。
- ③熊本県八代市…「大やちわふれあいまつり」で、町内会が出店する焼きそばの屋台の運営に参加しました。
- ④宮城県岩沼市…南東北病院の納涼祭に屋台を出店しました。売上は病院に寄附させていただきました。
- ⑤東京都東村山市…東村山営業所でバザーを開催、お弁当やお惣菜をお届けしているお客様から提供いただいた品物や、ワタミファームの有機野菜を販売しました。売上は公益財団法人SAJに寄附させていただきました。



東村山営業所でのバザー

「お弁当のふたイラストコンクール」を実施

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

2012年度の3回目となるコンクールでは「食卓のいろどり」というテーマで作品を募集しました。約100作品の応募の中から、10作品を採用させていただき、2013年度より、お弁当のふたのイラストとして使用させていただいています。



お弁当のふたに使用させていただいているイラスト例

お客様向け情報誌の発行

ワタミの宅食は、自社の取り組みを知っていただくためのお客様向け情報誌として「月刊宅食らいふ」を、また、調理済み商品の1週間分の献立をお知らせするツールとして「週刊ふかしいも」を定期的に発行しています。

□「月刊宅食らいふ」

ワタミの宅食のある、新しいライフスタイルを提案しています。2013年3月からは、お弁当文化の底上げを図ることを目的に、全国の駅弁をはじめとしたお弁当を紹介する特集ページを設けています。



「月刊宅食らいふ」

□「週刊ふかしいも」

献立表を中心とした、お客様との絆を深めるための情報誌として発行しています。2013年3月からは、「あたまのたいそう」などお客様が楽しめるページを新設しました。「食に笑いあり」のコーナーには、林家木久扇さんに寄稿していただいています。



「週刊ふかしいも」

よりご満足いただける商品を目指して

ワタミの宅食では、専任の管理栄養士が、カロリーや栄養バランスに配慮し、四季折々のパレティ豊かな献立を考えています。また、旬の食材や季節メニューを取り入れ、お客様が季節にふれるきっかけとなるよう配慮しています。

2012年度からは、お弁当やお惣菜のメインターゲットとなる60代~80代の年齢層の方で、8週以上ご注文を継続いただいているお客様を対象に、1日ごとに、献立、味に対するアンケートを実施しています。長く継続していただいても飽きのこない献立をつくるため、お客様からいただいたご意見を活かし、レシピや献立の改善を行っています。

お料理キットのリニューアル

ワタミの宅食は、九州地方の全県と、山口県、広島県において、お料理キット「らくシェフ」を販売しており、レシピ付きでカット済み食材とオリジナル調味料をお届けしてきました。2013年10月には、そのお料理キットをリニューアルし、新たに埼玉県をお届けエリアに加えて、販売をスタートしました。リニューアルしたお料理キットは、高齢者の方の嗜好とニーズに合わせて野菜を多く使用しており、栄養士による塩分・カロリーに配慮した健康的な献立となっております。



「匠ごはん」ででき上がりイメージ

より多くの「ありがとう」のために

ワタミの宅食は、2012年度、過去最高となる177カ所の営業拠点を開設し、2012年度末の営業拠点数は431カ所、1日あたりのお弁当やお惣菜のお届け数は281千食となりました。

2013年度は、178カ所の営業拠点を開設し、2013年度末の営業拠点数は609カ所になる計画です。また、既存お届けエリアでの食数の拡大に努めることで、2013年度末の1日あたりのお弁当やお惣菜のお届け数は410千食を計画しています。

TOPICS

「お弁当でつながるありがとうの物語」が発売されました

2013年7月、「まごころスタッフ」をテーマにした書籍「お弁当でつながるありがとうの物語」が全国の書店にて発売されました。お弁当を各ご家庭にお届けしている「まごころスタッフ」とお客様との間に起こった、様々な心温まる実話に基づくエピソードが紹介されています。

宮島信浩著(あさ出版)





TOP COMMITMENT

マーチャライジング、農業、環境の3事業の連携を強化し、循環型社会を創造



ワタミ株式会社 常務取締役 兼
ワタミ手づくり
マーチャライジング株式会社
代表取締役社長 兼
ワタミエコロジー株式会社
代表取締役社長
門司 実

2012年度は、宅食事業の全国展開に対応すべく、5月にワタミ手づくり厨房「中京センター」、2013年1月に「岩国センター」、2013年6月に「白岡センター」を開設しました。

農業におきましては、2012年4月にワタミファーム「丹波農場」、6月には「東御農場」を開設しました。また、2013年5月に「美幌峠牧場」を開設し、農畜一体型の新たな挑戦を始めております。

その他、2012年4月から「きのこのSATO(株)」の生産、販売を全面的にバックアップする体制づくりを行いました。今後も安全・安心な食材調達に向けて積極的に活動してまいります。

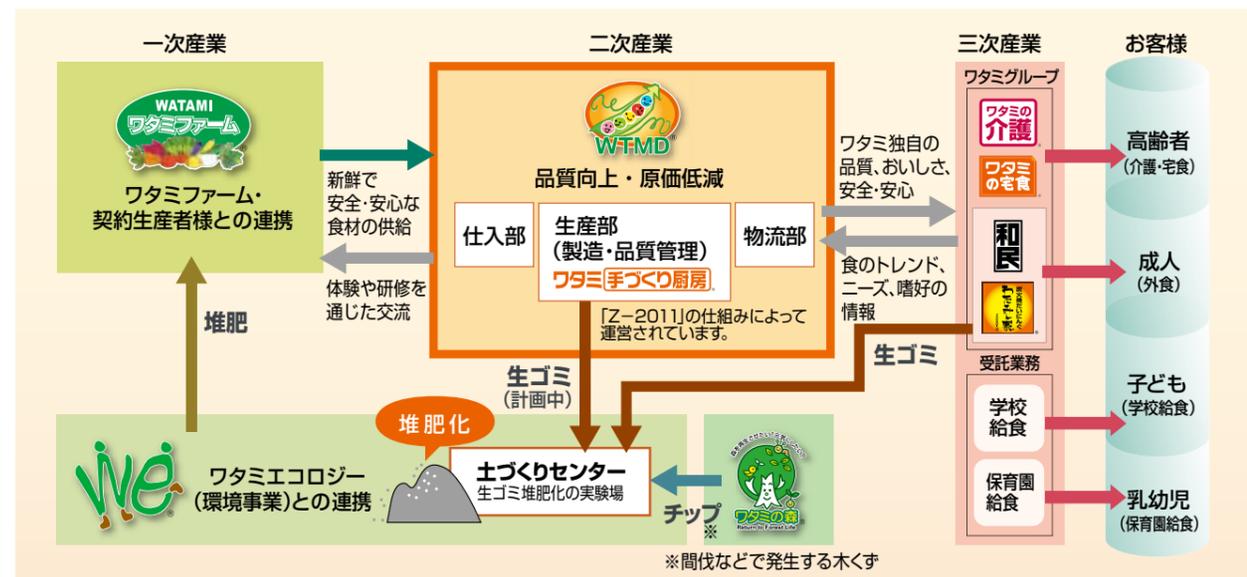
環境におきましては、生ゴミリサイクルで出来上がった堆肥での野菜の実験栽培や、ワタミ手づくり厨房にルーフソーラー（太陽光発電パネル）を設置し、再生可能エネルギー事業に取り組むなど、マーチャライジング、農業、環境の3事業の連携を強化しております。

これからも、各地域に展開させていただいている拠点が、循環型社会の創造に向けてプラットホームとなるべく、さらなる挑戦を一つずつ着実に積み重ねてまいります。

ワタミ手づくりマーチャライジングの事業内容

ワタミ手づくりマーチャライジング（以下、WTMD）は、仕入れ、品質・衛生管理、製造・加工、物流など、生産から消費まで、商品の全工程を設計し、「安全・安心」な商品を、ワタミグループの外食店舗、介護施設、宅食の営業拠点へ供給しています。また、保育園・

学校給食の事業企画から開発、提供にも取り組んでいます。ワタミグループの6次産業モデルの中核を担うとともに、農業、環境事業との連携を強化することで、さらなる付加価値の創造と社会貢献を実現し続けます。



「Z（ゼータ）-2011」の策定と運用

WTMDは、2011年度、自社独自のマネジメントシステムである「Z-2011」を策定しました。「Z-2011」は、品質管理、安全な組織、ワタミ手づくり厨房（以下、センター）の運営、環境活動、経理など、WTMDの業務を一つにまとめ、これらの改善を進めていくためのマネジメントシステムです。

WTMDは、「Z-2011」をもとに、内部監査（※1）や認証審査

（※2）を行い、すべての部署、センターが適正に運営されているかどうかを定期的に確認しています（※3）。今後も、この制度を継続するとともに、2013年度は内部監査員の育成を進めていきます。

（※1）内部監査…WTMD内で認定された「内部監査員」が、「認証審査」に入る前に、自らの部署が適正に運営されているかを確認する制度。（※2）認証審査…WTMDの各部署の品質管理責任者が、それぞれ他部署を訪問し、適正に運営されているかを確認する制度。（※3）2013年6月に稼働した白岡センターは、2013年度は対象外としている。

品質へのこだわり

WTMDは、生産地、生産者、原材料の安全性を確認し、適切な品質管理のもとで製造（生産）された食材だけを仕入れています。また、独自の品質基本方針のもと、残留農薬検査、細菌検査などの品質検査の結果や、原材料の栽培、飼育などにさかのぼった生産履歴を把握するプロセス管理を重視しています。

安全性の確認は、「野菜類」「魚介類」「肉類」などの原材料ごとに品質検査の基準を設け、その主要原材料を中心に「原材料」と「製造」の2つの面から行っています。

衛生管理の取り組み

WTMDは、製造・加工を担うセンターだけでなく、最終調理を行う外食店舗や介護施設における衛生管理にも関わり、安全・安心な商品がお客様に提供されるよう取り組んでいます。

センターでの衛生管理

センターでは、徹底した品質・衛生管理のもとで、安全・安心な商品を製造、出荷しています。

各センター内には検査室を設置し、生産される商品や原材料自体の抜き取り検査や、製造機械の衛生検査を実施しています。さらに、事務部門を含めた全従業員に対して衛生検査を定期的に行い、「食中毒菌をセンターに持ち込まない」体制を構築するとともに、「衛生重点改善項目」を定め、衛生面において特に注意が必要な事項を全従業員で意識するようにしています。



外食店舗、介護施設での衛生管理

WTMDは、ワタミグループの外食店舗や介護施設において「高い衛生管理レベルを維持する」ことを目的に、安全衛生部門の主管で、外部検査機関の専任巡視員による「衛生検査」を実施しています。検査は、食材の管理やキッチン機具の清掃、微生物検査など47項目にわたって実施され、外食店舗や介護施設における衛生面のスタンダードを確認しています。

2012年度は、外食店舗、介護施設合わせて1,250回の衛生検査を行い、平均点は87点でした。（昨年度比、+2.1点）

「WPI」の推進

WTMDは、独自の「多品種・少量生産体制」のもと、製造ライン（レイアウト）や従業員の移動歩数など、全製造工程を改善する独自の活動、「WPI」：Watami Product Innovation を各センターごとに継続しています。各センターの取り組み結果は、毎月全センターに水平展開され、より効率的な製造を実現しています。さらに、年1回、「WPI改善事例発表会」を行い、優れた改善事例を表彰しています。

2012年度は、WPIの理解を深めるため、9カ所のセンターで

「WPI指導会」を開催しました。また、2012年度に開設した中京センター、岩国センターでは、既存センターの改善事例を共有するとともに、「3S5T（※）」を順守し、製造工程の改善に取り組みしました。

2013年度は、「WPI指導会」を継続するとともに、工務・生産技術の分野にもWPIの考え方を展開していきます。

（※）3S：整理、整頓、清掃 5T：定路、定位、定表示、定量、定色

保存料が不要な製造、配送の仕組み

WTMDは、各センターごとに、商品に適した温度管理を徹底し、製造を行っています。また、各事業拠点からの発注量に合わせて製造を行い、センター内で在庫を保管せずに、製造したものをできるだけ早くに事業拠点へ届けることで、お客様に新鮮な商品を提供できるようにしています。

各事業拠点までは、短い時間で配送できるよう構築された物流システムのもと、温度管理された配送車で、365日、毎日お届けしています。

これらの取り組みにより、商品の劣化が抑えられるため、センターでの製造時には保存料を使用する必要がなく、一切加えずに製造しています。

給食の受託

WTMDは、学校、保育園から給食業務の委託を受け、カロリー、塩分などの栄養管理やアレルギー、離乳食に対応したお食事を提供しています。

また、食育にも継続して取り組んでいます。2012年度は、6月19日の「食育の日」に、給食を受託している横浜・中野・西原の保育園で、園児を対象に野菜に関するクイズを行いました。また、横浜の保育園では、鮭の解体ショーを行い、園児たちに普段なかなか目にすることのできない一匹まるごとの魚を見たり触ったりしてもらうことで、命の大切さを感じてもらえる機会を提供しました。



TOPICS

「ROYAL レモンガラスティー」の開発

WTMDは、ワタミグループが支援する公益財団法人SAJが運営するカンボジアの農場「SAJ Farm」で収穫されたレモンガラスを100%原料とした「ROYALレモンガラスティー」を開発しました。「ROYALレモンガラスティー」は、ワタミグループの一部外食店舗に供給され、商品化されています。



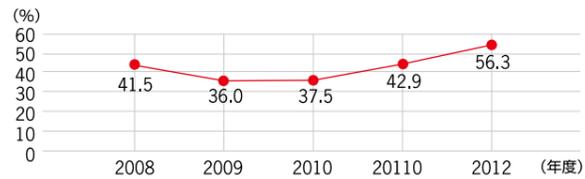
⇒公益財団法人SAJについては、本書のP52～53をご覧ください。



有機農産物、特別栽培農産物の積極的活用

ワタミグループは、お客様に安全・安心な商品をお届けするため、ワタミファームや契約生産者様が生産した有機農産物や特別栽培農産物（※1）を積極的に仕入れ、使用しています。2012年度末現在、ワタミグループが仕入れている農産物のうち、56.3%が有機農産物および特別栽培農産物です。（※2※3）

■有機農産物および特別栽培農産物の仕入れ量比率



（※1）特別栽培農産物とは：農薬または、化学肥料を使わない、あるいは使用量が各地域で定められた割合以下に削減された農産物。また、有機野菜と同じ栽培方法であっても、有機JAS認定を受けていない圃場で栽培された農産物も含む。
（※2）外食事業、介護事業における仕入れ量比率。
（※3）有機農産物の仕入れ量比率は17.1%、特別栽培農産物の仕入れ量比率は、39.2%。

農産物と土壌の放射性物質検査

ワタミファームは、農産物および土壌のサンプリングを月1回、第三者機関に提出し、放射性物質検査にて安全性の確認を行っています。また、契約生産者様から出荷される農産物についても、同様に第三者機関による安全性の確認を行っています。

（※）第三者機関における検査は、2012年4月に厚生労働省から公示された「食品中の放射性セシウムスクリーニング法の一部改正」に基づく方法及び検査機器にて実施。

「有機循環型モデルタウン（※）」づくりの推進

ワタミファームは、各地域に根ざした有機農業を発展させ、少しでも多くの農産物と加工品を供給することで地域に貢献すること、また、環境負荷の低減や活性化に繋がる持続可能な社会をつくることを目指しています。これを達成するために、ワタミファーム独自の「有機循環型モデルタウン」づくりを推進しています。

（※）有機循環型モデルタウン：各地域で有機農業を発展させることで、食料の生産・加工・流通のみならず、資源、さらには地域内で発生する廃棄物の再資源化と活用もすべてエリア内でを行い、持続可能な社会創造を実現するための循環型モデルが整ったエリア。「我々が生活しているこのエリアを、100年先も200年先も今と同じまま維持していきたい」という思いのもと、ワタミファームはこのようなエリアを、それぞれの地域に合わせて構築していくことを目指している。



瀬棚エリア

ワタミファームは、畑作、養鶏、酪農、乳製品加工の各事業を瀬棚エリア内で運営しています。鶏は、「ボリスブラウン」と「ごとうもみじ」の2種類を、約1600羽、平飼いで飼育しています。乳牛は有機牧草と有機飼料を与え、放牧しています。その生乳と鶏卵を主原料とし、有機乳加工品（チーズ、バター、アイスクリーム）を生産しています。鶏卵、有機乳加工品は2007年に、国内初となるJAS認証を取得しています。

■瀬棚エリアでの有機循環型農業



□パンアイスの製造

ワタミファームは、2010年、瀬棚エリアで2カ所目となる製造工場「グランドマザーファクトリー」を開設しました。こちらでは、ワタミグループの一部の外食店舗で販売している「パンアイス」を製造しています。

高齢者や、障がいのある方が作業を行うことができ、持続的な運営が可能な工場をつくることで、地域社会に貢献することが、「グランドマザーファクトリー」の目的です。

美幌峠牧場

ワタミファームは、2013年3月、北海道網走郡美幌町と、美幌町が運営している美幌峠牧場の草地を借り受けることで基本合意を行い、2013年5月より美幌峠牧場で業務を開始しました。美幌峠牧場では、弟子屈牧場で飼育している短角和牛、褐毛和牛、約200頭を、夏場を中心に放牧飼育する他、町内外の250頭の牛の預託を受けています。



弟子屈牧場

ワタミファームは、約241haの広大な面積をもつ弟子屈牧場を中心として畜産事業を行っています。主に短角和牛、褐毛和牛を飼育しており、出荷に至るまで細かく決められた自社基準プログラムに基づき、自社繁殖・自社飼育を行っています。

餌は、自社敷地内や契約先で栽培された牧草や飼料を与えることを基本としています。また、育成期間によっては、牛舎飼育ではなく、完全放牧できる環境づくりを行っています。

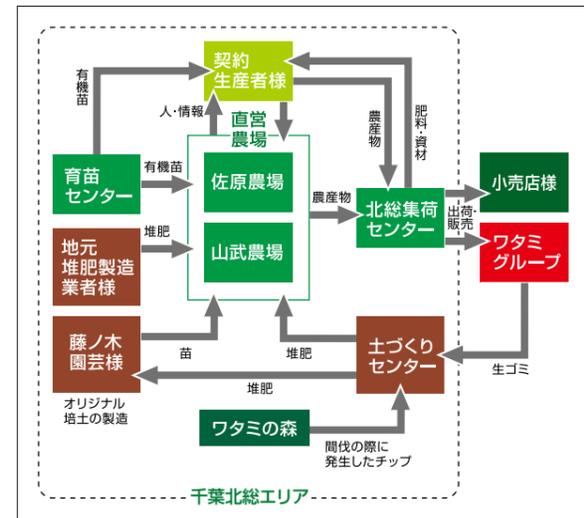
2012年度に開催された「第2回北海道肉専用種枝肉共励会」では、日本短角種部門において、弟子屈牧場産の牛肉が昨年度に引き続き優秀賞一席を受賞しました。

千葉北総エリア

ワタミファームは、千葉北総エリアにて、畑作、育苗、「北総集荷センター」での集荷・販売を行い、「有機循環型モデルタウン」づくりを推進しています。地域の契約生産者様や専門業者様と協力し、土づくりや人材育成、農産物の加工、流通を地域内で完結できるよう取り組んでいます。

2013年9月には、地域からの集荷量をさらに増やすため、「北総集荷センター」を富里市から成田公設市場内に移設しました。

■千葉北総エリアでの有機循環型農業



□オリジナル加工商品「にんじんジュース」の開発

ワタミファームは、2011年度、地元企業様のご協力をいただき、千葉北総エリア内の山武農場で収穫した有機人参を100%使用した「まるごと100%にんじんジュース キャロちゃん」を開発しました。現在は、ジュースの成分や原料の分析、また、土質や肥料が人参の栄養価に与える影響の調査を行っており、より質の高い商品を提供できるよう取り組んでいます。



倉洲農場

ワタミファームは、穀類や飼料作物についても海外への依存を緩和するべく、自社での生産量を増やし、海外調達が滞った際に発生するリスクを少しでも軽減する事を目指しています。

2012年度より倉洲農場で蕎麦や牧草の生産を本格的に開始しました。2013年度は栽培面積を更に拡大しました。

京丹後農場、丹波農場

ワタミファームは、ワタミ手づくり厨房 関西センターへの安定供給、および品質向上・原価低減を目指し、「北近畿物流網」を構築しました。京丹後農場、丹波農場で生産した農産物や、丹波農場近隣の契約生産者様が生産した農産物を集荷し、関西センターへ納品しています。これにより、関東地方から関西センターへ輸送していた農産物の量を徐々に減少させることができています。今後も環境負荷削減も視野に入れ、取り組んでいきます。

臼杵農場

ワタミファームは、2010年、地元企業様のご協力をいただき、臼杵農場で収穫されたさつまいもを原料とした芋焼酎「臼杵 夢見心地」を開発しました。

2012年度は、焼酎に引き続き、「すいーとぼてと」を開発し、主にワタミの宅食のルートで販売しました。2013年度は製造数を増量していく計画です。



「ワタミファーム農場体験」の開催

WTMDとワタミファームは、有機農業の啓蒙活動として、山武農場にて、毎年1回、「ワタミファーム農場体験」を開催しています。「ワタミファーム農場体験」では、収穫体験や有機農業に関する説明、採れたての有機野菜を使用したランチの試食などを行っています。2012年度からは、関西の方にもご参加いただけるよう、丹波農場でも開催しています。

2013年度は、28名の方に、ご参加いただきました。

