SATO
RESTAURANT
SYSTEMS

SATO
RESTAURANT
SYSTEMS

Sato Report
2017

コーポレートサイト
http://sato-restaurant-systems.co.jp

当社ウェブサイトでは、CSR情報をはじめとした様々な企業情報についての詳細をご紹介しています。

お問合せ先

サト レストランシステムズ 株式会社

〒541-0052　大阪市中央区安土町２丁目３番１３号
大阪国際ビルディング３０階

TEL　06-7222-3101

UD FONT
見やすいユニバーサルデザインフォントを採用しています。

VEGETABLE OIL INK
地球にやさしい植物油インキを使用しています。

FSC www.fsc.org
ミックス
責任ある木質資源を使用した紙
FSC® C081682

1706

サト レストランシステムズ 株式会社

フィロソフィー（企業哲学）

「私たちは、食を通じて社会に貢献します。」

私たちは、
人々が生きていく上で最も大切な「食」を事業の柱とし、
潤いのある、楽しい食事の機会を提供することにより、
豊かな暮らしを実現します。
そして、地域になくてはならない企業として、
適正な利益を確保しながら、
社会の繁栄に役立つ様々な活動を推進していきます。

経営理念

DREAM
パートナーと共に、夢の実現をめざします。

パートナーとは、サトレストランシステムズで働く仲間をはじめとして、共に生きる人たちのことです。人には、それぞれ夢があります。私たちは仕事を通じて夢を実現できる、そんな会社を目指し努力を続けます。そのためには、共にレストラン業への夢を持ち、誇りある職場、誇りある企業として、パートナー一人ひとりが未来に向かって挑戦できる場を提供していきます。

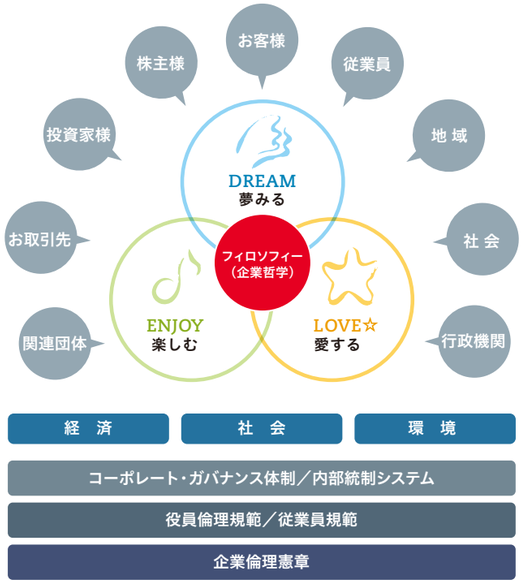
ENJOY
カスタマーと共に楽しさを分かち合います。

カスタマーとはお客様のことです。カスタマーがゆっくりとお食事をしていただき、心からおいしかった、来て良かったと喜び、感動していただくことが、私たちの楽しみです。そのためには、カスタマーの声に耳をすまして、おいしい食事、快適な店舗、心のこもったサービスを提供します。そして、より多くのお客様の満足と支持を得ていきます。

LOVE☆
コミュニティーを愛し、人びとと共に生きます。

コミュニティーとは、お店のある地域社会のことです。私たちのお店は、コミュニティーとの関わりの中にあります。来店されるお客様ばかりでなく、コミュニティーで生活する様々な人達、私たちはどなたにも心のこもったおもてなしをするとともに、地域の様々な活動に参加していきます。そして、愛し、愛され、親しまれる存在になります。

サトレストランシステムズのCSR



CONTENTS

1 はじめに／編集方針
3 トップメッセージ／会社概要
5 業態紹介
7 沿革
9 経営戦略
11 連結財務状況
12 コーポレート・ガバナンス

13 事業ハイライト2016

15 DREAM（夢みる）
パートナーと共に、夢の実現をめざします。
仕事を通じて夢を実現する

17 ENJOY（楽しむ）
カスタマーと共に楽しさを分かち合います。
安全・安心を最優先する／おいしさと感動を提供する

21 LOVE☆（愛する）
コミュニティーを愛し、人びとと共に生きます。
地域と環境に寄り添うお店に

23 CSR活動の取り組み実績と予定
25 データで見るサトレストランシステムズ

編集方針

当社は、「私たちは、食を通じて社会に貢献します。」というフィロソフィー（企業哲学）を自分たちの考え方の基本とし、1998年に定めた「経営理念」を具現化するべく企業活動を行っています。また、「経営理念」の具現化そのものが、当社が社会的責任を果たすことでもあると考えています。そこで、本報告書は、「経営理念」の3つの考え方に沿って、重要な取り組みをステークホルダーの皆様にお伝えすることを目的に編集しています。本報告書に掲載しきれない情報は、当社のウェブサイトに掲載しています。

※ 本報告書には、サトレストランシステムズグループの将来に関する予測・予想・計画なども記載しています。これらは記述した時点で入手できた情報に基づく仮定・判断であり、将来の結果は予測と異なるものとなる可能性があります。

社会の声に柔軟に応える体制をつくり、「最も顧客に信頼されるレストランの実現」を加速します。

代表取締役執行役員社長
重里 政彦

2008年6月　当社入社
2009年2月　執行役員
2010年6月　取締役兼執行役員
2014年2月　取締役執行役員副社長
2017年4月　代表取締役執行役員社長（現在）

当社は、「私たちは、食を通じて社会に貢献します。」というフィロソフィー（企業哲学）の下、1958年の創業以来今日に至るまで和食中心のレストラン事業を展開し、今では年間3,000万人以上のお客様にご来店いただける企業に成長してきました。

現在は、2014年からスタートさせた中期経営計画に基づき、これから予想されている人口構造の変化による少子高齢社会の進展、女性のさらなる社会進出、食の外部化、個食化、ライフスタイルや働き方の多様化に対応すべく、また、景気変動に強い安定的な経営基盤の確立のために、低価格のファストカジュアル業態の拡充による、「サト・ピラミッド」の完成を目指しています。

このために、中期経営計画3年目の2017年3月期には「天丼・天ぷら本舗 さん天」18店舗、「かつや」8店舗の新規出店を行いました。さらに、定食業態の「めしや 宮本むなし」69店舗をM&Aにより当社グループに加え、ピラミッドの裾野のさらなる多様化ならびに拡充を図っています。一方で、2017年4月には当社の創業ブランドである「すし半」業態を「株式会社梅の花」に売却し、事業の選択と集中による、収益性の向上を目指しています。

ここ数年は、人手不足による人件費の高騰や業種業態を越えた競争が激化しており、このような環境下、当社もこれらの変化に対応すべく、これまで蓄積したノウハウや経験を活かすとともに、新しい技術革新（イノベーション）も加えて、さらなる生産性の向上を実現することで、当社の原点である「安くて」「安全で」「美味しい」食の提供の継続に全力で取り組んでいます。これからは、ホスピタリティ産業として、人材教育を通してお客様に満足いただけるサービスを追求していく姿勢と、機械化・システム化のさらなる深耕による、店舗オペレーションの生産性の向上を並行して実現していくことが急務と認識しています。

また、当社はかねてから、一緒に働くパートナーと喜びを分かち合えることを目指して、早くから労務環境の整備に努力しており、その一環として「7日間連続休暇制度」を導入するなど、数々の努力をしてきました。さらに、働き方の多様化に対応し、女性の活躍の場を広げることを目的として、「短時間正社員制度」を同業他社に先駆けて導入してきました。しかし2016年、長時間労働に関し、三六協定に違反する事例が指摘され、送検されるという結果となりました。この事実を真摯に受け止め、当社の労働時間管理が不十分であったことを深く反省し、それ以後、全従業員の意識改革ならびに二度と同じことが起こらない管理体制の確立に努めています。

当社は2015年6月1日から適用されたコーポレートガバナンス・コードならびに有価証券上場規程の改正を機に、コーポレート・ガバナンスに関する基本方針を策定しました。さらに、2017年には監査等委員会設置会社への移行の方針を決定しており、これにより当社グループ全体のガバナンスの強化および経営の透明化を目指します。また、経営環境の変化にスピード感を持って対応するためには、経営の効率化を図り、市場環境の変化に柔軟に対応できる体制づくりが必要と考え、経営戦略機能と事業執行機能を分離することで意思決定の迅速化を図り、経営人材の育成と機動的でかつ柔軟な事業運営実現を目指して、会社分割による子会社の設立ならびに持株会社体制（ホールディングス体制）への移行を予定しています。

当社はこれからも経営方針である「最も顧客に信頼されるレストランの実現」に向けて、安全・安心で健康的な食事を提供する「安全・安心へのこだわり」、持続可能な社会に貢献する「環境保全への取り組み」、地域になくてはならない企業を目指す「地域・社会への貢献」、仕事を通じて夢を実現できる会社を目指す「働きやすい職場環境の整備」等を積極的に推進し、尊敬される企業となり、「100年企業として必要不可欠な社会的インフラになること」に向けて成長を続けていきます。

最後になりましたが、本レポートをご一読いただき、当社グループの取り組みをご理解いただきますとともに、忌憚のないご意見を賜れば幸いです。

2017年6月

会社概要（2017年3月31日現在）

会社名	サトレストランシステムズ株式会社
設立	1951年4月9日（登記上の設立） 1968年8月27日 （実質上の存続会社の設立）
資本金	8,532百万円
売上高	43,354百万円（連結） 34,145百万円（単体）
従業員数	従業員 1,196名（連結） 881名（単体） パート・アルバイト 11,543名（連結） 8,017名（単体）
事業内容	飲食店の経営及び食料品の販売
株式	東京証券取引所市場第一部上場

店舗数（グループ全店）※ 445店舗
うち海外 6店舗

※「すし半」は2017年4月より、株式会社梅の花の傘下となりました。

サトレストランシステムズ 株式会社
「和食さと」、「天丼・天ぷら本舗 さん天」、「すし半」※、「夫婦善哉」を運営しています。
和食さと 202店舗　さん天 40店舗
すし半 13店舗　夫婦善哉 1店舗

子会社

株式会社フーズネット
「にぎり長次郎」、「CHOJIRO」、「都人」、「にぎり忠次郎」を運営しています。
にぎり長次郎 53店舗　CHOJIRO 4店舗
都人 15店舗　にぎり忠次郎 6店舗

株式会社宮本むなし
「めしや 宮本むなし」を運営しています。
宮本むなし 69店舗

サト・アークランドフードサービス株式会社
「かつや」を運営しています。
かつや 36店舗

スペースサプライ株式会社
不動産を管理しています。

台湾上都餐飲股份有限公司（台湾）
台湾で「和食さと」を経営しています。

「和食」に特化して、多様なおいしさを提供しています。

和食さと

washoku SATO 和食さと Japanese Restaurant

- 手ごろな価格で本物の和食を提供
- しゃぶしゃぶ食べ放題「さとしゃぶ」

日本一の店舗数を誇る「和食ファミリーレストラン」。手ごろな価格で本物の和食を楽しんでいただけるよう、食材調達・機器選定などを続けています。季節ごとに変わる「フェアメニュー」、しゃぶしゃぶ食べ放題「さとしゃぶ」などが人気です。

日本一の店舗数を誇る「和食ファミリーレストラン」

活魚廻転寿司 にぎり長次郎

旨さにこだわるグルメ廻転寿司

- グルメ廻転寿司
- 吟味を重ねた厳選食材

修業を積んだ板前でなければ実現できない旨さにこだわる、グルメ廻転寿司業態。吟味を重ねた厳選食材を使用し、クオリティを日々追求しています。旬を感じる新鮮なネタを、心を込めてご提供しています。

京情緒漂う、落ち着いた和空間で、本格にぎり寿司をご提供。「旨い！」の一言のために日々鍛錬しています。

CHOJIRO 廻転寿司 京都

京寿司・都人として、京の町に産声をあげました。宅配寿司の最古参として、多くの方にご愛顧いただいています。

京寿司 都人 MIYAKOBITO

素材に安心・技に安心・おもてなしに安心。三つの安心と共に、お電話一本で味わえる「この時季一番」の本格板前寿司をお届けしています。

出前寿司 にぎり忠次郎

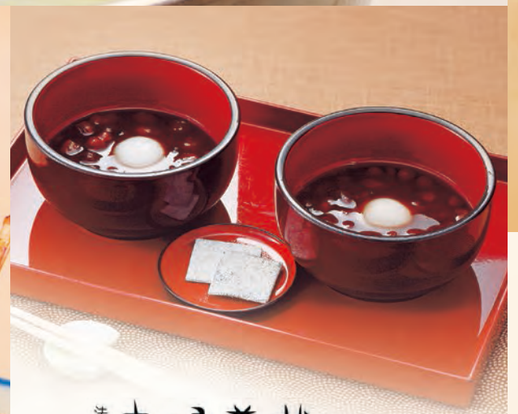
天丼・天ぷら本舗 さん天

- 390円の「海老天丼」が主力
- 「早い・安い・熱々」をコンセプトに

390円の「海老天丼」が主力の天丼・天ぷら専門店。「早い・安い・熱々」をコンセプトに、店舗における作業効率を高めることで、最安価格帯で本物の天丼・天ぷらをご提供するファストカジュアル業態です。

天丼・天ぷらを提供するファストカジュアル業態

法善寺 夫婦善哉



- これまでも、これからも法善寺横丁の名物

創業以来、その伝統を頑なに守り続ける大阪名物・夫婦善哉。一人前を、二つのお椀に分けて出すことから「夫婦善哉」と呼ばれ、恋愛成就の縁起物として親しまれています。

めしや 宮本むなし

老若男女問わず満足いただけるおいしい定食

- 大衆的な価格のおいしい定食が魅力
- 「街のごはん屋さん」がお届けするお母さんの味

関西・中部の都市部を中心に、お母さんの味、お母さんのごはんをお届けする「街のごはん屋さん」です。バラエティ豊かな定食メニューは、老若男女を問わずご愛顧いただいています。

かつや

サクサクやわらかボリューム満点のとんかつ専門店

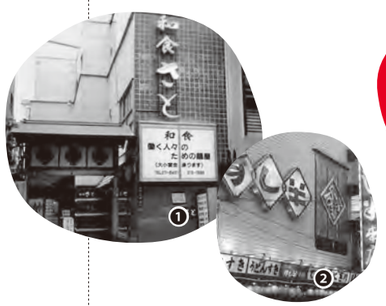
- 気軽に入れる価格を実現
- サクサクやわらか、ボリューム満点のとんかつ

「とんかつをもっとおいしく安く食べることはできないか」を出発点として、幅広い年代に喜ばれる味の追求と、気軽に入れる価格を実現した、とんかつ専門店。サクサクやわらか、ボリューム満点のとんかつが特徴です。

創業以来、手ごろなおいしさを追求し続け
広く社会に多彩な和食を提供してきました。

1958～

1958年11月（昭和33年）
「法善寺すし半」開業（写真❶）



1960～

1968年8月（昭和43年）
「株式会社尼崎すし半本店」を
兵庫県尼崎市に設立
（実質上の存続会社の設立）

1968年11月（昭和43年）
第１号店である尼崎本店を
兵庫県尼崎市に開店（写真❷）

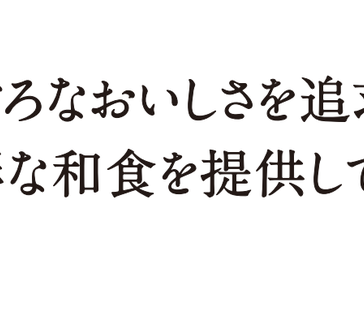
1969年12月（昭和44年）
大阪市淀川区に本社兼工場を開設

1970～

1974年7月（昭和49年）
商号を「株式会社サト」に変更

RESTAURANT sato

1978年7月（昭和53年）
洋食店第1号店を兵庫県加古川市に
開店



1979年 100店舗

1980～

1982年6月（昭和57年）
大阪府堺市に工場部門を移転

1984年3月（昭和59年）
株式を大阪証券取引所市場第二部に上場

1985年1月（昭和60年）
現「和食さと」の原型となる郊外型和食
第１号店を奈良県橿原市に開店（写真❸）

1989年9月（平成元年）
株式を大阪証券取引所市場第一部に
指定上場（写真❹）

1990～

1993年11月（平成5年）
低価格郊外和食業態
「和食さと」の実験を開始

1993年11月（平成5年）
創業社長 重里進 逝去
重里欣孝 社長就任

1990年 200店舗

1994年11月（平成6年）
「ニュー・フードサービス推進優良事業者表彰
フードシステム部門 農林水産大臣賞」受賞

1998年10月（平成10年）
商号を「サトレストランシステムズ株式会社」
に変更

SATO RESTAURANT SYSTEMS

2000～

2000年2月（平成12年）
食の安全・安心に関し
「安心宣言」をメニュー上で公表

2002年2月（平成14年）
洋食店から和食店への業態転換を
完了し和食業態に一本化

2003年3月（平成15年）
「ごはん食推進優良事業者表彰
ごはん食普及部門
農林水産大臣賞」受賞

2006年3月（平成18年）
本社を大阪府堺市
（工場部門と同一敷地内）に移転

2009年3月（平成21年）
「食品リサイクル推進環境大臣賞
再生利用部門 優秀賞」受賞

2009年3月（平成21年）
キッザニア甲子園に「すし屋」
パビリオンを出展（写真❺）

2009年6月（平成21年）
しゃぶしゃぶ食べ放題
「さとしゃぶ」
販売開始（写真❻）

2010～

2010年10月（平成22年）
サト・アークランドフードサービス株式会社を設立

2010年10月（平成22年）
台湾第1号店を開店
【統一上都股份有限公司】（写真❼）

2010年11月（平成22年）
「かつや」第1号店を堺市西区に開店
【サト・アークランドフードサービス株式会社】

2012年6月（平成24年）
CSR報告書初版を発行

2013年 300店舗

2012年8月（平成24年）
「天丼・天ぷら本舗 さん天」
第1号店を大阪市住吉区に開店

2012年10月（平成24年）
自社製造・加工食材を
アウトソーシング化し工場部門を閉鎖

2012年11月（平成24年）
本社を大阪市中央区に移転

2013年3月（平成25年）
「優良外食産業表彰 地域社会貢献・環境
配慮部門 農林水産大臣賞」受賞

2013年7月（平成25年）
株式会社フーズネットの発行済み株式を
100%取得

2013年7月（平成25年）
東証・大証統合により
東京証券取引所市場第一部に上場

2013年9月（平成25年）
インドネシア第1号店を開店
【PT.INDOSATO JAYA MAKMUR】

2014年6月（平成26年）
公式キャラクター「わっしょくん」誕生

2014年7月（平成26年）
テーブルオーダーシステム（TOS）を
「和食さと」全店に導入

2016年 400店舗

2014年10月（平成26年）
タイ第1号店を開店
【Nippon Tei Sato Co., Ltd.】（写真❽）

2015年8月（平成27年）
ブランディング書籍出版

2015年10月（平成27年）
東京オフィス開設

2015年11月（平成27年）
「和食さと」が200店舗達成

2016年9月（平成28年）
株式会社宮本むなしの発行済み株式を
100%取得（写真❾）

2016年10月（平成28年）
「すし半」法善寺総本店を閉店

2017年3月（平成29年）
「CHOJIRO」法善寺店を開店

2017年4月（平成29年）
重里欣孝 会長就任
重里政彦 社長就任

2017年4月（平成29年）
株式会社すし半の全発行済み株式を
株式会社梅の花へ譲渡

5ヵ年の中期経営計画に取り組んでいます。

「サト・ピラミッド」を完成させ、100年続くフードサービス企業となるために、
2015年3月期～2019年3月期を対象期間とする中期経営計画を推進しています。

中期経営計画方針

サト・ピラミッドの完成へ向けて

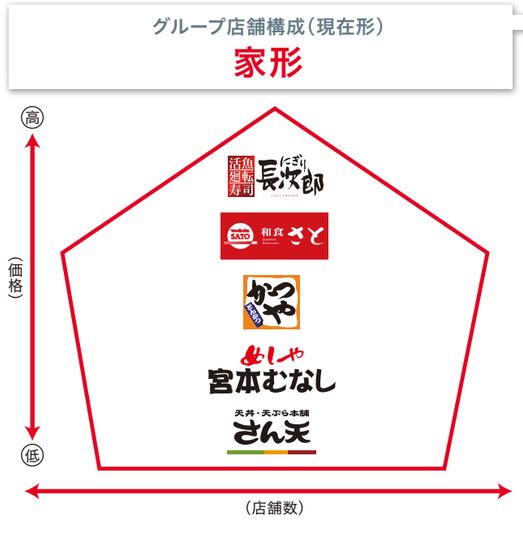
経営方針

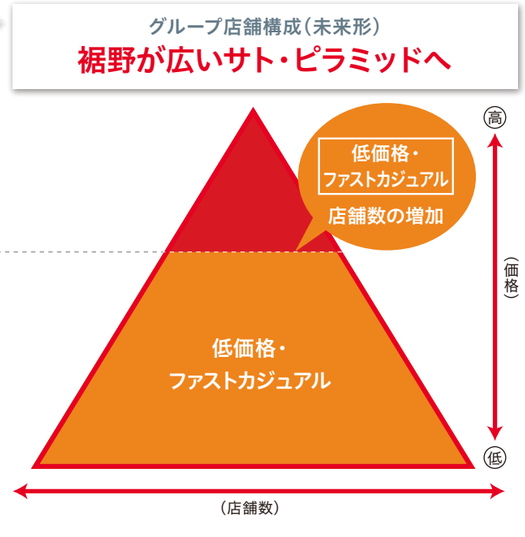
最も顧客に信頼されるレストランの実現

ビジョン

100年企業として必要不可欠な社会的インフラへ

世界で愛される日本食を世界に提供し、
フードサービス業界をリードし尊敬される
企業グループを目指す





▼ 中期経営計画数値目標

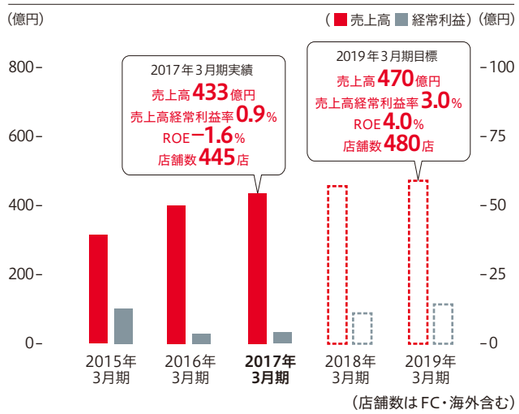
2019年3月期に、売上高470億円、店舗数480店を目指します。

労務環境整備や時給単価の上昇により、人件費が計画した以上に増加したことなどを理由に、2017年5月の決算説明会で中期経営計画数値を修正しました。最終年度である2019年3月期に売上高470億円、店舗数480店（FC店・海外店舗を含む全業態）、売上高経常利益率3.0%を達成する目標を掲げています。

今後どのような景気変動が起こっても安定的に利益を確保するための土台として、低価格帯に位置するファストカジュアル業態の「さん天」「かつや」を中心に出店を強化しています。その一方で「和食さと」などの既存業態では更なる収益力向上に取り組んでいきます。

2017年3月期は全業態で合計33店舗を出店したほか、2016年9月から加わった「めしや 宮本むなし」69店舗を含めて総店舗数は445店舗となり、売上高は433億円、経常利益は4.1億円となりました。

数値目標



※「すし半」は2017年4月1日より、株式会社梅の花の傘下となりました。

▼ 2017年3月期のポイント

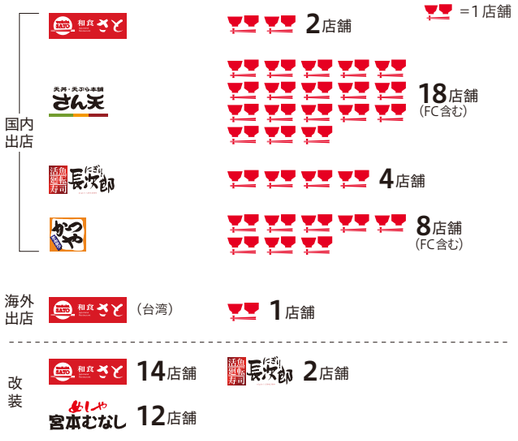
グループ全体での効率的な成長を目的に、事業の選択と集中に取り組みました。

- 株式会社宮本むなしを2016年9月に完全子会社化し、「めしや 宮本むなし」69店舗が加入 ▶ 詳しくはp13へ
- 創業ブランド「すし半」を2017年4月に株式会社梅の花へ譲渡
- 「CHOJIRO」を中心に、外国人観光客への対策強化 ▶ 詳しくはp14へ
- 2017年3月期出店実績：国内32店舗　海外1店舗
  「和食さと」2店舗、「天丼・天ぷら本舗 さん天」18店舗、
  「にぎり長次郎」4店舗、「かつや」8店舗、台湾「和食さと」1店舗
- 2018年3月期の出店目標：国内24店舗　海外1店舗
  「和食さと」2店舗、「天丼・天ぷら本舗 さん天」13店舗、
  「にぎり長次郎」3店舗、「宮本むなし」1店舗、「かつや」5店舗、
  台湾「和食さと」1店舗
- 労働基準法違反を踏まえ、再発防止への取り組みを推進 ▶ 詳しくはp14へ

▼ 2017年3月期の出店状況

（2017年3月期実績）

前期を上回る33店舗を出店。



用語解説

ファストカジュアル
ファストフードとファミリーレストランの中間に位置する新たな飲食店のスタイル。ファストフード店よりやや高価ではあるが手ごろな価格と素早い商品の提供を保ちつつ、レストランのように質の高い料理を提供する業態。

FC（Franchise Chain）
フランチャイズ・チェーン。本部企業（フランチャイザー）が加盟店（フランチャイジー）との間に契約を結び、フランチャイザーによる運営計画・管理・指導のもと、一定の手数料と引き換えにフランチャイジーが商標、商品・サービスや経営のノウハウなどを受けて販売活動を行う事業形態。

売上高
商品の販売やサービスの提供など、企業の主たる営業活動によって得た代金の総称。会社の規模を示す最も一般的な指標でもある。

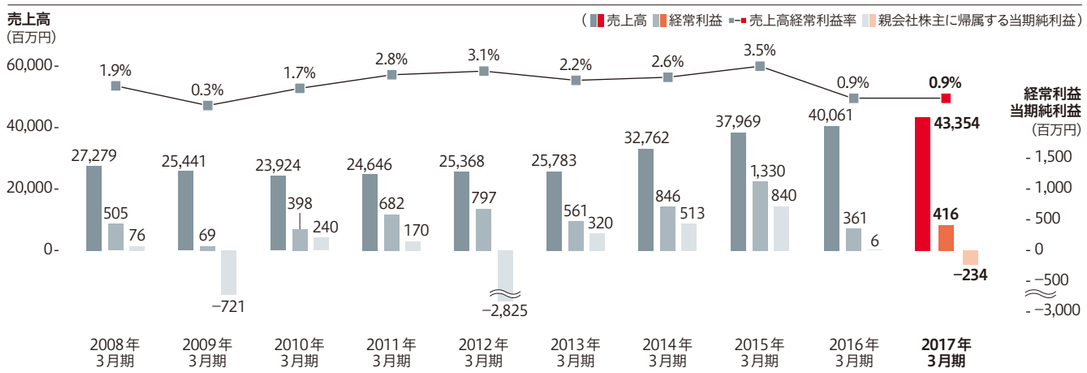
経常利益
売上から営業活動にかかるコストを差し引いた額（営業利益）に、借入・増資・社債発行などの財務活動や金利など、本業以外で得られる損益を加算したもの。その企業の全体的な経営能力を反映するため、経営状況を示す基本的な指標となっている。

連結財務状況

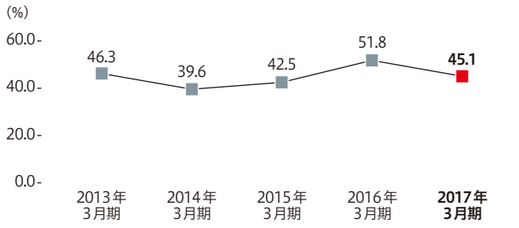
さらなる収益力強化のため、新たな業態を加えました。

2017年3月期（2016年度）は、新規出店による店舗数の増加および2016年9月に完全子会社化した
株式会社宮本むなしの業績が加わったことにより、増収となりました。
一方で、株式取得に関するアドバイザリー費用などが影響し、減益となりました。

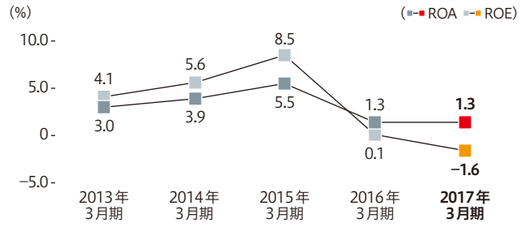
売上高・経常利益・売上高経常利益率・親会社株主に帰属する当期純利益



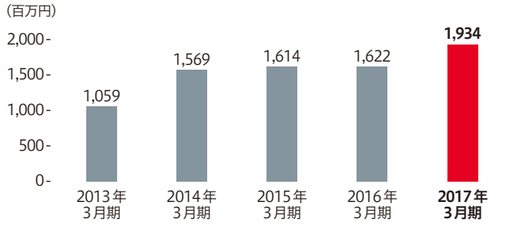
自己資本比率



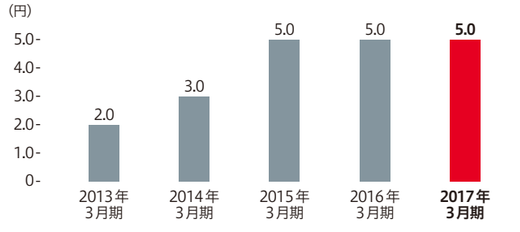
ROA・ROE



設備投資額



配当金



用語解説

親会社株主に帰属する当期純利益
1年に計上されるすべての収益から、企業活動で発生する全ての費用を差し引いた最終的な利益。子会社の損益は、親会社持分に相当する金額のみ計上。

ROA（総資産経常利益率）
Return On Assets。総資産が事業活動を通してどれだけ有効活用されているかを示す指標。

ROE（自己資本利益率）
Return On Equity。株主から預かった資本をどれだけ効率的に運用しているかを示す指標。

自己資本比率
企業が保有する資産のうち、返済の義務が無い資本の占める割合。経営の安定性を示す指標。

配当金
株式を発行した企業が、持ち株数、出資口数に応じて株主に分配する利益金。

コーポレート・ガバナンス

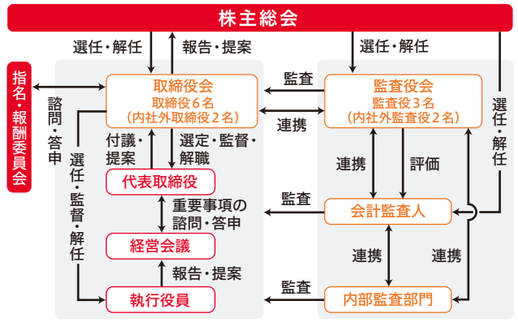
社会から信頼される企業であるために。

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社グループは「最も顧客に信頼されるレストランの実現」を経営方針とし、株主様、お客様、従業員、お取引先、地域社会等、すべてのステークホルダーとの良好な関係を維持しながら、持続的な成長および中長期的な企業価値向上を実現するため、公正で透明性の高いコーポレート・ガバナンス体制の充実に努めています。

2015年6月から施行された「コーポレートガバナンス・コード」に基づき、「コーポレート・ガバナンスに関する基本方針」を策定し、当社ウェブサイトで公開しています。さらに2017年6月には、監査等委員会設置会社に移行する予定です。

サトレストランシステムズのコーポレート・ガバナンス体制



TOPICS

監査等委員会設置会社および持株会社体制への移行を予定

監査・監督機能の強化と役割・責任の明確化によって、経営の透明性を高めるとともに、意思決定の迅速化を目的に、2017年6月から監査等委員会設置会社に移行する予定です。それに先立ち、2017年4月にコーポレートガバナンス統括部を新設するなど、準備を整えています。

さらに経営の効率化や柔軟な事業運営実現を目指し、2017年10月に持株会社体制への移行を予定しています。

内部統制システムに関する基本的な考え方

事業活動が有効かつ効率的に行われ、財務報告の信頼性を確保し、コンプライアンスを重視した経営をするための内部統制システムは、当社の経営目標・戦略の達成だけでなく、当社の企業価値や競争力の向上に必要不可欠なしくみであると認識しています。

業務の適正を確保するために必要な内部統制システムの整備に関しては取締役会で決議しています。さらに2017年度からは新設したコーポレートガバナンス統括部を中心に、その実効性をより高め、システムの充実を図っていきます。

コンプライアンス

当社は、コンプライアンス全体を統括する組織として「コンプライアンス委員会」を設置しています。法令・定款の遵守はもとより、当社のフィロソフィー・経営理念に基づいて制定した「企業倫理憲章」遵守の実効性を高め、企業文化として根付かせるために「役員倫理規範」と「従業員規範」を制定し、手引書の発行や各種研修で指導するなど、周知徹底に努めています。また、ヘルプライン（相談窓口）を設け、問題の早期発見・解決につなげています。

2017年度からは、新設したコーポレートガバナンス統括部がコンプライアンス委員会の事務局とヘルプラインを統括することで、情報の集約を進め、より迅速な対応を目指します。グループ会社でも経営理念を共有し、同様に取り組んでいます。

リスクマネジメント

当社グループは、分野ごとに発生する可能性のあるリスクの抽出に努め、想定されるリスクについては各社社内規定に則った部門責任者が自律的に管理しています。とりわけ重要なコンプライアンス、品質保証、環境保全などについては委員会を設置し、全社横断的な管理体制を構築しています。

用語解説

コーポレート・ガバナンス
企業統治。会社を取り巻く様々な利害関係者の監視により健全な企業経営を達成する仕組み。

取締役会
株主総会で選出された取締役3名以上で構成され、企業経営の意思決定を行う機関。

監査等委員会設置会社
過半数の社外取締役を含む取締役3名以上で構成される監査等委員会を設置し、取締役の職務執行の監査を行う経営体制。

持株会社
他の株式会社を支配する目的で、その会社の株式を保有する会社。持株会社を設立することで、各事業部門をそれぞれ独立した会社にできる。

内部統制
企業の業務が適正かつ効率的に遂行されるよう組織を統制するための仕組み。

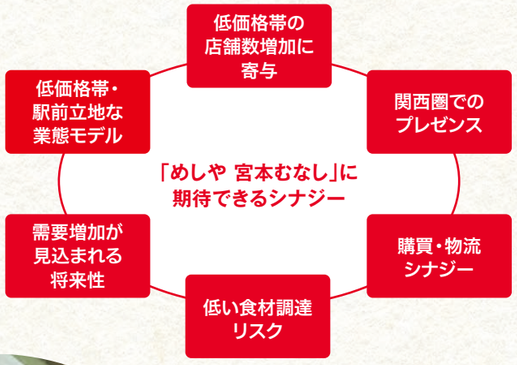
リスクマネジメント
経営活動に影響を与える様々な危険性（リスク）を最小限に抑えるための管理手法。

グループ全体の効率的な成長に向けて業態の選択と集中に取り組みました。

業態の選択と集中を進め、「めしや 宮本むなし」が仲間入り

低価格・ファストカジュアル業態の出店強化を目的に、「株式会社宮本むなし」を2016年9月に完全子会社化しました。株式会社宮本むなしが運営する「めしや 宮本むなし」は、当社グループにノウハウが少ない「定食業態」「駅前繁華街での小型店」で個食化が進行する情勢にマッチしていること、さらに当社と同じく関西地域を中心に展開しており、シナジー効果が見込めます。まずは既存店に集中投資し、女性やファミリーにも利用しやすい店舗改装や、付加価値の高い新商品投入などを進めていきます。

また、業態の選択と集中を進める中で創業ブランドである「すし半」を売却し、経営資源の効率的な配分を進めます。



- 多彩なメニュー
- 650～700円台の安価な価格構成
- 小商圏での長期運営

2017年3月期 現在の店舗数 **69店舗**

上：ボリューム満点の看板メニュー「ジャンボトンカツ定食」

左：期間限定メニュー「牛カルビ焼肉定食」

当社グループシナジーによりリニューアルした「チキン南蛮定食」

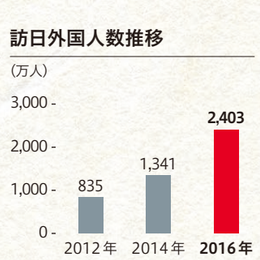
インバウンド需要への対応強化「CHOJIRO法善寺店」が開店

和食が世界的に注目を集め、インバウンド需要も高まる中で、海外のお客様にも利用しやすい店舗づくりや、発信力の強化が求められています。そこで、タッチパネルによる注文システムの導入やメニューの多言語化、各ブランドの英語サイト開設などを進めています。また2017年3月には、外国人の集客力が強い「CHOJIRO」の4店舗目を、観光客で賑わう法善寺エリア（大阪市・難波）にオープンしました。同エリアにある当社グループの「夫婦善哉」や観光名所と合わせて英語サイトでプロモーションし、エリア全体の活性化を目指します。

「法善寺横丁」英語サイト

- タッチパネルによる注文システム導入（英語、中国語、韓国語などに対応）
- 「にぎり長次郎」、「CHOJIRO」の英語サイトオープン（その他ブランドの英語サイトもオープン予定）
- 海外口コミサイトでのPR検討
- 2016年からインバウンド関連団体に加入し、専門家と情報交換

訪日外国人数推移



出典：日本政府観光局
国別／月別訪日外客数（2003年～2017年）
http://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/index.html

外国語にも対応した注文システム

時間外労働の賃金未払いを重く受け止め、労務環境改善にいっそう注力

経緯

2015年12月～	大阪労働局「過重労働特別対策班」による捜査 自主的な社内調査、再発防止策の作成と徹底
2016年5月	過去2年間分の時間外手当未払い分4.6億円を従業員へ支払い
2016年9月	当社および当社社員5名が大阪地方検察庁に書類送検
2017年4月	大阪簡易裁判所にて公判・結審 （当社のみ、社員5名は不起訴）
2017年6月	罰金50万円の判決

働き方改革に向けての再発防止策

1. **社員・管理職の意識改革**
   …勤怠システムへの正確な入力、研修等での啓発、トップの店舗訪問
2. **業務を削減・変更することにより長時間労働を防止**
   …営業時間短縮（早朝、深夜、アイドル）、棚卸業務の見直し
3. **人員投入量を増加させ1人あたり労働時間を抑制**
   …投入計画を増加させ予算設定、社員・PA採用の強化、応援体制構築
4. **サポート体制の充実**…社内に加え、社外にヘルプラインを設置

用語解説

インバウンド需要

日本を訪れた外国人が、日本国内で行う消費活動。

DREAM 夢みる パートナーと共に、夢の実現をめざします。

仕事を通じて夢を実現する

私たちにとって、サトレストランシステムズで働く人々は大事なパートナーです。
共にレストラン業への夢を持ち、誇りある職場、誇りある企業として、
パートナー一人ひとりが未来に向かって挑戦できる場を提供していきます。

組織の多様化・活性化を目指し、女性管理職増加を推進します

来店されるお客様の過半数は女性で、そのニーズを先取りして店舗運営や商品開発に活かすには、女性ならではのセンスや目線が必要不可欠です。近年、当社グループでは女性の新入社員増加や短時間正社員制度の導入などに取り組んでいますが、女性管理職の割合はまだ2.5%と低いのが課題です。

そこで2016年度から「女性活躍推進法」に基づく行動計画を策定。管理職（課長級以上）に占める女性割合を2021年度までに7.5%にまで引き上げることを目標に、マネジメント研修を開催するほか、主要部署に若手女性社員を積極的に配置したり、採用説明会で店長や管理職として活躍する女性社員を紹介するなど、キャリアイメージを具体的に描ける工夫をしています。

Voice

部下や後輩の成長を実感できるのが一番のやりがいです

現在は担当エリア所属店舗の営業管理責任者として、運営状態の確認・指導等を行い、お客様に喜ばれるお店づくりをサポートしています。部下や後輩が成長し、職位が上がっていくのを見ることが一番のやりがいです。特に採用から携わってきた新入社員の場合は、学生時代から知っているだけに感慨もひとしおです。私自身も近い将来には営業部長となり、さらには教育プログラムの開発や、将来の会社組織・人事・教育等を考えるエデュケーターも経験したいと希望に燃えています。

和食さと関西営業1部
3エリア エリア課長
堀内 真紀

短時間正社員店長が活躍しています

当社では2014年10月から「短時間正社員制度」を導入し、一部のパート・アルバイトを正社員として登用しています。これにより、介護や育児などで長時間働けないときでも、正社員として働き続けられるようになりました。

短時間正社員店長は、ひとつの店舗で長く勤めている経験を活かし、地域の特徴を熟知した店舗運営で活躍しています。また、エリアごとに複数店舗を統括するエリア課長と密に連携し、店長不在時に店長代行者を派遣するなど、フォロー体制の整備も進めています。

Voice

短時間正社員制度のおかげで家庭との両立ができています

約28年間、ずっと「和食さと」河内松原店で勤務し、2016年に店長に昇格しました。常連のお客様とのつながりも強く、従業員の成長を見守りながら、楽しく店舗づくりをしています。またこの制度のおかげで、休憩時間を家族の看病に充てることができ、本当に助かりました。これからも河内松原店がさらにお客様に親しまれるお店になるように、地道に店舗運営をしていきたいと思います。

和食さと河内松原店
店長
大嵜 智恵子

ライフスタイルに合わせて働ける人事制度

キャリアパスプランで昇格／昇給 → トレーナー・リーダーを正社員雇用に → 一般社員から副店長・店長へ昇格が可能に → 希望すれば職群転換も可能

パート → 短時間正社員

例えば、パートとして入社したAさんの場合は

入社	3年目	5年目
●子育ての空き時間にパートとして勤務	●子育てが落ち着き、勤務時間を延長 ●短時間正社員として登用	●一般社員、副店長を経て店長に任命

Pick up!

活魚廻転寿司 長次郎

研修センター「おもてなし道場」でキャリアアップを支援しています

「にぎり長次郎」を運営する株式会社フーズネットでは、年間200日稼働している研修センター「おもてなし道場」で、店舗での接客・調理はもちろん、管理や運営、企画など、様々な研修を実施しています。新入社員は入社後3カ月間が研修期間となっており、その後も階層別に継続して技術や専門知識が習得できる仕組みを整えています。

確かな技術が身に付き、手応えを感じています

「おもてなし道場」での研修を受講し、アジやタイなどの魚も自信を持って調理できるようになり、料理の提供スピードも上がってきたと手応えを感じています。さらなるスキルアップに励み、次のステップである副店長を目指したいと思います。

CHOJIRO 上本町YUFURA店
溝田 萌華

用語解説

短時間正社員制度
1日6時間、1週間30時間を原則とした、フレキシブルな勤務体制。

その他の活動

- 従業員規範
- ワークライフバランス
- 研修制度
- 福利厚生
- 一般事業主行動計画
- 障がい者雇用

ENJOY 楽しむ カスタマーと共に楽しさを分かち合います。

安全・安心を最優先する

手ごろな価格だけでなく、安全・安心な食品を食べてもらいたいから、私たちは品質管理を徹底しています。
2000年からメニューブックやポスターなどを通じて「安心宣言」を行い、
当社独自の基準を設けて、原料調達から店舗での調理に至るまで、食の安全・安心の確保に努めています。

独自の基準を設け、産地で直接品質を確認しています

より安全で厳選された食材を安定的に仕入れるため、主要食材は、生産計画を仕入先任せにするのではなく、原材料段階から商品化までの全工程を自社の管理下に置く「バーティカルマーチャンダイジング」を採用。お客様ニーズへの迅速な対応と、手ごろな価格での提供が可能です。また、世界中の生産者や加工工場と直接コミュニケーションを取り、品質・衛生管理に関する情報をより正確に把握するとともに、品質保全の大切さを共有しています。

店舗へ提供される全商品は、食品衛生法や衛生規範などの法令に基づいて管理しており、定期的に菌数検査を実施しています。

Voice

品質の安定のため、原材料産地の管理も行っています

仕入先の開発や選定にあたって重視しているポイントは、安全・安心に対する取り組みが十分であること、使用原材料のトレーサビリティができていることの2点です。特に牛肉の場合は、肥育環境によって大きく品質が変わるため、生産者の管理も品質の安定につながります。国内外の産地を直接訪問したり、仕入先と密に意見交換したりすることで、安定した品質のほか、規格や価格の維持に努めています。

SRSグループMD部
購買担当マネジャー
保田 明信

例えば、「牛肉」の調達から販売まで

❶ 原材料の調達

当社基準に基づいて品質をチェック

当社が定めた微生物基準、残留物等基準をクリアしていることを原則とし、さらに良質な肉質を求めて、原材料の肥育環境、熟成による肉質向上に関わる処理後の保管条件なども確認します。アメリカで牛を屠畜して各部位に分割包装した後、牛肉の熟成に適したチルド輸送で日本へ運びます。

❷ 加工

異物混入防止などのため管理を徹底

ブロックで輸送した牛肉は、国内の加工工場でスライス・盛りつけをしています。加工工場には定期的に生産立ち会い・監査を実施し、微生物汚染を防ぐための工程および設備管理など、異物混入防止に注力しています。

❸ 店舗での販売

一皿ずつ衛生的な状態で提供

商品は一人前ずつ盛りつけられた状態で納品されるため、店舗では、お肉に直接手を触れることなく、衛生的な状態でお客様に提供しています。

環境条件の改善など、一層の管理徹底に努めています

当社では、「細菌性食中毒」「残留汚染物質」「遺伝子組み換え食品」「食品添加物」などについて、厚生労働省の基準に沿ってマニュアルを作成し、徹底した品質管理を行っています。

また仕入・購買担当者による定期的な工場訪問では、工程管理や環境条件の維持・改善を仕入先と共有するだけでなく、品質管理担当者による工場監査も実施し、追加指導することで、より一層の管理徹底を図っています。

Pick up!

和食さと 海外店舗でも国内同様の衛生管理を実施しています

海外店舗でも、国内と同様に衛生管理を徹底しています。人材教育においても、まず入社時に安全衛生の重要性について教育するほか、定期的に講習会などを開催したり、日本人駐在員によるOJT研修を実施するなど、様々な施策を通じて、意識浸透を図っています。

日本と同様に各食材をテープで管理

用語解説

バーティカルマーチャンダイジング

レストラン業界で言うと原材料段階から店舗での販売に至るまでの工程、すなわち商品化計画(マーチャンダイジング)を、一貫したひとつのマーケティング計画として考え、推進していくこと。自社が全責任とリスクを負うが、迅速かつローコストな原材料調達などのメリットがあり、お客様のニーズにあった商品を適正な価格で提供することができる。

その他の活動

- アレルギー物質一覧表の設置
- 品質マネジメントシステム構築
- 「安心宣言」の掲示

ENJOY 楽しむ カスタマーと共に楽しさを分かち合います。

おいしさと感動を提供する

来店するお客様に食事を楽しんでいただき、感動していただくことが、私たちの最大の喜びです。
だからこそ、より多くの人に、どんなときでも、おいしい和食を提供できるよう
常にメニューの改善やサービスの向上に取り組んでいます。

好みに応じて“選べる楽しみ”も提供し続けます

「和食さと」では、「価格が高い」というイメージがある牛肉を若いファミリー層にも気軽に思う存分楽しんでもらいたいという思いで、しゃぶしゃぶ食べ放題の「さとしゃぶ」を開発し、ご好評をいただいています。

2016年度には、多様化するお客様のニーズに応えるべく、すき焼き食べ放題の「さとすき」も商品化。アクが少なく、甘みのある脂が特長のアメリカ産最高級黒毛牛のブラックアンガス牛を使用しており、こだわりの肉を手ごろな価格で心ゆくまで楽しめます。さらに、「さとしゃぶ」に「豚肉のみ」のコースも新たに加えるなど、ラインナップを強化。お客様がお好みに応じて“選べる楽しみ”を今後も提供し、バリューアップを図っていきます。

Voice

肉の厚みやだしなど細部までこだわり商品化しました

ご家族で来店されるお客様が多い「和食さと」では、幅広い年齢層の人に喜んでもらえるよう、細部にまでこだわったメニュー開発が欠かせません。
「さとすき」は、メインとなる牛肉の加工はもちろん、肉と野菜の両方をおいしく食べられるようなだしに改良するなど、試行を重ねて商品化したもので、今では食べ放題メニューの2割を占めています。お客様にもっと喜んでもらえるよう、今後も改良を重ね「さとしゃぶ」に続く主力商品に育てたいと思います。

和食さとマーケティング部
商品開発担当マネジャー
清枝 真帆

トレンドを取り入れた新メニューを導入しました

2016年10月から、「和食さと」ではアボカドやローストビーフを取り入れた新メニューを導入しました。

近年の和食には、日本にはなかった食材や洋食と融合した新たなメニューが登場し、若者を筆頭に広く受け入れられています。当社でもこうしたトレンドを踏まえ、グランドメニューに「アボカドまぐろ丼」「ローストビーフ丼」を、食べ放題のプレミアムコースに「ローストビーフすし」などを導入。特にローストビーフは、タレに絡みやすくご飯・シャリと食べやすい厚みにカットしているほか、低温殺菌処理による色とジューシーさにもこだわっています。

新メニューは早速お客様からご好評をいただいています。これからも、社会の流行を敏感にキャッチし、老若男女が楽しめるメニュー開発に努めていきます。

左上：「アボカドまぐろ丼」
右上：「ローストビーフ丼」
右下：「ローストビーフすし」

Pick up!

活魚廻転寿司 長次郎

サービス向上を目的に「T-1 グランプリ」を実施しています

「にぎり長次郎」では、強みである「技」「接客」「おもてなしの心」をさらに磨き、他の追随を許さない回転寿司となることを目指し、「T-1グランプリ」を毎年開催しています。これは、にぎりや細巻き、造りなどをつくる手順や時間、仕上がりのクオリティなどを社員・アルバイトが競うコンテストです。エントリー対象はすべての従業員で、2016年度は350人が参加して行われました。

さらに、ホールスタッフを対象とした「ホールコンテスト」も開催し、接客技術の向上、モラルアップにつなげています。

その他の活動

- 独自の調理機械の開発・導入
- テーブルオーダーシステム導入
- 季節ごとのフェアメニュー提供　など

LOVE☆ 愛する コミュニティーを愛し、人びとと共に生きます。

地域と環境に寄り添うお店に

コミュニティーとは、お店がある地域社会、
そしてそれを取り巻く地球環境をも含めたものと、
私たちは捉えています。
コミュニティーを愛し、愛され、親しまれる存在である
ために、私たちはこれからも環境問題に取り組み、
地域社会に積極的に関わり貢献し続けていきます。

食べ残しをなくし、使用食材量の最適な管理で廃棄物を削減しています

食品廃棄物の多くを占める「食べ残し」を減らすため、麺やごはんの量を減らせる「少なめメニュー」を提供しています。また、使用する食材を最小単位で包装するなど、保存期限切れによる廃棄物削減にも取り組んでいます。一方、食品廃棄物削減を目指す「食べきりげんまんプロジェクト」の趣旨に賛同し、関東地区の店舗でフォトコンテストに参加。2016年度には静岡県主催の「ふじのくに食べきりやったね！キャンペーン」にも参加しました。

このような姿勢が評価され、2016年10月に農林水産省が主催した「食品ロス削減シンポジウム」で取り組みを発表しました。外食産業における食品廃棄物削減を牽引する存在を目指し、今後も積極的に取り組んでいきます。

Voice

廃棄物削減の取り組みを広めることも重要だと感じます

食品廃棄物は年間何千万トンにも上り、なかでも食べられるのに廃棄される「食品ロス」の削減は、外食産業としての責務であると考えています。お客様が適量を選択できるサービスのほか、仕込み・発注量をこまめに見直すなど、全社で取り組んできました。今回これらの取り組みを、「食品ロス削減シンポジウム」で発表したところ、大きな反響があり、今後は当社のノウハウを業界全体に広めていくことも重要だと改めて感じました。

企画総務部 部長
夏井 克典

1人前ごとなど、食材や調味料を最小単位で包装

Pick up!

天丼・天ぷら本舗 さん天

油分離機を導入し、食品廃棄物量削減を推進

「天丼・天ぷら本舗 さん天」では、食材ゴミとしての天かすが大量に発生します。この天かすの廃棄量削減を目的に、起業当初から天かすと油を分離する機器を導入していましたが、従来の圧搾型から、より搾油率が高い遠心分離効果を利用したドラム式の油分離機に移行。これによって搾油率は約50%となり、天かすのゴミとしての重量を約1/2に削減しました。

ほかにも小サイズのメニューを販売したり、加工済み食材を主に使用するなど、食材ロス削減に積極的に取り組んでいます。

お子様が描く「すしイラスト」を商品化し、全店舗で提供しています

「食」を提供する企業として、体験学習受け入れや「キッザニア甲子園」でのすしの調理体験など、当社は早くからこども達への食育活動支援に取り組んでいます。

「和食さと」では、来店されるお子様、ご家族様とのコミュニケーションを目的とした「さとキッズくらぶ」を2008年に発足しました。以来、活動の一環として「こどもおすしコンテスト」を毎年実施しています。くらぶ会員の皆様からお寿司のイラストを募集し、受賞作品は「和食さと」のメニューとして期間限定で販売するもので、2016年度は1,075点の応募がありました。また、「キッザニア甲子園」での表彰式のほか、店舗従業員による受賞お祝い会なども開催しています。

Voice

すしの調理体験を通じて食の大切さを学んでいます

- 人と話すイメージがなかったけど、体験した後は、「人と関わる仕事なんだ。」と良い意味でイメージが変わりました。（小学生／女子）
- お客様のことを考えて、衛生面・味・見栄えなど色々考えながら作るのは大変だと思いました。（中学生／男子）

キッザニア甲子園
「すしパビリオン」体験者

用語解説

食品ロス
家庭・飲食店での食べ残しなど、まだ食べられるのに廃棄されている食品。

キッザニア
「こどもが主役の街」をコンセプトに、様々な職業体験を提供する屋内テーマパーク。

食育活動
「食」に関する知識と選択する力を習得し、健全な食生活を実現できる人間を育てること。

その他の活動

- 飲酒運転撲滅運動への参加
- 災害時帰宅支援
- 社外募金活動
- 環境マネジメント

CSR活動の取り組み実績と予定

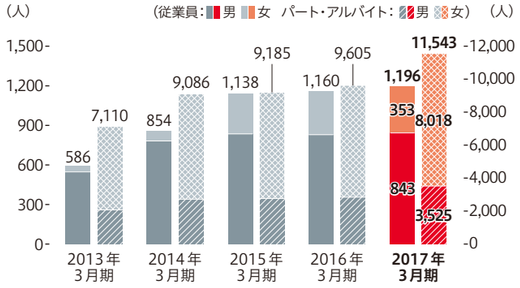
評価の基準　目標を大幅に超えている　目標をやや上回っている　目標をやや下回っている　目標を大幅に下回っている

		2016年度の取り組み実績	評価	2017年度の取り組み予定
企業統治・企業経営				
コーポレート・ガバナンス	コーポレート・ガバナンス体制の強化	社内規定の定期的見直し		●6月の株主総会承認を経て、監査等委員会設置会社に移行。過半数を社外取締役とする監査等委員会を設置し、監査・監督機能の強化を図る ●コンプライアンス、内部統制を主管するコーポレートガバナンス統括部を新設し、活動を推進。
		グループガバナンス体制の強化		
	リスクマネジメントの推進	各部門から抽出したリスクの中から、専門委員会にて「全社重要リスク」を設定し取り組みを検討		
	コンプライアンスの徹底	人権教育を織り込んだコンプライアンス研修の実施		
		各種契約時における反社会的勢力排除の明文化の推進		
		反社会的勢力対応の研修会実施		
		グループ従業員の、コンプライアンスカードの内容理解・浸透		
DREAM 夢みる　パートナーと共に、夢の実現をめざします。				
働きやすい職場環境	働きやすい職場環境づくり	短時間正社員店長の新規登用の継続とサポート		●職群別研修の実施 ●2021年を期限とする一般事業主行動計画に基づく施策を継続して実施 ●新たな雇用ステップに取り組み、障がい者雇用の水準を維持・向上 ●継続して7日間連続休暇の取得推進に努めるとともに、本来の主旨である有給休暇の取得推進に向けて、新たな制度を検討 ●新キャリアパスプランにおいて、パートナーの教育時間を各店舗が追加で申請できる制度を継続し、新人の即戦力化を図る
		職群別研修の実施		
		「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」に基づく一般事業主行動計画の策定と実施		
		障がい者雇用の推進		
		7日間連続休暇の完全取得促進		
		新キャリアパスプランにおいて、新規採用パートナーの教育時間を各店舗が追加で申請できる制度を導入し、新人の即戦力化を図る		
		引き続き全員参加型のホスピタリティパートナーコンテスト実施		
ENJOY 楽しむ　カスタマーと共に楽しさを分かち合います。				
安全・安心へのこだわり	安心へのこだわり	年間を通じたノロウイルス対策		●年間を通じた食中毒(ノロウイルス)対策の継続 ●従業員の体調把握の感度を高めた、ノロウイルス検査の実施 ●手指等からの食品汚染対策の強化(手洗いに加え、手袋・マスク着用) ●店長、エリア課長の集合教育 ●食品の製造・流通、店舗での取り扱い等の各段階で、菌数検査によるモニタリングの継続(重点は、生食食材とテイクアウト商品)
		従業員の体調把握の感度を高めた、ノロウイルス検査の実施		
		手指等からの食品汚染対策の強化(手洗いに加え、手袋着用による対策)		
		調理上でのマスクの着用の徹底		
		エリア課長の集合教育実施		
		e-ラーニングによる衛生管理システムの導入継続		
		業態の特性に合わせた菌数検査の継続		
		テイクアウト商品の抜き打ち検査品目の見直しと継続		
	安心へのアプローチ	店頭表示やメニューブックを活用したお客様への安心表示の実施		

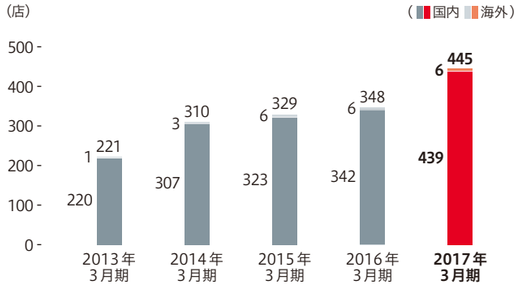
		2016年度の取り組み実績	評価	2017年度の取り組み予定
LOVE☆ 愛する　コミュニティーを愛し、人びとと共に生きます。				
地域・社会への貢献	地域・社会との交流	「食べきりげんまんスマイルフォトコンテスト」への参加		●「食べきりげんまんスマイルフォトコンテスト」への参加 ●キッザニア甲子園パビリオンを通じた食育活動の継続 ●ハンドルキーパー運動の推進 ●SDD活動の継続 ●災害時帰宅支援ステーションの協力継続 ●地域交流イベントの開催・交流
		キッザニア甲子園パビリオンを通じた食育活動の継続		
		ハンドルキーパー運動の推進		
		SDD活動の継続		
		災害時帰宅支援ステーションの協力継続		
		地域交流イベントの開催・交流		
	社外団体の社会貢献活動への参加・協力	食品ロス削減シンポジウムで取り組みを発表		●セーブザチルドレン活動への協力継続
		京都市「食べ残しゼロ推進店舗」認定		
	ステークホルダーとのコミュニケーションの充実	機関投資家・アナリスト向け決算説明会の開催		●機関投資家・アナリスト向け決算説明会の開催 ●広報活動の展開とウェブサイトのバリューアップ ●コーポレートレポートの発行 ●当社ウェブサイトの「CSRサイト」の更新
		広報活動の展開とウェブサイトのバリューアップ		
		コーポレートレポートの発行		
		当社ホームページの「CSRサイト」の更新		
環境保全への取り組み	地球温暖化防止	店舗当たりエネルギー使用量の1%削減		●(目標)店舗当たりエネルギー使用量の1%削減
	食品廃棄物等の発生抑制・リサイクル	食品廃棄物の再生利用等実施率40%		●(目標)食品廃棄物の再生利用等実施率40%
	環境汚染防止の推進	環境汚染防止の継続推進		●環境汚染防止の継続推進 ●JFを通じた環境分野の対外活動の継続
		JFを通じた環境分野の対外活動の継続		

基本情報 【連結】

従業員数、パート・アルバイト数

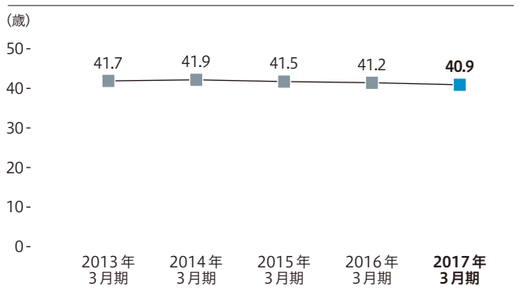


店舗数

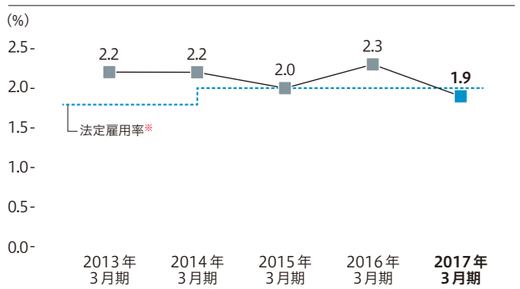


DREAM 夢みる パートナーと共に、夢の実現をめざします。 【単体】

平均年齢



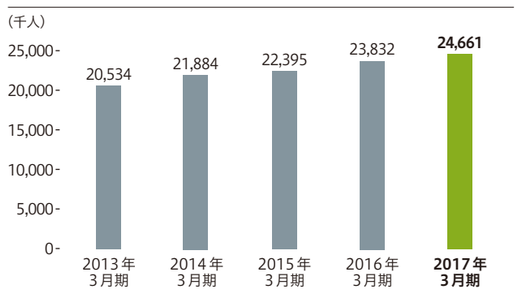
障がい者雇用率



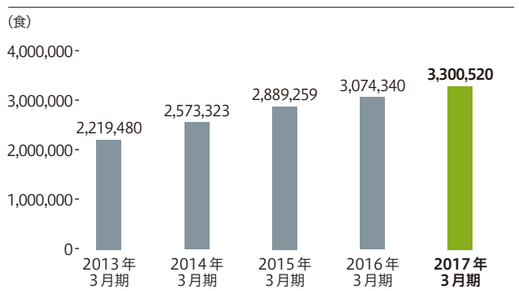
※ 2014年3月期より、法定雇用率は1.8%から2.0%へ引き上げられました
※ 障がい者のポイント数(2016年4月～2017年3月までの総数)を常用雇用労働者数の総数で割って算出しています。

ENJOY 楽しむ カスタマーと共に楽しさを分かち合います。 【単体】

年間来客者数



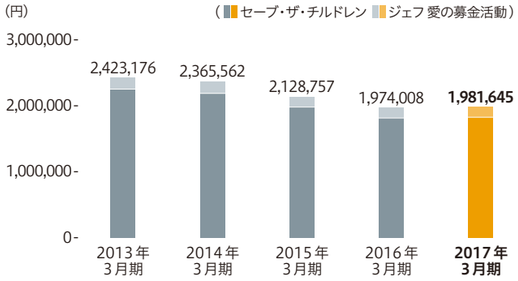
さとしゃぶ販売数



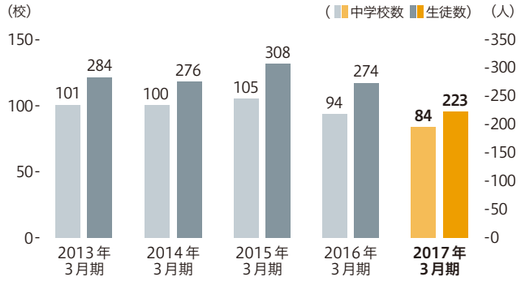
LOVE☆ 愛する コミュニティーを愛し、人びとと共に生きます。 【単体】

地域社会への貢献

社会活動団体への社外募金活動

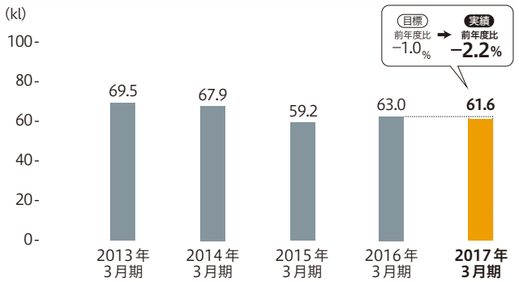


店舗体験学習実施数

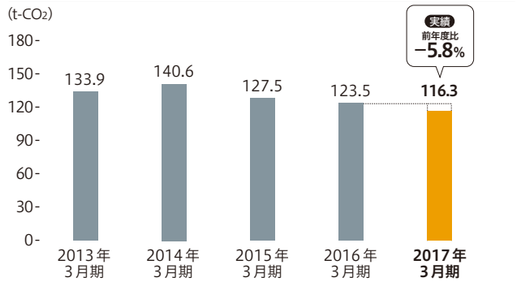


地球温暖化防止

店舗当たりのエネルギー使用量(原油換算)

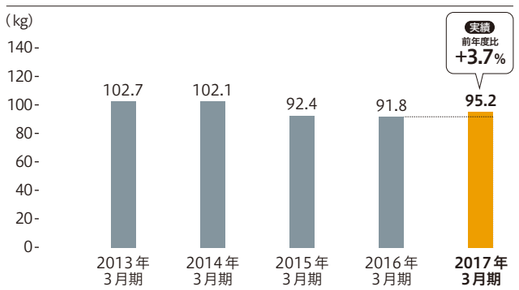
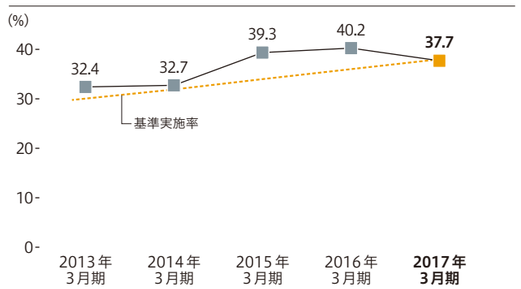


店舗当たりのCO₂総排出量



食品廃棄とリサイクル

売上100万円当たりの食品廃棄物量



食品廃棄物の再生利用等実施率