



コーポレートサイト
<https://srs-holdings.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ます。

お問合せ先

SRSホールディングス 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



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。



地球にやさしい植物油
インキを使用しています。



ミックス
責任ある木質資源を
使用した紙
FSC® C022784



SRS REPORT 2018



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。

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りと考えています。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、SRS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。

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、SRSグループ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、心のか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か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。

SRSグループのCSR



- 経済
- 社会
- 環境
- コーポレート・ガバナンス体制／内部統制システム
- 役員倫理規範／従業員規範
- 企業倫理憲章

CONTENTS

■ 企業プロフィール

- 01 はじめに／編集方針
- 03 沿革／会社概要
- 05 業態紹介
- 09 トップメッセージ
- 13 事業ハイライト 2017

■ CSR活動

- 17 CSR活動の取り組み実績
- 18 コーポレート・ガバナンス
- 19 DREAM
パートナーと共に、夢の実現をめざします。
- 21 ENJOY
カスタマーと共に楽しさを分かち合います。
- 25 LOVE☆
コミュニティーを愛し、人びとと共に生きます。
- 29 財務・非財務ハイライト(連結)



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(昭和33年)11月
「法善寺すし半」開業 ①



1979年
100店舗

▼1960~

1968年(昭和43年)8月
「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(昭和43年)11月
第1号店である
尼崎本店を兵庫県
尼崎市に開店 ②



1969年(昭和44年)12月
大阪市淀川区に本社兼工場を開設

▼1970~

1974年(昭和49年)7月
商号を「株式会社サト」に変更

RESTAURANT
sato

1978年(昭和53年)7月
洋食店第1号店を兵庫県加古川市に開店

▼1980~

1982年(昭和57年)6月
大阪府堺市に工場部門を移転

1984年(昭和59年)3月
株式を大阪証券取引所市場第二部に上場

1985年(昭和60年)1月
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 ③



1989年(平成元年)9月
株式を大阪証券取引所市場
第一部に指定上場

1990年
200店舗

▼1990~

1990年(平成2年)7月
子会社スペースサプライ株式会社を設立

1993年(平成5年)11月
低価格郊外和食業態「和食さと」の実験を開始

1993年(平成5年)11月
創業社長 重里進 逝去
重里欣孝 社長就任

1994年(平成6年)11月
「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(平成10年)10月
商号を「サトレストランシステムズ株式
会社」に変更



▼2000~

2000年(平成12年)2月
食の安全・安心に関し「安心宣言」を
メニュー上で公表 ④



2002年(平成14年)2月
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(平成15年)3月
「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(平成18年)3月
本社を大阪府堺市(工場部門と同一敷地内)に移転

2009年(平成21年)3月
「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(平成21年)3月
キャザニア甲子園に「すし屋」パビリオンを出演 ⑤



2013年
300店舗

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



会社概要

社名	SRSホールディングス株式会社(SRS HOLDINGS CO.,LTD.)	株式	東京証券取引所市場第一部上場
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)	子会社	サトフードサービス株式会社 (和食さと、天丼・天ぷら本舗 さん天、夫婦善哉) 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) 株式会社宮本むなし(めしや 宮本むなし) サト・アークランドフードサービス株式会社(かつや) 台湾上都餐飲股份有限公司(和食さと)[台湾] スペースサプライ株式会社(不動産管理会社) Nippon Tei Sato Co., Ltd.(和食さと)[タイ] PT.INDOSATO JAYA MAKMUR(和食さと)[インドネシア]
資本金	8,532百万円		
売上高(連結)	44,155百万円(2018年3月期)		
代表者	代表取締役執行役員社長 重里 政彦		
従業員数(連結)	正社員:1,170名 パート・アルバイト:11,173名(2018年3月31日現在)		
事業内容	グループ会社の経営管理および関連業務等	海外合弁会社	
グループ店舗数	432店舗うち海外6店舗(2018年3月31日現在)		

▼2010~

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

2010年(平成22年)10月
台湾第1号店を開店
【現 台湾上都餐飲股份有限公司】 ⑦



2010年(平成22年)11月
「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(平成24年)6月
「CSR報告書」初版を発行

2012年(平成24年)8月
「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(平成24年)10月
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(平成24年)11月
本社を大阪市中央区に移転

2013年(平成25年)3月
「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(平成25年)7月
株式会社フーズネットの発行済み株式を
100%取得

2013年(平成25年)7月
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(平成25年)9月
インドネシア第1号店を開店
【PT.INDOSATO JAYA MAKMUR】

2014年(平成26年)6月
公式キャラクター「わっしょくん」誕生

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

2014年(平成26年)10月
タイ第1号店を開店 ⑧
【Nippon Tei Sato Co., Ltd.】



2015年(平成27年)8月
ブランディング書籍出版

2015年(平成27年)11月
「和食さと」が200店舗達成

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

2016年(平成28年)10月
「すし半」法善寺総本店を閉店

2017年(平成29年)3月
「CHOJIRO」法善寺店を開店

2017年(平成29年)4月
重里欣孝 取締役会長就任
重里政彦 代表取締役執行役員社長就任

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

2017年(平成29年)
「さとカフェ&さとパル」展開

2017年(平成29年)10月
ホールディングス体制に移行し、社名を
「SRSホールディングス株式会社」に変更



2017年(平成29年)10月
未来オペレーション創造開発部設立

2016年
400店舗

2018年
432店舗
(3月現在)

「和食」に特化して、
多様なおいしさを提供しています。

サトフードサービス株式会社



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。

さとしゃぶ・さとすき合計販売数



日本一の
店舗数を誇る和食
ファミリーレストラン

店舗数
200店舗



天井・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井・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井・天ぷら
をご提供するファストカジュアル業態です。

天井・天ぷらを
提供する
ファストカジュアル業態

店舗数
46店舗
(内FC 2店舗)



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。

店舗数
1店舗



海外展開

現在、3ヶ国に「和食さと」を出店し、本格的かつリーズナブルな和食を世界に発信し続け
ています。2010年10月に台湾1号店、2013年9月にインドネシア1号店、2014年10月に
タイ1号店を出店しました。



台湾
● 淡水店 ● 中壢店

店舗数
2店舗



タイ
● J-Park ● Sriracha AEON Branch

店舗数
2店舗



インドネシア
● Central Park ● Mall Of Indonesia

店舗数
2店舗

※ 掲載店舗数は2018年3月末現在



グルメ廻転寿司
吟味を重ねた厳選食材

高いプロ意識で日々技術の鍛錬を重ね、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。



旨さにこだわる
グルメ廻転寿司

店舗数
53店舗



店舗数
4店舗



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



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。



店舗数
14店舗
(内FC13店舗)



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。



店舗数
6店舗



株式会社 宮本むなし

女しや 宮本むなし

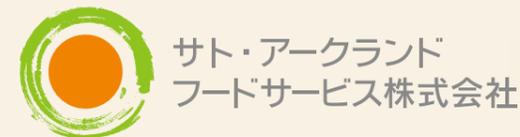
大衆的な価格のおいしい定食が魅力
街のごはん屋さんがお届けするお母さんの味

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。



老若男女問わず
ご満足いただける
おいしい定食

店舗数
66店舗
(内FC 6店舗)



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。

サクサクやわらか
ボリューム満点の
とんかつ専門店

店舗数
36店舗
(内FC 16店舗)



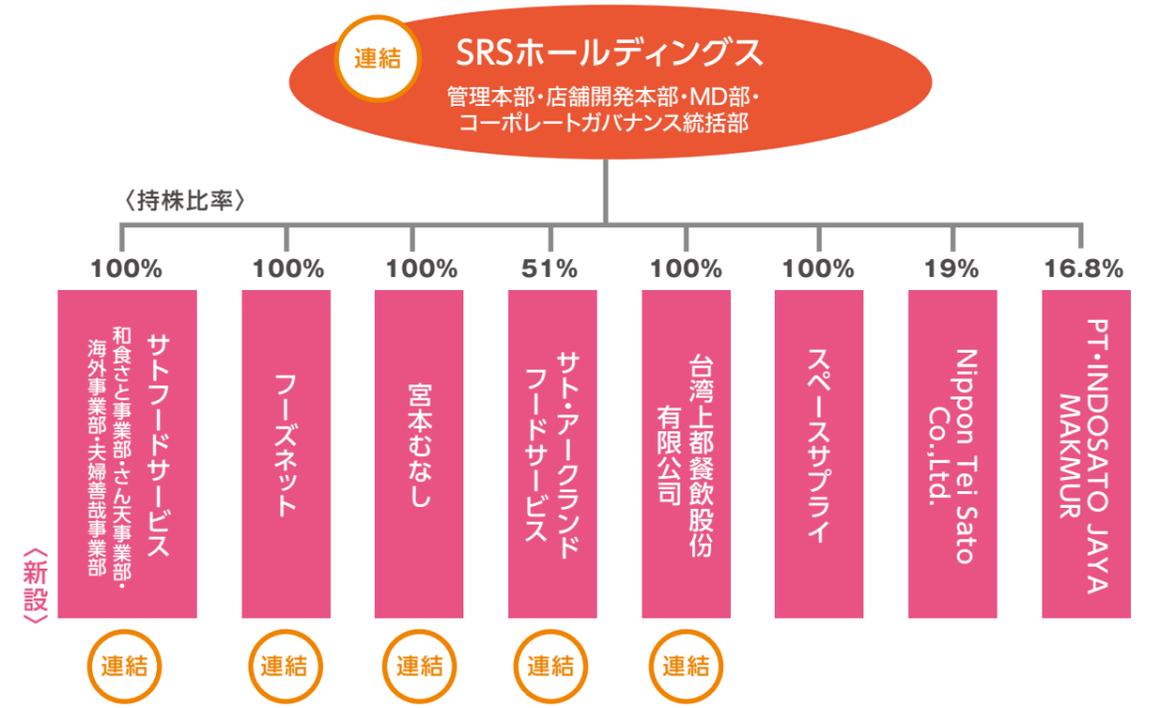
※ 掲載店舗数は2018年3月末現在

2017年10月にホールディングス体制へ移行 SRSグループとして さらなる成長拡大を目指します。



代表取締役
執行役員社長
重里 政彦

ホールディングス体制移行後のグループ体制



2017年10月1日、「サトレストランシステムズ株式会社」は

「SRSホールディングス株式会社」となりました。

当社グループは、「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、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を目標として、創業以来今日に至るまで数々のレストラン事業を展開してまいりましたが、今では年間3000万人以上のお客様にご来店いただける企業に成長することができ、また今年は会社創立50周年の節目の年を迎えることができました。

これもひとえに、日頃より当社グループのレストランをご利用いただいておりますお客様、ご支援をいただいておりますお取引先様、株主の皆様、そして従業員の方々のお蔭と感謝しております。この場を借りて、厚く御礼申し上げます。

私は2017年4月1日に社長に就任いたしました。就任1年目の2017年10月1日にホールディングス体制へ移行するとともに、社名をサトレストランシステムズ株式会社からSRSホールディングス株式会社(以下SRSHD)へ変更いたしました。これ

により、SRSHDから事業会社として新たに設立したサトフードサービス株式会社(2017年4月11日に分社化で新設)に「和食さと」「天井・天ぷら本舗 さん天」「夫婦善哉」の各事業の営業権譲渡を行い、このサトフードサービス株式会社に加え、グルメ廻転寿司「にぎり長次郎」「CHOJIRO」、宅配寿司「にぎり忠次郎」「都人」の株式会社フーズネット、「めしや宮本むなし」の株式会社宮本むなし、「かつや」のサト・アークランドフードサービス株式会社、台湾で「和食さと」を展開する台湾上都餐飲股份有限公司の各事業会社を有する体制となりました。

この背景としては、外食産業を取り巻く環境の変化が加速する中、経営戦略機能と事業戦略機能を分離することで、それぞれの事業会社が独自に競争力を向上させ、成長発展を図りやすくとともに、将来の経営を担う人材育成をそれぞれの事業会社で実現する準備をするためです。

このプラットフォームの下、各事業会社が新しい時代に立ち向か

い、独自の発想と努力で、それぞれの事業を飛躍的に発展させるものと信じています。

また、当社グループは、これから予想される少子高齢社会による人口構造の変化、女性のさらなる社会進出、中食の拡大を含む食の外部化、個食化、ライフスタイルや働き方の多様化等の外食産業を取り巻く環境変化に対応すべく、高～中価格帯の「和食さと」「にぎり長次郎」の既存中核業態は品質・サービス等のバリューアップを継続します。「さん天」「宮本むなし」「かつや」の低価格帯のファストカジュアル業態は新店の出店を強化します。これにより景気変動に強い、安定的な経営基盤の確立を目指しています。

これまで「レストラン業を営む当社グループとして一番大事なことは何か?」これをずっと考えてきましたが、チェーン志向である当社グループがお客様から求められていることは「安くして」「美味しく」「楽しく満足できる」食事と空間の提供で

はないかという考えに至りました。「この要求に対しどう応えていくか」これだけを考えて前に進んでいくことが、最もシンプルで迷いなく、正しい答えに辿り着けるベストの方法ではないかと感じています。

このような考えの下、当社グループは今年2018年5月に新しい中期経営計画を発表いたしました。この中期経営計画に基づき、事業会社は各事業を成長させ、また、SRSホールディングスは人的資源、資金等の各事業への投入配分のコントロールや、他社とのアライアンス・M&A等を進めることによって、「食を通じて社会に貢献し、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」の実現に邁進してまいります。

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

新中期経営計画の5つの中核骨子を軸に様々なチャレンジを行い、売上1,000億円を目指します。

2018年3月期の業績

2018年3月期は、売上44,155百万円(対前年度+801百万円)、営業利益741百万円(対前年度+336百万円)、経常利益592百万円(対前年度+176百万円)と8期連続の増収を達成することができました。

売上については、「すし半」の事業譲渡による減収影響もありましたが、各事業の新規出店、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を通期で取込んだこと等が寄与し、増収となりました。

営業利益、経常利益につきましては、事業会社の売上が増加したことに加え、前年度に発生した株式会社宮本むなしの株式取得に関するアドバイザー費用がなくなったこと等により増益となりました。



中期経営計画の概要

2018年3月期実績	2019年3月期数値目標	2023年3月期
新規出店および宮本むなし業績の通期取込みで増収増益	売上高460億円、店舗数466店舗を目指します	売上高 1,000 億円 M&A等による増加分300億円を含む
売上高 441 億円	売上高 460 億円	売上高 1,000 億円
経常利益 5 億円	経常利益 10 億円	経常利益 35 億円
店舗数 432 店舗	店舗数 466 店舗	

新中期経営計画「プロジェクトMIRAI」

前頁でも触れましたが、外食産業を取り巻く環境変化は速く、この変化に対応するため当社グループは今年5月に新中期経営計画を発表いたしました。

新中期経営計画の中核となる骨子は次の5つです。

社会的変化ならびにお客様のニーズの変化に
I. 対応することを目的とした既存業態のバリューアップ、収益性の改善、プレゼンス強化

人件費の高騰に対応し、
II. 必要人材の安定確保を可能にする未来オペレーション開発

III. アライアンス、M&A

IV. 社会的変化に対応できる新業態開発へのチャレンジ

V. 海外での本格展開へ、チャレンジの継続

社会的変化ならびにお客様のニーズの変化に
I. 対応することを目的とした既存業態のバリューアップ、収益性の改善、プレゼンス強化

- 高～中価格帯業態の品質、サービス等のバリューアップによる売上増、出店リモデル(ロードサイド以外等、出店立地の多様化)による出店継続、生産性向上を目指した機器の開発、導入
- 低価格業態(「さん天」「宮本むなし」「かつや)」の出店強化継続
- 全業態共通、得意とする関西・中部以西を中心とした出店による関西・中部以西でのプレゼンスの拡大

人件費の高騰に対応し、
II. 必要人材の安定確保を可能にする未来オペレーション開発

- 詳細後述(右記)

III. アライアンス、M&A

- 競合が激化する外食産業において、得意な地域でのプレゼンス拡大、ならびに顧客の囲い込みを実現
- ドミナントエリアにおける物流コスト、プロモーションコスト他、効率化の加速
- 原材料高騰リスクに備え、ボリュームメリットを追求

IV. 社会的変化に対応できる新業態開発へのチャレンジ

- 中食の拡大を含む食の外部化、個食化、ライフスタイルや働き方の多様化等の変化に対応できる外食・中食の融合による新規事業検討(「イートインでもテイクアウトでも家のキッチンに代わりに上手に利用できる心地良いお店」の創造)

V. 海外での本格展開へ、チャレンジの継続

- 台湾での出店加速
- タイでの新業態チャレンジ
- インドネシアでの新立地でのチャレンジ

これらの5つの中核骨子を軸として、5年目の2023年3月期にはアライアンス、M&Aによる売上増加も含めて、売上1,000億円を目指します。

未来オペレーション創造開発部 “AI元年”

今、外食産業は大きな岐路に立たされており、今後予想されている、人手不足、人件費高騰にどう対応していくか、これが事業を成長させられるかどうかの、最大の課題の一つと考えられています。わかりやすく説明いたしますと、これから「多くのヒトがオペレーションに関わらなければならない飲食店」=「値上げ必至」=「競争力低下もしくは成長に限界」という図式に近づくかと予想しています。

このような状況下、2017年10月1日のホールディングス体制への移行と同時に社内に未来オペレーション創造開発部を新設いたしました。これは生産性の向上と労務管理の徹底を両立するべく、当社グループが向かうべき道として労働集約型からの脱却を目指し、より効率的な店舗運営を実現するためです。

近頃の国の中国ではすでにキャッシュレス化や無人化に拍車がかかっており、“無人のカラオケボックス”“無人のコンビニ”等が登場しています。まだ、成功するかどうかはわかりませんが、人手不足や人件費の高騰に対処すべく、数々のチャレンジが行われています。また、画像認証(顔認証)による本人確認やマーケティングのためのビッグデータの蓄積等も進んでいます。

このような社会の変化やお客様の要求にお応えするために、斬新かつ次世代のレストランチェーンのオペレーションを実現し、生産性の向上を目指したいと考えています。外食業界では、まだまだあまり騒がれていませんが、金融業界、自動車業界、宅配業界、コンビニ業界等、数多くの業界で次世代のビジネスモデルが少しずつ見えてきています。人が行うことで付加価値をつけられること、機械等に頼ることで生産性や正確性を高められること、これらを十分に検討し、一刻も早くそれぞれの業態で未来型店舗を出店したいと考えています。現状分析では、ヒトが関わって付加価値をつけられることは、ヒトとヒトとの触れ合いによるホスピタリティと、調理技術の中で、職人技が必要となる分野に限られてくると考えています。

これらを踏まえ、50周年を迎える今年を、当社グループにとっての“AI元年”と認識し、抜本的に数々のオペレーションを未来型に変革していく第一歩を踏み出したいと考えております。



より快適な食事空間を 「さとカフェ&さとバル」導入へ

オーダー対応や
ドリンク提供作業削減により
お客様へ
より手厚い対応が可能に。



セルフ式のドリンク・アルコールバーです

「さとカフェ」は「和食さと」が提供するドリンクバーです。店内に最新のタッチパネル式の機器を設置。カルピスとオレンジを合わせたオレンジ味のカルピスなどの組み合わせが可能で、自分好みのドリンクを楽しく作れます。また、「さとバル」はセルフ式のアルコールバーです。自動サーバーで誰でも美味しいビールをお楽しみいただけます。さらに、ウイスキーやリキュールと「さとカフェ」とを組み合わせると80種類以上のオリジナルカクテルを自分好みに作れる点は、大きな魅力です。ヨーロッパでは、食事しながら気軽にお酒が飲めるバルがライフスタイルとして根付いており、「さとバル」も美味しい料理と一緒にドリンクを気軽に楽しむ空間や時間にしたいという願いが込められています。

お客様を「お待たせしない」ために

「和食さと」ではお客様をお待たせしないためのサービスに取り組んでいます。お客様がご来店されれば「いらっしゃいませ」とあいさつをして速やかに対応すること、テーブルが空いていれば、すぐにご案内することなど、ごく当たり前のことをどのお客様にも行うものです。「さとカフェ&さとバル」を導入することによって、ご来店されたお客様をすぐにご案内する、出来立ての料理をご提供するということが今まで以上に可能になり、お客様をお待たせしてしまう場面を解消することができます。

様々な効果をもたらしています

セルフ式サービスの導入メリットは、お客様が好きなタイミングでドリンクを楽しめることではありません。従来、スタッフがドリンクオーダーにかけていた時間を削減でき、その結果、片づけやお客様のご案内、料理の提供に時間を使えるようになり、サービス水準の向上に繋がっています。食事を終えたお客様のテーブルの片づけを早く行うことで、食後もゆったり過ごしていただけます。また、お客様が帰られたら、次のお客様をスピーディーにご案内できるので、待ち時間を短縮できます。さらに、料理提供が早くなることで、出来立ての料理を提供でき、品質の向上にも繋がっています。その他、給茶機の導入によって以前使用していたお茶パックのゴミがなくなり、廃棄物量の削減に貢献しています。



3. 退店後の
テーブル片づけの迅速化により、
ご案内までの待ち時間の削減

1. 自分好みのドリンクを
好きなタイミングで楽しめる

導入による3つの効果

2. 素早い料理提供により
出来立てを美味しく味わえる、
品質の向上

ハンドルキーパー運動にも協力

ハンドルキーパー運動とは、自動車で飲食店に行って飲酒する場合に、グループ内で飲酒しない人(ハンドルキーパー)を決め、その人が同行者を自宅まで送り届けるという運動です。

「和食さと」ではこの運動に以前から賛同し、ハンドルキーパーには「さとカフェ」の無料サービスを行っています。この取り組みは、警察署からの表彰やメディアで紹介されるなど反響をいただいています。



「めしや 宮本むなし」 8年ぶりの新規出店

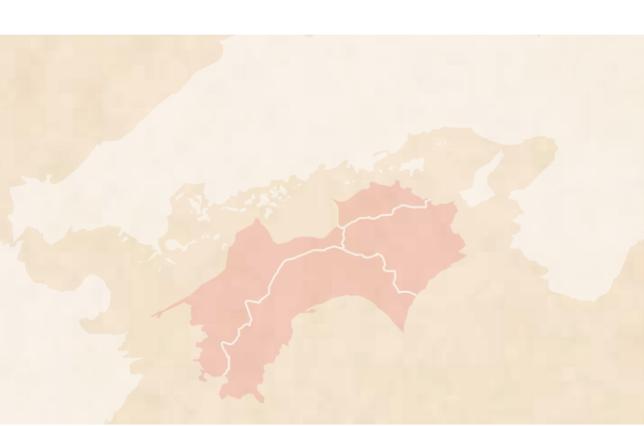


SRSグループ加入後、行ってきた施策の集大成

2016年9月にSRSグループ加入後、「めしや 宮本むなし」では店舗の改装や新規メニューの販売サイクルを早めるなど、お客様に何度も来店していただくための様々な施策に取り組んできました。これら施策の集大成として、また、さらなる成長に向けて、生産性向上を目指したキッチン作業の効率化、鉄板メニューのシズル感の追求などをコンセプトに、2017年12月20日に、8年ぶりの新規店舗として「めしや 宮本むなし 天神橋筋3丁目店」(大阪市北区天神橋3丁目)をオープンしました。5年後100店舗体制を目指して、出店を進めてまいります。



「さん天」FC2店舗目は 初の四国エリア・徳島へ



「さん天」FC 新エリアへの出店

関西・関東を中心に展開してきた「さん天」は、直営を中心に出店を進める一方で、FCでの展開も進めており、その第1号店として2016年8月に愛知県に三河安城店を出店しました。そしてこの度、FC店舗第2号店は初の四国エリアでの出店となりました。出店エリアについては、食材等の配送コストを考慮するため、グループ店舗の出店エリアおよびその隣接地を検討しており、四国エリアは優先的に出店する地域として検討していませんでした。そんな中、四国エリアの企業様より「さん天」FC加盟への問い合わせをいただき、出店立地の確保もできたことで、2018年1月に「さん天 徳島川内店」の出店に至りました。地域に愛され、必要とされる店舗にしていくと同時に、徳島および四国での店舗数拡大にも取り組み、他のエリアにも積極的に出店していきたいと思っております。5年後に、「さん天」120店舗達成を目標に取り組みしており、そのうちFC店舗は40店舗を計画しております。積極的に加盟開発を行い、共に「さん天」の拡大を目指す加盟企業様と出店を行いたいと考えております。



オープン当初は、毎日お昼に20名以上のウェイトイングがかかるほど大盛況。

新規出店コンセプト /

鉄板料理のブラッシュアップ

- 鉄板商品の拡充:12品から16品へ
- 丸型鉄板を採用:火が均一に入り、保温性も抜群、IH対応鉄板でシズル感の演出、調理皿のまま提供可能 など



生産性向上のための取り組み



- ロータリークッカー(自動回転炒め機)の導入により、品質向上&調理時間を短縮
- IH調理機導入により、調理時間を短縮
- うどんつゆディスペンサーの導入



2017年度のCSR活動

「食を通じて社会に貢献」を実践しています。

◎○△×の4段階評価

2017年度の取り組み実績

評価

企業統治・企業経営			
ガ コ バ ナ ン ス	●コーポレート・ガバナンス体制の強化 ●リスクマネジメントの推進	監査等委員会設置会社に移行し、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	◎
	●コンプライアンスの徹底	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	◎
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	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	○
		継続して7日間連続休暇の取得推進に努めるとともに、本来の趣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	○
		短時間正社員店長の新規登用の継続とサポート	○
		教育店での社員教育体制の再構築	○
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 ●安心へのアプローチ	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、手袋着用による対策)	◎
		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)	◎
		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継続	○
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	○
		キッズニア甲子園パピ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	○
	●社外団体の社会貢献活動への参加・協力	地域交流イベントの開催・交流	△
		セーブ・ザ・チルドレン活動への協力継続	△
		IR(機関投資家・アナリスト向け)決算説明会の開催	○
	●ステークホルダーとのコミュニケーションの充実	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	○
取 り 組 み 環 境 保 全 へ の	●地球温暖化防止 ●食品廃棄物等の発生抑制・リサイクル ●環境汚染防止の推進	店舗当たりエネルギー使用量の1%削減	◎
		(目標)食品廃棄物の再生利用等実施率40%	◎
		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	○

※上記はサトレストランシステムズ株式会社とサトフードサービス株式会社の実績です。

社会から信頼される企業であるために。

コーポレート・ガバナンスに対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。

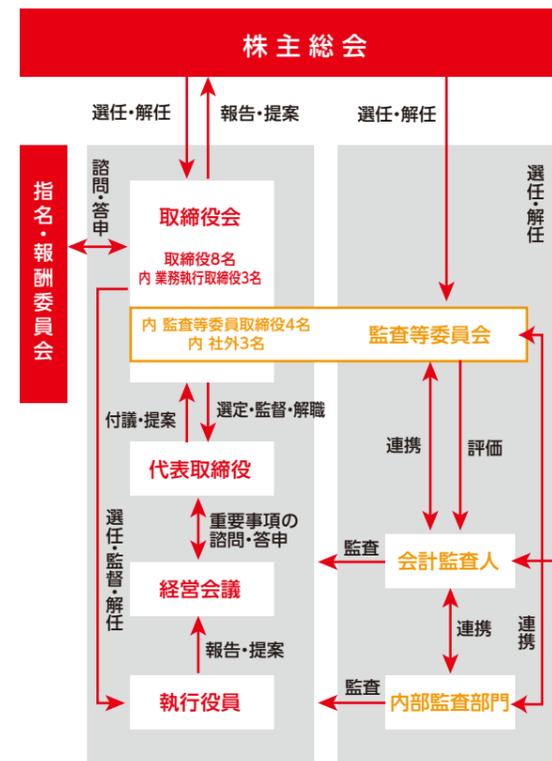
2015年6月から施行された「コーポレートガバナンス・コード」に基づき、「コーポレート・ガバナンスに関する基本方針」を策定し、当社ウェブサイトで公開しています。さらに2017年6月には、監査等委員会設置会社に移行しました。

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、システムの充実に努めています。

SRS グループのコーポレート・ガバナンス体制



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・解決に繋げています。

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。



働きやすい職場環境に

私たちにとって、SRSグループ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。



株式会社フーズネット



研修制度

新たな職人育成へ向けて 一人ひとりのキャリアアップを支援

株式会社フーズネットは、新たな職人育成のため新卒入社、中途採用入社それぞれに適したキャリアアップのため研修制度を設けています。研修を通して店舗実務全般のスキルと、リーダーとしての人間力を磨き、現在、新卒入社3年目の社員7名が副店長として勤務しています。

研修制度の概要

〈新卒入社時研修(1年間)〉

- 合宿研修→「おもてなし道場」での集中実務研修
- その後2ヶ月に1回のフォロー研修を実施

〈中途採用者研修(3ヶ月間)〉

- にぎり長次郎廻屋川本店にて初期研修。
経験者・未経験者によってプログラムを組み進捗確認
- 店舗配属後、1ヶ月に1回研修担当者が配属店舗まで出向き、指導・ヒアリングを実施

Voice!

厳しく優しい研修官の指導のおかげで 3年で副店長という目標をクリア。

「お寿司のにぎり」の初期研修の時、研修官になかなか褒めてもらえず、認めてもらうため努力しました。結局、研修中には褒められなかったのですが、その後「副店長試験」の際に「頑張っ」と声を掛けられ、感激したことを覚えています。入社当初に定めた「3年目に副店長になる」という目標は達成できたので、次は「5年目に店長になる」ことを目指して頑張っています。現在の勤務店舗は外国人のお客が多く、言葉の壁を感じることもあります。今後は英語を少しずつ勉強し外国人のお客とも良いコミュニケーションを取っていききたいと思います。

CHOJIRO 法善寺店 角屋さん



サトフードサービス 株式会社



Voice!

教育意識の高い職場環境で 業界未経験の自分も日々レベルアップ。

個人経営の厳しい状況から、かねて興味があった飲食業へ転職を決意。さん天は社員同士の交流が活発。店長時代、同僚から様々なアドバイスをもらい、また上司も教育意識の高い方ばかりで、気づきを得られる環境でした。新規出店を2店舗担当し、多くの経験や知識が得られたのは自分の財産になっています。現在は、トレーニングコーチとして、新入社員教育や店長教育を担当。自分の経験を活かして転職者の方のモチベーション向上と安心して働ける職場づくりに取り組んでいきたいです。

さん天事業部 真鍋さん



株式会社 宮本むなし



Voice!

短時間正社員制度の導入で 従業員全員が働きやすい職場に。

正社員に比べると短時間正社員は私がありのままにいられると感じ、やってみようという気持ちに。店長と呼ばれるようになったことで責任感が芽生え、今まで以上にアルバイトさんやパートさんに色々指導するようになり、従業員全員が働きやすくなりました。笑顔で働く従業員を見て、お客様も笑顔になる、そんなお店が理想です。子育てがひと段落したパートさんたちが、社員や店長として第二のキャリアをスタートさせたいと思うような店舗づくりをしていきたいと思っています。

めしや 宮本むなし JR六甲道駅前店 宮松さん



多様な働き方

短時間正社員店長が活躍しています

2014年10月サトフードサービス株式会社(当時社名はサトレストランシステムズ株式会社)で、パート・アルバイトから正社員へ登用する、短時間正社員制度が導入されました。

この制度は、株式会社宮本むなしのような小規模店舗を持つ業態にも親和性が高く、働く人のメリットが高いので導入を決めました。はじめに、自分の生活環境が大きく変化しない労働体系が選択できるため、ライフプランが立てやすくなります。次に、転居を伴う転勤が発生しない為、地域に根差した店舗運営が可能です。さらに、優秀な人材の流出を防ぐ為に、すでに店舗で重要な役割を担っている方を短時間正社員として登用し、待遇向上、重要な役職への任命により、意欲と能力向上を図ることができます。当社は短時間正社員として働く人の活躍と夢の実現を願い、多くの意見や要望を集約し、さらに強固な組織へと変化させていきたいと考えています。



「安全・安心」と「おいしさ」を追求

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。

さらに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。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。



おいしさを感動を届ける

年間を通じてバリエーション豊富な商品を展開

「にぎり長次郎」[CHOJIRO]では、四季ごとに旬の食材を吟味し、お客様に季節を感じていただける商品の提供を行っています。旬の定番食材を使ったオリジナル商品を開発し、競合店との差別化を図るほか、期間限定や数量限定に特化したメニューも展開。いつ来ても新しい味を楽しんでいただけるお店として、飽きのこない商品づくりを行っています。今後はさらなる特色を打ち出すため、海外の安価な食材だけではなく国内の鮮度・品質を売りにできる体制づくりなどに取り組めます。また、労働時間短縮に向け、簡単な作業は機械化できるオペレーション構築も進めてまいります。



妥協しないメニューづくりで本格派廻転寿司のブランドを守る。

同じ長次郎でも、都市部と地方都市では新規に投入する商品は異なるなど、商品開発には様々な観点での検討が必要です。さらに、売上を作り出す要素は価格や量、盛り付け、メニューのレイアウトなど様々あり、それらをうまく組み合わせることで成果が生まれます。また、商品ごとに販売予測数を出し、原価試算を行い、会社の利益を確保するための数値管理も重要です。近年、廻転寿司業界は特色がなくなってきましたが、にぎり長次郎は本格派グルメ廻転寿司を貫くべく、仕入れ、メニュー開発に妥協せず、お客様を裏切らない業態を維持できるよう頑張ります。

株式会社フーズネット
商品開発部
伊原さん



■ カテゴリー別メニュー展開例

旬メニュー

季節に応じて入荷が安定する旬の食材で約1ヶ月を目安に変更。一般的に知られている旬の食材がメインとなるため、お客様に四季を感じていただけます。

スターメニュー

旬の時期が非常に短かったり、全店分の数量を確保できないような希少な食材を使ったメニューを販売しています。その他、鯛のあら煮など、店舗オリジナルの創作メニューや店長のおすすめメニューもこのカテゴリーに含みます。

ブランドメニュー

販売構成比率が一番高く、安定した年間仕入れができ、販売数も多い通常のメニューです。年に1~2回ほど、市場動向や販売数による見直しを図っています。

数量限定メニュー

すまかつおや天然の活あこうだいの希少価値のある食材や、インパクトのある本まぐろなどを、週末限定・数量限定で販売しています。メルマガや新聞広告などで告知販売しており、多くのお客様に大変ご好評いただいております。



生本まぐろを数量限定入荷。定番商品からアボカドサラダやまぐろのユッケなどメニューも多彩。

期間限定メニュー

夏祭り、土用の丑、ハロウィン、クリスマスなど季節のイベントに合わせてオリジナルメニューを提案しています。また、母の日や父の日、こどもの日、節分、ひな祭りなど、2~3日の短期間メニューも実施しています。プレゼントと組み合わせるなど、他業種に負けないような企画に取り組んでいます。



10月の期間限定で販売されたハロウィンメニュー。サーモンランタンやお化けケーキなど味だけでなく、見た目の楽しさにもこだわりました。

インバウンド需要対応を強化

和食が世界的に注目を集め、インバウンド需要が高まるなかで、「にぎり長次郎」[CHOJIRO]では、海外のお客様にも利用しやすい店舗づくりや、様々な情報発信力の強化に取り組んでいます。2017年度は、外国人観光客向け情報誌への広告掲載などを行いました。

また、トリップアドバイザーで4年連続エクセレンス認証を受賞しています。



外国人観光客向け情報誌 広告



外国人観光客向けメニュー「法善寺丼セット」

WEBプロモーション

お客様とのコミュニケーション活性化や、利便性向上を目的に、WEBを活用した様々なプロモーションの強化を図っています。

Voice!

サトフードサービス株式会社
和食さとマーケティング部
山口さん



LINEメッセージでおすすめ情報を配信

2015年にLINE@サービスを和食さと全店で導入しました。お店ごとにアカウントをつくり、「友だち」登録していただいたお客様に、新メニュー情報やお得なクーポンを定期的に配信しています。さらに、2018年1月からLINEの来店ポイントサービス「ショップカード」が全店でスタートし、来店回数に応じて特典が取得でき、特にLINE@をご利用されるロイヤルカスタマーの利便性が向上しました。導入から3年でLINE@友だち数は90万人を超え(2018年4月末現在)、従来のメルマガ会員の約2倍もの登録数に達しています。今後は、商品の魅力だけでなく和食さとで過ごす楽しい食事空間を伝える手段として、SNSやWEBサイトといったチャネルを活用し、動画でのプロモーションを強化していく予定です。



写真や動画を使ったコンテンツが充実。わかりやすいとお客様に好評です。

会員数
90万人超!

オンライン予約システムの導入

予約シーンでの利便性向上とお客様ニーズの取り込みを目的に、現在、WEBを活用したオンライン予約の実験導入を行っています。営業時間外でも24時間予約が可能で、人気の食べ放題「さとしゃぶ」「さとすき」もスムーズにご予約いただけます。また、従来の紙製台帳では顧客管理が煩雑になりがちでしたが、予約管理を電子化することで予約受付フローを統一し、より正確で効率の良い業務が可能となります。導入した2017年5月から早々に認知度が向上するのに合わせて、宴会予約の件数も増えています。まずは、全店舗での導入を最優先に進め、次のステージとしてその他のオンラインメディアと繋げることで国内外からの予約にも対応できるように社内の整備を進めています。



気軽に予約できるため、宴会予約の件数も増えています。

原材料の安全・安心



原料調達から商品化まで独自の基準で管理

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нда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法令に基づき管理しており、定期的に菌数検査を実施しています。鰹節だしパックについては、乾物の細菌検査基準からより厳しい加熱摂取用としての大腸菌基準に変更し、産地(加工)で測定確認しております。

例えば、牛肉の調達から販売まで

1 原材料の調達



当社基準に基づいて品質をチェック

肉質に定評のあるアメリカ産アングス牛の使用量を確保します。その際には現地の肥育環境や加工状況を確認したうえで、当社の定める出荷基準をクリアしたものだけを当社向けとして、牛肉の熟成に適したチルド輸送で日本へ運びます。

2 加工



異物混入防止などのため管理を徹底

チルド輸送中に熟成されたブロック肉は、入荷直後に急速凍結され、国内の加工場でスライス・盛り付けをしています。加工工場では定期的に立ち会い・監査を行い、規格・品質の確認を行っています。

3 肉皿



一皿ずつ衛生的な状態で提供

商品は一人前ずつ小分けさ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お皿に盛ることができ、衛生的な状態でお客様に提供できています。

独自の品質管理規程のもと安全性を確保

厚生労働省の基準に沿って作成した「品質管理規程」のもと、徹底した品質管理を行っています。具体的な運用の一環として、2016年に新たに「表示等管理細則」を制定。2017年度は「夫婦善哉」のパッケージ表示を食品表示法に則って改訂しました。順次、販売品の表示の見直しを優先し、その他の仕入食材の表示についても、製造業者にご協力いただきながら、改訂を進めています。

グループ内における食材の統合化

グループ各社で取り扱う食材について、メーカーNB品や品質・用途の近いものは業態の特性を活かしながら共通化を図り、統合を行っています。食材統合化は、仕入金額・量をまとめることによりスケールメリットを出し、条件の見直しを図ることで仕入コストの低減・抑制が可能です。現在、SRSグループで336品目(食材149、非食材187)の商品を共通使用しています。



地域社会や環境にやさしく

コミュニティとは、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。



食べ残し対策

少量や選べるサイズのメニュー提供

「和食さと」では、お客様のニーズに合わせたメニュー開発を行うことで、食べ残しの削減にも取り組んでいます。和膳や丼メニューではお客様の食べたい量に合わせてご飯の量や麺の量などを選択できます。焼き餃子や唐揚げなどの人気商品についても、お客様の要望を受けて、2017年から少量メニューが登場しました。「さとしゃぶ・さとすきプレミアムコース」は一品メニューの量を少なくすることで、お客様が様々な料理をお楽しみいただけると同時に、食べ残し削減にも貢献しています。今後もお客様のニーズにお応えすると同時に、食べ残し対策や食品ロス対策など、環境にも配慮できる取り組みを継続して行います。



プレミアムコース用焼き餃子 (通常6個のハーフサイズ)



ミニうどん

プレミアムコース用 若鶏の唐揚げ

ミニローストビーフ丼

食品ロスの改善



「だしディスペンサー」と「うどんつゆディスペンサー」の導入

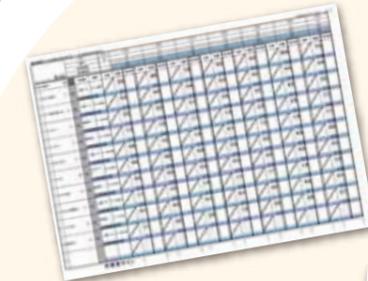
「だしディスペンサー」は、ボタンを押すと、お湯とだしの原液が調合された温かい状態で、1回使用分だけ抽出される機械です。「うどんつゆディスペンサー」も、同様に、規定量のだしが温かい状態で自動抽出されます。いずれも、仕込み時間の削減(作業効率向上)、手作業による味の不均一性排除(品質安定化)などの効果をもたらすとともに、必要な分だけ抽出するため、賞味期限切れによる廃棄の削減にも繋がりました。



ワンタッチで必要な分量のだしやつゆを抽出。賞味期限切れによる廃棄リスクが低減されました。

食品ロスの改善につながる仕込指示書と事前準備表の活用

仕込指示書とは、その日必要な食材の定数が算出されたもので、事前準備表は、ピーク時に作り置きが必要な商品の定数が算出されたものです。決まった時間に在庫を確認し不足分のみ仕込みや補充などを行います。売上機会の損失を防ぐために、仕込指示書と事前準備表を用いて食材管理を行っていますが、それが結果的に食品ロスの改善に繋がっています。

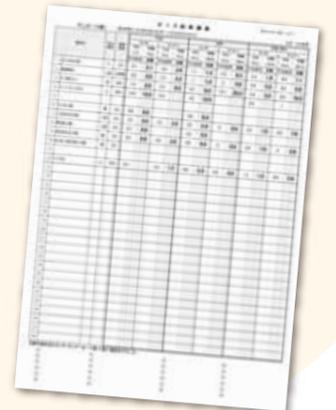


仕込指示書

日毎の売上予測に応じて、必要な食材の定数を算出。従業員は決められた時間に在庫をカウントし、翌日の定数に合わせて不足する食材の仕込や解凍を行います。

事前準備表

ランチタイム、ディナータイムに準備(盛置き等)が必要な商品の定数を算出。ランチとディナーのピーク前に在庫をカウントし、ピークタイムに必要な食材の準備を行います。



食材の小ロット化や週間棚卸の実施

食材の下準備においても、食品ロスを意識して工夫しています。例えば、しゃぶしゃぶ(すき焼き)用スライス牛肉は、専用皿にそのまま乗せるだけの大きさになるように肉をスライスしたうえで、3~6枚をスライドして並べ、そのまま解凍しています。これにより盛り付けミスや肉の切れ端が残ることによるロスがなくなります。

その他、ウィークリーマネジメントの一環として、週間棚卸しを実施しています。毎週日曜日、ディナーピーク後に重点管理食材約20品目について棚卸しをし、理論使用量と実際使用量、直近5週間の食材ごとのロス推移を確認し、店舗におけるロス管理に役立てています。

廃棄物削減の取り組み

廃棄物量測定による管理

食品廃棄物は年間2775トンにもぼると推計されており、このうち食品ロス(食べられるのに捨てられているもの)は621トンにもぼります。当社では、お客様と同様に地球環境にも配慮し、廃棄物削減に取り組んでいます。その一つが廃棄物量測定による管理です。店舗では、洗い場や調理場、バックヤードなど、複数のゴミ箱を設置し、「調理くず」「食べ残し」「パッケージ・ビニール類」などの区分けを行い、それぞれの廃棄物量を毎日測定します。測定したデータは毎月本部で集計・確認します。データに異常値があれば、店舗責任者へ連絡・指導し、状況に応じて実地調査を行っています。



廃棄物計量記録帳

水切りを行ったうえで計測し、廃棄します。

「さん天」 天かす搾油機による廃棄量削減

「さん天」では、全体のゴミの量の半分以上を占める天かすが発生しています。

ブランド立ち上げ当初から廃棄物削減を目的に、天かすと油を分離するために圧搾型搾油機を導入していましたが、現在はより搾油率の高い遠心分離型の搾油機に移行しています。これによって搾油率は50%となり、天かすのゴミとしての重量を約1/2に削減できました。



天かす搾油機

天かすを搾油することで
廃棄重量を1/2に削減

こども達の食育をサポート

キッズニア甲子園にて「すし屋」パビリオン出展

当社は「食」を提供する企業として、こども達への食育活動支援に取り組んでいます。キッズニア甲子園の「すし屋」パビリオンでは、にぎりずしや巻きずしなどを作るすし職人の仕事体験を通じて、誇りを持って仕事に取り組む職人の技術や心意気に少しでも触れていただきたいとの思いから出展しています。「すし屋」パビリオン出展から2019年3月で10年を迎えます。当社はこれからも、「食の安全・安心」「食材知識やその歴史」「働くことの大切さ」を、一人でも多くのこども達に伝えられるパビリオンを目指してまいります。



NEWS

| 2018年4月1日 |

SRSグループ全店全席禁煙化

～ 全てのお客様が快適にお食事を楽しんでいただける環境へ～

当社グループはこれまで各ブランドの特徴に合わせ、禁煙・分煙の対策に取り組んでまいりました。しかしながら、お客様から全面禁煙化のご要望が年々高まっていることや、2020年に向け受動喫煙防止対策が強化される流れを背景に、ご来店される全てのお客様が、快適にお食事を楽しんでいただける環境を提供することが最優先であるとの決断に至り、グループ全店で全席禁煙化とすることにいたしました。また、全席禁煙化は従業員にとりましても、今まで以上に安心して働ける職場環境になるものと考えております。

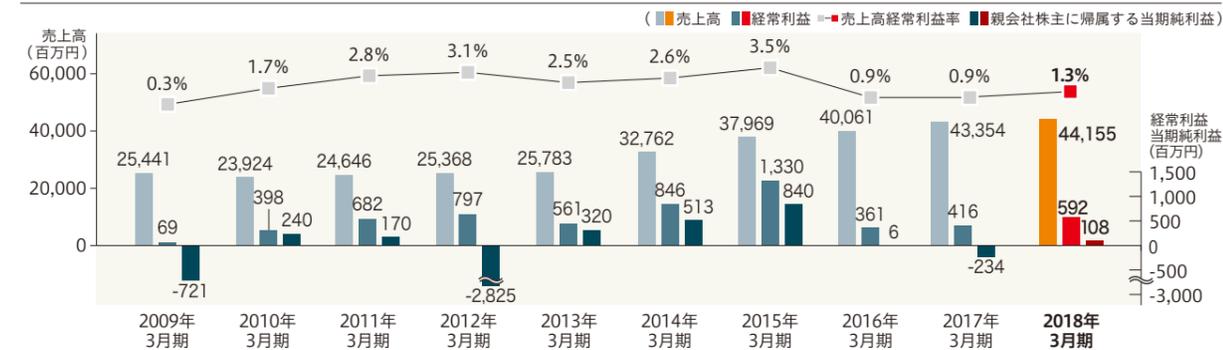
なお、一部の店舗で設置している店内喫煙専用室も使用を中止し、店内については全席禁煙といたします。



2018年2月28日リリース文

財務・非財務ハイライト(連結)

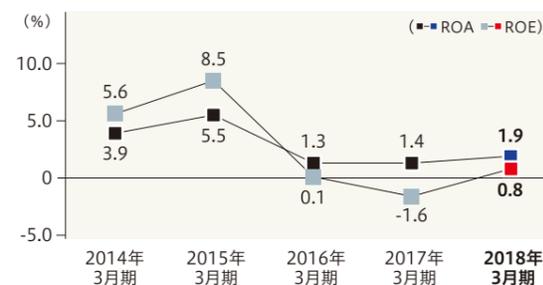
売上高・経常利益・売上高経常利益率・親会社株主に帰属する当期純利益



自己資本比率



ROA・ROE



設備投資額



配当金



店舗数



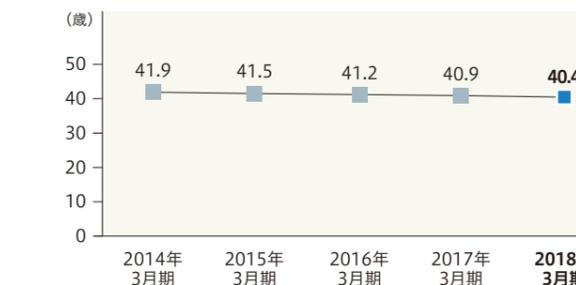
従業員



パート・アルバイト



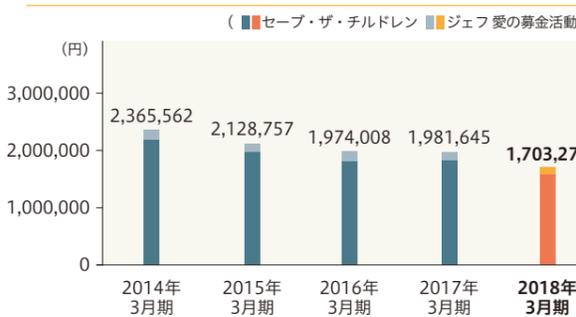
平均年齢



年間来客者数



社会活動団体への募金活動※



店舗当たりのエネルギー使用量(原油換算)※



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※



※が付いている項目は、サトレストラシステムズ株式会社とサトフードサービス株式会社の実績です。