



SRS HOLDINGS



「お客様」と「SRS」が組み合わせると
豊かな暮らしが生まれます。

SRS REPORT 2021

2020.4 ~ 2021.3

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

コーポレートサイト

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。

<https://srs-holdings.co.jp/>



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。



食を
楽しむ

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
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
適正な利益を確保しながら、社会の繁栄に

「食」を事業の柱とし、潤いのある、
します。そして、地域になくてはならない企業として、
役立つ様々な活動を推進していきます。



「お客様」と「SRS」が組み合わ

さると豊かな暮らしが生まれます。



食を
届ける



CONTENTS

- 1 フィロソフィー／経営理念
- 3 価値創造モデル
- 5 トップメッセージ
- 11 SRSグループの概要
- 13 グループ会社紹介
- 17 特集 新型コロナウイルス感染症に関する方針と取り組み
- 19 企業統治／CSR活動一覧

- 21 **DREAM**
働きやすい職場環境に
- 23 **ENJOY**
「安全・安心」と「おいしさ」を追求
- 25 **LOVE☆**
地域社会や環境にやさしく
- 29 財務・非財務ハイライト

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、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。

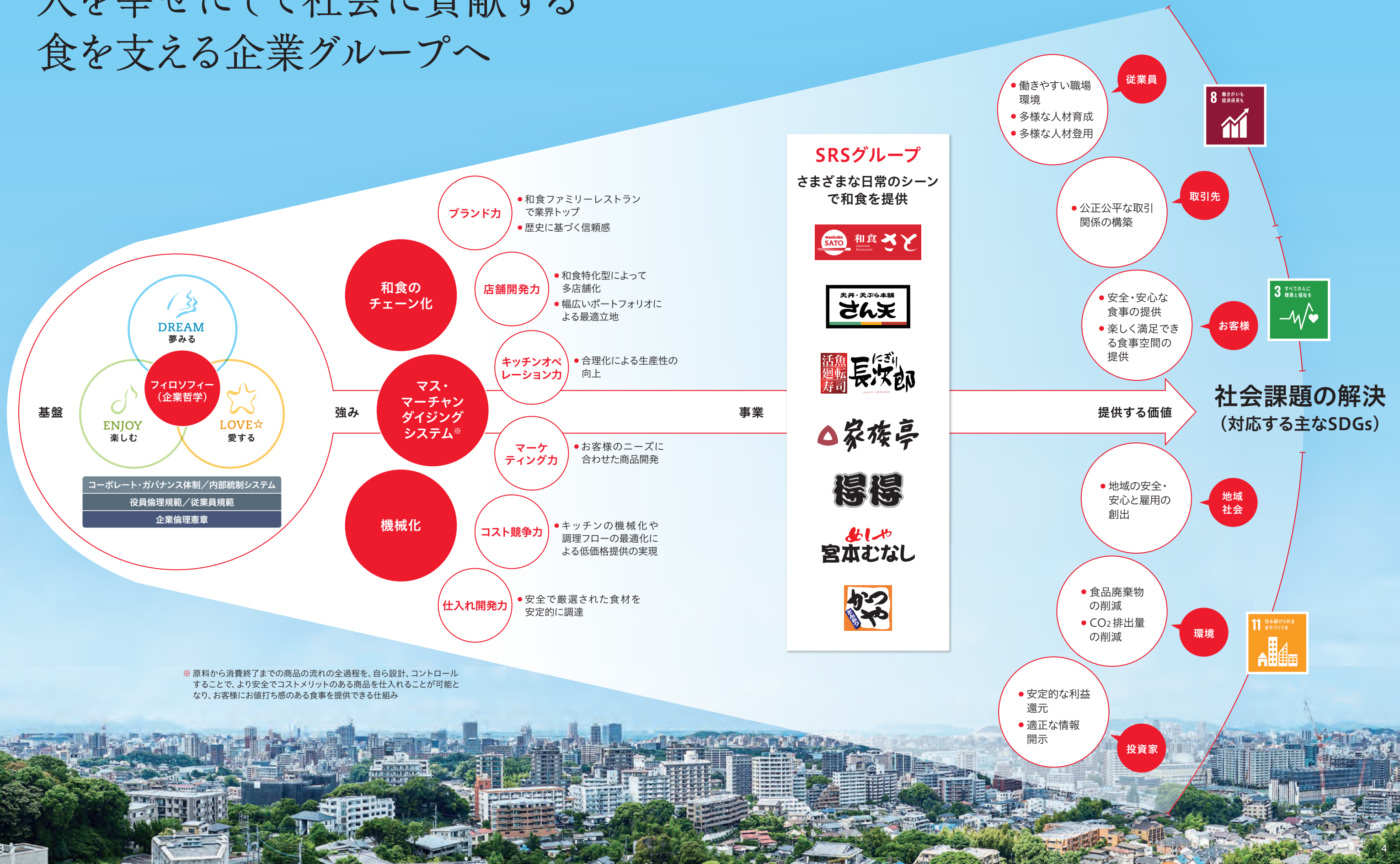
カスタマーとはお客様のことです。カスタマーがゆっくりとお食事をしていただき、心からおいしかった、来て良かったと喜び、感動していただくことが、私たちの楽しみです。そのためには、カスタマーの声に耳をすまして、おいしい食事、快適な店舗、心のこもったサービスを提供します。そして、より多くのお客様の満足と支持を得ていきます。

LOVE☆

コミュニティを愛し、
人びとと共に生きます。

コミュニティとは、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、コミュニティで生活する様々な人達、私たちは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。

人を幸せにして社会に貢献する 食を支える企業グループへ



食の社会的インフラとしての
自覚のもと、これからも
持続的成長を目指していきます。



「企業哲学」の実践
幅広い食のニーズに応える
ポートフォリオの構築

当社グループは「私たちは、食を通じて社会に貢献します。」という企業哲学のもと、和食を中心としたレストランチェーンとして、創業以来一貫して食のビジネスを展開してきました。特にこの数年間は、人々の生活に必要不可欠な「食の社会的インフラ」として、多様なお客様に価値を提供できる企業となるべく「SRSピラミッド」と名付けたポートフォリオ戦略を進めています。同戦略においては、中価格帯に位置づけられる和食レストラン業態「和食さと」や回転寿司業態「にぎり長次郎」を中心としたそれまでの店舗構成から、より日常的に楽しんでもらえることを重視したファストカジュアルの天井業態や、とんかつ専門店、定食業態などの出店や、M&Aによるポートフォリオ拡充により、幅広い顧客層と多様な食のニーズに応えられる、裾野の広いピラミッド型の店舗構成に変革してきました。

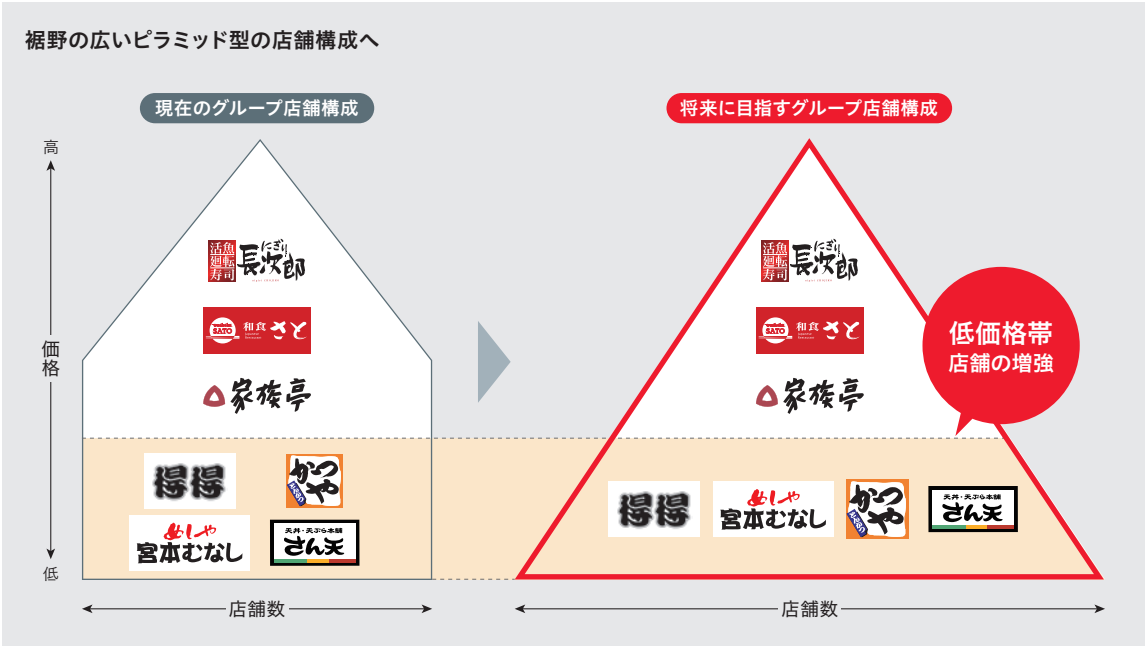
また、私が社長に就任した2017年には、グループ組織形態をホールディングス体制に移行し、店舗開発や仕入れ・物流などグループ全体に関わる経営戦略機能と、それぞれの事業に関わる事業戦略

機能を分離しました。この大きなねらいは、各事業会社がそれぞれの事業環境に応じて独自の発想と努力で競争力を高め、成長発展を図りやすくするとともに、将来の経営を担う人材を育成する環境を整えることでした。

コロナ禍の影響によって食の世界でもさまざまなニーズの変化が起っていますが、そのことを別にしても、少子高齢化やデジタル技術の進展、ライフスタイルの変化など、外食産業を取り巻く環境も、大きく変化し続けています。そして、この目まぐるしい変化のなかで「食の社会的インフラ」としての存在感をさらに高めていくことが、当社グループに課せられた使命であると考えています。

2020年度の業績総括
新型コロナウイルスの影響により大幅減益に

2020年度(2021年3月期)は、新型コロナウイルスの感染拡大(コロナ禍)によって、さまざまな領域で社会・経済活動が制限を受けました。当社グループの各事業も、コロナ対策としての外出自粛、営業時間の短縮要請、および酒類の提供自粛やインバウンド需要の消失、在宅勤務・在宅授業の浸透などにより、来店客数が





大幅に減少したことで大きなダメージを受けました。
第1四半期の緊急事態宣言の解除後は、Go Toキャンペーン等の経済刺激策の効果もあり売上高は一旦回復傾向を見せたものの、年末からのコロナ再拡大にともなう再度の営業時間短縮などによって再び低迷状態となり、現在も先行き不透明な状況が続いています。

この結果、当期のグループ連結売上高は、M&Aによる店舗数の増加や新規出店による増収影響があったものの、前年実績とほぼ同水準の437億円にとどまりました。また利益面に関しては、人件費や家賃、水道光熱費等の販管費の圧縮に努めたものの、売上の伸び悩みによる利益率の悪化から営業利益はマイナス約40億円、親会社株主に帰属する当期純利益はマイナス約40億円の赤字計上となりました。

新中期経営計画について
激変した経営環境・経営課題に
対応する戦略を策定

当社グループでは、2018年から5カ年の中期経営計画「プロジェクトMIRAI」を推進してきました。しかしながら、2019年度のエイチ・ツー・オー リテイリング株式会社との資本業務提携や、これをベースとした「家族亭」「サンローリー」のグループ化、さらにコロナ禍という想定外の事態発生など、経営環境や

経営課題に大きな変化があり、これらに対応すべく計画をあらためて立て直す必要がありました。

人時生産性の向上

新たな中期経営計画における最大のテーマは「人時生産性の向上」です。人時生産性とは「従業員1人が1時間あたりにどれだけの粗利益を上げたか」を表す指標であり、外食産業界の厳しい競争環境を考えると、この数値を最大化することが生き残りの必須条件になると私は考えています。戦略の一つは「粗利益(売上高×粗利益率)を大きくする」ことであり、そのためにはニーズ変化に対応した新商品・新サービスの提供が不可欠となります。イートインの売上低下分を補完するため、テイクアウトなど「中食」の分野にも全ての既存事業で力を入れていく方針です。また、この7月には「サトマルシェ」という中食の新業態店舗の出店を計画しており、中食専門業態の開発にも注力する方針です。

もう一つの戦略は人時生産性の分母である「総投入時間(総労働時間)を小さくする」こと、すなわちオペレーションを見直し、自動化・機械化を進めることです。人のやるべき仕事とそうでない仕事を明確に区分し、人がやるべき仕事に関しては教育も含めて充実させる一方で、それ以外の仕事はデジタルやロボット技術も活用してDX化を推進します。これまでも「さとカフェ&さとバル」などのセルフ式サービスや、自動発注システムの導入などを進めており、今後AI・ロボットの導入などにも積極的に検討していく方針です。

マーケットインへの転換

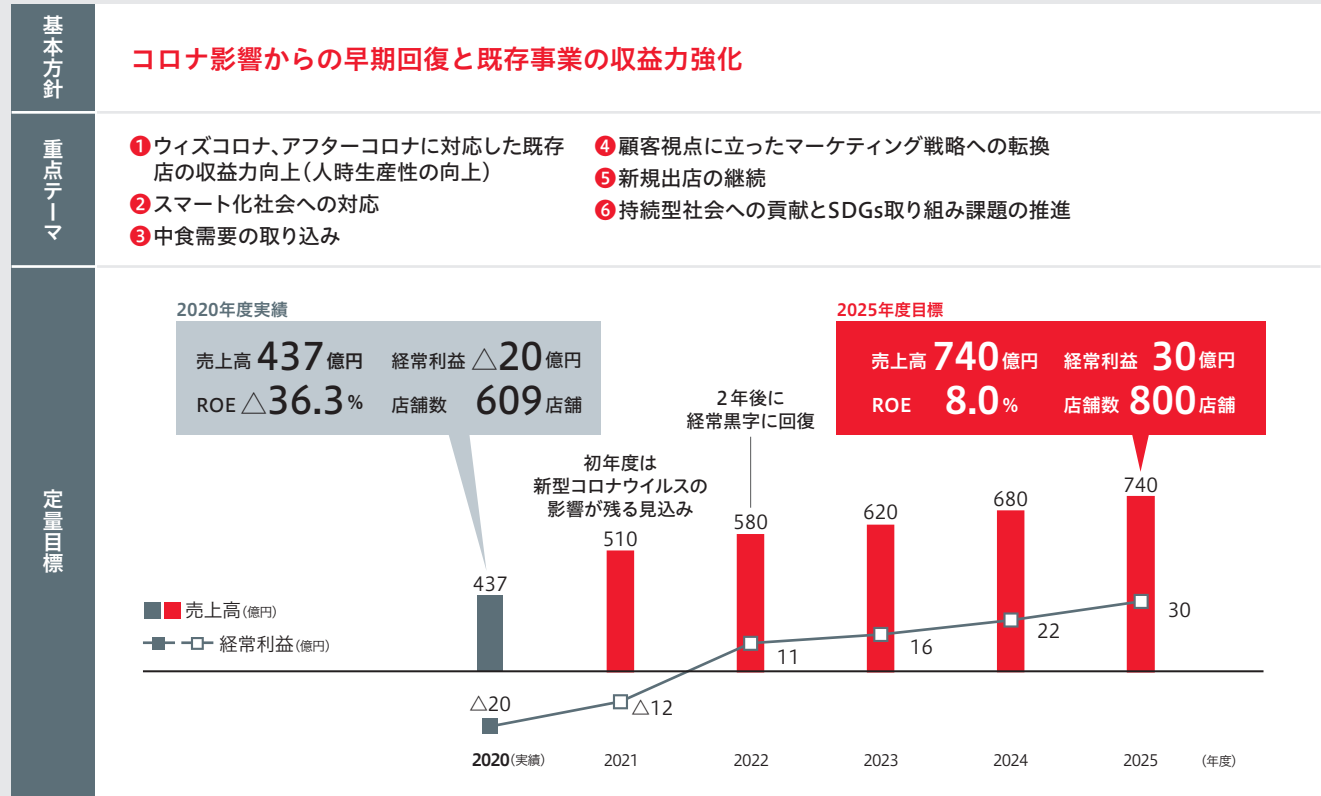
新中期経営計画のもう一つのテーマは「お客様視点に立ったマーケティング戦略」の強化です。外食産業では、いまだに作り手視点に立った「プロダクトアウト」の発想が根強くありますが、これを顧客視点に立った「マーケットイン」の発想へ転換していきます。そのために昨年外部から専門人材を招いて

コロナ禍前後の課題と戦略

	社会課題／環境変化	SRSの戦略
コロナ禍以前から続くもの	長期的な発展の機会 ● 新規参入の脅威 ● 中食の成長 ● 消費の伸び悩み ● 人件費の高騰 ● 人手不足	前中計「プロジェクトMIRAI」 ● 新業態開発 ● M&A ● 既存事業の活性化 ● 生産性向上 ● 海外進出
コロナ禍によるもの	新たな成長の機会 ● ニューノーマルへの生活様式の変化 ● スマート社会の急速な浸透 ● テイクアウト、デリバリー需要の増加	新中期経営計画の対応方針 ● 生活様式の変化に適応した新たなビジネスモデルの開発 ● キャッシュレス、ロボット活用、スマートフォンを最大限活用したオペレーション改善 ● 中食需要の取り込み（既存事業の取り組み強化） （中食専門業態の開発）

2つの戦略を最大限に活かすために

新中期経営計画(2022年3月期～2026年3月期)



ホールディングス内に「SRS グループマーケティング戦略室」を新設しました。そして同部門と各事業会社のマーケティングチームとの協働によって事業会社ごとに「ブランドステートメント」を策定することで、それぞれの「存在意義」や「将来ビジョン」を明確化しました。

これらを踏まえて今後は最新の情報技術やビッグデータ分析なども活用しながら「お客様視点」に

立った商品開発やプロモーション戦略を推進していきます。各業態における競争力を強化し、幅広い層のお客様への提供価値向上を図っていきます。

また海外事業に関しては、引き続き将来の成長の柱として位置づけており、台湾、タイ、インドネシアを中心に今後も現地ニーズにアジャストしながら日本食の楽しさを伝え、日常食として愛されるブランド構築に努めていきます。

社会課題への取り組み
サステナビリティを焦点に
多様なCSR活動を推進

社会的存在である企業として、CSR(企業の社会的責任)を果たしていくことは、経営の基本であると私は考えています。当社グループは1998年に経営理念として「DREAM」「ENJOY」「LOVE☆」を定め、多様なステークホルダーに対して当社が果たすべき責任やポリシーを明確化しつつ各分野で積極的なCSR活動を進めてきました。

3つの理念のうち「DREAM」は主に従業員を対象としたものです。当社グループでは「7日間連続休暇」の取得推進や、「短時間正社員制度」すなわちパート・アルバイトの正社員化の推進、「親子割制度」による育児支援などをはじめ、さまざまな人事制度改革を通して労働環境の改善に早くから取り組んできました。

また「LOVE☆」は、地域のコミュニティをはじめ当社を取り巻く「社会」や「自然環境」に対する責任と位置づけており、食品廃棄物問題への対応や各店舗でのエネルギー使用量の削減、IRコミュニケーションの拡充、ガバナンス体制の強化など、多様な領域で取り組みを進めています。

さらに近年では、企業活動においてもサステナビリティ(持続可能性)が焦点となっていることを受け、国際的な指針である「SDGs」と当社の経営理念を対応させて、グループとして取り組むべきSDGs目標を設定しています。今後もお客様の理解を得ながら、業界や取引先、従業員とも力を合わせて、さまざまな社会課題の解決に役立っていきたくと考えています。

ステークホルダーへのメッセージ
食の社会的インフラとして
価値を提供し続ける

日本は、海外諸国と比べて内食率、つまり「家で食事をとる率」の高い国として知られています。この背景には、毎日家で家事全般を担ってくれていた専業主婦の存在があったと思います。しかしながら、女性の社会進出や単身世帯の増加がさらに進むと予想されるこれからは、日本でも「日常の食事は



家で」という固定観念が薄れ、食の外部化するなか「外食」や「中食」がより日常的になっていくでしょう。それにとまって私たち外食産業が担う役割や提供する価値も、あらためて見直されていくはずだ、と私は考えています。

2020年度は外食産業にとって非常に厳しい1年間でしたが、多くのお客様にとっても店舗の休業や営業時間の短縮によって不便や不満の続いた1年間であったと思います。そのことは私たちの提供してきた価値の重要性や社会的インフラとしての存在意義を、図らずも鮮明にしたのではないかと思います。家事の負担なく日常的な食をとれることの価値は、ウィズコロナの時代と言われる今後もさらに高まっていくでしょう。それは私たちの仕事「社会的インフラ」としての重要度をさらに増していくことでもあります。

そうした意味で、私たちはこれからも自信と誇りをもって多くのお客様に選ばれ、喜んでいただける商品やサービス、すなわち「ENJOY」の提供を通して持続的成長を目指していこうと思います。ステークホルダーの皆様には一層のご理解、ご支援をお願いいたします。

代表取締役執行役員社長 **重里 政彦**



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



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



1970
1974年(昭和49年)7月
商号を「株式会社サト」に変更
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
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



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
1993年(平成5年)11月
低価格郊外和食業「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
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
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
キッザニア甲子園に「すし屋」パビリオンを出展



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



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】
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)8月
「天井・天ぶら本舗 さん天」第1号店を大阪市住吉区に開店



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)10月
タイ第1号店を開店【Nippon Tei Sato Co., Ltd.】
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
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)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



2018年(平成30年)8月
SRSホールディングス株式会社 創立50周年
2019年(令和元年)5月
エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社との資本業務提携の基本合意書締結
2020年(令和2年)2月
株式会社家族亭及び株式会社サンローリーの発行済み株式を100%取得



店舗数
2021年3月末
609店舗



会社概要

社名	SRSホールディングス株式会社(SRS HOLDINGS CO., LTD.)
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	9,076百万円(2021年3月31日現在)
売上高	43,707百万円(2021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	正社員:1,438名／パート・アルバイト:13,103名(2021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
店舗数	609店舗うち海外20店舗(2021年3月31日現在)
株式	東京証券取引所市場第一部上場

SRSグループ



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

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・すき焼き食べ放題「さとしゃぶ」「さとすき」などが人気です。



「早い・安い・熱々」の
天井・天ぷら専門店

390円の天井が主力の天井・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。



ピュッフェタイプのしゃぶしゃぶ・すき焼き食べ放題専門店。店内でスライスしたお肉や豊富な鍋具材に加え、お寿司や天ぷら・デザートも食べ放題のお値打ち感のあるお店です。



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。



厳選食材で旨さにこだわる
グルメ廻転寿司

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です。吟味され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。



電話一本で自宅に届く本格板前寿司

四季折々の食材を存分に活かした豊富なメニューを取り揃え、さまざまな場所でお寿司を楽しんでいただけます。素材に安心、技に安心、おもてなしに安心。この三つの安心とともに、お電話一本で「この時季一番」の本格板前寿司をご自宅にお届けしています。

海外グループ

店舗数は2021年3月31日現在

台湾

台北、台中を中心に、和食さとを7店舗展開。気軽に家族で楽しめる和食レストランとして親しまれています。



タイ

2018年より出店を開始した「さと丼」業態を中心に、丼物などの手軽に楽しめる和食を提供しています。



インドネシア

2021年にジャカルタに新店をオープンし、現在は4店舗を展開。気軽に立ち寄れる和食の店として人気を博しています。



株式会社 **家族亭**

家族亭

そば湯までご賞味いただける
心を込めた自慢のそば

創業以来、お客様に満足していただける美味しいおそばを提供することを最も大切にしています。こだわりの「そば」と「季節感が味わえるお食事」でお客様に喜んでいただくために、心を込めたおもてなしをお届けします。



得得

のどごしと食感が自慢の
こだわりのうどん

つるつるとしたのどごしとこしのある食感が
楽しいうどん麺と、心が和らぐ美味しいお出汁。
たくさんつまったこだわりのうどんが多くのお客様に
愛され続ける秘訣です。



三宅庵

上質なそばとだしを使用したワンランク上の
正統派そばの店。自店で製麺した十割そばも
お楽しみいただけます。

花旬庵

風味豊かな自家製のおそばと、季節の移
ろいを感じられる定食や御膳など、多彩
なメニューを提供しています。

M & S フードサービス 株式会社

おしや 宮本むなし

街のごはん屋さんが
お届けするお母さんの味

関西・中部圏の都市部を中心に、お母さんの味をお届けする街のごはん屋
さん。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。



茶房 ひまわり SABOU HIMAWARI

玉子焼(明石焼)が人気
の軽食と和風甘味の店

本場明石の味を再現した名物の玉子焼(明石焼)をメインに、うどん・そ
ば・丼と和風甘味を提供しています。ご注文ごとに店内で焼き上げる玉
子焼(明石焼)は、香ばしさと、ふっくらとした食感が特徴です。



サト・アークランド
フードサービス株式会社

かつや

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をご提供
します。



からやま

ジューシーなからあげを
存分に味わえる

からあげをお手ごろ価格でたっぷり楽しんでもらいたいという思いから
誕生したからあげ専門店。メニューは、からあげを中心に、定食・丼から
鉄板まで幅広くご用意しています。お持ち帰りメニューも充実させ、複数
種類のからあげをグラム単位で選びいただくことができます。





①従業員のマスク着用義務化



④レジ前の飛沫防止シート設置



⑥テーブル間のパーテーション設置



⑧お客様への注意喚起



⑦「3密」回避の対応

特集

新型コロナウイルス感染症に関する方針と取り組み

SRSグループでは、お客様やパートアルバイトを含む従業員の安全のために、グループ横断の新型コロナウイルス対策本部を立ち上げ、以下の感染症対策を行っています。また、政府や各自治体から発表される方針、各施設などの方針、業界ガイドラインに合わせ、お客様と従業員の安全を第一に考え、対応方針や営業時間を随時変更していきます。

今後も継続して感染拡大の防止に努め、「食」を通じて社会に貢献できるよう取り組んでいきます。

基本方針

1. 政府・自治体からの感染防止要請への協力
2. 従業員、お客様の安全確保
3. 従業員の雇用維持
4. 企業価値の維持



②お客様向け消毒液の設置



⑥テーブル間のパーテーション設置



⑤常時換気(CO2濃度の測定)



③人の手が触れる場所の定期的な消毒

1 感染拡大防止対策 「安心して食事を楽しむ」「安心して働ける」場をつくる

店舗や本社では、以下のような対策を行っています。

- | | | |
|--|--|--|
| <p>店舗で</p> <ul style="list-style-type: none"> ●従業員の体調管理の徹底 ●従業員のこまめな手洗い・消毒 ●従業員マスク着用の義務化① ●お客様向け消毒液の設置② ●テーブルや調味料、タッチパネルなど人の手が触れる場所の定期的な消毒③ | <ul style="list-style-type: none"> ●レジ前の飛沫防止シート設置④ ●常時換気(CO2濃度の測定)⑤ ●テーブル間のパーテーション設置⑥ ●「3密」回避の対応⑦ ●お客様への注意喚起⑧ | <p>本社で</p> <ul style="list-style-type: none"> ●体調チェックの履行 ●時差出勤の推奨 ●在宅勤務の推奨 ●大人数での会議の中止 |
|--|--|--|

2 テイクアウト需要拡大への対応 どんなときでも、お客様の生活を「食」から支える

SRSグループでは、これまでも食の外部化や個食化などの社会変化に対応するため、中食需要に対応できる環境を整えてきました。今回発生した新型コロナウイルス感染症の拡大により、テイクアウトやデリバリーの需要は格段に増加しました。各業態においても、人気メニューを中心に、テイクアウト商品を拡充し、特長のある商品が揃ったことで、さまざまな年代のお客様からご好評をいただきました。

「食」のインフラを支える企業として、今後もお客様の日常に寄り添う商品を提供していきます。

生活応援キャンペーンの実施

休校やリモートワーク、外出自粛要請による巣ごもりなどによって不自由になった食生活を支えたいとの思いから、和食さとや家族亭、さん天などの店舗において、お値打ち価格でのテイクアウト商品提供キャンペーンを期間限定で実施。料理の負担が増加していた子育て世代や外食先がなくなり困っておられたお客様などにお喜びいただけました。



サトマルシェ 中食を専門とする新業態の展開

和の味を知りつくしたSRSグループから、中食の新事業として「サトマルシェ」が誕生します。「ニューノーマル」で高まる中食ニーズに対応し、「みんなのキッチン・ダイニングに代わる店」を目指して、手作り惣菜・お弁当を中心に、いつでも気軽にご利用いただける、充実したメニューを提供しています。



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年度に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、

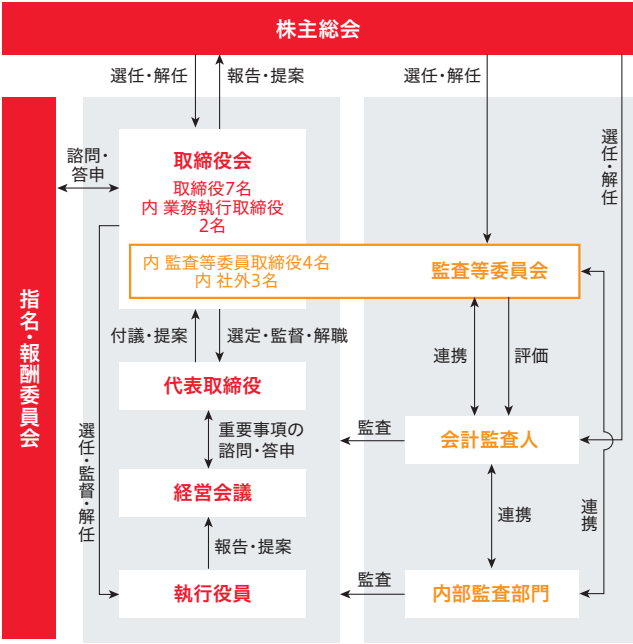
ヘルプライン(相談窓口)を設け、問題の早期発見・解決に繋がっています。

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ています。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程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。

SRSグループのコーポレート・ガバナンス体制



SDGs(持続可能な開発目標)

SRSグループは、当社フィロソフィー「私たちは、食を通じて社会に貢献します。」に基づいた事業活動を通じて、ステークホルダーの皆さまと共に成長し、SDGsが目指す持続可能な社会の実現に向けて、社会課題の解決と価値の創造に取り組んでいます。



2020年度のCSR活動 SRSホールディングス株式会社とサトフードサービス株式会社の実績です。

2020年度の取り組み実績			評価	SDGs 目標	
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 リスクマネジメントの推進	過半数を社外取締役とする監査等委員会により、監査・監督機能の強化を図る	◎	16	
		各部門から抽出したリスクの中から、専門委員会にて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	コンプライアンス主管部署によるコンプライアンス研修の実施	○	16	
		各種契約時における反社会的勢力排除の明文化の推進	○		
		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	7日間連続休暇の取得推進	◎	3 5 8	
		「和食さと」全店で、育児支援として「親子割」制度を継続	◎		
		年次有給休暇の取得推進	◎		
		社会保険適用パート従業員の加入拡大	○		
		残業時間管理の徹底	○		
		育児短時間勤務制度の拡充	○		
		ハラスメントの防止に関するルールの整備・研修会の実施継続	○		
		本部部門のテレワーク勤務制度の導入	○		
	多様な人材登用・育成	定年年齢を65歳に延長、再雇用上限年齢を70歳に延長	◎	4 8	
		短時間正社員店長の新規登用の継続とサポート	○		
		多様な人材育成のための研修制度の充実と継続	○		
	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	安全・安心へのこだわり	年間を通じた食中毒（ノロウイルス）対策の継続	◎	3 12
			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）			◎		
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）			◎		
当社基準に基づいた原材料の品質管理徹底			○		
従業員衛生教育の継続とHACCPに沿った店舗衛生管理の徹底による安全・安心の確保			○		
		行政の要請事項への協力、感染症防止対策の徹底	○	3 12	
安全・安心へのアプローチ		店頭での原産地表示やウェブサイトでのカロリー・塩分・アレルギー情報等の表示	○		
LOVE☆ 愛する コミュニティを愛し、人びとと共に生きます。					
地域・社会への貢献	社会貢献活動への参加・協力	SDD（飲酒運転撲滅運動）の継続およびハンドルキーパー運動の推進	○	1 4 11 12	
		災害時帰宅支援ステーションの協力継続	○		
		キッズニア甲子園にて「すし屋」パビリオンを通じた食育活動の継続	◎		
		セーブ・ザ・チルドレン活動、ジェフ愛の募金活動の協力継続	△		
	ステークホルダーとのコミュニケーションの充実	IR（機関投資家、アナリスト向け）決算説明会の開催	△	16	
	コーポレートレポートの発行および当社のウェブサイトのCSRサイト更新	○			
環境保全への取り組み	廃棄物削減の取り組み	（目標）食品廃棄物の再生利用等実施率46%	△	1 12	
		食べきりプロジェクトへの参加	○		
		フードバンクの活用	○		
	環境保全への取り組み	（目標）店舗あたりエネルギー使用量の1%削減	○	7 11	
		プラスチック使用量の削減に向けた取り組みを継続	○	12 13	

DREAM

関連する
SDGs目標



働きやすい 職場環境に

私たちにあって、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。



人材育成研修制度 未来を担う人材をしっかり育てる



家族亭では、毎年新入社員を対象に約1カ月半にわたる研修を実施しています。この新入社員研修では、座学によっておもてなしの心や接客マナー、衛生講習、マネジメントなどについて学ぶとともに、自社の研修センターで調理作業の基本やホールでの動き方の基礎などの実習を行っています。さらにその後は各地の研修店舗での実地研修によって、キッチンやホールの作業を現場でのOJTで学んでいきます。

新入社員研修の終了後も3カ月おきにフォローアップ研修を実施しており、一人ひとりの成長を継続的に支援するとともに、悩み事の相談などメンタル面でのケアにも努めています。また新入社員の教育係となる配属先店舗の店長に対しても、指導方法や育成の考え方などに関する研修を定期的に行います。効果的な人材育成につなげていきます。



教え子たちの成長が 最大の喜びです

株式会社家族亭
QSC推進室 次長
岡田 麻岐さん

家族亭の社員教育のコンセプトは「美点凝視」。短所や欠点に目を向けるのではなく、社員一人ひとりの長所や特性を伸ばすことを大切にしています。新入社員研修では研修センターでのトレーニングに加えて店舗での実地研修を行うことで、正式配属になったときに実際の仕事内容とのギャップができる限り少なくなるようプログラムを構成しています。教育担当として何よりも嬉しいのは、自分の教えた社員たちが現場に立ち、後輩たちをしっかりと指導してくれていること。そういう姿を目にしたときは、喜びとともに「自分のやってきたことは間違っていないかった」と実感できます。



7日間連続休暇の取得推進 社員のワークライフバランスを 向上



年1回、7日間の連続休暇を取得できる「7日間連続休暇」がサトフードサービスで始まったのは1995年。当時の外食産業では極めて異例だったこの休暇制度は、土・日・祝日やお盆・正月・GWなどの勤務が必須となる従業員たちが、家族とのコミュニケーション時間を少しでも多く確保できるようにとの考えから導入されました。

以来、各店舗ではできる限り多くの社員がこの休暇を取得できるよう休暇中の欠員補充やパートナー増員などの支援体制の整備に努めてきました。また本社側でも期初に全社員向け通達を発行し休暇の取得を呼びかけるとともに、部門長や課長など管理職が率先してこの休暇を取得することで、一般社員の取得を促してきました。こうした努力によって、導入から四半世紀が経過した現在では、対象社員のほぼ100%がこの休暇を取得しています。



社員一人ひとりが 輝いている店に

サトフードサービス株式会社
和食さと杭全店 上級店長
岩附 吏さん

「7日間連続休暇」を全員が公平に、かつ安心して取得できるように、普段から「7日間の休暇があったら何がしたい？」と従業員たちに意識的に訊ねるようにしています。「旅行がしたい」「帰省して親や地元の友達と過ごしたい」「スキーに行きたい」など、さまざまな答えが返ってきますので、それらを踏まえて店舗オペレーションや新人の教育計画などいろいろな要素を考え合わせながら、全員が希望を叶えられるように店全体で年間の体制を組んでいます。

連続休暇の時期が近づいてくると、どの社員も表情が変わってきて、普段以上にいきいきと仕事をしているように感じますね。これからも社員のワークライフバランスをさらに向上させ、一人ひとりがさらに輝ける店づくりを目指していきます。

「短時間正社員」の店長登用 ライフスタイルに合わせた 多様な働き方の推進



サトフードサービスでは、パート・アルバイトの従業員を時間・職務・勤務地を限定して正社員（T職群社員）として登用する「短時間正社員制度」を2014年から導入しています。

8時間のフルタイム勤務が難しい方でも正社員として働ける同制度は、「安心して長く働ける職場」としての魅力度を高め、結婚・出産・育児・介護など従業員のライフスタイルやライフステージの変化に対応した、多様な働き方を可能にしています。また企業側にとっても、地域に根ざした能力・意欲のある優秀な人材を、長期間にわたって確保できることでQSCレベルの向上・安定につながっています。同社では短時間正社員の店長への登用も積極的に進めており、短時間正社員制度を利用した店長が各地で活躍しています。



限られた時間を有効に使い 責任ある店舗運営を

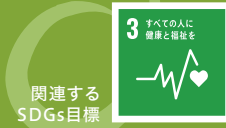
サトフードサービス株式会社
さん天 岸和田八飯店 店長
南 恵莉香さん

「短時間正社員店長」になったことで、仕事に対する責任をより感じるようになりました。また、限られた勤務時間で業務を行うために、より効果的・効率的な店舗運営や、教育のあり方などをあらためて考えるようになったと感じます。

勤務時間が限られているため、店舗スタッフの協力なしには円滑な運営はできません。店長としてリーダーシップの発揮や運営への責任をきっちり果たすと同時に、店舗スタッフとの密なコミュニケーションを大事にしています。どんなことでも相談したり話しかけたりすることを心がけ、また、日ごろからスタッフへの感謝や信頼を伝えるようにしています。



ENJOY



「安全・安心」と「おいしさ」を追求

来店され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。より多くの方に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。安全安心な食事をお召し上がりいただくため、品質管理を徹底しています。



品質管理を徹底し、食の安全・安心を確保

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。

提携工場の監査は基本的に1年に1度実施していますが、2020年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、一部の工場についてはオンライン監査へと切り替え実施しました。



原料調達から商品化まで独自基準で厳格に管理

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ンダイジング」を採用することで、お客様ニーズへの

迅速な対応と、手ごろな価格での提供を可能にしています。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、品質管理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き管理しており、新たな食材の採用時はもちろんのこと、必要に応じて菌数検査を実施しています。特に直接輸入品に関しては、輸入時の入荷ロット毎に検査を行い、残留農薬や抗生物質などの検査も定期的に実施しています。

サプライチェーン一丸での安全・安心への取り組み

当社では、仕入れ先や生産者とのコミュニケーションを大切にし、各社にお客様の目線を持ってもらうよう働きかけることで、サプライチェーン全体での安全・安心な食の提供に努めています。店舗を訪問することが難しい遠隔地や海外の生産者に対してもメニュー情報を定期的に共有し、お客様にとって価値ある商品の開発や供給につなげています。

特に現在は世界的な天候異常や原材料の供給不安・高騰、さらに新型コロナウイルス感染症の拡大により、工場の稼働や輸送に携わる作業員の不足など、厳しい状況下にあります。だからこそ、これまで以上に生産者との連携や取り組みを強化することで、安全・安心に対する価値観や目標を共有し、サプライチェーン一丸で安定的な食材供給や品質の向上に努めています。

安全・安心の表示

食材に関するアレルゲンやカロリー、塩分などの情報は、お客様の健康に関わる非常に重要な事項であるため、慎重に取り扱い、間違いのない情報をお客様に公開できるよう、日ごろから厳重なチェック体制を整えています。

「和食さと」では、食物アレルギーを持つ方への配慮として、食品衛生法に基づく特定原材料7品目のアレルギー情報や塩分量をホームページや店舗のタッチパネル、スマートフォン用のアプリで開示しています。麺やおかずなどを自由に組み合わせるメニューが多いため、料理ごとのアレルギー情報が分かりやすく伝わるように、記載方法を工夫し、主要食材の原産地情報も開示することでお客様がより安心できるような食事環境の提供に取り組んでいます。



食材がお客様に届くまで(牛肉の調達例)

① 原材料の調達

当社基準に基づいて品質をチェック

しゃぶしゃぶに適した部位を選定し、必要量を確保します。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、国内の加工工場ですライス・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 店舗での盛り付け・提供

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。



地域社会や 環境にやさしく

お店がある地域社会、そしてそれを取り巻く
地球環境を愛し、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。



仕込時のロス削減

食材の適量管理による過剰な仕込みの防止

「和食さと」では、店舗での食材ロスを削減することを目的に、
売上予測と過去の使用実績から各食材の使用量を予測し、
仕込指示書や事前準備表を作成しています。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。仕込指示書と事前準備表を用いて食材
を適正に管理することで食品ロスの改善に繋がっています。

① 仕込指示書

日ごと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
する食材の仕込みを行います。

② 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

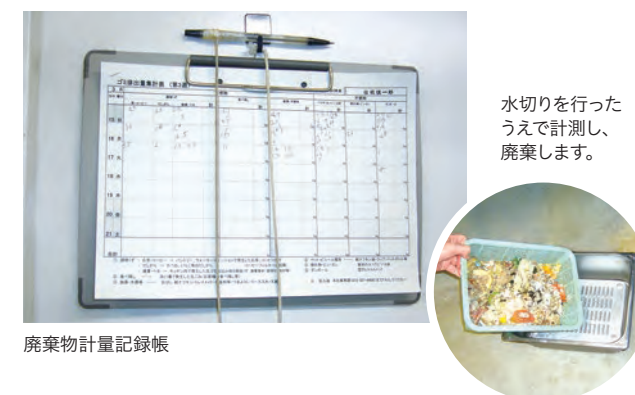
食材の下準備においても、食品ロスを意識して工夫しています。
例えば、しゃぶしゃぶ(すき焼き)用スライス牛肉は、専用皿に
そのまま乗せるだけの大きさになるように肉をスライスした
うえで、3〜6枚をスライドして並べ、そのまま解凍しています。
これにより盛り付けミスや肉の切れ端が残ることによるロスが
なくなります。



測定による廃棄物量の管理

食品廃棄物は年間約2,500万トンにももの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
約600万トンにもものぼります。当社グループでは、地球環境に
配慮し、廃棄物の削減の取り組みの一つとして廃棄物量測定
による管理を行っています。

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・確認を行い、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

食べ残しの削減に向けたメニューの改善

「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ご希望に合わせてご飯や麺の量を選択
できます。焼ぎょうざや唐揚げなどの人気商品についても、
お客様からのご要望を受けて少量メニューを導入しています。
「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と
もに、食べ残しの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、
環境にも配慮した取り組みを継続していきます。



焼ぎょうざ
(通常6個のハーフサイズ)

ミニローストビーフ丼 ミニうどん

フードバンクへの協力による 食の貧困とフードロス低減の取り組み

これまでも店舗での食品廃棄物削減のために様々な取り
組みを行ってきましたが、2018年度からは新たに「フードバンク」
の利用を開始し、賞味期限までに使い切ることができない食品
を認定NPO法人ふーどばんくOSAKAに寄贈し、母子の支援
団体や福祉団体などを通じて必要とされる方へお届けしています。
食品廃棄物の抑制を図るだけでなく、食を提供する企業として、
食を通じて社会に貢献できる活動に今後も積極的に取り組んで
いきます。

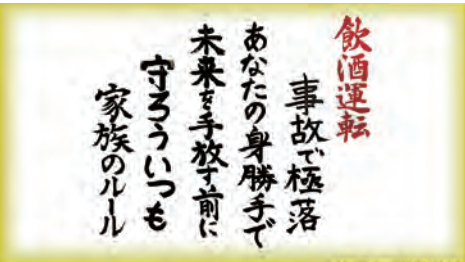
飲酒運転撲滅運動への協力

悲惨な交通事故を引き起こす原因となる飲酒運転は、大きな社会問題のひとつです。飲酒運転厳罰化や行政処分強化などにより、飲酒運転による交通事故は年々減少しているものの、依然として飲酒運転による交通事故は後を絶ちません。当社では、各業態において飲酒運転撲滅のための取り組みに積極的に参加しています。

「SDD PROJECT」への協力

2011年から大阪発の飲酒運転撲滅運動「STOP! DRUNK DRIVING PROJECT (SDD)」に協力し、店舗でも啓発活動を実施しています。SDDは飲酒運転を撲滅するため、「あなたには何ができますか?飲酒運転をなくすために」をテーマに、内閣府や警察庁をはじめ、関連省庁や団体の後援を受けて、交通遺児基金への寄付活動などを行っています。

2012年からは、飲酒運転をやめない大人たちへ子どもたちの目線と子どもたちの言葉で力強く書に思いを込めてメッセージを届ける「全国子ども書道コンクール」にも協賛し、「和食さと」の店舗にて作品の応募を受け付けるとともにSDDの活動を広くお客様や従業員に発信しています。



ハンドルキーパー運動への賛同

ハンドルキーパー運動とは、悲惨な交通事故につながる飲酒運転をなくすために一般財団法人全日本交通安全協会により実施されている活動です。「乗るなら飲むな、飲むなら乗るな」を合言葉に、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ことを徹底し、飲酒運転の根絶を目指しています。

「和食さと」ではこの運動に賛同し、アルコールをご注文の際に車を運転される方や未成年者でないことを確認し、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。飲酒運転撲滅のために、アルコール類を提供することに責任を持ち、フードサービス業としてできる活動を続けていきます。



募金活動の推進

当社グループでは地域に貢献するとともに、社会の抱える課題解決に貢献することも重要な使命だと考え、募金活動を積極的に推進しています。世界中の子ども達に人道支援を行うNGO団体「セーブ・ザ・チルドレン」の活動支援として、当社は2006年から店頭で募金箱を設置しており、2020年度には約120万円の募金が集まりました。



災害時の徒歩帰宅者への支援

「災害時帰宅支援ステーション」とは、公共施設や民間の店舗などのうち、「大規模災害が発生した際に、帰宅困難者に対して「トイレ」「水道水」「道路状況などの情報」「休憩場所」などを可能な範囲で提供し、徒歩帰宅者が円滑に帰宅できるよう支援する施設です。当社も阪神・淡路大震災や東日本大震災の教訓を活かすため、2009年から協力しており、2020年度末時点で対象店舗200店舗以上にのぼります。

協力店舗には「災害時帰宅支援ステーション」のステッカーを貼付し、要支援者への周知をはかるとともに、災害発生時には従業員の安全を確保しながら、適切な支援が行えるよう、協力準備体制を整えています。



子ども達の食育をサポート

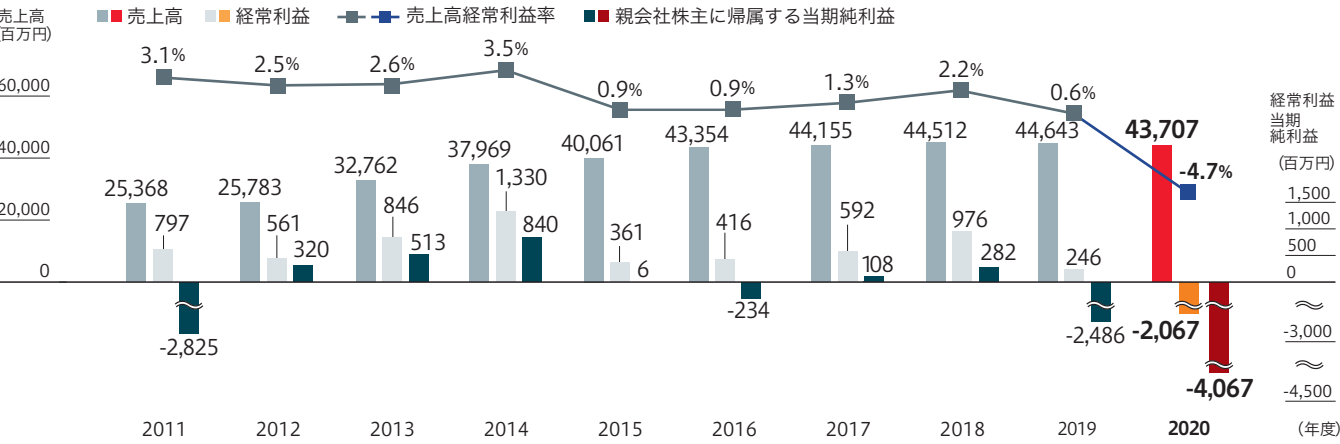
キッザニア甲子園にて「すし屋」パビリオン出展

当社は「食」を提供する企業として、子ども達への食育支援活動に取り組んでいます。仕事の体験ができる「キッザニア甲子園」に「すし屋」パビリオンを出展し、2019年3月に10周年を迎えました。パビリオンでは、巻き寿司、にぎり寿司、押し寿司など、季節によって変わる寿司を、実際の店舗と同様に作る体験ができます。キッザニア甲子園への出展は、将来を担う子ども達に、料理をすること、食べることの楽しさ、大切さを伝える食育活動そのものです。「食の安全・安心」「食材知識やその歴史」「働くことの大切さ」を、一人でも多くの子ども達に伝えられるパビリオンを目指していきます。

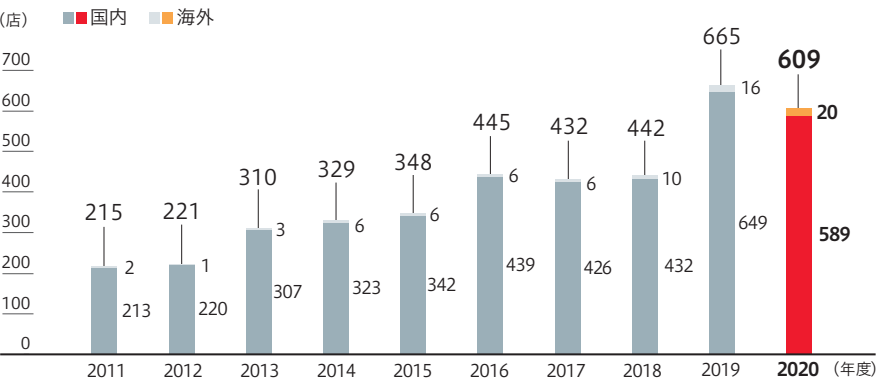


財務・非財務ハイライト(連結)

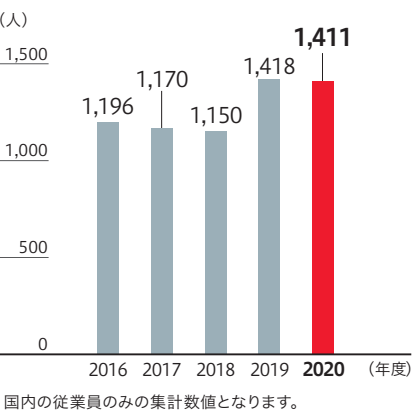
売上高・経常利益・売上高経常利益率・親会社株主に帰属する当期純利益



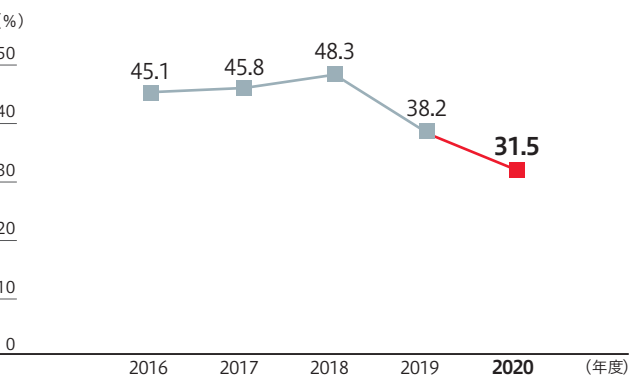
店舗数



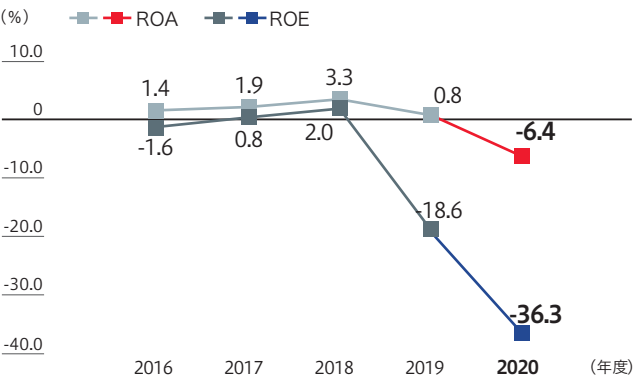
従業員数



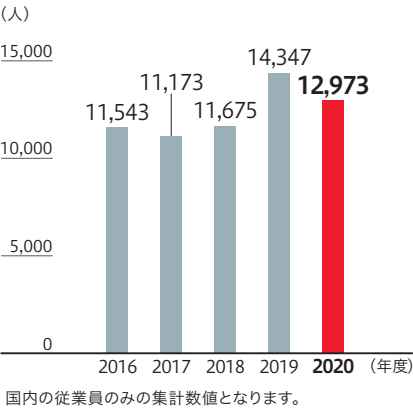
自己資本比率



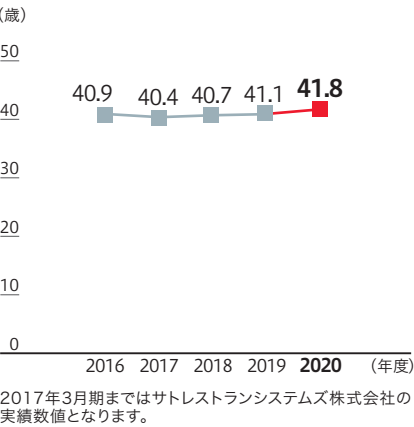
ROA・ROE



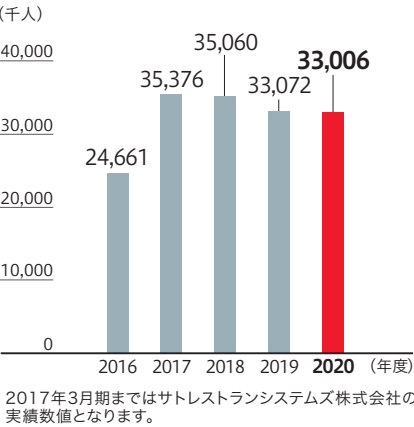
パート・アルバイト数



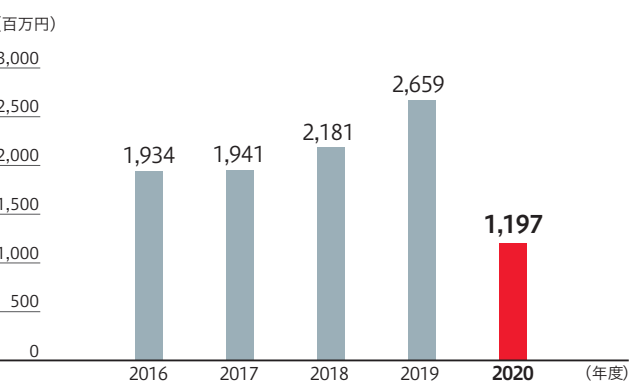
平均年齢



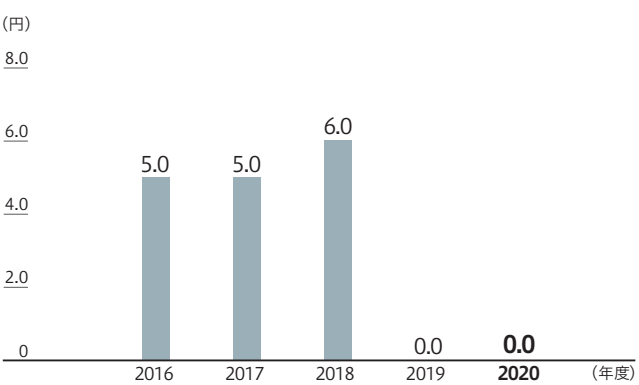
年間来客者数



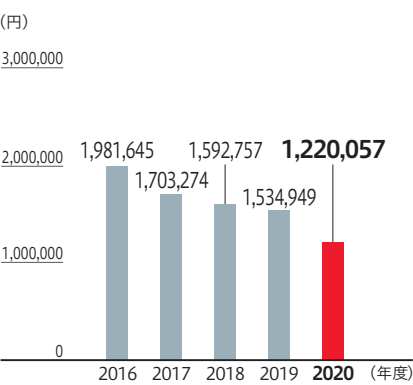
設備投資額



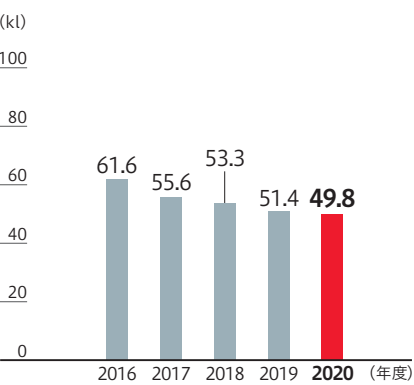
配当金



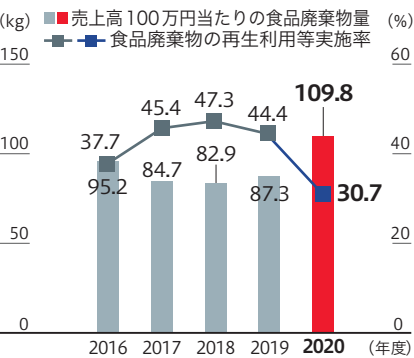
社会活動団体への募金活動※



店舗当たりのエネルギー使用量※



売上高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※



※ SRSホールディングス株式会社とサトフードサービス株式会社の実績です。