

みんなの食卓でありたい。



Matsuya Foods

CSR Report

2012

笑顔と笑顔が会う場所



松屋フーズの原点

みんなの食卓でありたい

Beautiful Taste is Wonderful FUTURE

私たちが創造するものは美味しさだけではありません

経営理念

店はお客様のためにあり店は会社の姿である

私達の仕事は、お客様あつての仕事です。

つねにお客様に満足していただくことを念頭に仕事をしています。

お客様は儲けさせてくれない店に用はない

お客様は、“松屋だから……”という期待を持って来店されます。

お客様が期待する以上のおもてなしでいつも満足いただける、地域で一番のお店づくりを目指しています。

私達が行われる満足の程はお客様が得た満足の程である

自信を持ってそれぞれのお客様にサービスし、お客様の満足した、喜ぶ顔を見ることが、最大の喜びです。

お客様から愛される松屋の輪を広げていきます。

基本姿勢

より良い味の追求

新鮮かつ安全な食材の精選

心を込めたホスピタリティの提供

食を通じた環境・社会への貢献

創業の心

「お客様によるこばれる店づくりを目指して、お客様に奉仕する。そのためには、どんな努力も惜しまない」
創業時の想いは、代々の店長に受けつがれ、お客様から愛され、お店がその地域になくはならない存在となり、

1店舗また1店舗とお店の輪が広がってきて、今日の松屋フーズへと成長してきました。

この創業の想いは「経営理念の源」となりました。



代表取締役社長

緑川源治

代表取締役会長

瓦茸利夫

経営理念にもとづき、社会に貢献できる企業を目指しています。

1000店舗体制の実現

松屋フーズは、1966年に一軒のラーメン屋からスタートしました。以来46年間、着実に成長を続け、2012年度内には1000店舗に達する見込みです。“みんなの食卓”でありたいという想いを原点として、価値の高い商品の提供とお客様に満足いただける美味しさを実現するための“松屋フーズのこだわり”は、食材・製法・物流・店舗づくりの全てに浸透しています。

最優先課題は食の安全・安心

企業活動における最優先課題は安全で安心な食の提供です。毎日数十万人のお客様にご来店いただいておりますが、それは同時にお客様の健康と生命をお預かりすることであると認識しています。万全の体制づくりに取り組むとともに、食の安全・安心にこだわり抜く姿勢をグループ全体に徹底しています。

また、2010年からは「身体がよるこぶ自然味を」をコンセプトに、「化学調味料」「人工甘味料」「合成着色料」「合成保存料」を使用しない安全・安心な自然味メ

ニューの開発に取り組んできました。身体に優しいだけでなく、何度食べても飽きない後味のすっきりとした美味しさは、多くのお客様に好評いただいております。

社会の期待に応える企業として

社会の枠組みがグローバルに変化を続ける時代において、ステークホルダーの皆様の期待に応える企業であるためには、常に先を見据え、今までの成功概念に甘んじることなく、柔軟に対応し続けることが求められています。その土台となるCSR活動の充実は、社会から信頼される企業として持続可能な成長を続けるための不可欠な取り組みであると確信しています。

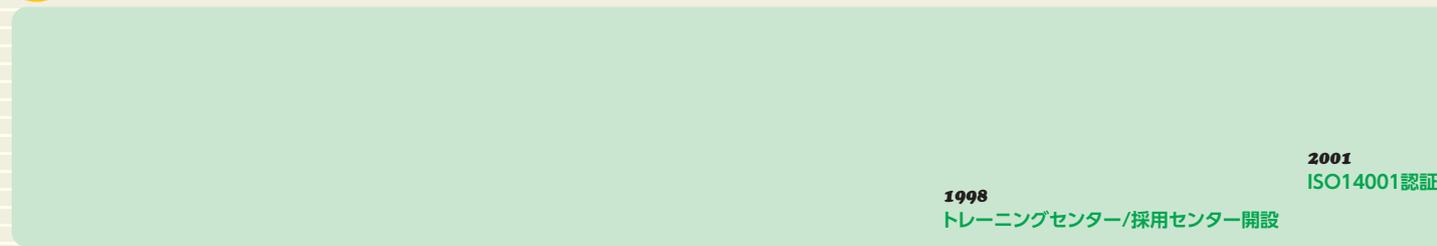
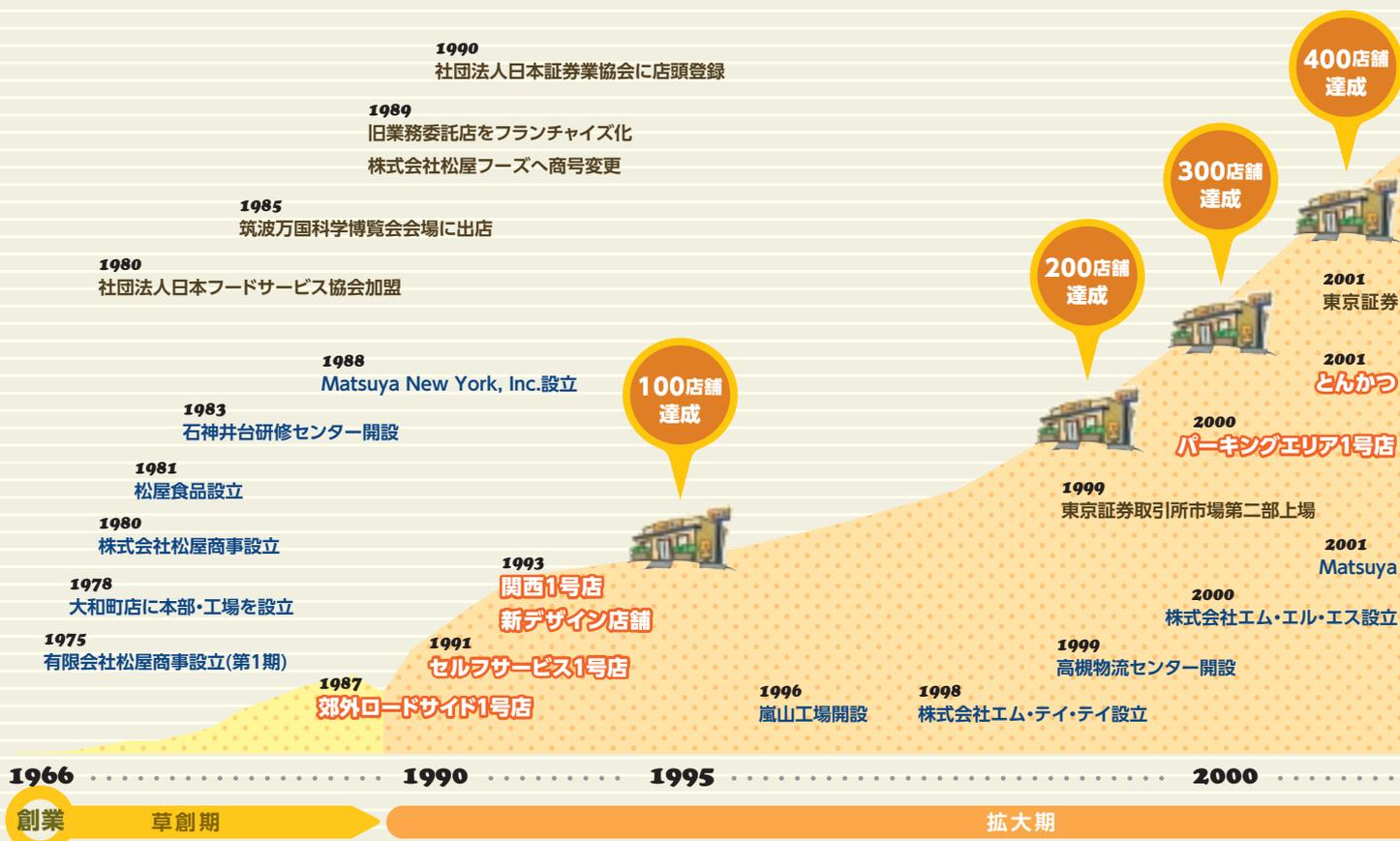
CSR活動は一部の社員が取り組めばよいものではありません。全従業員が参加し、一人ひとりが主体性をもって推進していく活動です。松屋フーズグループの原点「店はお客様のためにあり、店は会社の姿である」に立ち戻り、お客様に満足いただくための誠実で着実な取り組みこそが松屋フーズのCSR(企業の社会的責任)の根幹です。ステークホルダーの皆様の変わらぬご支援、ご指導を宜しくお願い申し上げます。

「すべてはお客様の満足のために」 信頼される松屋ブランドの構築を目指して

960店 「みんなの食卓」を広げたい。

成長の軌跡

創業から46年、いつの時代も訪れるたびに心が弾む
“みんなの食卓”をコンセプトに、「美味しさと安全を追求
した価値ある商品」「高い付加価値を約束するサービス」を提供してきました。これからも、
一歩先の価値を創造する食の総合企業として、さらなる発展を続けていきます。



2012 年3月末日現在

国内 953店舗 海外 7店舗

売上高 756億円

牛めし定食事業、とんかつ事業、鮎事業、ラーメン事業、外販事業他、
フランチャイズ形態による飲食店業の技術、及び経営指導



北海道・東北圏	36店
北関東・甲信越圏	51店
首都圏	611店
東海・北陸圏	78店
関西圏	142店
中国・九州圏	35店

売上高
(単位:百万円)

80,000

70,000

60,000

50,000

40,000

30,000

20,000

10,000

0

500店舗
達成

600店舗
達成

700店舗
達成

800店舗
達成

900店舗
達成

2002
ディスプレイシステム全店導入計画

取引所市場第一部上場

業態1号店「チキン亭」高円寺店開店

Foods USA, Inc.設立

2004
「牛めし」販売一時中止
冷凍個食パック販売開始

2003
BSE発生 米国産牛肉輸入停止

2004
大黒ふ頭に中央物流センター開設
青島松屋快餐有限公司設立(現 青島松屋商貿有限公司)

2005
富士山工場開設

2005
国際食品・飲料展
[FOODEX JAPAN 2005]出店

2006
国際食品・飲料展
[FOODEX JAPAN 2006]出店
株式会社コバヤシフーズインターナショナル
より、鮎業態12店舗を譲り受ける

2006
嵐山工場に精米ライン新設
株式会社松屋ファーム設立
本社移転

2007
国際食品・飲料展
[FOODEX JAPAN 2007]出店

2008
新弁当容器全店導入
国際食品・飲料展
[FOODEX JAPAN 2008]出店
Suica 電子マネー導入

2009
ICOKA・SUGOKA電子マネー導入
中国上海直営1号店 仙霞路店開店

2009
上海松屋餐飲管理有限公司設立

2010
新モバイルサイトスタート

2010
ラーメン「麵Diningセロリの花」開店
セルフサービス型店舗1号店
[MATSUYA for yourself]

2011
iPhone、Android対応
「公式アプリ」登場
TOIKA電子マネー導入

2011
川島生産物流センター開設

2005

2010

充実期

40周年

飛躍期

2002
ISO9001認証取得

2003
優良フードサービス事業者表彰で農林水産大臣賞

2005
災害時における弁当・食材等の供給協定締結(練馬区)

2006
災害時における弁当・食材等の供給協定締結(富士宮市)
精米事業開始

2008
「松屋」環境にやさしいお箸の導入

2009
容器包装3R推進環境大臣賞小売部門「奨励賞」

2011
東日本震災に対する
弊社支援に対し
農林水産大臣感謝状受賞

2010
障害者雇用優良事業所
埼玉県知事表彰受賞



CSR Report 2012

会社概要

2012年3月末日現在

商号	株式会社 松屋フーズ
本社所在地	東京都武蔵野市中町1-14-5
創業	1966年
資本金	66億5,593万円(2012年3月期)
従業員数	1,301名(連結)
売上高	756億円(連結)
店舗数	960店舗(うちFC6店舗、海外7店舗含む)
事業内容	牛めし定食事業、とんかつ事業、 鮎事業、ラーメン事業、外販事業 他、 フランチャイズ形態による飲食店業の技術、 および経営指導

対象期間

2011年4月1日～2012年3月31日

対象範囲

株式会社松屋フーズおよび主要連結子会社を中心に、一部、非連結子会社の情報も掲載しています。



目次

1 松屋フーズの原点

2 トップメッセージ

3 松屋フーズグループの歩み

より良い味の追求

6 松屋の牛めし大検証

7 味の秘密をのぞいてみよう！

新鮮かつ安全な食材の精選

9 松屋の商品ができるまで

11 松屋フーズの安全・安心

心を込めたホスピタリティの提供

13 お客様に心地良く過ごしていただくために

食を通じた環境・社会への貢献

15 環境保全への取り組み

18 より良い社会づくりを支えたい

働きやすい職場環境づくり

19 松屋フーズを支える人材力

21 マネジメント体制

22 社員の声

CSRレポート2012の編集方針

松屋フーズは、CSRという観点からグループの全体像を理解していただくために、このたび初めてのCSRレポートを発行しました。

レポートの作成にあたっては、各種CSR報告ガイドラインなどを参考に、松屋フーズの4つの基本姿勢をもとに編集しています。「CSRレポート2012」をご一読いただき、皆様のご意見をお寄せください。

より良い味の追求

松屋の

牛めし大検証

松屋の牛めしには、より良い味を追求するための
こだわりがたくさんあります。

自然味の提供

「化学調味料」「人工甘味料」
「合成着色料」「合成保存料」
を一切使用しない身体にも
優しい美味しさです。

味を支える 調理法

煮込み鍋の温度設定やタレ
の濃度管理など、最高の牛めし
をつくるための調理法にも
とことんこだわっています。

セパレート盛り

ご飯と具を一つの容器内で別々
に盛り付けるセパレート盛りは、
レンジで温めなおしてもできたて
の美味しさと風味が保たれます。

※セパレート盛りとじか盛りは
お客様に選んでいただけます。

お米のこだわり

自社工場で精米した搗き立て
のお米を、全国の店舗へ毎日
届けています。(一部店舗を除く)

美味しい食感

肉とたまねぎの食感も美味し
さのポイントです。牛めしに最
適な厚さや大きさなど、切り方
ひとつにもこだわっています。

進化するタレ

秘伝のタレも例外ではありません。
より良い味への研究と改良
を重ねることで時代とともにさ
らに美味しく進化しています。

より良い味の追求

味の秘密をのぞいてみよう!

自然味

「化学調味料」「人工甘味料」「合成着色料」「合成保存料」を使用しないメニュー開発を推進しています。主力商品である牛めしのタレは、自然界の食材から長時間かけて抽出されたエキスやうまみ成分が豊富に濃縮されています。

4つの添加物をレシピに使用しないだけでなく、原材料や最終製品の成分検査を実施するなど、松屋の「自然味」は「4つの添加物不使用」を徹底した身体に優しい美味しさを追求しています。



15の定番メニューと
12のサイドメニューで
展開中

鮮度を守る コールドチェーンシステム

松屋フーズの品質基準をクリアした食材だけが、季節に合わせて全国各地から店舗へ産地直送されます。

野菜については、畑から工場、店舗までを一定の温度下で管理するためのコールドチェーンシステムを確立し、いつでも鮮度の良い野菜を店舗へ配送しています。

官能マイスター制度の導入

新商品開発では、社員による試食が何度も繰り返し行われます。その中心となるのは、「試食官能検査委員」の役目を担った味覚に優れた能力をもつ社員で、官能マイスターと呼ばれています。

年一回行われる味覚の官能試験を通過した官能マイスターによる試食検査を通過したメニューは、社内全体の最終試食チェックを経て新商品として商品化されます。



冷凍個食パックの開発

松屋の味を家庭でも気軽に楽しみたいというお客様からのご要望にお応えし、人気メニューが外販商品の冷凍個食パックになりました。

松屋のメニューをより多くの皆様の食卓にお届けするため、味へのこだわりはもちろん、外販商品を扱う食の総合企業としての厳格な品質管理体制の確立にも取り組んでいます。



地下天然水の使用

静岡県富士宮市にある富士山工場では、地下250メートルから自噴する天然水を活用した生産ラインを導入しています。

安全な富士山の天然水流で、レタスやキャベツの鮮度を落とすことなく素早く洗浄しています。松屋のシャキシャキ野菜の秘密はここにあります。



美味しさを支える品質管理

食材を美味しく食べられる期間の検証や、最も美味しい状態を維持するための食材管理方法を検討するなど、味覚の品質検証を実施しています。

工場ラインでは製造日ごとに厳密な味覚チェックが行われ、店舗では本部の検査担当者が定期的に食材の抜き取り検査をしています。また、店舗の従業員も毎日試食を行い、タレやカレー、味噌汁などの味の状態を確認しています。



豊富なメニュー展開

牛めし、カレー、定食、人気の季節限定メニューや朝定食など、年間を通じたバラエティ豊かなメニューラインナップで、お客様の幅広いニーズに対応しています。新商品開発や売れ筋メニューの再販では、最高の一品になるまで開発・改良チームが試行錯誤を重ね、美味しさへの磨きかけたメニューだけを販売しています。また、メニューラインナップの中心となる定番商品の改良も、豊富なメニュー展開を支える大切な取り組みです。

常時約25種類の
メニュー展開



新鮮かつ安全な食材の精選

松屋の商品が できるまで

お客様に満足いただく
美味しさを追求する

**こだわりの製法、
こだわりの品質。**

松屋フーズの商品は、
選び抜かれた食材と
万全の品質管理体制のもとで
つくられています。



松屋らしいこだわり製法を
追求しています。



嵐山工場 工場長
川島生産物流センター センター長
安藤 吉信

**こだわりの味をお客様にお届けするために、
松屋フーズ独自のこだわり製法を追求しています。**

HACCPの考え方を導入し、品質マネジメントシステム (ISO9001) への取り組み、外部監査、本社からの監査、より厳しい松屋フーズのハウスルールを設定するなど、安全・安心に対する厳格な基準を設けてきました。また、信頼される品質を提供することへの高い意識を、製造部門で働く社員たちに伝えていくための社員教育や環境づくりにも積極的に取り組んでいます。

東日本大震災以降は定期的に放射能検査を実施し、安全・安心な商品を提供できる仕組みを整えてきました。また、2012年度の川島生産物流センターの本格稼働にともない、生産効率と安全衛生ともに、さらなる質的向上に取り組んでいきたいと考えています。

工場と本部が連携しながら1つの味を追求するところに松屋フーズらしさがあると感じています。これからも妥協無きこだわり製法に対して、情熱をもって挑戦していきます。

おいしいご飯は精米から

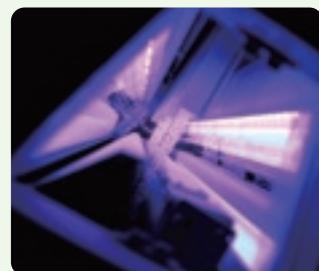
嵐山工場

2002年度:ISO9001取得



おいしいご飯は精米から

商品に使用するお米は、すべて松屋のブランド米。
産地から届けられる玄米を、松屋の品質基準に基づいて精米、ブレンドしています。



炊きたてご飯に最適な状態で精米されるオリジナルブランドの松屋米

高感度スキャナーで感知した基準外の米粒はエアビームで瞬時に排除

HACCPの管理手法が導入された工場内には、最先端の検査体制が整っています。炊き上がったときに一番美味しい状態となるよう、異物混入防止などの安全面はもちろん、食べても美味しく見た目にもきれいなお米を提供するために、精米の水分管理や白米の状態検査、梱包時の重量測定などを厳重に行っています。

Q & A

美味しいご飯の秘密を教えてください。

年間を通じたきめ細かな工程管理や、たんぱく質やアミノ酸などお米の味を数値化する成分検査などを行っています。

お米はどのように店舗へ届けられるのですか。

お客様にいつも精米したてのご飯を提供するため、店舗の使用量に合わせて梱包された松屋米を各店舗へ毎日届けています。(一部店舗を除く)

美味の 技

季節や産地を熟知した職人の手の触感で精米状態を判断しています。完全オートメーションの生産ラインにも、松屋のこだわりを継承する職人技が生かされています。



新鮮なお肉をお客様へ

川島生産物流センター

2012年度:ISO9001取得予定



おいしい肉へのこだわり

肉へのこだわりは並大抵ではありません。原料の選定から成形、肉の状態管理など、美味しい商品に仕上げるための品質管理を徹底しています。



赤身と脂身の絶妙なバランスにこだわり抜いてカットされた肉



商品ごとに一番美味しい断面に仕上げるオリジナルのカットマシン

完全に温度コントロールされた内部には、最先端システムが導入されています。一番美味しい肉の状態を追求した生産ラインで加工される肉は、食感や調理法とのマッチングまで配慮された仕上がりです。物流センターでは、商品を美味しい状態で店舗に届けるため、コールドチェーンやオンライン物流システムを効率的に運用しています。

Q & A

美味しい肉へのこだわりを教えてください。

一番美味しい状態を目指して高精細にスライスされた肉は、商品の味の土台になります。素材と製法のベストマッチが松屋のこだわりです。

衛生管理にはどのように取り組んでいますか。

全工程においてコンピューターによる自動温度管理が行われ、加工スペースは異物混入を防ぐための無窓工場となっています。作業員への衛生管理教育も徹底しています。

味の技

厳しい監査のセンサーチェックにも反応しない軟骨は味を損ねる原因となるため、国内工場の熟練職人の手で、軟骨除去作業が行われています。



富士山の地下水を使用

富士山工場

2012年度:ISO9001取得



いつでもシャキシャキこだわり野菜

地下250メートルから自噴する富士山の天然水を活用した生産ラインを中心に、いつでもシャキシャキの美味しいサラダや漬物などを生産しています。



地下水の下から光を当てる安全検査ラインでも野菜の鮮度は常にフレッシュ



調理からパッケージまで専用ラインでつくられるオリジナルキムチ

富士山工場は、素材の鮮度保持や工場の省電力化に天然水を有効活用している環境工場です。富士山の天然水は、野菜の細胞に低刺激で褐変させない超軟水の水質のため、美味しいサラダや漬物づくりに欠かせない役割を担っています。また、野菜残渣などの廃棄物も工場内のリサイクルプラントで飼料化しています。

Q & A

野菜はどこから調達しているのですか。

トレーサビリティやコールドチェーンシステムを導入する松屋フーズの品質基準をクリアした野菜だけを、季節に合わせて提携農家から産地直送しています。

シャキシャキサラダの秘密を教えてください。

1枚ずつ丁寧にトリミングされたレタスは天然水で洗浄、冷却します。また、野菜の細胞を壊さない鋭い刃でスライスするため、野菜本来の味と食感が保たれます。

味の技

半熟玉子の美味しさの決め手はとろとろの食感。一番美味しい状態で提供するため、最新テクノロジーを用いた「半熟玉子製造装置」を導入しています。



松屋フーズの安全・安心

トレーサビリティ

製品の製造で使用された原料を追跡できるシステム(トレーサビリティ)を確立することで、不完全な製品が出荷されることを未然に防いでいます。また、納品時のバーコード管理を活用した、全国の配送センターと連動した追跡システムを構築しています。

トラブル発生時の、事故品の範囲確定と原因究明を早期に可能にするシステムとして運用しています。

安全・安心の
品質にとことん
こだわっています

原材料のチェック体制

サラダに使用する野菜は契約農家から購入しています。農薬の使用状況について栽培記録の提出を義務付け、チェックを徹底しています。新しい加工用食材を購入する場合は、産地、アレルギー、使用添加物等の情報が記載された原料仕様書の提出を義務付けるとともに、食材や原産地特有の検査完了後の取引を徹底しています。

また、玉子、みそ、タレの原材料工場などを中心に、定期的に当社社員による供給工場の衛生監査を実施し、松屋が求めるクオリティを取引先と共有する体制を確立しています。



工場の工程管理

自社工場の管理ツールとしてHACCP(危害分析重要管理点方式)の管理手法を導入しています。各生産工程は危害を未然に防止するという視点から構築され、管理状況は常にチェックされています。

また、ISO9001(国際的な品質管理マネジメントシステム)の取得による理想的な品質・衛生管理体制のもと、安全・安心な品質に対するより一層の向上を目指しています。

鮮度を守る物流体制

工場から出荷された製品は、松屋の基準温度で管理されている配送センターで配送車に積載され、新鮮で美味しい状態を保ったまま店舗へ運ばれます。

コールドチェーンシステムの運用により、製品に適切な温度帯で食材が運ばれているかを定期的に測定しています。



原産地表示・ アレルギー表示・栄養表示

店舗で使用されている米、肉、野菜について、食材の産地が掲載された「原産地表示」ポスターを券売機の近くに掲示し、お客様にわかりやすくお伝えしています。

また、食物アレルギーをお持ちの方々が増加している状況もあり、アレルギー物質についても、義務表示の7アレルゲンに加え推奨表示である18項目のうち13項目をHPでお知らせしています。各メニューの栄養成分(カロリー、たんぱく質、脂質、炭水化物、ナトリウム、塩分相当量)は、発売と同時にホームページに公開されています。

※店内でもアレルギー情報やカロリー情報のお問い合わせにお答えしています。



食材情報をわかりやすく
お伝えしています



検査体制・放射能検査

自社工場製品は、原料だけでなく製造途中の食材、最終製品を製造日ごとに抜き取り、細菌検査や味・品質のチェックを実施しています。自社で輸入している製品については、日本の法規制や自社基準に基づいて定期的に農薬や添加物などの検査を実施し、安全を確認しています。

東日本大震災以降の放射性物質検査では、原則として使用食材の候補となる食材については自主的に放射能検査を実施し、その結果安全が確認されたもののみを使用しています。また念のため、それらの食材の当社工場への納品の際も、検査を実施しています。

店舗での衛生管理

お客様に安心してお食事をしていただけるよう、店舗従業員の衛生管理を徹底しています。従業員は健康チェックとともに、入店前の衛生マニュアルに基づいた身だしなみチェックや手洗いを実施してから厨房に入ります。

店舗全体の衛生については、松屋独自の衛生マニュアルに基づいた清掃を実施し、地区のマネジャーや本部の品質保証室が実施状況を定期的にチェックしています。また、外部の衛生監査機関が店舗を巡回チェックするなど、常に衛生的な状態でお客様を迎えられるよう努めています。



心を込めたホスピタリティの提供

お客様に心地良く過ごしていただくために

訪れるたびに心が弾むみんなの食卓であるために、お客様にご満足いただける店舗づくりと、従業員一人ひとりの心を込めたおもてなしを大切にしています。



来店いただく全てのお客様に笑顔で満足していただけるような店舗運営を目指して、日々ベストを尽くしています。



お客様にいつも気持ちよく食事をしていただける環境を提供するために、気持ちのいい笑顔の提供とQSCの向上に努めています。



お客様に笑顔で食事をしていただくことを心がけて仕事をしています。笑顔で言ってもらえる「ごちそうさま」の一言が一番うれしいです。



商品・接客・店の雰囲気に関してにおいてどれだけお客様に満足していただけるか、笑顔になっていただけるかをモットーに日々働いています。



2 券売機(交通系電子マネー)

スピードと衛生面を考慮した券売機による販売。
交通系電子マネー対応券売機も導入しています。



スマートフォン用アプリ
松屋アプリ

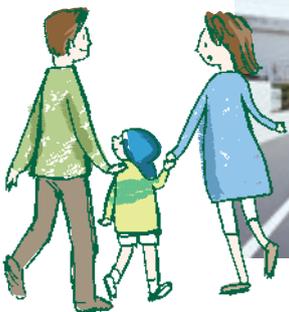


携帯サイト
松屋モバイル

3 携帯サイト・スマホアプリ

店舗と連動した会員・ユーザー限定クーポンやメニュー
の詳細情報、最新情報などを掲載しています。

車から降りなくても
お弁当が買えるって
便利だね!



4 ドライブスルー設置

ドライブスルー設置店舗が増加中。電話
予約サービスと組み合わせて、待たず
にお弁当を受け取ることもできます。



1 店頭の花

入口にはグループ会社で栽培している
生花を設置。生花用のプランターも製作
しています。



お箸やスプーン、
お好みのドレッシングも
自分で選べるんだね



7 弁当コーナー

弁当コーナーの明確化で、初めてご来店なさ
るお客様もお買い求めやすくなりました。



店舗づくりの工夫 見せます

お客様や地域のニーズにあわせた
カスタイズ型の店づくりに
取り組んでいます。

快適で便利な
店舗づくりを
目指します。



6 カウンターを低く テーブル席を設置

小さなお子様連れのファミリーやシニア世代まで
幅広い層のお客様にご来店いただいています。カウ
ンター席のテーブルや椅子の高さを人間工学の視点
で調整したり、テーブル席を設けてみんなで楽しいひ
と時を過ごせるよう工夫しています。

5 明るい店内

店内の照明、インテリアにもこだわっています。明るい雰囲気
の店内で、食事とともに快適で楽しい時間をお過ごしください。



環境保全への取り組み

松屋フーズグループ独自のリサイクル・ループを構築し、フードビジネス業界をリードする食品廃棄物の再生利用率を実現するなど、地域や地球環境に配慮した事業活動に取り組んでいます。

環境基本方針

松屋フーズグループは、全国各地に所在の直営店舗網を通じて、お客様にお値打ち感のある、安全でおいしい食事の提供に努めています。私たちは、地域環境及び地球環境の保全に配慮した事業活動を推進し、食に関するビジネスにより、社会に貢献してまいります。

環境方針

本社、工場及び、リサイクル事業等を行なう子会社の(株)エム・エル・エスを対象として、環境に配慮した事業活動を行います。

1. 事業活動に関連する法規制および同意するその他の受け入れを決めた要求事項を遵守します。
2. 環境目的・目標を定め、毎年見直しを実施し、環境マネジメントシステムの継続的な改善を図ります。
3. 特に生産性向上及び業務効率化の観点に基づいた、省資源、省エネルギー及び廃棄物の削減などを優先的に取り組みます。
4. この方針を全従業員またはグループのために働く全ての人に周知します。

本方針は、弊社ホームページ等を通じて社外に公表します。

制定日：平成12年4月1日

改定日：平成23年9月1日

株式会社松屋フーズ

代表取締役社長 緑川 源治

エネルギー使用量

■店舗 ■本社 ■嵐山工場 ■富士山工場 ■川島生産物流センター ■地方事務所



フードビジネス業界をリードする

松屋フーズの食品リサイクル

嵐山工場のリサイクルプラント

1

東京都と埼玉県の店舗から排出された廃棄物を自社トラックで回収。廃棄物は嵐山工場へスピーディーに搬送されます。



リサイクルプラントで生まれ変わった廃棄物は堆肥センターで堆肥化され、高品質な堆肥として農業生産者が使用しています。

4

廃棄物リサイクル率

グループ全体

工場全体

73.0% 95.6%



2

嵐山工場のリサイクルプラントに搬入された廃棄物は、65℃に保たれた真空乾燥機内で、6時間以上もの加熱・乾燥処理を加えます。



3

真空乾燥機の処理能力は1日当り約4.8トン。加熱・乾燥させた廃棄物はホッパーで粉粒状に粉碎されて肥飼料原料となります。



富士山工場でもリサイクル

主に野菜を扱う富士山工場では、天然水流を活用した工場内廃棄物の自動搬送と圧縮乾燥機を連携した画期的なリサイクルシステムを活用することで、排出される廃棄物を100%リサイクルしています。

店舗でもリサイクル



グループ会社の(株)エム・エル・エスでは店舗用機器のリユースを推進。きれいに生まれ変わったリペア製品は店舗で有効活用されます。



店舗で使用される洗剤類の容器は繰り返し使用。プラスチックゴミの排出抑制に貢献しています。



ユニフォームなどの繊維類はECOモップの原料として活用。リサイクル製品は店舗で再利用されます。



お弁当容器は従来のオールプラスチック製を環境に配慮した紙製の新容器に変更しています。

節電の取り組み

店舗

東日本大震災後の節電対応として、下記の対策を東京電力・東北電力供給範囲内店舗と本社で実施しました。

- 空調機器の温度設定を変更
- 一部照明の間引き
- 待機電源の削減
- 各機器のフィルター清掃・目詰まり防止
- 人感センサーの設置
- 一部照明にLED使用

省エネの取り組み

工場

計画停電対象地域にある工場を中心に、下記の対策を実施しました。

- 生産ラインの稼動時間帯の見直し
- 機器入れ替え時に省エネルギータイプを優先的に使用
- 消費電力をオンタイムで表示するデマンドコントローラーを導入
(電気の使用状況を常に管理しています)

多彩な 環境保全活動を 展開

牛脂リサイクル

店舗における食品廃棄物の削減を目指し、肉を煮込むときに出る牛脂のリサイクルに取り組んでいます。調理中に取り出され容器にためられた牛脂は、松屋フーズグループの中間リサイクル処理工場へ送っています。

中間リサイクル処理工場では、牛脂から再利用可能な再生油脂や抽出粕が分類され、それらは石鹼や配合飼料として再利用されています。また、再生に必要な成分を抽出する際に発生する臭気対策や廃水処理など、環境への配慮にも万全の対策を講じています。



樹脂はし

環境保全活動の一環として、平成20年より使い捨て割箸を廃止し、森林保護とゴミの排出量削減を目的とした「環境に優しいお箸」を導入しています。導入にあたっては、箸の耐久性や使用済み箸の洗浄過程についての検証を繰り返し実施し、松屋の厳しい衛生基準をクリアするリサイクル工程を構築しました。



中学生の職場体験

一部店舗で実施している中学生の職場体験の受け入れでは、社会に出て役立つ礼儀作法、働くことの意義、社会の仕組みなどを伝え、自分の将来について考えるきっかけづくりのお手伝いをしています。



GREEN TOKYO MOVEMENT

未来を担う子供たちのために、東京を水と緑の回廊で包まれた美しい街として復活させ、緑と人が共存する世界に誇れる都市にしたいという願いを実現するプロジェクト「GREEN TOKYO MOVEMENT」のサポーターとして参画。多彩なイベントのサポートを通じて、環境保全の大切さを伝えています。

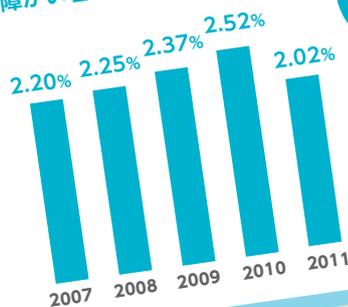
より良い 社会づくりを 支えたい

障がい者雇用

松屋フーズグループは、グループ内のランドリー事業、洗剤事業、リサイクル事業等を行う特例子会社(株)エム・エル・エス※を中心に、障がい者雇用を実施しています。

※埼玉県障がい者雇用優良事業所に認証されています。

障がい者雇用率



店舗 34人
その他 81人

店舗バリアフリー

車椅子のお客様やお年寄りのお客様への配慮から、段差をなくしたりスロープを設置したバリアフリー設計の店舗を増やしています。今後も可能な限りバリアフリー化を推進していきます。



災害時対応

災害時における弁当・食材等の供給協定

現在、当社と東京都練馬区、静岡県富士宮市は「災害時における弁当・食材等の供給協定」を締結しています。

災害時における地域社会貢献にも取り組んでいます。

働きやすい職場環境づくり

松屋フーズは、創業以来「店はお客様の満足を得るために存在する」という基本理念を貫いてきました。そのコンセプトをソフト、ハードにわたり体現していくのは、すべてのスタッフにほかなりません。

(社員)階層別研修

企業価値向上の原動力は人材です。お客様のご満足を徹底して追求できるスタッフを育成するため、各自の意欲とキャリアプランを見通したうえで長期的な視野に立つ人事制度を構築しています。多彩なプログラムを通じて戦略的な発想と高度なホスピタリティを培う人材教育を強化しています。

2011年は7つの階層で35の研修プログラムを実施しました。

店舗スタッフ教育の充実

パート・アルバイトスタッフにもスキルに即した各階層別独自の教育プログラムを導入しています。店舗スタッフ全員が高品質なCS(顧客満足)を提供できる食のプロフェッショナルとなるために、現場でのOJTを中心とした教育を進めています。



店舗オペレーションアシスト

効率良い店舗運営に取り組んでいます。例えば、オーダー情報が瞬時に厨房内の画面に表示される「ディスパッチシステム」や、ご飯の量を正確に盛ることができる「自動飯盛機」が各店舗に標準装備されています。美味しい商品を提供するための松屋のイノベーションはこれからも進化を続けます。



表彰・提案制度 (MKK、接客・調理)

人材力強化を目指し、多彩な表彰制度を実施しています。業務改善や改革に関する提案を奨励する「MKK(松屋・改善・改革)提案制度」、業務効率の向上や経費削減につなげる「MOTTAINAI(もったいない)推進運動」、全従業員から新商品のアイデアを募る「おいしさ創造メニュー」など、数多くのアワードを展開しています。



すべてのスタッフが働きやすい
職場環境づくりに取り組んでいます。

社内公募制度・自己申告制度

当社が必要としているポストや職種の要件を、あらかじめ社員に公開し、希望者の中から必要な人材を登用する仕組みを一部部署で採用しています。社員自身が職務の目標・遂行状況・問題点などを自己評価し、自己啓発やモラルの向上を図り、各自それぞれの能力を遺憾なく発揮できる場を会社が提供することにより、豊かなキャリア形成と能力向上を目的としています。2011年は両制度を活用して24名の社員が新しい部門で活躍しています。

LTD制度

業務上の有無を問わず病気やケガで長期間会社を休むことになった場合、自分自身や家族の日常生活が大きなダメージを受けることがないように、平成24年より万が一の生活を支えるLTD制度(傷病による長期療養時の給与補償制度)を導入いたしました。会社と労働組合が補償額を負担する部分(全員加入部分)と、各社員が任意で補償額を買増しできるオプションが付与されます。

ESの向上

ES(従業員満足)の向上を目的に専門のカウンセラーによる「メンタルヘルスセミナー」を実施しています。メンタル面をサポートすることで充実した社会生活を送ってもらうために実施している制度ですが、セミナー当日には同期会も開催され、同期とのコミュニケーションの場として社員から好評を得ています。また、「カフェテリアプラン」と呼ばれる福利厚生プランも導入しています。利用者が、福利厚生プランの中から自分にあった内容を自由に選択できる制度で、自己啓発や業務負担軽減に役立っています。



ワークライフバランス

お客様に喜んでいただける質の高い仕事をするためには、社員一人ひとりの仕事と生活のバランスが大切です。松屋フーズグループでは、ワークライフバランスの充実を目指し、産前産後休業や育児休業、介護休業等各種制度を整えています。

制度利用人数

休業項目	2011年	2010年	2009年
産前休業	6人	4人	3人
育児休業	6人	4人	3人
介護休業	1人	0人	0人
産前・育児短時間勤務制度	5人	5人	4人

マネジメント体制

お客様、株主様を始めとするすべてのステークホルダーから信頼される企業であり続けるために、コンプライアンス（法令遵守）を基本とする明確なコーポレート・ガバナンス体制を構築。経営の健全性を高めると同時にリスクマネジメントを強化し、企業情報及び財務諸表の適切な開示に努めていきます。

コーポレート・ガバナンス

松屋フーズグループは、より付加価値の高い「食」の提供を実現するため、グローバルな挑戦とさらなる業容の拡大を目指してまいります。そのために、スピーディーな経営の意思決定及び経営の透明性・合理性の向上を図り、企業競争力強化に取り組んでおります。

取締役会は原則、全取締役及び全監査役出席による定時取締役会を毎月2回開催するほか、臨時の取

締役会を随時開催し、取締役会規程に定めた事項等、経営に関する重要事項を決議しております。

監査役は、監査役会において策定した監査計画に従い、取締役会をはじめとする重要な会議への出席や、取締役、従業員、会計監査人からの報告收受、店舗・工場等への往査など、実効性のある監査に取り組んでおります。

コンプライアンス

コンプライアンス（法令遵守）については、単に法令や社内ルールの遵守にとどまらず、社会倫理や道徳を尊重し、常に社会に貢献できる事業活動を行ってまいります。具体的には、企業としての基本的な倫理観を定めた「松屋フーズグループ倫理綱領」及び不祥事の発生を未然に防ぎ、健全な企業行動を促進しさまざまなステークホルダーから信頼される企業風土を醸成するために「松屋フーズ

グループ行動基準」を制定し、法令・社内規程の遵守及び社会規範の遵守を企業活動の前提とすることを徹底しております。なお、「松屋フーズグループ倫理綱領」及び「松屋フーズグループ行動基準」について取りまとめた「コンプライアンスの手引き」を全役職員及び全店舗で閲覧できる体制をつくり、コンプライアンスのための教育ツールとして活用しております。

リスクマネジメント

松屋フーズグループにおいて発生しうる各種リスクについて、発生を防止する管理体制の整備及び発生した各種リスクへの適切な対応を定めた「リスク管理規程」を制定しており、松屋フーズの取締役社長を委員長とする「リスク管理委員会」を設置して、リスク管理に関する方針の策定及び体制の整備などグループ内の全社的対応を行っております。

危機管理対応として自然災害など万が一の事態が発生した際には、「BCP対応マニュアル」「防災マ

ニュアル」を定めており、第1に、人命保護の最優先。第2に、資産を保護し、業務の早期復旧を図る、第3に、余力がある場合には、近隣・地域への協力にあたる、ということの基本方針として定めております。事業の継続や早期の復旧をすることは、食生活を担う企業として社会的役割が大きいと考えており、できるだけ早く平時に戻り、ステークホルダーの皆様にご安心していただけるよう、取り組んでまいります。



社員の声



みんなの食卓でありたい



お客様に満足していただくために、今までの成功体験に頼らず新しい感覚を持つことを心がけて仕事をしています。



“みんなの食卓でありたい”という大きなテーマの実現のため、まずは思い切って仕事をやってみることを重視しています。



大切にしていることは感謝する気持ちとマナーです。「ありがとうございます」という言葉は「潤滑油」だと思います。



お客様に、また来たいと思っていただける店づくりに取り組むことが私自身の充足感につながっています。



より良いサービスを提供するための道は無限にあるという信念を持ち、日々さまざまな工夫を重ねて仕事に取り組んでいます。



普段から、店はおお客様の為にあり会社の姿であるということを念頭に、日々の業務に取り組んでいます。



お客様の笑顔は日々、仕事において私の力となっています。来店されるたびに心弾む思いで食事をしていただきたいと思っています。



店舗スタッフの成長が店の成長だと考え、いつも感謝の気持ちを持ってコミュニケーションを図っています。



お客様の「あったかいね」「美味しいね」の言葉に支えられながら、感謝の気持ちを持って日々の仕事に取り組んでいます。



お客様に笑顔でお帰りいただきたいという気持ちを持って働いています。お客様の満足が自分の満足であると実感しています。



毎日、身近な目標に対し全力でクリアし、今日もしっかりやれた、今日も成長できたと感じられるような仕事をしたいです。



会社が成長するためには、従業員一人ひとりが成長しなければいけないと思っています。昨日より今日、今日より明日の成長を。



株式会社 松屋フーズ
〒180-0006 東京都武蔵野市中町1-14-5
総務部 広報・IRグループ
TEL:0422-38-1121
<http://www.matsuyafoods.co.jp>

