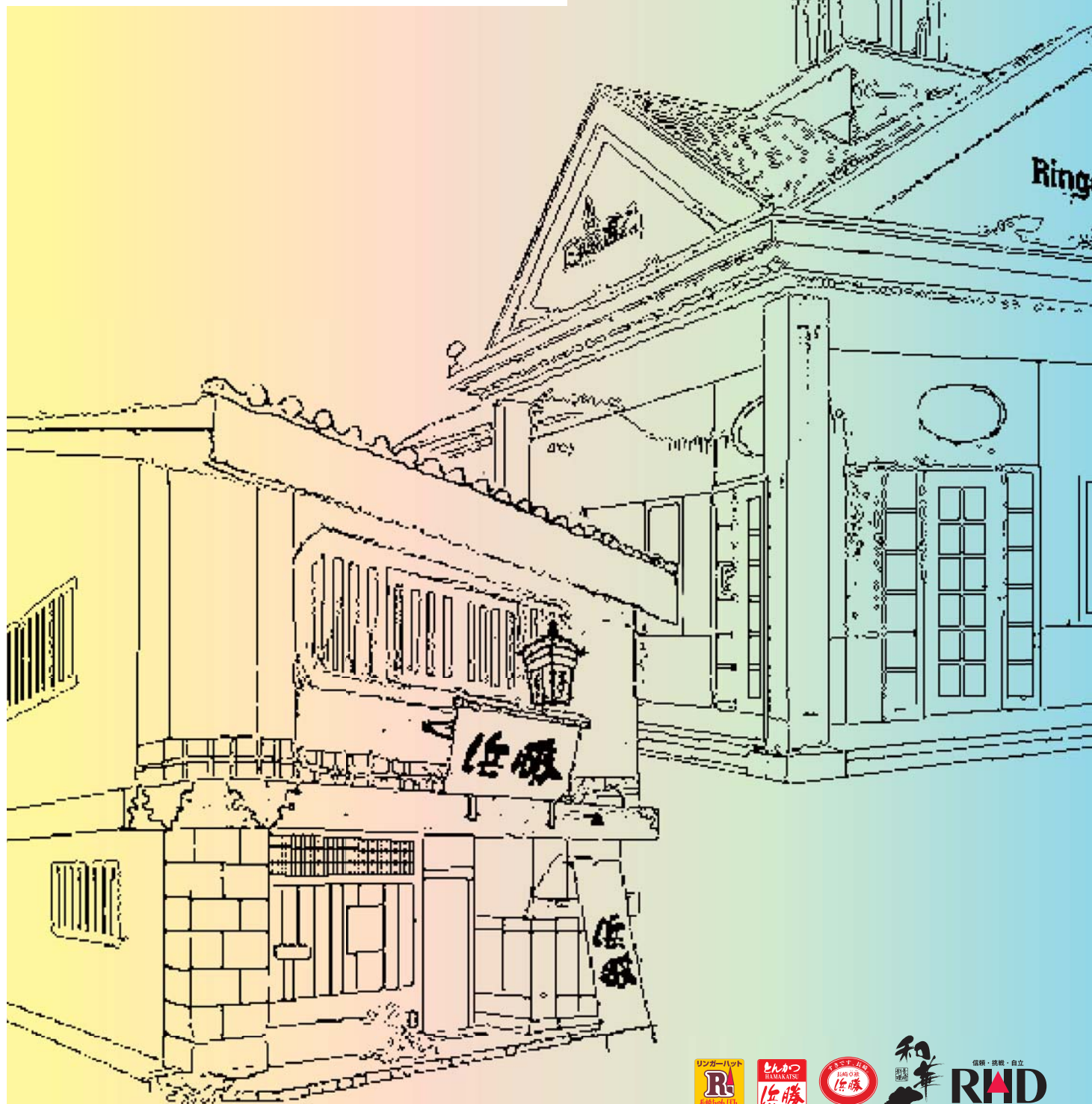




株式会社リンガーハット

# リンガーハットグループ 社会・環境報告書

Social and Environmental Report 2010





リンガーハットグループは  
地球のために、日本のために  
安心・安全な日本の野菜を  
食べていただくことを推進しています。

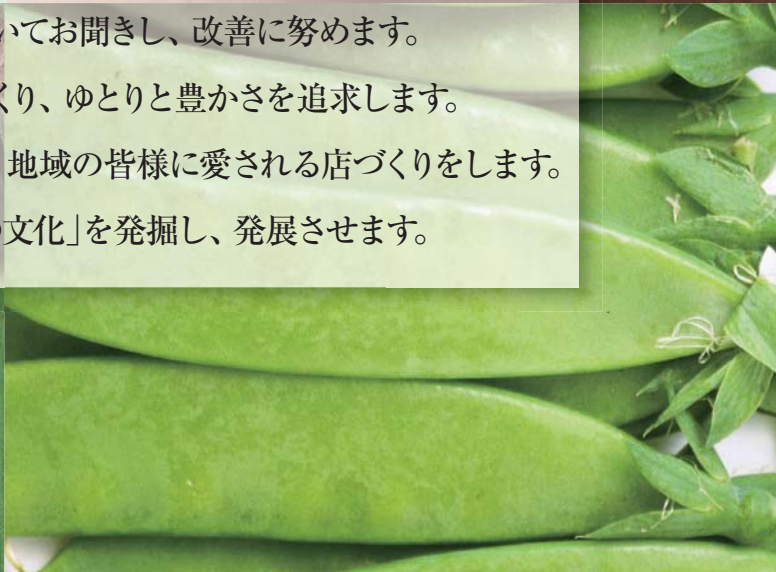






## リンガーハットグループ 実践訓

- 一、私たちは健康的で高品質な商品を手頃な価格で提供します。
- 一、私たちは「お客さまの声」を心を開いてお聞きし、改善に努めます。
- 一、私たちはよろこびのある職場をつくり、ゆとりと豊かさを追求します。
- 一、私たちは自然と環境を大切にして、地域の皆様に愛される店づくりをします。
- 一、私たちは世界、日本、郷土の「味の文化」を発掘し、発展させます。



### 編集方針

リンガーハットグループでは、はじめて社会・環境報告書を発行することとなりました。ステーキホルダーのみならず、グループで取り組んでいる「安心・安全」のための活動を、本書を通じて、より深く知っていただきたいと考えております。

特集「日本の野菜プロジェクトの舞台裏」では、「国産野菜調達の難しさ」「長崎ちゃんぼんのブラッシュアップ」「店舗への啓蒙活動」など、2009年から実施している野菜国産化実現までの道のりを、はじめてご紹介させていただきました。

リンガーハットグループ各社、長崎ちゃんぼん「リンガーハット」、とんかつ「浜勝」、卓袱料理「長崎卓袱浜勝」の取り組みについてご理解いただき、より身近に感じていただければ幸いです。

#### ●報告対象組織

株式会社リンガーハット  
 リンガーハットジャパン株式会社（直営店・加盟店）  
 浜勝株式会社（直営店・加盟店）  
 株式会社和華蘭、リンガーハット開発株式会社

●報告対象期間…2009年3月1日～2010年2月28日

●発行……………2010年5月26日

#### ●お問い合わせ

株式会社リンガーハット CSR部  
 TEL.03-5763-9100 FAX.03-5763-9123  
<http://www.ringerhut.co.jp/>

## C o n t e n t s

### リンガーハットグループ 社会・環境報告書2010

2	実践訓・編集方針
3	トップメッセージ
5	グループ概要
7	グループの歴史と沿革
9	特集1
	「日本の野菜プロジェクト」の舞台裏
13	特集2
	浜勝のとんかつができるまで
15	食の安心・安全・健康づくり
18	誠実なお客さま対応
20	ステーキホルダーとのかかわり
21	自然と環境への配慮
25	人間性尊重と職場環境の改善
27	地域社会への貢献
28	CSR 活動方針・コーポレートガバナンス
29	コンプライアンス・リスクマネジメント
30	第三者意見

# 安全でおいしい「食」を通じて、 世界中に喜びを伝えたい。

## 創業時より息づく CSR の精神で ステークホルダーに喜びと満足

私たちリンガーハットグループでは、現在のように CSR の必要性が叫ばれる以前から「食の安心・安全・健康づくり」「誠実なお客さま対応」「人間性尊重と職場環境の改善」「自然と環境への配慮」「地域社会への貢献」から成る五つの実践訓を掲げ、すべての役員と社員の共通の倫理、行動基準として実践を重ねてまいりました。これらは創業時から変わらぬ「すべてのお客さまに楽しい食事のひとつを心と技術でつくる」という使命観そのものであり、CSR の精神にほかなりません。

すべてのお客さまに楽しい食事を提供するためには、何よりもまず社員が会社に対して誇りを持ち、働く喜びを実感している必要があります。同様に、株主さまには出資する喜びを、取引先さまには協力し合う喜びを実感していただきながら、ともに結びつき、満足を分かち合いたいと考えています。

## 急激に変化する時代にあって 真の価値と魅力を創造する企業に

2009年、リンガーハットグループは「日本の野菜プロジェクト」と題して「長崎ちゃんぽん リンガーハット」と「とんかつ浜勝」の全店舗で提供する野菜をすべて国産に切り替えました。元々、約25年前から契約栽培しているキャベツと、自社工場で栽培しているモヤシは100%国産品でしたが、ほかの野菜は輸入品。グループ全社で使用する野菜の総量は年間で12,400tに上りますから、この量の生鮮野菜を国内で調達することは困難を極めました。

それでも、日本の野菜にこだわった理由は、国産ならではの



の「おいしさ・安心・安全」をお客さまに提供したいと思ったから。これまでも外国産については現地の畑や工場で厳しいチェックを重ね、安全性と品質にこだわってきました。しかしながら、野菜を輸入するには現地の工場一度ゆがいて冷凍する過程が必要です。野菜は時間が経つにつれて鮮度と栄養価が下がるため、輸送に時間がかかる輸入野菜は、どうしても生野菜の旨みやシャキシャキした歯ごたえ、それに栄養価の面で日本の野菜にかないません。実際、日本の野菜を使った商品を召し上がったお客さまからは「野菜が美味しい」「国産だと安心できる」といった声が多数寄せられています。これは、野菜本来の美味しさと「食の安心・安全性」を追求する私たちの取り組みが、お客さまに支持されたのだと嬉しく感じています。

## 自給率アップを目指す道のりは 豊かな食文化の未来へと続く

野菜の国産化には、実はもうひとつの大きな意味があります。いま、日本の農業は危機的な状況に瀕しています。元々豊かな農業国であるはずの日本が、何故このような状況になってしまったのか？ その理由は、生産者が消費者の求めるものに気付かないまま農産物を育てているからだとは私と考えます。かつて農作物は、生産者が作った分だけ自動的に売れていた時代がありました。しかし、現在は消費者のニーズが多様化し、単に農作物を作っただけでは売れなくなってしまったのです。消費者の顔が見えないのでは、魅力ある農作物を生産することはできません。

ですから私たちは、出来る限り産地へ行って、生産者と「いまお客さまが何を望んでいるか」を徹底的に話し合い、連携を深めています。お客さまが喜ぶ野菜や穀類を生産すれば、国内の消費が伸び、将来的に日本の自給率アップにつながるからです。

日本の豊かな食文化を次世代に伝えることは、食を通じてお客さまに喜びを提供するリンガーハットグループの使命でもあります。野菜の国産化に続いて、2010年からはちゃんぽん麵



の小麦の国産化をスタートさせました。私たちは、これからも自給率アップの使命感を持って、安全で美味しい日本の食材にこだわり続けます。

### 環境を守るため、工場や店舗で 廃棄物削減とリサイクル率向上に取り組む

食材を育む大地や水、空気といった豊かな環境と自然を守ることも、外食チェーンである私たちにとって必要不可欠な取り組みのひとつです。リンガーハットグループでは、早くから環境保全活動に努め、特に地球温暖化の原因とされるCO<sub>2</sub>の排出量の削減に力を注いできました。2006年には、工場での食材加工段階で発生する廃棄物は肥料の原材料として100%リサイクル化を実現。続いて、店舗で発生する調理くずや食べ残しといった食品ごみを積極的に減らす目的で、2009年に「環境プロジェクトチーム24」を発足させました。食べ残しを減らすための少量メニュー導入や、徹底したごみの分別法、食品ごみの水気を切って軽量化するシステムにいたるまで、従業員1人ひとりの意識をうながし、全力で取り組んでいます。このほかにも、使い捨てではない「エコ箸」の導入や、お持ち帰り用容器の材質をプラスチック使用のものから紙類に変更するなどして、環境問題に関心のあるお客さまからも選ばれる店舗を目指しています。

2009年現在、リンガーハットグループの食品リサイクル率は60.5%。これは、外食チェーンのリサイクル率の平均が約20%であることを考えると高い数値ですが、私たちは決して現状に満足してはいません。限りある地球資源を守り、環境に調和する企業であるために、私たちは今後も取り組みを進めていきます。

### お客さまからの声に真摯に応え、 世界中へ「食の喜び」を発信する

リンガーハットグループの「お客さま相談室」では、電話やEメールによるお客さまからのお問い合わせに対応しています。お褒めの言葉やお叱りの声など、そのすべてのご意見に対して心を開いてお聞きし、スピーディーな改善に努めています。

お客さまからいただいた声は、すぐに事実の確認、原因の究明、そして改善策を打ち出して、翌日までに全国のスタッフへ伝えていきます。例えば、従業員の態度や身だしなみに関するご意見であれば、本人の指導だけでなく、入社時の基準や教育体制まで見直しをはかりますし、「タマネギの香りが強すぎる」

といった商品の味に関するご意見であれば、野菜を炒める順番を工夫するなど、真の原因を突き止めた上で改善を行い、全国の店舗や工場徹底して指導します。

また、これらの商品やサービスの品質コントロールと、教育体制が充実してきたことを受けて、2009年からは一層地域に根ざした店舗展開を目指し、フランチャイズ事業をさらに拡大させてきました。2010年には、タイなど東アジアにも店舗をオープンし、日本の食文化を世界に広げる役割を担うようになりました。

今後、私たちは日本の代表として、世界中のお客さまから「長崎ちゃんぽん リンガーハット」と「とんかつ 浜勝」を、世界一のちゃんぽん専門店、世界一のとんかつ専門店として認めていただけるよう企業価値を高める必要があります。そのためにも、リンガーハットグループはこれからも真摯な姿勢で食の安心・安全を守り、皆さまと信頼関係を築きながら歩んでまいります。



株式会社リンガーハット  
代表取締役会長兼社長

## 米濱和英

# リンガーハットグループは、 心と技術でつくる「飲食の専門店」を 展開しています。

リンガーハットグループは、「すべてのお客さまに楽しい食事のひとときを心と技術でつくる」を基本理念として、親しみやすい「飲食の専門店」を展開してきました。

専門性をもった事業会社を展開することによって、

グループとして、よりいっそう企業価値の拡大と向上に努めていきます。

## 会社概要

### ■ 株式会社リンガーハット (RINGER HUT CO., LTD.)

事業内容	子会社に対して食材及び商材の販売、事務代行、店舗の賃貸及び経営指導管理。長崎の郷土料理「長崎卓袱」の運営
所在地	長崎県長崎市鍛冶屋町6番50号
代表取締役会長兼社長	米濱和英
設立	昭和45年6月13日（実質上 昭和39年3月7日）
資本金	5,028,962,934円
従業員数（グループ全体）	正社員545名、パート・アルバイト8,845名

### ■ 関連会社（連結子会社）

#### ◆ リンガーハットジャパン株式会社

主な事業内容	長崎ちゃんぽん専門店「リンガーハット」のチェーン展開
所在地	長崎県長崎市鍛冶屋町6番50号
設立	平成18年9月1日
代表取締役社長	鎌田武紀
資本金	1億円
店舗数	446店

#### ◆ 浜勝株式会社

主な事業内容	とんかつ専門店「浜勝」のチェーン展開
所在地	長崎県長崎市鍛冶屋町6番50号
設立	平成18年9月1日
代表取締役社長	鎌田武紀
資本金	1億円
店舗数	110店

#### ◆ 株式会社和華蘭

主な事業内容	通販ブランド「和華蘭」
所在地	長崎県長崎市鍛冶屋町6番50号
設立	平成18年9月1日
代表取締役社長	米濱和英
資本金	3,000万円

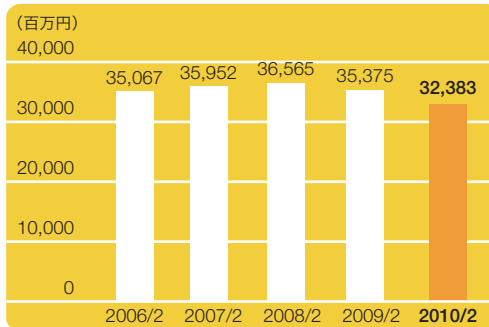
#### ◆ リンガーハット開発株式会社

主な事業内容	グループ外食事業店舗の建設・改修・設備のメンテナンスや保険
所在地	長崎県長崎市鍛冶屋町6番50号
設立	平成18年9月1日
代表取締役社長	秋本英樹
資本金	3億円

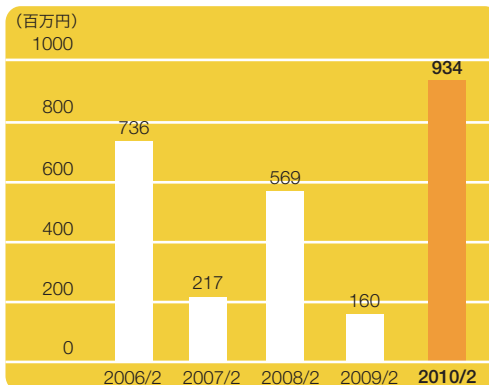
※平成22年2月28日現在

## 経営の概況

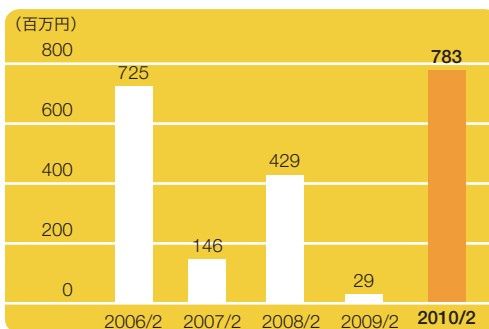
### 売上高



### 営業利益



### 経常利益



## 長崎ちゃんぽん事業

### ●リンガーハット

### 「日本の野菜」で お客さまを元気にします

リンガーハットジャパン株式会社は、長崎の郷土料理である「長崎ちゃんぽん」の専門店として、全国に約446店舗（平成22年2月末現在）を展開しています。主力商品である「長崎ちゃんぽん」「長崎皿うどん」「ぎょうざ」「チャーハン」から保存料、合成着色料を排除している他、2009年10月より、「日本の野菜を食べる」をキャッチフレーズに、全ての商品について国産野菜の使用へと切り替えました。



●長崎ちゃんぽん



●ぎょうざ



●長崎皿うどん

## とんかつ事業

### ●浜勝

### 銘柄豚のとんかつを 最高のおもてなしで

浜勝株式会社は、とんかつ専門店浜勝を九州中心に全国110店舗（平成22年2月末現在）をチェーン展開しています。とんかつを中心に、各種揚げ物・定食を提供しています。「銘柄豚」（国産ハーブ豚・やまざきポーク・ひごさかえ肥皇）をメインとし、食材にこだわった商品構成を展開しています。



●特製ローズかつ



●浜勝定食

## 和食事業

### 長崎の豊かな食文化を伝える

#### 【長崎卓袱浜勝】

卓袱浜勝は、長崎のおもてなし料理の代名詞ともいえる「卓袱（しっぽく）料理」を提供しています。「卓袱（しっぽく）料理」は、鎖国時代、唯一海外に窓を開き、異国の文化が漂う中で独特の食文化が形成されました。



●長崎卓袱料理



●「和華蘭」の角煮

#### 【通販ブランド 和華蘭】

長崎産豚を使用した長崎卓袱浜勝の「角煮」、幻の細麺うどん「五島手延べうどん」を中心に、全国に向けた通信販売を行っています。

## 営業支援事業

### ●リンガーハット開発

### お客さまに信頼され 自立できる会社を目指して

リンガーハット開発株式会社は、リンガーハットグループの支援会社として、リンガーハット、浜勝の店舗メンテナンスや保険業務を総合的にサポートしています。



●専門スタッフによる店舗への指導





# リンガーハットグループの歴史と沿革

昭和37年7月 ● 長崎市鍛冶屋町に  
とんかつ浜かつを創業



創業者  
米濱 豪

昭和43年11月 ● 「郷土料理 別館浜勝」  
(現、長崎卓献料理専門店「卓献浜勝」)を開業

郷土料理  
別館浜勝



昭和45年6月 ● 浜勝商事株式会社(法律上の存続会社)設立  
なお、実質上の存続会社、株式会社「浜かつ」は昭和39年3月に設立  
(昭和48年4月(株)浜勝に商号変更)され、昭和54年3月1日に  
浜勝商事株式会社に吸収合併。

昭和49年8月 ● 「長崎ちゃんめん」(現・「長崎ちゃんぼん」)及び「ぎょうざ」を主力商品にした  
チェーン店の第1号店を長崎市に開店(リンガーハット長崎宿町店)



長崎宿町店

昭和52年12月 ● 佐賀県鳥栖市に鳥栖工場を新設

昭和54年3月 ● (株)浜勝を吸収合併

昭和54年3月 ● 浜勝商事株式会社を株式会社浜勝に商号変更

昭和54年9月 ● 関東地区第1号店(通算第37号店)を  
埼玉県与野市(現・さいたま市)に開店  
(大宮バイパス与野店)

昭和56年3月 ● 「長崎皿うどん」の販売を開始

昭和57年8月 ● 株式会社浜勝を株式会社リンガーハットに商号変更

昭和58年6月 ● 佐賀県神埼郡吉野ヶ里町に佐賀工場を新設

昭和60年6月 ● リンガーハット・100号店(福岡大橋店)を福岡県福岡市に開店

昭和60年10月 ● 福岡証券取引所に株式を上場

昭和61年3月 ● 当社グループにおける店舗建設・メンテナンスを  
行うため、リンガーハット開発株式会社  
(現・連結子会社)を設立

昭和62年2月 ● 「とんかつ」専門店のチェーン展開のため、  
株式会社浜勝を設立し、株式会社長崎浜勝より  
とんかつ専門店など6店を営業譲渡

昭和62年9月 ● 大阪証券取引所に株式を上場

昭和63年8月 ● 静岡県駿東郡小山町に富士小山工場を新設

平成3年6月 ● リンガーハット・200号店(武蔵村山店)を  
東京都武蔵村山市に開店

平成4年11月 ● 社員ライセンスオーナー・1号店(熊本健軍店)を開店

平成5年3月 ● 株主優待制度を発足



長崎皿うどん



富士小山工場



株主優待券



平成 8 年

海鮮イカちゃんぼん



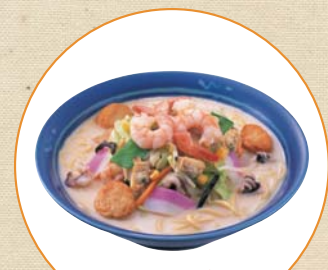
平成 16 年

霜降り白菜ちゃんぼん



平成 17 年

からまるちゃんぼん



平成 17 年

とくちゃんぼん

あなたは知っている？

## リンガーハット



お客さま相談室に  
よく寄せられる質問を  
ピックアップしてご紹介します。

Q 長崎ちゃんぼんって何？何でちゃんぼんっていうの？

A ちゃんぼんの名前の由来については各種の説があります。一番有力なのが、福建語で「ご飯を食べる」を意味する「吃飯(シャポン)」がちゃんぼんに変化したという説です。また、お酒の席で「ちゃんぼんにすると…」と言われるそうですが、いろんな物を一度に摂取する、という意味でもあります。



経営効率改善にも  
取り組んでいます！

★安心・安全で、要求される品質を効率良く作るために、NPS 研究会へ入会

リンガーハットでは、「あらゆる無駄を排除」することによって“経営効率の向上を図る”ことが、経営を左右する根幹の一つと考え、平成6年（1994年）にNPS研究会（ニュー・プロダクション・システム）に入会しました。入会后、まずは工場部門での改革に着手しました。以来、工場ではこの活動を継続的かつ活発に進めています。店舗食材や設備機器の内製化にも積極的に取り組み、近年では品質向上と原価低減に大きく寄与しています。その好影響は店舗やグループ全体へ広がり、全社的な体質改善へとつながっていると同時に、商品の品質アップや適正価格の維持などで、お客さまへダイレクトに還元しています。



平成 21 年

かきちゃんぽん



平成 14 年

カキフライとヒレかつ



平成 18 年

梅しそ巻きかつ



平成 20 年

重ねかつ

- 平成6年4月 ● 関西地区第1号店（通算第225号店）を大阪府東大阪市に開店（東大阪西堤店）
- 平成6年8月 ● 中京地区第1号店（通算第230号店）を愛知県岡崎市に開店（愛知岡崎市）
- 平成6年9月 ● NPS 研究会に入会（★）
- 平成7年4月 ● SC（ショッピングセンター）内出店第1号店（通算第243号店）を長崎県大村市に開店（大村ジャスコ店）
- 平成7年11月 ● とんかつの専用工場として太宰府工場を福岡県太宰府市に新設
- 平成9年3月 ● 株式会社浜勝の株式を日本証券業協会に店頭売買有価証券として新規登録
- 平成10年5月 ● リンガーハット・300号店（三鷹井口店）を東京都三鷹市に開店
- 平成10年7月 ● 東京証券取引所（第二部）に株式を上場
- 平成11年11月 ● 福岡本社を福岡県福岡市博多区豊に移転し、当社グループ各社の本社機能を集約
- 平成12年2月 ● 東京証券取引所、大阪証券取引所の市場第一部に指定替え
- 平成12年7月 ● 「低価格宣言」を行い、「長崎ちゃんぽん380円」を新価格として販売
- 平成13年3月 ● （株）浜勝を吸収合併
- 平成13年7月 ● リンガーハット・400号店（横浜瀬谷店）を神奈川県横浜市に開店
- 平成14年11月 ● 東京本社を東京都港区高輪へ移転
- 平成15年11月 ● 大阪証券取引所市場第一部上場廃止
- 平成17年3月 ● リンガーハット500号店（福岡橋本店）を福岡県福岡市に開店
- 平成18年2月 ● とんかつ浜勝100号店（福岡大名店）を福岡県福岡市に開店
- 平成18年9月 ● 持株会社制へ移行  
「長崎ちゃんぽん」「長崎うどん」  
6年ぶりに価格改定 税込450円
- 平成20年3月 ● キャベツの契約栽培の取組みについて、  
第一回国産野菜の生産・利用拡大  
優良事業者として農林水産大臣賞受賞
- 平成20年9月 ● 東京本社を東京都大田区へ移転
- 平成21年3月 ● 食品産業 CO<sub>2</sub>削減促進対策において佐賀工場  
農林水産省総合食料局長賞受賞
- 平成21年4月 ● 農林水産大臣賞受賞「国産食材安定調達部門」
- 平成21年4月 ● 「ぎょうざ」に使用する野菜をすべて国産へ変更
- 平成21年6月 ● 「和華蘭」ブランドの通信販売開始
- 平成21年10月 ● リンガーハットグループ使用野菜のすべてを国産化
- 平成22年1月 ● ちゃんぽん麺の小麦粉のすべてを国産化
- FOOD ACTION NIPPON アワード2009プロダクト部門優秀賞受賞



福岡橋本店



福岡大名店



野菜たっぷりちゃんぽん

Q 「リンガーハット」という社名の意味や由来は？

A リンガーハット（Ringer Hut）のリンガーは、長崎で広く貿易商を営んでいたフレデリックリンガーという英国商人の名前にあやかったものです。長崎にグラバー園という有名な公園がありますが、ここにはグラバー邸とともにこのリンガーさんの邸宅「リンガー邸」が建っています。「長崎ちゃんぽん」という長崎の郷土料理を販売するにあたり、郷土にちなんだこの大商人の名前をつけさせていただきました。ハットは小屋とか小さな家という意味で、通して訳すと「リンガーさんの小さな家」となりますね。

# 「日本の野菜プロジェクト」の舞台裏

## ～社員の夢がいかにして結実したのか！～

リンガーハットグループは、2009年10月より全店で使用する野菜の国産化を実現しました。本プロジェクトのねらいと目的、そして実現にいたるまでの難題をいかに克服したのか、各部門を代表して6名の社員をご紹介します。

### 「食の安全」を目指してプロジェクトが発足

**司会**：「日本の野菜プロジェクト」によって、グループ全店で使用するすべての野菜が国産になって3カ月あまり。お客さまの反応はいかがでしょう？

**今井**：店長として、お客さまから生の感想をお聞きすると「野菜がおいしい」という声が圧倒的に多いですね。それに国産の安心感もあって、小さなお子様連れのご家族や、女性の方にも好評です。

**小島**：一生懸命取り組んだことが、お客さまに喜んでいただけるのは何よりですね。

**司会**：そもそも、このプロジェクトが動き始めたのはいつ頃だったのですか。

**武谷**：全国で日本の野菜を使った商品が販売される約1年前の2008年冬です。米濱会長から、「国産に切り替えるにあたって野菜の種類の提案をしてくれ」と言われて。

**池田**：当時は、中国製の冷凍餃子中毒事件をはじめ、産地や消費期限の偽装問題など「食の安全」が問われていました。そこで、安全で安心できる日本の野菜をお客さまに提供しようということになったんですよ。

**武谷**：野菜の中でも、元々キャベツは25年前から契約栽培で国産のものを使用していました。それに自社工場栽培しているモヤシも国産です。しかし、それ以外の野菜は中国などからの輸入品に頼っていましたから、輸入品に代わる野菜に何をを選ぶのか…それが第一の悩みでした。

**今井**：スーパーで野菜を選んで買うのとは訳が違いますよね。

**武谷**：一番の大きな違いは量です。リンガーハットグループが年間に使用する野

菜の総量は12,400t。それだけの量を確保するためには、従来のちゃんぽんに使っていたキクラゲやキヌサヤは諦めなければいけませんでした。

**杉野**：キクラゲやキヌサヤって、国産品が少ないですよ。

**武谷**：ほとんど流通していません。どちらも、ちゃんぽんに入れると彩りが美しくなるんですが…。

**池田**：ちゃんぽんはバランスが大切ですからね。味はもちろん、彩り、食感、ボリュームなど、すべてをバランスよく備えている必要がある。

**武谷**：商品開発担当の池田さんと協力しながら、キクラゲやキヌサヤに代わるような彩り野菜を何度も吟味しました。山東菜やターサイといった葉物がいいとか、昆布はどうだとか。

**一同**：昆布ですか！？

**池田**：昆布は、彩りはきれいなんですが、食感がイマイチなので見送りました。

**武谷**：彩り野菜については、このような苦労を重ねまして、最終的に候補に上がったのがオランダさやえんどうだったんです。

### 農家との信頼が実を結んだオランダさやえんどう作り

**司会**：オランダさやえんどうって、あまり聞き馴染みのない野菜ですよ。普通のキヌサヤとどこが違うのですか？

**池田**：オランダさやえんどうは、普通のキヌサヤより5倍くらい大きくて肉厚なんです。味も甘みがあっておいしいんですよ。実は、15年ほど前に会長が上海でこれを見つけて気に入った経緯があり、当社にゆかりのある野菜なんです。

**武谷**：日本では、和歌山を中心に年間約

50tが生産されています。ただ、リンガーハット全店で使うとなると、年間で約200tは必要になる訳で…。

**杉野**：4倍ですね(笑)。

**武谷**：その通りです。なければ自分たちで作るしかありませんから、とにかく種を持って全国の農家に「作ってください」とお願いをして回りました。

**司会**：だけど、お願いしたからといってすぐに作ってもらえるものではないですよ？

**武谷**：はい。農家の方にとって、育て方が分からない未知の野菜はリスクが高い。それに、せっかく作っても売り先がなければ苦労が無駄になります。

**野口**：それでも作っていただけた理由があったのですか？

**武谷**：幸いなことに、私たちには25年間にわたるキャベツの契約栽培で、農家の方たちと培った信頼関係がありました。信頼があったからこそ、未知の野菜作りにも協力してくれる…こんなに嬉しいことはなかったです。

**池田**：しかも、新規の農家の方も作って下さったんですよ。

**武谷**：農家の方のチャレンジ精神に助けられました。最終的には全国20産地で多数の農家の方々がオランダさやえんどう作り協力してくださったんですが…2009年は東北地方で記録的な大雨と、台風の被害でほとんど駄目になってしまった圃場があります。

**一同**：ええっ。

**武谷**：元々キヌサヤは、ちょっとした雨や霜にやられてしまうくらい繊細な野菜なんです。残念ながら最初のオランダさやえんどうは失敗してしまったけれど、ありがたいことに「もう一回挑戦したい」と言って下さった農家があります。また、地域によってはオランダさやえん





どうを植えて、年明けに一度雪にやられたものの、農家の方が見事再生させて下さったお陰で、何とか調達の目処が立ちました。

**今井**：農家の方、すごいですね！

**武谷**：私たちの真剣味が伝わったのだと思います。農家の方は、ただ栽培をお願いするだけの業者には、決してそれ以上のことはしてくれない。だから私は、お世話になっている農家に対して月に1度は必ず顔を出すよう心がけています。「日本の野菜プロジェクト」にかける私たちの意気込みを伝えて、それを農家の方が理解してくれたからこそ、一生懸命オランダさやえんどうに取り組んで下さったのだと思います。

### 今までにない味と食感の新しいちゃんぽんを

**司会**：商品開発の立場では、日本の野菜に切り替えるにあたり、どんなことを感じていましたか？

**池田**：日本の野菜を使うからには、野菜の種類やカットの仕方、スープにいたるまで、今までにはないちゃんぽんの可能性を探ろうと思いました。ただ、コストがいくらかかるのか、見当もつかなかったけれど…。

**武谷**：国産だと、野菜そのものにコストがかかってしまいますから。

**池田**：そう。だから開発にはお金がか

けられない(笑)。お金がないなら知恵でカバーするしかありません。例えば、ちゃんぽんのスープは360ccから300ccに変えました。

**小島**：思い切って量を減らしたんですね。

**池田**：300ccでもスープの量には十分なんです。しかもスープを減らせば、それだけカロリーと塩分を抑えることもできる。スープを減らした分、おいしさをアップさせようと思い、調理に工夫を凝らしました。

**司会**：どんな工夫でしょう。

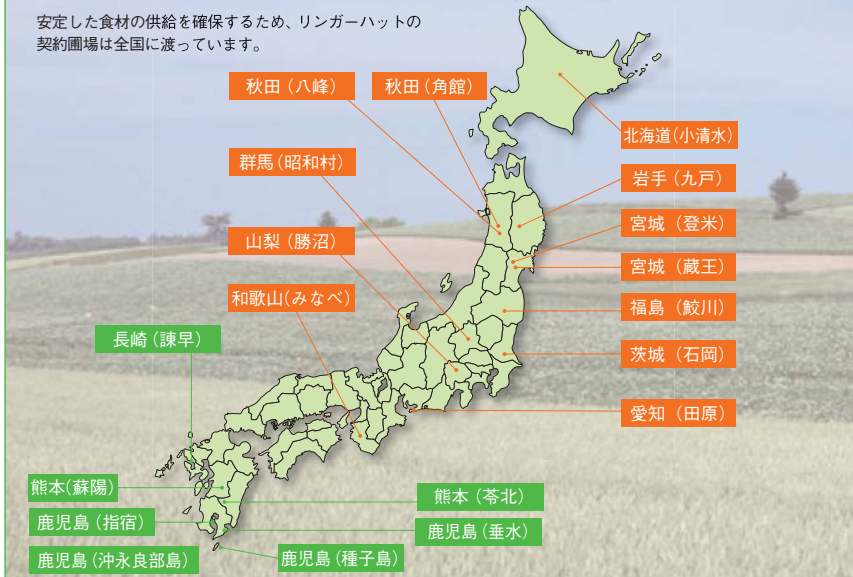
**池田**：玉ネギをじっくり炒めることで、より自然な甘みを引き出すようにしました。それと、今まで使っていたごま油をオニオンオイルに変更しました。オニオ

## 「日本の野菜プロジェクト」とは？

リンガーハットグループ全店で使用する野菜をすべて国産化するという取り組みです。2009年10月1日から「リンガーハット」全店で年間使用する12,400tもの生鮮野菜が、国産になりました。より新鮮かつ安全な国産の野菜をお客さまにお届けできるのと同時に、海外で生産された野菜を輸送することで発生する、多大な「フードマイレージ」(食料= Food、輸送距離= Mileage) を小さくすることができ、地球環境保護にも役立ちます。

### 全国のリンガーハット オランダさやえんどう契約圃場

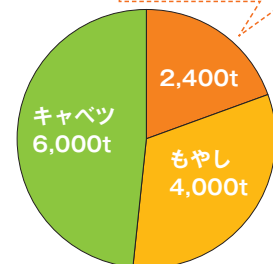
安定した食材の供給を確保するため、リンガーハットの契約圃場は全国に渡っています。



### 国内でまかなえない野菜を契約栽培で調達

契約栽培25年間のノウハウを活用し、全国の生産地の農家と連携して野菜の国産化を実現しました。

- ・たまねぎ・にんじん
- ・オランダさやえんどう
- ・青ねぎ・水菜
- ・コーンなど



年間の野菜使用量12,400t

ンオイルを使うと、風味が出て優しい味わいになるんです。あとは社内外で100名以上に試食してもらった感想を元に、味加減や具材のバランス、食感、炒め方などの改良を繰り返しました。

**野口**：ちゃんぽんが新しくなって、野菜のカット幅が随分と変わりましたよね。

**今井**：そうそう。キャベツが従来より細長いカットになって、お箸でとりやすくなったとお客さまに好評ですよ。

**池田**：カット幅は、見た目と食感を重視しました。お皿に盛った時に目立つニンジンが細く。逆に、彩りを加えたいオランダさやえんどうは太くカットしました。

**司会**：そして、新商品の「野菜たっぷりちゃんぽん」ですが…。

**池田**：あれは自信作です。役員試食会で、新しいちゃんぽんを食べてもらうんですが、そもそも「日本の野菜プロジェクト」の前提が「国産野菜をたくさん食べる」ことだから、普通の量ではなかなか皆が驚いてくれない。だから、試食会が終わった直後に「実は、これも出したいんです」と言って「野菜たっぷりちゃんぽん」を出しました。

**小島**：何しろ野菜が480gも入っていますからね。私も最初に見た時ビックリしました！

**池田**：そうですね。「野菜たっぷりちゃんぽん」を見た全員が「おおっ」と目を丸くして…この瞬間、ヒットを確信しました(笑)

**杉野**：ちゃんぽンドレッシングをかけるのも面白いです。

**池田**：野菜が多いので、途中で飽きない

ようにするための工夫です。ちゃんぽンドレッシングの爽やかなショウガの香りで、食が進みますよ。

### 新鮮な野菜を提供するため スピードと効率にこだわる

**司会**：では次に、工場的心声を聞いてみましょう。「日本の野菜プロジェクト」が始まったことで、工場がどのように変わっていったのでしょうか。

**野口**：「日本の野菜プロジェクト」によって工場が変わった点といえば、何とんでも野菜の一次加工を工場で行うようになったことですね。

**小島**：それまで一次加工は海外でしてましたよね。

**野口**：そうです。輸入野菜は海外の工場からカットされた状態で送られてきましたので、国内の工場でカットする必要がありませんでした。

**今井**：じゃあ、新たに機械を導入したり、人手を増やしたりしたんですね。

**野口**：最初は人の手で済ませられるものは人の手で、機械でできるものは機械で行い、必要に応じて手作業から設備への置き換えを実施していきました。

**司会**：導入にあたって苦労した点はありますか？

**野口**：商品開発担当の人が納得する品質に仕上げるのが一番難しかったです。店舗で商品として提供するには、野菜のカット幅が一つひとつ揃っていないとなりませんから。だけど、野菜って大きさがまちまちなので…。

**武谷**：確かに。全く同じ形をした野菜なんてありませんからね。

**野口**：手作業だと野菜の大小に対応できるんですが、大量には捌けない。逆に、機械で加工をすると大量に捌けるが、今度は機械が野菜の微妙な大きさの違いに対応してくれない。機械の不具合が起きる度に、ラインを改造したり手作業で工夫したりして、ちょうどいい設備と人数を調整するのに苦労しました。

**司会**：自然の野菜を扱う工場ならではのお話ですね。

**野口**：工場って時間との戦いなんですよ。野菜は時間と共に味や栄養価が下がってしまうので、できるだけ早く店舗に届けて、フレッシュな状態でお客さまに提供できるよう心がけています。ですから、ぜひお客さまには日本の野菜の安全面はもちろん、おいしさやみずみずしさまで味わっていただきたいですね。

### 質の高い商品とサービスを実現するマニュアル作り

**司会**：さて、工場で一次加工を済ませた野菜は、それぞれの店舗へ届けられて調理される訳ですが、その調理法のマニュアルを作成したのは小島さんです。

**小島**：私は、商品開発部や工場、店舗と連動しながら、日本の野菜のおいしさを最大限に引き出すマニュアル作りを担当しています。

**司会**：商品のマニュアルって、どうやって作るのですか？

**小島**：今回は新商品ですから、まずは野



25年間にわたる契約栽培で、農家の方たちと培った信頼関係。それがあってこそ、未知の野菜作りにもチャレンジできたんです

購買部長  
武谷 真太郎



日本の野菜を使うからには、野菜の種類やカットの仕方、スープまで今までにないちゃんぽんを開発しようと思いました

商品開発部長  
池田 滋寛



工場は時間との戦い。フレッシュな野菜のおいしさやみずみずしさを、できるだけ早くお客さまにお届けしたい

佐賀工場グループ長  
野口 剛





菜の形状や大きさなどの規格にもとづいて、本当に商品が作れるかどうかチェックすることから始めました。

**杉野**：調理していく内に、問題点が浮かび上がってくるんですね。厨房システムによる仕上がりの差とか……。

**小島**：厨房システムには、店舗によって従業員が中華鍋を振って炒めるシステムと、機械で自動的に炒めるオートパンシステムの二種類がありまして、初めは炒め方や盛り方に差が出ていたんですね。それを統一するために、商品開発部の池田さんとは何度も議論をしました。

**池田**：炒め方でおいしさは変わりますからね。日本の野菜になったのをキッカケに、改めておいしさを追求できたのは良かったと思います。

**杉野**：2009年4月からスタートしたレストランでも、いろいろな意見が出てきました。

**小島**：レストランは、静岡県と鹿児島県の店舗で先行販売を行ったんです。実際に厨房で調理して、お客さまに召し上がっていただく中で、オペレーションや商品について新たに生じた意見や問題を一つひとつクリアして、マニュアルに反映させていく訳です。

**司会**：小島さんには、マニュアルを作成した上で、各地のブロックを束ねる営業担当にトレーニングを行うという役割もあるんですね。

**小島**：トレーニングの内容を、営業担当が各地の店舗に指導していくのですから責任重大です。私が苦労したのは、どうしたら営業担当が「日本の野菜プロジェ

クト」に納得してもらえるか？ という点。営業担当が新商品に対して「すごい」「おいしい」と心から納得していなければ、真剣に取り組んでももらえないと思いましたから。

**杉野**：私たち営業部長を集めて、新商品の試食会も行いましたよね。

**小島**：あれは、日本の野菜のおいしさを体験してもらうためです。もちろん、私自身が新商品について経験を積んで、納得していなければ指導できませんから、実際に店舗で野菜を切ったり、調理をしたりしてトレーニングに役立てていたんですよ。

### 生まれ変わった店舗で お客さまにメニューを提供

**司会**：営業部長の杉野さんと、ブロック長の今井さんにも当時を振りかえってもらいましょう。

**杉野**：私は営業部長なので、トレーニング担当から受けた指導を、店長のリーダー格であるブロック長に伝える役割を担当しました。

**今井**：今回は担当ブロックの各店舗の店長にトレーニングを行いました。

**司会**：ふたりとも、それぞれの立場で指導にあたっているんですね。「日本の野菜プロジェクト」の新商品のトレーニングをする際、最も気をつけたことは何ですか？

**杉野**：お客さまに日本の野菜の魅力を直接伝えられるのは、店長であり、店長の元で働く社員やリンガーマイト（パート

タイマー、アルバイト）です。なぜ日本の野菜を導入するのかについて、ビデオを観たり作文を書いたりして、全員の理解が深まるようにしました。

**今井**：私も、このプロジェクトが「食の安全」を守り、「国内の自給率アップにも貢献できる大切な使命です！」と繰り返し伝えました。また、日本の野菜のおいしさを体で納得してもらうため、店長と試食会も行いました。

**杉野**：とにかく「今までとは違うんだ」という意識を持ってもらうよう心がけましたね。商品が変わるだけでなく、私たちも生まれ変わらなければいけない、と。

**小島**：実際に、10月に日本の野菜を使った商品が全国展開されるタイミングで、店もサービスも新しく生まれ変わりました。

**今井**：そうですね。まずは制服が変わって、挨拶も「いらっしゃいませ」の後に「こんにちは」「今晚は」などを付け加えるようにしたんです。あとは玄関に花を飾って、外からもこれまでとの違いが分かるようになりました。

**杉野**：店舗を見ていると、確かに店長やリンガーマイトの意識は変わったと思います。商品を単に出すだけではなく、日本の野菜に切り替わったことや、ちゃんぼンドレッシングの使い方などをお客さまに伝えようとしている。

**武谷**：店舗で試食をしているから、お客さまに自信を持って勧められるんですね。

**池田**：「日本の野菜プロジェクト」をキッカケに、お客さまと自然にコミュニケーションがとれる気持ちももっと根付くと良いですね。

日本の野菜のおいしさを最大限に引き出すマニュアル作りのために、意見や問題を一つひとつクリアしていききました

トレーニング担当部長  
**小島 信弘**



商品が変わるだけでなく、私たちが生まれ変わるためのトレーニングを実践しています

リンガーハットジャパン 営業部長  
**杉野 隆宏**



食の安全を守り、国内の自給率アップに貢献するという使命を伝えるよう心がけました

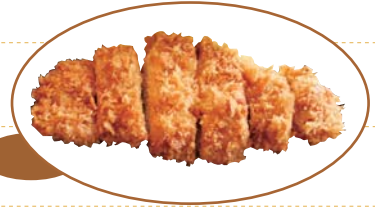
リンガーハットジャパンブロック長  
**今井 美香**



司会  
CSR 推進担当  
部長  
**種川 浩之**



おいしさ と 安全 にこだわっています。



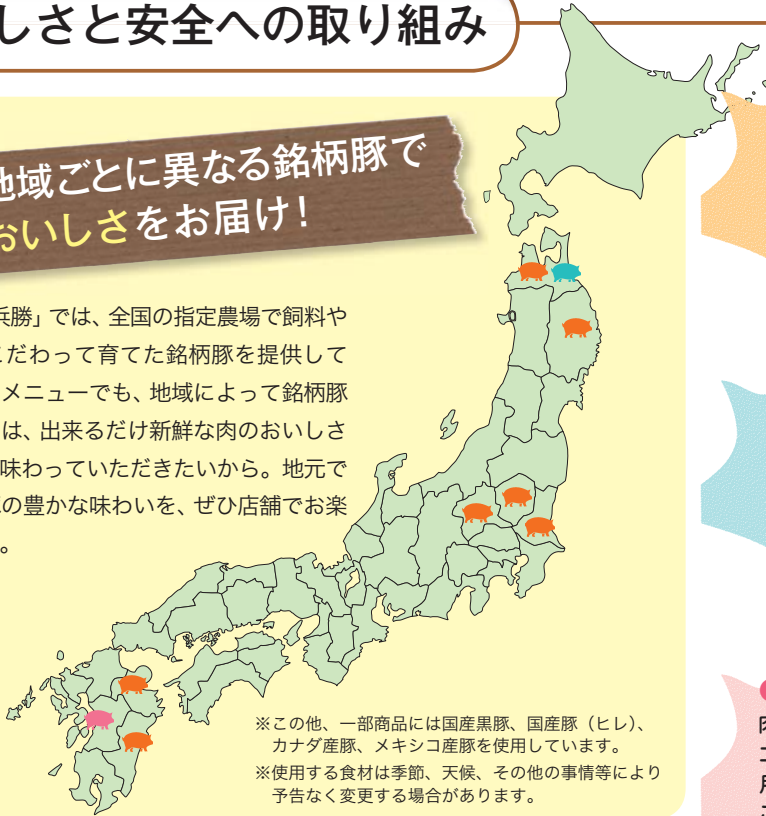
# 浜勝の とんかつ が できるまで

1962年の創業以来、多くのお客さまに愛されている「とんかつ浜勝」。  
とんかつをはじめ、数々の人気メニューがお客さまの元に届けられるまでには、  
生産地、工場、店舗のあらゆる行程で生産者やスタッフがおいしさと安全を追求しています。

## おいしさと安全への取り組み

### 1 地域ごとに異なる銘柄豚でおいしさをお届け!

「とんかつ浜勝」では、全国の指定農場で飼料や飼育環境にこだわって育てた銘柄豚を提供しています。同じメニューでも、地域によって銘柄豚が異なる理由は、出来るだけ新鮮な肉のおいしさをお客さまに味わっていただきたいから。地元で育った銘柄豚の豊かな味わいを、ぜひ店舗でお楽しみください。



※この他、一部商品には国産黒豚、国産豚（ヒレ）、カナダ産豚、メキシコ産豚を使用しています。  
※使用する食材は季節、天候、その他の事情等により予告なく変更する場合があります。

#### ●国産ハーブ豚

4種のハーブ（オレガノ、シナモン、ジンジャー、ナツメグ）と純植物性飼料だけで育てています。ハーブの効果で、臭みが少なく脂肪があっさりしています。

#### ●やまざきポーク

自然由来の純植物性の飼料を与えているため、肉質は柔らかく、独特の旨みがあります。また、ビタミンEが普通の豚肉に比べて約7倍も多く含まれています。

#### ●ひごさかえ肥皇

肉づきなどに優れた系統豚「ヒゴサカエ302」の血を引く銘柄豚。出荷2ヵ月前より麦類等を混ぜた飼料を与えることで、風味がよく柔らかな肉質に仕上がります。

### 2 徹底した衛生管理で安心・安全をお届け!

安心・安全な商品をお客さまにお届するために、銘柄豚やキャベツは、厳しい衛生管理と品質管理の基準をクリアした指定農場のものを使用しています。

指定農場や工場、店舗では、常に内部チェックを行い清潔な環境づくりに努めています。また、品質保証担当による検査や指導も行われています。



子豚が健康に育つように農場に主治医がついて定期的に健康診断を行うほか、予防医学に基づいて環境を整備します



洗浄・消毒の行き届いた豚舎内。人間の体に有害な微生物を防ぐだけでなく、病気やストレスから豚を守る役割も

#### 品質保証担当とは?

##### 安全を厳しくチェックする別組織

工場や店舗の衛生状況をチェックする品質保証担当は、工場の敷地内にありながら、独立した別組織として機能しています。工場では、食材の加工後にサンプルによる微生物検査を行い、厳格な製造基準を満たしているかどうかを判断します。さらに抜き打ちで工場内の拭き取り調査をして、汚染がないかチェックします。また、全国の店舗で抜き打ち検査も行います。80項目もの基本衛生の調査、商品検査、厨房内の拭き取り調査や冷機器の温度検査などを通して「食の安心」を支えています。





## こんな風に作られています！

### 工場

富士小山工場



お話を伺いました

富士小山工場  
生産グループ  
吉原 義人



工場の製造室の入口では、エアシャワー、手洗い、服装チェック、靴消毒を行います。また、体温確認や体調チェックを通じて、工場内に外部からの汚染を持ち込まないように心がけています。



#### 肉の加工

肉を部位別にカットし、重量を確かめてから袋詰めして金属検査を行います。加工された肉は、当日中に新鮮な状態で店舗に届けられます。品質保証担当でも、加工後の微生物検査を実施します。



#### 野菜の加工

下処理をした野菜を機械でカットします。とんかつに添えるキャベツは、シャキっとした葉の食感が楽しめるように、機械で芯を取り除いた後も、手作業で硬い部分が混じっていないか選別します。

#### 調理クズなどの廃棄物はリサイクル

野菜の下処理やカットの段階で生じた調理クズなどは、肥料としてリサイクルされます。2006年より、グループ全体の工場廃棄物のリサイクル率は100%です。



### 店舗

静岡御殿場店



いつも清潔に保たれている厨房。ここから1日300食ものメニューが提供されます。

お話を伺いました

静岡御殿場店  
店長  
松山 教仁



できあがり！



「食の安全」を守るため、店舗では食材の消費期限の徹底や、開店時、閉店時の点検作業、調理中のアルコール消毒などを実践しています。店長やスタッフによる衛生チェックをはじめ、地区のブロック長チェック、営業部長チェック、品質保証担当の抜きうち検査もあり、お客さまが安心して快適に過ごせる店舗を目指しています。また、スタッフは常に身だしなみや健康面のセルフチェックを行うほか、新人のスタッフにはベテランのトレーナーがついて調理や衛生の指導にあたります。



#### とんかつの調理

肉の旨みをギュッと閉じ込めるために、とんかつの衣は厚すぎず、薄すぎずしっかりと。揚げ色をチェックしながら一気に揚げた後は、しっかりと油を切りながら余熱を通して出来上がりです。



#### 揚げ油の浄化

とんかつを揚げるフライヤーの洗浄は1日1回。いつも揚げたての味と香りをお客さまに楽しんでいただくために、食用油還元浄化装置を使って揚げ油の品質を保っています。

#### お客さまとのコミュニケーションを大切に

「とんかつ浜勝」では、スタッフからお客さまに「ご飯やキャベツのお代わりはいかがですか？」などの声掛けをしています。これは、商品を快適に召し上がっていただくためだけではなく、お客さまとのコミュニケーションを通じて「また来店したい」と思ってもらえる店舗づくりを目指しているからなのです。

# 私たちは健康的で高品質な商品を手頃な価格で提供します。

食の安心・安全を目的として使用している食材がどこで採れたのか、原産地を明確にしています。また、アレルギー物質表示、栄養成分表示の取り組みも行っています。

## 基本の考え方

食べることは、健康に生きることだと私たちは考えます。

リンガーハットグループでは、急速に高まる健康志向や食品の安全性を求める声に先駆けて、野菜の栽培段階から深く関わり、ちゃんぼん、ぎょうざ、とんかつに欠かせないキャベツは基本的に、農薬や科学肥料を減らした契約栽培を行っています。食の安心・安全を確保する取り組みによって、お客さまの健康づくりに役立つ商品を良心的な価格で提供したいと考えています。



長崎ちゃんぼんに使われる日本の野菜

### ■ 原産地表示

#### 主な食材の原産地をお伝えしています

リンガーハット、浜勝では、皆さまにお手頃な価格で商品を提供するとともに、安心でおいしいひとときをお楽しみいただくために、食材の産地を明確にし、原産地の情報をメニューとホームページでお知らせしています。また、店舗においては店頭にて原産地一覧表を掲示し野菜の産地がわかるようにしています。

#### ● 店頭お知らせ



#### ● ホームページお知らせ

食材	産地
キャベツ	長野県
たまねぎ	北海道
にんじん	熊本県
ゆめめい	北海道
もやし	佐賀県
とうもろこし	北海道
ピーマン	佐賀県
ピーチ	佐賀県
ピーマン	佐賀県
ピーチ	佐賀県
ピーマン	佐賀県
ピーチ	佐賀県

産地	産物
北海道	とうもろこし
北海道	たまねぎ
北海道	にんじん
北海道	ゆめめい
北海道	ピーマン
北海道	ピーチ
北海道	ピーマン
北海道	ピーチ
北海道	ピーマン
北海道	ピーチ

### ■ 自社工場の役割

#### 全店舗への当日配送・徹底した品質管理

食材は自社の生産工場加工し、各店舗へ配送しています。おいしい、安心、低価格の鍵を握る工場の技術力は日々進化を続けています。リンガーハットの徹底したこだわりは、関東、九州3ヶ所の工場でも実践しています。工場では主に麺、ぎょうざなどの生産のほか、キャベツや豚肉などのカット加工を行っています。ほとんどの食材が生鮮品であることから、品質管理は至上命題と考えています。チルド（冷蔵）やコールド（冷凍）でおいしさと新鮮さを高度に保ちながら、全店舗への当日配送を実現しているのもおいしさと品質優先のためであり、食品の衛生、安全性についても徹底した監視体制を敷いています。



● 野菜の殺菌処理の様子



● 衛生状態の培養検査の様子

#### もやしの自社工場栽培

リンガーハットで使用しているもやしは、全て自社栽培。富士小山工場（静岡県）、鳥栖工場（佐賀県）で大切に育てられています。富士小山工場では、丹沢水系の水（静岡県駿東郡小山町の水）を、鳥栖工場では背振山系の地下水を使用し、ミネラルたっぷりです。シャキシャキのもやしを栽培しています。



● もやし栽培の様子



■ 店舗の役割

店舗での継続的な改善活動と徹底した衛生管理

地域の皆さまに必要とされる企業となるためにも、安心・安全でおいしい商品をお客さまにご提供させていただく店舗の役割は非常に重要と考えています。

「おいしい料理を快適な雰囲気（清潔な店舗空間）の中で気持ちよく召し上がっていただく」ために、日々の営業活動の中でも調理・接客サービスに関するトレーニングを継続的に行っています。

店舗で決められたQSC（商品品質・サービス・クリンリネス）の基準が守られているかどうかの確認のための店舗訪問、お客さま満足度調査にて問題点を明確にしたうえで改善活動に取り組んでいます。

また、「食の安心・安全」のために、オペレーションマニュアルを作成。店舗での「原材料の先入れ先出し」「開店時・閉店時の点検作業」はもちろんのこと、社内衛生指導員が抜き打ちで店舗を訪問し、商品の細菌検査、厨房内の拭き取り検査、原材料及び冷機器の温度検査、目視による基本衛生の検査を行っています。



● 基本衛生の検査



● 冷機器の温度検査

● 店舗におけるQSCの基準とチェック内容

店舗におけるQSCの基準は、QSCのそれぞれについて10のチェック項目を設け、守られているかどうかを定期的にチェックし、改善に努めています。

**Q 商品品質**

スープの温かさや野菜のしゃきしゃき感、焼き色など、提供する料理の品質を細かく定めています。

**S サービス**

笑顔で応対しているか、提供時間は基準内であるか、身だしなみは整っているかなどをチェックしています。

**C クリンリネス**

店舗出入口は清潔であるか、客席の床は清潔であるか、トイレは清潔であるかなど、店舗全体の衛生管理を徹底しています。

安心してお食事を楽しんでいただくため、こんなことも取り組んでいます

アレルギー物質表示、栄養成分表示

アレルギー物質については、お客さまの声に応じて表示すべきものと考えています。表示が義務付けられている特定原材料7品目と表示を推奨する18品目についてお知らせできるように取り組んでおり、店舗では商品ごとの一覧表を準備しています。また、ホームページにおいてもアレルギー物質情報を開示しております。

生活習慣病や健康と密接にかかわる栄養成分の内容について、カロリー、塩分（食塩相当量）、たんぱく質、脂質、炭水化物の5品目の開示に取り組んでいます。

栄養成分については主要商品についてホームページでお知らせします。

保存料、合成着色料の不使用

リンガーハットでは、創業以来、新鮮な食材を使用し、お客さまに高品質で美味しく、そして健康的で、安心してお食事をしていただくことを常に心がけています。全ての店舗に、毎日自社工場からできたてのフレッシュな食材を配送し、保存料等の食品添加物の使用は最低限に抑えてきました。消費者の方々の食の安心・安全への関心が社会的に高まる中、紅白はんぺんの合成着色料を天然色素に変更し、メーカー様のご協力により醤油などに含まれていた保存料を取り除き、「長崎ちゃんぽん類」「長崎皿うどん類」「ぎょうざ」「チャーハン」から保存料、合成着色料を排除しました。

● リンガーハット・主なレギュラー商品・特定原材料使用状況

	小麦	そば	卵	乳	落花生	えび	かに
 長崎ちゃんぽん	○	×	△	○	×	○	×
 おこさまちゃんぽん	○	×	△	○	×	○	×
 長崎皿うどん	○	×	△	△	×	○	×
 ぎょうざ(5個)	○	×	△	○	×	×	×

リンガーハット、浜勝のホームページで、すべてのレギュラー商品について、アレルギー物質情報を掲載しています。

■ 国産化プロジェクト

使用する野菜をすべて国産に

リンガーハットグループでは、2009年より国産野菜のみを使用することになりました。理由のひとつは鮮度です。産地が近いほど鮮度が高いだけでなく、栄養価も保たれ、料理も一層おいしくなります。契約農家で栽培された野菜は最寄りの工場に配送され、すみやかに加工します。また契約栽培を通じて直接生産者と交流することで野菜の生い立ちがはっきりとします。自社工場での自家加工とあわせ、「安心・安全」な食材供給をすすめていきます。さらにこの取り組みは日本の食糧自給率向上にもつながり社会貢献を担う役割と考えています。



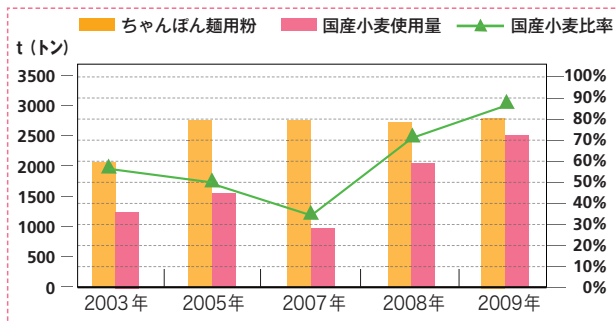
● 契約農家による野菜の生産

ちゃんぽん麺の国産小麦化

野菜の国産化に続き、2010年1月よりちゃんぽん麺に使用している小麦(2,500t)を全て国産化しました。この取り組みは、2003年6月冷凍ちゃんぽん麺の小麦の国産化を皮切りに、段階的に進めてきたものです。リンガーハットグループでは今後、皿うどん用粉・太麺用粉・米粉入りぎょうざ皮用粉にも取り組み、リンガーハットではすべての小麦粉に使用する小麦(1,500t)を、浜勝では小麦粉・パン粉(合計450t)を、国産化していく計画です。

※2005年から2007年にかけて国産小麦使用量が落ち込んでいるのは、NOS展開が行われ、ちゃんぽん麺用粉から冷凍麺用粉への移行が多かったため。

● 国産小麦使用量の推移



国産米粉の導入

リンガーハットでは、2009年4月よりぎょうざの皮に国産米粉をブレンドいたしました。国産米粉をブレンドすることで、ぎょうざの蒸したときのモチモチ感、焼いたときのパリッと感を出せるようになりさらに美味しくなりました。



● 米粉を使用したぎょうざ

■ 環境活動・その他

5ADAY運動への取り組み

ファイブ・ア・デイ(5ADAY)運動とは、1991年にアメリカで始まった、ガンなどの生活習慣病の予防をめざす健康推進運動です。日本では「1日5皿分(1皿70g、5皿=350g)の野菜と200g以上の果物を食べましょう」をスローガンにバランスの取れた食生活の重要性を啓発しています。リンガーハットの長崎ちゃんぽん・皿うどんは、言わば、温ったかサラダです。ビタミンCが豊富なキャベツや緑豆もやしをはじめとした山海の具材がたっぷり11種類!ちゃんぽんときょうざのセットを食べると、ファイブ・ア・デイ運動が進める1日の野菜摂取量約350gのうち約295g、80%以上をまかなうことができます。ちなみに「野菜たっぷりちゃんぽん」は野菜の量が480g!一杯で1日の野菜摂取目標を超えてしまいます。



● 5ADAY 運動



● 野菜たっぷりちゃんぽん

農林水産大臣賞受賞

リンガーハットでは、20年以上も前から自社の商品に使用するキャベツを国内産地との契約栽培により調達しています。さらに、使用する野菜を全て国産野菜に切り替えようというプロジェクトを発足し意欲的に取り組んできました。さまざまな消費者のニーズに応えたフードサービスの提供や環境問題への配慮、また国産野菜摂取普及への取り組み事例として、2009年4月「第17回優良外食産業表彰事業」の国産食材安定調達部門において農林水産大臣賞を受賞しました。



● 農林水産大臣賞表彰式

FOOD ACTION NIPPON アワード 2009

野菜の国産化への取り組みと、主カメニューである「長崎ちゃんぽん」「とんかつ」という商品を通し、野菜摂取の普及促進を図るとともに、日本の野菜の美味しさを低価格で提供できるよう努めている点が評価され、「FOOD ACTION NIPPON アワード2009」のプロダクト部門において優秀賞を受賞しました。





# 私たちは「お客さまの声」を心を開いてお聞きし、改善に努めます。

お客さまからの声をいかにして改善活動につなげていくのか。  
独自の工夫を凝らして、迅速な対応に取り組んでいます。

## 基本の考え方

従業員はもとより、ご来店いただくお客さま、パートナーとしてのお取引先、企業としての成長を期待されている株主・投資家の皆さま、その他、社会でさまざまな活動をされている方々を含めたステークホルダーの声を素直にお聞きし、業務の管理・改善に活かします。

## 【 行 動 基 準 】

全従業員が行動基準マニュアルを遵守しています

1 お客さまからの「苦情、意見、要望など」をお聞きし、仕事の管理・改善に役立てます。  
＜主管部門＝●お客さま相談室 ●営業部門＞

2 事業活動を通して知りえたお客さま情報を適切に管理し、すべてのお客さまの個人情報を守ります。  
＜主管部門＝●全部門共通 ●コンプライアンス委員会＞

### 個人情報保護方針

お預かりした個人情報は、管理責任者を定め鍵のかかるBOXで保管し情報漏洩防止を行っています。運用状況の確認につきましては、内部監査時にチェックと指導を行っています。さらに、個人情報保護に関する監査項目を設定し、個人情報の管理状況の監査も行っています。



3 当社が取り扱っている情報（コンピュータ及びネットワーク等の情報システム）を管理するセキュリティシステムを構築し、情報の改ざん、破壊、漏洩などを防止します。  
＜主管部門＝●経営情報部 ●コンプライアンス委員会＞

4 出店に係わる不動産情報を適切に管理し、賃貸借契約に基づく賃貸人さまとの守秘義務を遵守します。  
＜主管部門＝●店舗開発部＞

5 すべてのお取引先をパートナーとして、誠実で対等・公正な取引関係を構築します。  
＜主管部門＝●全部門共通＞

6 株主の皆さまの正しい理解と評価を得るために、適時・適切な情報を積極的に開示し、株主さまからの意見・要望を経営の管理・改善に役立てます。  
＜主管部門＝●経営情報部 ●総務人事部 ●広報・調査＞

7 行動基準に則した活動が保証されるようリンガーハット・ヘルプライン（通報、相談制度）を設け、事業活動に関係する法令や社会規範ならびに社内諸規程の適法化を図ります。  
＜主管部門＝●コンプライアンス委員会 ●労働組合＞

8 社会秩序や市民生活に脅威を与える反社会的勢力、組織や団体とは関わりを持ちません。また、これらの圧力には断固たる態度で臨みます。  
＜主管部門＝●全部門共通＞

### 具体的な対応方針

CSR部、総務人事部を中心として、各拠点所轄の警察当局や弁護士との連携を普段から図っています。また、特殊暴力防止対策連合会や企業防衛協議会の団体にも参加し、地域社会との連携を強め、さらには同業他社との研修会にも積極的に参加しています。

## ■ お客さま総合満足度評価

### お客さまの声を収集し店舗へレポート、改善活動を実施

リンガーハットグループの、リンガーハット・とんかつ浜勝に訪れるお客さまは、8割がリピーターです。リピーターの方々の満足度と来店頻度を高めるために、すべての店舗・時間帯・お客さまを対象にして、満足度を調査する仕組みを導入しました。携帯電話・パソコンを通じて回答していただいた、お客さまの満足度を集計。自由意見を店舗へフィードバックするとともに、3ヶ月毎に個別店舗のレポートを作成。店舗ではレポートをもとに店舗の強み、弱みを把握し、QSC改善活動を実施することにより「店舗力の向上」を図っています。

### ● お客さま満足度調査の流れ

- ① 会計時、お客さまへレシートを渡す  
(レシートにアンケートのご案内を記載)
- ② お客さまが携帯電話・パソコンから回答
- ③ 回答を集計し店舗へレポート発行。  
レポートをもとにQSC改善活動を実施

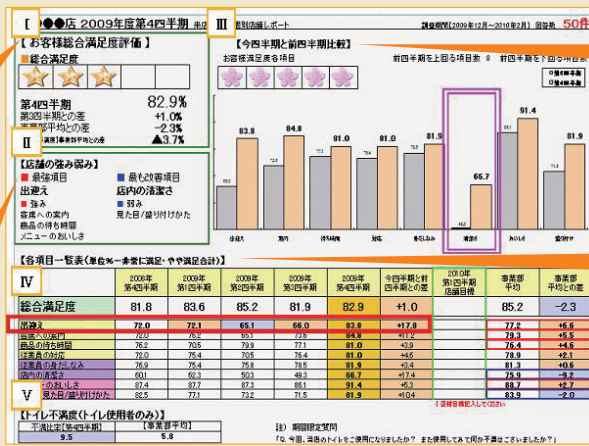


### ● お客さま総合満足度評価 店舗別レポート

**お客さま総合満足度評価**  
店舗体験の総合的な満足度をお客さまが5段階で回答。「非常に満足」「やや満足」と回答した比率を測定。平均との比較、前四半期との比較により、店舗の状況を星印で表現。

#### 店舗の強み・弱み

お客さま満足度を平均と比較し、それぞれの店舗の強み・弱みを明確化。改善活動の取り組みの指針に。



#### 今四半期と前四半期比較

お客さま満足度について、前四半期と今四半期の変化をグラフで表示。3ヶ月の取り組みをスコアの変化で確認。改善活動の検証を行う。

#### 各評価項目一覧

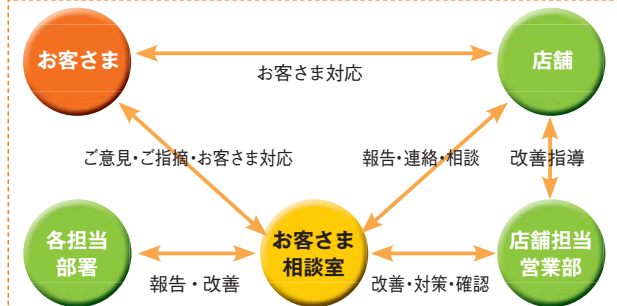
お客さま満足度の推移を時系列で一覧表示。履歴を確認し現状のポジションを明確化。

## ■ お客さま相談室

### 電話とWebでお客さまに対応 再発防止に努めます

お客さま相談室では、より多くのお客さまに喜んでいただけるリンガーハットグループであるために、「お客さまの声」を活かす取り組みを行っています。お客さまの声は、電話またはホームページのお問い合わせフォームを通じてお伺いしています。いただいたご意見・ご要望については、必要に応じて店舗や担当部署と連携し、よりよい店舗づくりに役立てています。その後、社内ブログを通じ、経営陣を含む社員が改善事例として共有し、再発防止に努めています。

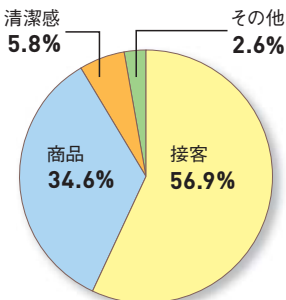
### ● お客さま相談室の仕組み



#### 《クレームの再発防止と情報共有》

- ① 社内メール活用による即時対応。重要性の高い案件は緊急連絡網にて対応。
- ② 社内ブログによる啓蒙を、日報・週報・月報で掲載。

### ● 2009年度クレーム内容



### ● お問い合わせ事例

#### ご意見

接客対応が悪く、不愉快になった

#### 対応

お食事の楽しさを味わっていただくために、サービスも重要な価値と認識し、お客さまの声を真摯に受け止め、再発防止に努めさせていただきます。

国産野菜を使用するようになって何か変わったのですか。

新鮮な野菜を温かいサラダ感覚で召し上がっていただけるよう、野菜の種類を変更し調理方法とスープの改良をして、現在のちゃんぽんとなっております。

卵アレルギーなのですが、はんぺんには卵を使用していますか。

「はんぺん」に卵は使用しておりませんが、調理器具は共有しておりますので、コンタミネーション※には十分ご注意ください。この情報はあくまでもひとつの目安としてご理解いただき、最終的に専門医にご相談のうえ、ご判断くださいますようお願い申し上げます。

#### お褒め

良いサービスで感動したなど、うれしいお声をいただいた時は、内容を社内ブログにて閲覧し、共に喜び、今後の大きな励みとさせていただきます。また、お店や従業員に感謝状を贈り、お褒めを他のお店とも共有することで、お客さまに感動していただけるお店づくりに役立てたいと考えています。

※コンタミネーション/特定原材料が意図せず、最終加工食品に混入することを指します。特定原材料の加工に使用した調理器具を共有している場合、洗浄したとしても、ごく微量のアレルギー物質が、別の特定原材料を使用していない加工食品に混入してしまうことがあります。



# ステークホルダーのみなさまの声を素直にお聞きして、よりよい企業を目指します。

すべてのお取引先をパートナーとして、誠実で対等、公正な取引関係を構築します。  
また、株主の皆さまの正しい理解と評価を得るために、適時・適切な情報を積極的に開示し、株主さまからの意見・要望を経営の管理・改善に役立てます。

## ■ 契約農家

### キャベツは 100%国内契約栽培

1986年に開始した熊本県の伊佐津有機農法研究会との契約栽培を皮切りに、当社グループで最も多く使用する野菜「キャベツ」の契約取引を、北は北海道、南は宮崎まで全国約25ヶ所の産地と行っています。年間使用する約6000トンの「キャベツ」をすべて国内の契約栽培により確保しています。



●契約農家  
茨城中央園芸の  
みなさま

### 契約取引を継続させるために

企業側と生産者側が契約取引をうまく行っていくために欠かせないのが、双方のコミュニケーションと考えます。企業側は産地を訪問し、生育状況をしっかり確認し、予定量が確保できない場合は早めにリスク対応を行う。また、生産者は、企業側の加工工場や、自分以外の契約産地を訪れて、ほかの産地の方々と情報交換を継続的に行う必要があります。当社でも年に数回、契約産地の皆さんに当社の工場に来ていただき、工場見学はもちろん、情報交換会と慰労の会食会を行っています。

## ■ 食と農の連携

### 食と農への日頃の取り組みが顕彰されました

当社が会員企業として参加している社団法人「日本フードサービス協会」の結成35周年式典におきまして「食と農の連携」への貢献に対する顕彰を受けることができました。日頃より当社の精神をご理解いただき契約栽培にご尽力いただいた生産者の皆さまの努力の賜物です。



●株式会社リンガーハット  
鎌田専務

## ■ 株主・投資家との関わり

### 真摯なご指摘にお応えしつづけています。

リンガーハットグループでは、毎年5月に定時株主総会を開催しています。例年、株主総会後の株主懇談会に屋台を出し「長崎皿うどん」「梅しそ巻きかつ」「ひれカツサンド」「杏仁豆腐」をご試食いただきました。毎年、アンケートにもお答えいただき今後の活動に反映しています。

また、株主さまには年に2回、ご所有の株式数に応じて「リンガーハット」「浜勝」「長崎卓袱浜勝」でご利用いただける食事ご優待券をお贈りしています。



●株主懇談会

## ■ フランチャイズ

### フランチャイズ展開を積極的に進めています

1992年に社員ライセンス1号店を開店して以来、着々とフランチャイズ店舗を展開し、現在では119店（リンガーハット99店、浜勝20店）になりました。

フランチャイズオーナーは、ブランドに誇りを持ち、その地域で「リンガーハットの顔」「浜勝の顔」として商売をするという強い意志を持っています。地域を（地域の人々を）愛し、更に地域社会の一員としてルールを守り、また個人・会社の両方で地域貢献しています。

### アジアへの展開

2010年4月には、タイ国・バンコク市内にて「リンガーハット バンコク K-Village店」をオープン。今後、既に日本食と麺の文化が浸透しているタイ国を東アジアの拠点として捉え、20店舗の出店を計画しています。リンガーハットグループでは、「長崎ちゃんぽんリンガーハット」及び「とんかつ浜勝」の2ブランドを、今後10年間でアジアを中心とした海外に、170店舗規模の出店を目指し展開してまいります。

# 私たちは自然と環境を大切にして、地域の皆様に愛される店づくりをします。

厨房の見直しや省エネによりCO<sub>2</sub>の排出量を低減し、リサイクルを推進。  
地域の自然と環境に配慮した、さまざまな取り組みを行っています。

## 基本の考え方

地域社会の一員として事業所（工場・店舗）周辺の環境への負荷を低減するとともに、その地域の自然と環境に適した、愛される店づくりをします。

### CO<sub>2</sub>の排出抑制への取り組み

#### 「電化厨房」の導入と省エネの徹底 全従業員を上げて環境負荷を低減

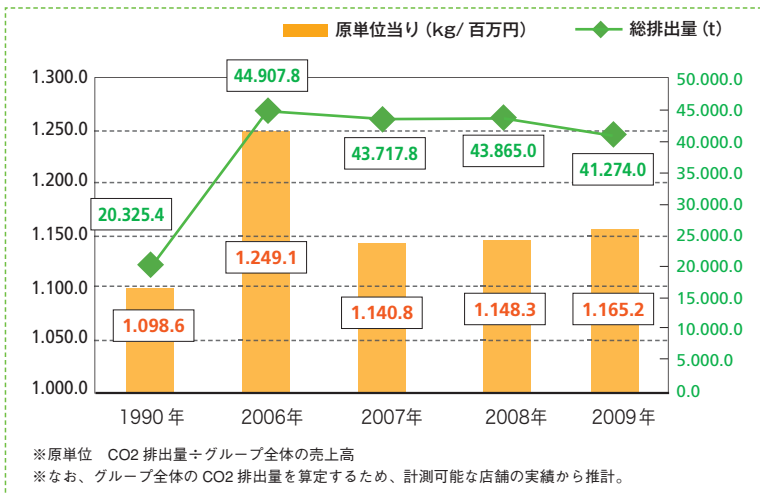
地球温暖化を防止する活動が求められる中、リンガーハットグループでも、エネルギー使用量の削減とCO<sub>2</sub>の排出量を削減のために、いろいろな取り組みにチャレンジしています。

工場では、排熱を利用して無駄なエネルギーの消費を抑えた「コージェネレーションシステム」を導入。リンガーハットの店舗では「電化厨房」の導入を推進しました。2006年比で原単位当たり（kg/百万円）約7%の削減が可能になりました。とくに「電化厨房」の導入は、ガス+電気併用厨房と比較するとCO<sub>2</sub>排出量を約48%削減できました。



●電化厨房

#### ●CO<sub>2</sub>排出量の推移



### 食品リサイクルへの取り組み

#### 食品リサイクル率向上を目指して 社内プロジェクトを発足

##### <生ごみリサイクル>

リンガーハットグループでは、環境保全に係わる法令を遵守し、環境への負荷を低減するとともに循環型環境社会の形成に貢献しています。

店舗では、ごみの減少に取り組むことはもちろんのこと、全社的な食品リサイクル向上のために食品残渣の飼料化・肥料化にも取り組んでいます。

##### <工場は100%リサイクル>

工場で発生する野菜ごみは100%肥料化しています。

##### <浜勝の廃油は100%飼料化>

浜勝で排出される廃油は100%飼料化しています。

#### ●食品リサイクル率向上の取り組み

食べ残しを減らす



廃棄ロスをなくす



ごみの分別の徹底



(紙ナプキン、箸袋、つまようじを食品ごみと分ける)

食品ごみの水切りの徹底



(圧縮し水分を絞り出す)



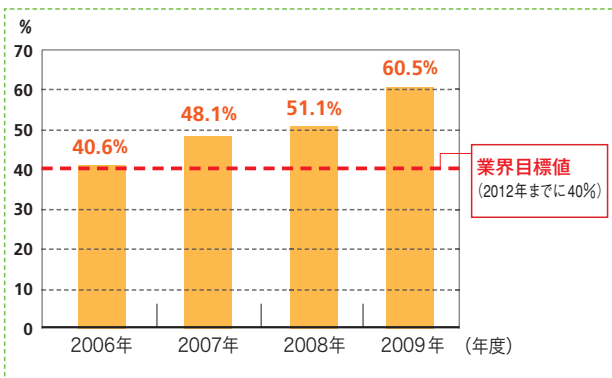
<環境プロジェクト発足>

全従業員が環境について積極的に取り組むため、意識向上を目的とした社内環境プロジェクトを発足しました。

メンバーは、営業部、工場、購買部、トレーニング担当、CSR推進担当、広報、リンガーハット開発より選抜された24名で構成。月に1回ミーティングを開催し、意見交換を行っています。2009年度は「食品リサイクル率向上」をテーマに工場・店舗における食品リサイクルの施策に取り組みました。

リンガーハットでは工場で発生する食品ごみの100%肥料化を実施しています。ただし、店舗の食品残渣に関しては、浜勝の廃油をリサイクルしているのみです。まずは、店舗の食品残渣の量を減らす取り組みを行いました。その結果、リンガーハットグループ全体でリサイクル率は60.5%に達しました。

●食品リサイクル率



Voice

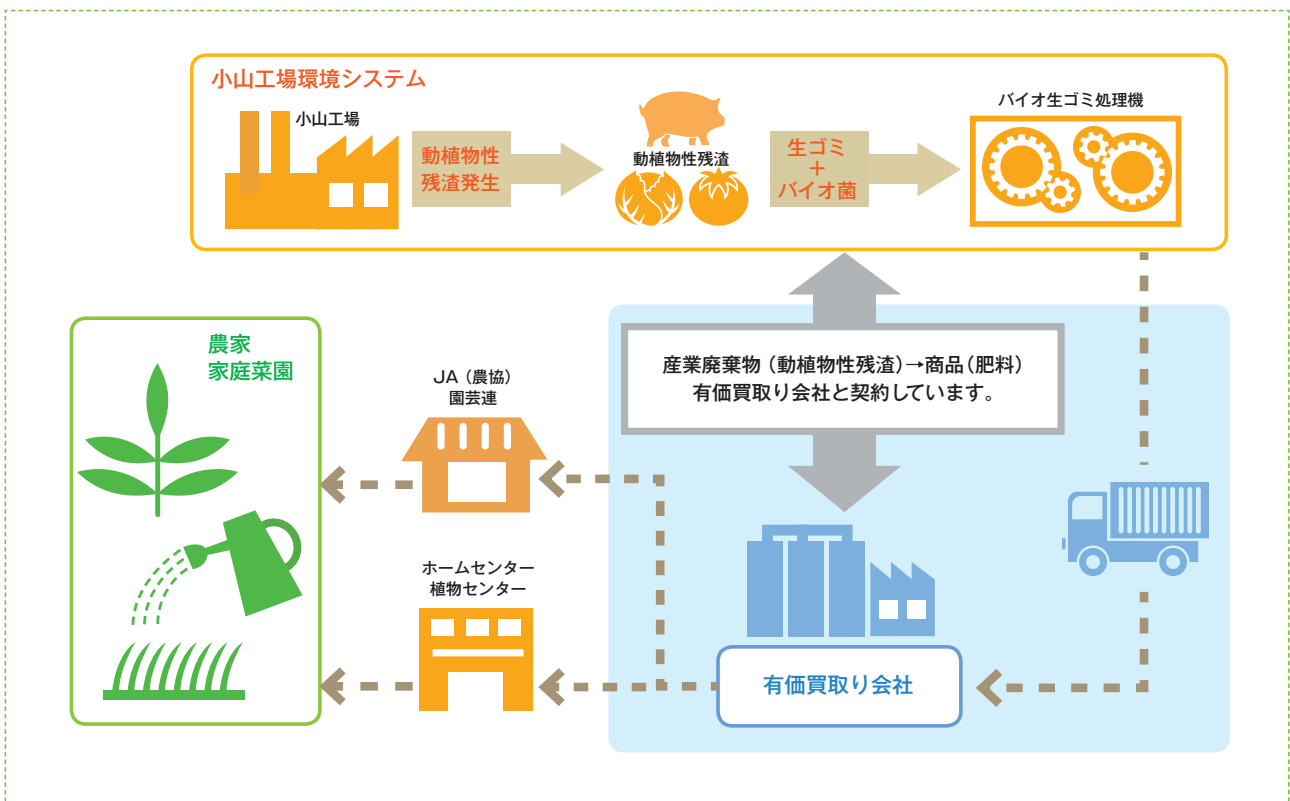
環境プロジェクトに参加して

**最**初に活動したことは、生ごみの水切りの徹底でした。分別をしてからさらに水を切るため、店舗の従業員の作業を増やすことになってしまい、当初はみんなに協力してもらえないか不安でしたが、水切りの重要性を熱心に伝えたところ全員が協力してくれました。環境のためと思って行動することは、時に人の優しさに触れ、優しい気持ちになれるとあらためて感じました。まだまだ始まったばかりですが、今後も環境のためになっていくことを提案し積極的に行動していきたいです。



リンガーハット  
横須賀中央店 店長  
谷田 美友紀

●小山工場生ゴミ処理の流れ



## ■ さまざまな環境への取り組み

### コージェネレーションシステム導入の取り組みが農林水産省総合食糧局長賞を受賞

地球温暖化を防止する活動が求められる中、リンガーハットグループでもエネルギー使用量の削減とCO<sub>2</sub>の削減に取り組んでいます。廃熱を有効利用する省エネルギーシステム（コージェネレーションシステム）を富士小山工場、佐賀工場にて導入しています。特に佐賀工場でのコージェネレーションシステム導入によるエネルギーの無駄排除の取り組みが評価され、2009年春、農林水産省総合食糧局長賞を受賞しました。



●農林水産省  
総合食糧局長賞受賞



### チャレンジ25の取り組み

株式会社リンガーハットは環境省が行っているチャレンジ25キャンペーンに登録しています。温室効果ガス削減のために環境省が推奨するクールビズを取り入れ、本社・工場内全員で5月1日～9月30日の間、安易に空調の温度を下げない、上着、ネクタイ着用はお客さまにあわせて判断するなど、クールビズを実施しています。

### 食用油還元浄化装置の導入

とんかつ専門店「浜勝」では、食用油の消費量の大幅削減と油煙や油臭の発生抑制を目的として「食用油還元浄化装置（インスパイヤー）」を全店にて導入しています。

※ P.14にも関連記事を掲載しています。

### 紙製お持ち帰り容器とエコ箸を導入

「浜勝」では、従来使用していたお持ち帰り用の手提げ袋を、プラスチック使用の材質から紙製へ変更し、「リンガーハット」においても、お持ち帰り用の容器を紙製へ変更しました。プラスチック類の使用量減少だけでなく、コストの削減にも結びついています。また「浜勝」「リンガーハット」全店において繰り返し使用可能な「エコ箸」のご利用をお願いしています。

●エコ箸と持ち帰り容器



## eco 検定の 取得支援

東京商工会議所が主催している環境社会検定試験（eco 検定）を社内資格支援制度の対象として、管理職はもとより社員全員がエコピープルになるよう促進しています。

### 環境社会検定試験 (eco 検定) 合格証

氏名 江戸 保彦  
生年月日 19××年 ×月×日  
試験回次 第7回 (2009年12月20日)  
証書番号 7-1-12450  
発行(課) XX×X商工会議所



### eco people 行動指針

- ①環境に関心をもつ
- ②健康に気を配り、毎日の生活を丁寧に暮らす
- ③多様な“いのち”を慈しむ
- ④自然の豊かさを楽しみ、自然から学ぶ
- ⑤地域コミュニティをともに創りあげていく
- ⑥それぞれの人や組織を認め、連携し協働する
- ⑦限りある資源を大切に

### Voice

### 「エコ検定」受験体験談



リンガーハット 沖縄小禄店  
江戸 保彦

常日頃から環境には興味があったので、「エコ検定」にチャレンジしようと思いました。でもどうやって勉強するのだろうか？まずはテキストを購入しました。しかし、業務が非常に忙しくなってきた、なかなか勉強する時間がありませんでした。受験が近づくと、だんだんと焦ってきました。出勤前、帰宅後の数時間を勉強する時間にあてて頑張って勉強に励みました。勉強していると、より一層、環境について興味が湧いてきました。今後はエコピープルとして会社のため、環境のため、自分のためにエコ活動を進めていきます。



# リンガーハットグループと地球環境のかかわり



事業活動にともなう環境への負荷を正確に把握・分析し、持続可能な地球環境の実現に貢献するため、環境保全活動を実行しています。

## 2009年度 リンガーハットグループのマテリアルフロー

### INPUT

### OUTPUT

#### エネルギー

電気…………… 54,034千kw/h  
都市ガス…………… 352千m<sup>3</sup>  
プロパンガス…………… 1,352千m<sup>3</sup>

水…………… 766千m<sup>3</sup>

食材…………… 29,141t

資材…………… 1,620t

包装材…………… 158t

#### 店舗



CO<sub>2</sub>…………… 32,491t

#### 廃棄物

可燃・廃棄物…………… 1,294t

不燃・廃棄物…………… 224t

ダンボール…………… 136t

野菜くず…………… 1,982t

廃油…………… 266t

↓  
廃油リサイクル…………… 266t

#### エネルギー

電気…………… 8,974千kw/h  
都市ガス…………… 783千m<sup>3</sup>  
プロパンガス…………… 460千m<sup>3</sup>  
重油…………… 125千m<sup>3</sup>

水…………… 484千m<sup>3</sup>

#### 資源

コピー用紙…………… 700千枚

#### 工場



CO<sub>2</sub>…………… 8,578t

#### 廃棄物

可燃・廃棄物…………… 278t

不燃・廃棄物…………… 47t

ダンボール…………… 437t

野菜くず…………… 2,770t

↓  
野菜くずリサイクル…………… 2,770t

#### 配送



#### エネルギー

ガソリン・軽油…………… 1,276kl

CO<sub>2</sub>…………… 3,417t

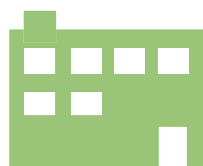
#### エネルギー

電気…………… 507千kw/h  
都市ガス…………… 77m<sup>3</sup>  
プロパンガス…………… 479m<sup>3</sup>

#### 資源

コピー用紙…………… 648千枚

#### オフィス



CO<sub>2</sub>…………… 205t

#### 廃棄物

可燃・廃棄物…………… 6t

不燃・廃棄物…………… 0.8t

ダンボール…………… 0.5t

集計数値は、計測可能な店舗・工場・配送・オフィスの実績から推計しています。

# 私たちはよろこびのある職場をつくり、ゆとりと豊かさを追求します。

優れた人財はお客さま満足度につながります。リンガーハットは公正・公平な雇用と充実したトレーニング体制で人財を育成し、従業員の健全な生活を確保します。

## 基本の考え方

ご家族で来られたお客さまが楽しく食事をされ、笑顔でお帰りになる。そんな光景を見続けたいという思いをバネに今日まで来たのが、リンガーハットです。感謝の気持ちを常に忘れず、一方では現状分析や未来予測ができ、好奇心や行動力旺盛な人。そんな人財の育成に努めています。

### ■ トレーニングセンター

#### 自ら考え判断し行動できる人財を育成

リンガーハットグループでは、社員ひとり一人の能力を尊重し、ポジションに応じ「MDP(マネジメント・デベロップメント・プログラム)」によるトレーニングを実施しています。優れた人財を育成することが、お客さまの満足につながると考えています。

#### 次世代リーダー育成の取り組み

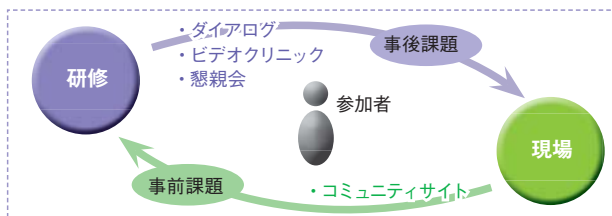
より優れた指導スキルを習得するための「コーチング研修」、次のリーダーとなる人財を育成する「理念伝承塾」を、中堅以上の社員を対象に実施しています。



● 理念伝承塾の様子

#### 人財育成者・養成プログラム

グループ内における人財育成担当の養成に取り組んでいます。人財育成担当者には実務と研修を繰り返し行い、経営戦略に基づいた人財育成に必要な研修設計・プレゼンテーション・教育プログラムのスキルを身に付けるよう指導しています。





## ■ ダイバーシティの取り組み

誰もが安心して働ける環境づくりに努めています

### <女性店長の登用>

リンガーハットグループが継続的に発展していくためには、優秀な人財を採用し、従業員が生き生きと働き個人の能力を伸ばしていくことが大切です。定期的な採用活動はもちろんのこと、パート・アルバイトからの社員登用も推進し、2009年には、7名が女性エリア店長（地域限定社員）として入社しました。これで女性店長はリンガーハット45名、浜勝6名になりました。

#### Voice

リンガーハット秦野曾屋店 店長  
平沢しのぶさん  
(2010年1月1日昇進)



育児休暇や季節ごとの長期休暇があり、女性に対するフォローも十分に用意されているので、安心して働けています。明るく元気に、地域の皆さまに愛されるお店を目指します。

### <育児休暇取得>

従業員が出産・育児などに携わりながら職場で継続的に働けるように育児休暇制度を導入しています。2009年度は、産休を2名、育児休暇で男性社員1名が取得しました。

#### Voice

リンガーハット経営情報部  
西尾 智幸さん



リンガーハットでは、男性では初となる育児休暇を取得しました。周囲の理解と応援もあって、子どもの成長を肌身に実感しながら、貴重な時間を共に過ごすことができています。

### <障がい者雇用>

障がい者雇用についても積極的に取り組み、障がい者雇用率は法定雇用率1.8%に対してリンガーハットグループ合計で2.6%に達成しています。

## ■ 従業員の健康と生活について

従業員の安全を確保して労働災害防止に努めています

従業員の安全確保と労働災害撲滅のために月に1回、担当者の他に、産業医、衛生管理者、組合代表、当社労務顧問を交え、安全衛生委員会を開催しています。店舗、工場、それぞれの労働災害の発生原因を確認し再発防止に努めています。

従業員の健康管理につきましては、年1回の健康診断を実施しています（深夜勤務従事者は年2回実施）

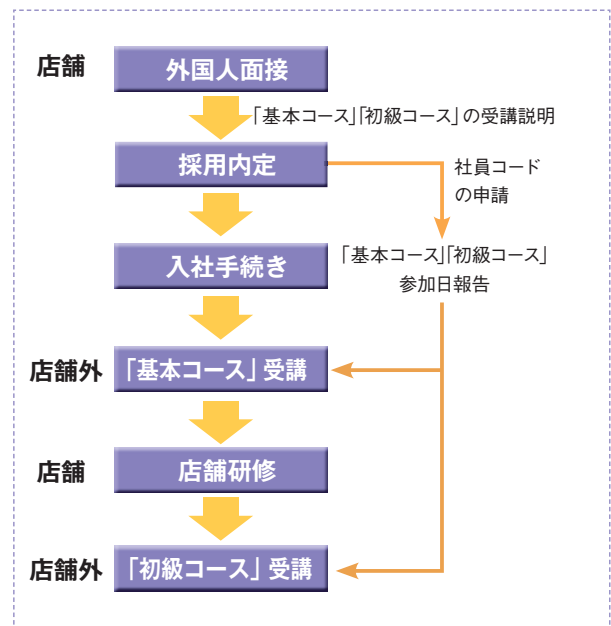
また、季節ごとに年3回の長期休暇（4日間～7日間）の取得奨励を行っています。

### <外国人雇用>

リンガーハットグループでは、全17カ国から589人の多くの外国人も採用しています。その中でも特に中国人の方が多く約470人に至っています。

また、東京都内では外国人勉強会を定期的の実施しています。外国人パートタイマーに教育、勉強の場を与え働きやすい環境を作ること及びサービスの向上を目的としています。

#### ● 外国人採用の流れ



#### ● 「基本コース」受講風景



#### ● 安全衛生委員会の様子



#### ● 2009年度

リンガーハットグループ労災件数

切り傷	56件
火傷	30件
打撲	12件
骨折	3件
捻挫	2件
その他	10件

※リンガーハットグループ従業員  
9390名の一年間の活動において

# 私たちは世界、日本、郷土の「味の文化」を発掘し、発展させます。

リンガーハットでは、リンガーハットだからこそできる地域貢献のあり方を模索し、地域のさまざまな方へ向けた、コミュニケーションと支援を行っています。

## 基本の考え方

リンガーハットグループは、地域社会から要望される諸活動（事業所見学会、地域行事への参加、募金活動など）に協力します。創業以来、「地域社会の発展に貢献する」ことを経営理念のひとつとして掲げており、全国展開する外食企業として、本業である業務を通じ、伝統的な食品や地域で愛される味の文化を発掘し、発展させることで地域社会へ貢献します。

## 地域との交流

近隣の学校からの工場見学会をはじめ、全国約70店舗において学生の職場体験学習を受け入れています。



## V・ファーレンコミュニティパートナー

リンガーハットグループは地域貢献活動の一環として、サッカークラブのV・ファーレン長崎を運営する（株）V・ファーレン長崎スポーツコミュニティと、V・ファーレン長崎地域振興プログラムのコミュニティパートナー契約をしています。サッカーというスポーツを通して地域貢献と青少年の健全な育成へ寄与するため、リンガーハットカップの主催、サッカーフェスティバルの共催も行っています。



## 地域清掃ボランティア

地域清掃ボランティアの一環として、ラブアースクリーンアップ「福岡の生の松原海岸」、24時間テレビ「荒川クリーンエイド2009」、24時間テレビ「三浦クリーンアップ作戦」、第2回富士山クリーンキャンペーンに参加しました。



## セーフティステーション活動

東京、千葉、埼玉、神奈川の各都県において、セーフティステーション活動にトライアル参加しています。活動内容としては①緊急時（災害、事故、急病人等）における通報、②子ども、女性の緊急時避難への協力、③コミュニティづくりへの協力、などに取り組んでいます。



## 被災地救援活動

自然災害で被害にあった人々の生活援助を目的として、地方公共団体等に対して義援金や弊社の商品を贈る活動を行っています。2009年度は、山口県防府市で発生した土石流災害において、非常食糧や飲料水提供も含めた支援活動を行いました。

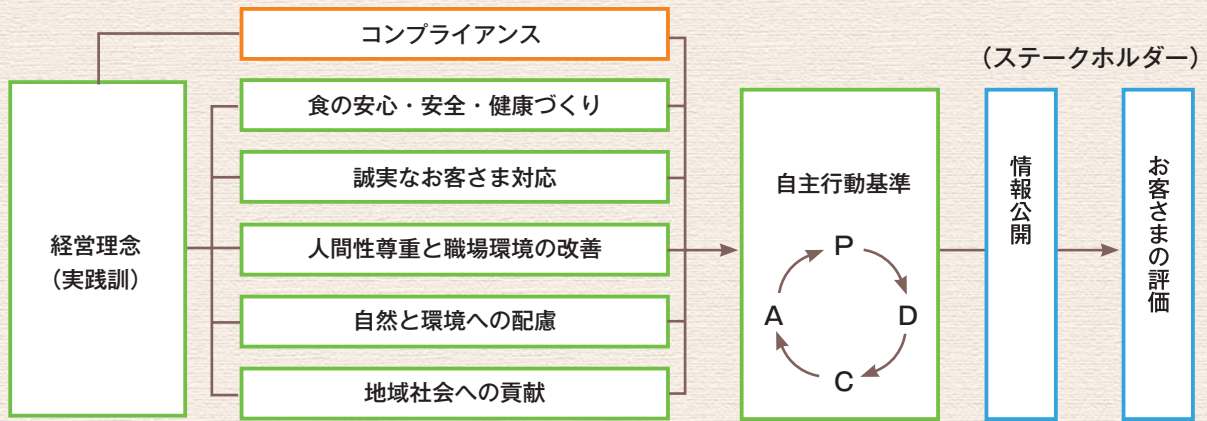
## 募金活動

毎年、「愛は地球を救う」24時間テレビの協賛を行なっています。2009年度はリンガーハットグループ全体で募金をしました。



# CSR活動方針

CSRのフレームワーク (CSRの対象領域)



## 実践訓に則した五つの社会的責任領域

私たちの使命感「すべてのお客さまに・楽しい食事のひとときを・心と技術でつくるリンガーハットグループ」は、①食の安心・安全・健康づくり②誠実なお客さま対応③人間性尊重と職場環境の改善④自然と環境への配慮⑤地域社会への貢献という五つの実践訓によって理念を構成しています。この実践訓はリンガーハットグループの役員及び全従業員の倫理観ならびに行動基準を形成するための指針でもあり、実践訓の遂行そのものがリンガーハットとしての社会的責任 (CSR) を果たしていくものと考えています。

## CSRを果たすためのフレームワーク

リンガーハットグループが定義するステークホルダーに対して、実践訓に則した五つの社会的責任領域 (CSR) を明確にしています。この社会的責任領域別にコンプライアンスのための行動基準を制定し、個々の基準ごとに主管部署を定めています。主管部署が行動基準に準拠しマネジメント (P・D・C・A) していくことがリンガーハットのCSR活動です。

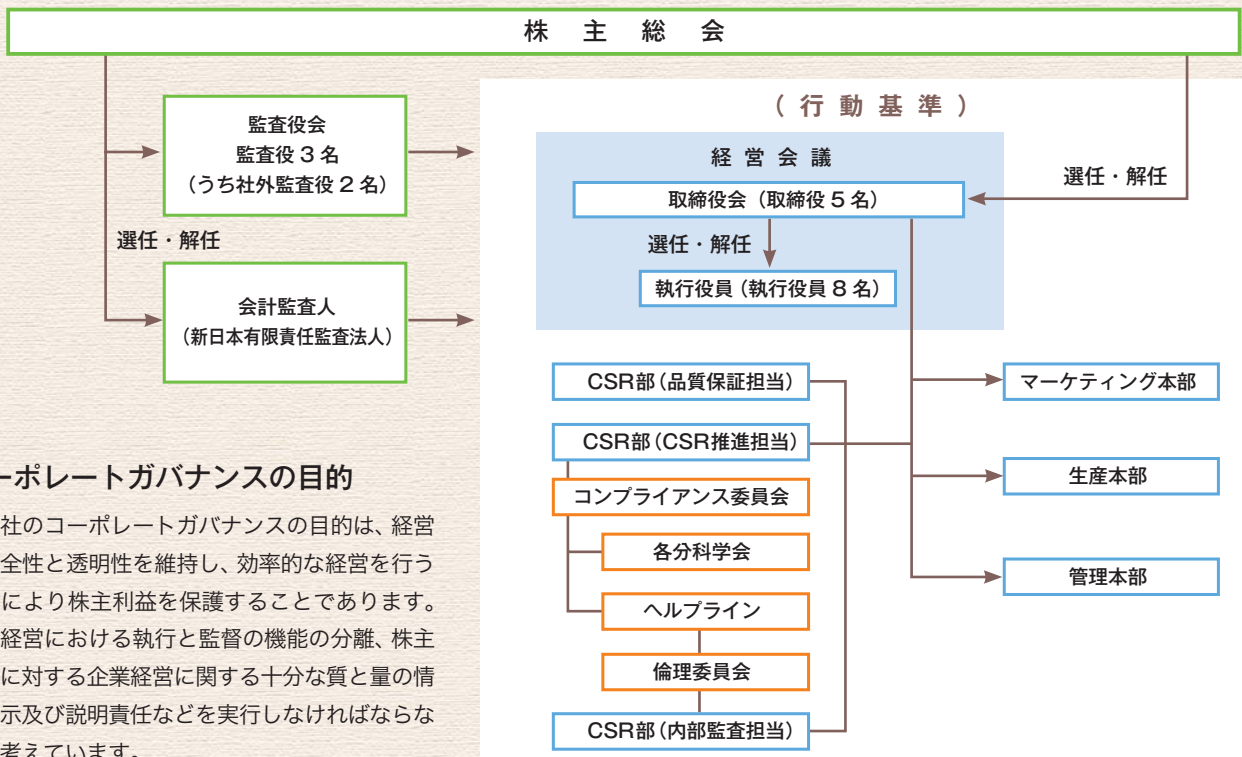
### ステークホルダーの定義

リンガーハットグループでは、ステークホルダー (利害関係者) を実践訓に基づいて、つぎのように定義しています。

- 従業員 ●お客さま ●お取引先 ●株主・投資家 ●行政機関

# コーポレートガバナンス

リンガーハットグループ体系図



## コーポレートガバナンスの目的

当社のコーポレートガバナンスの目的は、経営の健全性と透明性を維持し、効率的な経営を行うことにより株主利益を保護することにあります。企業経営における執行と監督の機能の分離、株主などに対する企業経営に関する十分な質と量の情報開示及び説明責任などを実行しなければならないと考えています。



# コンプライアンス

リンガーハットグループでは、コンプライアンスを「人々の願い、期待に応える」という意味だと捉えています。企業活動において「社会のルールを遵守し、ステークホルダーの願いに誠実に応えていく活動」がコンプライアンスであり、誠実に応えていくための基準として定めたのが「行動基準」です。社会のルールを遵守することは、国が定めた法律、会社が定めた「行動基準」や規程・規則を守ることです。したがって、リンガーハットグループでは、コンプライアンスをCSRの基礎的活動として定義しています。

## 倫理委員会の役割

倫理委員会は、CSR部（CSR推進担当、内部監査担当）、総務人事部担当役員、常勤監査役および顧問弁護士にて構成しています。重要案件については委員長（CSR推進担当）が都度委員会を招集し、対応策や解決策を審議します。

当社の重要案件としては、社内諸規定の違反行為、秘密情報の漏洩や乱用、会社資産の乱用や不正使用、社会の良識・常識に反する行為や言動、法令違反になる恐れのある行為などがあります。



●コンプライアンス研修の様子

## リスク発生時の対応

リンガーハットグループではリスクを（1）自然災害によるリスク（2）事故によるリスク（3）社会・経済リスク（4）経営リスクに分類し、それぞれの影響度に応じて対策本部を設置し対応します。

2009年は、新型インフルエンザの発生に伴い緊急対策本部を設置し各種対策を立案し実施しました。営業店への情報提供、指示が徹底できたことで全店舗が休むことなく営業ができました。

### リンガーハットグループ行動基準

リンガーハットグループの社員は常に「リンガーハットグループ行動基準」を携行し自らの行動を確認しています。



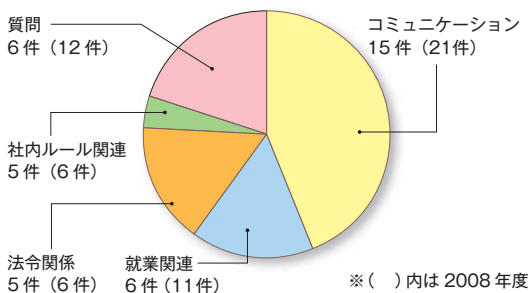
## ●リンガーハットグループヘルプライン

### 社内外からの相談窓口を設け 問題を把握、解決します

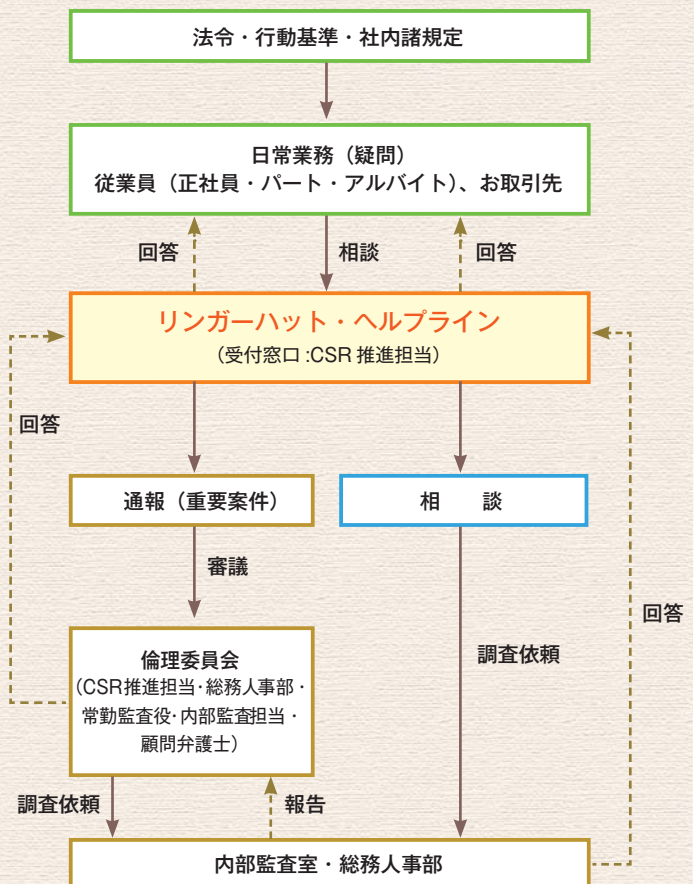
日常業務の遂行において、ルールの遵守に対して疑問が生じた場合、社内、外の関係者から相談や通報を受け、問題把握と解決を目的として機能させるのがヘルプラインです。このヘルプラインは、行動基準（企業倫理）の実践と誠実な組織をつくるために設置するもので、通報、相談者の権利保護などに十分配慮して取り組んでいます。通報、相談の中で重要案件の審議機関として社長直轄の倫理委員会も併せて設置しています。

セクシャルハラスメント・パワーハラスメント等のコンプライアンスについては、店長育成カリキュラムの中に研修を設けています。また、社内ブログにて防止のための啓蒙活動も行っており、通報の際には即座に担当者が出向き事実確認と対処を行っています。

2009年度リンガーハット・ヘルプライン相談実績



リンガーハット・ヘルプラインの流れ







社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会  
常任理事・環境委員長 **辰巳菊子様**

はじめて発行されるリンガーハットグループの社会・環境報告書に、持続可能な暮らしを営みたいと願う消費者として、第三者意見を寄せる機会をいただきました。

常日頃私は、消費者には人と環境に配慮したものやサービスを選ぶ責任があり、企業には人と環境に配慮したものやサービスを提供する責任と、それを消費者に知らせる責任があると考え、活動をしています。

まずはリンガーハットグループが、自分たちの事業活動を地球規模で見た時に、企業としての責任をどのように捉え、その責任をどのように果たそうとされているのか、を知りたいと思いました。

トップメッセージでは、創業時より息づく経営理念としての五つの実践訓をまず掲げ、これがリンガーハットグループのCSRの根幹であると宣言されています。過去、CSRはコンプライアンスやフィランソロピーのような社会貢献活動と言われた時もありましたが、今は、事業を通じて地球環境や社会が抱えるさまざまな課題やニーズを解決し、企業と社会、そして地球環境の持続可能な発展をめざすこと、と考えるようになっていきます。

そこで改めて、リンガーハットグループの本業とは何であるのか、社会が抱えるさまざまな課題やニーズの解決にどのように関わろうとされているのか、この2点にシフトしてトップメッセージを読み直して見ました。本業はシンプルに「すべてのお客様に楽しい食事を提供する」と明言されています。一方、地球環境や社会が抱えるさまざまな課題やニーズの解決という点に関しては、「日本の野菜プロジェクト」の果たす役割と、地球温暖化防止に向けたCO<sub>2</sub>削減のための取り組みや、食品リサイクルの取り組みなどが述べられています。さらに企業の発展に向けた海外展開の話しや、お客様の声を大事にしている様子などの現状が理解できました。特に「日本の野菜プロジェクト」は、今年度の報告書のトピックスでもあり、苦勞された足取りなどは読ませるものとなっていて、思いはとても強く伝わりました。

さらに、トップメッセージに企業の将来ビジョンが今一步踏み込んで語られていると、読み手にトップの熱い思いが伝わったかと思います。五つの実践訓はまさにリンガーハットグループのCSRの根幹となるものであり、すばらしいものですし、方向は見えているようです。今後、継続して発行される社会・環境報告書です。徐々にでも全社員が共有できるリンガーハットグループの将来ビジョンを明確にされることが望まれます。

ところで、消費者には企業の事業形態と地球や社会との関わ

りの全容はなかなか把握できないものです。事業形態は5～8ページで説明をされていますが、それらの事業と地球や社会との関わりを把握するには、さらに記載方法を工夫する必要があると思いました。

私たちの暮らしは、モノやサービスを購入し、使うことで成り立っています。そしてこれらの商品は、地球からのめぐみと国内外の多くの人々の労働によって生み出されています。商品の一生を考えると、環境への負荷をかけずには暮らせないわけで、もっと真剣に消費者は商品選択を行わなければならないし、企業はもっと提供する商品の一生の説明をしなければならないと考えています。商品の一生に関するコミュニケーションこそが持続可能な暮らしに近づくための入り口です。

このような視点で、リンガーハットグループの事業形態と地球環境や社会との関わりを一望できれば、話題となっている生物多様性やフェアトレードの話なども視野に入ってくると思います。

今や、キーワードは持続可能性です。過去のいのちが今、そして未来へとつながる時間軸での連綿としたいのちのつながり、そして横軸のいのちのつながり、つまり、私たちが生きるためにいただく地球からのめぐみであるいのちとのつながりが、持続可能といわれるもの、そのものだと思っています。

例えば、廃棄物管理における食品リサイクルの取り組みは高く評価できますが、さらに、いただきたいのちを絶対に無駄にしない、もったいないという思いに根ざした廃棄物削減に向けた配慮や取り組み、「日本の野菜プロジェクト」が、国産野菜のおいしさ・安心・安全を提供するというだけではなく、サプライチェーンである農家の方々が将来にわたり安心して野菜作りができることや、放棄された農地の再生につながることなど、同じ活動でも見方を変えることで、企業の方向性と将来を見据えたビジョンにつながると考えられます。

この社会・環境報告書は、リンガーハットグループが社内、社外と対話をする際に、企業としての思いや実際の取り組みを伝え、広くコミュニケーションをするときにとても重要な役割を果たします。リンガーハットグループが遠い将来においても、社会に必要とされる企業であるための覚悟を、広くステークホルダーと共有するための有効な手段となってほしいと思います。

最後に一言、野菜たっぷりちゃんぽんをどうでもいただきたくなり、家の近くのリンガーハットに夫を誘って出かけました。字数制限もあり、細々とは書けませんが、先ずは十分満足でした。お隣のテーブルの家族連れも野菜たっぷりちゃんぽんを食べておられました。



株式会社リンガーハット

## 社会・環境報告書に関するお問い合わせ先

株式会社リンガーハット CSR部

〒143-0016 東京都大田区大森北1丁目18番18号NJビル

TEL 03-5763-9100 (代) FAX 03-5763-9123

<http://www.ringerhut.co.jp/>



この印刷物は、FSC認証紙、VOC削減効果の高い「水なし印刷」[NON VOCインキ] を使ってつくりました。また、CTP (Computer To Plate) 方式を採用し、製版工程における中間材料を全廃しています。