

事業環境の認識と培ってきた強み

少子高齢化や不確実性が増す経済環境の中、「インフレ環境」「働き手不足」「地方の人口減少」への対処が経営の優先課題だと認識しています。すかいらーくグループは、「事業スケール」「インフラ」「多様なニーズに応えるブランドポートフォリオ」など強固な事業基盤で他社との競争優位性を発揮して成長戦略を実行することで、課題の解決と収益力の向上を目指しています。また、人への投資を基点に企業収益を生み出す好循環を作り上げ、持続可能な成長を目指すとともに、消費の後押しにつなげることで、経済の好循環にも貢献していきたいと考えています。

事業環境と経営課題

事業環境の変化



不確実性が増す経済環境



インフレ環境



少子高齢化



消費の二極化



環境保全対応

経営課題



コストプッシュの打ち返し



働き手の確保



地方の人口減少への対応

競争優位性・強み

すかいらーくグループの事業基盤

国内・海外に約3,000店舗を展開し、年間約3億人のお客様のご利用があり、約10万人の従業員が活躍しています。世界市場からの原料調達、全国10か所の自社工場と物流網により、日々新鮮な食材を店舗に届けて調理・提供する仕組みを構築しています。安全・安心を追求し、年間10万検体以上の検査を実施しています。各要素を統合した強固な事業基盤は当社の優位性と競争力を高める源泉です。

事業スケール

従業員数
約10万人

国内外
店舗数
約3,000店

年間
来店客数
約3億人

インフラ

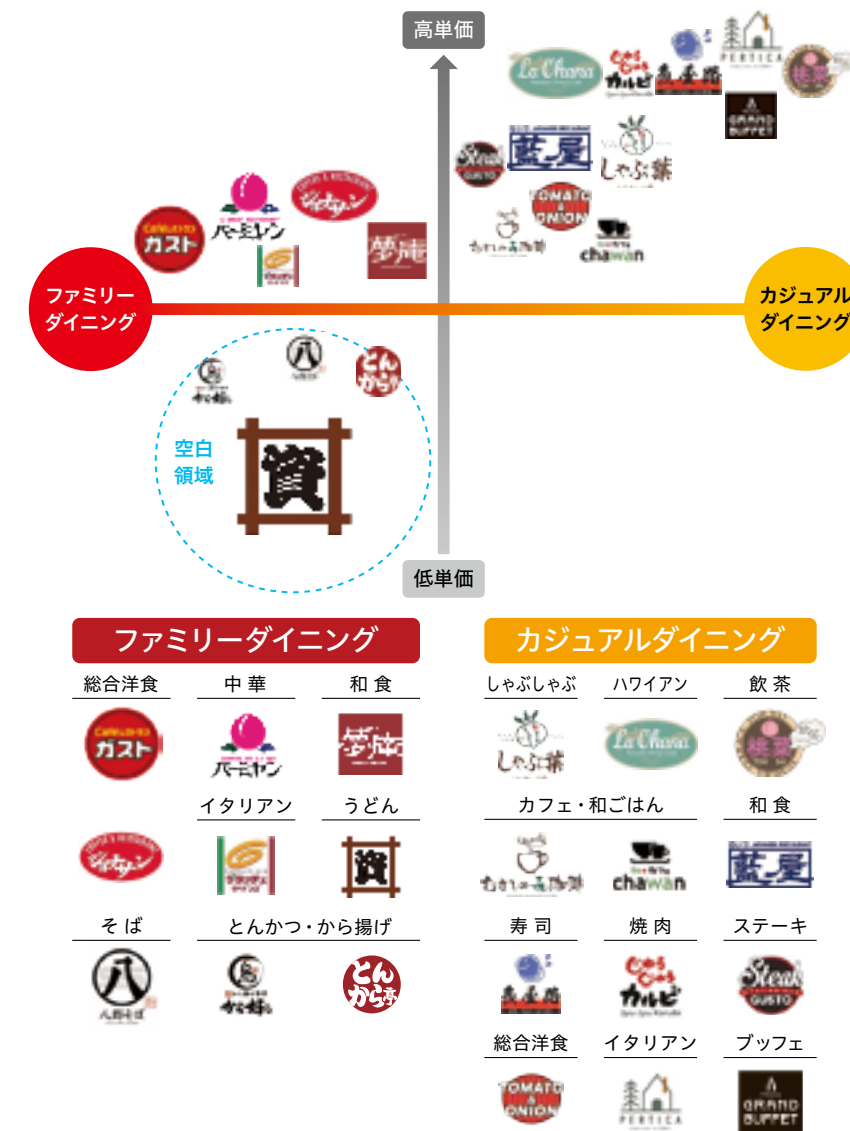
自社工場
10か所
自社物流

グローバル
調達力
約1,000億円

検査数
10万検体
以上

ブランドポートフォリオ

手頃な価格で日常の食を豊かにする「ファミリーダイニング」業態と、外食ならではのメニューや体験を楽しむ「カジュアルダイニング」業態の両輪で、刻々と変化する外食ニーズにお応えしています。「資さんうどん」の加入により手薄となっていた低単価の領域がカバーされ、幅広い利用動機にお応えするブランドポートフォリオを実現しています。



中期事業計画

成長戦略

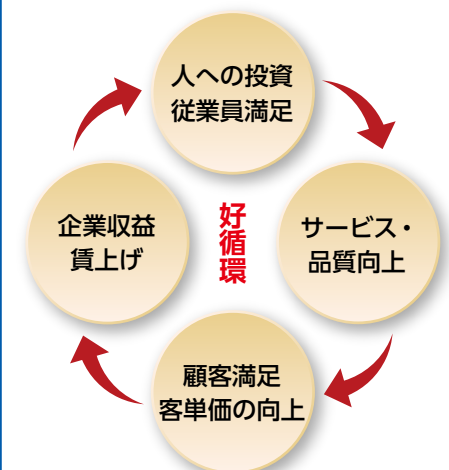
- 既存店成長
- 新規出店
- 海外展開
- M&A

成長の基軸

- 人的資本の充実
- DX推進
- ESG推進



人財を基点とした好循環



企業価値の向上・持続的な成長へ

サステナブル経営について

すかいらーくグループは、経営理念である「価値ある豊かさの創造」の実践により、「食」を通じて、持続的な社会の実現とグループの企業価値の向上を目指します。

マテリアリティの特定プロセス

STEP1 課題の抽出

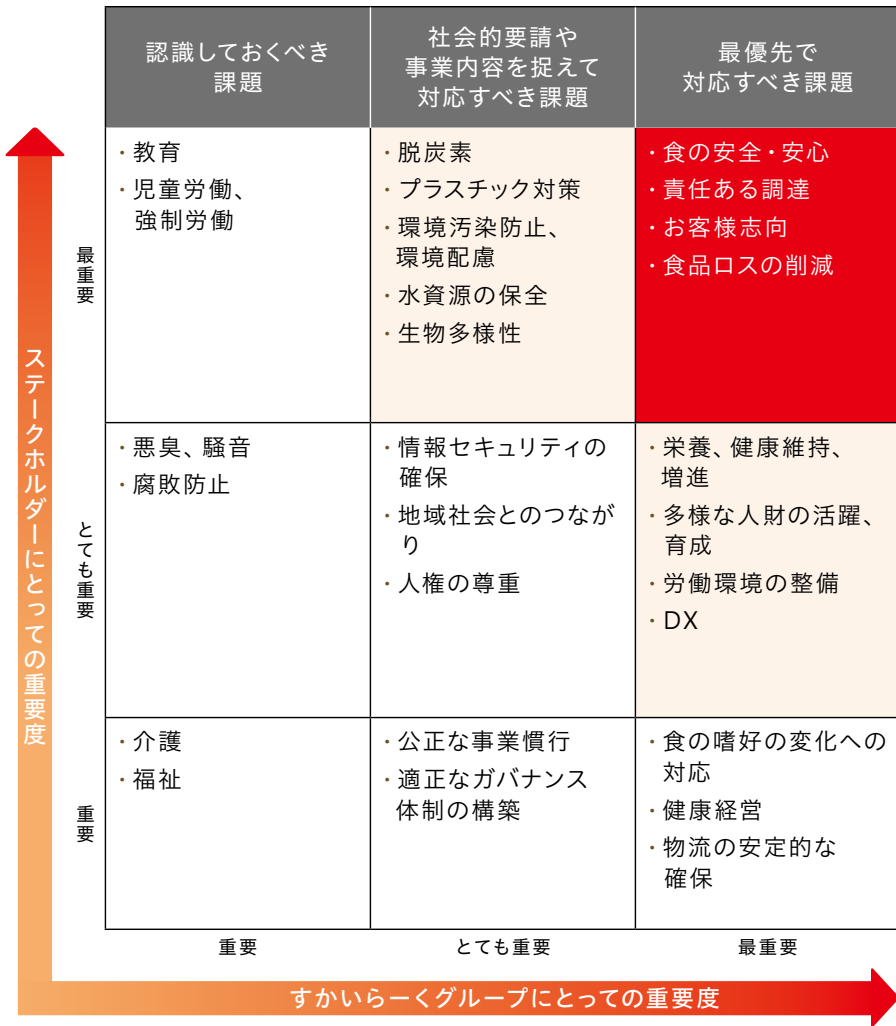
- SDGsなどの社会的要請、ESG評価機関の調査項目などを踏まえて課題を抽出
- 社内の各部門が長期的視点から自部門の業務領域における課題を抽出

STEP2 優先順位付け

- 抽出した課題を「すかいらーくグループにとっての重要度」と「ステークホルダーにとっての重要度」の両面から分析し優先順位付け
- 「すかいらーくグループにとっての重要度」は、方針・戦略、社会的要請や事業内容を捉えて対応すべき課題、環境、社会への配慮の観点から評価
 - 「ステークホルダーにとっての重要度」は、世の中の動向、ステークホルダーの当社への期待、環境・社会への影響の観点から評価

STEP3 マテリアリティの特定

優先順位付けされた課題を関連部門役員による審議を経て、「グループサステナビリティ委員会」で審議の上、「マテリアリティ」として決定し、取締役会に報告
特定にあたっては役員勉強会で外部ステークホルダーとも意見交換を行い、「DX」「生物多様性」を追加



マテリアリティ特定の背景

マテリアリティ	マテリアリティ特定の背景
食品ロスの削減	食品ロスが増え続けることは、提供する食材が無駄になるだけでなく、環境悪化や将来的な人口増加による食料危機にも適切に対応できなくなります。食品ロスを減らすことにより、ごみの量が減り運搬や焼却で発生するCO ₂ の削減、廃棄コストの削減に繋がりが、レストランビジネスを展開している当社グループの事業と関連性が高いため設定しました。
脱炭素	CO ₂ 削減への対策が遅れることにより、地球温暖化や気候変動が加速し、自然災害の頻発、食糧危機、水不足、各インフラ機能の停止など当社グループのビジネスにおいても多大な影響をおよぼします。脱炭素に取り組むことにより、エネルギーコストの削減に繋がりが、拠点数が多く、エネルギー使用量が多い当社グループの事業と関連性が高いため設定しました。
プラスチック対策	使い捨てプラスチックの排出により、適切に処理されなかったプラスチックごみをもたらす環境汚染(海洋汚染・土壌汚染・大気汚染など)の問題や、有害物質が付着したマイクロプラスチックを魚が食べてしまい、その魚を食べたことによる人体への悪影響があるとされています。プラスチック対策は、原料となる原油の使用量の削減、プラスチックの焼却過程で排出されるCO ₂ 削減に繋がりが、宅配や持ち帰り商品を提供している当社グループの事業と関連性が高いため設定しました。
食の安全・安心	近年、食品事故や偽装問題への社会的な関心が高まる中、消費者の「食の安全・安心」への要求は厳しくなっています。当社は、多岐にわたるブランドと約3,000店舗を展開し、年間約3億人のお客様に食事を提供する企業として、その責任を重く受け止めています。お客様に安心して食事を楽しんでいただくことは、企業の持続的な成長と社会からの信頼獲得に不可欠であると考え設定しました。
健康・栄養	近年、消費者の間で健康や栄養に対する意識が顕著に向上しており、外食に対しても健康的なメニューや栄養バランスへの期待が高まっています。このような状況下において、当社は「食」を提供する企業として、消費者の健康的な食生活を支援し、社会全体の健康増進に貢献したいと考えています。また、このことは消費者からの信頼を獲得し、長期的な企業価値向上にも繋がると考え設定しました。
お客様志向	ニーズの多様化、お客様満足度向上が企業の持続的成長に不可欠であると認識しており、お客様の声に真摯に耳を傾け、変化に柔軟に対応することが重要と考えています。当社は、多様なブランド展開で幅広い顧客層に対応し、ニーズに合わせたサービス提供でお客様満足度向上を目指していることから設定しました。
働き方改革	外食産業の人手不足が深刻化する中、多様な人財が働きやすい環境を整備し、人財の確保と定着を図る必要があります。また、従業員の働き方が多岐にわたるため、それぞれのライフスタイルやキャリアプランに合わせた活躍を支援し、働きがいを向上させることで、サービスの質を高めることが企業の持続的な成長に不可欠であると考え設定しました。
責任ある調達	持続可能な食の提供と社会的責任の重要性に対する認識の高まりがあり、グローバルなサプライチェーンにおいて、原材料の調達は環境や人権に大きな影響を与える可能性があります。当社は、多様な食材を安定的に調達するため、国内外のサプライヤーと緊密に連携しており、原材料の調達過程における環境負荷の低減や、労働者の人権保護は、企業の持続的な成長に不可欠であると考え設定しました。
DX	人手不足の深刻化や顧客ニーズの多様化といった外食産業の課題に対し、デジタル技術が不可欠であり、従来のビジネスモデルやオペレーションの変革が急務となっています。店舗運営の効率化やDXによる生産性向上とお客様の利便性向上を目指していることから設定しました。
水資源の保全	外食産業は、調理、洗浄、清掃といった店舗運営のあらゆる場面で大量の水を使用するため、水資源の枯渇や水質汚染は事業継続における重大なリスクとなり得ます。また、持続可能な社会の実現に向けた国際的な潮流や環境意識の高まりを背景に、事業活動が環境に与える影響を最小限に抑える責任があると考え設定しました。
生物多様性	食材の安定的な調達は、健全な生態系によって支えられており、生物多様性の損失は、将来的な食料供給のリスクを高める可能性があります。持続可能な社会への国際的潮流や環境意識の高まりを背景に、企業は事業活動を通じた生物多様性保全の責任を負い、サプライチェーン全体での配慮が求められることから設定しました。

外部評価

GPIFが採用する6つのESG指数のすべての構成銘柄に選定

当社は、年金積立金管理運用独立行政法人(以下、GPIF)が採用する6つのESG指数すべての構成銘柄に、外食企業として初めて選定されました。2025年3月時点でGPIFが採用している国内株式を対象とするESG指数は以下の6つです。

- MSCI 日本株 ESG セレクト・リーダーズ指数
- MSCI 日本株女性活躍指数
- FTSE Blossom Japan Index
- FTSE Blossom Japan Sector Relative Index
- S&P/JPX カーボン・エフィシエント指数
- Morningstar 日本株式ジェンダーダイバーシティ・ティルト指数



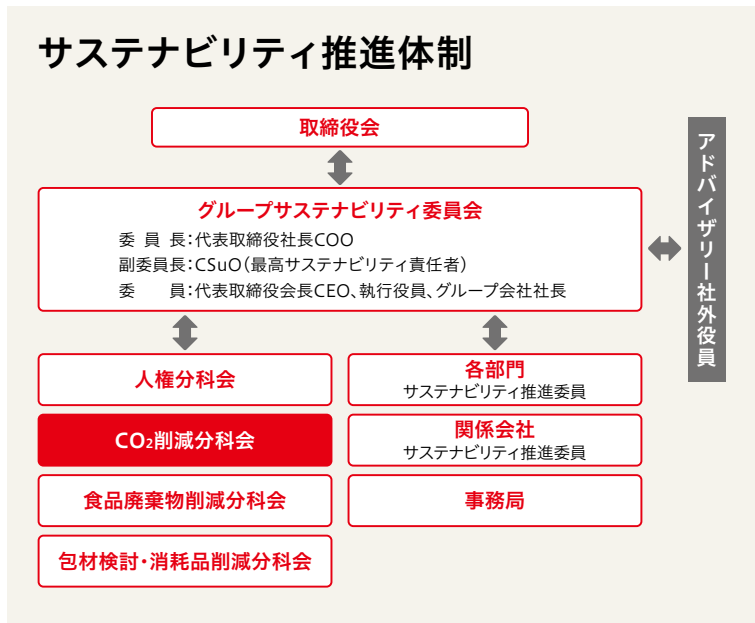
SBTi「FLAG」
国内外食
企業として
**初の
認定取得!**



その他ESGに関する外部評価

- 「CDP フォレスト2024」Bスコア
- 「CDP サプライヤー・エンゲージメント2023」Aスコア
- 「FTSE4Good Index Series」
- 「MSCI ESG レーティング」A評価
- 「日経SDGs経営調査2024」4つ星評価
- 「第12回バイオマス製品普及推進功績賞」受賞
- 「2023年度日本ロボット学会 ロボット活用社会貢献賞」受賞
- 「環境経済人第21回環境先進企業」AAランク
- 「WORK DESIGN AWARD2023」受賞
- 「消費者庁 令和6年度消費者志向経営優良事例表彰」

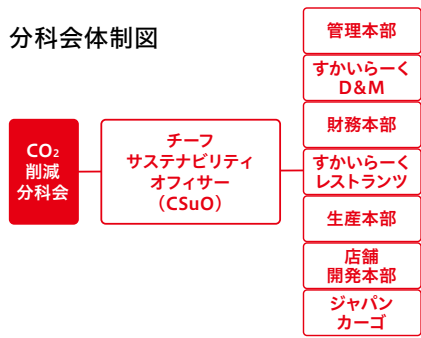
サステナビリティ推進体制とPDCAサイクルについて



分科会活動のTOPICS 「CO₂削減分科会」の例

グループサステナビリティ委員会の下部組織として、全社横断でエネルギー削減、CO₂削減に取り組むCO₂削減分科会を2023年に発足しました。当分科会ではこれまで、右記の取り組みを行いエネルギー削減、CO₂削減に努めています。

分科会体制図



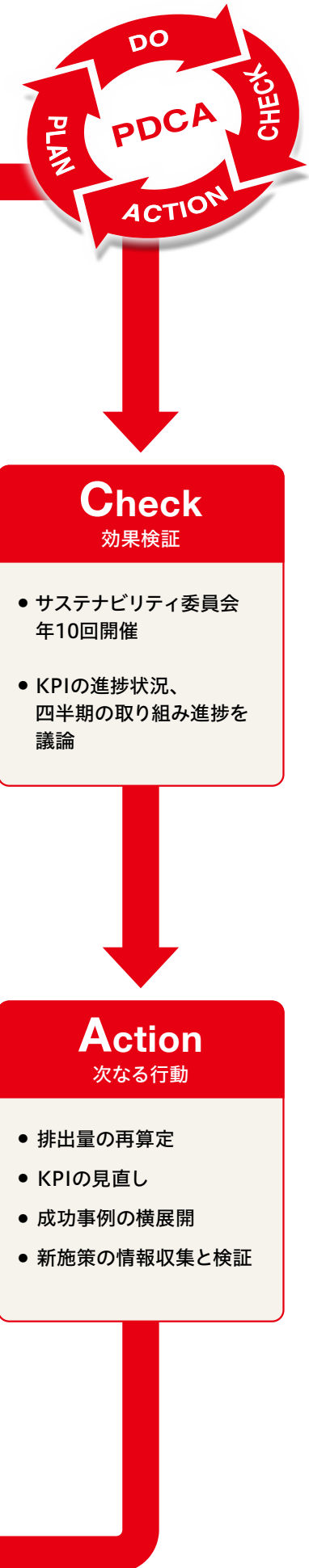
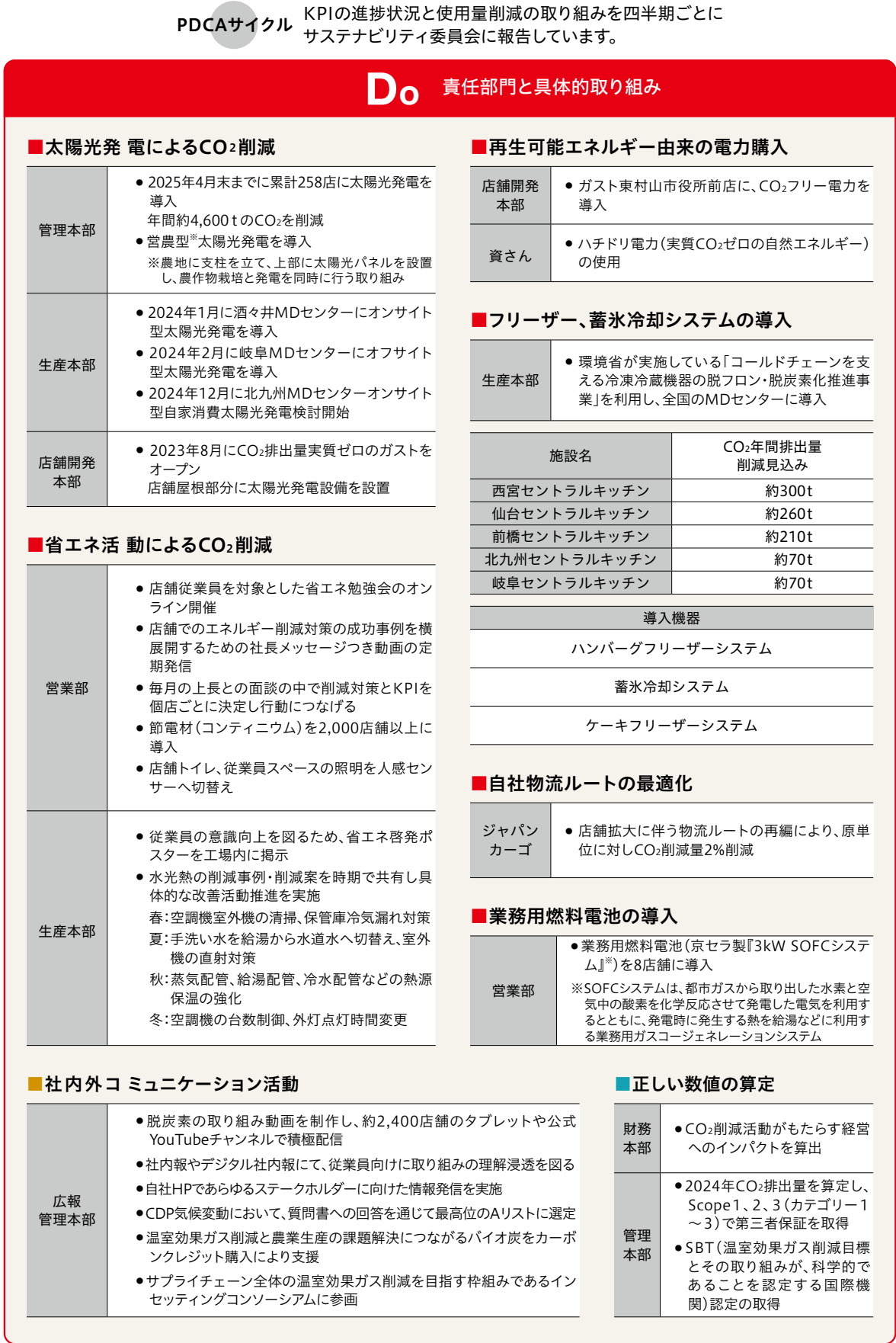
削減KPIの設定

	単位	2024年		2025年
		目標	実績	目標
非再生可能エネルギー使用量	MWh	1,057,298	1,072,439	1,061,716

正確なCO₂排出量、エネルギー使用量の算定をもとに、SBT (Science Based Targets) 基準に準拠した形で、毎年のKPIを設定しています。なお、エネルギー使用量削減のKPIは、全社で毎年、原単位で年平均1%以上改善するKPIに加えて、店舗・工場ごとそれぞれ電気・ガソリンごとの毎年のKPIを設定しています。

目標値

		Scope1	Scope2	Scope 1+2	Scope3	Scope 1+2+3
基準年実績	2018年	138,482	303,823	442,305	1,033,925	1,476,230
	2024年	103,585	227,259	330,844	878,836	1,290,680
	2025年	97,768	214,499	312,267	852,988	1,165,255
	2026年	91,952	201,738	293,690	827,140	1,120,830
	2027年	86,136	188,978	275,114	801,292	1,076,406
KPI	2028年	80,320	176,217	256,537	775,444	1,031,981
	2029年	74,503	163,457	237,960	749,595	987,555
	2030年	68,687	150,696	219,383	723,747	943,130



マテリアリティがビジネスに与えるリスクとチャンス

すかいらーくグループでは、「食」を通じて持続的な社会とグループの企業価値の向上を目指して、マテリアリティ(重要課題)を特定しています。また、KPIを設定し、マテリアリティに基づき事業運営に影響をおよぼすリスク(脅威)とチャンス(機会)を抽出・対応しています。

▶マテリアリティの特定プロセスについては **P43** をご覧ください。

テーマ	マテリアリティ	SDGsへの貢献	SDGs169のターゲットに貢献するすかいらーくグループの取り組み	主なリスク(脅威)	主なチャンス(機会)	主な指標	2022年	2023年	2024年	KPI		
										2025年	2030年	2050年
 一人ひとりの豊かな生活の実現	食の安全・安心	 2.1/2.2  3.d  12.8	2.1/2.2/3.d ひとりでも多くのお客様に、安全で、安くておいしい料理を提供する。 12.8 料理の提供にあたっては、適正な成分表示、アレルギー表示を提供する。	食品事故発生による信頼の低下	お客様からの信頼獲得	重大食品事故 通販・外販品のリコール数	ゼロ ゼロ	ゼロ ゼロ	ゼロ ゼロ	ゼロ ゼロ	ゼロ ゼロ	ゼロ ゼロ
	健康・栄養	 2.1/2.2  3.4/3.d	2.1/2.2/3.4/3.d ひとりでも多くのお客様に、健康に資する、安くておいしい料理を提供する。	健康志向メニューへの対応遅れによるお客様減少	健康志向メニューによるお客様増加	健康的な食生活に貢献する商品の提供	2品 (1ブランド当)	4品 (1ブランド当)	3.3品 (1ブランド当)	5品 (1ブランド当)	10品 (1ブランド当)	20品 (1ブランド当)
	お客様志向	 11.7/11.8  12.8  17.17	11.7 食のインフラとして、家族を中心にすべての人々に安全な食事のスペースを全国で提供する。 11.8/17.17 全国での出店を通じて、地域社会の食の充実と、食事とコミュニケーションの場を提供し、地域社会に貢献する。 12.8 料理の提供にあたって、お客様視点での適切な表示、広告を行っていく。	お客様の声・ニーズへの対応の遅れによるお客様減少	お客様からの信頼獲得	お客様総合満足度	81%	85%	87%	9 ^{※1}	12 ^{※1}	15 ^{※1}
	DX	 8.2  9.1/9.2	8.2/9.1/9.2 DX推進により店舗、工場、本部の生産性を上げ、働き方改革の進行、人手不足の改善により、健康的かつ健全な職場環境を作り上げていく。	対応の遅れによる競争力低下	ビジネス全般における競争上の優位性の確保	DXのためのトライアルの数	0件	118件	252件	280件	280件	280件
 豊かな社会づくりへの貢献	働き方改革	 3.a/3.d  4.7  5.5  8.5/8.8  10.3  17.17	3.a/3.d 健康経営、喫煙率減少を通じて、世界の健康に貢献する。 4.7~10.3 働き方改革を通じて、雇用、労働にかかわる各種社会課題の解決に貢献する。 17.17 ワークライフバランスの推進、地域に根付いた活動により地域社会に貢献する。	人財・多様性の不足による成長の鈍化、人件費増加	優秀な人財の獲得、生産性の向上、採用率・定着率向上	女性管理職比率 喫煙率 残業時間改善 ^{※2} 有給休暇取得率	14.0% 25% 29時間 62%	14.3% 21% 32時間 64%	14.9% 19.4% 32時間 63%	15% 14% 26時間 66%	30% 10% 20時間 80%	50% ゼロ ゼロ 100%
	責任ある調達	 1.1  2.4  8.4/8.7  10.2/10.3  12.2/12.3  16.5	1.1 海外からの調達を通じて、雇用と貧困問題に貢献する。 2.4~12.3 社会、環境に配慮した調達を通じて、調達先での各種問題への解決に貢献する。 16.5 健全、公正な取引で腐敗防止に貢献する。	当社の取引先における社会・環境問題への対応遅れによる信頼の低下	安定的な商品提供、エシカルなメニューによるお客様増加	取引先のCSR調査実施 取引先の人権デューデリジェンス実施	82% 2%	84% 39%	86% 45%	90% 50%	100% 100%	100% 100%
 環境への配慮	食品ロスの削減	 12.3/12.5	12.3/12.5 店舗、工場での食品廃棄の削減を行う。	食品ロスへの対応遅れによるお客様減少	お客様からの信頼獲得、コスト削減、収益力アップ	食品廃棄量 再生利用等実施率	18,658t 2018年比▲30.2%	20,379t 2018年比▲23.8%	22,350t 2018年比▲16.4%	2018年比▲33.9%	2018年比▲50%	2018年比▲75%
	プラスチック対策	 12.2/12.5  13.1  14.1	12.2/13.1 プラスチック使用量の削減を通じて天然資源の保全に貢献する。 12.5/14.1 使い捨てプラスチック使用量の削減を通じて、廃棄物の削減に貢献する。	プラスチック対策への対応遅れによるお客様減少	お客様からの信頼獲得	使い捨て石油由来プラスチック使用量	2,921t 2020年比▲4.5%	2,492t 2020年比▲18.6%	2,618t 2020年比▲14.5%	2020年比▲19.8%	2020年比▲50%	ゼロ
	脱炭素	 7.2/7.3  13.1	7.2/7.3 店舗、工場、本部での省エネ活動、再エネ化により脱炭素に貢献する。 13.1 再生可能エネルギーへの移行により、CO ₂ 削減とともに持続可能性を向上させる。	規制強化と対応コストの増加、自然災害による営業停止、物流ネットワークの停止	お客様からの信頼獲得、省エネによるコスト削減	GHG削減率(Scope1・2) GHG削減率(Scope3) GHG削減率(Scope1・2・3)	321,802t-CO ₂ 2018年比▲27.2% 826,925t-CO ₂ 2018年比▲19.7% 1,148,727t-CO ₂ 2018年比▲22.0%	329,137t-CO ₂ 2018年比▲25.6% 878,794t-CO ₂ 2018年比▲14.7% 1,207,931t-CO ₂ 2018年比▲18.0%	333,015t-CO ₂ 2018年比▲24.7% 980,690t-CO ₂ 2018年比▲4.8% 1,313,705t-CO ₂ 2018年比▲10.8%	2018年比▲29.4% 2018年比▲19.3% 2018年比▲22.3%	2018年比▲50.4% 2018年比▲33.0% 909,100t-CO ₂ 2018年比▲38.3%	ネットゼロ ネットゼロ ネットゼロ
	水資源の保全	 6.3/6.4  14.1	6.3/14.1 適切な排水により、水質の改善に貢献する。 6.4 店舗、工場での節水活動により水の使用効率改善に貢献する。	自然災害による営業停止、水質悪化による品質低下、水使用量の制限による営業停止	水リスク低減による安定的水利用、節水によるコスト削減	取水量	6,437,676t 2018年比▲29.4%	6,528,647t 2018年比▲28.4%	7,052,727t 2018年比▲22.6%	2018年比▲23%	2018年比▲10%	2018年比▲20%
	生物多様性	 14.4  15.1/15.4	14.4/15.1/15.4 認証食材の活用、食品ロス削減などを通じて、生態系の保全に貢献する。	生物多様性への対応遅れによるお客様減少、食材の調達困難化やコスト上昇	お客様からの信頼獲得、エシカルなメニューによるお客様増加	国産野菜におけるJGAPまたはそれに類する認証比率 パーム油におけるRSPO認証比率 紙製品におけるFSC/PEFC認証比率	5% 0% 28%	25% 5% 45%	20% 0% 44%	25% 5% 45%	50% 100% 75%	100% 100% 100%

※1 お客様からの評価の2025年度以降は「来店されたお客様による店舗推奨度スコアの平均値」 ※2 平均月間残業時間

ビジネス基盤 垂直統合サプライチェーン

近年の世界的な原材料高騰の中、当社は調達から提供まで一貫して自社で担う垂直統合サプライチェーンのビジネスモデルを最大限に活用することで、厳しいコスト環境へ対応しています。全業態の原材料の一括調達、約3,000店舗をカバーする10か所のセントラルキッチンでの一次加工体制、安全・安心を守る品質検査体制、全国にわたる物流網を業態間で共有し、各工程における原価低減と、お客様に提供する品質の向上に努めています。



複数業態経営を活かした食材調達

食材や食器・消耗品などすべてのカテゴリーで専門性を高めたバイヤーが、世界中のサプライヤーと取引をしています。全国約3,000店舗を展開するスケールメリットを活かし、高品質の食材を最適価格で調達しています。調達先は世界40か国におよびますが、為替変動の影響や相場高騰の影響を最小限にとどめるために長期契約や調達先の分散などの対策を行うとともに、複数業態で使用する食材の共通化を図ることで安定した調達価格を実現しています。また、生産・商品開発など他部門の連携による「原価低減プロジェクト」などにより調達体制の進化を図っています。

▶ サプライヤー選定について
詳しくは、**P66-67** をご覧ください。

一次加工体制強化による品質向上と原価低減

全国に10か所あるセントラルキッチンでは、食材の下処理や自社製ソースづくりなど、全店に提供する商品の一次加工を担っています。チルド加工流通を基本とすることで新鮮な食材の供給と、在庫を持たないことにより食品ロス低減および保管費用の低減に寄与しています。また、あらゆるカテゴリーの製造ラインを持つことにより、新業態や季節ごとの新メニュー、商品の改良などに迅速に対応するとともに、改善活動の推進および製造設備の開発などによる原価低減に寄与しています。また、セントラルキッチンでの加工比率を高め、店舗において安定的な品質を実現する他、近年の中食需要拡大に対応する新たな通販事業のための冷凍食品の自社開発を行うなど、新たなビジネスモデルへの起動力に強みを持っています。

ISO22000に基づく自社管理体制

全国8か所に衛生検査室を設置し、安全・安心な食の提供に努めています。



▶ 安全・安心について
詳しくは、**P51-52** をご覧ください。

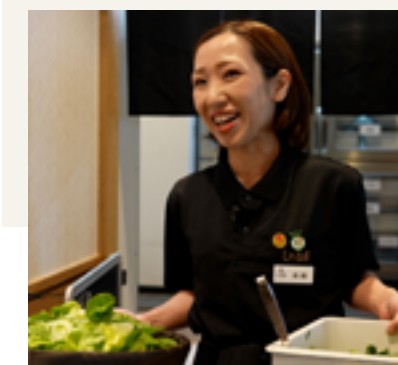
CO₂削減を実現する自社物流の全国ネットワーク

セントラルキッチンで製造された商品は適切な温度を保ち、新鮮な状態で全国の店舗に配送されます。同一エリア内の業態の異なる複数店舗に効率良く配送する物流ネットワークによって、北海道から沖縄まで全国の出店が可能となりました。効率的な物流によりトラックの台数や走行距離を抑え、CO₂排出量削減にも寄与しています。2021年からはさらなる物流効率化を図るため、週7日の配送を週6日に削減しました。M&Aした企業においても、自社物流ネットワークの活用により、物流効率をさらに高めることが可能となります。



全国・全業態でオペレーションを標準化

当社は20以上の業態を運営していますが、オペレーションの標準化を図り、調理や接客について、統一した時間管理や食材管理、効率の良いチェーンストアオペレーションシステムを構築しています。2022年以降は、オンラインの研修体系も整備し、全国どの店舗でも同じ品質・同じサービスが提供できる教育の充実を図っています。食品衛生・安全衛生をはじめ、一貫した教育システムと人事制度を展開しており、業態の転換やスタッフの異動が生じた際にも、柔軟に対応することが可能です。



複数業態におけるラストワンマイルの配送網

当社は自社でデリバリーの配達網を持ち、全国に約3,150台の配達用車両と約8,300人の配達スタッフを配置しています。店舗で出来立ての商品を最短30分でお届けしており、異なる複数のブランドで配達員を共有する共同デリバリーも成果をあげています。現在外部配達パートナーとの連携を強化しており、店舗ごとに最も収益性の高い配達方法の見直しを進めています。自社と外部配達の効果的な使い分けをしながら売上収益の最大化を目指しています。



ビジネス基盤 安全・安心への取り組み

サプライチェーンマネジメント

すかいらーくグループでは、食材の調達から加工・流通・調理・提供に至るすべての工程で予見される様々なリスクに対して、品質・衛生管理に関する基準を設け、徹底した管理を行うことを基本方針としています。監督官庁、各種検査機関、食品業界などから常に最新の科学的知見を取り入れ、現実的で最も有効な品質保証体制を構築・運用し、お客様の安全・安心をあらゆる角度から追求しています。

ISO22000の認証取得

当社は国際的な食品安全マネジメント規格であるISO22000の認証を取得しています。国内のセントラルキッチン(10か所)に加えて、調達を担当する購買部門、メニュー開発部門、品質管理部門、内部監査部門までを対象として取得しています。



調達における取り組み

調達方針の策定

ステークホルダーの信頼に応えるべく調達方針を定め、方針に基づく調達を行っています。2023年、外食業界で初めて持続可能な調達の国際認証である「ISO20400」を取得し、サプライヤーの皆様とともに、企業活動と社会・環境の共存共栄を目指しています。

Web <https://corp.skylark.co.jp/sustainability/environment/supply/>

トレーサビリティ体制の確立

「米トレーサビリティ法」および「外食・中食における原料原産地情報提供ガイドライン」に基づき、米飯類・主要原材料である肉類・和食業態の魚介類の産地をホームページなどで公開しています。また、特定料理(焼肉・しゃぶしゃぶなど)を提供するブランドは、「牛トレーサビリティ制度」による個体識別番号を店舗に掲示しています。自社製品の製造情報をロット番号で管理することで、万一品質に問題があった場合には出荷時点に立ち戻ることができるトレーサビリティ体制を確立しています。

調達先での監査

食材の調達においては、購買管理規程に則り現地の工場および工程の視察を実施しています。HACCP*の考え方に基づき調達先での各工程の衛生管理体制を確認し、取引基準に適合した取引先からのみ食材を仕入れています。

*「Hazard(危害)」「Analysis(分析)」「Critical(重要)」「Control(管理)」「Point(点)」の5つの単語の頭文字に由来する、衛生管理の手法

検査における取り組み

自社品質管理グループによる検査の徹底

食の安全を管理する品質管理グループでは、自社製品／購買品を問わず、新規製品導入前に自社衛生検査室で細菌検査を行い、社内基準に合格した食材のみを全国の店舗に配送しています。また、流通が開始された後も、全国8か所にある衛生検査室で原材料からお客様に提供する直前の食材に至るまでの各段階において、定期的な抜取検査を行い社内基準内で運用できているか確認しています。細菌検査では品目ごとに検査項目・基準値を定め、検査結果が基準値を超えた場合は、速やかに使用禁止・導入中止などの処置をとっています。また、業務監査指導チームと連携し、各店舗の衛生巡視を行い、食材管理や清掃状況など衛生面にかかわる50項目以上の細かい点検と指導を徹底しています。さらにセントラルキッチンに対しては、毎月抜き打ちにてISO22000の考え方に基づいた

工程確認と衛生管理状況の確認を行い、結果をレビューすることで従業員教育にもつなげています。細菌検査以外に残留農薬検査、水分活性検査、食物アレルギー検査など、理化学分野の検査も行うことで、多面的な視点で提供する商品の安全性を確認しています。これらすべての検体数は年間で約10万程度になり、これは外食業界トップクラスです。

生産における取り組み

ISO22000に沿った衛生管理体制

食材の一次加工と物流を担うセントラルキッチンでは、ISO22000に沿った衛生管理体制を構築し、認証を受けています。また、従業員の手洗い指導のためのカメラ設置や、従業員の同居者まで含めた健康状況の確認などにより、セントラルキッチン内に細菌・ウイルスを持ち込まない対策を徹底しています。

物流における取り組み

鮮度を保つ輸送システム

新鮮さを保った状態の食材を届けるため、自社セントラルキッチンを中心に全国47都道府県の店舗に配送するシステムを構築しています。食材に合わせて最適な温度帯を保つため、その日の気温や店舗までの距離に応じた量の炭酸ガスを保冷ボックスに注入し、配送しています。

食材管理の徹底

HACCPの考え方を取り入れた衛生管理手法をもとに、全国の店舗で統一した品質による食材管理や料理提供に取り組んでいます。そのため調理手順は、品質と衛生管理が担保できるように事前に検証を重ねて取り決めをしています。スタッフ全員が適切に管理できるよう、手順と衛生管理のポイントをわかりやすくまとめたマニュアルを整備するとともに、定期的な調理や衛生指導を行うことで、安全・安心でおいしい料理を提供できる仕組みを構築しています。

店舗での取り組み

アレルギー物質・栄養成分の表示

食物アレルギーをお持ちの方、カロリーや塩分を制限されている方にも安心して食事を楽しんでいただけるよう、特定原材料8品目のアレルギー物質・栄養成分に関する最新情報をホームページなどで公開しています。低アレルゲンメニューの提供については、店舗での提供間違いや他食材の混入が発生しないよう手順を定め、細心の注意を払っています。ホームページなどに公開している情報以外でもお問い合わせがあった際には、個別に対応しています。

食品衛生に関する教育

ブランド単位、各セントラルキッチン単位で食品衛生委員会を設置し、定期的な委員会開催を通して、食品衛生の知識向上を図っています。教育体制の中心的役割を担う各店舗、各セントラルキッチンの管理者に対しては、知識レベルの均一化と維持向上のため品質管理部門が教育を行っています。品質管理部門では最新の専門的な知識を外部からも入手し、当社のレベルアップにつなげています。お取引先に対しても、食材の特性に応じて購買担当者と品質管理部門の担当者が同行査察を行い、改善指導につなげています。

New Challenge!

食品検査管理システムを刷新
ノーコード開発基盤の活用で、
迅速かつ柔軟な運用を実現！

2024年に細菌、残留農薬、水分活性、食物アレルギーといった多様な検査項目を一元管理するシステムを刷新。ノーコード開発基盤を活用し、品質管理部門が主体となってシステムの構築や改善を行っています。この結果、新たな検査項目の追加やプロセスの変更に対しても、迅速かつ柔軟に対応することが可能となり、品質管理業務の効率化と高度化を加速させています。

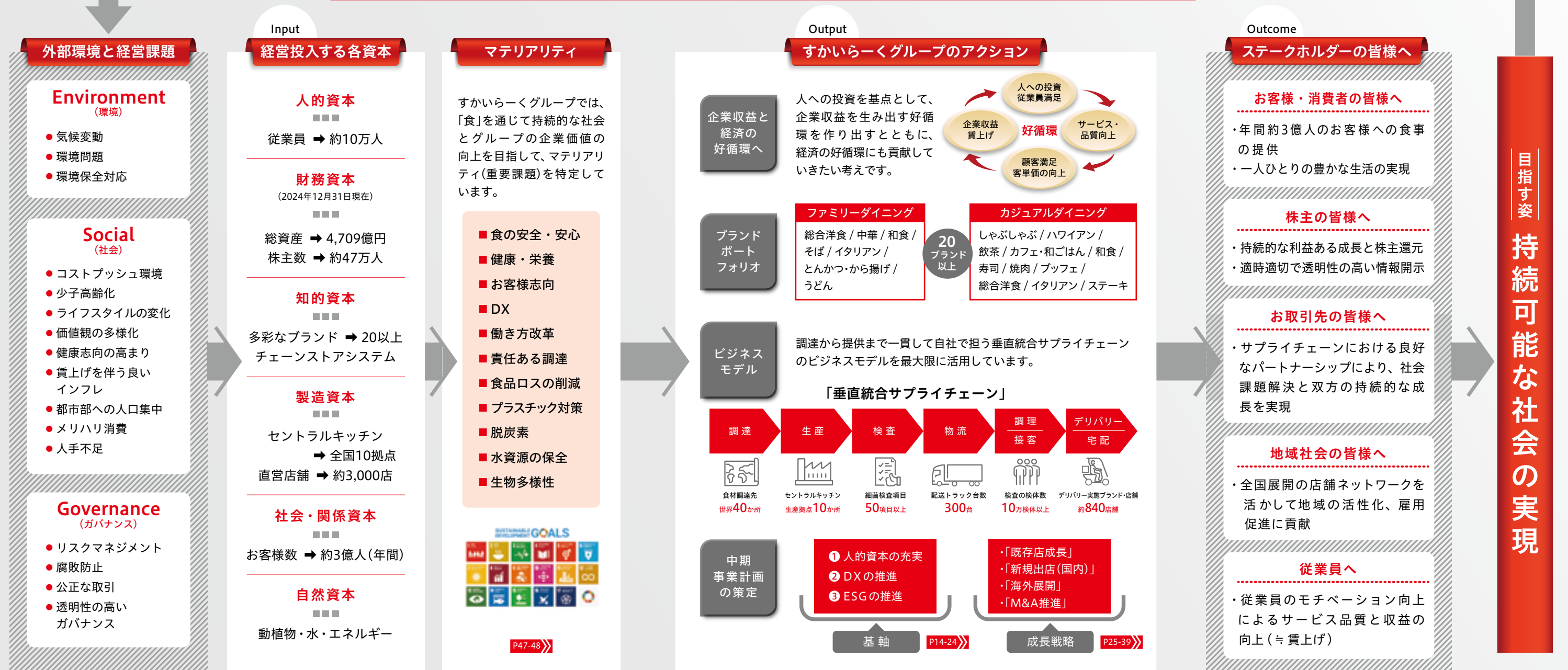
Web ドリームアーツ社HP
<https://hibiki.dreamarts.co.jp/smartdb/case/skylark/skylark240412/>

すかいらーくグループの価値創造プロセス

外部環境と経営課題を踏まえ、ビジネスモデルを活かした優位性と中期事業計画の推進で目指す姿を実現します。



全国どこにでも、どのブランド・店舗でも、皆様に ご満足いただけるサービスをご提供しています



目指す姿 持続可能な社会の実現

経営理念 価値ある豊かさの創造 + パーパス 食の未来を創造し 豊かな生活と社会の発展に貢献する

コーポレート・ガバナンス = サステナブル経営の実践