

1 外食事業者

本物の味を納得の行く価格とサービスで提供する

1. 概要

本社所在地：東日本

主たる営業地域：首都圏（東京、埼玉、千葉、神奈川）

創業：昭和 48 年 2 月（設立：昭和 53 年 3 月） 売上高：226 億円（平成 22 年 2 月期）

店舗数：269 店舗（平成 22 年 9 月末日現在）（直営店：266 店舗、加盟店：3 店舗）

* 店舗は、東京、埼玉、千葉、神奈川の首都圏のほぼ 50 km 圏内で展開、当面の目標は 500 店舗。

従業員：正社員 593 人、パート・アルバイト 1,878 人（8 時間換算）（平成 22 年 5 月末日現在）

* 2 年で店長就任のステップアッププランをスケジュール化している。店舗運営の要である「店長」の育成を最重要課題に、調理は正社員が主に担っている。

営業形態：ラーメン・中華料理の直営店を展開している。「焼鳥業態」を新業態として展開する。

年間使用米穀数量：約 1,560 トン（月約 130 トン）、全量無洗米

工場：一ヶ所（セントラルキッチンとしての役割を担う工場では、製造業務（中華麺、餃子、チャーシュー、カット野菜、タレ）と配送業務を行っており、前記食材及び購入品（米、海苔、メンマ等）と併せて各店舗に配送している。

2. 基本姿勢及び特記事項

ア. 本物の味を納得の行く価格とサービスで提供することを目的に、

- ①「使命」：地域社会に必要とされる店作りに努めます。
- ②「挑戦」：夢に向かって挑戦し、進化し続けます。
- ③「感謝」：常に感謝の心を持ち、人間形成に努めます、を経営理念としている。

イ. 駅前に「私達の店」がある。そんな当たり前の風景を夢見て、お客様に美味しい料理を、低価格で提供し、ハッピーな一日を過ごしていただく、そして、このことを通じて、会社の発展、従業員の幸せと社会への貢献を実現することを目指している。

ウ. 注文、支払いをお客様と対面（チケット販売ではない）で行っており、お客様の反応が良い。繁華街を主体に店舗展開していることから、金・土曜日に売上が多く、雨の日は売上が少ない。

エ. 社全体の売り上げは前年を上回るが新規出店が寄与している。既存店だけでは前年売り上げを下回る状況にある。

3. 仕入れについて

仕入先はすべて卸売業者（商社系、商人系の 3 卸売業者）からである。近年は産地品種銘柄を関東産の「あさひの夢」に特定している（価格面から、「コシヒカリ」から「あさひの夢」に切り替えた）。

仕入先の業者を選定するに当たって、需要に応じた発注を基本にしているので、小回りのきく業者を利用している。

契約締結については年 1 回を原則とし、通常は 9 月～10 月に納入先（卸売業者）から需給状況、価格の見通しを聞いた上で、判断し決定している。新米への切り替えは、11 月から実施している。

4. 求めるお米の品質について

ア. 銘柄にはこだわらない。安くておいしいお米を求めている。

イ. 炊飯状態で保管（炊飯後 3 時間）していても、おいしく食べられる米が望ましい。

ウ. 炊飯食味の試験も時々実施しており、DNA 鑑定も抜き打的に時々実施している。

5. 生産者（産地）に対するメッセージについて

ア. 平成 15 年産の不作時には、米の確保に苦労した。天候不順の中でも安定的に供給できるような生産体制、技術の確立を望む。

イ. 価格の安定と供給の安定は「車の両輪」である。

