

株式会社ゼットン（3057） 決算説明資料

2020年2月期

zetton inc.

当資料は株式会社ゼットンが作成したものであり内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。複写及び無断転写はご遠慮下さい。
当資料は当社が当社の現在発行している、また将来発行する株式や債券等の保有を推奨することを目的に作成したものではありません。
また、当資料は当社が信頼できると判断した情報を参考に作成していますが当社がその正確性を保証するものではなく、事業計画数値に
関しても今後変更される可能性があることをご了承下さい。

INDEX

1. 決算概要 3

決算SUMMARY

連結PL

売上変動要因

営業利益変動要因

既存店売上推移

連結BS

連結CF

2021年2月期 通期業績計画

店舗数推移

事業別推移

2. TOPIX 14

中期事業計画進捗

成長戦略

働き方改革への取り組み

SUSTAINABILITY戦略

新店情報

3. 会社概要 21

企業理念

会社概要

事業内容

決算概要

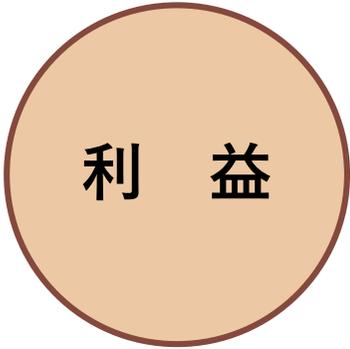
2020年2月期



売上高

連結売上高は10,284百万円（前年同期比105.7%）

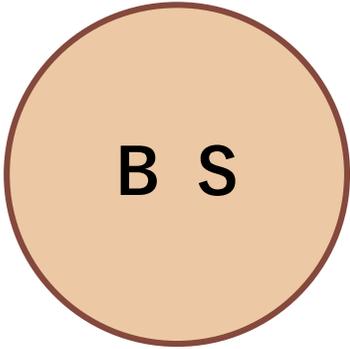
「葛西臨海公園」の再開発事業を始め、zettonが持つコンテンツを活かした新規事業を複数こなし、早期の立ち上げに成功。既存事業もブライダル・海外を中心に全体として好調に推移。結果、自然要因による一時的な減収があったものの、売上高は100億超の水準に戻す。



利益

営業利益 当期純利益は過去最高益

メニュー構成の見直し、購買部門による原価低減活動、店舗オペレーションの見直しによる人件費及び一般経費の最適化等、積極的な利益体質化への変革が功を奏し、過去最高利益（営業利益及び当期純利益）を達成。



BS

自己資本比率増強へ

利益剰余金が323百万円増加。

自己資本比率は前期末27%から当期末33%へ。

連結PL

(百万円)

	2019年 2 月期	構成比	2020年 2 月期	構成比	増減	前期比
売上高	9,727	100.0%	10,284	100.0%	557	105.7%
売上原価	2,612	26.9%	2,712	26.4%		
売上総利益	7,115	73.1%	7,572	73.6%		
販売費及び一般管理費	6,651	68.3%	7,105	69.1%		
営業利益	463	4.8%	467	4.5%	3	100.8%
営業外収益	40	0.4%	16	0.2%		
営業外費用	12	0.1%	9	0.1%		
経常利益	491	5.1%	473	4.6%	△ 17	96.3%
特別利益	1	0.0%	11	0.1%		
特別損失	98	1.0%	7	0.1%		
税引前当期純利益	394	4.1%	477	4.6%		
当期純利益	210	2.2%	345	3.4%	134	163.9%

新規事業、既存事業ともに好調に推移したことにより、当期11店舗のイニシャルコストおよび天候不順等の自然要因によるマイナスを吸収

特別損失の減少により、当期純利益の最大化

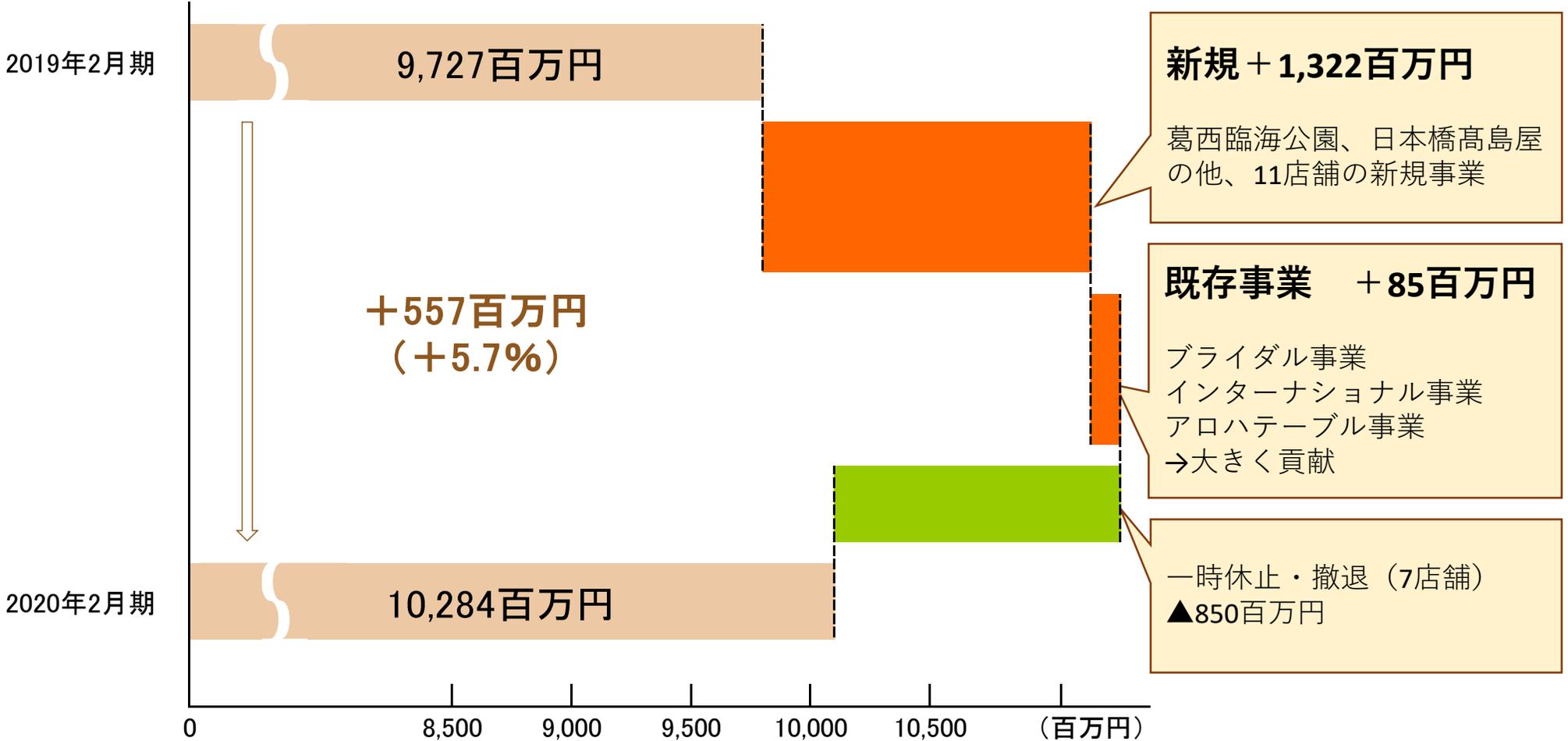
※親会社株主に帰属する当期純利益

売上高変動要因

最高売上達成（連結売上高5.7%増加）

 増収

 減収

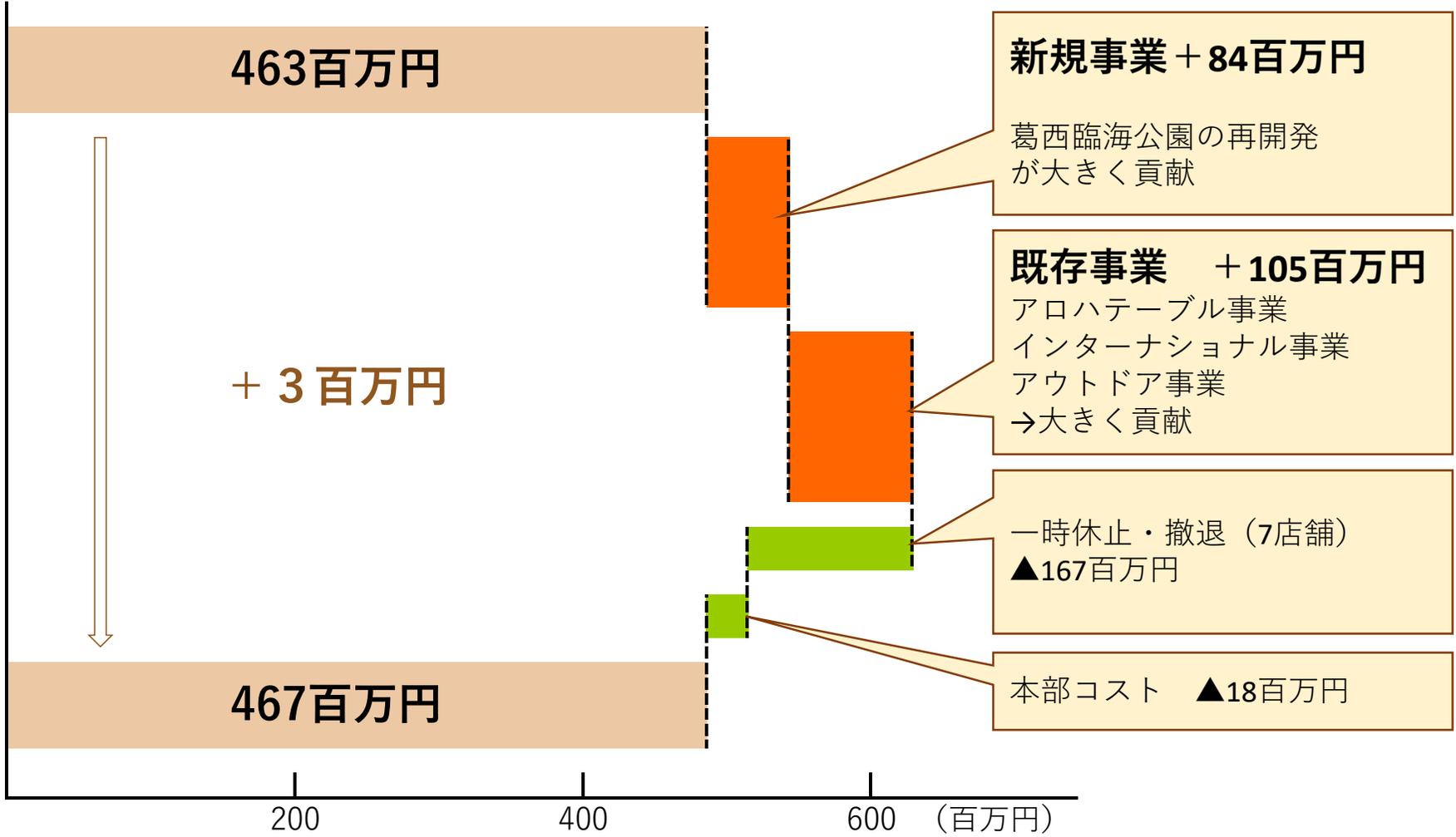


営業利益変動要因

積極的な構造改革による利益体質化

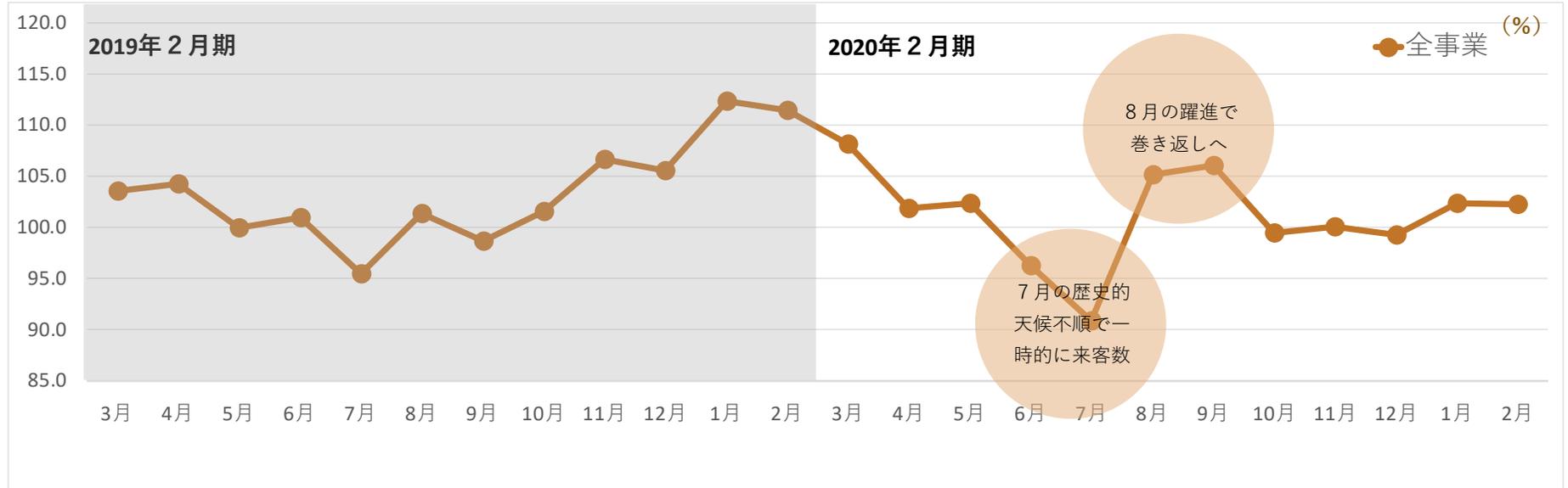
 増収
 減収

2019年2月期



2020年2月期

既存店売上推移



2019年2月期	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
アロハテーブル事業	107.7	102.0	98.8	100.1	93.6	99.6	93.3	102.2	98.5	101.2	103.1	105.0
ダイニング事業	105.6	105.4	100.3	100.1	101.1	105.8	96.1	109.2	103.2	100.6	102.0	105.1
アウトドア事業	-	136.4	93.6	96.1	93.4	100.1	93.2	111.2	160.7	140.8	-	-
ブライダル事業	95.8	104.7	102.4	113.7	87.8	96.2	109.8	91.5	117.9	113.6	156.9	138.1
インターナショナル事業	103.2	107.7	112.0	93.4	110.0	106.7	105.6	104.3	107.0	111.5	108.9	105.2
全事業	103.6	104.2	100.0	100.9	95.5	101.3	98.6	101.5	106.7	105.5	112.4	111.5

2020年2月期	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
アロハテーブル事業	102.6	99.9	102.0	99.0	97.1	105.0	105.6	92.3	100.7	98.1	102.3	98.6
ダイニング事業	98.0	100.5	101.8	94.4	96.0	96.7	102.6	90.2	98.1	100.5	105.3	97.2
アウトドア事業	-	-	108.9	85.9	75.5	108.4	117.2	115.1	75.6	54.5	16.4	-
ブライダル事業	135.2	104.2	86.6	111.1	100.5	131.5	110.9	124.4	93.4	89.0	88.6	106.2
インターナショナル事業	107.3	108.3	115.9	102.0	101.6	103.4	107.3	109.4	111.1	111.4	107.1	110.9
全事業	108.1	101.9	102.3	96.2	90.8	105.1	106.1	99.4	100.0	99.3	102.4	102.3

連結BS

(百万円)

2019年 2020年
2月期末 2月期末 期末増減

流動資産	974	1,193	+218
現金及び預金	551	789	+238
売掛金	173	183	+9
棚卸資産	79	83	+4
前払費用	98	94	▲4
その他	70	42	▲28
固定資産	1,773	2,032	+259
有形固定資産	1,101	1,398	+296
建物 建物附属設備 構築物	832	1,071	+238
工具器具備品	196	299	+103
リース資産	11	4	▲6
建設仮勘定	61	18	▲43
その他	-	4	+4
無形固定資産	48	43	▲4
投資その他の資産	622	591	▲31
繰延税金資産	209	140	▲68
その他	413	450	+37
資産合計	2,747	3,225	+478

成長戦略に則った新規事業への投資

利益体質化による積み上げ

自己資本比率は
27.0%⇒33.4%へ

2019年 2020年
2月期末 2月期末 期末増減

流動負債	1,432	1,360	▲71
買掛金	385	356	▲29
短期借入/1年内返済予定借入	356	332	▲24
未払費用	270	262	▲8
その他	419	410	▲9
固定負債	573	786	+213
長期借入金	383	539	+155
その他	189	247	+57
負債合計	2,005	2,147	+142
株主資本	757	1,081	+323
資本金	383	383	+0
資本剰余金	4	4	+0
利益剰余金	369	693	+323
自己株式	0	0	+0
その他包括利益	△15	△2	+13
純資産合計	741	1,078	+336
負債・純資産合計	2,747	3,225	+478

連結CF

(百万円)

	2019年 2月期	2019年 2月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	556	717	+160
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 302	△ 584	△281
フリーキャッシュ・フロー	254	133	△121
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 246	86	+332
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 9	18	+28
現金及び現金同等物の増減額	△ 1	238	+239
現金及び現金同等物の期首残高	552	551	△1
現金及び現金同等物の期末残高	551	789	+238

税前利益 増加

その他流動資産 増加

計画的な投資

投資に対する
借入増加

2021年2期 通期業績計画

(百万円)

	2019年2月期 通期実績	構成比	2020年2月期 通期実績	構成比	2021年2月期 通期計画	構成比
売上高	9,727	100.0%	10,284	100.0%	-	-
営業利益	463	4.8%	467	4.5%	-	-
経常利益	491	5.1%	473	4.6%	-	-
当期純利益	210	2.2%	345	3.4%	-	-

※親会社株主に帰属する当期純利益

【通期計画について】

2021年2月期の連結業績予想につきましては、新型コロナウイルス感染症による影響を現時点において合理的に算定することが困難なことから未定としております。連結業績予想の算定が可能となった時点で速やかに開示いたします。

店舗数推移

	2019年			2020年	
	2月期	出店	退店	2月期	新店予定 退店予定
アロハテーブル事業	32	-	▲3	29	+2 ▲1
ダイニング事業	20	+6	-	26	- -
アウトドア事業 (旧ビアガーデン事業)	9	+4	▲1	12	- -
ブライダル事業	6	-	▲3	3	+1 -
インターナショナル事業	5	+1	-	6	+1 -
合計	72	+11	▲7	76	+4 ▲1

※上記店舗数にフランチャイズ店8店舗が含まれております。

事業別推移

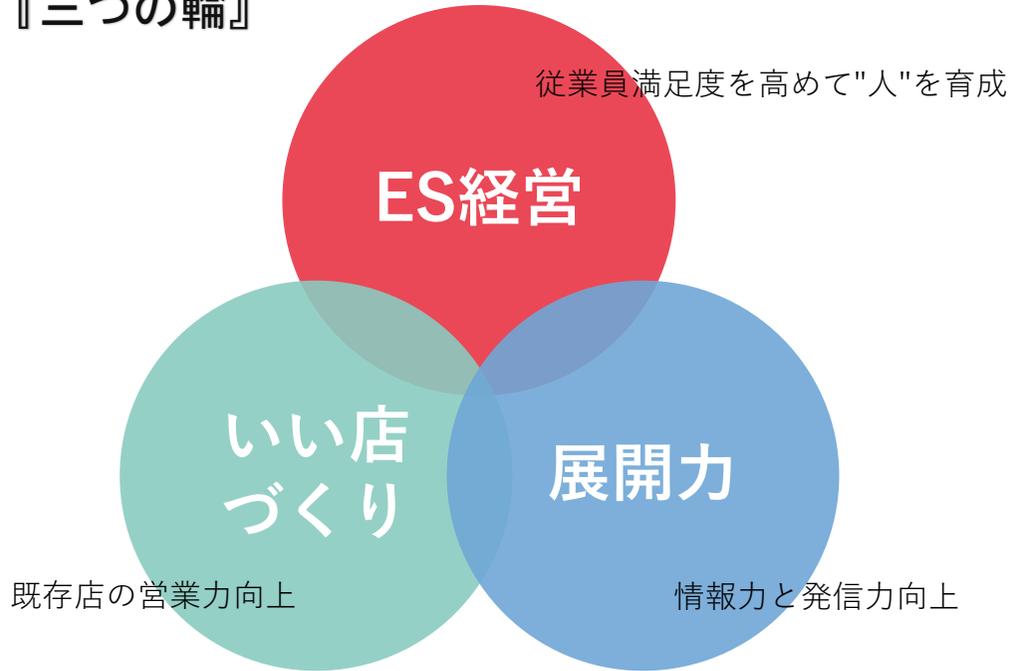
(百万円)

		2019年 2月期	構成比 利益率	2020年 2月期	構成比 利益率	増減	前年同期比
アロハテーブル事業	売上高	3,131	32.2%	3,034	29.5%	△96	96.9%
	営業利益	254	8.1%	290	9.6%	+36	114.2%
ダイニング事業	売上高	2,480	25.5%	2,976	28.9%	+496	120.0%
	営業利益	330	13.3%	264	8.9%	△65	80.1%
アウトドア事業	売上高	1,133	11.7%	1,370	13.3%	+236	120.9%
	営業利益	232	20.5%	284	20.8%	+52	122.5%
ブライダル事業	売上高	1,820	18.7%	1,223	11.9%	△597	67.2%
	営業利益	239	13.1%	105	8.6%	△134	43.0%
インターナショナル事業	売上高	1,165	12.0%	1,688	16.4%	+522	144.9%
	営業利益	7	0.6%	126	7.5%	+119	-
本部	売上高	△4	△0.0%	△9	△0.0%	△5	-
	営業利益	△600	6.2%	△604	5.9%	△3	-
ゼットンTotal	売上高	9,727	100.0%	10,284	100.0%	+557	105.7%
	営業利益	463	4.8%	467	4.5%	+3	100.8%

TOPIX

中期事業計画 進捗

『三つの輪』



収益力
成長力

2023年2月期目標	
売上高	120億円
営業利益	8.4億円
営業利益率	7.00%
ROA	10%
自己資本比率	40%

企業価値
向上

外食産業の成長
豊かで健康的なライフ
スタイル

『SUSTAINABILITY STRATEGY』



持続力

ES経営

- ▶ 評価制度・役職の見直し
- ▶ 社内SNS・部活動導入
- ▶ 全社員向け社内研修の実施

いい店
づくり

- ▶ メニュー・商材の統一化による利益率の向上
- ▶ 予約導線の見直し
- ▶ クリンネスの強化

展開力

- ▶ 葛西臨海公園再生事業スタート
- ▶ 既存和業態のリブランディング
- ▶ ホテル開発とのコラボレーション
- ▶ 海外でのスーパードミナント戦略

働き方改革への取り組み

▶社内SNS TUNAG 導入

月1回zettonにまつわる社長からのレター、イベント・新店・部活動などの活動報告、個人プロフィール公開、Hawaiiからの近況報告、月次業績アナウンス配信など

▶部活動

駅伝・フルマラソン・ドッチボール・卓球など大会にも出場

▶1on1ミーティング

ランチ時間等をつかった上司とのコミュニケーション
越境1on1として部署を超えたコミュニケーションも



SUSTAINABILITY戦略



テーマの設定

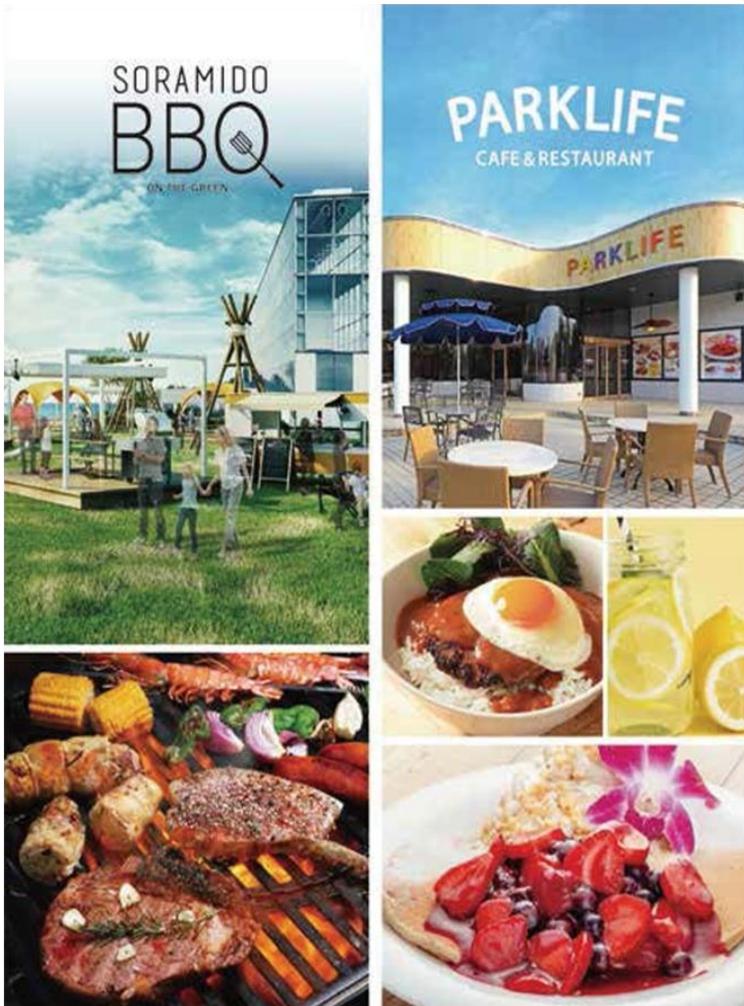
1. 持続可能な低炭素・脱炭素社会実現への貢献
2. 持続可能な資源利用社会実現への貢献
3. 人権・労働に配慮した社会実現への貢献
4. 持続可能な社会を実現する地域づくりへの貢献



新店情報

葛西臨海公園再開発事業

2019/3/1 OPEN 江戸川区 葛西臨海公園



魅力あるコンテンツが
”街”を作りブランディング
するという思想

自然との調和をテーマに
地域の方々の憩いの場
『公園』を総合プロ
デュース

日本橋高島屋 屋上庭園で、
贅沢な食材でプレミアム
BBQを体験

都心でありながらも緑や
木々に囲まれ開放的な空
間で、日本橋の夜、少し
大人なプレミアムBBQを
提供

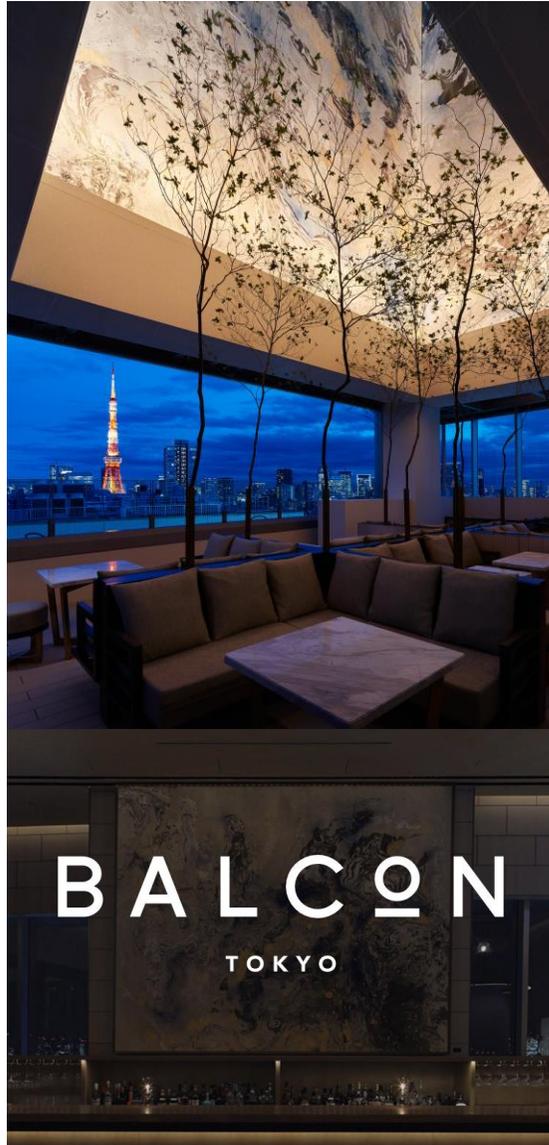


日本橋高島屋

ROOFTOP BBQ ビアガーデン

2019/4/26 OPEN 中央区 日本橋

新店情報



BALCON TOKYO バルコントーキョー

2020/1/24 OPEN 港区六本木

三井ガーデンホテル六本木プレミアの最上階

世界-日本各地 様々な街で見識を深め 経験を重ねた大人が東京ナイトライフを過ごす場として選ぶとしたら...

「オトナはやっぱり六本木」

新たなイマジネーションで旧来とは違う世界観の六本木シーンを提案

バー&ラウンジを抜けると開放的なバルコニーが広がり
ダイニングは柔らかな光に包まれたミュージアムのような空間

インテリアデザインを手掛けたのは国内外でインテリアに限らず、グラフィックやプロダクトといった幅広い創作活動を行っているGLAMOROUS co.,ltd.代表の森田恭通（もりた やすみち）氏

YOKKAICHI HARBOR尾上別荘 ヨッカイチハーバー オノエベッソウ

2020/3/3 事業譲受 三重県四日市市

明治時代 四日市の発展に尽力した名士 小菅剣之助氏
その小菅氏の自邸をリノベーションして誕生
レトロとモダン 和と洋のテイストをあわせもち
今なお残る歴史薫る由緒あるこの建物とこの地で
Heritage Bridal Collectionとして街づくりに貢献



会社概要

店づくりは、人づくり。

店づくりは、街づくり。

街の特色を活かした店づくりにより、街に新たなライフスタイルを提案し、文化と笑顔を生み出す。
お店に人が集い、それが波紋のように広がり、やがて街をも変えるエネルギーとなる。
そんな街づくりが私たちの使命です。

Our Style

We are Ladies & Gentlemen Serving Ladies & Gentlemen

私たちは、スタッフやお客様と良い人間関係を築きます。

花の周りに蝶が舞うように、お客様を惹きつけられるチームを目指しています。

このスタイルが、店づくりや街づくりに、繋がります。

Value 6

笑顔 元気 感謝 誠実 謙虚 敬い

私たちは、自分たちのスタイルをつくり上げるために、この6つのバリューを大切にしています。

日々の生活や仕事において、6つのバリューを大切にすることで、スタッフやお客様と、

良い人間関係を築いていきます。



会社概要

会社名	株式会社ゼットン
設立	1995年10月26日
上場市場	名古屋証券取引所 セントレックス（証券コード3057）
代表者	代表取締役社長 鈴木 伸典
本社	〒108-0014 東京都 港区芝 4丁目1番23号
資本金	383,914千円（2020年2月末現在）
事業内容	飲食店等の経営、開発およびコンサルティング
店舗数	直営 68店舗 FC8店舗

当社グループ（株式会社ゼットン及び連結子会社）

株式会社ゼットン



アロハテーブル事業

"Aloha Table"ブランドを中心に派生ブランドを含めたハワイアンレストランを運営



ダイニング事業

新しい業態開発やリブランディングに挑戦し、和業態を中心に多様なブランドを展開



アウトドア事業

都市公園や商業施設の屋上などで、飲食の場に特化することなく、街のエリアを総合的に開発



ブライダル事業

伝統的な挙式・披露宴会場で、ウェディングプラン及びラグジュアリーな空間と食を提供

ZETTON, INC.



インターナショナル事業

ハワイ・オアフ島でハワイ独自発信のブランドにこだわった、和/フレンチ/ハワイアン等各種カテゴリーのレストラン&バー事業



zetton inc.

SUSTAINABILITY STRATEGY

2019年度サステナビリティ取り組み報告

当社は、2019年4月「Sustainability Strategy 2019-2020」を発表。
同戦略では4つの取り組みテーマ「持続可能な低炭素・脱炭素社会実現への貢献」
「持続可能な資源利用社会実現への貢献」「人権・労働に配慮した社会実現への貢献」
「持続可能な社会を実現する地域づくりへの貢献」を設定し、各施策を遂行。

サステナビリティ取り組みテーマの設定

1.持続可能な低炭素・脱炭素社会実現への貢献

SDGs Goals 7,8,11,12,13,15,17

2.持続可能な資源利用社会実現への貢献

SDGs Goals 8,9,11,12,13,14,15,17

3.人権・労働に配慮した社会実現への貢献

SDGs Goals 1,4,5,8,10,16,17

4.持続可能な社会を実現する地域づくりへの貢献

SDGs Goals 3,4,7,8,11,

zettonが取り組むべき社会課題

- 1.気候変動対策/資源効率化
- 2.地域の活性化



- ・ 外食産業の成長
- ・ 本質的に豊かで健康的なライフスタイル

サステナビリティ取り組みテーマの考え方

前提となる持続可能に関する3つの枠組み

▶2030アジェンダ/SDGs

▶パリ協定

▶東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会
持続可能レガシー



* カヌー・スラロームセンターに隣接する葛西臨海公園飲食店運営事業を踏まえて

《目次》

1. 持続可能な低炭素・脱炭素社会実現への貢献・・・5

1. 店舗電力を可能な限り再生可能エネルギー化
 - 電力直接契約店舗
 - テナント入居店舗
2. 店舗照明のLED化

2. 持続可能な資源利用社会実現への貢献・・・6

1. 使い捨てプラスチックの廃止
 - 使い捨てプラスチックストローの廃止
 - 使い捨てプラスチック食器・カトラリーの廃止
2. 食品廃棄の削減
 - アロハテーブル国内全店におけるライス小盛値引きサービス提供
 - 横浜市食べきり協力店に加入
 - 飲食店食品廃棄削減サービス「TABETE」を導入
3. 店舗内装に再生材の活用
 - 古木・廃材や再生材またはリサイクル可能な素材を積極的に使用
4. 再生材・生分解性を使用したユニフォームの導入
5. 持続可能な食材・資材調達
 - サステナブル・シーフード導入
 - 【新規】大豆ミートの導入を検討
6. 【新規】水の使用量削減
 - 全店舗に節水バブルの取り付け予定

3. 人権・労働に配慮した社会実現への貢献・・・10

1. 社内におけるダイバーシティ & インクルージョンの推進
 - 働き方ガイドラインの提示
2. 障がい児支援NPO法人「Ocean's love」活動への協力
 - サーフィンスクール運営協力
 - 就労体験の場の提供
3. 【新規】特定非営利活動法人はぁもにい支援
4. 【新規】社内における部活動

4. 持続可能な社会を実現する地域づくりへの貢献・・・12

1. 経営理念「店づくりは、人づくり。店づくりは、街づくり」の実践
 - 葛西臨海公園再生事業
2. 公共施設の再生・活性化
3. 地域におけるスポーツ振興

5. その他の取り組みについて・・・14

1. サステナブル活動の社内における周知・浸透のための取り組み

Appendix・・・15

1.持続可能な低炭素・脱炭素社会への貢献

1. 店舗電力を可能な限り再生可能エネルギー化

みんな電力ENECT RE100プラン（ブロックチェーントラッキング契約）により、再生可能エネルギー由来の電力に切り替え

※ブロックチェーントラッキング契約とは？

発電量と需要量を30分単位で個々にマッチングし、取引として約定することに成功したシステム。それにより電源からどれだけ電気を買ったのか証明できる。みんな電力は世界で初めて「電力トレーサビリティ」システムの商用化をスタートさせた。

■電力直接契約店舗（2019年5月～） 7店舗に導入

- ・“R”RIVERSIDE GRILL & BEERGARDEN（大阪・中之島）
- ・アロハアミーゴ池袋（東京）
- ・アロハテーブル京橋（大阪）
- ・アロハテーブル湘南（神奈川）
- ・小料理バル ドメ（愛知）
- ・g z（東京）
- ・LUAU ALOHA TABLE with Gala Banquet（愛知）



【みんな電力切り替え済み店舗の削減額・削減量】

電力料金 (単位：円)						使用量 (単位：kwh)			
店舗名	切り替え前8ヶ月 2018/5-2018/12	切り替え後8ヶ月 2019/5-2019/12	削減額	削減率	月平均 増減額	従前8ヶ月 2018/5-2018/12	切替後8ヶ月 2019/5-2019/12	削減量	削減率
合計7件	13,130,355	10,495,139	-2,635,216	-20%	-263,522	587,317	549,658	-37,659	-6%

使用量が増えた店舗でも電気を切り替えたことにより、電気料金の減額がみられた。また照明をLEDに交換した店舗では電気使用量の減少がみられた。

■テナント入居店舗：テナントオーナーに再生可能エネルギー導入の提案中

2. 店舗照明のLED化

店舗照明を可能な限りLEDに切り替え、省エネルギー化

- ・LED切り替え店舗：79店舗中44店舗実施
- ※残り35店舗は空間演出により切り替えに至らなかった。

2.持続可能な資源利用社会実現への貢献

サーキュラーエコノミー原理による資源利用

サプライチェーン全体で資源効率を高め資源を循環させ、環境への負担を可能な限り低減する

※葛西臨海公園店舗をサステナビリティ旗艦店とし、順次他店舗に展開

1. 使い捨てプラスチックの廃止

■使い捨てプラスチックストローの廃止

・必要のないストローの廃止

ソフトドリンク注文時に当たり前にストローを付けるということを止め、ご要望のお客様にストローを渡すというオペレーションへ変更。テーブルポップの設置やメニューにストローポリシーを記載。

・必要なストローは日本製紙の紙製ストローを使用

(森林伐採を含めトレーサビリティが明らかなもの)

1. 葛西臨海公園内店舗及びアロハテーブル一部店舗にて実証実験 (2019年4月)
※利用者アンケート実施
2. 葛西臨海公園導入 (2019年6月)
3. アロハテーブル全店舗にて正式導入 (2019年10月)
4. 国内全店舗にて正式導入 (2020年3月)

【ストロー発注量とコスト比較】

	2018年10月～2019年2月		2019年10月～2020年2月		前年対比		
	プラスチックストロー 発注量	コスト	紙ストロー発注量	コスト	ストロー削減本数	ストロー 発注量	コスト
合計値	325,440本	¥225,249	97,500本	¥699,840	△227,948本	△70%	311%

コスト増にはなったものの、使用本数を大幅に削減できた。

2020年3月からの導入したその他店舗においては次回検証。今後さらに使用本数を削減することで△90%を目指す。

■使い捨てプラスチック食器・カトラリーの廃止 (葛西臨海公園内4店舗)

◇紙製または木製に置き換え

- ・紙製：皿、紙コップ、持ち帰り商品のランチボックス
※紙コップの蓋は付けない (ホットドリンクには紙製の蓋を使用)
- ・木製：スプーン、フォーク、ナイフ

◇その他

コーヒークリーム、ガムシロップ、ゼリーなどのプラスチックポーションは使用を廃止



ゼットンストローポリシー

2. 食品廃棄の削減

■アロハテーブル国内全店においてライス小盛値引きサービスの提供（17店舗）

ライス小盛80g（通常盛り160g）△50円にて提供。

5カ月17店舗で11,460食、916.8kgの食品ロスを防げたと仮定される。

今後売り上げ減を補填するためミニデザートなどの提案を検討。

■横浜市食べきり協力店にアロハテーブル横浜、MANOA aloha tableの2店舗が加入

※食べきり協力店とは

横浜市が食品廃棄物を減らすための取り組みとして実施している事業。

■飲食店食品廃棄削減サービス「TABETE」を食堂BARカスミガセキにて導入

システムを導入したが、ほとんどロスがなくサービスへの出品回自体が少なかった。

3. 店舗内装に再生材の活用

■古木・廃材や再生材またはリサイクル可能な素材を積極的に使用

コストに見合う店舗へ導入した79店舗中21店舗

※期間限定店舗は不燃材

【使用箇所及び店舗数】

柱材・壁材・窓枠	ディスプレイ	テーブル・照明
16店舗	9店舗	7店舗



いい乃じ（東京・室町）/柱材・壁材・窓枠



アロハテーブル仙台/柱材・壁材・テーブル



アロハテーブル千葉ペリエ/柱材・壁材・照明

4. 再生材・生分解性素材を使用したユニフォームの導入

- ・ **海洋プラスチックゴミを繊維にして作られたユニフォーム（プーマ ファーストマイル）を導入**
海に近い店舗へ導入予定。（2020年6月下旬）
アロハテーブル湘南
アロハテーブルテラスモール湘南
アロハテーブル横浜

※PUMA FIRST MILE(プーマ ファーストマイル)とは

リサイクルされたプラスチックを原料にしたコレクション。ペットボトルを原料として使用し、2018年に300トン以上のリサイクル糸を生産。ゴミを減らすのではなく、現地の雇用を創出し、経済発展にも貢献している。

- ・ **再生ポリエステルを使用したエプロン（サロン）の導入**
エプロンを一括購入した直後であったため今回は見送り。
- ・ **オーガニックコットンTシャツの導入**
PUMA FIRST MILEへ切り替え予定
- ・ **I:Collect × CIRCULAR ECONOMY JAPANの衣類回収プログラム導入による繊維の循環**
衣類リサイクルボックス設置（スタッフ制服・私服・来店されるお客様の持込み）
→国内企業の循環の仕組みに着目し、衣類リサイクルボックスの設置を検討

5. 持続可能な食材・資材調達

■ サステナブル・シーフードの導入

- ・葛西臨海公園内店舗にて持続可能なMSC、ASC認証の水産物を取り扱うことのできるCoC認証を取得（2019年12月）
- ・メニューの導入開始（2020年3月）

【葛西臨海公園内店舗】

PARKLIFE CAFE & RESTAURANT（パークライフカフェ&レストラン）

CRYSTAL CAFE（クリスタルカフェ）

SORAMIDO BBQ（ソラミドバーベキュー）

バーベキュー広場



- ・アロハテーブル全店舗にてグループ認証取得に向け準備をすすめる。（2020年）

※MSC（Marine Stewardship Council：海洋管理協議会）

「MSC」は、減少傾向にある世界の水産資源の回復を目指し、1997年に設立された国際的な非営利団体です。MSC認証は、持続可能で環境に配慮された漁業で獲られた水産物の認証制度。認証制度と「海のエコラベル」を通じて持続可能な漁業の普及に向けた取組みを行っている。

※ASC（Aquaculture Stewardship Council：水産養殖管理協議会）

「ASC」は、海などの環境や地域社会や人に配慮した、責任ある養殖により生産された水産物を対象とする認証制度を運営。WWF（世界自然保護基金）とIDH（オランダの持続可能な貿易を推進する団体）の支援のもと2010年に国際非営利団体として設立された。

※CoC認証

提供商品の流通・加工・販売の全ての過程において、認証水産物が適切に管理され、非認証原料の混入を防ぎ、認証水産物のトレーサビリティを確保するのが、MSC/ASC CoC認証。認証を取得していない事業体に一度でも所有権が移ると、それ以降、認証製品として取り扱うことはできない。認証製品の管理においては、仕入・調理・保管・販売などの各工程において、他の製品との明確な識別、帳票上での明示、記録の保管などが求められる。

■ 【新規】大豆ミートの導入を検討

大豆ミートを使用したオリジナル加工品（ナゲット等）を導入に向け開発中

※大豆ミートとは

大豆からタンパク質を取り出し、繊維状にしてお肉のように加工した食品。一般的な食肉に代わるとされる。動物由来ではなく植物性のたんぱく質に需要が移行することで、畜産や養殖のために大量に使われていた水資源・穀物資源の保全につながり、環境負荷が減ることで持続可能な食料生産が実現できる。

6. 【新規】水の使用量削減

■ 全店舗に節水バルブの取り付け予定

神南軒、A&P、アロハテーブル横浜にて、節水バルブの実証実験を行った。その結果水の使用量が30%削減した。2020年5月頃より79店舗中29店舗に順次導入予定。

3.人権・労働に配慮した社会実現への貢献

1. 社内におけるダイバーシティ&インクルージョンの推進

性別・年齢・国籍・キャリアバックグラウンド、障がいの有無、性的指向、価値観、働き方等にかかわらず、多様性を互いに尊重しともに活躍・成長することができる職場環境・風土づくりを行い、多様な働き方の実現やキャリア開発の機会を提供し、一人ひとりがやりがいをもって生き活きと活躍し続けられる組織をつくる。

■働き方ガイドラインの提示

- ・介護休暇の取得
- ・子育て、介護などを理由とした短時間正社員
- ・妊娠・出産・育児休暇の取得
- ・ハラスメントについて項目ごとでの現状と問題点に対しての取り組みの説明
- ・メールなどで誰でも相談できる窓口を設置している

2. 障がい児支援NPO法人「Ocean's love (オーシャンズラブ)」活動への協力

障がいを持つ子どもたちの健やかな成長をサポートし、また障がいを持つ人たちが家族への差別のない住みやすい社会実現に取り組む「認定特定非営利活動法人 Ocean's love」の法人サポーター活動。

※Ocean's loveとは

アンジェラ・磨紀・バーノン氏をはじめとするプロサーファー達が、全国各地で知的障がい児のためのサーフィンスクールを地域の方々と共に行う活動。障がいがある子ども達を対象に、サーフィンを通じて社会とのコミュニケーション、自然と触れ合い、感情あふれる健やかな大人になってほしいという願いを込めたスクール。



■サーフィンスクール運営協力（体験の手伝い、ロコモコ・BBQなどの昼食提供）

8年間の活動の中でゼットンスタッフ総勢308名が参加。また一般ボランティアも年々増加している。2016年より会社の取り組みとして出勤日と捉え、社員の参加体制を整えたことで参加スタッフの増加につながった。

開催年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	合計
スタッフ参加人数(名)	6	17	24	33	45	48	63	72	308名

■就労体験の場の提供

アロハテーブル赤坂にて「Aloha table sharing ALOHA Spirits」を実施。

Ocean's Loveの法人サポーターとして、知的障がいのある子どもたちによって運営するカフェを開催。参加する子どもたちは、キッチン担当、ドリンク担当、サービス担当に分かれ、調理やドリンクの準備・お客様へのサービス・お会計対応などを行います。当日の売上の一部はOcean's Loveに寄付。

※ALOHA spiritsとは

Akahai=思いやり Lokahi=調和 Olu'olu=喜び Ha'a Ha'a=謙虚 Ahonui=忍耐

他者に対して愛や尊敬を忘れずに、親切に、助け合い、寛容であることを大切にするというスピリッツ。



【来店客数推移】

開催年	2018年	2019年	合計
来店客数	45	133	178名

【2020年オーシャンズラブzettonサポートスケジュール】

就労体験	サーフィンスクール &就労体験	サーフィンスクール &就労体験	就労体験	就労体験	就労体験
6月28日	7月11日	8月30日	10月11日	11月8日	11月28日
アロハテーブル赤坂	茅ヶ崎	伊良湖	アロハテーブル赤坂	名古屋（場所未定）	大阪（場所未定）

3. 【新規】特定非営利活動法人はあもに支援

知的障がい者を持つ18歳以上の方が働く「はあもにユニバーサル農園」と2018年より取引が開始。アロハテーブル使用する定番野菜である紫芋を栽培してもらい、仕入れることでサポート。苗植え、収穫にゼットンスタッフも参加。

※特定非営利法人はあもにとは

障害総合支援法に基づく障害福祉サービス事業として、就労継続支援を行うA型事業所。はあもに農業部では農業と仕事を通して自然との共生を学び、環境にも人にもやさしい環境保全型農業を目指す。環境保全型農業とは・・・「炭素循環農法」という農業や化学肥料にたよることなく、作物が育つ自然農業。

【収穫量】

開催年	2018年	2019年
収穫量	約300kg	約700kg

4. 【新規】社内における部活動

働き方改革で仕事＝ライフスタイルと捉え、労働環境が改善させるため、プライベートな時間の充実及び、店舗・部署を超えたスタッフ間のコミュニケーションの活性化を図る。価値観の共有やライフスタイルの充実を目的として社員が各々で部を発足。一定条件を満たした活動については活動費の支給を行っている。

【部活動リスト】

関東ランニング部	バスケットボール部	ドッチボール部	大阪フィットネス倶楽部	釣り部
仙台ランニング部	バレーボール部	熱血卓球部	大阪フラダンス部	
レクリエーションスポーツ部	フットサル部	カメラ部	アウトドア部	

4.持続可能な社会を実現する地域づくりへの貢献

1. 経営理念「店づくりは、人づくり。店づくりは、街づくり」の実践

街の人々のニーズを感じ、新たな価値を提案することで、地域に愛される店づくりを念頭においた店づくりを行う。

■葛西臨海公園再生事業

「パークライフカフェ（旧店舗：ブルーマリン）」「クリスタルカフェ」のリノベーションだけでなく、開放的な空間を活かしたバーベキューやクリスタルビューを使用したブライダルを実施。お客様のニーズに適応し、ホスピタリティをベースにしながらオペレーションやマネジメントを行い、公園全体にたくさんのクリエイティビティの高いコンテンツを落とし込むことで公園の価値を上げ、葛西臨海公園という財産をもった葛西という街をブランディング。街の活性化がすすめば地域に住みたい人、働きたい人が増え、自治体の活性化が促進され人々が集う場所となる。

《事業内容》

・バーベキュー広場

従来あったバーベキュー広場の運営管理の受託（2019年3月1日）

既存のお客様が持ち込めるプランと新たに当社で食材を用意するプランをご用意。

・PARKLIFE CAFE & RESTAURANT

ハワイをテーマにしたカフェレストランをオープン（2019年3月16日）

無料休憩スペースといういままでの機能を残し、フードコートとして店内でのお食事の販売・提供。

キッズスペースや授乳室も完備し、誰でも利用できる。

・CRYSTAL CAFE

葛西臨海公園の象徴的な建築物であるクリスタルビューの中にオープン（2019年4月16日）

海辺で楽しむことができるカフェをコンセプトとして、店内でのカフェメニューの他、

店舗の前に広がる芝生で楽しむことができるテイクアウトメニューも提供。キッズスペースも完備。

・SORAMIDO BBQ

開放的な空間を活かし、非日常的なプレミアムBBQを楽しめる（2019年4月16日）

ガーデンパーティーや絶好のロケーションを活かした新しい公園の楽しみ方を提案。

・Denim-デニム-（葛西臨海公園内ウエディング）

ブライダルビジネスの既成概念を打ち破る「パークウエディング」という新しいスタイルの提案。

2. 公共施設の再生・活性化

公共施設における文化・歴史の継承、社会的な役割を活かし、新たな価値を創生する取り組み。

・東京都立葛西臨海公園

東京都内に80万平米もの広大で自然あふれる都市公園の再開発

・徳川園（愛知）

尾張徳川家の邸宅を名古屋市の整備により日本庭園としてリニューアルし、「ガーデンレストラン徳川園」を運営

・中之島公園（大阪）

大阪市中央公会堂に隣接し、都会の憩いの場として愛される公園の再開発

・横浜マリニタワー（神奈川）

横浜港開港100周年に建設された「横浜マリニタワー」の再開発（2022年のリニューアルに向け工事中）

3. 地域におけるスポーツの振興

地域で開催されるスポーツイベントに積極的にサポート・参加

・スポーツ庁「スポーツエールカンパニー」に認定（2018年度、2019年度）

・東京都「東京都スポーツ推進企業」に認定（2018年度、2019年度）

・「RUN FOR THE OCEANS IN TOKYO」共催会社として参画（2019年6月）※台風のため中止

※RUN FOR THE OCEANSとは

海洋プラスチック汚染の脅威に対する認知度を高め、積極的な行動を起こすためにスポーツのチカラを活用し、美しい海になることを願って走る、アディダスジャパン株式会社が実施しているグローバルムーブメント。

・TOKYO CATCH BALL CLUB にパンケーキ体験ブースを出店（2018年年度、2019年度）

・東北・みやぎ復興マラソン2019に参加（2019年10月）※2019年は台風の影響を受け中止

・外食駅伝～つながる駅伝～に参加（2013年より6年連続参加）※2019年11月は皇居使用不可となり延期

・リビング×メ～テレマラソンパラダイス 2020 in モリコロパーク（2010年より10年連続参加）

5. その他の取り組みについて

1. サステナブル活動の社内における周知・浸透のための取り組み

- ・ **本社共用エコバック設置**（2019年4月）

スタッフが共用で使用できるエコバッグを本社入口に設置

コンビニ利用時にエコバッグを活用することで、不要なレジ袋を削減。2019年4月～2020年3月の出勤日となる日数（239日）で換算すると11,950枚の削減とつながったと仮定。

※土日、祝日、夏季、冬季、バースディ休暇を除く出勤日数。

- ・ **耐水紙の導入**（2019年9月）

一部店舗に耐水紙を使用したメニューを使用。パウチフリーのためプラスチックの削減につながる。

- ・ **パルプモールドコースターの作成**（2019年12月）

日本製紙株式会社と検討し、オフィス古紙を使用したコースターを作成。実証実験を行う。

- ・ **オリジナルマイボトルの配布**（2020年2月）

社員総会にて、全社員にオリジナルマイボトルを配布した。

- ・ **ビーチクリーン活動実施**（2020年3月～）

アロハテーブル湘南を中心に、ビーチクリーン活動を実施。

- ・ **エコバッグ配布予定**（2020年予定）

不要なレジ袋を削減するため全社員にオリジナルエコバッグの配布を予定。

- ・ **紙製カート缶商品の導入**（2019年6月）

来客用のペットボトルの水を紙製カート缶商品に変更した。



パルプモールドコースター



ビーチクリーン/湘南

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会 持続可能性に配慮した運営方針概要

オリンピック・パラリンピックと持続可能性

国際オリンピック委員会（IOC）「オリンピック・アジェンダ2020」（2014年）

- ・オリンピック競技大会すべての側面とオリンピック・ムーブメントの日常的な業務に持続可能性を導入

国連「持続可能な開発のための2030アジェンダSDGs」（2015年）

- ・スポーツが持続可能な開発における重要な役割を担うを明記
- ・17の持続可能な開発目標（SDGs）を設定

国際オリンピック委員会（IOC）「IOC持続可能性戦略」（2016年）

- ・持続可能性をオリンピック・ムーブメントにおける行動原則に位置付け
- ・「じぞく可能な開発のための2030アジェンダ」及びSDGsへの貢献を明記

東京2020大会の持続可能性コンセプト

Be better、together より良い世界へ、ともに進もう

これまで深刻な公害問題等を克服し、成熟社会となった日本及び東京は、今、気候変動や天然資源の枯渇の懸念、生物多様性の喪失、差別等の人権問題や高齢化など、持続可能性に関する世界共通の課題に直面しています。東京2020大会を通じて、持続可能な社会の実現に向けたこれまでの取り組みをさらに発展させ、課題解決のモデルを国内外に示していきます。そのため、「Be better, together / より良い未来へ、ともに進もう。」を大会の持続可能性を包括するコンセプトとし、様々な方々と連携しながら主体的に取り組むことで、その責任を果たしていきます。地球及び人間の未来を見据え、「誰一人、取り残さない」を掲げる持続可能な開発目標（SDGs）に貢献するとともに、将来の大会や国内外に広く継承されるよう取り組んでいきます。

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会 5つの主要テーマの目標とSDGsの関係

1. 気候変動：Goal 7,8,11,12,13,15,17等

Towards Zero Carbon（脱炭素社会の実現に向けて）

パリ協定がスタートする2020年に開催される東京大会において、可能な限りの省エネ・再エネへの転換を実施することにより、世界に先駆けて脱炭素化の礎を全員参加で築く。

2. 資源管理：Goal 8,9,11,12,14,15,17等

Zero Wasting（資源を一切ムダにしない）

サプライチェーン全体で資源をムダなく活用し、資源採取による森林破壊・土地の荒廃等と、廃棄による環境負荷をゼロにすることを目指して、全員で取り組む。

3. 大気・水・緑・生物多様性等：Goal 2,3,6,9,11,12,14,15,17等

City within Nature/Nature within the City（自然共生都市の実現）

大会後のレガシーも見据え、大会の開催を通じて豊かな生態系ネットワークの回復・形成を図り、かつ快適さとレジリエンスを向上させる新たな都市のシステムの創出に寄与する。

4. 人権・労働、公正な事業慣行等への配慮：Goal 1,4,5,8,9,10,11,12,13,16,17等

Celebrating Diversity ~Inspiring Inclusive Games for Everyone~（多様性の祝祭～誰もが主役の開かれた大会～）

大会に関わるすべての人々の人権を尊重するため、大会準備・運営のあらゆる分野においてダイバーシティ&インクルージョンを可能な限り最大限確保する。

5. 参加・協働、情報発信（エンゲージメント）：Goal 16,17等

United in Partnership & Equality ~Inspiring Inclusive Games for Everyone~

（パートナーシップによる大会づくり～誰もが主役の開かれた大会～）

国境や世代を超えた様々な主体との交流や研修等を通じた参加・協働の推進、及び社会全体で多様な主体が参画するダイバーシティ&インクルージョンとエンゲージメントが確保された社会の構築のため、誰もが主役の開かれた大会を多くの方々の参加・協働により創り上げていく。

1.持続可能な低炭素・脱炭素社会への貢献

1.店舗電力を可能な限り再生可能エネルギー化

■電力直接契約店舗（7店舗）

【みんな電力切り替え済み店舗の増減額・削減量】

電力料金 *LUAUのみ9ヶ月集計（2018/4-12、2019/4-12） （単位：円）

店舗名	切り替え前8ヶ月 2018/5-2018/12	切り替え後8ヶ月 2019/5-2019/12	増減額	増減率	月平均 増減額
“R”RIVERSIDE GRILL&BEER GARDEN	1,344,568	696,638	-647,930	-48%	-64,793
アロハアミーゴ池袋	671,684	536,339	-135,345	-20%	-13,535
アロハテーブル京橋	3,300,698	2,796,082	-504,616	-15%	-50,462
アロハテーブル湘南	1,066,721	868,356	-198,365	-19%	-19,837
小料理バル ドメ	764,160	590,040	-174,120	-23%	-17,412
gz	1,890,635	1,634,896	-255,739	-14%	-25,574
LUAU ALOHA TABLE with GalaBanquet	4,091,889	3,372,788	-719,101	-18%	-71,910
合計7件	13,130,355	10,495,139	-2,635,216	-20%	-263,522

使用量 （単位：kwh）

従前8ヶ月 2018/5-2018/12	切替後8ヶ月 2019/5-2019/12	削減量	削減率
51,271	32,301	-18,970	-37%
22,173	21,646	-527	-2%
161,011	163,335	2,324	1%
31,502	34,875	3,373	11%
28,380	26,489	-1,891	-7%
86,111	79,920	-6,191	-7%
206,869	191,092	-15,777	-8%
587,317	549,658	-37,659	-6%

2.店舗照明のLED化

【切り替え店舗】

“R”RIVERSIDE GRILL&BEER GARDEN	アロハテーブル横浜	蘇山荘
アトレ川崎ビアガーデン	アロハテーブルルミネ大宮	舌舌(タンタン)
アロハアミーゴ池袋	orange	猪口猪口
アロハアミーゴ原宿	池袋バルコ BBQビアガーデン	ニホンバシ イチノイチノイチ
アロハテーブル赤坂	大宮アロハビアガーデン	LUAU ALOHA TABLE with GalaBanquet
アロハテーブルアスナル金山	ガーデンレストラン徳川園	b&r
アロハテーブル飯田橋	gz	MANOA Aloha Table
アロハテーブル大崎	grigio la tavola	山手十番館
アロハテーブル京橋	金山ソウル	わらやき屋仙台
アロハテーブル湘南	金山ソウルビアガーデン	日本橋高島屋ビアガーデン
アロハテーブル仙台PARCO2	SURF SIDE KITCHEN	バーベキュー広場
アロハテーブル代官山	食堂BAR カスマガセキ	ペリエ千葉ビアガーデン
アロハテーブル中目黒	神南軒	横浜モアーズビアガーデン
アロハテーブルペリエ千葉	仙台バルコビアガーデン	山手十番館丘の上ビアガーデン
アロハテーブル星が丘	SOMRAIDO BBQ	

2.持続可能な資源利用社会実現への貢献

1.使い捨てプラスチックの廃止

■使い捨てプラスチックストローの廃止

紙製ストローアンケート調査 集計結果に関して

日本製紙株式会社 × ZETTON

■調査期間 2019/8/1～9

■回答者数 1102名

■対象店舗 アロハテーブル代官山
アロハテーブル千葉ペリエ
アロハテーブル大崎
PARKLIFE CAFE & RESTAURANT



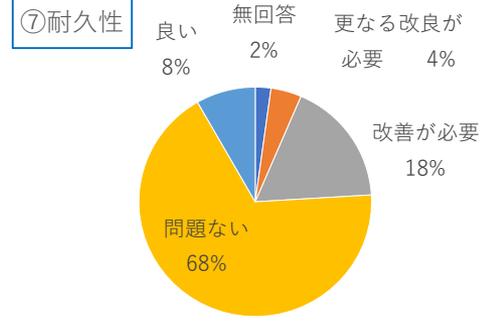
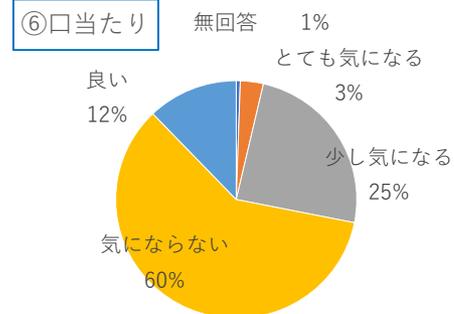
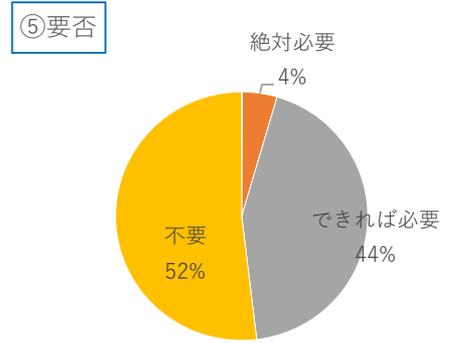
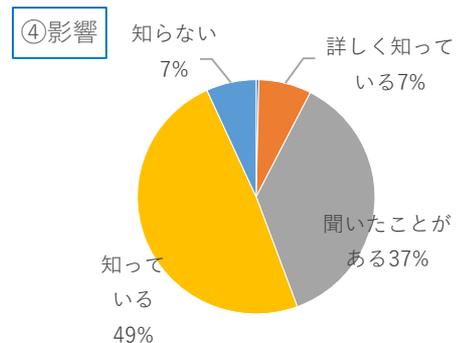
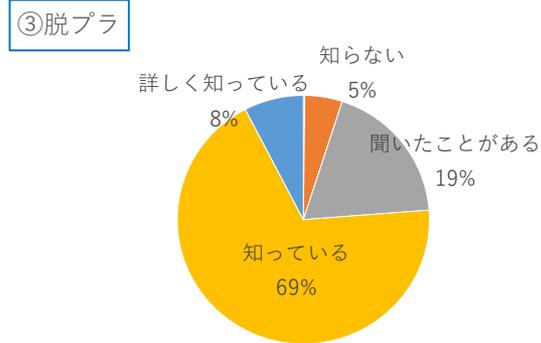
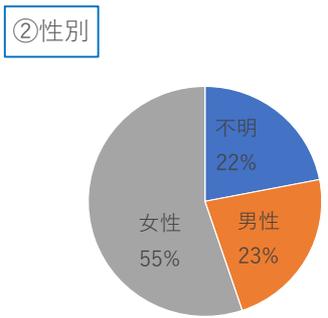
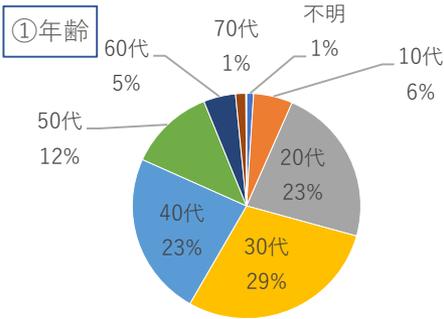
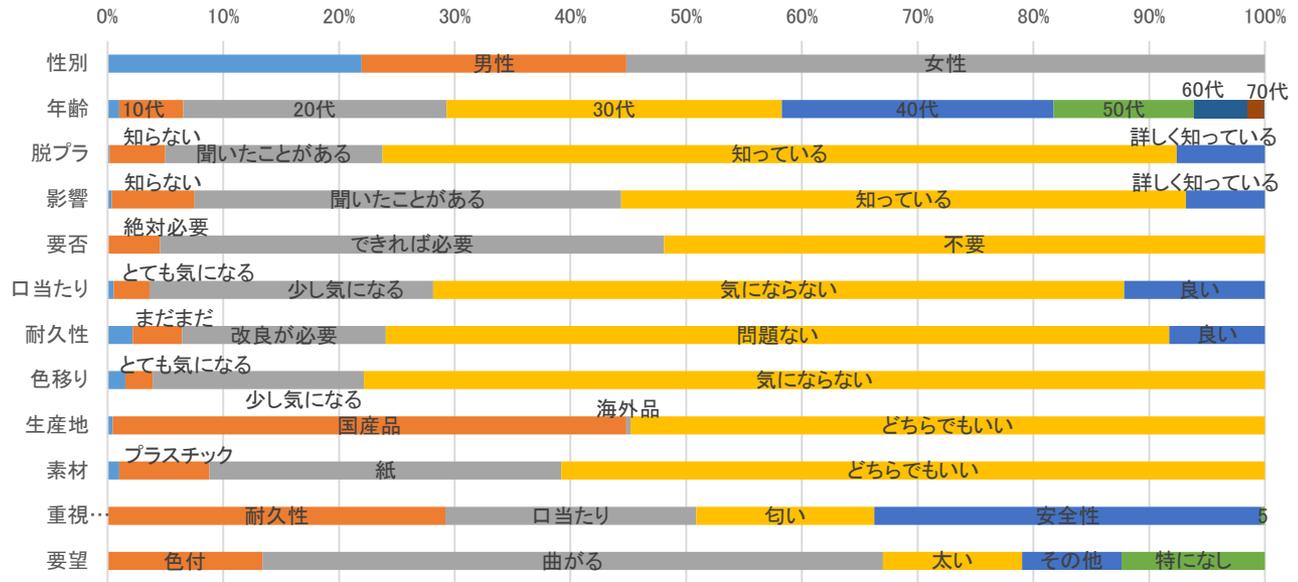
《アンケート調査項目》

- ① 年齢 10代～80代
- ② 性別 男性・女性
- ③ 最近、社会課題の一つと言われている「脱プラスチック」について、ご存知ですか？
- ④ プラスチックの使用を削減することで、環境にどのような影響があるかご関心をお持ちですか？
- ⑤ 外食時に、ストローは必要ですか？（プラスチック製、紙製、その他問わず）

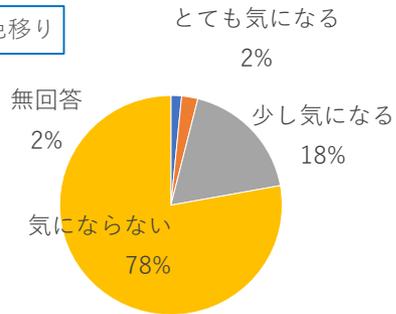
*今回ご使用された日本製紙の紙ストローについて

- ⑥ 口当たりと紙の匂い
- ⑦ 耐久性
- ⑧ 紙ストローへの色うつり（コーヒー色や口紅など）
- ⑨ 国産品と海外品、どちらの紙ストローを使いたいですか？
- ⑩ 今後、外食時にプラスチックストローと紙ストローのどちらを使いたいですか？
- ⑪ 紙ストローにおける下記の品質項目で、何が重要でしょうか？ @耐久性、口当たり、匂い、安全性
- ⑫ どのような紙ストローがあるといいですか？ @色付ストロー、曲がるストロー、太いストロー、その他

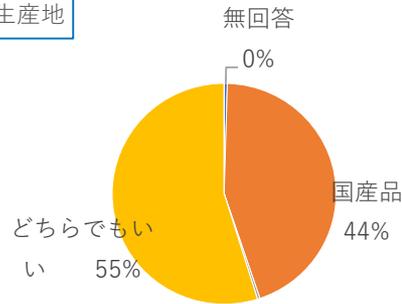
「アンケート調査結果」



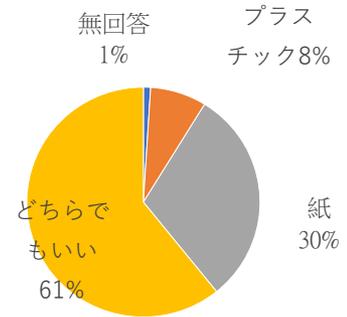
⑧色移り



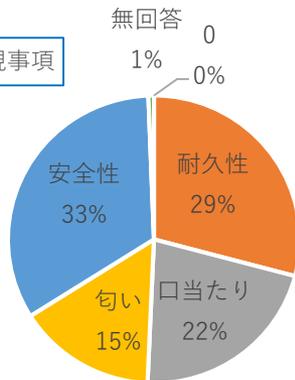
⑨生産地



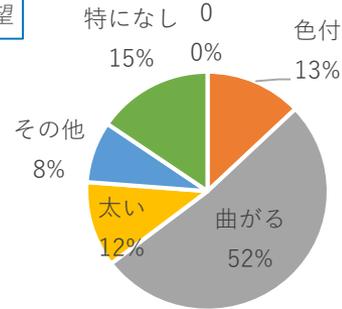
⑩素材



⑪重視事項



⑫要望



《その他感想》

- ・ 皆が触るので、袋に入っていたらなおgood! でした
- ・ 幼児が噛んでも紙っぽさが出ず安心できるもの
- ・ 子供用に短くて丈夫、できれば曲がる環境対応のストローがあればよい
- ・ 下がつぶれてすえなくなるので、尖端が強いストロー
- ・ もう少し細いストローが良いと思います

2.食品廃棄の削減

■アロハテーブル国内全店においてライス小盛値引きサービスの提供（17店舗）

19年10月～2020年2月 ライス小盛、大盛の出数】

赤坂				アスナル金山				飯田橋				海老名				大崎				大宮			
小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比
110		2,426	0	146	31	4,564	0	137	76	3,210	0	141	122	4,349	0	157	9	3,351	0	310	139	6,346	0
98		2,147	0	114	31	4,848	0	110	49	3,298	0	142	149	4,492	0	148	3	2,945	0	298	154	6,734	0
85	117	1,964	0	111	16	4,434	0	93	49	2,874	0	194	176	5,031	0	148	3	2,850	0	213	156	6,412	0
94	138	1,761	0	109	29	4,405	0	94	50	3,213	0	185	180	5,294	0	170	2	2,628	0	231	190	6,335	0
66	117	1,575	0	77	12	2,368	0	92	62	2,859	0	133	92	4,226	0	247	6	2,995	0	245	145	6,003	0
453	372	9,873	0	557	119	20,619	0	526	286	15,454	0	795	719	23,392	0	870	23	14,769	0	1,297	784	31,830	0
京橋				湘南				仙台PARCO				代官山				テラスモール湘南				中目黒			
小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比
64	39	2,455	0	179	215	3,290	0	81	51	2,553	0	123	33	4,643	0	93	150	4,141	0	111	86	2,951	0
54	41	2,588	0	192	198	3,601	0	112	53	2,651	0	120	45	5,086	0	70	96	4,324	0	93	68	2,884	0
63	37	2,518	0	229	190	3,504	0	102	76	3,354	0	110	36	4,574	0	71	146	4,693	0	74	77	2,712	0
42	69	2,643	0	215	195	3,813	0	132	61	2,957	0	109	50	4,331	0	77	87	4,890	0	70	86	2,950	0
89	29	2,675	0	114	163	4,059	0	135	59	2,745	0	128	38	4,784	0	151	155	3,953	0	89	29	2,961	0
312	215	12,879	0	929	961	18,267	0	562	300	14,260	0	590	202	23,418	0	462	634	22,001	0	437	346	14,458	0
ベイクオーバー横浜				ベリエ千葉				星が丘				LUAU											
小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比	小盛	大盛	L入客数	小盛 オーダー比								
215	179	5,897	0	194	94	4,685	0	102	63	3,906	0	107	533	3,101	0								
198	192	5,585	0	240	118	5,184	0	96	74	3,837	0	120	635	2,481	0								
190	229	6,188	0	223	114	5,759	0	91	58	3,741	0	107	560	2,754	0								
195	215	6,451	0	239	93	5,355	0	83	55	3,469	0	119	590	2,865	0								
197	173	5,414	0	208	106	4,674	0	68	58	3,071	0	80	455	2,347	0								
995	988	29,535	0	1,104	525	25,657	0	440	308	18,024	0	533	2,773	13,548	0								

小盛出数合計 11,460食

ライス小盛80g（通常盛り160g）△50円にて提供。
5カ月17店舗で11,460食、916.8kgの食品ロスを防げた
と仮定される。

3.店舗内装に再生材の活用

■古木・廃材や再生材またはリサイクル可能な素材を積極的に使用

柱材・壁材・窓枠	ディスプレイ	テーブル・照明
アロハアミーゴ池袋	アロハアミーゴ原宿	アロハテーブル飯田橋
アロハテーブル飯田橋	アロハテーブルアスナル金山	アロハテーブル大崎
アロハテーブル大崎	アロハテーブル大崎	アロハテーブル湘南
アロハテーブル大宮	アロハテーブル飯田橋	アロハテーブル仙台パルコ
アロハテーブル仙台パルコ	アロハテーブル京橋	アロハテーブル千葉ペリエ
アロハテーブル千葉ペリエ	アロハテーブル湘南	アロハテーブルららぽーと海老名
アロハテーブルテラスモール湘南	アロハテーブルテラスモール湘南	LUAU ALOHA TABLE with Gala Banquet
アロハテーブル中目黒	アロハテーブル中目黒	
いい乃じ	アロハテーブル横浜	
口々		
gz		
料理バル ドメ		
SORAMIDO BBQ		
猪口猪口		
わらやき屋仙台国分町		
LUAU		

5.持続可能な食材・資材調達

■サステナブル・シーフードの導入

◇PARKLIFE CAFE&RESTAURANT

・マグロとアボカドのポキライスボウル 1190円

魚種：キハダマグロ、バチマグロ

製品名：MSC マグロダイスカット

原産国：ミクロネシア

・たらことしめじの和風パスタ 950円

魚種：スケソウタラ

製品名：MSC たらこバラ子

原産国：アメリカ

・海老天きつね うどん／そば 850円

魚種：バナメイ海老

製品名：ASC 天ぷらえび

原産国：ベトナム

◇CRYSTAL CAFE

・海老とアボカドのホットサンド 680円

魚種：バナメイ海老

製品名：ASC バナメイ むきエビ31-40

原産国：ベトナム

・サーモンフライとしめじのカレー 930円

魚種：アトランティックサーモン

製品名：ASC アトランティックサーモンフィレ冷凍

原産国：ノルウェー

※表示価格は税込み

※取引業者：アーストレーディング株式会社

◇バーベキュー広場

・サーモンと海老のホイル焼き

魚種：アトランティックサーモン

製品名：ASC アトランティックサーモンフィレ冷凍

原産国：ノルウェー

魚種：バナメイ海老

製品名：ASC バナメイ むきエビ31-40

原産国：ベトナム

◇SORAMIDO BBQ

【SORAMIDO BBQコース 6600円】

・シュリンプと彩り野菜のマリネ

※SEASIDE VIEW BBQコース 4950円でも提供

魚種：バナメイ海老

製品名：ASC バナメイ むきエビ31-40

原産国：ベトナム

・サーモンとアサリのアクアパッツァ

魚種：アトランティックサーモン

製品名：ASC アトランティックサーモンフィレ冷凍

原産国：ノルウェー

魚種：あさり

製品名：ASC冷凍殻付きあさり

原産国：中国

3.人権・労働に配慮した社会実現への貢献

2.障がい児支援NPO法人「Ocean's love（オーシャンズラブ）」活動への協力

■サーフィンスクール運営協力（体験の手伝い、ロコモコ・BBQなどの昼食提供）

開催年	2012年			2013年		2014年		2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		合計
日程	7月21日	7月20日	8月25日	7月19日	8月31日	7月18日	8月30日	7月15日	8月28日	7月22日	8月27日	7月21日	8月26日	7月20日	7月20日			
場所	茅ヶ崎	茅ヶ崎	伊良湖															
スタッフ 参加人数(名)	6	8	9	9	15	15	18	29	16	27	21	39	24	41	31			

■就労体験の場の提供

《就労カフェを体験された親御様の感想一例》

・滑舌が悪く、上手く言葉を話す事が難しく、自信がないので恥ずかしがってお客様に上手く伝えられないかなと思っていたのですが、上手く伝えることはできなくてもついてくれた方にサポートしていただいて頑張って笑顔いっぱい楽しくお仕事していました。「楽しかった。また来年もいきたい。」とっていました。

・普段とは違った職種の体験が出来てとても楽しそうでした

・2回目ということもあり、安心して参加できたように感じます。私も、安心してスタッフのみなさまに預けることができました。オープンしたお店に行くと、とても明るく元気な子どもたちに迎えられ、とっても嬉しくなりました。みんな笑顔で一所懸命でとてもよかったです。客席から食器を洗う真剣な姿を見られて感激しました。

・朝、別れた時は緊張した顔をしていましたが、昼に伺った時にはやる気充分と言った感じを受けました。キッチンのユニホームもとても似合っていました。

迎えに行き、どんな気持ちになった？と聞くと、「いっぱい、いっぱいけど最後まで集中しました！あきらめませんでした！！」と祖母達に答えていて...自分の気持ちを理解し、それでも最後まで頑張ったこと、とても成長を感じました。仕事をする事、働くこと繰り返し体験する事で、身をもって理解を深める良い機会になっていると毎回感じています。

4.持続可能な社会を実現する地域づくりへの貢献

3.地域におけるスポーツの振興

・スポーツ庁「スポーツエールカンパニー」

※スポーツエールカンパニーとは

スポーツ庁が、運動不足である「働き盛り世代」のスポーツの実施を促進し、国民全体のスポーツ実施率の向上につなげることを目的として、社員の健康増進のためにスポーツの実施に向けた積極的な取り組みを行っている企業を対象にした認定制度。

・東京都「東京都スポーツ推進企業」

※「東京都スポーツ推進企業」とは

東京都は、従業員のスポーツ活動の促進に向けた取り組みや、スポーツ分野における支援を実施している企業等を「東京都スポーツ推進企業」として認定。

・TOKYO CATCH BALL CLUB にパンケーキ体験ブースを出店

※TOKYO CATCH BALL CLUBとは

コミュニケーションスポーツであるキャッチボールを通じて人と人との笑顔を繋げ、スポーツを楽しむきっかけの場をつくり人々の輪を広げようというイベント。

・外食駅伝～つながる駅伝～

※外食駅伝とは

たすきをつなぐ駅伝で人と人とのつながりをつくる外食の役割を再認識するイベント。

・東北・みやぎ復興マラソン

※「東北・みやぎ復興マラソン」とは

東日本大震災からの復興の姿を国内外に発信し、被災地に暮らす方々の「心の復興」を推進することを目的に2017年から毎年秋に開催される。

・リビング×メ～テレマラソンパラダイス

※リビング×メ～テレマラソンとは

愛知万博跡地であるモリコロパーク（愛地球博記念公園）の有効活用と市民の健康を目的として始まる。