

ALEPH INC.
Corporate Book

「食」は人を良くする。

人の体をつくることはもちろん、心の栄養も取り入れる毎日の「食」。
その「食」は地球上のあらゆるものがつながる大きな環の中にあります。
私たちの仕事は、そのつながりを断つことなく、
自然との対話から生まれる食材に
お客様との会話から学んで磨き続ける
おいしさや楽しさを乗せて提供することです。
調和する大きな環から外れることのない良い食は良い人をつくり、
良い人は良いつながりをつくる。
私たちの仕事は、責任も喜びも大きい仕事です。



03	トップメッセージ・ミッション アレフの企業使命／アレフの経営理念 アレフの経営規範
05	アレフのビジョン 長期ビジョンと中期経営計画 企業概要／組織図
07	アレフのあゆみ
09	事業紹介 レストラン事業／フランチャイズ事業 食品加工製造販売事業／恵庭事業・外販事業
15	食の安全 食材の開発・調達 加工・製造と調理・提供
19	持続可能性 多様な人材が活躍できる環境づくり 環境負荷低減





株式会社アレフ
代表取締役社長

庄司 大

店は客のためにあり、 店員とともに栄え、店主とともに滅びる。

1968年の創業以来、私達は多くの方々に支えられながら成長してまいりました。

この業界も今では外食産業と呼ばれるようになりましたが、それは先人の方々の善意と努力の賜物^{たまもの}だと思います。

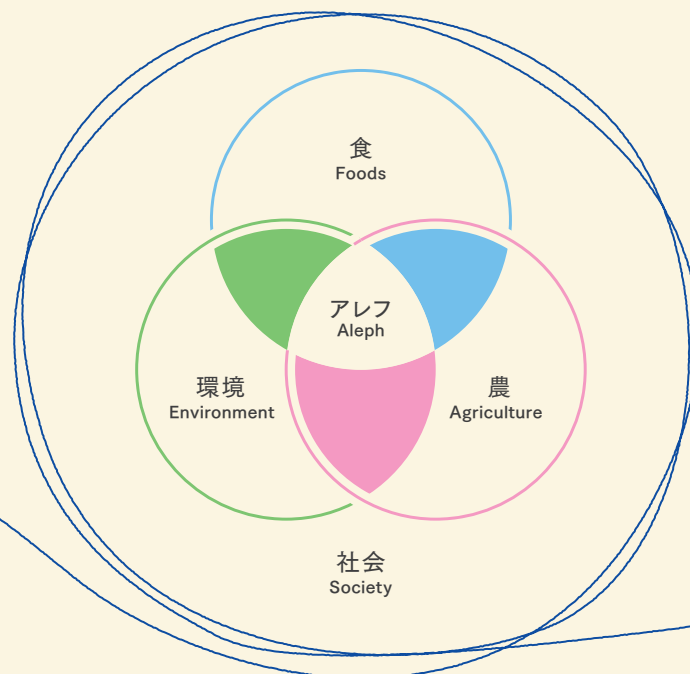
「店は客のためにある」と考えるからこそ、私達はお客様にとって安全で安心な食事を提供し、空間を快適に整えて、聴く姿勢を持ってお客様に寄り添います。

「店員とともに栄える」と考えるからこそ、お互いを尊重し、職場を大切に、働きがいを感じることで、生産性の高い仕事生まれます。

「店主とともに滅びる」とは、当然のことですが担い手がなければお店は衰退します。

お客様に喜んでいただける商品やサービスも、より良い職場環境も、産業と呼ばれる外食業の評価も、先人に続いて、これからは私達が担っていくのです。

時代の変遷とともに私達を取り巻く環境が変化しても、大切にしてきた原点は変わりません。多様化するお客様のニーズに応え、社会の課題に向き合いながら、外食の場が「人」にとって、より良い場所であるように、皆様とともに成長できる企業でありたいと思っています。



■ アレフの企業使命

人間の健康と安全を守り育む事業の開拓

人間の福祉を増大する事業の創設

自然を大切にする事業の展開

■ アレフの経営理念

人間の尊重を原点に置き、
活力ある経営をする。
そして偏りや歪みの無い調和を保つ。

よりよい品をより安く大衆の側に立つ。

損得よりも善悪が先。

お客様、我々、全ての幸福を目的とするが、
お客様あつての我々という姿勢を守る。

■ アレフの経営規範

「企業は社会の中に存在し、
社会の不足や不満、
問題を解決することをもって、
その存在根拠とする」

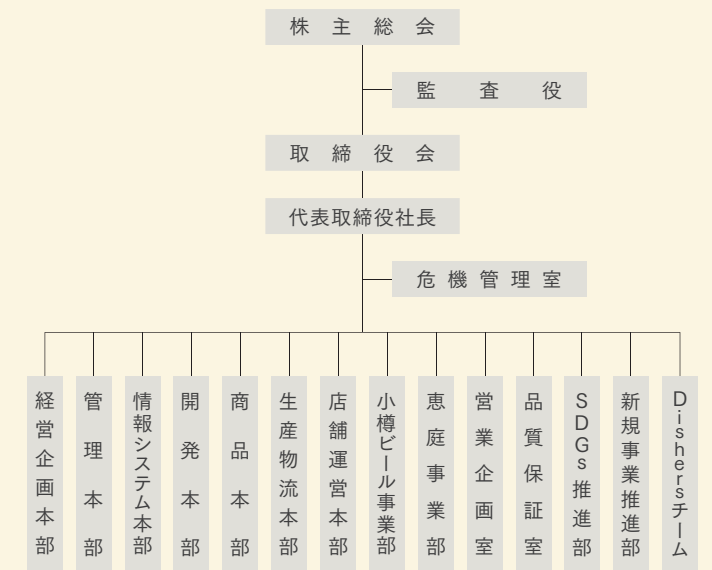
長期ビジョンと中期経営計画



■企業概要

創 業／1968 (昭和43)年12月
 設 立／1976 (昭和51)年7月、1987(昭和62)年5月商号変更
 資 本 金／1億円
 代 表 者／代表取締役社長：庄司 大
 役 員／専務取締役：庄司 開作
 取締役：新道 弘次 取締役：武井 博人
 取締役：佐藤 光之 監査役：月舘 史朗
 事 業 内 容／レストラン事業、食品加工製造販売事業、
 フランチャイズ事業、その他の事業
 本 社／北海道札幌市白石区菊水6条3丁目1番26号
 TEL 011-823-8301、FAX 011-823-8192
 東 京 本 部／東京都港区高輪3丁目24番18号 高輪エンパイヤビル 6F
 TEL 03-5422-9407、FAX 03-5422-9416
 大 阪 事 務 所／大阪府大阪市淀川区西中島7丁目4-21
 ホーククレセント第2ビル 9F
 TEL 06-6195-9497、FAX 06-6195-9498
 グループ会社／●有限会社 みつる ●株式会社 サイプレス
 ●株式会社 牧家(ぼっか) ●デリシャス 株式会社
 ●えこりん村 株式会社

■組織図



中期経営計画 & 経営戦略

3年後に目指す姿

「より魅力ある外食産業の実現」

お客様には
 “より豊かで便利な食をお届けする”という姿勢を守り、
 働く従業員にとっても
 より魅力のある産業としての外食を実現させたい。

3つの経営戦略

- 1 「継続的な成長」
- 2 「収益性の確保」
- 3 「持続可能性の実現」

1 「継続的な成長」

お客様にお役立ちできる商品、サービスを提供し続けるため、健全で継続的な成長を目指します。

2 「収益性の確保」

デジタル技術などの活用により生産性を引き上げていくことで収益性を確保し、商品の魅力、サービスや、快適性、利便性を高めて、お客様の体験価値向上を目指します。

3 「持続可能性の実現」

持続可能性のために「誰もが働きがいのある企業への進化」を目標に掲げています。長期ビジョンに向かって多様な人材が活躍できるよう、誰もが働きやすい環境づくり、待遇改善や制度改革、教育など人的資本へ投資をします。従業員が誇りをもって働ける、やりがいを持って働ける企業に成長することも大切な“目指す姿”です。

アレフのあゆみ

13坪の小さな店から広大な食産業へ。探求心と挑戦は続いています。

1968~

1968 (12.15) 岩手県盛岡市の日の出会館に「ハンバーガーとサラダの店・べる」創業

創業者・庄司昭夫が起業をめざして全国行脚。その途中で出会ったハンバーガーに新しい時代を感じ、盛岡市の繁華街に13坪の店を開店。（～1973.1）



1972 岩手県盛岡市にベル大通店を開店



1973 木の皿にハンバーグ・サラダ・ライスを盛り付けたハンバーグディッシュの原型が誕生



1976 (7月) 岩手県盛岡市において「カウベルカンパニー 株式会社」を設立

1977 福島市内に初出店

1980~

1980 札幌市内に初出店
1986年に店名を「びっくりドンキー」に変更



1986年ごろのびっくりドンキー西野店

1983 フランチャイズ事業を開始（大阪市内、豊橋市内に開店）

1985 関東地区に初出店



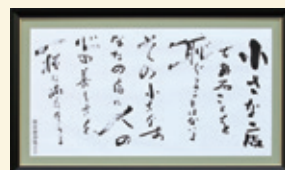
本社を現住所に移転

1987 (5月) 社名を「株式会社 アレフ」に変更



1988 ハンバーグレストラン びっくりドンキー 50店舗達成！

食の安全・安心を追い求め、北海道で農業の研究に着手



岡田徹氏の詩集に収められた一篇。創業当時から大切にしている言葉で「びっくりドンキー」全店舗にこの詩を掲げる

1990~

1990 農業生産法人「有限会社アレフ牧場」(現・株式会社牧家)の設立を支援

1993 点字メニュー、入口スロープ、車いす対応トイレ、盲導犬受け入れなどノーマライゼーションの取り組みを開始

1994 ハンバーグレストラン びっくりドンキー 100店舗達成！

1995 自社製ビール「小樽ビール」醸造開始、ビアパブ「小樽倉庫 No.1」(北海道小樽市)を開店



1997 生ごみ粉碎乾燥処理機の店舗導入を開始

1999 ハンバーグレストラン びっくりドンキー 200店舗達成！

小樽ビール銭函醸造所を開業(北海道小樽市)

2000~

2001 アレフナチュラルビーフの使用を開始

2002 珈琲焙煎工場の稼働開始(札幌市)

2006 北海道恵庭市に「えこりん村」を開業

食と農業、それらを取り巻く自然環境とのつながりや大切さを、体験により楽しく学べることを目指して開業。約70haの牧草地で最大1,000頭の羊を放牧飼育する草地農業を実践。



農業の使用を除草剤一回までに制限したオリジナル米をびっくりドンキー全店に導入

2007 食品加工場「北海道工場」を北海道恵庭市に開業

衛生管理の徹底とともに、地中熱など再生可能エネルギーの活用でエネルギー使用量を減らし、CO2排出量を大幅削減。



2010~

2010 ハンバーグレストラン びっくりドンキー 300店舗達成！

2011 びっくりドンキーフードコート型店舗ポケットキッチンを初出店

2012 岩手県盛岡市に食品加工場「岩手工場」を開業

2013 沖縄県うるま市にハンバーグパティ製造工場「沖縄MLP」を開業

2015 埼玉県久喜市に食品加工場「埼玉工場」を開業



2016 北海道工場がエネルギー管理規格「ISO50001」認証を外食産業で初めて取得

2017 びっくりドンキーに「乳・小麦・卵を使わないハンバーグ」導入



2020~

2020 ハンバーグディッシュを自由にカスタマイズできる新業態「ディッシャーズ」を開業



ティーカフェ「ゴンチャ」のフランチャイズに加盟



2021 福島工場がエネルギー管理規格「ISO50001」を取得

2022 徳島県にびっくりドンキーを出店し、全国45都道府県に出店達成

スペシャルティコーヒー新豆販売ブランド「TAPROOT coffee roasters」スタート

2023 お子様完食応援イベント「もぐチャレ!!」をびっくりドンキー全店に展開(※ポケットキッチンは除く)

創業55周年を迎える

2024 バーガーレストラン「カールスジュニア®」4店舗の運営を開始



ハンバーグレストラン びっくりドンキー 345店舗



カールスジュニア®秋葉原中央通りレストラン

新たな食産業のかたちを 追求する事業展開。 お客様との接点は全国に。

責任をもてるハンバーグを
より多くのお客様に提供しようと
徐々に広げた取り組みからできた4つの事業。
総合力でより大きな「お役立ち」をつくり出します。

■ アレフの事業展開



レストラン事業

「『食』という字は人を良くすると読む」の考えに忠実に、安全で安心な食材と、その美味しさを最大限に引き出す調理法、楽しい食事の空間を追求し、よりよい外食の場を提供することで社会への貢献を目指すアレフの軸事業です。

ハンバーグレストラン「びっくりドンキー」、「ディッシャーズ」、ビアバブ「小樽倉庫No.1」、パスタと窯焼ピザレストラン「らくだ軒」、バーガーレストラン「カールスジュニア®」、ティーカフェ「ゴンチャ」と多様な業態で、全国で「安心しておいしく楽しく過ごせる時間」をお届けしています。

11 ページ >



フランチャイズ事業

「びっくりドンキー」のフランチャイズ事業は、1983年に大阪市内、豊橋市内でスタートし、現在、加盟企業約30社が全国に210店以上を展開しています。「びっくりドンキーチェーン本部」が開発した店舗フォーマット、商品開発、物流システム、情報システムなどのFCパッケージに基づき、加盟企業様の経営支援、店舗や店長向けサポートを行うことで、直営店・フランチャイズ店すべての店舗で同じクオリティの商品・サービスを提供し「びっくりドンキーブランド」の信頼性・統一性を高めています。

11 ページ >



食品加工製造 販売事業

いつでも新鮮で安全な食をお客様に提供するために、10カ所の工場を稼働しています。

全国に8カ所ある食品加工場では「びっくりドンキー」のハンバーグパティ、ハンバーグソースなどを製造し全店に供給しています。

「タップルートコーヒーロースターズ」はコーヒーの焙煎工場です。「びっくりドンキー」などの店舗で提供するコーヒーの焙煎の他、独自ブランド商品や生豆を小売・卸売販売。「小樽ビール醸造所」はドイツの伝統的製法でビールを醸造。びっくりドンキーに供給するほか、飲食店や小売店に販売しています。

13 ページ >



恵庭事業・ 外販事業

北海道恵庭市で「えこりん村」を運営。「環境負荷を軽減し、持続可能な社会の形成に貢献したい」という想いの実現を目指し、約150haのフィールドを活用し、食・農業・環境・文化の取り組みを発信しています。

外販事業は「びっくりドンキー」の味を家庭でも楽しんでいただこうとオリジナル商品を開発し小売店などへ販売しています。乳・小麦・卵を使わないハンバーグ、マヨネーズタイプドレッシングなどお店で人気の商品をラインアップしています。

14 ページ >

会社概要



<https://www.aleph-inc.co.jp/company/overview/>

事業紹介



<https://www.aleph-inc.co.jp/business/>



長く愛されるハンバーグ スペシャルティレストラン。

木の皿に、ハンバーグ、サラダ、ライスを盛り合わせたワンプレートで提供するハンバーグディッシュが看板商品のハンバーグレストラン。全国45都道府県に340店以上を展開しています。安全・安心を追求した原材料を調達し、全国8カ所の自社食品加工場から配送された食材を、店舗で注文ごとに調理し、出来たての商品を提供しています。また、乳製品、ビール、コーヒーなど、ここでしか味わえない独自商品も揃えています。

「びっくりドンキー」という店名には、楽しいことが次々に起こり、お客様に驚きとワクワクを感じていただけるお店をつくり、人々の暮らしに優しいまなざしで寄り添うロバのように、社会の役に立ちたいという想いが込められています。



<https://www.bikkuri-donkey.com/>

ハンバーグレストラン
びっくりドンキー



創業の地・岩手県盛岡市で1972年から営業する、びっくりドンキーの“ふるさと”ベル大通店。「ベルさん」と呼んで足を運んでくれた感謝の想いを忘れないように、メニューはびっくりドンキーと同じでも、店の看板は「ベル」のまま営業しています。

フランチャイズ事業

「びっくりドンキー」店舗の約6割がフランチャイズ店です。本部とフランチャイズ加盟社が相互信頼関係を築き、チェーン全体が「食のインフラ」としての役割を果たすよう取り組んでいます。



Dishers

[ディッシュヤーズ]



ハンバーグをメインに、トッピングや野菜の量、ライス、ソースなどを自由にカスタマイズして、オンリーワンのハンバーグディッシュを楽しめる新業態。パンケーキやフローズンドリンク「フラッピー」も提供しています。

<https://hello-dishers.com/>



らくだ軒
コーヒー・パスタ・ピザ



イタリア産小麦のパスタと薪窯で焼き上げるナポリ風ピザが自慢のファームレストラン。食材にはえこりん村で放牧飼育している「こな雪とんとん」を使用するなど、地産地消にも取り組んでいます。

<https://www.ecorinville.com/facility/rakudaken.html>



小樽ビール発祥の地
小樽倉庫No.1



小樽運河沿いの石造り倉庫を利用したビアパブ。店内中央にある仕込み釜を使いドイツの伝統的製法で造った小樽ビールを味わえます。本場の雰囲気を楽しみながら、醸造所の見学も可能です。

https://otarubeer.com/jp/?page_id=357



Carl's Jr.
[カールスジュニア®]



アメリカ・南カリフォルニア生まれ、ハンバーガーのグローバルブランド。東京・神奈川で店舗展開し、本場の味を提供しています。主力商品のビーフパティにはオーストラリア産ビーフを使用。

<https://www.carlsjr.jp/>



Gong cha [ゴンチャ]

台湾発祥、世界で店舗を展開するグローバルティーカフェ。人気のミルクティーをはじめ、香りや鮮度にこだわった質の高いティーをカジュアルなスタイルで提供しています。2020年にフランチャイズ加盟し、現在、関東地区を中心に展開中。



<https://www.gongcha.co.jp/>



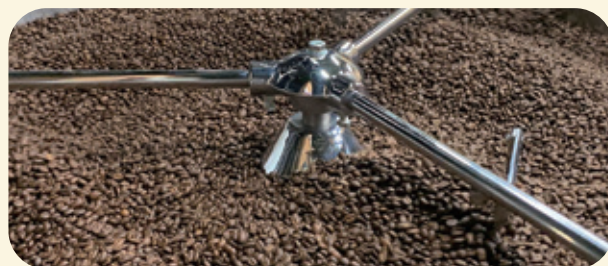
安全とおいしさを自らの手で。

全国8つの食品加工工場では、各地の「びっくりドンキー」などの店舗で使用する食材を製造・供給しています。製造工程で徹底した衛生管理を行い、品質と安全性をお客様に保証。製造拠点を全国各地に構えることで、食材をフレッシュな状態で届けることはもちろん、自然災害の際には近隣工場がバックアップするなど、食材を安定供給できる体制を整えています。また、工場での重労働作業の軽労化を目的に、助力装置の研究・開発にも取り組んでいます。



パティは冷蔵で毎日配送
ハンバーグパティは、店舗からの注文を受け「必要なものを、必要なときに、必要な分だけ」製造。作りたてを毎日配送しています。

■ その他の製造拠点



TAPROOT coffee roasters

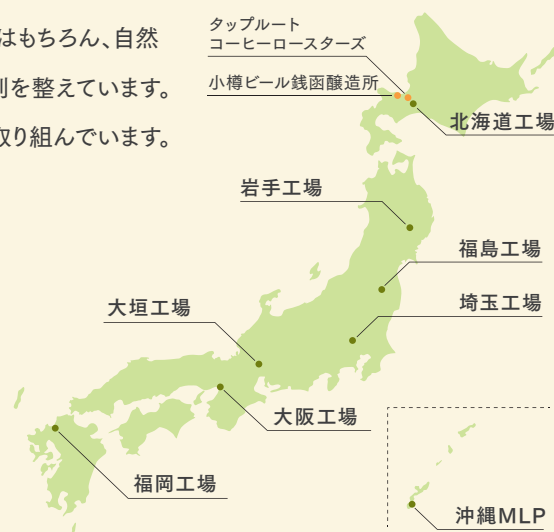
[タップルートコーヒーロースターズ]

南米やアフリカなどから、栽培・収穫・精製すべてにおいて自社基準を満たしたスペシャルティコーヒーを調達して、鮮度の高い生豆を焙煎しています。札幌の工場から全国の店舗へ納品する他、小売・卸売販売も行っています。



<https://www.taproot-coffee.com/>

■ 全国の製造拠点



小樽ビール銭函醸造所

ドイツ産有機栽培麦芽とアロマホップ、酵母、小樽の軟水のみを原料に「小樽ビール」「ドンキーハウスビール(樽生)」などを製造。銭函醸造所(小樽市銭函・1999年～)のほか、小樽倉庫No.1(小樽運河沿い・1995年～)でもオリジナルビールを製造しています。



<https://otarubeer.com/jp/>



自然との共生を実践。

北海道恵庭市にある「えこりん村」は、エコロジーの「えこ」、動植物をはじめとする自然環境とのつながり「輪=りん」、小さなコミュニティー「村」から名付けた、持続可能な循環型社会・文化形成モデルづくりを実践する場です。創業者・庄司昭夫の「自然の中での遊びや体験を通して、食や農業、環境へと自ずと目を向け、気づきや発見をしてもらいたい」という想いをつなぐ「えこりん村学校」の活動に力を入れています。

えこりん村



<https://www.ecorinvillage.com/>



えこりん村学校

自然や生き物に親しみながら活動する体験型環境教育プログラム。人と生き物、環境の大切さへの気づきなど、子どもたちが自ら挑戦し考え、自発的な探求や発見を引き出せるよう活動をしています。



とまとの森

ストレスをできるだけ排除し本来の能力を最大限引き出すことで、1粒の種から1年間でおよそ2万個のトマトを水耕栽培で実らせています。2013年、世界一大きなトマトの木「The largest tomato plant」として世界記録に認定。

羊の放牧

牧区を移動させながら飼育することで栄養価が高い牧草を羊に食べさせる草地農業の実践的取り組みの一つです。グループ会社・えこりん村(株)と協力し、約70haの牧草地で最大1,000頭の羊を放牧飼育しています。



外販事業

店舗に行くことが難しいお客様にもびっくりドンキーの商品を囲んで楽しい食事の時間を提供したいという想いで商品開発。店舗や小売店、ECサイトで販売しています。



「びっくりドンキー乳・小麦・卵を使わないハンバーグ(ソース入り)」はECサイトで人気。

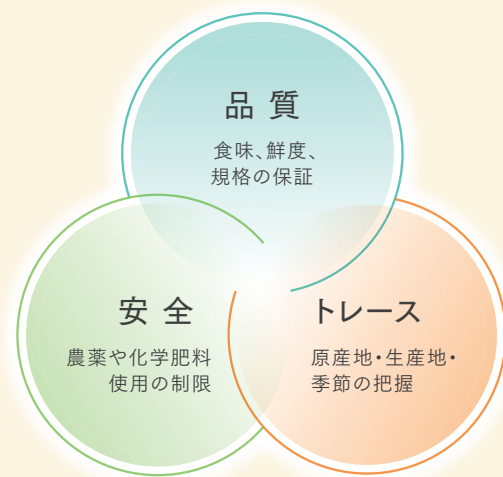


<https://www.sowelu.top/>

安心できる商品を提供するため 食材の安全性も自らの責任で。

創業時から大切にしている「食産業は良い人を生み出す業」という考えを具現化するために、3つの保証(品質・安全・トレース)と3つの貢献(健康・環境・適正化)を掲げています。素材の研究から生産・調達、加工、サービスまでを一貫してコントロールできるマス・マーチャндаイジングシステムの構築により、どこで誰がどのように生産した食材なのかを把握し、おいしさだけでなく安全で健康である商品を、自信を持ってお客様に提供しています。

■ 食材の開発・調達の三原則



牛本来の姿を大切に 自然の中で肥育しています。

「びっくりドンキー」のハンバーグはビーフとポークの合い挽き肉です。ビーフはニュージーランド、オーストラリア、ウルグアイの契約生産者による「アレフナチュラルビーフ」。指定牧場の牛はイヤタグで個体管理され、草食動物である牛本来の姿を大切に放牧で飼育されています。自由に牧草を食べ、人工的に成長を促進させるホルモン剤を使わない赤身肉は、旨味と高い安全性を兼ね備えています。



ニュージーランド、オーストラリア、ウルグアイにある指定牧場の広大な牧草地で放牧。

抗菌性物質の使用に独自基準を設けています。



原産地保証可能な ポークを調達。

「びっくりドンキー」のハンバーグ用合い挽き肉に使用されるポークは、日本国内及び海外から調達しています。調達先からは年に1回「出荷者証明書」が提出され、どこで、どのように飼育されているかを確認し、定期的にバイヤーが監査。ストレスの少ない快適な環境下で、抗菌性物質などの薬をできる限り必要としない健康な豚を飼育するなど、取引先とともに持続可能な調達に取り組んでいます。



生きものが豊かな田んぼで 育てたお米です。

「びっくりドンキー」全店舗で使うお米はオリジナル米です。農薬使用は除草剤1回以下(畔を含めて殺虫剤・殺菌剤は使用不可)に制限して栽培された安全なお米です。農薬や化学肥料に頼らずにお米を育てる田んぼは、カエルやドジョウなど多くの生きものを育む場となっています。東北を中心とした全国400軒以上の契約生産者は、毎年「田んぼの生きもの調査」を実施するなど、生物多様性に配慮したお米作りを行っています。



「ひとめぼれ」「あきたこまち」「コシヒカリ」などその土地の気候に適した品種を手をかけて栽培。



生豆を自社調達、 札幌で自社焙煎。

世界中の産地を訪ね歩いて、世界でも数パーセントといわれるスペシャルティコーヒーを生産する農場と契約し、調達しています。生豆は各国から直接北海道に入港され、自社工場でロースト。専門店に負けない1杯を提供しています。

グアテマラ、エチオピア、ペルー、ブラジルなどの契約農場で完熟豆のみを収穫。



大麦とホップは ドイツで栽培。

ドイツの契約農場で有機栽培、同国の厳しい基準をクリアした大麦とホップを使用しています。大麦は同国内で小樽ビール・ドンキーハウスビール(樽生)専用麦芽に。ホップは特別栽培の香り高い希少品種です。

ドイツの「ビール純粋令」に基づき、原料は麦芽、ホップ、自家製酵母、小樽の軟水のみ。



トレーサビリティを 推進しています。

主力の野菜は、契約生産者が緑肥・たい肥の利用など土づくりを重視して栽培したものを、季節ごとに産地をリレー形式でつないで調達しています。

ハンバーグに使う玉ねぎは、国内の契約生産者が農薬使用量を慣行の半分に抑えて栽培。サラダでおなじみのダイコンも、有害な土壌消毒はせず生育ステージにあった量の養分を供給することでおいしさを追求しています。また、ミニトマトは農薬使用を抑え、圃場で完熟させて収穫し、安全性とおいしさの向上に努めています。



玉ねぎはハンバーグに合う品種を北海道、富山県、兵庫県、岡山県などの契約農場から季節ごとに調達。



北海道伊達市から 全国へ。

「びっくりドンキー」のソフトクリームの原料は、グループ会社・(株)牧家から全国へ届けられています。牧家の自社牧場と伊達市の酪農家から届く良質な生乳を厳しくチェックした上で72時間以内に加工。殺菌もミルクの自然な風味を最大限残す方法を採用しています。

「良質な原料を最適な加工で」の精神は乳製品にも。



安全・安心の食材の力を テーブルに届けるために。

食の安全性は契約農家をはじめとする生産者から工場、そして店舗へとリレーされます。どの段階でも携わる者はすべて、店舗でお客様が召し上がる瞬間を思い浮かべて、慎重にバトンを受け取り、責任をもって次へと渡します。安全性に妥協せず開発・調達している食材本来の力が、テーブルに乗る商品となった時に存分に発揮されるよう、万全の設備、システムの構築と運用、全従業員の意識向上を目指しています。

加工・製造

工場での取り組み

ジャスト・イン・タイム生産方式

おいしさや衛生・安全性の要である鮮度を保つため、加工・製造はジャスト・イン・タイム生産方式で行っています。これは工場の都合で生産するのではなく、各店舗での精度の高い売上予測からスタートし、必要なもの・時・量に合わせて生産するものです。作り置きはしないのが基本です。



全国8カ所にある食品加工工場ではジャスト・イン・タイム生産方式で加工・製造し、「びっくりドンキー」全店に食材を提供しています。

全数検査を実施

ハンバーグパティの異物混入対策を徹底しています。製造工程内に金属検出機、X線異物検出機を組み込んで、1日に約15万枚製造するすべてのパティ1枚1枚について検査を実施しています。



安全なハンバーグパティをお客様に安心して味わっていただけるよう、すべて異物混入検査を済ませてから出荷しています。

品質管理チームを配置

自社工場で製造した製品の細菌検査、食品中の水分やpHなどの成分を測る理化学検査のほか、危害を及ぼす細菌の発生・増殖要因を排除すべく、検証テストや拭き取り検査、環境検査を行っています。また、HACCP(ハザード・アナリシス・クリティカル・コントロール・ポイント)システムの運用支援を通じて、安全な商品提供の仕組みづくりを担っています。

調理・提供

店舗での取り組み

リスク管理を徹底

HACCPの未然防止の考え方は、工場から店舗まで途切れることなく貫かれています。リスク管理の最終段階となる店舗では、食品ごとのリスクに応じた対策を徹底しています。

調理機器や手順を確認

キッチンでの安全への取り組みとして、代表的なもの2つを紹介します。

一つはハンバーグの焼成。焼き上がったハンバーグはジューシーでふっくらしていることはもちろん、何より食品としての安全性が保証されていなければなりません。店舗では本部の設定した手順に従って焼き上げますが、調理機器が正常に稼働しているかを一日の中で複数回確認しています。また、作業品質が保たれているかを定期的に確認しています。

もう一つはその構造上から菌が増殖しやすいソフトクリームサーバーです。こちらはトレーニングを受けた従業員が分解洗浄、殺菌、安全チェックを行っています。もちろん、作業品質が保たれているかも定期的に確認しています。

賑やかな装飾の店舗も多い「びっくりドンキー」。店内を清潔に保ち、安全な食と楽しい空間を提供しています。

QSC活動

お客様に満足いただく上で大切な3要素、品質(Q/クオリティ)、接客(S/サービス)、清潔感(C/クリンリネス)の改善活動に取り組んでいます。常にお客様へ意識を向けた行動で、QSCレベルの向上に努めています。

クオリティ: お客様にできたての商品を提供するため、食材の温度管理、使用期限、調理手順を徹底します。

サービス: お客様の笑顔のために、安全かつ丁寧に商品を配膳し、清潔感のある身だしなみでお客様に寄り添い、笑顔で接客します。

クリンリネス: お客様が快適にご利用いただけるよう、客席を定期的に拭き上げ、清潔感ある居住空間を保ち、設備・調理機器も常に正常な状態で使用します。





持続可能な 社会のために 課題解決を 一つずつ。

経営規範(p04)にあるように、私たちは自らの存在根拠を社会の不足や不満、問題を解決することとしています。この規範に照らし合わせ、人・資源など様々なリソースを活用した事業活動を通じて、社会課題を一つひとつ解決する努力を惜しまぬよう肝に銘じています。持続可能な企業として持続可能な社会づくりに貢献するために様々な取り組みを進めていますが、ここでは喫緊の課題として取り組んでいる多様な人材が活躍できる環境づくりと地球環境への負荷低減を紹介します。

SDGs基本方針

アレフの企業使命と経営理念に則り、
持続可能な企業と個々の生活を体現するため、
社内の課題を明確にして、
SDGs(持続可能な開発目標)を考察に
結びつけて表現し、
社内外の連携を以て解決します。

人にやさしい社会を 社内から。

多様なお客様へ商品を提供する企業として、従業員の属性・価値観の多様性を重要課題として積極的に取り組んでいます。同時に従業員の健康や生活の不安・不満を取り除く努力もしています。これまで、制度を整えることで、産前産後・育児などの休業取得者の増加、復職率100%と一つずつ成果が出ています。まだ、あるべき姿への途上ではありますが、課題にしっかりと向き合い、従業員一人ひとり異なるウェルビーイングをかなえるための取り組みを加速させています。



<https://www.aleph-inc.co.jp/company/normalization/>



主な取り組み

多様な労働者

- ジェンダーバランス、女性活躍を経営課題にしています。
- 管理職に占める女性の割合を上げる取り組みをしています。
- 会議運営ガイドラインの改定で、年代や男女の偏りの解消を図っています。
- 人権デューデリジェンスに取り組み、ハラスメント防止の規程を制定し、研修を実施しています。
- 経営陣を含め社内全体の意識改革を進めています。

健康と福祉

- 年に1回、深夜労働が一定以上の従業員には年に2回の健康診断を行っています。パートナー(アルバイト)についても全員受診の呼びかけを強化しています。
- メンタルヘルスケアの維持・向上のための研修、考査を行っています。

生活と協力

- 男性従業員の育児・介護休業取得を促進しています。
- 厚生労働省「くるみん」認定を取得しています。
- 年次有給休暇ストック制度を設けています。
- 病気やケガで長期間仕事ができなくなった場合に収入を補償する「GLTD(長期障害所得補償制度)」があります。



「子育てサポート企業」として厚生労働省の認定を受けています。



多様な働き方



正社員は全国型、地域限定、短時間の3区分から希望を考慮し、配属地や事業所、働き方を決定します。2024年7月には、やむを得ず自己都合退職した従業員が本人の希望で復職できるジョブリターン制度を導入しました。

ライフステージを考慮



- 法を上回る育児短時間制度(子どもが小学校卒業まで利用可能)。
- 年2回、5日連続で休暇を取得できるリフレッシュ休暇。
- 育児休業は、男性も多く取得しています。

個性を生かして働ける職場



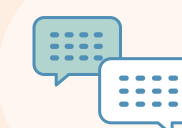
- 髪の毛の色は自由。
- 服装は、業務に適した清潔感があればOK(制服のない事業所、制服のある店舗及び工場は通勤時)。
- びっくりドンキーではジェンダーレス制服を採用。性別を問わない共通アイテムのほか、一部は個性や働きやすさで色やスタイルを選べます。

成長のための研修



年に複数回、必要な知識、経験を身につける様々な教育プログラムを用意。キャリアプランに合わせた研修派遣を適時行い、個人のスキルアップにつなげています。

内部通報制度



内部通報窓口を社外に設置。職場環境の改善や再発防止に活用しています。また、カスタマーハラスメント防止規程を定めるなど、安心して働ける環境づくりを進めています。

環境への負荷を できる限り小さく。

SDGsの土台となる脱炭素社会の実現、資源循環の促進に、業界内でも先駆けとなる取り組みを実践してきました。「人」を「良」くする「食」に忠実であろうとすれば、食材の生産現場である農業へ、さらにその農業を取り巻く環境問題へと、当然のこととして私たちの意識は導かれていったからです。私たちが目指すのは、お客様が安全性や環境への影響を意識せず、安心しておいしく楽しい時間を過ごせること。「ここなら何も心配なくていい」と信頼してもらうことです。



環境の影響を ストレートに受ける「食」。

創業当初から、どこでどのように生産されたかわからない食材は使いたくないと考えていました。しかし、当時は私たちが求める品質で、安全かつ原産地がわかる食材を、使いたい規格で調達できる状況ではなかったため、自ら農業を学び始めました。1988年には北海道で農業の研究に着手し、1990年にはグループ牧場を開設しました。外食業から食産業への転換点だったといえます。自然の摂理ののちとった農業を追究しましたが、その中で、どんなに農業や化学肥料を減らしても土、水、空気が汚染されている理想の姿に近づくのは困難であると感じました。地球温暖化がクローズアップされ始めた頃です。その気づきから、日々の事業活動を通じて、自ら環境負荷を低減させようと、様々な取り組みを開始しました。



積極的に再生可能エネルギー由来の電力を利用。茅ヶ崎店では店舗の生ごみなどから発電した電力を利用。



水田の生態系や生物多様性の現状を把握する「田んぼの生きもの調査」。契約栽培米の全産地で行っています。



社会課題を 「自分ごと化」できる企業へ。

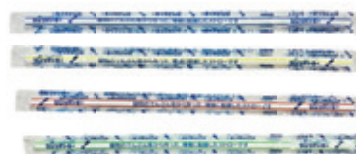
持続可能な循環型社会を目指す最初の実践的取り組みは、1997年に店舗導入を開始した生ごみ処理機です。食品リサイクル法が制定される前だった当時は生ごみを分別するという意識がほとんどなく、「生ごみも分ければ貴重な資源」であることを従業員が理解し、店舗の生ごみを肥料などにリサイクルする取り組みを進めていきました。

2003年には環境基本方針を策定し、3年ごとに設定した目標達成に向けて活動を推進をしてきました。そして、2021年には行動指針と行動目標をSDGs活動計画に統合し経営戦略に組み込むことで、より広範かつ長期的な視点を持って取り組みを進めています。



ハンバーグディッシュに使用する木製の皿は、国産材や樹液が採取できなくなったゴムの木の老木などで作られています。また、グループ会社・デリシャス㈱と協力し、傷がついた皿も捨てずに塗り直すなどしてリユースしています。

でんぶん由来のポリ乳酸などからできたストローも採用しています。



子どもたちが食べられる量を考えて注文し、完食することを推奨する「もぐチャレ!!」を2006年から展開。「好き嫌いを克服した」「食事に集中するようになった」などの声をいただいています。



店舗から出る廃棄物のうち最も多いのが生ごみ。生ごみ処理機による資源化や、再生利用事業者等との連携も含めた多様な方法で生ごみのリサイクルを推進しています。



店舗の生ごみ資材を家畜ふん、敷きわらと混ぜて発酵させ、たい肥化もしています。

主な環境負荷低減の取り組み

- カーボンニュートラル実現に向けた取り組み（エネルギー使用量低減と再生可能エネルギーの利用）
- 水使用量低減、排水負荷低減の取り組み
- 食品ロス低減、食品リサイクル推進の取り組み
- 使い捨てプラスチック使用量低減の取り組み
- フロンの漏えい防止、脱フロン化の取り組み
- 生物多様性保全の取り組み

「アレフSDGsレポート」に
取り組みをまとめています。
ぜひ、ご覧ください。



<https://www.aleph-inc.co.jp/company/download/>



<https://www.aleph-inc.co.jp/>