

SDGs Report 2026

SDGsレポート2026

Contents

01 企業姿勢・基本方針

04 SDGs重要課題、環境課題の認識

09 社会のために会社の中から

15 社会と自然の間で責任ある選択を

19 社会の中でお客様とつながる

23 社会への負担を軽減する

29 会社概要・基本方針・算定方法・編集後記

株式会社アレフ

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、
お客様あっ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」

企業の存在根拠は、「いかに社会に貢献できているか」にあります。私たちは、社会課題の解決を単なる理念として掲げるにとどまらず、日々の事業を通じて自然な形で体現し、社会から必要とされ続ける企業でありたいと考えます。

Top Message

不確実な時代だからこそ、
SDGsの本質を問い、次世代への選択を重ねる

1968年の創業以来、私たちは「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」という経営規範を大切に守り続け、外食産業の発展と持続可能な社会への貢献を目指してまいりました。

現在、人権・経済・環境などを取り巻く課題は複雑に絡み合い、世界全体でかつてないスピードで変化が進み、不確実性が高まっています。国際社会における多様性や自由といった価値観の優先順位すら、大きく変動していくかもしれません。こうした将来の予測が困難な時代だからこそ、私たちは「何が問題の本質なのか」を深く問い直し、解決策を自ら創出していくことが重要だと考えています。将来を見据え、これまで以上に「いかなる状況で、どのような選択をするのか」を考え抜かなければなりません。

そして、企業が将来にわたり存続し、事業を継続していくためには、過去の成功や取り組みに甘んじることなく、時に立ち止まり、見直し、改善し続ける姿勢が不可欠です。私たちはその判断基準として、世界共通の「物差し」であるSDGsを経営戦略に取り入れ、日々その実践を進めています。

本レポートでは、当社の取り組みを、以下の4つの重要テーマに沿ってお伝えいたします。

1. 社会のために会社の中から（人的資本）
女性管理職比率11.8%への上昇や男女育休取得率100%の達成など、多様な社員が活き活きと働き、ともに成長できる組織基盤の強化に最優先で取り組んでいます。

2. 社会と自然の間で責任ある選択を（持続可能な調達）
自然の恵みによって生かされている事業だからこそ、品質追求にとどまらず、生産者が再生産を持続できる環境づくりや、生物多様性に配慮した調達を推進しています。

3. 社会の中でお客様とつながる（体験・連携・出展）
えこりん村を拠点とした活動をはじめ、地域の皆さまや行政、他社との協働を通じ、「食・自然・持続可能性」をともに学び合う場を広げています。

4. 社会への負担を軽減する（廃棄物抑制と資源循環、脱炭素、水資源の適正利用）
食品廃棄物の再生利用等実施率94.3%達成やCO_2排出量62.9%削減（2013年度比）など、事業活動に伴う環境負荷の低減に挑んでいます。

人間が生活し、享受できる自然の範囲とは、海や極地を除けばごく限られており、地球に例えるならほんの「リンゴの皮」ほどの薄さに過ぎません。私たちはそのわずかな環境変化にも影響を受けるデリケートな存在だからこそ、これまでの価値観や従来の思考の延長線上にとどまらず、新しい視点で行動していく時代に入っています。

SDGsの最終ゴールである2030年、そしてその先の未来を見据えたとき、大切なのは日々の事業活動の中で「持続可能な選択」を実践し続けることにほかなりません。だからこそ私たちは、過去に学びながら「より良い社会とは何か」「次世代に何をどのように遺していくべきか」を問い続けます。そして、変化を恐れず、理解を深め、責任を持った選択を行い続ける企業を目指して、これからも一歩ずつ着実に歩みを進めてまいります。

株式会社アレフ 代表取締役社長
庄司 大

長期ビジョンと中期経営計画

使命 → 経営理念 → 長期ビジョン → 中期経営計画 & 経営戦略

p01を
ご覧ください

p01を
ご覧ください

より豊かで便利な食、団らんを価値として提供し、社会のインフラ・外食の産業化を目指す

食を通じて日本国内の生活を豊かにしていこうという意志を込めています。お客様に喜ばれ、地域の役に立ち、健全な雇用を生み出し、従業員・取引先が幸せになり、教育と挑戦の機会に恵まれている。その成長原資として確かな収益力が確保できている企業を目指してまいります。

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」

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。

ビジョン2030［中期ビジョン］

SDGsの達成

■ 喫緊の課題は着実な行動を

従業員の男女比は、正社員ではおよそ7：3、パートタイマーを含む全従業員では3：7です。多様なお客様へ商品を提供する企業として、ジェンダーバランスや性別による勤続年数の差は課題と認識しています。制度整備により産前産後・育児休業取得者は増加し、100％復職しています。一方、管理職の男女比には大きな乖離があり、アファーマティブアクション（積極的格差是正措置）が必要と判断しています。多様な価値観を尊重する組織づくりに向け、SDGsの達成を目指す国際社会と足並みを揃え、持続可能な企業を目指して取り組みと情報公開を進めてまいります。

こうした課題に取り組むため、2003年より18年間続けた「EMS推進委員会」を2021年5月に「SDGs推進委員会」へ改編しました。第1期は2023年度に完了し、成果の整理とともに、SDGs行動目標やKPIを再検証しています。さらに、自社事業へのリスク・機会を把握し、役員・社内部門との対話を通じてSDGsマッピングを更新、全社方針や中期経営計画への反映を進めています。そのため、2023年7月にSDGs推進部と教育部を新設し、過去進めてきた環境経営に加え、サステナビリティマネジメントを事業全体の成長につなげていきます。

マテリアリティの設定とマッピング

SDGsの重要課題

■ 影響と依存をSDGsから読み解く

アレフは、安全な食の提供を真摯に考えることから始め、1990年代には「食」の生産現場である「農業」へ、さらにその周囲を取り巻く「環境」へと視野を広げてきました。その歩みの中で、「SDGsウェディングケーキモデル※1」や「プラネタリー・バウンダリー（地球の限界）※2」、多様な機関が発行する各種報告に学び、世界における資源や許容量には限界があるという事実を謙虚に受け止めてきました。

そこで（1）脱炭素社会の実現、（2）水使用量の抑制と排水対策、（3）資源循環の促進、（4）生物多様性の保全を環境分野の重要な4つのマテリアリティとして位置づけ、長年にわたり解決方法の模索に努めています。これらの取り組みはSDGsの環境目標と密接に関わっており、世界共通目標であるSDGs全体と関連づけることで、自社を客観的に捉える指標へと認識を更新してきた次第です。

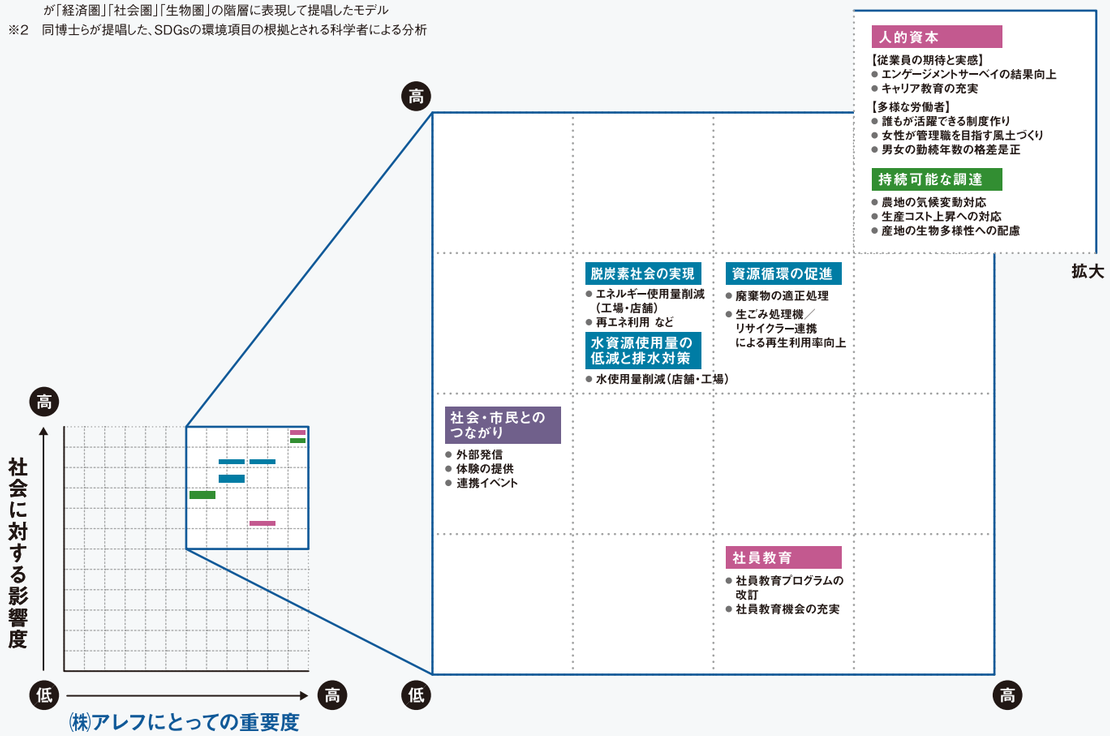
こうした課題はいずれも複合的に関わり合っているため、当社は事業活動そのものがSDGsと直結していることを強く認識し、2021年には社内横断的に課題解決に取り組むために委員会を再編し、3つのカテゴリー・9つのプロジェクトとして活動を展開しました。

この流れの中で、当社の事業が労働集約型産業であり、人的資本への依存度が高いことを改めて強く認識するに至りました。制度の整備を進めてきた一方で、ジェンダーバランスや労働負荷の軽減といった課題は依然として残されており、優先的に取り組むべき最重要テーマであると再定義しています。そうした経緯の下、2024年度からは、人的資本に重点を置いた新たなプロジェクトを立ち上げ、また、将来の食材生産や調達に及ぶ影響への対応も重要課題と位置づけて、マテリアリティのマッピングを大きく改訂しています。

本誌では、活動を4つのテーマでご報告いたします。

1. 社会のために会社の中から
   人的資本（組織・働きやすさ・教育）
2. 社会と自然の間で責任ある選択を
   持続可能な調達
3. 社会の中でお客様とつながる
   体験・連携・出展
4. 社会への負担を軽減する
   廃棄物の発生抑制と資源循環
   脱炭素の取り組み
   水資源の適正利用

※1　ストックホルム レジリエンス・センター所長ヨハン・ロックストローム（Johan Rockström）博士らが「経済圏」「社会圏」「生物圏」の階層に表現して提唱したモデル
※2　同博士らが提唱した、SDGsの環境項目の根拠とされる科学者による分析



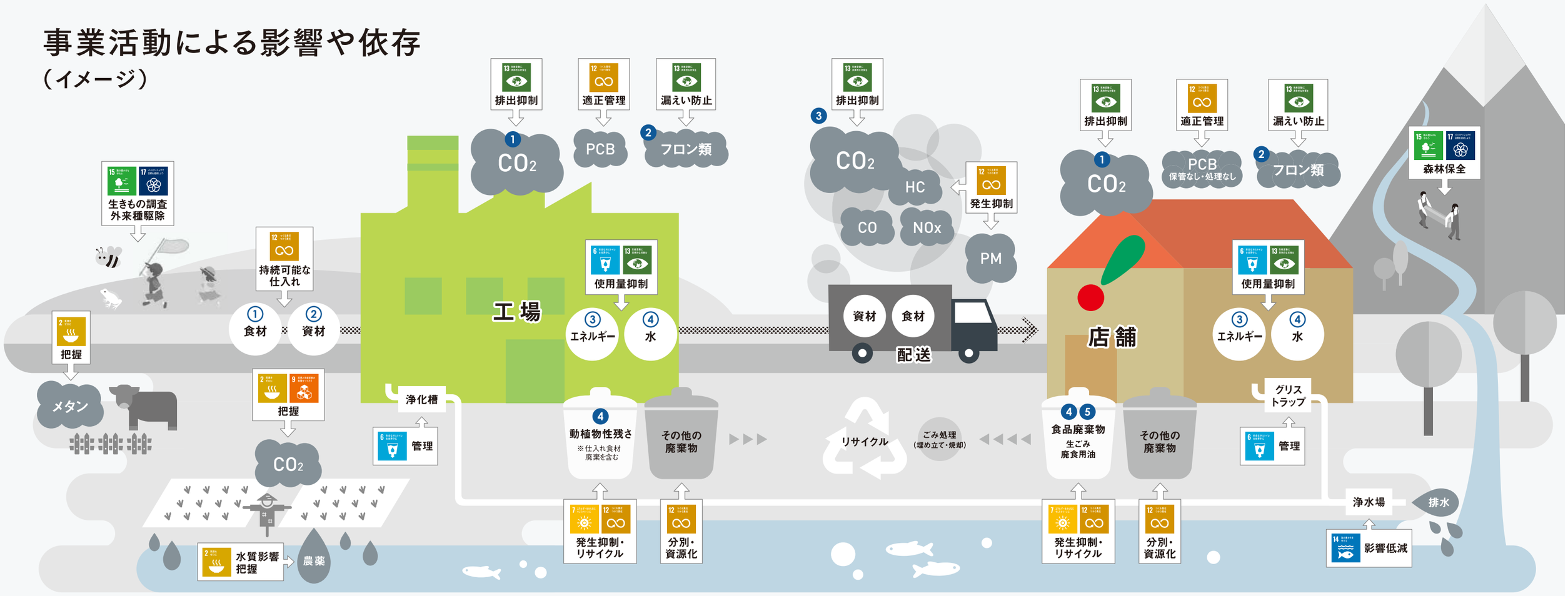
SDGsの目標（ゴール）と、対応するアレフの取り組み

SDGs ゴール 目標

1 貧困をなくそう
2 飢餓をゼロに
3 すべての人に健康と福祉を
4 質の高い教育をみんなに
5 ジェンダー平等を実現しよう
6 安全な水とトイレを世界中に
7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに
8 働きがいも経済成長も
9 産業と技術革新の基盤をつくろう
10 人や国の不平等をなくそう
11 住み続けられるまちづくりを
12 つくる責任 つかう責任
13 気候変動に具体的な対策を
14 海の豊かさを守ろう
15 陸の豊かさも守ろう
16 平和と公正をすべての人に
17 パートナーシップで目標を達成しよう

	テーマ	マテリアリティ	活動	KPI	2025年の取り組み	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
P09	社会のために会社の中から	人的資源（組織）	部門横断プロジェクト	–	4つの全社横断プロジェクトを展開								○									○
			従業員のエンゲージメントの向上	7項目設定 全社2項目/店舗2項目/工場3項目	3項目達成、全社EXスコア74.7（前回比＋1.7pt）								◎									
P11		人的資源（働きやすさ）	育児休業取得率	100%	男性100%（9名）・女性100%（3名）					◎			○									
			年間休日数	–	116日			○					◎									
			有給休暇取得率	–	91.38%			○					◎									
			平均残業時間	–	16時間9分			○					◎									
			カスタマーハラスメントへの対応	–	2024年に定めた基本方針に基づき対応の実施体制を整備			○					◎									
			女性管理職比率の増加	2026年度までに12.5%	11.8%					◎			○		○							
			パートタイマーの社会保険加入促進	450名（短時間）	427名（短時間）。短時間社会保険加入を支援（2023年10月～2026年3月）	○		○					◎		○							
			特定技能外国人の採用	–	29名（ベトナム、ミャンマー、フィリピン）								◎		◎							
P13		人的資源（教育）	1人当たりの教育投資額	–	7.7万円				◎				○									
			研修参加者数	–	のべ900名				◎				○									
P15	社会と自然の間で責任ある選択を	持続可能な調達	主要メニュー食材の契約調達率	ハンバーグ用100%	ビーフ・ポーク100%	○							◎							◎		○
				ハンバーグ用100%	玉ねぎ97%	○							◎							◎		○
				100%	米100%（独自基準96%、特別栽培4%）	○							◎							◎		○
				野菜の契約率の把握	サラダMIX用野菜（大根98.7%、人参44.2%、ロメインレタス72.6%、ビタミン大根100%）　ミニトマト 79.8%	○							◎							◎		○
			米の契約生産者の生きもの調査実施率	独自基準契約 生産者実施率100%	契約生産者数：416軒 田んぼの生きもの調査実施率100% 生物多様性配慮項目実施数：3184カ所	○							◎							◎		○
P19	社会の中でお客様とつながる	体験・連携・出展	体験・学習機会の提供	–	265回（出展・体験・視察対応）・13,578名参加				◎						○							
			学校教育連携	–	大学1校453名、小学校2校166名参加				◎						○							◎
			出展	3回	6回出展。展示会4,300名、体験212名				◎						○							
			社外連携活動	3カ所	イベント連携4回、行政・自治体等の委員会参画6件				○						○							◎
			社外事例発表・講演	5回	5回				○						○							
P23	社会への負担を軽減する	廃棄物の発生抑制と資源循環	食品廃棄物量の把握	–	全社の排出量合計 1,979トン									◎	○							
			再生利用等実施率90%以上を維持	90%以上	94.3%								○	◎	○							○
			食品ロス量の把握	店舗食ロス量の算出	店舗の食品ロスは6割、店舗で発生する食品ロス量は推計810トン									◎	○							
			容器包装提供量の把握	–	全社の提供量合計 464.9t									◎		○						
P27		脱炭素の取り組み	エネルギー使用量の削減	客数あたり原油換算エネルギー使用量を1%削減	前年比3.5%の削減							◎			○	◎						
			全事業所のエネルギー起源 CO_2排出量の推移	2030年までに70%以上削減（2013年度比）	2025年度末でCO_2排出量62.9%の削減							◎			○	◎						
			工場のISO50001認証の運用	客数あたり原油換算エネルギー使用量を2%削減	前年比で 北海道工場 1.6%、福島工場 7.0%、埼玉工場 6.6%の削減							◎			○	◎						

事業活動による影響や依存
（イメージ）



マテリアルバランス

INPUT

①	食材	38,749 t
②	資材	740 t
③	エネルギー	
	電気	4,135万kWh
	LPガス	48.6万m³
	都市ガス	95.4万m³
	灯油	36.8万L
	重油	31.4万L
	熱供給	264GJ
④	水	62.7万m³
	輸送	771万km

すべて日本国内

- 全国148店舗※
  （びっくりドンキー直営132店＋他業態16店）
- 全国10工場
  （北海道・岩手・福島・埼玉・大垣・大阪・福岡・沖縄、TAPROOT coffee roasters、小樽ビール銭函醸造所）
- 本社・本部・各事務所

商品・サービスの提供

お客様 年間2,848万人

ハンバーグレストラン びっくりドンキー



えこりん村 / らくだ軒 / Sheep sheep camping field Ecorinvillage / Dishers / TAPROOT coffee roasters / 誰にも似ていない 小樽ビール www.otarubeer.com / 小樽ビール発祥の地 小樽倉庫No.1 / Carl's Jr. / Gong cha

OUTPUT

①	CO_2 全事業所のエネルギー起源によるもの	11,797 t
②	CO_2 フロン類漏えいによるもの	178 t
③	排気ガス 各工場から店舗への配送にともなうもの	
	CO_2	3,493 t
	NOx・CO・HC	167 t
	PM（粒子状物質）	6.0 t
④	生ごみ （動植物性残さ含む）	1,620 t
⑤	廃食用油	359 t
	リユースしたディッシュ皿	198枚

※2025年4月1日～2026年3月31日の営業店舗数（期中開店・閉店を含む）

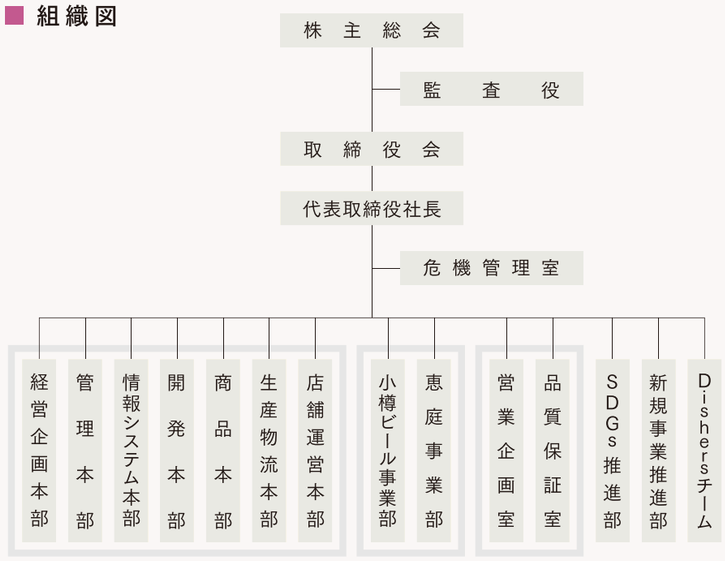
人的資源

誰もが活躍できる組織作り

私たちのお店には多くのお客様がいらっしゃいます。お客様や社会のニーズは日々目まぐるしく変化し様々です。
私たち自身が多様性に富んでいなければ、多種多様なニーズに応え続けることができません。公平で偏りがなく、
多様な人材が活躍できる組織風土の実現を目指して、人的資本への投資、人事制度や労働環境などを改善し、課題解消に努めています。

ガバナンス

■ 組織図



アレフは、経営の効率性と意思決定の迅速化を目的に、本部制組織を採用しています。現在、組織は「7つの本部」「2つの事業部」「3つの室」で構成されており、各部門が明確な役割分担のもとで機能しています。

一方、複数の部門にまたがる課題や、組織横断で取り組むべき重要テーマに対しては、プロジェクトチームを立ち上げ「横ぐし」で対応しています。これにより、各部門の知見を有機的に結集し、スピーディかつ柔軟に課題解決へと導く体制を整えています。

■ 2025年度は、以下の4つの全社的プロジェクトを展開しました。

1 Tasuki310プロジェクト

全社売上総利益310億円の達成をKPIに掲げ、部門の垣根を越えた取り組みを推進しています。主な内容として、客数対策では、ご利用機会の拡大や新たな客層の開拓、顧客体験価値の向上に取り組んでいます。あわせて荒利対策を強化するとともに、中長期的な視点からマーケティングカレンダーの刷新や、次の収益の柱となる新たな“金脈”探しにも挑戦しています。全社横断の力を結集し、持続的な成長の実現を目指しています。

2 アクセル12-3プロジェクト

2027年度から直営店を12店舗出店することをKPIに掲げ、出店戦略の再構築に取り組んでいます。具体的には、出店立地の定義を明確化するとともに、ターゲット層の決め直しを進めています。また、投資回収の考え方についても改めて整理・検討を行い、より確度の高い出店計画の実現を目指しています。全社横断の視点から、持続的な店舗網拡大に向けた基盤づくりを進めています。

3 コミット6.0 Ver.3プロジェクト

びっくりドンキー清田店において、年間人時客数5.55の達成をKPIに掲げ、生産性向上に向けた取り組みを推進しています。主な取り組みとしては、新規設備の導入とその効果検証を先行して実施しています。まずは清田店において確かな成果を見極めたうえで、得られた知見をもとに、今後の展開範囲を検討していく方針で進めております。

4 H_2.1委員会

持続可能性の実現に向けた重要課題を議論・推進する全社横断型の組織です。今年度は、社員の採用における目標数の達成に向けて、特定技能の在留資格を持つ外国人材の採用にも新たに力を入れています。あわせて、新卒3年以内の離職率低減による定着強化や、要員計画の達成にも取り組んでいます。さらに、女性管理職比率の目標達成や、従業員エンゲージメントスコアの改善にも注力し、誰もが活躍できる職場づくりを推進しています。これら5つのKPIをSDGsの観点から捉え、人と組織の両面から持続可能な成長を支える基盤の構築を進めています。

エンゲージメント向上への取り組み

当社は、中期経営計画の3つの経営戦略の一つとして『持続可能性の実現 誰もが働きがいのある企業への進化』を掲げています。
社員一人ひとりが安心して働き、力を発揮できる環境をつくるため、
社内プロジェクト「H_2.1委員会」を中心に、エンゲージメントサーベイで課題を把握し、改善施策につなげています。

エンゲージメントサーベイの概要

エンゲージメントサーベイとは従業員が仕事や職場、会社との関係をどのように捉えているかを把握し、組織改善につなげるための調査です。2024年に開始し、2026年で3回目の計測になります。

対象者	全社員（正社員、契約社員、出向・4月入社の社員含む）、役員 合計791名
実施期間	2026年4月13日～5月7日（24日間）
利用システム	（株）HRBrain 「組織診断サーベイ Ex intelligence」 PCまたはスマートフォンから回答
回答数・回答率	回答者 700名／回答率 88.5%（前回回答率89.7%）

結果と課題の把握

2024年度は、初めての全社サーベイにより、社員が会社に期待することと、実際に感じていることの差を可視化しました。その結果と10年後の要員計画を踏まえ、全社・店舗・工場ごとのコミットメントリストを策定しました。2025年度は、勤務制度、休暇取得、挑戦や称賛の仕組み、教育・キャリアなどの改善を順次進め、一律の制度整備から、職務や職位ごとの課題に応じた対応へと取り組みを発展させました。2026年4～5月の第3回サーベイでは、2025年度までに進めた施策の効果を検証しました。さらに、店舗運営本部や生産物流本部の残業時間などの勤務データも照合し、社員の実感と実態の両面から成果と課題を確認しました。

■ EXスコアは2年連続で上昇

組織状態を総合的に示すEXスコアは74.7となり、2024年度から2年間で3.0ポイント上昇しました。

第1回（2024年度） 71.7 → +1.3pt → 第2回（2025年度） 73.0 → +1.7pt → 第3回（2026年度） 74.7

■ 働きやすさに関する実感が向上

スコア上昇を牽引したのは「各種制度」と「労働条件」です。各種制度の実感値は前年調査から0.6ポイント上昇し、「成果を出した人を称賛する制度」と「希望する時期に休暇を取得できる」もそれぞれ0.6ポイント改善しました。「挑戦を支える制度」は0.5ポイント上昇しており、制度の整備だけでなく、利用や実感にも変化が表れています。また、企業理念への共感は他社と比べて引き続き高く、当社の強みとなっています。

■ 残る課題を、職務・職位に応じた改善へ

一方、「目標設定」は目標値6未満が続き、目標への納得感を高める必要があります。「キャリア」は研修や昇進意欲で改善が見られましたが、「ロールモデル」、「相談機会」、「希望するキャリアの実現」はいずれも目標値6未満でした。今後は全社的な取り組みを継続しながら、サーベイの自由記述や部門・職位別の結果を改善の糸口とし、負荷の集中や偏り、キャリア形成など、現場ごとに異なる課題への対応を進めていきます。

■ 過去3年間のスコア

※ より実態に即した傾向を把握するため、入社1年未満を除外した数値で分析

項目		2024（前々回）	2025（前回）	2026（今回）
業務遂行	業務内容	5.9	6.0	6.0
	協働関係	6.0	6.2	6.3
人事評価	目標設定	5.4	5.8	5.7
	評価報酬	5.7	6.2	6.2
人材育成	キャリア	3.7	3.8	4.1
	能力開発	6.3	6.6	6.5
人材配置	職の魅力	5.7	5.9	6.1
	人の魅力	6.4	6.5	6.6
仕事環境	労働条件	5.3	5.8	6.1
	各種制度	5.1	5.3	5.9
企業文化	企業理念	6.4	6.8	6.9
	組織風土	6.1	6.5	6.7

人的資源

誰もが働きやすく

働きやすい環境づくり

■ 育児・介護と仕事の両立支援

育児や介護はライフイベントとして誰にでも起こりうるものとして、キャリアとの両立を支援できるよう制度の改善を進めています。制度の整備では、2025年の育児介護休業法の改正に対応し、子の看護等休暇の制度改正や、小学校入学までの柔軟な働き方を支援する措置の導入（養育両立支援休暇の導入および育児短時間勤務制度）等を実施しました。また、失効した年次有給休暇を積み立てて私傷病の際に活用できるストック年休制度の利用対象に介護を追加しました。社内報等で制度を周知するとともに、子が3歳になる前の制度の個別周知と意向確認、40歳前後での介護との両立支援に関する制度等の情報提供を、それぞれの対象者に進めています。

2022年の育児介護休業法改正以降、男性の育児休業取得率は8割前後、女性は100%を維持しており、2025年度は男女とも取得率100%を達成しました。また、育児短時間勤務制度は子が小学校6年生の年度まで利用可能な制度となっており、復職後の育児と仕事の両立を後押ししています。

- **2025年度 男性の育児休業取得率**

100%

- **2025年度 女性の育児休業復職率**

100%

■ 誰もが働きやすい職場環境の実現に向けて

部署ごとに年次有給休暇の付与計画を作成して計画的に取得を進めているほか、店舗勤務社員でも土日祝日にも休日を設定した勤務計画を作成する取り組みを進め、誰もが仕事とプライベートを両立しやすい職場づくりを進めました。また、転居を伴う異動は社員にとって大きなイベントであることから、転居の際のストレスを軽減し、異動先でも安心して勤務できるよう、異動の内示ガイドラインを策定し、日程に余裕を持って転居の手続きが進められるようにするとともに、借上社宅制度の対象となる社宅のエリア別賃料上限の見直し、賃料上限を超える物件も（超過分を自己負担として）選択できるよう制度改正を行いました。

■ カスタマーハラスメントへの対応

2024年8月、カスタマーハラスメントに対する当社の基本方針と対応姿勢を定め、ハラスメント防止規程にもカスタマーハラスメントへの対応を明記するとともに、トップメッセージを社内へ発信し、顧客によるハラスメントから社員を守る姿勢を明確にしました。事例集や対応フローを整備し、現場で即時対応できる体制を構築し、研修や啓発活動を通じ、心理的安全性の確保とエンゲージメントの向上に努めています。

■ 個性を生かして働ける職場

びっくりドンキーの制服は性別を問わないデザインで、一部は個性や働きやすさで自分らしく選べるアイテムを採用しています。2022年に髪色の制限を撤廃。現在は多様な髪色の従業員が勤務しています。



びっくりドンキーで採用している制服

人材の活用と多様性

■ 女性活躍の推進

中期経営計画（2024～26年度）では、女性管理職比率の目標（2023年度7.9%→2026年度12.5%にする）を設定し、店舗の昇格者候補のジェンダーバランスの確認などに取り組んできました。2024年に更新した「多様な人材が活躍できる企業になるためのロードマップ」に基づいて、2025年度は、経営層向け女性活躍推進セミナーを開催し、経営課題として取り組む意義を確認しました。またH2.1委員会では、女性活躍推進に先進的な取引先等5社の担当者との意見交換を行い、推進のポイントや自社の取り組み課題を明確にしました。2025年度末には社員に占める女性比率32%に対し、女性管理職は34名（管理職に占める女性の比率11.8%）となり目標に向け歩みを進めました。



経営層向けセミナーに続き、2026年度は管理職向け女性活躍推進セミナーを実施しています

■ パートタイマーの処遇改善による人材確保の推進

店舗、工場など各事業所は、多くのパートタイマーの皆さんに支えられています。政府の「年収の壁」突破支援パッケージを活用し、新たに社会保険に加入するパートタイマーの皆さんへの支援を行い、「年収の壁」を気にせずより長い時間働いていただける環境を整備しました。支援対象期間の2年半（2023年10月～2026年3月）で、目標450名に対し427名が新たに短時間社会保険へ加入しました。また、労使協議を踏まえ、2026年度から、各事業所で時間帯責任者を担うパートタイマーへの賞与支給額の増額、正社員の3/4以上の時間勤務できる一般社会保険加入のパートタイマーへの賞与支給開始を合意し、基幹的な業務に従事するパートタイマーの処遇を引き上げることで更なる人材確保を進めていきます。

■ 特定技能外国人の採用

労働力確保と組織の多様性向上を目的に、2024年度より担当者を配置し、特定技能の在留資格を持つ外国人の採用活動を開始。2025年度は合計29名（外食と飲食料品製造）が入社しました。文化や背景の異なる人材を受け入れることで、新しい視点や価値観を取り入れ、職場全体の活性化につなげていきます。

- **特定技能資格の外国人採用人数：44名（2026年8月時点）**
- **配属部門：店舗（びっくりドンキー、ゴンチャ）、工場**
- **出身国：ベトナム、ミャンマー、フィリピン**



日本人社員と同様に各種教育を受講し、店長、ライン長を目指していきます

教育・リテラシー向上

各事業所で、長時間労働を抑制しながら従業員の適正な労働時間管理が行えるように、管理職研修で、法改正による年収制限の変化や、36協定、労働時間管理、年次有給休暇の時季指定義務等についての知識教育を行いました。

人的資源

誰もが成長できる機会の充実

「人財」育成・研修の取り組み

■ 研修

中期経営計画の方針に基づき、「人財」育成の中核となる研修制度の充実を進めています。2025年度は、階層別研修やブランドセミナーなど既存教育を見直すとともに、役職やキャリアに応じた学習機会の再整理を行いました。また、研修運営や教材の標準化を進め、教育品質の均一化と継続的な改善に取り組みました。さらに、社外研修や専門教育への派遣を通じて、視野を広げながら実践力を高める機会を拡充し、社員一人ひとりが主体的に学び続けられる教育基盤の整備を進めています。

■ 「人財」育成

「誰もが活躍できる組織づくり」の実現に向け、一人ひとりの成長段階に応じた教育機会の充実を図りました。2025年度は、ブランド教育や階層別研修に加え、社内報を活用した情報発信を通じて、会社の理念や価値観への理解を深める取り組みを推進しました。また、教育体系や研修内容を継続的に見直すことで、知識の習得だけでなく、自ら考え行動できる「人財」の育成を目指しました。教育訓練費は、前年比107%の59,770千円に増加し、一人あたり教育投資額は77千円に到達しています。人への投資が将来への投資であると捉え、学びを成長へつなげる教育環境の整備を進めています。

■ 多様性と成長の両立を目指して

年齢や性別、経験や所属部門を問わず、一人ひとりが能力を発揮し、成長を実感できる環境づくりを推進しています。2025年度は、多様な価値観を尊重しながら互いに学び合う風土づくりを目指し、部門を越えた研修や社外での学習機会を拡充しました。また、次年度に向け新たな教育施策の準備・設計を進め、人と組織がともに成長し続ける教育文化の基盤づくりに取り組みました。今後も「人づくり」を通じて、持続可能な企業価値の向上を目指します。

■ 教育訓練費の推移実績

年度	教育訓練費（千円）※	正社員数（人）	一人あたり教育費（千円）
2022	37,299	751	49.7
2023	41,055	723	56.8
2024	55,745	733	76.1
2025	59,770	776	77.0

※ 研修に伴う旅費などを教育訓練費の集計対象から除外したため、過年度の数値も同じ基準で集計し直しています。このため、昨年度のレポート掲載値とは異なります。

■ 研修参加者（のべ人数）

年度	社内研修		社外研修派遣（人）	海外研修派遣（人）
	社内講師（人）	社外講師（人）		
2018	344	43	121	12
2019	430	168	76	0
2020	242	-	5	0
2021	379	73	21	0
2022	688	69	45	0
2023	344	289	43	3
2024	347	148	60	18
2025	621	197	70	12



自社の環境取り組みを学ぶ社内研修


えこりん村のとまとの森見学

DATA

女性活躍推進法に基づく情報公表

■ 労働者に占める女性労働者の割合

※各年度末時点

	2023年度	2024年度	2025年度
正規雇用	30.4%	31.2%	33.1%
非正規雇用	68.9%	67.7%	67.4%

正規雇用：正社員、地域正社員、短時間正社員、無期契約社員を含む。当社から社外への出向者を含む。他社から当社への出向者は該当なし。

非正規雇用： 有期契約社員、定年再雇用社員、パートタイマーを含む。派遣社員を除く。

■ 男女の賃金の差異（男性に対する賃金割合）

※対象期間：各年度

	2023年度	2024年度	2025年度
正規雇用	71.3%	73.4%	73.6%
非正規雇用	104.9%	105.0%	104.6%
全労働者	59.0%	61.1%	62.1%

正規雇用：正社員、地域正社員、短時間正社員、無期契約社員を含む。当社から社外への出向者を含む。他社から当社への出向者は該当なし。

非正規雇用： 有期契約社員、定年再雇用社員、パートタイマーを含む。派遣社員を除く。

■ 男女の平均勤続年数の差異

	2023年度	2024年度	2025年度
全体	14.5年	14.8年	14.2年
女性	8.6年	8.9年	8.1年
男性	16.9年	17.3年	17.1年

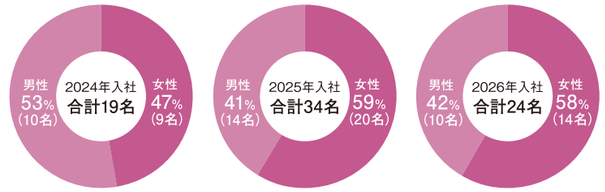
対象：正社員、地域正社員、短時間正社員、
契約社員（有期・無期全て・定年再雇用含む）

■ 管理職に占める女性の比率

2023年度	2024年度	2025年度	KPI（2026年度）
7.9%	9.0%	11.8%	12.5%

※店舗・工場では当社基準の責任者含む。

■ 採用した労働者に占める女性の割合（新卒採用）



労働環境

■ 有給休暇取得率

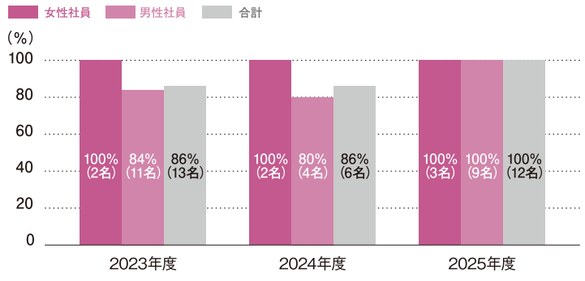
	2023年度	2024年度	2025年度
全体	83.13%	84.36%	91.38%
社員	74.46%	80.11%	84.01%
パートタイマー	85.04%	85.25%	92.97%

■ 平均残業時間

	2023年度	2024年度	2025年度
全体	19時間42分	18時間45分	16時間9分

※ 正社員、地域正社員、短時間正社員、契約社員（有期・無期全て・定年再雇用含む）

■ 男女別の育児休業取得率



※育児休業取得率＝育児休業取得社員数÷本人又は配偶者が出産した社員数×100
育児休業取得期間が年度をまたぐ場合、取得を開始した年度に算入
※女性社員は育児休業（産前産後休業含む）100%取得を継続

健康と福祉

■ 健康診断の一次受診率

	2023年度	2024年度	2025年度
社員	98.4%	98.9%	97.3%
パートタイマー	98.7%	96.3%	91.0%

■ 健康診断の二次受診率

	2023年度	2024年度	2025年度
社員	13.1%	9.6%	15.1%
パートタイマー	12.4%	20.1%	15.5%

※ 社員： 正社員、契約社員、定年再雇用社員を含む

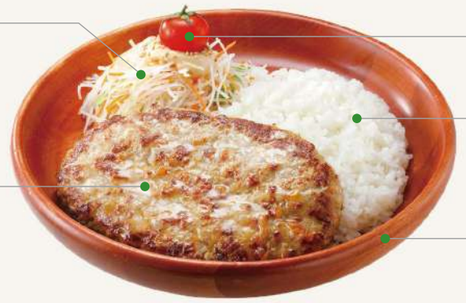
持続可能な調達

安全で持続可能な調達の考え方

アレフでは、「食」という字を「人」を「良」くすると読み、人・環境・すべての生きものを良くする食産業を目指しています。「3つの保証（安全・品質・トレース）」と「3つの貢献（健康・環境・適正化）」を食材の開発・調達の基本方針に掲げ、生産から加工、提供まで一貫して責任を持つことを大切にしています。

また、安全な食材の調達を生産者とともに進める中で、自然資源の利用に伴う環境負荷の低減に向けた取り組みも進めています。こうした考えのもと、生産者や産地との信頼関係を大切にしながら契約産地からの調達を推進し、安全性・品質・トレーサビリティの確保と、環境への配慮を含む調達基準に基づく仕入れを目指しています。

主要メニュー食材の契約調達率※1



サラダ
- 大根 …… 98.7%
- 人参 …… 44.2%
- ロメインレタス … 72.6%
- ビタミン大根 …… 100%

ハンバーグ
- ポーク …… 100%
- ビーフ …… 100%
- 玉ねぎ …… 97%

- ミニトマト …… 79.8%※2
- お米 …… 100%
- ディッシュ皿 …… 100%

※1 契約調達率は、びっくりドンキー全店の各品目の年間調達量に占める、当社が定める調達基準に基づき、産地、生産者団体、集荷事業者等との継続的な取引を通じて調達した割合です。集計期間は2025年4月～2026年3月（米は2025年産）。
※2 ミニトマトは当社調達分のみを対象とし、フランチャイズ店舗の調達分は含みません。

乳製品



契約調達率 100%※3

ソフトクリームの原料「ソフトミックス」や乳酸発酵飲料「ヨーデル」は、北海道伊達市の関係会社「牧家」が自社牧場と地元酪農家から毎日届けられる生乳を使用して製造しています。生乳は品質を確認し72時間以内に加工、自然な風味を生かす製法を採用。牛乳は鮮度維持のために各地域の契約産地から調達しています。生産者とのつながりを大切に、生乳の品質に配慮した乳製品を届けています。

コーヒー



契約調達率 100%※4

グアテマラ、ブラジル、エチオピア、インドネシアなどの契約農園から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います。①品質・風味を重視する、②生産履歴を確認できる、③自社基準に基づく栽培、④生産者との適正かつ継続的な取引、⑤安定した品質を維持できることを重視しています。バイヤーが産地を訪問し、生産者との信頼関係を築き、生豆は北海道札幌市の自社焙煎工場で焙煎し、豆本来の個性を生かす一杯を提供しています。

ディッシュ皿



契約調達率 100%※4

びっくりドンキーのディッシュ皿は「最後の一口までおいしく食べていただきたい」という思いから生まれたオリジナル木製食器です。関係会社のデリシャス株式会社とともに開発し、中心を緩やかに盛り上げた独自の形状により、ハンバーグのソースや肉汁が広がりすぎず、それぞれの食材のおいしさを楽しめるよう工夫しています。素材には、役目を終えたゴムの木を再利用した木材や北海道産の樺材を使用し、店舗で使用した皿はリペア（再切削・再塗装）して繰り返し活用することで、木材資源の有効利用と長寿命化に取り組んでいます。

※3：2025年4月～2026年3月のびっくりドンキー全店の調達量（ソフトミックス、ヨーデル、牛乳）を対象に算出
※4：2025年4月～2026年3月のびっくりドンキー全店の調達量を対象に算出

契約調達の歴史







株式会社 牧家の牧場（北海道伊達市）



1988
●食の安全・安心を追い求め、北海道で農業の研究に着手

1990
●有限会社アレフ牧場（現株式会社牧家）開設を支援

1995
●アレフナチュラルビーフの取り組みをニュージーランドで開始

1996
●農薬を制限した米の産地調査開始

1999
●独自基準による契約栽培米の供給開始

2001
●アレフナチュラルビーフの供給開始
●スペシャルティコーヒーの契約調達・店舗導入開始

2002
●契約調達したスペシャルティコーヒーを全店に導入

2004
●ポークの調達基準を制定し、カナダで調達開始

2006
●独自基準の契約栽培米を全店に導入

2009
●米の契約産地で田んぼの生きもの調査を開始

2010
●アレフナチュラルビーフを全店に導入

2016
●田んぼの生きもの調査を米の全契約生産者への展開を開始

2023
●主要野菜6品目の契約調達の拡大に向け調達方針を見直し
●FCを含む米契約生産者で田んぼの生きもの調査実施100%達成

2025
●米契約産地拡大に向けて栽培基準を見直し

1988 1989 1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1999 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2016 2017 2020 2023 2024 2025 2026

持続可能な調達

ハンバーグを支える主要食材と調達へのこだわり

玉ねぎ

契約調達率 97%※5

ハンバーグに使用する玉ねぎは、北海道を中心とした全国の契約産地をはじめ、管理基準を満たす調達先から仕入れています。調達にあたっては、特別栽培を含む、農薬や化学肥料の使用を抑えた栽培の玉ねぎを優先しています。近年は異常気象による生産への影響を踏まえ、産地の分散化や調達先の拡大を進めています。2025年は仕入れの約97%で生産履歴や栽培管理を確認できるトレーサビリティを確保しました。また、すべての調達先で国が定める農薬の登録内容・使用基準・使用方法の遵守を基本とし、安全性と安定調達の両立を図っています。



日本全国の契約農場から季節ごとに調達

ビーフ

契約調達率 100%※5

ハンバーグに使用するビーフは、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「ナチュラルビーフ」（独自基準に基づく呼称）です。2001年にアレフナチュラルビーフの調達を開始し、2010年には調達全てがナチュラルビーフになりました。指定牧場では個体管理を行い、草食動物である牛本来の姿を大切に牧草地で放牧するなど、牧草・干草・サイレージを主食として育てています。また、成長促進を目的とした成長ホルモン剤を使用しない基準を設け、厳格な衛生管理のもとで生産されています。生産者だけでなくパッカーとも継続的な関係を築きながら、安全性や品質を確認し、自然の恵みを生かした品質を確認したビーフを調達しています。



タスマニア州の契約農場で管理放牧で育てられるアレフナチュラルビーフ

ポーク

契約調達率 100%※5

ハンバーグに使用するポークは、国内および海外の契約農場から調達しています。2004年には飼育環境や抗菌性物質および投薬に制限を設けた調達基準を定め、カナダで調達開始しました。調達先からは毎年「出荷者証明書」の提出を受け、飼育方法や生産履歴を確認するとともに、仕入担当者が定期的に産地を訪問し、安全性や品質、トレーサビリティを確認しています。調達先の一つであるフィンランドのAtria社では抗菌性物質を使用しない豚肉生産の拡大に取り組んでいます。2035年までのカーボンニュートラルなフードチェーンを目指すAtria社グループ目標を掲げるなど、環境負荷の低減にも積極的に取り組んでいます。イギリスのCranswick社では、供給豚の一部に「アウトドア・ブレッド」等を採用し、母豚と子豚が屋外の草地で過ごすなど、豚本来の行動に配慮した飼育を実践しています。さらに、放牧地と農地を組み合わせた輪作により、土壌環境に配慮した取り組みを進めています。



子豚は離乳が進むにつれ、母豚とともに放牧地を走り回る（Cranswick社）

※5：2025年4月～2026年3月のびっくりドンキー全店の調達量を対象に算出

農地の生物多様性向上と調達の両立

米

契約調達率 100%※6
独自基準の契約栽培米 96%
特別栽培米 4%

安全性と品質の確保に配慮したお米を安定してお客様へお届けすることを目的に、1996年から契約栽培による調達に取り組んできました。2006年以降、全国のびっくりドンキー全店舗（FCを含む）で契約栽培米を使用し、11都道府県・416軒の契約生産者とともに持続可能な米づくりを進めています。

契約栽培では、生産者と対話を重ねながら、安全性と環境負荷の低減を両立する独自の栽培基準を定めています。殺虫剤・殺菌剤を使用しない独自基準を定め、除草剤は年1回まで、化学肥料の窒素成分量は地域の慣行レベルの50%以下とすることで、水田の生態系への配慮を図りながら、安定供給と品質の確保を目指す環境に配慮した栽培をしています。すべての契約米について、生産から出荷までの履歴を確認・管理する仕組みを整えており、仕入担当者による産地訪問や精米工場の監査、食味検査を継続して実施しています。また、生産者協議会を開催し、各産地の取り組み報告や今後の目標を共有するとともに契約産地の視察を実施しています。2025年は生産者44名を含む67名が参加しました。



契約栽培の田んぼ

■ 生物多様性を育む田んぼづくり

独自基準の契約生産者の生きもの調査実施率 100%※7

水田は、日本の里地里山を代表する二次的自然であり、多くの生きものが暮らす重要な生息環境です。アレフは安全で持続可能なお米づくりが生物多様性への配慮につながることを目指し、2009年から契約産地で「田んぼの生きもの調査」を開始しました。その後、全契約産地への展開を進め、2023年にはフランチャイズ店舗を含むすべての契約生産者で調査実施率100%を達成しました。現在は、独自基準による契約栽培の要件として毎年の調査を実施しており、2025年も実施率100%を維持しています。なお、2025年は米の調達環境の変化に対応するため、独自基準による契約栽培米に加え、一部を特別栽培米として調達しました。特別栽培米は「田んぼの生きもの調査」の対象外としています。

田んぼの生きもの調査は生産者自らが田んぼの生態系に目を向けるきっかけにもなっています。生産者による自主的な生物多様性の保全・配慮活動を推進しており、水管理の見直しや魚道の設置、土水路や畦畔の保全など、各産地では地域の環境に応じた取り組みが進められています。2025年は、契約産地から3,184カ所※8の生物多様性配慮活動の報告がありました。



契約生産者による生きもの調査

■ 持続可能な調達に向けた基準の見直し

2025年は米の調達環境の変化の影響を受け、一部契約産地では必要数量の確保が難しい状況となりました。こうした環境変化に対応しながら安定供給を維持するため、契約産地の拡大と安定供給の両立に向けて契約基準の運用を一部見直しました。緊急時の追加調達や新たな契約産地については、生産履歴を確認できる特別栽培の基準を満たした生産者を対象に契約できる運用とし、新たに契約した生産者については3年以内に当社独自の栽培基準へ移行をお願いしています。2025年産のお米では全体の約4%を、契約産地においてアレフ向け出荷実績のなかった生産者から特別栽培米として調達しました。今回の見直しにより新たな生産者の参加を促し、段階的に当社独自基準への移行を進めることで、持続可能な米づくりを担う産地の拡大を目指しています。

※6：2025年産のびっくりドンキー全店の調達量に占める割合
※7：独自基準の契約生産者数（416軒）を基に算出
※8：水田内の活動（ビオトープ・休耕田への湛水・冬期湛水・中干しなし又は開始延期等）が2508カ所、水路等の活動（魚道・排水路の脱出装置または環境向上・土水路・ため池等）が676カ所

ともに歩む機会

未来へつなぐ体験の提供

持続可能な社会の実現は、一企業だけで達成できるものではありません。
アレフは、お客様、地域、学校、企業、行政など様々なステークホルダーと連携し、「知る」「体験する」「行動する」機会を創出しています。

● **2025年実績**

体験・学習機会の提供回数：265回
提供人数累計：13,578名

対象：2025年4月～2026年3月に実施したSDGsイベント（出展、生きもの豊かな田んぼの教室）、
えこりん村視察、えこりん村学校、職場体験

えこりん村学校

● **2025年実績**　54回 参加者のべ1,519名

えこりん村では、羊・米・野菜・森をテーマに半年間継続して学ぶ「えこりん村学校」をはじめ、中高生コースや親子向けプログラム「えこりん村の子どもたち」を開催しています。本取り組みはNPO法人共育フォーラムとの協働のもと実施しており、生きものの観察や農作業といった五感を通じた体験を大切にしています。単なる知識の習得にとどまらず、食や農業、生物多様性への理解を深める環境教育の場を提供しています。



【えこりん村学校】米コース



【えこりん村学校】野菜コース

小学校・大学との連携

● **2025年実績**　小学生166名、大学生453名

地域の学校と連携し、総合学習やキャリア教育への協力を継続しています。恵庭市立島松小学校では2019年から、お米づくりをテーマとした総合学習を実施しています。2025年は5年生の児童76名を対象にバケツ稲づくりや田んぼの生きもの調査、脱穀・もみすり、お正月飾りづくりなど一年を通じた体験学習を支援しました。また、札幌市立西岡南小学校では6年生90名を対象にキャリア教育の授業を実施し、食と環境に関わる仕事や企業の役割について学ぶ機会を提供しました。北海道文教大学とは2021年に包括連携協定を締結し、新入生を対象としたSDGs学習を毎年実施しています。2025年度は453名がえこりん村でフィールドワークを行ったほか、健康栄養学科とのコラボ弁当開発や、こども発達学科での実践的な学びなど、教育・研究の両面で連携を進めています。



島松小学校の総合学習

生きもの豊かな田んぼの教室

● **2025年実績**　42回開催　参加者のべ538名

えこりん村で実施してきた自然体験活動と、契約生産地で開催していた「びっくりドンキー田んぼの生きもの調査」を2025年度に統合し、「生きもの豊かな田んぼの教室」として展開しています。田植えから生きもの調査、草取り、稲刈り、脱穀まで、一年を通して米づくりを体験できるプログラムで、生物多様性に配慮した農業への理解を深め、びっくりドンキーで使用するお米の価値をお客様へ伝えています。2025年度は広告宣伝部門と連携し、公式ウェブサイトやSNS、公式アプリを活用した情報発信を強化しました。今後も、本業とつながる自然体験プログラムとして、より多くのお客様に参加いただける機会を創出し、生物多様性に配慮した農業を伝える取り組みを継続します。



■ 参加者の声（アンケートより抜粋）

「家族全員が楽しめました。田んぼにこれほど多くの生きものがいることに驚きました」「農家の方の苦労や、お米ができるまでの過程を知り、お米をより大切に食べたいと思いました」「びっくりドンキーのお米がおいしい理由が体験を通じて分かりました」



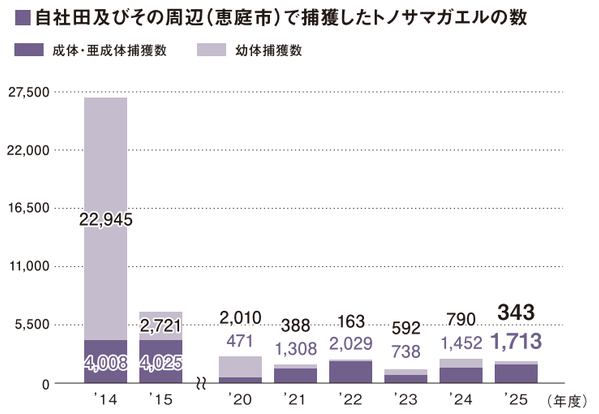
田植えを体験



田んぼの生きもの調査

体験しながら学ぶ「外来種対策」

えこりん村では、開業当初から生息している北海道の指定外来種「トノサマガエル」の駆除活動を「生きもの豊かな田んぼの教室」のプログラムの一つとして実施しています。参加者は、生きもの調査とあわせて外来種を捕獲する体験を通じて、在来の生態系を守ることの大切さや、生物多様性保全について学びます。2025年度はトノサマガエル1,713頭、オタマジャクシ343頭を捕獲しました。



ともに歩む機会

パートナーシップで広げる

**一企業だけでは解決できない課題解決に向け、アレフは企業、行政、大学、NPOなど多様なパートナーと連携し、
それぞれの強みを生かしながら、食品ロス削減や生物多様性保全、環境意識の向上につながる活動を推進しています。**

食品ロス削減「mottECO（モッテコ）」

mottECO（モッテコ）は、環境省が推進する食べ残し持ち帰りアクションです。びっくりドンキーでは「食べ残し持ち帰りルール」を定め、紙製容器による持ち帰りに対応しています。2025年度は120,153件の利用があり、1店舗あたり1日約2.4件のご利用をいただきました。また、2023年からは、企業や自治体、大学などが連携する「mottECO普及コンソーシアム」に参画し、食品ロス削減の普及啓発に取り組んでいます。2025年度は「mottECO FESTA 2025」の運営協力やブース出展、事例発表を行い、約580名の来場者へ当社の取り組みを紹介しました。



「mottECO FESTA 2025」での事例発表

EARTH HOURへの参加

びっくりドンキーは、世界最大級の環境アクション「EARTH HOUR」に2019年から参加しています。2025年度は、外食チェーン・ホテル22社・50ブランド以上とともに「EARTH HOUR 2026」に参加しました。加盟社6店舗を含むびっくりドンキー31店舗でポール看板の消灯と店内アナウンスを実施し、全国352店舗でのポスター掲示により、お客様へ地球温暖化防止や生物多様性保全への理解を呼びかけました。また、公式SNSではWWF公式パンダぬいぐるみを活用し、参加企業と連携した情報発信を行いました。



WWF公式SNS企画「#旅する60パンダ」に参加



2026年3月28日20:30～21:30の1時間、ポール看板を消灯

地域や環境保全団体と連携した外来種対策

アレフでは、レストランで使用するミニトマトと関連して、ハウス栽培での受粉に利用されてきた特定外来生物セイヨウオオマルハナバチによる生態系への影響を重要な課題と捉え、2005年からえこりん村で駆除活動を継続しています。2008年からは北海道、2014年からはHoBiCC（北海道生物多様性保全活動連携支援センター）と連携し、「セイヨウオオマルハナバチ対策推進協議会」として、生物多様性保全と普及啓発活動を進めています。2025年度は女王バチ33頭を捕獲し、北海道の生態系保全に向けた活動を実施しました。



セイヨウオオマルハナバチの捕獲のようす

社会へ広げるサステナビリティ

**展示会や環境イベントへの出展を通じて、食品ロス削減や仕入れ現場の生物多様性保全などの取り組みを広く社会へ発信しています。
体験型の展示やクイズ、ワークショップなどを通じて、楽しみながら学べる機会を提供し、持続可能な社会づくりへの参加を呼びかけています。**

● **2025年実績**　展示会来場者　4,300名
アップサイクル体験参加者　212名

エコプロ2025

2025年12月10日～12日　来場者2,600名

日本最大級の環境展示会「エコプロ2025」に出展し、「生物多様性に配慮したお米の仕入れ」「もぐチャレ!!」「食べ残し持ち帰り」「生ごみ資材を活用した堆肥化」などの取り組みを約7分間のツアー形式で紹介しました。また、店舗・工場スタッフ6名が説明スタッフとして参加し、お客様との対話を通じて自社の取り組みへの理解や愛着を深める社内教育の機会にもなりました。



「エコプロ2025」



店舗スタッフが説明

GOOD LIFE（グッドライフ）フェア2025

2025年9月26日～28日　来場者1,500名

食品ロス削減をテーマに、お子様向けクイズラリーや、適量注文を学ぶミニゲーム「ライスおもさぴったんこ‼」を実施しました。来場者との双方向コミュニケーションで、家庭や外食時にできる食品ロス削減の工夫を楽しく伝えました。



ミニゲーム「ライスおもさぴったんこ!!」



クイズラリーの様子

環境広場さっぽろ2025・札幌市環境科学展

環境広場さっぽろ 2025年7月26日～27日
札幌市環境科学展 2025年11月1日
体験者合計212名

店舗で使用した懸垂幕（たれ幕）をアップサイクルする工作ワークショップを開催しました。資源循環について体験的に学ぶ機会を提供しました。



「環境広場さっぽろ」



「札幌市環境科学展」

廃棄物発生抑制と資源循環

食品廃棄物量の把握と削減、リサイクルループ

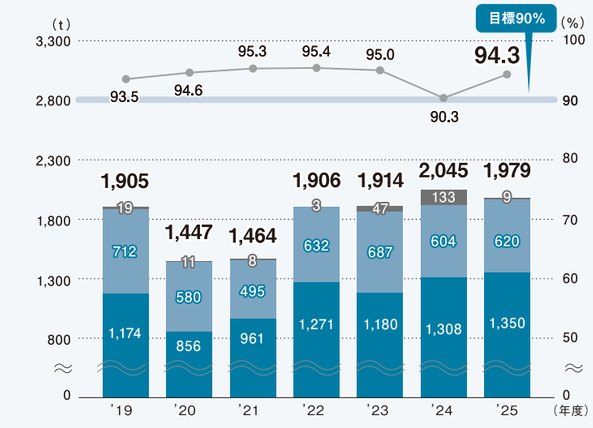
食品廃棄物とは、食品の製造から消費に至る過程で発生する廃棄物の総称です。
その中でも、本来は食べられるにもかかわらず廃棄される食品を「食品ロス」と呼びます。アレフでは、これまで食品廃棄物の削減を重要な課題と位置づけ、実態把握と削減に取り組んできましたが、近年食品リサイクルに関する政府の基本方針において、事業系食品ロスの削減に重点が置かれていることから、2025年度は食品ロス量にも注目し、実態把握を開始しました。

食品廃棄物発生量と再生利用等実施率

2025年度の食品廃棄物発生量は1979.3t、再生利用等実施率は94.3%でした。再生利用等実施率の目標は、2025年度より「90%以上を維持」に再設定しています。2024年度は、社内基準に適合しない仕入れ食材を多量に廃棄したことにより再生利用等実施率が低下しましたが、2025年度は過去の水準まで回復しました。

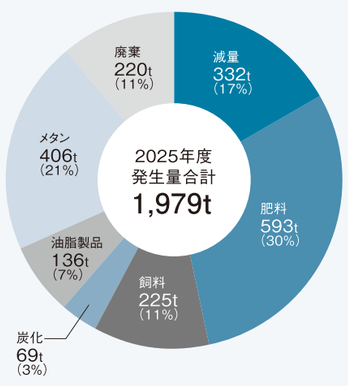
一方、びっくりドンキー以外の業態、廃棄物処理を施設管理者側が行うビルイン店舗の割合が増加していることにより、再生利用等実施率が低下傾向にあります。これまで進めてきた生ごみ処理機による資源活用の仕組みを維持しつつ、地域によっては再生利用事業者との連携も進めることで、再生利用等実施率の維持に努めています。

■食品廃棄物の発生量の内訳と再生利用等実施率の推移



■食品廃棄物の仕向け量の内訳

※四捨五入の関係上内訳の合計と発生量合計が一致しない場合があります。



お客様1人あたりの生ごみ量(g/人)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	34.6	28.2	33.0	34.6	31.8	35.4	33.3

仕入食材ロス低減

工場での仕入食材ロス低減活動を継続しています。2025年度はハンバーグパティ製造時の工程ロス低減により歩留まりが改善し、原料ベースで10,091kgの投入量削減を実現しました。またソース類の製造では、生産設備の変更と包装機オペレーターの育成効果により歩留まり率が前年比1.1%向上し、原材料ロス23,337kg削減（前年比）につながりました。

■食材の仕入れ量と食品廃棄物の発生割合

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度※	2024年度	2025年度
食材の仕入れ量	33,123t	26,850t	28,203t	31,530t	52,054t	37,265t	38,749t
食品廃棄物の発生割合	5.8%	5.4%	5.2%	6.0%	3.7%	5.5%	5.1%

※ 集計システム切替の都合で誤差有るため参考値

フードバンクとの連携

工場・店舗での在庫コントロールの精度向上により、余剰食材の発生・提供量は減少傾向にあります。それでも発生した場合に備え、フードバンクと連携し、余剰食材発生時や事務所の災害備蓄品入れ替えの際に食材を提供しています。

2025年度は18カ所と合意書を締結し、仕入れの余剰食材3品目、417kgを提供しました。

■フードバンクへの食材提供量

（単位：kg）

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
提供量	180	27,264	22,089	17,180	0	576	417

リサイクルループ

生ごみは、生ごみ粉砕乾燥処理機で減容化した後、堆肥化されて一部が食材として戻る、またはメタン発酵施設で電気に変換されて戻るリサイクルループにより、資源として活用しています。

その一例として、生ごみ粉砕乾燥処理機で生成された生ごみ資材の一部は、大根生産者に堆肥原料として使用いただき、収穫された大根が食材として店舗に戻るリサイクルループを継続実施しています。

また2025年度は、小樽ビール銭函醸造所のビール粕（年間排出量300t）を発電に活用し、得られた電力を同工場で利用する仕組みへ切り替えました。2026年7月末時点で、小樽ビール銭函醸造所を含む北海道8事業所、関東6事業所において、電気のリサイクルループを形成しています。

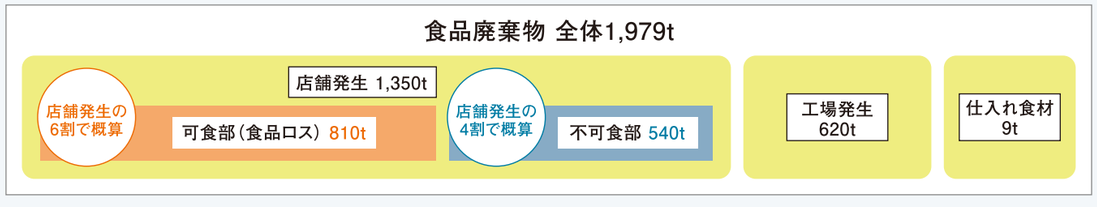
■電気のリサイクルループのフロー



食品ロス推計

これまで食品ロス量は理論値による計算で算出してきましたが、工場では製造工程で可食部（食品ロス）と不可食部の仕分け・集計が容易である一方、店舗では食べ残しやロス食材などがあり、実態把握には調査が必要でした。これを受け、2025年度に実態調査を実施。調査にあたっては政府統計における食品ロスの定義と調査手法を確認したうえで実施方法を決定し、キックオフ調査として2店舗で調査を行いました。調査で得られた結果をもとに、全社の食品ロス量および不可食部量を推計しました。

その結果、店舗での食品ロスは食品廃棄物の約6割であることが分かりました。これをもとに、2025年度店舗で発生した食品廃棄物1,350tのうち、810tが食品ロス、540tが不可食部と推計されました。



廃棄物発生抑制と資源循環

容器包装資材の提供量の把握と削減

容器包装資材提供量の把握と増減

2025年度の容器包装提供量は464.9tで、2024年度（471.4t）から6.5tの減少となりました。このうち紙製容器包装は前年度より44.6t減、瓶は26.1t減と大きく減少しました。一方でプラスチック製容器包装は65.8t増えました。紙製容器包装量減少とプラスチック製容器包装の増加の要因としては、びっくりドンキーで2024年度に実験導入したテイクアウト・宅配用のプラスチック製容器を2025年度4月から本導入したことが挙げられます。また、Gong cha事業の新規出店と客数増加に伴うプラスチック製容器の提供量増加も影響しています。

■ 容器包装資材使用量推移（2019-2025年度）

（トン）

	容器包装				特定プラ
	ガラス瓶	紙製	プラスチック	段ボール	
2019年度	197.5	2.1	13.5	0.0	5.6
2020年度	234.1	11.1	57.7	0.0	5.1
2021年度	193.1	41.9	82.6	0.0	8.7
2022年度	261.3	80.1	43.0	0.0	9.3
2023年度	328.1	89.9	41.4	0.0	2.0
2024年度	322.1	85.3	49.3	14.8	2.0
2025年度	296.0	40.7	115.0	13.2	2.8

※小数点第2位以下未記載のため、各項目の表記値合計と文章中の合計値が一致しない場合があります

特定プラスチックの使用量

「プラスチック資源循環促進法」に基づき特定プラスチックの使用量の把握と、石油由来プラスチック使用量の削減を継続しています。2025年度の特定プラスチック使用量は約2.8tで2024年度より約0.8t増加しました。増加分の0.65tをGong cha事業が占めています。そのほか飲食店舗のテイクアウト・宅配需要が増加の要因として挙げられます。

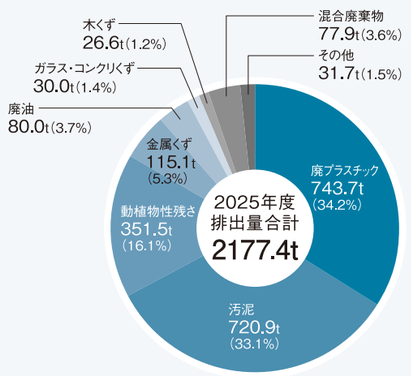
なお、びっくりドンキーでは、特定プラスチックのストローはPLA（ポリ乳酸）素材100%のものを継続して提供しています。

産業廃棄物排出総量

2025年度の産業廃棄物排出総量は前年度より微減（-33t）となりました。産廃区分でもっとも多い廃プラスチックは前年度より微増（+50トン）。次ぐ汚泥は、小樽ビール銭函醸造所のビール粕が2025年度より動植物残渣から汚泥へ区分変更となったため約250t増となりました。金属くずは、大量のスポット回収が多かった前年より減少しました。

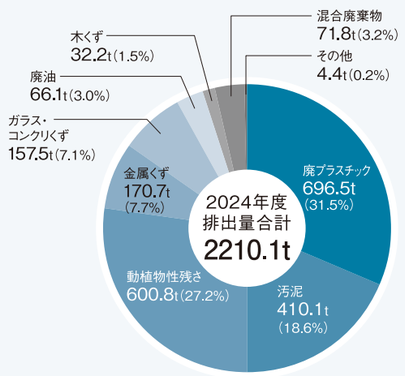
■ 2025年度産業廃棄物排出量

※有価物として引き渡したものは含まず



■ 2024年度産業廃棄物排出量（修正）

※有価物として引き渡したものは含まず



エネルギー・水資源の取り組み

アレフは、安全・安心な食事をお客様へ届けることを使命とする外食企業です。私たちは食材の安全・安心を追求する中で、その基盤となる農業や畜産業、さらにそれらを支える土・水・空気などの自然環境が健全であることの重要性を認識しています。近年、気候変動による高温や集中豪雨などの影響で、農作物の品質や収量の低下、適作地の変化が懸念されるほか、畜産分野でも牧草の生育や家畜への影響が顕在化しています。こうした変化は、食材の安定調達や安全・安心な食の提供に直接関わる経営課題です。そのため当社では、エネルギー・水資源の取り組みを環境対策にとどめず、将来にわたり安全・安心な食材をお客様へ届け続けるための基盤づくりと位置付けています。店舗や工場での省エネルギーや再生可能エネルギーの導入、水使用量の削減などを進め、事業活動全体を通じて環境負荷の低減に取り組んでいます。

カーボンニュートラルの実現に向けて

アレフでは、2021年4月の気候サミットでの日本の目標表明に合わせ、2050年までにカーボンニュートラルにすることを長期ビジョンに、2030年までに全事業所のエネルギー起源CO_2排出量を70%以上、2040年までに80%以上削減（いずれも2013年度比）することを中期ビジョンに掲げています。

次の4つのアプローチを進め、これら目標の実現と将来世代のニーズに応えられる持続可能な社会の実現に貢献していきます。

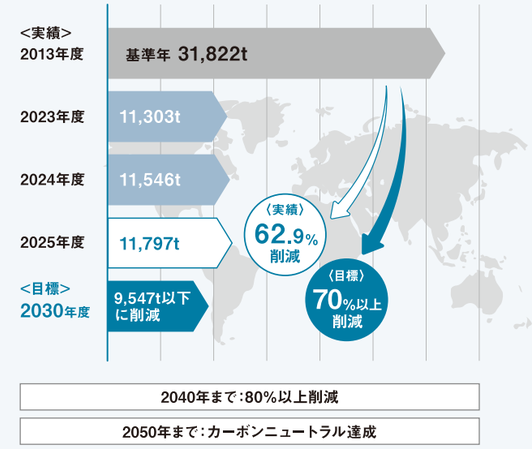
1. 需要量を減らす
省エネの取り組みをさらに進めて、
エネルギー使用量の原単位を年平均1%以上削減

2. 供給側をクリーンに
CO_2発生源の大部分を占める電力を再生可能エネルギー由来などに転換

3. 新たな発想
未導入のテクノロジーや新たな発想を取り入れ、画期的なイノベーションを創出

4. 環境と経済成長の両立
非化石燃料への転換や次世代エネルギーの導入などによる
さらなるCO_2排出量の削減

●全事業所のエネルギー起源CO_2排出量



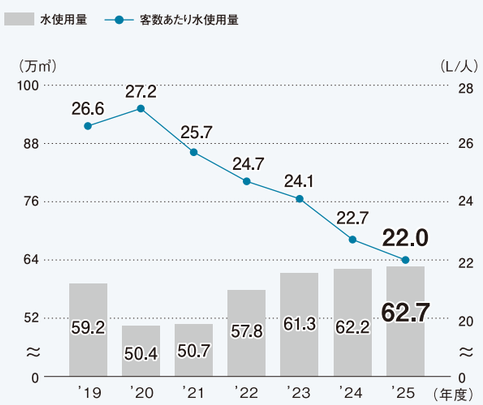
2040年まで：80%以上削減

2050年まで：カーボンニュートラル達成

水を守る

水は、安全・安心な食材の生産や店舗・工場の運営を支える、かけがえのない資源です。アレフでは、設備の改善や運用の見直しなどを通じて、水使用量の削減に継続して取り組んでいます。2025年度の水使用量は62.7万㎥、原単位は22.0L/人となり、前年より3.1%減少しました。今後も水資源の保全と効率的な利用を進め、持続可能な事業活動を推進していきます。

■ 水使用量の推移



脱炭素の取り組み

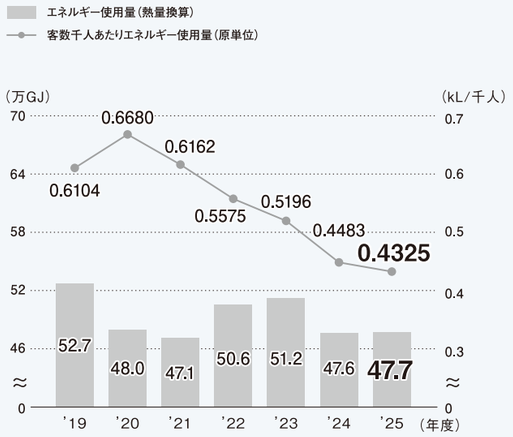
温室効果ガスの把握と削減

エネルギー使用量の推移

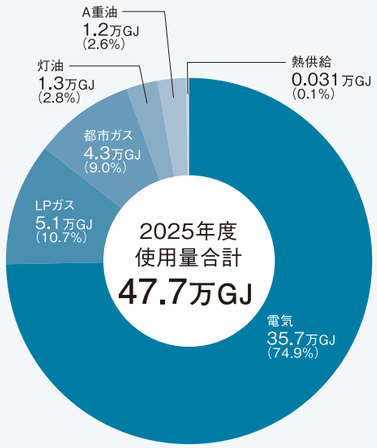
アレフでは、客数あたり原油換算エネルギー使用量を原単位として3年ごとに基準年を設け、そこから年1%削減の目標を設定し、脱炭素社会の実現に向け、エネルギー使用量削減の活動を継続しています。

2025年度の客数あたり原油換算エネルギー使用量は0.4325kL/千人で、目標値0.5092kL/千人に対して15.0%減、前年比でも3.5%減となり目標を達成しました。エネルギー使用量の最も多くを占める電気については、店舗、工場での空調・冷蔵冷凍設備の計画的・効率的な更新、LED照明への切替え、ISO50001認証を活用した運用改善を実施しました。2026年度以降も客数あたりの原油換算エネルギー使用量の前年比1%削減を目標にエネルギー使用量削減活動を継続します。

■エネルギー使用量と原単位(客数あたり)の推移



■エネルギー使用量の内訳



全事業所のエネルギー起源CO_2排出量の推移

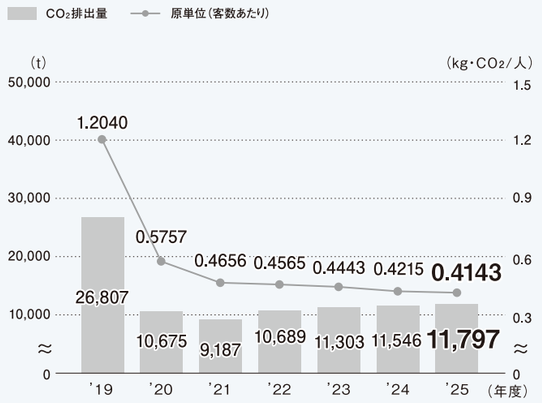
2050年までのカーボンニュートラル実現に向け、エネルギー使用量削減と再生可能エネルギーなどCO_2フリー電力の導入を進めており、原単位(客数あたりCO_2排出量)では0.3955kg・CO_2/人を2030年までの中期目標としています。

2025年度は原単位目標0.4172kg・CO_2/人に対し、実績は0.4143kg・CO_2/人(0.7%減)となり目標を達成しました。

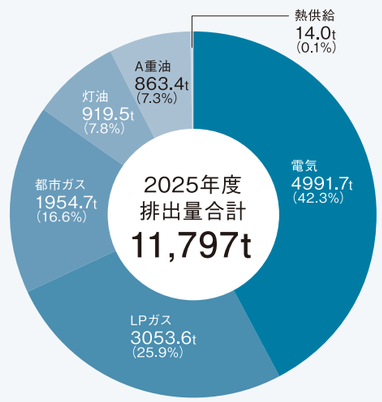
今後は引き続き低圧契約やテナント店舗の電気のCO_2フリー化、ガスや灯油等化石燃料の代替エネルギーの調査を実施します。

CO_2排出量と原単位(客数あたり)の推移(グラフ)、
CO_2排出量の内訳(グラフ)はP28をご覧ください

■CO_2排出量と原単位(客数あたり)の推移



■CO_2排出量の内訳



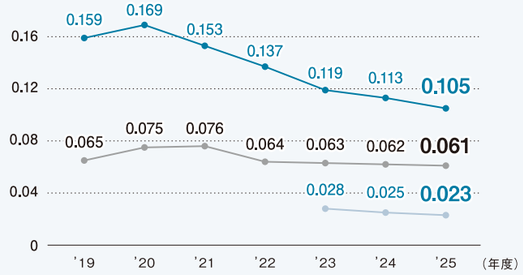
工場でのエネルギー使用量削減

エネルギーの削減に特化したエネルギーマネジメント規格「ISO50001認証」を2016年北海道工場、2020年福島工場、2025年埼玉工場で取得し運用しています。これら3工場では、規格に則ったマネジメントを実行することで、継続的にエネルギー使用量を削減しています。

なお、これら3工場では原油換算したエネルギー使用量を出荷先全店舗の年間客数合計で除した値を原単位とし、3年間で年平均2%削減を目標としています。2025年度は前年比で北海道工場は1.6%、福島工場は7.0%、埼玉工場は6.6%の削減となりました。

主要な取り組みとしては、設備機器入替時の適正な設計、設備機器の性能維持のためのメンテナンス、操業時間外の空調制御、空調用ポンプのインバータ制御、空調・冷蔵冷凍機器の運用改善、現場発案の省エネ施策の実施などが挙げられます。これらの取り組みを通じて計画、実行、結果分析、改善のサイクルを回すとともに他工場への横展開を行うことで、各工場のエネルギー使用量の削減に努めています。

■北海道工場・福島工場・埼玉工場エネルギー使用量の推移



フロン類の漏洩防止など

店舗や工場で使用する空調機器や冷蔵・冷凍庫に使用されているフロン類は二酸化炭素と比較して地球温暖化係数が非常に高い温室効果ガスで、フロン排出抑制法により管理義務が定められています。アレフでは社員へのeラーニングによる法理解と確実な機器点検の実施等によりフロン類の漏えい防止に努めています。

2025年度は機器の不良による漏えいで、直営事業所16件でフロン充填が行われ、実漏えい量72.9kg、CO_2換算で178.4t(前年より146.1t増加)となりました。

物流でのCO_2削減

全国8工場から各店舗に食材を毎日配送しています。配送時のCO_2削減のために、エコドライブの推進、環境適合車両への変更、積載率向上のため配送コース組み替えなどを行っています。

2025年度の食材配送に伴うCO_2排出量は3,493tでした。



会社概要

株式会社アレフ（非上場） ※2026年3月末現在

創 業 1968（昭和43）年12月

設 立 1976（昭和51）年7月

主な事業
- レストラン事業：
  びっくりドンキーなど
- 食品加工製造販売事業：
  食品加工場、コーヒー焙煎工場、
  ビール醸造所
- フランチャイズ事業
- その他の事業：
  恵庭事業、外販事業

資本金 1億円

資産 28,387百万円

純資産 10,342百万円

売上高 59,442百万円

本社・本部
本　　社：
北海道札幌市白石区
菊水6条3丁目1番26号
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6階

従業員数 社員776名
パートタイマー3,147名
（1人1日8時間換算平均人員数）

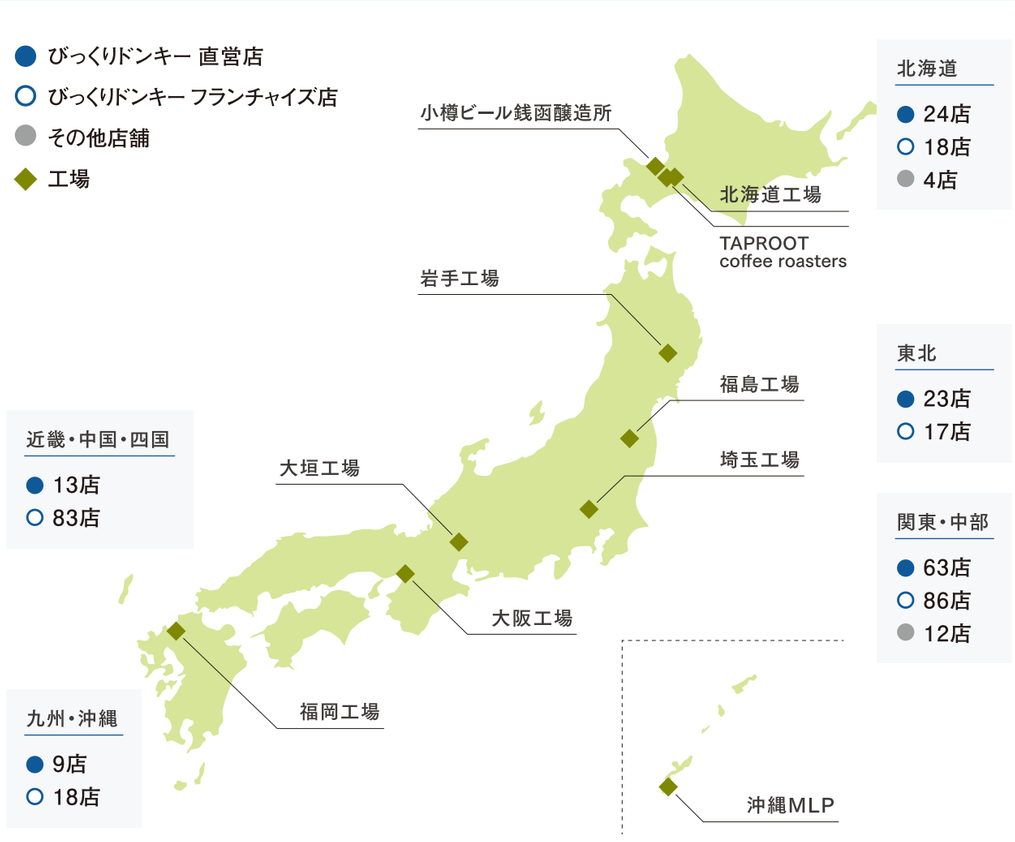
労働組合
UAゼンセンアレフユニオン
（団体交渉協定の対象となる従業員比率
社員77% パートタイマー74%）

加盟団体
（一社）日本フランチャイズチェーン協会
（一社）日本フードサービス協会

参加するイニシアティブ
SATOYAMAイニシアティブ国際パートナーシップ
（IPSI）（2012年加入）

全国の店舗数、工場

※2025年4月1日～2026年3月31日の営業店舗数（期中開店・閉店を含む）



行政への報告物・提出物・委員会参加

当社は、食品リサイクル法や省エネ法に基づく定期報告書、自治体条例に基づく計画書・報告書を提出しています。また、国や自治体等の委員会・検討会に参加し、食品ロス削減や資源循環などの制度・施策づくりに協力しています。なお、「さっぽろエコメンバー」レベル☆☆☆に登録されています。

条例名
- 北海道地球温暖化防止対策条例
- 札幌市生活環境の確保に関する条例
- 埼玉県温暖化対策推進条例
- 大阪府気候変動対策の推進に関する条例
- 狛江市廃棄物の再利用の促進及び処理に関する条例
- 川崎市廃棄物の処理及び再生利用等に関する条例
- 盛岡市廃棄物の減量及び適正処理等に関する条例

委員会
- 飲食店手引き作業委員会*1
- 北海道SDGs推進プラットフォーム研究会
- 東京都食ロス削減テキスト検討会
- 農水省食ロス削減見える化検討会
- 農水省食品リサイクル法における再生利用事業計画の対象手法に関する検討会

*1 認知症分野における官民連携・バリアフリー普及啓発事業

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）を考察に結び付けて表現し、社内外の連携を以て解決します。

環境基本方針

私たちは
持続可能な循環型社会に貢献することを目的に
地球環境への負荷の低減のため
全員がその日常における行動を通し
環境を守り、育て、回復させ、
環境と共生する文化の体現者となることを目指します。

※環境行動目標は個別にSDGs行動目標に統合されていますが、環境活動に対する基本方針は2003年に示してから変更していません。

社外評価

- 株式会社日本政策投資銀行（DBJ）から「DBJ環境格付」融資において最高ランクを取得（3回目、2023年3月）。

算定方法について

●エネルギー使用量の換算
各エネルギーの使用量は、「エネルギーの使用の合理化及び非化石エネルギーへの転換等に関する法律施行規則」による発熱量を適用し、熱量および原油数量に換算しています。
ただし、都市ガスについては同規則に則り、供給事業者が公表する発熱量を適用しています。

＜参考＞2025年度各エネルギー発熱量
電力：8.64 GJ/千kWh
都市ガス：供給事業者公表値 ※何れの事業者も45.0GJ/千㎥
LPガス：50.1GJ/t
灯油：36.5GJ/kL
A重油：38.9GJ/kL
軽油：38.0GJ/kL
熱供給：1.19GJ/GJ

＜参考＞発熱量から原油数量への換算係数 0.0258kL/GJ

なお、LPガスについては環境省の「モニタリング・報告ガイドライン」の基準産気率を適用し、使用量を体積から重量に換算しています。

＜参考＞LPガス基準産気率
第1ブロック（北海道、青森、岩手、秋田）0.469㎥/kg
第2ブロック（宮城、山形、福島、新潟、富山、石川）0.478㎥/kg
第3ブロック（第1、第2、第4ブロックを除く都府県）0.482㎥/kg
第4ブロック（沖縄）0.480㎥/kg

●CO_2排出量の算定
各エネルギーの使用量に、「地球温暖化対策の推進に関する法律」に基づく環境省の「温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度」による排出係数を適用し、CO_2排出量を算定しています。

＜参考＞2025年度各エネルギー二酸化炭素排出係数
電力：供給事業者別・メニュー別
都市ガス：供給事業者別・メニュー別
LPガス：2.99t-CO_2/t
灯油：2.50t-CO_2/kL
A重油：2.75t-CO_2/kL
熱供給：0.0532t-CO_2/GJ ※代替値(省令の排出係数)

編集後記

現在地を、次の一歩へ

「SDGsレポート2026」をご覧いただき、ありがとうございます。本誌は、当社の事業活動と社会・自然・人との関わりをステークホルダーの皆様と共有し、相互理解と対話につなげることを目的に制作しました。「持続可能な社会の実現」を目指す中で、企業に求められる役割の多様さに向き合う場面が多々あります。誌面には、収集した情報の集計と分析、各部門への実績の確認を通じ、働く人の多様性と成長、持続可能な調達、地域社会とのつながり、環境負荷の低減に向けた取り組みを整理するとともに、十分に進んでいない課題や、自社調査した食品ロス実態についても率直に掲載しています。こうした数値や活動の公表はゴールではなく、現在地を確認し、次の行動につなげるための起点です。本誌をお読みいただき、今後の改善に向けた率直なご意見をお寄せいただければ幸いです。

株式会社アレフ SDGsレポート2026編集一同

レポートのプロフィール

対象とする組織
株式会社アレフの直営の全事業所を対象としています。
一部を除き、フランチャイズ店舗などの数字は反映されておりません。

対象期間
当社の会計年度の2025年度（2025年4月1日～2026年3月31日）の1年間を対象にしています。活動については直近のものを含みます。
写真は2025年度以外に撮影されたものを含みます。

編集方針
「株式会社アレフ SDGsレポート2026」は、当社の環境基本方針、2025年度の環境マネジメント活動やSDGsの取り組みを中心とした掲載内容をPDF形式でまとめたものです。
その他の社会活動や情報については、当社ホームページをご覧ください。

発行
2026年10月（次回は2027年9月を予定）

お問い合わせ先
下記に記載の恵庭事務所（SDGs推進部）



株式会社 アレフ SDGsレポート2026（年次報告書）

制作日：2026年10月
制作者：株式会社 アレフ SDGs推進部
発行人：株式会社 アレフ

恵庭事務所（SDGs推進部）
〒061-1421 北海道恵庭市牧場241-2
TEL（0123）39-5800

本　社
〒003-8515 札幌市白石区菊水6条3丁目1-26
TEL（011）823-8301（代表）

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