

以上

DYNAC

取り組み1:初期教育の充実

DYNAC

ノロウイルスによる食中毒事故(疑い)



パパミラノ新宿三井ビル店

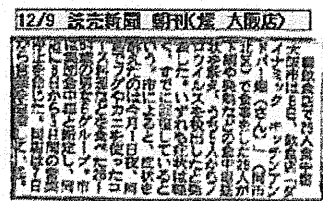
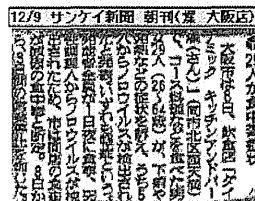
発症年月日:平成22年1月16日～17日
 発症者数:37名 症状:下痢、嘔吐など
 営業停止処分:平成22年1月21日～1月24日(4日間)
 原因食品:当該施設が提供した食事

燦大阪店

発症年月日:平成21年12月3日～5日
 発症者数:29名 症状:下痢、嘔吐など
 営業停止処分:平成21年12月8日～12月10日(3日間)
 原因食品:当該施設が提供した食事

ローズ&クラウン新宿NS店

発症年月日:平成22年12月14日
 発症者数:11名 症状:下痢、嘔吐など
 営業停止処分:平成22年12月24日
 ～12月29日(6日間)
 原因食品:当該施設が提供した食事



手洗い

手洗い

「食品衛生は、手洗いにはじまり、手洗いに終わる」と言われ、手洗いには最新の注意を払わなければなりません。

洗って

- ① 流水を手ですすいでぬるす
- ② 石けん液を適量手の平に塗りたくる
- ③ 手の平と手の平をこすり合わせるようにこすり合わせる
- ④ 手の平をもう一方の手の手背でもこすり合わせる(両手)
- ⑤ 親指をこすり合わせる(親指)
- ⑥ 指をこすり合わせる(指)
- ⑦ 手の平と手の平をこすり合わせる(両手)
- ⑧ 親指は親指を手の平でこすり合わせる(両手)
- ⑨ 必要に応じてひづりをして指先を洗う
- ⑩ 流水ですすいで乾かす

こども30秒以上

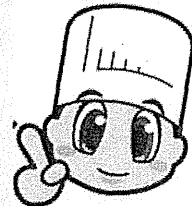
2回手洗いの実施

- ① 作業開始時
- ② トイレ使用・清掃後
- ③ 排泄物・おう吐物の処理後
- ④ 二枚貝処理後 等

「洗って」を2回くり返した後、ペーパータオルでよく水気を拭き取って、アルコール消毒を行ってください。

手洗いのポイント

- ① 普段洗わない箇所を中心に洗う
『て』『つ』『お』に注意！
- ② 水分を拭き取ってから
アルコールする
ストレート＞ロック
- ③ アルコール後は十分にもみこむ
かけるだけじゃダメ！



毎月1日は、『衛生の日』

衛生行動の意識をUPさせることが目的です。

1 衛生重点課題

ノロウイルスの感染予防と食中毒防止!

※食品取扱者は、必ず手洗いを徹底してください。手洗いは、流水ですすいでぬるす、石けん液を適量手の平に塗りたくる、手の平と手の平をこすり合わせるようにこすり合わせる、手の平をもう一方の手の手背でもこすり合わせる(両手)、親指をこすり合わせる(親指)、指をこすり合わせる(指)、手の平と手の平をこすり合わせる(両手)、親指は親指を手の平でこすり合わせる(両手)の手洗い方法で行ってください。

項目	担当者	実施状況

※食品取扱者は、必ず手洗いを徹底してください。手洗いは、流水ですすいでぬるす、石けん液を適量手の平に塗りたくる、手の平と手の平をこすり合わせるようにこすり合わせる、手の平をもう一方の手の手背でもこすり合わせる(両手)、親指をこすり合わせる(親指)、指をこすり合わせる(指)、手の平と手の平をこすり合わせる(両手)、親指は親指を手の平でこすり合わせる(両手)の手洗い方法で行ってください。

2 品質管理手帳【マニュアル】

ダイナック
品質管理手帳

業種 _____

店名 / 入社年月日 _____

職种 _____

氏名 _____

管理項目	管理状況

3 ダイナック eラーニング



毎月
違う問題
がでま
す!

品質管理クイズ スタート

毎月11日は、「Good Company」の日

従業員が、法律・社会的規範等を犯して、社会から非難され信用失墜等の事案を絶対に発生させないための特別な活動の日

◆部署長は、必ず、自分の言葉で、全従業員に対し、朝礼・夕礼等で指導を実施

◆合言葉 = 「しない」「させない」「見逃さない」

- ①飲酒運転
- ②セクハラ・パワハラ
- ③未成年者の飲酒・喫煙
- ④社会人としてのモラル

Good Company

お客様のニーズに基づいて最高品質の商品とサービスを提供し豊かで楽しいコミュニケーションを食を通じて実現することで食文化の発展に寄与し、潤いある社会づくりに貢献し社会から信頼され支持され発展し続ける企業を目指す

DYNAC

株式会社ダイナック
コンプライアンス委員会

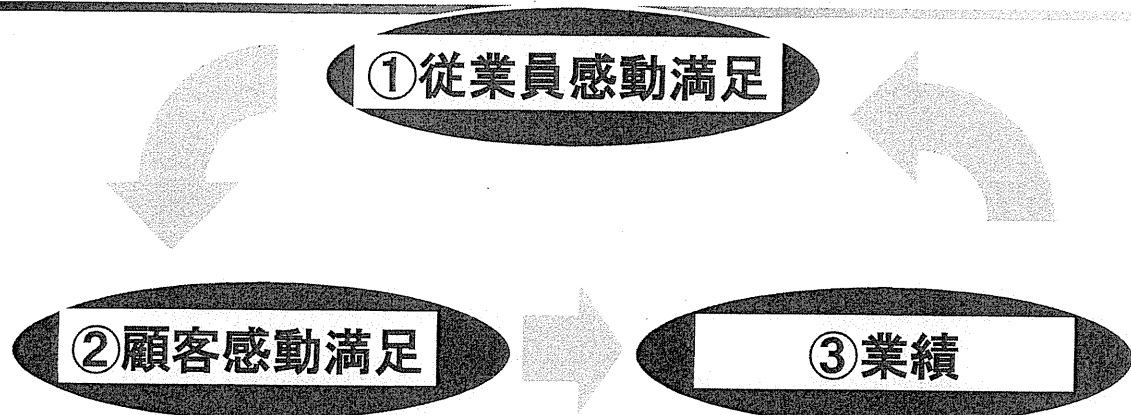
◆あなたとの約束—③安全管理

- 1、非常口・避難階段はどこに
- 2、避難階段は物が置かれてお
- 3、避難経路を把握できている
- 4、ガスの元栓の位置・閉め方
- 5、消火器の設置場所・使い方
- 6、タバコの吸殻は、水を入れ
- 7、アルペットの使用本数・設
- 8、ボンベ・バーナーの在庫・
- 9、近場の労災病院の電話番号・場所を把握しているか。
- 10、救急箱の保管場所を知っているか。

毎月29日は、『安全の日』

万が一の事態を招かない為に、安全に対する意識付けを行う。

万が一の事態が起こってしまっても迅速な対応が出来るよう確認する。



サービスプロフィットチェーン

EIS(Employee Impressive Satisfaction)=従業員感動満足 なくして

CIS(Customer Impressive Satisfaction)=顧客感動満足 なし

風通しのよいコミュニケーションのある風土づくりが最初の第一歩

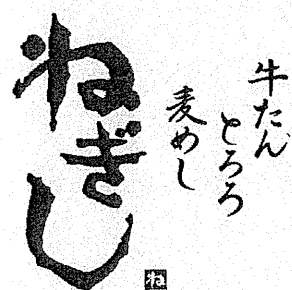
33

参考 新人のアルバイトが辞めなくなる理由

- ・ スタッフ同士の間人間関係が悪い。
- ・ 仕事 を教えてもらえず、
歓迎 されていないのではと不安になる。
- ・ 労働 環境が悪い。
- ・ 人手 不足でシフトが辛い。
- ・ 頑張っても評価 が得られない。

34

働く仲間の幸せ (人の成長・100年企業)



株式会社ねぎしフードサービス

2016.3

会社概要

●牛たん・とろろ・麦めし **ねぎし**

店舗数	37店舗	2015.12月現在
売上高	56億4千万円	(2014年度)
来客数	425万人	(2014年度)
社員数 : 正社員(パートナー)	123名	(内、外国人社員4名)
: アルバイト(A/Fパートナー)	1264名	2015年12月現在
アルバイト比率	91.1%	
外国人アルバイト比率	21.1%	

会社沿革

1970年～1980年

現在の(株)ねぎしフードサービスを起業し、多業態の飲食店を茨城県、福島県、宮城県の3県にまたがる広範囲に20店舗出店する【多業態・広範囲の狩猟型経営】

1981年

「牛たん・とろろ・麦めし ねぎし」の1号店を新宿に出店し、【同一業態・同一地域での農耕型経営】に変え、ドミナント戦略により、東京都内に集中出店する3県に出店していた他の業態店舗を順次、閉店する

1991年

事務所を仙台市より、東京新宿へ移転

1995年

経営指針書を学ぶ。東京中小企業家同友会新宿支部に入会し、以後毎年策定する

2001年9月

国内BSE発生、売上半減、牛たん以外の商品を開発し、発売

現在の定番メニューである牛・豚・鶏肉のメニュー開発により、独自の業態を創る。

2003年12月

米国でBSE発生。輸入全面禁止、牛たん仕入れ価格4～5倍に高騰

2005年3月

日本経営品質賞への勉強と取組を始める

2013年4月

新セントラルキッチン移転

現在、「ねぎし」を36店舗、「コパンコパン」1店舗を直営にて経営

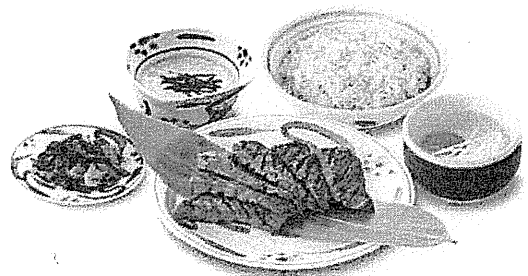
—受賞歴—

2005年6月	農林水産省食料局長賞新業態開発部門受賞
2009年度	東京都新宿区経営優秀賞 受賞
2009年度	日本経営品質賞経営革新奨励賞 受賞
2010年度	日本経営品質賞経営革新推進賞 受賞
2011年度	日本経営品質賞 受賞
2012年度	農林水産省農林水産大臣賞受賞 新業態人材開発部門
2013年11月	「日本の人事部」JHR Award2013 企業人事部門 優秀賞受賞
2013年度	東京都新宿区ワーク・ライフ・バランス優良推進企業表彰 アイディア賞受賞
2015年度	東京都中小企業技能人材育成大賞知事賞 奨励賞受賞

牛たんを食事スタイルで提供



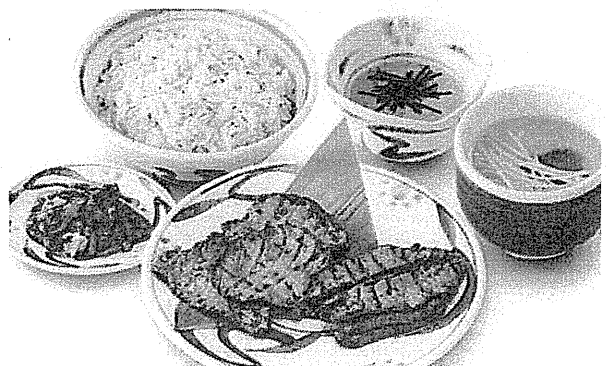
白たん薄切 ねぎしセット(創業以来の味)



白たん厚切 しろたんセット



赤たん うす切 がんこちゃんセット



ねぎし&がんこちゃんミックスセット

店舗紹介



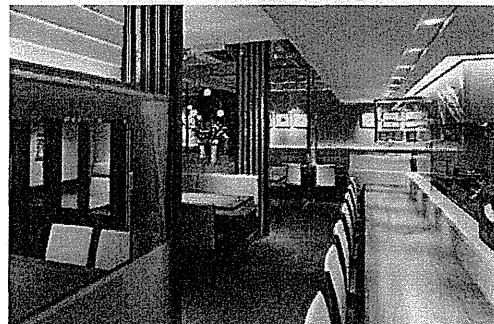
ねぎし 東京駅八重洲店



ねぎし 池袋東口店



ねぎし 新宿高島屋タイムスクエア店



ねぎし 銀座並木通り店

ねぎし精神

経営理念

お客さまにおいしさを
 お客さまにまごころを
 ねぎしはお客さまのためにある
 そして
 お客さまの喜びを自分の喜びとして
 親切と奉仕に努める

共にの誓い

- 共に学び、共に築き、共に進もう。そして、共に幸せになろう。
- 一、 ねぎしは価値ある人生のために仕事を通して世の中のお役に立ち、その仕事を通して自分を磨き高め、共に成長していくことのできる職場環境を育みます。
- 一、 親切自覚人間（気づき、理念に沿った行動ができる人）として、自ら考え・行動できる力を発揮し、自分の成長につなげます。

ねぎしの思い（経営の目的）

働く仲間の幸せ

（人の成長・100年企業）

「働く仲間の幸せ」と「顧客満足」を通して、
 地域・社会、ビジネスパートナーから高い評価を受け、
 永続的に業績も抜群に優れている
100年企業を目指します。

日本のとろろ文化に貢献する

日本古来の食文化である「とろろ」と「麦めし」のおいしさを広め、
 伝承していくことを通して、
 「日本のとろろ文化」と日本の農業に貢献します。

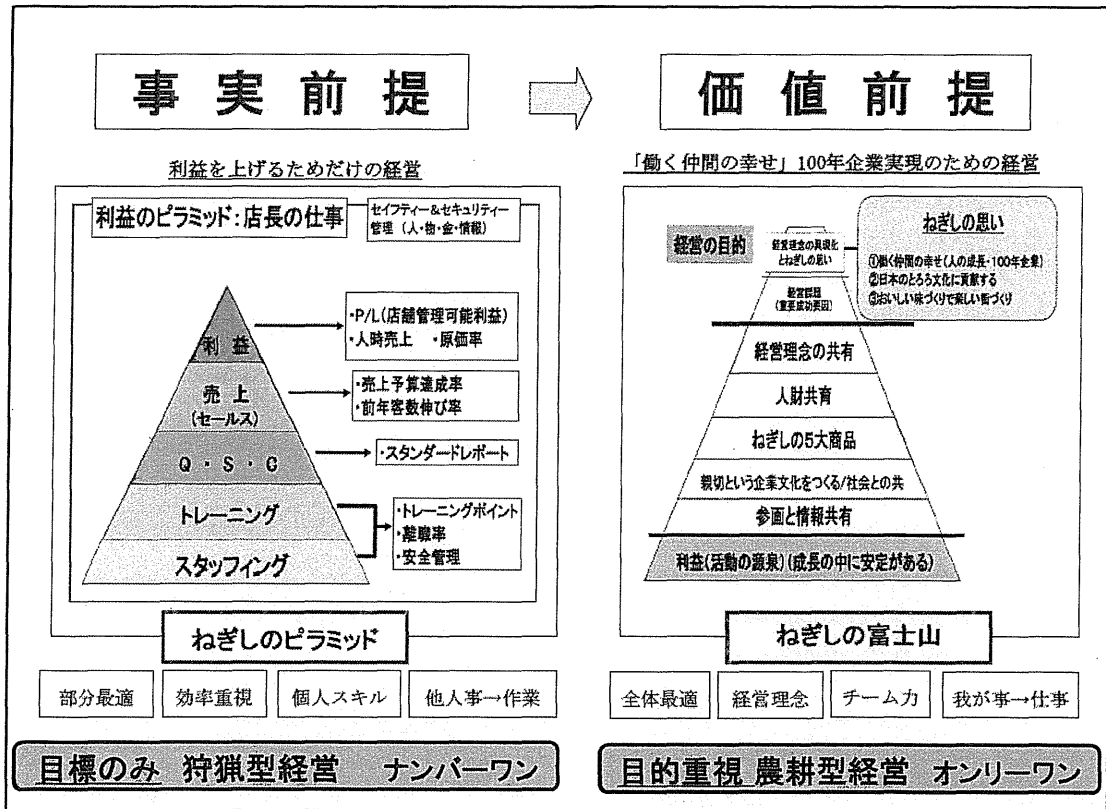
おいしい味づくりで 楽しい街づくり

【牛たん・とろろ・麦めしなら「ねぎし！」】と認めて頂けるねぎしの独自性のある健康的な商品を提供する事で、「地域や街にねぎしがあって良かった」と思われる店でありたい。
 ひいては、楽しい街づくりにつながり、地域社会と共生します。

— 親切という企業文化をつくる —
 今日の親切が明日のねぎしをつくる

— 人材共育型企業 —
 ねぎしと共に楽しく成長できる自由闊達な風土をつくる

ねぎしの考え方(目的と目標・どんな組織にしたいのか)



100年企業への理念共有と人財共育PDCA

経営理念

お客さまにおいしさを
お客さまにまごころを
ねぎしはお客さまのためにある
そして
お客さまの喜びを自分の喜びとして
親切と奉仕に努める

思い8割:
スキル2割

ねぎしの思い

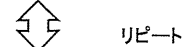
(経営の目的)

- ① **働く仲間の幸せ**
(人の成長・100年企業)
- ② **日本のとろろ文化に貢献する**
(とろろと表めしの食文化を広め、伝承する)
- ③ **おいしい味づくりで楽しい街づくり**
(ねぎしがこの街にあってよかったと思われること)

仕事の目的

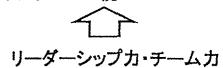
お客様の喜びと満足を得ることである

私たちの給与はお客さまから頂いています
給与はお客さまの喜びと満足料です



5大商品を高いレベルで提供する

(スタンダードの統一とトレーニング)



人財共育のPDCA(自分を磨き高め成長する)
(クレンリネスコンテスト・改革改善ケーススタディ...)

ねぎしの5大商品

《 Q・S・C&H・A を高いレベルで提供する 》

Quality 味 (おいしさ・品質・スピード)

Service 笑顔・元気 NHK(ニコニコ・ハキハキ・キビキビ)

機能的サービス

Cleanliness 清潔 (常に磨かれた状態・整理整頓)

&

Hospitality 親切 気づき (目配り・気配り・心配り)

情緒的サービス

Atmosphere 楽しさ (活気のある快適な空間・心地よさ)

100年企業の実現

親切という企業文化をつくる



気づき (目配り・気配り・心配り)



お客様アンケートを徹底的に活用
(お客様の声を取り入れていく)

経営理念の共有・共感

「親切」=気づき(目配り・気配り・心配り)

お客様の喜び(満足・感動)

親切賞受賞

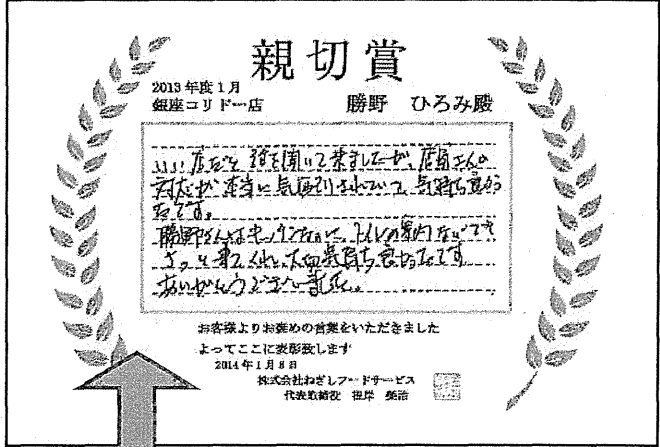
働く仲間の幸せ

働きがいのある職場環境づくり 常設アンケートの活用(親切賞)

会社名 **ねぎし** 店舗名 **銀座コリドー店**
ご来店日 **11月28日 土曜日 14時頃** 2名様
お名前 **ねぎし ねぎし** 年齢 **34** 性別 **男** 職種 **パート**
来店目的 **お買い物** 来店時間 **14時頃** 来店店舗 **銀座コリドー店**
来店時のお客さまへの対応について **◎** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
お料理の味や温度等について **◎** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
お料理のご提供時間について **◎** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
ご来店時のご案内、お会計時の対応について ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
元氣と笑顔がより初見のよい対応でしたか? ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
店内の清潔さについて ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
気配りや親切を感じる接客対応でしたか? ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
店内の雰囲気について ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
ご来店頻度 (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
① 1年に1~2回 ② 1年に3~6回 ③ 毎月1回
④ 月2~3回 ⑤ 毎月1回以上 その他()
またご来店いただけますか? **(◎)** (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
他によくお薦めされるお店を教えてください

お名前 **ねぎし ねぎし** 年齢 **34** 性別 **男** 職種 **パート**
来店目的 **お買い物** 来店時間 **14時頃** 来店店舗 **銀座コリドー店**
来店時のお客さまへの対応について **◎** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
お料理の味や温度等について **◎** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
お料理のご提供時間について **◎** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
ご来店時のご案内、お会計時の対応について ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
元氣と笑顔がより初見のよい対応でしたか? ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
店内の清潔さについて ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
気配りや親切を感じる接客対応でしたか? ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
店内の雰囲気について ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
ご来店頻度 (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
① 1年に1~2回 ② 1年に3~6回 ③ 毎月1回
④ 月2~3回 ⑤ 毎月1回以上 その他()
またご来店いただけますか? **(◎)** (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
他によくお薦めされるお店を教えてください

お名前 **ねぎし ねぎし** 年齢 **34** 性別 **男** 職種 **パート**
来店目的 **お買い物** 来店時間 **14時頃** 来店店舗 **銀座コリドー店**
来店時のお客さまへの対応について **◎** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
お料理の味や温度等について **◎** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
お料理のご提供時間について **◎** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
ご来店時のご案内、お会計時の対応について ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
元氣と笑顔がより初見のよい対応でしたか? ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
店内の清潔さについて ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
気配りや親切を感じる接客対応でしたか? ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
店内の雰囲気について ****** (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
ご来店頻度 (◎) (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
① 1年に1~2回 ② 1年に3~6回 ③ 毎月1回
④ 月2~3回 ⑤ 毎月1回以上 その他()
またご来店いただけますか? **(◎)** (○) (△) (□) (×) (×) (×) (×) (×)
他によくお薦めされるお店を教えてください

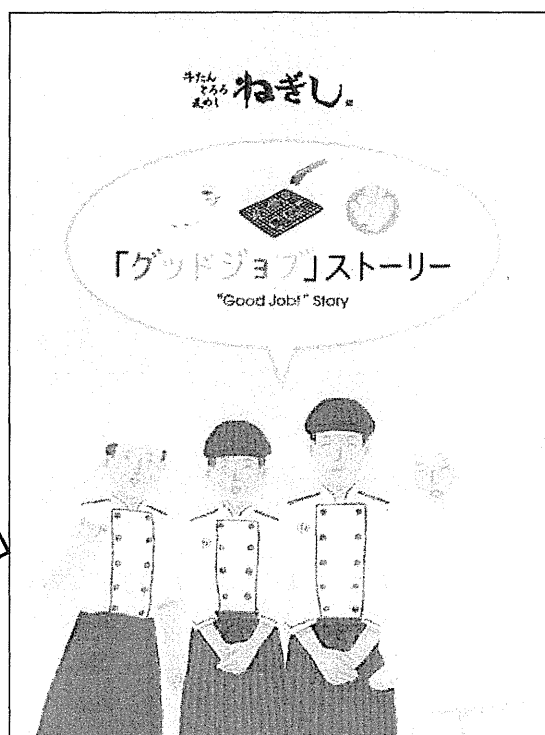


「常設アンケートハガキ」
月間1700通以上回収
親切賞 400名表彰

親切賞は 全体会議や店舗の朝夕礼にて表彰



アンケートハガキの活用方法



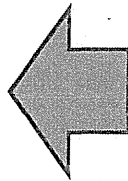
ナイスコメント集として全店に 配布、朝・夕礼で読み上げ

「心優しい気遣いに感動！」

降矢 樹

食後に薬を飲む際に、こちらがお願いをする前に気付いて下さりお水を持って来て下さいました。心優しい気遣いに感動でした。ありがとうございました！すばらしい！また来ます！

12.09 新宿114ビル店 20代女性



美大 **ねぎし** ご利用店名 サブナード店

ご利用日 2014年12月9日 曜日 / 3時頃 2名様

お直しがりの商品名 (お直し) (お直し) (お直し) (お直し) (お直し)

(お直し) (お直し) (お直し) (お直し) (お直し)

それぞれの印をお付けください	大満足	満足	普通	不満	大不満
お料理の味や温度等について	**	*	○	△	×
お料理のご提供時間について	**	*	○	△	×
ご来店時のご案内、お会計時の対応について	**	*	○	△	×
元気と笑顔があり感じの良い対応でしたか	**	*	○	△	×
店内の雰囲気、清潔さ等全体的な満足度は	**	*	○	△	×

ご来店頻度 (初めて) (1年に1回) (1年に2~6回) (月1回) (月2~3回) (週1回以上) (その他)

またご来店いただけますか (はい) (いいえ)

他に良くお食事されるお店を教えてください (イブイブ)

本朝聞いていたスタッフをご記入ください(ホール・キッチン) **川村 賢**

■ご意見・ご要望・お気づきの点などがございましたらお聞かせください

こちらの薬を届けてくれたお水サービスは素晴らしい。サービス大満足 私も全席禁煙で有難度11です。BGMのJAZZも良いです。男将の川村さんもサービスが良かったです。

ご協力ありがとうございました。今後ともよろしくお願いいたします。ご意見・ご感想は info@negishi.co.jp

半期ごとに表彰

2014年度上期 第10回親切大賞表彰

ベストコメント賞

順位	店名	氏名
1位	池袋東急ハンズ前店 (※新宿月光ビル前店)	橋山 雄英さん
2位	池袋東口店	皆 さま
3位	新宿高島屋店	野原 真子さん

最優秀接客賞

順位	店名	氏名
1位	銀座並木通り店	丹羽 有紀さん
2位	池袋東急ハンズ前店	吉岡 智代さん
3位	吉祥寺サンロード店	本村 魚介さん

親切さんベストコメント賞

順位	店名	氏名
1位	新宿エルタワー店	長瀬 麻穂子さん
2位	新宿114ビル店	芳 義明さん
3位	高田原駅前店	田中 沙樹さん

笑顔店舗賞

順位	店名	満足度
1位	銀座並木通り店	96.3%
2位	五反田西口店	94.1%
3位	池袋3丁目店	93.41%
4位	新宿高島屋店	93.3%
5位	新宿月光ビル店	93.3%

ゲームワーク賞

順位	店名	親切賞1年率
1位	池袋東急ハンズ前店	69.4%
2位	池袋公園通り店	57.3%
3位	新宿高島屋店	55.8%
4位	池袋の水辺	49.8%
5位	青山通り店	49.0%

2014年度下期 第11回親切大賞表彰

ベストコメント賞

順位	店名	氏名
1位	銀座並木通り店	丹羽 有紀さん
2位	中野店	中野 優子さん
3位	池袋東急ハンズ前店	橋本 真子さん

年間最優秀賞

順位	店名	氏名
1位	銀座並木通り店	丹羽 有紀さん
2位	池袋東急ハンズ前店	橋本 真子さん
3位	池袋東急ハンズ前店	吉岡 智代さん

親切さんベストコメント賞

店名	氏名
横浜西口バルナード店	大野 真直さん
上野駅前B1店	山田 拓哉さん
サポートオフィス	原川 優子さん

笑顔店舗賞

順位	店名	満足度
1位	五反田西口店	96.50%
2位	池袋東急ハンズ前店	95.80%
3位	新宿サブナード店	93.41%
4位	横浜西口バルナード店	93.35%
5位	銀座並木通り店	92.90%

チームワーク賞

順位	店名	親切賞1年率
1位	池袋公園通り店	60.60%
2位	吉祥寺サンロード店	54.90%
3位	吉祥寺駅前店	53.00%
4位	五反田西口店	52.00%
5位	銀座並木通り店	51.12%

常設アンケートの活用(満足度相対評価)

常設アンケートハガキの活用

ねぎし。 UENO 3153店

ご来店日 12月11日 30曜日 11:45時頃 3名様

お取り上げの食品名 焼肉・たんとう・ねぎし・がんこちゃん・ブラック・豚コース焼・豚骨辛焼・鶏シューシュー焼・和風シュー・ハンバーグ・ハーフミックス・その他()

お肉の焼き加減はいかがでしたか? (ちょうど良い)・生焼け・焼きすぎ

それぞれ〇印をお付けください

お料理の味や温度等について	😊	😊	😊	😊	😊
お料理のご提供時間について	😊	😊	😊	😊	😊
ご来店時のご案内、お会計時の対応について	😊	😊	😊	😊	😊
元気と笑顔が感じのよい対応でしたか?	😊	😊	😊	😊	😊
店内の清潔さについて	😊	😊	😊	😊	😊
気配りや親切を感じる接客対応でしたか?	😊	😊	😊	😊	😊
店内の雰囲気について	😊	😊	😊	😊	😊

ご来店頻度 () 初め () 1年に1-2回 () 1年に3-6回 () 月1回 () 月2-3回 () 週1回以上 () その他 ()

また ご来店いただけますか? () はい () いいえ

他によくお食事されるお店を教えてください ねぎし

本日働いていたスタッフの名前をご記入ください () キッチン () 調理 () 接客 () 清掃 ()

■ご意見・ご要望などがございましたらお聞かせください。
☑でのご意見・ご感想は info@negishi.co.jp

2回目のねぎしでした。店内は清潔感があり、子供用の椅子・テーブルが有り、1歳の娘と弟の食事でも安心して食べさせてあげました!! 美味しかったし自由な感じがいいですね。子供が喜びました。と喜んでくれました。80%のねぎしを頂くのが変わりました。また来たいです。どうもお食事を楽しんで良かったです。ありがとうございます。

ご記入いただいた個人情報はお客様のお問い合わせに活用させていただきます。そのほか、お客様の個人情報はプライバシーに配慮し適切に管理いたします。

ねぎしの5大商品を5段階評価で集計

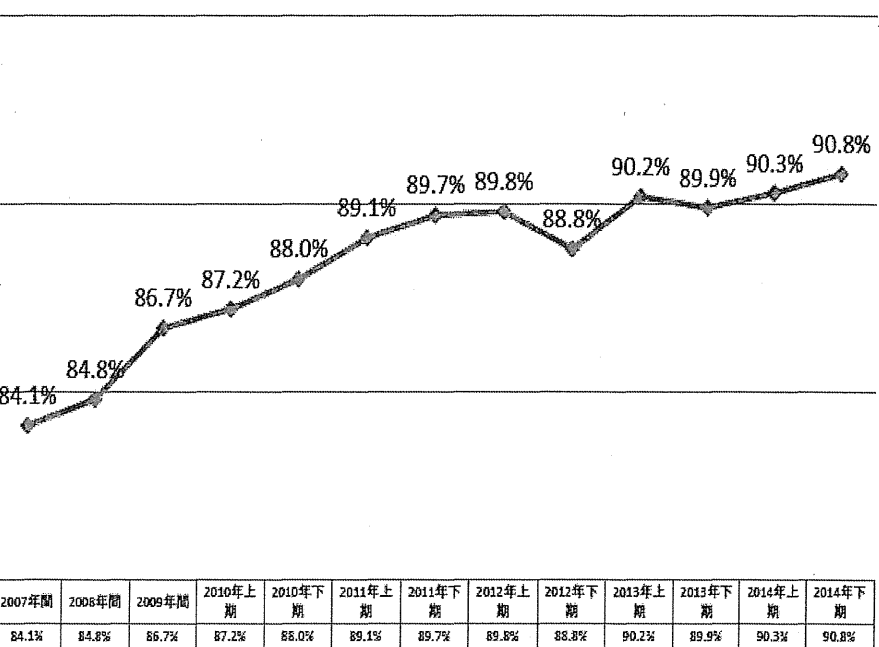
店舗別満足度一覧を公表(相対評価)

満足度は店長、社員、A/Fパートナー問わず絶対評価に反映(目標満足度90%以上)

2015年11月 常設アンケート集計項目ランキング

店舗名	集計数	お料理の味や温度等について	お料理の提供時間について	ご来店時のご案内、お会計時の対応について	元気と笑顔が感じのよい対応でしたか?	店内の清潔さについて	気配りや親切を感じる接客対応でしたか?	店内の雰囲気について	総合								
エルタワー	52	92.2%	26位	94.1%	15位	90.2%	16位	86.3%	25位	90.2%	23位	86.3%	24位	84.3%	28位	89.08%	24位
114ビル	23	100.0%	1位	90.5%	23位	95.2%	5位	85.7%	26位	95.2%	11位	90.5%	19位	90.5%	21位	92.52%	13位
菊水ビル	43	92.5															
月光荘ビル	32	96.5															
京王フレンチ新宿3丁目	42	95.2															
サブナード	32	90.6	5.0%														
コリドー	28	92.5															
八重洲	43	88.4															
道玄坂	98	96.5															
高田馬場駅前	58	93.6															
上野駅前	25	91.7															
池袋東急ハズ前	75	97.2															
吉祥寺サンロード	53	94.2															
秋葉原	18	94.9	90.0%														
靖国通り	28	96.2															
公園通り	58	96.6															
お茶の水	30	96.4															
錦糸町	72	82.5															
中野	30	96.6															
神田駅前	36	87.5															
吉祥寺駅前	46	93.2															
池袋東口	112	97.8	5.0%														
有楽町	54	92.5															
青山通り	52	100.0															
銀座並木通り	61	93.3															
新宿タカシマヤ	69	94.1															
UENO3153	52	88.2															
赤坂見附	34	100.0															
上野B1	32	100.0															
渋谷3丁目店	42	95.0	80.0%														
五反田西口店	13	83.3															
横浜西口バルナード	77	90.6															
横浜ジョイナス店	153	95.4															
原宿店	70	97.1%	7位	98.5%	4位	94.0%	7位	94.1%	6位	98.5%	3位	98.5%	2位	95.6%	7位	96.63%	2位
全店平均		94.1%		93.5%		89.8%		90.5%		91.9%		90.1%		91.0%		91.6%	

常設アンケート総合満足度推移



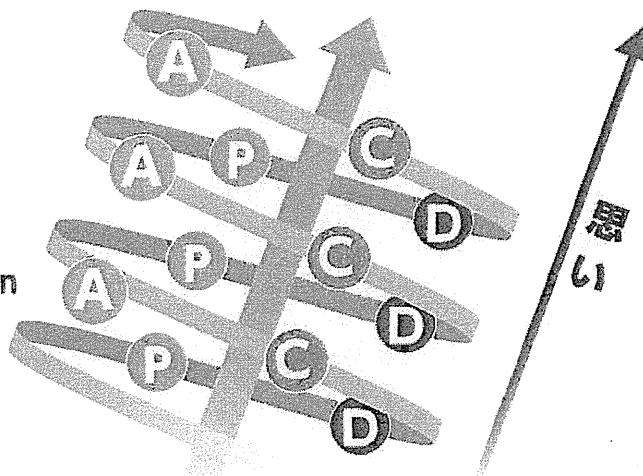
理念共有・人財共育PDCAスパイラル

P Plan
仮説・計画

D Do
実行

C Communication
対話・検証

A Action
改善・学習



親切自律人間をつくる

「思い」は経験することで深まる

おいしい味づくりで楽しい街づくり



ご清聴ありがとうございました。株式会社ねぎしフードサービス

食を通じて地域を創る。

株式会社ノースコーポレーション

代表取締役 北 康信

株式会社ノースコーポレーション

経営理念

～食を通じて人を幸せにするCOMPANY～

- ▶ 代 表 北 康信 43歳
- ▶ 所 在 地 さいたま市浦和区仲町1-5-15
- ▶ 設 立 1995年6月22日
- ▶ 事業内容 イタリア料理店（4店舗）
- ▶ 従業員数 社員22名 アルバイト24名

north
corporation

(株)ノースコーポレーション 沿革

年号	会社の出来事
1995年	株式会社ノースコーポレーション設立
1997年	パール・トラットリア ディアボラ オープン
2004年	トラットリア アズーリ オープン
2008年	1986年イタリア専門料理の老舗 レストランテ ベネチアを買収（移転準備中）
2010年	酒販免許取得
2012年	酒類販売業 通信販売免許 取得
2013年	パール・トラットリア ディアボラ大宮店 オープン
2014年	埼玉S級グルメトラットリア アズーリ 埼玉県より認定 中小企業団体中央会 ものづくり補助金 対象事業者に採択 CSRチャレンジ認定企業 さいたま市より認定
2015年	伊勢丹浦和店レストラン街に アズーリ・クラシコ オープン
2016年	埼玉S級グルメ アズーリ・クラシコ 埼玉県より認定

経営者として根底にあるもの

水商売と蔑まれたくない

企業の生存率

- | | | |
|--------------------------|----------------|----------|
| ▶ 地域の方から、尊敬される店になる。 | ▶ 10年の生存率6% | 6/100社 |
| ▶ 知識・技術においてプロフェッショナルである。 | ▶ 20年の生存率0.3% | 3/1000社 |
| | ▶ 30年の生存率0.02% | 2/10000社 |

老舗になる

社会から必要とされる企業になる。
社会から必要とされる人間になる。



社会に対してどれだけ汗をかけるか。
社会貢献が仕事への「やりがい」に繋がる。



アズーリ 武蔵浦和店



アズーリ・クラシコ 伊勢丹浦和店



ディアボラ 大宮店



ディアボラ 浦和店

(株)ノースコーポレーション

人財の特徴

- 社員 22名
- 社員平均年齢 27.7歳
- 平均勤続年数 8年
- 新卒新入社員の比率 64%

社歴5年目までの社員14名中9名が新卒新入社員

- 調理師免許取得者 18名
- 日本ソムリエ協会認定ソムリエ 5名
- 埼玉県出身者 86%

フェルナン ポワン シェフの言葉

「若者よ故郷へ帰れ。
その町の市場に行き、
その町の人のために料理を作れ」

1933年～ ミシュラン3ツ星を取り続ける
「ラ・ピラミッド」のオーナーシェフ
トロワグロ、ポール・ボキューズ、
アラン・シャペル など多数のスターシェフを輩出
辻静雄氏も、フェルナン ポワンの弟子

ワインとチーズの消費量 日本一

総務省 家計調査より

平成20～22 年平均	ワイン				チーズ			
	金額		数量：ml		金額		数量：g	
	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量
	全国	2,441	全国	2,025	全国	3,912	全国	2,417
1	東京都区部	6,518	さいたま市	4,631	東京都区部	5,538	さいたま市	3,191
2	さいたま市	4,649	東京都区部	4,131	さいたま市	5,480	東京都区部	3,127
3	横浜市	4,400	横浜市	3,986	川崎市	5,161	川崎市	3,089
4	甲府市	3,897	盛岡市	3,858	横浜市	5,148	千葉市	3,061
5	仙台市	3,802	千葉市	3,558	仙台市	5,004	横浜市	3,042
6	盛岡市	3,793	甲府市	3,373	千葉市	4,894	札幌市	3,005
7	川崎市	3,669	金沢市	3,038	札幌市	4,758	仙台市	2,918
8	奈良市	3,577	山形市	3,024	長野市	4,640	長野市	2,912
9	札幌市	3,560	秋田市	3,004	福島市	4,497	福島市	2,850
10	神戸市	3,224	札幌市	2,943	盛岡市	4,423	盛岡市	2,763

パスタの購入量 日本一

総務省 家計調査より

埼玉とパスタ長ーい関係



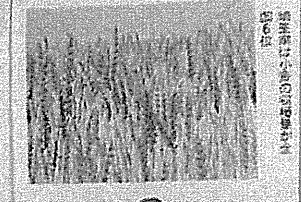
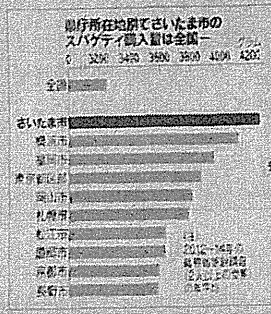
埼玉県といえばパスタというイメージを持つ人は少ないのではないだろうか。しかし、世間では、埼玉県はスパゲティの購入額と購入量が全国トップクラス。その理由も探ってみた。

総務省の家計調査によると2017年～18年の2人以上世帯のスパゲティの年間購入額は県庁所在地別でさいたま市が1番だった。年間購入額は1000円と各都道府県を制している。消費での支出は抑えているため、1食100円とすると1週間あたり10食で年間消費額は1万円前後の計額だ。全国では東京府が2位にトップを誇ったものの、1日50円と食費は低い。

「安価なロードサイドのイタリア料理チェーンが多いことが理由である」との理由を挙げるのは「埼玉の産物」などの書籍がある埼玉産のライオン・谷村昌幸さんだ。産地に依る特産品を求めていると、たとえば「川原産地」といった地産のイタリア料理チェーンが点在している。さいたま市でも埼玉産の野菜を求めている。めいめい手配を得意としてパスタを食する習慣が根付いており、自宅で消費も多いと見られる。

もう一つ考えられるのは小麦文化との関わり。うどんといえば川原のイメージが強いが、実は埼玉のうどん生産量は香川に次いで全国2位。埼玉は今も昔も全国有数の小麦の産地で、「朝ま

「多い購入量」小麦文化と外食でなじみ



もっと知りた

家計調査を見ると、さいたま市はファミリーや zeroesの購入額や支出額でも上位にランキングする。スパゲティの購入額が多いのは、食の自由度が高いことも理由にあるのかもしれない。

2018年の埼玉県産の小麦の収穫量は全国1位。熊谷市や草花市、和田市など北東部を中心に生産されている。自給自足の身振りには驚くくらいに誇りにしているといわれる「さあめ」のような品種だ。

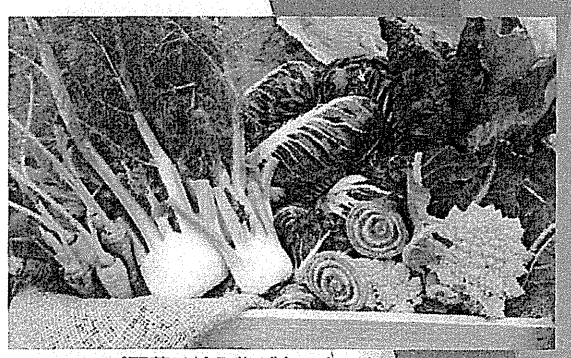
調査テーマを掲載します。お問い合わせは theobu@nra.nikkei.co.jpまで

なんでも調査団

「もったいなくない」

ワイン・パスタ・チーズの消費量が日本一ならさいたまは日本一イタリアンなまちである。
(市内にもイタリア料理店200件)

- 市内レストランシェフの声
 - 「地産地消するなら、特徴のある野菜を使いたい」
 - 「ヨーロッパの野菜が手に入らない、輸入品は鮮度が低くて高価」
- 市内生産者の声
 - 「高収益の期待できる野菜に挑戦したい」
 - 「自分たちで作物の値段を決めたい」
- トキタ種苗
 - 「日本向けに品種改良したイタリア野菜を普及させたい」



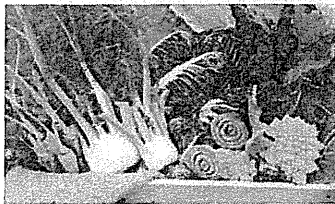
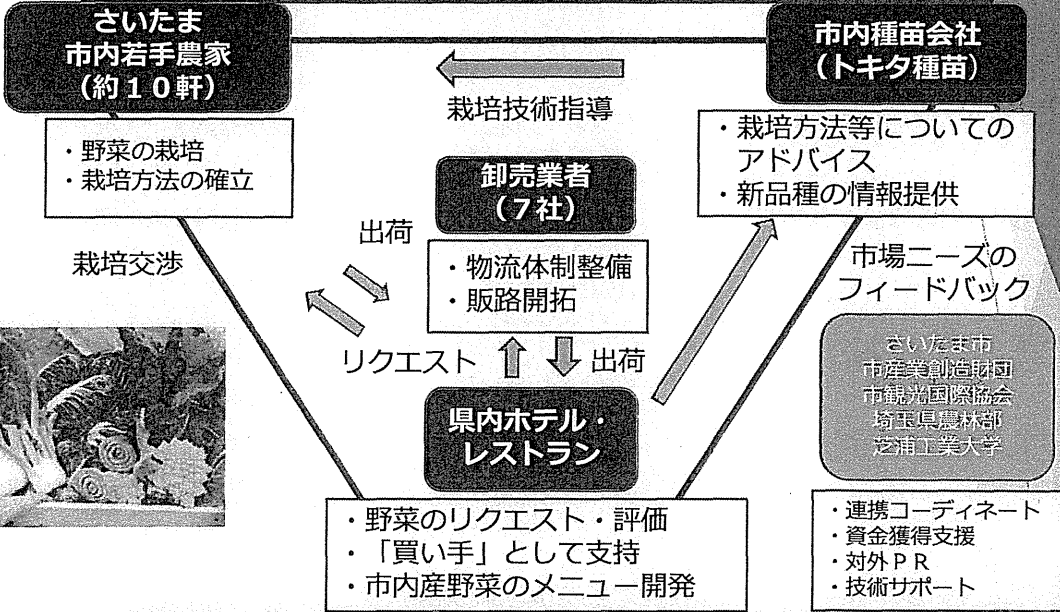
ヨーロッパ野菜は輸入物が主であった。

SAITAMA EUROPEAN VEGETABLES さいたまヨーロッパ野菜研究会を設立

活動の詳細はFacebookページ「さいたまヨーロッパ野菜研究会」でご覧いただけます。



SAITAMA EUROPEAN VEGETABLES **さいたまヨーロッパ野菜研究会**



ゴールイメージ

- 市場ニーズに基づいた、新たな特産農産物の創出
- 地産地消のアピールによる市内農業・商業双方のブランドイメージ向上