

All for our Customers and Employees

コロワイドグループ 統合報告書 2025

COLOWIDE REPORT

編集方針

「コロワイドグループ統合報告書2025」は、国内外の株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様に、当社グループの中長期的な企業価値向上に向けた取り組みを、財務・非財務の両面からお伝えすることでより深くご理解頂き、今後の当社グループの持続的な成長と発展に寄与するための対話のきっかけになることを目的として発行しています。また当社ウェブサイトでは、より詳細な情報を掲載しておりますので、そちらも併せてご参照下さい。



企業情報

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



IR関連情報

<https://www.colowide.co.jp/ir/>



サステナビリティ関連情報

<https://www.colowide.co.jp/sustainability/>

報告対象組織

(株)コロワイド及びコロワイドグループ

報告対象期間

2024年4月1日～2025年3月31日
(一部に前後の活動内容等を含みます)

参考にしたガイドラインなど

- 国際統合報告評議会(IIRC)
「Integrated Reporting(IR)」
- 経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」
- GRI(Global Reporting Initiative)「GRI
サステナビリティ・レポートینگ・スタンダード」

将来情報に関する留意事項

本報告書にて開示されているデータや将来予測は、本報告書作成時点での判断や入手可能な情報に基づくもので、種々の要因により変化することがあり、これらの目標や予想の達成、及び将来の業績を保証するものではありません。またこれらの情報は、今後予告なしに変更されることがあります。



株式会社コロワイド

〒220-8112

神奈川県横浜市西区みなとみらい2-2-1

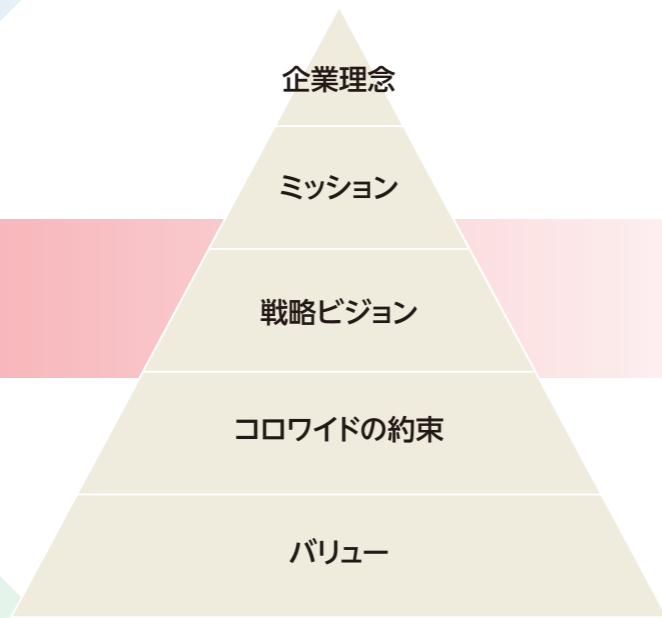
ランドマークタワー 12F



企業理念

すべては、お客様と社員のために

私達コロワイドグループは、「すべては、お客様と社員のために」を企業理念とし、居酒屋からレストラン、デザート、給食へと事業のフィールドを広げ、企業価値の向上に取り組んできました。これからも、お客様、社員、地域社会、そして株主をはじめとするステークホルダーの皆様と対話しながら、独自のビジネスモデルをひたむきに追求していきます。



ミッション(使命)

お客様に「楽しかった、美味しかった」と喜ばれる仕事をする事で、社員の幸福を達成すると同時に、「食」を通して社会に貢献する

コロワイドグループの世界中のお店では、年間2億人以上のお客様が時を過ごしています。このすべてのお客様とすべての社員に幸せな時間を提供することが私達の使命です。

戦略ビジョン(あるべき姿)

外食日本一企業の実現、そしてグローバル外食企業へ

コロワイドグループでは、独自のマーチャндаイジング戦略に基づく安全・安心な食材の提供によって、お客様への提供価値の最大化を追求しています。商品の研究開発から食材の調達、製造、そして物流までを一貫して管理しており、グループシナジーの創出と業態ごとに差別化された商品の提供を実現しています。また北米、アジア、中東、オーストラリアにおいて「牛角」「大戸屋ごはん処」「しゃぶしゃぶ温野菜」「かつぱ寿司」を中心として409の店舗網を有しており、海外事業の拡大を推進しています。

コロワイドの約束

- 私達は、お客様に「楽しかった、美味しかった」と喜ばれる仕事をします
- 私達は、成長・繁栄のために全力を尽くします
- 私達は、社員の幸福と生活向上に努力します
- 私達は、創意工夫と人の和をもって前進します
- 私達は、仕事を通して社会に奉仕します

バリュー(行動指針)

モットー

- 一、笑顔で仕事をしよう
- 一、テキパキと仕事をしよう
- 一、清潔な仕事をしよう
- 一、真心を込めた仕事をしよう

COLOWIDE(コロワイド)の社名に込められた意味



- CO - 勇気(Courage)
- LO - 愛(Love)
- WI - 知恵(Wisdom)
- DE - 決断(Decision)

4つのファクターを一つに

コロワイドの社名は、人が生きていく上で大切な4つのファクターを一つにまとめたものです。従業員一人一人がこの4つの大切な精神を常に心に刻み、未来にチャレンジしていく強い意志と勇気が込められた社名です。

CONTENTS

価値創造ストーリー

- コロワイドの企業理念.....1
- コロワイドグループの歴史.....3
- コロワイドグループの主要ブランド・主なグループ会社.....5
- 社長メッセージ.....7
- 価値創造モデル.....13
- コロワイドグループの強み.....15

成長戦略

- COLOWIDE Vision 2030.....17
- 事業戦略
 - 国内外食事業(レイズインターナショナル・大戸屋ホールディングス).....21
 - 国内外食事業(カップ・クワイート・アトム).....23
 - 国内外食事業(コロワイドダイニング・フレッシュネス).....25
 - 海外外食事業.....27
 - 給食事業・デザート事業.....29

サステナビリティ

- 人的資本への取り組み.....31
- コロワイドのサステナビリティ経営.....37
- 地球環境への貢献.....38
- 食の安全・安心の提供.....40
- 地域・社会への貢献.....40

ガバナンス

- 取締役紹介.....41
- 社外取締役メッセージ.....43
- 各事業会社 社長一覧.....45
- コーポレート・ガバナンス.....47
- リスクマネジメント.....49
- コンプライアンス.....50
- データ・会社情報
 - 主要財務・非財務データ.....51
 - 会社情報.....53

コロワイドグループの歴史

私達コロワイドグループの歴史は、逗子市に開店した1軒の居酒屋から始まりました。それから48年、私達の事業はレストランやデザート、給食にも広がり、事業のフィールドも日本から世界へと広がりました。

創業

1977年～

炉ばた焼「手作り居酒屋 甘太郎」を逗子に開店

1977年、創業者の蔵人金男(現・当社代表取締役会長)が神奈川県逗子市に開店した炉ばた焼業態の「手作り居酒屋 甘太郎」が当社グループの創業となります。

「甘太郎」という名前は、1963年の会社設立時から逗子で運営していた甘味処の名物「甘太郎焼き」が由来となっています。「甘太郎焼き」は通常の今川焼の2～3倍の大きさで、中にはアンコがたっぷり入っており、逗子を訪れる海水浴客や地元市民の皆様にとても人気がありました。

創業の「手作り居酒屋 甘太郎」は28坪。当初は全額借金からの船出でしたが、若者をターゲットにしたお店はメニューの評判も良く、連日満員の大盛況となりました。このお店の成功により当社グループの長い歴史が幕を開けました。



手作り居酒屋 甘太郎(画像は桜木町店)

成長

1981年～

多店舗展開から多業態ドミナント戦略へ

1981年に「手作り居酒屋 甘太郎 大船1号店」を開店しました。1986年には町田1号店を出店し東京に初進出。多店舗展開を進めます。その後も商品の差別化や当時始まりつつあった居酒屋ブームの機も捉えて、次々と店舗を展開しました。そして1987年に新業態「日本料理 三間堂」を海老名市に開店、1992年には新業態「ダイニングカラオケ デイ・トリッパー」を開店するなど、多業態ドミナント戦略へ向けて新業態の開発を進めました。

1994年～

マーチャンダイジング戦略の本格稼働

1994年10月に逗子の食品加工工場を閉鎖し、鎌倉市に400坪の鎌倉キッチン配送センターを新設。

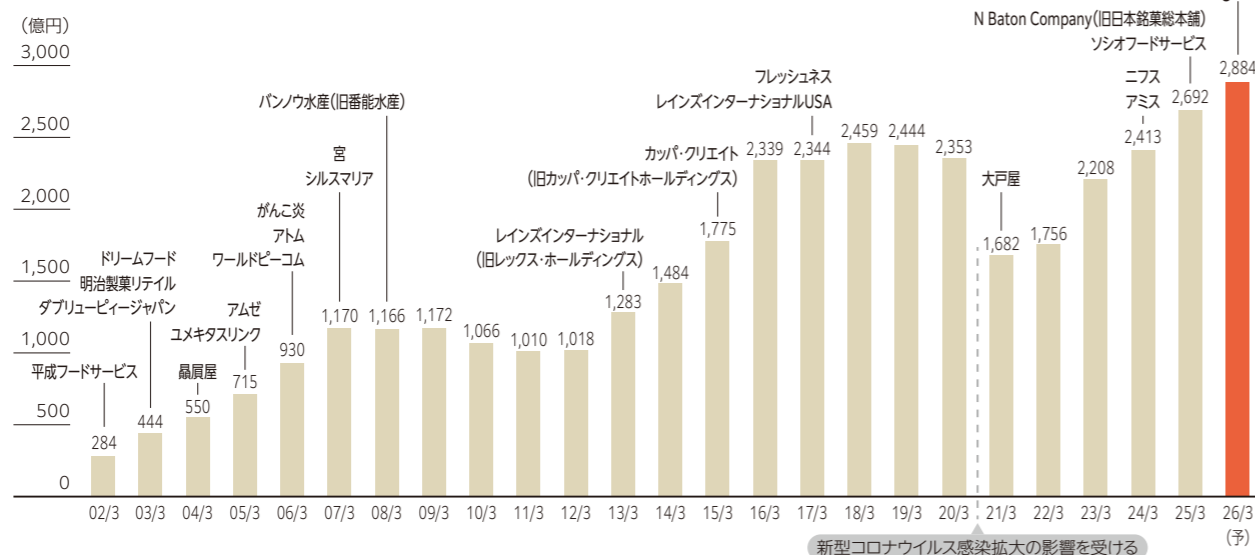
「自分達で作って、自分達で運んで、自分達で売る」という当社グループのマーチャンダイジング戦略が本格的に始まりました。

1999年～

株式店頭公開

1999年10月に株式を店頭公開(現ジャスダック)、2000年10月には東京証券取引所市場第二部に上場しました。

●これまでのM&A・売上収益推移



発展

2002年～

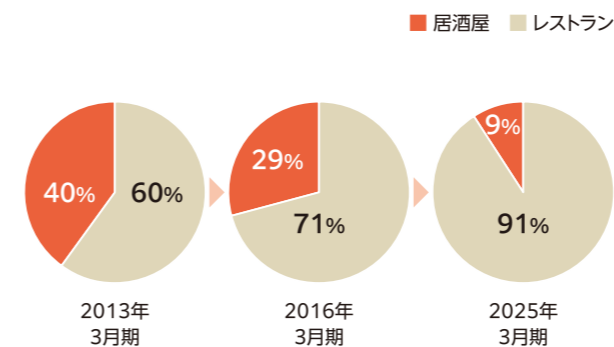
M&A戦略・そして祖業の居酒屋からレストランへ

2002年1月、居酒屋「北海道」などを展開する(株)平成フードサービスを連結子会社化。当社グループのM&A戦略が始まりました。そしてM&A成立に合わせて本社を横浜市に移転。同年9月には株式を東京証券取引所市場第一部に上場しました。

その後「外食日本一企業の実現」を長期ビジョンとしていた当社グループは、より市場規模の大きいレストラン業態の拡大に軸足を移します。2005年に「にぎりの徳兵衛」などを展開する(株)アトム、2012年に「牛角」「しゃぶしゃぶ温野菜」などを展開する(株)レックス・ホールディングス(現(株)レイズインターナショナル)、2014年に「かっぱ寿司」のカッパ・クリエイトホールディングス(現カッパ・クリエイト(株))、2016年に「フレッシュネスバーガー」の(株)フレッシュネス、2020年に「大戸屋ごはん処」の(株)大戸屋ホールディングスなどを続々と連結子会社化し、レストラン業態の構成比を飛躍的に高めると同時に、多業態ドミナント戦略とマーチャンダイジング戦略のシナジーを創出しました。

※(株)フレッシュネスは(株)レイズインターナショナルが連結子会社化しています。

●居酒屋・レストランの店舗数比率



2006年～

デザート事業の拡充、海外外食事業と給食事業の拡大へ

2006年10月、生チョコレート発祥の(株)シルスマリアを連結子会社化。2024年4月には「チーズガーデン」や「クリオロ」を展開する(株)日本銘菓総本舗(現(株)N Baton Company)を連結子会社化し、デザート事業の拡充を進めました。

海外外食事業では、2010年の香港現地法人COLOWIDE ASIA CO.,LTD.設立を皮切りに展開を進めており、2016年12月にはREINS INTERNATIONAL(USA) CO.,LTD.*1を子会社化。2024年には経済成長が見込まれる中東への進出に向けて、REINS PALACE MIDDLE EAST SPV LTD.を設立。同年11月に中東第1号店をアラブ首長国連邦(UAE)に出店しました。そして2025年6月、プレミアムステーキハウス「6 HEAD」などを運営するSeagrass Holdco Pty Ltd.*2の全株式を取得しオーストラリアへ進出しました。

給食事業は2019年12月に本格参入しました。2024年には(株)ニフスやソシオフードサービス(株)など*3を連結子会社化し、2025年4月より(株)ニフスを中心とする体制を構築しています。

このようにして当社グループは国内の外食事業を基盤としつつ、それ以外の成長余地が高い市場へ本格的に進出してきました。

※1 REINS INTERNATIONAL(USA)CO.,LTD.は(株)レイズインターナショナルが連結子会社化しています。
 ※2 Seagrass Holdco Pty Ltd.は(株)コロワイドMDが連結子会社化しています。
 ※3 (株)ニフス、ソシオフードサービス(株)などは(株)コロワイドMDが連結子会社化しています。



6 HEAD(Sydney)

コロワイドグループの主要ブランド

詳しくは各ブランドのHP、
またはこちらをご参照下さい。
<https://www.colowide.co.jp/brand/>



当社グループの多業態ドミナント戦略は、これらのコアブランドを中心に構成されています。
各ブランドが生み出す高い商品力は、当社グループの給食事業などのメニューにも活かされています。

焼肉	回転寿司	定食
 本格焼肉 カルビ大将 しゃぶしゃぶ ステーキ 	 徳兵衛 NIGIRI NO TOKUBE 回転寿司 ハンバーガー FRESHNESS BURGER	 ごはん処 定食 とんかつ
居酒屋・酒場		
 手作り居酒屋 甘太郎 AMATARO イタリア料理 La Pausa ラバウザ PASTA & PIZZA ITALIAN RESTAURANT	 うまいものいっぱい いろはのほろ 3・6・5 酒場 焼きビールと熟練餃子 カリフォルニア料理 WOLFGANG PUCK	 北の味紀行と地酒 北海道 ビアレストラン Beer Thirty ビアレストラン Beer Thirty
カフェ	デザート	
 なぎさ橋珈琲 NAGISA BASHI CAFE カフェ 小さな森珈琲 CHISANA MORI COFFEE your living room.	 SILSMARIA CHEESE GARDEN デザート pure coco TOKYO	 CRIOLLO Qualité et Simplicité

●数字で見るコロワイドグループ(2025年3月末現在)

●売上収益	2,692 億円	●利益	93 億円	●店舗数	2,586 店舗
国内外食事業	2,242 億円	●事業利益	185 億円	直営	1,424 店舗
海外外食事業	328 億円	●EBITDA	185 億円	FC	1,162 店舗
給食事業	122 億円				

主なグループ会社

詳しくは各社HP、
またはこちらをご参照下さい。
<https://www.colowide.co.jp/corpo/group.html>



1977年の創業から48年。シナジーを伴うM&Aを中心に事業拡大を続け、
2025年3月末時点で当社グループの会社数は62社になりました。

外食事業		
 REINS international inc. 株式会社レイズインターナショナル ブランド 「牛角」「しゃぶしゃぶ温泉野菜」等	 株式会社コロワイドダイニング Colowide Dining Co., Ltd. ブランド 「手作り居酒屋甘太郎」「ラバウザ」等	 株式会社アトム ATOM CORPORATION ブランド 「ステーキ宮」「にぎりの徳兵衛」等
 カッパ・クリエイト株式会社 ブランド 「かっぱ寿司」等	 ちゃん、すこやか。 株式会社大戸屋ホールディングス ブランド 「大戸屋ごはん処」等	 FRESHNESS FRESHNESS CO., Ltd 株式会社フレッシュネス ブランド 「FRESHNESS BURGER」等
Beer Thirty		
 WOLFGANG PUCK 株式会社ダブルユーピージャパン ブランド 「ウルフギャング・バック カフェ」等	 株式会社Beer Thirty ブランド 「Beer Thirty」「朝陽閣」等	
給食事業		
 NIFS 株式会社ニフス	 COOK SERVICE 株式会社クックサービス	 Heartfull Dining 株式会社ハートフルダイニング
デザート事業		
 SILSMARIA 株式会社シルスマリア ブランド 「シルスマリア」	 KURAYA 株式会社庫や ブランド 「チーズガーデン」等	 CRIOLLO Qualité et Simplicité エコール・クリオロ株式会社 ブランド 「クリオロ」
マーチャンダイジング全般		特例子会社
 株式会社コロワイドMD	 株式会社ジャパンフレッシュ	 株式会社ココット

●給食事業	519 拠点	●工場数	10 工場 (セントラルキッチン2工場含む)	●年間ご来店客数	2 億人以上
病院施設	82 拠点	●グループ会社数	62 社	●従業員数	約 56,000 名 (パート・アルバイト含む)
介護施設	315 拠点				
事業所	81 拠点				
その他	41 拠点				



「すべては、お客様と社員のために」
との企業理念のもと、
一人でも多くのお客様に
「楽しかった、美味しかった」と
喜んで頂ける取り組みを進めます。

代表取締役社長 野尻 公平

中期経営計画 「COLOWIDE Vision 2030」の 目標は射程圏内に

コロワイドグループの長期ビジョンは、「外食日本一企業の実現、そしてグローバル外食企業へ」であり、これに向け社員一丸となって取り組んでいます。

2023年5月、私達は中期経営計画「COLOWIDE Vision 2030」を策定しました。国内外食事業を事業基盤としつつも、市場の拡大が見込まれる海外外食事業と給食事業の成長を通じて、中長期的な企業価値の向上を目指すという内容であり、“2030年3月期に連結売上収益5,000億円を達成する”という目標を掲げています。

その中期経営計画の策定から2年が経過しました。私達は現在、国内外食事業、海外外食事業、そして給食事業を3つの柱として着実な成長を続けています。前期(2025年3月期)においては、これらの成長戦略が確かな手応えとして数字に表れはじめており、掲げている売上収益目標5,000億円の達成が、遅くもなく、早くもなく、着実なペースで射程圏内に入ってきたと私達は実感しています。

中期経営計画の達成に向けた セグメント別の進捗

一番目の柱である国内外食事業は、前期の売上収益が2,242億円となり、中期経営計画で目標としている2,500億円に迫る水準となりました。当期(2026年3月期)はすでに2,400億円の着地を予定していますので2030年3月期までの目標達成は確実であり、目標を更にも上回る成長を図っていきたくと考えています。

二番目の柱である海外外食事業は、前期の売上収益が328億円となりました。当期の売上収益は6月にオーストラリアでM&Aを行った効果もあり510億円の着地を予定しています。そして残りの4年間で既存エリアの新規出店や新たなM&Aを組み合わせ、1,500億円の目標を達成する計画です。

三番目の柱である給食事業は、前期の売上収益が122億円となりました。今後は自社グループの持つ経営資源を活かした成長を進め、その後はM&Aを活用し1,000億円の目標を達成する計画です。給食事業というのは契約でまとめられた様々な事業所や施設を、一括でM&Aすることができますから、売上収益1,000億円は問題なく達成できると考えています。

中期経営計画の目標達成に向けた、M&A戦略の考え方

私達が中期経営計画の目標を達成する上でM&Aは欠かせない要素となっています。前期はファイナンスにより317億円をM&A待機資金として調達しました。これにレバレッジをかけて買収していくわけですから、現在私達には約1,000億円程度のM&Aへの資金余力があるという認識です。その上で、フリーキャッシュフローの薄い相手には、私達がファイナンスで調達した自己資金を主に使い、フリーキャッシュフローが厚い相手にはデッドファイナンスを主に使います。このように投資回収をしっかりと管理することでM&Aを着実に進めていきたいと考えています。

2002年以降、私達は積極的なM&Aを中心に成長しグループ連結の売上収益は2002年から約10倍に増加しました。当初は、経営難に陥った会社を再浮上させるような、

いわゆる再生型の案件が多かったのですが、現在は優良企業のM&Aも行っており、今まで以上のスピード感を持って事業規模の拡大を図っていきたいと考えています。

2025年3月期の業績振り返り

前期については、まずインフレが進みました。食材の高騰だけではなく、国から要請のあった賃上げの影響もあり人件費も大幅に高騰しました。上場企業の多くが6%の賃上げに応じたわけですが、日本経済が長く続いたデフレからインフレに移行してから約3年が経過しましたが、その中でも最も強くインフレの影響を受けた年だったと実感しています。またインバウンド需要の増加もあり、トップラインが非常に伸びた一年でもありました。これらの影響は私達だけではなく国内のサービス産業全般にも共通することだと思います。私達は期初の計画でトップライン

を伸ばすことに主眼に置いていたため、第2四半期にテレビCM等の仕掛けによりトップラインを上げることに成功しました。しかしながら費やした広告宣伝費や販売促進費ほどのリターンは得られず、コストの上昇や増資等に伴う一過性費用の影響もあり、期初に立てた売上収益目標を57億円上回りながらも増収減益という結果となりました。

関税問題や地政学的リスクが及ぼす影響

トランプ政権による関税問題や、その他の地政学的リスクが及ぼす影響についてよくご質問を頂きます。これについては「景気の悪化」と「為替の影響」、この二つが考えられますが、現時点で私達のような内需系企業への影響は軽微だと考えています。もちろん景気悪化が長引けばその煽りを食らうわけですが、私達のビジネスで使用する原材料の多くは輸入品であるため、為替変動が高円に振れば調達活動には有利に働きます。またカルロズ米をはじめとする農産品の輸入枠拡大も、私達にとってはメリットの方が大きいと考えています。

海外外食事業における地政学的リスクはゼロではありません。国家間の対立による紛争に直接的に巻き込まれれば、事業活動は停止し営業どころではありません。現時点で私達は当然のことながらそのリスクが低い地域へ進出しています。中東エリアもUAEやサウジアラビアなら現時点でリスクは低いので問題はないという認識です。

海外外食事業の更なる拡大へ

現時点(2025年6月末)で海外店舗数は409店舗までに拡大しました。前期は中東エリア、当期はオーストラリアという形で出店エリアも着実に広がっています。私達が今後も海外で事業を拡大できている理由は大きく二つあります。一つはその「マーケットとしての魅力」にあります。同じメニューで比較するとその理由がわかりやすいのですが、例えば大戸屋の定番メニューの「チキンかあさん煮定食」は、日本国内では937円(税別)で販売しています。これがニューヨークの大戸屋のメニューでは「Kaasan Ni Set」として24ドル(税別)、日本円に換算すると約3,500円(2025年6月末時点の為替レート)で販売できています。私達日本人の感覚では非常に高く感じる販売価格ですが、アメリカの所得水準はその分上って

いるため、現地では問題なく販売できているということですから、当然、向こうでもインフレによるコストの増加もあり、人件費も高額です。しかし、適正な収益構造によって販売価格を設定できるためそれを吸収することが可能となっています。

そしてもう一つは、国内外食市場での競争によって鍛えられた「企業体質」です。1977年の創業以来、私達は「安全安心で、美味しく、そして安いもの」を提供することを消費者から当たり前のように求められてきました。時には過度にも思えるようなその要求は長く続いたデフレの要因の一つでもあるのですが、ただそのニーズに答えることによって、私達はコスト競争力や生産性などを磨くことができました。そのようにして勝ち残ってきたからこそ、適正な単価設定ができる海外市場での競争にも、私達は太刀打ちできるものだと考えています。増してや私達がお客様に提供しているのは、海外でも人気が高い「日本の食」なのでその思いはなおさらです。このようなことから、2030年3月期に海外外食事業で1,500億円の売上収益目標を達成することは確実であると考えています。

給食事業の成長戦略と課題感

私達の給食事業は事業所給食からスタートし、学生食堂、そして介護や病院などのヘルスケア給食へとその事業領域を広げてきました。現在はその中でも、高齢化社会の進行により需要が広がっているヘルスケア給食をメインターゲットとしています。給食事業における私達の優位性は、一つにはセントラルキッチンを中心としたマーチャンダイジング機能から生まれる「コスト競争力」にあります。これについてはグループシナジーを活かした商流の統合や、セントラルキッチンでのミールキット開発などを進め、更なる強化も図っています。二つ目は国内外食事業のブランド力を活かすことができることです。グループ各社が持つブランドとのコラボレーション企画も行っていますが、その中でもかつぱ寿司の「出張回転寿司」企画は、高齢者施設の入居者や施設職員の皆様に特に好評です。私達は創業以来「安全安心で、美味しく、そして安いもの」を提供するための競争を続けてきたわけですから、このように食事が楽しみになるような給食を提供できるという点も、他の給食事業会社と一線を画することができる優位性だと考えています。



給食事業において私達に課題があるとすれば、それは唯一「営業力」だと感じています。給食事業の規模を拡大する上では、多くの契約を獲得することが求められ、そのためには多くの営業担当者が必要となります。創業以来外食一筋で成長してきた私達にとっての営業とは、テレビCMや広告、またポスティングなどのいわゆる一般のお客様向けの「BtoC」の営業がメインでしたが、給食事業では、企業や学校、病院や介護施設などを顧客とした「BtoB」の営業になります。今までの営業とは少し勝手が異なる形となり、他の大手に比べると現時点では営業担当者が不足していると感じています。

その点については当期の組織再編による増員等で強化を図っていますが、今後の更なるM&Aでより一層の強化を図っていく考えです。給食会社にはその会社の生え抜きともいべき根っからの営業担当者があります。いわゆる給食事業における営業のプロフェッショナルであり、私達はM&Aをそのような形で活用し、課題対策を進めながら給食事業の拡大を着実に図っていく計画です。

人材戦略における多様性の尊重

日本国内における少子高齢化や労働力人口の減少に伴う人手不足への対応について、私達は「働く仲間の成長と多様性の尊重」というマテリアリティのもと様々な取り組みを進めています。中でも女性活躍の推進は中期的な目標として女性社員比率と女性管理職比率を、それぞれ2026年度までに30%以上にするという目標を掲げており、女性社員比率については新卒採用における女性比率の向上等により2年前倒しで目標を達成しています。

女性管理職比率は、ここ数年で向上しているものの、目標に対してはまだ届いていません。私達の業界は比較的女性が活躍しやすいのですが、まだまだロールモデルとなる社員が少ないことが課題です。そのため会社としても研修制度の整備等を進めて、しっかりとバックアップをしながら女性管理職比率の向上に向けて取り組みを進めています。

また私達は外国人雇用も重視してきました。元々私達の採用方針は性別のみならず、国籍にもとらわれていませんし、外国人雇用の促進は人手不足への対応という点だけではなく、その語学力を活かしたインバウンド需要への対応や、海外外食事業における貴重な戦力、異なる文化背景から生まれる新しいサービスの創出といった効果

も期待することができます。そのため外国籍社員の採用は継続的に進めており、2025年4月には新卒全体の35%を占める88名の外国籍社員を迎え入れました。更に外国籍社員の方が働きやすい職場環境の整備にも努め、多様な国籍を持つ社員が長く生き生きと働き続けられるよう支援を行っています。

定期的な進捗管理によるサステナビリティ推進

サステナビリティの推進は、特定した5つのマテリアリティに沿った活動の進捗管理が重要です。特に2030年度に2020年度比50%削減(原単位)を目標としているCO₂排出量の削減は重視しており、定期的に進捗を管理しています。その結果、2024年度までに2020年度比で29%削減し目標に対して順調に推移してきました。また私達の業界にとって、「食の安全・安心の提供」に関する取り組みは必要不可欠です。(株)コロワイドMDや(株)ジャパンフレッシュの各工場では高いレベルの食品安全マネジメント規格を取得しており、外食店舗や給食事業においても食品安全に関する認証取得が進みました。当期に至っては(株)ハートフルダイニングが給食事業会社として初となる「JFSマルチサイト」の認証も取得しています。更に「地域・社会への貢献」のマテリアリティに沿った「こども食堂」の運営受託については、その利用者数が延べ11万人を超えており、私達のサステナビリティの取り組みは社会の持続可能な発展を目指して着実に進められていると感じています。

数字管理と一体感の醸成による組織のマネジメント

M&Aを中心に事業規模を広げてきたことでグループ会社の数も増え、従業員数はパートさんやアルバイトさんを含むと56,000人ほどの方がグループ全体で働いています。時折、「これだけの規模の会社をどのように管理しているのですか?」というご質問を頂くことがありますが、やはりまずは業績とエンゲージメントの二つの「数字」です。それぞれのグループ会社を管理する上で、数字という共通言語は最もわかりやすくシンプルに結果を反映します。

そしてもう一つ私達が重視しているのが「一体感の醸成」です。私達の事業は外食チェーンや給食事業の受託で



あり、多くの社員が店舗や事業所、あるいは工場などの現場にいます。そのため私達は各グループ会社の社員が会社ごとに一堂に会する全体会議の場を重視しており、会社の目指す方向性や理念を中心とした話を定期的に伝えるようにしています。そうすることで全社員のベクトルを同じ方向に合わせ「一体感の醸成」を図る。それを継続的に行うことが大切な役割だと認識しています。

ステークホルダーの皆様、そしてお客様へ

私達が今後も事業拡大を進めていく過程においては、当然のことながら成長に向けた投資を行う必要があり、ファイナンス面では有利子負債が増える可能性も考えられます。その点についてご懸念をお持ちの方もいらっしゃると思いますが、私達は一つ一つの取引における投資回収の徹底や進捗管理ができる体制をしっかりと整えて参りました。また資本コストを意識した経営にも重きを置いており、「ROE8%以上」、「売上に対するEBITDA比率8%以上」、「Net Debt(ネットデッド)に対するEBITDA倍

率3倍以内」、「連結資本合計比率30%以上」という経営指標については、2028年3月期までにそれぞれの目標をすべて達成する見込みとなっています。そのような点からもステークホルダーの皆様には、中期経営計画の達成に向けた現状の私達の取り組み状況について、一定のご理解を頂いていると考えています。

最後に、常日頃からコロワイドグループの店舗や給食事業の施設をご利用頂いているお客様に対し、この場を借りて厚く御礼を申し上げます。私達が展開するブランドはそのすべてにおいて、「安全安心で、美味しく、そして安いもの」を提供するために日々改善を重ねており、コストパフォーマンスやサービスレベルを高めることに対して、社員一丸となって取り組んできました。

今後も私達は「すべては、お客様と社員のために」との企業理念のもと、すべての事業やブランドにおいてより一層のサービスレベルの向上を図り、一人でも多くのお客様に「楽しかった、美味しかった」と喜んで頂けるよう取り組みを加速して参ります。

引き続きご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

価値創造モデル

価値創造モデル ●

コロワイドグループは独自のビジネスモデルを追求し、企業価値の向上と、社会の持続的発展に貢献します。



コロワイドグループの強み

私達の事業の飛躍的な成長は、独自のマーチャダイジング戦略、多業態ドミナント戦略、グローバル戦略、そして積極的なM&Aによって支えられてきました。

これからも私達はそれぞれの強みを活かし、更なるシナジーを発揮しながら事業の拡大を図ります。

事業拡大の中心にある マーチャダイジング戦略

当社グループでは、独自のマーチャダイジング戦略に基づく安全・安心な食材の提供によって、お客様への提供価値の最大化を追求しています。

グループ全体のマーチャダイジング機能を支える(株)コロワイドMDでは、商品の研究開発から、食材の調達、製造、そして物流までを一貫して管理しています。グループ間に横串を入れた商品開発では、原料の歩留まりの向上により原価の低減を図ると同時に、業態ごとに差別化された商品の提供を実現し、多業態ドミナント戦略を展開する上で中心的な役割を担っています。



更なる事業の拡大と効率化のために

2022年10月にはコロワイドMD研究所を開設し、グループ各社の原材料の共通化や規格の統一、食材を起点とした歩留まりの向上を意識したメニュー開発、廃棄ロスの低減等を進めています。また食材配送拠点の集約や配送頻度の最適化も継続的に行う等、事業環境の変化に順応した取り組みを行っています。

セントラルキッチンの活用

全国に展開する各工場は、グループ全体のセントラルキッチンとして稼働し、各店舗の仕込みを軽減すると同時に、オリジナリティあふれる「独自の味」を提供できることが強みです。



(株)コロワイドMD
長浜セントラル
キッチン

私達を支える創業者の思い

(代表取締役社長 野尻 公平 談)「コロワイドグループ統合報告書2024」より

創業者の教え エピソード①

「三勝五敗の精神」

コロワイドの社風は自由闊達なものだと思います。(コロワイドに入社してから)一つ不思議に思ったことがあります。やったことに対して怒られることがなかったのです。何もしない、何も考えないことに対しては怒られましたが、自ら考えて実行したことが失敗しても創業者は怒りませんでした。後になってそのことについて尋ねると「いちいち失敗したぐらいで怒られるなら、仕事がつまらないだろう。三勝五敗ぐらいの気持ちでいいんだ」と言われ、心を打たれました。これは現在でも組織運営についての基本的な考え方の一つです。

創業者の教え エピソード②

「組織の一体感」

コロワイドは新卒採用や中途採用で入社された方、M&Aをしてグループに迎え入れた会社の方で組織が構成されています。コロワイドのプロパーだから、どこの会社の出身だからといった有利不利は一切ありません。会社に貢献する人は評価され、貢献しない人は評価されません。社員との関係はあくまで雇用契約で成り立っているだけのものです。ですからこれも創業者の教えですが、家族やパートナーよりも、もっとコミュニケーションを取らなければ同じ方向を向いてもらえません。そのためフェイスtoフェイスの全社員会議でメッセージを伝えることや、会社のイベントをいくつも行うことなどで、社員のエンゲージメントを高め組織としての一体感を醸成しています。

研究開発機能の強化

コロワイドMD研究所ではグループ一括で調達する“食材を起点とした各業態メニューの開発”を行い、コスト削減と顧客価値向上の両立を実現しています。



コロワイドMD研究所

持続可能な食材の調達

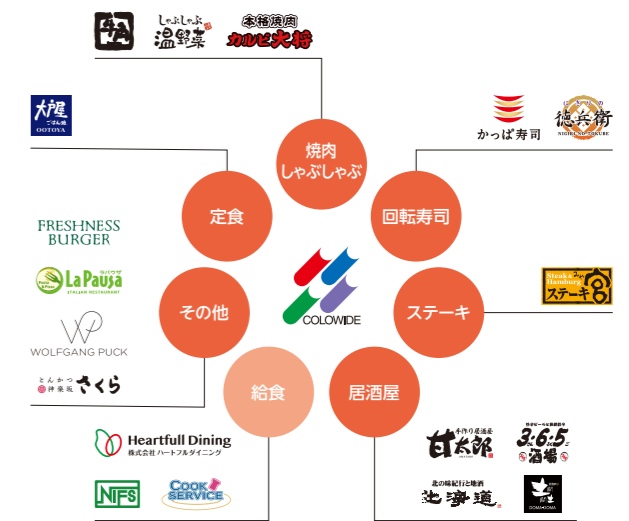
寿司業態では、陸上養殖魚の調達プランに基づいてメニュー化を推進。また出資先である農業生産法人(株)ベジフルファームとの連携強化により、機能的野菜の導入等も進めています。



農業生産法人(株)ベジフルファーム

多業態ドミナント戦略による効率的な出店とリスク分散

当社グループでは、焼肉、定食、回転寿司などのレストラン業態を中心に多数のブランドを展開しており、「今日は焼肉を食べたい」「和食を食べたい」「寿司を食べたい」とのカテゴリーに対するニーズを幅広く満たしています。多業態ドミナント戦略の特長として、一つの商圈の中において自社内での競争を起さずに複数の業態を出店することが可能となっています。またBSEや鳥インフルエンザのような特定食材に関する問題の発生時において、メイン使用食材の異なる複数ブランドを有していることで、グループ内でのリスクを分散することも可能となっています。



グローバル外食企業へ向けた様々な戦略

当社グループでは、北米やアジア諸国において「牛角」「大戸屋ごはん処」「しゃぶしゃぶ温野菜」「かっぱ寿司」を中心に展開しており、2024年11月には牛角がプロデュースする新たなフードコート専門店「GYU BOSS」をアラブ首長国連邦(UAE)に展開開始するなど海外事業の拡大を推進しています。

出店エリアの選定においては、北米やアジア諸国と

いった既存エリアでの新規出店に加え、経済成長の見込まれる国や地域を選択の上参入し、現地のマーケットと親和性の高い自社業態を展開しています。また当社グループの経験値が少ない地域では、現地の有力企業とのJV(ジョイントベンチャー)やフランチャイズによる出店を主軸として考えており、自社業態の展開以外にも、現地に有る有力なブランドを有する企業のM&Aも実施しています。

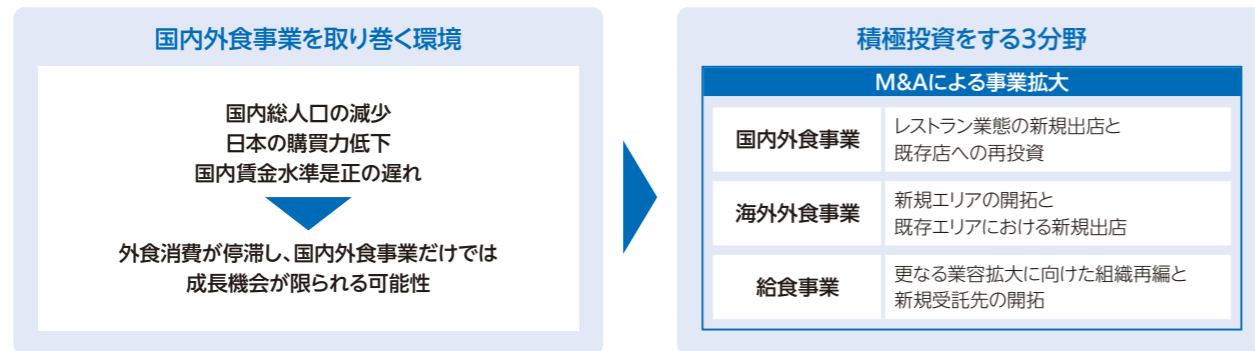
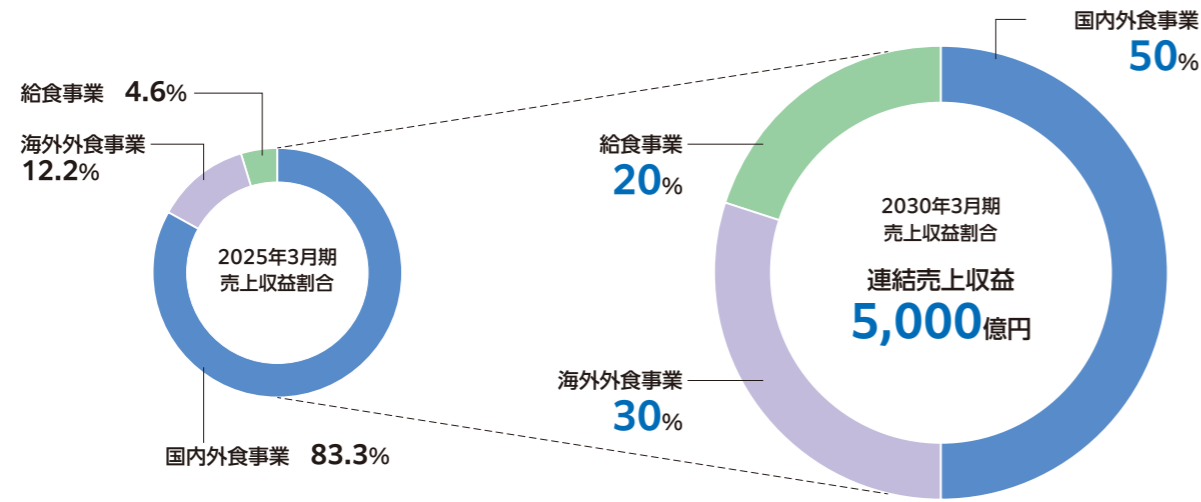


COLOWIDE Vision 2030

「外食日本一企業の実現、そしてグローバル外食企業へ」
当社グループの中期経営計画「COLOWIDE Vision 2030」の進捗をご説明します。

連結売上収益目標

国内外食事業を事業基盤としつつも、マーケットの拡大が見込まれる海外外食事業及び給食事業の成長を通じて、2030年3月期に連結売上収益5,000億円の達成を目指します。



国内外食事業

進捗 ①

●レストラン業態の新規出店

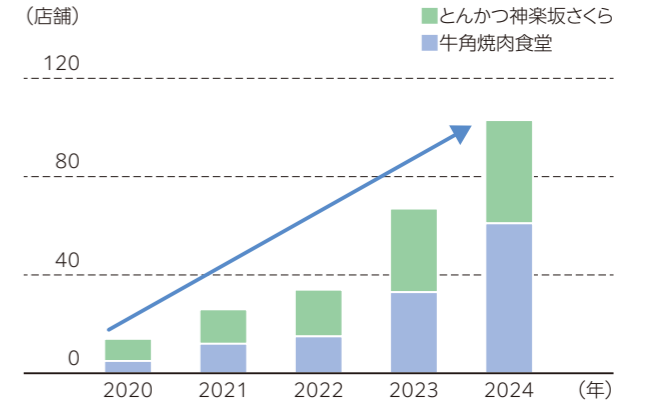
国内外食事業では、2025年3月期に直営店舗を新たに72店舗出店し、FC店舗を34店舗出店しました。この結果、2025年3月末時点の国内外食事業の直営店舗数は1,286店舗となり、FCを含めた国内外食事業の総店舗数は2,197店舗となりました。レストラン業態に関しては、郊外やロードサイド、ショッピングセンター内を中心に積極的に新規出店を進めており、「かっぱ寿司」においては、従来ロードサイドを中心に店舗してきましたが、人口動態の変化に対応するため、三大



都市圏の繁華街や駅前立地への新規出店を進めています。また出店を進めている「牛角焼肉食堂」は61店舗に、「とんかつ神楽坂さくら」は42店舗にそれぞれ拡大しています。



●牛角焼肉食堂・とんかつ神楽坂さくらの新規出店数推移



進捗 ②

●既存店への再投資

経年劣化した店舗の改装やリノベーション及び業態転換などを進め、25年3月期にはグループ全体で1,992百万円の再投資を実施しました。(株)アトムでは「地域におけるNo.1」を目指し、地域ブランドとしての認知向上や運営の効率化を狙い、焼肉業態の「がんこ炎」を「カルビ大将」に転換。カッパ・クワイエット(株)では入店時の自動案内システムや注文提供専用高速レーン、会計時のセルフレジなど、顧客の利便性向上と店舗の生産性向上に繋がる設備投資を進めています。

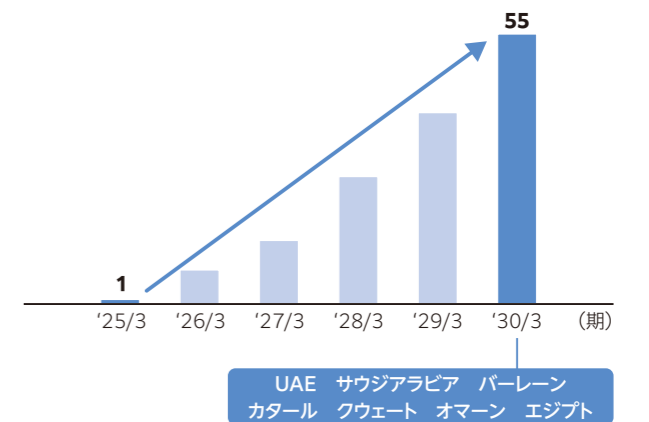


海外外食事業

進捗 ③

●新規エリアの開拓

経済成長が見込まれる中東エリアにおいて、2024年11月に牛角がプロデュースする新たなフードコート専門店「GYU BOSS」の第1号店をアラブ首長国連邦(UAE)に新規出店しました。この「GYU BOSS」の出店を足掛かりに、26年3月期以降に新規出店を加速し、焼肉・寿司等のレストラン事業を2030年3月期までに中東エリアにおいて55店舗体制とする事を目指しています。



進捗 4

●既存エリアにおける新規出店

既存エリアへの新規出店も継続して進めています。ASEANの牽引役であるインドネシアでは67店舗(牛角51、大戸屋12、かつぱ寿司4)へと拡大しました。更に2025年3月、海外回転寿司事業の拡大を視野にPT. Kappa Create Indonesiaを設立しています。

●出店状況(2025年6月末現在)



TOPICS

Seagrass Holdco Pty Ltd.を完全子会社化

2025年6月、オーストラリア及びUAEでステーキレストラン事業を営むSeagrass Holdco Pty Ltd.の全株式を取得し完全子会社化しました。同社は高品質の商品や洗練された空間・サービスをお客様に提供する「6HEAD」等のプレミアムステーキハウスを、オーストラリアにおいて

17店舗、UAEにおいて2店舗展開し、オセアニア地域No.1のステーキレストランチェーンとして、高い知名度、事業性及び収益性を有しています。

- 当社グループが既に進出しているアジア各国において同社の展開を強力にサポートし新規出店を促進します。
- オーストラリア国内の有力な食肉パッカーと強固な信頼関係と取引関係を構築している同社の強みを活かし、当社グループにおける牛肉の安定調達及びアジアを中心としたサプライチェーン網の構築による流通収益の強化を図ります。



給食事業

進捗 5

●更なる事業拡大に向けた組織再編

2019年12月の給食事業への本格参入以降、M&AやJV(ジョイントベンチャー)等により事業拡大を進めました。2025年4月より、今後の更なる事業拡大に向けて、グループ内の給食事業を手掛ける連結子会社に関して(株)ニフスを中心とする組織へと再編を行いました。



進捗 6

●新規受託先の開拓

高齢者介護施設や病院などのヘルスケア関連を中心に新規受託先の開拓を進める一方、オフィスなどの事業所給食や大学などの学生食堂の受託を進めました。今後においては価格の優位性や外食事業で培ったグループインフラの活用などといった、当社グループの強みを背景に更なる事業の拡大を図ります。



グループインフラの整備

進捗 7

●調達における取り組み

出資先である農業生産法人(株)ベジフルファームとの連携を強化しました。ステーキ宮ではサラダバーで提供する野菜を国産でこだわった品質のものへ切り替え、しゃぶしゃぶ温野菜では旬の時期に採れた栄養価の高い「こだわり旬野菜」の導入を進めました。また価格が高騰している米の安定的な調達のため、カルローズ米を美味しい炊き方レシピと併せて店舗に供給し、原価高騰への対策としています。



温野菜のこだわり旬野菜ポスター

進捗 8

●調達及び物流網の最適化

全国12カ所の配送センターを活用した物流網に加え、新たにグループに加わった給食会社の調達から物流までを、グループシナジーを活かして新たに整備しました。またグループの工場を活用した商品生産も行い効率化を図っています。



(株)コロワイドMD 神奈川セントラルキッチン

国内外食事業

株式会社レインズインターナショナル



代表取締役社長
澄川 浩太

●事業概略・対象ブランドの説明

(株)レインズインターナショナルは、「牛角」、「しゃぶしゃぶ温野菜」、「居酒屋 土間土間」等の直営店舗の運営、及びフランチャイズ本部としてのフランチャイズ事業を行っています。基幹事業である牛角は1996年に創業し、「焼肉」をフランチャイズ事業として開拓・拡大し、500店舗規模へと成長しました。牛角に次ぐ店舗数を有するしゃぶしゃぶ温野菜は、それまで高級業態であったしゃぶしゃぶ・すき焼きを大衆化し、フランチャイズビジネスとして200店舗以上を展開しています。

店舗数:国内1,086店舗、海外261店舗(連結子会社及びFC含む)
従業員数:13,570名(連結子会社含む)

(2025年3月末現在)



●事業の強み・特長

牛角・しゃぶしゃぶ温野菜の両業態は、フルサービスレストラン(FSR)でありながら、フランチャイズ展開を可能とする事業オペレーションとビジネスモデルを構築しています。コロナ禍を経て外食産業に求められる価値が一層多様化する中で、FSRとして高い付加価値が求められるシーン・オケージョンに適した稀有な業態です。



メニューイメージ(左から:牛角、しゃぶしゃぶ温野菜、とんかつ神楽坂さくら)

●2025年3月期レビュー(主な取り組み)

- 牛角においては、テレビCMを中心とした広告活動による認知拡大及び各種コンテンツとのコラボ企画の強化を通じて、多様化する顧客層の新規獲得・再来店動機の促進に注力しました。
- しゃぶしゃぶ温野菜においては、提供品質・メニューラインナップの改善を推進し、既存店売上高の成長を実現しました。
- 牛角焼肉食堂・とんかつ神楽坂さくら事業は、新規出店のドライバーとして累計103店舗の出店を実現し、当社事業の拡大・発展に貢献しました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

実質賃金の上昇による消費者心理の好転までには一定の時間を要すると考えられる環境下、主力業態である牛角・しゃぶしゃぶ温野菜事業においてはFSRとしての提供品質・サービス品質の改善に継続的に取り組むことで付加価値の向上を実現し、ハレの日需要の更なる獲得を強化・推進する計画です。

また各種コスト上昇を踏まえた販売価格の見直しを行うことで収益性を確保しつつ、「お値打ち感」を高めるための商品設計の見直し及び広告・販促企画の深化を通じて、再来店及び新規双方の来店動機獲得に努めます。

加えて、牛角焼肉食堂を中心とする新規出店を通じて、マーケットシェアを拡大し、事業基盤の更なる強化・成長を推進して参ります。

株式会社大戸屋ホールディングス



代表取締役社長
蔵人 賢樹

●事業概略・対象ブランドの説明

(株)大戸屋ホールディングスは、国内及び海外において「大戸屋ごはん処」をはじめとする外食事業の企画・運営・管理を行っています。定食屋チェーンのパイオニアでもある「大戸屋ごはん処」は素材と店内調理にこだわり、「そうそう、これこれ」と思わずお客様が笑顔になるような、そんな毎日食べたい「日本の食卓ごはん」を提供しています。

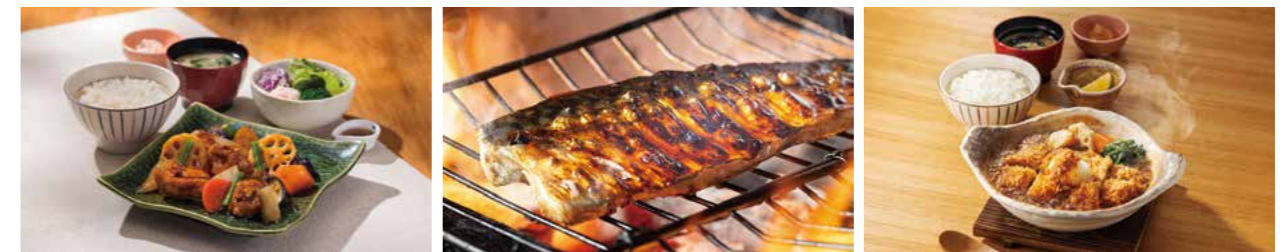
店舗数:国内309店舗、海外124店舗(連結子会社及びFC含む)
従業員数:5,756名(連結子会社含む)

(2025年3月末現在)



●事業の強み・特長

大戸屋の強みは、「店内調理による温かさ」と「栄養バランスに配慮した、すこやかな食事」にあります。「ちゃんと、すこやか。」のブランドメッセージのもと、栄養バランスの取れた定食スタイルは、健康志向の高まりを背景に幅広い世代から支持されてきました。



メニューイメージ(大戸屋ごはん処)

●2025年3月期レビュー(主な取り組み)

- 高付加価値で季節の美味しさを堪能できる数量限定メニューやコラボメニューの販売、従来のアプリポイント交換クーポンに加え大戸屋マンスリークーポンの配信や、休眠顧客に対し再来店を促すクーポンの配信を実施しました。
- メディア露出の強化として、首都圏でのトレインビジョンや柱サイネージの広告を出稿した他、多様なシーンでご利用頂けるように、数十店舗で開店時間の繰り上げなどを実施し顧客数の拡大に取り組みました。
- テイクアウト販売に関しては、自社ホームページから事前注文や決済を可能とすること等により、利便性を向上させ売上の拡大を図りました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2026年3月期においては、新規出店を推進するための基盤強化やメディア露出の増加、及びアプリの活用による来店促進の強化等の施策を進めながら、大戸屋ごはん処の強みである手作り感のある店内調理や提供速度を更に磨き上げ、お客様の体験価値の向上を図る計画です。

1958年の創業時、多くの方が栄養不足と言われた時代に「美味しいものをお腹いっぱい食べてほしい」という想いから、大戸屋は当時としても破格な全品50円均一という経営で社会課題の解決に取り組みました。それから半世紀以上の時を経た現在でも、安全・安心で栄養バランスの取れた定食を日常的に提供することで、日本のみならず世界中の人々の健康を支え、忙しい現代社会において“ほっと”できるひとときをお届けしたいと考えております。

カッパ・クリエイト株式会社



代表取締役社長
山角 豪

●事業概略・対象ブランドの説明

カッパ・クリエイト(株)は、主力ブランド「かっぱ寿司」を全国に展開する回転寿司チェーン事業を行っています。店内はカウンター席からゆったりとお食事できるボックス席まで揃えており、おひとりでもご家族、ご友人とでも快適に過ごすことができる場所を提供しています。また幅広い顧客層が満足できるように110円(税込)の定番商品から、季節商品やコラボ商品などの付加価値の高い高価格帯商品まで取り揃えています。

店舗数:国内298店舗、海外4店舗(連結子会社含む)
従業員数:18,027名(連結子会社含む)

(2025年3月末現在)



●事業の強み・特長

いちばん身近でいちばん頼れる“みんなのクリエイティブレストラン”として、お客様にワクワクを届けるために「かっぱの挑戦ACTION」に取り組んでいます。旨みを逃さないように温塩水で解凍して一枚一枚丁寧に切り付ける毎日店内仕込みのまぐろ、天ぷら粉から開発した揚げたてサクサクの天ぷら、中とろ・ほたて・いくらなどの高級ネタからサイドメニュー・スイーツまで約100種類が食べ放題の「かっぱ寿司の食べホー」の実施等、様々な「かっぱの挑戦ACTION」を実施しています。



メニューイメージ(かっぱ寿司)



切付マスター

●2025年3月期レビュー(主な取り組み)

- お客様の来店頻度向上を目的とし、顧客参加型キャンペーンやアプリ会員限定クーポンの配信、安価な平日限定メニューから高価なハレの日向けメニューの販売等を実施しました。
- 施策の再現性を向上させるため、リーダー・トレーナー及び切付・サービスマスターの育成に取り組めました。
- 新規顧客の獲得に向け、高級ネタを110円(税込)で提供する価格訴求と価値訴求を両立させたフェアの開催や、子育て世代応援キャンペーン、有名店とのコラボ商品の販売、食べ放題の実施、SNSを活用した情報発信の強化等を行いました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2026年3月期においては、強い既存店づくり、成長投資、サステナビリティ、関連事業拡大の4つを経営戦略の柱として取り組む計画です。また国内で培った事業構造を活かし、海外事業の収益モデル改革及び積極的な海外店舗網の拡大も進めます。

カッパ・クリエイトは海なし県の長野県で創業し、回転寿司チェーンのパイオニアとして様々な挑戦を続けてきました。この挑戦をこれからも絶やすことなく、社是である「お客様の喜びが私達の喜びです」を実現し、再び回転寿司業界No.1の地位に戻るべくこれからも取り組んで参ります。

株式会社アトム



代表取締役社長
植田 剛史

●事業概略・対象ブランドの説明

(株)アトムは中部、東北、北関東地区を中心に、専門性の高い郊外型レストランを店舗展開しています。“宮のたれ”でおなじみの「ステーキ宮」をはじめ、「本格焼肉カルビ大将」、グルメ回転寿司「にぎりの徳兵衛」など来店目的が明確なブランド展開と、家庭ではなかなか味わうことができない体験価値のある料理や、高いレベルのサービスを提供しています。

店舗数:国内248店舗(FC含む)
従業員数:8,696名

(2025年3月末現在)



●事業の強み・特長

地域密着型の店舗運営により、各地域で強いブランド力を確立しています。複数業態を有することで地方都市を中心にドミナント戦略を展開し、幅広い顧客層の獲得や、地域特性・市場変化にも柔軟に対応しながら、経営の安定性と成長性の両立を図っています。



メニューイメージ(左から:ステーキ宮、本格焼肉カルビ大将、にぎりの徳兵衛)

●2025年3月期レビュー(主な取り組み)

- 2025年に創業50周年の節目を迎える「ステーキ宮」では、経年劣化した店舗の内外装の刷新に加え、サラダバーのブラッシュアップなど、顧客満足度の向上に向けた投資を進めました。
- 一般社団法人フードアナリスト協会が主催する「ジャパン・フード・セレクション(スペシャリティ部門)」において、ステーキ宮のスーパーで提供している「コーンポタージュスープ」、にぎりの徳兵衛・海鮮アトムで提供している「本まぐろ食べ比べ六貫」を含む5品が最高評価であるグランプリを受賞。「宮コース」「宮のたれ」も金賞を受賞しました。
- レストラン事業へ経営資源を集中させ、顧客満足度と企業価値の向上を図ることを目的とし、2025年2月1日付で居酒屋事業を(株)コロワイドダイニングへ、2025年3月1日付でカラオケ事業を(株)シン・コーポレーションへ会社分割により承継しました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2026年3月期は、飲食業としての「原点帰帰」を経営戦略の基本方針とし、お客様に「食の楽しさ」を提供することを最優先としながら、投資効率を考慮した新規出店・改装・業態転換を通じて、顧客ニーズの変化に柔軟に対応します。

アトムのありたい姿は、「地方創生」に貢献することであり、ローカルチェーンとして地域に愛され続ける店舗を作り、「地域におけるNo.1」を目指しこれからも取り組みを進めて参ります。

株式会社コロワイドダイニング



代表取締役社長
頼住 厚哉

●事業概略・対象ブランドの説明

(株)コロワイドダイニングは当社グループの創業時の業態である「手作り居酒屋 甘太郎」をはじめとし、「うまいものいっぱい いろはにほへと」、「大衆酒場 3・6・5酒場」、「北の味紀行と地酒 北海道」等の居酒屋・酒場業態を展開しています。またその他にも、本場イタリアの味をリーズナブルに楽しめるレストラン業態「ラパウザ」等、国内に多数のブランドを展開しています。

店舗数:国内187店舗
従業員数:5,721名

(2025年3月末現在)



●事業の強み・特長

居酒屋事業を中心とした多業態ドミナント戦略をとっています。客単価は1,000円~5,000円台と幅広く、顧客層の異なる業態を同一商圈にドミナント出店する事により、カニバリゼーションを起こさずに様々なお客様のニーズにお応えしています。またコロワイドグループのマーチャンダイジング機能を活用し、食材の共通化などによる効率化により高騰するコストの抑制を図っています。



メニューイメージ(左から:手作り居酒屋 甘太郎、うまいものいっぱいいろはにほへと、北の味紀行と地酒 北海道)

●2025年3月期レビュー(主な取り組み)

- 定期的なりピーター獲得や、忘新年会・歓送迎会のある繁忙月に向けた対策としてLINE会員の拡大を図り、2025年3月末時点で67万名の有効会員数を獲得しました。
- 酒場業態では、飲み放題付きのお手軽なセットメニュー販売による定期的な顧客獲得施策や、おみくじで大吉が出たら1杯分の価格で生ビールが飲み放題となる期間限定キャンペーン等を実施し夏場の需要を喚起しました。
- 訪日外国人向けのインバウンドコース限定で、カップ・クリエイト(株)との協働企画となる「居酒屋 出張回転寿司」を実施しました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

宴会需要の縮小や健康志向の高まり等により、市場のニーズは居酒屋業態にとって逆風とも思われますが、そのような中でも次の成長エンジンを模索しながら、新規業態へのチャレンジや業態転換等への投資を積極的に行い、更なる業態ポートフォリオの最適化を図る計画です。

「食べながら飲み、飲みながら食べ、家族・恋人・仲間等と楽しい時間・空間を共有する」。日本が誇るべき居酒屋・酒場文化を発展・継承させることは使命でもあると考え、これからも「創業の心」を守りながら、コロワイドダイニングはお客様一人一人が身も心も元気になれるような居場所を提供し続けて参ります。

株式会社フレッシュネス



代表取締役社長
齋藤 健太郎

●事業概略・対象ブランドの説明

(株)フレッシュネスは「大人がくつろげるバーガーカフェ」をコンセプトにしたハンバーガーチェーン「FRESHNESS BURGER」を全国に展開しています。ゆっくりとくつろげる空間で、こだわりのある手づくりのハンバーガーやドリンクを提供し、味覚はもちろん心も満たしてくれる、日常のちょっとした贅沢を楽しめる空間を提案しています。

店舗数:国内157店舗(FC含む)
従業員数:1,985名

(2025年3月末現在)

FRESHNESS
BURGER



●事業の強み・特長

人の健康を第一に考えた新鮮な素材を使ったハンバーガーを提供したいという思いから、英語で「新鮮」を意味する「FRESHNESS」を冠した「FRESHNESS BURGER」では、創業からの理念である3H(Hospitality・Homemade・Healthy)への想いを大切にし、他チェーンでは非合理的とも思えるような「ひと手間」を惜みず、美味しい商品と居心地のいい空間を提供することにこだわっています。



メニューイメージ(FRESHNESS BURGER)

●2025年3月期レビュー(主な取り組み)

- 「世界のグルメを大人の本格バーガーに」をテーマとした年8回の新商品プロモーションや、夏のビールフェア、クリスマスチキンの販売等、季節感のあるキャンペーンを展開しました。更にTBS系「ジョブチューン」での紹介等、メディア露出機会の向上により集客数が増加しました。
- 「クラシックアボカドチーズバーガー」がジャパン・フード・セレクション最高評価のグランプリを受賞しました。
- 夜のサードプレイス(居心地の良い場所)として気軽にアルコールと夜限定のメニューが楽しめる「ヨルカフェ」のメニューを刷新し、ディナータイムメニューの充実を図りました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2026年3月期においては、DX化として「フルセルフレジ」の導入を推進し人材不足への対策を強化、適正な人員配置を行うことでQSCを担保します。また他社が真似できないような「ひと手間」にもこだわり続け、お客様の体験価値を上げる商品開発を行うとともに、強みのひとつであるアルコールを軸に、ディナータイムメニューの充実を図ります。

1992年12月に東京都内の小さな1店舗からスタートしたFRESHNESS BURGERは、こだわりへの共感者であるフランチャイズ店舗のオーナーや、お店で働く店長やパートナーの皆様の「FRESHNESS BURGERの美味しい商品を届けたい」という想いからここまで成長してきました。これからも手間を惜みず、お客様が心より満足できる「サードプレイス」を目指して取り組みを進めて参ります。

REINS INTERNATIONAL(USA)CO.,LTD.



代表取締役社長
戸津 涼

●事業概略・対象ブランドの説明

REINS INTERNATIONAL(USA)CO.,LTD.は、北米エリア(アメリカ合衆国、カナダ)において「牛角」を展開しています。アメリカ合衆国ではカリフォルニア、ニューヨーク等を中心に18州で直営店舗とFC店舗を展開し、カナダでは4州でFC店舗を展開しています。

店舗数:アメリカ合衆国62店舗、カナダ7店舗(連結子会社及びFC含む)
従業員数:817名(連結子会社含む)

(2025年3月末現在)



●事業の強み・特長

無煙ロースター使用のスモークレスな店内で、高い品質のお肉と多彩なメニューを提供し、肉類のソースはすべてグルテンフリー化する等、食に対する健康感度の高い地域のニーズにも対応し、現地のお客様に新たな食の体験を提供しています。「なぜ自分で焼くのにチップを払うのか?」とのご意見を頂くこともありましたが、ステーキとは異なり最後まで焼き立てのお肉を楽しめるJapanese BBQスタイルは、北米エリアにおいて着実にその支持の裾野を広げてきました。



メニューイメージ(牛角 北米エリア)

●2025年3月期レビュー(主な取り組み)

- 顧客価値の底上げを目的とし、全店でのマニュアル徹底改善によるサービスレベルの向上や、日本から仕入れたA5和牛の提供店舗の拡大等により現地の外部評価スコアが改善されました。
- 人材強化においては、パンデミック後の人材定着を目的に評価制度を改定し、インターナルプロモーションの頻度を上げることで、店舗スタッフの業務満足度を引き上げ、平均在籍期間の長期化を図りました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2026年3月期においては、多様な人種の顧客と向き合い評価を頂いていくということに対し、引き続き注力する計画です。

同じメニューでもアジア人にはちょうどいい味付けでも、欧米人の方には物足りないこともあり、商品名も「日本語で売るべきか」「英語で表現するべきか」等、様々な検証を繰り返しながら北米エリアの「牛角」は成長を続けてきました。そのような試行錯誤はノウハウとして蓄積され、コロナグループの海外外食事業の成長にも貢献しています。

北米エリアにおける
その他コロナグループ

コロナグループは牛角以外にも、北米エリアにおいて複数の業態を展開しています。



大戸屋ごはん処ユニオンスクエア店



天婦羅まつ井

PT.REINS MARINDO INDONESIA



代表取締役社長
篠崎 孝太

●事業概略・対象ブランドの説明

PT.REINS MARINDO INDONESIAは2015年にインドネシアの現地企業との合併会社として、(株)レイズインターナショナルが51%を出資する形で設立されました。以降、インドネシアにおいて「牛角」の出店を進め、ジャカルタのあるジャワ島のみならずスマトラ島、スラウェシ島にも店舗を展開しています。

店舗数:インドネシア49店舗(FC含む)
従業員数:1,496名

(2025年3月末現在)



●事業の強み・特長

きめ細かいブランドマネジメントのもとで定期的なマーケティング施策を行い、インドネシア国内のJapanese BBQレストランとして高い認知度と人気を誇っています。またデザイン性の高い店舗を多く出店しており、特にバリ島のリゾート地サヌールにオープンした「牛角 Icon Bali店」は全席オーシャンビューの最高のロケーションでもあることから、連日多くのお客様にご来店頂いています。



メニューイメージ(牛角 インドネシア)

牛角 Icon Bali店

●2025年3月期レビュー(主な取り組み)

- 世界最大のイスラム教徒人口国のインドネシアにおいてハラール認証を取得しました。またインドネシアの牛角から人気となったミルクプリン(贈答品販売)を開始し、新たな販路開拓とデリバリー販売にも注力しました。
- イスラム教の断食月(ラマダン)に断食明けメニューとして元来、ハレの日のおもてなし料理である「ルンダン」(水牛等の肉を使った香辛料煮込み料理)を牛角風にアレンジした「ルンダン クリーミー牛タン」「ルンダン テンダーカルビ」を開発。シーズンメニューとしてお客様からもご好評頂いています。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2026年3月期においては、今までの大型モールとは異なる郊外型モールへの出店や、首都移転計画により人口増加が見込まれているカリマンタン島への新規出店を進め、インドネシア国内において更に幅広い客層を取り込んでいく計画となっています。PT.REINS MARINDO INDONESIAは、インドネシアの外食産業の発展に寄与したいとの考えのもと、インドネシアにおいてNo.1テーブルレストランチェーンになることを目標に取り組みを進めて参ります。

その他のアジア諸国に
おけるコロナグループ

コロナグループはインドネシア以外にも、アジア各国において現地ニーズとの親和性が高い様々な業態の展開を進めています。



大戸屋ごはん処タマサート医療センター店(タイ)



しゃぶしゃぶ温野菜大葉高島屋店(台湾)

給食事業

株式会社ニフス



代表取締役社長
松原 茜

●事業概略

(株)ニフスは高齢者介護施設や病院等のヘルスケア関連の給食サービスを中心に、事業所給食や学食なども含め、様々な施設での給食サービスを展開しており、フードサービスカンパニーとしての優位性とグループシナジーを活かして、安全・安心で美味しく選ばれる給食サービスを提供しています。また給食事業の受託以外にも、高齢者介護施設用の調理済食品「クックプロシリーズ」を開発し、人手不足に悩む給食施設等への販売も行っています。

契約拠点数:国内217拠点(連結子会社含む)
従業員数:1,343名(連結子会社含む)

(2025年3月末現在)



●事業の強み・特長

創業から20年超の給食受託の実績があり、利用者様の幸せを願い毎日のお食事を提供し続けてきました。現在はコロナワイドグループの給食事業会社として、グループの調達力を活かした購買を推進し、昨今の原価高騰の市況に対応できるよう、調達の工夫や食材選びの工夫を進めています。そして他社には無い外食テイストを活かした自社工場での内製品(完全調理品)の活用や、外食ブランドを活かしたコラボレーションメニューの開発や提供を行っています。



献立イメージ(ニフス)



かつぱ寿司の「出張回転寿司」

●2025年3月期レビュー(主な取り組み)

- M&AやJV(ジョイントベンチャー)による給食事業の拡大を受け、2025年4月よりグループ内の給食事業を手掛ける連結子会社を(株)ニフスを中心に再編し、更なる業容拡大に向けた組織体制を整えました。
- DX化推進の一環として、ITインフラの拡充や献立ソフトの開発と導入を進めました。
- 牛角、FRESHNESS BURGER、ステーキ宮とのコラボメニュー、かつぱ寿司の「出張回転寿司」等を実施。利用者様より「いつもより楽しく食べられた」とお喜びのお声も頂きました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2026年3月期は、省人化運営モデルのオペレーション開発、調理済食品の開発強化、社員が働きやすい環境の整備とクライアント施設のサステナブルな運営への貢献を進める計画です。

ニフスが主に手掛けるヘルスケア給食は、一人一人の体調に合わせた食を365日3食休まずに提供するという使命を持った、いわば命を支える仕事です。遅配・誤配・欠食は許されないシビアな環境の中でも、「食で安心と喜びをお届けします」との企業理念のもと、全従業員が利用者様を想い安全・安心で美味しいお食事を提供してきました。2025年4月より新生「株式会社ニフス」となり、これからも信頼される給食事業を通じ、お客様、取引先とともに社会課題の解決に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献し、より社会に必要とされるよう企業価値の向上を目指して参ります。

デザート事業

株式会社N Baton Company



代表取締役社長
久保田 令

●事業概略・対象ブランドの説明

(株)N Baton Companyは、御用邸チーズケーキなどの焼菓子を製造・販売する洋菓子ブランド「チーズガーデン」や、東京発の新感覚チョコレートスイーツブランド「ピュアココトキョー」の運営を行う(株)庫や、バラエティ豊かな本格スイーツをラインナップする「クリオロ」を運営するエコール・クリオロ(株)を傘下を持つスイーツカンパニーです。チーズガーデンのカフェ併設店舗では、チーズにこだわったスイーツやドリンク、フードの提供など、多様な食シーンへの展開も行っています。

店舗数:国内37店舗(連結子会社含む)
従業員数:611名(連結子会社含む)

(2025年3月末現在)



●事業の強み・特長

チーズガーデンは那須高原の豊かな自然を背景に、チーズスイーツで唯一無二のブランドを目指し、素材や配合、手仕事にこだわった菓子作りをしています。2025年2月には、30年紡いできたチーズケーキ作りの技術と製法を活かした、「御用邸ホワイトチーズケーキ」が新たな御用邸シリーズとして期間限定で登場しました。クリオロでは、10分間で2,000本売れたことがある「幻のチーズケーキ」をはじめ、四季折々のケーキ等を製造・販売。世界的に名誉ある賞を受賞しているサントスシェフや、国内コンテストでの受賞歴のあるパティシエが多数在籍し、個性豊かな唯一無二のスイーツを展開しています。



各ブランドイメージ(左から:チーズガーデン、クリオロ、ピュアココトキョー)

●2025年3月期レビュー(主な取り組み)

- コアとなる商品カテゴリーにおけるフレーバーの拡大や、個包装のチーズケーキの販売拡大によりラインナップを強化し、カテゴリー売上が増加しました。
- 新たな取り組みとして海外での事業展開を開始。シンガポールにおいて期間限定ポップアップストアを数回実施しました。
- 販売価格の見直し、ロスの見える化による原価率の低減対策等を行い、全社的な収益構造の改革を推進しました。

●企業価値の向上に向けたこれからの取り組み

2026年3月期においては、前事業年度に行ってきた上記取り組みを継続することで、事業基盤の構築・安定化を図ります。その上で、成長に向けた施策へも舵を切り、出店、ブランディング、そして組織体制の強化を図り、安定した事業運営から成長可能な事業運営へと繋げる計画です。

社名にある「N」に込めた想いは、複数の個性ある企業が「n」社集まり、累乗するようにシナジーを生み出し、更なる価値を創出することであり、「Baton」には、オーケストラの指揮者のように、指揮棒(バトン)によってグループで奏でるハーモニーを生み出し、世界中に感動をお届けしたいとの想いが込められています。「日本をつなぐ、世界をつなぐ、総合スイーツカンパニーへ」N Baton Companyはこれからも成長を続けて参ります。



人的資本への取り組み

人的資本への取り組み ●

「働く仲間の成長と多様性の尊重」は、サービス業として持続可能な成長に欠かせない重要課題であり、企業の競争力の源泉ともなるものです。コロナグループでは、人的資本への投資、活躍できる場の提供等の取り組みを積極的に進めています。

人材戦略

当社グループは、人材戦略を重要な経営戦略の一つであると認識し、「すべては、お客様と社員のために」という企業理念に基づき、「人材育成方針」と「社内環境整備方針」を定め、従業員の能力向上支援、活躍機会の提供、女性活躍やダイバーシティの推進、働きやすく動きがいのある職場環境づくり等に積極的に取り組んでいます。また人材の管理や人の育成に係る費用をコストとみなすのではなく、人材を「資本」と捉えて積極的な「投資」も行っています。

当社グループが目指す「COLOWIDE Vision 2030」を実現するためには、人材の成長が必要不可欠との認識のもと、更なる職場環境の整備を進め、社員一人一人が働きがいを感じ成長し、当社グループの成長スピードに合わせて、グローバルに活躍できる優れた人材の育成と確保を目指し、これからも取り組みを進めて参ります。



人材育成方針

当社グループは、一人一人が働きがいを感じ成長することが、グループ全体の発展に繋がることになり、「持続可能な社会への貢献」と「企業価値の向上」の両立を実現することができるように、すべての従業員が自律的に成長できる機会を提供し、自己成長していく人材を育成して参ります。

従業員の能力向上支援

●資格取得支援制度

当社グループでは、会社が推奨する資格を取得した社員に対しての合格奨励金、会社が定めた資格を保持し、業務上において活用している社員に対して資格手当を支給する「資格取得支援制度」を設け、社員の能力開発や専門性強化を促進しています。

社内環境整備方針

当社グループは、多様な人材がそれぞれの能力・スキル、ライフステージに合わせて働き方を選択できる制度など、多様な就業形態や活躍機会を提供することで、働きやすく、動きがいのある職場環境を整備して参ります。

対象となる主な資格(2025年6月末時点)

レストランサービス技能検定(1級~3級)、管理栄養士、調理師、TOEICテスト、日商簿記検定試験(1級・2級)、社会保険労務士等

●研修制度の整備による自律的成長の支援

当社グループでは、社員一人一人の適正や目的に応じ、主体的に学び続けることができるよう様々な教育・研修制度を導入しています。

eラーニングシステムにおける全社員向けの「SmartSkill Campus」においては、ビジネスマナーからロジカルシンキング、コーチング、マーケティング、経営戦略など多種多様な講座を自由に受講することができ、管理職者には別途「GLOBIS学び放題」も導入し、いつでもどこでも学べる



環境を提供しています。また海外への積極出店やインバウンド需要の増加などの状況を踏まえ、オンライン英会話サービスの「Native Camp」を導入し、社員が日常的に英語を学べる環境も整えています。

自律的成長を強く希望する社員に対しては、「階層別選抜研修」を提供し、経営幹部候補、女性管理職候補の育成を行うなど、社員のキャリア形成を積極的に支援しています。



活躍機会の提供

●JOB型人事制度

当社グループでは、人に仕事をあてはめるメンバーシップ型人事制度ではなく、仕事に人をあてはめるJOB型人事制度を導入しています。

JOB型人事制度においては、年齢・性別・国籍等の属性を問わず、社員一人一人の適正やスキル・能力に応じた配置によりミスマッチを防ぎ、職務内容、必要なスキル・能力、報酬条件がジョブディスクリプションで明確になることによるモチベーションの向上、スキル・能力アップにも繋がりが、多様な人材が活躍できる機会を提供しています。

●キャリアチャレンジ制度

当社グループでは、JOB型人事制度と連動して、社員が自らの意思で自己の適正に合った部署への異動を希望することのできるグループ横断公募制度として「キャリアチャレンジ制度」を導入しています。

本制度は、グループ内の各社各部署から出された公募条件に対し、自らの判断で自由に応募することができ、適性検査や面接などの各種選考を経て異動を決定する制度です。

2022年の導入開始以降67名の社員に新たなステージへの就業機会を提供しています。

VOICE

キャリアチャレンジ制度

株式会社レイズインターナショナル
社長直轄 牛角メニュー開発部



大谷 渉

2014年4月の新卒入社から店長・エリアマネージャーと営業職を約10年間勤めた後、キャリアチャレンジ制度を利用して現在の部署に異動しました。異動後は経験が浅い中で思い通りにいかない苦悩や葛藤も多くありましたが、今では自らが開発したメニューが全国の牛角店舗で提供されお客様に召し上がって頂けるようになり、コロナグループ各部署の垣根を越えて活躍できるキャリアチャレンジ制度だからこそ得られたやりがいだと感じています。今後も新しい価値を創出してブランドの成長を牽引し、自らの更なるキャリアアップも目指して頑張っていきたいと思っています。

女性活躍の推進

当社グループでは、多様な人材の活用と能力発揮の機会提供が企業価値の向上に資するとのダイバーシティ推進の考えのもと、女性社員比率及び女性管理職比率を2026年度までに共に30%超とする目標を掲げ、女性社員が意欲をもって働き続けることができる職場環境の整備を進めており、社内交流会、各種研修を通じて女性社員のみならず、男性社員も含めた意識改革を促すと共に、各種制度も充足させることで、女性活躍推進の取り組みを積極的に進めています。

その結果、2022年度には20.1%であった女性社員比率が2024年6月30日時点において31.1%となり早期に目標を達成することができました。女性管理職比率は、2022年度の6.4%から2025年3月31日時点においては14.1%と順調に伸びており、今後も女性社員が成長し活躍できる機会を提供し続けて参ります。

●女性活躍推進プロジェクト

当社グループでは、女性社員一人一人の成長に向けたチャレンジを後押しするため「女性活躍推進プロジェクト」を2021年4月に発足しています。

本プロジェクトでは、月に1度「スキルアップ交流会」を開催し、社外講師や社内ロールモデルによる講演を実施しています。2025年3月には、国連が制定する3月8日の「国際女性デー(International Women's Day)」に合わせたグループ共通イベントを開催し、にしたんARTクリニック様の



「国際女性デー」に合わせたグループ共通イベントの様子

ご協力による「女性のからだについて考えるセミナー」や懇親会を行うなど、女性が生き生きと働き続けることができる職場環境づくりを目指して取り組みを進めています。

●えるぼし認定取得

女性の活躍推進に関する状況等が優良な事業主として、(株)コロワイド及び(株)フレッシュネスにおいて、厚生労働大臣が定める「えるぼし」認定を取得しています。



VOICE

女性の活躍を推進

株式会社ニフス
執行役員 経営企画本部 本部長



勝碕 薫
コロワイドグループ 女性活躍推進プロジェクト メンバー

女性活躍推進プロジェクトを継続する中で、お互いの成長や努力を認め合う風土と、挑戦の機会を身近に感じられる環境が、多くの女性社員の自信と行動につながっていることを実感しています。特に女性管理職の育成においては、成功体験の積み重ねによる自信と、周囲からの尊重・後押しが不可欠です。

(株)ニフスでは、女性社員が全社員の6割(全従業員では8割)を占め、幅広い分野で活躍しています。今後の給食事業の拡大に向け、女性リーダーの育成に一層力を入れ、制度と風土の両面からの変革を加速します。私達は、誰もが前向きに挑戦できる組織づくりを推進し、コロワイドグループの女性活躍を牽引して参ります。

ダイバーシティの推進

●外国人雇用

当社グループでは、少子高齢化への対応、グローバル外食企業への実現のため、多様な国の外国籍の従業員を積極的に採用しており、専用の相談窓口(「JUST SOUDAN」)を設置し、外国籍の従業員の定着を促進しています。

「JUST SOUDAN」においては、5ヶ国語(日本語、英語、中国語、タイ語、ネパール語)に対応しており、生活相談や就労ビザ更新などの各種申請手続きのサポート、個々の能力開発につながる試験情報、書籍情報、日本で生活する上での豆知識などを提供し、外国籍の従業員一人一人の特性を活かし、働き続けることができるよう支援を行っています。

また2025年5月には、働きやすく働きがいのある職場環境の整備を目的として、国連が制定した5月21日の「対話と発展のための世界文化多様性デー」に合わせたイベント「コロナイド・グローバル・フェスティバル」を当社グループとして初めて開催しました。イベントでは、「異文化理解とコミュニケーション」に関するセミナーや外国籍社員と日本人管理職者が参加するワークショップ、国際交流会や各国の民族衣装ファッションショーなどを通じて、様々な文化背景を持つ社員同士の交流を促進しました。



「コロナイド・グローバル・フェスティバル」の様子

●高齢者雇用

当社グループでは、生涯現役社会の実現に向けて意欲と能力のある高齢者に生きがいをもって長く働いていただけるよう、正社員については70歳までの継続雇用制度、パート・アルバイト従業員については70歳定年制度を導入しています。

●障がい者雇用

当社グループでは、障がい者の社会への完全参加と平等の理念に基づき、特例子会社の(株)ココットを2007年12月に設立し、社員同士が思いやりを持ち共に成長し、就労を通じて社会的活躍が実現できるよう、職場環境の充実を目指して取り組みを進めています。

業務支援を行うジョブコーチの育成、一人一人の就労意欲に応じた雇用形態の選択、能力に応じた給与水準を明確化した「キャリアパス制度」の導入や、実習生や新入社員の緊張や不安を和らげるための「新人サポート隊」などの様々な制度を導入することで、社員が働きやすく意欲を持てる職場環境を構築しています。

詳しくはココットのHPをご参照下さい。
<https://www.cocot.co.jp/>



●もにす認定取得

(株)ココットは、障がい者雇用の促進及び雇用の安定に関する取り組みの実施状況が優良な企業として、厚生労働大臣が定める「もにす認定」を横浜市内の特例子会社として初めて取得しています。



VOICE

外国人雇用

PT. REINS MARINDO INDONESIA
マネージャー



PANRUDEE RATTANAPANKASEM

母国タイでのコロナイドグループの就職説明会で、日本食文化を世界へ広げる計画に魅力を感じて2016年に入社しました。入社後は日本語を勉強しながら幅広い業務に挑戦し、多くのスキルを習得しました。今は語学力を活かして海外で勤務しています。海外でもコロナイドグループのお店が現地のお客様に愛されていると実感していますが、まだまだ貧しい家庭も多いので、いつか海外でも「こども食堂」をやりたいと夢見て頑張っています。外国籍の社員はまだまだコミュニケーション上の苦勞が多いのですが、私が活躍することで後輩たちの励みになればと思っています。

コロナイドのサステナビリティ経営

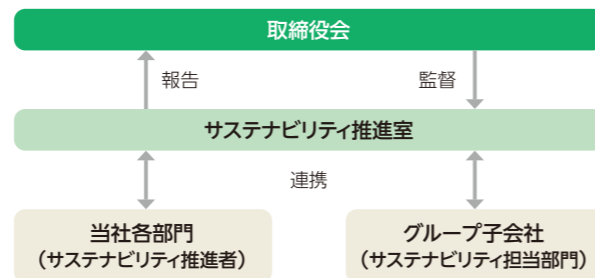
地球環境への貢献や食の安全・安心の提供、そして地域・社会への貢献は、私達が将来にわたって存続し、更なる発展を遂げるための重要課題であるとの認識のもと、コロナイドグループでは様々な取り組みを進めています。

サステナビリティ基本方針 私達は、企業理念である「すべては、お客様と社員のために」の考えのもと、食のインフラの担い手として、社会の持続可能な発展への貢献と企業価値の向上を目指します

推進体制とマテリアリティ(重要課題)

●推進体制

サステナビリティの推進を担うサステナビリティ推進室と、各事業部門及びグループ子会社のサステナビリティ推進担当者が連携し、グループのサステナビリティを推進しています。またサステナビリティ推進に関わる重要な方針や施策については、取締役会にて審議を行い重要事項の決定を行っています。



●マテリアリティの特定プロセス

コロナイドグループはサステナビリティ基本方針に従い、ステークホルダーの期待や要請に応じていくため、重点的に取り組んでいくマテリアリティ(重要課題)を特定しました。

STEP 1	STEP 2	STEP 3	STEP 4
課題の抽出 マテリアリティの特定にあたり、GRIスタンダード、SDGsやESG評価機関の評価項目、業界で認識される課題などを参考に、当社グループに関連する課題を抽出しました。	課題の整理と集約 STEP1で抽出した課題について、関係者に対しヒアリング調査を実施し、取り組んできた事項を整理の上、グループとして取り組む必要性のある課題について集約しました。	重要性の評価 集約した課題について、「社会」と「コロナイドグループ」の2軸で測定し、重要性を評価しました。	取締役会での議論と決定 評価した課題を軸に、取締役会の審議を経て、マテリアリティを決定しました。特定したマテリアリティについては、社会環境や戦略の変化に応じ、適宜見直しを行い、効果的な取り組みを推進して参ります。

特定プロセスの詳細につきましてはこちらをご参照下さい。
<https://www.colowide.co.jp/sustainability/sustainability/index.html>



●特定したマテリアリティ

	マテリアリティ	関連するSDGs
地球環境への貢献	「地球環境への貢献」は、次代への責務であり、気候変動の緩和、循環型社会の形成に向けて、再生可能エネルギーの安定的利用や資源の有効活用に取り組んでいく	→ P.38
食の安全・安心の提供	「食の安全・安心の提供」は、外食企業として持続可能な成長の基盤であり、バリューチェーン全般における衛生管理と品質の追求、情報公開などを通じてお客様の信頼に応えていく	→ P.40
働く仲間の成長と多様性の尊重	「働く仲間の成長と多様性の尊重」は、サービス業として欠かせない競争力の源泉であり、従業員が働きやすく、それぞれの成長を目指せる職場環境を提供していく	→ P.31
地域・社会への貢献	「地域・社会への貢献」は、持続的かつ安定的な事業運営に欠かせぬものであり、雇用創出・人材育成を通じた地域経済振興、食育や寄付を通じた地域交流促進に努めていく	→ P.40
経営基盤の強化	「経営基盤の強化」は、持続的な成長に欠かせない重要課題の一つであり、経営の透明性を確保しつつ戦略の立案・実行及び監査を継続不断的な取り組みとして充実させていく	→ P.47

地球環境への貢献

5つのマテリアリティ(重要課題)の一つである「地球環境への貢献」は、私達を取り巻く経営環境に大きな影響を与えるものと認識しています。

私達が拠って立つ地球。その環境の保全は次代への責務であり、企業活動における重要課題であると考えています。「未来のお客様と未来の社員のために」、循環型社会の形成、気候変動の緩和に向けて、資源の有効活用や再生可能エネルギーの安定的利用に取り組むことで、「地球環境への貢献」に努めていきます。

●CO₂排出量削減に向けた取り組み

当社グループのマーチャндаイジング機能を統括する(株)コロナイドMDの主力5工場では、2023年1月に太陽光発電設備の設置がすべて完了しました。またエネルギー監視・制御システムの導入などによる省エネの推進にも努めています。

スコープ3の算定に関する詳細、その他の取り組みにつきましてはこちらをご参照下さい。

<https://www.colowide.co.jp/sustainability/environment/co2.html>



●CO₂排出量の削減

目標	2030年度までに2020年度対比 原単位*1で50%削減				
	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
排出量*2 (t-CO ₂)	135,687	123,929	123,753	122,037	126,111
排出量 (原単位)	0.547	0.524	0.439	0.399	0.388

*1 売上高百万円あたりの排出量

*2 対象範囲は国内グループ会社のスコープ1、2

2020年度対比▲29.0%



(株)コロナイドMD 静岡工場

TCFD提言に基づく情報開示

当社グループでは、気候関連財務情報開示の重要性を認識し、金融安定理事会(FSB)により設置された気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)が提言するフレームワークの活用を通じて、気候変動への対応や、気候変動による財務的な影響に関する情報開示を推進しています。TCFD提言に基づく開示は適宜見直しを図り、発展させて参ります。

より詳しい情報についてはこちらをご参照下さい。

<https://www.colowide.co.jp/sustainability/environment/tcfd.html>



●気候変動リスクと機会

リスク・機会の分類	想定されるリスク・機会の概要	事業及び財務への影響
リスク	移行リスク 政策と法 ●炭素税導入による事業運営コストの増加 ●CO ₂ 排出量の規制強化による事業運営コストの増加 ●プラスチック規制への対応による調達コストの増加 ●規制強化に伴う事業運営コストの増加 ●規制強化に伴う店舗等の投資コストの増加 評判 ●環境課題への対応遅れに伴うステークホルダーからの信用失墜 ●ブランド価値の毀損 ●従業員採用難度の上昇 ●FC加盟店の離脱	◎ 非常に大きい
	市場と技術 ●食材調達コストの増加 ●再生可能エネルギーへの転換に伴う調達コストの増加 ●プラスチックの容器や包材の再生可能資源に置き換わることによるコストの増加 ●消費者嗜好の変化による売上の変化	◎ 非常に大きい
	物理的リスク ●大規模自然災害の発生に伴う店舗や工場等の閉鎖による営業機会の損失 ●サプライチェーン断絶による調達コストの増加、店舗や工場におけるエネルギーコストの増加 ●従業員の健康リスクの増加と生産性の低下	◎ 非常に大きい
機会	エネルギー/技術 ●省エネ推進に伴う電力使用コストの削減 ●SAF(Sustainable Aviation Fuel)の原料となる廃食用油の供給による廃棄物の削減 ●物流の効率化による輸送コストの減少 ●次世代食材の調達	○ 大きい
	市場 ●サステナビリティ推進によるステークホルダーからの共感獲得 ●環境配慮型商品・サービスの開発による売上の増加 ●気温上昇による嗜好の変化に合わせた商品・サービスの開発 ●災害時の対応による社会的な信頼の獲得	○ 大きい

持続可能な食材の調達

● コロワイドグループ調達方針

私達は、企業理念である「すべては、お客様と社員のために」の考えのもと、サプライチェーンを構築するお取引先様と共に、安全・安心、かつ、人権や環境にも配慮した調達活動に努めることで、安定調達を維持するとともに、持続可能な社会の実現に向けて社会的責任を果たします。

1 コンプライアンスの遵守

私達は、調達活動を行う各国及び地域で適用される法令や社会規範を遵守するとともに、反社会的勢力との関係を排除します。

2 安全・安心と品質

私達は、食品衛生法その他の法令に準拠し、商品の安全・安心と品質を確保した調達活動に取り組み、トレーサビリティの確保と適切な情報の提供に努めます。

3 人権の尊重

私達は、サプライチェーンにおける強制労働や児童労働等、あらゆる人権侵害を排除した調達活動に努めます。

4 環境への配慮

私達は、資源の持続可能な有効利用に努め、食品ロスの削減や生物多様性の保全、生態系の維持等に配慮し、環境負荷の低減と循環型社会の実現に向けた調達活動に努めます。

5 パートナーシップの構築

私達は、お取引先様と共存共栄できるよう、相互理解と信頼関係に基づくパートナーシップを構築します。

生物多様性の保全

当社グループは㈱ニチレイフレッシュの取り組みである「生命の森プロジェクト®」に対して同社からのエビの調達を通じて協力をしています。当社グループが同社から調達したエビの売上収益の一部がマングローブ基金に寄付され、インドネシア/カリマンタン島をはじめとした植樹活動に役立てられています。

食品ロス・食品リサイクル対策

当社グループの全10工場では、食品リサイクル率の向上に取り組んだ結果、2023年11月に食品リサイクル率100%を達成しました。また工場や自社店舗、事業を受託している事業所などから出る廃食用油を、SAF*として再資源化することに積極的に取り組んでいます。

*SAFは石油などの化石燃料以外を原料とする持続可能な航空燃料です。



廃食用油回収イメージ

従業員への意識浸透

従業員一人一人のサステナビリティに対する取り組みへの意識づけや行動変容を目的に、2022年にグループ横断的な普及活動「コロワイド・ビヨンド」を開始すると共に、活動組織の「コロビヨ隊」を結成しました。地域における清掃活動への参加や、従業員向けのサステナビリティ意識調査などを進め、グループ従業員がサステナビリティについての理解を深め、取り組みの必要性を“自分ごと”として認識し、一人一人の業務において実践する、そのようなきっかけとなるように活動を進めています。



創業の地、豆子にて海岸清掃活動に参加(コロビヨ隊)

食の安全・安心の提供

2021年6月より完全施行された「HACCPに沿った衛生管理」を受け、当社グループの各工場では「HACCPに基づく衛生管理」を行い、原料の調達から製造、そして製品出荷に至るすべての工程における食品の安全・安心に努め、より厳格な管理体制を構築し維持するために、グループ内の全工場を対象に食品安全マネジメントシステムに関する規格認証の取得に取り組んできました。その結果、㈱ジャパンフレッシュの全工場では食品安全マネジメント規格「FSSC22000」を、㈱コロワイドMDの全工場と㈱エムワイフーズの工場では国内規格である「JFS-B」の適合証明をそれぞれ取得しています。またグループ内の各店舗においては、「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理」を軸に、衛生管理計画の策定、第三者機関による外部監査の導入、衛生管理状況の定期的確認などの取り組みを進めており、2025年3月にステーキ宮戸塚平戸店、同年4月にはシルスマリア平塚工場が「JFS規格(フードサービス)」の認証を

取得しました。更に2025年7月には、㈱ハートフルダイニングが多店舗展開を行っているフードサービス事業者向けの食品安全マネジメント規格である「JFS規格(フードサービス・マルチサイト)」を、国内の給食事業者として初めて取得する等、グループ全体で「食の安全・安心の提供」に向けた衛生管理体制の強化、維持に努めています。



㈱シルスマリア 平塚工場

地域・社会への貢献

こども食堂の運営受託

当社グループでは、「食」を通じた地域交流の促進を目的として、公益財団法人蔵人記念財団が横浜市京急富岡と六浦にそれぞれ開設した「こども食堂なぎさ」の運営を受託し、運営に必要な食材等も寄贈しています。「こども食堂なぎさ」では、管理栄養士監修の栄養バランスの取れたお食事を提供しており、中学生以下のお子様と同伴の保護者を対象に、開業より2025年6月末までに約11万食を提供しました。



こども食堂イメージ

被災地支援

2011年3月に発生した東日本大震災、2016年4月に発生した熊本地震、そして2024年1月に発生した能登半島地震にて、それぞれ現地の避難所や避難施設において炊き出しを行いました。当社グループは食のインフラを担う企業として、予期せぬ災害により被害に遭われた方々に温かいお食事を提供することで、地域・社会への貢献に努めており、2025年5月には災害時に迅速に動けるようにオリジナルキッチンカーを導入しました。



コロワイド オリジナルキッチンカー

取締役紹介


取締役紹介 ●

取締役




代表取締役 会長
くろうど かねお
蔵人 金男

1966年 4月 当社入社
1975年 12月 当社取締役
1983年 3月 当社代表取締役社長
2007年 2月 当社代表取締役会長兼社長
2012年 4月 当社代表取締役会長(現任)



代表取締役 社長
のじり こうへい
野尻 公平

1993年 3月 当社入社
1997年 6月 当社取締役
2001年 8月 当社常務取締役
2002年 1月 当社専務取締役
2009年 9月 当社代表取締役専務
2012年 4月 当社代表取締役社長(現任)



取締役
いそ の たけお
磯野 健雄

1996年 4月 (株)新潟ニチイ(現イオンリテール(株))入社
2004年 8月 (株)ワタミファーム入社
2018年 6月 ワタミ(株)取締役MD本部長
2020年 10月 (株)コロナMD入社 顧問
11月 同社取締役副社長
2021年 3月 同社代表取締役社長(現任)
6月 当社取締役(現任)




取締役
まつ み だいすけ
松見 大輔

1998年 4月 YKK(株)入社
2007年 12月 (株)レックス・ホールディングス(現(株)レイズインターナショナル)入社
2015年 4月 (株)レイズインターナショナル取締役
2020年 4月 当社執行役員
2021年 5月 当社執行役員 人事法務本部本部長
6月 当社取締役 人事法務本部本部長
2023年 1月 当社取締役 コーポレートサービス本部本部長(現任)



取締役
もくの じゅんこ
壺野 純子

1991年 7月 Arthur・D・Little コンサルタント
2008年 9月 ウォルト・ディズニー・ジャパンコンシューマー・リレーションシップ・マネジメントディレクター
2015年 10月 (株)円谷プロダクション マーケティング本部長 執行役員
2019年 6月 当社社外取締役(現任)
2023年 5月 (株)メディアドゥ社外取締役(現任)
6月 クールジャパン機構(株)海外需要開拓支援機構社外取締役(現任)



取締役
ふくだ もりお
福田 守雄

1987年 4月 警察庁入庁
2007年 1月 京都府警務部長
2010年 3月 大阪府警交通部長
2011年 8月 警察庁長官官房参事官
2018年 7月 国土交通省大臣官房審議官
2021年 8月 公安調査庁調査第一部長
2023年 12月 明治安田生命保険相互会社顧問
2024年 6月 当社社外取締役(現任)


執行役員



執行役員
おおば りょうじ
大場 良二


1999年 3月 (株)レックス・ホールディングス(現(株)レイズインターナショナル)入社
2015年 4月 (株)レイズインターナショナル取締役
2016年 12月 (株)フレッシュネス取締役
2019年 3月 同社常務取締役(現任)
4月 当社執行役員システム企画本部本部長(現任)
2021年 6月 ワールドビーコム(株)取締役
2023年 6月 当社代表取締役社長(現任)

取締役(監査等委員)



取締役(監査等委員)
うだ たけし
宇田 猛

1984年 4月 (株)日伸食品(現カップ・クワイエット(株))入社
1995年 7月 同社東日本事業部部长
2005年 8月 同社取締役
2015年 6月 同社常勤監査役
2018年 6月 同社取締役(監査等委員)
2019年 6月 当社取締役(監査等委員・常勤)(現任)




取締役(監査等委員)
ふくざき しんや
福崎 真也

1997年 3月 司法修習修了(49期)
4月 弁護士登録(東京弁護士会)九段総合法律事務所入所
2001年 10月 番町スクエア法律事務所開設
2016年 6月 当社社外取締役(監査等委員)(現任)
ヤマシンフィルタ(株)社外取締役(監査等委員)
2017年 7月 福崎法律事務所開設(現任)
2023年 3月 (株)フォーサイト 社外取締役(監査等委員)(現任)



取締役(監査等委員)
ひぐち かずなり
樋口 一成

1980年 4月 (株)富士銀行(現(株)みずほ銀行)入行
2009年 4月 (株)みずほコーポレート銀行(現(株)みずほ銀行)執行役員 業務監査部長
2011年 5月 ユーシーカード(株)代表取締役社長
2016年 6月 大陽日酸(株)(現日本酸素ホールディングス(株))常勤監査役
2020年 6月 (株)フレハ社外取締役
2022年 4月 (株)プロクレアホールディングス社外取締役(現任)
2023年 6月 当社社外取締役(監査等委員)(現任)



取締役(監査等委員)
しらいし えりこ
白石 絵里子

2006年 12月 あずさ監査法人(現有限責任あずさ監査法人)入所
2017年 7月 白石公認会計士事務所設立
2021年 12月 VALX(株)社外監査役(現任)
2023年 7月 (株)Morght社外監査役(現任)
2024年 6月 (株)レイズインターナショナル社外取締役(監査等委員)
2025年 6月 当社社外取締役(監査等委員)(現任)

●スキルマトリックス

氏名	役位	社外	独立	特に期待する経験・知見					
				経営全般	フードビジネス	M&A 財務・会計	法務リスク マネジメント	テクノロジー	サステナビリティ
蔵人 金男	代表取締役 会長			●	●				
野尻 公平	代表取締役 社長			●	●	●	●		●
磯野 健雄	取締役				●				●
松見 大輔	取締役						●		●
壺野 純子	取締役	○	○	●			●	●	●
福田 守雄	取締役	○	○				●		
宇田 猛	取締役(監査等委員)					●	●		
福崎 真也	取締役(監査等委員)	○	○				●		●
樋口 一成	取締役(監査等委員)	○	○			●	●		●
白石 絵里子	取締役(監査等委員)	○	○			●			
大場 良二	執行役員							●	

社外取締役メッセージ

コロワイドグループのコーポレート・ガバナンスをより機能させていくため、客観的なご意見を頂き経営に取り込むことは重要であるとの認識のもと、5名の社外取締役に以下のテーマでお話を伺いました。

テーマ① コロワイドグループのガバナンスにおける現状と課題認識

テーマ② 中期経営計画[COLOWIDE Vision 2030]の進捗に関する評価



社外取締役
もくの じゅんこ
李野 純子

① 取締役会の議長に選任されてから3期目となりますが、現在に至るまで事務局のみなさんと議題の年間計画や重要性の高い議題の漏れ防止等の打ち合わせを重ねてきました。その結果、就任当時に比べて議題提示のタイミングもわかりやすく、内容もよりの確になっていると思います。またグループ企業の経営層とのコミュニケーションも増え、意志や意図を持った発言が増えていると感じます。当社のガバナンス向上においてグループ企業を含めた経営層とのコミュニケーションは重要だと思います。

その一方で、依然として経営層に女性が少ないことは課題視しており、人材の多様性という観点からも今後の女性の業務執行責任者の育成に期待したいです。

② M&Aによる積み上げ以外にも既存業態の拡大も重要だと思っています。従来のやり方や過去の成功体験に囚われることなく、各ブランドがマーケティング戦略を更に突き詰めて力強く成長すればグループ全体が活性化し、より確かな成長戦略が描けると感じています。また(株)コロワイドMDの位置づけは独特で優位性があります。気候変動やインフレの影響により調達活動だけでも大変な社会情勢の中、持続可能な成長を見据えた新たなチャレンジもしており、そのような取り組みもブランド価値向上の一環として適切に情報発信することで、当社への理解が深まり企業価値の向上に寄与するものと感じています。



社外取締役
ふくだ もりお
福田 守雄

① 当社の企業理念の「すべてはお客様のために」を実現するには、どれだけお客様の目線に立ってサービスを提供できるかにかかっていると思います。それには、何をあいても「食の安全・安心」が大前提となります。これが崩れるようでは、更なる成長はおろか、外食、給食事業は成り立ちません。ガバナンスの観点でも、店舗や工場における日々の衛生管理や、それを担保する効率的な監査体制が重要です。この点にも、当社は厳しく取り組んでおり、今後も緩めることなく進めていって欲しいと思います。

② 中期経営計画の達成と持続的な成長のためには、海外への積極的な事業展開を進める一方、事業の足元、足場を更に強くすることが必要だと思います。具体的には、食材の安定調達、ロジスティクスの整備が重要です。今回のSeagrassの買収も、上質なオーストラリア産牛肉の調達にも繋がりますし、物流大手と協働して、配送網の効率化も進んでいます。また当社のもう一つの企業理念である「すべては社員のために」の実現には、子育て、介護といった従業員個々のライフステージや、多様なバックグラウンドを持つ外国人の働き手への対応を更に進めることが重要だと思います。



社外取締役
ふくざき しんや
福崎 真也

① まず、取締役会の実効性という観点では、取締役会の事前の情報共有や議論の場が定期的な頻度で適切に行われていると感じています。そのような場において忌憚のない意見交換があり、取締役会の前裁きの形で機能していることから、取締役会の実効性が向上していると考えています。他方で議題の不足感はまだ感じており、必要最低限の議題にとどまらず、中期経営計画の定期的な進捗報告等、プラスαの充足が必要だと感じています。

② 給食事業については、グループシナジーの発揮が更に必要だと感じています。今はまだノウハウを蓄積するフェーズだとしても、今後はM&Aによりグループに参画した会社の売上を、グループシナジーを活用して増やせる仕組みを作ることが重要です。また海外事業については、ここ数年で当社は出店経験のない中東やオーストラリアに進出しています。事業を拡大する上でリスクは付き物ですが、本案件にはそれなりに大きいリスクも感じているため、日本の本社からのサポート体制を十分に整え、より一層強固なものにする必要性を感じています。



社外取締役
ひぐち かずなり
樋口 一成

① 取締役会以外でも、店舗や工場への訪問機会が増えたのは現場重視の観点からいい傾向です。また海外経営陣とのWEB会議の場も整備され、ガバナンスのベースとなる情報共有が非常に進みました。その上で本質的議論が活性化し、心理的安全性も高まっていると感じますが、これは様々なことをざっくばらんに包み隠さず議論する社長や取締役会議長のスタンスの現れでもあると考えます。ガバナンスで大切なのは経営陣の育成強化、つまりは「人」です。次世代も見据え、なお一層の継続的な努力による経営人財の強化、リーダーシップの拡充に期待しています。

② 各事業のM&A戦略や業務戦略が着実に進展し、財務戦略も従前以上に会社の財務力に配慮がなされ、財務指標、増資、ファイナンス等の組み合わせがバランス良く進展しています。その上でCOLOWIDE Vision 2030達成のためには、新たな価値の創出にも期待しています。各地域各業態の自らのプロダクツのポジショニングを踏まえ、世の中の変化を見定めながらイノベーションを発揮し、お客様にきちんと価値を提供できるかが大きなテーマです。その際、グループ全体の更なるシナジーの発揮が重要であり、例えば当期M&Aを行ったオーストラリアの子会社には大いに注目をしています。海外で成功している会社からグローバルな視点での業務を更に吸収することで、新たな価値とイノベーションの創出を進めて欲しいと思います。



社外取締役
しらいし えりこ
白石 絵里子

① 前期1年間、(株)レイズインターナショナルの社外取締役に務めさせて頂きました。同社では取締役会に加え、事業報告会という意見交換の場が設けられており、取締役会の実効性向上に寄与していました。一方、課題として感じているのは海外事業のガバナンスです。遠隔地に拠点があることで、内部統制の構築や継続的な監視が難しく、結果として誤謬や不正のリスクが高まりやすい状況にあります。商慣習や法規制の違いも踏まえ、潜在的リスクを顕在化させ、業績向上を確実にするには、海外におけるガバナンス強化が不可欠であると考えています。

② **新任挨拶 社外取締役としての役割について**
当社の監査等委員として、公認会計士としての専門知識に加え、当社グループの「食」を通じた確かな企業成長に、会計と経営の両面から深く貢献したいと考えています。数字の裏にある現場の「美味しい」や「楽しい」を想像できる監査等委員として、財務諸表の信頼性はもちろん、お客様の笑顔と従業員の活力が持続可能な企業発展に繋がるよう、多角的な視点からガバナンス体制を強化したいです。



株式会社レイズインターナショナル
代表取締役社長
すみかわ こうた
澄川 浩太

2001年 4月 監査法人トーマツ(現有限責任監査法人トーマツ)入社
2004年 4月 みずほコーポレートアドバイザー(現みずほ銀行)入社
2013年 7月 日清食品(株)入社
2016年 7月 当社入社
ワールドピーコム(株)代表取締役社長
2017年 6月 カップ・クリエイト(株)取締役
10月 同社代表取締役専務
2018年 6月 当社取締役
2020年 11月 (株)大戸屋ホールディングス取締役
2021年 3月 (株)レイズインターナショナル代表取締役社長(現任)
2024年 4月 (株)Beer Thirty代表取締役社長(現任)



カップ・クリエイト株式会社
代表取締役社長
やまかど たけひろ
山角 豪

2000年 5月 (株)すかいらーく(現(株)すかいらーくホールディングス)入社
2015年 6月 同社店舗開発政策グループディレクター
2017年 5月 ニラックス(株)取締役
2018年 1月 (株)ダイナミクス入社 CSO(経営企画室長)
6月 (株)シュゼット入社 外販営業部長兼カサネオ営業部長
2020年 5月 (株)アトム入社顧問
6月 同社代表取締役社長
2022年 6月 カップ・クリエイト(株)取締役
10月 同社代表取締役社長(現任)



株式会社アトム
代表取締役社長
うえだ たけふみ
植田 剛史

2001年 9月 (株)平成フードサービス(現(株)コロワイド)入社
2005年 6月 (株)アトム代表取締役社長
2011年 6月 (株)コロワイド東日本(現(株)コロワイドMD)代表取締役社長
6月 当社取締役
2023年 4月 (株)ダブリューピージャパン代表取締役社長
6月 当社取締役 開発本部本部長
2024年 4月 当社取締役 コントラクト事業本部本部長
12月 (株)ハートフルダイニング代表取締役社長
2025年 6月 (株)アトム代表取締役社長(現任)



株式会社大戸屋ホールディングス
代表取締役社長
くろどう まさき
蔵人 賢樹

2010年 4月 当社入社
2011年 6月 当社取締役
2012年 4月 当社常務取締役
2016年 4月 当社専務取締役
2017年 6月 (株)コロワイドMD代表取締役社長
2019年 3月 (株)WORITS代表取締役社長
2020年 11月 (株)大戸屋ホールディングス代表取締役社長(現任)
(株)大戸屋代表取締役社長(現任)



REINS INTERNATIONAL (USA)CO., LTD.
代表取締役社長
とづりょう
戸津 涼

2001年 11月 (旧)レイズインターナショナル入社
2012年 10月 (株)レックス・ホールディングス(現(株)レイズインターナショナル)取締役
2013年 1月 同社専務取締役
2013年 10月 (株)コロワイド東日本(現(株)コロワイドMD)取締役
2016年 4月 (株)レイズインターナショナル取締役
2017年 2月 REINS INTERNATIONAL (USA)CO., LTD. 代表取締役社長(現任)



株式会社コロワイドダイニング
代表取締役社長
よりずみ あつや
頼住 厚哉

1988年 4月 UCC上島珈琲(株)入社
2016年 4月 ワタミ(株)執行役員 外食業企画本部部長
2018年 4月 ワタミ(株)執行役員 MD事業 宅食事業商品本部部長
2022年 3月 カップ・クリエイト(株)商品本部部長
2023年 3月 (株)レイズインターナショナル居酒屋事業本部部長
2024年 3月 (株)チアーズダイニング(現(株)コロワイドダイニング)取締役
10月 同社代表取締役社長(現任)
2025年 4月 (株)ダブリューピージャパン代表取締役社長(現任)



株式会社ニフス
代表取締役社長
まつばら あかね
松原 茜

2004年 4月 (株)レイズインターナショナル入社
2021年 5月 当社採用教育部部長
2023年 11月 当社労務統括部統括部長(採用教育部部長兼務)
2024年 3月 (株)ニフス代表取締役社長(現任)
2025年 4月 当社コントラクトフードサービス事業本部本部長(現任)
(株)クックサービス取締役(現任)



株式会社フレッシュネス
代表取締役社長
さいとう けんたろう
齋藤 健太郎

1999年 8月 (株)フレッシュネスバーガー(現(株)フレッシュネス)入社
2012年 8月 同社営業部長
2016年 12月 同社店舗運営部部長
2020年 6月 同社取締役運営部部長
11月 同社代表取締役社長(現任)



PT. REINS MARINDO INDONESIA
代表取締役社長
しのぎ こうた
篠崎 孝太

2006年 4月 (株)レイズインターナショナル入社
2013年 6月 REINS INTERNATIONAL (SINGAPORE) PTE. LTD. 取締役
2015年 10月 PT. REINS MARINDO INDONESIA 取締役
2017年 1月 PT. REINS MARINDO INDONESIA 代表取締役社長(現任)
2024年 4月 (株)レイズインターナショナル執行役員アジア統括(現任)



株式会社N Baton Company
代表取締役社長
くぼた りょういち
久保田 令

2003年 4月 (株)大広入社
2006年 10月 (株)ローランド・ベルガー入社
2011年 5月 (株)サマンサタバサジャパンリミテッド入社
2013年 8月 (株)ジーユー入社
2016年 1月 MARK STYLER(株)入社
2018年 4月 (株)経営共創基盤入社
2022年 4月 カップ・クリエイト(株)入社 執行役員経営戦略本部部長
6月 同社取締役経営戦略本部部長
2024年 8月 同社取締役
(株)日本銘菓総本舗(現(株)N Baton Company)
代表取締役社長(現任)
(株)庫や代表取締役社長(現任)
エコー・クリオ(株)取締役
2025年 6月 エコー・クリオ(株)代表取締役社長(現任)



株式会社ジャパンフレッシュ
代表取締役社長
いそべ はるお
磯部 晴男

1984年 4月 (株)ジャパンフレッシュ入社
2011年 6月 同社取締役 生産部長
2013年 6月 同社専務取締役
2014年 6月 同社代表取締役社長(現任)



株式会社シルスマリア
代表取締役社長
おかもと かずゆき
岡本 和之

2010年 11月 (株)コロワイド東日本(現(株)コロワイドMD)入社
2018年 10月 同社生産本部部長
2019年 3月 同社取締役 生産本部部長
2022年 9月 (株)シルスマリア取締役 製造部長
2024年 6月 同社代表取締役社長(現任)
2025年 6月 エコー・クリオ(株)取締役(現任)



株式会社ココット
代表取締役社長
たなか ようこ
田中 洋子

1989年 8月 (株)平成フードサービス(現(株)コロワイド)入社
2007年 12月 (株)ココット取締役
2010年 9月 同社代表取締役社長(現任)
2019年 10月 当社人事総務本部本部長

企業統治=コーポレート・ガバナンスや経営の適正運営、透明性の担保は株主投資家だけでなく、従業員をはじめすべてのステークホルダーへの約束です。

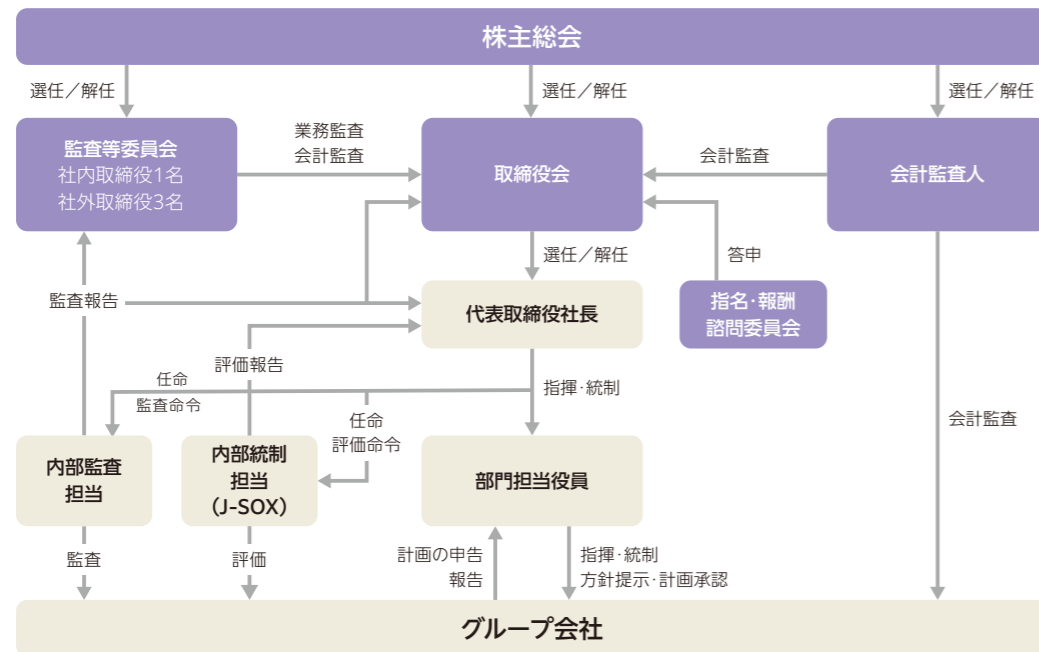
基本的な考え方

当社は、お客様に「楽しかった、美味しかった」と喜ばれる仕事をする事で、「食」を通して社会に貢献すると共に、社員の幸福を達成することを使命としています。

当社グループの主な事業内容は、直営飲食店の展開、飲食店のFC事業展開、病院・介護施設等の給食受託、各種食材・食品の購買・加工・流通・販売等です。これら飲食業を営む企業の遵守すべき法律としては、食品衛生法、

消防法、個人情報保護法等があり、また上場会社として遵守すべきルールとして、コーポレートガバナンス・コード等があります。これらへのコンプライアンス体制を適切に構築することにより、当社の企業理念や経営戦略を着実に遂行できる基盤が整うことになり、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するものになると考えています。

●体制図



上記の監査制度を十分に機能させるため、営業のみならず管理部門の責任者より現状報告の体制を敷いています。主なものは以下の通りです。

- 1 部門担当の各役員は、定期的または監査等委員の求めに応じて、監査等委員と会合を持ち意見交換を行うこととしています。
- 2 金融商品取引法における内部統制報告義務へ対応するための内部統制担当部門は、定期的または監査等委員の求めに応じて、監査等委員と会合を持ち意見交換を行うこととしています。
- 3 食品衛生法、消防法等法令遵守のための内部監査担当部門は、定期的または監査等委員の求めに応じ、監査等委員と会合を持ち意見交換を行うこととしています。
- 4 会計監査人からの監査結果等の聴取及び意見交換のため、監査等委員は随時会計監査人と会合を行うこととしています。

企業統治の体制の概要及び当該体制を採用する理由

当社は、取締役会の監督機能の一層の強化とガバナンス体制の充実を図ることを目的に監査等委員会を設置しています。監査等委員である取締役の過半数が社外取締役で構成され、外部からのチェック機能の強化という観点

から、経営監視機能の充実を図っています。また取締役の指名・報酬等に関する評価・手続きの公平性・透明性・客観性を担保することを目的に、取締役会の任意の諮問機関として指名・報酬諮問委員会を設置しています。

取締役会

取締役会は、原則毎月1回開催される定時取締役会の他、必要に応じて臨時取締役会を開催し、法令・定款及び取締役会規程に定められた事項の他、業務執行に関する重要事項に関して審議・決議を行うと共に、取締役の業務執行を監督しています。取締役10名中5名が社外取締役(内、独立役員5名)であり、経営管理及び外食企業のあり方の観点から、取締役会の意思決定の妥当性・適正性を確保するための助言・提言を行うこととしており、当社の経営上有益な指摘・意見を頂き、経営の透明性と適正性を確保しています。また独立かつ客観的な経営の監督機能の維持・向上を目的に、2022年6月28日開催の第60期定時株主総会において、取締役会の招集権者及び議長が取締役社長に限定されていた定款規定を変更し、同日開催の臨時取締役会より、社外取締役である空野純子氏が選ばれて取締役会の議長を務めています。

実効性評価

当社は、取締役会の実効性向上のため、取締役会の分析・評価を実施しており、その結果の概要を開示しています。

実効性評価の概要はこちらをご参照下さい。

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7616/announcement/111737/00.pdf>



監査等委員会

当社における監査等委員会は、常勤監査等委員1名及び社外監査等委員3名の計4名で構成しており、監査等委員会は、毎月1回開催することを原則としています。

直近の事業年度における取締役会、監査等委員会、及び指名・報酬諮問委員会の実施状況等、また企業統治に関するその他の事項等の詳細はこちらをご参照下さい。

https://ssl4.eir-parts.net/doc/7616/yuho_pdf/S100W1YL/00.pdf



独立社外取締役の有効な活用、独立性判断基準及び資質

当社は、独立社外取締役より、多様な視点や経験及び高度な専門知識に基づいて、当社の経営全般に関し、独立した立場から助言・提言を受け、それらの意見を会社経営に取り入れる体制をとっています。

独立社外取締役の独立性判断基準及び資質等の詳細につきましてはこちらをご参照下さい。

https://ssl4.eir-parts.net/doc/7616/ir_material/1/174920/00.pdf



役員報酬

当社の取締役の報酬等は、固定報酬をベースとし、生活基盤の安定を保障することにより職務に専念させると共に、部分的に業績連動報酬等及び株式報酬を導入し一定のインセンティブ報酬を支給することで業績向上を図るような報酬体系とし、個々の取締役の報酬等の決定に際しては各職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針としています。

●社外取締役の選任理由

氏名	監査等委員	独立役員	選任の理由
空野 純子		○	外資系を含む多様な企業において、ITサービス・E-commerce・マーケティングの分野での戦略策定・事業運営を実施。当社グループにおいても同分野が益々重要性を増すことを踏まえ、デジタルマーケティング戦略等の策定と推進の観点で経営に対する管理・監督を行うに適任と判断したものの。
福田 守雄		○	長年にわたる警察組織での豊富な知識と幅広い経験を有し、当該知識及び経験に基づき独立した立場から助言を頂けることが期待され、当社における法務リスクマネジメントの強化を図ることに寄与して頂けると判断したものの。
福崎 真也	○	○	企業法務に関する専門知識と幅広い業務経験を持つ人材であり、また他社の監査役・監査等委員としての経験も豊富。コーポレート・ガバナンス、コンプライアンスに対する社会の要請が高度化する中、当社の社外取締役・監査等委員として法律面の議論に積極的に参画・貢献して頂けると判断したものの。
樋口 一成	○	○	金融機関在任中に得た幅広い業務知識と経験に基づき、財務・会計に関する豊富な知見を有しており、当該知見を活かし、財務・会計に関するガバナンスやコンプライアンスについて専門的な観点から助言等を頂けると判断したものの。
白石 絵里子	○	○	公認会計士として飲食業、証券・投資信託といった金融業を営む企業の会計監査、IPO準備会社のデューデリジェンス、企業の税務申告書作成業務に従事され、財務会計及び税務について豊富な知識・経験を有しており、当該知見を活かして特に当社の財務会計や税務について専門的な観点から助言等を頂けると判断したものの。

上場子会社を有する意義

当社は、M&Aを成長戦略の柱と位置付け、業容の拡大と共に事業ポートフォリオの最適化を行ってきました。各上場子会社はこれまでのM&Aの結果として当社の連結子会社となったものであり、連結子会社化後も上場を維持し、対象会社の企業価値向上の成果を既存の株主様と

共有させて頂くことが望ましいと考えています。当社は、各上場子会社が株式市場での評価を受けながら事業に取り組むと共に、少数株主の利益に配慮した自律的な経営を行うことが各社の持続的成長に資するものと考えています。

リスクマネジメント

コロワイドグループでは、安全で持続可能な経営のために、あらゆるリスクを想定し、適切な対応施策に取り組みます。

リスク管理体制の整備状況

経営の健全性確保と企業価値の維持・向上を図るべく、リスクを適切に把握・識別・評価し、低減・是正・改善等のための必要な措置を講じるため、リスク管理基本方針を定めリスク管理を行っています。すべての役職員が能動的にリスク管理に取り組むとの認識のもと「リスク管理規程」に基づき、3線の防衛線に整理したものとしています。想定されるリスクの識別・分類及び分析・対応等について記載した「リスク管理シート」に基づき重要リスクを特定すると共に、その重要性に応じたリスクへの対応の有効性について評価を行っています。

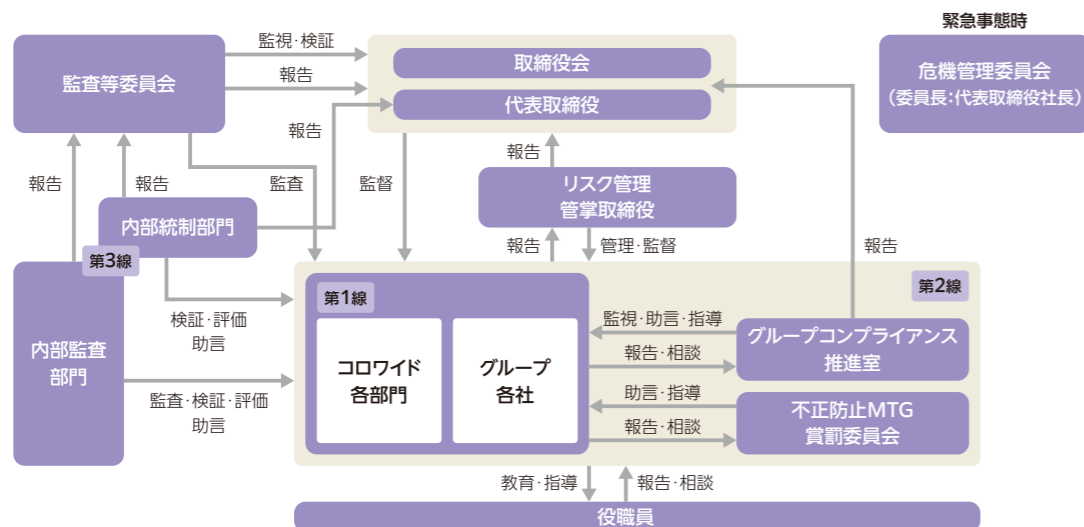
リスク管理基本方針

- ①当社は、経営の健全性確保と企業価値の維持・向上を図るべく、リスクを適切に把握・識別・評価し、低減・是正・改善等のための必要な措置を講じる。
- ②当社は、リスク管理基本方針を定め、内外に公表する。
- ③当社は、経営環境の変化、事業内容及び組織体制等の内外の変化等必要に応じて、リスク管理基本方針を適宜見直す。

識別したリスクと対応策の概要はこちらをご参照下さい。
https://ssl4.eir-parts.net/doc/7616/yuho_pdf/S100W1YL/00.pdf



●体制図



コンプライアンス

企業が社会から求められるコンプライアンスは法令遵守のみならず、倫理観など広範囲にわたります。コロワイドグループは、お客様をはじめ社会からの信頼を得るために様々な対応を進めます。

コンプライアンスポリシー

コロワイドグループでは、コンプライアンスを単なる法令遵守と限定的に解釈するのではなく、社会規範の遵守を含む、社会からの期待、信頼、要請にこたえる倫理的行動規範と考えています。その上で、コロワイドグループの役員及び在籍し就業するすべての者が、企業の社会的責任を常に認識し、コンプライアンスを実践する態勢を構築することを目的とし、基本方針と推進体制を定めています。

推進体制

当社は、関係諸法令の徹底を図るためにグループコンプライアンス推進室が中心となり、コンプライアンス体制の整備を促進すると共に、グループ全体におけるコンプライアンスの遵守を推進しています。

コンプライアンスに関する取り組み

当社グループでは更なるコンプライアンスの適切な運用を図るべく「グループコンプライアンス規程」に基づき、グループコンプライアンス推進室が中心となってグループ全体でのコンプライアンス意識の向上に取り組んでいます。定期的なコンプライアンス研修の実施や、研修を効果的に行うためのウェブ環境の整備、グループ全社員を対象として年2回実施するエンゲージメントサーベイにおいて、コンプライアンスに関する意識の状況をモニタリングすること等により、コロワイドグループの役員及び在籍し就業するすべての者のコンプライアンス意識の向上・維持を図っています。

基本方針

①法令遵守

コロワイドグループの役員及び在籍し就業するすべての者は、会社経営及び事業活動に関連するすべての法令及び社会規範を誠実に遵守し、公正で良識のある企業活動を行います。

②人権の尊重

コロワイドグループの役員及び在籍し就業するすべての者は、コロワイドグループに関わるすべての人の人権を尊重し、一人一人の個性と多様性を認め合います。

③高い倫理観に基づく行動

コロワイドグループの役員及び在籍し就業するすべての者は、各自与えられた役割を果たすにあたって、お客様、株主、社会、他の従業員、ひいては自らの家族、友人、愛する人にも胸を張って説明できる行動を選択します。

コンプライアンスに関する取り組みの詳細はこちらをご参照下さい。

https://ssl4.eir-parts.net/doc/7616/yuho_pdf/S100W1YL/00.pdf



主要財務データ・非財務データ

主要財務データ

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
売上収益(百万円)	234,444	245,911	244,360	235,334	168,181	175,627	220,830	241,284	269,156
売上原価(百万円)	101,587	107,253	105,581	101,168	75,524	78,939	96,619	101,916	112,389
売上総利益(百万円)	132,857	138,658	138,779	134,166	92,657	96,688	124,212	139,368	156,766
事業利益(百万円)	6,806	7,193	8,499	5,632	△8,331	6,133	△196	8,712	9,305
当期利益(百万円)	△4,280	1,397	1,150	△6,798	△11,193	3,068	△8,579	4,064	2,255
親会社の所有者に帰属する当期利益(百万円)	△1,398	1,170	632	△6,447	△10,085	1,437	△6,801	2,905	1,249
EBITDA(百万円)	16,245	16,761	17,728	14,319	△98	14,416	7,400	16,777	18,486
営業活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	4,990	16,658	15,971	26,072	3,420	23,830	28,783	29,879	28,808
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△13,982	△5,281	△7,457	△15,348	△12,924	△3,522	△8,788	△13,582	△21,606
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	12,545	△11,390	△9,496	△12,338	15,890	△9,511	△18,755	△20,329	17,954
基本的1株当たり当期利益(円)	△19.56	12.91	5.72	△88.62	△141.30	11.31	△84.45	27.52	7.45
売上収益事業利益率(%)	2.9	2.9	3.5	2.4	△5.0	3.5	△0.1	3.6	3.5
親会社所有者帰属持分当期利益率(ROE)(%)	△4.2	2.8	1.2	△22.2	△37.8	2.3	△15.7	6.6	2.0
資産合計税引前利益率(ROA)(%)	1.0	1.2	1.2	△3.8	△5.5	0.8	△3.2	2.5	1.7
株価収益率(倍)	—	192.9	400.7	—	—	157.0	—	78.8	230.4
配当性向(%)	—	38.7	87.4	—	—	44.2	—	18.2	67.1
店舗数(店)	2,738	2,721	2,709	2,665	2,843	2,785	2,640	2,583	2,586

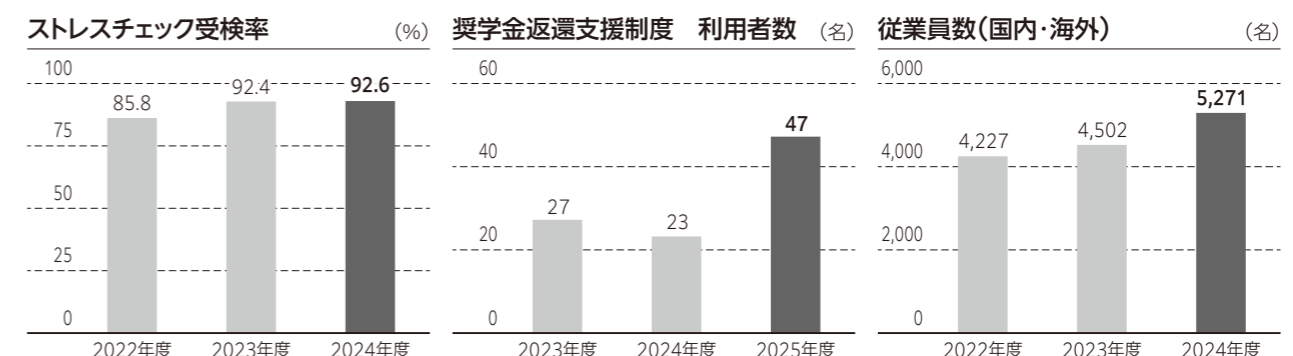
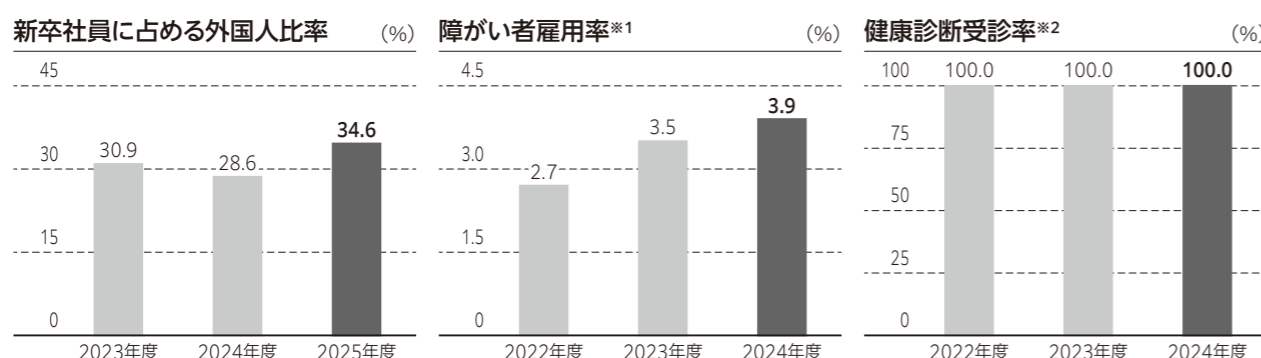
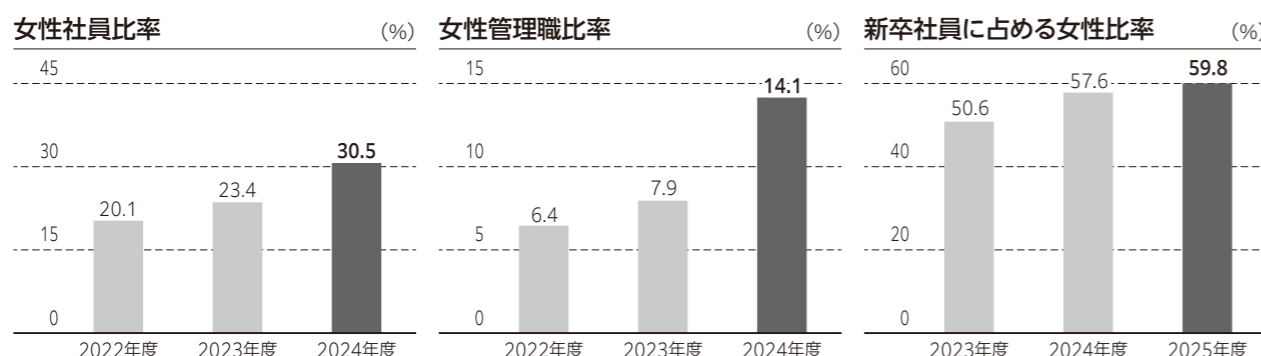
※国際会計基準[IFRS]により作成された連結財務諸表の数値を使用しています。
●事業利益=売上収益-売上原価-販売費及び一般管理費

●EBITDA=事業利益+減価償却費及び償却費(使用権資産の減価償却費を除く)
●売上収益事業利益率=事業利益/売上収益

●ROE=親会社所有者に帰属する当期利益/親会社の所有者に帰属する持分(期中平均)
●ROA=税引前利益/総資産(期中平均)

※株価収益率及び配当性向については、1株当たり当期損失である年度は記載していません。
※店舗数は年度末時点のものとなっています。

非財務データ



※1 集計対象範囲: (株)コロワイド、(株)レイズインターナショナル、(株)コロワイドダイニング、(株)コロワイドMD、(株)ココット
※2 集計対象範囲: (株)コロワイド、カップ・クワイエット(株)、(株)大戸屋ホールディングス、(株)大戸屋、(株)アトム、(株)レイズインターナショナル、(株)コロワイドダイニング、(株)コロワイドMD、(株)ジャパンフレッシュ、(株)フレッシュネス、(株)ココット、(株)シルスマリア、(株)ダブリュー・ピー・ジャパン、ワールドピーコム(株)、(株)ベイ・フードファクトリー、(株)エムワイフーズ、(株)フューチャーリンク、(株)Beer Thirty

会社概要 (2025年3月末現在)

商号	株式会社コロワイド
所在地	神奈川県横浜市西区 みなとみらい二丁目2番1号 ランドマークタワー12階
設立	1963年4月
資本金	438億14百万円
主な事業内容	1. 飲食店の経営 2. 各種食料品の仕入販売及び加工販売 3. 煙草、酒類の販売

株式の状況 (2025年3月末現在)

発行可能株式総数	普通株式	112,999,820株
	優先株式	30株
	第2回優先株式	50株
	第3回優先株式	100株
発行済株式の総数	普通株式	106,453,541株
	優先株式	30株
	第2回優先株式	30株
	第3回優先株式	90株
単元株式数	普通株式	100株
	優先株式	1株
	第2回優先株式	1株
	第3回優先株式	1株
株主数	普通株式	139,217名
	優先株式	1名
	第2回優先株式	1名
	第3回優先株式	1名

役員 (2025年6月末現在)

代表取締役会長	蔵人 金男
代表取締役社長	野尻 公平
取締役	磯野 健雄
取締役	松見 大輔
社外取締役	空野 純子
社外取締役	福田 守雄
取締役(監査等委員)	宇田 猛
社外取締役(監査等委員)	福崎 真也
社外取締役(監査等委員)	樋口 一成
社外取締役(監査等委員)	白石 絵里子

大株主の状況 (2025年3月末現在)

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口)	9,973	9.4
(株)サンロード	5,766	5.4
蔵人 良子	4,062	3.8
蔵人 賢樹	2,864	2.7
蔵人 金男	2,699	2.5
(株)日本カストディ銀行(信託口)	1,458	1.4
鈴木 理永	1,094	1.0
STATE STREET BANK WEST CLIENT-TREATY 505234	804	0.8
JP MORGAN CHASE BANK 385781	675	0.6
(株)みずほ銀行	354	0.3

※ 持株比率は自己株式(170,850株)を控除して計算しています。

グループ体制

