

株式会社 ワン・ダイニング

大阪市西区

独自の外食チェーンで急成長！ ユニフォームでも社会的責任を果たす

ワン・ダイニングは外食産業のなかで、関西を中心に郊外型焼肉オーダーバイキングの「ワンカルビPLUS+」や、郊外型しゃぶしゃぶオーダーバイキング「きんのぶた」など、お肉に特化した業態開発で急成長を遂げている。社会貢献活動にも熱心で、10月からは循環型のユニフォームリサイクルにも取り組む。



「ワンカルビPLUS+」と「きんのぶた」の看板



高橋淳社長



「ワンカルビPLUS+」のモダンな店舗

「チームワン・ダイニング」の精神で全スタッフが一体に

ワン・ダイニングは、来店するお客さまにスローガンの「いちばんの満足」を提供することにこだわってきた。その根底には高橋淳社長が掲げる社員・パート・アルバイトを含めた「チーム ワン・ダイニング」の精神があり、相互に補充し合いながら経営理念の「価値」を誇れる企業を追求している。

同社のこだわりは食材によく表れている。「ワンカルビPLUS+」では、食肉のプロが厳選した肉をそれぞれの店舗でスタッフが手間をかけておいしく食べられるようにカットしている。これは大規模な焼肉チェーンでは不可能といわれてきたことだ。また「きんのぶた」では契約農家直送の和豚もちぶたや有機野菜を使うなど、厳選した食材を徹底した鮮度管理、品質管理、衛生管理のもとお客さまに提供する。

店舗イメージは細部までVMD（ビジュアルマーチャンダイジング）を統一、上質な空間を演

出する。ウエイティング中のお客さまにはデジタルサイネージ（電子看板）で、最新情報を効果的に配信している。

その中で同社スタッフのユニフォームは、VMDによる店舗イメージ、安心・安全を実現するための徹底した衛生管理、「チーム ワン・ダイニング」としての一体感や誇りなど、最高の「おもてなし」を実現するため欠かせない大きな要素だ。

とくに同社では1、2人の正社員が40〜50人のパート・アルバイトを使って店舗を運営する。そのため、アルバイトの一人ひとりが「チーム ワン・ダイニング」の重要な人材であり、一人ひとりにまでチーム「ワン・ダイニング」精神、目標を共有化し、ペクトルを合わせて働くことへのモチベーションを高めることが不可欠だ。

そのために「ユニフォームは重要な役割を担っている」と高橋社長は指摘する。実際、「ワンカルビPLUS+」のユニフォームは、高橋社長自身が最終的に細部までチェックして、現在のものにモデルチェンジした。

清潔感のあるユニフォーム



笑顔でおもてなし



「きんのぶた」の店舗

約6.3トンの二酸化炭素削減効果

そのユニフォームについてワン・ダイニングは、低炭素社会形成（二酸化炭素（CO₂）削減）に向けた環境保全への取り組みの一環として、2010年10月から同社の各店舗でパート・アルバイトスタッフが着用するユニフォーム（シャツ、黒エプロン、エンジエプロン）で、資源循環型リサイクルシステムを活用した新ユニフォームを採用する。

具体的には同社が展開するしゃぶしゃぶ業態「きんのぶた」で13年度までに使用するユニフォームを環境配慮型ユニフォームに変更する。

新しい店舗ユニフォームは環境配慮型商品の証しである日本国環境ラベル「エコマーク認定」使用後回収・リサイクルする衣服」を受けた商品で使用後に回収され、リサイクルされる。使用済みユニフォームのリサイクルは繊維商社チクマが取得した「広域認定制度」を活用したリサイクルシステムに

基づき実施する。

この期間に使用するユニフォームはシャツ約3920点、黒エプロン約1380点、エンジンエプロン約840点上り、これらを焼却廃棄していた場合と比較して、約6・3トンのCO₂削減効果が見込まれる。

もともと同社は社会貢献活動に熱心で、前身のダイリキ時代から利益の一部を災害義援金や奨学金基金、地域社会への寄付金として充ててきた。2009年からは海外に目を向け、両社共同でカンボジアでの社会貢献活動(学校建設)「カンボジアプロジェクト」に取り組み、すでに2校の小学校を建設している。

今回のユニフォームリサイクルでは、再利用で作られた環境グッズ(エコバッグ、筆入れ)を現地小学校の生徒に寄付する取り組みを実践する。

おもてなしの基本は きれいなユニフォーム

ワン・ダイニングのユニフォームは業態によって異なるが、

タイリツシユなシャツタイプで、店舗のイメージとマッチしている。シャツの素材はストレッチパーバリー(ポリエステル65%・綿65%)で、パンツから出てだらしなくならないように着丈を長くし、ボタンを取れにくく加工している。女性のみ使用の胸当てエプロンはストレッチロピカル(ポリエステル100%)素材、ホールサロンはストレッチツイル(ポリエステル100%)素材でズレ落ち防止ループ加工を施した。パンツは「きんのぶた」と同じものを使用する。

同社はユニフォームの着用に関しても被服管理規定を設け、「正しいクリーニング」などのルールの順守を徹底している。また、外部機関への委託で「お客様目線」による客観的なチェックを行う「ミステリーショッパー(覆面調査)制度」の実施や、クリーニングや管理を担当する販売会社のモビメントによるユニフォームのプロの目で店舗ごとの管理や運用状況をチェックしている。

同社では「ワンカルピPLUS」のユニフォームも将来的に

「ワンカルピPLUS+」ホールスタッフ(女子)のユニフォーム



「ワンカルピPLUS+」ホールスタッフ(男子)のユニフォーム



「きんのぶた」ホールスタッフのユニフォーム



店舗イメージとユニフォームがマッチする



スタイリッシュなシャツスタイル



社会貢献活動でカンボジアに小学校を建設

「きんのぶた」は白のシャツと黒のパンツの上下に、エンジのサロンまたは黒のサロンを組み合わせる。白と黒の組み合わせでシャープさ、スタイリッシュなイメージを際立たせている。シャツを白にすることで清潔なイメージを醸成すると同時に、汚れやすい白を着ることでスタッフ自身の「清潔」への意識を高める効果もある。

シャツの素材は防透け機能を持つポリエステル(ポリエステル80%・綿20%)を使用する。ボストン商会の既製品の長袖を七分袖に加工し、襟元をしっかりとさせるために襟心で強化している。その他のアイテムでは、黒のパンツがポリエステル100%の素材、エンジのサロンは交織ポプリン(ポリエステル80%・綿20%)でズレ落ち防止のためのループ加工を施している。黒のサロンは制電ギャバ(ポリエステル100%)を使用する。

高橋社長が自ら最終決定した「ワンカルピPLUS+」のユニフォームも、よくある居酒屋の和風ユニフォームではなく、ス

はリサイクルに対応させるなど、今後も循環型社会の実現に向けた環境保全の取り組みを進めていく考えだ。

Company Profile



株式会社 ワン・ダイニング

大阪市西区新町1-28-3 電話 06-6578-1290
ホームページ <http://www.1dining.jp/>

創業45年の歴史を持つ食肉小売事業のダイリキが1993年から外食事業を展開し、2008年10月にダイリキとワン・ダイニングに会社分割を現在に至る。2010年9月1日現在、関西を中心に焼肉レストラン60店舗、しゃぶしゃぶレストラン15店舗の計75店舗を展開する。従業員は正社員224人、アルバイト3204人(2010年9月1日現在)、売上高110億9,329万円(2010年3月期)。