

第 2 部

15:00-15:15

講演 2-1

ロイヤルグループの取り組み

ロイヤルホールディングス株式会社
代表取締役会長（兼）CEO

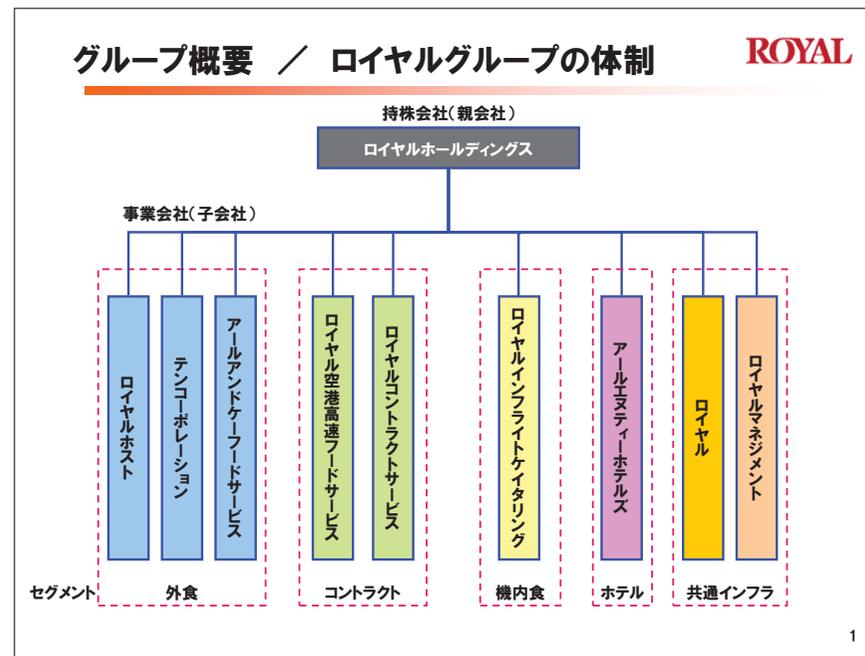
菊地 唯夫



グループ概要 / 主な事業セグメント① ROYAL

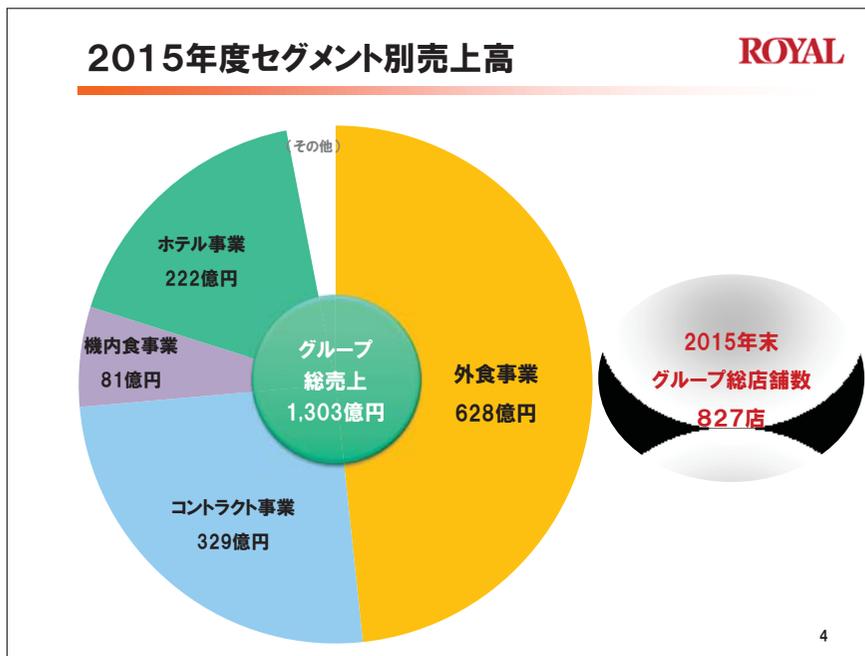
<p>外食事業 売上高 628億円 経常利益 31億円 12月末総店舗数 545店</p> <p>ロイヤルホスト <small>Hospitality Restaurant</small> 239店(内FC16店) Royal Host</p> <p>天井てんや 175店(内FC27店) 天井てんや</p> <p>カウボーイ家族 39店 COWBOY 家族</p> <p>シェーキーズ 23店(内FC11店) Shakey's</p>	<p>コントラクト事業 売上高 329億円 経常利益 11億円 12月末総店舗数 234店</p> <p>空港ターミナル内レストラン・売店 千歳、仙台、成田、羽田、関西国際、神戸、広島、福岡、鹿児島、那覇</p> <p>高速道路SAPA内レストラン・売店 那須高原、上里、羽生、駒寄、海ほたる、掛川、和布刈、古賀、川登、北熊本</p> <p>百貨店内レストラン 和洋中を中心としたレストラン、カフェ、ベーカリーショップの展開</p> <p>事業所内給食 一般企業、大規模展示場、病院、官公庁、ゴルフ場、美術館等における飲食の提供</p>
---	---

※売上高・経常利益は2015年度通期実績



グループ概要 / 主な事業セグメント② ROYAL

<p>機内食事業 売上高 81億円 経常利益 4億円</p> <p>◀ 関西国際空港・福岡空港・那覇空港 ▶ ロイヤルインフライトケイタリング(株)</p> <p>◀ 成田国際空港・羽田空港 ▶ ジャルロイヤルケイタリング(株) (持分法適用会社)</p> <p>※2015年7月より那覇空港にて機内食製造を開始</p>	<p>ホテル事業 売上高 222億円 経常利益 34億円</p> <p>「リッチモンドホテル」ブランドで 全国35ホテルを展開(直営)、 他2ホテルの運営支援・受託</p> <p>Richmond Hotel</p> <p>※売上高・経常利益は2015年度通期実績</p>
---	--



各業態における取り組み

情報提供

- メニューブックでエネルギー(カロリー)と塩分相当量表示
エネルギー 1989/10より
塩分相当量 2013/5より
- メニューごとの栄養成分値とアレルギー物質一覧のHP表記と店舗常備 (2007~)
- 主要食材の原産地の店頭およびHP開示

5

各業態における取り組み

メニュー

- お子様向けのアレルギー対応メニュー提供 (低アレルギーおこさまハンバーグ) (低アレルギーおこさまカレーライス)
- 野菜を主役とした新スタイルのサンシャインランチ導入
「日替わりサラダ」とメインディッシュの2皿で提供する「野菜も主役」という新スタイルのランチメニュー

糖質が気になる方への対応 2017年4月のメニュー改訂より

- ①低糖質パンの開発と販売 1個当たり 糖質9.3g
- ②セットのライスはグリーンサラダに変更が可能
- ③セットのライスはプラス50円で低糖質パンまたは十八穀米に変更が可能

6

各業態における取り組み

- 低吸油のてんぷら油の採用 (2016/4~)
日清オイリオ様が独自に開発したヘルシーオフ製法により天ぷらの吸油量を抑制する機能を持った植物油100%の「低吸油」それ以前の衣に含まれる油分が8%減少
- てんどのタレの塩分量の削減(2017/2~)
現在10店舗でテスト展開中。(当初8.5%⇒7.35%)
- カロリー、アレルギー、原産地をHPで表示

【参考】
500円天丼のカロリー推移(味噌汁付)
平成19年 853カロリー ⇒ 平成29年 730カロリー (14.4%減)
(ごはんの量、たれの量、衣の量の調整)

7

各業態における取り組み

食材の原産地表示の先駆的取り組み (2004～)

70種類以上の商品を取り揃えた大型サラダバーと素材を活かしたシンプルなグリル料理の提供

野菜をテーマにした親子参加の食育活動「ベジブルキッズクラブの実施」(2004～)




8

各業態における取り組み



アイスクリームの50%のカロリーの「フロースンヨーグルト」

フレッシュフルーツをトッピングすることでビタミン補給



ケーキの中に野菜を加えたキャロットケーキ、ズッキーニをすりおろしたケーキなど

ベジタリアン専用商品「ベジタリアンプレート」

小麦粉を使わず米粉やアーモンドを使ったグルテンフリーのケーキやクッキーの提供






9

【参考】コントラクト事業

職域食堂	病院外来レストラン
<p>ヘルシーサポート by ROYAL (2007年～)</p> <p>6つのテーマとカロリー650kcal以下の「週定食メニュー」の提供。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①塩味控えめセット 総塩分3g以下 ②もりもり野菜セット 野菜量175g以上 ③鉄分補給セット 鉄分4.9mg以上 ④ノンオイルセット 調理油を使用しない ⑤お腹すっきりセット 食物繊維7g以上 ⑥骨元気セット カルシウム230mg以上 	<p>ヘルシーサポート by ROYAL (2007年～)</p> <p>大学病院のメタボ外来や管理栄養士さんが作った「健康レシピ本」を商品化した健康メニューの提供。</p>





10

外食事業とコントラクト事業

コントラクト

企業 → 健康経営 → 従業員

契約/依頼 ↓ 従業員食堂 ↑ 健康な食事

外食

お客様は多様な選択肢の中から自らの嗜好等に応じてお店を選択

お客様 ← 外食

11

事業別の成長性と人材確保(一つの事例)

ROYAL

供給力(人材)

<p>差別化による成長</p> <p>(高)</p> <p>市場成長が乏しく、供給制約がないため競争が激化する領域であり、差別化による成長が有効な事業</p>	<p>規模の成長</p> <p>(高)</p> <p>多店舗化による規模の成長と親和性のある事業</p>
<p>買の成長</p> <p>(低)</p> <p>付加価値訴求型事業として規模ではなく買の成長を志向する事業。必要に応じて規模の縮小</p>	<p>効率的成長</p> <p>(低)</p> <p>機械化の推進などにより、効率化の推進に注力した上での規模拡大</p>

市場成長力

健康な食事は重要な付加価値のひとつ

12

外食産業の多様性

ROYAL

外食産業はその業態・規模の多様性のみならず、様々な視点で多様な産業構造を構築してきている

ビジネスモデル	規模	業態	お客様	従業員
テークアウト/イトイン	多店舗/個店	和/洋/中	日常/非日常	生活/自己実現
店内調理/集中調理	家族経営/大規模経営	食事/喫茶	栄養/くつろぎ	フルタイム/短時間
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

多様性こそがその原動力となり、24兆円の市場を構築

13

健康な食事

ROYAL

外食産業が提供する「健康な食事」とは (ロイヤルでは)

健康によりヘルシーな素材や商品の提供だけではなく

「良質な食材」「家庭では実現できない料理」「バラエティ」「食の楽しさ」等の多面的な食の提供

アレルギー情報等の安全・安心情報の提供

外食は現代社会の中で重要なインフラを担う産業となっており、生産年齢人口が減少する中、現政権が目指す「一億総活躍社会」を実現する上でも重要な役割を担うこととなる。

一方でお客様は自らの嗜好・その時々ニーズに応じて多様な選択肢の中から店舗を選んでおり、今後お客様の健康に対する意識の高まりとともにそれに対応する店舗も増加していくと想定される

14