

弊社の不適切な告知に関するお詫び、並びに、 お客さまの信頼回復に向けた取り組みについて

弊社は、2021年9月及び12月に実施した一部キャンペーンにおきまして、一時期品切れにも関わらず告知を続け、消費者庁から2022年6月に措置命令を受けることとなりました。また、同年7月、生ビールジョッキ半額の店内告知を一部店舗にてキャンペーン開始前に掲出、加えて一部店舗にて品切れの状況を引き起こす事態を生じさせてしまいました。

まずはここに、その他問題も含めました一連の弊社の不適切な告知及びその対応により、お客さまをはじめ、お取引先さま、多くのステークホルダーの皆さまに多大なるご迷惑をおかけし、大きく信頼を損ねてしまいましたことを、深くお詫び申し上げます。

これら一連の問題は、本来スシローが創業以来大切にしていまいりました「お客さまの声に真摯に耳を傾け、お客さまの立場で物ごとの判断をしていくこと」と、「企業として生産性・収益性の向上を追求すること」とのバランスを崩し、誤った経営判断になってしまったことに起因するものと深く反省しております。

今後、同様の問題を起こさないために、私たち経営陣はコンプライアンスを重視し、お客さまの声にもっと耳を傾け、改善すべき点は徹底的に改善し、これまで以上にお客さまから愛されるお店作りを全社一丸となって追求し、お客さまの信頼回復に向けて取り組んでまいりますことを、ここにお約束いたします。

■ キャンペーンや告知・広告の方針を一新します。

「景品表示法の理解・遵守を徹底するための
従業員の教育機会を増やします」

「販促物ツール作成において新たな表示基準を設けるとともに、
これまで以上に丁寧に商品をおつくりします」

「キャンペーン商品の販売総量を明示し、期間途中で品切れ^{*}になった場合、公式アプリ・HP、
店頭受付画面などを通じて、お客さまに簡単かつわかりやすい形でお伝えします」

(※ただし、食材の特性によっては食品ロス削減の観点から当日使用量終了時は品切れとさせていただきます)

■ これまで以上に、お客さまに寄り添ったサービスを提供します。

「店舗において、新しく定めたガイドラインの教育を定期的実施し、お客さまにしっかりとご対応する行動を徹底します」

「お客さまの立場に立った店舗運営がより一層出来るように、店舗社員数を増やし、
スタッフ教育に充てる時間を確保すると共に、従業員の働き方改革への取り組みを強化します」

「うまいすしを、腹一杯。うまいすしで、心も一杯。」

これはスシローが創業以来掲げてきた理念です。スシローは、この原点に立ち戻り、お客さまの声をカタチにし、お客さまのために今スシローができる精一杯を提供させていただきたいと考えています。



株式会社 FOOD & LIFE COMPANIES
代表取締役社長
水留 浩一



株式会社 あきんどスシロー
代表取締役社長
新居 耕平