



一般社団法人 日本フードサービス協会

ジェフマンスリー

特集 JFの新型コロナウイルス対策

米国フードサービス業界の
新型コロナウイルスへの対応

2020

03
/
04

2020 March / April No.464





われわれの誓い

食とホスピタリティを通し、お客様とともに喜びを分かち合うこと、それがわれわれの原点です。

1. お客様に満足していただけるよう、ホスピタリティの向上に努めます。
2. お客様に安心していただけるよう、安全で健康的な食の提供に努めます。
3. 食と農の連携により、潤いのある食生活への貢献と内外に向けた日本の食文化の普及に努めます。
4. 地球温暖化の防止など、環境問題への積極的な取り組みに努めます。
5. 社会の一員として、雇用の創造と地域社会の発展に努めます。

ジェフマンスリー

令和2年4月30日発行通巻464号(毎月1回発行)

目次

P. 1

巻頭言 真の働き方改革とは

P. 2

特集 JFの新型コロナウイルス対策
米国フードサービス業界の新型コロナウイルスへの対応

P. 12

JF TOPICS (協会活動報告)
近畿ブロック協議会
常任役員会・理事会(2月)
2019ジェフ愛の募金結果報告
広報調査委員会
食材調達・開発等委員会
国際交流委員会
常任役員会・理事会(3月)
第28回優良外食産業表彰

P. 23

市場動向 1月度・2月度

P. 24

新規会員
ハミングバード・インターナショナル/南国酒家/力の源カンパニー

巻頭言

協会副会長
肥田木 康正
康正産業株式会社
代表取締役



真の働き方改革とは

2017年12月号のジェフマンスリーで「外食産業の働き方改革を考える」というテーマで巻頭言を書かせていただきました。あれからわずか2年ですが外食産業を取り巻く経営環境はますます厳しさを増し、大きく変化しています。

人手不足が深刻化する一方、消費増税や軽減税率の導入、最低賃金の上昇、残業時間の上限規制、受動喫煙防止対策、HACCPの義務化、キャッシュレス対応、同一労働同一賃金問題、有給休暇取得の義務化など、様々な重要案件が私たちの目の前に立ちまわっています。そして、新型コロナウイルスの感染拡大という日本がかつて経験したことのない未曾有の危機に直面しています。まさに過去に例を見ないような経営環境の激変です。消費増税は消費が弱くなっている地方にとっては痛税感が大きく、そこへ新型コロナウイルスの影響が追い打ちをかけています。

昨年、パート従業員に対する社会保険適用拡大の問題が急に動き出したことはご承知のとおりです。今から3年前の平成28年10月より、501人以上の企業を対象に週20時間以上、月額賃金8万8千円以上という一定の条件を満たすパート・アルバイト社員にも社会保険が適用拡大されています。この新基準の適用以降に協会が会員社にアンケート調査を行ったところ、厚生年金への加入を望まないからと労働時間を20時間以内に調整するパート・アルバ

イト社員が増加し、結果として人手不足に拍車がかかっていることが明らかになりました。就労調整の主な理由は、手取り収入が減ること、将来の年金支給があてにならないことでした。人手不足のこのご時世で、われわれは一人でも多くのパート・アルバイトの方々に長く働いてもらえるよう社会保険に入ることをお願いしていますが、肝心のパートさんが入ってくれないというのが実態です。この重要な問題について、協会は業界の主張を社会に伝えるために、他の外食関係団体に呼びかけ、昨年11月に緊急集会を開催しました。

政府の掲げる政策は、このパート年金拡大問題を含め、外食産業にとって真逆の動きとなっているように感じます。協会の各委員会でも会員の皆様のご意見を聞きながら検討していきませんが、今こそ私たち一人一人が業界の未来をしっかりと見据え、従業員が高いモチベーションを保ちつつ、多様な人々が多様な働き方を選択でき、働きたくなるような職場作り、環境作りを行う時です。新型コロナウイルスの感染拡大により経営危機に直面している外食産業では、社会保険の適用拡大どころの話ではなくなっています。政府には引き続き適用拡大の見直しを求めていますので、会員の方々のご理解、ご協力をお願いいたします。

JFの新型コロナウイルス対策

新型コロナウイルスの感染拡大が止まらない。昨年12月18日、中国・武漢市が初めてこのコロナウイルスの感染例を発表してから4ヵ月が過ぎている。世界の他の国々と同様に、日本においてもこのウイルスがここまで猛威を振るうとは誰が予想できたであろうか。ウイルスが世界各地に伝播し、世界保健機関（WHO）も遅まきながら3月11日に「パンデミック（世界的な大流行）」を宣言したのに、日本政府が緊急事態宣言を発令したのはその約4週間後の4月7日のことである。

この間、協会（JF）は人の多く集まる協会事業を中止し、会員企業の経済的打撃をできるだけ食い止めるべく、政府をはじめ各方面に様々な緊急支援要請を働きかけ、会員社には取り組みの経過を逐次報告し、また事業継続の不安に関する問い合わせ等に対応してきた。以下はJFの現在までの取り組みと今後の対応についてである。

JF ニュースレターによる情報発信

そもそもコロナウイルスとは何なのか。電子顕微鏡で見ると、ウイルスの球体の表面に突起のようなものが出ていて、形が「王冠」（ギリシャ語でコロナ）や太陽のまわりの光の輪（コロナ）に似ていることから「コロナウイルス」と命名されたという。2002年に流行したSARS（重症急性呼吸器症候群）、2012年に現れたMERS（中東呼吸器症候群）も原因はコロナウイルスであるが、今回の新型コロナウイルス（SARS CoV-2）はサーズやマーズよりも感染力が強く、今のところ得体が知れない。

閑話休題、協会事務局は迅速な情報発信を行うためにJFニュースレターを活用した。

(1) 新型コロナウイルスに関する協会の第一報は1月27日のJFニュースレター（新型コロナウイルス関連肺炎に関する情報 No.1）にさかのぼる。感染症を引き起こすウイルスであること、肺炎の発症が報告されていることを伝えるとともに、JFは関係省庁

と連携して随時、必要な情報を提供していくこと、外食産業における新型コロナウイルス対策行動計画を作成中であることを報じた。なお「JFニュースレター 新型コロナウイルス関連肺炎に関する情報」はシリーズで4月23日現在、No. 25まで発出されている。行政関連情報・資金援助情報等も適時掲載しているのでJFホームページを参照していただきたい。

- (2) 1月31日のニュースレター No.3では、外食サービスの提供・接客におけるマスクの着用に関する会員各社からの多数の問い合わせに応じ、他者への飛沫感染を防ぐなどマスク着用の効果と関連参照サイトを紹介した。
- (3) 2月4日のニュースレター No. 5では、「外食産業のための新型コロナウイルス感染症対策（暫定版）」がJFホームページよりダウンロードできることを伝えた。
- (4) この間にも新型コロナ関連のニュースが次々と発表され、2月13日には当ウイルスによる肺炎で国内初の死者が出たことが報じられた。
- (5) 2月27日には突然、安倍首相が全国の小中学校・高校・特別支援学校に対し春休みに入るまでの臨時

休校を要請した。

(6) 翌2月28日、当時感染者数が最多(63人)であった北海道で、鈴木直道知事が全国に先駆けて外出自粛を求める「新型コロナウイルス緊急事態宣言」を出した。

(7) 3月2日のJFニュースレターNo.9では、全国で感染経路不明の感染者が増加している状況に鑑み、「感

染拡大期における外食産業のための新型コロナウイルス感染症対策(暫定版)」を策定しJFホームページから入手できることを知らせ、改めて通常の衛生管理の基本の徹底(従業員の健康チェック、手洗い、消毒、咳エチケット等)、お客様への手洗い・消毒の推奨の重要性を強調した。

<p>JFニュースレター 2020.1.27 新型コロナウイルス関連速報に関する情報 No.1</p>	<p>2020.1.27 レター No.2</p>	<p>2020.1.31 レター No.3</p>	<p>2020.2.3 レター No.4</p>	<p>2020.2.4 レター No.5</p>	<p>2020.2.18 レター No.6</p>	<p>2020.2.21 レター No.7</p>	<p>2020.2.25 レター No.8</p>
<p>JFニュースレター 2020.2.2 新型コロナウイルス関連速報に関する情報 No.2</p>	<p>2020.2.3 レター No.9</p>	<p>2020.2.8 レター No.10</p>	<p>2020.2.12 レター No.11</p>	<p>2020.2.17 レター No.12</p>	<p>2020.2.27 レター No.13</p>	<p>2020.3.3 レター No.14</p>	<p>2020.3.7 レター No.15</p>
<p>JFニュースレター 2020.3.9 新型コロナウイルス関連速報に関する情報 No.3</p>	<p>2020.3.9 レター No.16</p>	<p>2020.3.10 レター No.17</p>	<p>2020.3.13 レター No.18</p>	<p>2020.3.16 レター No.19</p>	<p>2020.3.23 レター No.20</p>	<p>2020.3.27 レター No.21</p>	<p>2020.3.30 レター No.22</p>
<p>JFニュースレター 2020.4.1 新型コロナウイルス関連速報に関する情報 No.4</p>	<p>2020.4.1 レター No.23</p>	<p>2020.4.2 レター No.24</p>	<p>2020.4.6 レター No.25</p>	<p>2020.4.13 レター No.26</p>	<p>2020.4.14 レター No.27</p>	<p>2020.4.17 レター No.28</p>	<p>2020.4.20 レター No.29</p>
<p>JFニュースレター 2020.4.2 新型コロナウイルス関連速報に関する情報 No.5</p>	<p>2020.4.2 レター No.30</p>	<p>2020.4.6 レター No.31</p>	<p>2020.4.10 レター No.32</p>	<p>2020.4.13 レター No.33</p>	<p>2020.4.14 レター No.34</p>	<p>2020.4.17 レター No.35</p>	<p>2020.4.20 レター No.36</p>
<p>JFニュースレター 2020.4.8 新型コロナウイルス関連速報に関する情報 No.6</p>	<p>2020.4.8 レター No.37</p>	<p>2020.4.10 レター No.38</p>	<p>2020.4.13 レター No.39</p>	<p>2020.4.13 レター No.40</p>	<p>2020.4.14 レター No.41</p>	<p>2020.4.17 レター No.42</p>	<p>2020.4.20 レター No.43</p>
<p>JFニュースレター 2020.4.15 新型コロナウイルス関連速報に関する情報 No.7</p>	<p>2020.4.15 レター No.44</p>	<p>2020.4.16 レター No.45</p>	<p>2020.4.17 レター No.46</p>	<p>2020.4.20 レター No.47</p>	<p>2020.4.20 レター No.48</p>	<p>2020.4.23 レター No.49</p>	<p>2020.4.23 レター No.50</p>

**外食産業のための
新型コロナウイルス感染症対策
(暫定版)**

令和2年2月
一般社団法人日本フードサービス協会

外食業界へのボディブロー 2月後半から深刻な売上減

新型コロナウイルスは当初の想定をはるかに上回る感染力を持ち、感染拡大の勢いは衰えず、外食産業の売り上げは2月後半以降、大きく落ち込み、2月末より深刻な様相を呈している。以下は協会が3月25日に公表した「2月度外食産業市場動向調査」に添付した会員企業の概況である。

● 来客数・売上高の大幅減少

2月後半から売り上げの落ち込みが始まり、とくに2月末から極めて深刻な状況となった。さらに3月に入ってから、居酒屋、ディナーレストラン、ファミリーレストラン等の業態で売り上げが5割以上落ち込むチェーンも出ている。

● 北海道をはじめとする観光地の打撃

北海道は全国に先駆けてインバウンドの減少と緊急事態宣言の表明で来客数減・売上減が顕著になった。札幌市内では売上高が7割減少というチェーンも出ている。2月に入り、全外国人観光客の3割を占める中国人観光客がほとんどいなくなったことから、観光とセットであった外食のインバウンド需要にも影響し、全国の外食店舗の売り上げは大幅に減少した。

● 商業施設の来店者数の減少

ショッピングセンター、ショッピングモール等の商業施設への来店者数が大幅に減少しており、フードコート等施設内に店舗している外食店舗の売り上げも大幅に減少した。

● 3～4月の宴会需要の損失

例年3～4月は居酒屋を始めとする外食店舗は歓送迎会シーズンで賑わう時期だが、予約が入るところかキャンセルが相次ぎ大きな打撃を被っている。

企業の悲鳴

メディアでは連日、業種業態を問わず、個人経営店の苦境が報じられているが、チェーン経営の外食企業も同様の厳しさに直面している。JF 会員企業から次のような声が聞こえている。

- FF 洋風：テイクアウト／ドライブスルーが好調だが、商業施設立地の場合、施設自体の休業や営業時間短縮などで、客数の維持ができるかどうか。
- FF 和風：外出自粛要請で人の往来が減り、また営業規制で店舗は休業や営業時間短縮にせざるをえない。今後事業がどうなるかは感染状況と行政の対策次第。
- 回転ずし：テイクアウトは伸びているが、客数減をカバーできるほどの売り上げはない。
- パブ・居酒屋：助成金などで雇用は確保しているが、手持ち資金にも限りがあり、今後の事業継続の目途が立たない。宣言はいつ終わるのか、営業を再開しても集客できるのか。
- ディナーレストラン：「不要不急の外出」「夜の外出」の自粛要請が決定打となり、テイクアウト弁当を販売しても焼け石に水。資金繰りに利用できる制度があれば利用したいが手続きに不慣れで即効は期待できない。
- 喫茶：当面の臨時休業で小規模事業者はとくに資金繰りが心配。

政府に対する協会の要請 社会保険の適用拡大どころではない

高岡慎一郎協会会長は以下の自由民主党の会議に出席し、業界支援のための緊急要請を行った（右欄参照）。

- 3月11日、自由民主党経済成長戦略本部（本部長・岸田文雄政務調査会長）・新型コロナウイルス関連肺炎対策本部（本部長・田村憲久衆議院議員）合同会議
- 3月18日、自由民主党食料産業政策委員会（委員長・林 芳正参議院議員）
- 3月19日、公明党農林水産部会（部会長・谷合正明参議院議員）

この要請のうち、1の短時間労働者に対する社会保険の適用拡大は、今般のコロナウイルスの影響で2年後に適用拡大が実施できる経済環境にないことは明らかである。そのために、最重要事項として最低5年の実施延期を政府に要請した。

緊急要請 要旨

- 1 われわれがこれまで要請してきたように、短時間労働者に対する社会保険（厚生年金・健康保険）適用拡大の対象となる企業の雇用規模を、現行案の2022年101人超、2024年51人超に拡大することを、それぞれ最低5年ずつ実施時期を遅らせ、2027年に101人超、2029年に50人超の企業とするよう強く求める。
- 2 リーマンショックおよび東日本大震災を超える危機に直面していることから、飲食店の営業費用を補填するための緊急対応策として、各金融機関の円滑な審査・貸出が実施されるようお願いしたい。また、経営基盤が脆弱な外食企業の経営維持を図るために、国と協会が共に資金を拠出し、外食産業向けの債務保証制度を早急に創設していただきたい。
- 3 法人税・消費税等の申告・納付期限は大幅な延長を請じていただきたい。
- 4 外食産業の雇用安定のための対策
店舗を一時休業せずに従業員に短時間就業を要請する場合、短時間就業者に対し雇用調整助成金が支払われるよう支給要件を緩和していただきたい。また、雇用保険に加入していない従業員も雇用調整助成金の対象としていただきたい。
- 5 今後発生する可能性のある新型肺炎への対策
今般のコロナウイルスは2003年に発生したSARS（重症急性呼吸器症候群）より強い感染力を持つ新型肺炎と言われているが、今後さらに強力な感染力を持つ新型肺炎が発生し、蔓延する可能性は否定できない。こうしたことから、今からさらなる新型肺炎の発生に備える必要がある。そのために全国の外食事業者がお客様・従業員の安全を確保し、事業継続を行うためのガイドライン（行動計画）を当協会が策定する際には協力をお願いしたい。

2の金融機関の円滑な審査・融資の実行については、政府系の日本政策金融金庫の「新型コロナウイルス感染症特別貸付」が小規模事業者にも無担保、実質無利子で融資の途が開かれた。また、民間の金融機関の新規融資については、金融庁は事業者の資金繰り支援を最優先事項とし、金融機関から取扱状況についての報

告を求め、その状況を公表するとしている（3月13日付JFニュースレター No. 12 参照）。また、協会は国と共に資金を拠出して外食産業向けの債務保証制度を創設し、債務保証基金を造成する。これは、コロナウイルスで経営危機に直面する外食企業が金融機関から融資を受ける際、協会が債務を保証するという制度である。平成13年（2001年）に国内初のBSE（牛海綿状脳症）が確認され、牛肉メニューを主力とする外食企業が経営危機に陥った際にも、協会は同様の債務保証制度を実施した。

3の税金の申告・納付については、2月以降に1ヵ月の売上高が1年前より2割以上減少した場合、納税が猶予されることになった。

4の雇用調整助成金は、雇用保険に入っていない短時間労働者（週20時間以下）の休業も助成金の対象となった。

5の今後発生する可能性のある新型肺炎への対策は、ごく近い将来にさらに強力な新型肺炎が発生する可能性を想定して今から備えておく必要がある。そのためには外食事業者向けの新たなガイドラインを協会が策定する必要があり、学識経験者や関係省庁等のメンバーとともに策定にあたるというものである。

東京オリンピック・パラリンピックの延期

コロナウイルスの影響は協会事業にも及び、ほとんどの事業活動が中止・延期になっている。具体的には、2月22日～27日のトルコ・イスタンブールツアー、2月19日の近畿ブロック協議会を除く各地ブロック協議会、4月1日と2日の新入社員研修、5月16日～23日の第80回JF米国研修などである。

それにもまして、3月24日に決定された東京オリンピック・パラリンピックの1年延期だ（現在のところ東京オリンピックは2021年7月23日開催、パラリンピックは同年8月24日開催となっている）。東京オリンピック・パラリンピックは様々な面で国民が期待していた一大イベントで、外食産業も世界各国からの訪日外国人に日本の外食産業の質の高さ、魅力などを肌で感じてもらい、日本の食を世界に発信していく絶好の機会と期待していただけに、今回の延期は大きな打撃とも言える。

行政の緊急事態宣言と外食各社の対応

東京オリンピック・パラリンピックの延期決定後の3月後半からウイルスの感染拡大は新たなステージに移っていった。小池百合子東京都知事は3月25日夜、緊急会見を開き、「感染爆発の重大局面だ」と強い危機感を表明した。この日発表された感染者数は前日の17人から一気に増えて41人であった。この記者会見後、会員各社の週末の営業も変化し、営業時間の短縮や、立地によっては休業という店舗も始まった。しかし、この間も感染拡大は止まらず、4月7日、安倍首相は新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づき緊急事態宣言を発令した。宣言のポイントは以下ようになる。

- 緊急事態宣言は都市封鎖ではない
- 実施期間は5月6日までとする
- 対象は東京・埼玉・千葉・神奈川・大阪・兵庫・福岡の7都道府県とする
- 日本経済は戦後最大の危機に直面しており、事業規模108兆円の経済対策を実施する

これを受けて4月10日には東京都知事が、5月6日まで都民には徹底した外出自粛を要請するとともに、事業者に向けて施設の使用停止と催事開催の停止を要請し、都内施設は次の4つに区分された（次頁図参照）。

- ①基本的に休止を要請する施設
- ②休止の協力を依頼する施設
- ③種別によっては休業を要請する施設
- ④社会生活を維持する上で必要な施設

スーパーなどの生活必需品売り場、飲食店（居酒屋を含む）、料理店、喫茶店等（宅配・テイクアウトを含む）、コンビニエンスストアなどは、④の社会生活を維持する上で必要な施設に入るが、居酒屋を含む飲食店、喫茶店などは午前5時から午後8時までの営業、酒類の提供は午後7時までとされている（JFニュースレター「新型コロナウイルス関連情報 No.19」参照）。

これに対しJF会員社は、全店一斉休業、7都道府県で当面休業、土日のみ休業、時間短縮営業など、様々に対応している。また、休業・時間短縮営業の期間も4月末まで、5月6日まで、当面など、各社各様の方針をとっている。

4月10日に発表された「東京都における緊急事態措置等（案）」を基に作成

基本的に休止を要請する施設（特措法施行令第11条に該当するもの）

施設の種類	要請内容	内訳
遊興施設等	施設の使用停止及び催物の開催の停止要請（＝休業要請）	キャバレー、ナイトクラブ、ダンスホール、バー、個室付浴場業に係る公衆浴場、ヌードスタジオ、のぞき劇場、ストリップ劇場、個室ビデオ店、ネットカフェ、漫画喫茶、カラオケボックス、射的場、勝馬投票券発売所、場外車券売場、ライブハウス等
大学、学習塾等		大学、専修学校、各種学校などの教育施設、自動車教習所、学習塾等 ※床面積の合計が1,000㎡を超えるものに限る。
運動、遊技施設		体育館、水泳場、ボーリング場、スポーツクラブなどの運動施設、又はマージャン店、パチンコ屋、ゲームセンターなどの遊技場等
劇場等		劇場、観覧場、映画館又は演芸場
集会・展示施設		集会場、公会堂、展示場 博物館、美術館又は図書館、ホテル又は旅館（集会の用に供する部分に限る。） ※床面積の合計が1,000㎡を超えるものに限る。
商業施設		生活必需物資の小売関係等以外の店舗、生活必需サービス以外のサービスを営む店舗 ※床面積の合計が1,000㎡を超えるものに限る。

社会生活を維持する上で必要な施設

施設の種類	要請内容	内訳
医療施設	適切な感染防止対策の協力要請	病院、診療所、薬局等
生活必需物資販売施設	適切な感染防止対策の協力要請	卸売市場、食料品売場、百貨店・ホームセンター・スーパーマーケット等における生活必需物資売場、コンビニエンスストア等
食事提供施設	適切な感染防止対策の協力要請、営業時間短縮の協力要請	飲食店（居酒屋を含む。）、料理店、喫茶店等（宅配・テークアウトサービスを含む。） ※営業時間の短縮については、朝5時から夜8時までの間の営業を要請し、酒類の提供は夜7時までとすることを要請。（宅配・テークアウトサービスは除く。）
住宅、宿泊施設	適切な感染防止対策の協力要請	ホテル又は旅館、共同住宅、寄宿舎又は下宿等
交通機関等	適切な感染防止対策の協力要請	バス、タクシー、レンタカー、鉄道、船舶、航空機、物流サービス（宅配等）等
工場等	適切な感染防止対策の協力要請	工場、作業場等
金融機関・官公署等	テレワークの一層の推進を要請、適切な感染防止対策の協力要請	銀行、証券取引所、証券会社、保険、官公署、事務所等
その他	適切な感染防止対策の協力要請	メディア、葬儀場、銭湯、質屋、獣医、理美容、ランドリー、ごみ処理関係等

事業継続のための経営支援

今般の新型コロナウイルスの感染拡大に伴う社会経済的影響の大きさは計り知れず、外食産業においても、この未曾有の危機を乗り越えるためには行政の支援が不可欠である。以下は会員社が利用できる支援制度である。

(1) 融資「新型コロナウイルス感染症特別貸付」

■ **金融機関窓口**：日本政策金融公庫

■ **売上数値要件**：最近1ヵ月の売上高が前年または前々年度の同期と比較して5%以上減少していること

■ **融資限度額**：3億円、ただし小規模事業者は6千万円（いずれも他の既存融資とは別枠）

■ **返済期間**：運転資金は15年以内（据置期間5年以内）

■ **利率**：融資のうち1億円以内の部分については、当初3年間は「基準金利-0.9%」

一部の対象者については「基準金利-0.9%」の部分について、別途決定される実施機関から利子補給が行われ、当初3年間は実質無利子となる予定

融資のうち1億円を超える部分については、基準金利

■ **融資相談窓口**

日本政策金融公庫本店・支店の中小企業事業担当窓口（企業の本社所在地管内）

土日の電話相談は0120-327790（9：00～17：00）

(2) 雇用調整助成金の特例措置

新型コロナウイルスにより事業活動を縮小せざるを得ない外食事業者に対し、雇用維持のために支払う休業手当の費用を助成する制度。

■ **緊急対応期間**：4月1日から6月30日まで

1 雇用保険被保険者でない人（週20時間未満のパートの方々など）の休業についても助成の対象になる。

2 前年同期の1ヵ月と比べ、売上げが5%以上低下（現行制度は10%以上低下）した外食事業者が対象となる。

3 助成率：中小事業者には4/5、大企業には2/3の助成。

4 短時間休業の場合、店舗などの全員が一斉に休業しなくても助成の対象になる。

■ 申請の簡素化

協会が要望していた申請書類の簡素化等が以下のように実施されることになった。

1 記載事項を約5割削減

- 残業相殺制度の当面停止により残業時間の記載が不要に
- 自動計算機能付き様式の導入により記載事項が大幅に削減

2 記載事項の大幅な簡略化

- 日ごとの休業等の実績は記載不要、合計日数のみで可能

3 添付書類の削減

- 資本額の確認の「履歴事項全部証明書」等を廃止
- 休業協定書の労働者個人ごとの「委任状」の廃止
- 貸金総額の確認のための「確定保険料申告書」は廃止に

4 添付書類は既存書類で可

- 生産指標は「売上」が分かる既存の書類で可
- 出勤簿や給与台帳でなくても、手書きのソフト表や給与明細でも可

5 計画届の事後提出

- 計画届は6月30日まで事後提出が可能

■ 問い合わせ

近くの都道府県労働局または公共職業安定所（ハローワーク）

■ 参照サイト

厚生労働省・雇用調整助成金

(https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/kyufukin/pageL07.html)

(3) JFの債務保証制度

国の拠出金と協会の資金を基に、協会は債務保証基金を創設し債務保証制度を開始する準備を進めている。新型コロナウイルスにより経済的打撃を受けた外食事業者のために、経営安定に必要な運転資金の円滑な融資、外食企業の経営維持・継続が目的で、詳細については改めてご案内したい。

特集

ニューヨーク現地レポート

米国フードサービス業界の 新型コロナウイルスへの対応

行政の対応の早さ ロックダウンと営業規制

新型コロナウイルスに対応するためにニューヨーク州が外出制限措置を開始して約1ヵ月が過ぎた。州知事とニューヨーク市長の連携体制が整い、素早い対応が注目されていたにもかかわらず、感染者は増加の一途をたどる一方であったが、4月18日にはようやく1日の死者数が減少したと発表された。

3月20日に発令されたロックダウン（都市封鎖）は、歴史的にも前例がなく、人々はニューヨークからの疎開や自宅待機を迫られている。オフィス等も営業の必要がある業種以外はすべて閉鎖されている。公共交通機関は動いているものの、その従業員のウイルス感染率は高く、十分な従業員の確保ができていない。バスは現在無料で運行されているが、運行本数が減少し、混雑率が高まり、6フィート（180cm余）のソーシャルディスタンス（社会的距離）が守れない事態も起こっている。

今のところ都市はまだ安定したとは言えず、4月16日にはロックダウンの期限を5月15日まで引き伸ばすと発表された。ニューヨーク市民にはマスクの着用が要請されており、一般のスーパーではマスクを着用しないと買い物ができない仕組みができつつある。こうした中、レストランでも従業員の安全性の確保が重要課題となっている。



閑散としたブロードウェイ

医療スタッフとレストラン従業員 双方支援の取り組み

現在、医療の現場では看護スタッフの人材不足が発生しており、近郊州から続々と医師や看護師がボランティアで支援に来ている。そんな中、ボストンの有名レストラン「トロ（Toro）」等を経営するケン・オリンジャー氏（Ken Oringer）が中心となり、レストラン従業員の救済と病院で働く従業員のために「Off Their Plate」という募金運動プロジェクトを立ち上げた。集まった募金は、医療の現場で働く人々に無料で食事を提供するための食材費と、その食事を準備するレストラン従業員の賃金に充てられる。この取り組みは今では全米に広がり、この数週間で100万ドルの募金を集め、10万食が無料提供され、外食店従業員には31,000時間の働く機会が戻ってきた。

集まった募金の 中間報告

- 募金額 100万ドル
- 食事 10万食
- レストラン従業員の労働時間 31,000時間



調理されたお弁当と調理した地元レストラン従業員

マンハッタンのレストランの現状

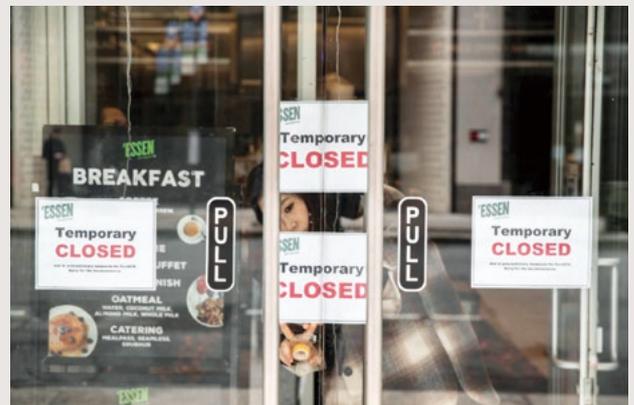
PYMNTS（給与支払いプラットフォーム等の運営会社）の調査によると、ニューヨークではパンデミックの到来でテーブルサービスのレストランは85.2%以上も売り上げが落ち、テイクアウトなどで営業を続けても通常の16%程度しか売り上げをカバーできていない。市民への自宅待機命令とレストランへの営業時間等の規制により、売り上げを保てず閉鎖を余儀なくされるレストランが後を絶たない。在庫処理のためにデリバリーに切りかえたレストランも、最後は食材自体を小売販売し、休業に入る店舗が相次いでいる。こうした状況の中、ニューヨーク州はテイクアウトの食事とともにアルコール

を持ち帰ることができるようにした。一部のバーではカクテルやビールなどをデリバリーするサービスも行っている。

マンハッタンのレストランは、現在ではわずか1割程度しか営業していない。今やゴースタウン化した街では、物取りが侵入できないようにレストランの外観に壁が打ち付けられている。経営者は、従業員の安全性を考えるとリスクを負ってまでレストランを開業できない。しかも、デリバリーだけでは従業員の給与と原材料費を賄えない。年間\$75,000以下の収入であれば、失業保険が一人あたり1週\$1,000が支給されるうえ、一時金として\$1,200が支払われるため、働かないことを選択する人々もいる。



仮休業で閉鎖されたレストランの外壁は盗難防止対策のため板で覆われている



入口に臨時休業の貼り紙を掲げたデリカテッセン



食材を処分販売するレストラン



紫外線で殺菌されるテイクアウト商品

自動販売機

新型コロナウイルスの出現により米国では食の安全性が第一に問われている。病院やヘルスケアの現場では、サラダやラーメンを提供する自動販売機が設置されるようになった。例えばシカゴに本社を置くファーマーズフリッジ社は、農家から供給された新鮮な野菜のサラダをパッケージに入れて自動販売機で販売している。国内に4000万軒あり260億ドルの市場だと言われているカフェテリアには、かつてのスナックやソーダの自動販売機に取って代わって、今ではサラダや朝食ボックス、ギリクサラダ（ギリシャ風サラダ）、タコス、ラーメン等々、多様な自動販売機が登場している。ファーマーズフリッジ社の自動販売機はこれまでシカゴの空港や学校など400箇所を設置されていたが、コロナウイルスの影響で販売場所を学校などから病院に移している。例えば緊急仮設病院と化したジャビッツセンターでは、現在13台の自販機が稼働している。



ヌードルの自販機



医療施設に設置された野菜サラダの自販機

デリバリーサービスに対する集団訴訟

4月13日、複数のニューヨークのレストランがオンラインアプリで宅配代行するドアダッシュ、ポストメイト、ウーバーイーツを相手に集団訴訟を起こした。

宅配代行サービス市場はほぼ寡占状態となっており、サービスを利用するレストランは破格の手数料（売り上げの30%）を払わなければならない。契約書の中には“*No Price Competition Clause*” (NPCC) という、宅配代行サービスを利用する際の手数料をメニュー価格に上乗せしないという条項がある。店舗に来店する客と、デリバリーを利用する客に、どちらに対しても同じ値段で提供しなければならないということだが、現在の切羽詰まった状況下では、多額の手数料負担がレストランを余計に苦しめている。

宅配代行各社ともコメントを控えており、どのような判決になるかは今後を待たねばならないが、今ではレストラン自らがSNS等でデリバリーを告知し、宅配代行業者のサービスを利用しない店舗も続々と現れている。



宅配代行で
全米2位
グラブハブ



宅配代行で
全米3位の
ウーバーイーツ

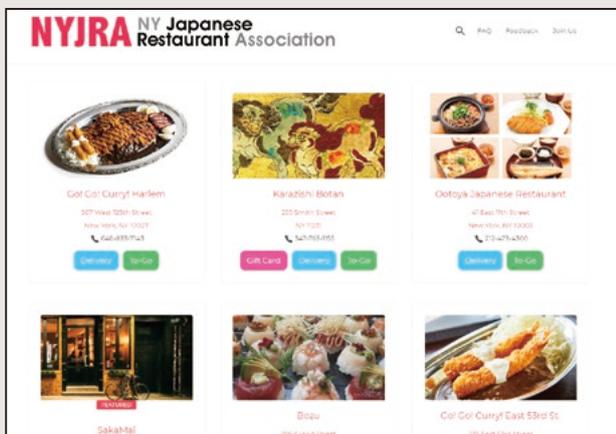


ファーマーズフリッジ社の農家から供給された新鮮な野菜のパッケージを販売する自販機

ニューヨークの日本食レストランの現状

ニューヨーク市内には現在約 800 軒の日本食レストランがあると言われているが、現状で営業をしているのは 1 割程度と考えられる。空輸など物流が止まり、寿司ネタに使用する新鮮な食材を入手できず、営業が続けられなくなった店舗も出てきた。

宅配専用アプリの手数料が高いことから、独自に SNS で宣伝し、営業を続ける店舗もあり、ニューヨーク日本食レストラン協会のサイト (<https://www.nyjapaneserestaurant.org>) ではテイクアウトとデリバリーの最新営業情報が掲載されている。



ニューヨーク日本食レストラン協会 (NYJRA) が独自に開発したデリバリーを PR するページ



日本食レストランのテイクアウトメニュー

食事スタイル・販売スタイルの変化

この 4 週間で消費者の動向は劇的に変化した。レストランは閉鎖を余儀なくされたが、大多数の一般消費者は在宅勤務が基本的な働き方になった。会社側も社内業務を急速にデジタル化したことで、今後もオフィスに出社するという働き方は減少すると思われる。

都市に集中していたレストランの一部は、デリバリーやピックアップに工夫を凝らして現在も営業を続けているが、オーダーする人の多くは郊外の自宅で仕事をしているので、店の売り上げは伸び悩んでいる。一方、郊外のピザチェーンなどの注文は増加しており、人々は自宅で食事を取る傾向へと明らかに変化している。もし都市部のオフィスに出勤する機会があっても、当分の間は、人々が集まる飲食店に行くことは控えるだろうと考えられる。

その中で、提供する商品を限定し、ランチ営業を閉鎖し、夜だけのデリバリーのみとするなど、毎週変わる感染状況を見ながら柔軟に対応しているレストランがある。また、郊外の高所得層が多く住む地区では、現在休業中のレストランを間借りし、高級路線の独自メニューを販売できるのではないかと模索中のレストランオーナーもいる。あるいは、自宅にいる時間が増えたので料理を家で作る人々も増えつつあり、それを見越してクオリティーの高い食事を楽しめるミールキットを販売するレストラン、食材と調理器具のセットをデリバリーする企業なども出てきた。

今後は宅配代行サービスを利用するのではなく、自社で配送システムを構築することが、レストランの収益を増やす方向性の一つとなり得るだろう。



日本食レストランのテイクアウトのラーメン

2月19日 JF近畿ブロック協議会

TKP ガーデンシティ新大阪

参加者 84 名

2019年度第2回目のブロック協議会は2月19日の近畿ブロック協議会を皮切りに全国7カ所で開催の予定であったが、近畿ブロック協議会開催後、新型コロナウイルスが日ごとに世界を席卷し、日本でも猛威を振っていることは周知のとおりである。そのため近畿ブロック協議会以降、種々の協会事業が中止されている。

春のブロック協議会で唯一開催された近畿ブロック協議会では、近藤正樹協会副会長（日本KFCホールディングス(株)代表取締役社長）の講演「創業50周年『おいしさしあわせ』を届けよう！！」に加えて、現在急激にその存在が大きくなってきた食事宅配代行サービスの現状と課題について事務局より説明がなされた。

創業50周年「おいしさしあわせ」をお届けしよう！！

日本KFCホールディングス株式会社

近藤 正樹 代表取締役社長・JF行財政対策特別委員長

現在外食産業が抱える課題には、HACCP、受動喫煙、廃プラスチック、食品ロス、人手不足、働き方改革、新たな外国人材の受け入れ、キャッシュレス化への対応等々があり、つい最近には新型肺炎への対応が加わった。

業界の諸課題はさておき、本日は当社の課題と施策について述べたい。

弊社日本KFCの沿革は1970年の大阪万博にさかのぼる。万博時に実験店を出して好評を博し、その年のうちに名古屋に第1号店を出した。当時の食品・流通業界では、1971年にカップヌードルの発売、74年にセブン・イレブンの1号店出店というように、世の中のライフスタイルが変わり始めていた。その後の弊社の歴史は、74年にクリスマスキャンペーンの開始、85年にはクリスマスパーティーパレルの発売、92年には1000号店の達成、そして2009年には、道頓堀に放り込まれた後24年ぶりに発見されたカーネルサンダース像を祝して開催した「お帰りカーネル」キャンペーン、2016年には日本ケンタッキーからタイへの進出、2017年には本社移転、2018年3月にはビー・ワイ・オー社と資本提

携して和食の展開、2018年6月には「きょうケンタッキーにしない？」というキャッチコピーの展開を経て、今年2020年には創業50周年を迎える。

2020年は「おいしさしあわせ 理念の融合」を掲げ、中心はあくまでケンタッキーに置きながら総合フードサービス業を目指す。日本ケンタッキーがフランチャイズ契約を締結している米国の「ヤムブランズ」はKFC（ケンタッキー）、ピザハット、タコベル等を世界で展開している。日本KFCは世界本部から見るとフランチャイジーであるが、日本のケンタッキーには直営もあればフランチャイズもある。ヤムブランズは全世界で48,500店舗を展開、うちケンタッキーは140カ国にて23,400店舗、日本では1,133店舗になる。日本ケンタッキーはKFC店舗数では世界第3位であり、1位は中国の6,400店舗である。

さて昨今の日本では少子高齢化が進み、1～2人の世帯が増えている。弊社は元々大きなファミリーを客層と想定していたが、今や対象を変えて行かざるを得ない。食事のボリュームも減っていくうえ、「個食化」が進み、家庭での調理機会も減っている。皆が一緒に食べているというのではなく、一人ずつ食べるが増えている。そのためテイクアウト形態やネット通販の配達代行委託も進めていく。店内のオペレーションについても、自動化、機械化のできるものは進めていく。デジタル化により個別の顧客にアプローチできるが、IT化やキャッシュレス手数料などの社内コストは全体として増加傾向にある。また、今や我々の競争相手は外食業界の中だけでなく、中食業界、スーパーのイートインスペース等多岐にわたる。それに対応すべく外食は持ち帰りを増やしており、外食・中食の垣根がなくなりつつある。弊社においては、店の数は増えていないものの、立地は市街地からショッピングセンターへと移行している。ショッピングセンターが増えすぎて、そこでの競争が激化している。

2020年のスローガンは「やっぱりケンタッキー！」とした。我々が目指す「本当のおいしさ」を通じて、お客様や関係する皆様に幸せになって戴こうというものだ。弊社は大事な人にお勧めできる会社でありたい、働く場所としてでもそうありたいと願っている。従来、ケンタッキーはクリスマスやお祝い事など、特別なとき



協会活動報告



に使うイメージが強く、気軽に利用できないとの声が多かったが、2020年は、ハレの日ばかりでなく日常的な利用を増やすことも目指している。そのために、お客さんの声をもっと聞く取り組みをしている。年に1回来店されるお客さんが40%、年に2回が20%なので、これらのお客さんにもう一度来てもらえれば、来客は爆発的に増えると考えている。

2018年以來、我々は「チキンの専門店として原点に戻る」ことを目指している。私どもの強みは何と言っても圧倒的においしいチキンであり、またそれを提供すべく全国にお店がある。これをさらに強化すべきではないかと考え、「やっぱりケンタッキー」というコピーから「きょうケンタッキーにしない？」というコピーに替えた。「やっぱりケンタッキー」は、お客さんがケンタッキーを食べたあとの言葉だといえるので、それではなかなか初めてのお客さんをつかむことができない。

人材育成については、「定着」を徹底していくしかない。世間では「人手不足」と言われているが、実は人はいるのだ。人にいかにして来ていただき、定着していただくかが肝心だ。弊社では500円ランチの投入を2018年7月より開始し、スマートフォンのアプリも導入した。そして、来ていただいたお客さんには「やっぱりケンタッキー」と言っていただく必要がある。QSC（クオリティ、サービス、クリンリネス）を日々地道にやっていく。月に一度来ていただき、気に入っていただければよい。何度も来てもらえるようう開発したアプリ「チキンマイレージ」は目下1300万ダウンロードを数えており、アクティブユーザーは250万人いる。お客さんの声を聞くイベントも開催している。既存店の前年比を見ると、やはり2018年の7月からぐっと伸びており、なお継続している。ここ1年間で既存店は10%ほど伸びている。これはブランドへの信頼の証だと思う。

社会貢献については、SDGs（エスディーゼーズ）を柱に、ケンタッキー自体の価値の向上を目指している。チキンは100%国内産を使用しており、日本のチキンの普及拡大に大きな貢献をしたと（一社）日本食鳥協会から表彰された。「子ども食堂」の支援もしている。創業者の像がある食品チェーンは、我々の他にないのではないか。私どもは「カーネルサンダースがいつも見ている」という気持ちで取り組んでいる。72～73%の店がフランチャイジーで、継続30～40年のところばかりだ。フランチャイジー同士や、本部との人事交流を進めており、フランチャイジーとは頻繁に打ち合わせをしている。

タイ国への進出についても触れておきたい。タイにおいてもケンタッキーは、ファーストフードのブランドでナンバーワンを獲得しており、現在800店舗を展開中である。アジアにおいて人気のある肉といえば、圧倒的にチキンだ。ケンタッキーは世界の140カ国に進出しているが、日本の我々はアジア未進出国であるラオスを狙っている。この国はタイの隣国であり、言葉や文化が近いため、タイの事業パートナーと組んでやってみようと考えている。

弊社は現場を重視している。「社内でお互いの理解が足りない」と感じたときは、思い切って人事異動をして部署を変わってもらおう。市場は厳しく、同時に自分との闘い、時間との闘いだということ認識してもらうため、2014年の行動指針には「3つの『場』 現場・立場・戦場」を掲げた。また、ケンタッキーは従業員のマニュアルが充実していて良いのだが、裏を返せばあまり考えなくなるきらいがある。「指示を待つのではなく、もっと好奇心を持って、改良点を探ることを皆が考えよう」と、2016～17年の行動指針で呼び掛けた。

人事異動で組織が変わったときが一番大事だ。そのときに感じたこと、おかしいと思ったことがあれば、どんどん発言して意見を出すべきである。さもなければ組織は変わらず、しばらくすると自分も組織に埋もれて、何か言い出せる環境ではなくなる。100日のうちに感じたことを実行していくことが大事だ。そこからブレイクスルーが生まれ、周りの人も考えが変わるだろう。

世界的な傾向だが、今後はデリバリー形態が進むと見込んでいる。50周年を迎え、さらに次の50周年をどうしていくか、方向性を決めつつ、すべてのお店が明るく楽しく感動があり、お客さんもいつものおいしさがあって「良いな」とわくわくする店にしていきたい。

～外食を取り巻く今日的課題～

宅配代行サービスの現状と課題

◆ 宅配代行サービスの普及 ◆

オンラインを利用した外食の宅配代行サービスが急速に普及しはじめている。

高齢化の進展、働く女性の増加、単身世帯・少人数世帯の増加などの社会的要因により、家庭外で調理された食事のテイクアウトやデリバリーの利用者は今後ますます増えることが予想される。中でもスマートフォンの普及により、わざわざ買いに出かけなくても、オンラインで事足りる宅配サービスのニーズは一段と高まっていると言える。

一方、人手不足が深刻な外食店舗では、出前が一般的であった往年の飲食店舗とは異なり、自前の労働力では消費者の宅配ニーズには十分にこたえられない。その隙間に着眼したのが宅配代行業者で、デリバリーを望む消費者と売上を増やしたい外食事業者とのマッチングを可能にし、小規模事業者も容易に参入できる新たなビジネスモデルを提示している。その利便性は消費者、事業者の双方に評価される反面、取り扱う商品が食事という特性上、配達中の商品の品質管理・安全性管理には十二分の注意が要求される。

◆ 宅配代行サービスの課題 ◆

事業者が消費者に販売する食品は、食品表示法に基づいて表示が義務付けられているが、外食は例外として表示の義務はない。これは外食の特性が考慮された結果である。すなわち、店は消費者の注文に応じて料理を提供し、消費者は料理についての情報を知りたいなら店員に直接聞けるからだ。外食店舗が料理をテイクアウト用に販売する場合や、店舗が自前の労働力で料理を配達する場合も、外食の範疇とされている。

しかし、第三者を介して受け付けた注文を第三者に委託して消費者に届ける宅配代行サービスは、最近“忽然と出現した”ビジネスモデルであり、外食事業者自らの出前を前提として作られた表示制度の想定外であるゆ

え、現行制度を整理する必要性が生じている。さらに、このビジネスモデルの中には、配達員は個人事業主とみなされ、宅配代行業者の組織に属しないとされていることから、衛生管理の問題や配達中の事故の責任は誰が追うのか、責任の所在が明確でないことに懸念が抱かれている。

◆ 宅配代行サービスの健全な発展にむけて ◆

さはさりながら、宅配代行サービスは家事時間の節約や人手不足の解消に役立つサービスとして消費者、事業者双方に便益をもたらすことは、疑いようのない事実であり、新たな社会インフラとして定着し発展することが期待されている。

今般の新型コロナウイルスによる感染は世界に拡大し、WHOのパンデミック宣言、我が国の緊急事態宣言と、われわれはただならぬ状況下に置かれているが、外出自粛など市民生活が制限される中において、外食店の宅配は地域住民の生活支援として重要な役割を果たしている。外食事業者にとっては、デリバリーにより売り上げを確保することは、事業継続の一助ともなる。国内の食材生産者にとっても、生産物の供給先の確保につながる。

しかし、現段階の宅配代行サービス市場には請負システムが異なる複数の事業者が相次いで参入しており、業界の統一が取れていない。宅配代行サービスが新たな社会インフラとして健全に発展・成長するためには、外食事業者が宅配代行サービスシステムの利用に関して自主的な指針を定める必要がある。具体的には、注文時における消費者の要望への対処、配達商品の安全・品質等に関する責任、適切な品質・衛生管理のあり方などである。

衛生・商品管理の懸念

【外部から財団に寄せられている情報・意見】

- 配達員の管理・監督は、誰がしているのか。健康チェックはしているのか
- 配達員は手洗いをしているのか、商品に触れる時に手袋は使用しているのか
- 配達員が野外で、配達バックに中の商品の入れ替えをしていた
- 入れ替えのため商品を路上や階段に直置きしていた
- 公園のベンチで配達員がバックを枕に昼寝をしていた
- インドのような配達員のつまみ食いはどこでもあり得るのではないのか
- 配達員がどのような素性なのか心配
- 素性の分からない配達員がマンションを出入りするの心配
- 一人暮らしの女性が利用するのは不安

17

(公財)食の安全・安心財団 中村啓一氏作成

常任役員会／理事会

2月21日 JF センター会議室

【常任役員会】

理事会で報告・審議される事項について事務局より説明がなされた後、新型コロナウイルス感染症対策等について意見が交わされた。

【行政との懇談会】

農林水産省外食産業室の新藤光明室長より『①新型コロナウイルス、②外国人労働者（特定技能）、③バリアフリーの推進、④「野菜を食べよう」プロジェクト』について説明を受けた後、出席理事との間で意見が交換された。

【理事会】

以下の事項について報告・審議が行われた。

- 1 正会員3社の新規加入
- 2 令和元年度事業計画

3 短時間労働者に対する社会保険の適用拡大

適用する企業規模の要件について、現行では被保険者501人以上の企業となっているが、2022年10月には100人超の企業、2024年には50人超の企業へと企業規模要件を引き下げる（＝短時間労働者への適用をさらに拡大する）目的で、2月6日、自民党社会保障制度調査会の医療委員会と年金委員会は合同会議を開催した。これに対し、協会はさらなる適用拡大の時期を最低でもそれぞれ5年遅らせるよう、国会議員等への陳情活動を続けていく。

4 新たな外国人材の受入れについて

新たな在留資格「特定技能1号」について、4月1日以降の試験方針が公表され、受験を目的として「短期滞在」の在留資格で入国する外国人や技能実習生等も日本国内での受験が可能となる。しかし、技能測定試験に合格しても、依然として出入国在留管理の審査に時間を要している。協会は特定技能制度の有用性を高めるために、審査制度の運用上の問題の解決に取り組んでいく。

2019年
ジェフ愛の募金
結果報告

募金
総額

22,694,127円

ご協力ありがとうございました！

外食産業の社会貢献活動の一環として、恒例の「ジェフ愛の募金」キャンペーンを昨年11月、12月を中心に全国の会員店舗で実施しました。お客様からのご厚意の募金は総額約2270万円にのびりました。

ジェフ愛の募金にご寄付いただいた多くのお客様ならびに募金キャンペーンにご協力いただいたJF会員の皆様には、心より御礼を申し上げます。

集まった募金は下記団体に寄贈しました。

寄贈先

スペシャルオリンピックス日本

スポーツを通じて知的発達障害のある人々の生活を豊かにすることを目的とする公益財団法人

すこやか食生活協会

高齢者や障害のある人々の食生活環境の向上と食育の推進に携わる公益財団法人

国土緑化推進機構

森林資源の造成、国土の保全、水資源の涵養^{かんよう}、生活環境の緑化を図ることを目的とする公益社団法人

国連WFP（国際連合世界食糧計画）

紛争や災害で飢餓に苦しむ人々への食糧援助とともに、環境の保全と改善のための植林活動を行う国際機関

5 同一労働同一賃金問題

本年4月から「短時間労働者及び有期雇用労働者の雇用管理の改善等に関する法律」（いわゆる「パートタイム・有期雇用労働法」）が施行される。この施行により、パートタイム労働者・有期雇用労働者を雇入れた事業主は、雇用管理上の措置の内容（賃金、教育訓練、福利厚生施設の利用、転換の措置等）を本人に説明する義務を負う。正社員との待遇差の内容・理由・待遇決定に際しての考慮事項をどう説明するかについて、協会は会員が活用できる“ひな型”の作成に取り組んでいる。

6 レジ袋の有料化義務化への対応

経済産業省・環境省は容器包装リサイクル法の省令を改正し、7月1日よりレジ袋の有料化義務化を実施する。この施策への対応には十分な準備期間が必要であることから、協会は12月6日に次の主旨のパブリックコメントを提出した。

すなわち、レジ袋の有料化は、プラスチック全体への抑制効果から検討すべきものであり、専門家による十分な議論と国としての検証が先に行われるべきである。外食は品質、安全性に関して、それぞれ持ち帰りメニューに適した包装で提供していることから、消費者がマイバッグを持参しても、安全衛生面で疑義が残る。店舗従業員（現場）は、お客様に商品持ち帰りの確認や、レジ袋が有料であることを、きちんと説明しなければならないので、従業員への周知にも十分な期間が必要となる。

7 食品ロス削減の取り組み

2016年度の外食産業を含めた事業系の食品ロス量は352万トンと推計され、食品ロス削減推進法（2019年5月公布）により、ロス量を2030年度までに2割超削減し273万トンに抑える等の基本方針が策定されている。昨年12月16日には、高岡JF会長が消費者庁の「食品ロス削減推進会議」に出席し、外食産業の食品ロス削減に関する取り組みや行政への要望について発言したほか、「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（素案）」に対するパブリックコメントを提出した。

8 バリアフリー化への対応

東京オリンピック・パラリンピックを契機に、我が国は「共生社会の実現」という理念のもと、全国的にバリアフリー水準の底上げをめざしており、平成30年

5月改正のバリアフリー法では「心のバリアフリー」もバリアフリー施策の重要項目の1つになっている。協会はそれに先立つ平成30年3月、「外食産業における障がい者接遇マニュアル」を制作し、現在協会ホームページで公開している（https://www.jfnet.or.jp/files/jf_Barrierfree.pdf）。今後さらに法律の見直し論議が出て来た際には、業界の自主的な取り組みを主張していく。

9 受動喫煙防止強化について

東京都受動喫煙防止条例では、本年4月1日から飲食店を含むすべての施設において「原則屋内禁煙」が施行される。これに先立ち、昨年9月1日より、飲食店の店頭表示が義務付けられ、「店内禁煙」または「喫煙場所があるか」の標識が必要とされている。同条例の開始に伴い、従業員がいる飲食店では、①店内禁煙、②飲食ができない喫煙専用室の設置、③飲食可能な指定たばこ（加熱式たばこ）専用喫煙室のいずれかを選択することとなり、喫煙可能室を設置した場合は、所轄の保健所に届出が必要となる。

10 外食における宅配代行問題

急速に普及しつつある宅配代行サービスは、商品の責任の範囲が明確でない、注文を出す消費者の要望への対応が不十分である、食品として最も重要な衛生管理に対する認識が甘い等々、外食事業者が利用する上での課題が多い。これらの課題点を踏まえて、外食事業者が宅配代行サービスを利用する際の指針となる「外食産業の自主的ガイドライン」を作成するために、協会は検討会を設置する。

11 新型コロナウイルス感染症対策

新型コロナウイルス感染症対策として協会は「外食産業のための新型コロナウイルス感染症対策（暫定版）」を協会ホームページで公開した（<http://www.jfnet.or.jp/contents/safety/>）。新型コロナウイルスの感染拡大は外食産業の企業経営に甚大な影響を及ぼすことから、この問題に関する取組状況について、ニュースレター等を通じて会員各社に情報を配信するとともに、深刻な打撃を受けた企業に対する救済措置を行政に要望していく。

12 協会創立45周年記念社員表彰

創立45周年記念事業の社員表彰については、新型コロナウイルスの影響もあり最終確定が遅れているが、4月理事会において表彰者を確定する。

広報調査委員会

2月28日 JF センター会議室

岡本晴彦委員長および委員 19名参加

当委員会開催の前日に安倍首相は突然、新型コロナウイルスの感染拡大を防止するために「全国の小中学校、高校、特別支援学校を春休みに入るまで臨時休校」にするよう要請すると発表した。

小さな子供を抱える主婦を店舗現場の大きな戦力とする外食産業にとって、突然の休校要請は困惑である。

当委員会では現在猛威を振っている新型コロナウイルスの影響、および各社の対応を中心に、以下のような意見交換が行われた。

- 当社は感染者が出たら速やかに公表するとの方針を決めた。会社が発表する前に SNS などで第三者から投稿され拡散した場合のリスクを考えると、速やかに公表するほうがリスクは低い。しかし約8割がFC店舗のため、公表するためには最終的に個々のオーナーと相談する必要がある。
- 当社は、本社では時差出勤を推奨し、一方、店舗では従業員に不要不急の外出等を自粛するように要請している。
- 当社には高校生のアルバイトが約7割という業態もあり、学校が休校でもアルバイトをしていいのかどうか、現時点では行政の判断をどう解釈するのか分からない部分がある。東京のとあるオフィスビルでは、デベロッパーが公表する前に、テナント側の金融機関が独自に感染情報を公表した例がある。やはり事業者の速やかな公表が必要だと思うが、自社店舗で感染者が出た場合と事業所給食など委託先の施設で感染者が出た場合では、対応が異なってくると思われるので、状況に応じた対応を考えていきたい。
- 政府はテレワークを推奨しているが、当社では環境が整っていないため実施していない。歓送迎会シーズンの3～4月にかけて、宴会のキャンセルが相次いでおり、売り上げへの影響が深刻だ。
- 当社は店舗従業員に休業者が出た場合、スマートフォンでヘルプ社員を派遣するシステムを活用している。本社での会議等は基本的に中止する方針を決めた。
- 当社は春の新入社員の入社式を中止する。会社方針の

発表会など社内イベントの全ても中止する。

- 本社では時差出勤を実施し、小さな子供がいる従業員には在宅勤務も許可している。入社式の実施についてはまだ検討中である。
- 当社では感染症拡大への対応はレベルを分けて行っているが、現在は上から2番目のレベル2の段階にきている。テレワークについては、東京オリンピック・パラリンピックの開催を見据えて導入準備を進めているが、VPN（社内専用の仮想ネットワーク）の回線が足りず、回線数を急遽倍増している最中だ。高校生アルバイトは、今回の休校要請によって時間ができたのでスポット的に働きたいという声もある。なお、地域交流を目的としたイベント類は全て中止を決めた。
- 当社の平常時の接客サービスではマスク着用を原則禁止としていたが、今回の新型コロナウイルスの出現で、お客様からの要請もありマスク着用を推奨している。またFCオーナー会議等は中止を決定した。
- 当社の中国の店舗では2月10日まで休業した後、営業を再開したが、来店客がなく再び休業することにした。国内ではフレックスタイム制を導入したが、時差出勤を実施している会社も多いようで、今は皮肉にも通常の出勤時間帯が一番空いているようだ。店舗では従業員にマスク着用を推奨するとともに毎日の検温を徹底させている。入社式は時間を大幅に短縮して開催する予定である。当社は高校生アルバイトが多いため、休校の影響を考えながら、アルバイト人数を確保する対策を急がなければならない。
- 当社は本社従業員に在宅勤務を許可し、各地の店舗においては3月一杯の食育活動等は全て中止とした。フードコートなど、ショッピングセンターに入っている店舗ではすでに欠員が出始めており、ヘルプ社員の派遣を要請している。
- 当社はSARS（サーズ）が発生した時の対応をもとに事前にシミュレーションを行っていたが、今回の新型コロナウイルスには想定できない部分もある。政府の休校要請により、小さな子供を抱える主婦がパート勤務できない場合に、店舗要員をいかに確保するかが大きな問題だ。広報対応については、「逃げるな」、「嘘をつくな」、「隠すな」の三大原則に沿って対応していく。なお、従業員には集団感染が懸念される場所やイベントなどに参加しないよう自粛を要請している。

食材調達・開発等委員会

～鳥取県との業務用農産物等に関する情報交換会～

3月3日 JFセンター会議室

赤塚保正委員長および委員 14名参加

令和元年度第2回目の委員会では、業務用農産物の生産・販売に積極的な鳥取県より、外食業界向け商品についての情報を提供していただいた。

鳥取県市場開拓局販路拡大輸出促進課課長補佐 羽田 直樹 氏

日本一美しい星空が見える鳥取県は自らを「星取県」と名乗り、そこから生まれた星のように輝くお米を「星空舞」と名付け、ブランド化を推進している。「星空舞」は米粒がきれいで、ご飯のツヤが際立つ美しい炊き上がり、粒感がありはね返る食感、炊けば水を抱き込み、冷めても食感が変わらず美味しいという特徴がある。



また、鳥取県はカニの水揚げ量が日本一であり、全国のカニの約半数が水揚げされていることから、冬の時期は「蟹取県」と自称し、「世界一の蟹」とかけて「セカニ1」というキャンペーンも展開している。平成27年の松葉ガニの漁期からは、「とっとり松葉がに」の中でも大きさ・重さ・形状が最上級のトップブランドとして「特選とっとり松葉がに五輝星」の販売を始めた。昨年11月7日の初競りでは、1枚500万円で落札され、「セリで落札された最も高額なカニ」としてギネス世界記録に認定されている。

さらに、鳥取和牛は平成29年の第11回全国和牛能力共進会・宮城大会において「肉牛の部」で第1位を獲得している。それ以来、当県の子牛の取引価格が高騰し、1頭850万円超の値がついたこともある。最近では鹿肉のジビエにも注目が集まっている。

鳥取県は海と山が近いという地理的特徴があり、山のミネラルが海に注ぎ込まれることで豊かな漁場が保たれている。黄緑色でシャリシャリ感とジューシーな甘みが

特徴の「二十世紀梨」や水はけのよい砂地を生かしたらっきょうの生産量も日本一である。

物流面で課題が残る鳥取県だが、新品種の長芋「ねばりっこ」のように大手外食チェーンで採用される食材もある。季節ごとにいろとりどりの味覚が味わえる食材が豊富なので是非試していただきたい。

株式会社地域商社とっとり取締役流通事業部部长 田賀 成史 氏

当社は官民が連携して平成29年に設立した地域商社で、鳥取県の農水産物や加工食品等を集約して県外に販売している。課題である物流については、東京までのチャーター便を仕立て、首都圏の食材を積んで戻ってくるなど、運賃を圧縮する方法を模索している。例えば、夜行バスのトランクルームに保冷バッグを入れて運ぶと、運賃の1/2～1/3を削減することができる。これまでは小売店との取引が中心だったが、現在は飲食店等への販路拡大に取り組んでいるところである。季節メニューに適した業務用商品も扱っているので気軽にご連絡いただきたい。以下は特産品の特徴である。



- 紅ズワイガニ（漁期：11月～3月）
水分は多いが鮮度がよく、冷凍されていないものはズワイガニと同等以上に濃厚なカニ味噌が詰まっている。足も水分が多く柔らかいうえ甘味が強く、甲羅は薄くて身が取り出しやすい。価格はズワイガニの1/10～1/5と値ごろ感もある。
- ハタハタ（漁期：9月～5月）
卵がないかわりに脂がのっているのが特徴で、干物や炙りなどでジューシーさを楽しめる。あらかじめ頭を取り除いた一次加工商品も用意している。
- ホタルイカ（漁期：3月～5月）
産卵直前の身が張る4月前後が旬で、透明に光るものが新鮮。傷みが早く、すぐに鮮度が落ちるため、水揚げされてすぐに釜茹でされ出荷される。1キロ2000円程度だが、3月には1000円程度まで下がる。

協会活動報告



業務用に加工・味付けされた商品：

づけほたるいか（左上）
丸干しほたるいか（左下）
らっきょう（右上）
シーフードミックス（右下）



鳥取県産のハタハタは脂の
おいしさに定評がある

- らっきょう（収穫時期：5月～6月）
「砂丘らっきょう」のブランド名で有名な鳥取市福部町をはじめ、鳥取県中部の北栄町などでも栽培が盛ん。収穫時期には「洗いらっきょう」、「根付きらっきょう」として全国に販売されるほか、甘酢漬けなどの加工品が年間を通じて販売され、鳥取県を代表する特産品の一つとなっている。
- ねばりっこ（収穫時期：10月～12月）
鳥取県園芸試験場で開発育成された新品種の長芋で、従来の「砂丘ながいも」に比べて小ぶりで折れにくく、肉質が緻密で粘りが強くアクが少ない。貯蔵性が高く、冷蔵庫で40日は保管可能。冷凍でも供給できる。変色しにくく、白い状態が保てるのも特長で、とろろにするのがおすすめ。
- ブロccoli（収穫時期：5月～6月、9月～3月）
大山山麓のミネラル豊富な黒ぼく土壌で栽培され、緑豊かな色彩が長時間保持できる。近年の健康志向の高まりで需要が伸び、栽培面積も増えている。IQF 冷凍（食材の一つ一つをすばやく冷凍）での供給が可能。
- しじみ（漁獲時期：年間）
鳥取県中部にある東郷湖^{とうこうこ}は日本海の海水が流入する汽水湖で、ヤマトシジミの良好な生育環境となっている。東郷湖では厚みが14mm以上のシジミのみを漁獲し、「オニシジミ」の名称で年間を通して流通される。ミネラル類を豊富に含んで栄養価も高く、厳寒期と真夏に旬がある。「黒いダイヤ」とも呼ばれ、希少価値の高いブランドとなっている。

その後、令和元年度の事業報告ならびに令和2年度計画等についての説明を行い、各委員からは下記のような意見を頂き、新型コロナウイルスが外食企業の経営に大きな影を落としていることが浮き彫りになった。

- 「日本人の食事摂取基準」の2020年度版では、ナトリウム（食塩相当量）について、成人の目標量を0.5g/日引き下げられた。そのため、病院給食を扱うメニュー開発担当者の中で減塩食材への関心が高まっている。
- 新型コロナウイルスの影響でマスクや消毒液、トイレットペーパー等が欠品している。お客様が店舗から持ち帰ったり、従業員が自分のために発注する問題も生じている。
- 仕入先が特定の業者に集中していると欠品時の対応ができないので、見直しを検討する。
- 消毒後の手指を保護する軟膏も多用するようになった。今後供給不足に陥る商品がさらに拡大していくことを懸念している。
- 中国の物流がストップしたことで中国にコンテナが滞留している。このままでは、世界中の物流がコンテナ不足により停滞してしまうのではないかと。
- 国内産食材の調達ほぼ平常通りだが、中国産の“むき玉”や冷凍野菜の輸入ができなくなった。海外の店舗では食材の調達にも大きな影響がでている。
- 2月は団体の宴会予約がほぼなくなり、3月からは個人の予約もキャンセルが相次いだ。社員旅行、歓送迎会に伴う飲食の提供機会も減少した。
- 海外からの観光客の減少により、観光地や空港・ホテル内にある店舗の売上が激減している。
- テレワークを採用する事業所が増えてきたことに伴い、受託給食の規模が縮小している。社内会議等の減少によりケータリング需要もなくなった。
- 感染症拡大防止対策としては、店舗の衛生管理の徹底や営業時間の短縮のほか、海外から帰国した社員は2週間出勤させない、スーパーバイザーの臨店を控える、在宅勤務、時差出勤などを行っている。

国際交流委員会

3月5日 JF センター会議室

粟田貴也委員長ほか 15名参加

新型コロナウイルスの世界的感染拡大で訪日外国人観光客が大幅に減少し、外食のインバウンド需要もアウトバウンド需要も大きく変化している。国際交流委員会では各社のコロナの影響について情報を交換した。また、事例発表として株式会社壺番屋の畠中理聡海外企画部長より、同社の海外店舗状況について話していただいた。

壺番屋の海外展開について

(株)壺番屋海外企画部長 畠中 理聡 氏

3月4日時点の当社の国内店舗はカレーハウス CoCo 壺番屋 1,263店のほか、あんかけスパゲッティ、カレーラーメン、ハンバーグなどの店舗も展開している。海外展開については、1994年のハワイ出店以来、これまでに13カ国・地域に185店舗を展開し、創業者の宗次徳二氏が社是として掲げた「いつもニコニコ笑顔で、キビキビと動き、ハキハキと受け答えする」という「ニコ・キビ・ハキ」を世界共通語にするべく営業時の行動規範にしている。



本格的な海外進出は2004年の上海1号店で、中国に現地法人を設立し、今では直営店とフランチャイズ店を合わせて50店舗を展開している。中国事業は現在の葛原社長が現地で担当し、日本とは異なる洒落（ルビ:しゃれ）た内装で成功した。今回の新型コロナウイルスの影響で、中国の店舗の多くが休業や時短営業を余儀なくされ、売上げを大きく落としたが、従業員の給料は全額支払うようにとの指導があり、売上げがなくても給料を支払うという大変さがあった。

台湾では2005年に1号店を出し、現在は24店舗を展開している。台湾は新型コロナウイルスに対する対応が早く、おかげで売上減を抑えることができたが、3月には日本で予定していた会議を取り止めた。韓国には2008年に1号店を出し、これまでに35店舗を展開し

ている。7月からの日本製品の不買運動により売上げが減少し、現地のパートナー企業にも影響したが、それが少し落ち着いたと思う間もなく、次に新型コロナウイルスが出現し、売上げはさらに大きく減少した。香港には2010年に1号店を出し、9店舗を展開している。香港は、2019年に始まった大規模なデモの影響で売上げを落とし、さらに新型コロナウイルスが売上減に追い打ちをかけている。そのため新規出店の話は進まないが、家賃については政府から補助が出る予定だ。

米国には2011年、ロサンゼルスに1号店を出し、現在は4店舗になっている。とくにロサンゼルスの店舗は客数も多く順調で、今後もこの地での展開に力を入れる予定。英国進出は2018年で、もうすぐ2店舗目がオープン予定。インドネシアは2013年に1号店を出し、現在7店舗を展開している。この国ではハラル対応に挑戦し、内装に力を入れ、分かりやすいセットメニューを出している。また、間もなくインドにも出店予定であったが、コロナの影響で日本人は今のところインドに入国できない。カレーの本場のインドへの出店は、長年目指していたものなので、いずれはぜひ成功させたい。

この後、参加者の意見交換が行われ、続いて令和元年度の事業について事務局より報告が行われた。

令和2年度の事業計画として下記事業の実施が確認された。

- (1) インバウンド対応と海外進出に関するセミナー・情報交換会の開催
- (2) インバウンド/アウトバウンドに関するアンケート調査の実施
- (3) 海外の日本食を含めた外食市場の視察・研修
- (4) JROと連携し、海外の日本食市場の拡大に向けた国際シンポジウム等の開催や交流の促進



参加者からは次のような現状報告や意見が述べられた。

- 新型コロナウイルスへの対応は、日本よりもアジア各国の方が早い印象であり、そうした海外からの情報により日本でも比較的早く対応できた。
- 人の移動ができないので困っている。出て行っても戻ってもそれぞれの国で隔離されてしまう。
- 感染症を含めたセキュリティー対策について、外食産業もグローバル化が進んできたので、製造業並みにテロも含めたセキュリティー対策の見直しが必要だ。
- 中国製の建築資材が手に入らないため、改装がストップしている。
- お客様も敏感になっており、従業員のマスクや手洗いについて、指摘や問い合わせが多くなっている。

常任役員会／理事会

3月24日 JF センター会議室

【常任役員会】

理事会で報告・審議される事項について事務局より説明がなされた後、新型コロナウイルス感染症対策等について意見が交わされた。

【行政との懇談会】

農林水産省外食産業室の新藤光明室長より「①外国人労働者（特定技能）、②新型コロナウイルス感染症対策」について説明を受けた後、出席理事との間で意見が交換された。

【理事会】

以下の事項について報告・審議が行われた。

- 1 令和元年度事業報告
- 2 令和2年度事業計画
- 3 令和2年度事業予算
- 4 外食産業のための新型コロナウイルス感染症対策

3月11日、自民党政務調査会の経済成長戦略本部および新型コロナウイルス関連肺炎対策本部の合同会議に高岡会長が出席し、同ウイルスが外食産業に与えている影響を報告し次のように要請した。——「このままの状況が続けば、特に中小・中堅の外食企業は倒産の危機に直面する。外食産業の売上高は2月後半から大幅な落ち込みが始まり、極めて深刻な状況である。3月に入ると、パブ・居酒屋、ディナーレストラン、ファ

ミリーレストランなどは売り上げが5割以上落ち込むチェーンもあり、休業・営業時間短縮を余儀なくされる店舗も多い。地域的には、特に北海道が厳しく、来客数・売上高が大幅に減少し、店舗の3分の2が休業、札幌地区の売上高が7割減少のチェーンもある。インバウンド需要も減少し、2月には全外国人観光客の3割を占める中国人観光客の需要がなくなり、外食店舗は大きな減収となっている。商業施設・ショッピングセンターの来店者減でフードコートを含むテナント店の売り上げも大幅に減少している。3月の宴会はほとんどがキャンセルとなり、予約はほぼ無い。そのため、短時間労働者に対する社会保険適用のさらなる拡大については、現行案の101人超雇用は2022年から、51人超雇用では2024年から適用開始するという案から、それぞれ最低5年ずつ実施時期を遅らせ、早くても2027年と2029年にしてほしい。また、リーマンショックや東日本大震災以来最大の危機に直面している現況を鑑みて、飲食店の営業費用の資金として緊急融資を要請する。」

なお、3月10日に政府が発表した新型コロナウイルス感染症に関する緊急対応策第2弾に基づき、日本政策金融公庫は無担保の「新型コロナウイルス感染症特別貸付」を開始する。また、金融庁は事業者の資金繰り支援を最優先事項としており、各金融機関には貸出等の取組状況の報告を求め、状況報告を公表する。

以下は会員社の苦しい経営状況の例である。

- 空港・観光地等に立地する店舗は9割の売上減だが、空港や大手ディベロッパーには、店舗の臨時休業や賃料引き下げ等の交渉に応じてもらえない。
- このような状況で社会保険の適用拡大まで実施されれば、外食事業者の経営は立ち行かなくなる。事業継続のためには税の減免や支払猶予の措置も必要だ。日本の雇用制度では解雇も難しい。
- 銀行の窓口で融資の相談に応じてもらえるような行政指導がないと、融資の申し込みをためらってしまう。定期預金や積立預金の解約ですらなかなか応じてくれない金融機関もある。
- マスクを着用していない従業員についてお客様から本部にクレームが入ってくる。マスクが手に入らないので、食品業界に対しては優先的に供給してもらいたい。
- ビュッフェでは、スタッフが取り分けたり、料理に蓋をかぶせるなどの工夫をしている。（次頁下段へ続く）

第28回 優良外食産業表彰

JF 会員9社が受賞 おめでとうございます！

農林水産省が主催する「優良外食産業表彰」の表彰社が3月24日、同省より発表された。JFの会員では下記9社が4部門で受賞した。

例年ならば表彰式典が開催され、農林水産大臣より表彰状の授与が行われているが、本年度は新型コロナウイルス感染症の発生に鑑み、表彰式典は中止された。

受賞企業	代表者名	賞	受賞部門
北一食品株式会社	前田 康仁 代表取締役	農林水産大臣賞	【国産食材利用推進】
銀座アスター食品株式会社	池田 郁 代表取締役社長	農林水産大臣賞	【新規業態・人材開発】
B-R サーティワンアイスクリーム株式会社	渡辺 裕明 代表取締役社長	農林水産大臣賞	【新規業態・人材開発】
株式会社マリノ	水野 弘規 代表取締役会長	農林水産大臣賞	【地域社会貢献・環境配慮部門】
中日本エクシス株式会社	青山 忠司 代表取締役社長	農林水産大臣賞	【地域社会貢献・環境配慮部門】
株式会社 KICHIRI	平田 哲士 代表取締役社長	農林水産大臣賞	【生産性向上】
ドリームフーズ株式会社	山本 英柱 代表取締役	食料産業局長賞	【国産食材利用推進】
株式会社サンライズサービス	村松 幾敏 代表取締役社長	食料産業局長賞	【生産性向上】
株式会社浜木綿	林 永芳 代表取締役	食料産業局長賞	【生産性向上】

【優良外食産業表彰とは】

「国民の食生活の約4割を担うなど、国民経済上重要な役割を果たしている」外食産業で、「農林水産業との連携、消費者ニーズに対応したサービスの提供、環境への配慮など創意工夫を凝らした取組を行っている外食事業者等を表彰し、もって外食産業の振興を図ること」を趣旨に設けられた表彰制度で、平成4年度から実施され、今年で28回目となる。第28回表彰は、国産食材利用推進、新規業態・人材開発、地域社会貢献・環境配慮、生産性向上4部門で農林水産大臣賞と食料産業局長賞の受賞者が選出された。

- ・従業員のウイルス感染で店舗を休業した後に営業を再開するときの統一ガイドラインが欲しい。
- ・当社の国内のディナーレストランの売上高は4割減少したが、それ以上に海外店舗では8割減少している。
- ・団体・法人利用がなく、個人の利用客頼みだ。
- ・先行きが見えない状況のなか、従業員のモチベーションを保つのが難しい。
- ・デリバリーやドライブスルー、テイクアウトに対応する店舗では、好調な売上を維持しているところもある。
- 5 短時間労働者に対する社会保険の適用拡大
政府には適用拡大の実施時期を最低5年先送りするよう強く求めていくことが確認された。
- 6 労働基準監督署の調査について
労働基準監督署の調査には、定期監督、申告監督（臨

検）、災害時監督、再監督がある。そのうち申告監督は、従業員や元従業員の通報を受けて企業の調査に乗り出し、事前連絡なしに来て労働関係帳簿等の閲覧を求める。そのため、賃金台帳の記載事項や労働条件の通知のほか、労働時間の管理や時間外手当の支払いが適切に行われているか、日頃から留意しておきたい。

7 受動喫煙防止強化について

8 プラスチック製買物袋（レジ袋）の有料化について

9 新たな外国人材の受入れについて

10 新たな食品表示制度について

11 協会創立45周年記念社員表彰

JF 創立45周年記念社員表彰は、3月24日現在で114名の応募がある。表彰者の最終選考は4月21日の理事会で行う。

JF 会員社を対象とした外食産業市場動向調査

1月の業態・業種別外食動向調査

全店データ/前年比		売上高	店舗数	客数	客単価
全 体		101.9%	99.4%	100.4%	101.5%
ファーストフード	合 計	103.5%	100.0%	102.0%	101.4%
	洋 風	104.1%	99.4%	101.9%	102.1%
	和 風	104.2%	101.0%	103.1%	101.1%
	麵 類	102.7%	100.1%	101.7%	101.0%
	持ち帰り米飯/回転寿司	101.5%	99.0%	100.8%	100.7%
	その他	102.3%	100.1%	99.8%	102.5%
ファミリーレストラン	合 計	100.2%	99.9%	98.2%	102.1%
	洋 風	99.4%	99.3%	96.9%	102.5%
	和 風	96.2%	98.2%	95.4%	100.8%
	中 華	103.8%	101.8%	103.6%	100.2%
	焼き肉	105.0%	102.6%	104.0%	101.0%
パブ/居酒屋	合 計	101.0%	97.7%	100.6%	100.4%
	パブ・ビアホール	99.9%	99.1%	99.4%	100.6%
	居酒屋	101.2%	97.5%	101.0%	100.2%
ディナーレストラン	合 計	102.3%	98.0%	101.2%	101.1%
喫茶	合 計	101.3%	100.6%	96.6%	104.9%
その他	合 計	95.0%	87.5%	93.5%	101.7%

【年始需要とFFの好調に支えられ、売上は前年を上回る】記録的な暖冬により全国的に雪が少なく、客足にプラスとなったことに加え、引き続き好調なFF業態に牽引され、売上は101.9%と前年を上回った。いま不安視されている新型コロナウイルスについては、一部で月末に影響が出始めたものの、外食への影響はまだ限定的であった。

2月の業態・業種別外食動向調査

全店データ/前年同月比		売上高	店舗数	客数	客単価
全 体		104.8%	99.3%	101.8%	102.9%
ファーストフード	合 計	109.8%	98.8%	104.9%	104.7%
	洋 風	114.0%	99.7%	108.0%	105.6%
	和 風	108.6%	100.9%	103.8%	104.6%
	麵 類	104.7%	98.9%	103.3%	101.3%
	持ち帰り米飯/回転寿司	105.8%	94.7%	99.4%	106.4%
	その他	108.5%	100.0%	105.5%	102.9%
ファミリーレストラン	合 計	102.0%	101.8%	99.4%	102.7%
	洋 風	97.0%	102.9%	96.3%	100.7%
	和 風	96.1%	97.6%	95.0%	101.1%
	中 華	107.7%	103.0%	107.2%	100.5%
	焼き肉	124.4%	103.1%	127.2%	97.8%
パブ/居酒屋	合 計	94.5%	97.7%	94.5%	99.9%
	パブ・ビアホール	90.4%	97.9%	92.3%	97.9%
	居酒屋	95.2%	97.6%	95.1%	100.1%
ディナーレストラン	合 計	97.4%	98.8%	96.8%	100.7%
喫茶	合 計	98.9%	100.3%	94.6%	104.6%
その他	合 計	86.5%	90.0%	80.0%	108.2%

【うるう年と休日数増などの特殊要因で売上は前年を上回る】新型コロナウイルスの影響は、業態、立地等によって明暗が分かれた。FFが好調な持ち帰り需要に支えられ上振れした一方、DR・居酒屋業態はインバウンドや宴会需要の減少から、月の後半、特に大規模イベント等の自粛要請が出た最終週以降は客足が減少し売上への打撃が目立った。だがうるう年の本年は2月の日数自体が多く、また天皇誕生日で祝日が増えたなどの特殊要因や土曜日が1日多い曜日周りと相まって、月間では外食全体の売上は104.8%と前年を上回った。

正会員 株式会社ハミングバード・インターナショナル

代表取締役 青木 聡志
 本社 宮城県仙台市青葉区本町2-6-16
 TEL 022-225-0522
 FAX 022-211-6188
 URL <http://www.h-bird.co.jp>
 業種 イタリアン、和食、居酒屋
 店舗名 ハミングバード

<我が社のプロフィール>

1957年に仙台で初めて洋食専門店を開業して以来、食を通じて仙台を中心に新たな価値を提供してまいりました。私たちの



最大の強みは、その「新しい価値」を実現できる人財と、新しいことに挑戦できる会社風土。我が社は人に支えられ、人によって成長している会社です。今後はこれまでに積み重ねたノウハウを生かし、飲食を通じた地域施設のプロデュース、海外進出、そしてお客様・お取引様・弊社を支える従業員に「humming life」を提供できるよう、スピード感を持って成長していきたいと思っています。

正会員 株式会社 南国酒家

代表取締役 宮田 順次
 本社 東京都渋谷区神宮前6-35-3
 TEL 03-5485-7588
 FAX 03-3409-7525
 URL <https://nangokusyuka.co.jp>
 業種 中国料理
 店舗名 ス南国酒家

<我が社のプロフィール>

弊社は1961年（昭和36年）に開業。JR原宿駅前に本店を構える広東料理の中国料理店です。



酢豚にパイナップルを入れること

や、たらば蟹入り炒飯に生のレタスを入れることも、弊社が最初と言われており、現在は東京・神奈川を中心に、20店舗の直営店と6店舗のフランチャイズ店を展開しております。コース料理企画「おいしいもの日本」をはじめ、日本全国の食材を中国料理に積極的に活用し、「日本の美味しい中国料理」を創りだしていくことをモットーに、日々、お客様に美味しい中国料理を提供し続けてまいります。

正会員 株式会社力の源カンパニー

代表取締役 中尾 徹
 本社 福岡県福岡市中央区大名1-13-14
 TEL 092-762-4445
 FAX 092-762-5556
 URL <https://www.chikaranomoto.com>
 業種 ラーメン
 店舗名 一風堂、IPPUDO RAMEN EXPRESS

<我が社のプロフィール>

当社は、1985年に福岡の博多で創業したラーメンのグローバルブランド「一風堂」



を中心に、国内163店舗の飲食店の運営、商品開発に関するコンサルティング、製麺など食品工場の運営、子どもたちに食の楽しさを伝える常設型体験施設の運営など、食全般にまつわる事業を展開しております。なお「一風堂」では、シルクのような滑らかな絹ごしとんこつスープと、歯切れの良い小麦香の極細麺を特長とした豚骨ラーメンを主力商品として提供しています。

New Members Are Welcome!

新規会員をご紹介ください

外食産業は「食の信頼」「環境」など数々の重要諸課題に加え、「働き方改革」や「生産性向上」「HACCP制度の導入」等々への対応も求められており、企業経営はますます困難な状況に直面しています。さらに近年の災害で疲弊した地域の経済はいまだに回復が十分ではありません。

日本フードサービス協会(JF)は、業界をあげて知恵を出し合い、問題解決に積極的に取り組んでいくために活動しております。

JF入会のメリットは、各種セミナー・研修会等への参加、会員相互の情報交換・交流活動、協会機関誌・各種調査研究報告書・市場動向調査等の外食関連情報の入手、共同購入事業への参加、海外研修・国内産地見学会・内外食材ツアーへの参加など、多々あります。

詳細は協会ホームページ(<http://www.jfnet.or.jp>)、または協会事務局(TEL:03-5403-1060)にお問い合わせください。

共栄火災



サイ吉

人々が気持ちよく毎日を暮らせるよう、
安心のチカラでそっと支えるサイ。
共栄火災のサイ吉です。



夢を、未来を、 ずっと近くで支えたい。

隣にいる誰かと、家で待つ誰かと、未来で出会う誰かと。

人はみんな、あらゆるつながりの中で暮らしています。

そのつながりが、もっと身近なものになれば、

人生はずっと豊かなものになる。

共栄火災は、確かな安心のチカラで、

そんなあなたの毎日を応援します。

それが、地域を支え、暮らしに役立つ保険会社としての、
私たちの使命だから。

つながり強化宣言！ **共栄火災**

共栄火災海上保険株式会社

〒105-8604 東京都港区新橋1-18-6 TEL.(03)3504-0131(大代表) www.kyoeikasai.co.jp

JF ジェフマンズリー

2020年3・4月号

定 価／1,000円（本体価格952円）

発行日／2020年4月30日

発行人／高岡慎一郎

発 行／（一社）日本フードサービス協会

〒105-0013 東京都港区浜松町1丁目29番地6号

浜松町セントラルビル10階

TEL 03-5403-1060 FAX 03-5403-1070

ホームページ <http://www.jfnet.or.jp/>

印 刷／関東図書株式会社

※ジェフマンズリーは会費を負担している会員に対して、出版刊行されています。

外食産業で唯一の
全国共通お食事券
シェフグルメカード

全国35,000店を網羅



**「東日本復興支援
 シェフグルメカード」**

— 外食で日本を元気に —

2012年5月より、「東日本復興支援シェフグルメカード」を発行しています。
 ご購入1枚につき5円を、東日本大震災による被害からの復興支援事業に寄付致します。

加盟店拡大キャンペーン同時開催中



加盟店ステッカー



お問い合わせは **0120-150-563**