



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 農産物情報交換会／
食材調達・開発等委員会

2022

04
/ 05

2022 April / May No.478





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4年5月11日発行通巻478号（毎月1回発行）

目次

P. 1

巻頭言 外食産業にも必要な「ニューカラー層」の育成

P. 2

特集 農産物情報交換会／食材調達・開発等委員会
講演 みどりの食料システム戦略と今後の食材調達
青果物流通の現状と展望

P. 12

JF TOPICS（協会活動報告）

教育担当者の会（2月18日）

広報調査委員会（3月9日）

JF・ジビエ認証施設連絡会議 第2回検討会（3月18日）

3月常任役員会・理事会（3月25日）

P. 22

市場動向 1月度・2月度

P. 23

インフォメーション

JFトレーナーズ・トレーニングセミナー（6月14日・7月6日）

P. 24

新規会員

ピースマイルプロジェクト／高橋ソース

ジェフ愛の募金2021 結果報告

巻頭言

協会副会長

宮下 雅光

株式会社ストロベリーコーンズ

代表取締役社長



外食産業にも必要な「ニューカラー層」の育成

私が脱サラして外食産業に身を置いてから45年、そしてピザ宅配業には人生の半分以上携わっています。

その間、日本には幾多の試練がありました。バブル崩壊、金融崩壊、阪神淡路大震災、デフレスパイラル、リーマンショック、東日本大震災、そして現在は新型コロナによるパンデミックとロシアのウクライナ侵攻です。外食産業も原材料費の高騰、食材・資材の調達難、人材不足等々、アゲンストの風が吹きまくっているのが現状です。

この試練を乗り越えて進むべく、我が社はFC加盟店の皆様と手を携え、「美味しさと感動をお届けします。」というチェーン理念を追求し、お客様に愛されるブランドであり続けるにはどうしたら良いか、未来に成長し続けるにはどうしたら良いか、四六時中試行錯誤しております。

今年1月末から2月末にかけて日経新聞が「2030 Game Change」という連載を掲載しました。「これからの10年で起こりうる大変革に我々はどう立ち向かうのか。未来を探る。」というテーマです。その2月2日の記事では、米IBM上級副社長が公開書簡でバイデン政権宛てに「大学の学位だけが成功の道ではない」と訴えたことが紹介されてい

ました。今の教育システムはデジタル経済の要求に答えられていないとの危機感からでした。今までの勤労者の分け方はホワイトカラーとブルーカラーの2つでしたが、これからの21世紀は学歴と関係なく高度なスキルを持つ人財が主役になるそうです。米国では伝統的な教育の過程を経ずしてテクノロジー分野で働く人たちを「ニューカラー」と名づけ、その育成に力を入れているようです。

外食産業もこれまでは労働集約型産業という位置づけで、人件費と食材費はFood cost & Labor cost (FL)とひとまとめにされてきました。しかし、いずれ到来するであろうアフターコロナの時代には、外食産業においてもIT、とくにAIやロボット等の「テクノロジー・ツール」を最大限に活用してDX（デジタルトランスフォーメーション）を推進しながら、日本人の強みである「おもてなしの心」を武器に、「ホスピタリティ&テクノロジー」に精通した「ニューカラー層」を育成することができれば、有望な産業として新たな進化を遂げるのではないかと期待しております。外食で働く人々を「人材コスト」ではなく「人財投資」として認めてもらえる時代が来ることを祈念しております。

JF 農産物情報交換会／ 食材調達・開発等委員会

3月2日
JFセンター
会議室

長引く新型コロナウイルス感染の中で、日本農業の課題がはっきりと浮かび上がってきた。農業人口の漸減^{ぜんげん}を筆頭に、農業収益性の低さ、新規参入の障壁など、問題は多岐にわたっているが、その解決策は未だ見出されていない。農業分野における次世代の担い手確保は急務である。

1990年代から始まった外国人技能実習制度は、農業労働人口の衰退をある程度カバーしてきたが、2020年以降の新型コロナ感染拡大の煽り^{あお}を受け、技能実習生の来日が途絶え、これから農繁期を迎え、夏野菜の定植や田植えなどに忙しい農業現場では、人手不足の深刻さが増している。

こうした現状を踏まえ、農林水産省は2021年5月、「みどりの食料システム戦略」を発表し、国内農業の構造的課題である生産者の減少と高齢化、および人手不足等を解決する手段として、ロボット、AI（artificial intelligence: 人工知能）、IoT（Internet of Things: 農業生産で言えば、水や肥料などの必要情報を通信ネットワークを通じて情報交換する技術）などの技術を取り入

れた「スマート農業」の実証試験に取り組んでいる。こうした農業技術は、生産現場の負担軽減や農作業の安全性向上に貢献するだけでなく、環境負荷軽減などの面でも効果が期待されている。

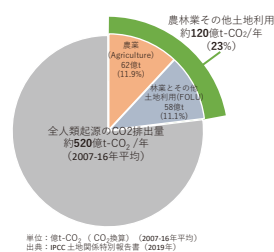
3月2日に開催されたJF農産物情報交換会では、「みどりの食料システム戦略」に関わってきた青山豊久農林水産省技術総括審議官（農林水産技術会議事務局長）より「みどりの食料システム戦略」に基づくスマート農業の技術開発と実証について話していただき、また、デリカフーズホールディングス株式会社の大崎善保代表取締役社長からはコロナ下の農業の現状と青果物流通の展望等について話していただいた。各社の仕入部門・商品開発部門の担当者を中心にオンライン参加を含めて約50名が参加した。

続いて開催された食材調達・開発等委員会では、新年度の同委員会事業計画について事務局より説明が行われた後、各社の仕入調達を巡る状況や取り組みについて意見交換が行われた。

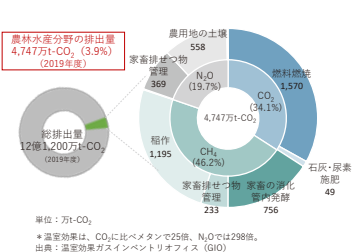
農林水産分野の温室効果ガス（GHG）の排出

- 世界のGHG排出量は520億トン（CO₂換算）。このうち、農業・林業・その他土地利用の排出は世界の排出全体の23%。（2007-16年平均）
- 日本の排出量は12.12億トン。農林水産分野は約4,747万トン、全排出量の3.9%。（2019年度）
*エネルギー起源のCO₂排出量は世界比約3.2%（第5位、2021年（出典：EDMC/エネルギー経済統計要覧））
- 農業分野からの排出について、水田、家畜の消化管内発酵、家畜排せつ物管理等によるメタンの排出や、農用地の土壌や家畜排せつ物管理等によるN₂Oの排出がIPCCにより定められている。

世界の農業由来のGHG排出量



日本の農林水産分野のGHG排出量

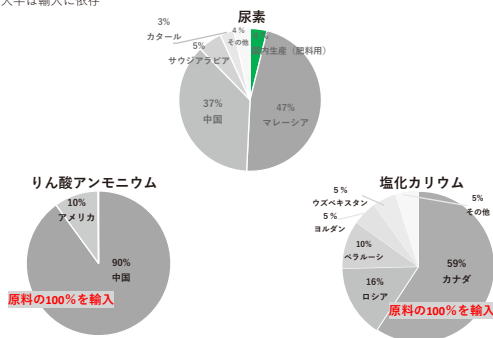


食料生産を支える肥料原料等の状況

- 食料生産を支える肥料原料を我が国は定期的に輸入に依存。

食料生産を支える肥料原料の自給率

化学原料の大半は輸入に依存



出典：財務省貿易統計等を基に作成（2020年7月～2021年6月）

● JF 農産物情報交換会

みどりの食料システム戦略と 今後の食材調達

農林水産省大臣官房技術総括審議官兼農林水産技術会議事務局局長
青山 豊久 氏

将来にわたって安心して暮らせる地球環境の継承に向けて、農林水産業も持続的な食料システムの構築が急務となっており、農林水産省では令和3年5月、「みどりの食料システム戦略」を策定した（戦略の概要は第5頁参照）。



現在、世界の温室効果ガス排出量は年間520億トン（CO2換算）であり、このうち農林水産分野の排出量は全体の23%と言われている（第2頁左図参照）。日本の排出量は約12億トンで、このうち農林水産分野の排出量は全体の3.9%で、水田や家畜の消化管内発酵等によるメタン等も含まれている。

また、食料生産を支える肥料原料等の状況を見ると（第2頁右図参照）、リン酸とカリウムは原料の100%を輸入に頼っている。なかでもリン酸アンモニウムの9割は中国からの輸入であったが、同国は昨年より輸出を制限しており、日本はモロッコ等新たな輸入先を開拓しているところだ。塩化カリウムは、ロシアとベラルーシで

輸入量全体の約1/4を占め、ウクライナ情勢により今後どうなるか懸念される。

この戦略を進めるに当たり、生産現場の声を聞き、各自治体や関係者としっかり連携して技術の開発や普及に取り組み、税制も含めて環境負荷の低減に努めたいと考えている。食品事業者に対しては、食品残渣の堆肥化等に投資する場合に税負担を軽減するなどの支援措置を実施している。

地球規模では、2021年10月～11月には国連気候変動枠組条約第26回締約国会議（COP26）が開催され、農業分野の研究開発等への投資の促進（気候変動のための農業イノベーション・ミッション）や、メタン排出量を2020年比で30%削減する目標（グローバル・メタン・プレッジ）など（下図参照）、新たなイニシアチブが立ち上げられた。日本はメタン削減の実績が多く、農法や品種の海外との実証研究を進めている。

日本は先端技術を活用したスマート農業（下図参照）の導入を進めており、「作業の自動化」や「情報共有の簡易化」、「データの活用」といったテーマで、2019年度からロボットやAI等の技術実証を全国182地区で展開している。

以下ではスマート農業の優良な実証事例として3つの異なる水田経営の例を紹介する。

グローバル・メタン・プレッジ（Global Methane Pledge, 通称「GMP」）

1. 概要

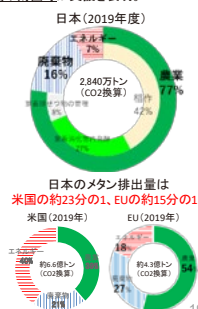
- グローバル・メタン・プレッジ（GMP）は、世界全体のメタン排出量を2030年までに2020年比30%削減することを目指す米国・EUの共同イニシアティブ。我が国は、9月の日米豪印首脳会合の場にて参加表明。
- その後、GMP閣僚級会合（10月11日：鈴木外務副大臣よりビデオメッセージを発出）を経て、COP26世界リーダーズ・サミット（11月2日）において正式に立ち上げ。
- これまでに日、英、米、EUほか計110の国・地域が参加を表明。また、計24の国際機関や財団等が支援を表明。

2. GMPに対する我が国のスタンス

- 世界の脱炭素化に向け、世界におけるメタン排出の削減は国際的に重要な課題。他方、我が国は既にメタン排出削減を実現してきており、排出量は米国・EUと比較して相対的に水準を達成。
- GMPは、各国に個別の目標やセクター別のコミットメントを求めるものではなく、参加に伴い、地球温暖化対策計画をはじめとする日本の取組に加えて追加的取組を実施する必要があることにはならない。
- 我が国に対しては、国内でメタンの排出削減に成功した経験を優良事例として各国に共有する等が期待されており、GMP等を通じ、世界の脱炭素化に向けて、引き続き我が国としてリーダーシップを発揮していく。

3. 今後のスケジュール

年1回のGMPに関する閣僚級会合が開催される見込み。



スマート農業について

「農業」×「先端技術」＝「スマート農業」

「スマート農業」とは、「ロボット、AI、IoTなど先端技術を活用する農業」のこと。

➡「生産現場の課題を先端技術で解決する！農業分野におけるSociety5.0※の実現」

※Society5.0：政府が提唱する、デジタル化が進化した未来社会の姿

スマート農業の効果

- ① 作業の自動化**
ロボットトラクタ、スマホで操作する水田の水管理システムなどの活用により、作業を自動化し人手を省くことが可能に
- ② 情報共有の簡易化**
位置情報と連動した経営管理アプリの活用により、作業の記録をデジタル化・自動化し、熟練者でなくても生産活動の主体になることが可能に
- ③ データの活用**
ドローン・衛星によるセンシングデータや気象データのAI解析により、農作物の生育や病虫害を予測し、高度な農業経営が可能に



農業データ連携基盤

スマート農業をデータ面から支えるプラットフォーム。生産から加工・流通・消費・輸出に至るデータを連携。

※内閣府「戦略的イノベーション創造プログラム（SIP）」「スマートバイオ産業・農業基盤技術」において、農業データ連携基盤の機能を拡張したスマートフードチェーンシステムを開発中

これまでの取組状況（代表的な実証事例 大規模水田作 家族経営）

経営概要 (R2 実証終了時)

- ・労働力構成： 経営者とその家族(計3名)
常時雇用1名、臨時雇用2名
- ・経営面積： 65.2ha うち主食用水稲38.6ha
新規需要米26.6ha
- ・実証面積： 5.1ha

実証内容 (目標)

- ・自動運転トラクター (耕耘・代かき時間 20%減)
- ・自動運転田植機 (作業時間 30%減)
- ・収量コンバイン (単収・粗収 10%増)
- ・営農管理システム

成果

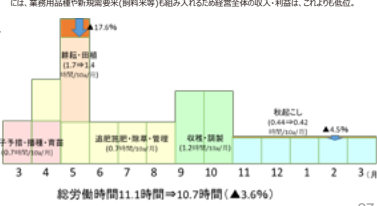
- 自動運転トラクター・田植機を活用し、代かきや田植作業(いずれも作業)で18%省力化
- 収量コンバインのデータに基づき、低収量圃場に重点施肥するなど施肥設計を見直し、全体では施肥量を5%低減しつつ、単収増により収入を10%増大
- なお、本経営体では、増加する農地集積に対応するため、実証に参加し、スマート農業を導入。実証終了後も規模拡大を継続し、経営面積107ha、スマート農機活用面積50ha以上に到達。

考察

- スマート農機により、年間のピークとなる春期の労働時間を抑えることで、家族労働中心の体制でも、大幅な規模拡大が可能。
- 実証時は、スマート農機の導入面積が小さく、機械費が高額となったが、導入機器の能力が最大発揮できる規模(53ha)まで使いこまると、機械費は大幅に低下し、慣行の2割増の水準に抑制。これに収入増・人件費減が相まって、慣行よりも利益拡大が可能(+1万円/10a)

区分	慣行区 (6.7ha)	実証区 (5.1ha)	備考
収入	117.8	129.3	※
販売収入	117.8	129.3	販売単価はいずれも250円/kg
(単収)	(471kg)	(517kg)	施肥設計の見直しにより単収増大
その他収入	0	0	
経費	79.4	123.8	
雇労費	2.1	2.1	
肥料費	9.7	9.2	施肥設計の見直しにより施肥量を低減
農薬費	2.8	2.8	
機械・施設費	13.7	59.2	導入機械の稼働可能面積(53ha)での試算値
労働費	16.7	16.1	労賃単価1,500円/時間(10.7時間)での試算値
(労働時間)	(11.1時間)	(10.7時間)	代かき、田植作業において18%省力化
その他費用	34.4	34.4	
利益	38.4	5.5	※
		(48.0)	

※ 上表は、「コシヒカリ」での収支を計算。実際に導入機器の稼働可能面積までスマート農業を展開する場合には、業務用品種や新規需要米(飼料米等)も組み入れたる経営全体の収入・利益は、これより低値。



27

これまでの取組状況（代表的な実証事例 大規模水田作 雇用型法人）

経営概要 (R2 実証終了時)

- ・労働力構成： 役員3名、従業員11名
- ・経営面積： 160ha うち主食用米 119ha
飼料用米等 41ha
- ・実証面積： 160ha

実証内容 (目標)

- ・収量コンバイン
- ・営農管理システム

成果

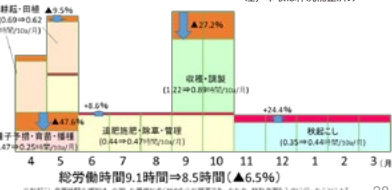
- 収量コンバインによる圃場別収量データと営農管理システムを活用し、圃場別に品種・作型配置を最適化することで、単収が10%以上増大
- 営農管理システムを有効活用し、圃場毎の労働時間データ等に基づいて作業計画・人員配置を効率化し、大きなコストを掛けずに省力化(▲7%)を実現

考察

- 各種データを活かし、作付時期を経営体の立地条件のもとで最大限まで延伸・分散することで、農機1セット体系の最大稼働面積付近まで経営展開すれば、機械・施設費の大幅低減が可能(実証区でも14.6千円/10aに抑制)
- 効率的な機械作業体制が確立している雇用型の大規模法人では、新たに自動運転系のスマート農機を導入しなくても、収益改善に資するデータ活用に必要な機器・システムに絞った技術導入も有効

区分	令和元年 慣行区 (41.2ha)	令和2年 実証区 (45.6ha)	備考
収入	128.2	142.0	
販売収入	128.2	142.0	販売単価はいずれも304円/kg
(単収)	(422kg)	(467kg)	品種はいずれもコシヒカリ(特別栽培)
その他収入	0	0	
経費	80.9	77.1	
雇労費	2.2	2.5	
肥料費	1.3	1.3	
農薬費	2.1	2.1	
機械・施設費	12.1	14.6	実証区は収量コンバインを導入。その他の機械・施設は慣行区、実証区で共通
労働費	13.7	12.8	労賃単価1,500円/時間で計算
(労働時間)	(9.1時間)	(8.5時間)	各作業の効率化により省力化を表現
その他費用	49.6	43.7	
利益	47.3	64.9	

注) 単収は作況補正済み



28

これまでの取組状況（代表的な実証事例 中山間 集落営農法人）

経営概要

- ・労働力構成： 組合員73名、オペレーター2名
- ・経営面積： 水田4.2ha、小麥3.1ha
水稲基幹作業受託9.3ha
- ・実証面積： 15ha (この他、シェアリング7ha)

実証内容 (目標)

- ・自動運転トラクター、直線キープ田植機 (作業時間 27%減)
- ・ドローン(防除等)
- ・食味・収量コンバイン及び (単収13%増)
- ・施肥改善
- ・シェアリングによる償却費の削減 (※数値目標未設定)

成果

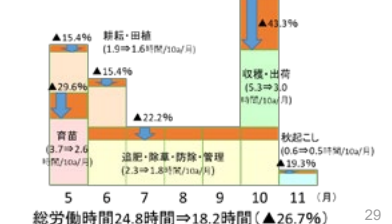
- 中山間地域に特有な小区画圃場中心の生産基盤や、高齢者・Uターン就農者等を中心とした人員体制でも、自動運転農機やドローンを活用することにより、労働時間を27%削減
- スマート農機の導入に伴う機械費を抑制するため、田植機、コンバインを隣接集落とシェアリングすることで、償却費を一部削減(シェアリング前:56.8千円→シェアリング後50.0千円(▲12%))

考察

- 経営改善には、導入農機のシェアリングが有効であるが、非使用時期に隣接経営体と貸与する簡易な方法は、その効果は限定的。
このため、より広域な産地単位で、各種作業・オペレータを共同管理・運用しながら、導入農機の稼働面積を大幅拡大し、導入コストや作業効率を改善する等の工夫が必要
- さらに、各種スマート農機をフルセットで導入するのではなく、
①ドローン等の利用時間の短い機器は、賃借や受託サービスの利用
②自動水管理システム等は遠隔圃場等に限定
など、機器ごとの稼働面積や費用対効果を踏まえた絞り込み等も重要

区分	慣行 (実証前)	令和元年度 スマート導入 (実証前) 15ha、シェア リング(有償)	令和2年度 スマート導入 (実証後) 15ha、シェア リング(有償) 機、コンバイン	備考
収入	111.2	126.0	122.8	
販売収入	111.2	126.0	122.8	販売単価は慣行:227円/kg、R1:238円/kg、R2:227円/kg
(単収)	(490kg)	(530kg)	(541kg)	
その他収入	0	0	0	
経費	98.1	144.7	136.0	
雇労費	3.1	3.1	3.1	
肥料費	5.5	4.3	5.7	
農薬費	11.9	18.3	19.2	
機械・施設費	11.7	56.8	50.0	
人件費	37.2	32.6	27.3	
労働費	(24.8)	(21.7)	(18.2)	労働単価1,500円/時間で計算
その他費用	28.7	29.6	30.8	
利益	13.1	-18.7	-13.2	

注) 単収は作況補正済み



29

(1) 家族経営の大規模水田作

面積 65ha の水田作に、自動運転のトラクターと田植機、収量や品質データが取れる収量コンバイン、および営農管理システムを導入した事例。労働時間は18%削減され、農作業のピークとなる春期の労働時間を抑えることができ、家族労働中心の体制でも大幅な規模拡大が可能となった。また、収量コンバインのデータに基づいた施肥設計が可能となり、施肥量を5%減らしても単収を10%上げる事ができた。

(2) 雇用型法人経営の大規模水田作

面積 160ha の水田作に、収量コンバインと営農管理システムを導入した事例。圃場別に品種や作型配置を最適化することにより、単収が10%以上増加した。効率的な機械作業体制が確立している大規模法人では、新たに自動運転系のスマート農機を導入しなくても、データ活用に必要な機器・システムに絞った技術導入でも効果があった。

(3) 中山間地域の集落営農法人

15ha の集落営農法人経営の水田作に、自動運転トラクター、直線キープ田植機、ドローン、収量コンバイン等を導入した事例。中山間地域に特有な小区画圃場中心の生産基盤や、高齢者・Uターン就農者等を中心とした人員体制でも、労働時間を27%削減する事ができ、単収は13%増えた。しかし、中山間地域においてはスマート農機の導入面積が限られるので、導入機器ごとの稼働面積や費用対効果を踏まえた絞り込み等も重要であることが分かった。この法人例では、田植機とコンバインを隣接する集落とシェアリングすることで、償却費を一部削減する事ができた。

みどりの食料システム戦略（概要） ～食料・農林水産業の生産力向上と持続性の面立をイノベーションで実現～

現状と今後の課題

- 生産者の減少・高齢化、地域コミュニティの衰退
- 温暖化、大規模自然災害
- コロナを契機としたサプライチェーン混乱、内食拡大
- SDGsや環境への対応強化
- 国際ルールメーカーキングへの参画



「Farm to Fork 戦略」(20.5)
2030年までに化学農薬の使用及びリスクを50%減、有機農業を25%に拡大



「農業イノベーションagenda」(20.2)
2050年までに農業生産量40%増加と環境フットプリント半減

**農林水産業や地域の将来も
見据えた持続可能な
食料システムの構築が急務**

持続可能な食料システムの構築に向け、「みどりの食料システム戦略」を策定し、
中長期的な観点から、調達、生産、加工・流通、消費の各段階の取組と
カーボネutral等々の環境負荷軽減のイノベーションを推進

目指す姿と取組方向

2050年までに目指す姿

- 農林水産業のCO2ゼロエミッションの実現
- 低リスク農薬への転換、総合的な病害虫管理体制の確立・普及に加え、ネオニコチノイド系を含む従来の殺虫剤に代わる新規農薬等の開発により化学農薬の使用量（リスク換算）を50%低減
- 輸入原料や化石燃料を原料とした化学肥料の使用量を30%低減
- 耕地面積に占める有機農業の取組面積の割合を25%（100万ha）に拡大
- 2030年までに食品製造業の労働生産性を最低3割向上
- 2030年までに食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実現を目指す
- エリートツリー等を林業用苗木の9割以上に拡大
- ニホンウナギ、クロマグロ等の養殖において人工種苗比率100%を実現

戦略的な取組方向

- 2040年までに革新的な技術・生産体系を順次開発（技術開発目標）
- 2050年までに革新的な技術・生産体系の開発を踏まえ、今後、「政策手法のグリーン化」を推進し、その社会実装を実現（社会実装目標）
- ※政策手法のグリーン化：2030年までに施策の対象を持続可能な食料・農林水産業を行う者に集中。
2040年までに技術開発の状況を踏まえつつ、補助事業についてカーボネutralを要件を充実。
補助金拡充、環境負荷軽減メニューの充実とセットでクロスセクターアプローチを実施。
※革新的技術・生産体系の社会実装や、持続可能な取組を後押しする観点から、その時点において必要な規制を見直し。
地産地消型エネルギーシステムの構築に向けて必要な規制を見直し。



期待される効果

経済

持続的な産業基盤の構築

- ・輸入から国内生産への転換（肥料・飼料・原料調達）
- ・国産品の評価向上による輸出拡大
- ・新技術を活かした多様な働き方、生産者のすそ野の拡大

社会

国民の豊かな食生活 地域の雇用・所得増大

- ・生産者・消費者が連携した健康的な日本型食生活
- ・地域資源を活かした地域経済循環
- ・多様な人々が共生する地域社会

環境

将来にわたり安心して 暮らせる地球環境の継承

- ・環境と調和した食料・農林水産業
- ・化石燃料からの切替によるカーボネutralへの貢献
- ・化学農薬・化学肥料の抑制によるコスト低減

アジアモンスーン地域の持続的な食料システムのモデルとして打ち出し、国際ルールメーカーキングに参画（国連食料システムサミット（2021年9月）など）

スマート農業では、自動運転技術により農作業の負担が軽減される。農業経験のないスタッフが農機のオペレーターとして活躍できるようになったり、また、ラジコン草刈機を導入すると、夏場の炎天下で草刈りしていたのが涼しい木陰での遠隔操作でできるようになるので、初心者や学生アルバイトでも容易に操作ができ、人材不足の解消にも寄与している。

このように、スマート農業は施肥量を減らすなど環境負荷低減に寄与し、「みどりの食料システム戦略」を実現していくために不可欠な技術であるが、大事な点は農産物の実需者である外食産業などのニーズに応じていくことにある。

今後は新しい農業であるスマート農業の課題や取引条件等について皆様から意見を頂き改善に繋げていきたい。

《青山技術総括審議官と参加者との質疑応答》

Q 当社は数年前から農業参入し、堆肥も自社で生産を開始した。コンバイン等年間使用日数が短い農機は、シェアする仕組みがあると良い。全国には耕作放棄地が多く点在しているが、その所有者まで辿り着くのが難しいので、調整機能があると良い。また、現在、農業にあこがれて新規参入する人もいるが、農産物の販売先（売り先）の見込みを立てずに農業を始めて借金を抱えてしまい、経営が成り立たない人も多いと聞いている。

A 【青山技術総括審議官（以下省略）】 農業機械の共同利用は重要で、農業者が互いにシェアして有効活用できる仕組みを作っていきたい。先述の事例2の経営者は、農業機械を最大限に活用するために、早稲から晩稲まで品種の作期（栽培時期）を細かくずらし、長い期間農業機械を使えるよう工夫している。また、おっしゃるように受注生産も大事な視点なので、これから取り込んでいきたい。

Q 環境変化、特に農業現場の高齢化と労働力不足が続く大変厳しい状況である。日本の農業の事業継承について国としての具体的な政策があれば伺いたい。

A 農地バンク（「農地を貸したい人」と「農地を借りて農業をしたい人」を結びつける公的制度）等を活用し、新たに農業を始めたい意欲のある人材が集約するよう努力していきたい。

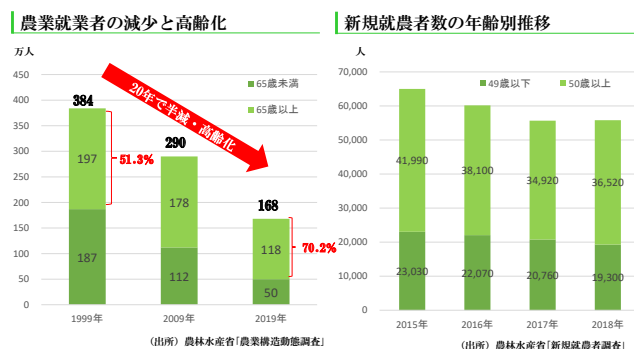
Q 昨今の輸入ポテトの高騰もあって、使用ジャガイモの国産化を検討したいと考えているが、取引先（全農）からの情報では、1000トンの供給だけでも最低2～3年かかるらしい。使用原材料の国産化の推進に国の支援等があると大変助かる。

A 加工業務用野菜の国産化については、現在タマネギから始めている。産地が異なってもITで共通の栽培技術で生産できるようになってきたので、産地間が離れていても1つの産地のように供給できる体制を作っていきたい。こういう仕組みはブロッコリーや他の品目にも広げていきたい。日本は農地面積が限られており、農産物の自給率100%を達成するのは難しいことから、輸入品もしっかり位置づけながら食料安全保障を考えていきたい。

Q 当社では食材調達のリスクヘッジとして、国産食材もバランスを取りながら使っているが、国産食材を主力原材料としてアピールすることはなかなか難しい。これまで連携していた産地でも離農する農家も多い。農業の大規模化による安定供給の確保が望ましい。また、スマート農業によって単収が上がり、経営の安定と価格の安定が期待されているが、新規の業務用契約栽培では商品の納品と支払いの完了が1年後となる場合もある。農家への支払いの面で国からの支援なり助成があると、契約栽培面積はもっと拡大するのではないかなと思う。

A 契約栽培の契約から生産、納品、支払いという決済サイクルの実態を、JFを通じて外食産業の皆さんからも教えていただきながら、契約栽培を進める上でのポイントを正確に把握していきたい。

日本農業の実態



依然として農家の高齢化や減少が続く、新規就農者も減少傾向にある
しかしながら、これらの指標は家族経営や小規模農家が大半を占めている

Copyright © DELICA FOODS HOLDINGS CO., LTD.

青果物流通の現状と展望

デリカフーズホールディングス株式会社
代表取締役社長 大崎 善保 氏

青果物流通の現状と課題

野菜の流通に関わる立場から、日本の農業就業者の減少と高齢化を実感している。農業就業者は1999年から2019年までの20年で半減し、新規就労者も減少傾向にある（第6頁図参照）。経営体に目を向けると、自給的農家や副業的農家がどんどん減少し、農業の企業化が進んでおり、25%を占める組織経営・主業農家が生産額全体の86%を占めている。農地面積の規模では、5ヘクタール以上の農家が年々増加し、農業の大規模化と企業化が進んでいる。



青果物需要量は加工・業務用が増え（2015年時点で全体の57%）、家計消費量は減る傾向にある。加工業務用の輸入数量も増えている（全体の16%）。これまでの青果物流通システムは小売業向けに構築されたもので、農協の組合員が野菜を作り、農協と経済連を通じて市場に届き、そこから小売、スーパーへと流れていく。

一方、我々のように外食産業などへの業務加工用流通では、基本的に生産者からの直接入荷である。この産直の仕組みは民間企業が作ってきたものだが、今後は市場関係者や全農と一緒に業務加工用分野の流通システムとして構築できないかと考えている。現在は民間事業者が契約した産地の青果物は市場に置けない、販売できないなど、様々な制約がある。今後は市場を中心とした基幹的な流通網と、我々のように民間事業者が取り組む細やかな物流網が相互に連携して乗り入れできるシステムを考えていきたい。

野菜の生産量と消費量の推移

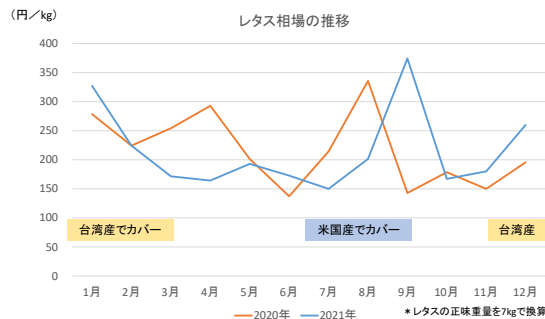
生鮮野菜の生産量は、玉ねぎ、かぼちゃ、ネギが上位にあるが、外食産業の発展とともに近年は冷凍の輸入野菜が増えている。サラダ類の需要拡大によりレタス類に需要が集中する傾向がある。レタスの相場推移と輸入レ

デリカフーズ株式会社は業務用の八百屋として、外食、中食、コンビニ産業に産地直送の野菜を届けている。ホール野菜のほか、産直野菜を原料としたカット野菜、熱を加えた加熱野菜も提供しており、今年の夏頃には愛知で冷凍野菜の製造販売も開始する予定。また、昨年3月に調味液の加工工場がグループ入りし、ミールキットの製造販売も開始した。食材ロスの低減や農業支援などの社会貢献活動を進めるために、より付加価値の高い加工を進めている。

タスの状況をみると（下図参照）、価格が高騰するのは毎年12月から2月までと、豪雨や台風が発生する8月から10月までの時期で、相場の乱高下をカバーするために、冬場は台湾産、夏場は米国産が輸入されている。

相場が高くなると、外食の皆様に数量調整などをお願いするが、我々も生産者から天候不順で出荷が厳しいとの連絡を受けた時点で補填をしている。我々はお客様に約束の数量を納品しなければならないので、極端な例をあげると、社員総出でスーパーに並んでいるレタスを購入し、それをお客様にお届けすることもある。ただ、この仕組みはどうかと思う時もある。

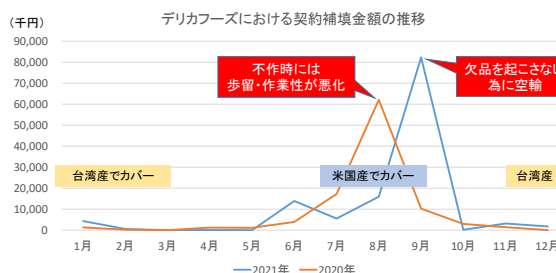
レタスの相場推移と輸入レタスの状況



- ✓ サラダ類の需要拡大により、レタス類に需要が集中する傾向
- ✓ 特にレタス類・トマトの相場の乱高下が激しく、長期化する傾向

Copyright © DELICA FOODS HOLDINGS CO., LTD.

天候不順による損失状況



- ✓ 業務加工割合の増加により需給調整バランスが機能しない状況に
- ✓ 温暖化により特に夏場のレタス類で被害が拡大傾向

Copyright © DELICA FOODS HOLDINGS CO., LTD.

物流面では、ご存知のように、“2024 年問題”と言われている次の3つの課題に対応しなければならない。

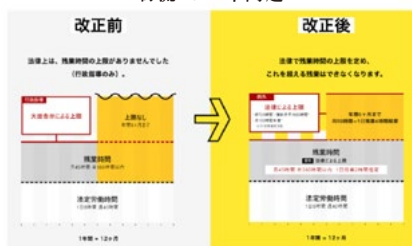
- ① 2024 年 4 月 1 日以降、時間外労働時間は月平均 80 時間以下に規制される。
- ② 時間外労働の賃金割増率は、現在は一律 1.25 倍であるが、24 年度からは 60 時間までは 1.25 倍、60 時間を超えると 1.5 倍になる。
- ③ 物流業界は非正規従業員が多く、同一労働同一賃金の導入により非正規従業員の賃上げが予測される。

は 8 キロ箱というように、品物ごとに荷姿がバラバラで混載がしづらく、扱いづらい。現場では手積み・手降ろしの重労働負担が生じる。さらに、産地で予定どおりの収穫ができず、手配していたトラックをキャンセルする、あるいは予定量の半分しかないのに運ばなくてはならずコストが合わないといった、突発的な問題も発生する。

国産青果物は、優良な大規模農家や農業法人の囲い込みが急務であり、農地から消費地への合理化と物流手段の確保を実現しなければ、他の産業に野菜の物流事業が奪われてしまう恐れがあると懸念している。

物流分野の状況

物流 2024 年問題



出典：時間外労働の上限規制 働き方改革特設サイト(厚生労働省)より一部引用

- ✓ 長距離トラック輸送がより困難に
- ✓ 物流コストが更なる上昇へ
- ✓ 残業抑制により深刻なドライバー不足が発生

Copyright © DELICA FOODS HOLDINGS CO., LTD.

農産物輸入の現状と課題

日本における農産物の輸入構造は、米国（輸入実績 1 位）と中国（同 2 位）など特定の国からの依存度が非常に高いのが特徴であり、国際需給の変動や輸入先国の輸出政策の影響を受けやすい。現状は各国のコロナウイルスの拡大に伴い大きな影響を受けている。当社の輸入品取り扱い量では中国産のムキ玉葱が 1 位で、2 位が同じく中国産の白ネギとなっている。次に日本国内で大量生産できていないレモン、パプリカ、オレンジ、グレープフルーツなどが輸入の上位に入る。

これらの対応によって、物流コストはさらに上昇し、残業抑制による深刻なドライバー不足が生じ、長距離トラックでの輸送はより困難な状況になるだろう。

農産品の物流には、例えば鹿児島や北海道から関東へというように、長距離輸送が基本となっている。また、例えばきゅうりは 5 キロ箱、トマトは 4 キロ箱、レタス

日本に限らず世界的に、農業生産に必要な資材費・人件費の高騰に伴い、農産物自体の値上がりが続いているうえ、燃料費の高騰やコロナ禍のコンテナ不足等で物流費も上昇し続けている。さらに、「日本は規格や品質に対して厳しい」と輸出国の生産団体から敬遠されがちで、日本以外の農産物輸入国が増えたことで、国際市場における日本の購買力は低下している。これまでは初めに日本に寄港し、次に韓国で荷物が降ろされていたものが、今は逆転して日本への到着が 4、5 日遅延することもある。さらには日本の働き方改革の影響もあり、今年の正月などは、港湾作業、乙仲業務（海上輸送の手続きや積荷および倉庫管理など）、検疫業務等の港湾業務が十分動かなかった。生鮮野菜を扱う当社は一日でも早く取引先に届ける責務があるので大変困った。また、輸入商社とは原油高と円安の影響で値上げ交渉が続いている。

こうした事態を防ぐためにも大ロット（40ft コンテナ）での買い付けと農産物の保管施設の確保が必要となる。現地の農業者と貨物輸出者（Shipper）の双方が協力し

国産青果物状況のまとめ

優良な大規模農家・農業法人の囲い込みが急務

農地から消費地への合理化および物流手段の確保が必要

天候不順・不安定な供給に対する柔軟な対応策が必要

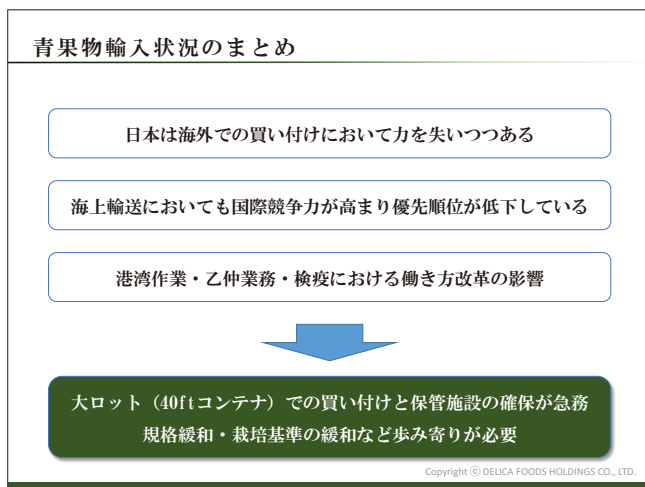


業務加工用に適した青果物流通インフラの再構築が急務

～栽培・規格・物流・ストックポイントなど～

Copyright © DELICA FOODS HOLDINGS CO., LTD.

て船を確保する必要があり、日本側は農産物の規格の緩和や栽培基準の緩和などの歩み寄りが必要となる。



植物工場の現状

植物工場での野菜生産量は年々拡大している。植物工場は安定供給が確保できるが、収益化は難しい。韓国などの簡易な植物工場と比べて、日本の植物工場は過剰投資された施設・設備が足かせとなっているのではないかな。日本では電力が高すぎることも課題だ。業務用野菜は正月には需要が大幅に伸びるが、閑散期には極端に減る。例えばレタスは露地ものと比べて4～5倍の差異がで

ることもあり、植物工場では採算がとれない。ハーブ、いちご、サプリメント用の薬草といった、香りや色などの付加価値の高いものであれば有望と見ている。

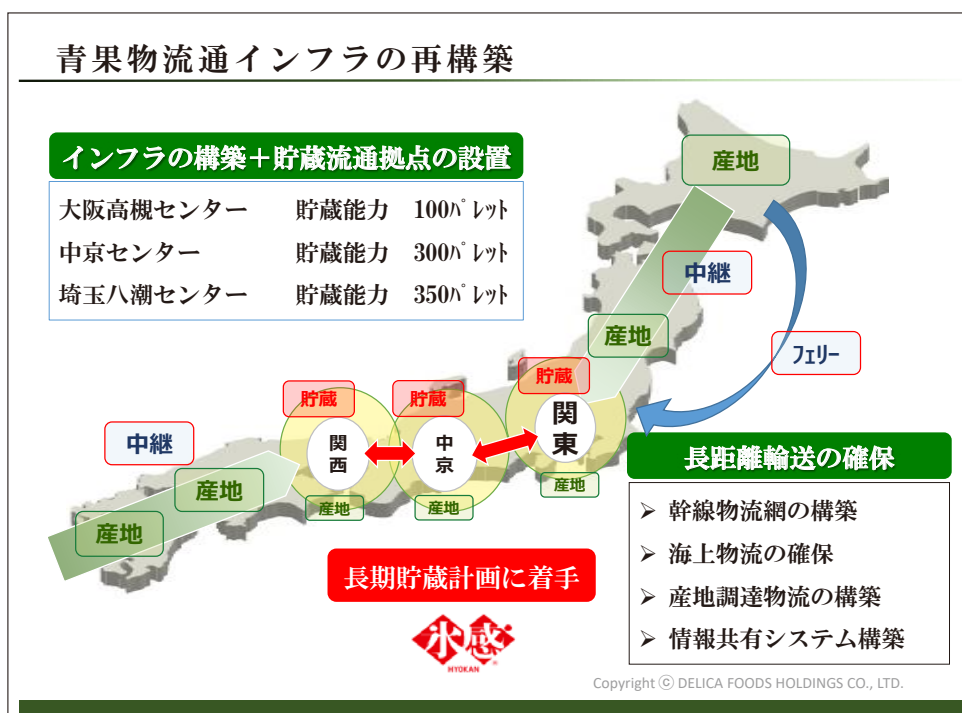
青果物流通の今後の展望

今後、青果物（輸入）は売り手市場が続くとみられる。労働力、配送員不足に加えて、地球温暖化による天候不順で、青果物の安定供給には今まで以上に優良な生産者の確保と、柔軟な調達対応が求められる。物流に関しては、業務加工用のインフラ（コールドチェーン対応の保管など）の構築も必要となる。また、品質の高い野菜を調達できたとしても、我々のような青果物工場で人材を確保できなければ、野菜を届けられない。農業の生産現場も同様である。コロナ禍の中で技能実習生が入国できない状態が続いており、夏野菜の定植が始まる産地などは農作業が進まないと悲鳴を上げている。したがって、生産者、流通・物流関係者、外食企業等が連携して総合的な取り組みを進めていく必要があると考えている。

流通インフラの再構築

青果物の流通インフラの再構築に不可欠なのは、物流の効率化と農産物を貯蔵する拠点の確保である。我々は、例えば農産物を名古屋から東京に運ぶ場合、

名古屋から出発したドライバーは静岡で一旦荷物を下ろし、トラックを乗り換えて愛知に戻り、東京から出発したドライバーがその荷物を引き継いで東京に戻る。また、ストックポイント（貯蔵施設）を設けて農産物を貯蔵するなど、効率の良い物流計画にするには、産地、貯蔵、物流を一元化した情報システムの構築が必要である。



人生 100 年時代に向けた食の提案

人材・労働力の確保という点では子育てが落ち着いた第二次ベビーブーム世代（1971～1974年生）の正規社員化も進めたい。技能実習生・特定技能実習生の活用に加え、外国人の直接雇用によっても企業の質を高めていきたい。人生 100 年時代を迎える中、今後も野菜とその活用は注目をされていくといっても過言ではない。野菜の有効性を活かしてメニュー価値を高めるような提案をしていきたい。青果物流通事業の拡大を通して、青果物全体の消費拡大と農業の成長に貢献していきたい。

その後、参加者と大崎社長との意見交換が行われた。

（A氏） 当社では大量に使う農産物は産地から直接仕入れているが、少量使用の食材は物流網の構築ができていない。このコロナ禍で季節商品の売れ行きは見通しが立たず、予定を下回る場合もあれば予想以上に売れ行き好調な場合もある。そのため、調達面で細かな調整が必要となり、生鮮食材の扱いは特に重要となる。ベンダーと連携して必要な量だけ調達できるデポ化は有効だと感じた。

（大崎社長） デポ化は全国の複数の青果卸売業者との取引を集約して効率化を図ることができるので、多くの企業に活用されている。

本日紹介したデポ化はさらに一歩進めて、その枠組みの中に貯蔵施設を組み入れ、一時的に集約した農産物を配荷・分荷する機能を持たせるものだ。セントラルキッチンを持つ企業は大量に仕入れる品目に対応できているので、少ロットでの対応が必要な品目は我々に任せてもらえば、人参とじゃがいもをセットにして届けるようなことも可能になる。外食事業者向けに同じ規格の商品を作り、複数の企業に発注してもらえば、メーカーへの発注量が増えて価格交渉力を持つことができる。今後はこのような商談を進めていきたいと思っている。

（B氏） 高品質食材を安定的に調達するために、当社では天候に関する予報をアラーム情報として店舗に通知している。悪天候は農産物の収穫量の減少だけでなく、例えば強風が吹けば木の葉などが異物として混入することもあるので、ベンダーが持つ情報を外食事業者が共有できる取り組みを進めてもらいたい。豊作、不作

人生100年時代に向けた食の提案



に関する事前情報は、食材の欠品を回避する予防策を準備して契約取引を有利に進めるために必要であり、メニュー開発にも重要な情報源となる。

（大崎社長） 台風の襲来情報を契約産地に連絡し、作物を収穫する人手も送り込んで自社の貯蔵施設に保存したことがある。それにより被害を最小限に抑え、取引先への安定供給を維持できた成功体験がある。様々な試みの中から少しずつ成果が見え始めている。1カ月ほど保存できる貯蔵施設があれば、台風被害を受けた産地の不作分を補填することも可能だと考えている。

（C氏） 市場に足を運ぶと、野菜はその年によって在庫量が大きく増減していることがわかる。大根、キャベツ、葉物野菜は使われずに廃棄されてしまうことも頻繁にあると聞く。当社（回転寿司業態）では野菜の使用量が少なく店内で調理できる数量は限られるが、あら汁にたくさん野菜を入れて提供することもできれば、市場の倉庫に大量に積み上げられたキャベツを買い取り、レジの横に置いて来店客に無料で持ち帰ってもらったこともある。大切な食材を廃棄してしまう前には是非相談してもらいたいと思う。

安定供給に向けた取り組み

契約栽培農家の育成および支援（豊作時と凶作時）

業務加工用向け規格の策定と推進（サイズ・等級）

根菜類（牛蒡・蓮根・芋類など）の有効活用

天候不順時の柔軟な対応（規格緩和・輸入・品替え）

● 食材調達・開発等委員会

新年度事業計画の説明が行われた後、各社の仕入調達を巡る状況や取り組みについて意見交換が行われた。

【食材・消耗品価格の高騰について】

- 食用油の値上げ幅は著しく、4月の価格上昇後もさらなる値上げが予定されていると聞いている。
- 乳製品の価格も上昇しており、チーズを大量に使用する業態の利益を圧迫する要因となっている。
- 家畜飼料の価格高騰で食用肉の価格が高騰している。当社の牛肉仕入価格は30%も上がった。
- どの包装資材の仕入先からも軒並み10%の値上げを要求された。最終的に6~7%の値上げで落ち着いたが、今後1年間は高値が続くと聞いている。原油由来製品の価格が上昇しており、ショッパーバッグやガゼット袋などの消耗品も今年4月から値上がりする。テイクアウト比率の高い業態では負担感が増している。
- 販促キャンペーンや主力商品に使う食材は、仕入価格が上昇しても調達リストから外すわけにはいかない。
- 小麦粉など主力原材料の値上げは影響が大きい。JFの勉強会などを通じてタイムリーな情報を収集していきたい。

【調達面における環境の変化】

- 昨夏以来、仕入れ環境はすっかり売り手市場に変わった。取引先に会えば必ず値上げの話なので、新たな商談の機会を持ちづらい。
- アフリカ豚熱（ASF）の発生が確認されたイタリアのプロシュートや業務用の剥き玉ねぎが不足している。
- コロナ禍による海上輸送コンテナの不足、原油価格上昇による輸送費の高騰、天候不順による穀物の不作など悪条件が重なり、フライドポテトなど輸入食材の調達が厳しくなっている。
- 米国産ポテト、ベトナム産のサーモン・海老・マグロが欠品している。海外の市場環境が刻々と変化しており、これまで輸入できていた食材がいずれ調達できなくなることも視野に入れて対策を考える必要がある。
- 国産じゃがいもの調達も困難で今秋の収穫状況も見通せない。安定的調達ができるか懸念している。
- アサリの使用量が増えている中で、外国産アサリの産地偽装問題が浮上し懸念している。

【対 策】

- 消費者は様々な物価が上がるニュースを見聞きしているので、当社もメニュー価格の値上げを検討している。
- 購買担当者は食材等の品質を落として商品売価を上げない対応に向きがちだが、市場や顧客の新規開拓が必要な現在の環境下では商品価値を落とすたくない。
- 既存の取引先から入手できない食材は、代替品や別の産地から仕入れ、欠品が生じないようにしている。
- 米・鶏卵の仕入れ値は昨年より下がっている。国産米を活用した商品開発は積極的に取り組んでいきたい。
- 価格上昇への対応として、店舗の食材等のロスを減らし、自社商品の内製比率を高めるよう取り組んでいる。
- 自動販売機で冷凍食品が売られる現在にあって、多様な売り方で外販事業の拡大に取り組んでいきたい。
- 食材の商品規格の変更は容易ではないが、今後は他社と連携した柔軟な対応も必要だと感じている。
- 多くの飲食店で使われる食材は、共同して調達できる仕組みを構築していきたい。

【環境負荷削減・食品ロス対策】

- IRの点でもSDGsの取り組みは必要で、購買部門も対応を指示されているが、打つ手が見当たらない。フードロス削減やカーボンニュートラルにつながる施策を講じたいが、1社では限界があるので、JFの活動や他社の取組事例を参考にしていきたい。
- 4月のプラスチック新法の施行開始を受けて、プラスチック製カトラリーの使用を控える予定だが、調達済の在庫をどのように処理すればよいか悩んでいる。
- バイオプラスチック原料の商品は値上がりしているし、木や紙の素材は色移りしやすく、ふやけてしまう。
- 当社は滞留品を引き受けて処理する方法も考えているので、消費期限を迎える在庫食材があれば相談してほしい。

これらの意見を踏まえて、協会は各社の購買担当者が抱える仕入れ問題や余剰在庫などの問題を解消していくために、継続して主力原材料に関する勉強会を開催し、仕入担当者間の情報交換が活発に行われるように務める。また、環境負荷削減につながる各社の自主的な取り組みを取り上げ積極的に発信していく。

教育担当者の会

2月18日 JFセンター会議室

根岸榮治委員長、谷澤公彦副委員長ほか20名出席

本研修会の目的は、他社の教育に関する取組事例を学び、参加者間で議論し、自社の人材育成に必要な取り組みを考えることである。今年度は「人財定着」をテーマに、G.S. ブレイنزコンサルティング(株)の落合嘉寛氏による人材育成法についての講演、および日本KFC ホールディングス(株)の羽鳥裕昭氏による同社の取組事例を発表していただいた後、グループに分かれてテーマに沿った討議と発表が行われた。

以下は日本KFCの羽鳥氏の事例発表の概要である。(落合嘉寛氏は7月6日のJFトレーナーズ・トレーニングセミナーの講師として登場される予定。)

KFCの教育研修に関して

日本KFCホールディングス株式会社
人財開発課長兼オリジナルチキンマイスター
羽鳥 裕昭氏

●●オリジナルチキンマイスターの役割●●

私は人財開発課の中で「オリジナルチキンマイスター」を務めている。当社の社是でも触れているが、KFCはフライドチキンが旗艦商品であり、マイスターの仕事はその商品の魅力を伝えていくことである。オリジナルチキンが誕生したと言われる1940年からすでに82年が過ぎ、当社も今年で創業52年になる。「オリジナルチキンマイスター」は、創業者の食への「こだわり」と「情熱」と「おもてなしの心」をベースにした「ケンタッキーフライドチキン」というブランドを、従業員とお客様に伝える伝道師の役割を担っている。

カーネル・サンダースの生地は米国インディアナ州ヘンリービルということしか分かっていないが、生家跡地とされる場所には記念碑が建っている。建立者たちの名前を見ると、ほとんどが夫婦連名である。カーネル・サンダースはフライドチキンのレシピを提供して対価を得るフランチャイズビジネスを展開したのだが、生地の記念碑から、創業当初のフランチャイジーの多くが夫婦経営のレストランであったことが窺える。



KFC ホールディングス
羽鳥裕昭氏



G.S. ブレイنزコンサルティング
落合嘉寛氏

カーネル・サンダースの最初の店舗はケンタッキー州コービンにあるサンダースカフェ (Sanders Cafe) で、今でも当時の面影を残している。このフライドチキンが人気で繁盛し、そこからレシピを販売するフランチャイズビジネスを展開していった。

カーネル・サンダースが作ったクローディア・サンダース・ディナーハウスは今でもアメリカ料理のレストランとして残っている。もともとカーネル・サンダースの家でもあり、フランチャイズオーナーになりたい人を招いてチキンの調理方法を教えるなど、合宿所のように使われていた。店名の「クローディア」はカーネル・サンダースの妻の名前である。

マイスターはこのような話を社員に伝える役割を担っている。当社の新・中期経営計画基本方針の中には、魅力的な商品をプロモーションし、お客様の体験価値を高めることが含まれている。当社は様々な商品を手作りしており、チキン料理のスペシャリストとしてお客様の期待に応えられるように努めている。パート・アルバイトの中には、初めは当社で扱う鶏のトレーサビリティについて知らなかった人もいるが、鶏の飼育から配送、店舗で調理されるまで、一貫通貫した安全安心な仕組みがあることをブランド教育として教えている。正社員には、飼育農場を起点として厳格な認定基準を満たすKFC生産認定工場で作られるカットチキンに至るまで、サプライチェーンマネジメントの教育も行っている。

●●KFC文化・ピープルビジョン●●

先輩方からは「KFCのブランドは長年にわたり少しずつ築いてきたものだ。信用は一瞬にして失ってしまうことを忘れず、これからも信用を大切に積み上げて欲しい」と伝えられた。私は教育専任担当者としてこのことを意識し、差別化だけでなく「差積化」を重視した教育に取り組んでいる。

経営資源はヒト・モノ・カネ・情報とよく言われるが、それを扱うのはすべて人なので、当社は「人がブランドを創り、ブランドが人を創る」をピープルビジョンに掲げている。入社した社員にはパート・アルバイトも含めて全員にブランドに関する話をする。KFCで働く人として「最高の自分でいよう」「楽しんで働こう」「変革をもたらそう」と呼びかけ、意識づける。そのうえで大事なこととして、「商品に情熱を込め自信を持って提供する」「最高のサービスでお客様を家族のようにもてなす」「すべてのお客様が幸せな気持ちでお帰りになれるように」働くといった文化を築いていこうと伝えている。

そのための行動指針の1つに“賞賛”がある。人から「やれ」と言われるだけでは働くエネルギーは長く続かない。他の従業員から賞賛を受けることでお客様に対するエネルギーが生まれる。もう1つは“QSC×H”である。QSCの大切さは創業以来伝承されていることだが、QSCはHospitality（おもてなしの心）が加わってこそ生きてくる。ホスピタリティの値が2なら2倍、10なら10倍にもなる。そのような考えから“×H”を使っている。Hが0（ゼロ）なら、どんなにQSCのレベルが高くても0になってしまう。“賞賛”と“QSC×H”を繰り返し実践していくことで、お客様に最高の体験価値を届ける。従業員には1年間の行動計画の中で“賞賛”と“QSC×H”をどのように落とし込んでいくのかを問いかけている。

賞賛を文化として根づかせる取り組みでは、口頭での賞賛に加えて、従業員同士で良かったことをチャンピオンカードに書いて渡し合うようにしているほか、月次賞賛や表彰制度を導入している。調理や接客技術などを競う全国オペレーション競技会は、全国1100以上の店舗がそれぞれ開催する競技会から始まって、支社大会、地域ブロック大会へと続き、選りすぐりの社員が全国大会に出場し、各大会でNo.1になった従業員が賞賛される。昨年はコロナ禍で全国大会を開催できなかったが、店舗レベル、支社レベルの大会は実施した。

日本国内の労働人口は1995年をピークに減少し、全国の最低賃金は上昇し続けている。60%以上が大学に進学するようになり、その分賃金も上昇している。女性の就業者数も増加しており、女性が活躍できる職場環境が求められている。さらに、感染症の問題にも対応しなければならない。このような労働市場に対応していくためには、効率よく人材を募集し、適切な教育で戦力化を

図り、長く働いてもらえるよう努力することである。人材の定着には店舗と本部が横断的に協力体制を築いていくことが不可欠となる。正社員の採用では、会社への理解を深めてもらうために、様々な部署が担当してインターンシップを実施している。アルバイトの募集では、採用センターを導入して店舗の業務負担の軽減を図るとともに、求人にかかる費用対効果の改善を図っている。

●●定着につながる研修・資格制度●●

教育面では社員の離職防止を目的とした定着研修を導入している。入社後の3年間は自信を持って働いてもらえることを意識したプログラム研修を毎年行う。3年が経過して新人と呼ばれなくなった後の8年目や、40歳、50歳、55歳のタイミングでも、キャリアライフ研修を行う。50歳、55歳の研修では引退後に役立つ内容を盛り込み、安心して長く働けると実感できる研修プログラムにしている。オペレーション研修ではeラーニングや動画研修の拡充に力を入れており、座学ばかりでは現場で感じるギャップに苦しむことが多いので、OJTも重視している。OJTは業務研修期間を3カ月と定めて、研修で学んだことを現場で実践する。新人だけで店舗運営を行う集合オペレーション研修なども行っている。その他にも、自分が関心のあるスキルを学べるように、様々なコンテンツを用意して受講できるようにしている。

オリジナルチキンの調理担当者は、社員、アルバイトにかかわらず、KFC独自の認定資格である「チキンスペシャリスト」の取得が義務づけられている。資格保有者の監督下で研修と実践をくり返し、オリジナルチキンがいかに大切に情熱のこもった商品であるかを伝えている。資格制度のもとに知識と技術を習得することで愛着も湧いてくる。資格はSからCまで4段階のランクがあり、ランクは毎年更新される。現在約15,000人が資格を取得している。Cランクの資格は3カ月程度で取得できるが、上位にいくほど資格保有者は少なくなる。

アルバイト研修は初期研修を重視している。オリエンテーションを通じて、店舗ルールやブランドを知り、様々なトレーニングを通じて、賞賛・評価を行う。アルバイトが現場とのギャップを感じないように、店内で働く仲間が店内紹介ツアーを担当し、各ポジションや設備を紹介している。これにより、仲間から歓迎されているという実感も得られるし、商品が大変な工程を経て作られていることもわかる。

社員制度も様々な働き方ができるように複数のパターンを用意している。勤務時間数は通常の正社員と同じだがエリアや勤務店舗・勤務曜日・勤務時間を限定できる限定社員、育児・介護中の社員が利用できる時間限定社員などだ。利用者数はまだ少ないが、生活とのバランスを取りながら制度を利用して活躍する社員が年々増えている。従業員の健康を増進してQOLの向上に努める健康経営にも取り組んでいる。

すべての社員が教育を受け、会社から必要とされていることを感じてもらう。ブランドは仲間と共に努力して価値が高められることを知ってもらう。このエンゲージメントが高まると、生産性が向上していく。KFCの文化としてこのような流れが定着することを願っている。カーネル・サンダースが「私がビジネスを築き上げることができたのは、つまるところ人だ」と言ったように、今後もピープルを大切にする教育を実践していきたい。

広報調査委員会

3月9日 JF センター会議室

大山泰正委員長および委員 23 名出席

議 題

- ① 令和3年度事業報告および令和4年度事業計画案
- ② 広報委員アンケート調査
- ③ 新型コロナウイルス感染拡大に対するJFの取り組み
- ④ 技能実習制度と特定技能（1号）の違い
- ⑤ 所得税の非課税限度額引き上げ問題
- ⑥ 「補助犬ユーザー受け入れガイドブック」

事務局からの上記議題に関する説明の後、広報調査委員会の今後の取り組みを検討するために各社の現状および意見・提言が出された。

以下はその概要を課題ごとにまとめたものである。

① コロナ禍における各社の広報対応

- ファミリーレストラン：飲食店は協力金によりボトムラインが上がり黒字化したという報道が多いが、弊社は人員整理にも取り組み、閉鎖したブランドもある。協力金が出る点は他の業種よりも優遇されているのかもしれないが、現実には本業の営業活動がままならない

苦しい状況にあることを認識してほしい。

- ファミリーレストラン：まん延防止措置は、今は必要なのだと思うが、本当にそれが効果的な施策であったのか、落ち着いた時に政府に検証していただきたい。
- ファーストフード（洋風）：最近メディアからは営業時間やアルコール販売に関する質問よりも、ポテト不足や食材・原材料の価格高騰に関する質問のほうが多い。現時点の状況は答えられるが、多くの場合は今後の見通しや先の話を聞かれるので、明確な答えを出せない。言い方を間違えてもしたら、その部分を切り取られて記事にされてしまうため、対応が難しい。人手不足でオペレーションがままならない中、お客様からのご意見も増えた。
- ファーストフード（洋風）：コロナ下で取材を依頼されても対応できない状況が続いている。決算発表はすべてオンラインに変え、株主総会もハイブリッド（対面・リモート混合）の形で進めている。テレビでは外食を取り上げる番組が増えているが、店舗や工場に立ち入っての取材はまだ難しい。工場等の直接の取材は受けられないが、自社で撮りためていた映像を提供して報道関係者に喜ばれたこともある。
- ディナーレストラン：緊急事態宣言やまん延防止措置についての取材で、ネガティブな印象操作に近い形でインタビューが使用されることも多く、朝夕のニュース番組の取材はお断りするようにした。消費者からの問い合わせは、対策を強化してほしいという声と、緩和を求める声に二分化しており、店舗ではなく本部への直接の問い合わせが増えている。
- 居酒屋：当社の居酒屋には協力金が出ているが、今期も黒字には届かない見通しである。この2年間、政府は同じ政策を繰り返しているだけという印象は否めない。FC店舗では協力金の有無が事業の継続を左右するので、苦境にあるFCオーナーのためにも、協会には引き続き政府への支援要請を続けていただきたい。

② SDGs に対する各社の取り組み

- ファミリーレストラン：SDGsはメディアも着目しているので、正しく理解して取り組んでいくべきだ。ボランティアではなく、本業を通じて社会貢献することが重要で、弊社も取り組む施策がパフォーマンスととられないよう、社会貢献と利益貢献を両立させるという視点を持って進めている。

- ファーストフード（洋風）：SDGs に対しては特に若手社員の中で意識が高い。会社としてしっかり取り組むべき課題であり、一つ一つ地道に情報発信している。FC 事業者からも寄付活動その他について問い合わせがある。できること、できないことを議論したうえで、チェーン全体で少しでも社会に役立つことに取り組みたい。
- 喫茶：2 名の SDGs 推進担当と連携して取り組みを進めている。先日にもグループのサステナビリティ推進をホームページに掲載し、昨年はグループのサステナビリティブックを作成して全店舗に配布した。アルバイトにも配布して説明しているが、いかに自分の事として捉えてもらえるかが課題となっている。若い世代はとくに意識が高く、広報としても社会のための取り組みをしっかりと示さなければと感じている。
- 居酒屋：2019 年から SDGs 本部を立ち上げ取り組んでいるが、マスコミへのアプローチが難しい。先日、当社の 40 店舗閉鎖がヤフーのトップニュースになったが、SDGs の取り組みに関してはなかなか取り上げてもらえない。

③ 103 万円の壁と非課税限度額の引き上げに起因するパート・アルバイトの就労調整

- ファミリーレストラン：103 万円の壁についてはずっと大変な思いをしている。パート・アルバイトは毎年 11 月頃から徐々に就労調整に入り、正社員はシフトを埋めるための残業が急に多くなる。結局、社員にシフトを回すのが難しく、36 協定違反になる恐れも出てくる。この 103 万円の壁は本当になんとかしてほしい。
- ファミリーレストラン：やはり 11 月になると就労調整が発生し、社員に負担がかかっている。対策の一つとして定年延長やシニア人材の活用を検討している。
- ファミリーレストラン：正社員になれば安定収入が得られ、企業としても労働力の確保につながるため、以前から店舗のパート・アルバイトを正社員化する取り組みを続けている。しかし、声かけをしても応じられるのは、勤務時間などの条件が満たせるパート・アルバイトに限られる。最低賃金や時給単価が年々上がっても、103 万円の壁が変わらない仕組みでは、パートタイマー主婦などはフルタイムで働きたくない場合が多い。最低賃金を上げるなら規制も緩和しないと、パートの労働時間が減るのは目に見えている。

- ファミリーレストラン：現行の所得税制では使用者側だけでなく労働者側にもデメリットがある。パート・アルバイトは 3 カ月連続で収入の上限を超えてしまうと社会保険の強制加入の対象になる。一度加入してしまうと収入が下がった月にも保険料は支払わなければならないので、強制加入を免れるために、3 カ月目の収入が相当減るように就労調整をする実態がある。
- ファーストフード（洋風）：パートの時給は上げないと採用もできない状況だが、時給を上げると短い労働時間でも 103 万円の壁にぶつかってしまう。会社は就労調整による人手不足を補うための人数を抱えなくてはならないので、経営は厳しい。
- ファーストフード（洋風）：パート・アルバイトは本来フレキシブルな雇用形態のはずだが、働き手の意思に関わらず 103 万円という制限が課されてしまうので、働く側からも不満の声が上がっている。会社側からのメッセージだけでなく、パート・アルバイトからの声も収集してこの壁を突破できればと思う。
- 喫茶：短時間労働者に関しては、103 万の壁以前に人の採用が非常に厳しくなっているため、配膳ロボットやスマートオーダー（デジタルでの注文・決済）、調理ロボットの導入を進めている。

④ SNS（ソーシャルメディア）の活用

- 喫茶：SNS についてはケーススタディごとの動画を用意し、年に 1 回アルバイトを含めて全員でディスカッションをする機会を設けており、ここ数年は大きなトラブル等は起きていない。現在はユーチューバーの店舗撮影が問題だ。店で撮影の依頼があれば断るよう伝えているが、無許可で撮影した動画がアップされている。SNS での発信も評価するべきと考えているが、どのように対応していくかが課題である。
- ファーストフード（洋風）：SNS の扱いは難しい。我々が SNS で発信する場合は、担当者に倫理感がないと取り返しのつかないことになる。一方で、我々が知らないところで消費者の様々な投稿があり、炎上が報道されて初めて知るケースも多い。しかし、情報収集のツールとしてはとても重要であり、引き続き対応を考えていく必要がある。
- 喫茶：当社はブランドの公式アカウントに SNS を加え、各店舗が個別にアカウントを持っている。また FC オーナーの会社や店舗も SNS を活用している。

現在は親会社グループのガイドブックに倣^{なら}って運用しているが、業界の指針があると運用しやすくなると思うので、業界全体のガイドブックがあればと思う。

- ファミリーレストラン：早い段階から SNS の活用ガイドラインを設置しており、SNS の運用開始にあたっては、本部の広報に申請書を提出するルールを設けている。さらに半期に 1 回、必ず各事業会社が内容を確認することで、内部発信に起因する炎上の抑止に努めている。ユーチューバーの撮影は基本的にお断りしているが、それでも勝手に撮影する人もいる。
- 多業態：SNS 活用ガイドラインを作成し、入社時のほか定期的にも活用を考える場を設けている。単に規制するのではなく、SNS を発信して店舗運営に参画してもらうという観点で、性善説の基にポジティブな情報発信をしてもらえよう、雰囲気づくりに取り組んでいる。また、当社はグルメサイトへの投資を極小化する代わりに、SNS とともにプレスリリースのこまめな発信に取り組み、ネット媒体での販促に力を入れている。

⑤技能実習制度と特定技能 1 号資格

- ファミリーレストラン：当社でも特定技能制度の下で働いている人が多い。ただ、残念だった事例として、一生懸命働いていたのに 1 カ月だけ住民税を払い忘れてしまった人がいる。それ以外は全く問題なかったのに特定技能資格を取り消されてしまった。細かいケアができていなかった点は申し訳なく、住民税をきちんと払うなど、日本のルールも細かく教えていかなければならないと反省している。
- 多業態：特定技能 1 号資格でグループ子会社の工場で働いている人が多く、当社の大切な戦力になっている。特定技能 2 号への移行が認められて長期間勤務してもらえるようになると大変ありがたい。特定技能資格者は寮で共同生活をする場合が多いが、寮内でコロナが一気に広まれば工場内にも感染が広がる恐れがある。とはいえ、工場の稼働を停止するわけにもいかず、抗原検査キットによる頻繁な検査や、一時的に寮を出る分散生活など、感染ピーク時には総務面で対応に迫られた。
- 喫茶：弊社では直接、新卒採用で外国人を社員として受け入れている事例が多く、監理団体を通ずる技能実習制度と特定技能制度はあまり活用していない。海外

〈参考〉自民党外国人労働者等特別委員会

3 月 31 日、自民党本部（東京都千代田区）にて外国人労働者等特別委員会が開催され、外国人労働者の受け入れの現状と課題についてのヒアリングが行われ、協会は下記の要望を述べた。

新型コロナウイルスの感染拡大は 6 波に及び、それに伴う営業時間短縮、休業等により、外食産業は極めて厳しい経営状況にある。しかしコロナ禍が収束し、来客数が回復する段階が訪れると、他産業との激しい人材獲得競争の結果、人材不足に直面し、外食企業の業績の回復が遅れることも懸念される。実際に、2021 年 10 月から 12 月にかけて一時的に通常営業に戻った時期には、店舗スタッフが確保できず、店舗休業や早い時間帯での閉店を余儀なくされ、店舗によっては完全な営業再開を果たせなかったところもある。

現在、外食産業では特定技能 1 号制度を活用し、外国人材の育成に取り組んでいる。だが残念なことに、特定技能 1 号では上限 5 年の在留期間しか認められていない。日本でさらなる技術や技能を磨き、長期的に働きたいという外国人の長期在留ニーズは高く、また、家族を帯同して安心して働きたいという願望もある。5 年という期間では店舗オペレーションは習得できても、店舗経営に資する店舗マネジメントのスキルを十分身に着けるには時間が足りない。また、調理分野においても幅広いメニューのレシピや調理技術のさらなる練磨にはもっと多くの時間が必要である。

人口減少下の我が国では、グローバルな視点で将来の人材確保に取り組むことが重要である。そのためには優秀な外国人が日本で熟練した技能を習得し、長期間にわたり就労できるよう、速やかに外食業分野を特定技能 2 号の対象業種として認定していただくことが必要である。

展開も検討しているので、他国に出店する際には多様性を受け入れ、日本からの帰国者に店長やブランドマネージャーになってもらえるようにしていきたい。

- ディナーレストラン：弊社では特定技能制度を当初から活用している。店舗調理や弁当工場には本当に優秀な外国人がいる。なかには国に帰ってお店を開くための修行として来ている人もいるが、5 年という期間は非常に短く、特定技能 2 号の資格に移行できるよう制度改革を期待している。

JF・ジビエ認証施設連絡会議

第2回検討会

3月18日 JFセンター会議室 20名参加

農作物に被害を与えるシカやイノシシは有害鳥獣として駆除の対象となり、その多くが食用に活用されずに廃棄されている。JFは野生鳥獣が捕獲後、適正に処理されることにより安全が担保された美味しいジビエとして外食産業での活用が進むよう行政・生産者と連携し、全国ジビエフェアの開催やJFフードサービスバイヤーズ商談会でのブース設置など、国産ジビエの販路拡大に取り組んでいる。

平成30年に農林水産省が制定した国産ジビエ認証制度に沿って、JFは外食産業における安全なジビエの供給体制を構築するために、外食事業者と処理施設、双方の課題を整理するための検討会を昨年設置した。第2回目となる今回の検討会では、行政、有識者、生産者、外食事業者が出席し、付加価値の高いジビエを外食産業のメニューとしてさらに普及させるために必要な方策を検討した。

冒頭、阿部尚人農林水産省農村振興局鳥獣対策室長から「捕獲鳥獣のジビエ利用を巡る最近の状況」として、「近年、イノシシとシカの捕獲頭数が大幅に増加し、その埋却・焼却処理も負担となっていることから、被害防止のためだけの捕獲ではなく、農山村地域の資源として所得向上につながるジビエを振興していくことが重要である。」との認識が示された。

以下は麻布大学獣医学科の森田幸雄教授による「ジビエ施設の安全衛生に関するチェックポイント」の概要と関係当事者（行政・処理施設・外食事業者）の意見交換の要点である。

ジビエ施設における安全安心への取り組み

麻布大学獣医学科 公衆衛生学第二研究室教授

森田 幸雄 氏

家畜の処理ではゼロトレランスが最重要である。ゼロトレランスとは、と畜検査員が糞便、消化管内内容物および乳房内容物が枝肉に付着していないことを目視検査し、汚染が認められた場合は、と畜検査員の監督下で汚

染部位を迅速に除去させ、汚染のない枝肉を生産させることである。欧米やオーストラリアでは当たり前のことであり、処理施設が行うべきことである。

HACCPの基本は自主管理システムであり、自社で製造する製品は当然ながらその特性を理解しているはずで自社で責任を持つという考え方だ。国産ジビエ認証では、枝肉、製品、および施設の設備・器具等の細菌検査が課せられており、検証は外部に依頼する方法と内部で行う方法がある。HACCPの原理では内部検証を行うのが当然で、毛が混入しやすいなど処理施設ごとに顕著に現れるポイントを重点的にチェックすればよい。外部評価を得るために月1回程度外部検証を取り入れてもよいが、細菌検査はフードスタンプ法などを用いて内部検証するのが自主管理の基本である。

日本の場合は自主管理システムと言いながら、牛・豚の食肉処理場ですら食肉衛生研究所の外部検証に委ねており、と畜場では内部検証を今後どのように進めていくべきか議論されている。日本の外部検証は枝肉の表面を切り取る「切除法」で行われ、拭き取り方によって菌数に差異が出る「拭き取り法」は採用されていない。欧米やオーストラリアでも切除法をベースにし、菌数を測定できればスワブ法・スタンプ法も認められる。将来的には、と畜場で行われている切除法をジビエの処理施設にも適用する動きが出てくることが考えられる。

国産ジビエ認証を取得していない処理施設では、水浸しの不衛生な状態で処理していることがある。冷蔵庫や電解水生成装置は清掃しやすい場所に設置する必要があるが、しばしば排水溝が清掃しづらい構造になっている施設を見かける。また、捕獲した鳥獣を適正に放血させる「ステッキング」の内容を理解していない処理施設は、食肉の品質にも大きな影響を与えてしまうので注意が必要である。

農水省・認証施設・外食事業者の意見交換

処理施設 エゾシカ組合では施設で処理した枝肉は長期間滞留させずに出荷したいと考えている。以前はホテル・レストランのような高価格業態への供給だけで精一杯だったが、組合員同士が規格を統一して販路を開拓し、新規顧客を獲得しなければ、大口需要に対応できず、価格や輸送方法の問題もクリアできない。各々の組合員の細かなルールにとらわれてうまく連携でき

ず、いくつもの商談が頓挫した。ジビエの供給体制の脆弱さという課題を解決していくにはどうすべきかを教えてもらいたい。

外食事業者 ジビエの扱いには課題が多く、ジビエを熟知する料理人以外が扱うことに不安があった。歴史的に日本のジビエは地域に深く根差した食文化であるため、狩猟や処理方法が地域によって異なる。統一ルールで国産ジビエの認証制度を作るのに大変苦労したと聞いている。当社が以前扱っていたエゾシカのメニューを再発売する際、品質保証部門も難しい背景を知っていたので、当初は、ジビエの扱いは難しいという態度だった。エゾシカ認証を取得している処理施設でも国産ジビエ認証制度のことは知らなかった。シカのスネ肉は血生臭さが残りやすい部位なので、止め刺し・放血処理が適正になされていないと、当社では使えない。そのため適正処理で安全が担保される認証制度は重要な役割を果たす。国産ジビエ認証制度はまだ広く全国の処理施設に知られていない状況なので、安心して使える統一規格のジビエを普及させるには行政の介入がないと難しい。(株)信州富士見高原ファームが全国の国産ジビエ認証施設で処理されたジビエを一手に扱うセンター構想を掲げているが、エゾシカも同様に組合員共通のルールと規格による商品づくりが求められるのではないかな。

処理施設 自治体に先行して国が認証制度を立ち上げてくれれば、ここまでばらつきは生じなかったと思う。地域によって気温など天候の差があり、鮮度が落ちるスピードが異なるので、自然環境によってもルールは自ずと変わってくる。認証制度は国と自治体とでダブルスタンダードが生じることがないように今後調整を図ってもらいたい。

外食事業者 エゾシカは本州鹿と違って扱いやすいブランドだが、どのように全体の供給量を管理しているのだろうか。低価格帯のチェーンでも使える販売価格のジビエは、挽き材となる部位だけだと言える。

農水省 国は農作物被害対策として有害鳥獣対策を先行して進めてきたため、ジビエ振興は後からの対応となった。そのため、ジビエの認証制度も自治体に続かたちで制定された。今は各自治体の認証制度がなるべく国産ジビエ認証制度に近づくよう意見交換を進めている。安全衛生面の信頼確保という観点から、なるべく共通する制度内容にしているが、他方でジビエを



地域ブランドとして活用している自治体もあるので、地域の特色を生かした制度はあってもよいと思う。今後、関係者の意見や批判を受け止めながら、制度や政策に反映させていきたい。エゾシカ認証を取得している組合であれば、国産ジビエ認証で求められる追加項目を追加確認できる書類を作るだけで、現地の審査は簡素化できる。各地域との意見交換でよく聞くのは、厚労省の「野生鳥獣肉の衛生管理に関するガイドライン」とは別に、自治体が独自に定めたガイドラインに基づいて認証制度を作っていることだ。国産ジビエ認証との齟齬が生じないように、異なる部分があれば、なぜ異なることを国産ジビエ認証制度に盛り込んだのか、その理由を説明している。すると自治体の担当者も理解を示し、見直しが行われるケースがある。国は全ての認証制度を国産ジビエ認証に統一しようとは考えていない。各自治体の認証制度を同等の基準に引き上げていきたいと思っている。

処理施設（狩猟者） 処理施設は自然淘汰が始まっている。捕獲鳥獣をジビエとして出荷したい施設は多いが、しかし大手外食事業者に販売するには高レベルの衛生基準やトレーサビリティをクリアしなければならない。このとき高価格が販売のネックになる。施設側の事情を言えば、対応する項目が多ければそれだけコスト高になるので、適正価格で受け入れてもらいたい。現在は趣味で食肉処理する施設は少なく、地域社会に貢献したいとの思いから稼働しているといった様相だ。施設と同様にユーザーにも社会貢献の一環としてジビエ振興に取り組んでもらい、施設を支えてほしい。野生鳥獣は狩猟されて山に埋められると、環境汚染や環境被害をもたらすことがある。環境保全という意味でも、処理施設は外食産業の力も借りて保護してい

常任役員会／理事会

3月25日 ビジョンセンター田町（東京都港区）

【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への取り組み等について意見が交わされた。

【行政との懇談会】

農林水産省の須永新平外食・食文化課課長より、「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化について」および「原油価格高騰に対する緊急対策」について以下の説明が行われた。

——パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化について——

原油価格は2020年5月比で約1.4倍に跳ね上がった。食用油や小麦もそれぞれ上昇前の2倍、1.5倍となっている。為替市場では円安が進展し、2008年のリーマンショック直後の水準に迫る勢いで輸入価格を押し上げている。こうした背景の中で、政府は中小企業等が労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇分を適切に価格転嫁できる対策として、2021年12月27日、「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」（以下「転嫁円滑化施策パッケージ」）を公表した。

これは中小企業等が適切に価格転嫁しやすいように、公正取引委員会が独占禁止法の執行を強化するというもの。具体的には、次のような措置が講じられる。

- ①業種別に法遵守状況を点検する仕組みとして「価格転嫁円滑化スキーム」を創設するほか、関係省庁と連携して、下請け業者が匿名で親事業者の“買いたたき”など違反行為と疑われる情報を提供できるホームページ（「違反情報提供フォーム」）を設置する。
- ②公正取引委員会は、この違反情報提供フォームを活用して違反行為と思われる情報を広範囲に受け付けていく（呼びかけていく）体制を整備する。
- ③また、本年3月末までに情報提供された様々な違反事例を集約して6月末までに報告書を取りまとめて公表する。
- ④労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇分の価格転嫁拒否が疑われる事案が発生していると見込まれる業種は、重点立入業種として毎年3業種ずつ対象を定め、立入調査を行う。

なければならない。環境保全に貢献する日本のジビエとして、ブランディングができないかと思っている。

外食事業者 ジビエはチェーン全店でメニュー化するには調達量とコストの面で障壁が高いため、地域メニューとしての取り組みを進めている。ジビエはFC本部を通さず各店舗オーナーが自身のルートで仕入れるため、利益貢献にはならないが、店舗の活性化につながることで、地域に根差すストアレベルマーケティング（店舗単位のマーケティング）の1つとして取り組んでいる。ジビエのメニュー化は地域貢献の意識が高い店舗オーナーでないと難しく、そのようなオーナーの数は限られる。現実的な問題として、労力に見合う利益につながらないと、他の加盟店に広がっていかない。ジビエに関心を持つ店舗が1店舗しかない、調達量が少なくコストを吸収できない。結果としてメニュー化ができなかったケースもある。今はコロナ禍で新しいことへのチャレンジが難しい経営環境なのでなおさらだ。だが、自治体と連携し、県庁が主体となってメニュー開発を主導し、プレスリリースも行った事例では、スムーズにジビエを扱うことができたので、このような連携が進んでいけばよいと思う。

処理施設 JFの活動を通じて外食事業者に鹿肉を食べてもらえる機会が増えたことは嬉しい。同じ認証制度を持つ処理施設の責任者が相互に連携し、供給量の問題を解決していきたい。

JFの取り組み

JFは2021年度の取り組みとして、㈱インフォーマットのWeb商談サービス（BtoBプラットフォームでの商談）の中で、複数の国産ジビエ認証施設が共同出展する「JF国産ジビエ市場」を開設し、認証施設の概要を特集記事や動画で紹介したほか、各施設の商品規格、飲食店で利用しやすいレシピなども掲載した。また、認証施設の新たな商談や情報収集の場として、「JFフードサービスバイヤーズ商談会2021」の出展ブースを提供した。2022年度においても国産ジビエ認証施設や自治体認証施設等から安全なジビエが外食産業に供給されるよう、JFおよびインフォーマットの商談会への出展を促し、来場者（バイヤー）との活発な交流をと外食事業者向けの販路を拡大することを期待している。

⑤下請代金法上の「買ったたき」の解釈を明確にし、親事業者への立入調査を増やすなど取り締まりを強化するとともに、取引適正化のための業種別ガイドラインの策定が必要な業種を拡大していく。

これを受けて農水省は食品製造業全体を対象とした「食品製造業者・小売業者間における適正取引推進ガイドライン」を新たに策定した。すでに農水省は安売りの対象となっていた豆腐・油揚げ製造業、牛乳・乳製品製造業のガイドライン（2017年豆腐・油揚げ製造業ガイドライン、2018年牛乳・乳製品製造業ガイドライン）を策定していたが、今回のガイドラインは食品産業全体にまで対象を広げている。独占禁止法では「優越的地位の濫用」（一方の当事者が取引の相手方に対し、自らの地位を利用して不当に不利益を与える行為）を禁止している。今回のガイドラインは、どのような商取引行為が法令違反に該当するおそれがあるかを解説したもので、取引上問題となり得る事例および望ましい取引実例を表示している。重要なのは、当事者双方で話し合い、コミュニケーションを図ることで、一方的な価格の据え置きや押しつけにならないように留意することである。

——原油価格高騰に対する緊急対策——

ロシアのウクライナ侵攻により世界の原油価格や需給状況に大きな影響が及んでおり、この状況は長期化する可能性がある。このため、政府は3月4日に緊急対策会議（原油価格高騰等に関する関係閣僚会議）を開催し、燃料油価格の激変緩和事業として、石油元売事業者等に対する価格抑制原資の支給額上限を5円から25円に引き上げる決定をした。また、急激な価格上昇を抑制するために、日本政策金融公庫のセーフティネット貸付（経営環境変化対応資金）の要件を緩和し、上述の「転嫁円滑化施策パッケージ」を打ち出すなど、機動的な対策を講じている。

この説明に対し協会役員から次のような意見が出た。

- ウクライナとロシアからの小麦輸入価格の動向を注視していく必要がある。日本の小麦輸入はカナダ、アメリカ、オーストラリアからが大半であり、直接的な影響は少ないと聞くと、ロシアとウクライナの小麦生産量は世界で上位を占めているので、今後の世界の小麦相場を見た場合、間接的な影響は避けられない。政府には適切な情報提供や価格上昇を抑える対策などを求めたい。

- 政府は今回の原油高騰に対応して財政補填を開始したが、日本の財政全体を見ればリスクが伴う。一時的な手当てなら理解できるが、どの時期まで、どの程度まで補填をする予定なのかを示しておくことが必要だ。
- 外食産業は小売業と類似した業界で、購買力（バイイングパワー）によっては公正取引委員会の調査対象になるかもしれない。当社は日常的に取引業者から物品を購入しているが、どの範囲までなら違反行為とならないか、何に留意していけば良いのか、農水省で具体的な対策マニュアルの作成を検討していただきたい。

【理事会】

以下の事項について報告および審議が行われた。

① 協会行事等経過報告

② 正会員1社、賛助会員1社の新規加入

③ 2021年度（令和3年度）事業報告

④ 2022年度（令和4年度）事業計画

以下は各委員会の今年度事業計画の概要である。

〈安全安心委員会〉

コロナの変異株の出現によって、予断を許さない状況が続いているが、引き続きお客様と従業員の安全を守るための感染症対策ガイドラインに留意し、チェックリストの再点検等を行う。外食企業が配達代行サービスを利用する際の指針（ガイドライン）に基づき、会員企業が抱える配達代行サービス利用の課題解決に取り組む。さらに、HACCPに基づく衛生管理制度の普及啓発に努めるとともに、広域的な食中毒予防対策を強化し、加えて異物混入等による食の安全性が脅かされないよう、引き続き関係委員会と連携して各種の取り組みを実施する。

〈国際交流委員会〉

コロナ収束への道筋が見通せず、訪日外国人旅行者の外食需要は消失したままである。コロナ以前の状態に戻る見通しは不透明だが、継続して日本の食・外食が担う役割や重要性を社会や消費者に発信していく。コロナとの共存社会においてアウトバウンドとインバウンド双方の活動の再開に向けて新たな需要の開拓や国際交流活動に取り組む。

〈労務委員会〉

長期化するコロナ禍において、従業員のモチベーションの低下によるメンタルヘルスへの対応が求められて

いる。教育研修委員会と連携し、意見交換会、対策セミナー等を実施する。短時間労働者に対する社会保険適用拡大の対象範囲がこれ以上広がらないように取り組む。また、外食各社の福利厚生の一環としてジェフDC制度に加入するメリットをPRし、同制度の普及拡大に取り組む。

〈行財政特別委員会〉

外食各社は行政の営業制限要請に応えてきた結果、大幅な売上減、財務体質の悪化、人々の生活様式の変化による外食機会の減少等、より一層厳しい経営環境にある。今後も協力金の見直しや雇用維持のための措置を政府に求めていく。今後は業界内外で人材獲得競争が激化し、中期的にも労働力不足が予想される。新たな外国人材の受け入れを推進するために、特定技能2号への移行を認められるよう、また、コロナ収束後の海外進出に備えて技能実習制度が外食店舗にも適用されるよう取り組む。パートの就労促進を阻む非課税限度額103万円の壁にも取り組む。

〈教育研修委員会〉

立命館大学との産学連携教育プログラムとして昨年初めて実施した「産学連携講座」と「研究助成制度」は昨年以上に質を高め、フードサービスに関する高度な教育体系の構築を進める。長期化するコロナ禍の中で外食の価値が問われているが、外食ならではの価値を創出し、顧客・働き手から支持される外食のあり方を探るセミナー・講演会を開催する。また、食事を提供する意義や社会的役割を学ぶ研修、顧客満足の向上など外食経営に資するセミナー・講演会を開催する。

〈食材調達・開発等委員会〉

新型コロナと国際情勢の急変により、外食産業の食材調達は依然厳しい状況が続いている。とくに輸入食材の価格上昇、世界規模のサプライチェーンの混乱等は、しばらく続くと思われている。一方、外食産業のパートナーである国内農業においても、外食需要の落ち込みで産地の生産縮小や価格の低迷が続いている。こうした現状を踏まえ、外食産業の食材調達を巡る諸課題について情報交換を行い、産地見学会などで生産者との交流をさらに深めていく。

〈環境委員会〉

本年4月1日より「プラスチック資源循環促進法」の施行が始まった。海洋プラスチックごみ問題に端を発したアジア諸国の廃棄物輸入規制に、コロナによる“巣

ごもり需要”が加わり、プラスチックごみが増えており、国内プラスチックごみの処理問題はより深刻になっている。外食事業者もプラスチックのリサイクルや脱プラスチック化への取り組みを強化することが求められている。当委員会は今年度もプラスチックの資源循環等に関する外食・食品関連企業の優良事例を紹介し、会員間での情報共有に努める。

〈広報調査委員会〉

広報活動は企業姿勢を社会に知らせるという重要な役割を担っている。SDGsへの取り組みは、地球温暖化対策、多様性の容認、サステナビリティ等々、様々な課題を包含している。関係委員会と連携して、社会・消費者・メディア等に業界の取り組みを発信していく。

〈組織対策委員会〉

新型コロナの長期化は全国の会員社に多大な影響を及ぼしている。業界支援の要請が政府に届くよう全国から発信していくとともに、ブロック協議会を通じて情報共有を図り、草の根運動を展開して税と社会保障の一体改革などにも引き続き取り組む。

⑤ 令和4年度事業予算

⑥ 新型コロナウイルス対策関連の取り組み

① 2022年度（令和4年度）税制改正要望

協会が「令和4年度税制改正要望」として政府・与党に提出した項目の中で、(1) 交際費課税の特例措置の延長、(2) 消費税の減税、(3) 法人市町村民税均等割りの見直し、自民党農林部会の税制改正要望（案）に盛り込まれ、交際費課税では交際費の損金算入（大法人は50%）の特例適用期限を2年延長して2024年3月31日までにすることが盛り込まれた。

② 雇用調整助成金の特例措置の適用についての要請

③ まん延防止等重点措置の適用に伴う協力金について

④ 債務補償基金に対する支援

中堅外食事業者を対象とする債務保証制度については保証実施期間が1年間延長され2023年3月末日までとなり、また1億1千万円の補助金が積み増されて全体の債務保証基金は13億3千万円となった。

⑦ 特定技能と技能実習制度について

⑧ 103万円の壁、130万円の壁について

⑨ プラスチック新法について

⑩ その他（一酸化炭素中毒事故の防止、節電への協力要請について）

市場動向調査

JF 会員社を対象とした外食産業市場動向調査

1 月度・2 月度

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
		(対前年)	(対前々年)			
全 体		112.2%	88.5%	98.5%	106.7%	105.2%
ファーストフード	合 計	106.2%	106.7%	99.2%	102.8%	103.3%
	洋 風	105.9%	124.1%	99.7%	103.4%	102.4%
	和 風	105.8%	100.0%	99.8%	100.9%	104.9%
	麵 類	104.5%	79.2%	98.2%	102.5%	101.9%
	持ち帰り米飯／回転寿司	106.9%	99.9%	99.2%	103.0%	103.8%
	その他	111.0%	97.2%	97.7%	109.0%	101.8%
ファミリーレストラン	合 計	120.1%	76.5%	98.4%	115.4%	104.1%
	洋 風	120.6%	70.6%	97.0%	117.1%	103.0%
	和 風	119.1%	70.9%	98.2%	113.5%	104.9%
	中 華	111.3%	98.3%	102.0%	109.3%	101.8%
	焼き肉	130.3%	90.2%	100.9%	126.2%	103.2%
パブ／居酒屋	合 計	154.8%	35.0%	93.2%	139.8%	110.8%
	パブ・ビアホール	182.6%	38.1%	94.9%	175.0%	104.3%
	居酒屋	145.6%	33.9%	92.8%	126.2%	115.4%
ディナーレストラン	合 計	136.7%	65.2%	99.9%	139.2%	98.2%
喫茶	合 計	119.9%	71.7%	97.3%	113.4%	105.7%
その他	合 計	125.0%	72.6%	100.4%	116.0%	107.8%

【各地でまん延防止等重点措置の適用、再びの営業制限で店内飲食は失速】2022 年 1 月の全体売上は 2021 年 1 月比で 112.2%となったが、これはあくまでも 2 回目の緊急事態宣言で売上が大きく落ち込んだ 2021 年 1 月の前年同月比 (79.0%) からやや回復したことを意味するにすぎない。

2 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
		(対前年)	(対前々年)			
全 体		104.8%	84.5%	98.7%	100.9%	103.8%
ファーストフード	合 計	107.1%	105.1%	99.5%	101.7%	105.4%
	洋 風	113.0%	128.7%	100.1%	105.7%	106.9%
	和 風	105.6%	96.0%	100.1%	100.7%	104.9%
	麵 類	102.1%	71.3%	99.0%	99.0%	103.1%
	持ち帰り米飯／回転寿司	98.9%	96.9%	99.3%	95.8%	103.2%
	その他	97.8%	87.0%	97.3%	94.7%	103.2%
ファミリーレストラン	合 計	99.3%	67.9%	98.4%	98.7%	100.6%
	洋 風	96.3%	61.1%	96.8%	95.8%	100.5%
	和 風	99.2%	64.2%	98.6%	99.5%	99.7%
	中 華	106.6%	96.8%	100.9%	105.2%	101.3%
	焼き肉	100.8%	73.6%	100.9%	102.5%	98.4%
パブ／居酒屋	合 計	108.8%	22.7%	92.4%	106.7%	102.0%
	パブ・ビアホール	123.0%	27.8%	93.7%	137.8%	89.2%
	居酒屋	105.0%	21.4%	92.2%	97.9%	107.2%
ディナーレストラン	合 計	101.9%	50.7%	99.7%	99.0%	102.9%
喫茶	合 計	104.0%	66.0%	97.7%	99.3%	104.7%
その他	合 計	101.7%	67.5%	95.1%	100.2%	101.5%

【まん延防止等重点措置の適用拡大、外食産業への影響も持続】新型コロナ（オミクロン株）の新規感染が全国的に広がり、先月からのまん延防止措置は最大 36 都道府県へと適用が拡大した。外食の全体売上は大都市圏に緊急事態宣言が発令された前年同月と比べると 104.8%となったが、FF を除く業態では需要の低迷傾向が続いており、全体売上はコロナ前の 2019 年比で 84.5%と、コロナ以前との差はまだ埋まらない。

JF トレーナーズ・トレーニングセミナー

今年度は2日間のプログラムに拡充して開催します！

外食店舗の人材不足が続く採用費が増加する中、人材確保と定着・育成は業界全体の重要課題となっています。さらに、食材原価・水道光熱費・包装資材など消耗品も高騰しています。どの業態も値上げは避けられず、人的サービス力の向上による顧客満足度と生産性の向上が必須です。その糸口は、ベテランのパートを主体とする個人別戦力アップ、トレーナー・時間帯責任者の育成、専門化、多能化です。本セミナーでは、ロールプレイングを交えながら課題解決のポイントを学習し、店舗の質を支える社員が育ち人財が定着する育成システム、教育・トレーニング手法を学びます。

Zoom 受講対応

■ 日 程 …… (1) 6月14日(火) 10:00～17:30

講師 清水 均 氏(株)プロジェクト・ドゥ ホスピタリティマネジメント研究所 代表取締役)

(2) 7月6日(水) 10:00～17:30

講師 落合 嘉寛 氏(G. S. ブレインズコンサルティング(株) 経営コンサルティング部マネージャー)

どちらか1日のみの参加も可能ですが、両日参加でより理解を深められるプログラムになっています。

■ 会 場 …… 日本フードサービス協会 10F JF センター会議室(1卓1名)

■ 対象者 …… 店長・店長候補、エリアマネージャー、教育研修担当者、本部スタッフ等

■ 受講料 …… 各コース 12,000 円(1名・税込)

プログラム(予定) 内容は一部変更される場合があります

6月14日 清水 均 講師	7月6日 落合 嘉寛 講師
<p>I. ホスピタリティコーチングの職場環境</p> <p>①ホスピタリティを抜き出すコーチング</p> <p>②サービスの「差」は、そこで「働く人の質の差」</p> <p>③ホスピタリティコーチングの職場環境が定着率・就職率を上げる</p> <p>II. ホスピタリティコーチングで優秀なトレーナーを育成する</p> <p>①トレーナーズ・トレーニングのための基礎知識と基礎教育</p> <p>②体験相互学習『初めの3日間』とその後の段階的な育成 ピープルビジネス=教育・トレーニングビジネス=共育</p> <p>③自立・自律型の人材育成法 基礎と応用</p> <p>④新人の孤立感・疎外感・孤独感を無くすゴールデンルール</p> <p>III. スマホ・タブレット活用「マニュアルの見える化」 制作手法と教育・トレーニングでの実践活用法</p> <p>①マニュアルの基礎知識と「見える化」の必要性</p> <p>②現行マニュアルを補完・進化させる「見える化」 環境変化に対応するトレーニング・プログラム</p> <p>③「見える化」制作ツールとテーマ別 制作体験 トレーナーへの見せ方のポイントとプログラム 「見えるマニュアル」重要な管理・改訂ルール</p> <p>IV. 経営理念を顧客接点で実現する仕組みづくり 上級者のための疑似体験判断トレーニング ホスピタリティコーチング参加型相互学習指導法 事例 1) クレーム対応 2) 問題児対応</p> <p>V. まとめ 気づき・ふり返り・分かち合い 参加者相互の自己開示とフィードバック 「ジョハリの心の4つの窓」</p> <p>①ホスピタリティコーチングの職場環境</p> <p>②ナレッジマネジメントの企業体質</p> <p>③「学習する組織」の構築</p>	<p>I. 今の時代</p> <p>①マーケット縮小の時代=人口減少少子高齢化</p> <p>②質の時代=店舗に対するお客様の厳しい目</p> <p>③この時代を乗り越えるために大切なこと</p> <p>II. 人材育成のやり方の変化</p> <p>①働く仲間の変化・お客様の变化 時代の変化に伴い働く仲間とお客様が変化している</p> <p>②以前のやり方で通用すること、通用しないこと 今の時代の教え育て方を知らないことで 教える育てる側が悩んでいる</p> <p>③教える育てる側の考え方を変える 教育から共育へ⇒教える育てる側も成長=変化し続ける</p> <p>④成長し続けている人が行っていること 成長が止まっている人とのたった一つの違い</p> <p>III. 効果的な仕事の教え方</p> <p>①トレーニングの4ステップ</p> <p>②4ステップで大切なこと</p> <p>IV. No2 を育てるためのアプローチ法</p> <p>①No2 を育てるための6つのアプローチ 知る⇒聴く⇒観る⇒認める⇒考えさせる⇒任せる</p> <p>②それぞれのアプローチでの考え方とやり方 効果を出すための大切なポイント</p> <p>V. 人が辞めない定着法</p> <p>①価値観の共有の取り組み 理念への共感、理解、実践、実感へ</p> <p>②安心して働ける取り組み 良い人間関係の作り方</p> <p>③仕事にやりがい・楽しさを実感できる取り組み</p> <p>VI. まとめ 今回のまとめとこれからの取り組み</p>

正会員 株式会社ビースマイルプロジェクト

代表取締役社長……桑原 豊
 本社……………鹿児島県鹿児島市谷山中央1-4389
 TEL……………099-268-5296
 FAX……………099-268-7636
 URL……………<https://www.bsp-j.com>
 業種……………焼肉
 店舗名……………牛の蔵、ビーファーズ、BeBu-Ya、
 うしかい、かみむら牧場

<我が社のプロフィール>

餌や環境にこだわり大切に愛情を持って牛を育て、無駄なく丁寧な製造・加工を行い、安心・安全を提供すること——すべてつながっていることが私たちのつくる6次化産業です。おいしいと言ってもらえることが私たちの喜びであり、私たちの自信です。お肉のチカラをエネルギーに変え、心とお腹を満たす6次化産業を体験してください。

すべての生命に感謝することを忘れずに生産者と消費者が手をつなぐこと。人、地域、社会が心とお腹を満たし元気になること。世界中の人が、おいしいと言える。お腹いっぱいと言える。笑顔になれる。そういう社会を広げていくことを、私たちは目指しています。



賛助会員 高橋ソース 株式会社

代表取締役 社長……高橋 亮人
 本社……………埼玉県本庄市大字下野堂604-7
 TEL……………0495-24-1641
 FAX……………0495-22-2034
 URL……………<https://www.takahashisauce.com>
 業務内容……………ウスターソース類、トマト加工品、
 ドレッシングの製造販売

<我が社のプロフィール>

高橋ソースでは、カントリーハーヴェストなど、長く愛されている商品をはじめ、その時代で望まれている味づくり・ものづくり・コトづくりを大切に、オーガニック食品の推進をしております。

高橋ソースが考える『美味しい うれしい たのしい食文化の創造』とは、商品を通して、食していただいたお一人お一人に、幸せを感じていただき、皆さまの人生が少しでも明るく楽しいものになる一助になればと考えております。会員企業の皆さまへ、今の時代に合った新たな食シーンのお手伝いをしてまいります。

2021 年
 ジェフ愛の募金
 結果報告

募金
 総額

20,088,445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、2021 年も「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。コロナ禍におけるキャンペーンにもかかわらず、お客様からのご厚意の募金は総額 2000 万円以上となりました。

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^{かんよう}の涵養、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

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 ジェフマンスリー

2022年4・5月号

定 価／1,000円（本体価格910円）

発行日／2022年5月11日

発行人／赤塚 保正

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

※ジェフマンス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 ジェフグルメカード

全国35,000店を網羅



— 外食で日本を元気に —

2012年5月より、「東日本復興支援ジェフグルメカード」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**

株式会社 ジェフグルメカード 〒105-0013 東京都港区浜松町1-29-6 浜松町セントラルビル9F
ホームページアドレス <http://www.jfcard.co.jp/>