



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

2023

3

特集 マスク着用ルールの変更と外食産業の対応

2023 March No.485





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5年3月27日発行通巻485号（毎月1回発行）

目次

P. 1

巻頭言 苦労は人格をつくり、努力は無限の可能性を生み出す

P. 2

特集 マスク着用ルールの変更と外食産業の対応
（参考）マスク着用に関する海外の最新情報

P. 8

JF TOPICS（協会活動報告）

労務委員会（2月7日）

教育研修委員会／JF・立命館大学研究助成成果報告会（2月10日）

環境委員会（2月14日）

安全安心委員会（2月17日）

常任役員会・理事会（2月21日）

近畿ブロック協議会 肥田木康正副会長講演「アフターコロナに向けた康正産業㈱の経営戦略」

P. 23

インフォメーション

第80回 JF 米国研修（5月20日～27日 シカゴ／ニューヨーク6泊8日）

JF 新入社員研修（4月4日・5日）

巻頭言

協会理事

谷川 富成

株式会社 三ツ星レストランシステム
代表取締役会長



苦労は人格をつくり、努力は無限の可能性を生み出す

中小企業の株主構成は9割が創業家の所有です。社長兼大株主である以上、思い切った政策も可能ですが、資金調達では全額保証が必要になり、命懸けであることも確かです。一般に中小企業は年収も低く退職金が少額と捉えられがちですが、経営者としてはこんなに辛いこと、悔しいことはありません。私はこの10年間、なんとかこの社会通念を打破しようと、社員のために何ができるか、できることから始めようと決意し、取り組んできました。

現在、正社員の平均年収は630万円、店長の平均年収750万円、退職金制度は勤続40年・積立率100%で2300万円になります。社会保険を支払っているパートさんには、昨年10月より負担保険料の全額（年間総額1億2千万円）を返還しています。コロナ禍の3年間は、全パート・アルバイトの時給を一律60円以上、正社員の給与を14%、それぞれアップし、物価高騰に対応しました。上述の社会保険加入のパートさんは、社保還元費を含めて計算すると平均時給が約1400円になります。

なぜこのような事ができるのかと良く質問されますが、会社が特別儲かっているわけではありません。デフレ不況の14年前、心身ともにボロボロ

になった私は、髄膜炎で1カ月入院しました。そのときに人生を振り返りました。私は高校を出て、イタリアン、中華、和食を経験し、5年で独立して店を持ちました。20坪40席、家賃12万円で、初年度の月商は70万円でした。3年を過ぎたあたりから、店を現在の土井社長に任せて、1年間、すし店に出稼ぎにも行きました。その後、スナック経営、喫茶店経営にも携わりました。お金が無くても、知恵を絞ればお店は一時的に増やせましたが長続きしません。住宅付き店舗で凌ぎ、初めて銀行から1200万円の融資を受けました。この時が一番辛く大変で、夢も希望も無くなっていました。

しかし、現在の土井社長との出会いが、のちのチャレンジ精神に繋がりました。教師になる夢を持っていた青年を私のビジネスに引き入れた後ろめたさが、なんとしても人のために生きよう、仲間のために夢を実現させようとする原動力になったのです。長く辛い道のりでしたが、創業41年、なんとか生き延びてきました。苦労の先に何かあるか、努力の先に何かがあるか。仲間の幸せがあるのです。月並みですが、共に働く仲間には幸せな人生を送ってほしい。それだけが、私の希望であり活力であり、人生の全てです。

特集

マスク着用ルールの変更と 外食産業の対応

新型コロナウイルス感染症が発生してから早や3年、第8波の新規感染者数も減り、ワクチンや薬の開発でコロナ罹患に対する我々の恐怖感も薄らぎ始めた。政府は行動制限の段階的な緩和から前進し、ようやく本格的にアフターコロナに舵を切り、3月13日からマスクの着用は個人の判断に委ねられるとの方針を示した。

では外食店舗はどのように対応すればよいのか。以下では政府の方針変更の決定、外食業界への説明、顧客対応に関する事業者の懸念、協会のクレーム回避対策などを時系列で紹介していきたい。

■ マスク着用のルールがどう変わったのか

本年1月25日、内閣官房新型コロナウイルス等感染症対策推進室（以下、コロナ室）より、新型コロナウイルスを季節性インフルエンザなどと同等の「5類」に位置づけし、類型変更後は飲食店に対する都道府県の第三者認証制度の廃止、および業種別ガイドラインの運用停止を検討しているとの連絡を受けた。

2月2日、業界ガイドラインを共同で策定した一般社団法人全国生活衛生同業組合中央会および傘下の組合と共に、農林水産省・厚生労働省とのオンライン会議を開催し、コロナ室から以下の趣旨の説明を受けた。

1. 特段の事情がない限り、新型コロナウイルス感染症は5月8日から感染症法上の5類に位置づける。
2. それに伴い、新型インフルエンザ等対策特別措置法第21条第1項の規定に基づき、新型コロナウイルス感染症対策本部を廃止する。（特措法第25条の規定に基づき、都道府県対策本部も廃止する。）
3. 特措法に基づく各種措置の終了と、基本的対処方針の廃止。
 - (1) 第三者認証制度等の原則運用停止
飲食店の第三者認証制度、感染防止安全計画等によるイベント開催制限、および業種別ガイドラインは原則として運用を停止する。
 - (2) 基本的な感染対策の見直し

- マスクの着用は個人の判断に委ねることを基本とする。ただし、政府はマスクの着用が効果的な場面を周知する。
- 引き続き、効果的な換気と手指衛生の励行を呼び掛ける。
- 感染拡大時にはマスクの着用を呼びかけるなど、より強い感染対策を求めることがある。

これに対して協会は次のような意見を伝えた。

- これまで業界ガイドラインと第三者認証基準との内容に差があり、業界や飲食店は苦勞してきたので、第三者認証制度の運用停止には賛成する。
- だが、マスクの着用が個人の判断に委ねられることになれば、事業者、従業員、利用者間でトラブルが生じることを懸念する。政府はそれぞれの店舗の事情により従業員や利用者にはマスク着用を求める（または求めない）などの説明責任を事業者だけに負わせるのではなく、国民に十分に周知してもらえよう内閣官房の名前入りの小ポスターなどを作成し、店舗で使えるようにしてほしい。
- 業界としては、第三者認証制度や業種別ガイドラインの停止、および今後の感染対策について、円滑に対応していけるよう、今後もこのような意見交換の機会を設けてほしい。

これまで屋外では原則不要、屋内では原則着用としていましたが

令和5年3月13日から

マスク着用は個人の判断が基本となります

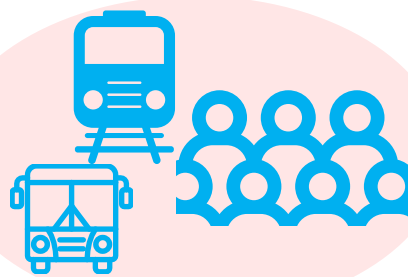
ただし、以下のような場合には注意しましょう

周囲の方に、感染を広げないために

マスクを着用しましょう



受診時や医療機関・
高齢者施設などを訪問する時



通勤ラッシュ時など混雑した
電車・バスに乗車する時

ご自身を感染から守るために

マスク着用が効果的です



高齢者



慢性肝臓病
がん
心血管疾患 など

基礎疾患を有する方



妊婦

重症化リスクの高い方が感染拡大時に混雑した場所に行く時

本人の意思に反してマスクの着脱を強いることがないよう、
個人の主体的な判断が尊重されるよう、ご配慮をお願いします

※事業者の判断でマスク着用を求められる場合や従業員がマスクを着用している場合があります

2月10日、コロナ室と厚労省・農水省の連名で各都道府県知事宛てに事務連絡が通知された。また、厚生労働省は「3月13日よりマスク着用は個人の判断が基本になります」とのポスターも作成していた(第3頁参照)。

これに対し、**2月17日のJF安全安心委員会**(岸野誠人委員長)では出席委員から「個人の判断に委ねる」ことへの危惧など、以下のような発言があった。

- 政府の基本方針は「個人の判断に委ねる」となっているが、これはお客様に大きな誤解を与えかねない。従業員とお客様とのトラブル、お客様同士のトラブル、従業員の誤解などが危惧される。
- 企業として従業員に対し、3月13日からマスクの着脱は個々の判断に委ねるということを徹底させるのは難しい。3年以上に及ぶコロナ禍の中で、外食店舗では従業員間での感染が発生し、店舗運営に様々な支障を引き起こした経験も多々ある。だが脱マスクが公的に認められた以上、従業員にマスクの着用を強制できない。第一段階としては、職場での着用を推奨するという事で良いかどうか、従業員の意見も聞きながら対応したい。
- マスク着用慣れてしまったお客様、そして高齢者や基礎疾患を持つ人々に、安心して外食を利用していただくために、改めて業界としての衛生管理や感染症対策を講じていくことは必要である。
- フランチャイズ加盟店のオーナーはそれぞれの地域の状況を熟知しているので、チェーン本部とフランチャイジーが情報共有に努め、お客様に対してそれぞれの地方に即した情報の伝え方をしていかなければならないと感じている。
- そもそも安易に「個人の判断」と言っていることが疑問だ。個人の判断になれば、お客様同士の揉め事が想定されるし、仮に従業員がその揉め事を仲裁するとなれば、結果として従業員に責任が及ぶことになる。
- マスクの着用については業態によってお客様の捉え方が異なると思う。当社はオープンキッチンのレイアウトが多く、お客様にはマスクを外してお食事を楽しんでいただきたいと思う一方、従業員に対してはマスク着用での調理や接客にあたるなど、店舗の感染症対策を「見える化」していくことも検討して

いる。

- お客様同士のトラブルに企業や店が巻き込まれることは避けるべき。政府方針によって店舗でのマスク着用は個人の判断に委ねられるということを、伝えていくことが必要。また、業界のガイドラインの遵守も、政府は5月8日以降は必要ないということを一丁に説明すべきである。

また、**2月21日の協会理事会**においては、内閣官房新型コロナウイルス等感染症対策推進室の本田康秀内閣参事官から2月10日に発表された「マスク着用の考え方の見直し等について」説明があった。主なポイントは以下になる。

- マスクの着用は基本的に個人の判断にゆだねる。
- 事業者は感染対策上または事業上の理由等により、利用者または従業員にマスクの着用を求めてもよい。例えば、①不特定多数の顧客が訪れるため、感染対策として従業員にマスクの着用を求める場合、②高齢者施設など感染リスクが高い人々が多い環境で、一律にマスクの着用を求める場合、③3月13日をまたぐ催事において、期間中にルールを切り替えることで生じる混乱を回避するために従前通りにマスク着用を求める場合などが考えられる。
- 以上の方針に沿って「業種別ガイドライン」を見直し、仕事の現場や利用者へ周知する。
- 見直されたガイドラインは3月13日から適用される。
- 飲食店に対する都道府県の第三者認証制度は、業種別ガイドラインと足並みを揃えて運用できるよう、3月13日以降はマスク着用の推奨を削除するようにお願いしている。
- 新型コロナウイルス感染症は5月8日にいわゆる季節インフルエンザ等と同等の5類に分類される予定で、変更された時点で、基本的対処方針および業種別ガイドラインは廃止となる。

■ その後の質疑応答

- Q 厚労省のポスター(第3頁図)では、マスク着用が個人の判断にゆだねられるとしている一方、医療機関・高齢者施設等への訪問時や通勤ラッシュ時の混雑した車内ではマスクを着用しようとの記載も

ある。以前から、満員電車の乗客は黙っている場合が多いためリスクが少ないと言われていたのに、あえてこの項目を残したのはなぜか。

A 国土交通省と話をする中で、公共交通機関だけは重症化リスクが大きい人たちも日常で避けて通れない場所なので、書かざるを得なかった。

Q ポスターでは“周囲に感染を広げないためにマスクを着用しよう”とあるが、これだと今まで同様に“マスクをしていない人は悪者”と捉えられてしまう。他の表現はできないのか。

A “広げないために”というのは、重症化リスクがあるからだ。季節性インフルエンザとは異なり、5月8日の類型見直し以降も、新型コロナは高齢者の重症化リスクがより高いと評価されれば、高齢者の感染防止のために表現を残さざるを得ない。一方、本部会議決定資料では、通勤ラッシュ時の車内については当面の扱いと書かれている。3月13日から5月8日の間は、特別措置法で特別な病気であるという考えが残っているので、そこも踏まえてこのような書き方をしている。ただしマスク警察を産ませないという意味では、ご指摘の点は大いに考慮されるべきである。

Q 5月8日以降は、感染してからの7日間の待機や濃厚接触者の扱いはどう変わるのか。

A 5月8日以降は季節性インフルエンザと同じ分類となるので、濃厚接触者の待機期間はなくなる。基本的には季節性インフルエンザと同等の扱いになると考えられる。

■ 協会の取り組み

店舗でのクレームを回避するために

マスク着用について政府の方針変更が決定されたが、「着用を個人の判断に委ねる」という明確とは言えない決定に対して、外食事業者は店舗でクレームやトラブルが発生しないかという懸念を拭いきれない。

内閣官房コロナ室の見解は3月13日までに次の①～③の中から業界の周知方法を検討してほしいとのこと。

- ① ガイドラインを改訂する。
- ② ガイドラインの追補版 Q & A を改訂する。
- ③ 店内掲示用ポスターなどを協会のホームページに掲載し会員企業に周知する。

そこで2月17日開催の安全安心委員会および2月21日開催の協会理事会で得られた会員の意見を汲み入れながら、コロナ室の見解に従って、変更されるマスク着用ルールを会員に周知する方法を探った。

まず、協会は外食産業の業界団体としてお客様と事業者に分かりやすく説明することが必要と考えた。マスクの着脱は業界だけの問題ではなく、国民の大きな関心事であり、会員以外の全国の飲食店からも問い合わせが寄せられることも想定し、周知方法はJFのホームページから小サイズのポスターをダウンロードして印刷できるようにすることが最適と考えた。

次に、協会は業界ガイドラインを連名で公表している一般社団法人全国生活衛生同業組合中央会（以下、中央会）と連絡を取りながら、さらなる検討を進めた。中央会は2月下旬、Q & A形式のマスク対策マニュアルを作成し周知していく方針を示した。中央会の傘下には、飲食業だけではなく理容業・美容業・旅館ホテル・社交飲食業など幅広い職種の16団体が加盟していることから、ポスターに中央会を事実上所管する厚生労働省の名称が入らない場合は、内閣府のクレジットを入れるようコロナ室に要請した。

並行して協会独自のポスター作成を検討するために、会員のファーストフード、ファミリーレストラン、居酒屋、事業所給食など各業態から幅広く意見を聞いた結果、飲食店には多数かつ多様なお客様が毎日来店されるので、ポスターはシンプルかつ分かりやすく、さらに「ご理解とご協力をお願いします」という文言を盛り込んだ方がよいとの提案に従うことになった。3月3日、ポスターの最終案がまとまり、ポスター内に「政府の新型コロナウイルス感染症対策本部」と明記したうえで、協会

政府の**新型コロナウイルス感染症対策本部**は
マスク着用の考え方を見直しを行い

令和5年3月13日から

マスクの着用はお客様個人の判断

に委ねることになりました

ご理解とご協力をお願いします

農林水産省



一般社団法人日本フードサービス協会

外食店舗の店頭告知ツール



と農林水産省の連名で A 4 サイズのポスター（前頁図）を作成し、3 月 6 日付の JF ニュースレター（下図）にて、店舗に掲示する告知ツールとしてこのポスターを協

会ホームページから自由にダウンロードできる旨を公表した。



一般社団法人日本フードサービス協会

JF ニュースレター 2023. 3. 6

新型コロナウイルス関連情報 NO.55

3 月 13 日からのマスクの着用について

一般社団法人日本フードサービス協会 会長 近藤 正樹

副会長 広報調査委員長 久志本 京子

2 月 10 日、政府の新型コロナウイルス感染症対策本部はマスクの着用について次のような見直しを行いました。

3 月 13 日から、マスクについては、行政が一律にルールとして求めるのではなく、個人の主体的な選択を尊重し、着用は個人の判断に委ねる。

そのうえで、事業者の対応については、マスクの着用は個人の判断に委ねられますが、事業者が感染対策上又は事業上の理由等により、利用者又は従業員にマスクの着用を求めることは許容される、としています

3 月 13 日からのマスク着用のルール見直しについては、政府の方針であることを飲食店に来店されるお客様にもご理解いただけるよう、協会は政府と連名の小サイズの告知ツールを作成いたしましたので、各社・各店舗におかれましては必要に応じてダウンロードしてご活用下さい。

※マスク着用に関する告知ツールを協会のホームページに掲載しています。
https://www.jfnet.or.jp/contents/pages/39_list_detail.html

お問い合わせは JF 事務局：田村、石井(03-5403-1060)にお願いします。

参考 マスク着用に関する海外の最新情報

■ 米国

CDC（アメリカ疾病予防管理センター）のホームページでは、新型コロナワクチンの接種に関する Q&A 欄に、ワクチン接種を完了している場合は屋外でのマスク着用は必要ないと明記されている。屋内でのマスク着用は、コロナウイルスから身を守るための感染対策の一手段として、各人が各自治体の発表する感染状況と自身の持病・体調等を鑑みて判断するようにと述べている。

米国で初めて市民にワクチン接種を義務づけたニューヨーク市では、保健精神衛生局（DOHMH）が定めた市内全民間企業に対するワクチン義務化を 2022 年 11 月 1 日に終了しており、事業主が従業員に屋内でのマスク着用やワクチン接種を求めることは任意となった。また、屋内のレストラン、フィットネス、エンターテインメント施設に入るときに 12 歳以上の市民に求められていたワクチン接種証明の提示（ワクチンパスポート制度）も 2022 年 3 月 7 日に終了している。

■ フランス

2022 年 8 月 1 日、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための特例措置を終了する法律が施行され、同日付で医療機関や高齢者施設でのマスク着用義務も解除された。だが、政府は医療機関等でのマスク着用を引き続き強く奨励している。また、基礎疾患のある人や高齢者等、感染リスクの高い人々には、密閉空間や混雑した場所、大規模な集会でのマスク着用を推奨している。

ワクチン接種義務制度（衛生パス）は 2022 年 3 月 14 日、バー・レストラン、文化・娯楽施設、見本市など医療機関を除くすべての場所で運用が停止され、ワクチンを接種していない人でもこれらの施設を利用できるようになった。8 月 1 日以降は、医療機関や高齢者施設においても衛生パス制度の運用が終了した。

■ 香港

今年 3 月 1 日から屋内外を問わずマスク着用義務は全面的に撤廃された。ただし、医療機関や高齢者施設など感染リスクが高い施設では、管理責任者が施設利用者にマスク着用を要求できる。

なお、2022 年 4 月 14 日には従業員のワクチン接種

状況に応じて営業時間や収容人数などに差をつける「ワクチンバブル」という制度が導入され、「ワクチンパス」と名称変更して運用が続けられていたが、2022 年 12 月 29 日に廃止となった。

■ 英国

2021 年 7 月 19 日、政府はイングランドにおける新型コロナウイルス感染症関連の制限措置をすべて解除し、マスク着用は個人の自己責任に委ねられることになった。政府はこの日を「フリーダムデー（自由の日）」と名付け、この制限措置解除が覆されることはないと発表した。

■ 台湾

2022 年 12 月 1 日に屋外での着用義務を撤廃し、2023 年 2 月 20 日からは医療機関や交通機関など一部の場所や状況を除き、室内での着用は自主的な判断に委ねられることになった。学校や幼稚園、塾などの教育施設の運用緩和は 3 月 6 日からの実施となっている。

台湾は世界的パンデミックの初期段階から新型コロナウイルス感染症の水際対策に成功し、「ゼロコロナ」政策を実行していたが、2022 年 4 月に感染力の強いオミクロン株が流行し、1 日の感染者数が初めて 1000 人を突破してからは、「ウイズコロナ」政策への転換を余儀なくされていた。

■ シンガポール

2022 年 8 月、公共交通機関・医療機関以外の屋内でのマスク着用義務は撤廃された。2023 年 2 月 13 日以降は、地下鉄やバスなど公共交通でも着用義務が撤廃され、医療機関においても患者がいる空間を除いて着用の必要はなくなった。

■ 韓国

今年 1 月 20 日、韓国疫病管理庁は屋内でのマスク着用義務を同月 30 日から解除し、マスク着用は任意とするを発表した。ただし、医療機関、薬局、公共交通機関内のマスク着用は引き続き義務化されている。

労務委員会

2月7日 JFセンター会議室

肥田木康正委員長・委員 23 名出席

今回の労務委員会では、少子化に歯止めがかからない日本の現状を認識し、外食産業における多様な労働力として、また、国際社会に貢献する人材として、外国人の活用について意見を交換した。さらに、働く意欲があるにもかかわらず労働時間を減らしているパート・アルバイトの「年収の壁」問題についても議論した。委員から出た意見の概要は以下のとおりである。

〈外国人材の活用について〉

- 技能実習制度では、2020 年に生食用加工品製造の分野でも制度適用が認められたが、シャリの上に寿司ネタを乗せる工程は対象外で、技能実習生は認められないという話だった。特定技能制度も外食産業への受け入れ条件が厳しいので、現場の実状に即した柔軟な運用を求めている。
- 技能実習生は食品工場で働けるが、3 年の実習期間修了後には、同業種であれば可能な「特定技能」への切り替えに二の足を踏み、給与が高い首都圏の企業に転職してしまうケースが多い。
- 「特定技能（1号）」は最高でも5年までしか更新できない制度となっているので、外食業が早急に2号への移行可能職種となることを希望している。せっかく教育した外国人が5年で帰国してしまうのは非常にもったいない。業界全体のミッションとして、特定技能人材が副店長から店長へとキャリアアップを図れるような教育の仕組み作りに取り組む必要がある。
- 今後、技能実習が飲食店に適用されるとしても、例えば厨房の洗い場仕事など特定の職種だけに限定された制度になってしまうとしたら、仕事の応用が利かず活用しづらい。
- 外国人材を活用する際には、様々な在留資格の中から各自が選択して働けるように、業界として労働環境の基盤を整備していくことが大切だと思う。
- 当社は外国人を採用するために調理師学校を訪問している。「特定活動 46 号」（日本の大学・大学院卒業）および「技人国」（技術・人文知識・国際業務）という在留資格を持つ外国人の数は少ないので、今後は採

用割合を減らし、「特定技能」を増やしていきたい。そのためには、外食産業で特定技能 1 号から 2 号へ移行できるかどうかが重要なポイントになる。

- 特定技能制度が新設されたことで「技・人・国」資格の社員がめざすべきロードマップが分かりやすくなり、「技・人・国」ビザの更新が認められやすくなったと感じている。
- 外国人を受け入れても接客がうまくいかず離職してしまうケースが多い。外国人材が定着する教育体系を作ることが課題になっている。
- 企業が外国人材に求める人材像を定義しておかないと、パート・アルバイトとの境目があいまいになってしまう。生活面で問題を起こす外国人もいるので、管理体制を整えずに不用意に採用することは避けるべきだと思う。
- 社内に多様性を持たせ、刺激を与えるためにも、外国人材の活用に取り組んでいくべきだと思うが、採用後のキャリアをどのように考えて育成していくかが課題となっている。
- 定められた期間内に育成しなければならず、また、日本人と同等の待遇が求められるので、費用面からも外国人材の活用を断念した。
- ベトナムには結婚時に 1～2 カ月ほど親戚に挨拶回りをするという風習があり、入社前には長期休暇を取得できないことを事前告知しているが、退職につながってしまうケースが多い。
- 当社では「技人国」ビザの更新が 1 年しか認められないケースが増えてきており、入管に何度も申請書類の提出を求められるようになった。
- 少人数であれば採用を外部に委託すればよいが、店舗の人手不足が非常に厳しいことから、継続して一定数を採用できる体制を社内で整えていくことにした。

〈年収の壁の問題について〉

- 最低賃金が年々上昇しているのに「年収の壁」が立ちあがり、毎年 11 月からパート・アルバイトの就労調整が始まると、人手が不足するために新たに雇用しなければならぬ状況が続いている。年収の壁がなければもっと働きたいという従業員がいるにもかかわらず、政府が目指す所得の向上と女性の活躍推進は実現していない。
- 厚労省によれば 70% 以上の企業に何らかの家族手当

があるが、その支給要件が設定されている場合が多く、主婦がこの要件を超えて働くとなれば家族手当が支給されなくなる。

- 社会保険の適用対象となる従業員とそうでない従業員で労働時間の二極化が進んでいる。特定の従業員にシフトが集中しがちなため、36協定の範囲内で働くように管理しなければならない。
- 労働力の確保が一番の問題だ。当社では時間限定社員制度を導入し、主婦の正社員登用に力を入れており、育児が一段落すれば労働時間を増やしていくようにしている。
- 配偶者控除、基礎控除、社会保険の適用対象など様々な年収の壁があるため、従業員から就労調整の相談を受ける店舗現場では混乱が起きている。行政には課税と社会保険の適用基準を揃えてほしい。
- 年収の壁を超えると損か得かという記事が多く出回っているが、損得は当人でないと分からない。当社としては働くことの大切さを訴えていきたい。
- 社会保険の適用が拡大された時、新たに適用対象となる従業員の4割が就労調整を選択した。その結果、店舗のシフトが組めず、社員の残業時間が増えた。働きたい人の労働時間を抑制する制度は早急に改定すべきである。妻が家庭を守り、夫が外で働くという古い考えを改めるよう政治家に働きかけないといけない。
- 昨年の社会保険適用拡大の際に、社会保険に加入して所得を向上させるよう促したものの、当社では8割の従業員が社会保険に入らず就労調整を選択した。ただでさえ人手不足なのに、単に年金を取りやすいところから取る政策が続けば、現場が回らなくなってしまう。
- 年収の壁を超えて働いてもらったところ、その従業員の家族から扶養の対象から外れた分を補償しろというクレームが来て対応に迫られたことがある。
- 店長が知らないところで、「年収の壁」目前のアルバイトが就労時間に余裕のある他のバイトのタイムカードを打刻して働き、両者が現金で精算するという問題が起きた事がある。
- 年収の壁が残り続ける以上、企業としてできることは、少人数でもオペレーションできる仕組みに変えていくことしかない。当社は、店長の知識不足によるトラブルが絶えないことから、次年度の研修では社会保険制度に関する教育に取り組みたい。
- 共働き世帯が増えているにもかかわらず、第3号被保

険者制度が変わらずに存続していることが、女性の活躍を阻害する要因になっている。この制度が変わらないかぎり、年収の壁の問題も解決されないのではないかな。

- 業界として配偶者控除をなくすことに賛成か否かは、労働者の生活保護の観点からも議論を進める必要がある。

以上の議論を踏まえ、技能実習制度については、飲食店での業務が対象職種に追加されるようワーキンググループで準備を進める。年収の壁の問題については、民間企業の配偶者手当も就労調整の一因になっていることを認識し、各地のJFブロック協議会においても問題提起していく。

教育研修委員会

2月10日 立命館大学東京キャンパス
(東京都千代田区)

今回の委員会では3月3日に開催される「JF教育担当者の会」(次号ジェフマンスリーで報告予定)のグループディスカッションのテーマでもある「エンゲージメントの向上につながる人財育成」ならびに社員の離職防止と採用活動に関して意見を交換した。続いて午後開催される「JF・立命館大学研究助成成果報告会」に関連し、JFの産学連携の取り組みについても意見を交換した。

エンゲージメントの向上につながる人財育成 および社員の離職防止と採用活動について

- 当社は新型コロナのパンデミック以降3年にわたり対面研修を中断したことで、コミュニケーションが希薄となり、社員の主体性が低下している。コロナ下で社員一人一人の積極性に個人差が生じてしまったため、全社員参加型の研修を実施するには相当なエネルギーが必要となる。しかし、アルバイトを含めて全員が店舗の改善運動に取り組み、その成果を会社行事の中で発表する機会を設けて賞賛することは、社員のエンゲージメント向上に有効な手段となると考え、今年から再開していくつもりだ。
- コロナ禍で新入社員のフォローが十分にできず、離職

率が当社で過去最高の30%となったことから、若年層の離職防止と定着化に注力している。具体的には入社後なるべく早い時期に経営トップとの食事を開催して経営理念の共有を図る。自身の仕事が社会貢献に繋がることを理解してもらい、モチベーションの維持と向上を図っている。

食事会のほかにも、定期面談は間隔が空かないよう1カ月おきに行い、悩みをフォローしている。即戦力となる中途採用者の早期育成にも力を入れている。

- 社員研修を選抜型から挙手制にしたことで積極性が向上し、社歴の浅い社員でも副店長や店長になる資格の取得が進んだ。また、店長クラスの社員からマネジメント層へのステップアップを希望する者が出てきたので、スーパーバイザー向けの数値把握やフレームワークを学ぶ研修を新たに立ち上げた。今は、モチベーションが向上した社員の期待に応えられる研修プログラムを急ぎ準備している。

一方、e-ラーニングの平均視聴率は80%と高いものの、視聴時間で見ると、時間に余裕のない店長は平均3時間未満と短い。マネジメント層をめざすかどうかは店長のモチベーションに委ねられていることも視聴時間が伸びない要因となっている。店長になった後も向上心を維持できる教育環境がさらなる積極性を生むと考えている。パンデミック以降は社内の研修に絞っていたが、今後は社外研修に参加する機会も用意し、刺激を与えていく。

- 新人の店長が着任する際に、複数の店舗を管理する多忙なエリアマネージャーが十分なフォローをすることは難しいので、新任の店舗配属日から4日間は本社教育担当者が店舗に入り、店長のデスクワークやピーク時のアルバイト管理など、1日のワークスケジュールと一緒に作成する研修を教育プログラムとして導入した。店舗運営の基盤構築と新任店長の不安解消を、期間を定めて教育担当者が一緒に担うことで、現場力の向上と離職防止に努めている。
- 当社はミドルマネジメント層への教育不足により、些細なことが大問題に発展したことがあった。以前は店長教育までを重視する教育体系にしていたが、今年度からマネジメント層の研修も強化している。また、社会の多様化に伴い、人間関係やハラスメントの悩みに特化した研修の導入も進めており、「個」を尊重する文化を根付かせることがエンゲージメント向上におい

て重要な基盤になると考える。

- 高齢の従業員に対しては、コロナ禍で加速したDX推進で導入された新システムにどう適応するか、体力を要する店舗業務でどのように生き生きと活躍するかの仕組みづくりが重要である。また、外国人雇用で言えば、当社で積極的に採用しているベトナム人留学生の能力が著しく高く、日本人従業員との成長速度の差が明らかになってきた。
- 当社の経営陣は外部に依頼するエンゲージメント調査で企業の課題を突き付けられることを懸念しているが、エンゲージメントサーベイで抽出された課題をまとめ、当社課題に対する経営陣の理解を促し、来期のサーベイ予算も獲得したいと考えている。
- 人事考課を部下とのコミュニケーションの質を重視したものに变えたところ、社員面談後のアンケートでそのことがモチベーションにつながったという声があった。質の高い人事考課と業績向上には相関関係があると考えている。

JF・立命館大学研究助成成果報告会

JF教育研修委員会事業の一環として2022年度も立命館大学食マネジメント学部・研究科の研究活動を支援した。今回採択された研究プロジェクトは次頁の5つである。学生たちは指導教員の下、支援を受け入れた会員企業へのインタビュー調査や実地研修（フィールドワーク）を行った。報告会ではそれぞれのプロジェクトを代表する学生たちが、出席した近藤正樹会長をはじめとするJF役員、研究を助成した企業、JF教育研修委員の前で、約半年かけて取り組んだ研究の成果を発表した。

①商品開発における供給側と需要側のコミュニケーションギャップの解明

研究の目的：本研究の目的は主に2つである。1つ目は、商品開発者と消費者のコーヒーに対する想いを比較することで、両者の間に存在するコミュニケーションギャップを解明することを目的としている。2つ目は、商品開発者と消費者の想いを可視化し比較する手段として、テキストマイニングの手法を採用し、テキストマイニングがマーケティングの分野に活用できる可能性を示すことを目的としている。

	指導教員	研究テーマ	連携企業
①	井澤 裕司教授	商品開発における供給側と需要側のコミュニケーションギャップの解明	日本マクドナルド(株)
②	吉積 巳貴教授	食品廃棄物の資源化によるゼロ・ウエスト実現可能性	(株)アレフ
③	鎌谷 かおる准教授	「もどき料理」を用いた学弁まなべん(楽しく学べるテイクアウト弁当)の提案	(株)升本フーズ
④	阿良田 麻里子教授	外国の食文化を活用した淡水魚食振興	(株)壺番屋
⑤	保井 智香子准教授	健康の保持増進につながる持続可能な食環境づくり	グリーンホスピタリティ フードマネージメント(株)

令和4年度JF・立命館大学研究助成 研究プロジェクト・連携企業一覧(発表順)

連携企業：日本マクドナルド(株)

宮下建治取締役執行役員

田中優衣コミュニケーション C&R 本部渉外部マネージャー

「テキストラーニング」という手法は、プロダクトアウトと消費者のマーケットの間を埋めるのに非常に有効だと感じた。このことは商品開発者のみならず、店舗クルーやマーケッターにも共有し、店舗としての強みや魅力的な価値感を損なわないように、味の美味しさを追求していきたい。調査対象が消費者 18 名の意見に対し、開発者側はたった 1 名だったために偏りが生じることを懸念していたが、消費者の意見との相関性が現れる非常に有用な研究方法だった。消費者からの意見はもちろん、企業側でも調査は行うが、実際に消費者同士の会話の中で意見を拾って頂き、非常に感謝している。

②食品廃棄物の資源化によるゼロ・ウエスト実現可能性

研究の目的：本研究では、先進的に食品ロス対策を行っている株式会社アレフの食品ロス対策の取り組みから、外食産業において実施可能で持続可能な食品ロス削減方法を検討することを目的としている。特に以下の点を明らかにすることを目的に研究を行っている。

- 外食産業の食品ロス対策状況の把握
- 食品ロスにつながる食材・余剰食材の利用状況や利用可能性の検討

- 廃棄せざるを得ない食品の堆肥化や家畜の餌への利用状況や利用可能性の検討
- 外食産業の持続可能な食品ロス対策の検討

連携企業：(株)アレフ

渡邊大介広報担当

ライスサイクルは長年の課題であり、過去に商品化を試みた際には自社都合になってしまい魅力的な商品を生み出すことはできなかった。今回の研究では 100 名以上の消費者アンケートにより実際に消費者が求めるものを商品化することができ、非常にありがたく感じた。この商品を期間限定ではなくグランドメニューでも扱う方法を今検討している。

③「もどき料理」を用いた学弁まなべん(楽しく学べるテイクアウト弁当)の提案

研究の目的：本研究の目的は、「もどき料理」で楽しく学べるテイクアウト弁当を開発するために、現代人のニーズに応えることができる「もどき料理」を開発し、提案することである。

本研究で、「もどき料理」を取り上げた理由は、食材を余すことなく使う精進料理の精神と、ヘルシーな食材が主となる「もどき料理」は、現代的な課題(食品ロスや SDGs 等)に意識を向けさせるための動機づけにもなると考えたからである。また、弁当の提案を考えた理由は、ポストコロナを見据えた食事提供のあり方を模索するためでもある。

連携企業：(株)升本フーズ

星野崇生産部冷凍食品料理長

企業として「もどき料理」の開発は初めての試みであったが、普段調理を行う社員よりも真剣に研究に取り組む学生に非常に感銘を受けた。自身もより良い料理を生み出していけるよう、今一度情熱を燃やして取り組んでいきたい。学生自身の研究レシピも大変参考になったので、今後の商品開発に取り入れていきたい。

④外国の食文化を活用した淡水魚食振興

研究の目的：琵琶湖沿岸の湖魚食をめぐる状況と食文化を調査するとともに、湖魚の新市場開拓の一助として、諸外国の調理法をとりいれ、若い世代の日本人の嗜好に合う新しい湖魚料理を開発し、情報を発信して、湖魚食文化を発展・振興させる。

連携企業：(株)壱番屋

松井亜紀広報課長

当社ではフランチャイズ企業にも、高いハードルのストアレベルマーケティングを課している。今回の研究テーマである「湖魚」は一般に流通していない馴染みのない食材であるため難しい内容ではあったが、学生をはじめとする多くの協力者のおかげで商品化できたものである。学生と企業がタッグを組み、様々な問題を解決していくことが産学連携の有効な活動ではないか。

⑤健康の保持増進につながる持続可能な食環境づくり

研究の目的：本研究は、「健康の保持増進を目的とした食環境整備」として、社員食堂において健康に良いメニューや野菜摂取量の増加につながるメニュー選択をするためにはどのような食環境づくりがよいのかについて検討を行うこととした。

連携企業：グリーンホスピタリティフードマネジメント(株) 森下弘隆理事

このような研究に関する調査は不特定多数を対象にすることが望ましいと思うが、自社が提供した調査環境は事業所給食であり、ある程度特定された層の顧客

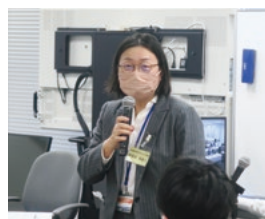
が利用者だったため、際立った結果が出にくかったのではないと思う。しかし、利用者からは非常に好評であった。調査結果によると男性従業員の健康意識が高まり、利用者全体では、「またやって欲しい」という声が多数上がった。短期間の調査研究にも関わらず高い成果を出してもらったことに、大変ありがたく感じる。本来であれば自社で日常的に積極的に取り組むべきことなので、発信すべき内容を考慮しながら同様の取り組みを継続していきたい。

研究助成成果報告会開会挨拶

近藤正樹 JF 会長



鎌谷かおる立命館食マネジメント学部副学部長



阿良田麻里子教授



井澤 裕司教授



吉積 巳貴教授



保井 智香子准教授

協会活動報告



成果発表①
日本マクドナルド
(株)のプレミアム
ローストコーヒー
を研究対象に設定
して分析した



成果発表②
(株)アレフのえこりん村での現地調査等につ
いて報告した



成果発表③
(株)升本フーズの料
理指導を受け、「も
どき料理」に焦点
をあてたテイクアウ
ト弁当を研究した

(株)升本フーズ
塚本 光伸 代表取締役



成果発表④
(株)壺番屋のFC店
で提供された湖魚
料理の開発に関す
る聞き取り調査を
行った



成果発表⑤
グリーンホスピタリティフードマネーজে
メント(株)が運営する社員食堂にて、POP 表示
で健康増進メニューを選択する行動となる
か検証した

当日出席の発表学生、指導教員、連携企業、J F 役員の皆さんで記念撮影



環境委員会

2月14日 JFセンター会議室

宮下雅光委員長 他 30 名参加

令和4年度事業報告・令和5年度事業計画についての事務局の報告に続いて、株式会社松屋フーズの環境事業推進部環境事業推進グループの片山博文氏から「脱炭素化に向けた取り組み」について発表していただいた後、プラスチック削減や食品ロス削減・食品リサイクルなどの各社の取り組みについて意見交換が行われた。

以下は松屋フーズ・片山氏の発表概要である。

脱炭素化に向けた取り組み

株式会社松屋フーズ

環境事業推進部環境事業推進グループ 片山博文氏

当社では十数年前から関東 600 店舗を対象に、食品残渣を自社回収し、自社施設で飼料化・肥料化する取り組みを進めており、現在ではその飼料や肥料を自社農場・養豚場で利用するリサイクルループを構築している。

この自社での収集運搬の仕組みを脱炭素化にも活用し、店舗・工場で使用するプラスチック製品のリユース、リサイクルに取り組んでいる。

(1) プラスチック製品のリユース

廃プラスチック（以下、廃プラ）の排出を抑制する取り組みとして、まずプラスチック製品のリユースを促進している。例えば、①店舗などで使用する「洗剤容器」は洗浄し繰り返し使用する、②コーティングが取れた樹脂食器はリメイクし店舗へ再供給する、③既存店舗で使用しなくなった店舗備品（厨房備品等）をリメイクし新規店舗で利用するなどである。これらは備品を納入している関連子会社と連携して取り組んでいる。

(2) 廃プラスチックのリサイクル

◆ 廃プラスチックのエネルギー化 ◆

リユースできない破損プラスチック備品は、焼却処理をしないでリサイクルする方針を進めている。

一つは化石燃料の代替として廃プラからディーゼル用の油を生成し、発電する取り組みだ。店舗・工場から回収した廃プラスチックからポリプロピレン、ポリ

スチレン、ポリエチレンの素材のみを選別してディーゼル燃料を油化している。目標は年間 1080 トンの廃プラから 5400 メガワットの電気を供給することだ。

◆ 廃プラスチックの再製品化 ◆

2022 年 6 月には廃プラのリペレット化（粉碎・溶融して原材料として再利用すること）に成功している。当社では様々な種類のプラスチックを使用しており、ポリプロピレン、ポリスチレン、ポリエチレンなどを完全に分別することは難しく、「混合プラスチック」という大きな枠組みの下でリペレット化に取り組んだ。これを原料にゴミ袋を作ることも可能だが、強度を考慮するとリペレットは 4 % しか配合できず、600 店舗分の大量の廃プラから生成されるリペレットを当社のみで使い切ることは難しい。現在は店舗での活用を検討している段階である。ゴミ箱への利用など、使用量を広げていくことが現状の課題である。

(3) その他の取り組み

脱炭素化の取り組みとして、自社工場に太陽光パネルを設置している。富士山工場 2688 枚、嵐山工場 960 枚、川島工場 265 枚、東松山センター 265 枚、合計 4178 枚で発電している（下図）。

(4) 取り組みのポイントと今後の課題

環境への取り組みを継続していくには、①費用削減と並行して、②ケミカルリサイクル、マテリアルリサイクルの知識・技術を理解した社員の育成、③全ての従業員が「環境への取り組み＝社会的課題」として捉える企業風土の醸成と従業員教育が必要となる。

最後に、当社は産業廃棄物収集運搬の許可を 1 都 8 県（東京都、神奈川、千葉、埼玉、茨城、栃木、群馬、静岡、山梨）で取得し、産業廃棄物の収集運搬事業も立ち上げている。外食事業者等にリサイクル方法の提案などを行い、外食事業者とリサイクル業者との橋渡しになればと考えて始めた。脱炭素化以外にも、食品



リサイクルを含む環境事業全般について、外食企業の皆様方と連携して環境の取り組みを進めたい。

《意見交換》

各社の主な取り組みと令和5年度事業計画について意見交換が行われた。



【A社 ファーストフード】

プラスチック削減の取り組みとして、カトラリー類を「ライスレジン」というコメ由来のバイオマスプラスチックに切り替えた。紙製なども検討したが、使い勝手が良くなかった。野菜作りの連作障害対策として輪作で工業用等に作られていた米を有効活用することは、原料が国内で調達できるメリットもあるので、取り組みを進めている。

【B社 ファーストフード】

食品ロス削減の取り組みでは、店舗から出る食品残渣を「賞味期限切れ」、「調理残渣」、「食べ残し」等に分類し、それらがどの程度発生しているかを大学と共同で調査分析している。食品ロス削減の糸口になればと期待している。

【C社 ファミリーレストラン】

テイクアウト用のカトラリーと店舗でのストローのプラスチック削減に取り組んでいる。カトラリーの要不要の確認を徹底したところ、必要ないというお客様が思ったより多く、フォークが約6割、スプーンが約5割減少した。これまで渡していた数量の概ね半分は必要なかったということだ。ストローはバイオマス製に切り替え、ドリンクバーでの常設をやめたことで9割減となった。

【D社 ファミリーレストラン】

カトラリーは2020年2月にバイオマス由来に変え、2022年1月には全てを木製に変更した。さらに、2023年1月からはフォークを竹製に変更した。また、かなりの量が出ている弁当箱の一部分を容器包装リサイクル法対象外のタルク製（原料は滑石、珪酸塩鉱物の一種）に変え、全体の約4割がタルク製となった。

【E社 ディナーレストラン】

それぞれが親会社を持つブランドが複数あるため、一律導入が難しいことが一番の問題である。本社内のSDGs委員会が店舗での取り組みをいくつか提案し、

お店が取り組み可能な施策を選ぶボトムアップ方式で脱プラスチックに取り組んでいる。

【F社 喫茶】

脱プラスチックの取り組みとして、100店舗ほどでコールドドリンクをリユース容器で提供するテストを行ったところ、お客様からも従業員からもよい反応を得ており、他店舗への拡大を計画している。リサイクル関連では、お客様の不要になったプラスチック製タンブラーを回収し、昨年はコースターにリサイクルして販売した。しかし、作製物を毎回全て売り切るのは難しく、現在は商品化をやめ、店舗内で使うプラスチック資材に作り変えて活用できないかを検討している。

【G社 喫茶】

脱プラスチックの新素材の導入については、外食各社が協力し、良い素材があれば共同で利活用できる仕組みがあれば良いと思う。また、当社ではなぜ脱プラスチックが大切なのかを従業員に知ってもらうために、店周りの地域のゴミ拾いをしてもらっている。30分も歩くとこんなに多くのプラスチックのゴミに出会うのだ、それが海に流れると大変なことになるのだということを体験させる取り組みだ。

これらの意見を踏まえ、令和5年度は①廃プラスチックの再資源化や脱プラスチックに取り組む事業者と外食事業者との情報交換会の開催、②コーヒーかすの食品リサイクル等に積極的に取り組むリサイクル優良施設見学会の実施、③廃プラスチックのエネルギー活用を検討、④CO2削減と脱プラスチックに関するアンケートの実施等に取り組む。

安全安心委員会

2月17日 JF センター会議室

宮下建治副委員長・委員 25 名出席

宮下副委員長の開会挨拶に続いて、マスク着脱の新方針、ノロウイルス対応と HACCP 手引き書、SNS の悪ふざけ動画等についての事務局の説明の後、各社が抱える課題・問題点の指摘等が述べられた。

(1) 新型コロナウイルス対策ガイドラインのさらなる見直しとマスクの着脱について

3月13日からの「マスク着用は個人の判断に委ねる」という政府方針に対する店舗現場での懸念（詳細は本号特集を参照）。

(2) ノロウイルスへの対応と HACCP 手引き書の見直し

- ・当社は原点に立ち返り HACCP の取り組みやノロウイルスへの対策を欠かさない。とくにアルバイトに対してはノロウイルスが引き起こす企業のリスクなどについて様々な事例を研修に取り入れている。
- ・コロナが落ちていて外食が積極的に利用されることを期待して、衛生管理教育を怠らず、新入社員や新人アルバイトが基本的な知識を得られるように、ノロウイルス対策に必要な汚物処理キットの使用方法などを改めて動画を用いて教育している。
- ・コロナ禍の中での従業員採用は困難なので、インターネットのマッチングアプリ等を経由して単発の仕事を請け負うギグワーカーに簡単な調理補助業務などの支援を求めている。ギグワーカーの働き方は、数時間から数日間までと多岐に及ぶが、店舗業務のどこまでを依頼するのか、業務と関連する衛生管理教育をいかに実施していくのか、検討する必要がある。JF の HACCP 手引き（多店舗展開する外食事業者のための衛生管理作成の手引き）を見直す際には、マッチングアプリで採用されたギグワーカーや配達代行を請け負うギグワーカーに対する教育訓練などについても記載してはどうか。
- ・原材料の価格上昇やオペレーションの変更によって、衛生管理関連の商材やスペックを変更しなければならない。最近は黄色ブドウ球菌による食中毒も若干増えていることから、衛生管理対策には十分留意する必要がある。一方で、社員の健康に配慮し、洗浄力が強す

ぎる製品などは採用しない工夫が必要である。

(3) SNS 上の悪ふざけ動画など（フードテロ）への対策

- ・昨今の状況には頭を悩ませている。今は調味料への悪ふざけ映像が話題になっているが、仮に毒物などが混入されると重大な犯罪となる。
- ・ドリンクバーや卓上調味料は外食産業のサービスの重要な要素であるから、当社はオペレーションを変更せず、手間暇はかかるが、毎日閉店時には全部回収して洗い直し、詰め替える作業を長年続けている。
- ・当社も先日、ビュッフェの商品が撒き散らかされている動画が SNS で拡散した。しかし、お客様の監視にばかり注力してしまうと、本来のサービス産業としての役割が果たせないのではないかとも思われる。
- ・当社でも数年前に店内の悪ふざけ動画が投稿されたことがある。現在は外部業者と提携して情報確認する体制をとっている。
- ・以前は卓上にナイフやフォーク、スプーンなどのカトラリーをセットしていたが、コロナ禍の現在はお客様の注文に応じてカトラリーを提供するオペレーションに変更した。だが店舗スタッフの不足などから、コロナ以前のオペレーションに戻そうとしていたタイミングで、あちこちで迷惑動画が投稿され、戻すタイミングを改めて見直すことにした。
- ・フードテロ対策として全店にカメラを設置し、本社から確認できるようにしている。今後も必要に応じてカメラ、モニターの性能を高め、客席が満遍なく確認できるような変更も検討したい。

(4) その他

コロナ禍でテイクアウト商品のニーズが増えている一方で、食中毒の懸念も拭いきれない。外食産業のフードロスの削減と食中毒予防を両立させるためには、メニュー（食品）の期限管理などについて、改めて検討していく必要があると思う。

以上の意見などを踏まえて、新年度事業は以下のテーマを中心に実施することが確認された。

- 企業が直接契約する従来のパート・アルバイトではない、新しい働き方のギグワーカーに対しても、衛生管理教育セミナーなどを実施する。
- フードセーフティー（安全・安心）とサステナビリティ・SDGs が両立するような取り組みを考える必要がある。

- 悪ふざけ動画などの悪質な社会問題については、警察やJFの関係委員会とも連携して、会員間の迅速な情報共有を実現する。

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、今後の協会活動等について意見が交わされた。

【行政との懇談会】

内閣官房新型コロナウイルス等感染症対策推進室の本田康秀内閣参事官より、マスク着用の考え方の見直し等について説明が行われた。(前出「特集」参照)
また、農林水産省外食・食文化課の須永新平課長より、政府の「物価高対策」「賃上げ対策」「価格転嫁の状況」について以下の説明を受けた後、質疑応答が行われた。

本年1月24日、政府の物価・賃金・生活総合対策本部において、以下の総合経済対策の概要が示された。

- 物価動向について直接影響する原油については、ロシアによるウクライナの侵攻前の国際相場に戻り、輸入物価もピークアウトし落ち着き始めている。
- 電気・都市ガス料金の激変緩和措置として、1月使用分から料金の値下げを開始し、2月の利用明細で国民が確認できるようになった。今春以後の電気料金について、大手電力会社7社（北海道、東北、東京エナジーパートナー、北陸、中国、四国、沖縄）が平均3割の料金値上げを申請しているが、燃料費の見積もりや経営効率化などの状況を確認し、経済産業大臣は厳正

に審査すると繰り返し述べている（下表参照）。

- ゼロゼロ融資（新型コロナウイルス感染症の影響で売上が低下した企業に対し、無利子・無担保で実施した融資）の切り替えや新たな借り換え保証制度（コロナ借換保証）が本年1月から開始され、また、中小企業の大胆な賃上げ対策として、事業再構築補助金、ものづくり・サービス補助金、事業承継・引継ぎ補助金などの政府の支援拡大措置が手当てされている。
- 価格転嫁については、原材料の価格転嫁は徐々に進んでいるが、一方で労務とエネルギーの価格転嫁は十分進んでいないとの調査結果があり、引き続き価格転嫁の環境を着実に作っていくことが必要である。
- 鶏卵が鳥インフルエンザの流行の影響で大きく不足している。採卵鶏の殺処分数は現時点（令和5年2月時点）で約1300万羽となり、国内で飼養されている鶏卵鶏全体の1割に達している。この結果、鶏卵価格は大幅に上昇するとともに、相対的に価格が高く取引されている家庭向けのパック卵へ供給が多く出回り、加工向けの鶏卵に不足が出ており、一部の加工業者は生産量を減らしている。
また、一部のメーカーでは液卵・粉卵への輸入を検討している。鳥インフルエンザが発生した地域では、通常の生産ができるまで最低半年かかるので、鶏卵市場の今後の動向を注視する必要がある。
- 外国人材の受入については、技能実習制度と特定技

電気料金（規制料金）の改定申請について

- 昨年11月から本年1月にかけて、大手電力会社7社（北海道、東北、東京EP、北陸、中国、四国、沖縄）から経済産業大臣に対して、規制料金の改定の申請が行われた。
- 現在、各社からの申請内容について、公聴会等を通じて広く一般の御意見を伺いつつ、電力・ガス取引監視等委員会の公開の審議会において審査を行っているところ。
- 燃料費の見積もりや経営効率化の取組などについて、引き続き厳格に審査を行っていく。

【各社からの申請概要】

	北海道電力	東北電力	東京電力 エナジーパートナー	北陸電力	中国電力	四国電力	沖縄電力
申請日	2023年1月26日	2022年11月24日	2023年1月23日	2022年11月30日	2022年11月25日	2022年11月28日	2022年11月28日
申請上の改定率	34.87%	32.94%	29.31%	45.84%	31.33%	28.08%	43.81%
申請上の改定日	2023年6月1日	2023年4月1日	2023年6月1日	2023年4月1日	2023年4月1日	2023年4月1日	2023年4月1日

能2号の問題がある。技能実習制度は様々な課題が法務省の有識者会議で議論されているが、大きく進捗していない。特定技能2号については、特定技能1号で雇用されている外国人の中で5年間の在留期限が迫ってくる方をどうするのかという課題がある。日本人の人手不足はそもそも出生数の減少に起因しており、今後の少子化が簡単に改善するものではない。こうした状況の中で外国人材の活用方策を考えていく必要があり、現在 JF の労務委員会におけるワーキンググループにおいて技能実習制度の活用などについて議論していただいている。

【質疑応答】

Q:小麦の価格について、前回(昨年10月)は政府が前回(昨年4月)に続き価格を少し抑えた(実質据え置かれた)が、今年4月には少し価格が上がるのではないかな。

A:ウクライナ侵攻で小麦価格は非常に上昇した。今はウクライナ侵攻前の国際相場に戻っているが、途中で価格が上がった期間があるので、平均を取ると価格が相当下らない限り計算上の価格は上がる。それを4月の改定でどのように乗り越えるのかは今のところなんとも言えない。

Q:鳥インフルエンザで死んだ鶏はごく少数であっても、養鶏施設の全羽を殺処分することに科学的根拠があるのか。そういう対処方法自体を抜本的に改善する必要があるのではないかな。

A:何もできないのかと疑問は持ってはいるが、国際基準のルールに沿っているので、今このタイミングで農水省の中で何らかの議論があるとは聞いてはいない。しかしやはり課題だとは思う。

Q:パーティションの扱いは5月8日以降どうなるのか。様々な場所で使われているので、要らないからといって急にゴミになると大変なことになるのではないかな。

A:パーティションを含めて今の状態は急には変わらないのではないかな。3月13日以降は様子を見ながら、従業員やお客様のマスクをどうするかを判断するしかないのではないかな。

【理事会】

以下の事項について報告・審議が行われた。

- 1 協会行事等経過報告
- 2 賛助会員2社の新規加入
- 3 令和4年度の実施事業
- 4 令和5年度政策要望等について

昨年11月30日、厳しい状況にある外食業界の生の声を自民党の農林幹部に直接伝えるべく、近藤会長は自由民主党の武部新農林部会長に政策要望を出した。主な項目は下記のとおりである。

- ①外食需要の喚起策として、全国 Go-To-Eat の再開、店内飲食への軽減税率の適用等。
- ②人手不足の深刻化に対応し、多様な外国人材の受入推進と、パート主婦に対する103万円非課税限度額の引き上げ。
- ③諸物価高騰に対応した食材、電気・ガス代への補助（もしくは価格上昇の抑制）。
- ④クレジットカード手数料の引き下げ。

これに対して武部農林部会長からは以下のような回答を頂いた。

- ① Go-To-Eat は、各自治体が地方創生臨時交付金を活用して実施することは考えられる。
- ②外食産業の技能実習制度はいろいろご相談いただきたい。103万円の非課税限度額については引き続き議論していきたい。
- ③クレジットカード手数料の問題は民間と民間の話だが、国の方針であるキャッシュレス化推進の障害となるようであれば問題なので実態を調べたい。

なお電気・ガス価格への補助に対しては、令和4年度補正予算で激変緩和措置として予算が確保された。

- 5 新型コロナウイルス感染症 感染症法上の位置づけ変更について
- 6 短時間労働者に対する社会保険の適用拡大問題
昨年10月25日に社会保障審議会年金部会が開催されたが、学生および週の所定労働時間20時間未満の労働者への適用拡大は当面議論ならず、現状維持(学生は除外のまま)となる見込みである。
- 7 外国人技能実習制度・特定技能制度について
- 8 クレジットカードの手数料問題について

9 インボイス制度について

10 その他

近畿ブロック協議会

2月24日 新大阪ブリックビル（大阪府大阪市）

2022年度第2回目のJFブロック協議会が2月24日近畿ブロックから始まった。近畿地方の会員社を中心に約60名の参加を得た近畿ブロック協議会では、肥田木康正協会副会長（康正産業株式会社代表取締役社長）の講演が行われた。

アフターコロナに向けた康正産業(株)の経営戦略 肥田木康正 協会副会長

外食産業は観光業界と同様に裾野の広い業界だと思う。お客様の対象が幅広く、分け隔てなく様々な人々が来店する。このことは心強い特性であると言える反面、ごまかしのきかない仕事だとも思う。



当社は鹿児島、宮崎、熊本、大分の4県で回転寿司や和食、焼肉業態の直営店とFC店を併せて10業態50店舗を展開している。親子3世代で来店するお客様が多いことから、幅広い層に受け入れられる複数ジャンルのメニューをそろえている。鹿児島は隣国との距離が近い地域のため、地方都市にも関わらず、釜山、上海、香港、台湾からの直行便がある。近年はゴルフと温泉を目的に来日する外国人観光客がかなり増えており、当社は約8年前から寿司屋体験のできる寿司学校を本社のそばで始めた。職人のユニフォームに着替えて寿司を握った後、その格好のまま記念写真を撮り、体験後にラミネートした卒業証書を本社でお渡しするととても喜んでもらえる。

茶道体験教室も開いている。鹿児島には薩摩焼の沈壽官窯（ちんじゅかんがま）がある。この窯は豊臣秀吉が二度目の朝鮮出征から帰国する時に連行された朝鮮技術者が始めたという苦い歴史がある。この陶芸の技術は初代から一子相伝で十五代に渡って沈壽官家に受け継がれ

ており、その第十五代沈壽官に茶道体験教室で使う茶碗の監修をお願いしている。教室での体験を通じて鹿児島の歴史や文化に触れていただく機会にもしている。

昨年、「第12回全国和牛能力共進会」が鹿児島県で開催され、「鹿児島黒牛」が全9部門のうち6部門で1位（農林水産大臣賞）となり、鹿児島県人は鹿児島黒牛を訴求しやすくなった。鹿児島には黒の文化があり、黒牛、黒豚、黒さつま鶏をインバウンド客にアピールするために、イメージキャラクターを作っていくことも検討されている。

コロナ禍で起きたこと

直近の1年で言えば、新型コロナ感染者数の増加により営業日当日に店舗を開けられない事態が発生した。前日の深夜にコロナに感染した、あるいは濃厚接触者になったとの連絡が入り、出社できない社員が続出し、お客様にご迷惑をおかけしてしまった。

鹿児島の風習で、部活動などの決起集会、激励会のような位置づけで「栄養会」と呼ばれる会合がある。コロナで法人需要が失われても、これでなんとか凌げると思っていた。しかし、第7波で学級閉鎖が相次いだことでその需要も失われ、ついには今までに多くの投資をした2店舗を閉店せざるを得なくなった。人間の優れた能力として忘れる力があり、それによって人は前を向いて再び歩き出すことができると聞いたことがある。しかし、当初は売上が減ったことに自責の念を持っていた社員も、だんだんとその状況に慣れてきてしまい、若い社員は将来への不安を募らせ、よくないムードが広がり始めていた。今ようやく、人が集まる行事が以前のように戻ってきた。これからはアフターコロナに向けた会社の舵取りを考えていかなければならない。コロナで受けた会社の痛みは大きく、金融機関から山のように多くの借り入れを行い、その返済がこれから始まる。そうした中で、当社では外食の価値を定義し直し、今後どのように位置づけていくかについて議論している。

人材確保の取り組み

最近は大學生がめっきり入社しなくなった。専門学生・高校生の多くも大都市での就職を希望しており、外食産業を敬遠する傾向も強まっている。オンラインで採用活

動が広がり、遠方の学生とも面接ができるのは良いことだと思うが、実際に会って見ないと相手の本質は分からないので、対面は重視していきたい。業務のデジタル化はコロナ禍で導入が進んだが、今後これをどのように捉えていくべきかを考える必要がある。

焼肉業態の店舗に、様々な年齢の子供を含むとても賑やかな団体のお客様が来店されることがある。関心を持って声をかけると、児童養護施設の子供たちで、施設を卒業する子供たちを祝う年に一度のイベントとして来店していた。そこから縁ができ、児童養護施設で手洗いの勉強会や寿司学校体験などの支援活動を始めた。「テレビを見ること以外あまり楽しみのない施設の子供たちの、笑い声があふれる光景は珍しいですよ」と喜んでもらえ、双方にとってありがたい取り組みとなった。鹿児島県には14の児童養護施設がある。施設で育つ子供たちは、親のネグレクトによる育児放棄やアルコール依存症によるDVなど、家庭環境が破綻している例が多い。一度社会に出てしまえば厳しい荒波に揉まれて生きていかなければならないが、卒業を迎えても就職先が決まらない場合も多く、そんな子供たちの支援になればと、自社に就職してもらい取り組みを始めたところ、5人の採用につながった。就職後に結婚、出産の報告を受け、家族のありがたみを感じてもらえた時は、とても感慨深いものがあった。

また、入社後の定着を図る取り組みとして、内定式にご家族を招き、食事をしながら会社の説明をし、質問に答えている。今年は入社予定10名のうち8名の親御さんが参加したが、すでに当社のことをご存じの人が多く、食事は盛り上がった。会社が新入社員をフォローするのはもちろんのことだが、入社直後に誰もが経験する悩みを親御さんにも伝え、支援をお願いしている。その他にも、入社1年後の社員が就職活動に関わってくれた先生やお世話になった方を招待し、料理を作ったり提供したりする取り組みも行っている。

SDGsの取り組み

コロナ禍で外食の仕事が否定されているような思いに駆られ、社員が誇りを持って働けるようにとの思いからSDGsにも取り組んでいる。当社にとってのSDGsは食を通じた取り組みが大前提となる。新たな資金を投資する余裕はないため、会社の規模に見合う範囲で、社員

の仕事への誇りと売上につながるSDGsをテーマにしている。例えば食材加工の工程で出る1日100kgのキャベツの端材を鹿児島市平川動物公園に提供しているのもその一例で、あるとき社員が「焼肉をいっぱい売っているから動物に餌をあげられるんだよ」と子供に誇らしげに説明したというエピソードもある。

SDGsの目標の中で「貧困をなくそう」、「飢餓をゼロに」、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」、「つくる責任つかう責任」の4つを基軸とし、店舗の営業を通して状況に応じてその他の目標にも取り組んでいく。

地産地消と環境保護のSDGs

コロナ禍において、マイクロツーリズムと呼ばれる近場での旅行や観光が提唱された。知っているようで知らない地元の良い食材を掘り起こし、地元住民に伝えることは地産地消につながる。近距離から仕入れた食材であれば、運送により発生するCO2排出量を抑制できる。環境負荷の指標の一つであるフードマイレージ（食料の量と輸送距離をかけ合わせた環境負荷）の観点から、人と社会、地球環境を考慮したエシカルメニューとして打ち出すことができる。ほかにも、新幹線の空席を利用して食材を輸送すれば、CO2の削減に貢献した食材ということで商品価値が上がり、そのうえ他地域の食材も新鮮な状態で仕入れることができる。

地魚の消費拡大にも取り組んでいる。魚食の普及拡大を目指して魚のさばき方教室も開いている。鹿児島は魚種が豊富だが、ロット数が足りない、形が小さくさばくのに手間がかかる、見栄えが悪いといった理由で捨てられる魚が多い。そんな中、鹿児島市の餃子の購入額が昨年全国4位と多いことに着目し、地元でとれた未活用・低活用の魚をミンチにして水餃子の具材にした。お客様が食べるだけで地産地消とフードロス解消に貢献できる。今後は鹿児島ぎょうざ協議会と連携して餃子スープを販売したい。生産者の支援にもつながるエシカル消費を打ち出していきたい。ラーメン業態ならワンタン、寿司業態であれば茶碗蒸しに使うなど、全ての業態で地産地消を推進していくつもりだ。社内ではまだエシカル消費という意識はほとんど浸透しておらず、どのように伝えていくかが課題だが、若い世代にはクラウドファンディング、上の世代には赤い羽根募金に例えて、社会に優しい消費、何かに貢献できる消費だと伝えている。

地産地消では、一般社団法人^{こしきしま}甌島社中とも連携している。鹿児島からフェリーで1時間の甌島にある甌島社中は、高齢化と後継者不足により衰退していく島の水産業の現状を打開しようと、26名の水産業者が立ち上げた団体で、魚メニューの提案等を通じて地産地消に取り組んでいる。11月3日～7日の「いいさかなの日」には離島フェアを打ち出し、甌島の魚をふんだんに使った「甌島三昧定食」や島の名産のアロエを使ったお酢のドリンクをアピールする、ワーケーションにふさわしいホテルや民泊のチラシを配る、甌島の商品を販売するスペースを設置するなどを企画している。

今後の目標

今後も主要な取り組み項目を決め、現場と本部の数値目標をそれぞれ設定する。定時観測と評価を行うことが一番たいへんだと思うが、これまでの食品リサイクルの取り組みから、食品残渣を水切りして重量を量る習慣が定着したので、今後も継続していく。

SDGsの取り組みは売上に結びつかず、経費支出がほとんどなので、まずは経営トップが「やるぞ」という意思を社員に明確に示す必要がある。大企業でなければ専任担当者を置くことは難しいので、兼任で環境業務を担当する人員を配置し、まずは社内の理解を浸透させ、最終的には自社の環境対応の取り組みをお客様に伝えていく。過去に環境問題への取り組みとして、食品残渣を液体飼料にして養豚場に提供し、リサイクルループを築いたことがあるが、お客様への説明で食品残渣という単語を分かりやすくするために、「店舗の生ゴミ」と伝えようと、そんなものを食べた豚を我々は食べさせられているのかと怒るお客様もいた。群馬県には「おかえり豚」と名付けて流通させた事例があるが、良いことをしていても、どのようにお客様に伝えていくかは課題として残る。現在はエコの取り組みを伝える「エコトン」というキャ

クターを通じて、「単品商品には箸やおしぼりは提供していません」とSDGsに関する取り組みをお客様に伝えている。

SDGsの取り組みには継続が重要である。新入社員の教育では、まずはやれることからリーダーを決めて取り組んでいくようにと言っている。今年は新入社員をグループ分けし、2023年SDGsアワードとして一番良い提案をしたグループを表彰し、SDGsを継続するための原動力にしていきたいと考えている。鹿児島市が募集している「かごしまSDGs推進パートナー」にも応募し、SDGsの推進に取り組む企業として登録もされた。

ようやく、外食を通じた様々な取り組みや、情報発信ができるようになってきた。これからはSDGsで社員が元気になり、励みになる取り組みをしていこうと言っている。新入社員に対しては、「来店するお客様の表情を観察し、笑顔の人を見つけたなら、その理由の1つは自分自身が頑張った結果によるものだと思って構わない。そのことを自身の自信に変えていきなさい」と伝えている。

当社では、サービスとは言われたままに行うことと位置づけている。一方、ホスピタリティは、例えば小さな子供や高齢者など大きな口を開けることができない人たちに料理を小さく切って提供するなど、押しつけがましくならないように、自分たちの経験からできる範囲で相手に喜んでもらえることをすることだと言っている。潜在しているホスピタリティと顕在しているサービスをしっかりと組み合わせ、お客様に接していくことだ。

いよいよ長かったコロナ禍が明けようとしている。元来、外食に期待されている食事を通して、人と人が出会う楽しい場面をこれから思う存分に提供していきたい。



一般社団法人甌島社中

本店 鹿児島県薩摩川内市里町里 3463 番地 1

法人設立 2022 年 8 月

甌島のブランド向上を目指し、漁協に頼らずに
自ら魚の販路を開拓しようと立ち上げた

事業開始 2022 年 10 月

康正産業（株）のSDG sに関する取り組み

2023年2月現在

～SDGsの取り組み『食育』～



康正産業では、『食育』を通じてSDG sに取り組む活動を行っています。

- ① 寿司学校 … 社員が先生となり、寿司握り体験を行っています。実演・体験・実食を通じて『食』の大切さ、つくる楽しさを学ぶことができます。海外の方もたくさん参加しています。
- ② 茶道教室 … 霧島の大地で育てられた全国でも希少な抹茶「抹茶プレミアム」をご用意し、茶道師範による茶道教室を行っています。体験後は、季節の懐石料理を楽しみます。
- ③ 手洗いマイスター … 手洗いマイスターの資格を持った社員が、各店舗や地域の施設に出向いて手洗い講習会を行っています。手洗いの大切さや食中毒予防、衛生に対する知識を学びます。

『食』を通じて飲食業に関わる楽しさや夢を持つきっかけを提供しています。

～SDGsの取り組み『フードマイレージ』～



康正産業では、『フードマイレージ』を通じてSDG sに取り組む活動を行っています。

- ① 地産地消 … 寿司まどかでは、近隣の市場より地元の魚を店舗へ直納し、店舗で捌いた新鮮な魚をお客様に提供しています。
- ② 配送の効率化 … セントラルからの配送トラックの稼働台数・走行距離・時間が少なくなるように精査して配送ルートを決めています。現在は、配送トラックの便を無くしていくことを念頭に、取引先様からも店舗へ直納をしています。直納便にすることで、セントラルの冷蔵庫・冷凍庫の稼働台数を抑え、環境負荷を減らします。

『フードマイレージ』に取り組むことで、環境にやさしい会社を目指しています。

第80回 J F 米国研修

5月20日(土)～27日(土)

東京(羽田)発 シカゴ⇒ニューヨーク 6泊8日

- 3年ぶりの J F 米国研修です。早くからウイズコロナで経済を廻してきた米国の外食産業を視察します。
- シカゴでは世界最大級の外食産業見本市「NRA ショー」を見学します。コロナ以降の商品・サービスに注目し、今後のトレンドを探ります。
- NY ではマンハッタン、ブルックリン等で人気のファーストカジュアルチェーンや、話題のディナーレストラン、グルメスーパー等を視察し、米国フードサービス市場の変化を体感します。また、現地レストランのオーナーやシェフとの交流も予定しております。

研修の主なポイント

3年ぶりの開催です

- コロナに負けず規模を拡大し続ける 9970 億ドルの米国外食市場の活力
- コロナ以降の消費行動にビジネスチャンスを見いだした新しいコンセプト
- 特色の異なる食品小売施設の競合と共存
- 食の消費トレンドと外食企業の対応
- ESG (環境・社会・ガバナンス)・SDGs などの社会的要請と法規制への対応
- ホスピタリティを重視した従業員教育

★参加費用 会員価格 1人 598,000 円 (エコノミークラス・2人部屋の場合)

国際線は J A L 便の予定 (燃油サーチャージ・空港諸税込み)

シングルルーム希望の場合は、別途 158,000 円の追加料金

出発 1 週間前までに新型コロナウイルスワクチン 3 回以上の接種証明が必要

なお今後の情勢により運用が変更になる場合があります。

★オリエンテーションセミナー 4月27日(木)14:00～18:00 (J F センター会議室)

研修が効果的・効率的に行われるよう、渡航前に懇親を兼ねた事前セミナーを開催します。

日程

	日付	曜日	訪問都市	主な行動予定
1	5月20日	土	東京(羽田)発 シカゴ着	羽田空港午前9時集合 結団式 郊外の成長カジュアルチェーン/大型食品小売施設視察 シカゴ現地セミナー/ディナーレストラン視察
2	5月21日	日	シカゴ	N R A ショー視察、ダウンタウンのディナー市場・ シカゴ市内成長カジュアルチェーン等 自由視察
3	5月22日	月	シカゴ発 ニューヨーク着	ニューヨーク現地セミナー ファインダイニング視察
4	5月23日	火	ニューヨーク	現地セミナー、ファインダイニング視察 外食朝食マーケット/ベーカリーカフェ視察 中食市場/外食各業態店舗/最新商業施設等の視察 (マンハッタンとブルックリンのフードホール、グルメスーパー、S M 等)
5	5月24日	水		各種成長カジュアルチェーン/ディナーレストラン/日本食マーケット の視察、現地企業・シェフとの交流)
6	5月25日	木		まとめセミナー、自由視察 (オプションルツアー)
7	5月26日	金	ニューヨーク発	ニューヨークから羽田空港へ (機内泊)
8	5月27日	土	東京(羽田)着	羽田空港 16:30 到着予定、解散

JF新入社員研修

自社の新入社員及び中途入社社員の研修プログラムの一環としてご活用ください！

外食産業のフレッシュマンを対象に、ホスピタリティやQSCなどフードサービスビジネスに必要な心構え・基礎知識を学びます。また、参加者同士でワークショップを行い、これから同じ業界で働く仲間と共にコミュニケーションの重要性やフードサービス業で働く意義、本質、社会的役割などを共に考え、共に学びます。

■ 日 時 「清水」講師コース 4月4日(火) 10:00～17:00

「力石」講師コース 4月5日(水) 10:00～17:00

Zoom 受講対応

■ 会 場 (一社)日本フードサービス協会 JFセンター会議室(変更の場合があります)

■ 対象者 清水コースは2023年度に新卒採用された社員および中途入社社員

力石コースは2023年度に新卒採用された社員

■ 受講料 1人8,000円(税込) 引率者は一名様まで無料です。

■ 申込締切 3月27日(月) ただし、定員になり次第、締め切らせていただきます。

■ 持参品 筆記用具、ノート、計算機、マスク(予備含む)

■ 昼 食 各自会場周辺でおとりください。

「清水」講師コース 4月4日(火)

- オリエンテーションとアイスブレイク
- フードサービス業はホスピタリティビジネス
- 【コロナ禍で変化する生活者の価値観】
- フードサービス業の対応とビジネスチャンス
- 【ホスピタリティでマインドシェアを確保する】
- ハッピーな仲間がハッピーなお客様を創造する
- ワークショップ:映像学習
- 【経営理念の重要性と顧客接点での生かし方】
- ホスピタリティとその表現
- 組織の一員として「あなたの役割」
- フードサービス業の概要
- フードサービス業5つの特性とQSCの重要性
- フードサービス業の変遷と現状について
- 自社の経営理念と顧客接点での生かし方
- 「ホウレンソウ」の重要性と実践
- 気づきのキーワード「楽・正・早・安・美」
- まとめ フードサービス業のプロとして

「力石」講師コース 4月5日(水)

- オリエンテーション
- フードサービス業に携わる人間としての意識の在り方
- ・我々の仕事の社会的な意義、使命、役割
- ・今時代は外食産業からホスピタリティ産業へ
- ・質の向上(本質・原点・基本の重要性)
- サービスの原点
- ・ホスピタリティとは
- ・コミュニケーションとチームワークの重要性
- イントロダクション
- 「A」時代は心の時代 映像視聴/時代の方向性
- ・キャッシュの法則
- 私たちの仕事を理解する
- ・仕事の目的・私たちが提供する価値とは(食の3要素)
- ・スタンダードとブランド
- ホスピタリティ事例の共有&個人ワーク
- 【ワーク】「お客様に喜ばれるお店」を実現するために
- ・学びの4ステップとジョハリの窓
- まとめ
- ・至誠を貫く ・当たり前の3つのこと ・本物とは

「清水」講師コース

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



国際観光専門学校経営学科卒業(在学中・英国ホテル研修、欧州ホテルレストラン視察)、(株)万世入社。銀座モンセニールでマネージャー、(株)ブレインでプランナー・マーケティングディレクター経験後、1979年シズラー・ジャパン本部スタッフ(米国シズラーで本部経営管理・トレーニングシステム研修)。1988年、現研究所を設立。26年間、亜細亜大学経営学部ホスピタリティ・マネジメント学科非常勤講師。主に外食企業などホスピタリティビジネスへのコンサルティング、セミナー講師として活躍。コンサルティング実績は500社を超える。著作に「フードサービス攻めのシリーズ」として計数管理、マネジメント、組織・人材育成、成長戦略、メニュー戦略、「ホスピタリティコーチング」「ホスピタリティマネジメント」など多数。

「力石」講師コース

力石 寛夫氏

トーマスアンドチカライシ(株)代表取締役



早稲田大学、米国ボールスミス大学ホテル・レストラン経営学部卒業後、米国にてマネジメントトレーニングを受け、帰国後の1972年トーマスアンドチカライシ(株)を設立し、ホテル・外食・レジャー企業に対するコンサルティング活動を行う。1988年教育訓練専門会社ホテルアンドレストランインスティテュート(株)(現社名:トーマスアンドチカライシ(株))を設立し、人材育成に力を注ぐ。

松澤 宏至氏

(株)ノーヴァス&ホスピタリティカンパニー代表取締役



ロイヤルグループの「ロイヤルホスト」で店長・支配人・地区長・教育企画責任者を歴任し、業績不振店舗の立て直しや社内コンテスト等で数多くの実績を残す。2006年、フードビジネスコンサルタントとして独立。「ホスピタリティ」をキーワードに、共感を呼ぶ「商品づくり」、「店づくり」、「人づくり」のできる「自立型人材」の育成とともにサービス業へのコンサルティング型・コーチング、業態開発コンサルティングを行う。



地域の皆さまとともに。

弊社は、地域密着を行動指針の一つとする企業経営を行っており、弊社およびグループ企業にて培ったノウハウを活かし、地方創生における「まち・ひと・しごと」の各分野において地域社会、地域企業のお役立ちに向けた支援を行っております。



広域法人開発部営業第二課 〒103-8250 東京都中央区日本橋 3-5-19 ☎03-5202-6605

JF ジェフマンズリー

2023年3月号

定 価／1,000円（本体価格910円）

発行日／2023年3月27日

発行人／近藤 正樹

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 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/>