



一般社団法人 日本フードサービス協会

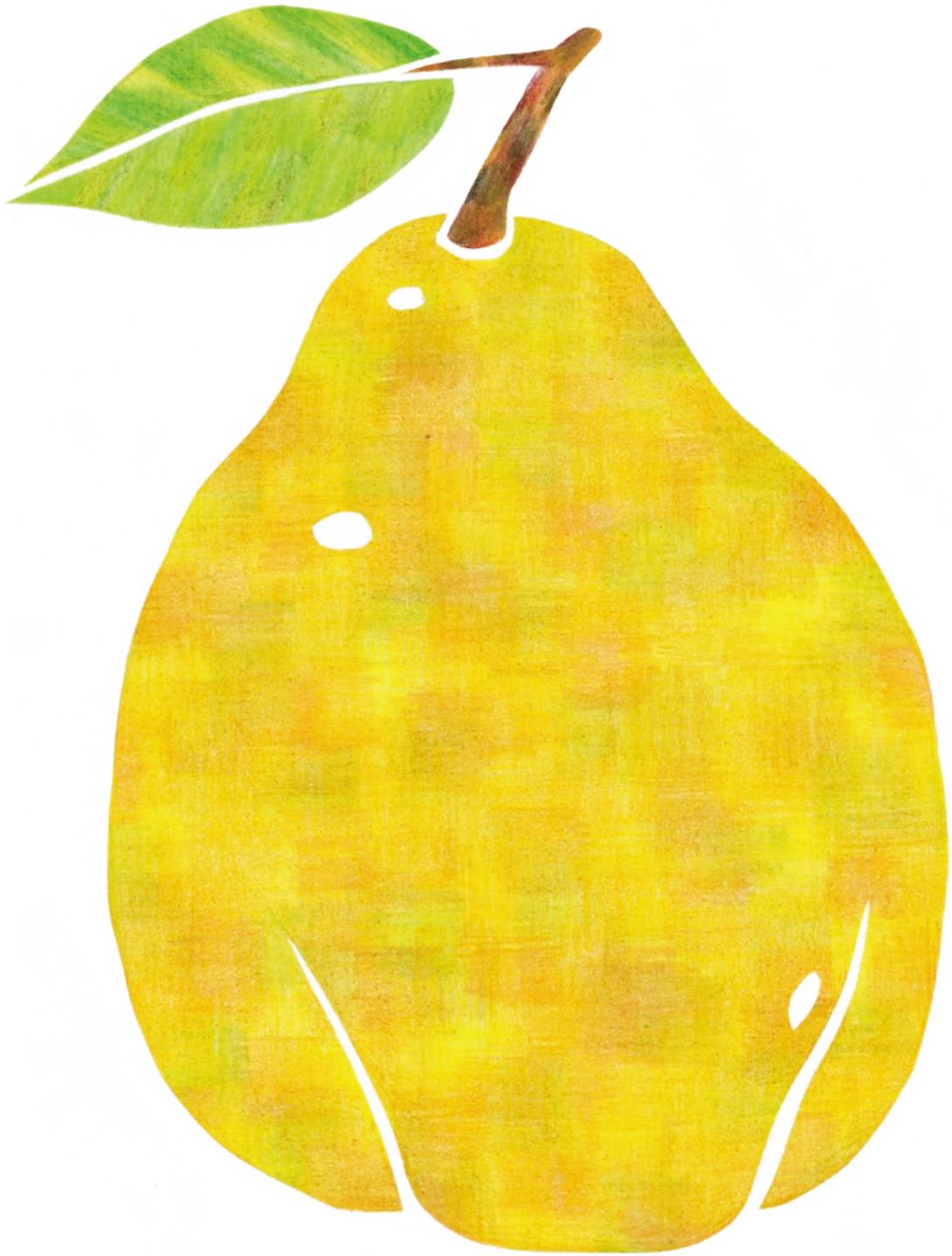
ジェフマンスリー

特集 第4回 外食産業の新メニュー開発セミナー

2023

10
/ 11

2023 October / November No.490





一般社団法人 日本フードサービス協会

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。

- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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11月10日発行通巻490号(毎月1回発行)

目次

P.1

巻頭言 弊社の SDGs への取り組み

P.2

特集 第4回 外食産業の新メニュー開発セミナー

P.8

産地見学・商談会 北海道

P.11

JF TOPICS (協会活動報告)

外食産業店舗マネジメント研修 基礎編(9月5日)

常任役員会・理事会(9月7日)

国産ジビエ商談会(9月12日-13日)

第81回 JF 米国研修 2023年秋期(10月14日-21日)

新入社員フォローアップ研修(10月5日)

P.20

インフォメーション

JF フードサービスパートナーズ商談会 2023 出展社一覧

P.24

市場動向 7月度・8月度

卷頭言

協会副会長
肥田木 康正
康正産業株式会社
代表取締役



弊社の SDGsへの取り組み

鹿児島市には環境学習・環境保全活動の拠点として「かごしま環境未来館」という施設があり、市民が環境に配慮した生活や行動に踏み出す支援をしています。弊社の「寿しまどか」という回転寿司店舗も、この未来館で、親子で地元食材を使ったお寿司づくりの共育講座を開催しています。「自然と共生しゼロカーボンを進めるまち」の実現に向けて、みんなが「共に育つ（共育）」ことや、「人の輪をつくる」ことを目的とする講座です。

鹿児島県には海のもの・山のものをはじめ数多くの美味しい食材がありますが、身近すぎて見落としがちです。この共育講座を通じて地元食材の魅力が再発見されることがゴールです。子供たちが自分でお寿司を握って食べる体験を通して、外食産業の楽しさを知る職業体験の場でもあります。また、手洗いをはじめとする「食品衛生の基本」を学ぶ場もあります。寿司づくりは、お酢のもつ「殺菌効果」や「防腐効果」など日本食の知恵を知る機会でもあり、ご家族の思い出の場所としても人気の講座となっています。そして何よりも、「お寿司の先生」として参加する弊社の従業員が、人の役に立つことを実感できる場所になっています。

これからは「豊かな海を守ろう」というSDGsの視点も導入し、「未利用魚」や「低利用魚」を活用したエシカル消費と、地球温暖化を防ぎ未来の魚資源を守ることへの理解促進に努めてまいります。恵まれた海洋環境を有する我が国では、多種多様な魚が漁獲され、地域ごとに魚食文化が根づいています。水産庁は魚食の普及促進のために、昨年11月から毎月3日から7日の5日間を「さかなの日」に制定しました。そのコンセプトは「さかな×サステナ」で、「さかなを食べよう！」と呼びかけています。環境にも配慮しながら、生産者や流通業者、外食産業、消費者をつなぐ活動が始まりました。弊社も参加しており、これまで未活用であった魚の水餃子などが開発できました。私たちは外食事業の運営を通じて、食の提供で地域のお役に立てるようになれるはずです。この講座の開催回数はまだまだ十分ではありませんが、さらなるブラッシュアップを目指します。今、アフターコロナで外食のおいしさ・楽しさ・素晴らしさが再認識されています。地域の皆さんのために、地方の外食産業でも食を通じてできることにしっかりと取り組んでまいります。

特集

第4回

外食産業の新メニュー開発セミナー

【東京】9月27日（服部学園）

【大阪】9月29日（辻調理師専門学校）

新メニュー開発セミナーは、食材研究分野の第一人者として知られるパリ・サクレー大学のラファエル・オーモン教授、およびティエリー・マルクス銀座店で総料理長を務め、

現在は沖縄のアルカシルカの総料理長である小泉敦子氏を講師に迎え、物理的科学的原理を利用して分子レベルで食材や食感を変化させる「分子料理」を学び、

SDGsにもつながる未来の食を考えるセミナー・シリーズである。

4回目となる今回は、素材が持つ味や香りの特性から食材を組み合わせる「フードペアリング」の理論の実践として、会場で4品の料理が実演された。

参加者は東京会場65名、大阪会場40名であった。

以下はオーモン教授と小泉氏の通訳による調理実演の概要である。

はじめに

コロナ禍前とコロナ禍後では料理のあり方が随分と変わっている。エコロジーの面でも、また物価高騰を反映したエコノミーの点からも、変化している。今までにはレストランに料理人がいて、料理を作って出すことで完結していたが、これからはどのように出すかがより重視される。

9年間ともに仕事をしてきたティエリー・マルクス氏が1年ほど前にパリに新しく作った店は、食の未来を考えられる設備を全て備えている。コンセプトは“engager”（アンガジェ）、つまりエンゲージメント（注社会問題への積極的な関与など）である。まず、ごみを出さないことを重視し、生ごみの使い道を細かく分けてごみを出さないようにする。例えばカカオの一番外側の果皮はパウダー状にして固めて再利用するなど、今まで使わなかったものも組み合わせて新しい物として利用する。最終的なエンゲージメントは、レストランや飲食業は社会的に何ができるのかを考え実践することである。

フードペアリングとは

今までになかった食材同士の掛け合わせによって、新しい感動、新しい体感をお客様に感じていただく。ものを食べた時、私たちはまず舌と鼻で感じる。ヨーロッパではまだ味覚は甘味、塩味、酸味、苦味の4つが主流

で10～20年前から5番目の味覚として旨味が、また2016年頃からは油脂を感じる脂肪味が6番目の味覚と言われるようになった。

香りは明確に区分できるものではなく、何かと何かが合わさった総合的なものだ。例えばチョコレートは5～6種類の香りが合わさったものである。洋梨とチョコレート、薔薇とキイチゴとライチ、丁子とシナモンは、同じ要素の香りを持ち、それぞれ相性が良いので食材としても合う。例えばイチジクはオレンジと合う。また、ヒラメとミモレットもオレンジと同じ成分を含むことが分かったのでイチジクとヒラメも相性が良いことになる（下図）。



トマトと相性の良いものとして昔からバジルやモツァレラがあったが、これを分析手法でたどっていくと煎茶、バニラ、ソラマメ、レモンなどが見つかる（次頁上図）。



このようにして新しい組み合わせで料理を作っていく。同じトマトでも色の違いで含まれている栄養素が違う。色で分けた場合、赤いものはリコピンが多く、スイカやイチゴ等は同じ色、香りのファクターがあるので甘味も旨味も感じやすい。それが黄色になると、ベータカロテンが豊富で甘味を感じやすく、緑色になるとクロロフィルを多く含み苦味を感じやすくなる（下図）。



したがって色で食材を組み合わせていくという方法もある。甘みを感じやすい黄色のトマトに、同じ黄色のパイナップルやカボチャを入れると、見た目にもきれいで味の面でも合わせやすい。緑色ならば苦みのある野菜との組み合わせが良い。

調理実演（プレゼンテーション）

本日の講習のために食感や色の組み合わせを考えて以下の4皿を考えた。

①牡蠣と日本酒とライチの料理

（カプセル化とペアリング）

フランスでは牡蠣はエシャロットやレモン、ビネガーなど強い味のもので合わせることが多いが、牡蠣を分析

していくと、花に近い香りが含まれている。それをレモンやエシャロットで消してしまうのはもったいないので、ライチを添えて華やかな香りの物を作ろうと考えた。
ねばねば

まず昆布からとれる粘々を凝縮してカプセルを作る。牡蠣のだしを入れて、ミントのシロップの中に昆布のヌメリ成分を入れる。カルシウムと昆布の成分が反応したときに、ジャムのペクチンのような皮を作つて、中の液体の周りに皮が張るようにする。噛んだ時に口中ではじける感じだ。このやり方で日本酒とライチと牡蠣のカクテルを作っていく。シリコンの中にライチのジュースと日本酒と昆布のぬめりを混ぜ合わせる。-196°Cの液体窒素で瞬間に周りを固めると、中のカルシウム成分によって瞬時に皮が出来、カプセル化して安定した丸い皮が出来る。手早く作業をすることで、薄くてしっかりした膜が出来る。時間がかかりすぎて周りの皮が厚くなると、味のない部分が多くなって食感が悪くなり、美味しいしない。手早くカルシウムの中に落として、薄く、かつ、強固な膜を作ることによって、中に完全な液体が閉じ込められる（下の写真）。



このテクニックを応用すれば、大体どんな大きさのものでも同じように作ることができる。例えば生菓子であれば、中にキャラメルソースやカスタードソースを閉じ込めて、デコレーションとして綺麗なだけではなく、お客様がそれを割つて中のソースを上からかけるといった応用的な使いができる。

次に、カルシウム溶液にくぐらせたライチを日本酒に漬けておくと、浸透圧で日本酒が中に入り、日本酒の香りも入ったライチのカプセルとなる。先ほどとておいた牡蠣のジュースとライチのジュースをシェイカーの中に入れると、ライチと牡蠣のカクテルとなる。味を想像しにくいと思うが、料理で合う要素の組み合わせは、カクテルの要素としても合う。今回は牡蠣に含まれるフロ

ーラルな味と香りを見つけてほしいとの思いから、料理の飾りには花を使っている。

また、フランス料理はアピタイザー（前菜）と一緒に食前酒を飲むことが多いので、ここではカクテルとともに一口で食べられる料理一皿を作った。ライチ、牡蠣、日本酒の3品はそれぞれシンプルなものだが、それを組み合わせることによって色々な新しい提案ができる。

以上はレストランの料理としてどういうことができるかの話だが、次に社会の環境問題として考えた時に、それをどう活かせるかというのも私の研究の一つになっている。



②ホタテと味噌、コーヒー、インスタントジャムの料理 (メイラード反応: 加熱による香ばしい風味づけ)

発酵食品の味噌を使ってホタテを料理する。発酵食品は低温でゆっくり熟成させることで旨味が多く作られ、それが日本の旨味の素になっている。これになぜコーヒーが合うかというと、コーヒーは焙煎することによって香ばしさと旨味が出る。焙煎は30分ほどと早いが、味噌は例えば1年半、2年、3年といった熟成期間があり、両者の期間は全くちがうが、旨味の構成は同じ。分析していくと、コーヒーの旨味と味噌の旨味は合致する。

また、コーヒーの酸味とオレンジ（柑橘）の酸味も共通項があるので、一見合わないようだが、用法、容量を守ってオレンジの酸味の良さを少し引き出してやると、コーヒーの酸味と非常に合う。（オレンジジュースの後にコーヒーを飲むといったように、直接的にぶつけてしまうと合わない。）味噌は日本人には身近だが、欧米で認知されたのは最近のことなので、研究もそれほど進んでいないが、ようやく最近になって、味噌は発酵食品で身体に良いだけでなく、なぜ花のような香りが出るのかなど、色々と解明されているところだ。

シイタケ、マッシュルーム、キノコのポワレに花のような香りがするアフリカのロングペッパーとスモーキーなロングペッパーを加え、フリーズドライのコーヒーを加える。ホタテも同じ香りの共通項を持たせるために焼いて色をつける。キノコは塩をしていないが、アクセントのためにパウダーの味噌を加えて塩分を足している。キノコの茶色、ホタテの茶色、そしてそれらの香ばしさ、味噌の香ばしさなどが、この皿に必要な旨味となる。

オレンジ（柑橘）の皮は、一番外側には香りがあり、白いところは味は苦いが、中にペクチンが入っている。これを加熱して煮詰めると、物を固まらせる要素が出てくる。果肉以外の部分が入っている器の中に果肉を入れ、白い部分から取った液体と合わせて、一つのオレンジの形に戻す。インスタントジャムは、カルシウムを添加した水とペクチンを混ぜて作る。ジャムは砂糖をたくさん使いがちだが、この時代に砂糖を大量に摂ることが身体に良いのかどうか。カルシウムとペクチンを使えば凝固作用によって瞬間にジャムが作れるので、甘味料を摂らずに食材の全てが使え、しかもごみも出ない。



マッシュルームやシイタケのようなキノコは全部一緒にして煮詰める。それとホタテとインスタントジャムとコーヒーを合わせる。そば粉は加熱して香りを出し、油と塩を加えてフライパンで焼き、飴色状になったら、上にそばの実をかける。さらにその上に旨味のついたパウダー状のコショウとキノコを混ぜて火にかける。皿の丸みに合わせたチュイルという飾りつけを付けると、下が透けて見えるような見えないような、お客様の想像力を掻き立てる（写真上）。これを食べるときは、まずスプーンで割ることから始まるので、お客様は自分が参加している感覚になる。ホタテのクリーミーな食感、キノコの食感など、5～6種類の食感がこの一皿の中にある。



オーモン教授と
小泉氏

③ フローズンティラミス（液体窒素）

今日この場で作るティラミスという有名なデザートは、いつもと違う食感とビジュアルになる。マスカルポーネで軽いクリームを作るのは通常と同じだが、今回は液体窒素を使ってコーヒーのテクスチャーを出したい。

先述のように、-196℃の液体窒素は液体から気体になるのが非常に早く、冷凍するのに非常に優れているが、危険なので使い方には注意が必要だ。

本日のティラミスは、コーヒーのフレーバーとグリーンのフレーバー、グリーンオイルの組み合わせで出来ている。ボウルに約100gのマスカルポーネと、新鮮な卵白約2個分、香りづけのバニラティストを入れてよく混ぜる。温めた牛乳にバニラを入れて香りを移す方法もあるが、今回はクリームを使い過熱をしない。ゼラチンを作つて入れる必要がなく、一つの作業の中でバニラとムースが完結するので、きちんと仕込みがしてあれば、5~6分でデザートができてしまう。

空気を多く含んだムースを液体窒素の中に入れると、周りだけ固まり、中はクリーム状のままなので、中と外の食感の違いが楽しめる。液体窒素の煙によって漂う香りも楽しめる。そして食べるときには食感を楽しめる。だんだん溶け始めてスポンジ生地のほうに浸み込み始めたら、2~3分後にまた状態が変わっていく。どこから食べても食感が変わらないティラミスと違って、ここを食べるとカリカリ、ここを食べるとクリーミィという、いろいろ楽しめるティラミスになる。



液体窒素の煙が立つ
フローズンティラミス

④ グリーンチョコレート（エスプーマの活用）

キュウリとチョコレートの組み合せと言うと、驚かれるかもしれないが、チョコレートの香りの要素を分析すると、キュウリとの組み合わせは非常に合う。チョコレートには実は相反する要素がある、例えばフォアグラなどのこってりした味と合う場合もあるし、植物性のミントやキュウリに合う場合もある。チョコレートを介在させると、脂っぽいものでもさっぱりしたものでもおいしくなる。

今回はチョコレートにワサビ、紫蘇、タラゴンの3種類を合わせてみたい。ハーブ類だけを使った植物とチョコレートの組み合せである。まずタラゴンと油を混ぜて濃いオイルにする。タラゴンは緑が濃く、一見苦そうに見えるが、加熱していないので苦みは全くない（香りは出ている）。加熱したり長時間ミキサーで混ぜると、香りが飛んでしまうことが多いが、油とハーブをパコジェットという器具で一気に掻き回していくば、香りは飛ばない。熱を持たせないで、細かく、小さく、早く摩擦することで香りが残る。この方法は、香水の抽出にも使われており、加熱しないという点がポイントだ。

オイルと混ぜた緑の液体はキュウリの皮で作っている。フランスではキュウリは日本の2~3倍くらい使われていて、皮を剥いて使うことが多い。ここでは、キュウリは皮も使うのでゴミを出さないことが可能になる。



厨房で食材を火にかけたりオーブンに入れたりすると、いい匂いがする時があるが、今日はその香り 자체を閉じ込めたいのだ。水とチョコレートを合わせて熱して香りを気化させる「蒸留」という方法で、上に上がってくる香りを含んだ水分を回収し、香りを取り出す。水は100%水で、香りは100%チョコレート。このチョコレートの香りを含んだ水をキュウリに入れる。野菜は空気をたくさん含んでいるが、空気を抜くと香りのついたチョ

コレート・ウォーターが浸み込み、チョコレートの香りがキュウリにも移る。

空気をどんどん抜いていくと、どんどん真空状態になり、液体がさらに浸み込む。キュウリはフレッシュな食感を保ったまま、チョコレート・ウォーターが浸み込んだキュウリが出来る。食べると、実物のキュウリと味が違うので、脳が戸惑ってしまう。

次に、ガトーショコラを砂糖なし、粉なし、糖分なし、加熱なしで作る。寒天を水とチョコレートで溶かし、圧力を変えて膨らませると寒天が固まって、火を使わずにガトーショコラが出来上がる。チョコレートの油脂成分と水を合わせてエスプーマ作成機に入れ、ガスを加えて乳化させる（下図）。



この機械を使うと、食材の香りをキープしたまま食材の中の空気を膨らませる事ができるので、エアリーな食感を持たせる事ができる。空気を抜き始めてすぐに食材が膨らみ始め、体積が増えていくが、寒天の繊維が固まりきっていない間は沈んでしまうので、寒天の繊維が固まるまで待つと、空気を多く含んだガトーショコラができる。品種や国によってチョコレートの特徴に違いがあるが、水とチョコレート、寒天しか使っていないのでそういう特徴をはっきりと出せる。生クリームなどが入ってくると、チョコレートの特徴が分からなくなってしまう事が商品開発ではよくあるが、これを使うとストレートに味が引き出せる。



質疑応答

問 料理には辛みがあり、辛さも料理の工夫の一つだと思うが、フランス料理ではどう考えているか。

答 フランス料理ではあまり辛み、辛さをとり入れないし、使うことはない。フランス人は舌とか、鼻に抜ける、のどを刺激するような、唐辛子系の辛い料理は苦手だが、西洋わさび（horseradish）は使う。生姜も同じで、少量使うと冷たさ（清涼感）を感じやすいので、フランス人は好きだと思う。

問 今後のフランス料理のコンセプトとか、レストランのプロジェクトについてどんな考えを持っているか。

答 具体的に組織的なプロジェクトがあるわけではないが、今はウクライナ問題が大変で、水道代、エネルギーコストをはじめ、ありとあらゆるもののが値上がりして閉店した店も多い。シェフも店も色々なことを考えて、知恵を絞って変えていかざるを得ない、まさに切羽詰まった状況だ。ごみを出さず火を使わないメニューでエコロジー重視のレストランに切り替えるなど、今までと全く違う発想を持たないとレストラン経営は成り立たない。

問 アルギン酸は昆布水の中に入っているということか。

答 昆布のぬめり＝アルギン酸である。凍らせたライチの水を液体窒素で固めて、2回ほどカルシウム水に晒し、昆布のぬめりのアルギン酸の中に落として1分ほど待ち、周りに膜を張った状態で周りに付着した余分なぬめりを取って、日本酒の中に漬け込んだ。

問 ライチ以外の食材、例えばマンゴージュースでも同じように液体窒素に入れて使うことはできるのか。

答 経験上全く問題なくライチ以外の食材でも色々な味を生み出せた。ライチの場合と同じタイミングで仕込むなら、中で溶けて混ざることは無いので問題ない。同じ香りの要素を持つ食材ならば、3～4種類を一緒に入れることもできる。

問 液体窒素が無い場合はどうするか。

答 しっかり皮の部分が冷えてさえいれば、無くても同じ手順を踏める。厨房の温度が30度を超えるとカプセルが溶け（破れ）やすく、溶けたところから違う反応が出てくる。液体窒素が無ければ、アルギン酸（昆布のぬめり成分）の入った液体を少しづつ、5滴ずつとか3滴ずつとかをカルシウム水溶液の中に落していくと、同じ原理で瞬時に反応して玉になってい

く。完全なカプセルを作るのは難しいとしても、小さいサイズであれば液体窒素はほぼ必要ない。カルシウムの中に長い時間入れると、中の液体が反応して固まっていくので、中を液体にしたい場合はすぐに引き上げる。先ほどのライチの玉は、カルシウムとアルギン酸とライチを分けていたので、周りだけが反応し、中のライチの水分は変わらない。しかし、すでに混ざってしまっているものをカルシウムに落とすと、全てが反応していくのですぐに引き上げるといい。液体窒素は必須なものではない。理論上ではこの手法でどんな大きさの物も作れる。

海洋プラスチックが問題となり、石油も今後何年採掘できるかわからない現在、新しい素材を発見していかなければならぬ。プラスチックが土に還るには500年ほどかかるが、海藻を使った容器であれば3~4日で土に還る。私が携わっている宇宙食の研究でも昆布や海藻の可能性はとても高い。

問オレンジのジャムづくりは、皮と白い部分をいっしょに煮出すことによりペクチンが出来るので、そこにカルシウム液を加えるということか。白い部分がペクチンなのか。

答白い部分に多く含まれている。りんごでは種の周りの芯に多い。柑橘ならば、外の皮から香りを抽出し、中の白い部分から凝固成分のペクチンを抽出し、それらを一つの液体に閉じ込められれば、フレッシュな果肉も含めてすべてを中に凝縮することができる。

問カルシウム液は市販されているもので良いのか。

答それで構わない。海藻のぬめり成分もカルシウムで反応してゼリー状になる。

問カルシウム＝塩化カルシウムと理解すれば良いのか。塩化カルシウムは独特の味があると思うが。

答確かに苦みがあるので、液体窒素を使って薄くするか、あるいは上質な苦みであれば、過剰な苦さを抑えられる。カルシウムは、フルーチェがプルプルになるのと同じ原理で、カルシウムである牛乳とペクチンを使うと、同じものが出来る。

問分子調理という言葉は10年ほど前に初めて聞いたが、これをビジネス化していくにあたり、設備や問題点、改善点があれば教えてほしい。

答分子調理関連機器は高額なので、触られても大丈夫な人にしか任せられない。分子調理法をすべてのレストランで導入できるかというと、なかなかそうは

いかない。なぜ分子調理が使われるようになったのか、エコロジーやエコノミーが重視される今の背景を知っておく必要があると思う。この調理が全ての料理に繋がるわけではなく、選択すべき所を選択して実践するのがよいと思う。

問分子調理については料理人としてのジレンマを感じる。うま味調味料をうま味の代替調味料として使う調理法は高級レストランで否定されている。出汁を取るのに、いわば環境負荷の高い肉や海産物をたくさん使わなければならないという考えだ。現場の調理担当者の考えはどうか。

答材料を、どの温度でどのように調理すれば最も効率よく味を出せるかの研究が必要だ。(小泉氏：科学者ラファエル・オーモンのアイデアで0から1を作り、料理人の私とやり取りをして一皿になっていくことが多かった。彼のヒントからやりとりを経てレシピに落とし込む、そのバランスを取るのが最も難しかった。通訳をしながら難しいポイントがあるのも分かっているので、それぞれのお店でやれることやれないことの折り合いを付けながら、引き出しをすこしづつ増やしてほしい。)

問オーモン先生のお勧めするフードペアリングについて伺いたい。

答10月18日に本を出す。一つの料理について分子的なところまで突き詰めるのは無理だが、分子調理について色々な研究者が複数の言語で本を出しているので、活用すべきだと思う。新しいものを生み出していくことは、昔から同じで本を買って読むということだ。ジャンルや必要な情報が変わっているだけなので、研究者の研究を利用していただきたい。





十勝管内の産地から学ぶ農畜産物の活用方法

今年度第1回目となる産地見学・商談会は、昨年10月に続いて大規模な農業が展開されている北海道十勝管内において開催された。北海道庁十勝総合振興局の集計によると、十勝管内の耕地面積は254,600haで、北海道全体の耕地面積1,143,000haの約22%を占めている。見学先の芽室町、清水町、鹿追町、音更町、幕別町の農業生産法人は、持続性と環境に配慮したSDGsの考え方方に沿った農業に積極的に取り組んでいる。

今回の産地見学・商談会は、北海道庁、(公社)日本農業法人協会、北海道農業法人協会、北海道銀行の協力のもとに実施され、JF食材調達・開発等委員会の大山泰正委員長(北海道ブロック協議会会長)、川口洋理事をはじめ会員各社より30名の参加を得た。

鹿追町
音更町
清水町
幕別町
芽室町
帯広市

Hokkaido

■第一日

① 有限会社鈴鹿農園(河西郡芽室町)

グループで236haの大規模な経営面積を持ち、小麦、ジャガイモ、大豆、小豆等の畑作物を中心生産。小麦はうどんなどの麺類に使用される秋蒔き小麦「きたほなみ」等で、需要の高まりに対応して規模の拡大を図っている。グローバルギャップ認証、有機JAS認証を取得するなど、安全・安心な農産物の提供に注力。

また、タイなど東南アジアで急速に需要が伸びているサツマイモの生産にも取り組んでいる。北海道のサツマイモは鹿児島県など主産地の端境期に出荷され、また関東地区などで発生しやすい基腐病(もとぐされびょう)などのリスクが少ないとあって、新たな産地として注目を集めている。



ベルギーのdewulf社から日本で初めて導入した自走式ボートハーベスター(ジャガイモ収穫機)は畝(うね)4列を一気に掘ることができます。



10月上旬の出荷を待つ北海道サツマイモ「紅はるか」

② 十勝清水農業協同組合(上川郡清水町)

十勝清水町は十勝平野の西部に位置し、十勝川をはじめ豊富な水資源に恵まれた山地が多い地勢的条件から、酪農、畜産、畑作などの多様な農業が展開されている。山間地域では主に酪農・畜産が盛ん。清水町を代表するホルスタイン種の雄牛を主として、生後14カ月齢~16カ月齢までに出荷される「十勝若牛」は、赤身で低カロリー、脂肪交雑が少なく、レストラン業界などから高評価を得ている。

また、にんにくは、長い年月をかけて地域の気候や土壤との相性を考慮しながら、バイオテクノロジーと生産管理技術によって開発した独自「ウイルスフリー苗」を増産し、高品質のにんにくを安定的に出荷できる体制を整備している。



十勝若牛の枝肉。枝肉総重量は330~350kgで、十勝清水町農協の子会社(株)十勝フードサービスが全量販売を行っている。



十勝若牛のうまさを引き出すために開発された十勝清水町農協のにんにくソース

③ 農事組合法人西上経営組合（河東郡鹿追町）

1975年（昭和50年）に設立され、現在9戸の生産者が約270haの耕地で多様な畑作物や野菜を栽培。離農に歯止めをかけるため、菅原賢二組合代表は高冷地や地力の低い土地でも栽培可能な蕎麦の生産に着目し、「ぼたん」という品種を看板商品として成長させた。「ぼたん」は、栽培が難しく収穫量も少ないものの、他のそばの品種と比べて香りや風味が強く、また甘みのある特徴を持つことから、関東を中心に数多くのそば店から多くの注文が寄せられている。さらに、12haの畑でキャベツも生産し、バラで出荷している。



西上経営組合が生産を手がける蕎麦「ぼたん」の生産圃場

④ 株式会社とかち河田ファーム（河東郡音更町）

時代のニーズを追い求める生産ではなく、食卓に彩りを添え、作り手が農業を楽しめる環境と健康の価値を重視した経営を実践。同社のにんじんは、独特の青臭さがなく、ほんのりとした甘味と香りを持つ「アロマレッド」種を中心栽培。選果後すぐに洗浄、保冷して品質管理を徹底。2019年からは、いま注目されているスーパーフード雑穀として農薬を使わず「十勝キヌア」の生産に取り組み、栽培総面積は50haに上る。



約30haの面積を持つ、にんじん（アロマレッド）圃場の前で集合写真

⑤ 商談交流会（帯広市北海道ホテル）

当日の農場視察後、北海道庁、（公社）日本農業法人協会、北海道農業法人協会などの協力により、畜産物、農産物、加工品等を生産・販売する道内の産地関係者（10社・団体）を交えて商談交流会が開催された。続く懇親会では参加した全生産者の商品を使った試食メニューが提供された。



出展全生産者の商品を使った
試食メニュー



鈴鹿農園提供の北海道
産小麦とにんにくを使
用了した和風パスタ



現地生産法人10
社と外食企業との
活発な商談



渋谷醸造の十勝産のキャラメルソース、
醤油味噌などの加工品



西上経営組合の蕎麦の実とそば粉



山本忠商店の業務用冷凍枝豆、とろろ、
アスパラガス



とかち河田ファームのフレッシュ人参
ジュース

⑥ 株式会社尾藤農産（河西郡芽室町）

「今日の食事を、土から考える」という理念のもと、土壤に必要な肥料（有機物・ミネラル等）を適切に与え、過剰な場合は減らしていくことによって土中の微生物を整えるなど、「土」を徹底的に探求。耕作面積 120ha に及ぶ芽室町北西部の広大な畑で、小麦、ジャガイモ、小豆、大豆、長いもなどを生産。特に、ジャガイモは「雪室貯蔵」により 2 年熟成し、糖度の高いものを出荷。同社には全国からレストランのシェフが頻繁に訪れ、産地と一緒に熱の入れ方やカットの仕方まで研究し、最適なメニューを提案している。

こうした経験から、ジャガイモに限らず、そばやうどんの乾麺、パンケーキ、ピクルスなどの加工品の販売、またブドウ生産者と共同でワイナリーを立ち上げるなど、地域と連携し意欲的に農業に取り組んでいる。

**⑧ 有限会社山本農産（中川郡幕別町）**

同社の農業の始まりは、山本博之代表の曾祖父が兵庫県淡路島より入植したことによる。135ha の規模で畑作に取り組み、仲間の生産法人 5 戸を加えると 650ha の生産規模を持つ。北海道でも有数の寒暖の差が激しい十勝平野の土壤に合わせた有機肥料を選び、長いも、ジャガイモ等の味への追求にこだわり、野菜類は自ら選別、箱詰めし、全て自社で販売している。

長いものは主に台湾へ輸出し、馬鈴薯（きたかむい、ホッカイコガネ）、だいこん、長ねぎは関東や九州に出荷するなど、国内と海外への販売を組み合わせながら業績を拡大している。



山本社長自らが開発した
ジャガイモ選別機



男爵に比べて甘さが引き立つといわれている「きたかむい」。
土壤中に生息する寄生虫「センチュウ」の被害リスクがなく安定した出荷を可能にしている。

⑦ 株式会社エルパン（中川郡幕別町）

「風土が Food を造る」という理念のもと、36ha に上る耕地では、動物の飼育環境を重視したアニマルウェルフェアの考え方などに基づき、放牧豚「どろぶた」を飼育。8 カ月間にわたり木の実や自然の土に含まれるミネラルなどの栄養分をしっかり摂取した豚は、脂の甘味・香りが良く、舌触りも滑らかな肉質を持ち、運動量が多い環境で育つことで赤身の瑞々しさが際立っている。精肉のほか、ハム、ソーセージなどの加工品も自社で製造している。



なだらかな丘陵
に広がる牧場は
総面積 36ha



牧場の休憩ス
ペースでのんび
り寝転がってい
る「どろぶた」

⑨ 昼食・反省会（帯広市平和園札内店）

平和園札内店
の外観



昼食を兼ねた反省会。
(株) 平和園の新田良基
会長（中央奥）も急遽
参加。

外食産業店舗マネジメント研修 基礎編

9月5日 JFセンター会議室

講師 清水 均 氏（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）

参加者 56名

本講座は人材・物品・計数管理といった店舗マネジメントの基礎を学ぶ“基礎編”と、予算作成・市場分析・戦略立案といった多店舗管理のできる店長やマネージャーに必要なスキルの育成を目指す“発展編（11月8日開催）”から成り、現場で活かせる実践的なマネジメント知識を体得することを目的としている。

コロナ禍を経て、食のライフスタイルの変化とともに、客層や曜日時間帯別売上構成比も変化している。FLコスト（食材・人件費）、水光熱費、包材費、メニュー価格など軒並み上昇している中で、ペントアップ需要による売上回復が今後も順調に推移していくかも定かではない。このような状況下で店舗の売上目標を達成するには、自ら課題を捉えて自主的に解決案を導き出す自立自律型人材の育成が不可欠である。

今回の“基礎編”ではフードサービス業のビジネス特性、店舗運営マネジメントとQSCスタンダードの重要性、基本的な計数管理とABC分析などを中心に学んだ。以下はその講義の抜粋である。

■フードサービス業5つのビジネス特性

フードサービス業には以下の5つの特性があり、それぞれの特性とその関連性を知ることでフードサービス業をより深く理解できるようになる。

①立地産業—出店に関する調査は大きく分けて3つ、すなわち出店する地点に関する「立地調査」、出店する地点を中心に業種・業態により商圈を設定して主に売上予測を行う「商圈調査」、商圈を主体に広範囲の地域特性や購買力などを調べる「市場調査」である。

②先行投資型—フードサービス業は一般的なビジネスと比較して出店のイニシャルコストが高く、損益分岐点売上高が高くなる。したがって立地に根づいて繁盛を継続させ、できるだけ早く減価償却を終える必要がある。そのためには、商圈内のお客様に繰り返し来店してもらう以外に方法はない。

③時期時間的制約—業種・業態と立地により繁忙期と

閑散期がある。また、人の食事は一定時間を要し、食事時間は習慣的に朝・昼・晩で異なる。例えばビジネスマンのランチタイムには時間的な制約があり、したがって一定時間の利用に集中したビジネスとなる。

④収容力の固定化—店舗面積当たりに設置可能なテーブル数（個室数）・席数には限度がある。売上高を上げようと席数を増やしてもキッチンスペースにしわ寄せがいけば、料理の提供時間が遅くなりかねない。時期時間的制約と収容力の固定化という特性を考慮して企業規模の拡大を図るには、多店舗化が必要となる。その最も効率的な戦略がチェーン化だ。

⑤労働集約型—フードサービス業は店舗当たりの売上高に限界があり、業態や店舗規模により人件費率の標準値や適正範囲は異なる。自社で基準とする顧客満足サービスを実施し、必要かつ最低限の人件費でバランスをとると、顧客満足と経営効率のバランスがとれる。

■店舗運営マネジメントとQSCスタンダードの重要性

低成長時代と小商圏化競争の中で勝ち残れる強い店長になるための条件は、オーナーシップ（経営者としての姿勢）を持って次の5つのCを優先順位に従って遂行することである。

- ①コントロール（Control）
- ②コンサルテーション（Consultation）
- ③コミュニケーション（Communication）
- ④コーディネーション（Coordination）
- ⑤カウンセリング（Counseling）

最優先となるコントロール（統制）は、年間予算計画を作成し、当初計画のとおりになるよう月次で予算統制を行い、自店の売上高と店舗貢献利益の確保・拡大を図ることである。そのためには、次の優先順位であるコンサルテーション（診察）、すなわち自店を診察し問題の早期発見と解決を図ることが不可欠となる。予算統制には、プラン（計画）⇒ドゥ（実施）⇒チェック（評価）⇒アクション（行動）⇒プラン（計画）というマネジメント・サイクルに沿った経営管理が必要だ。具体的には、四半期・月間・週間・毎日といったサイクルで計画とその実施後を評価し、誤差を探り出して行動を起こし、本来の計画に近づくように働き掛けることだ。

年間予算計画でもQSCスタンダード（基準）でも、計画や基準といった「あるべき姿」があるからこそ、実際との誤差（問題）が発見できる。それがなぜ発生した

のか、どこからどのように対応し行動すれば元の計画に近づけるのか。それを経営者レベルで捉え、問題の早期解決に導く。

並の店長とオーナーシップのある店長の大きな違いは何か。それは問題の発見から解決に至るまでの経緯や速度の違いだ。並の店長は問題が発生してから慌てて対応することが多い。これでは後手に回ってしまい、取り返しのつかないことが起こる危険性もある。オーナーシップを持った店長は少なくとも定期的に自店を診察し、問題点の早期発見に努めている。さらにレベルが上がれば、これはそのままにしておくと近い将来問題になるだろうと判断し、問題となる前に解決できるようになる。

■基本的な計数管理と ABC 分析

規模の大小やチェーン店、個店にかかわらず、各店舗には店舗としてのマネジメントが必要である。そのためには、まず自店の経営のあるべき数値目標を設定し、企業の経営方針に沿って年間実行計画（プラン）が策定されなければならない。

「営業日報」を基本計数の“点”の管理とすれば、月間の評価と分析が行える「デイリーチェック表」は“線”の管理と捉えることができる。店長として計数管理を行う場合の優先順位は、①客数と売上高のアップ、②人件費管理、③原料費管理、④諸経費管理である。日々の管理においても、この中から重点管理項目を選択し、デイリーチェック表により管理する必要がある。

また、「デイリーチェック表」の管理が“守り”とすれば、「ABC 分析」は“攻め”とも捉えられ、メニュー改正の際などにも役立つ。上位メニューの算出データをもとに発注数や製造数を調整し、品切れや商品劣化というマイナス要因を未然に防ぎ、売上アップと再来店の好循環を生み出していける。この手法は例えば食材別に支払額を分析し重点管理食材を絞り込むロス管理にも応用できるなど、あらゆる場面で活用できる。

常任役員会／理事会

9月7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】

五十嵐麻衣子農林水産省外食・食文化課課長から「ALPS 处理水の海洋放出に伴う需要対策」についての説明があった。

- 8月24日、東京電力は ALPS 处理水を国の規制基準およびWHO（世界保健機関）の飲料水基準をはるかに下回る状態で海洋放出した。
- だが中国は日本産水産物の輸入を全面的に停止し、香港も10都府県の水産品の輸入を禁止している。
- これに対し、政府は(1)国内消費拡大と生産の持続、(2)風評被害に対する内外での対応、(3)輸出先の転換、(4)国内加工体制の強化、(5)迅速かつ丁寧な賠償という5つの柱からなる水産業を守る政策パッケージを打ちだした。国内消費の拡大を図るために加工・流通業者等の販路拡大への支援として300億円の基金を設定し、水産物の需要減少等の風評が生じた場合の緊急措置として、漁業団体・飲食店等の販促プロモーションや新商品開発の経費を補助する。

【理事会】

以下の事項について報告、審議が行われた。

- ❶ 協会行事等経過報告
- ❷ 米国外食産業の現状
- ❸ 賛助会員1社の新規入会
- ❹ 令和5年度事業
- ❺ 外国人技能実習制度

労務委員会ワーキンググループ（WG）において検討された外食業の技能実習制度のあり方を整理すると概ね以下の通りとなる。

- ①外食業の技能実習は特定技能1号の能力に近い水準の人材を3年間以上育成し、中期的には小規模店舗の店長／エリアマネジャー級の人材になるようとする。
- ②ただし、現在の食品製造の技能実習生をそのまま外食に持ち込んで人材不足を補充するものではない。外食に技能実習制度が導入されたならば、上記①の水準の実習生を育てる過程において新たな受入・活用方法を確立し、人材を増やしていくようとする。

❻ 特定技能2号制度について

本年6月、外食業は特定技能2号制度の対象業種に加えられた。これにより特定技能1号で店舗業務に5年間従事した外国人材は、引き続き国内の飲食店で勤務することが可能となる。ただし特定技能2号の資格を取得するためには、外食業特定技能2号技能測定試験

および日本語能力試験（N3以上）に合格し、一定期間の実務を経験する必要がある。

⑦ 年収の壁の解消策について

パート主婦は所得が103万円を超えると夫の配偶者控除の対象外となり、世帯全体の税引手取額が減ってしまう。そのため、外食の現場では年末になるとパート主婦の就労調整が目立ち、店舗の人手不足に拍車がかかる。政府は年収の壁問題を解消するために、企業に対して2025（令和7）年の年金制度改革までのつなぎとして、企業に最大1人50万円まで助成することを検討しているが、このような一時的な助成金では根本的な問題の解決にならない。

⑧ 令和6年度政策要望について

令和6（2024）年度税制改正と政策について、政府・公明党に以下の要望を出すことを検討する。

(1) 電気・ガス・水道料金に対する支援措置

外食事業者の電力コストの負担軽減のために、本年9月末に期限を迎える電気・ガス価格の激変緩和措置を当面の間、継続延長すること。

(2) 106万円の壁は社会保障と税の一体改革で解消

サラリーマンや公務員など第2号被保険者の配偶者（主婦など）は、社会保険料の負担がない第3号被保険者として年金を受給できるが、各人が社会保険料を負担する個人事業者などの第1号被保険者からは不公平だとの批判がある。この問題を解決するために、誰もが公平に基礎年金を保証されるような社会保障と税の一体改革に着手すべきである。

(3) 設備投資への優遇税制・租税特別措置など

人手不足に対応するための設備投資等については、規模の大小に関わらず税額控除や一括損金算入等の優遇・減税措置をとることである。環境分野においては、2050年のカーボンニュートラルの実現に向けて投資促進のための手続きを簡素化すべきではないか。

(4) 交際費課税の特例化について

1人あたり5,000円以下の接待飲食費は交際費課税から外れるが、その上限を20,000円に引き上げる特例措置の延長を求める。

(5) 消費税総額表示の義務化の廃止

令和3（2021）年4月より消費税の総額表示が義務化されているが、価格表示は事業者自らが適切な表示方法を選択できるように、総額表示義務の廃止を

求める。

(6) 法人市町村民税の均等割の見直し

法人市町村民税の「均等割」は、企業の資本額により上は50億円以上、下は1千万円以下の5段階に区分され、さらにその区分ごとに従業員数が50人超、50人以下に分けられ、合わせて10段階の区分で税額が規定されている。労働集約型産業の外食産業と機械化・ロボット化が進んでいる産業で「均等割額」の設定条件は同じとなっている。468万人もの雇用を擁する外食産業は、多くの従業員がパート労働者であるという特性を考慮し、従業員数の区分を見直してほしい。

(7) 外食産業を技能実習制度の職種に追加

外国人が日本で技能実習生として外食産業の技能・ノウハウを習得すれば、出身国に出店している日系企業にとって即戦力の人材となり、当該国の雇用に貢献することにもつながることから、技能実習制度に外食産業を追加してほしい。

(8) キャッシュレス決済の増加に伴うカード手数料率の低減について

コロナ禍を契機にキャッシュレス化が急速に進んでいるが、クレジットカードの手数料率負担は外食事業者にとって極めて厳しい。さらなる手数料率の実態把握とともに、経済産業省や決済事業者などに手数料率の低減を働きかけることを望む。

⑨ 取引の適正化について

政府は中小企業が賃上げできる環境整備やエネルギー価格・原材料価格の高騰に対応するために、価格転嫁と取引適正化を進めて行くことが重要としている。協会は外食事業者間の適正な取り引きに関する自主行動計画の策定を目指す。

⑩ カスタマーハラスメント（カスハラ）対策について

外食店舗で起きている悪質なクレームや不当要求の問題は現場の生産性を低下させる要因となっている。不当要求は不当・過剰・法外な要求であり、金銭的にも時間的にも精神的にもロスしか生まれず、生産性低下を招く。我々はサービスをする側と受ける側が共に尊重される社会を目指し、悪質クレームの発生抑止に向けた法的整備の要求などを含めた活動を展開するため小売・サービス業などの業界と連携していく。

JF TOPICS

国産ジビエ工商談会

9月12日・13日 東京都豊島区池袋
サンシャインシティ文化会館 2F 展示ホール

9月12日と13日の2日間、午前10時から午後5時まで、外食品卸業界が中心となって外食産業と関連産業とのビジネスマッチングの場として商談会が開催された（主催は協会賛助会員の（株）久世）。外食品卸業界は全国の食品メーカーの多様な食材・食品を取り扱い、チェーン店だけでなく各地域の個人レストランに至るまで幅広く食材を供給している。この商談会では、我が協会はエゾシカ食肉事業協同組合（国産ジビエ認証・エゾシカ肉処理施設認証を取得した処理施設が加盟する協同組合）と連携して、国産ジビエを外食業界に紹介するコーナーを設置し、全国の国産ジビエ認証施設の紹介と試食提供、サンプル発注の受付などを行った。

なお、国産ジビエは本年もJFフードサービスパートナーズ商談会（11月15日）において「国産ジビエコーナー」に出展され、全国の施設から多様なジビエ加工品が紹介される（本誌第23頁参照）。



国産ジビエ認証制度 認証施設一覧 (令和5年8月末現在 29施設)

認証番号	認証されている食肉処理施設 29施設	認証日	所在地
1	京丹波自然工房	2018.9.7	京都府京丹波町
2	祖谷の地美栄 (いやのじびえ)	2019.1.9	徳島県三好市
3	信州富士見高原ファーム	2019.3.29	長野県富士見町
4	西米良村ジビエ処理加工施設	2019.5.30	宮崎県西米良村
5	TAG-KNIGHT (タグナイト)	2019.5.30	大分県国東市
6	宇佐ジビエファクトリー	2019.7.3	大分県宇佐市
7	わかさ 29工房 (にくこうぼう)	2019.7.3	鳥取県若桜町
8	長野市ジビエ加工センター	2019.8.22	長野県長野市
9	ゆすはらジビエの里	2019.12.19	高知県梼原町
12	東広島市有害獣処理加工施設	2020.2.14	広島県東広島市
13	清流ジビエフードサービス	2020.3.30	岐阜県大野町
14	イズシカ問屋	2020.3.30	静岡県伊豆市
17	北海道シュヴルレイユ浦臼工場 (浦臼ジビエ加工センター)	2020.10.23	北海道浦臼町
18	屋久島ジビエ加工センター	2021.2.4	鹿児島県屋久島町
19	丹波山村 (たばやまむら) ジビエ肉処理加工施設	2021.2.4	山梨県丹波山村
20	安芸高田市野生鳥獣食肉処理加工施設	2021.3.31	広島県安芸高田市
21	庄原市有害鳥獣処理施設	2021.3.31	広島県庄原市
22	朝霧高原ジビエ	2021.3.31	静岡県富士宮市
24	オーガニックブリッジ	2021.5.27	千葉県木更津市
25	美作市獣肉処理施設 (地美恵の郷みまさか)	2021.7.8	岡山県美作市
26	ジビエ食肉処理施設 大幸 (だいこう)	2021.8.5	鹿児島県出水市
27	南加賀獣肉処理加工施設 (ジビエアトリエ加賀の國)	2022.1.20	石川県小松市
28	ジビエ工房やまと	2022.3.25	熊本県山都町
29	上世屋 (かみせや) 獣肉店	2022.3.25	京都府宮津市
30	ジビエ工房茂原	2022.6.9	千葉県茂原市
31	湘南じびえ河津ファクトリー	2022.6.30	静岡県河津町
32	いかくら阿久根	2022.12.22	鹿児島県阿久根市
33	天草ジビエ倉岳 (くらたけ) 加工所	2023.2.20	熊本県天草市
34	株式会社 Mt.	2023.8.18	北海道美唄市

農林水産省資料 (<https://www.maff.go.jp/j/nousin/gibier/attach/pdf/ninsyou-45.pdf>) を基に作成

第81回米国研修

10月14日～21日 ロサンゼルス・サンフランシスコ

今年5月の米国研修（シカゴ・ニューヨーク）に続き、近藤正樹会長をはじめとする外食経営者のほか、食品・システム機器メーカー等、外食関連の多様な業種・業態関係者合わせて33名が参加し、6泊8日の行程でロサンゼルス、サンフランシスコを訪問、フードサービス市場の現場を視察した。

最低賃金の引き上げや環境問題への対応は米国外食産業の重要課題だ。ニューヨークのファーストフード従業員が起こしたストライキを契機に、全米各地で時給15ドルへの引き上げ運動（Fight for \$15）により、カリフォルニア州は他州に先駆けて最低賃金を引き上げた。州内

の各自治体が制定する最低賃金は全米でも最高水準にあるが、ニュースム知事は9月28日、ファーストフード業界の最低賃金を2024年4月から時給20ドルに引き上げる州議会可決法案（AB1228）に署名した。

また同州では、記録的な暑さや頻発する山火事、干ばつ、海水面の上昇などが大きな問題となっている。その主な原因は温室効果ガスと見られ、州全体が有機性廃棄物のリサイクルと余剰食品の回収に取り組んでおり、飲食店経営の現場にも大きな影響を与えている。以下はこのような変化にカリフォルニア州の外食市場がどのように対応しているかの例である。

ロサンゼルスの日本食市場

Shabu Shabu House (しゃぶしゃぶハウス)

ダウンタウンのリトルトーキョーで開店前から連日行列ができる人気店。高品質のアンガスビーフを食品卸から直接買い入れ、カウンターに一人用の鍋を置き、個々人で食べる方式を導入することで、安価で上質なしゃぶしゃぶの提供に成功した。オーナーの丸山賀庸氏は米国に日本食文化を広げようと、ロサンゼルスの料理学校でも定期的に日本料理を教えるなど、健康的で美味しい日本食の普及に積極的に取り組んでいる。

Marugame Udon (丸亀製麺) ソーテル店

ソーテル地区はリトルトーキョーの西に位置し、店がにぎやかに並ぶ景色が大阪の道頓堀を連想させることから、リトルオオサカとも呼ばれている。丸亀製麺の米国本土1号店として2017年に開店したソーテル店は、全世界・全店舗の中で常に上位トップ5に入る売上高を誇る。グレッグ・イマモトCEOは、出来立てのうどんを自分好みのトッピングで提供する丸亀製麺のコンセプトを守りつつ、米国で人気の日本食材やスープを柔軟にメニューに取り入れ、地元住民から愛される店づくりを進めている。

Mitsuwa Market Place (ミツワマーケットプレイス)

トーランスデルアモ店

ミツワは日系の大型スーパー・マーケットチェーンで、米国内に11店舗を展開している。トーランスデルアモ店は南カリフォルニア最大級のショッピングモール「デルアモファッションセンター」の敷地内に2020年2月にオープンした。様々な日本産食品・日用品のほか、日本食レストランが軒を連ねるフードコートなどがある。伊妻健之社長は、米国人の利用が85%を占めており、これほどの日本食需要がある環境でビジネスができるのは、日本食を普及させてきた先駆者がいてこそと力説し、自身も日本各地の名産品を集めたフェアや季節の様々な催し物、日本食講習等を定期的に開催して日本文化の発信に努めている。



一人用のしゃぶしゃぶ鍋を考案して大人気のしゃぶしゃぶハウス（中央は丸山賀庸オーナー）



マルガメウドンの天ぷらトッピングエリア



ミツワ・トーランスデルアモ店の寿司惣菜売場

成長チェーン

Dave's Hot Chicken (デイブズホットチキン) シールビーチ店

起源は2017年にスタートしたイースト・ハリウッドにある駐車場の屋台。創設者の1人は料理界の巨匠トマス・ケラー氏のもとで腕を磨いたDave Kopushyan (デイブ・コーパシアン) 氏。柔らかく仕上げた鶏肉に特製スパイスをトッピングするフライドチキンを開発した。インスタグラムを主なマーケティング手段にし、SNSでの拡散で知名度を高め、年間売上高は2021年の7980万ドルから2022年には2億306万ドルへと155%増加し、店舗数は67.6%増を記録した。ロサンゼルスから全米の他州へ、さらにはカナダ、ドバイへと店舗を拡大し、米国内年間売上高上位500チェーンではトップの成長率。メインメニューはホットチキンテンダーとスライダー（チキンサンド）の2種類に絞り込み、No Spice（辛みなし）からReaper（辛み最高）まで7段階の辛さがある。



メインメニューはホットチキンテンダーとチキンサンドだけ

Crumbl Cookies (クランブルクッキー) セリトス店

2017年に設立し、2022年には店舗数を326店舗から689店舗へと2倍以上に増やし、売上高は3億9000万ドルから9億8500万ドルへと2.5倍以上に急成長したチェーン。成功の一因は、圧倒的なSNSマーケティング戦略にあり、TikTokで640万人、Instagramで330万人のフォロワーを持ち、その数はマクドナルド、タコベル、チポートレイよりも多い。約170種類のクッキーから6種類程度を週替わりで提供することで、常に顧客の興味を引きつけ、定額制の定期配送サービスも開始した。注文カウンター越しにクッキーの手作り現場が見える。



いかにも手作り感満載の「映える」クッキー

AIで変わる販売形態

Amazon Fresh

アマゾン直営の大型食料品店「Amazon Fresh」では、ALEXAを使って店内商品の検索等ができる。「JUST WALK OUT」導入店では、入店時にAmazonアプリのQRコードを読み取ってクレジットカードかデビットカードを差し込むか、手のひら認証の決済サービス「Amazon One (アマゾン・ワン)」を選ぶかのいずれかで入場すれば、商品のスキャンやレジを通過することなく、関連付けられた支払方法で決済が完了する。「Amazon One」は、米国内に500店舗以上ある傘下の食品スーパー「Whole Foods (ホールフーズ)」の全店で導入されることになっており、飲食チェーンのパネラブレッドやスター・バックスでも導入が始まっている。



3つの入店方法

日本でもお馴染みのアレクサで売場検索



店の前で配達仕事を待つロボット



携帯番号を入力して待つと順番が回ってきたときに知らせてくれる

配達ロボット

カリフォルニア州では自動運転タクシーや自動配達ロボットが実用化されており、街中でも見かける。Cyan Robotics (サイアンロボティクス) 社は配達ロボット「COCO」を用いた食料品配達サービスをすでに複数州で展開している。ロボットは遠隔操作され、通信用マイクで会話もできる。搭載コンテナにはロック機能があり、盗難防止対策もとられ、即座に配達できるように店先に配置されている。人手不足で頭を抱える飲食店の救世主として注目されている。

テキスト (SMS メッセージ) 配信の普及

座席やオーダー商品の待ち時間が終了する時に、携帯電話にテキスト (SMS メッセージ) で知らせてくれるサービス。導入する店舗が増えている。

JF TOPICS

サンフランシスコのフードサービス市場

Il Fornaio (イルフォルナイオ) マウンテンビュー店

Il Fornaio は 1987 年に開業したフルサービスのイタリアンレストランで、カリフォルニア州を中心に 20 店舗を展開。2019 年に(株)クリエイト・レストランツ・ホールディングスが株式を取得した。客単価はランチ約 35 ドル、ディナー約 60 ドルと手頃な価格で高品質の料理が提供され、ビジネスシーンやコンベンション、家族連れなど幅広い客層に利用されている。2023 年 8 月にオープンしたシリコンバレーにあるマウンテンビュー店の最低賃金は、時給 18 ドルを超えており、賃貸料は諸経費を除いて月額 2 万 6000 ドル、店舗売上は年間 1 億円程度。



テラス席で真木俊輔クリエイト
レストランツ北米事業投資推進
部長の話を聞きながら食事

Sweetgreen (スイートグリーン) チェスナット店

フードサービス業態で最も勢いがあるサラダ部門の代表格。出店は近隣のオーガニック野菜を調達できる立地に限定。人の数倍の早さでサラダメニューを作るロボット導入店舗もある。カウンターのスタッフがマンツーマンで注文を受け、顧客は自分好みのサラダボウルを目の前で作ってもらう。厨房内にはデリバリーやモバイルオーダーにも並行して対応できるようにオフプレミス専用の調理レーンがある。バックヤードの DX が進んでおり、どの時間にどのスタッフがどのレーンで調理したかを把握できる。SNS を活用したマーケティングのほか、月額 10 ドルで毎回 3 ドルの割引が受けられるサブスクリプションも実施している。



グリーンのイメージカラー通り
緑の食材が多い

Super Duper Burgers (スーパー ドゥーパー バーガーズ) メトレオン店

サンフランシスコで人気のハンバーガーチェーン Super Duper Burgers は、近隣の生産者が生産したオーガニック食材と飼育環境にも配慮した畜肉を冷蔵状態で毎日手作りしている。また、二酸化炭素排出量を削減するため、100%堆肥可能なパッケージやストローしか提供しない。店内には同店の環境意識が消費者に伝わりやすいように、有機性廃棄物用のダストボックスしか設置されていない。同社以外にもリクエストされない限りストローを渡さないオペレーションに変更した企業が増えている。



植物育ちの牛、平飼いの鶏、
オーガニックの卵、自家製ビ
カルスなどがキーワード

人件費高騰への対応

サンフランシスコ市のレストラン経営者は就労者の医療保険加入義務に加えて、急激な最低賃金の上昇などに対応する方策として、メニュー価格を上乗せするのではなく、行政への皮肉を込めて「SF Mandates (サンフランシスコの雇用義務)」とか「Operating Fee (運営費)」などといった名目で税・サービス料とは別に数%を上乗せする企業が増えている。

\$22.75	
Subtotal	\$19.98
Tip	\$0.00
Taxes & fees	\$2.77
Tax	\$1.72
Bag Fee	\$0.25
Operating Fee	\$0.00
Charged by our service provider to cover their operational costs.	

19.98 ドルの商品に 80 セントの運営費を上乗せ (税金とは別に約 4% の追加料金)

環境配慮・法規制対応

2016 年 9 月、当時の州知事はカリフォルニア州のメタン排出削減目標を設定した。250 席以上または 5,000 平方フィート以上のレストランは、有機性廃棄物用と再生利用可能物用のダストボックスを通常可燃物とは別に設置する必要がある。ダストボックスはガイドラインに沿った色・ラベルに従う必要があるが、すでに自社基準のダストボックスを使用している場合は 2036 年 1 月 1 日までその使用が認められている。



顧客からリクエストされない限りストローを渡さないオペレーション (サンフランシスコの Peet's Coffee Market St. 店)

協会活動報告

JF 新入社員フォローアップ研修

10月5日 JFセンター会議室 参加者 72名

本研修は4月に行われたJF新入社員研修のフォローアップとして、春の研修と同様に力石寛夫氏（トーマスアンドチカライン（株）代表取締役）と松澤宏至氏（（株）ノーヴァス＆ホスピタリティカンパニー代表取締役）を講師に迎え、受講者は入社後の半年間を振り返り、フードサービス業界での今後のキャリア形成やさらなる飛躍のための心構えなどを学んだ。

力石寛夫氏

フードサービスの業務は「企画開発部門」と「オペレーションコントロール部門」の2部門に大別でき、多くの新入社員がまず配属される「オペレーションコントロール部門」には、品質管理・サービス運営管理・設備品管理・安全衛生管理・組織管理・労務管理・募集面接採用・教育訓練・計数金銭管理・地域とのコミュニケーションという10の業務がある。ここでの仕事を1つずつ確実に身につけて、今後担当するであろう「企画開発部門」の7つの業務（立地開発・商品開発・建築デザインレイアウト・オペレーションシステム・教育訓練システム・販売促進・投資効率及び収支予測）に生かしてほしい。

私は大学卒業後アメリカのホテルやレストランで修行を積み、QSCの基本を徹底して叩き込まれた。辛く長い修行であったが、その甲斐あって大規模店舗を任されるまでになり、経験の必要性を強く実感した。「まずは石の上にも3年」という心構えを持って、働く仲間や上司、食材などの取引先、ディベロッパー、そしてお客様と、老若男女・不特定多数の人々と直に関われる恵まれた環境を生かし、QSCをベースに、コミュニケーション、チームワーク、そしてホスピタリティの精神を養い、人間性を高めてほしい。

松澤宏至氏

社会人になるまでは、親や先生など身近な人々からものを与えられるが、社会に出るとtakeの人生が一変し、会社やお客様にgiveし続ける「仕事」が人生の大変を占めるようになる。これを悲観的に捉えるのではなく、楽しく、やりがいを持って取り組めるよう、自分の意識を変えていくことが大切だ。その第一歩として「働く」ことを単なる労働と捉えず、「傍（はた）を楽（らく）

にする=他者を樂にする」という視点に切り替えてはどうか。

働くことは自身のビジネス資本の蓄積につながる。成長は、①無意識無能、②有意識無能、③有意識有能、④無意識有能の4段階を経て向上していくが、成長の過程には大きなストレスがあるものだ。しかし、最後の段階に到達できた仕事は自身の誇りや財産となり、他社でも通用するブランドになる。

ホスピタリティの精神を体得するには、意識を伴った「心の筋トレ」を習慣づけること。例えば赤信号で横断したい時、車が通っていない「小さな子供が見ているかもしれない」と意識して信号を守る。スーパーやコンビニエンスストアで生鮮食品を選ぶ時、「この商品が廃棄になると従業員の業務や環境に負荷がかかるかもしれない」と意識して、賞味期限の近いものから手に取るなど、日常の些細な場面での配慮のある行動の積み重ねで、ホスピタリティの精神が身に付いていく。



講義はコミュニケーションの基本である挨拶から始まった



グループに分かれて直近1週間で感じた「ハッピー&サンクス」をシェアする参加者

JF フードサービスパートナーズ商談会 2023 出展者一覧 (11月15日)

来場者事前登録受付中！

今年より「JF フードサービスパートナーズ商談会」と名称を改め、贊助会員社を中心に、外食・中食業界に向けた食材・食品、SDGs 対応や DX 推進、人手不足対策など、アフターコロナのフードサービス経営に求められる様々な商品やサービスが提案されます。入場料は無料です。協会 HP で事前登録の上、ご来場下さい。

出展社・団体	カテゴリー	紹介商品・サービス（予定）
(株) アクアリンク	SDGs	高節水効果実現装置および効果持続のための水回りの総合サポート
(株) 市川環境エンジニアリング	SDGs	バイオガス技術による首都圏の食品リサイクル推進の提案
クリタック（株）	SDGs	浄水器、PFAS 対応浄水器、再利用軟水器、ウォーターサーバー
ニチワ電機（株）	SDGs	濾過機、遠心分油機
日揮ホールディングス（株）	SDGs	廃食用油を用いた国産 SAF の供給についての取り組みの紹介
(株) ピーズガード	SDGs/衛生	食添・ピーズガード（食品添加物殺菌料）、専用噴霧器、除菌スプレー、台所洗剤
(株) 氷感	SDGs	氷点下で食材を凍結させずに長期保存・熟成可能な次世代型保冷システム「氷感」の紹介
みどり産業（株）	SDGs/国産農林水産物	食品リサイクル堆肥を使用した農産物（ケール）の加工品
(株) クロスピット	DX	シフト管理 DX 「らくしふ」のデモ画面や導入事例
(株) SENTOEN	DX	デリバリー / テイクアウトに特化したゴーストレストランと活用事例の紹介
(株) DiningX	DX	飲食店向け AI アンケートサービス「RECCOPO」
TechMagic（株）	DX	AI 機械学習とロボティクスを活用した「調理ロボット」と「業務ロボット」
(株) 寺岡外食ソリューションズ	DX	DX 化推進製品（セルフオーダリングシステム、次世代タッチパネル券売機、モバイルオーダー）
(株) 日本コンラックス	DX	セルフ会計に最適な自動釣銭機「Pay Cube」
富士工業（株）	DX	配膳・配送ロボット、掃除ロボット
ポスタス（株）	DX	セルフレジ / 券売機、POS 一体型キャッシュレス決済端末など非対面・非接触サービス
(株)マイコール	DX	飲食店向けの呼び出しベル
(株)リコー	DX	環境センサー＆クラウド製品による現場の温湿度の見える化、異常値のアラート通知など
(株)あいち研醸社	食材	外食・中食向け冷凍ゆば、大豆加工品
(株)旭食品	食材	業務用雑穀各種
味の素（株）	食材	業務用商品の紹介
(株)アスク	食材	業務用冷凍フルーツ・野菜（アボカド、シトラス、アンデスポテト）、ミールキット素材、OEM
アリアケジャパン（株）	食材	新商品のガラスープ関連を中心に展示
(株)イクタツ	食材	精米・米飯の紹介
石光商事（株）	食材	レンコン等の農産加工品、チキン等の調理冷食品、エビ等の水産加工品など
(株)いちまる	食材	簡単オペレーションで提供可能な高品質の新商品・お薦め商品の紹介
うつぼや池田食品（株）	食材	日本の出汁（ダシ）、天然原料、無添加、無化調の商品の紹介
エア・ウォーターアグリ&フーズ（株）	食材	冷凍野菜（ブロッコリー等）、畜肉加工品（冷凍）、スウィーツ（冷凍）
エスピー食品（株）	食材	レトルトカレーとシーズニング（スペイストッピング）の新商品
エム・シーシー食品（株）	食材	調理缶詰・レトルトパウチ食品・冷凍食品
カナダビーフ国際機構	食材	カナダ産牛肉・仔牛肉サンプル展示、カナダビーフの最新現地情報など
カネリヨウ海藻（株）	食材	生タイプもしく、味付もしく、三陸メカブ、海藻麺
キッコーマン食品（株）	食材	ステーキしようゆシリーズ、機能性しようゆ、デルモンテの輸入食材
キューピー（株）	食材	新しいメニューと商品の提案
ケンコーマヨネーズ（株）	食材	新商品をはじめとした「新しいケンコーマヨネーズ」の紹介
(株)合食	食材	業界向け商品の提案
国分グループ本社（株）	食材	「クールジャパン」をテーマにインパウンドを意識した国産原料の PR
(株) 桜通商	食材	あらゆる外食メニューに利用できる冷凍野菜を使ったメニューを提案
三共食品（株）	食材	フライドガーリック、フライドオニオン、冷凍ソース類、タイ調味料
(株) J-オイルミルズ	食材	おいしさ×健康×低付加の食で人々と社会と環境へのよろこびを創出
正田醤油（株）	食材	独自技術とこだわり原料の製品、メニュー改善や新規メニューによる差別化

事前登録は協会ホームページから

<http://www.jfnet.or.jp/contents/Buyers/>



《JF フードサービスパートナーズ商談会 2023》

日時 11月 15日（水）10:00—17:00

場所 TOCビル・五反田13階

(東京都品川区西五反田7-22-17)

出展社・団体	カテゴリー	紹介商品・サービス（予定）
(株) 新進	食材	チルドポテト、チルド大根おろし、漬物、野菜ペーストなど人気・規模に合わせた規格
住商フーズ（株）	食材	アメリカ産新四元豚「シルキーポーク」、トルコ産鶏肉、スペイン産ビーフ
(株) 創味食品	食材	秋の新商品（創味豆乳だし・創味濃厚坦々麺スープ・創味みんなのタルタルソース）
大栄フーズ（株）	食材	主力商品「とびっ子」シリーズ、「中華くらげ」シリーズ等のシーフード惣菜
大和食品工業（株）	食材	外食・ホテル向けの食肉加工品
タカナシ販売（株）	食材	業務用商品などの提案
高橋ソース（株）	食材	ソース、ケチャップ、トマト加工品など
宝醤油（株）	食材	中華料理のベースとなる液状タイプの調味料と使用方法
「知」の集積と活用の場 産学官連携協議会 (農林水産省、(株)一ノ蔵、Ussio Lab. (株))	食材	農水省が推進する『「知」の集積と活用の場』から生まれた食品関連の成果事例
(株) デルソーレ	食材	北欧の本格ブレッド、国内製造の世界のパンシリーズの提案
(株) トウバトレーディング	食材	タイ産チョコバナナ、ベトナム産フルーツ、トルコ産セミドライトマト、ハラル・ヴィーガン加工品
東海澱粉（株）	食材	焼肉用の牛・豚・内臓肉、コーテッドポテト（味付き）その他素材
東洋水産（株）	食材	冷凍麺、冷凍調理済み麺、業務用新製品「五穀米ライスパテ」
日清オイリオグループ（株）	食材	スーパー長持油シリーズ、コクミファット（ラードタイプ）、和弘食品株の商品など
(株) 日清製粉ウェルナ	食材	簡便・使い切り・美味しい商品のラインアップ
(株) ニッスイ	食材	業務用食品・水産品・調味料
(株) ニップン	食材	最新の新商品など外食企業に役立つ商品
日本マッケイン・フーズ（株）	食材	冷凍フライドポテト（フレーン、味付き等）、アベタイザー（チーズフライ、オニオンフライ）
(株) ノルレエイク・インターナショナル	食材	冷凍チーズ、パスタ、ピザ生地
ハーゲンダッツジャパン（株）	食材	アイスクリームデザートメニューの提案、業務用マルチカップ・ミニカップ製品
ハウスギャバン（株）	食材	業務用商品の提案
(株) はくばく	食材	もち麦・雑穀のレトルトや冷凍品などオペレーションに合わせて選べるごはん商品
ハナマルキ（株）	食材	麹シェフシリーズ、みそ汁サーバー、フィアンティース、粉末タイプ塩こうじ
(株) 万城食品	食材	加工わさび、蒲焼のタレ、ドレッシング、ポン酢、スパイス等の業務用・小売用商品
(株) ヒガ・インダストリーズ	食材	バジル、アボカド等のペースト商品、冷凍野菜、スイーツおよび新商品
福島鰹（株）	食材	削り節・昆布等の出汁製品と関連商品
(株) 藤沢商事	食材	業務用しらす、業務用ナツツ、業務用乾物、市販用ナツツ
(株) フタバ	食材	素材調味だしシリーズ
ブルドックソース（株）	食材	業務用テーブルユース調味料と全国ソースかつ丼メニューの紹介
(株) ブルボン	食材	業務用商品の提案
米国食肉輸出連合会（USMEF）	食材	アメリカンミートの原料、販売の提案
(株) マツイフーズ	食材	焼豚、内臓商品、加熱食肉製品、パン粉製品、チャーシュースライス
(株) マナ	食材	液体調味料（タレ・ぽん酢・ドレッシング等）、小ロットのOEM・ODM生産
(株) マル井	食材	本わさび、西洋わさびの加工品他
マルハニチロ（株）	食材	自社取り扱い商品を一部抜粋して案内
(株) マルハ物産	食材	水煮蓮根、水煮きのこ、パウダー類（蓮根、ビーツ、椎茸等の小袋パウチ）
(株) ミート・コンパニオン	食材	業務向け商品の提案
(株) Mizkan	食材	「今年の鍋」と「ぽん酢サワー」のレシピ紹介
ヤマサ醤油（株）	食材	業務用商品の提案
(株) ヤマダフーズ	食材	業務用納豆各種
(株) やまやコミュニケーションズ	食材 / 飲料	明太子、やまや蒸留所商品（焼酎、ジン、リキュール）、高菜、うまだし
(株) 優食	食材	「豆腐干」とその加工品
ラムウェストンジャパン（株）	食材	フレンチフライ製品の紹介
リボン食品（株）	食材	パイ生地・焼成済タルトカップ、カット油脂・バター不足対応油脂
レインボーフレッシュ（株）	食材	世界の産地・品種を厳選した通年供給のマンゴー、南国系フルーツ

JF フードサービスパートナーズ商談会 2023 出展社一覧

出展社・団体	カテゴリー	紹介商品・サービス（予定）
i-エッグプラス（株）	国産農林水産物	業務用の卵加工品
青森県漁業協同組合連合会	国産農林水産物	ホタテ冷凍貝柱、ボイルホタテ、ベビーホタテ、ホタテフライ他
農事組合法人あけぼのクラブ	国産農林水産物	新潟米、コシヒカリ等の銘柄米、にじのきらめき等の業務用米
エスピー食品（株）ハーブ事業部	国産農林水産物	フレッシュハーブ各種、パクチーサラダの素
海幸ゆきのや（合）	国産農林水産物	静岡県産ブランド海老「幸えび（ゆきえび）」
（有）柏崎青果	国産農林水産物	青森県産「長芋・ごぼう・にんにく」とその加工品
（有）川口納豆	国産農林水産物	乾燥納豆
倉敷青果（株）	国産農林水産物	外食産業、スーパー、パックヤード等向けの業務用カット野菜（様々な規格に対応）
グリンリーフ（株）	国産農林水産物	ミールキット、漬物、有機こんにゃく、冷凍野菜
（株）シェアガーデン	国産農林水産物	JAS有機サラダケール、JAS有機さつま芋、JAS有機黒にんにく、JAS有機にんにく
JAとぴあ浜松	国産農林水産物	加工業務用青果物（キャベツ・大根・ブロッコリー・レタス類・パプリカ・白葱他）
自然栽培の薄井農園	国産農林水産物	完全無添加りんごジュース・ジェラート、完熟りんご、完熟米
（株）西部開発農産	国産農林水産物	レトルト食品他
（株）千興ファーム	国産農林水産物	馬刺し、馬肉製品
全国農業協同組合連合会 (JA全農グループ)	国産農林水産物	全国農協食品㈱、全農パールライス㈱、JA全農たまご㈱、JA全農ミートフーズ㈱、全農チキンフーズ㈱、協同乳業㈱などから外食・中食向け国産商品
（株）大治	国産農林水産物	東京産野菜
（有）高島産業	国産農林水産物	日本初、ルテイン含有の機能性表示鶏卵「あらん」
デリカフーズ（株）	国産農林水産物	冷凍ミールキット（野菜・タレ・食材セット）、自社製造のタレ、ドレッシング、冷凍野菜
東京電力ホールディングス（株）	国産農林水産物	福島県産の食材・酒類
西地食品（有）	国産農林水産物	柚きざみ
北海道漁業協同組合連合会	国産農林水産物	北海道産水産物
宮城県漁業協同組合	国産農林水産物	ほや、みやぎサーモン、ほたて貝柱
（株）最上まいたけ	国産農林水産物	生のまいたけ・やまぶしたけ・しいたけ、炊き込みご飯の素、乾物・パウダー
（有）モリモト有機農産	国産農林水産物	ノンオイル製法のソテーオニオン
（株）八千代ポートリー	国産農林水産物	殻付き鶏卵
（株）れんこん三兄弟	国産農林水産物	レンコン
（株）協同商事コエドブルワリー	飲料	COEDO ブルワリーのクラフトビール
薩摩酒造（株）	飲料	今夏の大型新商品「彩響」、定番芋焼酎「白波ブランド」、麦焼酎「神の河」
（株）つぼ市製茶本舗	飲料	ミルクと混ぜて本格ラテに（宇治抹茶、棒ほうじ茶、黒豆きなこ、ジャスミン茶、チャイ等）
丸源飲料工業（株）	飲料	健康を意識した新商品「モナウェル」、SNS映えする提供方法の提案
スターゼン（株）	プラントベースフード	スターゼン×大塚食品「ゼロミート」は地球の未来にやさしい選択肢
（株）トーフミート	プラントベースフード	豆腐が原料の100%植物由来の新食材 TOFU MEAT（高蛋白・低糖質・低脂質）
原田産業（株）	プラントベースフード	チキンタイプの新感覚大豆ミート「ライクチキン」
フジッコ（株）	プラントベースフード	主食にもなる大豆を主原料とした大豆ライスなどの食材の紹介
オザックス（株）	容器・包装	業務向け容器包装材
（株）シンギ	容器・包装	環境配慮型パッケージ（エコウッド、バガスマールド、環境カトラリー）
（株）スズカ未来	容器・包装	環境配慮型資材
（株）スマイル	容器・包装	包装資材（テイクアウト・デリバリー用、環境商材等）
セキシステムサプライ（株）	容器・包装	環境包材、環境消耗品等
タカノクリエイト（株）	容器・包装	コスト低減型で良質の樹脂製食器等
（株）福井クラフト	容器・包装	卵の殻が主成分の食器「シェルミン」、バイオマス樹脂の食器・箸
やなぎプロダクト（株）	容器・包装	店舗の消耗資材（飲食用割箸、テイクアウト用完封割箸、使い捨てカトラリー）
ADEKAクリーンエイド（株）/ADEKA（株）	衛生/プラントベースフード	食品衛生関連製品（洗剤・除菌剤）、プラントベースフード「デリプランツ」
エコラボ（合）	衛生	人手不足対応の簡単で便利な製品、時短や節水に役立つプログラムの提案
シーバイエス（株）	衛生	アンチウィルス、省人・省力化対応ソリューションの提案

出展社・団体	カテゴリー	紹介商品・サービス（予定）
東京サラヤ（株）	衛生	効率化清掃、衛生管理（IOT）、衛生教育（教育動画）、労災対策（労働安全）、SDGs
共通運送（株）	物流	食品物流（関東⇒北海道、道内配送、物流センター運営（多温度帯配送に対応））
（株）トワード	物流	物流センター運営の総合提案（配送、コールセンター、受発注・倉庫管理システム）
（株）サンレディース	人材	一日単位の単発アルバイト雇用サービス「ゴーゴーバイト」
ミャンマー・ユニティ	人材	ミャンマーの高学歴人材、特定技能「外食」の有資格者を紹介
（株）ジェフグルメカード	販促	全国共通お食事券 ジェフグルメカードからの提案

インフォマート（JF フーズインフォマート）コーナー

出展社・団体	カテゴリー	紹介商品・サービス（予定）
青柳食品（株）	食材	いわし佃煮シリーズ、業務用惣菜商品など
（有）アクト農場	国産農林水産物	小松菜、水菜、春菊、小葱、ケール、ルッコラ、バジル、パクチー、馬鈴薯、人参
岩手県産（株）	食材	国産野菜かき揚げ 55（業務用）
M（株）	食材	ワイン、トリュフ製品、パスタ、オリーブオイル
（株）オルビス	食材	バラ凍結ローストビーフ／ローストポーク、高崎ほるもんみそ、トロホルモン塩
（株）CREA FARM	食材	オリーブオイル、オリーブ加工品、地域素材を活用した加工食品
寿食品（株）	国産農林水産物	房総産菜の花、生姜製品
三宝水産（株）	食材	革命マグロまぐろまん
（株）真誠	食材	ごま製品、きなこ製品
スパーク（株）	飲料	ウォーターサーバー、浄水器サーバー
地中海フーズ（株）	食材	カラスミ、ポルチーニ茸、トリュフ、イカスミ
（株）葉桐	国産農林水産物	ボトル入りマル桐粉末緑茶
（株）ひらかわ牧場	食材	アイスクリーム
富士忍野名水（株）	飲料	みずごこち
（株）マルサヤ	食材	鰹節類
マルヒ食品（株）	食材	離乳食、冷凍野菜、冷凍弁当
丸山（株）	食材	豚、精肉・加工品類

国産ジビエコーナー

出展社・団体	所在地	紹介商品・サービス（予定）
エゾシカ食肉事業協同組合／（株）知床エゾシカファーム	北海道	エゾシカのブロック肉各種、味付け焼肉各種、ソーセージ、ハンバーグ、しゃぶしゃぶ肉等
MOMIJI（株）	岩手県	岩手県産鹿肉・鹿肉加工品
ジビエ工房茂原／（株）エスエスフードインターナショナル	千葉県	千葉県産猪のブロック肉・スライス肉、加工品（ソーセージ、ハム、レトルト食品）を紹介
ジビエアトリエ加賀の國	石川県	石川県産ジビエ・ジビエ加工品
（株）信州富士見高原ファーム	長野県	ジビエ・ジビエ加工品
長野市ジビエ加工センター／オンサイテック（株）	長野県	ジビエ・ジビエ加工品等
（株）サンショク	三重県	みえジビエ鹿肉の加工品（ハンバーグ、つみれ、味付けミニチ、味付け焼肉）
和歌山県／紀州ジビエ生産販売企業組合	和歌山県	わかやまジビエの鹿肉スライス、猪肉スライス
わかさ 29 工房	鳥取県	鳥取県産ジビエ・ジビエ加工品
宇佐ジビエファクトリー	大分県	大分県産ジビエ・ジビエ加工品

市場動向調査

7月度・8月度

JF 会員社を対象とした外食産業市場動向調査

7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 2019 年)			
全 体	合 計	114.2%	112.6%	98.7%	106.6%	107.2%
ファーストフード	合 計	110.9%	124.4%	99.6%	104.0%	106.6%
	洋 風	107.3%	140.3%	101.1%	99.3%	108.1%
	和 風	114.8%	123.4%	99.0%	109.3%	105.0%
	麺 類	119.2%	106.4%	98.1%	108.9%	109.5%
	持ち帰り米飯／回転寿司	108.3%	107.5%	98.9%	101.1%	107.0%
	その他の	115.7%	115.2%	100.0%	108.5%	106.6%
ファミリーレストラン	合 計	117.5%	104.2%	98.6%	111.5%	105.4%
	洋 風	118.7%	98.4%	97.9%	113.3%	104.8%
	和 風	118.4%	99.3%	98.2%	109.3%	108.3%
	中 華	112.7%	123.2%	101.2%	108.1%	104.3%
	焼き肉	116.5%	122.2%	99.6%	108.7%	107.2%
パブ／居酒屋	合 計	129.5%	70.2%	91.0%	120.0%	107.9%
	パブ・ビアホール	136.0%	81.4%	94.7%	121.6%	111.9%
	居酒屋	126.1%	65.2%	90.0%	119.0%	105.9%
ディナーレストラン	合 計	121.1%	98.2%	93.7%	116.2%	104.3%
喫 茶	合 計	122.3%	100.5%	100.9%	110.6%	110.6%
その他	合 計	120.4%	129.0%	98.6%	113.6%	106.0%

【人流回復が進み、気温上昇で夏の季節メニューが好調】コロナの5類移行後は各地で花火やお祭りなどのイベント再開で人流回復が進み、インバウンドの回復と相まって、7月の外食需要は堅調に推移した。九州などで豪雨の影響を受けたものの、関東などでは好天が続き、全国の平均気温がこの100年余で最高を記録するほどの暑さの中、夏の季節メニューが好調、全体売上は114.2%となった。ただし19年比112.6%は、相次ぐ客単価の上昇と19年7月が長雨低温で売上不調だったことが背景にある。

8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 2019 年)			
全 体	合 計	116.6%	105.2%	98.9%	108.4%	107.6%
ファーストフード	合 計	111.6%	116.8%	99.9%	105.1%	106.2%
	洋 風	109.0%	131.3%	101.0%	101.1%	107.9%
	和 風	116.2%	115.1%	99.2%	110.7%	105.0%
	麺 類	118.1%	100.7%	98.1%	107.7%	109.6%
	持ち帰り米飯／回転寿司	106.1%	103.3%	100.2%	100.1%	105.9%
	その他の	119.2%	105.2%	100.0%	113.7%	104.8%
ファミリーレストラン	合 計	121.1%	96.4%	98.6%	114.1%	106.1%
	洋 風	121.9%	89.8%	98.0%	115.5%	105.6%
	和 風	122.4%	93.5%	97.9%	112.2%	109.1%
	中 華	117.6%	116.6%	101.6%	112.7%	104.3%
	焼き肉	119.4%	113.1%	99.7%	111.3%	107.3%
パブ／居酒屋	合 計	150.3%	66.5%	91.2%	135.4%	111.0%
	パブ・ビアホール	158.9%	74.9%	95.1%	136.4%	116.5%
	居酒屋	146.2%	62.9%	90.2%	134.9%	108.4%
ディナーレストラン	合 計	129.9%	93.6%	93.8%	122.6%	106.0%
喫 茶	合 計	123.8%	94.5%	100.5%	112.6%	110.0%
その他	合 計	120.2%	113.8%	98.7%	112.2%	107.1%

【5類移行後初の夏休みで帰省需要などが堅調】コロナ5類移行後、初めての夏休みシーズンとなり、旅行やお盆の帰省などで人流回復がさらに進んだ。お盆期間後半に台風の影響があったものの、猛暑で季節メニューが引き続き好調だったこと等もあり、外食全体の売上は116.6%、19年比では105.2%となった。原発処理水問題で、中国人訪日客の戻りは少ないが、インバウンド需要全体は堅調が続いている。だが店舗の人手不足は常態化しており、特にピーク時間帯での不足感は大きい。

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、

人生はき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

2023年10・11月号

定 價／1,000円（本体価格910円）

発行日／2023年11月10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。

贈って喜ばれる。もらって嬉しい。

全国共通お食事券 "ジェフルメカード"

全国35,000店でご利用頂けます



全国共通お食事券「ジェフルメカード」の加盟で、
あなたのお店でも利用者の客数がアップします!



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/>