

日本フードサービス学会

VOL. 20

RECIPE

発行日/2008年10月27日
発行/日本フードサービス学会

◇巻頭言◇

『国際交流委員会の立ち上げと方針』

日本フードサービス学会副会長
上田 隆穂（学習院大学経営学部 教授）

やや好転の兆しは見えつつも、現在のコスト上昇及びコスト転嫁の難しさで、フードサービス業は相変わらず厳しい状況にあります。また誰もが認めるように国内のみではその需要のサイズという問題で限界が来つつあり、競争の激化と上記のコスト上昇問題が重なり、投資効率の悪化が目立ってきています。とすればこのような時期において、国際化ということがキーワードの1つになることは誰も否定できないでしょう。ただこの海外進出に関しては、枠組みがそれほど整っておらず、一部の成功者のケースが採り上げられている程度に過ぎません。早急に進出枠組みに関する研究を進めていくことが学会の責務として必要でしょう。

今年、『学習院元気プロジェクト』と称して、学生の精神・体力を鍛えるサイクリング・プロジェクトを起こし、5月に下見に、8月に本格的な実施ということで、大学生15名を連れて、旧樺太であるサハリンに行ってきました。サハリンは、北海道の宗谷岬からわずか42kmのところであり、フェリーでは5時間半、飛行機ではあっという間に着いてしまうほどの近い国です。石油・天然ガスが取れるため、経済は比較

的好調で、ユジノサハリンスクという州都では一人当たり平均月収10万円ちょっと、世帯では通常、結婚前の人を含め、3人が働くので平均世帯月収は40万円程度となります。この数値は果たして高いのか低いのかどちらでしょうか。そしてガイドさんの説明によると18万人の人が暮らしているようです。

確かに人数的には少ないのですが、日本料理店は何店あるのでしょうか。私の知る限りでは2店でした。1店は「日本みたい」という変わった名前の回転寿司、もう1店はちょっとだけ高級感を出した日本料理屋でした。しかしながら、レベルは低く、回転寿司ではなぜか店員が注文を取りに来て、頼んだものが回転台に乗って出てくるのというものでした。しかも誰が頼んだものを明らかにする工夫もなく、ロシア人の板さんのみが働く、極めてレベルの低いものでした。鮭の握りなど、きちんとルイベになっているかどうか不安で食べられませんでした。もう1店の方もさしたる特徴がなく、それでいて大いに人気があり、現地の人だけで賑わっていました。帰国途中、ハバロフスクで乗り換えた時、空港専門のガイドというものがおり、乗

り換え時に多少の手伝いをしてくれました。彼は、日本食がかなりのブームであり、自分で投資をして回転寿司を開きたいというようなことを話していました。後でロシア通の人に聞くと、ハバロフスクでは、日本料理店は1店のみあり、日本人とロシア人が共同経営しており、かなり繁盛しているとのことでした。

つまり言わんとすることは、ロシアでは全土が日本食ブームであり、モスクワやサントペテルズブルグのような西方ロシア都市には日本レストランはたくさんあるが、日本に非常に近くて、所得も低くない極東ロシアには日本レストランはほとんど無いということです。ロシアは、ソビエト時代を経て、心情的に遠いせいか、かつ戦前の日本との歴史的な関係があるせいか極東には縁が薄いようです。このすぐそばにあるチャンスを見逃す手はないと思いました。

さて今年度から国際交流委員会を立ち上げるようにと青井会長から指令を頂きました。しかしながら、通常よくあるような、カンファレンスを開いて議論をして終わりというのは面白くもなく、かつ有効性が薄いような気がします。カンファレンスが悪いと言うものではありません。プラクティスが伴わないのが物足りないと感じているのです。グローバル化ですから、対象は

全球的（世界的）となります。ですが、まずは少しずつ初めて、日本海を囲む国々から交流を始めるのがいいかと思っています。機会を得て徐々に広げていきたいと思います。

プラクティス面に置いては、実現可能性の調査ならびに実験場を設置できないかと考えております。後者は実験型フードコート の 設 立 だ す。中味は、場所を細かく区切り、外食サービス、食品関係の物販が可能ないようにし、1年程度の単位で借りることができ、現地のある程度訓練した従業員がサービスを行う。フードコート管理は運営会社が行う…というものです。これの設置ができれば、低コストで実験的に海外進出が容易となり、多くの実験実施によるノウハウ累積が可能となります。この実験内容に関して産学共同研究が進み、多くの進出枠組みが生まれるのではないかと思います。

まだ手探りの状態から始め、予算も何も決まっていますが、この構想はまさにフードサービス業の方々とのコラボレーションなしにはできないことです。是非ご協力お願い申し上げます。小さく初めて世界中に大きく広げていければと思います。ちょうど今こそが日本フードサービス業の本格的な国際化の転換点に来ているような気がします。



◇学会年報 14 号投稿論文募集開始しました！◇

2009 年発行「日本フードサービス学会年報第 14 号」に掲載の投稿論文の募集を開始しました。募集は①研究論文、②調査研究報告、③論説の 3 種類で、2009 年 5 月 31 日が提出の締切です。年報掲載の論文で、優秀と認めたものには、賞状とともに報奨金をもって表彰いたします。詳細は年報第 13 号巻末の「募集要項」をご覧ください。事務局（電話：03-5403-1060、E-mail: info@jfgakkai.jp）にお問合せ下さい。会員の皆様の積極的な投稿をお待ちしております。

◇My Business◇

日本フードサービス協会 田沼 千秋 新会長に聞く 『フードサービス業界の展望と課題』

取材・構成：伊藤 匡美（東京国際大学商学部 准教授）
横川 潤（文教大学国際学部 准教授）

2008年5月に社団法人日本フードサービス協会（JF）会長、本学会副会長に就任された田沼千秋氏にお話しをうかがった。

ご存じのように、田沼氏は株式会社グリーンハウスの代表取締役社長、ホスピタリティ教育の専門米コーネル大学ご出身で、同大日本OB団体コーネルクラブオブジャパンの会長としての顔もお持ちである。

食をめぐる社会問題が頻発する中、フードサービス業界の展望と課題と本学会に期待する役割、業界の将来を担う若い世代へのメッセージを、率直かつ真摯に語っていただいた。

* * *

学会は政策的提言を

あらゆる業界で規制強化の動きがあります。建築基準法が変わって、建設不動産の動向が変わりました。業界は一生懸命やっているにもかかわらず、他の要因で全体が悪化してしまうというのが、あらゆる業界で出てきています。これは心配です。業界には、元気に活性化させると社会的に役立つものがたくさんありますから。

外食もこれから、食を取り巻く環境が変わって、消費者のためにということを出した規制が出てきます。われわれの業界もすでに消費者のための対策を結構やっていますが、それがどうも通じていないようです。消費者の名の下にできた新たな規制が仕事を増やすだけで、結果的に消費者のために役立たないということもあります。

この学会は知をもって世に働きかける人が集まったグループです。業界にとって今どういう事をしなければならないのかについて、大きな政策的提言をしていくことが非常に重要だと思います。



人に喜んでもらえる産業

JF会長になって最初にしたいことは、業界のイメージアップです。フードサービスはこんなに役立っているということを、もっとアピールしなければいけない。

実はフードサービスは、雇用にもものすごく貢献しています。例えばコンビニエンスストアは、売上げも利益も上げてはいるけれども、雇用はあまり多くありません。同じ年商2億円なら、コンビニエンスストアよりもレストランの方が圧倒的に雇用は多いです。

しかも、お客様を楽しませて喜ばせるという仕事をやっているわけです。そのイメージがもっと伝わっていれば、フードサービスで働く人もさらに増えるだろうし、買って終了する物販と食べ物とは別の形でもっと良い社会貢献ができると思います。

この2～3年は食品産業で問題を起こした会社のように、外食は体に良くないとか、偽装するとかいうイメージで叩かれることも多かったようです。良いことは話題にならずに、一つ問題があると業界全体が悪者にされてしまう。これはフードサービスに限らず、他の業界でも同じです。

外食は、中食も入れると460万人も働いているマーケットですから、外食があるからこそできていることや素晴らしいことを発掘して、ぜひ学会でも情報発信して行ってほしいものです。

食との連携を図る

業界からの運動として取り組みたいことは、まず食との連携です。農林水産省や厚生労働省と相談してやっていきたいと思っています。

たとえば厚労省が、いわゆるメタボリックシンドロームに対する特定医療保険制度の関係で、健康になるプログラムを後押ししています。社会保険料がどんどん上がるのに、健康保険の負担も増えてくるし、後期高齢者のための基金を作ったり拠出したりするというので、健全な健康保険組合もだんだん財政が厳しくなっています。すでに健康保険組合を解散したところもある。

ずっと働き続けて70歳になった時に保険料負担が増えるのも大変だけれど、現役世代の負担も増えると共倒れにもなりかねない。

健康保険の負担を軽減できるような健康プログラムをどのように作るかといった、現実企業に企業が抱えているテーマの解決についても、専門家を呼んで進んでいるヨーロッパの取り組みを紹介するなどして、学会では積極的に取り上げてほしいと思います。

われわれは実は、食事を通して健康づくりに貢献し、人に喜んでもらえる産業なんです。

健康が悪くてもおいしいものが食べたいと思うこともあるけれど、企業や学校給食で食べる毎日の食事は、ずっと食べ続けても健康になるプログラムでないといけない。私共の栄養士さんには、そういうプログラムを作ってもらっています。

食料自給率の向上も課題です。国内からの調達を増やす。たぶん専門家はいろいろなアイデアをお持ちだと思うんです。外食大手の中には、地方の農業生産の方々を組織して、食材の安定購入を図っていた企業もあります。

学会ではこういう良い事例を取り上げてもっと分析したり研究したりして、普及させていくということが必要だと思います。

リスクコミュニケーションの大切さ

業界としては、まず不祥事を出さない、CSRに気をつけるというのは大前提です。ところが、このところ使い回し問題やヒヤットするような問題がたくさん起こりました。大きく報道されてしまうと、店のクローズにまでいってしまう。資源の無駄どころではありません。

企業が事実を公表するのは正しいことです。でも、報道の結果、風評被害に遭うということもあります。0-157が出たといわれたカイワレ大根は一番ひどい風評被害でした。倒産したカイワレ農家もあったのに、原因はカイワレではなかった。では、その被害の面倒は誰が見るのでしょうか。

報道の仕方や役所の対応によっては、実はひどい目に遭う人たちが沢山出る可能性があります。業界全体にとっても、間接的とはいえ大きな影響が出ると思うんです。

食もホテルもレストランも、お客様に接する業界というのは立場が弱い。学会でも風評被害も含めた広報対策について取り上げてもらいたいし、業界でもリスクコミュニケーションを円滑に進めることが大切です。

フードサービスの立場の弱さという意味では、客観的に第三者が判断してくれる組織が必要です。アメリカには全米科学アカデミーというのがあって、日本の学会会議の10倍以上のスタッフがいます。事件なのか、事故なのか、科学的見地から判断してくれるわけです。日本ではそれがごちゃごちゃになっているから、結局すべて弱い立場に皺寄せが出てしまうということになってしまいます。

学会でも、客観的に見て何が問題なのかを科学的に分析してもらえると非常に助かります。

表彰プログラムの創設を期待

学会には、業界のイメージアップなどで頑張った会社を表彰してもらうようなプログラムを作ってもらえると、若い人達の意欲向上につながると思います。たとえば「おいしく食べて健康に」をテーマとして、それにヒト・モノ・カネの点で頑張った社員や会社、あるいは投資をして社会貢献した会社などについて、学会で分析をして発表してもらおう。学会の先生方による投票でもいいです。

第三者から公平に見て評価されるということは、われわれにとって非常に重要です。

女性、若者へのエール

グリーンハウスでは毎年約300名を採用しますが、半分から三分の二ぐらいが女性です。非常に優秀です。すでに中間管理職には登用していますが、これからますます女性の力をもらわなければなりませんし、経営陣の中にももっと女性が必要になってきます。たとえばCSRや広報には、女性が適しているのではないかと思います。

日本食は今や世界中どこに行ってもメニューにあります。シカゴでも日本人シェフの高級寿司が食べられるし、北京でも京都の調理人の手になる最高の日本食が食べられます。上海でも、日本のビールメーカーが日本文化と日本食を紹介するレストランを積極的に展開しています。

日本食は世界貢献していますし、それによって日本のイメージも上がっています。日本食や日本食材というのは、実は世界から関心を持たれているんです。日本食は海外でも高く評価され、日本文化の象徴だし、ヨーロッパ諸国でも日本人はアジアの中でも突出して評価が高いです。

日本国内にいと全部不況のようなイメージになるし、景気が悪いと繰り返し言われているうちにお金を使いたくないような雰囲気になってしまっています。

若い人には元気な国にどんどん行って、日本を客観的に見てもらいたいと思います。われわれも日本を元気にするアイデアとパワーを提供してあげなければいけないと思います。健康維持や改善に日本食は最適だし、積極的にアピールしていく必要があります。

他人と違うことをやる

最近では、外資系ホテルがどんどん日本に進出してきていて好調です。日本企業も努力はしていますが、今ひとつ好調でない。両者の一番の違いは、一部屋当たりの単価にあります。日本の超一流ホテルと比べても、外資系のホテルの方が相当高いです。

もちろん、部屋数の違いなどもあるので簡単に

は比較できません。でも単価を高くして差別化を図った結果、外資系ホテルは何をしているのでしょうか。

日本食あるいはニューヨークスタイルのレストランにしても、自分たちしかできない表現力をもつレストランをやっています。それと並行して、部屋を非常に広くして、お客様に「こういうところに泊まりたい」と思わせる造りにしている。有名なハリウッド俳優も外資系ホテルに泊まります。

なぜ日本のホテルは従来と違うことをやらないのでしょうか。違うことをやるためには、他人と違うことを勉強してあげればよいのです。

日本はアイデアの宝庫

アマンリゾートというリゾートホテルがあります。タイ・プーケットで1988年にオープンしたホテルですが、今年始めて世界に18軒しかありません。部屋数でも1,000室あるかないかぐらいですけれども、一つのホテルは40~50室が平均です。

実は先週までブータンのアマンリゾートに行っていたんですが、食事まで含めるとやはり一部屋10万円ぐらいにはなります。でもその代わり、素晴らしい。

創業者のエイドリアン・ゼッカ (Adrian Zecha) 氏は、日本人がたくさん来るハワイのカハラヒルトンで、なぜアジアからこんなにお金持ちが来るのだろう、日本に一回行って研究してみようと思ったそうです。日本で料亭料理旅館に行って、宿泊して、食べて、感激したらしい。離れで、部屋に入ったら至れり尽くせだし、お風呂は付いているし、着替えも付いているし、食事はおいしいし。

実は、これが現在のアマンリゾートのアイデアの源泉とも聞きます。もともと日本人が持っていたアイデアがあって、料理があって、サービスも世界トップクラスだといわれているのに、日本社会の中ではそこそこしか成功しなかった。では、外国人の彼らが出てくるとなぜ成功するのでしょうか。

日本の場合、自分しかできないものを考えたり、他人と違うことをやったり、個性を出したりということは、国内にいとあまり評価されませんでした。大勢と同じでない頭を叩かれる。

でも、やはり能力のある人は他人と違うことをやるべきだと思う。または、お客様に喜んでもらうことのために、自分が本当に信じたことをああでもないこうでもないと思いながらやってみた方がいいと思うんです。そういう気持ちで仕事ができるような環境を整備したいですね。

日本のアイデアで成功している人はたくさんいます。日本食がこれだけ普及しているのに、海外で日本食レストランをやっている日本人はわずかです。アジア系の成功している会社の多くは日本のアイデアも使って成功しているのに、なぜ日本人が頑張らないのだろうかと思います。

新たな時代のフードサービス業界

外食の草創期の創業者が第一線から去りつつあります。今後のフードサービス業界の課題としていえるのは、今の日本には何もないところから起業して成功しようという意欲のある人達が、日本ではあまりに少ないということです。

高校生の半数以上が、リストラされる心配がないから公務員になりたいという統計がありますが、これでは世の中面白くありません。

起業したい、成功したいという人の育成を寄附講座も含めていろいろな大学で試みっていますが、もっとこういった事をやっていただけたら良いのにと 생각합니다。フードサービス業界でも、もっと人を育てるためにお金を使うとか、若い人たちが起業したいと思うような環境を整備することが必要です。

日本では、たとえばコーネル大学大学院のような専門の教育機関で勉強して帰って来ても責任ある立場を与えません。アメリカの場合、だいたい“このぐらいの年収”とガイドラインがあるので、帰国してまた徒弟から始めるのでは、海外で勉強したものが活かさないでしょう。

フードサービス業界としては、会社でも学校でも個人でも、勉強したいとか知識や知恵を付けたいという人たちを後押しすることをもっと推進すべきだと思います。

欧米のフードサービスから学ぶこと

全米レストラン協会 (NRA) の国際担当理事を7

年務めています。NRA の仕事はほとんどが unnecessary 政府の規制を潰すことです。最近では、アメリカでも 0-157 とかノロウイルス、メタボリック シンドロームが増えたので、食品の安全や健康を だいぶ気にするようになったんですけど。

NRA の仕事の中で一つ良いと思うのは、セーフ サーブ (Safe-Serve) と呼ばれる、安全な食材の ハンドリング・プログラムです。NRA の教育財団 が権利を持ち、世界中に情報提供し、情報料を得 るシステムです。

日本でもそれを応用して、日本なりに対アジア 向け食品販売ルートを作って、それを機にどんどん日本食をアジアに普及させたり、東南アジアや 中国に食材を安全安心に取扱う為の教育プログラム を提供していけばいいと思います。

日本とアメリカのフードサービス業界の違いは 業態開発にあります。アメリカでは、他がやらない ことを自分のところでやる。非常にクリエイティブ です。アメリカの優れている点は、他にはない コンセプトづくりやユニークさです。これはもう 絶対勉強すべきです。

また、アメリカでは、コーネル大学のように大 学院まである外食・ホテル学部は200 ぐらいあり ます。日本ではせいぜい数える程度です。日本では サービス産業とアカデミズムが別の次元に捉えら れる傾向があるようです。日々のサービス産業 のレベルを上げるためには、若い人たちにもっと 経営の勉強をさせる必要があるのですが、この点 では、アメリカの方が圧倒的に上です。

サービスの実際のトレーニングをするのならヨ ーロッパは秀逸です。調理専門の一流校もありま すし、食のプロがたくさんいます。やはり飲食に 対してプライドを持っていますから。ヨーロッパ のサービスと質は非常に進んでいます。ヨーロッ パのスローフードの原点は日本と同じです。非常 に共通点があります。

もちろん、日本がアジアに行って勉強するとい う部分もあります。

やはりアメリカのマネジメントの考え方は、こ れからもますます日本に役に立つ部分があると思 いますね。

◇My Study◇

食文化と喫煙：歴史的考察

野崎 俊一（財団法人日本総合研究所 研究主幹）

はじめに

タバコを吸いながら食事をする習慣はいつ頃から一般的になったのであろうか？昭和30年代前半、自分自身の子供時代を振り返ってみるとお使いと称しタバコを買いに行った経験が多かった。酒の量が増えれば増えるほどタバコの量も増え、来客があると食事の合間にタバコを吸う事は当たり前で習慣になっていた記憶がある。いろいろと文献を調べてみるが定かではなく、このような食事、アルコール、タバコのワンセットとなった喫煙行動が一般化したのは戦後ではないかと推察する。日本における外食文化と喫煙習慣を歴史的に振り返り、今日の課題を考察していきたい。



タバコ伝来と外食文化の始まり

1570年代から1590年代末にかけ、南蛮人（ポルトガル人やスペイン人が呼ばれた）が日本にタバコを持ち込んだといわれている。文献としては1601年（慶長4年）フランシスコ会修道士ヘスが病弱の徳川家康にたばこを原料とした膏薬、タバコの種を献上したという記録が残っている。

タバコを嫌っていた二代将軍秀忠は1609年（慶長12年）から三度にわたって禁煙令を布告した。しかしながら喫煙禁止令の効果はほとんどなく、武士、町民、農民ひいては公家までも愛用していたと聞く。こうした状況に激怒した秀忠は4度目の禁煙令で、タバコ栽培の禁止、タバコ売買の禁止を加えた上に、違反者は家財没収も命

じた。それでも喫煙の流れを止めることはできず、1615年（元和元年）ついに秀忠は5度目の禁煙令としてキセル所持者は全て牢屋に投獄し、キセルを没収するという強硬措置を打って出た。その結果、牢屋はあふれんばかりの人で、日常生活に支障をきたすに至り、禁煙令はその実効性を失っていった。にもかかわらず、禁煙令そのものは明治維新を迎えるまで解除されなかった。

1600年代中盤から禁止令が緩み始めると、喫煙にも「タバコの請取渡しの礼」と呼ばれる礼儀作法が生まれるようになり、人が交流する場面では必ずたばこ盆（キセル、細刻みタバコ容器、火種鉢、灰落としなど納めるもの）が用意されていた。1670年代以降、江戸時代の絵画にも喫煙の風景はしばしば題材として描かれている。

一方、外食文化が始まりは江戸時代で、振り売りや屋台見世など庶民向けから高級料亭随一の「八百善」まで江戸を中心に大きく開花していった。元々江戸は江戸幕府が湿地帯に人工的に形成した町づくりによって始まり、多くの職工人を移住させるとともに、参勤交代を命じられた各藩武士など男性単身者が数多く住んでいたため、外食の潜在需要があった。

移動式の屋台は江戸版ファースト・フードと考えることができる。その一例として、天ぷら売り、二八蕎麦売り、鍋焼きうどん売り、甘酒売り、おでん爛酒売り、汁粉・雑煮売りなど、手軽に立ち食い・立ち飲みをすることができた。

禁煙令の緩和と称し江戸の食文化にタバコは欠かせない嗜好品となっていった。例えば、お店をかまえた茶屋、料亭、遊郭な

どではたばこ盆が置かれ、喫煙は常用的であった。他方、江戸ではしばしば大火に見舞われたため、外での喫煙はそれなりの配慮が必要であった。

明治時代の喫煙スタイルと食の西洋化

明治時代へ入って、たばこ産業は手工業から機械化工業へ取って代わり、喫煙方法も刻みタバコから紙巻きタバコ(シガレット)へ変わっていった。シガレットとマッチの台頭は喫煙者にとって革新的な生活スタイルの変化であったに違いない。なぜなら火種を持ち歩くことなく、いつでもどこでも一服することができるようになったからである。

タバコの産業化の立役者は「天狗煙草」の岩谷松平と「サンライズ」「ヒーロー」の横文字名のシガレットを製造販売した村井吉兵衛という起業家であった。この二人事業家はマーケティング特にブランド戦略と広告宣伝に長け、村井はBAT(ブリティッシュ・アメリカン・タバコ)社と提携して海外技術をいち早く日本へ導入した。両社の競争と量産化によって、生産コストはさらに下がり、販売価格も安くなっていった。加えて、2社の宣伝広告はより多くの需要を呼び込む結果を生んだ。

明治時代以降、外で食事をする機会は飛躍的に増加していった。まず腰弁といわれる昼食を持って歩かなくても、手軽に食事ができる茶屋が数多く出来てきた。一膳飯屋から「盛切飯」と呼ばれるどんぶりの器が開発され、牛丼、親子丼、天丼などが大衆食堂で一般化していった。さらに、洋風化の波が食文化にも広がり、鹿鳴館に代表される西洋化の象徴的社交場では食事と喫煙の場所は分かれ、いわゆる喫煙室では食前食後の葉巻、パイプなどで喫煙を楽しむことが出来た。明治時代、市民は外出する機会が増し、人と交流する場も数多くなってきたため、自ずと外での喫煙機会も増加していった。

その後、日本は国家全体が戦時体制に入ってしまったため、さらなる食文化の大衆化は戦後になってからであった。

食文化の大衆化とタバコ消費量の増加

1956年経済白書に「もはや戦後ではない」と謳われた時代に入り、「生きるための食」から、食事を選択できる時代へ移行していった。高度経済成長期に入り、可処分所得の増加で3C(車、クーラー、カラーTV)と呼ばれた耐久消費財を購入することが豊かさの象徴であった。同時に、家庭内の財政的ゆとりは、嗜好品であるタバコやアルコールの消費量も増加させた。1950年代中盤、これらのことを後押しするかのよう「御進物にタバコ」、「お中元にタバコ」の広告ポスターが街角に数多く張られるようになった。当時年間タバコ消費本数は1,000億本を超え、明治以来統計上、最高の消費量であり、その後も伸び続け1985年には年間3,000億本以上の煙草が消費されていた。

タバコ喫煙場所の規制強化

強制力のない条例は過去にもいくつもあったが、それを一歩踏み込んで罰則規定を盛り込んだ条例が2002年6月に可決された東京千代田区の「安全で快適な千代田区の生活環境の整備に関する条例」である。指定地域内での路上喫煙に対しては2000円の罰則規定があり、2008年3月には、禁煙地域は区内の70%へと広がっている。

2002年以降、歩行喫煙の禁止やタバコのポイ捨て禁止を含めた環境条例など通称「路上禁止条例」に罰金規定がある主要な市区村は、岐阜県白川村、杉並区、富山市(2003年)、大田区、千葉市、世田谷区、名古屋市、札幌市(2004年)、我孫子市(2005年)、川崎市、高松市、大分市、新座市、足立区(2006年)などが挙げられる。

2003年5月より健康増進法が施行され、同法25条に「学校、体育館、病院、劇場、観覧場、集会場、展示場、百貨店、事務所、官公庁施設、飲食店その他の多数の者が利

用する施設を管理する者は、これらを利用する者について、受動喫煙を防止するために必要な措置を講ずるように努めなければならない」と明記されているものの、罰則規定があるわけではない。

グローバルスタンダードの動き

2008年4月、神奈川県では健康増進法25条を根拠にも一歩踏み込んだ「神奈川県公共的施設における禁煙条例について(案)」の検討会を始めた。神奈川県はガン撲滅を目指した10カ年計画の一環としてこの禁煙条例案を策定している。大分県では既に2002年より県レベルの禁煙禁止条例はあるが罰則規定はなく、神奈川県の条例案は公共の場所における喫煙を禁止し、かつ罰則規定を予定している点で国内では画期的な提案であると言えよう。

あまり知られていないが、日本政府は世界保健機関(WHO)が推進している「タバコ規制枠組条約」に批准している。同条約の主たる目的は2つあり、第一はタバコ広告の規制とタバコパッケージに警告文を掲載し、喫煙者に喫煙の意味を知らしめることである。第二は受動的喫煙者への配慮として、公共の場での完全禁煙法制化を義務付けている。その結果、日本政府は2010年2月までにこれを法制化することが義務づけられている。既に「たばこの規制に関する世界保健機関枠組条約」の締結国会合が二回開催され、それを受け厚生労働省は2005年から各省庁との間で「たばこ対策関係省庁連絡会議」を

行い、法制化の準備を押し進めている。

残された選択は？

現在の喫煙スタイルが大衆化したのは、タバコの消費量の増加時期から考慮して戦後であることは間違いない。他方、近年の健康志向の高まり、タバコ喫煙場所の制限、喫煙時間の制限など愛煙家が外出先で喫煙できる場所は徐々に限定されてきた。

今後、さらに喫煙規制の網は狭まくなり、公共の場(飲食店含む)での喫煙は欧米と同様禁止される方向にある。従って喫煙者に残された選択肢は公共の場での禁煙がいつから実施されるかということも認識せざるを得ない時代に入ってきたと思われる。

16世紀以来タバコが日本に普及・大衆化するようになってから、秀忠の禁煙令の時代とは異なり、現代社会の禁煙化の波は場をわきまえた分煙化と公共の場における喫煙禁止の導入時代を迎えようとしている。あわせて、食文化は消えるものではないが、食の提供方法は400年の歴史的推移を見てもわかるとおり、絶えず変化し続けている。喫煙と食文化は嗜好性において同調的であったが、今後は食事と喫煙は場所を分けた楽しみ方を迎えようとしている。外食産業の企業家は禁煙時代を見越して新たな顧客のニーズに対応した食文化と場の提供をするための提案機会を得ようとしていると考えるべきではないだろうか。



◇RECIPEにご意見ご要望をお寄せ下さい◇

会員のみなさまからの、RECIPEに対するご意見、ご要望、またはご提案を編集委員一堂心よりお待ちしております。どんな小さなことでも結構です。お気軽に事務局あてお送り下さい。(E-mail: info@jfgakkai.jp)

◇ 書籍紹介 ◇



『日本版スローシティ』

—地域固有の文化・風土を活かすまちづくり』

久繁 哲之介 著

学陽書房

¥2,625(税込)

2008年4月 単行本 252ページ

評者:中村 仁也(株式会社ゴーガ 取締役)

1980年代にイタリアでスローフード運動が発祥した。その主張は食卓に豊かさを取り戻すことであり、規格化、標準化された農業生産、均一化された食に異を唱えている。スローシティとは、その精神をまちづくりに適用するものである。本書はこれを日本に適用し、地域活性化を目指すものであるが、著者はまた本家スローシティと「日本版スローシティ」とを区別して提唱している。本家スローシティ運動は地域ブランドを守る意味合いが強く、外形的制約が強いが、著者が本書で述べる日本版スローシティは本運動の本質を地域文化の尊重と捉え、ライフスタイルとしてのスローシティを考えるものである。

本書はまず序章で欧米と日本とのライフスタイルの違い及びその変化を取り上げる。特に、余暇の過ごし方が異なることを指摘し、その違いを意識したまちづくりを行う必要があると指摘する。次に第1章ではスローシティの分析及び本書のテーマである日本版スローシティが定義され、また本書を通してのキーワードとなる「サードプレイス」が提唱される。サードプレイスとは「家と職場とは異なる第三の居場所」であり、憩いと交流の場である。欧米ではスポーツクラブやカフェなどがサードプレイスとなり賑わっているが、日本ではどうか。欧米的サードプレイスの本質を抜き出し、それを日本のライフスタイルに合わせて再構築することが、日本の地域再生に必要であると著者は言う。以下、第2章及び第3章は現状の分析、第4章及び第5章は事例紹介であり、第6章にまとめられる。

本書の冒頭で提唱されるサードプレイスというメッセージは明確であり、それを証明するために第2章以下で様々な分析と事

例を述べているが、実はこれらはハウツーとはなっていない。著者はスローシティを構成する抽象的な要素をサードプレイスに求め、それが重要であると指摘しているが、それだけでは不十分であり、スローシティは地域住民が自ら考え育てていかなければならないテーマであると説く。よって、数々の事例も実施自体ではなく、そこに至った地域住民の心をこそ読み取るべきであろう。本書ではブライアントパークの例が興味深い。また別書となるが、「由布院の小さな奇跡」(木谷文弘, 新潮新書)なども参考となる。

曰く、「日本では行政・民間事業者(商店)・市民(利用者)の3者ともに、そこが公共空間との意識が極めて薄い。」「その結果、利用者はそこに私的空間を求め、飲食店側は私利だけを求める。」そこはまちの中心であり、サードプレイスとなりうる場所である。サードプレイスが成立するか否かは三者がともにそこをサードプレイスと認識するか否かにかかっている。しかし、三者が公共財ゲームを戦う限り何も生まれない。協調を率先する者は、最初は必ずそれ以外の者に搾取されるが、長期視野に立った場合にどちらが幸せだろうか。また、誰が率先できるのか。

スローシティの一員となるためには、協調して継続的にサードプレイスを支える意思が必要である。それは行政も企業も、住民も観光客も同じである。逆に、サードプレイスを搾取する者があれば、それが個人か法人かに関わらず排除しなければスローシティは維持できないことも明らかである。フードサービス企業がスローシティと相容れるための本質はここにあるように思われる。

◇活動報告◇

(平成20年4月1日～平成20年10月20日)

- 4月28日 研究助成委員会 (於：JFセンター会議室)
 ○第5回研究助成応募書類選考
- 4月28日 役員会 (於：JFセンター会議室)
 ○第13回通常総会議案書の承認
 ○委員会活動報告
- 5月10日 第13回通常総会 (於：青山学院大学青山キャンパス)
 ○2007年度事業・決算報告
 ○役員改選人事
 ○2008年度事業計画・予算案の承認
 ○第4回研究助成採択者発表
 ○第9回優秀論文賞発表
- 5月10日 第13回年次大会 (於：青山学院大学青山キャンパス)
 大会テーマ：「フードサービス産業におけるCSRを考える」
 ○基調講演
 「これからのCSR～社会の「S」から持続可能性の「S」へ～」
 (株)インテグレックス代表取締役社長 秋山をね氏
 慶應義塾大学大学院教授 青井倫一氏
- シンポジウム
 「健全なCSRとフードサービス業の未来」
 農林水産省大臣官房長 岡島正明氏
 (株)グリーンハウス代表取締役社長 田沼千秋氏
 明治大学大学院教授 上原征彦氏
 「コーポレート・ガバナンス」
 日本マクドナルドホールディングス(株)、日本マクドナルド(株)
 代表取締役会長兼社長兼CEO 原田泳幸氏
 慶應義塾大学教授 菊澤研宗氏
 「リスクマネジメントと企業価値の訴求」
 (株)不二家専務取締役 永森徹氏
 (株)農林中金総合研究所顧問 野村一正氏
 学習院大学教授 上田隆穂氏
- ワークショップ
 「フードサービス業の雇用問題を考える
 ～学生の魅力的な就職先となるためには～」
 東洋大学教授 小池鉄夫氏
 (株)藤居事務所代表取締役社長 藤居譲太郎氏
 首都大学東京教授 小泉徹氏
- 総括
 青山学院大学教授 三村優美子氏
- 自由論題 4題
- 懇親会
- 6月10日 研究委員会 (於：JFセンター会議室)
 ○2008年度研究部会プログラム骨子策定
- 6月30日 編集委員会 (於：JFセンター会議室)
 ○年報13号投稿論文査読分担
 ○年報13号、RECIPE20号編集について
- 7月14日 編集委員会 (於：JFセンター会議室)
 ○年報13号投稿論文査読結果検討

- 7月22日 ○年報13号、RECIPE20号編集について
研究部会（於：JFセンター会議室）
「食ガイドブックの在り方に関する考察
～ミシュラン東京が提起したもの」
文教大学准教授 横川潤氏
- 9月2日 役員会（於：JFセンター会議室）
○2008年度組織について
○委員会活動報告
- 9月5日 編集委員会（於：JFセンター役員会議室）
○年報13号投稿論文リライト原稿査読結果検討
○年報13号編集について
○投稿規程、優秀論文賞改訂について
○優秀論文賞選考
○RECIPE21号以降の編集について
- 9月24日 年次大会実行委員会（於：JFセンター役員会議室）
○第14回年次大会開催概要確認
○大会テーマ案の検討
- 9月24日 研究部会（於：JFセンター会議室）
「食の大学院構想について」
農林水産省大臣官房食料安全保障課長 末松広行氏
農林水産省総合食料局食品産業振興課外食産業室長
青山豊久氏
慶應義塾大学大学院教授 青井倫一氏
大阪市立大学准教授 小林哲氏
- 10月20日 年次大会実行委員会（於：JFセンター役員会議室）
○大会テーマの検討
○プログラム案策定

◇編集後記◇

RECIPE 第20号をお届けいたします。巻頭言は、国際交流委員会の内容について上田先生にお願いいたしました。あらゆる分野でグローバル化が進んでおり、その中でフードサービス学会としても新しいことに取り組んでいく試みです。国際交流委員会への皆様のご意見大歓迎です。My Businessは、日本フードサービス協会の田沼千秋新会長にご登場いただきました。フードサービス業界や学会にとって実りある数多くの分野にわたるテーマについてお話いただきました。My studyは、長い間イギリスで教鞭をとられ、帰国なされた野崎先生の食文化と喫煙についての考察です。文化はすぐには変化しないものですが、過去を振り返り、変化の様子を描かれています。書籍紹介は中村先生にスローフードとも関連する文化、風土を活かすまちづくりについての書籍を紹介していただきました。新しい視点の必要性を感じました。なお編集委員も交代がありましたので、今回以後順次執筆という形で登場していただきます。ご期待下さい。

【編集委員長 成蹊大学 教授 相原 修】

編集／日本フードサービス学会編集委員会

〒105-0013 東京都港区浜松町1-29-6 浜松町セントラルビル10F (社) 日本フードサービス協会内
TEL. 03-5403-1060 FAX. 03-5403-1070 E-mail: info@jfgakkai.jp