

日本フードサービス学会

RECIPE

VOL. 25

発行日 / 2012年5月22日

発行 / 日本フードサービス学会

◇巻頭言◇

『東海大学観光学部 新学部新設について』

日本フードサービス学会 理事
立原 繁 (東海大学観光学部 教授)

東海大学は2010年4月に、新たな学部として「観光学部」を開設しました。全国、北海道から九州まで10のキャンパスに20の学部を有する東海大学の21番目の学部としての誕生となりました。

学生数は、1学年の定員200名、4年生までの合計800名です。2年次の前期まで、緑豊かな湘南のメインキャンパス（神奈川県平塚市）で教養を学び、2年次の後期から都心の代々木キャンパス（東京都渋谷区富ヶ谷）で実践的な教育を受けることとなります。

いまや「観光」は世界の巨大ビジネスであり、世界中での観光客数は、2020年には16億人に増加すると予測され（UNWTO・世界観光機構の予測）、世界経済活性化の鍵を握っています。また、「観光」はグローバル性とローカル性をあわせ持ち、実際に多くの人々を動かすことから、異なる文化を理解したり、地球環境を考えたり、地域の文化を守り継ぐ事業としても大きな期待が寄せられています。

日本は、2006年「観光立国推進基本法」を制定、2008年には観光庁を設置して、観光に立脚した国づくりを始めました。訪日外国人3000万人の達成が課題です。

21世紀の観光立国を実現するためには、質の高い観光・サービス人材が我が国においては圧倒的に不足しているという問題があります。

我が国が掲げるこの重要な課題・観光産業界からのニーズを受け、東海大学観光学部は、日本だけでなく世界の観光をリードする人材の育成を目標として発足しました。

今日、国や地域間の文化交流が重要になっており、そのためのプログラム開発が求められています。経済や経営の視点から観

光ビジネスを発展させる人材や、レジャーやレクリエーションのニーズ、さらには、まちづくりや景観デザインも観光学のフィールドで取り組むテーマです。

観光学とは、旅行におけるサービスやホスピタリティを学ぶだけの学問ではありません。文化や歴史、経営、環境、健康など、文系・理系の双方にわたる総合的な学問、「総合科学」であり、さらに観光産業で活躍するための知識とスキルを身に付けるための学問でもあります。

そのため、東海大学はすでに2008年度から、観光学部設置準備室を作り、(株)ANA総合研究所との連携により、全学生履修可能な「観光学副専攻」の科目群を創り、そこで培った実績を基に、実践的でフレキシブルな学修体系を構築しました。



東海大学 HP より

観光学部の開設にあたってのカリキュラムは、『観光文化』科目群、『サービス・マネジメント』科目群、『地域デザイン』科目群、『レジャー・レクリエーション』科目群

の4つの専門領域で構成され、学生は自分の興味や希望する進路に応じて、これらの科目群を自由に選択し学べるようになっていきます。科目群の1つを中心にして学ぶことも、すべてにわたって総合的に学習することもできます。

『観光文化』科目群は、観光に関する人間行動の特徴、観光資源の開発・保全・活用に関わる社会文化的な基本事項を学習し、その基礎と応用を学ぶことに力点をおくものであって、「人類学」「地理学」「民俗学」「心理学」「ホスピタリティ論」などが中心をなしています。

『サービス・マネジメント』科目群は、観光・サービス産業の経営に必要なマーケティング、マネジメント、アカウントティング、ファイナンスの基本を学び、広くサービス産業に関する諸事象を学習し、その活用能力を洗練させることを目標にした科目群です。その学問的中心は、経済学、経営学、広報学等の社会分野です。「フード・サービス業」についてもこの科目群で扱います。

『レジャー・レクリエーション』科目群は、レジャーを通して豊かな生活を営むために必要な基本事項と自然や文化施設を活用して行われるレジャー・ツーリズムの基本戦略を学ぶものです。学生にはその活用能力を修練させ、新たな観光の可能性に目を開かせることを主眼とするものです。学問的には、我が国ではまだ未開拓であるが、アメリカ合衆国で盛んなレジャー学やネイチャーレクリエーション学などが中心です。

『地域デザイン』科目群は、観光のみならず生活全般に不可欠な、都市や景観のあり方とその設計についての基礎知識と技術、行政施策、関連法に関して学習するものです。学生には観光活性化への応用について学んでもらおうとするものです。学問的には、社会学、広報学、環境学、都市工学、造園学などの文理融合的な手法を重視している科目群です。

東海大学観光学部は、これらのそれぞれの科目群を体系的に学ぶとともに、フィールド研究により体験的な学習を行うことによって、人間と文化・社会と歴史に関する教養を培い、自ら考える能力を養います。観光立国を目指す日本の将来を担う、創造的な観光・サービスの人材教育に向けて、社会に役立つ技能の修得を目指しています。

観光を理解するためには、教室の講義だけでは不十分です。実際の現場に出向き、

体験することによって、観光客を引きつける要因を五感の全てで感じ取る必要があります。建築家を目指す若者が、世界のトップレベルの建物を見てまわるように、観光のプロフェッショナルを目指す学生たちには、トップレベルの「体験・経験」がどうしても必要です。講義で学んだ理論や知識をその体験・経験と融合させながら、自らの「知」として将来のために貯えるのです。その「経験に裏付けられた知的財産」が、学生の価値基準になり、プランニングのヒントになり、「ゆめ」の実現の原動力になります。

東海大学は、湘南（神奈川）、代々木・高輪（東京）、札幌・旭川（北海道）、清水（静岡）、熊本・阿蘇（九州）など10カ所にキャンパスを配置しています。さらに、西表島（沖縄）、ハワイ、デンマークには研究センター、山中湖（山梨）、清水（静岡）、嬭恋（群馬）には研修センターがあります。これらのすべてが観光に関する実習を展開するには申し分のない環境にあるとともに、研究者や教員などの人的資源を有しています。これに加え、本学が有する海洋調査研修船「望生丸」による海外研修航海をはじめ、多数のプログラムがあります。

観光学部自体の実習としては、「人気動物園の経営戦略 in 旭川」「グリーンツーリズム in 阿蘇」「エコ・ツーリズム in 西表」「パシフィコ横浜&ホテルイベント研修 in 横浜」など国内8プログラム、海外としては「マリンスポーツ理論実習 in ハワイ」「スキー理論実習 in オーストラリア」「国立公園とディズニーリゾート in the USA」「世界遺産研修 in スペイン」など7プログラムを実施している。

東海大学では教育研究を通じて、「人と社会と自然が共生する平和で新しい文明社会」に貢献することを目指してきましたが、観光学部はまさにそれを実現する学部です。観光学部では、幅広い知識を養い、視野を広げ、物事を多面的に考えることのできる力を養って参ります。その学びは、観光分野のみならず産業界のさまざまな場面で活躍できる可能性を広げることになるでしょう。



◇My Business◇

康正産業株式会社 代表取締役 肥田木 康正 氏に聞く 『食品廃棄物 40%削減に成功した リサイクルの現場から』

インタビュー・構成： 丹治朋子（川村学園女子大学観光文化学科 准教授）
伊藤 匡美（東京国際大学商学部 准教授）

2007年に改正された食品の再生利用等の促進に関する法律(改正食品リサイクル法)では、外食企業のリサイクル率が40%に引き上げられました。2012年までに食品廃棄物(食品残さ、生ゴミ)の40%を削減またはリサイクルしなければならないのです。

これには大変な努力が求められます。業界では、肥料化、飼料化、エネルギー化など様々な取り組みが行われておりますが、循環型のリサイクルシステムを構築することは難しく、食品ごみの排出者、リサイクルプラント、リサイクル品の使用者などが経済的にも無理なく参画するとなると、さらに困難を極めます。

そのような中、南九州で「ふぁみり庵はいから亭」、「寿しまどか」など56店舗のレストランを展開する康正産業は、2008年当時外食産業で唯一、食品循環資源の再生利用事業計画の認定を農林水産省と環境省から受けました。また翌年の2009年には、このシステムの構築者である株式会社源麴研究所が2008年には食品リサイクル推進環境大臣賞奨励賞を受賞しました。同社では、食品廃棄物を自社プラントで液状飼料にリサイクルし、この飼料で肥育された豚肉を自社店舗で使用しています。その取り組みについてお伺いしました。

* * *



◆おいしい豚肉は
リサイクルの入り口だった◆
—食品をリサイクルする方法の中で、液状

飼料化の有効性に注目しておりましたが、外食企業自身がリサイクルプラントを所有しているケースは非常に珍しいと思います。どのような経緯で取り組みを始めたのでしょうか。

食品リサイクル法が制定されてから、食品ごみにバクテリアを加えて処理する消滅型の生ゴミ処理機を導入したりと、いろいろな形でリサイクルに取り組んでまいりました。当初の法律で定める20%はこれによってクリアできたのですが、基準が40%に引き上げられた時に、今のやり方では到底目標値の40%には届かないと判断しました。全店に機器を導入するとか、さらに大型の機械を入れるといっても費用がかかることですので難しく、根本的に考え直さなければならないと思ったのです。

そこで、2007年11月に担当社員が改正食品リサイクル法の説明会に出席しまして、現在、麴を分けていただいている源麴研究所に出会ったのです。この方は、私の高校の先輩にあたり、私が最初にお話を伺ったときには、食品リサイクルというよりも、「自分のところの餌を食べた豚肉がおいしいので試食してほしい」という切り口での説明がありました。

仕事柄、豚肉の試食の機会が多いのですが、甘みがあって、すごくおいしかったものですから、「これを分けてもらえないか」と申し出たところ、「これはゴミが足りないから、増産ができない」とおっしゃるのです。

わけを聞きますと、鹿児島空港や霧島エリアで食品廃棄物を集めて飼料を作り、それを与えているのだというお話でした。この肉を増産するには、食品廃棄物と新たなプラントが必要だということで、ちょうど食品リサイクルの課題もありましたので、お肉がどこまでできるか不安なところはありましたが、とにかくやってみようとプラント作りの指導や麴菌の提

供などをお願いしたのです。リサイクルに使用する麹菌は焼酎の製造過程で発酵に使用する菌です。



麹菌

ーそれはいい出会いでしたね。社長が2008年1月に試食をなさってから、9ヵ月後の10月にはプラントが完成していますから、ものすごいスピードですね。他社の食品ごみは一切入れずに一社の専用プラントを作られたと伺っています。認可申請などもあって大変だったのではないのでしょうか。

もうあつという間でした。源麹研究所の指導がありましたので、食品リサイクルについて一から勉強する必要がなかったのは幸いでした。飼料製造の認可が必要になり、さらに、リサイクルループとしての申請もしました。リサイクルループというのは、リサイクルされた製品を食品ごみを排出している側である程度使用しなければならないというものですので、ここが難しいところだと思うのです。

例えば、堆肥にリサイクルした場合、その堆肥を使用して生産された農産物を全量買い取るというわけにもいきませんし、私どもが出す食品ごみには調味料が入っていますので塩分の影響で葉物野菜の栽培には向かないなどという話をよく聞きます。私どもは飼料にリサイクルしたからリサイクルループを作りやすかったのではないかと思います。そこのところがよそ様と違うところかもしれないですね。

ーそうですね。食品廃棄物の排出も、豚の食餌も毎日のことですから需給バランスをとりやすいのでしょうか。

◆自社の廃棄物だけだから 管理しやすい◆

ーリサイクルの概要について教えてください。出てくるものすべてをプラントにまわせるわけではないと思うのですが、その仕分けの様子から教えてください。

はい。現在20店舗と加工センターの食品廃棄物をこのリサイクルにのせています。リサイクルプラントで粉砕機にかけるので、粉砕機での処理に向かないものや、豚の健康に影響のあるものは現場で取り除いています。例えば、油の強いものや、柑橘類などの酸味の強いもの、カニの殻などは別にしています。また、メロンとかパイナップルの皮は粉砕器にかけても完全に細かくなって、豚の体内に残ってしまうという問題がありますので入れられません。また、回転寿司のお店から出る、鯛の頭などの大きいものも駄目ですね。また、店舗としてあってはならないのですが、賞味期限切れで腐敗してしまった食材ももちろん入れられません。



異物分離機・粉砕機

こういう仕分けは基本的に店舗で食品廃棄物を排出した時点でやっています。多分、作業的に一番難しいのはこの分別ではないでしょうか。他社さんでもそのような話を伺います。小売業で同様の取り組みをなさっているところでは、「テナントさんには、そんなに強く言えない」と悩んでいるようですね。その点、私どもが扱うのはすべて自社の店舗ですから、そういう意味では悪いところがあれば「直せ」と、結構きつく言えますので、その点は強みといえます。

ープラントでも最終チェックをなさっているのですか？

社内で環境室という部署を立ち上げて、そこがプラントの管理もしており、営業店から集めてきたものをプラントに投入する前にもう一度チェックして、分別の状態が悪いものは何がだめだったかを伝えて店舗に差し戻しています。また、月に2回ほど、環境室会議を開き、そこでリサイクルの不備についてヒアリングをかけたりしながら店舗に指導をしています。この環境室は、食品リサイクル法だけでなく、省エネルギー法への対応も考えて作った部署です。

リサイクルの話に戻りますと、こうして分別した食品廃棄物を専用ストッカーに入れて、生ごみ専用の冷蔵庫にて保管します。この冷蔵庫はリサイクルのために新たに設置したもので、この設置スペースのとれない店舗などではリサイクルを行わずにこれまでどおりの方法で廃棄物として排出しております。さまざまな制約がありますので全店導入は難しいところです。



店舗の専用冷蔵庫

ーテナントで入居していますと、ごみの料金が月ぎめになっていたりしますし、保管場所も入居する全店まとめてだったりして、そういうところでは独自のリサイクルは実施しにくいのですよね。回収はどのくらいの頻度でなさっていますか？

そうなんです。現在リサイクルを実施している店舗を2つのグループに分けて2ルートを作り、一日交代で廃棄物回収業者に回収をお願いしています。店舗の側からみますと1日おきに回収していることになります。

プラントでは、まず粉砕機で粉砕して、スチーム殺菌をしてからタンクに送り込みます。そこに麹菌を入れて、24時間攪拌すると、とろみのある液状の飼料ができます。それを1週間に1度ぐらい、バキュームカーで取りに来ていただいて豚舎に届けます。



リキッド飼料

ー食品廃棄物の回収は保冷車をお使いですか？また、店舗で出る食品ごみのどのくらいの量がリサイクルにまわされるのでしょうか。

ほかの廃棄物もお願いしている廃棄物回収業者に委託してしまっていて、リサイクルの分については万が一でも混ぜてはいけませんので、専用保冷車を用意して別立てで回収しています。1店舗からでる食品廃棄物が1日あたり30kgとしますと、そのうちリサイクルできる分は20kgです。店舗からの回収分が約400kg、加工センターの分を加えますと約500kgを毎日処理しています。飼料化プラントでは、毎日、回収したものを粉砕し、蒸気で殺菌してから麹菌を投入します。



残さ回収専用保冷車

ーお店からの排出の分には、お客様の食べ残しも入っていますか？その分別も大変ではありませんか？

食べ残しも入っていますし、分別が一番難しいのが爪楊枝です。豚ののどに引っかかってしまうと死んでしまうことがありますので、今は全店でとうもろこし製の爪楊枝に切り替えました。コストは高いですし、お客様から「すぐ折れちゃうので変えてほしい」という声が寄せられています。仕方がありません。

もう一つは、お客様が飲まれる菓の包装シートですね。横に置いておいてくださるとよいのですが、野菜の下など、お皿の中に隠す方が多く、異物としてはこれが厄介ですね。ただそれ以外は、貝殻やカニの殻など分けやすいものが多いので大きな問題はありません。



とうもろこし製爪楊枝

私はしばらくワタミに勤務していまし

た。その頃は従業員数がまだ 100 人くらいでしたが、そのころに ISO14000 シリーズの取得をしまして、いきなりゴミ箱が 7 つになったのです。現場は驚きましたし、そんなに分けるのは無理だという声も上がりましたが、やってみたら結局できたんですよ。その経験がありましたので、今回の取り組みについてもそんなに複雑ではありませんから、無理ではないと思っていました。

一店舗ではアルバイトの方も含めて問題なく分別できていますか？

そうですね。貝殻などの異物が入っていると粉碎機の刃にあたってパーンと飛んできたりして危険ですので、仕分けする担当者も真剣になります。また、回収される食品ごみには日付や名前を記入することになっていて、それが記入されていないと回収しません。そういういくつかの歯止めがあって、きちんとした分別が実現されています。導入から時間がたって、慣れてきたというのものもあるでしょうし、先程言ったとおり、自社だけのシステムだというのいいのじゃないでしょうか。

一責任の所在が明確になっていて、お互いの顔が見えているというのもよいところですよ。

◆雨の翌日はすっぱくなる？◆

一できあがった飼料の成分は安定していますか？

食品廃棄物の内容は毎日変わるので、厳密に言うとはらつきがあります。しかし、タンク内の pH チェックを遠隔操作でやっていますので、今までのところ大きな問題は確認されていません。

以前、タンク内で酸味がすごく強くなった日がありました。「何か特殊なものをその日に入れたのか？」と言われたけれどすぐに思い当たらず、よく考えてみたら、前日の日曜日が雨だったことが影響していました。回転寿司店で大量に余った酢飯が原因だったのです。こういう変動はありますが、チェックをして調整しながら飼料を生産しております。

多分、会社として大体の成分は決まっているんだと思います。リサイクルされたものを豚が食べ、それをお客様が召し上がりますのでそのあたりのチェック体制作りには気をつけています。

◆20 店舗の取り組みで全店の 40%削減を達成◆

一肥育された豚は、「かつや」などで利用されているのですか？

豚は生産者から一頭買いしておりますが、量が少ないので現在では基本的に直営の「9 匹のこぶた」のみで提供しています。この店は、リサイクルループができるのにあわせて開店しました。「かつや」はフランチャイズですので、これは本部から来るものしか使えません。

一お客様の反応はいかがですか。

生産された豚肉に「黒麴黒豚」という名称をつけて、店舗でも情報を提供しております。実際には、当初は男性よりも女性のほうが興味を持たれていた感じはします。しかし、「残渣」という言葉の意味がまずわからないんですね。男性の方は「生ゴミ？」と若干、引き気味です。ですから、そこをどのようにお伝えするのか、最初の頃は難しいと考えていました。

近年では「環境フェスタ」のようなイベントが増えております。そのようなところで紹介をさせていただき、来場者から高い評価をちょうだいしています。

店舗を利用されるお客様に関しては、この取り組みについて特別関心を寄せていただいているという感触はあまりありません。しかし、会社として食品廃棄物の排出量をみたときに、昨年度初めて 40%削減を達成しました。20 店舗だけで、全体の排出量をこれだけ削減できていますので、実施している店舗単体で見ると削減率はかなりよいと思います。やった甲斐があったかなというところですね。

一リサイクルは大切なことですが、やはり、食品廃棄物、食べ残しで育てたというお客様へのイメージはよくないということでしょうか？

捉え方のような気はするのですが、そのようなところはありますね。一番反応がいいのは会社説明会を受けに来る学生さんです。以前は環境学部などありませんでしたし、エコという言葉もありませんでした。今の学生さんはそのあたりに非常に敏感で、外食どうこうという前に、環境に関する取り組みをしているからという理由で志望する方もいるくらいなのです。ですから、お客様の反応にしましても、時間が経

っていくなかで変わっていく気がしています。

◆継続することに意味がある◆

鹿児島は、海洋投棄ができなくなった焼酎カスの処理をどうするか、という悩みを地域全体で抱えていましたので、もともといろんな形でリサイクルが行われてきました。私どもは、この焼酎カスを軸としたリサイクルに参加させていただいているわけです。

麹菌と食品廃棄物の餌でおいしい豚が生産できるとはいっても、豚の生産量を増やすために食品廃棄物を増やすというのは本末転倒ですから、麹菌を出す業者さん、食品廃棄物を出す我々がいて始めて成り立つものなのですよね。

こうしたリサイクルは、継続できないとコストのかかり方が尋常でなくなってしまう。継続できないところのお話を聞きますと、分別で手間取って人件費がかかりすぎてしまったというような理由があるようです。例えばコンビニエンスストアの弁当などは仕分けるのが大変ですよね。その点、私どもですと、店舗で無理なく分けられる範囲ですので非常にシンプルでやりやすかったんだと思います。

ーイニシャルコスト、ランニングコストについてはいかがですか。

飼料製造のプラント建設費は2000万円くらいでした。各店舗での保管用の冷蔵庫を設置するときに補助金をもらいましたが、プラントは全て自前で建設しました。現在は、店舗からの食品廃棄物の回収コストなどで月額40万円くらい、発酵タンク内の管理費で10万円くらいです。トータルで50万円がかかっています。リサイクルにまわしますと、その分だけ廃棄物の処理料金が減ることになりますので、同量の食品廃棄物の排出コストが月額18万円くらいですから、差し引き30万円強のコストがかかっているということになります。

ーできあがった飼料を販売しているわけではないのですか？

販売はせずに出来上がったものをすべてお渡しする形をとっています。

ー現在かかっているコストは、法律の定める40%という目標値をクリアするための

必要経費とお考えですか。

そうですね。まず、40%をクリアすることが課題です。環境への取り組みがお客様の増加に直接的に結びつくかということ、それは難しいところです。ただ、やはり、行政の方とお会いする機会は増えましたし、いろいろな勉強をさせていただく機会が増えました。どのみち、ゴミの問題は避けて通れない道ですので、それをできる範囲の中でうまく処理をしていくためには、必要な部分だと思っています。

環境省の方によりますと、これまで、単年度ではすごく成果が出ていても2~3年したらやめてしまっている事例がすごく多いとのことで、「おたくみたいに成果が若干でも出ていて、継続しているという所自体が珍しい」というお話をいただいたことがあります。ですから、今はとにかく続けることを優先しています。

ー現在の課題はどういったところでしょうか。

一頭買いしている豚の全ての部位を使い切ることには苦慮しています。腕などは余ってしまうので、ウィンナーを作ってみたり、生ハムを作ってみたりするんですけども、生ハムだと歩留まりが50%くらいになってしまいます。単価的には結構厳しいですね。ヒレやロースはどんどん利用できるのですが。

ー肉の仕入れコストは以前に比べて上がっていますか？

コスト的には揃えていただくようにしているのですが、豚の値段は結構変動しますのでなんともいえないところです。また、黒豚ですと肥育期間が白豚よりも若干長いこともありますので、コスト的には少し割高になっているかと思います。しかし結局、それは部位の値付けをどうだすかということにかかってくると思います。ですから、会社として「この肉で利益が取れる商品作りをする」という考え方でやるのか、リサイクルを純然と進めていって、リサイクルループとしての部分をきちんと稼働させていくことを第一義的な目標として考えるかという選択によると思います。

前者については、季節メニューなどで、どの部位をどのように活用し、どのような価格設定にするかなどでやり方はいろいろあるかと思いますが、こういったことも含め、まだ検討中なのです。私どもとし

ては、まずは食品廃棄物排出量を40%削減し、それを持続するのが目標です。現在、全56店舗ありますので、その全排出量の40%を20店舗と加工工場の取り組みで削減できているというのは結構な数字だと思うのです。

ー今後、リサイクルシステムをさらに拡大する予定ですか？

プラントにはまだ受け入れ能力がありますが、回収には専用の保冷車を用意していますので、今後増やすとしましたらその保冷車を追加することになります。つまり、イニシャルコストがかかってくるのです。そうしますと、どういうルートでどの店舗のものを回収するかという効率的なルートを考えていかなければならないので、難しいところです。

ー以前、他社のリキッドフィーディングのお話を伺ったときに、やはり運搬コストが採算に乗るかというのが一番の課題だと教えていただいたことがあります。そこが難しいところですね。

そうです。廃棄物のためにわざわざ冷蔵庫を用意するというのはなかなかないと思うのですが、そういう点を含めましても、回収については課題が大きいですね。私どもの取り組みは、よそ様に比べて非常に低コストだとは思いますが。

ー黒麴黒豚の肉のおいしい食べ方はどういったものでしょうか？

黒麴黒豚は融点が低いというお話があります。融点が低いということは、脂っこさが違って来るんですね。さっぱりと食べられます。甘みもありまして、しゃぶしゃぶなどで提供しています。



ただ、豚の肉質や味は餌だけで決まるものではないのです。去勢を上手にやっているかなどでも変わってきます。ですので、どれだけ農家さんと接点を持ちながらや

れるかが重視されると思います。口蹄疫の問題が起こるまでは、社員をつれて豚舎にいて生産現場の作業を体験させたりしていたんです。今はできなくなってしまいました。

ー口蹄疫の時は大変でいらしたのでは？焼肉店もやっていたらしゃいますから。

現実としては、宮崎や鹿児島で口蹄疫があったからといって、外食業界の中の焼肉比率が落ちたということはないんですよ。皆さん地元の方なので口蹄疫を正しく理解されていて、「食い控え」という感じはありませんでした。

ただ、対策として町中に石灰がまかれたような状態になりましたので、外出そのものが控えられてしまって町がシーンとしてしまったのです。外食の中での焼肉比率は変わりませんでした。外食に出る人自体が減ってしまっていました。ほかの地域に被害を拡大させたら申し訳ないので余計な外出を控えるという感覚が強かったように思います。

ちなみに、このリサイクルシステムで協力関係にある養豚業者は、制限区域外でしたのでこれまでどおりに精肉を供給してもらっていました。

◆リサイクルの苦労は… 特に思いつかず◆

ーこのリサイクルシステムの立ち上げや運用で一番苦労なされたことは？

よくこのようなご質問をいただくのですが、半年あまりで立ち上げていることからもお分かりになるとおり、トントン拍子で進んできた感じで、苦労というのがなかなか見当たらないのです。プラントの建設コストが億を超えるならば二の足を踏んだでしょうが、思ったほどイニシャルコストがかかりませんでしたし、ランニングコストも許容範囲内ですので苦労したという実感がないのです。あまり難しく考えなかったのがよかったのかも知れません。

取り組みを始めてから、「リサイクルやっている所だね」とか、「まだリサイクルはやってるの？」というようにお客様から声をかけていただくことがあります。売上の増加には直結しないかもしれませんが、環境に取り組む企業というイメージ作りにはつながっているのかもしれない。

ー社員の皆さんからは反対の声や、「よく

ぞやってくれた」というような反応はありましたか？

特にこれといったものはなく、会社がそのように決めたからそれに従うという感じでした。しかし、この取り組みで表彰していただくことなどがありますので、そういうときに「これだけ注目していただけることを自分たちがやっているんだ」ということを広く社員に知らせることが大事だと思っています。

ワタミで環境 ISO に取り組んだときもそうでした。「毎月1回は必ずアルバイトさん向けの勉強会をこなさい」と言われたりしています。最初は意味もわからずやっていますが、こうした勉強会であったりふと他社の様子を見たりしたときに、自分たちのしていることの意味がわかるのではないのでしょうか。分別のやり方などは慣れですよね。仕分けをしっかりとやると餌をたくさん作れるし、ゴミも減るんだということがわかるとさらに真剣に取り組むようになります。今後、社内教育の一環として、こういうことについて折に触れて知らせていきたいです。

◆誇りを持てる職場へ◆

一話は変わりますが、社長は二代目でいらっしゃるんですよね。フードサービス業界では二代目、三代目の経営者が増えてきていますが、業界を取り巻く社会が変化している中で、特に意識していらっしゃることはありますか？

創業者の父に比べますと私は間違いなく苦勞をしていません。また、どういう状況で跡を継いだかによってもまったく違うのかもしれませんが。父は私が30代半ばだった7年前に半年の闘病で他界しました。バタバタしている中で急にバトンを渡された感じでした。

私がワタミに入社したとき、同期入社と同僚のおじいさんがやってきて「うちの孫は大学を出てまでお運びさんをするのか」と泣いたことがありました。そしてその方は、ワタミが株式を店頭公開したときのパ

ーティーにいらして、すごく喜んでいました。「社会に認められた」と。あれから約20年経ちますが、外食企業はまだ社会的に十分に認められていない部分があると思うのです。

私は会社で、「子どもたちに「パパやママの仕事がしたい」と言ってもらえるような仕事にしたい」といっています。日本フードサービス学会の成果物を見せていただくとうごく誇らしく思います。私たちの仕事は、子どもたちに対しても、社会に対しても誇れる仕事でありたいと願っています。



特に南九州という地では、食というのは一見さんだけを相手にする商売ではないと思うのです。食べ物を食べるだけではなくて、地元の皆様に時間と空間もご提供しているという認識をもっていたいものです。また、田舎ですから、そんなに突飛な料理を扱うのではなく、飽きの来ないもの、定番けどしっかり食事ができるという場面をどう作っていくかを考えていきたいです。このリサイクルで地域の生産者との連携ができて地産池消のひとつの形ができていとおもうのですが、今後はこうした生産者との連携を様々な形で考えていければと考えています。

一ありがとうございました。

【以上、談。要約含む。】



エコとん

康正産業グループのエコマスコット

環境エコに関する活動などを説明するマスコットとして、地元の専門学校生徒さんにデザインをお願いし、誕生しました。地球の杖を持って、環境にやさしい取り組みを見守っている、ブタのおじいさんです。

◇My Study◇

荒牧 麻子（城西国際大学 兼任講師・株式会社グイェットコミュニケーションズ 代表管理栄養士）

居心地の良い学会

日本フードサービス学会に所属して早 17 年。入会当初、ホテル業に身を置いていたにも関わらず「食」をビジネスの対象として捉えるということに誠に疎かったが、所属の研究者や実務実践家の方々との交流、また年度毎に掲題される大会テーマとともに、我がビジネスセンスはゆっくりと醸成され出し感謝している。

中でも、副学会長を務められた田島義博（1931～2006）学習院院長による一年間に渡る大学院最終講義のプログラムに参加した事は、学会との接点がより深く大きなものとなったと感じている。

京都大学こころの未来研究センター

2007年4月に発足したこの研究センターは、異なる学問領域の研究者が集い、こころに関する学際研究を推進する、他に類をみない独自の組織である。詳細は<http://kokoro.kyoto-u.ac.jp/>を参照されたい。

筆者は研究センターに特定研究員として就職した知人の案内でセンターの存在を知り、以来今日の研究に至っている。

脳科学、宗教学、心理学、教育学、生態学、医学、哲学、文化人類学など異なる分野の研究者で構成され、並行して、広く内外の研究者との学術交流にも重きを置き、京大はじめセンター内教員と研究ができる連携研究制度が用意されている。研究申請を提出した 2009 年度は以下の研究課題の募集があった。

◎指定研究

- ・「メタ認知に関する行動学的または神経科学的研究」
- ・「対面コミュニケーションにおける他者理解に関する実証的研究」
- ・「感情／認知機能のリハビリテーションに関する実証的研究」
- ・「大人のストレス予防に関する研究」
- ・「心理的支援の有効性と経済性に関する実証的研究」

◎自由研究

- (1) 意志決定とメタ認知に関わる脳内機構の研究
- (2) 社会的知性の生物学的・文化的基盤の研究
- (3) 身体疾患の患者およびその家族の生き甲斐観と死生観の研究

「食べること」を問う

ヒト(人)の食行動は、生存と生命の維持増進のための栄養と楽しみや儀式など文化的社会的両面から成り立っていると言える。またそれが、ヒト(人)としての食が成り立つ条件でもある。

人類誕生の歴史や進化、社会生態史を紐解けば、果実との共進化や初期社会形成の核である採食生態学など「食」は幅広く奥の深い学問領域でもある。



研究申請は、ひとまず社会的知性の生物学的・文化的基盤研究で提出することとし、その研究目的や実施方法、得られる成果等の予測を固めることに時間を要した。

以前から現代人の食はどうあるべきか、理想の食生活とはどのようなものかを一度整理しておきたいと思っていた。また、フードサービス学会で数年間組上となっていた、食育や食の安心安全などをテーマとした時、何を後ろ盾に展開したら手ごたえが見えてくるだろうかと模索していたこと、更に EU 各国で実施されているこどもを対象とした味覚教育に興味を持ち 2003 年から取材を継続している事などを挙げ、研究者と意見交換、テーマは仮のタイトルで研究センター長（認知心理学）と面談した。

食べ物は単に栄養だけでなく、美味しいものを食べるという楽しみなど心理的文化的な側面を考えると、「味覚はこころと身体をつなぐメディアである」、とセンター長に言葉を投げかけられ、思ってもみなかった視点にハッとさせられた。その瞬間、肩の力が抜けた事を今ここに思い出す。

京料理発祥の地でこの研究を取り上げる意義にも話が及んだ。また、食は祭りや宗教とも深く係わりがあり、センターでの研究対 http://www.jfgakkai.jp/nyukai_kojin.pdf 象

としても相応しいと考えていただけたように思えた。

果たしてその期待に応えられるだろうか不安もあったが、仲間の専門を束ね、見えてくるものに期待を繋ぐ脆弱な研究の日々を過ごすことになった。

連携研究申請は単年度毎であるが、最長三年の研究継続が許されるとのことで、2009～2011年度までを願い出た。

研究テーマ「こころと身体をつなぐメディアとしての味覚：食の「質」をふまえた食教育の検討」

現代社会の抱える「人が食べること」に関する数々の課題は、ともすれば自然史をおざなりにして論じられることもしばしば見受けられる。

例えば、筆者の活動を成している食生活のコンサルティングについて言及すれば、サプリメント利用の是非を問う際に、また枕詞のように使われている食生活の欧米化という都合の良い聞き慣れた表現に対しても、その機軸となる論拠をどこに置くべきなのか、また家族で食事を囲むことがあたかも正当な行為であるかのような食育的啓蒙に対し、その科学的な論証も待たれているのではないかと考えていた。

これらについて、旧知の研究者に諮り、新たな研究領域を見出すこと、研究成果を社会還元する策を目標に研究班をスタートさせることにした。アメリカミネソタ州立大の社会文化心理学研究者を含む10名の研究者から連携研究参加への同意が得られ、研究会開催にこぎつけた。

メンバーは北大、東大、横国大、山梨大、京大、神戸大など。生態学、教育学、農業経済学、環境学、宗教学、発達心理学、栄養管理学、比較文化人類学を専門とする新たなグループが誕生した。

三年間の研究概略

初年度と二年目は先行研究に目を通す作業が中心となった。

2005年に成立した食育基本法、そこに至った過程とその必要性や社会での反響をそれぞれの立場から意見交換を何度か行った。

アメリカと日本における青少年の食文化と食嗜好・味覚に関する比較調査報告では、味覚の閾値が民族や食文化・食習慣によって微妙な差が出る。しょっぱい、甘い、酸っぱいなど言葉は同じでもその感度の違いは大きいことなどを中心に、ファストフード談義として議論が盛り上がった。

ヨーロッパの農業史を研究するグループからは、1935年に公布されたドイツの農業政策に有機農業法と家庭の栄養改善運動が

強要された歴史的な経緯、日本の食育運動の危うさについての発表も興味深い内容であった。

アジア・アフリカ地域の狩猟採集民、少数民族を生態学的調査フィールドとしている若手の研究者からは、都市化と社会構造の変化、生活と健康への影響などが示された。

フランスでこどもを対象とした30年に及ぶ味覚授業・味覚教室など食教育プログラムについて、筆者がここ数年続けている取材活動事例を交え、単なる栄養食生活指導とは異なる、言語、認知・発達心理、五感の練磨などを中心とした、独自の教育感が背景に存在していることを紹介した。



海外との交流では、京大の招聘で国際ワークショップが開催された折「ヒトを含む霊長類の採食行動の進化と発達」と題した講座を設けていただき、京大理学部長とフランス自然史博物館の研究者に講演いただく機会にも恵まれた。

最終年となった2011年度は、現代の日本人や西欧人が「スローフード」や「食育」に何を求めようとしているのかを探る試みをした。

「19世紀末から20世紀初頭における神秘主義と食・農業実践の接近」というテーマで研究会を開催したところ、宗教や哲学関連の研究者の参加もあり、活発な論議が展開された。

近代ドイツの食の思想・シュタイナーとバウハウスの研究、日本の大正・昭和初期の食思想と食運動（宮澤賢治 他）、フードフェディズムなど洋の東西で勃発した農業と食の結びつきについての発表と討論を行った。

研究成果と今後の展開

メンバー全員が大学院または大学で教員をしていることもあり、それぞれの担当講座に成果が活かされると思われるが、筆者は更に実践度を高める試みを計画したいと考えている。

★管理栄養士、フードコーディネーター、フードスペシャリスト養成講座への味覚教育紹介と味覚授業の実施。

★生活習慣病関連学会において、医師・医療関係者向けに、味覚教育を取り入れた実効ある食生活指導について、講演を企画中である。
★ホスピタリティー産業、食品企業に向けて、社員教育・研修に新たな講座として味覚教室を実施したいと考えている。

昨年 12 月にはホテルオークラ東京で、社員対象にセミナーを実施した。顧客向け商品としての開発も待たれるところである。



◇活動報告◇

(平成 23 年 11 月 1 日～平成 24 年 5 月 22 日)

11 月 30 日 理事会

(於：JF センター会議室)

- 次回年次大会について
- 委員会事業進捗報告
- 入会承認

12 月 27 日 年次大会実行委員会

(於：JF センター会議室)

- 大会テーマ検討
- プログラム策定

2 月 22 日 研究助成委員会

(於：JF センター会議室)

- 第 8 回研究助成実施進捗の確認
- 第 9 回研究助成募集要項の確認

2 月 22 日 研究部会

(於：JF センター会議室)

○『メニュー・アソートメントの定量分析-食生活の変遷に焦点をあてて』

大阪市立大学経営学研究科 准教授 小林哲氏

○『外食企業と生産者の連携の形態と成果』

東京国際大学商学部 准教授 伊藤匡美氏

2 月 24 日 研究部会

(於：JF センター会議室)

○『女性客の外食利用意向を高めるサービス品質とは-尺度化に向けての予備検討』

多摩大学経営情報学部 客員准教授 大風かおる氏

○『消費者からの食品ロス低減化を目指す食品表示のあり方』

慶應義塾大学大学院システムマネジメント研究科 博士課程 佐藤みずほ氏

4 月 10 日 研究助成委員会

(於：JF センター会議室)

- 第 9 回研究助成応募書類の審査
- 第 8 回研究助成実施進捗の確認

4 月 26 日 理事会

(於：JF センター会議室)

- 第 17 回通常総会議案書の承認
- 第 17 回年次大会準備進捗確認
- 入会承認

5 月 12 日 第 17 回通常総会

(於：青山学院大学青山キャンパス)

○2011 年度事業報告の承認

○2011 年度決算報告の承認

○役員選任について

○2012 年度事業計画案の承認

○2012 年度予算案の承認

○その他

5 月 12 日 第 17 回年次大会

(於：青山学院大学青山キャンパス)

○基調講演「ファミリービジネスと地域社会の発展-『食』を題材にして」

立命館アジア太平洋大学院経営管理研究科 客員教授 小西龍治氏

○シンポジウム「フードサービス業の今後を考える」

㈱吉野家ホールディングス 代表取締役社長 安部修仁氏

学習院女子大学国際交流学部 教授 江口泰広氏

○他 5 題

○懇親会

◇書籍紹介◇



『〈錯覚〉の外食産業』

横川 潤 著

商業界 ¥1,470 (税込)

2012年4月17日 単行本 192頁

ISBN-10: 4785504234

ISBN-13: 978-4785504236

横川 潤 (文教大学国際学部 准教授)

「牛丼戦争に勝者はいない」「高価格スタバはなぜ人気なのか」「ファミレスからなぜ家族が消えたのか」……等々、売れ線を意識しつつも珍しく(?)真面目に書いた本です。

私の専門はフードサービスのマーケティングなのでときおり「いま注目している外食企業は？」と訊かれます。そういうときは「ありません」と瞬殺します。なぜか??

私は今年50歳ですが、7歳のとき父や叔父達が国立府中 IC の近くでスカイラーク(当時の名称)を開き、40年以上この業界の浮沈と共に生きてきて、あろう事かその研究者にまでなってしまいました。結果として業界の表にも裏にもけっこう通じています(苦笑)。

ひとつだけ申しあげたいのは、あの頃の創業者達が「使命感」に燃えていたことです。そこはかとなく戦後の匂いが残るこの国を立派な先進国にしたい、国民のすべてが豊かで美味しい物が食べられる社会にしたい、そこに携わる人々が胸を張って生きられる業界にしたい、すなわち「水商売」と蔑まれた業界を日の当たる「産業」にしたいと、心の底から一点の疑いもなく願い、命がけで戦った男達が居たのです。

私は観客席で野球を見ているようなただの一ファンですが、業界を愛すればこそヤジのひとつも飛ばしたくなるのは虎キチや赤ヘルファンと同じです。「あの時代」を知る身としては、「4番はやっぱサード長嶋だよな」「田淵のホームランは滞空時間が長かったな」と愚痴りたくもなるのです。最近の外食産業界を見ていると、「使

命感」が失われてしまったのはもちろんのこと、「目先の利益追求」「小手先の経営技術」「子供だましの演出」が目立ち、その業績を含む経営に関して「立派だな」「素晴らしいな」と感じ入ることがきわめて少ないのです。

どうしてこう上から目線になってしまうのかと言えば、本書で書いているような極めて基本的なマーケティング原則さえ、我が国の業界でまるで知られていないか、生かされていないからです。海外は日本食ブームだと浮かれてはいますが、中国を始めとする各国で日本企業はマックや KFC にまったくと言っていいほど歯が立たないのが現実です。国境を越えた大競争時代だからこそ、どの国でも通用する経営の考え方、すなわちアメリカ流の論理性や合理性が威力を発揮するのではないのでしょうか。

本書はニューヨーク大学ビジネススクール留学中に習ったマーケティングの「基礎」を用いて、我が国の外食産業界を読み解く試みです。学会の先生方にはアカデミズムが未熟であると、フードサービスの実務家の方々には現場の理解が足りないと、それぞれご批判を受けることは覚悟の上です。しかしその暁には大いにこの業界について熱い議論を交わさせていただきたいと、手ぐすね引いて待っております(笑)。

アマゾンでは即日在庫切れという意外な初速を見せましたが、今では完全に沈静化して簡単に手に入る状況です。ご高覧、ご笑覧を賜りますよう伏してお願いを申し上げます。

◇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同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ご連絡下さい。
(E-mail : info-gakkai@jfgakkai.jp)



◇編集後記◇

第 25 号をお届けします。巻頭言は、立原先生による東海大学の新学部である観光学部の紹介です。フードサービスに関連する科目もサービスマネジメントの中で取り上げられているそうです。日本がモノづくりで匠であることは世界に知れ渡っていますが、今後はホスピタリティの分野でも存在感をアピールするため観光分野の研究が進み、多くの人材が育つことを期待したいものです。また My Business は康正産業の肥田木代表取締役がリサイクルへの先進的な取り組みについて詳しく述べられております。分別で爪楊枝が問題になったなど興味深い内容です。My Study は荒牧先生が、フードサービス産業との関わりから、最近の研究分野や研究計画についてふれられております。研究会や全国大会で、是非とも研究成果を発表いただきたいと希望いたします。そして書籍紹介は横川先生が最近刊行されたご著書の執筆動機、業界への期待を述懐されております。業界内外の多くの人々に読んで欲しい本です。

なお私の編集委員長としての仕事は今回で最後になりますが、今後もレシピの内容を充実させるために、フードサービス学会の皆さんの積極的な寄稿をお願いいたします。青井前会長はじめ編集委員の方々には、編集委員会運営にあたり多くの助言・援助をいただきありがとうございました。

【日本フードサービス学会 平成 22・23 年度 理事・編集委員長

日本大学商学部 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-gakkai@jfgakkai.jp