

日本フードサービス学会
RECIPE

VOL. 34

発行日／2016年11月30日

発行／日本フードサービス学会

◇巻頭言◇

20年を超えて

日本フードサービス学会 会長
日本大学商学部 教授 相原 修

1995年3月に日本フードサービス学会が設立され、翌年1月に「豊かで美しい食文化の創造」をテーマに第1回年次大会が開催されました。第1回開催にあたっての準備会議の書類を振り返ると今は故人となりましたが、当時副会長であった先生方により熱気に満ちた議論が繰り広げられています。そして田島義博先生（学習院大学名誉教授）が、AMA（アメリカマーケティング協会）の大会は、実務家と理論家の融合が図られており、面白いと発言され、それを受けて田内幸一先生（一橋大学名誉教授）がお祭りの要素も加わる方が良いと賛成され、村田昭治先生（慶應義塾大学名誉教授）は模擬店舗も出したらなど活発な議論を経て、日本海運倶楽部で開催され多くの方のご参加をいただきました。

あれから20年以上経過し、今年も6月に「フードサービス業の新展開」をテーマに年次大会が開催されました。最近では、設立時に比べると予算縮小の関係もあり、店舗の設営などは難しくなっておりますが、理論家、実務家の方のご参加を得て活発な意見交換が行われました。昨年の年次大会では、設立から20年を経過したため周年事業として『現代フードサービス論』（日本フードサービス学会編、創成社、2015年）の刊行が披露されましたし、今年は川端基夫先生（関西学院大教授）の『外食国際化のダイナミズム』（新評論、2016年）を学会賞として表彰することができました。このように諸先輩方や会員の方々のお力で学会としての基礎はできつつあると思います。



『現代フードサービス論』
日本フードサービス学会 編
創成社 (2015/6/16) 2,484円(税込)



『外食国際化のダイナミズム』
新しい「越境のかたち」
川端基夫 著
新評論 (2016/1/21) 3,024円(税込)

ここでフードサービスを取り囲む環境に目を向けると、この20年間で大きな進展がみられたのがデジタル化とグローバル化です。第1回の大会ではインターネットで検索すると、世界の情報が簡単に手に入るというデモンストレーションが行われ、当時はそれでさえ感心したものです。しかし今ではネットなしの生活は考えられないほど日常に溶け込み誰もがスマホを携帯し情報の受発信を行っていますし、企業の広告や販売促進にも欠かせないデバイスとなっています。

またグローバル化について見ると、2000年代にBRIC'sの国々が注目され始め、外食企業も含めサービス業の海外進出が目立つようになりました。今では、日本の回転寿司が多くの人に移植され、広まっています。寿司以外にもうどん店、ラーメン店、定食屋なども海外進出し、2013年に和食がユネスコの無形文化遺産に登録されたこともあり日本の食文化が注目を浴びてきています。20年前には、想像もしなかったことが日常生活になっています。

今後も技術の進展に終わりはなく、産業革命4.0とか、第3次産業革命などという言葉が生まれています。センサー技術の発展や人工知能を活用し、自動運転が数年の内には実用化される時代を迎えています。

このような新しい時代を迎えフードサービスの研究領域も外食だけでなく、中食も含み、国内だけでなく、海外の動向にも広がってきています。日本標準産業分類における外食の位置も変化してきています。

1949年の最初の分類では、飲食業は「大分類 G 卸売及び小売業」の中の小売業に含まれていました。しかし2002年には国際標準産業分類との整合性や産業構造の変化に適合させるため、全面的に見直しがなされており、「飲食店、宿泊業」が大分類の項目となりました。さらには2007年には、中食を含むものとして外食が分類されています。このような変化はフードサービス産業が経済で占める重要性が増して来たことの反映でもあります。これからも今までの境界を超えた分野にフードサービスが伸びていくことを期待するとともに、それらの研究を質量ともに充実させて行きたいと思っています。会員の皆さんの積極的なご参加、お待ちしております。

日本標準産業分類

・飲食業の位置

- ・1949年「卸売業および小売業」**小売り**に分類
- ・1972年「卸、小売業、**飲食店**」大分類に表記
- ・2002年「**飲食店**、宿泊業」

- ・1989年国際標準産業分類「ホテル、レストラン」として分類

なおフードサービス学会の会長を務めていただいた青井倫一先生（明治大学専門職大学院長、慶應義塾大学名誉教授）が9月に、ご永眠なされました。学会活動に積極的にご参加いただき、まだまだ多くのアドバイスもいただきたかったのに残念です。ご冥福をお祈り申し上げます。

日本フードサービス学会賞の公募について

『巻頭言』でも紹介の通り、当会ではフードサービスに関して書かれた、図書、年報以外雑誌（一般誌・業界誌・他学会誌問わず）に掲載された論文を対象とし、学会賞として表彰します。

◆対象 2016年4月～2017年3月までに発刊されたもの

◆応募方法 推薦（自薦・他薦問わず）

◆推薦締切 2017年4月末日まで

尚、推薦の際には学会所定の『推薦書』を提出いただきますので、先ずは下記事務局までお気軽にお問合せ下さい。

◆お問合せ先 日本フードサービス学会事務局
TEL:03-5403-1060 E-mail:info-gakkai@jfgakkai.jp



◇My Business◇

株式会社インフォマート 代表取締役社長 村上 勝照 氏 に聞く

『情報はオープンに、人はサービスに ～プラットフォームで自動的に情報を流す～』

インタビュー・構成：小川美香子（東京海洋大学先端科学技術研究センター 助教）

2016年10月、芝離宮を眼下に一望する新しいオフィスで、外食業界を中心に、商談、受発注、規格書、請求書など、企業間の取引を支援するプラットフォームを展開されている株式会社インフォマートの創業者、代表取締役社長村上勝照氏にお話を伺いました。

一会社を創業されたきっかけとは？

村上：30歳を過ぎた時「世の中で誰もやっていない、役に立つ、喜ばれる事業をやりたい」、「どんな事業がいいか」を考えていました。1997年、バブルが弾けた後で、当時お世話になっていた百貨店の元役員の方に、「景気に左右されない食品、化粧品、ブランド品がいい。ブランド品はライセンスの問題がある。食品や化粧品は、毎日必ず誰かが使って無くなっていく。そういうモノを扱って事業をしたらいいのではないか」とアドバイスを貰いました。化粧品はハイセンスなファッション系で自分には無理だと思い、「食品について研究したい」と、またその人に相談したら、百貨店の食品部長を紹介してくれました。

「実際、現状はどうですか？」とその部長に話を聞きにいくと、当時、産直が流行り出した頃で、席にはパンフレットが高く二段ぐらい重ねてあり「売り込みはめちゃくちゃ来るんだ」と。ただタイミングもあるし、本当に良いものかも分からないので、試行錯誤で、色々企画しながら、「そういえば以前、ああいう会社が来たな」と引っ張り出しては連絡を取る。非常に手間で、忘れることもあるし、書類をファイリングするのも大変。「できれば自分たちで現地に行って、良いモノを発掘してお客様に提供したい」と頻繁に仰っていた。大手でも良い商品を見つけるのに困っているということを知ったことが最初のきっかけで

したね。

一方で、地方の食品関係者に聞くと「百貨店や東京に販売したい」という思いがある。当然、儲けたいことでもあります、自信を持っている商品を多くの人に広めたい。でも、例えば私の出身の山口から東京は、飛行機代だけで5万円。ホテルを取り、なんだかんだ営業していたら2～3日で10万ぐらいかかる。一発で決まればいいけど、なかなか決まらないのが当たり前で、毎月来られるかという、経費がかさんで売り込みにも行けない。そんな声があって、なんとなく「売る方も困っている」ということを、知ったのが二番目のきっかけです。

そこで、知り合いを通じてスーパーや外食の方に聞くと、やはり同じようなニーズがある。「これって意外と世の中マッチングしていない・・・。そこを引き合わせるビジネスができれば、世の中の役にも立つし、もしかして、困っている人が多いということは、世の中の誰もやっていないのではないか」ということで「結び付ける事業をしよう」と決めました。

そこからは、「何で結び付けるか」を「世の中で誰もやってない」というキーワードで調べました。「展示会をやったらいいいのではないか・・・」と調べると、展示会はもうやっている。「実際地方の人がどうやって売っているのか？」と調べると、卸企業を通じてとか、誰かに頼んで売る仕掛けがあり、仲介みたいなことは「もう誰がやっている」(笑)。最初に思い付いたのが「カタログを作って、バイヤーに配布したらよいのではないか」でした。当時はほとんどなかったのですが、ただ、1社だけらしきことをやっていた会社があったので「ああ世の中で既に誰かやっているな」ってことでダメ。そして、最後にインターネットに行き着きました。ヤフーが96年1月に日

本に進出し、楽天が97年5月に楽天市場をスタートした時代。通産省がITで通販の実証実験をして、NTTや電通が参加し、月50万とか100万の経費をかけながらみんなで実証実験をしていた時代です。

ーWindows95が発売され、一般の人がパソコンを買うようになり「EC時代の到来」だと盛り上がっていましたね

村上：そうそう、そうです。ダイアルアップ回線でつながっていた。「ITは今後広がる、ITでマッチングができればいいのではないか」と思いました。当時はヤフーで調べても検索のカテゴリーがかなり大きくて、ニュースも載っていないで、ただ調べるだけでした。そこで、日本で調べると、ネットで企業間のやり取りをしているところはまづなかった。英語が分かる人間に、アメリカで同じように検索して貰っても「無かった」という。「これ、世の中で誰もやってないのではないか」、「よし、これで事業しよう」というのが起業のきっかけです。

ー御社の事業やサービスを紹介してください

村上：まず取り組んだのは「商談」の仕組みです。全国の企業と企業をマッチングさせていくと役に立つなと。商談は、営業に始まり、カタログ、見積、発注、請求と進む。「そうした一連のやり取りがweb上でできるような、企業間のマッチングサイトを作りたい」と98年、商談マッチングのFOODS Info Mart（フーズ・インフォマート）（現：BtoBプラットフォーム 商談）からスタートしました。5年後の2003年、「インフォマートの仕組みを既存の取引先と使いたい」という外食チェーンの要望で受発注システム（現：BtoBプラットフォーム 受発注）を導入。受発注が広まるなか、中国ギョーザ問題が巻き起こり、「商品規格書が重要じゃないか、紙でのやり取りをなくしたほうが効率的じゃないか」というお客様の声で2005年にその仕組みを作りました（現：BtoBプラットフォーム 規格書）。そして2015年になって請求書システム（現：BtoBプラットフォーム 請求書）を始めたというのが一連の流れです。



ー現在、力を入れている事業は？

村上：いつどれに注力するかは会社の戦略次第ですが、今は「電子請求」です。フード業界の請求といっても、設備、メンテナンスなど食品以外に多くの企業とのやり取りが必要ですし、フード以外のお客様にも広がってきたので、注力しています。土台がフード業界なので「受発注」と「規格書」にも引き続き力を入れていきます。創業時に始めた「商談」も、来年の夏ぐらいまでにはもう一回システムをバージョンアップさせます。この四つの仕組みの全てに力を入れて、今から動いて行くということで運営しています。

ー以前は「フーズ・インフォマート」でしたが、現在は「プラットフォーム」が全面に出ています。「フーズ」色が薄くなった印象ですが、ターゲット業界が変化したのでしょうか。

村上：我々の仕組みは、どの業界でも使えると思っています。「請求書」は既に広がっていますが「受発注」も然りです。「規格書」は食品特殊かもしれませんが、商品仕様書はどの業界にもあるので、うまくリニューアルすれば活用できる。「商談」という企業マッチングも、どの業界でも必要です。これらを開放していくために、去年ぐらいから大きなシステム投資をしています。そのため「フーズ」の色で活動するよりは、「B to Bのプラットフォームで全業界に」という打ち出し方を今年1月からしている。ただ、事業の根底はフードで、沢山の方に使って頂きお世話になっていきますので、フード業界は徹底的に深堀していくという点は何も変わっていませんね。「全業界」という方針と「フード業界の深堀」の二点で、今後もやっていきます。

B to B プラットフォーム

**121,850社・395,616事業所で588,204名が
利用されている年間流通金額1兆4千億円のBtoBプラットフォームです**



見積・販売・購買・請求・支払・入金…と、企業間の商行為は世界共通、日々取引が行われています。BtoBプラットフォームは、電話やFAX・郵便・相対など時間とコストをかけて行われているこれらの商行為を格段に効率化し、生産性向上・時短とコスト削減・ペーパーレスによるエコを実現します。

受発注・請求書業務を最適化

B to B
プラットフォーム
受発注



利用企業数 **31,763社・256,585事業所・369,419名**

請求書の受取・発行を電子化

B to B
プラットフォーム
請求書



利用企業数 **121,089社・152,070名**

営業・購買スキームを大改革

B to B
プラットフォーム
商談



利用企業数 **8,594社・29,841名**

「食の安全・安心」に貢献

B to B
プラットフォーム
規格書



利用企業数 **7,165社・36,874名**

(株)インフォマート ホームページ <https://www.infomart.co.jp> より (2016年11月22日時点)

一様々な企業の話をついてみると、製品規格書の情報連携では、アナログとデジタルの変換が繰り返され情報の精度が落ちること、企業間情報連携があちこちで分断され効率化が図れていないことが課題で、こうした状態は十年前からあまり変わっていない印象があります。まさにプラットフォームが必要ということですが、インフォマートの規格書システム事業として、さらなる普及のためにこういった展開をお考えでしょうか？

村上：2005年に規格書の仕組みを作ったので、もう十年以上前です。当時の規格書は、各製造業者が作るものでまず書式がバラバラです。それを流通で伝えていく際は、

紙で卸に、卸から外食・小売に届くという流れでした。メーカーとしては企業秘密の情報も含まれており「情報を出したがいなかった」時代で、散々我々も怒られて、「そんなもん作るんじゃない」と言われたりもしました。

ただ、結局、製造責任があるので、開示して貰わないといけなところは開示して貰わないといけな。製造しているメーカーは、きちんとお金を払って仕入れる卸に情報を開示するのが当たり前だし、その最新の情報を卸が外食に開示するのも当たり前だと。そこで、従来紙でやっていたことを、まずはデータでやり取りして貰うことが第一歩だと思い、まずは外食本部にシステムを入れて貰い、そこから取引先

の卸にシステム入れてもらい、そして卸の取引メーカーにシステムを入れて貰いました。そうすると、メーカーや卸から、相手によって「出したい、出たくない」とか、責任が発生するから「情報を扱いたくない」とか、様々な課題が出てきました。それでも外食は消費者がいるから、当初は事故対応の問題としてでしたが、最近アレルギーなど色々あって「知りたい」。そのこの三者の思惑がなかなか揃わなかったのが実態でした。我々も結構システムを作り込んだのですが...

紙では最新の情報がなかなか伝わらないので、やはりデータで、メーカーが商品の規格を変えたら規格書を書き換え、卸にも、その先の外食にも、「規格書が変更されました」という情報が、画面で表示されればいいだけじゃないですか？単純に考えてそこに、受発注の流れ、モノの流れが呼応すればいい。しかしシステムを変えようとしてもなかなか変えられなかった。ただ、今は、メーカーが情報開示するのが当たり前になり、ホームページを見ると意外と載っている。でも、それをデータでやり取りすることには抵抗がありました。同じ情報を「あっちには見せたい、こっちには見せたくない」と。いやいや、貴方のところはもう開示しているので、情報もデータで出しましょうと。外食が色々なメーカーのホームページに行って商品や情報を探してお客さん対応するのは難しい、という当たり前のことが見えてきたので、11月にはシステムをバージョンアップします。

ちょっと反発もあるかもしれませんが、とにかくメーカーは、自社商品の規格書を書き換えるだけでいい。あとは、取引マスターを基に、卸と外食をつないでおけば、自然に情報が流れていく仕組みに変わります。そして、メーカーが書き換える手間も軽減しようと。各社が導入している社内の規格書のシステムで、既に連携できるシステムの場合は、ボタンを押せば我々の「規格書システム」の情報が自動で書き換わる仕組みになります。でも、ほとんどの中小企業はエクセルで管理しています。エクセル管理の場合、フォルダに丁寧に並べて置いているだけの人が多いので、エクセルの管理をやめましょうと。うちの規格書データベースで情報を作れば、そこで書き換えると全ての取引先に書き換えた情報が伝わります。このように、メーカーが商品規格書のデータを我々と連携する、も

しくは我々のシステムで管理することによって、規格書情報が取引先に自動的に流れていく仕組みに変えます。

情報を出す、出さない、といったムダな判別をなくし、取引している商品全て紐付けば、メーカーも手間が省け、卸も商品管理ができ、外食も新しい情報が得られて便利じゃないですか？お客さんから何か聞かれても、簡単に検索できるし、みんなが便利になる。

PB商品等でより深い商品情報を出さないといけない場合は、今まで通りの方法となりますが、「アレルゲンや原産国など、誰にでも見せていい情報はそのまま一気通貫で行きましょう」という仕組みに変える。ここは大きく伸ばしたいですね。プラットフォームとしての標準化を、2020年のオリンピック前、17~18年ぐらいに多くの企業に当たり前にできれば、きっと外国の方が来られても、役立つ仕組みになるのではないかと考えています。

例えばAメーカーのモノを1,000店舗が10品ずつ仕入れて、一卸が卸していたら、10品×1,000店舗で10,000品目の情報問合せが一度に卸にくる。卸は10,000品目の依頼をメーカーに送ることになるとしたら、逆に「10,000もの対応をするのですか」ということです。それよりは「10品を完璧に新しくしとけば、10,000全ての情報が届けられる」という発想のほうが、原理原則で考えると皆さんにとっても良い。その分、他のところに時間とコストかけたほうが、日本の食の安全安心も良くなるのではないかと思います。

だから、「単純に考えましょう」と。必ずお客さんに届けないといけない情報はある程度決まっているので、「そのゾーンだけは、取引関係があったらきちんと流しましょう、それ以外の深いところと、PB商品は別枠でやりましょう」という二段階の流れができ上がると思っています。

—2014年に台湾でのサービスを始めていますが、グローバルな展望はいかがでしょうか。

村上: あまり言いたくないのですが、海外は七年程かけていますがほとんど失敗しています。最初に香港、中国に進出。中国の外食産業の協会のようなところと提携して受発注を広めようと思ったのですが。

台湾も奮闘中です。今年はシンガポールに英語版で開示しました。中国の法律の関係で、中国側にシステムのサーバーを全部置いています。今我々が日本で使っているプラットフォームの二つ前ぐらいの仕組みがまだ動いています。今年プラットフォームのブランディングを変えて、全プラットフォームのシステムも来年の夏頃に完成するので、そうしたら「もう一回海外に出て行こうか」と思っています。現在は、市場調査的にやっているという感じですね。

シンガポールだけは、日本の外食チェーンの皆さんがフードコートを作る目的で出て行かれて、当社の「受発注」を使っているところがほとんどだったので「英語版を作してほしい」という依頼があり、日本のプラットフォームの英語版を使って貰っています。こうした広げ方は今後もしていくと思います。

ー最後に、フードサービス学会や会員に期待することなどがあればお聞かせ下さい。

村上：規格書ですかね。結局「実際の規格書って、どう流れていけば日本の食の安心安全に役立つの？」や、「現場はどう活用すれば消費者に対応できるの？」、「メーカーは何を情報開示すればいいの？」などを徹底的に分析して貰いたいです。結局、原理原則は情報をデータで開示することによって、全体の手間やコストが抑えられる、「流通に紐付けてあげることが重要じゃないか」という、我々が実務を通して感

じていることが裏付けられるかを研究して貰うと一番有り難いですけどね。そうすると食の安心安全にも、オリンピックにもつながると思うので。世の中の矛盾というか、結局「誰に出す、出さないって、あんまり気にしないでいいこと」というのが答えだと思っています。

それを気にしてしまうと、ものすごく業務コストが膨らんで、提出したところとしてないところが分からなくなったり、問題が起きた時に提出しているか、していないかを調べないといけなくなったりする。遡るのに莫大なコストと時間がかかります。だから、取引先とはシンプルに紐付けて情報が流れるようにすることで一番コストが削減できて、メーカーの品質管理の方々も別の仕事、流通に対してのアドバイスのようなより生産性の高い業務に移ることができる。それが原理原則だ、となると、我々もやりやすくなるのかなと思います。

営業担当はコンサルの現場で「何でかな？」という疑問がたくさんあります。でも、時が経つにつれて、メーカー担当者はメーカーの感覚になってシステム改良しようとする。卸担当者は、卸の話を聞いて改良しようとするのです。個別に改良したら、「今後、お客様が個別対応でシステムを使うの？」ということになる。それよりは、原理原則に基づいて、こういう世の中が当たり前じゃないかという視点から研究して貰えるとありがたいなと思います。

ー本日は貴重なお話を、どうもありがとうございました。



去る11月11日、横浜市にて開催されたInfo Mart Group全社集会にて 村上社長を中心に（同社広報より提供）

◇書籍紹介◇



『有機野菜はウソをつく』

齋藤 訓之 著

SB クリエイティブ 798 円 (税込)

2015 年 2 月 新書 288 頁

ISBN-10: 4797382147

ISBN-13: 978-4797382143

丹治 朋子 (川村学園女子大学観光文化学科 教授)

本書のタイトルは読み手に大きな衝撃を与える。「野菜がウソをつくわけはない。では、いったい誰がウソをつくのだろうか?」と。

「誰がウソをつくのか」。その答えの一部は本書の裏表紙にある。「有機野菜を売ったり買い求めたりするのは誤りで有害であるとか、そんな売り買いはやめるべきだ、などとは言わない。しかし、「有機農産物」だから「安全」しかも「おいしい」「健康にいい」と結びつける訴求の仕方(売り方)は明らかに誤りだ」。ウソというと言葉が強いが、悪意を持ってウソをついているとは決めつけてはいない。有機農産物に対する世界規模の誤解が「有機信仰」を招いているというのだ。このタイトルの背景には、世の中の誤解をときたいという思いを感じる。

著者の齋藤訓之氏は、外食雑誌の記者、農業雑誌の副編集長を経て、これまでに多くの現場に足を運び、丹念な取材を重ねて情報を蓄積してきた。いわば、食品の川上から川下までを熟知した人物である。

本書では、章や節のタイトルのほとんどが結論を示している。第1章は「有機農産物だから安全・安心は大きな間違い」とあり、節のタイトルは「有機農業か否かで栄養面に差がつくとは言えない」、「有機によって安全性に差がつくことはない」、「現代の農薬は適正に使用すれば残留はない」といった具合である。これらについて、科学的根拠を示しながら詳細にわたって解説しているのである。

本書は5章で構成される。前述の第1章では、有機農産物に対する「安全・安心」「健康に良い」といった消費者イメージのデータや、有機 JAS やコーデックスガイドラインの内容も紹介しながら、なぜ間違いなのかを詳述している。

第2章は、「作物・土・生長のしくみから考えて有機栽培ははたしてベストか」と題し、植物が土壌からどのように栄養素を取り込んでいるか、その仕組みを解説している。作物の根は“おちょぼ口”なので、分子量が小さくないと養分を吸い込むことができない、というように、わかりやすい事例を用いて日本の土壌の性質、作物の種類、その生長ステージによって補うべき栄養分が異なること、施肥の方法や時期や量に関しても述べている。有機農法で使われる堆肥は成分が単一でない為、使い方が非常に難しい。もちろんこれを使って上手に有機農産物をつくる農家もあるのだが、そうでない農家も非常に多いのが現実だ。また、化学肥料も農薬も、現在流通しているものは量などを間違えなければ安全なのだと訴えている。

第3章は、「有機農産物はどうのような経緯で支持を得てきたか」と題し、農業の営みが畑や田んぼという生産の現場だけでなく川や海など広範にわたる環境との間で互いに影響を及ぼしあっていることなどの話からはじまり、欧米や日本でどのようにして有機農産物が拡大してきたかを提示している。

そして、第4章「有機栽培である必要はない」の内容は、有機にこだわらずに上手に作られた農産物と、有機栽培された残念な農産物とどちらがよいのか、というところに集約される。有機認証にこだわらなくても優れた生産をしている農家は多いのだ。

最終章では、「健康な野菜を見分けることができる、それが賢い消費者」と題して、店頭でチェックすべきポイントを解説している。

フードサービス企業のバイヤーも含め、有機野菜だけでなく、野菜の基本を理解するための良書である。



今後の研究部会開催の予定

◆2016年12月15日(木)18:00~19:30◆

『いま、ビールが楽しい5つのわけ』

株式会社協同商事 コエドブルワリー 代表取締役 兼 CEO 朝霧 重治 氏

◆2017年2月13日(月)18:00~19:30◆(研究助成中間報告会)

1) 『フードサービス産業における人材不足解消に向けた障害者雇用の活用
～地方の現状と課題、展望～』

(社福) みどりの町障害者就業・生活支援センター
就業支援担当者 中岡(西村) 志保 氏

2) 『飲食店厨房におけるアレルギー混入要因の特定と予防』

東京海洋大学先端科学技術研究センター 助教 小川 美香子 氏 他1名

◆2017年3月10日(金)18:00~19:30◆(研究助成中間報告会)

1) 『飲食店検索サイトに対するeロイヤルティの形成要因に関する研究』

亜細亜大学経営学部 専任講師 中川 正悦郎 氏

2) 『フードサービスにおける多店舗化と事業システムについての研究
-事業システムの特性と活動成果の分析枠組みの検討を中心に-』

青山学院大学経営学部 准教授 東 伸一 氏



◇特別寄稿◇

青井倫一先生のご逝去を悼む

日本フードサービス学会 副会長
青山学院大学総合文化政策学部 教授
懸田 豊

今年の9月20日に明治大学専門職大学院院長で慶應義塾大学名誉教授の青井倫一先生が急逝された。数年前に定期検査で胃癌がみつき、抗癌剤治療を受けていらっしやったが、明治大学グローバル・ビジネス研究科研究科長や日本食レストラン海外普及推進機構理事などの要職を歴任され、とても癌治療をなさっているとは思えないくらいの精力的な仕事ぶりにであっただけに、訃報に驚かれた方も多いのではないだろうか。8月下旬には青井先生と会食する機会があり、いつもと変わらないご様子で来年3月に定年を迎えたあとにも、現役で仕事をするのだとおっしゃっていただけに信じられないだけでなく、本当に残念でならない。

青井先生は1947年に関西で生まれ、灘高校を経て東京大学工学部を卒業、大学院経済学研究科博士課程を単位取得退学し、その後ハーバード・ビジネススクールに留学され、博士号を取得された。慶應義塾大学ビジネススクール（大学院経営管理研究科）ではマネジリアル・エコノミクスや、競争戦略などを講義されるとともに、研究科委員長を務められ、国際的に最も権威のある評価機関のAssociation to Advance Collegiate Schools of Businessの認証を受けるのに尽力された。慶應から明治は時代の流れとおっしゃって、2011年には明治大学専門職大学院グローバル・ビジネス研究科に移籍された。

私が最初に先生にお目にかかったのは、慶應義塾大学ビジネススクールに進学し、先生もハーバード・ビジネススクールでの研究を終えて復職された79年であった。その当時、先生は私が入った研究室で助手をなさっており、それほど授業は担当されていなかったと記憶するが、よく学生を集めては日吉で麻雀をなさっていた。「ビジネスに情けは禁物」ということを厳しく教えていただいた。初年度はほとんどが必修科



青井倫一先生

目で、1科目でもD判定だとその学期で退学というプレッシャーの中で、先生は良き相談相手であり、先生を慕う学生は多かった。

先生とはいろいろなプロジェクトを一緒にさせていただいたが、最も思い出深いのは90年代半ばに、当時のロシア東欧貿易会が主催するロシア連邦への支援事業であった。パン、家具、加工肉などの職人の方々とともに、冬のモスクワとウラジオストクを訪問した。我々は経営について講義するのであるが、その頃はまだロシア経済は混乱期にあり、ウラジオストクでは給料の遅配が続き、ほとんどの市民がアルバイトで食いつなぐというのが実態で、警察官が非番の時に制服姿でガードマンをやったり、会場となった大学の工学部では自動車の修理工場を非公式に営業し、タクシーは全て白タクというような状況であった。ウラジオストクは日本の中古車の輸入拠点でもあり、右ハンドルで日本企業のロゴをつけた車が多く走っていたのも懐かしい。講義はほぼ半日で終わり、あとはコーディネイターの方に街を案内してもらったが、凍った海の上を車で走り回るといことも経験した。受講者はほとんどが経営者であったが、非常にプライドが高く、講義の内容は理解しているが、我々が

実践できないのは資材やインフラが不足しているからであるとする者が多く、今、何をすべきかがわからないという経営者が大半であったように思う。「ロシアと中国を比べると、中国の方がより早く経済発展を遂げると思う。なぜなら中国には資本主義を経験した年寄りが今でも残っているが、ロシアは皆無だからね」とおっしゃっていたのが印象的であった。現実に関今日の中国経済のその後の発展を目のあたりにして、先生の鋭い洞察力に驚くばかりである。

日本フードサービス学会では創立時から学会運営に参画され、2003年から2006年まで副会長、そして2006年から2012年までは3代目会長として学会の活性化にご尽力いただいた。特に、会長時代に青井先生の発案で始められた「地方部会」は、産・官・学の協調を軸に、いろいろな地域で開催することによって、学会の知名度を向上させるとともに、ユニークかつ有力な方々との交流の場を通して、新たな視点や知識の蓄積に役立っていると考える。第1回は2007年に「食のビジネスデザインと地域活性化」をテーマに高松で開催された。そして今年には伊藤匡美研究部会委員長（東京国際大学）を中心に、甲府で300名を超える参加者で盛会に終わったことを、先生にご報告しなかったなという思いで会場を後にした。



第20回年次大会（2015年6月）パネルディスカッションにて

昨年、学会は創立20周年を迎え、記念大会が学習院女子大学で開催された。「学会創立20周年によせて」というパネルディスカッションに、青井先生に登壇いただいた。他のパネラーの方々は、岡島正明氏、横川端氏、上原征彦氏で、私も司会の役を仰せつかった。学会の設立と、この20年の学会

の歩みについて活発な議論がなされたが、青井先生は外食産業が多様性をもった分散型産業であり、それを日本社会にどのようにアピールするのか、そのために産・官・学の協調をどのように設計していくのかが、これからの学会の課題であると指摘された。さらに、バックグラウンドの違う人がお互いにぶつかり合いながら議論することによって、新たなものを生み出すことができるのがこの学会であり、それをコーディネートするプロデューサー的な人材が重要であること、短期的な変化への適応だけでなく、もう少し長いスパンでこの業界の発展を見る視点も必要であること、等々、学会に貴重な示唆を残していただいた。青井先生が全国大会に出席された最後の大会であり、20年にわたって学会に貢献された先生に心から感謝申し上げたい。

青井先生はKBSの退任記念特集号（慶應経営論集、Vol. 29, No. 1）に、『残した（サボッタ）仕事は、「確率分布で経営を考える」、「想像力の制度化」などです。これからは不確実な時代ですから（いつでも不確実？）、先のことがわからない、そこでわからないことをどう表現するか、そしてどう対応するべきか、ということです。それが前者の問題意識です。企画部、調査部が1970年代は花盛りでしたが、今や見る影もありません。しかし、いまこそ想像力を発揮して、先を観ることを本職にする部門、人材が必要かと思います。それが後者の問題意識です』と書かれています。不確実性、リスク、競争のルールが変化する現代の経営について、もう少し教えていただく機会が奪われたことが残念でならない。



◇編集後記◇

RECIPE 第 34 号をお届けいたします。

巻頭言は、今年度より日本フードサービス学会会長になられた日本大学商学部教授の相原先生にご寄稿いただきました。日本標準産業分類の中で昔、小売業の一部として位置づけられていたフードサービスが、1972 年には小売業と並ぶ分類し、そして 2002 年には、物販業から独立し大分類となったことに触れ、これまでのフードサービス業の発展を振り返るとともに今後のさらなる発展にむけた学会への期待が述べられています。

My Business では、(株)インフォマート社長の村上勝照氏にお話しを伺いました。(株)インフォマートは、外食産業を中心に商談や受発注、請求業務など企業間取引を支援するプラットフォームを提供しているユニークな企業です。人材不足の中、フロント・ステージの人員を充実しなければならぬフードサービス業にとって、バック・ステージの効率化は切実な課題であり、この種のプラットフォーム・ビジネスの重要性は、今後ますます高まることが予想されます。

書籍紹介は、齋藤訓之氏の『有機野菜はウソをつく』です。有機野菜は、安心安全なもの、体に良いもの、美味しいものといった漠然としたイメージがありますが、必ずしもすべてがそうとは限りません。消費者は、有機野菜の意味を良く理解し、賢く選択することが必要です。評者である川村学園女子大学の丹治先生の視点を通して、本著に対する理解が深まり、新たな気づきが得られれば幸いです。

最後になりましたが、2006 年から 2012 年まで日本フードサービス学会の 3 代目会長を務められた青井倫一先生のご逝去を悼んで、お付き合いの長かった青山学院大学教授の懸田豊先生に特別にご寄稿いただきました。懸田先生の文書を読んでいると、今にも青井先生の元気な声が聞こえてくるようで本当に残念でなりません。心よりご冥福をお祈り申し上げます。

(My Study は、都合により休載させていただきました。次号を楽しみにしていただければ幸いです。)

【日本フードサービス学会 理事・編集委員長 大阪市立大学経営学研究科 准教授 小林 哲】

日本フードサービス学会編集委員（役職・氏名 50 音順）

委員長 小林 哲（大阪市立大学経営学研究科 准教授）
委 員 赤岡 仁之（武庫川女子大学生活環境学部 教授）
小川美香子（東京海洋大学先端科学技術研究センター 助教）
奥瀬 喜之（専修大学商学部 教授）
兼村 栄哲（駒澤大学経営学部 教授）
川村 大伸（名古屋工業大学社会工学科 准教授）
齋藤 文信（秋田県農業試験場 主任研究員）
薬袋 貴久（昭和女子大学グローバルビジネス学部 准教授）



◇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／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

一般社団法人 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

RECIPE RECIPE RECIPE RECIPE RECIPE RECIPE RECIPE RECIPE