

日本フードサービス学会

RECIPE

 VOL.48

発行日/2023年8月17日

発行/日本フードサービス学会

巻頭言

フードサービス産業におけるアフターコロナの研究成果への期待

日本フードサービス学会 会長

東海大学観光学部 教授 立原 繁

日本フードサービス学会は、1995年の設立以来、その時代時代に応じた研究課題を整理・議論し、政策立案を提示して、困難な問題を克服して参りました。もともと当学会は、日本フードサービス協会などの産官学の連携を重視した研究活動を標榜する学会として発足いたしました。その意味では、実学とマッチした研究テーマに恵まれた学会です。

近年では、低迷する経済環境、デジタル化とAI化の進展、少子高齢化などをはじめとして、国際市場の重要性、競争の激化、生活者のライフサイクルや価値観の多様化、あるいは安全・安心、6次産業に代表されるビジネスモデルや業態開発、メニュー開発や人材開発・育成、企業の社会的責任など、当学会が研究対象とするフードサービス産業が直面する課題について取り組んで参りました。

ところが、2020年1月、我が国で新型コロナウイルス感染症が確認されて以来、この新型コロナウイルスの感染拡大・蔓延により、フードサービス業界は歴史的に経験のない危機的状況に陥りました。もともとフードサービス業界は損益分岐点売上高比率が高く、減収への耐性が低い業界であったことから大打撃となりました。「With コロナ」に対応した政策と戦略に翻弄されながら活路を見出しながらこの転換期を迎えています。従来からフードサービス業界は、生産性向上が課題である産業です。そして、「アフターコロナ」を見据える現在、経済再開での食材費・人件費の高騰、人手不足が再燃しており、フードサービス業界を取り巻く環境は引き続き厳しい状況です。

今、日本のフードサービス産業は「成長の分水嶺」に立たされています。今までどおり努力すればこれまでの延長線上に明るい未来を設計できると言い



立原 繁 会長

切れるフードサービス関係者は少数でしょう。その意味では、これまでの「常識化」してきた顧客像、事業観、経営スタイル、ビジネスモデル、経営戦略、などを再検討すべき時期に来ているとフードサービス関係者のほとんどが自問自答しています。そのような状況下である今であるからこそ、注目する価値のある分析を研究者として提供できる絶好の「時」です。

日本のフードサービス産業が成長の分岐に立たされているということは、産官学連携というミッションを持つ日本フードサービス学会の会員（研究者）にとっては、「宝の山」の研究対象に囲まれているということです。この絶好の機会を活かさない手はないのではないのでしょうか。もちろん一人で研究を進めることも価値があることですが、やはり先人の成果を踏まえた上で、その肩をかりて、さらに研究を進めていくことはもっと重要なことではないのでしょうか。そのためには、当学会の各部会での報告、研究部会などでの「建設的議論」をしていただきたいと思います。そして、それらが多様な分野の方々との議論・分析、産官学の混合の研究成果を生み出すのに貢献するものと期待いたします。

研究部会報告

令和5年度（2023年度）第一回研究部会

『ダイバーシティ&インクルージョンの実践～多様な人々が働きやすい職場づくり～』

開会：研究委員長 小川 美香子（東京海洋大学 学術研究院 食品生産科学部門 准教授）

論点整理：研究委員 山森 純子（株式会社スープストックトーキョー）

講演：株式会社スープストックトーキョー 広報/プロジェクトマネージャー 平田 なつ 氏
株式会社スープストックトーキョー 新卒採用/採用担当 松本 紗代子 氏

2023年4月19日に、株式会社スープストックトーキョー 広報/プロジェクトマネージャー 平田 なつ 氏、同新卒採用/採用担当 松本 紗代子 氏をお招きし、令和5年度（2023年度）第一回研究部会をJFセンター会議室で開催しました。

●【司会・開会あいさつ】

コロナ禍からポストコロナ、アフターコロナへ世の中が移行しています。外食産業を取り巻く環境は大きく変わり、食材費や光熱費の高騰や、人手不足の問題が顕著です。昨年度の研究部会では、顧客やサプライチェーンなどに焦点を当てましたが、組織の内部、外食産業で働く人々に焦点を当てますと、誰もが自分らしくやりがいを持って働くことができる職場環境の整備が求められています。本日は外食企業としてダイバーシティ&インクルージョン（以下D&I）の取り組みを実践している株式会社スープストックトーキョー（以下SST）のお話を伺います。

まずは、研究委員でありSST社員でもある山森氏から、D&Iの概念整理とセンスメイキング理論について解説いただき、その後、平田様、松本様からお取り組みの詳細を紹介していただきますよう。

【論点整理】

山森氏

ただいまご紹介に与りましたSSTの山森と申します。私どもは、企業理念に「世の中の体温をあげる」を掲げています。本日は、私たちが「世の中の体温をあげる」という企業理念を通じて、どのような取り組みをしているのかをお話しし、ぜひ皆様とディスカッションしたいと思っております。論点整理として、まずD&Iという言葉の概念を整理し、次に日本企業におけるD&Iについて

てご説明をいたします。

●ダイバーシティとインクルージョンの概念

D&Iの概念については、脇（2019）が「ダイバーシティ」は『人々を雇用すること』に焦点を当てているのに対して、インクルージョンというのは、人に生き活きと働いてもらう、というような『組織の中に所属している人』を活用する視点である」としており、「そこに両者の違いがある」と整理しています。

次に日本企業は、なぜD&Iに取り組むべきなのかということに関する先行研究をみると、荒金（2013）は、日本はこれまで単一民族が大半を占めていた背景もあり、人々の「均一性」に着目した組織経営をしてきたのではないかと、しかしながら、今後は、量的な労働力不足に対応するためだけでなく、質的な労働力確保のためにも「多様性」が必要な概念で、これからは自由な発想やアイデアが人材育成において重要になると、説いています。

また、経済産業省は、「ダイバーシティ経営」を「多様な人材を生かしてイノベーションを生み出す、そして組織の競争力強化につながる、そのような経営サイクルが回っている運営のこと」と定義しています。ここでいう「多様な人材」には、目に見える多様性（性別・人種・年齢など）、目に見えない多様性（文化・教育など）だけでなく、キャリアや経験・働き方なども含まれています。そして、イノベーションによって自由な発想が生まれ、生産性が向上し、競争力強化につながると述べられています。「多様な人材」

センスメイキングの全体像とスープストックトーキョーのイメージ図

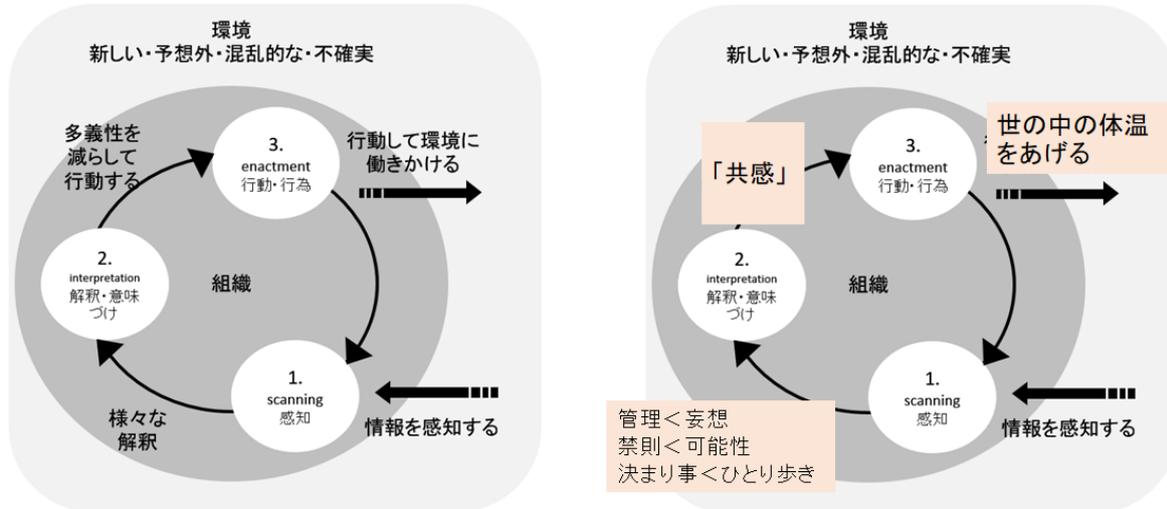


図1. センスメイキングの全体像 入山(2019)より引用

図2. Soup Stock Tokyo イメージ図 入山(2019)を引用して筆者作成

については後ほど SST の個性的な人事制度でもご紹介をさせていただきたいと思えます。

SST では「競争力強化」という言葉は使いませんが、一番の目標は、私たちのブランドを好きになってくださるファンを増やすことで、そのような思いで取り組んでいます。

●センスメイキング理論について

センスメイキング理論は、組織心理学者カール・エドワード・ワイクが提唱した理論です。SST はセンスメイキング理論で経営を行っているわけではありませんが、私たちが日常的に使っているいくつかの「概念」や、企業活動のプロセスを皆様にお話するにあたって、この理論との相性が良いため、援用してご説明しようと思えます。

センスメイキング理論については、「納得」や「ストーリー」によって「実現したい未来を語ること」、「共通の理解を得ること」がセンスメイキングだ、とワイクは述べています。

この理論を、入山 (2019) は、「日本企業が最も必要としていることの一つ」と位置づけ、「組織の意思決定」や、「新しいものを生み出していくプロセスでこのセンスメイキングが多大な示唆を与える」と述べました。そしてセンスメイキングとは、日本語で言えば「納得すること」、もっと言うと「腹まで落ちること」、「腹落ちすること」だとしています。

何かを実施しようとする場合、自分たちが実現したい世界や、そのために何をやりたいのかについて、組織の中の多くのメンバーや、さまざまな

ステークホルダーに、「納得感」「腹落ち」をもって理解してもらい、その方向に一緒になって進んでいってもらう必要があります。そのために、このセンスメイキングが今最も必要とされている、と入山は説いています。

次に、センスメイキング理論を引用すると、SST の取り組みがどのようなイメージになるかについて、図 1・図 2 で説明いたします。

図 1 が入山のセンスメイキング理論の全体像です。まず、情報を「1.感知」することから始まり、次に、さまざまな「2.解釈」をします。そして「意味づけ」をし、こういう方向に進んでいこうと意思決定をします。3 番目の「3.行動・行為」で、「行動」し働きかけるプロセスによって、自分たちが思い描いた環境を作ることができたり、それによってさらに情報がフィードバックされ、また新しいセンスメイキングのサイクルが回っていく、このプロセスがセンスメイキング理論の全体像です。

センスメイキング理論を SST の取り組みに対応させます。図 2 の四角の中が、私たちが商品開発や事業方針を決めるときに、日常的に使っている言葉です。たとえば「管理」「禁則」「決まり事」よりは、「妄想」「可能性」「ひとり歩き」であり、ちょっと心がワクワクする、そんな気づきを大切にしています。そして、これら一人一人の「小さな気づき」に対する「共感」を得られるよう、周りの人たちに働きかけるプロセスがあります。

SST での意思決定は、当然、種々の会議体を通して行われますが、個人がワクワクして試してみ

たことが、「共感」を伴い、多くのスタッフの行動となり、大きな渦になり広がっていきます。

社会の中で、お客様と接点がある飲食店として、お客様を含めて「世の中の体温をあげる」ためにどんなことをしていけるのか、どんなことが起こるのか、環境に働きかけるトライアルを繰り返しているのが、SSTの取り組みになります。

以上で、D&Iの概念整理と、センスメイキング理論のご紹介および、この後の事後報告の布石として、SSTで使われる用語のセンスメイキング理論での位置づけなどについてお話いたしました。



山森 純子 氏

[事例報告]

株式会社スープストックトーキョーの取り組み

平田氏

平田と申します。私は価値作りユニットに所属をしており、基本的には広報を中心に、プロジェクトマネージャーの仕事などもしております。

●SSTの概要

簡単に当社の自己紹介をいたします。Soup Stock Tokyoは「食べるスープの専門店」として、1999年に創業しました。お台場に1号店をオープンし、現在は全国で60店舗以上展開しております。もともとは株式会社スマイルズという会社の一事業でしたが、現在は株式会社スープストックトーキョーとして分社し、SSTをはじめとした食に関係する事業を複数行っています。

SSTブランドでこれまで開発したスープは300種類以上。一部のレシピは公開しており、レシピ本なども販売しています。外食以外にも、複数の

販売チャンネルを持っており、冷凍スープや、レトルトカレー、フリーズドライのスープやお粥などさまざまな商品を、直営店舗やオンラインショップ、卸売を通じた量販店などで販売しております。

その他にも「100本のスプーン」というレストランや、「Noodle」というラーメン屋、その他にもカレー専門店、かき氷屋、サンドイッチ屋など複数のブランドを展開しています。

●創業者の思い～物語のような企画書「スープを売っているがスープ屋ではない。やりたいことは「共感」

SSTは、創業者の遠山正道氏による物語形式の企画書から始まりました。タイトルは「1997年スープのある一日」。私も初めて読んだときは、「本当にこれは企画書なのだろうか」と衝撃を受けたのですが、SSTが今後どんなことに挑戦していくのか、遠山自身が物語のような形で書いた企画書になります。もちろんスープ屋さんとして取り組んでいきたいことも書いてあるのですが、その中には「スープを売っているがスープ屋ではない。自分たちがやりたいことは一言で言うと共感である」といった一節が書かれています。その言葉の通り、私たちは「自分たちが考えていること、世の中に伝えたいこと、お客様に感じて欲しいこと」を伝えて、「共感」の輪を広げていくことを一番のやりがいとして日々スープを提供しています。

●SSTの理念「世の中の体温をあげる」

そんな私たちが掲げている企業理念が「世の中の体温をあげる」です。

私たちが行っている事業はファストフード店ですが、物質としての食事の提供だけでなく、「共感」の輪を広げお客様の心の体温をあげていきたいという思いで、この理念を掲げています。

そして、社員以外のアルバイトスタッフも、必ずこの理念を理解しているところも自慢です。

どの仕事においても「これって本当に世の中の体温をあげられる？」というような言葉が自然と飛び交うのは、この企業理念に共感をしてくれるメンバーが集まっているからだと思っています。

理念を体現する場としては、店舗が最も大事な場所だと考えています。私たちにとって店舗は舞台であり、そこに立つスタッフは「世の中の体温をあげる」という舞台を演じる表現者だと考えています。

スープを提供して、お客様とコミュニケーションをとり、「共感」の輪を広げていく。そう考えた時に、私たちにどれだけ表現力があるか、お客様に寄り添い自分達が考えていることを伝えられるかはとても重要です。私たちが商品や店舗デザインだけでなく、「人」にもすごく力を入れている理由です。



平田 なつ 氏

松本氏

次は当社が、その「世の中の体温をあげる」という理念に対して、「人」の側面からどんな取り組みをしているのか、具体的な事例についてお話をいたします。SST が D&I や多様性を大切にする理由や、多様性により企画が生まれていることが好例だと思います。

●「N=1」という考え方～「一人ひとりの発意」

まず SST には「N=1」という考え方があります。これはたくさんのサンプルなどから傾向を読み取って、方向性を決めていくということよりも、「一人ひとりの発意」から始まるさまざまな取り組み、たとえば N=1、つまり誰か 1 人が思っていることや、誰かのために届けたい、と思う気持ちや熱意を大事にしているということです。創業当時から、目の前にいる一人ひとりを大切にしていくという文化が私たちの中にもありました。私たちにとって D&I の推進がなぜ大切なのかについて社内で改めて考えた時に、一人ひとりの「個性」や「その人らしさ」がそもそも SST という会社においては「価値の源泉」なのではないかという結論になりました。私たちは「世の中の体温をあげる」ということを企業理念に掲げている会社です、その実現のためには、自分達の体温があがっている状態で、そもそも自分らしさを消すことなく自分らしく働ける状態を作っていくことが大事で、「私」にしか

ない視点で感じたワクワク感や、場合によっては違和感などから生まれてくる「一人ひとりの発意」を取り組みに活かすことを大切にしています。

●「一人ひとりの発意」から生まれた取り組み

一つ目の事例として、LGBTQ といわれる性的マイノリティの方たちの取り組みについてお話しします。

この取り組みについて社内で考えた際に、子供を持つあるお母さん社員から、「自分の子供達が大きくなった時に性的マイノリティの方たちが当たり前の世の中になっていたらいい」、「自分の娘や息子達がもしその当事者だった時にそれを受け入れ、公言できるような世の中にしていきたい」という意見が出て、社内の皆へ呼びかけを始めていきました。世の中で言っているから取り組むということではなくて、社内のこの社員がこのように思っている、ということによって「共感」が生まれ取り組みが広がっていきます。このように一人ひとりの発言があるからこそ「共感」が生まれ、それが具体的な取り組みになっていくという、よいサイクルが生まれたのだと思っています。

その他の取り組みもご紹介します。忙しい飲食業、サービス業での仕事をしながらでも、何か新しいことに挑戦する時間を持ち続けてもらいたい、という発意から生まれた取り組みです。

子育てや介護だけではなく、資格取得など自己研鑽などの理由でも時短で働くことも可能な「セレクト勤務」制度。そして、副業を通してさまざまな経験を積むことができる「ピボットワーク制度」です。ネーミングには「軸足を SST に置きながらも、さまざまな方向を見ながら経験を積むことができるように」という思いを込めています。

人事制度以外の企画事例としては「咀嚼配慮食サービス」があります。嚙むことが困難に感じているお客様までも、スープを楽しんでいただけるように、具材のかたさを検査したうえで適したスープを選定し、調理器具・特別な食器、カトラリーなどともにご提供するサービスです。娘さんが障がいで食事に制限があるお母様から、「障がいがあってももっと外食を楽しめる世の中になってほしい」との発意をいただき、できたものです。

他にも、猫のためのスープ販売や、売上の一部を NPO 法人リビットに寄付し、その寄付金をベースにした、小学校への出張授業という活動も「一人ひとりの発意」から生まれた取り組みです。

以上、個人の発意から生まれた思いに対して「共感」が生まれ、その共感をベースにして具体的な「行動・

取り組み」に変えていくという、当社の取り組み事例をお話ししました。



松本 紗代子 氏

【質疑応答・意見交換】

質問者①

それぞれの社員の方がリーダーシップを発揮されていて、「シェアリーダーシップ」という今のトレンドからみても、非常に面白い研究のテーマ・事例であると思いました。二点お聞きしたいことがあります。

まず、個人の発案に共感された結果、チームプロジェクトができて動き出す、という理解でよろしいでしょうか。二つ目は、いろんなプロジェクトを置いてさまざまな企画を立案した場合に、マネジメントの視点から、予算をどうやって作るのか、などゴーサインが出る基準は何なのでしょう。

山森氏

シェアリーダーシップは私どもの目指しているところの一つであると思っています。当社の場合、チーム編成の中で、客観的な視線や、ネガティブなフィードバック、世の中のコンプライアンスの概念などもありますので、専門が品質保証の私や、デザイン、マネジメントなど、多様なメンバーが集まってきます。

その中で客観的な視点も持ちながらディスカッションをしたり、コンプライアンスの面でチェックをしたりして、経営層のチェックプロセスも経たものが世の中に送り出される仕組みになっております。

一方、会社の企画としてはとおらなくても、個人的なプロジェクトとし実現する方法を探り、そこから新しい事業が生み出されることもあります。また SST を退職して新しい事業を自分のビジネスとして実践し

ている元社員もおり、会社の商品化のプロセス以外のことも支援する会社だと思っています。

質問者②

お店にたくさんのアルバイトさんがいらっしゃると思うのですが、社員の方々の D&I の考え方をアルバイトの方々に浸透させるにあたり、逆面接を取り入れている採用方法なども含め、どういうことに気をつけてらっしゃるかをお伺いしたい。

松本氏

まず逆面接に関してはグループ会社の株式会社スマイルズでの採用方法かと思いますが、スマイルズには専属の採用担当はおらず、プロジェクトベースで採用を行っています。スマイルズの採用基準に照らした時に「自分たちが選ばれる側」という受け身になっている人よりも、「自分たちがむしろ会社を選んでいくのだ」という姿勢の方を採用したいという思いもあり、逆面接といったプロセスを取っています。

SST では、最終面接で「表現力採用」というものを実施しており、その内容としては、「私の好き」がテーマのプレゼンテーションを準備していただき、その人の本当に今一番熱中していることや、好きなことに対する 10 分間プレゼンを面接の中に織り込んでいます。ちなみにその時、平田は歌いましたが、歌ったり踊ったり、家族の話をしたりというところから、その方の好きなことが何であれ、それをどれくらい好きでどのように表現する人なのか、その人となりを見ようとしています。アルバイトの方への LGBTQ などの取り組みの浸透ですが、研修に関しては社員に留まっている状況にあります。しかし、店舗での取り組みは、社員だけではむしろ実現ができず、アルバイトの方達も巻き込んでいかねばならないことですので、社内インフォメーションを出したり、各店舗の勉強会をオンラインで開催したりしています。

質問者③

今、企業というのは、変化させないために、何を変化させるか、ということをととも問われる時期になっています。つまり自分たちのアイデンティティをどれだけしっかり持っているか、がブレると企業経営がぐらついてしまうのですが、スーパーストック社は非常にその理念や、会社のアイデンティティがしっかりしています。しかし一方で何も変えていかないと、企業というのは活性化できず、存続することができないので、共感というものが非常に重要になってきます。外部に

対してはお客様に対する共感であり、これが「世の中の体温をあげる」という形のものであるということが分かります。一方、会社内部で多様な気づきを取り挙げる場合、やはり総合的に考えてネガティブな部分があると思います。それをポジティブにするコツ、ポイントといったものがあれば、教えていただきたい。

松本氏

私自身、D&Iのチームリーダーを担当していますが、やはりスタート時点で現状を聞くと、ネガティブな声も少なからず出てきました。チーム内からネガティブな声が出るということが、私は非常に大事だと思っています。本音ではない、建前の話ばかりをしていると結局、うわべだけのダイバーシティになってしまおうと思っていたので、メンバーにはネガティブなことも「これが嫌だ」と必ず言ってほしいということを伝えていました。

企業理念と紐づけながら、ネガティブな声をどう解決していくのかということをつも念頭に置いて考えていました。

小川氏

私は食品安全マネジメントの研究をしており、「ウェルビーイング」というキーワードでの研究を始めています。食品製造の現場で「ウェルビーイングが高い組織は、結果的に安全な食品を提供できるのではないか」ということを実証的に明らかにしようとしています。自分らしくやりがいを持てる職場では、モチベーションが上がり、手順や規則を守ることにポジティブに取り組める可能性があるでしょうし、さまざまなアイデアもきっと出てくるのだらうと考えており、今回SST様のお話が、まさにそういうことだったと考えております。



会場の様子

【文献】

- ・荒金雅子, 2013, 『多様性を活かすダイバーシティ経営 基礎編』日本規格協会.
- ・入山章栄, 2019, 『世界標準の経営理論』ダイヤモンド社.
- ・経済産業省, 「ダイバーシティ経営の推進」, 経済産業省ホームページ, (2023年4月17日取得, <https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/diversity/index.html>).
- ・中村豊, 2017, 「ダイバーシティとインクルージョンの基本概念・歴史の変遷および意義」『高千穂論叢』, 52(1), 53-84.
- ・脇有希子, 2019, 「ダイバーシティとインクルージョンの概念的再の考察」『商経論叢』, 60(2), 33-44.
- ・Karl E. Weick, 遠田雄志, 西本直人訳, 2001, 『センスメーカーインオーガニゼーションズ』文真堂.

◆次回「研究部会」の開催日程が決定しました。◆

○テーマ：アフターコロナにおける持続可能な外食産業のあり方
～それってサステナビリティじゃない？～

【報告】(株)東京一番フーズ 取締役 岩成 和子 氏 【論点整理】専修大学 准教授 大崎 恒次

○日時：9月1日(金)15時半～17時

○場所：一般社団法人日本フードサービス協会 JFセンター会議室

〒105-0013 東京都港区浜松町一丁目 29-6 浜松町セントラルビル 10階

問い合わせ先:学会事務局 ☎03-5403-1060 info-gakkai@jfgakkai.jp

◇My Study◇

研究課題：美食地政学に基づく

ビジネスサプライチェーンの構築

宮城大学食産業学群 准教授 丹治 朋子

1. 海の異変・陸の異変

「この5年くらいで、海底の様子が明らかに変わってきているんです」

これは、三重県の海の生態系について、自身で潜水調査を行う、三重大学の松田浩一教授から聞いた言葉です。三重県志摩半島沿岸では、海藻が著しく減少する磯焼けの発生が顕著になっており、今まで当たり前のように採れていたアワビやサザエなどが数を大きく減らしているという話でした。

2022年12月19日の日本経済新聞の記事によると¹⁾、三重県志摩市のサザエの漁獲量は2020年に213トンだったものが、21年87トン、22年75トンとなり、アワビは2020年14トン、21年6トン、22年5トンといずれも大きく減少しています。このような中、2022年12月9日には国際自然保護連合（IUCN）によって日本で採れる3種のアワビが絶滅危惧種に指定されました。

サザエやアワビは、海藻が多く繁り、群落を形成する藻場（もば）に生息します。藻場が急速に失われて磯焼けが発生していったことが漁獲量の減少の要因になっていると考えられています。そして、藻場の減少は、三重県の志摩半島周辺だけでなく、全国的に確認されているというのです。

松田先生は藻場減少の一般的な要因について次のように説明しています²⁾。

「水温上昇や栄養塩（海中にある窒素やリンなど海藻の生育に欠かせない物質）濃度の低下、泥の堆積などが考えられていますが、基本的には地球環境の温暖化に伴う気温の上昇によってもたらされる水温上昇の影響が大きくなっています」

そして、志摩半島沿岸での海水温の上昇は温暖化の要因だけでなく、黒潮の蛇行による影響が大きいとも指摘しています。黒潮が蛇行する原因は、はっきりしていませんが、現在起こっている黒潮の大蛇行は2017年8月から始まり、間もなく6年が経過し、観測されだしてから過去最長となっています。亜熱帯の温かい海水を運ぶ黒潮の支流が

志摩半島に流れ込んで海水温を上昇させており、このことが藻場の減少の大きな原因となっている可能性が高いとの見解です。

他方、陸では、温暖化による果樹の生育への影響が発生しています。杉浦ら（2007）によると、果実着色の遅延・不良が全国的にみられ、特に、リンゴ、ブドウ、カキ、ウンシュウミカンで顕著になっていきます³⁾。このほか、果肉軟化や貯蔵性の低下なども指摘されています。今後、気候変動による農林水産業へのさまざまな影響が懸念されています。

2. 新しい食文化—志摩市のウツボバーガー—

志摩半島周辺の沿岸海域では伊勢海老を捕食するウツボが増えており、駆除の対象となっています。地元では古くからウツボを干物にして食べる食文化がありますが、水揚量は地元の消費量を上回る勢いであり、持て余している現状があります。

ウツボの活用方法を探る中で、2021年から東北大学が進めている「国立研究開発法人科学技術振興機構（JST）共創の場形成支援プログラム（COINEXT）地域共創分野・育成型の『美食地政学⁴⁾に基づくグリーンジョブマーケットの醸成共創拠点』というプログラムに、地元企業の（有）伊勢志摩冷凍と三重県立宇治山田商業高校の生徒が参画し、商品化を進めました。2022年9月に実際に販売された商品は、ミンチして成形したウツボのフィッシュフライと、野菜、三重ブランド認定品の「伊勢たくあん」を使用したタルタルソース、隠し味に伊勢うどんのタレを加えたオリジナルソースとともにバンズに挟んだ、ウツボバーガーであり、昨秋は（株）近鉄リテーリングのカフェ「かもめテラス鳥羽」にて販売し、今春はカフェの他にも（有）伊勢志摩冷凍が5月末までの期間限定で伊勢神宮の参道に運営する「fisherman's burger ENISHI」という、フィッシュハンバーガー専門店でも再度販売し、話題を呼んでいます。（次ページ写真）

4. プロジェクトの目指す社会像

「本格型」では、「気候変動に適応した食のサプライチェーンを実現し、世代を超えた人の繋がりを育み、自然に寄り添い豊かに暮らせる地域共創社会」の実現を目指しています。

気候変動や海流の蛇行など、農林水産業を取り巻く環境が変化し始めている現在、前述してきたように、各地で「サザエやアワビが取れなくなった」、「果樹の色づきが悪くなった」、「サンマの水揚げ量が激減した」など、さまざまな変化が生じています。

ここでもう一つ事例を挙げますと、近年、宮城県ではサンマの記録的な不漁が続いており、その一方で今まではほとんどみられなかったタチウオの水揚量が急激に増えています。これまで、タチウオの漁獲の中心は本州の中部以西だったため、宮城県近辺ではタチウオの食習慣が定着しておらず、西日本に運んで消費しているケースが散見されます。フードマイレージの観点から考えると、宮城県でもタチウオの食文化を広め、消費拡大をすることが求められます。タチウオは鱗がないため傷つきやすく、漁や輸送方法に工夫が必要です。宮城県では、2020年よりタチウオが資源評価対象種に加えられ、県の沿岸漁業にとって重要な魚種となる可能性を視野に置いて情報の蓄積を進めています⁵⁾。

この美食地政学のプロジェクトでは、気候変動が生態系にもたらす影響の将来予測にむけた学問知の構築に取り組み、それに基づいて、地域特有の食資源環境（里山・里海）を保全すると同時に、事業者と連携して現状では流通しにくい未利用・低利用食資源の利活用の場を創出・拡大し、気候変動に適応した食のサプライチェーンの構築と、産地廃棄や食品ロスの最小化を目指します。

未利用・低利用食資源は、多品種・小ロットであったり、供給量や時期が不安定であったりといった理由で既存のサプライチェーン構造の中に定着しにくいという性質があります。そこで、地理的環境認証を新たに設け、規格外などの理由や食文化の違いで廃棄されていた食資源を活用する価値観を社会全体に浸透させ、それらの利用を促進する仕組み作りを進めようとしています。

取り組む課題は次の6つです。①農林水産資源の適切な管理と環境保全、②栄養塩類の適切な管理／ライフサイクル環境評価、③地理的環境認証・ブランディング、④美食地政学に基づくビジネス



ウツボを使用したワイルドバーガー
(fisherman's burger ENISHI)

今後、気候変動による食資源の変化は各地で生じます。食材の新たな活用法や提供方法を考え、余すところなく美味しく消費することは、喫緊の課題といえます。

3. 10年間の研究プロジェクトに参画

東北大学が進めてきた『美食地政学に基づくグリーンジョブマーケットの醸成共創拠点』のプロジェクトは、この4月より本格型に昇格し、規模を拡大して最大10年間のプロジェクトとして始動しました。東北大学の松八重一代教授がプロジェクトリーダーを務め、6つの大学、1つの高等専門学校、2つの専門学校、4つの高等学校、3つの自治体、15の企業や研究所などが参画し、宮城大学も今年度（2023年度）から参加しております。

このプロジェクトは、気候変動に適応した持続可能な食のサプライチェーンの実現と、それを支える自然資本の適正管理・保全を通じた地方経済の活性化を目標に社会実装を目指す取り組みとして、宮城県東松島市と三重県志摩市を重点地域としてスタートしたものです。

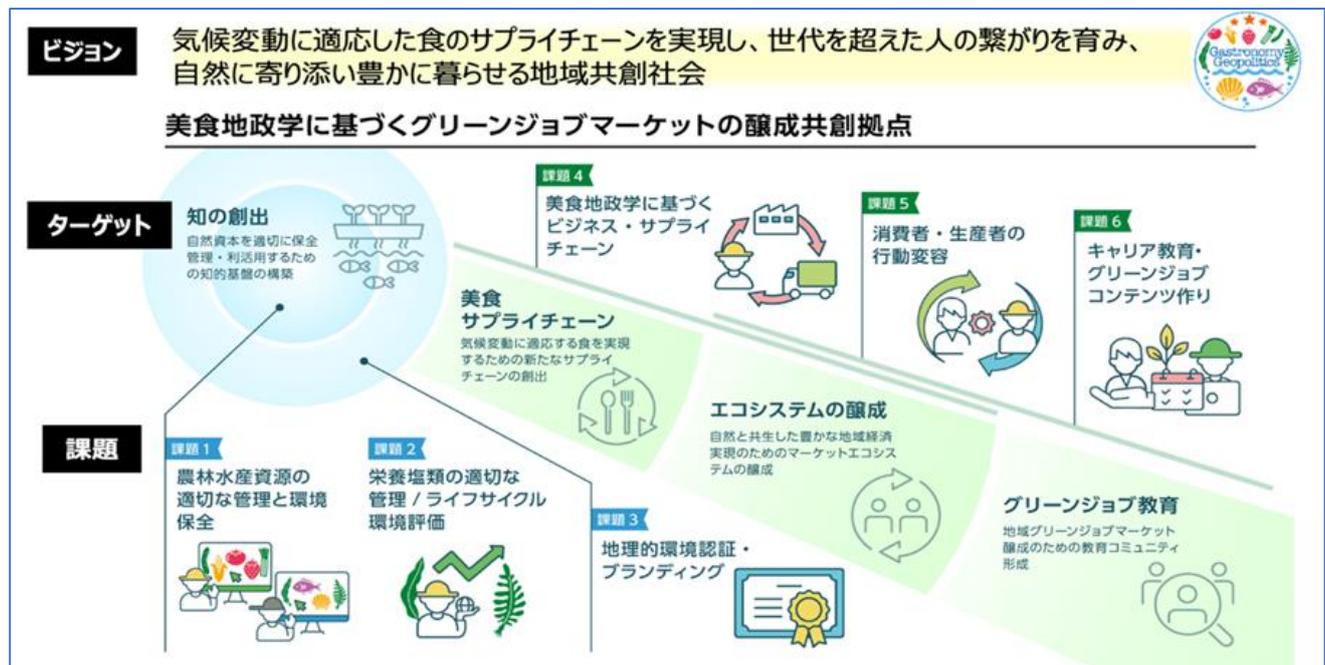


図 美食地政学に基づくグリーンジョブマーケットの醸成共創拠点のビジョン、ターゲット、課題

サプライチェーン、⑤消費者・生産者の行動変容、
⑥キャリア教育・グリーンジョブコンテンツ作り

5. 美食地政学に基づくビジネスサプライチェーンの構築

筆者を研究開発課題リーダーとし、宮城大学と新潟食料農業大学の高力美由紀教授で上記④の課題に取り組み始めました。

まだ、スタートラインに立ったばかりですが、地域内で生産される食資源を生産から加工、流通、小売・フードサービス・宿泊施設といったサービス事業者が最終的に消費者に提供するまでの一連のサプライチェーンを、美食、環境の観点から構築することを目指します。

学会の皆様方にご指導・ご協力をお願いすることが多々あるかと存じます。その節はよろしくお願ひ申し上げます。

注)

1) 日本経済新聞電子版, 2022年12月19日, <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOFD14DOQ0U2A211C2000000/> (最終閲覧 2023年5月1日) なお、2022年の漁期が終わっているため、この年のデータも記されている

2) 松田浩一 (2023) 「三重県志摩半島の沿岸で起こっている環境変動と海洋生物への影響」 (一財) 食品分析開発センター, <http://www.mac.or.jp/mail/230501/01.shtml> (最終閲覧 2023年5月3

日)

3) 杉浦俊彦・黒田治之・杉浦裕義「温暖化がわが国の果樹生育に及ぼしている影響の現状」『園芸学研究』, 6 (2) : 257-263. 2007.

4) 美食地政学とは、このプロジェクトの造語であり、「美食学の概念をさらに発展させ、食の起点となる自然生態系の知識・理解を深め、生態系の管理・保全技術を構築し、食に係る産業サプライチェーンのグリーン化ならびに、環境に配慮した消費者活動を実現することを目指します。そのために地域の政治の力、産業の力、教育の力など、食に関わる多様な知と力を集結し、持続可能な食と、それを支える経済・社会を実現するための概念」です。

5) 宮城県 (2021) 「水産業の振興に関して講じた施策」 https://www.pref.miyagi.jp/documents/25080/872063_2.pdf, p.33 (最終閲覧 2023年5月1日)

本研究は、JST 共創の場形成支援プログラム JPMJPF2110 の支援を受けたものです。

<http://gastro-geopoli.com/gastro/>

編集後記

RECIPE 第 48 号をお届けします。本号は、(1) 巻頭言、(2) 「研究部会」報告、(3) My Study、の 3 部構成となっています。

(1) の「巻頭言」は、本学会の会長で東海大学観光学部の立原繁先生に、「フードサービス産業におけるアフターコロナの研究成果への期待」をご寄稿いただきました。先生は、本学会が日本フードサービス協会など、産官学の連携を重視した研究活動を標榜する学会として発足されたことを踏まえて、「With コロナ」や「アフターコロナ」の下で「成長の分水嶺」に立っているフードサービス産業には数多くの研究対象が眠っているので、今こそ産官学が三位一体となって研究成果を創出してほしい、と説かれています。私自身、身の引き締まる思いです。

(2) の「研究部会」報告は、今年 4 月 19 日(水)に開催されました「令和 5 (2023) 年度 第一回研究部会」の内容が掲載されています。まず、本学会の研究委員でもある(株) スーパーストックトーキョーの山森純子様、論点整理として、ダイバーシティとインクルージョンの内容の異同、ワイク (Weick, K. E.) による「センスメイキング理論」の全体像の説明、(株) スーパーストックトーキョーの取り組みと同理論の対応関係について説明いただきました。その後、同社の広報/プロジェクトマネージャーであります平田なつ様と新卒採用/採用担当であります松本紗代子様に、同社におけるいくつかの事例を報告いただきました。そして最後に、フロアにいる方々との間で、白熱した質疑応答・意見交換がおこなわれました。

(3) の My Study は、宮城大学食産業学群の丹治朋子先生に「研究課題：美食地政学に基づくビジネスサプライチェーンの構築」をご寄稿いただきました。気候変動による農林水産業へのさまざまな影響が懸念される現在、新たな食材の活用法や提供方法を考え、余すことなく美味しく消費することが喫緊の課題であるとし、今年度から東北大学を中心とした『美食地政学に基づくグリーンジョブマーケットの醸成共創拠点』プロジェクト(リーダー：東北大学大学院環境科学研究科 先進社会環境学専攻 環境政策学講座 環境・エネルギー経済学分野の松八重一代先生)に宮城大学として参画され、美食地政学に基づくビジネスサプライチ

ェーンの課題に精力的に取り組まれているお姿が目に見えます。

今号をお読みになって、お気づきになられたことと思いますが、上述の(1)～(3)の内容はいずれも、皆様にとって大変意義のある内容となっています。

最後になりますが、学会賞の公募についても巻末に掲載しておりますので、お目通しくださいませう、お願いいたします。



日本フードサービス学会 理事・編集委員長

駒澤大学経営学部 教授 兼村 栄哲



各種変更届についてお願い

ご所属などの変更にともない

- ・住所（所属先、郵送物送付希望先）
- ・連絡先（電話番号、FAX番号、メールアドレス）
- ・会員種別（学生→個人会員）

などに変更が生じた方は、

至急、学会事務局【info-gakkai@jfgakkai.jp】宛てに、
会員氏名と新旧の変更内容をお書きの上、お知らせください。

日本フードサービス学会賞の公募について

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に、学会賞として表彰します。

- ◆対象 2023年4月～2024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）
- ◆賞金 10万円、1～2作品を予定
- ◆推薦締切 2024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問合せください。

- ◆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

編集／日本フードサービス学会編集委員会

委員長	兼村 栄哲	（駒澤大学 経営学部 教授）
副委員長	薬袋 貴久	（昭和女子大学 グローバルビジネス学部 教授）
委員	川村 大伸	（名古屋工業大学大学院 おもひ領域 准教授）
	小林 哲	（大阪公立大学大学院 経営学研究科 教授）
	辻 ひろみ	（東洋大学 食環境科学部 教授）

〒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