

RECIPE

VOL. 6

発行日 / 1999年2月
発行 / 日本フードサービス学会
発行人 / 奥住正道*from the President*

『世紀末を迎えて』

1999年が始まった。私達は今、21世紀を迎える、まさに世紀末のそのさ中にいる。およそ多くの世紀末においては、次の様々な萌芽が生まれて来ているが、私達もまた、21世紀に向けて新しい萌芽をつくり出す為の助走をしなければ成らない。

よくご存知の通り、1492年にコロンブスはサンタマリア号という小さな帆船に乗って新大陸を見つけ、地球は大航海時代に入った。更には、アメリカ大陸を西へ西へと馬車に乗って新しい大地を求めて行ったフロンティアも1890年には、フロンティア消滅宣言が出された。新しい大地は、もはや西へ行っても無いという宣言である。しかし、遅れて来た三人の若者達は、それでも尚、西へ向かいつつあった。

ジョン・ロックフェラーはペンシルベニアの山中で黒い川に行き当たり、インディアンがその黒い水を薬として使っているのを見たが、彼はそれに火がつくことを知って、エネルギーとしてこれを使うことを考えた。ヘンリー・フォードはその黒い水を自動車と結び付け、更にもう一人の遅れて来たカーネギーは、黒い水と自動車を運ぶ鉄道事業を始めた。この三人の若者達は、19世紀には思いもよらなかった新し

いビジネスを20世紀の初頭に起こし、わずか30年でマンハッタンを鉄とコンクリートの島に変えたのである。

時代はまさに今、世紀末にある。我々フードサービスの業界においてもこれから21世紀を目指す新しいビジネスの萌芽が数多く生まれることと期待している。しかし、およそ考えられる方向としては、これからの時代は顧客化、個店化の時代を迎え、小商圏主義でリピーターという顧客を増やし、小商圏の中で反復して来てもらえる生涯顧客づくりをすすめる時代に向かっていくものと思われる。

従って、マーケティングはワン・トゥ・ワンマーケティングになり、調理はカスタマイゼーション、一人一人の顧客に対応してその味付けをする、そんな時代が21世紀のフードサービスビジネスとしての有り様になって行くのではなからうか。更には、最前の店で食べるそれぞれの食器やフォークやナイフは自分好みのものをその店に置いて、わが家と全く同じような雰囲気と人間関係の中で食事をエンジョイする、そんな時代が今、21世紀への助走として始まるように思われる。

会長 奥住正道

第4回年次大会開催

1999年1月23日(土)に第4回年次大会が、盛大に開催されました。今回の大会は、年次総会に引き続いて、「統一論題」「自由論題」「ヤングセッション」の構成での開催となりました。(詳細は「学会年報」が会員の皆様に送られますので、そちらをご覧ください。)

(年次総会)

総会は冒頭に、奥住正道会長の挨拶と、来賓として社団法人日本フードサービス協会会長大河原毅氏の挨拶で開会された。

議事は、「1998年度事業及び決算報告」と「1999年度事業及び予算計画」の2議題が上程され、3委員会の活動報告と次年度の計画、予算・決算が異議無く可決された。ちなみに来年度の事業予算は約1千万円の予定で、会員数は個人会員154名、法人会員197社である。

(年次大会)

テーマ：フードサービス産業の進化の方向－消費と競争の変化に如何に対応するか－

(統一論題研究報告)

【基調報告】		
「21世紀型産業フードサービス－課題と展望」	ロイヤル(株)社長	稲田直太氏
【研究報告】		
「外食産業行政の中長期展望」	農林水産省食品流通局外食産業室室長	林 徹氏
「フードサービスとISO9000」	(株)リテックス副社長	竹井 勤氏
「生活者の目線で仕掛けする売れてる現場の売れてるワケ」	(有)恵利研フードコンサルタント	日比野恵利氏
「市場競争と顧客満足－フードサービスにおける顧客の評価基準を通して」	早稲田大学アジア太平洋研究センター助手	小野謙司氏
「HMRへのチャレンジ」	(株)特安本店副社長	赤塚 保氏
【シンポジウム】		
「変貌する食マーケットとフードサービス産業としての価値創造」	コーディネーター	上原征彦氏
	ハナテ	草柳文恵氏
	明治学院大学教授	岩田満泰氏
	食文化評論家	安部修仁氏
	通商産業省商務流通審議官	
	(株)吉野家ディベロップメント社長	

基調報告：稲田直太氏

外食産業界のこれまで30年の発展は誰が見ても明らかである。30年前はまだ産業とは言えなかったと思うが、今、その数で顧客に機会均等のチャンスを与えられる規模になり、価格も当時の3倍となり、産業の成立要素を満たすようになった。始めの15年は外食産業ではなく「対応業」と言ってよいかもしれない。店を作れば客は来る、どうさばくかが重要な時代であった。次の15年は深く掘り下げてサービスを考えるという時代になった。今や、外食産業は国民に社会性と利便性を与え、雇用の創出をし、国内食材の消費によって農漁業を支え、エネルギーの

安定に寄与し、アントレプレナーを創出し、アルバイトの雇用によって若年層へのしつけまで担っている、立派な産業となった。

環境の変化に伴い、個食化、健康・安全、高齢化の問題に対して、フードサービス学会には経営者として、食マーケティングのシェア拡大の為のマーケティング、HMRの有効性の考察、健康で安全な食生産システムの役割への提言を期待したい。

食材の面では気象変動による生産物の地球規模での不安定化に対してグローバルな視点からの提言、農漁業のマーケティング、生ゴミの処理など環境

対策の戦略的意味や企業の役割についての研究をお願いしたい。

更に経営資源の面からは、ピープルインダストリーと呼ばれる外食の特徴を踏まえて、マルチメディア活用の戦略的意義や規制緩和、ヒューマンリソース活用の戦略的意義の研究をより深めていただきたい。

国民生活に不可欠な産業となった今、

21世紀に向けてハイテク社会になればなるほどヒューマンタッチが必要とされる。アメリカでは10万人のホスピタリティ関係の大学卒業生がいる。18才で一生の仕事としてホスピタリティを選ぶ、日本におけるそんな時代を目前にして、産業界ではこのフードサービス学会の重要性がさらに増してくるものと考えられる。■

自由論題では、事例研究としてのケーススタディが期待されていました。当日は東洋大学短期大学教授小池鉄夫氏の司会で、以下の研究報告が発表されました。これらの報告の中には、毎回「RECIPE」でご紹介している【研究部会】で発表され、討論が行われたものもあり、参加者の期待の高い発表となりました。(4. 5. 6頁参照)

〔自由論題〕

「SCMシステムの短期・低コスト開発手法」	宮城大学助教授 藤井章博氏
「食品流通における小売業態戦略の革新」	東京水産大学助教授 岩成和子氏
「日本文化論からみた中食の伝統と現在…EAT'Nを手がかりとして」	武庫川女子大学助教授 藤本憲一氏
「消費不況下における利益確保のためのマネジメント手法の一考察」	亜細亜大学講師 清水 均氏

〔ヤングセッション〕

さて、若手研究者の育成を図ろうという今回初めての試みとして、博士過程・修士課程の大学院生、大学や研究機関の助手、あるいは研究員などといった20代の若手研究者による、セミナー形式の発表を行う「ヤングセッション」が設けられ、当日このセッションは中央大学助教授木立真直氏の司会で5名の大学院生の方が研究発表を行いました。

「食品のサービス化と顧客動向のマクロ分析」	日本大学大学院研究科 藤谷裕子氏
「牛乳についての製品変革」	明治学院大学大学院研究科 大田幸治氏
「フードサービスとストアブランド・エクイティ」	日本大学大学院研究科 雨宮史卓氏
「フードサービス産業の進化は商人が具現化する」	明治学院大学大学院研究科 市川寛子氏
「食と食品ロスをめぐるフードサービスのマネジリアルの問題点」	日本大学大学院研究科 井戸大輔氏

セッションの会場は30名と小さな会場で、並行して統一論題研究報告、自由論題研究報告も開催されているため、若手研究者への関心度はどの程度かと思われましたが、発表開始前には全てのデスクが埋まり、遅れて来た方はドアから一步も踏み込めない盛況でした。当初参加者は、同年代の研究者や学生が多いと思われましたが、予想に反して半数が企業関係者と思われ、このセッションの目指した若手研究者の育成に産業界からも期待が寄せられていることが窺えました。

最初に発表した藤谷裕子氏は、専門

はマーケティングリサーチで、外食関係の統計資料が整っていたことから今回の研究に取組まれました。現在は健康・安全というトレンドが顕著に現われていることが読み取れるそうです。司会の中央大学木立真直氏は、「各自がそれぞれの視点から異なったアプローチを試み興味深かったが、個別の発表だけでなくトータルな視点からの討議も面白いかもしれない。また産業界の参加者が遠慮している様に思えた」との感想を語られました。学術的な専門用語を産業界の方も、もう少し勉強していただければ、とのことでした。■

● 研究部会報告 ●

第五回 (1998年7月30日(木) 18:00~19:40)

発表者: 藤井章博 宮城大学事業構想学部助教授

テーマ: イン트라ネット・グループウェアによる業務改善

—Eメール端末の導入、イントラネット、グループウェアによる業務改善とWeb業務への応用の可能性—

■ 宮城大学の紹介と今後の発展

当大学には日本初の「事業構想学部」がある。この学部は、サービス産業を主体とする「事業」を中心に据え、事業計画と空間デザイン、情報システムの3つの立場からアプローチしようとする考え方をしている。初年度は会計学、英語、パソコンというリテラシーを重視し、2年目に産業界から転身された先生方から事例を学んでいる。事業は宿泊、料飲、リゾート開発等で、これらを対象とした演習、シミュレーションを3、4年で行う。大学の開学は、1997年でパソコンが低価格化し爆発的に普及した時である。文部省ではマルチメディアを利用した大学院の設置を許可しており、当学の立地を考え合わせ、これを利用した通信制の大学院を作ってゆこうとしている。また、農業短期大学との合併でアドシステムを学ぶ学科を創りたいと構想している。

■ Eメール端末の導入とその効果—サイバーキャンパスの事例紹介

リテラシー教育の際、高速のATM LANを学内に敷設し、学生にそれを使わせている。入学時に学生にスペックを指定しパソコンを購入させ、イントラネットを構築して利用する。ポイントはネットワークにつなげるためのLANカード(PCMCIAカード)である。入学当初の1週間でPCのリテラシーを徹底的に教育し、自分のPCは自分でメンテナンスできるようにし、インターネットとWEBとPCが使えるよう教育する。大学の業務改善の一例は、履修登録である。履修に関連する内容はWEBベースでシステムを作っており、学生は自分でWEBを使って情報を収集し、履修登録を行い、学校は時間と経費を軽減している。また、グループウェアはクライアント&サー

バー型のものであり、各教授が教授会や委員会の議事録をデータとして掲載するなどして利用している。学生からはレポートの提出を受けたり、グループウェアを使い仮想討論を行ったりすることも出来る。全ての業務がWEBを通じて出来る可能性がある為、積極的に利用しようと考えている。

■ イン트라ネットを活用した鮮魚取引システム

この技術を生かした研究プロジェクトが鮮魚取引システムで、最終的には事業化展開を予定して大学として取組んでいる。現在消費段階での対面販売の否定が商品の事前包装を要求している。一方産地では漁獲の低迷と消費者価格との乖離、複雑な流通過程と商習慣、生産量調整の困難性と短期間での取引の完了が必要等、解決すべき問題がある。取引支援システムのイメージは、供給業者と消費地の需要家を会員として募り、その間をデータベースを介してイントラネットで接続するというものである。今は漁師と築地の仲買が携帯電話で行っている知人同士の取引を、客観的な指標を作って取引のデータベース化を作る。そのために鮮魚の消費者価格を決定する要因を明らかにし、曖昧な取引を客観的なシステムとするため、まず商学的検討から始め、技術的には価格を判断する情報としての画像処理、鮮度センサーの開発から、金融面の決済機能を持つ認証のシステムの開発まで、分散オブジェクト技術を利用したネットワーク志向のアプリケーションを開発しようとしている。

・発表後の質疑応答は活発を極め時間をオーバーして専門的なやり取りが続いた。

● 研究部会報告 ●

第六回 (1998年11月2日(月) 18:00~19:40)

発表者: 藤本憲一 武庫川女子大学生活美学研究所・生活環境学部情報学科助教授

テーマ: 若者ユーザーにおける「中食ニーズ」と「携帯電話ニーズ」の連関

-1990年代に特徴的な若者の行動様式は「携帯」「モバイル」等を駆使して都市を浮遊しつつ、新たなるコミュニケーションの場を作り出した。食の分野におけるFF、FRなど新しい外食の動向、CVS、惣菜など新しい中食の動向は、その行動様式に対して確実に対応進化してきた結果である。21世紀の更なる変化に対して、食領域がどのように対応できるか。最近のメディア動向に基づき論じる。-

■ 食をメディア論的に見る「モバイル」な純粋

元来「携帯」「メディア」論の「モバイル」は、古くからの「弁当」「兵糧」等の携行食の文化的伝統にあった。逆もまた、成立しうる。今日の「食」シーンの変化から「中食」を中心とする新しい食シーンと携帯「モバイル」メディアとの関連を探る。この過渡期・現在・未来を分析する新しい枠組みを導入する。アンケート調査には現われかたにすべく、現在進行中の事象の内容を明らかにする。若者に繁華と街での聞き取り調査を行った。結果として、以下の11項目の概念対である。

すなわち Domestic<ウチ>系列として
 ①家庭食 ②家郷食 ③卓食 ④共食 ⑤斎食
 ⑥役割固 ⑦定食 ⑧互酬食 ⑨常食 ⑩静食
 ⑪味食 ⑫鑑賞食 ⑬という ⑭念連合 ⑮あり、
 対する Exotic<ソト>系列として ①外食
 ②野(屋)外食 ③点食 ④個八(孤)食 ⑤(時)差食
 ⑥自食 ⑦自費食 ⑧非一常食
 ⑨動食 ⑩気食 ⑪参加没入食がある。大
 きな流れは「ウチ」から「ソト」へと変わりつつある。例えば「メディア」論では固定電話から携帯電話への流れに代表されるように、家電から個電へ、「ウチ電」から「ソト電」への趨勢が指摘されている。従来家をベースにして来た人間活動の宿泊、儀礼、食事、教育等様々な機能が、外部化されつつある。電話など情報通信機能が家(会社・学校)を離れて個人の身体に装着されてゆく様子を、比喩的に「ラッコ」状態と呼んで呼んでいる。同様に食事の風景でもこの「ラッコ状態」が顕在化してきている。

「弁当の今昔」を考えると「ウチ食」から「ソト食」への変化がわかり易い。これまで一般家庭において弁当とは、家庭内で手作りされた食事の余りを利用して、家庭外・屋外で食べるようにパッケージ化された携帯用の「メディア」食であった。現在の中食は、家庭外でパッケージ化され、販売・提供された食事を家庭内に持ち帰って食べる携帯用の「メディア」食である。この変化こそ「モバイル」携帯電話的な移動体通信の「ウチ」から「ソト」へ

の変化と相呼応する動きであった。この動向が世間に自覚されたのは移動体通信の方が先であったが、現象としては食における「中食」現象の方が先行していた。

■ 松花堂弁当文化と伝統的な美意識

実は「メディア」分野よりも缶飲料や弁当など外食・中食分野の方が、商品としても文化としてもはるかに先行していたという事実がある。更に、食や「メディア」といった領域を超えた日本文化論から言えば室町時代から遅くとも江戸時代には矢立、提灯、割り箸、重箱という携帯道具と共に「フレイマ」中食産業的なまさしく「ファストフード」としての屋台のそば・うどんや「携帯「モバイル」食」としての幕の内弁当・行楽弁当等が好まれていた点を指摘することができる。「パッケージ」化された「メディア」食でありながら、正式に食卓に向かって摂る食事よりも格が高い場合さえあった。日本で食卓や「ちゃぶ台」が定着したのはせいぜい明治30年頃以降、100年になるかどうかの伝統しかないのだ。家族一人一人のめいめいの箸・食器が「パッケージ」化された箱膳、銘々膳文化こそ「ちゃぶ台文化」より古く深い「文化の基層」としての「メディア」食なのである。今日の中食市場の隆盛は、アメリカ化への視点からだけでなく、日本の伝統主義に支えられているものと見ることも可能である。「モバイル」の観点から言えば、太古から日本民族は「携帯「メディア」や中食のほうで、家「メディア」よりもずっとステイタスが高い」と感じる美意識を持っていた。

概論するならば、FFの「パッケージ」や「モバイル」弁当と共存・競合する「意味論的に等価な」商品は、「モバイル」や携帯電話、更に「情報の弁当箱」と呼ばれる「モバイル」メディアなど「モバイル」メディアなのである。

・独自性のあふれる研究テーマに参加者の活発な質疑が続いた。

● 研究部会報告 ●

第七回 (1998年11月27日(金) 18:00~19:40)

発表者: 岩成和子 東京水産大学助教授

テーマ: 食品流通における小売業態戦略の革新

— 我国の主婦の生活時間における「食卓」作業時間・労力の軽減化への解決策として、食品流通業における「製品膨張化戦略」の必要性和多様性を論じる。各食品小売業態において、膨張化戦略のうちどれをどこまで取り込むかが戦略課題であるとし、この取り込みの最適さを「クオリティ」と定義する。消費者の購買行動から、このクオリティとプライスはトレードオフ関係であることの意味づけを行ない、食料品小売業での「ベストクオリティ・ベストプライス戦略」の必要性を位置づける。これらのことから今後の我国の食料品小売業態間競争の方向性を論じる。

主婦の食卓作業軽減化ニーズの拡大

女性の生涯就業化、高齢化、同居家族各自の自立的活動の活発化がもたらす「食卓」に関する作業時間・労力軽減化は、家庭電化製品の導入等に起因する「掃除」「洗濯」作業時間と比べここ20年間ではそれほど進んでいない。この「食卓」への時間・労力軽減の解決機能をどんな機関が主体となって担ってゆくのかの解決機能を切り口として食料品小売業態の論を展開する。

小売品揃えにおける膨張化戦略

品揃え戦略には、サービスを出せるだけ負担せず提供コストの最少化を図る「削減化戦略」と、なるべく多くの付随サービスと店頭サービスを提供し、買い手にそのコストを転嫁する「膨張化戦略」がある。膨張化戦略のイノベーションのひとつの方法は「ビルト・イン戦略(冷奴: 一人分の豆腐+菜味+醤油+冷却+包装+賞味期限・カロリー表示)」であり、もうひとつの方法は「コスト節約の膨張化戦略」であり、この場合はいかに買い手のニーズを把握するか、とシステムの構築力が問われる。

消費者は「品質・サービスが良いから多少高くてもよい」という選択から「出来る限り品質・サービスがよく、かつ、出来る限り価格も安い」というベストクオリティ・ベストプライスを小売業態に求めているため、業態内競

争だけでなく業態間競争も激化してきている。

小売業態戦略の新しい展開方向

従来のCVSのメインターゲットは独身者で、独身者の食アソートメントのクオリティを高める戦略がなされて来た。CVSが主婦の食ニーズを満たす品揃えを構築しようとするれば、かなりのコスト高となる。そこでCVSが主婦の求めるベストクオリティ・ベストプライスを実現しつつ、SMに挑戦するには、価格を上げずにクオリティを高くするような展開を実現するために、従来のクオリティに対応するコスト構造を変えて、新しいコスト構造のシステム化・高度化が必要となる。

卸主導CVSの品揃え戦略例

モデルケースのCVSでは、まず数多い食材の中から、卵・米・野菜・牛乳・鮭等の標準化食材を産直、自社プラント等を活用し調達インテグレート化を図る。次にその食材を使用した弁当のアウトソーシング。更に従来のCVSターゲットにはビルトイン戦略での提供、SMターゲットには食材そのものの低価格提供と店頭での食材加工商品の提供を行ない、従来のCVSとSMの業態を超えたベストクオリティ・ベストプライスに向けての幅広い品揃えの高度化を実現している。

・業態論、業態戦略についての時宜を得たテーマに、議論が尽きなかった。

委員会開催報告

当学会は、年一回開催の総会、そして役員会、会長・委員長等情報交換会の他、次の3委員会等が開催されています。

RECIPEでは、毎回各委員会の開催の記録を報告として記載していますが、会員の皆さんに学会の全体像を把握していただき、積極的に各委員会活動に参加をしていただくために、今回は少し詳細な委員会の活動内容についてお知らせします。

また、上記の委員会の他に毎月一回の「研究部会」があり、今回も研究部会報告を3件報告しています。

年次大会実行委員会

田島義博委員長（副会長・学習院大学教授）

98年8月4日第5回

大会のテーマ、プログラム、運営の大枠は前回決まったので、今回の議題は発表者、司会者などの人選を進め、委員会終了後すぐに実行に向けて取り掛かれるところまで決定することとなった。

統一論題・研究報告の発表は、会員の推薦による候補者や内容等について検討された。シンポジウムは、各方面から幅広いご意見をいただくことによって、テーマを深めていくこととなった。自由論題、ヤングセッションの発表者についても、研究部会で発表された方や会員の推薦の中から人選することとした。

年次大会の締めくくりは、年次大会実行委員長である田島副会長に「会員へのメッセージ」としてまとめをお願いすることとした。 ■

情報委員会

井関利明委員長（慶應義塾大学教授）

98年7月24日第3回、
9月14日第4回

事務局であるJF（社団法人日本フードサービス協会）としてホームページの更新を検討していることを機に、学会との関連、非会員、消費者等も対象に捉え、企画内容について検討がなされた。

また、外食産業の情報システムに関するデータ収集のため、JF会員を対象とした「調査」の内容について検討を行った。

第4回委員会では前回に引き続きホームページ作成の企画内容並びに企画に基づく諸費用、情報システムに関する調査について検討を重ねた。さらに、今後進むであろう電子商取引についても検討が開始された。 ■

編集委員会

横川 端委員長（副会長・編すかいらーく取締役グループ統轄機構代表理事）

98年9月22日第2回

年報は、現在は投稿より年次大会の報告の掲載が主となっている。論文の活発な投稿意欲を高めるために表彰制度と表彰金などを検討してみることもなった。RECIPEは掲示板や会員相互の情報交換の役割を持ったページを増やすなど、新紙面の企画を、アンケートを利用したり、会員からの意見を募ることによって、身近な存在として活用されるための方法が検討された。

また、会員に対して、委員会や研究部会への参画はもとより、学会全体の活動を知ってもらうための方策等についても検討がなされた。 ■

