

RECIPE

VOL. 2

発行日/1996年11月

発行/日本フードサービス学会

発行人/奥住正道

巻頭言

「積極的な参加を待つ」

7月の第1号に続いて、年3回の発刊を目指す、会報の第2号が発刊されます。

本学会の特徴は、ご承知の通り各学術分野の研究者諸氏と、産業界の有志を会員として、その交流と研鑽の中から新しいフードサービス産業に関する学際的研究の場を創り出してゆこうとするものであり、その会員相互の情報交換誌が、この「RECIPE」であります。

とは言っても、対象分野の境界線もまだはっきりとは定まっていないう学会でありますから、この情報交換誌の果たす役割は、

意外なほど大きいのではないかとと思われます。

すなわち、会員各位の興味の在り所や研究対象等がこの情報交換の場で明らかになってゆくにつれて、学会の性格が決まり、方向が定まってゆくようにおもえるからであります。

情報入手の場でもあり、同時に情報発信の場として、更には新らしい学会創造に参加する場として、大いに各位の積極的な参加を期待しております。

顧問
宇野政雄

● 訃報 ●

11月18日 副会長の田内幸一先生が肝不全の為、逝去されました。先生は、10月から国立国際医療センターに入院、闘病中でおられました。22日告別式が行われました。

田内先生を偲んで

田内先生がなくなられた11月18日(月)には、偶々、学会の合同役員会・幹事会が開かれていました。議題は、これまでの事業経過と当面する年次大会の企画の検討でした。いつもであれば、田内先生が私の隣にお元気なお姿をお見せになり、議事をてきばきと進めて下さるのに、当日は健康が優れずにご欠席とのことでした。近いうちにお見舞いに伺おうということになりましたが、まさかお亡くなりになるとは夢にも思っておりませんでした。翌19日に訃報に接し、言葉を失った次第です。

思い起こしますと、田内先生とは永いおつきあいでありました。かれこれ30年になると思いますが、この学会では設立当初から加わっていただきました。しかも、す

日本フードサービス学会 会長 奥住正道
すんで、いろいろな役柄を、お引き受けいただきました。設立総会の議長をはじめ、設立後は副会長としてお入りいただき、無理を申し上げました。学会誌編集の責任者として、第一回の年報と会報レシピの発行、研究論文の募集、部会の開催等、矢継ぎ早に手を打っていただきました。これから軌道に乗る矢先でした。

体調があまり良くないことは承知していましたが、今しばらく、面倒を見ていただきたいと思っておりました。誠に残念でたまりません。

これからは、先生の遺された事業をさらに軌道に乗せることが、先生のご遺志に応えることだと思っております。

田内先生のご冥福を心からお祈りします。

1996年度第一回研究会（部会）報告

- 日 時 1996年7月26日（金）18:00～21:00
- 会 場 上智大学8号館4階（409教室）
- テーマ 「フードサービスとホテル」
- 講 師 （1）井上博文氏（東洋大学短期大学観光学科教授）
（2）山口祐司氏（富士屋ホテル取締役副社長総支配人）

炎暑の最中、上智大学409教室をいっぱいにして、第一回の研究会が開催された。日本フードサービス学会の特徴通り、研究者、フードサービス企業関係者、学生など150名を超える多彩な顔触れが参集した。

冒頭の挨拶に立った学会副会長の田内幸一日本大学教授は、「参加者が予想以上に多く、学界に寄せられる期待の大きさを感ずる。今後の運営にも会員各位の協力をいただきたい。」と述べた。

亜細亜大学福永昭教授の司会で、肩肘を張らない日頃の研究や業務のなかからの考え方を発表する講演が前半に、後半には意見交換と懇親が行われた。

講師紹介 井上博文氏

東洋大学社会学部卒業。コーネル大学ならびにサレー大学（英国）で研究、現在東洋大学短期大学観光学科教授。

レジャーとホテルとフードサービス

レジャー白書によると、平成7年度の最も長時間を費やしたレジャーは「外食」でした。始まりは「昼食」時のおにぎりや雨宿りから出発し、日本における産業として確立しはじめたのはホテルの場合が東京オリンピックを契機に、フードサービスの場合がマクドナルドの日本進出がきっかけとなったと考えられます。

人的サービスという観点から考えると、フードサービスは、サービスがなければ、流通業か小売業に分類されることになり一方ホテルは、客室販売という不動産業的な要素を持っていますが、近年食事と宿泊というこのどちらもホスピタリティ産業の一つであるとする考え方がアメリカやヨーロッパでは当然とされつつあります。人的サービスが価格の中に含まれているか否かで付加価値の価格が決定されてゆきます。

経営面での課題

このどちらの業界にも共通する課題としては、ものの流れの面から、購買・製造・販売において派生するものと、経営的な面におけるものがあります。経営面での課題の一つは「人的資源の管理」です。

実際にお客さんにサービスをするアルバイト、あるいはパートタイマーの教育は費用の点からいっても大きな課題です。日本では、自分が教える事によって追い抜かれるという考え方がまだ残っているようですが、そこをどう払拭するかという事が重要です。組織の中で上のものが下のものを必ず指導する事を義務づける、あるいは職務の中にそれをうたい、それが評価されるという仕組みを作る事が必要でしょう。

二つ目の課題は「経営成績の測定法の確立」です。ホテルでは1926年に、ホテル会計制度がニューヨークのホテル協会で作成され、国際会計基準の中においても産業の一部門として位置づけられています。しかし日本ではまだ公的には業界全体で使うところまでにはいたっていません。レストラン会計システムは、4年ほど後の1930年に全米レストラン協会を中心として作られ、1996年に第7版が発刊されており、翻訳して発表したいと思っています。

業界特有の会計制度の確立

日本では、文部省が中心となって作られた学校会計の他に、建設業、船舶、保険、流通、百貨店等があり、業界特有の会計処理を行っています。

このシステムの特徴は、自分の企業の成績を他の企業のそれと比較できるという事です。会計処理の基準を皆で決めて、同じ会計処理をする事によって比較が出来るわけです。アメリカのレストラン協会の第6版のものは、ホテルのシステムを中心に作られており、ホテルにおけるフード部門の会計との整合性も一応持っています。

大手の企業では海外チェーンから学んできて、既に近いシステムで運用されているところもあるかと思いますが、もうちはいいよと考えているかもしれませんが、業界全体を見れば、規模の小さいところも沢山あり、そのような企業を指導するのが大手企業の役割ではないかと思えます。統一の会計制度を作って指導する事が、産業が認知される事になるのではないのでしょうか。上記第6版は細かいマニュアルが書かれており、付録として、レストランの統一勘定、費用の一覧があります。これを参考にしますと皆同じように出来るのが特長です。誰もが使えるしかも統一のシステムで、国全体や地域別、規模別に容易に比較する事が出来ます。

日本フードサービス学会がこうしたシステムを提言して、日本フードサービス協会が実際にそれを使ってゆく事で、フードサービス産業の発展につながると期待するものであり、皆さんとともにこの様な課題を考えてゆきたいという事がお伝えできれば、幸いです。(了)

講師紹介 山口祐司氏

早稲田大学商学部卒業。コーネル大学に学び、現在富士屋ホテルチェーン取締役副社長、総支配人

ホテルとフードサービスの関わり

我々サービス産業の扱うサービスというものは、ものと違って在庫が効きません。又、もの違うのは品質と価格だけで売買されるのではなく、場所と時間が付加された、4次元取引であるからです。

そもそもホテルの歴史は、王様がお城で十二分のサービスを受けるところから始まり、古代バビロニアの時代から脈々と4000年続いてきたサービスの歴史です。しかし、現在日本には一部特権有産階級というものが非常に少なくなっています。戦前の富士屋やホテルでは、初任給が5円のお客様から一泊50円いただいていた。初任給20万円の今日、一人一泊200万円はとても戴けません。100分の1の価格で100倍の人件費の時代です。

ホテルでもレストランでも、経営面の課題は固定費の高さです。特に、お客様があらうとなかろうと常雇いの社員を置かなくてはならない人件費の生産性は極めて低いと言わざるを得ません。かつて必ずホテルにはそのホテルを象徴するようなフランス料理の立派なレストランがありました。しかしこの様な時代背景の中で、ホテルがフードサービスを営業する事は非常に難しくなってきたわけです。従って、欧米のホテルのフードサービスはほとんど赤字です。ルームサービスや宴会機能を保つ為に調理場は持つが、そしてそれを維持する為の一つ二つ程度のレストランは持つが、あとはほとんど外食産業のフードサービスに依存している、いわゆるアウトソーシングをしているのが現実です。

一部特権有産階級の時代、支配階級が被支配階級を奴隷として使っていた時代に成り立っていた上流階級でのサービス、フードサービスは企業としては成り立たない社会が現在です。

ホテルとフードサービスの分業化

今や消費者の便利に合わせたサービスが要求されています。受け手が自分のニーズに合ったサービスを選ぶ時代になった事を忘れてはならないと思えます。朝食の時間に、旅先でゆっくりと食事をしたいお客様もいれば、出張で来て時間を急ぐ方も居られます。急いでいる方には駅の立ち蕎麦

の方がニーズに合っているわけです。

まだ「世の中には王様がいるだろう」「いつでも最高のものを作ったら、高くても必ず買ってくれるお客様がいるだろう」という錯覚に囚われているところを、私たちは大いに反省し、ホテル業界は今大転換期を迎えていると申し上げたいと思います。

これからは、レストランがたくさんある地区にホテルを建設し、レストランを利用したい方は隣へどうぞ、という時代になりつつあります。ホテルとフードサービスの分業化です。ホテルのジュースが高ければ、隣のコンビニエンスストアをご利用戴く。ホテルを利用したお客様が「安くあがって良かったな」と言っていただけの事が、これからはサービスの大きな価値になるのだと思います。KDDの望月先生によれば、サービスには「物」「情報」「場」「品質」「移動」の5つの要素があるそうです。その人にとって今何が一番価値があるのかを考える事が大切であると思います。

産業として確立する

フードサービス学会には学問的に勉強をする方もおられますが、我々業界は儲からなくてはしょうがないのです。消費者にサービスの価値観を十分享受してもらいながら、それに相応しい価格で販売をすることで、はじめて企業、すなわち利益を伴った商売、というものが出来るのではないのでしょうか。楽しく、有意義にそして生きがいのあるライフスタイルを送ってもらう為に、我々の産業は不可欠なのです。社会に役立つ産業だという誇りを持ちながら、利益の伴ったサービスを再構築してゆきたいと思います。学界での勉強の成果も大いに参考にさせていただきながら、産学協同でこの業界を大いに盛り立ててゆこうではありませんか。(了)

● 企 業 訪 問 ●

【株式会社モスフードサービス】

第2回年次大会実行委員会(委員長:村田慶応義塾大学教授)が8月28日、学会初めての試みとして、研究者が株式会社モスフードサービス訪問の形で実施された。

これは、フードサービスの実態に即したケーススタディの第一弾として、学会と業界とのこれまで数少なかつた情報交換の場を積極的に設けて、学会活動の充実を図ろうとする試みである。

学会からの出席者は、村田(慶應義塾)相原(成蹊)青井(慶應義塾)桑原(桑原研究所)塩田(シーエムシー)中田(村田研究室)新津(高千穂商科)竹森(中部)疋田(東洋)福田(城西国際)上野(東京国際)内野(同志社)の各氏。

一方、モスフードサービスからは、櫻田会長、清水社長以下、各部門から担当責任者が出席された。

委員会終了後、新製品の「ナンカレドッグ」の試食の済ませてから、おいしく、健康で、安全な食事を提供するために、どれだけのこだわりを持って商品開発を進めているかを、フランクフルトソーセージ(ドッグフランク)を例にとって説明が行われた。その後、学会側からは「企業戦略」「安全で健康な商品提供の為に食材開発」「アルバイトの採用と教育訓練」「効率性・生産性の基準」

「価格設定のあり方」などの質問が行われ、質疑応答は、終始和やかな雰囲気で行われた。

その後、マイクロバスで、同社経営のモスバーガー、ちりめん亭、なか卯の店舗を視察し、散会した。

※訪問先募集! 学会と企業との情報交換を進める為、訪問先を募集しています。受け入れていただける企業は、事務局までお知らせ下さい。

● フードサービス協力産業レポート② ●

「クライアントとインテリア・店舗デザイナーの良い関係」

業界団体のない独立した個人の世界

前回ご紹介の「外食品卸売」業界は、業界団体が、その全容を把握し、個々の事象を越えた、業界全体の傾向や課題を整理し企業を越えた業界としての活動が行われていた。フードサービス業界も同様で、会員企業独自の経済活動をバックアップする業界全体の活動が、業界団体として行われている。

インテリアや店舗デザインの世界ではフードサービス業界に近い存在の一つが、商業関係施設の設計家の集まりである社団法人日本商環境設計家協会である。

今回は、(社)日本商環境設計家協会のご協力を得て、フードサービス関係のデザインを手がけるデザイナーの方々のご意見をもとに、インテリア・店舗デザインに関する情報をお伝えする。

デザインの潮流

いわゆるバブルの時代と呼ばれた多くの話題店が林立した時期は「奇を衒うデザイン、ニューヨークなど先端をゆくときれた店舗にヒントを得た、テーマ型の店舗デザインが花盛りで、スターデザイナーがいた高揚期」であり「デザインへの依存度の高い、緊張する空間、知的ミューサーの集まる店舗」の多い時期と考えられる。デザイナーの名前で店舗が注目を集めた時代とも言えようか。

その後、フードサービス業界が低価格の路線を打ち出した頃から今日までは「コンサバティブ、保守的なものに安全策を求める」傾向が強く「個の影響が強い空間は、理解されなくなってきている」と感じられており「オーソドックスなデザインへの回帰と料理のバリューで勝負」する傾向が見られる、とのことである。

しかし、「傾向とか潮流とかは、過去の分析でしかなく、データからひらめきはなく、ひらめきをデータで裏付けるのでなければ、独自のものは生まれない」。

デザイナーは、店舗デザインをどう考えているのだろうか。

デザイナーが考える店舗デザイン

「デザインは形だけではなく、いろいろな要素が一体となって作りあげる空間」「オーケストラには、色々の楽器を奏でるがいてそれが協調しあって音楽となるように、店のデザイン、料理、サービス、ウエイターの服、音楽など」客が受け取る全ての情報が店を作り上げているのだとデザイナーは考えている。

「インテリアは時空の表現であり、時の経つことが快い空間を作る」ことであり、「居心地が良く、快適で、かつ非日常を少し味わう」オリジナリティあふれる場を形にすることが、デザイナーの仕事である。

現在までのデザインの傾向は認められるものの「消費者の傾向がつかみきれなくなっており、過去のデータは役に立たない。新しい消費者が生まれている」との考え方が強く、従って全体的なデザインの傾向が今後どこに向かっていくかと考えるよりもいかに独自性のある店舗を作ってゆくかを重視している。

但しデザイナーとしてではなく、客観的見方をすれば「ここしばらくは、入り易い店づくりと入りたい店づくりの二つに分かれるのでは」ないかとも思われるようだ。

クライアントとデザイナー

店舗経営者、いわゆるクライアントとデザイナーの出会いには、「直接連絡がありお会いするか、知人の紹介だったり、ケースバイケース」「営業活動はしていません。知人の紹介や、実績を見て連絡があったりです」「仕事の引き合いの経路は様々で、人的ネットワークがすべてでしょう」「本で見たのと電話が来る場合や、長く取引しているところや友人の紹介」とのことです。クライアントがデザイナーの作品に接し、

そのオリジナリティを見込んで、人を介して依頼することが多いようである。

いかに独自性を表現するかに腐心しているデザイナーから、逆に注文主への注文を聞いてみた。

ケース① <デザインの寿命の設定>

店舗の投資計画を立てる際、何年先まで計画するかが、店舗デザインに深く関わってきます。老朽化など物体の機能的耐久性と時代の感覚的耐久性があり、後者が店舗デザインに深く関わってきます。

店が時代の脚光を浴び、時代の流れと共に消えてゆく現象は、計画的に寿命を短く設定した場合には、消えていったのではなく計画的に変化させた、ということになります。

強い店作りには独自性が不可欠であり、独自性とは、生活者の生活感を独自に解釈することです。注文主から強く要求されることは「繁盛店を作ってほしい」が一番です。時代の流れの中で、平均化の波に飲まれてしまう独自性は「個性」とは言えず、見向いてもらえません。独自のコンセプトを生み出してゆかなければなりません。

以上の問題意識は、私達デザイナーに店舗デザインを依頼する発注側の意識が余りにも低いことを物語っています。

ケース② <経営者を想像...>

自分自身のクライアントに関しては、オリジナリティを強く要求されているだけです。しかし一人の客として“他”の飲食店に入って強く感じることは、何を求めて空間のデザインを依頼しているのかがわからない場面に出くわすことが多いことです。そんな時には、その経営者を想像してしまうことがあります。

いつの時代も変革の時代といえます。だからといって安全なデザインが全てと言えるわけではなく、もっと多岐にわたり実験を常に試みることが私には重要なように思えるのですが。

ケース③ <しっかりとしたコンセプトを>
店のデザインとは、カタチだけでなく、料理の味、サービス、空間、光、素材、時間と、その全てのグレードを含め質的向上が求められています。何の為に飲食店を経営するのか、そのコンセプトをしっかり持って欲しいと思います。店のコンセプトがあって、店のデザインコンセプトが生まれるわけで、しっかりとしたマーチャングイディングがより良い投資計画と売上につながり、デザインもし易いのです。

ケース④ <勉強して>

クライアントと共通の言葉で語れないことです。デザインや意匠に関して独自のテクニカルタームがあります。専門家と同じにというわけではありませんが、お互いの意志を疎通させる為に、せめて言葉だけでも、もう少し勉強して欲しいと思います。

「店のオーナーの情報や、考えていることを客にきちんと伝えること」のプロが、デザイナーであるならば、自分自身のコンセプトを磨いていない困ったクライアントが多いように感じられているようである。

最後の課題

クライアントのコンセプト、デザイナーのオリジナリティに加わる課題は、“時代性”“投資コスト”“客のニーズ”である。「流行とどう距離をとり、クライアントとその部分をどのように話し合い、作業へ移行するか」、「売上予測から割り出される投資コストに合い、コンセプトを表現できるぎりぎりのラインを検討する」、「地域において、その住民の知的文化レベルやニーズを的確に捉えること。都会では、新しい時代の先端を味わいたい人のためのデザインであり、他方では地方文化に根ざしたデザインである」

協力：（順不同）

（社）日本商環境設計家協会 03-5684-3781

事務局長 神川 彰 氏

（財）店舗システム協会 下記に記載

「商店建築」編集部 03-3363-5740

日本インテリアデザイン協会 03-5322-6560

インタビュー：（順不同）

牛建 務 氏 03-3836-7293

㈱インタースペースタイム 代表取締役

往蔵 稻史仁 氏 3-3746-4651

ティ・アット・オー・スタジオ 代表取締役

加藤 博正 氏 03-3643-7331

インターコース 代表

鈴木 進一郎 氏 03-3836-7407

㈱丹青社 デザインセンター デザイン

高山 れい子 氏 03-3401-4021

（財）店舗システム協会 事務局長

（文責：編集部）

また、今回、（社）日本商環境設計家協会の常務理事（前理事長）で、学会会員でもある武石馨氏から寄稿いただいたので、それをお届けする。

我国の高度成長期はアメリカ型のチェーン理論をベースに外食マーケットにも“産業”としての位置を獲得した。28兆円という巨大マーケットは当然、都市型社会を背景に多くの人々のライフスタイルの形成に強くかかわり、プランニング、デザインなどの立場で、それなりの成果を見ることができると。そこには他ジャンルからの参入も相次ぎ、やや過度な造型活動やグラビア志向など“カタチ”への偏向もみられた。

クライアント、デザイナー、デザインジャーナルを含めて舞い上がったその極みは“バブル崩壊”という“負”の洗礼に直面した。

ニュージーランドに生息する“ニワシ鳥”の生態をNHKの放映で見る機会があり、併せて川崎幸子さんの「自然文化論の始まり」と題する新聞のコラムを思いだした。

“ニワシ鳥”は雄の求愛のメッセージとして美しい“巣作り”で雌をひきつける。

小枝や草に加えて小石やカラフルな木の実を並べ樹液などで彩るみごとな造型活動を営む。雌はいくつかの造型作品（巣）を

めぐり納得のゆく雄の所で愛の交換を行う。

自然界にも、りっぱな文化活動ともいえる現象がみられる。これからのレストランデザイン、フードサービス業における、プランニングなどに単なる数字や造型性を越えてトータルな文化的な視点が問われているのだと思う。

また多くの資材、資源を多用するレストラン建築やインテリアデザインそれらの設備関連など社会的、地域的な視点からも検証されなければならない。有限の地球資源、エコロジカルな視点から発想する倫理感も問われているのでは……。

たえず未来を志向するデザインの先進性と同時に一方では、“持続するデザイン”、適確な業態コンセプトなどの構築が待たれている。例えばGマークで長い実績を持つ“グッドデザイン賞”には、その商品デザインの「ロングライフGデザイン賞」など、単年度賞とは別にキチンと評価をしている例もある。

一時、フードサービス業界にも多くの低価格路線がみられ、マスメディアもこぞってその傾向に拍車をかけた。

結果、表層的な現象に流されてビジネスを誤った事例をいくつもみてきた。

コンビニエンスストア、ビッグストア、コーヒーチェーンなど価格と同時にクオリティーや、バラエティーなどトータルなバリューが決手になっている。

ましてや、フードサービス業は附加価値が差別化のポイントになっている訳で、今こそ工夫の仕方によっては飛躍につながるチャンスとみることもできる。

そんな今こそ、まさにフードサービスビジネスにおいても「“食”文化論の始まり」と位置づけて、日本フードサービス学会が中心になり、私も関係する日本商環境設計家協会、日本フードコーディネーター協会他、多くの関連分野の人々や団体機関とも交流、活動できればと思う。

食文化の原点、調理学では食事の様式や食卓の美学、美味学など、又食品調理機能学、調理工学、“食”の哲学的考察等々の課題についても考えなくてはいけないのではないか。

● 学会スケジュール ●

年次総会・年次大会	日 時	平成9年1月25日(土)	9:00~20:00
	場 所	ホテルニューオータニ	
スケジュール	午前の部	開 会	9:00~10:00
		年次総会	9:00~10:00
		年次大会	
		基調報告	10:00~10:15
		シンポジウム	10:15~12:00
	昼		
	午後の部	分科会	13:00~17:30
		まとめ	17:30~18:00
	懇 親 会		18:00~20:00

第2回の年次大会が開催されます。スケジュールや内容は、鋭意検討中です。詳細は、まもなくお知らせいたします。フードサービス学会らしい年次大会を期待してください。

学会員一人一人が参加することで、大会を作りあげることができます。多くのご参加をお待ちしています。

● 編集後記 ●

第1号に掲載した「コミュニティ広場」への参加があまり活発ではないようです。もっと会員相互が自主的にかつ積極的に参加し、交流を図って欲しいと思います。(江口泰広)

田内先生は、室に入ってくるとパット明るい雰囲気になるような方だった。本当にきみしくなった。先生の遺志を生かした編集にしたい。(田中利見)

生活者の商品価値観がプラスオンの付加価値を求めております。それは商品の素材から使う過程迄のシナリオと氏、素性を求めていると言えなくもありません。提供商品とサービスの氏、素性とシナリオをフードサービスも要求されています。(新津重幸)

師走を迎えて、いろんな飲食店を利用する機会が増える。店にとっても繁忙期なので活気に溢れているが、忙しいためか時としてサービスが気になることがある。忙しい時こそ丁寧なサービスと手の込んだ料理を提供すれば、そこでリピーターは生まれるのだが、。。。そんな事を感じる歳末である。(平林千春)

前回にもまして充実した学会報第2号ができました。個人的には、アットホームな学会報をめざしていただきたいと希望しております。そのためには、消費者や学生の参加もご検討いただきたいと存じます。(福永 昭)

編集/日本フードサービス学会編集委員会 RECIPE編集委員会(委員長:田中利見)

〒104 東京都中央区銀座8-9-13

(TEL:03-3573-3231 FAX:03-3572-5099 E-MAIL:nfgakkai@itjitnet.or.jp)