

RECIPE

発行日/2000年3月
発行/日本フードサービス学会
発行人/奥住正道

from The President

『学会と女性会員』

日本フードサービス学会の会員も総数で435名の多数の方々にご参加いただいている状況だが、その中で女性会員の数はわずか30人にすぎない。このことを翻って考えてみると、より多くの女性研究者の方々がフードサービスに関して様々な観点から関与して下さることが、業界の健全性にもつながるのではないかと思ひ、今まで学会を支えてくださってきているの方々のお名前と業績をあげ、多くの女性の参加をのぞむ次第である。

例えば、実行委員会では荒巻麻子さんが常時ご参加くださって、多くの方がご存知の『週刊 新潮』の「私の食卓日記」に著名な方々の食事にコメントを連載されている。また同じく実行委員会のメンバーとしては、東京水産大学助教授の岩成和子さんが食品分野における流通マーケティングの立場から参加して下さっているし、編集委員会では、城西国際大学の福田順子教授が極めて熱心に討議に加わっておられる。情報委員会のメンバーには星野朋子さんが佐野国際情報短期大学にお勤めの傍ら、『高齢者に対応した給食サービス』等の論文を書かれている。研究委員会のメンバーとして、明治学院大学大学院在学中の市川寛子さんが月例研究部会で青井先生のアシスタントをずっと続けておられる。

一方、第三回、第四回、第五回の年次大会を通じてご参加いただいている女性の報告者では、北海道

文教大学の講師佐藤節子さん、日本大学大学院経営学専攻の藤谷裕子さん、明治学院大学卒業の吉田絵理香さん、日本大学大学院在学中の山本和子さんといった若手の方々がそれぞれの分野から報告されているのが目立っている。しかし、冒頭に述べたとおりその人数が極めて少ないし、むしろフードサービスという分野の属性を考えると、もっと多くの女性にご参加頂き、同時に研究成果を発表して頂くことになれば学会としての彩りや進歩も一段とあるのではないかと思っている。

業界で立派な活動をされている学校法人誠心学園の広瀬理事長は昨年国際フード製菓学校を始められ、極めて積極的な業界への貢献活動をされているが、学会の年次大会にも常時ご参加いただいている。

常々お話していることだが、フードサービス学会は他のオーソドックスな学会とは異なって、明るく、楽しく、おいしく、そして参加することに喜びがある、そんな学会にしたいと思っているだけに、より多くの女性のご参加を促す次第である。学会員の方々でお知り合いの女性研究者のご参加、勧誘をお願いできれば幸甚に存じます。

会長 奥住正道

2000年第5回年次総会・年次大会

会員の皆さんをご存知の通り、2000年（平成12年）1月22日（土）に、東京都千代田区の本海運倶楽部で、午前9：00より第5回「年次総会」と午前9：30より同じく「年次大会」が開催されました。



年次総会は1. 昨年度の事業活動の報告と決算、並びに今年度の事業予定と予算、2. 今年度（第5期）の役員・委員の選任について検討可決され、また、研究部会の発展と独立、遺伝子組換問題に積極的に取り組む事などが提案可決されました。席上、昨年大会で決定した日本学術会議への登録についての経過が報告され、第18期の登録学術研究団体となったこと、関連研究連絡委員会の所属が「商学」と「経済政策」に決まった事が報告されました。

奥住会長からは、前回第4回大会から、「官・産・学」の交流を密にして今5回大会でも一層充実した内容になったことと、この三者の連携が幅広く多彩な活動をもたらし、一層活発な研究がフードサービス産業に貢献する事が期待されるとの挨拶がありました。

さらに今回からの新しい取り組みとして研究論文の表彰が行われました。編集委員長から発表された表彰の基準は、主張の明確さ、フードサービス産業の研究発展に寄与することであり、25件の論文が対象とされ、審査の結果今年度は最優秀賞は該当なし。優秀賞には赤岡仁之・小林哲両氏の「ストア・ブランド戦略」が選ばれたほか、奨励賞には横川潤、岩村克己、星野朋子、太田幸治の4氏が、特別賞は、殿塚婦美子・三好恵子氏（共著）、増子忠恕氏の2件が選ばれました。

来賓の日本フードサービス協会会長井上修一氏からは、外食産業が産業として確立して30年以上を経た今、消費者や社会がどんどん変わっていている現状に直面し、新しい客を迎える時代となっている。社会全体の変化に伴う産業への要請に乗り遅れないように産業界は頑張っている、是非産業界と学界とが手を携えてこれからのフードサービスを支えて欲しい。学の中だけに閉じこもらず、産業界からのテーマを提示するので、それに応えた研究を期待している、官・産・学の連携が社会のプラスになることの出来るのがフードサービスである、との熱いメッセージがありました。

年次大会は、今回で5回目を迎えましたが、プログラムが毎年多彩になり、また充実した内容となっています。参加された方は実感されたことと思いますし、参加されなかった方も送付されたプログラムをご覧になって感じられた事と思いますが、大会テーマ「21世紀に向けてのフードサービスの改革」を主とする統一論題セッション、自由論題セッション、ヤングセッション、ワークショップが各会場で同時に進行し、またその間、ロビーではジョブマーケティングと日本フードコーディネーター協会によるテーブルコーディネートのディスプレイが行われる、という大変に密度の高い大会となりました。

大 会の各セッションの内容や大会アピールは、まもなくお手元に配布される予定の会報でご覧頂くことにして、「RECIPE」ではそれぞれの会場の雰囲気をご紹介します。

ジョブマーケティング ロビーでは、他のどの学会でも見られないというユニークな試み「ジョブマーケティング」が行われました。「フードサービス」関係に就職を希望する学生の自己アピールの場です。一人ずつ、自分のPRやフードサービスに対する考え、専攻して学んでいること等を大きな掲示板に、イラストや写真を駆使して表現し、アピールしています。今回は初めての企画でしたので、このジョブマーケティングを目的として参加した企業、人事担当者は少ないと思われませんが、各セッションの間の休憩時間には企業参加者が掲示板をチェックしたり、側に立っている学生本人に話を聞いたりという交流がその場であったほか、午後には会場をセットしての自己PRの機会も設けられました。

参加した学生の声は 「食べる事が好きなのでフー

テーブルコーディネイト また、ロビーに入って目を引いたのはテーブルコーディネートのディスプレイです。今回は「和のモダン」と「カジュアル」、「オリエンタル」の3つのテーマで3作品が展示されました。「和のモダン」は会席をイメージし、和風のテーブルクロスに半月盆をセットし、それに洋食器を組み合わせ、会席の改まった雰囲気を気軽なものに変容させています。「カジュアル」は鮮やかなブルーのテーブルクロ

ドサービス関係に就職をしたいと思って」、「ゼミの研究に触発されて就職活動の一環として参加してみた」、という学生から、真剣に今回にチャンス求めてという学生まで体感温度はそれぞれようです。参加者の大半から聞かれたのは、考えが甘かったという言葉でした。企業面接や会社訪問、会社説明会に対する準備に比べて、知識不足であったことを痛感したようです。店舗名を知っていても企業名を知らなかったり、企業からの参加者の質問が全く予期せぬものであったり、大変緊張したそうです。大会参加者はネームプレートをつけていますが、なかなか自分達からは声を掛け難いので、是非次回は企業の方からどンドン声を掛けて欲しいとのことでした。

スにイエローの四角いプレート(皿)を置き、華やかなフラワーアレンジメントで楽しいテーブルを表現しています。「オリエンタル」はアジアをイメージさせる茶色の布の上に、プレートにハラン(葉蘭)を敷き、アジア各地の民芸品を食器に見立てて雰囲気を創り出しています。今回は展示用という事で一層華やかなディスプレイとなって、参加者の注目を集めていました。

各 セッションの雰囲気 統一セッションの行われた会場以外では、同時間に「自由論題セッション」と「ヤングセッション」「ワークショップ」が開催されました。

自由論題セッションには、学界から2名、外食企業から3名、コンサルタント企業から1名の計6件の発表がありました。自由論題セッションは食やフードサービスに関するものなら何でも、という幅の広い研究発表で、司会を務めた城西国際大学の福田順子教授は、今回のセッションの感想を次のようにコメントされました。「次第に参加者のレベルが高くなっていると実感された。それぞれの研究に独自の手法が見られ、また企業の場合は実際のデータが上手に利用されている。発表者ばかりでなく、会場の参加者のレベルも高くなってきているため、質問が活発に行われ、しかも適切な質問が多く、大変活気のあるセッションとなった。企業からは実態の開示や

問題提起も行われ、今後益々楽しみになってゆくセッションだと思われる。参加者のテーマは全く個々別のものであるが、根底に共通していたのは、フードサービスの課題は人の問題に帰結するという事で、フードサービス業界は人材が大切であるという事を再度認識した。」

ヤングセッションは若手研究者のためのセッションで、今年は6名の参加がありました。気軽な雰囲気発表者との意見の交換を行うという主旨での開催です。司会を務められた東京水産大学の岩成和子助教授は、「会場の参加者が研究者ばかりでなく企業からの出席も多かったため、実体験に乏しい若い研究者にと

っては、会場の企業参加者とのやり取りで研究の論点が明確化されてゆくなど、ビジネスとの接点を経験することが出来る貴重な場となった。」と、このセッションを高く評価されました。

ワークショップは、昨年ヤングセッションに参加された若手研究者を中心に行われました。『外食の固有性』をテーマに取り上げ5名の発表者から問題提起がありました。司会を務められたのは明治学院大学大学院の市川寛子さんと、「発表者、

参加者の議論で成立するワークショップで、前提としての『外食』の定義に議論が集中する結果となった。社会学的視点からか、経済学的視点からか等のアプローチが問題提起者それぞれに異なっていたので、外食の定義を明確にすることによって、提起された問題の解決策や展望が求められると思われ、理論的な立場での結論を導き出すことが、今後の課題であると思う。」と今後の継続的な発展に期待されていました。

毎回の事ですが、お昼のお弁当は、調味料に「有機無農薬栽培の大豆を使用した醤油」「沖縄県産の自然塩」「三温糖」「アルカリイオン水」等を使用した、学会自慢のもので、社団法人日本フードサービス協会の正会員株式会社マコトの協力によるこだわりの弁当が提供されました。また、最後を締めくくる懇親会では、産業界、学界の交流がなごやかに、かつ盛んに行われ、和気藹々とした雰囲気にも包まれていました。当日の研究発表、その他の資料については、日本フードサービス学会会報をご参照下さい。

研 究 部 会 報 告

1999 年度第五回研究部会 6月25日(金)18:00~19:40

発表者:株式会社スエヒロ取締役社長 千田英晶氏

テーマ:雑誌の情報が顧客に与える影響

概要:情報雑誌、専門雑誌、テレビ番組等で、飲食店特集が盛んに組まれています。このような媒体への露出は、飲食店にとって、イメージ・評判・来店動機等へどのような影響を与えているのでしょうか。またそれは将来にわたっても有利に働くのか等、マーケティングの視点から問題提起を行います。

雑誌情報の位置づけ

雑誌情報は、マーケティングの構成要素の4P、「Product」「Price」「Place」「Promotion」の中の「Promotion」に位置づけられ、さらにその「Promotion」の4種、スポンサーがお金を払う「広告」、スポンサーががお金を払わず広告と同じような形で媒体に露出する「パブリシティ」、販売員等の人的「販売」、プレミアムを付ける等狭義の「販売促進」のうちの「パブリシティ」に含まれるもので、基本的には無償の編集サイドからの発信である。雑誌情報の特徴は、情報の残存率が高いことである。

飲食店は元来商圏が狭いと考えられ、来店動機も「ついでに」という付随的なものであったと言えるが、飲食は経験財であるため、潜在顧客ニーズとして情報蓄積の欲求があり、雑誌の飲食店情

報は読者の関心が高く、編集側からは販売量が増え、店側では広告の替わりとなることで、現在広く行われている。

さらに、パブリシティは仮想空間に近く、選択の主導権が顧客にあるという安心感があると考えられる為、日常の購買活動において、意思決定のプロセスに働きかけ、広範囲に来店動機を刺激する効果が高まると考えられる。

雑誌情報の効果

通常、情報はオピニオンリーダーから伝わって行くが、情報にオピニオンリーダーのバイアスが付加されより多くの人々に伝わるという「情報の二段階の流れ」仮説が考えられる。また、雑誌自身がオピニオンリーダーとしての役割を演ずる場合も考えられる。飲食店の伝統的な広まり方は、口コミで比較的ゆっくりと広がるものであったのに対し、パブリシティは広範囲の潜在顧客に

対して短時間で店の存在を知らしめる効果がある。従って製品にたとえると導入期から成長期までの「立ち上がり早い」という加速効果が期待できるが、その場合の課題は、成長期を如何に長く保つかという点にある。また、成長期におけるパブリシティ効果は延命策、カンフル剤的效果が考えられる。来店動機を「バケツセオリー」で説明する。飲食店には受入能力があり、パブリシティ効果で来店動機が増え、客がバケツの上から注がれても、バケツの底の穴から、店に満足できなかった客や、古くからの固定客が漏れてゆく客がある場合、新規の顧客需要にまどわされず、バケツの底の穴を小さくし、リピーターを増やす経営努力が必要である。

情報の客観性と信頼性

一般的な客は「いい店」を判断する能力を持っていない。それはブランド品が流行するということからも推論でき、自分に無い判断力を雑誌情報に委ねていると思われる。しかし読者も情報を鵜呑

みにしている訳でなく、価値観を同じくする人の経験談などの「情報のフィルター」を持っている。また、パブリシティは、出版社の制限を受けているので、現在は「客観性のある」「権威ある」ガイドブックが存在していない事実を知っていると思われる。

利用の可能性と経営課題

絶大な販促効果が望める事を考慮し、「地域」「季節」「イベント特集」等「編集の切り口」になり易い店づくり、「読者の興味をそそるキャッチコピー」が展開できる販促計画の立案等が有効である。反面、雑誌の情報は来店前の「期待値」を高める。高い期待値に結果が伴うような仕組みがないと不満足な印象だけを与えることになる。顧客の集中によるキャパシティの限界をわきまえていることも必要である。

1999年度第六回研究部会 7月26日(金)18:00~19:40

発表者:株式会社アドバンストマネジメント代表 田口立基氏

テーマ: Y2K問題とその危機管理

概要:常に危機意識を持って問題にあたる欧米に対し、危機管理という概念をほとんど持たない楽観的日本は、今まで、多くの問題対処の面で後れを取ってきました。専門の危機管理の切り口から、「Y2K問題」について、個人・法人・団体・政府等への与える影響について検討します。

Y2K危機の特徴

1993年5月に「コンピューターワールド」誌が取り上げたのがマスコミに登場した最初で、アメリカはY2K対策の最進国である。この問題に関する日本での現状認識は、危機的状況に出くわした人間の5段階の感情「否認」「怒り」「取引」「落ち込み」「運命の受容」の中で、既に5番目の時期に来ている。

Y2K、がこれまで世界で起こった危機と決定的に異なるのは「規模」である。孤立した個々の危機ではなく、連結した大規模なものとなることが予想される。プログラムやマイクロチップに完全な対応が出来ないため、対策を講じてもトラブルの発生する可能性があり、さらに自社が対応しても他社から影響を受ける可能性がある。今から出来る対応としては、ダメージをいかに抑えるか、即ち予防対策・応急対策・復旧対策のうち「応急対策」に重点を置いた危機管理計画を作成することである。

危機管理計画の作り方

箇条書きではなく「シナリオ」を作る。シナリオを書くことで様々な不測事態について具体的なイメージを喚起し、危機意識を共有し、参画意識を醸成することが出来る。そのシナリオをベースに「不測事態対応計画」を作る。シナリオから5つまでのキーリスクを選定し、発生の確率を明らかにする。それぞれのリスクの兆候をリストアップし、監視する責任者を決め、対応する行動開始時期を設定、行動開始時期毎に対応策を策定する。対策の実施には、責任者の任命、教育訓練、シミュレーションが欠かせない。

危機に直面したら

「選り抜きのランク付けをすること」「断固たる行動に出ること」が大切である。意思決定をする人間がトップでないと、このような行動が取れない。危機管理には、企業のトップの決断と小さいことまで何度も確認する根気を必要とする。

(文責:編集部)

1999 年度第七回研究部会 9月27日(金)18:00~19:40

発表者:信州大学経済学部 教授 茂木信太郎氏、4年 片川俊彦氏、長谷川真人氏、3年 仲町亜弥氏

テーマ:ビジネスインターンシップの実際と課題

ビジネスインターンシップ制(BI)は、大学生が学外の企業や自治体などに研修に赴き、大学の講義だけでは修得が難しい就業観を養ったり、実務上の語知識などを学習する体験制度である。

理系学部では、従来から実務上の予備知識の習得効果も期待されて、少なくない大学で実施されてきている。しかし、これらについては、特定の研究室の範囲にかぎられるものや、一時的な体験学習の範囲に留まるものが多い。また、文系では、通常実習科目も無く、BIを試みるためには、独自の研修プログラムの開発が必要のために、取り組みが遅れているのが現状である。

信州大学経済学部では、平成11年度に国立大学文系学部として初めてBIを正規のカリキュラムに取り入れ実践した。企業側人事教育担当者と大学側教官スタッフとで協議を重ね、全体のプログラムを次のように設計した。

(1) 大学における専門講義(業界などの予備知識の習得)、(2) 企業での座学研修(実務知識など)、

(3) 企業での実習(メーカーなら工場作業、サービス業ならカウンターないし接客作業など)、(4) 報告レポートの作成(双方の指導)、(5) 報告会の実施(パワーポイントによる)。

初年度は、6企業、25人がBIに取り組んだ。ここから、実際に①「信州ジャスコ(株)外食事業部(グルメドール店舗)」と②「メリルリンチ日本証券(株)長野支店」での例を紹介して、その成果を確認する。

①では、上記プログラム以外に、「什器管理調査」を実施し、什器管理のための帳票とシステムを考案して提案した。②では、接客のロールプレイングや資産管理のシミュレーションを行った。

受講した学生の自省では、いずれも社会人としての厳しさを肌で実感できたことが大きな成果であったようである。

1999 年度第八回研究部会 10月29日(金)18:00~19:40

発表者:株式会社大庄 食品衛生研究所 所長 安藤洋次氏

テーマ:フードサービス業界:食の安全確保“Sanitation Designer”建築構想について

概要:日本人の食事の材料は70%以上が海外に依存している。さらにその安全確保も HACCP システムとか ISO 等、欧米から輸入している。せめて、安全確保のシステムは、買手の国民の意思と仕様で買いたいものである。そこで、食品衛生、公衆衛生、環境衛生等の危害からお客様を守るために、最前線の現場(店舗)に落とし込める適当なシステムをわれわれ自身が構築したい。その安全システムの実行者を「Sanitation Designer」とし、食品衛生法の食品衛生責任者でもあり、HACCP も ISO9000も機能し運営管理される「実務:仕事人」として育ててゆく事が、今業界に必要とされる。

1999 年度第九回研究部会 11月26日(金)18:00~19:40

発表者:明治大学大学院経済学研究科経営学専攻博士後期課程 吉田絵里香氏

テーマ:食文化と宅配

概要:食品の購買行動は、本人が関わる多くの下位文化として食文化に影響されている。食料品の宅配のニーズも、このような食文化に影響される事が大きいと思われる。個々人がどのような食文化に関わっているかが、宅配のニーズを決定する。高齢者の食事宅配ニーズでイメージされるそれではなく、個人の食卓の多様化に対応出来る宅配について食文化の視点から考察する。

1999 年度第十回研究部会 12月17日(金)18:00~19:40

発表者:東海大学政治経済学部経営学科 助教授 立原 繁氏

テーマ:外食産業におけるリストラクチャリングの現状

概要:リストラクチャリング(リストラ)というと、経営危機に直面した企業が人員削減に及ぶことを指して言うことが一般化しているが、経営学用語で「産業構造の変化等により、不採算部門を切り捨て、将来性のある部門に進出し、事業内容を再構築すること」を言う。この視点から外食産業の競争力強化について現状を分析する。

●以上の3回は、今回の大会において、それぞれ発表されましたので、概要のみを掲載しました。

委員会等活動報告

年次大会実行委員会

年次大会実行委員会（委員長：上原征彦 明治学院大学教授） 反省会 2月1日
 今後の年次大会の方向性については、業界団体である社団法人日本フードサービス協会との緊密な連携と協力体制、活発な交流を前提として、業界側からの研究テーマを取り上げるなど、一層、産と学の関係を密にしてゆく事が確認された。今大会では日本フードサービス協会の井上会長から3つの研究テーマを投げかけられている。（年報第5号をご参照下さい）

運営については、他の学会との重複を避けるなど、日程の決定に配慮することや、会場の機器使用料の高騰を考慮し、今後は大学のキャンパスを会場とすることも検討する事になった。また、各セッション間の移動がし易いよう、開始・終了時間の設定、総合司会者を長時間拘束してしまうことについての検討を行うこととされた。

ジョブマーケティングは、当初の予想より好評を得た事を評価し、今後の続行を決定した。その他具体的な検討事項が取り上げられ、検討は長時間に及んだが、全体評価としては、産官学の協力による多彩なプログラムは、他の学会運営に一步先んじているとの前向きな評価ができることとされ、来年に向けて一層の内容・企画の検討を行う事とされた。

記者発表

記者発表会 今回は、初めての試みの一つとして、大会前に（1999年12月3日）記者発表会が行われた。記者発表会には、一般紙、経済紙、業界紙、専門出版社等から、34社もの参加があった。「日経流通新聞」でジョブマーケティングが取り上げられたり「日本食糧新聞」に開催記事が掲載されるなど、広く学会の存在と活動内容を広報することができた。



編集委員会（委員長：横川端 すかいらーく取締役グループ 統括機構代表理事）

第2回委員会 1999年12月24日

論文の表彰制度の詳細を決定した。表彰は年報に掲載された「最優秀賞 賞金10万円 1名」「優秀賞 賞金5万円 2~3名」「奨励賞 賞金5万円 1~2名」「特別賞 賞金5万円 1~2名」である。今後食品・衛生についての投稿論文が予想されるため、編集委員にこれらに対する造詣の深い会員に参加要請を行うこととした。今後は、大会での論文発表や表彰の印象が強く残るうちに、次回の論募集を速やかに行うことになった。

編集委員会

「人間オーバーホール中」

伊豆高原にある△ヒボクラティック・サナトリウムVに滞在中。三月二十二日から宿泊を始め、三月三十一日にチエックアウトの予定。何をするといいかといえ、何一つしないところといえる。やることと言えば、人参とりんごのミックスジュースを一日三回(午前八時、午後十二時、午後五時)、三杯ずつ飲むこと。その合間、午前十時には具のない味噌汁、午後三時には生姜湯をいただく。通常はこの生活を七日間続け、その後三日間の補食期間となる。いきなり固形物を口にすると内臓に負担となるため、補食一日目は玄米の重湯、二日目はお粥、三日目は正食となる。補食期間には伊豆の干物や有機野菜などの美味しいおかずがつき、その日を夢見ながら七日間△ジュース断食Vをする。断食と補食を併せ、十日間が基本的スケジュール。

滞在するのは、今回が四回目になる。すなわち、痛み付き、ハマッたということ。最初にここに滞在し、断食したときは七転八倒した。近所を散歩しながら、食堂の店先にハンバーグだとかナポリタンとかのお品書きを見ると、涙が出そうになった。しかし、三日目、四日目を迎えると、頭がスツキリする、物がハッキリ見えるなどの効果が出始め、体重は四キロほど減少し、△手応えVを感じる。ついに補食の日を迎え、味噌汁の中に具を認めたときの感激！今の時代、かかる歓喜を食べ物に見出すことは稀といえる。誠に倒錯した感激と言えようか。娯楽(?)に戻った後も、サナトリウムの所長・石原結実医師のアドバイスに従い、朝はニンジンジュース、昼はとろろ蕎麦、夜は暴飲暴食(!)というルーティンになった。人間ドックの成績は劇的に好転し、体重リバウンドはゼロに等しい。そういう書きながら、今は、補食の日が心から待ち遠しい断食四日目の夕刻。しかしここを出たら、おそらく来年の三月下旬、またここに戻るはず。東京に暮らすと、知らず知らず健全なる肉体と精神を病む。伊豆高原の空気を吸い、頭から雑事を追い払えば、△ああオレは今、人間オーバーホール中だなあVと感じ入る。人臣位に聞せず、オーバーホールしたい方は多いと見え、石原都知事を始め、大物来訪が多いと仄聞する。一名様、1泊2食(またはニンジンジュース三回つき)1万2千円。高いと思うか、安いと思うかは、その人次第……。

△ヒボクラティック・サナトリウムV

静岡県伊東市富戸1317-4911

TEL 0557-44-0161 (要予約)

文教大学国際学部 専任講師 横川 潤

学会 掲 示 板

- 学会の年会費のお振り込みをお願いいたします。請求書は、既にお手元にお届けしておりますが、振込先等ご不明の点は、下記の学会事務局までお問い合わせ下さい。
- 併せて、新会員も募集しております。日本フードサービス学会の活動も次第に活発になってきております。どうぞ新しい会員をご紹介下さい。皆様のご協力で、さらに活気にあふれた、ユニークなこの学会を盛り上げてゆきましょう。
- 「RECIPE」を初め、各委員会活動へのご意見や、参加のご希望はどしどし、下記までお寄せ下さい。
- 7月29日(土)に月例研究部会初の関西開催が決まりました。会場は、武庫川女子大学の上甲子園キャンパス(JR甲子園口徒歩10分:旧甲子園跡)の予定です。奮ってご予定、ご参加下さい。

● 編集/日本フードサービス学会編集委員会(委員長:横川 潤)

〒105-0013 東京都港区浜松町1-29-6 浜松町セントラルビル10F 社団法人日本フードサービス協会内
TEL:03-5403-1060, Fax:03-5403-1070 mail: gakkai@jfsa.or.jp