

生活衛生 だより

2019

1

No. 192

業務効率化による 収益力向上 特集

■ 調査結果

なぜ今、収益力向上の取り組みが必要なのか
～人手不足や人件費の上昇、仕入価格の上昇を乗り越えるために～

■ 経営アドバイス

収益力を高めるための業務効率化のポイント

■ せいせい三つ星レポート “キラリ” と輝く経営事例

(株)シシキ / (株)F. PARADE

新年のご挨拶

日本政策金融公庫 常務取締役

生活衛生部門長 片岡 佳和

2019年の年頭にあたり、謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

昨年を顧みますと、平成30年7月豪雨、北海道胆振東部地震等の自然災害が多発し、景気に及ぼす影響が懸念された一方、訪日外国人旅行者数が過去最高水準に達したことなど、日本経済は緩やかな回復基調が続きました。新たな年は、ラグビーワールドカップ

2019、2020年オリンピック・パラリンピックによるビジネスチャンスや、地方創生による盛り上がりなど、生活衛生関係営業の皆様にとってさらなる飛躍の年となることを願うものであります。

日本政策金融公庫は昨年10月で統合・発足から10年の節目を迎えることができました。これまで日本政策金融公庫におきましては、生活衛生関係営業の皆様を支援すべく、振興事業促進支援融資制度の創設をはじめ、自然災害で被災された方に対する災害貸付の実施など政策金融の的確な実施に取り組んでまいりました。

また、生活衛生同業組合や生活衛生営業指導センターと連携した「経営課題解決セミナー」の全国各地での開催や、訪日外国人客対応のための宿泊業向け「外国人客おもてなしガイドブック」や「指差しコミュニケーションツール」の作成、事業承継の可能性を見つけていただくことを目指した「事業引継ぎの可能性発見ガイド」など、生活衛生関係営業の皆様の経営課題解決に向けた情報発信の充実にも取り組んでまいりました。

今後もより多くの皆様のお役に立てるよう、金融面での積極的な支援を行うとともに、融資をきっかけとした生活衛生同業組合への加入の働きかけや経営課題解決に向けた情報発信を行い、業界全体の活性化に向けて取り組んでまいります。引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

最後になりましたが、本年が皆様方にとって実り多い素晴らしい年となりますよう、心からお祈り申し上げます。新年のご挨拶といたします。



なぜ今、収益力向上の取り組みが必要なのか

人手不足や人件費の上昇、仕入価格の上昇を乗り越えるために

国立社会保障・人口問題研究所の推

計によると、2050年代の日本の生産年齢人口（14～64歳人口）は、ピーク期の1995年と比べ、3500万人減少するとされています。

最近では、どの業界でも人手不足が問題となっていますが、その背景には、

こうした人口減少という構造的な問題

があります。人手不足は、おのずと人件費の上昇を招きます。最低賃金も全国加重平均1000円を目指して、年々引き上げられており、生衛業者の人件費の負担も増えています（図表1）。

また、昨今は豪雨や酷暑などの自然

災害の影響もあって、野菜などの原材

料の高騰が見られます。日本公庫が実施した「生活衛生関係営業の価格動向に関する調査結果」においても、仕入価格が上昇したとの回答が2年連続で増加しています（図表2）。

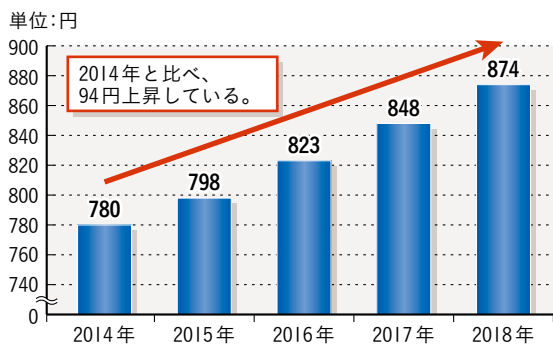
このような人手不足や人件費の上

昇、仕入価格の上昇という課題を乗り越えていくためには、業務効率化による省力化やコスト低減などの取り組みが必要です。

厚生労働省でも、生衛業者の生産性の向上を促すため、本年度から「生産性向上を図るためのガイドライン・マニュアル作成事業」を開始するなど、業務効率化の取り組みを後押しする施策を講じています。

飲食業や旅館業などの生衛業者は、生産性の低さが指摘されており、こうした業務効率化の取り組みは、将来にわたるお店の安定的な経営を図るうえで、極めて重要であると考えられます。そこで今回は、「業務効率化による収益力向上」をテーマに、専門家のアドバイスや特徴的な企業事例を交えて、業務効率化のポイントなどをご紹介していきます。

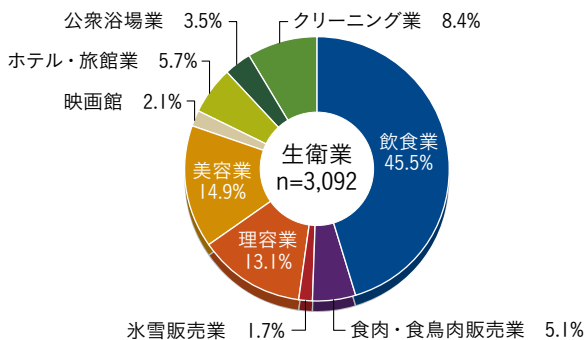
図表1 最低賃金時間額（全国加重平均額）の推移



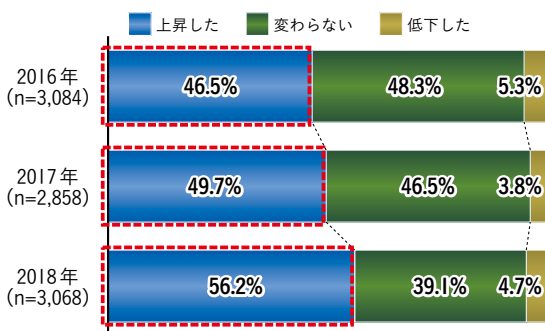
出典：厚生労働省「地域別最低賃金改定状況」

生活衛生関係営業の価格動向に関する調査結果

調査概要	
調査時点	2018年9月上旬
調査方法	郵送調査
調査対象	生活衛生関係営業 3,290企業
有効回答企業数	3,092企業（回答率94.0%）



図表2 仕入価格の動向





収益力を高めるための 業務効率化のポイント

1. サービス業の課題

料理や洗濯、マッサージ、介護などの役割。スタッフがこれらを自らの手でお客様に提供しているのがサービス業です。つまり、サービス業にとって、スタッフ一人ひとりの働きが会社の商品そのものになります。

フは一生懸命働いています。しかし、お客様を満足させるには手間が掛かります。一方で、会社としては効率的な経営が求められます。

この二律背反する満足と効率を同時に追求できるのか。生衛業をはじめとするサービス業の現場が抱えている、この難しい課題について、今回は考えていきます。



2. サービス業における業務の考え方

サービス業を取り巻く市場環境はとも厳しく、よりきめ細かく対応しなければ、お客様は満足してくれません。そのためには、スタッフをより多く配置しなければなりません。コストが高上がります。経営者として、お客様に手厚い対応をしつつ、コストも下げられなければ商売が続けることができませんが、そんなことが本当にできるのでしょうか？

サービスとは「要求適応行動」です。難しいように聞こえますが、このサービス業の現場でも、お客様の要求にスタッフの行動をマッチングさせ



内藤 耕
ナイトウ コウ

工学博士、一般社団法人サービス産業革新推進機構代表理事

金属鉱業事業団（現在の石油天然ガス・金属鉱物資源機構）、世界銀行グループ、産業技術総合研究所サービス工学研究センター等を経て現職。東京大学人工物工学研究センター、青山学院大学院で非常勤講師等を歴任。日経トップリーダー、日経ビジネスオンライン、旬刊旅行新聞、生産性新聞等で連載。『サービス工学入門』（編著、2009）（東京大学出版会）、『サービス産業生産性向上入門：実例でよくわかる！』（2010）（日刊工業新聞社）、『サービス産業労働生産性の革新：理論と実務』（2015）（旅行新聞新社）、『いい旅館にしよう！！』（編著、2018）（旅行新聞新社）など著書多数。

ているだけだということです。このように捉えると、サービス業の現場は多様に見えますが、結局のところ、お客様の要求とスタッフの行動の2つだけでサービスが構成されていることが分かります。

お客様の要求にはない行動は、スタッフの「無駄」な働きであり、お客様は料金を支払ってくれません。逆に、スタッフがお客様の要求に対応しなければ、お客様は「不満」を感じてクレームを言い、この場合も料金を支払ってもらえない可能性があります。このことを数学のベン図を使って描くと図表1のようになり、要求と行動が重なった「共通部分」だけに、お客様は料金を支払ってくれることが分かります。

このように考えると、お客様の要求



図表1：お客様の要求とスタッフの行動の共通部分としてのサービス

にない業務を削減できれば、そこで生まれた余力をお客様の要求への対応に振り向けることで、お客様の満足度を高められます。お客様の要求とスタッフの行動の共通部分を増やし、現場の「業務効率化」を実現することで、コストを上げないで収益力を向上させることができるようになるのです。

ところが、日々の業務の中で一体何が無駄なのかを、現場で働いているスタッフが自ら判断することは大変に難しいことです。自分が担当している業務が無駄だとは、スタッフは誰一人として思っていないからです。

そこで、業務効率化を現場で実際に行うための方法をもう少し具体的にみていきます。

3. 業務を3分類してみる

現場には様々な業務があつて、何でも効率化すれば良いというわけではありません。

まずは、図表2にある定義に沿って、現場の業務を「仕事」「作業」「無駄」に分類してみましょう。

あくまでも一般論ですが、例えば、宿泊業では客室セットやチェックイ

図表2：業務の3分類とそれらの定義

業務	定義	アクション
仕事	売上を増やす業務	強化
作業	会社として必要だが、売上を増やさない業務	削減
無駄	会社として必要がなく、売上も増やさない業務	排除

出典：日経トップリーダー 2017年3月号（サービス・イノベーション道場第10回）「仕事」「作業」「無駄」に3分類する 内藤 耕

ン、飲食業では調理やメニュー開発、クリーニング業では洗濯やプレスなどが「仕事」にあたります。いずれの業種でも、ミス対応や確認、報告などは発生しない方が良く、これらの業務は「無駄」となります。一方、運搬や保管、事務、管理などは会社に必要ですが、これらの業務を一生懸命行つたとしても売上が増えることはなく、「作業」に分類されます。

次に、この業務の3分類を踏まえ、会社として取らなければならないアク



業態によって捉え方が異なる配膳業務

シヨンを考えていきます。

現場にある「無駄」はしよせん「無駄」です。無駄な業務をどんなに効率化しても「無駄」は残ってしまうため、会社としていかに「排除」していくのかを考えなければなりません。逆に、「仕事」を効率化してしまうと、お客様の満足度を下げたしまい、場合によっては、売上を減らすことにもなりかねません。そのため、「仕事」は「強化」しなければなりません。また、「作業」はお客様の要求にはないことから、できるだけ少ない方がよいのですが、会

社としては、やらなければならない業務であるため、できるだけ機械化やIT化、標準化、単純化などで「削減」していく必要があります。

4. 事例で考える「仕事」

「作業」「無駄」の分類と収益力向上につながる工夫

実際の現場で、業務の一つひとつを厳密に分類しようしてみると、とても悩みます。提供するサービスの内

容や業態のちよつとした違いから、ある会社では「作業」や「無駄」であった業務が、別の会社では「仕事」になることもあります。

例えば、飲食店における料理の運搬で考えてみましょう。

調理した料理をお客様のところまで運搬する配膳業務（以下「配膳」という。）は、どこの飲食店でも当たり前のように行っています。しかし、配膳そのものをどんなに行っても売上が増えることはありません。

そのため、回転寿司店では、配膳を人的な配膳を極力減らしています。また、ファーストフード店では、配膳を「無駄」と判断し、代金と引き換えに料理をレジで渡すようにしています。同じように、カウンター中心の焼鳥店

などでも、カウンターから料理をお客様に直に提供することで、配膳を「無駄」として排除しています。

しかし一方で、店舗のレイアウトなどの理由から、どうしても料理をお客様まで届けなければならない場合、単に削減・排除するのではなく、配膳をお客様の満足度を高め、売上増加につなげていく「仕事」に変えていく工夫もできます。

例えば、飲食店の中には、配膳の回数を減らすために、お客様が注文した全ての料理をまとめて一回で提供しようとするところがあります。また、お客様が席を立った後に、まとめて食器を片付けるところもあります。

このような飲食店では、配膳や下膳業務（以下「下膳」という。）を「作業」と考え、その回数を減らそうとしますが、全ての料理を同時に提供するための作業プロセスは複雑になってしまいます。また、料理が出来上がるタイミングがずれると出来立ての美味しさは損なわれていきます。

加えて、下膳を最後にまとめて行うと、いつまでも食べ終わった食器が席に残って、お客様に不快感を与えてしまいます。さらに、片付けなければな



らない食器数も多くなり、下膳に時間が掛かってしまうため、結果として、忙しい時間帯の客回転が悪くなります。

そこで、料理を出来た順番に配膳し、食べ終わった食器をこまめに下膳することで、配膳と下膳の回数は増えますが、お客様に出来立ての料理を常に提供できるだけでなく、最後にテーブルに残る食器数を減らせ、次のお客様を早く案内できるようにします。

また、料理を出来た順にどんどん配膳することで、料理を同時に提供するための調理器具などが不要となり、調理場が小さくてすみます。同じように、こまめに下膳して合間を見て食器を洗えば、食器洗浄コーナーもコンパクトになり、洗い終わった食器をすぐにお客様に出せるようになって、食器数も減らせます。

このように、配膳や下膳の方法を工夫することで、コストを下げるだけではなく、客回転が良くなるなど、売上を増やすことにもつながられます。

5. まとめ

収益力を向上させるためには、お客様を一人でも増やさなければなりません。

ん。そのためには、お客様の要望にきめ細かく対応する必要があります。

しかし、お客様の要求は一人ひとり異なり、また、来店してからの要求が決まったり、変わったりすることも多くあるため、予測や準備は困難です。

そこで、業務をお客様により近い場所、お客様がいるタイミングで行うことをお勧めします。

お客様が求めるサービスを、お客様が求めるタイミングで提供すれば「作業」や「無駄」が少なくなります。また、お客様の声を直に聞けるようになり、スタッフは無駄のない正確な対応ができるようになるのです。

このような業務方法を実現するには、手厚いスタッフ配置が必要ですが、業務の標準化や単純化に取り組み、個々の業務を誰にでもできるようにすることで、スタッフのマルチタスク化が実現し、同じスタッフ数でより多くの業務をこなせるようになります。

こうした取り組みを続けていくことが、お客様の満足度の向上と業務の効率を同時に追求するという、難しい課題の解決に向けた糸口になるのではないのでしょうか。



せいえい
三つ星
レポート



“キラリ”と輝く経営事例

Part
1



OITA-SHI

株式会社シンキ

(屋号：焼肉工房シンキ)

代表取締役：阿南 実昭 氏

創業：平成 27 年 4 月

営業所：大分県大分市都町 3-6-20
マリオンビル 101

従業員：10 名 (うちアルバイト 8 名)

電話：097-574-6259

☆☆☆
良質な伊万里牛を提供する
人気焼肉店

大分県は、焼肉の消費量全国トップクラスであり、多くの同業者が立ち並び、いわゆる「焼肉激戦区」です。そんな大分県の繁華街・大分市都町の一角に位置する焼肉工房シンキ(以下「シンキ」)は、A4ランク以上の伊万里牛をリーズナブルな価格で提供する地元の人気店です。

代表者の阿南さんは大分県出身。北九州市の飲食店などで勤務経験を積んだ後、平成27年に店長を任されていた現店舗を引き継ぎ創業しました。

創業から数年、着実に常連客を増やしていったシンキですが、阿南さんは当時を振り返り、「和牛の価格が毎年上がり続ける状況で、お客様のためにも、安易にメニューの価格を上げるわけにはいかず、そんな中でいかに利益を確保するか、常に頭を悩ませていました。また、予約管理などの日々の細かい仕事についても、何か無駄を省けるところはないか、いつも考えていました」と話します。

安定した収益の確保と業務効率化に

課題を感じる中で、阿南さんが3年前に導入したのが、株式会社トリートライフの「レストランボード」と、POSレジアプリの「Airレジ」です。導入のきっかけは、株式会社トリートライフが運営する、ホットペッパーグルメの担当者から紹介されたことだったのですが、アプリ利用の店側の費用負担が0円で、操作も分かりやすく、何よりICT活用による業務効率化が期待できる点に注目し、導入を決めたそうです。

「Airレジ」による業務効率化

シンキの日常業務において、予約管理・顧客管理・ホームページ更新作業などで「レストランボード」を、注文・会計・在庫管理・売上集計分析などで「Airレジ」を活用しています。その中でも特に効果的だった機能を阿南さんに聞いたところ、「レストランボード」の顧客管理機能と、「Airレジ」



上：清潔感があり、入りやすい店舗外観
 右：落ち着いた雰囲気の内装
 左：分かりやすく操作しやすいアプリ画面
 左下：A4ランク以上の上質な伊万里牛が堪能できる

収益力向上に向けて進化する新鋭焼肉店

～ICT導入により、業務効率化に成功～

「Airレジ」の売上集計分析機能を挙げてくださいました。この2つの機能連携して活用することで、顧客ごとの来店回数や注文されたメニュー、お客様の好みなど、様々な情報をアプリ上に蓄積することができ、手間と時間のかかるメニューごとの売上の集計作業なども、自動で行えます。実際に、集計データをもとに、売れ筋商品の盛り合わせメニューを充実させたところ、お客様からの反応も良く、客単価の上昇にもつながったそうです。

また、「Airレジ」で食材の在庫管理を行うことで、一日在庫状況が分かるようになり、誤って過剰に仕入れてしまいうことや食材の廃棄ロスが減り、利益率の改善にも結びついています。

さらに、スタッフは蓄積されたお客様の情報を端末上でいつでも確認できるので、再来店を歓迎するお声がけや、お客様の好みを踏まえたおすすめメニューのご案内を積極的に行うようになりました。阿南さんは、

「お客様に合わせたおすすめメニューの提案などは好評で、私から見ても、スタッフの接客レベルは格段に上がったと思います」と、その導入効果について教えてくれました。

「これからのシンキ」

今後の経営方針について阿南さんに聞いてみると、「定型的な作業の効率化や、売上の集計結果を踏まえたメニュー開発に引き続き取り組んでいきたいです。ただし、目先の効率化にこだわるつもりはありません。スタッフとお客様とのコミュニケーションは減らしたくないですし、業務効率化によって生まれるマンパワーを接客レベルの向上に充てることで、今まで以上に、お客様が笑顔になれる店づくりを目指していきたいと考えています」と話してくれました。

ICT活用による業務効率化を進めつつ、商品力の強化と接客レベルの向上を実現しているシンキ。

収益力向上につながる一連の取り組みは、同じ課題を抱える生衛業者にとって、ひとつのモデルケースとなるかもしれません。

せいえい
三つ星
レポート
☆☆☆

“キラリ”と輝く経営事例

Part
2



スタッフ全員で楽しみながら5Sに取り組んでいる

株式会社 ^{エフ パレード} F. PARADE

代表取締役：長谷川 竜太氏

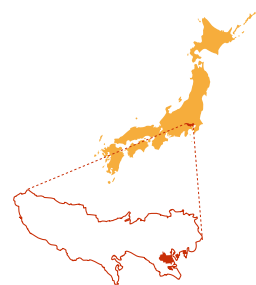
創業：平成24年5月

営業所：東京都港区高輪3-22-4

AIWAビル1F(本店)ほか2店舗

従業員：27名

電話：03-6277-1441(本店)



MINATO-KU

☆☆☆
5Sは企業が成長するための土台作り

東京都と千葉県に3店舗の美容室を展開するF・PARADE。それぞれの店舗が地域に合った、異なるコンセプトで作られ、どの店舗も地域の人気店となっています。代表者の長谷川竜太さんは北海道出身。美容専門学校を卒業後、原宿などの美容室で勤務経験を積み、今から6年前、28歳の時に東京都港区で創業しました。

創業後、順調に事業を拡大していったF・PARADEですが、長谷川さんは、企業として成長し続けるために、何をすべきかを常に考えていたといえます。

そのことについて、会社を経営していた父親に相談したところ、急いで事業を拡大するのではなく、まずは持続的に成長できる土台作りを行うべきとのアドバイスをもらいました。また、その土台づくりの第一歩として、5Sに取り組むように勧められ、関心を持った長谷川さんは、セミナーや他社の取り組みの視察などを通じて、その効果を実感し、徹底的に5Sに取り組むことを決めたそうです。

整理・整頓が特に重要

「5Sとは、整理・整頓・清掃・清潔・躰を通じて、働きやすい環境を整備することです。その中でも、当社では整理と整頓が特に重要だと考えています。また、モノだけではなく、仕事の整理・整頓にも取り組むことで、5Sを収益力向上につなげています」と長谷川さんは話します。

F・PARADEでは、整理は不要なモノを捨てることや、不要な仕事をやめることを指し、整頓は必要なモノをすぐに使えるように配置すること



上：スタッフの提案で改善されたハサミ置き場
(左：改善前、右：改善後)
下：整理・整頓はもちろん、清掃も行き届いた店内

や、仕事の手順を明確にするこ
とで、モノを探したり、作業が
止まったりする時間をなくすこ
とを指します。

そして、整理・整頓をはじめ
とする5Sを推進するために、
毎日15分の「気づきの時間」を
設けており、スタッフ一人ひと
りが5Sに関する改善点を見つ
けるために、社内のSNSに投
稿しています。その数は、ピー
ク期で月500件、取り組みを
始めて5年近くが経ち、改善が
進んだ現在でも、月100件近
くも集まるそうです。

これまでに行った改善に
ついて、長谷川さんは、「動
線上にモノを置かない、使
用頻度を考えてモノの定位
置を決める、美容材などは
定量を決めて、無駄な在庫
を持たないなど、一つひと
つの改善の効果は小さなも
のですが、それを全店舗
に展開し積み重ねたこと
で、残業時間や無駄な経費
などが大幅に削減できまし

収益力向上につながる5S

～モノと仕事の整理・整頓で、コスト低減と客単価アップを達成～

た。その効果は、金額換算で
2000万円近くに上ります」
と教えてくれました。

また、5Sにより、バックヤ
ードでの作業など、お客様と直接
接しない仕事に掛かっていた時
間が大幅に短縮されました。そ
の空いた時間を接客に充て、お
客様とのコミュニケーションを
増やしたことで、それまで以上
にお客様の要望に細やかに対応
できるようになり、平均客単価
が1000円以上も上昇したそ
うです。

☆☆☆
5Sを続けるポイント

このように、5Sを積み重ね、
収益力向上に成功したF・PARADE
ですが、取り組みを始
めた当初は消極的なスタッフも
いたそうです。

長谷川さんは、その原因を取
り組みの効果が分かりにくいこ
とにあると考え、5Sの効果を
見える化しました。不要な仕事
に掛かる人件費は1歩1円、1
秒16円、不要なモノを置いてい

るスペースに掛かる家賃は1㎡あたり
月6000円など、具体的な数値で5
Sの効果を示しました。そのことが功
を奏し、消極的だったスタッフにも5
Sの効果を理解してもらえるようにな
ったといえます。

また、F・PARADEでは、美容
室としては珍しい、完全週休二日制を
一年半前に導入しました。長谷川さん
は、「失客などの不安もありましたが、
5Sを通じて業務効率が良くなった
ので、完全週休二日制を導入しても、
それまでと同じくらいの売上を確保す
ることは可能だと判断しました」と話
します。

実際には、ほとんど失客することな
く、完全週休二日制の導入に成功。5
Sにより収益力が向上していたことも
あり、導入前よりも売上・利益ともに
増加したそうです。

「スタッフに効果を実感してもら
うことが、5Sを続ける一番のポイント
です。当社のスタッフも完全週休二日
制の導入で、これまで以上に5Sを推
進してくれていると思います」と笑顔
で話す長谷川さん。

これからも長谷川さん率いるF・P
ARADEから目が離せません。

厚生労働省委託事業

「生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのガイドライン・マニュアル作成事業」について

生衛業者の多くは中小零細企業であり、他業種に比べて、労働生産性が低いとの指摘があります。本年度、厚生労働省の委託事業として、生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのガイドライン・マニュアルの作成事業が始まりました。以下、その概要をご紹介します。



指導者研修の様子



若手経営者研修の様子



生産性向上に役立つ情報を発信しているポータルサイト

本事業では、下記の研修とモデル事業を通じて、生衛業の活性化・生産性向上を図るうえでの課題と基本的な対応の方向性を抽出し、連合会・組合、生衛業者の皆様のご協力をいただきながら、その課題解決に向けた実地検証等を進めることで、ただの読み物ではない、具体的かつ継続的に取り組める内容のガイドラインとマニュアルの作成を行っています。

		内容
研 修	指導者研修	ガイドライン・マニュアルを使い、営業者の生産性向上をご支援するには、地域コンサルタント（生活衛生営業指導センターの経営指導員等）の育成が求められます。そこで、45都道府県から、経営指導員等 87 名にお集まりいただき、2 日間にわたる指導者研修を開催いたしました。
	若手経営者研修	意欲のある後継者等（現営業者含む）を対象に、e-ラーニングによる「若手経営者研修」を実施しました。テーマは、作成中のマニュアルの項目から、「顧客満足度の向上」「インバウンド対応」「ICT 活用」を選定し、初心者でもわかりやすいプログラムを提供しました。
モデル事業	営業者モデル事業	取り組みの期間は短くとも成果が出るように、地域コンサルタント（経営指導員等）にご協力をいただきながら、モデル事業に応募された 35 の営業者のみなさまが生産性向上に向けて取り組まれました。モデル事業の取り組みの成果は、マニュアルに掲載いたしますので、ぜひご覧ください。
	連合会・組合モデル事業	生産性向上には、それぞれの営業者のみなさまがご努力するとともに、連合会や組合のサポートも重要となります。そこで本事業において、連合会や組合にも生産性向上に向けたサポートのモデル事業に取り組んでいただきました。

モデル事業については、取り組みの内容やその成果を共有し、生衛業全体の生産性向上に向けた取り組みを推進するため、成果発表会を 1 月 17 日に開催いたします。

また、ポータルサイトでは、生産性向上を目指す生衛業のみなさまにとって、役立つ情報やリンク集などを発信すると共に、本事業で作成するマニュアル類を素案から随時公開していきますので、ぜひご覧ください（成果発表会の様子も動画で公開する予定）。

問い合わせ先（事務局）

株式会社 日本能率協会総合研究所 社会政策研究部
 生衛業生産性向上事務局 担当：川村、合木、松永、白鳥、塩見、松田
 T E L : 0120-304-603 もしくは 03-3578-7677
 （平日 10:00 ~ 17:00）
 e-mail : seiei.sss@jmar.co.jp

「ホットペッパーグルメ外食総研」に聞く 外食トレンド この冬、みんなが食べたい注目の鍋とは？

すき焼きが7年連続の1位

株式会社リクルートライフスタイルのクーポンマガジン『HOT PEPPER』では、全国の20代～30代の男女約1,000人を対象に、毎年「みんなの食べたい鍋ランキング」のアンケートを実施しています。現在、すき焼きが7年連続の首位を獲得中です。すき焼きは、地域や男女を問わず、「特別感がある」「ごはんがすすむ」などの理由で幅広く支持を集めています。

また、今年は焼き鳥人気で鶏肉に注目が集まる中、鶏の水炊きが順位を上げました。定番の「寄せ鍋」は順位を落とす結果となりました。



7年連続首位の「すき焼き」

みんなの食べたい鍋ランキング

	2016年	2017年	2018年
1位	すき焼き	すき焼き →	すき焼き →
2位	キムチ鍋	キムチ鍋 →	キムチ鍋 →
3位	しゃぶしゃぶ	しゃぶしゃぶ →	しゃぶしゃぶ →
4位	もつ鍋	もつ鍋 →	もつ鍋 →
5位	おでん	寄せ鍋 ↑	鶏の水炊き ↑
6位	鶏の水炊き	おでん ↓	おでん →
7位	寄せ鍋	鶏の水炊き ↓	寄せ鍋 ↓
8位	豆乳鍋	豆乳鍋 →	豆乳鍋※ →
9位	ちゃんこ鍋	ちゃんこ鍋 →	ちゃんこ鍋※ ↑
10位	カニしゃぶ	湯豆腐 ↑	カニしゃぶ ↑

※豆乳鍋とちゃんこ鍋が同率8位



左：野菜や鳥肉など体づくりをサポートする「美ボディ鍋」
右：フォアグラやあん肝など高カロリー食材が多く使われる「背徳鍋」



「ホットペッパーグルメ外食総研」
上席研究員
有木 真理

リクルートライフスタイル沖縄の代表を務めると共に、ホットペッパーグルメ外食総研の上席研究員として、食のトレンドや食文化の発信により、外食文化の醸成や更なる外食機会の創出を目指す。自身の年間外食回数300日以上。ジャンルは立ち飲み～高級店まで多岐にわたる。趣味はトライアスロン。胃腸の強さがうりで1日5食くらいは平気で食べることができる。

なお、同アンケートで「2人以上で鍋を食べるときに気にしてしまうこと」を聞いたところ、1位は「直箸(じかばし)で良いかどうか」でした。その中には「他人が直箸を使うことが気になる」と「自分が直箸を使ったら相手が嫌がるかなど考えてしまう」人がいました。その他、取り分ける際の具材の配分、煮え具合や火力などを気にする人も多く、楽しみながらも気苦労が多い鍋の実態が浮き彫りとなりました。

この冬は「美ボディ鍋」と「背徳鍋」がトレンド

また、外食の調査・研究機関である「ホットペッパーグルメ外食総研」では、毎年の鍋のトレンドを発表しています。今年「美ボディ鍋」と「背徳鍋」という2種類の鍋がトレンドになると予測しています。

「美ボディ鍋」とは、ほどよく筋肉のついた美しい体づくりをサポートする鍋のこと。ビタミン豊富なたっぷり野菜と、鶏肉や大豆、卵白などの良質なたんぱく質が同時に摂取できる鍋で、単なる低カロリーの鍋ではありません。“筋トレ女子”が増えている昨今、“食べて、体作りをして、キレイに”という願いが反映されていると言えます。

もう一つの「背徳鍋」とは、健康やダイエットを考えると控えたいけれど、どうしても食べたくなるような高カロリー鍋のことです。脂やチーズ、多くの炭水化物、フォアグラ、あん肝などの高カロリー食材が、具材の代表例です。“罪悪感のある食べ物”って美味しいですよね？背徳感を感じながらも、ガツツリと食べたいものを思う存分楽しめる鍋です。

私たちのデータによると「美しい体づくりのために興味のあること」の1位は食事です。一方で「抵抗を感じながらもたまには高カロリーのものを食べたい」と思っている人は78.4%もいます。こうした相反する気持ちを1つの鍋で満たすのは難しいため、「美ボディ鍋」と「背徳鍋」という相反するトレンドが両立するのです。いつもストイックにセーブしているだけでは、身体は健康は得られても心が満たされないことはありませんか？心も満足させるためには、カロリーを気にせずおいしいものを目いっぱい食べることも必要なのです。

キラメキ女子

はなのあきこ
花野 安希子 さん

〈プロフィール〉

2012年、麻生ビューティーカレッジ卒業。

同年4月、Daisy入社。

お客様一人ひとりに合わせたスタイル提案で人気のスタイリスト。店舗での仕事のほか、ヘアアレンジのセミナー講師を務めるなど、幅広く活躍中。



私の母親は美容師で、幼

い頃、毎日色々なヘアアレンジをしてくれました。その影響もあり、中学生くらいから自分で髪をカットしたり、アレンジし

たりするようになりました。友達の髪をアレンジしてあげると喜んでももらえるのがとても嬉しくて、自然と美容師の道を選んでいます。

Daisyに入社を決めたのは直感でした。就職活動では多くの美容室を見させて頂きましたが、その中で一番、

自分の働く姿が想像できたのがDaisyでした。
入社6年目となり、現在先輩・後輩ができて、助け合いつながり楽しく仕事ができています。



ディジー Daisy

住 所：福岡県福岡市中央区大名 1-12-6
NEO 大名 3F (本店)
電 話：092-714-8765 (本店)
U R L：http://www.daisy-hair.com
営業時間：平 日 11:00 ~ 20:00、
土日祝日 10:00 ~ 19:00
定 休 日：毎週火曜日、(月2回)月曜日

幅広いスタイルに対応でき、お客様一人ひとりが持っている良さを引き出すことが得意なサロン。親しみやすく、暖かな雰囲気も魅力。2018年12月には、本店と同じ福岡市中央区に新店舗「Daisy duex」をオープン。当店が提案したヘアスタイルがTV・雑誌でも数多く掲載されるなど、お洒落女子からの支持率が高い人気店。

入社当時は、もちろん大変な事もありましたが、素敵なお客様に多く出会えたことが、これまで頑張れた一番の理由だと思います。お客様の気持ちになつて丁寧に向き合えば、気持ちは必ず伝わることを、日々の仕事を通じて、教えてもらいました。

今年は、結婚などで自身のライフスタイルに変化があり、今までと同じように仕事が続けられるのか不安もありましたが、ライフスタイルに合った勤務体制を組んで頂けたことで、無理なく仕事を続けられています。

美容師の道を選んだから出会えた、Daisyのスタッフやお客様との出会いを大切に、お客様一人ひとりに寄り添えるような美容師を目指し、これからも頑張ります。

「おもてなし」計画を応援！

飲食店や旅館・ホテルを営むみなさまに
「インバウンド対応支援ツール」を無料で配布しています！

外国人客おもてなしガイドブック

インバウンド対応に
初めて取組む方向けに、
押さえておくべきポイントを
まとめた手引書です。

- ・外国人客を受け入れる際の心構えと用意すべきもの
- ・外国人客を接客する際のポイント（トラブル対応の方法など）
- ・外国人客に関する豆知識（国別の特徴など）



飲食店編



宿泊業編



NEW



指差しコミュニケーションツール

外国語が話せない方でも、
外国人客とスムーズな
コミュニケーションが
可能となるツールです。

- ・接客を行う際に必要となる基本的な会話等を、接客フローに沿って4か国語で表示



飲食店編



宿泊業編



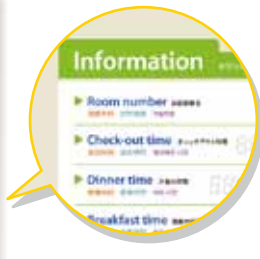
NEW



お客様へのご案内ツール (宿泊業編のみ) NEW

チェックインの際に、
外国人客に案内すべき
重要な事項をお知らせ
するツールです。

- ・お部屋番号やお食事の時間などのお知らせ事項、日本のお風呂の入り方等を分かりやすいイラストと共に4か国語で表示
- ・宿泊施設側が必要事項を記載し、外国人客にお渡しするツール



ご希望の方は最寄りの日本公庫の窓口まで
お問い合わせください。



日本政策金融公庫

国民生活事業

<https://www.jfc.go.jp/>



Government Educational Loans



国の教育ローン



あなたの“未来” 応援します。

平成31年1月
制度創設40周年

固定金利・長期返済
なので安心!

ご入学前のまとまった
費用の準備が可能!

お子さま1人につき
ご融資額
350万円以内

【ご相談・お問い合わせは】教育ローンコールセンター



ナビダイヤル®

0570-008656

※受付時間/月～金 9:00～21:00/土曜日 9:00～17:00 ※日曜日、祝日、年末年始(12月31日～1月3日)はご利用いただけません。
※全国から市内通話料金でご利用いただけます。ナビダイヤルがご利用いただけない場合は、03-5321-8656におかけください。



日本政策金融公庫

詳しくはWebで!

国の教育ローン

検索



日本政策金融公庫
国民生活事業

生活衛生だより 第192号(平成31年1月1日発行(季刊))
発行所:株式会社 日本政策金融公庫国民生活事業本部生活衛生融資部
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティノースタワー
TEL. 03-3270-1683 FAX. 03-3270-7650 https://www.jfc.go.jp/
・本誌掲載の記事、写真、イラストなどの無断転用・転載はお断りします。