

3.講義「飲食ビジネス概論」

現在、国内の飲食産業は全盛期とでも呼べるほどに大きな発展を遂げている。本プログラムは日本および外国の飲食文化や飲食産業のマネジメントなどの分野を幅広く学びながら、「飲食」をビジネス・文化として捉え、時代の傾向を現す「飲食のライフスタイル」を理解すると共に飲食産業が果たす「地産地消の役割と課題」及びこれから求められる「サービス経営」人材として実践力を身につける。

	講義内容	外部講師
第1回	オリエンテーション	
第2回	無形文化遺産の日本料理について	
第3回	ローカル食で地域経済活性化に成功するイベント	
第4回	地域経済活性化に貢献する移動食	
第5回	飲食ビジネスの海外進出について	
第6回	多様な食文化・食習慣の対応について	
第7回	飲食産業の原価管理および収益分析	
第8回	事例紹介① 沖縄の地産地消の朝食	沖縄第一ホテル
第9回	外食ビジネスの事例研究①	
第10回	外食ビジネスの事例研究②	
第11回	事例紹介② 泡盛のルーツとその独自性	瑞泉酒造
第12回	事例紹介③ 海外・県内の地産地消の取り組み	ザ・リッツ・カールトン沖縄
第13回	事例紹介④ 地域密着の飲食イベントの展開	ハイアットリージェンシー那覇沖縄
第14回	外食ビジネスの事例研究③	
第15回	事例紹介⑤ 沖縄における飲食ビジネスの最前線	沖縄県飲食業生活衛生同業組合

第2回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

第2回のテーマは、「無形文化遺産の日本料理について」です。2011年の家計調査によると、調査開始後初めて、一般家庭でのパンの消費額がお米の消費額を上回り、食事の洋風化が進んでいるということでした。その背景について、学校給食法の制定、戦後動物性タンパク質摂取を奨励したこと、食生活の高度化、社会環境の変化などをあげ、それぞれについて解説がありました。

とはいえ、外国人観光客におすすめしたい日本の食べ物の1位は「寿司」で、外食産業が落ち込んでいる中、回転寿司業界の市場規模は、10年で2倍になるほど拡大しているそうです。回転寿司の発展に伴い、かつて子供を連れていけなかった寿司屋が、子供がいるから回転寿司、子供でも食べられる回転寿司に変化をとげ、企業努力により安く提供できることもまた人気の大きな要因になっているということでした。

2013年12月にユネスコ無形文化遺産への登録がきまった和食ですが、その特徴として、以下4点があり、それぞれの特徴について解説がありました。

- ①多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重
- ②栄養バランスに優れた健康的な食生活
- ③自然の美しさや季節の移ろいの表現
- ④正月などの年中行事との密接なかかわり

「和食」とは、食文化が自然を尊重する日本人の心を表現したものであり、伝統的な社会慣習として世代を越えて受け継がれているものと評価されたことが、登録へつながったのだそうです。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第3回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

第3回は、ローカル食で地域経済活性化に成功するイベントを取り上げました。まずはローカルフード、B級グルメといって思い浮かぶものを、沖縄、全国、世界について質問をしました。沖縄では、タコライス、全国調査によると、焼きそば、ラーメン、たこやき、餃子、カレー、世界では、Fish&Chips、ソーセージ、タコス、ハンバーガー という回答がでました。

B級グルメの元祖は横浜にあった「カレーミュージアム」で、商店街の売り上げ増加や、デパートの売上増加など、地域活性化の起爆剤となったということから、現在、開催されるフードイベントについて説明がありました。

ラーメンショー（東京、福岡、北海道など）、B1グランプリなど認知されているものから、パンフェスティバル、漬物グランプリなどもあるそうです。その中の、B1グランプリがどれだけ町起こしになっているかという例についてビデオを見ました。上位に入ったとたんに、観光客が増え、それまで、工場誘致やレジャー施設建設などの振興策では行き詰っていた町が活気づき、飲食店での雇用の増加、市内の他の観光地へも観光客が増えるなどの効果があったということでした。

また、B級グルメで注目を集めている地域には、以下の共通項があるそうです。

- ①キーパーソン 地域活性化には、若者、よそ者、バカ者の3者が必要
- ②地産地消

③ネーミングや遊び心

④マスコミの活用方法

B級グルメは、観光客の増加など地域活性化の効果は非常に高い一方で、一過性のブームに終わらないよう、高品質を守っていく努力が必要だそうです。

最後に沖縄で開催されているフードイベント「那覇めしグランプリ」「ちゃたん B級グルメバトル」「OKINAWA FOOD FLEA」「沖縄パンスイーツフェスタ」について説明がありました。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第4回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

第4回は、「地域経済活性化に貢献する移動食」ということで、駅弁についてとりあげました。まず「弁当」という文化が、近年海外でも人気になっており、アメリカ、フランスでのニュースを見ました。弁当はそのまま「BENTO」という単語になっており、本屋には弁当の料理本が売られていたり、弁当箱のコーナーもあるほど人気があるようです。

さて、駅弁ですが、学生に食べたことがあるか質問をしたところ、県外出身の学生は「食べたことがある」でしたが、沖縄出身の学生となるとほぼほぼおらず、内地に旅行に行ったときに食べたことがあるという学生が1名いただけでした。

そもそも、駅弁は、「駅」で売っている「弁当」なので、車社会沖縄には馴染みがないのですね。内地出身の私は、子供の頃、お土産にもらう駅弁にワクワクしたものです。デパートで駅弁フェアがあると、その地へ行った気になってつい買ってしまふ魅力が駅弁にはあると思います。駅弁の歴史は、元々は鉄道建設の作業員のための食事が起源のようで、それが乗降客にも提供されるようになり、地域の食材を使うことで、地域のブランド力向上や、地産地消に貢献するようになったということでした。

また、日本の「鉄道大国」という面や、弁当を持ち歩くことに抵抗がない気質、各地に特産品があるという地理的優位性が結びついてできた、日本独特の食文化になったそうです。

とはいえ、時代と共に市場は縮小しており、常温保存の駅弁は消費期限が短く廃棄率がコンビニなどの倍の10%あり、そこには、規制があって消費期限が近くなったものを値引きできないなどの理由もあるようです。また、鉄道の高速化による乗車時間の短縮、駅構内に整備される「駅ナカ」店の増加、コンビニの存在、固定窓式で開閉できない車両の増加などの理由もあり、老舗業者が撤退するというところもあるということでした。

そこで、イベント出店や保温式・加熱式駅弁の開発などにより、駅弁による地域活性化を図る取り組みが行われるようになり、デパートで行われた全国の駅弁が一同に会する「駅弁大会」に出店する店の密着取材の様子を見ました。上位に選出されることで、全国区になったものもあるほど影響力があるのだそうです。

近年では、「駅」だけでなく「空弁」「球弁」「速弁」「道の駅弁」などもあり、各地域で工夫を凝らした弁当が販売されているということでした。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第7回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

第7回は、飲食産業の原価管理および収益分析をとりあげました。

まず、ホテル施設では、シティホテル、リゾートホテル、宿泊特化ホテルなど、ホテルの種類によって、売上の内訳の割合が異なっていることについて説明がありました。

ホテルのレストランは、外食チェーンや、街のレストランとも競争しており、ホテルでしかできないスペシャルメニューやイベントで対抗しているそうです。その競争の中で、一つの選択肢として、飲食施設にテナントを導入するという方法もあり、その利点とリスクを学習しました。これからの運営方法として、ホテルの飲食施設は、客数、料理の単価をあげることで、固定人件費を活用しシェフの対面サービス強化、値ごろ感や余韻の演出などが必要になってくるということでした。

次に、売上原価とその計算方法について解説がありました。

原価管理のポイントとして、

- ①売上高の正しい把握：伝票の正確性、金銭授受の正確性、レジの正確性など
- ②振り替えのシステムの確立：試食や試作、接待分の正しい伝票処理
- ③ロス・ミスの処理：棚卸、破損、過剰スタンバイ、デッドストックの処理
- ④適正の在庫：品目ごとの標準在庫の確定

があり、原材料だけでなく、オペレーション中により緊張感をもつこと、物を大切にすること、問題意識をもつことが大切だそうです。

続いて、ABC分析を教わりました。実際の表からどう読み取るかを考えました。売上がよくても原価率が高いものもあるので、一概に売上高の数字だけでは判断ができないこと、売上実績からは、季節、価格弾力性、客単価コントロール、全体の伸び率などを読み取って分析をする必要があるということでした。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第8回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

外部講師：沖縄第一ホテル オーナー 渡辺克江氏

第8回は、沖縄第一ホテルオーナー 渡辺克江氏をお招きし、沖縄の地産地消の朝食についてお話いただきました。

沖縄第一ホテルは、薬膳の朝食を出しており、宿泊客だけでなく、朝食だけを食べてくるお客様もいる人気のホテルです。オーナーの渡辺さんは、野菜ソムリエと国際中医薬膳師の資格をお持ちで、本日は、ホテルの朝食にも使っている島野菜の特徴と効用と薬膳についてとりあげていただきました。

薬膳は中国の中医学に基づいており、琉球王朝第17代国王の病を治すため、渡嘉敷通寛という主治医が中国の食医学を学びに行ったことから沖縄に伝わったそうです。のちにそれをまとめた『御膳本草』を著し、当時薬は高価で手に入りにくかったことから、食べ物で治していくと

いう考えを、広く民間にも広め、医食同源という考え方が今も継続されているということでした。島野菜は、県が28種類を指定しており、その特徴は、サンゴ礁が隆起した土壌、空気によどみがなく潮風が吹くということからミネラルがたっぷり含まれている。紫外線（本土の3～4倍）から自衛するため葉が厚く、色が濃くなるため、ファイトケミカル（機能性成分）が高い。という点があげられるそうです。

28種類の中から、今回はハンダマ、長命草、島人参、ゴーヤーについてお話がありました。ハンダマは水前寺菜や金時草とも言われ、カルシウム、アントシアニン（抗酸化作用）、ガンマアミノラクサン（血圧上昇をおさえる）が豊富。血の薬（チーグスイ）と言われており、薬膳的には肝の臓の不足を補うものだそうです。

長命草は、サクナ、牡丹防風とも言われ、ポリフェノール、ルチン（美肌効果）、イソサミジン（排尿障害改善）などの効果があり、咳止めの薬とも言われているそうです。防風なので風邪の予防に利くということでした。島人参（チデークニー：黄色い大根の意）は、アフガニスタン原産でシルクロードを経由し伝わったもので、よく見る人参とは違い細長く、西洋人参（普通に売ってる人参）よりベータカロテンが多く含まれおり、動脈硬化、抵抗力を高める、ガン予防（特に肺がん）などの効果があるそうです。ゴーヤーは和名をツルレイシといい、東インド原産で苦み成分であるモモルデシンが胃腸を整え、コレステロール低下、肝機能を高める、血糖値を下げる効果があり、ビタミンCもレモンの2～3倍と豊富だそうです。ゴーヤーのビタミンCは、なんと綿に多く含まれているそうで、ゴーヤーの綿は、脂肪燃焼の効果もあるということでした。ゴーヤーといえば、あのイボイボが特徴的ですが、イボイボは水をためるためにあり、土からの水が少なくなると、ためてあるイボイボから水分を補給する仕組みだそうです。購入の際は、イボイボにハリがあるものが多いそうです。

各島野菜のレシピや、フルーツについても教わりました。学生のみなさんは、単に、野菜を学ぶのではなく、これをどうやってビジネスとしているか、どうやって商品化しているか、ひいては、沖縄の資源をどうビジネスにするかということを考えてみてください。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 11 回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

外部講師：瑞泉酒造株式会社 代表取締役社長 佐久本学氏

第 11 回は、瑞泉酒造株式会社 代表取締役社長 佐久本学氏より泡盛についてお話いただきました。泡盛とは、黒麹菌で作った米麴を水にませ、発酵、単式蒸留機で蒸留した県産のお酒で、その条件は、以下の 4 つがあるそうです。

①お米

主にインディカ米を使用。日本の米より硬質で菌がつくりやすい。日本の米では水分が多くおいしい泡盛が作れない

②黒麹菌

酸をよくつくり、雑菌にも強い。清酒、みそ、しょうゆの黄こうじ菌で作ろうとすると、沖縄の気候に合わず腐ってしまう。

③全麴一次仕込み

水以外に麴だけをつかった仕込みのことを全麴仕込みといい、全麴仕込みをすることで、気温が高い沖縄でも雑菌による汚染の危険性が低くなる

④単式蒸留

蒸留を 1 回だけおこなうこと。単式蒸留は、泡盛以外にも、本格焼酎、モルトウィスキー、コニャックタイプのブランデーなど伝統的な蒸留酒はほとんどが単式蒸留でつくられている。

泡盛の製造工程は、蒸米→製麴→仕込み→蒸留→貯蔵・熟成という過程になっており、仕込みのあとに焼酎は主原料となる麦、芋などを加えて二次仕込みを行うことから、本格焼酎の源流という定説になっているということでした。その後泡盛の歴史、泡盛の名前の由来、古酒のおいしい作り方などを教わりました。

続いて、瑞泉酒造の紹介があり、古酒に力をいれているのが特徴で、その 7 割は古酒なのだそうです。また、近年は、コラボ商品も開発しており、ユニクロ、南風原町、プライダル、アーティスト (BEGIN) などとコラボレートしたり、本学のゼミと協働で意見交換会などの開催をしているそうです。

また、先日テレビ放映もされましたが、泡盛は戦争の影響で、黒麹が絶滅の危機に瀕し、どんなに古い古酒でも戦後のものしかないという中で、戦前の黒麹が東京大学の研究室に保管されており、東大とのコラボで戦前の味を復活させた「御酒 (うさき)」が大ヒットとなったそうです。若者の泡盛離れが進んでいる今、リキュールとしての販促も積極的に取り入れ、紅茶、黒糖梅酒、カーブちー、シークワサーのリキュールを販売し、21 日には、新しい泡盛ベースのスパークリング「レガーレ」を販売するということでした。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 13 回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

外部講師：ハイアットリージェンシー那覇沖縄 総支配人 佐藤健人氏

今回は、ハイアットリージェンシー那覇沖縄 総支配人 佐藤健人氏から、ホテルにおけるレストランの役割とイベント開催についてお話いただきました。

ハイアットリージェンシー那覇沖縄には、6つのレストランがあり、sakurazaka では、朝食（99%は宿泊客）と昼食（95%が地元の人でほぼ女性）のみの営業で、日本中のいいものをビュッフェで提供することとし、日替わりでテーマを変えているということでした。

毎日テーマが変わるといのは、ホテルならではの取り組みで、食材について鮮度のいいものがどっさり届くため、仕込みの際、届いたものから何を作るか毎日考える必要があります、その分、おもしろみもあり、従業員のモチベーションにもつながっているということでした。

また、ミラノグリルでは、ハレの日に使ってもらえるレストランというコンセプトで、売上ではなくプロポーズの件数を目標としており、2年間で100件のプロポーズが行われ、すべて成功しているのだそうです。

食材や飲材も、イベントと絡めたPRを行えるということから、各メーカーと連携し、クリスマス、ハロウィンなどの季節イベントや日本酒、ワインなどのイベントを行っており、大盛況だそうです。

ホテルレストランは、トレンドセッター（流行の発信源）になることを心がけ、「日本初」「那覇初」などのイベントをうつことで、従業員のモチベーションにもつなげてだけでなく、ホテルは「大人の遊び場」という位置づけを富裕層へアピールするという役割もあるそうです。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 15 回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

外部講師：沖縄県飲食業生活衛生同業組合 理事長 鈴木洋一氏

最終講義は、沖縄県飲食業生活衛生同業組合の理事長 鈴木洋一氏より、沖縄の食文化の歴史、今後の飲食業の展開などについてお話いただきました。

飲食業は各企業間での競争もありますが、今ではコンビニの中食が6兆円のマーケットとなっており、県内にもいよいよセブンイレブンが登場することも決まっているなど、今やライバルはコンビニという衝撃的なお話からスタートしました。

受講者全員に「沖縄食材の店 -ドライブマップ-」を下さり、「沖縄食材」の定義について教えていただきました。沖縄食材の店とは、沖縄のものを50%以上使っている地産地消の店のことですが、最近では、地産地消とって、店側が望んでいるものを農家さんが作るというのも増えているそうです。

今後の沖縄の飲食業は、2020年までにホテルの新設が多く見込まれていることから、観光客を相手とする飲食業と、観光客を相手にしない飲食業の二極化が進むと予測され、絶品より逸品が求められる時代になるだろうということでした。

沖縄の食文化は、宮廷料理の琉球料理と、アメリカ文化の影響を受けた料理の歴史があり、ピザ、ステーキ、タコライスなども独自の食文化になっているそうです。最終回ということで、飲食業の総括をしていただきました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子