

食生活ジャーナリストの会 公開シンポジウム

コロナ禍の食とメディア

第2部 討論 産地・外食・家庭の食卓

株式会社 料理通信社
編集主幹 君島佐和子

Nov,23,2020

Web「The Cuisine Press」では



Web「The Cuisine Press」では



FEATURE / MOVEMENT

飲食の現場から：酒文化を支える人たちの記録

vol.1 対話が未来を拓くー「飲食店等期限付酒類小売免許」が下りるまで



酒類、酒文化、飲食店、コンビニの酒類の取扱い、後述してあるように、コンビニで酒類が売られるのは、かなり新しいことだ。

酒類のコンビニでの取扱いが実現しているのは、酒類の流通の仕組みが変化したことによる。酒類の流通の仕組みは、4月1日に酒類の流通の仕組みが変化したことによる。酒類の流通の仕組みは、4月1日に酒類の流通の仕組みが変化したことによる。酒類の流通の仕組みは、4月1日に酒類の流通の仕組みが変化したことによる。



新鮮な野菜が並ぶ市場の一角。



PEOPLE / PRODUCER

大地からの声—2

「食は生命」と考えるきっかけ。

佐々木ファーム 佐々木麻紀さん



佐々木麻紀さんは、佐々木ファームの代表取締役です。彼女は、食は生命と考えるきっかけを、佐々木ファームで得たと言います。

田舎での仕事の状況

食べ手と直接つながる機会と捉えて。

佐々木麻紀さんは、佐々木ファームで働く中で、食べ手と直接つながる機会と捉えて、食は生命と考えるきっかけを得たと言います。



新鮮な野菜が並ぶ市場の一角。



FEATURE / MOVEMENT

飲食の現場から：おいしさと安全性を担保するために—

発揮できる価値に合わせた営業スタイルを。



飲食の現場から：おいしさと安全性を担保するために— 発揮できる価値に合わせた営業スタイルを。

平時以上に衛生面に配慮を

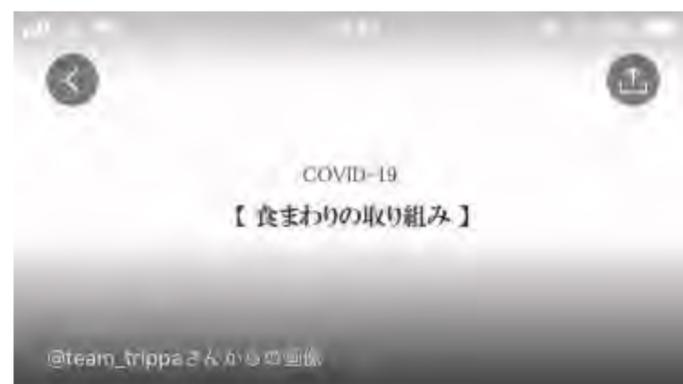
飲食の現場から：おいしさと安全性を担保するために— 平時以上に衛生面に配慮を。



新鮮な野菜が並ぶ市場の一角。



料理通信社のSNS では



料理通信 @team_trippla

2020年4月28日

COVID-19 | 食まわりの取り組み

コロナウイルスの影響で大変。だからこんなことしてみたい—という積極的な取り組みを日々目にします。私たち料理通信にできるのはそれを更に多くの方に伝えること。
【こんな取り組み、あります】という投稿でツリー式に続けてきたものをこのモーメントにまとめます。

料理通信 @team_trippla 2020/03/09
【こんな取り組み、あります。】

コロナウイルスの影響で大変。だからこんなことしてみたい—という積極的な取り組みを日々目にします。私たち料理通信にできるのはそれを更に多くの方に伝えること。この投稿にツリー式で紹介していきます。皆さんからもどうぞ！

意見をツイートする

料理通信 @team_trippla 2020/03/09
返信先: @team_tripplaさん
【紹介方法】

- 特に許可なく共有します。ご迷惑/困る場合はお手数ですがご連絡くださいませ。
- 地域・内容などなるべく簡潔に書くようにします。補足がありましたらツリー式でぜひ！
- 敬称を略すことをお許しください。
- 本投稿ではなく、周辺情報が分かりやすい投稿を選ぶ場合があります。

料理通信 @team_trippla 2020/03/09
<新潟/カレー/スパ研>

新潟「三条スパイス研究所」がキッチンカーで出店。場所は山谷産業、WEST三条店。スパ研は臨時休業中ですが、キッチンカーでテイクアウト可！（三条スパイス研究所 オーナー経営者の熊倉誠之助さんのFB投稿より）
[facebook.com/seinosuke.kuma...](https://www.facebook.com/seinosuke.kuma...)

料理通信 @team_trippla 2020/03/09
<チーズのこえ/オンライン注文あり>

北海道産ナチュラルチーズ専門店「チーズのこえ」のfacebookでも様々な企画を発見！「買い物に哲学を。」というメッセージは繰り返し口にしたいです。チーズ好きな皆さん、ぜひどうぞ！
[facebook.com/cheesenokoe/](https://www.facebook.com/cheesenokoe/)

料理通信 @team_trippla 2020/03/15
<cakes/レシピ無料公開>

家時間を豊かに！を目的に6つの料理連載を3月末まで無料公開。執筆でお世話になっている&ポルトガル料理と言え！の馬田草織さん、スープ作家の有賀薫さん、樋口直哉さんらの連載が、cakesは食以外の作品も必読ですよ！

おうちで過ごす時間を料理で豊かに

400以上のレシピを無料大公開!

4月1日(水) 午前10時まで

cakes

おうちで過ごす時間を豊かに。400以上のレシピを無料公開！|ケイクス通信|cakes編...
cakes.mu

料理通信 @team_trippla 2020/03/17
<高知/日曜市/ネット販売>

高知名物「土佐の日曜市(街路市)」が中止になり、売り場を無くした野菜を届けるために「ネットで土佐の日曜市」がスタート。日曜市は3/22~再開予定(3/17時点)ですが、生産者グループ「cocoei」がサイト継続を目指して取り組んでいます。

料理通信 @team_trippla 2020/03/26
<札幌商工会議所/緊急在庫処分SOSの情報共有>

過剰在庫商品を抱えた北海道内企業の売上回復、販路の確保を目的に、各企業の販売情報を掲載する掲示板。問い合わせは個別に掲載企業へ促す方法で、投稿もフォーマット化されていて見やすいです。

twitter.com/SOS50074531
[@SOS50074531](https://twitter.com/SOS50074531)

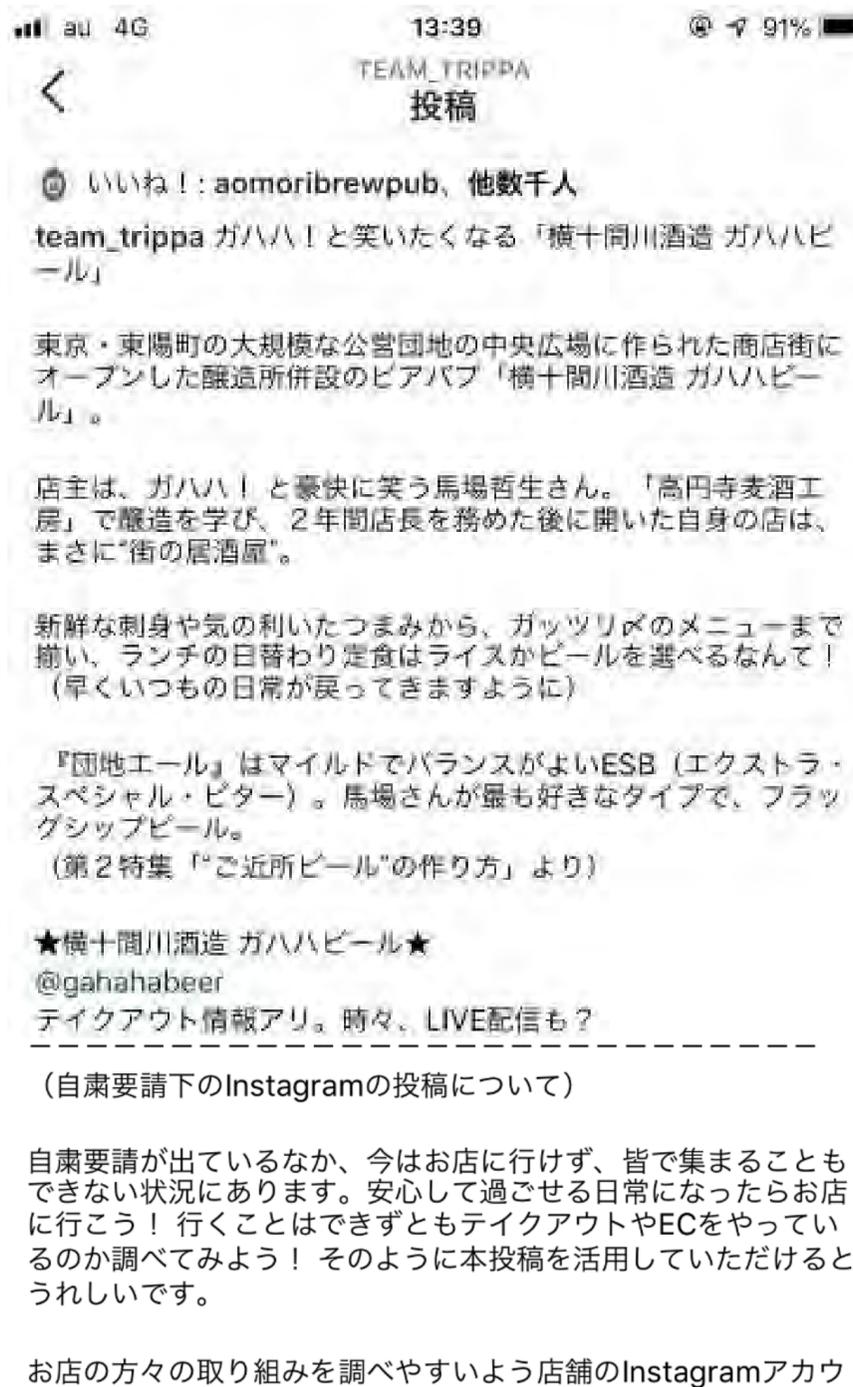
料理通信 @team_trippla 2020/03/26
<北海道/東川町/フードの配達サービス>

北海道・東川町商工会青年部が中心となり、町との連携で町内飲食店のフードメニューの配達無料サービス「出前イーツひがしかわ」を実施。スタッフはしごとコンビニスタッフ(後述)や町の地域おこし協力隊員、商工会青年部員など。
[facebook.com/higashikawa.hq...](https://www.facebook.com/higashikawa.hq...)

料理通信 @team_trippla 2020/03/26
「しごとコンビニ」とは、企業や個人の方の「ちょっとだけ手伝ってほしい」という声と、住民の「ちょっとだけ働きたい」をつなげる仕組みだそう。この取り組み自体もユニークです！

料理通信 @team_trippla 2020/03/27
<高知/日曜市/ネット販売>

料理通信社のSNS では



雑誌『料理通信』では



『料理通信』2020年7・8月合併号



『料理通信』2020年9・10月合併号



『料理通信』2020年11・12月合併号



『料理通信』2021年1月号

緊急事態宣言下の三ツ星「石かわ」の取り組み

#01 日本料理「石かわ」の1か月 Michelin Chef Hideki Ishikawa's Improbable Spring



三ツ星レストラン、一ツ星を1軒、全5店舗で41人のスタッフを抱える日本料理「石かわ」の石川秀樹さんは、通常営業の自粛に入った4月7日から10日動きを止めませんでした。世界では、多くの三ツ星が休業を余儀なくされましたが、日本の三ツ星を支える料理人の一人、石川さんほどのような選択を行い、スタッフと共に過ごしたのでしょうか。緊急事態宣言からの約1か月を追います。

Chef Hideki Ishikawa employs a staff of 41 across five restaurants: the eponymous Ishikawa in Kagurazaka, Kotabe, also in Kagurazaka, Ren, in Ginza, Nanpouji, in Shibuya, and Hata, a sushi bar newly opened in Kagurazaka in February.

Since suspending regular operations from April 7, Ishikawa's days and those of his team have been a nonstop flurry of innovative new menus, new services, new ways of reaching out to their customers.



◎神楽坂 石かわ
Kagurazaka Ishikawa
東京都港区神楽坂3-19 3F 電話03-6225-0173
kagurazaki@ishikawa.co.jp
ishikawa



「石かわ」のお弁当 (1人前1920円(税込))
The Ishikawa Obento (¥19,200 including tax)

Obento
おべんとう



「虎白」のお弁当 (1人前1090円(税込))
The Kohaku Obento (¥10,900 including tax)

A New Way Forward 全面休業になったら、6月でチームは解散だった We'd lose our team if we shut down operations. That was not an option.

「I mean on April 6, Ishikawa called a joint meeting of his restaurant managers. His announcement: Shutting the next day, regular operations would halt and the group would focus instead on selling take-away bento boxes. "We first started seeing the effects of the pandemic on March 25, a Sunday night, when we had three cancellations," Ishikawa says. From the next week onward, as more people began to stay at home, it became clear that restaurants, too, had to take a stance. "Asking guests to cancel from my seat was a tough decision," he says. "For years now it's been a three-pronged war to book a table. Guests rarely cancel. Still, I knew we had to do something. I placed orders for enough bento boxes to carry us through a long spell of closure. Shutting down operations completely was an option because it loses our team. That wasn't even an option."

4月6日、石川はレストランの経営者たちと共同で会議を開いた。彼の発表は、翌日から通常の営業はストップし、グループは取次ぎ弁当の販売に集中するということだった。石川は「3月25日、日曜日の夜、キャンセルが3件あった。それから一週間ほど経つと、客が自宅にこもり始めるようになった。レストランもどうにかしなくてはならなかった。客にキャンセルを頼むのは難しい決断だった。何年も続いている予約戦争で、客はキャンセルをしない。でも、客がキャンセルをしないからといって、営業を完全にストップするのは、スタッフを失うことになる。それはあり得ない選択肢ではなかった。だから、取次ぎ弁当の在庫を確保した。閉店を乗り越えるには、ある程度の期間、営業を続ける必要があった。客がキャンセルをしないからといって、営業を完全にストップするのは、スタッフを失うことになる。それはあり得ない選択肢ではなかった。だから、取次ぎ弁当の在庫を確保した。閉店を乗り越えるには、ある程度の期間、営業を続ける必要があった。」



Indeed, cancellations are so rare at Ishikawa that the restaurant doesn't even have a formal policy in place. "We are fortunate to have a lot of repeat business," Ishikawa explains. If a guest needs to cancel, he understands that it's a good link. "Their account is not our revenue." After the opening managers began calling their bookings, the next day, three of the group's five kitchens were given over to the development of four new bento products.

「キャンセルは本当に滅多にありません。だから、キャンセルのポリシーもありません。"私たちは幸運にも、リピーターが多いビジネスを持っています。"石川は説明します。客がキャンセルをしなければならない場合は、それは良いリンクです。"彼らのアカウントは私たちの収入ではありません。"その後、経営者たちが予約をキャンセルし始めた翌日、グループの5つのキッチンが4つの新しい弁当商品の開発に提供されました。」

A New Way Forward 先送りにしていた課題を進めるきっかけに Halting regular operations a chance to tackle back-burner projects

「高松は、緊急事態宣言下の4月、通常の営業をストップし、グループは取次ぎ弁当の販売に集中するということだった。石川は「3月25日、日曜日の夜、キャンセルが3件あった。それから一週間ほど経つと、客が自宅にこもり始めるようになった。レストランもどうにかしなくてはならなかった。客にキャンセルを頼むのは難しい決断だった。何年も続いている予約戦争で、客はキャンセルをしない。でも、客がキャンセルをしないからといって、営業を完全にストップするのは、スタッフを失うことになる。それはあり得ない選択肢ではなかった。だから、取次ぎ弁当の在庫を確保した。閉店を乗り越えるには、ある程度の期間、営業を続ける必要があった。」

「高松は、緊急事態宣言下の4月、通常の営業をストップし、グループは取次ぎ弁当の販売に集中するということだった。石川は「3月25日、日曜日の夜、キャンセルが3件あった。それから一週間ほど経つと、客が自宅にこもり始めるようになった。レストランもどうにかしなくてはならなかった。客にキャンセルを頼むのは難しい決断だった。何年も続いている予約戦争で、客はキャンセルをしない。でも、客がキャンセルをしないからといって、営業を完全にストップするのは、スタッフを失うことになる。それはあり得ない選択肢ではなかった。だから、取次ぎ弁当の在庫を確保した。閉店を乗り越えるには、ある程度の期間、営業を続ける必要があった。」



「高松は、緊急事態宣言下の4月、通常の営業をストップし、グループは取次ぎ弁当の販売に集中するということだった。石川は「3月25日、日曜日の夜、キャンセルが3件あった。それから一週間ほど経つと、客が自宅にこもり始めるようになった。レストランもどうにかしなくてはならなかった。客にキャンセルを頼むのは難しい決断だった。何年も続いている予約戦争で、客はキャンセルをしない。でも、客がキャンセルをしないからといって、営業を完全にストップするのは、スタッフを失うことになる。それはあり得ない選択肢ではなかった。だから、取次ぎ弁当の在庫を確保した。閉店を乗り越えるには、ある程度の期間、営業を続ける必要があった。」

緊急事態宣言下のガストロノミーレストラン「シンシア」の取り組み



Ramen
ラーメン

濃厚ブイヤーペーストラーメン (1,620円)
Bouillabaisse Ramen (11,620)

Good to the last drop — Sincere recognized its signature Bouillabaisse Ramen, a great final course of regulars, as a ramen that can be easily prepared at home.

Rather than outsourcing deliveries, Sincere rented a scooter so staff can visit customers directly, maintaining the restaurant's personal touch.

ディナーメニューより、ひととけに1杯ずつを販売する。裏手知恵が光っている「ブイヤーペーストのラーメン」(1,620円)、「濃厚ブイヤーペーストのラーメン」(11,620円)、「濃厚ブイヤーペーストのラーメン」(11,620円)、「濃厚ブイヤーペーストのラーメン」(11,620円)。

Solutions from the takeout menu: Amazon Cases Terina Ltd (¥3,000); Deluxe Bouillabaisse (lobster, abalone, rockfish, ¥9,200 for 2); Braised Wagyu Chunks in Red Wine with Potato Potato (¥2,200).

石津真介シェフ
【オムニ・ブーム】ユニークなフランスで創業の、2008年「シンシア」がフランスでオープンし、15年が経過し、東京に開設オープン。

Chef Shinzuke (left) opened Sincere in 2014 after stints at the posh hotel Bessie and Hotel de Misaki restaurants.

シンシア
Sincere
東京都渋谷区千駄ヶ谷3-7-13-81F
3-7-13 B1F Sendagaya, Shibuya-ku, Tokyo
03-4804-2000
シンシア / Sincere

#02 ガストロノミーレストランが今できること
Amid the Crisis, a Higher Calling for Haute Cuisine

食事が減り、労働やサービスの範囲も狭い。ガストロノミーレストランでは、緊急時の営業は困難。東京部の業績に合わせた自衛営業に切り替えた「シンシア」の石津真介シェフは、タイアップやデジタルで経営を維持しつつ、反復注文者への食手配給がオンライン「スマイルフードプロジェクト」を併用し共に立ち上った。新しい現実のなか、この新しい試みは、どのように影響を及ぼしているのか。

In the first half of French gastronomy since the 1950s, the kitchen at the table, and authentic staff service were fundamental to the great eat, food itself. What, then, holds in a health crisis where close interpersonal contact? Shinzuke Ichii's response was to set up takeout and delivery service (in the spirit of Sincere, while also launching Smile Food Project—a voluntary initiative that delivers free meals to medical workers).

Set by Takashi Yamamoto for Yashu Itochi

テイクアウトとSNSで作る仮想レストラン
A virtual restaurant via takeout and social media

Chef Shinzuke Ichii at Sincere's limited French gastronomy service is taking up delivery necessities after the government's public plea to restrict. "I was lucky to cancel our April bookings, but while we can monitor employees' health and take every hygiene precaution, all our customers would be left dry. For them, too, the best of what should be a special evening is gone. Believe me, I take all kinds of feedback on offer on the country's handling of this crisis, and will, 'til first things first." Committed to keeping his wares on full steam, Ichii devised a business plan and set out to raise funds. "We prepared our signature bouillabaisse as a senior menu item but a seafood course was on the wall that still leaves the night on. We also offered our bouillabaisse as a regular and deluxe version, the latter with lobster and abalone. We did feel checks in red wine. And we launched a line of baked goods to boost our sales."

"We posted our latest menu on Facebook. April was our fourth anniversary. When we offered a special bouillabaisse, 1,000 orders instantly. We did another two months. Customers commented on our menu. It was our second anniversary. We announced the online version became a virtual version of the restaurant. I received all over again that support in my business local about communication."

シンシアのテイクアウトメニュー、スマートフォンに合わせた販売。裏手知恵が光っている「ブイヤーペーストのラーメン」(1,620円)、「濃厚ブイヤーペーストのラーメン」(11,620円)、「濃厚ブイヤーペーストのラーメン」(11,620円)、「濃厚ブイヤーペーストのラーメン」(11,620円)。

Solutions from the takeout menu: Amazon Cases Terina Ltd (¥3,000); Deluxe Bouillabaisse (lobster, abalone, rockfish, ¥9,200 for 2); Braised Wagyu Chunks in Red Wine with Potato Potato (¥2,200).



Curry
カレー

ごろっと海老と野菜の濃厚アメリカンスカレー
Shrimp and Vegetable Curry Americano (11,620)

フランス料理のソース(アメリカンスソース)がベース。濃厚なまじりけと野菜の旨味もかきたまごめソースは、じっくりとした野菜の旨味とソースの旨味を堪能。

Kashikari rice grown in Uonuma, Niigata, makes a punchy base for the fish curry based on a classic shrimp-stock sauce reminiscent of Sun-assorted vegetable-mixed flavors.



Smile Food Project
スマイルフードプロジェクト

Ingredients donated by sponsors and guests are transformed into colorful, nutritious bento conceived to brighten the irregular mealtimes of healthcare workers rushed off their feet.

災害現場では食料の供給が困難なため、お昼タイムで提供。遠征や在宅勤務からの従業員が、献立の提供が困難な中、お昼の献立が提供される。お昼の献立が提供される。



Smile Food Project
スマイルフードプロジェクト

「スマイルフードプロジェクト」は、お昼の献立が提供される。お昼の献立が提供される。

「スマイルフードプロジェクト」は、お昼の献立が提供される。お昼の献立が提供される。

“料理人にしかできないこと”を今、行動で示す意味
I wanted to prove what chefs are capable of

“I never after we started to takeout. I heard about Japanese chefs in France who worked with others to make food for medical workers. I also looked to help something say.” Ichii says. The post on Facebook later, Smile Food Project was born.

“With a week we were providing free meals for frontline healthcare workers in Japan. It really was a stroke of luck that I met it all together. One of the first on board was Susumu Ichii, the head of Citabria. He offered one of their refrigerated trucks and their catering kitchen in Toyosu. Another was Hiroshi Terada, a social member of the advertising firm Nishi. He led the corporate sponsorship effort and became our liaison to hospitals, food writer Hideo Sasaki got us coverage and approval administration. And many chefs signed on. My team at Sincere took care of things there, so I never left. I was in the Citabria kitchen first thing every morning. Even now, I went back for holidays from my team.

We were keen to promote the project, so I launched as many interview requests as I could. These requests our first deliveries, so I had a website, making it to take inquiries from medical facilities and sponsors. Mothers and growers donated food and we covered the 21 million per we needed to cover operational expenses through June.

The health-care line is such a stressful place. Long shifts, no days off, and the constant risk of infection. Heartfelt feedback from those workers about our deliveries brought tears to my eyes. It's really the praise more that makes things happen in a time of crisis.

Given my experience, are the chefs? Restaurants in particular have next to no cash flow—without regular income they are the first to fail. This, too, is why I wanted to prove what chefs are capable of. If Smile Food boosts their morale, it's worth it twice over again.”



CITABRIA
CITABRIA

「スマイルフードプロジェクト」は、お昼の献立が提供される。お昼の献立が提供される。

「スマイルフードプロジェクト」は、お昼の献立が提供される。お昼の献立が提供される。

飲食業の脆弱さ

■ 潜在的・体質的課題

- ✓ 開業ハードルの低さ ⇒ 店数が多すぎる
- ✓ 低収益性 ⇒ 内部留保の乏しさ
- ✓ 低賃金で長時間労働 ⇒ ブラックな働き方

■ 非常時に表出する課題

- ✓ 経済商品の価格下落 ⇒ 食材の価値 ≠ 食材の価格
- ✓ ナショナルチェーンvs個人店 ⇒ 店と客を結び付けるものは何か
- ✓ 飲食従事者の政治参加の必要性 ⇒ 業界を守る力を個人が持つ

withコロナ 7割経済の飲食業態

A 多機能化 [リスク分散型]

- ✓ 料理のテイクアウト、宅配
- ✓ 物販、食品・食材のプロダクト化
- ✓ EC、オンライン料理教室
- ✓ 業務内容を細分化・再構築

B 無店舗化 [ゴースト型・シェア型]

- ✓ 無店舗デリバリー
- ✓ フードトラック

withコロナ 7割経済の飲食業態 テイクアウト、プロダクト化

自作の料理に興奮を感じ、人々はテイクアウトできる
プロの味に助けを求めました。
しかし、シェフたちもテイクアウトは初心者。
トライアンド・エラーを繰り返しながら、
力をつけているところです。



「『おいしいもの食べて、気分を上げる』。自給自足がもたらす人々にテイクアウトは助けを求めました。『プロの味に助けを求めました。』しかし、シェフたちもテイクアウトは初心者。トライアンド・エラーを繰り返しながら、力をつけているところです。」

誰もが初心者だった
テイクアウト
トライアンド・エラー物語

Can-Do Approach to Takeout

photographs by Atsushi Kawanishi



洋食 kuchibue
東京都中央区築地4-29-19
ビルサイドビル3F 3F15号
29-19 Sanjokucho, Shibuya-ku, Tokyo
03-5422-3028
東京都港区山手町1-1-10
kuchibu-tokyo.com



Like Sakata opened kuchibue restaurant in Hibiya Terrace in Daitoryu last November. Seemingly unthawed by the state of emergency less than six months in, she's been posting one new takeout idea after another on her Instagram account each Friday.

"I'd done some catering before, and have sold baked goods here and there, so the challenges are not unfamiliar to me. Still, as a business, it's been a learning process."

Initially Sakata stayed open with reduced hours and a few takeout options. "I wasn't trouble with the rising costs, so in April I switched to keriri takeout only."

She's been getting creative with the annual stock wholesale (now easy—supplies online) inspired a new stab, orange yolk made for brighter puddings—and less are living for original packaging.

昨日「Can-Do Approach to Takeout」のテーマで、洋食「kuchibue」の攻めのテイクアウトについて、オーナーシェフの阿部あきこさんに話を聞いた。

阿部さん、こんにちは。コロナ禍で飲食業界は大きな変化を遂げ、テイクアウトが主流になっています。kuchibueさんは、この変化をどのように捉えていますか？

阿部さん、ありがとうございます。そうですね。確かに、コロナ禍の影響で、飲食業界は大きな変化を遂げ、テイクアウトが主流になっています。kuchibueさんは、この変化をどのように捉えていますか？

阿部さん、ありがとうございます。そうですね。確かに、コロナ禍の影響で、飲食業界は大きな変化を遂げ、テイクアウトが主流になっています。kuchibueさんは、この変化をどのように捉えていますか？



025 | 料理通信 JULY & AUGUST 2020



069 | 料理通信 SEPTEMBER & OCTOBER 2020

#03 毎日が勉強！洋食「kuchibue」の攻めのテイクアウト

At kuchibue, "now" was the best time to turn ideas into action



025 | 料理通信 JULY & AUGUST 2020



069 | 料理通信 SEPTEMBER & OCTOBER 2020

#03 レシピをカジュアルダウンするスキル

「ラス」兼子大輔さん

ザリ業界でのノウハウがあった兼子大輔シェフ、緊急事態宣言前からできる仕組みを社長に出して提案。注文が殺到した「フォアグラのクリスマスサンド」はスムーズな接客体制に格闘した。

自宅で暮らす「半歩先の料理」... 兼子大輔さん、こんにちは。今回は、兼子大輔さん（@kuchibu_tokyo）の「フォアグラのクリスマスサンド」のレシピをご紹介します。このレシピは、兼子大輔さんが、緊急事態宣言前からできる仕組みを社長に出して提案したものです。注文が殺到した「フォアグラのクリスマスサンド」はスムーズな接客体制に格闘した。



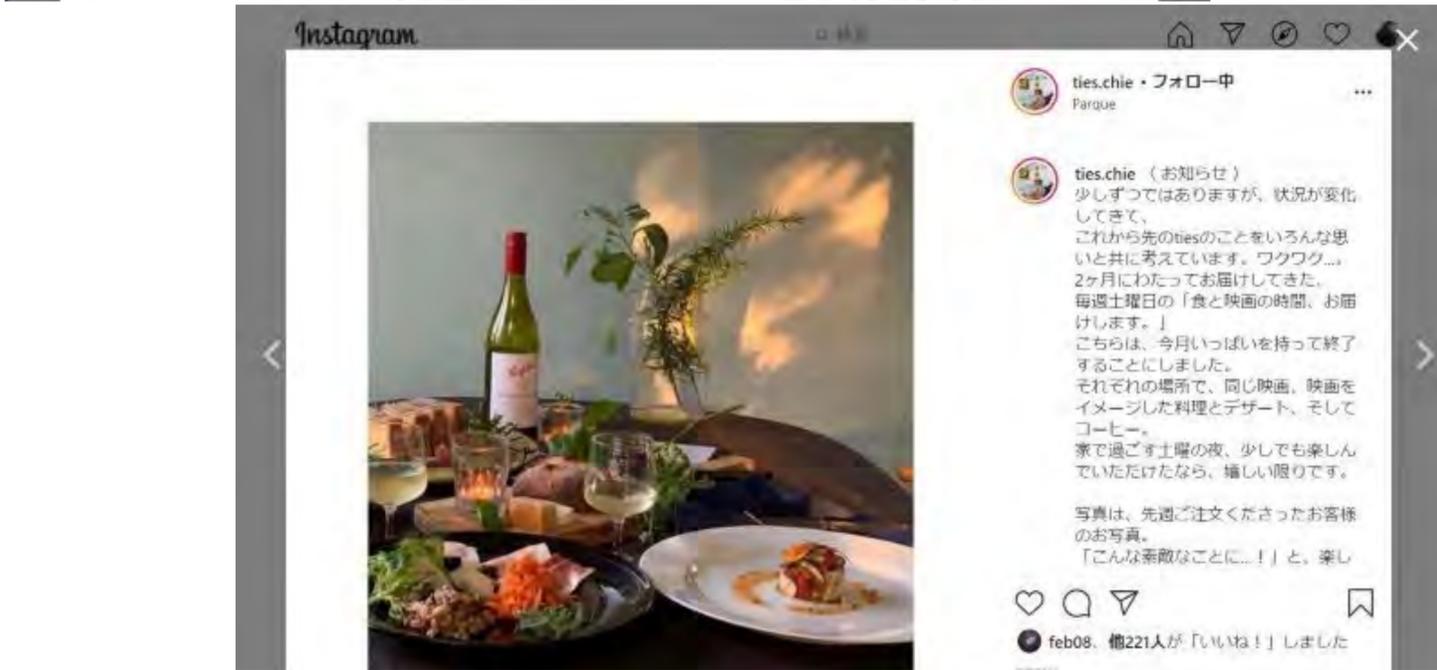
兼子大輔さん

2019年オープン、店名の通り「半歩先の料理」をコンセプトにした、東京都中央区築地の「kuchibue」が、緊急事態宣言前からできる仕組みを社長に出して提案した。注文が殺到した「フォアグラのクリスマスサンド」はスムーズな接客体制に格闘した。

「フォアグラのクリスマスサンド」は、兼子大輔さんが、緊急事態宣言前からできる仕組みを社長に出して提案した。注文が殺到した「フォアグラのクリスマスサンド」はスムーズな接客体制に格闘した。

069 | 料理通信 SEPTEMBER & OCTOBER 2020

withコロナ 7割経済の飲食業態 無店舗、フードトラック



フードトラックを始める前に 知っておきたい8つのポイント

営業時間間にも、とてどろろの味を提供できる。店舗を持つより少ない資金で始められる。固定費が少なく、少ないのメリットで一度決断を働いているフードトラック。実際に始める前に、店舗での営業スタイルと違い、車のプロと見ると、一歩踏み込んで、ビジネスを始める前に、これだけは知っておきたいポイントをお伝えします。 株式会社M&M

Point 1 平均年収は 400万〜500万円

新規参入の個人、競争が激化しているフードトラック業界。「400万」による。年間売上は、月収30万〜40万円、年収400万円〜500万円といふ。月収40万円、年収400万円以上を得る成功を収めている事業者がある一方で、一日の売上ゼロの日があるなど苦戦し、経営を苦しめるとなるケースも。参入に参入する際、いかに収益を上げるか経営者の関心も、決して少なくない。

Point 2 フードトラックの相場は 300万円前後

フードトラック(18車〜18車)を購入する場合、車費は150万円〜300万円、中古車を購入し新しいキッチンを持つ場合は、350万円〜450万円、新車に新しいキッチンを持つ場合は、400万円〜600万円程度。これに加え、自動車保険、自動車税、車検代、ガソリン代、駐車場代など維持費がかかる。実店舗を構える場合に比べ、初期投資が抑えられるメリットがある。始める前に、購入金額の一部を取り戻すことができる。購入せず、車両をレンタルすることもできる。(リースサービスはM&Mが提供)

Point 3 何を、どこで販売するかで トラックの設備基準が変わる

今のところフードトラックには車庫の「販売用」は、既存の車に設備投資を取りつけて「改造」したもの、車検で登録した内容に実装が求められる場合は「標準変更申請」が必要だ。

食品衛生法では、営業内容、販売する食材、営業場所によって車両の設備基準が異なる。自動車による営業は、移動して販売する「移動販売」と、車内で調理する「調理営業」に分けられる。調理営業では、おにぎり、弁当、カレー、ラーメンなど「飲食営業」、コーヒーやアイスクリームなど「喫茶営業」が求められる。また、おにぎり、弁当、カレー、ラーメンなど「飲食営業」、コーヒーやアイスクリームなど「喫茶営業」が求められる。

Point 4 中古車選びは慎重に

フードトラックは、ベース車両にキッチン部分を取り付けられた改造車。ガス器具や電気設備があるので、オリジナルで製作する場合は信頼できる実装業者を選びたい。中古車を購入する場合、車検更新したかわからない、作りかけの状態で売られている、故障のリスクが高いなど、購入後にトラブルが起こる可能性がある。慎重に選びたい。

Point 5 出店場所の確保所で 営業開始を

フードトラックの中で調理して販売するには「食品衛生責任者」と、販売する地域の保健所等での「調理営業」の許可取得が必要。例えば、神奈川県で営業する場合、横浜市、川崎市、厚木市など許可区域が細かく分かれているので事前に確認が必要だ。

さらに、扱う食材によって、食品衛生法では「飲食営業」、コーヒーやアイスクリームなどは「喫茶営業」、カレーなどは「菓子製造業」と、それぞれの免許を取得しなくてはならない。種々の免許を揃える場合は複数の許可取得が必要になる。

Point 6 「仕込み場所」が 別荘必要

「調理営業」としても、車内で行われているのは、簡単な調理、加熱、盛り付けのみ。仕込みは別の場所で行わなければならない。許可申請を行っている場合は新たに許可を取らない場所での仕込みはできない。「仕込み場所」の基準を満たす場所が必要だ。「シェアキッチン」をレンタルして、仕込み場所に通ずる人も見られる。

Point 7 どこにでも 出店できるわけではない

決まった場所に定期的に出店することで、買える。想定客を増やすことが必要。ただ、フードトラックがどこへも移動できることと、どこにでも出店できるわけではない。道路での販売は道路交通法により規制されている。公共への出店は自治体の許可が必要だ。フードトラックの出店は、駐車場や空き地、オフィスビルや大型ショッピングセンターなど近郊郊外のスペースなど私有地での営業が中心になる。いざでも無業者の許可が必要だ。

自治体で場所を探して、オーナーや管理者に交渉する場合は、自治体の関係機関や、関係者を通じてのサービス利用する方法もある。

創業支援サービスが増えています

実店舗を構えるより前貸で営業できるという、500万円前後の初期費用が少なくなるため、リスクが高いと認識してしまっている方もいる。資金が足りない人でも活用できる創業支援サービスが増えています。

出店先も探してくれる「サブスクリプション」サービス

フードトラックをサブスクリプション(M&Mが提供)は、毎月10万円〜、月々10万円〜、月々10万円〜。初期費用が少なく、営業開始までサポートしてくれる。M&Mが提供する「サブスクリプション」サービスは、毎月10万円〜、月々10万円〜。初期費用が少なく、営業開始までサポートしてくれる。

創業支援サービスが増えています

実店舗を構えるより前貸で営業できるという、500万円前後の初期費用が少なくなるため、リスクが高いと認識してしまっている方もいる。資金が足りない人でも活用できる創業支援サービスが増えています。

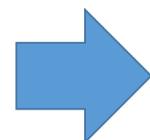
創業支援サービスが増えています

実店舗を構えるより前貸で営業できるという、500万円前後の初期費用が少なくなるため、リスクが高いと認識してしまっている方もいる。資金が足りない人でも活用できる創業支援サービスが増えています。

業種	許可要件	許可要件
調理営業	食品衛生責任者 食品衛生法 営業内容 販売する食材	「営業内容」について 「営業場所」について 「営業内容」について 「営業場所」について
喫茶営業	食品衛生責任者 食品衛生法 営業内容 販売する食材	「営業内容」について 「営業場所」について 「営業内容」について 「営業場所」について
菓子製造業	食品衛生責任者 食品衛生法 営業内容 販売する食材	「営業内容」について 「営業場所」について 「営業内容」について 「営業場所」について

業務内容を細分化・再構築「FUJIMARU」の場合

「ワインショップ」
+ 8店舗
「飲食店」
「ワイナリー」2軒
「ブドウ栽培」



人との接触の少ない
業務を拡充。
感染拡大の影響を
受けにくい体質に。

- 【小売り】
 - ・非対面型ワインショップ 「オンラインソムリエ byフジマル」をLINEで立ち上げ
 - ・「ピックアップワインサービス」
オンラインで購入したワインを取引先飲食店のテイクアウトと一緒に受け取れる。
- 【問屋】
- 【配送業】
 - ・軽貨物運送業の免許取得
 - ・保冷車2台をキッチンカーに改造、飲食店営業（自動車営業）許可取得。
車内に小型シンク、鉄板焼台（+ガスボンベ）、冷蔵BOX、排水・給水タンクを装備。
（総経費6万円）。
- 【輸出入】
- 【飲食業】
- 【食品加工】
 - ・冷凍食品製造免許を取得
 - ・東心斎橋店の3階（12坪）を冷凍食品工場「フジマル工房」に改装
（総工費700万円）。➡産地の食材ロス軽減の手段としても活用。
- 【農業】
 - ・農業法人を設立
ブドウ以外にタマネギやニンニクなど野菜も栽培。
➡生産部門の拡大によりスタッフの雇用維持も。
- 【ワイン醸造】
- 【ワイン講師】

経済優先の価格設定を見直す



今、魚の価格が暴落していると言われますが、それは高級魚に限った話で、むしろ今の価格が妥当だと思っています。10年前に戻ったともいえますね。ここ数年は、海外や東京、京都、大阪など強い消費地の買い付け人たちが価格を吊り上げていたのです。高い価格で買い取れば、確かに漁師は喜びます。でも、大都市ならその価格で通用しても、地元の飲食店は手を出せない。地元のお客さんや料理人にこそ良い魚を届けたいと思っているので、妥当な価格にこだわって買い付けてきました。

経済優先の価格設定を見直す



井さんは、「出荷を1,2カ月遅らせるのは全然問題ないから大丈夫」と言ってくださいました。短角牛やあか牛のように、**放牧や粗飼料で育てると、出荷のタイミングの幅が長くとれるという側面があります。**牛の生態に添った飼い方をしているから、**肥育期間が多少延びても、牛が健康を損なったり、肉質が下がったりしにくい**んですね。**地域資源で育てる畜産のあり方が、改めて見直される機会**だなと思いました。

経済優先の価格設定を見直す



「コロナ・ショック」と呼ばれる3月中旬の株価大暴落のあおりを受けて、カカオの国際価格——ロンドンとN Yの先物市場で決まります——は3月後半から下落しました。トン当たり約2800ドルが約2100ドルになりましたから、ほぼ25%の落ち込みです。

先物取引には、カカオを扱う商社やメーカーだけでなく、投機目的の金融プレイヤーもいます。後者すなわちカカオは要らないけれど利益目的で売買だけする人たちが、株価大暴落を受けて一気に売りに転じたことが、カカオの国際価格の下落を引き起こしました。

カカオの価格が下がって困るのは生産者です。カカオを使うわけではない投資家の動向が生産者の生活に影響を与えるという構造にはジレンマを感じざるを得ません。

生産者からの提言

The Cuisine Press
Web 料理通信

HOME PEOPLE JOURNAL SDG FEATURE MEETUP ABOUT

PEOPLE / PRODUCER

大地からの声——11

自然界から都市を見ると……

食報師「アントラークラブ」 小野寺 望さん



小野寺さんには、自然環境から都市環境まで幅広い視点があります。自然環境から都市環境まで幅広い視点から、食報師としての活動を行っています。自然環境から都市環境まで幅広い視点から、食報師としての活動を行っています。

目下現在の状況
施設整備に充てています。




The Cuisine Press
Web 料理通信

HOME PEOPLE JOURNAL SDG FEATURE MEETUP ABOUT

PEOPLE / PRODUCER

大地からの声——17

農場を“人と人との交流の場”に。

「Ferme Cadet-Roussel」池田 謙哉さん(アトリエノマド)



池田さんには、自然環境から都市環境まで幅広い視点があります。自然環境から都市環境まで幅広い視点から、食報師としての活動を行っています。自然環境から都市環境まで幅広い視点から、食報師としての活動を行っています。

目下現在の状況
食料を生産するって面白いことだと実感。




The Cuisine Press
Web 料理通信

HOME PEOPLE JOURNAL SDG FEATURE MEETUP ABOUT

PEOPLE / PRODUCER

大地からの声——15

何が起きても生き残れるよう、暮らしを人任せにしない。

「無茶々園」大津 清次さん



大津さんには、自然環境から都市環境まで幅広い視点があります。自然環境から都市環境まで幅広い視点から、食報師としての活動を行っています。自然環境から都市環境まで幅広い視点から、食報師としての活動を行っています。

目下現在の状況
消費者と共感でつながっていることを実感。