



“一丁嚙”が行く！

第83回：食材の安心安全

グルメ番組が流行りだして久しいですが、皆さんはよくご覧になりますか？

私はどうもあまり好きじゃないですね。というのは、食べてるレポーターは美味しい思いをしているのにこっちは指をくわえてみてるだけ。なんか、これ見よがしな感じがしてあまり好きになれません。

しかしながら、美味しいものを食べることにについては目がありません。特に新鮮な魚や野菜などをベースにした料理は大好きですね。でも、本当に新鮮なのかどうか、いや、はたして本当にまともな食材が使われているのかどうかについては、自分で判断する自信はありません。

食品偽装事件はまだ記憶に新しいところですが、その発覚した経緯をみると消費者が擬装を見破ったのではなくて内部告発だったそうです。騙された人が気付いたんじゃないところがあるところ人間の味覚のいい加減さを表しているみたいですね。

どんな食材が使われているのかを舌で判断するのはどうやら難しいようです。

一流の芸能人と三流の芸能人を食材当てで仕訳するバラエティ番組がありますが、あれを見ても明らかなように、普段からいいものを食べている(と思われる)芸能人でさえ、1万円のステーキと数百円のステーキの見分けができません。

ですから、一流ホテルでの「なんたらエビ」や「〇〇産」という表示に騙されたんですね。

どうも日本人はブランドに弱い。自分の判断ではなく、「〇〇産」だとか「うまいと評判だ」とか聞いたら、本物でうまいと思ってしまう。食品偽装事件の背後には、そういった日本人のブランド志向や口コミ志向があるんですね。

少々へそ曲がりな私は、いくら高いものでもまずいものはまずい。だから、自分が食べてみて『うまいもんはうまい！ まずいもんはまずい！』と思うようにしています。

しかしながら、使われている食材が本物かどうか、新鮮かどうかなどは自分の舌に自信がないだけにちゃんと示して欲しいと思いますね。そんな思いからか、食品業界では最近トレーサビリティがうるさくなったと聞きます。

トレーサビリティとは「食品の安全を確保するために、栽培や飼育から加工・製造・流通などの過程を明確にすること。またはその仕組み。」だそうです。いろいろな管理が行われています。スーパーで買う食品にもほとんどすべてに産地表示がしっかりとしてありますよね。消費者の安心心理に訴えているんですね。

めったに行かないんですが、高級なステーキハウスに行くと肉の“個体番号”が掲示されていたりします。

“安心・安全”を訴える番号の掲示よりも数居の低いお店で美味しいお肉を少しでも安く提供して欲しい“安直・安価”を願うのは私だけでしょうか。

ごぞんじですか？

マイナンバー制度

2016年1月からマイナンバー制度がスタートします。

ということはお存じでも、その内容についてはまだまだ周知されていないのが実状ではないでしょうか。

細かいことはともかく、ここではポイントだけお伝えすることにします。

- ◆マイナンバーは、公平・公正な社会を実現するために、行政を効率化し国民の利便性を向上することを目的に導入されます。
- ◆マイナンバーには、個人に付与される“個人番号”と法人に付与される“法人番号”があります。
- ◆12桁の“個人番号”は住民登録をしているすべての個人に付与され、生涯その番号は変わりません。
- ◆当初(2018年まで)は社会保障分野、税分野、防災分野での活用に限られますが、2018年からは金融機関、2019年からは民間企業での利用もできるようになります。
- ◇社会保障分野では、年金や雇用保険の資格取得・確認、給付を受ける際に利用したり、医療保険の手続き、福祉分野の給付、生活保護の実施などの際にも利用されます。
- ◇税分野では、源泉徴収事務、確定申告などで利用されます。
- ◇災害対策分野では、被災者支援の際の各種事務に利用されます。
- ◆会社は従業員及び扶養親族のマイナンバーを取り扱うこととなるため、今まで以上に厳格な個人情報の管理を行う義務を負います。
- ◆会社はマイナンバー制度の開始までに就業規則の見直しや個人情報の取り扱い規程の整備など、本制度の導入に伴うトラブルを招かないための準備をしておく必要があります。

読者 訪問



第63回

お伺いした会社 株式会社 茂商会
お話を伺った方 代表取締役 奥村 昭彦 様
事業内容 貸しおしぼり業
会社の所在地 〒606-8136 京都市左京区一乗寺東浦町 4
連絡先など TEL:075-791-2809 FAX:075-721-9388
U R L http://kyoto-oshibori-shigeru.com

今回は貸しおしぼり業を営んでおられる茂商会様にお伺いしました。同社は法人化されて40年だそうで、2代目の奥村社長にお話しをお伺いしました。

当社の『はんばいQ』をMS-DOSの時代からお使いいただいているロングランカスタマーの一人です。

先代が京都で最初のおしぼり業をはじめられたのだそうですが、現在京都でがんばっておられる大手のおしぼり業の社長と同級生だったそうで、お互いに良いライバル意識を持ちながら京都のおしぼり業界を引っ張ってこられました。



工場内の様子

現在は使い捨ての紙おしぼりが台頭してきており、布製の旧来のおしぼりはじりじりとシェアを奪われてきています。しかし紙おしぼりと布おしぼりはしっかりと棲み分けができていますと奥村社長はおっしゃいます。

廉価な居酒屋などは使い捨ての紙おしぼりが主流となってきていますが、少し高級な飲食店や祇園あたりのバーやクラブでは布おしぼりが中心で、紙おしぼりでは代替できないとおっしゃいます。確かに、それなりのお店に行って紙おしぼりが出てきたら興ざめになるでしょうね。ですので、紙おしぼりの台頭で布おしぼりの出荷数量は減ってきているとはいうものの、しっかりと棲み分けができていますので紙おしぼりの普及はそんなに脅威ではないとおっしゃいます。

むしろそれよりも、布おしぼりを使う飲食店の減少とそこの顧客の減少に歯止めがかからないことが脅威だとおっしゃいます。

確かに祇園あたりの飲み屋さんの客離れ、というお客の絶対数の減少はバブル以降歯止めがきかない状況となっています。

また、飲食店以外にもおしぼりの需要はあります。理美容店、病院、介護施設など新たな需要が見込めるところもあり、営業活動も欠かせません。

一方、既存ターゲットでは、たいていのところはどこかの業者が入っているので、無理に入ろうとして無用な競争を招くよりも、時代の変化に対応すべくお互いに切磋琢磨していくことが重要だとおっしゃいます。顧客との人間関係をしっかりと構築して顧客を守りながら、おしぼり以外の、例えばマットのレンタルなども手掛けて売上を確保することが大切だと取扱商品の拡大にも力を入れておられます。

昔は京都市内には多くの同業者がいたそうですが、現在は比較的大きな1社と小規模な10社ほどの業者でバランスが成り立っているとか。

外食産業の変化に晒されながらも既存顧客との関係を大切に、日本にしかない“おしぼり”をいう文化をこれからも守っていただきたいと思います。



奥村社長



会社に掛かっている看板

シリーズ奮戦記

シスポートの販売管理システム(㊟シリーズ)は、基本パッケージをベースに、いろいろな業種・業態に合わせてカスタマイズしてご提供する“イージーオーダー型”のソフトウェアです。あらゆる業界で活躍している㊟シリーズの一部をご紹介します。

使っていただいている業種・業態

・製造業 板金加工
金属加工業のなかでも、板金加工を行っておられる会社様です。

ベースとなった㊟シリーズ

はんばい㊟sp

導入のポイント

・製造業様は生産管理が重要になってきますが、社内システムのルーチン化や、人的要素、金銭的な問題などでなかなか高額な生産管理が導入できないという現状がありますが、はんばいQをカスタマイズし、必要な要素(図面管理・作業指示・進捗管理)を順次追加していきながら運用していただいております。

カスタマイズと運用のポイント

・商品マスターに図面データを紐つけし、注意事項の確認等も簡単にできるようにしました。
・EOSやメールなどで送られてくる受注データを、システムに取込み、作業指示書や図面が同時に発行されるようにしました。
・工程すべてをシステムに入力するコストを考えて、全行程が終わった際にのみ完了指示を行うようにしました。

本格的な生産管理システムまでは必要ないが、最低限の現場のシステムが必要とお考えの会社様は是非ご相談ください。

2015年4月発行

Presented by Sys:port corp.

第88号



シスポート情報提供機関誌

info