

外食産業者が欲しい国産水産物の商品とは？

国産水産物流通促進センターで調査しました。FILE. 1



国産水産物流通促進センターは、国産水産物の需要フロンティアの開拓を図るため、産地と外食産業等との連携により、国産水産物を活用した新商品の開発を推進する取組を支援しています。今回、外食産業者が欲しい国産水産物の商品の聞き取り調査を実施いたしました。新商品を作る際のヒントとなる情報であると考えています。この聞き取り調査が外食産業の方々と繋がるきっかけとなれば幸いです。

今回、話を伺った 外食産業者の概要



■ 社名
株式会社大台フードプロジェクト

■ 業種・業態
外食産業 和食 1 4 店舗、焼肉 1 1 店舗、居酒屋 3 店舗経営
※平成 30 年 7 月現在

■ 所在地
本社：大阪府大阪市北区梅田
1-1-3 大阪駅前第 3 ビル

■ 現在の主力商品
大阪府中央卸売市場で購入した鮮魚による刺身、焼き魚、煮魚等



Q. 新商品に望むことは？

- 👑 No.1 魚介藻類の種類**
“産地直送”のようなストーリー性のあるものが望ましいです。
- 👑 No.2 納入頻度**
店舗休業日以外、毎日納入していただけることが望ましいです。
- 👑 No.3 納入単価の目安**
メニュー販売価格の 3～4 割程度とお考え下さい。

その他には、

- 加工の程度**：冷凍魚、フィレ、切身、柵、調味加工品でないこと。
- 納入方法**：指定場所納品。大阪府中央卸売市場（以下、北部市場）の開場日は、北部市場の指定場所。休場日は各店舗配送。
- 納入場所**：指定場所納品。北部市場開場日は、北部市場の指定場所。休場日は各店舗配送。
- 最低納入単位**：北部市場に準ずる。

大台フードプロジェクト様のコメント

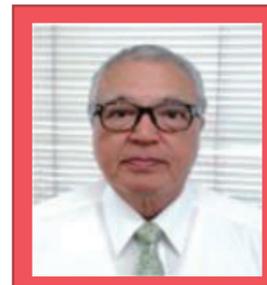
当社の以下の現状に照らし合わせて、将来性のある水産物商品の提案を期待しています。

和食店舗の仕入れ水産物、来店者に対するメニュー、調理について

現在の水産物仕入れについては北部市場で各店仕入れ、（北部市場休場日は納入業者個別各店配送）で行っています。北部市場では必要なメニューに合わせた品種、鮮度のよい水産物が安定的に仕入れでき、これは店舗のポリシー「料亭料理を居酒屋価格で」に対応できるので非常に良いと思っています。他の外食チェーン店とは差別化ができ、大いに有効な来店者に対するアピール・セールスポイントであります。

今後については従業員確保や店舗運用上のコスト軽減のためには現在の店舗ポリシーを維持しながら合理化をどのように図るのか思案中です。外食も魚食から肉食へゆっくりと消費者が移行していく中、経営としては肉食店舗を増加させて運用しています。調理については現在板前さんの力が必要であ

今回の調査員



榎谷 正義 氏

調査員から加工業者様へ向けたコメント

会社のこだわり

調査先は、素材にこだわった、大阪の消費者に喜ばれる水産物を提供していらっしゃいます。新商品の提案に当たっては、「漁獲（養殖）生産から一気通貫で先方の指定業者に納品できる素材型水産物」「お魚・産地情報が付加されて、簡易調理によるメニュー提案ができるもの」などがキーワードで、お互いが長く Win-Win の関係となれるような提案が期待されます。
調査員の立場からは、調査先に対し「旬、季節のメニューに対する提案事項」として、旬、季節に留まらず話題性のある水産物メニューの活用を提案しました。例えば「愛媛産媛貴海」「近大鮪」「紀州本九絵」「海峡サーモン」その他マスコミ報道の話題性のある水産物です。

今回の調査に限らず、特に関西における魚消費の現状、今後の動向を分析しますと、以下のとおりと考えます。

水産物流通と消費のミスマッチ

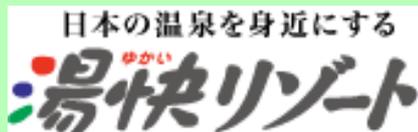
関西では刺身は「活かっている」が常識ということがあって、刺身物はいくつかの例外を除いては業界で言う「活け物」を使用しなければならずコストアップの大きな原因となっています。近年はサーモン、アジ、サンマに代表されるように関西の若者の間では刺身鮮度（K値 20 以下）であれば活かっていることを必要としない消費者が多くみられるようになってきています。活け物は流通コストが高く、又消費地での調理にも作業費用が高くかかります。活け物の歯ごたえ、口当たりに応えるため「薄造りから平作り」にして刺身にする工夫をして関西人に必要な口当たり、歯ごたえを出すので、流通コスト削減と消費地での作業コスト削減の為（消費地の水産物調理作業は高コスト）、安全安心で高鮮度維持のキッド商品、フィレ、柵などを産地で作って流通させていただきたい。〔養殖ブリフィレ、トリムサーモン、すしネタ用アジ、タラ、サケの切り身などのように〕刺身商材魚に限らず産地の 6 次産業化を推進して、現在スーパー店頭で並んでいる状態のような商品が、例えば〔水洗い済、頭取り、フィレ、切り身、柵など〕の商品が消費地中央卸売市場や産直で店舗に入荷、流通させることが必要と思われる。

外食産業者が欲しい国産水産物の商品とは？

国産水産物流通促進センターで調査しました。FILE. 2



今回、話を伺った 外食産業者の概要



■社名

湯快リゾート株式会社

■業種・業態

旅館経営

■所在地

本社：〒604-8166

京都市中京区三条通烏丸

西入御倉町 85-1 烏丸ビル 5階

■現在の主力商品

バイキングレストランで提供する、施設地域の鮮魚、養殖鮮魚など

Q. 新商品に望むことは？

👑 No.1 納入方法

定期納品希望、遠方の場合は宅急便対応可。

納入単価の目安

納入単価は着値 1,500～2,500 円/kg程度。

※鮮魚であれば加工後の正味単価。

最低納入単位

1回あたり 5 kg～10 kgまで。

👑 No.2 加工の程度

生食用については、3枚卸し（皮付き・腹骨付）。

真空パック（冷凍・冷蔵保管可能）1パック当たりの内容量は 1 kg～2 kg程度。

👑 No.3 魚介藻類の種類

施設のある地域（地産食材）を優先して希望。生食・加熱用の両方。その他、天然・養殖は問いません。

その他には、

納入場所：弊社各施設に納品。

納入頻度：販売状況によります。

湯快リゾート様のコメント

主として望む商品は、施設地域の商品であるが、その他地域であっても低価格・高品質なものがあれば積極的に採用していきたいと考えています。

ローコストオペレーションを除く為、加工度合は高めが希望です。その為、原料単価については極力抑えられるものである事が重要です。

その他、年3回～4回のメニュー変更を実施しており、季節感のある商品を希望します。

調査員から加工業者様へ向けたコメント

北陸・東海・近畿・中国・四国・九州の温泉地に29館を展開する温泉施設チェーンです。

要望にもあるように各エリアや施設周辺の食材を活用したい意向は常にありますが、コストとメニュー替えのタイミングや、周辺地域食材のバリエーションの限界もあると思われますので、いろいろな提案は可能と思います。

今回の調査員



秋山 公司 氏

外食産業者が欲しい国産水産物の商品とは？

国産水産物流通促進センターで調査しました。FILE. 3



今回、話を伺った 外食産業者の概要

みんなの食卓でありたい。



■社名

株式会社 松屋フーズ

■業種・業態

牛めし定食事業、とんかつ事業、鰯事業、ラーメン事業、外販事業 他

■所在地

本社：〒180-0006 東京都武蔵野市中町 1-14-5

■現在の主力商品

牛めし定食事業（約 1 千店舗）
さけの切身（焼き魚）

とんかつ事業（約 130 店舗）
かきフライ

鰯事業（約 10 店舗）
鮮魚（鰯タネ）、各種フライ、酢の物

Q. 新商品に望むことは？

👑 No.1 加工の程度

牛めし定食・とんかつ事業：店舗で加熱調理するだけの個食パック商品。

鰯事業：加熱用のIQF商品。

👑 No.2 納入頻度

牛めし定食・とんかつ事業：都度発注。

鰯事業：協議による。

👑 No.3 納入単価の目安

各事業主力商品の1食（皿）あたり売価を納入単価の参考にしてください。

牛めし定食：定食売価400円～500円。

とんかつ事業：定食売価500円～650円。

鰯事業：サイドメニュー売価600円。

その他には、

魚介藻類の種類：牛めし定食・とんかつ事業では知名度のあるもの。
鰯事業では特になし。

納入方法：商品によって協議。

納入場所：牛めし定食・とんかつ事業：センター納品。

鰯事業：指定場所受け渡し（築地など）。

最低納入単位：商品によって協議。

松屋フーズ様のコメント

鰯事業では、メニュー提案いただくことが望ましいです。
居酒屋で提供しているような「おつまみ」となる商品に興味があります。

今回の調査員



細川 良範 氏

調査員から加工業者様へ向けたコメント

牛めし定食事業、とんかつ事業は、店舗数が多く、納入頻度が高く、価格訴求力のある商品が求められ、安定した原料の確保や、コストを削減した大量生産が必要となるでしょう。

一方、鰯事業については、季節感のある魅力ある商品について、ストーリーのあるメニュー提案を行い、松屋フーズご担当者様との信頼関係を築くことが契約への近道となると思われます。

外食産業者が欲しい国産水産物の商品とは？

国産水産物流通促進センターで調査しました。FILE. 4



今回、話を伺った 外食産業者の概要



■社名

大学生協事業連合 東4地区FS事業部

■業種・業態

フードサービス事業、サービス事業

■所在地

本社：〒166-8532
東京都杉並区和田 3-30-22

■現在の主力商品

学生食堂で提供しているメニュー

Q. 新商品に望むことは？

👑 No.1 加工の程度

調理場にはスチームコンベクション、フライヤー等があり、解凍・加熱・湯煎に特化しています。漬け丼やネギトロ丼など生食の調理も可能です。簡単に調理提供できる商品で、冷凍フィレはIQF、煮魚・海鮮丼の具は個食包装（湯煎）などが必須です。煮魚、焼き魚は、価格次第ではあるが骨付きOK。フライ原料は骨なし。

👑 No.2 納入単価の目安

1品1皿あたり180円前後の価格帯で設定。鮭丼は464円で販売中。原価率は他の企業と変わりません。

その他には、

魚介類の種類：サバ、サケ、白身魚、イカナゴが主力原料で、焼き魚、煮魚、フライ等で提供しているほか、期間限定フェアとしては、カツオ、ビンナガ、サケ等を使った丼物（海鮮丼）も提供しています。

納入方法：商品により協議。

納入場所：指定場所に納品（北海道東北、関東、東海、九州の4つの地域に分けている）。

納入頻度：期間限定メニューなどあるので、商品により協議。

最低納入単位：商品により協議。

92万人の組合員に対し、企画物で月間16万食、グランドメニューの最も人気の高いもので4万食の供給実績。地域によっては単体生協への限定供給も可能。

大学生協 東京事業連合様のコメント

安心して食事をとれるよう材料から製造工程までの検査基準を設け、以下の基準に基づき食材を採用しています。

微生物 判定基準 Microbiological	食品 添加物基準 Food additive	食品残留 農薬基準 Pesticide residue	加工食材 採用基準 Food processing	製造工程 検査基準 Manufacturing process inspections
--------------------------------	------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------	--

学生食堂は、朝から営業しているところもありますが、主力は昼食。定番メニューは鯖フィレの生姜煮、白身フライ、企画物で海鮮丼が主です。品質がよく、安価でボリューム感のある商品を希望しています。

今回の調査員



石川 満寿夫 氏

調査員から加工業者様へ向けたコメント

愛知県以東（北海道、東北、関東、東海）の大学生協（国公立の8割+私立の一部）にある学生食堂であり、販売価格は安いですが、規模が大きいのが特徴。食堂単位での特注品の発注もあるが、まれ。以前、ノルウェーサバの高騰を理由に、国産サバに切り替えたところ、売上が半分に落ちてしまい、ノルウェーサバにもどした経験がある。青魚を加熱食材として使用しているが、サバ以外のイワシ・アジ・ブリ類については、ヒット商品につながらない（組合員の人気がない）そうで、サンマは重量当たり単価の面から、近年は企画物としての利用のみとなっている模様。

焼き魚やフライの味付けについては、一般的な業務用調味料を使っており、品質、価格、ボリューム、調理のしやすさがポイント。従前から付き合いのある企業・加工業者との取引がメインと思われるが、企画提案は随時受け付けているとのことであり、積極的な商品開発と営業を期待したい。大学生協の仕入は業者の指名競争入札ではなくメニュー提案に特色があり、かつ価格競争力があれば納入が可能である。（北大生協で実証済み）大学生協食堂の立地環境によっては学生の依存度にも差異があるが、食育や栄養バランス、旬の食材、季節感あるメニューなど特色を加味すれば国産水産物の売り込む余地もまだまだあるように感じた。日本の水産加工技術で、外国産商品に負けない、国産水産物の加工商品を作ることができれば、生産者、加工業者、消費者にとって好循環が生まれるのではないかと考える。

学生の胃袋を掴む国産水産物商品や、学生に魚食を普及できるような国産水産物商品を開発して頂けたら嬉しい。今後、メニュー提案会などこちら側の企画会への案内など継続した努力を重ねたい。

外食産業者が欲しい国産水産物の商品とは？

国産水産物流通促進センターで調査しました。FILE. 5



今回、話を伺った 外食産業者の概要



■ 社名

株式会社 大戸屋ホールディングス

■ 業種・業態

定食店「大戸屋ごはん処」等の国内及び海外におけるチェーン展開を行うグループ会社の企画・管理・運営。
2018年11月現在、国内354店舗、海外109店舗を有する。

■ 所在地

本社：〒180-0006
東京都武蔵野市中町 1-20-8

■ 現在の主力商品

さば、ホッケの焼き魚

Q. 新商品に望むことは？

🏆 No.1 魚介藻類の種類

種類は特にこだわらないが、品質が良い物。

定番のサバはルウエー産で年間買い付け、鮮度を維持したまま工場加工処理をおこない品質均一化を図っています。

サンマは北海道花咲港にて直接買い付け当年分を一括契約、冷凍せず旬を謳い生鮮扱いD2にて香港店のメニューにも出しています。

🏆 No.2 加工の程度

焼き魚や煮魚においては、店舗で調理し提供しています。

刺身の商材は、ネタ切りした状態で冷凍保存されたもの。生食の調理は不可。現在はマグロを扱っています。季節メニューでカツオ等があります。

マグロ丼、カツオ丼として冷凍扱いで提供しています。

🏆 No.3 納入単価の目安

食材の原価率約30%

その他には、

納入方法：独自の物流で各店舗に納入。

納入場所：独自の物流で各店舗に納入。

納入頻度：商材によります。

最低納入単位：商材によるが季節ものは各店舗日平均10食@354店舗+109店舗@45~60日提供として20~30万食規模となります。

大戸屋ホールディングス 様のコメント

「大戸屋」の他、「かこみ食卓」、「食べ処 三かみ」を出店しました。今後、ブラッシュアップしながら、展開していきたいと思っております。また、海外においては、ベトナムの出展店舗を増やしていく計画です。（現在の店舗数は国内354店舗、海外109店舗）

グランドメニューに使う水産物は、おおよそ1年分を品質の良い時期に現地にて購入しています。品質が良い物であること、定食メニューの中の一品になるため、ボリューム感や見た目の良さを優先して仕入れをしています。

豊洲市場で仕入れた鮮魚（魚屋が下処理を行う）を地域限定（首都圏では約220~30店舗）で調理（焼き魚、煮魚）し「本日の魚定食」としてメニューに入れています。

このように全店舗展開でもなくとも限定メニュー扱いは可能です。

商品の採用にあたっては、衛生、品質管理等の部署による現地検査を行います。

調査員から加工業者様へ向けたコメント

グランドメニューは、付き合いのある企業・加工業者との取引がメインである。品質の良いものを大量に供給できることが必須条件。いかに品質の良いものをPRできるかが重要である。

大戸屋さんのメニューの中にアカモクがある。メディアで話題になる前からメニューに導入していたという話があった。おすすめメニューは1か月半から2か月でリニューアルしており、新しい商材においても積極的に導入する姿勢を感じた。外食産業の中でも客層に幅があり和食系ながらも肉、魚、野菜系と女性だけでも気軽に立ち寄れる店作りであり家ではなかなかやれない焼き魚、煮魚など工夫が際立つ店である。今後さらに海外店舗展開にも力を注ぐようであるので注目の相手としておきたい。

今回の調査員



石川 満寿夫 氏

どのような国産水産物の商品が欲しいですか？

国産水産物流通促進センターで調査しました。FILE. 6



今回、話を伺った 高齢者向けレストラン の概要



■社名

株式会社オリンピア

■業種・業態

高齢者マンションのレストラン運営
グループ病院の給食受託業務

■所在地

本社：
〒107-6030
東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 30 階

■現在の主力商品

入居者が利用するレストランで使う鮮魚、
養殖鮮魚など

Q. 新商品に望むことは？

👑 No.1 魚介藻類の種類

特定の種類で希望はありません。様々な種類の水産物が欲しい。
鮮度が良くストーリーを伝えられる水産物がよい。

👑 No.2 納入単価の目安

60g～240円 70g～270円
一人切り身 上限 300円
フィレ加工品では、上限 4000円/kまで
食費の目安
朝食 500円 昼食 700円 夕食 1100円
(月一人：69,000円、二人：138,000円)

👑 No.3 加工の程度

事業所で調理できるので丸物でも冷凍物でも可能ですが、できれば骨
をとった形（フィレ）にして納入してほしい。鮮度・品質を重視して提
供しているので、冷凍品については特に高鮮度の内に加工処理してい
るものを望む

その他には、

納入場所：各事業所に納入

納入頻度：商品により協議

納入頻度：商品により協議

株式会社オリンピア 様のコメント

サンシティーでは、豊かな食の世界を楽しんで頂くため、「食」に力を入れている。
専属シェフによる素材を吟味した季節感あふれる食事は栄養士と連携しながら栄
養価とバランスに配慮し毎食 2～3 種類のメニューからお好きなものをお選びいただ
けるようになっている。旬の食材を取り入れて 365 日利用者が楽しんで食事して頂ける
よう調理している。献立は年間ベースを作成する。52 週のメインになる食材と調理法
を大筋で決めていく。1カ月前頃に献立を確定。

今回の調査員



秋山 公司 氏

献立が確定したら食材をリストアップして発注。天候による不作などによる食材不足
になった場合、弊害がないように献立を見直している。日々変動する食材の状況に応
じて直前まで厳選し 1 週間前頃に献立メニューを利生者にお知らせする。サンシテ
ィ立川事業所では、1カ月に120KG～130KGの魚を利用している。水産物は高
くて量を集めるのに苦労している。価格、量、質の兼ね合いで、利用者や料理人が
納得できないため、なかなか品目を増やすことができていない。浜で余分に獲れている
時など、情報がなかなか入ってこない。直接取引できればいいと思っている。ただ、品
質を重視しているので買い叩くことは考えてない。適正な価格で購入したい。珍しい魚
など、利用者が慣れない魚は嫌煙される傾向にある。産地が謳って品質が良い物を希
望している。

調査員から加工業者様へ向けたコメント

関東、関西に 18 施設を持ち約 5,000 室を有する 70 歳以上を対象とした
高齢者向けのマンション経営体で、入居者は主に富裕層と言われる高齢者である。

入居者に対して提供する食事は、高齢者ということもあり 1 食の量としては少ないも
の、3食 365 日の提供で積み重ねる提供数は大きなものであり、施設側での試
算では同様の対象者は関東エリアで 15 万人を見込んでおり、今後も成長すると見
込んでいる。

特定の飲食店とは違い、バランスと入居者の嗜好を考えた食事の提供を行ってい
る。

このような施設的环境から、原料/素材の量より質を求められるもので、安心安全は
当然ながら水産物に有っても質を求められる傾向にある。

一般的に言われる高級食材で高品質で高鮮度の鮮魚、冷凍加工品の需要もある
が、調査を通じて一般的な水産物であっても、旬や鮮度、冷凍品・加工品にあつて
もその鮮度・品質を求めているようである。また一般的な飲食店等では調理スタッフの
人員不足が多く見受けられ高い加工度を求める風潮があるが、ここでは提供する料
理の質も求められることから調理スタッフも充実しているようで、使用する食材の加工
度よりも、産地を特定出来たり品質を重視している。

産地によっては、量産はできないが高鮮度の原料魚を扱うことのできる中小規模の
水産加工業者があるが、そのような加工業者にとっては魅力のあるマーケットの一つ
であると考えられる。

量販店や飲食チェーン等が、規格やメニューの統一を図り調理のマニュアル化を進
め、人手不足を補いコストを抑えるため大量生産で加工度の高く安価なものを求める
ものとは違い、少量でも品質を重視したマーケットは、産地にある小規模な水産加工
業者にとっては新しいマーケットとして魅力ある市場ととらえることができると思われる。