



# 2014年度のJF戦略

2014年5月9日

一般社団法人日本フードサービス協会

昭和49年10月18日に設立された協会は、本年創立40周年を迎える。協会設立以降、外食産業は大きな発展を遂げ、今や外食は国民食生活の中で日常的に欠かせない役割を果たし、豊かな食生活への貢献は計り知れないものとなっている。今後、人口動態の変化、市場の成熟化等、日本の経済社会が大きく変化する中で、存在感のある産業として発展することが期待されている。一方、外食産業が成長期にあった当時には予測もされなかった各種規制や経営課題が浮かび上がっている。このような状況を踏まえ、今後の外食産業の持続的成長のために、創立40周年という一つの節目を迎える今年度に、協会が取り組むべき戦略課題を抽出した。以下、重要な5項目を掲げる。

## 【 目 次 】

I. 軽減税率の導入に改めて反対する .....	1
II. パート労働者への社会保険適用拡大に反対する .....	2
III. 農業改革に取り組む意欲的な農業者を支援する .....	3
IV. 外食産業の海外進出支援に取り組む .....	4
V. 外食産業における外国人労働者の受け入れに取り組む .....	5

## I 軽減税率の導入に改めて反対する

(1) 昨年12月に、自由民主党・公明党の平成26年度税制改正大綱が決定された。この大綱には、消費税の軽減税率制度については、関係事業者を含む国民の理解を得た上で、税率10%時に導入する、ことが明記された。

このため、今後、引き続き、与党税制協議会において、これまでの軽減税率をめぐる議論の経緯及び成果を十分に踏まえ、社会保障を含む財政上の課題とあわせ、対象品目の選定、区分経理等のための制度整備、具体的な安定財源の手当、国民の理解を得るためのプロセス等、軽減税率制度の導入に係る詳細な内容について検討し、平成26年12月までに結論を得て、与党税制改正大綱を決定する、とされている。

(2) 現在、与党税制協議会は、5月を目処に、軽減税率の対象品目として、生活必需品の絞り込みの議論を進めているが、協会は、消費税の逆進性に対する低所得者対策としての軽減税率導入に改めて反対する。

そもそも何が生活必需品なのかを合理的に判断する基準を定めることは極めて困難である。仮に、食料品に軽減税率を適用することになった場合、新聞・書籍・公共料金・住宅等々、軽減税率を求める意見が拡大し、軽減対象の際限のない議論に発展する。

また、今日、外食産業の販売形態は多様化が進み、食料品販売と外食サービスを単純に区分することは一層困難となっている。

例えば、ファストフード店で、持ち帰りは食料品販売扱い、店内飲食は外食サービス扱いとなった場合、両者の間で消費税の適用税率が異なり、消費者は税負担の少ない方を求めて、持ち帰りと申告して購入することが当然予測できる。このように、日々の店舗オペレーションでも問題が生じることは明らかであり、これでは適正な課税は不可能である。

(3) 以上、食料品の合理的線引きは困難であること、税負担の公平性確保の観点、経理区分上における事業者負担の増大などを考えると、二桁税率となっても可能な限り、単一税率を維持すべきである。

所得に対する逆進性の問題については、消費税という一つの税制のみをことさら取り上げて議論すべきではなく、所得税・相続税などを含む税制全体、さらに将来にわたる社会保障制度のあり方を含めた財政全体を議論すべきである。

以上、外食産業は軽減税率の導入には反対であることを与党税制協議会に対し、強く訴えていく。



## II パート労働者への社会保険適用拡大に反対する

(1) パート労働者に対する社会保険の適用拡大は、国民年金制度のほころびのツケを被保険者及び事業者に転嫁するものである。今、真に必要なことは、国民年金の空洞化対策を抜本的に議論し、対策を講じることである。そもそも、適用拡大以前に、パート労働者を含む非正規社員には国民年金加入の年金権が確立されており、まず国民年金の第一号被保険者として、国は保険料を100%徴収する努力を行ってしかるべきである。

(2) パート労働者の中には、主婦、学生、フリーター、高齢者、有職者（主として生計を支える職業を別に持つ人）など多様な働き手が存在する。こうした多様な働き手の中で、主婦のパート労働者に対しても社会保険を適用拡大すれば、就業調整をやめるので労働供給を増やすことが可能、という見方は希望的観測に過ぎない。大多数の主婦のパート労働者は、配偶者の被扶養者にとどまることを選択、あるいは自分の勤務可能な時間、家計における自分の収入の必要度等を考慮し、生活設計を行っている。特に、子育てなど家庭的な制約を抱える主婦は自分の働ける曜日、時間帯などを考慮しながら勤務しているのが実情である。

そのため、社会保険の適用拡大により、保険料の負担増を敬遠し、労働時間を縮小、あるいは離職するということが現実問題として起こりうる。適用拡大の結果、主婦のパート労働者の労働時間の縮小、離職につながれば本末転倒であり、本人、企業双方にとって何ら利益をもたらさないどころか、労働供給減により日本経済にマイナスの影響をもたらす。

(3) 外食産業は、労働集約型産業として、地域の雇用に大きく貢献するとともに、地域経済活性化の一翼を担っている。製造業などが生産拠点を海外に移転させている一方で、外食産業は今も内需を支える産業である。同時に、日本農業のパートナーとして欠かせない産業でもある。市場規模23兆円を超える外食産業は、食肉・青果物・コメなど多くの食材を国内の農畜産物に供給を仰いでいる。

パート労働者に対する社会保険の適用拡大は、こうした外食産業に大きな経営打撃を与え、外食各社の受ける経営打撃・経営減退により、日本農業や食品産業など関連産業にも大きなマイナスを与えることは必至である。

(4) 社会保険適用から排除されている非正規雇用者が増加し、格差や貧困問題を拡大させているという指摘に対しては、社会保険の適用が真に必要な者は誰なのか、まずその適用対象者の理念について議論すべきである。

同時に、急速な少子高齢化の進行という経済社会の大きな変化の中で、現行の年金制度のあり方を根本から見直し、新たな年金制度のあり方（グランドデザイン）を考えるべきである。

以上、主婦のパート労働者を含め、一律にパート労働者に対して社会保険の適用拡大がなされないよう政治に対するロビー活動を強力に推進していく。



### Ⅲ 農業改革に取り組む意欲的な農業者を支援する

(1) 昨年12月、政府は「農林水産業、地域の活力創造プラン」を決定した。農林水産業を若者に魅力ある産業にし、同時に、日本の農山漁村、ふるさとを守っていく。そのために、農業・農村全体の所得を今後10年間で倍増させることを目指し、輸出の促進による新たな需要の拡大、6次産業化の推進による付加価値の向上、農地集積による農業構造の改革を進め、40年以上続いてきた生産調整を見直す(減反を廃止)としている。

この農業改革では特に、農地利用の集積等による生産性の向上により、国際的視点に立ち、経営感覚を備えた経営体を育成し、日本農業の足腰が強化することが重要である。この結果、国内外において食材供給の役割分担が図られ、消費者のニーズに即したビジネスとしての農業が展開され、国内産の強みを活かす農産物のマーケットが形成される。さらに、農産物の輸出や海外における農業生産など、海外顧客の開拓という視点も、強い農業への転換には大きな意味を持つ。

(2) 平成25年7月、日本はTPP交渉の協議に正式に参加した。日本としては、特に米国、オーストラリアとの交渉が難関とされる中、本年4月、日豪EPAが合意に達した。

外食産業のめざすところは、常に消費者の望む商品、サービス、価格を実現することにある。国産、海外という枠にとらわれるのではなく、食材の種類を増やし調達先を広げることにより、いかにリーズナブルな価格でバラエティに富んだ付加価値の高いメニューの提供ができるかが重要である。

国際的視点に立った「攻めの農業」を志向し、日本農業の足腰を強化することが必要である。その結果、国内外において食材供給の役割分担が図られ、消費者のニーズに即したビジネスとしての農業が展開され、国内産の強みを活かす農産物のマーケットが形成されることとなる。さらに、農産物の輸出や海外における農業生産など、海外顧客の開拓という視点も、強い農業への転換には大きな意味を持つ。

(3) 外食産業は、農業改革の中で意欲的に取り組む農業者と積極的に関係を強化することにより、日本の農業を応援し続ける。食料生産の国際化の中で、農業改革に耐えられるような経営者の育成を支援する。

このため、①日米牛肉・オレンジ交渉時以来27年間続けている「産地見学交流会」を一層充実し、原料を生産し供給してくれる川上の生産現場に出向き、生産者と交流・商談を行うことにより、農業者の販路の開拓を支援する。②農業法人との連携や自ら農産物の生産を行うことにより、食材の安定調達に努めることを通じ、農業や農村の活力を創造する。③さらに、外食の海外への展開や海外での商談会の開催を通じ、日本の農産物・加工品等のおいしさや付加価値を訴求する等、ビジネススペースの農産物の輸出拡大に寄与していく。④TPP交渉をはじめ新たなグローバル市場が形成されようとしている。海外農産物・食品等の生産及び販売方法等のマーケティング手法の優れた点を十分研究し、その上で、日本の農業と外食産業が共に国際的視点に立ち、常に農業のイノベーションが図れるよう海外農業団体等ともネットワークを構築し、相互の情報共有を図る。



#### IV 外食産業の海外進出支援に取り組む

(1) 平成 25 年 12 月、「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録され、世界中で日本食文化に関心を持つ人々が増加し、海外における日本食ビジネス、日本の外食産業が一層注目されている。日本の食文化は欧米、アジアをはじめ、南米やアフリカに至るまで、世界の隅々まで浸透しつつあり、世界の中の日本の外食産業としての責任と役割が問われている。

日本の外食産業は 23 兆円を超える市場規模となったが、一方で、新規出店による競争の激化、少子・高齢化等により外食店舗の売上、客数は減少傾向となっている。

成熟市場にしっかりと向き合った対応が求められる中、中間層・富裕層のボリュームゾーンが拡大し、消費水準が高まるアジアを中心とした海外に目を向けた日本のフードサービス産業及び関連産業への取組みも進んでいる。

一方、JF 会員企業を対象とした調査では、海外出店に取り組む割合は約 3 割に止まり、残りの 7 割は、海外出店に取り組んだものの成功に至らない、あるいは、これまで海外出店への経験等もないとの回答を得た。海外進出にあたっては、メニューの現地化、食材調達現地化、従業員の現地化、経営の現地化等の課題もまだ多く山積している。

従って、これらの様々な問題解決を図り、日本の外食企業への活力と会員企業の積極的な海外市場への出店を促進させるため、外食等関連企業からの問い合わせ等に対応できる海外情報センター機能を構築する取り組みを行う。

(2) 世界市場に出て行く外食企業の育成がいよいよ必要とされる時代となった。

2015 年(平成 27 年)5 月から開催される食をテーマとしたミラノ万博、また、2020 年(平成 32 年)の東京オリンピック・パラリンピックの開催が決まり、選手や観客など世界のあらゆる国々から多くの外国人の来日が見込まれ、日本も大きく国際化へと舵を切る。外食産業の分野でも様々な場面での国際交流や人材交流の機会が拡大することが予想される。

JRO (NPO 法人日本食レストラン海外普及推進機構)との連携により、日本食レストラン及び関係ネットワークを通じて、レストランのみならず食品製造業、食品流通業、厨房機器産業等とが共同して、日本食及び日本食文化の一層の普及と国産食材・食品の輸出の促進を図る。

また、海外のレストラン関係団体等との情報交換・交流を通じて、日本の外食産業及び農畜水産業が海外展開するための役割や可能性等を探り、グローバル化への取り組みの一層の充実を行っていく。

そのため、国内外でのシンポジウムを開催するほか、外食産業のグローバル化促進に向けた、食材調達や製造加工の新たな拠点となり得るアジア、北米地域での先進的な食品産業、外食産業の現地視察等を実施する。



## V 外食産業における外国人労働者の受け入れに取り組む

(1) 我が国における少子高齢化は、予想以上のスピードで進んでいる。高齢化と人口減に拍車がかかり、総人口のうち、65歳以上の占める割合が2005年に20%を超え、2013年には25.1%と、総人口の1/4が65歳以上となり、少子高齢化の進行、人口減による労働力不足が深刻な状況となっている。

外食産業における人手不足は、慢性的であり、外食各社は不断の努力でこれまで正社員の採用、パート・アルバイトの確保に取り組んできたが、急速な少子高齢化の影響は容赦なく業界にも押し寄せ、人材確保は深刻な事態に陥っている。

(2) こうした中、先般、政府は建設業で外国人を技能実習生として、受け入れを拡大する緊急措置を決定し、さらに介護・生活関連サービス業・製造業・農林水産業でも外国人労働者の受入を拡充しようとしている。

一方、外食産業はこれまで、外国人労働者の受け入れ対象とはなっていなかった。その理由の一つに、外食産業における店舗業務は単純労働にあたるとの誤った解釈がある。しかしながら、日本の外食産業が持つ創造性、衛生管理、おもてなし文化などは、まさに店舗業務によって支えられており、店舗マネジメント業務は極めて創造性に富む知的業務である。

協会は、1990年(平成2年)5月に、「外国人雇用に関する外食産業からの提言」を発表、外国人労働者を受け入れるための具体的な実施プログラムを示したが、前述の理由等により実現に至っていない。

(3) 今や、海外における日本食レストランの普及はめざましいものがあり、欧米などの先進諸国にとどまらず、経済成長で豊かになったアジア諸国においても顕著である。日本の外食企業も海外に進出し、多店舗展開に向けた取り組みを行っている企業も年々増加している。外食産業の持続的な成長のためにも海外展開は不可欠といえる。

そのために、外国人労働者を受け入れ、日本の外食店舗で研修を実施し、一定の研修期間を経て彼らが本国に戻り、現地の日本食レストランあるいは日本の外食企業が現地で店舗展開する際、まず店長、マネージャーとして活躍できるようにすることは極めて重要である。

外国人労働者の受け入れのために、日本語学習、店舗業務についての技能、知識水準を満たし、日本への好印象を持って本国に帰れるよう取り組むことは、日本の外食企業が海外進出する上でも、また開発途上国の人材育成にとっても双方のメリットとなり、まさしく、日本の成長戦略にも合致する。

日本の少子高齢化、労働人口の減少を踏まえ、外食産業における外国人労働者の受け入れを図るため、当面、外食産業を外国人技能実習制度の対象となるよう働きかけ、さらに入管法の改正に向けた取り組みを行う。

## 2014年度のJF戦略

一般社団法人日本フードサービス協会

〒105-0013 東京都港区浜松町1丁目29番6号

浜松町セントラルビル10階

TEL 03-5403-1060 FAX 03-5403-1070

ホームページ <http://www.jfnet.or.jp/>



平成26年5月9日

# 一般社団法人 日本フードサービス協会

## 平成26年度 役員名簿

### 【会長】

㈱モスフードサービス 代表取締役会長兼社長 櫻田 厚

### 【副会長】

サトレストランシステムズ㈱ 代表取締役兼執行役員社長 重里 欣孝

㈱小嶋屋 代表取締役社長 小林 均

㈱人形町今半 代表取締役社長 高岡 慎一郎

㈱トリドール 代表取締役社長 粟田 貴也

㈱壹番屋 代表取締役社長 浜島 俊哉

ロイヤルホールディングス㈱ 代表取締役社長 菊地 唯大

㈱ケイコーポレーション 代表取締役社長 恵谷 龍二

㈱三ツ星レストランシステム 代表取締役 谷川 富成

康正産業㈱ 代表取締役 肥田木 康正

### 【顧問】

㈱奥住マネジメント研究所 取締役会長 奥住 正道

### 【専務理事】

関川 和孝

### 【理事・特別顧問】

加藤 一隆

### 【理事】

㈱一六 代表取締役社長 玉置 泰

㈱柿安本店 代表取締役社長 赤塚 保正

がんこフードサービス㈱ 取締役副社長 小嶋 達典

㈱グリーンハウス 代表取締役社長 田沼 千秋

㈱クワイエット・レストラン・ホールディングス 代表取締役社長 岡本 晴彦

㈱サイゼリヤ 代表取締役会長 正垣 泰彦

㈱ジェイアンドジェイ 代表取締役社長 松山 勝幸

㈱ジェーシー・コムサ 代表取締役 CEO 大河原 毅

㈱すかいらーく 代表取締役社長 谷 真

株 ストロベリーコーンズ	代表取締役社長	宮下 雅光
株 セブン&アイ・フードシステムズ	代表取締役社長	大久保 恒夫
株 ゼン ショク	代表取締役社長	大石 重己
株 W D I	代表取締役	清水 謙
株 南部 家 敷	代表取締役社長	島 卷 治
日本 KFC ホールディングス 株	執行役員 社長	近藤 正樹
日本 マクドナルド 株	上席執行役員	青木 岳彦
株 ニューターキヨー	代表取締役社長	森 一 憲
株 ねぎしフードサービス	代表取締役社長	根岸 榮治
株 ハチバン	代表取締役社長	後藤 克治
株 ビーエム	代表取締役社長	青 沼 弘
株 平井料理システム	代表取締役	平井 利彦
広 越 株	代表取締役社長	越 智 基 浩
株 フォーシーズ	代表取締役会長兼 CEO	浅野 秀則
株 フジオフードシステム	代表取締役社長	藤尾 政弘
株 マコト	取締役 社長	山 崎 峰 子
株 松屋フーズ	代表取締役会長	瓦 葺 利 夫
株 美濃吉	代表取締役社長	佐竹 力 總
株 三好野本店	代表取締役社長	若林 昭 吾
株 吉野家ホールディングス	代表取締役会長	安部 修 仁
株 リンガーハット	代表取締役会長兼社長	米 濱 和 英
ワ タ ミ 株	代表取締役社長	桑 原 豊
株 ワンダーテーブル	代表取締役会長	林 祥 隆

### 【 監 事 】

株 イク タ ツ	代表取締役社長	榎木 敏章
ふじ合同法律事務所	弁 護 士	岩 渕 正 樹
株 ホットランド	代表取締役社長	佐 瀬 守 男