

ミラノ国際博覧会 日本館出店 について

平成27年11月27日

株式会社 京樽

執行役員 商品本部長 小林進一

株式会社京樽について



社名	株式会社 京樽
設立	1950年(昭和25年)
資本金	1億円
本社所在地	東京都中央区日本橋3丁目13番5号
事業所	店舗数:国内329店舗(平成27年2月末現在) 工場 : 船橋工場(千葉県)
事業内容	フードサービス業
売上高	245億37百万円(平成27年2月期)



株式会社京樽について

● 沿革

- 1932年 3月 京都市下京区河原町松原に割烹料理店として創業。
- 1938年 3月 東京都中央区日本橋人形町に料亭「京樽」をオープン。
- 1950年 2月 資本金500千円をもって平安興業株式会社（現 株式会社京樽）を設立。
- 1951年 4月 当社の看板商品「茶きん鮓」を開発。
- 1968年 2月 日本初の本格的セントラルキッチンを稼働。
- 1984年 6月 東京証券取引所市場第1部へ上場。
- 1997年 1月 東京地方裁判所へ会社更生手続開始申立。
- 1997年11月 回転鮓「海鮮三崎港」1号店をJR目黒駅東口にオープン。



株式会社京樽について

● 沿革(つづき)

- 2001年 2月 1カン100円均一の江戸前鮨店「すし三崎丸」1号店をJR新小岩駅前にオープン。
- 2002年 4月 更生手続終結。
- 2007年11月 船橋工場、炊飯ラインでHACCP認証取得。
- 2005年 9月 ジャスダック証券取引所に上場。
- 2011年 7月 株式交換により、株式会社吉野家ホールディングスの完全子会社に。(上場廃止)
- 2014年12月 船橋工場、調理ラインでHACCP認証取得。
- 2015年 8月 ミラノ万国博覧会日本館フードコート出店。

株式会社京樽について

● 過去の海外進出

1979年 京樽ハワイコーポレーション設立。(解散)

1980年 京樽アメリカコーポレーション設立。(解散)

1984年 北京飯店との合弁会社「北京飯店京樽日本料理有限公司」

設立。(現存)

大阪万博 EXPO70

1970/3/14~9/13

● 万博出店について

1970年 大阪万博に出店。

1985年 つくば科学万博に出店。

1989年 横浜万博に出店。

2015年 ミラノ万博に出店。



京樽ブースについて

店舗切替工事の様子 : 7/31閉店後から8/1開店まで



7/31 23:45
機器搬出と設置
工事の真最中



8/1 7:22
機器設置終了
器具洗浄と仕込み

8/1 11:45
定時より15分遅れ
て開店



京樽のメニュー

伝統的な江戸前鮓とロール鮓、太巻き、いなり鮓などを詰め合わせ、お鮓の楽しさと美味しさを提供。



ロール鮓と江戸前鮓詰合せ
22€ (約2,970円)



江戸前鮓詰合せ
22€ (約2,970円)



ロール鮓詰合せ
22€ (約2,970円)



ロール鮓といなり鮓詰合せ
17€ (約2,295円)



茶きん鮓詰合せ
17€ (約2,295円)

	ロール鮓と江戸前鮓	江戸前鮓詰合せ	ロール鮓詰合せ	ロール鮓といなり鮓	茶きん鮓詰め合わせ
1日平均	363	128	149	112	11
期間合計	33,404	11,735	13,707	10,282	984

1€=135円

京樽のメニュー

米 : **国産米（コシヒカリ）を使用。**

兵庫県JAたじまの「コウノトリ育むお米」を使用

まぐろ : **完全養殖マグロ使用、日本から毎週空輸。**

プリミー社が熊本天草で養殖している本マグロ（天空まぐろ）

ブリ・鯛・鱈 : **国内養殖を加工し、毎週空輸。**

マグロと同じくプリミー社が熊本天草で養殖している魚類

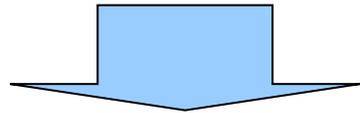
玉子焼、錦糸 : **日本から輸出出来ずに現地で入手。**

卵及び卵製品は全面的に輸出禁止、万博でも例外を認められなかった

食材輸出について

まぐろ、ブリ、鯛、鰹

マグロは柵加工、ブリ・鯛・鰹はフィーレ加工後冷凍し、毎週空輸。
株式会社ブリミーは、対EU輸出水産食品取扱施設として認定を受けている。



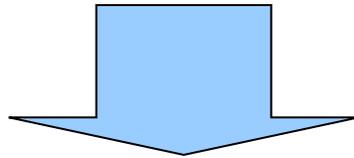
出荷までは超低温保管（ -45°C 以下）可能だが、イタリア到着以後通常冷凍設備しかなく、マグロの長期保管が不可能。超低温設備の導入も検討したが、極めて高額（別途許可も必要らしい）となるため断念。
ブリ、鯛も期間が長くなると色変わりが発生。

また、寄生虫対策で、生食用鮮魚は冷凍（ -20°C 24時間以上）が必須項目。

食材輸出について

国内加工品：いなり揚げ、干びょう、きくらげ等

茶きん鮫、海苔巻で使用する独特の食材については、現地で入手困難。
国内加工品に関しては、産地証明または放射線検査証明が必要。



干びょう、きくらげ、中具：福島県下の工場生産のため、すべて放射線検査証明を取得。

いなり揚げ：国産以外大豆を原材料とし、栃木県下の工場生産のため、産地証明書を入手。

包材について

食器ではなく、自然に帰る木材折を使用

シンゴン折(商品名エコウッド)



使用しているシンゴン材は学名「アルバシア・ファルカタ・シンゴン」という豆科の木で、同木材は3～5年で、高さ25～30m、直径25～40cmになり、地味の劣悪な土地でも生育できるよう品種改良した早成木。日本を含む東南アジアの広い地域で植林されている。シンゴン材は、建材、家具材としても幅広く使用されている。インドネシア産。

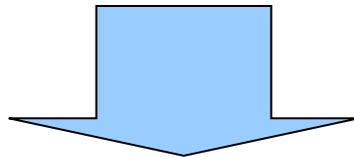
シンゴン折(エコウッド)の生産風景



包材について

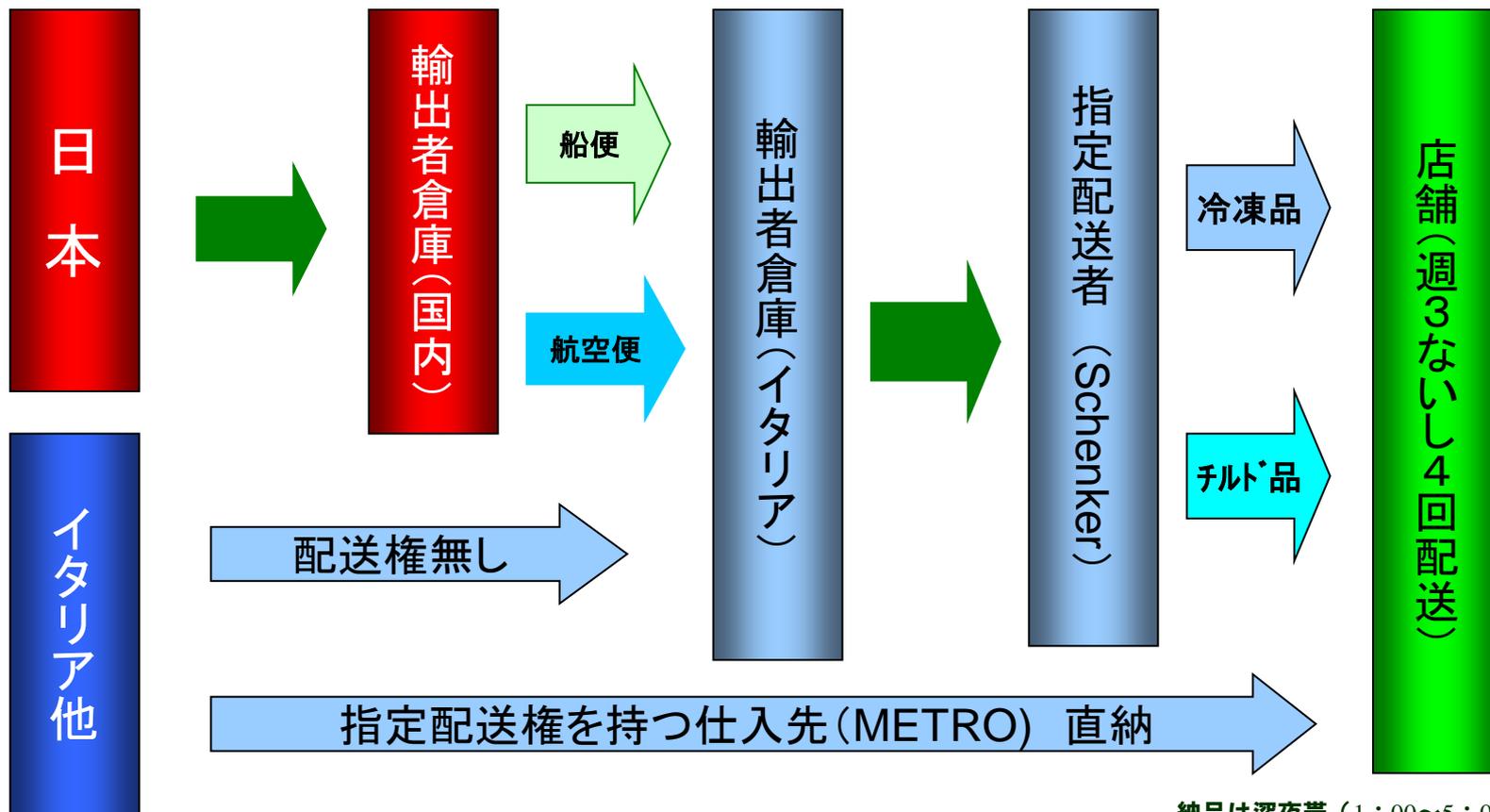
シンゴン折：インドネシア生産→日本→EU

折が日本製でないゆえ、日本での産地証明が取れず、一時輸出が出来ない状態に。(イタリア側の混乱も原因でその後通関)



インドネシア政府発行の産地証明、MSDS、材質証明、使用木材がワシントン条約のレッドリストにないことの確認等を準備。
最終的には、国内指定機関による溶出試験証明が必要となった。

物流について



納品は深夜帯 (1:00~5:00)
納品検品は必須

課題のまとめ

- 対EU輸出水産食品取扱認定施設
- 対EU適合機器の問題
- ロジスティクス・インフラの整備
- 人材確保(労働環境、条件等)



ご清聴に感謝いたします。

日本のおいしさと
おもてなし



株式会社モスフードサービス の海外事業展開について

2015年11月27日
株式会社モスフードサービス

会社概要

設立	昭和47年(1972年)7月21日
資本金	114億1284万円
代表者	代表取締役社長 櫻田 厚
従業員数	1,329名(連結)
売上高	66,310百万円(連結) 平成27年4月末現在

国内モスバーガー事業

フランチャイズチェーンによる全国展開
1,418店舗(加盟店 1,331、直営店 56)

他業態事案

「モスバーガー」以外の業態
(マザーリーフ、あえん、Chef's V、モスクラシック)
46店舗

モス(MOS)の名前の由来

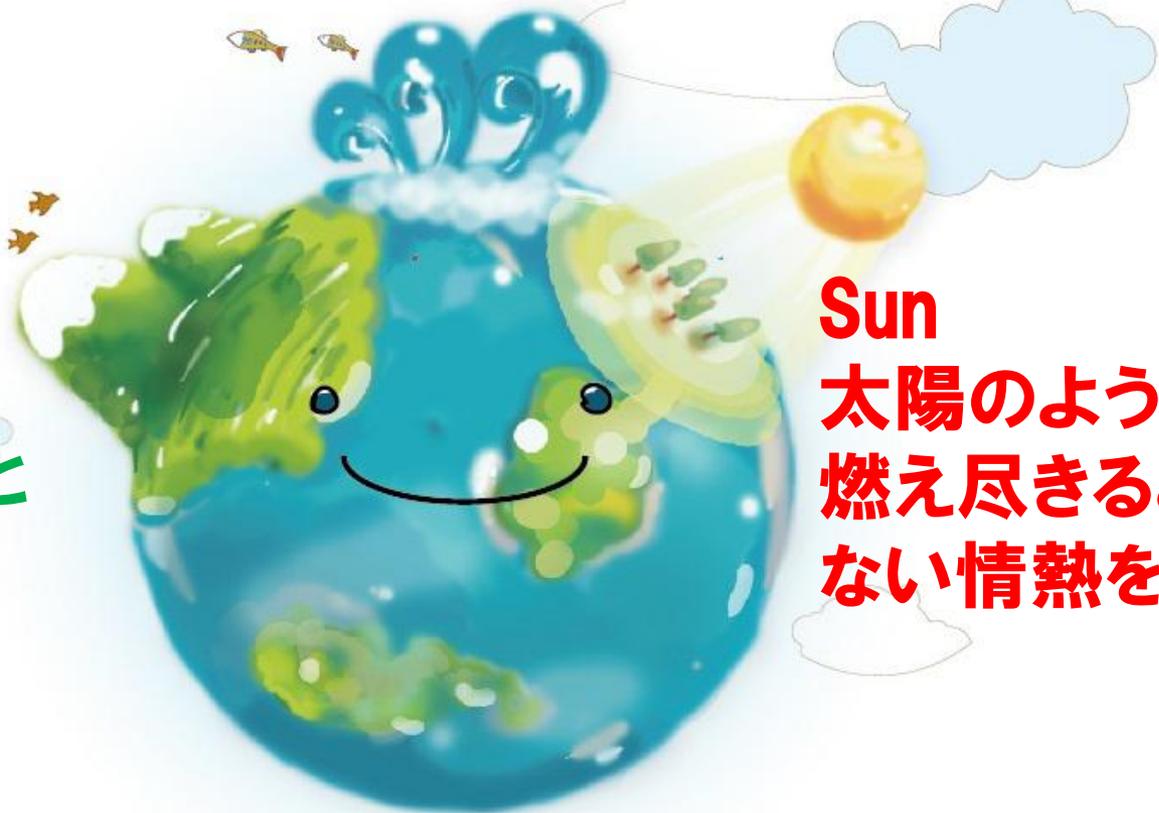
Ocean

海のように深く広い心で

Mountain
山のように
気高く堂々と

Sun

太陽のように
燃え尽きることのない情熱を持って



MOS Mountain Ocean Sun

経営理念・企業目標

経営理念

人間貢献・社会貢献

企業目標

食を通じて人を幸せにすること

モスバーガーが大切にしているもの

「アフターオーダーシステム」

お客様に作りたてのおいしさを味わっていただくため、注文を受けてから商品を作ります。

「日本の食文化を表現」

醤油や味噌といった日本の食材を使ったテリヤキバーガーや、米の消費拡大に貢献するライスバーガー等の商品を開発します。

「医食同源という考え方」

食べ物が人の身体を作っている、という考え方のもと、身体によい食材を求め続けます。

海外のモスバーガー店舗

合計322店舗

中国 17

韓国 10

台湾 240

タイ 6

香港 15

シンガポール 27

オーストラリア 5

インドネシア 2

2015年10月末現在

モスバーガーの代表商品



モスバーガー



テリヤキバーガー



とびきりハンバーグ
サンド「チーズ」



ホットドッグ



ライスバーガー
彩り野菜のきんぴら



モスチキン

海外モスバーガーの商品



和牛きのこバーガー
(台湾)



ライスバーガー和牛
(台湾)



焼肉ドッグ
(台湾)



ライスバーガーつくね
(シンガポール)

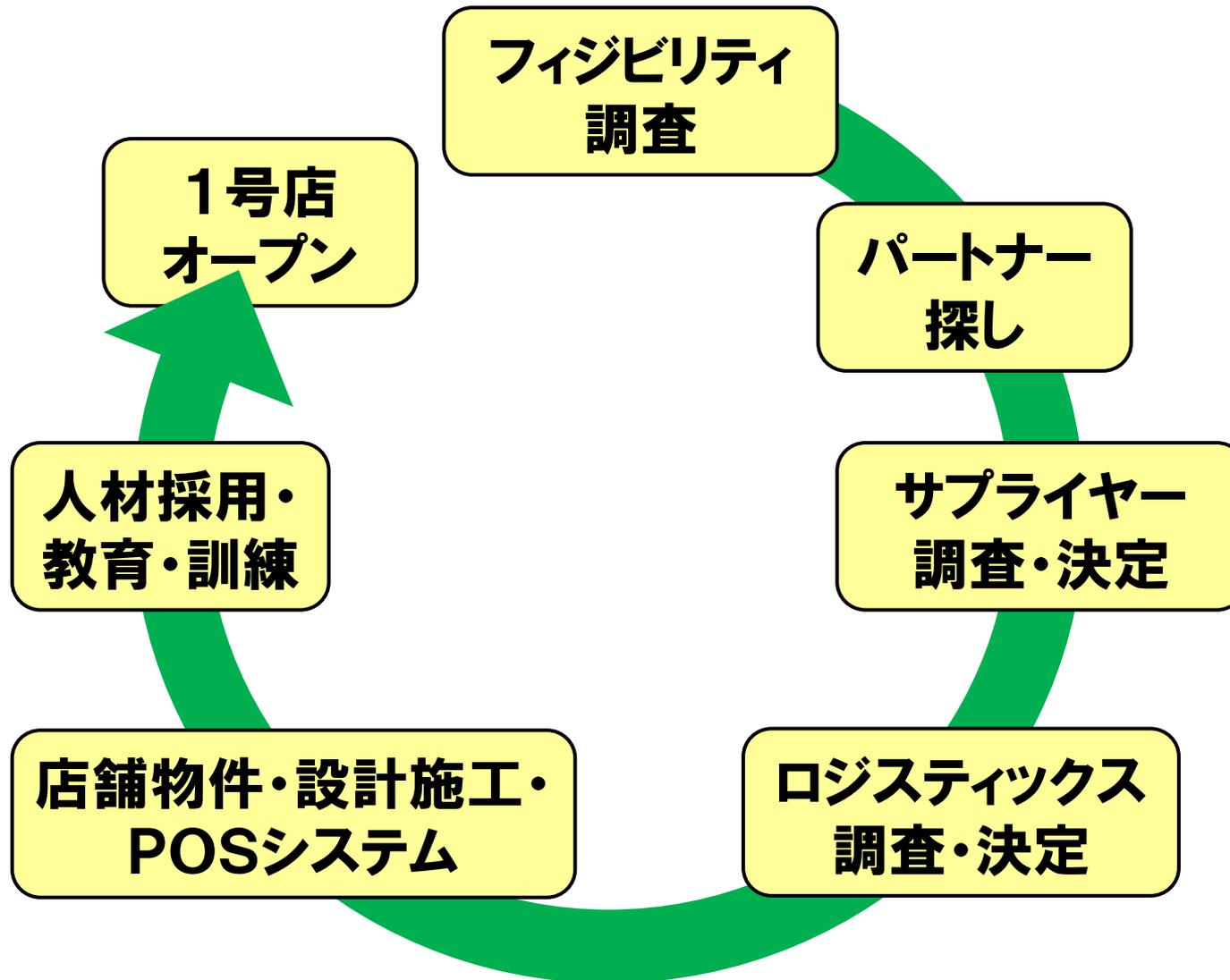


菜摘テリヤキチキン
(シンガポール)



和牛バーガー
(韓国)

海外出店の流れ



海外進出での課題①(フィジビリティ調査)

海外展開は、フィジビリティ調査から始まる

- **売上要素**: 経済の豊かさ、外食の市場規模、商品の受容性
- **投資コスト**: 利益、投資のしやすさ、規制
- **事業の継続性**: カントリーリスク(政治、宗教)
- **契約内容**: 新規参入基準、契約書、撤退基準

事前の日本国内での調査通りにいかないことも想定しておくべきである。

海外進出での課題②(メニュー開発)

- 原材料のサプライソース開発
- サプライヤーの力量
- 日本との嗜好の違い
(食文化、習慣、味覚、ボリュームなど)

海外進出での課題③(食品輸入)

- **食肉等の輸入が禁止・制限される場合が多い。**
- **日本からの輸入で品質の維持はできるが原価高になる。**
- **輸入許可を取るのに長期間を要することがある。**

海外進出での課題④(サプライヤー)

- 進出初期は生産量が少なく、製造を受けてくれるメーカーが限られる。
- 日本と規格基準が異なり、日本と同等な検査体制が取れない場合がある。
- 監査精度が低くなりがちで、かつ時間もかかる。

海外進出での課題⑤(店舗スタッフの教育)

- **言葉の違いの壁**
- **自己主張が強い**
- **仕事への取り組み姿勢の違い**

海外進出での課題⑥(その他)

- **日本と同様の品種・安心安全な野菜を入手することが難しいケースが多い。**
- **商品価値につながる原材料が無いまたは品質が満たされないケースがある。**
- **冷凍と常温の配送のみで、チルド配送がまだ整備不十分な国がある。**

まとめ

**多店舗展開する外食チェーン店は、
「システム産業」**

アイテム毎に

産地→製造加工→輸入→問屋→店舗

という流れのシステム構築が必要



時間・労力・コストの負担が大きい

経営理念

人間貢献・社会貢献

企業目標

食を通じて人を幸せにすること

ご清聴 有難うございました。



日本のおいしさと
おもてなし



フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）

第5回 国際標準に関する勉強会（物流）

日 時：平成28年2月1日（月曜日） 14:00～17:30

場 所：中央合同庁舎4号館12階 第1219-1221会議室

議事次第

1. 開会挨拶

横田室長

(一部)

2. メコン地域における物流事情について（資料3）

日本貿易振興機構（ジェトロ）海外調査部アジア大洋州課 水谷 俊博課長代理

3. 物流・保管における食品安全への取組の現状と課題について

1) 今こそ、日本の食を海外に！美味しく運ぶ最新事例～安全で高品質な日本食を世界へ～（資料4）

日本通運株式会社海運事業支店事業統括部（物流開発） 西重 学課長

2) キューピーのロジスティクスにおける食品安全への取組の現状と課題（資料5）

キューピー株式会社執行役員ロジスティクス本部 藤田 正美本部長

4. 休憩

(二部)

5. 食品安全マネジメントに関する規格・認証スキーム構築の状況について（資料6）

株式会社三菱総合研究所 宮崎 昌主任研究員

6. 閉会挨拶

7. 事務局連絡

配布資料

- 資料1：第5回国際標準に関する勉強会 次第（本紙）
- 資料2：第5回国際標準に関する勉強会 参加名簿／座席表
- 資料3：講演資料（日本貿易振興機構（ジェトロ）様）
- 資料4：講演資料（日本通運株式会社様）
- 資料5：講演資料（キューピー株式会社様）
- 資料6：講演資料（株式会社三菱総合研究所様）

アンケート