

# メニューアイデア

## MENU IDEA

May 2024 5

### アフターコロナの事業所給食特集

- 1 味の素(株) 社員食堂
- 2 亜細亜大学 学生食堂

### 給食業界の入社式特集

入社式レポートと新入社員に関する統計資料

### 高齢者食特集

#### ■ メディケアフーズ展の展示概要

#### ■ 注目セミナー

- ① 高齢者糖尿病の食事療法
- ② UDFを使ったペースト食の新調理法ご提案
- ③ 新調理システムで赤字脱却はできるのか?
- ④ 10年後の地域医療・コミュニティケアのカタチ

#### ■ ケアフード展にLEOCと三井物産が出展

### 注目記事

- ・ 甲信食糧のGX工場、「環境負荷低減」と「魚の旨味を引き出す」に注力
- ・ 学校給食甲子園出場タッグが語る、学校給食調理の面白さと後進へのメッセージ

### 連載企画

- ・ 「給食サービス企業のリーダーたち」  
株式会社LEOC 専務執行役員 渡邊祐也 氏
- ・ 給食現場にすすめたいアイデアレシピ
- ・ 北原グループによるエッセイ  
「終わりなき“非日常”を楽しく美味しく生き抜くには?」
- ・ 「時の話題 ～食品製造の衛生管理と課題～」
- ・ 『日本山川放浪記 ～給食業界に伝えたい魅力の旅～』
- ・ コラム「記者の目」



「若鶏の唐揚げ」小麦・卵・乳原料不使用

※本商品の製造工場では、小麦・卵・乳成分を含む商品を製造しております



「国産鶏レモンバジルナゲット」小麦・卵・乳原料不使用

※本商品の製造工場では、小麦・卵・乳成分を含む商品を製造しております

味の素冷凍食品のアレルギー配慮製品は、  
給食現場の業務効率化を実現!安全でおいしく、満足度向上も

▶ 67ページ



給食サービス企業各社、  
大規模イベントで新入社員を歓迎  
→ 詳しくは19ページ

# メニューアイデア



給食サービス企業の  
入社式特集

2024年5月号

C O N T E N T S

- 08 花王プロフェッショナル・サービス(株)から発売中  
高い洗浄力を持ちながら、環境と人手不足対応に貢献する「アクシャルニュースター中性濃縮」

## アフターコロナの事業所給食特集

- 10 給食施設訪問レポート“素晴らしい給食”  
01 味の素株式会社 本社食堂  
出社する社員の60%以上が足を運ぶ食堂のおいしさと健康へのこだわり
- 14 給食施設訪問レポート“素晴らしい給食”  
02 亜細亜大学 学生食堂「ASIA kitchen」  
おいしさを保ちながら食材費高騰や食品ロスへの対応を
- 16 昼食の統計情報



## 給食業界の入社式特集

- 20 グリーンハウスグループ 「五感で感じる」をテーマに入社式、ウェルカムコンサートで新入社員の門出を祝福
- 22 日清医療食品 全国各拠点をオンラインでつなぎ、新社員同士の絆を育む
- 24 エームサービス オリジナル謎解きワークやスポーツ栄養クイズで企業理解を深める
- 25 シダックスグループ 入社式に公式食育キャラクター「モグちゃん」が登場!
- 26 食品メーカーの入社式  
キューピー高宮社長「大切なのは、“自己実現”と“期待役割”」  
ニチレイ大櫛社長「大きな変化を体験してきた世代、変化への対応に期待」  
テーブルマーク松田社長「当事者意識を持ち、成長を意識して日々の行動を」  
ニッスイ浜田社長「失敗は恥ずかしいことでも格好の悪いことでもない」  
極洋 井上社長「従業員の幸福が必要不可欠」
- 29 入社式・新入社員の統計情報



## 流通のページ

- 36 甲信食糧、日本アクセス、日本外食流通サービス協会

## 学校給食のページ

- 38 「学流協の推奨品」の普及実績、1億1700万食に到達 / 学流協総会
- 40 学流協・会員研修会 「成長期の食事と学校給食の役割」
- 42 埼玉県所沢市 山田雅士学校給食調理員と小林洋介栄養教諭 インタビュー  
学校給食甲子園出場タッグが語る、学校給食調理の面白さと後進へのメッセージ



## 高齢者食特集

- 50 高齢者食と介護食の専門展示会 メディケアフーズ展2024 注目展示・セミナー紹介
- 52 セミナー1 高齢者糖尿病の食事療法 ～糖尿病とサルコペニアの関連～
- 53 セミナー2 UDFを使ったペースト食の新調理法ご提案 ～加水ゼロ式調理法と手元調整の活用～
- 54 セミナー3 新調理システムで赤字脱却はできるのか? ～セントラルキッチンの可能性とは～
- 55 セミナー4 10年後の地域医療・コミュニティケアのカタチ
- 56 ケアフード東京にLEOCと三井物産が出展  
人手不足とコスト高に完全調理済食品導入を提案



# !! 次号6月号〈予告〉

- 働き方改革特集
- JFSA 特集
- 決算情報

日本で唯一の給食総合誌「月刊メニューアイデア」 業界必須の情報が満載!この機会に年間購読をぜひどうぞ。

## 給食現場におすすめしたい アイデアレシピ《夏メニュー》

- 44 ゴーヤの肉詰め 照り焼きソース  
香り野菜の混ぜご飯
- 45 夏野菜のイタリアンぶっかけラーメン  
白身魚のセビーチェ
- 46 なすとししとうのそぼろ炒め  
冬瓜の皮の金平
- 47 なすとトマトのマリネ  
オクラと長芋の梅ポン和え
- 48 キムチ玉子スープ  
マスカットのタルトレット



ゴーヤの肉詰め 照り焼きソース



香り野菜の混ぜご飯



夏野菜のイタリアンぶっかけラーメン



白身魚のセビーチェ



なすとししとうのそぼろ炒め



冬瓜の皮の金平



なすとトマトのマリネ



オクラと長芋の梅ポン和え



キムチ玉子スープ



マスカットのタルトレット

## ニュース ア・ラ・カルト

- 62 ・日本メディカル給食協会、治療食コンテンツ二次審査出場 16社を決定  
・適正価格形成協議会、価格形成の仕組みやコスト構造を調査検証へ / 農水省  
・TDB、2023年度「飲食店」の倒産動向調査を発表 802件で過去最多
- 63 ・食の制限ある人の約7割が、初対面の食事会にストレス/テーブルマーク調査

## シリーズ

- 35 時の話題 ～食品製造の衛生管理と課題～ 食品安全教育研究所 代表 河岸宏和  
[04] 紅こうじ問題からの学び
- 57 「給食サービス企業のリーダーたち」  
[07] (株)LEOC 営業統括 専務執行役員 渡邊祐也 氏
- 58 終わりなき“非日常”を楽しく美味しく生き抜くには? 管理栄養士 田丸瑞穂  
[25] 時代とともにヒトも変わり“日常”も変わる
- 61 記者の目 ～食品業界の注目トピックや課題に対する記者の思い～  
Vol.67 病院の食事 30円値上げは適正か?
- 64 日本山川放浪記 ～給食業界に伝えたい魅力の旅～  
[03] 歴舟川3本の旅三昧 富澤和彦



親子丼



料理教室の作品

## 表紙の献立

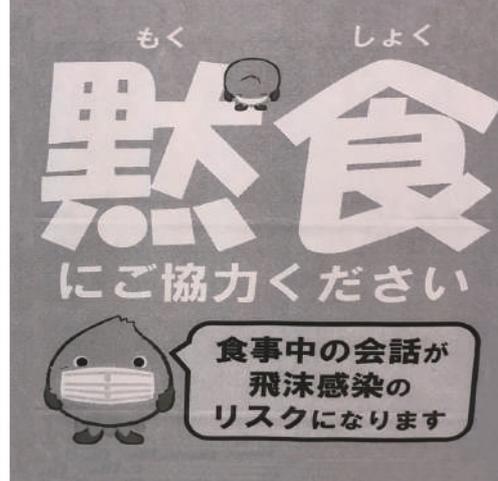
- 67 味の素冷凍食品の食物アレルギー配慮製品は、  
給食現場の業務効率化を実現!  
安全でおいしく、満足度向上も



## 2021年初頭の都内大学食堂

テーブルがアクリル板で仕切れられ、壁には黙食のポスターを掲示。

新型コロナウイルス感染症により大学は休校を余儀なくされ、食数も減少。



## アフターコロナの事業所給食特集

新型コロナウイルス感染症拡大で、社員食堂や大学食堂など事業所給食のマーケットは縮小してしまっただが、コロナがようやく落ち着き、従来の風景が戻りつつある。都内社員食堂及び大学食堂を訪問し、おいしくて健康に配慮された食事提供や環境負荷軽減など、“素晴らしい給食”をフォーカスする。



## 2024年 初頭の都内大学食堂

アクリル板や黙食のポスターは外され、学生たちの距離も縮まり笑顔が飛び交う。食数も回復。



月刊誌で定期的にも実施してきた「物価高騰でも給食の維持・継続を！」特集では、食材費高騰を中心に現場の方々の創意工夫などを聞いてきた。今回から「素晴らしい給食」と特集名を変えて、現場の優れた献立、課題への対応などを広く紹介する。

## 給食施設訪問レポート “素晴らしい給食”

### 01 味の素株式会社 本社食堂

出社する社員の60%以上が足を運ぶ食堂のおいしさ与健康へのこだわり

味の素(株)は3月11日、経済産業省と東京証券取引所から「健康経営銘柄2024」に選定された。社員の栄養改善に向けた取り組みなどが評価されたもので、味の素本社社員食堂での取り組みもその1つだ。味の素(株)本社には毎日550人ほどが出社しており、そのうち6割以上が食堂を利用している。社員の健康に与える影響は大きく、本食堂はどのように利用者の健康に貢献しているのか。味の素本社社員食堂を訪問し、献立を作成しているコンパスグループ・ジャパン(株)の児玉あゆ美管理栄養士と、現場責任者の松尾秀文店長に話を聞いた。健康に配慮したメニューの提供をはじめ、献立・調理のこだわりや、食品ロスや脱プラスチックに向けた取り組みなども紹介する。



左から、コンパスグループ・ジャパン(株)の松尾秀文店長、児玉あゆ美管理栄養士

#### 味の素(株)の健康経営に向けた取り組み

味の素(株)が「健康経営銘柄」の認定を受けたのは6回目。これまで、職場の栄養改善やセルフケアの維持向上のための施策を展開してきた。例えば、2018年10月に味の素グループの従業員専用WEBサイト「My Health」を開設し、社員の健康増進を図っている。従業員は、健康診断や生活習慣データなどから個人の健康状態が可視化できる仕組みだ。

#### 飽きずにおいしい「My Healthランチ」

健康経営に向けた取り組みの1つに、国内5ヶ所にある味の素(株)の社員食堂で提供する「My Healthランチ」がある。「おいしく食べて健康プラス」がコンセプトで、味の素グループ製品の使用と、タンパク質20g以上、野菜120g以上、食塩相当量3g以下を満たす献立が特徴。各食堂は、この決まりにしたがいが、オリジナルのメニューを提供中だ。

#### 「味の素本社社員食堂」の給食提供情報

- ① 運営方式：完全委託方式
- ② 給食サービス企業：コンパスグループ・ジャパン(株)
- ③ 給食従事者数：10名  
※管理栄養士1名、調理師2名、調理補助7名
- ④ 営業時間：11時30分～13時半
- ⑤ 平均食数：1日当たり350食

「味の素本社社員食堂」では「My Healthランチ」として、主食に汁物や小鉢、デザートが付いた定食メニューを毎日1種類提供している。

児玉管理栄養士は「健康的なメニューには、物足りないイメージがある。本食堂では、おいしく、毎日食べても飽きずに満足できる『My Healthランチ』を目指している」と語った。

献立について尋ねると、「マンネリ化を防止するために2ヶ月間毎日別のメニューにしている」と児玉管理栄養士は語った。たとえ同じ肉を使用する場合もソースの種類を変えることをはじめ、魚料理であればサバの塩焼きや赤魚の西京漬けなど、多彩なバリエーションを用意することで、毎日食べても飽きずに満足できるメニューを目指している。

食材面でこだわっている点を尋ねると「利用者の方々には、いろいろな食材から栄養をとってほしいと思っている」と語り、「食材が多彩になるほど、自然と料理全体の彩りが良くなる」と述べた。彩りと言えば、春にはソラマメやインゲンをトッピングするなど、旬の野菜を使用することで季節感を演出するという。

児玉管理栄養士は「旬のフレッシュな野菜は生の状態で入れることを意識している。そうすることで、おいしさを感じながら噛む回数が増えて満腹感が自然に増す」と生野菜を食べる健康面のメリットをあげた。また、野菜だけではなく果物も、3月から4月が食べごろの苺や、秋が季節の柿などを、時期に合わせて提供することで、季節感を感じてもらえるようにしている。

健康面の工夫を聞くと、味の素(株)の人事部からの提案で、「My Healthランチ」の主食の米飯には低カロリーで玄米の栄養とごはんのおいしさを両立した「ロウカット玄米」を使用しているという。また、減塩に向けた献立の工夫点を尋ねると、「みそ汁であれば、昆布と鰹だしの合わせだしに少量の味の素を加えることで、塩分の多い味噌の使用量を減らしている」と具体例をあげた。

## 食堂利用者

### 「『My Healthランチ』のレシピが知りたい」

利用者の反応はどうか。数字から見ると、1日の平均食数350食のうち、200食ほどが『My Healthランチ』で、半分以上を占める。

利用者の声を児玉管理栄養士に聞くと、「顔を合わせた時に直接意見を言ってもらえる機会が多い」と語った。内容は、「みそ汁がおいしかった」とおいしさを評価する声はもちろん、「この料理のレシピが知りたい」「家の料理にも活かしたい」など、「My Healthランチ」が従業員の食や健康への関心につながっていることを示す内容もあった。また、男女を問わず、血圧や塩分摂取量といった健康課題に関連する質問や感想もあるという。

児玉管理栄養士は「中には、素直に味への意見を言ってくれる方もいる。個人の嗜好はあると思うが、意見はできる限り献立の改善に活かしている」と語った。

## 手間を惜しまないメニューづくり

「My Healthランチ」以外のメニューはどうか。1日のメインメニューは4点ほどあり、その他に小鉢やデザートなどがある。献立のこだわりを児玉管理栄養士に尋ねると「毎日足を運んでもらえるように、レストランで食べたメニューなどを参考にしながら、新しい献立づくりに挑戦している」と語った。具体例を尋ねると、東南アジアで親しまれているスパイスの効いためん類のカオソーイなど、日本で聞ききれない料理も提供するという。児玉管理栄養士はメニュー作りについて「松尾店長と協力しながら、おいしさを再現している」と述べた。

松尾店長に話を聞くと、「まずは、児玉管理栄養士と本物を食べにいて味を知ることからだ。その後、使用する食材を調べて、手間ひま惜しまずに作る。試作品は、2人で試食してからより良いものに作り直す。トライアンドエラーを繰り返して皆さんに提供している」とメニューができるまでを語った。



食堂受け渡し口



東南アジアの料理のカオソーイ



鯖と春野菜のブルブラン

時には、おいしさの再現をこえて、食べた料理をさらにおいしく改良する。児玉管理栄養士は「以前、地方でホルモン焼きうどんを食べた時、味はおいしかったが、食堂で出す場合はホルモンを変えればもっと利用者に喜んでもらえると思ったため、アレンジしたところ更においしくなり好評だった」と胸を張った。

その他、コンパスグループ・ジャパン(株)が全国で展開するイベント食も提供する。例えば、3月26日には「横浜大飯店監修 鶏肉と茄子の味噌炒め」を提供。有名店とのコラボレーション企画で、目を引くイベントにしている。

また、健康的な食材を選ぶ工夫も欠かさない。例えば、通常メニューで使う白米には、食後の急激な血糖値の増加を抑制する食物繊維の難消化性デキストリンを配合している。希望があれば「ロウカット玄米」への変更も可能だという。

### 「アジパンダ<sup>®</sup>」をかたどった特製デザート<sup>®</sup>の提供も

メインメニュー以外には、行事などに合わせて提供する手づくりのスイーツやお菓자에特色がある。直近では、ひな祭りの日に合わせて特製のアイシングクッキーを提供したという。味の素(株)公式キャラクター「アジパンダ<sup>®</sup>」をかたどったデザートもある。バレンタインデーには特製チョコレートを提供した他、ハロウィンの時期には「アジパンダ<sup>®</sup>」が魔法使いに扮したクッキーを添えた特製パフェも登場した。

児玉管理栄養士は「デザート類は、利用者と話すきっかけにもなるので、やりがいになる。おいしい

と喜んで下さる方が多く、これからも見て楽しいスイーツを提供したい」と語った。

### 松尾店長の調理へのこだわり

「味の素本社社員食堂」は調理にもこだわりがある。児玉管理栄養士は「ラーメンのスープで言えば、鶏ガラともみじを使用した、1から作る特製スープだ。どうしても塩分量が多いので、全部飲み干してほしいとは言いにくい、自慢の一品だ」と実例を語った。

また、「店長特製！角煮カレー」は手間を惜しまず、松尾店長の心がこもった一品だ。作り方を尋ねると「角煮に使うバラ肉は、下ゆでから味付けまでを全て食堂の厨房で行い、カレーのルーもスパイスの配合からはじめる。その後、きつね色になるまでじっくり炒めた玉ねぎの他に、セロリやニンジン、にんにく、ショウガも炒める。ここまでの作業だけでも2時間ほどかかる」と調理時にかかる手間とこだわりを述べた。

### 健康でおいしい料理を作るために必要なこと

次に、厨房内の連携模様について尋ねた。松尾店長は「レシピ通りに作るのが基本だ。料理イメージを共有してオーダーにあったものを作っている」と述べた。児玉管理栄養士も「同じく、自分で考えていることを伝えるためにコミュニケーションは欠かせない」と語った。続けて「指定した分量にしたがって調理するのでも、調理師の腕次第で味は大きく変わる。調理工程だと、加熱温度や、仕込み時の切り方など、出来上がりを左右するポイントは多い。私は健康的で栄養バランスのある献立を考えるようにし



ハロウィン特製パフェ



バレンタインデーのチョコレート

ているが、1人では給食はおいしくならない。松尾店長のおかげでおいしく健康的な料理になっている」と調理が給食の仕上がりに寄与することを語った。

また、調理のオペレーションを見て柔軟に食材を変更することもある。児玉管理栄養士は「本来であれば、100%生の野菜を使用した料理を届けたい思いがある。しかし、大量調理はオペレーション面を考えながら、時間内に提供する必要がある。時には、調理の方と話し合っ、冷凍野菜を使用することで、調理負担がかかりすぎないようにしている」と調理従事者への配慮を語った。

### 脱プラとリユースカップで環境への配慮を

味の素(株)は健康経営の他に、食品ロス削減にも取り組んでいる。3月14日には、廃棄食品の悲しみが生んだ巨大怪獣「フードロスラ」が街を蹂躪するWEB動画を公開するとともに、余った食材を有効活用できるメニューを紹介することで、食品ロス削減に向けた啓発活動を行っている。

「味の素本社社員食堂」では食品ロスにどう向き合っているのか。調理時の食材廃棄を防ぐため、生のカット野菜を使用する他に、スープづくりの際に野菜くずなどを入れているという。児玉管理栄養士は「社員食堂は出社状況によって提供数が変わるので、細かい調整が必要だ。その中で余ってしまった豚肉や鶏肉を特製カレーの具にするなどの工夫で、食材廃棄を防いでいる」と述べた。



デザートカップの再利用について揭示

食品ロスに限らない、環境面の取り組みもある。ペットボトルで販売していたお茶や水を紙パックに置き換えた。さらには、食堂で提供するコーヒーの容器をリユースカップにして、容器の廃棄量をゼロにした。カップの戻し口は食堂以外に、社内の各階に設置することで従業員の利便性を損なわない配慮もしている。

児玉管理栄養士は「味の素(株)の方から、リユースカップを使ってほしいと提案があったのがきっかけだ。運用当初は、ふたを閉める際に液漏れが起ってしまったこともあったものの、ポスターや口頭で使い方を周知した」と工夫点を語った。

### 児玉管理栄養士

#### 「味の素(株)と連動した取り組みをしたい」

最後に今後力を入れたいことを聞いた。児玉管理栄養士は、「これまでも厚生労働省が定めた1日350g以上の野菜摂取を応援する味の素(株)のプロジェクト『ラブベジ®』に連動したメニュー提供などをしてきた。これまで以上に食堂として、味の素グループの健康経営に向けた取り組みに協力したいと思う。コラボレーションしたメニューを食べた皆さんが、健康に関心を持ってもらうのが理想だ」と笑顔を見せた。

また、食材面については「魚メニューに力を入れたい」と語った。「健康面がウリの『My Healthランチ』でも、肉料理は1日平均で180食から200食ほどだが、魚は150食ほどで、肉ほど人気がない。おいしい食材と調理で、利用者の皆さんに喜んで食べてもらえるメニューをラインアップに加えたい」と述べた。

## 02

## 亜細亜大学 学生食堂「ASIA kitchen」

おいしさを保ちながら食材費高騰や食品ロスへの対応を

「ASIA kitchen」は、東京都武蔵野市の亜細亜大学武蔵野キャンパスにある学生食堂だ。2023年4月17日のリニューアルにともない、銀座スエヒロカフェテリアサービス(株)が運営全般を受託している。外食店のようなおいしさと多彩なメニューが自慢の「ASIA kitchen」は、食材費高騰への対応や食品ロスの削減などにどう取り組んでいるのか。同社の商品企画室で献立作成などを行っている関根美奈子栄養士に話を聞いた。合わせて、現場で食堂運営の責任者を務める亜細亜大学事業所チーフの新藤正芳調理師には、大学の食堂運営で苦労したことなどを聞いた。

### 食材の大量購入で、高騰対策を

はじめに食材費高騰の現状を関根美奈子栄養士に聞いた。「学生が喫食されるので販売価格を上げにくい現状がある。食材が高騰する中でも、去年の4月から価格帯を維持している」と語る。



食堂の受け渡し口

具体的な対策を尋ねると、関根栄養士は「当社の全事業所は、ある程度共通したメニューで食事を提供している。そのため、自社のセントラルキッチンで同じ商品の発注がかかり一括購入することで、調達費を削減している」と述べた。また、献立に使用する食材数を絞り、さらなる食材費の削減をしている。鶏肉を使用するメニューであれば、唐揚げの他に、醤油酵母に漬けて込んで調理するなど、多彩な料理を展開することで、購入する食材数を減らしながらマンネリ感のない献立にするという。

また、食材費高騰の中でも、学校側からの補助金により、一部のイベント食を安価に提供している。例えば、学生が考案した献立を提供する「学食フェ

### 「ASIA kitchen」の給食提供情報

- ① 運営方式：完全委託方式
- ② 給食サービス企業：  
銀座スエヒロカフェテリアサービス(株)
- ③ 給食従事者数：26名前後  
※調理師1名、調理補助25名
- ④ 営業時間：11時40分～14時15分
- ⑤ 平均食数：1日約500食

ア」は、学友会からの支援で、300円でご当地メニューや季節感のあるメニューを届けている。他には、学生の父母からなる亜細亜学園後援会の支援による「鉄板フェア」では、ライス・スープ付きのステーキを300円で販売した。

### 外食店のような給食提供を

続けて、献立作成時にこだわっていることを聞いた。関根栄養士は「安心・安全と並び、外食店のようなおいしさを意識している」と胸を張った。具体的な工夫点としては、煮込み時間が必要なデミソースなどはセントラルキッチンで作ったものを各現場に届ける一方で、作りたてがおいしい唐揚げなどは各事業所で調理するという。



左から、銀座スエヒロカフェテリアサービス(株)の関根美奈子栄養士、新藤正芳調理師



にんにく醤油の唐揚げランチとデザートプリン(写真右上)



山菜と鶏小間の和風スパゲッティ

外食店のようなメニュー数の多さも特徴で、1日平均15メニューほどを提供している。また、「ASIA kitchen」ではシズル感の演出のため、最後の仕上げを鉄板グリルで行い、食べ盛りの学生の食欲を刺激している。

### 大学の食堂運営で大変だった点

現場で責任者を務める新藤正芳調理師に学生からの評判を尋ねると、「リニューアルしてからおいしくなった」など好評だという。一方で、オープン当初は大学の食堂ならではの苦労があったといい、新藤調理師は「会社員と違い、大学生は毎日登校するわけではないので、食数の予測が難しかった。傾向をもとにストックしておくこともできなかったのも、オープン当初はオーダーが入るたびに調理をしていた」と語った。続けて「水曜日と木曜日は食数が少なめなど、統計を取って傾向を把握した。調理をするときも揚げ物のストックが残り3人前になったら、作り始めるなど目安が分かってきた。来年からは、より円滑に調理ができると思う」と改善事例を語った。

また、関根栄養士は現場との連携について「現場ごとに様々な事情がある。おいしさだけにこだわってしまうと、手間と時間がかかってしまう。事業所の方々と相談しながら、負担になりにくいメニュー作成を心がけている」と献立作成時に配慮している点を述べた。

### 廃棄箇所の再利用と

#### システム導入で食品ロスの低減を

おいしい給食の提供と同じく注力していることに食品ロスの削減がある。新藤調理師によると、「野菜くずを煮込んで作るベジブロスをラーメンスープのだしに使い、廃棄箇所の有効活用と料理のおいしさ

を両立している。他には、だしガラの昆布やいり子を刻み、うどんなどのトッピング用に無料で提供している。かけると香りが引き立つので、さらにおいしく食べられると思う」と具体例を語った。

また、学生の利便性向上の目的で導入したメニュー表示システム「ChoicEat」も食品ロスの削減に一役買っている。これは、食堂の券売機上にあるモニターのみならず、スマートフォンなどからその日のメニューや、売り切れ情報を確認できるもの。関根栄養士は「日替りメニューを提供することもある食堂では、見本としてサンプル用に1食分を作り置きする必要があった。しかし、ChoicEatにアクセスすれば、写真ですぐに確認できる。これまでと違い、食べる人のいないメニューサンプルを作る必要自体がなくなった」とシステムの導入効果を説明した。

### 学生のニーズに合った様々な給食提供を

最後に今後の展望を聞いた。関根栄養士は「学生の皆さんに満足してもらうため、様々なニーズに対応したメニューを提供したい」と語った。具体的には、大豆ミートでも違和感なくお肉のような食感と大きさを感じるソイミートボロネーゼ、需要性のあるハラルメニューなどを提供予定。

他に提供する予定のあるメニューについて聞くと、「予定が決まっているメニューは、ローストビーフ丼。当社の強みである肉料理を食欲旺盛な学生にお届けする。これまで、メニューによっては低温調理をすることで、柔らかくジューシーな肉料理を提供してきた。今後もおいしくパワーの出る料理をラインアップに追加したい」と語った。

新藤調理師は、「今後も学生が喜ぶおいしい料理を提供し続けたい」と意気込んだ。



## 昼食の統計情報

### お昼の休憩時間理想は63.1分、現実には44.3分

アサヒグループ食品(株)が2023年3月に「働く人のお昼休憩に関する実態調査」を実施した。対象者は、働いている20代～50代の男女800人。

まず、「出社日・リモートワーク日それぞれで、仕事中に指定された昼の休憩時間を十分に取ることができているか」(単一回答、N=800)を尋ねると、56.3%が「(出社日・リモートワーク日いずれかでも)十分に休憩を取れていない日がある」と回答した。さらに、休憩が十分に取れていない人のその頻度(単一回答、n=450)は、「週に1-2日程度」(33.6%)、「週に3-4日程度」(25.8%)、「月に1-2日程度」(23.6%)、「週に5日以上」(17.1%)の結果となった。

次に、「昼の休憩時間を十分に取れていない」と回答した人を対象に、実質的な休憩時間(仕事を一切行っていない昼の休憩時間)を聞いたところ(数値回答、n=450)、平均値は44.3分に。一方、取りたいと思う昼の休憩時間(数値回答、n=450)の平均値は63.1分で、理想の昼休憩時間に18.8分不足していることが分かった。また、実質的な休憩時間が「15分未満」の人が9.8%を占めていることも明らかになった。

### 22%が「ランチを食べない日がある」と回答

「普段、仕事の日にランチを食べているか」(単一回答、N=800)を尋ねると、「食べていない」(8.1%)、「時々食べない日がある」(14.8%)となり、「ランチを食べない日がある」と合計22.9%が回答した。

ランチを食べない理由は、「仕事が忙しくて食べる時間がないから」(39.9%)がトップに。次いで、「節約のために食費を抑えたいから」(17.5%)、「食べる」と眠たくなるから」(15.3%)となった。一方、「好きなことをする時間に使いたいから」(13.7%)との回答もあがった。

また、「出社日のランチで、最も重視すること」(単一回答、N=800)を聞いたところ、多い順に「時間がかからないこと」(27.6%)、「コスパが良いこ



と」(25.8%)、「おいしいこと」(13.0%)となり、「栄養バランスが良いこと」(10.1%)や「カロリーや糖質が低いこと」(1.6%)など、食べる内容に関する項目も一定数の票があった。

### 週1日以上「コンビニご飯」を食べる人は全体の半数以上

「仕事の日のランチについて、最も食べることが多いもの」(単一回答、N=800)を聞いたところ、「自分で作った料理」(44.9%)がトップに。次いで、「コンビニご飯」(22.1%)、「定食屋・食堂」(11.1%)の結果となった。

さらに、その内訳を属性別に見ると、「自分で作った料理」は既婚女性(61.8%)、「コンビニご飯」は未婚男性(30.5%)、「定食屋・食堂」は既婚男性(20.1%)の割合が最も多いことが明らかになった。

「仕事の日のランチについて、コンビニご飯は週にどのくらいの頻度で食べるか」(数値回答、N=800)を聞くと、52.4%が「週1日以上」と回答。コンビニ

ご飯を食べると回答した人の内訳を性別で見ると、週1回では女性の方が多いのに対して（女性49.2%、男性35.5%）、週3日以上ではその割合が逆転（男性48.2%、女性38.4%）。

さらに、未既婚で分けて頻度を見ると、週3日以上と回答した人は概ね4割前後（既婚男性41.5%、未婚女性38.3%・既婚女性38.8%）となった一方で、未婚男性は52.4%と唯一半数を超えた。

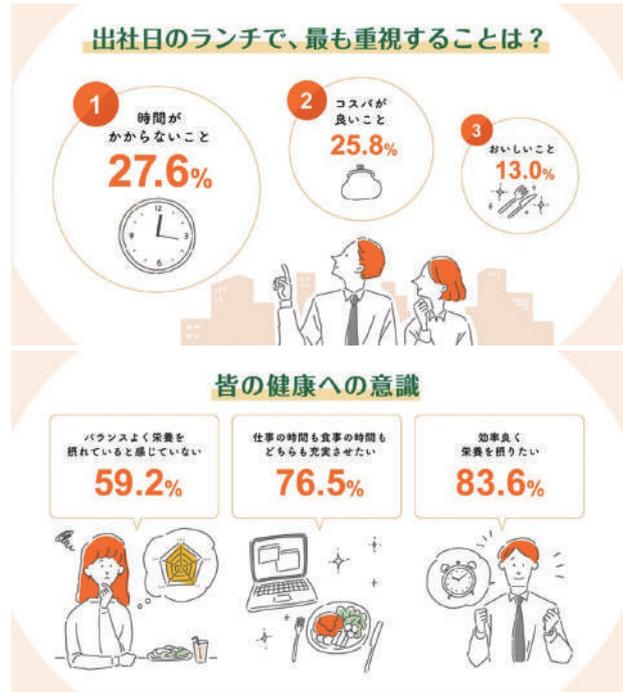
なお、コンビニランチの定番メニューに当てはまるもの（数値回答、N=800）を聞いたところ、「おにぎり」（56.8%）、「サンドイッチ」（36.5%）、「パン」（36.0%）の主食メニューが上位に。

さらに『仕事の日のランチについて、ご飯やパン・麺などの主食だけの日はどれくらいの頻度であるか（数値回答、N=800）』聞くと、31.7%が週3日以上、60.8%が週1日以上と回答した。

### 「栄養を摂れていると感じていない」は59.2%

「健康のためにバランスよく栄養を摂れていると感じるか」（単一回答、N=800）を聞いたところ、「感じている」（8.9%）、「やや感じている」（32.0%）の合計は40.9%になった。一方、「あまり感じていない」（38.9%）、「感じていない」（20.3%）の合計は59.2%と、バランスよく栄養を摂れていないと感じる人の方が多い実態が明らかになった。

また、ランチで「自分で作った料理を食べている」



と回答した人でも41.0%が“バランスよく栄養を摂れていない”と回答する結果となった。

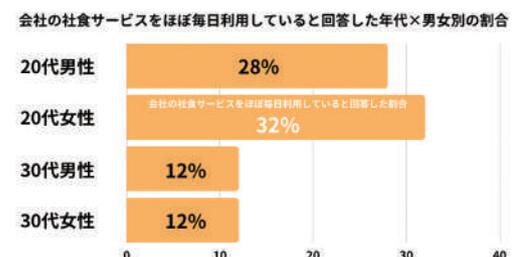
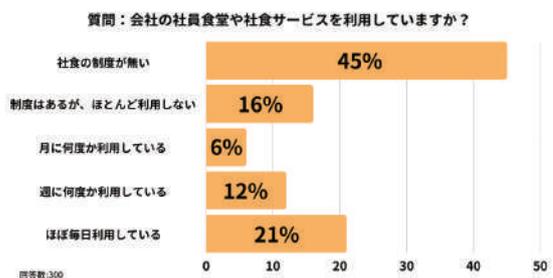
最後に、「仕事の時間も食事の時間もどちらも充実させたいと思うか」（単一回答、N=800）と聞いたところ、「そう思う」（28.4%）、「ややそう思う」（48.1%）の合計は76.5%に。「効率良く栄養を摂りたいと思うか」（単一回答、N=800）の質問には、「そう思う」（35.0%）、「ややそう思う」（48.6%）の合計は83.6%となった。

## 20～30代会社員の約4割が「社食制度があり、利用している」と回答

社員食堂に関するアンケート調査で、20～30代会社員の39%が、「会社の社食制度があり、利用している」と回答。ほぼ毎日利用しているのは21%であることがわかった。(株)SheepDogが2023年7月に実施した『社食に関するアンケート』によるもの。対象者は、全国の20歳～39歳の男女/会社員（正社員）300人。居住地は宮城県、東京都、愛知県、大阪府、福岡県。

「会社の社員食堂や社食サービスを利用しているか」を尋ねると、「社食の制度が無い」（45%）が最多に。次いで多かったのが「ほぼ毎日利用している」（21%）、「制度はあるが、ほとんど利用しない」（16%）、「週に何度か利用している」（12%）、「月に何度か利用している」（6%）となり、会社の社食制度があり、利用していると回答した方は全体の4割に及んだ。

「会社の社食サービスをほぼ毎日利用している」と回答した割合を、年代×男女別でみると、20代女性が最も高く32%、次いで20代男性が28%、30代は男女とも12%という結果になった。20代女性の3割以上の方が、会社の社食サービスをほぼ毎日利用していることが分かった。



出展元：<https://strate.biz/shashoku/recommend/#e1>

## お弁当に冷凍食品が使用されていても 「手抜きだと思わない」84.8%

㈱ニチレイフーズはこのほど、「お弁当事情に関する調査」を実施した。「お弁当を作ってもらう人に聞いた調査」では、お弁当に冷凍食品が使用されていても「手抜きだと思わない」という回答が84.8%にのぼった。「お弁当を作る人に聞いた調査」では、お弁当に冷凍食品を使用する人は62.7%となり、忙しい生活に適応した選択肢として、冷凍食品の使用が受け入れられていることが明らかになったとした。

「お弁当を作ってもらう人に聞いた調査」では、「冷凍食品が使用されていると、あなたは手抜きだと思いませんか？」という質問に「手抜きだとは思わない」(56.6%)、「あまり手抜きだとは思わない」(28.3%)を合算した84.8%が「手抜きだと思わない」と回答したという。親にお弁当を作ってもらうことが多い10代を除いて、年代が若くなるほど「手抜きだと思わない」と回答する割合が高い結果になった。

「作ってもらうお弁当に感じる愛情の度合い」という問いには、お弁当に冷凍食品が入っている人は「愛情を感じる」(47.1%)、「どちらかという、愛情を感じる」(42.7%)を合算して、89.8%が「愛情を感じる」と回答。冷凍食品が入っている人の方が、入っていない人よりも愛情を感じる割合が12.2%高かった。

「お弁当を作る人に聞いた調査」では「冷凍食品の使用頻度」について、62.7%が「週に1回以上」と回答。前回調査(19年実施)から1.3%増加した。なかでも「ほぼ毎日」と回答した人の割合は1.9%増加した。

お弁当を作る際の「工夫していること」では、上位に「短時間で作れる」「簡単に作れる」「安く仕上

げる」「無理をしない範囲で作る」などが挙げられた。また「重要視していること」では「短時間で作れる」「安く仕上げる」が同程度の割合となり、タイプとコスパの両方を重視している人が増加傾向にあるとみる。

「お弁当に関するランキング」の項目では、都道府県別の「好きなお弁当のおかずランキング」を実施。全国ランキングでは、第1位「鶏のから揚げ」、第2位「卵焼き・スクランブルエッグ」、第3位「ハンバーグ」だった。

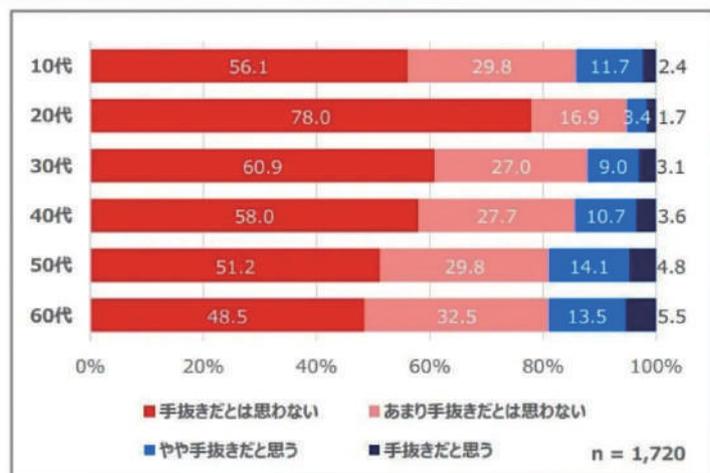
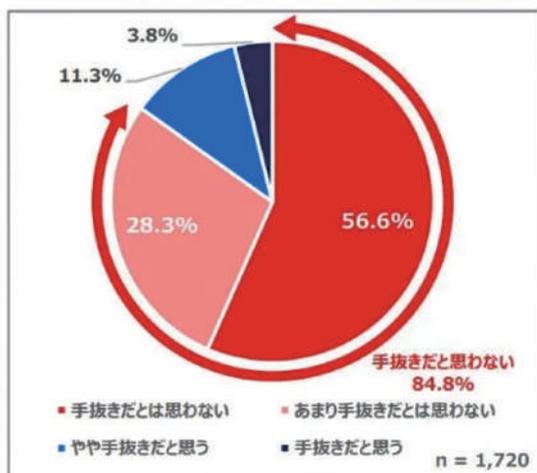
「お弁当の作成時間」について聞くと、全国平均は17分57秒となった。都道府県別での最短は「群馬県(14分34秒)」で、前回調査(19年)と同様最も短い県だった。一方、最長は「岡山県(21分34秒)」という結果だった。

「お弁当を作る頻度」についての調査では、全国としては28.0%が「月に1回以上作る」と回答。同会頭を都道府県別に見ると、最多は「島根県(36.4%)」だった。一方で最少は「愛知県(22.4%)」となった。

### 【同調査概要】

「お弁当を作ってもらう人に聞いた調査」▽調査対象：週に一回以上身近な人にお弁当を作ってもらう全国の10代から20代の男女1,720人▽調査期間：24年3月15日から18日(調査機関はオリコン・モニターリサーチ)「お弁当を作る人に聞いた調査」▽調査対象：全国の20代から60代の男女30,000人▽調査期間：24年2月2日から13日(ニチレイフーズ調べ)「お弁当に関するランキング」▽調査対象：全国に住む20代から60代の男女▽調査機関：24年2月2日から2月13日(ニチレイフーズ調べ)。いずれもWebアンケート調査による。

### Q1. 作ってもらうお弁当に冷凍食品が使用されていると、あなたは手抜きだと思いますか？





# 給食業界の入社式特集

3月から4月にかけて、多くの企業で入社式が行われ、コロナ禍を経験した新入社員たちが晴れの舞台に臨んだ。

給食サービス企業各社への取材やホームページを検索して見ると、社長あいさつや事業説明、社是・経営理念の唱和などを通じて、会社が大事にしていることや仕事で心掛けたいことをしっかり伝えていた。

入社式で、2～3年目の先輩があいさつする機会も増えており、先輩は仕事の醍醐味や嬉しかったことをやさしく伝えていた。また、失敗したときやつらいことがあったときに同僚や先輩に救われたこと、励まされたことも紹介。新入社員の不安を払拭して、緊張を和らげていた。

一方、新入社員も受け身ではられない。自己紹介や仕事の意気込みを発表する機会も設けられ、相互交流を深めていた。中には、PR媒体を準備して、ダンスや音楽、あいうえお作文などで伝え方を工夫し、自由に楽しく、アピールする新入社員もいた。

それから記念撮影を行い、ビジネスマナー研修、

座学研修、調理実習、工場見学などを実施する企業もあり、最後には懇親会を開催。半日あるいは一日かけて、会社の理解を深め、同期の絆を深める機会にした。

入社式では、自社事業をいかに印象づけるか、細部までこだわる企業が多かった。昼食あるいはお土産に自社のおいしいお弁当を提供する企業や自社公式キャラクターを登場させる企業もあった。自社事業の一環で、スポーツ栄養のクイズを出題する企業やウェルカムコンサートで歓迎する企業など、個性が光った。

また近年は、大手企業を中心にイベント施設やホテル会場を借りて、大規模な入社式を開催するところが増えている。クイズ大会やグループワーク、ディスカッションなどを通じて、楽しく学ぶ機会を作り、会社や仕事の理解を促進。記憶に残る入社式になるよう演出をこらし、入社後の不安を払しょく。会社の帰属意識向上と仕事のモチベーションアップにつなげた。