

レストランの厨房設備の実態と 利用上の問題点

Problems and Realities of Kitchen Facilities: Restaurants in Japan

茂木信太郎⁽¹⁾・桑名 朝子⁽²⁾・篠崎 英孝⁽³⁾・中村 好孝⁽³⁾

MOGI, Shintaro/KUWANA, Asako/SHINOZAKI, Hidetaka/NAKAMURA, Yoshitaka

はじめに

本稿は、東京ガス（株）が、2008年に実施した「飲食店・レストランの厨房実態調査」（以下「厨房調査」）の結果の概要を取り纏めて報告するものである。

いうまでもなく飲食店・レストランが顧客に提供する商品の中核は料理である。料理提供を伴わない飲食店・レストランは存在しない。そして、その料理の品質を創り出す必須の要素が厨房部である。同時に、料理製造の生産性もこの厨房部が決定要因として機能している。それゆえに、飲食店・レストランにとって厨房部は、いわば心臓部ともいえるものである。

にもかかわらず、日ごろから外食産業の動向に関心を寄せる人は、多くが店舗の客席部のデザインやスタッフの気の利いたサービスなどの話題を

繰り返していることに対して、この厨房部について強い関心を寄せるということは、それほど多くはないようである。実際のところ、斯界を対象とした専門誌紙、業界誌紙は少なくないが、それらにおいてこの厨房部がどのような問題を抱えているのかということ、話題として取り上げることがあまりみられないというのが現状である。

この点は、厨房部に関することが話題として取り上げ難いという事情もある。それは、通例、厨房機器の据え付けと設備の一切が厨房メーカーといわれる専門業者に委ねられているので、専門知識を有した専門業者以外のところでは関係者の共通の話題となりにくいということがある。そして、このことと関係して、飲食店・レストランにおける厨房部の実態やその問題点が広く探索され問われるということがなされてこなかったからである。

本「厨房調査」は、こうした実情に対して、飲食店・レストランの厨房部の実態とそこにおける問題点を、アンケート方式によって飲食店・レス

(1) 本学経営学部教授

(2) 東京ガス(株) 都市エネルギー事業部

(3) 東京ガス(株) 技術戦略部

トランの大量観察により、描き出そうとすることを目的としたものである。なお、大手チェーン店については相対的によく観察されているところであるが、中小規模の独立経営の店舗についてはそうした観察が皆無であるので、本調査では後者をこそ念頭におくものである。

この「厨房調査」は、もともとは東京ガス(株)が、社内用を実施し結果分析していたものであるが、たまたま茂木が、この調査結果の存在に気づくことがあり、これを外食産業界ならびに厨房機器業界全体に還元すべきものとして、東京ガス(株)と茂木とで、結果の再集計と分析を施すところとなったものである。

こうした調査そのものが、ほとんど皆無の状況であるので、この「厨房調査」そのものが意義あるところと思路するが、さらに、その結果が最近の外食産業界の動静を伝えるところとなれば、二重の意味で関係者には有益な調査資料ではないかと考えるところである。この「厨房調査」結果報告が広く活用されることを願うものである。

I 調査の実施概要

(1) 調査対象店舗の抽出

調査対象店舗の抽出のためのリスト(調査名簿台帳)は、『NTTタウンページ』(2008年6月時点)を使用した。この点で、固定電話の設営が無い店舗、ならびに『NTTタウンページ』に登録の無い店舗は、調査からは漏れるところとなる。(もっとも、この分はほとんど無視し得る範囲である。)

調査対象店舗の地理的な範囲は、東京ガス(株)の供給エリアに相当する1都3県(東京、神奈川、千葉、埼玉)である。

次に、調査の対象とする店舗の業種を、「日本料理店」、「西洋料理店」、「中華料理店」、「居酒屋

屋」、そして「一般飲食店」の5業種とした。

厨房機器そのものおよび厨房の構造は、いうまでもなく料理の業種分類によって相違する。したがって、飲食店・レストランの厨房部を観察するに当たっては、まずは業種別区分を設定することが必要である。飲食店・レストランの業種区分は、公的統計では「日本標準産業分類」に準拠されるが、本調査では、業界観察がし易いように、厨房業界や東京ガスの営業場面などにおいて最も通常に用いられている分類を援用した。

また、業種区分がかなり特徴的で、厨房の設営などにおいてその業種固有の設営を求められると想定される店舗については、あらかじめ今回の調査の範囲外とした。比較的大票田としては喫茶店、そばうどん店、寿司店などが対象外である。あわせて、今回の調査は、中小規模の独立経営店タイプの飲食店・レストランの厨房実態の把握を主目的としているために、チェーン展開しているブランドも、調査対象から除外した。

表1において、本調査の対象5業種分類と、『NTTタウンページ』においてなされているかなり細分化された業種分類とを対照した。今回調査の対象外とした該当業種分類も合わせて掲示した。なお、『NTTタウンページ』の業種分類は、公的な統計との接合性を企図したものではなく、その都度現状を分かり易く反映することを心掛けて、比較的頻繁に改定されているものである。

この時点で、『NTTタウンページ』に掲載されている飲食店・レストランの総店舗数は、14万7,682店舗である。また、調査対象業種とした5業種の合計店舗数は、4万4,570店舗であり、総店舗数の30.2%となる。調査の対象範囲から外れた店舗数は、103,112店舗で、総店舗数の69.8%となる。

(2) 調査の実施と回収状況

続いて調査対象5業種4万4,570店舗から、計

表1 『NTTタウンページ』の業種分類と本調査の業種分類の対照

『NTTタウンページ』の業種分類	本調査の業種分類
小料理, 日本料理, 懐石料理, 割烹・料亭	日本料理
イタリア料理, パスタ店, フランス料理, スペイン料理店	西洋料理
広東料理, 四川料理, 上海料理, 中華料理, 中国料理, 北京料理	中華料理
居酒屋	居酒屋
飲食店, レストラン, 食堂	一般飲食店
ろばた焼, 焼鳥, スナック, バー・クラブ, ビアホール, キャバレー, ディスコ, パブ・ビストロ, ダンスホール, 芸妓置屋, 貸席, 屋形船, 牛たん, 郷土料理店, すっぽん料理店, もつ鍋店, おでん屋, お茶漬, おにぎり, 京料理, 串揚げ・串かつ料理店, 魚料理店, ちゃんこ料理, ジンギスカン料理, シャぶしゃぶ料理, うなぎ料理, かき料理, かに料理, すきやき料理, てんぷら料理, とんかつ, 沖縄料理店, 鳥料理, ふぐ料理, お好み焼店, もんじゃ焼店, 焼肉・ホルモン, すし店, すし店(回転寿司), ステーキハウス, ピザハウス, ファストフード, ファミリーレストラン, 牛丼, カフェ, 喫茶店, コーヒー専門店, 紅茶専門店, 甘味処, カラオケ喫茶, マンガ喫茶, インターネットカフェ, 立食うどん・そば, うどん・そば店, 沖縄そば, ラーメン店, 各国料理, ロシア料理店, メキシコ料理店, インド料理店, カレーハウス, 朝鮮料理, 韓国料理, タイ料理店, 台湾料理, 餃子・しゅうまい店	本調査の対象外

1万店舗を調査対象として抽出した。具体的には、5業種の相互の集計比較が可能となるように各2千店舗を抽出して、合計1万店舗としたものである。各業種の2千店舗の選定は無作為とし、チェーンブランドが名簿に載った場合には、これを拾わずに次の出現店舗を採用した。

また、本調査では最近開店した店舗についてより重点的に調査したいという意向があるので、タウンページの発行年をもとに〈A. 2006年1月以降に開店した店舗〉と〈B. 2006年1月以前から開店している店舗〉とが、半数ずつになるように抽出している。したがって、これを反映してアンケートの回答店舗は、比較的最近開店したとする店舗の割合が実際よりもかなり多くなるという事情があることを留意されたい。

さて、これら1万店舗にたいしてアンケート調査票を郵送し、留め置きしたのちに郵送にて回収した。回収票数は1,105店舗である。回収率は11.1%である。

アンケート調査票では、設問の中に「日本料理店」、「西洋料理店」、「中華料理店」、「居酒屋」、そして「一般飲食店」という5業種を選択する項目が用意されている。その結果、調査対象者が回

答した業種と、当方にてあらかじめ作成した調査台帳上の業種とが、不整合の調査票が多くみられるところとなった。

集計分析を施してく上で、このような回答票の業種を回答者ベースとするか、台帳ベースとするか、どちらかに決めなければならない。悩ましい問題ではあるが、本報告では、調査そのものがアンケート調査であるため、回答者ベースで統一することとした。(こうすると、回収率算出の分母と分子に概念的齟齬があることとなるが、この点は割り切って度外視することとし、以下その都度の言及は省くこととする。)

以上について、各業種別の内訳と併せて一覧すると、表2及び表3のようになる。

改めて調査対象店舗と回収状況を確認しておく。調査対象店舗数は、1万店舗である。回収数は、1,105店舗であるので、回収率は11.1%である。『タウンページ』掲載分を母集団とすると、母集団の店舗数は、4万4,570店舗であり、調査対象店舗の抽出率は22.4%、母集団を分母とした回収率は2.5%となる。

業種ごとの内訳は、「日本料理店」では、回収店舗数225店舗で、回収率11.3%である。母集団

表2 調査対象抽出店舗数と回収店舗数(1)

	実数			比率 (%)			比率 (%)		
	タウンページ	調査対象店数	回収店数	タウンページ	調査対象店数	回収店数	調査対象店数	回収店数	
飲食店計	147,682	10,000	1,105	100.0	6.8	0.7	100.0	11.1	
調査対象業種	5業種計	44,570	10,000	1,105	100.0	22.4	2.5	100.0	11.1
	日本料理店	6,910	2,000	225	100.0	28.9	3.3	100.0	11.3
	西洋料理店	2,611	2,000	429	100.0	76.6	16.4	100.0	21.5
	中華料理店	6,617	2,000	193	100.0	30.2	2.9	100.0	9.7
	居酒屋	15,321	2,000	175	100.0	13.1	1.1	100.0	8.8
	一般飲食店	13,111	2,000	82	100.0	15.3	0.6	100.0	4.1
対象外	103,112	—	—	—	—	—	—	—	

注1：大規模チェーン店は、「タウンページ」で調査対象に該当する業種でも、本調査「対象外」としている。

注2：「タウンページ」「調査対象店数」欄の業種区分格付けは、表1に掲げた業種分類ベースである。「回収店数」の業種区分格付けは、回答ベースである。ために、回収率算出には概念的齟齬がある。

表3 調査対象抽出店舗数と回収店舗数(2)

	実数			構成比 (%)			
	タウンページ	調査対象店数	回収店数	タウンページ	調査対象店数	回収店数	回収店数
飲食店計	147,682	10,000	1,105	100.0	—	100.0	100.0
調査対象業種	5業種計	44,570	10,000	1,105	30.2	100.0	100.0
	日本料理店	6,910	2,000	225	4.7	15.5	20.4
	西洋料理店	2,611	2,000	429	1.8	5.6	20.0
	中華料理店	6,617	2,000	193	4.5	14.8	20.0
	居酒屋	15,321	2,000	175	10.4	34.4	20.0
	一般飲食店	13,111	2,000	82	8.9	29.4	20.0
調査対象外	103,112	—	—	69.8	—	—	—

注1：大規模チェーン店は、「タウンページ」で調査対象に該当する業種でも、本調査「対象外」としている。

注2：「タウンページ」「調査対象店数」欄の業種区分格付けは、表1に掲げた業種分類ベースである。「回収店数」の業種区分格付けは、回答ベースである。ために、回収率算出には概念的齟齬がある。

の店舗数は、6,910店舗であるので、調査対象店舗の抽出率は28.9%、母集団を分母とした回収率は3.3%となる。(回収店舗の業種区分は、自己申告ベースである。以下、同じ。)

「西洋料理店」では、回収店舗数429店舗で、回収率21.5%である。母集団の店舗数は、2,611店舗であるので、調査対象店舗の抽出率は76.6%、母集団を分母とした回収率は16.4%となる。

「中華料理店」では、回収店舗数193店舗で、回収率9.7%である。母集団の店舗数は、6,617店舗であるので、調査対象店舗の抽出率は30.2%、母集団を分母とした回収率は2.9%となる。

「居酒屋」では、回収店舗数175店舗で、回収率8.8%である。母集団の店舗数は、15,321店舗であるので、調査対象店舗の抽出率は13.1%、母集団を分母とした回収率は1.1%となる。

最後に、「一般飲食店」では、回収店舗数82店舗で、回収率4.1%である。母集団の店舗数は、13,111店舗であるので、調査対象店舗の抽出率は15.3%、母集団を分母とした回収率は0.6%となる。(なお、業種不明店が1店舗ある。)

結果として、母集団ベースでは、5業種の店舗数構成は、5業種計を100.0%とすると、「日本料理店」15.5%、「西洋料理店」5.6%、「中華料理

店」14.8%、「居酒屋」34.4%、そして「一般飲食店」29.4%であったものが、本調査における5業種の構成では、「日本料理店」20.4%、「西洋料理店」38.8%、「中華料理店」17.5%、「居酒屋」15.8%、そして「一般飲食店」7.4%となっているので、本調査結果を応用されようとする際には留意されたい。

たとえば、母集団ベースでは、5業種の店舗数構成で、「西洋料理店」数が最も少ないのであるが、本調査結果においては、「西洋料理店」数が最多であるので、調査結果の全体を見るときには、「西洋料理店」の結果が相対的により強く反映されるところとなっているのである。

II 業種別の飲食店・レストランの営業実態

本「厨房調査」では、1105店舗という多くの店舗から回答を得ている。1105店舗の5業種別の内訳は、「日本料理店」225店舗、「西洋料理店」429店舗、「中華料理店」193店舗、「居酒屋」175店舗、そして「一般飲食店」82店舗である。

近年、これだけの大規模な飲食店・レストラン調査は無い。しかも、業種別に調査結果を観察できるように回収されている。

そこで、本稿では、厨房に関係する項目を分析する前に、本調査結果によって示されるところの最近における飲食店・レストランの業種別の動向を概観しておくものである。

具体的には、次のような項目を順次検討していく。

はじめに、事業規模を知るために、①調査店舗の「月間売上高」を確認する。②店舗規模を知るために「客席数」を確認する。次に、③調査対象店舗が単独経営店か、それとも支店経営、サブブランド店などを擁しているかどうかを確認する。続いて、④立地、⑤開業年、⑥開業時の状態を確認する。最後に、⑦調理スタッフの人的構成を確認する。

これらによって、最近の飲食店・レストランの業種別の動向がある程度理解されることを期待するものである。

表4 業種別月間売上高規模店舗数

		計	100万円未満	100万～300万円未満	300万～500万円未満	500万～1000万円未満	1000～2000万円未満	2000～3000万円未満	3000万円以上	NA
実数 (店)	計	1105	180	384	168	130	51	11	12	169
	日本料理	225	32	80	32	31	10	3	2	35
	西洋料理	429	39	160	76	56	19	6	6	67
	中華料理	193	33	58	26	23	15	1	4	33
	居酒屋	175	55	61	22	15	4	1		17
	一般飲食店	82	20	25	12	5	3			17
構成比 (%)	計	100.0	16.3	34.8	15.2	11.8	4.6	1.0	1.1	15.3
	日本料理	100.0	14.2	35.6	14.2	13.8	4.4	1.3	0.9	10.2
	西洋料理	100.0	9.1	37.3	17.7	13.1	4.4	1.4	1.4	15.6
	中華料理	100.0	17.1	30.1	13.5	11.9	7.8	0.5	2.1	9.7
	居酒屋	100.0	31.4	34.9	12.6	8.6	2.3	0.6		5.7
	一般飲食店	100.0	24.4	30.5	14.6	6.1	3.7			20.7

注1：「計」には、業種不明の店舗1店舗を含む。(以下、同様。)

注2：回答が「0」店舗欄とこれに対応する構成比欄は、見易くするためにブランクとしている。(以下、同様。)

(1) 事業規模と事業特性

まず、調査対象店舗の①「月間売上高」であるが、表4に示した。

これによると、調査計の1105店舗では、月間売上高が「100万円未満」の店舗が180店舗で、16.3%あり、「100万～300万円未満」の店舗が384店舗で、34.8%あり、そして「300万～500万円未満」の店舗が168店舗で15.2%である。「500万円以上」で括ると、204店舗であり、18.6%である。なお、不明（答えたくないを含む）が169店舗、15.3%である。

業種別に売上高規模の分布をみると、どの業種においても、「100万～300万円未満」の店舗が3割強で最も多い。

平均的にみると、「居酒屋」で売上高規模の小さい店舗が多く、続いて「一般飲食店」で売上高規模の小さい店舗が多い。逆に、相対的に売上高規模の大きい店舗が多いのは「西洋料理店」である。

次に、②客席数規模を見てみる。表5である。

平均的にみると、業種別に「一般飲食店」で客席数規模の小さな店舗が多く、「居酒屋」で客席数規模の小さな店舗が次に多い。この点は、上の売上高規模の様子と相似形である。しかし、相対

的に客席数規模の大きな店舗が多いのは「中華料理店」であり、次に、客席数規模の大きな店舗が多いのは「日本料理店」である。「西洋料理店」は、「21～40席」の中小規模店が多いという結果であった。

続いて、③調査対象店舗が単独経営店かどうかについては、表6に示している。

これによると、およそ四分の三の店舗は、単独店経営店であり、四分の一の店舗は、支店やサブブランド店を有している。

単独店経営店が相対的に多い業種は、「居酒屋」であり、次に多い業種は「日本料理店」である。逆に、単独店経営店が相対的に少ない業種は、「一般飲食店」である。この点は、やや意外感がある。

なお、多店舗を展開している店の店舗規模をみると、およそ三分の二が「5店舗以下」である。また「51店舗以上」のところは、調査店全体の2パーセント弱、多店舗展開店の7パーセントほどである。

(2) 店舗立地と開店事情

では、ここからは、④立地、⑤開店年、⑥開業時の状態についての調査結果を概観する。

表5 業種別客席数規模別店舗数

		計	20席以下	21～40席	41～60席	61～100席	100席以上	NA
実数 (店)	計	1105	337	486	132	84	40	26
	日本料理	225	70	96	33	11	13	2
	西洋料理	429	114	217	54	31	6	7
	中華料理	193	53	75	21	21	14	9
	居酒屋	175	62	70	18	16	3	6
	一般飲食店	82	37	28	6	5	4	2
構成比 (%)	計	100.0	30.5	44.0	11.9	7.6	3.6	2.4
	日本料理	100.0	31.1	42.7	14.7	4.9	5.8	0.9
	西洋料理	100.0	26.6	50.6	12.6	7.2	1.4	1.6
	中華料理	100.0	27.5	38.9	10.9	10.9	7.3	4.7
	居酒屋	100.0	35.4	40.0	10.3	9.1	1.7	3.4
	一般飲食店	100.0	45.1	34.1	7.3	6.1	4.9	2.4

表6 業種別多店舗展開の有無別店舗数

		計	単独店	多店舗展開店							NA
				計	2～5店	6～10店	11～20店	21～50店	51店以上	NA	
実数 (店)	計	1105	808	273	188	23	26	12	20	4	24
	日本料理	225	174	42	26	1	6	1	8		9
	西洋料理	429	318	104	73	10	10	6	3	2	7
	中華料理	193	125	64	46	5	6	3	3	1	4
	居酒屋	175	140	32	22	5	1		4		3
	一般飲食店	82	50	31	21	2	3	2	2	1	1
構成比 (%)	計	100.0	73.1	24.7	17.0	2.1	2.4	1.1	1.8	0.4	2.2
	日本料理	100.0	77.3	18.7	11.6	0.4	2.7	0.4	3.6		4.0
	西洋料理	100.0	74.1	24.2	17.0	2.3	2.3	1.4	0.7	0.5	1.6
	中華料理	100.0	64.8	33.2	23.8	2.6	3.1	1.6	1.6	0.5	2.1
	居酒屋	100.0	80.0	18.3	12.6	2.9	0.6		2.3		1.7
	一般飲食店	100.0	61.0	37.8	25.6	2.4	3.7	2.4	2.4	1.2	1.2

表7 業種別立地別店舗数

		計	ロードサイド	商店街・繁華街	ショッピングモール	駅ビル	住宅街	その他	NA										
										実数 (店)	計	1105	196	381	28	18	334	144	4
											日本料理	225	41	94	4	5	50	30	1
西洋料理	429	77	132	11	8	144	56	1											
中華料理	193	37	54	8	2	65	26	1											
居酒屋	175	25	67		3	58	22												
一般飲食店	82	16	34	5		16	10	1											
構成比 (%)	計	100.0	17.7	34.5	2.5	1.6	30.2	13.0	0.4										
	日本料理	100.0	18.2	41.8	1.8	2.2	22.2	13.3	0.4										
	西洋料理	100.0	17.9	30.8	2.6	1.9	33.6	13.1	0.2										
	中華料理	100.0	19.2	28.0	4.1	1.0	33.7	13.5	0.5										
	居酒屋	100.0	14.3	38.3		1.7	33.1	12.6											
	一般飲食店	100.0	19.5	41.5	6.1		19.5	12.2	1.2										

まず、表7は、④業種別の立地別店舗数分布をみたものである。

調査全体としては、「商店街・繁華街」に立地する店舗がほぼ三分の一と多い。次いで、「住宅街」に立地する店舗が約3割と多い。「ロードサイド」は、三番目である。

業種別では、相対的に「商店街・繁華街」に立地する店舗が多いのは、「日本料理店」と「一般飲食店」である。また、相対的に「住宅街」に立地する店舗が多いのは、「中華料理店」と「西洋料理店」である。

これらの既存3立地「商店街・繁華街」、「住宅街」、「ロードサイド」に対して、新興の「ショッピングモール」及び「駅ビル」の立地は、両者を足し合わせても4.2%とまだ多くないようである。

続いて、表8は、業種別の⑤開店年別店舗数を見たものである。

まず、調査店舗全体として、ここ2年半ほど以内という直近に開店した店が約3割にも及ぶほどに多いということが指摘できる。

わけても、「居酒屋」と「一般飲食店」は、三分の一を超える割合で、すなわち3店に1店以上

の割合で、直近の開店の店舗が多い。

これに対して、相対的に20年以上前から営業している店が多いのは「中華料理店」である。4割以上の店が、1987（昭和62）年以前の開店の店である。次には、「日本料理店」も相対的に以前からの営業の店が多いようである。

なお、「西洋料理店」は、表に示した区分で見ると、世紀の交点の前後（1998年～2002年）に開店した店の割合が相対的に多いようである。

では、その⑨開店時に、その立地は、新規に

はじめたところなのか、それとも以前に飲食店・レストランだったところであったのか、何かしらの商店であったのかということを見てみることにしよう。表9である。

まず、調査全体としては、四割以上（44.3%）あるいは5割近い店が、「以前は飲食店・レストランであったところ」で開業したとしている。また、以前は「飲食店以外の店舗」であったところで開業したという店が二割弱である。これに対して、「新規（の立地）」で始めたとする店舗が三分

表8 業種別開店年別店舗数

		計	2008年	2006年～2007年	2003年～2005年	1998年～2002年	1988年～1997年	1987年以前	NA
実数 (店)	計	1105	78	231	171	197	178	249	1
	日本料理	225	13	47	29	33	36	66	1
	西洋料理	429	29	89	75	99	82	55	
	中華料理	193	10	31	22	23	26	81	
	居酒屋	175	16	45	24	28	27	35	
	一般飲食店	82	10	19	21	14	6	12	
構成比 (%)	計	100.0	7.1	20.9	15.5	17.8	16.1	22.5	0.1
	日本料理	100.0	5.8	20.9	12.9	14.7	16.0	29.3	0.4
	西洋料理	100.0	6.8	20.7	17.5	23.1	19.1	12.8	
	中華料理	100.0	5.2	16.1	11.4	11.9	13.5	42.0	
	居酒屋	100.0	9.1	25.7	13.7	16.0	15.4	20.0	
	一般飲食店	100.0	12.2	23.2	25.6	17.1	7.3	14.6	

表9 業種別オープン時の出店形態別店舗数

		計	新築だった	以前は飲食店以外の店舗が入っていた	以前は別の飲食店が入っていた				NA	NA
					計	全てそのまま使用している	一部買い換えて使用している	全て買い換えて使用している		
実数 (店)	計	1105	397	211	490	37	199	222	32	7
	日本料理	225	88	43	91	7	36	45	3	3
	西洋料理	429	165	92	170	15	66	81	8	2
	中華料理	193	81	31	81	4	31	35	11	
	居酒屋	175	39	26	108	7	49	47	5	2
	一般飲食店	82	24	19	39	4	16	14	5	
構成比 (%)	計	100.0	35.9	19.1	44.3	3.3	18.0	20.1	2.9	0.6
	日本料理	100.0	39.1	19.1	40.4	3.1	16.0	20.0	1.3	1.3
	西洋料理	100.0	38.5	21.4	39.6	3.5	15.4	18.9	1.9	0.5
	中華料理	100.0	42.0	16.1	42.0	2.1	16.1	18.1	5.7	
	居酒屋	100.0	22.3	14.9	61.7	4.0	28.0	26.9	2.9	1.1
	一般飲食店	100.0	29.3	23.2	47.6	4.9	19.5	17.1	6.1	

表10 業種別調理スタッフの人的構成別店舗数

		計	すべて社員	社員中心だがアルバイトもいる	社員とアルバイトが半々くらい	アルバイトがほとんど	NA
実数 (店)	計	1105	509	191	129	202	74
	日本料理	225	93	45	34	36	17
	西洋料理	429	215	90	43	69	12
	中華料理	193	99	36	19	21	18
	居酒屋	175	68	14	27	47	19
	一般飲食店	82	34	6	6	29	7
構成比 (%)	計	100.0	46.1	17.3	11.7	18.3	6.7
	日本料理	100.0	41.3	20.0	15.1	16.0	7.6
	西洋料理	100.0	50.1	21.0	10.0	16.1	2.8
	中華料理	100.0	51.3	18.7	9.8	10.9	9.3
	居酒屋	100.0	38.9	8.0	15.4	26.9	10.9
	一般飲食店	100.0	41.5	7.3	7.3	35.4	8.5

の一強（35.9%）である。

業種別に見ると、この割合に異同がある。

新規に始めたとする店舗の割合が相対的に多い業種は、「中華料理店」である。これとは逆に、以前は別の飲食店であったところで始めたとする店舗の割合が相対的に多い業種は「居酒屋」であり、「一般飲食店」がこれに次ぐ。

この関係は、上の開業年と対応しているようである。すなわち、営業開始年が20年以上に遡る店舗が相対的に多い業種では、新規にはじめたとする店舗の割合が多く、反対に、近年において開店した店舗の割合が多い業種では、別の飲食店であったところで開店したという店舗の割合が相対的に多いのである。

なお、以前は別の飲食店であったところではじめたとする店舗の場合では、以前の店をいわゆる居抜きですっかり利用して開店したものか、それともかなり手を入れて開店したものかという点、
「全てそのまま使用している」とする居抜きのものはさほど多くない。別の飲食店であったところで始めたとする店舗の7.6%ほどである。「一部買い換えて使用している」とする店舗が40.6%である。「全て買い換えた」とする店舗の割合は45・

3%である。

この場合、業種別には、「日本料理店」、「西洋料理店」、「中華料理店」において、相対的に「全て買い換えた」とする店舗の割合が多く、「居酒屋」と「一般飲食店」において、「一部買い換えて使用している」とする店舗が多い。

(3) 調理の担い手

最後に、心臓部である厨房部において⑦調理スタッフはどのような人的構成になっているのかということを確認する。

まず、調査全体では、「すべて社員」であるとする店舗が46.1%と半数近い。また「アルバイトもいるが社員中心である」とする店舗は、17.3%である。

これに対して、反対に「アルバイトがほとんど」であるとする店舗は、18.3%である。

これを業種別にみると、かなりの相違が認められる。

まず、「中華料理店」、「西洋料理店」では、「全て社員」であるとする店舗の割合が5割を超えている。また、これに「アルバイトもいるが社員中心である」とする店舗を加えると7割を超える。

これに対して、「一般飲食店」では、アルバイトがほとんど」であるとする店舗の割合は、35.4%と相対的に大きい。「居酒屋」についても26.9%と相対的に次に大きい。

本調査において確認された業種別の特徴は、概ね以上のものである。では、続いていよいよ、これら飲食店・レストランの厨房の実態と問題点について調査の結果を見ていくこととしよう。

III 厨房機器の設置状況と厨房問題

(1) 主要厨房機器の装備率

本「厨房調査」では、厨房機器の中で代表的とされる以下の7つの機器名をあげて、その装備状況を尋ねている。ここで、その結果について報告する。代表的な7つの機器とは、「コンロ」、「フライヤー」、「ゆで麺機」、「炊飯器」、「焼き物器」、「オープン」そして「スチームコンベクションオープン」である。

まず、調査全体での設置状況を表11に掲示した。

これによると、「コンロ」は、8割以上の多数の店舗で装備されている。「炊飯器」の装備率も高く、ほぼ四分之三の割合である。

この2点に対して、「焼き物器」の装備率は約5割である。

また、「フライヤー」および「ゆで麺機」の装備率は3割前後であり、どこでも導入されているというわけではない。

さらに、「スチームコンベクションオープン」の導入率は16.3%であり、調査の範囲では約6店

舗に1店舗の割合に留まる。

この結果を業種別にみると、表12のようである。業種別には幾つの特徴があることが指摘できる。

全体での装備率も高かった「コンロ」は、業種別に見ても装備率は高く、飲食店・レストラン業界で「コンロ」はいわば標準装備化しているといえることができる。

「炊飯器」も全体としての装備率は高かったが、業種別には、一律ではない。「中華料理店」、「日本料理店」、「居酒屋」では、9割近く以上の装備率であるが、これが「西洋料理店」では、過半を割り込む程度にとどまっている。

「オープン」もこれと逆の意味で業種別の違いがある。すなわち、「西洋料理店」での「オープン」の装備率は92.5%と高いが、それ以外の業種では高くない。「一般飲食店」と「居酒屋」では約半数程度であり、「日本料理店」では4割強であり、そして「中華料理店」では、2割そこそこである。

次に、「焼きもの器」の装備率は、全体で5割程度であるが、業種別には顕著な相違がある。「日本料理店」では8割を超え、「居酒屋」では7割を超えるというように高率であるが、これとは対照的に「西洋料理店」および「一般飲食店」では3割強に留まり、「中華料理店」では2割強でしかない。

「フライヤー」は、全体の装備率は3割程度と高くないが、そのなかでも業種別には相対的に「居酒屋」で装備率が高く、「西洋料理店」で低い。

「ゆで麺機」も、業種別に大きく異なる。全体の装備率は3割に満たないが、「中華料理店」で

表11 厨房機器の機器別所有状況

(上段：所有店舗数、下段：所有率%)

調査店舗計	コンロ	フライヤー	ゆで麺機	炊飯器	焼きもの器	オープン	スチームコンベクションオープン
1105	904	344	307	822	539	662	180
100.0	81.8	31.1	27.8	74.4	48.8	59.9	16.3

表12 業種別厨房機器の所有状況

		計	コンロ	フライヤー	ゆで麵機	炊飯器	焼きもの器	オープン	スチームコンベクションオープン
所有店舗数	計	1105	904	344	307	822	539	662	180
	日本料理	225	187	77	17	202	191	97	32
	西洋料理	429	362	100	140	209	147	397	114
	中華料理	193	147	58	123	190	46	42	18
	居酒屋	175	137	82	14	154	127	84	8
	一般飲食店	82	70	27	13	66	28	42	8
所有率(%)	計	100.0	81.8	31.1	27.8	74.4	48.8	59.9	16.3
	日本料理	100.0	83.1	34.2	7.6	89.8	84.9	43.1	14.2
	西洋料理	100.0	84.4	23.3	32.6	48.7	34.3	92.5	26.6
	中華料理	100.0	76.2	30.1	63.7	98.4	23.8	21.8	9.3
	居酒屋	100.0	78.3	46.9	8.0	88.0	72.6	48.0	4.6
	一般飲食店	100.0	85.4	32.9	15.9	80.5	34.1	51.2	9.8

表13 現在使用中の厨房・厨房機器に対する満足状況

	実数	構成比(%)	構成比(%)
計	1105	100.0	—
回答計	1098	99.4	100.0
満足	277	25.1	25.2
やや満足	356	32.2	32.4
どちらでもない	180	16.3	16.4
やや不満	224	20.3	20.4
不満	61	5.5	5.6
NA	7	0.6	—

は6割を超えている。他方で、「日本料理店」と「居酒屋」では、1割以下である。

最後に、7種の中では最も装備率に低かった「スチームコンベクションオープン」であるが、これは「西洋料理店」で約4店に1店、「日本料理店」で約7店に1店の普及率であるが、他の業種では1割以下である。

(2) 厨房問題

いよいよ、飲食店・レストランの厨房問題に接近していこう。

調査では、まず現在使用中の厨房・厨房機器に対する満足状況について尋ねている。その結果が、表13である。

これによるとNA票を除いて、回答票数1098店舗のうち、現在使用中の厨房・厨房機器に対して「満足」しているという店舗は227店舗(25.2%)であった。また、「やや満足」とする店舗は356店舗(32.4)であり、両者を足すと583(57.7%)である。

これに対して、「不満」であるとする店舗は61店舗(5.6)であり、「やや不満」とする店舗は224店舗(20.4)であり、両者を足すと285店舗(26.0%)である。

満足派は6割近く、不満派は4店に1店強という状況である。

では、この状況は、業種別にみるとどうなるであろうか。

表14 業種別の現在使用中の厨房・厨房機器に対する満足状況

		計	回答計	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	NA
店数	計	1105	1098	277	356	180	224	61	7
	日本料理	225	223	60	71	28	53	11	2
	西洋料理	429	425	109	140	73	80	23	4
	中華料理	193	192	46	67	36	36	7	1
	居酒屋	175	175	40	54	30	37	14	
	一般飲食店	82	82	22	24	13	17	6	
構成比 (%)	計	—	100.0	25.2	32.4	16.4	20.4	5.6	—
	日本料理	—	100.0	26.9	31.8	12.6	23.8	4.9	—
	西洋料理	—	100.0	25.6	32.9	17.2	18.8	5.4	—
	中華料理	—	100.0	24.0	34.9	18.8	18.8	3.6	—
	居酒屋	—	100.0	22.9	30.9	17.1	21.1	8.0	
	一般飲食店	—	100.0	26.8	29.3	15.9	20.7	7.3	

表14は、業種別の現在使用中の厨房・厨房機器に対する満足状況である。

これによると、「居酒屋」での満足派は全体平均を少し下回るのであるが、他の業種では、どの業種でも6割近くでほとんど差はない。

他方、不満派の割合は、「中華料理店」および「西洋料理店」で2割強と相対的に少なく、他の「一般飲食店」、「日本料理店」そして「居酒屋」で3割近くと相対的に多いようである。ただ、いずれもその差は大きなものではなく、厨房・厨房機器に対する満足状況は、業種別に共通であるといえる。

ところで、現在使用中の厨房・厨房機器に対する全体としての満足状況は、上のような結果であったが、もう少し立ち入って具体的に個別の問題点を指摘してもらおうという聞き方では、かなり多くの問題点が指摘されるところとなっている。

以下で、店舗の厨房および厨房機器の具体的な不満点に関する調査の結果を報告する。

厨房・厨房機器に対する個々の問題点を指摘してもらったところ、(同設問へのNA票25店舗を除く)回答店舗1080店舗中、何らかの問題点があるとあげてきた店舗は、1025店舗94.9%であり、問題点は「特になし」とする店舗は、55店舗

5.1%に過ぎなかった。

つまり、現在使用中の厨房・厨房機器の全体についてそれなりに満足して使用しているとする店舗でも、個別には種々の問題点を抱えている店舗がほとんど(ほぼ20店舗に19店舗の割合)であるということが分かった。

では、これらの店舗では、具体的にどのような問題点を抱えているというのであろうか。

厨房全体の様子、厨房機器の問題、そして費用面など、あらかじめ32項目を用意して尋ねた結果(複数回答結果)が表15である。(表中の項目は、見易いように、厨房全体に関する問題点は「□」印を、厨房機器の問題は「☆」印を、そして費用面での問題は「△」印を付した。)

現在使用中の厨房・厨房機器に関する個別の不満点で最も多かったのは①「厨房が暑い」とする不満で、これを挙げる店舗が回答店舗数の52.0%と過半を越えている。過半を越えている不満点は、この項目だけであった。

以下、4割前後の店舗で不満点として挙げられた項目が3項目ある。すなわち②「機器の修理代が高い」43.3%、③「厨房が狭い」40.3%、④「機器の値段が高い」39.7%である。

続いて、3割を越す店舗で不満点として挙げら

表15 厨房・厨房機器に対する不満（複数回答）

	店舗数	比率(%)	比率(%)	比率(%)
調査店舗計	1105	100.0	—	—
回答店舗	1080	97.7	100.0	—
不満ありの店舗	1025	92.8	94.9	100.0
□厨房が暑い	562	50.9	52.0	54.8
☆△機器の修理代が高い	468	42.4	43.3	45.7
□厨房が狭い	435	39.4	40.3	42.4
☆△機器の値段が高い	429	38.8	39.7	41.9
□換気が悪い	361	32.7	33.4	35.2
☆機器の掃除がしにくい・手間がかかる	347	31.4	32.1	33.9
□欲しいと思った機器が設置できない	323	29.2	29.9	31.5
☆機器からの熱が暑い	321	29.0	29.7	31.3
△ガス工事・電気工事費用が高い	304	27.5	28.1	29.7
☆△機器の光熱費が高い	298	27.0	27.6	29.1
☆機器の汚れが落ちにくい	262	23.7	24.3	25.6
□思い通りのレイアウトにならない	225	20.4	20.8	22.0
☆機器の修理・メンテナンス、アフターフォローが悪い	155	14.0	14.4	15.1
□厨房がべたつく	135	12.2	12.5	13.2
☆機器の火力が弱い	134	12.1	12.4	13.1
☆機器が壊れやすい	101	9.1	9.4	9.9
□床がすべる	101	9.1	9.4	9.9
☆やけどの危険がある	92	8.3	8.5	9.0
☆タイマー設定機能がない	85	7.7	7.9	8.3
☆仕上がりにムラがある	80	7.2	7.4	7.8
☆機器が重い	77	7.0	7.1	7.5
☆安全性に不安がある	66	6.0	6.1	6.4
☆機器の統一感がない	62	5.6	5.7	6.0
☆機器が大きい	60	5.4	5.6	5.9
□調理している所をお客様に見せられない	56	5.1	5.2	5.5
☆機器の操作性が悪い・操作が難しい	37	3.3	3.4	3.6
☆調理に時間がかかる	32	2.9	3.0	3.1
☆プログラム設定機能が充実していない	30	2.7	2.8	2.9
☆機器のデザインが悪い	27	2.4	2.5	2.6
☆思い通りの味にならない	8	0.7	0.7	0.8
☆機器の使い方・機能がよくわからない	7	0.6	0.6	0.7
その他	36	3.3	3.3	3.5
特になし	55	5.0	5.1	—
NA	25	2.3	—	—

注：項目の頭に付したマークの「□」は厨房全体に関する問題点を、「☆」は厨房機器の問題を、そして「△」は費用面での問題を意味する。

れた項目が2項目ある。⑤「換気が悪い」34.8%、⑥「機器の掃除がしにくい・手間がかかる」33.5%である。

次の2項目もほぼ3割の店舗から不満点とされている。⑦「欲しいと思った機器が設置できない」29.9%、⑧「機器からの熱が暑い」29.7%である。

以上の不満点が多い項目をみると、厨房機器そのものの問題点を挙げる店舗はそれほど多くなく、むしろ圧倒的に多いのは、厨房部の構造上の問題に起因する問題である。また、厨房部の維持費用の負担が重いと感じている店舗が少なくないようである。

項目ごとにみても、①「厨房が暑い」、③「厨房が狭い」、⑤「換気が悪い」、⑦「欲しいと思った機器が設置できない」の項目は、厨房部の構造上の問題に起因する問題とみなせる。また、②「機器の修理代が高い」、④「機器の値段が高い」の項目は、費用問題である。

これらに対して、⑥「機器の掃除がしにくい・手間がかかる」、⑧「機器からの熱が暑い」の項目は厨房機器そのものの問題点である。もっとも、⑥「掃除がしにくい」は、厨房部全体のスペース取りやレイアウトに起因する面もあろう。他方、①「厨房が暑い」は、個々の⑧「機器からの熱が暑い」ことの積み上げである場合もあろう。

それはともかくとして、個々の厨房機器に対して多くの店舗が不満を抱えているということは無いようであり、むしろ店舗が抱えているとする問題の大半は、厨房部の設計、スペース、レイアウト、換気、動線などの構造上の問題であると認識してよいように思料されるである。

本調査では、これまでみてきたように厨房部ならびに厨房機器についてどのような問題があるのかということを網羅的に確認することと併せて、喫緊の問題として何があるのかということを探っている。調査票では上と同様にあらかじめ32項目

を用意して、ここから最も不満とする項目を挙げてもらっている。次の表16である。

これによると、回答店舗1036店舗を100.0とした場合に、厨房・厨房機器に対する最も強い不満の上位5項目は、以下である。

①「厨房が暑い」17.0%、②「厨房が狭い」15.6%、③「機器の修理代が高い」10.2%、④「換気が悪い」9.7%、⑤「機器の値段が高い」9.1%である。

これ以降の項目は、いずれも5%以下の回答率であり、全体として厨房機器そのものの能力や操作性などに対して深刻な問題としている店舗は僅少なようである。

要は、厨房部そのものが「暑い」、「狭い」というのが2大問題であるということである。これらの問題は、上の厨房・厨房機器に対する不満の全体を見た結果とも合わせて、店舗を計画し設計する時点で仕組まれている問題とすべきところと思われる。

以上のような観察結果を得て、本稿でのとりあえずの結論としては次のような点を認識することができる。

当初に確認したように、厨房はフードサービス事業の心臓部と位置付けられるのであり、その能力が十全に発揮されることが、料理の品質を創り事業の生産性を高める必要条件であるにも関わらずに、そこに多くの問題点が所在しているということが本調査で判明したということができる。そして、問題点の起因とされる事柄は、個々の厨房機器の能力に帰せられるところではなく、むしろ厨房部全体の設計などの構造的な問題にあるということが指摘できるのである。

なお、業種別の相違の程度や事業規模別あるいは立地別などのより立ち入った観察は、今後さらに調査結果を深めていきたいとするところである。

表16 厨房・厨房機器に対する不満（単数回答）

	実数	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)
計	1105	100.0	—	—
回答計	1036	93.8	100.0	—
不満あり計	981	88.8	94.7	100.0
□厨房が暑い	176	15.9	17.0	17.9
□厨房が狭い	162	14.7	15.6	16.5
☆△機器の修理代が高い	106	9.6	10.2	10.8
□換気が悪い	101	9.1	9.7	10.3
☆△機器の値段が高い	94	8.5	9.1	9.6
□欲しいと思った機器が設置できない	50	4.5	4.8	5.1
☆機器の掃除がしにくい・手間がかかる	48	4.3	4.8	4.9
☆△機器の光熱費が高い	44	4.0	4.2	4.5
□思い通りのレイアウトにならない	34	3.1	3.3	3.5
△機器の修理・メンテナンス、アフターフォローが悪い	27	2.4	2.6	2.8
☆ガス工事・電気工事費用が高い	22	2.0	2.1	2.2
☆機器からの熱が暑い	19	1.7	1.8	1.9
☆機器が壊れやすい	15	1.4	1.4	1.5
☆機器の火力が弱い	15	1.4	1.4	1.5
☆機器の汚れが落ちにくい	12	1.1	1.2	1.2
□厨房がべたつく	7	0.6	0.7	0.7
☆仕上がりにムラがある	6	0.5	0.6	0.6
☆安全性に不安がある	6	0.5	0.6	0.6
□床がすべる	5	0.5	0.5	0.5
☆機器が重い	5	0.5	0.5	0.5
☆機器の統一感がない	3	0.3	0.3	0.3
□調理している所をお客様に見せられない	2	0.2	0.2	0.2
☆機器の操作性が悪い・操作が難しい	2	0.2	0.2	0.2
☆機器のデザインが悪い	1	0.1	0.1	0.1
☆機器が大きい	1	0.1	0.1	0.1
☆思い通りの味にならない	1	0.1	0.1	0.1
☆やけどの危険がある	1	0.1	0.1	0.1
☆機器の使い方・機能がよくわからない				
☆調理に時間がかかる				
☆タイマー設定機能がない				
☆プログラム設定機能が充実していない				
その他	16	1.4	1.5	1.6
特になし	55	5.0	5.3	—
NA	69	6.2	—	—

注：項目の頭に付したマークの「□」は厨房全体に関する問題点を、「☆」は厨房機器の問題を、そして「△」は費用面での問題を意味する。

(受付2009年11月10日 受理2009年12月8日)