



Challenge 02: モス日本全国うまいものめぐり

国産、地域の素材にこだわった お客さまに喜ばれるメニューづくり

日本で誕生したハンバーガー専門店として、モスが常に心がけているのが「日本の味、地域の素材」を大切にすること。「おいしさ・安全・健康」に加え、日本の食文化を取り入れたモスならではの味をお届けしたい—そんな想いから生まれた取り組みのひとつが、2002年からスタートしたご当地メニューづくりです。

2010年度は「モス日本全国うまいものめぐり」と銘うち、全国を5つのエリアに分けて地元の素材や名物料理を取り入れたメニューを販売。さらに今回は、より地域に密着した展開を目指し、本部と全国のお店とが緊密に協力。生産地、加工工場から店舗、そしてお客さまをつなぐ取り組みとなりました。

column | 外国産食材について

「モスが求めるおいしさと品質基準をクリアし、生産履歴がトレースできる素材を使用する」というのが、モスの基本姿勢です。そのうえで、食料自給率向上の観点からできるだけ国産素材の活用を努めています。しかし、牛肉、小麦(パンズ)、じゃがいも(フライドポテト)のほか、生産量や価格な

どの面から国産品の利用が難しい素材もあります。また気候条件などの違いから、国産よりも安価で質の高い外国産食材も少なくありません。モスでは、国内外を問わず品質管理スタッフが現地へ赴き、品質とトレーサビリティを確認。モスにふさわしい食材だけを厳選し、採用しています。

● 沖縄

島野菜のピザドッグ
ゴーヤー
島野菜のピザドッグ
トマト&コーン

沖縄県産の食材を使用したオリジナルピザソースをのせたホットドッグです。トッピングは、豊見城産ゴーヤーとトマト&コーンから選択。



● 中国・四国・九州

めんたい
明太とり天バーガー

国産鶏むね肉を揚げた大分名物の「とり天」に、彩り鮮やかな明太風味のソースを合わせ、モス風「とり天」にアレンジしたバーガー。

● 関東・甲信・静岡

ポークソテーバーガー
生姜風味

国産豚ロースの一枚肉を生姜風味のソテーにし、昔懐かしい“東京下町の洋食屋さん”をイメージした味わいに仕上げました。



● 中京・北陸・関西

イベリコ豚メンチカツバーガー

メンチカツにはスペイン産の「イベリコ豚」を使用。赤身や脂身の比率、ミンチのサイズにこだわり、脂身の旨さを最大限に引き出しました。

モス日本全国 うまいものめぐりマップ

● 北海道・東北・新潟

ザンギバーガー

国産鶏もも肉を使用した北海道名物の唐揚げ「ザンギ」を、うまかつ醤油や仙台みそなどが入ったマヨネーズベースのソースとキャベツで合わせました。



国産、地域素材を活かしたおまな商品'10

夏のギフト「果実体験」
長野県産の完熟りんご「ふじ」、山梨・長野県産の桃、鹿児島・熊本県産の不知火(しらぬい)のジュース詰め合わせギフト(数量限定)。



シークワースードリンク
沖縄県産のシークワースーを使用。残暑の疲れを癒す、すっきりさわやかな味わいに(期間限定)。



季節の玄米フレークシェイクくまぼちゃ
ベスト状にした北海道産のかぼちゃと北海道十勝産のあずきを合わせた、色鮮やかな玄米フレークシェイク(期間限定)。



冬のギフト「二色のおしるこ」
北海道十勝産のあずき「エリモショウズ種」と白あずき「きたほたる種」を使用した2種類のおしるこセット(数量限定)。



北海道コロッケフォカッチャ
きのこのクリームシチュー仕立て(マスタード風味)
北海道池田町産のじゃがいも「ホッカイコガネ」を使ったコロッケに、モスオリジナルのクリームシチューをのせたフォカッチャ(期間限定)。



季節の玄米フレークシェイクくまぼちゃ
青森県産のりんごをブランド、ワイン、シナモンと一緒に煮込み、果肉感たっぷりに仕上げたプチサイズのシェイク(期間限定)。



モス日本全国 うまいものめぐりの 裏がわ

全国を5つのエリアに分け、各地域の素材や名物料理を活用したご当地メニューを開発。約1ヵ月の期間限定で地元の方々にお届けしました。その舞台裏を、商品開発部の2人がお伝えします。



商品開発部
商品企画グループリーダー
脇田 和頼

ご当地メニューは、 「地域への恩返し」

期間を定めて全国一斉にご当地メニューを販売する試みも、すっかり定着してきました。そこで2010年度の「モス日本全国うまいものめぐり」では、これまで以上に本部と店舗・地域が一体となる取り組みを目指しました。

そこに込めたのは、「地域に恩返しをしたい」という想い。私たちが開発した商品を、手間暇かけて調理してお客さまに提供してくれる店舗スタッフ。モスの厳しい要求に応え、高品質の素材を納めてくれる農家やメーカーの皆さま。そしてもちろん、日本中のすべてのお客さまに、この取り組みを通じて幸せな気

分になってもらいたい。どうしたらその想いを確実に伝えられるか、常に意識しながら準備を進めていきました。

各地域の熱い想いを受け 商品づくりも白熱

まずは全国の素材や名産品を調査・ピックアップ。各方面の方々にも相談しながら、それらを使った商品のアイデアを出していきました。100を超える素案を前に議論を重ね、最終的には各エリア2品目の候補に絞り込んで試作品をつくり、決定しました。また、各地のオーナーや店長が集まる販促会議に参加しました。最終的にどんな商品を販売するかは、店舗側の意見を尊重して決めたいと考えたからです。

会議は、まさに意見百出の大会評会となりました。地域の素材や名物料理には、皆さん思い入れが強いのです。たとえば「明太とり天バーガー」の「とり天」は、地域はもちろん家庭ごとに塩派、醤油派、ソース派など、食べ方は千差万別。「ザンギ」には「しょっぱ過ぎる」「いや塩味が命だ」と、意見が続出しました。私たちとしては、何より店舗スタッフが自信を持ってお客さまにご提供できるよう、工場の生産開始ギリギリまで味を微調整。モスの名に恥じない納得の味を目指しました。

より強まった一体感 今後も食で日本に元気を!

地場産業を応援したかったので、でき

るだけ地元の工場に加工してもらえるように検討しました。すべての商品を地元の工場では困難でしたが、各地の製造業事情を知る貴重な機会になりました。

すごかったのは、お店の盛り上がりです。「エリア代表の商品を、一人でも多くのお客さまに」と、熱心に取り組んでくれました。各エリアをまとめるスーパーバイザー(店舗指導員)へお店から「今日はたくさん買っていただけたよ!」と電話が入ったり。本部と現地のコミュニケーションが活性化し、一体感を強めることができました。

お客さまからも、おおむね好評。ただ「全部食べてみたい」「うまいものめぐりなら、全国巡回を!」という声をいただき、これは2011年度の宿題です。

地域と地場産業を活性化したい、「食」を通じて日本を元気にしたい。そのメッセージは伝えられたと自負しています。日本全国のご多様な食文化とモスの想いがひとつになることで、新しい「おいしさ・安全・健康」な商品が生まれる。これからも一体感を持って、モスに関わるすべての人が元気になる商品をつくり続けます。



商品開発部
商品開発グループリーダー
太田 恒有

お客さまに喜ばれるために 私たちも 頑張っています!

衛生管理
の会社

お店の安全を、 全面的にフォローしています

モスのお店が、お客さまに安全な商品を提供するためのお手伝いをしています。豊富な衛生知識と改善のためのアイデアを持った衛生指導員が訪店し、お店の衛生レベル向上のための指導をしています。また、モスコール※1やアンドページ※2などの衛生用品の開発と販売や検査室での商品・食材などの微生物検査及び理化学検査、その他、害虫駆除、検便の委託業務など、お店の衛生管理を全面的にフォローしています。



株式会社エム・エイチ・エス
小野 照夫 取締役

※1 食品・手指除菌用アルコール製剤。
※2 野菜・果実の洗浄・除菌剤。

沖縄の
協力農家

お客さまに認められる、 おいしい農作物をつくります

本島南部に位置する南城市、大里・玉城区域でレタス、キャベツ、タマネギなど7品目の野菜とマンゴーを生産しています。私たちの栽培の特徴は、作付けシーズン終了後に緑肥作物を植え、連作障害※3防止や地力の維持を行っていることです。堆肥投入後、作付け前の土壌診断をしてから畑に合った肥料設計を立て、有機質中心に施肥することで、農業使用も極力抑えています。今後も安全はもちろん、お客さまに認められるおいしい農作物づくりに励みます!



沖縄ファーム
大城 茂博さん

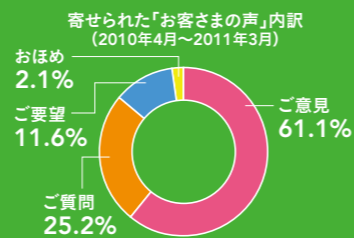
※3 畑に同一作物を連続して作付けすると、作物の生育が悪くなり、収穫量が減少してしまうこと。

お客さまの声が
おいしさの出発点

お客様相談室の役割

お客様相談室ではフリーダイヤルやインターネットなどを通じて、年中無休でお客さまからご意見を承っています。店舗や営業に対するご意見に対しては、店舗やスーパーバイザー(店舗指導員)と連携し、迅速に対応することを心がけています。また、ご質問・ご要望・ご指摘などのご意見は、関連部署に報告し、商品及びお店づくりに役立て、

商品やサービスの改善・向上につなげています。2010年度は、「私の街にモスを」というご要望が142件ありました。そのようなご要望は、店舗開発の貴重なご意見とさせていただきます。実際には新規開店に至ることもあります。これからも、お客さまによりご満足いただけるモスであるために、日々努力してまいります。



台湾の
工場

安全を最優先に、 ものづくりに励んでいます

当社は、「安全をすべてに優先する」を徹底し、お客さまに「おいしさ・安全・健康」な商品を提供すべく、できるだけ台湾産の原料で日々ものづくりに励んでいます。商品開発・仕入れ・生産・品質管理・配送の一貫体制で、現在ではシンガポール、香港、オーストラリアへも、日本の味をベースにしたモスのおいしさを供給しています。モスが世界のブランドになることを目指し、魔術食品は縁の下の力持ちとして頑張ります!



魔術食品工業股份有限公司
井口 貢 總經理

北海道の
協力農家

おいしくて、 甘いトマトを栽培しています

北海道の中心地、札幌から車で1時間半。秀峰羊蹄山の麓にある真狩村で、おいしいトマトづくりをしています。昼夜の寒暖差が大きい高原地帯なので、とても甘いトマトが育ちます。栽培の要である土は肥沃で、使用している水は羊蹄山からのおいしい湧き水です。安全面では、化学肥料や農薬を50%削減した特別栽培作物の認定を受け、米ぬか・堆肥など有機物を使用した土づくりに努めています!



小林農園
小林 昌男さん

日本の
工場

最高の商品をお届けするために 頑張っています

当社では、厳選された食材と徹底した品質管理のもと、おいしさはもちろん「安心・安全」を追求した商品づくりに取り組んでいます。モスの変わらぬおいしさ、進化し続けるおいしさ、新しいおいしさ、すべてのおいしさのため、愛情を込めて日々商品づくりと商品開発に励んでいます。お客さまの「おいしい」の笑顔のために、これからも一生懸命努力し続けます。



紅梅食品工業株式会社
生産本部
斉藤 三鶴 課長

日本からアジア、世界へ 「おいしさ・安全・健康」を届ける

日本のモスからアジア、世界のモスへ——
現在、モスはアジアとオセアニアの7つの国と地域に、243店舗(2011年3月末現在)を展開。「食を通じて人を幸せにすること」の実現に向けて、それぞれの国・地域の「おいしさ・安全・健康」を追求しています。

「おいしさ・安全・健康」を基本に 国・地域に合わせてアレンジ

海外における商品開発の基本的な考え方も、日本のモスと同じく「おいしさ・安全・健康」です。パティやソース類などはすべて日本と同様に商品設計がなされ、日本の定番商品の「モスバーガー」や「焼肉ライスバーガー」などは日本のレシピを基本として各国・地域で販売をしています。

さらに、それぞれの国・地域の風土、生活から生まれた郷土色豊かなおいしい料理を参考に、モスらしいアレンジを加えた海外オリジナルメニューの開発も積極的に行っています。現在はメニューの約2割が各国のオリジナル商品。野菜や米などの食材についても、それぞれの国・地域の素材を活用していくことを意識し、日本の商品開発と同様の考え方を、海外のお客さまからも「おいしい」と言っていただけるような商品づくりをこれからも進めていきます。



サクサク
チキンバーガー
[シンガポール]
うなぎ
ライスバーガー
[シンガポール]

密なコミュニケーションで 品質管理を徹底

商品は、各国・地域の委託工場(台湾と一部は連結子会社「魔術食品工業股份有限公司」)で製造しています。製造工程においては、言葉や慣習、価値観の違いなどにより、工場担当者とのコミュニケーションが難しいケースがありますが、創業から大切にしている「モスのこころ」や考え方を丁寧に説明し、話し合いを重ねることで、理解を得ています。

また、各国・地域の工場の設備や性能はさまざま、安定した品質管理は容易ではありません。モスでは、定期的に各国・地域の店舗に訪店して試食をしたり、工場に訪問して製造工程のチェックを繰り返すことで、安定的に品質が保たれるよう努めています。



海外工場での製造工程のチェック

海外 TOPICS

01 アジア同時発売 キャンペーンを実施

2010年12月から2011年2月、日本・アジアの店舗全体で、同コンセプトの「塩バターチキンバーガー」を販売する、アジア同時発売キャンペーンを実施しました。お客さまに日本のおいしさをお届けしたい、との想いで開発された「塩バターチキンバーガー」は日本とアジアで人気の高いチキンを日本発のチェーンらしく丁寧に直火焼きにし、国・地域に合った味にアレンジ。今後もさらに、海外で発案した商品を日本に逆輸入することも視野に入れています。



塩バターチキンバーガー
直火焼きで丁寧に焼き上げたチキンにサクッと揚げた専用ポテトフライを合わせ、日本向けには隠し味である柚子の香りが口の中に広がる塩バターソース、海外向けにはアジアで好まれるオレンジをベースにしたフルーティーなソースを採用しました。

02 将来の欧米進出を視野に 初めてオセアニアへ進出

2011年3月、オーストラリア ブリスベン(クイーンズランド州)に、オーストラリア1号店の「モスバーガー サニーバンクプラザ店」をオープンしました。これまでアジア圏を中心に海外展開を進めてきたモスバーガーチェーンにとって、初のオセアニア進出となります。店舗運営は、新たに設立した現地法人「MOS BURGER AUSTRALIA PTY LTD(モスバーガー・オーストラリア社)」が担います。

※(株)モスフードサービスが30%出資するほか、当社の関連会社(持分法適用会社)である「安心食品サービス股份有限公司」、現地会社「TECO AUSTRALIA PTY LTD」などによる合併事業。



モスバーガー
サニーバンクプラザ店