



HSMニュース

 伊勢神宮に参拝してみた！

ふと思い立って、伊勢神宮に参拝に行ってきました！

実は今まで、行きたいなと思いながらも中々タイミングがなく行ったことがありませんでしたが、今回やっと念願叶って行くことができました！

皆さんご存知の通り、伊勢神宮は三重県伊勢市にある日本人の総氏神・天照大御神を祀る、全国約8万社の神社の中心となる特別な神社です。

今回初めて知ったのですが、正式名称は「神宮」であり、「伊勢神宮」は区別する為の通称らしいです。

また、伊勢の神宮は、皇大神宮（内宮）と豊受大神宮（外宮）の両正宮を中心に125社ものお社から成り立っていて、参拝するときは、外宮から内宮の順序で回るのがならわしのことでした。

この日は平日でしたが、たくさんの方がお参りされており、神宮周辺も大変賑わっておりました。忙しい日常から少し離れて境内を歩くと、自然と背筋が伸び、心が整っていく感じがします。

毎年恒例の金毘羅詣りの際もそうですが、神社をお参りすると穏やかな気持ちとともに身の引き締まる思いがしますね。今回もとても良い体験でした。

もちろん、赤福も頂きました！出来立てでとても美味しかったです！

 RitCH、予実績・発注管理機能はじめたってよ

皆さんは、船費の予実績管理どうされていますか？

日々送られてくる本船からの“Requisition”どの様に管理されていますか？

多くのサプライヤーさんへの発注管理はどの様にされていますか？

この度RitCHが新たにリリースした「Budget & Order Manager（船費予実績管理・発注管理）」では、本船からの手配依頼からサプライヤーへの見積依頼・発注、予実績への自動反映、納品・請求処理まで幅広く対応します。本船でのRequisition作成においては、IMPAコードや自社登録コードを使用することで入力をさらに容易に行え、入力ミスも防ぎます。

予算消化状況、発注・納品状況をリアルタイムで把握でき、監督・本船双方の業務負荷と入力ミスをシステムでまとめて軽減します。

「集計する」から「見れば分かる」へ。

サービス提供会社：株式会社HSM

<https://www.hsmjp.co.jp/ritch>





このコーナーでは散歩の似合わない男「桑村」がその重い腰ならぬ重い体を上げ、日生やその周辺を散歩！魅力的なスポット・お店などを紹介していきます。

今回も番外編ですが・・・久しぶりに私のホームグラウンドでもある、北海道は「函館」よりお届けします。

くわ散歩 第28回：函館でちょっとだけ贅沢！「根室花まる」のホタテにびっくり

皆さんこんにちは！くわ散歩では、弊社周辺や近隣、また出張先などのオススメのお店や、まだ知られていない穴場など、様々なスポットを紹介いたします。

北海道といえば海の幸。函館で海鮮といえば海鮮丼も魅力的ですが、家族で好きなものを一皿ずつ選べる回転寿司もいいものです。「たまにはちょっと贅沢したいよね」と訪れた、プチ贅沢にぴったりのお店をご紹介します。



北海道の回転寿司は美味しいとよく言われますが、正直、私はその違いがあまり分からず…。そんな私でも「これはうまい！」と思ったお店に行ってきました(約1年ぶりの再訪)。訪れたのは「回転寿司 根室花まる ポールスター函館店」さん(住所：北海道函館市港町1丁目2-1)。JR五稜郭駅の裏手方面にある、商業施設の一角にあります。



本鮭赤身も脂のり最高



根室花まるは、道内の他、東京にも数店あるそうです。函館市内では函館駅前にもあるので、そちらも行きやすいと思います。店内にはカウンター席とテーブル席があり、壁にはネタの札がずらり。回転寿司ではありますが、レーンを流れるお皿はそれほど多くなく、食べたいものをその都度注文する形です(久しぶりの注文用紙に手書きしました)。

先に本鮭中トロ、続いて赤身を注文。あっさりかと思いきや、中トロを思わせる脂のり！赤身も十分うまい、と驚きました。

写真左は「本日の切り落とし軍艦」。何がののかは注文ごとのお楽しみ。頼むたびにいいネタがのっていて、切り落としとは思えない豪華さ！どれも美味しく、2貫で税込286円は安すぎる。つい追加注文してしまいました。



そんな中で、この日一番印象に残ったのが『二階建て生ほたて(一貫)』です。普段は「美味しいけれど、無理して選ばなくてもいいかな」と、見送ることも多いホタテ。ところが今回は、まずその厚みに目がいきました。口に入れると、やわらかいだけでなく絶妙な歯ごたえがあり、噛むほどに旨みと甘みが広がります。これはうまい！

ちなみに会計は、私の感覚では大手回転寿司チェーンの1.6～1.7倍ほど。少し贅沢をしたい日にはちょうどいいと思いますし、味と価格のバランス・満足度で言えばむしろ割安です！皆さんも函館へお越しの際はぜひ！我が家はまた来年かな・・・それでは、次回の「くわ散歩」でまたお会いしましょう！



テーブルにはどんどんお寿司が並んでいました



根室産 大ずわいがにの鉄砲汁
これで473円はボランティアでは...



これ、たらフライなんです。厚いしうまい！これで白米食べたいです。

ホタテ、今まで無視してごめん.....。



くわ散歩の よいみち



家族で「函館どつく見学会」へ

先日、創業130周年を記念して開かれた「函館どつく見学会」に家族で行ってきました。仕事で訪れたことはありますが、家族と一緒に来るのは新鮮ですし、息子にとっては初めての造船所。大きな設備や建造中の船を間近で見ることができました。

新造船の船内見学もあり、デッキや操舵室、居住区なども見学。船長室を見たほかの来場者が、「船長さんの部屋って広いんだねー」と話していました。そうか、船の中を見る機会がなければ、部屋の広さも意外なのか……と、私にはちょっと新鮮な反応でした。外から眺めるだけでは分からない船の中を、家族で巡るいい機会になりました。



支綱切断体験中



ピックアップ!

ここでは、私共が目にして気になった記事やニュース等を紹介させていただきます。
海運に関する事や海運に関係なくても興味がわく様な内容の物を色々紹介していきたいと思います!

こんにちは!

以前に、締切ギリギリで焦っていたときに、敢えて髪を切りに行ったら非常にスムーズにペンが進んだので、今日も髪を切ってまいりました。いつも通りバシッと刈り上げてきました。周りの皆にももっと刈り上げていくように勧めていきたいと思います!

ということで今回は、私が見た記事で印象に残っていた内容を抜粋・要約して好き勝手にお伝えしたいと思います。もしかしたら間違っているところもあるかもしれませんが、気軽に読んでみて下さい!

マクドナルドは「不動産会社」?

みなさん「マクドナルド」ってご存知ですか?

俗に言うジャンクフードで、癖になる結構美味しいハンバーガー屋さんなので、今度ぜひ行って見て下さい。

当然、ハンバーガーやポテト、チキンナゲットなどを売って利益を上げる飲食店で世界最大級のファストフードチェーンです。だのになぜ、「不動産会社」なのかというと、まさにその業態にあったのです。

インターネット検索のグーグルで調べてみたところ、マクドナルドは、米国に本社を置き、世界100カ国以上、45,356店舗(2025年末時点)もある世界最大級のファストフードチェーンです。

そして当然、多くの人にとって、同社は「ハンバーガーで稼ぐ会社」というイメージのまま映っているはずですが。ところが、本社の収益構造を読み解くと、まったく違う顔が現れます。

同社の本質を最も的確に言い表した、初代社長を務めたハリー・J・ソネボーン氏の有名な一言があります。

「我々は厳密には食品業界にいない。不動産業界にいるのだ。我々が15セントのハンバーガーを売る唯一の理由は、それがテナント(フランチャイズオーナー)が我々に家賃を払うために最も多くの収益を生むからである」

これは投資家向けに語られた説明であり、それから半世紀以上が経った現在も、マクドナルド本社の本質を正確に表現する言葉であり続けています。

実は、マクドナルドの店舗のうち、本社が直営しているのはわずか5%らしいです。つまり、全45,356店舗のおよそ95%が独立したフランチャイズオーナーによって運営されていることになります。

まあ、大きなチェーン店ではよくあることですが、通常ここで多くの人が思い浮かべるのは、「ロイヤルティ(フランチャイズ料)」というキーワードでしょうし、まあ、そのロイヤリティが主な収入になるんだろうな、と考えられると思います。私もそうだと思っていました。

しかし、マクドナルドの場合、本社にとってこのロイヤリティは「主役」ではありません。

当然売上の大部分はフランチャイズ店舗から得る収入にはなるのですが、その内訳は、2024年の開示数値では、フランチャイズ収入約157億ドルのうち、家賃が約100億ドル、ロイヤリティが約56億ドル。実に6割超が「家賃」で稼ぎ出されている計算になります。

つまり、マクドナルド本社の最大の稼ぎ頭は、ハンバーガーの売上歩合ではなく、フランチャイズオーナーから受け取る「家賃」だったのです。

当初はフランチャイズオーナーから受け取るロイヤリティを主としたビジネスモデルであったが、利益は薄く、店舗網拡大の資金調達にも苦しんでいたところ、「商品の卸売やロイヤリティで稼ごうとするのをやめ、フランチャイズオーナーが商売をする『土地と建物』そのものを本社が押さえ、貸し出せばよい」というアイデアが出されたとのこと。

本社が一等地を取得(または長期で借り上げ)し、そこに店舗を建て、それをフランチャイズオーナーに転貸する、という現在まで続くマクドナルドの「不動産モデル」の原型がここで生まれました。

[次ページへ続く](#)

このモデルの巧妙さは、単なる賃料収入を生むだけにとどまらない点にあります。

まず、本社は取得・借り上げた物件をフランチャイズオーナーに転貸する際、コスト(取得費や借り上げ賃料)に大幅な上乗せをして貸し出します。また、今日では、フランチャイズオーナーは店舗売上のおよそ8〜15%を家賃として本社に支払うのが一般的で、売上に連動する変動家賃と、最低保証額を組み合わせた契約形態が中心とのことで、売上が伸びれば賃料も伸びる「歩合家賃」の発想であり、店舗が繁盛するほど本社の懐も潤う仕組みになっているとのことです。

また、本社が「地主」となることで、フランチャイズオーナーへの強力な経営支配力が生まれます。ブランドや品質基準を遵守しないオーナーを「賃貸借契約違反」として店舗から退去させることが可能になるからです。ロイヤルティ徴収だけのモデルでは難しい統制を、リース契約というレバーで効かせられる。

そしてもうひとつ重要なのが、不動産そのものが持つ含み益です。マクドナルドは現在、フランチャイズ店舗の敷地のおよそ55〜57%、建物のおよそ80%を自社で保有しており、それらを時価で評価し直すと同社の不動産の時価がおよそ1,200億ドル規模にのぼると試算されています。

しかしここでひとつ疑問が湧くと思います。「不動産を持てば、固定資産税や修繕費もかかるはずだからそれを差し引けば、本社の取り分はそれほど大きくないのではないか？」と。

ところが、マクドナルドはこうしたコストの大半を自社ではなくフランチャイズオーナーに負担させる「トリプル・ネット・リース」(Triple Net Lease)と呼ばれる契約形態でフランチャイズオーナーに貸し出されているそうです。

この契約形態は、借主が家賃に加えて、(1)固定資産税、(2)損害保険料、(3)修繕費・維持管理費という三つの費用をすべて負担する商業不動産の契約方式で、ウォルグリーン(米国最大級のドラッグストアチェーン)やスターバックスなど、信用力の高いナショナルブランドの店舗で広く採用されています。

そしてやはりスゴいのは、このモデルがインフレに極めて強いという点でしょう。フランチャイズオーナーから本社に流れる収入(家賃&ロイヤルティ)は、その大部分が「店舗売上に連動する変動制」です。一方、本社が物件取得のために組んでいる借入の多くは「固定金利」。つまり、世界的なインフレで物価が上がり、ビッグマックの価格が引き上げられて店舗売上が伸びれば、本社の収入も自動的に膨らむのに対し、最大の固定費である借入返済額は変わらないわけです。

通常の飲食企業にとって、インフレは原材料費や人件費の上昇を意味する「逆風」です。しかし、マクドナルド本社の収益構造を分解すると、食材原価も店舗人件費も大半はフランチャイズオーナー側のコストとなり、本社はあくまで「家賃」と「ロイヤルティ」を上から受け取る立場にいます。この仕組みのおかげで、本社にとってインフレは敵どころか、むしろ収益拡大の追い風として作用するのです。

整理すると、現在のマクドナルド本社の収益は三層構造になっていて、土台に「直営店の飲食売上」、その上に「フランチャイズオーナーからのロイヤルティ」、そして最上段に「フランチャイズオーナーからの家賃収入」が積み上がる構造です。利益率はこの順に高くなり、最大の柱がもともと収益性の高い「家賃」となっています。ハンバーガーを焼くのは加盟店オーナーであり、本社は彼らの売上に連動した賃料を低コストで受け取り続けるわけです。このように、同社のビジネスの正体は、ハンバーガーという強力な「集客装置」を上に乗せた、緻密な不動産モデルなのです。マクドナルドが「世界最大級の不動産会社のひとつ」と呼ばれるのは、このようなビジネスモデルにあったのです。

ということで、如何でしたでしょうか？

一見飲食業に見えて実は不動産業としての側面がありそれが強固な経営基盤を構築しているという収益構造がとても興味深く感心しました。実は世の中には、この様に一見こう見えて実は本業・本質は違う、というビジネスモデルは結構あるのかもしれない。少し角度を変えて商売を考えてみるのも重要だなと感じました。

みなさんはどの様に感じましたか？？？

海運基礎知識 「Load Line について」

今回は、「Load Line」について取り上げてみたいと思います。何をいまさら、と言われるかもしれませんが、正にこのコーナーのタイトル通りですのでご容赦下さい。たまたま最近業務の中でLoad LineやLoad Line Certificateなどについて話することがあり、良い機会なので今回基本的なことについて整理してみたいと思います。

船体に描かれた「謎のマーク」

船の側面を見ると、「円の中に横線が入ったマーク」が描かれているのを見たことはありませんか？

これは船が安全に航行するために「これ以上船を沈めてはいけない」という最大喫水を示しています。

ブリムソルマーク(Plimsoll Mark)とも呼ばれるそのマークこそ、今回のテーマ「Load Line(満載喫水線)」のことであり、貨物を積んだ船が守るべき限界の水線で、積み込み量や喫水を考えるうえでの基礎となる重要な情報となります。

「Load Line」とは？

船は貨物を積みば積むほど深く沈みます。しかし、船が沈み過ぎると十分な乾舷(Freeboard)が確保できなくなり、転覆や沈没のリスクが高まります。そこで、船の大きさ・構造・強度・用途などを考慮して、安全に積載できる最大喫水(Load Line)が定められています。このLoad Lineは、International Convention on Load Lines(LL条約)に基づいて定められており、船が規定に適合していることを証明するものとして、International Load Line Certificateがあります。

Summer、Winter、Tropical……なぜ何種類もあるの？

Load Line Markを見ると、「S」「W」「T」など、複数の線があることが分かります。これは、航行する海域や季節によって気象・海象条件が異なるためです。例えば、冬季の北大西洋などでは荒天・高波が想定されるため、夏季よりも安全側に余裕を持たせ、船を浅くする必要があります。代表的なものは次のとおりです。

- F: Fresh(淡水線) ※河川・湖など淡水で適用
- T: Tropical(熱帯線) ※熱帯帯域を航行する場合
- S: Summer(夏季線) ※基準線・通常の大洋航行
- W: Winter(冬季線) ※冬期期間の荒天海域

もう一つのLoad Line「Timber Load Line」

貨物船などのLoad Line Markを見ると、通常のLoad Lineとは別に、Timber Load Lineが設定されている船があります。これは、甲板上に木材を積載する船について、一定の条件を満たした場合に、通常より深い喫水まで積載できるようにするためのものです。木材は比較的軽く、積み方によって貨物の間に空間ができるほか、木材そのものが浮力を持つという特徴があり、通常より浅い乾舷(=深く積める)でよいとされています。規定された積付け・固縛方法や船体の強度、復原性などの条件を満たして木材を甲板上に積載する場合には、その特性を考慮したTimber Freeboard(木材乾舷)が認められています。そのような船にはS・T・Wなどの記号の前に「L(Lumber = 木材)」を付けた木材載貨喫水線(Timber Load Line)= LT・LS・LW が、通常の線よりやや上に追加標示されます。

以上、非常に簡単ではありましたが、「Load Line」について概要を説明させて頂きました。

船会社にとって、貨物をできるだけ多く積載することは重要ですが、それ以上に重要なのが安全な航海を確保することです。Load Lineは、船体の強度、乾舷、復原性、航行海域、季節、貨物の種類などを考慮し、安全に航海できる範囲で最大限の積載能力を確保するための仕組みです。そして、船舶管理においては、Load Line Markそのものだけでなく、International Load Line Certificateの有効性や記載内容を適切に管理することも重要です。(RitCHのCertificate Managerを活用すれば期限切れを防止し適切に管理することが可能です！)

以上