



平成 21 年度新事業創出・販路開拓ネットワーク整備・活用等事業

2009 年 10 月 27 日発行

## 展示会・見本市レポート第16号

発行：全国商工会連合会

編集：(財)日本立地センター

協力：全国イノベーション推進機関ネットワーク

### 第 4 回 ラーメン産業展2009(下)

会 期	2009年10月13日(火)~15日(木)
会 場	パシフィコ横浜
主 催	ラーメン産業展実行委員会( <a href="http://www.ramenexpo.com">http://www.ramenexpo.com</a> )
後 援	横浜市
特別協力	ラーメンデータバンク、日本ラーメン協会、東京都製麺協同組合、東京都中華製麺製造業協同組合、三多摩製麺協同組合

#### ◆ ブース細見 ◆

#### タレとスープの東京市場開拓

★出 展 目 的：東京市場の販路開拓

★代表商品の価格：「ナチュラルブランド 昆布だし」(瓶・300ml)=1,000円(税別)

札幌市のアイビック食品 (<http://www.ibic.info/>) は、ラーメン店など全国の飲食店にタレとスープをPRするため出展した。

設立は2002年。親会社の釣具の卸、アイビックの食品事業部が独立したものの。今年11月に取引先の製麺会社が東京工場を完成するのを機に、東京市場を本格的に開拓することにしたという。鍋物、丼もの、しゃぶしゃぶ、パスタのタレの開発にも応じている。

発行：全国商工会連合会 企業支援部 市場開拓支援課 03-3503-1256

編集・問い合わせ：(財)日本立地センター 新事業支援部 03-3518-8964

## 麺の販売兼ねて繁盛店作りアドバイス

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「多加水麺」(150g)=67円(税別)

福島県郡山市の**富多屋生麺** (<http://www.menya.co.jp>) は、約200種類の業務用生中華麺を製造する製麺ソリューション会社だ。1947年に戦後の暖簾(のれん)分けて製麺事業を立ち上げた。

開業前にスープ作りを支援したり、自家製麺に技術の限界を感じているお店、個性的な麺を探しているお店の要望に応える。具体的には、麺とスープのマッチングやお店に合った新しいタイプの麺を企画、繁盛店作りをアドバイスする。

同社の渡辺一明営業部長兼ヌードルプロデューサーは、「当社は麺・タレ作りに関わった時や客足が減った時の“駆け込み寺”ですね。お店のリニューアルの相談だけで年30件はあります。但し、FC店からの相談はお断りしています」と話している。

首都圏中心に販売している。



## 飲食店にカットねぎ売り込む

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「国産カット青ねぎ 2mm」(1kg)=620円(税別)

奈良市の**五星物産** (<http://kouweb.com/gosei/>) は、ラーメンやうどん・そば・お好み焼きの具材として欠かせない「青ねぎ」専門の卸会社。

外食産業で勤務していた前川清和社長が、6年前に起業した。販路は展示会、インターネット、DM(ダイレクトメール)で開拓。取引先は北海道から鹿児島まで約90社300店舗と取り引き。日量約1.5トンのカットねぎを飲食店に供給しているという。

食の安心・安全を踏まえ、国産青ねぎにこだわり、奈良・福岡・熊本・香川・徳島の5県の農家と契約栽培する。生産地を分散しているのは、「台風や風水害、干ばつなどの災害リスクを避け、商品を安定供給するためです」と前川社長は説明している。

## 麺にこだわるお店に手打ち麺機販売

★出 展 目 的 : ラーメン市場の開拓

★代表商品の価格:「手打ち麺機さぬき」(M-306・AP-6 型)=2,970,000円(税別)

香川県のさぬき麺機(<http://www.menki.co.jp>)は、全国で「さぬきうどん講習会」を開催し、正しい製麺方法の普及と製麺機の販売促進を図っている。

同社が香川県の「さぬきうどん技術研修センター」を本部として、全国で開業を予定している人、事業拡大を考えている人向けに講習会を開くようになったのは30年前のこと。伝統的なさぬきうどんの製法を伝えるのが目的だったという。

同社の「手打ち式製麺機」は、うどん・そば・ラーメン・パスタなど全ての麺に対応できるのが特長。同社がラーメン市場に力を入れているのは、「今は麺の味で勝負している時代ですので、麺にこだわるラーメン店が増えているためです」と、ブーススタッフは話している。



## モニター募集し顧客満足度高める

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:餃子1パック(30個)=480円(税込み)

★そ の 他 : モニター募集

さいたま市のヨコミゾ(<http://www.e-yokomizo.com/>)は、業務用餃子の販売を全国に拡大する。

1952年に食用油脂の販売からスタートし、肉団子の販売を経て現在、餃子7に対し焼売3の割合で製造・販売する。いずれの商品も販売先は飲食店が中心だが、生協に20種類の餃子を納品。焼売はさいたま市の学校給食用として7割のシェアを占める。

国内産の原料具材にこだわる。「餃子を金のなる木に！」を販売のキャッチフレーズにする。ラーメン店のあるオーナー経営者から、「餃子の具だけ欲しい」との要望に応え、今回の展示会で初めて「餃子の具」のモニターを募集、顧客満足度向上に腐心。

## 「自家製麺はコスト安」が販売の合言葉

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「普及型麺機 SY-4S」=640,000円(税別)

東京の**新宿吉野麺機** (<http://www.menki.jp>) は、麺機の中堅メーカーで国内と海外を市場とする。

展示会では、「自家製麺はコスト安」をキャッチフレーズに、女性でも簡単に操作できる製麺機の売込みを図る。

製麺機の性能面の特徴としては、コンパクト性・安全性・操作性に優れている点を挙げる。同社が試算した自家製麺費(1食27円とする)と購入麺費(1食60円とする)の比較では、1日50食の麺を売っている場合、月25日で計算するとその差額は41,250円となり、自家製麺がコスト安という結果がでてい

る。この差額を同社の製麺機のリース代に当てても、お釣りが出る計算になるという。少量の試作品作りにも対応できるのも強み。



## 展示会で唯一、ちゃんぽん麺を出展

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:「本場長崎皿うどん麺」(60g)=50円(税別)

長崎市の**東洋軒** (<http://www.ntoyoken.co.jp/>) は、今回の展示会で唯一の皿うどん・ちゃんぽん麺の出展会社。

1920年にパン会社として創業、1976年に**皿うどん・ちゃんぽん・ラーメン**の製造・販売を始める。

揚麺では九州の大手。業務用が主力で、冷凍食品メーカーや土産物品メーカーへのOEM供給にも応じている。業務用のマーケットは関東と関西。卸を通じてコンビニや中華関係の外食に供給している。

13年前にレストランと売店の経営に乗り出し、飲食店・小売店を通じてちゃんぽんなどの販売促進に努めている。