

経営者の四季

2017 FEBRUARY no.488

2月号



今月の
テーマ

「食」の革新

永平寺の里でつくられる“心やすらぐごま豆腐”／(有)幸伸食品(福井県吉田郡)の直営店「幸家」(中央・久保透社長)の豆腐料理は、すべて良質な地下水とシンプルな素材でつくられ多くのファンを持っている(関連記事4～5頁)。

12年連続赤字からの脱却 1日3万食の生パスタを売る淡路島の製麺屋

約100年間、うどん製麺を生業としてきた淡路麺業株式会社。企業存続の危機に直面し、五代目・出雲文人社長が打ち出した起死回生の新商品はゼロから開発した「生パスタ」だった。

明石海峡大橋開通で始まった 大手との価格競争

瀬戸内海東部に位置する、兵庫県淡路島。今年で創業108年を迎える淡路麺業株式会社は、主に生パスタの製造販売を行っている。

同社の前身は、1909年に氷室幸次郎氏が開業したうどん店「氷室商店」。1950年には製麺業を本格化、1968年に淡路麺業株式会社を設立し、うどんを中心とした麺類の製造卸売を拡大した。当時は食堂や学校給食、八百屋などが主な販売先だった。

順調だった同社に陰りが見えてきたのは、1990年代後半のこと。1998年に明石海峡大橋が開通すると、大手が淡路島の市場に参入してきたのだ。熾烈な価格競争が始まり、同社の1/3の価格の商品が出回るようになった。

1970～80年代には年間平均日産3万食を製造していた同社だが、1990年代後半には2000食にまで落ち込む事態となった。

父である先代の出雲勉現相談役の後を継ぎ、五代目代表取締役となった出雲文人社長が、同社に入社したのは2005年のことだった。

「『百年続いた暖簾を守りたい』との思いで、京都の食品メーカーを辞めて実家に戻ってきましたが、その頃、会社は廃業の危機を迎えていました。うどんや中華麺などの新商品の開発にも挑戦しましたが、どれもうまくいきませんでした」

乾麺が主流の「パスタ」に着目 生き残りを賭け、うどんから生パスタへ

試行錯誤の末、出雲社長が目をつけたのが「生パスタ」だった。外食産業において、うどんや中華麺などの麺類には生麺が用いられているが、乾麺が主流であるパスタに新しい市場を見つけたのだ。

生パスタは麺の押出をする際に極力熱を加えず、水分を含んだまま風味・食感を保って製造を行う。そのため、モチモチとした食感と小麦本来の豊かな風味が生パスタの特徴といえる。

メリットは麺単体のおいしさだけではない。生パスタは乾麺の1/3の時間で茹で上がるため、飲食店での提供スピードがアップ

する。

出雲社長は経験のない生パスタづくりを学ぶため、国内の名店を食べ歩き、その後イタリアで修行を積んだ。地元ホテルのシェフに協力を仰ぎ、数百種に及ぶ試作を重ね、2007年に商品を完成させた。

うどん製麺で培った技術を生かし、茹で伸びしないコシのある生パスタが完成。販路を確保するために、出雲社長は、電話帳に記載されているイタリア料理店に片っ端から電話営業を行った。当初は100軒に1軒程度「無料サンプルなら試しても良い」という返事が来る程度だったが、地道な努力が徐々に実っていった。





淡路麺業株式会社
兵庫県淡路市生穂新島9番15号
TEL: 0799-64-0811
HP: [淡路麺業](#) [検索](#)

五代目代表取締役 **出雲文人** (いずも・ふみひと)
1977年、兵庫県生まれ。大阪の大学を卒業後、
2000年に京都の食品メーカーに就職。2005年に
淡路麺業株式会社に入社し、生パスタの製造販売に
着手。2008年より現職。

40種類以上のパスタの 最適な調理方法も指南

顧客に商品を売って終わるのではなく、調理のノウハウを提供するのも特色だ。同社の生パスタは、小麦の配分や太さ・長さも多岐にわたり、40種類以上を販売している。パスタによって最適な茹で時間や、ソースとの合わせ方が異なる。顧客から「おいしく作れない」という相談がときどき寄せられたことから、講習を行うことを決意したという。

「飲食店が繁盛するからこそ私たちもやっていける。おいしさを最大限に引き出す方法は、紙一枚の説明書では伝わりません。だから訪問したり、来社していただき指導をしています」

出雲社長はレシピをはじめ、店内POPや案内チラシの制作、インターネットでの店舗PRなど、「麺コンサルタント」として飲食店のトータルサポートも行っている。

生パスタを日本の食文化として定着させ、 麺業界の底上げをしたい

また、2013年には、社屋の隣に同社直営の生パスタ専門店「DAN-MEN (ダンメン)」を開店。「淡路麺業」の「淡」と「麺」が名称の由来で、淡路島産の海の幸や野菜をふんだんに使った30種類以上の生パスタ料理が常時楽しめる。休日には予約必須の人気店となっている。

「この店は、私たちのパスタを消費者に直接評価してもらうことを目的として作りました。お客様の生の声を聞くことで、飲食店にもより役立つノウハウを伝えられると考えています」

2015年から同社は月5回程度、全国各地で生パスタの調理法を指導する講

出雲社長の「食」の革新理論

- 1 従来の技術力やノウハウを生かせる
新しい市場を発見し、チャレンジする
- 2 販売して終わりではなく、商品の良さが
最終消費者まで届くようにサポートする

習会を開催しており、それも新規顧客の開拓につながっている。

現在、同社は全国1500軒の飲食店を顧客に持ち、1日3万食の生パスタが生産されている。1998年から2009年まで12年間連続赤字という状況乗り越え、2005年に4200万円だった売上も、2016年には4億5000万円と約10年で10倍となった。また、売上の95%を生パスタが占めており、会社の成長に伴い従業員数も4名から35名にまで増えている。

「代々受け継がれてきた麺作りへのこだわりをこれからも大切にしつつ、生パスタを日本の食文化として定着させ、麺業界の底上げをしたい」

「生パスタ」を武器に廃業の危機から会社を守り、見事に成長させ、2014年には地元農家を巻き込み、日本初となる国産のパスタ専用品種「デュラム小麦」の栽培に成功した。出雲社長の挑戦はこれからが本番だ。 e



直営の生パスタ専門店「DAN-MEN (ダンメン)」。生パスタは、店頭でも購入できる。