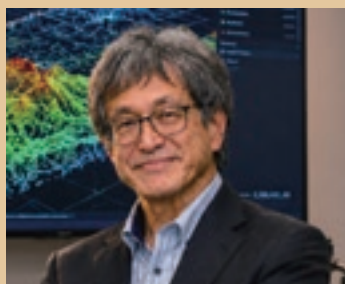


“安全・安心・おいしい”中華麺を追求して77年。令和6年に、ポーランドでの製造を開始し、欧州市場の開拓に注力する

全国の個人ラーメン店および外食産業のチェーン店などに向けた業務用製麺事業を展開する菅野製麺所。業界内でいち早く、国際的な食品安全マネジメントシステムである“FSSC22000”の認証を取得。食の安全・安心を支える体制を整えながら、埼玉県松伏町の工場を中心においしい麺作りに励んできた。令和6年、ポーランドでの製麺事業をスタートさせた同社。全て現地で調達した材料で日本の味を生み出し、欧州の人々の評判を集めている。



代表取締役 菅野 善男氏

- 代表者 代表取締役 菅野 善男
- 創業 昭和24年10月
- 設立 昭和28年11月
- 資本金 4,970万円
- 従業員数 105人
- 事業内容 生麺類および中華惣菜・冷凍食品の製造販売
- 所在地 本社 〒144-0051 東京都大田区西蒲田6-29-2
TEL 03-3735-1561 FAX 03-3730-0599
埼玉営業所 〒343-0111 埼玉県北葛飾郡松伏町大字松伏972-1
TEL 048-992-1147 FAX 048-992-5590

●URL <https://www.kannoseimen.com>



今では日本の国民食の一つであり、さらには世界の人々に愛される世界食となった“ラーメン”。株式会社菅野製麺所は、日本が戦後厳しい食糧事情にあった頃から、業務用製麺事業を通じて人々の胃袋とラーメン文化を支えてきた。

現在は、埼玉県松伏町の工場を中心に、ラーメンの他、パスタ、生うどん、中華惣菜などの製品を製造。自社物流で個人のラーメン店、外食産業のチェーン店約4,000軒に、年間6,000万食を卸している。

「お客さまの多くは関東圏ですが、日本全国の依頼に応じて配送しています。当社のように飲食店の卸だけに特化して6,000万食を手がけるのは、業界でも多いほうだと思います」（菅野善男社長）

令和6（2024）年、同社はポーランドで、欧州向けの中華麺の製造を開始した。日本の製麺企業が足を踏み入っていない欧州に進出して先行者利益を獲得する——それは、長らく思い描いていた挑戦であった。

➔ “安全・安心・おいしい”を追求した歴史

創業は、戦後間もない昭和24（1949）年。日本の

厳しい食糧事情に胸を痛めた菅野社長の父が、「1人でも多くの人においしいものを提供したい」という思いで、独学で製麺技術を習得。東京都大田区に製麺所を立ち上げ、中華料理店を中心に麺を卸す事業をスタートさせた。

戦後の食糧不足が追い風となり、事業は順調にスタートした。さらに、“かん水”（中華麺にコシを出すもの）を使用した独自の食感が高く評価され、売り上げは好調に推移。昭和45年には、埼玉県吉川市に大型工場を建設する。

「うどんは、塩を使って小麦粉の中のグルテン（たんぱく質）を変性させて硬くし、コシを出しますが、ラーメンは塩とかん水を使うことでグルテンの結びつきを強くして、麺にコシや弾力を生み出します。当社は早くから、かん水を使ったラーメンの麺作りを研究し、そのノウハウを蓄えてきました」

平成に入った頃、大手製麺メーカーの量販店向けOEM製品を手がけるのを機にHACCP（^{ハサップ}危害要因分析重要管理点）を取得した。「当時、社員100人以下の会社でHACCPを取得した企業は少なく、当社は他社に先駆けて取ったと思います」と菅野社長は

語る。さらに食品安全マネジメントシステムの国際規格である“FSSC22000”の認証も取得し、安全・安心の製造体制を確立していった。

そして平成23（2011）年、松伏町に敷地面積1万㎡の工場を新設し、24時間態勢で日産約17万食を製造する体制を構築。令和6年には、隣接地に第2工場を稼働させ、さらなる量産体制を敷いた。

こうして同社は、“安全・安心”を追求しながら長年培ってきた実績と経験で、多様なスープに合う独自の“おいしい”麺を開発してきた。創業当時5～6種ほどだった麺の種類は、現在約600種類にも及ぶ。

➔ 菅野製麺所の麺の特長

菅野製麺所の麺は、全国約80種類の小麦粉を用途に合わせてブレンドしながら使用する。そこから、さまざまなスープに合うように細かく種類分けして麺の製造を行っている。

同社の製品は、「淡麗・清湯^{ちんたん}」「煮干し・担々麺」「昔ながらの中華そば」「とんこつ」「手もみ風」「味噌」「家系・濃厚」「G系」「つけ麺・まぜそば」「生パスタ」「新規開発麺」などがあり、さらにそこからそれぞれに合う製品を「コシ」「モチモチ感」「なめらかさ」「茹で伸び耐性」等、細かく評価分けして展開している。

「当社には麺のマトリックス表があり、麺のパターンと麺の評価から、それに沿ってスープなどに合う麺を用意しています。例えば、つけ麺用の麺なら当社はこれがおすすめで、といった提案をさせていただいています。さらに特色を出したいというお客さまには、“留め型（店ごとに製造する専用商品）”として、独自性が出る麺を提案しています」

顧客からは「理想の麺を製造してもらい来店客の評判も高い」という声が多く寄せられ、満足度は高い。さらに、そうした評判や既存顧客の店舗拡大、ホームページの反響営業で、新たな顧客の獲得に成功している。

「将来的には、お客さまに当社のマトリックスに沿った麺から選んでいただき、それによって、おいしいラーメンを仕上げて繁盛店になっていただきたいと思います」

そこには、多様なスープに合う麺の、小麦粉・水などの黄金比を熟知しているという自信と、顧客に最善の逸品を提案できるという自負がある。

この、小麦粉など中華麺の材料に関する深い知識——これが同社の大きな強みである。その後、欧州



進出の際、この強みがいかに発揮されるのである。

➔ 欧州の現地材料で日本の味を生み出す

現在、欧州ではラーメンをはじめとする和食が人気を集めている。しかし、現地に日本企業の製麺所がないため、需要はあるのに供給不足の状況だという。さらに日本からの輸入に頼るため、コストがかさみ高価な食べ物となっているのが現状だ。

そこで令和6年、同社はポーランドに工場を設けて生産を開始し、ヨーロッパ進出を果たした。ポーランド

は欧州の中でも比較的的人件費が安く、仕事に真面目に取り組む人が多いことも進出の決め手となった。

そしてもう一つ、同社には世界に踏み出す理由があった。それは、人口減少が進む日本の将来を見据えた時、今から海外市場を開拓しなければ成長は見込めないと展望したからだ。

「かねてから世界進出を考えていました。アメリカでは、すでにシェアを独占している企業がありますが、欧州はまだなかった。そこで、他社に先駆けて進出す

ん水に適した小麦を使い、製麺ノウハウを駆使して、日本と同様の麺を製造しています」

コシとうまみがあり、スープとよく絡む。そのうえリーズナブルに食べられる。同社の中華麺は、本場日本のラーメンの味を知る舌の肥えた人たちに必ず選ばれるに違いない——そこに勝機がある、と菅野社長は見ている。

現在、ポーランド工場では、毎日8,000食を生産。日本製品を扱う卸売業者を通じて欧州の日本食レストランに卸し、現地の人々から高評価を得ている。

→ 新事業を創出して安定した成長を目指す

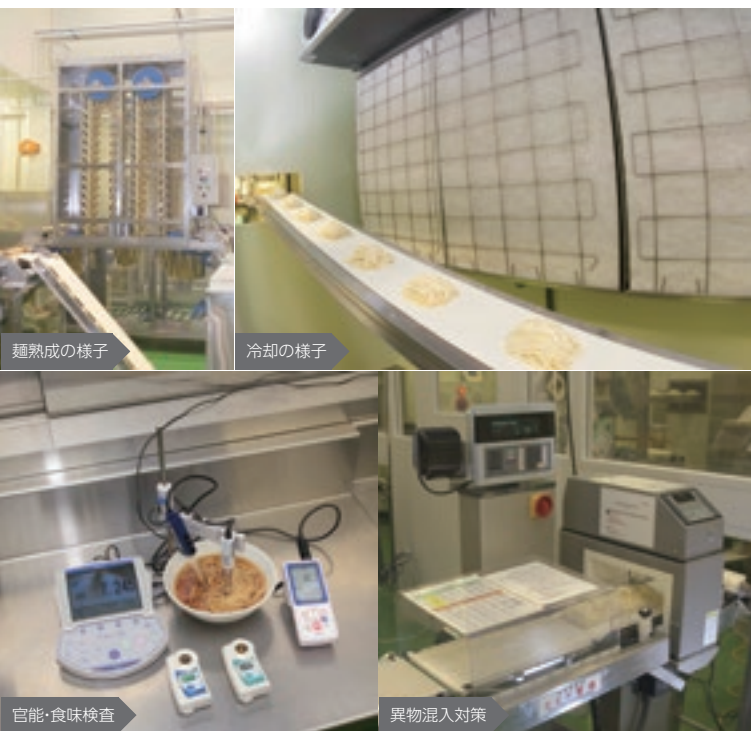
今年、同社は製品検査、分析・測定などを行う試験所認定“ISO/IEC17025”を取得した。これまでも、食品安全マネジメントシステムの国際規格“FSSC22000”に基づいた安全管理を行ってきたが、ISO/IEC17025の取得で、外部に対して国際的な基準に基づいた食品製造に関する試験・検査を行える“機能”があることが示せるようになった。そのため、将来的には取引先や顧客向けに微生物検査や製品検査などのサービスを展開する事業の計画を進めている。

さらに、同社の物流を担うグループ会社・菅野福島商事株式会社が手がけるドローンを使った農薬散布や建物測量も、事業の太い柱になるよう育て、グループ全体でさらなる成長につなげる考えだ。

そして主軸となる製麺事業は、欧州での製造・販売に力を注ぎながら、製麺の機械化・自動化を推し進めて作業の効率化を図り、よりいっそう人々に選ばれる麺を作り続けていきたい、と菅野社長は語る。

「この先、多くの大手外食産業さんが海外での店舗展開を計画しているようなので、海外市場は伸びる可能性があります。当社も欧州でチャレンジを続けて存在感を示し、国内に利益を還元して、結果として日本経済に貢献していきたいです」

菅野製麺所は、日本のラーメン文化と経済を“中華麺”という製品で支えていく。



れば、シェアを獲得できるチャンスがあると考えたのです」

同社は現地の小麦粉と水（ミネラルを多く含む硬水）を使って製麺し、日本で食べる麺と同様の味・食感を持つ中華麺を再現している。欧州で全ての材料を現地調達して麺を製造する日本企業は同社だけだという。

「現地の材料を使って日本の小麦や水と同じ感覚で製造しても、全然違うものができあがってしまいます。当社は、かん水も現地の薬剤会社に頼んでオリジナルのものを使用しています。そして、現地の水とか