

# 株式会社7&M

## 新製法の導入による多店舗展開、長時間営業体制の構築

ラーメン業界では稀な豚骨スープ自動攪拌機を導入することで、業務プロセスの改善と労働環境の向上を図る。そのことで、味のバラツキや人材不足を解消することで、労働法規を遵守しつつ長時間営業と多店舗化を無理なくできる体制を構築する。

■代表者 代表取締役 上嶋 泰範  
 ■設立 平成27年12月7日  
 ■資本金 1,000千円  
 ■従業員数 6人  
 ■業 種 飲食業  
 ■所在地 〒600-8892  
 京都府京都市下京区西七条西八反田  
 町77 ガーディアン青山1階

■TEL 075 (323) 2826  
 ■URL <https://ameblo.jp/kataguruma0615/>  
 ■E-mail fwgtm893@yahoo.co.jp  
 ■得意分野 豚骨ラーメン専門店、店舗名「あいつのラーメン かたぐるま」  
 とんかつのこってりラーメン（麺・チャーシューも自家製）



### 事業の概要

#### ■京都におけるラーメン業界の現況と当社の経営戦略

ラーメンの市場は3千～5千億円といわれ、全国で約4万店があり、毎年約4千店近くがオープンし、ほぼ同数近くが閉店しています。市場規模は近年横ばいといわれ、今後も変化が少ない市場と考えられます。

京都のラーメン市場については、ラーメン激戦区というイメージがあります。しかし、平成24年調査（タウンページ）で10万人に占めるラーメン店の数は1位が山形県の70.92軒で、京都は40位で19.58軒です（全国平均27.21軒）。まだまだ、京都は市場規模を大きくできる余地が大きいと考えています。

また、京都では地域限定で多店舗化を実現している企業も数社あります。当社では新鋭機械を活用した手作業の味の再現・均一化や労働環境改善等による人材確保、業務効率化等による長時間営業実現および多店舗展開を検討しています。

#### ■豚骨ラーメン店における業務プロセス上の課題

濃厚な豚骨スープを売りにしているラーメン店にとって、攪拌工程は最も肉体的に重労働で、若い男性しか働まらないのが現状です。また、従業員の定着率を悪化させる大きな原因の一つです。攪拌工程の自動化で、女性や中年でも働ける労働環境を整え、円滑な人材確保と定着化を図り、それらの取組を通じて、営業時間の延長を実現することを目指しました。また、今後の多店舗展開につなげることを期しています。

ラーメン業界では稀な豚骨スープ自動攪拌機を導入することで、業務プロセスの改善及び労働環境の向上や味の均一化を図ることが、今回事業の目的でした。

#### ■自動攪拌機導入による手作業の味再現と業務効率の改善

攪拌工程での重労働を改善するために、自動攪拌機を「ものづくり・商業・サービス経営力向上支援補助金」を活用し導入しました。数百万円する機械ですが、課題解決のためには必要と考えました。

平成28年11月に購入し、手作業を実現する攪拌方法を確立するため、様々なテストを試行錯誤のもと繰り返しました。その結果、実用性の目途が立ち、平成29年2月に実際の生産に取り入れることが出来ました。

自動化により、味の均一化が図れたほか、労働環境の改善で社員の定着化とこれまで肉体的な面で受け入れが困難であった女性や中年の方でも働ける環境が整備され、人材不足が解消されました。それにより、シフト制による営業時間の延長・休休日の削減が無理なく実施できるようになり、業績面でも大きなプラス効果が表れました。

### 事業の内容

#### ■手作業の味を再現する攪拌方法の確立

おいしい豚骨スープを作るには、完全に乳化させないといけません。乳化させるには、骨の髄を炊き出しそこからコラーゲンを抽出、ゼラチンに変化させる必要があります。そのために大量の熱湯の中で骨と骨、骨と棒をぶつけ合わせ、骨に傷を付けて骨の髄を抽出しやすくします。

次にメイラード反応が起こるように誘導します。タンパク質と糖分の過熱によりスープが褐色に変化して、おいしくなる反応です。これをするには、焦げるぎりぎりのラインで混ぜる必要があります。

つまり、乳化・メイラード反応ともに温度管理が最重要となりますが、攪拌が少ないとスープが焦げ付き、かき混ぜ過ぎると温度が下がり反応が起きません。また、時間帯によって混ぜ方や混ぜる時間も異なります。

そのため、骨を粉砕することなく適度に傷を付けつつ、焦げ付きや混ぜ過ぎが起きない回転体の羽・棒の形状と、時間帯に適した攪拌頻度・回数・強弱を色々試しました。その結果、回転頻度・回数も手で攪拌する時以上の頻度で混ぜ、より多くのスープを抽出することが可能になりました。

#### ■食材を投入するタイミングの変更に伴う様々な調整

今まで、背骨と豚足と水を入れ、その後、その他の食材を投入していました。その理由は、最初に食材を投入すると荷重により混ぜることが出来ず、焦げる可能性が高いためです。しかし、自動攪拌機を導入することで、すべての食材を初めから投入することが出来ました。さらに、今までよりも多い材料を同時に入れることが出来、時間は1時間短縮、濃度も今まで以上に上がるため、これまでの2倍の効率を実現しました。

#### ■最適な温度設定の確立

今までは、棒でスープを手作業でかき混ぜる必要があったため、寸胴鍋（上から下で口径が変わらない、円筒形の厚手の深鍋）に蓋をせず、更にはスープに空気が入り冷めやすくなることを前提に温度設定をしていました。

しかし、自動攪拌機を導入したことでスープ漏れの蓋をする必要があること、手作業よりもスープに空気が入らないこと等から、新たに最適な温度設定が不可欠でした。過熱がIH方式ということもあり温度を0.1度毎に設定出来るので、時間帯ごとに適正な温度を研究し、以前と変わらずおいしいスープを抽出出来る温度を見つけ出しました。

## 企業概要

大手コンビニチェーンに勤務後、独立起業を目指し、行列のできる店として有名な京都府城陽市青谷の「俺のラーメン あっぱれ屋」で修業。その後、平成26年5月に、御前通花屋町の現在地で豚骨ラーメン専門店を開業、平成27年12月に法人化、現在に至る

## 主要製品

- ・こくとん塩、醤油ラーメン (各750円)
- ・こくとん塩、醤油チャーシューメン (各1,000円)
- ・濁とん塩、醤油ラーメン (各900円)
- ・濁とん塩、醤油チャーシューメン (各1,150円)
- ・うるとらつけ麺 (1,000円)、 各大盛追加料金無



こくとん塩チャーシューメン大盛

## 主な保有設備

店舗面積17.4坪、カウンター席16



導入した自動攪拌機

## 事業の成果

### 顧客回転率の向上による売上増加

これまでは、頻繁に手作業で攪拌する必要があるため、接客が2の次になりがちで、顧客からの注文や会計を後回しにする傾向もありました。そのことから、顧客の待ち時間が増加し客席がなかなか空かないという状況も生じ、そのことが顧客回転率の低下の原因ともなっていました。攪拌を自動化することで、接客に集中することが出来るようになり、顧客回転率の向上と大幅な売上増を達成することが出来ました。

京都競馬場で競馬競技と併せ開催されている「関西ラーメンダービー2017」の第二レース(10月14日～15日)に、京都の有力店「セアブラの神」と共同出店し優勝することが出来た等、顧客層への知名度も一層向上してきました。

エースコックでは、人気ラーメン店の味を手軽に味わえる「全国ラーメン店マップ」シリーズを展開しています。京都編の初登場として、「あいつのラーメンかたぐるま こくとん塩ラーメン」のカップ麺が平成30年9月10日から、全国のスーパー・コンビニ等で販売されています。

### 労働環境の改善と人材確保の推進

自動攪拌機を活用した「手作業の味の実現の経過」をプログラムミニングすることによって、味の均一化が図れました。これによって、社員の定着化が進み、また、これまで肉体的な面で受け入れ困難であった女性や中年の方も働ける労働環境が整備され、人材不足への対応が推進できました。従業員数は、それまで2人でしたが、現在は6人に増加しています。

### 長営業時間体制の確立

自動攪拌機を活用した「手作業の味の再現」と人材確保によって、長時間営業体制が実現しました。当社は、働きやすい職場環境の一環として、完全週休制を実行しており、これまで、長時間営業は困難でした。そのため、営業時間は10:30～14:00と18:00～21:00で、夜間の営業も月・水・金のみでした。

現在は、年中無休で、営業時間は10:30～14:00と18:00～23:00で、夜間も毎日営業しています。これによって、営業時間を大幅に延長することが出来ました。昼時間と夜間の差別化を図るため、昼の営業ではとんこつ塩味で、夜の営業ではとんこつ醤油味で提供しています。また、「えびつけ麺」など期間限定の商品も適宜提供し、商品のバラエティ化も図り、顧客への訴求力を高めています。



※関西ラーメンダービー優勝

## 今後の事業展開

会社名の「7&M」は、子供の名前にちなんで付けられており、また、店舗名の「かたぐるま」も、家族や従業員と一緒に進んでいきたいという企業理念からきています。

家族や従業員の幸せを実現していくうえで、事業の発展は非常に重要と考えており、多店舗化を目指し事業を推進していく考えです。今回の事業により、長時間営業化については実現しており、多店舗化は今後の大きな課題です。

また、今後とも師匠の店等京都の有力ラーメン店との連携を強化し、京都のラーメン業界の発展ひいては地域経済の活性化に少しでも貢献できればと考えています。