



製品を絞り込み顧客の要求に応える 製麺会社の“強み”

関東を中心に個人営業のラーメン店から絶大な支持を得る㈱三河屋製麺。麺類全般を製造していた業態を生中華麺に絞り、業績を急拡大させました。その臨機応変な経営と徹底した計数管理でさらなる飛躍を目指しています。



1993年8月先代(父親)の経営する三河屋製麺に入社し、2000年に代表取締役役に就任した宮内社長。当時、うどん・そば、各種生麺に加え、餃子の皮も製造販売していましたが、そうした業態に限界を感じていたそうです。



当時、得意先である立ち食いそば店は価格勝負の傾向が強まり、スーパーで販売されている袋麺もシマダヤ、日清食品等、大手の牙城。対抗しても勝ち目はない。将来性がない商品に見切りをつけ、不要な機械を下請けに譲ると、中華麺の製造機を購入、ターゲットをラーメン店に絞りました。「立ち食いそば店やスーパーと違い、個人店が多く中小・中堅の製麺会社から麺を仕入れる」との宮内社長の狙い・戦略でした。

時代背景も良かった。90年代中盤は、首都圏に麵屋武蔵、中野青葉、くじら軒といった「96年組」といわれる伝説ラーメン店が勃興し、オリジナルの味を標榜(ひょうぼう)するラーメンが流行、一大ブームの兆しが見えていました。とはいえ、三河屋製麺が生き残っていくのは、並大抵のことではありませんでした。

「とにかく飛び込み営業の毎日。近場を片っ端から訪ね歩き、断られ続けました。それでも、ひたすら通いづめました」当時の三河屋製麺の人員は10名前後。製造担当と配送担当しかおらず、社長自ら動き回って業務をこなすしかありませんでした。



製麺会社とラーメン店は1対1。ゆえに、製麺会社とラーメン店とは深く結びついています。こだわりを持っている製麺会社も多いので数アイテムしかもっていないのが普通。その関係性をひっくり返すために三河屋製麺は、「ラーメン店の求める麺をつくる」ことに集中。材料、配合、太さ、形状(もみ・ストレート・ちぢれ)など、さまざまな要素を組み合わせ、顧客の希望する麺を提供し続けてきました。

「三河屋製麺の麺だから買って、とは一度も言っていません」サンプルを持っていき、「うちのスープとは合わない」と言われれば、別のものをつくり、太さや硬さを変えて再び持っていき、そのうち「しょうがねえなあ。一度使ってみるか」となりました。

こうした営業活動を支えてきたのが、製造力と提案力です。店主の希望する麺を提供できるメーカーとしての力が三河屋製麺の成長を担保してきたのです。



現在、三河屋製麺が製造している麺は320~330種類。顧客数は約1300。基本的に自社で勝手に開発して提供した麺はほぼゼロで、たどっていけば必ず誰かのためにつくった麺だといいます。

桐生相続相談室

2/1(土)・11(火・祝)・22(土)
9時~18時の間で60分

相続税の無料
シミュレーション実施中!

無 料 相 談 会

相続について、お気軽にご相談ください。

☎0277-45-2160

『根拠ある数字』を顧客に示す



さらにもう一つ注力したのが「安定性」です。「昔は「麺は生きているから季節や気温が変わると麺も変わる」という職人もいました。日によって硬さや太さが違えば、店には迷惑でしかありません。工場内の環境を整え、作業手順の統一化をはかり、品質のぶれのないものをつくることを徹底しました」安定した品質のものを安定して供給する事が、顧客との信頼関係を維持させるカギとなり、老舗や超有名店との取引も増えました。

計数管理においても徹底しています。『365日変動損益計算書』を見ながら前月データで業績の確認を行っています。

「余分にコストがかかったなら、それを補うための打ち手を考え、売り上げを確保するしかありません」毎年、決算後に「単年度予算」を作成し、毎月の予算管理を行っています。三河屋製麺の場合、固定費の変動はあまりないので、それだけに利益を左右するのは限界利益率、つまり原価管理にかかってきます。

そこで、宮内社長は、すべての商品アイテムについて材料費等を打ち込むと原価計算が行われ、生産ロットや単価が自動で決定するシステムを独自に作成、社員全員が閲覧できる仕組みを構築しました。

この仕組みによって生産管理は正確な製造量を指示できるし、営業部門は根拠ある価格を顧客に示すことができます。「取引が終わってみたら赤字が出たという状況をふせぐことができます」と宮内社長。「当社では、価格を下げて注文を取ったことは一度もない」とも。

中小企業にとって価格競争は百害あって一利なし。下手をすれば共倒れです。とはいえ、競合他社に価格で見劣ってしまうと、不利な交渉を余儀なくされます。この「不利」を三河屋製麺が乗り越えてきたのは、顧客に「根拠ある数字」を示しながら交渉してきたから。そして、当然ながらその背景には、顧客のニーズを誠実に形にしつつ信頼関係を構築してきた経営姿勢があります。

~戦略経営者2024年12月号より~



~顧問先のご紹介~

クプナハウス 様

~ 介護、育児などちょっと足りない部分を補ってくれる場所です ~

- ・ 介護保険外シニアサポート
- ・ 高齢者通いの場
- ・ 乳幼児一時預かり

リピート率
94.1%

クプナハウスでは、介護保険では補えない部分、通院や外出の付添い・見守りの訪問や生活面を”第3の家族として皆様の生活をサポートします”をモットーに多方面からサポートしています。

クプナkidsハウスでは、乳幼児の一時預かりを行っています。より楽しく育児ができるよう、パパやママの医者や美容室・ネイルや休息。預ける理由は問わず、利用に伴った面談も不要で気軽に利用できます!



【事務所】

〒370-0613 群馬県邑楽郡邑楽町狸塚1331-3

【通いの場・乳幼児一時預かり】

〒370-0603 群馬県邑楽郡邑楽町中野5222-1

TEL : 0274-47-3446(共通)

HP : <http://icy-beppu-1290.watson.jp/cupunahaus/>