

麺の達人、シンガポール「Food Japan」に初参加

碓 知子

日本で80種類以上の麺を製造し、ラーメン店ごとに異なるスープに最も適した麺づくりを探求する麺の達人、広島県福山市が本社のクラタ食品有限会社の倉田安彦社長。欧米から豪州、中国、アジアと手広く海外事業を手掛けています。海外には麺の輸出だけでなく、ラーメン店も出店。中国では13年前から「味之蔵」と「麺蔵」ブランドのラーメン店を大連や廈門で株式会社シンコーと共同参画で展開。シンガポールでも当地で「味干」など複数のラーメンチェーンを持つジャパン・フーズ・ホールディングスと取引があり、シンガポールでの製麺などをサポートする他、「麺蔵豚王」というFCラーメン店をサポートしています。

<小売り、近隣諸国展開のため Food Japan に参加>

これだけ海外事業の経験がある倉田社長、これまでシンガポールの展示会への参加は考えていませんでした。しかし今回、同じ広島県のマルト製菓株式会社が Food Japan（会期：平成29年10月26～28日 旧 Oishii Japan）に出展することから、ブースをシェアする形で共同出展しました。目的はシンガポールへの小売進出と近隣諸国へのビジネス拡大です。Food Japan ではシンガポールの大手スーパーも同社ブースを訪れたとのこと。業務用に比べてロットは少ないものの、小売りにも意欲的です。

中国でも、「所変われば嗜好も変わる」ことを実感。日本の麺は製造の際にコシを出すため塩を入れますが、中国ではほとんどの麺は塩を使っていません。日本のように麺を湯がいてから汁に入れるのではなく、中国ではスープに直接麺を入れてしまいますので、麺に塩が入っているとスープの味が変わってしまうのです。また、中国では麺のコシはあまり重視されません。同社が開発した「無塩ソーメン」「無塩野菜素麺」は、今では安全なものを子供に、と考える30代のお母さんなどから支持を受け、市場が拡大中だそうです。

<市場ニーズに合わせた柔軟な商品開発でヒット続々>

さらに同社が開発した海外市場向け商品が乾麺のラーメンです。クラタ食品で自社生産しているのは生麺ですが、冷蔵輸送が発達していないアジアでは生麺の輸送が難しいからです。乾麺の生産は、長年委託製造している同じ福山市の高橋製麺株式会社が担います。

また、ラーメンといえば、肉エキスが必須と思われがちですが、ムスリム人口比率が高いマレーシア向けには、魚介と野菜でだしをとった「ポークフリー」ラーメンを、北米やオーストラリア向けには「ミートフリー」ラーメンを開発しています。今後はハラル認定のラーメンの開発も目指し、ハラル認定工場を持つ現地の会社との提携を模索していたところ、Food Japan で提携先候補とも面談することができ、初出展はまずまずの成果だったとのこと。

「日本と同じ味、同じ製法」にこだわるのも1つの戦略ですが、クラタ食品のように、市場に合わせて柔軟な戦略を練っていくことも海外事業成功の秘訣です。近い将来、地元のスーパーで広島ラーメン、尾道ラーメンなどが買えるようになる日が楽しみです。

