

人口 1 万人高齢化率 33% の町で繁盛店を生み出す | 長野土鍋ラーメン「たけさん」フランチャイズ募集 動物性食品不使用 VEGAN ラーメンが活躍

土鍋味噌ラーメンを展開するたけさんは、動物性不使用のラーメンを武器に高齢者のファンを掴み、コロナ禍の状況でも堅調な推移。国内でフランチャイズ店を募るために zoom で開催されるフランチャイズ商談会に参加

高齢化社会の進展は、地方の方が顕著である。栗で有名な長野県小布施町で動物性食品を一切排除したラーメン「信州味噌蔵ラーメン」を提供している長野土鍋ラーメンたけさん（代表：竹田哲章社長）が、高齢者のファン層を掴み成長を続けている。もともと、海外展開のために、宗教や思想の壁を超えるために動物性不使用の VEGAN 対応、Plant based 対応のメニューを開発したのだが、このメニューが予想外に高齢の方にウケている。ベジタブルポタージュにオリジナルの特製味噌を加えて作ったスープ、チャーシューの代わりに揚げた高野豆腐を使う等一切の動物性食品を排除した。このことが消化が早くし、「胃もたれしない」「毎日食べられる」と好評。実際に毎週来店される高齢者も複数存在する。たけさんは、既にモンゴルでフランチャイズ店がオープンしているが、この程国内でもフランチャイズ店を求めるためにアセンティア・ホールディングス主催の「加盟店が主役のフランチャイズ商談会」に参加する。

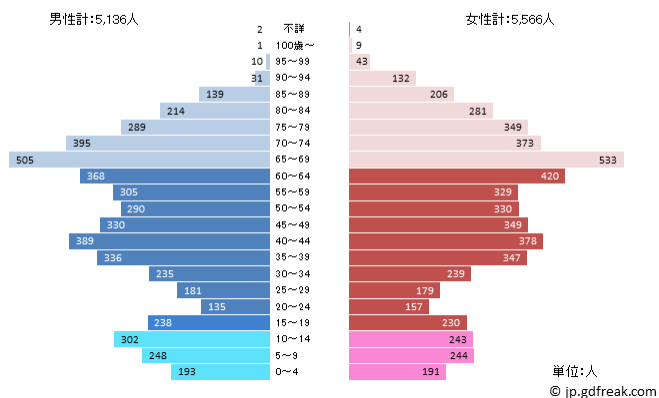


長野土鍋ラーメン「たけさん」（株式会社 MisoNoodle、代表：竹田哲章社長）は、アセンティア・ホールディングス主催の 8 月 6 日の「加盟店が主役のフランチャイズ商談会」に参加し、地方企業の国内のフランチャイズを募集します。

「たけさん」は、2008年に長野県長野市に1号店を出店し、10年後の2018年に長野県小布施町に2号店をオープンしました。

栗で有名な長野県小布施町の2015年の総人口（10,700人）にしめる65歳以上の割合（高齢化率）は32.8%。すでに3割を超えており、全国平均（26.6%）よりも6.2ポイント高い典型的な地方の町です。

2015年小布施町の人口構成



そのような地方で飲食店を成立させるには、お子さんから高齢者までをファンにすることが飲食店のカギとなります。

「たけさん」では、「信州味噌蔵ラーメン」という動物性食品を一切排除したラーメンが、高齢者に大人気となり、今では全体の3分の1の出数となっております。



元来ラーメンは、動物性食品が欠かせないものでした。スープも豚骨・鶏ガラ・魚介等いずれも動物性の食品であり、トッピングのチャーシューも玉子も同様です。

「たけさん」が動物性食品排除のメニューを開発するきっかけは、海外展開を目指すことからでした。折からのラーメンブームの中で、既存のラーメンメニューは豚骨や鶏白湯など動物性メインのものが大半でしたが、世界にはイスラム教やヒンズー教など豚や牛や玉子を宗教上食べない方々や、ベジタリアンや VEGAN のように思想的に動物性食品を食べない方々も一定割合いらっしゃいます。世界のどの国でも対応できるようにと開発したのが、「信州味噌蔵ラーメン」（動物性食品不使用、化学調味料不使用）でした。

外国人の反応は良く、既にモンゴルの首都ウランバートルにフランチャイズ店がオープンするに至っています。



海外用に開発した「信州味噌蔵ラーメン」が、予想外にヒットしたのが小布施町の人口の3分の1以上の高齢者層でした。

お話を聞くと「若い頃はラーメンは好きだったが、歳をとってからは胃もたれがする」というのが高齢者がラーメン店から遠ざかっていた理由のようなのですが、信州味噌蔵ラーメンを召し上がられると、「胃もたれしない」「毎日でも食べられそうだ」（実際毎日来るお客様はいらっしゃいません）というお声をいただくに至っています。

実際、本来、豚骨や鶏ガラや魚介を用いて作るスープを、複数の野菜で作るベーススープを作り、小布施町で235年以上続く老舗の味噌蔵「穀平味噌醸造場」の特製味噌を加えて完成させます。極秘製法でトロミもあり、コクもあるのに動物性不使用なので、消化も早く、胃もたれしないという効果を生んでいます。

また、「たけさん」の特徴である土鍋ラーメンとは、土鍋を熱してスープを加熱し麺を加え、熱せられた土鍋ごと客席に運びますので、5分経っても熱々のラーメンが召し上がられます（猫舌の方には不向きです）。そしてスープを残しておいていただき、丼には、ごはんを加えて雑炊を作ることも可能です。この雑炊も大人気です。雑炊は3種類あるので、ご家族連れやグループ客ではシェアされる姿も見受けられます。

コロナ禍後は、土鍋ラーメンであったことが奏功し業績を上げています。土鍋で熱々でも「伸びない」麺を使用しておりましたので、テイクアウトやデリバリーをしても20分経過しても麺が全く伸びないということで、他のラーメン店との違いが出ておりました。

さらに、駐車場で食事ができる「イートインカー」を日本でいち早く導入し、客席での外食に抵抗感をお持ちのお客様にも安心して外食を楽しんでいただくことが出来ていました。

- テイクアウト、デリバリーに強いラーメン
- イートインカーで店内客席数減少をカバー

というコロナ禍が続く現在でも、お客様に安心して食事を楽しんでいただけるラーメン業態

しかも

- 高齢者にも大評判なラーメン業態
となっております。

今回、このタイミングでフランチャイズを募集しますのは、コロナ禍で様々な対策をお考えの外食企業の一助になればという思いからです。

尚、参考までに、味噌をはじめとする発酵食品のしょうゆ、酢の消費と、コロナ感染者の発生状況には相関関係があるとの報告がありました。

Online
JAPAN MISO PRESS
produced by MISODO

日本人が日常的に食す頻度の高い 18 品目（米、みそ、しょうゆ、酢、食塩、豆腐、納豆、卵、わかめ、生鮮肉、生鮮野菜、魚介類、緑茶、牛乳、パン、乳酸菌飲料、パスタ・スパゲッティ、飲酒）の 47 都道府県別の消費量（または、消費金額）並びに喫煙率（男女）計 20 種目 3）と、人口 10 万人あたりの新型コロナウイルスの感染者数（2020 年 4 月 17 日時点）1）を比較し、Excel を用い相関係数を算出した。

調査種目	相関係数	t 値	P値
①米	-0.170	1.16	P>0.05
②みそ	-0.395	2.89	P<0.01
③しょうゆ	-0.414	3.05	P<0.01
④酢	-0.356	2.51	P<0.02
⑤食塩	-0.231	1.59	P>0.05
⑥豆腐	-0.162	1.10	P>0.05
⑦納豆	-0.065	0.44	P>0.05
⑧卵	-0.218	1.50	P>0.05
⑨わかめ	-0.186	1.27	P>0.05
⑩生鮮肉	-0.115	0.78	P>0.05
⑪生鮮野菜	0.162	1.10	P>0.05
⑫魚介類	-0.209	1.43	P>0.05
⑬緑茶	0.042	0.28	P>0.05
⑭牛乳	0.029	0.20	P>0.05
⑮パン	0.300	2.10	P<0.05
⑯乳酸菌飲料	-0.069	0.46	P>0.05
⑰パスタ・スパゲッティ	0.245	1.70	P>0.05
⑱飲酒	0.256	1.78	P>0.05
⑲喫煙率（男性）	-0.126	0.85	P>0.05
⑳喫煙率（女性）	0.251	1.74	P>0.05

表1 食品並びに喫煙率と新型コロナウイルス感染症との関連

結果（表1）は、消費量が増えるにつれ感染者が減る「負の相関」を示すものと、消費量が増えるにつれ感染者が増える「正の相関」を示すものがあり、しょうゆ、みそ、酢が「負の相関」の中でも有意な結果だった。また、大まかに分けると、洋食よりも和食のほうに軍配が上がるのがわかる。

残念ながら、現在、新型コロナウイルスに対する予防効果を示す食品は、国内・海外ともに報告されていない。また、各県の人口密度や食文化、集団感染の有無等にもよるため、あくまで「傾向がある」という表現にとどめる。

しかし、日本の伝統的な発酵調味料である「しょうゆ、みそ、酢」に見事に有意な結果が表れたのは、興味深い事実。これらの食品は、これまでも免疫機能を高めることが、報告されている。4-6)

【調査】

ミソド・藤本智子

みそまる普及委員会・青柳真美

広島大学・渡邊敦光

（以上、JAPAN MISO PRESS より引用）

<https://miso-press.jp/study/benefits/10968/>