

「ケンミンの焼きビーフン」で知られるケンミン食品(神戸市)が、小麦粉を使わないグルテンフリー食材の事業に力を入れる。主力商品は日本の国民食、ラーメンだ。その背後に輸入し、第2の事業に育てる。

「グルテンアレルギーの人はどうしても外食の選択肢が限られます。コストはかかるけど、お店で提供するレベルのものを家庭でも食べてもらいたいと思いました」

こう話すのは、ボストン郊外で人気ラーメン店「ツルメン・デービス」を運営する大西益氏だ。米国に移り住んで10年になるが、グルテンフリー食材の「一ズ」はこの数年で日増しに高まっているという。お客さんからも「グルテンフリーのメニューはどれですか」と聞かれることが多い。「グルテンフリーはありますか」ではないんです

息子にラーメンを

ラーメンの麺は小麦粉で、風味を出す食品添加物のかん水を混ぜてつくる。小麦粉にはたんぱく質の一種であるグルテンが含まれている。グルテンに対する免疫反応が原因のセリウック病患者が欧米を中心に増え、大西氏によると、小麦を使わないメニューはどちらかと聞かれるのが日常茶飯事だ。テニスのノバク・ジョコビッチ選手がグルテンフリー食を取り入れて、一気に関心が高まった経緯もある。

小麦なしラーメン、ボストン発

ケンミン食品がグルテンフリー

第2の事業へ「逆輸入」

日本のラーメンの歴史は古いう。横浜市の新横浜ラーメン博物館によると、日本初の中華麺「経帶麺」が食べられた記録が残るという。

大西氏が開発に取り組むきっかけは、SNSに届いた一通のメッセージだった。息子がグルテンアレルギーなのだが、なんとかおいしいラーメンを食べさせてあげたいといふ。そう言われてみると、米国のスーパーではグルテンフリーのコーナーを目にする機会が多くなった。

ケンミン食品、ラーメン店主とタッグ



大西氏、ボストンで人気ラーメン店



SNSに「アレルギーの息子にラーメンを」

大西氏がケンミン食品に打診

ケンミン食品の静岡県の工場で開発



- タイ産米で米粉麺を製造
- ビーフン製造の技術応用

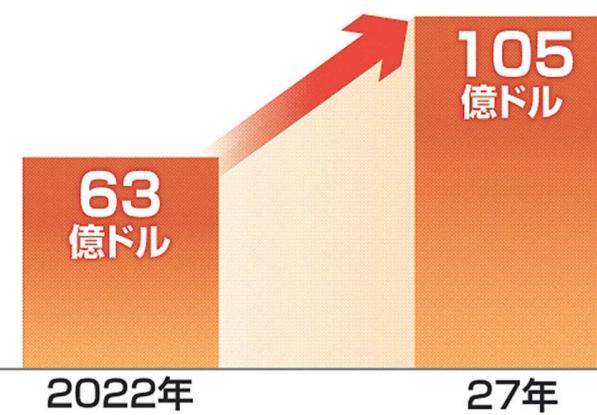
グルテンフリーをビーフンに次ぐ第2の事業に

世界で広がるグルテンフリー市場



ケンミン食品が開発したラーメン

- ジョコビッチ選手が食事に取り入れ火付け役に
- 世界の市場規模は5年で7割増



(注)グローバルインフォメーション調べ

ケンミン食品は商品の幅を広げる



焼きそばやパスタも開発

うどんも24年に発売

本格的な拡大には課題も

- 日本での認知度向上
- 欧米での供給体制の構築

グラフィックス 貝瀬周平

24年にうどんも
焼きビーフンには味付けにグルテンを含むしようなどを使っているが、麺は米粉製だ。そこで培った技術を応用すれば、中華麺のようなコシとどごしを再現できるのではないかと考えたのだ。

こうしてグルテンフリー麺の共同開発が始まったのが2年前のことだ。麺の開発担当であるケンミンの新田販売を始めた。

24年にうどんも
焼きビーフンには味付けにグルテンを含むしようなどを使っているが、麺は米粉製だ。そこで培った技術を応用すれば、中華麺のようなコシとどごしを再現できるのではないかと考えたのだ。

優貴氏は「かん水の添加量と風味、色、麺の太さのバランスをいくつも試しました」と話す。麺の原料となる米はタイのインディカ種を使う。

スープにも大西氏のこだわりが詰まる。こだわりの鷄清湯を使った「じょうゆ」と、淡路島の漁塙を使う「すつきり柚子塩」の2種類を開発した。静岡県にあるケンミンの工場にラーメン部屋を設けて、スープを作り込んだ。

ケンミンは大西氏との共同開発を機に、グルテンフリー事業を本格化させた。すでに

西氏の二人三脚で、ラーメンに残されたフロンティアを開く。(編集委員 杉本貴司)

でコシが求められるうどんの販売も目指す。ケンミン単体の年間売上高は80億円ほどで、グルテンフリー事業はまだ1割程度。日本での認知度の向上や、本場である米欧での供給体制の確立など、取り組むべき課題は多い。それでも高村氏は「第2の事業として世界に広げていく」と語る。ケンミンが日本にグルテンフリーラーメンという新しい食文化を「逆輸入」するきっかけをつくった大西氏は、もともとは日本で居酒屋を営んでいた。そこで提供していたラーメンが人気となり、生まれ育った大阪市鶴見区に「鶴麺」を開業した。中学生の頃に近所の店で食べた一杯500円の「コチュジャン麺」の濃厚な味が原点になった。その染み入るような辛さとは違った滋味深い味わいのラーメンを自ら考案した。瞬く間にテレビや雑誌で紹介されて人気店になり、気づけば店は店員に任せて飲み歩くようになっていた。

「これが本当にやりたかったことか」と思い立ったのが米国進出だった。意気揚々とハワイに出店したが、店はまったく繁盛しない。続いて日本人がほとんどいないノースカロライナ州の地方都市に進出したが、これも失敗した。「俺は本気でやりきったのか」。そう思い直してボストン郊外に「1000日だけ営業する」という前提で開いたのがいまの店だ。18年のことだが、米国人の子弟たちが続々と修行を志願してきたため提供するのは日本ならではの端麗なラーメンだ。「世界のどこでだって賃貸は変えられない。ラーメンという文化を100年後も残すために」。

そのラーメン哲学の結果はボストンで示しつつある。米粉の先駆者であるケンミンと大西氏の二人三脚で、ラーメンの「アレルギー」を克服する。それが「ケンミンの焼きビーフン」で知られるケンミン食品(神戸市)が、小麦粉を使わないグルテンフリー食材の事業に力を入れる。主力商品は日本の国民食、ラーメンだ。その背後に輸入し、第2の事業に育てる。