

野菜国産化し10周年

1千店舗体制へ 安定調達が課題に

長崎ちゃんぽん専門店の「リンガーハット」、とんかつ専門店「とんかつ濱かつ」などを展開するリンガーハット(佐々野諸延社長、東京都品川区、合計816店舗、2018年度売上高46.9億円)では、使用する野菜をすべて国産に切替えてから今年で10周年を迎えた。現在は各地のJ Aや納入業者などを通じて野菜を調達。ちゃんぽんや皿うどん、ぎょうぎ、とんかつに添えるせん切り用として、最も使用量の多いキャベツは年間約1万トンのほろ。今後の1000店舗体制を視野に、使用する野菜の増加が見込まれる一方、安定調達が課題。納入業者などと連携し産地拡大に取組みとともに、GAPの推進など一層の安全性や品質向上に努める。



野菜の国産化を開始し 直後、デフレ真っ只中ののはリーマンショック

2009年。外食業界全体が苦境に陥り、リンガーハットグループにおいても08年度の赤字額が24

億円に達した。国産化にともない、フラッグシップ商品として販売を開始した野菜たっぷりちゃんぽん。国産野菜を480%使用

億3400万円と、創業以来初の負債を背負うこととなった。その打開策として、当時の社長だった米濱和英会長兼CEOは敢えて使用する野菜の国産化を決断。その理由は、「数多くの生産者を訪問し、野菜を食べる度にそのおいしさに魅せられていた(広報)から」という。さらに、野菜生産から店舗での提供までの



1988年に設置した富士小山工場

たり客数は現在16万人で、このうち11万人が「長崎ちゃんぽん」をオーダーする。「長崎ちゃんぽん」や「長崎皿うどん」に使用する野菜はキャベツ、モヤシ、タマネギ、ニンジン、青ネギ、キクラゲ、コーン。09年時点でキクラゲは日本国内の生産量が少なく使用を休止していたが、鳥取県の日本きのこセンターの協力を得たことにより西日本エリアを皮切りに15年に導入した。

野菜の調達では、各地の納入業者、J Aなど約10者と取引。リンガーハットが年間の購買スケジュールを作成し、必要量

トレーサビリティも重視した。グループ約560店舗で国産化をスタート。キャベツ、モヤシ以外は輸入のカット品を使用していたため、カット加工ラインを新たに導入するなど約10億円を投資。当時は食に関する事故や事件が頻発しており、生産工程のわかる食材を使用することで、翌年の業績は「奇跡のV字回復」を遂げた。

を各者に割当て。各者はそれぞれリンガーハットの3つの工場のうちいずれかに納入する。J Aや納入業者を通じて出荷する契約産地は全国に拡大。キャベツは30年以上にわたって国産を使用しており、契約産地は09年の25産地から72産地へと広がっている。今後店舗数の拡大を図る一方、近年の天候不順により、安定供給が課題。取引業者などと連携して、産地拡大に務める。また、「今後は国産の取組みをさらに極める」といい、GAP認証取得の推進や有機J A S取得を推進するなど、より安全性や環境への配慮、健康、おいしさなどを追求していく。

野菜のカットやぎょうぎなどの加工・製造を行う工場は、富士小山工場(静岡県小山町)、佐賀工場(佐賀県吉野ヶ里

町)、京都工場(京都府京田辺市)の3か所。富士小山工場は東日本エリアに供給。佐賀工場は九州・四国・中国エリアに供給する。6月に第3工場を増設し、モヤシの増産体制を整えた。京都工場は5月に稼働し、関西・北陸エリアに供給。各工場から店舗までデリリー配送を行う。