

山田食品産業 株式会社



「早い・うまい・安い」そして腹いっぱい! 地域密着にこだわり、埼玉県を代表するソウルフードに成長

関東1都6県に約170店舗を展開する山田食品産業株式会社。ブランドの代名詞である「山田うどん」は、地元埼玉を代表するソウルフードとも言われている。「山田の中の本足の案山子」をモチーフとした赤いカカシの“回る看板”は、日本初の試み。さらに1960年代半ばからの積極的なFC店展開や女性管理職の登用、海外出店など、常に時代の先端を走り続けてきた。

また、山田うどんを愛するコアなファンも多く、彼らは「山田者^{やまだもの}」と呼ばれている。80年余り培ってきた食文化の伝統を守りながら、さらなる飛躍を続ける4代目、山田裕朗社長にお話を伺った。



山田食品産業 株式会社 やまだ ひろあき
代表取締役社長 **山田 裕朗** 氏

LEADER'S FILE

1962年（昭和37）7月生まれ。国学院大学卒業後、総合商社の経理職を経て1987年に山田食品産業株式会社に入社。入間工場勤務を経て本社総務部に配属後、1996年取締役就任。2006年に代表取締役社長に就任し、4代目となる。

先代が築いた地盤を継承しながらも「うどん屋」の枠にとらわれることなく、時代に応じた新業態による展開で成長を目指す。趣味は観戦も含めてスポーツ全般で、特に大のゴルフ好きである。

幼少期から跡継ぎとしての苦悩を抱え 4代目の道に進む

— 社長が物心ついた頃には既に「山田うどん」は地域密着型の外食店としてチェーン展開をはじめていたと思いますが、長男として生まれ、幼心にも跡を継ぐという気持ちはお持ちでしたか？

正直、跡を継ぐ気持ちは全く無かったですね。子どもの頃から社会人になってからも継ぐ気はありませんでした。特に子どもの頃は早く地元から離れたくて仕方な

かったのです。

当時は「父親=会社」でしたからね。親戚はもちろん、周りからは山田うどんを継ぐことが当たり前と言われていましたし、級友との会話の中でも同様でしたので、本当に嫌で仕方なかったのです。

小中学生時代は発言も控えめに物静かに、とにかく目立たないように過ごしていましたね。高校から地元を離れて都内の学校に通いました。小中学校時代とは異なり、山田うどんの肩書が取れたので、勉学やスポーツに励み学生生活を満喫できました。

「山田うどん」を“創業”し、地盤を築いた先代

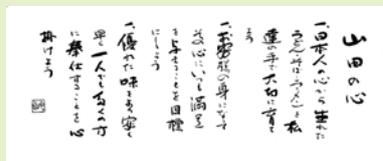
「山田うどん」の歴史は、先代の父裕通氏が誕生した1935年に始まる。

当時の所沢は小麦畑が広がり、その畑の真ん中に建てた製粉工場が原点だ。その後、製麺所も併設し、まちなかでうどん屋を始めることになるが、裕通は、23歳の若さで日展に入選するなど、書家の道を志していた。うどん屋に生まれたが、社長同様に、うどん屋を継ぐ気持ちは全くなかったという。

しかし、製粉工場から製麺所、うどん工場まで造って借金が膨らんでいたため、返済のために夢を諦めてうどんを売るしかなかった。うどんを余計に売るならと量を多くして当時の半値で販売したら、連日休む暇もなく客が押し寄せた。それが1965年のこと。その後の都市計画の影響で、農家の人々が店をやりたいと声がかかり、2～3年後には一気に30店舗ほどがオープンしたという。先代が「山田うどん」の実質的な創業者と言ってよいだろう。

先代は、当時まだ珍しいフランチャイズ方式や女性管理職を登用するなど、現在の山田うどんの基盤を造った。また、日赤への長期にわたる寄付や震災の被災地支援などの

社会貢献活動なども評価され、県から渋沢栄一賞も授与されている。



先代は「衣谷」の雅号を持つほどの書の腕前



3代目 故山田裕通 会長

— 学生時代から20代半ばまでご実家、特に先代の父、裕通会長とは距離を置かれていたようですが、大学卒業後の進路については何も言われなかったのですか？

父からは特に言われなかったですね。実は父も家業を継ぐ気はなく、書家の道を歩みたかったので、家を出たいという私の気持ちを察してくれていたのだと思います。結局は夢を断念し、家を継がざるを得ないという状況をわかっていたのかもしれませんが、私を縛ることはありませんでした。

大学卒業後は総合商社で3年間、経理の経験を積んだ後に入社しました。入社的前提条件としては、「特別扱いはしないこと」でした。父もそのつもりだったようで、履歴書を提出して面接も行いました。採用後も一般職員と同じように工場と店舗で実習に参加し、一から学びました。

最初の配属先は入間の工場の管理部でした。入間工場に2年半在籍した後に、本社の総務部に異動になり、本社では総務と経理を10年ほど経験し、当時の経理部長の退職と同時に同ポストに就任しました。

ちょうどその頃に後継者セミナーに参加する機会があったのですが、参加者との会話の中で、自分が抱いていた悩みや思いは特別なものではなく、後継者として誰もが通る道であることに気付いたのです。

参加者の中には、入社後すぐに部長職や役員に就いた人もいましたし、家族経営の会社ではそれが珍しいことではなかったのですね。もちろんそういったことは理解していた



創業当初の製粉所。周囲は小麦畑が広がっていた。

のですが、実際に同じような立場の人と接し、話をする中で、自分の置かれた環境を受け入れるのも選択肢のひとつだと思うようになりました。

将来は会社を背負っていかなければならないという自覚はありましたが、当時は周囲から「山田一族」と呼ばれていたように、役員は叔父や親戚が固めていましたし、オーナー色の強さなど、組織としての管理体制については改善すべきことがあるように感じていました。私は順番では4代目となりますが、祖父の代までの町中のうどん屋からここまで業容を拡大したのは先代で、先代が創業者みたいなものですから、いわばワンマン的な経営はある意味仕方なかったのかもしれない。

管理体制の見直しと組織づくり

——ワンマン社長の後の苦労談はよく聞きますが、御社も例に漏れずご苦労されたようですね。社長に就任されて今年で11年目となりますが、社長就任時にはどのような経営ビジョンをお持ちだったのでしょうか？

就任直後、まず掲げたことは組織経営です。創業者は全ての体験がその身に沁み込んでいますから、それをもとにしたトップダウンのワンマン体制は致し方ないところがありますが、実質2代目の私には無理なことでした。

そこでまずは入社前から疑問に思っていた管理体制を見直して、組織づくりを行いました。具体的には各部門にエキスパートを配置し、きちんとした内部体制を固めることから着手しました。

社長就任から2年後のリーマンショックは弊社にとっても大きな転換点となりました。

1970年代のオイルショックの時も、1990年前後のバブル崩壊の時も大きな影響はなかったのですが、2008年のリーマンショックでは、それまで継続していた成長が大幅に落ち込んだのです。

自身の成功体験から今まで通り店舗を増やして成長を続けることで業績を上げるという会長に対し、私は店舗の撤退も含め方向転換の必要性を訴えました。

当時も経営の実権は会長が握っていましたが、かなりぶつかり合いましたね。会長は2012年に77歳で亡くなりましたが、亡くなる直前まで経営に関わっていましたので、晩年にかけても意見の衝突は多かったです。それだけ会社に対する思いが深かったのだと思います。

——リーマンショック後に大きな転換を図られたようですが、具体的にはどのような転換を図ったのでしょうか？

全てがわかるセントラルキッチン

入間市にあるセントラルキッチンは、ファクトリー・オートメーションの思想に基づき設計されている。生産ラインのなかでも麺の生産ラインは、直売目的としては業界でも最大規模を誇る。

また、あらゆる食材を生産するうえで「高品質」にこだわりがあり、製麺・茹麺・殺菌・急速冷却・パッケージまで、麺の生産工程は完璧に管理され、高品質・均一化を実現してる。

コシの強いうどんをつくる「波形ロール製法」



見学コースも完備！



■ 愛され続ける山田うどん



北尾トロ氏とえのきどいちろう氏のふとした会話がきっかけで出版に至ったファンブック。

不採算店の整理ですね。不採算店を整理することで会社の業績を立て直すことから始めました。

通常、外食産業は、新店舗をオープンする際には不採算店を整理する「スクラップ&ビルド」が基本ですが、当時の弊社は「スクラップ&スクラップ」でした。徹底的に整理して新規出店を行わないことに決めたのです。

当時は、直営店だけで約190店舗ありましたが、そのうちの30店舗近くを整理しました。その中で学んだことも多々ありました。特に「計画・改善・実行」して、それを「チェックすること」の重要性を感じました。企業として当たり前のことかもしれませんが、そういった基本的な部分がそれまで欠けていたように思います。

山田うどんを愛してやまない「山田者」

——各店舗の店長やスタッフは、圧倒的に女性が多いことも御社の特徴のひとつですね。

店長の約9割は女性ですね。昭和の時代から女性スタッフ、それも子育てを終えた女性スタッフが中心となって活躍しています。接客の基本マニュアルはありますが、細かな点は各店の店長に一任しています。経験を重ねたスタッフが活躍する弊社では、彼女たちが作り出す雰囲気も重要な要素になっていると思います。また、経験を積むという点では、シニア層も積極的に採用しています。



コンサート会場でも好評のもつ煮込み「パンチ」は、3本の指に入る人気メニューで、通販でも購入可能だ。

吉田山田とのメニュー
コラボも好評を得た。



当社をこよなく愛してくれる「山田者」は、スタッフが作り出すどこか懐かしい、居心地のよい雰囲気を求めて足を運んでくれているのかもしれない。

——山田うどんといえば、「山田者」や「勝手連」と呼ばれるファンの存在も有名ですが、芸能人や文化人の中にも根強いファンをお持ちですね。外食産業でこれだけ周囲の方が盛り上がりを見せるのは極めて珍しいと思います。

こちらからお願いしてはいないのですが、本当に不思議なご縁だと思います。

北尾トロ氏とえのきどいちろう氏は、ファンブックを2冊も刊行されていますし、ファンブックの第2弾に寄稿した直木賞作家の角田光代氏の短編小説がラジオでドラマ化もされました。

ご縁と言えば、学生時代に当社でアルバイトをしていたアイドルグループ「ももいろクローバーZ」のマネージャーがもつ煮込み「パンチ」が好物で、コンサート前に通販で購入してくれていたのです。楽屋で食べていたのでしょうか、居合わせたももクロメンバーがパンチを気に入ってくれて、「パンチを食べるコンサートに臨む」という話がファンの中に広まり、その後、事務所からの要望を受けてコンサート会場で出店するようになったのです。パンチは、ももクロファンの方々にも好評をいただいています。

また、音楽ユニット「吉田山田」との同姓対談がきっかけとなり、コラボ商品の発売や

業態を変えて積極的な出店を



2017年1月に都内の五反田TOCビルにオープンした「五反田TOC店」は、券売機を導入した新しいオーダースタイルを採用。

2017年3月に越谷市内の店舗をリニューアルオープンした「かかし乃」。「ロースかつ定食」や「ヒレかつ定食」など、とんかつをメインに展開を図る。



野外コンサート会場での出店に加え、最近ラジオ番組のスポンサー提供などの交流が生まれています。本当に有難いご縁だと思っています。

ロードサイド店と併せて 都心のテナント店を平行出店

——新規出店を見合わせから6年、今年1月に都心のオフィスビルのテナント店として新規出店されました。御社はロードサイド店のイメージが強かったので意外に思う方も多

かったのではないですか？

今回は6年ぶりの出店になります。本当はもう少し早く出店したかったのですが5年を超えるブランクは想像以上に大きくて、なかなか情報が入手できず、出店まで時間を要してしまいました。

確かに山田うどんは郊外のロードサイド店のイメージがありますが、いざ郊外の大型店を出店させようとしても、地主との交渉や建物建築などで、出店まで一年近くの時間を要するのです。一方、駅前立地や商業施設などの小型店は、郊外店と比べて出店までの期間が3カ月程度と短く、しかも出店コストも非常に安いのです。機敏性なども含めると結果的に効率経営ができるのではないかと思います。郊外の大型店にこだわらず、人が集まる場所への出店も選択肢に入れたのです。また、提供するメニューも店によって変更したり、店舗独自のオリジナルメニューがあってもよいと考えています。

——今後は今回のような駅前立地や商業施設などへのテナント店への出店がメインとなるのでしょうか？

今回は五反田のオフィスビルの地下食堂街に出店しましたが、テナント店にこだわっているわけではなく、開発部の情報データをもとに、ロードサイド店と並行して出店したいと思っています。

今回の五反田店は、そばやラーメンは置かずに麺類はうどんだけで、山田うどんの主力

■ “カロリーのK点超え!” の大人気のセットメニュー



山田うどんのメニューは、うどんをはじめ、そばやラーメンなどの麺類から、丼物や単品ものなど種類が豊富だ。中でもガッツリ系のセットメニューは山田うどんの看板メニューとなっている。

とされる「セットメニュー」もありません。メニューはうどんと丼物のみで約20種類に絞り込みました。さらに効率的に回転させるために券売機を設置し、セルフサービスを基本としています。今後は店の立地や規模などを考えて、店ごとに臨機応変なシステムを取り入れようと考えています。

「早い・上手い・安い・腹いっぱい」
これからも「カロリーのK点越え」を！

——都心でも山田者が増えそうですね。今後の展望や経営戦略などございましたら教えてくださいませんか？

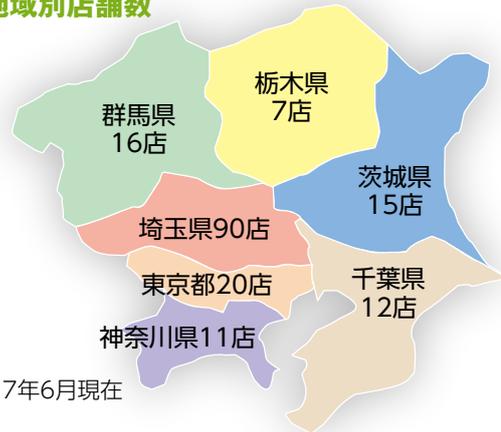
山田うどんのメニュー作りは「早い・うまい・安い」、そして「腹いっぱい」に集約されています。この路線は、私たちが考えている以上にお客様に浸透していますので、今後もこの路線は踏襲していきます。

ここ数年、健康ブームが続いていますが、弊社でも過去にレディースセットやヘルシーセットなどをメニューに加えたことがありましたが、見事に出ないのです。1店舗で1セット出るか出ないかでした。やはり山田うどんに足を運ぶ人はガッツリ系なのですね。人気のセットメニューは、小丼ではなく、うどんも丼も1人前ずつとなっていて、「カロリーのK点越え」と呼ばれています。この「腹いっぱい」の量の多さが根強い支持を得ていると思うのです。

2017年の3月下旬に越谷市に「かかし乃」をオープンしました。この店は既存店を改装した1号店となるのですが、メニューはとんかつうどんに特化しています。とんかつうどんをセットにすることでボリューム感を出すなど、他のとんかつ店とは差別化を図り、ガッツリ系の若者をターゲットにした店舗となっています。

しかし今後、時代に即した新商品や新メニューを打ち出す場合や異なる客層、例えばファミリー層や女性層などをターゲットにす

■ 地域別店舗数



る場合は、「山田うどん」ではなく、別の看板を掲げる必要があると思います。ただ、かかしのロゴが入っているので、山田うどんのチェーン店というのは一目瞭然なんですけどね（笑）。

今回の「かかし乃」や駅前立地や商業地のテナント店のように、今後もガッツリ系の基本路線を崩さずに、新しい業態に進出できればと思っています。

山田食品産業株式会社 概要



創業	1935年1月 1953年9月 有限会社山田製麺店設立 1967年5月 山田食品産業株式会社に改組
資本金	1億円
売上高	81億円（2016年3月期）
従業員	2,400名（2017年4月現在）
住所	〒359-0025 所沢市安松1032番地
電話	04-2995-1311
ホームページ	http://www.yamada-udon.co.jp
取引店	所沢支店