



都一 株式会社

都一の製品はすべて「油で揚げないこと」「余計な添加物は使用しないこと」という創業以来の方針に沿って製造され、安全でおいしい食を提供し続けています



本社社屋と正面玄関

今回ご紹介する加入事業所は、千葉市に所在する都一株式会社です（村田一彦代表取締役社長）。皆さまの中には、縮れ麺が見える透明な袋に赤いラベルの、都一の「中華そば」（乾麺）をどこかでご覧になったことがある方が多くいらっしゃると思います。それもそのはず、都一の「中華そば」（乾麺）は昭和28年から60年もの歴史をもつロングセラー商品だからです。去る8月5日、千葉市若葉区若松町にあります同社の本社を訪問し、柴内博之常務取締役と遠藤則明取締役総務部長のお二人からお話を伺いました。



村田一彦社長

「屈曲製麺法」による縮れ麺は、後の即席麺の原型

同社は、昭和5年10月に現社長の祖父村田良雄氏により千葉市道場北町にて「村田製麺所」として創設され、21年4月に千葉市中央区葛城町（現千葉県立千葉高校隣り）へ工場を移転し、28年3月より中華そばの製造販売を開始しました。29年に「屈曲製麺法」を使った縮れ麺「中華そば」を発明し、これが後の即席麺（インスタントラーメン）の原型となっています。

▼柴内常務取締役と遠藤取締役総務部長



「余計な添加物は使用しないこと」という創業以来の方針に沿って製造されており、安全でおいしい食を提供されています。この中華そばの麺は、素麺やスパゲティ、うどん・そばの乾麺と同様ゆでると生麺に戻る性質になっており、そのため、ゆで時間は即席麺よりも長くなりますが、コシのある食感とのど越しの滑らかさが味わえ、根強い人気があります。そのおいしさが続いているのは、「小麦粉と食塩とかんすいのみで作られ、小麦粉本来の味を大切にしていること」と「配合を、機械では対応の難しい気温と湿度の変化にも微妙な調整ができる伝統的製造法を受け継いだ熟練工のミキサーによって管理されて

いること」によるものです。木更津市にある竹岡ラーメン「梅乃家」は創業当時からこの縮れ麺を使っており、その味が忘れられないお客さまから麺の入手方法を問い合わせるほどだそうです。この縮れ麺は、現在店舗にはあまり置いていないため、個人でも購入しやすいようにセット個数を減らした商品を、ホームページから購入できることです。33年に麺を油で揚げて作った即席麺の「チキンラーメン」が発明されましたが、即席麺は「麺に味がついていること」または「麺にスープがついていること」の定義から、都一の中華麺は即席麺には区分されていません。しかし、乾麺の中華そばとしては「元祖」とされています。29年9月に「都一製麺株式会社」を設立して商号を変更し、29年から36年までに「屈曲麺」関係の特許4件を取得、36年5月に千葉市若葉区若松町に若松工場を竣工し、麺をアルファー化させるための「蒸熱風乾燥機」を開発しました。39年

に「冷しラーメン」の製造販売を開始し、その当時的大ヒット商品となりました。45年1月、現社長である村田一彦氏が代表取締役社長に就任され、同年9月「ロングライフ麺（ＬＬ麺）ゆでうどん」の製造販売を翌年、「ロングライフ麺焼きそば」の製造販売をそれぞれ開始しました。47年3月、社名を「都一株式会社」に商号変更され、50年4月、本社全機能を若松工場へ移転し、現在に至っております。

賞味期限が長い「ロングライフ麺」は海外輸出の主流で、災害時の保存食等にも利用される

都一の中華そばは、その製法から賞味期限が1年と長く、そのため船便でも十分お

いしさを保持できるため、海外に輸出もされています。「ロングライフ麺」を製造開発したことからますます輸出量が増え、現在では製造の7割が海外輸出されています。輸出割合もロングライフ麺が8割を占め、輸出先も30カ国以上となり、販売の主流となっています。

ロングライフ麺は、日本国内の小売店ではチルド商品のゆで麺の需要が高いため売っている店舗が少なく、またロングライフ麺にする工程にコストがかかるため、値段はゆで麺に比べると割高になります。しかし、常温で6カ月の賞味期限で冷蔵庫が不要なという利点から、フードサービスの業務用食材や災害時・停電時の保存食、キャンプ場の食材、サービスエリア等での

都一(株) 製品のいろいろ



都一株式会社のホームページからも購入できます。
<http://www.miyakoichi.com>



工場直売会の模様

役は話されました。同社では昨年から3カ月に1回くらのペースで都一のアウトレット品の工場直売会を開催しており（写真参照）、前回は6月20日（金）に開催し、次回は10月下旬を予定しています。昨年は土曜日に行っていましたが、来場者への

ご当地焼きそばなどの土産物、祭りの屋台の焼きそばなどに利用されているそうです。東北地方などでは、東日本大震災後、保存食意識が高まったせいか販売が伸びたとのことでした。海外では海外在住の多くの日本人が購入しているそうですが、日本人以外の現地の人たちには、リーマンショックや円高、福島原発事故の影響は大きく、品質や味は認めていても価格の高騰で現地の安い品物を選ぶことになってしまいがちです。当初、海外の人たちの中には、大震災のときは日本国中が津波にのまれていたように思ったり、原発事故のときは日本国中が汚染されていると思いい、「放射能検査証明書」の提出を求める国も多くなり、そのため以前の販売量に戻すのにはいまま苦労されているとのことでした。しかし、現在の日本食ブームに乗り、海外での販路をもっと増やしていきたいと、柴内常務と遠藤取締役は話されました。

社員全員が出勤時に健康状態をチェックし、健診や予防接種で健康管理

健康管理について伺ったところ、社員全員が出勤時、タイムカードに印字する際に健康状態をチェックノットに記入するようにし、それを製造部長が確認して、健康状態をいち早く把握できるようにしているとのことでした。夏場は工場内の温度が高くなるため、熱中症対策としてすぐに水分の補給ができるようにしています。

また、生活習慣病健診も社員全員が受診しており、インフルエンザの予防接種は医師が会社に来て、社員全員とその日に来られる被扶養者の方も一緒に受けているとのことでした。当健保組合の保健事業が皆さまの健康管理の一助になっているように、とてもうれしく思いました。

お忙しい中、柴内常務と遠藤取締役には長時間の取材にご協力いただきまして誠にありがとうございます。これからも世界中で愛される日本の「うまい麺」として、ますますご発展されることを心よりお祈り申し上げます。