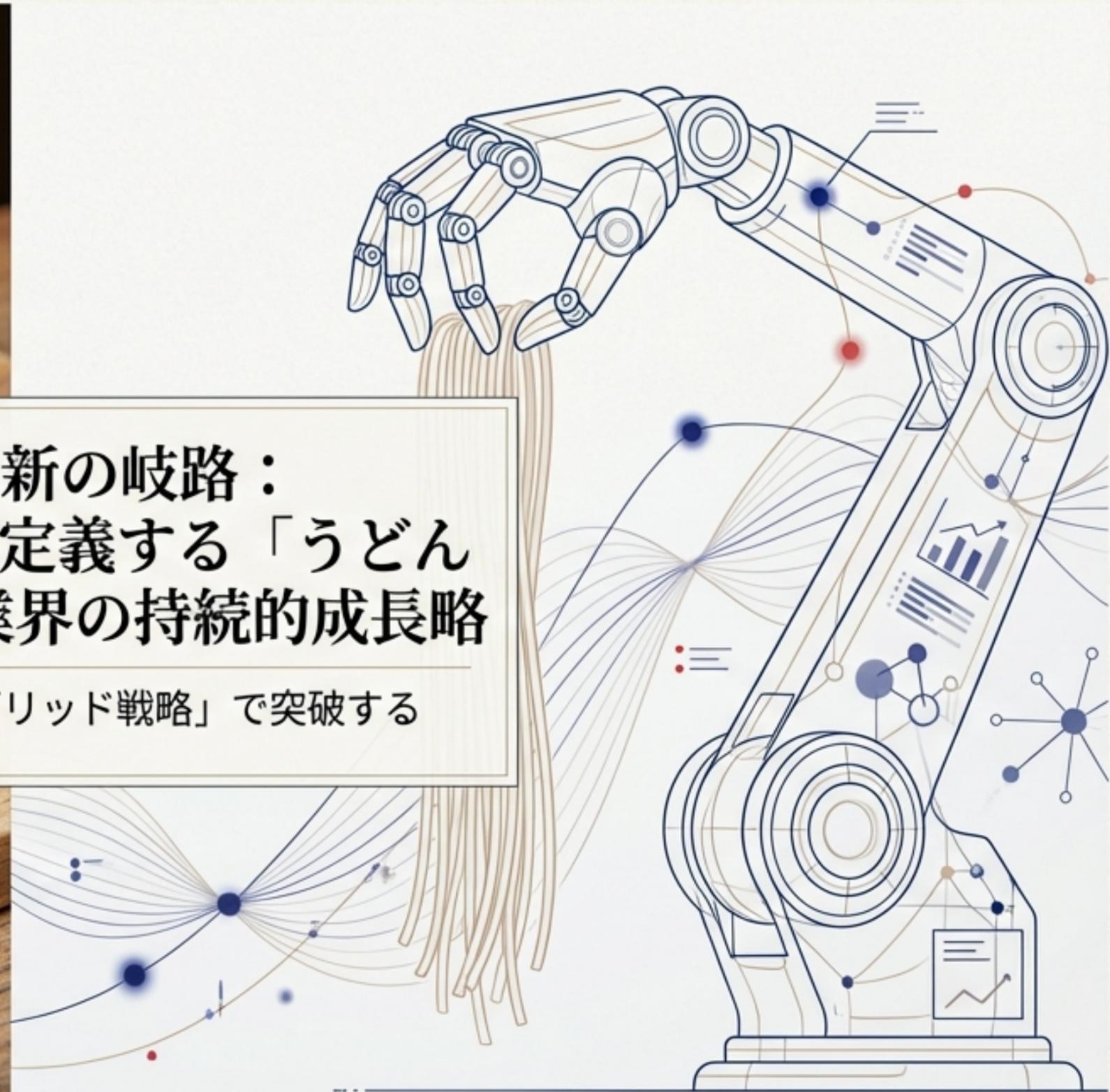




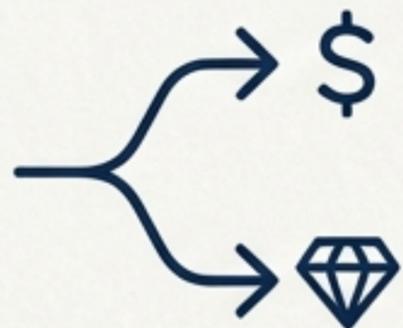
# 伝統と革新の岐路： AIと効率化が再定義する「うどん ・蕎麦・蕎麦」業界の持続的成長略

構造的課題を「ハイブリッド戦略」で突破する



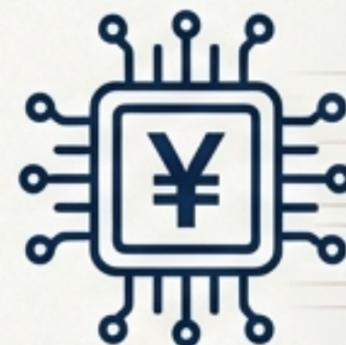
[Presenter Name/Organization Name]

# エグゼクティブサマリー：4つの戦略的提言



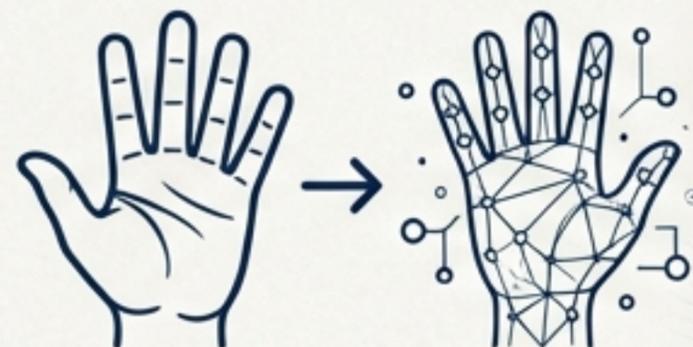
## 1. 市場の二極化と「中間の死」

市場は「低価格・効率」と「高付加価値・体験」へ分裂。中途半端なポジショニングは淘汰される「ミドルマーケットの空洞化」が加速中。



## 2. テクノロジーは「生存コスト」

AI需要予測と調理ロボットは、単なる効率化ではなく、FLコスト（食材費+人件費）の構造的課題を解決する唯一の武器である。



## 3. 職人技の工業化

熟練技術（暗黙知）をデータ化（形式知化）し、品質を維持しながらスケラビリティを確保する。



## 4. 結論：ハイブリッド成長戦略

「M&Aによるブランド・技術の獲得」と「DXによる収益構造の変革」を組み合わせた非連続的な成長モデルを推奨する。

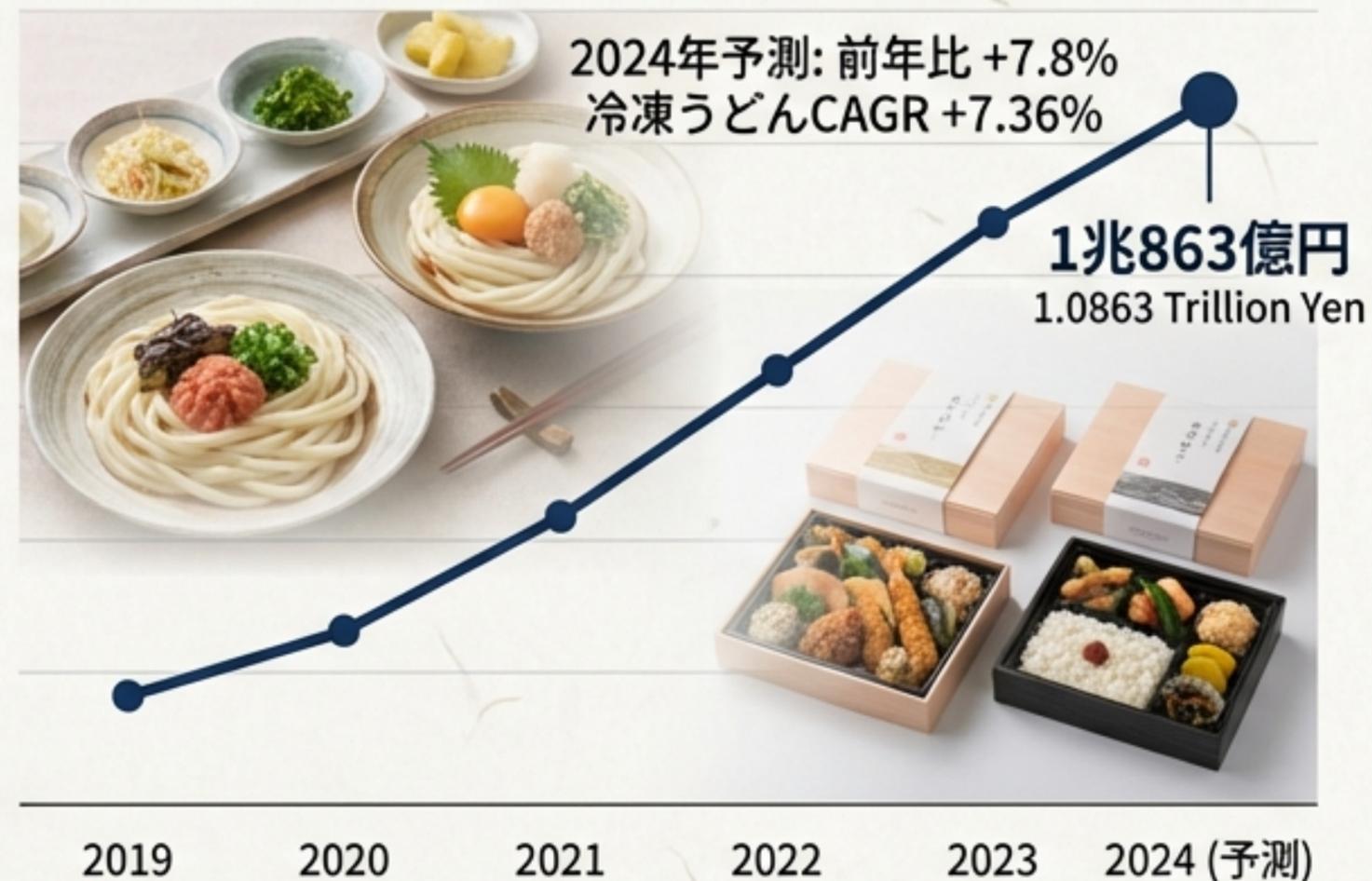


# 外食市場は回復基調にあるが、主戦場は「中食・内食」へ構造シフトしている

## 外食市場規模の推移 (Dining Out Market)



## 調理麺・冷凍麺市場の成長 (HMR Market Growth)



Key Insight: 技術革新により冷凍・チルド麺の品質が飛躍的に向上。「安さ・手軽さ」を求める顧客層が、外食からスーパー・コンビニの中食へと流出している。

# PESTLE分析：逆風（コスト・労働）と追い風（インバウンド・技術）の同時進行

## Headwinds（脅威）

Noto Serif JP | Playfair Display

### Political / Economic

- 輸入小麦の政府売渡価格の高止まり
- そば粉・鰹節などの原材料費高騰、エネルギーコスト増



### Social (Labor)

- 深刻な人手不足
- 最低賃金引き上げによる人件費（Labor Cost）の増大



## Tailwinds（機会）

Noto Serif JP | Playfair Display

### Social (Trends)

- 健康志向（グルテンフリー、ルチン）の高まり
- インバウンド需要（訪日客の69.7%が「日本食」を期待）



### Technological

- 調理ロボット、AI需要予測、モバイルオーダーの普及



### Legal / Environmental

- 食品ロス削減（mottECO）、プラスチック規制への対応がブランド価値向上へ



# 5 Forces分析：収益を圧迫する「サンドイッチ構造」

売り手の交渉力（強）

小麦粉市場の寡占（シェア9割）  
国産そば粉の希少性  
調達コスト高止まり

代替品の脅威（極大）

コンビニ・スーパーの中食  
(1兆円市場)が「日常食」  
シェアを奪う



うどん・蕎麦業界 (The Industry)

Profit Margin Squeeze (低収益構造)

新規参入（中～低）

大手チェーンは寡占化。  
個人店は後継者不足で  
廃業増



消費者の節約志向  
スイッチングコストほぼゼロ  
値上げ難易度高

買い手の交渉力（強）

結論: バリューチェーンの上下からの圧力により、単なる「美味しい店」では利益が出ない構造にある。

# 市場の二極化：勝機は「徹底した効率化」か「高付加価値体験」の両極にしかない

Market Polarization: The Winning Strategies Lie at the Extremes of "Thorough Efficiency" or "High Value-Added Experience"

## Low Price / Efficiency (低価格・効率)

- Target: ランチ需要、ビジネスマン
- KBF: 速さ、安さ、利便性
- Example: セルフ式チェーン、立ち食い (ゆで太郎、富士そば)

## The Hollow Middle (Danger Zone)

## High Value / Experience (高付加価値・体験)

- Target: 週末ディナー、インバウンド、高齢者
- KBF: 本物感 (十割そば)、空間、職人技
- Example: 老舗専門店、高単価な手打ち店



中価格帯はコスト転嫁できず、コンビニや大手チェーンに埋没して淘汰される

# 内部環境のジレンマ：最大の資産「人」が、最大のリスク要因へ

## Value / Rarity

「麺打ち、出汁引き」や  
「老舗ブランド」は模倣  
困難な競争優位の源泉



## Cost / Risk

Inter, Noto Sans JP  
「木鉢三年」の技術習得期間  
若者の職人離れと高齢化

FLコスト（食材+人件費）高騰



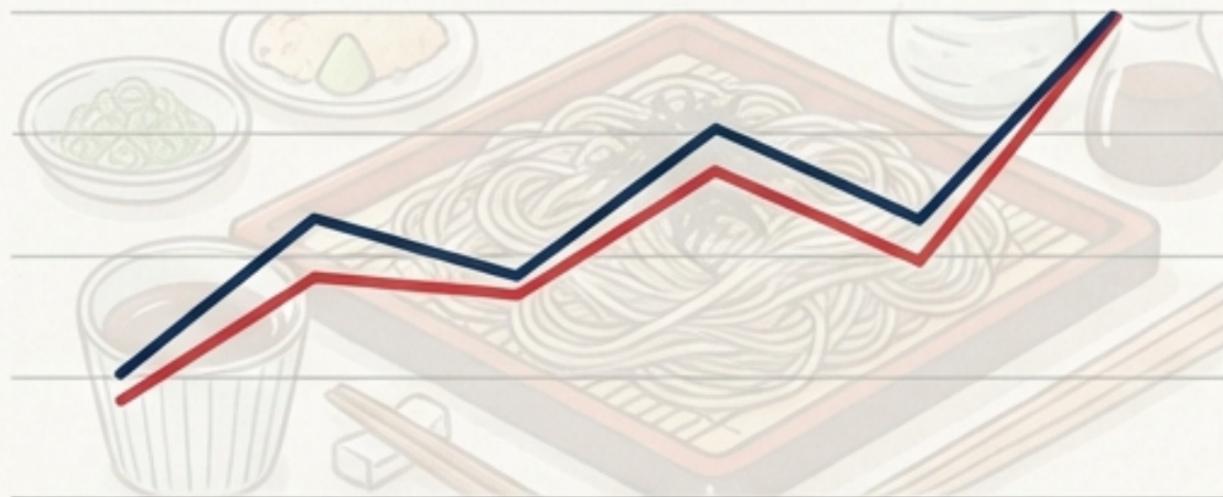
**Insight:** 人的資本への過度な依存はビジネスモデルを脆弱にする。「人」に頼らない仕組み（DX）と、「人」を活かす仕組み（高付加価値化）の分離が必要。

# テクノロジーによる解法：FLコスト構造の根本的変革

Technological Solutions: Fundamental Transformation of FL Cost Structure

## 1. AI需要予測 (Demand Prediction)

— 予測売上 — 実績売上



POSデータ、天候、イベント情報を統合分析。

**効果: 食品ロス (Food Loss) と機会損失の最小化。**  
発注・仕込みの自動化。 (事例: ロスを20-50%削減)

## 2. ロボティクス (Robotics)



調理: 自動麺茹で機、天ぷら調理ロボット  
(TechMagic, Connected Roboticsなど)。

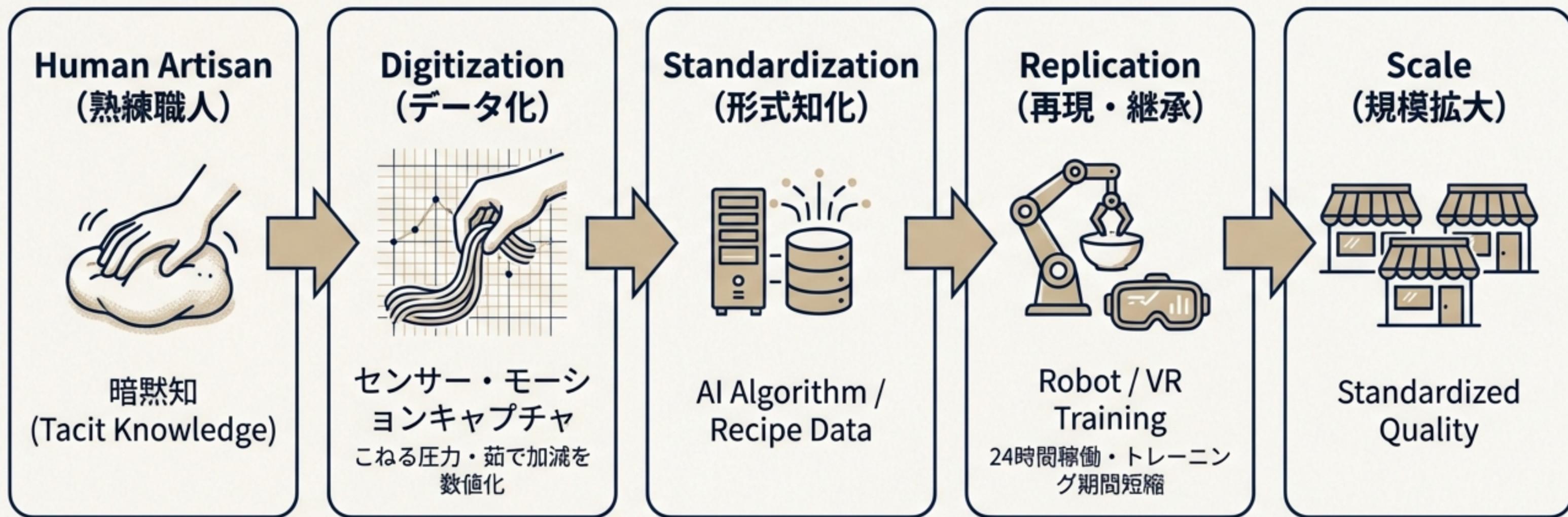
配膳: ホールスタッフの負荷軽減とエンタメ性向上。

**効果: 人件費 (Labor Cost) の抑制と品質の標準化。**

**インパクト: FLコスト比率を構造的に引き下げ、損益分岐点を改善する。**

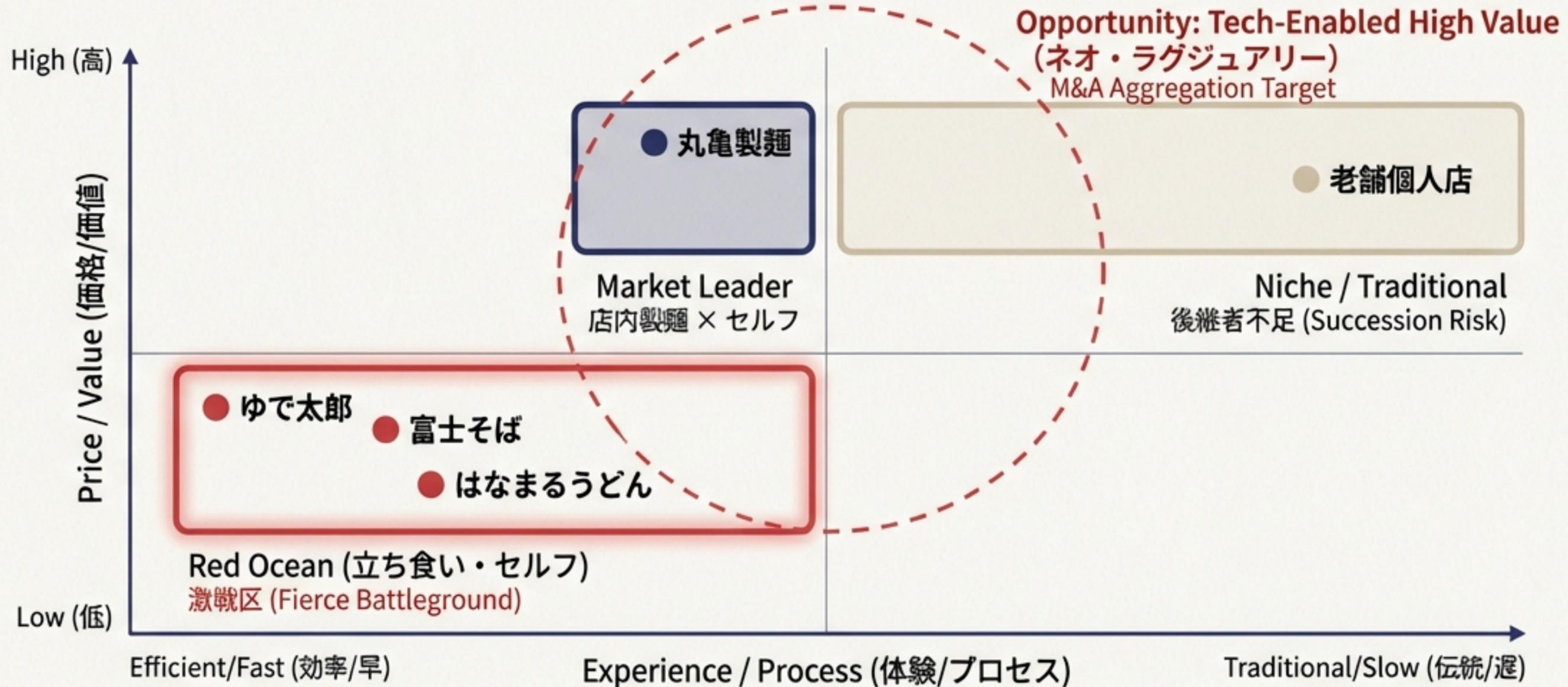
# 「職人技」の工業化：暗黙知をデータ化し、スケーラビリティを確保する

Industrialization of 'Artisan Skills': Turning Tacit Knowledge into Data for Scalability



戦略的意義: 属人性を排除し、M&A後の多店舗展開（スケール）を可能にする重要ファクター。

# 競合ランドスケープ：「空白地帯」はどこにあるか



**Opportunity:** 高付加価値（インバウンド・健康志向）を、テクノロジーで効率的に提供する領域、または個人店を束ねるプラットフォーム。

# 戦略的オプションの評価：3つの成長シナリオ

## Strategic Options Evaluation: 3 Growth Scenarios

オプション (Options)	詳細 (Description)	長所 (Pros)	短所 (Cons)	成功確率
Option 1: 高付加価値ニッチ (High-End Niche)	国産素材・手打ち・ インバウンド特化	↗ 高利益率	⚠ 職人確保困難、 スケール不可	Low
Option 2: ローコストDXリーダー (Low-Cost DX Leader)	完全自動化・省人化店 舗	💰 最強の価格競争力	💸 巨額の初期投資、 大手との消耗戦	Medium
Option 3: ハイブリッドM&A [RECOMMENDED]	優良個人店 (ブランド) を買収し、DXで再生	🕒 時間を買える、技 術獲得、最大リターン	🏢 PMI (統合) の 難易度	High

# 推奨戦略：「M&A」×「DX」によるハイブリッド成長モデル



**Traditional Brand Value (M&A)**  
(ブランド・レシピ・職人技)

+



**Modern Efficiency (DX)**  
(AI発注・自動化・コスト削減)

=

**Sustainable  
Growth**  
(持続的成長)  
(高付加価値 × 高収益)

Strategy: 後継者不足の「優良個人店」をM&Aでグループ化し、共通の「DXプラットフォーム」を導入する。

Goal: 「職人は調理と接客に集中、面倒な業務はAIに」という分業体制を確立。

# アクションプラン：3年ロードマップ

## Action Plan: 3-Year Roadmap



# 結論：伝統を守るために、変革を選択する

うどん・蕎麦業界は「弱肉強食」の淘汰フェーズにある。  
しかし、そこには「本物」を求める世界的な需要という巨大なチャンスも眠っている。

**曖昧な中間戦略を捨て、テクノロジーを実装した  
「新しい伝統」の担い手となる決断が、今求められている。**

