

炙り味噌らーめん

麵匠 真武咲弥

しん ぶ さき や



- 2009年 テレビ東京 最強ラーメン伝説にて「参ったラーメン」に認定されました。
- 2009年 ラーナビにて、ラーナビ大賞受賞しました。
- 2009年 東京1週間 ラーメンオブサイヤー最優秀賞受賞しました。
- 2010年 TBS「王様のブランチ」で美味しいラーメンとして紹介されました。
- 2010年 東京ラーメンショー出店（麵処まるはさんとコラボ）5日間で7500食販売しました。
- 2011年 サンデージャポン女子ラーメン部コメンテーターおすすめの本格札幌味噌ラーメンとして紹介されました。
- 2011年 東京ラーメンショーに2年連続出店！（麵屋つくしさんとコラボ）5日間で8600食販売しました。
- 2012年 ふくしまラーメンショー出店！5日間で6800食完売しました。
- 2012年 つくばラーメンフェスティバル出店！



札幌・渋谷の名店 創業から15年 ライセンスパッケージ解禁

01

会社概要

～カンボジアの未来を創る～



社名	株式会社サムライヴィジョン
代表者	代表取締役 奥村 宗弘
設立日	2016年 1月 27日
資本金	1,000,000円
所在地	〒182-0004 東京都調布市入間町3丁目5番地70
事業内容	経営コンサルティング、伝在塾 主宰 炙り味噌らーめん麺匠真武咲弥ライセンス 焙煎珈琲販売事業
取引銀行	北陸銀行、三井住友銀行
所属団体	大久保秀夫王道経営塾、大坂靖彦蛻変の経営 日本王道経営學、道産子社長会、 PHPビジネスコーチ コンスタンティヌス大帝・聖ヘレナ王室勲章

02

創業者の紹介



～カンボジアの未来を創る～ **株式会社サムライヴィジョン**

代表取締役 奥村 宗弘【TOKI社長】

昭和46年 8月 8日生まれ 北海道留萌市出身

<略歴>

平成10年 札幌の超有名店にて修行

平成16年 真武咲弥 北海道留萌市 創業

平成21年 サムライヌードル株式会社 設立 代表取締役

平成28年 株式会社サムライヴィジョン 設立 CEO





グラウンドデザイン

【共歩想創】きょうほそうそう
共に歩み想いやり創造します。

私達は一杯の「炙り味噌らーめん」から「お客様」「スタッフ」
「お取引先」「カンボジアの未来」を幸せにします。

【差別化戦略】

他を圧倒する絶対的独自性

- ・「炙り味噌」(商標登録済)独自性の高い商品力
- ・社会性重視の起業戦略
- ・Vigan Ramen & Guruten Free Ramen



04 ラーメンイベント 出展実績

「炙り味噌らーめん」は全国のラーメンイベントから
オファーを受ける有名ブランドです。

ラーメンイベントの大本命「東京ラーメンショー」では
5年連続招待される唯一のブランドです。



日本中の「当地ラーメン」を
東京・駒沢に一堂に集結

東京ラーメンショー 2014

開催決定! 今年は
11日間!

第1幕 10.24 * ~ 10.29 *
第2幕 10.30 * ~ 11.3 *

10:00~21:00(ラストオーダー20:30) * 10月29日と11月3日は18:00終了
駒沢オリンピック公園 中央広場

日本全国の当地ラーメンが
一堂に集結

東京ラーメン ショー2012

10.26 * ~ 10.30 *
10.31 * ~ 11.4 *

駒沢オリンピック公園 中央広場

東京ラーメンショー 2013

11.15 * ~ 19 *
11.20 * ~ 24 *

駒沢オリンピック公園 中央広場

ラーメン ザバイパー

千原のふし

当日券 駒沢オリンピック公園 中央広場

今年もやって来る! ラーメンイベントの大本命!!

東京ラーメンショー 2011

11.11 * ~ 12.6 *

駒沢オリンピック公園 中央広場

全国から36軒のラーメン店が集結

ラーメンEXPO

2014 IN 万博公園

12/11(木)~14(日)

開催期間	入場料	チケット	マスコミの方へ
開場10:00 終了21:00	入場無料 ※企画入場料 (小学生以上、中学生700円) 2歳	全席共通一律800円 ◎ 前売り券情報	◎ 取材について ◎ 協賛のお申し込み

中央テレビ開局45周年記念

名古屋がラーメンで熱くなる5日間

2015年1月開催決定!

1月8日(木)~12日(月・祝)

久屋大通公園 (久屋広場) 周辺

ラーメンまつり in 名古屋

全国から選りすぐりの人気ラーメン店に加え、
「P.S三世」「前略・大徳」
プロデュースのオリジナルのラーメンも出品!

ラーメンで福島を元気に!

ふくしま ラーメン ショー2012

5月2日(金)~6日(日)

[5日間] 10:00~20:00

郡山市開成山公園(自由広場)

ラーメン1杯 700円 (全席共通チケット制)
前売りのチケットは5月1日までセブンイレブンで発売中!

特別協賛 キリンビール株式会社

入場無料

北陸 ラーメン博

2014年10月11日・12日・13日

700円 750円

思いラーメンを食べつくせ!
人気店が町田に大集結!

町田 ラーメン祭 2014

1杯 800円 (税込)

ここに
極みあり!

町田 シバヒロ
11:00~19:00

10月10日~13日 10月17日~19日

第10回 湘南幕ヶ崎 ラーメン祭

参加店

幕ヶ崎 幕ヶ崎 幕ヶ崎 幕ヶ崎 幕ヶ崎 幕ヶ崎 幕ヶ崎 幕ヶ崎 幕ヶ崎 幕ヶ崎

つくば市創設25周年記念事業

つくば ラーメンフェスタ

10月6(土)7(日)8(月・祝) 10日

10:00~19:00

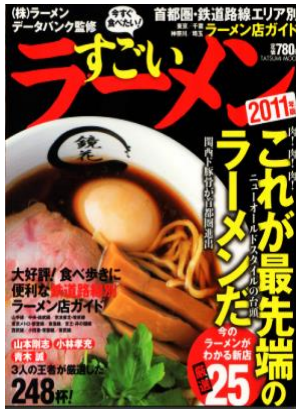
研究学園駅前公園

入場料無料

つくばラーメンフェスタ 協賛

05

メディア掲載



「ラーメン」の定義は、麺、スープ、具材、トッピング、そして「食べる場所」まで、多岐にわたります。その中でも、最も重要な要素は「味」です。味は、ラーメンの灵魂であり、その良否によって、その店の人気や評判が決まります。本誌では、全国の有名店から、最新のトレンドまで、最新の情報を提供します。



多くの雑誌の取材を受けてきた弊社は
他のラーメン店のプロデュースも手掛けています。

06

「炙り味噌らーめん」 ミッション

日本人の心「味噌」で100年以上続くラーメン店に

1,300年もの長い間、私たち日本人の食生活を支えてきた伝統的健康食品である味噌。醤油が日本伝来400年余りであることを考えると、まさに味噌は日本人の心。しかし、ラーメン業界での店舗数は「醤油」「豚骨系」に次ぎ、3番目となっています。「炙り味噌らーめん」で全ての日本人、そしてASEAN諸国の人々を幸せにしたい。創業から10年にして、初の「ライセンス契約」の受付を開始しました。



07

「炙り味噌らーめん」 コンセプト



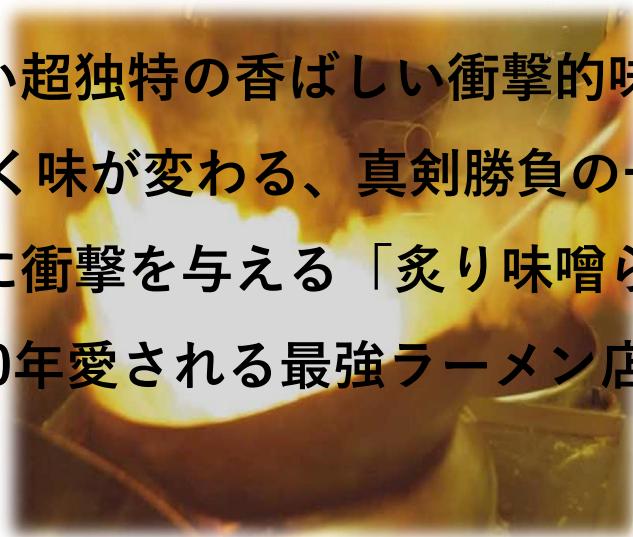
【豪快に炎で炙る味噌らーめん】

他店にはない超独特の香ばしい衝撃的味噌らーめん。

3秒の差で大きく味が変わる、真剣勝負の一杯を炎で炙る。

視覚・味覚・嗅覚に衝撃を与える「炙り味噌らーめん」を冠にした

地域密着型の100年愛される最強ラーメン店パッケージです。



08

「炙り味噌らーめん」 料理へのこだわり



北海道から空輸する「熟成玉子ちぢれ麺」
農林水産大臣賞など数々のタイトルを受賞した
味噌蔵から取り寄せる数種類の味噌。さらに12種類の
食材をブレンドした門外不出の「秘伝味噌ダレ」
日本人の伝統食、味噌を斬新な炙りスタイルで
提供します。



09

こだわりの食材

味噌へのこだわり



岩田醸造株式会社

「第54回全国味噌品評会

農林水産大臣賞」

- | | | |
|-------|---------|----|
| 2013年 | 食糧産業局長賞 | 受賞 |
| 2012年 | 食糧産業局長賞 | 受賞 |
| 2011年 | 農林水産大臣賞 | 受賞 |
| 2010年 | 総合食料局長賞 | 受賞 |
| 2008年 | 総合食料局長賞 | 受賞 |
| 2006年 | 農林水産大臣賞 | 受賞 |
| 2005年 | 総合食料局長賞 | 受賞 |
| 2003年 | 総合食料局長賞 | 受賞 |
| 2001年 | 総合食料局長賞 | 受賞 |

北海道直送 熟成麺



「炙り味噌らーめん」専用
 特注太麺を毎朝空輸。

秘伝の味噌ダレ



2年間の研究の末に
 辿り着いた秘伝の配合。

10

「炙り味噌らーめん」 セールスポイント



【Point 1】 店名は自由

高い実績を誇る「炙り味噌らーめん」を好きな店名で（屋号自由）

- ・東京ラーメンショー5年連続出場(2010年～2014年)
- ・有名雑誌 TOKYO 1週間「優秀賞」受賞

その他メディア掲載/イベント出店/受賞タイトル多数 [○ページ参照](#)



【Point 2】 確かな商品力 「炙り味噌らーめん」で差別化

一度食べたらくセになる。他店では絶対に味わえない、
オンリーワン味噌らーめん



【Point 3】 店舗運営のシステム化

発注、売上管理、仕込、調理など
全てのノウハウを提供。



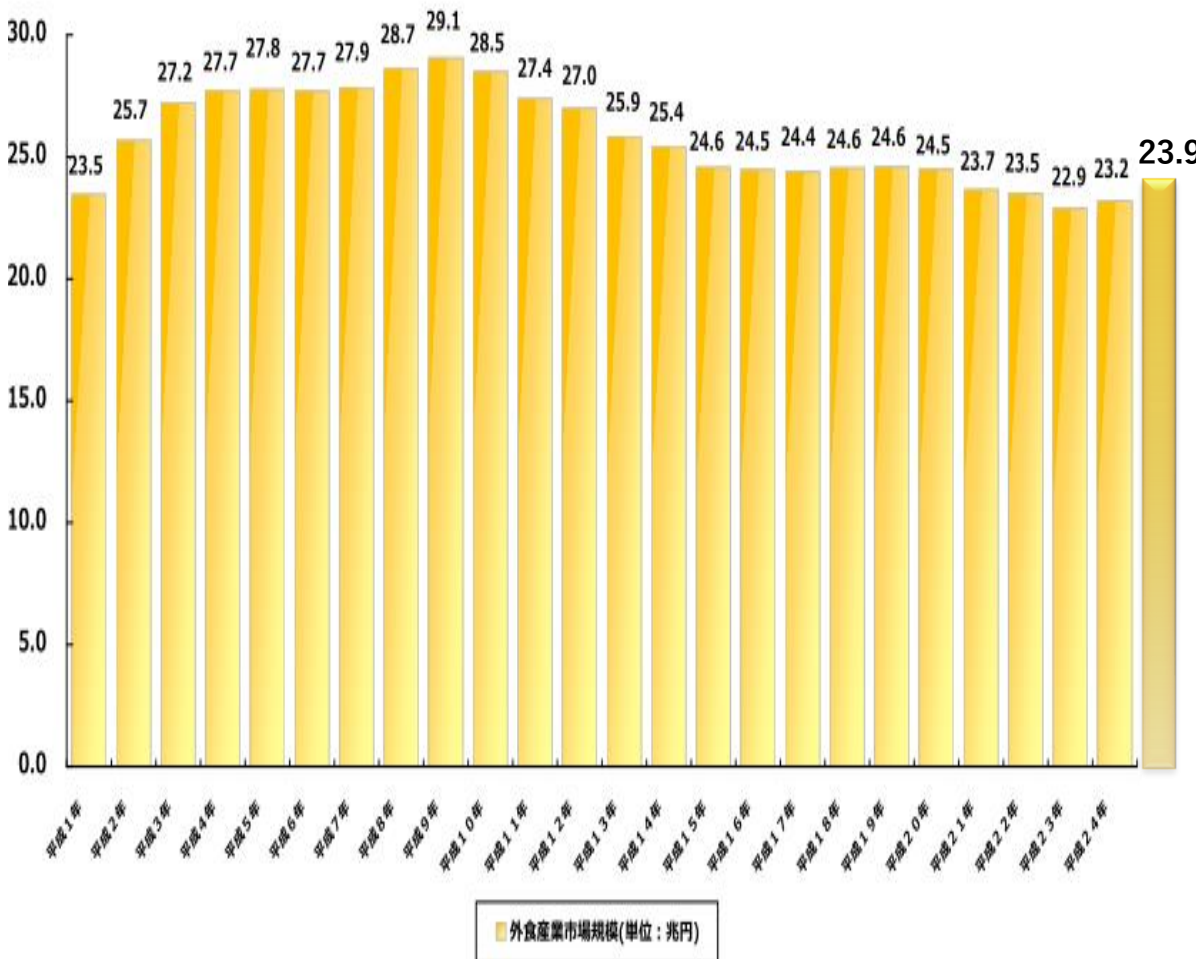
※炙り技術の習得(目安：7日～14日)のみに専念できます

1 1

市場分析 ①「外食市場は上昇傾向」

資料：(財)食の安全・安心財団 (付属機関 外食産業総合調査研究センター)

外食産業市場規模の推移



平成25年 **23.9兆円**

平成18年以来の回復傾向

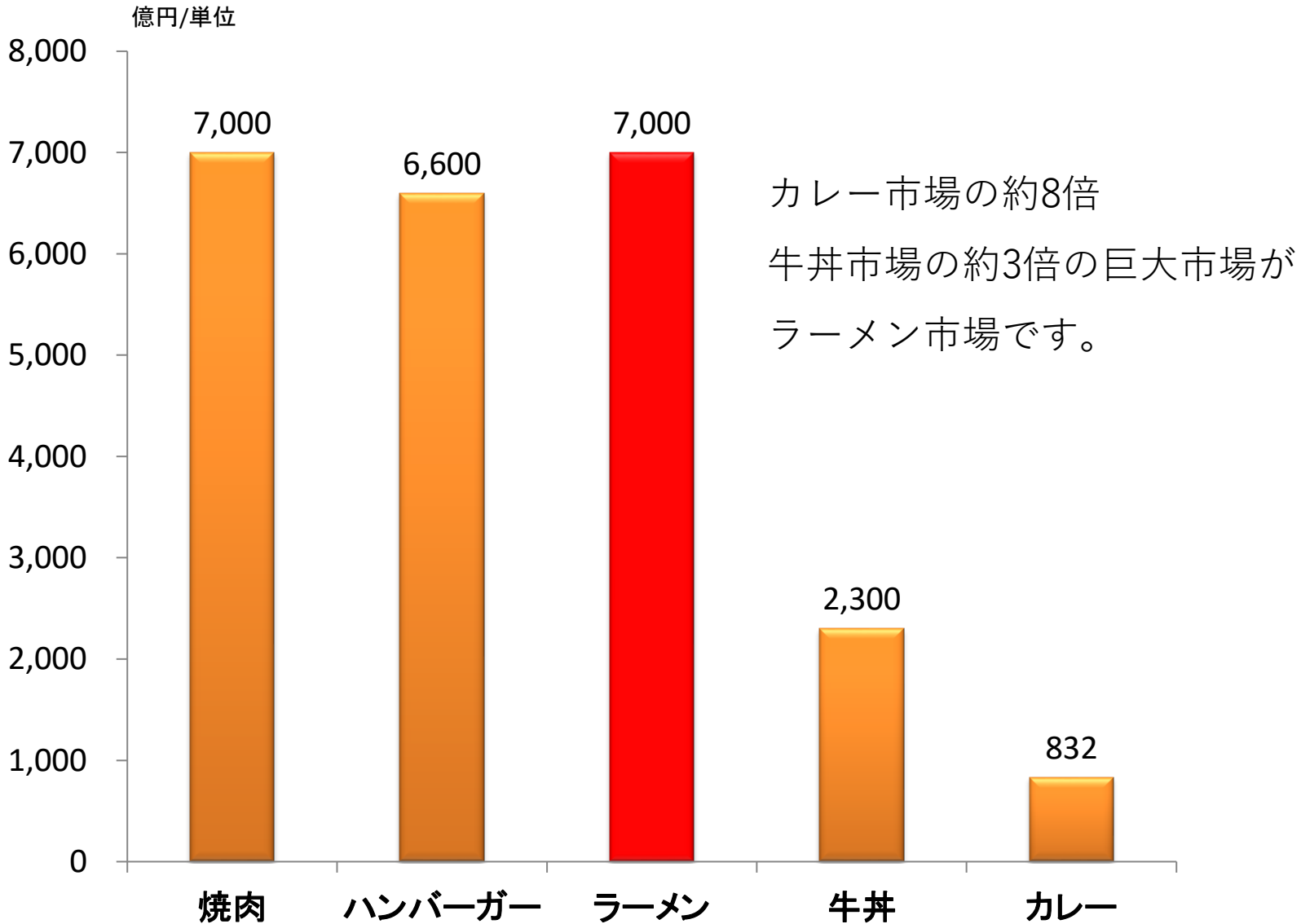
～外食産業 今後の見通し～

・人口減少の一方、総世帯数は
150万世帯増加→5,500万世帯 (推計)
単身世帯の増加が主要因

「単身世帯」は特にラーメン業界
にとって、重要なキーワードです。

1 1

市場分析 ② 「ラーメンは巨大マーケット」



1 2

市場分析 ③ 「店舗数と密度」

ラーメン店舗数ランキング

順位	都道府県	店舗数		偏差値
		総数	人口10万人あたり	
並替	北南	降順 昇順	降順 昇順	降順 昇順
1	山形県	817軒	70.92軒	86.11
2	栃木県	1,033軒	51.86軒	88.85
3	新潟県	1,053軒	44.87軒	82.52
4	秋田県	452軒	42.52軒	80.40
5	鹿児島県	709軒	41.95軒	59.89
6	青森県	566軒	41.93軒	59.86
7	富山県	445軒	41.13軒	59.14
8	北海道	2,209軒	40.46軒	58.53
9	福島県	789軒	40.21軒	58.31
10	長野県	844軒	39.56軒	57.75
11	群馬県	776軒	38.96軒	57.17
12	石川県	444軒	38.18軒	56.47
13	徳島県	291軒	37.50軒	55.86
14	宮崎県	419軒	37.21軒	55.59
15	佐賀県	311軒	36.89軒	55.31
16	山梨県	314軒	36.85軒	55.27
17	熊本県	657軒	36.36軒	54.82
18	茨城県	1,033軒	35.10軒	53.68
19	宮城県	810軒	34.84軒	53.45
20	福岡県	1,770軒	34.81軒	53.42
21	広島県	991軒	34.80軒	53.41
22	島根県	226軒	32.36軒	51.23
23	福井県	252軒	31.54軒	50.46

24	岩手県	402軒	30.85軒	49.84
25	大分県	364軒	30.72軒	49.72
26	鳥取県	178軒	30.58軒	49.60
27	静岡県	1,081軒	28.94軒	48.11
28	東京都	3,796軒	28.69軒	47.88
29	岡山県	525軒	27.12軒	46.46
30	千葉県	1,561軒	25.20軒	44.72
31	山口県	357軒	24.95軒	44.49
32	岐阜県	502軒	24.36軒	43.96
33	愛媛県	343軒	24.24軒	43.85
34	高知県	181軒	24.07軒	43.70
35	香川県	224軒	22.65軒	42.41
36	和歌山県	208軒	21.05軒	40.97
37	長崎県	295軒	20.95軒	40.88
38	愛知県	1,507軒	20.29軒	40.28
39	三重県	363軒	19.73軒	39.77
40	京都府	514軒	19.58軒	39.64
41	埼玉県	1,369軒	18.98軒	39.09
42	神奈川県	1,693軒	18.67軒	38.81
43	滋賀県	251軒	17.74軒	37.97
44	沖縄県	237軒	16.82軒	37.14
45	奈良県	194軒	13.96軒	34.55
46	兵庫県	776軒	13.93軒	34.52
47	大阪府	1,195軒	13.49軒	34.13
	全国	35,330軒	27.71軒	

単位人口10万(2012)

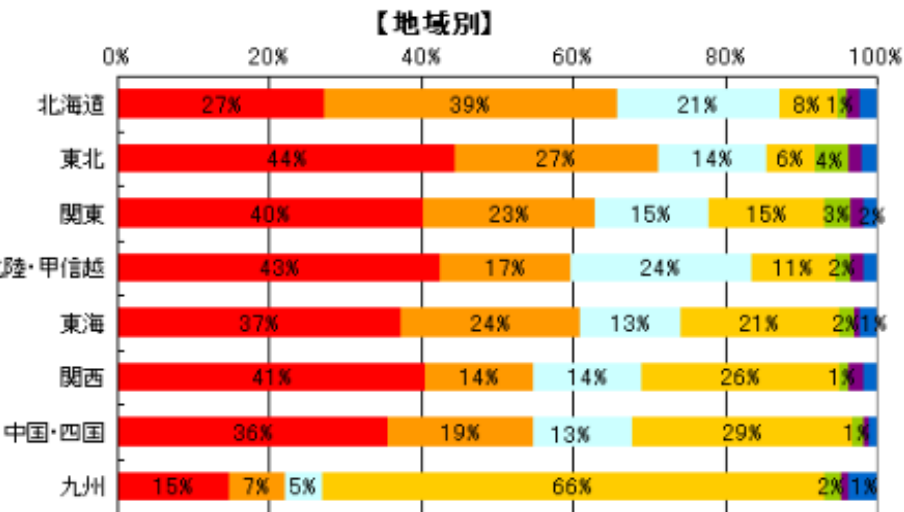
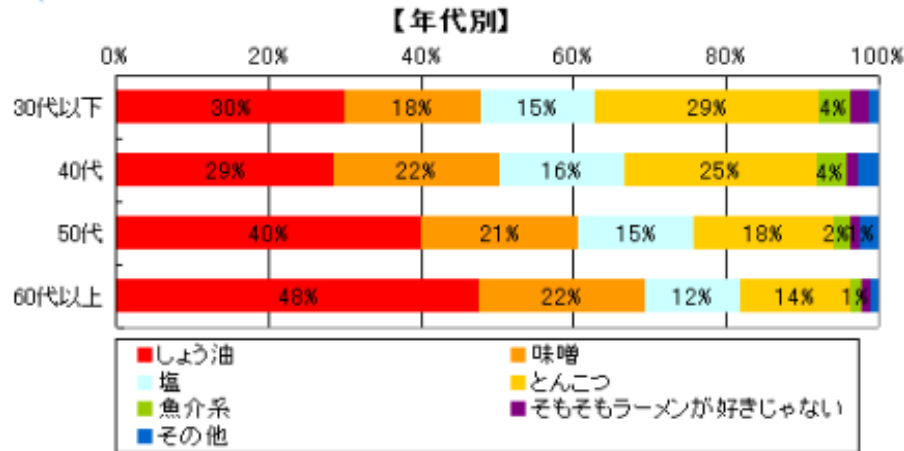
【出店戦略】

人口10万人あたり店舗数が多い(高偏差値)エリアの他、味噌らーめん文化が比較的未成熟な甲信越エリアであっても、「炙り味噌」の独自性により市場開拓を狙います。

1 3

市場分析 ③ 「なぜ味噌らーめんなのか」

Q 1番好きなラーメンのスープの味は？



・好きなラーメン

1位 しょうゆ

2位 みそ

3位 とんこつ

4位 しお

・店舗数

1位 しょうゆ

2位 とんこつ

3位 みそ

4位 しお

・現状

需要に対し店舗数が少ない唯一の業態 = 味噌らーめん

・今後

高齢化が進み、需要が伸びる一方
店舗数が少ない味噌らーめん業態は
希少なマーケットです。

さらに独自性を磨き、差別化できるのが

「炙り味噌らーめん」です。

※「炙り味噌らーめん」は「サムライヌードル株式会社」の登録商標です。

1 4 契約プラン

A type 新規オープン

契約金	20万円
保証金	50万円
商標使用料(月額)	1万円
開業支援費	25万円

B type 業態チェンジ (すでに営業しているラーメン店をリニューアルします)

契約金	20万円
保証金	50万円
商標使用料(月額)	1万円
研修費	7万円

ロイヤリティはありません

※開業支援費は直営店研修・開店準備支援を含みます

※保証金は費用ではありません契約終了時、返金されます

15

開業費シミュレーション

面積	10坪	
席数	10席	※Aタイプ=自由屋号での新規開業
駐車場	なし	※Bタイプ=業態転換

費用項目	①	②	③
	他社	弊社Aタイプ	弊社Bタイプ
加盟金	1,000	200	200
契約保証金	1,000	500	500
店舗デザイン費	500	300	0
店舗内改装工事	4,400	4,000	0
厨房機器工事(新規導入の場合)	5,000	2,500	0
外装・看板工事	750	1,000	1,000
什器備品(食器)	1,000	800	0
調理道具類	1,100	800	0
直営店研修費	無料	無料	70
オープン支援費	500	250	0
その他備品(事務用品等)	400	350	0
券売機(リース契約)	50	30	30
初期投資総額	14,700	10,230	1,300

※上記試算表は飲食居抜き物件を前提としています

※施工業者の選定は自由です

※合計額は保証金を除いたものです(保証金は費用ではありません)

※物件取得費は含まれていません

※初期投資総額は店舗物件により変動します

※千円/単位

※外税

16

直営店 収支実績(売上高額店舗)

坪数 26坪 席数 28席

単位:千円

	実績	構成比
売上高	9,449	100%
売上原価 Fコスト(食材)	3,024	32%
売上総利益	6,425	68%
給料手当	857	9.1%
雑給	1,271	13.5%
人件費 Lコスト(人件費)	2,128	22.5%
採用教育費	60	0.6%
広告宣伝費	30	0.3%
旅費交通費	72	0.8%
消耗品費	210	2.2%
水道光熱費	507	5.4%
支払手数料	415	4.4%
地代家賃	1,136	12.0%
リース料	56	0.6%
減価償却費	136	1.4%
その他販管費	2,622	28%
販管費	4,750	50%
営業利益	1,675	17.7%
FLコスト		54.5%

・ラーメン業界の厳しさ

ラーメン店は毎年3,500軒がオープンしています。一方、同じ数だけ閉店しています。

・競争力の高い商品ブランド

「炙り味噌らーめん 真武咲弥」は東京渋谷の大激戦区で2010年から約5年間前年比を毎年上回る成長を続けています。

・低いFLコスト 高い収益性

小型店舗に特化し、動線効率を高め人件費を圧縮。また、食材費も低く設定している為、収益性が高いのが特長です。

17

直営店 収支実績(売上少額店舗)

坪数 10坪 席数 13席

単位:千円

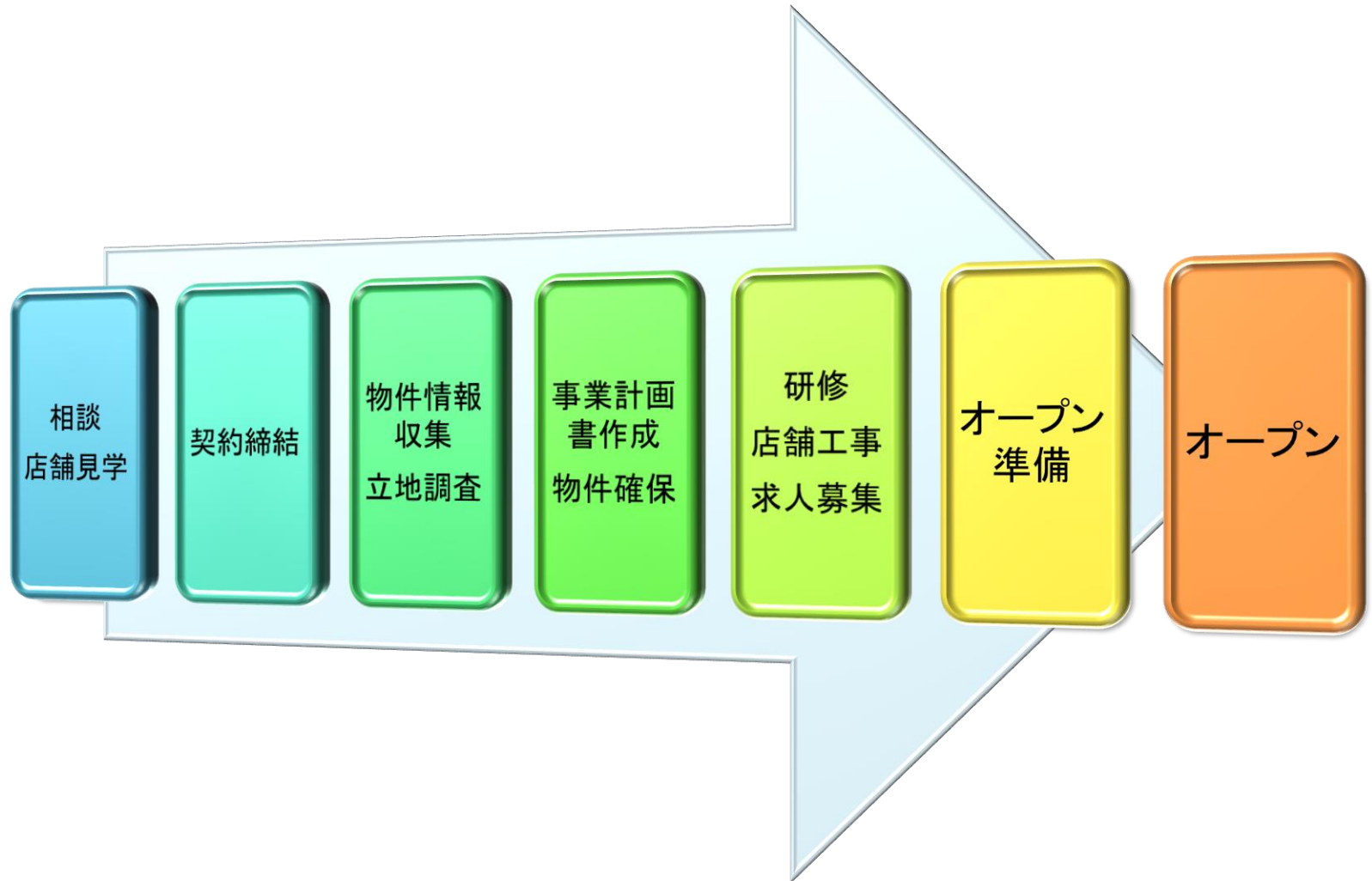
	実績	構成比
売上高	2,079	100%
売上原価 Fコスト(食材)	663	31.9%
売上総利益	1,416	68%
給料手当	304	14.6%
雑給	88	4.2%
人件費 Lコスト(人件費)	392	18.9%
採用教育費	5	0.2%
広告宣伝費		0.0%
旅費交通費	41	2.0%
消耗品費	11	0.5%
水道光熱費	129	6.2%
支払手数料	80	3.8%
地代家賃	197	9.5%
リース料	30	1.4%
減価償却費	35	1.7%
その他販管費	528	25%
販管費	920	44%
営業利益	496	23.9%
FLコスト		50.7%

・売上が少なくても利益を確保
 オープン直後は爆発的な売上を記録する
 ものです。しかし、商売である以上
 何年も継続する必要があります。
 万一、売上が下降しても利益を出しやすい
 設計（小型店に特化）です。

・左記の店舗は都心ほど売上が高くない
 ものの、23.9%の高い営業利益率を
 確保しています。

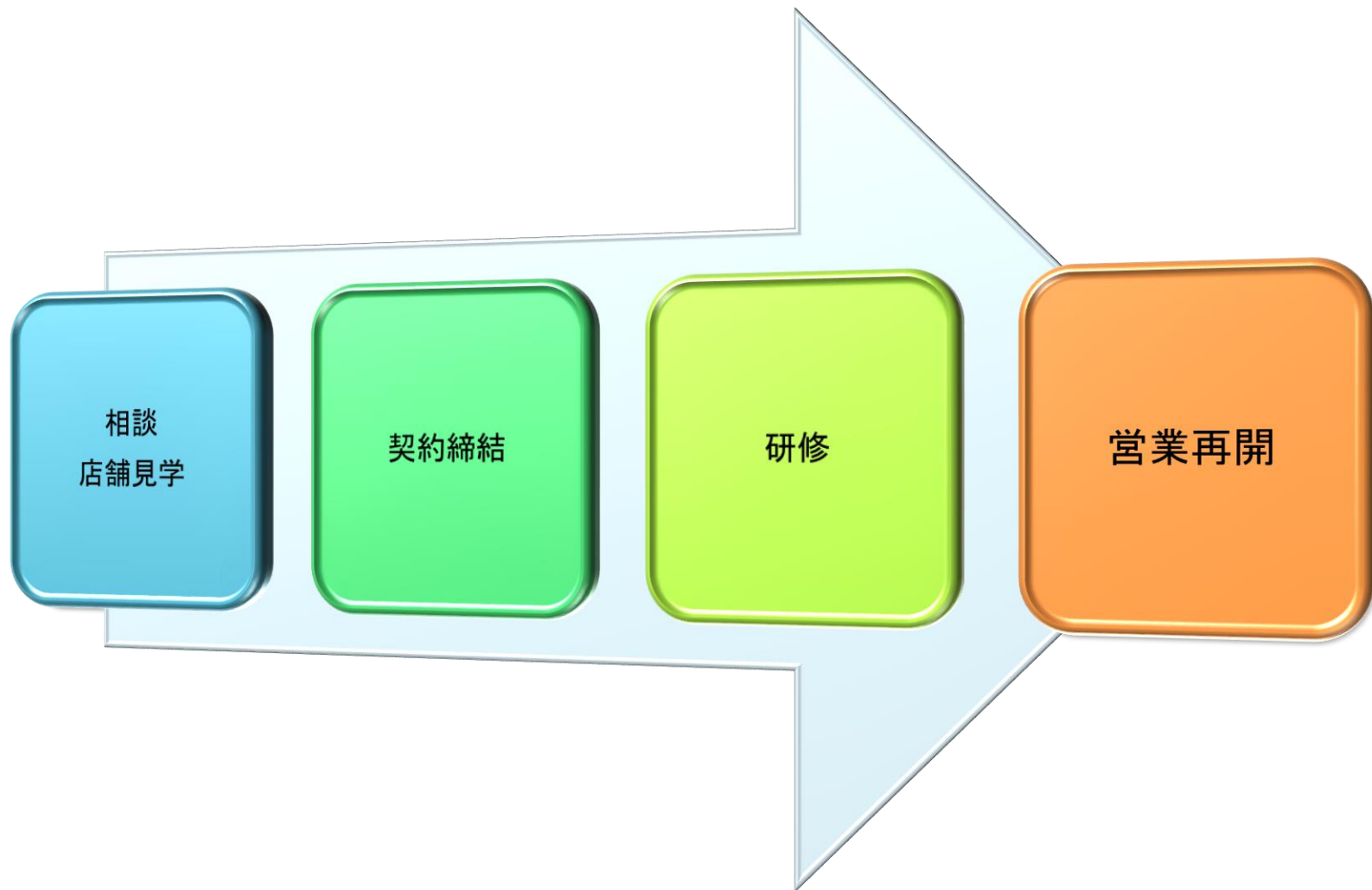
1 8

開業までの流れ Aタイプ（新規開業）



19

開業までの流れ Bタイプ（業態転換）



20

説明会

相談会・説明会を随時開催しています(首都圏・北関東・東北)

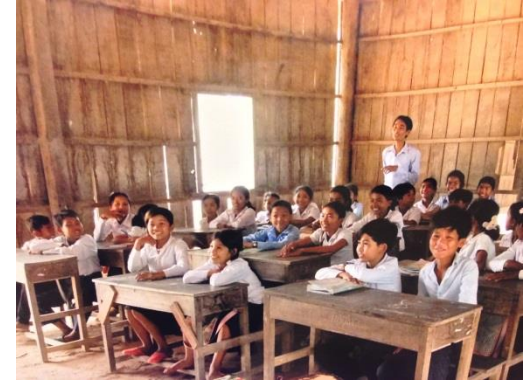
参加のご希望はお電話にてお申込み下さい。[090-2077-0100](tel:090-2077-0100) (担当：奥村)

【説明会プログラム】

- 外食市場動向
- なぜラーメン業態が優れているのか
- なぜ味噌専門店が有利なのか
- なぜ「炙り味噌らーめん」業態がさらに有利なのか
- 収益実績
- 開業までの流れ
- 「炙り味噌らーめん」が途上国の子供達を救う
- 質疑応答
- 試食
- 個別相談 (希望者のみ)

2 1

社会貢献活動 ①



私たち「株式会社サムライヴィジョン」は近江商人の心得である「三方良し（売り手良し・買い手良し・世間良し）」の精神を大事にしています。毎年、売上の一部をカンボジアに寄付しているのもその一つです。食糧支援はもちろんのこと、教育支援等にも役立てられています。加盟店の幸せ、カンボジアの子供達の幸せが揃い、初めて当社が幸せになれるものと確信しています。「炙り味噌らーめん」業態の存在意義はアジア地域への貢献にまで大きく広がります

2 2

社会貢献活動 ②



年に何度も弊社スタッフでカンボジアへ行き、孤児院で暮らす子供たちに「炙り味噌らーめん」を振舞います。

また、古着を着ることが多い子供たちに新品のTシャツを一人一人に配ります。子供達の喜ぶ笑顔を見ると、我々の方が元気づけられます。

ご希望があれば、加盟店オーナーの活動参加も可能です。

「炙り味噌らーめん」業態の存在意義、社会貢献の大切さを体験できます。

2 3

社会貢献活動 ③



20円寄付ボタン



寄付自動販売機



シーセフ

CIESFはカンボジアをはじめとした途上国の未来を支援する団体です。

公益財団法人シーセフ

全国で初めて、券売機に「寄付ボタン」を設置しています。

「炙り味噌ら〜めん」にかかわる全ての人々がカンボジアの子供たちの未来を創造します。

また、途上国支援をする団体「公益財団法人シーセフ」のオリジナル自動販売機を店外に設置しています。売上の一部が当団体を通じて、カンボジアの発展に役立てられます。

2 4

最後に



私たちの愛すべき国、日本はいつから
奪い合い、より多くのお金を集める事を最優先とする
「アメリカ型資本主義」に染まってしまったのでしょうか。
昔から日本人は利益から商いを考える民族ではありません
でした。人のお役に立てる事を喜びとした「利他」の精神が

社会や人々を幸せにしていました。近江商人の「三方よし」はまさに
その象徴です。目指すべきは日本から世界へ発信する「公益資本主義」です。
良い商品、良いサービスを提供してお客様に喜んで頂く。
健全な事業発展でスタッフ、加盟店オーナーが豊かになる。

「炙り味噌らーめん」の発展・拡大がアジアの発展途上国の支援を
スピード化させる。私たちは「ただのラーメン屋」では終わりません。

～カンボジアの未来を創る～ 株式会社サムライヴィジョン

代表取締役 奥村 宗弘 (愛称TOKI社長)