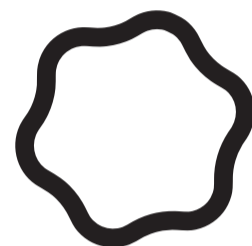


# hgu\_LAB. MAGAZINE

014



Oct 2022

vol.

**RAMEN SHOP OWNER**

Daichi Mori



# It ain't what you don't know that gets you into trouble. It's what you know for sure that just ain't so.

Mark Twain

## Daichi Mori

盛 大地

北海学園大学 経営学部 1部  
経営情報学科 4年(2022年第2学期休学中)  
北海高等学校出身

札幌市生まれ。札幌・すすきのエリアに店を構える「RAMEN ICHI」店主。大学3年生となった2021年4月から、市内飲食店グループの新店舗「麺や ICHI」の店長に就任。学業と並行しながら店舗運営に奮闘するものの、コロナの影響により2022年1月に一時休業。2022年8月の再オープン時にはグループ内起業というかたちで店主となり、店名もリニューアルした。煮干しと昆布から丁寧に汁をとり、タレは全国各地から取り寄せた5種類の醤油をブレンド。香り高く澄んだスープに合わせるのは、モチモチ食感が心地よい多加水の太縮れ麺。東北で古くから愛されてきたラーメンを現代的にアレンジした1杯は、多くのラーメンファンを魅了している。好きな言葉は、『トム・ソーヤーの冒険』の作者マーク・トウェインの「知らなかったことのせいで、痛い目に遭うのではない。君を痛い目に遭わせるのは、知っているという思い込みだ」。

[RAMEN ICHI]

札幌市中央区南6条西4丁目 プラザ6.4ビル 2F  
Instagram @\_ramen\_ichi\_  
Twitter @ramen\_daichi  
火水木日 18:00~25:00  
金土 18:00~27:00  
月曜定休

# 小さな成功体験の積み重ねこそが、 大きな夢につながるんだと思います。

北海学園大学の在学生のリアルを知ってもらうための広報誌でありながら、  
ラーメン店の店主を紹介するというちょっと不思議な回。でも矛盾はしていませんよ。

盛くんは、現在休学中ながら、れっきとした経営学部の4年生。  
これまで学んだ経営学の知識を生かし、ラーメン店を経営する。これが盛くんの現在のリアル。  
店名「ICHI」には、「一からスタートし、一番をめざす」という意味が込められています。  
ラーメンという群雄割拠の舞台に若くして乗り込んだ盛くん、いえ経営者・盛大地に、  
これまでの道のりと、これからの展望を聞きました。

## ラーメンのことは盛大地に聞け

——突然ですがラーメン店を経営しているんですね？  
はい。複数の飲食店を経営している企業グループがあり、そのグループ内起業というかたちで経営をスタートしました。もともと大学3年生の4月から、その会社に雇われ店長として働いていたのですが、4年生の8月からいまの事業形態にシフトしました。

——あと半年で卒業というタイミングだったと思いますが、卒業まで待つという選択肢はなかった？  
待ちきれなかったですね。大学最後の年に何かに挑戦したかったんですが、やっぱり自分のラーメン店を持つしかないと思って、夏休み明けから休学して事業に専念することにしました。

——ラーメンへの情熱が並大抵ではないことが伝わってきますが、そもそもどんなきっかけでこの世界に？  
高校に入ってからラーメン屋めぐりが趣味みたいになりました。北海高校の特進コースにいたので、放課後講習が19時半ごろまであって、勉強漬けの毎日だったんです。そんななかで唯一の息抜きが、帰り道に友だちとラーメンを食べに行くことでした。実家が札幌市北区なので北海高校まで通う定期券の区間がめっちゃ長かったんですよ。実家からバスに乗って地下鉄南北線の北24条駅まで行き、そこから南北線でさっぽろ駅まで、さらに東豊線に乗り換えて学園前駅まで。この区間にあるラーメン屋さんにまず行きはじめて、それでは飽き足らず定期券の区間外まで足を運ぶようになり、気づいたら年間120杯とか食べていて(笑)。その都度Twitterに

上げていたら、校内では「ラーメンのことは盛大地に聞け」みたいな感じになり、いろんなラーメン屋さんにも認知してもらって「うちでバイトしない？」と声をかけていただいたりして。勉強しなければならなかったのが断ってましたけど。

——年間120杯とはかなりの数ですが、お金はどうしていたんですか？  
お年玉もお小遣いもぜんぶラーメンに使ってました。

## 本当に進みたいのはどの世界？

——どうしてそんなにラーメンが好きなんですか？  
一つの器だけで完結する潔さがまずカッコいいなど。そしてほかの料理と比べると、味の幅が圧倒的に広いじゃないですか。ぼくも北海道だったら札幌は200店ほど、釧路、函館、旭川など道内は50店ほど、道外は九州以外を100店ほど回りましたが、同じラーメンなのに、その土地によって出てくるものが全然違うんです。それがおもしろいですね、ラーメンは。

——ちなみにどんなラーメンがお好みで？  
いまICHIで出しているような、山形や福島など、昔から東北にある煮干しを使ったラーメンがずっと好きですね。ただ、ほかのタイプのラーメンも好きですし、味だけでは考えていません。ぼくが個人的に好きなのは、つくる人、店の雰囲気、そしてラーメンの味、この3つが合致しているお店ですね。ICHIは澄んだスープのきれいなラーメンを出しているの

で、店内も、働いている自分も、清潔感を大切にしています。

——なるほど。さて、高校時代に芽生えたラーメン愛は、どのようにして現在に至っているのでしょうか。  
とにかく高校では、ラーメンを食べるとき以外は勉強をしているという感じで。両親と姉2人が医療職ということもあり、自分もそういう方向に進むものだと思って勉強していました。そんな高3の春のある日、塾の自習室で休憩がてら携帯を見ていたら、ある記事と偶然出会ったんです。東京・秋葉原にある有名店「麺処 ほん田」の店主が21歳で開業したという内容で、当時の自分は17歳。この人は、いまの自分の年齢から4年後にラーメン店を持ったんだ、すごいなと思って。おれは4年後に何をしたいんだろう…本当に医療職に就きたいんだろうか…それで自分の人生はOKなんだろうかと。そこから、やっぱり自分は大好きなラーメンの世界に入りたいと強く思いはじめたんです。東京の大学のオープンキャンパスに行っても、終わったあとに1日でラーメン屋を4軒はしごしてしまうような自分は、やっぱりラーメンしかないと思って、東京から帰ってきたあとの三者面談で親と先生に伝えました。先生、両親、親戚一同、全員に猛反対されましたね。おばあちゃんは泣いてました。それでもやりたい気持ちが強すぎてどうしようもないわけです。自分のなかではラーメン屋に就職するか、調理の専門学校に行くかという2択でした。でも両親からは大学には進むべきと強く言われ、であればラーメン店の経営に生かせることを学ぼうと、経営学や栄養学に絞り込んで大学を探して。その結果、北海学園の経営学部に決めました。いまでは両親も、この自分の選択を応援してくれています。

## My Friend

### 「やば！」と驚かせあう 関係をいつまでも

——2人の出会いは？

北村 大学1年の初日に「ラーメンを何百杯も食べてるやつがいる」という噂を聞いたんですよ。普通じゃない人間が大好きなので、めっちゃ会いたいと思って(笑)。ようやく3日目の授業で会うことができ、友だちになろうと声をかけました。

盛 それ、まったく記憶がない(笑)。気づいたら仲よくなっていた感じで、大学の友だちのなかではいっしょにいる

時間がいちばん長いね。そして、おれがいま、こうやって自分のラーメン屋をもつことができたのは、圭偉のおかげです。

——それはどうして？

盛 いっしょに東北のラーメンめぐりをして、そこから次は東京ということで、おれは新幹線で行き、圭偉はヒッチハイクで行って、渋谷で待ち合わせました。そんなふうにヒッチハイクをしたり、バイクで日本一周をしたり、たくさんの社長に会いに行き話を聞いたり、行動力がすごいんです。その姿を見て、自分も動かなきゃと思えたのが大きい。

北村 こっちらから見れば、やりたいことが明確な大地はすごく魅力的。自分はいま、将来を見つめるためにとにかく行動しようと思っている段階だから。

盛 圭偉にはこれからも「やば！」と驚かせてもらいたい。それが自分のモチベーションになるので。

北村 大地にはいまは先に行かれちゃっているけど、おれもいずれ追いつくから。

盛 今後も常にそういう関係でありたいね。

Kai  
Kitamura

北村 圭偉  
経営学部1部  
経営学科4年





RAMEN SHOP OWNER | DAICHI MORI  
HOKKAI-GAKUEN UNIVERSITY



RAMEN SHOP OWNER | DAICHI MORI  
HOKKAI-GAKUEN UNIVERSITY

## 小さな「やりたい」を一つずつ

— それはよかったです。でも、いきなりおいしいラーメンはつくれないですよね。どうしたんですか？  
よく通っていたラーメン屋の店主さんとか、一緒にラーメン屋めぐりをしてきた友だちがラーメン屋で働くようになったので、そういう人たちと情報交換をさせてもらったり。家でも自分でラーメンづくりをして学びましたね。

— 自分の店を持つという目標に向かって着々と準備が進んでいる感じがですね。

そのころは大学卒業後にすぐ開業したいと思っていました。でもこのままアルバイトをしているだけで、銀行が開業資金を貸してくれるのだろうかという不安もありました。そこで、大学生のうちに雇われ店長として自分のラーメンを出せる場で働き、利益を上げることで経験値と信用力を高めたいと考えました。

— そうして冒頭の「大学3年生の4月」につながってくるわけですね。どうやって店長になったんですか？

学びの一環として札幌の会社の社長さんに会いまくっている友だち（P2参照）がいるんですが、自分も飲食系の社長さん100人ぐらいに会うことができれば、店をやらせてくれる人が見つかるんじゃないかと。それで1人目として、小学校のときの友だちのお父さんで、飲食店を展開している会社の社長さんに会いに行きました。すると「たまたま1つ空きテナントが出たからやってみるか？」という話になって。そこからトントン拍子に2か月ほどでオープンしました。

— すごいスピード感。さらにそれから1年ちょっとで、

自店をオープンするという目標も達成したと。このいい流れは、なぜ生まれたと感じていますか？

小さな「やりたい」を一つずつクリアしていくことは意識しています。高校に入ってラーメンが好きになり、おいしいお店にいろいろ行ってみたい、定期券の区間外にも行ってみたい、という感じでやりたいことをやっていたらラーメンに詳しくなって。そこからラーメン屋でアルバイトをしたい、雇われ店長として自分のラーメンを出したい、という感じで小さなステップアップを重ねてきたんだと。いきなり大きなことをやるのはむずかしいです。小さな成功体験の積み重ねこそが大きな夢につながるんだと思います。

## 世界中に幸せのラーメンを

— そしていま（2022年8月）は自店をオープンしたばかりのタイミングですが、感触はいかがですか？

ありがたいことに、オープン前の想定を大きく超える好調なスタートを切ることができました。そんななかでちょうど、ある言葉に出会ったんですよ。「知らなかったことのせいで、痛い目に遭うのではない。君を痛い目に遭わせるのは、知っているという思い込みだ」（P1参照）という言葉です。想定以上の数字が出たからといっておごってはいけない、知った気になってはいけない、まだまだ学びつづけなければ、と自分を戒めることができました。『競争優位を実現するファイブ・ウェイ・ポジショニング戦略』（イースト・プレス）という本の巻頭に載っていた言葉です。

— 経営関係の本はやはりよく読むんですね？

そうですね。経営学部に入学してからは読み漁って

ます。大学の授業も飲食店経営に直結する内容ばかりでとても勉強になりますね。なかでもマーケティングや組織学について興味深く学んできました。

— 大学での経営の学びを生かしながら、今後はどんな展開をめざしているんですか？

まず「RAMEN ICHI」のミッションとして絶対に達成しなければならないのは、お客さんのお腹を満たすだけでなく、同時に心も満たしてあげられるラーメン屋になることです。お客さんとコミュニケーションをとり、家と職場のあいだに、家と学校のあいだに、もう一つの居場所を提供する。そういう空間を、まず札幌市内に直営店として数店舗出し、そこからフランチャイズ加盟店を募集して全国展開したいです。ラーメンを食べて、その場で心を軽やかにして、明日またがんばろうと思ってもらえるような場を全国に。そして、もちろん海外にも。ラーメンを通じて幸せな人を世界中に増やしたいという思いでやっていきます。

— 海外1号店はどこにしましょうか。

いちばんモテそうな所ですね。ロサンゼルスとか。そこはめっちゃ浅いっす（笑）。でも年内には視察を兼ねて本当にアメリカに行こうと思っています。そのほかいろいろな国に行って、現地の雰囲気を感じ、出店先を決めたいですね。これまでもずっとそうやって各地のラーメンを食べながら、いまのICHIのラーメンにたどり着いたので。

— いちばんモテそうな所…ちなみにいま彼女は？

いないですよ。ラーメンを優先しすぎてフラれてしまいました。ラーメン屋で働いている時間が大好きなんです。「きょうはチャーシューつくるから、ごめん」とか言ってしまうことが多くて…。そんな自分でもいいと思ってくれる人はいませんか（笑）

## My Favorite Teacher

### 「好きだ！」ばかりでは振り向いてくれない——マーケティングの話です

— 盛くんは伊藤先生のマーケティングの授業を1年次後半から2年次前半にかけて受けていたそうですね。やはりラーメン店の経営をめざすうえでマーケティングは欠かせないと思ったからですか？

盛 当初はマーケティングという言葉の意味もよくわかりませんでした。ビジネスをやるにあたって必要になってくる知識のかなという程度でした。

伊藤 マーケティングとは、簡単に言えば、会社の製品・サービスをお客さんに買ってもらうようにするためにはどうすればいいかを考えることです。恋愛にたとえると、「好きだ、好きだ」と自分の気持ちを相手にアピールするばかりでは振り向いてもらうのはむずかしくて、やはり相手のことをきちんと考えることが大切ですね。

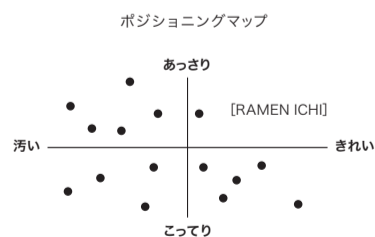
盛 まさに（笑）。市場のことを理解したうえで、いかに売れる状態をつくっていくか。自分から売り込みに行く営業活動をしなくても、売れる状態にしておくみづくりだと、いまの自分は捉えています。

— マーケティングの授業で印象的だったのは？

盛 いろいろな企業が行なっているマーケティングの具体例を使って教えていただいたので、この化粧品会社の手法は、ラーメン屋だったらこうやって応用できるかもしれないなど、イメージを膨らませながら学ぶことができ、とてもためになりました。

伊藤 そういえば、先日は盛くん自身に具体例になってもらい、後輩たちの授業での講演をお願いしましたね。コロナの関係で残念ながらオンデマンド動画による講演となりましたが、講演を見た学生たちの感想文では、ポジショニングマップについて書いている人が多かったです。授業での学びが実際にこんなふうにかかっているんだと感心しているようでした。

盛 なるほど、ポジショニングマップ。競合の傾向を把握し、優位性のある独自のポジションを探るための手法ですね。ほくの店は札幌・すすきのにあるので、このエリアにある食べログ上位15軒ほどのラーメン店をポジショニングマップに落とし込みました（下図参照）。「店内がきれい／汚い」という横軸と、「出しているラーメンがこってり／あっさり」という縦軸を用意し、各店のポジションをプロットしてみると、「きれい」で「あっさり」のゾーンがはっきりと空いているんですね。一方、すすきと同じような市場である新宿・歌舞伎町で同じマップを作成すると、この「きれい」「あっさり」ゾーンでも流行っているラーメン屋があるんです。であれば今後、すすきのでもここで成功できる余地が十分あるのではないかと。RAMEN ICHIが取りに行きますと（笑）



伊藤 ほかの地区を参照することで、この地区にもニーズがあるのではないかとということを見出したということですね。非常に真っ当な分析で、勉強したことをうまく実践に生かしていると思います。大学では教科書的な学びの先にゼミでの実践的な学びがあります。たとえば私のゼミでは企業と学生がいっしょに商品開発などのプロジェクトを進めます。そうやって教科書では教えられない創

造的な思考力、実社会で生きていくための力を養ってもらえればと思っています。盛くんの場合はゼミではなく、自ら実践したわけですが、それも素晴らしいことだと思います。

盛 ありがとうございます。マーケティングというのは、ビジネスの成功確率を上げるために大切なものですが、一方で実際にやってみなければわからないことも多いですよ。これまで練ってきたものを実際にぶつけてみて、お客さんがどう感じるのか。そのなかでいるんな問題も出てくるでしょうし。

伊藤 そうですね。始めてからが本当の勝負というか、実際にやることで得られた気づきを即座にフィードバックしていく力が問われるのかなと思います。盛くんはまだまだ若く、経験からの吸収能力は非常に高いだろうと思いますので楽しみにしています。

盛 はい、がんばります。

伊藤 私も今度、ぜひ食べに行きますね。

盛 お待ちしております！

## Tomoaki Ito

伊藤 友章  
経営学部  
経営学科  
教授



# My Favorite Place



## サウナ

### キャンプ場やシェアハウス屋上は、最高の整いスポット

サウナ、好きっすね。仕事の前後に、店の向かいにあるホテルのサウナによく行きます。あとキャンプも好きなんですけど、このあいだ、友だちの圭偉 (P2参照) が買ったテントサウナをキャンプ場に持っていったんですよ。浅瀬の川が流れているので、サウナから出たら寝っ転がる感じで川に入って。めっちゃよかったです。今年からシェアハウスに住んでいるんですが、そのの屋上にもテントサウナと水風呂用のポータブルバスタブを上げて、仲間たちと楽しんでます。テントサウナはプライベート空間なので、しゃべったり、好きな音楽を聴きながら入ることができるのがいいんです。普通のサウナとは異なる魅力ですね。薪で温めたテントに入り、うちわで扇ぐロウリュをして。アツイアツイとなったら水風呂とか川とかに入り、体を拭いてから外気浴をして、整って。そのルーティンをいつも4、5セット。めっちゃ最高です。

# My Favorite Things



包丁

親が成人祝いに買ってくれた包丁です。店長として雇ってもらった店の準備をしている時期に、親から何が欲しいかを聞かれて、包丁をお願いしました。やっぱりうれしかったですね。刃物店に行き、握ってじっくりみるものを選びました。それ以来、肉やネギを切るのは全部この包丁です。自分の手もよく切りました(笑)。研いで使ってを繰り返してきたので、かなり刃も減ってしまいました。そろそろ新しい包丁を買いたいなと思っていますが、これは家宝とせずと取っておきたいですね。



名刺

店のロゴなど、自分の店に関するデザインはぜんぶ自分でやっています。この名刺もそのひとつで、あとはTシャツとかステッカーとか。店のイメージカラーを黒にしているので、何を作っても基本は黒。自分が着る服も黒。セルフブランディングというやつですね(笑)



ネックレス

もともとシルバーのネックレスをしていたんですが、黒いものしか身につけないことにしたので、黒いネックレスを買いました。十字架が好きなわけでもないのですが、カッコいいなと直感で。店のことを決めるときはかなり慎重なんですけど、それ以外はほぼ直感で決めてます。



AirPods Pro

Apple

携帯がiPhoneなので、耳につけたらすぐに音楽を聴けて、自分の世界に入ることができて最高です。嫌なことがあったときもロックを流せば緩和します。ロックとの出会いはAlexandrosでした。最近は10-FEET、マキシマム・ザ・ホルモンをよく聴きますね。



確率思考の戦略論

森岡 毅、今西 聖貴  
角川書店

森岡毅さんは日本のマーケターのリーダー的存在で、とても尊敬しています。マーケティングの本を読みはじめた段階でこの本の存在は知っていましたが、ある程度知識がついてから読もうと決め、10冊目のタイミングで挑戦しました。読み応えがあっておもしろかったです。



SURFACE LAPTOP

Microsoft

大学入学前に購入しました。店の売り上げデータ、事業計画、マーケティング戦略など、すべてがこの中に入っている、自分にとってはとても重要なアイテムです。全国各地の有名なサウナ、大好きなロックバンド、大好きなラーメン屋さんのステッカーを貼りまくっています。



エナジードリンク

Red Bull

高校のときから勉強するときに飲んでいました。苦手のコーヒーの代わりにレッドブル。いろんなエナジードリンクがありますが、この味がいちばん好き。デザインもカッコいい。いまも週3回は飲みますね。仕事前、仕事前、仕事終わり、いつ飲んでもめっちゃうまいです。



YEEZY Desert Rat 500

adidas

ラーメンイベントを手伝ったらけこうお金が入り、調子に乗って購入した高いスニーカーです。ある日、仕事用の靴を忘れ、これで営業に入ったら、つま先が焦げて…。以来、泣く泣く仕事用に。スニーカー好きのお客さんから、それで仕事してるのヤバイねと言われます(笑)



Wood Sage & Sea Salt Cologne

JO MALONE

友だちからももらった21歳の誕生日プレゼントです。うれしかったです。常に持ち歩いています。ラーメン屋さんの店内で香水の香りが強すぎるとよくないので、仕事中は一切つけません。仕事が終わってからのリフレッシュとか、どこかに遊びに行くときに使う感じですね。