

New York コラム

第23-6号

ニューヨークに到来したラーメンブーム

【はじめに】

米国では、近年、日本食レストランが増加している。その店舗数は、2010年に14,129店舗と2005年(9,182店舗)の1.53倍まで増加している。これは、米国において、SUSHIや天ぷらに代表される日本食が「おいしい」「高品質」「安全」「健康的」という評価を受けたことなどが背景にある。最近では、焼き鳥、串揚げ、ラーメン等の庶民的な料理にも人気が集まっている。中でも注目はラーメンで、続々とオープンするラーメン店の中には、行列ができる人気ラーメン店もある。そこで、今回は、ニューヨークで人気を集めているラーメン店を紹介する。

【行列ができる人気店】

米国ニューヨーク州は、カリフォルニア州に次いで2番目に日本食レストランが多い地域である。これは、経済と産業の中心で多種多様な人種と価値観が集積した大都市であり、トレンドには非常に敏感な人が多いことが影響している。ニューヨーク市の中心であるマンハッタンには、現在、20を超える日系ラーメン店がある。そのなかでも、「TOTTO RAMEN」、「秀ちゃんラーメン」、「博多一風堂」といったラーメン店が人気を得ている。

<TOTTO RAMEN>¹

鳥ガラをベースとしたスープで人気が高い同店は、ニューヨークの新聞各紙でも取り上げられ、ランチ時には開店から常時30分待ち以上の行列が続く人気店である。主力メニューは独特な塩味の濃厚鶏ガラスープで、米国人向けといえるが、日本の特徴も残している。「Miso」²の流行を取り入れた味噌ラーメン、韓国風の辛いラーメン、健康志向の人向けの野菜を多く使用した旬菜ラーメン等、日本では珍しいメニューも提供されている。



TOTTO RAMEN の店頭に並ぶ人々

店内はカウンターと小さいテーブル席、合わせて20人程度のスペースとなっており、日本のラーメン店を連想させる。カウンター越しにはバーナーでチャーシューをあぶる様子が見え、客と調理場との距

¹ <http://tottoramen.com/>

² 「Miso(味噌)」はイタリアンやフレンチレストランでも使われるなど、近年需要が急増している。

離が近くショー的な要素も人気の一つである。

<秀ちゃんラーメン>³

同店は、前述TOTTO RAMENラーメンの系列であるが、濃厚とんこつスープと独自製法の麺で人気が高い。スープは「呼び戻し」といわれる博多とんこつラーメンの「継ぎ足し」製法をニューヨークで再現した。米国産のブランド豚の使用や、ベジタリアンが多い米国人向けベジタブルラーメンの提供等、材料にこだわった米国人好みの商品を提供している。もともと居酒屋であった店舗を改装しており、居酒屋風サイドメニューも充実している。



看板メニューである「博多豚骨ラーメン」



ベジタリアン向けの「ベジタブルラーメン」

<博多一風堂>⁴

2008年3月にオープンし、ニューヨークで最も成功したラーメン店といわれている。ニューヨーク版ミシュランガイドや、ニューヨークタイムス紙で紹介された。

同店では、米国でポピュラーなカウンター式バーを入口付近に配置し、順番待ちする客に飲み物を提供している。

店作り全体は、和風な高級感を漂わせ、洗練された雰囲気となっている。サイドメニューや日本酒、焼酎、ワイン等ドリンクアルコール飲料も充実し、食事に時間をかける米国人に配慮したメニュー構成となっている。



博多一風堂の入り口

価格はラーメン一杯が\$ 21 (約1,600円) と、ニューヨークの他店と比べてかなり高額な設定ではあるが、ディナーとしてゆっくり食事ができることから受け入れられている。

また、ラーメンを「すする」習慣がない米国人のため、麺を短くし、レンゲをスプーン状に広げるな

³ <http://www.ra-hide.com/>

⁴ <http://www.ippudony.com/>

どの食べ易さにも配慮している。インターネットのホームページでは、店内の様子やメニューなどが丁寧に紹介されており、はじめての客にも好評を得ている。

【おわりに】

外食産業の成長に伴い、北米での日本食レストランの競争環境は激化している。日本食レストランを出店するのは必ずしも日系企業だけでなく、7、8割は中国系や韓国系の経営といわれている。ニューヨーク市内でも日本資本以外の日本風ラーメン店が進出してきており、競合はますます激しくなると予想される。

そうしたなかで、日本の外食産業に北米進出を促す動きがある。例えば、日本貿易振興機構（JETRO）では、2012年2月に外食産業にフォーカスした視察ミッションを企画している。こうしたことなどを受けて、日本から米国に進出する外食企業は、米国人顧客のニーズをとらえるとともに、日系企業ならではの独自性を発揮した取り組みが必要となる。その際、日本のラーメンとしての存在感を維持しつつ、米国人の趣向を研究し、上手にアレンジすることで成功を納めた人気ラーメン店の事例は参考になろう。

執筆：信金中央金庫 ニューヨーク駐在員事務所（2012.1.5）

（本レポートは、情報提供のみを目的とした標記時点における当事務所の意見です。投資等に関する最終決定は、ご自身の判断でなさるようお願いいたします。また当事務所が信頼できると考える情報源から得た各種データなどに基づいてこの資料は作成されていますが、その情報の正確性および完全性について当事務所が保証するものではありません。加えて、この資料に記載された当事務所の意見ならびに予測は、予告なしに変更することがありますのでご注意ください。）

信金中央金庫 ニューヨーク駐在員事務所 TEL（国番号1）-212-642-4700