

業界初！ ラーメン店主様専用無料ビジネス情報誌

ラーメンバンク

No.04

2013.1 年4回発行

FREE

2013年も
よろしくお願いします



ggrks RT @hibariya
山手線で一番美味い
どこなん

RT @naruto 美味い
見つけたwww

「濃厚系・ドロ系」を作る
業界初のアイテム登場

大崎裕史コラム
酸味と辛味がマッチした
「酸辣湯麺」がブームの兆し

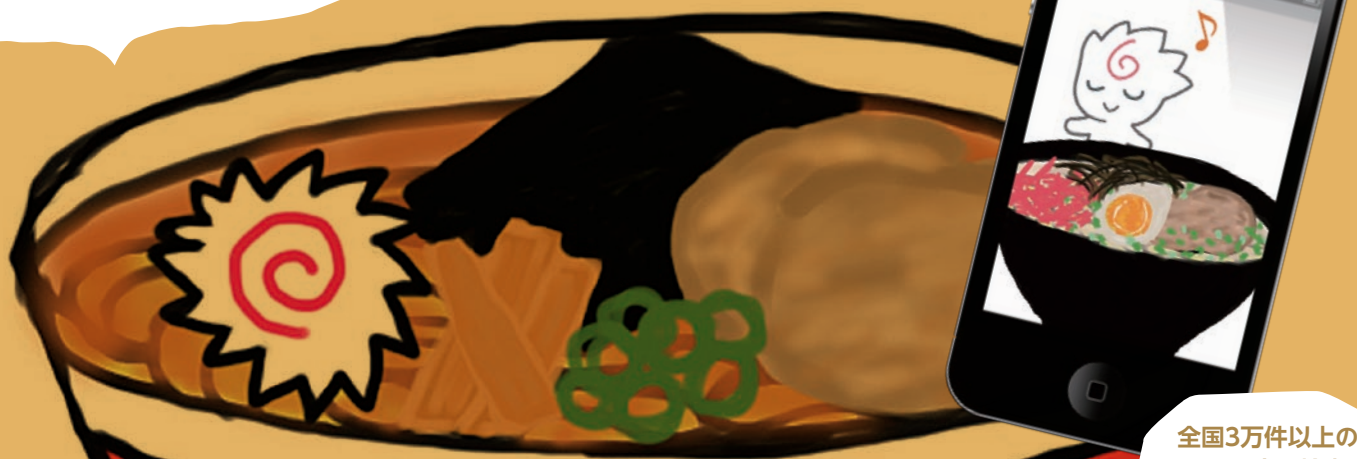
「酸辣湯」なう。
新店ラッシュだなあ…

注目店の店主に聞く
「東池袋大勝軒」
飯野敏彦

「つけめんTETSU」
小宮一哲

「裸節」と「鰹節」の
違いって？

「商品は人間力」
セブンフードインタビュー



全国3万件以上の
ラーメン店の検索は
こちらから!!

ラーメン業界のために
今、できることを!



ラーメンバンク

検索

<http://www.ramenbank.com/>

自称「日本ラーメンを食べた男」の

ラーメンコラム

★大崎 裕史★



揚州商人の一番人気「スーラータンメン」

今月のお題 「酸味と辛味がマッチした「酸辣湯麺」がブームの兆し」

スーラータン、もしくはサンラータンと呼ぶ「酸辣湯」酢の酸味と唐辛子などの辛味がきいたスープで、本格中国料理店にて必ずと言っていいほど見かける。

これに麺を入れ「酸辣湯麺」として完成させたのは、赤坂の「榮林」が発祥と言われている。

この酸辣湯麺を最近、メニューに取り入れる店や専門店が登場してきた。たとえば2012年の3月に出来た赤坂の「キンシャリ屋」、駒込に11月に出来た「もり田」、12月に立石に出来た「らあめん8」も酸辣湯麺をメインとしている。新橋にも「酸辣家」というネーミングそのままの店もオープンしている。担担麺を提供している店で酸辣湯麺も出している場合もあり、12月11日に西馬込にオープンした「鳴声」もそのひとつ。



揚州商人の三好店主とスーラータンメンのパッケージ(右)

そもそも酸味のあるラーメンは、大きなブームの山こそないものの、じわじわと人気が続くように思う。平塚にある「老郷」の酢がきいた湯麺や、東池袋大勝軒の酸味と

甘みのきいたつけめんなどがそうだ。

理由としては、酢がヘルシーな食材として、女性客や年配客に特にウケがいいように思う。実際、スーラータンメンが一番人気で30店舗以上展開する「揚州商人」(目黒ほか)は女性客比率が通常の店より高いのはそういうところにあるかもしれない。酢を加えると食べやすくなる、という人も多い。油そばに酢を入れるのもその派生か。

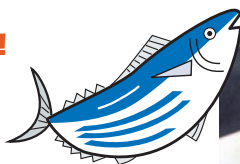


ちなみに先日、揚州商人の「スーラータンメン」がシマダヤから発売され、大変好調のようだ。先述の「榮林」も明星食品からカップめんと袋めんとして発売されており、こちらも人気だ。

「酸辣湯麺」は酸味にくわえ、アツアツで具材も豊富で贅沢な気分が味わえるのも人気の理由のひとつか。今後の動向にも注目していきたい。

第1回らーめんセミナーで反響の多かった鰹節の違い!

「裸節」と「枯節」



12月2日、3日に都内某所で開催された「第1回らーめんセミナー」で、うつぼや池田食品が講義したのが「鰹節」の違い。参加した店主も、普段何気なく使っている鰹節の削りの前の状態やその違いを確かめた。

ここ数年、濃厚系がブームを見せている中で、塩分の強さや豚骨の濃度よりも、日本人に馴染みの深い「ダシ」の芳醇な香りと旨味成分が多く含まれる「濃厚清湯系」が好まれている傾向がある。その決め手として欠かせないのが「鰹節」であり、日本古来の伝統食としてその味わいは日本人の脳裏に残る。また、同じ「鰹節」でも、作る工程の差で「香りを重視する鰹節」か、「旨味を重視する鰹節」かによって種類の違いがある。それが右の写真にある裸節と枯節だ。合わせるスープによって使い分けるお店も多い。

「今回のセミナーに参加できなかった方のために、2つの違いがわかる鰹節が欲しい方は私たちがお届けします。」(担当:小泉・秀野)



資料請求番号 ①1212-00
②1212-00

鰹節以外のサンプルもお気軽にご相談下さい!

サンプル希望の方は同封の
資料請求シートもしくは
直接お電話にてお問合せ下さい

うつぼや池田食品株式会社
〒175-0081 東京都板橋区新河岸1-6-7
問い合わせ 03-5398-8761 担当:小泉・秀野



注目店の店主に聞く!

店主インタビュー

今回の店主 「東池袋大勝軒」 店主 飯野 敏彦

東池袋大勝軒

- 東京都豊島区南池袋2-42-8
- 03-3981-9360
- 11:00-23:00無休



「山岸の作った味を守る。そのための大事な調味料」

実家は群馬県で食堂を営んでおり、学校を出た後は様々な飲食店で働くも、「何かが違う」と料理の奥深さを研究していた。そこで、出会い衝撃を受けたのが東池袋大勝軒の味だった。つけ麺の神様とも呼ばれた山岸一雄氏が作り上げた味を一番近くで見て、そして店を継承するまでの飯野氏の苦労とこれからの展望とは?

弟子を頼むも6回くらい断られた

僕は、父の代から家族経営で飲食店をやっており、自然と僕も飲食の道に行きました。イタリアレストランで7年ほど修業し、そして家でも1年ほど修業を積みました。トンカツも扱っていたのでトンカツ店などにも修業に行きました。でも、何か違うなーと思っていた時に、ふと群馬からバイクで東池袋大勝軒に食べに行ったんですね。その時のつけ麺の美味さが衝撃的で、それから約1年間ほど通い詰めました。実家でもラーメンは提供していたので、「東京にはこんな美味しいものがあるんだぞ」って自分で見よう見まねでつけ麺を作ってみて近所に配ったんです。まだ当時群馬にはつけ麺文化なんて浸透していないから近所の人は評判だったんですけど、やっぱりあの味が忘れられなくて、弟子入りをお願いしに行っただけです。そしたら「うちは従業員扱っていないからダメだよ」って断られ…でも、どうしてもあの奥深い味に感動して学びたくて、何度も何度も通い詰めて頼んでいくうちに「そんなにやりたいんだっらいいよ」と了承いただいたんです。

レシピはなし!分量も規定もなし!

2年ほど修業させていただいたんですが、僕が入った当初はマスターを含め4人でやっていました。そこで色々教わろうと思ったんですが、麵上げにしても製麺にしても「危ないからダメだよ」と言ってやらせてくれなかったんですね。しかも、山岸はレシピを残してないですから、見て覚



えるしかないんです。でも、当時の麺の作り方は独特でした。切り歯を使わず、マスターが手で1食分ずつ取り分けていたんです。手で切るから不揃い感や、千切ったところの厚みの部分とか出てくるんですけど食べると美味しいから…あれは独特のものです。しかも、麵茹でに至っては、今の一般のラーメン店では考えられないかもしれませんが、なんと灯油で火を焚いていたんです。灯油の火力はすごいですよ。コンロの上の鍋を外したら天井まで火が届くくらいの熱量で、実際あまりの火力で長年使うと鍋に穴が開くくらいですから。あの火力の茹で釜を使いこなすのも相当な経験が必要ですよ。

スープの変化に応じて調味料を入れていた

先ほども言いましたが、マスターのスープ作りには分量や規定はありません。カンシイの量は調整してましたけれど、基本的に食材・調味料をササッと入れて作っていく。自分の舌を信じて作っていました。その当時から使っていたのが実はエキストラートなんです。40ccのレードルで朝一で入れて、一番スープに入れて、二番スープに入れて、三番スープにも入れて…1日だけでも合計4回くらい入れてました。大体入れるタイミングは、味に変化やブレが生まれた時なんです。スパッと抜ける時に補充するのが決まっていた。その量に関しては、スープの味を見て多め、少なめと調整していました。ちなみにこれは余談ですけど、昔からエキストラートの容器って赤いキャップの大きいポリ容器なんですよ。あれは使い終わったら、綺麗に洗って常連さんの「お土産用スープ入れ」になっていました。だから、今でも昔からの常連さんなんかはそのエキストラートの空容器を持ってお店に来たりしますよ。

独立・閉店・復活・そして…

東池袋大勝軒で修行をして、しばらくしてから、王子駅近くで「滝野川大勝軒」として僕が独立したのが18年前くらい。その後本店の味を守りながら営業をして、滝野川としての支店である「南池袋大勝軒」を出したのが2003年。東池袋大勝軒が2007年に閉店をして、マスター



が常連さんから「もう1回やってよ」と応援を受けて再び、現在の場所にも東池袋大勝軒を出したのが2008年です。そこで、二代目としてやらせていただくことになったんですけど、オープンしてから2



~3ヶ月は忙しさと「本店としてのプレッシャー」で大変でした。味を守らなきゃとは思ってるんですけど、それでも何人もの常連さんから怒られたり。営業時間もマスターがやっていた時よりも倍以上長くなったので、朝イチから昼過ぎくらいまでのスープと夜のスープにどうしてもブレが出てくる。それで怒られたりしました。今でこそゆっくり考えられますから、味の調整には余念がありませんが、朝のスープと夜のスープが同じということではなく、常に味は変化していったんです。これはどのお店でもそうだと思いますが、長々炊いているとスープは変化していき、特にスープ内のアミノ酸が抜けたりして、どうしても夜に近づくと調整で魚を入れたり煮干しを入れて調整しようします。その途中の調整材として最適なのがエキストラートなんです。

これまででも、そしてこれからも

色々な展開をしていますが、やはり基本的なことはマスターの作った味を変えずに守っていくということを一番に考えています。次世代の子供達に食べてもらいたい。御年寄りから子供までファミリーで東池袋大勝軒の味を楽しんでもらいたい、って思っています。ここを守ることが大事で、ここで商いを続けていくことが大事なんだなって。マスターの魂が入ったつけ麺を僕はいつまでも作り続けていきたいと考えています。

「東池袋大勝軒」でも使用の「エキストラート」シリーズ

新商品「エキストラートMJ」のサンプルを当フリーペーパー読者限定でプレゼント!

(御申込みは直接電話か同封の資料請求シートをご活用下さい)

エキストラートMJ

商品特徴：コク味アップ!うま味アップ!料理のコクだしに最適です。からスープや餃子の餡、煮物など、あらゆる料理のだしの補強にお使い下さい。コクのある深い味わいに仕上がります。
 原材料名：たん白加水分解物、デキストリン、調味料(アミノ酸等)、酒精、カラメル色素(原材料の一部に豚を含む)
 荷姿・入数：500g・24入
 価格：担当までお問い合わせ下さい



富士食品工業株式会社

HP: <http://www.fuji-foods.co.jp>
 本社：〒222-8624 横浜市港北区大豆戸町94番地
 問い合わせ：045-545-2584 担当: 外食部 西川

資料請求番号: 0000-00

「商品は人間力」

1 職務内容 2 出社 3 好きなラーメンの種類 4 好きな言葉



食肉業界でも、こんなに元気にあふれ、挨拶も清々しく、笑顔が常にあふれる会社がいただけるかと思うくらいパワー溢れる「株式会社セブンフード」その社員の方々にインタビューし、セブンフードの魅力に迫ってみた(インタビュー:ラーメンデータバンク田中)

詳しい資料請求・お肉のご相談など何でもお気軽にご連絡下さい

株式会社 セブンフード

〒174-0063 東京都板橋区前野町2-1-2セブンビル1F

☎ 03-3965-6306 担当:宮地・丸山



お客様が創造し考え、行動にうつしてくるもの
提案・交流を!

宮地 英昭(営業)

- 1 センターの役割。1日約100件近くの注文対応など。
- 2 朝1:30頃
- 3 つげめん(魚介とんこつ)
- 4 努力

心がけていること

「お客様の立場に」と常にお客様中心にもの考えること。

セブンフードのモットー「人間力」とは?

私たちがお客様と接していることでお客様が創造できるですか、実際に考えたり、行動にうつしてくれるような、もの提案、また、そこから生まれてくる会話であったりスキンシップだったり…そういったコミュニケーションでの展開の事です。



納品するだけじゃ終わらない!
後フォローもしっかりと!

丸山 和弘(営業)

- 1 事務処理・注文書などを工場に持っていく。時には配送や電話対応など。
- 2 朝2:10頃
- 3 淡麗系ラーメン 4 感謝

心がけていること

お客様の前では常に元氣よく元氣が一番!

セブンフードのモットー「人間力」とは?

お客様の立場になって考えること。また、たとえば新商品を取り扱ってくれたら、その日に電話してどうでしたか、と確認するなど、ただ単に納品するだけではなく、通常のお肉屋さんではないような後フォローもしっかりと取り組むようにしています。



常にお客様が取り出しやすい納品を!
誰も見ていなくても、**きっちりやる!**

戸井田 正広(配送)

- 1 1日10軒ほどの配送(主に神奈川県)。1軒あたり多いところでは300キロのお肉やガラをひとりで運んでいる。
- 2 朝3:30頃 3 お腹にこってりたまる醤油つけめん(大盛り)。
- 4 団結力

心がけていること

朝が早いので、鍵を預かっているのですが、私たちはラーメン店様が不在時の納品などでは、汚くならないようにするのはもちろん、むしろ「どうしたら取りやすいか」という納品をします。時には整理整頓もし、古い食材やよく使う食材は手前に出したりもします。それはお客様に聞き出して常に使いやすさを追求しています。「ただの配送ではない」というところをセブンフードは心がけています。

セブンフードのモットー「人間力」とは?

ひとひとり個人のレベルアップと思いやります。お客様に対しての思いやりはもちろん、仲間に対しても常に。



チャーシューひとつも**心を込めて糸を巻いています!**

鈴木 秀昭(工場)

- 1 主にガラ類(ゲンコツ・もみじなど)の各お客様に対しての仕分け袋詰めを担当。
- 2 朝2:00頃 3 豚骨・こってり系。 4 挨拶。笑顔。感謝。

心がけていること

配送の人が少しでも早く行ってもらえるように、少し早く出勤して、先輩社員、他の方も取りやすく作業が出来るよう準備をしています。また、夏などの暑い時期でもガラ・お肉の品質が維持されるよう冷蔵庫の管理は誰よりも注意しています。あと、糸巻きのチャーシューにも心をこめています。需要として手巻きではなくネットを所望される方も多いですが、お客様が店舗で出される時に綺麗な丸い形のバラチャーシューを出されるのならやはり手巻きが一番オススメです。ひとつひとつ丁寧に手巻きした肉の縮まりは違います。たださえ美味しいお肉がさらに引き締まって形も整えやすいです。将来僕も丹精こめたチャーシューを任せられるよう目指しています。

セブンフードのモットー「人間力」とは?

気遣いが出来るということ。また、自分は入社したばかりなので、周りの先輩社員はもちろん、お客様からも自分がどういうふう成長してくれたら嬉しいか、期待されているかを心がけています。



あれを買おうではなく、**あの人から買おう!**
が原点です。

齋藤 司(工場長)

- 1 工場長としての業務全体の作業の人員配置やコントロール。時に部署(配送・営業・工場)を兼務。
- 2 2:00頃。
- 3 昔ながらの鶏がらベースのあっさり醤油
- 4 一生懸命(Try to My Best)

心がけていること

お客様が何を必要としているのか、求めているのかを常に意識しているようにしています。私は元タイリア料理店のコックをやっており、昔は食材を扱う側だったので、「どんな想いで来店されるお客様に商品を食べてもらおうと一生懸命作ったのか」を汲み上げて、それをうちのスタッフに伝えるようにしています。自分が経験しているので、こうされたら嬉しい、という目線で考えます。そういった心を持って接しています。

セブンフードのモットー「人間力」とは?

「心」です。確かに社会人として、生きていくうえでのノウハウだとか技術は培っていくものだろうけれど、最終的には人間は「心」だと思います。お年寄りになっても変わらない人は変わらないですし、心が研ぎ澄まされている人は原点というか、謙虚・素直だったり、人を成長させるポイントなのではないかと。どんなに学歴が高かろうが、立派な会社だろと、うちの会社にとっての基本は「心」だと思います。うちが扱っているのはお肉なんですけど、顔の見えない商品というのが当たり前になってきていますよね。昔は対面販売で販売をしていたと思うんです。でも利便性を追求するために一箇所でお肉以外のものも買えるようになり、BSEだとか鶏インフルエンザの問題があれば、当店はこうしていますという張り紙があったり…でも、セブンフードは顔が見えること、お客様との信頼関係が商売をやっていくうえで重要と考えています。人間を売っているということなんです。ある意味、昔ながらの八百屋さんやお肉屋さんの原点なんです。やっていることは最先端なんですけど、商売としては王道・原点なんです。挨拶とか、笑顔とか、どうしても今のご時勢、値段で動きがちですが、最終的には信頼をしていただきたいと考えております。お客様で商品の注文を忘れてしまっても、商品を持っていったりですか、ある程度お客様に対する気遣いというのが他の肉屋さんとは違うと思います。値段で売れるんじゃない。取引価格の大小でもありません。「あの人だから!」これがセブンフードです。



木村 隆彦(取締役)

セブンフードのモットーの「人間力」を統括すると…痛みも辛いことも苦しいことも喜びも感動したこともみんな社内で共有するというのが原点なんです

社員みんなが仕事と人生をリンクさせる事ができるから、笑顔と感謝になる。人間、完璧な人はいないんです。絶対失敗もするし、落ち込む奴もいるし、苦労奴もいる。でも、その人間力を社外に伝えていくのが我々の使命なんです。

たとえば、とある飲食店の統括マネージャーさんが不祥事を起こして、大きく悩んでいた。そんな時、うちの担当と相談して、一緒に共有して元気になって、またエリアマネージャーに戻ったり。先日、いちラーメン職人の人が、うちの配達の人間が元氣よく配達していった時に「俺さ…もう辞めようと思ってんだけど」という相談をうけ、経験と労いと感謝の気持ちで話をし、もう一回頑張ってみるわと生き返らせたり。そういうコ

ミュニケーションを大事にしています。それは社内・社外関係なく大事にしています。うちの会社が元氣であり、人間力を身に付けなければ守ることも出来ないわけです。だから、人生相談多いです。我々も失敗してようやくここまでできましたから。痛みも辛いことも苦しいことも喜びも感動したこともすべて共有することが大事で、それを多くの方に届けてあげたいということです。これがあるから常に元氣だし、相手が落ち込んでいようウチは元氣だし。誰だって毎朝毎晩、1年通して働いている中でモチベーションが安定しているってこともないわけじゃないですか。だけど、元氣よく何かあったの、とか、どうしたの、というので労ってあげられれば、落ち込んでた人が元氣になって独立とかしてくれたり…そんなストーリーが見られたら私たちは感動します。人間、「心」ひとつなんです。



注目店の店主に聞く!

店主インタビュー

今回の店主 「つけめんTETSU」 店主 小宮 一哲

つけめん TETSU
千駄木本店

- 東京都文京区千駄木4-1-14
- 03-3827-6272
- 11:30~15:45
- 18:00~23:00 無休



「2012年、2013年と多店舗展開が出来たのはコレのおかげ」

ラーメン店での修業経験はない。まして飲食店の経験もない。しかし「ラーメン店主になりたい!」という夢を持ち、アパレルメーカーで店舗運営を学んだ男が、千駄木で立ち上げた「TETSU」は今や全国に18店舗(セカンドブランドグループ店舗含む)にまで広がった。ここ数年で店舗展開が急成長を遂げた、その秘訣とは…?

味を作るのには苦労しました

28歳の時に初めて千駄木にオープンしたのが8年前。最初の1年は本当に苦労しました。元々ラーメンが好きだからオープンしたんですけど、家で味作りをしていたから本格的な方法がわからない。Wスープの仕組みもわかってない。だから、納得いく味が提供出来なくて店を開けたり閉めたり…もう「臨時休業」ならぬ、「臨時営業」というくらいです。今でこそおかげさまで、つけめんが人気ですが、当時はラーメンのほうが好きだったと思います。でも、地元千駄木のお客さんはつけめんの注文が多くて…満足していないのに出すのが悔しくて、ラーメンの販売を中止して、多くの方からつけめんの味のご指摘をいただき、ようやく美味しいといわれるようになってきました。

どうしたらもっと店舗展開出来るか!



僕は昔ガキ大将で、高校も中退しました。でも、「このままじゃ地元合わず顔はない!中途半端では終われない!」って思って大検で大学行き「将来はラーメン店主やるぞ!経営者になるぞ!」ってずっ

と決めてました。なので、1店舗だけではなく多店舗展開は視野に入れていたんです。が、店舗展開する時の問題はスープでした。支店でそれぞれスープを作ってもいられないので、セントラルキッチンで作ったスープを密封容器のパケツに入れて各支店に運んでました。けれど、やっぱり魚が入っていると酸化しやすいんですよね。しかも空容器の回収も面倒で、なかなか品質維持と効率化を図れませんでした。そこで「真空パック」に目をつけて自分達でアナログでやっていたんですが、これが冷ましてからでないと難しい。熱いスープだと真空にする過程で再沸騰してしまうんです。でも、TETSUのスープは濃厚スープなので冷ますとプルプルのゼリー状になってしまい、味が分裂してパックによっては味ムラが出てしまう。だから、どうしても味が均一化している熱いうちに仕分けるしかない…という堂々巡り。「劣化させない!」ということで凄いの悩みました。そこで出会ったのがこのTOSEIの「ホットパック機」なんです。

まとめて作って冷凍しておけばロスも減る!

実はうちが初めて導入したみたいなんですけど、この機械は凄いです!センサーでスープの熱を感じて、独自プログラムで熱いスープのままでも真空パックしてくれるんです。なので、セントラルキッチンで動物系スープのみを熱い状態でパックをして、それを冷凍し、最後にお店で解凍する時に寸胴で魚介とあわせれば完成。1パックで3リットル…約12~15杯分くらいのスープが入るので、冷凍したパックをそのお店の1日の必要杯数にあわせて都度解凍すればいいからロスも減ります。

しかも、毎日毎日スープを作るのって大変じゃないですか。45センチの寸胴で100杯分のスープを毎日作っているのなら、60センチの寸胴で200杯



分のスープを作って冷凍しておけば、スープを炊く日数も減り、材料費もガス代もその分少なくて済むと思うんです。しかも200杯でも品質は保ったまま。スープも3リットルなら、A3の紙より少し小さいくらいの板状サイズで冷凍されますので、板状のスープのパックを積み上げれば、寸胴のまま冷凍するより遥かに冷凍庫のスペースが綺麗になります。

もちろん、この機械自体は決して安いものではないです。1杯30円~40円くらいの利益のラーメンの世界から見たら手を出しづらいかもしれません。でも、長い目で見れば店舗展開をする人はもちろん、1店舗の方でもとても役に立つものだと思います。先ほどのスープの保存から派生すればお土産ラーメンや通販の展開も出来ますし、話題の真空調理法や食材の長期保存など様々なシーンで使えます。うちも1月~4月に4店舗ほどオープンを予定しているんで、もう1台購入を検討しています。

将来の夢は…

今36歳ですが、40歳になったら「TETSU」からは引退しようかなと思っています。自分が千駄木で作上げた味は、いい意味で自分の手を離れて「お客様のもの」になっているからです。もう自分勝手には出来ない状態のもの。ですので、会社は新しい若い人間に任せて、またどこかで好き勝手に出来る味でオープンしてもいいかなと思っています。

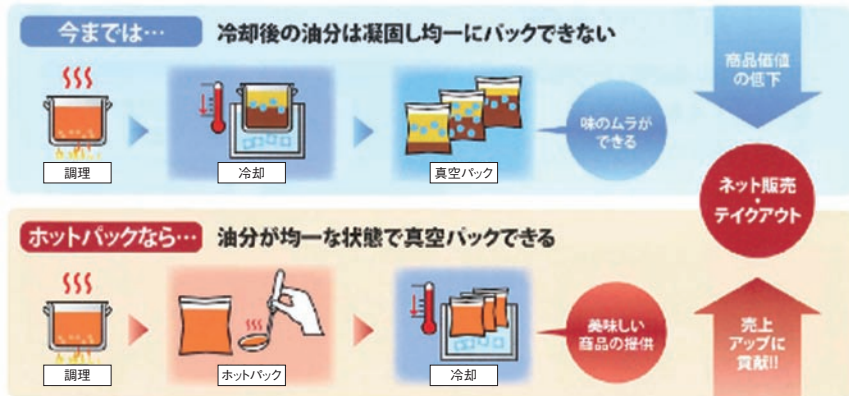
今までできなかった

外販(テイクアウト・ネット販売)のメニューも広がる

ラーメンスープ、中華スープなど油分を含む食材に対応

調理作業の時短による厨房コスト低減

パック前の冷却工程がないため、作業時間が大幅短縮



卓上型真空包装機トスパックシリーズ HVP-382



特許出願中

HVP-382

詳しい資料請求は

別途添付の資料請求シートもしくは
☎ 0120-002-490 まで

株式会社TOSEI

ラーメンニュース 1月号



- ▶ 10月26日～11月4日、10日間に渡って駒沢公園にて開催された「東京ラーメンショー2012」が無事閉幕。今年は昨年までの5日間から倍の10日となり、前半の全店舗入れ替え制で計40ブースが出店。「ご当地ラーメン再発見」をテーマに据え、日本各地のご当地ラーメンを提供した。10日間で延べ50万人以上の来場者数、約24万杯のラーメンを提供。販売数1位は過去3連覇を成し遂げた「麺家いろは」も所属する富山麺遊会ブースの「富山シロエビらーめん」であった。白海老の風味に濃厚なトロミと甘みが活かされた一杯であった。
- ▶ 1987年、東京都世田谷区羽根木の環七沿いにオープンし、東京における九州豚骨ラーメンのハシリともいえる「なんでかんてん」が突如11月5日を以て閉店し都内のファンを驚かせた。理由はいろいろあるようだが、現店舗の賃貸契約が切れるのが最終的なきっかけになったようだ。しかし、12月6日に山口県の山陽小野田市にオープンさせ、来年の2月には新たな店舗を都内に开店する予定とのこと。フ

ランチャイズ店舗も拡大すること、河原社長のラーメンに対する情熱はまだまだ衰えていないようだ。

- ▶ 「まるで生麺」と評判の日清食品の「ら王」の袋麺が食べられるお店が11月6日に渋谷駅山手線内回りホームに期間限定オープン。その名も「日清ら王 袋麺屋」。醤油と味噌があり、どちらも250円。醤油は煮玉子1/2、メンマ、ほうれん草、チャーシュー、刻みネギの具材が、味噌は煮玉子1/2、チャーシュー、コーン、もやし、白髪ねぎがのる。1食としてはやや物足りないかもしれないが、小腹が空いた時に駅のホームで立ち食い蕎麦感覚で気軽に食べることができると学生やサラリーマンに人気。ただ、コン口的数が限られているため提供にはやや時間がかかる。
- ▶ 台湾ラーメンの元祖と呼ばれる「味仙」が福島県に开店する。東日本大震災で炊き出しをした同店社長が福島県の雇用促進のため福島県出身の常連客をオーナーとして、本店で修業させ开店する。

話題のお店紹介

今月の新店

新店情報!!!

ラーメン・つけ麺 春樹 日暮里店

東京都荒川区東日暮里5-50-10
11:00～23:00 無休



濃厚豚骨魚介つけ麺(写真は山盛り) 780円

皆様、お気づきでしょうか。2010年に新大塚にオープンしたのを皮切りに、昨年八王子に、そして今年は日暮里、高円寺、早稲田、立川、高田馬場、多摩市と立て続けに5店舗がオープンし、来年には新宿御苑店のオープンも控え、勢いを見せている店舗があります。それが「春樹」。立地についても、高円寺店は「高円寺らーめん横丁」内であったり、高田馬場の店舗はすぐ横に移転した「純連 東京店」の跡地。立川も元々「純連」のあった場所に出店するなどラーメンフリークから見てもその動きは気になるところです。

提供しているラーメンやつけ麺はいわゆる流行した濃厚豚骨魚介系のもので、つけ麺は特盛の900gまで同価格というのがウリの一つになっています。これらのお店は、中国華僑の陳健氏が代表を務める創業新幹線という会社が行っており、来日し起業を考えている在日華人を、フランチャイズ制度を活用して支援しているのです。創業新幹線が在日華人の方を日本のフランチャイズ企業と繋ぐ役割を担っており、また、自身でも「春樹」を経営することでそのノウハウを蓄えているようです。

今まではどちらかというと、在日華人がオーナーになることに対して消極的だった日本のフランチャイズ企業ですが、起業を臨む日本人が減っていることに加え、在日華人のやる気が非常に高いことなどから、最近では積極的に受け入れる姿勢になってきているようです。今の中国の勢いの強さが伺えますが、「春樹」の加盟店には必ず日本人と中国人のコンサルタントがついてお店についてアドバイスなどを行うなど、日本独特の細かなサービスのフォローについてもぬかりがないようです。

手軽に濃厚系・ドロ系!

トロミとコク味を生み出す 業界初のアイテム!



ここ数年外せないキーワードは「濃厚」

味の濃さという意味はもちろん、こったり感やトロとした味わいが人気を呼んでいます。

でも、大量に豚骨やモミジを入れるのは、どうしても味の安定性に不安、そして労力、コストがかかる...と考えている店主様も多いはず!

そんな店主様に是非、試していただきたいのが、「コク味ラード」。

コク味ラードをスープに対して1～1.5%使用するだけで、大量に骨を炊き込んだ時のトロミを再現できます!しかも長時間高温で保温してもトロミは閉店時間までキープできるため、濃厚スープの品質を保つことも出来ます!



写真はサンプル(200g入り)です。実際の商品は白色パウチ500g入りの個装となります。

サンプル希望・資料請求の方は添付の資料請求シートもしくは直接ご連絡下さい。



DSP五協フード&ケミカル株式会社 ☎03-5643-3619

東京支店: 〒103-0024 東京都中央区日本橋小舟町6-6 小倉ビル3階

ラーメンバンク 店主部 って?



作り手さんであるラーメン店主様と食べ手であるお客様、そしてラーメン店主様を支える産業界の方や企業様をつなげるのが「ラーメンバンク店主部」。特に店主様からお店の限定麺や新メニューなどの情報をいただき、それをWEBサイト、携帯サイトや携帯アプリの「ラーメンバンク」を通じて、食べ手の方々様に告知をしていくのが「ラーメンデータバンク」の責務。「より美味しいラーメンを求めている人々に、美味しいラーメンの情報を」をモットーにデータベースを毎日増強しております。

また、集客UPだけではなくお店の味の向上、コストダウンにも「ラーメンバンク店主部」ではサポート。明日に役立つ最新の産業界の情報をラーメン店主様に、この情報誌と毎週金曜日のメルマガでお流して行きます。今後は勉強会や交流会などを開催し、もっと多くの店主様の役に立てるように発足したのがこの「ラーメンバンク店主部」です。まだ登録されていない方は登録は無料ですので、是非ともご活用下さい。

ラーメンバンク 店主部会員募集中!

店主の力になりたい! ラーメン業界をもっと盛り上げたい!
このような状況だからこそ横の情報をもっとつなげて、結束力を固めたい!
そこで、ラーメンデータバンクは、「店主部」を発足させ、ラーメン店主に、無料で各種情報提供を行うサービスをはじめました。登録はお手持ちの携帯電話から簡単に行えます!



登録方法



お手持ちの携帯電話から右のQRコードを読み込むか
以下のメールアドレスを入力しメールをお送り下さい。

ten@ramendatabank.co.jp

※メール本文に必ず「店名」「お名前」を入力してください。
※iPhone、アンドロイド携帯からも登録可能です。
※ramendatabank.co.jpからメールが届くようにドメイン指定を解除してください。



企業PRコラボ

企業様×ラーメン店様とのPRコラボ。
お店の集客にもつながります。

個別相談

スタッフの求人や店のHP・モバイル
その他販促に関わる事全て
ご相談に応じます。

来客数UP!

登録するだけで
無料で貴店の宣伝を
ラーメンバンク上で行います!

コストダウン

食材共同購入を企画!
ゴミ処理費を1/2にカット等、
経営にお得な情報を共有!

情報提供

今のラーメンの流行から
現在のラーメン界の情報など
お得な情報をご提供致します。

店主交流

店主同士の交流を深める為の
イベントも企画します!
(イベントには、弊社・大崎裕史
も参加予定!)

既に登録済の方でメールアドレスの変更をされた場合は必ずご連絡下さい。

また、メルマガは毎週金曜日に配信されております。到着がない場合もご確認のうえ、ご連絡下さい。

「このフリーペーパーに掲載されている企業の詳しい資料やサンプルが欲しい!」というものがありましたら、同封の「サンプル・資料希望シート」にチェックのうえ、ラーメンバンクまでFAXをお送り下さい。後日、貴店に郵送で送らせていただきます。

資料請求のワークフロー



FAX番号

03-3779-5811

ラーメンデータバンク資料請求係

発行元/株式会社ラーメンデータバンク