

# ラーメンバンク

No.14

2015.7 年4回発行

FREE

第7回

## 次世代ラーメン決定戦! 参加店舗大募集!

店主インタビュー

「鬼そば藤谷」店主 藤谷拓郎

このエリアに注目!!!  
「浅草橋周辺」

全国3万件以上の  
ラーメン店の検索は  
こちらから!!



ラーメンバンク

検索

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

自称「日本一ラーメンを食べた男」の

## ラーメンコラム

今月のお題

### ラーメン店での“1,000円”の壁



★大崎 裕史★

恵比寿に「中華そば すずらん」というお店がある。元々は渋谷にあり、当時はそれなりに行列が出来る繁盛店だった。恵比寿へ移転したばかりの頃はガラガラで、味は間違いなく渋谷時代よりも美味しくなっているのにも関わらず入っていない理由が「値段」だと思っていた。というのも、一番安いメニューが「中華麺」で950円。それ以外はすべて“1,000円”越えで、メニューによっては2,000円超えなのだ。しかし、最近再び行ってみると昼時は並ぶようになっていた。

「すずらん」は自家製麺で、複数種類の麺が存在する。メニューも日替わりで黒板メニューがあり、それも10種類以上ある。頼むものは人それぞれだが、会計時の金額を横で聞いていると1,500円、2,000円…と立て続く。ここは中華料理店ではない。間違いなくラーメン専門店である。むしろ、一番安い「中華麺」の950円という声が少ないように感じた。

ちなみに通常の醤油味のラインナップ以外に「特選黄金の塩」というメニューがあるが、そちらの最低料金は1,650円とやはり高い。だが、どれも実に美味しいのだ。正直、「その金額を払ってでもまた食べたくなる」という美味しさなのだ。ブログなどの投稿を見ても「高いがそれなりの満足がある」という感想が多い。まさに答えはココだ。アワビとかフカヒレとか高級食材を使っているわけではないが、いいものを使っている感じは食べていてわかる。他のラーメン店と比べても明らかに高級感がある。

以前からラグジュアリーやハイクラスを売りにしていた店ならば、高価格帯は理解出来る。だが、ラーメン店ではなかなか到達しえない領域だった。しかし、

「すずらん」はラーメン激戦区の恵比寿において、高い満足度により「高価格帯ラーメン専門店」のポジションを掴みつつある。

4月21日に銀座にオープンした「旨美麺 築一」も基本のメニューが高い。「帆立白湯らめん」が990円だ。出てきたラーメンはいま風のおしゃれな器で登場。スープは量は少なめではあるが、無添加ながらその濃密さと旨みに溢れたものを口に入れると、頭の片隅にあった「値段が高い」という言葉を忘れてしまうほど美味しい。まったりとろ〜んとしたスープはホタテの甘味を十分に感じさせ、これがラーメンではなくスイーツであるかのような錯覚すら覚える。まさに「帆立ボタージュ」だ。チャーシューの代わりにホタテの片面網焼きが4個乗り、菅野製麺所の極細麺が、柔らかめだが「帆立ボタージュ」を持ち上げてくれる。後半、スプーンに盛られた柚子おろしを加えればさっぱりとした清涼感があり、これにもくい演出だ。990円ではあったが、これも「すずらん」同様、満足のできる一杯だった。

“1,000円の壁”は確かに高い。だが、このように、「それさえも超える高い満足度」をお客様に与えることで“1,000円の壁”を越える「ブレイクスルー店舗」が今後もやって来るかもしれないと思っている。



すずらん(左)と  
築一(右)の  
ラーメン



# 店主インタビュー



今回のお店 「鬼そば藤谷」 店主 藤谷拓郎

●東京都渋谷区宇田川町24-6 渋谷ビルヂング5F  
●03-5428-0821  
●11:30-15:00、17:00-22:00 木曜定休

## ラーメン店主が大事にしている“手作り感”を考えてくれている味

北海道生まれ、埼玉育ちの33歳。「HEY!たくちゃん」名義で、14年間お笑い芸人を続ける一方、毎年40万人以上が来場する日本最大級のラーメンイベント「東京ラーメンショー」(駒沢公園)の2011年に開催された若手ラーメン店主発掘イベント「パトアリ」にて初出場にして優勝したことをきっかけにラーメンの世界へ。「決して、他のタレントのように名前だけ貸して片手間にやっている店ではないです」と豪語するのも当然。「支那そばや」創業者である故・佐野実氏を師と仰ぎ、今でも時間の許す限り店に立ち続け、ラーメンの味の研究には余念がない藤谷店主。今回、MCフードスペシャリティーズ(以下MCFS)の新品「ボンテースト冷凍がらスープ」を試していただいた。



「支那そばや」の佐野実店主本人にもご家族にも認められた「佐野実モノマネ」をしながら試食する藤谷氏

### 新製品 **ボンテースト**

- ①**冷凍がらスープP10(豚白湯タイプ)**  
荷姿:2Kg×8袋/ケース  
●豚骨と新鮮な鶏骨、豚脂肪を加えじっくりと炊きだした白湯タイプ。  
●ポーとチキンの調和のとれたうま味と風味を最大限に引き出したタイプ。
- ②**冷凍がらスープC10(鶏白湯タイプ)**  
荷姿:2Kg×8袋/ケース  
●新鮮な鶏骨に豚脂肪を加えじっくりと炊きだした鶏白湯タイプ。  
●うま味が強く、素材の風味を最大限に引き出したタイプ。

### 【ラーメンバンク編集部 今回の商品の注目ポイント】

- 鹿児島の工場で飼育から処理・加工までされた新鮮な鶏骨の生ガラを使用。  
※海外産や冷凍ものは未使用。
- 1.2tの大型の攪拌抽出釜で炊くことで通常のお店よりも高濃度・安定した味が実現
- 食品添加物は無添加&無化調。食塩分は鶏骨や豚骨由来のみ。  
純粋な「がらスープ」

### ① 藤谷での試用方法「つけ麺のつけダレとして」

#### 【レシピ】

- 「藤谷」で使っている塩ダレ
- 「藤谷」の鶏清湯スープ・MCFSの「冷凍がらスープP10」を1:5でブレンドしたもの
- 焦がしネギ ●海老 ●魚粉



#### 【感想】

豚独特の炊いた香りがする。スープの色・見た目がとても良い。魚粉を入れたほうがつけダレとしては美味しいし、お客様に評判になると思う。

### ② 藤谷での試用方法「鶏白湯のスープとして」



#### 【レシピ】

- 「藤谷」で使っている塩ダレ
- 「藤谷」の鶏清湯スープとMCFSの「冷凍がらスープC10」を1:4でブレンドしたもの
- ネギ ●チャーシュー ●メンマ

#### 【感想】

美味しい。売れると思う。最近都内で話題になっているような鶏白湯の人気店の味に近いと思う。これなら自分のスープも引き立つと思う。

### ■ 総評

#### 【業務用感について】

結構、色々な業者のサンプルを取り寄せたこともあります。業務用はどうしても舌にベタッと残ってたんです。あと、他社のスープも「国産原料」や「丁寧に抽出」と、良いことは書いてあるんですが、正直言って「店では出せない味」だと思っていました。家とかで友達に出すなら良いけれど、「我慢して食べている“妥協の味”」という感覚。だから、どうしても色々なものを添加してみたり、見た目でも誤魔化して提供している店舗が多いと思うんです。なので、僕が仮に使うことになっても僕は正規の値段で出そうという気はなかったです。だけど、「ボンテースト」はこの業者さんのよりも美味しいと思いました。いわゆる“業務用感”はなくて、これなら自信を持って正規の値段で出せると思います。ラーメン屋さんのことを考えてくれる“仕事している感”をとても感じました。そういうラーメン店主が大事にしている“手作り感”を考えてくれているのは、味見して本当によくわかりました。

#### 【手間について】

そもそも清湯系メインのお店で、通常もう1本白湯を炊くってのは大変なことで、うちでも白湯を作る時は僕がつきっきりで2日間丸々炊き続けないと完成しないんですよ。しかも相当の体力も必要で、身体も結構酷使している。マッサージ代だけでも毎月数万円飛び、休みの日もプライベートもなくなる。もちろんガス代も相当かかる。しかも、それだけやっても味がブレる時がある…。だけど、これなら、味の安定もしていて、安心だと思います。極端な話、この「冷凍がらスープ」を小分けにして密封パックしておけば、要望があればすぐ使えて作れて良いと思います。

#### 【使用することについて】

確かに「俺の味を食ってくれ、俺の味はこれだ」って言うのも大事なんです。だけど、お客様が「濃厚系を食べたい」というニーズが出てくる以上、少しでも自分のテイストを残しつつ、こういうのを食べても美味しいものを作れる人が本当の“一流”だと僕は思っています。

お笑いもそうなんですけど、自分だけが面白いと思っても仕方ないですよ。やはり“まず売れないとダメ”で、売れるためにどうすればいいかを考えないといけないのかなと。

面白い面白くないかを自分で判断するのはなく、お客様がその瞬間、その場所で何を求めているか。ネタはよくわからないけどテンポの良いリズム芸が求められているのか、パッと見てわかるオーバーなリアクション芸が求められているのか、コントのようにじわじわ来る面白さなのか、落語のように複雑だけど実は味わい深い面白さなのか。ラーメン作りもお笑いも根源は一緒だと思うんです。何をどう使うか、っていうことのほうが大事なのかな、と思います。

#### 【今後について】

この渋谷という地にいる人々のニーズに応えながら自分のテイストを守り、「鬼そば藤谷」をあと10年は続けていきたいですね。山岸さん(東池袋大勝軒創業者)の「お客様のお腹をいっぱいにする」という気持ちと、佐野さん(支那そばや創業者)の「美味しくして身体に優しいものを」という気持ちを大事にこれからも頑張ります。卓上に置かない“後のせ調味料”を提案し、味の変化を楽しんでもらう、などラーメンでもエンターテイメントを目指します。



サンプル希望は同封の資料請求シートをご利用ください

## MCフードスペシャリティーズ株式会社

〒100-0006 東京都千代田区有楽町一丁目2番2号  
東宝日比谷ビル16階 ☎03-5501-7316



券売機を用いたマーケティング手法などを教えます

業界新規参入の券売機が新登場！  
既に券売機をお使いの方こそ注目！

これから来る訪日観光客向けの「多言語対応」も可能。ボタンひとつで日本語、英語、中国語に表示が変更！しかも、嬉しい高額紙幣対応！そして、写真を見てわかるように従来の券売機より薄型を実現！お店の省スペースにお役立ち！自社で製造から販売・サポートまで行っているメーカーなので、他社様よりも格安のタッチパネル式券売機が実現しました。



〒新宿区西新宿6-22-1新宿スクエアタワー3F <http://www.free-pos.jp/kenbaiki/>  
☎0120-779-024(受付9:00-17:30) 担当 福永剛大

資料請求番号 1507-03

業績を何とかしたいお店さんに「POPで集客する方法」をプレゼント

- 売上をUPしたい
- 顧客を増やすには、どうしたら良い？
- 悩みを相談できる人がいない
- 今すぐ自分にできることを知りたい

そんなラーメン店主様にアクションプランをメルマガ配信しています  
無料で解決策が手に入ります

ご登録は、こちら [yoizyunkande@gmail.com](mailto:yoizyunkande@gmail.com) 空メールを送信ください  
ご登録いただいた方には、「POPで集客する方法」(YouTube)をプレゼント

お客様の声

「POPを作って、売上が10%伸びました」…  
教えてもらった方法でPOPを作った結果、  
サイドメニューの売上が増えました



プレゼント実施中

【ラーメンドリーム繁盛記】

文真 夏目真里、天沼経子  
経営コンサルタント自己紹介:夏目です。  
都内にて飲食店を営む  
コンサルタント歴10年のラーメン大好き人間です。

資料請求番号 1507-04

豚頭から100%抽出した“豚”を+アクセント

原料豊富なタイ王国で炊き出した豚頭骨100%使用の本格的豚頭白湯スープです。

豚頭骨を特殊な炊き出しをすることにより独特の香りを有した濃厚なスープを作ることに成功いたしました。食欲を刺激する独特な風味を貴社製品の更なるグレードUPにぜひお役立てください。



〒103-0024 東京都中央区日本橋小舟町6-6小倉ビル3階  
<http://www.dsp-gokyo-fc.co.jp/>  
☎03-5643-3619

資料請求番号 1507-05

スープが引き立つインパクトのある麺をあなたへ

丸富製麺は、

- 中～高価格ラーメンを提供するラーメン店がお得意様
- ラーメンの値上げをしたい方に喜ばれています

“これでもかというほど”こだわりたい方の製麺所なので、他にはない麺が手に入ります。ラーメンのグレードアップを機に値上げも可能に！50円～100円は値上げできる品質。創業61年、あなた用のオーダー麺づくりが特技で、麺はご注文をいただいたから作ります。

博多麺、新スタイル冷たいラーメン用、塩用極細麺、

国産麦の腰のある良質な粉入荷しました！

まずは「こんな麺がほしい」と下記までご連絡ください

〒埼玉県川口市坂田1514-5 <http://www.marutomiseimen.co.jp/>

☎048-728-1512(受付9:00-16:00 日曜・水曜定休日) 担当 白井 (info@marutomiseimen.co.jp)  
資料請求番号 1507-06



今年はさらに面白い！

このエリアに注目!!

浅草橋周辺



WILLOWの醤油ラーメン(全部のせ)

東京オリンピックが決定してから2年。「来日観光客」が注目されているが、では2014年に東京都を訪れた「外国人旅行者」の実態はどれほどかご存じだろうか？アジア・欧米など様々な国からの観光客がいるが、合計すると約887万人(対前年比30.3%増)にもなる。観光消費額にして約7,854億円(同35.1%増)を記録している。1人当たりの平均消費金額も高い、いわゆる「爆買い」が起きている。

だが、一方で、東京に来る「日本人旅行者」はどうかというと、なんと約5億600万人にもなる。ちなみに、外国人も含めた訪日旅行者全体の観光消費額は約5.6兆円(同5.8%増)。実は、東京都にお金を落としている大半は同じ日本人によるものだ。

では、どのエリアが人気なのか。やはり、観光地エリアの中でも特に人気なのが「浅草」界隈だ。近代的な景観と歴史的・伝統的な景観が織り交ざり、中長期滞在者向けの格安宿泊地は浅草・浅草橋・蔵前周辺に集中している。

その影響もあり飲食店、ラーメン店の数も比例して増えており、特に「浅草橋」駅周辺が増加傾向にある。5月だけでも駅近くに、武蔵境の「きら星」店主の実弟が営む線出汁を前面に押し出した「らーめん かつお拳」が8日にオープン。翌週の15日には、駅の反対側にオレンジの外観が目を引き、魚介と鶏の出汁がじんわりと美味しい醤油と塩清湯の「麺屋 WILLOW」がオープンしている。そこで「浅草橋」を中心に半径2キロで、この4月～6月の3ヶ月以内にオープンしたお店を計測すると12店舗もの新店がオープンしている。(※ラーメンバンク調べ)

実力派店舗も多く存在し、講談社発行の「TRY」の2015年版では新人賞の「とんこつ部門」の1位「ろく

月」、2位「富士らーめん」ともに、この界隈のお店だ。特に、「ろく月」は手間暇を惜しみもなかつた「無化調とんこつ」で受賞している人気店だ。

おそらくこの「無化調とんこつ」は日本人はもちろん、化学調味料が苦手な外国人観光客(特に欧米人)でもクレーミーさと奥深さ、そして個性を感じられる一杯だ。

そう、大事なものは、この「個性」だ。観光客が今後も増えるのは間違いないが、それを+αでどう取り込めるのが今後のこの注目のエリアを生き抜くキーになると思われる。地元のお客様を大事にしつつ、「これまで来たので後悔したくない味」にどう出会えるのかを伝えるか。以前のこの情報誌「ラーメンバンク」に掲載された船井総研の数内氏のコラム(第1回)でも記載があったが、「誰に、何を、どのように」販売するか。それを見失ってしまうと、2020年を迎える前に閉店を余儀なくしてしまう気もしてしまう。



左ろく月の無化調とんこつ 右かつお拳の背脂醤油ラーメン



# 第7回 最強の次世代ラーメン決定戦!

参加店舗  
大募集!

今年も日本最高峰のラーメンの祭典が遂に始まる!

全国のラーメンファンの投票によって決する「最強の次世代ラーメン決定戦!」  
部門は、次世代部門とガツ盛り部門。受賞したラーメンはカップ麺として製品化。

|  |   |  |   |   |  |   |
|--|---|--|---|---|--|---|
| <p>第1回優勝</p>  <p>香油塩担担麵<br/>一鶴<br/>(石川県)</p> | <p>第2回優勝</p>  <p>ぶり辛魚かじ風味噌<br/>茨木さんせい<br/>(大阪府)</p> | <p>第3回優勝</p>  <p>今昔鶏中華物語<br/>新旬屋 麵<br/>(山形県)</p> | <p>第4回優勝</p>  <p>和風鶏塩麵<br/>麵処まるは健松丸<br/>(北海道)</p> | <p>第5回優勝</p>  <p>濃厚煮干白湯<br/>麵と心7<br/>(大阪府)</p> | <p>第6回優勝</p>  <p>和風ベロンチー牛仕立ての塩ラーメン<br/>らうめん考房ありがた屋<br/>(愛知県)</p> | <p>第7回目の優勝者は?</p>  <p>次はあなたのお店かも!</p> |
|--|---|--|---|---|--|---|

## 受賞賞金

| 次世代部門  | ガツ盛り部門  |
|--|---|
| <p>優勝賞金</p> <p><b>100万円!</b></p> <p>※エントリーは新メニューのみ</p>             | <p>優勝賞金</p> <p><b>50万円!</b></p> <p>※エントリーは既存メニュー、新メニューどちらでも可能</p> |
| <p>準優勝賞金</p> <p><b>50万円!</b></p> <p>審査員特別賞</p> <p><b>30万円!</b></p> |   |

## スケジュール

|  |   |   |
|--|---|---|
| <p>2015年<br/>6月1日～7月10日</p> <p>其の巻<br/>エントリー</p> | <p>2015年<br/>8月10日～9月9日</p> <p>其の式<br/>ユーザー投票</p> | <p>2015年<br/>9月10日</p> <p>其の参<br/>優勝者発表</p> |
|--|---|---|

2016年1月! 次世代部門 発売!

2016年3月! ガツ盛り部門 発売!

参加申込 (スマートフォン・PCからも応募可能)

<http://ramen.yahoo.co.jp/>

応募締め切り

2015年7月10日(金)まで!

- ### 参加規定
- 国内で通年営業している店舗に限りです。
  - 次世代部門、ガツ盛り部門合わせて1店舗につき2メニューまで応募できます。1メニューでの応募でも問題ありません。
  - お店で発売していない、新しく開発したメニューでのみ参加できます(既存メニューでは参加できません)。ただし、ガツ盛り部門は、既存メニュー、新メニューを問いません。
  - ※次世代部門…新メニューのみ ※ガツ盛り部門…新メニュー、既存メニューどちらでも可
  - 次世代部門については、ラーメンの名前を「次世代●●●」(●●●の部分自由)としてください。
  - 最終的にはカップめんでの発売が前提のため、つけめん、汁なしなどは対象外とさせていただきます。また原料などの都合上、牛骨・牛エキス、シジミ、はまぐり、鮮魚…等を用いたメニューも対象外となります。
  - 本企画への参加は東洋水産株式会社以外のメーカーとの契約がない店舗に限ります。東洋水産株式会社以外のメーカーとの契約がすでにあり、本企画への参加が契約内容に抵触する店舗の参加はご遠慮ください。万が一、訴訟などが起きた場合、東洋水産株式会社、ヤフー株式会社および株式会社講談社は一切の責任を負いません。
  - 次世代部門の優勝、準優勝、審査員特別賞、ガツ盛り部門の優勝を受賞したお店におかれましては、受賞した次世代ラーメンを店舗でメニューとして提供する以外に、商品化・販売する行為は差し控えてください。
  - 次世代ラーメン決定戦実行委員会の判断により、この参加規定に適合していないと判断した場合は、書類審査通過後または投票終了後にかかわらず、エントリーを無効とさせていただきます。
  - 過去に優勝した店舗は(殿堂入り)となりますため、ご応募いただけません(過去準優勝以下の店舗はご応募いただけます)
  - その他、公式サイトのお募集要項内にある【エントリー・書類審査について】【書類審査の基準】【投票について】【賞金及びカップめんの発売について】を必ずお読みください。

**重要** 携帯電話のメールアドレスを登録される方へ: 携帯電話の迷惑メールフィルターなどで、「PCからのメールを受信しない」「インターネットメールを受信しない」などの設定をされている場合は、メールを受け取れない場合があります。必ずjisedai\_entry@yahoo.co.jpからのメールを受信できるように設定をお願いします。設定方法は、携帯電話のマニュアル、各携帯電話会社のホームページをご確認いただくか、各携帯電話会社にお問い合わせください。