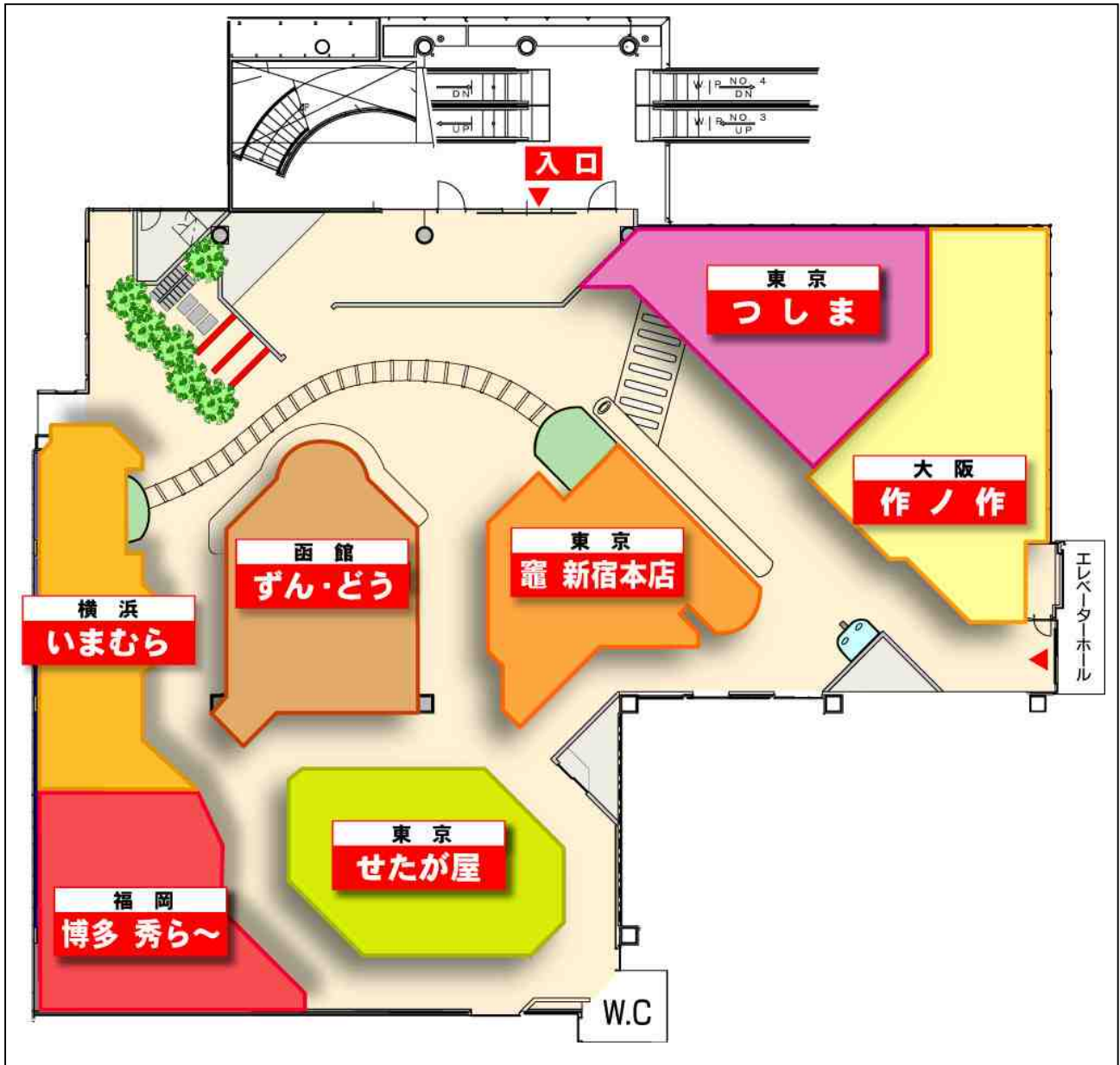


## 「名古屋麺屋横丁」ゾーニング図



## 「名古屋麺屋横丁」企画監修：はんつ遠藤

1966年東京生まれ。早稲田大学教育学部卒。フード界のマルチタレント。テレビの番組レポートや雑誌記事の執筆などで活躍するフードジャーナリスト。研究対象は、各地のラーメンはもとより、うどんやそば、地域限定のマイナー麺料理の領域をも網羅する。2003年、その卓越した才能を活かし、ナムコのチームナンジャ・プロジェクトに協力。「浪花麺だらけ」の企画を監修し、引き続き「明石ラーメン波止場」「津軽ラーメン街道」「札幌ら〜めん共和国」等の企画監修を担当。近著に『取材拒否の激うまラーメン店』（廣済堂出版刊）、『絶品うどん図鑑』『うまいラーメン屋の歩き方』（ともに、生活情報センター刊）、『風水ラーメン占い』（主婦の友社刊）、『全国ご当地麺紀行』（ゼネラル・プレス刊）がある。

## 「名古屋麺屋横丁」出店店舗一覧

名称、レシピ、価格等は、予告なく変更する場合があります。

地域	店名・店主氏名	店主紹介	商品名	店舗情報
北海道 函館	らーめん家本舗 「ずん・どう」 店主：奥川裕之  東海地方 初出店	函館生れの函館育ち。生粋の道産子で子供の頃から大のラーメン好き。まったくの独学ながら、卓越した調理センスとラーメンへの思いが生み出す珠玉のラーメンは、激戦区北海道においても高い評価を得ている。次々に新メニューを発表する開発能力も驚異的。	80'sらーめん 	店主の奥川氏が、居酒屋で出したラーメンに評判が立ち、あまりの人気に2002年に函館市内でラーメン店を開業。わずか8ヶ月で「函館塩ラーメンサミット」にも出場するなど、評判は全道に広がりいまや北海道内でも指折りの有名店に。店主の記憶を具現化した70年代から90年代までの3種(70'S, 80'S, 90'S)の塩ラーメンを独自に開発。それぞれが絶賛を浴びている。そのすべてに共通する揚げネギのトッピングも大きな特徴。
東京 浅草	中華そば 「つしま」 店主：田中剛  東海地方 初出店	青森県出身ながら、博多のラーメンに惚れ込み、ついには自ら博多ラーメン店「田中商店」を東京で開店。本場顔負けの博多テイストだと評判を呼んだ。「つしま」では関東流行のとんこつ魚介系醤油で勝負する。	中華そば 	東京最強の博多ラーメンとも云われる名店「田中商店」の店主・田中剛氏が、新たにチャレンジしたとんこつ魚介系醤油の人気店。とんこつスープをベースに、魚介系材料を組み合わせ、絶妙なとんこつ魚介系醤油ラーメンを完成。「田中商店」とは大きくコンセプトを変えつつも、本格的な味わいで人気の実力店。
東京 新宿	「竈 新宿本店」 創業者：清水博丈  東海地方 初出店	「麵屋武蔵」など複数の都内有名店で修業後、独立開店。考古学をヒントに自ら考案した窯による燻製玉子(くんたま)窯焼きチャーシューで一世を風靡。その後も数々の新メニューを開発し続ける真の実力派。	くんたま チャーシューメン 	開業当初から、店名通り『竈』(かまど)を使用したダブルスープと呼ばれるブレンド技法と「窯(かま)」を使用した燻製技法で一躍話題の行列店に。中でも「くんたま(燻製玉子)が大ヒットして「竈」の代名詞となり、大激戦区東京新宿で一大人気店となった。今回この名店が東海地区への初出店を実現。あの「くんたま」がついに名古屋へ上陸！
東京 駒沢	「せたが屋」 店主：前島司  東海地方 初出店	「食べた人の脳裏に焼きつくようなラーメン」がモットー。その言葉通りガツンと身体中を貫く個性的なテイストで一気に評判となったが、調理は完全な独学。土佐高知出身なので宗田鯉などを巧みに使うのもポイント。	せたが屋らーめん 全部入り 	ラーメン店が軒を連ねる大激戦区東京環七で2000年開業。味わい深い和風魚介系スープで瞬く間に環七はもとより、ラーメン界を代表する名店にのし上がった。その秘密は店主が常に研究を怠らず、味を進歩させてきたこと。最近は昼限定店「ひるがお」とのれんを替えて営業。「せたが屋」とは異なる塩ラーメンを提供して話題になったのも記憶に新しい。
神奈川 横浜	創作スープ麵 横浜「いまむら」 店主：今村嘉宏  東海地方 初出店	全国トップレベルの激戦区神奈川を代表する独学若手職人。人真似が大嫌い、思い切り良く斬新な切り口で新作を開発することから「ハマの怪童」、「1000のレシピを持つ男」の異名を持つ。今般が県外への初出店となる。	永遠のスープ 正油甘口 	横浜・上大岡で「中華そば・いまむら」を開業。オリジナリティのあるメニューで激戦区神奈川でも指折りの実力店に。今年9月横浜関内に2号店「無」を開業。本店とはまったく違うラーメンを登場させ、瞬く間にラーメン界の注目を集め行列ができる人気店となった。
大阪 宗右衛門町	大阪とんこつ 「作ノ作」 店主：木村修作  東海地方 初出店	様々な仕事を経験した後、ラーメン好きが高じて「作ノ作」を開店。習得した博多の調理法に自らのアイデアとセンスを加味、試行錯誤の末に、大阪ならではの独自性の高いラーメンを完成させた。	塩ラーメン 	大阪でも人気のとんこつラーメンを、木村氏が大阪人ならではの感性と嗜好で発展させた大阪発のとんこつラーメン店。短期間で爆発的な人気を集め関西指折りの名店に。「しょうゆとんこつ」「しおとんこつ」「みそとんこつ」と3種のバリエーションはそれぞれオリジナリティがある。九州とは一味違うとんこつラーメンの個性派人気店。
福岡 博多	「博多 秀ら〜」 店主：河原秀登  東海地方 初出店	父親は博多の有名店「だるまラーメン」の店主。そんな環境のもと常にラーメンを傍で見ながら青春時代を過ごす。自分なりの「博多ラーメン」を創るうと1994年に独立。伝統を踏まえながらも開発能力は抜群。	鉄釜ラーメン 	1994年博多で開業。店主の河原氏はとんこつラーメンの本場で、父親から受け継いだ味に、店主自身の思想から新しく進化させたラーメンに挑戦。従来のとんこつラーメンの良さを活かしながらも、新たな視点で開発した味わいにファンが続出。大激戦区東京進出を果たした実力派人気店。

名称、レシピは予告なく変更する場合があります。

## 「名古屋麺屋横丁」企画主旨

1980年代から始まったラーメンブームは、北海道や九州など、全国各地の歴史や風土によって育まれ、その地域特有のラーメンである「ご当地ラーメン」を中心に全国に広がっていきました。

この「ご当地ラーメン」の人気は、現在でも根強い人気を博していますが、一時はテレビ番組や雑誌の記事等に頻繁に登場するほどだった全国的なラーメンブームも、現在では、全盛の勢いは過ぎ各地で定着期に入ってきたと言えます。

このように、全国的に定着期に入ったラーメンブームですが、名古屋においては、今、まさにラーメンブームの兆しを感じられます。

名古屋には、JR名古屋駅の「名古屋驛麺通り」や、イオン熱田内の「ラーメン哲人館」の、全国ご当地ラーメンを集めた“ラーメンコンプレックス”ができ、多くの人々がラーメンを食べに集まっています。さらには、ラーメンの特集本が発売されると、売り切れの店が続出するほど、名古屋における人々のラーメンへの関心度は、日に日に盛り上がりを見せています。

一方、来年の2005年は、中部国際空港の開港や、愛知万博の開催等によって、名古屋は、急速に国際化が進むとともに、全国から最も注目を浴びる都市となることが予想されます。

そのような環境下において、名古屋初のテーマ型複合飲食施設“フードテーマパーク”である「名古屋麺屋横丁」は、日本人の“国民食”であるラーメンにスポットをあて、今まさに国際化の波と、ラーメンブームの波とがぶつかり合うこの時期に、従来のご当地ラーメンの枠組みを越えた、見た目や味、具材や提供方法等を開発し、新しいラーメン文化の波を全国に発信することによって、名古屋・栄から、日本のラーメンシーンに革命を巻き起こすことを開発目標としています。

## テーマは“ニューウェーブ・オブ・ザ・ラーメン”

「名古屋麺屋横丁」は、1980年代のラーメンブーム以降、主流である「ご当地ラーメン」の枠組みに縛られることなく、その卓越したアイデアとセンスにより、日本のラーメンシーンを革新し続けている“ニューウェーブラーメン”の代表として、全国から選抜した「ニューウェーブ七人衆」を集め、ラーメンシーンに革命を巻き起こすことを目標とした“ニューウェーブ・オブ・ザ・ラーメン”をテーマとしています。

“ニューウェーブラーメン”店とは、ラーメンブーム以前なら、「人気ご当地ラーメン店に弟子入りし、長年の修行を重ねた末にやっと独立を許されて、自分の店を構え暖簾を守っていく」というスタイルが一般的なラーメン店であったのに対し、主に、1990年代から2000年頃にかけて開店した店で、独学でオリジナルラーメンを開発して開業し、開業後も、常に研究を重ね次々に創作を仕掛けていくことが得意なラーメン店のことを指します。

「名古屋麺屋横丁」の出店店舗は“ニューウェーブ”の中でも、大御所の「大勝軒」「春木屋」「香月」(東京)等の第一世代や、河原成美氏の「博多一風堂」、佐野実氏の「支那そばや」等の第二世代ではなく、近年頭角を現し、今後のラーメン界を担っていくであろう“ラーメン第三世代”と言われるラーメン店ばかりです。これらのラーメン店主と共に、従来にはない新しいラーメンの世界に挑戦し、今後の日本におけるラーメンシーンを名古屋からリードしていきます。

## 【「名古屋麺屋横丁」限定創作ラーメンの提供】

「ニューウェーブ七人衆」が、各々、その卓越したセンスとアイデアによって、従来のメニューではなく、「名古屋麺屋横丁」限定のオリジナル創作ラーメンを提供します。

## 【人気投票システムの導入】

「名古屋麺屋横丁」各店から生み出される創作ラーメンを、味や見た目、創作性等によって、お客様に評価・投票していただき、毎月の集計により、「月間ニューウェーブラーメン王」を選出し、表彰します。

## 【ニューウェーブラーメン・オブ・ザ・イヤーの開催】

1年を通じて、ニューコンセプトラーメンの開発や、新しいサービスの提供等、お客様のニーズを捉え、新しい試みにチャレンジした店主を、お客様の投票等により選出し、「ニューウェーブラーメン・オブ・ザ・イヤー」として表彰します。

## 集合飲食施設の現状

今、最強の集客装置として脚光を浴びる食のエンターテインメント。それが「フードテーマパーク」です。面積あたりの集客力は「ディズニーランド」をも凌駕するといわれます。「フードテーマパーク」とは、“統一テーマ(物語)”のもとに、全国各地から選りすぐりの飲食店舗を一堂に集結させ、これらをアトラクションと位置付けたうえで、店舗編成・メニュー構成・環境演出・運営演出に至るまで、全てをテーマパークと同様の方法により企画設計し運営するという、新形態のエンターテインメント施設です。

「フードテーマパーク」は、“特定のメニュージャンルに特化”、または“特定モチーフに基づく内装演出”が施されただけの“非テーマ型”の“複合飲食店舗”である「フードコンプレックス」とは異なります。「フードコンプレックス」は、ラーメン等、特定のメニュージャンルの店舗を複合させるという点では「フードテーマパーク」とも共通していますが、テーマ性は希薄です。このため、施設全体でのエンターテインメント演出などの工夫がないのが一般的で、個店の魅力に依拠するウェイトが大きいのが特徴であり、“特定メニューに特化したレストラン街”としての性格を有する新形態のフード施設であると言えます。

一方、「フードテーマパーク」は、例えば“昭和30年代をモチーフにした架空の餃子の街”を演出するなどして、お客様自身がキャストとなり、あたかも映画セットであるかのような非日常的な「食の劇場空間」の中に入り込むことで、味覚だけにとどまらず、“食べるアトラクション”として、五感で楽しめるよう演出されています。また、本店でも提供していない限定メニューの提供や、その場で作りたてを食べ比べするという従来のデパ地下では不可能だった新しいスイーツスタイルを提案した「自由が丘スイーツフォレスト」に見られるように、新しい食の文化やファッションとの出会いの場を提案するという点も重要な特徴です。

現在、日本には、主な「フードテーマパーク」が18施設あり、ナムコの企画設計集団「チームナンジャ」は、その内の14施設を手掛けています(2004年12月現在)。「チームナンジャ」のプロデュース等によるフードテーマパークは、どの施設も、年間100万人を超える集客力を発揮し高い評価を獲得しています。

### (集合飲食施設 開設年表)

( )印は、ナムコ「チームナンジャ」がプロデュース等を手掛けたフードテーマパーク施設

	フードテーマパーク(主要 18 施設)	フードコンプレックス(主要 36 施設)
1994年	フードテーマパークの先駆けとなる有料制ラーメン フードテーマパーク『新横浜ラーメン博物館』が開業	
1996年		○ラーメンコンプレックス(旭川ラーメンのレストラン街)『あさひかわラーメン村』が開業
1999年	2番目の有料制フードテーマパーク『清水すしミュージアム』が開業	○初の中華コンプレックス、屋内型中華街『立川中華街』が開業
2000年		○香港の街並みで環境演出された屋内型中華街『台場小香港』が開業
2001年	入場無料の集客装置型フードテーマパーク『横浜カレーミュージアム』( )、『ラーメンスタジアム(博多)』( )が開業し、強力な話題性と集客力を発揮。集客装置型の新ビジネスモデルが脚光を浴びエポックとなる。以来、商業施設等の活性化の起爆剤として“集客装置型フードテーマパーク”が次々に開設されていく。 ラーメンフードテーマパーク『小樽運河食堂』開業	○ラーメンコンプレックス『ラーメン激戦区“東京編”』開業
2002年	東西でのフードテーマパーク開業が相次ぎそのいずれもが大きな人気を集めたことから、フードテーマパーク業態の社会的認知が一気に進行する。 『池袋餃子スタジアム』( )開業 『なにわ食いしんぼ横丁(大阪)』( )開業	入場無料の集客装置型フードテーマパークの成功に刺激を受け各地でラーメンコンプレックスが開業する。 ラーメンコンプレックス『全国ご当地らーめん処(海老名)』 『北海道ラーメン道場(新千歳)』 『らーめん七福人(大宮)』 『泉ヶ丘ラーメン劇場(大阪)』 『名古屋・驛通』開業 屋内型中華街『千里中華街(大阪)』開業
2003年	フードテーマパークの開業がさらに拡大し、その全てが大ヒットとなる。母体施設の活性化のみならず、地域活性化効果を発揮する等、フードテーマパークがその実力を認められ市民権を得るに至る。 『アイスクリームシティ(池袋)』( )開業 『浪花麺だらけ(大阪)』( )開業 『自由が丘スイーツフォレスト』( )開業 『明石ラーメン波止場』( )開業	引き続き、ラーメンコンプレックスの開業が相次ぐとともに、その乱立傾向を危惧する声が出始める。 ○ラーメンコンプレックス『ラーメン城下町(熊本)』 『らーめん浪漫館(佐野)』 『らーめん横丁七福神(広島)』 『ラーメン哲人館(名古屋)』 『ラーメン国技場仙台場所』 『道頓堀ラーメン大食堂(大阪)』 『京都拉麺小路』 『ラーメンアカデミー(埼玉)』 『麵喰王国(渋谷)』 『小倉らうめん横丁』 『ラーメン劇場(千葉)』 『ラー戦場(大宮)』 『大陸麺ロード(久留米)』開業 屋内型中華街『大須中華街(名古屋)』開業 その他のフードコンプレックス『餃子の小径(北九州)』 『麵ロード(北九州)』 『横浜大世界』開業
2004年	前年を上回る勢いでフードテーマパークの開業が続く、地方都市での展開も始まる。集客も好調に推移。 『浪花餃子スタジアム(大阪)』( )開業 『津軽ラーメン街道(青森)』( )開業 『道頓堀極楽商店街(大阪)』開業(有料制) 『東京シュークリーム畑(池袋)』( )開業 『札幌らーめん共和国』( )開業 『桑名らーめん街道(三重)』( )開業 『神戸スイーツハーバー』( )開業	依然として、ラーメンコンプレックスの開業が続いてはいるが、集客に苦戦する施設も目立つようになり、その限界を指摘する意見が増えている。 ラーメンコンプレックス『池袋ひかり町ラーメン名作座』 『小田原城下らーめん宿場町』 『高松拉麺築港(香川)』 『拉麺浪漫街(旭川)』 『千里ラーメン名作座』 『ラーメン甲子園(横浜)』 『姫路城下らーめん宿場町』 『品達ラーメン 麵達七人衆(品川)』開業 その他のフードコンプレックス『SWEETS MUSEUM(大阪)』

参考文献: 総合ユニコム刊「フードテーマパーク&デザインング」, 「月刊レジャー産業資料」, 「エンターテインメントビジネス」

## ナムコ「チームナンジャ」のプロデュース施設について

ナムコの企画設計集団「チームナンジャ」は、2001年にオープンした『横濱カレーミュージアム』のプロデュースに始まり、福岡のラーメン、池袋の餃子、大阪のご当地麺、自由が丘のスイーツなど、次々に新しいテーマを提案し、本年11月26日オープン「桑名らーめん街道」、12月3日オープン「神戸スイーツハーバー」に至るまで、全国で14ヶ所のフードテーマパークを手掛けてきました。その全施設が年間100万人以上の高い集客力を発揮し、人気を博しています。

### チームナンジャが手掛けたフードテーマパーク

	施設名	場所	開業時期	店舗数	床面積	投資額	初年度 集客数	事業主体 母体施設
1	横濱カレーミュージアム	横浜市	2001年 1月26日	13店舗	約1,600㎡ (約484坪)	15億円	168万人 (実績)	(株)マタハリー PIA STATION
2	ラーメンスタジアム	福岡市	2001年 12月15日	9店舗	約1,600㎡ (約484坪)	3億円	172万人 (実績)	エフ・ジェイ都市開発(株) チャンネルシティ博多
3	池袋餃子スタジアム	豊島区	2002年 7月19日	24店舗	約2,475㎡ (約749坪)	4億円	218万人 (実績)	(株)ナムコ ナムコ・ナンジャタウン
4	なにわ食いしんぼ横丁	大阪市	2002年 7月20日	20店舗	約1,500㎡ (約456坪)	4億円	192万人 (実績)	大阪ウォーターフロント開発(株) 天保山マーケットプレース
5	アイスクリームシティ	豊島区	2003年 7月18日	9店舗	約660㎡ (約200坪)	3億円	254万人 (実績)	(株)ナムコ ナムコ・ナンジャタウン
6	浪花麺だらけ	大阪市	2003年 10月7日	11店舗	約1,270㎡ (約384坪)	未公表	303万人 (実績)	南海電気鉄道(株) なんばパークス
7	自由が丘スイーツフォレスト	目黒区	2003年 11月21日	12店舗	約1,413㎡ (約428坪)	未公表	230万人 (実績)	岡田不動産(株) ラ・クール自由が丘
8	明石ラーメン波止場	明石市	2003年 12月5日	8店舗	約1,200㎡ (約370坪)	未公表	300万人 (実績)	(株)マイカル マイカル明石
9	浪花餃子スタジアム	大阪市	2004年 2月20日	10店舗	約1,177㎡ (約356坪)	4億円	150万人 (見込)	(株)ナムコ OSビル
10	津軽ラーメン街道	青森県	2004年 2月27日	6店舗	約886㎡ (約262坪)	2億円	70万人 (見込)	五所川原街づくり(株) エルムの街ショッピングセンター
11	東京シュークリーム畑	豊島区	2004年 7月23日	7店舗	約1,023㎡ (約310坪)	4億円	100万人 (見込)	(株)ナムコ ナムコ・ナンジャタウン
12	札幌らーめん共和国	札幌市	2004年 10月1日	9店舗	約1,320㎡ (約400坪)	4億円	100万人 (見込)	札幌ターミナルビル(株) 札幌エスタ
13	桑名らーめん街道	桑名市	2004年 11月26日	9店舗	約1,126㎡ (約341坪)	未公表	100万人 (見込)	(株)マイカル マイカル桑名
14	神戸スイーツハーバー	神戸市	2004年 12月3日	22店舗	約2,847㎡ (約863坪)	10億円	200万人 (見込)	(株)ジオ・アカマツ(運営管理) ビーズキス

### 今後チームナンジャが手がける開業予定のフードテーマパーク

1	東京パン屋ストリート	船橋市	2005年 2月24日	8店舗	約1,000㎡ (約300坪)	未公表	150万人 (見込)	三井不動産株式会社 TOKYO BAYららぽーと
2	名古屋麺屋横丁	名古屋 市	2005年 2月25日	7店舗	約1,006㎡ (約304坪)	未公表	120万人 (見込)	京楽産業(株) サンシャイン栄