



Ramen Front Line in the U.S.

アメリカのラーメン最前線

In the U.S., there are approximately 14,000 Japanese restaurants in business and the number keeps growing.

Japanese cuisine first became popular in the U.S. through selections such as sushi, teriyaki, and sukiyaki. Today, popular items are expanded recently to udon, soba, and ramen.

Therefore, our magazine is planning a special issue on noodle shops with the main focus on ramen. As a popular selection following sushi, we hope that ramen becomes another steadfast favorite in Northern America.

Ramen shops don't need to be fancy

inside, so stores designs can be done relatively cheap. With noodle manufacturing and distribution companies available, the success of a ramen shop will depend largely on the owner's ambition.

The popularity of ramen in the U.S. started with Japanese consumers and quickly expanded mainly through Caucasian consumers within the past one or two years, followed by Asian consumers. As seen previously with sushi restaurants, any ramen shop is sure to have customers upon opening.

In this special issue, we'd like to report on the history of noodle production,

followed by sales, costs, and the process of opening a ramen shop.

We hope our issue will prove helpful to professionals already in the ramen industry, and also helpful to professionals who hope to operate restaurants that serves two different types of cuisines from day to night.

When Japanese Restaurant Association of America conducted a survey ten years ago, many respondents indicated that their favorite Japanese food was sushi, yet they didn't eat it more than once a month. However, in this year's survey results, many respondents

indicated eating sushi more than once a week. Also, ramen ranked second as the most popular Japanese dish. It's exciting to imagine the possibility of approximately three hundred million Americans enjoying ramen once a week.

Ten years from now, it's possible to imagine approximately 30,000 Japanese restaurants in business, of which a third will be ramen shops. Further cooperation among industry professionals will prove vital. Our magazine will also strive to provide more information than ever before. This issue was made possible by the following sponsors.

全米で日本食レストランが14000軒を超えてどんどん伸びている。

日本食がアメリカで食べられるようになった頃は、日本食と言えば寿司、テリヤキ、すき焼きを中心に成長したが、最近はどうどん、そば、ラーメンが急成長している。

そこで、小誌はヌードル特集ということで特にラーメンを中心に発信していきたいと思う。

寿司に続く大きな柱として、北米大陸に食い込んでほしいと思う。

ラーメン店は、あまりきれいに飾らなくてもいいから、店舗設計も割と安く出来ると言う。

製麺会社、流通会社もあるし、後は本人のやる気次第ということだ。

何よりいままでは日本人客中心から、この1、2年、白人中心に客層が急拡大、アジア人もふくめ一時の寿司店のように開店したら、客が来る時代になった。

この特集では、歴史から製麺、販売、コスト、ラーメン専門店開店までを、くまなく取材した

と思う。

すでに営業されている方々はじめ、これからラーメン店(居酒屋、二毛作)を目指す方々の参考になれば幸いに思う。

10年前、南加日系レストラン協会(現米国日系レストラン協会)がアンケートを取ったところ、一番人気だった寿司を食べるのが月1回というのが最も多かったが、今年のアンケートでは、寿司を週1回以上食べる、というのが最も多かった。そして、ラーメンは第2位に浮

上した。

10年後3億人のアメリカ人が毎週1回、ラーメンを食べるのを想像しただけでも楽しくなってくる。

10年後日本食レストランは3万店、その内ラーメンを扱う店が1万店の可能性もある。これからますます業界関係者の協力が肝要だ。小誌も今まで以上に情報発信していきます。

尚、下記のスポンサーのご協力によりこのコーナーが完成しました。

製麺一筋30年

Producing Finest Quality Japanese Noodles Since 1981.



ラーメン用中華麺のことなら
サンヌードルへご相談下さい。

お店のスープにマッチした
特注麺をお造り致します。

Please Ask Us for Customized Ramen
Noodles for Your Restaurant.

ラーメン・やきそば・沖縄そば・日本蕎麦
うどん・餃子皮・各種スープベース



Sun Noodle California

1505 W. Mahalo Place, Rancho Dominguez, CA 90220

Tel: (310) 764-0100 Fax: (310) 764-0150

www.sunnoodle.com keisuke@sunnoodle.com

レストラン経営コンサルタント

景気に左右されない今が開業のチャンス!

本格的ラーメンブームが来ました。次はラーメン屋さんを始めませんか。
市場調査から開店まで長年の経験とチームワークの芦沢が
責任を持って相談に応じます。(一般日本食店可能)



- ① 最高の利益率
- ② 職人を必要としない指導法
- ③ マネージメント一般、設計、建築、経理、不動産関係
- ④ メニュー構成(レシピ等)
- ⑤ 人事雇用
(トレーニング、教育、マニュアル作成)
- ⑥ 専門家が責任をもって相談に応じます
- ⑦ ラーメンマニュアルを提供いたします

専任スタッフ：芦沢厚志 / ダン市川

スタッフ紹介

芦沢厚志 1970年、米国初となるラーメン専門店をLAに開店。その後全米各都市、ヨーロッパでの開店サポートに携わる。1995年よりロッテ球団春季キャンプフードデレクターとして参加。2003年ロシア・セントピーターバーグ市にてロシア初の日本食講習会を開催。セントピーターバーグ市および業界団体より認定書受領。

ダン市川 行列の出来るラーメン店店主(元味平オーナー)

お問い合わせ

オールジャパンニュース社
(213)680-0011