

報道関係各位

「チームナンジャ」北海道で初プロデュース 北海道ラーメンのフードテーマパーク「札幌ら～めん共和国」を 札幌ターミナルビル「エスタ」に2004年10月1日オープン

株式会社 ナムコ
社 長：高木 九四郎
本 社：東京都大田区矢口2-1-21
資 本 金：27,369,117,031 円

エンターテインメント企業の株式会社ナムコは、北海道内各地の有力ラーメン店が一堂に集結した北海道ラーメンのフードテーマパーク「札幌ら～めん共和国」のプロデュースを、JR北海道グループである札幌ターミナルビル株式会社（所在地：札幌市中央区、社長：小林徳宏）より受注し、2004年10月1日（金）同社が運営するJR札幌駅前の商業施設「エスタ」10階レストラン街にオープンさせます。入場は無料です。本施設の企画設計・店舗計画・施工・開業PR等の総合プロデュースをナムコの企画設計集団「チームナンジャ」が担当し、札幌ターミナルビル株式会社が運営します。

「札幌ら～めん共和国」は、国内有数のラーメン激戦地である札幌に、北海道各地の歴史と文化に育まれる中で発展してきた道内有力ラーメン店が一堂に集結しその味を競い合うことにより、北海道におけるラーメン文化のより一層の発展に寄与することを目的としています。ターゲット層としては、札幌駅前という好立地を生かして、地元札幌周辺の方々に加え、道内・道外から観光や仕事で来られる幅広い層の方々を想定しています。

「札幌ら～めん共和国」では、“北のラーメンフロンティア”をテーマに掲げ、北海道ラーメン文化の殿堂創りを目指します。

「北海道4大ラーメン」と称される地域からは、札幌「山桜桃」「風」、旭川「青葉」、函館「あじさい」「ずん・どう」、釧路「河むら」が出店するほか、帯広「みすゞ」、根室「しげちゃんラーメン」が加わり、北海道ラーメンの名店8店舗が道内各地から集結します。そのほとんどが“札幌初出店”“初支店”のラーメン店です。また、道内外の名店のラーメンを取り揃えた麺のテーマ物販店1店舗を併設します。



「札幌ら～めん共和国」イメージパース

環境演出は、ミニ独立国“ら～めん共和国”の設定のもとで、ご当地ラーメンとしての“札幌ラーメン”のルーツともなった昭和20年代の町をビルの中に再現するとともに、道内有力ラーメン店による「ラーメン王」の座を賭けた決戦を顧客投票で決定します。

ナムコ「チームナンジャ」のプロデュースによるフードテーマパークは、この「札幌ら～めん共和国」で全国12番目、ラーメンテーマパークとしては4施設目となります。

ナムコはエンターテインメント企業として、ゲームという枠組みを超えて、テーマパーク、教育、福祉、環境といったあらゆる分野に“遊び”の要素を取り入れ、挑戦してまいります。

詳細は添付資料をご参照ください。

プレスリリースの情報は、発表日現在のものです。発表後予告なしに内容が変更されることがあります。あらかじめご了承ください

「札幌ら～めん共和国」施設概要

| | | | |
|--------|---|-------|-------------------|
| 施設業態 | ラーメンのフードテーマパーク | | |
| 施設名称 | 「札幌ら～めん共和国」 (英文表記「SAPPORO RAMEN KYOWAKOKU」) | | |
| テーマ | “北のラーメンフロンティア” | オープン日 | 2004年10月1日(金曜日) |
| 開設場所 | 「エスタ」10階 | 事業主体 | 札幌ターミナルビル株式会社 |
| 所在地 | 札幌市中央区北5条西2丁目1番地 | 施設面積 | 約1,320㎡(約400坪) |
| 施設構成 | ラーメン店8店舗、テーマ物販店1店舗 | 入場料 | 無料 |
| 営業時間 | 11:00～22:00(年中無休) | 初期投資額 | 約4億円 |
| 入場者数 | 120万人(初年度見込み) | 売上高 | 10億円(初年度見込み) |
| プロデュース | 株式会社ナムコ「チームナンジャ」 | 企画監修 | はんつ遠藤(フードジャーナリスト) |

「札幌ら～めん共和国」出店店舗一覧表

| | 地域 | 店舗名・(創業) | 店舗概要 | メインメニュー | 出店概要 |
|---|----|-----------------------------|---|---|----------------|
| 1 | 札幌 | ら～めん 山桜桃 (1994年) | 「札幌＝味噌」の構図を崩し、いまや札幌の代表店の一つとなった有名店。 選び抜かれた豚骨と野菜をベースのWスープは五臓六腑に沁みわたる味わい。 |  | 札幌中心街 初出店 |
| 2 | 札幌 | 麵家 風 (2001年) | 東京有名店で修行したフレンチ歴30数年の店主による新鋭店。 フレンチのテイストを取り入れ、奥深い味に仕上がったラーメンの新風。 |  | 初支店 |
| 3 | 旭川 | 旭川ら～めん 青葉 (1947年) | 旭川ラーメンの土台を築いた歴史的名店。豚骨・鶏がらと、利尻昆布・煮干から取ったスープに、縮れ麺が絶妙の一杯。 |  | 札幌初出店 |
| 4 | 函館 | 麵厨房 あじさい (1930年) | 創業70年を超え、伝統と今風の味をみごとに調和させた人気老舗店。 透明で濃厚なダシ昆布のうま味が特製麺に良くなじむ塩ラーメンが一番人気。 |  | 札幌初出店 |
| 5 | 函館 | ら～めん家本舗 ずん・どう (2002年) | 函館っ子の店主が函館の塩ラーメンを時代別にメニュー化し、函館塩ラーメンサミットにも出場した人気店。 70's、80's、90's(70～90年代)の塩ラーメンに、独自に開発した揚げ白髭ネギのトッピングも人気。 |  | 札幌初出店 |
| 6 | 釧路 | 釧路ラーメン 河むら (1989年) | 釧路ラーメンを全国区にと使命に燃える店主が営業する有名店。 手揉みで無添加・かん水の入らない独特の縮れ細麺とシンプルなスープがよく合う一品 |  | 札幌初出店 (初支店) |
| 7 | 帯広 | ら～めん みずゞ (1986年) | 地元のTVランキングで1位になった経験もある地元人気一番店。豚骨・鶏がら、魚だし、野菜など全12種類が入ったスープと、コシの強い縮れ中太麺で人気。 |  | 札幌初出店 (初支店) |
| 8 | 根室 | しげちゃん ラーメン (1994年) | 海岸線沿いにあるこの店は冬に流水も見られる地元人気店。7種類の野菜が入ったボリューム満点の味噌野菜ラーメンと、タラバ、シマエビ、ホッキにホタテなど海の幸がいっぱい入ったしげちゃん特製ラーメンが人気。 |  | 札幌初出店 (初支店) |
| 9 | 全道 | テーマ物販店 | 北海道を中心に、全国の人気行列店のラーメンを集めたご当地ラーメンのミュージアムショップ。 | 札幌ターミナルビル直営 | |

■ゾーニング図



テーマストーリー『北のら～めん物語』

ラーメンの独立国、『札幌ら～めん共和国』の物語・・・。

『札幌ら～めん共和国』は「札幌国」の中にある周囲数百メートル余りの小さな小さな独立国である。今では誰もが知っている有名な物語ではあるが、北の大地におけるら～めん文化の隆盛をもたらした「ら～めん共和国」成立の裏側では、開拓者魂に貫かれたら～めん職人たちの壮絶なるドラマの歴史があった。

門外不出のら～めん情報

当時、「北の大地」では、四大ら～めん国である「札幌国」「旭川国」「函館国」「釧路国」をはじめとする様々な国が群雄割拠し、その覇を競い合っていた。各国は、人のあらゆる能力を増進するばかりか長寿の源ともなる“ら～めん”の持つ神秘的パワーの開発に注力していた。“ら～めん”の出来栄が国力を左右していたのである。このため各国では独自の「ら～めん文化」を育てていた。その製法は最重要国家機密とされ門外不出の位置付けにあった。

四天王の乱

事件は大戦直後の「札幌国」のとある駅前広場から始まった。その夜、4人の男たちが広場に密かに集結した。四大ら～めん国から集まった「ら～めん四天王」と呼ばれるら～めんの匠たちであった。彼らは、一部ら～めん大国の独占がら～めん文化の発展を阻んでいることを憂えていた。彼らは、北の大地で育まれた各地の「ら～めん文化」は、ら～めんを愛する全ての人々の共有財産であると考えた。そして、あらゆる人々に自由に味わって欲しいとの願いから、この地に、ら～めんの独立国「札幌ら～めん共和国」を造ろうとしていた。このことは当時としては驚天動地の企てであった。この歴史的な大事件は後に「四天王の乱」と呼ばれた。

なると号の奇跡

ら～めん独立国の企てを聞き付けた国々は、これを阻止するため次々に軍を送り込んできた。中でも、某大国の放った「雪男」との戦いは壮絶を極めた。身の丈百メートルを超える巨体から放たれる絶対零度の冷気は大地の全てを凍て付かせ破壊した。ら～めん四天王たちは、ら～めん神“ら・ぶ～”に祈りを捧げ助けを求めた。その時、奇跡が起きた。駅前に停車していたSL機関車「なると号」の煙突からもうもうたるら～めんの湯気が巻き起こったのだ。湯気は灼熱の蒸気となり、雪男の巨体を巻き込んでいった。四天王はチャルメラを吹き鳴らしながら攻撃を強めていった。雪男が消えた。勝ったのだ。ら～めん独立国「札幌ら～めん共和国」の樹立が宣言された瞬間である。以来、大地からは美味なる水がこんこんと湧き出るようになった。その後、「帯広国」「根室国」などのら～めん職人たちも合流し、北の大地の様なら～めん文化が一堂に堪能できるという、史上初の快挙が成し遂げられた。こうして、北の大地における新しいら～めん史の幕が切って落ちされたのである。

ら～めん教

共和国民は、最高のら～めんを作ることを目指し日夜奮闘している。宗教は、ら～めん神“ら・ぶ～”を信奉する「ら～めん教」である。SL「なると号」は聖なる機関車として祭られている。国内の各種建築物は、今でも独立当時の駅前広場のたたずまいを大切に保存しながらも、なると模様をあしらった「なると様式」と呼ばれる独特のデザインが施されている。ここでは国の単位はら～めん文化の単位でもある。駅舎や商店、民家までもが「旭川国」「函館国」などのら～めん国に供与されている。それぞれの国ではご当地色満載の絶品ら～めんが提供されている。

入国方法

ら～めん共和国への入国はら～めん教徒“ら～めにあん”にしか許されない。しかし、“ら～めにあん”となる条件はら～めん好きであることだけ。今では“ら～めにあん”は国境を越えて世界中に点在する。ら～めん教は半世紀の時を経て、今や世界最大の宗教勢力へと成長を遂げたのである。

なると祭り

ら～めん共和国では、美味しいら～めんが食べられることへの感謝の気持ちをあらわすため、今日も「なると祭り」が開催されている。祭りには、北の大地の住人ばかりか、遠く海外からも“ら～めにあん”が訪れるので、共和国は多数の訪問客で大いに賑わう。最高の“ら～めにあん”を決定する“北のら～めんチャンピオン”や、各地の“ら～めにあん”組織による“北のら～めんサミット”の開催も祭りを盛り上げる催しとしてすっかり定着している。

嬉しい趣向

ら～めん共和国では、各地の個店に行くだけでは楽しむことの出来ない嬉しいサービスを充実させている。食べ歩きを楽しむための「ミニら～めん」は言うに及ばず、敬虔な“ら～めにあん”に贈られる割引特典“ら～めんパスポート”や、共和国内全ての国からら～めんを出前で頼むことの出来る“国賓用の三畳間”など、各種趣向が用意されている。また、北の大地では212ヶ国全てでら～めん店が営まれているが、これらの店に関するとおき情報は、聖なる機関車の沿線駅長からの情報で知ることが出来るようになっている。

ら～めん王の選出

ら～めん共和国の元首は、“ら～めにあん”の投票によって選出される『ら～めん王』が就任する慣わしである。“ら～めにあん”は「美味しさ」「審美性」「おもてなし」の基準にもとづく公正なるら～めん評価を“ら～票”に書き込んで投票しなければならない。各地のら～めん職人によって構成される共和国民は、この“ら～めん王制度”の導入によって、その腕を競い合い磨き合ってきたのである。つまるところ、共和国の使命は、“北のら～めんフロンティア”として、ら～めん文化の更なる発展に寄与し続けることに他ならない。

北海道のラーメン文化について

企画監修：はんつ遠藤

ラーメンは明治時代初めの文明開化の時に中国から流入した料理です。北海道には国際貿易港の函館があり、いち早くラーメン文化が開花しました。その後、北海道開拓の歴史とともにラーメンは全土へと広がりを見せました。もちろん塩ラーメンも伝播しましたが、日本古来の調味料である醤油と融合した醤油ラーメンも伝達していきました。そのため北海道のラーメンは明治～大正～昭和初期にすでに各地で確認をされていましたが、近年のような各地域ごとの特徴的ラーメンは昭和20年代初期に屋台が出現し、質、数ともに発達を遂げ、各地のラーメン文化として成立したといわれています。

中でも、札幌は大正11年、中華料理店「竹家」の誕生により「ラーメンの街」と呼ばれる第一歩を踏み出しました。第二次大戦で一時姿を消した札幌のラーメンは、敗戦後、昭和21年の暮れ、闇市に屋台ラーメン店が登場し、再び小さな灯がともったのです。その後、昭和28年には「週刊朝日」で「ラーメンの街札幌」と紹介され、全国にラーメンの街として知られるようになりました。さらに、昭和30年代に『味の三平』にて味噌ラーメンが考案され、市内に広く浸透し、独自の味噌ラーメン文化が開花したのです。

北海道は日本列島の中で最北に位置する故、気温が低く、冬季には氷点下数十度に達するところも少なくありません。そのため、総論としては本州や九州、沖縄などに比べて、熱々でコクのあるラーメンが特徴といえます。また、チャーシューなどの具も大きく、麺やスープの量も多めで、一杯で十分に満たされる、いわば「珠玉のラーメン」です。

北海道4大ラーメン

全道に広く浸透したラーメンは、その広大な土地柄ゆえ、各地域ごとに深く根付き、ご当地ラーメンを形成するに至りました。中でも、「札幌」「旭川」「函館」「釧路」のラーメンは“北海道4大ラーメン”と呼ばれるようになりました。

・札幌

日本屈指のラーメン王国。歴史も古く、大正11年創業の『竹家食堂』で「シナそば」として最初に発売され、昭和初期には喫茶店のメニューの一部に登場している。昭和36年に『味の三平』が味噌ラーメンを考案した流れを受けて、札幌は味噌というイメージが強かったが、近年はさまざまなスタイルのラーメンが登場し「札幌=味噌ラーメン」の構図から日本有数のラーメン激戦区へと進化した。

・旭川

札幌と並び、北海道を代表する北海道ラーメンの聖地と言われる旭川。ラーメン自体は昭和のはじめに屋台ができ始めたのが最初だが、本格的には昭和20年代初めに『青葉』などが創業し、発展した。冬季には氷点下30度にもなることもある厳しい寒さから誕生した醤油ラーメンは、加水率が低く腰の強いシコシコ麺に、海産物と豚骨で取った熱々のスープが特徴。

・函館

開港の歴史から全国でもいち早くラーメン文化が誕生した函館。江戸時代から国際貿易港として栄えたため、明治初めの文明開化と共に、一気に中国から料理文化も流入。湯麺（タンメン）の流れを受けて塩ラーメンが発達した。透き通るスープに、つるつる細ストレート麺が特徴。近年は、伝承された塩味のスタイルを継承しつつ、様々に進化を続け、北海道ラーメンの一角を担う。

・釧路

新たな北海道ご当地ラーメンとして頭角を現し、いまや北海道4大ラーメンの一つとして地位を築き上げた釧路。全国有数の漁港として栄えたため、忙しい漁師たちにすぐ提供できるようにと考案された細麺タイプの醤油ラーメン。だが今や、するすると食べやすい細麺は縮れたタイプで絡みも上々、鰹節の効いたあっさり醤油スープは懐かしさの中に高完成度が光る実力ぶり。

4大ラーメン以外の地域のラーメン

日本の国土面積の約20%をも占める北海道ゆえ、4大ラーメン地以外にもさまざまな地域でラーメン文化が形成されています。中太麺の「帯広」、海の幸が活きる「根室」をはじめ、港町「小樽」、道央「江別」「北広島」「千歳」「石狩」「岩見沢」など、道北「稚内」「紋別」「上川町」など、道東「北見」「中標津」など、道南「室蘭」など。各地域においては、まだご当地ラーメンと呼ばれる一定の方向性は確立していないものの、ひとつ言えることは、道内には様々なご当地ラーメンを有する地域が多数あるため、各地および各店舗のレベルが非常に高く、層も厚くなっています。「札幌」「旭川」「函館」「釧路」に続く5番目のご当地ラーメン処が誕生する日も遠くはないことでしょう。

・帯広

明治16年から始まった十勝開拓から約120年。今では酪農が盛んで、日本有数の穀倉地帯へと成長した帯広。旭川と釧路の間に位置し、ご当地ラーメンが誕生する予感も感じる土地柄だ。「これが帯広ラーメン」といえるまでの特徴はまだないが、中太麺で素材は内陸産が主流。十勝地方の中心地でもあり、ラーメン店の数も多く、老舗や地元人気店も見つけられる。

・根室

北方4島が間近に迫る北海道最東端の地、根室。年間を通じて、豊潤な海の幸に恵まれ、中央では手に入れにくい新鮮な食材に囲まれている。そんな魅惑の海産食材が、根室のラーメン店にも浸透。美味なる海の幸を、惜しげもなく使用してラーメンを作るといってお土地柄。見渡す限りの大海原とラーメンが組み合わせ、ダイナミックなご当地ラーメンを形成している。

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フードテーマパーク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であ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」の試みに見られるように、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15施設ありますが、ナムコの企画設計集団「チームナンジャ」は、その内の11施設を手掛けています。「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は、どの施設においても、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15施設) | フードコンプレックス(主要33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づ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・驛通通り』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)』『麺ロード(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 | 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)』開業 |

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7月23日オープンの「東京シュークリーム畑」(ナムコ・ナンジャタウン内)に至るまで、全国で11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 | 初年度 売上 | 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) | 15億円 (実績) | (株)タリ- 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) | 13億円 (実績) | エフ・ジ・エイ都市開発(株) キャナルシティ博多 |
| 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) | 12億円 (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) | 10億円 (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イス |
| 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) | 6億円 (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 | 150万人 (見込) | 14億円 (見込) | 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 | 100万人 (見込) | 10億円 (見込) | 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 | 100万人 (見込) | 未公表 | (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) | 10億円 (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) | 5億円 (見込) | 五所川原街づくり(株) EILM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) | 6億円 (見込) | (株)ナムコ ナムコ・ナンジャタウン |

開業1年未満の施設集客状況

| 施設名 | 集客状況 |
|---------------|---------------------|
| 浪花麺だらけ | 開業188日目で200万人達成 |
| 自由が丘スイーツフォレスト | 開業138日目で100万人達成 |
| 明石ラーメン波止場 | 開業241日目で200万人達成 |
| 津軽ラーメン街道 | 開業3ヶ月で50万人突破 |
| 東京シュークリーム畑 | オープン3日間の入場者数44,000人 |