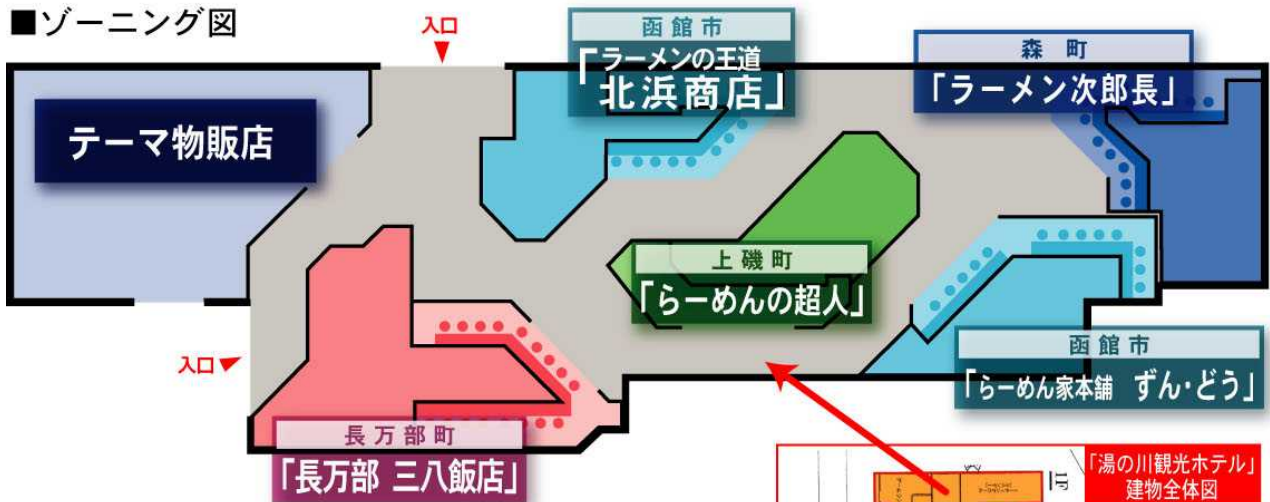


# 「函館 湯の川温泉らーめんブギ」ゾーニング図、および道南地域図

## ■ゾーニング図



## ■道南地域図



「函館 湯の川温泉らーめんブギ」出店予定店舗一覧 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	店舗名	メインメニュー	店舗概要
長万部町	「長万部 三八飯店」 (函館市内初出店)	 「塩味 浜チャンポン」	ご店主の祖母が満洲から引き上げた際に寿都町にてそば屋を開業したのが前身。店名は曾祖母の父・田村三八から由来する由緒正しき屋号。地元漁港の豊富な海産物を活かした、磯の香り満点のまさに北海道を象徴するかの様なラーメンである「浜チャンポン」は見た目も味も圧倒される一品です。
森町	「ラーメン次郎長」 (初支店)	 「雅味噌」	建築関係の仕事をしていた店主が偶然に出会った1杯のラーメンに衝撃を受けた事からラーメン店を志す。「自分を感動させるまで終わりはない」と言い切る。そんなご店主のつくる代表メニューである味噌ラーメンは白味噌をベースに数種類の味噌をブレンド、豚骨・鶏ガラ・野菜などを使用したスープとの出会いで、なんと「優しい風味」のラーメンに仕上がっています。
上磯町	「らーめんの超人」 (湯の川地区初出店)	 特製3種合わせ 「味噌らーめん」	「安心できるラーメンを」と志した店主は一切の化学調味料を使用せず、なおかつおいしいラーメンを志向。昼間は魚工場、夜間は調理学校、休日は道内・道外各地を食歩き苦学の末、たどりついた結論がこの味。道南ラーメンらしく豚骨をベースに香味油に工夫を凝らしたラーメンは自然の旨みが十分。後味が良いのも特徴。
函館市	「ラーメンの王道 北浜商店」 (湯の川地区初出店)	 とろとろチャーシュー 「白みそラーメン」	開業当初は苦戦の連続。原価もいとわずラーメンを作り続け、毎日がお客様のご意見を聞く日々。そんな苦労の末にたどり着いたラーメンは豚骨をベースに白みそを加えた函館の新しい味。道内産小麦“はるゆたか”など6種を厳選使用した自家製麺と道南 今金産の軟白ネギとの相性も抜群。人気度もぐんぐん上昇し地元函館市民の新しい味として定着。05 年度には函館ラーメンサミットにも招待参加。
函館市	「らーめん家本舗 ずん・どう」	 「80'sらーめん(あっさり)」	地元湯の川出身の店主が02年に函館市内でラーメン店を開業して以来の人気店。04年には札幌、05年には名古屋への進出も果たしました。そんなずん・どうのラーメンは、函館塩ラーメンを自らの記憶を元に時代別に70's、80's、90'sとしてメニュー化。最近では“函館の今”を表現した2000(ニセン)もメニューに加えるなど、創作意欲も高い。トッピングの揚げ白髪ネギにも注目。
	テーマ物販店		道内・外のお持ち帰り名店ラーメンと道南地方の名産品を集めたラーメン&道南ご当地のミュージアムショップ。

「函館 湯の川温泉らーめんブギ」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」「札幌らーめん共和国」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。

## 道南地域のラーメン文化について

安政六年、国際貿易港として開港した函館港は、日本最初の国際都市でもありました。幕末から、さまざまな国の文化を取り入れ、明治末期には東京以北最大の街とも言われていました。当時流入した文化の中には、もちろん食文化も含まれており、後の“ラーメン”の源流となった麺料理も当時入ってきたと考えられています。

函館では、昭和初期には早くも“ラーメン”という言葉が一般的に用いられ、本施設の時代設定である昭和20年～30年代にはラーメン屋台が登場し、軒を連ねていました。

函館に花開いたラーメンの特徴は、豚骨を弱火でじっくりと炊き出し、丁寧にアクを取ったコクがあるのにスッキリとした味わいのスープに縮れのないストレート麺です。また、函館から伝播したと考えられる道南地方のラーメンはその影響を色濃く受け、豚・鶏などの動物系と野菜を使用したスープが多く、道内としては温暖な気候とあいまって、すっきりとした優しい味わいのラーメンが多くみられます。これは、寒さが厳しい札幌や旭川のような脂ぶんの多いこってりとした味わいとは非常に対照的です。

同時に、この道南地域ラーメンの特徴は当時の函館を中心とした、道南地域の国際的な感覚を裏付けるものでもあったと考えられています。もともと動物系を食する事に慣れていない日本人は、ラーメンにおいてもこの動物系のスープに抵抗があり、その工夫として“醤油”や“味噌”と融合させたり、あるいは魚介系のスープとブレンドする事により動物系の割合を薄め、さまざまなご当地ラーメンとして発展してきました。

それと比較すると国際食文化のひとつとして入ってきた味をそのままに味わい、それが浸透した道南地域はまぎれもなく国際化の先進性が高い地域であったと言えるでしょう。そして、そうであったが故に、道南地域のラーメン文化はそれ以上地域に広がる事無く、そのたたずまいをそのまま残しているのです。

“道南ラーメン”とはこうして歴史的に見ても、まさに日本の国際化の先鞭をつけ、異文化流入のまさにその時の味を体感できる1杯です。

## 道南ラーメンと温泉のコラボレーションによる地域活性化

湯の川地区は、ここ数年で約1km四方に10軒以上のラーメン店が軒を連ねる一大ラーメン地区に成長し、北海道3大ラーメン地のひとつに数えられる函館市内でも函館駅前地区、五稜郭・美原地区とならぶラーメン激戦区と言われています。

この湯の川地区にラーメンテーマパークを開業する事は、北海道三大温泉郷に数えられている『温泉』に加え、もうひとつこの地で育まれてきた食文化である『ラーメン』という2つの観光資源のコラボレーションによって、湯の川温泉地区のより一層の発展を図るという目的があります。

そこで、(株)湯の川観光ホテルを事務局とした『湯けむりラーメン団(仮称)』を結成。これは、「函館 湯の川温泉らーめんブギ」出店5店舗と近隣の有力ラーメン店5店舗の計10店舗が参加し、キャンペーンやイベントを共同で開催するなど地域の活性化を推し進めるものです。

### 『湯けむりラーメン団(仮称)』加盟店舗一覧

	店舗名	所在地	店舗概要
1	ラーメン林さん	函館市湯川町1丁目	地元漁師から直接仕入れた前浜昆布を使用するなど素材にこだわる。
2	函館ラーメン 桐屋	函館市湯川町3丁目	遥か沖縄から取り寄せた珊瑚礁の塩を取り寄せるなど、塩ラーメンにこだわったお店。
3	北海ラーメン	函館市湯川町2丁目	昔ながらの、さっぱりした口あたりの函館塩ラーメンが一押し。
4	函館麺や一文字	函館市湯川町2丁目	比内地鶏を中心に南茅部産の昆布など使用したラーメンは見た目とは裏腹に濃厚な旨み。
5	ラーメンなんでや麺	函館市湯川町3丁目	鶏ガラ・豚骨のWスープに特注麺と、形やまわりにとらわれず、ひたすら「自分流」を掲げる。
6	長万部 三八飯店	函館 湯の川温泉らーめんブギ	別途添付資料参照
7	ラーメン次郎長	函館 湯の川温泉らーめんブギ	〃
8	らーめんの超人	函館 湯の川温泉らーめんブギ	〃
9	ラーメンの王道 北浜商店	函館 湯の川温泉らーめんブギ	〃
10	ラーメン家本舗 ずん・どう	函館 湯の川温泉らーめんブギ	〃

## 道南地域について

道南地域とは、一般的に行政区である渡島(おしま)支庁 管轄の市町村(松前町・福島町・知内町・木古内町・上磯町・大野町・七飯町・鹿部町・森町・八雲町・長万部町・函館市)と、檜山支庁管轄の市町村(江差町・上ノ国町・厚沢部町・乙部町・熊石町・大成町・奥尻町・瀬棚町・北檜山町・今金町)をあわせて道南地域と呼ばれています。

北海道の中では比較的寒暖の差が少なく、気候が温暖で積雪量も少ない地域です。広大な北海道だけに、ここ道南地域は東京都と埼玉県をあわせた面積に匹敵する広大な地域です。

## 二つの集合飲食施設 ～「フードテーマパーク」と「フードコンプレックス」～

「フードテーマパーク」は、新形態のエンターテインメント施設である。

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」である。面積あたりの集客力は「ディズニーランド」をも凌駕すると言われる。「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、新しい形態のエンターテインメント施設である。

「フードコンプレックス」は、特定メニューに特化した新形態のフード施設である。

「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“複合飲食施設”である「フードコンプレックス」とは異なる。「フードコンプレックス」は、「ラーメンコンプレックス」に見られるように、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」とも共通している。しかし、大半の施設は店舗が集合しただけであり、テーマ性は希薄である。「フードコンプレックス」は、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る。

「フードテーマパーク」には、エンターテインメント施設ならではの魅力が求められる。

「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る。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ある。

## (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 20 施設)	フードコンプレックス(主要 40 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。	○ラーメンコンプレックス『ラーメン激戦区「東京編」』開業
2002 年	ラーメンフードテーマパーク『小樽運河食堂』開業 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。	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。
	『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	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)』、『名古屋驛麵通り』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。	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。
	『アイスクリームシティ(池袋)』( )開業 『浪花麺だらけ(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	○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き、地方都市での展開も始まる。集客も好調に推移。	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。
	『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	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)』、『船橋ラーメン横丁』、『情熱らーめん隊(南船橋)』開業 その他フードコンプレックス『スイーツミュージアム(大阪)』、『宇都宮屋台横丁』
2005 年	『東京パン屋ストリート』( )開業 『名古屋麵屋横丁』( )開業	○ラーメンコンプレックス『ラーメン国技場東京場所(お台場)』

参考文献：総合ユニコム刊「フードテーマパーク&amp;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、ラーメン、餃子、ご当地麺、スイーツなど、次々に新しいテーマを提案し、本年2月24日オープン「東京パン屋ストリート」、2月25日オープン「名古屋麺屋横丁」に至るまで、全国で16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	162万人 (実績)	(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	120万人 (実績)	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～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～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
15	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
16	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)	京楽栄開発(株)(運営管理) サンシャイン栄