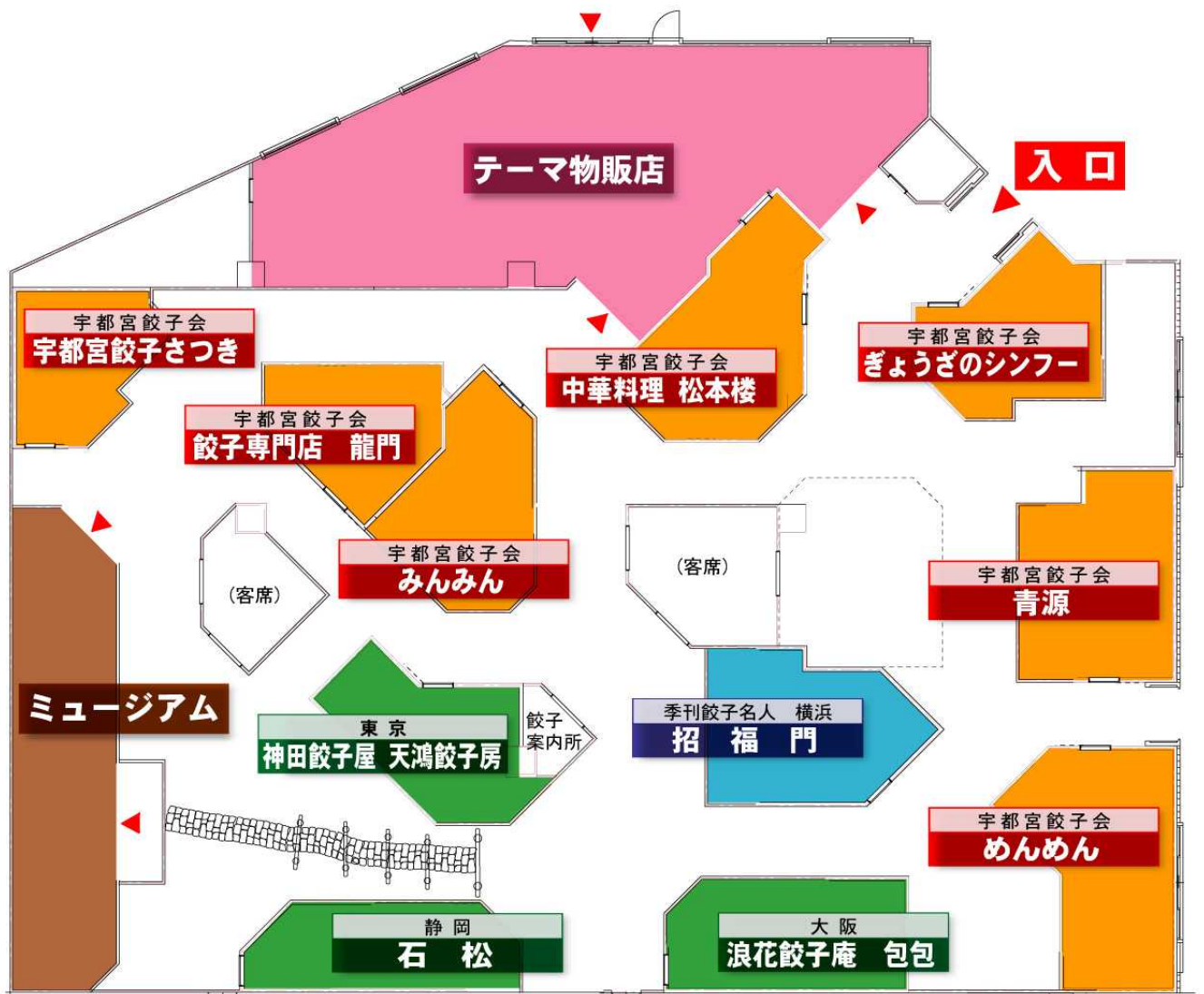


「宇都宮餃子共和国」ゾーニング図



「宇都宮餃子共和国」店舗紹介

	地域	店名・店主氏名	メインメニュー	店舗情報
宇 都 宮 餃 子 七 人 衆	宇都宮 (栃木)	「宇都宮の味」と 評される老舗餃子店 「みんみん」 (協)宇都宮餃子会会長 店主:伊藤信夫 (いとうのぶお)		1958年(昭和33年)創業の餃子専門店。宇都宮餃子会の会長を務め、まさに名実共に宇都宮餃子の代表店。 本場、北京の味を日本人向けにアレンジした餃子はやや厚みのあるぷりぷりの皮に、白菜を主体としたたっぷり野菜の餡はさっぱり。表面はゴマ油で焼いているので、パリッと香ばしく、中はジューシー。
		寛永2年創業の味噌屋が作るお袋の味 「青源」 店主:青木 直樹 (あおきなおき)		1625年(寛永2年)創業の味噌屋「青源味噌」の餃子専門店。味噌、生姜、柚子、酢を合わせた独特のスープが、主役の餃子を盛り立てる。餃子は味の染みやすい薄皮を使用。ツルツとした食感の餃子とオリジナル味噌スープとの相性が抜群。ほっとする癒し系の水餃子は女性に大人気。
		笑顔の絶えない地元 学生の人気店 「宇都宮餃子さつき」 店主:山下 登貴雄 (やましたときお)		若者でにぎわう商店街「ユニオン通り」の人気店。安価でしかも美味しくをモットーに様々な研究を重ねた地元の学生さん御用達の餃子は、ニンニク控えめのあっさりタイプでありながら、コクのある旨みが同居する逸品。今回の出店では地元栃木の和牛を使った「下野餃子」を限定提供。
		うまいことには、 意地がある 「餃子専門店 龍門」 店主:杜 龍門 (もりりゅうもん)		「懐かしいラーメン」風の鶏ガラ醤油味のスープにフワッと柔らか溶き玉子と長ネギ。沖縄の“命塩”と醤油をはじめ素材は全て無添加。旨みを引き出す為、2度引きした新鮮な豚肉と吟味したたっぷりの野菜。ボリュームがありながらもさっぱりとした味わいは秘伝の隠し味が利いている。
		パリパリジューシー 宇都宮羽根付餃子 「めんめん」 店主:田淵 幹夫 (たぶちみきお)		宇都宮の羽根付き餃子。豚のウデ肉と新鮮な白菜をたっぷり使った餃子は深みとコクのある味わい。自慢のスープをたっぷりと餡に練りこんでいるので、一口噛むと口いっぱい汁が溢れだす。香ばしく焼き上げられた皮のパリッパリとした食感とジューシーな肉汁、ごま油の香りがあとを引く。
		中華スープに浸した 絶品水餃子が自慢 「中華料理 松本楼」 店主:松本 友末 (まつもとともすえ)		煮干し、昆布、豚げんこつ、若鶏の脂、根生姜と個々のだしの旨みがきいたスープにツルツとした食感の餃子。優しい味わいながらも、餡に混ぜられたゴマと味噌、肉と野菜のバランスが抜群。ニンニクと生姜を酒と一緒に擦り下ろし、醤油は鍋で焼いて使うなど、一手間を惜しまない職人の心意気が光る。
		食べてわかる幸せ (シンフー)の味 「ぎょうざの シンフー」 店主:横山 とき子 (よこやまときこ)		新鮮野菜をたっぷり使ったヘルシー餃子。中国語で「幸福」を意味する店名の通り、ひとくちで幸せな気分になれるやさしい風味。野菜から出る自然な甘みを最大限に生かすため、10種以上のスパイスをオリジナルでブレンド。あっさりながら複雑な味はやみつきに。純和風カニ、明太子、フカヒレなど多彩な創作餃子が楽しい。

ご当地餃子四天王	東京代表	味にうるさい下町 「神田っ子」も舌を巻く 神田餃子屋 「天鴻餃子房」 店主:森部 弘樹 (もりべひろき)		1953年(昭和28年)創業の中華料理店「神田餃子屋」をルーツに、生餃子の持ち帰りも可能な手作り餃子専門店「天鴻餃子房」が誕生。大衆食の激戦区「神田神保町」を昭和より生き抜いてきた老舗。九州産黒豚をたっぷり使用し、肉汁のうまみを逃がさぬよう、少し厚めのもちもちした皮で餡を包む大ぶりの焼き餃子。
	静岡代表	餃子消費量第2位 静岡の誇る伝説店 元祖浜松屋台餃子 「石松」 店主:大隅 純 (おおすみじゅん)		1954年(昭和29年)創業。連日夜遅くまで行列が絶えなかったといわれる戦後浜松駅前で親しまれた伝説の屋台餃子店。滑らかな皮と、具の半分以上を占めるキャベツの甘みが際立つ餃子は、丸鍋に円を描くように並び焼き上げられる。中央に添えられる浜松餃子特有の口直し「もやし」も屋台時代からの変らぬスタイル。
	大阪代表	神戸生まれの大阪育ち 絶品一口餃子 味噌だれ一口餃子 「浪花餃子庵 包包」 店主:山村 麻衣子 (やまむらまいこ)		大阪風一口餃子に神戸風味噌だれを合体させた絶品餃子。うるち米をブレンドした皮は透き通るほど薄く、焼き面はパリパリで究極の舌触り。魚油(魚の発酵エキス)をブレンドした秘伝の味噌だれは、まるやかで芳醇な味わい。二度挽きした豚ミンチに、にらやキャベツを加え、ジューシーかつあっさりとした味に仕上げる。
	神奈川代表	横浜中華街を代表する 人気行列店 香港点心餃子 「招福門」 店主:伊藤 常行 (いとうつねゆき)		本格中華料理店が群雄割拠し、熾烈な競争を極める横浜中華街に1999年(平成11年)突如現れた超新星。新興ながら、中華街の食べ放題先駆け店として、また香港飲茶を日本人風アレンジした多彩な飲茶メニューで一躍人気店に。「池袋餃子スタジアム」で常に最高ランクの評価を得ていた「海老揚げ餃子」は、超薄皮に海老が丸ごと入った点心餃子の至宝。 <季節ごとに店舗が入れ替わる「季刊餃子名人」店舗の第一弾です。>

【「ご当地餃子」とは】

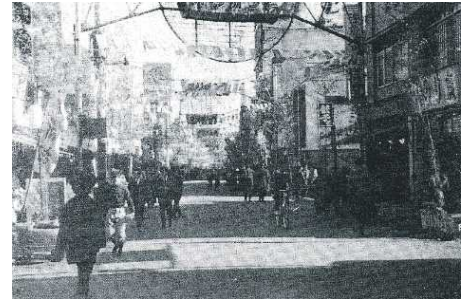
春秋時代（紀元前6世紀頃）の遺跡から発掘され、漢（紀元前206～紀元220年）の時代の書物に記載されているように、中国にその起源を持つ“餃子”が、日本で本格的に普及し始めたのは第二次世界大戦後、中国東北地方から引き上げてきた人々が、現地の主食であった餃子を持ち込んだのがその始まりでした。その美味しさはもとより、栄養価や食べやすさ、作りやすさなどが受け、全国各地の文化や風習、特産物などと密着した“ご当地餃子文化”が育まれていきました。

当初は、中国流の水餃子や蒸し餃子が主流でしたが、日本人にはあまりなじまず、じきに焼き餃子が広まっていきました。物資が乏しかった時代に、鉄板1枚で出来る気軽さ、少ない食材ながらも、皮・肉・野菜と栄養満点であるという点で、“餃子”は、ヤミ市などを舞台に日本全土で同時多発的に、庶民の食べ物として浸透していったのです。

日本における餃子の広がりの特長は、家庭食としてだけでなく、外食としても発展していった点にあります。食材原価が安いことから値段も安く提供できたため、市井の人々の生活の糧として餃子屋台が人気を得ていったのです。

また、日本において水餃子や蒸し餃子ではなく焼き餃子が人気なのは、もともと日本人は油を強く加熱した香り「ディープフライフレーバー」を好む傾向があり、こうした気質も焼き餃子を受け入れた理由と言われています。また、本来別々に食べていたにんにくを餡に混ぜ込み、ごはんのおかずや酒のつまみにするといった日本独自の食べ方からも分かるように、焼き餃子は日本人の味覚に合ったジャパニーズフーズといっても過言ではありません。

こうして昭和30年代にかけて日本全国に登場した餃子は、各地の風土や食材、歴史や環境などの影響を受けて、独自の“ご当地餃子”として進化を遂げていきました。



【宇都宮餃子】

戦中、中国東北地方に進出した第14師団駐屯地があった宇都宮では、戦後帰国した師団員たちが餃子を持ち込みました。寒暖の差が激しい気候がスタミナ食を求めた事、宇都宮近辺が日本有数の小麦生産地であり、ニラ・ネギなどの畑も多く材料に欠かなかった事なども助け、宇都宮に餃子文化は一気に根付き、「餃子」は、まさに宇都宮の歴史と風土が育んだご当地食となりました。

また、現在では、総理府統計局「家庭調査年報」で、毎年のように、宇都宮市が餃子消費量第1位になっており、市内には約190もの店舗がひしめき合い、平成5年には「宇都宮餃子会」が発足し、市をあげて「餃子の街・宇都宮」として観光PRに力を入れています。

【宇都宮餃子とチームナンジャ】

ナムコの企画・プロデュース集団「チームナンジャ」が、ナムコ・ナンジャタウン内に、全国ご当地餃子をテーマに掲げたフードテーマパーク「池袋餃子スタジアム」を開設する際に、施設の目玉として必要不可欠であると位置付けたのが「宇都宮餃子」でした。交渉の末、宇都宮餃子会の直営店舗「来っせ」の宇都宮以外で初めての出店を実現し、ご当地餃子の殿堂としてのステイタスを確固たるものとなりました。また、この出店に伴い、更なる餃子文化の発展と話題の創生を目的として、餃子の聖地“U-city”宇都宮市と「ナムコ・ナンジャタウン」とが「餃子姉妹都市」を締結、オープン時に福田宇都宮市長（現栃木県知事）が来園、調印式に参加されました。

それ以来、宇都宮市と宇都宮餃子会と連携した活動が始まり、宇都宮餃子祭りへの参加や宇都宮観光物産展の共催、「池袋餃子スタジアム」や「浪花餃子スタジアム」への宇都宮餃子会店舗の出店など、共通のミッション（使命）として餃子文化の発展に寄与してまいりました。

今般、“餃子の聖地・宇都宮”において「宇都宮餃子共和国」を開設するにあたり、今までの活動の集大成として、また今後、日本全国の餃子ネットワークを構築する拠点として、チームナンジャが培ってきた“餃子エンターテインメント”をふんだんに散りばめ、宇都宮における新たな観光名所として実現いたします。

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 21 施設)	フードコンプレックス(主要 42 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『清水ずしミュージアム』が開業	○初の中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。 『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)』、『名古屋驛通リ』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)』、『麵口ロード(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。 『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)』、『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 『函館 湯の川温泉ラーメンズギ』()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)』、『ラーメンスクエア(立川)』、『宇都宮拉麺胡同(宇都宮)』

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、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」、6月3日「函館 湯の川温泉 ラーメンブギ」に至るまで、全国で17カ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
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
17	函館 湯の川温泉らーめんブギ	函館市	2005年 6月3日	6店舗	約647㎡ (約197坪)	未公表	50万人 (見込)	株式会社湯の川観光ホテル 湯の川観光ホテル