

米ニューヨークへの日本資本の外食産業の参入が活発化しています

蟬本 睦

日本でも報道されていると思いますが、日本食が多く集まるイーストビレッジの北に「いきなりステーキ」が登場しました。株式会社ペッパーランチの「いきなりステーキ」、海外1号店となりますが、2月末のオープン以来、順調な滑り出しのようです。筆者も行ってみましたが、金曜日の夜ということもあってか、多くの方が並ばれていて、45分待ちでした。

私がアメリカに来たのは、2008年、そのころはまだ現在のようなブームには至っておらず、日本料理屋はまだまだ、こちらに移住してきた「海外で一旗あげた」日本人たちか、中国系・韓国系などアジア系の方々が多かったように思います。そのころより、ロバート・デニーロが仕掛けた「NOBU」などアメリカ人経営による和食レストランが登場し始めました。ニューヨーク発祥の和食、「NOBU」はすでに米国12店舗、世界20都市に広がっています。また、ロンドンベースの高級コンテンポラリー和食、「ZUMA」もミッドタウンのマディソン街に2015年にオープンしました。「NOBU」や「ZUMA」に特徴的なのは、有名な建築家の登用、徹底的なビジュアルプレゼンテーションと客席の多い大型な店舗、そして日本人シェフによる本格的な和食です。店を覗けば見るからにリッチそうな白人の顧客層ということで、もはや日本人はお客さんではなく、料理を作ったりサーブする側という感じです。

さて、我が日の丸資本はどうでしょうか？ラーメンの「一風堂」がNYに上陸したのが、2008年です。2号店が2013年。この「一風堂」の進出が大きくニューヨークの日本食地図を変えたと思います。「秀ちゃんラーメン」、「ずんどう屋」、「麵徳ラーメン」、「一蘭」などが進出、アメリカ人、非日系人経営の「アイバンラーメン」や「Muラーメン」、地元日系人資本による「トットラーメン」などと相まり、もはやニューヨークはラーメンの激戦地となっており、ラーメンブームは野火のように全米、地方にまで広がりつつあります。

前後しますが、「大戸屋」のニューヨーク進出は2012年。日本よりはプレミアム感を出した内装や料理が好評で、本格的な料理も相まって現在も行列ができる繁盛ぶりです。

「いきなりステーキ」の客層を見て、また大戸屋とも共通するのが、アジア系の若者が多いなということです。私の主観ではありますが、昨年オープンした、うどんの「つるとんたん」もそうですが、新しいお店で行列しているお客さんの多くは中国系や韓国系とおぼしき若者です。耳をすませば流暢な英語を話しているの、おそらく二世以降の世代でしょう。これは筆者が取り扱うプロダクツに関してもそうですが、彼らアジア系は日本びいきで、大変ありがたいサポーターとなっています。

アジア系の実力を詳しくみてみましょう。2015年の人口データでは、アジア系はまだ全米で5.6%のシェアですが、約1,800万人で、シンガポールの優に3倍を超えます。実は人種別の平均家計所得では、68,000ドルを超え、平均では白人(57,000ドル)を抑えてトップです。

また、ニューヨークは、年間6,000万人近い観光客が訪れる街であることも忘れてはいけません。このニューヨークに全米から、世界から集まるお金や人を狙って、多くの企業がニューヨークを目指しています。広島県の外食産業の方々もぜひ、このニューヨークに挑戦をしていただきたいと思っています。個人的には、広島風のお好み焼きのお店が群雄割拠する時代がくると、とても嬉しいです。