



Maiベスト らーめん店論

～明日から使える、ラーメン評価方法～

今回の話のベネフィット

◆Before

ラーメン店に行った時、評価の具体性が乏しい



受け手として、行きたいと思って聞いているのに行きたいと思えなくなってしまふ(;ω;)ウウウ

◆After

具体性を持ってラーメン店の評価が語れる。



評価の整合性が向上することにより、以下の効果を見込む。
①顧客の来店意欲の促進
②ラーメン店の競争促進
→**ラーメン業界の活性化**

それでは解説していきます！！！！

プロローグ

日本には、約2万4千店のラーメン店があります。

なんと！開店をしたラーメン店の約4割が1年以内に閉店をしています。

【Mai仮説】

口コミによって明暗が分かれている。その口コミの情報には不確実性が多い！(T_T)

この不条理なラーメン業界の評価の仕組みを改めたいと思い、今回の理論を導きました。

AIDMA(アイドマ)



①土地勘に合った価格設定か？

理想はラーメンの価格 / 周辺の家賃相場(1 K)が**0.8%以内が適正**である。

例) 恵比寿の家賃相場(1 K)	例) 恵比寿のラーメン「まちかど」の価格(1杯)
11.97万円	950円

上記の例をとってみると、0.79%なので価格設定は適正であると判断できる。

例) 板橋区の家賃相場(1 K)	例) 板橋区のラーメン「龍の家」の価格(1杯)
7.6万円	880円

上記の場合は、1.15%なので価格設定においては、やや割高といえる。



③味

味がストーリーになっているか？
味を構成する要素を各項目に分けて点数化

(麺の味+スープの味) - (運ばれてきた瞬間の香り+具材の味) = Xとする

食べた後の印象

食べる前の想像

※Xがプラスになる場合は、評価○
Xがマイナスになる場合は、評価△ or ✖

例えば・・・！！！！

②外観で判断しない

長く続いているお店は、老朽化は避けられない。外観だけで判断するのはナンセンス。



先程の公式に当てはめると・・・

$$(70+95)-(80+75)=10$$

Xがプラスになる場合なので、評価はOということになる!!!



量もたっぷり!



揚げモツが入った熱々のスープ(これに麺をつけて食べます)

モツも、焼豚もあるのにマイルドな味わい。



中華鍋で具材を炒めている音や香ばしい香り、LIVE感を味わいながら♪



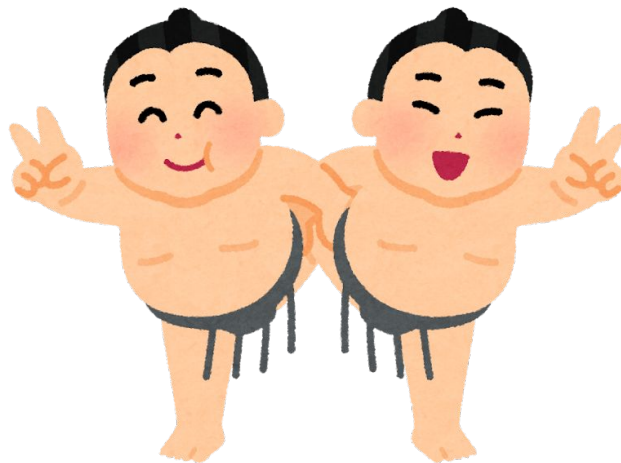
もやしナムル食べ放題

Xに割り粥も頂けます

ラーメン 龍の家 板橋大山店

④ごはんものが美味しい

紹介させてください♪





らーめん 鴨to葱



東京都 台東区 上野 6-4-15



神戸大倉山にある本店

『もっこす』の 沢庵

この沢庵、業者から大量に買いたいくらい好きです。
ラーメンにも合う沢庵。



もっこす総本店

兵庫県神戸市中央区楠町
7-1-3

さいごに。

ラーメンは国民食として絶大な人気を誇っていますが、元々は中華料理店の1メニューに過ぎなかったそうです。ところが、戦後の屋台やラーメンの専門店の登場によって進化していき、今、私達の胃や心を満たしてくれるものとなっています。

私も、出社の帰り道など食べて帰ることが多いですが、ラーメンそれぞれに色んな顔があって全く飽きません。それは、ラーメンの料理人の方は独学で開業をする方が多く、独創的なアイデアがあることや、それぞれお店の強みがあるからだと思います。

これは、職場やチームなんかにも通ずる部分があると思います。ある方が言っていたのですが、『それぞれの強みを発揮せずにそのまま死んでいくことが一番怖いと思っている』と。まさにそうだなあと思いました。

コロナ禍でラーメン店の倒産も増えました。それぞれのお店の良いところや、もっとこうした方が良いところを皆が言語化・評価でき、お店側はそれを知り、切磋琢磨できたら、もっともっとラーメンを楽しめると感じました。以上です！