

ウイズ 東南アジアでラーメンの出店加速

FC展開し、20年に30店へ

飲食店経営などのウイズリンク（安佐南区伴南1-5-30-2、江口歳春社長）は、東南アジアでラーメン「ばり嗎」の出店を加速する。7月に中国・香港で1号店をオープンし、マレーシアでは2店目を、9月にはインドネシアでも2店目を予定。また、中国広東省の企業がばり嗎にフランチャイズ（FC）加盟するエリア契約を結び、フィリピンではFC店のオープンを交渉中。2020年までに海外の直営・FC合わせて計30店を目指す。

11年12月のシンガポール現地法人「withlink singapore PTE LTD」社長（同）の設立と同時に、同国直営1号店を開店。その後、アジアの飲食店企業などとFC契約し、インドネシア、マレーシア、香港などで計7店をオープン。それぞれ店舗規模は100〜132平方メートル、約50席。広島本部から指導員を派遣して調理や接客、管理などを約30日間にわたって研修する。食材は、味の基本となるスープを日本から供給。現地調達するチャージューは、日本のレシピを使って味付けし、麺は店内設置の製麺機で毎日製造。たまりじょうゆをベースに豚骨本来のうま味を引き出した「最強濃厚とんこつ醤油ラーメン」を柱に、現地の食文化に合わせてサイドメニューも提供する。客単価は1000〜1500円で、月間来店者数は平均6000人と軌道に乗せている。東南アジアはイスラム教徒が多いことから豚肉を使っていない「鶏ラー

メン」の開発を進め、年内には商品化を予定。今後はオープン指導員を2人派遣に増やすほか、滞在期間を延ばし、サポートを充実させる。

7月オープンの香港コースウェイベイ店は路面にラーメン店が密集する登龍街の一角に位置し、初日は約600人の来客と好調な滑り出し。13年の統計によると、世界の商業地の中で最も賃貸料が高く、人通りが多いことから、月間売上高1500万円を予想。同国では、マカオなどで飲食店を40店以上運営する大手飲食グループとエリアFC契約をしており、今後の出店に弾みをつける。また、同国広東省の企業とのエリアFC契約では、同省内での多店舗展開も見込む。ウイズリンクは現在、「どりの助」、「風雲丸」を含め3業態で国内70店（直営13店）を展開。18年までに国内外で100店を目指している。

県と仏料理専門校が調印 日本酒の普及や食文化振興へ

広島県は7月22日付で、フランス・パリの伝統ある料理学校の日本校を経営するル・コルドン・ブルー・ジャパン（東京都渋谷区猿樂町）と、日本酒の普及を通じて日仏の食文化の振興を目指す合意書に調印した。

今後、協働して普及活動や県産の純米酒と吟醸酒を使ったレシピの開発、新規講座、書籍企画などを展開していく方針だ。湯崎英彦県知事と代表団がパリ校を訪れ、アンドレ・J・コアントロ会長と共に署名した。同校は1895年に創設された料理学校で現在、世界28カ国に50数校を構え、仏料理の継承と発展に貢献している。年間2万人以上の学生が通

う。日、英、中国語でも授業が行われ、留学生向けに日本食材、日本食を取り上げる講座や実演を随時開催。

やま磯、おにぎらず 「かきだし塩のり」を発売

味付けのりなど製造のやま磯（安芸区矢野新町、磯部茂見社長）は8月1日、ご飯と具材を載せて挟むだけで簡単にできる握らないおにぎりの専用「おにぎらず」「かきだし塩のり」を発売する。

のりの上にご飯を広げて好みの具材を置き、折り畳んで作る。人気料理漫画「クッキングパパ」で紹介されたレシピで、調理の手間を掛けずに作れ、見た目もおしゃれで楽しめるメニューが注目されている。のりは塩味がよく合うことから、伯方塩業（愛媛県）の「伯方の塩」を使った塩味ベースのたれと、具の味が引き立つよう瀬戸内海産のカキの煮汁をブレンドしてまろやかに仕上げた。手に持ったときに表面がべとつかず、包むときに破れにくいという。タイプは全形サイズ190×210ミリと、半切95×105ミリの2品。全形は7枚入りで標準小売価格300円。半切は10枚入りで同230円。全国の量販店やスーパーほか、同社オンラインショップで販売する。

中国醸造（廿日市市）は7月17日、カーブハイボールを缶にあしらった「カーブハイボール」を発売した。

県産レモンを使ったレモンスピリッツ（蒸留酒）と、檸檬で熟成したスピリッツを使用。暑い時期に合う爽快感のある味わいに仕上げた。アルコール分は7%。350ミリ。希望小売価格は170円（税別）。県内の酒類販売店、同社のオンラインショップ「やすらぎ醸造房」で販売する。



広島
名産 **ピオーネ**
広島・本産 **長崎屋**
(082) 247-2275