

今回のテーマ

『ミシュランガイド・ニューヨーク 2024年版』から読み解く
ニューヨークにおける日本食業界と周辺のトレンド

2024年12月に『ミシュランガイド・ニューヨーク 2024年版』が発表になりました。

『ミシュランガイド』とは、1900年にフランスのタイヤメーカーであるミシュランによって創刊された飲食店等の評価ガイドブックです。ミシュラングループの社員である審査員（インスペクター）が、その素性を明かさずに世界中のレストランを訪問し、厳格な基準に基づき評価しています。

『ミシュランガイド』では飲食店等を全世界統一の基準で評価し、一つ星から三つ星までの星の数で表します。星を獲得したり星の数が増えたりすると、集客数が劇的に変わるなど、世界的に大きな影響力を持っています。ミシュランの評価は毎年更新され、新たに星を獲得する店もあれば、星を落としてしまう店もあります。毎年この時期、飲食業界関係者はミシュランガイドの発表に注目しています。

今回は、『ミシュランガイド・ニューヨーク 2024年版』から日本食業界の興味深いトレンドをいくつかご紹介します。

- 【トピックス】
- ✓ ニューヨークで高く評価される日本食
 - ✓ 非日本人シェフの日本食店も星を獲得
 - ✓ 韓国料理の存在感が増している
 - ✓ アジア料理は身近で気軽な存在として浸透
 - ✓ サステナビリティな取り組みも新しい評価基準に



（画像：ミシュランガイド アプリから引用）

ニューヨークで高く評価される日本食

ニューヨーク市には約27,000軒の飲食店があると言われています（出典：NYC Department of Health *1）、『ミシュランガイド・ニューヨーク 2024年版』で星を獲得した店は74店舗でした。

フレンチやアメリカンなど欧米料理の店がずらりと並ぶ中、**19店舗の日本食店が星を獲得**しました。実に、ミシュラン星獲得店の**4分の1が日本食店**という快挙です。



『Masa』 (寿司)

ミシュラン星を獲得している日本食店舗数は、日本国外ではニューヨークが最多と言われています。ニューヨークでいかに日本食が愛され、高く評価されているかがお分かりいただけると思います。

ミシュランによると、最高評価となる**三つ星は「そのために旅行する価値のある卓越した料理」と**定義されています。その料理は芸術の域に達しており、後世に受け継がれることも多いとのこと。

今回、ミシュラン星を獲得した74店舗のうち、三つ星を獲得した店舗は5店舗で、そのうち**日本食店は1店舗**です。

（写真引用：同店ウェブサイト www.masanyc.com）



『Sushi Noz』(寿司)

(写真引用:同店ウェブサイト www.sushinoz.com)

次に評価の高い**二つ星**は「**遠回りしてでも訪れる価値のある素晴らしい料理**」を提供する店舗に授与されます。熟練した技術だけでなく、目を見張る食材の質や独自性が評価されます。

74店舗のうち、二つ星を獲得したのは14店舗で、そのうち**3店舗が日本食店**でした。



『Odo』(懷石) (写真引用:同店ウェブサイト www.odo.nyc)

参考:JFOODO海外フィールドメーカー現地レポート ニューヨーク
「ニューヨークで活躍する日本食店インタビュー」(2023年11月)

(www.jetro.go.jp/ext_images/jfoodo/archive/fm_report/202311_ny_rev.pdf)



『Sushi Sho』(寿司)

特に『すし匠 (Sushi Sho) 』は2024年夏にニューヨークへ進出・開店し、その年に二つ星を獲得するという快挙を成し遂げました。

(写真引用:同店ウェブサイト www.exploretok.com/sushi-sho-nyc)

一つ星は「**近くに訪れたら行く価値のある優れた料理**」とされ、食材の質、料理技術、味付けの完成度など、その料理カテゴリの模範となる店に授与されます。一つ星を獲得した55店舗のうち、**日本食店は15店舗**でした。寿司店を中心に懷石、割烹、焼き鳥、天婦羅など幅広く選ばれています。

さらに、**日本人シェフが腕を振るフランス料理店が2店舗、一つ星を獲得**しています。

アクセントとして日本食材を巧みに取り入れたり、日本酒とペアリングしたり、日本食の新しい可能性を提案しています。



『L'Abeille』

(写真引用:同店ウェブサイト www.labeille.nyc)



『Restaurant Yuu』

(写真引用:同店ウェブサイト
www.yuunewyork.com/restaurantyuu)

非日本人シェフの日本食店も星を獲得

近年のトレンドとして、ニューヨークでは、**非日本人シェフによる本格的な日本食店が続々と登場**しています。特にこの1～2年は、日本食店や日本人シェフの元で経験を積んだ非日本人がシェフを務める店がミシュラン星を獲得しており、驚かされます。



『Jōji』（寿司）

2023年に開店、2年連続で一つ星を獲得しています。“世界屈指の料理界の権威”“フレンチの巨匠”と呼ばれるシェフ、ダニエル・ブールー氏が経営する店の一つです。

料理長のジョージ・ルアン（George Ruan）氏は中国出身で、三つ星寿司店『Masa』で20年経験を積んだ後、『Jōji』の料理長として抜擢されました。『Masa』ではサーバー（※食事・飲料を提供するウェ이터・ウェイトレスのこと）として働き始めましたが、その献身的な仕事ぶりが評価され、厨房や寿司カウンターで修行を積んだそうです。

（写真引用:同店ウェブサイト jojiny.com）

『Bar Miller』（寿司）

2023年に開店し、2024年に一つ星を獲得しました。

サステナブルな寿司のパイオニアと言われる『Rosella』の共同経営者兼シェフ、ジェフ・ミラー（Jeff Miller）氏がプロデュースした店です。ミラー氏はフロリダやニューヨークの寿司店で経験を積んだ後、2020年に『Rosella』を開店しています。



（写真引用:同店ウェブサイト www.barmiller.com）

魚介類をはじめとする食材はニューヨークや周辺地域で獲れるものを優先して仕入れています。また、地球環境への影響を最小限に抑えた方法で養殖・捕獲・栽培されたものを使用しています。飲料リストも同様で、日本酒はニューヨークのブルックリン区で造られたものが中心です。

『Shota Omakase』（寿司）

2023年に開店し、2024年に一つ星を獲得しました。

オーナーシェフのチェン・リン（Cheng Lin）氏は中国出身で、ニューヨークの寿司店『Hatsuhana』『Sushi Seki』『ITO Tribeca』などで寿司職人として腕を磨いた後、独立しました。魚介類の90%は日本から空輸で仕入れたものを使用しています。仕入れにあたっては中間業者を介さず、市場と直取引することにこだわっているそうです。コメは岐阜県下呂市の小さな農家から仕入れた有機米を使用し、2種類の寿司酢をネタに合わせて使い分けしているとのこと。日本酒も幅広い品揃えです。

（写真引用:同店ウェブサイト www.shotaomakase.com）



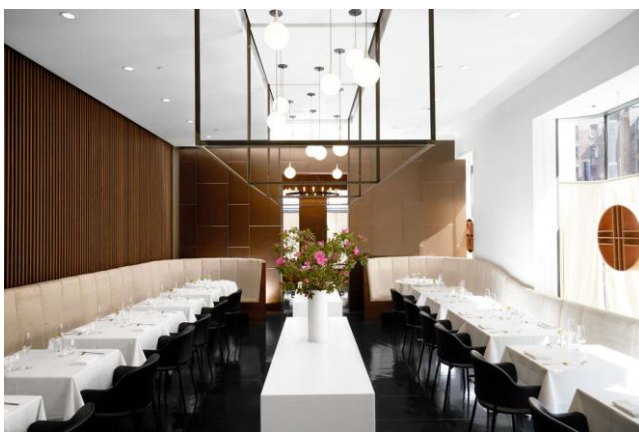
ダニエル・ブルー氏をはじめとする**ミシュラン星常連の著名なシェフたちの多くは親日家で、日本食文化の影響を受けている**ケースも少なくありません。非日本人シェフの日本食店のミシュラン星獲得の背景には、そうした要因も影響しているのかもしれませんが。

韓国料理の存在感が増している

大きな話題となったのは、**韓国料理店『Jungsik』が三つ星を獲得**したことでした。ニューヨークで三つ星獲得店が誕生したのは実に12年ぶり。過去に三つ星を獲得していた4店舗に加え、同店舗はニューヨークで5店舗目の三つ星獲得店となりました。

米国全体でも三つ星獲得店は13店舗のみで、同店は**米国で初のミシュラン三つ星を獲得した韓国料理店**となったそうです。2011年の開店直後に一つ星を獲得し、2013年に二つ星、2024年に三つ星へ昇格しました。

「The originality and impeccable presentation at Jungsik New York created a distinct experience for our inspectors collectively（独創性と非の打ち所がないプレゼンテーションが、他と全く異なる体験を生み出した）」と高く評価されました。



『Jungsik』

（写真引用：同店ウェブサイト
www.jungsik.com）

この数年、**ニューヨークでは韓国料理ブームが起きており、高級化が進んでいます**。2018年開店『Atomix』（2021年から二つ星）、2017年開店『Jeju Noodle Bar』（2019年から一つ星）は、比較的長く星を維持していますが、2021年からの3年でなんと9店舗もの韓国料理店が一気に一つ星を取得したのです。**ミシュラン星獲得店舗数は日本食に迫り、その勢いは驚異的**です。

ミシュラン星獲得数 比較 著者作成

	三つ星 (全5店舗中)	二つ星 (全14店舗中)	一つ星 (全55店舗中)
日本料理 	1	3	15（うち3店舗はオーナーや料理長が非日本人）
韓国料理 	1	1	10

日本・韓国以外のアジア系料理店では、一つ星がインド料理で1店舗、中国料理で1店舗にとどまります。

日本食店と韓国料理店が高く評価されていることがお分かりいただけると思います。



『Atomix』

（写真引用：同店ウェブサイト www.atomixnyc.com）

『Jeju Noodle Bar』

（写真引用：同店ウェブサイト www.jejunoodlebar.com）

もともと韓国料理のハッキリした味づけは米国人好みで人気がありました。しかし、近年の韓国料理ブームの背景については、複数のメディアが「**K-Popや韓国映画、韓国ドラマ、ゲームなど、さまざまな韓国文化が世界的に普及したこと**」を挙げています。

そして、ニューヨークでの高級化の流れを一気に促進したのは、2008年に開店した『Momofuku Ko』でした。

同店は、ニューヨークで最も影響力があるシェフと言われ、レストラン実業家でもあるデイヴィッド・チャン（David Chung）氏が手がけ、おまかせスタイルで独創的なアジア・フュージョン料理を提供する店でした。同店は2009年から連続で二つ星を維持していましたが、『Momofukuグループ』の展開戦略変更により、惜しまれつつ2023年に閉店しました。

デイヴィッド・チャン氏は韓国系米国人2世で、日本で料理修行をした経験もあり、日本食文化に大いに影響を受けたシェフのひとりです。爆発的人気となった『Momofuku Noodle』はラーメンブームの火付け役でもありました。



小売店では韓国調味料も人気がある。
『Momofukuグループ』がプロデュースする調味料や麺類なども数多く並んでいる。
(写真:Whole Foods Market/著者撮影)



『Momofukuグループ』の成功に、上述の『Jungsik』『Atomix』といった店が続き、現在に至るという訳です。高く評価される韓国料理のシェフたちは、著名なレストランや海外で腕を振るった経験が豊富です。
日本食文化にも造詣が深く日本食材や調理法を研究し、取り入れている店も多くあります。

アジア料理は身近で気軽な存在として浸透



『Nami Nori』（創作手巻き寿司）

(写真引用:同店ウェブサイト URL:www.naminori.us)

ミシュランガイドは、高級店だけを評価するのではなく、幅広いジャンル・価格帯の飲食店を紹介しています。「**ビブグルマン**」は「**価格以上の満足感が得られる料理**」を評価するもので、星同様にミシュラン審査員が厳格に調査をしているそうです。

ニューヨークでビブグルマンを獲得した飲食店は約90店舗あり、そのうち約半数がアジア系料理です。日本料理や韓国料理から、中国料理、タイ料理、ベトナム料理、マレーシア料理、ミャンマー料理、カンボジア料理、インド料理、スリランカ料理、チベット料理まで、ジャンルは多岐にわたります。

日本食店は3店舗で、蕎麦、ラーメン、創作手巻き寿司（Open Hand Roll）の店でした。他のアジア諸国でも、中国料理16店舗、韓国料理7店舗、タイ料理6店舗、と健闘しています。

今回新規でビブグルマンを獲得した
カンボジア料理『Bayon』（左）
スリランカ料理『Lungi』（右）



(写真引用:同店ウェブサイト www.bayonnyc.com)



(写真引用:同店ウェブサイト lungirestaurant.com)

サステナビリティな取り組みも新しい評価基準に

グリーンスターは、卓越した料理だけでなく、持続可能な活動においても業界の最先端を行くレストランに授与される新たな指標です。2021年版から始まり、世界で約600店舗がグリーンスターを獲得していると言われています。

持続可能な取り組みの範囲はさまざまで、「地元や旬の食材、責任を持って生産された食材の調達」「食品ロスの削減」「使い捨てプラスチック製品を使わない、リサイクル不可能な製品を使わない」「植物由来のメニューに重点を置く」「倫理的かつ人道的な労働環境の構築」などが評価されます。

ニューヨークでは4店舗、『Blue Hill at Stone Barns』、『Family Meal at Blue Hill』、『Dirt Candy』、『One White Street』が獲得しています。



『Blue Hill at Stone Barns』

(写真引用: 同店ウェブサイト www.bluehillfarm.com)

『ミシュランガイド』は影響力があるものの、あくまでもひとつの基準に過ぎません。しかしながら、ミシュランガイドにはさまざまなトレンドが凝縮されており、興味深く感じます。私は「顧客に美味しい料理やお酒を提供しよう」と日々奮闘する飲食業界のみなさんをリスペクトしています。

【レポート執筆者】



日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）
海外フィールドマーケター（ニューヨーク）

太田 あや（OTA Aya）

BIO ARTS NYC, INC. 代表。
食・健康分野を中心に、事業コンサルティングや市場調査、視察研修のほか、フード&ヘルスライターとして執筆経験も多数。
日本の自治体や政府と共に、バイヤー招聘事業や知事現地トップセールス時の広報・コーディネート業務など、数々の日本産品輸出拡大プロジェクトを支援。
ニューヨーク市場への日本産食品・酒類の輸出拡大に取り組んでいる。

【参考文献・出典】

ミシュラン星取得店や店舗数、評価基準などの情報はミシュランガイドより guide.michelin.com/us/en

*1 NYC Department of Health www.nyc.gov/site/doh/services/restaurant-grades.page

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。

ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。