

ЧИ ЁН ДЖУН

# РАМЕН

ИСТОРИЯ, КОТОРУЮ  
МОЖНО СЪЕСТЬ



Чи Ён Джун

**Рамен. История,  
которую можно съесть**

«NOVA Creative Group»

УДК 008

ББК 71

## Ён Джун Ч.

Рамен. История, которую можно съесть / Ч. Ён Джун — «NOVA Creative Group»,

ISBN 978-5-908058-23-0

Об авторе: Чи Ён Джун — один из самых известных в Корее исследователей и популяризаторов культуры рамена, блогер под псевдонимом «Покоритель Рамена Пики», критик и настоящий энтузиаст, посвятивший более одиннадцати лет изучению истории лапши, индустрии её производства и уникальных человеческих историй, стоящих за этим блюдом. Его путешествия, встречи с предпринимателями, посещение фабрик, фестивалей и музеев рамена превратили его в выдающегося эксперта, а страсть к теме — в полноценную миссию: рассказывать миру о том, как простая лапша стала символом надежды, культурной идентичности и вдохновения. О книге: Рамен — это не просто лапша. Это история целого поколения, рожденная в послевоенное время, когда людям нужно было доступное, сытное и утешающее блюдо. Сегодня рамен отражает душу народа, его культурный код. Эта книга рассказывает о том, как обычная лапша превратилась в мировой феномен. Вы узнаете: • почему в Корее рамен едят почти ежедневно, но при этом Вьетнам считается лидером по потреблению рамена на душу населения; • как в Индонезии рамен стал основным продуктом питания, а в США — модным символом молодежной культуры; • почему у японцев рамен — продолжение ресторанной традиции, а в Северной Корее — отражение идеологии; • как однажды любовь к рамену изменила судьбы людей — от предпринимателей, которые начинали с продажи горстки цыплят или покупки одной заброшенной фабрики, до норвежского «короля рамена», посвятившего жизнь созданию бренда «Мистер Ли». Это книга о том, что рамен — больше, чем еда. Он утоляет не только голод, но и тоску по дому, объединяет разные культуры и вдохновляет на исполнение желаний. Здесь за каждой пачкой лапши стоит своя история: о преодолении, о надежде и о любви.

УДК 008

ББК 71

ISBN 978-5-908058-23-0

© Ён Джун Ч.

© NOVA Creative Group

## Содержание

Предисловие	7
От редактора русского издания	9
От команды тануки	10
Часть 1. Происхождение рамена и истоки лапши быстрого приготовления	11
01. Рамен как основа лапши быстрого приготовления	11
02. Создатель и король рамена Момофуку Андо	16
Конец ознакомительного фрагмента.	28

# Чи Ён Джун

## Рамен

### История, которую можно съесть

*Попробуйте рамен и насладитесь культурой Азии!*  
*Покоритель Рамена Пики! – Чи Ён Джун*

*Все права защищены.*

*Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельца авторских прав.*

© All Rights Reserved

Authorised translation from the Korean language edition published by Bookocean, Inc

© Издание на русском языке, дизайн. Nova Creative Group, 2025

## Предисловие

Приветствую вас, дорогие читатели! Меня зовут Чи Ён Джун, также я известен как блогер с ником Покоритель Рамена.

Скажите, любите ли вы рамен? Когда рамен из Японии пришел в Корею, он сразу же покорила души корейцев и, по сути, стал традицией и символом нашей страны. Корейцы любят его больше, чем жители любой другой страны в мире. В моей жизни рамен всегда занимал особое место: для меня это не просто лапша. Когда я скитался в поисках смысла жизни, рамен помог мне обрести надежду. Моя мечта *«попробовать все рамены в мире и рассказать о них»* не только осуществилась, но и полностью изменила мою жизнь. Я настолько полюбил рамен, что начал изучать историю его создания и развития индустрии. И когда я окунулся во все это, даже вкус лапши стал ощущаться иначе. Мне захотелось написать эту книгу и поделиться с вами некоторыми любопытными историями, которые я собрал за 11 лет изучения истории рамена, дегустации лапши и наслаждения всем этим.

Началось все с японского предпринимателя Момофуку Андо, которому очень не везло в бизнесе. Но он не сдавался. И вот, когда Андо исполнилось 47 лет, он изобрел первую в мире лапшу быстрого приготовления и назвал ее «Чикен рамен». В 1948 году он основал компанию «Ниссин Фудс», которая стала крупнейшей в Японии. После выпуска рамена в стаканах (Cup Noodles) компанию заметили и на мировом рынке.

Рамен появился в Корее благодаря предпринимателю Чон Джун Юну: он хотел решить проблему нехватки продуктов и наладить производство простой и сытной еды. Ему удалось закупить оборудование и технологии, и так Чон Джун Юн основал компанию «Самъянг» (Samyang), выпустив первый в Корее «Самъянг рамен». Со временем компания стала лидером рынка, но однажды ее репутация оказалась под угрозой из-за громкого скандала. О нем я расскажу позже. И все же упорная работа, а также успех жареной лапши с курицей, выпущенной в 2012 году, сделали «Самъянг» всемирно любимым брендом.

Глава компании «Нонсим» (Nongshim) Син Чун Хо приехал в Корею из Японии, где работал со своим старшим братом Син Гёк Хо, вице-президентом «Лотте Групп» (Lotte Group). Он решил бросить вызов стремительно развивающемуся рынку, на котором тогда властвовал «Самъянг рамен». Син Чун Хо разработал собственный рецепт рамена. Конкурировать с «Самъянг» было очень нелегко, но, в отличие от других конкурентов, «Нонсим» продолжала бороться. Упрямоство Син Чун Хо сыграло большую роль в завоевании любви потребителей в 1980-е: компания выпустила целую серию хитов – «Ансонтанмён», «Чапагетти», «Силламён» и другие. В середине 1980-х годов «Нонсим» обогнала «Самъянг» и стала компанией номер один по производству рамена в Корее. Сегодня эта компания занимает пятое место в мире.

В этой книге я расскажу о взлетах и падениях многих корейских компаний – таких как «Чонбо» (Chonbo), «Пальдо» (Paldo), «Оттоги» (Ottogi), «Бингре» (Binggrae), «Пульмувон» (Pulmuone), «Харим» (Harim), «Сэром Фудс» (Saerom Foods) и многих других. А еще – об истории рамена в разных странах мира и о компаниях, которые его производят.

Речь пойдет не только о самом рамене, но и о людях, стоящих за его созданием. Именно благодаря их усилиям мы сегодня можем наслаждаться самыми разными видами лапши.

Эта книга охватывает события последних 65 лет – со времени появления первой в мире лапши быстрого приготовления – и 60 лет с момента выпуска в Корее первого рамена от «Самъянг».

\*\*\*

Эта книга появилась благодаря поддержке многих людей, и особенно я признателен Пак Ён Уку, генеральному директору Book Ocean. Именно он оценил мои знания в области рамена и предложил написать эту книгу. Пак Ён Ук основал Book Ocean, когда ему было всего 30 лет, – из любви к книгам. Вот уже 25 лет, несмотря на трудности и жесткую конкуренцию, он успешно руководит одним из ведущих издательств. Что касается меня, то я настолько увлекся раменом, что оставил основную работу и полностью посвятил себя этому делу. Поддержка и вера Пак Ён Ука мне очень помогли. Господин Пак, примите мою искреннюю благодарность.

Я благодарю генерального директора Book Recipe Ким Ё Ана за поддержку и за то, что он вселил в меня смелость, чтобы осуществить мою мечту – покорить рамен. Также хочу сказать спасибо директору Музея торговых компаний в Инчхоне Ли И Гё: за то, что он бережно сохраняет наследие рамена и что поделился со мной множеством увлекательных историй.

Я благодарен всем сотрудникам каждой компании по производству рамена. Они нашли время в своем плотном графике для того, чтобы поговорить со мной. Благодарю исследователей в компаниях, которые день и ночь работают над созданием разных видов лапши и делают ее еще вкуснее.

Я благодарю своих друзей, коллег, семью и родителей за то, что они поддержали меня в моем решении оставить стабильную работу и следовать своей мечте – стать ресторанным критиком и писателем, рассказывающем о культуре рамена. Я также хочу выразить свою искреннюю любовь и благодарность моей жене, которая всегда была рядом со мной и поддерживала меня каждый день.

Наконец, я хотел бы выразить признательность за поддержку всем людям, с кем я познакомился за одиннадцать с лишним лет ведения блога «Покоритель Рамена Пики» (Ramen Conqueror Piki). Эта книга стала возможной благодаря поддержке моих подписчиков, которые верят в мои мечты и любят меня.

Я намерен и дальше делиться с вами увлекательными историями – всю жизнь. Моя мечта проста: попробовать все виды рамена в мире и рассказать о каждом из них. Все, что я упустил сейчас, обязательно восполню в следующий раз. История корейского рамена продолжается, и я хочу писать ее вместе с вами.

Я надеюсь, что эта книга станет неотъемлемой частью истории и внесет свой вклад в развитие индустрии и культуры. Я посвящаю эту книгу всем тем, кто любит рамен.

Писатель истории рамена, блогер и критик

*Покоритель Рамена, Чи Ён Джун*

## От редактора русского издания

В азиатской традиции раменом называется блюдо на основе лапши и бульона. Автор не делает разницы между раменом, который нужно варить, и раменом быстрого приготовления. В России рамены быстрого приготовления, те, которые просто заливаются кипятком, мы часто называем дошираками по имени первого такого продукта, пришедшего на российский рынок (эту историю вы найдете в книге). А рамен для нас – это ресторанное блюдо, которое подают во всех азиатских ресторанах, лапшичных и фастфудах. Многие из видов рамена, о которых идет речь, мы можем встретить на полках российских магазинов. У части из них есть устоявшаяся транслитерация, другие общепринятого русского написания пока не имеют («Син рамен» или «Шин рамен?»), но вы легко поймете, о чем речь, если любите рамен, как любит его Чи Ён Джун.

## От команды тануки

В каждой стране у рамена свой «характер»: где-то он обжигающе острый, где-то – насыщенный и сытный, где-то – удивительно легкий. При всех различиях его вкус остается понятным и близким людям разных культур, возрастов и предпочтений.

Рамен – удивительное блюдо. Оно родилось в послевоенное время и быстро превратилось в символ надежды и объединения людей.

Для нас еда всегда была способом собирать людей за одним столом: среди наших ценностей семейность – ключевая. Рамен прекрасно отражает эту идею: одно блюдо способно сближать поколения с различными взглядами и вкусами, даря каждому именно то, что придется ему по душе.

Не менее важно, что книга написана человеком, обожающим культуру рамена всем сердцем. Его история напоминает о главном: люди сплачиваются, когда делятся друг с другом тем, что любят.

Пусть путешествие в историю рамена вдохновит вас пробовать новое, открывать интересные вкусы, чтобы потом разделять впечатления со своими близкими. Команда Тануки готова вас в этом поддержать.

*Бренд-шеф ресторанов Тануки Олег Чакрян*

## Часть 1. Происхождение рамена и истоки лапши быстрого приготовления



### 01. Рамен как основа лапши быстрого приготовления





## ИСТОКИ РАМЕНА

Чтобы изучить историю лапши быстрого приготовления, нам нужно обратиться к истокам японского блюда, ставшего основой для ее создания, – рамену<sup>2</sup>. Существуют различные теории об этимологии этого слова, но точное происхождение нам до сих пор неизвестно. Чаще всего говорят, что оно произошло от китайской лапши, вытянутой вручную, под названием напмён (## [lāmìàn]). Первый иероглиф # [lā] означает «тянуть, растягивать», а второй # [miàn] обозначает лапшу сутамён (###), то есть сделанную вручную. Китайское произношение [lāmìàn] перешло в Японию, адаптировалось к языку, и японцы стали называть такую лапшу «рамен».



## ПОЯВЛЕНИЕ ЛАПШИ «НАНКИН-СОБА» В ЙОКОГАМЕ, ПРЕФЕКТУРА КАНАГАВА

Первые виды рамена стали появляться, когда китайцы мигрировали в Японию в конце XIX века. Нанкин-соба – это уличная еда, которая стала продаваться в ятаях<sup>3</sup> японского города Йокогамы после открытия порта в эпоху Мэйдзи (1868–1912). Нанкин – это китайский мегаполис, а «соба» означает гречневую муку, но это слово является синонимом лапши. Другими словами, Нанкин-соба означает «китайская лапша из Нанкина», и рамен изначально представлял собой скромное блюдо на курином костном бульоне с лапшой и нарезанным зеленым луком. Это был совершенно иной вид лапши, чем тот, к которому привыкли японцы, поскольку в ней использовался мясной бульон. Однако это еще не был рамен в том виде, в котором мы с вами знаем его сегодня.



## «ДЗИНАСОБА» ИЗ РАЙРАЙКЕНА

Современный вид рамена зародился в ресторане «Райрайкен», который открылся в 1910 году в Асакусе, центре Токио. Это был популярный ресторан китайской кухни, и в его меню предлагали и дзинасоба. В то время китайская соба готовилась из свинины, отваренной в бульоне из сёю<sup>4</sup> и куриных костей, а на гарнир к ней подавались обжаренные в соевом соусе чашао<sup>5</sup>, мэмма<sup>6</sup> и рыбные пирожки<sup>7</sup>. Цены были низкими, и такая еда пришлась японцам по вкусу, поэтому блюдо пользовалось большим спросом. Благодаря «Райрайкену» дзина-

---

<sup>2</sup> Для удобства чтения мы выбрали единое написание – «рамен», чтобы сохранить ясность при рассказах о разных культурах. (Прим. ред.)

<sup>3</sup> Ятаи – это тележки или киоски с уличной едой в Японии. (Прим. ред.)

<sup>4</sup> Сёю – японский соевый соус, который используется не только как приправа, но и как основа для одного из классических видов рамена (shō yu ramen). (Прим. ред.)

<sup>5</sup> Чашао – запеченная на жару в медовом маринаде свинина. (Прим. ред.)

<sup>6</sup> Мэмма – традиционная приправа в японской кухне, которую готовят из перебродивших молочнокислыми микроорганизмами побегов бамбука. (Прим. ред.)

<sup>7</sup> Тайяки (дословно переводится как «запеченный морской лещ») – традиционное японское печенье в форме рыбки со сладкой начинкой из бобов адзуки. Блюдо также популярно в Южной Корее. (Прим. ред.)

соба стала известна широкой публике как рамен, который был популярен во время нехватки продовольствия в Японии. Однако она еще не была настолько известным блюдом, потому что считалась едой для рабочих.



### **Продаваемая в Японии лапша чукасоба**

В начале XX века Япония называла Китай «дзина», а «дзинасоба» означает «китайская лапша». Однако это название также использовалось японцами в качестве уничижительного термина для китайцев. Поэтому после Второй мировой войны Китай потребовал от проигравшей Японии прекратить официальное использование термина «дзина». Японское правительство было вынуждено согласиться. Со временем термин «дзина» исчез в Японии и дзинасоба была заменена на чукасоба, что тоже означает «китайская лапша».



### **РАМЕН СТАЛ ПОПУЛЯРНЫМ БЛАГОДАРЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМУ КРИЗИСУ В ЯПОНИИ**

Во время китайско-японской войны (1937–1945) Япония ввела систему нормирования риса в соответствии с Законом о национальной мобилизации. Контроль над продуктами питания был необходим для ведения войны, но продуктов все равно не хватало. Япония проиграла Вторую мировую войну, и после этого нехватка продовольствия в стране стала еще более острой. Самым тяжелым оказался 1945 год, когда, кроме поражения в войне, на Японию обрушился неурожай риса. В 1946 году японцы, страдающие от голода, провели Народное собрание по сбору риса. Они жаловались на продовольственную ситуацию и требовали создания народного демократического правительства.

В соответствии с Законом о контроле над продовольствием, в Японии действовала система нормирования риса и муки, что вызвало большое недовольство среди населения. Повсеместно начали возникать черные рынки. На черном рынке муку было достать легче, чем рис, но по более высокой цене и не самого лучшего качества. Чукасоба из муки была недорогим способом утолить голод, и она пользовалась большим спросом у японцев. По мере того, как все больше ресторанов в Японии стали подавать чукасобу, а разнообразие сортов увеличивалось, японцы стали называть ее «рамен» вместо «дзинасоба» или «чукасоба». А название «рамен» ассоциируется с «Чикен раменом», который распространился по стране благодаря рекламе по телевизору.



**Первый в мире рамен быстрого приготовления с курицей**



**Телереклама рамена с курицей распространила название «рамен» по всей Японии (Ранняя телереклама рамена с курицей)**

## 02. Создатель и король рамена Момофуку Андо



Первая лапша быстрого приготовления была изобретена предпринимателем-новатором, который не боялся трудностей входа на рынок или экономического кризиса в стране. Его звали Момофуку Андо. Говоря об истории рамена, невозможно не упомянуть историю его жизни.



### ТРИУМФЫ И ИСПЫТАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ МОМОФУКУ АНДО

Момофуку Андо родился 5 марта 1910 года на Тайване, когда остров находился под контролем Японии. Родители назвали его Момофуку<sup>8</sup>, что дословно обозначает «стократная удача», в надежде, что их сын станет человеком, который принесет миру великое счастье.

---

<sup>8</sup> ## – кандзи # (## момо) означает «сто», и # (## – фуку) означает «счастье, удача». (Прим. ред.)



### **Изобретатель лапши быстрого приготовления Момофуку Андо**

Родители Андо умерли, когда он был еще маленьким, и его воспитывали бабушка с дедушкой, которые владели магазином тканей для кимоно. Смотря за тем, как бабушка и дедушка ведут несложную торговлю, юный Момофуку Андо открыл для себя удовольствие ведения бизнеса и решил открыть свое собственное дело. Первым его предпринимательским опытом стал бизнес по производству вязаных изделий из мериясу<sup>9</sup>. Андо не обращал внимания на других предпринимателей и конкурентов, чтобы это не помешало его взглядам на управление маленькой компанией. В то время в качестве смазки для авиационных двигателей использовали касторовое масло<sup>10</sup>, производившееся из клещевины. Однажды Андо отправился на шелководческую ферму и увидел у входа несколько стеблей клещевины. Он сорвал несколько листьев, скормил их шелкопрядам и обнаружил, что те едят клещевину намного лучше, чем

---

<sup>9</sup> Мериясу – это эластичное, плотное полотно, изготовленное на вязальной машине, или целый предмет одежды из него. (Прим. автора.)

<sup>10</sup> Касторовое масло использовалось в народной медицине как противодиарейное средство, а также активно применялось в промышленных целях, как противогололедное покрытие для поверхностей самолетов. (Прим. автора.)

можно было ожидать. Он решил попробовать разводить шелкопрядов с помощью клещевины. Так его компания убивала сразу двух зайцев, производя и нитки, и касторовое масло.

Однако к этому времени сильно изменился политический небосклон Японии. С принятием Закона о национальной мобилизации в 1938 году и Указа о контроле за товарами первой необходимости в 1941 году правительство взяло под контроль производство товаров первой необходимости и ценообразование на них. Андо больше не мог продолжать свой текстильный бизнес и был вынужден искать новую работу.

Андо занимался производством волшебных фонарей<sup>11</sup>, древесного угля, деталей для самолетов и многим другим. В первое время его начинания шли хорошо, но потом он сталкивался с непредвиденными трудностями. Точки производства фонарей в связи с войной были разбросаны по разным районам страны, а после усиления американских бомбардировок производство фонарей пришлось прекратить. Производство древесного угля тоже было остановлено, когда офис и склад сгорели в результате американских авиаударов. Вместе со своим знакомым Андо открыл бизнес по продаже деталей для самолетов, но его ложно обвинили в хищении военных поставок, арестовали и даже подвергли пыткам. Он не чаял выбраться живым, но был спасен с помощью бывшего генерал-лейтенанта армии и старого друга Иноуэ Ясумасы. Война – плохое время для бизнеса, но Андо, несмотря на тяготы и лишения, продолжал работать.

Война закончилась 15 августа 1945 года, когда Япония, потерпевшая сокрушительное поражение, объявила о своей капитуляции. Япония сгорела дотла в прямом смысле, но Андо сумел найти себе новую работу. В этот раз его внимание привлекла соль. После войны ее производство еще не было государственной монополией, поэтому ее можно было делать и продавать любому японцу. Вместе с бизнесом по производству соли Андо организовал школу, которая довольно успешно работала и обучала детей.

Однако потом начались очередные проблемы. Верховное командование союзников, правившее в то время Японией, проводило строгую налоговую политику, и Андо был арестован за уклонение от уплаты подоходного налога. Школа считала стипендии, которые он платил студентам, зарплатой и полагала, что Андо уклоняется от уплаты налогов.

Все имущество Андо конфисковали, а сам он был заключен в тюрьму. Он вновь пытался восстановить свою репутацию после ложного обвинения. Не покладая рук он оспаривал свое несправедливое заключение в суде, и его освободили через два года. Однако прежний бизнес восстановить было невозможно. В возрасте 41 года он начал жизнь с чистого листа.

---

<sup>11</sup> Волшебный фонарь – проектор для слайдов. Оптический прибор, который увеличивает и проецирует изображение или фотографию на проекционный экран. (Прим. автора.)



### **Предприниматель Момофуку Андо (предоставлено «Ниссин Фудс»)**

Безработному Андо предложили должность председателя кредитного союза. Это место соответствовало его имиджу и опыту в бизнесе. Сперва Андо отказался от предложения, потому что плохо разбирался в финансах, но настойчивость нанимателей и его собственная нужда победили, Андо согласился. После того как Андо стал членом правления кредитного союза, его жизнь вернулась на круги своя. Он даже научился играть в гольф. Наступили счастливые годы.

Однако счастье Андо не долго длилось. В кредитном союзе, который возглавлял Андо, изначально были серьезные проблемы – постоянно растущие долги. В конце концов в 1957 году кредитный союз не смог расплатиться, и на его здание и землю было обращено взыскание. Кредитный союз обанкротился, и Андо привлекли к ответственности как председателя. Все его имущество было конфисковано. Он и раньше терпел неудачи, но этот случай уничтожил большую часть его активов. Андо очень пожалел, что взялся за эту работу, но пути назад уже не было<sup>12</sup>. Жизнь Андо подошла к краю пропасти. На тот момент ему было уже 47 лет.



### **НАЧАЛО НОВОЙ ЖИЗНИ С РАМЕНОМ**

В возрасте 47 лет Андо остался без гроша в кармане и вернулся туда, откуда начал. В отличие от прежних лет, вокруг него никого не осталось. Он был в отчаянии, но не сдавался и пытался снова встать на ноги. Когда он размышлял, за какой бы бизнес взяться, на ум ему пришла одна мысль: еда. Андо видел, как люди страдали от голода после войны и каким скудным остается питание японцев десятилетие спустя. Он посчитал, что еда – самое важное для

---

<sup>12</sup> Момофуку Андо сказал: «Как только руководитель вспомнит вкус долгов, он уже никогда от него не сможет избавиться. Напряжение в работе исчезнет, но травма обязательно о себе напомнит в самый неподходящий момент». (Источник: #####  
#####! – ##### – «Даже если ты упал, вставай!» Последнее издание – Момофуку Андо). (Прим. автора.)

них сейчас. Без еды нет здоровья и благополучия, без нее невозможно обеспечить более высокий уровень жизни: одежду, жилье, искусство, культуру.

После войны в Японии не хватало продовольствия, и японцы пекли хлеб и печенье из муки, полученной от американцев в качестве гуманитарной помощи. Андо подумал: «Если использовать ту же муку, почему бы не продавать лапшу, которую так любят японцы?» Он решил, что было бы здорово делать рамен из американской муки.

Он подумал, что если попробует себя в продовольственном бизнесе, то сумеет добиться большого успеха в производстве рамена, который можно будет легко приготовить и быстро съесть, и решил изобрести лапшу быстрого приготовления.



### **ИЗОБРЕТЕНИЕ ПЕРВОЙ В МИРЕ ЛАПШИ БЫСТРОГО ПРИГОТОВЛЕНИЯ «ЧИКЕН РАМЕН»**

Андо поставил перед собой цель и начал действовать без промедления. Он попросил знакомого плотника построить небольшую хижину, купил инструменты и ингредиенты и занялся разработкой «быстрого рамена», который было бы легко приготовить в домашних условиях, используя только горячую воду. Когда Андо ехал на своем велосипеде, чтобы купить ингредиенты для рамена, люди на улице с жалостью глядели на недавнего председателя кредитного союза. Однако Андо не волновало чужое мнение, он делал все возможное, чтобы достичь своих целей. Андо хотел, чтобы его лапша быстрого приготовления отвечала пяти простым критериям:

1. Вкусный и ненадоедающий продукт
2. Длительный срок хранения
3. Легкий в приготовлении
4. Дешевый
5. Приготовленный с соблюдением правил санитарии и безопасности

Андо сосредоточился на курице, чтобы удовлетворить вкусовые предпочтения людей, потому что трудно найти человека, которому бы не нравилось белое мясо. Курица, овощи и другие ингредиенты долго тушились в кастрюле, чтобы получился наваристый бульон, который затем смешивался с лапшой. Выходила очень вкусная лапша, но проблема хранения в течение длительного времени не решалась. Было очень сложно сделать продукт, который отвечал всем пяти критериям. Однако жизненный девиз Андо: «Даже если ты упал, не просто вставай, а подбирай грязь!» – помогал ему в трудных ситуациях. В среднем он спал по четыре часа в сутки и без единого выходного целый год постоянно проводил эксперименты.

Однажды, когда ему долгое время не приходили новые идеи, Андо случайно увидел, как его жена готовит японскую темпуру<sup>13</sup>. Он вдруг подумал: «А почему бы не пожарить лапшу в масле?» и тут же отправился в хижину, чтобы испробовать новую идею.

---

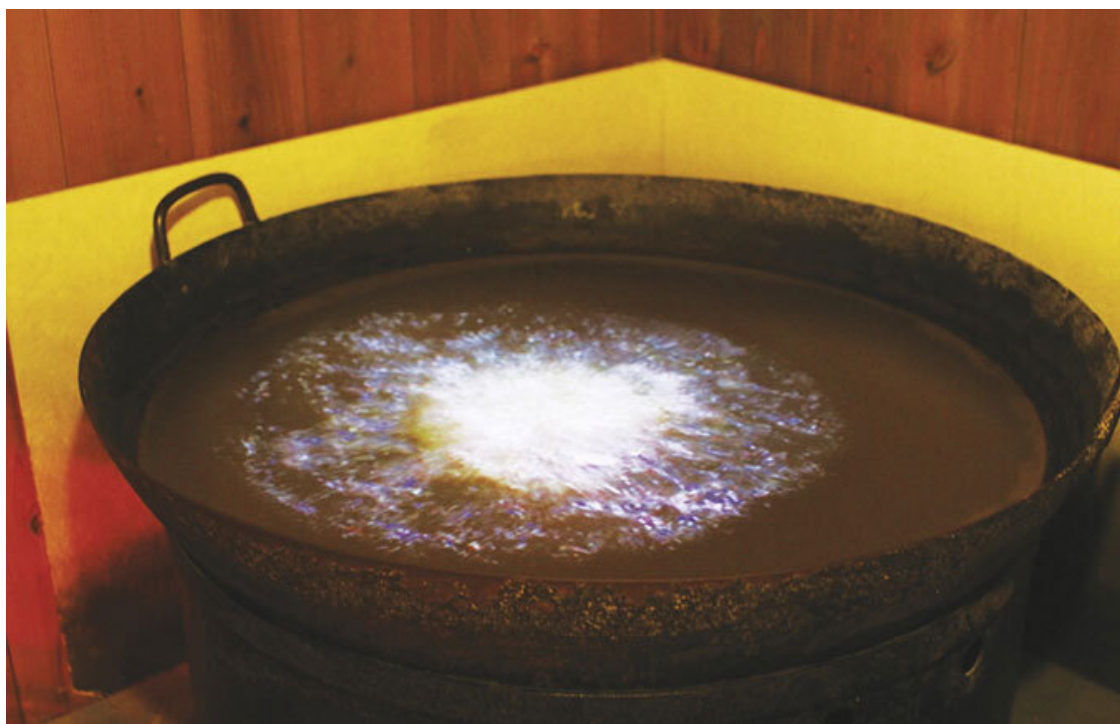
<sup>13</sup> Темпура – японское блюдо из рыбы, морепродуктов или овощей, обжаренных в легком кляре во фритюре. (Прим. ред.).



**Воссозданный вид хижины, в которой Андо работал над созданием «Чикен рамена»**



**Воссозданный интерьер хижины, в которой Андо работал над созданием чикен рамена (Музей лапши в Осаке)**



### Первый рамен быстрого приготовления был вдохновлен темпурой

Как только лапша обжарилась, вся жидкость из нее вышла наружу. Когда влага уходит и лапша полностью высыхает, она приобретает особые свойства, позволяющие ей долго храниться и не портиться. Андо выяснил, что если залить жареную лапшу горячей водой, то сухая лапша впитает воду и снова станет мягкой в течение трех минут.

Андо назвал этот принцип методом мгновенной сушки маслом при нагревании. Наконец-то получилась именно та лапша быстрого приготовления, которую хотел Андо. Чтобы подчеркнуть, что его рамен приготовлен из куриного мяса, он добавил «куриный» в название, и получился «Чикен рамен».



### **Как выглядел первый в мире рамен быстрого приготовления (тогда и сейчас)**

Производство куриного рамена, появившегося на свет 25 августа 1958 года, изначально было семейным бизнесом. В начале запуска Андо провел дегустацию в одном из продуктовых магазинов и был приятно удивлен, что 500 порций рамена с курицей разошлись мгновенно. Когда люди впервые увидели эту странную еду, они назвали ее «волшебным раменом». Увидев реакцию людей, Андо убедился в успехе своего «Чикен рамена», построил фабрику, нанял сотрудников и начал наращивать производство.



**Семейство Андо. Слева направо: жена Масако, сын Хироки, свекровь Сума, дочь Акеми и сам Момофуку. (Музей лапши в Осаке)**

В начале продаж «Чикен рамен» стоил 35 йен за штуку. В то время лапша удон стоила всего шесть йен, поэтому оптовики считали куриный рамен слишком дорогим и думали, что он не будет хорошо продаваться. Однако Андо был настолько уверен в успехе своего куриного рамена, что придерживался своей цены в 35 йен за штуку и даже требовал, чтобы оптовики платили ему наличными, а не по векселям. Оптовые торговцы не обратили особого внимания на незнакомый рамен с курицей. Андо же не имел никаких сомнений, что рамен будет хорошо продаваться, и ждал, как отреагирует рынок и потребители.

Через некоторое время начали поступать заказы. «Чикен рамен» начал продаваться с каждым днем все больше. Заметив интерес потребителей к куриному рамену, оптовики стали звонить на фабрику Андо, и заказы полились рекой. Чтобы справиться с резким ростом спроса, фабрика работала от рассвета до заката, производя как можно больше куриного рамена, но даже при полной загрузке мощностей фабрики было недостаточно для удовлетворения спроса на рынке. Оптовые покупатели выстраивались в длинные очереди у входа на фабрику, чтобы получить куриный рамен.

В это время корпорация «Мицубиси», крупнейшая японская торговая компания, обратилась к Андо с идеей продавать куриный рамен вместе. Андо понял, что рамен будет иметь огромный успех, и в очередной раз решился на смелый шаг. Он купил участок земли площадью 5 000 м<sup>2</sup> и построил фабрику по массовому производству куриного рамена. Андо назвал компанию «Ниссин Фудс», что означает «богатый и насыщенный вкус каждый день», и начал всерьез продавать лапшу быстрого приготовления. Через дистрибьюторскую сеть корпорации «Мицубиси» куриный рамен распространился по всей стране и стал настолько популярным, что СМИ того времени использовали фразу «от рамена до ракет» для описания бизнеса «Мицубиси».

Затем Андо обратил свое внимание на телевидение, которое в то время только начинало набирать популярность. Когда еще не было ясно, как телереклама повлияет на продажи, Андо вложил большие деньги и стал спонсором телепрограммы, чтобы начать рекламировать свой куриный рамен по телевизору. Как видите, он был первооткрывателем не только в создании рамена.

Реклама «Чикен рамена» распространила незнакомый японцам термин «рамен» по всей стране, и он стал раскупаться со скоростью света. Андо сделал своевременные инвестиции в производство и маркетинг, что привело к успеху «Чикен рамена». Через пять лет после основания «Ниссин Фудс» превратилась в крупную продовольственную компанию с годовым объемом продаж в 4,3 млрд йен, а в 1963 году она была зарегистрирована на фондовых биржах Токио и Осаки.



**Компания использовала телевизионную рекламу для продвижения продукта (Ранняя реклама «Чикен рамена»)**

Успех куриного рамена привел к появлению множества подражаний. Конкуренты не только переманивали квалифицированных сотрудников «Ниссин Фудс», предлагая им высокие зарплаты, но и начали выпускать на рынок низкокачественные подделки «Чикен рамена», которые являются откровенными копиями лапши от «Ниссин Фудс»<sup>14</sup>. Поддельной лапши оказалось так много, а ее вкус и качество были настолько плохими, что это стало социальной проблемой и получило освещение в СМИ. Некоторые люди, попробовавшие имитацию лапши, стали с недоверием относиться к компании «Ниссин Фудс» и оригинальному куриному рамену. Андо не мог этого допустить, поэтому сразу же закрепил за собой бренд, зарегистрировал торговую марку на «Чикен рамен» и запатентовал технологию производства. Ситуация постепенно начала нормализовываться, когда компания занялась созданием товарного знака на свой куриный рамен, чтобы вытеснить имитаторов. В 1964 году Андо основал японскую ассоциацию индустрии рамена и стал ее первым председателем, работая над развитием рынка лапши быстрого приготовления в Японии.

Со временем появились новые компании производства лапши на рынке. Они предлагали инновационные идеи и новые вкусы и стали серьезными конкурентами для «Чикен рамена». В то время он продавался уже приправленный, поэтому быстро портился, и было сложно контролировать качество вкуса. В ответ на такое неудобство конкурирующая компания «Мёдзё Фудс»<sup>15</sup> придумала, как упаковать суп отдельно, и выпустила «Мёдзё рамен с бульоном». Он стал очень популярным, потому что можно было выбирать разные вкусы, регулируя количество бульона, а вкус сохранялся дольше, чем у рамена с бульоном сразу в лапше.

---

<sup>14</sup> Это похоже на многочисленные подражания жареной лапше с курицей «Самъянг Фудс», которые появились в Китае. (Прим. автора.)

<sup>15</sup> Компания «Мёдзё Фудс» заслуживает благодарности за то, что первой привезла в Корею технологию производства лапши быстрого приготовления. (Прим. автора.)



### **Первый в мире рамен быстрого приготовления в стаканах (тогда и сейчас)**

Помимо «Мёдзё Фудс», другие компании выпустили различные виды лапши, основанные на этой идее, и конкуренция на японском рынке рамена стала еще более острой. По мере того как спрос на рамен в Японии достигал своего пика и замедлялся, предложение увеличивалось, что привело к неуклонному снижению цены на лапшу быстрого приготовления. По мере усиления конкуренции даже компания «Ниссин Фудс», оригинальный производитель куриного рамена, оказалась в сложной ситуации.



### **СОЗДАНИЕ ПЕРВОГО В МИРЕ РАМЕНА В СТАКАНАХ «КАП НУДЛС» (CUP NOODLES)**

Момофуку Андо считал, что для дальнейшего развития компании не следует довольствоваться текущим положением дел: отличным выходом из сложной ситуации будет начало экспорта в Соединенные Штаты. Если поставлять куриный рамен в США, самую богатую страну в мире, подумал он, то преодолеть трудности в управлении станет легче. Так Андо отправился в командировку в Америку. Однако во время его деловой поездки за океан произошел инцидент, который произвел на Андо большое впечатление.

Это случилось во время одной из встреч, на которой американские покупатели познакомились с куриным раменом. Проблема была в том, что американцы не знали, как есть лапшу в упаковке, которую им привез Андо. Но один из покупателей принес бумажный стаканчик, раскрошил лапшу, высыпал ее в стакан, залил кипятком и начал есть вилкой. Андо удивился, как этот человек ел его куриный рамен. Он потом понял, что американцы не пользуются палочками и чашами для лапши, как японцы. Для того чтобы лапша быстрого приготовления стала едой, которую с удовольствием будут есть люди по всему миру, нужны технологии, которые помогут преодолеть различия в культуре и привычках. И во время своей командировки в США Андо решает создать рамен в стаканах.



**Сценка, где Андо встречается с американским покупателем во время деловой поездки в Японию (Музей лапши в Осаке)**

Вернувшись в Японию, Андо поручил молодым исследователям из «Ниссин Фудс» разработать рамен, который можно в любом месте и в любое время открыть, залить кипятком и сразу же съесть. Исследователи были озадачены внезапными инструкциями, но Андо активно продвигал разработку рамена в стаканах. Молодые исследователи работали день и ночь под руководством Андо, чтобы придумать новую лапшу.

В процессе создания первого в мире рамена в стакане пришлось решить немало проблем. Технология обжарки лапши длиной шесть сантиметров, конструкция стакана, который, не обжигаясь, можно было бы легко держать в одной руке, разработка сублимированных ингредиентов, подходящих для рамена, – все это были проблемы, которых еще никто до этого не решал. Исследователи сосредоточили свое внимание на пенополистироле. Этот материал достаточно тонкий, легкий и обладает подходящими изоляционными свойствами. Контейнер в форме стакана из полистирола удобно держать одной рукой, к тому же он не дает рамену быстро остыть.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.