

報道関係者各位

2022年7月1日
株式会社ワンダーテーブル

ピーター・ルーガー・ステーキハウス 東京 気軽な平日限定 日替わりランチメニュー 販売開始



2022年7月4日(月)より、株式会社ワンダーテーブル[本社:東京都新宿区西新宿/代表取締役社長 秋元 巳智雄]は、ニューヨーク・ブルックリンで創業130年の歴史を誇るステーキハウスの東京店「ピーター・ルーガー・ステーキハウス 東京」にて、現地本店で提供するランチメニューに東京店のエッセンスを加えた、平日限定の日替わりランチメニューを販売します。

現在、「ピーター・ルーガー・ステーキハウス 東京」では、ランチタイムに、ディナータイムと同じメニューとランチ限定“ルーガーバーガー”を提供しています。お店をご利用いただく多くのお客様は、大切な方との食事や記念日など、特別なシーンにご利用いただいています。もっと気軽に、より多くのお客様にご利用いただけるよう、平日限定ランチメニューを日替わりで販売することにいたしました。

全てのメニューは、ニューヨーク本店で提供するランチメニューに、東京店のエッセンスを加えたオリジナルメニューです。“チョップドサラダ”は、現地の常連客の食べ方からヒントを得て開発し、“チョップドステーキ”はルーガーバーガーのパテをハンバーグステーキのようにお召し上がりいただく商品です。特殊オーブン「ブロイラー」で焼き上げた“ブロイルドチキン”はハーブやニンニク、香味野菜を24時間漬け込み、オーダーが入ってから表面をカリッと焼き上げた逸品です。

提供開始 7月4日(月)

提供時間 平日(月～金、祝日を除く)ランチタイム 11:00～14:00、15:00 Closed

■メニュー一例

Chopped Salad チョップドサラダ

Tomato, Onion and Bacon 2,900 円

Tomato, Onion, Bacon and Shrimp 4,600 円

ニューヨーク本店では、単品の”スライストマト&オニオン”と”ルーガーズシズリング 厚切りベーコン”を注文され、ご自身でチョップドサラダのように刻んでルーガースソースとあえて召し上がるお客様がたくさんいます。その食べ方を東京でも体験いただけるように開発しました。



Chopped Steak チョップドステーキ

Grilled Onion, Fried Potato 2,500 円

ニューヨーク本店のランチタイムで定番の商品。熟成肉と肩周り肉のチャックアイロールをミンチにし、つなぎ無しビーフ 100%のチョップドステーキです。シンプルにそのままお召し上がりいただけますが、お好みでルーガースソースや塩胡椒、グリルオニオンと合わせ、味の変化をお楽しみいただけます。



※価格はすべて税込みです。

※提供する商品は日替わりです。他にも多数ご用意します。

※詳しい情報は公式サイトをご覧ください。

<ピーター・ルーガー・ステーキハウスとは> アメリカ最古のステーキハウス

1887年にブルックリンで創業した「ピーター・ルーガー・ステーキハウス（以下、ピーター・ルーガー）」は、アメリカで最も歴史の長いステーキハウスの一軒です。当時の店名は「カール・ルーガーズカフェ ビリアーズ&ボウリングアレイ」。ドイツ系移民であるピーター・ルーガーがオーナーで、甥のカールがキッチンを担当していました。



開業当初、ピーター・ルーガーは近隣住民から愛されるローカルなレストランでした。しかし、1903年にウイリアムスバーグブリッジが開通すると、ブルックリンはマンハッタンからのアクセスが良い場所になります。すると、店の評判を聞きつけたビジネスマンたちがウォール街などから来る様になり、店は大繁盛となりました。1920年、現在のオーナーファミリーのソル・フォーマンが、カール・ルーガーズカフェの向かいに金属加工会社を設立します。彼にとってカール・ルーガーズカフェは顧客をもてなすのに最高の店だったので、ほぼ毎日、ときには1日に2~3回も食べに行っていたそうです。

1941年、創業者であるピーターが死去。店は息子のフレドリックに引き継がれ、店名は現在の「ピーター・ルーガー・ステーキハウス」に変更されます。そして、1940年代の終わり頃、アメリカが深刻な不景気に見舞われると、ピーター・ルーガーも経営不振に陥り、ついには競売にかけられることになってしまいます。ソルは顧客をもてなす店がなくなってしまっただけでは困るとの思いで競売に参加し、店のオーナーとなりました。

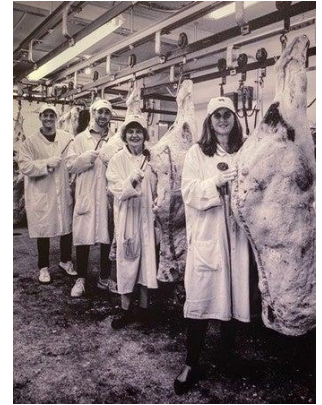


牛肉選びの「7つの基準」

ソルは、工場経営においては優秀でしたが、レストラン経営に関しては素人でした。そこで彼は、米国農務省 (USDA) を引退した牛肉のプロを雇い、妻のマーシャに最高の牛肉の見極め方を教えるよう依頼します。最高のステーキを提供するためには、最高の素材を用意することが最も近道であると考えたからです。

その後、マーシャは様々なパッカーを訪れて、真剣に牛肉の目利きを学びました。当時のニューヨークの食肉加工業界において、ファーのコートを身にまとった高身長ロシア系女性は彼女だけでしたが、彼女は誰よりも熱い情熱を持って仕事に取り組んでいました。マーシャは、店で使う最高の牛肉を選ぶため、厳格な「7つの基準」を決めます。彼女の基準を満たして納品された牛肉は、全体の20%程度だったそうです。そのこだわりのおかげで、店がかつての栄光を取り戻し、再び大繁盛店となりました。

牛肉選びのこだわりは、ソルとマーシャの娘姉妹のマリリン・スピーエラ(前社長)とエイミー・ルーベンスタイン(現社長)へと引き継がれました。そして現在では、エイミーに加え、マリリンの娘であるジョディー、ジョディーの甥であるダニエルとデビットも経営に参加し、4人のオーナーファミリーが牛肉を選んでいます。彼らは、毎週、複数の牛肉卸業者に足を運び、「7つの基準」で選んだ牛肉に自分のスタンプを押します。これが、ピーター・ルーガーが購入した牛肉の目印です。70年以上の歴史の中で培われた信頼関係から、彼らはどのレストランよりも先に最高の牛肉を選ぶ権利を持つようになったのです。



秘伝のドライエイジング手法

マーシャは、牛肉の味を最大限に引き出すため、ドライエイジング(乾燥熟成)手法にも徹底的にこだわりました。マーシャによって考案されたドライエイジング手法は、現在も秘伝の手法として引き継がれています。本店の地下にある熟成庫には鍵がかけられ、独自のドライエイジ手法の全体像を知りうるのは、4人のファミリーオーナーと少数の調理スタッフのみです。



一般的に、ドライエイジング手法とは、温度、湿度、風を管理することで、牛肉本体の水分活性を促し、赤身肉のコアに向けてタンパク質とミネラルを凝縮させていきます。さらに、筋肉細胞に内在する酵素や特定の微生物によって生まれる酵素でタンパク質を分解し、旨味アミノ酸を劇的に増やし、柔らかかでジューシーな肉質をつくります。

ピーター・ルーガーにおけるドライエイジング手法も基本的な考え方は同じですが、特別な管理手法と工夫によって、雑味を感じる不要な熟成臭を抑えることに成功しました。この秘伝の手法によって、ドライエイジビーフ特有の旨味と柔らかさを安定的に実現しつつ、牛肉本来の香りも楽しめる、最高のステーキが生まれました。

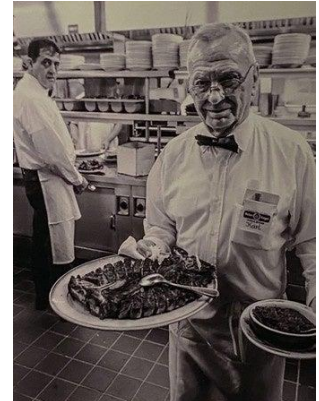
アメリカンステーキのパイオニア

ピーター・ルーガーにおけるステーキの提供方法は、長年の試行錯誤によって生み出されました。まずは、Tボーン・ステーキというスタイル。今では、どのステーキハウスのメニューにも載っていますが、アメリカで最初に提供し、有名にしたのはピーター・ルーガーです。次に、ステーキは高熱ブロイラーで焼き上げられます。そして同じく



高熱で熱したお皿にのせて提供され、お皿の縁でさらに肉を温めます。こうすることで焼き加減をゲストの好みに調整できるだけでなく、ジューツという肉を温める音がゲストの食欲をそそります。仕上げに旨みたっぷりの「ビタミン」と呼ばれる肉汁をかけます。

優れた目利き技術で選ばれた牛肉を、手間をかけて最適な状態で熟成し、T ボーン・ステーキというスタイルで提供するステーキ。そんなピーター・ルーガーのステーキは、味にうるさいニューヨーカーに愛され続け、1984年から今日に至るまで、「ザガットサーベイ」で「ニューヨーク No.1 ステーキハウス」の評価を得続けています。



基本情報

店名： Peter Luger Steak House Tokyo(ピーター・ルーガー・ステーキハウス 東京)

URL: <https://peterluger.co.jp/>

Instagram: https://www.instagram.com/peterluger_steakhouse_tokyo/

Facebook: <https://www.facebook.com/PeterLugerSteakHouseTokyo>

住 所： 東京都渋谷区恵比寿 4-19-19 Peter Luger Steak House Tokyo

取材問合せ先: s_mark@wondetable.com

公式 LINE アカウント: <https://lin.ee/ILxz2Q1>



■株式会社ワンダーテーブル

株式会社ワンダーテーブルは、国内 44 店舗、海外 84 店舗の飲食店とデリバリー専門「WON-DERI」を展開しています。しゃぶしゃぶ・すき焼き専門店「MO-MO-PARADISE」やビアレストラン「YONA YONA BEER WORKS」などの自社ブランドを国内外で展開する一方、ニューヨーク料理「ユニオン スクエア トウキョウ」、シュラスコ専門店「バルバッコア」、プライムリブ専門店「ロウリーズ・ザ・プライムリブ」などの海外ブランドを誘致して経営しています。

<わざわざ食べにきたい 肉料理>

ワンダーテーブルのレストランには、わざわざ足を運んででも食べたい肉料理をご用意しています。それらをまとめたサイトを立ち上げ「肉会」の開催を訴求します。

<https://wondertable.com/lp/meat-dishes/index.html>



<キッズフレンドリー2022>

ワンダーテーブルには未就学児のお子様連れに優しいレストランが沢山あります。塗り絵やキッズプレート、少し騒いでも安心な個室など、未就学児のお子様連れに嬉しいサービス情報を紹介しています。

https://wondertable.com/lp/kids_friendly/



<WON-DELI>

「WON-DELI」は ワンダーテーブルのデリバリーに特化した飲食店です。その公式サイトには計 5 軒のデリバリー専門家を掲載しています。 ”出前館”の専用ページからそれら異なる専門店の料理を同時注文することができます。

<http://won-deli.com/>



■本件に関するお問合せ

株式会社ワンダーテーブル 広報担当

吉川直美 naomi-yoshikawa@wondertable.com

竹原真理子 mariko-takehara@wondertable.com