



株式会社力の源ホールディングス

報道関係者各位

2014年04月23日

株式会社 どさん子

株式会社 力の源ホールディングス

5月9日(金)、新生「どさん子」プロモーション店舗が銀座にオープン

～創業53年、次の50年への新たな一歩～

「札幌ラーメンどさん子」を運営する株式会社どさん子(東京都港区 代表取締役 森下将典)と、博多一風堂を運営する、株式会社力の源ホールディングス(福岡県福岡市 代表取締役社長 清宮俊之)は、「札幌ラーメンどさん子」のリブランディングプロジェクトに関してパートナーシップを組み、今後50年を見据えた業態開発に取り組むことになりました。本プロジェクトの第一弾として、5月9日(金)に新生「どさん子」のプロモーション店舗を期間限定でオープンすることとなりましたのでお知らせいたします。

＜パートナーシップの狙い＞

現在、老舗ブランド「札幌ラーメンどさん子」は、178店舗(2014年4月現在)を展開し、中高年層に絶大な認知度があるものの、ラーメンの主要客層である若者層(10代～30代)へのアプローチを課題の一つと考えています。

一方、力の源グループは、基幹ブランド「博多一風堂」を中心に、1990年代以降のラーメンブームをけん引し続け、いまや国内90店舗のみならずニューヨーク、シドニー、香港、台湾など海外36店舗(2014年4月現在)を展開する、ラーメンの世界では日本を代表する企業グループであり、「どさん子」の課題である若者層へのアプローチに関して、商品開発、価格戦略、店舗デザイン、接客など豊富なノウハウを持っています。

また、力の源グループの代表であり、博多一風堂創業者である河原成美は、日本のラーメン業界の礎を築いたどさん子創業者青池保へ尊敬の念を抱いていることもあり、両社はビジネスという枠組みを超えて、50年続いてきた日本ラーメン史に名を残す「どさん子」ブランドの次の50年を共同でつくり上げることが狙いであるとともに、ラーメン業界全体の活性化にもつながると考えています。

＜オープン店舗概要＞

店舗所在地: 東京都中央区銀座3-8-4

営業時間: 11:00～22:30(ラストオーダー)予定

電話: 03-5159-5090

地図



今年で創業 53 年目を迎えた「札幌ラーメンどさん子」をリブランディングし、新たな 50 年に向かっていく「どさん子」ブランドを確立していくことを目標に、2014 年 5 月 9 日(金)にプロモーションとテストマーケティングを目的とした“0 号店”を 1 年間の期間限定で東京、銀座にオープンいたします。

この 0 号店では、この度開発した 4 種類のラーメンの他、「味噌」をテーマとした限定ラーメンを月替わりで発売し、新たな“味噌のどさん子”を発信していきます。また 0 号店は 1 年間に渡り「どさん子」ブランドの可能性を高めるべく様々な実験を試み、より完成度の高い新生「どさん子」へと株式会社どさん子と、株式会社力の源ホールディングス傘下の株式会社力の源パートナーズが中心となりブラッシュアップをして参ります。

<リブランディングコンセプト>

プロジェクトの目的

50 年の歴史を生かし、どさん子の次の 50 年を描く

- ・「札幌ラーメンどさん子」から世界の「どさん子」へ

ブランドコンセプト/キャッチフレーズ

「あの味、味噌味」

- ・かつてどさん子を食べたことのある人が郷愁を感じる“あの味”“あの店”であること。
- ・初めてどさん子を食べた人の記憶に残る“あの味”“あの店”になること。
- ・懐かしさ(王道)と新しさ(先進性)。

<ブランドロゴ>

新ロゴ



新ロゴ(ペリカンのみ)



- ・ 50 年の歴史の重みと専門店の本格感を表現。
- ・ 海外進出を想定し、海外から見た「日本のブランド」をイメージできるグローバル感を表現。
- ・ 次の 50 年を展望し、「札幌ラーメン」を外し「札幌ラーメン」のイメージにとらわれない。
- ・ 現在のペリカンキャラクターを日本の家紋をイメージしたマークに変えて踏襲。

<商品ラインナップ>

商品は、以前の“札幌ラーメン”というイメージにとらわれず、次の時代のスタンダードとなる「どさん子」オリジナルの味を追求し、「味噌のどさん子」を際立たせるため、味噌ラーメン2品と醤油ラーメン、塩バターラーメンの 4 本柱で構成。メニュー構成で歴史を感じさせる工夫を盛り込みました。

主要商品概要(1)

●味噌ラーメン

どさん子看板の味噌ラーメンのネーミングには、「丹念に味噌を練る」「50年間練り続ける」という意味を込めて“練”の文字を使いました。また、リピーターを飽きさせない「赤練」と「白練」の味噌二本柱のラインナップ。

どさん子味噌 赤練 (あかねり)

ガツンと記憶に残る、どさん子王道の男性的な味噌ラーメン

赤練は、こってりと濃厚でコクが深く、「ガツンと記憶に残る男性的な味噌ラーメン」がコンセプト。

味噌ダレは、北海道 岩田醸造製の赤味噌「紅一点」をベースに 10 種類の調味料を加えたどさん子伝統の「スーパー10」に、さらに複雑な奥行を持たせるため数種類の味噌をブレンド。隠し味でほんのり後引くワインとフルーツを加えました。スープは豚骨白湯と和ダシを基調に、味噌ダレと合わせることでより濃厚な味わいを演出。

麺はオリジナル極太ちぢれ麺を合わせ、濃厚なスープと一緒に啜った時のより強い存在感を出しました。

具材の特徴は“山椒挽肉”。ラーメン定番のチャーシューではなく香辛料の役目も担うこの山椒挽肉を合わせることで、食べ進む過程での味の変化が楽しめます。麺を食べ終わった後も、ピリリと効いた山椒挽肉が入ったスープを思わず追いたくなる仕掛けです。



予定価格 780 円 (税抜)

どさん子味噌 白練 (しろねり)

やさしくまるやかだけどコクがある。トレンドを感じさせる女性的な味噌ラーメン

白練は、ほんのり甘口でやさしくまるやかな「女性好みのやさしい味噌ラーメン」がコンセプト。

味噌ダレは、麦と米がベースの数種類の白味噌に蜂蜜を練りこみ、くどくない自然な甘みを出しました。豚骨白湯と和ダシのスープに合わせると、一見サラリとした豚骨スープのように見えますが、一口啜ると味噌の風味がふんわりと広がり、ほんのりした甘味とともに奥深い旨みが味わえます。

麺はやさしくまるやかなスープに合わせて中太ストレート。するりと滑らかな喉越しで、スープとともに啜るともう一口と追いかけたくなるクセになる食感。

具材は、赤練と同様に山椒挽肉を合わせ、食べ進む中での“味変”を楽しんでいただけます。



予定価格 780 円 (税抜)

商品イメージ(開発中の商品写真)

主要商品概要(2)

●創業店「餃子飯店つたや」を冠したラーメン

「どさん子」のルーツは今から遡ること 53 年前、昭和 36 年創業の「餃子飯店つたや」に端を発します。その歴史をメニューの中で表現、看板の味噌を引き立てる醤油ラーメンと塩ラーメンは当時の屋号を冠したノスタルジックな味わいに仕上げました。

つたや中華 正油

昭和 36 年ルーツの味をイメージさせるノスタルジックな中華そば

醤油ラーメンは、どさん子創業当時の表記を踏襲し敢えて「正油」と表記。“中華そば”定番のチャーシュー、メンマ、白ネギ、のりの具材が、昭和 30 年代の昔懐かしい正統中華そばのイメージをふくらませます。

豚骨白湯と和ダシのスープに濃口醤油を合わせたスープは、さっぱりしながらも奥深い旨みを感じる繊細な味わい。麺は中太ストレート麺を合わせました。

“あの頃の味”を今流にブラッシュアップしてビンテージ感を演出した自信の醤油ラーメンです。



予定価格 630 円 (税抜)

つたや中華 塩バター

ノスタルジックの中に“今”を感じる懐かしいけど新しい塩ラーメン

味噌に続くどさん子の定番メニューの塩バター。リブランディングに伴い「つたや中華」のコンセプトのもと、麺、スープ、具材とも大きく装いを変えてデビューします。

豚骨と魚介をベースとしたスープに中太ストレート麺を合わせ、素材の味をダイレクトに味わえる塩ラーメンならではの特徴を生かしました。若干白濁したスープは一見濃厚に見えますが、麺を啜り込むほどに豚骨と魚介の風味が広がり、後味はさっぱり。ポイントはオリジナル特製バター。無塩バターにパセリと柚子を練りこみ、食べ進んでスープに溶け込んでいくに従って、刻々と変わる味の変化が楽しめます。

味噌だけでなく、これを目当てにファンがつきそうな、懐かしいけど新しい塩ラーメンです。



予定価格 680 円 (税抜)

商品イメージ(開発中の商品写真)

【「札幌ラーメンどさん子」について】

「札幌ラーメン どさん子」は、1961 年創業の「餃子飯店つたや」に端を発する、日本のラーメンチェーンの先駆けとなるラーメンブランドです。創業者青池保は、デパートの物産展で出会った札幌の「味噌ラーメン」に着目。麺・スープとも独自に研究を重ね、オリジナルの味噌ラーメンを開発、1967 年墨田区両国に「札幌ラーメンどさん子 1 号店」を開店しました。爆発的な人気を博した「札幌ラーメンどさん子」は、1 号店開店からたった 4 年後の 1971 年に 500 店舗を突破、1977 年には 1,000 店舗突破と日本全国を席卷し、それまで「ラーメンといえば醤油味」というラーメン自体の概念を大きく覆した、日本ラーメン史を語る上でひとつの時代を切り開いた画期的なラーメンブランドです。加えて 1974 年にはニューヨーク進出を果たしており、日本の飲食業全体の観点から見ても、様々な礎を作ったブランドです。

【力の源パートナーズ株式会社について】

博多一風堂の運営において蓄積されたノウハウ、プロフェッショナル人材の育成を経て、力の源カンパニー内の一事業部として発足した業態開発・コンサルティング部門を 2014 年 1 月に分社化。

店舗開発から、どんぶりの形状など細部に至るクリエイティブのひとつひとつまで、一貫して自社で行ってきた他社にはない強みを活かし、ラーメン業態だけでなく、飲食業のコンセプトメイク、事業計画立案(商品計画、店舗計画、運営計画、クリエイティブ)、開店・営業サポート、運営指導、品質管理、など、川上から川下までトータルでのコンサルティング業務を行っている会社です。

業態開発の実績として、ジェイアール東海フードサービス株式会社様の「名古屋驛麺通り」(名古屋駅内で日本各地のご当地ラーメンが楽しめるテーマパーク。)や株式会社日本レストランエンタプライズ様の「TOKYO 豚骨 BASE MADE by 博多一風堂」(一風堂監修のエキナカラーメン業態)などがあります。

(株式会社力の源カンパニー コンサルティング事業部 当時の実績も含まれます)

＜お問い合わせ先＞

株式会社どさん子 <http://www.dskgroup.co.jp/>

住所: 東京都港区高輪2丁目16番29号 丸高高輪ビル2階

TEL 03-5793-3351(代) FAX 03-5793-3354

担当者直通電話: 080-5419-7575(阿部)

株式会社力の源ホールディングス <http://www.chikaranomoto.com/>

住所: 福岡県福岡市中央区薬院1丁目10番1号

TEL 092-762-4445(代) / FAX 092-762-5556

担当者直通電話: 080-9652-0068(木村)

※報道用に外観パース、商品写真、各社ロゴなど各種画像の提供も可能です。(提供: 力の源パートナーズ)

※報道関係者向けのレセプションを予定しております。ご参加ご希望の方は上記までお問い合わせ下さい。