



報道関係者各位
プレスリリース

2015年4月20日
株式会社どさん子

オーストラリア・メルボルンにどさん子ラーメン リブランド海外三号店 「DOSANKO MELBOURNE」店を2015年4月20日グランドオープン！

「どさん子ラーメン」ブランドでラーメンチェーンを展開する株式会社どさん子（東京都港区 代表取締役 森下将典）は、今後の50年の発展を見据えた新しい「どさん子」ブランドを築くべく、「どさん子ラーメン リブランディングプロジェクト」を推進しております。そしてこの取り組みの一環として、当社は本日、焼肉、居酒屋等の外食フランチャイズを中心に全国で429店舗を展開する株式会社アスラポート・ダイニング（東京都港区 代表取締役 檜垣周作）と海外での日本食のチェーン展開を共同で行っていくこと等を目的として両社間で業務提携契約を締結することにいたしました。

本業務提携の第一弾として、同社子会社であり、焼き鳥居酒屋チェーンを運営する株式会社とり鉄とのコラボレーション店舗である「どさん子 メルボルン店」～DOSANKO RAMEN collaboration with TORITETSU YAKITORI を本日付けでオーストラリアのメルボルン市に出店いたします。当社の本格的なラーメン店運営のノウハウに、日本の焼き鳥文化の要素を融合した店舗を、現地のお客様に楽しんでいただけたらと考えております。

今回の海外展開は昨年10月、フランス（パリ）、同11月、米国（ロサンゼルス）に続き3号店目となります。当社は今後もこのようなリブランド店舗の展開を、国内外で進めてまいります。日本で愛され続けたこのブランドに対して、一人でも多くの現地のお客様に「大好き」と言ってもらえるよう、一杯一杯に魂を込めてご提供させていただきます。

株式会社どさん子 公式サイト：<http://www.dskgroup.co.jp/>

どさん子×とり鉄 公式サイト：<http://www.dosanko-toritetsu.com.au/>

【オープン店舗概要】

店 舗 名 : DOSANKO MELBOURNE ~DOSANKO RAMEN collaboration with TORITETSU YAKITORI
店舗所在地 : 87 Little Bourke Melbourne 3000 Victoria , Australia
営 業 時 間 : Lunch 11:30-14:30 (Last order)
Dinner 17:30-22:00 (Last order) (年中無休)
客 席 数 : 40 席
電 話 : +61 3(9650)6660



【要商品ラインナップ】

「どさん子ラーメン リブランディングプロジェクト」にて開発された赤練味噌ラーメン、醤油ラーメン及び塩バターラーメン3本柱としております。これに加え、「とり鉄」からは日本を代表する料理である「焼き鳥」と多種にわたる「居酒屋メニュー」を加えました。フランス・パリの「オペラ店」やアメリカ・ロサンゼルス「West LA店」とは一味違ったメニュー構成をお楽しみ頂けます。

商品イメージ（開発中の商品イメージ）



Spicy Red Miso Ramen

\$11.50



Soy Sauce Ramen

\$10.50



Seafood Butter Ramen

\$10.50



焼き鳥盛り合わせ (仮)

\$15.00

【会社概要】

商号 : 株式会社どさん子
代表者 : 代表取締役 森下 将典
所在地 : 東京都港区高輪2丁目16番29号 丸高高輪ビル2階
設立 : 平成27年1月15日
事業内容 : 飲食事業 (直営店舗事業、FC本部事業)
資本金 : 100千円
URL : <http://www.dskgroup.co.jp/>

<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: 伊倉

※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

【補足資料】

<「どさん子ラーメン リブランディングプロジェクト」とは>

株式会社どさん子は、今年で創業 53 年目を迎えた「札幌ラーメンどさん子」の、次の 50 年に向けた“新たなどさん子ブランドの確立”を目的としたプロジェクトです。2014 年 5 月 9 日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、同年 9 月 26 日に国内 1 号店を東京駅八重洲地下街に、同年 10 月 13 日にはフランス・パリに海外一号店『DOSANKO Opera』をオープンしております。

今後も、「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」へと日々ブラッシュアップしております。

<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>



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。

<「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、様々な礎を築いたブランドです。