



報道関係者各位
プレスリリース

2015年8月12日
株式会社どさん子

**どさん子ラーメン リブランド直営2号店『どさん子那須塩原店』を2015年8月12日にオープン！
どさん子ラーメン リブランドFC1号店『どさん子八千代台店』が8月14日にオープン！**

「どさん子ラーメン」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 <http://www.dskgroup.co.jp/>）は、今後50年を見据えた「どさん子ラーメン リブランディングプロジェクト」の直営2号店として2015年8月12日『どさん子那須塩原店』をオープンし、FC店第1号店として8月14日に『どさん子八千代台店』をオープンすることとなりました。両店舗共に、商品ラインナップ、店舗内外装、接客オペレーションなど「どさん子ラーメン銀座0号店」、「どさん子八重洲店」で蓄積されているノウハウが集約されております。

海外展開につきましては、今後5年以内に世界主要都市（アメリカ、カナダ、EU、アジア、オセアニア、南米など）に直営店10店舗、FC店50店舗の出店を目指してまいります。

一人でも多くのお客様に美味しいラーメンを提供し「大好き」と言っていただけるよう、一杯一杯に魂を込めてご提供させていただきます。皆様のご来店を心よりお待ちしております。

<オープン店舗概要>

店舗名：どさん子ラーメン 那須塩原店
店舗所在地：栃木県那須塩原市新緑町98-125
営業時間：11:00～23:00(L.O.22:30)
電話：0287-74-5426



店 舗 名:どさん子ラーメン 八千代台店
 店舗所在地:千葉県八千代市八千代台東 1 丁目 5-3
 営 業 時 間:11:00~25:00
 電 話:047-483-0651



〈主要商品ラインナップ 『どさん子ラーメン 那須塩原店・どさん子 ラーメン八千代台店』〉
 「どさん子ラーメン八重洲店」同様の味噌ラーメン2品と醤油ラーメン、塩バターラーメンの 4 本柱に加え、『金練』などで構成し、随時ブラッシュアップをいたします。

・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。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 (税込)

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、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、一見サラリとしたスープのように見えますが、一口嚼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、スープとともに嚼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 (税込)

商品イメージ(実際の提供商品とは若干異なる場合がございます)

どさん子味噌 金練 (きんねり)

北海道産 100%生味噌を使用した芳醇な香りの味噌ラーメン

金練は、北海道 岩田醸造製の『100%北海道産の生みそ』を使用し、複数の秘伝のス調味料を加え、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。和ダシを基調に、味噌ダレと合わせることで味噌本来の味わいを追及致しました。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嚼り食べるほどに味噌の芳醇な香りが口の中に広がる 1 杯です。

具材の特徴は特製味噌を塗り炙ったチャーシューです。

味噌を炙ることにより香ばしい風味をプラスすることによって、生みその風味を殺さずにバランスのとれた味わいを演出しています。



予定価格 880 円 (税込)

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。

元祖どさん子 味噌ラーメン

どさん子といえば！ひき肉ともやしのアツアツ味噌ラーメン

元祖どさん子味噌ラーメンは、どさん子創業当時の作り方である、中華鍋でひき肉ともやしを炒めたアツアツのスープが特徴です。

北海道 岩田醸造和の赤味噌「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」を使用し、和ダシと豚骨を合わせたスープは、昔ながらのどさん子味噌ラーメンを再現。麺はオリジナル極太ちぢれ麺を合わせました。

“あの頃のどさん子の味”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味噌ラーメンです。



予定価格 680 円 (税込)

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。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 680 円 (税込)

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付きそうな、懐かしいけど新しい塩ラーメンです。



予定価格 680 円（税込）

商品イメージ(実際の提供商品とは若干異なる場合がございます)

以上

<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

※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協力体制を組み、今年で創業 54 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(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、銀座にオープンし、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”を発信しております。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



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。