

特集 みんな大好き! ラッキーピエロ



『ラッキーピエロ』は、創業者の王一郎さんが小さい頃に憧れだったサーカスに着想を得て店作り。店名は主役ではないが大事なキャラクターである“ピエロ”に、物悲しいイメージを払拭するため愛犬の名前“ラッキー”を付け足したことから由来。マスコットキャラクター「ハイ! ラッキーくん」は2004(平成16)年に誕生。2014(平成26)年には函館市のご当地キャラクターに認定されるなど、函館のシンボルの一つとして愛されている。

函館発のご当地ハンバーガーレストラン『ラッキーピエロ』。地元のソウルフードとして愛され続ける唯一無二の存在は、飲食店の枠を超えた“エンターテインメント”として輝きを放つ。この店でしか得られない“食の感動”と“特別な体験”は、素敵な思い出とともに心に刻まれる――。



1号店オープンから38年で17店舗展開。
みんなのソウルフード“ラッピ”とは。



(写真左より)『ラッキーピエログループ』代表取締役社長・王未来さんと会長・王 一郎さん。親子で笑顔を決やさず仲睦まじい。

函館市内を中心とする道南エリアで全17店舗を展開するローカルハンバーガーチェーン『ラッキーピエロ』。1987（昭和62）年の創業以来、“ラッピ”の愛称で親しまれ、地元民のソウルフードとして不動の地位を築いている。『ラッキーピエロ』の魅力をひと言で表すなら“おいしくて、楽しい”。これに尽きる。創業当時から変わらず、“手づくり、できたて、ボリューム満点”を貫き、味やコスパの良さは誰もが認めるところ。どの店舗にもにぎやかな装飾が施されていて、独自の世界観を創り上げている。その人気は地元にとどまらず、今や“函館観光するなら絶対に行くべきご当地バーガー店”として、知名度は全国区。そんな『ラッキーピエロ』が人々に愛される理由とは。創業者の王 一郎会長と娘でもある王未来社長にお話を聞いた。

創業者の王会長は神戸市出身。千葉県で中華料理店を成功させ、27歳で函館市に移り住み、パブを開店した。靴を脱いで上がるスタイルのパブや海賊船をイメージした店内など、ユニークなコンセプトが話題となり、パブは10店舗にまで拡大した。函館でのビジネス展開は順風満帆そのものと思われたが、王会長には一つの想いがあった。「流行り廃りのあるパブよりも、家族3代にわたって通えるレストランを作りたい」。そこで、洋食レストラン『ポバイのほうれん草』を開店、さらにそれまでの経験を生かして『チャイニーズレストラン シルクロード』を立ち上げた。それでも「子どもからお年寄りまで通えて、もっともっと楽しめる店を」という想いはさらに募る。長年描いてきた夢を実現するため、1987（昭和62）年、王会長の人生を注ぎ込んだハンバーガーレストラン『ラッキーピエロ』1号店をオープンさせた。

創業の場所として選んだのは末広町のベイエリア。当時は今ほど観光地化されていなかったが、王会長はベイエリアの発展を予見していた。「初めてサンフランシスコを訪れたと

き、これからは海沿いが発展すると直感的に思ったんです。函館のベイエリアは、そのイメージにぴったりでした」と王会長。寿司店だった場所を改築し、ピエロのキャラクター「ラッキーくん」が屋根で出迎えてくれる派手な外観、森の中をテーマにした店内にはブランコや木馬を配した。まるで遊園地のようなハンバーガーレストランは、徐々に地元へ浸透していった。現在ある17店舗はすべて異なるテーマで店作りをしている。「すべて私の好きなものばかりです」と、うれしそうにほほ笑む王会長。それゆえ、どの店舗にも思い入れが強い。「自分の好きなテーマで店作りをすると、やはり愛着が違いますよね。力が入りますし、仕事をしていて楽しい。お店を作るときが最も楽しい瞬間でもあります」とも。

こだわりは、店舗だけではない。創業当初から大切にしているのが地元への貢献だ。「地元で拍手喝采されるようなお店じゃないと、観光客も来ないと思っています」と王会長。地元民が愛してこそ、この地を訪れる人を連れて行きたいと思う店になるという。また「観光客向けのメニューは作りません」と断言。地元の人たちが「生涯顧客」となってくれる店づくりへの邁進、それこそが地元への恩返しになると考えるからだ。「函館生まれ・函館育ち」を誇りとし、道南を愛するからこそ、ハンバーガーの包み紙やオリジナルグッズにも函館観光のPRを忘れない。その思いを象徴するのが、未来社長による「百万ドルの夜景」というキャッチコピーの商標登録だ。「このコピーがある時期から、道外で商標登録され、函館は『百万ドルの夜景』をうたうことができなくなったのです。そこで、社長がなんとかして権利を買い取り、誰でも無料で自由に使えるようにしました」と王会長。名実ともに、「百万ドルの夜景」が函館に戻ってきたのだ。

またスタッフやお客さんも巻き込み、ボランティアで海の清掃や植樹など社会貢献活動

にも長年、積極的に取り組んできた。海の清掃は毎回、100～120人が参加し、すでに60回以上を数える。植樹は累積2000本にも及ぶ。「SDGsの活動にも力を入れています。この地域が持続可能でなくては、ラッキーピエロも存在できませんから」と未来社長。その活動には「地産地食（地元のものを地元で食す）」の実践も含まれる。「身土不二」の教えから食材はなるべく道南産、北海道産を使用し、生産者の元にも直接足を運ぶなど、“作る人”とのつながりも大切にしている。「地域と私たちは運命共同体です。お客さまが店舗駐車場の雑草を刈ってくれたり、店内のトイレトペーパーを変えてくれたり、きれいな店づくりに参加してくれることもうれしいですね」と王会長は目を細める。地域のためにと取り組み、地域と一緒に歩んできたことが、地元の人たちにも認められた証しだ。「地域のオアシスになりたいんです。お茶一杯だけでも、トイレの利用だけでも気軽に寄ってくださいとお伝えしているんですよ」。

もう一つ、ユニークなのがスタッフの採用だ。1号店開店当初から、55歳以上の“お母さん”を積極採用している。「コックさんの次にお料理が上手なのがお母さんだと思っているんです。だからお母さんが作った愛情を込めた料理をお出しする。そんなレストランを作りたいんです」と王会長。創業から38年を迎えた今、約7割のスタッフが“お母さん”で、長年にわたって務めている人も少なくない。「親子で働いてくれているスタッフもいますよ。最高齢のスタッフは82歳です」と笑顔で話す未来社長に、「私が生涯現役と言ってるのだから、みんなにも生涯現役でしてもらわなくちゃ」と王会長が応える。“お母さん”世代が働く店内は、どこかアットホームでほっとする空気が流れている。

『ラッキーピエロ』が地元で愛される理由は、言わずもがな。愛し愛され、今の“ラッピ”につながっている。



『ラッキーピエロ』の歴史がスタートしたベイエリア本店。赤レンガ倉庫が並ぶエリアで、ど派手な1号店外観は函館観光のアイコン。



お米は道南生まれの品種「ふっくらんこ」を100%使用。野菜や肉、牛乳などもほぼ道産品。生産者とのコミュニケーションも欠かせない。



ゴミの減量をはじめ、海の清掃、植樹、公園清掃など、数々の社会貢献活動を通じて、持続可能な地域を目指すのも“ラッピ”のミッション。

王 一郎さん

1942（昭和17）年、兵庫県神戸市生まれ。高校卒業後、実業家の叔父のもとで学び、21歳で中華料理店を独立開店。1969（昭和44）年に函館へ移住後、レストランやパブなどを経営。1987（昭和62）年にラッキーピエロ1号店開店し、現在は道南エリアで17店舗を展開。

1 | ハンバーガー

『ラッキービエロ』の象徴はやっぱりハンバーガー。看板メニューの「チャイニーズチキンバーガー」をはじめ、魅力的な商品がラインナップ。

圧倒的ナンバーワン!

チャイニーズチキンバーガー
450円(税別)

王会長がかつて経営していた中華料理店『チャイニーズレストラン シルクロード』での経験から、中華の技法を取り入れた中華味のハンバーガーを考案。甘辛く甘酸っぱいタレを絡めた鶏肉の唐揚げは大ぶりで、外はかりっと中は肉汁たっぷりでジューシー。タレがパンズやレタスにも染み込み、たっぷりのまろやかなマヨネーズとも相性抜群。



サイドメニューも充実



フライドポテトにミートソースとホワイトソース、チーズをかけた名物「ラキポテ」をはじめ、揚げたての「春巻」や「ラッキーボール（ごま風味揚げだんご）」も人気。

オリジナリティ
あふれる具材で
それぞれにファンがいる
“ラッピ”のバーガー。

ハンバーガー人気ランキング

- 1位 チャイニーズチキンバーガー
- 2位 ラッキーエッグバーガー
- 3位 トンカツバーガー
- 4位 ラッキーチーズバーガー

「チャイニーズチキンバーガー」を筆頭に、数多くのメニューを取り揃える『ラッキービエロ』のハンバーガーはどのように誕生したのだろうか。王会長は創業当時をふり返る。「次は何のお店にしようかと考えたとき、当時、まだ日本では珍しかったホットドッグはどうかとも考えたのですが、アメリカに住む友人から、ハンバーガーショップをすすめられました」。ハンバーガーショップはすでに全国的に大手チェーン店が市場を席卷していたが、友人の話に勝機を見出した。「アメリカでは、ホームメイドハンバーガーレストランが人気だ」という話でした。全国的な大

手チェーンは徹底した効率化で画一的なメニューを提供するため、業務を単純化しています。だったら、うちはその真逆を行こうと思ったんです。徹底した非効率と複雑化です(笑)。こうして、作り置きはせず注文が入ってから手づくりすることにこだわり、オリジナリティを追求しようという『ラッキービエロ』のコンセプトが固まった。

ハンバーガーレストランを作ろうと決めたとき、何ごとにも研究熱心な王会長は、まず東京でハンバーガーを食べ歩いたという。「何店舗も回りました。ハンバーガーを買ってはホテルに持ち帰り、パンズからパティ、レタ



会長の好物!

ラッキーエッグバーガー
520円(税別)

パンズにハンバーグ、目玉焼き、スライストマト、刻み玉ねぎを挟み、特製ミートソースをかけた王会長大好物一品。具材が一体となって凝縮した濃厚な味わいが魅力。



エビがぶりぶり!

エビマヨバーガー
520円(税別)

大ぶりのエビを特製マヨネーズソースで和えたエビマヨは、まろやかな甘みとほどよい酸味がエビの風味を引き立て、あっさりながら奥深い味わい。炎の料理人・周富徳氏が考案。



誰もが好きな味!

生姜焼肉バーガー
520円(税別)

道産豚肉を使用し、生姜を効かせた甘辛い醤油ダレを絡めた生姜焼きは、誰もが好きな味。肉の旨みと特製ダレの風味、そしてマヨネーズのまろやかなコクが絶妙にマッチ。



北海道の郷土料理!

北海道ジンギスカンバーガー
510円(税別)

郷土料理ジンギスカンをサンド。秘伝ダレに漬けた羊肉は臭みが少なく、やわらかくてジューシー。低カロリー、高タンパク質、栄養素が豊富でヘルシーなのもポイント。



肉食者の夢を実現!

肉食べようバーガー
840円(税別)

パンズの代わりにハンバーグ2枚を使い、トマト、2種のチーズ、刻み玉ねぎを豪快に挟んだバーガー。肉好きにはもちろん、炭水化物を控えたい方にも嬉しい。



冬の函館をイメージ!

函館スノーバーガー
730円(税別)

ハンバーグにホワイトソースとデミソース、チーズをかけ、それを函館山を覆う雪に見立てたハンバーガー。フライドポテトとオニオンリングが付いたプレートで提供。

スなどの具材まで、一つひとつグラム数を計りました。他店のパティは大体60gくらいでした。だったらうちは2倍にしよう」と。さらに、全国的な大手チェーンがチキン系にそれほど力を入れていないこともわかってきた。「うちにはそれまで培ってきた中華の技術がありました。看板商品だった鶏の唐揚げを武器にしたらどうか」と。鶏の唐揚げが3つで約120g。パンズも具材に合わせて一般的なハンバーガーより1.4倍ほどの大きさにした。レタスも当然多くなる。ボリュームいっぱい「チャイニーズチキンバーガー」が完成した。もちろん、鶏の唐揚げは注文が入っ

てから揚げ始める。ふわふわのパンズとたっぷりのレタス、オリジナルのマヨネーズソースに挟まれた鶏の唐揚げは、いつも熱々の状態。ふうふう言いながらほお張るのが醍醐味だ。そんな「チャイニーズチキンバーガー」は、発売から数年で、人気広がりが“ラッピ”の“チャイチキ”として、押しも押されぬ看板メニューとなった。

もちろん、ひき肉のパティを使ったハンバーガーもボリューム満点で、パティは注文が入ってから鉄板で焼き上げる。ジャンクフードという印象があるハンバーガーを、よりヘルシーな食べものになりたいという思いか

ら、パンズにはスーパーフードと呼ばれ食物繊維や鉄分・ビタミンを豊富に含む穀物キヌアを使っている。『ラッキービエロ』のハンバーガーは、もはやファストフードの枠をはるかに超えている。また、ハンバーガーといえば、サイドメニューはフライドポテトだが、こちらのポテトはひと味もふた味も違う。定番の「ラキポテ」は、フライドポテトにミートソース、ホワイトソース、さらにチーズがかかった濃厚でくせになる味。これ一品でも十分に満足感が得られる。『ラッキービエロ』へ行くなら、名物「ラキポテ」のオーダーもお忘れなく。

The History

1987

昭和62年
ベイエリア本店
オープン

1993

平成5年
十字街銀座店
オープン

1995

平成7年
松陰店
オープン

1998

平成10年
五稜郭公園前店
オープン

1999

平成11年
人見店
オープン

2000

平成12年
本町店
オープン

2002

平成14年
美原店
オープン

2 料理メニュー

『ラッキービエロ』の魅力はハンバーガーにとどまらず。いまや多彩なメニューで幅広い世代に愛されている。自慢の料理をピックアップ。

日本食文化のいいところ取りで魅力あるメニューが続々誕生

創業当初から非効率化・複雑化路線を進む『ラッキービエロ』は、店舗によって提供するメニューも異なる。「これが食べたいときはこの店、あれが食べたいときはあの店に行こう。お客さまは、そんな風に使い分けてくださっているようです」と話すのは未来社長。当初はハンバーガー8品で始まった『ラッキービエロ』だが、2号店の港北大前店をオープンした時期から、徐々にハンバーガー以外のメニューが増え始めた。

「ハンバーガーもいいけど、やっぱりお米

が食べたいよね」。王会長のそんなつぶやきから、お米を使うメニューの開発がスタート。「ごはんが一番進む料理って何だろう？と考えたとき、やっぱりカレーだよ、ね」と考えたとき、やっぱりカレーだよ、ね、ということになったんです」と王会長。もともとカレーが好きで全国の評判店を食べ歩いていたという。「お客さまにとって、お母さんのカレーの次においしいカレーを目指そうと開発を始めたのですが、これがかかなり苦労しましたね」と苦笑いする王会長。辛すぎると、子どもには食べづらい。すべての客層に食べ

やすいようにと、辛さを減らすと個性がなくなる。少しずつ調整しながら、やっと味が決まったという。

次に松陰店のオープンに合わせて挑戦したのがオムライスだった。これもまた「普通では面白くない」という王会長の発想から、一人前にL玉の卵4個を使用する巨大オムライスにたどり着く。「女性が食べきれずにお持ち帰りしたくなる量を設定しました。『“ラッピ”のオムライス、おいしいんだけど食べきれないのよね』というクチコミを広めてもら



「二番目においしい」がコンセプト

オリジナルカレー 500円(税別)

家庭料理で不動の人気No1に君臨するのがカレーライス。オリジナルカレーは、「おふくろのカレーの次においしい」を目指して開発された。肉と野菜がたっぷり溶け込んでいて旨みは充分。自慢のトンかつと合わせた「トンカツカレー」や鶏の唐揚げがのった「チャイニーズチキンカレー」も好評。お米は道産の「ふっくりんこ」を100%使用。



アツアツ&ジュージューのライブ感にわくわく!

鉄板ミートスパゲッティ 780円(税別)

「スパゲティを出そう」と思い立った王会長は未来社長を連れて、食べ歩きの旅に出た。その際、ある地方の町のスパゲティレストランで、長靴を履いた一人のおじいさんが、カツがのったミートソーススパゲティを食べていた。高齢者が一人で気軽にスパゲティを食べに来る、そんなレストランを目指そうと取り入れたのが、幅広い世代に愛されるミートソースのスパゲティだった。



大量注文にも対応可能な隠れた名物

チャイニーズチキン2段のり弁当 680円(税別)

あるスタッフが普段からチャイニーズチキンを購入して、持参したごはんとのりで食事をとっていたことにヒントを得て、人気メニューにまで上り詰めたひと品。会長のアイデアで、寿司屋御用達の専門店から取り寄せたのりを豪華に2段使いにし、会長の好物、昆布の佃煮をトッピング。さらにリッチに食べたい人には、目玉焼きをトッピング。スタッフの“推し”がレギュラーメニューになったケース。



初めて見る人は必ず驚くビッグサイズ!

オムライス 640円(税別)

卵はたっぷりL玉4個使用。中身はチキンライスではなく、豚肉を使って炒めたライス330g。味付けはしょう油とケチャップ、オリジナルのタレで。豚肉の脂がごはんに絡み、旨みが増す。ふわふわ&とろとろの卵で包み、ケチャップをたっぷりかける。見た目のインパクトも大。味もボリュームも大満足のオムライスは、専門店にも負けないおいしさ。



シルクロード時代からのファンも健在

しおラーメン 750円(税別)

現在、人見店でのみ提供するラーメン。かつて人気を博した『チャイニーズレストラン シルクロード』で評判だった味をそのまま引き継いだ。チャーシューにモヤシ、ゆで卵、メンマとシンプルな具材に、鶏ガラ・豚骨、野菜でじっくり丁寧に取ったスープで味わう一杯。家庭で再現できるお土産ラーメンも、ルーツはこのメニュー。そのほか、人見店ではチャーハンなどの中華メニューを取り揃える。



すごいボリュームにも箸が止まらない!

オリジナル豚焼きそば 550円(税別)

関西出身の王会長はお好み焼きが大好き。そこで、峠下総本店のオープン時に鉄板付きテーブルを配したお好み焼きコーナーを設けた。しかしお客が自ら焼くスタイルが定着せず、お好み焼きはメニューから消えることに。同時に始めた焼きそばの人氣が高かったことから、鉄板焼きそばだけが定番に加わった。こちらもボリュームたっぷり。チャイニーズチキンがのったメニューも。



北海道産豚肉を使ったボリューム満点の一杯!

ラッキーカツ丼 580円(税別)

数あるメニューの中でも注文数がトップクラスのカツ丼。トンカツを始める際、スタッフが鹿児島県内のトンカツ人気店に向いて修行したというから、そのおいしさはお墨付き。注文が入ってから揚げるトンカツを卵でとろっとして、炊きたてご飯の上にどん! ボリュームもたっぷりです。食べ盛りの子ども大喜びの逸品。脂がしつこくないので高齢の方にもファンが多い。



ラッピでハワイ気分が味わえる!?

ラッキーロコモコ 820円(税別)

海外旅行が大好きな王会長。スタッフにもその楽しさと、ハワイで研修旅行を実施。その際、食べ歩きツアーで見つけたロコモコをスタッフも気に入り、帰国後メニューに採用。一時期、「ラッピハワイ化計画」が進行していたとか。定番のロコモコのほか、「ラッピ」らしい「チャイニーズチキンロコモコ」も登場。しっかりとオリジナリティを加えることも忘れな



Souvenir

お土産やオリジナルグッズは、
公式ネットショップでも一部購入可能。
elplp.jp

お土産人気ランキング

- 1位 ラッキーガラナ
- 2位 ラッキーピエロカレー(各種)
- 3位 ラッキーピエロラーメン(各種)
- 4位 ラッキーピエロ長生きまんじゅう
- 5位 ラッキーピエロミルクまんじゅう



オリジナルTシャツ (1,320円)

マスコットキャラクター「ハイ！ラッキーくん」をプリント。カラーバリエーションが豊富で、新色が数量限定で毎年登場。



鉛筆 (5本330円)

店名が名入れされた消しゴム付き鉛筆は、淡いパステルカラーがレトロかわいらしい。実用的で、子どもから大人までと重宝。



マスキングテープ (363円)

ロゴやキャラクターをあしらった遊び心満載の絵柄は、見るだけで楽しくなる。多様な用途で、思わず集めたくなる全6種。



ペナント型マグネット (528円)

懐かしいペナントをモチーフにした昭和レトロなデザインが魅力。「函館」の地名も刺繍され、旅先の思い出やお土産に最適。

てくれる。「これは香港で訪れた寺院をヒントにしたものです。社長が気に入って、ここに置きました」と王会長。座ると財運がアップするという願いが込められていて、撮影スポットとして大人気だ。

店内では大きなキリンのオブジェも目を引く。入口近くにお母さんキリン、少し離れたところに子どものキリンがいる。ハート型のソファは、待ち合わせや店舗が混み合っているときなど、自由に座ることができる。あえて不揃いのイスを配置し、選ぶ楽しみもプラス。

さらに店舗中央にはバードウォッチング台があり、備え付けの双眼鏡で店内を見渡すとそこかしこに置かれた野鳥のオブジェを見つけることができる。

レジの上には50カ国語で「ありがとう」を意味する言葉が掲げられていて、待ち時間に眺められる。「生きていて一番大事なのが感謝です。『ありがとう』と言われて嫌な気持ちになる人はいませんよね。私の一番好きな言葉です」と王会長が見上げれば、未来社

長も隣でほほ笑みながらうなずく。

店舗入口横には、お土産コーナーが広がる。「社長の大きな功績のひとつが、お土産をスタートさせたことです。心配もありましたが、見事に成功させました」と王会長。マグカップの販売から始め、今では雑貨、食品合わせて100品を超える。函館土産の定番となっていて、特にTシャツはフェスやマラソン大会などに参加する人にも人気が高いという。

屋内からデッキに出ることができ、外にはメリーゴーラウンドも。夜は豪華なイルミネーションが地域を照らすことで有名だ。

王会長が創業し、地域一番店を目指して築き上げた『ラッキーピエロ』。その思いと世界観は娘の未来社長にも引き継がれている。今後について未来社長に聞くと、「スタッフもお客さまも、みんなで元気に長生きしてもらい、『ラッキーピエロ』もこの世界を続けていけるように頑張ることで」と明るい笑顔が返ってきた。そんな未来社長の言葉からも、みんなに愛される“ラッピ”らしさを感じる。



夜のイルミネーションは近隣だけでなく、遠方からも見物客が訪れるほど人気。音楽に合わせて35万球のライトが輝く。函館夜景に続く道南の新名所としても注目されている。

4 峠下総本店

集大成として満を持してオープンした
峠下総本店は、テーマパークさながら、王会長と
未来社長のアイデアがぎゅっと詰まった店舗。

目指したのは地域ナンバーワンの店。
家族で1日中遊べるレストラン！

創業から25年を迎えた2012(平成24)年、3000坪の土地に約300坪の広さを誇る『ラッキーピエロ』最大の店舗、峠下総本店がオープンした。場所は函館の隣町、七飯町。国道5号沿いに建つ。「ここは『ラッキーピエロ』として16番目の店舗で、『テーマパークレストランバードウォッチング館』というコンセプトです」と、未来社長自ら店内を案内してくれた。

バードウォッチングは、王会長が8年間、サマースクールで通ったイギリスが発祥。バードウォッチングの世界観に感銘を受けた王会長が、

毎回、イギリスを訪れるたびに買い集めた野鳥の絵を店内に飾っている。「ラッピの森」でバードウォッチングをしながら楽しいひとときを過ごそうというのがテーマです。市街地の店舗はいつも混み合っていますから、ここでお客様にゆっくり1日中でも楽しんでいただけるようにという思いで考えました」と未来社長。王会長はもちろん、ここには未来社長のアイデアも満載だ。

店内に一步足を踏み入れると、そこはもう日常とはかけ離れた夢の国。まずは入口正面の大きくて真っ赤な「財運のイス」が迎え



上) ログハウス風の三角屋根が目印の峠下総本店。札幌から函館に入る手前左側に見える。下) 入口横のお土産売り場。系列店の中で最も広く、常時約100種類の商品を揃える。