

# 魚 丼

魚介丼

駅前商店街6坪の場合  
※数値はモデルケースとしての概算値であり、立地などの条件により変動する。

## 開業資金モデル

合計 **550**万円

加盟金	99万円
保証金	6万円
研修費	14万円
内外装工事	150万円
看板工事	50万円
広告宣伝費	10万円
厨房機器	100万円
リース機器	2.5万円
POSレジ機器	18.5万円
店舗取得費	100万円

※店舗取得費は物件により異なる。

## 収支モデル

合計 **559**万円(100%)

原 価	332.46万円 (59.5%)
人件費	90万円 (16.1%)
家 賃	15万円 (2.68%)
光熱費	5.5万円 (0.98%)
通信費	1万円 (0.17%)
リース代	2.5万円 (0.45%)
雑費	7万円 (1.3%)
のれん代 (月額固定)	3.5万円 (0.6%)
PASOREGI	0.55万円 (0.09%)
魚丼市場	0.15万円 (0.03%)
営業利益	101.34万円 (18.1%)

※原価の中にはUber Eatsの委託販売手数料も含む。



### 業 態 概 要

店 数：直営1店、FC22店(契約店含む)  
主力立地：駅前商店街  
標準規模：6坪  
客 単 価：890円  
想定月商：559万円

### FC 本 部

株式会社ベルツリーカンパニー  
東京都足立区千住2-16 市川ビル2F  
☎03-5284-7583  
設立：2013年10月  
資本金：700万円  
売上高：9900万円  
従業員数：5人



炙りマヨハラス炙り縁側  
炙りサーモン丼 537円

ガツ盛り丼 620円

食べごたえがある「魚丼」の名物商品。5種のネタは漬けも炙りも楽しめる、シャリの大きさが無料というお得メニュー。

魚介カレー 600円



コアなファンが多く、隠れた名品。魚介のうまみが溶け出したカレーは、白米で提供しているのもこだわり。



これぞ「魚丼」の人気炙りメニュー。海鮮丼やすしの違いを味わえる新たな丼のひとつ。

## テイクアウトに加えデリバリーも好調 7坪以下で月商500万円超続出!

堅調だったワンコイン海鮮丼の業態が飽和状態となるなか、快調に伸びているのが(株)ベルツリーカンパニーの「魚丼」だ。東京・北千住で6坪の1号店を2017年に開業。初月から月商400万円を売り上げる人気店となった。2号店以降は加盟者にとって自由度の高い「のれん分け」を採用。18年に2号店をオープンし、19年の本格展開後、20年末には23店(契約店含む)まで店舗数を増やしている。ヒットの要因は、ひと手間かける独創的なメニューにある。創業者である代表取締役鈴木常隆氏は次のように語る。

「従来の海鮮丼にはない、ネタを『炙る』『漬ける』といった調理がお客さまの支持を得ているのだと思います。魚丼を、生ネタをのせただけの海鮮丼とは一線を引く、新たな魚食文化をご提案できるメニューにするべく、工夫を重ねてきました。料理人の専門技術は不要ながら確実に付加価値を高め、客単価をアップできます。従来の海鮮丼よりも調理工程が増えるのは確かですが、POSレジをはじめとする当社のシステムをご活用いただければ、お支払いが済むと同時に商品をご提供するというオペレーションも可能です」

食材は、安定的な仕入れが可能で魚介を使用するが、組み合わせの計算上では約170万種類の魚丼を創作できる。ベースラインのロープライス丼は537円で135種。全品をコンプリートしたお客には、クーポンを発行しており、認定者は20代から50代とリピーター客の層が広い。売れ筋は750円の「ボリューム丼」シリーズ。低価格や種類の多さばかりではなく、総合的なコストが高く評価されていることがわかる。その他、お客が45種のネタから、5種盛り25円または3種盛り70円を選べるオリジナルの「M&J」をつくることも可能だ。(二)のM&J丼をウェブ登録すれば、全国どこでも魚丼でも自分好みのメニューをすぐに注文することができる。



東京・北千住本店の近隣には大学があり、コロナ以前にはランチに長蛇の列。リモート授業で来店客が減っても、デリバリーで売上は前年比増。



豊漁丼 1000円  
その名のごとくネタが12種類ものった満足度の高い丼。ディナータイムはもちろん特別な日やご褒美にも支持されている。



魚雷丼 620円  
焦がしバター醤油サーモンと温玉が特徴で幅広い層から人気のある商品。こちらシャリ大盛が無料だ。



海賊丼 1000円  
海賊が見つけた宝箱のように鮮やかな盛り付けのプレミアム丼。ネタが小さくカットされており女性にも人気。

す。ビジネスモデルでは駅前商店街となつていますが、駐車場の大きいショッピングモール隣接地でも出店が可能です。ローコストでの開業で、売上ロイヤリティではなく、月額固定3万5000円のものれん代をいただいているだけなので、コロナ不況で既存店の業種転換や新業種への進出を考えている経営者の皆さまに、ぜひご検討いただければと思います」

オープン時に折込やポスティングをせずに集客できることも「魚丼」の強みだ。20年にオープンした東京の住宅地にある板橋仲宿

では、広告をしなかったにも関わらず、初日に客数400人、売上50万円超という驚異的なスタートをきっている。

屋号は「魚丼」もしくは「魚丼屋」を入れれば原則自由。食材の仕入先も指定がなく、既存店のルートを生かすことや自社で新規開拓することも可能だ。本部の仕入れ専門HP「魚丼市場」では送料無料で仕入れることもできる。新型コロナウイルスによって食産業が大きく変容している現在、魚丼はぜひ注目していただきたいフォーカストである。

宅食需要が高まり  
テイクアウトと宅配で  
「2階建て」の売上に



株式会社ベルツリーカンパニー  
代表取締役  
鈴木常隆氏

のれん分けの1号店は、2018年オープン  
の神奈川・川崎大師店で、7坪月賃料8  
万円の店。開業月から月商400万円を超え、  
現在も平均月商は550万円です。2人  
体制で運営でき、賃料・光熱費も低い業  
態で、開業・ランニングともローコスト・  
ローリスクの経営が可能なビジネスモデル  
となっています。さらに、コロナ禍により  
宅食の需要が高まり、Uber Eatsによる  
売上が多い店では月商400万円。500  
円台の商品でも宅配料込みで900円近く  
になりますが、それでもご注文をいただ  
けるだけの商品力があります。店頭テ  
イクアウトとデリバリーという、いわば「  
二階建て」で売上が伸びています。直営  
は本店1店のみとし、新たな業種・業態  
の開発を進めながら、300店を目標に加盟  
店を増やしていきたいと思ひます。

ここが  
強い!

### 運営専用システムを自社開発

加盟店サポートのため、POSレジ、  
オーダーシステムや専用仕入れサイト  
など、4つの機能を社長自らがプロ  
グラミングで開発しローコストで提供。  
販促ツールの制作なども請負い、ワ  
ンストップ、短期間での開業が可能だ。  
メニューは豊富だが、オペレーション  
がシンプルなため、飲食経験のない  
スタッフでも店舗運営にはまったく問  
題がないだろう。



### スキルに応じた研修とスマホレシピ

基本研修期間は2週間で、費用は14万  
円。研修対象者のスキルに応じたプ  
ログラムが用意されている。開店後も  
レシピは動画とテキストで参照するこ  
ができるので、営業中でもすぐにス  
マートフォンで作り方の再確認が可  
能だ。営業開始後もITによるサポート  
で、SVなしでものれん分け加盟店の  
円滑な運営を実現している。

