

# 汁物専門店 ビジネスモデル

“汁を主役に”  
する新しい飲食のかたち

# 目次

1. 背景と目的
2. 体制と想定パートナー
3. 市場環境と競合分析
4. サービスの特徴
5. 事業モデル図
6. スケジュール連動型ファイナンス計画
7. 弱点とリスク回避策
8. 撤退・見直し条件
9. 将来構想

# 1. 背景と目的

- ◆ 味噌汁、豚汁、お吸い物、郷土の汁物など、日本の伝統食に着目
- ◆ ラーメン・うどんに比べ、汁物を主役とした外食業態が少ない
- ◆ 健康志向・時短ニーズの高まりに対応した新しい食スタイル
- ◆ 低価格・高回転でスケールラブルなモデルを目指す

## 2. 体制と想定パートナー

### 【体制】

- ◆ 創業者＋調理・接客スタッフ
- ◆ 和食料理人・栄養士の協力

### 【パートナー】

- ◆ 味噌・出汁メーカー
- ◆ 自治体（郷土料理PR）
- ◆ デリバリー・EC連携業者

# 3. 市場環境と競合分析

## 【市場環境】

- ◆ 健康・軽食ニーズの高まり
- ◆ 和食の再評価と輸出増加

## 【競合】

- ◆ コンビニやチェーンの簡易スープ
- ◆ ラーメン／うどん業態 → 汁物“専門”として明確な差別化が可能

## 4. サービスの特徴

- ◆ 汁物を主役にした選べる多様なメニュー
- ◆ 具材、ベース(味噌、すまし等)選択式
- ◆ 追加オプション(うどん、ごはん)対応
- ◆ テイクアウトや冷凍販売にも対応

# 5. 事業モデル

- ◆ 食材業者・出汁メーカー → 汁物専門店 → 顧客(イートイン・テイクアウト)
- ◆ SNS・リピーター・地域連携 → ブランディングと集客強化
- ◆ 人気メニューのEC展開や自販機販売も視野に

# 6. ファイナンス計画

【初期試験営業】試作／POPUP出店：150万円（月商30～50万）

【本格出店モデル】1店舗：開業費用300～500万円

項目	小型1店舗	3店舗合計
月商	¥864,000	¥2,592,000
原価	¥260,000	¥780,000
家賃	¥180,000	¥540,000
人件費	¥160,000	¥480,000
その他経費	¥50,000	¥150,000
営業利益	¥214,000	¥642,000

# 7. 弱点とリスク回避策

弱点	リスク回避策
単価が低く利益率が薄い	セット販売・冷凍パック強化
天候や時間帯による変動	テイクアウトとリピーター獲得
人件費高騰	セルフ式・簡易調理
競合模倣	限定企画・地方連携で差別化

# 8. 撤退・見直し条件

- ◆ 月次売上が一定期間、損益分岐を下回る場合
- ◆ 固定費が回収できないエリアは早期撤退
- ◆ FC展開での品質低下やブランディング崩壊が生じた場合は見直し

# 9. 将来構想

- ◆ 多店舗展開(フランチャイズ)
- ◆ 冷凍・常温商品による全国販売
- ◆ 自販機・EC販売
- ◆ 空港・駅・大学など多様な出店先
- ◆ 訪日外国人向け「汁物文化体験」サービスも展開