

会社概要

株式会社ツリーフードパートナーズ



Treefood Partners



会社紹介

会社名

株式会社ツリーフードパートナーズ

所在地

〒170-6011

東京都豊島区東池袋 3-1-1 サンシャイン 60 ビル 11 階

事業内容

フードデリバリーにおけるコンサルティング事業

デリバリー用包材事業

外食コンサルティング事業

EC パッケージ、マーケティング事業

代表経歴

竹原 廉 (takehara ren)

1987年広島県生まれ。大学卒業後、株式会社MS&Consultingに入社。当時は未上場であった同社にて、東証マザーズ上場、東証一部上場という成長フェーズを経験。在籍時は全国の外食企業を中心にコンサルティングを担当し、チームビルディング・組織改善を軸に多数の実績を残す。社内表彰を複数回受賞。退職後は、フードデリバリー領域に特化したコンサルティング会社株式会社ツリーフードパートナーズを設立。デリバリー市場の拡大を背景に、飲食ブランドの開発・スケール支援を推進。これまでに「魔神豚」「極太麻婆春雨」「the tacorice house」など複数のヒットブランドを全国に展開。さらに、自社直営としてテイクアウト・デリバリー併設型店舗を10店舗以上運営。ブランド開発からオペレーション構築、フランチャイズモデル化まで一気通貫で支援できる体制を構築し、飲食ビジネスの投資効率を最大化するモデルを確立している。

現在は、事業会社とのパートナーシップを通じて、飲食・フードテック領域における新規事業開発や事業再生にも積極的に取り組んでいる。

コロナ後も堅調なデリバリー市場

コロナ渦でおおよそ2倍になったデリバリー市場。以下データからも市場規模は伸びている事がわかる。

*2022年は、行動規制の緩和による影響で若干数字自体の下落はあるが、2023年でまた上昇している事で一度覚えた利便性からは離れず「普段使い」として世に浸透してきたことが伺え、今後も伸びていく市場であることが考えられる。

2023年のデリバリー市場規模は8603億円の見込み (2023年12月18日時点)

2023年1-12月計のデリバリー（出前）市場規模は、8603億円で、前年同期比11%増、コロナ前比106%増の見込みです（図表1）。2022年は前年比でマイナスとなりましたが、2023年は再び大きく成長となりそうです。

<図表1> デリバリー（出前）市場規模推移（億円）



*小売店、弁当・総菜店、自動販売機、学食・社食を除くレストラン業態（宅配ピザ含む）における宅配

出所: Circana, CREST®、2015年1月 - 2023年10月のデータを基に2023年の見込みを試算

デリバリービジネスは第三フェーズへ

第三フェーズ

2023~

- COVID が落ち着く中で、店舗売上が回復。一方で売上も継続的な成長
- 店頭、デリバリー共に成長していく中で、デリバリーへの取り組みの本気度により、レストランのパフォーマンスも二極化
- ユーザーの中でのデリバリーン定着化。浸透度の一層の高まり

”コアビジネス”
としてのデリバリー

コロナ期

2020~

- COVID により店舗での売り上げが激減
- 保管のためのデリバリービジネスを開始
- 従来店舗ビジネスの延長戦でデリバリービジネスの展開
- ユーザーのデリバリー需要の爆発的な増加

店舗売上保管のための
副業デリバリー

愁明期

2016~

- 2016年9月 Uber Eats が渋谷でサービス開始
- アーリーアダプター・都心を中心にビジネスが拡大



現状のデリバリー市場と今後について

● コロナ前：すでに伸びていたデリバリー市場

● コロナ過：「デリバリー」がインフラ化し、言葉も定着

● コロナ後：デリバリーを含む複数のキャッシュポイントが必要に

原価や人件費の高騰により、飲食店は売上がコロナ前と同水準でも利益が減少している。また、コロナ借り入れの返済を考えると赤字になる可能性が高まっている状況。このような状況下で、飲食店は在り方を変える必要があり、複数のキャッシュポイントを作る仕組みを確立するべきだと考える。その手段の1つがデリバリーであると捉えている。

● 今後：デリバリーが定着する今後に備えてポジション確保を

成長のめまぐるしいアジア圏（上海、韓国、シンガポール等）ではデリバリーが完全にインフラの1つとして定着している。日本でも今以上にデリバリーが定着すると考え、まだ成熟しきっていないこのタイミングでデリバリー市場のポジションを確保しておく必要があると考える。

弊社の強み（他競合との違い）



Treefood Partners

1 ブランド 300 店舗
合計 2000 アカウント以上の開発実績

自社ゴーストキッチン 10 拠点運営中

大手競合への
デリバリーコンサルの実績

弊社の強み（他競合との違

全国に100店舗以上展開しているブランドを多数開発

1

『櫻井・有吉 THE 夜会』などメディア
祭事出店時も行列が出来る程の人気商

ブランド名



インフルエンサーの話題の夜会
招き料理 & 吉原干支 & 華洋みなみ

弊社の強み（他競合との違

全国に 100 店舗以上展開しているブランドを多数開発

2

全国的に人気ブランドとして地位確立
沖縄に実店舗出店し行列の出来る人気店にまで成長

ブランド名：【本場沖縄のタコライス】 THE TACORICE HOUSE



弊社の強み（他競合との違い）

運営店舗（ゴーストキッチンのみ、テイクアウト併設型、セントラルキッチン）

25年8月実績



	歌舞伎町	西小山	日吉	黄金町	五反田	札幌	錦糸町	弘明寺								
デリバリー売上	¥8,020,974	¥12,017,394	10,395,000	¥5,670,048	¥3,731,228	¥3,255,594	¥2,916,606	¥4,502,991								
テイクアウト売上	¥21,296	¥937,517	¥117,500		¥630,406			¥905,796								
売上合計	¥8,042,270	¥12,954,910	¥10,512,500	¥5,670,048	¥4,361,634	¥3,255,594	¥2,916,606	¥5,408,787								
食材原価																
UE手数料																
広告費																
FCロイヤリティ																
家賃(2階含む)																
水光熱																
店舗別費用																
一般管理費																
社員人件費①総支給＋社会保険料																
社員人件費②業務委託費																
アルバイト人件費（総支給で入力）																
利益									¥496,221	¥1,397,797	¥1,376,740	¥520,589	¥523,659	¥437,412	¥577,771	¥248,897

弊社の強み（他競合との違い）

弊社実店舗実績

西小山（併設）

売上	1300 万円
利益	140 万
最大調理 人数	3 人
導入 ブランド数	約 30 ブランド

歌舞伎町（GK）

売上	800 万円
利益	50 万
最大調理 人数	3 人
導入 ブランド数	約 30 ブランド

黄金町（GK）

売上	570 万円
利益	52 万
最大調理 人数	3 人
導入 ブランド数	約 25 ブランド

弊社の強み（他競合との違

大手競合へデリバリーコンサルの卸実績

現在のデリバリーコンサルティング会社の課題の1つに「売れるブランドがない」ことがあげられる。そんな企業に対し弊社が開発した「売れるブランド」を大手デリバリーコンサル会社へ提供している。

事例：A社

課題	売れるブランドの開発に難航
提供した内容	極太麻婆春雨、THE TACORICE HOUSE など弊社が開発した15ブランド以上のライセンス（販売権利）を提供。

事例：B社

課題	デリバリーFC本部の事業部の構築
提供した内容	デリバリーFC本部（フランチャイザー）事業を一から参画しサポート。 （内容） ・月3～5業態の業態開発 ・出店申請、UBER等の売上最大化に必要な設定の代行など

当社ブランドの特徴

1

オペレーションの
簡素化

- ・ 1人ですぐ作れる
- ・ 機材をあまり使用しない

ブランド作成時には、自社店舗のアルバイトスタッフが調理を行い、オペレーションが簡易的であるか細かく確認。コンサルタント目線ではなく、実際の現場にて簡易的であると判断ができたブランドのみを展開している。

2

原価率 30 %前後

利益面にも注視し、しっかりとした利益を確保出来るようなメニューづくりを行っている。また食品メーカーや卸業者と密に連携し食材選定や価格調整を常に行っている。

3

実績がある
ブランドのみ展開

実績の再現性を重視。弊社では、直営のゴーストキッチンでテスト運営を行い、必ず売上実績が確立された状態でブランド展開を行っている。

当社のブランド紹介（一部抜粋）

ブランドロゴ（一部抜粋）



『櫻井・有吉 THE 夜会で話題』 極太麻婆春雨



使用機材

- 電子レンジ
-
-
-

売上実績

月間 **200 万円**

TBS の桜井有吉 THE 夜会にて、
元 AKB48 の指原莉乃氏のオススメ商品として
紹介されたブランド。

【本場沖縄のタコライス】 THE TACORICE HOUSE



使用機材

- 電子レンジ
-
-
-

売上実績

月間 **230 万円**

競合ブランドの少ない商品ブランドのため、
顧客から選ばれやすく、
リピーターが続出するブランド。

汁なし極太麻婆春雨



極太史上最大ボリュームの汁なし極太麻婆春雨です。多くの極太ファンの方から「汁なしもほしい」とお声を頂き今回汁なしで商品化してみました！

使用機材

- 電子レンジ
- ※コンロ（IH・ガス）でも可
-
-

売上実績

月間 **20 万円**

極太重厚ブリトー



THE TACORICE HOUSE の新ブランド
特製タコミートを使用したブリトーのブランド。

使用機材

- 電子レンジ
-
-
-

売上実績

月間 **40 万円**

黒毛和牛使用肉めし 煮ぐち



使用機材

- 電子レンジ
- ※コンロ（IH・ガス）でも可
-
-

売上実績

月間 **20 万円**

厳選された黒毛和牛を惜しみなく使用した丼もの・鍋のブランドです！

また同じ食材・類似のオペレーションで現場負担軽減もできる一押しブランドです！

黒毛和牛と銀しゃり



厳選された黒毛和牛を惜しみなく使用した丼もの・鍋のブランドです！

また同じ食材・類似のオペレーションで現場負担軽減もできる一押しブランドです！

使用機材

- 電子レンジ
- ※コンロ（IH・ガス）でも可
-
-

売上実績

月間 **20 万円**

黒毛和牛すきやき丼前田



使用機材

- 電子レンジ
- ※コンロ（IH・ガス）でも可
-
-

売上実績

月間 **55 万円**

厳選された黒毛和牛を惜しみなく使用した丼もの・鍋のブランドです！

また同じ食材・類似のオペレーションで現場負担軽減もできる一押しブランドです！

豪快二郎飯 会心の豚撃



背脂と角煮をふんだんに使用した新ブランド。
大盛り好き必見の二郎系の角煮丼となっております。

使用機材

- 電子レンジ
- コンロ（IH・ガス）
- フライパン
-

売上実績

月間 **25 万円**

蟹つみれのスンドゥブ



海鮮出汁とふわふわな蟹つみれが特徴的な味わいで
リピーター続出の新ブランド！
ピリッと辛いコクのある旨辛だしが癖になる！

使用機材

- 電子レンジ
-
-
-

売上実績

月間 **15 万円**

ハヌチュクミ



数種類の唐辛子やコチュジャンを組み合わせた辛口の特製たれ新鮮なイダコのだしと触感が一度食べると癖になる！
新大久保で大人気の韓国料理が
ウーバーに電撃参戦！！

使用機材

- 電子レンジ
-
-
-

売上実績

月間 **40 万円**

魔神豚 豚丼専門店



最強の魔神の豚丼がここに誕生！
香ばしいタレと厳選した豚肉の豚丼。
某有名女優の SNS でも好評頂いた実績あり！！

使用機材

- コンロ（IH・ガス）
- フライパン
-
-

売上実績

月間 **80 万円**

< ごはん特盛無料 > 豚亭



おおきなサイコロ状に切ったとろとろの角煮を大量に使用した豪華な肉のお重。底に敷いた卵が良いアクセントとなり旨さを引き立てます。

使用機材

- 電子レンジ
-
-
-

売上実績

月間 60 万円

牛煮鍋 神戸大貫



使用機材

- 電子レンジ
-
-
-

売上実績

月間 **20 万円**

とろとろに煮込んだ牛すじを大量に使用したコラーゲンたっぷりの牛すじ丼です。卵との相性は抜群でごはんがすすみます。

進化した牛すじ丼 神戸大貫をご賞味ください！

【琉球握飯】ポークたまごおにぎり



沖縄発祥のポークたまごおにぎりです。ごはんのス
パムやたまごを入れたボリュームのある「おにぎら
ず」は沖縄でも大好評！！
デリバリーで満を持して登場！！

使用機材

- コンロ（IH・ガス）
- 電子レンジのみでも可
-
-

売上実績

月間 **20万円**

伝説の豚チャーハン



パラパラで旨味が凝縮された伝説の豚炒飯！
自家製で何時間もかけて作られた柔らかチャー
シューがアクセントの味よしボリュームよしの自慢
のブランドです！

使用機材

- コンロ（IH・ガス）
- フライパン
- 電子レンジ
-

売上実績

月間 **50 万円**

極太韓国春雨



あの大人気ブランド「極太麻婆春雨」の姉妹ブランド！！
韓国ベースの甘辛タレで作る極太春雨は本場にも劣らぬ旨さで人気加速中です。

使用機材

- 電子レンジ
-
-
-

売上実績

月間 20 万円

豚汁とほかほかごはん時々豚飯



日本人なら誰もが好きな豚汁のセットです。
通常の豚汁と違い具材がたっぷりに入った当店の豚汁は満足すること間違いなし。
白湯ベースで作った豚汁も大人気です！

使用機材

- 電子レンジ
-
-
-

売上実績

月間 **60 万円**

盛岡式自家製檸檬冷麺 永福



檸檬と冷麺の相性が悪いわけがない！！
夏を暑さを乗り越えるために必須な自家製檸檬冷麺です。
コシのある盛岡冷麺を使用しており食べ応え抜群のさっぱり系冷麺です。

使用機材

- コンロ（IH・ガス）
- 製氷機（氷使用の為）
-
-

売上実績

月間 60万円

【麻婆ラーメンと炒飯】 麵炒菜館



使用機材

- コンロ（IH・ガス）
- 電子レンジ
-
-

売上実績

月間 **40 万円**

あふれんばかりの特製麻婆豆腐がたっぷりに入った特製麻婆ラーメンです。ラーメンのスープは醤油とんこつをベースとして麻婆豆腐との相性も抜群な自慢の1品です。

素揚げ豚塊 豚月



大人気豚角煮丼の「豚亭」のインスパイアブランド！なんと豚の角煮を揚げ旨味を凝縮させることに成功しました。

また揚げた豚の塊に合う特製タレも開発。
真の豚の塊をご家庭で！！

使用機材

- フライヤー
- 電子レンジ
-
-

売上実績

月間 〇万円

黒毛和牛鍋すき焼き wagyu-S



黒毛和牛 100 % 使用したすき焼き鍋ブランドです！
客単価も高いブランドです！

使用機材

- 電子レンジ
-
-
-

売上実績

月間 **40 万円**

厳選黒毛和牛の肉丼



国産黒毛和牛を 100 % 使用した贅沢な丼ぶり。セットメニューも充実していて客単価も高いブランド。

使用機材

- 電子レンジ
-
-
-

売上実績

月間 **40 万円**

導入フロー

① 導入ブランドの決定

取り扱いブランドを決定し、社内合意を得る

② 契約書作成・送付

契約書を作成し、加盟店へ送付・締結を確認

③ ブランド申請

各種システムやデリバリープラットフォームへブランド登録を実施

④ ブランドマニュアル送付

運営マニュアルを送付し、オペレーションの確認を行う

⑤ 弊社システム案内

コレックや公式 LINE など、利用システムの案内・登録を実施

⑥ オープン前最終確認

仕入れ・アカウント設定・クーポン設定等の最終確認を行う

⑦ オープン

正式にブランドをローンチ、営業開始

Q & A

Q1: たくさんブランドやるとタブレットが多くて困るのですが・・・

A: 弊社ではタブレット一元管理しているキャメルというサービスをパートナーとして連携しておりますのでご紹介可能です。

Q2: 仕入れに関してシステム利用料金などかかりますか？

A: 弊社はシステム利用料について一切頂いておりません。ご安心ください。

Q3: 担当などはつきますか？

A: はい、基本的には営業担当が御社のオープン後の担当としてサポート致します。