

# ビジネスチャンス 2 2025

2025年の  
FCトレンド  
先取り



TOP INTERVIEW

脱・居酒屋依存を図るワタミが  
日本サブウェイを買収

ワタミ 渡邊 美樹会長兼社長

「飲食に興味ない飲食経営者」  
天下を取る

フランチャイズビジネスインキュベーション 山本 昌弘社長

## JACK IN THE DONUTS

# 2011年創業の日本発祥ドーナツチェーン 豊富な種類と手頃な価格で地域密着を実現

2011年にオープンした「JACK IN THE DONUTS」は、約40種類のドーナツを1個150円から販売している。同店はドーナツブームに囚われず、低価格帯の商品を幅広く展開することで日常的に親しまれるドーナツショップを確立した。運営会社のビッグクリエイトは2012年にFC募集を開始し、現在は31店舗（直営21、FC10）を展開している。

### 国内シェア10%を狙う

日本に根付くドーナツショップは、「ミスタードーナツ」や「クリスピー・クリーム・ドーナツ」など海外発祥のチェーンが大半だ。「JACK IN THE DONUTS」が創業した2010年代は、国内ドーナツ市場の94%をミスタードーナツが占めていたという。

「これまで独占状態にある業種は他になかったため、ドーナツのFC展開に可能性を感じた。国内ドーナツ市場の10%獲得を目指して当ブランドを立ち上げた」（北浦大作社長）  
同店は世界各地のドーナツを扱っており、メニュー数は約40種類に上る。オランダ発祥のオリポーレンやハワイ伝統のマラサダ、フランス発祥のクリームブリュレなどバラエティ豊富な商品を販売している。一般的なドーナツショップも幅広いメ



ビッグクリエイト  
（東京都港区）

北浦 大作社長（48）

ニューを揃えているが、生地食感は同一で、フレーバーやトッピングで個性を出すケースが多い。一方、同店は世界の国々で文化として根付いているご当地ドーナツを中心にクロワッサン系のサクサク食感やマラサダのふわふわ食感、オールドファッション系のザクザク食感など、多数の食感を楽しめるのが特徴だ。

「わくわくを日常に」をコンセプトにする同店は、ドーナツ1個150〜320円とデイリープライスにこだわっている。个性的で豊富なラインナップに加え、低価格を実現することで、ブームに左右されない地域密着店を目指す。

### 集客力ある大型SCに出店

現在は31店舗のうち30店舗がSC店だ。テナント坪数に合わせて、フールドコート・物販・カフェの3パターンで展開している。SCに居抜きで出店した場合の初期投資は、加盟金300万円、保証金100万円、研修費25万円、開店サポート費25万円、内装設備工事500万円、厨房設備750万円、合計1825万円だ。

1日あたりドーナツ500個を販売する場合の収益モデルは、月商600万円に対して、償却前利益が120万円（20%）。費用の内訳は原価率30%、人件費率25%、賃料10%、販売消耗品費3%、ロイヤリティ3%。そのほか、水光熱費やシステム利用料、マシン

リース費が発生する。

開業前は直営店で1カ月間の実践研修が実施される。ドーナツ作りのほか、人材育成などの店長業務を学ぶ。基本は集客力のある大型商業施設内に开店するため、チラシ配布などの広告宣伝費は不要。それでもオープン時は行列となり、各店舗の初日売上は70〜100万円に達したという。

同社は、2030年までに国内50店舗展開を目指す。同時に、日本発祥のドーナツショップを海外に広めるべく、来年にはアジア1号店を出店する予定だ。



▲世界のご当地ドーナツを多数展開