SEOUL BROS

KOREAN FOOD BY A STAR CHEF

今ある厨房に、もう一つの売上を。

韓国のスターシェフ
イ・ウォンイル監修



SEOUL BROS 加盟募集資料

SEOUL BROS のブランド特徴

SEOUL BROS は、今ある厨房でもう一つの売上をつくる韓国料理ブランドです。クリスピーチキンアンドトマトを展開する E-MATE と、韓国で 9,000 店舗を超えるブランドのマスター権利を持つ StandardBridge が協力。著名なイ・ウォンイルシェフを監修に迎え、「スターシェフの韓国料理」を 2026 年 11 月から日本で展開します。

E-MATE

CCT の国内展開で培った
日本の店舗運営・加盟展開

StandardBridge

韓国ブランドのマスター権利
韓国の食文化・ブランド展開

イ・ウォンイルシェフ

韓国の著名料理人
メニュー監修・料理の提案

SEOUL BROS

「スターシェフの韓国料理」を、既存店舗からお客様へ

お客様に提案する「２食分の幸せ」

チムタクは、鶏肉や野菜をソースで煮込む韓国料理です。 SEOUL BROS は料理そのものに加え、残ったソースを使った別の一皿まで提案します。「一回の注文で、 2 食分の幸せを。」は、ソースまで楽しむ食べ方を伝えるブランドコンセプトです。



まずはチムタク

鶏肉・野菜・春雨を
ソースと一緒に楽しむ

→

ソースでもう一皿

ご飯・ラーメンなどを加え
違う料理として楽しむ

一回の注文で、 2 食分の幸せを。

料理の量だけでなく、食べ方の楽しさを伝えます。

翌日までの楽しみ方は、商品ごとの保存条件・消費期限に合わせてご案内します。

イ・ウォンイルシェフがメニューを監修

SEOUL BROS が提供するのは、イ・ウォンイルシェフの経験と感性を取り入れた韓国料理です。韓国の伝統的な味わいを大切にしながら、日本のお客様が日常の食事として楽しめるメニューを提案します。



イ・ウォンイル　LEE WON-IL

韓国・ソウル出身の料理人、料理研究家。
フィリピン大学でホテル・外食経営を学び、韓国料理店の経営やメニュー開発など、外食業界で幅広く活動しています。

『冷蔵庫をよろしく』への出演で広く知られ、『ユン食堂』では出演者へのレシピ指導にも携わりました。

SEOUL BROS での役割：メニュー監修

ブランドの入口となる 3 大看板メニュー

初めてのお客様にもブランドの魅力が伝わるよう、濃厚ロゼクリームチムタク、ナッコプセ、ガブリ肉ポッサムを看板メニューに据えます。鶏肉、魚介とホルモン、豚肉という異なる味わいから、好みに合わせて選べます。



濃厚ロゼクリーム チムタク

鶏肉・野菜・春雨を、旨辛さと
クリーミーなコクで楽しむ一皿。



ナッコプセ

タコ・ホルモン・エビを組み合わせた、
具材の旨みと食感が魅力の鍋料理。



ガブリ肉ポッサム

ガブリ肉をキムチや野菜とともに。
煮込み料理とは異なる楽しみ方を提案。

濃厚ロゼクリームチムタクとは

チムタクは、鶏肉や野菜を甘辛いタレで煮込む韓国の定番料理です。濃厚ロゼクリームチムタクは、その旨辛さにクリームのコクを組み合わせたメニュー。ソースが絡む春雨とともに、 SEOUL BROS らしい味わいを楽しめます。

旨辛さとクリーミーなコク

韓国料理らしい風味を生かし、
ソースの濃厚な味わいを楽しむ商品です。

春雨や具材まで一緒に楽しむ

鶏肉だけでなく、野菜や春雨にも
ソースを絡めて味わえます。



チムタクは味の系統から選べます

チムタクのラインアップは、醤油系・コチュジャン系・クリーム系を基本に構成します。看板のロゼクリームに加え、カレーや麻辣などの味も用意。メニュー上で味の違いを整理し、お客様が選びやすい見せ方にします。



味の系統	メニュー例
BLACK ／醤油系	甘辛醤油チムタク カレーチムタク
RED ／コチュジャン系	旨辛コチュジャンチムタク キムチチムタク
CREAM ／クリーム系	濃厚ロゼクリームチムタク カルボナーラチムタク／麻辣ロゼチムタク

掲載商品はブランドのメニュー例です。導入商品・提供方法は、店舗設備や販売形態に応じてご案内します。

トッピングと追加料理で食べ方を広げる

同じチムタクでも、具材の追加やソースの楽しみ方によって食事の内容が変わります。チーズやホルモンなどのトッピング、ご飯・ラーメンの追加を案内し、お客様が好みに合わせて選べる商品構成にします。

チムタク
選んだ味をベースにする

＋

好みのトッピング
チーズ・ホルモン・野菜など

＋

ご飯・ラーメン
ソースを生かす食べ方を提案

取り扱いトッピング

チーズ／ホルモン／じゃがいも／キャベツ／トッポギ／うずら卵／玉ねぎ
ソーセージ／ベーコン／のり

掲載商品はブランドのメニュー例です。導入商品・提供方法は、店舗設備や販売形態に応じてご案内します。

BBQ ・鍋料理で、注文の選択肢を増やす

看板メニュー以外にも、焼き物や鍋・スープをそろえます。チムタクとは異なる食べたい気分や食事シーンに対応することで、同じお客様にも別の料理を選んでいただけるブランドを目指します。



韓国 BBQ

鶏肉 BBQ ／ガブリ肉 BBQ
選べる味：塩・醤油・コチュジャン



鍋・スープ

スンドゥブ／キムチチゲ／プデチゲ
温かい鍋料理を、食事のもう一つの選択肢に。

掲載商品はブランドのメニュー例です。導入商品・提供方法は、店舗設備や販売形態に応じてご案内します。

セットメニューと追加料理の役割

セットは、メイン料理と食事の組み合わせを分かりやすく伝えるための商品です。単品に加えてセットを用意し、食事全体を選びやすくします。ご飯ものや麺料理も、メインに添える追加料理として案内します。

セット	構成の名称
A セット	鶏肉 BBQ セット
B セット	ガブリ肉ポッサムセット
C セット	チムタクセット

おすすめの追加料理

キムチチャーハン

カルグクス

チュモッパ

セットの具体的な組み合わせ・導入商品は店舗ごとにご案内します。販売価格は本資料に掲載していません。

東上野店を、ブランド展開のモデル店舗に

2026 年 11 月 7 日、東京・東上野に第 1 号店をグランドオープン予定です。イートイン・テイクアウト・デリバリーを組み合わせ、料理の提供方法やメニュー構成、運営の検証を行うモデル店舗として位置付けます。



店舗画像は完成イメージです。実際の竣工写真ではありません。

SEOUL BROS 東上野店

2026 年 11 月 7 日（土）
グランドオープン予定

東京都台東区東上野 3-28-4
上野スカイハイツ 1 階
銀座線「稲荷町駅」徒歩 4 分

居抜き店舗を活用した実店舗型の改装例

東上野店は、既存店舗の厨房や内装を流用しながら、ブランドの見え方を整える改装例です。看板・壁紙と内装の一部を変更し、新しいブランドとして伝わる外観や店内を目指します。改装前の実写と、改装後の完成イメージを比較します。

改装前（実写）



改装後（完成イメージ）



右側は完成イメージです。工事範囲や設備の流用可否は、現地確認のうえ確定します。

既存設備を流用した場合の改装費は 35 万円

下記は、居抜き店舗の設備・内装等を流用できる場合の改装費の例です。看板・壁紙、内装の一部、皿・備品等を中心とし、厨房工事は行わない想定です。新規出店の総投資額や、すべての物件に共通する工事価格を示すものではありません。

工事項目	金額
看板・壁紙	200,000 円
内装	100,000 円
厨房工事	なし（0 円）
その他（皿・備品等）	50,000 円
合計	**350,000 円**

税区分は確認中です。

適用条件

居抜き店舗として、
既存の設備・内装等を
流用できる場合の価格です。

加盟関連費用は別途。
物件の状態・工事範囲で
必要費用は変わります。

既存店舗への追加導入で売上機会をつくる

加盟店への基本提案は「今ある厨房に、もう一つの売上を。」です。既存店の営業を続けながらSEOUL BROS を新メニューとして導入し、イートイン・テイクアウト・デリバリーで注文の入口を増やします。食材や設備、人員の活用可否を確認し、追加負担を抑えた運営を目指します。



目指すこと：食材ロスと追加コストを抑えながら、売上機会を増やす。

設備や人員をそのまま使える範囲は店舗によって異なります。厨房能力・作業動線・提供メニューを確認します。

CCT との W ブランドで、 3 つの売上口をつくる

W ブランド導入は、 SEOUL BROS とクリスピーチキンアンドトマト（ CCT ）をセットで導入する考え方です。既存店のメニューを残しながら韓国料理とチキンを加え、異なる注文理由をつくります。
「 3 つの売上口」は、既存店舗を含む 3 つのブランド・商品群から注文を受ける仕組みを表します。



ひとつの厨房を、 3 つの商品群で活用

厨房はひとつ。財布は 3 つ。

単独導入と W ブランド導入から選ぶ

SEOUL BROS のみを追加する単独導入と、 CCT も併せて追加する W ブランド導入を用意します。選択の基準は、店舗の商圏、厨房の処理能力、人員体制です。扱うブランドを増やす場合も、既存店の営業と両立できる商品構成を確認します。

比較項目	SEOUL BROS 単独導入	SEOUL BROS ＋ CCT
追加する商品	韓国料理メニュー	韓国料理＋チキン
注文の入口	既存店＋ SEOUL BROS	既存店＋ SEOUL BROS ＋ CCT
導入前の確認	必要設備・作業工程・人員	左記に加え、 2 ブランドの調理能力
パートナー制度	通常条件を個別に案内	特待パートナー制度を設計中

W ブランド特待制度の対象・特典・適用条件・募集枠は設計中です。確定後、対象店舗に個別にご案内します。

本部が継続支援し、売上と利益を育てる

SEOUL BROS の基本方針は、パートナー様と一緒に店舗の売上と利益を育てることです。導入時の研修に加え、商品・韓国トレンド・販促・デリバリー・ SV を通じて運営を支援し、販売開始後も課題を共有して改善につなげます。

支援領域	支援内容
商品	メニュー構成・品質・季節商品の提案
韓国トレンド	韓国の食文化や話題を商品提案に反映
販促	広告・ SNS ・店頭・容器の表現を統一
デリバリー	販売ページ・商品構成・運営の改善を支援
研修	調理・盛り付け・提供手順の習得を支援
SV	店舗の課題を共有し、継続的な改善を支援

支援の実施方法・頻度・役割分担などの詳細は、契約内容と個別の導入計画に沿ってご案内します。

デリバリー専門店の加盟費用

下記は、デリバリー専門店として SEOUL BROS を導入する場合の加盟条件です。加盟金・保証金・研修費の 3 項目を示しており、設備・備品や実店舗型の改装費を含む総投資額ではありません。必要な追加費用は店舗の状況を確認してご案内します。

費用項目	金額
加盟金	500,000 円
保証金	350,000 円
研修費	250,000 円
上記 3 項目の合計	**1,100,000 円**

実店舗型・ W ブランド導入の条件は、別途ご案内します。

税区分、保証金の返還条件、月額費用などの詳細は確認中です。

店舗確認から販売開始までの進め方

最初に店舗の設備・人員・商圏を確認し、その結果に基づいて導入メニューと費用・契約条件をご案内します。契約後は研修と販売準備を進め、店舗の状況に合わせて販売を開始します。導入期間は必要な設備や準備内容によって異なります。

01	**相談・店舗確認**	希望エリア、厨房設備、人員、販売形態を確認
02	**導入内容の決定**	メニュー、必要設備、費用、契約条件を案内
03	**契約・研修**	調理や盛り付け、提供手順を習得
04	**販売準備**	食材・包材、販売ページなどを準備
05	**販売開始・運営改善**	販売状況や課題を共有し、改善を継続

運営会社と加盟相談窓口

株式会社 StandardBridge Japan は、韓国 StandardBridge と株式会社 E-MATE による合弁会社です。海外ブランドの日本展開とフランチャイズ事業を支援し、 SEOUL BROS の導入相談を受け付けています。既存店への追加導入、実店舗型、 W ブランド導入のご希望をお聞かせください。

加盟相談のお問い合わせ

店舗所在地・現在の業態・希望する販売形態をお知らせいただくと、導入条件を具体的に確認できます。

https://standardbridge.co.jp

会社名　株式会社 StandardBridge Japan

設立　2025 年 12 月 26 日

代表者　代表取締役 市川 大輔

所在地　東京都渋谷区恵比寿西 2-4-8
ウィンド恵比寿ビル 8F

事業　海外展開支援／ブランド企画
FC システム構築／加盟店募集・投資