

December 2023



東京美食
Labo

株式会社東京美食Labo 事業計画資料 Business Plan



会社概要 / Company

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



経営理念 Philosophy

Bring BISHOKU to the world with smiles for all

日本の美食を繋げて世界中の人を笑顔に



ミッション (Mission) ・ ・ ・ 笑顔にする

日本の美食を繋げて世界中の人を笑顔に
～五感で身体が喜ぶ「美食」を探求し世界を笑顔に～

ビジョン (Vision) ・ ・ ・ 探求する

美味しくて身体に良い素敵な「美食」を探求(Labo)
～生産者と消費者を楽しく繋げて世界に笑顔を届けます～

戦略 (Strategy) ・ ・ ・ 提供する

「伝統」と「革新」を融合した上質な食材と提供方法を追求(Labo)
～独自の生産/販売の仕組みやネットワークを世界中で構築～

COMMITMENT

「美味しい」と「身体に良い」の探求
上質な「美食」は「美味しい」と
「身体に良い」を両立出来ると考えます
その「努力を惜しまない生産者」と
「付加価値を認める消費者」を繋げていきます

「食」や「畜産」など様々な日本の強みを重ね、世界に向けて事業を構築していくことを目指します



生産から販売をつなげるONLY ONE BUSINESSの推進：「6次産業化」

一次産業：日本の美食を生産者と共に「発掘・創出」

二次産業：斬新な「新規事業の立ち上げ」や「商品開発」

三次産業：独自の国内外販路を經由して美食を「販売・マーケティング」

生産者と顧客をつなぐ上質な美食の「プラットフォーム・FC」構築



持続可能なONLY ONE BUSINESSの探求：「SDGs」



例えば、大事に育てられた松阪牛のようなブランド牛でさえも、人気のない部位が余ってしまう課題が存在します。更にコロナ禍での飲食店需要の減少と一部部位の通販需要等の伸びで需要がより偏ってしまっています。一頭丸々余すことなく消費できるような需要が安定しないと、畜産農家の負担に繋がり、結果的に供給も安定しなくなってしまう。

当社は、「食品ロス削減～つくる責任つかう責任～」などのSDGsへの取り組みが求められる中、「なるべく多くの部位を活用できる方法」「賞味期限延長に取り組むことが、食品ロス問題の解決に繋がる」として、日本の文化遺産である和牛を「無駄なく美味しく効率的に」お届けするために日本最高級のレトルトカレーとして「特選松阪牛カレー」をご提供させていただきます。

生産者の視点を大事に、日本の各産業の強みをつなぎ合わせて社会全般に貢献して参ります



ONLY ONE BUSINESS

「伝統」と「革新」を融合した上質な食材と提供方法を追求
独自の生産者や販売ルートのネットワークを世界中で構築

新規事業・商品開発

日本の美食を生産者と共に「発掘・創出」

販売・マーケティング事業

独自の国内外販路を經由して美食を「販売・マーケティング」

プラットフォーム事業

生産者と顧客をつなぐ上質な美食の「プラットフォーム」構築

日本が世界に誇る最高峰の食文化、それを支える生産者と食材。日本の美食を繋げて世界中の人を笑顔にする為に、上質な食の提供を追求すべく**斬新な新規事業の立ち上げや商品開発**を行います。

努力を惜しまない生産者や開発者と生み出した商品をその「付加価値を認める消費者」へ、**独自の販路を構築**して繋がめます。「贈答用」と「業務用」を併用することで、**国内外の顧客のニーズに合わせた柔軟な展開が可能**となります。

DXやブロックチェーン等の最先端技術を活用して「透明性」の高い独自のネットワークが構築された結果、**上質な美食のプラットフォーム**が創造され、日本全国や世界へ店舗展開のみならずEC事業やFC事業を含め、他の様々な事業展開へと広がっていきます。

丁寧に高いレベルで各事業を構築することで結果として「ONLY ONE」へ



事業開発 Business Development

卸売事業部門(他社EC含む)
EC事業部門(自社)
SHOP事業部門(直営/卸売)

6次産業化を意識

新規事業・商品開発

日本の美食を生産者と
共に「発掘・創出」



販売・マーケティング事業

独自の国内外販路を經由して
美食を「販売・マーケティング」



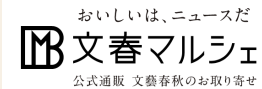
松阪牛カレーパン



最高級「プレミアムカレー」シリーズ等

プラットフォーム事業

生産者と顧客をつなぐ
上質な美食のプラットフォーム構築



ONLY ONE BUSINESS

松阪牛カレー × 焼きたてパンFC = 松阪牛カレーパンFC

松阪牛 × 日本式欧風カレー(レトルト) × 三越伊勢丹/厳選ECサイト/海外

純系名古屋コーチン × インドカレー(レトルト) × 国会/TV Shopping/自社EC/LP

松阪牛/地鶏/銘柄豚 × 12種類以上のカレー × 飲食店舗(直営/FC店舗)

強みを重ね合わせ食の専門家の評価を得て「効率的で収益性の高い」様々な「ONLY ONE」事業構築が可能

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



事業提携/買収 Alliance/M&A

6次産業化の拡大推進

卸売事業部門(他社EC含む)
EC事業部門(自社)
SHOP事業部門(直営/卸売)

新規事業・商品開発

日本の美食を生産者と
共に「発掘・創出」



生産拠点
提携/M&A

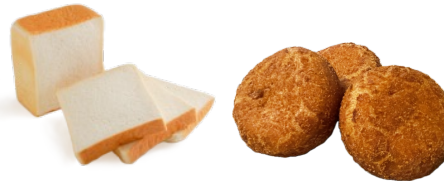
畜産/生産基盤

一次産業の事業提携/取得(M&A)
[日本の美食を支える生産基盤]



販売・マーケティング事業

独自の国内外販路を經由して
美食を「販売・マーケティング」



松阪牛カレーパン



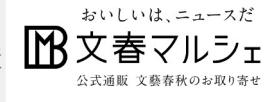
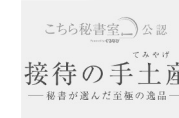
商品開発
提携/M&A

商品開発/ブランド基盤

二次産業の事業提携/取得(M&A)
[世界へ広げる日本の美食商品/ブランド]

プラットフォーム事業

生産者と顧客をつなぐ
上質な美食のプラットフォーム構築



店舗/販路
提携/M&A

店舗/販路基盤

三次産業の事業提携/取得(M&A)
[店舗や松阪市ふるさと納税拠点等も]

必要な領域を厳選した事業買収(M&A)により「6次産業化」を太くした「ONLY ONE」事業構築へ進化

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



事業買収シナジー M&A Synergy



焼きたて食パン事業

FC74店舗
豊富な商品開発



カレー事業
日本橋高島屋
松阪牛カレー



新規事業・商品開発

カレーパン開発
FC事業構築

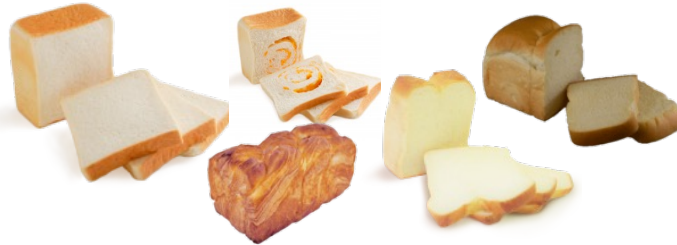
焼きたて食パン「一本堂」：全国74加盟店舗

<https://shokupan-ippondo.jp/>

FC本部



豊富なラインナップ



焼きたて食パン「一本堂」の豊富な商品ラインナップに加え
新商品登場！
「松阪牛カレーパン」

松阪牛カレーパン



FC加盟店



高収益FC事業構築(試算)

カレーぱんFC売上(1店舗)

	Conservative	Base	Aggressive
カレーぱん単価	300	300	300
販売個数 [個]	100	200	300
売上(日)	30,000	60,000	90,000
売上(月)	900,000	1,800,000	2,700,000
売上(年)	10,800,000	21,600,000	32,400,000

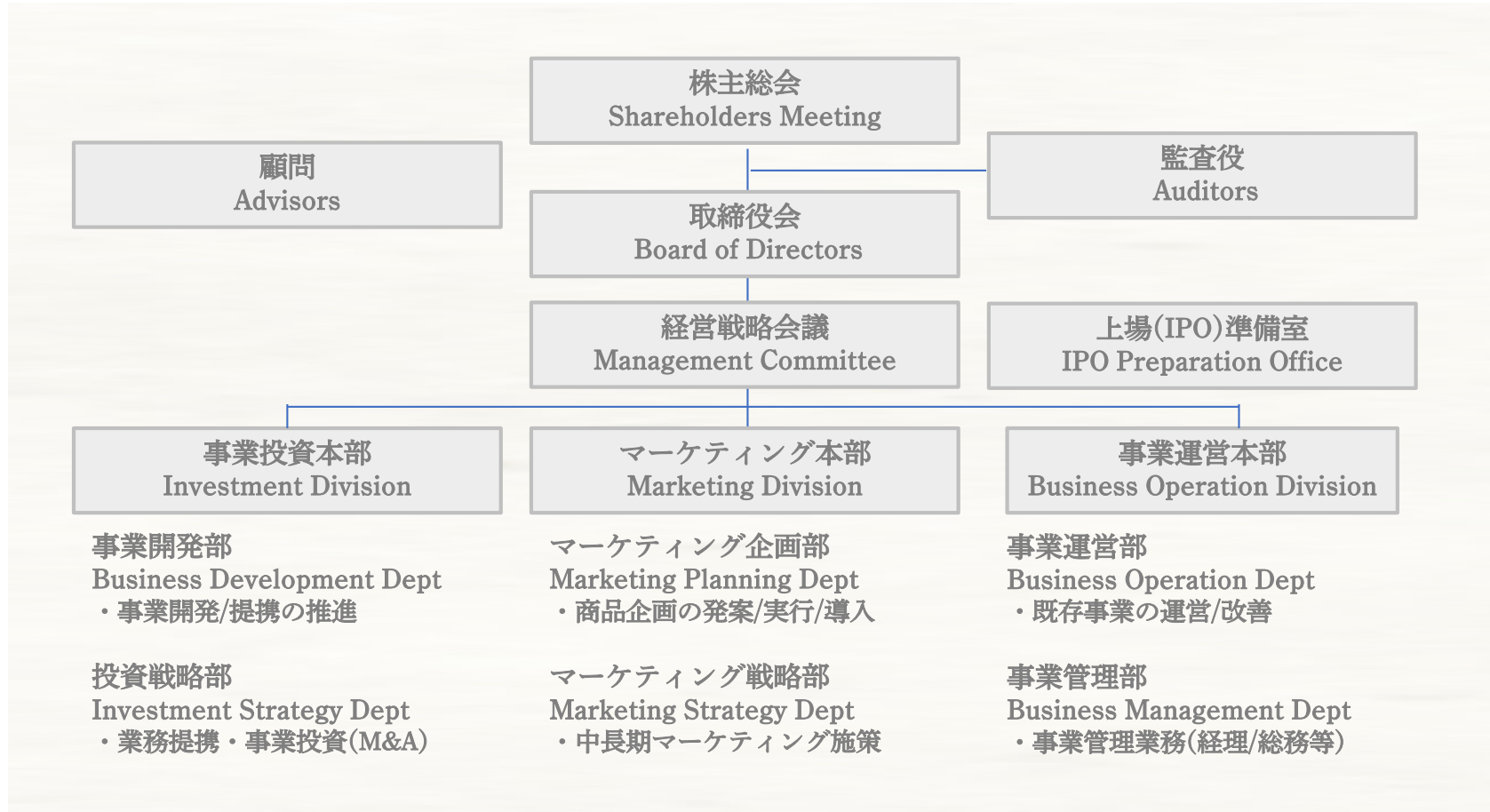
シナジーの高い新規事業/商品開発・販路開拓により独自性/効率性の高い「ONLY ONE」事業構築

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



組織図 Organization

慎重な事業開発や投資戦略を軸に「笑顔を繋げ、形にして提供」する為の機動的な組織体制を構築



丁寧に商品企画やマーケティングを構築し、事業開発や事業投資を推進して拡大へ

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



取締役 Director

上田 剛史 Takeshi Ueda - 代表取締役

欧州系・米国系金融機関において商品開発部門並びに営業部門を統括。Barclaysでは英国本店より帰国後、株式会社三井住友銀行とBarclays WealthとのJVにProduct COO（商品最高執行責任者）として参画。事業計画、収益モデル、組織構築、及び全体の契約交渉において中心的な役割を果たす。Food TechのStart-up、畜産事業や飲食店の海外展開等、ハンズオンでの経営参画及びコンサルティングでの実績多数。東京大学経済学部 / 麻布高校卒業。

酒井 まりえ Marie Sakai

公益財団法人国際水泳殿堂・アジア理事等を歴任。通訳業・翻訳業を中心に海外PR業務を統括。（公財）日本英語検定協会実用英語技能検定1級。国際基督教大学(ICU)教養学部国際関係学科卒業。

谷舗 治也 Haruya Tanishiki

製菓会社で勤務の後に大手予備校に転職しFC校の拡大に貢献。30代の若さで部長職に抜擢されるも、40歳前に「やりきった」と起業家に転身。食パンの可能性に惹かれ、2013年一本堂の創業。2017年にIFC株式会社を設立し、食パン専門のベーカリーショップ「一本堂」をオープン。立命館大学産業社会学部卒業。

大森 順方 Nobumasa Ohmori

1993年に「医療法人社団龍岡会」を設立し、2007年には「社会福祉法人龍岡会」設立、共に理事長を務める。ほかに「公益財団法人国際医療福祉教育財団」理事長など各種要職を兼務。

大竹 幸信 Yukinobu Ohtake

早稲田大学在学中に企業し、音楽・映像・Graphic Design等のCreative業務を経て、時代の流れとともに次第にWeb制作に特化。ネットショップの業界団体 NPO法人全国イーコマース協議会（現財団法人日本電子商取引事業振興財団）の事務局長に就任。就任後2年で会員数を4倍にし、ベストECショップ大賞・Good Design Shop認定事業を創設。2005年、EC特化のWebプロデュース会社を設立し2年で年商2億を達成。執筆・講師・メディア掲載歴多数。

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。
該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



監査役 / 社外取締役 Auditor / Outside Director

監査役 Auditor

堀 公人 Kimito Hori

公認会計士二次試験及び国税専門官試験合格後、東京国税局管内税務署で法人税調査等に従事。その後、太田昭和監査法人（現 EY新日本有限責任監査法人）に転職し大手精密機器会社、不動産会社、システム会社、REIT等の会計監査、株式公開業務等に従事するほか、再生案件、国営事業の民営化案件等の各種プロジェクトに参加。2019年に独立し上場準備会社等の社外監査役等に就任。税理士法人東京ユナイテッドパートナー、あると築地有限責任監査法人に従事。公認会計士（2002年登録）税理士（2019年登録）。

あると築地
有限責任
監査法人

社外取締役 Outside Director

高木 智宏 Tomohiro Takagi

西村あさひ法律事務所パートナー Partner。東証一部上場企業のMBO（対象会社側）や経営統合などのM&A戦略やIPOに深く関わる。第一東京弁護士会(2005年登録)/ニューヨーク州(2013年登録)東京大学法学部卒業。

西村あさひ法律事務所
NISHIMURA&ASAHI

佐々木 敦朗 Aturo Sasaki

金融機関で20年経験後、2022年7月に株式会社日本フーズ代表取締役に就任する。金融機関では主にファイナンシャルコンサルタントとして従事。大口取引先との折衝、製造ラインの管理に従事する。



木林 靖治 Yasuji Kibayashi

旧東京銀行（現三菱UFJ銀行）にて大手輸出企業/大手流通などを担当、海外拠点人事、市場性商品の営業に従事。ロンドン/シンガポールにて勤務。特に1990年代はアセアン各国の日系企業への為替情報他サービス提供を行う。銀行合併を契機に事業会社に転ずる。日本リロケーション（現リロ・ホールディング/東証一部：8876）の管理部門取締役として1999年同社株式公開を担当。同社子会社代表取締役、自動車部品卸のSPK株式公開（東証一部：7466）の執行役員東京支店長を経て2005年12月より2012年4月まで株式会社キンレイ代表取締役社長。株式会社アジアマーケット企画 代表取締役。京都大学法学部卒業。



本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



顧問 Advisor

AZX Professionals Group 顧問 Advisor

「革新的な未来を創造するすべての人」をサポートする豊富な実績と知見を持ったプロフェッショナルファーム

AZX（エイジックス）は企業の経営や成長に欠かすことのできない、法務、税務、会計、労務、特許などの幅広い領域をワンストップでカバーするプロフェッショナルファームです。ベンチャー・スタートアップを中心にサポートしている事務所としては他に類をみないほどの豊富な実績と経験は、AZX がベンチャー業界において長年に渡り信頼されてきた証であるとともに、クライアントの皆さまへの確かなサポートを可能にします。



ベンチャー支援に関する 高度な専門性



AZXには、ビジネスモデルチェックや種類株式・ストックオプションの設計、IPOやM&Aに向けた法的整備や内部統制・ガバナンス体制構築など、ベンチャー特有のサポート実績が多数あります。

ベンチャー エコシステム



VENTURE ECO SYSTEM

AZXは2001年より、ベンチャー企業だけでなく、ベンチャーキャピタルや証券会社など、ベンチャーに関わる全てのプレイヤーに対してサービスを提供しており、真にベンチャーコミュニティに根付いたファームとしての地位を確立しています。

最先端技術の理解 幅広い領域に関する知見



ベンチャーに特化しているからこそ、フィンテック、ヘルスケアテック、AI、IoT等の最先端分野の依頼を受ける機会も多く、いわゆるITベンチャーはもちろん、金融、バイオ、飲食など、幅広い業種のクライアントをサポートしており、業界特有の法的問題に対する高度な知見を有しています。

豊富なIPO達成件数

150 社以上

ベンチャー企業がサポートを依頼する専門家を選ぶにあたり、IPOのサポート実績は非常に重要です。AZXは、IPOを達成したベンチャー企業のサポートはもちろんのこと、IPOの引受審査についても豊富なサポート実績があり、現在のIPO実務に即した適切なアドバイスを提供することができます。

圧倒的なAZXのサポート実績

約 **5000** 件

ベンチャー企業を中心として、数多くのクライアントの皆様をサポートして参りました。ベンチャー企業を中心にサポートしている事務所としては他に類をみないほどの豊富な実績と経験は、AZXがベンチャー業界において長年に渡り信頼されてきた証であるとともに、クライアントの皆様への確かなサポートを可能とするものです。

支援実績（2001年1月創立）

20 年以上

AZXは2021年に20周年を迎えました。この20年、インターネットバブルの崩壊やリーマンショックなど様々な難局もありましたが、どんな時もクライアントの皆さまとともに乗り越え、日本におけるベンチャー業界の発展に貢献して参りました。その経験から蓄積された豊富なナレッジを活かしたサポートを提供しております。

資金調達サポートもおまかせ

4000 件以上

投資契約、種類株式の設計、CBの設計などの案件を極めて多数サポートしており、複雑な投資案件を含め日常的に資金調達案件を取り扱っています。また多数のVCもクライアントとしており、投資を行う側・受ける側の両者の視点からのアドバイスが可能です。



監査法人 Audit Corporation

監査法人 Audit Corporation
RMS清和監査法人 RSM Seiwa

戸谷英之 Hideyuki Totani
シニアパートナー(理事長)/ 公認会計士

新日本監査法人において製造業、鉄道会社、小売業、運送業などの幅広い監査業務を行い、一方で、学校法人、独立行政法人、公益法人などの監査業務及び営業活動を行う。その他、財務省関連のコンサルティング業務に従事。

その後、清和監査法人のパートナーとして加盟し、事業会社の会計監査、コンサルティング等の業務に従事。日本企業初の香港IPOに責任者として関与したほか、国内IPOや訂正報告書の監査などのプロジェクトにも責任者として関与した経験を持つ。書籍の執筆やセミナー講師も多数務めている。2016年7月にシニアパートナー(統括代表社員) 就任

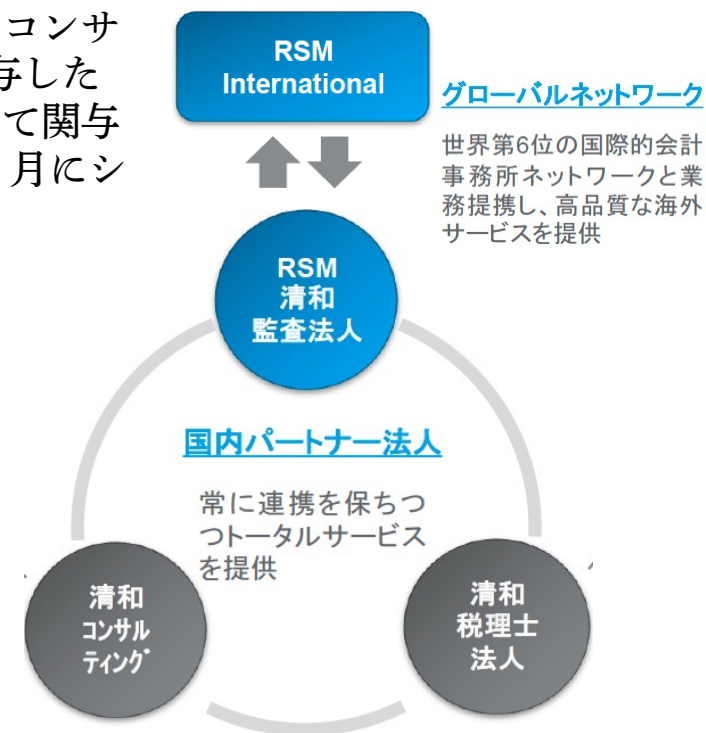
登録政治資金監査人(3551 番)

日本公認会計士協会東京会 推薦委員会委員(2010年7月-2014年6月)

日本公認会計士協会東京会業務委員会委員(2018年7月-2019年6月)

関与会社数 (2022/4/1現在)	東京事務所	神戸事務所	合計
金融商品取引法及び会社法監査	17社	2社	19社
金融商品取引法監査	1社	-	1社
会社法監査	18社	2社	20社
学校法人監査	-	4法人	4法人
社会福祉法人監査(任意含む)	1法人	8法人	9法人
その他	72社	21社	93社
合計	109社	37社	146社

上場企業18社・IPO26社を含む計146社に関与しており、中堅監査法人に属します。これは組織的監査が欠かせない現代において、高品質を保ちつつ機動的な監査対応が可能な規模です。



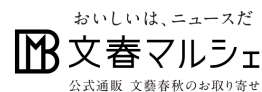


卸売事業部門 / Wholesale Business



取引実績/取引先企業 Business Partners

対面大手小売/通販/卸売/OEM等々、贈答用/業務用共に強みを生かした独自販路構築を展開



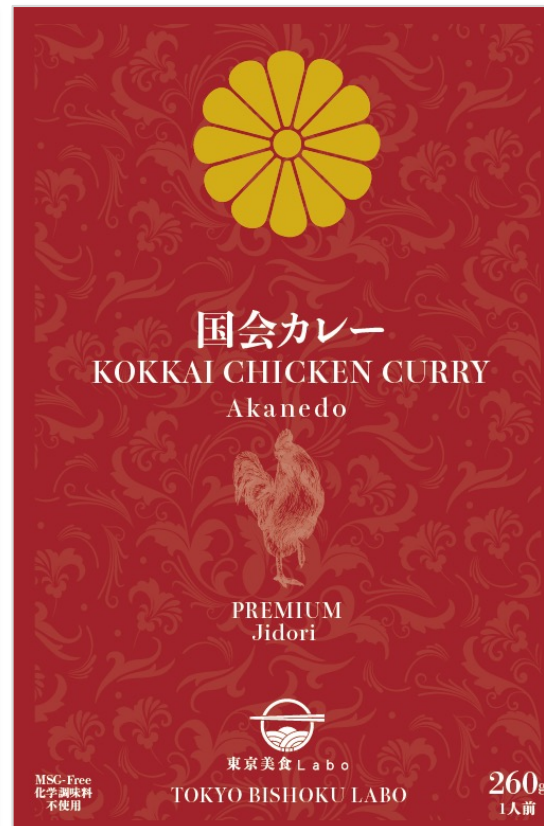
商品開発からわずか1年で各業界/分野でトップクラスの取引相手との販路を構築

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



商品開発 Product Development

自社製品(Maker Position)：国会議事堂/衆議院内の喫茶あかね(Akanedo)とコラボして「国会カレー」を商品開発
OEM商品開発：クオリティの高さとブランディング/実績で商品開発依頼も多数（例：ビーフシチュー等も）

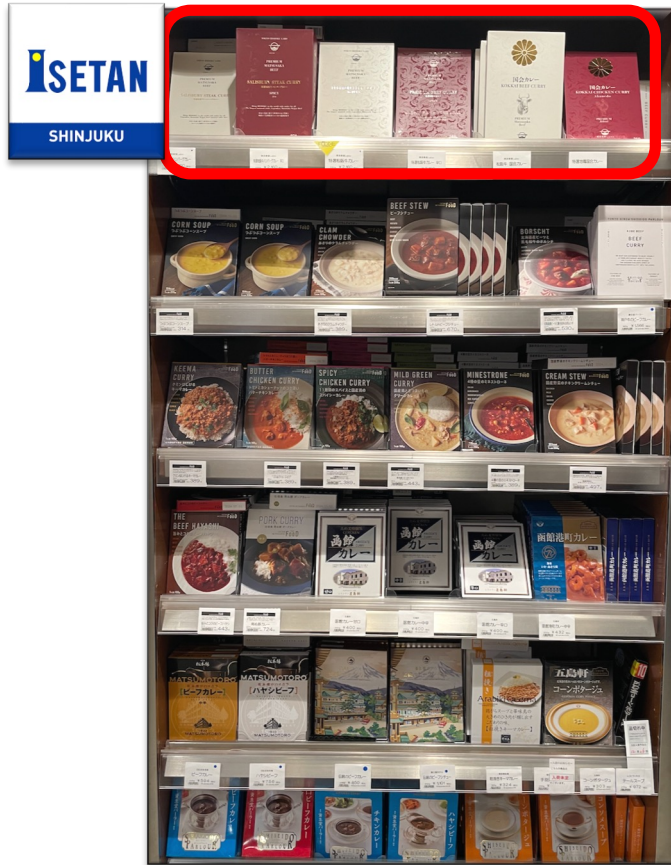


最高品質を追求することで生まれる商品開発の機会を生かしてブランディングを高めて参ります

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。

販路構築 Sales Channel

「日本最高級のレトルトカレー」のブランディングと地位を確立し、伊勢丹新宿本店を始めとして三越伊勢丹グループ店舗、高島屋、羽田空港、新丸ビルセレクトショップ等、高級価格帯/土産物需要へ



伊勢丹新宿本店
全商品で最上段を独占



高島屋
寺門ジモンSelection
Meetz STOREで全商品提供



ONLY MIキャンペーン
突き抜けた商品のみの催事へ選出



羽田空港
お土産物屋「和蔵場」入口



新丸ビル
セレクトショップ「ご馳走えん」

最高級レトルトカレーで市場をリードするブランディングを更に高めつつ拡大へ



マーケティング上の優位性 Marketing Advantage

「最高級」「高品質・上質」という「東京美食Labo」プレミアムカレーのブランディングが今の市場環境に最適
更に、国会カレーの場合「菊の御紋」があることで「丁重に」「目立つ形」での展示が自然と発生（要求も可能）

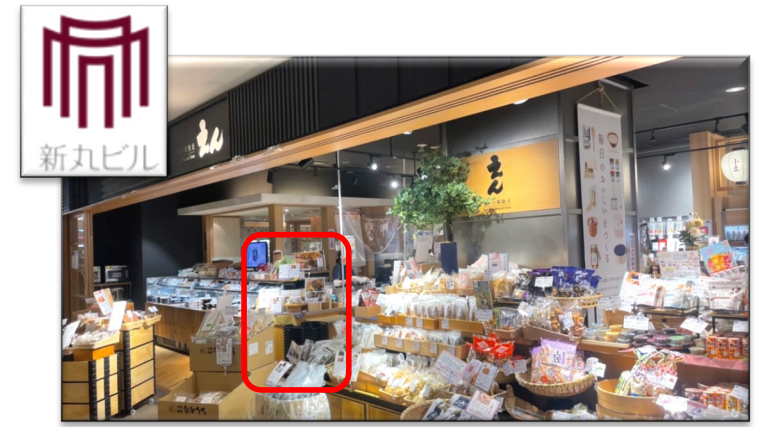
■羽田空港/新丸ビルの事例



羽田空港
お土産物屋「和蔵場」
入口すぐの最も目立つ箇所に設置



丁重で高貴な扱い
燕脂色の風呂敷の上に恭しく陳列



新丸ビル「ご馳走えん」
レジ横の目立つ場所に風呂敷の上に桐箱入で設置

「プレミアムカレー」として突き抜けたクオリティに基づく Positioning を確立

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



百貨店 Department Store

三越伊勢丹ホールディングス：導入済の7店舗に加え全国数十店舗を視野に（随時導入予定）



三越伊勢丹ホールディングス

銀座三越

伊勢丹新宿本店



札幌三越

SAKAE

SENDAI



松山

NIIGATA

伊勢丹 静岡

丸井今井 西郷

IWATAYA 岩

三越伊勢丹グループを始めとして、高級百貨店/高級スーパーの顧客層をターゲットに

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



カタログ Catalog

カタログ：厳選された商品が並ぶ富裕層向け商品カタログ/会報への掲載



FOODIE vol.19 (2022年7月) [伊勢丹会報誌]



美味探訪セレクション(2021年11月)[三越外商]



【ISETAN SHINJUKU】お感想商品とは異なるクワイアリティで厳選されたお品揃えです。
【MITSUKOSHI NIHOMBASHI】お感想商品とは異なるクワイアリティで厳選されたお品揃えです。

美味探訪セレクション

風味豊かな贈り物、旬の味見、ともに商品揃い。

【ISETAN SHINJUKU】お感想商品とは異なるクワイアリティで厳選されたお品揃えです。
【MITSUKOSHI NIHOMBASHI】お感想商品とは異なるクワイアリティで厳選されたお品揃えです。

01 20-354-282 (フリーダイヤル)
※掲載期間：11月1日(月)～11月30日(水) ※受付時間：11月1日(月)～11月10日(月) 10時～18時
※各日午前10時～午後8時

01 20-354-282 (フリーダイヤル)
※掲載期間：11月1日(月)～11月30日(水) ※受付時間：11月1日(月)～11月10日(月) 10時～18時
※各日午前10時～午後8時

02 ペルギー産ホワイトチョコレートケーキ
03 産地別旬産魚介類
04 15日間熟成せせ生ハム
05 日本が誇るブランドの最上級部位を
06 高級な肉の美味しさを堪能できる
07 豪華な肉の美味しさを堪能できる
08 最大級のステーキ、ペルーが誇る
09 11月の魚解禁とともに水揚げされる
10 職人技で味をひき出した、滋味あふれる
11 伊勢志摩産あわびを採るの汁で開いた
12 伊勢志摩産あわびを採るの汁で開いた

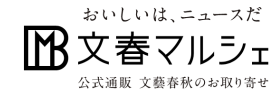
【ISETAN SHINJUKU】お感想商品とは異なるクワイアリティで厳選されたお品揃えです。
【MITSUKOSHI NIHOMBASHI】お感想商品とは異なるクワイアリティで厳選されたお品揃えです。

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



他社EC通販サイト(1) Client EC website(1)

ヒトサラ：編集長の厳選セレクション入り
年間大賞も受賞



ヒトサラ編集長セレクション

日本の“おいしい”をあなたのもとへ



【贈答箱入】特選松阪牛カレー 紅白セット(2食セット)
¥4,320 (税込)

財政界・芸能界の重鎮や食通も唸るレトルトカレーの概念を変える松阪牛カレー
各種メディアでも大きく注目された「特選松阪牛カレー」。
肉の旨味が凝縮され、そのおいしさは財政界・芸能界の重鎮や食通も
「レトルトカレーの概念を覆された」と唸るほど。



東京美食Labo

日本三大和牛の1つで、肉の芸術品の異名を持つ美しい霜降り肉と独特の和牛の香りが特徴の松阪牛では通常の霜肉で余りながら部位を存分に使いカレーにし、SDGsにも貢献しつつ消費者からも選ばれている。

お客様からの声

“編集長セレクションにも小宮山さんの紅白カレーにもあったので気になって購入。なかなかのお値段だとは思ったが、一口食べてみて思わず唸る納得の味わい。特に「赤」は辛さ溢れる旨みが秀逸、松阪牛も通常のレトルト比でもかなり量が入っており、霜降り肉のトロみ部分は実味がほれる美味しさ。箱のデザインも良く、ギフトにも最適な紅白カレーを見つけたいという欲求。”



『ヒトサラ CHEF'S MALL』で年間を通じてもっとも支持されたグルメ

『ヒトサラ CHEF'S MALL』の約500商品の中から年間を通して皆様からもっとも支持されたグルメを
総合大賞・部門賞として20商品ピックアップし発表いたします！

<https://ec.hitosara.com/pages/ranking2023>

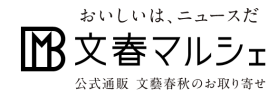


「まず、この“国会カレー”という言葉のキャッチーさに惹かれましたね。長年、国会で食べられてきたカレーが自宅で楽しめる、貴重な体験ができるのも魅力です。
実際にいただくと、最初の一口で、「よくできているなあ」と思いました。レトルトとは思えないほどのレベルの高さです。レトルトの概念を覆されました。インドの最高級スパイスを使用しているようで、スパイスが効いています。具材も大きく、スパイスと松阪牛の旨みが合わさった濃厚なコクを感じます。

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。

他社EC通販サイト(2) Client EC website(2)

接待の手土産：秘書が厳選する手土産で入選



実用性
Practicality

Prestige
サイズ・日持ち・購入の利便性など、選すお相手・シーンを選ばず使いやすい



赤坂あわせ (2缶入り)
赤坂椿山 赤坂総本店
¥2,160 (税込)



湯葉で包んだお味噌汁 12個箱
美贈元
¥4,212 (税込)



特選松阪牛カレー紅白セット
東京美食Labo
¥4,320 (税込)



琉球紅茶サンセットヌーボー&クッキーギフトセット



ヴィーガンビスケット3種入り30pギフト



最高位茶師 東源兵衛作 銘茶詰合せ B-30



CHECK 秘書の評価コメント 2022.04 品評時点

松阪牛で作られたカレーは珍しく、特別感のあるお品ということで先方にも喜んでいただけそうです。パッケージもシンプルで高級感があり、紅白と辛さの違うものがセットになっている点も楽しんでいただけたと思います。(コンサルタント・会計・法律関係 秘書歴15年10ヶ月)

日本のカレーは世界中の方々に愛され、幅広い層の方が大好きなメニューだと思います。高級レストランでいただくような手の込んだ贅沢なカレーは、普段ご自身でご購入されることは珍しいでしょうし、贈り物として相応しいです。(製造業 秘書歴11年1ヶ月)

紅白セットのレトルトカレーとは、なかなか珍しく斬新さを感じます。自宅で簡単に食べられますので、普段料理をしない方にも喜ばれそうです。日持ちするのも良いですね。(製造業 秘書歴31年0ヶ月)

<https://temiyage.gnavi.co.jp/selection/2023/nyusen/>

訪日外国人：良質な日本ブランドを求める外国人顧客へのフラッグシップ店舗向けの出店予定



大型量販店が望んでいるのは各地方で研究を重ね、美味しさの追求や、日々努力を続けている企業様の商品です！
丹精込めて作られた商品を世界から来日してくる方々に知ってもらいたい！



そんな一心な気持ちで、日本の良品をより多くのインバウンド旅行者の方々に知って頂き、しっかりとメーカー企業・作り手の想いを届けたいという強い志で取り組んで参ります！



2015年、『爆買い』が流行語大賞を受賞した時のデータです。
秋葉原本店1日あたり観光バス(1台/35人)乗り付けが約100台。
1日3,500人の来店。
1ヶ月105,000人の来店。
食品売場の売上は全店合わせて年間約120億円。
全店売上は年間800億。

出店数 38店舗

インバウンド来客比率



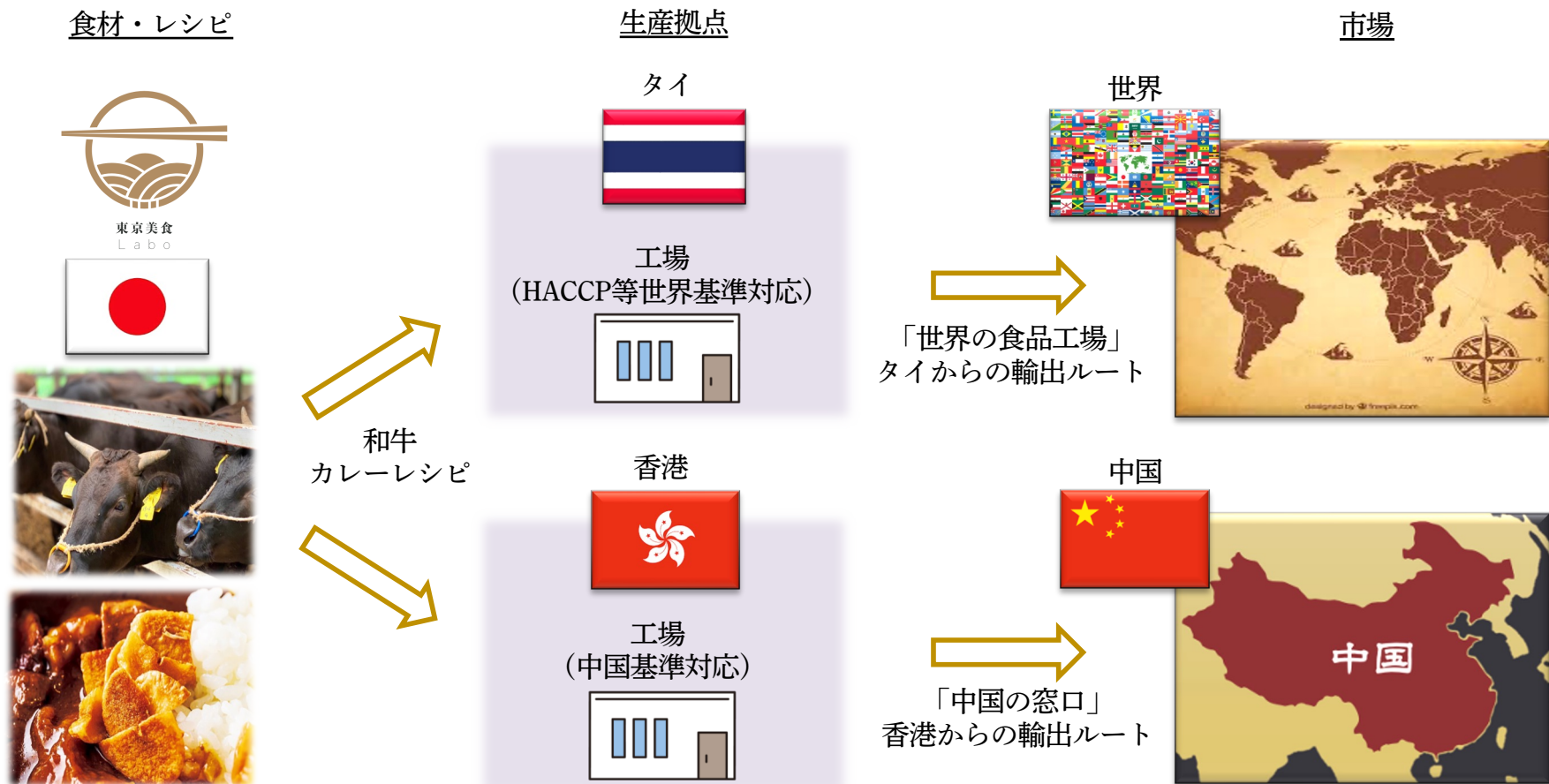
※売上の95%が中国人でした。現在中国の旅行会社は訪日観光の準備をしている状況です。すぐにコロナ前の売上に近づけるとは思っていませんが、1年~2年でコロナ前の売上に近づける計画を立てています。

海外で人気の「和牛」「日本式カレー」等の「美食」が海外富裕層の認知拡大へ（越境ECへ波及）

海外工場：全世界の対象市場の基準に適合した「工場」と「輸出ルート」を通じてValue Chainを構築

「世界の食品工場」の活用

～日本では対応が進んでいないHACCP等に対応し対象市場から認証された工場の活用





EC事業部門(自社) / EC(In-House)



自社EC In-House EC

TV等マーケティングの受け皿+越境ECの軸

ネットストア限定 税込5,400円以上購入で配送料無料

東京美食 Labo すべての商品 プレミアムカレー プレミアム松阪牛 その他の商品 会社サイト

さがす カート

「体験価値」をあなたへ。

食通・グルメ著名人も認める
最高峰のカレーで、
普段では味わえない特別な
「体験価値」をあなたへ。

東京美食 Labo のプレミアムカレーシリーズ

「こちら秘書室」公認
“接待の手土産”
セレクション 2022

ヒトサラお取り寄せ
年間大賞 2022-2023

「食」の厳選サイトでも
数々の受賞・高評価

生産者の思いを感じられるこの商品は、自信を持ってみなさまにおすすしたい一品です。

副産三越食品 アシスタントバイヤー K.Sさん

レトルトとは思えないほどのレベルの高さです。レトルトの概念を覆されました。
ヒトサラ編集長 小西克博

通常のレトルトとなり贅沢な量が入り笑いがこぼれる。
ヒトサラお取り寄せ年間お客様の声

贈り物にも、プチ贅沢にも

定番商品

PREMIUM BEEF CURRY

特選松阪牛カレー【白】

凝縮された肉の旨みが各種メディアでも大きく注目された「特選松阪牛カレー」。食の専門家や食通、財政界・芸能界の重鎮も「レトルトカレーの概念を覆された」と絶賛の美味しさは絶品。

¥2,160 (税込)

定番商品

国会カレー
SOKAKU BEEF CURRY

松阪牛 国会カレー

《東京美食Labo × 国会カレー》Akanedo「国会カレー」（ガンジス）のご紹介衆議院内の店舗は営業70周年...

¥2,160 (税込)

ネットストア限定 税込5,400円以上購入で配送料無料

東京美食 Labo すべての商品 プレミアムカレー プレミアム松阪牛 その他の商品 会社サイト

Home > 特選松阪牛カレー【白】

超希少「特選松阪牛」を贅沢にたっぷり使用！

食の専門家や食通、
そして政治/経済/芸能界の要人も
「レトルトカレーの概念を覆された」
と絶賛、未体験のおいしさ

特選松阪牛カレー

東京美食 Labo のプレミアムカレーシリーズ

「こちら秘書室」公認
“接待の手土産”
セレクション 2022

ヒトサラお取り寄せ
年間大賞 2022-2023

「食」の厳選サイトでも数々の受賞・高評価

入手困難な「特選松阪牛」を贅沢に使用（材料の「半分以上」が松阪牛！）
濃厚な肉の旨味とコクが絶妙に絡んだ「欧風カレーソース」は
高級ホテルや洋食店でも味わえない至極の一品。

ネットストア限定 税込5,400円以上購入で配送料無料

東京美食 Labo すべての商品 プレミアムカレー プレミアム松阪牛 その他の商品 会社サイト

Home > 松阪牛 国会カレー

A5ランク松阪牛を贅沢にたっぷり使用！

歴代総理大臣も愛したカレーに
A5ランク松阪牛を贅沢にプラスした
“普通では味わえない”特別な逸品。

松阪牛 国会カレー

東京美食 Labo のプレミアムカレーシリーズ

「こちら秘書室」公認
“接待の手土産”
セレクション 2022

ヒトサラお取り寄せ
年間大賞 2022-2023

「食」の厳選サイトでも数々の受賞・高評価

秘伝の肥育方法で愛情と手間暇をかけて育てられた、超希少な特選松阪牛（白）。各種メディアからも大きく注目され、食の専門家や食通、政治家や芸能界の要人も絶賛の美味しさは絶品。高級ホテルや洋食店のカレーを超えることを目指して作られた。絶品の味わいに、一度食べたら虜になること間違いなしです。

究極のエイジングビーフと
入手困難の「幻の松阪牛」

凝縮された旨味・手に乗せただけで溶け出す、さらさらとした旨味

松阪牛の純本山、三重県松阪市で秘伝の飼育方法で

最高級のA5ランクの中でも、さらに高品質で希少

凝結、松阪甘み、す。一な

一般には食べられない歴代総理大臣も愛した国会カレー
特別にA5ランク松阪牛を贅沢に使って更にバージョンアップ
国会での体験価値を高めて味わえる超希少なプレミアムカレー

歴代総理大臣・国会議員・政府関係者をはじめとした要人が愛した、創業70周年を迎えた老舗「喫茶あかね」が提供する超本格派のインドカレー。
普通では決して味わえない限定感のある特別なカレーを「すべての人に美味しく味わってほしい」という思いから、東京美食Laboがコラボし松阪牛を使用した「国会カレー」としてお届けできることになりました。

LINE限定商品やクーポンの配信を行います。まずは、タップで友だち登録！

「海外卸売(toB)」よりも肉/食品関連輸出規制等のハードルが低い「越境EC(toC)」の非常に大きな可能性

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。

LP：TVショッピングの特番の雰囲気や流れに合わせたLPを構築し、顧客の囲い込み(CRM)

美食家・政治家・芸能人もおすすめ

大満足の松阪牛 140グラム入り 超希少 厳選松阪牛

「こちら秘書室」公認 “接待の手土産” セレクション2022 堂々受賞!

ヒトサラお取り寄せ 年間大賞 2022-2023 堂々受賞!

受賞実績多数、東京美食Laboが送る 松阪牛国会カレー 2,160円

LINE LINEでお得情報を受け取る

➡ ご購入はこちら

名だたる**美食家も絶賛**

レトルトの概念を覆されました。

ヒトサラ編集長コレクション 小西克博 編集長

かなり贅沢な量が入っており、笑いがこぼれる美味しさ。

ヒトサラお取り寄せ年間大賞 2022-2023 お客様の声より

高級レストランのような贅沢なカレーは、贈り物に相応しい。

接待の手土産セレクション 秘書の評価コメントより

大手百貨店でも取扱い

全国の美食家も推薦

超希少・厳選松阪牛

松阪牛国会カレー 2,160円

LINE LINEでお得情報を受け取る

➡ ご購入はこちら

レトルトカレーの概念を覆す

凝縮された旨味がたっぷり

上質な脂と柔らかな肉質

他では味わえない、濃厚なコク

コンセプトテスト→PDCA構築

食通・グルメ著名人もおすすめ

超希少! A5ランク 松阪牛使用

中身の半分が松阪牛

松阪牛国会カレー

大満足の内容量250グラム 2,160円(税込)

「こちら秘書室」公認 “接待の手土産” セレクション2022 堂々受賞!

ヒトサラお取り寄せ 年間大賞 2022-2023 堂々受賞!

LINE LINEでお得情報を受け取る

➡ ご購入はこちら

美食家・グルメな著名人も絶賛!

レトルトの概念を覆されました。

ヒトサラ編集長コレクション 小西克博 編集長

かなり贅沢な量で、

食通・グルメ著名人もおすすめ

「こちら秘書室」公認 “接待の手土産” セレクション2022 堂々受賞!

ヒトサラお取り寄せ 年間大賞 2022-2023 堂々受賞!

大満足の松阪牛 140グラム

超希少! 厳選松阪牛

松阪牛国会カレー 2,160円(税込)

LINE LINEでお得情報を受け取る

➡ ご購入はこちら

名だたる**美食家も絶賛!**

レトルトの概念を覆されました。

ヒトサラ編集長コレクション 小西克博 編集長

かなり贅沢な量が入っており、笑いがこぼれる美味しさ。



TVショッピング TV Shopping

TV：「史上最強のレトルトカレー」としてキー局の特番で紹介。他のTV Shopping案件も企画中



放送日時 2023年 4月 23日(日) 午後 3:00 ~ 4:55

昭和・平成の通販を懐かしの映像で振り返りつつ令和の商品でプレゼンバトル!
昭和・平成を令和につなぐ通販バラエティ!!



出演者がカメラが止まっても食べ続け完食した「レトルトを超えた最高級カレー」





越境EC/Buyer卸売事業 Cross Boarder EC/Buyers

海外事業：海外消費者に強い影響力がある商品/サービス/ブランドの需要を開拓し、魅力を高めて展開
レトルトカレー商品は製造より賞味期限が2年あり「賞味期限の壁」を越えて展開可能



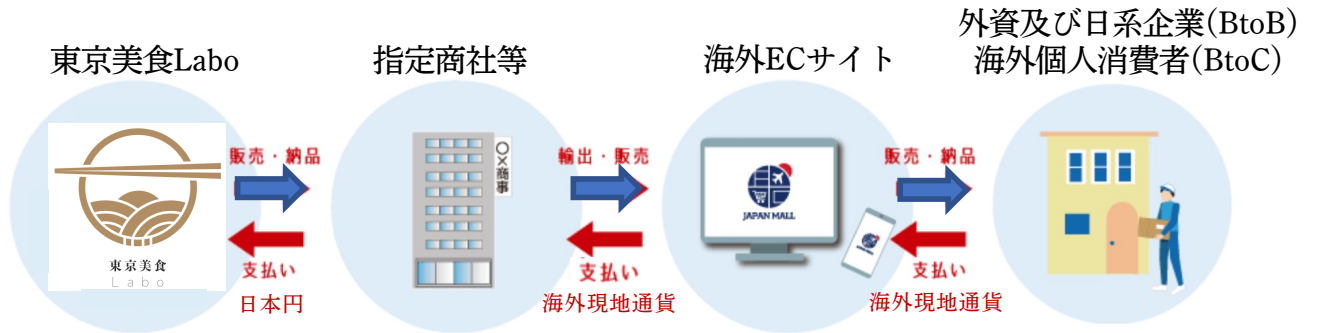
JETROの包括的支援の活用

幅広い国々へ効率的に商品展開が可能（テストマーケティングと潜在需要掘り起こし）



JAPAN MALL

世界60以上の連携先ECバイヤーに商品を紹介。
国内納品・国内買取・円建て決済で取引が完結するため、複雑な輸出手続きが不要。成約した商品のプロモーションを連携先とジェトロが実施



JAPAN STREET

JETROの基準を満たす限られた海外の有力バイヤーのみが閲覧可能な招待制オンラインカタログサイト（一般向け非公開）
JETROが常時バイヤーに商品を案内し、見積や商談調整をサポート



オンラインカタログサイト
Japan Streetに商品を掲載し、海外バイヤーとの商談や取引機会を創出

Japan Streetでは検索やレコメンド機能等の充実、バイヤーの関心に合わせた商品の表示、特集ページの設定などにより、海外バイヤーからの引き合いチャンスを最大化

ジェトロが招待したバイヤーのみが利用。オンラインで場所・時間を問わず日本商品を検索可能

BtoBでの規制/認証のハードルを「BtoC」の越境ECで越えることで「膨大な海外需要」へアクセス可能に



店舗事業部門(自社/卸売) / Shop Business (Direct/FC)



FC店舗 FC Shop

FC店舗：加盟店舗全国75店舗を基盤にメーカーポジションとして「卸売（販路）拡大」を軸としたFC展開



一本堂全国加盟店舗

<https://shokupan-ippondo.jp/shop>

焼きたて食パン専門店一本堂の店舗一覧はこちら。専門店だからこそできる、味と価格にこだわり、店舗で一つ一つを大切に焼いております。一本堂は全国に店舗がございます



FC加盟店も成功しやすい効率的な仕組みを構築し「卸売(販路)拡大」へ

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



直営店舗(Curry Labo Tokyo) Direct Shop (Curry Labo Tokyo)

直営店舗：都内の厳選されたFlagship直営店舗で店舗事業を運営

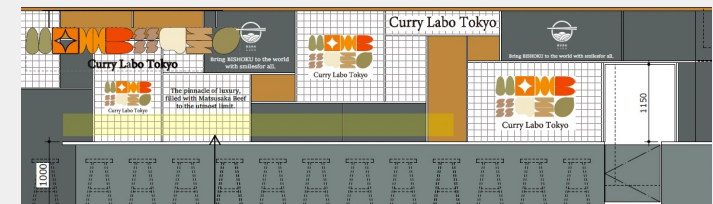
日本橋高島屋店（カウンター席）[8月リニューアルOPEN]



リニューアル前



正面設計図



Eat-in/Take Out/Delivery事業のFC店舗(及び店舗向け卸売事業)の仕組構築の為の拠点として

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



店舗向け業務用：他社営業店舗 Store Use: Client Shop

業務用：高級志向のカフェや社員食堂、ゴルフ場やBARなど軽飲食店舗等への「卸売」（運営リスク無し）

JBS 日本ビジネスシステムズ株式会社

社員食堂 Lucy's CAFE & DINING

日本中の美食を集めた社員食堂で松阪牛カレーを提供中



<https://www.jbs.co.jp/aboutus/lucys>

512 512 CAFE & GRILL
CAFE & GRILL

旬の食材を使ったフレッシュで独創的なメニューを提供
各種ブランドのコラボレーションメニューも好評
松阪牛カレーを提供（松阪牛カレーパンも開発中）



<https://512.tokyo/news/2021/12/31/20220101/>

顧客からの依頼で生まれた「業務用」商品が「店舗事業部門」の確かな成長を裏付け

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。



商品構想 / Product Concept



課題 Problems

世界に誇る日本の「食文化」を支える「材料」の生産にも多くの課題があります。

例えば、文化遺産の一つ「和牛」。その品質は比類するものはありません

コロナ禍での飲食店需要の減少と一部部位の通販需要等の伸びで
需要が偏り人気のない部位が余ってしまっていることがあります。

一頭丸々余すことなく消費できるような需要が安定しないと、
畜産農家の負担に繋がり、供給も安定しなくなってしまう

また、様々な構造上の問題で和牛の持つ
本来の魅力や可能性が損なわれていることが
多く見られるという課題もあります

海外ではKOBE BEEFが一定の評価を得ているものの
一般的には質の劣る豪州産WAGYUが「和牛」と勘違いされ
また本来の旨味を引き出せない調理法も多々見受けられます

海外含め、流通経路が複雑で柔軟性に欠ける為に、
商品が適切に届いていない現状もあります

和牛の「本来の魅力」を日本そして世界の多くの方に知って欲しい

この想いを形にする手段として、最高峰の松阪牛/和牛を活かした「最高級レトルトカレー」を製造しました





解決策 Solution

なぜ「特選松阪牛/和牛カレー」なのか？

意義

- ・ 上質な肉/脂の旨味が凝縮（和牛本来の味）
- ・ 安定した品質（味がブレずに提供が可能）
- ・ 松阪牛/和牛を海外へ（輸出制限を超えた展開）

利点

- ・ 大量生産が可能（柔軟な生産インフラ確保）
- ・ 高い収益性（肉の卸売対比付加価値が高い）
- ・ 長い賞味期限（ロスが出ず海外展開が容易）
- ・ 幅広い販路を確保（贈答用と業務用を展開）

最高峰の和牛を美味しく無駄なく効率的に、国内外に広く届けることが可能



特選松阪牛カレー・ハンバーグカレー



特選松阪牛カレー・ハンバーグカレー (辛口)



政財界・芸能界の重鎮や食通も「レトルトカレーの概念を覆された」と唸る美味しさ
旨味を最大限引き出し、通常の工程では再現不可能な「ハンバーグカレー」を完成
ご要望に応えた「辛口」や、超希少高付加価値の「ホルモンカレー」等も製造予定

実績 Record

■ 特選松阪牛ハンバーグカレー：クラウドファンディングプロジェクト

<https://www.makuake.com/project/tokyobishokulabo/>



幻の松阪牛をハンバーグカレーに

再生

Success!

応援購入総額 2,671,835円
目標金額 500,000円

534%

サポーター 200人

残り 終了

終了しました

超希少入手困難！幻の「特選松阪牛」でレトルトカレーの概念を覆す美食を限定生産！

- 1 レトルトカレーを知り尽くしたカレーランドが「その価値あり」と最高価格帯2000円と認定！
- 2 約50ヶ月の超長期肥育で生体熟成され旨味が凝縮。超希少な特選松阪牛を使用したハンバーグカレー
- 3 某外資系高級ホテルの元エグゼクティブシェフの協力によって幻の松阪牛を最大限生かしたハンバーグ



クラウドファンディングで新商品のテストマーケティングを実施
レトルトカレーの総本山として実績の豊富な「カレーランド」と連携
最高価格帯の設定にも関わらず、想定を大幅に上回る応援購入を達成





競合優位性 Competitive Advantage

「世界最高峰の和牛」仕入力

上質な和牛を安定的に仕入れるルートを有し、濃厚な肉と脂の旨味の源泉を確保

「最高価格帯商品」開発能力

レトルトカレーにおけるあらゆる市場データを把握し、最高価格帯の価値を実現可能な能力を有する。

「独自販路」構築力

贈答用に適した販路への効果的なマーケティングを行い、業務用の提供は贈答用での販路拡大にも繋げる。



食材を提供する飲食店が主要メディアに取り上げられた際に「特選松阪牛カレー」が大きく注目されました

■ 東京カレンダー2020年12月号<WEB版> 数百頭に一頭の究極の和牛、幻の松阪牛を貴方は知っているか!?

<https://tokyo-calendar.jp/article/19626>



東京カレンダー
TOKYO CALENDAR

東京カレンダー 月刊誌 最新号 焼き鳥のすべて。 絶賛発売中
大人なら「焼き鳥」は、極めておきたい。

レストランを探す 記事を探す イベント・新店 東カレショッピング

ログイン 会員登録 (無料)

東京カレンダー > 東京 > 東京 ステーキ・鉄板焼き・グリル > 西麻布・六本木・麻布十番 ステーキ・鉄板焼き・グリル
> エムツー > 数百頭に一頭の究極の和牛、幻の松阪牛「松吉牛」を貴方は...

2020.10.28

数百頭に一頭の究極の和牛、幻の松阪牛 「松吉牛」を貴方は知っているか!?

カレー ステーキ 和食 肉

お気に入りに追加 シェアする ツイートする

和牛の王様といえば松阪牛を思い浮かべる人も多いだろう。
しかしその松阪牛の中に、食通も唖る「幻の松吉牛（まつきちうし）」という和牛が存在しているのをご存じだろうか？
その「幻の松吉牛」を東京で唯一堪能できる店が、西麻布に誕生したと聞き早速取材に向かった！

焼き鳥のすべて。 絶賛発売中
広告掲載はこちら

プレミアムサービスを利用する

探す

検索したいワード

記事を探す

例：銀座、和光

例：フレンチ、店名

レストランを探す

▼エリアから探す
▼料理ジャンルから探す

記事の後半に〆で提供していた「特選松阪牛カレー」が掲載

〆のカレーも絶品！凝縮された肉の旨みがほとぼしる！



大満足のコースの後、ここに来たら是非〆に味わってもらいたいものがある。

松吉牛のスジなどでとった肉出汁が効いたお茶碗のカレーだ！

塊肉がゴロゴロと入ったことでしか食べられない贅沢な一品。〆にさらっと食べられてしまうお茶碗サイズなの嬉しい。

食材を提供する飲食店が主要メディアに取り上げられた際に「特選松阪牛カレー」が大きく注目されました

■ 東京カレンダー2020年12月号 <紙面掲載記事 (p14) >



コース料理の紹介で提供していた「特選松阪牛カレー」が掲載



スジなどでとった肉出汁が効いたお茶碗カレーで塊肉もゴロゴロッと入って贅沢

「国会カレー」のプレスリリース発表後に、TVや新聞、WEBメディアで大きく注目されました

PR TIMES プレスリリース・ニュースリリース配信サービスのPR TIMES
 Top | テクノロジー | モバイル | アプリ | エンタメ | ビューティー | ファッション | ライフスタイル | ビジネス | グルメ

松阪牛を使用した「国会カレー」を開発
 国会カフェで味わう「美食」を広げて世界を笑顔に ~BRING KOKKAI CURRY TO THE WORLD WITH MATSUSAKA BEEF~

株式会社東京美食Labo
 2022年4月5日 10時00分

株式会社東京美食Labo（本社：東京都港区西麻布3-22-9 代表取締役：笠川大海）は、有限会社Akanedo（東京都新宿区）との特別コラボレーション商品として株式会社東京美食Laboが提供する松阪牛を使用した「国会カレー」（商品名：「松阪牛 国会カレー」）を開発致しました。



4月上旬に伊勢丹新宿本店（東京都新宿区新宿3-14-1）にて先行販売を開始し、4月中に衆議院会館内にて販売開始を予定しております。尚、株式会社東京美食Laboのオンラインストアにて限定的に2022年4月4日より販売予約受付を開始しております。



「松阪牛 国会カレー」の特徴
 ~スパイスと肉の濃厚な旨味~

弊社衆議院内の店舗にて提供されているインドカレーは、通称「国会カレー」と呼ばれ、歴代総理大臣をはじめとした国会議員の皆様、政府関係者、海外からの要人、大使館関係者、マスコミ関係者といった皆様に長年親しまれ、ご愛顧を頂いております。

今回、営業70周年記念として衆議院内で提供している国会カレーに使用している牛肉ではなく、株式会社東京美食Laboが提供する松阪牛を使用したコラボレーション商品として「松阪牛 国会カレー」がレトルトカレーとして誕生致しました。



インドの最高級スパイス、安心安全な国産野菜にこだわり、五つ星のホテル出身のシェフが真心を込めたインドカレーに、厳選された松阪牛を使用したことで、株式会社東京美食Laboが提供する「特選松阪牛カレー」と同様に「スパイスと肉の旨味が合わさった濃厚なコク」が楽しめます。



メディア掲載 Media

■ 「ハツモノQ」ノンストップ (2022年5月17日)



■ 「気になる！」news every. (2022年6月15日)



■ 「トレンド部」王様のブランチ (2022年6月4日)



■ 「イマドキ」めざましテレビ (2022年6月24日)





メディア掲載 Media

■ 「あつという間に人気店」ヒルナンデス (2022年9月28日)



■ 寺門ジモンの肉専門チャンネル (2020年10月29日～)

肉を知り尽くした寺門ジモン氏が絶賛の濃厚な肉の旨味



■ 食べロググルメ著名人 (フォロワー数 第1位/第2位)

フォロワー数Topの川井氏と柏原氏が「特選松阪牛カレー」を好評価

食べログ グルメ著名人



川井 潤
数社アドバイザー兼プランナー兼ライターなど
フジテレビ「料理の鉄人」企画ブレーン(1993年～99年)。元(株)博報堂DYメディアパートナーズ。現在は、食品関連社、IT会社、新聞社など。
フォロワー数: 58614人



柏原 光太郎
「日本ガストロノミー協会」会長、編集者
2011年の震災の時、外食産業は自粛の声に押され、キャンセルの嵐で大変な打撃を受けました。その時「幸いにも被災しなかった人間は自粛などせず外に...」
フォロワー数: 51308人

川井 潤 (58614) さんの口コミ

★★★★★ 4.2 ¥40,000～¥49,999 / 1人 詳細

1回

2021/01訪問

1回目

★★★★★ 4.2 [料理・味 4.2 | サービス 4.2 | 雰囲気 4.2 | CP - | 酒・ドリンク -] ¥40,000～¥49,999 / 1人

♫の「御飯はひとくち咖喱3種」…本来はひとつ選ぶ方式らしいがここはわがまま言って3種ともいただく。
トマト咖喱…マイルド。
シチュー…やや酸味あり。
煮込み咖喱…まるやかで食べやすい。
…一番僕的に気に入ったのは「煮込みカレー」。

柏原 光太郎(51308)さんの口コミ

★★★★★ 4.0 - / 1人 詳細

1回

2021/02訪問

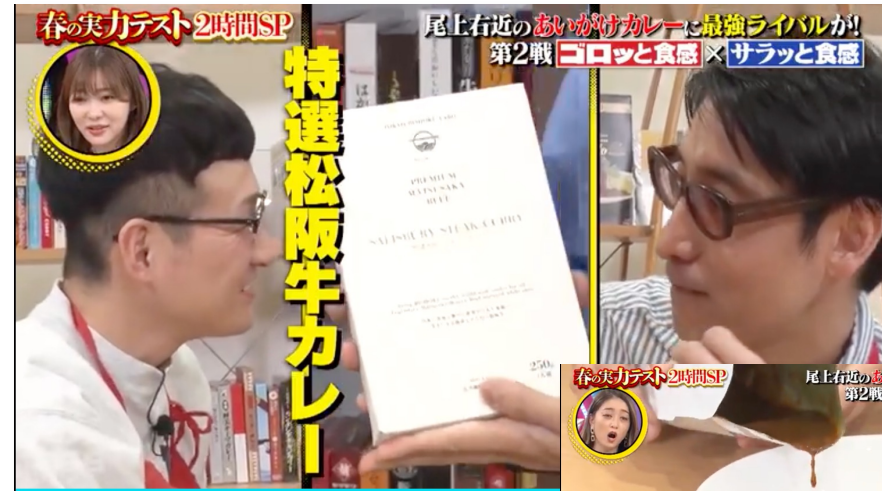
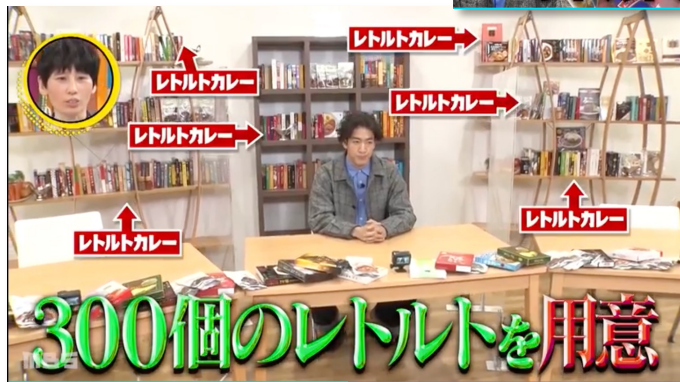
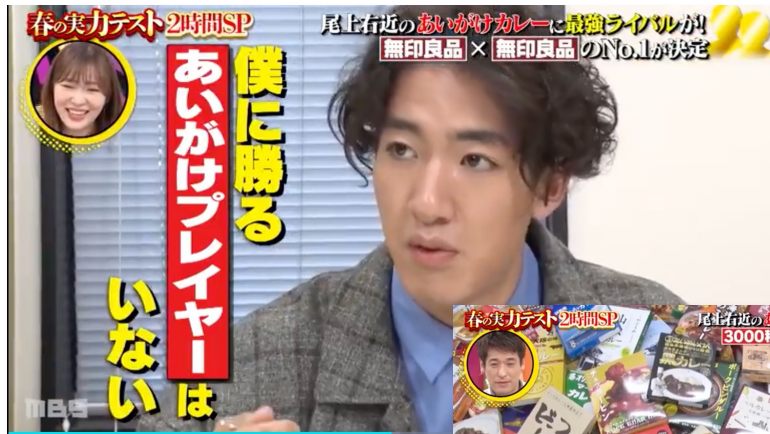
1回目

★★★★★ 4.0 [料理・味 4.0 | サービス 4.0 | 雰囲気 4.0 | CP 4.0 | 酒・ドリンク 4.0]

その後、強肴、煮物と日本料理的な皿が続き、最後に3種のカレーが。これがなかなかの味わいで、♫を飾るにふさわしい。ペアリングも見事で、鉄板ステーキとは違う、シニアにもやさしい肉懐石料理店だった。

■ 「尾上右近」 100%アピールちゃん (2022年3月7日)

強すぎるカレー愛がさく裂！年間360食もカレーを食べる
芸能界随一のカレー通の歌舞伎俳優・尾上右近が、
異常な愛を捧げる「あいがけカレー」の魅力のアピール。
3000個のレトルトカレーの中から「特選松阪牛カレー」を絶賛



カレー市場は約4000億円(外食2500億円/中食1500億円) [2017年時点 (c.f. ラーメン市場は約1.1兆円)]

年間消費皿数は約100億皿 (一人当たり年間約78回) [エスビー食品2013年調査(カレー粉生産量14,878tより算出)]

カレー市場規模の対象は飲食店のほか、即席カレーやレトルトカレー、コンビニやスーパーで販売されているカレー弁当やカレーパンなど多岐にわたり、市場の正確な把握が複雑に。

日本人は1年に

100億のカレーを食べている

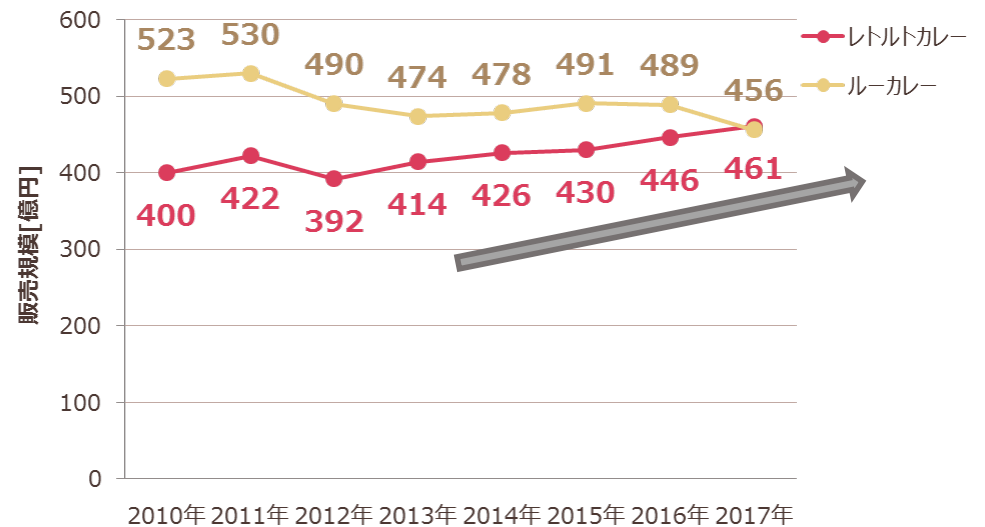
データから見る日本のカレー事情



<https://www.1101.com/curryschool/shoutai/2017-02-12.html>

レトルトカレー市場は右肩上がりに上昇 (ルーカレーを逆転)

●タイプ別の販売金額推移



<https://www.intage.co.jp/gallery/curry/>

データ：インテージSRI
集計期間：2010/1~2017/12

市場予測を大幅に上回るペースでのレトルトカレー市場の拡大傾向
～2024年までの拡大予測を既に超える932億円[2021年時点]へ急拡大。2024年には1000億円突破見込～

2022年調査レポート

2021年市場実績 レトルトカレー **932億円 (前年比102.8%)**

～有名店監修、グランプリ受賞店のカレーなど
高価格帯商品が好調。2024年に1000億円突破

湯煎や電子レンジでの加熱など温めるだけで食べられることから、簡便性や個食ニーズの高まりにより、インスタントカレーから需要がシフトしている。味覚面での品質アップ、価格志向ユーザー向けの低価格帯商品や品質にこだわった高価格帯商品の投入など、ユーザーニーズに沿った商品展開により、市場は拡大が続いており、2017年にはインスタントカレーの市場規模を上回った。2020年は、新型コロナウイルス感染症の流行による外食の落ち込みにより業務用は苦戦したが、休校やテレワークの増加で内食需要が高まり、簡便性と備蓄性の高さから市販用が好調で市場が拡大した。2021年は業務用が回復に向かっていくことに加え、市販用は外食や旅行の自粛により家庭でも外食店のメニューを味わえる有名店監修やグランプリ受賞店のカレーなど高価格帯商品が好調なことから、引き続き市場は拡大するとみられる。今後も市販用を中心にインスタントカレーからの需要シフトが進み、**2024年には市場が1,000億円を突破すると予測**される。

[株式会社富士経済Press Release 2022.03.25]

<https://www.fuji-keizai.co.jp/file.html?dir=press&file=22029.pdf&nocache>

2021年調査レポート

2021年市場予測 レトルトカレー **925億円 (前年比102.4%)**

～簡便調理/個食ニーズの高まりを背景に需要が増加
味のレベルアップや低価格帯から高価格帯まで商品バラエティの多様化が喫食頻度増加につながっており、新商品の発売が相次ぎ、市場が活性化している。2019年はスパイスカレーやカレーの名店監修商品など外食店の味を訴求した中高価格帯商品や、複数パック商品が好調だったほか、市販用は備蓄需要が増加し、業務用も人手不足による時短ニーズや食品ロス抑制から需要が増え、市場は拡大した。2020年は個人レストラン、喫茶店などを中心に業務用の需要が激減したが、市販用は備蓄需要や在宅時間の増加による内食需要を獲得したことで、市場は拡大するとみられる。

[株式会社富士経済Press Release 2021.04.02]

<https://www.fuji-keizai.co.jp/file.html?dir=press&file=21039.pdf&nocache>

家庭用13%増、過去最高に

家庭用レトルトカレーの2020年度(4～3月)市場は**2桁成長で着地**する見込みで、**市場規模は過去最高**となりそうだ。新型コロナ流行により生活様式が大きく変わり、内食需要の拡大がレトルトカレー購入を促進、**ストック買い、複数パックや中高価格帯商品の大幅伸長**を生んでいる。こうした高伸長による反動減を想定し、2021年度上期市場の前年超えが困難というムードも漂うが、上位メーカーはそれぞれ持ち味を活かした施策で増収をめざす。

[食料醸界新聞社(電子版) 2021.03.12]

<https://www.syokuryo-jokai.jp/degital/news/2021/03/news-21031201-a.html>

2020年調査レポート

2024年市場予測レトルトカレー **922億円(2018年比107.4%)**

～共働き世帯の増加や世帯人数の減少などを背景に、時短ニーズの高まりや個食化が進み需要増加

レトルトカレーは共働き世帯の増加や世帯人数の減少などを背景に、**消費者の時短ニーズの高まりや個食化の進行により需要が増加**している。2019年は、**中高価格帯商品は好調**なものの、**低価格帯は競争激化で苦戦**している。また、前年の西日本における震災時の特需の反動から伸びは鈍化し、2018年比1.4%増が見込まれる。一方、簡便ニーズの高まりを背景にインスタントカレーからの需要シフトがみられるなど今後も市場は拡大するとみられる。

[株式会社富士経済Press Release 2020.03.06]

<https://www.fuji-keizai.co.jp/file.html?dir=press&file=20020.pdf&nocache>

カレー特集:レトルトカレー 前年比4.8%増と好調 ～業務用でも注目

19年度の家庭用レトルトカレー市場は前年比4.8%増と、引き続き好調に推移している。**レトルトカレーはその市場規模で17年度にカレールーを逆転し、それ以降も市場は順調に拡大**している。日本缶詰びん詰レトルト食品協会による19年の生産量調査でも、レトルトカレーの内容重量は前年比1.3%増の16万3872t、箱数が2481万2000箱と伸長している。レトルトカレーは新型コロナウイルス感染拡大による巣ごもり需要で、今後も伸長が予測される。

[日本食糧新聞 2020.07.01]

<https://news.nissyoku.co.jp/news/takaqiy20200622114255575>

日本市場に加えて海外市場における「日本式カレー」の更なる拡大
～更に「寿司」から「和牛」へのトレンド変化に伴い「日本式ビーフカレー」の需要の高まり～

■ CoCo壺番屋の海外出店計画事例



わくわくで 未来をつくる
チャレンジ ▶ わくわく ▶ 未来を創造

壺番屋長期ビジョン2030

- 店舗の魅力で期待値を超える
- パートナーシップの強化
- 個性ある店づくり
- 新しいことへのチャレンジ
- 世界に広がる「ココイチ」
- アグリ事業を推進
- 労働生産性を高め、待遇向上
- やりがいあふれる職場づくり
- 環境にやさしい取り組み
- 地域や子供たちへの支援

店舗売上850億円（国内762億円／海外87億円）
（直営・FCを含む全業態 2021年2月期）

海外出店計画

	21.2末 店舗数	出店数 (3年合計)	24.2末 店舗数	純増 店舗数
中国	51店	18店	67店	16店
タイ	39店	7店	46店	7店
韓国	32店	3店	33店	1店
台湾	23店	4店	26店	3店
香港	9店	1店	10店	1店
アメリカ（本土）	4店	6店	10店	6店
イギリス	2店	3店	5店	3店
その他	27店	26店	53店	26店
合計	187店	68店	250店	63店

※その他店舗は、①フィリピン ②インドネシア ③シンガポール ④ベトナム ⑤インド ⑥ハワイ ⑦新規国

2021年4月株式会社壺番屋：第7次中期経営計画（2022年2月期～2024年2月期）

日本のカレーが世界一に！ [2022年12月]
～Taste Atlas AWARDS 2022～

ヨーロッパの体験型旅行サイトが
「世界の伝統料理ベスト100」を発表
「日本のカレー」が世界1位に選ばれ
世界的な「日式カレー」需要を裏付け



tasteatlas AWARDS 2022

Best Dishes of the World in 2022

1	● Karē	4.92	26	▣ Pečená kachna	4.67
2	▣ Picanha	4.86	27	▣ Gambas à la plancha	4.66
3	▣ Amêijoas à Bulhão Pato	4.86	28	▣ Shahi paneer	4.66
4	▣ Tangbao	4.83	29	▣ Vaca atolada	4.65
5	▣ Guotie	4.81	30	● Katsudon	4.64
6	▣ Phanaeng Curry	4.80	31	▣ Gyros	4.63
7	▣ Ceviche mixto	4.79	32	▣ Steak au poivre	4.63
8	▣ Ghormeh sabzi	4.79	33	▣ Linguine allo scoglio	4.63
9	▣ Cağ kebapı	4.78	34	▣ Frango assado com piri piri	4.63
10	▣ Pollo a la brasa	4.74	35	▣ Inasal na manok	4.63
11	▣ Pizza Margherita	4.71	36	▣ Giouvetsi	4.62
12	▣ Xiaolongbao	4.71	37	▣ Pernil	4.62
13	▣ Gambas al ajillo	4.70	38	▣ Prosciutto e funghi pizza	4.62
14	▣ Shish kebab	4.69	39	▣ İskender kebab	4.61
15	▣ Paidakia	4.69	40	▣ Massaman Curry	4.61
16	▣ Pierogi Ruskie	4.68	41	▣ Bakaliaros	4.60
17	▣ Cochinita pibil	4.68	42	▣ Tagliatelle al ragù alla Bolognese	4.59
18	▣ Cha siu bao	4.68	43	● Karē raisu	4.59
19	▣ Pappardelle al cinghiale	4.68	44	● Shoyu ramen	4.59
20	▣ Carnitas	4.67	45	▣ Alinazik Kebab	4.59
21	● Tonkotsu ramen	4.67	46	● Sake nigiri sushi	4.59
22	▣ Manti	4.67	47	● Gyoza	4.58
23	▣ Raclette	4.67	48	▣ Döner kebab	4.57
24	▣ Trofie al pesto	4.67	49	▣ Moqueca	4.57
25	▣ Carne de porco à Alentejana	4.67	50	▣ Feijão tropeiro	4.57



tasteatlas AWARDS 2022

Best Traditional Food in the World

Best Traditional Dishes in the World 100 best rated dishes in the world in 2022.

YOU HAVE TRIED 0/100 BEST DISHES LOG IN OR SIGN UP TO CHECK YOUR PROGRESS

1 Stew Karē ● Japan BEST IN Soup Curry & Dining Suage (Sapporo, Japan)	2 Meat Cut Picanha ● Brazil BEST IN Churrascaria Chama de Fogo (Gramado, Brazil)	3 Clam Dish Amêijoas à Bulhão Pato ● Portugal BEST IN A Mariqueira de Matosinhos (Porto, Portugal)
4 Dumplings Tangbao ● China BEST IN Din Tai Fung Shanghai (Shanghai, China)	5 Dumplings Guotie ● China BEST IN Wang Fu (Hong Kong, China)	6 Stew Phanaeng Curry ● Thailand BEST IN Kopitiam By Wilai (Phuket, Thailand)





上場計画 / IPO Plan

本資料により何ら勧誘・推奨するものではありません。本資料は本件に関して検討される際に、ご参考のための情報提供を目的として作成されたものです。該当取引等を保証するものではありません。過去の実績は将来の成果を示すものではありません。

上場スケジュール Schedule for listing

より大きく上場させる為にN-3期から監査法人と監査契約を締結をして準備開始

2024年6月期からN-2期に入り上場準備を開始。事業提携/買収(M&A)により事業を拡大させた上で、2026年6月期(N期)の3Q(2026年1~3月)に上場申請予定

IX. 上場スケジュール例

上場スケジュール(例)
※2025年6月期を直前期として、2026年6月期に上場申請するケース

内容	時期	2024/6期 (N-2期)				2025/6期 (N-1期)				2026/6期 (N期)			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
全体スケジュール													
取引所													上場審査
証券会社		助言指導等 (内部管理体制全般の整備・運用助言、審査対応支援、ファイナンス手続の実行/支援等)									引受審査		
監査法人				会計監査 (金商法)		会計監査 (金商法)				会計監査 (金商法、会社法)			
						プレ四半期レビュー				四半期レビュー			
		課題の抽出および整備フェーズ				運用実績の積み上げ							
貴社						引受審査提出書類の作成・整備 (I、IIの部、諸経営管理資料等)				引受審査対応		東証審査対応	
						上場申請書類作成・整備							
		資本政策の検討・実施 /ファイナンス実施											

注：
・上表は2025/6期を直前期として上場スケジュールの一例であり、上場時期は翌年度の4Qと仮定していますが、実際のスケジュールは主幹証券等と貴社の協議により決定されます。
・内部管理体制の整備の遅れ、業績の進捗状況や新たな課題発生等により上場スケジュールが延期となる場合があります。



上場の意義 Significance of listing

上場を通過点とした上場後の「東京美食Laboコミュニティ」構築が重要

日本国内・海外の主要都市における更なる市場の拡大へ対応
～2026年6月期に上場し、上場後は「日本の美食を繋げて世界中を笑顔に」を更に拡大
日本の様々な「美食」に関わる商品(企業/事業)の海外展開へのプラットフォーム(基盤)へ

Angel Round
[2023年1-2Q]

- ・「卸売事業」「EC事業」において主力商品の量産体制を確立し、販路・認知拡大
- ・「店舗事業」の「直営店舗」における事業開発 (Curry Labo Tokyo等)

Seed/Series A
[2023年]

- ・「卸売事業」「EC事業」において主力商品の種類拡大 (良質なコラボも推進)
- ・「店舗事業」の直営店舗の「首都圏」での拡大 (海外店舗も準備)

Series B
[2023-2024年]

- ・「主力商品」を軸に「卸売事業」「EC事業」で「東京美食Laboコミュニティ」の形成
- ・「店舗事業」の直営/FC店舗の「全国」での拡大 (海外店舗運営開始)

上場期
[2025-2026年]

- ・「東京美食Laboコミュニティ」を「世界」へ発信 (日本の美食を世界へ)
- ・「店舗事業」の直営/FC店舗の「世界中」での拡大 (海外店舗の増加)

上場後
[2026-2027年～]

- ・「東京美食Laboコミュニティ」の「世界」ブランド定着 (日本の美食で世界を笑顔に)
- ・「主力商品」「店舗事業」の直営/FC店舗を通じての「世界中」での拡大