

淡路島カレー導入 についてのご提案



「甘さ・コク・辛さ」と、3段階に変化する深い味わいのカレー。

我々は「カレー屋さん」ではありません。
「地方と都市が協力して行う事業＝地都協業事業」
を通して、社会の課題解決を目指す企業です。

淡路島咖喱®

NPO法人淡路島活性化推進委員会

淡路島カレー導入をご検討の皆様へ



大山 淳 (おおやまじゅん)
株式会社ビープラウド代表取締役
NPO法人淡路島活性化推進委員会理事
一般社団法人日本咖喱大学顧問

最初は1台のキッチンカーから始めた、カレー事業。東日本大震災を経て、日本の抱える課題を解決したいと思うようになりました。そこでNPO法人淡路島活性化推進委員会と手を組み、「地都協業（＝地方と都市が協力して行なう事業）」として「淡路島カレー」の展開を行なうことになりました。

一方、外食マーケットは今、23兆円規模でほぼ横ばいを推移していますが、カレーショップ市場は、年間約20億円の微増を続けています。つまり月間約20万人の方々がカレーショップのお客様として増え続けています。もはやカレーは小さい頃より慣れ親しんできた日本の食文化であり、牛丼、ラーメンと並ぶ三大国民食です。しかしカレー事業には様々な課題もあり、夢や希望を持たないオーナー様と多くお会いしました。



淡路島カレーは多くの方のご協力と試行錯誤の末、そうしたカレー事業における悩みを改善しつつ、社会が抱える課題をも解決していく事業スキームを構築しました。

ぜひこの資料を通じて、地都協業事業としての淡路島カレーをご理解いただき、ライセンス事業への加入としてではなく、この「地都協業事業」を推進していく仲間（パートナー）として、ご賛同賜れば幸いです。

会社概要

会社名	株式会社ビープラウド（英名：BeProud,Inc）
所在地	東京都中央区新川1-3-21 BIZ SMART茅場町3F TEL: 03-5148-7773 FAX: 03-5539-4749 MAIL: info@beproud.co.jp
ホームページ	http://www.beproud.co.jp http://awajishima-curry.com/ http://office-jar.jp/
設立	2009年2月4日
事業概要	地都協業事業（淡路島カレー）／Healthy in Cups!事業

地都協業事業が生まれた背景

■食の安全安心の時代へ

1990年代、プラザ合意によって1ドル240円程度だったものが1ドル120円まで一気に円高になりました。またウルグアイラウンドの輸入の自由化により、日本の市場に安い果物などが入るようになりました。

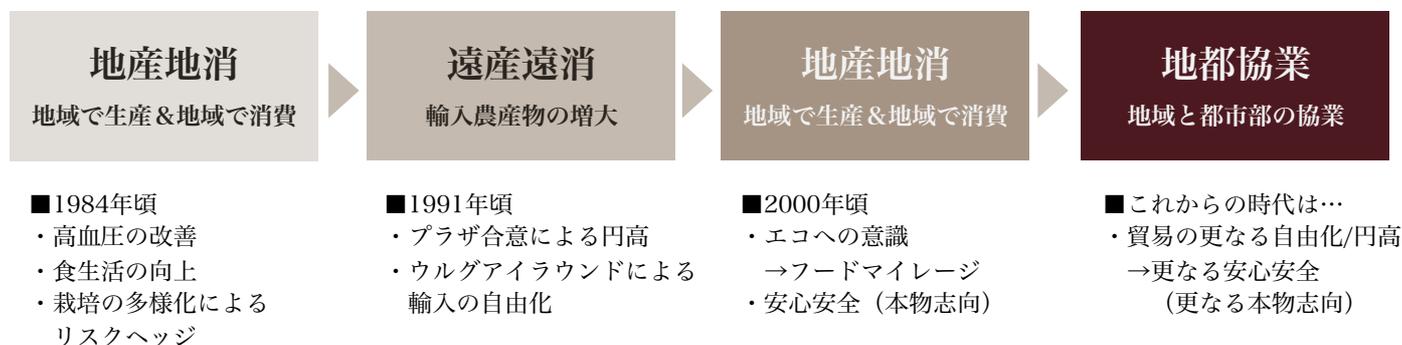


その当時は『遠産遠消』などの言葉が少し言われるようになりましたが、2000年代に入ると産地偽装問題、エコの観点から『食の安心安全』『本物志向』が問われるようになりました。

2011年当時の民主党政権下では、1ドル70円代と今までにない円高水準を推移し、TPPによるさらなる輸入の自由化が現実問題として取り上げられるようになりました。この流れは1990年代～2000年代の歴史を繰り返しているようにも思えます。そう考えると今後さらに『食の安心安全』『本物志向』が問われるようになるのではないかと考えています。

■地都協業の時代へ

このような時代背景の中、『地方の物づくりのプロ』と『都市の売り方のプロ』とが、本当の意味で協業していくことが非常に重要です。淡路島カレーでは「淡路島の生産加工業者」と、「マーケティングに強みを持つ弊社」とのコラボレーションによる「地都協業」を実践してまいります。



淡路島カレーが実践する地都協業



「地都協業」とは、『地方の物づくりのプロ』と『都市の売り方のプロ』とが本当の意味で「協業」していくことが、非常に重要だと考え、我々が提唱している造語です。

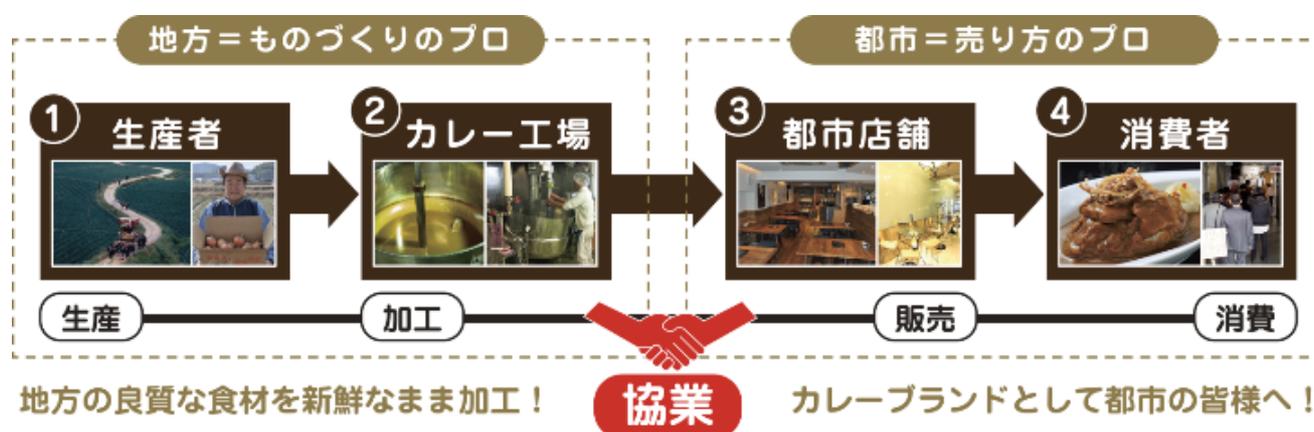
NPOを通じて出会った意識の高い企業様と共に、淡路島活性化のために手を組み、「ものづくり（カレー製造）」と「販売（カレー業態として展開）」を行なっています。

■淡路島の工場で作ったカレーを全国へ

地都協業事業の一環として、我々は「NPO法人淡路島活性化推進委員会」とタッグを組み、淡路島で採れた玉ねぎを丸ごと1個使ったカレーを、淡路島の企業と共に工場で大量生産することに成功しました。

そして、「淡路島カレー」を既存飲食店にIN SHOP型で導入してもらおうという新しいライセンスビジネスモデルを提唱。「こだわり派のカレー」として、全国のバーや居酒屋など夜業態のランチタイムを中心に導入いただき、展開開始から2年で100店舗達成という速さでも注目いただいております。

「地方（＝ものづくりのプロ）」と「都市（＝売り方のプロ）」が協力して行なう事業



地都協業事業のVISION

I. 淡路島カレー事業



淡路島の工場から全国の加盟店舗へ。「地都協業」の想いを理解した実在の店舗インフラの構築を行う。これまでにないライセンス型のビジネスモデルと、2年間で100店舗達成というスピードの速さで、2020年には300店舗の展開を目指す。

II. 地都協業のエリアの拡大



「地都協業」を合言葉に、食の王国みやぎ食材大使でオステリア吉田パスタバーのオーナー「吉田シェフ」とタッグを組み、東北宮城の食材を使ったコラボカレーを開発。また宮城県丸森町のマルコー食品株式会社・山戸田社長と共に、玄米パスタを開発し、展開スタート。

III. カタログ&ネット通販のスタート



「地都協業」を理解していただいた加盟店様に通販システムを導入。淡路島や東北を中心に地域活性できるものや健康志向の商品を販売。売上げの天井の底上げを狙う。淡路島食材通販サイト「島と暮らす (<http://www.shima-life.jp/>) 」との連携開始。

IV. 体験型観光事業



淡路島や東北地方など、協業事業を行なう地方に、都市のお客様をご案内。体験型の観光により、地方への人の流れを作る。

V. 海外との地都協業



カレーをはじめとした日本の食文化を世界に発信。地都協業の輪を海外にも広げる。



我々は「カレー屋さん」ではありません。
「地方と都市が協力して行う事業＝地都協業事業」
を通して、社会の課題解決を目指す企業です。

POLICY



1. 地都協業の理念をご理解くださること。
2. 淡路島カレーの味を気に入ってくださること。
3. 一緒に淡路島カレーを盛り立ててくださること。

我々のポリシーにご賛同いただける企業様のみ
ライセンス提供をさせていただきます。

カレー市場規模

日本人はカレーライスが大好き!? (出展: @nifty投票より)

質問① 次のうち日本の三大国民食と言え一般的にどれでしょうか?

寿司 味噌汁 うどん そば すき焼き 梅干 ラーメン カレーライス 肉じゃが 牛丼

質問② 三大国民食の中で一番好きなもの1位はどれでしょう?

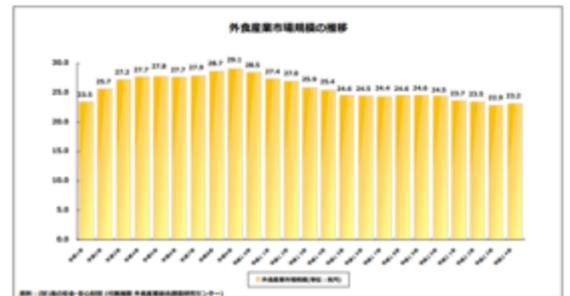
質問③ 三大国民食の中で頻りに食べるもの1位はどれでしょう?

カレー市場は今がチャンス (出展: 富士経済「外食産業マーケティング便覧2008」より)

■外食産業の市場規模

2013年 ④ 兆円で、ほぼ横ばいに推移。

市場規模は今後拡大しないといわれている一方で、店舗数が増えている。競争の激化で業界の生き残り競争が熾烈となると見られる。



<外食産業の市場規模は横ばい>

■三大国民食の市場規模

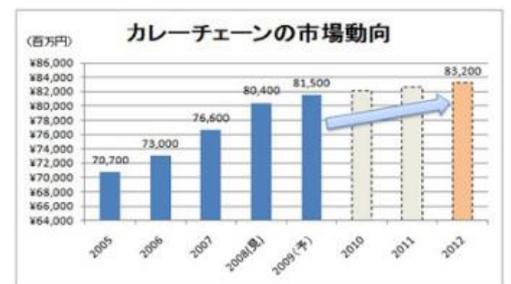
ラーメン: 4,037億円 主要チェーンが約20%を占め、今後10年間で30~40%に増加予想。新規参入は厳しい。

牛 丼: 3,500億円 Y家、S家、M屋・・・三社の戦争時代。

カレー : 2005年 ⑤ 億円

2012年 ⑥ 億円

2016年 ⑦ 億円 (予想)



<カレー市場は伸びている!>

◆月間20万人が新たにカレーショップへ!?

2012年から16年の4年間で、市場規模は ⑧ 億円 伸びると予想。1年間で20億、月間1.7億円の拡大見込み。

平均単価800円で計算すると、カレーショップを利用する人が、月間 ⑨ 万人増えると予想。

■カレーのジャンル

◆Cカレーが市場の86%を占める ⑩ 市場。

⑪ のカレーが一番美味しいという人が大多数を占める市場において、オーソドックスなカレーを作り、いち早くシェアを押えたのが成功要因。

近年は、インドカレー、タイカレー、欧風カレーなどジャンルも増え、個人経営のカレーショップも増えてきている。
個性派・こだわり派のカレー店が人気になってきている。

まとめ

カレーライス、⑫ であり、その中で最も ⑬ が高いと考えられる。

カレーライスは市場が緩やかに ⑭ し続けており、
⑮ のチャンスが強くなっている！

カレーショップを利用する人が月間 ⑯ 万人増えており、
都市部の ⑰ が変わってきている！



世界もカレーブーム!? 世界美食ランキング2000年 第一位「マッサマンカレー」



アメリカの人気情報サイト『CNNGo』が「世界で最もおいしい50種類の食べ物（Worlds 50 most delicious foods）」という企画の中で第1位に選ばれたのが、フランス料理でもなく、中華料理でもなく、なんと「カレー」。タイ南部で食べられているご当地カレーです。「マッサマン＝イスラム教の」という意味で、宗教上の理由からお肉は鶏肉を使用。カルダモン、シナモン、クローブといったスパイスに、ココナッツミルクとピーナッツを加え、辛さと酸っぱさ、そして、濃厚で上質な甘さが同居する、世界で一番おいしい料理と評されています。

また、ヨーロッパでは、日本のアニメでカレーを食べる場面が多いことから、日本風のカレーライスがじわじわと人気を広げているそうです。さらにASEAN諸国では、コイイチさんが展開し、毎日行列ができるほどの人気！アジアでも日本のカレーライスが愛されています。

- 【答え】 ①ラーメン・カレーライス・牛丼 ②ラーメン ③カレーライス
④23 ⑤707 ⑥832 ⑦912 ⑧80 ⑨20 ⑩一強皆弱 ⑪お母さん
⑫三大国民食 ⑬日常食需要 ⑭成長 ⑮新規参入 ⑯20 ⑰ランチ需要

カレー市場のトレンド

①宿借りカレー



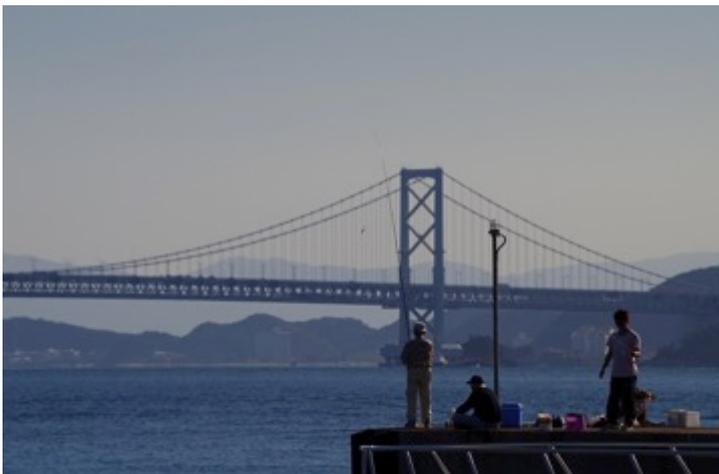
今、大阪を中心に、居酒屋やバーなどが営業していない昼間、店舗を間借りしてカレーを提供する「宿借りカレー」が関西で増えているのをご存じですか？ 本業は別だが趣味のカレー作りが高じて休日に提供するお店、バーの名物カレーをランチでも…という声に応えたお店、新たな組み合わせの創作カレーを発明するお店などなど、宿借りの理由はさまざま。

②おいし援



リクルートが2017年のトレンドワードとして「おいし援」を挙げました。「都市と地方の心理的な距離が縮まった1年」。とくに食の分野では、「和食回帰」や「地産地消」の推進を通して、地方創生に貢献する活動が多く見られた。

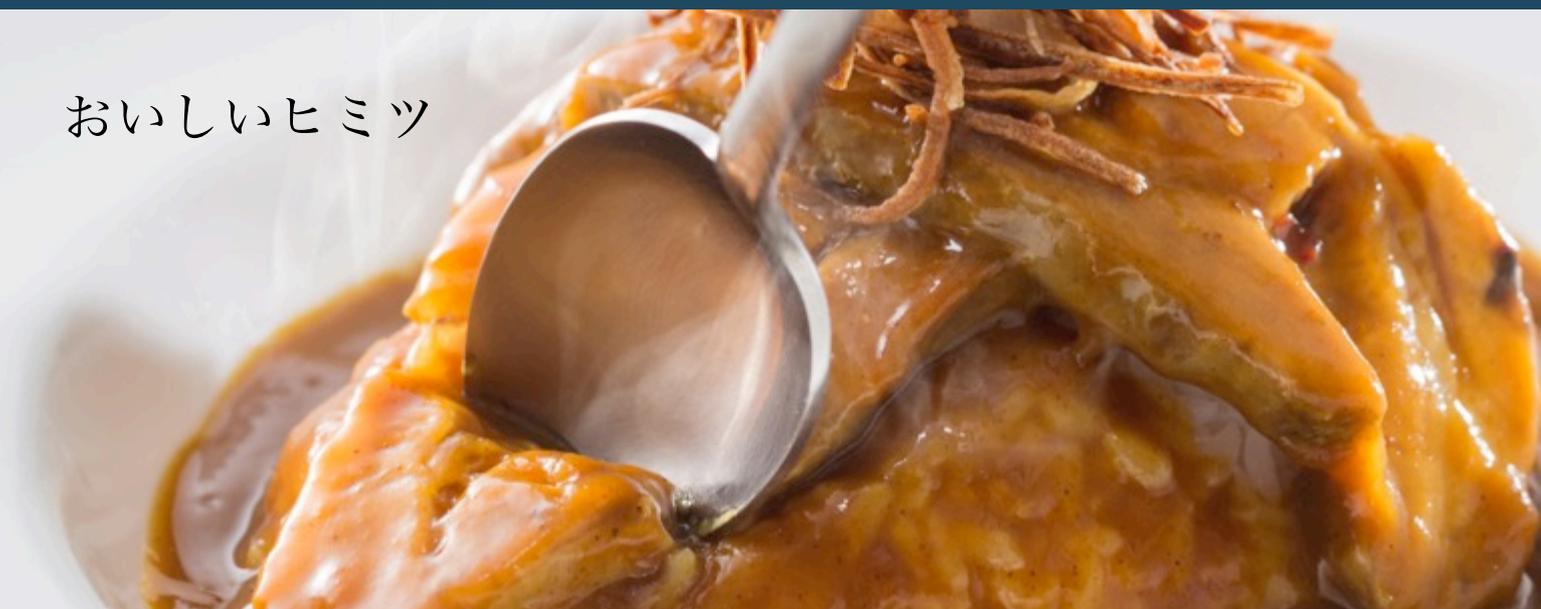
淡路島カレーでは①は2毛作、②は地都協業。
時代の流れを読み、時代を作ってきました。



淡路島咖喱®

NPO法人 淡路島活性化推進委員会

おいしいヒミツ



「甘さ・コク・辛さ」と、3段階に変化する深い味わいのカレー。

01.甘さ

日本一糖度が高い「淡路島産玉ねぎ」を1人前に丸ごと1個使用。4時間炒め甘みを引き出し、更に9種類のフルーツをプラス。最初にフルーティな甘さを感じます。



02.コク

淡路島の工場で「鶏がら」と「香味野菜」で炊いたスープに、デミグラスソースをプラス。甘さの次は、ご家庭では味わえない上質な奥深いコクと旨味を感じます。



03.辛さ

厳選唐辛子に16種類のスパイスをプラス。スパイスの種類や配合、投入する順番にこだわり、後からジワジワ効いてくる3段階の味の変化を生み出しました。



徹底した原材料へのこだわり

- ・油の使用はニンニクを炒める時のオリーブオイルをスプーン一杯のみとヘルシー
- ・砂糖は使用せず、体にやさしく栄養価の高い黒砂糖を使用
- ・食品添加物をできる限り使わず安全安心を追及

淡路島カレー物語



01. 農家から玉ねぎ工場へ

淡路島でも貴重な品種のみを農家から仕入れている玉ねぎは、豊かな土壌で、手間ひまかけて育てられました。一般的なたまねぎと比べ2倍以上も甘み成分が多く、苦みが少ない。そんなたまねぎは農家からたまねぎ工場へとバトンを渡します。



02. 4時間じっくりソテー工場

農家からバトンを引き継いだ玉ねぎソテー工場では、4時間じっくり、あめ色になるまでソテーします。出来上がった玉ねぎは、砂糖を加えていないので、しつこくなく、コクのある甘みが生まれます。

最後に、玉ねぎの皮が残っていないか、焦げがないかを、人の目で入念にチェックして次のステップへと進みます。



03. 混ぜるだけじゃないカレー工場

ソテーした玉ねぎは、そのままカレー工場に運ばれます。ここで、カレールーをはじめ、9種類のフルーツと16種類以上のスパイス、鶏ガラスープ、デミグラスソースと共に調合。単に混ぜるだけではなく、工程の順番や配合にもこだわったことで、甘さ、コク、辛さと3段階に変化していく味が生まれました。



04. 最後に魂を込めて全国へ

淡路島の工場ですこぶりに作られた「淡路島カレー」は、急速冷凍して全国の店舗に直送されます。

最後にベタかもしれませんが、「安心・安全・本物の味を、お求めやすい価格でご提供したい」そんな私たちの想いを込めて全国へと旅立ちます。



導入パターン

パターン① ランチ二毛作

◆夜のみ営業のバーや居酒屋業態など

→ランチに淡路島カレーを導入することで、**非営業時間に新たな収益**を得ることができます。

パターン② メニューオン

◆すでに営業をしている店舗など

→淡路島カレーを追加導入することで、**目玉商品としてメニュー強化**することができます。

パターン③ 新規OPEN店舗に

◆新規OPEN店など、昼夜問わず目玉商品が欲しい業態

→オペレーションが簡単なので、**スムーズな新規OPEN**ができます。

パターン④ 専門店（準専門店）として

◆新規開業、新規事業を始めたい企業様

→2017年1月より専門店、準専門店の1次募集を **30店舗限定** で開始しました。

導入時のメニュー

導入される業態、規模、提供時間などが様々なことから商品構成、メニュー表など変更がきく自由度の高い設計ができます。



専門店メニュー(小規模)



二毛作業態メニュー
(ランチのみ)

新規業態開発、
メニュー開発等
ご協力させて頂
いております。

オープンまでの費用と時間を大幅削減



- ・簡単なキッチン設備でOK
- ・食器、備品は、既存店舗のものを利用可
- ・タペストリーやのぼりを設置するだけでOK
- ・内装や看板を変える必要ナシ

低投資

少ない人数で、短時間営業。人件費&ロスを低減！



- ・仕込みは1人&短時間でOK
- ・余っても翌日つき足し可で、ロスが少ない
- ・単品料理なので、人手が少なく済む
- ・昼の短時間の営業でもOK

オペレーションが
簡単

「地都協業事業」伝えるためのプロモーション

ポスター

甘さ・コク・辛さと味が三段階に変わる大人カレー

淡路島カレー

淡路島活性化推進委員会

淡路島 4月上旬 誕生!



日本で一番甘い淡路島産の玉ねぎを1人前に1個使用。

「有吉ゼミ」、「大人のバナナ」などのバラエティ番組だけではなく、「ビジネスの仕組みや展開スピード」などに注目いただき、フジテレビ「スーパーニュース」や日経M.J.など報道番組や経済ニュースなどで取り上げられています。

YouTube 淡路島カレー



「甘さ・コク・辛さ」と3段階に変化する大人向けの深い味わい。3年で150店舗展開し、驚異的なスピードで快進を続けている地域活性化型カレーブランドがここに誕生!

号外

号外 **淡路島タイムス** 2014年(平成26年) 4月12日(土)曜日

誕生 淡路島カレー

4月12日(土) 12時オープン

淡路島産玉ねぎ1人前1個使用。甘さ・コク・辛さと味が三段階に変化する大人向けの本格カレー。3年で150店舗展開し、驚異的なスピードで快進を続けている。各種メディアに取り上げられる話題のカレーがここに誕生!

150店舗展開

淡路島カレー 580円

※淡路島産玉ねぎ1人前1個使用。甘さ・コク・辛さと味が三段階に変化する大人向けの本格カレー。3年で150店舗展開し、驚異的なスピードで快進を続けている。各種メディアに取り上げられる話題のカレーがここに誕生!

※淡路島産玉ねぎ1人前1個使用。甘さ・コク・辛さと味が三段階に変化する大人向けの本格カレー。3年で150店舗展開し、驚異的なスピードで快進を続けている。各種メディアに取り上げられる話題のカレーがここに誕生!

淡路島 たま食堂

淡路島カレー

【住所】兵庫県淡路市〇〇区〇〇〇〇1-2-3 〇〇〇〇ビル2F
【電話】000-000-0000 【営業時間】11:30~14:30
【定休日】火曜日

「たま食堂」での淡路島カレー誕生を記念し、
2月1日(土)と2月2日(日)の2日間限定で
淡路島スタウトポークカレー
(レギュラーサイズ 880円)
の御代は頂けません。
ただし、こだわって作りますので1日30食限りとさせていただきます。
ぜひお早めにお立ち寄りください。

タペストリー

甘み、コク、そして辛さへと変化。
 日本一温かい人びとが、
 日本一甘い玉ねぎでつくりました。



淡路島咖喱

淡路島活性化推進委員会



地都協業
 Project
 淡路島

私たちは地都協業プロジェクトで淡路島活性化を推進しています。

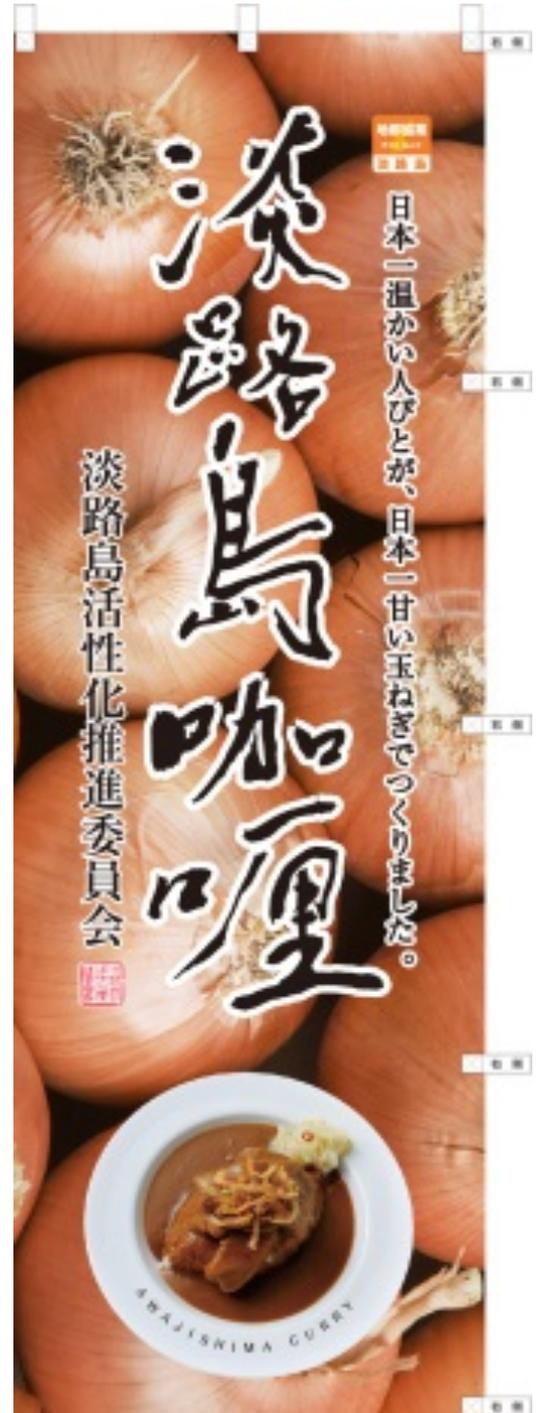
価格 580円
 淡路島カレー 580円

のぼり

日本一温かい人びとが、日本一甘い玉ねぎでつくりました。

淡路島咖喱

淡路島活性化推進委員会



AWAJISHIMA CURRY

沖縄県・フードコート

店舗名	淡路島カレー&琉球卵とじ丼
エリア	沖縄県
立地	イオンモール沖縄ライカム フードコート
営業時間	11:00~22:00
業態	淡路島カレーと丼物
実績	平日 カレー150食~200食 土日祝 カレー350食~450食
概要	13坪の店舗（※通常8坪程度で開業可能）。淡路島カレーと丼ぶりものの出数構成比率は、ほぼ半々。地域のこだわり食材（琉球卵、鶏）を使用した丼物業態と、淡路島カレーを組み合わせ出店。



兵庫県・カフェチェーン

店舗名	サンタマリアプラス、サンタマリア三宮、サンタマリア和み、カフェウインザー
エリア	兵庫県
立地	ロードサイド／駅前ビルイン
営業時間	7:30～22:00※店舗により異なる
業態	カフェ
実績	30食～60食/日
取り組み 動機	商品がほぼ完成している状態で店舗に納品されるため、作業工数が少なく、少ない人数で運営できること。 店舗での調理工程が少ないこと、また導入研修がしっかりしているため、アルバイトさんでも高いクオリティで商品提供出来ること。 カフェの目玉商品、こだわり商品として提供出来ること。



愛知県・商店街個人店

店舗名	淡路島カレーとオムライスのお店
エリア	愛媛県
立地	商店街
営業時間	11:00～22:00
実績	40食～100食/日
取り組み 動機	淡路島カレーを軸にして、カレーと相性が良く、立地的に需要がありそうなオムライスを組み合わせて開業。



兵庫県・イオン内コンセプトショップ

店舗名	咖喱人～淡路島カレー&CAFE～
エリア	兵庫県
立地	イオンモール神戸南 専門店
営業時間	9:00～21:00 ※イオンの運営時間に準ずる
実績	120食～280食/日
取り組み 動機	<p>淡路島カレーの3段階に複雑に変化する味、地都協業と言う事業コンセプト、業態として標準化されている点が決め手。</p> <p>職人が作る業態は、完成度が高いものができるかもしれないが、標準化が難しい。複数店舗展開できない。手間もかかるし、人件費もかかる。職人がいなくなってしまったら、お店そのものが運営できなくなる。誰でも、簡単に、高いレベルで商品提供できるという点に惚れた。</p> <p>また、地方のこだわりのものをたくさんの人に知ってもらいたいという思いも合致した。飲食店だけではなく、物産スペースも設けることで、淡路島をより深く知ってもらい、ファン化してリピートしていただく。そういうお店作りをしたかった。</p>



東京都・居酒屋

店舗名	話食ダイニングおせっかい屋
エリア	東京都千代田区
立地	商店街
営業時間	平日11:00～14:00
実績	導入前 1日15食 導入後 1日30食～40食→月商75万円アップ
取り組み 動機	店のオープン時に定食を中心としたランチメニューを提供していたが、1日15食ほどしか出ず、目標とする売上にまったく届きませんでした。目玉メニューが必要だという結論になって、色々検討した結果、淡路島カレーに行き着いた。大山社長が元々知り合いだったこともあり、淡路島カレーは知っていました。味ももちろんとても美味しかったのですが、商品よりもまず大山社長への信頼や、ビジネスのビジョンに興味を沸いたことが大きかったです。販促がしっかりしていて、オペレーションが簡単というのも取り組み理由の決め手です。



京都府・ビアパブ

店舗名	The Rockin' Hearts
エリア	京都府
立地	駅前
営業時間	平日11:30～14:00
実績	導入前 1日15食 導入後 1日30食～40食→月商75万円アップ
取り組み 動機	<p>元々、自分の地元の宇治市でお店をやりたかったのですが、ビアパブをOPEN。しかし、土地柄的にランチの通行量が多いので、夜だけじゃなく、ランチも絶対必要だと思いました。そこで、ランチの目玉になるものを探していたんです。</p> <p>店舗そのままオークションで見て、取り組みの仕方、地都協業に共感しまして、深く興味を持ってこれをやりたいと思いました。</p> <p>ランチで気軽に入ってもらえることで、お店のことを沢山のの人に知ってもらえたのが一番良かったことです。目玉商品があるということは、とても良いこと。その目玉商品が他の商品も引き上げてくれています。淡路島カレーをやらせてもらえて良かった。大げさかもしれないですが、やってなかったらと思うとぞっとします (笑)</p>



淡路島カレーライセンスとは

ライセンス型

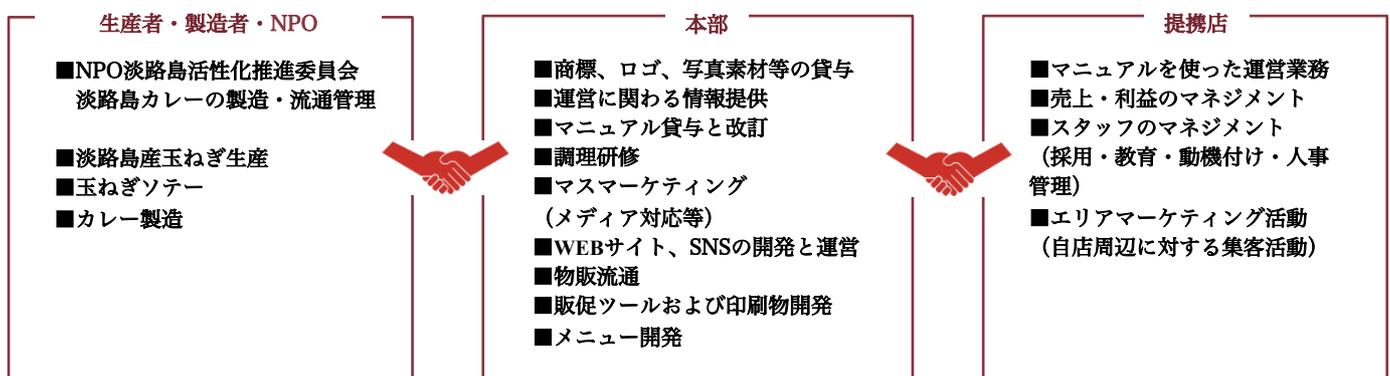
淡路島カレーはこれまでのパッケージ型FCではない、「ライセンス」の形態を採用しています。収益は淡路島に還元していきたいと考えており、本部機能にお金をかけず、SV活動は行なっておりません。しかしながら、これまでのカレー業態の悩みを解決し、材料にこだわり、仕入れ価格も極限までコストダウンしています。また、小規模店舗でも開業できるよう、初期投資を抑え、投資回収しやすいモデルにしています。

フランチャイズ型

これまでのライセンスの形態で蓄積したノウハウを用いて、フランチャイズを開発しています。基本的な考え方は変わらず、収益は淡路島に還元していきたいと考えており、最小限で成果を出す支援を行います。全国100店舗を超える知名度を生かし、1店舗目からお客様に認知してもらいやすいことが最大の強みです。初期投資を抑え、投資回収しやすいモデルにしています。

審査について

通常1個100円以上もする淡路島産玉ねぎが1人前に丸ごと1個入っている高品質のカレーを提供できるのも、NPO淡路島活性化推進委員会と現地生産者・製造者さんの協力体制があつてこそです。「地都協業事業」の存続のためにも、理念にご賛同いただける企業様のみ、審査の上、ライセンスを提供させていただきます。



二毛作／メニューオンなどの場合

【9次募集の初期費用】

低投資でスタートでき、投資回収も3.24ヶ月程度

費目	金額	内容
ライセンスフィー	650,000	商標使用料、店舗診断費（立地・備品等）、研修費、ツアー費、オープンフォローなど
保証金	200,000	商品取引債務担保として
厨房備品	50,000	厨房機器購入費（※）
食器類	50,000	食器購入費（※）
販促費	100,000	オープン販促・メニュー・ポスター等の場合（※※）
費用合計	950,000	

- ◆（※）の部分に関しては、現状の店舗備品を活用いただくことができます。
- ◆（※※）の部分に関しては、店舗様に最適な販促内容をすり合わせいたします。

※上記はモデルであり、多少変動する場合がございます。また、売上/収益を保障するものではございません。
 ※このパッケージはフランチャイズではありません。そのためロイヤリティは不要となっております。
 ※これ以外に、NPO法人淡路島活性化推進委員会・正会員として、年会費10,000円が別途かかります。
 ※システム使用料2000円/月、更新料5万円（2年更新）が別途かかります。 ※価格は全て税抜です。

【9次募集の投資回収例】

◆淡路島カレーM店（東京）実績例 <ビジネス立地/客席25席/平日のみ営業/1ヶ月>

費目	金額	構成比	備考
売上高	984,780	—	平日ランチのみ営業（土日祝休み）
売上原価	349,596	35.5%	—
粗利益	635,184	64.5%	—
人件費	219,100	22.2%	レギュラー1名、アルバイト1名
家賃/水道光熱費	98,478	10.0%	家賃10%とみなし計算
雑費	24,530	2.5%	おしぼり、ナプキン等
経費合計	342,108	34.7%	人件費、家賃/水道光熱費、雑費計
営業利益	293,076	29.8%	—

店舗備品をそのまま活用いただいた店舗の例

初期費用95万円の場合

投資回収 **3.24ヶ月**

※上記はモデルであり、多少変動する場合がございます。また、売上/収益を保障するものではございません。

新規オープン／フードコートなどの場合

【1次募集の初期費用】

低投資でスタートでき、投資回収も4.4ヶ月程度

費目	金額	内容
ライセンスフィー	650,000	商標使用料、店舗診断費（立地・備品等）、研修費、ツアー費、オープンフォローなど
研修費	1,150,000	研修費、業態構築など
保証金	500,000	商品取引債務担保として
厨房備品	1,000,000	厨房機器購入費（※）
食器類	300,000	食器購入費（※）
販促費	150,000	オープン販促・メニュー・ポスター等の場合（※※）
費用合計	3,750,000	※ゼロからオープンの場合

- ◆（※）の部分に関しては、現状の店舗備品を活用いただくことができます。
- ◆（※※）の部分に関しては、店舗様に最適な販促内容をすり合わせいたします。

※上記はモデルであり、多少変動する場合がございます。また、売上/収益を保障するものではありません。

※このパッケージはフランチャイズであり、ロイヤリティは月額5万円/月の固定となります。

※これ以外に、NPO法人淡路島活性化推進委員会・正会員として、年会費10,000円が別途かかります。

※システム使用料2000円/月、更新料5万円（2年更新）が別途かかります。 ※価格は全て税抜です。

【1次募集の投資回収例】

◆淡路島カレーM店（東京）実績例 <ビジネス立地/客席25席/平日のみ営業/1ヶ月>

費目	金額	構成比	備考
売上高	984,780	—	平日ランチのみ営業（土日祝休み）
売上原価	334,825	34.0%	加盟店運営実績より算出
粗利益	649,955	66.0%	—
人件費	219,100	22.2%	レギュラー1名、アルバイト1名
家賃/水道光熱費	98,478	10.0%	家賃10%とみなし計算
雑費	24,530	2.5%	おしぼり、ナプキン等
経費合計	342,108	34.7%	人件費、家賃/水道光熱費、雑費計
営業利益	307,847	31.3%	—

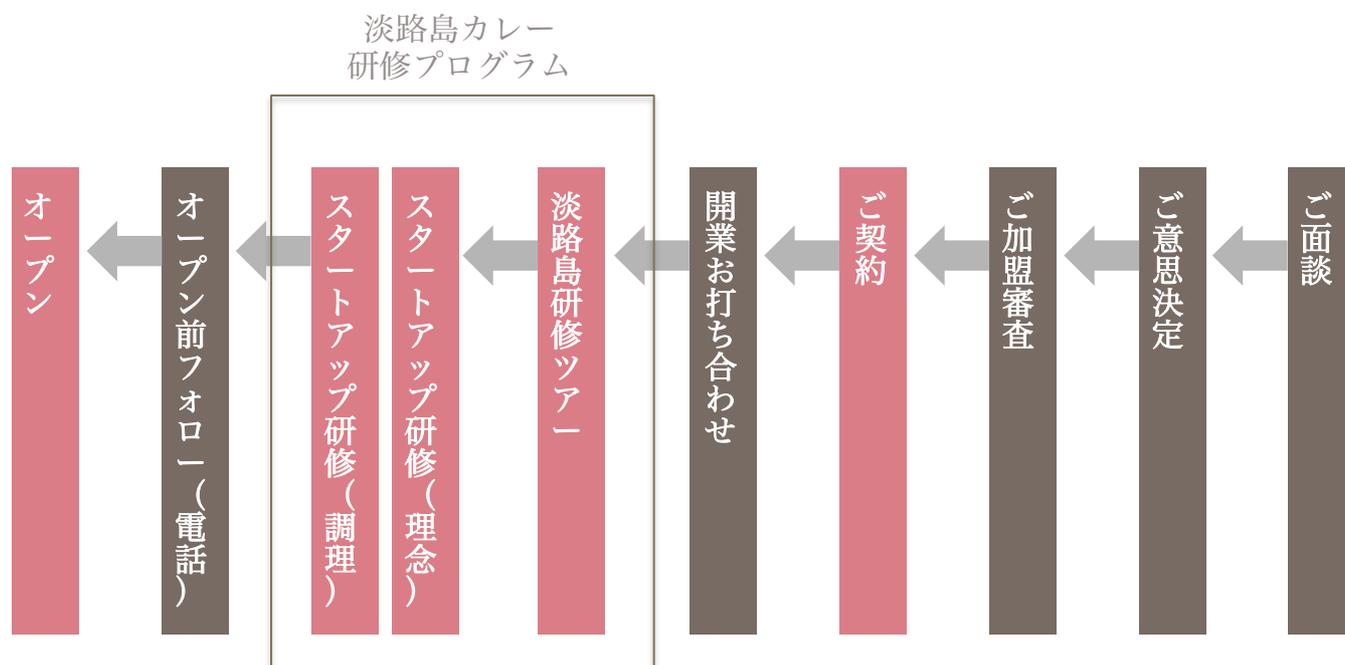
店舗備品をそのまま活用いただいた店舗の例

初期費用135万円の場合

投資回収 **4.4ヶ月**

※上記はモデルであり、多少変動する場合がございます。また、売上/収益を保障するものではありません。

オープンまでのフロー



■淡路島研修ツアーへの参加とスタートアップ研修制度について

加盟企業様には、単なるカレー店ではなく、地都協業事業のパートナーとして運営いただきたいため、淡路島カレー本部では、ただカレールーを卸すのではなく、研修制度を設けております。この研修を修了した店舗様のみ、淡路島カレーのライセンスを提供させていただきます。

NPO淡路島活性化推進委員会へのご加入について



NPO法人淡路島活性化推進委員会は、「島全体を活性化させたい！そして、全国の人に、観光や産物を通じてその豊かさを享受して頂きたい！」という想いで2010年に設立されました。「地都協業」というコンセプトを持ち、メンバーも地域の人だけではなく、都市部の人間も一緒になって運営をしている全国でも珍しいNPO法人です。物作りのプロである地域の人々と、売り方のプロである都市部の人間がタックを組み、一つになって、淡路島の活性化を推進しています。

通常1個100円以上もする淡路島産玉ねぎが
1人前に丸ごと1個入っている高品質のカレーを提供できるのも、
NPO淡路島活性化推進委員会と現地生産者・製造者さんの協力体制があってこそです。
「地都協業事業」の存続のためにも、
NPO法人にご加入いただくことを契約の条件とさせていただきます。

淡路島咖喱®

NPO法人淡路島活性化推進委員会 