

A close-up photograph of a white ceramic plate with a gold rim. The plate features the Japanese text "上等カレー" (Joto Curry) written twice in a circular pattern. The main dish is a thick, brown curry sauce with a fried egg on top, served over a mound of white rice. A small portion of a fried egg is also visible at the top of the plate.

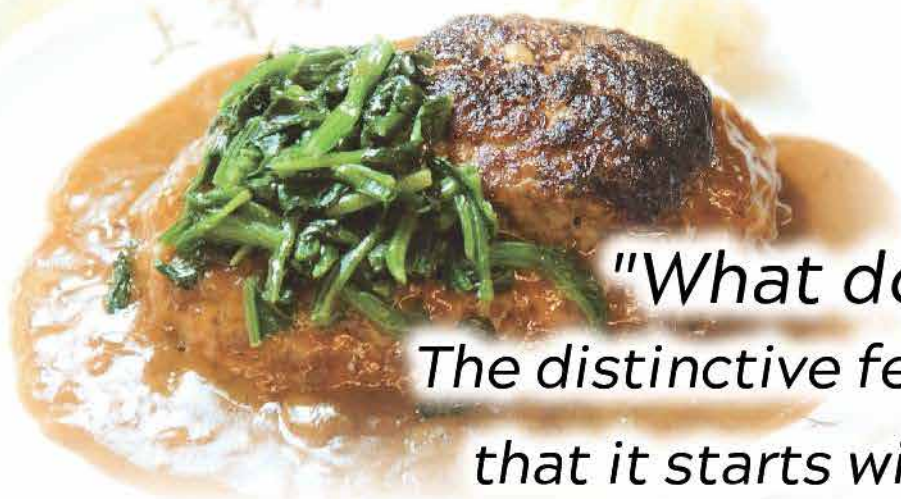
What is “Joto Curry” ?

【上等カレー】とは？

“Joto Curry” is a curry and rice specialty restaurant born in Osaka, the city of business and gourmet in Japan. Founded in 1983. It is a representative of Naniwa-style curry rice.

【上等カレー】は、日本における商売とグルメの都市・大阪で誕生したカレーライス専門店です。
創業1983年。なにわ系カレーライスの代表格といえる存在です。





"What does it taste like?"

The distinctive feature of its flavor profile is that it starts with a impactful sweetness

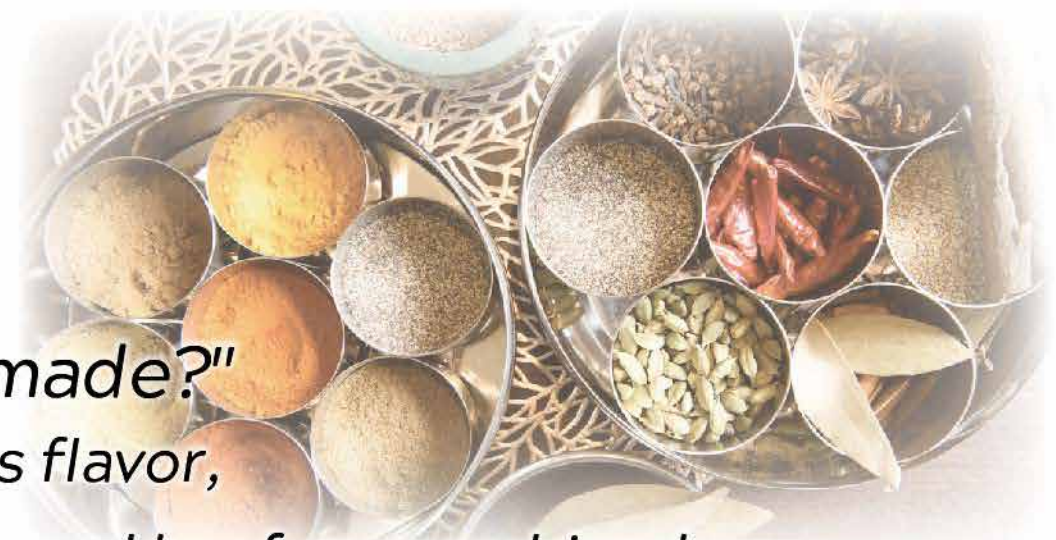
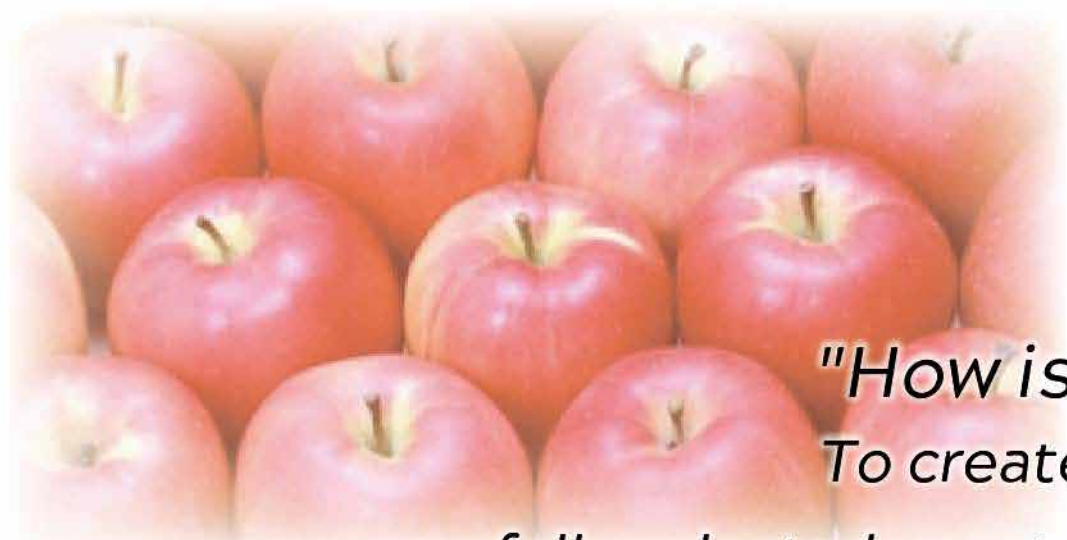
that spreads upon the first bite, and as you continue eating, a rich umami flavor overwhelms your palate.

After a while, a refreshing spiciness bursts through with a time-delayed effect,

『どんな味？』

その味わいの特徴は、一口目にインパクトのある甘味が広がり、食べ進めていくうちに芳醇な旨味が押し寄せます。しばらくすると時間差で爽やかな辛さが突き抜ける”立体的な時間差味覚構成”が体験できます。





"How is it made?"

To create this flavor,

*carefully selected vegetables and beef are combined
with a top-secret blend of spices, reached after trial and error,
and processed using a unique cooking method.*

This process requires effort, time, and skilled technique.

『どのように作られているの？』

この味わいを生み出すには厳選された野菜と牛肉を、
試行錯誤の未到達した極秘の調合スパイスと合わせ

独特な調理法にて加工する等、手間と時間、さらに熟練の技術を要します。



"What's the user response?"

Since its debut, "Joto Curry" has garnered popularity from Osaka to Tokyo through word of mouth and social media among office workers.

It now boasts a strong influence with endorsements from numerous celebrities including comedians, prominent producers, male idol groups, renowned violinists, rock musicians, and others, receiving high acclaim.

Currently, the brand's popularity has extended overseas, with stores now in **Mongolia, Thailand, and Cambodia**.

Additionally, business expansion plans are underway for **South Korea, China, Singapore, Indonesia, the Philippines, and Canada**.

『ユーザーの反応は？』

世に出された【上等カレー】は、

食道楽の街 大阪市内を中心にオフィスワーカーから ロコミヤ

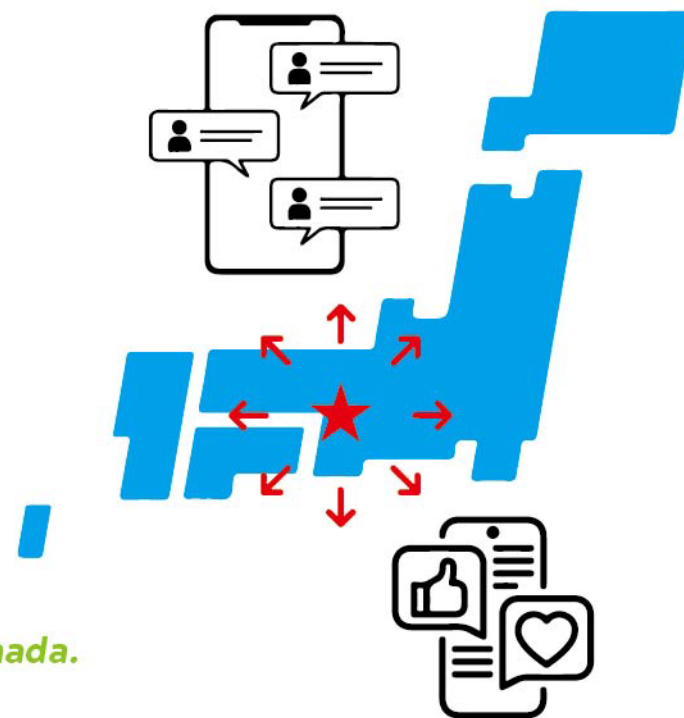
SNS で人気を広がり、現在では数多の芸人、大物プロデューサー

男性アイドルグループ、有名バイオリニスト、ロックミュージシャン 他、

幾人もの著名人から高評価を得るなどの強力な発信力を持っています。

現在では海外にも人気は広がり、【モンゴル】・【タイ】・【カンボジア】で店舗を展開しています。

さらに、【韓国】・【中国】・【シンガポール】・【インドネシア】・【フィリピン】・【カナダ】への事業計画が進行中です。



"What are the variations?"

In addition to the already popular curry udon and curry ramen in eateries, there are successful collaborations with curry bread and snack items, highlighting their high versatility and strong potential as tools in the food business.

Examples of collaborations with Japanese companies such as [Nissin Foods], [Yamazaki Bread], [Kobe Ya Bread], and [House Foods] are well-received by people of all ages and genders.

『バリエーションは？』

既に飲食店舗にて好評を得ているカレーうどんやカレーラーメンの他、カレーパンやスナック菓子などとコラボレーション実績があり、汎用性は高くフードビジネスのツールとして高いポテンシャルを持っています。

日本企業とのコラボレーション事例としては [日清食品] [ヤマザキパン] [神戸屋パン] [ハウス] 等があり、老若男女に親しまれています。



"What is the scale of expansion?"

As of July 2024, we have approximately 50 stores under the Joto Curry brand and 20 stores plus affiliated outlets under the Tokumasa Curry Udon brand. In terms of revenue, the total annual sales for the group's stores amount to approximately 2 billion yen.

* To maintain product quality, all items are handmade at our central kitchen in Osaka. Therefore, we need to control the scale of expansion, hence the establishment of limits on the number of domestic stores.

* However, as we expand our overseas operations, we are collaborating with companies that have large-scale food manufacturing facilities both domestically and internationally.

This collaboration aims to increase supply capacity by lifting restrictions while maintaining high quality."

『展開規模は？』

2024年7月現在での店舗数は上等カレー系で約50店舗、得正カレーうどん系で20店舗+α系列店、売上の的にはグループ店年商合計約20億円です。

※商品のクオリティを維持するため、大阪にあるセントラルキッチンにて手作りで製造されています。

そのため展開規模を制御する必要があり、国内店舗数制限を設けています。

☆しかしながら、海外事業を拡大させるに当たり国内外の大型食品製造工場をもつ企業と協力し供給能力の制限撤廃かつ高品質の保持を両立させる展開を押し進めています。

"What are the store styles?"

Our stores vary in style: from small establishments with about 15 counter seats, to office area types with approximately 30 seats combining tables and chairs, to self-service types with over 60 seats, suitable for locations such as commercial food courts.



『店舗のスタイルは？』

カウンターのみ 15 席程の小さな店舗からテーブル席と合わせた 30 席ほどのオフィスエリアタイプ、60 席以上のセルフサービスタイプ、商業施設などのフードコートタイプ等様々な応用が可能です。

"What are the business advantages?"

1. **Unique Character:** · Strong core fan base due to distinctive flavors not found elsewhere.
· High visibility due to its newsworthy nature.
2. **Name Value:** · Established credibility from over 40 years of experience.
· Recognition through media appearances and endorsements.
3. **Simple Operations:** · Simplified cooking and serving procedures reduce kitchen equipment investments and staff burdens.
4. **High Turnover Capability:** · High-speed order-to-service process.
· Improves operational efficiency in terms of time.
5. **Minimal Waste:** · Low food loss due to reduced spoilage and deterioration.
· Minimal waste disposal.
6. **Scalability:** · Potential for developing original menus at each location.
· Retail options such as curry bread and retort curry sauce available.
· Takeaway options for curry rice menus.
7. **Global Trend:** · Japanese curry is thriving in the dining and fast food industries worldwide.
It enjoys high popularity on social media."

『経営上の利点は？』

- ① 希少な個性：・他にない味わいによる根強いコアなファンが多い。・話題性に富んでいる。
- ② ネームバリュー：・40年以上の培われた実績による信頼性。・メディア番組による紹介などでの認知。
- ③ シンプルなオペレーション：・厨房設備投資や店舗スタッフへの負担などを軽減できるシンプルな調理と提供手順。
- ④ 高回転運営可能：・オーダーから提供までがハイスピード。・営業の時間的効率を上げることが可能。
- ⑤ 少ないロス：・腐敗や劣化などによる食材ロスが少ない。・廃棄物の量も少ない。
- ⑥ 高い拡張性：・各店舗オリジナルメニューの開発可能。・テイクアウト可能。・カレーパンやレトルトカレーソース等の物販可能。
- ⑦ 世界的なトレンド：・市場では【日本のカレー】が外食・中食業界で活況。SNSでも高人気傾向。

Regarding Overseas Business Expansion:

- **Export wholesale** of commercial retort curry sauce
 - ※ We comply with quarantine regulations of each country (e.g., excluding livestock ingredients).
- **Licensing agreements** for design use
- Proposal of **store designs** (drawings, signs, etc.)
- **Guidance** on cooking and sales operations, etc.

Additionally, we have achievements in:

- **Master franchise agreements** by region
- **Licensing agreements** for products and sales supervised by our company
- **Collaborations** with existing products and stores
- **Joint development** of products, etc.

海外での事業展開に関しまして

- 業務用レトルトカレーソースの輸出卸し
 - ※各国検疫レギュレーションに（畜産原料無含など）対応します。
- 意匠使用の許諾契約
- 店舗デザインの提案（図面、SIGN等）
- 調理、販売オペレーションの指導 他 が実施可能です。

他にも

- 地域別マスターフランチャイズの契約
- 弊社監修による商品及び販売のライセンス契約
- 既存製品及び店舗とのコラボレーション
- 製品の共同開発 等の実績があります。

To the world

In 2024, we have launched “TOKUMASA INTERNATIONAL”
to promote our products to customers worldwide.

Japanese food culture, highly esteemed in countries around the globe,
includes a beloved menu item: curry.

We are dedicated to introducing this taste sensation to even more people abroad.
Join us and let our offerings add a delightful **spice to your business.**”

『世界に向けて』

2024年 私たちは弊社の商品を世界のお客様へ向けて発信すべく、【TOKUMASA INTERNATIONAL】を立ち上げました。

世界各国で高評価を受けている日本の食文化。その中においても人気の高いメニュー”カレー”に携わる私たちは、さらに多くの海外の方々にこの味を体験してもらいたいと考えます。是非、弊社と共にあなたのビジネスに良きスパイスを効かせましょう。

contact us

TOKUMASA INTERNATIONAL

Nagano Building 3F, 3-2-16 Azuchimachi, Chuo-ku, Osaka-shi, Osaka 541-0052, Japan

TEL: 06 6926 8286 FAX: 06 6926 8287 *Phone support is available in Japanese only

Attn: Kawakami [kawakami@tokumasa.net] & Kato [kato@tokumasa.net]

得正 INTERNATIONAL

〒5410052 大阪府大阪市中央区安土町3-2-16 長野ビル3F TEL: 06 6926 8286 FAX: 06 6926 8287

担当：川上 (kawakami@tokumasa.net) ・加藤 (kato@tokumasa.net)