

# 100時間カレー 米田周平社長 岁37歳

①

カレーの激戦区、東京・神田保町で開催される日本最大級のカレーの祭典「神田カレーグランプリ」で、初のV2(2014年と16年)を達成。全国に50店舗以上を開ける「100時間カレー」を運営する株式会社アーツの代表取締役・米田カレーグランプリで初のV2

レー(100HOURS CURRY)は、いま最も熱いカレーの専門店だ。「カレーの市場を変える」と掲げるのは、100時間カレーを運営する株式会社アーツの代表取締役・米田周平氏。その原点は経営者になることを決意した10代の頃にある。

1985年に神戸で生まれた米田氏は、物心がつく前に父親の転勤とともに東京・江戸川区に移住。少年時代は「やんちゃで自立ちたがり屋」だけど正義感が強く、ヒーローになることを夢見ていました」と米田氏は語る。中学校ではサッカー部の主将を務め、区内では負けなしのチームを

から高校にも興味がなく、父親に説得されて進学したものの、1年の終わりには退学を決意。しかし、再び父親から「高卒だけは取りなさい」と言われたため、通信制高校に編入し、働きながら卒業しました

## 語り部の経営者たち

(ジャーナリスト 中川明紀)



# 「25歳までに起業して10代で決意」 社会を変える」と

## 父から渡された一通の手紙

若い頃に新聞配達などをし、つい頃に新聞配達などをし、苦労したから息子に同じ

思いをさせたくないかったんです。それでも最後には僕の意思を尊重すると書かれていきました。その手紙はいつも親に反対されてしまふも手元に残っています」

実際に働き始めて感じたのは肉体的な厳しさよりも、社内のよどんだ空気だった。朝令暮改が当たり前で理不尽な社長の指示や暴言に、何も言わず従う従業員たち。大人たちの覇気のない、うつろな目に違和感



初優勝を飾った2014年の  
神田カレーグランプリ

100時間カレー

の営業職だ。そこで飛び込み営業やテラアポなどの業務を経験して、営業力を養った

就職を決めたのは土建業の会社だったが、未成年のため親の同意書が必要だった。しかし、肉体的にもハードな仕事だからとまたしても親に反対されてしまふ。米田氏は自分の思いを理解してもらえないことに大きなショックを受けたといふ。

でも、数日して父から一通の手紙を渡されました。そこには反対する理由がつづられていた。父は商社の系列企業の会社員でしたが、

「つまらなそうに働く姿に希望を感じられなかった。しかし、肉体的にもハードな仕事だからとまたしても親に反対されてしまふ。米田氏は自分の思いを理解してもらえないことに大きなショックを受けたといふ。

「アポが取れるまで何百件も電話をかけ続けるのは大変でしたが、あきらめなければ必ず結果がついてくることを実感しました。3年経つ頃には、自分が良いと思うものであれば何でも売れるだけの自信がつきました」と

営業力を身につけたら、次に必要なのは経営力だ。米田氏は経営を学ぶために、当時急成長を遂げて話題だったベンチャーリングに入社した。(つづく)

# 100時間カレー 米田周平社長 37歳

2

米田周平氏がベンチャーリングに入社した縁は、建設業の会社から、通信系の会社に移る間、短期間のアルバイトとして働いた飲食店にあった。

「そこは社員もアルバイト

いった飲食店を育成・経営拡大させたことで注目された企業だ。米田氏のアルバイト先もそのひとつだったのです。

ベンチャーリングは外食産業を中心に経営支援を行い、サンマルクや牛角と

も分け隔てなく、協力しながら目標を成し遂げていく職場でした。共感した私は

うと声を掛けられたので、  
す」  
「1部上場企業で大卒の社員しかいない中、20歳でそここの米田氏は最年少だったという。最初に担当したのは自社でも展開していた新業態の焼き肉店の立ち上げで、店長として売り上げ管

に机上でコンサルティングを行う人もいましたが、なかなかうまくいってなかつた。私は自分の絆のこころ

売り上げに貢献するために勤務時間外にも率先してビラを配ったりしていた。そうした姿勢を評価してくれた社員の方に、一緒にやろ

理や人材育成、販促活動に従事した。その実績が認められた後は、スーパー・バイザーとして各店舗の教育や経営指導にあたっている。



# 語り部の経営者たち

ジャーナリスト 中川明紀

資金30万円を元手に24歳で起業

# 1Kの自宅兼事務所で リユース事業をスタート

最初に手掛けたのは中古

品を買い取って、販売するリユース事業だった。

1Kの自宅兼事務所で、  
米田氏の他はアルバイトが  
2人。知人のつてから少し  
ずつ顧客を増やし、10万円

応も自分で行っていたので  
寝る間もないようなハード  
な毎日でした。でも、振り  
返ってみると意外と堅実だ

あつた資金は三十数万円。登記にかかる費用などを差し引くと、使えるお金は10万円しかなかつた。これどうする。

を50万円に、50万円を10  
0万円にと利益を上げてい

二つ利益を積み  
の存続を第一に考えてむち  
うたな」と思います。会社

米田氏が起業で志したのは「何かをつくるって世の中に貢献する」とこと。そして行きついたのが次元で、自分たちの世界を

「た  
これをおど  
や  
つて増やせばいいのか。考  
えた結果、まずは10万円で  
何かを買い、それを売って  
利益を出すことを繰り返し  
て、地道に増やしていくこ  
とから始めたのです」

「事業も経理もクレーム対応が軌道に乗ると、インターネット回線の販売代理店やポスティングも手掛けられるようになったという。」

やはせず、赤字を出すこともなかつた。ただこのままでいいのだろうかといふ思いはずっと抱えていまし

「生み出したものを多くの人に提供することを考えた時に、外食産業の経験が生かせるのではないかと考えたのです」（つづく）

# 米田周平社長37歳 100時間カレー

「ものを生み出す」にあたって、数ある外食産業の中から「カレー」に決めたのは、米田周平氏(ベンチャーリンク時代に同僚で現在はアーチス(100時間カレーの運営会社)の専務

取締役を務める素谷滋氏の存在がきっかけだ。同僚だった頃に「いつか一緒に事業をしよう」と話していたという2人。数年后に再会した素谷氏はアーチスに入社した。

③ 「ベンチャーリンクで焼き肉店を担当していた時に、素谷がまかないに和牛の端材を使ったハヤシライスをよくつくってくれたんです。あの味はしかったんです。あの味は絶対に支持されると思っていました。ところが、当時の8人の社員の中にハヤシライスを知らない人間がいたんですよ……」

「ハヤシライスを知らない人間がいたんですよ……」當時いた8人の社員の中にハヤシライスを知らない人間がいたんですよ……」當時いた8人の社員の中にハヤシライスを知らない人間がいたんですよ……」當時いた8人の社員の中にハヤシライスを知らない人間がいたんですよ……」當時いた8人の社員の中にハヤシライスを知らない人間がいたんですよ……」

## 語り部の経営者たち「カレー・ハウスCOCO壱番屋」市場に狙いを定めた緻密な計算

ジャーナリスト中川明紀



### 「シェアを奪う」ではなく「新たにつくる」

カレーのチエーン店はカレーハウスCOCO壱番屋さんだけが1000店舗を超えていて、他は100店舗以下(当時)でした。でも、国民食というぐらいだから潜在需要は高いはず。

いるはず。私たちはその市場を広げることを命題に掲げました」

アーチスが目指したの

メニュー開発は素谷氏を中心に行われた。「舌に残るコク深さ」を追求して何

回も試行錯誤を重ねたと

そこで考えたのが市場のシ

エアを奪うのではなく「新たな市場をつくること」です。例えば2つの人気ラー

もカレーは「母の味」といわれるほど家庭に定着した

料理。わざわざ外で食べる理由のひとつと言える。「そ

れなら、わざわざ外で食べ

たいと思うカレーをつくればいい」と考えたのだと米

田氏は言う。

100時間カレーに対す

る消費者の反応は早かつ

た。翌14年には、現在約500店舗のカレー提供店が

ひしめく東京の神田・神保町で開催される「神田カレーフランプリ」でグランプリを獲得。その後も15年に

は準グランプリを、16年には大会初という2度目のグランプリを達成している。

べたとして、好みが100対0になることはないと思ふんです。つまり1強なら違った味を好む層が潜んでいます。つまり1強なら

「カレーを奪う」ではなく「新たにつくる」

アーチスが目指したのは、家庭では食べられない、舌にうまみが残るようなコクの深いカレーだ。そもそもカレーは「母の味」といわれるほど家庭に定着した

料理。わざわざ外で食べる理由のひとつと言える。「そ

れなら、わざわざ外で食べたいと思うカレーをつくればいい」と考えたのだと米

田氏は言う。

100時間カレーに対す

る消費者の反応は早かつた。翌14年には、現在約500店舗のカレー提供店がひしめく東京の神田・神保町で開催される「神田カレーフランプリ」でグランプリを獲得。その後も15年に

は準グランプリを、16年には大会初という2度目のグランプリを達成している。

(つづく)

# 語り部の経営者たち

## ジャーナリスト中川明紀

# 米田周平社長 37歳

4

その一方で、2022年6月には神田の路面店をリニューアルして「HUNG RY CURRY BY 100時間カレー」をオーブン。ニンニクたっぷりのソースで炒めた豚肉のトッピングなど、価格を抑えながらもパンチ力のあるメニューや、ソースを揃えた、ガツツリ食べたい男性に向けたセカンドラインである。

ています。ハヤシライスの  
ティーストを取り入れた従来  
の黒いルーとは違い、スペ  
イスの風味を強くした少し  
クセになるルーです。10  
0時間カレーの軸はそのま  
まに、より多くのお客さま  
に楽しんでいただけるメニ  
ューを提供したいと思って  
います」

そう話す米田氏がもうひ  
つ取り組んでいるのが海  
外進出だ。人口増加が見込

イチ・アイ・エスと業務提携契約を締結。その国に合わせたメニューの開発を進めている。

まれる東南アジアなどにビジネス拡大の可能性を感じ、2022年9月にはエ

100

100

十一

卷之三

「実際に、あるフードコー  
トで次々に成  
を提供していく

幅広い客層を捉えたメニューを提供している。

出。また、彩り豊かな野菜のトッピングや、エビフライや唐揚げがワットこなつ

併する食器はハーフナットを用いて、リーズナブルながらホテルや洋食店で味わうような「チーズ感」を演出

たからだと思います」  
もともと100時間カレーは「家庭では食べられないカレー」を追求してきた。それは味にこだまるものではなく、例えばカレーを提供する飲食店に「

トで別のかレー店が撤退した後に出店したところ、そのカレー店の3倍の売り上げを出すことができました。今後もフードコートへの出店には力を入れていきます