

The Cheesecake Revolution Begins Here.

チーズケーキの革命、ここから。
芝士蛋糕的革命，从这里开始。



Official
Website



Franchise
Opportunities



About the Operating Company

運営会社について / 关于运营公司

PABLO is operated by Doroquia Holatheta Co., Ltd., a company planning, manufacturing, and selling “Odoro-Gashi” (surprising confections), headquartered in Nishi-ku, Osaka. The company operates PABLO along with multiple other brands in Japan and overseas, under the vision of “bringing new excitement and inspiration to the world.”

PABLOを運営する株式会社ドロキア・オラシイタは、大阪市西区に本社を置く「おどろ菓子」の企画・製造・販売カンパニーです。「世の中にアタラシイ驚きと感動を」を掲げ、PABLOをはじめ複数のブランドを国内外で展開しています。

PABLO由株式会社Doroquia Holatheta Co., Ltd. 运营，总部位于大阪市西区，是一家致力于“惊喜甜点”企划、制造及销售的公司。该公司秉持“将全新的惊喜与感动带给世界”的理念，在日本国内外运营包括PABLO在内的多个品牌。



Freshly Baked Cheese Tart
Specialty Store PABLO

焼きたてチーズタルト専門店 パブロ
现烤芝士挞专卖店 PABLO



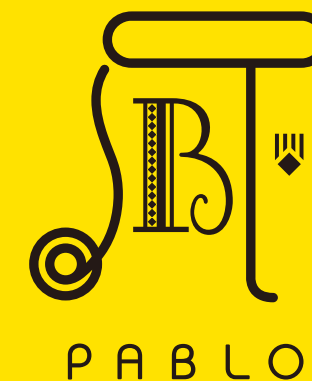
Freshly Baked Cheese Tart
Specialty Store PABLO mini

焼きたてチーズタルト専門店 パブロミニ
现烤芝士挞专卖店 PABLO mini



SAKImoto Premium
Shokupan

高級食パン専門店 寄本
高级生吐司专卖店 SAKImoto



募集中
FRANCHISE
招商中

A Japan-born cheese tart brand loved worldwide — Now Seeking Franchise Partners

世界が認めた日本発チーズタルトブランド
フランチャイズパートナー募集

源自日本、风靡全球的芝士挞品牌 — 诚邀特许加盟伙伴

Freshly Baked Cheese Tart Specialty Store PABLO

焼きたてチーズタルト専門店 パブロ / 现烤芝士挞专卖店 PABLO

※Information is current as of June 2026.

About PABLO

PABLOについて / 关于PABLO

Born in Osaka in 2011, PABLO is a specialty store dedicated to freshly baked cheese tarts. Made with carefully selected cream cheese, each tart combines a crisp tart crust with rich, melt-in-your-mouth cheese cream — delivering the excitement of “fresh from the oven” in every bite. With cumulative sales of approximately 40 million tarts since its founding, PABLO has grown into a global brand loved across 15 countries and regions and 40+ overseas stores, including South Korea, Taiwan, Singapore, Vietnam, Thailand, Malaysia, Indonesia, the Philippines, Macau, Shanghai, Australia, Canada, Mexico, France, and Qatar.

2011年、大阪で誕生した「焼きたてチーズタルト専門店PABLO」。厳選したクリームチーズを使用し、サクサクのタルト生地ととろけるチーズクリームが織りなす“焼きたて”の感動をお届けしています。創業以来の累計販売数は約4,000万個。国内はもちろん、韓国・台湾・シンガポール・ベトナム・タイ・マレーシア・インドネシア・フィリピン・マカオ・上海・オーストラリア・カナダ・メキシコ・フランス・カタールなど、世界15の国と地域、40店舗以上で愛されるグローバルブランドへと成長しました。

2011年诞生于大阪的“现烤芝士挞专卖店PABLO”，精选优质奶油芝士，酥脆挞皮搭配绵密顺滑、入口即化的芝士奶油，为顾客呈现“现烤”的美味感动。自创业以来累计销量约4,000万个。如今，PABLO已成长为深受世界喜爱的全球品牌，在韩国、台湾、新加坡、越南、泰国、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾、澳门、上海、澳大利亚、加拿大、墨西哥、法国、卡塔尔等15个国家及地区拥有40家以上海外门店。



Founded 2011

40M+

tarts sold cumulatively

40+ overseas stores in 15 countries & regions

2011年創業／累計4,000万個以上販売
海外40店舗以上・15カ国

2011年創立 / 累计销售约4,000万个
15个国家及地区、40家以上海外门店



An Abundant Menu Backed by Over a Decade of Product Development

10年以上の商品開発力が生む、豊富なメニュー / 十年以上研发实力打造的丰富产品线

PABLO's true strength lies in its ever-evolving product development. Beyond the signature Melty Cheese Tart and Premium Cheese Tarts and the bite-sized PABLO mini, over 10+ years PABLO has developed 100+ flavors worldwide through seasonal and regional limited editions. The lineup also extends to café drinks, baked sweets, and frozen desserts, with flavors that can be localized to match each market's taste.

PABLOの真骨頂は、飽きさせない商品開発力。定番の「とろけるPABLOチーズタルト」「プレミアムチーズタルト」に加え、手のひらサイズの「PABLO mini」、期間限定・地域限定のフレーバーまで、10年以上にわたり開発してきたメニューは国内外累計100種類以上。カフェドリンクや焼き菓子、冷凍スイーツまで多彩なラインナップを展開し、各国・各地域の嗜好に合わせたローカライズも可能です。

PABLO的核心优势在于持续不断的产品研发能力。除了经典的现烤流心芝士挞、Premium芝士挞，以及迷你尺寸的PABLO mini外，十余年来已开发超过100种口味的期间限定及地域限定商品。同时还拥有咖啡饮品、烘焙点心、冷冻甜品等丰富品类，并可根据各国市场喜好进行本地化调整与开发。



REGULAR LINEUP

定番ラインナップ／常规系列

PABLO Melty Cheese Tart / Premium Cheese Tart (a premium-grade tart made with luxuriously selected ingredients) / PABLO mini

とろけるPABLOチーズタルト／プレミアムチーズタルト(厳選素材を贅沢に使用したプレミアムライン)／PABLO mini

PABLO芝士挞 / Premium芝士挞 (选用顶级食材打造的高阶版本) / PABLO mini



SEASONAL LIMITED

季節限定／季节限定

Uji Matcha, Naruto Kintoki sweet potato, Mont Blanc, Strawberry, Yuzu, Pumpkin, and more — offering a range of products made with an abundance of seasonal ingredients

宇治抹茶、鳴門金時、モンブラン、苺、柚子、かぼちゃなどの季節の食材をふんだんに使用した商品を展開しています。

宇治抹茶、鸣门金时红薯、蒙布朗、草莓、柚子、南瓜等丰富时令食材的商品持续更新。



REGIONAL LIMITED

地域限定／地区限定

Okinawan Purple Sweet Potato, Shizuoka Hojicha, Kanazawa Sweet Potato, and other local flavors

紅芋(沖縄)、ほうじ茶(静岡)、五郎島金時(金沢)等、ご当地食材を使用した限定商品を展開しています。

紫薯(沖縄)、焙茶(静岡)、金时薯(金泽) 等地方特色口味。

Another Strength —

PR Power and Social Media Buzz That Creates Lines Out the Door

行列を生む、広報力とSNS拡散力 / 另一大优势 — 制造排队人潮的公关传播力与社交媒体扩散力

PABLO's strength isn't only in its products. Eye-catching, share-worthy visuals and irresistible in-store “moments” are designed to spread naturally through word of mouth and social media. Frequently featured on TV programs and in magazines, PABLO's strong media presence and buzz-generating power are what drive customer footfall — and the lines that form outside its stores.

PABLOの強みは商品力だけではありません。思わず並びたくなる“仕掛け”と、SNS映えするビジュアルで、口コミとシェアが自然と広がる仕組みです。テレビ番組や雑誌など各種メディアにも多数取り上げられ、話題性の高さと発信力の強さが行列を生み出します。

PABLOの优势不仅在于产品本身。极具视觉冲击力、适合分享的“打卡”设计，让口碑与社交媒体分享自然扩散。经常被电视节目、杂志等各类媒体报道，强大的话题性与传播力正是吸引顾客到店、形成排队盛况的核心动力。



Expanding Possibilities Through Trademark Collaborations

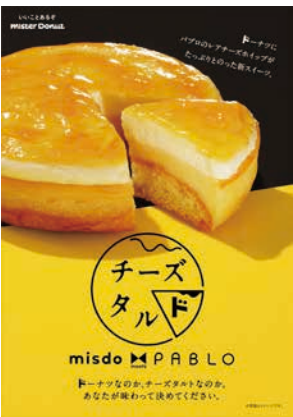
商標×コラボレーションで広がる可能性 / 商标联名，拓展无限可能

PABLO's strength goes beyond product development — it has a proven track record of collaborations with major partners, including 7-Eleven (Taiwan/Hong Kong), Mister Donut, Lotte's “Choco Pie,” and Black Thunder. PABLO's trademark has also been applied well beyond food, spanning bath products, cosmetics, alcohol, and pet products — proof of the brand's exceptional versatility.

PABLOは商品開発力だけでなく、他社とのコラボレーション実績も豊富にあります。セブン-イレブン(台湾／香港)、ミスタードーナツ、ロッテ「Choco Pie」、Black Thunderなど、食品業界の大手企業と多数協業。さらに入浴剤・コスメ・お酒・ペット用品まで、食品の枠を超えたカテゴリでも商標活用実績があり、ブランドの汎用性の高さを証明しています。

PABLO不仅拥有强大的产品研发能力，在跨界联名方面也有丰富实绩，曾与7-Eleven (台湾/香港)、Mister Donut、Lotte「Choco Pie」、Black Thunder等食品业大型企业展开合作。此外，商标授权范围更延伸至沐浴用品、化妆品、酒类、宠物用品等非食品类目，充分证明了品牌的高度延展性。

▼ Mister Donut × PABLO



▼ 7-Eleven × PABLO



Collaboration Highlights

コラボレーション実績 / 合作业绩

7-Eleven (Taiwan/Hong Kong) × PABLO / Mister Donut × PABLO (since 2018) / Lotte Choco Pie – PABLO Cheese Cake flavor / PPIH (DON DON DONKI) Best-Seller Top 3 / Beyond food: bath balls, cosmetics, alcohol, pet products, and more

7-Eleven (台湾/香港) × PABLO / Mister Donut × PABLO (2018年～) / Lotte「Choco Pie」– PABLO芝士蛋糕口味 / PPIH (ドン・キホーテ) 売れ筋TOP3 実績 / 非食品：バスボール、コスメ、お酒、ペット用品等

7-Eleven (台湾/香港) × PABLO / Mister Donut × PABLO (2018年至今) / Lotte「Choco Pie」– PABLO芝士蛋糕口味 / PPIH (唐吉珂德) 畅销联名TOP3 / 非食品类：沐浴球、化妆品、酒类、宠物用品等

Sales Performance

売上実績 / 销售业绩

PPIH (DON DON DONKI) cumulative, as of end of June 2026:
#1 PABLO Langue de Chat – approx. **245,928 units**
#2 “Dodonto” Cheese Pudding – approx. **101,102 units**
#3 Baked Cream Cheese Ball – approx. **95,875 units**

PPIH (ドン・キホーテ) 累計・2026年6月末まで：1位 パブロラングドシャ 約245,928個 / 2位 ドンとチーズプリン 約101,102個 / 3位 ベイクドクリームチーズボール 約95,875個

PPIH (唐吉珂德) 累計 (截至2026年6月末)：第1名 PABLO法式薄脆饼干 约245,928个 / 第2名 Dodonto芝士布丁 约101,102个 / 第3名 烤制奶油芝士球 约95,875个

▼ PPIH (Don Quijote) × PABLO



▼ Lotte × PABLO



▼ AKAGI × PABLO



▼ International Companies × PABLO



PABLO, Loved Around the World — Global Footprint

世界が愛するPABLO — 出展国実績 / 深受全球喜爱的PABLO — 海外拓展实绩

PABLO has expanded into 15 countries and regions worldwide, including South Korea, the Philippines, Indonesia, Thailand, Vietnam, Shanghai, Singapore, Canada, Mexico, Paris (France), Taiwan, Malaysia, Australia, Macau, and Qatar. By localizing store operations and menus to match each market's business practices and tastes, PABLO continues to build a solid international track record.

PABLOはこれまで、韓国・フィリピン・インドネシア・タイ・ベトナム・上海・シンガポール・カナダ・メキシコ・パリ(フランス)・台湾・マレーシア・オーストラリア・マカオ・カタールなど、世界15の国と地域に進出してきました。各国の商習慣・嗜好に合わせた店舗展開とメニューローカライズで、着実に海外実績を積み重ねています。

PABLO已进军韩国、菲律宾、印度尼西亚、泰国、越南、上海、新加坡、加拿大、墨西哥、法国巴黎、台湾、马来西亚、澳大利亚、澳门、卡塔尔等15个国家及地区。通过契合各国商业习惯与口味偏好的门店运营及菜单本地化，PABLO持续积累稳健的海外实绩。

PABLO Overseas Stores



South Korea

韓国 / 韩国

Thailand

タイ / 泰国

Singapore

シンガポール / 新加坡

Paris, France

パリ(フランス) / 法国巴黎

Australia

オーストラリア / 澳大利亚

The Philippines

フィリピン / 菲律宾

Vietnam

ベトナム / 越南

Canada

カナダ / 加拿大

Taiwan

台湾 / 台湾

Macau

マカオ / 澳门

Indonesia

インドネシア / 印度尼西亚

Shanghai, China

上海 (中国)

Mexico

メキシコ / 墨西哥

Malaysia

マレーシア / 马来西亚

Qatar

カタール / 卡塔尔

Store Format — Two Flagship Models

门店形态 — 两种旗舰店模式

Model -1

Approx. floor area: 25 tsubo (~82.6㎡). Total opening cost: approx. JPY 40.61 million. Annual operating profit: prime location approx. JPY 124.2 million (27.2% margin) / standard approx. JPY 38.4 million (21.3% margin). Payback period: prime location approx. 0.4 years / standard approx. 1.1 years.

参考面积：约25坪（约82.6㎡）。总开业费用：约4,061万日元。年营业利润：优质地段约1.242亿日元（利润率27.2%） / 标准地段约3,848万日元（利润率21.3%）。投资回收期：优质地段约0.4年 / 标准地段约1.1年。

1. PABLO Investment Plan				
Store Overview				
Store Type	PABLO Flagship Store & Workshop Location			
Store area	25 tsubo (~82.6m²)			
Initial investment				
Investment items		Investment amount (JYP)	Remarks	
Store construction costs		24,200,000		
① Store Design		1,200,000		
② Interior and exterior renovation work		23,000,000		
Equipment cost		15,000,000		
Complete Set of Kitchen Equipment		15,000,000	Ovens, refrigerators/freezers, mixers, soft-serve ice cream machines, etc.	
Equipment cost		1,500,000		
① Cash register, monitor,others		1,500,000		
Others		1,410,000	Sales supplies, promotional items, etc.	
① Training expenses		760,000		
② Uniform		150,000	Actual expenses (airfare, hotel, meals, etc.)	
③ Kitchen equipment		500,000		
Total opening costs		40,610,000	Manufacturing equipment, tableware, etc.	
Investment recovery				
Total opening costs for the flagship store	PABLO Flagship Store Investment Payback (JPY)			
	Good location	Annual depreciation expense	Standard	Annual depreciation expense
	40,610,000	124,288,488	0.4	38,488,488
				1.1

2. PABLO Annual Profit and Loss Plan

	Good location			Standard		
PABLO Flagship Store & Café	Monthly Sales (JPY)	Annual Sales (JPY)	%	Monthly Sales (JPY)	Annual Sales (JPY)	%
Net Sales	38,000,000	456,000,000	100	15,000,000	180,000,000	100
Cost price	11,780,000	141,360,000	31	4,650,000	55,800,000	31
Personnel costs	3,420,000	41,040,000	9	1,800,000	21,600,000	12
Rent	10,000,000	120,000,000	26.32	4,000,000	48,000,000	26.67
Water and utility costs	300,000	3,600,000	0.79	300,000	3,600,000	2
Depreciation expense	342,626	4,111,512	0.9	342,626	4,111,512	2.28
General expenses	1,800,000	21,600,000	4.74	700,000	8,400,000	4.67
Operating profit	10,357,374	124,288,488	27.26	3,207,374	38,488,488	21.38

3. PABLO Support System

Opening Support	PABLO Operations Support	PABLO Wholesale Expansion Support Collaboration
● Store Design and Supervision ● Pre-opening training ● Pre-opening support	● Store operations support by supervisors ● Operational Support for New Product Introduction (Post-Opening Training) ● Review and feedback on new product designsvs ● Wholesale Business Development Support	● Information Sharing and Planning Support for Domestic and International Collaborations and Supervised Projects ● Support for Collaborative and Supervised Product Development ● New Product Design Review and Feedback

*Figures above are illustrative estimates based on a Japanese market model. Detailed financial models and investment terms will be provided individually via a dedicated business plan.
※上記は日本市場を想定した試算値です。詳細な収支モデル・投資条件は、個別の事業計画書にてご案内いたします。
※以上为基于日本市场模型的参考估算值，详细损益模型及投资条件将通过个别事业计划书另行说明。

Model -2

Approx. floor area: 90 tsubo (~297.5㎡). Total opening cost: approx. JPY 61.16 million. Annual operating profit: prime location approx. JPY109.5 million (26% margin) / standard approx. JPY 41.8 million (19.3% margin). Payback period: prime location approx. 0.6 years / standard approx. 1.5 years.

参考面积：约90坪（约297.5㎡）。总开业费用：约6,116万日元。年营业利润：优质地段约1.095亿日元（利润率26%） / 标准地段约4,185万日元（利润率19.3%）。投资回收期：优质地段约0.6年 / 标准地段约1.5年。

1. PABLO Investment Plan				
Store Overview				
Store Type	PABLO Flagship Store & Workshop Location			
Store area	90 tsubo (~297.5m²).			
Initial investment				
Investment items		Investment amount (JYP)	Remarks	
Store construction costs		41,500,000		
① Store Design		1,500,000		
② Interior and exterior renovation work		40,000,000		
Equipment cost		18,000,000		
① Complete set of kitchen equipment		18,000,000	Ovens, refrigerators/freezers, mixers, soft-serve ice cream machines, etc.	
② furniture		3,000,000		
Equipment cost		1,500,000		
① Cash register, monitor,others		1,500,000	Sales supplies, promotional items, etc.	
Others		1,660,000		
① Training expenses		760,000	Actual expenses (airfare, hotel, meals, etc.)	
② Uniform		200,000		
③ Kitchen equipment		700,000	Manufacturing equipment, tableware, etc.	
Total opening costs		61,160,000		
Investment recovery				
Total opening costs for the flagship store	PABLO Flagship Store Investment Payback (JPY)			
	Good location	Annual depreciation expense	Standard	Annual depreciation expense
61,160,000	109,536,000	0.6	41,856,000	1.5

2. PABLO Annual Profit and Loss Plan

	Good location			Standard		
PABLO Flagship Store & Café	Monthly Sales (JPY)	Annual Sales (JPY)	%	Monthly Sales (JPY)	Annual Sales (JPY)	%
Net Sales	35,000,000	420,000,000	100	18,000,000	216,000,000	100
Cost price	11,900,000	142,800,000	34	6,120,000	73,440,000	34
Personnel costs	5,600,000	67,200,000	16	2,520,000	30,240,000	14
Rent	5,000,000	60,000,000	14.29	2,500,000	30,000,000	13.89
Water and utility costs	520,000	6,240,000	1.49	520,000	6,240,000	2.89
Depreciation expense	452,000	5,424,000	1.29	452,000	5,424,000	2.51
General expenses	2,400,000	28,800,000	6.86	2,400,000	28,800,000	13.33
Operating profit	9,128,000	109,536,000	26.08	3,488,000	41,856,000	19.38

3. PABLO Support System

Opening Support	PABLO Operations Support	PABLO Wholesale Expansion Support Collaboration
● Store Design and Supervision ● Pre-opening training ● Pre-opening support	● Store operations support by supervisors ● Operational Support for New Product Introduction (Post-Opening Training) ● Review and feedback on new product designsvs ● Wholesale Business Development Support	● Information Sharing and Planning Support for Domestic and International Collaborations and Supervised Projects ● Support for Collaborative and Supervised Product Development ● New Product Design Review and Feedback

Full Head-Office Support, From Opening to Ongoing Operations

開業から運営まで、本部が徹底サポート / 从开业到运营，总部全程提供支持

PABLO provides comprehensive support even after joining — pre-opening training, on-site operational support from Supervisors (SVs), assistance introducing new products, marketing support, and supplier introductions. PABLO's head office also supports trademark-based wholesale expansion (collaboration and supervised product development) from the planning stage.

PABLOは加盟後も安心して店舗運営いただけるよう、開業前研修・SVによる運営支援・新商品導入オペレーション支援・マーケティング支援・サプライヤー紹介まで一貫してサポート。さらに商標を活用した卸業展開（コラボ・監修商品開発）についても、本部が企画段階からサポートします。



为使加盟商安心经营门店，PABLO提供开业前培训、督导（SV）运营支持、新品导入操作支持、市场营销支持及供应商对接等一站式服务。此外，针对商标授权类的批发拓展业务（联名及监制商品开发），总部也将从企划阶段起提供支持。



Company Name	DOROQUIA HOLATHETA Co., Ltd. 会社名／公司名称株式会社ドロキア・オラシタ / 多洛奇亚·欧拉希塔股份有限公司
Established	March 2012 (predecessor MKS Corporation founded June 2004) 設立日／成立日期2012年3月(旧商号:株式会社MKSコーポレーション 2004年6月設立) 2012年3月(前身MKS Corporation成立于2004年6月)
Capital	JPY 10 million 資本金／注册资本1,000万円 / 1,000万日元
Representative	President & CEO: Masamitsu Sakimoto 代表者／法定代表人代表取締役社長 寄本将光 / 代表取締役社長: 寄本将光
Executives	President & CEO: Masamitsu Sakimoto 役員／高管取締役副社長 山野上藍、専務 王鶴云、常務 北浦康史 / 执行副社长: 山野上蓝・专务: 王鹤云・常务: 北浦康史
Business	主な事業内容／主营业务 ・Planning, manufacturing and sales of Western confectionery ・Café and restaurant management ・Consulting on store/commercial facility planning, development and operation ・Consulting on product development, store development, branding and marketing strategy ・Consulting on commercial/architectural/interior design planning and production ・Event planning ・Real Estate Development, Sales, Brokerage and Leasing Services ・洋菓子の企画及び製造、販売 ・カフェの飲食店経営 ・店舗、商業施設の企画、開発、管理及び運営に関するコンサルティング ・商品開発、店舗開発、ブランディング及びマーケティング戦略に関するコンサルティング ・商業デザイン、建築デザイン、インテリアデザインの企画、立案及び制作に関するコンサルティング ・イベントの企画、立案 ・不動産開発・分譲、仲介、賃貸事業
	・西式糕点的企划、制造及销售 ・咖啡餐饮店经营 ・店铺及商业设施的企划、开发、管理及运营咨询 ・商品开发、店铺开发、品牌与市场营销战略咨询 ・商业设计、建筑设计、室内设计的企划及制作咨询 ・活动策划 ・不动产开发・销售与中介

Head Office	1-16-22 Edobori, Nishi-ku, Osaka 550-0002, Japan TEL: +81-6-6479-3000
本社／总部地址	〒550-0002 大阪府大阪市西区江戸堀1-16-22 TEL: 06-6479-3000 FAX: 06-6479-3500 日本大阪府大阪市西区江戸堀1-16-22 邮编: 550-0002 电话: +81-6-6479-3000 传真: +81-6-6479-3500
U R L	http://www.drq.co.jp