

2017/9/1

事業計画書

「自家焙煎珈琲と地元野菜が
豊富な料理を楽しめるカフェ」

ベジリアンカフェ株式会社

I. 企業概要

1. 企業名等

代表者名	山崎 武
企業名・屋号	ベジリアンカフェ株式会社（仮）
所在地	〇〇県〇〇市〇〇3-10
設立年月日	2017年12月1日（予定）
資本金	500万円
事業内容	カフェレストラン 『自家焙煎した世界の珈琲』と『地元野菜と使ったランチ&スイーツ』の提供

2. 経営者の経歴等

<p><経歴></p> <ul style="list-style-type: none">・2010年3月 〇〇大学経済学部卒業・2010年4月 〇〇珈琲株式会社 入社 大阪支店営業部 専門店営業に従事・2011年4月 店舗運営部にて直営店に勤務・2018年3月 〇〇珈琲株式会社 退社 <p><資格></p> <ul style="list-style-type: none">・2007年3月 普通自動車免許取得・2010年5月 食品衛生責任者取得

3. 起業の動機

<ul style="list-style-type: none">・私は、これまでに大手カフェチェーンの〇〇で7年間勤務し、2年前ぐらいからこれまでの経験を活かして自分のこだわりの店を持ちたいと思っていた。昨年、地元の同窓会に参加したときに「東京にあるようなおしゃれな空間でくつろげるカフェがない」と言われ、地元喜んでもらえるようなカフェを開きたいと考えた。親からも30才までには、地元に戻ってくるよう言われていたので、よいタイミングだと思っている。・私自身は、学生の頃は珈琲が嫌いだったが、老舗の珈琲店で「苦味の少ない珈琲」を入れてもらって珈琲のおいしさを知った経験がある。そのときの経験から、自分がおいしいと思う珈琲を、わかりやすくお客さんに提供したいと思っている。・また、地元には新鮮な野菜が豊富にあり、地元の野菜をたくさん使った料理を食べてもらいたい。妻が野菜ソムリエの資格を持っているので、栄養バランスを考えつつもちょっと変わった野菜料理や野菜を使ったスイーツ等も提供し、「野菜の魅力」を伝えたいと思っている。

II. 事業内容

1. ビジョン・目標

- ・「こだわりの美味しさと居心地の良さ」を提供し、地域の人たちに「お気に入りの空間」を提供したい。
- ・3年後の売上高は27百万円、営業利益は5百万円を目標にする。

2. 事業コンセプト

(1) 商品・サービスの内容

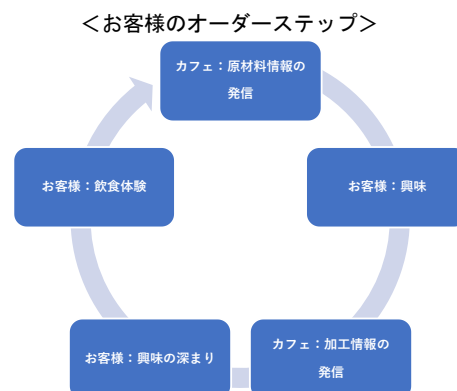
- ・「自家焙煎珈琲」：ハワイ、コスタリカ、ブラジル、プエルトリコなどの世界各地の珈琲豆を自家焙煎した珈琲
- ・「地元野菜料理」：季節に合わせた旬の地元野菜を使って、彩野菜のカレー、ソイミートのハンバーグ、野菜のミネストローネ等
- ・「地元野菜スイーツ」：野菜本来の味を活かしつつ、甘さをおさえた野菜パフェ、野菜パンケーキ、野菜と果物のスムージー等
- ・セットメニュー：野菜料理のランチセット、野菜スイーツと珈琲のセット

(2) ターゲット顧客

- ・自分の好みの珈琲を気軽に飲みたい人
- ・好きなものをおいしく、健康的に食べたいと思っている子育て世代の女性
- ・〇〇市X地区の地元の人

(3) サービス・商品の提供方法・仕組み

- ・世界各地の珈琲豆や挽き方による苦味や酸味の違いをマッピングすることで、お客さんに自分に合う珈琲をわかりやすく選べるように提供する。また、顧客の好みに焙煎加減を調整するなど満足度を高めリピーターを獲得していく。
- ・フードメニューは、野菜ソムリエが監修し、地元の旬の野菜をボードやメニューブックで紹介する。野菜の産地、品種、栽培方法などの詳細情報を発信することで、より素材から興味をもってもらい、これに様々な加工方法に施すことでの味の変化



や栄養面での違いを伝えていく。

- SNS を活用して珈琲に係る知識や食材のこだわり、料理のレシピ等を紹介し、興味を深めてもらう。
- 居心地の良い空間をつくるため、テーブルやイス、コーヒーカップや食器等も北欧風のもので統一する。コストを下げするため、中古サイト等を使って仕入れる。

3. 現状分析等

(1) 業界のトレンド、市場規模

<業界トレンド、市場規模>

- カフェ市場の規模は、ここ数年 1 兆 1,175 億円（出典：(公財) 食の安全・安心財団）前後で推移しているが、外資系を含めたセルフ式コーヒーチェーンの進化や、コンビニのカフェ展開など、コーヒー市場のすそ野が大きく広がっている。
- コーヒー豆の品種や産地にこだわる「サードウェーブ（第3の波）」と呼ばれる新しいトレンドが生まれている。外食各社の参入が相次ぎ、月定額の会員制のコーヒー店などの新たな販売手法によるサービスも増加している。（出典：J-net21 業種別ガイド）
- 家計調査によると、1世帯当たりの喫茶代への年間支出金額を、平成25年以降、増加傾向にあり、28年は10年前に比べ17.2%増となっている。喫茶代への支出があった世帯の割合も29.5%と、2.7ポイント上昇している（出典：家計ミニトピックス 総務省）
- 「苦すぎない珈琲」とか「酸味が強いほうがいい」といった自分に合う、おいしい珈琲を飲みたい人がいる。
- ○○市には、都会にあるような居心地がよく、おしゃれなカフェがあまりなく、地元でUターンで帰ってきた若い人が「自分の時間を過ごせるカフェがない」という声を聞く。

(2) 競合の状況

出店候補地の半径500m圏内にカフェが3店舗あり、それぞれの特徴は次のとおり。

①A店

- 大手チェーン店で1杯220円の安さがウリ。店内は数年前にリニューアルをして新しく、清潔感がある。席数は40程度。学生から高齢者まで幅広いお客さんが利用しており、いつも混雑している。席と席の距離も近く、サッと珈琲を飲むはいいが、のんびり過ごせるような空間ではない。

②B店

- 開業50年前の老舗の喫茶店。サイフォン珈琲を提供し、珈琲好きの常連客も多い。特に50～60代の男性客やランチタイムのビジネスマンの客が多い。店内が喫煙可能とな

っており、タバコを吸わない人は店に入りにくい。特に若い女性客は少ない。

③C店

- ・地元で複数店舗を持つレストランカフェ。比較的、ファミリー層や高齢者のグループでの来店が多い。珈琲のおかわりができるため、お客さんの滞在時間が長いのが特徴。料理の種類は豊富にあるが、メニューに特徴がなく、大手のグルメサイトのお客さんからの評価も高くない。

※X地区には、20～40代の女性客をターゲット顧客層とする喫茶店やカフェはなく、出店の第一候補地としている。

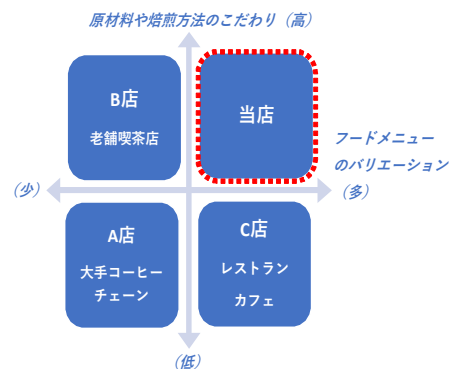
(3) 自社・事業の強み・優位性

- ・自家焙煎することで、大量生産・大量供給では提供できない珈琲豆本来の個性豊かな香りとコクを提供できる。私は、これまでのカフェ勤務で豆・味・抽出技術を学ぶとともに、プライベートでも焙煎技術の勉強会やワークショップに参加し、スキルを磨いてきた。今では産地の珈琲豆の特性に合わせて、最適な焙煎技術や珈琲の抽出ができるようになってきている。
- ・珈琲豆のワークショップを通じて知り合った珈琲豆の卸業者から、市場では出回りにくい世界各地の珈琲豆を手ごろな価格で調達できる。卸業者とは、「一人ひとりに合った珈琲をもっと身近に」という想いに共感してもらい、小ロットでの対応に応じてくれる。
- ・大手カフェチェーン店で、アルバイトから含めると7年間働いた。最後の2年間は店長として勤務しており、効率的な店舗オペレーションや従業員管理のスキルをもっている。
- ・妻が野菜ソムリエの資格を持ち、野菜の栄養、素材に合わせた調理法に詳しい。地元の旬の野菜や果物を使った料理を開発でき、他社にはないメニューを提供できる。

(事業の優位性)

- ・当店は、出店エリアのX地区において、珈琲の産地や焙煎方法にこだわり、フードメニューのバリエーションが豊富なカフェを目指しており、競合他店との差別化が可能と考える。B店の老舗喫茶店は、珈琲豆の品揃えが豊富であり、本格的な珈琲を提供しているが、若い世代をターゲットとする当社と顧客層が違い、違いが出せるものと思われる。また、地域の野菜や果物を使った食材を、野菜ソムリエが創作料理として提供しているカフェはなく、フードメニューにも特徴を出せるものと思われる。

<ポジショニングマップ>



4. 販売・仕入計画

(1) 販売計画

(金額単位：千円)

営業年数	売上高	サービス時間帯	部門別売上	割合
1年目	21,000	午前	3,000	14.3%
		ランチタイム	7,200	34.3%
		午後	7,200	34.3%
		ディナータイム	3,600	17.1%
2年目	24,600	午前	3,000	12.1%
		ランチタイム	7,200	29.3%
		午後	7,200	29.3%
		ディナータイム	7,200	29.3%
3年目	27,000	午前	3,000	11.1%
		ランチタイム	9,600	35.5%
		午後	7,200	26.7%
		ディナータイム	7,200,000	26.7%

※午前 8:30～11:30、ランチタイム 11:30～14:30

午後 14:30～17:30、ディナータイム 17:30～20:30

① (1年目) 売上高 21,000千円

午前 20席×客単価 500円×1.0回転×営業日 300日=3,000千円

ランチタイム 20席×客単価 800円×1.5回転×営業日 300日=7,200千円

午後 20席×客単価 600円×2.0回転×営業日 300日=7,200千円

ディナータイム 20席×客単価 1,200円×0.5回転×営業日 300日=3,600千円

② (2年目) 売上高 24,600千円

午前 20席×客単価 500円×1.0回転×営業日 300日=3,000千円

ランチタイム 20席×客単価 800円×1.5回転×営業日 300日=7,200千円

午後 20席×客単価 600円×2.0回転×営業日 300日=7,200千円

ディナータイム 20席×客単価 1,200円×1.0回転×営業日 300日=7,200千円

③ (3年目) 売上高 27,000千円

午前 20席×客単価 500円×1.0回転×営業日 300日=3,000千円

ランチタイム 20席×客単価 800円×2.0回転×営業日 300日=9,600千円

午後 20席×客単価 600円×2.0回転×営業日 300日=7,200千円

ディナータイム 20席×客単価 1,200円×1.0回転×営業日 300日=7,200千円

(2) 販売促進・集客方法

・珈琲マップの活用

「苦すぎない珈琲」とか「酸味が強いほうがいい」といった、自分の好みに合うおいしい珈琲を選びたいという要望に応えるため、苦味や酸味をマッピングして、珈琲がわかりやすく選べるようにする。また、豆の銘柄を産地別に地図の絵柄にプロットして、お客さんが味と産地をイメージできるように工夫する。

・地元のこだわり野菜の紹介

野菜ソムリエが監修し、地元の旬の野菜をホワイトボードやメニューブックで紹介する。その際、生産者の紹介や品種、栽培、収穫時の工夫などの原材料のこだわり情報も発信する。また、近々収穫し入荷予定となっている野菜についての情報も掲載することで、次の来店時の告知をソフトに行う。

・フライヤー作成、配布

オープン用のフライヤーを作成し最寄駅前にて配布を行う（平日の朝、夕の通勤時間帯、土曜日の昼前に実施）。また、当店のターゲット顧客層（子育て世代の女性）と同一である、美容室、託児所、習い事の教室などの店舗と連携関係を構築し、販促媒体を交換して配布することで、訴求の確度を高める。

④フェイスブック、ブログ等を活用した発信

フェイスブック、ブログ等を活用し、珈琲の知識、食材のこだわり、料理のレシピを公開する。また、当店で定期的実施するフェアやイベントについての情報も随時掲載する。受入れの席数に制限があるなど予約が必要なものに関しては、Web上で対応していく。

(3) 仕入計画

・コーヒー豆

仕入先名	所在地	割合	支払条件
(株)〇〇商店	〇県〇〇市4-1	70%	月末翌25日支払
〇〇商事	△県〇〇市5-1	30%	月末翌25日支払

・食材関係

仕入先名	所在地	割合	支払条件
〇〇農園	〇県〇〇市1-1	50%	月末翌25日支払
〇△農園	△県〇〇市2-1	25%	月末翌25日支払
その他食品スーパー等	-	25%	-

※地元の農家からの年間契約購入（規格外品を含む）

5. 店舗・施設計画

(1) 出店エリアの状況

- ・出店予定地の〇〇市X地区の人口は〇万人、約〇千世帯が住んでいる。近年、駅前の再開発が進み、郊外や別の地域から移り住んできた住民が増えているエリアである。
- ・また、行政側も保育園等の子育て支援施設を増やすなど、子育てに優しいエリアとして、若い家族世帯が住みやすい環境を整えている。そのため、ターゲット層となる20代～40代の子育て世代が、近隣エリアよりも増えている状況である。
- ・隣接しているY地区やZ地区には、週末を中心に買い物に来るお客さんが一定数いるため、買い物のランチタイムやお茶タイムに利用してもらえる可能性が高い。

(2) 店舗概要

- ・2ヶ月前まで別の飲食店であった店舗を居抜きで利用する
- ・最寄り駅から徒歩7分程度
- ・3階建てのテナントビルの1階に出店。
2階と3階には、学習塾や雑貨店等の複数店舗が入居している。
- ・築15年程度の鉄筋コンクリート
- ・延べ床面積30坪、厨房面積6坪
- ・席数は20（2名用テーブル6、4名用テーブル2）

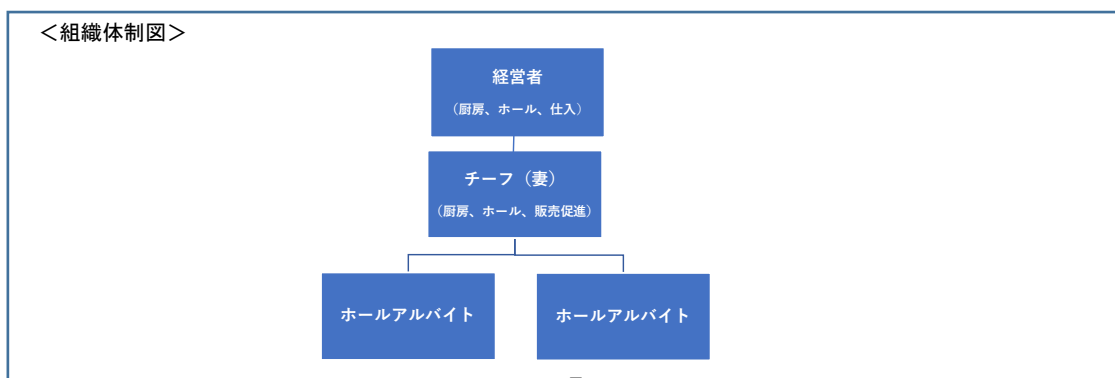
6. 実施体制・人員計画

(人)

担当	1年目	2年目	3年目	備考
厨房・ホール 仕入	1	1	1	経営者
厨房・ホール 販売促進	1	1	1	経営者の妻
ホール	2	2	3	アルバイト

※役員報酬は560万円（経営者300万円、経営者の妻260万円）

アルバイトは一人あたり12万円



Ⅲ. 数値計画

1. 投資・調達調達計画

(千円)

投資（必要な資金）		金額	調達	金額
設備資金	内装工事費	8,000	自己資金	5,000
	店舗保証金	900		
	機械装置	1,000	親族等からの借入	3,200
	器具備品	1,300		
運転資金	商品の仕入	1,000	金融機関からの借入	6,000
	開業の経費	1,000		
	その他	1,000		
合計		14,200	合計	14,200

2. 損益計画

(千円)

	1年目	2年目	3年目	備考
売上高①	21,000	24,600	27,000	販売計画参照
売上原価②	6,300	7,380	8,100	原価率 30%
売上総利益③ (①-②)	14,700	17,220	18,900	
人件費	8,480	8,480	9,920	3年目にアルバイト1名増
家賃	2,880	2,880	2,880	月坪 8,000円×30坪×12ヵ月
減価償却費④	770	770	770	
その他	1,500	1,550	1,600	水道光熱費、広告費等
販売費及び一般管理費⑤	13,630	13,680	15,170	
営業利益⑥ (③-⑤)	1,070	3,540	3,730	
営業外損益⑦ (支払利息)	81	63	45	600万円 5年返済 利率 1.5%
経常利益⑧	989	3,477	3,685	
法人税等⑨	396	1,391	1,474	経常利益に 40%を乗じて算出
税引後利益⑩ (⑧-⑨)	593	2,086	2,211	

返済可能額 (④+⑩)	1,363	2,856	2,981	
-------------	-------	-------	-------	--

借入金返済額	1,200	1,200	1,200	
--------	-------	-------	-------	--

IV. 実施スケジュール

実施項目	2017年	2018年				2019年	備考
	10月～12月	1月～3月	4月～6月	7月～9月	10月～12月	1月～6月	
開業設立	<設立登記等> ●————→						
店舗準備	<商圈調査・物件契約> ●————→	<内装・陳列> ————→●	<オープン> ————→●				
仕入業務	<取引先開拓・契約> ●————→	<仕入開始> ————→●					
商品・サービス展開	<メニュー開発> ●————→	<メニュー・品揃え確定> ————→●	<販売データ分析> ————→●				
販売促進	<販促企画検討> ●————→	<フライヤー作成、配布> ————→●	<SNS開始> ————→●				
人事・労務管理	<採用準備> ●————→	<採用・教育> ————→●	<スタッフ会議> ————→●	<スタッフ会議> ————→●	<スタッフ会議> ————→●	<スタッフ会議> ————→●	※毎月20日スタッフ会議実施
財務活動	<資金調達> ●————→	<借入金返済> ————→●					