

2017/12/14

事業計画書

「親子で育む味覚情操教育のアカデミー開校」

株式会社 ikumi

I. 企業概要

1. 企業名等

代表者名	山田 弘
企業名・屋号	株式会社 ikumi
所在地	〇〇県〇〇市 1-1
設立年月日	2018年3月1日（予定）
資本金	1,400万円
事業内容	幼児教室 親子で育む味覚情操教育『テイスタングアカデミー』のプログラム提供

2. 経営者の経歴等

<経歴>	
・2009年3月	〇〇大学教育学部卒業
・2015年4月	幼児教育サービス〇〇カンパニー(株) 入社 教材開発部門に従事
・2016年4月	本社商品企画マーケティング部
・2018年1月	幼児教育サービス〇〇カンパニー(株) 退社
<資格>	
・2009年	小学校教員免許取得
・2009年	管理栄養士資格取得

3. 起業の動機

<p>・私は、幼児教育サービスの会社に勤務し、教材開発や商品企画マーケティングの業務を行っていた。大学では小学校教員免許の他に、管理栄養士の資格も取得していたことから、様々な食育の現場に携わる機会があった。そのような中、最近の食生活の多様化に対し、子供の食生活の乱れや味覚の鈍化が気になっていた。また、親もその対処に苦慮している様子が見られた。</p> <p>・そこで、改めて世の中の幼児教育のサービスを確認すると、個性を伸ばす教育が重視される傾向にあるが、味覚や嗅覚の発育をサポートすることに主眼をおいた教育機関は少ないことが分かった。</p> <p>・食べることはヒトにとって最も大切なことである。この事業を展開することにより、五感の教育では未開拓な分野である「味わいの分かる子供の育成」と「親子のふれあいといった新たな情操教育の場の提供」が可能であると考えている。</p>

II. 事業内容

1. ビジョン・目標

- ・「食べることの大切さ」を伝える味覚情操教育を浸透させたい
- ・3年後の売上 65,700 千円 営業利益 4,400 千円
- ・3年目に第2教室を展開する

2. 事業コンセプト

(1) サービス・商品の内容

・「室内プログラム」

内容：食材、調理技術の習得、食（和・洋）文化の理解、作法・テーブルマナー習得

開催：火 14:30～16:00 クラス、火 16:30～18:00 クラス

水 14:30～16:00 クラス、水 16:30～18:00 クラス

金 14:30～16:00 クラス、金 16:30～18:00 クラス 最大6クラス

・「屋外プログラム」

内容：農業体験、たけのこほり、山菜採り、味噌づくり体験、食品工場見学等

開催：土日祝日のイベント（希望者参加）

(2) ターゲット顧客

・「都市部の出店予定地の30分圏内（徒歩、バス、電車利用を含め）に居住する幼児、小学校低学年の生徒」

・「好き嫌いのない食事ができ、健康な子供に育てたいという考えを持つ親・家庭」

・「年収800万円以上の家庭の母親と子供」

(3) サービス・商品の提供方法・仕組み

・会員となる親には、「子供の味覚の向上やの健康の維持」、子供には、「楽しみながら健全な味覚の発達等を促進させる」といった視点からの食の教育プログラムを提供する。

・開催は月4回、室内プログラムとしてキッチンスペースのついた教室内で、子供に食に関する知識や食材の選択、加工技術を身に付けるための授業を展開する。

・味覚の記憶力の向上や味覚を言葉や文章で表現するなど、“絶対食感”の養成の独自トレーニングを行う。

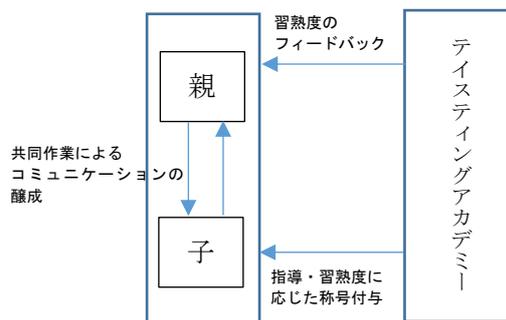
・会員親子と一緒に調理実習を行い、共同作業による親子間のコミュニケーションの醸成を図る。

・毎月1回の個別ミーティングで、講師が子供のプログラムに対する習熟度を親へフィードバックする。

・習熟段階に応じて子供達へアカデミー内における称号（段位）を付与し、競争しながら能力の向上を促進させる。

<お客様へのサービス提供モデル>

- ・外部講師（ゲストスピーカー）を招聘し、アカデミー内ではカバーできない専門的知識についての情報提供を行う。
- ・屋外カリキュラムとして、年間4～6回のプログラム（家族参加可）を実施する。
- ・屋外のカリキュラムは、WEBを活用した情報発信や事前申込を実施して、会員が手軽に参加できるような仕組みを提供する。



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>

- ・少子化により、一人の子どもにかかる教育費の増加や、女性の社会進出により共働きの世帯が増えたことで、家庭での教育環境が変化しており、幼児教育への関心は高まっている。子どもの可能性を引き出し、将来に向けての視野や選択肢を広げてあげたいと思う親は増加している。
- ・平成28年度「子供の学習費調査」文部科学省によると年間収入区分が上がるにつれて学習費総額が多くなる傾向がある。年収が400万円未満の世帯の場合、幼稚園では公立約20万円、私立約42万円、小学校では公立約23万3千円、私立約104万9千円であるのに対し、年収が800～999万円の世帯では、幼稚園では公立約28万円、私立約50万9千円、小学校では公立約37万1千円、私立約139万7千円となっている。
- ・幼児の習い事の内容は、成長年齢に応じて変化している。幼児期になると体操教室や英会話教室から、体力や自主性が身に付いてくるに従い、スポーツや音楽教室などへ通わせるケースも多い。また、小学校受験を考える家庭では、4歳を過ぎたころから受験対応型の塾へ通わせ始める。

(2) 競合の状況

- ・当アカデミーが出店を予定するa市中心部の半径5km圏内には、幼児教室が5教室（A、B、C、D、E）存在する。提供しているサービスは、お受験や芸術、語学の能力開発に関する教育である。月謝については、お受験系の教室が30,000～35,000円、能力開発系の教室が3,000～15,000円となっており、お受験系の教室のほうがやや高めの設定となっている。また、1回あたりの指導時間もそれぞれの教室で異なっている。

<<A教室>>

分類：お受験&能力開発（芸術・語学）系

特徴：小学校受験をメインとする教室である。並行してピアノと英会話の教室も行っている。受験指導の講師がピアノや英会話も指導していることから、ピアノや英会話のみを教える教室よりも専門性はやや劣るものと推測される。しかし、ピアノ

や英会話については小学六年生までを受け入れており、小学校受験後も一定数の生徒は、継続的にA教室に通っているようである。毎年12月にaホテルの会場を借りてピアノの発表会と生徒の家族を含めたクリスマスパーティのイベントを実施している。顧客との長期的な関係づくりに力を入れている印象である。

サービス価格（月謝）：30,000円/週一回、ピアノ・英会話は別途各15,000円/週一回

《B教室》

分類：お受験系

特徴：小学校受験専門の教室で全国展開している。a市の中心部で受験を目指す家庭は、ほとんどB教室に子供を通わせている。毎年、B教室を含め全校の合格実績を大々的に公開していることから、集客力は高いものと思われる。3つのクラス編成となっており、受験の準備段階や習熟度、年齢に応じた異なったカリキュラムを提供している。また、全国展開の強みを活かし、著名な講師の講演会で父兄に向けた情報発信を定期的に行っている。

サービス価格（月謝）：35,000円/週一回

《C教室》

分類：能力開発（芸術）系

特徴：本格的な音楽教室で、幼児から大人までピアノとバイオリンを教室内で教えている。C教室は音楽教室の協会に所属しており、生徒は協会で行われる技術検定や発表会への参加が可能と聞いている。親の転勤などで教室に通うことが困難になった場合も転居地エリアの協会加盟の教室の紹介や保有の検定等級の継続が可能なこともメリットとしてアピールしている。

月謝：15,000円/週一回 ※教材費、発表会の費用別途

《D教室》

分類：能力開発（料理）系

特徴：料理教室で、全国展開のクッキングスクールのキッズ版の教室である。基本的には会員の子供の参加となるが、会員外でなくてもスポット的な参加は可能であるが、その場合の料金は若干、割高の設定を行っている。ひな祭りやこどもの日、ハロウィンなどに合わせて教室を開催しているようである。

月謝：会員3,000円/月一回 会員外4,000円/月一回

《E教室》

分類：能力開発（学習・語学）系

特徴：幼児から小学校低学年を中心とする算数と英語を学べるフランチャイズチェーンの教室である。一回あたりの時間を生徒が集中できる40分として、指導時間が短いことが特徴である。

月謝：8,000円/週二回

(3) 自社・事業の強み・優位性

- ・食に関する豊富な情報量と幼児教育の現場に精通しており、年齢・味覚の発達に応じたプログラム展開が可能である。教材はオリジナルテキストであり、習熟度に応じて段階ごとに作成している。屋内においては調理の実習も行うことから、安全に配慮しながらも、幼児が上手く調理器具を使いこなせるよう、テキストや補助器具などの開発も行っていく。
- ・外部講師として招聘できる専門家との幅広いネットワークを有している。退職後も企業勤めの際の会社の同僚や取引先とも良好な関係であり、協力を得ている。また、現在でも定期的に情報交換を続けていることから、新たなネットワークも広がっている。
- ・能力開発系の教室でも数少ない味覚開発を主眼とするものである。生活の質を維持するためには、味覚は食に対する意識を高める重要な能力であり、この事業で提供するプログラムは、人生100年時代に必要な“健康寿命”を幼児の時から考える先進的な取り組みである。

4. 販売・仕入計画

(1) 販売計画

(単位:円、%)

営業年数	売上高	商品・サービス	部門別売上	割合
1年目	32,400,000	室内プログラム	28,800,000	88.9%
		屋外プログラム	3,600,000	11.1%
2年目	40,500,000	室内プログラム	32,400,000	80.0%
		屋外プログラム	8,100,000	20.0%
3年目	65,700,000	室内プログラム	54,000,000	82.2%
		屋外プログラム	11,700,000	17.8%

(1年目) 売上高 32,400,000 円

① 室内プログラム：16,200,000 円

平均会員数 160 人×15,000 円/月×12 カ月=28,800,000 円

② 屋外プログラム：3,600,000 円

平均参加人数 (家族含む) 60 人×15,000 円×4 回=3,600,000 円

(2年目) 売上高 40,500,000 円

① 室内プログラム：32,400,000 円

平均会員数 180 人×15,000 円/月×12 カ月=32,400,000 円

② 屋外プログラム：8,100,000 円

平均参加人数 (家族含む) 90 人×15,000 円×6 回=8,100,000 円

(3年目) 売上高 65,700,000 円

第1教室 (既存) 売上高 40,500,000 円

- ① 室内プログラム：32,400,000 円
平均会員数 180 人×15,000 円/月×12 カ月=32,400,000 円
- ② 屋外プログラム：8,100,000 円
平均参加人数（家族含む）90 人×15,000 円×6 回=8,100,000 円

第 2 教室（新規）売上高 25,200,000 円

- ① 室内プログラム：16,200,000 円
平均会員数 120 人×15,000 円/月×12 カ月=21,600,000 円
- ② 屋外プログラム：3,600,000 円
平均参加人数（家族含む）60 人×15,000 円×4 回=3,600,000 円

（2）販売促進・集客方法

・体験受講の実施

月 1 回、事前予約制による体験受講の受け入れを行う。体験受講では、通常の教室での屋内プログラムの内容のほか、親子で調理実習に取り組んでもらうことで、当アカデミーが大切にしている「共同作業による親子間のコミュニケーションの醸成」を感じてもらう。また、屋外プログラムの画像や動画（開校当初は訪問予定地のイメージを伝え、実績を重ね次第、実際の屋外プログラムで録画した内容や受講生の体験後の感想など）による紹介を行う。

・近隣住居へのポスティング、市広報誌の掲載

近隣住宅へのチラシのポスティングを実施する。その際、優先的に新興住宅エリアやここ数年でマンションが増加しているエリアに配布を行う。また、チラシの内容を家族でじっくりと読んで検討してもらうため、金曜日の夕方から土曜日のタイミングに合わせてポスティングを実施する。

また、新年度のスタート前のタイミングを含め、年 4 回、市が発刊する地域広報誌へ広告掲載を行う。

・フェイスブック、ブログを活用した発信

フェイスブック、ブログ等を活用して食や食生活に係わる情報発信、顧客とのコミュニケーションの場を設置する。日々のプログラムについての情報、屋外プログラムの日程の告知や事前申し込みのアナウンスに活用する。また、農業体験、味噌づくりなどの体験型のプログラムについては、当日の詳細情報を随時公開していくことで、集客を高めていく。

（3）仕入計画

・食材関係

仕入先名	所在地	割合	支払条件
------	-----	----	------

○△商事	○県○○市 1 - 1	50%	末々翌 25 日支払
○△食品 (株)	△県○○市 2 - 1	25%	末々翌 25 日支払
(株) ○○食品	×県○○市 3 - 1	25%	末々翌 15 日支払

・座学教材

仕入先名	所在地	割合	支払条件
○○カンパニー (株)	○県○○市 4 - 1	50%	末々翌 25 日支払
○○商事	△県○○市 5 - 1	50%	末々翌 25 日支払

※オリジナルテキストは自前で作成、仕入はサブ教材

5. 店舗・施設計画

(1) 出店エリアの状況

- ・出店予定地は○○県 a 市中心部。JR と地下鉄が利用でき交通のアクセスは良い。歴史的な建造物と街並みに合わせてお洒落なカフェやレストラン、雑貨店など様々な店舗が存在する。
- ・A 市の居住人口は約○○人で、中心部の△地区から数分歩くと閑静な住宅街が広がっている。
- ・A 市にはターゲット顧客とする年収 800 万円以上の家庭における 5~12 才の子供のいる世帯が○○世帯と推測される。

(2) 店舗概要

- ・JR と地下鉄の最寄駅から 10 分以内
- ・店舗や事務所のテナントビルの賃貸物件、2 階以上のフロアを予定
- ・面積約 264 m² (80 坪)、4 ルームを設置
1 ルーム 40 m²、2 ルーム 40 m²、3 ルーム (調理設備あり) 40 m²、4 ルーム (調理設備あり) 40 m²、休憩スペース 30 m²、事務所 30 m²、通路、他スペース 44 m²

6. 実施体制・人員計画

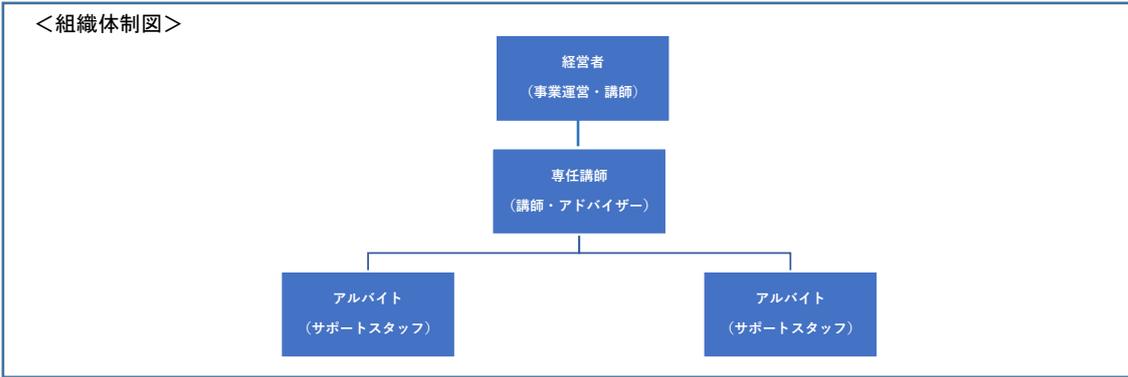
(人)

部署・担当	1 年目	2 年目	3 年目	備考
講師・運営	1	1	1	経営者
専任講師	1	1	2	経営者知人 (雇用契約済)
コーディネータ	2	2	4	アルバイト

※役員報酬は、600 万円を予定

専任講師は、600 万円を予定

アルバイト 12 万円×12 カ月×2 人=288 万円を予定。



Ⅲ. 数値計画

1. 投資・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	16,000	自己資金	14,000
	店舗保証金	1,600		
	機械装置	1,000	親族等からの借入	7,400
	器具備品	300		
運転資金	商品の仕入	500	金融機関からの借入	8,000
	開業の経費	1,000		
	その他	9,000		
合計		29,400	合計	29,400

2. 損益計画

(千円)

	1年目	2年目	3年目	備考
売上高①	32,400	40,500	65,700	販売計画参照
売上原価②	7,920	11,340	17,820	原価率 (室内 PG15%、屋外 PG60%)
売上総利益③ (①-②)	24,480	29,160	47,880	
人件費	14,880	14,880	23,760	
家賃	7,680	7,680	15,360	月坪 8,000 円×80 坪×12 カ月 (1年目) 月坪 8,000 円×80 坪×12 カ月 (3年目第2教室分)
減価償却費④	1,239	1,239	2,478	

その他	500	550	1,000	外注費、広告宣伝費等
販売費及び一般管理費⑤	24,299	24,349	42,598	
営業利益⑥ (③-⑤)	181	4,811	5,282	
営業外損益⑦ (支払利息)	108	84	915	800万円 (1年目) 5年返済 利率1.5% 3,000万円 (3年目) 10年返済利率1.5%
経常利益⑧ (⑥-⑦)	73	4,727	4,367	
法人税等⑨	29	1,891	1,747	経常利益に40%を乗じて算出
税引後利益⑩ (⑧-⑨)	44	2,836	2,620	

返済可能額 (④+⑩)	1,283	4,075	5,098	
借入金返済額	1,600	1,600	4,600	

※ 返済可能額 > 借入金返済額 1年目は返済可能額に自己資金を充当

IV. 実施スケジュール

実施項目	2018年				2019年		備考
	1月～3月	4月～6月	7月～9月	10月～12月	1月～3月	1月～3月	
開業設立	<設立登記等> →						
教室準備	<商圈調査・物件契約> <内装> →	<オープン> →					
仕入業務	<取引先開拓・契約> <仕入> →						
商品・サービス展開	<プログラム開発> →						
販売促進	<ポスティング開始> →	<体験受講開始> <SNS開始> →					
人事・労務管理	<アルバイト採用準備> →	<アルバイト採用・教育> →	<月例ミーティング> →	<月例ミーティング> →	<月例ミーティング> →	<月例ミーティング> →	※毎月20日月例ミーティング
財務活動	<資金調達> →	<借入金返済> →					