

なるとビジネスプランコンテスト 参加申込書

鳴門市長 殿

※団体の場合は、代表者についてご記入ください。

(フリガナ)		性別	職業
氏名 (法人名等)	(生年月日： 年 月 日)	男・女	
住所等	〒 Tel : () Fax : () E-mail :		
上記以外の 連絡先			
募集要項の注意事項 について (どちらかに○)	<input checked="" type="checkbox"/> 遵守します <input type="checkbox"/> 遵守しません		

※遵守しませんに○をされると応募ができません。

ビジネスプラン名	山間部の廃校を活用した「デザイン (美・癒)」×「カフェ (飲食)」 ×「月行事 (楽・遊)」を融合した暮らしの彩りを提供する事業
業種・業態	飲食業
事業開始 (予定) 年月日	平成 年 月 日

事業概要 (以下の各項目について記入して下さい。)

<p>(1) 事業全体の概要</p> <p>廃校の活用を行う〇〇市と連携し、デザイン (雇用・教育)、飲食 (集客)、教室 (活気再生、コミュニケーション) の3軸で、経営利益だけでなく、県や市、近隣の住民のみなさんにとっても役立ち、集まれる場所を目指す。</p> <p>どのような事業を行うのか? 簡潔にポイントがわかるように記載する。</p>

(2) 事業理念、当該事業計画に至った経緯・動機

【事業理念】

- ・経営方針について記載する

【経緯・動機】

- ・文章 or 箇条書きで、創業に至る経緯や準備にどのようなことをしてきたかを具体的に記載する
- ・創業は準備が8割と云われるように、どのように準備してきたかも記載する

(3) 当該事業に関する経験・知識・人脈

【経験・知識】

- ・事業に関わる経験を「どこで」「どのように」「何年間」したか?
- ・資格取得があれば記載

【人脈】

- ・事業実施に際しての事業パートナー・協力者・取引先・相談者を5名程度記載

氏名	肩書き、所属	関係、協力内容

(4) ターゲットとする顧客

【顧客ニーズ分析】

- ・本物志向が増大し、消費者の多くはパン屋といえば焼きたてパンのお店をイメージするくらいオープンフレッシュベーカリーが多くなってきている。これからのベーカリーは、顧客のニーズに合った、店独自の美味しい味のパンを焼きたてで提供することが重要である。
- ・また、健康志向（無添加志向）の高まりで安全性への関心が強くなってきているために、材料へのこだわりや使用材料の開示など、安全性のアピールも他店とのひとつの差別化になると考える。その他、ドリンクのあるイートインコーナーを店舗内に併設する形式の店も多くなってきている。
- ・近年、天然酵母への関心が高まっており、天然酵母は培養過程で一切の添加物を加えないという安心感と、酵母の種類によってパンに独特の風味が生まれるという工業的に作られたパンには無い奥深い魅力と美味しさがある。

【顧客層ごとへの販売方法】

	顧客層	対象地域	売上構成比
店舗販売	主に下記のような一般客 ・アレルギーの子を持つ母親。 ・健康志向の方。 ・サラリーマン・OL ・農作業中の休憩や昼食に。 ・一人暮らしの方。 ・学校帰りの学生	〇〇町内	85%
業務用	・飲食店・レストランへ業務用 ・会社の昼食・会議・お土産など	店舗から車で30分圏内	10%
OEM販売	加工品のOEM製造請負	徳島県内	5%

(5) 顧客に提供する商品・サービスの概要（予定価格があれば記述して下さい。）

【商品の特徴&説明】

- ・各種類ごとに原材料や塩分等を明記したパンの製造販売
- ・天然酵母2種（天然酵母で作るパンはリュスティックとヨーグルト酵母食パン）と(株)サラ秋田白神より業務用酵母1種、国産小麦粉5種を使用し、2～3日熟成させた小麦粉の深い味わい。
- ・粒あん・こしあん・クリーム等パンの副材料も全て店内で手作りをし、当店でしか食べられないパンを提供する。
- ・野菜は、徳島マルシェや地元〇〇町から仕入れ地産地消に取り組み、徳島県内の他のベーカリーではやっていない原材料表示をして、乳製品や卵アレルギーの方、または健康志向の方に対応する。
- ・徳島バーガーなど地元の良い素材を活用した、新商品を開発していく。

商品群	アイテム数	価格帯	商品説明・特徴・差別化ポイント
食パン	〇種類	円～円	・〇〇工法で作る事によりモチモチした食感が特徴 ・ハード食パンやソフト食パンがあり好みによって買い分けて頂くか両方とも買って頂き食べ比べてもらう楽しみ方も出来る。 ・今後、状況を見て高価格帯のリッチ食パンを提供予定
菓子パン	〇種類	円～円	・原材料にバターや卵・砂糖が入るため全体的に口溶けの良い柔らかいパンが多い。 ・乳製品アレルギー・卵アレルギーのお客様でも楽しめる商品としてバターの代わりに〇〇を使用して作った〇〇パン等を作る事でより幅広い方に提供出来る様にする。
惣菜パン	〇種類	円～円	・食事代わりに食べて頂ける商品からスパイスの効いたビールのおつまみになるパンまであるので幅広い楽しみ方をしてもらえるようにPOPで表示する。
サンドウィッチ	〇種類	円～円	・定番の卵サンド・限定のフルーツサンドや足赤エビとアボカドのサンドウィッチ等 ・季節を感じてもらえる様な商品を取り入れた品揃えを提供
加工品	〇種類	円～円	・加工品は250mlの瓶詰め冷蔵コーナーにて販売 ・店内で作る3種類のペーストをつけて食べて頂くと楽しみ方の幅も広がりより美味しく食べてもらえます。

(6) 当該事業の市場における新規性・独創性

新規性・独創性 =お客さんがロコミしたくなるネタを創り出す

1. 食材のこだわりは？
2. 調理法のこだわりは？
3. 人 自分自身が究極の差別化
4. 旬のものか？
5. 地域の特徴は？
6. 新たな商品、新たなサービスは？
7. トレンド
8. 社会性 地域のため、社会のためになるかどうか？
9. 課題解決性はあるか？

(7) 販売戦略 (販売方法・販売場所・流通経路・販売促進・PR方法)

【販売戦略・営業戦略】

「売上 = 平均客単価 (Ⅰ) × お客様数 (Ⅱ) × 月の来店回数 (Ⅲ)」

となるため、売上増加には、(Ⅰ) (Ⅱ) (Ⅲ) のそれぞれを向上させる戦略を下記のようにする。

Ⅰ：一人の購入単価増加	滞在時間、POP、高価格商品、魅力的な商品構成 (ここに来ないとなかなか受けられないサービスをする)
Ⅱ：顧客数 (新規) の増加	チラシ、FB、ブログ、徳島新聞 (情報とくしま)、口コミ、地域活動、看板、店舗づくり、雑誌、マスコミ
Ⅲ：来客回数/月の増加	ファンづくり、メルマガ、ポイントカード、金券、割引き特典、アンケート

【サービス戦略&販売促進戦略】 (今後、検討しながらテスト実施していく)

- ・店内環境は入口側は全面ガラス張りで見やすく入りやすい。店内には観葉植物を置き電球色の証明で落ち着いた雰囲気を出し、人が行き来できる十分なスペースを確保。作業スペースが見渡せ、パン作りが間近で見えるライブ感を出す。
- ・多種多様な種類のパンを作り、店の特色を出しながらもお客様の好みをデータ化し絞込みをする。
- ・タウン誌や折込チラシ、SNSを利用するが、焦らずに徐々にお客様を増やしていく展開をする。
- ・食パンは他店では1斤から販売なのに対し、好みの厚さで2枚より販売できることを表示し、主婦や一人暮らしの方に対応する。少量から買えるので家庭にける食材の無駄や食費の出費が抑えられる。
- ・原材料がひと目で分かる表示マークを使用し、安心して購入できるようにする。
- ・POPは常に工夫し、値段とともに原材料表示をし、健康志向やアレルギーが心配な方に対応する。
- ・気になる商品があれば試食してもらい、次回来店の際の購買につなげてもらう。
- ・(株)〇〇などの周辺企業との関係構築のためにも、地域企業向けの社員割引き (10%OFF) を実施
- ・〇〇町商工会と連携し、「〇〇ゼミ」にてパン教室を実施し、食育活動を行っていく
- ・町内の保育園・幼稚園・小学校・中学校に子供を通わせている保護者は「保護者メンバー」に登録いただければ、割引き10%の特典や来店スタンプ10回で食パン1個無料など特典を提供する
- ・保護者会、運動会など町内のイベントには積極的に協力し、パンを提供&販売する。
- ・季節のイベントに合わせた店舗内装・企画を実施していく。見て楽しい、店舗を目指す。
- ・地元特産品を使用した苺ジャムや天然はちみつを地元農家から仕入れ、パンに積極的に活用するだけでなく、店舗内にて加工品として販売も実施する。

◆今後、リピーターの方 (メンバーさん) の特典となるサービスを積極的に展開していくことで、他店に流れないようにロイヤルカスタマーになっていただく仕掛けを実施する。

検討例 1	メンバーさんは、毎週●曜日は、食パンが半額になる。
検討例 2	食パンの年間購入制度 (週1回の購入頻度で食パンが半額程度割引になる)
検討例 3	回数券10枚分の食パンが半額程度 (5枚分) の金額で購入可能

※食パンは原価率が約30%以内のため、半額で販売しても利益は出る。食パンの購入のために来店いただくことで他のパンのついで購入の促進を図る

(8) 事業の従事者

必要人員 () 人 うち新規雇用 () 人

(9) 当該事業に係る市場の将来性・成長性

【市場の特徴・立地の特徴・環境分析】

- ・日本における洋菓子の1人あたり年間消費支出は6,140円（船井総合研究所2010年マーケットサイズ表より）であり、徳島市内の人口約26万人として、約16億円の市場規模がある。
- ・また、徳島県内における洋菓子店は約144店舗あるが、・・・・・・・・・・・・・・・・。
- ・店舗の周辺（徳島市〇〇）は、〇〇小、中、高、大学が近くにあるので、・・・・・・・・。。。
- ・お客様のほとんどが車で来ることを想定しており、交通の便も良く、国道バイパスからのアクセスも見込める。（そのため、駐車場は〇台分を確保している）
- ・店の周りには、雑貨屋や家具屋、アパレル店、美容院などオシャレに敏感な女性が集まる店舗が多く、・・・・・・・・・・・・ターゲットとしている〇〇〇の来店が期待できる。

(10) 想定されるリスクと対処法

リスク1：ホームベーカリーの増加について

- ・近年、家電製品としてのホームベーカリーが人気であるが、こだわった小麦粉・天然酵母・塩・砂糖・バターなどの材料を安心した購入先を求めているニーズがあると思われる。また様々な配合やレシピ、かくし味など、専門店のノウハウを求めている意識の高い消費者が増えると予想されるため、そのような顧客ニーズに対応した商品を揃え、アドバイス&提供できるように心がけることでお客様との関係性や原材料の販売を実施することで対応する。

リスク2：競合店の増加について

- ・〇〇町の人口〇〇〇人に対してパン屋は5店舗（大型店舗内に2店舗、ロードサイドのパン屋が3店舗）と少なく、天然酵母を打ち出したパン屋はない。
- ・近年の大きな競合は、コンビニエンスストアになるが、コンビニや他店では買えない、天然酵母や店独自の美味しい味のパンを焼きたてで提供し、材料へのこだわりや使用材料の開示など、安全性のアピールすることで差別化になり、集客できると考える。

	オープン時刻	天然酵母	食パン	原材料表示	個包装
当店	7：30	一部使用	2枚より販売	有り	有り
〇〇パン	7：30	不使用	一斤より	無し	無し
ベーカリー〇〇	8：00	一部使用	一斤より	無し	無し
	10：00	不使用	一斤より	無し	無し

(11) 安定・継続・拡大のための事業展開予定 (例：支店、増員、システム導入など)	
初年度	<p>【開業準備】</p> <p>平成 25 年 10 月 開業準備のための検討開始</p> <p>平成 26 年 3 月 ○○町商工会へ相談、創業アドバイザーとの事業計画作成</p> <p>平成 26 年 9 月 店舗の改装開始</p> <p>平成 27 年 2 月～3 月</p> <ul style="list-style-type: none"> ○保健所などの許認可取得 ○オリジナル商品の開発 ○商品の製造・レシピ調整 ○店内ディスプレイ・商品レイアウト検討 ○チラシ作成 ○地域住民・会社・公共施設の方へ情報発信し、認知度を上げる。 ○ポスティング・折込チラシ・タウン誌、SNS の利用、また、人脈を活用して友人知人のお店や会社にチラシを置いて頂く。 ○アルバイトの雇用・研修 <p>【平成 27 年 4 月 開業後】 平成 27 年 4 月○日 正式オープン</p> <p>◆初年度目標：月平均売上 ○万円 (1 日平均 ○円×22 日)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○オープンセール ○POP は常に工夫し、値段とともに原材料表示をし健康志向やアレルギーが心配な方に対応する。 ○地域企業向けの社員割引 (10%OFF) を実施 ○○○町商工会と連携し、「○ゼミ」にてパン教室を実施し、食育活動を行っていく ○「保護者メンバー」の登録&割引き特典の実施 ○季節のイベントに合わせた店舗内装・企画を実施し見て楽しい、店舗を目指す。
2 年目	<p>◆2 年度目標：月平均売上 ○万円 (1 日平均 ○円×22 日)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○店舗運営を軌道にのせる ○生産工程の見直しを行い生産を上げる。 ○店舗の一部をギャラリースペースにし集客につなげる ○地元特産品を使用した苺ジャムや天然はちみつを地元農家から仕入れ、パンに積極的に活用するだけでなく、店舗内にて加工品として販売も実施する。 ○お客様の好みをデータ化し、商品の選定・絞込みをする。 ○定番商品を軸に、新商品季節商品生産し、提供する。 ○徳島バーガーの開発に着手。子供が食べやすい小サイズなど検討する。 ○保護者会、運動会など町内のイベントには積極的に協力し、パンを提供&販売する。 ○地域スーパーへの販売を検討 (様子をみながら取り扱い店舗を増やす)
3 年目	<p>◆3 年度目標：月平均売上 ○万円 (1 日平均 ○円×22 日)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○パン作り教室の実施 (定休日の活用) ○カフェスペースの設置 (イトインが可能) ○町内の企業・行事・イベントに積極的に協力して、藍住町内での認知度を高める ○地域の方向けにコミュニティスペースとして提供する ○新商品開発の検討案 (店舗運営が軌道に乗れば積極的に新商品開発を行う) ○パンに合う加工品 (ジャム・オイル) 開発 ○パンにかけるふりかけなど、新たな食べ方の提案 ○古代米など新たな食材を使用した米粉パンなど

(12) その他アピールポイント等

- ・〇〇創業セミナーへ参加
- ・〇〇創業塾を修了
- ・〇〇ビジネスプランコンテスト出場
- ・〇〇展示会出展

※補足資料等があれば適宜追加してください。

※(1)～(12)欄が不足する場合は別紙でも可。

収支計画（開業後3ヶ年）

		初年度	2年目	3年目
売上高内訳	(サービス・商品名)			
	ランチ	3,500	4,000	4,500
	ディナー	4,000	4,500	5,000
	ドリンク	1,500	1,800	2,000
	持ち帰り・弁当事業	0	1,000	2,000
売上高計 ①		9,000 千円	11,300 千円	13,500 千円
売上原価（仕入・製造）②		3,000 千円	3,164 千円	3,645 千円
売上総利益（粗利） ③=①-②		6,000 千円	8,136 千円	9,855 千円
経費内訳	(経費項目)			
	人件費	1,500	2,500	2,500
	家賃	1,200	1,200	1,200
	水道光熱費	960	960	960
	通信費	120	120	120
	交通費	120	120	120
その他、雑費	600	1,000	1,000	
経費計 ④		5,000 千円	5,900 千円	5,900 千円
営業利益 ③-④		1,500 千円	2,236 千円	3,955 千円

※今回の新規事業のみを記載してください。

開業時にかかる資金計画概算

資金需要			資金調達	
種別	項目	金額 (千円)	項目	金額 (千円)
設備資金	店舗改装	4,000	自己資金	3,000
	厨房機器	3,000		
開業当初 運転資金	人件費 (3ヶ月)	375	金融機関借入	5,175
	家賃 (3ヶ月)	300		
	仕入れ (1ヶ月))	300		
	ホームページ作成	200		
その他				
合計		8,175	合計	8,175

※資金需要と資金調達の合計額は一致させて下さい。