

加藤瑞樹・長谷川萌々子・山田万由子
「お米食べ比べ食堂～運命のお米、うんめえ～」



関西大学商学部主催
関西大学ビジネスプラン・コンペティション
KUBIC2023「学生の力」応募用紙

※この欄には何も記入しないでください

①この応募用紙の外枠の書式・大きさを変更しないこと。②この応募用紙の欄外への記入や追記資料、2ページを超えるページは審査対象外とする。③「ビジネスのイメージ図」以外は手描き不可。④ビジネスプランの名称に略語等を使用する場合は、読みを付記すること。⑤審査員には白黒コピーが渡される。⑥その他、KUBICホームページのFAQも参考にすること。

応募	応募部門	本選会対象	企業賞対象	テーマ記号	協賛企業名
○	テーマ部門	○	○	SK3	センコーグループホールディングス株式会社
	自由応募部門	○	—	—	—

↑いずれかに○を記入すること

↑テーマ部門の場合、テーマ記号と企業名を記入すること

1. ビジネスプランの名称 (フェースシートと同じプラン名称を記載してください。)

※テーマ部門のテーマをそのまま記入しないこと。あなたが考えた独自のプラン名称を記入してください。

お米食べ比べ食堂

2. ビジネスプランの概要

1) 概要: あなたが提案するビジネスはどのようなものですか。(400字程度)

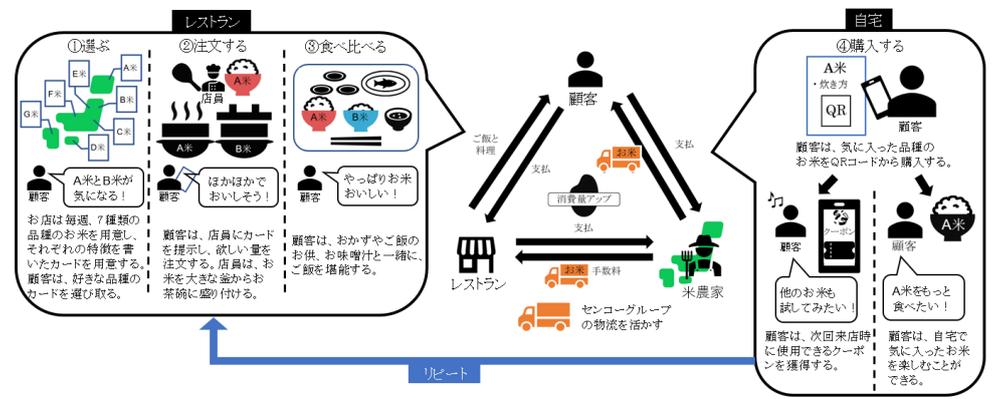
日本人は皆、お米が好きだ。たしかに近年、お米の消費量は低下してきている。お米にこだわりを持つ人は少なく、調理が簡単なパンや麺類が好まれる傾向があるのだ。ライフスタイルの多様化が進む中で、お米は影を潜めていつている。しかし、日本人は皆、お米を愛しているはずだ。そこで本施策では、顧客が全国のお米から自分で選んだ品種を食べ比べ、お気に入りのお米を見つける中で、お米の魅力を再認識してもらうことを目的とするレストランを提案する。お米は週替わりで毎週7種類程度用意する。店は、その日に食べられるお米の特徴を書いたカードを用意する。顧客は、気に入った品種のカードを選び取り、お茶碗の半分～お茶碗大盛の量から選び注文する。選んだ品種のお米と共に、おかず、ご飯のお供、お味噌汁を提供する。食べた品種のお米が気に入った顧客は、最初に選んだカードに記載されたQRコードを用いて、米農家から直接お米を買うことができる。顧客がQRコードから飛んで購入すれば、店には米農家から数%の利益が入る。

2) 類似ビジネス: 類似するビジネスにはどのようなものがありますか。(200字程度)

類似ビジネスは2つある。まず、白米を主役とし数種類から選んで食べられるという点で、恵比寿にある「米福」が類似している。しかし、米福は1合単位での注文が基本であり、食べ比べを意識したビジネスではない。また、少量のお米の食べ比べができる点で、オンラインで販売されているお米食べ比べセットが類似している。しかし、自宅で同時に炊いて食べ比べすることは困難であり、お店で提供されて品種ごとのお米の違いを感じられる本施策とは異なる。

3. ビジネスのイメージ図: どのような顧客に対し、誰がどのように関わるビジネスですか。

※図のみ手描き可。必要に応じて補足説明文も記入してください。



4. 市場の特徴

1) 標的となる顧客:このビジネスのターゲットとなる顧客は誰ですか。(200字程度)

本施策の主な標的顧客は、お米は好きだが、時間や手間を惜しんで、お米を食べることにこだわらない人である。本施策は、手間をかけることなく様々な種類のお米を堪能し、全国規模で自分のお気に入りの品種を見つけられる点で、標的顧客の需要を満たすものである。また、お米の魅力を感じた顧客が、QRコードから簡単にお気に入りのお米を買う機会を与えることもできる。さらに、週替わりで用意されるお米の産地が変わるため、別の品種も試したい顧客の再来店を促す。

2) 市場の魅力度:その市場の将来の規模や成長率はどうか。(200字程度)

米は、2000年以上前から全日本人に食べなじみのある食品であるため、あらゆる世代の客を期待できる。また、食べ比べをコンセプトとした飲食店は流行しており、丼やスイーツの食べ比べは若者によってSNSに多数投稿されている。お米に興味がある顧客が広まることにより、お米へのこだわりが全くない人の来店も期待できる。そして、本施策を通してより多くの人々のお米に対する関心を高めることで、お米の消費量を増やし、お米の未来を切り開くことに貢献する。

3) 競争状況:市場での競争相手にどうやって勝ちますか。(200字程度)

競争相手は、おいしいお米を提供することが目的の高級和食店である。しかし、本施策はお米の特徴をアピールし、顧客に食べ比べてもらったうえで、気に入ったお米をすぐに購入できるという点で差別化を図っている。また、客がカードを手にとって選ぶといった楽しさが、和食のお店の格式の高さを和らげてくれるため、お店に気軽に入りやすい。さらに、センコーグループの持つ流通のノウハウが最大限に発揮されることで、全国からお米を取り寄せるコストを低減できる。

5. 採算計画

1) 事業を開始するために必要な費用を説明してください。(100字程度)

初年度は、店舗の保証金や内外装工事費、厨房設備の費用が必要となる。また、固定費として、店舗の家賃、減価償却費が、変動費として、原価、人件費、水道光熱費、販促費、通信費、その他雑費が必要となる。

2) 事業開始後5年間の売上高、変動費、固定費および利益を予測し、それぞれの金額を以下の表に記載してください。

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
売上高	1,323	4,134	4,134	6,944	6,944
変動費	▲926	▲2,894	▲2,894	▲4,722	▲4,722
固定費	▲1,448	▲823	▲823	▲823	▲823
利益	▲1,051	▲634	▲217	1,182	2,581

3) 上記2)にもとづき、事業開始後5年間の利益推移の理由を簡潔に説明してください。(100字程度)

1年目はアーリーアダプター(消費者の上位16%)、2、3年目はアーリーマジョリティ(消費者の上位50%)、4、5年目はレイトマジョリティ(消費者の上位84%)への普及が起る期間として、売上費および変動費を計上した。

6. 調査方法・参考文献:参照資料を示し、プラン作成の際にどのような調査を行ったかを説明してください。

①お米の消費量や関心についての現状について、インターネットを用いた調査を行った。

・お米の1人当たり年間消費量はピーク時の半分以下になっている一方で、9割以上の回答者がお米は「好き」と回答した。(PRTIMES HP参照)

②採算計画について

・売上高予測は、年間で席数30×回転数5×客単価1,500円×365日=8,213万円となった。イノベーター理論を考慮し、初年度はアーリーアダプターまでの16%、2～4年度まではアーリーマジョリティまでの50%、5年目はレイトマジョリティまでの84%で計算した。

・変動費は年間で、原価を売上高の30%、人件費を売上高の25%、水道光熱費を売上高の5%、販促費を1～3年目は売上高の5%、4～5年目は売上高の3%、その他雑費を売上高の5%で計上した。

・固定費は、家賃年750万円(25坪)、減価償却費年50万円、内外装減価償却費(厨房費の減価償却を含む)年23万円、保証金625万円円で、初年度合計1,448万円を計上した。

③参考資料

センコーグループホールディングス株式会社HP (<https://www.senkogrouphd.co.jp/>) / 米福HP (<https://www.ebisu-komefuku.com/>) / 旅色HP FUKU CAFE 鳥島店(<https://tabiro.jp/gourmet/s/309924-tosu-fukucafe/>) / 八十八屋HP(<https://okome88ya.jp/>) / 飲食店ドットコムHP(<https://www.inshokuten.com/>) / 店舗内装工事見積り比較com(<https://tenpo-naisoh.com/hiyou.html/>) / HANJO TOWN HP(<https://tenpo.casio.jp/column/detail005.html/>) / 名古屋の建築デザイン 設計事務所HP(https://www.tototo.biz/staffblog/restaurant_kitchen_equipment/) / GMORESEARCH HP(<https://gmo-research.jp/>) / PRTIMES HP 消費量が減っても日本人はお米好き(<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000490.000080271.html>)