

九州観光ビジネスプランコンテスト 2023

事業計画書

提出日 2023年 10月 31日

| | | | |
|----------------------|-------------|----------|----|
| 学校名 | イデアITカレッジ阿蘇 | | |
| 学部・学科名 | グローバルITビジネス | | |
| チーム名 (個人参加の場合は任意) | Asopean | エントリーNo. | 47 |

| | | | |
|--------|--------------------|--------|------------|
| 携帯電話番号 | ●●●● - ●●●● - ●●●● | E-mail | ●●●●●●●●●● |
|--------|--------------------|--------|------------|

チームの紹介(任意項目)

私たちのチームは、現在阿蘇にある専門学校で観光ビジネスを学んでいる学生3人です。国籍(日本、トルコ、ミャンマー)や年齢が異なりますが、阿蘇を盛り上げたいという気持ちで共通しています。更に、自分たちの学校で学んでいる観光ビジネスを教室の中だけではなく、学んでいる知識を活かして実際に企画を立ててみたいと思っております。

1. 取り組みテーマについて(なぜこのテーマに取り組んだのか)

① 取り組みテーマについて

当プロジェクトは阿蘇地域に焦点を当てています。阿蘇は、自然、地質学、屋外活動に興味を持つ観光客にとって非常に人気のある目的地として知られています。この地域は、世界最大級のカルデラを中心にしています。このカルデラ内には、今も噴火を続けている中岳や草千里などの観光名所があります。多くの外国からの訪問者にとってハイキングの魅力的な場所としても知られており、その魅力は多くの外国人観光客を引き寄せています。阿蘇には美しい火山の風景を楽しむためのドライブコースがあります。阿蘇ミルクロードと阿蘇パノラマラインは、そのような風景を楽しむための人気のあるルートとして観光客に愛されています。

《添付資料①: 阿蘇の景色を参考》

阿蘇では農業も行われており、この地域の肥沃な火山土壌は、米、野菜、穀物などのさまざまな作物の生産に適しています。この独自の特性により、阿蘇は世界農業遺産に指定されており、年間を通じてさまざまな農業祭りやイベントが開催されています。これらのイベントは地域の農業の歴史を紹介し、訪問者に地元の文化と食べ物を体験する機会を提供しています。

《添付資料②: 阿蘇の農業を参考》

② 現在の課題

現在、海外からの観光客向けのツアーを提供する際、ヴィーガン(菜食主義者)の存在が大きな課題として浮かび上がっています。ヴィーガン料理は準備と提供が難しく、観光客の満足度に影響を与えるだけでなく、観光業者にも大きな負担となっています。現在、インバウンドの需要が高まっている中で、ヴィーガン料理の提供に関する課題を解決することは、観光業者の負担を軽減し、旅行者により質の高いサービスを提供できる可能性を秘めています。これにより、ビジネスの持続的な成長が促進され、地域全体にポジティブな影響を及ぼすと期待されます。このため、私たちはヴィーガン料理のビジネスを立ち上げることに決定しました。

2. 課題解決に向けた新たなアイデアについて

【コンセプト】

ヴィーガンレストランで旅行客の満足度向上と地域回遊率の増加

- 阿蘇地域にヴィーガンレストランを設立し、地元の新鮮な食材を使用したヴィーガンメニューを提供することで、ヴィーガン旅行者の満足度を高めます。

- ヴィーガンレストランが地域の観光アトラクションと連携し、食事と観光を一体化させることで、地域の回遊率を

増加させます。ヴィーガンレストランから各種観光ツアーへの接続を提供します。

① 阿蘇ヴィーガン郷土料理レストラン

- 阿蘇地域のヴィーガン料理を特徴とした郷土料理レストランを設立します。これにより、地域の伝統的な料理をヴィーガン仕様で提供し、観光客に地元文化の一端を紹介します。
- 期間限定のヴィーガンメニューを提供するレストランを開設し、季節や地域の特産物を活用して新しい料理体験を提供します。これにより、リピーターや季節に合わせたメニュー提供が可能となります。

② ヴィーガン郷土料理の卸販売&EC販売

自社のヴィーガン料理を阿蘇の観光業者にセントラルキッチンのように卸販売をし、ヴィーガン対応のノウハウがない観光業者でもヴィーガン対応が出来るようにします。
卸販売のメニューをECでも販売し、売上拡大及びリピーターを獲得します。

③ ヴィーガン視点で阿蘇を深く知れるツアープログラムの実施

観光客に向けて、栄養学に関するワークショップや世界農業遺産の認定を受けた阿蘇の農業の現場見学とヴィーガン料理を組み合わせたツアープログラムを実施します。

これらのアイデアを実行することで、阿蘇全体のヴィーガン旅行者の受け入れ体制を強化し、阿蘇全体の観光業にプラスの影響をもたらします。

3. 九州や地域社会への影響について

新たなアイデアが九州および地域全体に及ぼす効果について：

① 誘客と地域活性化

- ヴィーガンレストランとツアーを結びつける新しいビジネススタイルは、九州全体における観光客を増加させます。ヴィーガン料理を提供するレストランは九州ではまだ数が少ないため、ユニークな観光スポットとして新たな顧客を九州に取り込み地域の観光業を活性化させます。

② 農作物のアピールと可能性の拡大

- 九州地域の新鮮で地元産の野菜をヴィーガンメニューで使うことで、これらの野菜の認知度向上を図りつつ、新たな料理への可能性を広げます。地元農家にも利益を還元でき、産地への誇りも高めます。

③ 多文化共生の推進

- ヴィーガンレストランは国籍、性別、年齢など、異なるバックグラウンドを持つ人々を引き寄せ、共通の食事体験を提供することで、地域社会のダイバーシティ&インクルージョンを高める役割を果たします。

④ 環境への意識の高まり

- ヴィーガンレストランを通じて、動植物の生産および関連する環境問題に対する意識が高まります。持続可能な食事選択と環境への配慮が強調され、地域全体で環境への意識が高まります。

4. 事業化に向けたビジネスモデルについての具体的な紹介

【ヴィーガンレストランの年間収支】

ヴィーガンレストラン開業の費用は初期投資500万円ほどを見込んでいます。
年商は年間で約1,500万円ほどで100万円の利益が見込めます。

| 収支 | 区分 | 項目 | 単価 | 個数 | 小計 | 備考 |
|-----|--------|----------|------------|-----------|--------------|---|
| 収入 | 飲食販売 | 飲食店売上 | 690,000 | 12ヶ月 | 8,280,000 | 平日：平均単価2,000×10人/日×12日/月 土日：平均単価2,000×25人/日×9日/月 |
| | | 卸売上 | 450,000 | 12ヶ月 | 5,400,000 | 平日：平均単価1,500×10食×12日/月 土日：平均単価1,500×20食×9日/月 |
| | EC販売 | 60,000 | 12ヶ月 | 720,000 | 3,000円×20件/月 | |
| | その他 | イベント・ツアー | 50,000 | 15回 | 750,000 | 参加費5,000円×10名 |
| | 収入計 | | | | 15,150,000 | |
| 支出 | 施設設備運用 | 建物家賃 | 70,000 | 12ヶ月 | 840,000 | 空き家を賃貸 |
| | | 建物改修・機材費 | 1,000,000 | 1式 | 1,000,000 | 500万を5年間で回収想定 |
| | 飲食原価 | 食材費 | 15,150,000 | 30% | 4,545,000 | 販売額総額の30% |
| | | 水道光熱費 | 30,000 | 12ヶ月 | 360,000 | 水道代、電気代、ガス代 |
| | 人件費 | シェフ人件費 | 250,000 | 12ヶ月 | 3,000,000 | 月額25万円 |
| | | アルバイト人件費 | 120,000 | 12ヶ月 | 1,440,000 | 1,000円×6h×10日×2人 |
| | | 法定福利費 | 4,440,000 | 20% | 888,000 | 人件費総額の20% |
| | その他 | 広報PR費 | 50,000 | 12ヶ月 | 600,000 | WEBサイト運用、広告等 |
| | | その他管理費 | 100,000 | 12ヶ月 | 1,200,000 | 消耗品、管理費等 |
| | 支出計 | | | | 13,873,000 | |
| 収支計 | | | | 1,277,000 | | |

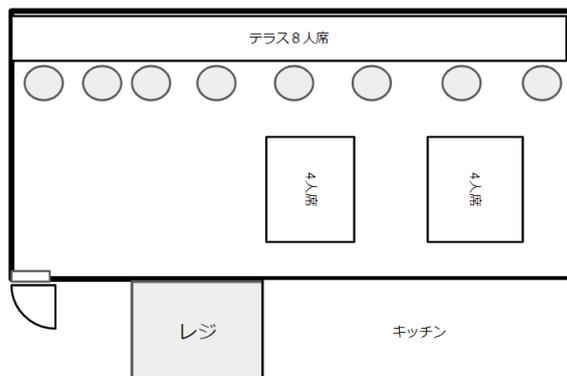
【ターゲット戦略】

台湾半導体大手TSMCが熊本に進出することを受けて阿蘇エリアでも台湾からの観光客が急増しています。台湾ではヴィーガンが増えており彼らをメインターゲットとします。しかし、新型コロナや国際情勢の影響もあり海外旅行者だけをターゲットにするのはリスクがあるので、「完全なベジタリアン、ヴィーガンではない人」をサブターゲットとし、国内からのお客様やヘルシーな料理が好きな人もターゲットに入れ売上の安定化を図ります。

【店舗想定】

店内は約20坪、テーブル席2卓、テラス8席を考えています。席数はシェフ1名＋アルバイト1名でも回せる規模感とし、人材難の時代において初期の経営リスクの最小化を考えています。

テラスは阿蘇の景色が十分に見渡せるように設計することで、解放感を出し、より多くの集客に繋げることが出来ると考えます。



【メニュー・ツアープログラム】

阿蘇食材をふんだんに使ったメニューやツアープログラムを提供します。詳細は添付資料に記載しています。

《添付資料③：Asopeanを参考》

【プロモーション戦略】

WebサイトやSNS(海外のアクティブユーザーも上位に入る、Facebook、Instagram、TikTokを想定)の運用などのデジタルマーケティングを活用します。

5. 事業化後の目標、継続可能性や将来のイメージなどについて

① 地域社会への貢献

－ヴィーガンビジネスというこれまでになかったビジネスを成功させることで新たな雇用機会を提供し、地域経済を刺激します。また、環境保護への貢献も行います。

② 農業へのプラスの影響

－ヴィーガン観光ビジネスを成功させて、地域の農業生産者のビジネスの成長に繋がります。例えば、ヴィーガン食材の生産・販売量の増加やエシカルな産業としてのイメージアップ、その結果若者の就農や新たな技術開発などプラスの効果をもたらします。

③ 九州各地への拡大

－阿蘇でヴィーガンレストランと観光ツアーのモデルを成功させた後、同様の事業を九州各地に横展開することを目指します。各地にヴィーガンレストランがあることで、ヴィーガン観光客が安心して回遊できる九州を実現させます。