

学生プランシート

団体名	
所属学校 <small>※複数校にまたがる場合は 代表者の所属する学校</small>	金沢工業大学

1 提案プランのタイトル・概要

タイトル	地元の食材を活かしたカフェの展開 (地元食材カフェ)
プランの概要	ビジネスプランを簡単に説明すると地元の食材を生かしたカフェを展開するというものです。具体的には地元の農家などに協力していただき、加賀野菜や魚を直接仕入れさせていただき、季節ごとに旬な地元の食材を使って料理などをサービスとして提供します。地元民や観光客、外国人などをターゲットとし訪れたお客さんに地産地消の大切さや地元の食材のすばらしさを伝えることを目標とします。また提供する料理の中にヘルシーなランチを提供することで主婦層の獲得、カフェとしてのおしゃれなデザートやドリンクの提供で若い層の獲得も目指していきます。またマーケティングは新聞やテレビなどの地元のメディアや、自分たちでInstagramやXなどのSNSで紹介します。またイベントなども頻繁に開催することによって新規顧客の獲得を目指します。

2 プランを思いついたきっかけ・背景

地域の農業や漁業を支援し地元経済を活性化させることを目的としている。また、地元の食材の素晴らしさを広めることで地域の魅力を再発見し、観光客や地元住民に新たな価値を提供することができる。さらに、地産地消の取り組みを通じて環境への負荷を減らし持続可能な社会の実現に貢献することも目指している。

3 プランの目的・ねらい

地元経済の活性化：地元の農家や漁師との協力を通じて地域経済を支援し地元の産業を活性化させることを目指す。

地域の魅力発信：地元の食材を使った料理を提供することで地域の魅力を広く発信し、観光客や地元住民に新たな価値を提供する。

健康志向のメニュー提供：ヘルシーなランチやおしゃれなデザートを提供することで、主婦層や若い層の顧客を獲得する。

持続可能な社会の実現：地産地消の取り組みを通じて環境への負荷を減らし持続可能な社会の実現に貢献する。

4 企業の特性の活用方法

地域のネットワーク：地元の農家や漁師との強固なネットワークを活用し新鮮で高品質な食材を安定的に供給する。

地域密着型のマーケティング：地元のメディアや SNS を活用して地域密着型のマーケティングを展開し地元住民や観光客にアピールする。

イベントの開催：地元の食材を使った料理教室や試食会などのイベントを頻繁に開催し新規顧客の獲得とリピーターの増加を目指す。

独自のブランド力：地元の食材を使ったカフェという独自のブランド力を活かし、他店との差別化を図る。

5 プランの対象や顧客（＝商品・サービスを販売する場合のターゲット）

ターゲット顧客は大きく分けて地元の方々、国内から来た観光客、外国人観光客の3つに分けることができる。

地元の方々には主に主婦層をターゲット都市平日のランチタイムで集客を考える。

国内外の観光客は食べ物を目当てに旅行に来た観光客をターゲットとし観光客ということ踏まえ休日に集客しようと考えている。

6 プランの実現化に向けて

<p>必要な経営資源 (ヒト、モノ、 技術・ノウハウ)</p>	<p>技術ノウハウ：調理技術、経営ノウハウ、接客スキル</p> <p>ヒト（人材）：シェフ/調理スタッフ、サービススタッフ、マネージャー、地域の農家との関係性</p> <p>モノ（設備・備品）：家具・インテリア、食器・カトラリー、厨房設備</p> <p>必要費用</p> <p>店舗賃貸料、内装費用、設備費用、初期在庫費用、人件費、マーケティング費用含め約 500 万～1000 万ほどかかると予想される。</p>
<p>実現に向けて 考えられる課題 (ハードル（障 害）やリスク）と 対処方法</p>	<p>どのように固定の客をつくるか</p> <p>↳SNS を活用しカフェの魅力を発信する。地元の食) を使った料理の写真やカフェの雰囲気伝える投稿を行い新規客の獲得を狙う。固定の客を作るためにポイントカードやスタンプカードの導入を行う。また SNS やメールマガジンを活用し、特典やクーポンを提供する。</p> <p>初期費用をどうするか</p> <p>↳クラウドファンディングや地域自治体や国の補助金・助成金を活用する。</p>
<p>情報発信の方法</p>	<p>新聞やテレビなどの地元メディアや、自分たちでインスタグラムやXなどの SNS で紹介をしてマーケティングを行っていく。またイベントなども頻繁に開催することによって新規顧客の獲得を目指す。</p>
<p>スケジュール、 今後の発展性</p>	<p>今回上げたビジネスは地元のテレビや新聞などのメディアとインスタグラムやXなどの SNS で大きく宣伝して集客をすることができるので成長率はとても大きくなるのではないかと推測できる。また一度きたお客さんの一部を固定客として確保することができれば将来の規模は大きくなり、いくつかの系列店を出すところまで行けるのではないかと考える。</p>

7 調査、ヒアリング結果

<https://kumamoto-tsukigi.com/media/cases-food/>
<https://a-sh.co.jp/service/region-brand/>
<https://www.postas.co.jp/makesmiles/2767/>
 これらのサイトを参考にしました。