

経営計画入力（様式2）—補助事業計画—

[操作時の注意事項および一時保存方法について](#)

- 経営計画で入力いただく文字数は、最大10,000文字程度（※Wordファイル8枚（文字サイズ10.5、写真・表の挿入あり））としてください。
- 具体的な内容については、経営計画の記入例をご確認ください。

1. 企業概要

1-1.自社の概要 必須

【概要】

当店は、2017年に創業し、こだわりの珈琲豆を丁寧に焙煎して販売している。

地域住民や若い世代のお客様が多く、「他の珈琲店では味わえない」と好評をいただいている。

【立地場所】

最寄り駅から徒歩30分、高速にも近くはないが、ロコミにより、地域外からの来客数も年々増加している。

開店当初は地域内のみのお客様だったが、現在では全体の約2割が地域外からの来店となっている。

【主な商品】

- ① コーヒー豆（550円～/100g） 粗利益約50%
- ② コーヒーバッグ（140円～/1個） 粗利益約60%
- ③ 贈答用セット商品（990円～15,000円/個） 粗利益約30～40%
- ④ コーヒーグッズ（790円～5,900円/個） 粗利益約30～35%

入力済: 313 / 最大: 4000

1-2.現在の売上・利益の状況 必須

見出し3					
【売上状況】					
事業別の売上等 (単位：千円)					
事業	メニュー	売上高	売上総利益	売上シェア	客単価
(1) 店舗事業	・ コーヒー豆の販売 ・ コーヒー豆加工品の販売 ・ 贈答用セット商品の販売	6,000	3,000	62.6%	約2,000円
(2) オンライン事業	・ コーヒー豆の販売 ・ コーヒー豆加工品の販売 ・ 贈答用セット商品の販売	3,580	1,560	37.4%	約3,000円
各商品の売上等					
	売上総額の大きい商品		利益総額の大きい商品		
1位	コーヒー豆	320万円	コーヒー豆		210万円
2位	コーヒーバッグ	300万円	コーヒーバッグ		160万円
3位	贈答用セット商品	230万円	贈答用セット商品		138万円

入力済: 466 / 最大: 4000

1-3.經營課題 必須 ?

現在、1人の従業員と1人のアルバイトを雇用し、3名体制で来客対応やオンラインでの注文受付、梱包作業、発送作業などを行っている。そのため、今後来客数や売上を増やすにあたり、人員の確保が必要となる。また、新型コロナウイルスの影響による営業自粛から立ち直るため、2つの銀行から〇〇円の借入れがあり、毎月●●円の返済をしている。雇用を増やすにしても人件費が賄えないため、販路開拓等による売り上げの確保が急務である。

入力済: 205 / 最大: 4000

2.顧客ニーズと市場の動向

2-1.市場の動向 必須

<コーヒーマーケット全体について>
 ①日本におけるコーヒーマーケットの消費量は増加傾向にあると判断できる。(出典：〇〇)
 ②コーヒーマーケット消費量のうち、インスタントコーヒーマーケット、レギュラーコーヒーマーケット、その他(缶コーヒー等)を比較すると、従来はインスタントコーヒーマーケットの需要が高かったが、年々レギュラーコーヒーマーケットの比率が高まってきている。
 ③昨今ではコンビニコーヒーマーケットの消費が増えてきており、各店のコーヒーマーケットは手回りがけたことでのコーヒーマーケットが売れているため、コンビニのコーヒーマーケットとは市場が異なることがわかる。

入力済: 229 / 最大: 4000

2-2.顧客ニーズ 必須

【店舗事業】

2023年売上高ベースの顧客の居住地を分類すると、近隣のA市、B市、C町で約9割を占める。

A市：
⇒店舗事業において、80%以上がA市に居住する顧客である。
⇒人口に対する顧客数の割合は、約40%である。

B市：
⇒店舗事業において、B市に居住する顧客の割合は、わずか6%に留まる。
⇒人口に対する顧客数の割合は、約0.3%と非常に少ない。

C町：
⇒店舗事業において、C町に居住する顧客の割合は、わずか4%に留まる。
⇒人口に対する顧客数の割合は、約0.6%と少ない。

以上により、B市、C町での当店の認知度はまだ低く、今後販路拡大の余地がある地域と言える。

<店舗事業での販売品の特徴>

- ・コーヒー豆とコーヒーバッグの売上だけで、60%を構成している。
- ・早い時期になるとコーヒー豆とコーヒーバッグの売上構成比が下がるが、代わりに水出しコーヒーの売上構成比が上がるため、全体としての営業利益は低くなる。
- ・贈客用セット商品が売上構成比率の30%を占めている。
- ・贈客用セット商品は単価が高く、営業利益率も比較的高いため、店舗事業において重要である。

【オンライン事業】

90%以上が県外からの注文であるため、県外からも多くの需要があることが分かる。

<オンライン事業で販売品の特徴>

- ・贈客用セット商品の売上構成比はわずか10%であり、店舗事業と比較すると非常に低い。
- ・贈客用セット商品は単価が高く、営業利益率も比較的高いため、オンライン事業において重要。
- ・オンライン事業における贈客用セット商品の客単価は5,000円である。

入力済: 659 / 最大: 4000

3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強み・弱み

3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強み・弱み

- 強み
 - 顧客第一のサービス
日々のお客様からの意見やニーズを反映させるよう、商品の改良に尽力している。
 - 品質の高いコーヒー豆
高品質なコーヒー豆のみを扱うことにより、顧客から「香り」「味」に高い評価を得ている。
 - 手間暇をかけた焙煎
業務用焙煎機を使い、コーヒーの産地に合わせて温度管理と時間を調節しながら焙煎を行う。
加えて、焙煎前と焙煎後に欠点豆を手で取り除く選別作業を行う。
 - 充実した増客用ツール商品
贈客用の箱を10種類（小さいものから大きいものまで）用意しているため、顧客の予算などに応じて、様々な組み合わせが出来る。
- 弱み
 - 商品価格の高さ
原材料の高騰の影響もあるが、高品質な商品を提供するための手間、拘りによりどうしても商品そのものの価格を上げなければならない。
 - オンライン事業に関する知見
オンライン事業に関する知見が乏しく、最新のECサイトのトレンド情報を把握できる環境や人材が不足している。そのため、競合他社と比較してオンライン事業のサービス競争力で遅れるリスクがある。

入力済: 431 / 最大: 4000

4.経営方針・目標と今後のプラン

4-1.經營方針・目標 **必須**

段落 ▼ B I @ ¶ ≡ ▾ ▴ ☰ ☷ ☹ ☶ ☸ ☺ ☻ ☼ ☽ ☿ ♂ ♀ ↺ ↻

コロナの影響で自宅での時間が増えて、手間・暇をかけたコーヒーの香味的に需要が高まっており、オンライン事業を通してより販路拡大を行う。
併せて店舗にも足を運んでいただき、本物のコーヒーを体験していただきたい。

入力済: 102 / 最大: 4000

4-2. 今後のプラン 必須

①新規顧客の獲得により売上増を目指す

コロナ禍以前は順調に増加傾向にあったが、2020年4月から非常事態宣言が発令されて以降、店舗事業の顧客数は減少し、売上は大きい月で50%以上減少した。一方で、オンライン事業においては、顧客数及び売上が増加した。いわゆる「巣ごもり」によるものと考えられる。

店舗事業、オンライン事業の直近2年間の売上増上率を比較すると、店舗事業10.5%、オンライン事業19.0%となっており、オンライン事業による増加率が著しい。売上増の要因は、新規顧客の増加で、前年比15.0%となっている。店舗事業においては前年比9.5%と減少したが、近隣市・町には開拓の余地があると考えられる。

②卸売業に挑戦し、大都市圏への販路拡大を遂行（長期のプラン）

新たな販路拡大に取り組み、具体的にいうのは、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県、広島県、福岡県、熊本県、鹿児島県において卸売営業を実施する。コーヒー豆の卸売、オリジナル商品の製造など幅広く取り組み、広告宣伝費、旅費交通費、販売価格のディスカウントなどが発生するため、年間の営業利益は減少するが、長期的な事業拡大を遂げる事業に位置付けられる。

入力済: 507 / 最大: 4000