

社会文化体験演習（キャリア分野） 事業計画書

1. 団体名： Smile F LAOS
2. 団体の所在地： 〒112-8606 東京都文京区白山 5-28-20
3. 連絡先： 08036936572【代表 大島真理子】
4. 事業名： ラオスコーヒーの製品化と販売を通じた生産者地域の支援事業
5. 団体の理念：

ラオスのコーヒーの販売によって、フェアトレードを広め、
ラオスの子どもたちがよりよい生活を送れるようなきっかけ作りへ。

6. この事業が必要とされる背景

昨年の12月に箕曲在弘助教の指導の下、ラオスのコーヒー農園へ約10日間滞在し、家計調査やワークキャンプを行った。現メンバーの一員である3年生6人と2年生がラオス南部チャンパサック県パクソン郡にあるコーヒー農園に行き、現地の農家の方々に直接インタビューしたり、実際のコーヒー栽培の流れなどを観察したりした。このフィールドワークを通じ、現地の方々のコーヒー栽培に対する熱意や思いなどを知ることができた一方で、成功をしたコーヒー農家の誇りや、改善された家庭の状況を目の当たりにし、「今さらわたしたちにはどのような支援ができるのだろう」という疑問にぶつかってしまった。

そこで生まれた新しい関心の対象が、ラオスの「子ども」である。インタビューを通じて出会った子供たちの笑顔がとても純粋で、無垢であることがとても印象的であった。しかし、衛生状況はままならず乳幼児死亡率は1000人あたり42人で193カ国中55番目に多い*。特に私たちの調査をしたパクソン郡では未だ健康上の理由により、中途退学や進学を断念する教育環境があり、子どもが積極的に学ぶことのできない事情があった。

そこで私たち学生の方で、ラオスのコーヒー農家の作った上質なコーヒーを販売することにより、ラオスの子どもたちの関わる教育環境を少しでも良くする支援を行いたいと考えた。そこで、フェアトレード学生団体の1つとして、Smile F Laosという団体を立ち上げ教育の環境の改善に寄与する以下の事業を実施することとなったのである。

*http://memorva.jp/ranking/unfpa/who_2012_neonatal_infant_mortality_rate.php

[2014/06/09]

7. 事業の目的

- ① ラオスコーヒーを日本で販売することで、フェアトレードに馴染みのない東洋大学生や、白山の地域においてラオスやフェアトレードの名前をより身近に感じてもらうことにある。
- ② ラオスの将来を担う子どもたちのために、コーヒーの売上の一部を使い簡易浄水器を購入

し、小学校に設置し、子どもの衛生環境を改善する手助けを行う。

※ 今年度の活動をきっかけとして、自分たちは教育施設という観点から子どもたちの生活環境に関わる支援を広げていくこと、ラオスの子どもたちは自分の国の発展に興味を持ってもらうことで大学や学校の就学率を上げ、コーヒー農園やラオス全体の生活環境をラオス人の力でより良くすることが将来的なビジョンである。

8. 事業の実現手段

[浄水器設置事業]

コーヒー販売から得られた利益を 12 月のスタディツアーで持参し、ラオス国内にある簡易浄水器業者から購入可能な台数を購入する。その後、同事業を行ってきた Jhai Coffee House や Jhai Café 農業協同組合、パクソン郡教育局と一緒に、小学校のうち数か所を選定し、浄水器を設置する。

持参する金額の目標 (予定) $2500 \text{ 円/台} \times 10 \text{ 台} = 25000 \text{ 円}$

(1 台 5000 円の浄水器を 75~80 校に設置するうちの 10 台分をサポート)

※浄水器 1 台のうち 2500 円は現地の学校に資金を出してもらうようにする。ここには私たちは半額をサポートし、もう半額は現地住民に提供してもらうことで、設置への責任感を持ってもらう意図がある。

※浄水器を設置する際、ただ物を置くだけではなく、小学校で衛生教育を行うなど何らかのアクティビティを実施する予定である。

※浄水器の輸送費は売上金のなかから拠出する予定。



写真 1 簡易浄水器

[コーヒー販売事業]

ラオス産のアラビカ・ティピカ豆を (株) オルター・トレード・ジャパン (ATJ) から購入し、(株) 流通サービスにおいて焙煎してもらう。製品のパッケージやブレンドなどの内容は学生主体で決め、完成した製品は、白山キャンパス内や白山周辺の小売店、あるいは独自に開催する年 5 回のイベントなどで販売する。

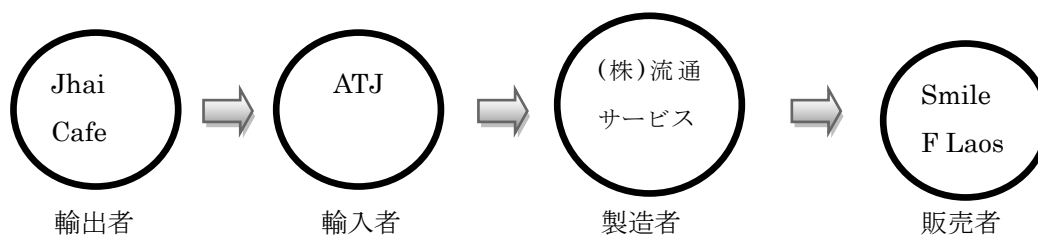


図 1 コーヒー豆の流れ

一方、販売数を上げるために、フライヤーやSNSでの広範囲へ活動の情報を拡散し、その際、フェアトレードやラオスにおける教育の現状や課題などの調査結果も伝える。

活動時間は毎週月曜 5、6 限とし、毎週各班のミーティングと意見交換の時間にあてる。また、土日のイベントへの参加、販売日など、授業時間外の活動も不定期に行う予定である。11 月末の会計報告を毎年度の締めとし、次年度は年度末の話し合いによって、方向性、支援する内容、班などを再編することとする。

9. 事業実施に向けたリサーチの結果

競合優位性

● **品質面** 東南アジアの内陸に位置するラオスで栽培されたコーヒー豆を使用する。ラオスの上質なコーヒー豆は、1910 年代後半フランスによってもたらされたアラビカ種ティピカが代表的で、香りが豊かで上品な酸味と甘味を持つといわれている。手入れが難しく栽培場所を選ぶティピカであるが、最近になり主に高級品向けとして栽培が進んでいる。

私たちは、ラオス南部ボラベン高原（標高 900～1300m）の豊かな自然の中で栽培されたこのアラビカ種ティピカを使って、独自の焙煎とブレndingを施し他社製品とは一線を画す上質なコーヒー製品を開発する。

● **コスト面** 現在、生産する事が決まっている焙煎豆 200g は 800 円で販売する。この価格を他社製品と比較すると、スターバックスのブレンドコーヒー250g は 1050 円であったり、ドトールのロイヤルブレンドコーヒー200g は 910 円であったりと、大きな差はなくより手を伸ばしやすい価格設定となっている。また「フェアトレード商品」であるというブランド感と「学生生活動」によって製造されたというプレミアム感は、800 円という価格以上の価値がある。

また、学内や学園祭、イベントで売り出す際にはプロジェクトメンバーが中心となって販売するので人件費はかからない。販売方法が商品価格に影響しないことも魅力のひとつである。

コーヒーの他社比較

スターバックス	ブレンドコーヒー	840 円 / 200g あたり (1050 円/ 250g)
ドトール	ロイヤルブレンドコーヒー	910 円 / 200g
Smile F LAOS	コーヒー (予定)	800 円 / 200g

● **立地条件面** 主な市場として販売活動を行う文京区白山は、東洋大学との繋がりが深く、古くから学生生活動が行われてきた地域であるため、商店街や個人商店とのコンタクトがとりやすく、協力を仰ぎながら活動しやすい。

さらに白山は比較的地価が高く、東京都の中でも 9 番目に入る高級住宅街のひとつである（土地代データ）。このため住民は高級志向が強く、上質な商品を求める傾向が強いと考えられるので、私たちが作る上質なコーヒー製品の指向とマッチしている。

また、強力な競争相手となるスターバックスやドトールといった大手チェーン店が、一軒もないというのも立地条件としては最適である。白山周辺地域には個人経営のカフェが多数あり、落ち着いた店内と上質なコーヒーを使っている点が特徴的である。そのようなコーヒーへの強いこだわりを持つカフェと連携し、利用者を獲得していく。

市場アクセス

● **価格戦略** 現在、生産することが決まっている「焙煎豆 200g」は 800 円で販売する。しかし、学内カフェや学園祭などで販売する際には、学生の手が届きやすいように挽き豆 100g を約半額で販売することが計画されており、消費者の需要と製品価格を細かくすり合わせる事によって収益を確保していく。

● **コミュニケーション戦略** コミュニケーション戦略として、「広報」と「イベントの開催」を挙げる。

① 広報： プロジェクト HP、Twitter、Facebook、You tube での動画の公開という 4 つの柱を基盤とし、公表するターゲットを定めてイベントや活動報告を行う。

② イベント開催： 来場者やコンセプトによって販売目的と活動報告目的を使い分け、ラオスの調査発表なども行う。イベントの 2～3 週間前には重点的にフライヤー・リーフレットの配布活動を行うこととする。

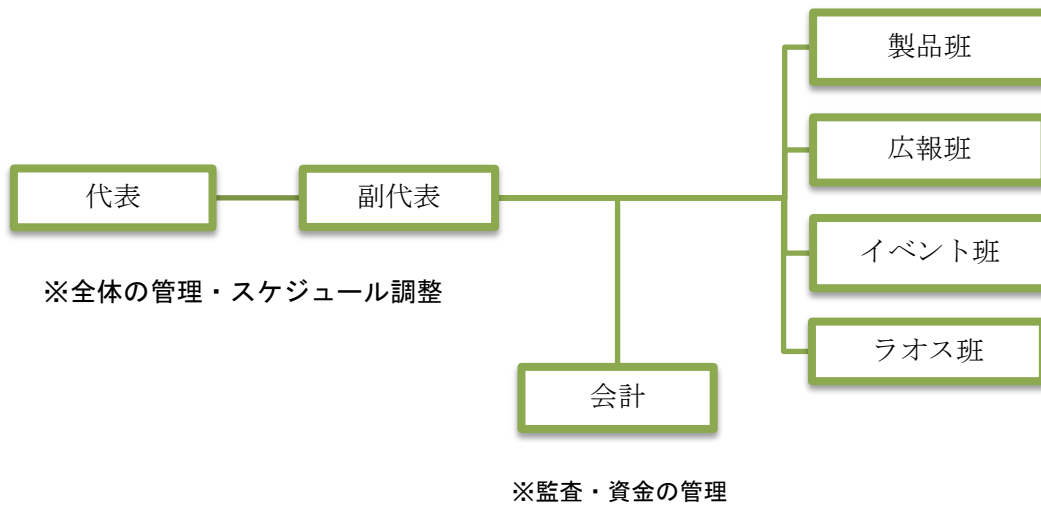
● **流通・販売戦略** 8 月から製品・販売班は白山周辺のカフェに事業計画書を持参し営業を行い、委託販売契約を結ぶ。提携先は 2、3 件を目標としており、現実的な計画を持ち込み丁寧な説明をすることで、お互いに利益を得られる契約を結ぶ。

製品化された商品は一旦、箕曲先生の研究室へ配送され、8 月から本格的な販売に移る。販売場所はカフェの他に、学内販売やフェアトレード関係のイベントでの販売も企画しており、そちらの運営はイベント班が取り行う。またイベントの際には、学生が手に取りやすい限定商品を製造したいと考えている。

経営プラン

● **仕入れ・生産計画** ATJ より 30kg 麻袋入り、アラビカ種ティピカ 2013/14 ニュークropp を 29250 円で購入する（仕入れ）。一方、(株) 流通サービスに、200g の豆を 7 月に 50 袋、9 月に 50 袋発注する（清算計画）。11 月前にすべて売れた場合は、再度、30kg の麻袋を ATJ に発注し、100 袋の生産を (株) 流通サービスに依頼する。

● **人員・組織計画** 代表副代表に加えて、製品班、広報班、イベント班、ラオス(教育)班、会計を設置



ラオス滞在経験のある 3 年生が 2 年生を引っ張る形で、モチベーションを高めながら、今年度の 2 年生がたくさん残ればかなりやりやすくなるを考える。

- **成長・拡大戦略** 今年度は浄水器を現地の小学校や中学校に送るという目標を進めるが、来年度は現地のラオスの方やラオスにいる外国の支援者とコンタクトを取ることで、自分たちよがりではない現地の立場に立った環境改善や問題提起を行う。今年度、来年度は活動の基盤を作る作業と平行に行うが、数年のビジョンとしては他の学生団体や学内のサークルとも提携、学生全体の活動など関わりを広げていくとともに、新しい取り組みを取り入れながら活動の長期的な維持、最終的に東洋大学内に貢献のできる活動にしていきたい。

リスクと解決策

● 想定されるリスク

[イベント関連]

- ① イベント自体の来客が少ない。

競合：時期にもよるが、外での販売だと雨天なども影響される。土日だともっと大きなイベントがある可能性がある。

- ② 製品が売れない（興味を持ってもらえたとしても）

競合：学校外の他団体（特にフェアトレード団体）や手軽に手に取れる屋台にお客さんが集中する可能性がある。

[学園祭]

- ① 認知度の低さから訪れる人が少ない

競合：東洋大学の他団体/他サークル（校舎は目的がないとほとんど入らない）

● 対処方法

[イベント関連]

- ① 来客が少なくても購入者を確実に取る工夫。雨なら雨限定の POP 作成や、個人的に話をすることで購入に繋げる工夫をする。自分の身近な友人たちに客として連れてくる。
- ② 周りの屋台を常に観察するとともに、コンセプトを周りとは変えながら販売する。フェアトレード団体ばかりならば、カフェ・コーヒーを売るという方向にシフトする等。

[学園祭]

- ① 認知を上げるその以前の活動を行う。プレイベント、細かいイベントの効果。販売活動や認知度調査、少し「下らない」コメディタッチの広報活動でも、学生や他団体が興味を示す可能性がある。先生方にも積極的にイベントのお誘いを心がける。

※今年度は、試飲は行わず、あえて活動の拡散の場にする可能性がある。

10. 今年度の事業計画

4月	プロジェクト立ち上げ、班分け
5月	団体名決定、企画書、事業計画書作成
6月	(株)流通サービス訪問、出資金集め、活動1期予算案作成
7月	HP開設、ロゴ、パッケージ作成、製品完成、おひろめイベント開催
8月～9月	販売先交渉(白山周辺)、館林イベント(群馬)参加、生産者イベント(東京)参加
10月	学祭準備
11月	学祭(2日、3日)参加、カフェイベント開催、決算、会計報告
12月	スタディツアー開催(12月末)(浄水器の設置やワークショップ開催)
1月	報告書作成、来年度のメンバー立ち上げ
2月～3月	立ち上げ準備

11. 期待される成果

- ① 簡易浄水器を小学校に設置することによって、ラオスにおいていまだ整っていない清潔な水へのアクセスを向上させ、子どもたち衛生環境が整うことが期待できる。
- ② 子どもたちに綺麗な水と教育の大切さを伝えるワークショップを行い、子どもたちの衛生や教育に対する意識向上が期待できる。
- ③ 販売目標達成に加え、広報活動やイベントの開催によってフェアトレードという概念が、東洋大学や白山周辺で定着することが期待できる。

12. 必要となる融資額の総額

借入金項目	金額
出資金(総額)(希望)	¥50,000

支出予定項目	金額
生豆購入費（30kg）※	¥29,250
焙煎加工費（送料込）	¥ 6,210
イベント関連費	¥14,540
合計	¥50,000

※ラオスティピカ・ピーベリー2013/14 ニュークropp

i <http://www.tochidai.info/>