

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： 000-000-0000【代表 松永理沙】
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

本団体「Smile F LAOS」は、箕曲在弘専任講師（当時助教）の指導の下、2014年度発足。ラオス産のフェアトレードコーヒー豆を自ら製品化、そして販売し、フェアトレードについて多くの人々に広めることを目的とし活動している。また、その売上の一部を利用し、ラオスの子どもたちに何かできることはないかと考え、支援事業を行っている。

昨年度はラオスでの子どもたち向けの読み物不足という問題を少しでも解決するべく、団体オリジナルの絵本を5種類製作することに決定した。それらの本を、ラオスの小学校4校を含むその他公的団体に寄贈するとともに、子どもたちに対して絵本に関するワークショップを行った。私たちは、このワークショップを通じて子どもたちと絵本を読む楽しさやおもしろさを共有することはできたが、その一方で、子どもの周りには大人は絵本を読むことに対してどのような認識を持っているのかという点について疑問を持った。したがって次年度は、このような現地での経験を活かした活動を行いたいと考えた。

そこで、今年度私たちは、ラオスでの読書普及促進活動を行うことに決めた。この活動では、すでにこれらの活動経験のある団体、1「ラオスのこども」のご指導・ご協力のもと、小学校教員との読書に関する情報共有の場となるようなワークショップを行い、今後子どもたちが読書をする機会をより一層増やしていくことが目的だ。この普及活動を行う際には、複数の絵本の寄贈と各小学校への本棚の設置も同時に行う。

私たちは学生の力で、前年度同様にラオスのコーヒー農家がつくった上質なコーヒー豆を販売し、ラオスコーヒー農家がより豊かな生活を送れるよう手助けするとともに、ラオスの子どもたちへの教育環境の改善の寄与として以下の事業を実施することにした。

1 ラオスのこども <http://homepage2.nifty.com/aspbtokyo/>

7. 事業の目的

- ① ラオスコffee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 製品販売の売り上げ利益の一部を利用し、読書普及促進活動として、読書に関するワークショップを行うと同時に絵本の寄贈と本棚の作成・設置を行う。

8. 事業の実現手段

[読書普及促進活動]

コーヒー販売から得られた利益を12月決算時点で確定し、利益のうち一部を、読書普及促進活動マニュアルの作



[h](#)

写真 1 ラオス語絵本

<https://speed-books.com/>

設置予定

小学校 4ヶ所 (10冊ずつ)

制作費の目標 (予定)

絵本購入費 : 1250 [円] × 40 [冊] = 50,000 [円]

マニュアル本作成費 : 2500 [円] × 4 [冊] = 10,000 [円]

本棚作成費 : 2500 [円] × 4 [個] = 10,000 [円]

合計 70,000 [円]

[コーヒー販売事業]

ラオス産のアラビカ・ティピカを (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いただく。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、また年 5 回の外部イベントの参加や、年 3 回の学内企画イベントなどで販売を行っていく。

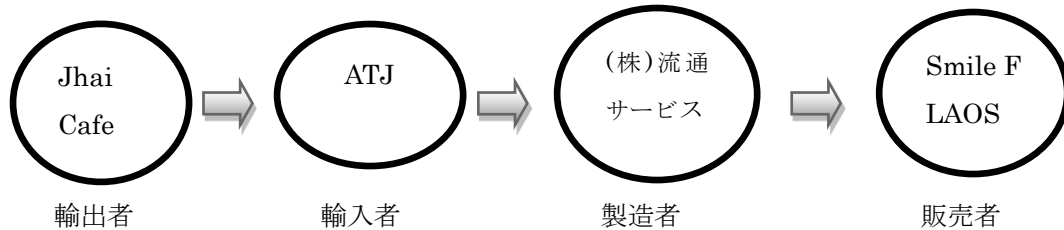


図1 コーヒー豆の流れ

一方、販売数を上げるために、フライヤーやSNSで活動の情報を発信し、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。

活動時間は毎週金曜 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。12 月頭の会計報告を毎年度の締めとする。

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、自分たちで決めた焙煎度合での焙煎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。

コーヒー豆は通常ひとつの実の中に2つの豆（種）が平らな面を向かい合わせにして入っている（平豆）。しかし、稀に1つしか入っていない場合があり、これをピーベリーという（丸豆）。

ピーベリーという木や品種があるわけではなく、ピーベリーは通常1つの実の栄養を2つの豆で分けるところを1つの豆が栄養を全て吸収するため、香りやコクもその分多いのではないかとされている。ピーベリーが出来る原因は、異常交配・その年の降雨量・日照状況・実のなる位置などの諸条件があげられるがはっきりとした原因はわかっていない。

ピーベリーは1つのコーヒーの木に約5%の確率でしか存在しない。貴重な種類のため、価格は同じ品種の平豆より少し高めである。ピーベリーは平豆より小粒なため、日本では栄養不足の豆と言われ、あまり流通していないが、珍しさや香りやコクの良さで国外では珍重されている。我々は、他のコーヒー製品との差別化、自団体製品に付加価値をつけるため、「上質」をコンセプトにする。高品質なピーベリーを100%使用することで競合優位性を図る。

● **コスト面** 現在、取り扱っている製品 200g は 800 円で販売する。この価格を他社製品と比較すると、スターバックスのフェアトレード (FT) コーヒー250g は 1,231 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、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 FT コーヒー	985 円 / 200g あたり (1,231 円/ 250g)
ドトール ロイヤルブレンドコーヒー	910 円 / 200g
Smile F LAOS FT コーヒー	800 円 / 200g

● **製品内容面** 現在は 100g と 200g の豆と粉を取り扱っている。100g は初めて製品を手に取り人や他にも様々な種類を飲む人にとって試しやすい量であり、200g はコーヒー愛好家や大量消費する人に丁度良い量である。粉は手間をかけずすぐ飲みたい人や最小限の器具で楽しみたい人向け、豆は挽きたてを飲みたい人や時間をかけてコーヒーを淹れる愛好家向けであり、あらゆるニーズに対応できるような展開をしている。今後もニーズに対応した製品を考えてゆく。

● **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。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、白山周辺地域では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。その一方で、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。そこで、私たちはコーヒーを扱う店舗と提携し、利用者を獲得していく。

市場アクセス

● **価格戦略** 現在取り扱いの製品、焙煎挽き豆 100g は中煎り／深煎り両種とも 500 円、200g は中煎り/深煎り両種とも 800 円で販売する。さらに消費者のニーズに合わせ、1 杯 200 円でのドリンク販売も積極的に行う。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 での広報や Youtube での動画の公開を行い、媒体メディアに応じてターゲットを定めてイベントや活動報告を行う。

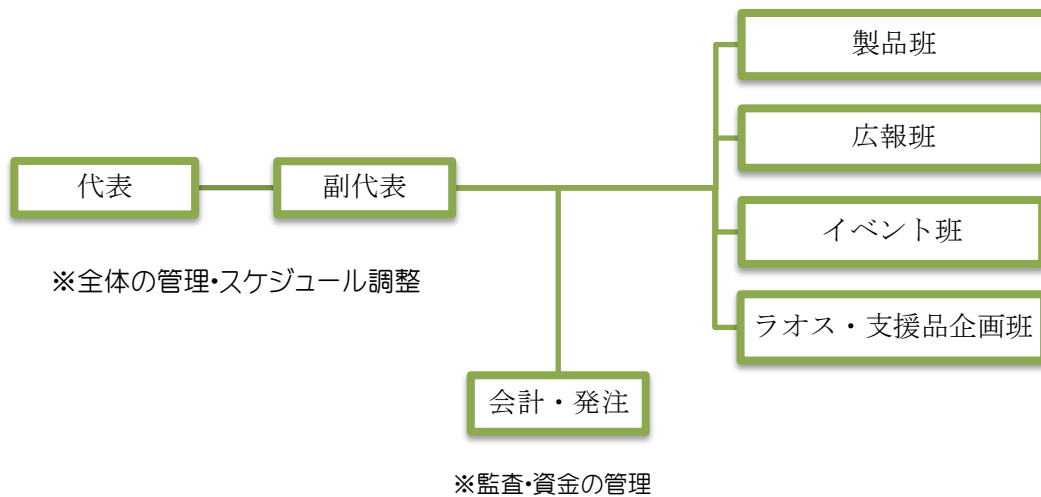
② イベント開催： 来場者やコンセプトによって販売目的と活動報告目的を使い分ける。イベントの 2～3 週間前には重点的にフライヤー・リーフレットの配布活動を行うこととする。

● **流通・販売戦略** 製品化された商品は一旦、箕曲先生の研究室に配送され、決起会以後本格的な販売にうつる。8 月から製品班は白山周辺の店舗に事業計画書を持参し営業を行い、買い取りまたは委託販売契約を結ぶ。昨年度提携した「白山エリティエ」は今年度も継続し、さらに新規提携を 2～3 件増やすことを目標としており、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。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行う。

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）。年度初回発注として 7 月（株）流通サービスに、200g、100g の深・中煎りコーヒーを発注する。イベント時にはその分必要な量の製品の発注を行う。（清算計画）。

● **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・支援品企画班、会計・発注を設置



ラオス渡航経験のある 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、活動を展開していく。

● これまでの成果

[平成 26 年度] 浄水器を現地の小学校に設置することを目標に活動を行った。第 2 期から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えるよう活動に取り組んだ。第 1 期・第 2 期では、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。

[平成 27 年度] 前年度の「ラオスの小学校への支援」という思いを踏襲しつつ、さらにラオスの子どもたちには何が必要なのかといった観点からオリジナル絵本を 5 種類制作し、ラオスの小学校に寄贈することを目標に活動を行った。また、積極的に他団体との関わりをとり、次年度以降の活動において提携できる環境を築く。第 1 期に引き続き、基盤づくりを主として活動を行い、その中で達成することができなかった委託販売などに取り組み、更なるフェアトレードと Smile F LAOS の認知拡大を目標に活動を行った。

[平成 28 年度] 団体として 3 年目を迎える年、製品方面に力を入れ新たな製品作成に努める。製品作成は 6 月を目途に行い、新 2 年生とともにコンセプトを決定して作成を行う。また、白山周辺以外にも製品設置店を確保し、店舗販売での収益を上げる。また、第 2 期での経験を活かし、ラオスでの読書普及促進活動を行うことに決めた。他団体のお力添えのもと、更なるフェアトレードと Smile F LAOS の認知の拡大を図る。

●成長拡大戦略

[平成 29 年度]第 4 期目となり、新しい風が吹く中でこれまでとは違った新たな販売方法や商品を企画・実行する。また、前年度に引き続き、積極的な他団体との協力や幅広く活動が行えるような環境づくりに徹底し、更なるフェアトレードと Smile F LAOS の認知拡大を図る。

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：他イベントとの同日開催による来客減少や、地元での定期開催によって来客数が固定化してしまう問題。

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 販売効率の低下

競合：東洋大学の他団体やサークル（校舎は目的がないとほとんど入らない）

[目標設定額]

① 目標設定としている金額に届かない

競合：コーヒー販売における他団体の存在、他学生支援団体の存在

● 対処方法

[イベント関連]

① 広報によるイベント情報の告知をすることや、イベントに来てくださる人との関わりを大事にし、次につなげられるような工夫をする。

② 事前情報を予め収集したうえで、他の販売団体の私たちとは異なる特色を観察し、コンセプトを客層と合わせながら販売を行う。フェアトレード団体ばかりならば、コーヒーを売るという方向にシフトする等。

[学園祭]

① 販売活動や認知度調査、親しみやすい広報活動によって、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を告知する。

10. 今年度の事業計画

4月	新メンバー加入、班分け、活動引継ぎ、
5月	事業計画書・企画書作成
6月	(株)流通サービス訪問、
7月	キックオフ開催、販売先交渉
8月～9月	夏合宿、映画祭出店、北区グルメフェス出店
10月	あかぎマルシェ出店、学際準備
11月	学際(2日間)参加、キッチンカー出店、
12月	学内販売、決算・会計報告スタディツアー実施(12月末)
1月～2月	報告書作成
3月	立ち上げ準備

11. 期待される成果

- ① 読書普及促進活動の実施や、読み物が少ないラオスの小学校に絵本を設置することによって、文字を読むことでの学習意欲向上が期待できる。
- ② 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ラオスという国やフェアトレードという概念が、東洋大学や白山周辺で認知されることが期待できる。

12. 収支予定表

目標利益：10万円

販売時期：2016年7月～2016年12月

・各イベントの販売量と売り上げ

イベント	販売形式	販売量	売り上げ
7月 キックオフ	製品	18kg	78,600円
8月 映画祭	製品+ドリンク	4.6kg	35,200円
9月 北区グルメフェスティバル	製品	9kg	39,000円
10月 赤木マルシェ	製品	3kg	13,000円
11月 白山祭	製品+ドリンク	9kg	71,000円
11月 キッチンカー販売	ドリンク	1kg	20,000円
12月 学内販売	製品	14kg	62,000円
イベント外販売	製品	29.2kg	124,800円
営業販売	製品	7kg	30,000円
合計		94.8kg	473,600円

・各イベントの製品販売個数

	中煎り 100g 粉	中煎り 200g 粉	深煎り 100g 粉	深煎り 200g 粉	中煎り 200g 豆	深煎り 200g 豆
キックオフ	32袋	27袋	34袋	20袋	5袋	5袋
映画祭	4袋	9袋	4袋	4袋	3袋	3袋
北区グルメフェスティバル	15袋	10袋	15袋	10袋	5袋	5袋
赤木マルシェ	5袋	4袋	5袋	4袋	1袋	1袋
白山祭	15袋	16袋	15袋	6袋	4袋	4袋
キッチンカー販売	0袋	5袋	0袋	0袋	0袋	0袋
学内販売	35袋	30袋	25袋	15袋	5袋	5袋
イベント外販売	40袋	40袋	40袋	40袋	13袋	13袋
営業販売	10袋	10袋	10袋	10袋	3袋	2袋

【合計】 641袋

・支出内訳

豆代	108,000 円	備品	16,553 円	シール台紙(表)	1,620 円
焙煎加工費	60,000 円	器具	11,000 円	シール台紙(裏)	1,224 円
袋詰め代	65,100 円	出店料	4,000 円	パッケージパック	34,800 円
脱酸素剤代	5,208 円	水	4,600 円	営業手数料	3,000 円
税込み合計	257,373 円	試飲用粉	3,229 円	名刺	5,000 円
		振込手数料	3,888 円		
		送料	9,000 円		

①計 257,373 円 ②計 52,270 円 ③計 48,428 円

① + ② + ③ = 358,991 円

* 生豆発注数 120kg、製品数 651 袋で計算

473,600 円(総売り上げ) - 358,991 円(総支出) = 114,609 円(利益)