

土谷 鈴・北嶋梨紗

「SPICE FIT ～スパイスをもっと手軽に、もっと楽しく～」



関西大学商学部主催
 関西大学ビジネスプラン・コンペティション
 KUBIC2018「学生の力」応募用紙

※この欄には何も記入しないでください

K	P		
D	I		

- ①この応募用紙の外枠の書式・大きさを変更しないこと。②この応募用紙の欄外への記入や追記資料、2ページを超えるページは審査対象外とする。
 ③「ビジネスのイメージ図」以外は手描き不可。④ビジネスプランの名称に略語等を使用する場合は、読みを付記すること。⑤審査員には白黒コピーが渡される。⑥その他、KUBICホームページのFAQも参考にする。

応募	応募部門	本選会対象	企業賞対象	テーマ記号	協賛企業名
<input type="radio"/>	テーマ部門	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	HS3	ハウス食品
<input type="radio"/>	自由応募部門	<input type="radio"/>	—	—	—

↑いずれかに○を記入すること

↑テーマ部門の場合、テーマ記号と企業名を記入すること

1. ビジネスプランの名称（フェースシートと同じプラン名称を記載してください。）

※テーマ部門のテーマをそのまま記入しないこと。あなたが考えた独自のプラン名称を記入してください。

SPICE FIT ～スパイスをもっと手軽に、もっと楽しく～

2. ビジネスプランの概要

1) 概要：あなたが提案するビジネスはどのようなものですか。（400字程度）

本ビジネスは、インクをカスタマイズできる多色ボールペンに着想を得て、本体にスパイスのカートリッジを1～5本選びセットし、上部のボタンをクリックするとスパイスを少量ずつ一定量使用できる製品を発売するというビジネスである。

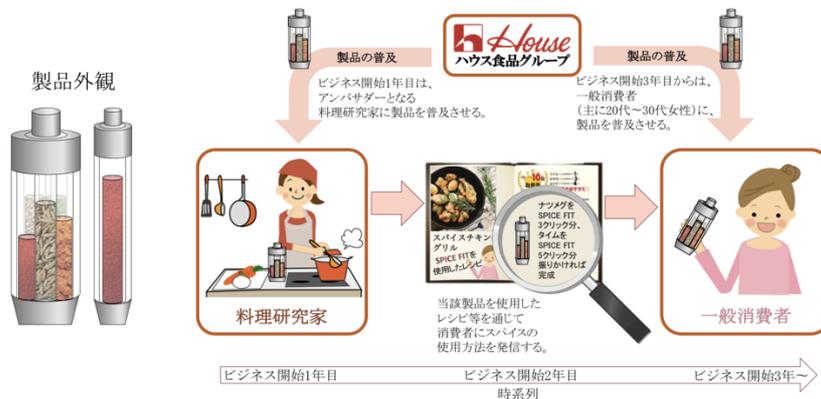
本ビジネスの最終目的は、家庭へのスパイスの普及である。一般消費者がスパイスの使用に至らない最大の要因は使用法の煩雑さや魅力の不明瞭さであり、それらを克服するには、知識とスキルの蓄積が必要である。そこで、SNSを積極的に利用する料理研究家を当製品のアンバサダーとして活用し、一般消費者にスパイスの使用法や魅力を伝達してもらう。具体的には、まず、料理研究家に、クリック数毎に味を微調整し、自分好みにスパイスを調合することができるという本製品のメリットを体感してもらう。そして、スパイスを使用したレシピを発信してもらう。使用量がクリック数で表記されているため、一般消費者は、手軽に楽しくスパイス料理に挑戦することができる。

2) 類似ビジネス：類似するビジネスにはどのようなものがありますか。（200字程度）

類似するビジネスとして、一般的に単体で販売されているスパイスと、すでに幾つかのスパイスを調合したシーズニングが挙げられる。単体で販売されているスパイスの問題点として、消費者が量を計量しづらいという点、また内容量が多いために購入を躊躇してしまうという点が挙げられる。また、幾つかのスパイスを調合したシーズニングの問題点としては、その配合の割合を変化させることができないため、味が一律化してしまうという点が挙げられる。

3. ビジネスのイメージ図：どのような顧客に対し、誰がどのように関わるビジネスですか。

※図のみ手描き可。必要に応じて補足説明文も記入してください。



土谷 鈴・北嶋梨紗

「SPICE FIT ～スパイスをもっと手軽に、もっと楽しく～」

4. 市場の特徴

1) 標的となる顧客:このビジネスのターゲットとなる顧客は誰ですか。(200字程度)

第1段階の標的顧客は、セミプロやアマチュアの料理研究者である。スパイスに関する知識とスキルを持つ彼らに、本製品を使ってスパイス料理のレシピを開発し、SNSを通じて発信してもらうことによって、一般消費者に本製品の使用方法やスパイス料理の魅力が伝達される。第2段階の標的顧客である一般消費者(20~30代の女性)は、料理研究者からの情報を受信することで、本製品に魅了されるに至る。このような2段階の連鎖を経て、本製品の流行が生み出されると期待される。

2) 市場の魅力度:その市場の将来の規模や成長率はどうですか。(200字程度)

日本におけるスパイス市場の規模は小さいが、全世界の規模の巨大さに鑑みるに潜在規模は相当に大きい。実際、他の食品の市場が頭打ちである中で、スパイスの市場は成長を続けている。従って、本製品の発売に伴って料理研究者がスパイスに注目し、その使用方法や魅力を発信すれば、20代から30代の流行感度の高い一般女性はそれに呼応して、スパイスの流行が生まれ、高い成長率が見込まれると考えられる。

3) 競争状況:市場での競争相手にどうやって勝ちますか。(200字程度)

スパイスは製品として古くから存在しているものの、日本においてスパイス料理を流行させることに長らく失敗してきた。当該製品は、従来製品とは異なり、料理研究に便利であるという特長を持つ。さらに、一般消費者に対しては手軽さや楽しさを提供できるという点にも特長がある。前者の特長によってセミプロやアマチュアの料理研究者の製品に対するロコミを活性化させることによって、本製品は後者の特長を發揮し、従来製品が生み出すことのできなかったスパイスの流行を生み出すことが出来る。

5. 採算計画

1) 事業を開始するために必要な費用を説明してください。(100字程度)

本体とカートリッジ、および包装にかかる直接材料費、新しい容器にスパイスを詰めるためにかかる機械改修費、店舗販売の際にかかる什器備品費、カタログや雑誌に掲載することによって販売促進を行う際にかかる販売管理費用、および店舗に運送する際にかかる荷造り運送費が必要となる。

2) 事業開始後5年間の売上高、変動費、固定費および利益を予測し、それぞれの金額を以下の表に記載してください。

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
売上高	37,290	27,346	49,216	79,741	95,137
変動費	▲19,933	▲15,266	▲12,899	▲49,571	▲64,868
固定費	▲2,268	▲100	▲27,747	▲8,690	▲8,690
利益	16,089	11,980	8,570	21,480	22,279

単位:万円

3) 上記2)にもとづき、事業開始後5年間の利益推移の理由を簡潔に説明してください。(100字程度)

1年目は、アンバサダーとなる料理研究者への普及期間、2年目は料理研究者が料理法について研究し、一般消費者に伝播する期間、3~5年目は一般消費者への普及期間である。3年目は一般消費者のうちのアーリーアダプターに、4年目はアーリーマジョリティに、5年目にレイトマジョリティに普及させる。

6. 調査方法・参考文献:参照資料を示し、プラン作成の際にどのような調査を行ったかを説明してください。

【スパイスの現状についての調査】

スパイス市場の動向については日本マーケティング研究所HPを、スパイスの使用状況についてはマークSP自主調査HPを、スパイスの使用法の確立については武政三男の『スパイスの科学』を参考にした。

【採算計画作成時の調査】

- 第1段階の標的顧客である、料理研究者(当ビジネスのアンバサダー)は、①クックパッドにおける人気投稿者:約20万人(有料会員数(195万人、cookpad HP参照)のうち、1割を人気投稿者と考えた。)、②Instagramにおける料理関連投稿者(クッキングラマー):約1万人(Cookingram HP参照)、③レシピブログのプロガー:約1万6,000人(レシピブログ HP参照)であると考え、1年目に製品を普及させる料理研究者は、合計で22万6,000人であると仮定した。
- 第2段階の標的顧客である10代~20代の女性は、全国に900万人存在する(統計ラボ HP参照)。そのうち3割の270万人に製品を普及させると仮定した。270万人のうち、3年目はアーリーアダプターとなる13.5%の人口(36万4,500人)に、4年目はアーリーマジョリティとなる34%の人口(91万8,000人)に製品を普及させると仮定した。(インベーター理論に基づく)
- 変動費は、原材料費と包装費であると考えた。また、原材料費は部品費(ホルダーの費用)と内容物費(カートリッジの費用)に分けられると考えた。ホルダーの価格は5本用が70円、1本用が40円であり(自動見積 一発回答参照)、売値は5本用が200円、1本用が100円とした。また、ハウスの提供する単体のスパイスが、約15gで130円であるため(ハウス食品HP参照)、その3分の1の量である5gで販売するカートリッジは、カスタマイズできるという付加価値を加え、1本あたり950円に設定した。また、ハウス食品の原価率は約5割であるため(EDIUNETHP参照)、原価は25円であると仮定した。
- 固定費には、1年目は機械改修費(機械購入費が3,000万円(イプロスHP参照)として、改修費はその10%(農林水産省HP参照)と仮定した。)と情報発信費(カタログ1枚あたり76.9円として計算、合同会社セントHP参照)が、2年目は機械修繕費(機械購入費が3,000万円として、修繕費はその3%(農林水産省HP参照)と仮定した。)が、3年目は機械修繕費、宣伝広告費(雑誌掲載にかかる375万円を想定、雑誌広告ドットコム参照)、什器備品費(アクリルボックス(1,500円、モノタロウHP参照)を全国の大規模小売店舗12万4,552店舗(経済産業省HP参照)に設置すると仮定した。)、荷造り運送費(基本運賃がトラック1代あたり95万円であり(大昭運輸株式会社HP参照)、全国の1,718の市区町村(経済産業省HP参照)に配送すると仮定した。)が、4年目と5年目は機械修繕費と荷造り運送費が含まれると考えた。

【参考文献一覧(以下最終アクセス2018年6月1日)】

CookingramHP <http://www.recipe-blog.jp/cookingram/>, cookpadHP <https://cookpad.com/>, EDIUNETHP <http://industry.edinet.jp/choice/525/>, イプロスHP <https://www.ipros.jp>, 経済産業省HP <http://www.meti.go.jp>, 雑誌広告ドットコム <https://www.zasshi-ad.com/>, 自動見積 一発回答 <http://www.soho-net.ne.jp/~sanopla/calc/gram.cgi>, 大昭運輸株式会社HP <http://daisho-unyu.jp>, 武政三男(2015),『スパイスの科学』,東京:河出書房新社,統計ラボHP <https://toukei-labo.com/info/>, 日本マーケティング研究所HP <http://www.jmr-g.co.jp>, 農林水産省HP <http://www.maff.go.jp>, ハウス食品HP <http://housefoods.jp/index.html>, マークSP自主調査 <http://www.markth.jp/omni/omnitop.htm>, モノタロウHP <https://www.monotaro.com>, レシピブログHP <http://www.recipe-blog.jp/>