

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)

本施策の主な標的顧客は、子どもに野菜を食べさせることに苦労している親である。子どもの88%に何らかの嫌いな野菜があり、親の83%が子どもに野菜を食べさせようときまじな工夫をしているが、そのうちの96%は諦めた経験があるという(西友「子どもの野菜摂取実態を把握するための調査」)。そのため、親は、子どもが楽しく野菜を食べることができる本施策を、積極的に利用すると期待される。

2) 市場の魅力度:その市場の将来の規模や成長率はどうか。(200字程度)

食育に関心があるか否かという調査に対して「関心がある」と答えた人は、全体の約8割であり、関心がある理由の一つに、「子どもの心身の健全な発育のために必要だから」と答えた人は約5割であった(農林水産省)。また、消費者の健康意識の高まりとともに、健康食品の需要が高まっており、菓子市場に関しても、健康強調表示のある製品を販売する傾向がみられる(ユーロモニター)。そのため、市場の需要にマッチした本施策は、消費者に魅力的に感じてもらうことができる。

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)

競争相手は、子どもの野菜嫌い克服を目的とした製品である。これらに対し、本施策は、野菜嫌い克服だけでなく、子どもが主体的に調理し、調理の楽しさや大変さを体感することができ、子どもの知育にもなるため、優位性がある。また、野菜パウダー市場も競争相手であるが、本施策は、サンスターの青汁・玄米スナック製造技術という2つの強みがあってこそ実現するものであるため、野菜パウダー製造に特化した既存企業は、取り組むことが困難な施策であり、優位性がある。

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)

変動費としては、容器代、原材料費、光熱費、人件費が必要である。固定費としては、初年度に機械購入費(粉砕機、造粒機など)、機械維持費、デザイン費用が必要であり、2年目以降は、機械の維持費が必要である。

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	57,559	57,559	368,376	368,376	368,376
変動費	▲59,897	▲59,897	▲251,177	▲251,177	▲251,177
固定費	▲14,810	▲5,000	▲5,000	▲5,000	▲5,000
利益	▲17,148	▲7,338	112,199	112,199	112,199

単位:千円

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年目および2年目については、新規ビジネスである本施策に高関与である上位2.5%の顧客に普及すると仮定した。3年目以降については、それに続く16%の高関与な顧客に普及するとした。

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。

【健康食品の購買に関する調査方法】

・消費者の健康意識が高まる中、2023年には多くのメーカーが健康強調表示のある製品を発売する様子が見られる(ユーロモニター)。また、健康食品の市場規模は、メーカー出荷金額ベースで、2021年度が8,825億円(前年度比1.9%増)と推定され、2022年度が8,925億円(同1.1%増)と見込まれている(日本経済新聞)。

【食育への関心についての調査方法】

食育に関心があるか否かという調査に対して、「関心がある」と答えた人は全体の約8割であり、関心がある理由の一つに、「子どもの心身の健全な発育のために必要だから」と答えた人は約5割いた(農林水産省)。

【採算計画時の調査方法】

・対象顧客は、3~8才の子どもの親(健康志向親)の標的顧客約76.7万人(296万人(6~8歳の人口)×0.124(6~8歳の健康食品の利用率)+267万人(3~5歳の人口)×0.12(3~5歳の健康食品の利用率))、(総務省の資料と厚生労働行政推進調査事業費補助金(食品の安全確保推進研究事業)(分担)研究報告書参照)である。イノベーター理論により、1年目および2年目において新製品が普及する顧客をイノベーター(2.5%)、3年目および4年目において新製品が普及する顧客をイノベーターとアーリーアダプターを合わせた人数(16%)として捉え、年ごとの顧客の増加の割合を決定している。

・初年度の固定費は、減価償却費としての機械購入費600万円(粉砕機75万円(15万円×5台)、造粒機75万円(15万円×5台)、食品乾燥機75万円(15万円×5台)、クッキーの型抜き機375万円(75万円×5台)、機械維持費500万円、デザイン費用10万円であり、それらを足し合わせたものである。2年目以降は、機械の維持費500万円である。

・変動費は、容器代(容器代の原価率5%をもとに算出)、原材料費(1つの製品を製造するのにかかる野菜パウダーの重さをもとに算出、詳細は後述)、光熱費(食品業界では売上高に応じて、光熱費が売上高の1.39%の割合で計上されることを参考に算出)、人件費(大阪の平均月給約26.7万円×人数×12ヶ月)を足し合わせたものである。

・原材料費には、野菜パウダーと玄米クッキー、アイシング用のラント粉糖が含まれる。本施策は、健康志向菓子であるため、アイシングに必要な砂糖に関しては、カロリーと糖質を抑えたラント粉糖を採用することとした。かかる費用は、それぞれ、野菜パウダーについては、3分の1日(1食分)に必要な野菜80gを仕入れるのに必要な金額40円、玄米クッキーを作るのにかかる材料費32円、アイシング用のラント粉糖の購入費27円となるため、包装費12円を含めた111円が1個当たりの製造原価である。また、必要な野菜の量を野菜パウダーに換算した値を参考に、1個の製品当たり9枚のクッキーを製造することとした。今回は、イノベーター理論を用いて対象顧客を算出したため、これらの顧客が平均月1回本製品を購入するものとし、売上原価を250円として収益を算出した。

【参考文献・資料(以下最終アクセス2024/06/06)】

・ユーロモニター(https://www.portal-euromonitor-com.kras.lib.keio.ac.jp/magazine/homemai/n/農林水産省 HP(https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/ishiki/h29/3-1.html)

・法務省報道資料(https://www.stat.go.jp/data/jinsui/topics/pdf/topics137.pdf)/amazon HP(https://www.amazon.co.jp)

・厚生労働行政推進調査事業費補助金(食品の安全確保推進研究事業)(分担)研究報告書(https://mhlw-grants.niph.go.jp/system/files/2017/173031/201723027A_upload/201723027A0005.pdf)

・日本経済新聞(https://www.nikkei.com/article/DGZXZSP653267U3A410C2000000/)・エーリック農畜産業振興機構 HP(https://vegetable.alic.go.jp/yasajoho/wada/2212_wada1.html)

https://www.tabechoku.com/products?keyword=%E8%A6%8F%E6%A0%BC%E5%A4%96%E9%87%E8%8F%9C&utm_event=autocomplete

・株式会社ベルベ HP(https://www.bellbe.co.jp/bellbemagazine/m20200525/)・みかひの国産野菜パウダー HP(https://www.benriyasai.jp/smp/freepage_detail.php?cid=20367&id=16&pcflag=1)

indeed HP(https://jp.indeed.com/career/%E5%B7%A5%E5%A0%B4%E4%BD%9C%E6%A5%AD%E5%93%A1/salaries/%E5%A4%A7%E9%98%AA%E5%BA%9C)

・食ベテック HP(https://www.tabechoku.com/products?keyword=%E8%A6%8F%E6%A0%BC%E5%A4%96%E9%87%E8%8F%9C&utm_event=autocomplete)/クラシエ HP(https://www.kracie.co.jp/products/foods/1018738_21123.html)

/Green BeansHP(https://greenbeans.com/products/14901360357540/details?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=google.Shopping_text.Shopping&utm_team=&utm_content=Shopping&utm_source=1&gclid=Cj0KCQjwpNuyBhCuARsANjql9MPXG5lmKQjposxv8N-RGoeNq4yREtjJ4j0KqHnKv9qZ5E9yYaAmD_EALw_wcB/ 西友による調査(https://kyodonewsprwire.jp/prwfile/release/M105087/201911013003/_prw_OA7fl_u89hg8SV.pdf)

7. 過去の公表履歴

なし