

事業計画書

事業名

家族の一生の思い出になる 体験型創作レストラン

作成日：2023/12/9

作成者：山岡 士郎

1. 事業の概要

事業概要	主要顧客層
契約農家から仕入れる山形産の食材にこだわり、和洋中を合わせた全く新しい創作メニューや、セミオーダーメイドのメニューを通して一生記憶に残る体験を提供するレストラン	天童市域に住み、3世代ファミリーを抱える、40代のおもてなし好き男性会社員
事業理念	提供する商品・サービス
楽しく、感動し、思い出になる食事体験の提供を通して「家族のつながり」を生み出す	①山形産の食材にこだわった創作料理 ②料理のセミオーダーシステム ③家族の時間を過ごせる空間とおもてなし接客
創業の動機	提供方法の特徴
子供の頃から料理が好きで、家族の誕生日に手料理を振る舞い褒めてもらうのが嬉しかった。飲食会社に就職後、新婚旅行で訪れたギリシャで「一生思い出に残る食事体験」を味わったことから自身の経験と地元山形の食材を使って特別な体験を提供したいと起業を決意した。	・3世代ファミリーが車で来店できるよう郊外の広めの店舗 ・価格は決して安くはないが値ごろ感がありコスパを重視 ・お祝いの席など、サプライズ企画相談も可能

2. 事業の環境

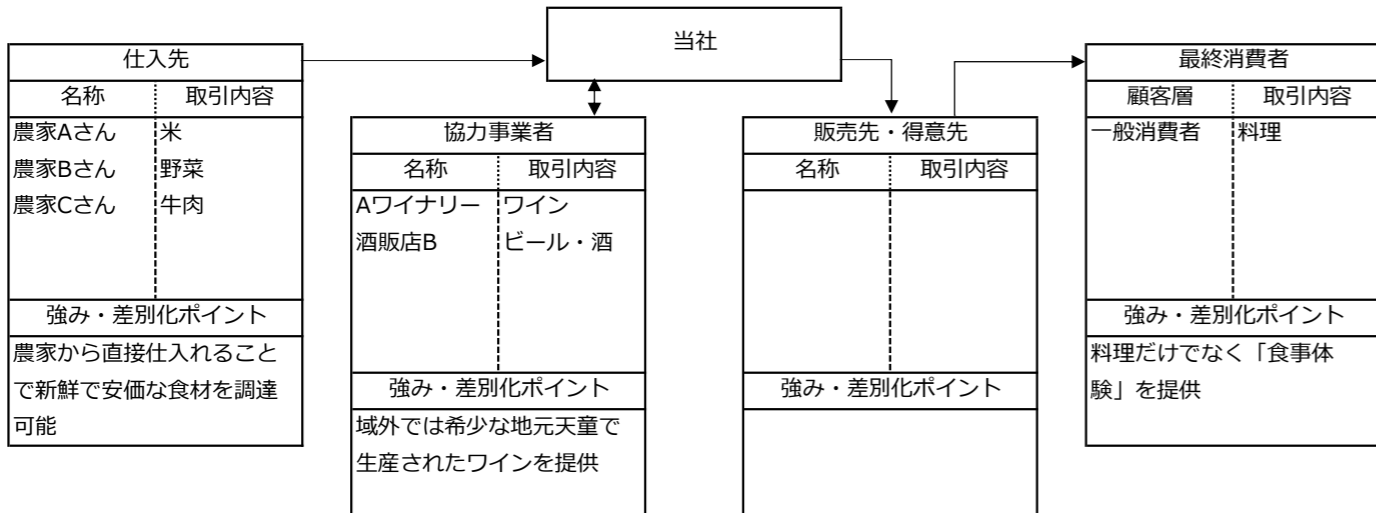
市場における機会、販売チャンス	セールスポイント、活かせる強み
・顧客ニーズの多様化により大衆から個人の好みを求めるニーズが高まっている。経済産業省の調査ではZ世代は「消費は個性の主張」 ・全世代において消費傾向は「所有」よりも「体験」へ。特別な体験に価値を感じる消費者が増加している ・コロナ禍でも家族同士の食事の場がなくなることは少ない	・代表者は首都圏にある大手飲食チェーン〇〇で△△年間勤務。調理やホールなどの現場業務から、店長などのマネジメント業務まで飲食店運営のノウハウを学んだ ・学生時代から海外旅行が好きでこれまで50か国以上を経験。帰国後は現地料理をアレンジして創作料理を作ることが趣味の一つ
事業展開における課題	事業を展開するためのシナリオ、売上拡大へ向けた取組みの流れ
・商圏である天童市域には類似店舗がないため、店舗コンセプトの浸透には一定の時間を要する ・料理人の継続的雇用（安定的な売上の確保） ・新型コロナウイルス感染症の影響による感染防止対策	・当店のコンセプト周知のため、まずは創作メニュー開発と提供に注力。利用客にセミオーダープランの認知拡大を図っていく ・一度利用した顧客の誕生日を記録し、バースデーパーティや入学式などのライフイベント時にダイレクトメールを送ることで「ハレの日には当店」という意識付けを行う

3. 商品・サービス

商品・サービス	平均単価(円)	平均原価(円)	利益(円)	利益率(%)	売上シェア(%)	備考
ディナーコース	5,000	1,650	3,350	67.0%	40.0%	
ランチコース	3,000	1,020	1,980	66.0%	15.0%	
セットランチ	1,200	456	744	62.0%	25.0%	
ドリンク	500	125	375	75.0%	20.0%	

4. ビジネスモデル

※最終消費者へ直接販売の場合は「販売先・得意先」への記載は不要



5. 損益の計画 (単位: 千円)

項目	2024年12月 (創業当初)	2025年12月 (1年目)	2026年12月 (2年目)	2027年12月 (3年目)	2028年12月 (4年目)	計画の根拠・内訳など
売上高	27,600	31,200	34,800	36,540	38,367	【創業当初売上】
売上原価	8,832	9,984	11,136	11,693	12,277	ディナー @8,000×7人×300日
売上高総利益	18,768	21,216	23,664	24,847	26,090	ランチ @2,000×18人×300日
販売管理費	18,587	19,955	22,007	22,919	24,059	※創業時よりポスティングチラシ、地域誌
役員報酬	2,400	2,400	3,000	3,600	3,600	広告、Instagramを活用して「創作メニュー」を発信し、認知拡大を図る
給料賃金	4,800	6,000	7,200	7,400	8,400	
法定福利費	1,008	1,176	1,428	1,540	1,680	
外注費	0	0	0	0	0	【1年目売上】
広告宣伝費	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	ディナー @8,000×8人×300日
旅費交通費	600	600	600	600	600	ランチ @2,000×20人×300日
車両費	480	480	480	480	480	※季節ごとのキャンペーンを行い引き続き認知拡大を図る。売上拡大に合わせスタッフ1名増
通信費	480	480	480	480	480	
消耗品費	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	
水道光熱費	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	
地代家賃	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	【2年目売上】
リース料	0	0	0	0	0	ディナー @9,000×8人×300日
保険料	600	600	600	600	600	ランチ @2,000×22人×300日
接待交際費	300	300	300	300	300	※ディナーの「セミオーダープラン」開始。単価1割アップを目指す。提供メニュー増に伴いスタッフ1名増
減価償却費	119	119	119	119	119	
その他	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	
営業利益	181	1,261	1,657	1,928	2,031	
営業外費用	143	128	114	100	86	【3年目以降】
支払利息	143	128	114	100	86	継続的に「セミオーダープラン」の情報発信、及びDMやLINEを活用した固定客化を図り、毎年5%の売上アップを見込む
経常利益	39	1,133	1,543	1,829	1,945	
借入金返済額	950	950	950	950	950	
フリーCF	-793	302	712	997	1,114	

6. 必要な資金と調達方法 (単位: 千円)

必要な資金	金額	調達の方法	金額
内外装工事費	2,000	金融機関借入	8,000
厨房設備工事費	2,000	親からの借入	1,000
什器備品日	500		
その他	500		
小計	5,000	自己資金 (貯金3,000千円)	500
販売促進費 (3ヶ月)	500		
人件費 (3ヶ月分)	1,800		
地代家賃 (3ヶ月分)	600		
その他	1,600		
小計	4,500	小計	9,500
合計	9,500	合計	9,500

7. 今後の経営課題解決、顧客獲得 (販路開拓)、利益向上に向けたアクションプラン

アクションプラン	担当者	開始時期	完了時期
店舗設計・レイアウト	山岡	2023年9月	2023年10月
金融機関からの資金調達	山岡	2023年10月	2023年11月
内外装工事	山岡	2023年11月	2023年11月
調理設備の検討・発注・納品	海原	2023年9月	2023年12月
創作メニュー開発	海原	2023年10月	2024年1月
仕入先の検討・選定	海原	2023年10月	2024年1月
オープンに向けたプロモーション整備	栗田	2023年11月	2024年1月
調理マニュアルの作成	海原	2023年12月	2024年1月
接客方法の検討・マニュアル作成	栗田	2023年12月	2024年1月