

令和3年度
経済学部社会課題研究センター
学生チャレンジ地域連携プロジェクト
研究助成

最終報告書

研究課題名

「佐賀大学美術館カフェの運営に関する一提案」

佐賀大学 経済学部
小西研究室

令和4年2月28日

目 次

はじめに	1
「カフェ利用に関するアンケート」結果	2
カフェ ソネス・元スタッフへのヒアリング	6
株式会社サードプレイス 清田祥一朗氏による カフェ経営に至るまでの道のりと現状に関する講演会	9
株式会社 RELI.STYLE 船津脩平氏による 経営ビジョンとノウハウに関する講演会	11
オプティム・バンクテクノロジーズ株式会社 横尾敏史氏による カフェ経営の資金計画に関するレクチャー	14
美術館カフェ跡地の運営に関する私たちの提案	15

はじめに

私たちが入学した頃にはすでに、佐賀大学美術館のカフェは閉店していました(カフェがあったことも知りませんでした)。今もカフェが再開する気配は感じられません。大学の顔である正門前にあるにもかかわらず、せっかくの空間が使われないままであることは、いろいろな意味でもったいないと思ったのが問題意識の発端です。潜在的な顧客として相当数の学生・教職員が学内にはいますし、何かイベントをやっているならば、通りすがりの人でも入ってみようと思える立地など、ある程度の広さがあり、しかもまだ新しそうな空間を活用できずにいることは、さまざまな機会を逃しているように思います。

コロナ禍により、人同士の対面での交流の意義が再認識された時期でもあります。空間は、人や物が集まって利用されてこそ意味があると思います。そこで、美術館のカフェをただ飲食する場としてだけでなく、どのように活かしていけば、佐賀大学の学生、教職員また地域の方にも貢献することができるか、カフェから業態を転換する可能性も含めて、私たちの提案をまとめました。

経済学部 経済法学科

小西ゼミ 3年

高妻大地

加藤杏菜

河原唯飛

木下銀次郎

久米淳弥

栗田憲

田河美帆

中島光樹

中山創

東開也

「カフェ利用に関するアンケート」結果

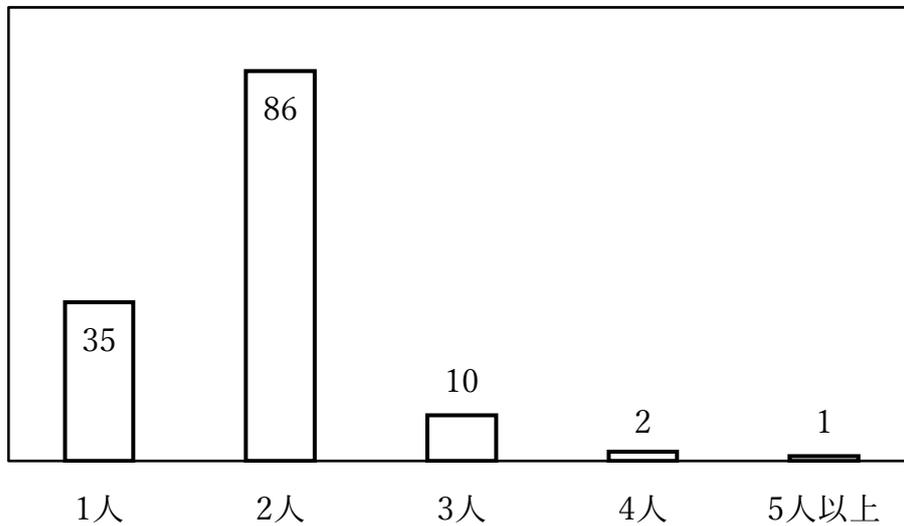
学生は普段、どのようにカフェを利用しているのかという実態を知るために、経済学部生に調査しました。

回答数 134

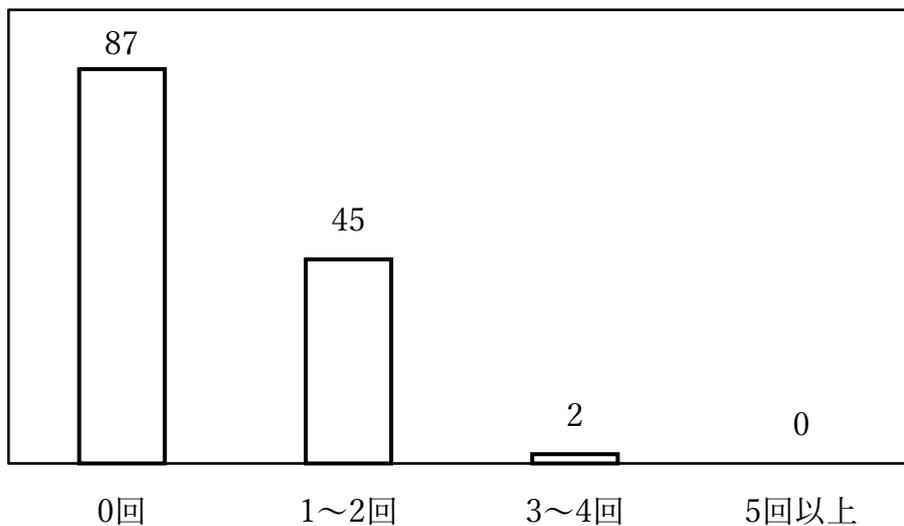
学年：1年生 26名、2年生 40名、3年生 37名、4年生 31名

性別：女性 70名、男性 63名、その他 1名

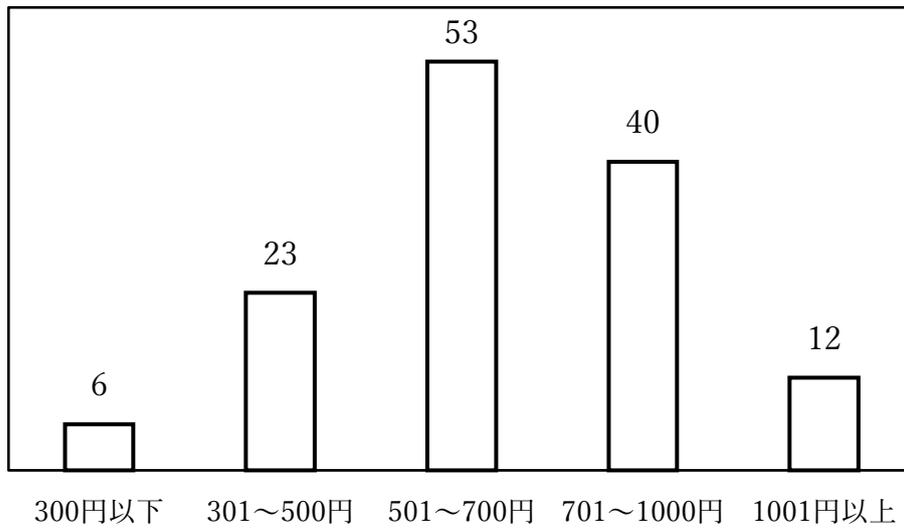
Q1 普段カフェに行くときは何人でいきますか。



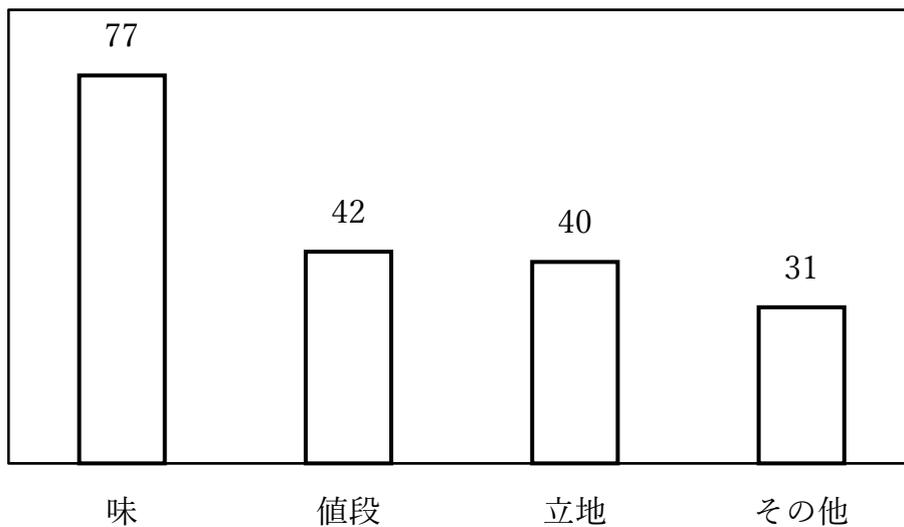
Q2 週にどれくらいの頻度でカフェに行きますか。



Q3 普段カフェを利用するとき、1回につきいくら使いますか。



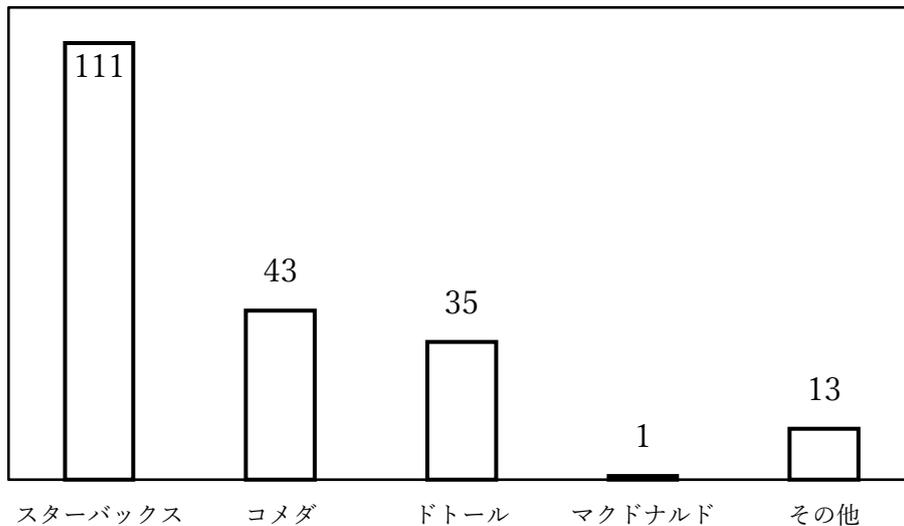
Q4 カフェを選ぶ要素は何ですか。



〈その他〉

- ・ 店の雰囲気が良いこと（外観・内装）、おしゃれなこと
- ・ SNSで評価が高いこと
- ・ インスタ映え
- ・ メニュー・料理の見た目がかわいいこと
- ・ 長居できること、居心地が良いこと

Q5 カフェと聞いてどんなブランドを思い浮かべますか。



〈その他〉

- ・ 個人経営のお店
- ・ 03coffee、木と本、orutana、うふふ
- ・ シアトルズベストコーヒー

〈アンケート結果から〉

以上のアンケート結果から、学生は頻繁にカフェに行くのではなく、少人数でたまに訪れることが分かりました。3人以上でお店に行くときは、学食か学外であればファミレスを利用しているのではないかと思います。

1回につき500～1000円使うということで、カフェに行くときは、コーヒーだけなどというよりは、ランチか飲み物＋スイーツを楽しんでいるのではないかと推測できます。

カフェを選ぶ要素として、値段ではなく“味”を重視する数が最も多く、またSNSの影響もあり、店・食べ物見た目にこだわるとの意見もみられました。

Q6 佐賀大学美術館（正門前）にカフェ（2018年8月閉店）があるのを知っていましたか。

知っていた 50

知らなかった 84

Q7 美術館カフェに対する要望を選んでください。

- ・ 充電用のコンセントがあること 70
- ・ ひとり用のスペースと大人数用スペースを分けてほしい 69
- ・ 会話できるゾーンと集中ゾーンを分けてほしい 54
- ・ 外から店内が見えないように目隠しをしてほしい 49
- ・ 飲食物（お弁当・飲み物など）の持ち込みをオッケーにしてほしい 36
- ・ Free Wi-Fi を完備してほしい
- ・ 広いスペースがほしい
- ・ 学外のお客さんも入りやすい雰囲気にしてほしい

〈アンケート結果から〉

充電用コンセントに対する要望がもっとも多かったです。スマホを充電するというニーズが高いためであると思われます。また、勉強したり、レポートを書くことなどを集中してしたいということから、人数によって座席を分けたり、会話を楽しむ座席と集中できる座席を分けてほしいとの要望も多かったです。

カフェのあった建物は、窓が大きく、開放感のある空間となっていますが、学生にとっては逆に外から見えることが気恥ずかしいと感じる人も多いようで、建物の特徴をどのように活かすかという工夫も必要だと感じました。

カフェ ソネス・元スタッフへのヒアリング

2021年12月15日&17日実施

美術館に以前あった「カフェ ソネス」の運営状況を知るために、当時佐賀大学の学生でアルバイトとして働いていた方にヒアリングをしました。ヒアリングに協力していただいた2名の方は、お二方とも現在カフェにお勤めで、今カフェで働いているからこそ分かる当時の状況なども教えていただきました。

スタッフの状況

- ・ 人数

平日：キッチン2名（うち、店長1名）、ホール2名

休日：キッチンとホールをあわせて2～3名（うち、店長1名）

- ・ 時給 800円弱

キッチンの装備

- ・ 厨房設備が充実している。
- ・ パスタを茹でたり、揚げ物を揚げたり、スイーツを作ったり、パンを焼いたり、厨房設備はフル活用されていた。
- ・ 打ち上げなど、パーティー利用される際にも厨房設備はフル活用だった。

利用客の状況

- ・ 利用客数

平日のランチタイムの利用が多く、ランチタイムで30名くらい

土日は、1日をとおして80名くらい

- ・ 客単価

食事と飲み物で、1人あたり800～1000円

パーティー利用される際は、1人あたり2600～3500円

パンを1個100円～で販売

- ・ 好評だったこと
スイーツバイキングが好評だった。

当時の改善点

- ・ 学食などとの差別化ができていなかった。
- ・ 店の特徴を十分にアピールできていなかった。
- ・ テラス席をうまく活用できなかった。
- ・ 料理の提供に時間がかかり、利用客の回転率が悪かった。
- ・ 駐車場を利用するための手続きが煩雑だった。

今後に向けての提案

- ・ 食券機の導入
- ・ レンタルキッチンとして貸し出す
- ・ イベントの開催
佐賀市内の有名なお店とコラボしたスイーツの販売
ラテアート体験会など



カフェ ソネスのオープン当時（2013年）
Facebook より（<https://www.facebook.com/cafe.soness.saga/>）

〈ヒアリングをした感想〉

実際にどれくらいの売上げ・利益があったのかまでは分かりませんでした。が、学生は学割により学食とあまり変わらない値段でランチを食べられたり、自家製パンを学生が買いやすいところに出店して販売したり、いろいろな工夫をされていたことが分かりました。

また、サラダのドレッシングも手作りされていたということでしたが、とくにそのことをアピールしたりはせず、学内の最大のライバルである学食との差別化ができていなかったように感じました。かえって、値段設定をできるだけ学食に近づけたことにより、売上げや利益に影響したのではないかと思います。

店で提供する料理や飲み物に力を入れることは重要なことだと思いますが、食券機の導入など、省力化できることは省力化して、マンパワーのめりはりをつけることを考えることができれば良かったのかもしれません。

正門前という好立地でありながら、おしゃれ過ぎて敷居が高く感じ、なかなか入りづらいと感じる学生もいたようなので、イベントの開催など、とにかく一度足を運んでもらえるような店作りができれば、もっと多くの人に利用してもらえたのではないかと思います。

ラテアートの体験会があれば行きたいですね



株式会社サードプレイス 清田祥一郎氏による カフェ経営に至るまでの道のりと現状に関する講演会

2021年7月13日（火）

株式会社サードプレイス

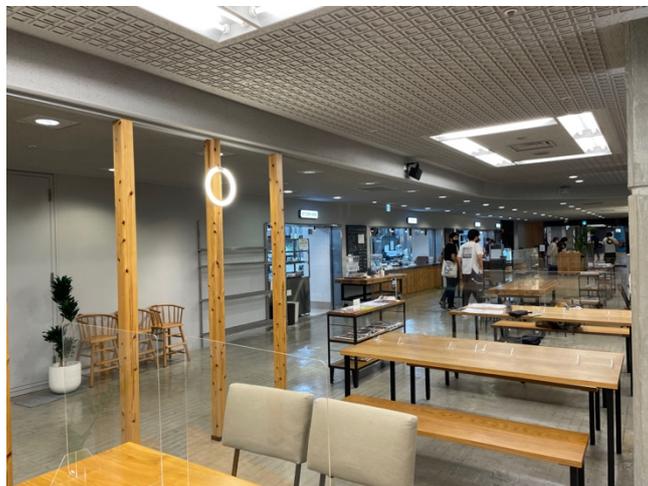
佐賀市内でカフェを4店舗経営。いずれの店舗も公共的な施設内にある。

- ・ cafe PANGAEA（佐賀市立図書館）
- ・ days kitchen（佐賀県立図書館）
- ・ CAFE BASE（佐賀県庁）
- ・ cafe TRES（佐賀県立博物館）

年に2回程度、カフェの利用客と生産者をつなぐ「サードプレイスマーケット」というイベントを開催。

講演会の前に、みんなで佐賀県庁地下1階にある“CAFE BASE”を訪れました。CAFE BASEは、もともと県庁の社員食堂だったところを改装して、サードプレイス社が運営することとなったお店です。店内はとても広く、カフェでも扱っている野菜や果物、コーヒー、調味料、お菓子なども販売されていました。

カフェでありながら、飲み物などを頼まなくても利用することができ、近くの高校生が勉強していたり、県庁の方が外部の方と打ち合わせなどをされていたり、飲食をする場所としてだけではない利用のされ方がなされていました。





講演会では、「カフェを4店舗経営するまでの道のりと現在」と題して、カフェの経営そのものだけでなく、カフェを開業するまでの道のり、公共的な施設での開店に至った経緯、事業を続けていくなかでカフェ経営に対する気持ち・姿勢の変化についてお話ししていただきました。清田さんは飄々とされている方でしたが、カフェの経営に対する熱い想いが伝わってきました。

佐賀大学在学中に1年間休学して、語学の勉強のためにオーストラリアに留学されています。その間、オーストラリアのあちこちを旅行し、そのときに“カフェ”に出会い、ご自分でもカフェを経営したいと思われたそうです。そして帰国後、カフェの開店に向けて準備をされ、市報に佐賀市立図書館の店舗オーナー募集の記事が出ていたのを見て応募され、見事採用されたのが一店舗目です。そのときはずっと既存の店舗の様子を観察して、アイデアを考えられていたそうです。

その後、別の店舗も出されていますが、ご自身や従業員が結婚されたり、子どもが産まれたりしたことにより、働く時間などの働き方について考えるようになり、結果的に公共的な施設に4店舗ともあります。佐賀県立図書館に出店されたときには、もともとあった食堂を見て「もったいない！」と思い、ご自分で担当の方にお話しに行かれるなど、アクティブに行動されています。また、カフェで提供する飲み物や食事の材料についても関心をもつようになられ、野菜の生産農家の方と交流されたり、調味料などにもこだわっていらっしゃいます。

もともとは、カフェを経営することが目的でしたが、今ではカフェを経営することにより、社会に貢献できることをしたいと考えられるようになったということで、今はこのようにカフェを経営しているけれど、今後もまだ変化し続けるとおっしゃっていたのが印象的でした。

株式会社 RELI.STYLE 船津脩平氏による 経営ビジョンとノウハウに関する講演会

2021年11月16日(火)

株式会社 RELI.STYLE

佐賀市の中心部において、
4業種6店舗を経営

- ・ CAFE 木と本
カフェ
1階は、おしゃべり OK スペース
と NG スペースに分かれている。
2階は、有料の自習室となっている。
- ・ TSUITACHI COFFEE&TEA
カフェ
築110年の古民家を改装した店舗。
羊羹などの和スイーツとコーヒー
のマリアージュも楽しめる。
- ・ ヘッドスパ 木と本
- ・ RELI. STYLE 女性専用フィットネススタジオ
- ・ ROUTii BASE FITNESS パーソナルジム
- ・ LIGHT HOUSE レンタルスペース



講演会では、「場を活かす」と題して、まず現在の事業内容を紹介していただきました。また、美術館カフェの利用法について、建物の外観・厨房設備・店内およびテラスの現状に関して考えるべきポイントを具体的に説明していただきました。そして、事業のコンセプト・強み・社会的ニーズ・利用者ターゲットの観点から、8つ (!!) の事業アイデアをいただきました。

船津さんは、自己紹介のときからとても熱いお人柄でした。参加しているみんなを巻き込もうとするパワーがとても強く、経営者としてもそのパワーが発揮されているんだろうなと感じました。

最初は、フィットネススタジオを運営され、ジムトレーナーとしての資格も取得されたそうです。その後、街の中心部にカフェなどを次々に出店されています。出店する場所を探すときの苦労として、佐賀市も駅前のシャッター通りが長らく問題となっていますが、物件のオーナーが場所を貸すことにそもそもあまり熱心ではない場合も多く、貸したいのに借り手がいないというよりは、借りたい人があるのに貸し物件の情報が少ないということが問題だということには、今まで気がつきませんでした。

街の中心部にカフェを出店する際にも、多くの人から成功しないと言われたそうですが、どうやって人を呼ぶかということの考え方を分かりやすく説明してくださいました。

ご自身のこれまでのカフェ経営をふまえ、佐賀大学美術館のカフェについて評価していただいたところ、建物の外観・厨房設備・店内およびテラスの現状について、検討すべき点はあるものの、これだけ揃っていて活かさないのはもったいないとのことでした。開放感のある建物についても、建物を設計された方は、外部に開かれた大学であることをアピールしているのではないかという見立てにも合点がいきました。



船津氏の提案

店舗名 (仮称)	コンセプト	強み	社会的ニーズ	利用者ターゲット (見込み客)	課題	勝機
1 インボッシブルバーガー	世界では既に話題の次世代のお肉を使った、バーガー	食材とバーガーという切り口が時代にぴたり。	今は弱いが 今後強くなる	車で1時間圏内 10歳~70歳 男性 < 女性	経営者次第 ブームの可能性	SDGs、ESG投資
2 SHARE OFFICE 木と本	デスク月契約者を15名募る 1階は共有オフィス		ある程度ある	車で30分圏内 20歳~70歳 男性 > 女性	経営者次第 防犯などDX化	テレワークの時代 仕事環境は不足
3 木と本 2nd	気軽に使える自習室	ニーズがある 木と本で実証済み	強い	車で30分圏内 10歳~70歳 男性、女性	経営者次第	フェロー120名超え 増加中
4 MACHI FIT	街まるごとフィットネス	大学ブランドで他 組織との連携しやすさ	今は弱いが 今後強くなる	自転車、30分圏内 30歳~70歳 男性 > 女性	経営者次第 DX化・仕組み	一等地にジムの時代 フィットネス需要の高まり
5 EK (English kindergarten)	インターナショナル幼稚園		要調査	車で30分圏内 20歳~50歳のお子さん 男性、女性	許認可の課題? 経営者次第	佐賀に未だない 大学ブランドの安心感
6 3 generations	昼はデイサービス 夜は学童保育		強い	車で30分圏内 20歳~50歳の子や両親 男性、女性	許認可の課題? 経営者次第	大学ブランドの安心感 学生バイトの活用しやすさ
7 カテキヨ学童	昼はフリースクール、夕方から佐大生がアルバイトで勉強を見てあげる学童保育施設	人材	強い	佐賀市周辺 10歳~70歳 男性 / 女性	経営者次第 DX化・仕組み	大学施設、学生バイトの活用しやすさ、大学ブランドの安心感
8 MEET & ZOOM	オンライン配信&ミーティング グスタジオ		ある程度ある (要調査)	佐賀市周辺 10歳~70歳 男性 / 女性	プロモーション DX化・仕組み	オンライン配信需要増 県内にまだ少ない

オプティム・バンクテクノロジーズ株式会社 横尾敏史氏による カフェ経営の資金計画に関するレクチャー

2021年11月9日（火）

株式会社オプティム

佐賀大学の学内に、東証第一部上場企業であるオプティム社の佐賀本店があります。オプティム社は、代表取締役である菅谷俊二氏が佐賀大学在学中に設立したIT企業です。

オプティム・バンクテクノロジーズ（OBT）社

OBT社は、オプティム社と佐賀銀行が、地銀DX、地域DX、ファンド事業、マネジメント・起業家教育を含むAI・IoTを活用した人材教育を目的として設立した会社です。

佐賀銀行からOBT社に出向されて業務に携わっておられる横尾さんは、以前から起業家教育に熱心に取り組んでこられました。菅谷氏からも、起業時に相談を受けたことがあるそうです。

横尾さんからは、おもにカフェを経営するにあたっての資金計画についてレクチャーを受けました。会場は、学内のオプティム・ヘッドクォータービル1階にある“カフェ イケコマ”です。こちらは、農業生産法人・株式会社イケコマが運営しているカフェです。そのため、カフェで提供されているお料理には、イケコマ社のスタッフが厳選した佐賀県産の食材が使われていて、それがこのカフェの特徴の1つになっています。



美術館カフェ跡地の運営に関する 私たちそれぞれの提案

これまでの調査・研究をふまえて、
美術館カフェ跡地の運営に関する私たちそれぞれの提案です。

高妻 大地

カフェ（1階）

- ・ サービス・料金

雰囲気売りにすると敷居が高く感じるので身近に感じるカフェ
少しおしゃれな学食、自習もOK、Wi-Fi、コンセントを備える

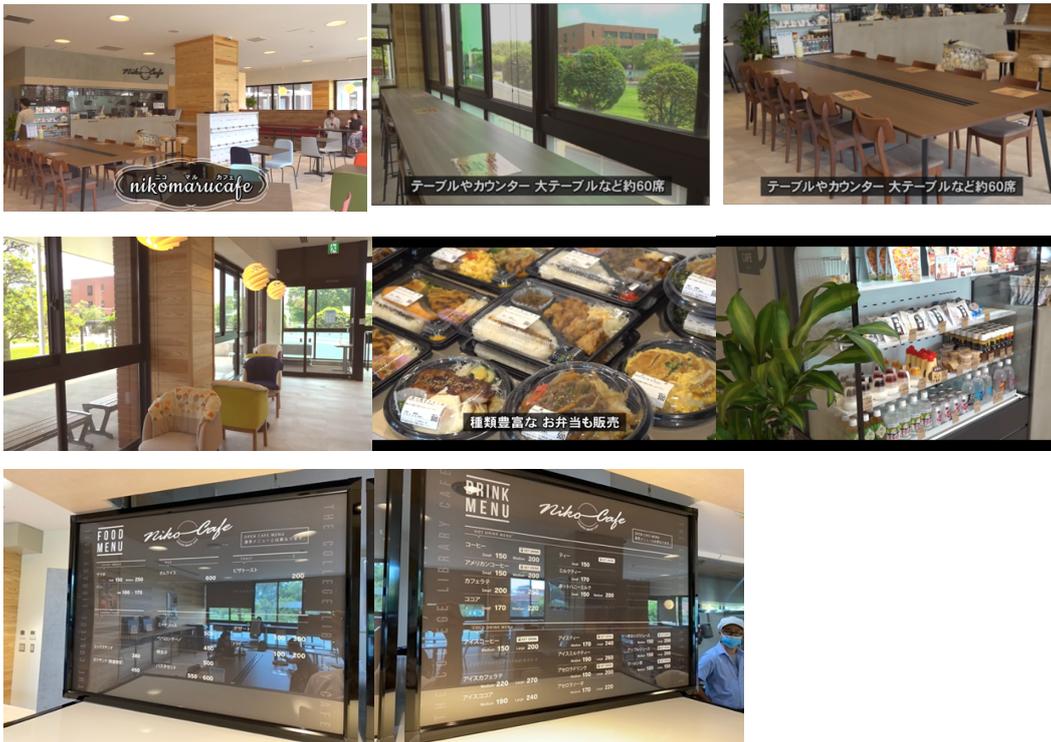
食事 750円～、ドリンク 200円～、セットドリンク 150円～

食事割引 学生 200円、教員 100円

ドリンク割引 一律 50円（セットドリンクは割引なし、食事割引のみ）

生協のパンを販売 or 自作 150円～

参考：宮崎大学 ニコマルカフェ



上 6 枚：<https://www.youtube.com/watch?v=Yeq4YJlz67w>

下 2 枚：筆者撮影

- ・ ターゲット
学生、教員、大学来訪者
- ・ ライバル
コンビニカフェ、スタバ
→近さ、割引後の価格で勝負
- ・ PRの方法
ホームページ、ビラ、正門に看板、SNS、GoogleMap

学習支援フリースクール（2階）

- ・ サービス・料金
塾よりもレベルは落とす分価格も落とし、持ってきた課題や問題集のサポートを中心としたフリースクール、勉強の意欲を持つきっかけ
本格的な塾に移行する場合、紹介料をもらえる塾があるかも
一階のカフェでイベントをしたり、佐賀大学の見学もできる

1時間 小学生 2000円～、中学生 2500円～、高校生 3000円～
プログラミングを教える場合は500円～1000円増
1回の時間を大学の1コマ分に合わせるかも
- ・ ターゲット
勉強や学校が苦手な子たち
塾に通うほど勉強に力を入れたいわけじゃない、受験はまだ考えてないけど授業には遅れないようにしたい子たち
勉強を強いるわけじゃないが大学の雰囲気も見て勉強に前向きになってほしい親
- ・ ライバル
フリースクールはほとんどない、あっても高い（入会金、年会費が別の場合が多い）
塾は佐大近辺にもあるが、本格的でない分ターゲットが違う
- ・ PRの方法
ホームページ、市の広報誌

加藤 杏菜

経営方針

- ・ 学生主体のカフェ、施設運営で実践的な学びにつなげる
- ・ 学生同士や企業、地域との交流を深める
- ・ 地域に密着した活動で地域貢献、活性化につなげる
- ・ 新たな知見を広げる場所として活用する

事業概要（カフェ＋他事業）

- ・ サービスの内容

平日はカフェ＋自習室として開放

随時レンタルスペースとしてイベントや講習会、セミナーを開催

→就活系、起業系、ゼミ活動、部活の交流会等さまざまな利用を想定

学部間で連携して店名ロゴや備品等、学生に協力してもらい、“大学”全体として作る

美術作品やアクセサリ等、出品者を募り展示、販売可能なスペースを設ける



引用：佐賀大学 Handicraft twitter

https://pbs.twimg.com/media/Dpr0XIKXgAAg_Le?format=jpg&name=large

<https://pbs.twimg.com/media/EjKCpOLVgAESNcF?format=jpg&name=small>

メニュー

：ドリンク（コーヒー、紅茶、カフェオレ等）

種類を絞って提供しやすくする。値段は 150 円程度

タンブラー持参などで割引することで SDGs の視点を取り入れる

：イートイン（ホットサンド、パスタ、サラダ、パフェ、スイーツ等）

手軽に食べられ、比較的調理が簡単なものを提供。値段は 400 円～800 円程度。

名物メニューを一つ考案し、それを中心とした PR

：テイクアウト（パンやポテト、からあげ等）

ホットケースに調理不要、常設可能な商品を 100 円の均一料金で提供

セルフサービスにすることで店員の負担を減らす

100 円の価格設定で毎日の利用を促進し、持ち帰って晩御飯などにも

1 週間限定で特別メニューなども積極的に打ち出す



引用： [ミスタードーナツ 羽島店 | サンポコネット \(sanpoco.net\)](https://sanpoco.net)

https://sanpoco.net/wp-content/uploads/2014/08/DSC_0159.jpg

- ・ ターゲット

学生

教員

近隣住民

- ・ ライバル

コンビニ

学食

スターバックス、個人経営カフェ

- ・ PR の方法

ビラ配り、クーポン配布

佐賀の有名なカフェやスイーツ店とコラボ

SNS を開設し、フォローやタグ付け投稿等での割引

川原 唯飛

経営方針

『常に新しさを求めて』

大学生の客が多いことが予想されるので、流行している商品や流行の一步先の商品を提供する

事業概要

○ ファストフード（代替肉のバーガーを主体）

・ インポッシブルバーガー（500円）

→インポッシブル・フーズというアメリカの企業が製造している人工肉を使用したバーガー

現在はまだ食肉と比較すると2倍以上の値段がするが、最終的には牛ひき肉の価格を下回ることを目標に企業が活動している為、今後価格が下がって行く可能性がある。



(引用: <https://etechnologyreview.com/2019/06/21/植物ハンバーガーが全米に広がる、本物の味と変/>)

・ ビヨンドバーガー（500円）

→ビヨンドミートというアメリカの企業が製造している人工肉を使用したバーガー

インポッシブルバーガーには大豆が使われているが、ビヨンドバーガーには使われていないのが最大の相違点



(引用: <https://toyokeizai.net/articles/-/311931>)

・ ハンバーガー（300円）

→普通の肉を使ったハンバーガーを食べたい人や上記のハンバーガーと食べ比べをしたい人の為

・ サイドメニュー・ドリンクなど etc.

○ ターゲット

1 番のターゲットは大学生

そのため、代替肉以外の普通のファストフード店としても戦っていけるようなラインナップにし、大学生に手がつけやすい価格設定を心がける。

次点で健康に気を使っている人や新しいものが好きな人

○ ライバル

ライバルとしては今のところ代替肉を使った店はないので近くのファストフード店

例：マクドナルドやモスバーガー等

客を取られないためにしっかりと差別化をしていきたい

例：ミールカードやプリペイドで支払いができる等

○ PR の方法

SNS を活用する

大学生に存在を知らせるためにライブキャンパスを通じてメールを送信する

一般の人のために道路沿いからでもわかるような装飾や看板を設置する

木下 銀次郎

経営方針

学習ルームとする。学内にある自習室と差別化を図るため、机と椅子などにこだわり、集中しやすい環境とする。サブスク制とドロップインの両方用いる。



KIT : (https://www.kanazawa-it.ac.jp/kitnews/2020/0923_jishu.html)

事業概要

- ・ サービスの内容

新書など図書館には置いていないものなどを購入し、読書などもできるようにする。

飲み物はネットカフェなどにおいてあるようなドリンクサーバーを設置する。

24時間営業する。

モニターなども設置しPCを扱う学生も学習しやすいようにする。

サブスク制は月2万程度。サブスクを利用している人は自分専用のデスクを作成できる。

学割も適用させる。

ドロップインは時間制にする。1時間500円程度。

- ・ ターゲット

主に学生。勉強したい社会人も対象

- ・ ライバル

図書館、自習室。リラックスして勉強できる空間として差別化
スタバ。飲み物を飲み放題にすることで長い間いることができる

- ・ PR の方法

主に SNS を使用。

久米 淳弥

経営方針

自習・休憩・コミュニケーションの場にカフェを

事業概要（カフェ＋他事業）

- ・ サービスの内容（値段・メニューなど）
事業としては、カフェと自習室の組み合わせ
セルフカフェやお菓子類の自動販売機を導入する。
一階を交流や休憩の場にする。二階を自習室にする。



引用元（<https://selfcafe.jp/menu/>）

セルフカフェのメニューとしては、コーヒーやカフェオレなど一般的なもの
一杯 200 円～300 円を想定
食品やお菓子類に関しては、海外の商品など日本では珍しいものを取り入れる
平均 200～300 円を想定
珍しい商品を取り入れ話題性を生み出す。

- ・ ターゲット
主に佐賀大学生、大学で働かれている方
好評であれば、大学周辺の方も
- ・ ライバル
スターバックスや学食など、大学周辺のある程度滞在して活動できる飲食店
- ・ PR の方法
佐賀大学生向けに、SNS で拡散していく (Instagram など)

栗田 憲

経営方針

産学連携の一環として地元企業などに対してオフィスとして賃貸を行う。

目的としては、長期契約が取れば、賃貸料をこれまで続いている新型コロナウイルス感染症の感染状況に影響されずに得ることができるという利点を享受するためである。

なるべく企業理念などが本学と合っている企業である方がよいだろう。企業と大学との産学連携の一環ということになるためである（地域との窓口を集約した「産学連携プラザ」と役割は似ることになる）

あまり行っている企業はないだろうが、まかないなどを作っている社員がいる会社であれば、大きなキッチンスペースを利用することもできる。

事業概要

- ・ サービスの内容

企業にオフィスとして賃貸。飲食店としての賃貸ではないため、賃貸料はもとの賃貸料とは変わると考えられる。相場を見て決める方がいいだろう。

（下図：週刊ダイヤモンドオンライン「最高のパフォーマンスを出す秘訣は社内の「見せる」化より

「東京・大手町に新オフィスを構えた新生プリンシパルインベストメンツ」

<https://diamond.jp/articles/-/67390>



新たに必要な設備などとして

- ・ オフィス用の机、椅子（視察した時は実務で使うには難しそうだった。）
- ・ 電話線、インターネット回線

※（まかないなど、キッチンスペースを利用する機会がある企業がない企業ばかりの応募であれば、）キッチンスペースの撤去

- ・ ターゲット

地元企業。特に大学にとって好ましい企業理念を持つ企業、もしくは佐賀大学発学生ベンチャー。

- ・ ライバル

大学近辺にオフィスとして貸し出しているスペースがあるかどうか不明。雑居ビルなどがそれを担当しているのだろう。

また、美術館の隣に昨年秋開設された、産学連携プラザが同じ役割を果たしている。

- ・ PR の方法

国立大学法人として自治体を利用できるのであれば、県民だよりや佐賀県 HP などを用いた公示、もしくは佐賀大学 HP、佐賀大学リージョナル・イノベーションセンター (<https://www.suric.saga-u.ac.jp/>) を使った公示。佐賀大学 SNS での発信。

田河 美帆

経営方針

佐賀大学の学生だけではなく、学外者に向けてカフェサービスを提供する。
学内のカフェという特別感をうりにする。

事業概要（カフェ）

・ サービスの内容

<メニュー>

- ・ ランチセット A/B/C ¥1,200
（パスタ or ライス・スープ・ドリンク・スイーツ）
- ・ パスタ何種類か ¥800 程度
- ・ ライス類（カレー・オムライス等） ¥750 程度
- ・ ドリンク（コーヒー/カフェラテ/ソフトドリンク） ¥350~450
- ・ スイーツ（パンケーキ等） ¥600

<スタッフ人数>

厨房 3 人

ホール・レジ 1 人

・ ターゲット

学生よりも学外者の大人向け
佐賀在住の 20 代~50 代の男女
友達同士や家族での利用
佐大生の両親

・ ライバル

市内のカフェ（JONASQUARE、ROUGHCAFE 等）

・ PR の方法

イベントの開催（人気の店舗を読んでイベント行う）
Instagram での広告

中島 光樹

経営方針

居心地のよさで客の付き方は変わると思うので、その点に重きを置きます。

学生バイトというよりは、時給を高く設定(1000円~、経験のあるやる気のある方を雇いたいです。

いすや机にこだわっているカフェはなかなかないので、いすや机にこだわって店作りをします。

提供するまでに時間がかかるとげんなりすると思うので、その点に気を遣います。

7時から16時まで営業



ゆったり過ごせるカフェ9選！雰囲気が良い店

[\(https://tabelog.com/matome/6540/\)](https://tabelog.com/matome/6540/)

事業概要（カフェのみ）

・ サービスの内容

モーニング 350~500円（コーヒーお代わり自由）

ランチ 650~1000円

飲み物 150~200円（飲み放題）

果物を使うものは原価が高いので出さないようにする。

- ・ ターゲット

学生

教職員

大学に来られる方

- ・ ライバル

食堂

スタバなど

- ・ PR の方法

自分たちで運営する SNS など (instagram,tiktok など)

→ 最近は、tiktok の影響力が強くなっている。

その他 SNS (インスタのストーリーに掲載で割引)

佐賀の有名なモノや人とコラボさせてもらう。

中山 創

「経営方針」

簡易的なカフェ

誰でも使用可能な自習・休憩スペースの提供

営利の追求より実際に利用してもらうことを重視

「ターゲット」

一番は佐賀大学の学生

大学に来られる方

「サービス・料金」

- ・飲み物（コーヒー、お茶、ジュース）

- ・軽食（パン、アイス、ワッフルなど）

飲み物やパンは100円～200円、その他の軽食は高くても400～500円以内で、なるべくメインターゲットとしている学生が利用しやすくなるような金額設定を意識する。

ネット回線や全席にコンセントの配備

「競合」

他のカフェ

ファミリーレストラン

空きコマがある学生や講義終わりの学生がわざわざ行かなくても、気軽にいける雰囲気作りで対抗

「PRの方法」

大学のホームページや掲示板、メールでの宣伝に加えて、そこにクーポンをつけて実際に一度足を運んでもらう機会を設ける。

東 開也

経営方針

手軽に寄ることができるカフェの提供
学生の従業員を集めて、佐賀大学生が運営するカフェを作る
学生が運営を行うことで勉強にもなる。
講義の都合で出られない時間には外部の人をお願いをする

事業概要

朝から夕までカフェ兼自習室として運営を行う（9時～17時）

ワンコインでドリンクを買えるようにして気軽に利用できる
1杯 300円程度のコーヒー

定食メニューを提供し、充実したメニューにする（設備が充実している為）

手軽に買えるパンを提供→学内で販売されているパンを置いておく

- ・ ターゲット
学内の生徒
特に長く勉強する生徒
→食べながら飲みながらであれば長く滞在しやすい
- ・ ライバル
付近のカフェや飲食店、コンビニエンスストア（スタバやマクドナルド、セブンイレブン）
→距離が近いことやしゃべり声の有無で差別化ができる

学内の食堂

→メニューが被らないようにしておく

- ・ PRの方法
ビラはり、看板、SNS
学祭で出し物