

日本企業スポンサー付き 「日本式モクテル・ラウンジバー」

※本計画はアルコールを提供しない「モクテル（ノンアルコールバー）」を前提とする。
日本企業スポンサーによるブランディング拠点として設計。

作成者：Soon Zheng Dong
作成日：2026年2月8日

※為替換算：1 MYR \approx 30 円で試算（概算）

目次

目次	2
1. エグゼクティブサマリー（投資家向け要約）	4
2. 市場背景（ペナン F&B・ナイトライフ市場）	4
2.1 ペナン市場の特徴	4
2.2 日本ブランドの優位性	4
3. コンセプト設計	5
3.1 店舗コンセプト	5
3.2 主な提供内容	5
4. 推奨店舗規模・立地戦略	5
4.1 推奨店舗サイズ（Phase 1）	5
4.2 推奨立地	5
5. 初期投資額（CAPEX）	6
6. 月間運営費（OPEX）	6
7. 収益モデル（Revenue Model）	7
7.1 主要収益源	7
7.2 売上想定	7
月間の来店数および客単価に基づいた、フェーズ別の売上予測である。	7
● 小規模成功ケース：	7
○ RM 40,000 ～ 60,000 / 月	7
○ （1,200,000 ～ 1,800,000 円 / 月）	7
○ ※着実なリピーター獲得と、小規模なワークショップ等のイベント収益を含む。	7
● プレミアム成功ケース：	7
○ RM 80,000 ～ 200,000 / 月	7
○ （2,400,000 ～ 6,000,000 円 / 月）	7
○ ※富裕層向けの貸切イベント、スポンサー企業による大型プロモーション、およびメディア露出による集客最大化を想定。	7

8. スポンサー企業メリット	7
9. 開業スケジュール.....	8
10. リスク分析および対策 (Risk Analysis & Mitigation)	8
10.1 損益分岐点分析 (Break-Even Analysis)	8
10.2 主なリスクと対策	9
10.3 リスクシナリオへの即時対応フロー	9
11. フェーズ拡張戦略.....	10
Phase 1 : ポップアップ・小型店舗	10
Phase 2 : 常設ラウンジ.....	10
Phase 3 : KL・台北・東京でのブランド展開	10
12. 投資提案構造 (例)	10
13. 投資家向け結論.....	10

1. エグゼクティブサマリー（投資家向け要約）

本事業は、マレーシア・ペナンにおいて日本企業スポンサーと共同で、日本文化・デザイン・ライフスタイルを体験できる高付加価値モクテル・ラウンジを開業するプロジェクトである。

本店舗は単なる飲食店ではなく、日本ブランドのショールーム兼マーケティング拠点として機能し、スポンサー企業の製品・ブランド認知を ASEAN 市場に拡大する役割を担う。

ペナンは観光都市・外資企業・高所得者層が集中するエリアであり、日本コンセプト店舗の需要は高い。本事業は低リスクで開始し、段階的に拡張するモデルを採用する。

2. 市場背景（ペナン F&B・ナイトライフ市場）

2.1 ペナン市場の特徴

- 国際観光都市（UNESCO Heritage City）
- 外国人観光客・駐在員・富裕層が多い
- 夜間消費（バー・カフェ・イベント）需要が強い

2.2 日本ブランドの優位性

- 高品質・清潔・デザイン性のブランドイメージ
- 日本文化・アニメ・食文化への高い関心
- プレミアム価格設定が可能

3. コンセプト設計

3.1 店舗コンセプト

「Japanese Lifestyle Experience Lounge」

- 日本のデザイン・文化・ライフスタイルを体験できる空間
- ノンアルコールモクテル専門バー
- 日本企業スポンサーのショールーム機能

3.2 主な提供内容

- 日本素材を使ったモクテル（抹茶・柚子・梅・紫蘇など）
- 軽食（和風スナック・ハラール対応メニュー）
- 日本デザインインテリア（タイル・トイレ・照明・家具）
- ポップアップ展示・文化イベント

4. 推奨店舗規模・立地戦略

4.1 推奨店舗サイズ（Phase 1）

- 面積：600～1,200 sqft（約 55～110 m²）
- 座席数：20～50 席
- 形態：ブティック・ラウンジ型

4.2 推奨立地

- George Town（Penang Road / Chulia Street / Leith Street）
- Gurney / Tanjung Tokong（富裕層住宅地）

5. 初期投資額 (CAPEX)

項目	金額 (RM)	金額 (JPY)
内装工事・デザイン	50,000~200,000	¥1,500,000~¥6,000,000
バーカウンター・機器	20,000~80,000	¥600,000~¥2,400,000
家具・装飾	30,000~100,000	¥900,000~¥3,000,000
厨房設備	10,000~50,000	¥300,000~¥1,500,000
POS・CCTV	5,000~20,000	¥150,000~¥600,000
ブランドデザイン	20,000~100,000	¥600,000~¥3,000,000

合計：RM135,000~550,000 (約 ¥4,050,000~¥16,500,000)

6. 月間運営費 (OPEX)

項目	月額 RM	月額 JPY
家賃	5,000~10,000	¥150,000~¥300,000
スタッフ (3~6名)	9,000~20,000	¥270,000~¥600,000
原材料	5,000~15,000	¥150,000~¥450,000
光熱費	1,000~4,000	¥30,000~¥120,000
マーケティング	2,000~10,000	¥60,000~¥300,000
会計・管理	1,000~3,000	¥30,000~¥90,000

合計：RM23,000~60,000 (約 ¥690,000~¥1,800,000/月)

7. 収益モデル (Revenue Model)

7.1 主要収益源

1. モクテル・飲食販売
2. イベント・ワークショップ
3. スポンサー展示料
4. ブランドコラボ企画

7.2 売上想定

月間の来店数および客単価に基づいた、フェーズ別の売上予測である。

- 小規模成功ケース：
 - RM 40,000 ~ 60,000 / 月
 - (1,200,000 ~ 1,800,000 円 / 月)
 - ※着実なリピーター獲得と、小規模なワークショップ等のイベント収益を含む。
- プレミアム成功ケース：
 - RM 80,000 ~ 200,000 / 月
 - (2,400,000 ~ 6,000,000 円 / 月)
 - ※富裕層向けの貸切イベント、スポンサー企業による大型プロモーション、およびメディア露出による集客最大化を想定。

8. スポンサー企業メリット

- ASEAN 市場でのブランドショールーム拠点
- 日本文化発信によるソフトパワー強化
- 新規顧客獲得（富裕層・デベロッパー・ホテル）
- CSR・文化交流活動としての活用

9. 開業スケジュール

フェーズ	期間
コンセプト・契約	1～2 ヶ月
法人設立	1 ヶ月
物件契約	1～3 ヶ月
内装工事	1～3 ヶ月
採用・研修	1 ヶ月

合計：4～9 ヶ月

10. リスク分析および対策 (Risk Analysis & Mitigation)

本事業の持続可能性を確保するため、想定される主要リスクを特定し、それらに対する具体的な防衛策を講じる。

10.1 損益分岐点分析 (Break-Even Analysis)

運営費 (OPEX) に基づき、事業を維持するために最低限必要な月間売上目標を以下の通り設定する。

- 損益分岐点 (月間最低売上目標) :
 - RM 23,000 ~ 30,000 / 月
 - (690,000 ~ 900,000 円 / 月)
 - ※家賃、人件費、光熱費、および原材料費 (原価率 30% 想定) をカバーする生存ラインである。1 日あたりの売上目標は約 RM 800 ~ 1,000 (約 24,000 ~ 30,000 円) となる。

10.2 主なリスクと対策

リスク項目	内容と影響	具体的対策
集客・売上不足	開業初期の認知度不足による売上の低迷。	・スポンサー収入による固定費の補填。・インフルエンサーを活用した SNS マーケティング。・店舗休業時間を活用したワークショップ等の開催。
スタッフの離職	マレーシア F&B 業界特有の早期離職によるサービス低下。	・市場平均を上回る給与体系と明確な昇給制度。・日本式の接客トレーニングによる帰属意識の向上。・現地パートナーによる労務管理の徹底。
キャッシュフロー	予期せぬ修繕や初期の赤字による資金不足。	・**RM 50,000 (1,500,000 円)**の予備運営資金を常備。・段階的投資（フェーズ投資）によるリスク分散。
ライセンス・規制	アルコール提供規制や営業許可の遅延。	・当初より「モクテル（ノンアルコール）」に特化し規制を回避。・現地の法律顧問を通じた迅速なライセンス取得。
製品の盗難・破損	ショールーム展示品の紛失や損壊。	・**RM 20,000 (600,000 円)**規模の POS・CCTV（監視カメラ）導入。・貨物保険および店舗総合保険への加入。

10.3 リスクシナリオへの即時対応フロー

売上が2ヶ月連続で損益分岐点（月額約900,000円）を下回った場合、直ちに以下の「コスト削減・収益多角化モード」へ移行する。

1. 変動費の圧縮：スタッフシフトの再配置による人件費の最適化。
2. 収益源の追加：デリバリーサービスの開始、および法人向けケータリングの積極受注。
3. スポンサー連携：展示製品の入れ替えイベントを通じた、追加プロモーション費の確保。

11. フェーズ拡張戦略

Phase 1：ポップアップ・小型店舗

Phase 2：常設ラウンジ

Phase 3：KL・台北・東京でのブランド展開

12. 投資提案構造（例）

- 日本企業出資：10,000,000 ～ 30,000,000 円（資本出資）
- 現地運営会社：オペレーション・マーケティング
- 収益分配：株式比率に基づく

13. 投資家向け結論

本プロジェクトは低 CAPEX で開始可能なブランド・ライフスタイル投資案件であり、飲食収益だけでなく、日本ブランドの ASEAN 市場浸透の戦略拠点として高い価値を持つ。段階投資によりリスクを抑えつつ、将来的な多店舗展開・ブランド展開が可能である。