

業種 (番号 記入)	1	1 製造業 2 建設業 3 卸売業 4 小売業 5 飲食業・6 サービス業 7 その他	主な取扱 商品・製 品等	製造小売: 梁・糸を使わない1枚の布地で作るドレス。				
資本金	万円	年間 売上高	創業準備	従業員数	常時雇用 役員(法人)	0名 0名	パート 専従者	0名 0名
指導日		主な指導項目						
1月6日(水)		事業計画書の書き方について						
2月24日(水)		集客のためのマーケティング活動全般について						
3月2日(火)		アライアンス先の紹介について						
指導 分類 (番号 記入)	1	2	4	1 経営全般 2 創業 3 事業承継 4 事業計画 5 資金 6 法律・特許等 7 税務 8 労務 9 販路・取引 10 開発・技術 11 IT・情報化 12 生産・品質管理 13 店舗・不動産 14 記帳 15 倒産防止 16 その他()				
相談 内容	この度、これまでボランティアで業を提供してきたが、娘さんの協力もあり、本気の事業として取り組む準備を開始した。経営者は高齢者のため、娘といっしょに創業する。同社には「針や糸を使わないで縫製する特許」があり、これを活用した事業展開について、全般的な助言をすることとなった。							
相談時 における 課題・ 問題点 等	<ul style="list-style-type: none"> ・経営方針が明確でない。 ・経営目的や経営目標が定まっていない。 ・経営環境(事業機会、競合状況等)を的確に把握していない。 ・自社の強み、並びに弱みを的確に把握していない。 ・市場の動向(事業機会や脅威)や、顧客ニーズの理解が乏しい。 ・マーケティングを理解していない。 ・事業計画書の書き方がわかっていない。 ・収支の考え方、税務上の仕訳等、数字に弱い。 ・各種販路開拓のツールや媒体の活用方法がわかっていない。 							

指導概要(指導日毎)

■1月6日(水)事業計画書の書き方について

==以下、レジュメより抜粋==

例:計画書の全体概要等

事業計画書で記載すべきこと

■ 事業計画書への記入事項
 事業計画書は「こうあるべき」といったものは存在しませんが、必ず記載すべき項目は存在します。以下にその項目を紹介します。この項目は①②を除いて、順番が変更になっても構いません。

事業計画書で必ず組み込まれる項目	
① 概要(サマリー)	
② 会社概要と事業内容	
③ 設立の動機	
④ 顧客ニーズ(ターゲットのニーズ)と市場の動向	
⑤ 競合の動向	
⑥ 自社の強み	
⑦ 事業とマーケティング戦略(今後の方針と目標)	
⑧ 人員計画	
⑨ 開業までのスケジュール(新たに創業者の方)	
⑩ 改修計画	

+

見込 損益計算書

© 2019 Masuhide

例:顧客ニーズの把握と整理の仕方

顧客ニーズ(ターゲットのニーズ)と市場の動向

■ 市場の動向に記載すべきこと(既に事業を行っている方)
 (1) 実感した顧客ニーズを「世間のトレンド」と比較
 ポイントは、既に確認した顧客ニーズが「市場と乖離していないか?」「市場は追い風なのか? 向かい風なのか?」を確認することです。原則的には「インターネットの検索機能」を使って、2次データを調べて整理します。

例) 飲食店A
 → 地域の高齢化の進展

年	中間集計					前期集計				
	総人口	年少人口	生産年齢人口	高齢者人口	比率(%)	総人口	年少人口	生産年齢人口	高齢者人口	比率(%)
2015年	720,780	99,020	459,097	172,663	12.4	63.7	24.0	12.5	63.9	23.6
2020年	722,774	84,548	448,653	191,573	11.7	61.8	26.5	11.7	62.3	26.1
2025年	717,831	80,090	438,268	199,473	11.2	61.1	27.8	10.8	61.8	27.4
2030年	709,632	77,830	423,502	208,300	10.9	59.7	29.4	10.1	60.6	29.4
2035年	691,653	74,195	395,754	221,704	10.7	57.2	32.1	9.6	59.3	32.1
2040年	669,523	69,852	362,237	237,234	10.4	54.1	35.4	9.4	58.0	35.5
2045年	645,067	64,449	329,579	241,045	10.0	52.6	37.4	9.2	57.0	37.6
2050年	619,942	59,692	321,915	238,235	9.6	51.6	38.4	8.9	57.7	38.4
2055年	593,682	56,147	305,638	231,897	9.5	51.7	39.9	8.4	56.8	40.3
2060年	566,191	53,435	285,297	227,459	9.4	50.4	40.2	8.0	49.7	42.3
2065年	538,958	50,860	264,950	221,048	9.5	49.3	41.2	—	—	—

記述例: 立地する△△市の総人口は2020年をピークに減少傾向であることがわかりました。年齢層別の推移を見ていくと、高齢化の進展が著しいことがわかります。当店は個人経営のため、資金も情報も乏しいです。つまり、常々トレンドを追いかけた若年層向けのお店よりは当店の主旨に合わないかと考えています。そこで客層の多くを占める「高齢者の方々」が居心地良い店舗に精選することが、同店の成長のカギだと実感することとなります。

© 2019 Masuhide/Kubo

例:儲けの構造

単価

売価 200 (100%)

変動費 100 (50%)

粗利益 100 (50%)

④一つ当たりの販売価格を決める

× 10個

数量

⑤変動費を計算

⑦数量を決める

⑥売上-変動費で計算

⑧必要売上を計算

売上高

売上高 2,000 (100%)

変動費 1,000 (50%)

粗利益 1,000 (50%)

固定費 800

営業利益 200

③必要粗利益を計算

①一人当たり経常利益から算定

②人件費、未来投資、減価償却費、支払利息等から算定

■2月24日(水)集客のためのマーケティング活動全般について

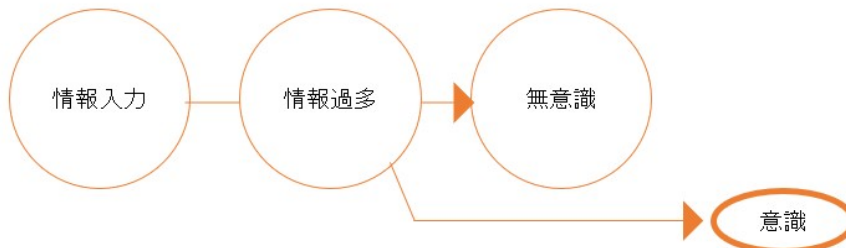
事前に用意したレジュメを使い、マーケティング活動を全般的に説明し、理解を促した。以下は、「マーケティング活動の進め方」と題するレジュメからの抜粋である。

==以下、テキストより抜粋==

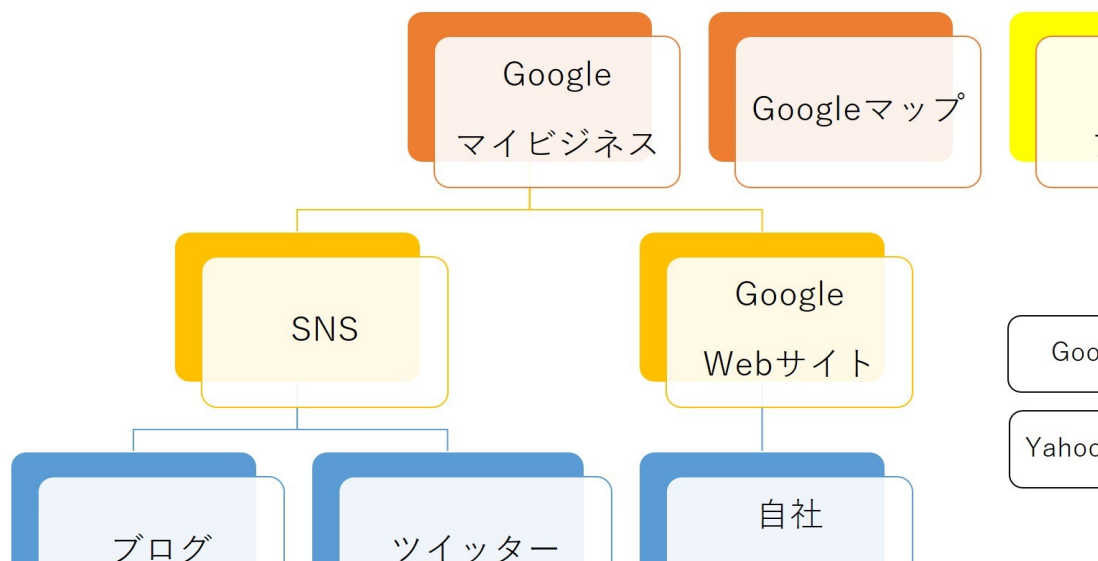
2

$$40\text{ビット} \div 1100\text{万ビット} = 0.00036\%$$

人間は感覚情報を1秒間に0.00036%のみしか、意識に向けて、考えて処理していない…。



- 態度と行動が一致しない。往々にして、行動の後に態度を決めることが多い
- 判断は**瞬間**
- 情報が多過ぎ、事業者の広告メッセージ等に**意識**を向けない
- 結果的に、非常に怠惰で短絡的な意思決定をする(いちいち時間割かない)



■3月2日(火)アライアンス先の紹介について

前回までの状況を踏まえ、同社のノウハウを活用したいとする事業者が存在しないか、当方の方で、いくつか事前に電話で接触を試みた。結果、以下の2事業者が、同社の特許ノウハウに関心を持ち、事業化につき、アライアンスしたいということになった。そこで、今回支援では、この2社に「〇〇市商工会」に来訪いただき、同社の特許ノウハウの主旨の説明、さらには、どのような事業化が可能かについて、共有の場を設けることとした。

==2事業者の紹介先==

・A社

藍染めや草木染で衣料品を企画、デザイン、製造(縫製)、販売までしているメーカー

・B社

海外原住民の雑貨や蜂蜜等を国内に輸入販売している雑貨卸。

==以上==

同社2社を迎えての議論の場を設けたことで、以下の成果が得られた。

・A社

トップスを、まず1点、同社の特許ノウハウを活かし、商品化することに。

(同社は特許料を定額+歩合制で受け取ることに)

・B社

ワンピースをまず1点、同社に委託し、年間限定数の製造販売で取組むことに。

(同社はライセンス料を加味した値付けで、卸売販売)

今後の課題・専門家の意見、総括等

以下は、支援当日最後に助言した内容である。

- ・ライセンス契約に関しては、〇〇市ワンストップ事業を活用し、弁護士の助言のもと、進めるように助言
 - ・衣料の製造販売については、月あたり10点が限界とのことで、余力を見て8点で契約するように助言
 - ・特異な技術のため、娘さんへの早期の継承が必要。つまり、常々OJTにて技術を学ぶ体制で事業を進める旨。
 - ・また、特異な技術の継承者の手数の不足が想定されるため、「弟子を取る」という発想も現実的である。副業に組みたいとする地域在住の主婦などが良い。〇〇市商工会で行われる副業セミナーの参加者からマッチング可能か、探るように
- ◇◇経営指導員に助言。