

事業計画の立て方

魅力ある事業計画書とは

- 🍷 なにかを感じさせる **【意外性】**
 - 🍷 あればよいと感じさせる **【必要性】**
 - 🍷 将来を予感させる **【時代性】**
 - 🍷 発展・展開を感じさせる **【将来性】**
 - 🍷 何か共感させられる **【社会性】**
 - 🍷 そして、ビジネスとして充分成り立つ **【収益性】**
- 以上の項目が盛り込まれた企画書です

事業計画案に必要な要素

🍷 『全体の構想』

■ なぜ、この事業をやるのか

この事業の動機や目的を明確にします。
困難に当たったときの精神的支えとなるものです。
また、社会的存在意義について確認します。
将来的な事業展開も説明します。

■ 市場の調査は

事業の現状調査
将来性はあるのか、市場は大きいのか取り巻く環境は良いのかなどを調べます。

🍷 『事業内容を明確にする』

[1] 販売計画

誰に売するのか 一販売先(顧客層)の選定一

どのような顧客層をターゲットとするのか明確にします。
顧客をどこに絞り込むかによって、客単価や商品の品揃えが違ってきます。
顧客のニーズは何かを常に検討してください

○ 小売業では、

狙うべき顧客層を明確にしておく事が、店作り、品揃え、販売活動などの経営方針を決める基になります。

○ 店舗販売では、

店舗立地条件、同業者の競合関係によって異なりますが、対象顧客の分類のポイントとしては、a)性別・b)年齢層・c)所得層・d)その他が上げられます。

○ 業者等を対象とした業種では、

消費者を対象とした業種に比べその範囲は限定されますが、その中でもどこに重点を置くかを明確にしておく必要があります。

○ 製造業など販売先(受注先)が特定される場合は、

相手先が信用の置ける企業かどうか、継続した受注の確保が可能かどうか、自分の技術にあっているか、掛売りの場合は後日のトラブルを防ぐ為にも回収条件がどうなっているか、を確認しておきましょう。

何を提供するのか 一取り扱い商品(製品)の選定一

顧客層や立地条件などによって、取り扱う商品やどのようなサービスをするのか決定します。

市場や顧客に受け入れられることが必要です。
取扱商品の選定では、価格帯、品質水準、付帯サービスなどを考慮しましょう。

また、業種によっては納期、技術水準も重要な事項です。取扱商品の選定についても、原則としては絞り込む事が大切です。

どのように売するのか 一販売方法(店作り)一

店舗(対面)販売にするのか、セルフサービスにするのか、通信販売にするのかなど、どのような販売方法をとるのか検討します。

○ 店舗販売の対面販売方式(小規模小売店では、多くはこの方式)

➡ 商品と店の雰囲気、販売店の接客技術が購買意欲を生み出します。店舗構成は専門家のアドバイスを受ける事も必要ですが、他店を見学するなどして、自らストアイメージを持つことが大切です。

○ セールス活動を主体とする業種

➡ 経営者自信が持つ販売ルートが非常に重要になります。特許や高い技術力を持っていても、それを必要とするユーザーに出会わなければ、購買に結びつきません。どれだけ確実に、ユーザー開拓の見通しを立てられるかが、開業成功のカギとなります。

どのような特徴なのか

商品の「ユニークさ」や「商品の品揃え」など、他社との差別化・独自性のある、従来にない特色を具体的にしましょう。

どこで売するのか

業種や顧客層にマッチした立地を選びます。
また、立地条件にあった取引商品、販売方法についても検討します。

販売条件は

現金なのか、掛売りなのかなど、どのような条件で販売するのか検討します。

※ 売上先が特定される場合、

- 1) 相手先が信用置けるか。

- 2) 継続した受注の確保が可能か、自分の背丈か
- 3) 売掛の場合は、回収条件がどうなっているか
を確認しましょう

営業時間は

営業時間をどうするのか検討します。

- **店頭販売においては、**
お客様の利便性などを最優先に考えて時間を設定する必要があります。
- **事業者対象の場合は、**
相手の営業時間などを考慮し、時間を想定します。

注：従業員を雇っている場合は、労働基準法により従業員に休日を与えなくてはならないので注意してください【毎週1回以上、又は4週間を通じ4日以上】

休日とは原則として午前0時より午後12時までの暦日

賃金は

開業前、開業後の運営資金がどれだけ必要となるのか。事業フローや売上見込みとあわせて検討します。

[2] 仕入れ計画

仕入れは、販売(売上)や利益にも直接影響する大切な項目です。

次の項目について検討しましょう。

- (1) 何を 売れ筋商品や販売戦略に沿った商品確保が可能かどうか検討します。
- (2) どこから 必要な時期に、必要な商品を、安定して供給してくれる仕入れ先の確保が重要です。
- (3) どんな条件で 現金なのか、買掛や手形払いが可能か。支払いサイトはどうなっているのか確認します。
- (4) 計画的に 過剰在庫は資金繰りを圧迫します。計画的な仕入れが大切です。

業種毎に注意することもあります。

☆ 販売業種では、仕入れ先の選定は大切です。商品構成を可能とするには仕入れ先の協力が不可欠です。一般品の仕入れは、仕入れ先のカatalogで選択できますが、複数の仕入れ先を比較検討するべきでしょう。

特色ある品揃えをするには、独自の仕入れ開拓を行うべきです。業界の見本市、展示会、個別企業の展示会等を利用して、自分の足と目で開拓する積極性が望まれます。海外へ目を向けることも一つの方法です。

☆ 製造業では材料、部品の購入も有りますが、外注先の確保が重要です。経営者がルートを持っているか否かがポイントとなります。

開業を志すからには、日ごろから人との交流をこころ掛けておくべきでしょう。

[3] 売上計画

- (1) 売上高 販売業(小売店、飲食サービス店など)
⇒ 平均客単価 × 1日客数 × 月間営業日数 = 月間平均売上高
製造業、サービス業(特定取引先への売上が多い)
⇒ 得意先別月間予想取引高の合計
※取引先が特定しない場合
⇒ 平均取引額 × 取引先数 = 月平均売上高
- (2) 売上原価・商品仕入高又は材料仕入高

※ 正式な売上原価の算出方法は

[期首在庫高 + 仕入高 - 期末在庫高]ですが、開業時は期首在庫がゼロで、期末在庫予想が困難ですので、簡単な方法で見積ります。

注：開業当初から順調に行かない事が多いので、“開業当初”と“軌道に乗った後”に分けて、計画を立ててみましょう

[4] 経費計画

人件費等経費のほとんどは売上に関係なく、支払われなくてはならない経費です。これらの経費は利益計画に大きな影響を与えます。以下のことを検討しましょう。

- (1) 人件費 少数精鋭化し、従業員の作業は極力パートで対応できないか。
- (2) 家賃 作業の合理化、整理・整頓の徹底を図り、出来るだけ、作業場、事務所の縮小が出来ないか
- (3) 減価償却 必要最小限度の施設、機械、什器備品の検討。
- (4) 支払利息 中古品の活用、リースの利用の可否
開業投資の圧縮、借入金の圧縮。早期回収、在庫圧縮による運転資金の圧縮等、借入金の縮小や利率の低い借入金を活用できないか。

[5] その他

(1) 創業者のプロフィール “事業は人なり”といえます。特に、創業は創業者の人柄、キャリアに追うところが大切です。創業者の経歴、資格、その他、家族環境などのプロフィールを紹介する。

(2) 協力者(企業)、支援者 創業事業に協力してくれる個人、企業のリスト。

(注) 協力者とは、資金提供、顧客又は顧客開拓協力、仕入れまたは仕入れ先開拓協力、技術、ノウハウの提供等、事業実施に直接的に協力してくれる者。

支援者リスト

(注) 事業実施に直接協力しないが、創業者に情報提供、アドバイスをしてくれる人。

- (3) 添付資料
 - 1 資料・データ
事業の成功可能性を裏付ける客観的データ(統計資料、調査報告書、書籍等、公知されているデータ)を出来るだけ多く集めて資料とする。
 - 2 図面資料
店舗、設備等の設計図、店舗イメージ図などの図面類。
 - 3 建物、設備、器械、什器などの見積書等創業資金算定の基礎資料類
 - 4 特許、実用新案、商標などの知的財産の資料類
 - 5 実施スケジュール

事業立案から、スタートアップまでの、やるべき事を日時スケジュールで一覧表にする。



事業計画書の作成



自分で考えた事業をいかに実現していくかを具体的に示したものが事業計画書です。

自分の事業が本当に実現可能なのかを確認する意味が必要です。何度も作り直していくと成功の道が見えてきます。



開業後の見通しを立てるためには、収支計算をしなければなりません。検討内容は、

- (1) 投資内容の検討
投資額の縮小が出来ないか、内容を再検討する
- (2) 資金調達の検討
自己調達の資金を増加できないか再検討する
- (3) 経費内容の検討
経費額の削減が出来ないか、内容を再検討する

売上等の計画書を増額する事は、計画倒れになる場合が多いので、確実な販売見通しがある場合を除き、検討対象にはしません。

投資内容を再検討し、借入金を縮小して、返済必要資金の圧縮を図ること、及び必要経費を再検討し、利益が増加する事によって“必要売上高”が売上高の計画値より低くなるように、終始計画の見直しをして下さい。

※ より詳しい情報は、白岡町商工会までお問い合わせください。