

起業家支援セミナー

テキスト別冊
事業構築・開業準備ワークブック

事業構築・開業準備ワークブック 目次

1. 事業の目的チェックとアイデア創出	3
① 目的チェック	3
② 個人的・社会的課題→事業化アイデア抽出	4
③ 事業化アイデア(事業ユニット候補)一覧	5
2. 事業アイデアの整理	6
どんな事業か	6
それに必要な経営資源は何で、どうやって作るか	6
どのような仕事をするか	7
スタートの時期とそのストーリー	7
3. 事業の完成イメージ	8
A: 業種に関すること	8
A-① どんな業種か	8
A-② 社会的意義	8
A-③ 社会的ニーズはあるか	8
A-④ すでに類似のビジネスはないか	9
A-⑤ 自分がやりたいことであるか	10
A-⑥ 専門性	10
A-⑦ 業種チェック	11
A-⑧ 将来の進み道	12
B: 商品に関すること	13
B-① 主な取扱商品(サービス)	13
B-② 商品の方針	14
B-③ 品揃え計画	15
B-④ 価格計画	15
B-⑤ 商品開発	16
B-⑥ 製品準備	16
B-⑦ 生産計画	17
B-⑧ 仕入購買	17
B-⑨ 外注先	18
B-⑩ 商品についてのチェック	18
C: 市場に関すること	19
C-① 販売ターゲット	19

C-② 環境分析	19
C-③ 市場調査	20
C-④ 市場規模	20
C-⑤ 自社のポジショニング分析	20
C-⑥ 自社の方針	20
D: 販売・提供に関すること	21
D-① 販売方法	21
D-② 販売・提供内容	21
D-③ 販売額	22
D-④ 販売時間	22
D-⑤ 販売ステップ	22
D-⑥ 販売活動の概要	23
D-⑦ 告知活動	24
広告宣伝方法の選定	24
告知内容について	24
D-⑧ 店舗・事務所・営業所	25
どのような店か	25
開店までの準備スケジュール	26
D-⑨ 開店・開業準備項目	26
D-⑩ 人による販売	28
D-⑪ CIの表現	28
D-⑫ 顧客—商品構成表	29
D-⑬ 物流	30
D-⑭ 顧客管理・会員制度	30
D-⑮ 代金の受領	31
D-⑯ その他販売活動とツールのアイデア	31
E: 事業体に関すること	32
E-① 組織・協力関係、リーダーシップ	32
社内組織	32
他社との協力関係	33
経営機能強化のために	33
事業者としての1週間行動スケジュール	33
E-② 人事計画	34
要員計画	34

人件費計画	34
教育訓練計画	34
E-③ 財務計画・資金計画	35
財務管理体制	35
税務申告	35
財務計画策定	35
月次収支モデル	36
月次ごとの収支計画表(1)最初の6ヶ月	36
月次ごとの収支計画表(2)次の6ヶ月	37
5年間の収支計画表	37
資金調達	38
スタート資金	38
E-④ 目標設定	39
定性的(数字にできる)目標	39
期限目標	39
実力目標	39
要素別目標	39
E-⑤ 計画の実行	40
これから取り組む主なプロジェクト10項目	40
自己管理	40
4. 事業計画のまとめ	41
① 事業イメージ	41
② 実行計画	42
5. 目標	43
6. 行動項目の整理	
事業ユニット・イメージシート(1)~(10)	44
プロジェクト10 (1) プロジェクト一覧表	47
プロジェクト10 (2) スケジュールリング	48
各月の行動項目(6か月分)	49

1. 事業の目的チェックとアイデア創出

① 目的チェック

自分がどんな気持ちで事業に取り組むかということは、事業内容の決定から、スタート後のスピードにまで影響を与えます。もっともらしいことを書く必要はありません。自分の気持ちを洞察するためのものなので、現在考えていることを正直に記入して把握してください。

(1) 新しい事業、プロジェクトをはじめめる動機は？

(例を参考に自分が思いついたことを書き込んでください。)

- A: 現状に不満はないが、もっとすばらしい人生を送るため
- B: 現状に不満があり、そこから脱出するため

(2) 事業に求めるものは何か？

- A: 事業をした結果 (金銭、名誉、生活の安定、理想とする未来社会の実現など)
- B: 事業をしている日々 (がんばりたい、いろいろなことができるようになりたい、楽しく仕事をしたい、世の中に価値あるものを出したい、お客様に喜ばれたい)

(3) どのぐらいの成功を実現したいか？ (例えば年収など)

- A: 最高の成功を収めたい、 B: 楽にできるならどこまでも C: ほどほどでよい

(4) 今後、自分の事業に最も重要なものは何だと考えているか？

- A: 自分の実力と努力、 B: チャンスや方向性の選択、 C: 他人の協力

(5) 過去を振り返って、どんな点に問題があったと感じているか？

- A: 自分の性格や考え方、 B: 過去の選択、 C: 周囲の人

(6) 将来に対して不安に思っていることは何か？

- A: 売れないこと、 B: 人にだまされること、 C: 自分ががんばりきれないこと

(7) 将来のために必要だと思っていることは何か？

- A: 知識、 B: 資金、 C: 仲間

(8) ここで将来を設計する意味は何か？

② 個人的・社会的課題→事業化アイデア抽出

	個人的・社会的 課題	原因と推測 されるもの	解決策のアイデア～ 事業化イメージ～ 行動項目
1.			
2.			
3.			
4.			

5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			

③ 事業化アイデア(事業ユニット候補)一覧

	事業ユニット名	商品(サービス)・ 市場(場所など)	事業形態 営業方法・販売方法・ 提供方法・その上での工夫など
1.			
2.			
3.			
4.			

5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			

2. 事業アイデアの整理

まず現在、頭に描いている事業内容を書き出してください。
業種が決まっていない場合には「仮の決定」をしたうえで書いてみてください。
この段階では今の考えをまず整理することだけが目的です。
成功の可能性や準備資金の過不足などの条件は外して考えてください。

どんな事業か

業種は	
事業の名称は	
言葉で簡単に説明するとどんな事業か	
取り扱う商品やサービスの内容は	
対象となるお客様は	

販売方法は	
すでに成り立っている事業か	
お客様が自分を選ぶ理由は	
想定するおよその売上規模は	

それに必要な経営資源は何で、どうやって作るか

ノウハウは	
店舗など販売体制は	
販路の開拓は	
生産・仕入れ体制は	
協力者は	
資金は	

どのような仕事をするか

毎日の商品準備作業	
お客様に知らせる作業	
お客様への告知材料作り	
お客様へ商品やサービスの提供	
仕事の管理と見直し	
仕事の改善作業	
活動時間と日課	

スタートの時期とそのストーリー

スタートまでにすること	
スタート年月日	年 月 日
スタート段階の目標売上	年商・月商・日商
その後の発展のためにすること	
当面の目標	
最終目標	

3. 事業の完成イメージ

A: 業種に関すること

A-① どんな業種か

何業か

将来的には何業を目指すか

名称(商号、ブランド、プロジェクト名)

サブタイトル

A-② 社会的意義

社会的な必要性はあるか？

目先ではなく長期的に事業として成り立つか

社会的意義に対して、多くの賛同者はいるか

社会的意義と、始めることに一貫性はあるか

なぜこの事業が必要と考えたか

社会的意義について、信念があるか

社会的意義を誰にでもわかりやすく伝えられるか

社会的意義を図や表にまとめてあるか

A-③ 社会的ニーズはあるか

そのビジネスが無いことで、どのような問題が起きているか

具体的なニーズのレベルは高いか低い

ニーズが高いとすれば、なぜ他がやらないのか

ニーズを感じている層は、どのくらいか、何人いるか

マーケットリサーチは行ったか？結果は

リサーチに偏りはないか(対象、地域、年齢など)

リサーチ結果に対する信憑性は

似たようなニーズを満たして、成功しているビジネスはあるか

収益をあげられる客観的データはあるか

思い込みすぎているところはないか

お客様はそれに対して「お金を払って買う(サービスを受ける)」という意識はあるか

A-④ すでに類似のビジネスはないか

うまく行っているか

参考にする企業はあるか

その売上高規模は

その従業員規模は

うまく行っていないとすれば、何が原因か

うまく行っているとすれば、それとの差別化は何か

過去にあった場合、それがなくなった原因は何か

それとの法的問題はないか

海外に類似のビジネスはないか

そことの提携、差別化は

他社参入の見込みはあるか

それに対して、どのように対抗するのか

さらに差別化を決定づけることはないか

A-⑤ 自分がやりたいことであるか

なぜやりたいのか

その事業を始める上で捨てられるもの、捨てられないものは何か

事業に対するこだわりは、一生涯続けられるか

過去に照らして、自分にあっている根拠とは

やることに対する決意は出来ているか

他に逃げ道、代替案は作っていないか

体力に自信はあるか

利益がでなくても続けていけるか、またその限界は

以前からやりたかったことであるか

A-⑥ 専門性

なぜ、あなたでなければならないのか

自分の専門性を活かせるところから始める事業か

プロとして自分にできるものであるか

業界周辺の専門知識はあるか、プロと言い切れるか

そうでないとすればどのように補うのか

必要な情報収集はどのようにしているか

どのような勉強、研究をしたか

またこれから何を勉強するのか、それで十分か

頼れる専門家アドバイザーがいるか

A-⑦ 業種チェック

事業の特徴は

事業の販売面の強みは

事業の収益面での強みは

事業の成長性は

事業の将来性は

競合の厳しさは

他に魅力的な事業があるか

まず強化すべき地域は

新たに開拓すべき地域は

まず強化すべき販路は

新たに開拓すべき販路は

別の客層に商品が販売できないか

別の販路に商品が販売できないか

別の商品を販売できないか

別業種との複合化はできないか

仕入先の業務への進出はできないか、

販売先の業務への進出はできないか

A-⑧ 将来の進む道

自社を何業と定義するか

将来的には何業を目指すか

現段階での不確定な要素

問題点

B:商品に関すること

B-① 主な取扱商品(サービス)

商品名	原価と 売価	目標 販売数	商品の仕様 魅力、新しさ	現在の売上状 況、準備状況
1				
2				
3				
4				

5				
6				
7				
8				
9				
10				

B-② 商品の方針

商品のバリエーション(品揃えの幅)はどこまで広げるか

商品のラインナップ(品揃えの深さ)はどこまで深くするか

商品・サービスの組み合わせ販売は考えられるか

対象を広げるために総合化した場合の可能性はどうか

差別化して専門化した場合の可能性はどうか

商品のポジショニング

他社製品、業界標準にくらべての位置づけは

ブランドイメージ

商品・サービスに共通するこだわり、一貫性

お客様にもたらしたい価値・結果

提供することで期待する結果、効果性の高さ

新規性(目新しさ)

魅力、優位性(他社商品に比べて優れている点)、その商品が売れる理由

機能
品質
デザイン
色彩
流行

B-③ 品揃え計画

将来的にはいつ何を品揃えするか

いつ	何を

季節による取扱商品の変化

	季節的な需要傾向	取扱商品
1月 2月 3月		
4月 5月 6月		
7月 8月 9月		
10月 11月 12月		

B-④ 価格計画

価格帯(プライスゾーン)

特に利益を期待する商品(プロフィットリーダー)は

注目・集客のための商品(ロスリーダー)は

事業全体の粗利益率は

価格決定方針は

- コストプラス方式 コストを積み上げ、それに利益を付加して最後に価格を決める
- 市場価格基準方式 お客様が妥当と思って買ってくれる価格、習慣・値ごろ感
- 戦略的価格決定方式 はじめに価格を決定して、それに応じてコストを下げる

薄利多売か、高利少売か

直売価格と販路への卸価格の設定

値引き

価格弾力性(価格の上げ下げに対応した販売量の変化)

B-⑤ 商品開発

今後開発していきたい商品

1
2
3
4
5

商品改良、次期商品の目標

--

技術開発の課題整理

他社の技術水準との比較、技術課題を解決する手段の検討、
自社が目標とする技術水準と現在の技術水準とのギャップ分析

--

研究開発計画の策定

研究開発の手順
推進体制
全体スケジュール
開発予算

B-⑥ 製品準備

試作品はできているか

--

できていないとすればいつ誰が作るのか

--

試作品は誰に評価してもらうのか

--

試作品に対する評判は

--

大量生産が可能か

--

外注先は確保しているか

--

外注先は安定供給が可能か

--

在庫はどこで、どのように管理するのか

--

B-⑦ 生産計画

生産品目

生産設備

生産場所

生産設備投資予算

外注利用の範囲

勤務形態

労働者の能力

B-⑧ 仕入購買

仕入購買先の選定方針、開拓方法は

品質、技術水準、価格、納期、支払い条件、経営の安定性

仕入先候補

仕入購買品目	仕入先名

仕入購買の発注量

大量仕入か当用仕入か、発注サイクルは、

発注を判断する在庫量は、発注リードタイム(発注～納品期間)

発注方法

検収方法

支払方法

返品、仕入値引など

購買状況の管理ツール

仕入先一覧、支払手段、買掛金

B-⑨ 外注先

外注先の選定方針、開拓方法は

品質、技術水準、価格、納期、支払い条件、経営の安定性

外注依頼業務

自社にはできない業務を補う

自社よりも安い原価で生産する

自社にはない特殊な設備や専門技術を使う

依頼業務	外注先名

B-⑩ 商品についてのチェック

現在の主力商品の成長性は高いか

次期の主力商品は用意されているか

商品の主要機能が競合他社に比べて高いか

商品の付随機能が競合他社に比べて高いか

商品の価格競争力が競合他社に比べて高いか

商品の品ぞろえが競合他社に比べて高いか

顧客ニーズに対する情報が収集されているか

商品の量について製造提供能力が高いか

製造作業の標準化が図られているか

不良が発生しない体制になっているか

原価削減を図っているか

納期の遅延防止策は

問題点

対策

●さらに売れるため、効果を高めるためにプラスする新規商品・サービスのアイデア

C:市場に関すること

C-① 販売ターゲット

法人相手の場合

業種			
地域			
規模			
具体的企業名	販路か 使用者か	業種や規 模	売りたい商品やサー ビス、量・金額
1			
2			
3			
4			
5			

消費者相手の場合の対象顧客層

地域
性別
年齢
家族構成

収入
職業
趣味
生活スタイル

C-② 環境分析

市場環境について感じていること

地域環境
国内環境
海外環境

市場動向について感じていること

過去～現在
未来
成長性
ニーズの変化動向

既存企業について感じていること

現在の状況
他社の技術・商品面の動向
他社の事業展開の動向
他社の新規参入の脅威

C-③ 市場調査

外部調査資料の収集

新聞記事・雑誌・書物を調べる、政府刊行物など統計資料を調べる
インターネットで他社状況や評価を調べる、新聞情報や業界誌を保存する
業界団体や調査機関による調査、他社パンフレット入手
同業種の知人からの聞き取り調査

--

自分で調査を行なう

質問法(事前に用意した質問に回答)、観察法(行動や反応を実際に観察)、
実験法(テスト販売など)

--

C-④ 市場規模

一人当たりの年間購買額は(取り扱い全商品の合計)

--

購買頻度は

--

1回の購買時の客単価は

--

対象の分母となるお客様の数、密度は

--

C-⑤ 自社のポジショニング分析

研究開発体制、技術力、企画開発能力のレベルは？
製品のバリエーション、製品のラインナップは？
供給業者との交渉力、仕入購買条件、材料・素材の品質は？
生産能力、製造コスト、製品の仕上り精度は？
ブランド力、品質と価格のバランスは？
販売促進活動、広告やPRの積極性は？
販路の販売力、販路開拓力、店舗数、営業時間は？
営業力、アフターサービス、品質保証は？

自社の強み
自社の弱み

C-⑥ 自社の方針

他社の動向に対する自社の方針
低価格化か差別化か
競合していくか競合を避けるか
弱みについての強化項目

D:販売・提供に関すること

D-① 販売方法

販売方法は

店舗、受注販売、通信販売、インターネット通販

卸、小売

その割合は

--

販売の流れは

製造・仕入・陳列→集客→販売→提供

告知・営業→受注→仕入・生産→提供

--

D-② 販売・提供内容

知らせる、伝える、見せる、聞かせる、味あわせる、売る、渡す、調達する、運営する、管理する、考える、決める、作る、直す、運ぶ、教える

--

提供する技術(サービス業、飲食業、建設業など)

必要な専門能力は何か

--

専門能力を有しているか

--

担当者が退職しても自分が同じ品質を維持できるか

--

これから身につけるべき技術は

--

いつ、どうやって身につけるか

--

D-③ 販売額

当面目標とする売上高は

いつからスタートで、当面の目標達成時期はいつか

そのために必要なお客様の数は

一人のお客様にどんな周期で販売するか

その販売のために必要な店舗数、営業所の数、座席数、売り場面積は

D-④ 販売時間

営業時間帯、休業日は

そのための準備の時間は

その他物流や移動にかかる時間は

D-⑤ 販売ステップ

販売までのストーリー

確率の低いところがあると、お客様は途中でこぼれてレジまで来られない
弱点の補強とは分母を大きくする行動と各段階での確率を上げる

お客様の状況	確率 (%)	段階を進んでもらうための販促行動の内容、重点テーマなど
知らない (対象とする分母)		アプローチの対象
		知ってもらうためにすること
知っている		興味を持ってもらうためにすること
		行動を起こしてもらうためにすること
興味がある		来てもらうためにすること
		接してもらうためにすること
行ってみたい		買ってもらうためにすること
		何度も買ってもらうためにすること
のぞいてみる、 問合せをしてみる		信者になってもらうためにすること
入ってみる、 面談してみる		
買ってみる		
何度も買う		
常に利用する		

D-⑥ 販売活動の概要

各段階でどのような考え方で、どのような行動をするか

<p>望む数字を実現するために</p> <p>売れるストーリー作り</p> <p>(営業・販売設計)</p> <p>売れるためには、誰に何を買ってもらいたいか。買ってもらいたくためには今は何が障害なのかという問題をつかむ</p>	
<p>お客様の反響を得るために</p> <p>必要・欲しくなるもの作り</p> <p>(魅力開発)</p> <p>お客様は何を求めているのか、何に反応をするのかをつかみ、そのための商材や店舗空間、告知ツールを作る</p>	
<p>お客様の関心を集めるために</p> <p>商品の見直し</p> <p>(品揃え、価格、組み合わせ)</p> <p>お客様から教わりたいのは何を求めているのかということ。表面的なことや根本的な欲求を踏まえて改善を図る</p>	
<p>集客のために</p> <p>告知作業</p> <p>(チラシ、DM、広告など)</p> <p>告知作業は今欲しいと思っているお客様へのご案内と、そのうち欲しいと思っているお客様に情報提供する2種類がある</p>	

<p>入店促進のために</p> <p>見た目作り</p> <p>(看板、外観、外から見た店内)</p> <p>お店の魅力が一目でわかるような、お客様が入ってみたいくなる店作りをしながら、その障害となる敷居の高さを改善する</p>	
<p>店内での購買促進のために</p> <p>売り場作り</p> <p>(陳列、POP、レイアウトなど)</p> <p>選択のために商品を見せてあげること、必要な商品を探しやすくすること。購入の判断材料を提供するのが売り場</p>	
<p>お客様に喜んでいただくために</p> <p>サービス作り</p> <p>(接客、マナーなど)</p> <p>お客様は不満がないだけでは再度の来店にはつながらない。満足し喜んでいただくための要素を作っていく</p>	
<p>お客様の流出を防ぐために</p> <p>フォロー作業</p> <p>(効果測定、アフターサービス)</p> <p>満足したお客様も時間がたつと忘れてしまう。お客様に最初に思い出してもらおう存在になるためのアプローチをする</p>	

D-⑦ 告知活動

広告宣伝方法の選定

さまざまな方法について、

事業との関係評価、行なう場合の方法・頻度・回数・数量・内容・コストなど

配布広告 (ビラ配り、ポスト投函)	
新聞折込広告	
ダイレクトメール	
インターネット (ホームページ作成、バナー 広告など)	
媒体広告 (テレビ、ラジオ、新聞、雑 誌)	
パブリシティ (新聞雑誌などの情報欄の 活用)	
屋外広告 (街頭看板、屋上看板など)	
交通広告 (鉄道、タクシー、バスなど)	
店内広告 (自社店内、協力会社店内)	

告知内容について

対象はすでに買いたいと思っている人か、これから買おうと考えてもらいたい人か
取扱商品への需要、購買経験、購買頻度を考慮

どうやって告知に目を止めてもらうか、キャッチコピー

どうやって会社・商品に関心を持ってもらうか、記憶してもらうか

どうやって必要・欲しいと感じてもらうか、商品を買った状況をイメージしてもらうか

どうやってこの商品の魅力を感じてもらうか、最終決断のための詳しい商品説明は

どうやって商品を買う場合に自社を選んでもらうか

どうやって買おうという行動を起こしてもらうか

告知内容のイメージ

D-⑧ 店舗・事務所・営業所

どのような店か

地域
立地条件 交通機関、 道路の状況、 商店街など近隣の業種構成・街並み、 交通量と流れ、 駐車スペースの有無、 背後地の人口・属性、 競合店と大型店の状況と動向、 商圈範囲と購買力 具体的な候補地
広さ
家賃の条件
外装
内装、店の雰囲気
販売方式(対面販売、セルフなど)

レイアウト
席数(事務所・教室・飲食店の場合)
厨房(飲食店・惣菜店などの場合)
材料保管場所
通路
待合室・休憩所
商品群ごとの面積配分
陳列
陳列用什器備品(商品棚、冷蔵ケースなど)
ポスター
POP
照明
色彩
店舗全面デザイン、入り口
看板

開店までの準備スケジュール

番号	準備項目	目標期日
	店舗条件洗い出し	
	不動産業者・物件探し	
	立地、家賃・権利金・面積・形状などの条件比較、検討	
	内装の変更の必要度合い調査	
	その他店舗に関する観察(他の候補物件、店作りの参考にしたい他社店舗)	
	売上高の予測(市場調査)	
	設定条件下での事業内容見直しと成功のためのアイデア出し	
	初期投資・運転資金に関する試算	
	開業の最終決定	
	店舗の決定(権利関係の確認、契約内容の検討、契約)	
	店舗設計(デザイン、面積、席数、レイアウト、陳列、什器・備品)、試算	
	融資の申込み	
	店内外装工事業者の選定	
	店舗内外装工事施工	

	什器備品の発注、購入	
	什器備品の設置	
	開店	

D-⑨ 開店・開業準備項目

予算
店舗取得 土地購入費用(代金、手続費用)、土地賃借費用(保証金、地代)、店舗新築費用、店舗賃借費用(保証金、家賃)、自宅改造費用、自宅改造のあいだの引越し費用、部屋代、駐車場賃借費用、物件探しの交通費、不動産屋さんへの礼金、契約費用(印紙代、)
およその金額
店舗外装 前面カンバン、袖カンバン、置カンバン、外壁塗装、装飾工事費、舗装工事、ひさし、テント、花壇・植栽、造園工事、のれん、駐車場のカンバン、駐車場の車止め工事、自動販売機
およその金額
店舗内装 設計士、インテリアコーディネーター、その業種の店舗専門家、基礎工事、壁面工事、電気工事、配電設備工事、空調工事(エアコン、換気扇)、棚工事、リーチインケース工事、厨房設備工事、カーペット工事、自動ドア工事、照明器具、防犯設備工事、防音工事、倉庫工事、休憩所、更衣室、トイレ、ウォシュレット、受付カウンタ、メニュー、カーテン、ブラインド、工事の間の交通費、工事の間のお茶代
およその金額

<p>車両 配送車、仕入用の車、移動用の車、通勤用の車、送迎用の車・バス、車両維持費、燃料費、自転車、フォークリフト</p>
<p>およその金額</p>
<p>仕器 陳列棚、冷蔵ショーケース、レジ(POSレジ)、エアコン、玄関マット、かさ立て、時計、ごみ箱、灰皿</p>
<p>およその金額</p>
<p>店舗備品 清掃用具(ほうき、ちりとり、掃除機、窓拭き、雑きん、バケツ、洗剤、ワックス)、脚立、工具セット、ドライバーセット</p>
<p>およその金額</p>
<p>販売消耗品 スーパー袋、ナマモノ袋、紙袋、包装紙、リボン、化粧箱、セロテープ、ガムテープ、シールのり、予備の蛍光灯</p>
<p>およその金額</p>
<p>契約類 電気、ガス、水道、下水道、電話、インターネット、新聞、業界誌紙、宅急便(価格の交渉、集荷依頼、伝票、宅急便袋)、有線放送、セコム、ダスキン(マット、モップ、ぞうきん、空気清浄器)、清掃業者、ごみ・廃棄物業者の契約、銀行口座、火災保険、盗難保険、商工会議所・商工会・青色申告会・法人会</p>
<p>およその金額</p>

<p>事務用品 電話機、FAX、机、イス、ホワイトボード(会議・連絡用、月間スケジュール、行き先表示用、連絡先一覧表用)、コルクボード、インターホン、郵便受け、表札、金庫、パソコン、ワープロ、コピー機、印刷機、名刺入れ、電卓、ファイル、本棚、定規、ペン立て、ホッチキス、クリップ、はさみ、カッター、パーテーション、POP用紙、POP用ペン、ふで、ごみ箱、灰皿、電気ストーブ、ロッカー、コートかけ、徹夜用寝袋</p>
<p>およその金額</p>
<p>運営費用 営業セット(カバン、パンフレット、携帯電話)、商品仕入れ費用、原材料仕入れ費用、外注費用、広告費、販促品費、サービスマーク(デザイナー、商標登録)、カタログ、パンフレット、POPデザイナー契約、店の地図、チラシ代、便箋、封筒(大・小)、帳簿(現金出納、受発注)、伝票、名刺、領収書用紙、ゴム印、スタンプ台、朱肉、代表印、角印、銀行印、担当者印、訂正印、切手、収入印紙、鉛筆、赤鉛筆、鉛筆削り、消しゴム、ボールペン、マジック、ふで、コピー用紙、FAX用紙、レシート紙、タイムカード</p>
<p>およその金額</p>
<p>接客 料理機材、食器類、わりばし、スプーン、テーブル調味料類、テーブル、いす、製氷機、おしぼり、コップ、お子様セット、お菓子代、お茶、茶碗、きゅうす、魔法瓶、コーヒー・ミルク・砂糖、コーヒーカップ、スプーン、おぼん、食器棚、制服(はっぴ、帽子、、、)、名札、鏡、冷蔵庫、電気ポット、洗剤、ごみ袋、テレビ、カサ立て、雑誌、マガジンラック、観葉植物、応接セット、カレンダー、トイレトペーパー、ペーパータオル、スリッパ</p>
<p>およその金額</p>
<p>経営事務 税理士費用、財務管理ソフト、販売購買在庫管理ソフト、顧客管理ソフト、会社設立費用、開業届費用、開業あいさつ関連費用、謄本・印鑑証明をとる費用、人件費、採用費(ポスター、チラシ、雑誌)、タイムカード、辞書</p>
<p>およその金額</p>

D-⑩ 人による販売

口頭で営業・販売をする場面とは？

服装は、身だしなみの注意点は？

説明に使用するツールは？

話す内容は？

挨拶
身近な雑談
インタビュー
解説、強調するポイント
提案
最後のお願い
受注・提供
お礼

訓練の方法は？

D-⑪ CIの表現

自社、業種、特徴、商品を間違いなく理解していただき、記憶していただくための材料
社名は

業種、事業の定義は

ブランド名は

社名やブランド名につけるサブタイトルは

ロゴ

文字色
背景色
文字の太さ
書体

マーク、誰が作るか

名刺の特徴、誰が作るか

看板の特徴、誰が作るか

制服の特徴、誰が作るか

D-⑫ 顧客—商品構成表

対象とするお客様を分類する

地域、性別、年齢、家族構成、収入、職業、趣味、生活スタイル、具体的な得意先名

A
B
C
D
その他

提供する商品を分類する

商品ジャンル、価格帯、定番か流行か、入門品か上級品か、具体的な商品名

A
B
C
D
その他

お客様と商品の組み合わせで、目標販売数、売上高、備考を記入

		商 品					合計売上高
		A	B	C	D	その他	
顧 客	A						
	B						
	C						
	D						
	その他						
	合計						

D-⑬ 物流

仕入先→自社

運搬品目
運搬方法、自社か外注か仕入先負担か
運搬費用
必要機材

自社→お客様・納品先

運搬品目
運搬方法、自社か外注か得意先負担か
運搬費用
必要機材

在庫・保管

在庫品目、在庫管理の方法
在庫場所、期間
在庫費用
必要機材

D-⑭ 顧客管理・会員制度

顧客管理

顧客管理の必要性
顧客リストで管理する項目と管理方法
それから考えられる顧客支援内容

会員組織

提供する情報、会員特典
会費
定期的に提供するもの、情報誌、
その他会員向サービス

販路の支援リテイルサポート

販促
リテイルサポート
提供する販売ツール

D-⑮ 代金の受領

販売方法別の代金受領方法、
前払い・代金引換、後払い、締切日・支払いサイト・回収日、
請求書の発行、売掛管理、釣銭準備、レジの設備、

D-⑯ その他販売活動とツールについてのアイデア

プレスリリースを流す、記者発表を行なう、説明会を開く、展示会に出展する、
会社案内を作成する、商品パンフレットを作成する、
訪問販売する、通信販売する、電話営業する、
代理店販売制度を利用する、
路上販売をする、他店内での販売をする、
サンプルを配る、イベントを開催する、景品を付ける、
人気コンテストを行う、ポイントサービスを行う、
会員制を利用する、会員特典を設ける、賞品応募券を付ける、
プレゼントをつける、割引セールを行う、

●さらにプラスする新規販売手段の検討

E: 事業体に関すること

E-① 組織・協力関係、リーダーシップ

スタート時のメンバーは

--

家族の手伝いは、その業務の内容は

--

他人が入る時の責任の分担は

--

他人が入る時の信頼関係はどうやって築くか

--

自分がリーダーの場合、必要なリーダーシップは、それをどうやって身につけるか

ビジョン(目指すもの、そこへの目標達成執着力)
責任感
お客様への思い
仕事への思い
職務遂行能力
行動力、労働時間
経験

経営知識
業界知識
商品知識

状況分析と戦略判断

社内組織

将来を想定した必要機能と地域・部門別の機能分担図

想定機能分担図(将来の組織図)

--

他社との協力関係

協力が必要な機能
その関係は、(信頼関係による随時協力、相互の株式持合い、契約、)
代理店、フランチャイズチェーン、ボランタリーチェーンなどへの加盟

経営機能強化のために

個人的相談相手、
公的相談窓口(市役所、商工会議所、税務署、社会保険事務所など)の洗い出し

加盟できる団体名など

事業者として1週間にすべき業務の行動スケジュール

	月	火	水	木	金	土	日
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
0							
1							
2							
3							
4							
5							

E-② 人事計画

要員計画

最初に採用したい人は

必要能力、自分の片腕になる人、アシスタント

--

最初の採用に踏み切る条件

資金状況、売上・利益状況、職場環境の整備状況など

--

派遣会社、アルバイト採用について（可能性のある業務部門、担当職務など）

--

機械化、OA化による省人化策は図れないか

--

人件費を押さえるためのアイデア（パート採用、定年後の高齢者の採用など）

--

将来必要と思われる人員に要求する固有の能力（〇〇ができる人など）

--

採用する人をどうやって探すか

--

募集する場合の方法

--

人件費計画

事業の性格、特性を考慮した人件費水準

一般採用
専門能力を有する中途採用者の場合

給与体系の設定

属人給か業績給か
属人給の場合の昇給基準、業績給の場合の算定方式
諸手当の種類と金額 残業手当 住宅手当 通勤手当 役職手当
賞与の算出計算式（年俸の16分の2を年2回など）
退職金についての準備（中小企業退職金共済など）

教育訓練計画

新規事業の遂行を可能にするための教育カリキュラムの設計

管理職および計画担当者養成教育の充実、強化、専門技術者の養成教育の充実強化

--

採用にあたっての労働環境として準備するもの

事務所の移転、デスク・電話の増設、社会保険・労働保険の整備、法人化、就業規則、

--

E-③ 財務計画・資金計画

財務管理体制

経理は誰がやるのか、勉強すべきことはあるか、その方法は

日々の記帳はどうするか

領収書や伝票の管理、帳簿への記入、経理ソフトへの入力、集計表の作成

税理士など専門家への依頼は、誰か、どうやって探すか

財務状況のチェックはいつ誰とどのように行なうのか

財務状況を見ての計画作りはいつ誰とどのように行なうのか

税務申告

青色申告か白色申告か、届け出はいつ行なうのか

それに向けて保存しておくデータは何か

データはどのように貯めておくのか

財務計画策定

売上予測にどんな情報が必要で、どのような状況か

外部環境調査(統計データ・他社データの入手、季節変動の把握など)
自社の状況(過去データ、立地診断など)
自社分析(販売力・商品力・お客様への浸透度を考慮)
自社計画(販促計画・商品企画など)

利益予測にどんな情報が必要で、どのような状況か

初期購入品のリストの作成と価格調査、試算
変動費データ(原価の把握)
固定費データ(かかる経費状況の把握)

資金繰りにどんな情報が必要で、どのような状況か

売上金の回収方法、回収時期の把握
支払い、借入金返済に関する情報の把握

月次収支モデル

	科目・費用項目	金額
①売上高		
品目ごと、		
部門ごと、		
店舗ごと、		
小計		
②売上原価		
仕入高		
製造原価、		
外注費など		
小計		
③売上総利益		
①－②		
④販売費		
および		
一般管理費		
人件費、		
賃借料		
交際費		
旅費交通費		
減価償却費		
修繕費		
荷造運搬費		
燃料車両費		
水道光熱費		
消耗品費		
広告宣伝費		
その他		
小計		
⑤営業利益		
③－④		

月次ごとの収支計画表(1)最初の6ヶ月 (年 月 ~ 年 月)

	科目	月	月	月	月	月	月
①売上高							
品目ごと、							
部門ごと、							
店舗ごと、							
小計							
②売上原価							
仕入高							
製造原価、							
外注費など							
小計							
③売上総利益							
①－②							
④販売費							
および							
一般管理費							
人件費、							
賃借料							
交際費							
旅費交通費							
減価償却費							
修繕費							
荷造運搬費							
燃料車両費							
水道光熱費							
消耗品費							
広告宣伝費							
その他							
小計							
⑤営業利益							
③－④							
営業利益累計							

月次ごとの収支計画表(2)次の6ヶ月 (年 月 ~ 年 月)

	科目	月	月	月	月	月	月
①売上高							
品目ごと、							
部門ごと、							
店舗ごと、							
小計							
②売上原価							
仕入高							
製造原価、							
外注費など							
小計							
③売上総利益							
①-②							
④販売費							
および							
一般管理費							
人件費、							
賃借料							
交際費							
旅費交通費							
減価償却費							
修繕費							
荷造運搬費							
燃料車両費							
水道光熱費							
消耗品費							
広告宣伝費							
その他							
小計							
⑤営業利益							
③-④							
営業利益累計							

5年間の収支計画表

	科目	第 期	第 期	第 期	第 期	第 期
①売上高						
品目ごと、						
部門ごと、						
店舗ごと、						
小計						
②売上原価						
仕入高						
製造原価、						
外注費など						
小計						
③売上総利益						
①-②						
④販売費						
および						
一般管理費						
人件費、						
賃借料						
交際費						
旅費交通費						
減価償却費						
修繕費						
荷造運搬費						
燃料車両費						
水道光熱費						
消耗品費						
広告宣伝費						
その他						
小計						
⑤営業利益						
③-④						
営業利益累計						

資金調達

投資や借入を考えるのにどんな情報が必要で、どのような状況か

一般金融機関、制度融資、債務保証など方法の洗い出し
借入できる条件、借入できる可能性の調査
投資してくれる可能性、人、金額
返済計画について

資金調達の方法はあるか

資金的余力、担保力はどの程度あるか
資金援助してくれるところの保証、限界は
資金調達は余裕を持ったものであるか、どのようなスケジュール、段取りで行うか
取引に関する専門的知識はあるか、無いとすればどのように対処するか
事業収支計画、マネーフローはどうなっているか
売上の見込みは甘くないか、
支出の見込みは甘くないか

スタート資金

必要な資金は、開業準備にかかる初期費用と、当面の運転資金。

そのお金は何らかの出所から出てくることになりますが、[必要な資金<資金の出所]と
ならなくてはスタートできません。

開業資金については「店舗」の開店準備項目から、運転資金は前項の営業利益累計で
マイナスがピークになったところの金額を参考にしてください。

資金の出所は予定している金額を記入してください。

必要な資金	(金額)	資金の出所	(金額)
開業資金		資本金	
会社設立費用		自己資金	
店舗や事務所等の保証 金等		家族・親族からの投資	
店舗や事務所等の改装 費用		友人からの投資	
設備購入費		資本家からの投資	
備品購入費		投資機関からの投資	
初期広告費(開業挨拶 など)		小計	
小計		借入金	
運転資金		自分個人からの借入	
在庫費用		家族・親族からの借入	
立替費用		友人からの借入	
当面の赤字穴埋め費用		資本家からの借入	
		公的金融機関から借入	
		民間金融機関から借入	
		制度融資での借入	
小計		小計	
合計		合計	

E-④ 目標設定

定性的(数字にできる)目標、何が何でも将来達成すると決意した数字

	3ヶ月目 (月 日)	6ヶ月目 (月 日)	1年目 (月 日)	2年目 (月 日)
売上高 (日商、月商)				
お客様の数				

期限目標、何が何でも達成・実現・完成させると決意したこと

いつまで	達成・実現・完成させると決意したこと、そのためにすること
年 月 日	
年 月 日	
年 月 日	
年 月 日	
年 月 日	

実力目標、できるようになると決意したこと

要素別目標、何が何でも将来達成すると決意した状況

	3ヶ月目 (月 日)	6ヶ月目 (月 日)	1年目 (月 日)	2年目 (月 日)
商品別				
地域別				
対象者別				

E-⑤ 計画の実行

これから取り組む主なプロジェクト10項目

No.	プロジェクト名	プロジェクトの概要と重点項目
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

自己管理

何が何でもやり遂げると決意しているか

最大限の結果を出すために全力でやるか

そのために人格を変えるべき点はあるか

考え方を考える→訓練する→習慣化する→人格・運命が変わる

肉体的・精神的に常に元気である決意はしているか

精神的な元気さ、やる気を生み出すために行うことは

計画の実行状況に対するチェックはいつ誰がどのように行なうのか

言い訳や甘えを許さないための方策は

新しい計画の立案はいつ誰がどのように行なうのか

4. 事業計画のまとめ

① 事業イメージ

事業の名称		
サブタイトル		
1. 事業コンセプトと商品・サービスの説明	(1) 事業内容	
	(2) この事業が必要とされる社会的背景	
	(3) 商品・サービスの特長	
	(4) 販売・提供方法の特長	
	(5) 類似の製品・サービス	
	(6) 類似製品・サービスとの違い	
	○ 優位性	○ 弱点

	(7) この事業に関連する経営者などの経験・能力等
2. 販売等についての説明	(1) 商品やサービス、情報などの流れ
	(2) ターゲット(顧客)
	(3) 市場規模
	(4) 販売価格、価格決定方針
	(5) 販売方法、PR方法
3. 事業実施上の問題点、リスク	

4. 当社、この事業、この商品やサービスの魅力				
5. 現時点での事業進捗状況と今後の事業展開の予定				
6. 売上計画 (単位:千円)	商品名	年 月 期	年 月 期	年 月 期
	合計			

② 実行計画

今後実行する主なプロジェクト、将来実現している状況

	事業の状況	業種の変化、商品強化状況	市場シフト、販売強化	売上状況
スタート準備				
開業日				
3か月後まで				
6か月後まで				
9か月後まで				
1年後まで				
2年後まで				
3年後まで				
4年後まで				
5年後まで				
究極の将来				

5. 目標

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

事業ユニット・イメージシート(1)

事業ユニットの名称	
作成日	年 月 日

A: プロジェクトイメージ

一言で説明	
サブタイトル	
目的・テーマ	
背景	社会的背景、個人的背景
事業内容	(商品・市場・事業形態の概要)
商品・サービス	(1)商品・サービスの種類
	(2)商品・サービスの特長
	(3)販売価格、価格決定方針
	(4)類似の製品・サービス
	(5)類似製品・サービスとの違い (優位性、弱点)

市場・販売形態	(1)対象顧客層
	(2)市場規模(客数・年間消費額)
	(3)集客方法・告知宣伝方法
	(4)提供方法
	(5)客数 (単位)
当社、この事業、この商品やサービスの魅力	
事業に関する経営者の経験・能力等	
現時点での事業進捗状況と今後の事業展開の予定	
事業実施上の問題点、リスク、クリアすべきこと	

B: 準備のストーリー

スタートまでにすること ノウハウは 店舗など販売体制は 販路の開拓は 生産・仕入れ体制は 協力者は 資金は	①		実施時期		
	②				
	③				
	④				
	⑤				
スタート年月日		年	月	日	
その後の発展のためにすること	①		実施時期		
	②				
	③				
	④				
当面の目標 売上計画 (単位:千円)	商品名		年	年	年
	合計				
将来目標					

事業ユニット・イメージシート(2)

事業ユニットの名称	
作成日	年 月 日

A: プロジェクトイメージ

一言で説明	
サブタイトル	
目的・テーマ	
背景	社会的背景、個人的背景
事業内容	(商品・市場・事業形態の概要)
商品・サービス	(1)商品・サービスの種類
	(2)商品・サービスの特長
	(3)販売価格、価格決定方針
	(4)類似の製品・サービス
	(5)類似製品・サービスとの違い (優位性、弱点)

市場・販売形態	(1)対象顧客層
	(2)市場規模(客数・年間消費額)
	(3)集客方法・告知宣伝方法
	(4)提供方法
	(5)客数 (単位)
当社、この事業、この商品やサービスの魅力	
事業に関する経営者の経験・能力等	
現時点での事業進捗状況と今後の事業展開の予定	
事業実施上の問題点、リスク、クリアすべきこと	

B: 準備のストーリー

スタートまでにすること ノウハウは 店舗など販売体制は 販路の開拓は 生産・仕入れ体制は 協力者は 資金は	①		実施時期	
	②			
	③			
	④			
	⑤			
スタート年月日		年	月	日
その後の発展のためにすること	①		実施時期	
	②			
	③			
	④			
当面の目標 売上計画 (単位:千円)	商品名	年	年	年
	合計			
将来目標				

事業ユニット・イメージシート(3)

事業ユニットの名称	
作成日	年 月 日

A: プロジェクトイメージ

一言で説明	
サブタイトル	
目的・テーマ	
背景	社会的背景、個人的背景
事業内容	(商品・市場・事業形態の概要)
商品・サービス	(1)商品・サービスの種類
	(2)商品・サービスの特長
	(3)販売価格、価格決定方針
	(4)類似の製品・サービス
	(5)類似製品・サービスとの違い (優位性、弱点)

市場・販売形態	(1)対象顧客層
	(2)市場規模(客数・年間消費額)
	(3)集客方法・告知宣伝方法
	(4)提供方法
	(5)客数 (単位)
当社、この事業、この商品やサービスの魅力	
事業に関する経営者の経験・能力等	
現時点での事業進捗状況と今後の事業展開の予定	
事業実施上の問題点、リスク、クリアすべきこと	

B: 準備のストーリー

スタートまでにすること ノウハウは 店舗など販売体制は 販路の開拓は 生産・仕入れ体制は 協力者は 資金は	①		実施時期	
	②			
	③			
	④			
	⑤			
スタート年月日		年	月	日
その後の発展のためにすること	①		実施時期	
	②			
	③			
	④			
当面の目標 売上計画 (単位:千円)	商品名	年	年	年
	合計			
将来目標				

プロジェクト10（1） プロジェクト一覧表

No.	プロジェクト名	アイテム	テーマ	企画体制	販売体制	実施体制	1年後目標
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							

プロジェクト10 (2) スケジューリング

No.	プロジェクト名	1月	2~3月	4~6月	7~9月	10~12月	1年後
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							

月の行動項目

個人的・社会的課題～行動項目の抽出

課題	行動項目
1.	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
2.	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
3.	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
4.	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
5.	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>

今月処理すべき、段取りをつけるべき業務

業務の目的・内容	完成予定
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	

月の行動項目

個人的・社会的課題～行動項目の抽出

課題	行動項目
1.	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
2.	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
3.	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
4.	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
5.	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>

今月処理すべき、段取りをつけるべき業務

業務の目的・内容	完成予定
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	

No	プロジェクト項目						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						

No	プロジェクト項目						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						
	<input type="checkbox"/>						