

創業支援1

あなたのアイデアを成功へ導くために

プラネット行政書士事務所
代表 行政書士・中小企業診断士
長野利雄

目次

1. 事業計画の意義と種類
2. 事業計画作成の全体像とサポート体制
3. ステップ1：アイデアの整理
 - Will・Can・Mustで自己理解を深める
 - 経営資源の棚卸し
 - 事業の明確化
4. ステップ2：市場調査
 - ビジネス仮説の検証
 - 競合分析
 - 顧客検証
5. ステップ3：ビジネスモデルの設計
6. まとめ

事業計画の意義と種類

なぜ事業計画が必要なのでしょう？

- **事業計画は、あなたの事業の「地図」であり「羅針盤」です。**
 - 自身のビジョンを明確にするため:
 - 事業の疑似体験を通じて、実現可能性を検証できます。
 - 「自分が信じて動けるか」という視点で、目標と数字を設定できます。
- **協力者との連携を円滑にするため:**
 - 従業員や将来の仲間と、目標達成に向けた進むペースや役割を確認し、共有できます。
 - 銀行や行政などの支援者から、融資や補助金・助成金といった協力を得るための説得材料となります。
- **事業の方向性を見失わないため:**
 - 困難な状況に直面した際に、迷いを解消し、必要な支援を求めるための指針となります。

計画の目的と用途に応じた使い分け

- 誰に、何を伝えたいかで調整しましょう
- 事業計画書は、その提示先によって伝えるべき情報や重視するポイントが異なります。
- **自分自身のため:**
 - 最も自由に作成でき、計画の決定・遵守もあなた次第です。
 - 実現可能性と現実感を最も重視します。
- **従業員・仲間との共有のため:**
 - 仕事の仲間や未来の仲間と、目標達成に向けた方向性や賃金（リターン）を共有し、モチベーションを高めます。
 - 彼らが「日々のあなた」を見ているため、無理のない、正直な計画が重要です。
- **銀行（金融機関）のため:**
 - 主に「お金を返済できるか」をチェックされます。
 - 少し保守的な、着実に返済可能な予想を含めることが有効です。
- **行政（補助金・助成金申請）のため:**
 - 地域経済への貢献、納税への意識を示すとともに、「良い会社をサポートしたい」と思ってもらえるような内容が求められます。
 - 投資が成功した場合の具体的な成長性を示すことも有効です。

創業支援2

利益を生み出す計画づくり

プラネット行政書士事務所
代表 行政書士・中小企業診断士
長野利雄

目次

1. 事業計画を作成する意義
2. 事業計画書の全体像
3. 事業計画書の中心：ビジネスモデル
4. 販売計画の策定：売上を「見える化」する
5. 販売計画：価格設定の重要性
6. 販売計画：価格設定の4つの視点
7. 販売計画：小規模企業に最適な価格戦略
8. 販売計画：安売りの罠と参照価格
9. 販売計画：販売数量の考え方
10. 販売計画：販売戦略との連携（4P）
11. 仕入・経費計画の策定：費用の種類
12. 仕入・経費計画：固定費と変動費の理解
13. 仕入・経費計画：損益分岐点の概念
14. 事業化計画の立案：アクションプラン
15. 設備・Web計画の準備：店舗計画
16. 設備・Web計画の準備：Web計画
17. 設備・Web計画の準備：減価償却費
18. まとめ

1. 事業計画を作成する意義

事業計画の作成は、単なる書類作成以上の価値を持ちます。

- **ご自身の「疑似体験」と「羅針盤」**

- 計画を立てる過程で、事業のあらゆる側面を事前にシミュレーションできます。
- 事業を進める中で迷った際に、立ち返るべき指針となります。
- 万が一の事態（災害など）が発生した場合でも、事業の目的や方向性を説明し、支援を得るための基盤となります。

- **「仲間」との共有と「支援」の獲得**

- 共に事業を進める仲間と、進むべきペースや方向性を共有し、認識を一致させることができます。
- 将来的に加わる新しい仲間が、迅速に事業内容を理解し、追いつけるようになります。
- 銀行や行政などの支援者に対して、自身の事業に対する真剣な意思と根拠ある計画を示すことで、信頼を得て支援を受けやすくなります。

- **「自分が信じて動けるか」が重要**

- 計画に盛り込む数字や目標は、まずご自身が信じ、それに基づいて行動できるかどうか最も重要です。

2.事業計画書の全体像

事業計画書は、「動機・ビジネスモデル」と「お金の流れ」という大きく2つの要素で構成されます。

1. 「動機・ビジネスモデル」(文章・説明が中心)

- 会社概要、創業動機、ビジョンを明確に示します。
- 具体的な商品・サービス、消費者の課題とその解決策を説明します。
- 競合分析と競争優位性を明確にし、ターゲット市場を特定します。
- マーケティング状況・結果と、ビジネスモデルを図やグラフで表現します。
- これは、あなたの「意思」を伝える部分です。

2. 「お金の流れ」(数字・計算が中心)

- 販売計画、仕入・経費計画、事業化計画、店舗計画（またはWeb計画）など、具体的な数字に基づいた計画を立てます。
 - 資金計画、資金繰り表、収支計画、事業リスクなど、財務的な側面を詳細に記述します。
 - これは、あなたの「ビジネスの内容」を伝える部分です。
- **事業計画書は、これらの項目を埋めることで、事業の全体像が明確になります。**

創業支援3

あなたの創業を成功に導くために

プラネット行政書士事務所
代表 行政書士・中小企業診断士
長野利雄

目次

1. 資金計画
2. 資金繰り表
3. 収支計画
4. 事業リスク

1. 資金計画の策定

- **資金計画は、創業当初の資金の「調達」と「運用」をバランスよく捉えるものです。**
- **目的：必要なお金の運用と調達をバランスよく捉える。**
- **調達方法（お金をどこから集めるか）**
- **自己資金：**
 - 自身や投資家から会社に受け取ったお金。
 - 返済は不要で、会社自身のお金です。
 - （例：出資）
- **借入：**
 - 銀行、他社、個人から借りたお金。
 - 将来返済が必要で、会社が一時的に使えるお金です。
 - （例：日本政策金融公庫、信用金庫などからの借入）

1. 資金計画の策定

- **必要資金（運用：集めたお金をどう使うか）**
- **設備資金：**
 - 創業初期に必要で、何年も使えるものに使うお金。
 - 減価償却の対象となります。
 - （例：保証金、店舗改装、什器）
- **運転資金：**
 - 日々の業務を続けるために必要なお金。
 - 「仕入・経費計画」と連動し、何か月分で金額が増減します。
 - （例：仕入、広告費、家賃）
- **余裕資金：**
 - 手元現金として確保する調整資金です。
 - 調達方法と必要資金の合計額を一致させるために用います。
- **ポイント：調達方法の合計と必要資金の合計は必ず同額になるように作成します。**