2023年度ビジネスプランコンテストエントリーシート　提出7/18(火)12:00（必着） はみ出てもOK

　ファイル名を学籍番号・氏名等にリネームしたうえで [sangaku@nit.ac.jp](mailto:sangaku@nit.ac.jp)に提出

　授業「起業とビジネスプラン」履修生は授業内で指定した期末レポートファイル・期日で提出する事

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 学生番号 | 氏名　※ | 携帯電話番号 | メールアドレス |
|  |  |  |  |

1. ビジネスプランのテーマ名

このビジネスプランがどのようなものか、概要をできる限り詳しく・具体的に記載。

**いずれで記載したかを選択してください（□をレに変える）。**

□　自由なテーマのプラン　　　□　地域課題（楢葉町）のテーマのプラン  
**以下のNGに引っかかってないかの確認です、大丈夫な場合はチェックを入れてください（□をレに変える）。**

□ このプランは教員の研究テーマに基づいているものではないか、基づいている場合は教員の許可を取っています　注意 先生の許可なし・研究紹介冊子や先生の研究内容をそのまま記載はNG。それはあなたが考えた/する ビジネスではありません

(2) このテーマを考えた理由　　自分のやりたいこと、世の中のトレンド、自分の周りのニーズや活用出来るビジネスの資源などから、このテーマを考えた理由について記述

(3)自分のビジネスプランの要点整理　下記項目についてなるべく具体的に記述する

①対象とする顧客とそのニーズ（問題・困り事や提供したい嬉しさ）

■対象となる顧客

製品・サービスの対象となる顧客：

対価を支払う顧客（上と同じ場合は“同じ”と記載）；

■どんなニーズ（顧客の困り事・問題点や提供したい嬉しさ）

②類似の製品・サービスとその提供元（競合企業）

③自分が顧客へ提供する製品・サービスの内容

④期待される顧客のウオンツ（価格の安さ、きめ細い支援、地元の信頼、他にない、など自製品・サービスを顧客が購入する決め手を記述）

(4)顧客と市場規模について　　((3)-①の詳細)

①対象となる潜在顧客の当面（初年）と３年後に期待する顧客数[＝可能性のある顧客数ｘ興味を持つ割合]とその算出根拠を記述　（企業を顧客とする場合は企業数等とし単位は（人）から（社）に変更）

■当面（初年）の潜在顧客数[＝可能性のある顧客数ｘ興味を持つ割合]（人）

■その理由（例 対象の〇町の人口や企業数に興味を持つ割合を20%（ｘ0.2）とした等）

■3年後の潜在顧客数[＝可能性のある顧客数ｘ興味を持つ割合]（人）

■その理由（例　3年後は地域を〇県に拡大。その人口/企業数に興味を持つ割合を20%（ｘ0.2）とした等）

②製品・サービスの販売単価（顧客に買ってもらえる価格）と顧客一人当たりの年間の購入頻度

■販売単価（円/個や回）

■その理由(例：類似品価格を参考にした場合はその品名等)

■顧客一人当たりの年間の購入頻度（個や回 /年・人）

■その理由(例：類似製品・サービスと比較した場合はどの品名)

③市場規模を算出①潜在顧客数[＝可能性のある顧客数ｘ興味を持つ割合]（人）ｘ②販売単価（円/ 個や回）ｘ購入頻度（個や回　/年・人）=市場規模[可能性市場規模]（円/年）

■当面（初年）時の市場規模[可能性市場規模]　　　　　　ｘ　　　　　ｘ　　　　　＝　　　　　　（円/年）

■3年後の市場規模[可能性市場規模]　　　　　 　　 　　ｘ 　　　　ｘ　　　　　＝　　　　　　（円/年）

※複数の製品・サービス（例：趣味教室サービスとその制作物販売）がある場合はそれぞれ記入

④中長期（5～10年後）における市場規模の拡大（可能性のある顧客数、興味を持つ割合）、販売単価や購入頻度の変化などに関する自分の考えを記述する　（例　世の中の〇〇トレンドを活かすや自分の〇〇努力の結果など）。

(5)競合について　　(3)-②の詳細

①類似製品・サービスの提供元（競合企業：主要な企業名）、自分の製品・サービスが有利不利な点と差別化視点を記述する。

■想定される競合のタイプや具体名

■自分の製品・サービスの有利な点不利な点と差別化視点

(6)自分の製品・サービスをアピール・売込み、製造、提供する方法

①製品・サービスの企画は自分でやるとして、aアピール・売込み、b製造、c提供はどんな方法で行うか。（該当する項目に○印（a,b,c それぞれ1つずつ、その他を選んだ場合は内容を記載））。

aアピール・売込み方法 　1.自分でWebアピール※や広告宣伝のみ、2.自分でWebアピールや広告宣伝し顧客訪問、3.その他　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　※アピールのためのHP作成も含む

b 製造方法 1.外部仕入れ、2.自分で製造※、3.その他　　　　　　　　　　　　※物やソフトの顧客カスタマイズ等も含む

c 提供方法　1, 外部委託/Web配信のみ、2.自分で提供（顧客への説明・体験・飲食や設備設置・運営サービス提供）

②製品・サービスの特徴をふまえ、なぜ①の判断をしたのか

③顧客へのアピールと売り込み方法について記述（webアピール、広告宣伝、顧客訪問等で製品・サービスを知って貰う）

④製品・サービスの製造や提供方法について記述（製品・サービスの原料や製品を仕入れる、また製造する、顧客へ提供する）

⑤必要となるビジネスの資源（人や物）　上記aアピール・売込み、b製造、c提供のための、自分や関係者の労力、仕入れ先、店舗やサービス提供のスペース、準備のための道具・設備や資材など

(7)自分の製品・サービスの売上高について

①　市場規模（(4)-③）に対する当面（初年）と3年後の自分の製品・サービスの市場シェアの想定

■当面（初年）の市場シェア（％）　　　　　　　　　　　　　　3年後の市場シェア（％）

■その理由　※

※シェア目安：ダントツ1位40％、強者25％、上位20%、利益安定10%、市場で存在認知7％、市場参入をはたす3%など。起業ではまず7~10%を狙うことが多い。全国市場などであればさらに小さなシェアもあり。

②A　市場規模（(4)-③）(当面（初年）、3年後)に対する市場シェア想定での売上高算出

■当面（初年）の期待売上高

当面（初年）の市場規模　　　　　　（円/年））×市場シェア　　　（％）＝期待売上高　　　　　（円/年）

■3年後の期待売上高

３年後の市場規模　　　　　　　（円/年））×市場シェア　　　　（％）＝期待売上高　　　　　（円/年）

②B　②Aの売上に対して、(6)のaアピール・売込み b 製造方法　c 提供を自分で実施（a1,a2,ｂ2,c2を選択）した場合3年後後の期待売上高の実現可能性を確認。　（♯　下記の年間稼働日数はwebや機械365日/年、人は240日/年）

aアピール・売込み可能売上高

例〇円/年＝〇円/個（単価）ｘ〇件/日・人（アクセスや訪問件数※1）ｘ〇個/件（成約率※2）ｘ365 or 240日/年（年稼働日数）ｘ〇人　　　　　　webアピール ※1 3-330件/日・人、※2 0.01-0.05、顧客訪問　※1 1-10件/日・人、※2 0.05-0.1

b 製造可能売上高 例〇円/年＝〇円/個（単価）ｘ〇個/日・人※ｘ365or240日/年（年稼働日数 ）ｘ〇人（※1日何個製造可能か）

c 提供可能売上高　例〇円/年＝〇円/個（単価）ｘ〇個/日・人※ｘ365or240日/年（年稼働日数）ｘ〇人（※1日何個製造可能か。研修等複数顧客に同時提供の場合は参加人数分を掛ける）

②C　②Bのabcの３つの可能売上高と②A期待売上高の小さい数字　売上高　　　　　　　　円/年

(8)営業利益（３年後）　※複数の製品・サービスがある場合は①、②を夫々記入。③以下はまとめて一つ

＜売上高＞ ((7)-②ｃ売上高（3年後）のこと)

1. 3年後の売上高　　　　　　　　　万（円/年）

＜営業利益＞

②　製品・サービスの売上原価（売上原価率または製造原価・仕入れ原価から計算）

・売上原価　　　　　　　万（円/年）＝売上原価率　　　　（％）※１×売上高　　　　　　　万（円/年）

【または、製造や仕入単価　　　　　　（円/個）※2×販売数量　　　　　　（個/年）※3】

※1売上原価率は業種で異なるが60－85％が目安（不明な場合は65%を使用）。

※2製造や仕入単価とは単位あたり（１個や1回）の費用＝原材料・部品購入費+製造に関わる人件費+外注費＋その他（機械設備等の償却費（購入価格の10分の１）、燃料・電力費、土地代・家賃費など）。仕入単価は製品・サービスの仕入の単位あたり（１個や1回）の費用　※3 販売数量＝売上高÷(４)‐②の販売単価

③ 人件費　（可能なら人数の内訳も算出）

・人数　　　　（人）×平均給与　　　　万（円/年・人）×1.2（福利厚生分）=人件費　　　　　万（円/年）

【可能なら人数の内訳　人数＝設計開発　　　　　（人)＋製造　　　　（人)＋営業　　　（人）】

＊人数と平均給与に福利厚生等の費用を加味して算出。製造に関わる人件費は②売上原価に含まれるため除く。　平均給与の目安は一人200～450万円/年(20～30歳代)

④　主要な経費（人件費以外の費用）

・主要な経費　　　　　　　万(円/年)　 　以下の設計開発経費＋販売活動経費＋地代・家賃経費＋その他経費の合計。製造に関わる施設の地代・家賃は、②売上原価に含まれるため除く

・内訳：設計開発経費　　　　　　　万(円/年) 　 ＊設計開発に関わる実験・試作材料費、ＣＡＤや実験機器使用料、開発委託費、その他等の経費。目安は設計開発人数×平均給与の70－100％。設計開発なしは0。

・内訳：販売活動経費　　　　　万(円/年)　 ＊販売活動に関わる広告宣伝費、交通・宿泊、接待交際費などの経費。目安は売上高の５％程度。ただし広告宣伝費は食品通販は売上高の15％など多くかける場合もある。

・内訳：土地代・家賃費　　　　　　　万（円/年）　＊関連する施設の土地代・家賃などの経費。必要な広さ（坪）と単価（円/坪・年）から算出。自宅や学校施設使用など地代・家賃が生じない場合は０。

・内訳：その他経費　　　　　　　　万(円/年)　＊消耗品費（情報機器、事務消耗品費）、輸送費（製品輸送用）、自動車・事務等の電力・ガソリン代等）、通信費（メール）等費用。その他経費の目安は売上高の５％程度。

　⑤営業利益

・①売上高　　　　　万（円/年）―②売上原価　　　　　　万（円/年）

＝粗利益　　　　　　万（円/年）　　　　　＊粗利益は①売上高から②売上原価を差引いた額。

・粗利益　　　　　　万（円/年）―③人件費　　　　　　　万（円/年）―④主要な経費　　　　　万(円/年)

＝営業利益　　　　　　万（円/年）　　　　＊粗利益から③人件費と④主要な経費を差引いた額。

※営業利益が黒字か赤字かは問わない。

(9)開業資金の計画と調達

①開業費用

　・開業費用　　　　　　万(円) （内訳　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）

＊当面（初年）の施設・オフィス借用の敷金礼金（土地代・家賃の3月分）や施設・設備・機器・車両・備品等購入費を想定。

②運転費用（開業後、売上が確保できるまで生じる費用）

　・運転費用　　　　　　万(円) （内訳:　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）

＊当面（初年）の売上原価・人件費・経費の3月分の費用が該当。概算では(8)-②③④の　3年後の売上原価・人件費・経費の計3月分ｘ当面（初年）売上高÷3年後売上高　　※厳密には当面（初年）分を積み上げ計算するが今回は概算で算出。

③開業資金（開業に必要な費用合計）

・①開業費用＋②運転費用＝開業資金（開業に必要な費用合計）　　　　　　　　万（円）

④資金調達先

・自己資金、出資金（主な出資者を記入）、借入金（主な借入先を記入）、その他の合計が、③開業資金（開業における必要な費用合計）以上になるように資金調達先を検討する。※実現性は問わない

　＊(自己資金）：　　　　　　　　　万(円)

＊(出資金）：　　　　　　　　　　万(円)（主な出資者　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）

＊(借入金）：　　　　　　　　　　万(円)（主な借入先　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）

＊（その他　クラウドファンド等）：　　　　　　　　　　万(円)

(10)ビジネスプラン実現における障害と対応策

・製品・サービスの準備、販売、事業収支などビジネスプランの実現において予想される障害とその対応策を具体的に記述。

(11)アイデアが模倣されない、また模倣されても競争に勝つ工夫

・特許などでアイデアが競合に模倣（真似）されないようにする。また模倣されても競争に勝つ工夫をどう行うかを記述。

(12)このビジネスプラン実現に対する思い（コンテストへのエントリーも含め）

・ビジネスプラン実現をなぜやりたいか、感じている意義などを記述。