

夢の一步を踏み出すチャンス!!

令和7年度

創業を支援!
恵那市起業支援
補助金対象

受講料
無料



「創業セミナー」

～創業時に必要な知識「経営・財務・人材育成・販路開拓」
を習得することができます～

【日にち】 令和7年

- 第1回 10月17日(金)「創業の心構えと経営の基本、創業計画の概要」
- 第2回 10月24日(金)「事業のしくみとしてのマーケティングと販売戦略」
- 第3回 10月31日(金)「事業活動における会計・税務/採用・育成の基礎」
- 第4回 11月14日(金)「創業計画の発表・アドバイス、相互交流」

【時間】 19:00～21:00 【会場】 恵那市恵南商工会本所(明智)

【対象】 起業予定者、起業を検討している方、起業に関心のある方、
新規事業を検討している方等

※セミナー受講者は、別日程で専門家による個別支援が受けられます。

※本セミナー4回受講し、恵那市内で開業される方は、恵那市商工振興補助金(起業支援事業)の限度額が**40万円**に増額されます。(※恵那市に住民票がある方に限る)

株式会社道家経営・法務事務所
代表取締役・中小企業診断士
道家 睦明

- 創業したいと思っているけど…
 - 何を考えたらいいの？
 - お客さんが来てくれるかしら？
 - ちゃんとお金が回るかな？
 -

得られるもの

- 創業の志を持つ仲間
 - 創業後も、相談でき、助け合えるように...
- 創業にあたっての心構え
 - 創業は、簡単なものではない。だからこそ強い意志で...
- 事業展開の基本的な知識
 - 気をつける点を知っているか知らないかで大きな差に...
- 熱い想いを、さらに熱く
 - 創業したいエネルギーを最大化して、スタートを切ろう!

<第1回>
創業の心構えと経営の基本
創業計画の概要

• 創業したいと思っているけど…

– 何を考えたらいいの？

– お客さんが来てくれるかしら？

– ちゃんとお金が回るかな？

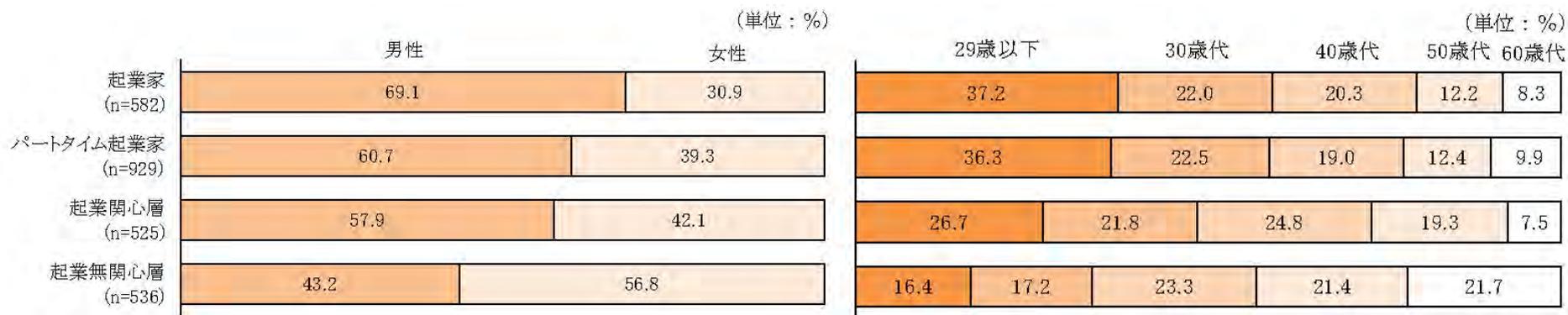
.....

起業関心層は、全体の13~15%

起業に関心のある層(「起業関心層」)は、13.6%で、若年層ほど関心が高い傾向。
事業に充てる時間が1週間に35時間未満の起業家(「パートタイム起業家」)は6.7%となっている。

(%)	2022年調査	2023年調査	2024年調査
起業家	1.1	1.2	1.1
パートタイム起業家	6.5	6.4	6.7
起業関心層	15.2	14.9	13.6
起業無関心層	77.3	77.6	78.6

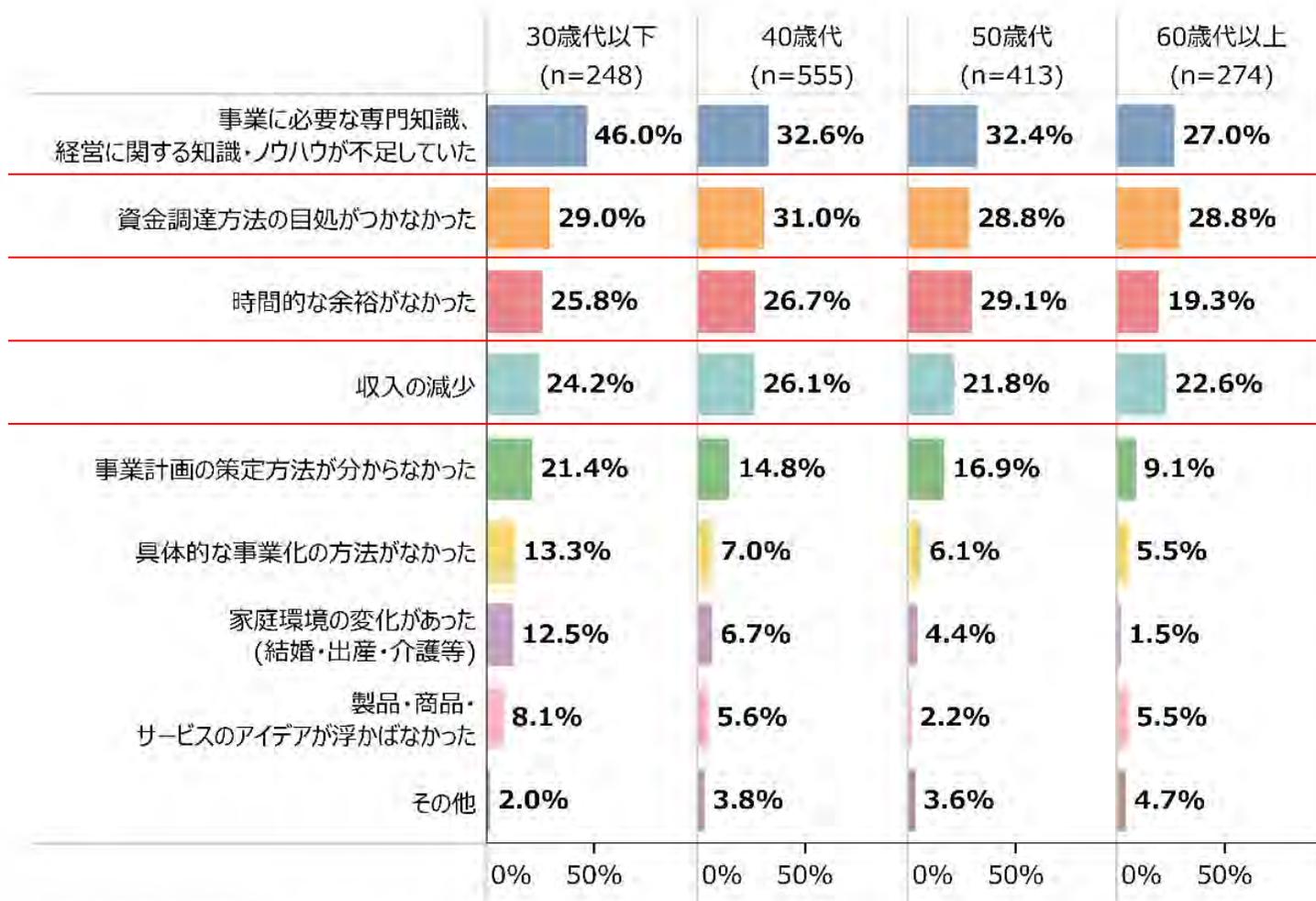
日本政策金融公庫「起業と起業意識に関する調査」より



日本政策金融公庫「起業と起業意識に関する調査(2024)」より

開業準備段階での課題は、専門知識や経営ノウハウ不足

開業準備段階では、専門知識や経営ノウハウに続いて、資金調達方法、時間的余裕が課題



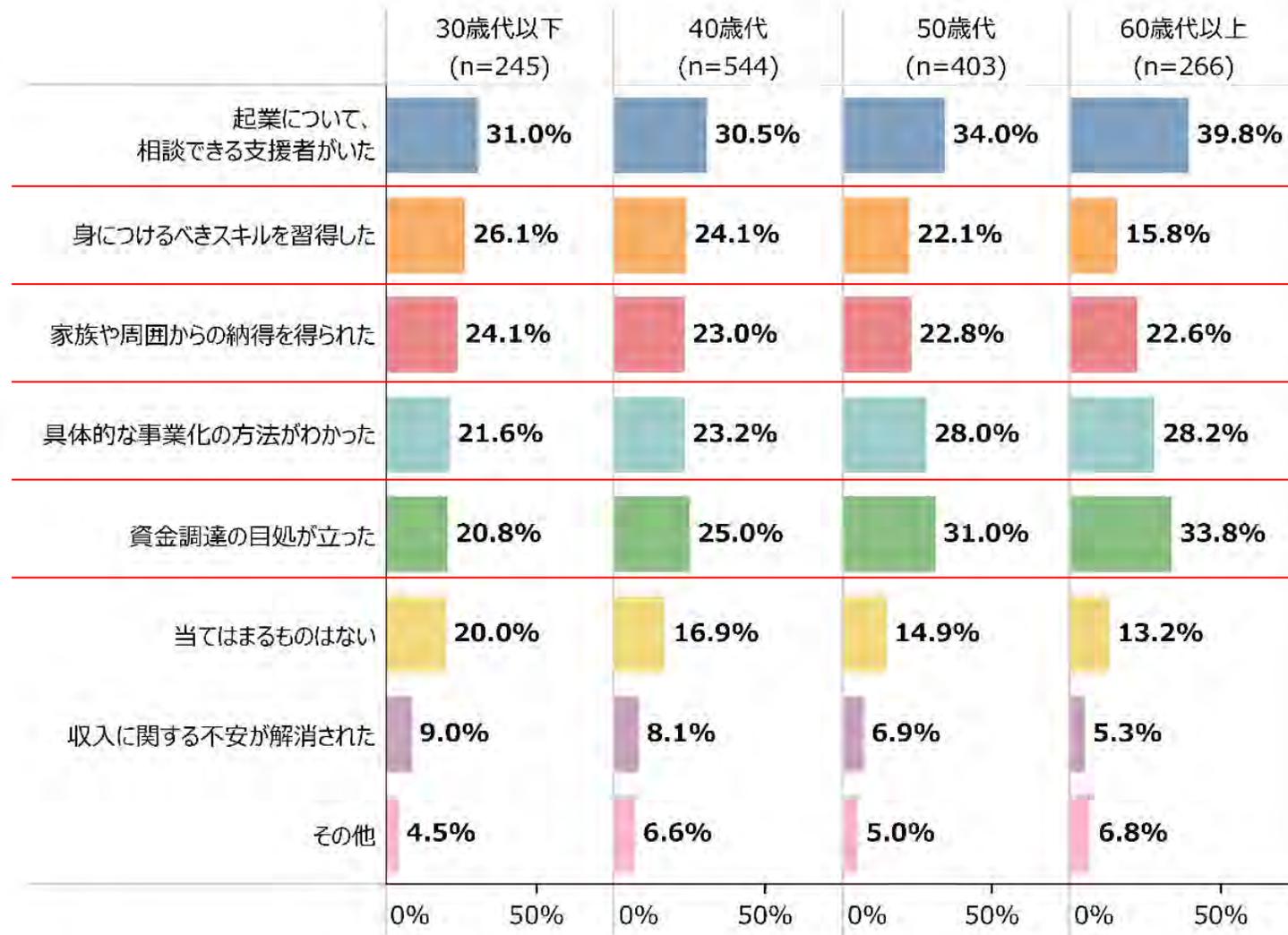
資料：(株)帝国データバンク「中小企業の起業・創業に関する調査」

(注) 1.複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

2.起業の準備段階で生じた課題について、「課題はなかった」と回答した企業を含む合計に対する割合を集計している。なお、「課題はなかった」は表示していない。

開業に踏み切れた理由は、支援者の存在と資金調達

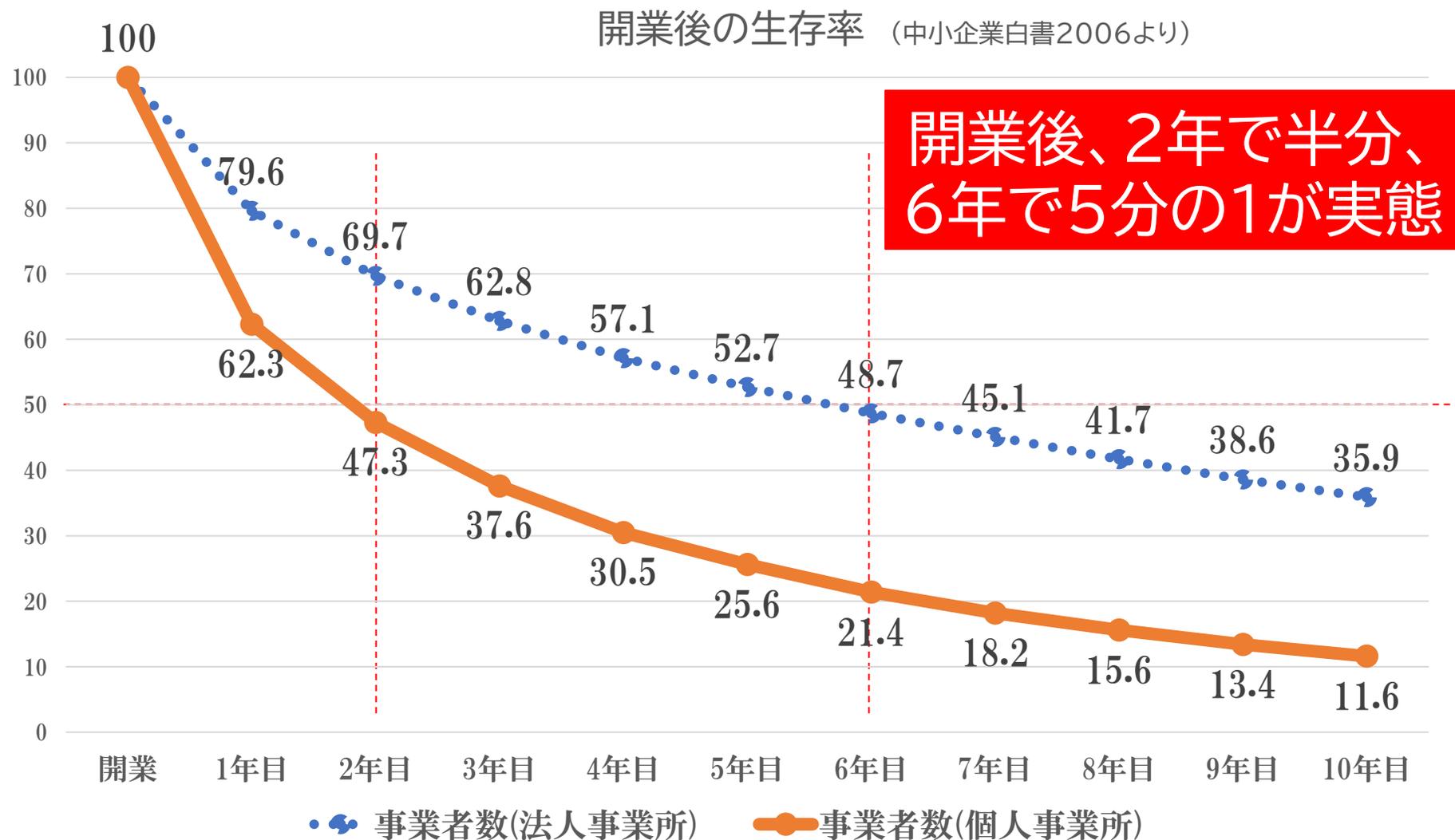
開業へと踏み切るには、支援者の存在や資金調達が大きな要因となっている



資料：(株)帝国データバンク「中小企業の起業・創業に関する調査」

(注) 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

創業に際して…



生き残るために、何を考えるべきか？

起業の想い ～自己紹介も含めて

私は、こんなことをしたい。

それは、私が、

であり、

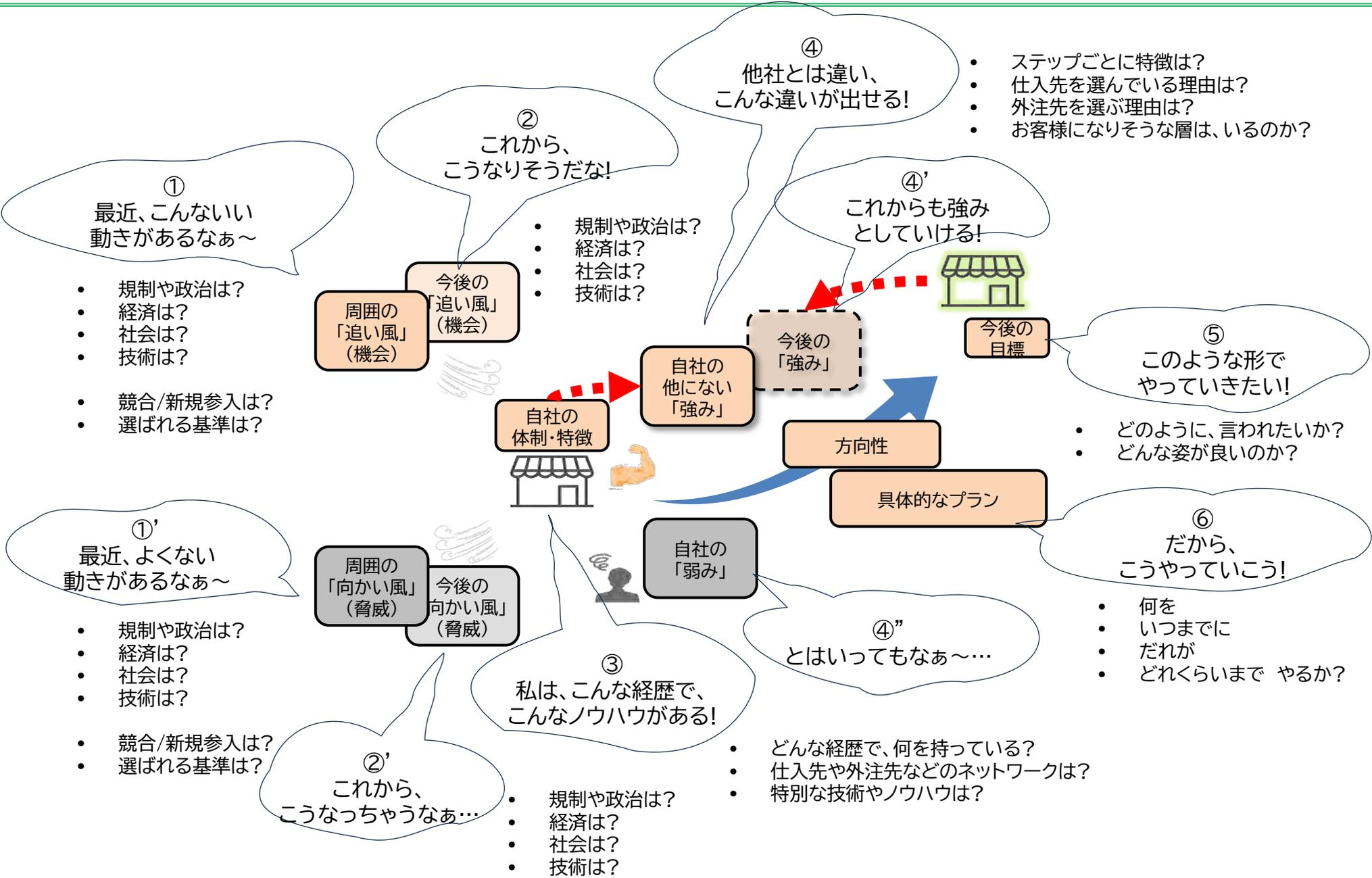
対象とする人たちが

だからです。

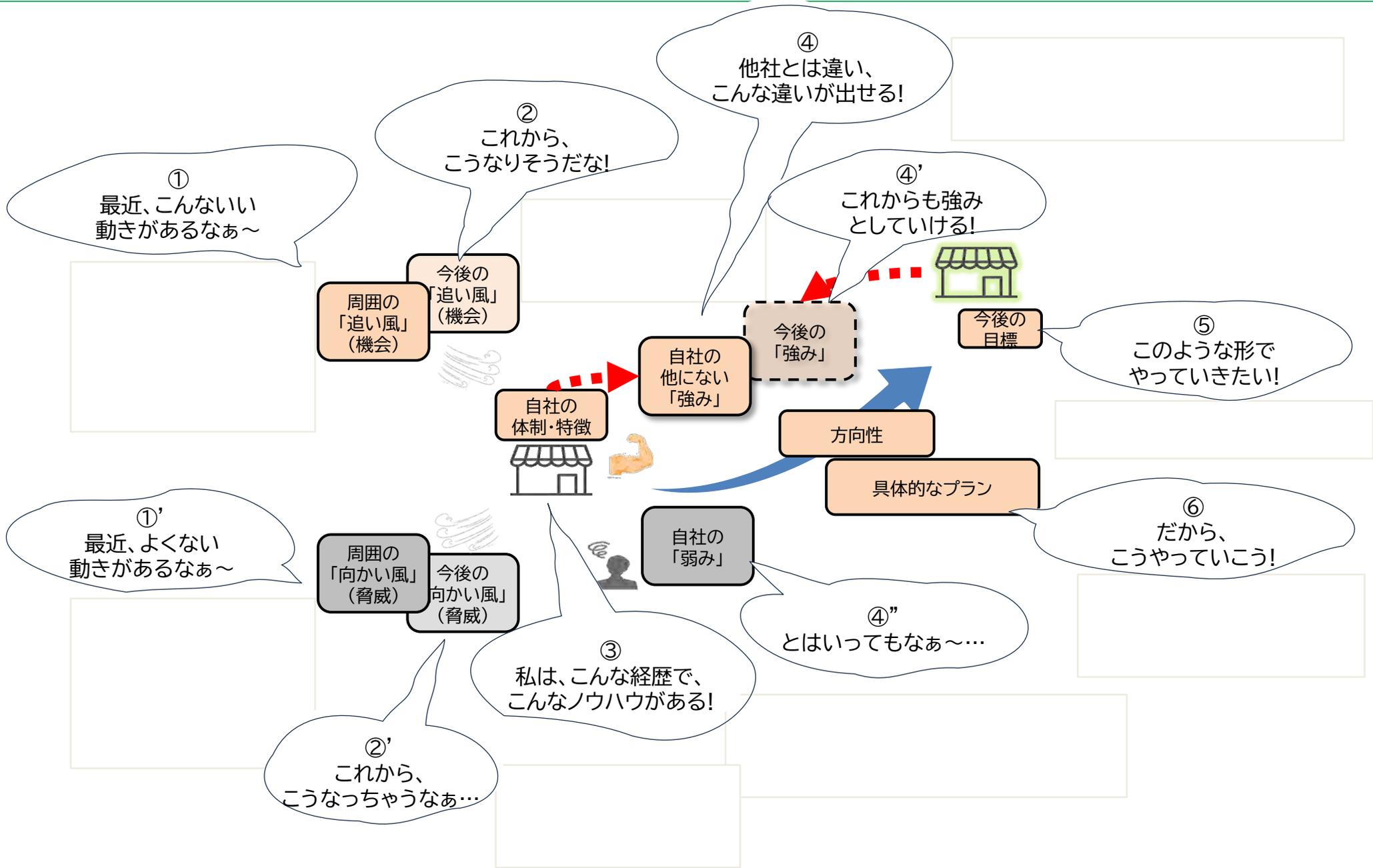
計画をつくってみよう!

- 「自分の強み」を見つけて、「事業の計画」を考える
 - だれに、どんな価値を、どのように。
 - なぜ、自分がやりたいのか。
 - なぜ、世の中から求められるのか。
 - そして、そのために、どのような仕組みにするのか。
- 計画があると、
 - やるべきこと、やるべきでないことが明確になる
 - 他の人に説明できることで、協力していただける
 - 志が伝わることで、商品・サービスの魅力になる
 - そして、事業へのファンが一人でも多く増えていく
 - 結果として、収益が上がり、次への投資もできる

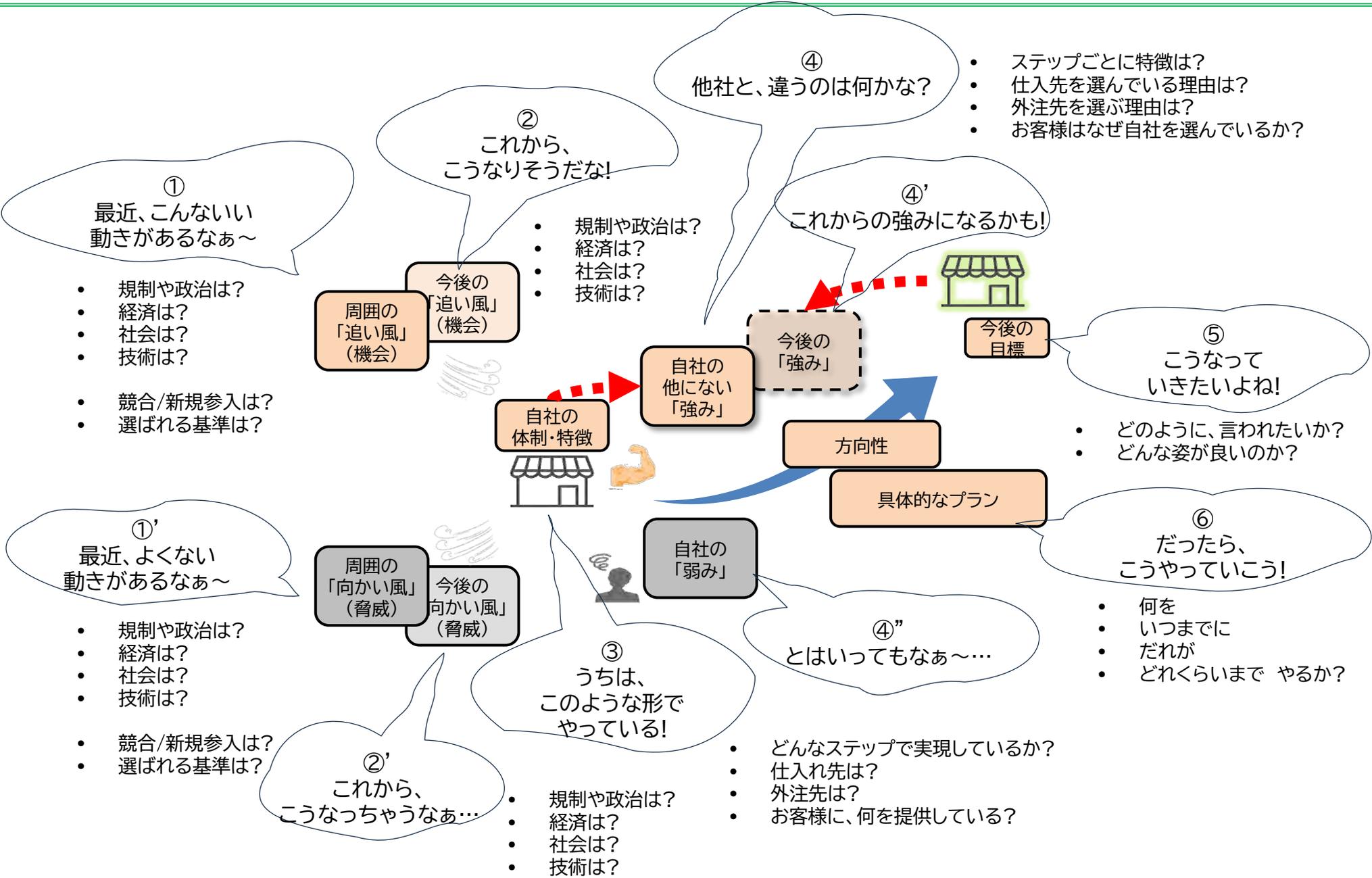
創業計画の大枠の考え方



創業計画の大枠の考え方



経営計画の大枠の考え方(既存事業者)



そもそも「経営」とは…

基本的な考え方

いいものをつくる!

社会へ提供する価値を
向上する

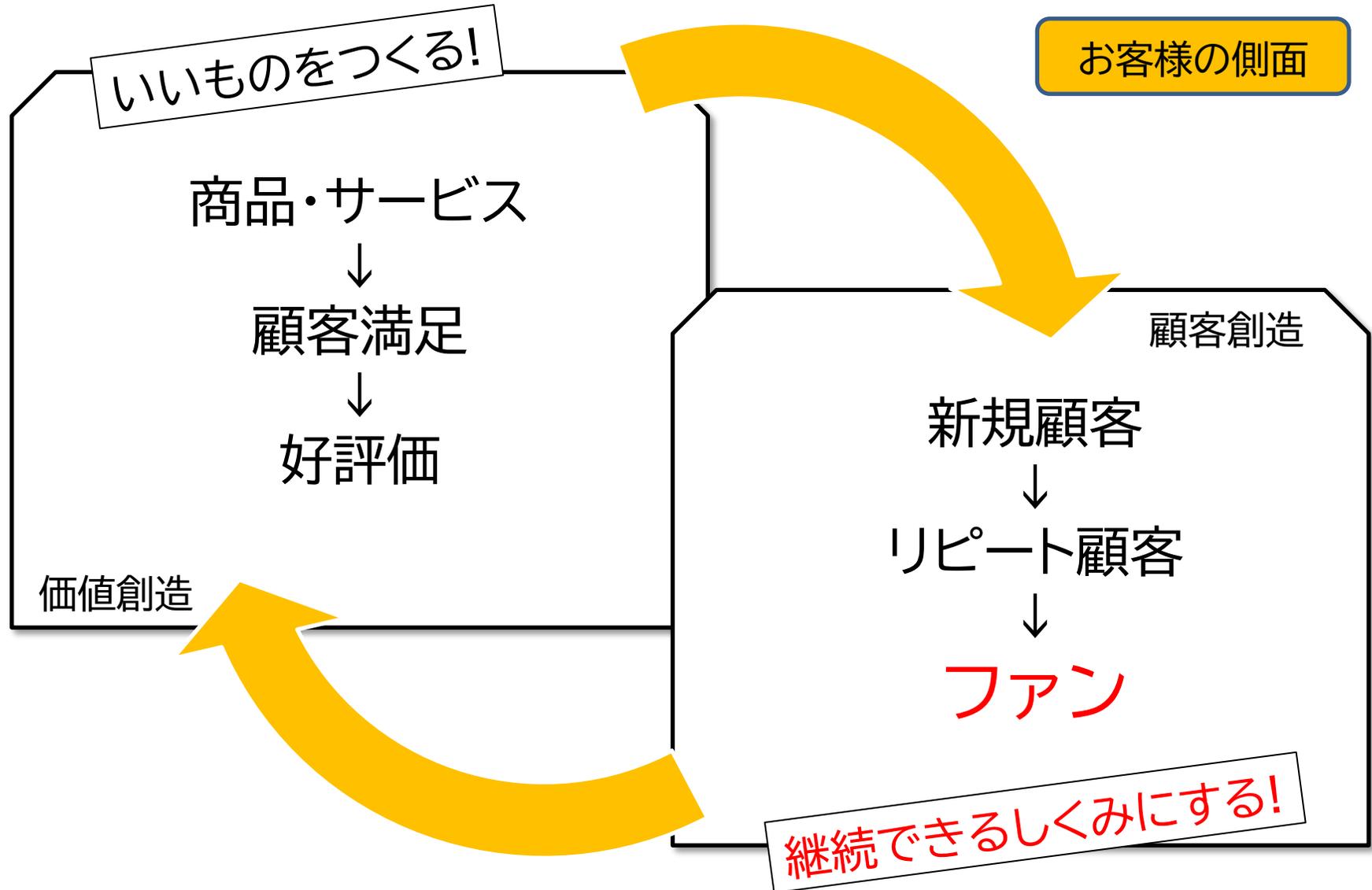
- よりよい製品・サービスを通じて、社会に価値を提供する
- 雇用を生み出し、給料を払う
- 利益を出し、納税などで社会に還元するなど

事業を持続的に
成長・発展させる

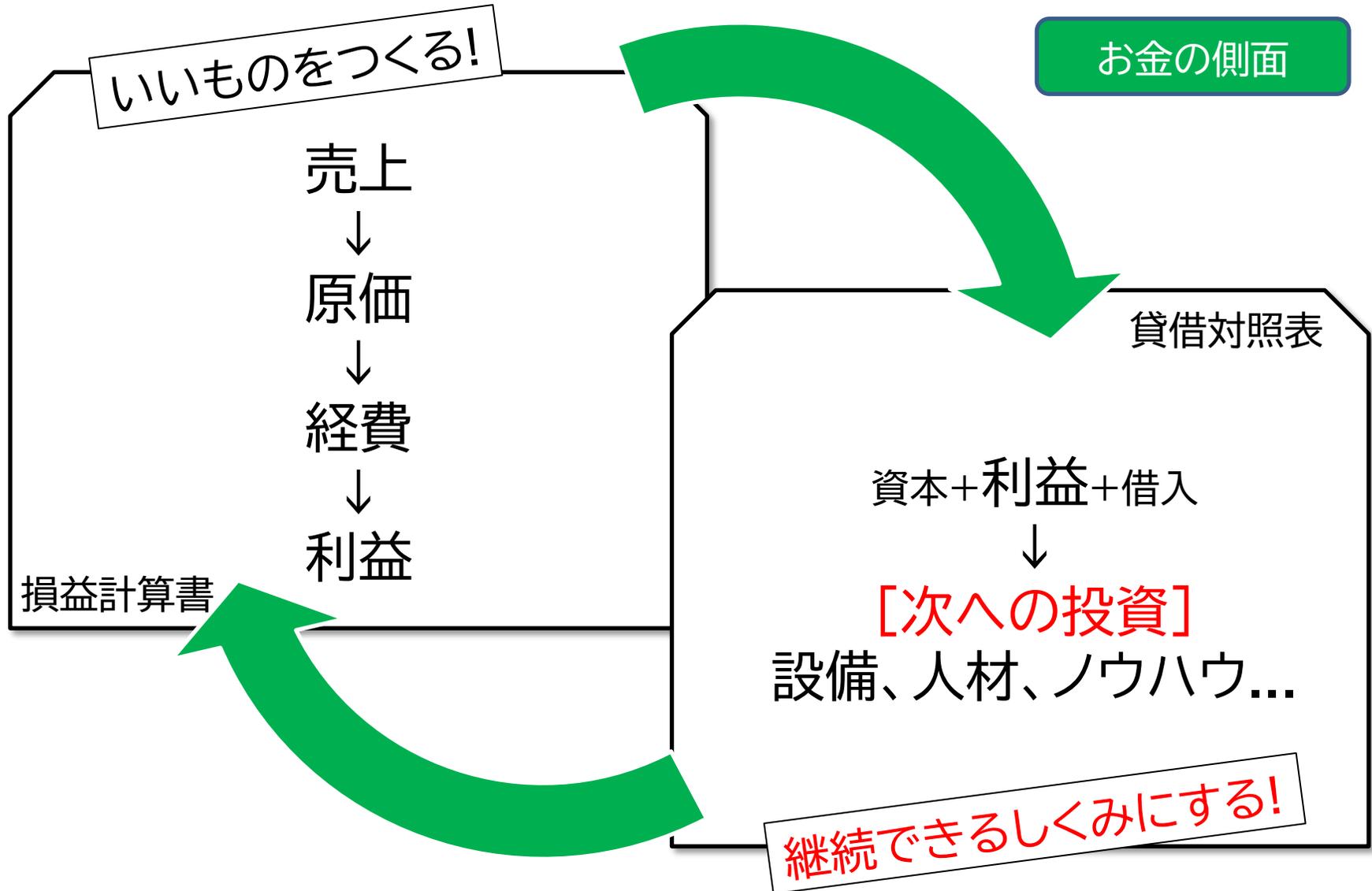
- お客様と絆をつくっていく
- よりよい製品・サービスを継続的に創造する
- 人材の開発と活性化を実現する
- 資金を蓄積し、将来に向け活用するなど

継続できるしくみにする!

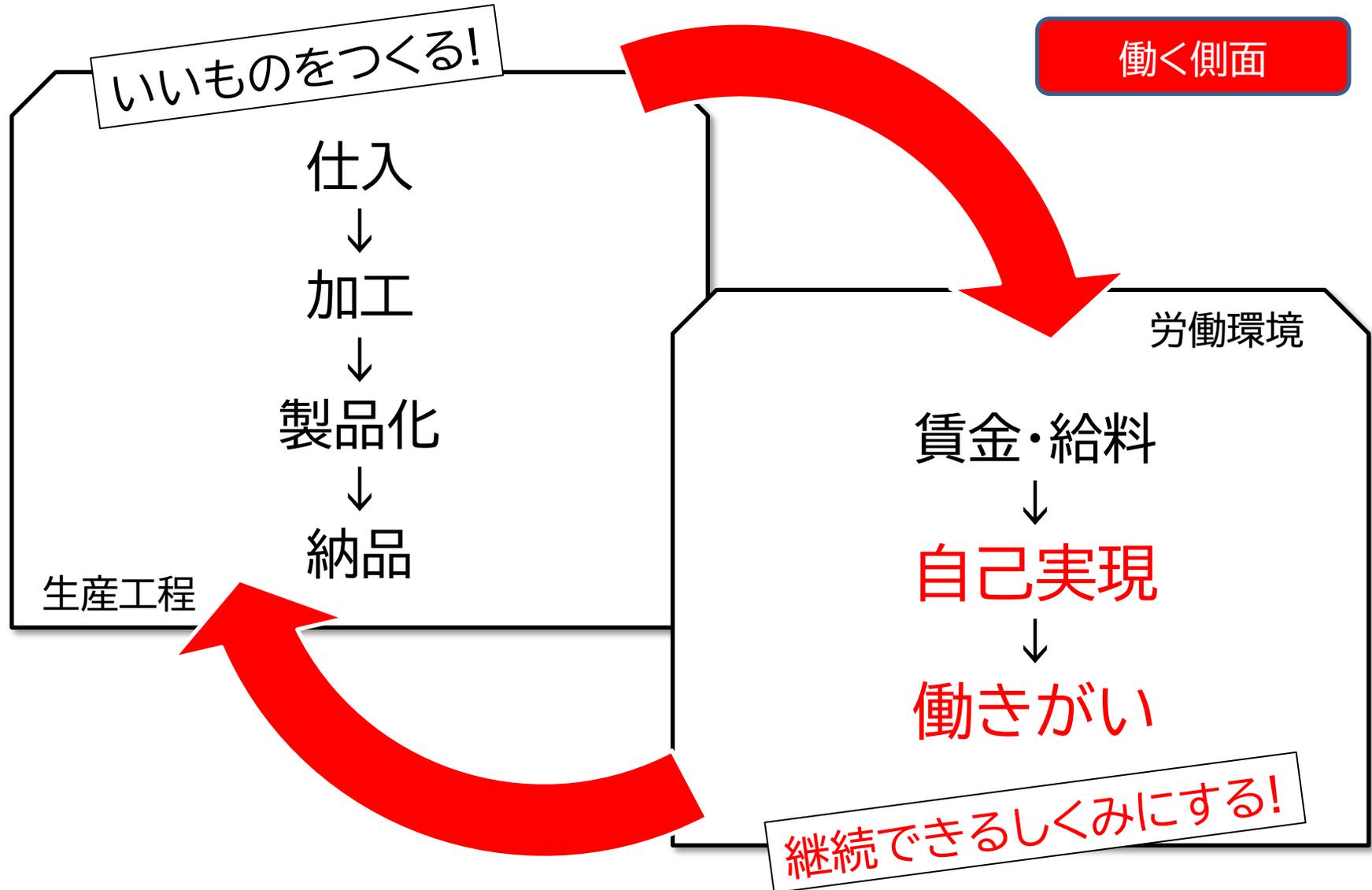
そもそも「経営」とは…



そもそも「経営」とは…



そもそも「経営」とは…



【日本政策公庫の創業計画書】

創業計画書

[令和] 年 月 日作成

お名前

1 創業の動機（創業されるのは、どのような目的、動機からですか。）

	公庫処理欄

2 経営者の略歴等（略歴については、勤務先名だけでなく、担当業務や役職、身につけた技能等についても記載してください。）

年月	内容	公庫処理欄

過去の事業経歴

事業を運営していたことはない。
 事業を運営していたことがあり、現在もその事業を続けている。
 事業を運営していたことがあるが、既にその事業をやめている。

(⇒事業内容:)
 (⇒やめた時期: 年 月)

取得資格 特になし 有 (番号等)

知的財産権等 特になし 有 (申請中 登録済)

3 取扱商品・サービス

取扱商品・サービスの内容

① (売上シェア %))
 ② (売上シェア %))
 ③ (売上シェア %))

セールスポイント	公庫処理欄
販売ターゲット・販売戦略	
競合・市場など企業を取り巻く状況	

4 取引先・取引関係等

	フリガナ		掛取引の割合	回収・支払の条件		公庫処理欄
	取引先名	シェア		日	日	
販売先	()	%	%	日	日回収	
	()	%	%	日	日回収	
	ほか 社	%	%	日	日回収	
仕入先	()	%	%	日	日支払	
	()	%	%	日	日支払	
	ほか 社	%	%	日	日支払	
外注先	()	%	%	日	日支払	
	ほか 社	%	%	日	日支払	
人件費の支払	日			日支払 (ボーナスの支給月	月、	月)

☆ この書類は、ご面談にかかる時間を短縮するために利用させていただきます。
 なお、本書類はお返しできませんので、あらかじめご了承ください。
 ☆ お手数ですが、可能な範囲でご記入いただき、借入申込書に添えてご提出ください。
 ☆ この書類に代えて、お客様ご自身が作成された計画書をご提出いただいても結構です。

5 従業員

常勤役員の人数 (法人の方のみ)	人	従業員数 (3ヵ月以上継続雇用者※)	人	(うち家族従業員)	人
				(うちパート従業員)	人

※ 創業に際して、3ヵ月以上継続雇用を予定している従業員数を記入してください。

6 お借入の状況（法人の場合、代表者の方のお借入）

お借入先名	お借入の用途	お借入残高	年間返済額
	<input type="checkbox"/> 事業 <input type="checkbox"/> 住宅 <input type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> 教育 <input type="checkbox"/> カード <input type="checkbox"/> その他	万円	万円
	<input type="checkbox"/> 事業 <input type="checkbox"/> 住宅 <input type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> 教育 <input type="checkbox"/> カード <input type="checkbox"/> その他	万円	万円
	<input type="checkbox"/> 事業 <input type="checkbox"/> 住宅 <input type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> 教育 <input type="checkbox"/> カード <input type="checkbox"/> その他	万円	万円

7 必要な資金と調達方法

	必要な資金		調達の方法	
	見直し	金額		金額
設備資金	店舗、工場、機械、車両など (内訳)	万円	自己資金	万円
			親、兄弟、知人、友人等からの借入 (内訳・返済方法)	万円
			日本政策金融公庫 国民生活事業からの借入 他の金融機関等からの借入 (内訳・返済方法)	万円
運転資金	商品仕入、経費支払資金など (内訳)	万円		
合計		万円	合計	万円

8 事業の見通し（月平均）

	創業当初	1年後 又は軌道に乗った後(年 月頃)	売上高、売上原価(仕入高)、経費を計算された根拠をご記入ください。
売上高①	万円	万円	
売上原価② (仕入高)	万円	万円	
経費	人件費(注)	万円	
	家賃	万円	
	支払利息	万円	
	その他	万円	
合計③	万円	万円	
利益	万円	万円	(注) 個人営業の場合、事業主分は含めません。
	① - ② - ③		

9 自由記述欄（アピールポイント、事業を行ううえでの悩み、希望するアドバイス等）

これまでのご経験や事業内容の詳細が分かる計画書など、参考となる資料がございましたら、併せてご提出ください。
 (日本政策金融公庫 国民生活事業)

【日本政策公庫の創業計画書】

☆ この書類は、ご面談にかかるとかかる時間を短縮するために利用させていただきます。
 ☆ なお、本書類はお返しできませんので、あらかじめご了承ください。
 ☆ お手数ですが、可能な範囲でご記入いただき、借入申込書に添えてご提出ください。
 ☆ この書類に代えて、お客さまご自身が作成された計画書をご提出いただいても結構です。

5 従業員

常勤役員の方のみ (法人の方のみ)	人	従業員数 (3ヵ月以上継続雇用者※)	人	家族従業員 (うちパート従業員)	人

※ 創業に際して、3ヵ月以上継続雇用を予定している従業員数を記入してください。

6 お借入の状況 (法人の場合、代表者の方のお借入)

お借入先名	お使いみち	お借入残高	年間返済額
	<input type="checkbox"/> 事業 <input type="checkbox"/> 住宅 <input type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> 教育 <input type="checkbox"/> カード <input type="checkbox"/> その他	万円	万円
	<input type="checkbox"/> 事業 <input type="checkbox"/> 住宅 <input type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> 教育 <input type="checkbox"/> カード <input type="checkbox"/> その他	万円	万円
	<input type="checkbox"/> 事業 <input type="checkbox"/> 住宅 <input type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> 教育 <input type="checkbox"/> カード <input type="checkbox"/> その他	万円	万円

7 必要な資金と調達方法

必要な資金	見積先	金額	調達の方法	金額
店舗、工場、機械、車両など (内訳)		万円	自己資金	万円
商品仕入、経費支払資金など (内訳)		万円	親、兄弟、知人、友人等からの借入 (内訳・返済方法)	万円
設備資金			日本政策金融公庫 国民生活事業 からの借入	万円
運転資金			他の金融機関等からの借入 (内訳・返済方法)	万円
合 計			合 計	万円

8 事業の見通し (月平均)

	創業当初	1年後 又は軌道に乗った 後(年 月頃)
売上高 ①	万円	万円
売上原価 ② (仕入高)	万円	万円
人件費(注)	万円	万円
家賃	万円	万円
支払利息	万円	万円
その他	万円	万円
合計 ③	万円	万円
利益 ① - ② - ③	万円	万円

(注) 個人営業の場合、事業主分は含めません。

9 自由記述欄 (アピールポイント、事業を行ううえでの悩み、希望するアドバイス等)

これまでのご経験や事業内容の詳細が分かる計画書など、参考となる資料がございましたら、併せてご提出ください。
 (日本政策金融公庫 国民生活事業)

【日本政策公庫の創業計画書】 記入例

創業計画書 【記入例】

〔令和〇年〇月〇日作成〕

お名前 ○○○○

創業のきっかけ、経歴、技術、事業の特徴などのポイントを記入してください。

1 創業の動機（創業されるのは、どのような目的、動機からですか。）

・美容業に従事して12年、現勤務先での固定客もついていたため、同じ美容師の妻とともに、店を持つことにした。
 ・〇〇駅の近くの住宅地に良い物件を見つけたため。

2 経営者の経歴等（経歴については、勤務先名だけでなく、担当業務や役職、身につけた技能等についても記載してください。）

年月	内容	公庫処理種
H〇年〇月	〇△美容専門学校卒業	
H〇年〇月～	美容室△△ 4年勤務	
H〇年〇月～	ヘアサロン〇〇 8年勤務（現在の月給25万円）	
R〇年〇月	退職予定（退職金80万円）	

過去経歴

事業を経営していたことはない。
 事業を経営していたことがあり、現在もその事業を続けている。
 事業を経営していたことがあるが、既にその事業をやめている。

取得資格

特になし 有（美容師免許(HO/O)・管理美容師(HO/O) 番号等 123456号・7890号）

3 取扱商品・サービス

取扱商品のサービス内容

- ①カット（シャンプー、フロー込み）3,500円（売上シェア 98%）
- ②カラー（カット込み）8,000円～パーマ（同左）10,000円～（売上シェア %）
- ③ヘアケア商品販売（シャンプー等）1,500円～（売上シェア 2%）

セールスポイント

- ・髪にやさしい天然ハーブを主原料としたヘアケア剤（シャンプー等）を使用する。
- ・ハーブティのサービスと10分間のヘッドマッサージのサービスで、顧客に「癒し」を提供する。
- ・現勤務先での固定客約200人を中心に、口コミなどで顧客層を広げる。

販売ターゲット・販売戦略

・店舗予定地は、ショッピングセンターへの通り道に面したビル1階入りの多い立地のため、新規客を獲得しやすい。

4 取引先・取引関係等

フリガナ 取引先名 (所在地等(市区町村))	シェア	振替引の割合	回収・支払の条件	公庫処理種
一親個人	100%	%	即日 日払	
力) 〇〇ショウジ (株) 〇〇高専 (現勤務先の仕入先)	50%	100%	末日 翌月末 日支払	
力) ××カイシャ (株) ××会社 (現勤務先の仕入先)	50%	100%	末日 翌月末 日支払	

5 従業員

専勤役員の人数 (法人の方のみ)	従業員数 (3ヵ月以上継続雇用者)	うち家族従業員 (うちパート従業員)
1人	1人	0人

6 お借入の状況（法人の場合、代表者の方のお借入）

お借入先名	お借入種別	お借入残高	年間返済額
〇〇銀行△△支店	<input type="checkbox"/> 事業 <input type="checkbox"/> 住宅 <input checked="" type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> 教育 <input type="checkbox"/> カード <input type="checkbox"/> その他	76万円	24万円

7 必要な資金と調達方法

必要な資金	見積り	金額	調達の方法	金額
店舗、工場、機械、車両など（内訳）		870万円	自己資金	300万円
・店舗内外装工事（設備工事含む）	〇〇社	600	親、兄弟、知人、友人等からの借入	
・セット椅子 3台	××社	30	（内訳・返済方法）	
・シャンプー一台 2台	××社	40		
・什器・備品類	××社	100	日本政策金融公庫 国民生活事業からの借入 元金7万円×12回（年〇.〇%）	500万円
・保証金		100	他の金融機関等からの借入（内訳・返済方法）	200万円
			〇〇信用金庫 元金3万円×67回（年〇.〇%）	200
商品仕入、経費支払資金など（内訳）		130万円		
・消耗品等仕入		30		
・広告費等諸経費支払		100		
合計		1,000万円	合計	1,000万円

8 事業の見通し（月平均）

	創業当初	1年後 又は軌道に乗った後 (〇年〇月頃)	売上高、売上原価(仕入高)、経費を計算された根拠をご記入ください。
売上高①	95万円	142万円	<創業当初> ①売上高 6,000円(平均単価)×3台×2回×26日=93万円 ヘアケア商品販売 月2万円
売上原価②	15万円	22万円	②原価率 15% ③人件費 専従者1人(年)10万円 家賃 10万円 支払利息(内訳) 500万円×年〇.〇%+12ヵ月=〇万円 200万円×年〇.〇%+12ヵ月=〇万円 812万円
経費③	10万円	25万円	その他光熱費、消耗品費等 20万円
賃	10万円	10万円	<創業1年後(軌道に乗った後)> ①2回×3回(勤務時の経費から) ②当初の原価率を採算 ③人件費 アシスタント1人増 15万円増 その他諸経費 10万円増
支払利息	2万円	2万円	
その他	20万円	30万円	
合計④	42万円	67万円	
利益	38万円	53万円	(注)個人営業の場合、事業主分は含めません。

9 自由記述欄（追加でアピールしたいこと、事業を行ううえでの悩み、欲しいアドバイス等）

・販売先・仕入先との結びつきがあれば記入してください。契約書・注文書などがあれば添付してください。
 ・販売・仕入条件について確認しておく必要があります。
 ・立地選定理由についても触れてください。

・借入金の返済元金はこれから支払われることとなります。
 ・個人営業の場合、事業主分の人件費はここに含まれます。

・人件費は、従業員数もわかるようにしてください。
 ・支払利息(月間)は、「借入金×年利率÷12ヵ月」で算出します。

☆ この書類は、ご面談にかかる時間を短縮するために利用させていただきます。
 なお、本書類はお返してできませんので、あらかじめご了承ください。
 ☆ お手数ですが、可能な範囲でご記入いただき、借入申込書に添えてご提出ください。
 ☆ この書類に代えて、お客さまご自身が作成された計画書をご提出いただいても結構です。

5 従業員

専勤役員の人数 (法人の方のみ)	従業員数 (3ヵ月以上継続雇用者)	うち家族従業員 (うちパート従業員)
1人	1人	0人

※ 創業に際して、3ヵ月以上継続雇用を予定している従業員数を記入してください。

6 お借入の状況（法人の場合、代表者の方のお借入）

お借入先名	お借入種別	お借入残高	年間返済額
〇〇銀行△△支店	<input type="checkbox"/> 事業 <input type="checkbox"/> 住宅 <input checked="" type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> 教育 <input type="checkbox"/> カード <input type="checkbox"/> その他	76万円	24万円

7 必要な資金と調達方法

必要な資金	見積り	金額	調達の方法	金額
店舗、工場、機械、車両など（内訳）		870万円	自己資金	300万円
・店舗内外装工事（設備工事含む）	〇〇社	600	親、兄弟、知人、友人等からの借入	
・セット椅子 3台	××社	30	（内訳・返済方法）	
・シャンプー一台 2台	××社	40		
・什器・備品類	××社	100	日本政策金融公庫 国民生活事業からの借入 元金7万円×12回（年〇.〇%）	500万円
・保証金		100	他の金融機関等からの借入（内訳・返済方法）	200万円
			〇〇信用金庫 元金3万円×67回（年〇.〇%）	200
商品仕入、経費支払資金など（内訳）		130万円		
・消耗品等仕入		30		
・広告費等諸経費支払		100		
合計		1,000万円	合計	1,000万円

金額は一致します。

8 事業の見通し（月平均）

	創業当初	1年後 又は軌道に乗った後 (〇年〇月頃)	売上高、売上原価(仕入高)、経費を計算された根拠をご記入ください。
売上高①	95万円	142万円	<創業当初> ①売上高 6,000円(平均単価)×3台×2回×26日=93万円 ヘアケア商品販売 月2万円
売上原価②	15万円	22万円	②原価率 15% ③人件費 専従者1人(年)10万円 家賃 10万円 支払利息(内訳) 500万円×年〇.〇%+12ヵ月=〇万円 200万円×年〇.〇%+12ヵ月=〇万円 812万円
経費③	10万円	25万円	その他光熱費、消耗品費等 20万円
賃	10万円	10万円	<創業1年後(軌道に乗った後)> ①2回×3回(勤務時の経費から) ②当初の原価率を採算 ③人件費 アシスタント1人増 15万円増 その他諸経費 10万円増
支払利息	2万円	2万円	
その他	20万円	30万円	
合計④	42万円	67万円	
利益	38万円	53万円	(注)個人営業の場合、事業主分は含めません。

・人件費は、従業員数もわかるようにしてください。
 ・支払利息(月間)は、「借入金×年利率÷12ヵ月」で算出します。

9 自由記述欄（追加でアピールしたいこと、事業を行ううえでの悩み、欲しいアドバイス等）

・借入金の返済元金はこれから支払われることとなります。
 ・個人営業の場合、事業主分の人件費はここに含まれます。

【日本政策公庫の創業計画書】 記入例

創業計画書 【記入例】

（令和〇〇年〇月〇日作成）

創業のきっかけ、経歴、技術、事業の特徴などのポイントを記入してください。

お名前 ○○○

1 創業の動機（創業されるのは、どのような目的、動機からですか。）

- ・以前から独立したいと思ってた。
- ・中古自動車販売業界に長年従事してきた経験を生かしたい。
- ・現動機先からの支援もあり、仕入ルートを確認できた。
- ・国道〇〇線沿いに事務所用建物付きの土地が見つかった。

2 経営者の経歴等（経歴については、勤務先名だけでなく、担当業務や役職、身につけた技能等についても記載してください。）

年月	内容	公庫処理欄
H〇年〇月	〇〇自動車整備士専門学校卒業	
H〇年〇月～	(株)〇〇自動車販売(自動車販売業) 7年勤務	
H〇年〇月～	△△モーターズ(株)(中古自動車販売業) 5年勤務 (現在の月給30万円)	
R〇年〇月	退職予定(退職金80万円)	

過去 5 年の事業経歴

事業を営んでいたことはない。
 事業を営んでいたことがあり、現在もその事業を続けている。
 (⇒事業内容:)
 事業を営んでいたことがあるが、既にその事業をやめている。
 (⇒やめた時期: 年 月)

取得資格

特になし 有 (二種自動車整備士資格(平成〇年〇月取得) 番号等 第〇〇〇〇号)

知的財産権等

特になし 有 (申請中 登録済)

3 取扱商品・サービス

取扱商品・サービスの内容

① 中古自動車販売 (売上シェア 94%)
 ② 自動車部品販売 (売上シェア 6%)
 ③ (売上シェア %)

セールスポイント

- ・走行距離が短く、状態の良い自動車を取り揃える。
- ・仕入ルートの活用により、ディーラーの試乗車やタイヤ・バッテリー等の自動車部品を安く仕入れることができる。
- ・現動機先での固定客約200人のほか、若者に人気がある7人ボックスタイプなども豊富に揃え、若年層も取り込む。

販売ターゲット・販売戦略

- ・店舗は国道〇〇線沿い、少し離れてはいるが、同じ通り沿いに郊外型ショッピングモールや大手などがあり、車両の交通量は多い。

4 取引先・取引関係等

取引先	フリガナ 取引先名 (所在地等【市区町村】)	シェア	振替引 の割合	回収・支払の条件	公庫処理欄
販売先	一般個人	100%	%	即日 日	日回収
仕入先	△△モーターズ(株) △△モーターズ(株)(現動機先の仕入先) (〇〇市〇〇)	50%	100%	末 日	翌月末 日支払
	カ) 〇〇ジドウシャハンバイ (株) 〇〇自動車販売(現動機先) (〇〇区〇〇)	50%	100%	末 日	翌月末 日支払
	オークション・一般個人 ほか	%	%	即日 日	日支払
外法先	ほか	%	%	日	日支払
人件費の支払	末 日	翌月15 日	支払(ボーナスの支給月	月、	月)

・販売先・仕入先との結びつきがあれば記入してください。
 契約書・注文書などがあれば添付してください。
 ・販売・仕入条件について確認しておく必要があります。
 立地選定理由についても触れてください。

・借入金の返済元金はここから支払われることになります。
 ・個人営業の場合、事業主分の人件費はここに含まれます。

☆ この書類は、ご面談にかかる時間を短縮するために利用させていただきます。
 なお、本書類はお返しできませんので、あらかじめご了承ください。
 ☆ お手紙ですが、可能な範囲でご記入いただき、借入申込書に添えてご提出ください。
 ☆ この書類に代えて、お客様ご自身が作成された計画書をご提出いただいても結構です。

5 従業員

常 規 役 員 の 人 数	人	従 業 員 数	1 人	(うち家族従業員)	1 人
法 人 の 方 の み		(3ヵ月以上継続雇用者※)		(うちパート従業員)	0 人

※ 創業に際して、3ヵ月以上継続雇用を予定している従業員数を記入してください。

6 お借入の状況（法人の場合、代表者の方のお借入）

お借入先名	お使いみち	お借入残高	年間返済額
〇〇銀行△△支店	<input type="checkbox"/> 事業 <input checked="" type="checkbox"/> 住宅 <input type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> 教育 <input type="checkbox"/> カード <input type="checkbox"/> その他	2,544 万円	132 万円
	<input type="checkbox"/> 事業 <input type="checkbox"/> 住宅 <input type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> 教育 <input type="checkbox"/> カード <input type="checkbox"/> その他	万円	万円
	<input type="checkbox"/> 事業 <input type="checkbox"/> 住宅 <input type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> 教育 <input type="checkbox"/> カード <input type="checkbox"/> その他	万円	万円

7 必要な資金と調達方法

必要な資金	見積先	金額	調達の方法	金額
店舗、工場、機械、車両など(内訳)		500 万円	自己資金	360 万円
設備資金	・事務所内外装工事(借地代含む)	〇〇社	親、兄弟、知人、友人等からの借入 (内訳・返済方法)	500 万円
	・車両 1台	〇×社		
	・その他備品	△△社		
	・保証金			
見積書などを添付してください。			日本政策金融公庫 国民生活事業からの借入 元金7万円×72回(年〇.〇%)	500 万円
			他の金融機関等からの借入(内訳・返済方法)	200 万円
			〇〇信用金庫 元金3万円×67回(年〇.〇%)	200 万円
商品仕入、経費支払資金など(内訳)		560 万円		
・商品仕入		500 万円		
・諸経費支払		60 万円		
合 計		1,060 万円	合 計	1,060 万円

金額は一致します。

8 事業の見通し（月平均）

	創業当初	1年後 又は軌道に乗った後(〇年〇月頃)	売上高、売上原価(仕入高)、経費を計費された根拠をご記入ください。
売上高 ①	320 万円	450 万円	<創業当初> ①売上高中古自動車販売60万円/台(平均単価)×5台/月=300万円 その他自動車部品等売上 20万円
売上原価 ② (仕入高)	240 万円	338 万円	②原価率 75%(動機時の経験から) ③人件費 専従者1人(年)8万円 販費 20万円 支払利息(内訳) 500万円×年〇.〇%+12ヵ月=〇万円 200万円×年〇.〇%+12ヵ月=〇万円 計2万円
人件費(注)	8 万円	18 万円	人件費は、従業員数もわかるようにしてください。
家賃	20 万円	20 万円	その他光熱費、消耗品費等 25万円
支払利息	2 万円	2 万円	<創業1年後(軌道に乗った後)> ①60万円/台×7台/月=420万円 ②その他自動車部品等売上 30万円 ③当初の原価率を採算 ④人件費 アルバイト1人増 10万円増 その他の諸経費 7万円増
その他	25 万円	32 万円	支払利息(12月)は、「借入金×年利率+12ヵ月」で算出します。
合 計 ③	55 万円	72 万円	
利益	25 万円	40 万円	(注) 個人営業の場合、事業主分は含めません。

9 自由記述欄（追加でアピールしたいこと、事業を行ううえでの悩み、欲しいアドバイス等）

ここに参考となる資料がございましたら、併せてご提出ください。

(日本政策金融公庫 国民生活事業)

【日本政策公庫の創業計画書】 記入例

創業計画書 【記入例】

〔令和〇〇年〇月〇日作成〕

お名前 **株式会社〇** 創業のきっかけ、経歴、技術、事業の特徴などのポイントを記入してください。

1 創業の動機 (創業されるのは、どのような目的、動機からですか。)

・内装工事業に15年従事した経験を生かし、独立して自分の力を試したいと思っていた。
・現場優先など、要注性を確保し、事業としての見通しが立ったため、内装工事業会社を創業することにした。

2 経営者の経歴等 (経歴については、勤務先名だけでなく、担当業務や役職、身につけた技能等についても記載してください。)

年月	内容	公庫処理欄
H〇年〇月	リフォーム△△ 3年勤務 (営業現場担当)	
H〇年〇月~	(株)〇〇建設 12年勤務 (現場担当7年、営業担当3年、2年前から〇〇地区の総括営業部長) (現在の月給40万円)	
R〇年〇月	退職予定 (退職金100万円)	

過去 3 事業の経歴

取得資格

知的財産権等

3 取扱商品・サービス

取扱商品のサービス内容

① 住宅リフォーム (内装工事業) 1㎡あたり10万円~ (売上シェア 45%)
② 新築マンションの内装工事 1件あたり200万円~ (売上シェア 45%)
③ 各種修繕工事 (売上シェア 10%)

セールスポイント

販売ターゲット・販売戦略

競合・市場など企業を取り巻く状況

4 取引先・取引関係等

フリガナ 取引先名 (所在地等 (市区町村))	シェア	振替引の割合	回収・支払の条件	公庫処理欄
カ) 〇〇ケンソウ (株) 〇〇建設 (現勤務先) (〇〇区〇〇)	50%		着工時、中間時、竣工時にそれぞれ3分の1ずつ回収	・販売先、仕入先との結びつきがあれば記入してください。 ・契約書、注文書などがあれば添付してください。 ・販売・仕入条件について確認しておく必要があります。 ・立地選定理由についても触れてください。
一 個人 ()	50%			
〇〇コウギョウ (カ) 〇〇工業 (株) (現勤務先の仕入先) (〇〇市〇〇)	100%	100%	末日 翌月末 日支払	・借入金の返済元金はここから支払われることになります。 ・個人営業の場合、事業主分の人件費はここに含まれます。
カ) 〇〇ケンソウ (株) 〇〇建設 (現勤務先) (〇〇区〇〇)	50%	100%	末日 翌月末 日支払	
各種個人 (現勤務先の外注先)	50%	100%	末日 翌月末 日支払	

人件費の支払 末日 翌月末 日支払 (ボーナスの支給月 6月、12月)

☆ この書類は、ご面談にかかる時間を短縮するために利用させていただきます。
なお、本書類はお返してきませんので、あらかじめご了承ください。
☆ お手数ですが、可能な範囲でご記入いただき、借入申込書に添えてご提出ください。
☆ この書類に代えて、お客さまご自身が作成された計画書をご提出いただいても結構です。

5 従業員

常勤役員の人数 (法人の方のみ)	2人	従業員数 (3ヵ月以上継続雇用者※)	1人	(うち家族従業員)	0人
				(うちパート従業員)	0人

※ 創業に際して、3ヵ月以上継続雇用を予定している従業員数を記入してください。

6 お借入の状況 (法人の場合、代表者の方のお借入)

お借入先名	お借入残高	年間返済額
〇〇銀行△△支店	2,554万円	132万円

7 必要な資金と調達方法

必要な資金	見積り	金額	調達の方法	金額
店舗、工場、機械、車両など (内訳) ・車両 (7ゴン車) 2台 ・工具一式 2セット ・事務機器・備品 ・保証金	〇〇社 〇×社 △△社	640万円 300万円 200万円 50万円 90万円	自己資金 親、兄弟、知人、友人等からの借入 (内訳・返済方法)	340万円 万円
商品仕入、経費支払資金など (内訳) ・材料仕入 ・外注費支払		200万円 100万円 100万円	日本政策金融公庫 国民生活事業からの借入 元金6万円×84歳(年〇〇%) 他の金融機関等からの借入 (内訳・返済方法)	500万円 万円
合計		840万円	合計	840万円

金額は一致します。

8 事業の見通し (月平均)

	創業当初	1年後 又は軌道に乗った後 (〇年〇月頃)	売上高、売上 人件費は、従業員数もわかるようにしてください。
売上高 ①	400万円	520万円	<創業当初> ①売上高 200万円/件×2件/月=400万円 (要注期間あり) ②原価率 65% (材料費、外注費) (勤務時の経験から) ③人件費 代客者1人、役員1人、従業員1人 (代) 30万円+ (後) 30万円+ (妻) 20万円=80万円 家賃 15万円 支払利息 500万円×年〇〇%+12ヵ月=1万円 その他諸経費 30万円
②	260万円	338万円	
③	80万円	110万円	
④	15万円	15万円	
経費			<軌道に乗った後> ①創業当初の1.3倍 (勤務時の経験から) ②当初の原価率を採用 ③人件費 役員報酬・従業員給与増額 計30万円増 その他諸経費 10万円増
支払利息	1万円	1万円	
その他	30万円	40万円	
合計 ③	126万円	166万円	
利益 ①-②-③	14万円	16万円	支払利息 (月間) は、「借入金×年利率÷12ヵ月」で算出します。

(注) 個人営業の場合、事業主分は含めません。

9 自由記述欄 (追加でアピールしたいこと、事業を行ううえでの悩み、欲しいアドバイス等)

ほかに参考となる資料がございましたら、併せてご提出ください。

【日本政策公庫の創業計画書】 記入例

創業計画書 【記入例】

〔令和〇年〇月〇日作成〕

お名前 **株式会社**

創業のきっかけ、経歴、技術、事業の特徴などのポイントを記入してください。

1 創業の動機 (創業されるのは、どのような目的、動機からですか。)

・介護サービス分野での今までの経験を活かし、より自分がやりたい介護をしたいと考えたため。
・必要人材が確保できる目途があったため。

2 経営者の経歴等 (経歴については、勤務先名だけでなく、担当業務や役職、身につけた技能等についても記載してください。)

年月	内容	公庫処理欄
H〇年〇月	〇〇専門学校卒業	
H〇年〇月~	(株)〇〇商事 6年勤務	
H〇年〇月	〇〇ケアサポート (ネイサービス) 5年勤務 (現在の月給25万円)	
R〇年〇月	開業予定	

過去の経歴

過去に事業を経営したことはない。
 事業を経営していたことがあり、現在もその事業を続けている。
 事業を経営していたことがあるが、既にその事業をやめている。
 (⇒事業内容:)
 (⇒やめた時期: 年 月)

取得資格

特になし 有 (介護職員初任者研修修了 (旧ホームヘルパー2種) 番号等)
 知的財産権等

特になし 有 (申請中 登録済)

3 取扱商品・サービス

取扱商品の内容

① 通所介護サービス (小規模) (売上シェア 80%)
 ② 介護予防通所介護サービス (売上シェア 20%)
 ③ (売上シェア %)

セールスポイント

・訪問介護事業者 (〇〇ヘルパーステーション) と連携することで、通所と訪問を地味的に組み合わせることができ、多様にご利用者のニーズに対応することができる。
 ・〇〇駅周辺にお住りの専介業者

販売ターゲット・販売戦略

販売・市場など企業を取り巻く状況

・△△市の高齢化率は××%と他地域よりも高く、今後も上昇する見通し。
 ・〇〇駅周辺には介護関連の施設が少なく、需要が見込める。

4 取引先・取引関係等

フリガナ 取引先名 (所在地等 (市区町村))	シェア	振替取引の割合	回収・支払の条件	公庫処理欄
一般個人 (自己負担)	10%	0%	即日 日	・販売先・仕入先との結びつきがあれば記入してください。 ・契約書・注文書などがあれば添付してください。 ・販売・仕入条件について確認しておく必要があります。 ・立地選定理由についても触れてください。
一般個人 (介護保険)	90%	100%	末 日 翌々月23日 日	
ほか 社	%	%	日 日回収	
()	%	%		
ほか 社	%	%	日 日支払	・借入金の返済元金はここから支払われることとなります。 ・個人営業の場合、事業主分の人件費はここに含まれます。
()	%	%	日 日支払	
ほか 社	%	%	日 日支払	

人件費の支払

末 日 翌20日支払 (ボーナスの支給月 月、 月)

☆ この書類は、ご面談にかかる時間を短縮するために利用させていただきます。
 なお、本書類はお返してきませんので、あらかじめご了承ください。
 ☆ お手数ですが、可能な範囲でご記入いただき、借入申込書に添えてご提出ください。
 ☆ この書類に代えて、お書きまご自身が作成された計画書をご提出いただいても結構です。

5 従業員

常勤役員の人数 (法人の方のみ)	1人	従業員数 (3ヵ月以上継続雇用者※)	7人	(うち家族従業員)	1人
				(うちパート従業員)	4人

※ 創業に際して、3ヵ月以上継続雇用を予定している従業員数を記入してください。

6 お借入の状況 (法人の場合、代表者の方のお借入)

お借入先名	お借入残高	年間返済額
〇〇銀行△△支店	96万円	24万円
	万円	万円
	万円	万円

7 必要な資金と調達方法

必要な資金	見積り	金額	調達の方法	金額
店舗、工場、機械、車両など (内訳)		840万円	自己資金	390万円
・施設内装工事	〇〇社	500	親、兄弟、知人、友人等からの借入 (内訳・返済方法)	万円
・車両購入	〇×社	150		
・什器・備品類	△△社	100		
・敷金、保証金		90		
見積書などを添付してください。			日本政策金融公庫 国民生活事業からの借入 元金8万円×8回 (年〇、〇%)	700万円
			他の金融機関等からの借入 (内訳・返済方法)	300万円
			〇〇銀行 元金5万円×60回 (年〇、〇%)	300
商品仕入、経費支払資金など (内訳)		550万円		
・人件費支払		400	金額は一致します。	
・広告宣伝費等諸経費支払		150		
合計		1,390万円	合計	1,390万円

8 事業の見通し (月平均)

	創業当初	1年後 又は軌道に乗った後 (〇年〇月頃)	売上高、売上原価 (仕入高)、経費 人件費は、従業員数もわかるようにしてください。
売上高 ①	210万円	273万円	<創業当初> ①売上高 介護報酬標準平均値30,000円×乗70人=210万円 ②原価率 8% ③人件費 代表者1人、従業員3人、パート4人 (代) 20万円+(雇) 20万円×3+(パート) 10万円×4=120万円 販費 25万円 支払利息 (内訳) 700万円×年〇、〇%+12ヵ月=〇万円 300万円×年〇、〇%+12ヵ月=〇万円 計3万円 その他諸光費、消耗品費等 40万円
経費			<創業1年後 (軌道に乗った後)> ①創業当初の1.3倍 (勤務時の経験から) ②当初の原価率を据置 ③人件費 従業員1人、パート1人増 35万円増 その他経費 15万円増
支払利息	3万円	3万円	支払利息 (月間) は、「借入金×年利率÷12ヵ月」で算出します。
その他	40万円	55万円	
合計 ③	188万円	238万円	
利益 (①-②-③)	5万円	13万円	(注) 個人営業の場合、事業主分は含めません。

9 自由記述欄 (追加でアピールしたいこと、事業を行ううえでの悩み、欲しいアドバイス等)

ほかに参考となる資料がございましたら、併せてご提出ください。

【創業計画書】 エレベーターピッチ的な計画

事業タイトル

作成者:
作成日:

【①】といった人々が抱えている、	①
【②】を、解決する/満たす	②
一言で言うと【③】というもので	③
【④】というカテゴリーの事業です。	④
この事業は【⑤】を実現しますが、	⑤
他社の【⑥】とは違い、	⑥
【⑦】という“新しい感動”をもたらします。	⑦
私の【⑧】という経験やノウハウを活かし	⑧
目標の姿として【⑨】を目指しており、	⑨
継続しつづけていくには【⑩】がポイントで	⑩
達成すれば【⑪】が【⑫】となります。	⑪,⑫

【創業計画書】 エレベーターピッチ的な計画

①+②
 (1) 具体的にどのような課題や不満・不足を抱えているのですか？(生の声等)
 (2) その課題や不満・不足を抱えているのは、何人くらいですか？(調査数字から推測等)
 (3) 現在、(2)のような人は少なくとも、増える兆しや予測がありますか？

③+④
 (1) 具体的に、どのような製品やサービスですか？ また、その製造方法や供給方法はどんな内容ですか？
 (2) 考えている製品やサービスは、どんな業種やカテゴリーに属する/類するものですか？

⑤
 (1) 製品やサービスを通じて、お客様に、どのようなメリットを提供しますか？

事業タイトル	作成者:
	作成日:
【①】といった人々が抱えている、	①
【②】を、解決する/満たす	②
一言で言うと【③】というもので	③
【④】というカテゴリーの事業です。	④
この事業は【⑤】を実現しますが、	⑤
他社の【⑥】とは違い、	⑥
【⑦】という“新しい感動”をもたらします。	⑦
私の【⑧】という経験やノウハウを活かし	⑧
目標の姿として【⑨】を目指しており、	⑨
継続しつづけていくには【⑩】がポイントで	⑩
達成すれば【⑪】が【⑫】となります。	⑪,⑫

⑥
 (1) 競合となるのは、具体的に、どんな製品・サービスまたは事業者ですか？
 (2) それらの競合は、最近または今後、どんな動きをしていますか/していきそうですか？
 (3) また、競合と想定したものととは、どのような違いがありますか？

⑩
 (1) 事業を継続するために、顧客との絆、新商品・サービス、設備・技術ノウハウの更新などで、大切にすべきポイントは、どんなことが考えられますか？

⑨
 (1) 事業が順調になった場合、どのような状態を実現することができますか？

⑧
 (1) その事業の背景として、あなたの経歴とともに、経験・ノウハウには、どのようなものがありますか？

⑦
 (1) お客様が、その製品・サービスを利用したりした場合、どのような感想を口にされるのでしょうか？

⑪+⑫
 (1) 事業がうまくいった場合に、どのような指標が、どのようになっているのでしょうか？(⑨の状態について数値等で検討)

【創業計画書】 エレベーターピッチ的な計画

(b) 製品・サービスの価格はどうしますか？ どのような販売ルートとしますか。どのような販売促進活動を行いますか？

(a) 原材料の仕入はどこから、何を調達しますか？

(c) 経費としてどのようなものが考えられますか？

(e) 利益として、どれくらいを残しますか？

(d) 設備や機械などは、どのように準備しますか？ スタッフや従業員、役員はどういう体制にしますか？

<1> 事業開始前の準備スケジュール

年月	実施項目	

<2> 事業開始後のスケジュール [軌道に乗るまでの期間: 年]

年月	実施項目	

[1] 事業開始時の資金計画

	必要な資金		調達の方法	
	支払内容	金額(円)	調達元	金額(円)
設備資金	開業許認可手続費用 事務所開設費用 看板 営業車両		自己資金 日本政策公庫融資	
	小計①			
運転資金	人件費 水道光熱費 旅費交通費 広告宣伝費 消耗品費・事務用品費 図書・研修費 減価償却費 支払利息・手数料 接待交際費 その他 上記の3ヶ月分			
	小計②			
	必要運転資金(①+②)		調達資金合計	

[2] 収支計画(初年度[年 月期]、経営が軌道に乗った後[年 月期])

損益項目 [円]	初年度	経営が軌道に乗った後	計算根拠
売上高 ①			
売上原価(仕入) ②			
売上総利益 ③			
経費総額 ④			
人件費			
水道光熱費			
旅費交通費			
広告宣伝費			
消耗品費・事務用品費			
図書・研修費			
減価償却費			
支払利息・手数料			
接待交際費			
その他			
差引利益(①-②-④)			

創業計画のひな形

- <https://www.dohke.net/?p=588>

簡易創業プランシート Excel	Simple Startup Business Plan Sheet – Excel
簡易創業プランシート Word	Simple Startup Business Plan Sheet – Word
簡易創業プランシート PowerPoint	Simple Startup Business Plan Sheet – PowerPoint
簡易創業プランシート PDF	Simple Startup Business Plan Sheet – PDF
創業計画書_シート Word	Startup Business Plan Sheet – Word
創業計画書_シート PowerPoint	Startup Business Plan Sheet – PowerPoint
創業計画書_シート PDF	Startup Business Plan Sheet – PDF
創業計画書_シート2 PowerPoint	Startup Business Plan Sheet-2 – PowerPoint
創業計画書_シート2 PDF	Startup Business Plan Sheet-2 – PDF
創業計画書_エレベーターピッチ型 PowerPoint	Startup Business Plan Sheet- Elv.Pitch – PowerPoint
創業計画書_エレベーターピッチ型 PDF	Startup Business Plan Sheet- Elv.Pitch – PDF

創業計画書の例 ～ベジタリアンカフェ～

代表者名	山崎 武
企業名・屋号	ベジリアンカフェ株式会社(仮)
所在地	〇〇県〇〇市〇〇3-10
設立年月日	2017年12月1日(予定)
資本金	500万円
事業内容	カフェレストラン 『自家焙煎した世界の珈琲』と『地元野菜と使ったランチ&スイーツ』の提供

<経歴>

- ・2010年3月 〇〇大学経済学部卒業
- ・2010年4月 〇〇珈琲株式会社 入社
大阪支店営業部 専門店営業に従事
- ・2011年4月 店舗運営部にて直営店に勤務
- ・2018年3月 〇〇珈琲株式会社 退社

<資格>

- ・2007年3月 普通自動車免許取得
- ・2010年5月 食品衛生責任者取得

■起業の動機

- ・私は、これまでに大手カフェチェーンの〇〇で7年間勤務し、2年前ぐらいからこれまでの経験を活かして自分のこだわりの店を持ちたいと思っていた。昨年、地元の同窓会に参加したときに「東京にあるようなおしゃれな空間でくつろげるカフェがない」と言われ、地元喜んでもらえるようなカフェを開きたいと考えた。親からも30才までには、地元に戻ってくるよう言われていたので、よいタイミングだと思っている。
- ・私自身は、学生の頃は珈琲が嫌いだったが、老舗の珈琲店で「苦味の少ない珈琲」を入れてもらって珈琲のおいしさを知った経験がある。そのときの経験から、自分がおいしいと思う珈琲を、わかりやすくお客さんに提供したいと思っている。
- ・また、地元には新鮮な野菜が豊富にあり、地元の野菜をたくさん使った料理を食べてもらいたい。妻が野菜ソムリエの資格を持っているので、栄養バランスを考えつつもちょっと変わった野菜料理や野菜を使ったスイーツ等も提供し、「野菜の魅力」を伝えたいと思っている。

創業計画書の例 ～ベジタリアンカフェ～

■事業内容

■ビジョン・目標

- 「こだわりの美味しさと居心地の良さ」を提供し、地域の人たちに「お気に入りの空間」を提供したい。
- 3年後の売上高は27百万円、営業利益は5百万円を目標にする。

想いと数値の両面で具体的

(1)商品・サービスの内容

- 「自家焙煎珈琲」:ハワイ、コスタリカ、ブラジル、プエルトリコなどの世界各地の珈琲豆を自家焙煎した珈琲
- 「地元野菜料理」:季節に合わせた旬の地元野菜を使って、彩野菜のカレー、ソイミートのハンバーグ、野菜のミネストローネ等
- 「地元野菜スイーツ」:野菜本来の味を活かしつつ、甘さをおさえた野菜パフェ、野菜パンケーキ、野菜と果物のスムージー等
- セットメニュー:野菜料理のランチセット、野菜スイーツと珈琲のセット

ビジョンに連動した内容

(2)ターゲット顧客

- 自分の好みの珈琲を気軽に飲みたい人
- 好きなものをおいしく、健康的に食べたいと思っている子育て世代の女性
- 〇〇市X地区の地元の人

単に、女性30代といったものではない

何を解決するのかと連動

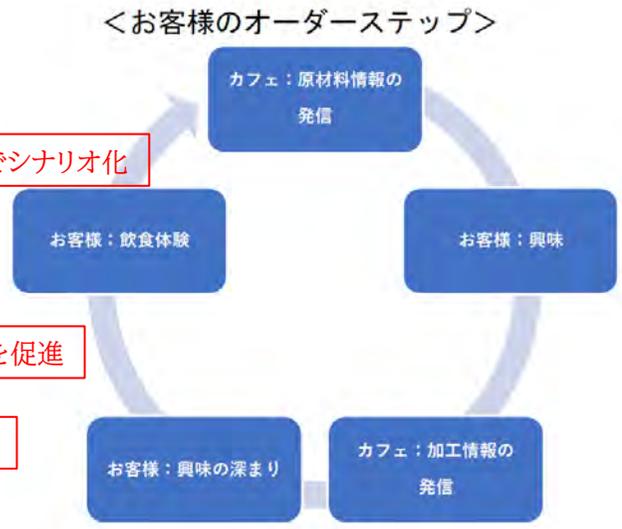
(3)サービス・商品の提供方法・仕組み

- 世界各地の珈琲豆や挽き方による苦味や酸味の違いをマッピングすることで、お客さんに自分に合う珈琲をわかりやすく選べるように提供する。また、顧客の好みに焙煎加減を調整するなどで満足度を高めリピーターを獲得していく。
- フードメニューは、野菜ソムリエが監修し、地元の旬の野菜をボードやメニューブックで紹介する。野菜の産地、品種、栽培方法などの詳細情報を発信することで、より素材から興味をもってもらい、これに様々な加工方法に施すことでの味の変化や栄養面での違いを伝えていく。
- SNS を活用して珈琲に係る知識や食材のこだわり、料理のレシピ等を紹介し、興味を深めてもらう。
- 居心地の良い空間をつくるため、テーブルやイス、コーヒークップや食器等も北欧風のもので統一する。コストを下げるため、中古サイト等を使って仕入れる。

お客様の心の動きでシナリオ化

情報面で店への理解を促進

来店時以外の接点にも配慮



創業計画書の例 ～ベジタリアンカフェ～

■現状分析等

(1)業界のトレンド、市場規模

<業界トレンド、市場規模>

- カフェ市場の規模は、ここ数年 1 兆 1,175 億円(出典:(公財)食の安全・安心財団)前後で推移しているが、外資系を含めたセルフ式コーヒーチェーンの進化や、コンビニのカフェ展開など、コーヒー市場のすそ野が大きく広がっている。
- コーヒー豆の品種や産地にこだわる「サードウェーブ(第3の波)」と呼ばれる新しいトレンドが生まれている。外食各社の参入が相次ぎ、月定額の会員制のコーヒー店などの新たな販売手法によるサービスも増加している。(出典:J-net21 業種別ガイド)
- 家計調査によると、1世帯当たりの喫茶代への年間支出金額を、平成 25 年以降、増加傾向にあり、28 年は 10 年前に比べ 17.2%増となっている。喫茶代への支出があった世帯の割合も 29.5%と、2.7 ポイント上昇している(出典:家計ミニトピックス 総務省)
- 「苦すぎない珈琲」とか「酸味が強いほうがいい」といった自分に合う、おいしい珈琲を飲みたい人がいる。
- ○○市には、都会にあるような居心地がよく、おしゃれなカフェがあまりなく、地元で Uターンで帰ってきた若い人が「自分の時間を過ごせるカフェがない」という声を聞く。

データを活用して客観化

生声からも情報収集

(2)競合の状況

出店候補地の半径 500m 圏内にカフェが 3 店舗あり、それぞれの特徴は次のとおり。

①A店

- 大手チェーン店で 1 杯 320 円の安さがウリ。店内は数年前にリニューアルをして新しく、清潔感がある。席数は 40 程度。学生から高齢者まで幅広いお客さんが利用しており、いつも混雑している。席と席の距離も近く、サッと珈琲を飲むにはいいが、のんびり過ごせるような空間ではない。

具体的な比較から検討

②B店

- 開業 50 年前の老舗の喫茶店。サイフォン珈琲を提供し、珈琲好きの常連客も多い。特に 50～60 代の男性客やランチタイムのビジネスマンの客が多い。店外に喫煙可能場所もあるためか、タバコを吸わない人は店に入りにくい。特に若い女性客は少ない。

③C店

- 地元で複数店舗を持つレストランカフェ。比較的、ファミリー層や高齢者のグループでの来店が多い。珈琲のおかわりができるため、お客さんの滞在時間が長いのが特徴。料理の種類は豊富にあるが、メニューに特徴がなく、大手のグルメサイトのお客さんからの評価も高くない。

※X地区には、20～40 代の女性客をターゲット顧客層とする喫茶店やカフェはなく出店の第一候補地としている。

単に「好き」だけではない

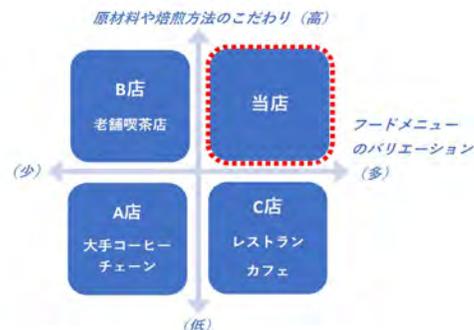
(3)自社・事業の強み・優位性

- 自家焙煎することで、大量生産・大量供給では提供できない珈琲豆本来の個性豊かな香りとコクを提供できる。私は、これまでのカフェ勤務で豆・味・抽出技術を学ぶとともに、プライベートでも焙煎技術の勉強会やワークショップに参加し、スキルを磨いてきた。今では産地の珈琲豆の特性に合わせて、最適な焙煎技術や珈琲の抽出ができるようになっている。
- 珈琲豆のワークショップを通じて知り合った珈琲豆の卸業者から、市場では出回りにくい世界各地の珈琲豆を手ごろな価格で調達できる。卸業者とは、「一人ひとりに合った珈琲をもっと身近に」という想いに共感してもらい、小ロットでの対応に応じてくれる。
- 大手カフェチェーン店で、アルバイトから含めると 7 年間働いた。最後の 2 年間は店長として勤務しており、効率的な店舗オペレーションや従業員管理のスキルをもっている。
- 妻が野菜ソムリエの資格を持ち、野菜の栄養、素材に合わせた調理法に詳しい。地元の旬の野菜や果物を使った料理を開発でき、他社にはないメニューを提供できる。

具体的な比較～強みを引き出す

(事業の優位性)

- 当店は、出店エリアのX地区において、珈琲の産地や焙煎方法にこだわり、フードメニューのバリエーションが豊富なカフェ)を目指しており、競合他店との差別化が可能と考える。
- B店の老舗喫茶店は、珈琲豆の品揃えが豊富であり、本格的な珈琲を提供しているが、若い世代をターゲットとする当社と顧客層が違い、違いが出せるものと思われる。また、地域の野菜や果物を使った食材を、野菜ソムリエが創作料理として提供しているカフェはなく、フードメニューにも特徴を出せるものと思われる。



創業計画書の例 ～ベジタリアンカフェ～

■数値計画

時間帯別の特性を踏まえている

(千円)	売上高	サービス時間帯	部門別売上	割合
1年目	21,000	午前	3,000	14.3%
		ランチタイム	7,200	34.3%
		午後	7,200	34.3%
		ディナータイム	3,600	17.1%
2年目	24,600	午前	3,000	12.1%
		ランチタイム	7,200	29.3%
		午後	7,200	29.3%
		ディナータイム	7,200	29.3%
3年目	27,000	午前	3,000	11.1%
		ランチタイム	9,600	35.5%
		午後	7,200	26.7%
		ディナータイム	7,200	26.7%

※午前8:30～11:30、ランチタイム11:30～14:30、
※午後14:30～17:30、ディナータイム17:30～20:30

① 飲食業の基本である、客単価×客数(回転率)から計算

1年目)売上高21,000千円

午前 20席×客単価500円×1.0回転×営業日300日=3,000千円
 ランチタイム 20席×客単価800円×1.5回転×営業日300日=7,200千円
 午後 20席×客単価600円×2.0回転×営業日300日=7,200千円
 ディナータイム 20席×客単価1200円×0.5回転×営業日300日=3,600千円

② 2年目)売上高24,600千円

午前 20席×客単価500円×1.0回転×営業日300日=3,000千円
 ランチタイム 20席×客単価800円×1.5回転×営業日300日=7,200千円
 午後 20席×客単価600円×2.0回転×営業日300日=7,200千円
 ディナータイム 20席×客単価1,200円×1.0回転×営業日300日=7,200千円

③ 3年目)売上高27,000千円

午前 20席×客単価500円×1.0回転×営業日300日=3,000千円
 ランチタイム 20席×客単価800円×2.0回転×営業日300日=9,600千円
 午後 20席×客単価600円×2.0回転×営業日300日=7,200千円
 ディナータイム 20席×客単価1,200円×1.0回転×営業日300日=7,200千円

■販売促進・集客方法

・珈琲マップの活用

「苦すぎない珈琲」とか「酸味が強いほうがいい」といった、自分の好みに合うおいしい珈琲を選びたいという要望に
 応えるため、苦味や酸味をマッピングして、珈琲がわかり
 やすく選べるようにする。また、豆の銘柄を産地別に地図
 の絵柄にプロットして、お客さんが味と産地をイメージで
 きるように工夫する。

ビジョンに合わせた販促方法

・地元のこだわり野菜の紹介

野菜ソムリエが監修し、地元の旬の野菜をホワイトボード
 やニューブックで紹介する。その際、生産者の紹介や品種、
 栽培、収穫時の工夫などの原材料のこだわり情報も発信
 する。また、近々収穫し入荷予定となっている野菜につい
 ての情報も掲載することで、次回の来店時の告知をソフ
 トに行う。

・フライヤー作成、配布

オープン用のフライヤーを作成し、最寄駅前にて配布を行
 う(平日の朝、夕の通勤時間帯、土曜日の昼前に実施)。ま
 た、当店のターゲット顧客層(子育て世代の女性)と同一
 である、美容室、託児所、習い事の教室などの店舗と連携
 関係を構築し、販促媒体を交換して

ターゲットを意識した集客方法に一貫性

創業計画書の例 ～ベジタリアンカフェ～

■仕入計画

・コーヒー豆

具体的な仕入先で支払条件も確認済み

仕入先名	所在地	割合	支払条件
(株)〇〇商店	〇県〇〇市4-1	70%	未〆翌 25 日支払
〇〇商事	△県〇〇市5-1	30%	未〆翌 25 日支払

・食材関係

仕入先名	所在地	割合	支払条件
〇〇農園	〇県〇〇市1-1	50%	未〆翌 25 日支払
〇△農園	△県〇〇市2-1	25%	未〆翌 25 日支払
その他 食品スーパー等	-	25%	-

※地元の農家からの年間契約購入(規格外品を含む)

■店舗・施設計画

市場動向をデータから反映

(1)出店エリアの状況

- 出店予定地の〇〇市X地区の人口は〇万人、約〇千世帯が住んでいる。近年、駅前の再開発が進み、郊外や別の地域から移り住んできた住民が増えているエリアである。
- また、行政側も保育園等の子育て支援施設を増やすなど、子育てに優しいエリアとして、若い家族世帯が住みやすい環境を整えている。そのため、ターゲット層となる20代~40代の子育て世代が、近隣エリアよりも増えている状況である。
- 隣接しているY地区やZ地区には、週末を中心に買い物に来るお客さんが一定数いるため、買い物のランチタイムやお茶タイムに利用してもらえる可能性が高い。

(2)店舗概要

- 2ヶ月前まで別の飲食店であった店舗を居抜きで利用する
- 最寄り駅から徒歩7分程度
- 3階建てのテナントビルの1階に出店。
- 2階と3階には、学習塾や雑貨店等の複数店舗が入居
- 築15年程度の鉄筋コンクリート
- 延べ床面積30坪、厨房面積6坪
- 席数は20(2名用テーブル6、4名用テーブル2)

物件情報を明確化・飲食店に必要な情報を網羅

■人員計画

担当	1年目	2年目	3年目	
厨房・ホール・仕入	1	1	1	経営者
厨房・ホール・販売促進	1	1	1	経営者の妻
ホール	2	2	3	アルバイト

※役員報酬は 年560万円(経営者 300万円、経営者の妻 260万円)
アルバイトは一人あたり 12万円/月

具体的な金額まで明確化

創業計画書の例 ～ベジタリアンカフェ～

■数値計画

投資(必要な資金)		金額(千円)	調達	金額(千円)
設備 資金	内装工事費	8,000	自己資金	5,000
	店舗保証金	900	親族等からの借入	3,200
	機械装置	1,000		
	器具備品	1,300		
運転 資金	商品の仕入	1,000	金融機関からの借入	6,000
	開業の経費	1,000		
	その他	1,000		
合計		14,200	合計	14,200

具体的な金額が明確化

自己資金は35%

(千円)	1 年目	2 年目	3 年目	備考
売上高①	21,000	24,600	27,000	販売計画参照
売上原価②	6,300	7,380	8,100	原価率 30%
売上総利益③(①-②)	14,700	17,220	18,900	原価率も算出;カフェは25~30%
人件費	8,480	8,480	9,920	3年目にアルバイト1名増
家賃	2,880	2,880	2,880	月坪 8,000 円×30 坪×12カ月
減価償却費④	770	770	770	
その他	1,500	1,550	1,600	水道光熱費、広告費等
販売費及び一般管理費⑤	13,630	13,680	15,170	
営業利益⑥(③-⑤)	1,070	3,540	3,730	
営業外損益⑦(支払利息)	81	63	45	600 万円 5 年返済 利率 1.5%
経常利益⑧	989	3,477	3,685	
法人税等⑨	396	1,391	1,474	経常利益に 40%を乗じて算出
税引後利益⑩(⑧-⑨)	593	2,086	2,211	
返済可能額(④+⑩)	1,363	2,856	2,981	借入の際には、返済可能額も確認
FL率(材料費+人件費/売上高)	70.3%	64.5%	66.7%	飲食業の基本的指標であるFL率も計算

創業計画書の例 ～ベジタリアンカフェ～

■スケジュール

実施項目	20xx年	20xy年				20xz年	備考
	10月～12月	1月～3月	4月～6月	7月～9月	10月～12月	1月～6月	
開業設立	<設立登記等>						
店舗準備	<商圈調査・物件契約>	<内装・陳列>	<オープン>				
仕入業務	<取引先開拓・契約>	<仕入開始>					開業までに準備することが一覽可能
商品・サービス展開	<メニュー開発>	<メニュー・品揃え確定>	<販売データ分析>				
販売促進	<販促企画検討>	<フライヤー作成・配布>					
人事・労務管理	<採用準備>	<採用・教育>	<スタッフ会議>	<スタッフ会議>	<スタッフ会議>	<スタッフ会議>	※ 毎月20日スタッフ会議実施 継続する内容も検討
財務活動	<資金調達>	<借入金返済>					

創業者の陥りやすいポイントと対策

①

「自分の事情が、創業へのきっかけとなった」



自分だけの視点だけでなく、
お客さんの視点にも立って考えよう!

～“買う側”の視点を～

創業の時に、よくある話…

私は、〇〇が好きで、
△△できますので、そ
れを事業として立ち上
げようと思いました。

〇〇の資格を持って
いるので、それをビジ
ネスとして展開できな
いかと思ひまして…。

うちに使っていない
機械があるので、
それを活用したい
と思ひまして…。

**提供者側の事情・都合が中心で、
お客さんの視点に立っていない!**

事業=約束と絆づくり

売る人=提供する人の
他にない価値
「他にはない、こんなのはどう？」

買う人=使う人の
ベネフィット
「こんなものにも使えるね！」

約束



「継続的なお客様の満足」

お客さんと、長期的に「絆をつくっていく」しくみ

事業の方向性を、お客さんの視点からとらえる

どんな価値を提供するのか(事業のコンセプト)

結果的に、製品・サービスを通じて、
何を**解決**してくれるのか、
何を**もたら**してくれるのか、を明らかにする。

提供する製品・サービス



解決する・もたらす内容



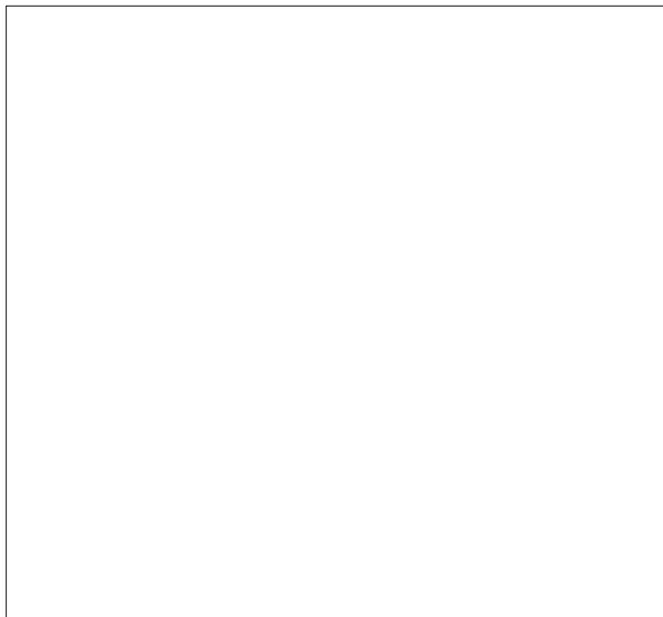
お客さんは、欲しいのは「ドリル」ではなく、「穴」が欲しい。

質問例

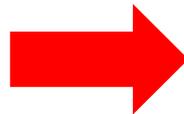
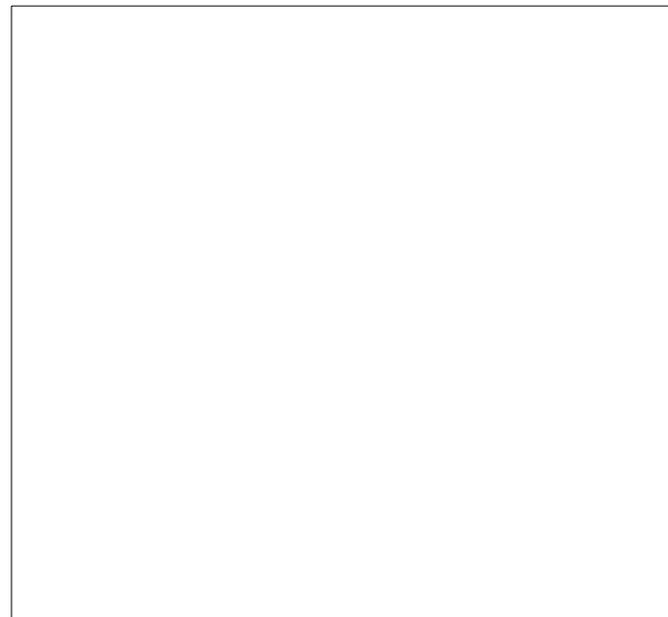
Q. あなたの考えている事業は？

どんな製品・サービスを通じて、
何を解決してくれるのですか？
何をもたらしてくれるのか？

提供する製品・サービス



解決する・もたらす内容



②

「自分がいいと思うから、絶対にいいはず」



比較検討されて、その上で
選ばれることを考えよう!

～“選ぶ側”の選択という視点～

創業の時に、よくある話…

こんなサービスは、
他にはないから、
高くても買ってくれる
と思う。

お客さんはいるのに、
今、同じ業態は、
近隣にない。

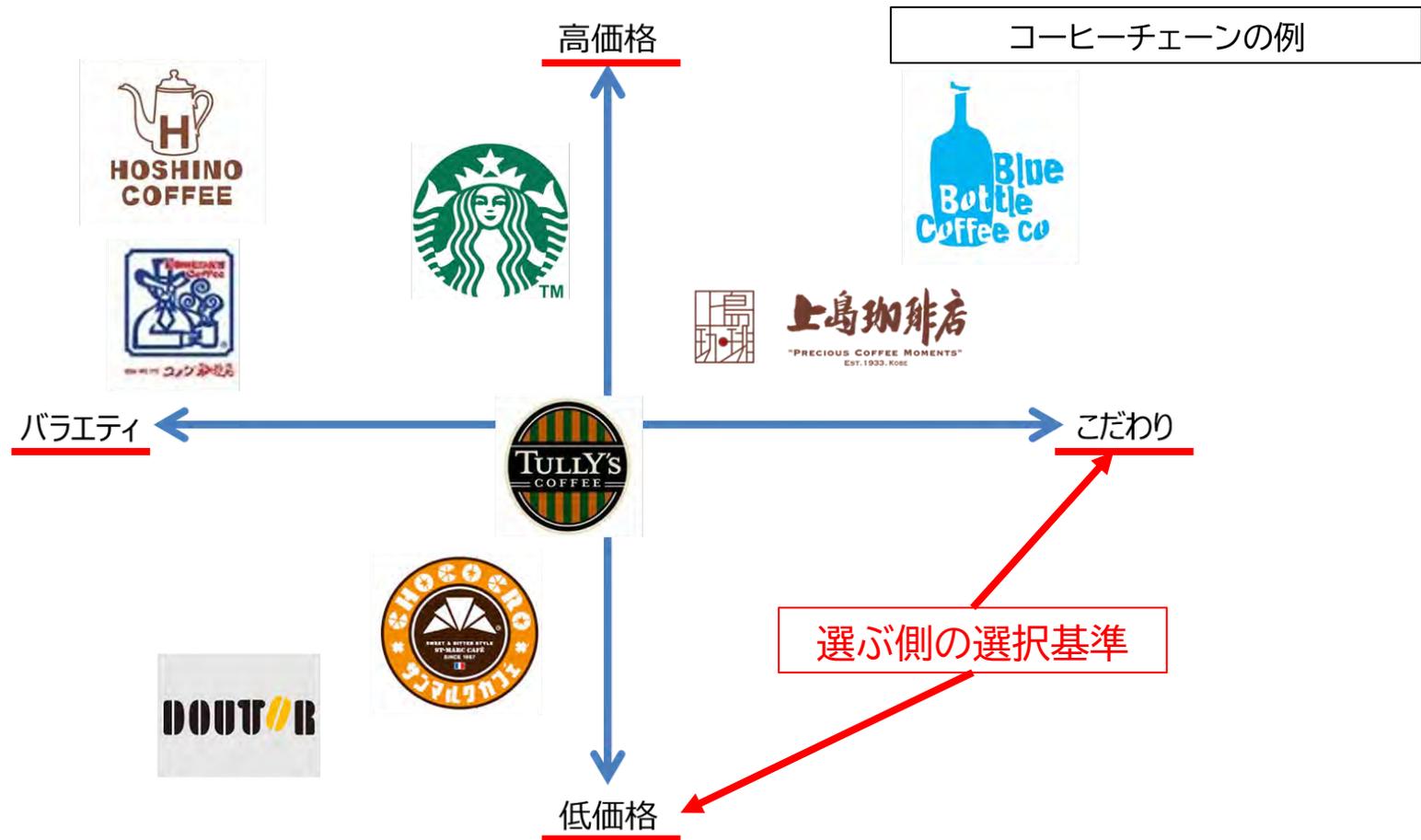
このような事業に
は、他社は参入し
てこないと思う。

全く新しい事業は、ほとんどない。
何らかの競争相手がいる!

事業の方向性を、比較検討でとらえる

どんな位置づけにあるのか(ポジショニング)

競合他社と比較して、
何が、どう違うのか、を明らかにする。



競争相手は、同業者だけではない

<新規参入の可能性>

違う内容や
違う提供方法で
これから来そうな/来ている
事業者
↓

“〇〇業”という枠組みにと
らわれない

<業界内の競争>

同じような内容と
同じような提供方法で
現在、展開している
事業者
↓

いわゆる“〇〇業”という
業種にあてはまる

<代替サービスの可能性>

違う内容や
違う提供方法だけど
解決/提供するものが同じ
事業者
↓

“〇〇業”が解決するものを
こちらでも提供してくれる

例:「商店街の書店」の場合

<新規参入の可能性>

新刊読み上げサービス
中古本買取販売サービス
マンガ喫茶

<業界内の競争>

郊外の大型書店
コンビニの書籍コーナー
本のネット通販

<代替サービスの可能性>

インターネット検索
ニュース配信アプリ
dボタン/番組表ボタン

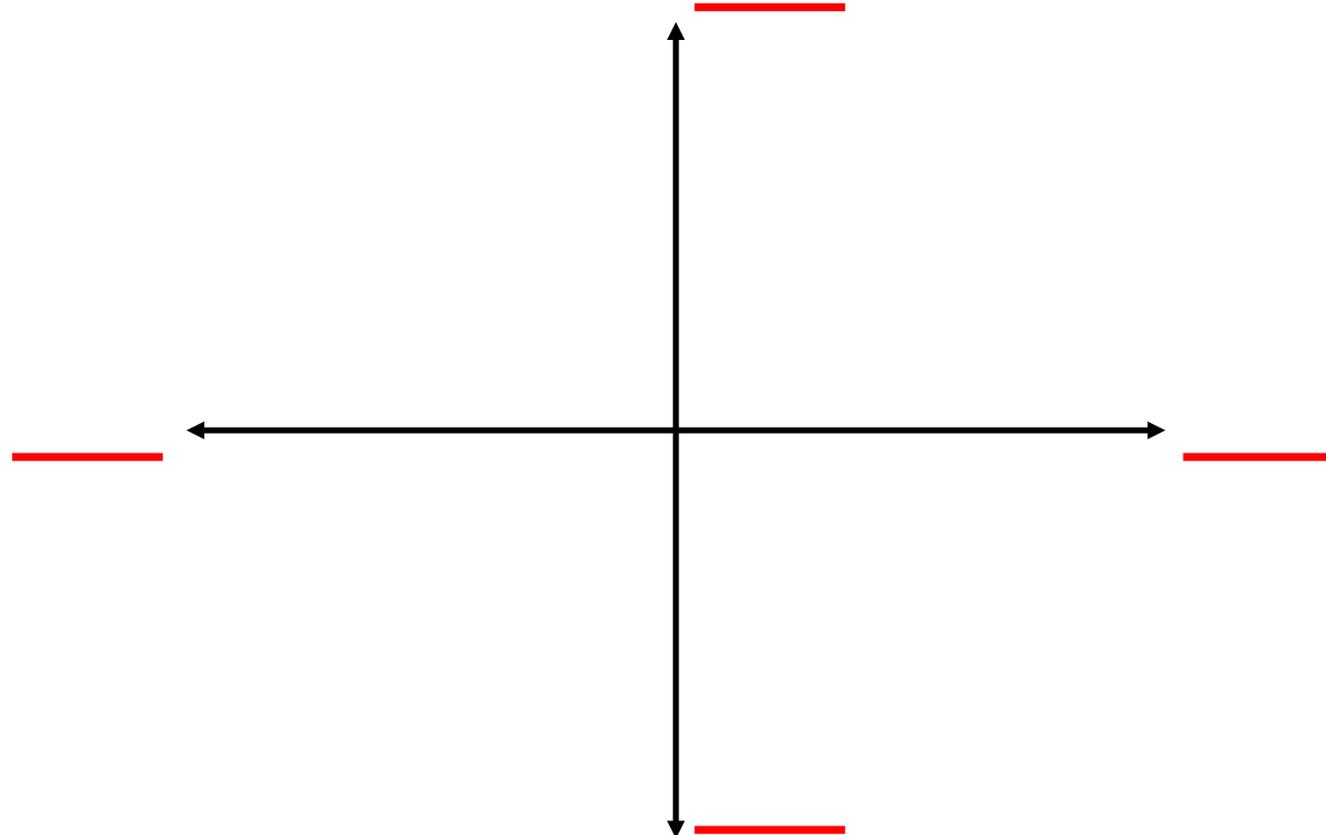
事業の方向性を、比較検討でとらえる

どんな位置づけにあるのか(ポジショニング)

競合他社と比較して、
何が、どう違うのか、を明らかにする。

人気ハンバーガー店の
現在のイメージマップを
つくってみましょう。

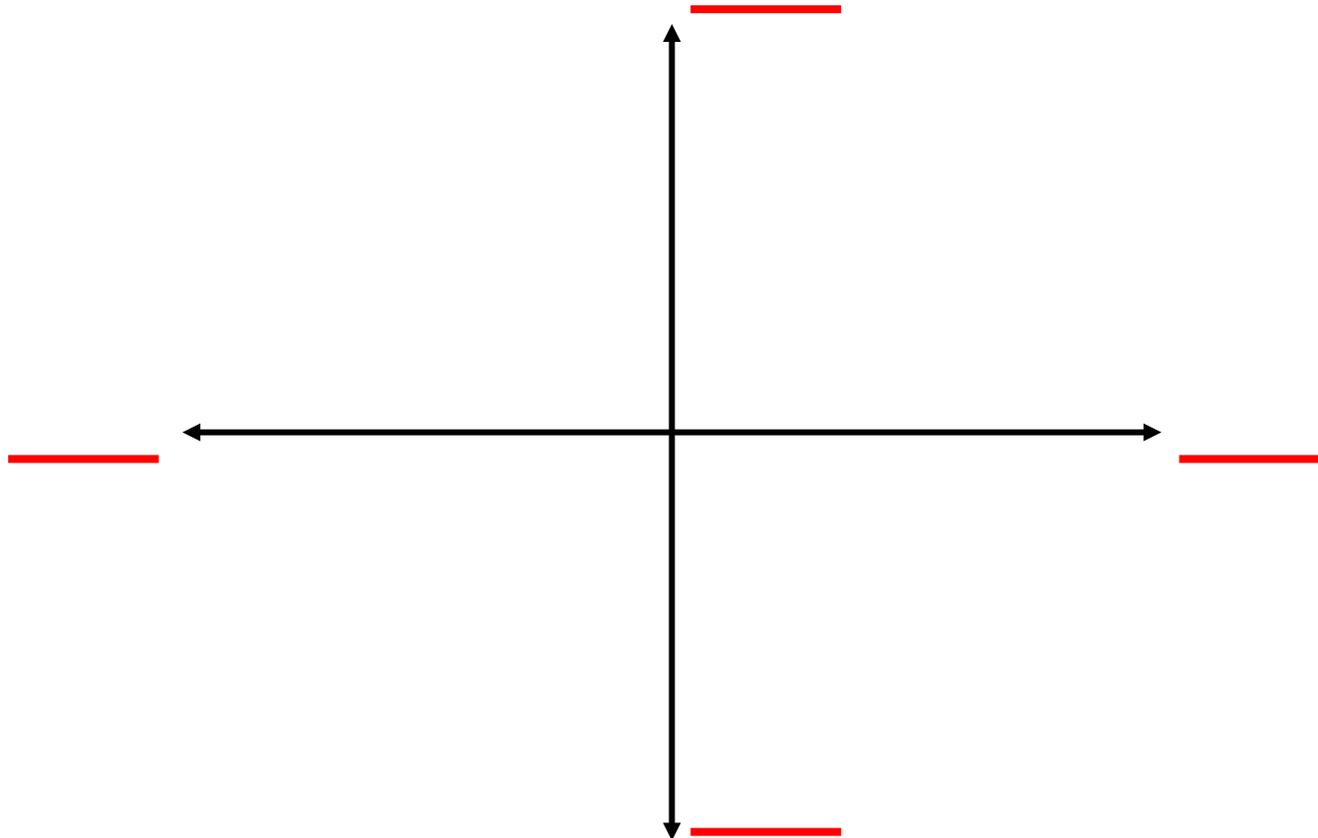
ハンバーガーチェーン



質問例

Q. あなたの考えている事業は？

どんな競争相手を考え、どんな違いがあるでしょうか。



③

「今なら、チャンス！」



今の状況だけでなく、
今後の世の中の流れから、見てみよう!

～現在に加え、今後も見ると視点～

創業の時に、よくある話…

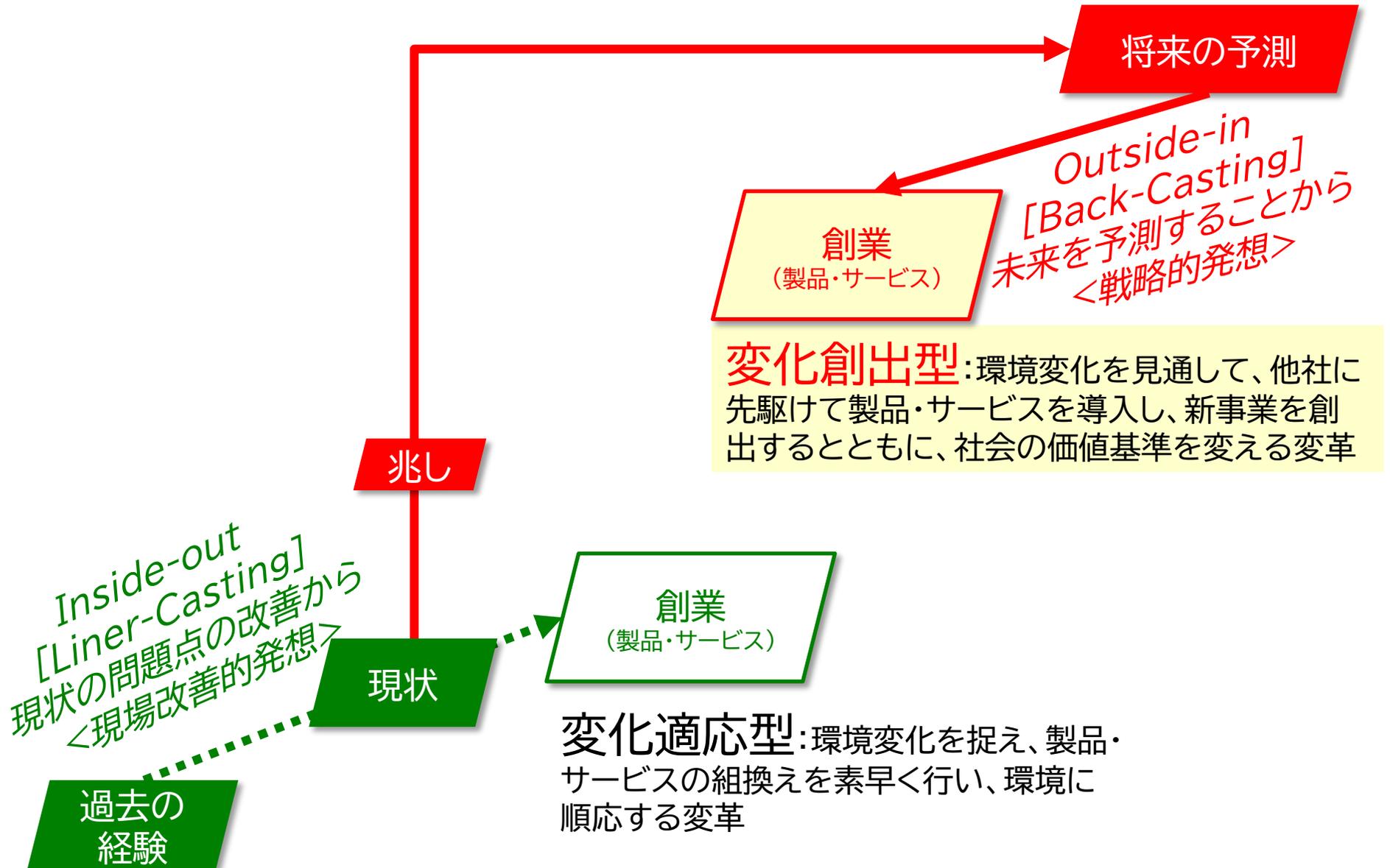
〇〇になっている
“今”だから、
やる意味がある!

この技術を
改良したら、
欲しい人はいる!

〇〇が流行して
いるから…

**直近の動きだけで
事業を長期的に続けられるか?**

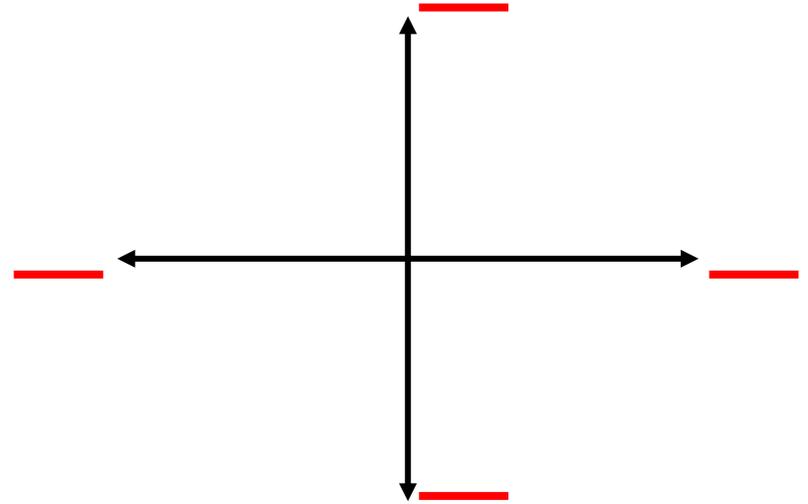
事業を、将来の視点からも捉える



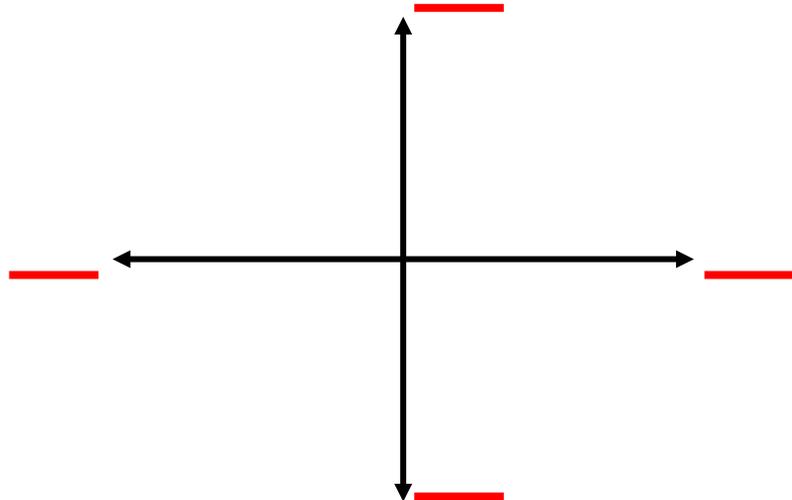
事業を、将来の視点からも捉える

【○年後】選ばれる基準

- ① 規制・制度の変化は？
- ② 市場環境の変化は？
- ③ 社会・意識の変化は？
- ④ 技術開発の変化は？



【現在】選ばれる基準



- 人生100年時代
- AI革命
- 開かれた教育
- 少子高齢化
- ロボット共存
- 空飛ぶクルマ
- 再エネ
- 微細加工
- カーボンニュートラル
- 財政改革
- 地政学
- リスキリング
- 資産運用
- 月面生活
-

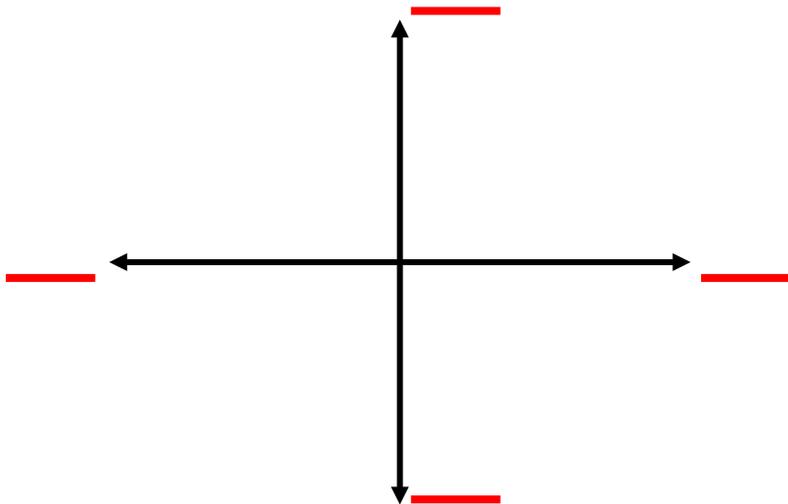
質問例

Q. あなたの考えている事業は？

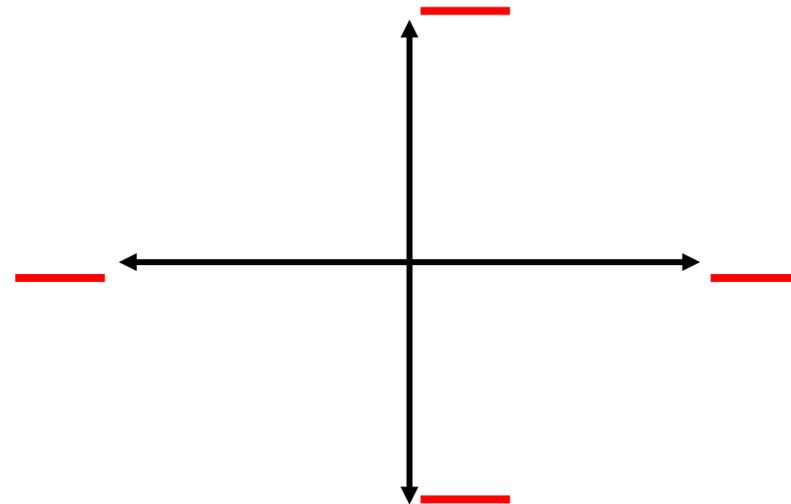
長期的に考えると、どのような基準になるでしょうか。

- ① 規制・制度の変化は？
- ② 市場環境の変化は？
- ③ 社会・意識の変化は？
- ④ 技術開発の変化は？

【現在】選ばれる基準



【〇年後】選ばれる基準



創業を成功させる3つのポイント

覚悟

他社では出来ないことを
やりきる覚悟、続ける覚悟。
覚悟がないと、
関係者に迷惑が掛かる。
お客様にも、仕入先にも、
従業員にも。

熱意

自分の仕事に対して、
熱い想いを誰よりも注ぐ。
自分に熱意がないと、
周囲が助けてやろうと思わず、
冷めた対応しかしてくれない。
常日頃も、何かあっても。

行動

まずは、一歩出ること。
一歩でも出ないと始まらない。
ただし、やる勇気だけでなく、
やらない勇気、踏みとどまる
決断もできることが大切。

創業を永続させる4つのポイント

自分が動く

どんなことでも、
まずは、自分が動かないと
だれもついてこない。
指図するだけでは、続かない。

パートナー

あなたのビジネスに共感し、
一緒に片棒を担いでくれる
協力者を仲間にしないと、
続いていかない。

時代感覚

世間や社会の動きを
兆しの段階でキャッチし
引き寄せ、自分のビジネスを
自ら変革していく。

異業種の仲間

違った視点をもって、
新しい発見ができることで
選択肢が増え、新しい商品・
サービスが生まれ続ける。

事業に、暮らしに、まちに、元気を

株式会社 道家経営・法務事務所

道家 睦明 Mutsuaki Dohke

mutsuaki@dohke.net

www.dohke.net

〒501-6065 岐阜県羽島郡笠松町門間534

TEL.090-3569-3539,058-388-8122

FAX.058-388-8127

夢の一步を踏み出すチャンス!!

令和7年度

創業を支援!
恵那市起業支援
補助金対象

受講料
無料



「創業セミナー」

～創業時に必要な知識「経営・財務・人材育成・販路開拓」
を習得することができます～

【日にち】 令和7年

- 第1回 10月17日(金)「創業の心構えと経営の基本、創業計画の概要」
- 第2回 10月24日(金)「事業のしくみとしてのマーケティングと販売戦略」
- 第3回 10月31日(金)「事業活動における会計・税務/採用・育成の基礎」
- 第4回 11月14日(金)「創業計画の発表・アドバイス、相互交流」

【時間】 19:00～21:00 【会場】 恵那市恵南商工会本所(明智)

【対象】 起業予定者、起業を検討している方、起業に関心のある方、
新規事業を検討している方等

※セミナー受講者は、別日程で専門家による個別支援が受けられます。

※本セミナー4回受講し、恵那市内で開業される方は、恵那市商工振興補助金(起業支援事業)の限度額が**40万円**に増額されます。(※恵那市に住民票がある方に限る)

株式会社道家経営・法務事務所
代表取締役・中小企業診断士
道家 睦明

<第2回> 事業の基本としてのマーケティングと販売戦略

- 創業したいと思っているけど…
 - 何を考えたらいいの？
 - お客さんが来てくれるかしら？
 - ちゃんとお金が回るかな？
 -

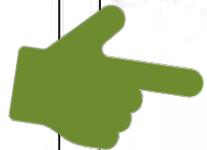
(1) 略歴・キャリア
どんな経験・能力がありますか?

(2) 創業の動機・理由
創業しようと思ったのはなぜですか?

(3) 事業の将来目標
どんな夢～どんな風になりたい等～をもっていますか?

②商品・サービスの内容と、その強み・セールスポイント(自身の経験も含む)
どんな商品やサービスを提供するのですか? その良いところはどんな点ですか?

①主なターゲット層(顧客)
どんな人たちの、どんな悩みやニーズを解決しようとするのですか?



③価格設定・販売計画
どれくらいの価格をイメージしていますか? 売り切り型、継続契約型などの売り方はどうしますか?

⑤仕入計画
材料や商品などはどこからどんなものを仕入れますか? 協働先は? 仕入れ価格は?

④販売促進/顧客管理のしくみ
どのようにターゲット層の人たちに、商品・サービスを知ってもらい、購入までしてもらいますか?
また、購入していただいた後のアフターサービスなどは、どのようにしますか?

⑥費用計画
どんな経費がかかりそうですか? 例えば、給料、営業費用、店舗の賃貸料などは?

⑧設備計画・人員計画
機械や人材はどんなものが必要ですか?

⑦利益計画
売上-製造原価-販売経費=利益として、いくら残りますか?



事業とは ①約束と絆づくり

売る人=提供する人の
他にない価値
「他にはない、こんなのはどう?」

買う人=使う人の
ベネフィット
「こんなものに使えるね!」

約束



「継続的なお客様の満足」

お客さんと、長期的に「絆をつくっていく」しくみ

事業とは ②お客様の視点

売る側の都合

炭酸の刺激と、
カラメル、カフェイン
の独特の味わい

原材料名：糖類(果糖ぶどう
糖液糖、砂糖)、カラメル色素、
酸味料、香料、カフェイン
種類：炭酸飲料 発売年月：
1957.3 エネルギー：
45kcal/100ml

メーカー等の視点
(売る側)



売る人と買う人の関係

のどの渴きを
いやすだけでなく、
ココロとカラダの両
方をリフレッシュし、
前向きな楽しい気分
へとスイッチ

お客さんの視点
(買う側)

事業を具体化するステップ

環境の分析～おかれている状況を確認

外部環境、内部環境を分析→強み/機会(追い風)の確認

事業の方向性～どんな方向性で行くか？

だれに(ターゲット)/どんな違い(ポジショニング)/どのように(コンセプト)

具体的な活動～具体的にどうやって？

マーケティング・ミックス(4P;製品・サービス、価格、流通、プロモーション)

だれに
どんな位置づけの
どんな価値を
提供するのか。



どんな人の、
どんな悩みを
他では解決できない方法で解決!

ターゲット
ポジショニング
コンセプト

事業の方向性

だれに(ターゲット)

ターゲット設定(BtoC)

サービス業の例

具体的に、どのような人物なのか、どのような意識をもっているのか、どんな悩みや課題を持っているのか、などを明確にする。

「秋野つゆ」 37才女性

[基本情報]

- 都内在住
- 独身か共働きで、経済的に余裕がある
- 都心で働くバリバリのキャリアウーマン

[特徴]

- 社交的な性格
- 自分の時間を大切にする
- シンプルでセンスのよいものを追求する
- 個性的でこだわりがある
- 装飾よりも機能を好む
- フォアグラよりも、レバ焼きを頼む
- プールに行ったら、いきなりクロールから始める



「ペルソナ」:ターゲットをたった一人の顧客像に当てはめる手法

事業の方向性

だれに(ターゲット)

ターゲット設定(BtoB)	機械部品メーカーの例
---------------	------------



山田次郎 46歳です。

某機械製造会社の調達課長です。

会社は神田で家は松戸です。

5年前にローンで一戸建てを買いました。

妻と小学生の娘の3人家族です。

仕事では部下が4人いるのですが、私自身も毎日部品メーカー等の業者さんとお会いしています。

最近は中国系の部品メーカーとの取引が増えていますね。

やっぱり安いんですよ。でも品質に問題が出ることも多く、そんなときは私の責任なのでヒヤヒヤです。

新製品ができるときは特に大変ですね。

業者さんには新しい部品を短納期でお願いしなければなりませんし、その後の需要も読みにくいですからね。

また、部品そのものに問題がなくても製品設計上の問題で仕様変更をお願いせざるをえないこともあります。

そんなときは本当に申し訳ないと思います。

.....

.....

事業の方向性

だれに(ターゲット)

ある飲料のターゲットを
ペルソナで描いてみましょう。

演習

ターゲット設定	飲料
---------	----



性別:
年齢:
職業:

悩み:

身長/体重:

趣味:

家族構成:

希望:

平日の生活:

利用頻度:

休日の生活:

その他:

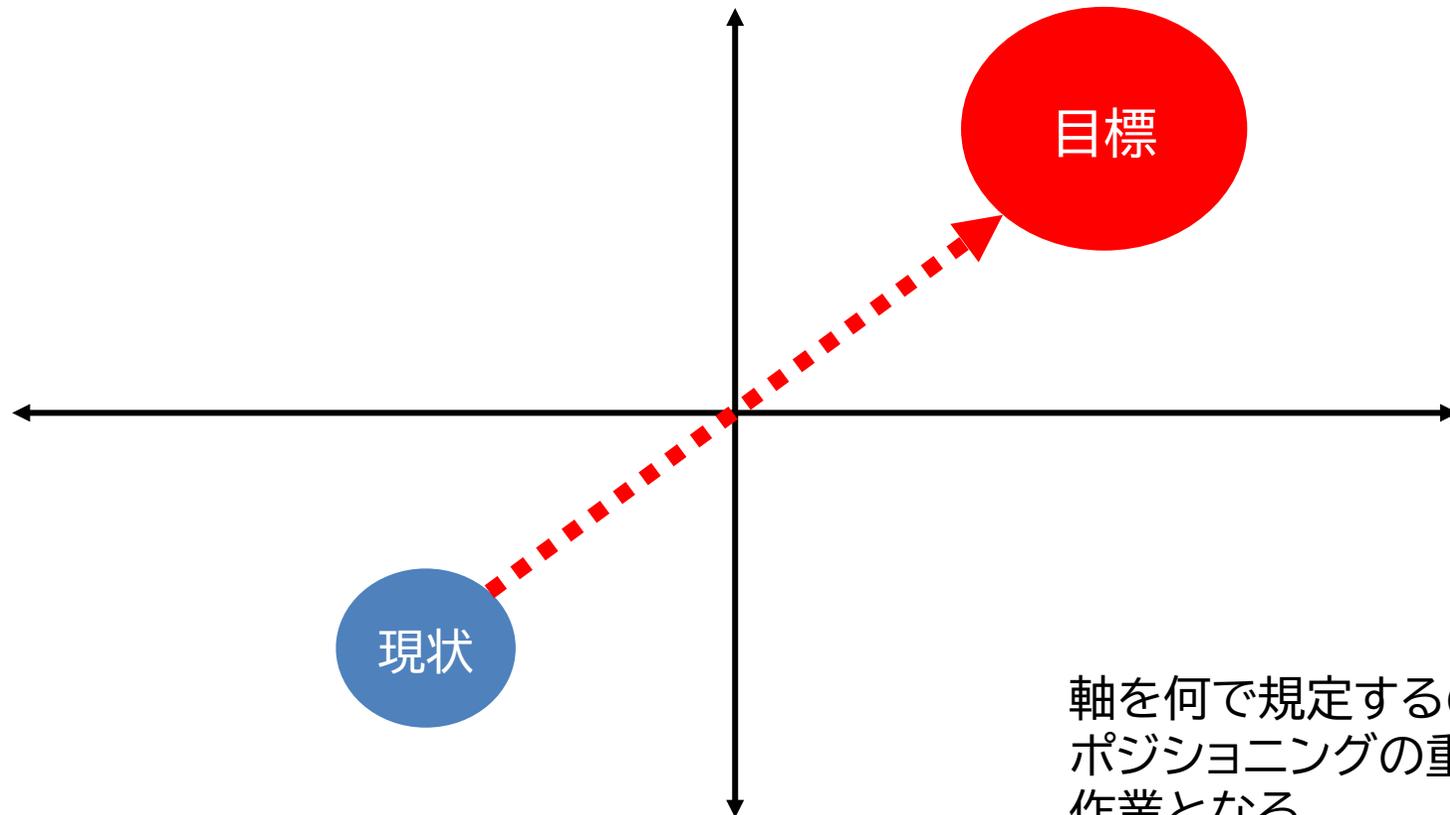
健康意識:



事業の方向性

どんな位置づけ(ポジショニング)

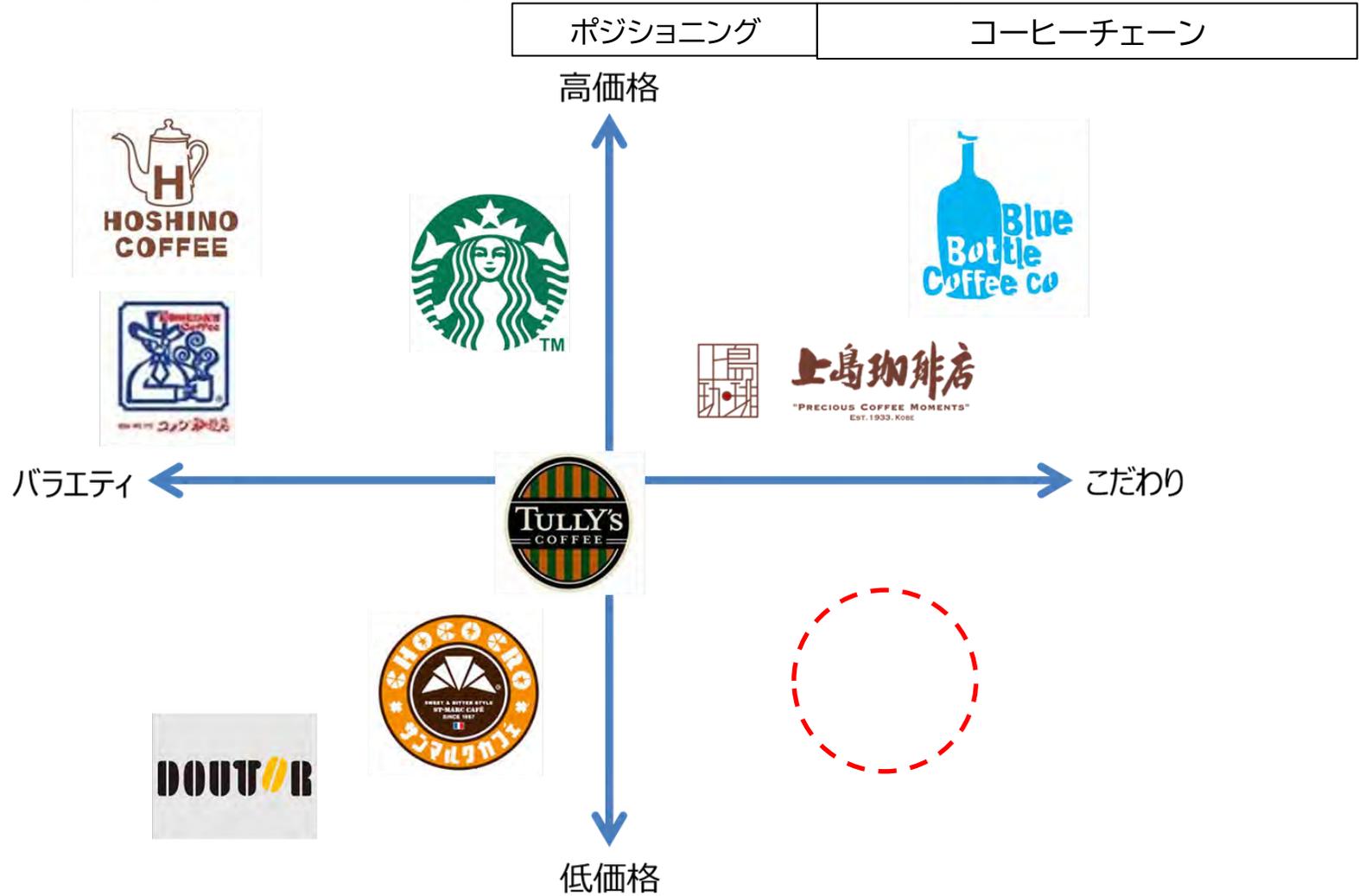
現在、どのような位置(ポジション)にあり、目標として、どのような位置を目指す(ポジショニング)のか。



軸を何で規定するのが
ポジショニングの重要な
作業となる。

事業の方向性

どんな位置づけの(ポジショニング)



事業の方向性

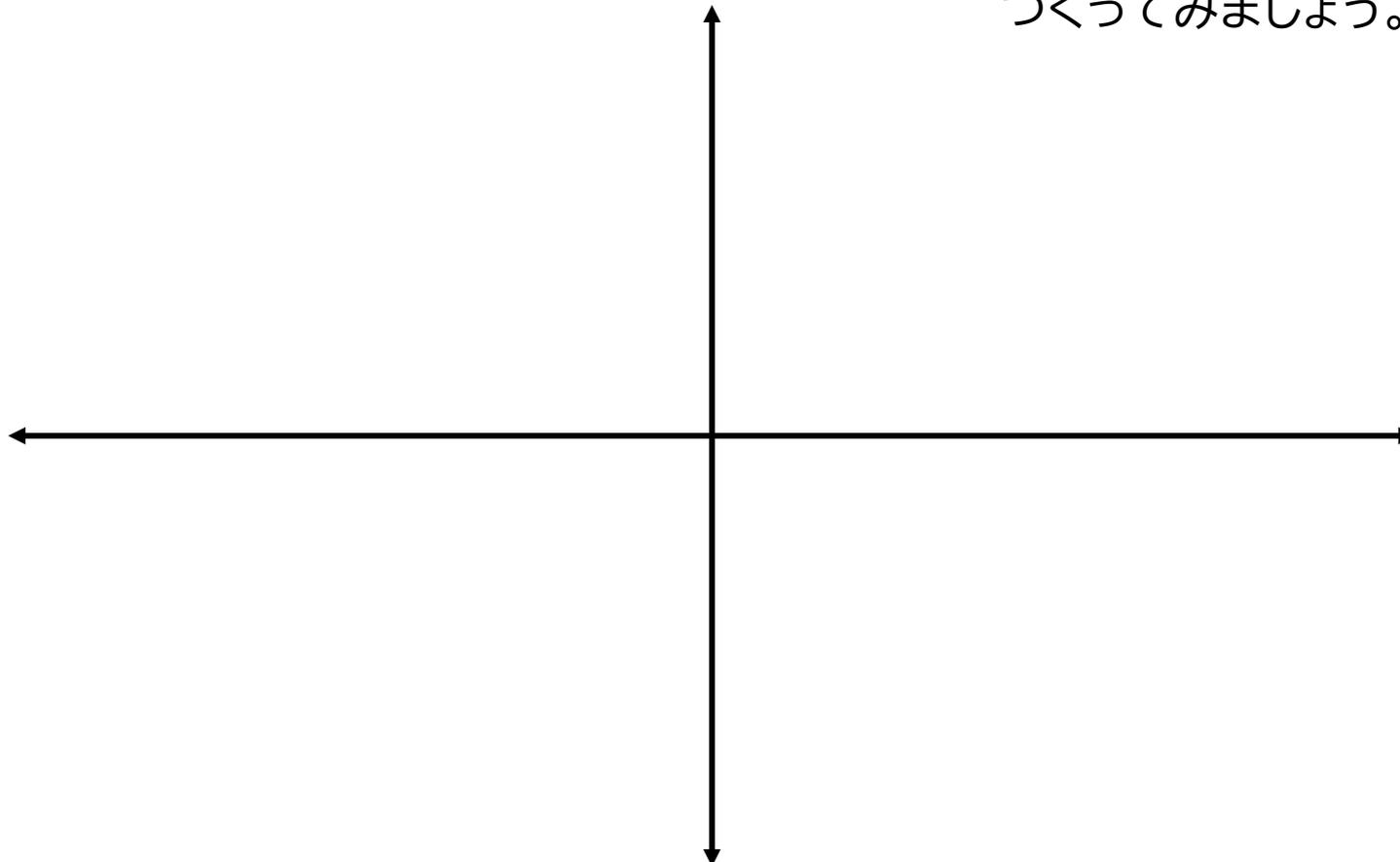
どんな位置づけの(ポジショニング)

演習



人気ハンバーガー店の
現在のイメージマップを
つくっていきましょう。

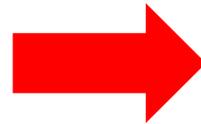
ポジショニング	ハンバーガーチェーン
---------	------------



事業の方向性

どんな価値を(コンセプト)

結果的に、製品・サービスを通じて、
何を解決してくれるのか、
何をもたらしてくれるのか、を明らかにする。



欲しいのは「ドリル」ではなく、「穴」が欲しい。

事業の方向性

「秋野つゆ」 37才女性

【基本情報】

- 都内在住
- 独身か共働きで、経済的に余裕がある
- 都心で働くバリバリのキャリアウーマン

【特徴】

- 社交的な性格
- 自分の時間を大切にする
- シンプルでセンスのよいものを追求する
- 個性的でこだわりがある
- 装飾よりも機能を好む
- フォアグラよりも、レバ焼きを頼む
- プールに行ったら、いきなりクロールから始める



Soup Stock Tokyo

オフィス街、駅チカの店舗



価格は「610円」と少し高めに設定

食を通じて人々の生活を豊かにする。

わたしたちは、時代の流れに沿ってめまぐるしく変化する価値観や生活形態の中でも、一杯のスープに象徴される「豊かな食事」を提案し続けることで、人々の生活を豊かで幸せなものにしたいと考えていま



ゴッホの玉子のスープ



アジと十六段の参鶏湯



鶏のポタージュ



テリコンカルネ



但馬牛すじ肉の和風煮込みカレー



オマール海老のビスク

食べるスープの専門店

「Soup Stock Tokyo」

(スープストックトーキョー)。

化学調味料、合成着色料、合成甘味料、保存料を使用せず、素材の味をそのまま活かして手間暇かけて作った贅沢なスープです。



Soup Stock Tokyo オリジナル
スープ専用まほうびん



事業活動の要素～具体的にどうやって？

4P

Products	製品・サービス
Price	価格
Place	流通
Promotion	販売促進

事業活動の要素～具体的にどうやって？

製品・サービス

- お客様が本当に欲しいモノやサービスなのか？
- あったら「うれしい」、なくなったら「悲しい」と心が動くか？
- 生活の中で本当に役立つものなのか？

価格

- お客様となりそうな人が納得する値段か？
- 短期的な支払いだけでなく、使い果たすまでの価格として適切か？
- 使える機能によって得られることが、価格と合っていると思えるか？

流通

- お客様の1日の生活の動きに合わせた場所に接点があるか？
- お客様に、ムダな流通コストを背負わせていないか？

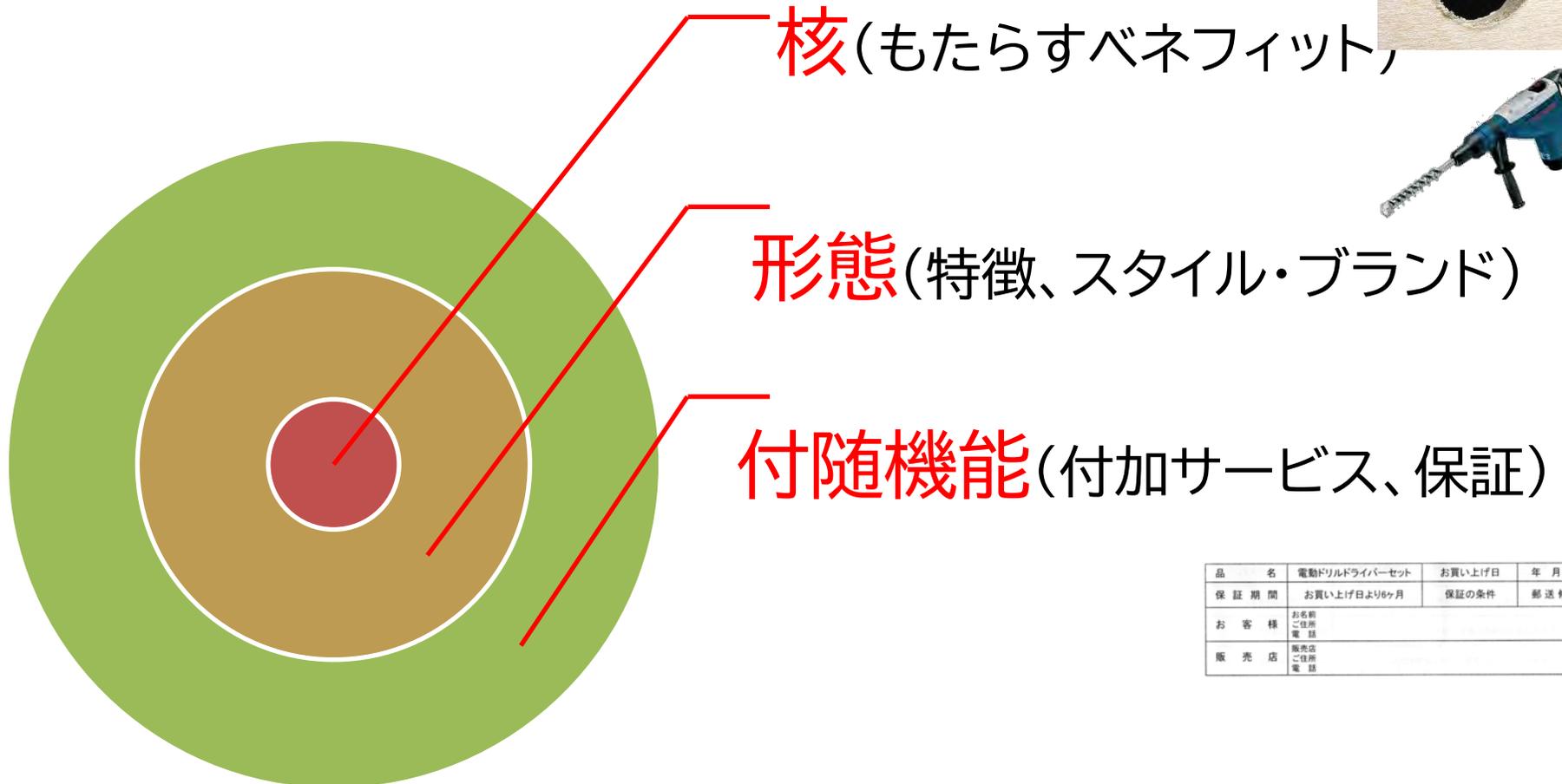
販売促進

- お客様に「知ってもらう」「関心をもってもらう」「試してもらう」「期待してもらう」「楽しんでもらう」「教えてもらう」「拡げてもらう」「また利用してもらう」という視点で、いろいろな仕組みが出来ているか？

Products 製品・サービス

製品・サービスの三層構造

電動ドリルの場合



品名	電動ドリルドライバーセット	お買い上げ日	年月日
保証期間	お買い上げ日より6ヶ月	保証の条件	郵送修理
お客様	お名前 ご住所 電話		様
販売店	販売店 ご住所 電話		印

Products 製品・サービス



スターバックスコーヒーでの
製品・サービスの核、形態、付随機能
は何だと考えられますか？

演習

核

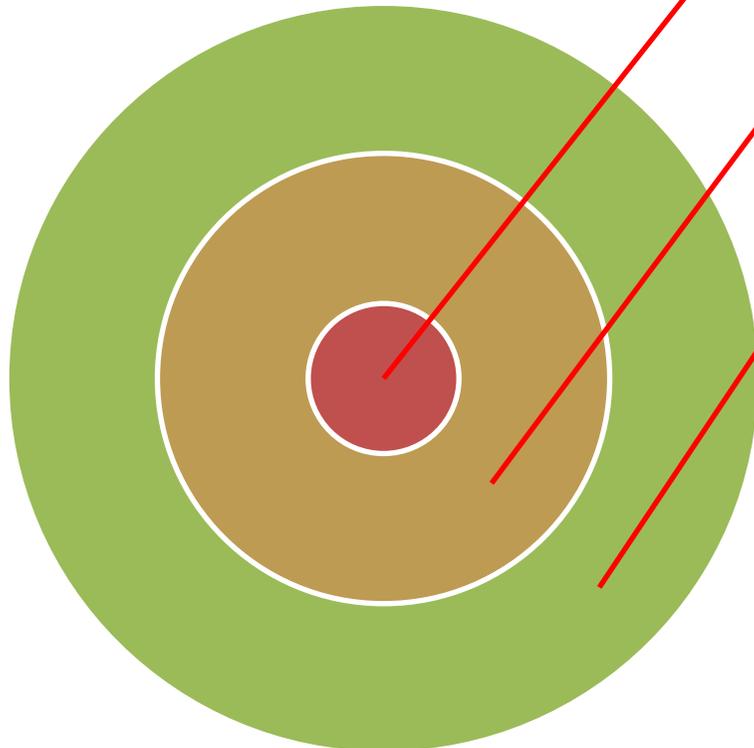
“Third place”
家庭でもなく職場でもない
第3の空間

形態

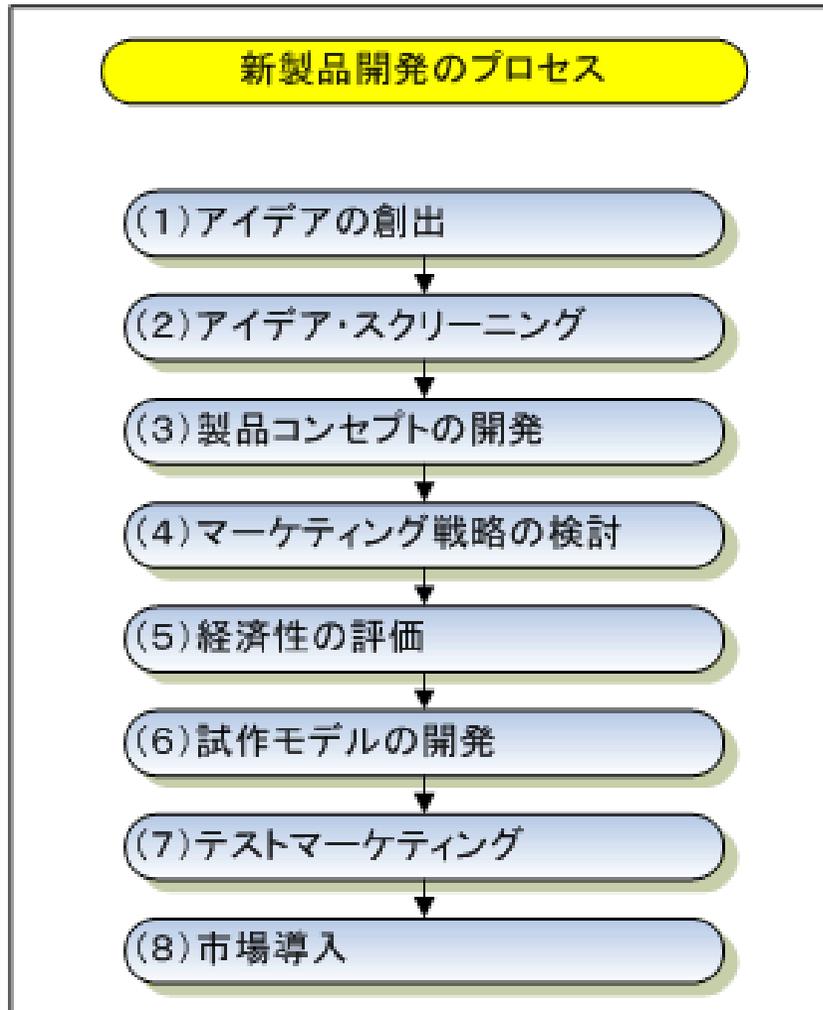
- ソファ落ち着いた照明など長居したくなるようなインテリア
- 通りに面したオープンテラス
- 店内全面禁煙
- フレンドリーな接客

付随機能

スターバックスカード
オリジナルタンブラー
フェアートレードコーヒーなど



製品・サービス開発のステップ



Products 製品・サービス

製品開発のステップ アイデア創出の参考

オズボーンのチェックリスト

■ 転用 Other uses

他に使い道はないか？
新しい使い道はないか？
他分野へ適用できないか？

■ 拡大 Magnify

拡大できないか？
何か加えられないか？
大きく、強く、高く、長く、厚くできないか？

■ 再利用

Rearrange

入れ替えてみたら？
アレンジしなおしたら？
要素、成分、型、部品、配置、順序、
結果を変えられないか？

■ 応用 Adapt

他に似たものはないか？
過去に似たものは無いか？
何かの真似はできないか？

■ 縮小 Minify

縮小できないか？
何か減らせられないか？
小さく、軽く、弱く、短く、省略、分割
できないか？

■ 逆転 Reverse

逆にしてみたら？
主客転倒してみたら？
反転、前後転、左右転、上下転、順番
変更できないか？

■ 変更 Modify

変えたらどうなるか？
新しいひねりはないか？
意味、色、働き、音、匂い、形、時間、
頻度を変えられないか？

■ 代用 Substitute

他のもので代用できないか？
他のアプローチはないか？
人、物、素材、製法、動力、場所を代
用できないか？

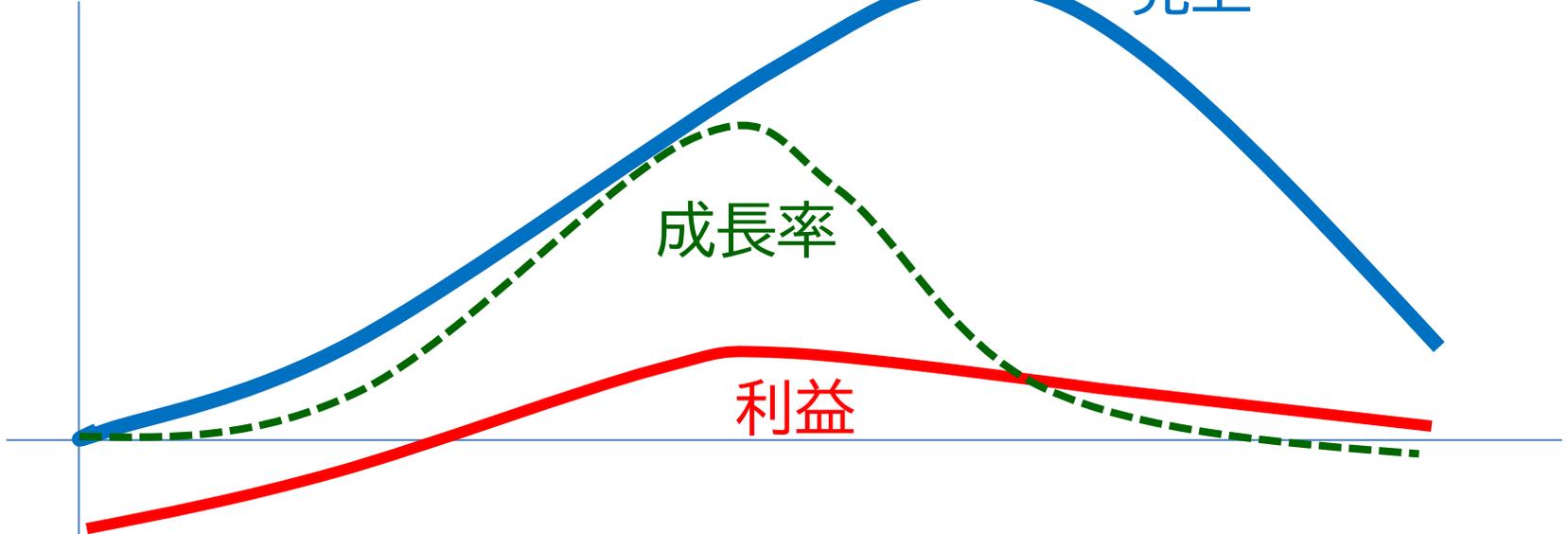
■ 結合 Combine

組み合わせてみたら？
ブレンドできないか？
アイデアや目的、考えを組み合わせ
てみたら？

Products 製品・サービス

プロダクト・ライフ・サイクル 売上

金額/伸び率



成長率

利益

導入期

成長期

成熟期

衰退期

広告

認知を拡大するために、広告積極的に展開。機能訴求中心

ブランド優位を確立するためのベネフィット訴求が中心

既存ユーザーのロイヤリティ維持のための訴求が中心

コア・ユーザーを維持できる水準まで縮小して展開

販売促進

トライアルを促進する仕掛けで、サンプリング等を大量に展開

自然と市場が伸びるため、積極的に展開する必要が少ない

他社ユーザーからのブランドスイッチを促進する仕掛けを展開

最低水準まで縮小して展開

主たる顧客

革新者層(2.5%)
初期採用者層(13.5%)

初期採用者層(13.5%)
前期追随者層(34.0%)

後期追随者層(34.0%)
遅滞者層(16.0%)

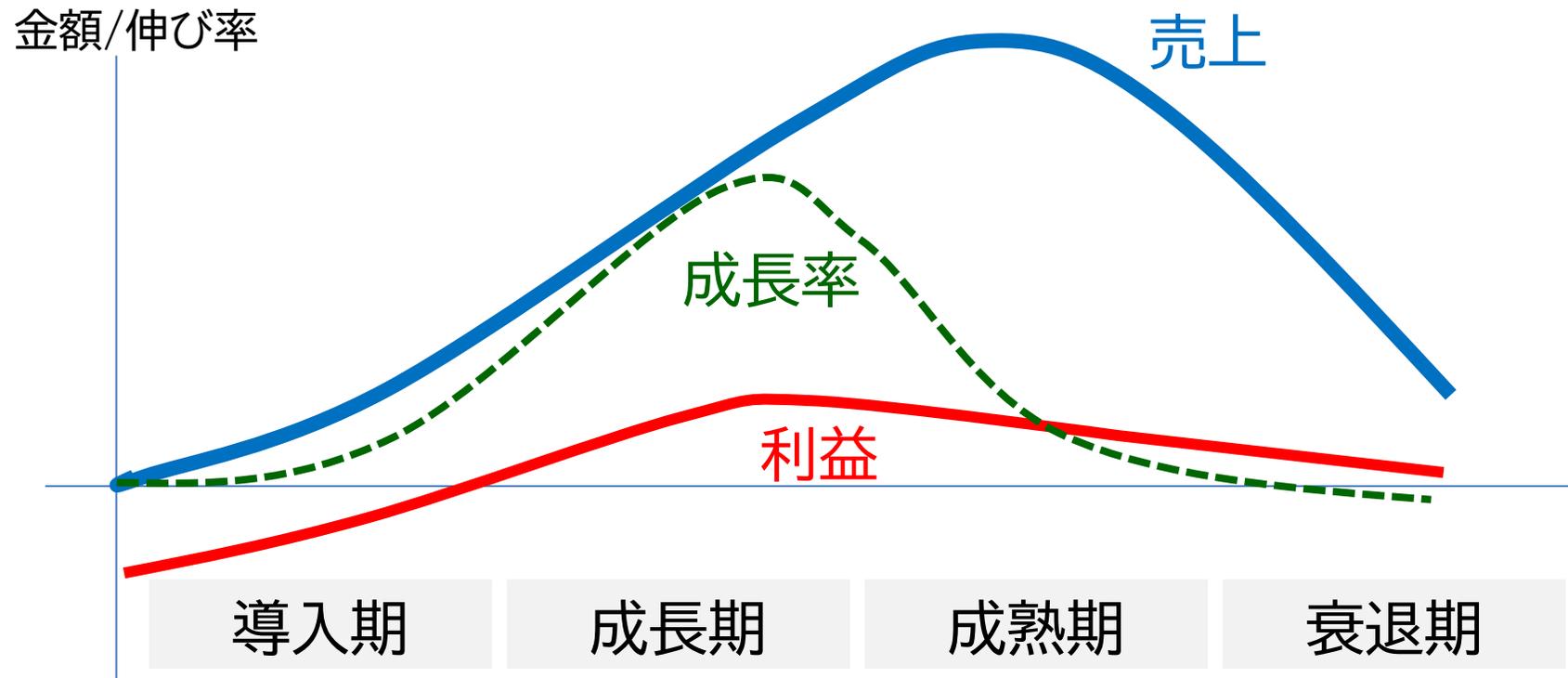
遅滞者層(16.0%)

Products 製品・サービス



日本でのスターバックスコーヒーは、
いまどの期にあると考えられますか。

演習



Price 価格

価格設定方式

コストプラス
価格設定方式



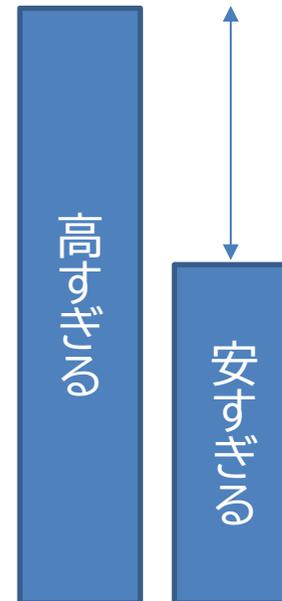
- 簡単
- ×売り手視点
- △営業損失も？

マークアップ
価格設定方式



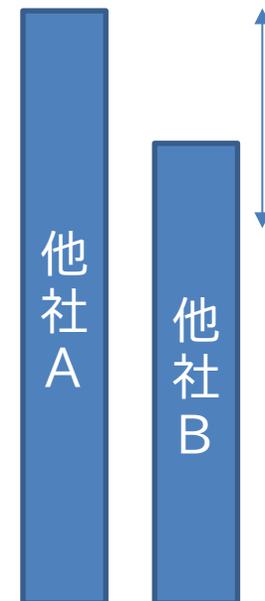
- 比較的簡単
- 利益確保
- ×売り手視点

知覚価値
価格設定方式



- 顧客視点
- ×調査が必要
- △営業損失も？

競合比較
価格設定方式

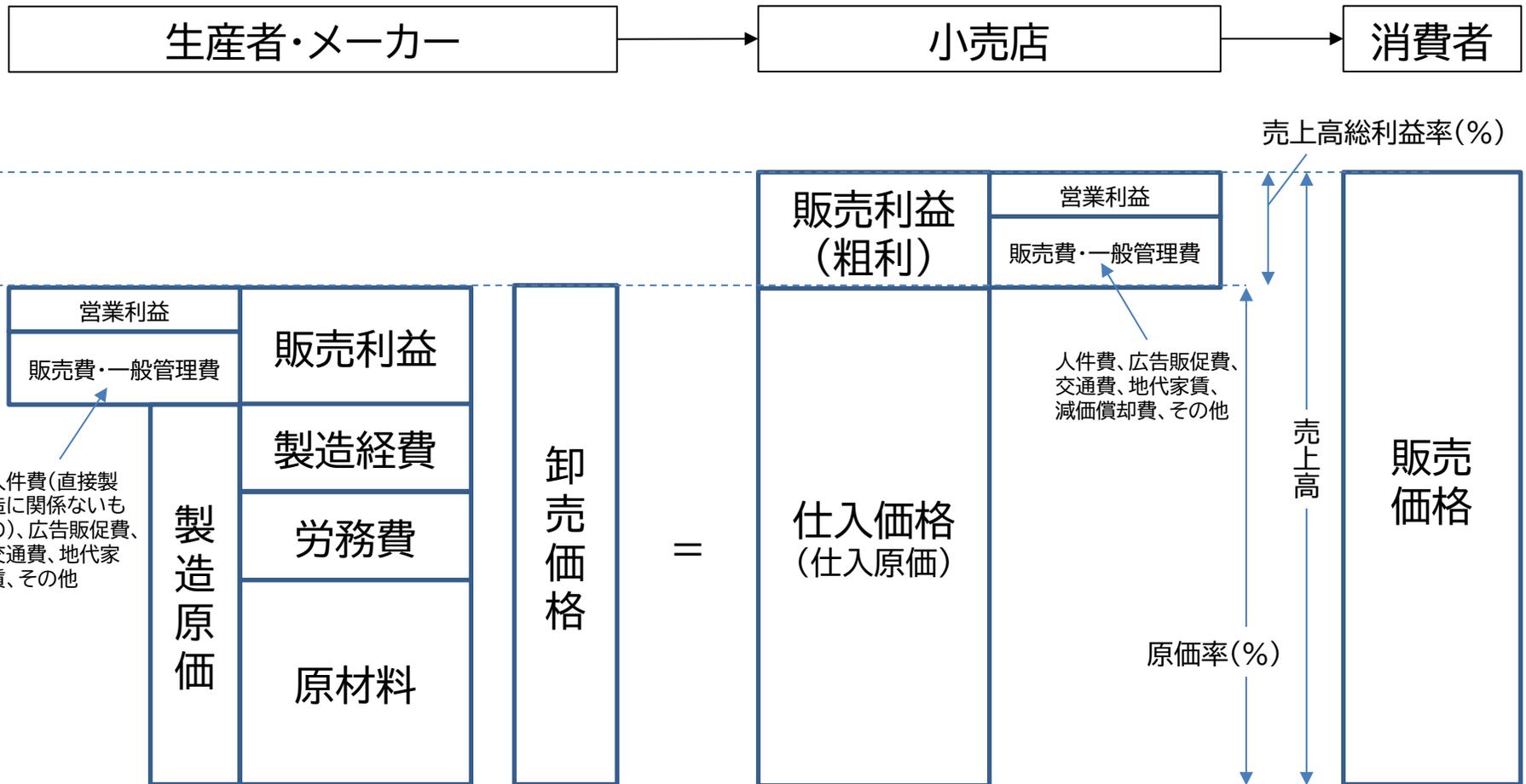


- 競合と差別化
- ×価格の耐久戦
- △営業損失も？

Price 価格

卸売価格の設定方法

流通側の利益率に配慮した卸売価格でないと、取引が成立しにくい。



Price 価格

卸売価格の設定方法 業態・商品別の売上高総利益率/原価率のメド

業態	売上高総利益率(粗利)	原価率	備考
百貨店・雑貨店	30～50%	50～70%	
スーパー平均	25～35%	65～75%	
スーパーの野菜	10～15%	85～90%	(集客用のため)
スーパーの果物	20～30%	70～80%	(野菜に比べてロスが大きい)
スーパーの鮮魚・精肉	25～35%	65～75%	
スーパーの総菜	30～40%	60～70%	
紳士服大手チェーン	50～55%	45～50%	
一般繊維品小売店	30%～40%	60～70%	
ブランド直営店	25～35%	65～75%	
家具、仏壇店	60～70%	30～40%	
家電量販店	0%～5%	95～100%	
書籍	10～15%	85～90%	(売れ残りは返品可)
薬店	25～70%	30～75%	(商品により大きく差)
惣菜・弁当店	60～70%	30～40%	
訪問販売	60～70%	30～40%	
通販会社	40～50%	50～60%	
飲食業	75～85%	15～25%	

Place 流通(店舗立地)

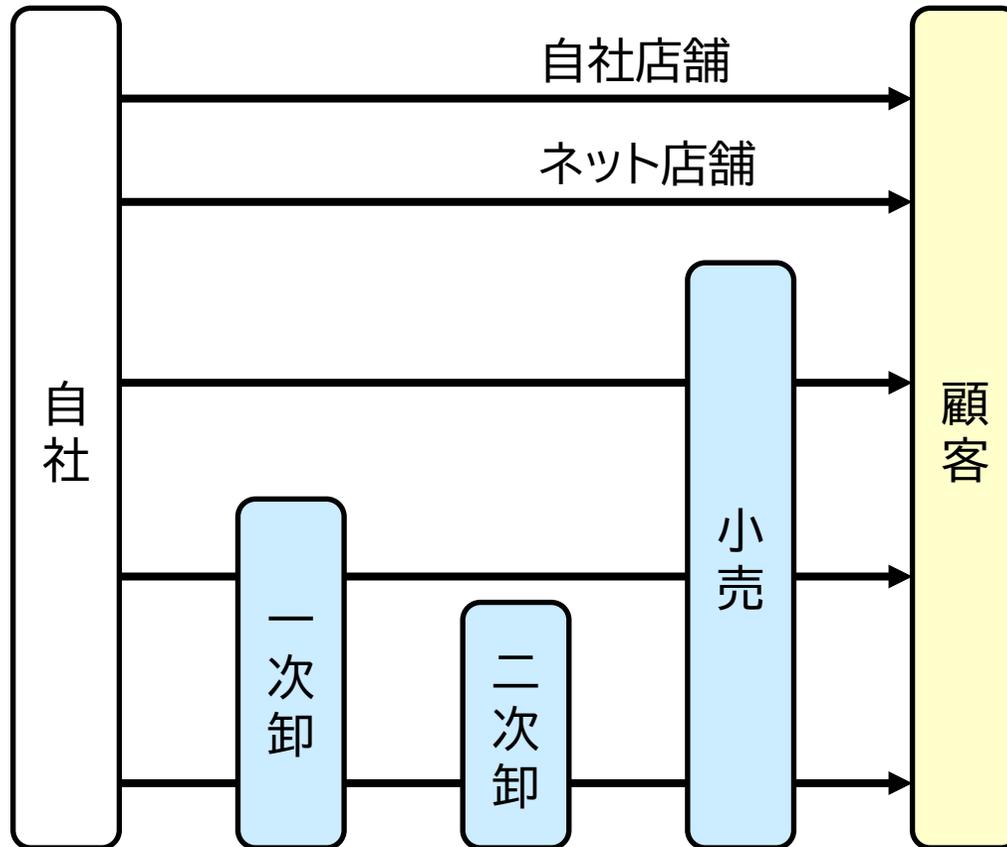
流通(立地)戦略の構築のポイント

- ①ターゲットの行動スタイルに近い、最終販売チャネル(自社からの直接販売も含む)を選択する。
- ②その最終販売チャネルに届きやすいルートを選択する。



Place 流通(店舗立地)

流通ルートのパターン

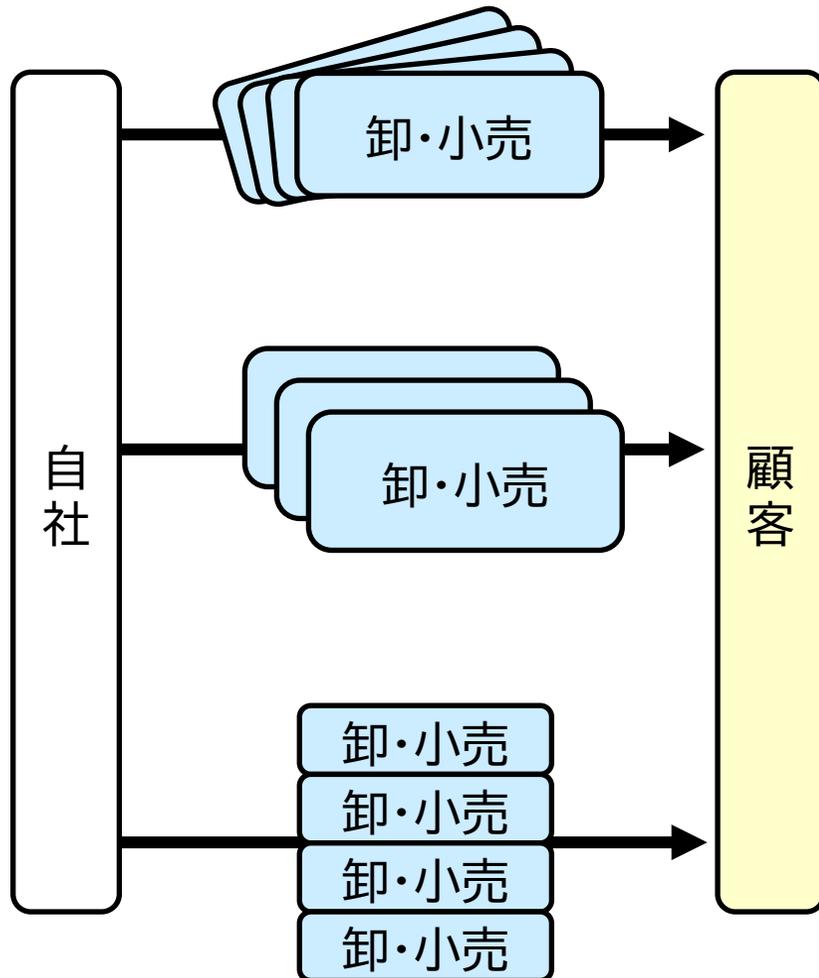


- 顧客情報が入りやすい
- 顧客の声が届きやすい
- 利益率が高い
- △自社の営業費用がかかる
- △物理的な距離に限界
- △顧客管理が必要

- 営業費用がかからない
- 地域/業種等の拡がりが期待できる
- 顧客管理の負担が少ない
- △顧客情報が入りにくい
- △顧客の声が届きにくい
- △利益率が低くなる

Place 流通(店舗立地)

流通政策のパターン



■ 開放的流通政策

広範囲にわたって開放的に流通させる

- 一気にシェア拡大ができる。
- △チャンネルのコントロールが難しい。
- △販売管理が複雑になる
- △価格の下落につながる

■ 選択的流通政策

販売力や資金力や協力度や競合製品の取り扱い状況などに応じて、流通チャネルを選定する

- 適度にコントロールができる
- △シェア拡大のスピードは遅くなる

■ 排他的流通政策

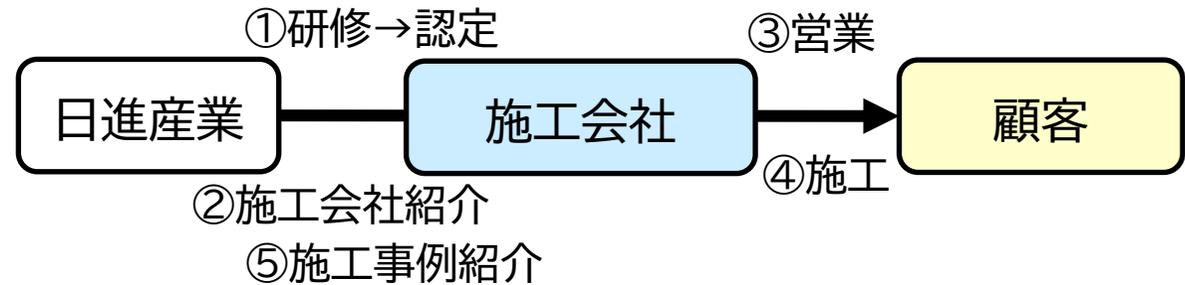
特定の地域や製品の販売先に独占販売権を与える(代理店/特約店など)

- チャンネルをコントロールしやすい
- 販売管理が容易になる
- 製品等に付随するノウハウを同時提供できる
- △チャンネル維持のコストが大きくなりがち
- △販路を拓げるには代理店ネットワークづくりが必要

Place 流通(店舗立地)

排他的流通政策の例

株式会社日進産業



こだわりの塗料をご紹介します！

宇宙開発技術が生んだ
最先端遮熱断熱塗料
ガイナ

ガイナはロケット開発で培われた技術を応用して、一般塗装用に製造された材料です。
断熱性、遮熱性、防音性、耐候性に非常に優れ、みなさまのお家を守ります。
塗装リフォームをご希望されるのであれば、是非ガイナでの塗装をご検討下さい！



研修の風景

特殊遮熱断熱塗料(JAXAとの共同開発技術の民生化商品)

- ・施工に関する研修を受講して合格した施工会社のみ卸す。
(特殊な施工が必要で、品質を維持するため)
- ・認定された施工会社は、日進産業のホームページで案内。
- ・施工事例は、日進産業のホームページで、施工会社とともに紹介。
- ・施工会社は、塗料だけを販売することが禁じられている(ネット販売も×)。

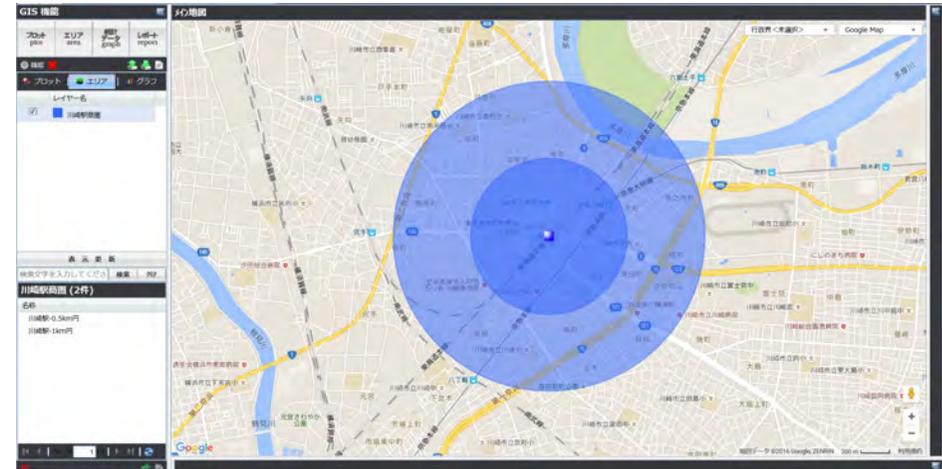
Place 流通(店舗立地) ターゲット層はいるのか?

地図による小地域分析「jSTAT MAP」
インターネット上で利用できる統計データと地図を組み合わせた地理情報システム。

<https://jstatmap.e-stat.go.jp>

無料

スマホ(Android)アプリ:「マップDe統計」

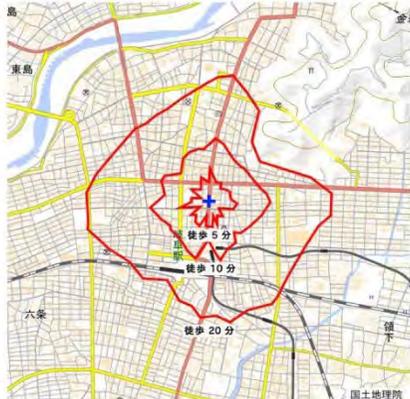


商業店舗などを中心として半径500mや1km、徒歩〇分、車〇分など条件を設定して、エリア内の人口(年齢階層なども可能;国勢調査データ)や世帯数、事業所数といった統計データを、自動計算で案分集計し、レポート可能。



Place 流通(店舗立地) ターゲット層はいるのか?

エリア分析レポート

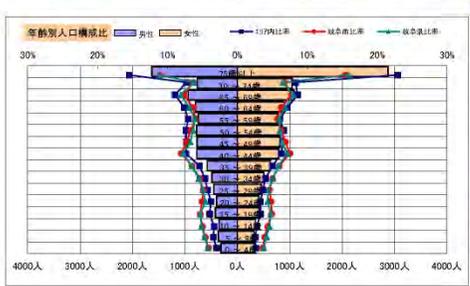


- レポート一覧
- 1) 基本分析
 - 2) 周辺地図
 - 3) かかる小地域
 - 4) 年齢別人口
 - 5) 世帯数
 - 6) 経済センサス
 - 7) 人口・世帯数増減
 - 8) マップキャプチャ

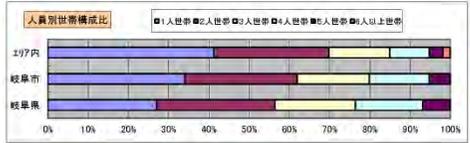
調査地点
 名称
 岐阜県
 岐阜市
 神田町6丁目

基本分析

調査地点 岐阜県岐阜市神田町6丁目 1.7km範囲 1次:徒歩5分 2次:徒歩10分 3次:徒歩20分



データ名	1次エリア	2次エリア	3次エリア	岐阜市	岐阜県
人口総数	808	5,107	23,572	408,735	2,031,903
人口総数	371	2,308	10,799	193,760	983,890
人口総数	437	2,799	12,774	212,975	1,048,013
15歳以上人口(0歳~14歳)	81	430	2,031	50,957	266,998
15歳以上人口(15歳~64歳)	408	2,628	12,707	238,415	1,185,431
15歳以上人口(65歳以上)	395	2,582	11,628	198,366	1,015,916
高齢者割合(75歳以上)	182	1,089	4,508	53,536	275,543



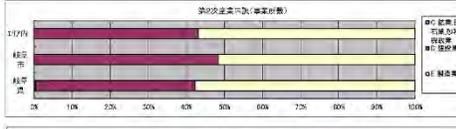
データ名	1次エリア	2次エリア	3次エリア	岐阜市	岐阜県
一般世帯総数	344	2,357	10,990	185,173	791,726
単身世帯	135	1,028	4,531	54,601	193,972
2人以上世帯	209	1,331	6,459	130,572	597,754
核家族世帯	167	1,056	5,200	90,851	436,653
夫婦のみの世帯	72	453	2,170	32,189	156,738
夫婦と未成年の子供を養育する世帯	73	418	2,062	44,239	215,630
65歳未満の世帯を養育している世帯	25	126	589	14,224	73,144
65歳以上世帯を養育している世帯	170	1,228	5,749	71,780	361,538
持ち家世帯	242	1,545	7,355	104,404	547,207
賃貸借家世帯	82	694	2,974	50,350	225,033

平成27年国勢調査

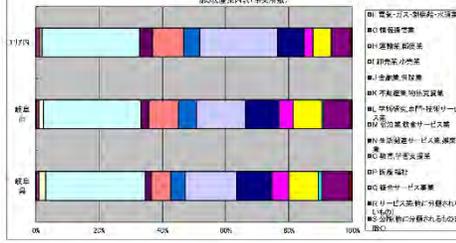
経済センサス



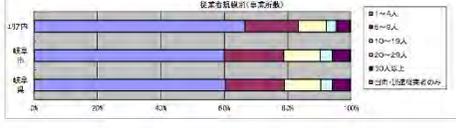
1次産業	2次産業	3次産業	割合	岐阜市	岐阜県
1次産業	272	1,790	4,589	23,493	108,075
2次産業	8	0	2	42	693
3次産業	8	56	296	3,669	35,372
合計	288	1,846	4,887	23,584	144,140



1次産業	2次産業	3次産業	割合	岐阜市	岐阜県
製造業	6	32	18	1,111	10,852
建設業	0	20	83	920	2,527
合計	6	52	101	2,031	13,379



1次産業	2次産業	3次産業	割合	岐阜市	岐阜県
卸売業・小売業	0	0	0	1,687	16,870
飲食業	1	22	87	79	596
宿泊業・飲食サービス業	13	78	382	265	1,192
情報・通信業	24	537	1,495	6,507	20,669
金融業・保険業	13	78	382	265	1,192
不動産業・物品賃貸業	21	181	411	1,172	4,282
業種不明	12	25	277	1,038	3,034
合計	74	777	1,967	13,009	42,847



1次産業	2次産業	3次産業	割合	岐阜市	岐阜県
公共サービス業	49	108	670	2,469	9,390
学術・研究・開発業	59	126	1,362	8,923	31,113
芸術・文化・スポーツ・レジャー	361	2,082	7,302	43,409	150,330
医療・福祉	150	821	1,801	5,762	20,513
教育	62	211	1,262	7,726	28,274
業種不明	30	89	282	1,115	2,997
合計	672	3,337	12,030	67,111	242,023

平成27年国勢調査

Place 流通(店舗立地) 立ち寄る店か、わざわざ行く店か？

立ち寄る店

- ・人が多く通る場所が第一優先
- ・賃料が高い
- ・回転数をアップさせる



わざわざ行く店

- ・人の通りは多くなくてもいい
- ・賃料は低い
- ・滞在時間が長い
- ・単価は高め



流行していることを見せる店

- ・行列をつくらせる
- ・目立つ



お客様のために、積極的にアピールしない店

- ・看板のみ
- ・リピーター、口コミで拡大



Place 流通(店舗立地) 人は通るのか？

全国道路・街路交通情勢調査(交通センサス)

<http://www.mlit.go.jp/road/census/h27/>

平成27年度全国道路・街路交通情勢調査 一般国道調査 道路区間本表

路線番号	路線名	接続路線等	備考
156	一般国道156号	0 大和美並線	

平成27年度全国道路・街路交通情勢調査 一般国道調査 道路区間本表

路線番号	路線名	接続路線等	備考
156	一般国道156号	0 大和美並線	

路線番号	路線名	起点側			終点側		
		接続路線等	備考	接続路線等	備考		
156	一般国道156号	0 大和美並線		0 大間見白鳥線			

路線番号	路線名	混雑時		昼間非混雑時		昼間12時間		都道府県
		上り	下り	上り	下り	平均旅行速度	上り	
156	一般国道156号	41.4	40.8	42.9	43.8	42.3	42.6	210

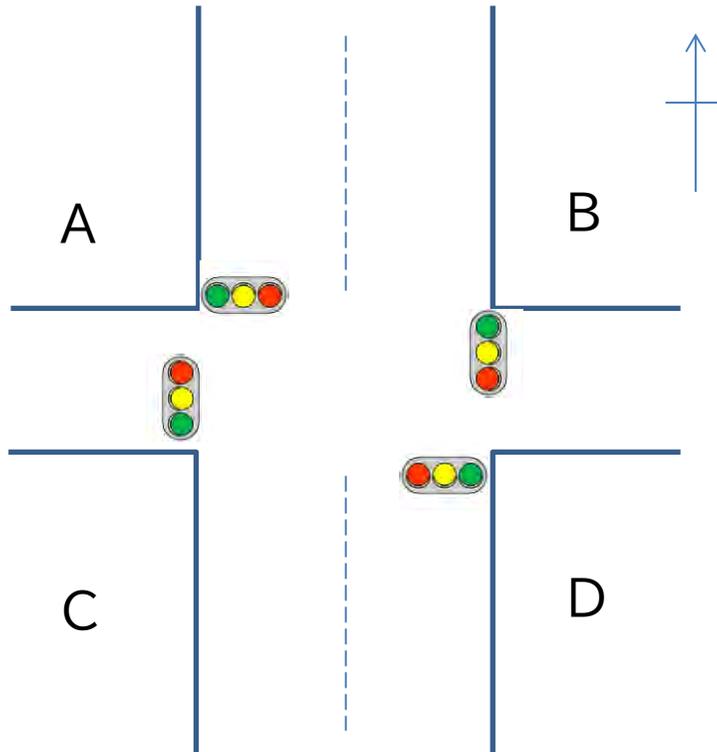
路線番号	路線名	接続路線等	備考	混雑時 上り	混雑時 下り	昼間非混雑時 上り	昼間非混雑時 下り	昼間12時間 平均旅行速度	都道府県	
156	一般国道156号	0 大和美並線		41.4	40.8	42.9	43.8	42.3	42.6	210
157	一般国道157号	0 岐阜南濃線		10.0	11.3	14.8	14.3	12.6	13.0	210
157	一般国道157号	0 岐阜南濃線		13.7	10.6	12.4	13.9	12.8	12.5	210
157	一般国道157号	0 岐阜南濃線		14.9	16.4	19.6	20.1	17.6	18.5	210
157	一般国道157号	0 岐阜南濃線		18.8	17.5	20.0	21.2	19.6	19.7	210
157	一般国道157号	0 岐阜南濃線		75.6	71.8	66.5	68.4	68.4	69.2	210
157	一般国道157号	0 岐阜南濃線		68.0	73.2	69.8	71.2	69.2	71.8	210
158	一般国道158号 (中部縦貫道)	0 一般国道158号 (中部縦貫道)		50.0	46.1	34.8	44.9	37.8	45.2	210
158	一般国道158号 (中部縦貫道)	0 一般国道158号	白鳥西IC	52.8	53.7	43.2	50.1	45.4	50.9	210
158	一般国道158号	0 一般国道158号		37.4	47.8	45.6	36.3	43.0	38.8	210
158	一般国道158号	0 東海北陸自動車道		63.8	62.9	61.4	60.4	62.0	61.0	210
158	一般国道158号	0 羽黒高鷲線		45.5	37.3	37.4	33.1	39.3	34.1	210
158	一般国道158号	0 一般国道257号		62.9	36.1	54.2	31.1	56.3	32.3	210
158	一般国道158号	0 東海北陸自動車道		58.0	61.1	52.8	54.3	54.1	56.0	210
158	一般国道158号	0 清見河合線		41.8	42.4	36.5	37.1	37.8	38.4	210
158	一般国道158号	0 古川清見線		49.3	47.6	47.2	50.6	47.9	49.5	210
158	一般国道158号	0 一般国道158号		33.7	25.2	34.6	30.7	34.3	28.6	210
158	一般国道158号	0 高山清見線		14.9	14.5	15.5	16.0	15.3	15.5	210
158	一般国道158号	0 高山清見線		13.0	18.9	15.1	18.3	14.3	18.5	210
158	一般国道158号	0 一般国道41号		15.4	11.6	13.8	9.8	14.3	10.3	210
158	一般国道158号	0 石浦陣屋下切線		17.3	24.2	21.6	23.7	19.9	23.9	210
158	一般国道158号	0 岩井高山停車場線		21.7	21.7	29.5	31.6	26.4	27.7	210
158	一般国道158号	0 高山停車場線		43.2	41.2	43.3	41.6	43.3	41.5	210
158	一般国道158号	0 岩井高山停車場線		52.4	53.2	50.9	52.8	51.3	52.9	210

Place 流通(店舗立地) 人は通るのか？

コンビニエンスストアの立地検討

演習

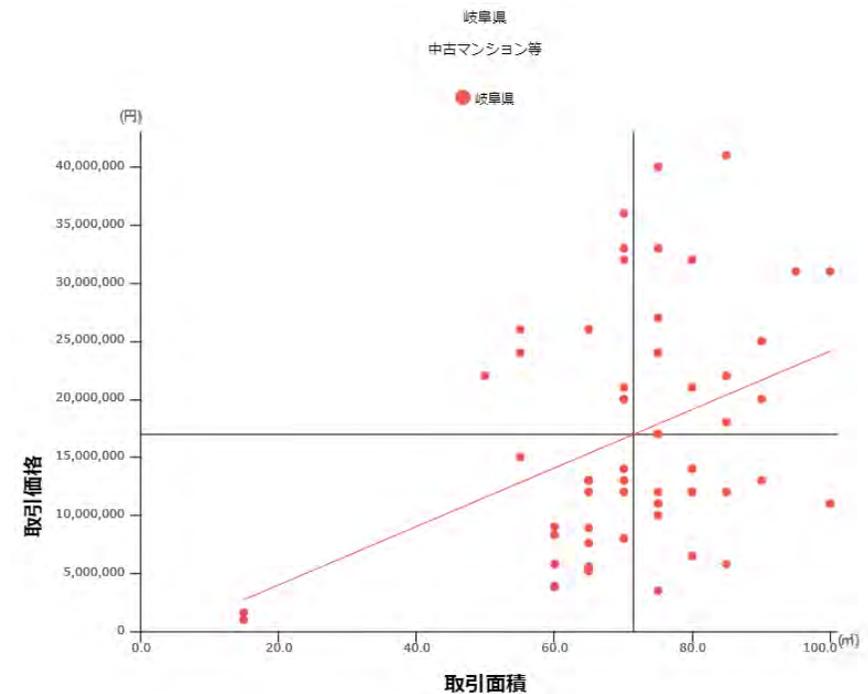
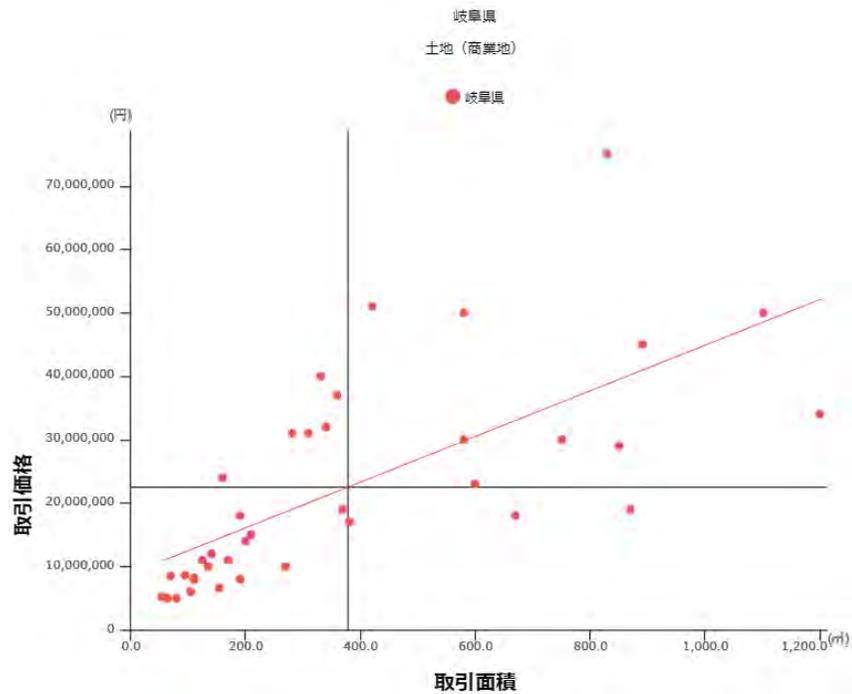
郊外の主要道路に面した出店を考えるなら、
下記のA～Dのどこが最適地と考えられるか？
その理由は？



Place 流通(店舗立地) いくら掛かるのか?

国土交通省「土地総合情報システム 不動産取引価格情報」

年	市町村	面積あたり平均価格 (円/㎡)		
		中古マンション等	土地 (住宅地)	土地 (商業地)
2009	岐阜市	223,933	49,125	92,244
2010	岐阜市	233,218	46,522	77,083
2011	岐阜市	190,461	52,419	83,297
2012	岐阜市	204,698	48,159	102,449
2013	岐阜市	212,395	49,357	70,433
2014	岐阜市	227,972	47,150	76,682
2015	岐阜市	229,601	43,353	65,232
2016	岐阜市	237,526	42,670	59,603



Place 流通(店舗立地) 物件情報は?

①ネットで調べる

②希望の立地周辺で探す
地域に強い不動産業者等

③現場で人の動きを観察
[必須]

at home

美谷・健康・介護
小売・物販
アミューズメント
塾・スクール
その他

業種を変更する

出店可能業種が未定の物件を検索結果に含める

絞り込み条件を指定する

賃料 * 坪単価で指定

下限なし ~ 上限なし

管理費等含む
 駐車場料金含む
 礼金なし
 敷金/保証金なし

面積(m²) * 坪数で指定

指定なし

建物構造 !

鉄筋系
 鉄骨系
 木造
 その他

駅からの徒歩

指定なし

こだわり条件

居抜き
 造作設備無償
 路面店
 1階
 駐車場(近隣含む)
 飲食店可
 看板取付スペースあり
 即引渡し可
 冷暖房あり

物件写真/間取図	交通 所在地	駅徒歩	賃料 管理費等	敷金 保証金 礼金	使用部分面積 坪数 坪単価	物件種目 築年
管設備会館附属喫茶店 01						
おすすめコメント 【美濃善不動産株式会社】詳細はお問い合わせ下さいませ お問い合わせ電話番号058...						
	加納/名鉄名古屋本線 岐阜市祈年町8丁目	9分	3.24万円 なし	2ヶ月 なし	38.44m ² 11.62坪 0.2787万円	貸店舗 1970年12月 (築47年11ヶ月)
		写真充実		お気に入り登録者数: 6人		
美濃善不動産(株) 賃貸部(東海道本線/西岐阜 徒歩7分) 岐阜を知っている、岐阜の不動産エキスパート!!						
この物件の詳細を見る		お気に入りに登録		簡単1分 問い合わせをする		
岐阜駅 15分の貸店舗						
おすすめコメント 【美濃善不動産株式会社】詳細はお問い合わせ下さいませ お問い合わせ電話番号058...						
	岐阜/東海道本線 岐阜市祈年町1丁目	15分	4.5万円 なし	2ヶ月 なし 4.5万円	33.06m ² 10.00坪 0.45万円	貸店舗 1968年6月 (築50年5ヶ月)
		お気に入り登録者数: 1人		美濃善不動産(株) 賃貸部(東海道本線/西岐阜 徒歩7分) 岐阜を知っている、岐阜の不動産エキスパート!!		
この物件の詳細を見る		お気に入りに登録		簡単1分 問い合わせをする		
岐阜駅 22分の貸店舗・事務所						
おすすめコメント 【かとう不動産】で検索。室内画像多数掲載中です。店舗、倉庫、工場、事務所等をお探...						
	岐阜/東海道本線 [バス利用可] バス 鍵 屋 徒歩1分 岐阜市徹明通8丁目	22分	4.644万円 -	3ヶ月 なし なし	36.50m ² 11.04坪 0.4207万円	貸店舗・事務所 1972年4月 (築46年7ヶ月)
		事業用物件専門のかとう不動産(名鉄各務原線/新加納 徒歩13分) 詳細は、かとう不動産ホームページをご覧ください				
この物件の詳細を見る		お気に入りに登録		簡単1分 問い合わせをする		

Place 流通(店舗立地)

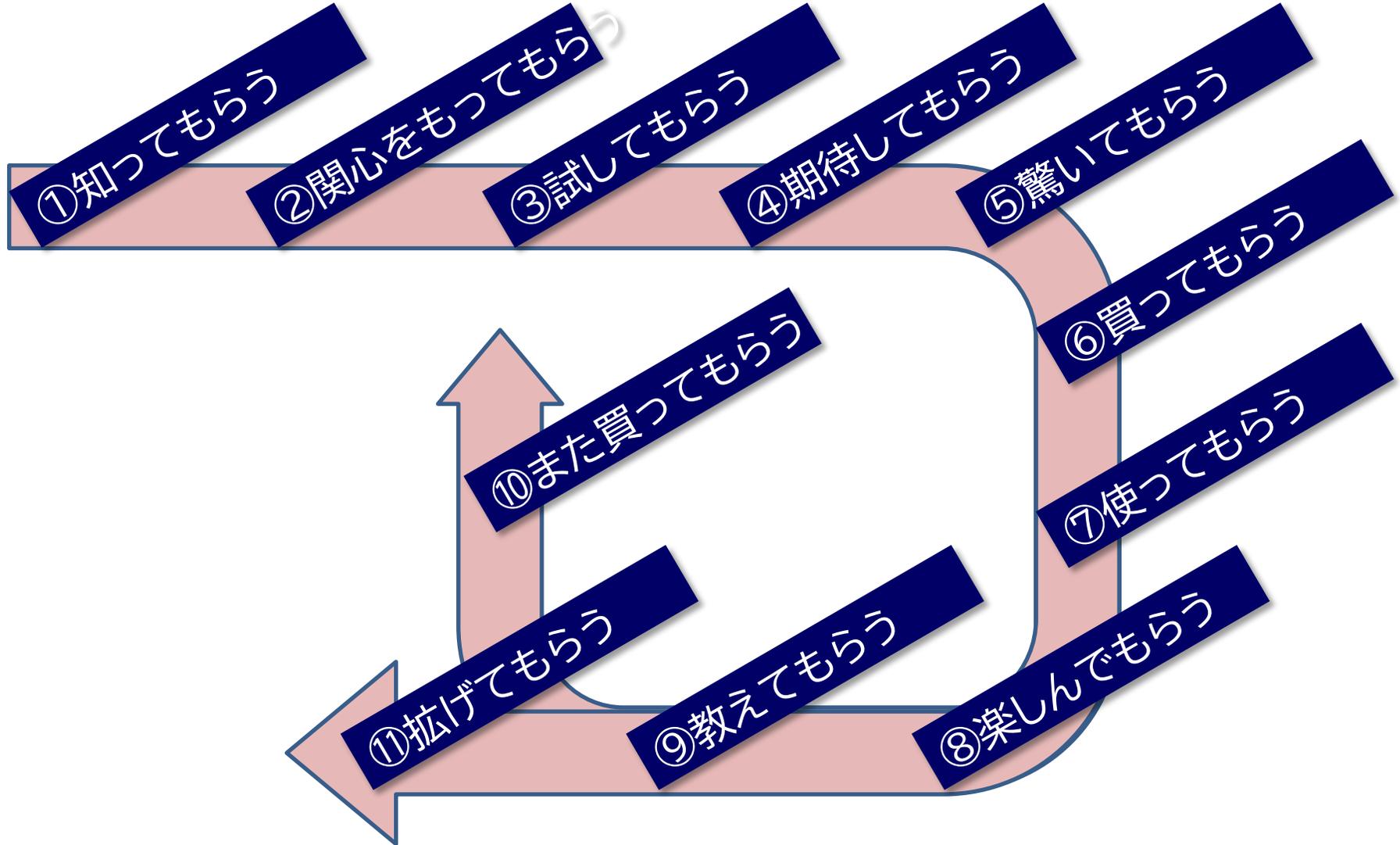


日本でのスターバックスコーヒーは、
どんなところで展開していますか。

演習

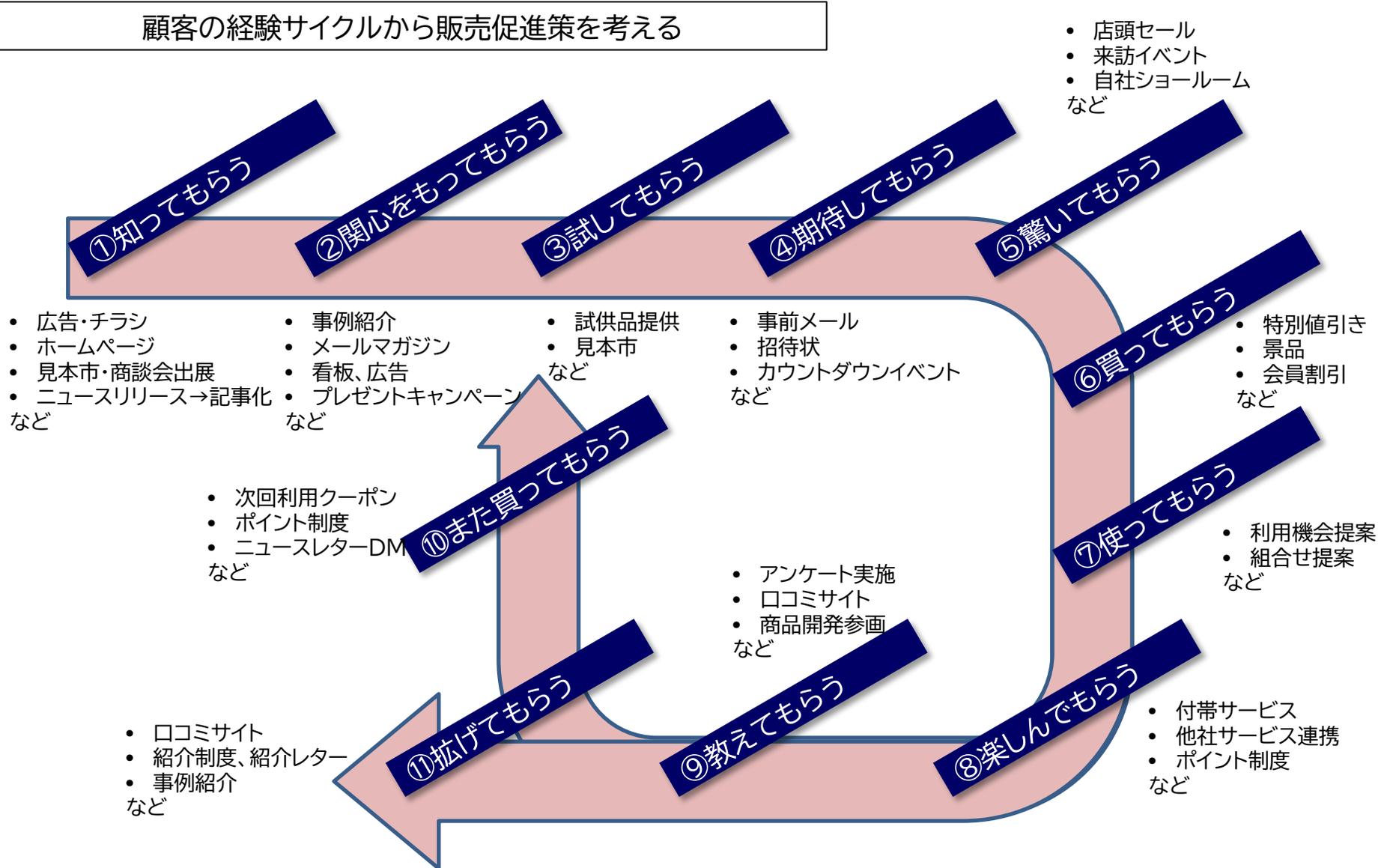
Promotion 販売促進

顧客の経験サイクルから販売促進策を考える



Promotion 販売促進

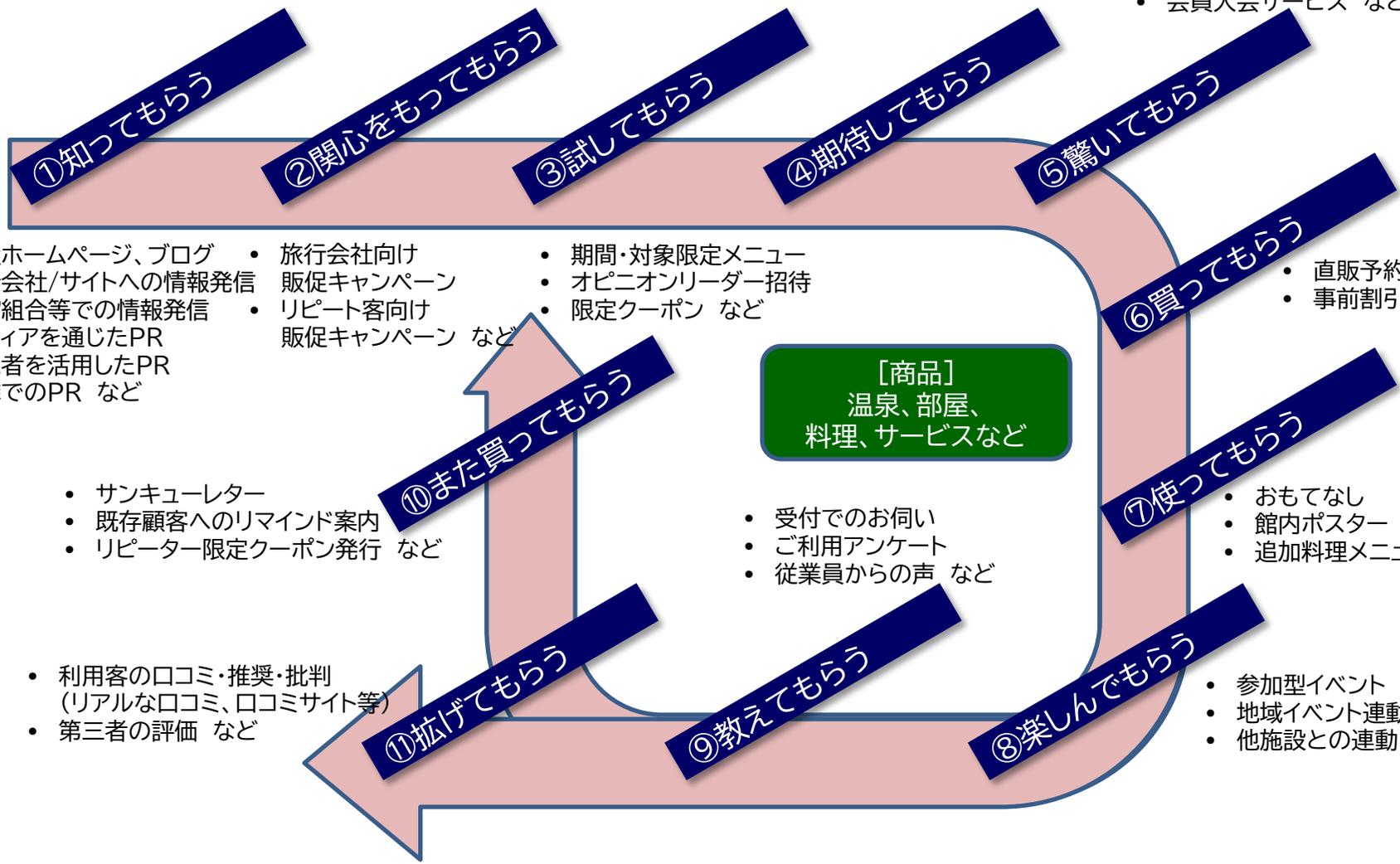
顧客の経験サイクルから販売促進策を考える



Promotion 販売促進

温泉旅館の事例

- ご要望ヒアリング
- 宿泊記録反映 など
- ウェルカムサービス
- 限定・特別サービス
- 期間限定サービス
- 会員入会サービス など



- 自社ホームページ、ブログ
- 旅行会社/サイトへの情報発信
- 旅館組合等での情報発信
- メディアを通じたPR
- 第三者を活用したPR
- 近隣でのPR など

- 旅行会社向け 販促キャンペーン
- リピーター向け 販促キャンペーン など

- 期間・対象限定メニュー
- オピニオンリーダー招待
- 限定クーポン など

[商品]
温泉、部屋、
料理、サービスなど

- 受付でのお伺い
- ご利用アンケート
- 従業員からの声 など

- 直販予約割引
- 事前割引 など

- サンキューレター
- 既存顧客へのリマインド案内
- リピーター限定クーポン発行 など

- おもてなし
- 館内ポスター
- 追加料理メニュー など

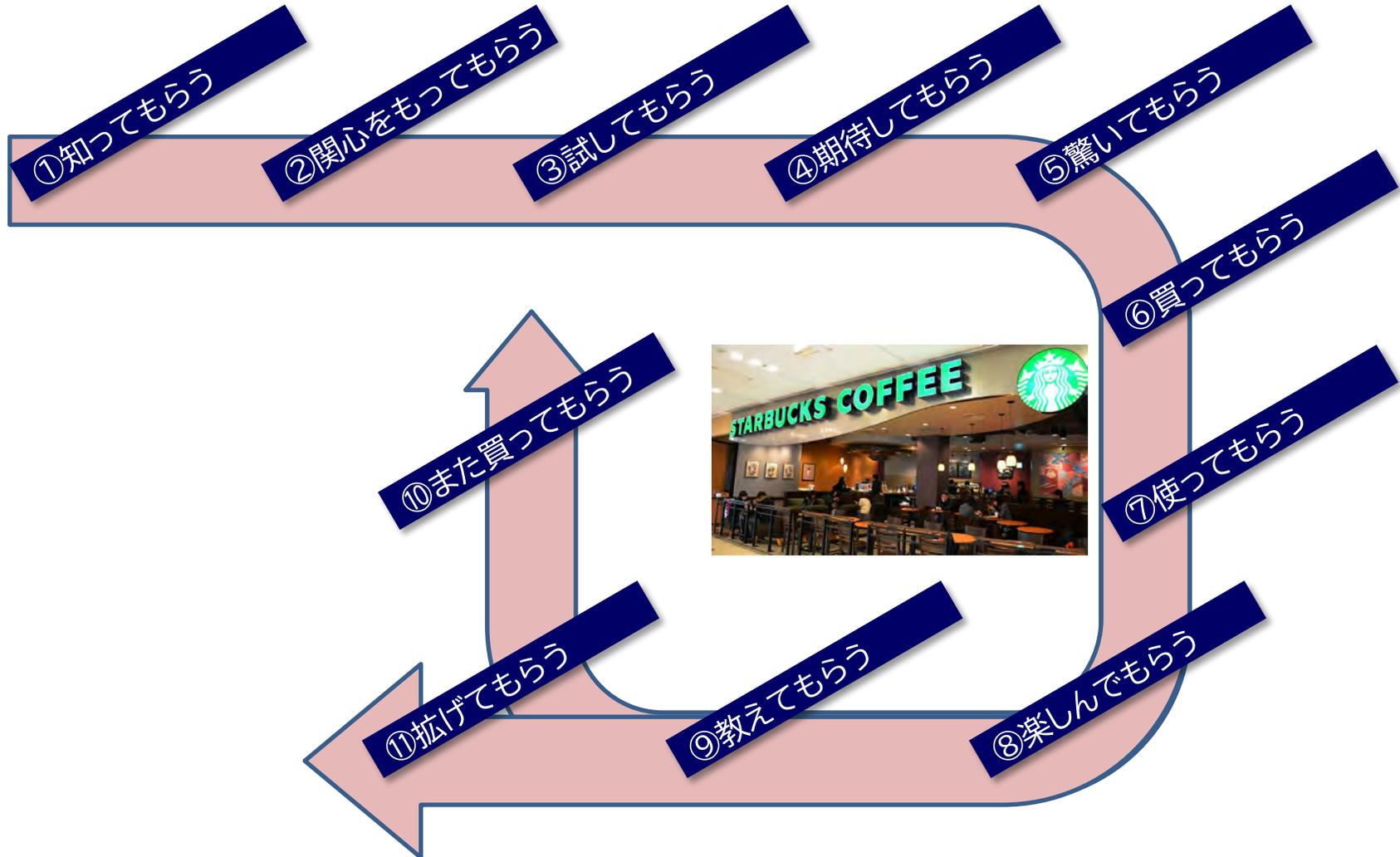
- 利用客の口コミ・推奨・批判 (リアルな口コミ、口コミサイト等)
- 第三者の評価 など

- 参加型イベント
- 地域イベント連動
- 他施設との連動 など

Promotion 販売促進

日本でのスターバックスコーヒーは、
どんな販売促進を展開していますか。

演習



情報探索行動から
具体的な伝達内容を
考える

さぐる

気晴らしさせて

学ばせて

みんなの教えて

にんまりさせて

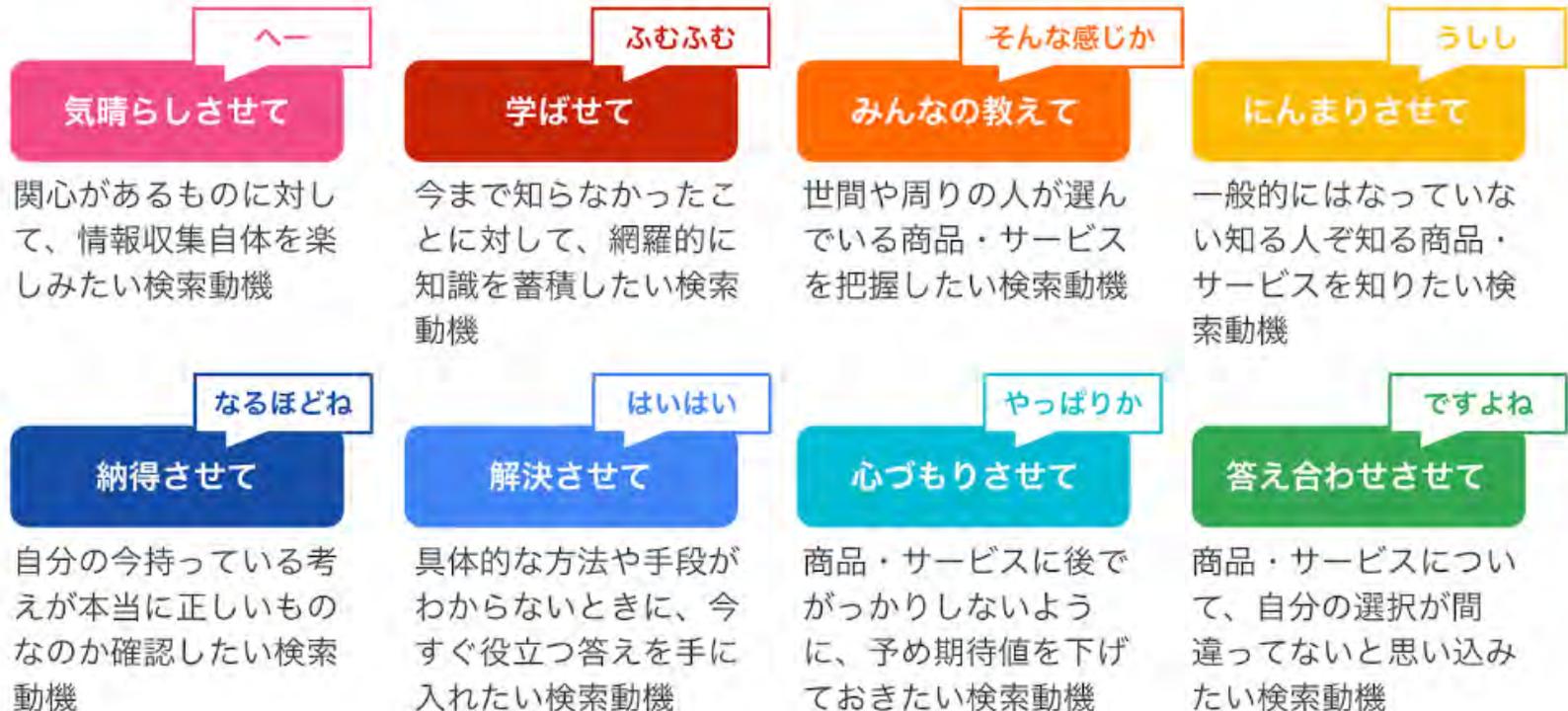
かためる

納得させて

解決させて

心づもりさせて

答え合わせさせて



Promotion 販売促進

情報探索行動から具体的な伝達内容を考える

へー

気晴らしさせて

ふむふむ

学ばせて

そんな感じか

みんなの教えて

うしし

にんまりさせて

なるほどね

納得させて

はいはい

解決させて

やっぱりか

心づもりさせて

ですよ

答え合わせさせて

中小企業が活用できる情報発信ツール①

		伝えたい内容がそのまま伝わる	伝えたい内容が時間的に残る	伝えたい人に伝わる	費用	適している目的・業種	備考
名刺	事業所、名前、連絡先、ホームページなどが記載されたもの	○	◎	△	◎	全業種	単なる名詞だけでなく、折り畳み名刺などで、事業内容を告知する機能もあり。素材などでの事業内容への理解をすすめる場合もあり。
		本人との連動での認識がされる	事業がある限り継続	挨拶または接点を持った方のみ	基本的な必須アイテム		
ショップカード	カードサイズなどで、独り歩きするツール	△	○	△	○	店舗への誘引が必要な場合(一般客向けの店舗、料飲店等)	サービスや製品等の特長や、連絡先などの基本的な情報を網羅。初回来店に向け、クーポンなどを設定することも可能。
		名刺以上、ホームページ未滿程度	捨てられない限り	接点(来店等)を持った方のみ	店舗などでは基本アイテム		
サービス案内(カタログ)	サービスや製品内容などを詳しく説明する資料	○	○	○	○	複数のサービスや製品がある場合 メニューやラインナップとして紹介する場合	説明資料としても活用可能
		具体的な内容で、説明できる	捨てられない限り	接点を持ち、関心を持った方	1枚数十円程度		
会社案内	会社の紹介資料(ホームページの企業紹介ページと重複)	○	○	○	○	想いが明確かつしっかりしている事業者	記載内容によっては、内容の更新が随時必要。
		経営方針など、「想い」を伝えられる	捨てられない限り	接点を持ち、関心を持った方	1枚数十円程度		

(評価内容は、一般的なイメージです)

中小企業が活用できる情報発信ツール②

		伝えたい内容がそのまま伝わる	伝えたい内容が時間的に残る	伝えたい人に伝わる	費用	適している目的・業種	備考
店頭看板	店舗または店舗に隣接した場所に掲出する看板	○	◎	△	◎	店舗名などとともに、おすすめや強みをPRする内容	店舗や看板の向きなどと、視認性などにも配慮する必要あり。
		店舗との連動での認識がされる	店舗がある限り継続	一定の場所を通過する人のみ	店頭周りなので必須になる場合も		
野立て看板	道路横や田んぼなどに立つ看板	△	◎	△	○	店舗への誘引が必要な場合(一般客向けの店舗、料飲店等)や企業の存在をアピールする(会社の場所案内等)	年間契約や季節契約などの長期契約が主体。自動車のスピードにより、読めるメッセージの限界がある。交通センサスで路線別に交通量・平均速度が発表されている。
		大きな文字のみ	数ヶ月以上	一定の場所を通過する人のみ	場所によりけり		
折込チラシ	新聞に折り込んで配布されるチラシ	○	△	○	△	毎日変わる情報がある(スーパー、不動産、開店告知、イベント等)	曜日によって、チラシが入るタイミングが違う。3日程度前には入稿が必要。新聞の定期購読率が下がっているため、特に若い層には届きにくい。
		紙で伝えられる	数日程度	地域を区切られる	1枚数円程度		
自社ホームページ	インターネットで発信する自社のホームページ	◎	◎	△	◎	会社や製品・サービスについての最終的な情報源・販売も可能	内容の更新には、ちょっとした知識が必要で、WordPressなどの容易に更新可能なシステムが入っているのが主流。基本情報だけ製作し、あとはSNSとする場合も増えている。
		文字から映像まで可	いつでも見ていただける	アドレスがわからないと見えない	更新費用は別		
SNS(ソーシャルメディア)	FaceBook, Instagram, LINE, Twitterなど	○	△	○	◎	顧客・取引先などの接点とのつながりづくり	情報発信だけでなく情報収集も含めた双方向が可能。LINE@などの法人向けサービスもある。
		詳細な内容はホームページへリンク	発信時が1番効果あり	つながりのある先が中心	情報発信するだけ		

(評価内容は、一般的なイメージです)

中小企業が活用できる情報発信ツール③

		伝えたい内容がそのまま伝わる	伝えたい内容が時間的に残る	伝えたい人に伝わる	費用	適している目的・業種	備考
検索エンジン広告 (リスティング広告)	検索サイトで、検索ワードに合わせて表示する広告メッセージ	○	△	◎	○	ネット通販、他社との差別化などで効果的	予算上限で自動的にストップ可能なので予算が見えるが、人気ワードは単価が高くなる。クリックした時に課金される「クリック単価」などの料金設定もある。
		限定された文字数で表現可能	検索した時のみ	検索ワードに紐付けて可能	限られた予算でも対応可能		
プレスリリース配布	メディア各社に送付する発表資料(記者クラブ、直接配信、ネット配信もあり)	○→◎	○→◎	△	◎	ニュース性のある内容	場所によっては48時間以前に申込みが必要(例:名古屋経済記者クラブ)。ネットでも配信可能。小ネタを多頻度で出すのがポイント。すぐには効果が出ない。
		報道されれば、事実として報道される	記事化や配信がされれば残る	情報の信頼度はあるが、記事化が条件	リリースを発行するだけ		
商談会 見本市	テーマに合致した関係者が一つの会場に集まる 展示会・見本市・商談会	◎	○	◎	△～○	各業界で販路開拓、協働先開拓には効果的	関係者が一堂に集まる場所で訴求が出来る。東京ビッグサイトなどの会場では1小間20～30万円程度/3日間程度が相場で、旅費なども含めると100万円程度かかる。
		展示内容だけでなく説明も可能	資料や試供品等も提供可能	関係者が集まる	特にBtoBなどの場合に効果的		
雑誌広告、 フリー ペーパー 広告	雑誌の広告スペース(有料)に情報発信するもの	○	○	○	△	ファッション、飲食店、美容室(地域情報誌、フリーペーパー等)	雑誌自体は、販売部数は低下傾向でタイアップ記事(有料)が増加傾向。地域密着業種では、フリーペーパーが効果的だが、複数回で「見た様な気がする」を増やす必要がある。
		カラー等で可能。クーポンも。	週から月単位	セグメントされた人に届く	販売部数により設定		
ラジオ広告	ラジオ放送の合間に音声の広告を入れるもの	△	△	○	○	小売店・音楽・飲食店・自動車関連等	ラジオ番組の中で、店頭中継などでの情報発信も可能(小売業などで有効)。ラジオを介した通信販売も活発(販売手数料方式)。
		音声のみ	20秒/40秒の印象次第	ドライバー等に限定	コストパフォーマンスは良い		

(評価内容は、一般的なイメージです)

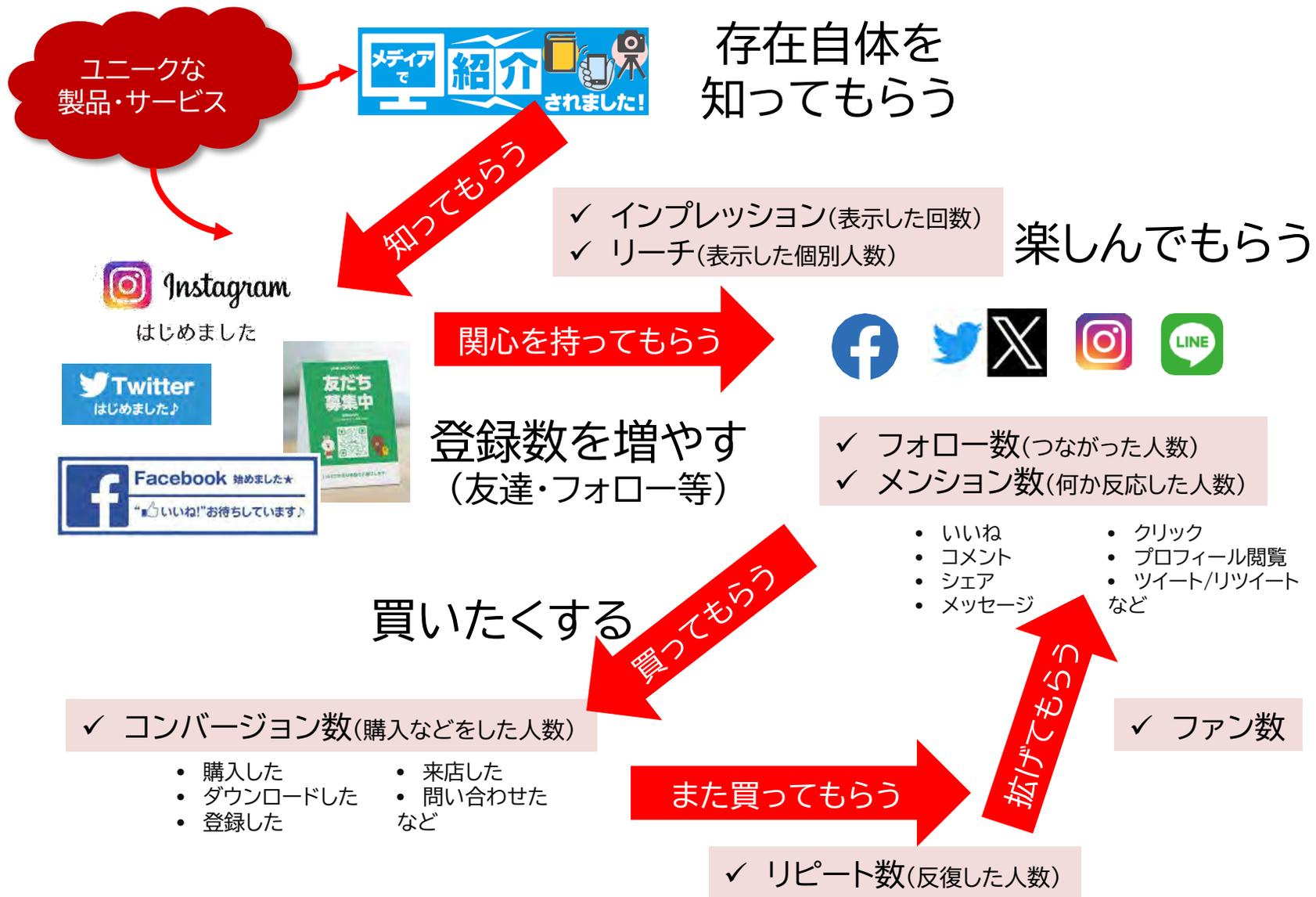
中小企業が活用できる情報発信ツール④

		伝えたい内容がそのまま伝わる	伝えたい内容が時間的に残る	伝えたい人に伝わる	費用	適している目的・業種	備考
新聞広告	新聞本紙にある広告スペースに情報発信するもの	○	△	△	△	通販・旅行・説明型商品・書籍等	新聞の定期購読者は高齢化傾向。新聞の信頼性を活用した情報発信が可能。全国紙で全面広告で1回500～1,000万円程度とも。
		詳しい内容まで伝えられる	ほぼ1日	地区版等で区切られる	サイズに依存するが高額		
テレビ広告	民放テレビの番組の間で放送される動画の情報発信	◎	△	○	×	新発売、企業イメージなどの認知のみ	大企業向けメディアの代表。ローカルでは中小企業も可能だが、3回以上見ないと、広告を見たとは感じられないため、継続的または集中的な広告投下が必要。
		伝えたい内容を音と映像で可	15秒/30秒の印象次第	対象の人が見ている時間帯に	1接触あたりのコストは安いが高額		

参考		伝えたい内容がそのまま伝わる	伝えたい内容が時間的に残る	伝えたい人に伝わる	費用	適している目的・業種	備考
クラウドファンディング	インターネット上で、賛同者を募集し、資金を集める方法	◎	◎	○	○	開発などに初期費用が掛かる、市場での販売可能性が不明なものなど。イベントへの協賛などもあり。	情報発信はないが、付随的にPRとして考えられる仕組み。
		詳しい内容まで伝えられる	募集期間中は掲載継続。終了後もネット上に残る	情報に敏感な層に届き、そこからの拡散もある	目標に到達した場合、手数料15～20%		

(評価内容は、一般的なイメージです)

SNS活用のポイント



陥りやすいパターン ~SNSやっているのに売上が増えない!~

ユニークな
製品・サービス

新しい顧客へアプローチしていない

存在自体を
知らせてもらおう

- ✓ インプレッション(表示した回数)
- ✓ リーチ(表示した個別人数)

楽しんでもらう



はじめました



はじめました♪



Facebook 始めました★

“いいね!”お待ちしております♪



興味を持ってもらう

登録数を増やす
(友達・フォロー等)



- ✓ フォロワー数(つながった人数)
- ✓ メンション数(何か反応した人数)

- いいね
- コメント
- シェア
- メッセージ
- クリック
- プロフィール閲覧
- ツイート/リツイート
など

買いたくする

買ってもらう

✓ コンバージョン数(購入などをした人数)

- 購入した
- ダウンロードした
- 登録した
- 来店した
- 問い合わせた
など

購入までがゴール、お客様を見ていない

リピートやファンづくりを意識していない

✓ ファン数

創業計画に参考となる情報源

創業計画が、実行され、成果をあげるためには、計画段階で、客観的な分析が重要

でも、
どれだけの人が欲しいと思っているのか？
どれだけの事業所がありそうなのか？

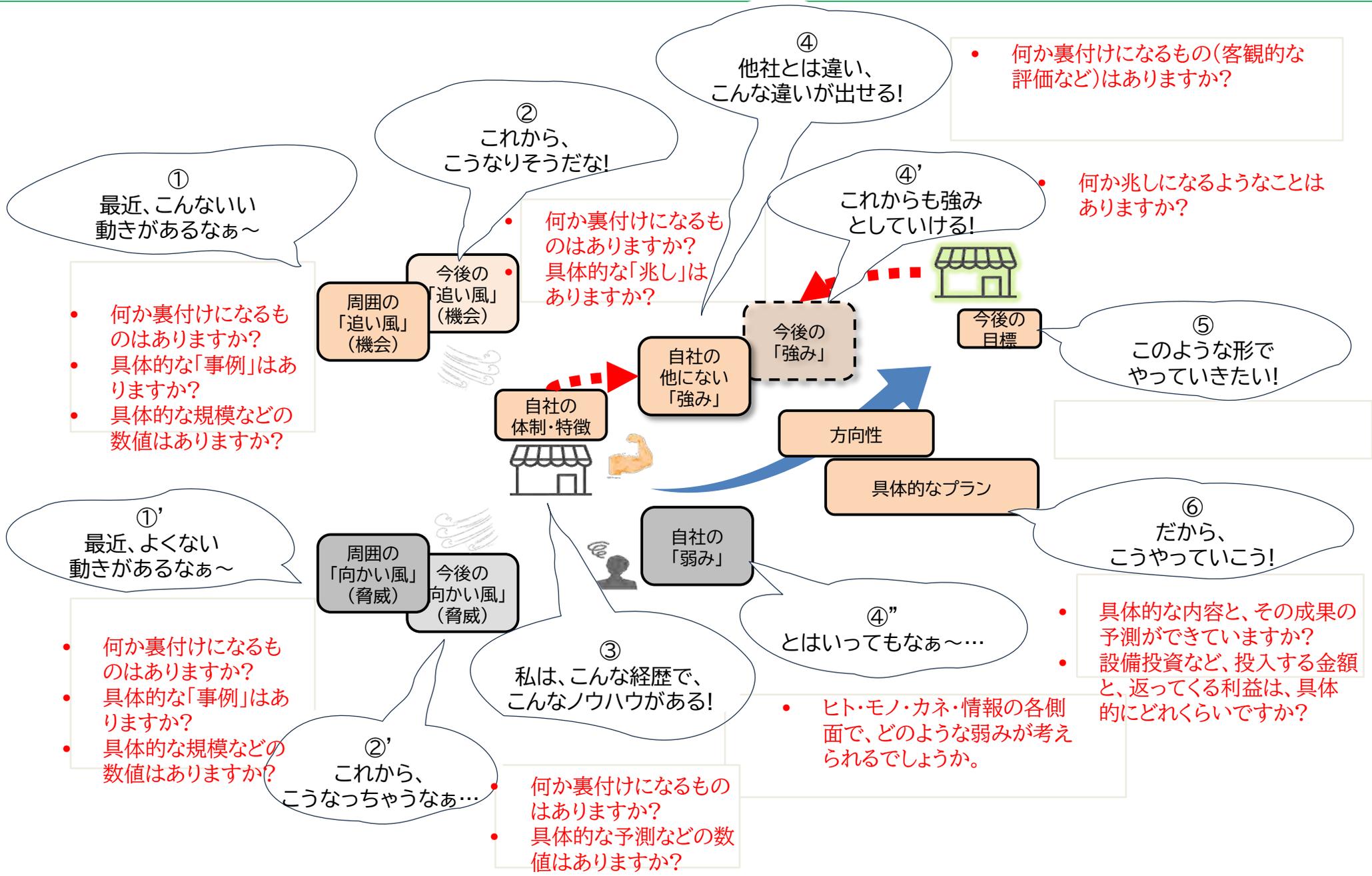
それらの人が、どんな意識を持っているのか？

同じようなことを考えている企業は？

....

って、どうやったらわかるのか？

創業計画の大枠の考え方(具体性へのポイント)



業種別開業ガイド

<https://j-net21.smrj.go.jp/startup/guide/index.html>

創業・起業を考える方向けに300以上の業種・職種に関し、「市場動向」「開業に際しての必要な手続きや留意点」「準備事項」「資金例や収益シミュレーション」をまとめている。



2022年6月17日

トレンド

(1) 「TikTok LIVE」の正式ローンチ

2020年7月にTikTok運営元であるByteDance株式会社のプレスリリースで、TikTokのライブストリーミング機能「TikTok LIVE」が2020年7月31日に正式ローンチされることが発表された。

これまであくまでモバイル端末向けショートムービープラットフォームであり、ライブ機能はなかったが、「TikTok LIVE」が正式にローンチされたことで、もともと1500の国や地域で愛用されるグローバルかつ利用者数の非常に多いプラットフォームであることから、他のライブ配信プラットフォームより収益性につながりやすいのではという期待されている。

(2) 「TikTok LIVE Gifting」の正式ローンチ

2021年2月にTikTok運営元であるByteDance株式会社のプレスリリースで、TikTokにおける投げ銭機能である「TikTok LIVE Gifting」が2021年2月1日に正式ローンチされることが発表された。

前述の「TikTok LIVE」の正式ローンチ時点では投げ銭機能はなかったため、TikTokによる収益は存在しなかったが、「TikTok LIVE Gifting」が導入されることで、TikTokによる収益化が可能となった。



ビジネスの特徴

ティックトッカーとは、モバイル端末向けショートムービープラットフォーム「TikTok」を活用して「TikTok LIVE」での「TikTok LIVE Gifting」による視聴者からの添付を個人、グループの形態で受ける。海外の人気ティックトッカーには企業とのスポンサー契約や広告案件を受ける事例もあり、また、アフィリエイトやオンラインサロン等への誘導により別途収入源を確保するという手段もある。

初期投資が不費であるなど開業に際し有利な点もあるが、他のプラットフォームと異なり、現状、TikTok単体での収益化の手段が「TikTok LIVE」での「TikTok LIVE Gifting」による収入のみであるため、安定した収入の確保が難しく、趣味としてTikTokを行っている個人が多い。

開業タイプ

(1) 新規参入型

個人として独自の発信チャネルを構築し、独自の切り口のもとショートビデオを配信し、地道にフォロワーの増えを図るタイプである。

(2) 副業型

本業とは全く別に関業として、配信チャネルを開設するタイプである。少ないリスクで開業することが可能である。

(3) 兼業型

本業を広告するための手段、本業へ顧客を獲得する手段としてプラットフォームを利用するタイプである。

開業ステップ

(1) 開業のステップ



(2) 必要な手続き

ティックトッカーとして個人で開業する場合には、特別な許認可の取得は必要ない。

ただし、「TikTok LIVE Gifting」を得るための「TikTok LIVE」は16歳以上かつ、TikTokの定める条件を満たした方のみ利用可能な機能であり、2020年7月に発表されたByteDance株式会社の開業に関するローンチのプレスリリースによれば、2000人へ高報酬を付与し、今後継続、拡大を予定しているとしている。

詳細は各自についてはTikTok上で明記されていないものの、一定のフォロワー数の確保と「広告で有名なになりたい」プログラムへの特別インビテーションに参加する必要がある。

必要なスキル

ティックトッカーになるには特別な資格などは必要なく、ライブ配信、動画の配信に際して編集作業も発生しないため、スキル面でのハードルは高くはない。

ただし、収益化には視聴者からの添付を要するため、TikTokと密接な連携の広告と関連したハッシュタグチャレンジやブランドはフエトを利用した動画の投稿を行い、プラットフォーム上で活動させやすくすることで、フォロワーの確保につながるなどの工夫が必要である。また、視聴者からの信頼があるため、ライブ配信の実績も必要不可欠である。

特にライブ配信は視聴者にとってただ見るだけの娯楽ではないため、双方向のやり取りを促すようにギフトに対して積極的に反応することやコメントへの返答をまめに行うことなど、丁寧に対応で継続的に視聴者を獲得することが収益化には必要になる。

開業資金と損益モデル

(1) 開業資金

【新規参入型】季節性は構えず高年で開業する際の必要資金例

項目	金額 (万円)
事務所等初期費用	0
車両・運搬具	0
什器・備品類	10
広告宣伝費	0
研修・教育費	3
その他	0
合計	13

(2) 損益モデル

a.売上想定

2021年9月に株式会社SheepDogの「TikTokライブ配信への投げ銭に関するアンケート」によれば、投げ銭機能を利用したことがあると回答した方の合計は8.73%である。あくまで試算となるが、以下のように売上モデルを作成した。ただし、この収益を得るためには、定期的に「TikTok LIVE」を配信する必要があり、開業として開業するのと同様であると思われる。

年間「TikTok LIVE」配信回数	260	回
一回の「TikTok LIVE」配信参加者数	2,000	人
うち「TikTok LIVE Gifting」利用者数	200	人
「TikTok LIVE Gifting」利用者一人あたりの金額	100	円
「TikTok LIVE Gifting」換金率(想定)	30	%
年間	156	万円

b.損益イメージ(参考)

上記a.売上計画に仮定の売上高に対する売上総利益及び営業利益の割合(標準対称率[※])を元に、損益のイメージを示す。

勘定科目	金額 (万円)	標準対称比率
売上高	156	
売上総利益	140.4	90.0%
販売費及び一般管理費	132.3	
(人件費)	126.8	
(支払家賃)	0	
(減価償却費)	1.6	
(その他)	3.9	
営業利益	8.1	5.2%

※標準対称比率のうち、売上総利益率は当該事業の制費データがないため、基準値を適用。営業利益率は、標準・ビザオペレーションに分類される企業の数データの平均値を掲載。出典は東京商工リサーチ「11年中小企業経営調査」。

(3) 収益化の視点

ライター同様、発信内容や方向性にもよるが、ライブ配信という性格上、座席等の負担は軽く、売上総利益率は高くなり、その相対から主に人件費を賄っていくこととなる。また、上乗の損益モデルに支那の通り、定期的に「TikTok LIVE」を配信し、投げ銭を得る必要があり、他のプラットフォームと比較して、収益化へのハードルは高いと想定される。

したがって、収入要件が発生しない期間が出現することになるが、特約などなしに、曜日毎に配信するだけでないためリスクは少ないと考えよう。また、獲得が付与されることが多い「TikTok」自体のサービス利用者の多さから見て、「TikTok LIVE」配信者は優遇されており、収益化も可能になるだろう。

なお、ティックトッカーの年収は非公開であるが、トップクラスのティックトッカーであれば数億円の年収も得ているというMDもいる。

※開業資金、売上計画、損益イメージの作成は、出店計画書により異なります。

(本シリーズのレポートは作成時点における情報を元にした一般的な内容のものであるため、開業を検討する際には別途、専門家に相談されることをお勧めします。)

参考となる情報源

無料・オープン

業種別開業ガイド

TikToker (ティックトッカー)

2022年09月11日

トレンド

(1) 「TikTok LIVE」の正式ローンチ

2022年7月にTikTok運営元であるByteDance株式会社のプレスリリースで、TikTokのライブ配信機能「TikTok LIVE」が2022年7月1日に正式ローンチされることが発表された。

これまで多くはライブ配信向けのショートムービープラットフォームであり、ライブ配信はなかったが、「TikTok LIVE」が正式ローンチされたことで、もともとTikTokの認知と使用されるユーザーの増加に伴って視聴者の需要によりプラットフォームであることから、他のライブ配信プラットフォームより成長に期待が寄せられていると見られる。

(2) 「TikTok LIVE Gifting」の正式ローンチ

2021年2月にTikTok運営元であるByteDance株式会社のプレスリリースで、TikTok向けの決済機能である「TikTok LIVE Gifting」が2021年1月1日に正式ローンチされることが発表された。

以前の「TikTok LIVE」の正式ローンチ時点で決済機能がなかったため、TikTokによる収益は存在しなかったが、「TikTok LIVE Gifting」が導入されることで、TikTokによる収益化が可能となった。



ビジネスの特徴

項目	金額 (万円)
事務所等初期費用	0
車両・運搬具	0
什器・備品類	10
広告宣伝費	0
研修・教育費	3
その他	0
合計	13

年間「TikTok LIVE」配信回数	260	回
一回の「TikTok LIVE」配信参加者数	2,000	人
うち「TikTok LIVE Gifting」利用者数	200	人
「TikTok LIVE Gifting」利用者一人あたりの金額	100	円
「TikTok LIVE Gifting」換金率 (想定)	30	%
年商	156	万円

勘定科目	金額 (万円)	標準財務比率
売上高	156	
売上総利益	140.4	90.0%
販売費及び一般管理費	132.3	
(人件費)	126.8	
(支払家賃)	0	
(減価償却費)	1.6	
(その他)	3.9	
営業利益	8.1	5.2%

業種別開業ガイド

無料・オープン

<https://j-net21.smri.go.jp/startup/guide/index.html>

■サービス業	ジュエリーデザイナー	ファッションスタイリスト	司法書士	とんかつ店	総菜店	パソコンインストラクター	鍼灸院
合い鍵業	情報処理業	ファミリー向け写真館	社会保険労務士	丼物専門店	中古家具販売店	プログラマー	通所介護(デイサービス)
アロマセラピーサロン	食材宅配サービス	フィットネスクラブ	税理士	バー	中国雑貨ショップ	プロブロガー	通所リハビリテーション
アロマセラピスト	心理カウンセリング	フードコーディネーター	宅地建物取引業	バーテンダー	中国茶ショップ	ホームページクリエイター	(デイケア)
囲碁・将棋クラブ	人力車観光案内	フードコーディネーター	土地家屋調査士	パスタ専門店	中古自動車販売業	YouTuber(ユーチューバー)	デイサービス
衣服リフォーム・サービス	スパ・銭湯	複合カフェ	ひよこ鑑定士	パティシエ	中古パソコンショップ	Liver(ライバー)	特別養護老人ホーム開業
イベント業	スポーツインストラクター	ブライダル	ファイナンシャル・プランナー	ハンバーガーショップ	中古レコードショップ		訪問介護
イラストレーター	炭焼き師	フリーライター	不動産鑑定士	パン屋(ベーカリー)	調剤薬局		訪問看護ステーション
インターネットカフェ	1000円カット	プリントショップ	弁理士	ピヤホール	DPEショップ	■医療福祉	訪問リハビリテーション
インテリアコーディネーター	葬祭業	プログラミング教室	保険ショップ	ファーストフード	ディスカウントストア	医療用具販売(賃貸)業	有料老人ホーム開業
運転代行サービス	ダイビングスクール	ペットシッター		フランス料理店	テラー(注文洋服店)	開業	
英会話教室	脱毛サロン	ペット葬祭業	■飲食業	無国籍料理	電力販売	オンライン医療	■その他
映像・動画制作	ダンス教室	ペット美容院	アイスクリームショップ	焼鳥店	登山用品店	介護士派遣業	アパート・マンション経営
エスティッシュサロン	地方創生ビジネス	ペットホテル	居酒屋	焼肉店	ドラッグストア	介護ショップ	芸能事務所
オーベルジュ	ツアーコンダクター	ベビーシッター・サービス	イタリア料理店	ラーメン店	ネットショップ	介護保険の事業者指定	建設業
外国語教室(英会話除く)	通訳業	ペンション	便利屋	ワイン・バー	花屋	／居宅療養管理指導	建築業
害虫駆除サービス	データ入力代行業	便利屋	保育施設	和食レストラン	100円ショップ	介護保険の事業者指定	建築設計事務所
学習塾	テレマーケティング業	ホットヨガスタジオ	うなぎ料理店		ブティック	／短期入所生活介護	高齢者向賃貸住宅経営
家具職人	点字通訳者	翻訳業	うどん店	■小売業	フラワーデコレーター	介護保険の事業者指定	古紙回収業
家具修理サービス	陶芸教室	翻訳業	うなぎ料理店	アクセサリーショップ	古着屋	／短期入所療養介護	子供用品のリサイクル
家事支援サービス	特殊清掃業	オーガニックレストラン	お好み焼き店	アパレルショップ	古本屋	介護保険の事業者指定	産業廃棄物処理業
家事代行	ドッグカフェ	まつ毛エクステサロン	おにぎり専門店	アンティークショップ	ペットショップ	／通所介護	シェアハウス
家庭教師派遣業	トラック運送業	マッサージ業	回転すし店	移動スーパー	ベビー・子供服小売業	介護保険の事業者指定	自動車整備業
カブセルホテル	トランクルーム業	民宿	カフェ	インテリア用品店	ホームセンター	／通所リハビリテーション	自動車板金塗装業
カメラン	トリマー	民泊	カフェ&ダイニング	インポートウェアショップ	ボックスショップ	介護	人材紹介業
カラオケボックス	ドローン事業	民泊	幼児教育	園芸店	ミニスーパー	／特定施設入所者生活	声優業
カルチャースクール	日本語教師	民泊	ヨガ教室	音楽CD・DVD販売店	ミネラルウォーター販売店	介護	造園工事業
観光農園・貸し農園	ネイリスト	民泊	立体駐車場	菓子製造業	眼鏡販売店	／認知症対応型共同生	電気工事業
クイックマッサージ	ネイルショップ	民泊	リフレクソロジー	玩具店	持ち帰り弁当店	活介護	内装リフォーム業
靴修理サービス	猫カフェ	民泊	理容院	ギフトショップ	洋菓子の移動販売	介護保険の事業者指定	ハンター
靴磨きサービス	ネットオークション代行	民泊	料理学校	金券ショップ		／福祉用具貸与	不動産業
クリーニング取次店	パーソナル・トレーニング	民泊	旅行会社	靴製造小売業		／訪問介護	ブランドリサイクル
軽貨物運送	バイク便	民泊	旅行会社	靴販売店		介護保険の事業者指定	ユーザー車検代行業
警備保障業	ハイヤー・タクシー会社	民泊	リラクゼーションサロン	携帯ショップ		／訪問看護	リサイクルショップ
ゲームセンター	ハウスクリーニング	民泊	レンタルオフィス・貸会議室	化粧品販売		介護保険の事業者指定	
結婚相談所	ハウスタジオ	民泊	レンタルブティック	健康自然食品通販		／訪問看護	
コイン洗車場	パソコン・サポート・サービス	民泊		コーヒー豆の販売事業		介護保険の事業者指定	
コイン駐車場	パソコンスクール	民泊		骨とう品店		介護保険の事業者指定	
コインランドリー	パソコン店	民泊		ゴルフショップ		／訪問入浴介護	
広告代理店	パチンコ店	民泊		コンタクトレンズ販売店		介護保険の事業者指定	
高齢者宅配弁当サービス	パティンクセンター	民泊		コンビニエンスストア		／訪問リハビリテーシ	
コピーライター	バレエ教室	民泊		雑貨ショップオーナー		ン	
婚活マッチング	ピアノ教室	民泊		雑貨店		カイロプラクティックオ	
再生資源回収業	ビジネススクール	民泊		自然食料品店		フィス(整体院含む)	
資格学校	ビジネスホテル	民泊		自転車販売(修理)店		ケアハウス	
質屋	引越業	民泊		手芸用品店		高齢者向けリハビリ	
シナリオライター(構成作家)	ビデオ・DVDレンタル	民泊		酒類ディスカウントストア		サービス付き高齢者住宅	
社交ダンス教室	美容院	民泊		書店		歯科医院	
	美容師	民泊		セレクトショップ		障害・発達支援	
	ビルメンテナンス業	民泊		総菜宅配業			

参考となる情報源

有料

業種別審査事典

(株)きんざい 総収録業種1370業種を網羅 業界動向・市場動向・商品サービス・財務平均などをレポート

市場動向、競争環境、平均財務指標、事業の切り口等がまとまっている。整理してあることで、事業者にも役立つ。

8007 エステティックサロン

1 業種概要 エステティックサロンは、美容師が顧客の肌や髪を美しく保つためのサービスを提供する業種である。近年、女性の美容意識の高まりにより、市場規模が拡大している。また、男性向けの美容サービスも増加している。

2 市場動向 エステティックサロンの市場は、美容師の増加と顧客の美容意識の高まりにより、今後も成長が期待される。特に、男性向けの美容サービスや、健康美容分野での需要が増えている。

3 競争環境 エステティックサロンの競争環境は、大手チェーン店と個人経営のサロンが混在している。大手チェーン店には、ブランド力やマーケティング力があるが、個人経営のサロンには、接客力やサービス力がある。

4 商品・サービス エステティックサロンの商品・サービスは、スキンケア、ヘアケア、ネイルケア、脱毛などがある。また、健康美容分野でのサービスも提供している。

5 財務平均 エステティックサロンの財務平均は、売上高、利益率、従業員数などが平均的である。ただし、個人経営のサロンの利益率は、大手チェーン店よりも高い傾向がある。

6 経営者の声 エステティックサロンの経営者は、接客力やサービス力を重視している。また、最新の美容技術や商品を導入し、顧客の満足度を高めることに努めている。

7 今後の展望 エステティックサロンの今後の展望は、健康美容分野での需要の増加や、男性向けの美容サービスの拡大にある。また、デジタルマーケティングの活用も期待されている。

8 業界動向 エステティックサロンの業界動向は、美容師の増加と顧客の美容意識の高まりにより、今後も成長が期待される。特に、男性向けの美容サービスや、健康美容分野での需要が増えている。

9 市場動向 エステティックサロンの市場動向は、美容師の増加と顧客の美容意識の高まりにより、今後も成長が期待される。特に、男性向けの美容サービスや、健康美容分野での需要が増えている。

10 競争環境 エステティックサロンの競争環境は、大手チェーン店と個人経営のサロンが混在している。大手チェーン店には、ブランド力やマーケティング力があるが、個人経営のサロンには、接客力やサービス力がある。

11 商品・サービス エステティックサロンの商品・サービスは、スキンケア、ヘアケア、ネイルケア、脱毛などがある。また、健康美容分野でのサービスも提供している。

12 財務平均 エステティックサロンの財務平均は、売上高、利益率、従業員数などが平均的である。ただし、個人経営のサロンの利益率は、大手チェーン店よりも高い傾向がある。

13 経営者の声 エステティックサロンの経営者は、接客力やサービス力を重視している。また、最新の美容技術や商品を導入し、顧客の満足度を高めることに努めている。

14 今後の展望 エステティックサロンの今後の展望は、健康美容分野での需要の増加や、男性向けの美容サービスの拡大にある。また、デジタルマーケティングの活用も期待されている。

1132 洋菓子製造・小売業

1 業種概要 洋菓子製造・小売業は、洋菓子の製造と販売を行う業種である。近年、女性の美容意識の高まりにより、市場規模が拡大している。

2 市場動向 洋菓子製造・小売業の市場は、女性の美容意識の高まりにより、今後も成長が期待される。特に、健康美容分野での需要が増えている。

3 競争環境 洋菓子製造・小売業の競争環境は、大手チェーン店と個人経営の洋菓子店が混在している。大手チェーン店には、ブランド力やマーケティング力があるが、個人経営の洋菓子店には、接客力やサービス力がある。

4 商品・サービス 洋菓子製造・小売業の商品・サービスは、洋菓子、パン、ケーキなどがある。また、健康美容分野でのサービスも提供している。

5 財務平均 洋菓子製造・小売業の財務平均は、売上高、利益率、従業員数などが平均的である。ただし、個人経営の洋菓子店の利益率は、大手チェーン店よりも高い傾向がある。

10085 電子漫画サイト

1 業種概要 電子漫画サイトは、電子漫画の配信を行う業種である。近年、デジタル化の進展により、市場規模が拡大している。

2 市場動向 電子漫画サイトの市場は、デジタル化の進展により、今後も成長が期待される。特に、モバイル端末での閲覧需要が増えている。

3 競争環境 電子漫画サイトの競争環境は、大手プラットフォームと個人経営の漫画サイトが混在している。大手プラットフォームには、ブランド力やマーケティング力があるが、個人経営の漫画サイトには、接客力やサービス力がある。

4 商品・サービス 電子漫画サイトの商品・サービスは、電子漫画、コミックなどがある。

5 財務平均 電子漫画サイトの財務平均は、売上高、利益率、従業員数などが平均的である。ただし、個人経営の漫画サイトの利益率は、大手プラットフォームよりも高い傾向がある。

10129 副業フリーランス仲介サービス

1 業種概要 副業フリーランス仲介サービスは、副業フリーランスのマッチングを行う業種である。近年、副業フリーランスの需要の高まりにより、市場規模が拡大している。

2 市場動向 副業フリーランス仲介サービスの市場は、副業フリーランスの需要の高まりにより、今後も成長が期待される。特に、デジタルマーケティング分野での需要が増えている。

3 競争環境 副業フリーランス仲介サービスの競争環境は、大手プラットフォームと個人経営の仲介サービスが混在している。大手プラットフォームには、ブランド力やマーケティング力があるが、個人経営の仲介サービスには、接客力やサービス力がある。

4 商品・サービス 副業フリーランス仲介サービスの商品・サービスは、副業フリーランスのマッチング、コンサルティングなどがある。

5 財務平均 副業フリーランス仲介サービスの財務平均は、売上高、利益率、従業員数などが平均的である。ただし、個人経営の仲介サービスの利益率は、大手プラットフォームよりも高い傾向がある。

15 業種概要 エステティックサロンの業種概要は、美容師が顧客の肌や髪を美しく保つためのサービスを提供する業種である。近年、女性の美容意識の高まりにより、市場規模が拡大している。

16 市場動向 エステティックサロンの市場動向は、美容師の増加と顧客の美容意識の高まりにより、今後も成長が期待される。特に、男性向けの美容サービスや、健康美容分野での需要が増えている。

17 競争環境 エステティックサロンの競争環境は、大手チェーン店と個人経営のサロンが混在している。大手チェーン店には、ブランド力やマーケティング力があるが、個人経営のサロンには、接客力やサービス力がある。

18 商品・サービス エステティックサロンの商品・サービスは、スキンケア、ヘアケア、ネイルケア、脱毛などがある。また、健康美容分野でのサービスも提供している。

19 財務平均 エステティックサロンの財務平均は、売上高、利益率、従業員数などが平均的である。ただし、個人経営のサロンの利益率は、大手チェーン店よりも高い傾向がある。

20 経営者の声 エステティックサロンの経営者は、接客力やサービス力を重視している。また、最新の美容技術や商品を導入し、顧客の満足度を高めることに努めている。

21 今後の展望 エステティックサロンの今後の展望は、健康美容分野での需要の増加や、男性向けの美容サービスの拡大にある。また、デジタルマーケティングの活用も期待されている。

22 業界動向 エステティックサロンの業界動向は、美容師の増加と顧客の美容意識の高まりにより、今後も成長が期待される。特に、男性向けの美容サービスや、健康美容分野での需要が増えている。

23 市場動向 エステティックサロンの市場動向は、美容師の増加と顧客の美容意識の高まりにより、今後も成長が期待される。特に、男性向けの美容サービスや、健康美容分野での需要が増えている。

24 競争環境 エステティックサロンの競争環境は、大手チェーン店と個人経営のサロンが混在している。大手チェーン店には、ブランド力やマーケティング力があるが、個人経営のサロンには、接客力やサービス力がある。

25 商品・サービス エステティックサロンの商品・サービスは、スキンケア、ヘアケア、ネイルケア、脱毛などがある。また、健康美容分野でのサービスも提供している。

26 財務平均 エステティックサロンの財務平均は、売上高、利益率、従業員数などが平均的である。ただし、個人経営のサロンの利益率は、大手チェーン店よりも高い傾向がある。

27 経営者の声 エステティックサロンの経営者は、接客力やサービス力を重視している。また、最新の美容技術や商品を導入し、顧客の満足度を高めることに努めている。

28 今後の展望 エステティックサロンの今後の展望は、健康美容分野での需要の増加や、男性向けの美容サービスの拡大にある。また、デジタルマーケティングの活用も期待されている。

29 業種概要 エステティックサロンの業種概要は、美容師が顧客の肌や髪を美しく保つためのサービスを提供する業種である。近年、女性の美容意識の高まりにより、市場規模が拡大している。

30 市場動向 エステティックサロンの市場動向は、美容師の増加と顧客の美容意識の高まりにより、今後も成長が期待される。特に、男性向けの美容サービスや、健康美容分野での需要が増えている。

31 競争環境 エステティックサロンの競争環境は、大手チェーン店と個人経営のサロンが混在している。大手チェーン店には、ブランド力やマーケティング力があるが、個人経営のサロンには、接客力やサービス力がある。

32 商品・サービス エステティックサロンの商品・サービスは、スキンケア、ヘアケア、ネイルケア、脱毛などがある。また、健康美容分野でのサービスも提供している。

33 財務平均 エステティックサロンの財務平均は、売上高、利益率、従業員数などが平均的である。ただし、個人経営のサロンの利益率は、大手チェーン店よりも高い傾向がある。

34 経営者の声 エステティックサロンの経営者は、接客力やサービス力を重視している。また、最新の美容技術や商品を導入し、顧客の満足度を高めることに努めている。

35 今後の展望 エステティックサロンの今後の展望は、健康美容分野での需要の増加や、男性向けの美容サービスの拡大にある。また、デジタルマーケティングの活用も期待されている。

参考となる情報源

有料

業種別審査事典

別表1 エステティック業の貸借対照表・損益計算書

(単位：千円、%)

区分	年度	2020				2021				2022			
		全企業		黒字企業		全企業		黒字企業		全企業		黒字企業	
		370件	10.2名	122件	12.7名	373件	9.8名	128件	10.7名	406件	9.1名	120件	10.8名
	対象企業数・平均従業員数	1企業当り平均額	構成比	1企業当り平均額	構成比	1企業当り平均額	構成比	1企業当り平均額	構成比	1企業当り平均額	構成比	1企業当り平均額	構成比
貸借対照表	流動資産	51,145	53.1	76,077	61.1	51,542	56.3	74,471	59.2	47,173	54.4	89,999	62.0
	当座資産	42,651	44.3	61,771	49.6	46,098	47.6	66,853	53.2	37,383	43.1	72,425	49.9
	(現金預金)	36,740	38.2	54,290	43.6	40,154	41.5	57,225	45.5	31,357	36.2	62,547	43.1
	(売上債権)	5,340	5.5	6,821	5.5	5,094	5.3	7,166	5.7	4,936	5.7	7,067	4.9
	たな卸資産	3,311	3.4	4,836	3.9	3,619	3.7	3,398	2.7	4,381	5.3	9,852	6.8
	その他流動資産	5,481	5.7	9,470	7.6	4,825	5.0	4,218	3.4	5,208	6.0	7,721	5.3
	固定資産	44,634	46.4	48,350	38.8	42,117	43.5	51,116	40.7	39,365	45.4	55,197	38.0
	有形固定資産	33,583	34.9	35,276	28.3	30,997	32.0	37,881	30.1	28,440	32.8	41,610	28.6
	無形固定資産・投資	11,050	11.5	13,074	10.5	11,120	11.5	13,234	10.5	10,924	12.6	13,586	9.4
	繰延資産	193	0.2	178	0.1	170	0.2	131	0.1	111	0.1	67	0.0
	総資産	96,272	100.0	124,607	100.0	96,830	100.0	125,718	100.0	86,649	100.0	145,264	100.0
	流動負債	36,908	38.3	43,917	35.2	34,377	35.5	41,341	32.9	32,066	37.0	39,627	27.3
	(買入債務)	1,631	1.7	2,351	1.9	1,843	1.9	3,276	2.6	1,884	2.2	3,385	2.3
	(短期借入金)	7,631	7.9	3,562	2.9	6,015	6.2	3,450	2.7	6,117	7.1	8,692	6.0
	(割引手形)												
	固定負債	42,884	44.5	40,072	32.2	47,992	49.6	51,259	40.8	41,115	50.9	58,812	40.5
	(長期借入金)	34,442	35.8	34,344	27.6	40,392	41.7	46,468	37.0	37,481	43.3	51,615	35.5
	純資産	16,479	17.1	40,617	32.6	14,461	14.9	33,118	26.3	10,468	12.1	46,824	32.2
	株主資本	16,372	17.0	40,617	32.6	14,353	14.8	33,118	26.3	10,368	12.0	46,486	32.0
	評価/額等・新株引当	107	0.1			107	0.1			99	0.1	337	0.2
純売上高	85,623	100.0	129,959	100.0	80,918	100.0	116,347	100.0	76,482	100.0	114,408	100.0	
売上原価	18,500	21.6	30,359	23.4	18,449	22.8	26,855	23.1	16,723	21.9	29,061	25.4	
売上総利益	67,122	78.4	99,599	76.6	62,469	77.2	89,492	76.9	59,759	78.1	85,347	74.6	
販売費・一般管理費	68,953	80.5	95,404	73.4	65,536	81.0	84,272	72.4	63,734	83.3	79,742	69.7	
販売費	22,888	26.7	30,561	23.5	20,571	25.4	25,292	21.7	20,786	27.2	26,020	22.7	
一般管理費	46,065	53.8	64,842	49.9	44,965	55.6	58,979	50.7	42,938	56.1	53,721	47.0	
(役員報酬)	8,160	9.5	10,830	8.3	7,837	9.7	9,633	8.3	7,267	9.5	11,588	10.1	
(役員外職人賃)	24,384	28.5	31,709	24.4	24,079	29.8	30,940	26.6	23,529	30.8	26,390	23.1	
(減価償却費)	3,328	3.9	3,846	3.0	3,340	4.1	3,911	3.4	3,218	4.2	4,141	3.9	
営業利益	△1,830	△2.1	4,195	3.2	△3,087	△3.8	5,220	4.5	△3,965	△5.2	5,605	4.9	
営業外取益	3,592	4.2	4,397	3.5	4,257	5.3	3,838	3.3	2,966	3.9	3,572	3.1	
(受取利息・配当金)	35		9		55	0.1	128	0.1	68	0.1	93	0.1	
営業外費用	1,073	1.3	858	0.7	1,027	1.3	1,125	1.0	666	0.9	912	0.8	
(支払利息割引料)	547	0.6	360	0.3	514	0.6	481	0.4	468	0.6	563	0.5	
経常利益	688	0.8	7,935	6.1	162	0.2	7,932	6.8	△1,665	△2.2	8,264	7.2	
特別損益	△867	△1.0	△609	△0.5	△1,657	△2.0	△414	△0.4	△277	△0.4	△513	△0.4	
税引前当期純利益	△178	△0.2	7,325	5.6	△1,495	△1.8	7,518	6.5	△1,943	△2.5	7,751	6.8	
売上原価内訳書	売上原価	18,500	21.6	30,359	23.4	18,449	22.8	26,855	23.1	16,723	21.9	29,061	25.4
商品売上原価	17,247	20.1	27,447	21.1	16,979	21.0	24,262	20.9	15,353	20.3	27,007	23.6	
要品売上原価	1,253	1.5	2,911	2.2	1,469	1.8	2,593	2.2	1,167	1.5	2,053	1.8	
材料費	52	0.1	61		211	0.3	457	0.4	69	0.1	46		
労務費	677	0.8	1,595	1.2	777	1.0	1,507	1.3	573	0.7	1,172	1.0	
外注加工費	207	0.2	607	0.5	62	0.1	45		174	0.2	351	0.3	
減価償却費	44	0.1	53		41	0.1	44		41	0.1	47		
その他の経費	271	0.3	390	0.5	378	0.5	543	0.5	311	0.4	434	0.4	
(△)たな卸高増減			△1		1		4		3				
付加価値	純売上高	85,623	125.8	129,959	127.7	80,918	127.1	116,347	127.1	76,482	126.1	114,408	131.6
商品売上原価	17,247	25.3	27,447	27.0	16,979	26.7	24,262	26.5	15,353	25.6	27,007	31.1	
材料費	53	0.1	62	0.1	210	0.3	453	0.5	68	0.1	46	0.1	
外注加工費	207	0.3	608	0.6	62	0.1	45		172	0.3	351	0.4	
工場消耗品費	29		65	0.1	25		33		24		49	0.1	
加工高(粗利益)	68,086	100.0	101,774	100.0	63,640	100.0	91,553	100.0	60,661	100.0	86,952	100.0	
加工高利益比率(%)	79.5		78.3		78.6		78.7		79.3		76.0		
加工高労働生産性	6,668		8,013		6,515		8,580		6,673		8,042		
人件費	33,222	48.8	44,135	43.4	32,694	51.4	42,081	46.0	31,370	51.7	39,150	45.6	
労務費	591	0.9	1,398	1.4	677	1.1	1,301	1.4	495	0.8	997	1.1	
給料手当	28,406	41.7	37,283	36.6	27,828	43.7	35,618	38.9	26,929	44.4	33,327	38.3	
福利厚生費	4,224	6.2	5,453	5.4	4,187	6.6	5,161	5.6	3,944	6.5	4,826	5.6	

(資料)「TKC経営指標(令和5年版)」(株TKC)より筆者作成。

有料

業種別業界情報

経営情報出版社 商工サービス業350社

最近の業界動向、マーケットデータ、業界の特性、ノウハウ、今後の課題/将来性等がまとまっている。

商工サービス業350業種の動向と、最新情報が一目でわかる

最新版刊行

2022年版

業種別業界情報

読者の皆様の根強いご支持を頂く、わが国唯一の業界百科事典。最新の資料を網羅した書き下ろし新刊。



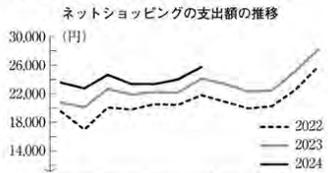
●IT・情報通信●

ネットショップ

最近の業界動向

●ネットショッピングの支出額は増加傾向

総務省「家計消費状況調査」によると、令和6年7月のネットショッピングの支出額（2人以上の世帯）は、前年同月の2万4,249円に比べて6.4%増の2万5,794円、ネットショッピング利用1世帯当たりの支出額は前年同月の4万4,883円に比べて3.3%増の4万6,349円となっている。ネットショッピングの支出額の推移は次の通り。



（出所）総務省「家計消費状況調査」

●ネットサイト事業者に対する規制強化

経済産業省は、令和5年12月18日に開かれた審議会で、ネットサイト事業者に対する規制強化の案を取りまとめた。国内の基準を満たしていないモバイルバッテリーなどの製品がインターネットで販売され、事故が増えていることなどから、海外の事業者にも規制の対象に加えた上で、代わって規制に対応する「国内管理人」の選任を求める。また、適切な対応が期待できない場合、ネット通販サイトを運営する事業者に対し、サイトから削除を要請できるようにする。必要な手続きを経た上で、制度の具体化を進める。

●海外市場における越境販売の販路拡大

フリマアプリ「メルカリ」を運営するメルカリは令和5年10月30日、簡単にネットショップが開設できるEコマースプラットフォーム「メルカリShops（ショップス）」で、越境販売を始めた。「メ

ルカリShops」の出店者が販売している商品を、越境EC事業者を通じて海外の利用者に販売できるようにした。メルカリは令和元年から越境販売を開始し、越境EC事業者との連携を始めている。令和6年6月には韓国最大手の「雷市場（ボンジャン）」との連携を開始するなど、海外市場における越境販売の販路拡大を進めている。

マーケットデータ

●通販市場規模

日本通信販売協会によると、令和5年度の通信販売（ECを含む）の売上高は前年度比6.7%増の13兆5,600億円で、13兆円を超えた。通販市場規模の推移は次の通り。

通販市場規模の推移（単位：億円）

年次	市場規模	年次	市場規模
平30	81,800	令3	114,600
令元	88,500	4	127,100
2	106,300	5	135,600

（出所）日本通信販売協会

●国内の消費者向け電子商取引の市場規模

経済産業省「電子商取引に関する市場調査」によると、国内の消費者向け電子商取引の市場規模の推移は次の通り。

国内の消費者向け電子商取引の市場規模（単位：億円）

年次	市場規模	EC比率	年次	市場規模	EC比率
平30年	179,845	6.22%	令3年	206,950	8.78%
令元年	193,609	6.76%	4年	227,449	9.13%
2年	192,779	8.08%	5年	248,435	9.38%

（出所）経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

●分野別の消費者向け電子商取引市場規模

経済産業省「電子商取引に関する市場調査」によると、令和5年の分野別消費者向け電子商取引市場規模は、物品系分野が前年比4.83%増、サービス系分野が同22.27%増、デジタル系分野が同2.05%増となっている。分野別消費者向け電子商取引市場規模（単位：億円）

分野別	令2年	令3年	令4年	令5年
物品系分野	122,333	132,865	139,997	146,760
サービス系分野	45,832	46,424	61,477	75,169
デジタル系分野	24,614	27,661	25,974	26,506
合計	192,779	206,950	227,448	248,435

（出所）経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

取引市場規模は表の通り。

業界の特性

●ネット通販企業

ネット通販企業は、ヤフーや楽天、アマゾンなどのショッピングモールのほか、店舗販売を主とする小売店、メーカー、卸売業者などである。

●ネットショップ開業方法

ネットショップ開業方法は、①レンタルショッピングカート（ショッピングカート・受注管理システムを導入する）、②モール出店（多くの企業や商店のネットショップを集めたサービスに開業する）、③パッケージソフト（ネットショップ構築に必要な機能を搭載したソフトで作成する）、④専用システム構築（自社でシステムを立ち上げネットショップを構築する）の4つに大別できる。①はショッピングカート・受注管理システムを提供するアプリケーション・サービス・プロバイダ型のサービスで、ショッピングカートのみを提供するサービス、サーバーから受注管理までパッケージ化されたサービスがある。②はネットショップ開業から運営に必要な機能が提供される。③はネットショップ構築に不可欠な基本的な機能が用意されたソフトで、自分でレンタルサーバーを借りる必要がある。ショッピングカート機能・受注管理機能など、開業から運営まで必要なシステムを備えている。

●開業に必要な届出

ネットショップを開業するにあたっては、開業届を税務署に提出する必要がある。また、インターネットで商品を販売する場合、特定商取引法が適用され、通信販売の際の広告に関して「必要な記載事項」を表示することが義務付けられている。

●インターネット通販に関する相談件数

インターネット通販に関する消費生活相談は、ショッピングサイトなどで商品を購入する「商品

消費生活相談件数の推移（単位：件）

項目	令元年	令2年	令3年	令4年
商品	123,501	187,778	150,547	179,085
サービス	92,811	89,193	84,447	74,129
合計	216,312	276,971	234,994	253,214

（注）PIO-NETに登録された消費生活相談情報（令和5年3月31日までの登録分）

（出所）消費者庁「消費者白書」

に関する相談と、コンテンツ配信などのサービスを契約する「サービス」に関する相談に分けられる。消費者庁「消費者白書」によると、消費生活相談件数の推移は表の通り。令和4年のインターネット通販の相談に占める高齢者の割合は19.6%で上昇傾向にある。

ノウハウ

●顧客対応の充実

ミツバチ製品の製造・通信販売を手掛ける山田養蜂場（岡山県吉田郡）は令和6年1月22日、新コールセンター「ヤマダビーコミュニケーションズ津山センター」を新設した。電話対応スタッフの増員で、カウンセリングなどの顧客対応を充実させる。

経営指標

ここでは参考として、TKC経営指標（令和6年版）より、「ポータルサイト・サーバー運営業」の数値を掲げる。

TKC経営指標 (変動損益計算書)	全企業30件 平均額(千円)	黒字企業18件 平均額(千円)
売上高	150,519	148,005
変動費	50,848	40,122
期首棚卸高	5,598	2,288
仕入高	47,996	36,176
外注加工費	1,375	2,292
消耗品費	—	—
他の変動費	2,770	2,245
期末棚卸高	▲6,894	▲2,880
限界利益	99,671	107,882
固定費	99,745	97,076
人件費	55,531	57,396
他の固定費	35,734	31,766
設備費	8,487	7,928
経常利益	▲73	10,806
平均従業員数	9.6名	9.8名

今後の課題/将来性

●将来性

ネット通販市場は拡大が続いている。一方、トラック運転手不足が深刻化しており、配達の適正化が求められる。

《関連団体》公益社団法人日本通信販売協会

東京都中央区日本橋小舟町3-2

TEL 03 (5651) 1155

無料・オープン

JFC 日本政策金融公庫

文字サイズ 小 中 大 日本語 English サイト内検索

日本公庫 [マイページ](#) ログイン

会社概要 サービスのご案内 店舗案内 **刊行物・調査結果** 情報公開・公文書管理 調達情報 専門人材の募集 関係機関向け情報 採用情報

小企業の経営指標調査

日本政策金融公庫
https://www.jfc.go.jp/n/findings/shihyou_kekka_m_index.html

小企業の経営指標調査

- 経営指標・応用誌
- 組合伊豆
- 刊行物・調査結果
- 調査結果
 - 生活環境改善事業に関する調査結果

調査年度と業種

調査年度	業種	掲載時期	次回掲載時期 (予定)
2023年度	情報通信業、運輸業、卸売・小売業 飲食店・宿泊業、医療・福祉 教育・学習支援業、サービス業	2024年8月	2026年8月
2022年度	建設業、製造業	2023年8月	2025年8月

*無断転載を禁じます。

- 利用の手引き
- [利用の手引き \(PDF形式 493KB\)](#)
 - [掲載業種一覧 \(PDF形式 591KB\)](#)

調査結果 (検索にはPDFファイルの「しおり機能」や「検索機能」をご活用ください)

業種	ファイル (ファイル形式: 容量)	掲載時期
情報通信業	全文 (PDF形式 862KB)	2024年8月
	業種別 (PDF形式 323KB)	
	従業員規模別 (PDF形式 221KB)	
運輸業	全文 (PDF形式 793KB)	2024年8月
	業種別 (PDF形式 332KB)	
	従業員規模別 (PDF形式 172KB)	
卸売・小売業	全文 (PDF形式 2.9MB)	2024年8月
	業種別 (PDF形式 2.5MB)	
	従業員規模別 (PDF形式 608KB)	
飲食店・宿泊業	全文 (PDF形式 617KB)	2024年8月
	業種別 (PDF形式 500KB)	
	従業員規模別 (PDF形式 215KB)	
医療・福祉	全文 (PDF形式 526KB)	2024年8月
	業種別 (PDF形式 365KB)	
	従業員規模別 (PDF形式 265KB)	
教育・学習支援業	全文 (PDF形式 647KB)	2024年8月
	業種別 (PDF形式 266KB)	
	従業員規模別 (PDF形式 170KB)	
サービス業	全文 (PDF形式 1.8MB)	2024年8月
	業種別 (PDF形式 1.4MB)	
	従業員規模別 (PDF形式 569KB)	
建設業	全文 (PDF形式 651KB)	2023年8月
	業種別 (PDF形式 477KB)	
	売上高規模別 (PDF形式 325KB)	
	地域別 (PDF形式 269KB)	
製造業	全文 (PDF形式 1.5MB)	2023年8月
	業種別 (PDF形式 1.4MB)	
	従業員規模別 (PDF形式 492KB)	

エステティック業

従業者規模別経営指標

指標名	(単位)	1~4人		5~9人		10~19人		20~49人	
		調査対象数	105	調査対象数	43	調査対象数	21	調査対象数	9
		平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差
総資本経常利益率	(%)	-4.2	46.8	-6.3	28.2	3.9	14.5	0.6	19.7
自己資本経常利益率	(%)	41.2	246.7	30.1	98.8	-16.3	327.7	132.6	226.3
売上高総利益率	(%)	81.6	17.8	82.3	16.0	85.5	12.5	75.2	17.9
売上高営業利益率	(%)	-39.4	81.2	-28.5	63.2	-6.6	13.9	-6.5	17.4
売上高経常利益率	(%)	-9.4	37.9	-9.2	37.9	1.2	7.9	-1.4	11.6
売上高経常利益率(償却前)	(%)	-2.8	36.9	-5.1	38.3	4.7	6.3	0.7	12.6
人件費対売上高比率	(%)	48.5	45.6	52.3	35.3	42.2	14.0	44.8	20.1
諸経費対売上高比率	(%)	60.5	45.8	55.3	35.4	42.6	14.0	34.1	13.2
金融費用対売上高比率	(%)	1.0	1.6	0.8	1.1	0.3	0.3	0.5	0.5
総資本回転率	(回)	1.7	1.2	1.8	1.7	2.0	1.4	2.0	1.0
受取勘定回転期間	(月)	0.4	0.5	0.9	1.4	0.8	0.7	0.5	0.3
支払勘定回転期間	(月)	0.4	1.3	0.4	0.8	0.6	0.7	0.9	0.9
従業者1人当たり売上高	(千円)	9,738	9,023	6,152	4,259	7,534	4,293	6,768	3,503
従業者1人当たり粗付加価値額	(千円)	3,332	2,588	2,668	1,799	3,196	1,436	2,982	1,868
粗付加価値額対売上高比率	(%)	46.5	31.0	47.6	20.6	46.6	12.7	46.1	14.2
従業者1人当たり有形固定資産額	(千円)	2,582	5,176	2,496	5,524	805	926	1,582	2,660
粗付加価値額対有形固定資産額比率	(%)	872.0	1,279.5	1,429.3	6,183.0	1,892.4	4,265.9	1,283.0	1,680.6
有形固定資産回転率	(回)	23.0	53.7	29.1	108.2	43.4	111.0	27.9	38.9
従業者1人当たり人件費	(千円)	3,042	1,706	2,637	1,380	2,858	1,306	2,582	931
人件費対粗付加価値額比率	(%)	107.8	84.1	192.0	442.2	90.2	12.2	97.2	30.6
椅子1台当たり売上高	(千円)	-	-	-	-	-	-	-	-
当座比率	(%)	403.2	760.4	333.7	565.8	431.1	590.3	230.6	183.8
流動比率	(%)	476.0	809.2	398.7	650.8	496.6	637.4	372.0	320.7
借入金回転期間	(月)	15.2	29.3	12.1	17.1	6.6	5.1	6.8	4.7
固定長期適合率	(%)	103.9	266.2	61.0	38.8	52.0	43.2	50.8	31.2
自己資本比率	(%)	-47.2	112.4	-28.5	81.4	3.0	27.8	-26.9	53.4
損益分岐点比率	(%)	154.6	101.7	135.1	65.6	107.3	14.9	108.4	22.3

実現性・市場性に関する参考情報源 ～ 将来予測

無料・オープン

市場動向[予測]調査

矢野経済研究所

<http://www.yano.co.jp/>

市場規模・動向などの調査データ

富士経済

<http://www.fuji-keizai.co.jp/>

市場規模・動向などの調査データ

調査分析がソリューション提供まで、実力と実績が「リアル」マーケティングファーム

矢野経済研究所

検索: 検索ワードを入力

Market Report, Consulting, Services, Strategy, YRI Web Member, YRI Data Bank, In-house

YRI Web Member ログイン 新規登録

これから伸びる市場シリーズ オンライン

矢野経済研究所の専門研究員が独自の視点で成長市場をご紹介します。ニュースなどで一般的に知られる成長市場とは一味も二味も違った市場を発見できます。

公開セミナー: 14/04/24, 25開催 インドネシア「ハラール認証」取得のための基礎講座～イスラム市場戦略のKFSP「ハラール・マーケティング」の戦略的活用～

YRIマーケットNow! ～市場調査結果サマリー～

浄水器・整水器市場規模推移と予測

産業カテゴリ: ファッション、スポーツ美容、生活雑貨、消費財、食品、アグリ、バイオ、建設、住宅、不動産、建材、住宅設備機器、ヘルスケア、医療、医薬、流通小売、人材、金融、一般・事業向けサービス、ブランドビジネス、ライフスタイル、環境、エネルギー、自動車機械、エレクトロニクス、マテリアル～プラスチック、金属、セラミックス、紙...、IT・情報通信、OA機器、教育

富士経済

株式会社

レポートご購入方法 プライバシーポリシー お問い合わせ

Marketing & Consultation

トップページ 事業紹介 レポート紹介

最新レポート

刊行予定レポート

フード・フードサービス

ヘルスケア

医薬品

化粧品・トイレタリー

メディアカル・ケム

情報通信・ネットワーク

電子部品・電子機器

印刷機械・産業機械

自動車・物流

環境

エネルギー

建築土木・住宅設備

ケミカル・プラスチック

その他

レポート一覧

マーケット情報

企業概要

マーケット情報

マーケット情報	日付
MARKET 国内のジェネリック医薬品市場を薬効領域別に調査	2014/03/28
MARKET 白物家電など家電製品32品目の世界市場を調査	2014/03/19
MARKET 訴求効能別、注目成分別、コンセプト別など 国内H・Bフーズ市場を結構分析	2014/03/17
MARKET 二次電池、一次電池の世界市場を調査	2014/02/25
MARKET PPP事業O&M 先行企業40社の事業戦略を調査	2014/02/17
MARKET 特殊粘接着・封止材の世界市場を調査	2014/02/14
MARKET 国内の医薬部外品市場を調査	2014/02/18
MARKET 日本企業の活躍が期待される航空宇宙ビジネスの世界市場を調査	2014/02/03
MARKET 注目のメカロニクスパーツの市場を調査	2014/01/31
MARKET 健康・美容食品(H・Bフーズ)の国内市場を調査	2014/01/29

レポート紹介

「一般用医薬品データブック 2014 No.2」

一般用医薬品を薬効別に分類し、市場動向を調査・分析しています。品目編のNo.2では感冒関連薬、花粉関連薬、育痔・消化器官薬、生活習慣病関連薬、オーラルケア関連、目薬、漢方薬など97カテゴリ・86品目を対象に、市場規模推移、市場占有率状況、リスク分類別動向、スイッチOTCの動向などについてまとめられています。2014年版では、中性脂肪値改善薬(大正製薬「エバデールTJ」など)を新たに調査対象に加えています。

「2014 ワールドワイドロボット市場の現状と将来展望」

製造業向けロボットでは、中国を始めとするアジアに於けるロボットメーカーの事業展開動向、国内の高度な自動化対応の方向性、国内Sierの事業展開とロボットメーカーの育成動向を取りまとめることで現状把握と将来予測を行います。非製造業向けでは顕在化市場の定量分析、将来予測を行うと共に、主要メーカーのビジネスフェーズに向けた取り組み、ロボットを応用したRT機器の市場動向にフォーカスし取りまとめを行います。

- ニュースリリース部分は無料
- 有料レポートは、1部20万円以上

業界団体の統計

民間の団体等が発表する279種類の統計データについて、そのリンク先をまとめている。

<http://www.jstat.or.jp/> 一般財団法人日本統計協会
<http://www.jstat.or.jp/content/> 民間の統計/

一般財団法人
日本統計協会
 Japan Statistical Association

ホーム 協会案内 刊行物案内 電子媒体による提供 統計あれこれ

Home 民間の統計

民間の統計

業界団体、民間調査機関等の作成する統計

農林業 | 建設業 | 食料品製造業 | 繊維・紙パルプ・印刷製造業 | 化学・プラスチック・ゴム・医薬品・石油製品製造業 | 窯業・ガラス製品製造業 | 金属・金属製品製造業 | 産業・業務用機械器具製造業 | 電気機械器具製造業 | 輸送用機械器具製造業・その他製造業 | 電気・ガス・水道業 | 情報通信業 | 運輸業 | 卸売・小売業 | 金融業 | 不動産業 | 専門・技術サービス業 | 医療・福祉 | 廃棄物処理・労働者派遣業ほか

【農林業】

(協組) 日本飼料工業会資料室 http://www.jafma.or.jp/universal_reference/

- 飼料用米需要量等調査の結果

(公社) 日本食肉市場卸売協会 <http://www.jmma.or.jp>

- 食肉市況と取引情報

(一社) 中央酪農会議 <http://www.dairy.co.jp/archive/youto.cgi>

- 牛乳・乳製品販売情報

(一社) Jミルク <http://www.j-milk.jp>

- 牛乳・乳製品に関する消費情報

J A 全農たまご(株) <http://www.jz-tamago.co.jp/souba/quote>

- たまご相場データ

(一財) 日本木材総合情報センター <http://www.jawic.or.jp/database/>

- 木材価格・需給の統計、製材・合板需給量、木質パネル供給量、木材輸入量等

(任意) 全国木材チップ工業連合会 <http://zmchip.com/>

- 木材チップの市況、統計及び含水量等資料

インフォメーション

雑誌『統計』5月号 発売中 「統計で考える「地域格差」」
 2017年5月1日

ゴールデンウィーク期間の休業日について
 2017年4月27日

『統計でみる日本2017』発刊しました
 2016年12月27日

月刊『統計』2016年10月号 訂正とお詫び
 2016年10月1日

月刊『統計』2016年9月号 落丁に関するお詫び
 2016年9月23日

More

実現性・市場性に関する参考情報源

無料・オープン

市場規模マップ

<http://visualizing.info/cr/msmy/>

各業界の市場規模資料をビジュアル化して表示するツール。業界名をクリックすると、数字などが表示される。推移もグラフ化可能。



実現性・市場性に関する参考情報源

無料・オープン

p.120

行政の統計

総務省統計局

最新のお知らせ

新着情報

最新の公表データ

- 日本の人口 **1億2378万人**
(令和6年9月1日現在)
- 消費者物価指数 **3.0%**
(令和6年8月前年同月比)
- 完全失業率 **2.5%**
(令和6年8月季節調整値)
- 消費支出 **-1.9%**
(令和6年8月二人以上の世帯/前年同月比(実質))
- 日本の企業等数 **368万** 企業
(令和3年6月)
- 日本の民営事業所数 **516万** 事業所
(令和3年6月)

10月8日

- 家計調査(二人以上の世帯:2024年(令和6年)9月分) **News**
- 家計消費状況調査結果 支出関連項目:2024年(令和6年)8月分 **News**
- 2020年基準消費動向指数(CTI)2024年(令和6年)8月分 **News**

10月4日

- 小売物価統計調査 カソリンの都市別小売価格(2024年9月分) **停止**

10月1日

- 労働力調査(基本集計)2024年(令和6年)8月分

9月30日

- サービス産業動向調査(2024年(令和6年)7月分速報、2024年(令和6年)4月分速報)

RSS

現在実施中の調査

公表予定

報道発表資料

統計調査・統計データを探す、調べる

総務省統計局の統計データを探す

- 1 国勢調査
- 2 人口推計
- 3 住民基本台帳人口移動報告
- 4 住宅・土地統計調査

全国:総務省統計局
都道府県のホームページの「統計情報」ページ
市町村:各自治体のホームページの「統計情報」ページ

正確な市場規模のデータ(特に定点データ)がある。

行政の統計：経済センサス(事業所の統計データ)

経済センサスは、事業所・企業の基本的構造を明らかにする「経済センサス-基礎調査」(民間企業は5年毎)と事業所・企業の経済活動の状況を明らかにする「経済センサス-活動調査」(5年毎)の二つから成り立っています。

経済センサスにより作成される経済構造統計は、国勢統計(国勢調査)、国民経済計算に準ずる重要な統計となっています。

経済センサス-基礎調査

甲調査(民営事業所) – 令和元年、令和6年

乙調査(国及び地方公共団体の事業所)

– 令和4年、令和5年

経済センサス-活動調査

令和3年、令和8年(予定)

事業所数: 全国、都道府県、市町村、丁目レベルまで集計可能

<http://www.stat.go.jp/data/e-census/index.htm>



【基礎調査】

事業所数及び従業者数、産業分類、事業所の従業者数、産業小分類別人口1千人当たり事業所数、従業者規模、従業上の地位、資本金階級

【活動調査】

経営組織、事業所の開設時期、従業者数、事業所の主な事業内容、売上及び費用の金額、事業別売上金額

実現性・市場性に関する参考情報源

無料・オープン

p.122

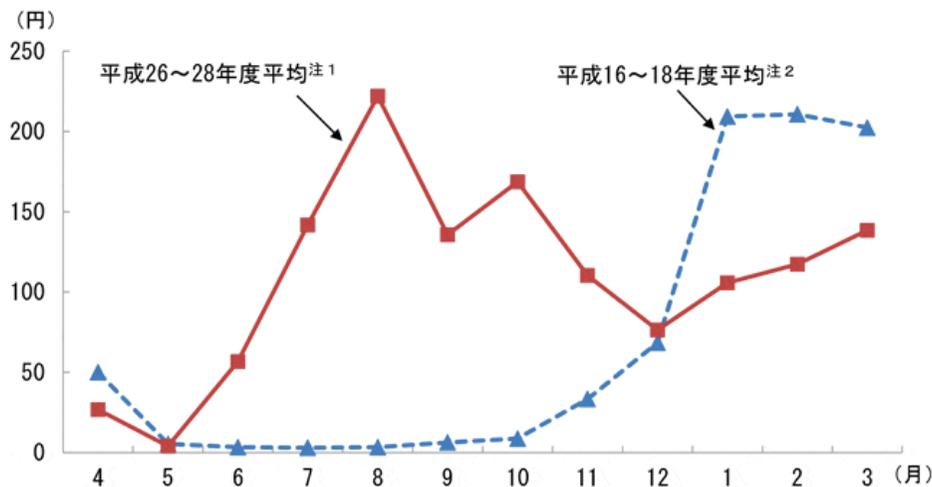
行政の統計：家計調査（家計の消費・支出・貯蓄・負債データ）

<http://www.stat.go.jp/data/kakei/index.html>

全国約9千世帯の方々を対象として、家計の収入・支出、貯蓄・負債などを毎月調査している。いつ、どこで、どんな買い物を、どれだけしたか、どのように払ったか、といった支出が把握できる上に、世帯及び世帯員の属性、住居の状態に関する事項等も含めて、全ての家計の数字から、家計の動向が把握できる。

家計調査(総務省統計局)からは、こんなこともわかります。

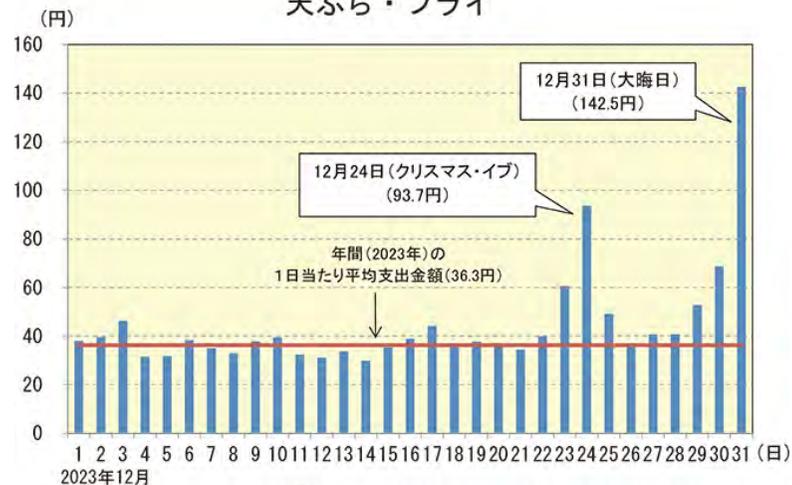
通学用かばんの月別支出金額(二人以上の世帯)



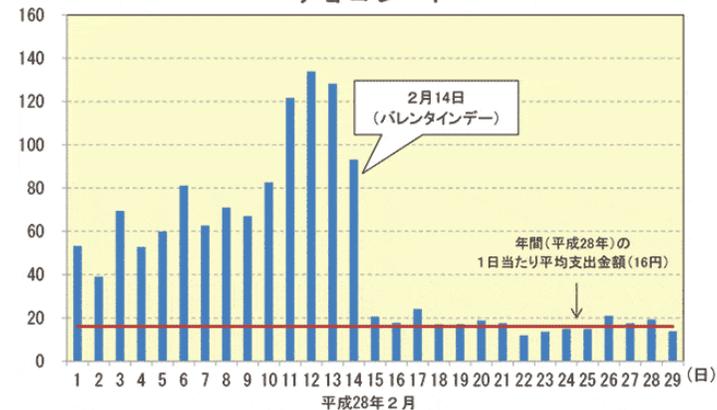
注1 平成26年4月から29年3月までの月ごとの平均。

注2 平成16年4月から19年3月までの月ごとの平均。

天ぷら・フライ



チョコレート



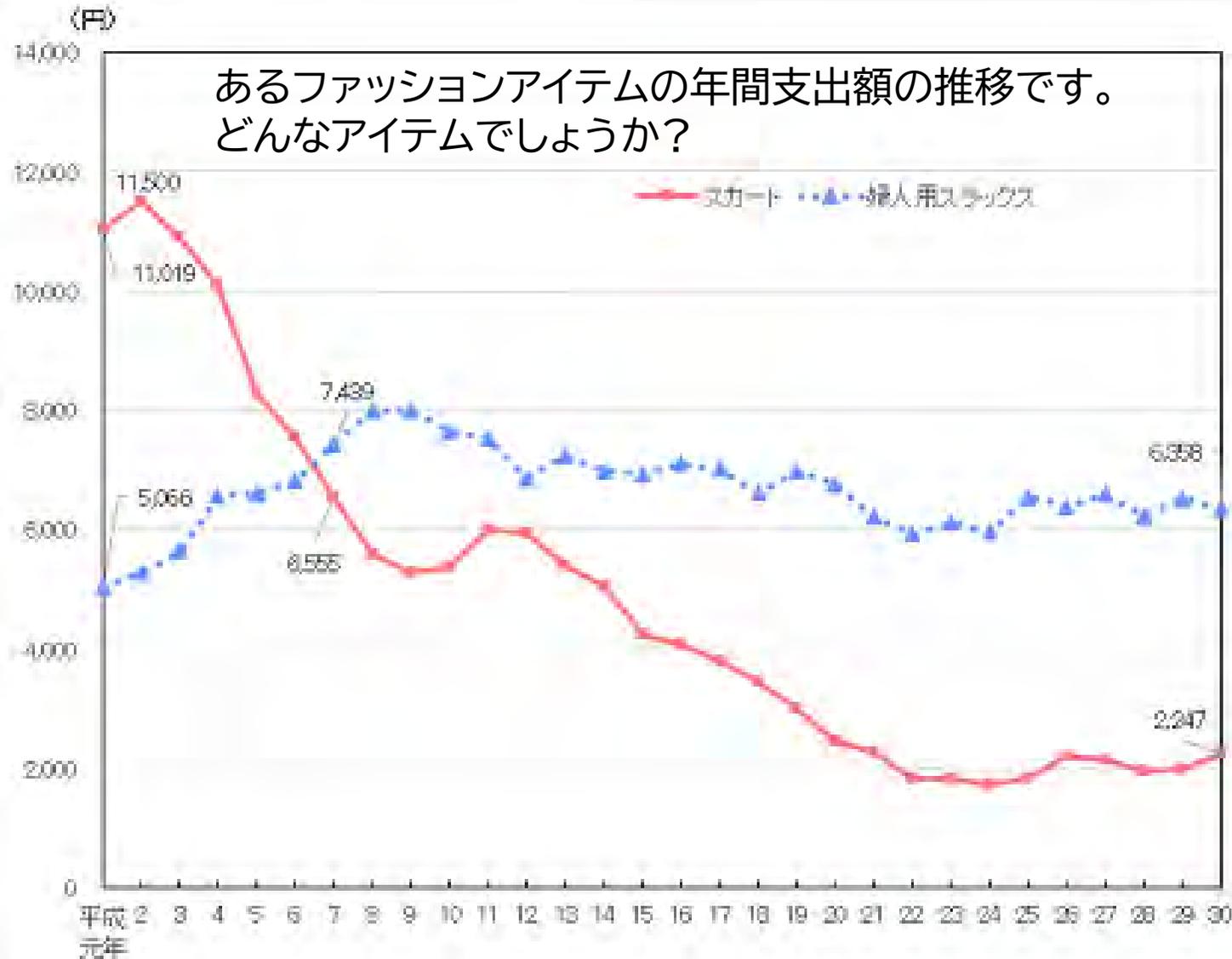
実現性・市場性に関する参考情報源

無料・オープン

p.123

行政の統計：家計調査（家計の消費・支出・貯蓄・負債データ）

<http://www.stat.go.jp/data/kakei/index.html>



実現性・市場性に関する参考情報源

無料・オープン

行政の統計：家計調査（家計の消費・支出・貯蓄・負債データ）

品目別都道府県庁所在市及び政令指定都市ランキング

<http://www.stat.go.jp/data/kakei/index.html>

2022年(令和4年)～2024年(令和6年)平均

魚介のつくだ煮 -<金額>-		ハム -<数量: g>-		卵 -<金額>-		卵 -<数量: g>-		キャベツ -<数量: g>-		さといも -<数量: g>-	
全国	907	全国	2,369	全国	11,739	全国	30,925	全国	16,400	全国	1,241
静岡市	1,818	相模原市	3,091	高知市	13,829	鳥取市	36,870	鹿児島市	20,893	山形市	2,335
長野市	1,609		2,999	鳥取市	13,813	新潟市	36,045	長野市	20,229	熊本市	2,121
京都市	1,581	堺市	2,906		13,805		35,839	秋田市	18,873	新潟市	2,047
神戸市	1,419	名古屋市	2,716	福島市	13,625	松江市	34,907		18,187		2,020
	1,394	大津市	2,692	堺市	13,054	奈良市	34,298	岡山市	18,009	名古屋市	1,982

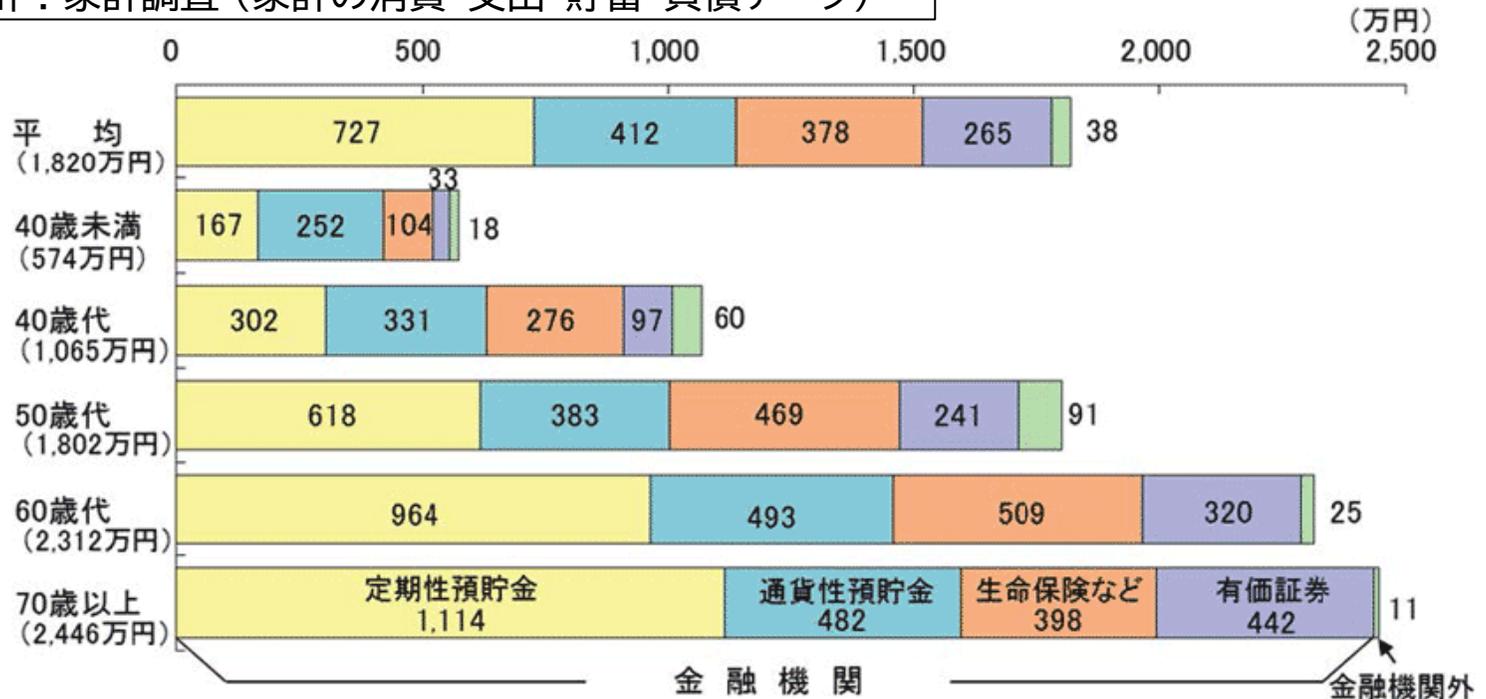
たけのこ -<数量: g>-		生いたけ -<金額>-		えのきたけ -<金額>-		えのきたけ -<数量: g>-		豆類 -<金額>-		柿 -<金額>-	
全国	614	全国	1,924	全国	1,271	全国	2,505	全国	385	全国	1,028
山形市	1,830	秋田市	2,446	新潟市	1,733	長野市	4,253	富山市	601		2,109
	1,279	富山市	2,366	長野市	1,725	新潟市	3,634	松江市	596	奈良市	1,753
新潟市	1,071	奈良市	2,349	富山市	1,667	富山市	3,367	福島市	574	京都市	1,419
長野市	894		2,327	山形市	1,584		3,218	神戸市	558	千葉市	1,358
奈良市	891	前橋市	2,280		1,553	鹿児島市	3,170		532	札幌市	1,349

柿 -<数量: g>-		ケチャップ -<金額>-		ケチャップ -<数量: g>-		ふりかけ -<金額>-		他の和生菓子 -<金額>-		スナック菓子 -<金額>-	
全国	2,015	全国	741	全国	1,653	全国	1,810	全国	9,776	全国	6,357
	6,828		834		1,954	富山市	2,577	金沢市	15,431	鳥取市	8,125
奈良市	3,733	名古屋市	831	大阪市	1,945	福井市	2,374		12,982	金沢市	7,982
鳥取市	3,414	北九州市	825	相模原市	1,944	熊本市	2,362	奈良市	12,943	佐賀市	7,961
高松市	3,052	熊本市	818	金沢市	1,863	新潟市	2,262	山形市	12,635		7,894
和歌山市	2,999	東京都区部	814	名古屋市	1,852		2,237	京都市	12,571	高知市	7,667

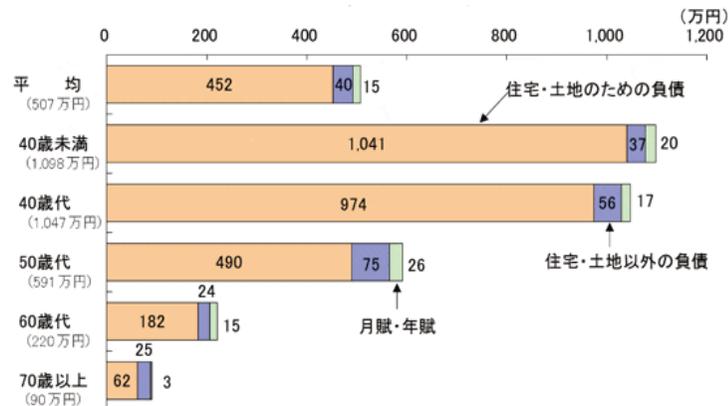
日本そば・うどん -<金額>-		すし(外食) -<金額>-		和食 -<金額>-		中華食 -<金額>-		洋食 -<金額>-		喫茶代 -<金額>-	
全国	6,744	全国	15,325	全国	24,196	全国	4,683	全国	11,834	全国	8,829
高松市	16,371	金沢市	22,489		42,343		8,710	宇都宮市	20,348		14,750
静岡市	11,270	静岡市	21,387	佐賀市	38,039	横浜市	8,503	横浜市	18,609	名古屋市	14,148
山形市	9,687	富山市	19,310	名古屋市	36,901	堺市	7,632		18,601	東京都区部	13,605
	8,974	名古屋市	18,959	高松市	34,804	川崎市	7,489	名古屋市	18,154	さいたま市	12,604
宇都宮市	8,847		18,914	富山市	34,116	東京都区部	7,456	高松市	17,179	横浜市	11,757

行政の統計：家計調査（家計の消費・支出・貯蓄・負債データ）

世帯主の年齢階級、貯蓄の種類別貯蓄現在高(二人以上の世帯)(平成28年)



世帯主の年齢階級、負債の種類別負債現在高(二人以上の世帯)(平成28年)



実現性・市場性に関する参考情報源

無料・オープン

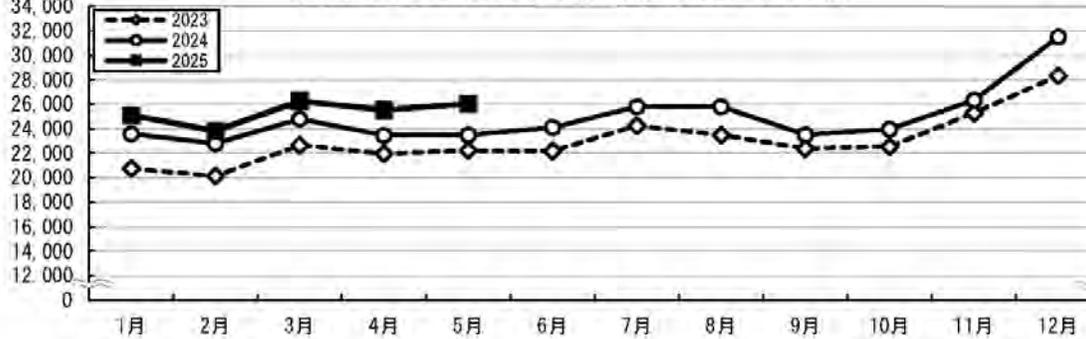
行政の統計：家計消費状況調査

全国約3万世帯を対象に、購入頻度が少ない高額商品・サービスの消費やICT関連消費の実態を毎月調査しています。

○ 支出額 (円)

	2025年 5月	2024年 5月	名目増減率 (%)
ネットショッピングの支出額	26,047	23,484	10.9
ネットショッピング利用1世帯当たりの支出額	46,335	42,950	7.9

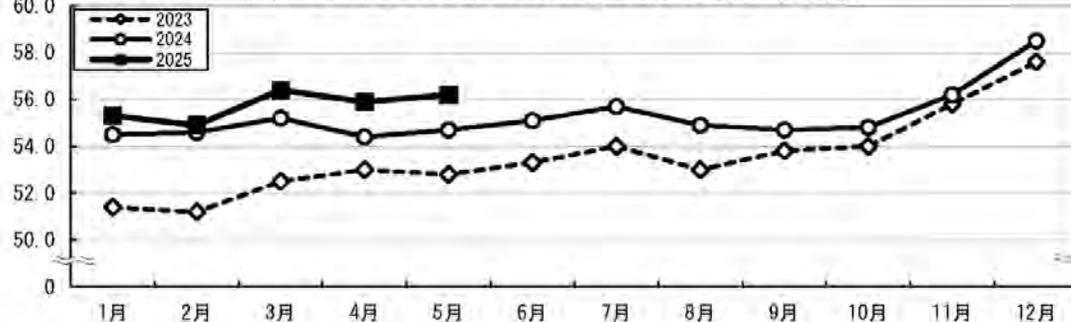
（円） ネットショッピングの支出額の推移（2023～2025年）



○ 利用世帯の割合 (%)

	2025年 5月	2024年 5月	差 (ポイント)
ネットショッピング利用世帯の割合	56.2	54.7	1.5

（%） ネットショッピング利用世帯の割合の推移（2023～2025年）



特定の商品・サービスの1世帯当たり1か月間の支出(円)2024年 全国	
50品目計	76,980
スマートフォン・携帯電話などの通信、通話使用料	9,147
インターネット接続料	3,768
スマートフォン・携帯電話の本体価格	1,436
航空運賃	1,365
宿泊料	2,979
バック旅行費(国内)	1,736
バック旅行費(外国)	934
国公立授業料等(幼稚園～大学、専修学校)	1,163
私立授業料等(幼稚園～大学、専修学校)	5,449
補習教育費	2,521
自動車教習料	479
スポーツ施設使用料	944
背広服	436
婦人用スーツ・ワンピース	455
和服	214
腕時計	254
装身具(アクセサリ類)	428
出産入院料	188
出産以外の入院料	1,534
たんす	77
ベッド	234
布団	258
机・いす(事務用・学習用)	124
食器戸棚	64
食卓セット	110
応接セット	148
楽器(部品を含む)	131
冷蔵庫	667
掃除機	276
洗濯機	580
エアコン	1,444
パソコン(タブレット型を含む。周辺機器・ソフトは除く)	981
テレビ	579
ビデオデッキ	107
ゲーム機(ソフトは除く)	98
カメラ(交換レンズのみを含む。使い捨てのカメラは除く)	111
ビデオカメラ	18
家屋に関する設備費・工事費・修理費	6,252
給排水関係工事費	1,835
庭・植木の手入れ代	447
自動車(新車)	10,219
自動車(中古車)	3,730
自動車保険料(自賠責)	457
自動車保険料(任意)	2,590
自動車以外の原動機付輸送機器	287
自動車整備費	2,952
学式・披露宴費用	524
葬儀・法事費用	2,828
信仰関係費	1,136
仕送り金	2,291

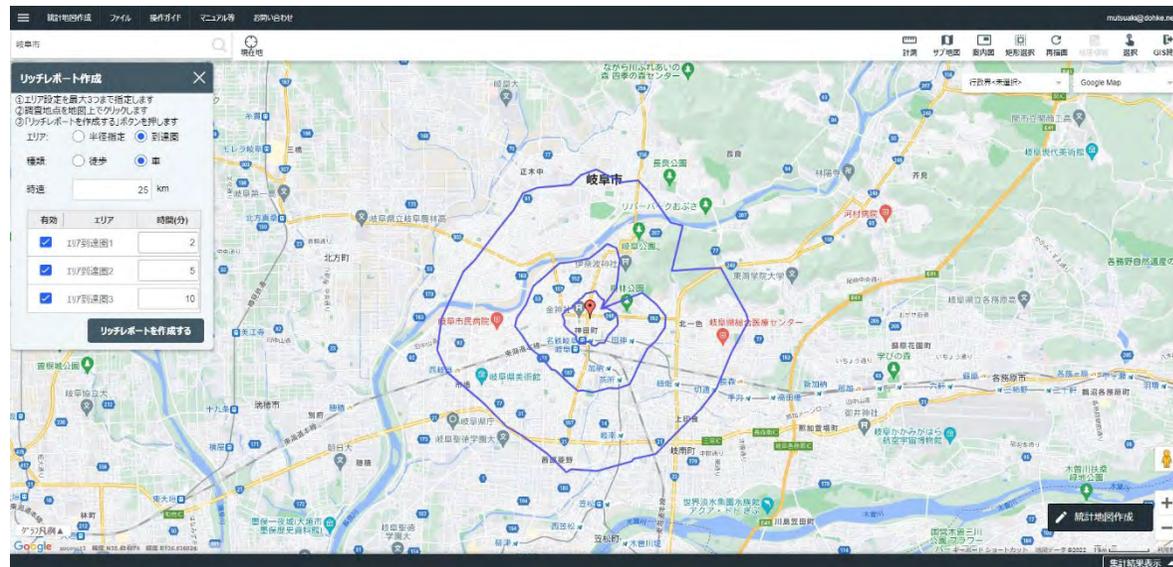
実現性・市場性に関する参考情報源

無料・ログイン要

行政の統計 : jSTAT MAP

地図による小地域分析
「jSTAT MAP」
インターネット上で利用できる統計
データと地図を組み合わせた地理
情報システム。

<https://jstatmap.e-stat.go.jp>



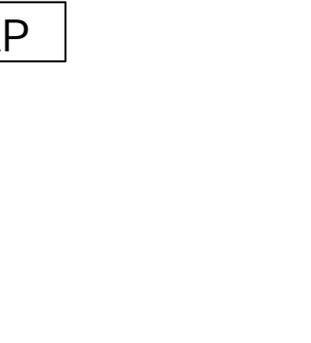
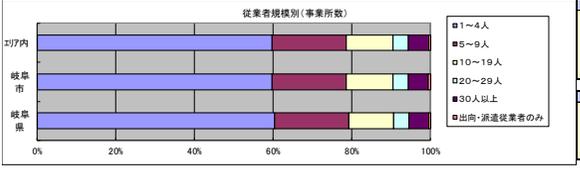
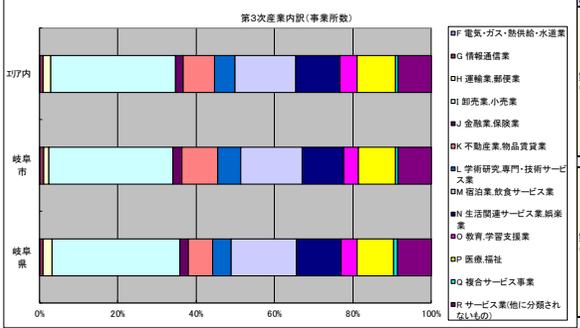
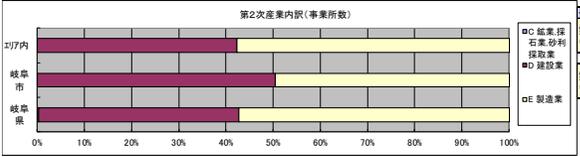
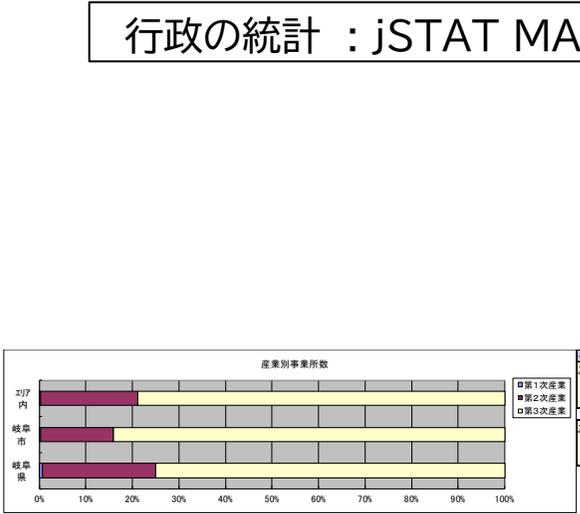
商業店舗などを中心として半径500mや1km、徒歩〇分、車〇分など条件を設定して、エリア内の人口(年齢階層なども可能;国勢調査データ)や世帯数、事業所数といった統計データを、自動計算で按分集計し、レポート可能。

実現性・市場性に関する参考情報源

無料・ログイン要

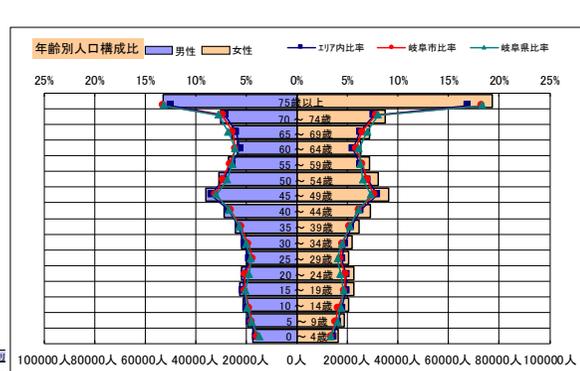
行政の統計 : jSTAT MAP

調査地点 岐阜県岐阜市神田町六丁目 エリア範囲 1次:車5分 2次:車10分 3次:車20分



年齢	男性 (%)	女性 (%)
75歳以上	15.0	15.0
70~74歳	14.0	14.0
65~69歳	13.0	13.0
60~64歳	12.0	12.0
55~59歳	11.0	11.0
50~54歳	10.0	10.0
45~49歳	9.0	9.0
40~44歳	8.0	8.0
35~39歳	7.0	7.0
30~34歳	6.0	6.0
25~29歳	5.0	5.0
20~24歳	4.0	4.0
15~19歳	3.0	3.0
10~14歳	2.0	2.0
5~9歳	1.0	1.0
0~4歳	1.0	1.0

従業員規模	1次エリア	2次エリア	3次エリア	岐阜市	岐阜県
1~4人	12,930	25,158	52,116	26,864	126,134
5~9人	11,143	24,436	50,493	26,008	121,812
10~19人	10,617	32,090	65,238	33,811	151,300
20~29人	6,757	18,849	38,893	19,494	91,341
30人以上	31,791	76,001	161,244	83,261	390,393



世帯数	1次エリア	2次エリア	3次エリア	岐阜市	岐阜県
1人世帯	52,985	149,146	372,881	173,032	779,029
2人世帯	21,265	55,939	118,982	63,107	228,715
3人世帯	31,720	93,208	253,899	109,255	550,314
4人世帯	26,642	78,665	213,580	91,761	446,358
5人世帯	10,068	28,014	74,640	33,602	165,701
6人以上世帯	11,636	37,514	105,222	43,195	211,754
夫婦のみ世帯	3,273	31,709	31,177	12,624	63,338
夫婦と子供から成る世帯	24,068	59,486	158,865	72,694	373,241
高齢未婚世帯者のいる世帯	33,123	89,372	248,142	109,101	561,887
持ち家世帯	16,266	50,949	100,360	53,451	165,792

データ名	1次エリア	2次エリア	3次エリア	岐阜市	岐阜県
一般世帯総数	52,985	149,146	372,881	173,032	779,029
生産年齢人口(15歳~64歳)	61,036	190,469	520,463	219,393	1,105,215
老年人口(65歳以上)	35,736	90,959	249,020	113,093	593,751
15歳以上就業者数	54,878	164,886	437,100	194,500	972,728
後期高齢者数(75歳以上)	19,929	48,950	130,018	60,239	307,534

データ名	1次エリア	2次エリア	3次エリア	岐阜市	岐阜県
1~4人	12,930	25,158	52,116	26,864	126,134
5~9人	11,143	24,436	50,493	26,008	121,812
10~19人	10,617	32,090	65,238	33,811	151,300
20~29人	6,757	18,849	38,893	19,494	91,341
30人以上	31,791	76,001	161,244	83,261	390,393

令和2年国勢調査

実現性・市場性に関する参考情報源

行政の統計：交通センサス

<https://www.mlit.go.jp/road/census/r3/>

全国道路・街路交通情勢調査(5年に一回;直近は令和3年度)のデータ
 ※「可視化ツール」を使えば、地図上で、すぐに交通量がわかる。

地図上でクリックするだけ

区間属性・調査結果	
交通量調査単位区間番号	21000-40790
令和3年度調査交通量観測・非観測の別 (上り)	1: 観測
個別調査結果活用の別 (上り)	0: 活用なし
12・24時間観測の別 (上り)	1: 12時間観測地点
観測地点交通調査基本区間番号 (上り)	21400540010
観測地点名 (上り)	岐阜市金町
昼間12時間交通量 (上り) (小型車) (台)	6,591
昼間12時間交通量 (上り) (大型車) (台)	418
昼間12時間交通量 (上り) (合計) (台)	7,009
24時間交通量 (上り) (小型車) (台)	8,546 (推定値)
24時間交通量 (上り) (大型車) (台)	1,025 (推定値)
24時間交通量 (上り) (合計) (台)	9,571 (推定値)
令和3年度調査交通量観測・非観測の別 (下り)	1: 観測
個別調査結果活用の別 (下り)	0: 活用なし
12・24時間観測の別 (下り)	1: 12時間観測地点
観測地点交通調査基本区間番号 (下り)	21400540010
観測地点名 (下り)	岐阜市金町
昼間12時間交通量 (下り) (小型車) (台)	7,388
昼間12時間交通量 (下り) (大型車) (台)	392
昼間12時間交通量 (下り) (合計) (台)	7,780
24時間交通量 (下り) (小型車) (台)	9,580 (推定値)
24時間交通量 (下り) (大型車) (台)	962 (推定値)
24時間交通量 (下り) (合計) (台)	10,542 (推定値)
昼間12時間交通量 (上下計) (小型車) (台)	13,979
昼間12時間交通量 (上下計) (大型車) (台)	810
昼間12時間交通量 (上下計) (合計) (台)	14,789
24時間交通量 (上下計) (小型車) (台)	18,126 (推定値)
24時間交通量 (上下計) (大型車) (台)	1,987 (推定値)
24時間交通量 (上下計) (合計) (台)	20,113 (推定値)
昼間12時間大型車混入率 (%)	5.5
混雑度	0.49
旅行速度調査単位区間番号	21000-42510
朝夕旅行速度 (上り) (合計) (km/h)	21.8
朝夕旅行速度 (下り) (合計) (km/h)	20.6
昼間旅行速度 (上り) (合計) (km/h)	21.0
昼間旅行速度 (下り) (合計) (km/h)	21.5

- 地理院タイル (淡色地図)
- 地理院タイル (標準地図)
- 地理院タイル (オルソ)
- 地理院タイル (白地図)
- ✓ 高速自動車国道
- ✓ 都市高速道路
- ✓ 一般国道 (直轄)
- ✓ 一般国道 (その他)
- ✓ 主要地方道 (都道府県道・指定市道)
- ✓ 一般都道府県道・指定市の一般市道

- (調査結果(階層区分図))
- 車線数
- 昼間12時間交通量 (全車・上下計)
- ✓ 24時間交通量 (全車・上下計)
- 混雑度
- 朝夕旅行速度 (上り・下りのうち遅い方向)
- 昼間旅行速度 (朝夕旅行速度と同一方向)

- (一般交通量調査以外の情報)
- 重要物流道路(R6.4時点)
- うち、直轄国道(太線表示)(R6.4時点)
- 代替・補完路(R6.4時点)
- 主要洗濯箇所(R6.9時点)

- 2,000 (台/24H) 以下
- 2,001 ~ 5,000 (台/24H)
- 5,001 ~ 10,000 (台/24H)
- 10,001 ~ 20,000 (台/24H)
- 20,001 ~ 40,000 (台/24H)
- 40,001 (台/24H) ~

区間検索はこちら [Leaflet](#) | [操作マニュアルはこちら](#)

行政の統計：RESAS(地域経済分析システム)

RESASは、地域経済に関する官民の様々な調査データを網羅し、それを簡易に分析し、地図・グラフ等でわかりやすく表示するシステム。①誰もが直感的に使える、わかりやすい画面操作、②国が一括して官民のデータを調達・加工した上で、インターネットで無料で提供、③メニュー数の増加、e-ラーニングの提供等、進化するシステム、という特徴を持っている。



マーケティングマップ

×
閉じる

生活用品消費分析 >

地域のスーパー、ドラッグストアのレジのPOSデータを基に、飲食物品や日用品などの購入金額や購入点数などを表示します。

生産・消費地分析 >

地域のスーパー、ドラッグストアのレジのPOSデータを基に、生産地と消費地の関係、消費地別シェアの推移を表示します。

滞留人口メッシュ分析 >

携帯電話のアプリ利用者の位置情報を基に、エリア内に留まっていた人口を表示したり、指定したエリアの滞留人口推移や性別構成を表示します。

事業所立地分析 >

電話帳に登録のある事業所を地図上に表示したり、指定したエリア内の産業別割合や事業所・店舗数の推移などを表示します。

通過人口メッシュ分析 >

携帯電話のアプリ利用者の位置情報を基に、エリア内を通過した人口を表示したり、指定したメッシュの通過人口推移や性別構成を表示します。

将来人口メッシュ分析 >

将来人口を250mメッシュ単位で表示したり、指定したメッシュの将来人口推移や指定したエリアの事業所一覧を表示します。

実現性・市場性に関する参考情報源

無料・オープン

p.131

行政の統計：RESAS(地域経済分析システム)

メニュー	説明
1. マーケティングマップ	
生活用品消費分析	地域のスーパー、ドラッグストアのレジのPOSデータを基に、飲食物品や日用品などの購入金額や購入点数などを表示します。
生産・消費地分析	地域のスーパー、ドラッグストアのレジのPOSデータを基に、生産地と消費地の関係、消費地別シェアの推移を表示します。
滞留人口メッシュ分析	携帯電話のアプリ利用者の位置情報を基に、エリア内に留まっていた人口を表示したり、指定したエリアの滞留人口推移や性年代別構成を表示します。
通過人口メッシュ分析	携帯電話のアプリ利用者の位置情報を基に、エリア内を通り過ぎた人口を表示したり、指定したメッシュの通過人口推移や性年代別構成を表示します。
事業所立地分析	電話帳に登録のある事業所を地図上に表示したり、指定したエリア内の産業別割合や事業所・店舗数の推移などを表示します。
将来人口メッシュ分析	将来人口を250mメッシュ単位で表示したり、指定したメッシュの将来人口推移や指定したエリアの事業所一覧を表示します。
2. 観光マップ	
観光地分析	全国各地の観光地情報と事業所情報と滞留人口の3つのデータを掛け合わせて表示します。
宿泊者分析	指定地域への宿泊者がどの地域から多く来ているのか、性別、参加形態別、宿泊日数別の延べ宿泊者数などで表示します。
国内観光消費分析	国内の観光客の消費動向を表示します。
インバウンド消費分析	インバウンドの消費動向を表示します。

3. 人口マップ	
人口構成分析	人口の推移や性年代別人口構成を、過去から2050年にかけて表示します。
人口増減分析	人口増減率などを、過去から2050年にかけて表示します。
自然増減分析	人口の自然増減の要因である合計特殊出生率や、地域少子化・働き方指標の散布図を表示します。
社会増減分析	転入・転出による人口の社会増減を表示します。
新卒者就職・進学分析	新卒者の就職・進学を契機とした地域間の流入状況を表示します。
通勤通学人口分析	通勤や通学による日常的な自治体間移動状況を、昼間人口、夜間人口や昼夜間人口比率などで表示します。
将来人口推計分析	将来の人口推移や、自然増減と社会増減が将来の人口に及ぼす影響度を表示します。
地域人口メッシュ分析	総務省「国勢調査」の総人口などを500mメッシュ単位で表示します。
4. 産業構造マップ	
産業構造分析	業種別に企業数、従業者数、売上高、付加価値額、事業所数の産業構成や、労働生産性等の付加価値額の構造を表示します。
製造品出荷額分析	製造品別に出荷額の推移を表示します。
経営環境分析	業界動向（付加価値額の規模・増減）と優先的な取り組みを表示します。

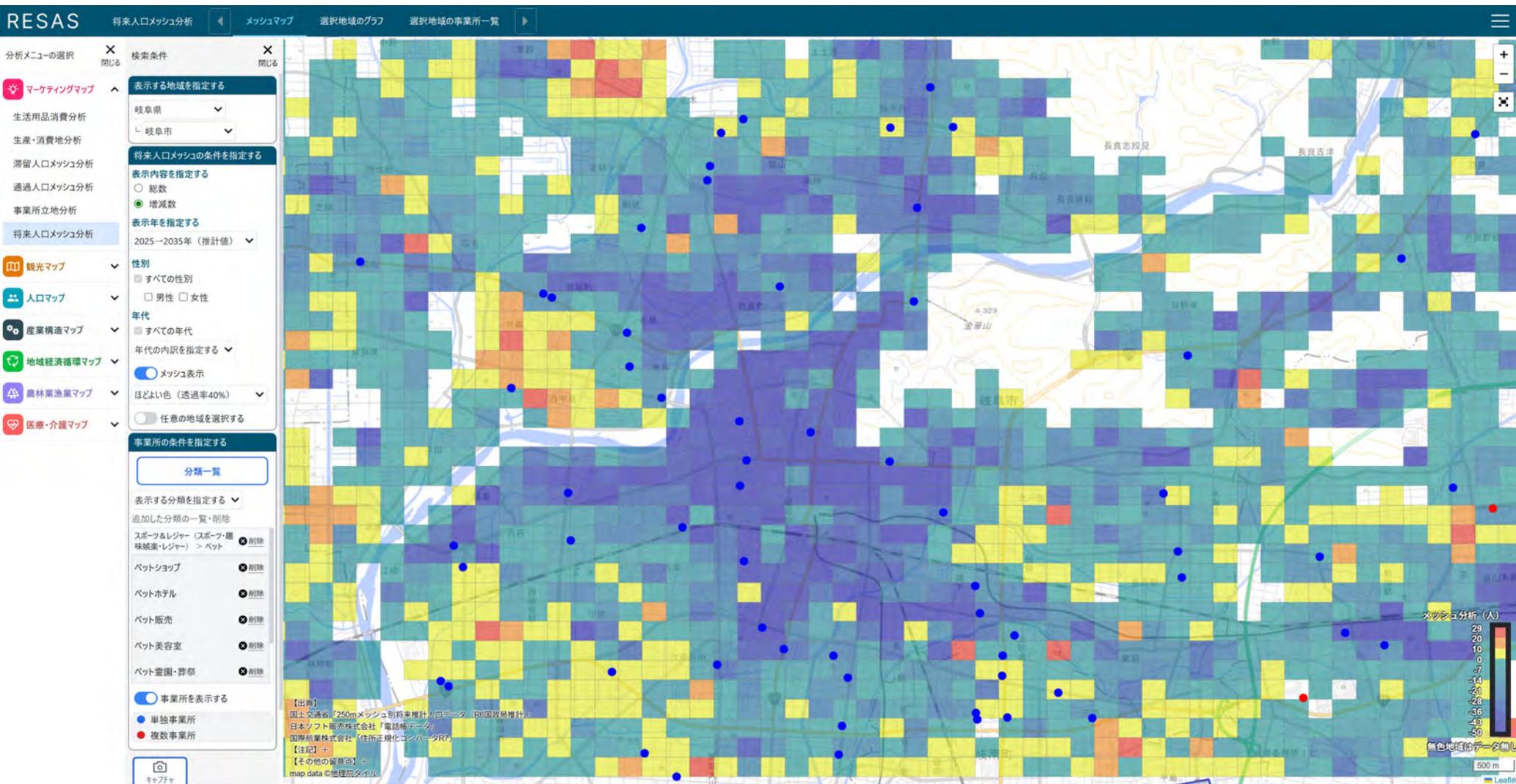
実現性・市場性に関する参考情報源

無料・オープン

p.132

行政の統計：RESAS(地域経済分析システム)

例: 岐阜市周辺で、2025年と2035年の人口増減(予測)数をメッシュで色塗りし、同時に、ペット関連の事業所をプロットする。

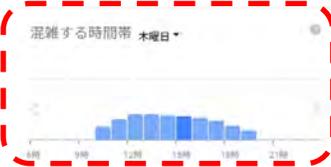


実現性・市場性に関する参考情報源

Google Map

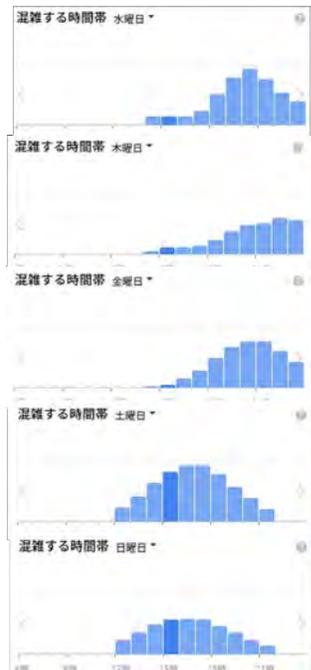


2か月前訪問した場所です
 〒460-0430 愛知県名古屋市中区栄3丁目16-1
 5W85+45 名古屋市、愛知県
 matsuzakaya.co.jp
 052-251-1111
 営業中 10時00分～20時00分
 ラベルを追加
 情報の修正を提案

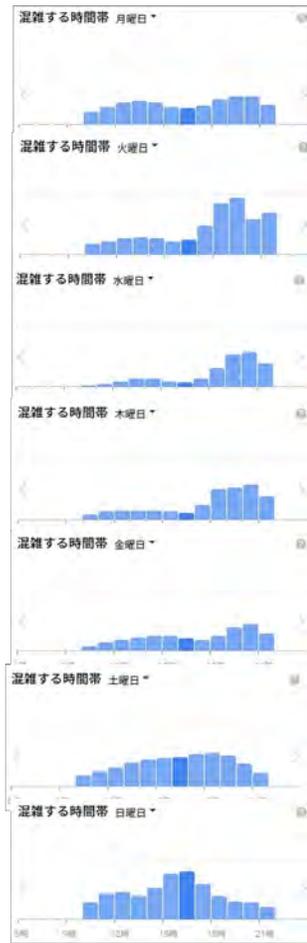


この情報を活用すると...

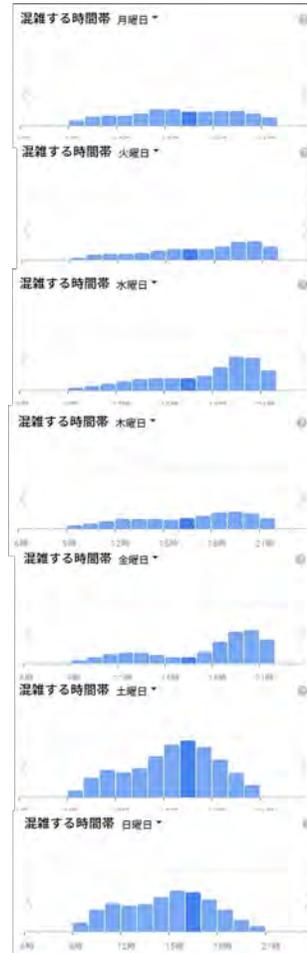
A



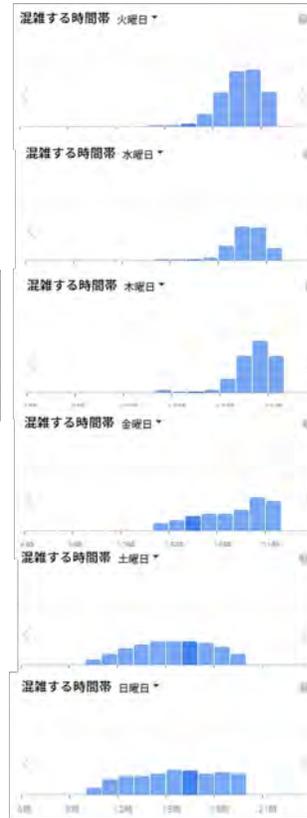
B



C



D



<https://www.google.co.jp/maps/>

実現性・市場性に関する参考情報源

人流グラフ

Q.昨日は、どんな店に人が集まっただろうか？

業界別人流トレンド (昨日比・昨週比) 7月22日(金)データ 2022/07/23(土)13:01更新



コンビニ

昨日比 **+41.7% ↑**
昨週比 **+4.6%**



スーパー

昨日比 **+31.2% ↑**
昨週比 **+3.3%**



ドラッグストア

昨日比 **+42.3% ↑**
昨週比 **+6.3%**



ファミレス

昨日比 **+43.1% ↑**
昨週比 **-1.0%**



ファストフード

昨日比 **+48.8% ↑**
昨週比 **+1.9%**



百貨店

昨日比 **+39.3% ↑**
昨週比 **+0.1%**



ホームセンター

昨日比 **+34.0% ↑**
昨週比 **+8.7%**



家電量販店

昨日比 **+47.2% ↑**
昨週比 **+3.7%**



テーマパーク

昨日比 **+33.6% ↑**
昨週比 **+2.6%**



ガソリンスタンド

昨日比 **+43.7% ↑**
昨週比 **-0.4%**



自動車販売店

昨日比 **+44.7% ↑**
昨週比 **+1.6%**



ホテル・旅館

昨日比 **+36.9% ↑**
昨週比 **+2.8%**



ショッピングモール

昨日比 **+37.3% ↑**
昨週比 **-2.7%**

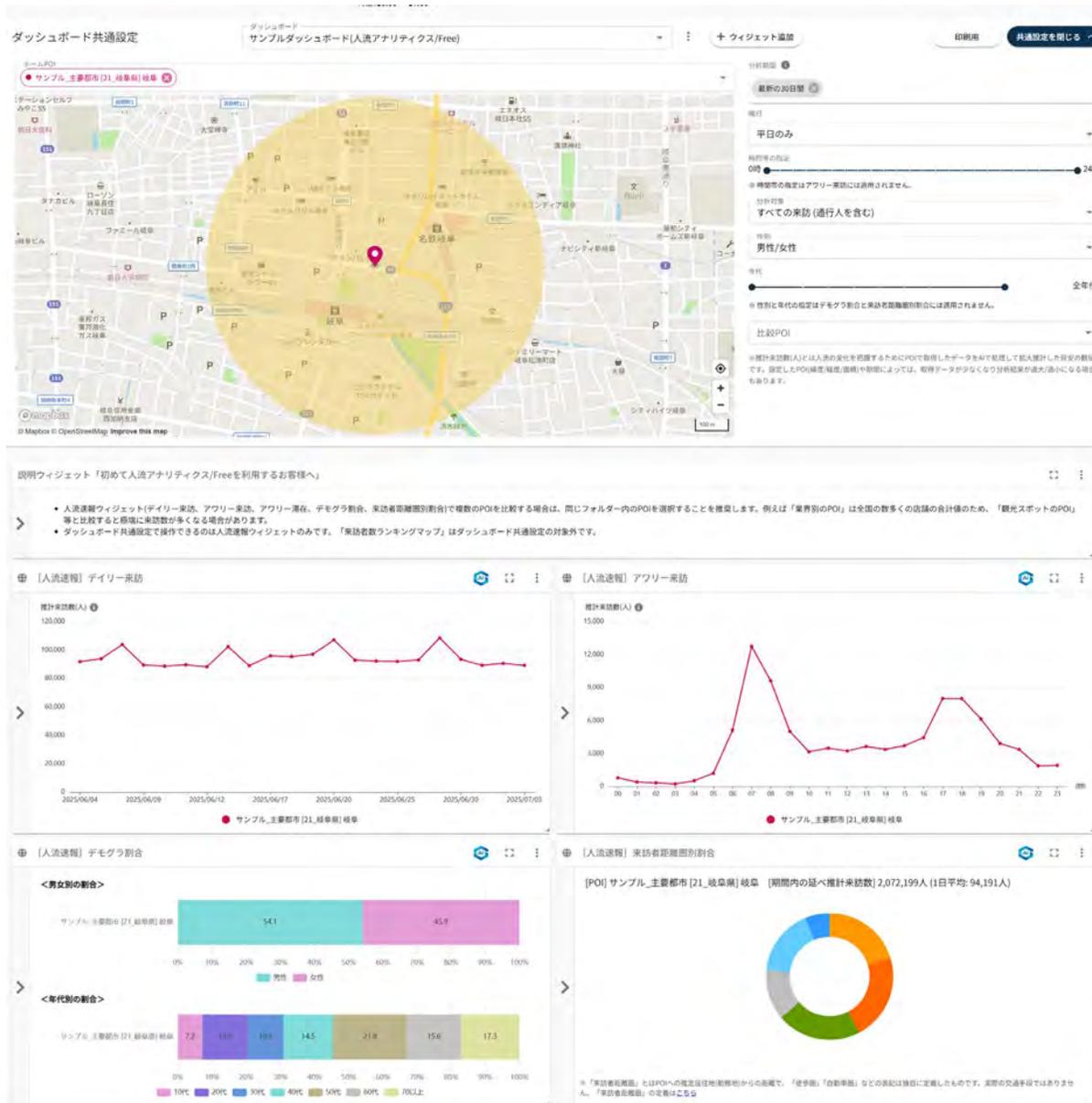
夏休みに入って、前日比で相当人手が増えていますね。特に、ドラッグストア、ホームセンターで伸びています。

クロスロケーションズ「全国業種業態・主要都市人流グラフ」

<https://www.x-locations.com/>

実現性・市場性に関する参考情報源

人流グラフ



クロスロケーションズ
「人流アナリティクス」
<https://www.x-locations.com/>

実現性・市場性に関する参考情報源

無料・オープン

技術・特許・商標

特許情報プラットフォーム(特許庁)

<https://www.j-platpat.inpit.go.jp/>

特許・商標などを検索可能。技術動向のレポートも充実。

The screenshot displays the J-PlatPat website interface. At the top, there is a navigation bar with tabs for '特許・実用新案' (Patent/Utility Model), '意匠' (Design), '商標' (Trademark), and '審判' (Appeal). A red notification banner indicates '重要なお知らせが1件あります' (1 important notice). Below this is a search section with a search bar containing '例1)人工知能 例2)2019-00012X'. Search options include '四法全て' (All laws), '特許・実用新案' (Patent/Utility Model), '意匠' (Design), and '商標' (Trademark). A 'ヘルプ' (Help) button is visible. The bottom section features three cards: 'マニュアル・テキストをダウンロードしたい!' (I want to download manuals/texts), 'J-PlatPatの基本的な操作方法を知りたい!' (I want to know the basic operation methods of J-PlatPat), and '産業財産権制度や権利取得の手続きを知りたい' (I want to know about industrial property rights systems and procedures for acquisition). The last card also mentions '知的財産相談・支援ポータルサイト' (Intellectual Property Consultation/Support Portal Site).

実現性・市場性に関する参考情報源

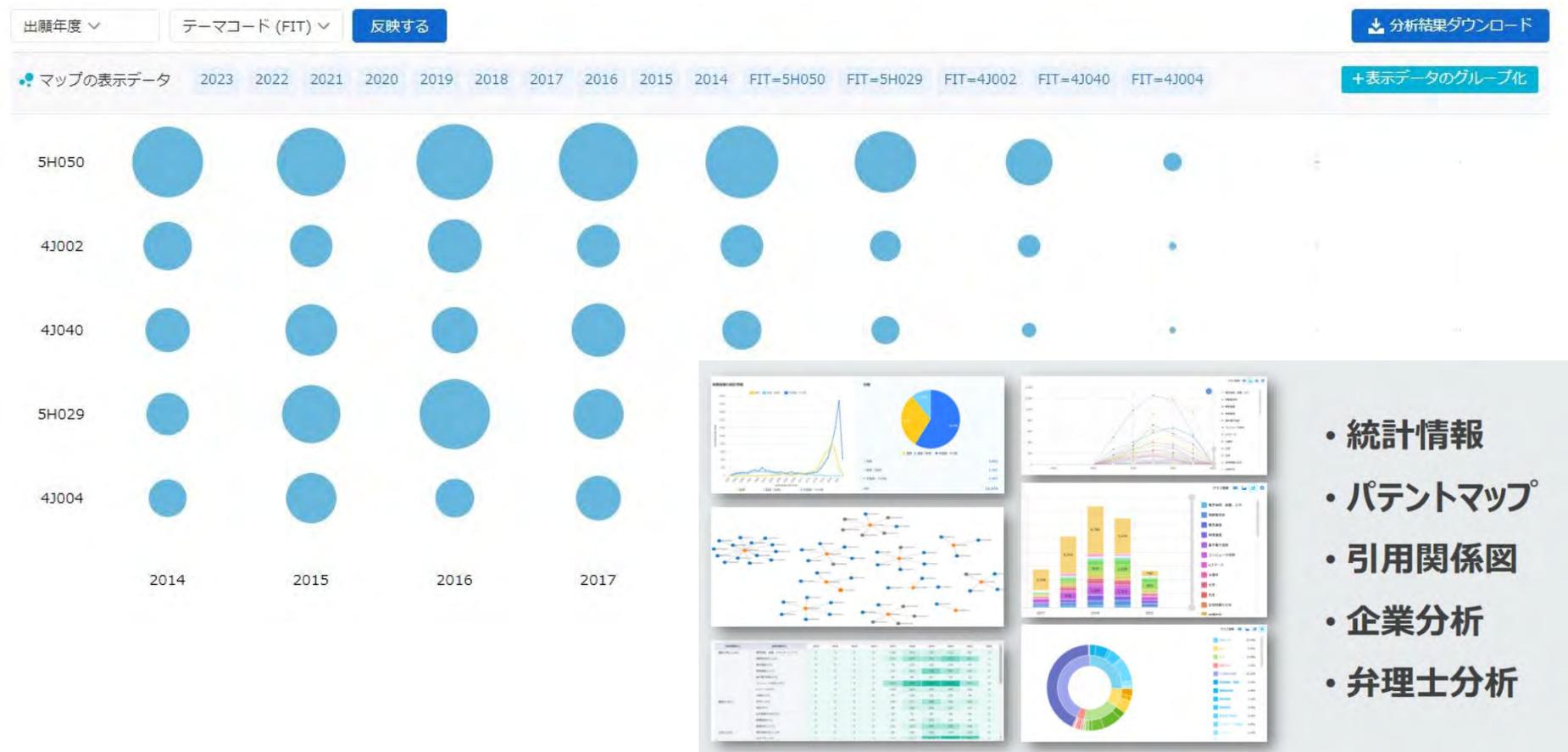
無料・オープン(ログインで機能拡大)

p.137

技術・特許・商標 技術動向・競合動向

Tokkyo Ai <https://www.tokkyo.ai/>

無料で特許関連のデータから、パテントマップ(課題×解決策、技術の推移等)や、企業の特許動向などを、無料の分析ツールで提供。



実現性・市場性に関する参考情報源

無料・オープン

特許出願動向

特許庁 特許出願技術動向調査等報告

<https://www.jpo.go.jp/resources/report/gidou-houkoku/tokkyo/index.html>

市場創出に関する技術分野、国の政策として推進すべき技術分野を中心に、今後の進展が予想される技術テーマを選定し、特許出願技術動向調査を実施。どんな企業がどんな技術で特許を獲得しているか、等についてまとめている。

令和6年度(予定)
ペロブスカイト太陽電池関連技術
偏光板関連技術
可燃性冷媒を用いたシステム(漏洩対策、圧縮機の制御等)
mRNA医薬
メタバース時代に向けた音声・音楽処理

令和5年度
パッシブZEH・ZEB
ドローン
全固体電池
ヘルスケアインフォマティクス
量子計算機関連技術

令和4年度
LiDAR
スマート物流
ヒト幹細胞関連技術
ミリ波帯のMIMO及びアンテナ技術(5Gへの応用を含む分析)
カーボンニュートラルに向けた水素・アンモニア技術(製造から利用まで)

令和3年度
教育における情報通信技術の活用

令和2年度
スマート農業
触覚センシング

令和元年度
インフラ設備のIoTを活用した維持管理技術
スポーツ関連技術

平成30年度
三次元計測
電子ゲーム
次世代建築技術

平成29年度
超音波診断装置
有機EL装置
次世代光ファイバ技術

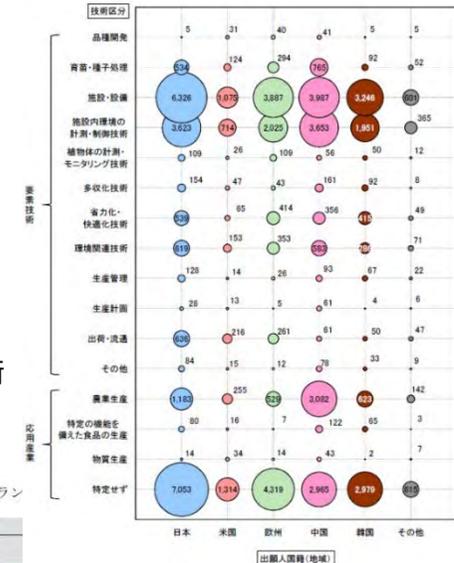


表4 出願人別出願件数上位ラン 2014年、期間別)

1990-2000年		2001-2010年		2011-2020年	
順位	出願人名称	順位	出願人名称	順位	出願人名称
1	三菱樹脂	1	トヨタ自動車	1	トヨタ自動車
2	井原農機	2	ロイヤルフィリップス(オランダ)	2	ロイヤルフィリップス(オランダ)
3	ロックワール インターナショナル(デンマーク)	3	三井物産(韓国)	3	三井物産(韓国)
4	三井化学	4	ロックワール インターナショナル(デンマーク)	4	ロックワール インターナショナル(デンマーク)
5	SAINT GOBAIN(フランス)	5	東都農業	5	東都農業
6	アキレス	6	シャープ	6	シャープ
7	サンテラ	7	昭和電工	7	昭和電工
8	BASF(ドイツ)	8	井原農機	8	井原農機
9	クボタ	9	ヤンマー	9	ヤンマー
10	チッソ	10	三菱樹脂	10	三菱樹脂
11	チバホールディング(スイス)	11	タウケミカル(米国)	11	タウケミカル(米国)
12	シーアイ化成	12	三菱樹脂アグリドリーム	12	三菱樹脂アグリドリーム
13	誠和	13	旭硝子	13	旭硝子
14	P.L.J. BOM BEHEER(オランダ)	14	フルタ電機	14	フルタ電機
15	東都農業	15	DALIAN ZHIXUN TECHNOLOGY(中国)	15	DALIAN ZHIXUN TECHNOLOGY(中国)
16	住友化学	16	農業・食品産業技術総合研究機構	16	農業・食品産業技術総合研究機構
17	福岡丸本	17	中国農業大学(中国)	17	中国農業大学(中国)
18	東レ	18	佐藤産業	18	佐藤産業
19	エスアイ精工	19	樟本チエイ	19	樟本チエイ
20	クラレ	20	誠和	20	誠和
20	バイエル(ドイツ)				

実現性・市場性に関する参考情報源 ～ 将来予測

無料・オープン

p.139

科学技術予測 開発と普及

文部科学省 デルファイ調査

<https://www.nistep.go.jp/research/scisip/delphisearch>

科学技術の将来展望に関するアンケート調査

今後30年間で実現が期待される科学技術等(これを「課題」と呼んでいます)の実現時期や重要性などについて、専門家が予測を行っている。調査は、1971年から2025年まで、約5年ごとに12回実施されている。

選択	調査回 (年)	分野	課題
<input type="radio"/>	6回 (1997)	電子・通信・情報	<u>無線LANや自動車衝突防止レーダー等に用いられるミリ波半導体デバイスが開発される。</u>
<input type="radio"/>	6回 (1997)	電子・通信・情報	<u>600Mbpsの超高速無線LANが実用化し、オフィスや家庭の情報システムのワイヤレス化が進む。</u>
<input type="radio"/>	8回 (2005)	電子・通信・情報	<u>デジタル放送、高速モバイル、無線LAN、有線アクセスなどおおよそあらゆるメディアに対応可能なソフトモデムを含む装置の出現により、複数メディア同時アクセスが実現し、状況に応じて最も相応しいメディアを自動選択して、家庭内ホー</u>

課題	有効 回答 数	技術的実現予測時期	社会実装予測時期
転移がんの治療を目指した、内用放射線治療技術（放射性物質を組み込んだ薬剤）	14		

未来予測

野村総合研究所 未来年表

<https://www.nri.com/jp/opinion/nenpyo/index.html>

今後予定されている出来事を「政治・社会」「経済・産業」「国際」の軸で整理し、さらに書籍やセミナーなどで発表している様々な予測を「NRI予測」として掲載している

博報堂生活総合研究所 未来年表

<https://seikatsusoken.jp/futuretimeline/>
 未来予測関連の記事やレポートから「〇〇年に、〇〇になる」といった情報のみを厳選し、西暦年や分野ごとに整理した未来予測のデータベースです。



2023 世帯数減少と総住宅数の増加に伴って、空き家数は、約1,400万戸、空き家率が21.1%に上昇。
 2025 既存住宅流通量は、約31万戸となる。
 2025 新設住宅着工戸数は、約67万戸に減少。



医療
 生活習慣の西洋化により、高血圧症の発症率がアフリカやラテンアメリカの発展途上国で80%、先進国でも24%上昇
 資料 :英国医学誌「Lancet」

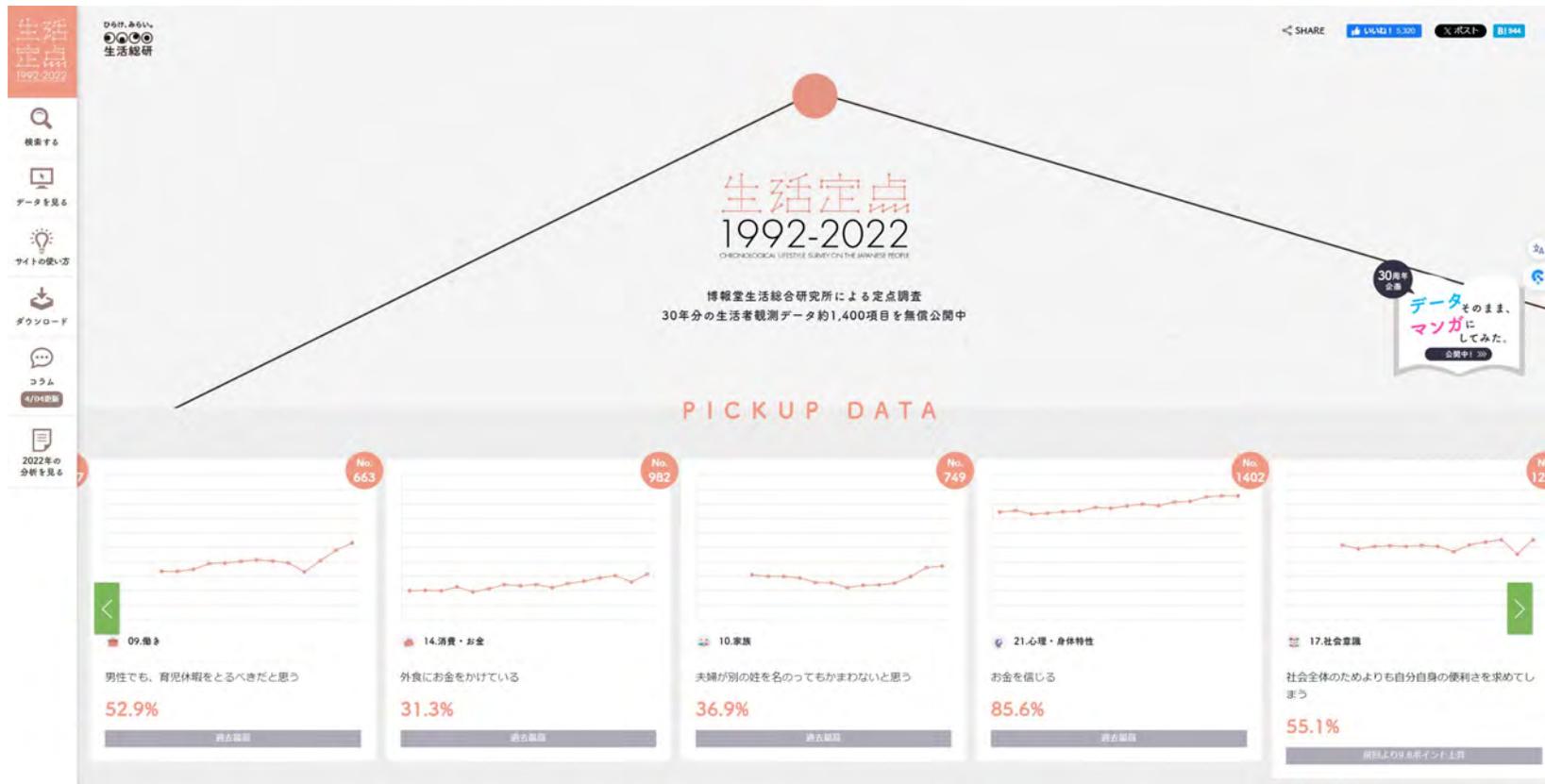
実現性・市場性に関する参考情報源 ～定性情報

無料

p.141

意識調査

「生活定点」(博報堂生活総合研究所)
<https://seikatsusoken.jp/teiten/>
 定点的に、生活者の意識を調査しており、経年変化を確認できる



アンケート調査

J-marketing.net

https://www.jmrlsi.co.jp/trend/

様々なアンケート調査をまとめているJMR生活総合研究所のサイト

平歩先を踏む日本最大級のマーケティングサイト J-marketing.net



MNEXT JMRからの提案 戦略ケースの教科書 トレンド&データ マーケティングの基礎知識 消費社会白書 商品・サービスのご案内 企業情報・パブリシティ

公開日: 2024年02月09日

[% フォローする](#)
[% ポスト](#)

消費者調査データ No.401
スナック菓子 (2024年2月版)

圧倒的な強さ、カルビー「ポテトチップス」 再購入意向の高いPB商品



グラフの閲覧・詳細データのダウンロードには**有料の会員登録**が必要です。
登録済みの方はこちらからログインしてご利用ください。

2022年のスナック菓子小売り金額は、前年比104.3%で、6年連続のプラス、過去最高を更新した(全日本菓子協会)。

今回は、当社が任意に選んだスナック菓子24ブランドについて、「知っている(認知率)」、「買って食べたことがある(経験率)」、「最近3ヶ月以内に店頭などで見たことがある(店頭接触)」、「3ヶ月以内に買って食べた(3ヶ月以内購入)」、さらに「今後(も)買って食べたい(今後意向)」と「購入経験者における今後の購入意向(再

今回は、当社が任意に選んだスナック菓子24ブランドについて、「知っている(認知率)」、「買って食べたことがある(経験率)」、「最近3ヶ月以内に店頭などで見たことがある(店頭接触)」、「3ヶ月以内に買って食べた(3ヶ月以内購入)」、さらに「今後(も)買って食べたい(今後意向)」と「購入経験者における今後の購入意向(再購入意向)」という6項目について、インターネットモニターに対して行った調査結果をランキング形式でお届けする。

今回の調査でも、前回(2023年1月版)に引き続き、カルビーの「ポテトチップス」が全項目で首位を獲得した。カルビーの「ポテトチップス」は、認知で8割超、購入経験も6割に達し、3ヶ月内購入も2位の2倍近くに当たる4割弱だ。今後の購入意向も4割を超え、再購入意向も7割台で首位となるなど、抜群の強さをみせつけた。

2位グループは、湖池屋の「ポテトチップス」と、カルビーの「かっぱえびせん」、「じゃがりこ」だ。湖池屋の「ポテトチップス」は、店頭接触、3ヶ月内購入、今後の購入意向、再購入意向で、「かっぱえびせん」は認知と購入経験で2位を獲得した。「じゃがりこ」はいずれの項目でも湖池屋の「ポテトチップス」や「じゃがりこ」に小差でくらいつている。

注目ランキング

- 3ヶ月内購入

1. ポテトチップス (カルビー)	37.3%
2. ポテトチップス (湖池屋)	19.3%
3. じゃがりこ (カルビー)	15.5%
4. かっぱえびせん (カルビー)	15.0%
- 再購入意向

1. ポテトチップス (カルビー)	72.9%
2. ポテトチップス (湖池屋)	60.9%
3. セブンプレミアムのカップ入りスナック菓子	58.6%

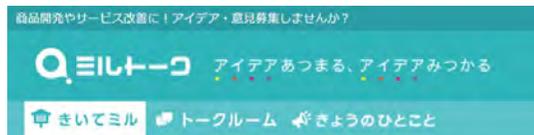
実現性・市場性に関する参考情報源 ～ 定性情報

無料(一部有料)・オープン

生の声収集

ミルトーク ネットで聞きたいことを収集
無料で1日3件×100件まで受付、30件閲覧可能。
日本最大のネット調査会社マクロミルが運営。有料オプションもあり。

<https://milltalk.jp/>



実現性・市場性に関する参考情報源 ～ 定性情報

無料・オープン

業界紙誌・サイト

様々な業種・業界の専門雑誌などがある。公立の図書館などで閲覧できる場合もあり。



実現性・市場性の確認

無料・オープン

カオスマップ

様々な業種・業界のサービスとプレイヤーなどが一覧整理されている。
(一部、営業ものもあるので注意)

英会話学習サービスカオスマップ2018

2018年12月19日版

英会話学習サービスカオスマップ2018の分類:

- パーソナル**: NOVA, AEON, ECC外語学院, Berlitz, myai, START-UP ENGLISH, Labo Party, YAMA英語教室, EKKIOS, BE studio, flamingo, PEY KIDS CLUB, DMM英会話, hanaso, vipabc, Camo.
- オンライン**: PROGRIT SPARTA, EF, Last Resort, ENGLISH4, 24/7 ENGLISH, SchoolWith, DMM留学, English教材, スピードラーニング, PALKID.
- アプリ型**: YouTube, English, 英語教材, スピードラーニング, English, PALKID.

- 株式会社pipon発行 -
(2024年度版) 生成AIカオスマップ

生成AIカオスマップの分類:

- セルフ**: MEDIA LINK, GENEE, Robot, Alive, anybot.
- 社内・社外向け**: OfficeBot, hachidori, hitoba, Tebat, Kasanare, kuzen.
- チャットボット**: WisTalk, LIGHTBLUE, HITTO, PEP, AIGAI, helply, kaiko, yoroi, NL PLUS, Metareal AI, HIRUMI HUB.
- ライティング支援**: WriterUp, ClipLine, Umu, ClipLine, Umu, ClipLine, Umu.
- マーケティング**: UNIcopy, Recovery, opt, dotdigital, Shopt, Quipper Clip, DigitalRecipe, KAITAK, LAWQUE, Studio Eurgraph, Transcape.
- 個人向け**: no+e, KINOLUX, milbo, Behavior, Lumi, RESUNY, HARENOMI, Bungee, TRJIE Connected.
- 導入コンサルティング**: OfficeBot, WAVE, PEXERA, Digiyle, MENOU, Algoage, i3DESIGN, ZEPHO, ABEJA, ZYREC, eogno.
- 実務機能**: Enhanced, HR base, Medi, FindFlow, KMS, AIOne, SEGA, SEA, Fusion Reactors, CSM, KMS, U&U, HelpDesk.

アルバイト管理 カオスマップ

アルバイト管理カオスマップの分類:

- 採用**: SukimoWorks, wakumo, LINE スキマニ, Timee, MyRefer, リアア染, Refcome.
- 求人**: LINE バイト, YOLO JAPAN, iJOBWORK, エンパスト, エンパスト, エンパスト, エンパスト.
- 管理**: TIME CARD, Shift, SyncUp, jinger, ジョブカン, Optimo, Shiftmate, ほか Luck, MOT/Shift, Money Forward クラウド, jinger, Touch On Time, TIME CARD, KING of TIME, ジョブカン, クラウドハウス, オフスターション.
- 育成**: ClipLine, Umu, ClipLine, Umu, ClipLine, Umu, ClipLine, Umu, ClipLine, Umu.
- 研修**: ClipLine, Umu, ClipLine, Umu, ClipLine, Umu, ClipLine, Umu.
- マニュアル**: Tebiki, VideoStep, NotePM, Teachme Biz.
- 登録**: SmartHR, ほか.
- その他**: NP, paiddy, JAGES GROUP, ATODENE, CRIA, SB Payment Service.

脱炭素経営 X カオスマップ

脱炭素経営 X カオスマップの分類:

- 脱炭素**: shokoku, EcoNINGS, PV, VPP JAPAN, Loop, TEPCO, adash, HITACHI, nichiicon, zereboard, zereboard, VPP JAPAN, AIBERT, GRID+, OptiGrid, eanobis.

核融合企業・スタートアップ カオスマップ

核融合企業・スタートアップカオスマップの分類:

- アメリカ合衆国**: AVALANCHE, CFSI, iTFusion, HELION, nearstar, REALITY FUSION, SHINE, tae, ZAP ENERGY.
- ヨーロッパ**: FUSION REACTORS, FUSION REACTORS, FUSION REACTORS.
- イギリス**: CROSSFIELD, Fusion Reactors, Fusion Reactors.
- アジア・太平洋**: HB11, ENN, NIO, EX-Fusion, Helical Fusion, FUSIONENERGY.
- 中東**: N.T.TAO.
- カナダ**: generalfusion, FUSIONENERGY.

実現性・市場性に関する参考情報源 ～定性情報

NIKKEI COMPASS

業界レポート・業界専門紙・企業データ等ビジネスコンテンツの検索サービス。
検索機能・無料ページはログインなしで利用可能。企業レポートなどは都度払いの有料。
<https://www.nikkei.com/compass>

無料(一部、有料)・オープン(一部ログイン要)



業界レポート・業界専門紙・企業データ等ビジネスコンテンツの検索サービス 詳しく知る ②

業界名・企業名など



物流 半導体 化粧品 水素 メタバース 太陽光

企業情報 1,000
業界情報 541
ビジネステーマ 1,000
のコンテンツが利用可能。



約1000本以上のビジネスレポートから市場を分析

日経業界分析レポート/日経NEEDS業界解説レポート他提供レポートから知りたい情報を探す

業界概要
市場動向
競合状況
関連業界
関連企業
関連するビジネステーマ
関連する地域の企業

運搬・搬送機械

通称・配送地域の業界分類

機械・エレクトロニクス > 産業用装置・電機設備 > 運搬・搬送機械

運搬・搬送機械の業界定義

クレーン、コンベヤ、フォークリフト等、物流業務を効率化するために用いられる各種運搬機械、物流機械を製造する。

ビジネステーマ [水素ステーション関連](#) [無人配送車関連](#) [製鉄システム](#) [自動倉庫](#) [無人倉庫](#) [すべて見る](#)

10+0

運搬・搬送機械の業界概要

クレーン、コンベヤ、フォークリフトなど製造

この業界では運搬機械・搬送機械を製造する。工場や港湾、物流センターなどで荷物の上げ下ろしや、移動作業を行うフォークリフトが最も一般的である。乗用車のように移動してフォークを上げ下ろす「カウンターバランス式」が世界中で広く普及している。このほか、「リーチ式」と呼ばれる立ち乗りタイプの小型機、「リーチスタッカー式」と呼ばれる大型機がある。「カウンターバランス式」は後部に重りを搭載して荷役作業時に車体を安定させるため、乗用車などと違って荷重化が商品価値に直結しないという特徴がある。

動力はディーゼルエンジン、ガソリンエンジンとバッテリー（電池式）がある。排ガス規制や環境意識の高まりを受け、世界市場ではエンジン式からバッテリー式への移行している。エンジンと電気モーターを組み合わせたハイブリッド式のフォークリフトもある。(2023/04/23調査)

関連業界
関連企業
関連するビジネステーマ
関連する地域の企業



業界をイチから知るなら
日経業界分析レポート 運搬・搬送機械
2022年11月10日 PDF 20P

9,900円

[サンプルを表示](#)



最近の動きをまとめて知るなら
日経NEEDS業界解説レポート 運搬・搬送機械
2023年4月28日 PDF

2,750円

[サンプルを表示](#)

実現性・市場性に関する参考情報源 ～ 定性情報

<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/kyoka/>

事業分野別指針

中小企業等経営強化法に基づく事業分野別指針

1. 製造業の指針【実施事項について】

- 深刻な人手不足の下、IoT等も活用して競争力の源泉たる「強い現場」をさらに伸ばす経営が重要。

自社の強みを直接支える項目 イ. 従業員等に関する事項 (1) 多能工化及び機械の多台持ちの推進 (2) 継続的な改善提案の奨励	八. 標準化、知的財産権等に関する事項 (1) 異なる製品間の部品や原材料等の (2) 暗黙知の形式知化 (3) 知的財産権等の保護の強化
---	---

2. 小売業の実施事項例（規模別の整理）

※中堅・中規模の実施事項は追加分のみ記載

小規模 (売上高1億円未満)	中規模 (売上高1～10億円)	中堅 (売上高10億円以上)
小規模の実施事項例 (1) 多能工化及び機械の多台持ちの推進 (2) 継続的な改善提案の奨励	中規模の実施事項例 (1) 多能工化及び機械の多台持ちの推進 (2) 継続的な改善提案の奨励	中堅の実施事項例 (1) 多能工化及び機械の多台持ちの推進 (2) 継続的な改善提案の奨励

3. 外食・中食産業に係る経営力向上に関する指針②

- 外食・中食産業については、バックヤード業務を効率化するとともに、顧客満足度を向上するためにサービスの品質や付加価値の向上等に取り組むことを通じて、経営力の向上を図る

4. 旅館業に係る経営力向上に関する指針②

旅館業については、サービス提供に間接的価値の向上等により顧客満足度を向上させること

5. 医療分野の経営力向上に関する指針

【現状認識】
● 高齢化が進む中で、国民医療費は増大。（平成25年度：約40兆円）

● 医療サービス従事者の減少
【業界が抱える医療サービスの課題】

6. 保育分野の経営力向上に関する指針

7. 介護分野の経営力向上に関する指針

9. 貨物自動車運送事業分野に係る経営力向上に関する指針

- 貨物自動車運送事業の経営力の収益を改善することが重要である
- そのためには、荷待ち時間の削減、共同化やITの活用による輸送効率の向上、有する人材の育成等を行うことが重要である

＜企業規模別の実施方法の整理イメージ（丸）＞

分類	小規模 (従業員20人以下)
人に 関する事項	● 教育、研修制度の充実①
財務管理に 関する事項	● コストの見える化 ● PDCAサイクルの徹底 ● 適正運賃・料金の収受
営業活動に 関する事項	● 荷役作業の効率化① ● 他の貨物自動車運送事業者との共同輸送の実施②③④
ITの活用に関 する事項	● 求前・求中システムの活用②③④
省エネルギー の推進に関 する事項	● エネルギー使用量の見える化

10. 船舶産業の指針【実施事項について】

- 経営力を向上させるためには、情報技術や自動化技術等を活用し、船舶の開発・設計から建造、アフターケアサービスに至る全てのフェーズにおける生産性を向上させるとともに、新規市場の開拓や、産学や地域の連携強化による人材確保・育成を推進することが必要。
- そのための具体的対策が、今年6月3日、交通政策審議会より「海事産業の生産性革命（i-Shipping）」による造船の輸出拡大と地方創生のために推進すべき取組について」として答申されたところ。
- 同答申で提言されている「製品・サービスの力」「拓く力」「造る力」「人の力」の4つの強化策を踏まえ、造船産業が実施すべき経営力強化策を事業規模別に整理すると以下のとおり。

1. 自動車整備業分野に係る経営力向上に関する指針（概要）

【現状認識・目標】
● 総売上高は約5兆5,000億円（平成27年度調査）で平成27年度調査の約5兆8,000億円ピークに下降傾向にある。
● 新技術の発展により自費車の高度化が進んでおり、自動車整備業においても新たな設備、機器及び工場の導入等の対応が必要。
● 自動車整備事業者は安全確保、環境保全の観点から、点検整備の実施の重要性等を自動車ユーザーに認知させる必要がある。

● 労働生産性（基本方針による指針に同じ） 労働生産性の計画期間中の伸び率につき、5年間の計画の場合2%以上、4年間の計画の場合1.5%以上、3年間の計画の場合1%以上とする。 ● 点検整備入庫台数増加率（自動車整備業分野特有の指標） 高稼働率に係る入庫台数の計画期間中の伸び率につき、5年間の計画の場合2%以上、4年間の計画の場合1.5%以上とする。 ● 業務関連資格等の取得（自動車整備業分野特有の指標） 整備士数の1/4以上の者が、計画期間中に自動車整備業分野における事業分野別経営力向上推進機関が推薦又は、同機関が推奨する研修を受講することとする。	【目標とする指標及び数値】 ※いづれかを選択
--	-------------------------------

【経営力向上の内容】
● 自らの事業実況状況の改善すべき点を把握した上で、目標達成に取り組むこととする。なお、整備作業等の質を低下させないこととする。

＜取組方法の整理＞ 以下の取組方法はあくまで参考とする所であり、事業場として有効なものを取り組むことも可能である。

人に 関する事項	財務管理に 関する事項	営業活動に 関する事項	設備投資やITの 活用等 に関する事項
● 人材育成 ● 能力に応じた人員の最適化 ● 従業員満足度の向上	● コストの把握・効率化 ● 業務の標準化 ● 業務量に応じた人員配達の最適化	● 点検整備に係る販売の促進 ● 顧客のニーズに応じた整備作業の実施 ● 付加価値の向上 ● 他事業者及び他の事業者との連携体制の構築	● 設備投資に関する事項 ● ITの活用に関する事項 ● ロボットの導入

1. 建設業の事業分野別指針【実施事項について】

- 建設業は多数の技能労働者に支えられる産業である。生産性向上においては、新技術・工法の導入など技術的なアプローチとともに、技能と経験を蓄積した熟練工の育成・活用など人材の効率的活用を果たすことが重要である。

自社の強みを直接支える項目 一 人に 関する事項 (イ) 教育訓練の充実（新規入職者等への教育研修等） (ロ) 生産性向上に向けた複合工（多能工）の育成・活用 (ハ) 従業員の処遇改善（月給制、週休二日の確保等）	三 営業活動に関する事項 (イ) 年間受注計画の策定（発注情報の適時の収集等） (ロ) 適正な利潤を確保した受注
二 財務管理に関する事項 (イ) 原価管理の高度化（年次計画、中長期計画の整備など） (ロ) 社内業務の効率化（ICT機器的活用など）	四 新技術・工法の積極的導入 (イ) ICT施工の実施、コンクリート工における生産性向上技術の活用等、I-Constructionの推進 (ロ) NETISを始めとした新技術・新工法等の導入 (ハ) 生産性向上に資する取組の導入

持続的な成長に向けた長期的な取り組み

五 中長期的な人材確保に向けた人への投資 (イ) 中長期的な人材の確保・育成（計画的な研修実施、採用ルート強化等） (ロ) 人事評価体系整備や管理システム投資等（キャリアパスの整備等） (ハ) 女性や高齢者の活躍推進など（働きやすい雇用環境の整備等）	六 建設企業のイメージ向上につながる取り組み (イ) 社会・地域に向けたPR活動（地域イベントへの参画等） (ロ) 環境負荷軽減に配慮した事業の展開 (ハ) 防災・減災等社会・地域の持続的発展に対する有償・無償の貢献（人的・金銭的貢献等）
---	---

小規模（20人未満） 一 ～ 四 から1項目以上 ※ 上記に加え、五～六のうち1項目以上にも取り組むことを推奨	中規模（20～300人未満） 一 ～ 四 から2項目以上 五 ～ 六 から1項目以上	中堅（300～2,000人未満） 一 ～ 四 から3項目以上 五 ～ 六 から2項目以上
--	---	---



参考:生成AIの活用

生成AI

あくまでも「たたき台」

最後は、人間が判断して、加工する

ChatGPT
(OpenAI)



ChatGPT Plusは月\$20。

- ChatGPT 5
- ChatGPT 4o (ほとんどの質問に最適)
- ChatGPT 4.5 (アイデアを書き出したり、調べたりするのに最適です)
- ChatGPT o3-mini (高度な推論を高速に実現)
- ChatGPT o3-mini-high (コーディングとロジックに最適)
- ChatGPT o1 (高度な推論を使用する)

Copilot
(Microsoft)



Windows 11やMicrosoft365に搭載。
ChatGPT 4がベース。

Claude



Claude
Claude Pro

Claude Proは月\$17。

Gemini
(Google)



Geminiは基本無料。Gemini Advancedは月2,900円。

Perplexity
(Perplexity AI)



Perplexity
Perplexity Pro

Perplexity Proは月\$20。

- Gemini (2.0 Flash) 日常的なタスクのサポートに加え、様々な機能を搭載
- Gemini (2.0 Flash Thinking(experimental)) 高度な推論機能
- Gemini (2.5 Pro(experimental))複雑なタスクに最適
- Gemini (Deep Research with 2.5 Pro) 詳細な調査レポートを提供
- Gemini Veo2 テキストから動画を制作

参考となる分析ツール

生成型AI

市場動向、技術動向など(正確な情報かどうか確認が必須)

Q.愛知県名古屋市緑区の喫茶店の市場規模を推定したいのですが、緑区の喫茶店数と、喫茶店の年齢別利用動向をベースとして、フェルミ推定により年間の利用金額を推定していただけますか。

A.フェルミ推定を用いて名古屋市緑区の喫茶店市場規模を推定するには、多数の仮定と推定が必要となります。以下の仮定を設けてみましょう。

名古屋市緑区の人口は約170,000人とします(2023年5月時点)。緑区にある喫茶店の数は約100店舗と仮定します。年間に喫茶店を利用する人口の割合は60%とする。喫茶店を年間に利用する回数は平均で12回(月1回)とする。一度の利用時の平均金額は500円とする。これらの仮定に基づき計算を行うと以下ようになります:

名古屋市緑区の人口 * 喫茶店利用者の割合 * 年間利用回数 * 一度の利用金額
= 170,000人 * 0.60 * 12回 * 500円 = 約12億2,400万円

以上の計算により、名古屋市緑区の喫茶店の年間市場規模はおおよそ12億2,400万円と推定されます。ただし、これはあくまで大まかな見積もりであり、実際の市場規模を正確に把握するにはより詳細なデータと分析が必要です。特に年齢別利用動向については、各年齢層の人口比率とその層の利用率を詳しく考慮することで、更に精度の高い推定が可能になります。

[参考] ~統計データから~

①平成28年経済センサス-活動調査(確報)結果によると、名古屋市の区別喫茶店数(平成28年6月1日現在)によれば緑区の喫茶店数は、158店舗。

②総務省の家計調査によると、1世帯当たりの喫茶代への年間支出金額(二人以上の世帯)(平成29年から令和元年までの平均)を都道府県庁所在市及び政令指定都市別にみると、岐阜市が14,522円と最も多く、次いで名古屋市(12,768円)、東京都区部(12,107円)となっています。

③名古屋市の統計によると、令和5年5月1日現在、名古屋市緑区の世帯数は104,043世帯となっています。

②と③から、緑区の世帯数×喫茶店への年間支出額=104,043世帯×12,768円とすると、1,328,421,024円となります。

参考となる分析ツール

生成型AI

市場動向、技術動向など(正確な情報かどうか確認が必須)

Q.ダイカストの品質管理の方法には、どのようなものがありますか。

A.ダイカストの品質管理方法には、以下のようなものがあります。

1. プロセス制御: ダイカスト製造のプロセスを厳密に制御し、品質の一貫性を確保します。製造条件やパラメータ(温度、圧力、速度など)を適切に設定し、製品の品質に影響を与える要素を監視・制御します。
2. 初期サンプリング: ダイカスト製品の製造開始前に、初期サンプリングを行います。このプロセスでは、最初の数個の製品を製造し、その品質を評価します。製品が要件を満たしているかどうかを確認し、必要な調整を行います。
3. 視覚検査: 製品の外観を目視で検査し、欠陥や不良箇所を特定します。外観に関する基準や不良品の許容範囲が定義されており、これに基づいて検査が行われます。
4. 寸法測定: 製品の寸法や形状を正確に測定することによって、仕様に合致しているかどうかを確認します。測定器具やゲージを使用し、製品の寸法精度を評価します。
5. 材料検査: ダイカスト製品に使用される材料の品質を検査します。材料の組成や特性を確認し、要件に適合していることを確認します。
6. 破損検査: 製品の耐久性や強度を確認するために、破損検査が行われます。これには引張試験、衝撃試験、疲労試験などが含まれます。
7. ロット管理: 製品をロット単位で管理し、品質の追跡とトレーサビリティを確保します。各ロットの製造条件や検査結果を記録し、必要な場合に追跡や再調査ができるようにします。
8. 品質改善活動: 品質管理プロセスの改善を継続的に行います。データ分析や統計的手法を使用して、品質の問題点や改善の機会を特定し、適切な改善策を導入します。プロセスの効率化や品質向上のための新しいテクノロジーや手法の導入、従業員のトレーニングや教育プログラムの実施などが含まれます。
9. 不良品のリジェクト処理: 不良品や欠陥品が検出された場合は、それらをリジェクトして処理します。不良品を特定し、その原因を特定して是正措置を講じることが重要です。
10. サプライヤー管理: ダイカスト製品の品質は、原材料や部品の品質にも大きく依存します。サプライヤーとの継続的なコミュニケーションや評価を通じて、品質要件を共有し、品質管理を実施します。
11. 品質記録の管理: 品質に関するデータや記録を管理し、将来の参照や品質トレーサに活用します。製品の製造履歴や検査結果、品質改善の実施状況などを文書化し、適切に保管します。
12. 品質監査: 定期的な品質監査を実施し、品質管理システムの適切性や効果を評価します。内部監査や外部監査を通じて、品質基準や規制要件に準拠しているかどうかを確認します。

以上が一般的なダイカストの品質管理方法の一部です。企業や業界によって異なる要素や方法が存在する場合がありますので、具体的な要件に基づいて個別の品質管理プログラムを設計することが重要です。

Q.金属フィルムと繊維生地を圧着させる技術には、どのようなものがありますか。また、その活用用途はどのようなものがありますか。

A.金属フィルムと繊維生地を圧着させる技術には、以下のようなものがあります。

1. 熱プレス: 熱プレスは、金属フィルムと繊維生地を高圧・高温の状態に加熱することでフィルムと生地が溶け合い、圧力をかけることで接着が行われます。この方法は、衣類やテキスタイル製品の製造に広く使用されています。
2. 超音波溶着: 超音波溶着は、超音波の振動を利用して金属フィルムと繊維生地を接合する方法です。振動によって摩擦熱が発生し、フィルムと生地が接合されます。この技術は、衣料品や自動車の内装などで使用されています。
3. ホットメルト接着剤: ホットメルト接着剤は、熱を加えることで溶けた状態で金属フィルムと繊維生地を接合する方法です。接着剤をフィルムや生地に塗布し、加熱することで接着剤が溶け、フィルムと生地が接合されます。この技術は、衣料品や包装材料などで使用されています。

これらの技術の活用用途は、以下のようなものがあります。

1. 衣料品製造: 金属フィルムと繊維生地を接合することで、独特なデザインや機能性を持った衣料品を製造することができます。例えば、防水性や断熱性を備えたアウトドアウェアやスポーツウェアなどに使用されます。
2. 自動車産業: 自動車の内装やシートなどで金属フィルムと繊維生地の接合が行われます。耐久性や防音性を向上させるために使用されるほか、デザインや快適性の向上にも貢献します。
3. 包装材料: 金属フィルムと繊維生地の接合は、包装材料の製造にも活用されます。例えば、食品の密閉包装や保護材料の製造に使用されます。

これらの技術と活用用途は、産業や製品によって異なる場合があります。具体的な要件や目的に応じて最適な技術を選択することが重要です。

参考となる分析ツール

生成型AI向けプロンプト例

創業計画のたたき台を検討してもらおうプロンプト

生成AIに、創業計画のたたき台を検討してもらおうプロンプトです。

■部分を差し替えて、プロンプトとして利用してください。

- あなたは、創業計画書の作成経験があり、金融知識、経営知識がある専門家です。
- 私は、現在、熱い気持ちで起業や創業を考えています。
- 考えている事業は、対象層として、「■」の地域を拠点として、「■」といった課題や不安を抱えている層の方を対象として、「■」という解決をもたらすような事業(商品やサービス)で、簡単に言うと「■」というものです。
そこで、起業や創業を考える上で、創業計画書を作成したいと考えています。
ついては、そのたたき台として、下記の様な内容を網羅した計画を作成したいと考えています。
 - (1)創業の動機・背景
 - (2)顧客のニーズと市場の動向
 - (3)解決する顧客の悩み・不安等
 - (4)ターゲットとする層
 - (5)提供する製品・サービスの内容
 - (6)価格想定・販売ルート・販売促進方法
 - (7)事業が継続するポイント
 - (8)事業の将来像
 - (9)売上→仕入原価→必要経費→

<https://www.dohke.net/?p=929>

利益の見込み
(10)体制・スケジュール

- そこで、下記の様な基準で、創業計画のたたき台を作成してください。
 - ・商品やサービスの内容について、その地域性や業界の特殊性を勘案して、具体性や実現可能性を高めること。
 - ・対象とする市場についての分析が、客観的で適切な内容になっていること。
 - ・想定される競合と比較して、違いが明確であること。
 - ・ビジネスプランの内容は具体的に明確であり、説得力があること。
 - ・財務データは現実的で信頼性があり、将来の成長性を示していること。
 - ・読み手にとってわかりやすく、一貫した内容であること。
- 創業計画の項目は、上記の(1)～(10)の項目にあわせ、箇条書き、または、表形式でわかりやすく記述してください。

参考となる分析ツール

生成型AI向けプロンプトのポイント

【C.R.E.A.T.E】の原則で、より詳しくプロンプトを作成する

1. C: キャラクター ~ AIの役割を定義します。
 - 例:「あなたは、セールスコピーの成功に 20 年の経験を持つ、経験豊富なコピーライターです。」
2. R: リクエスト ~ 何が必要かを具体的に述べてください。
 - 例:「スポーツカーのセールスメールを書く」→「トップレベルの加速を備えた電気自動車、ハイパースポーツについての魅力的なメールを書く」
3. E: サンプル ~ 必要に応じて、より正確な結果を得るために例を示す。
 - 例:「口調は、若者言葉にしてください」
4. A: 調整(アレンジ) ~ プロンプトが完璧でない場合は修正します。
 - 例:「箇条書きを避け、小見出しを使用する」
5. T: 出力の種類(タイプ) ~ 希望する形式を記述します。
 - 例:「タイトルと結論を含む 500 ワードの記事を作成します。」
6. E: それ以外 ~ 独自の指示を組み込みます。
 - 例:「以前の会話を無視してください。」、「答える前に質問してください。」、「あなたの考えを説明してください。」、「私について知っていることを一人称で要約してください。」、「信頼できる情報源のみを使用し、引用します。」、「強調するには太文字を使用してください。」

事業に、暮らしに、まちに、元気を

株式会社 道家経営・法務事務所

道家 睦明 Mutsuaki Dohke

mutsuaki@dohke.net

www.dohke.net

〒501-6065 岐阜県羽島郡笠松町門間534

TEL.090-3569-3539,058-388-8122

FAX.058-388-8127

夢の一步を踏み出すチャンス!!

令和7年度

創業を支援!
恵那市起業支援
補助金対象

受講料
無料



「創業セミナー」

～創業時に必要な知識「経営・財務・人材育成・販路開拓」
を習得することができます～

【日にち】 令和7年

- 第1回 10月17日(金)「創業の心構えと経営の基本、創業計画の概要」
- 第2回 10月24日(金)「事業のしくみとしてのマーケティングと販売戦略」
- 第3回 10月31日(金)「事業活動における会計・税務/採用・育成の基礎」
- 第4回 11月14日(金)「創業計画の発表・アドバイス、相互交流」

【時間】 19:00～21:00 【会場】 恵那市恵南商工会本所(明智)

【対象】 起業予定者、起業を検討している方、起業に関心のある方、
新規事業を検討している方等

※セミナー受講者は、別日程で専門家による個別支援が受けられます。

※本セミナー4回受講し、恵那市内で開業される方は、恵那市商工振興補助金(起業支援事業)の限度額が**40万円**に増額されます。(※恵那市に住民票がある方に限る)

株式会社道家経営・法務事務所
代表取締役・中小企業診断士
道家 睦明

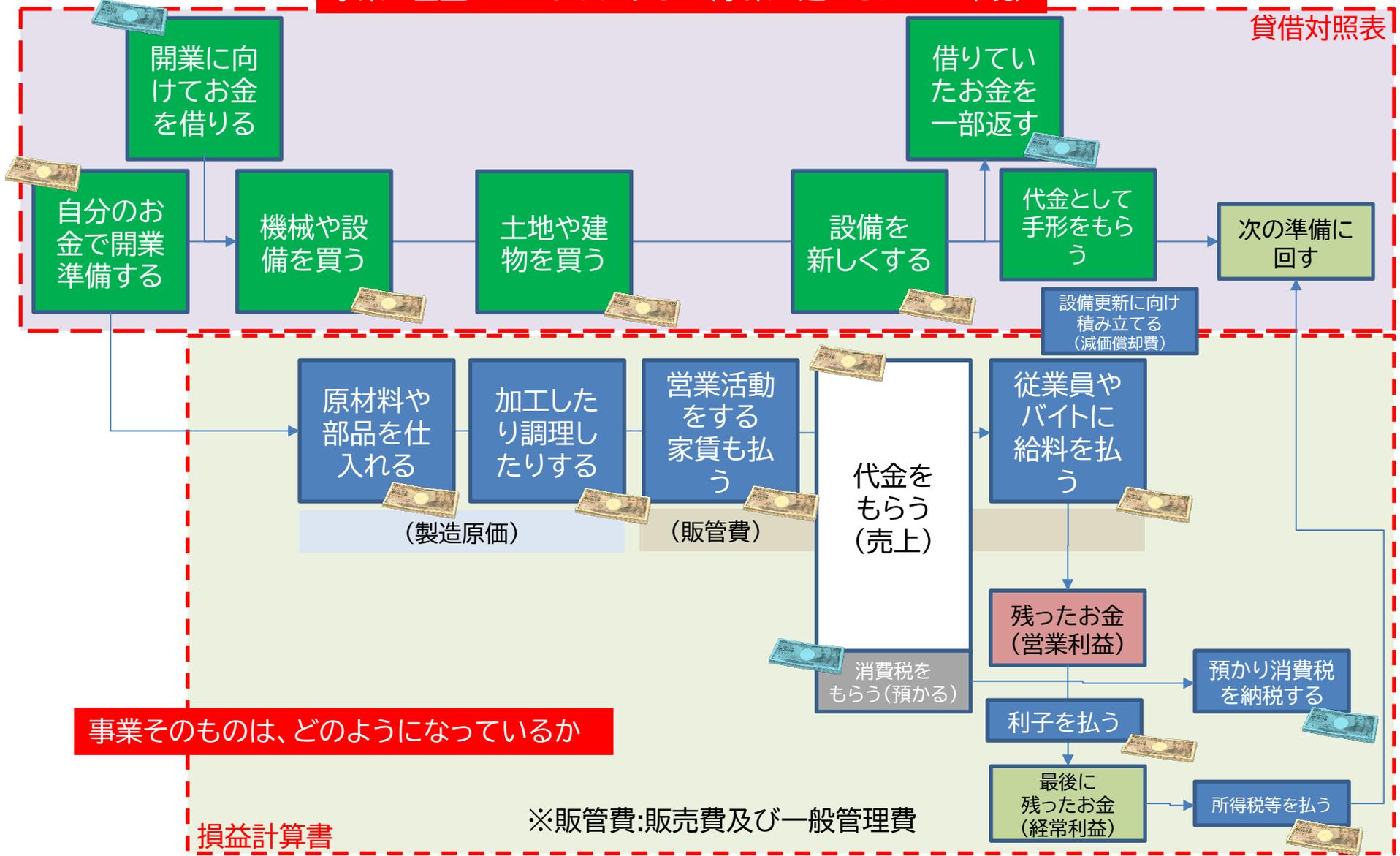
<第3回> 事業活動における会計・税務/採用・育成の基礎

創業計画でのお金の流れ

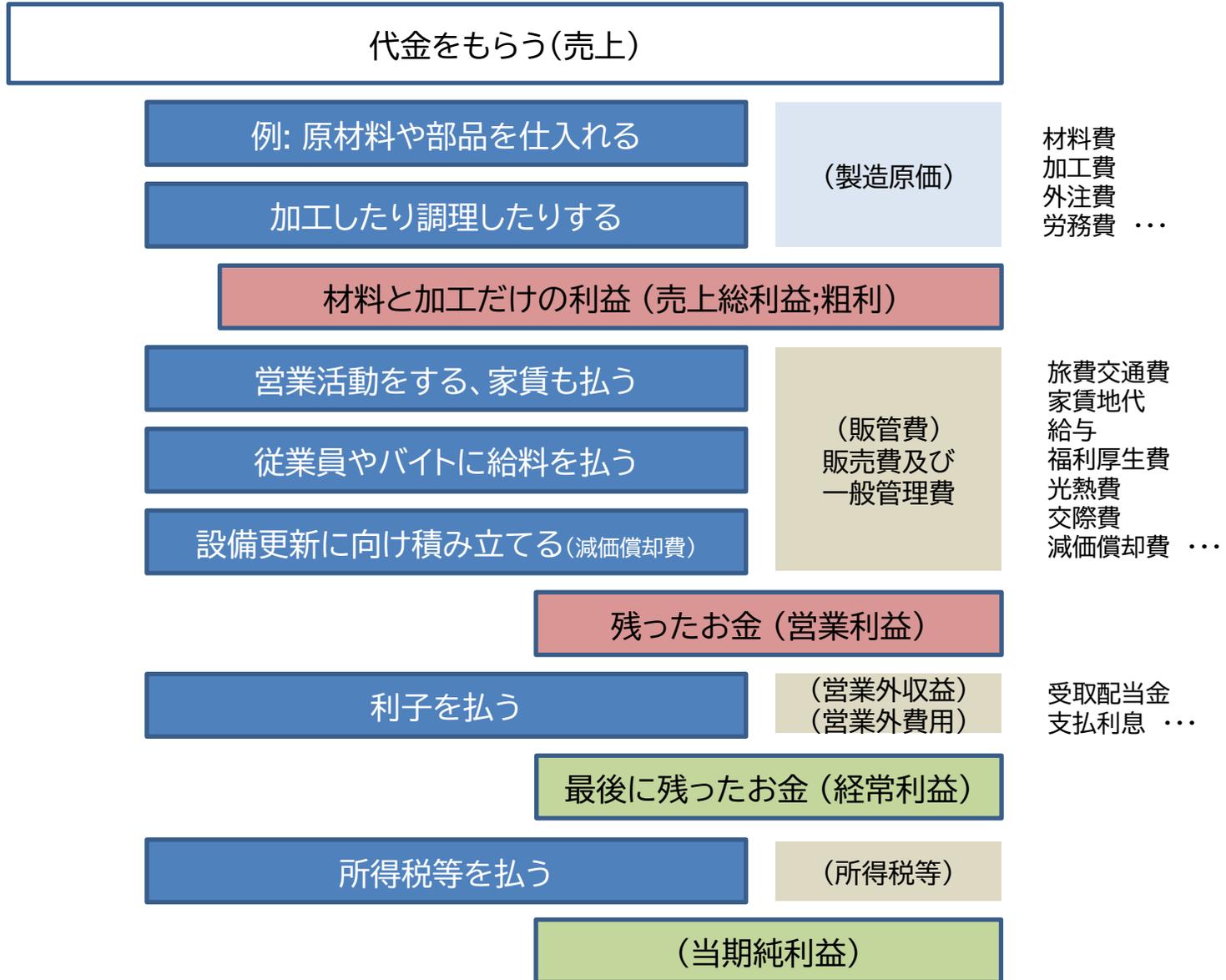
事業のお金の流れ

事業の基盤をどのようにするか(事業を進めるための環境)

貸借対照表



損益計算書の構造 ~どうやって売上と利益を出したか



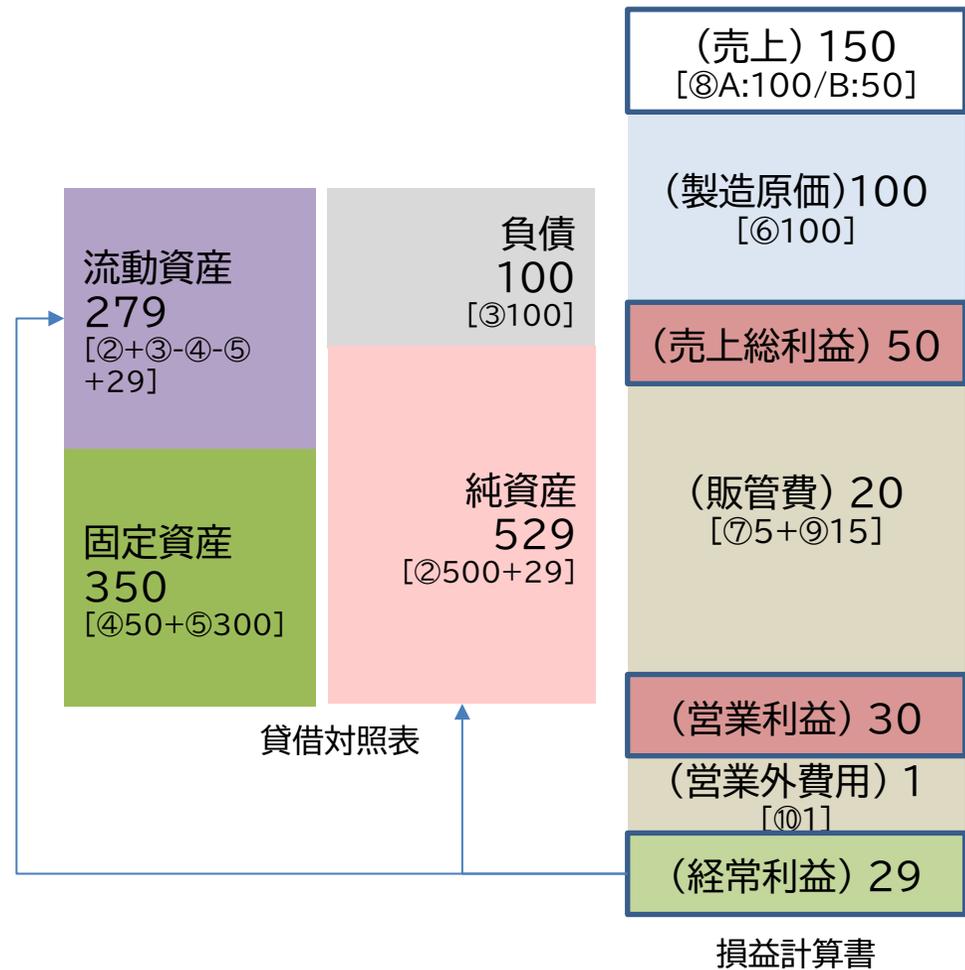
貸借対照表の構造～どういう状態になっているか



決算書の構造 ~計算してみましょう。

- ① 2018年4月1日に開業し、1ヶ月営業しました。
- ② 自分の貯金500万円を開業資金として開業した。
- ③ 創業融資として、〇〇銀行から100万円借りた。
- ④ お菓子作りの機械を50万円で購入。
- ⑤ 店舗用として、建物を300万円で購入
- ⑥ 最初の仕入として原材料100万円を仕入れた。
- ⑦ 開店の広告チラシを5万円で印刷・配布した。
- ⑧ オープン1ヶ月で、メニューA(単価1万円)×100セット、メニューB(単価2万円)×25セットを販売した。
- ⑨ 従業員1名に、給料15万円を支払った。
- ⑩ 借入金の利子1万円を払った。
- ⑪ そこで、4月1ヶ月間の損益計算書と、4月末段階の貸借対照表を作ってください。

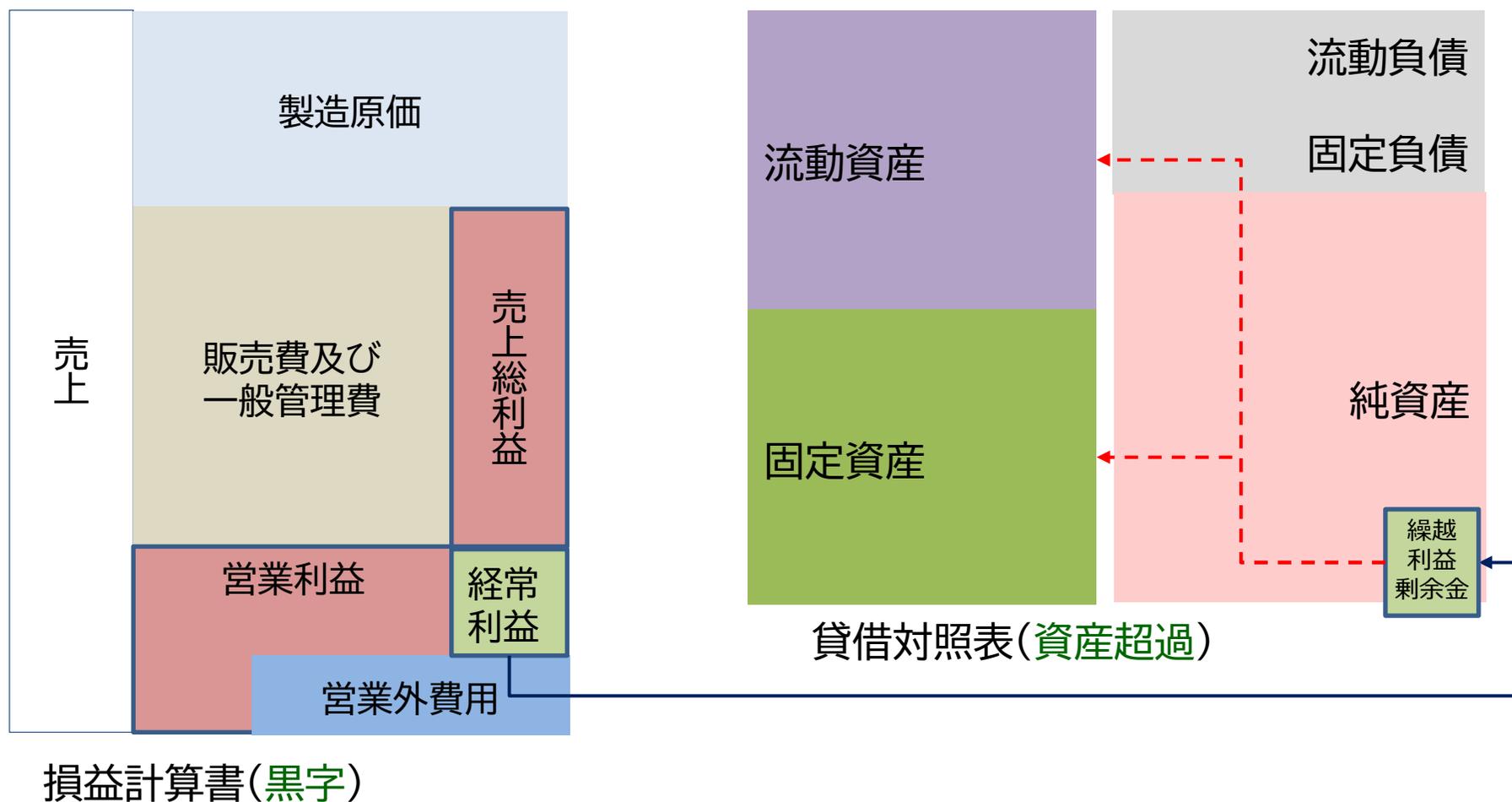
演習



損益計算書と貸借対照表の関係

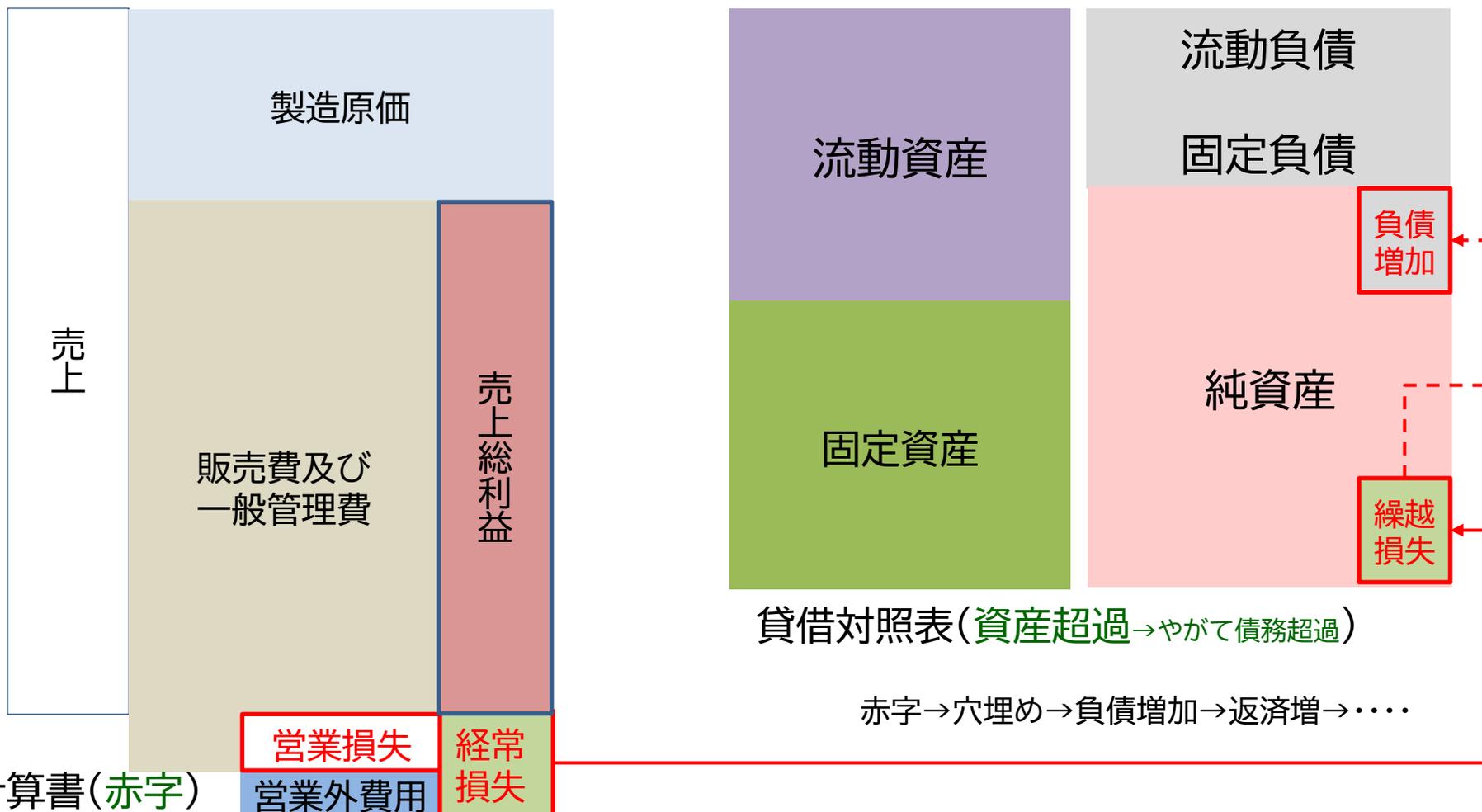
- 売上から経費を引いた最終利益が、積み上がり、次の事業環境の整備に使えるようになる。

理想の状態：黒字で負債が減る状態(利益が次の投資に向かう)



損益計算書と貸借対照表の関係(赤字の場合)

- 赤字になると、次の事業環境の整備に使えるお金がなくなり、この状態が続くと、継続していくことが難しくなる。



創業時の資金調達方法

- 自己資金
 - 少なくとも1/3は自己資金で賄いましょう。当面の生活費なども考え、手元資金をすべて事業に投入することは避けて下さい。
- 政府系金融機関
 - 日本政策金融公庫(国民生活事業)は全国に支店を持ち、創業時の融資を積極的に支援してくれます。
- 民間金融機関
 - 地元に着した信用金庫や信用組合、銀行に口座を開き、着実なおつきあいを始めることが大切です。
- 家族・友人等
 - 万一の場合のリスクが低いという点ではよいのですが、逆に甘えにもつながります。返済条件など明確にしておきましょう。
- 補助金・助成金
 - 国や地方自治体では、創業者に対して独自の補助金制度を行っている場合もあります。
- 投資家等(エンジェル)
 - 起業家支援の各種団体による資金調達情報もありますので、インターネット等を通じて入手してみましょう。
- クラウドファンディング
 - 起業家が製品・サービスの開発やアイデアの実現などの「ある目的」のために、インターネットを通じて不特定多数の人から資金の出資や協力を募る方法です。

資金繰り ～ 支払が滞らないために

- 資金がショート＝支払時にお金がない＝倒産(赤字≠倒産)
- 資金繰り(支払える環境)を確実にすることが重要

資金繰り表の例

今月のおこづかい	130円
先月からのくりこし	500円
合計	630円

日にち	お金の内容	入ってきたお金	使ったお金	残っているお金
	はじめにあるお金	630		630
11月3日	消しゴム		100	530
11月18日	のり		150	380
11月25日	おばあちゃん	100		480
11月28日	お菓子		180	300
	合計	730	430	300

入ってきたお金	使ったお金	残ったお金
730	430	300

資金繰り表は、いわば「企業の家計簿」で、現預金の入出金を表したものです。

多くの中小企業において試算表上では利益が出ているにもかかわらず、資金がショートしてしまうケースが少なくありません。

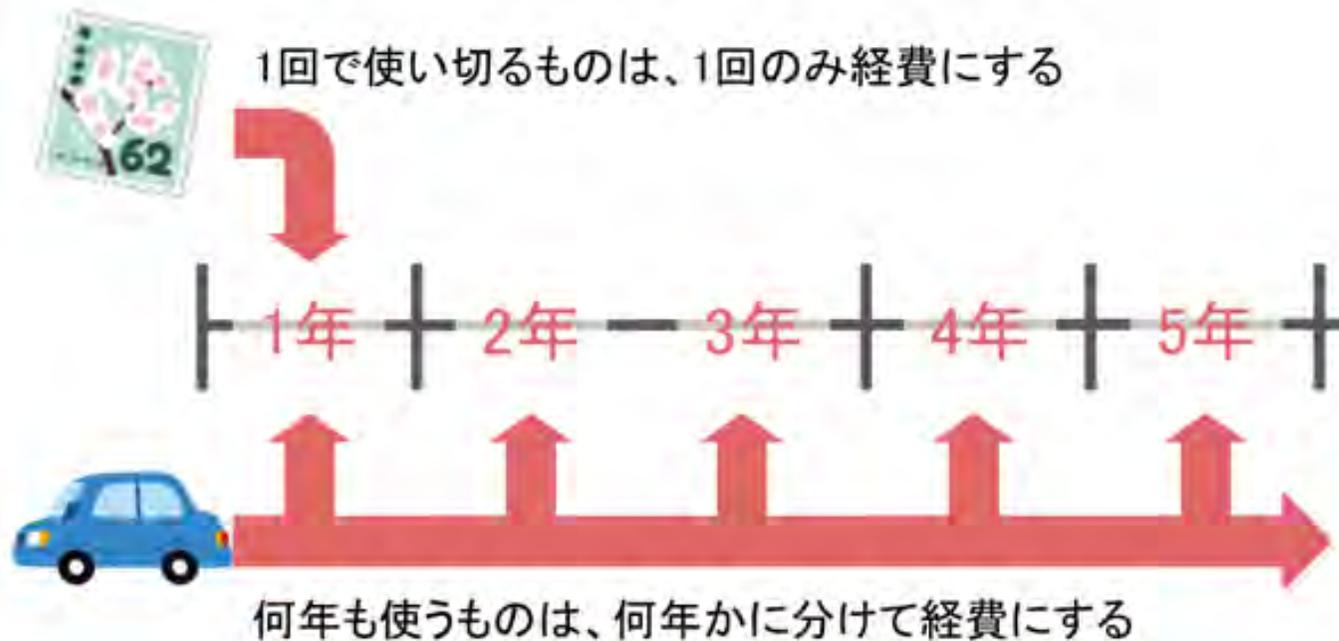
(単位:千円)

備考	1月		2月		3月		4月		5月		
	予算	実績	予算	実績	予算	実績	予算	実績	予算	実績	
前月繰越			182	186	324	307	396	413	468	464	
計上収入	現金売上	200	210	220	190	200	230	200	150	200	210
	売掛金回収			50	45				30		
その他収入	雑収入	0	0	0	2	0	0	0	3	0	0
	経常収入計	200	210	270	237	200	230	200	183	200	210
固定費	家賃	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
	通信費	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	その他固定費	30	35	30	20	30	28	30	39	30	30
固定費計	110	115	110	100	110	108	110	119	110	110	
変動費	教材	3	5	3	2	3	4	3	3	3	2
	広告費	5	4	5	4	5	2	5	0	5	4
変動費計	8	9	8	6	8	6	8	3	8	6	
経常支出計	118	124	118	106	118	114	118	122	118	116	
経常収支差引	82	86	152	131	82	116	82	61	82	94	
財務収入	借入金	100	100	0	0	0	0	0	0	0	0
財務収入計	100	100	0	0	0	0	0	0	0	0	
財務支出	借入金返済	0	0	10	10	10	10	10	10	10	10
財務支出計	0	0	10	10	10	10	10	10	10	10	
財務収支差引	100	100	-10	-10	-10	-10	-10	-10	-10	-10	
当月収支	182	186	142	121	72	106	72	51	72	84	
次月繰越	182	186	324	307	396	413	468	464	540	548	

会社にとって大事なものは資金繰り表を作ることではなく、
資金があるかどうかを確認し、確実に支払できるようにすることです。

(参考)「減価償却」とは…

- 金額の高い車やパソコン、機械設備などを購入した時、その購入代金を、購入した年に一度に経費とするのではなく、分割して少しずつ計上するルールのこと

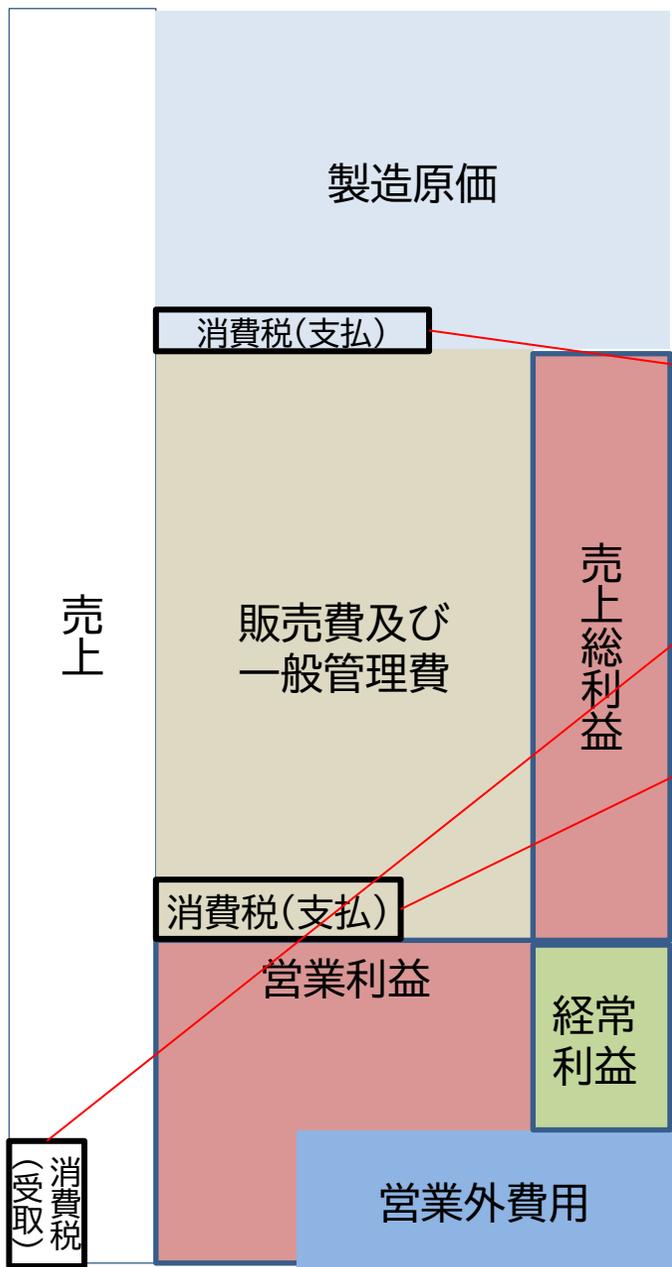


経費など
1回で支払う。

減価償却費
購入した後、毎年支払うことなく、社内で積み立てていく感覚のもの。
設備の更新の際には、その積み立てたお金で支払う形。

消費税とインボイスのしくみ

消費税の納付の仕組み



インボイスのイメージです。実際にはタグはありません。

「インボイス」
だれに支払ったか?がわかるようにする
↓
適格請求書発行事業者登録番号
(登録番号)
T1234567890123
→領収書や請求書に記載!

インボイスのない場合 (支払元が負担する形に...)



インボイスのない消費税は、仕入税額控除ができない!

(参考)創業計画の売上高の計算について

1 売上高の計算方法について

業種の特性を考え、最も適した方法を選び、他の方法もあわせて検討してみましょう。また、業界平均に地域事情などを考慮するなどして多角的に売上高を予測することが大切です。

(1) 設備が直接売上に結びつき、設備単位当たりの生産能力がとらえやすい業種
(部品製造業、印刷業、運送業など)

〈算式〉 $\text{設備の生産能力} \times \text{設備数}$

[例1] 業種：部品(ボルト)製造業

- ・ 旋盤 2台
- ・ 1台当たりの生産能力 1日(8時間稼働)当たり500個
- ・ 加工賃@50円、月25日稼働

売上予測(1ヵ月) = 50円 × 500個 × 2台 × 25日 = 125万円

(2) 販売業で店舗売りのウェイトが大きい業種(コンビニエンスストアなど)

〈算式〉 $1\text{㎡(または1坪)当たりの売上高} \times \text{売場面積}$

[例2] 業種：コンビニエンスストア

- ・ 売場面積 100㎡
- ・ 1㎡当たりの売上高(月間) 16万円
(「小企業の経営指標」による業界平均から算出)

売上予測(1ヵ月) = 16万円 × 100㎡ = 1,600万円

(3) 飲食店営業、理容業、美容業などサービス業関係業種

〈算式〉 $\text{客単価} \times \text{設備単位数(席数)} \times \text{回転数}$

[例3] 業種：理髪店

- ・ 理髪椅子 2台
- ・ 1日1台当たりの回転数 4.5回転
- ・ 客単価 3,950円、月25日稼働

売上予測(1ヵ月) = 3,950円 × 2台 × 4.5回転 × 25日 = 88万円

(4) 労働集約的な業種(自動車販売業、化粧品販売業、ビル清掃業など)

〈算式〉 $\text{従業者1人当たり売上高} \times \text{従業者数}$

[例4] 業種：自動車小売業

- ・ 従業者 3人
- ・ 従業者1人当たりの売上高(月間) 256万円
(「小企業の経営指標」による業界平均から算出)

売上予測(1ヵ月) = 256万円 × 3人 = 768万円

※1㎡当たりの売上高や従業者1人当たりの売上高などについては、「小企業の経営指標」(日本政策金融公庫総合研究所編)などで調べることができます。

2 支払利息の計算方法について

ここでは便宜上、1ヵ月の支払利息を次のように計算します。

〈算式〉 $\text{借入金残高} \times \text{金利(年利)} \div 12\text{ヵ月}$

借入金が複数ある場合は、それぞれについて計算して合計します。

3 売上原価について

売上原価とは、卸売業・小売業・サービス業の場合、売上高に対応する商品等の仕入高のことを指し、製造業の場合、製品の製造に直接かかった経費(材料費、工場の人件費、外注費など)を指します。

売上原価は、一般的には「売上高 × 原価率」で求めます。原価率は業種や商品によって違います。業界平均値をもとにあなたの考えている販売戦略などを加味し、原価を求めてください。

4 人件費について

個人営業の場合、経費の中の人件費には事業主分を含めません。ただし、事業主の家族などの分は含めます。

5 その他

ご不明な点については、当公庫(国民生活事業)発行の『創業の手引』をご参照いただくか、支店(国民生活事業)の融資相談窓口におたずねください。

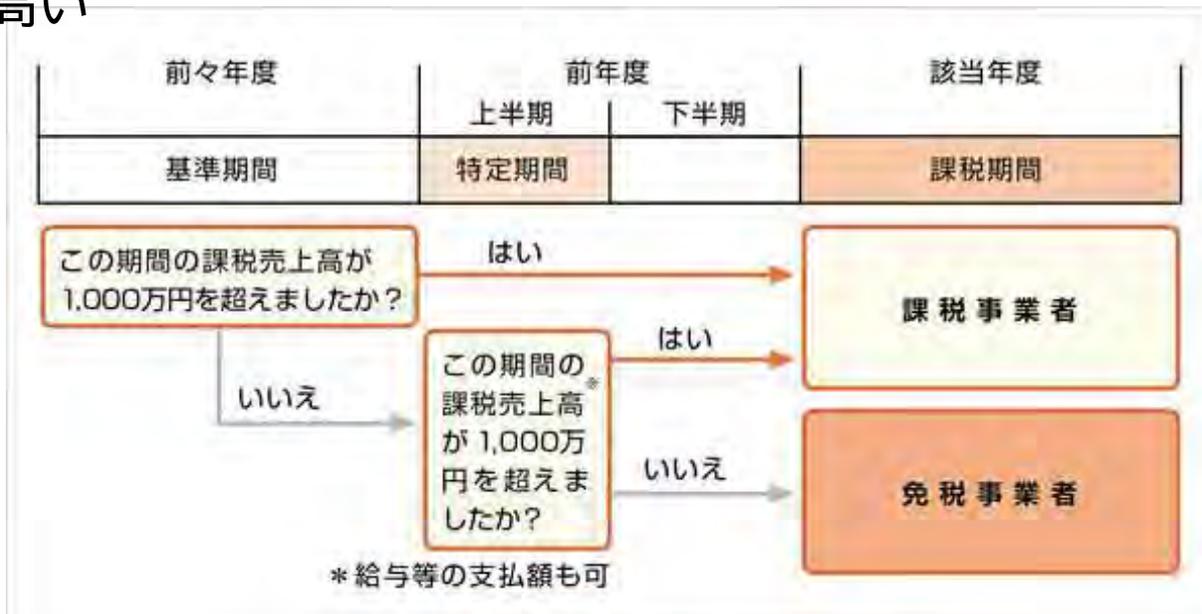
消費税の支払い対応

● 原則課税方式

- 消費税の本来的な計算方法
- (売上にかかっている消費税)-(仕入・経費にかかっている消費税)=納税額

● 簡易課税方式

- (基準期間における課税売上高が5,000万円以下の事業者のみ)
- 課税売上高に「みなし仕入率」をかけて計算するのみ～計算する手間がかなり軽い
- みなし仕入率は事業内容によって異なるため、仕入割合が高いと考えられる業種ほどみなし仕入率も高い



個人事業主の1年間の納税カレンダー

休日などの関係ですれる場合があります。あくまでも目安としてご利用ください。

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
所得税 (税務署)		確定申告と納税 ~3/15			前年分の申告 納税額が15万円 以上の場合		予定納税 第1期分 ~7/31				予定納税 第2期分 ~11/30	
消費税 (税務署)	振替納税の場合 約1ヶ月納期が 遅くなる		確定申告と 納税 ~3/31					中間申告と 納税 ~8/31	前年分の消費税の年税額が 48万円超400万円以下(所得税)の場合 ※400万円超の場合は納税回数が増える			
源泉所得税 (税務署)	7~12月分の納付 (納期の特例) ~1/20		納期の特例を 受けている場合			1~6月分の納付 (納期の特例) ~7/10		納期の特例を 受けている場合		通常の納付の場合、 源泉徴収の翌月10日		
	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日
住民税 (市区町村)	第4期分の 納付 ~1/31					第1期分の 納付 ~6/30		第2期分の 納付 ~8/31		第3期分の 納付 ~10/31		
個人事業税 (都道府県)							第1期分の 納付 8/31				第2期分の 納付 11/30	
固定資産税 (市区町村)	第4期分の 納付 ~2/28			第1期分の 納付 ~4/30			第2期分の 納付 ~7/31				第3期分の 納付 ~12/31	
その他に...			軽自動車税 自動車税 ~4/30 ~5/31								年末調整 準備等	

法人（3月決算）の1年間の納税カレンダー

休日などの関係ですれる場合があります。あくまでも目安としてご利用ください。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
法人税 (税務署)	確定申告と納税 ～5/31				前年分の申告納税額が 20万円超の場合、前年 納税総額1/2の額を納付		中間申告 ～11/30					
消費税 (税務署)	確定申告と納税 ～5/31						中間申告 ～11/30		前年分の消費税の年税額が 40万円超400万円以下(所得税)の場合 ※400万円超の場合は納税回数が増える			
源泉所得税 (税務署)	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日	翌日10日
			1～6月分の納付 (納期の特例)～7/10		納期の特例を 受けている場合		通常の納付の場合、 源泉徴収の翌月10日		7～12月分の納付 (納期の特例)～1/20		納期の特例を 受けている場合	
法人住民税 (市区町村)	確定申告と納税 ～5/31				法人税の中間申告が 不要の場合、こちらも不要		中間申告 ～11/30					
法人事業税	確定申告と納税 ～5/31				法人税の中間申告が 不要の場合、こちらも不要		中間申告 ～11/30					
固定資産税 (市区町村)	第1期分の 納付 ～4/30		第2期分の 納付 ～7/31				第3期分の 納付 ～12/31		第4期分の 納付 ～2/28			
その他に...	軽自動車税 自動車税 ～4/30 ～5/31								年末調整 準備等		決算申告準備 (在庫の集計など) ～3/31	

節税例(個人事業)

1. 青色申告により65万円の特別控除を受ける
2. 青色事業専従者給与を使い家族へ支払う給与を全額経費にする。
3. 青色申告を選択することで、事業のために購入した30万円未満の商品を全額経費にする
4. 青色申告を選択することで貸倒引当金制度を活用して節税する。
5. 青色申告を選択し、赤字分を翌年に繰り越して節税する。
6. 事務所兼自宅の家賃や水道光熱費、通信費などを必要経費に計上して節税する。
7. 自家用車の経費を必要経費にあてて節税する。
8. 複数ある減価償却方法から定率法を選択して節税する。
9. 年末に消耗品などをまとめ買いする。
10. 災害や盗難などにより損害を受けた時は、雑損控除という所得控除を受けることで節税する。
11. 国民健康保険や国民年金を支払っているときは、社会保険料控除を使って節税する。(国民年金基金の上乗せ上限あり)
12. 生命保険に加入しているときは生命保険料控除を使って節税する。
13. 小規模企業共済に加入して節税をする。
14. 倒産防止共済に加入して節税をする。
15. 地震保険に加入しているときは、地震保険控除を使って節税する。
16. 本人や家族に障害者がいるときは、障害者控除を使って節税する。
17. 人材投資税制を活用して節税をする。
18. 扶養家族がいるときは扶養控除を使って節税する。
19. 配偶者控除や配偶者特別控除を活用して節税する。
20. 独立・開業準備に要した費用は必要経費にして節税する。
21. 自宅や車を購入した時は、必要経費にして節税する。
22. 旅費規程の作成をして日当を経費にする。
23. ふるさと納税の活用をして節税しながら特産品をゲットする。

節税例(法人)

■10カ月前

1. 役員報酬の増額
2. 小規模共済
3. 社宅の購入・借り上げ

■6カ月前

1. 退職金制度加入(中退共)
2. 決算月変更

■3カ月前

1. 少額減価償却資産
2. 特別償却可能な資産の購入
3. 修繕費を有効に使う
4. 倒産防止共済
5. 慰安旅行の実施
6. 健康診断の実施
7. 褒章や表彰金の支給

8. 教育投資

9. 不要資産の売却(ゴルフ会員権、不動産)

■2か月前

1. 生命保険の活用
2. 損害保険の見直し
3. 退職金の支給(役員・従業員)
4. 地代家賃の前払い
5. 不良債権の放棄
6. 不良在庫の処分
7. 仮払経費の精算
8. 売上計上時期の変更検討
9. 消費税の課税方式検討

■1か月前

1. 交際費勘定の振替

2. 決算賞与

3. 出張旅費・日当の精算
4. 広告宣伝の前倒し

■決算月

1. 締め後給与の未払
2. 未払社会保険の計上
3. 固定資産税の未払計上
4. 貸倒引当金
5. 固定資産の増加償却
6. 評価損の検討

■その他

1. 組織再編

事業活動における「契約」の基礎

契約の基本

• 「口約束」でも契約

- 一般的には、口約束でも、チラシの裏に落書きしたようなモノでも契約は成立する。
- しかし、客観的な事実を証明するために、トラブルを回避することが必要。

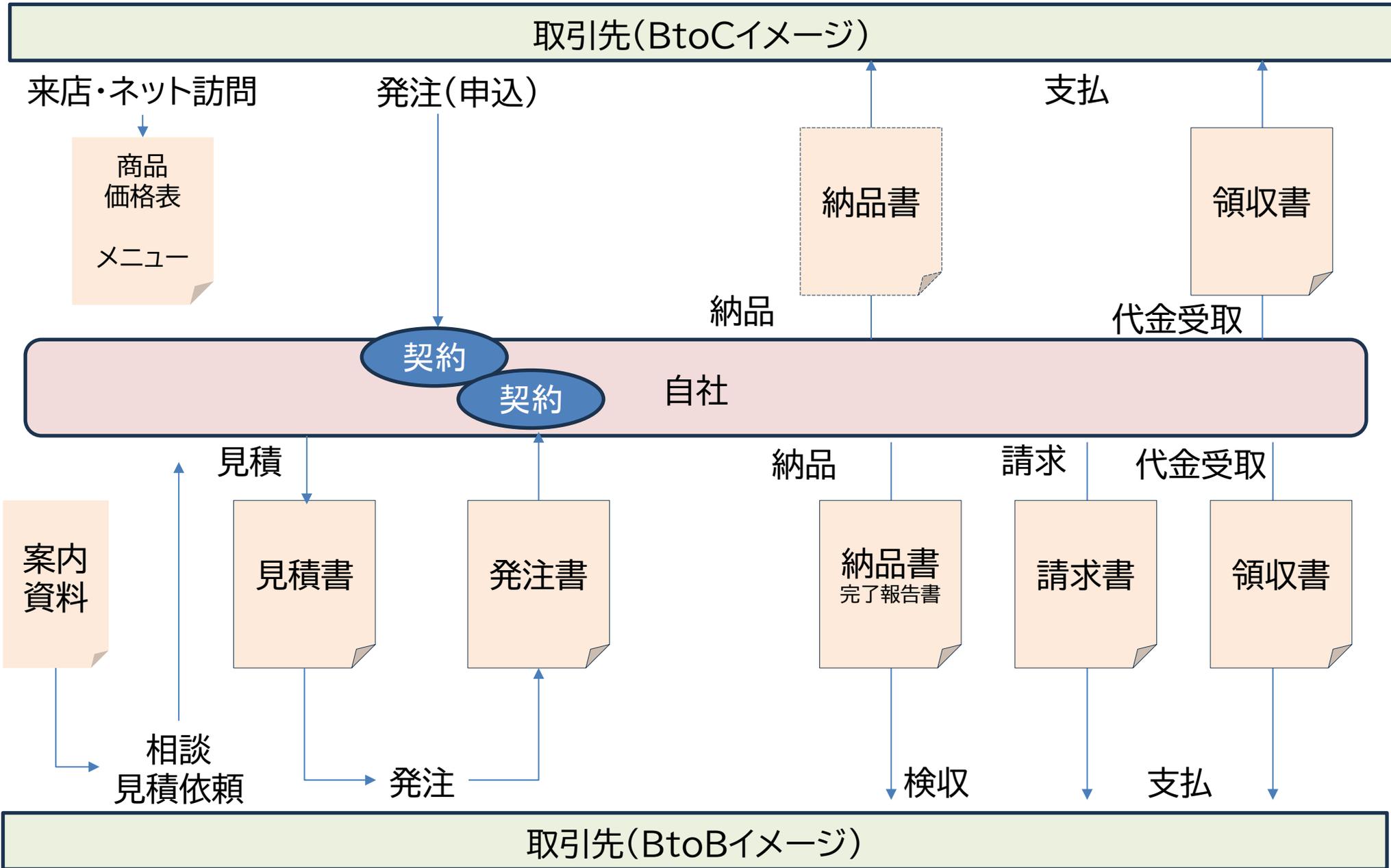
• 契約内容は、原則自由

- どのような契約でも、法律に違反しない内容であれば、自由に内容を決められる。

• 第三者にも内容が分かるように

- 当事者(誰と誰の?)、目的(何を実現するか?)、期日(いつまでに?)、不履行(できないときは?)、条件(やってはならないことは?)
- 領収書、請求書も広い意味では契約書。

契約に関わる基本的なステップ



契約書の形式

- 部数
 - 当事者の人数分。
 - 同じもの(署名・サイン、押印・捺印)を各社が保管する。
- サイン/押印
 - 署名捺印: 自分の名前を自署(サインする)して印鑑を押す。
 - 記名押印: 自分の名前が印刷されたものに印鑑を押す。
- 印鑑
 - 正式には、登録してある印鑑(個人:印鑑登録してあるもの、法人:登記印)だが、認印でも問題はない。
 - トラブルになった時には、登録してある印鑑が確実。
- 押印場所
 - 当事者の署名欄
 - 複数の枚数に渡るときは、ページをまたいで「契印」する。
 - 収入印紙には、印紙と契約書にまたがるように「消印」する。
- 印紙
 - 必要な文書(業務契約なども含めて20文書)については、国税庁のホームページにて記載。
 - <https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/inshi/7140.htm>
 - 例:5万円以上の領収証(5万円以上100万円未満は200円の印紙)

請求書 作成の注意点

① □□株式会社御中

② No.201234
 ③ 20yy年mm月dd日
 ④ ○○株式会社
 担当: □○ 058-123-4567
 登録番号 T01123456789123

⑤ 請求書

平素は格別のお引き立てにあずかり、厚くお礼申し上げます。
 下記の通り請求申し上げます。
 よろしくお願ひ申し上げます。

項目	単価	数量	単位	税抜価格	税率	税込価格
○×△	150	20	kg	3,000	8%	3,240
○□○	200	10	L	2,000	10%	2,200
合計				5,000		5,440
(8%税率対象合計)						3,240
(10%税率対象合計)						2,200

⑧ 振込先 ○○銀行○○支店 普通 1234567 ○○株式会社
 振込手数料は、貴社にてご負担ください。

⑨ お振込期限 □月□日

⑩ 期限までにお振込のない場合には、自用機に加え、遅延利息として、年○%の法定利息をお支払いをお願いする場合があります。

- ① 宛先
- ② 通番
- ③ 発行日
- ④ 作成者・連絡先・社印・登録番号(適格請求書発行事業者の登録制度以降)
- ⑤ タイトル
- ⑥ 消費税率
- ⑦ 区分記載
- ⑧ 振込先
- ⑨ 手数料負担
- ⑩ 振込期限

請求書とは、提供した商品やサービス代金を取引相手に請求する書類です。請求書には、上記①～⑩のように相手に伝えるべき必要事項を記載します。経理的な意味合いを重視している会社も多いですが、請求書を送る目的は、入金を実確にしてもらうことです。そのためにも、相手に配慮した様式を作成しなくてはなりません。

領収書 作成の注意点

① □○△ 様
 ② No.201234
 ③ 20yy年mm月dd日

④ 領収書

⑤ ￥ 10,900 (税込)

但し、食品代(軽減対象)、日用品代として。⑥



⑧

上記、正に領収しました。

⑦

内訳		
税抜金額	10%対象	5,000円
	8%対象	4,000円
消費税額等	10%対象	500円
	8%対象	400円

○○株式会社
 ○○県××市△△町1-2-3
 058-123-4567
 登録番号 T01123456789123
 ⑨
 ⑩

- ① 宛先
- ② 通番
- ③ 発行日
- ④ タイトル
- ⑤ 領収金額
- ⑥ 但し書き
- ⑦ 消費税率区分記載
- ⑧ 収入印紙 (額面5万円以上)
- ⑨ 作成者・連絡先・印
- ⑩ 登録番号(適格請求書発行事業者の登録制度以降)

領収書は商品やサービスに対して、
 確実にお金を支払ったということを証明するための文書です。
 逆に、お金を受け取った側は、商品やサービスの対価として、お金を受け取ったということを証明するために使われます。
 なお、収入印紙の貼り忘れは収入印紙税法違反にあたります！

事業活動における「採用・育成」の基礎

人を雇うか、雇わないか

人は雇わない！

人件費による
固定費の増大

使用者として
の法的責任

採用・教育の
労力・コスト

外注でコト
足りる

給料分働いて
もらえない

労務トラブル・
人間関係の
こじれが心配

人に指導する
技術が必要

教えてもすぐ
辞めてしまう

人を雇う！

業務量を
増やせる

業態として
必須

経営者が経営
について考え
る時間を作る

経営者を
補完する

規模拡大
に必要

人と働く
やりがい

経営者の
暮らしの質

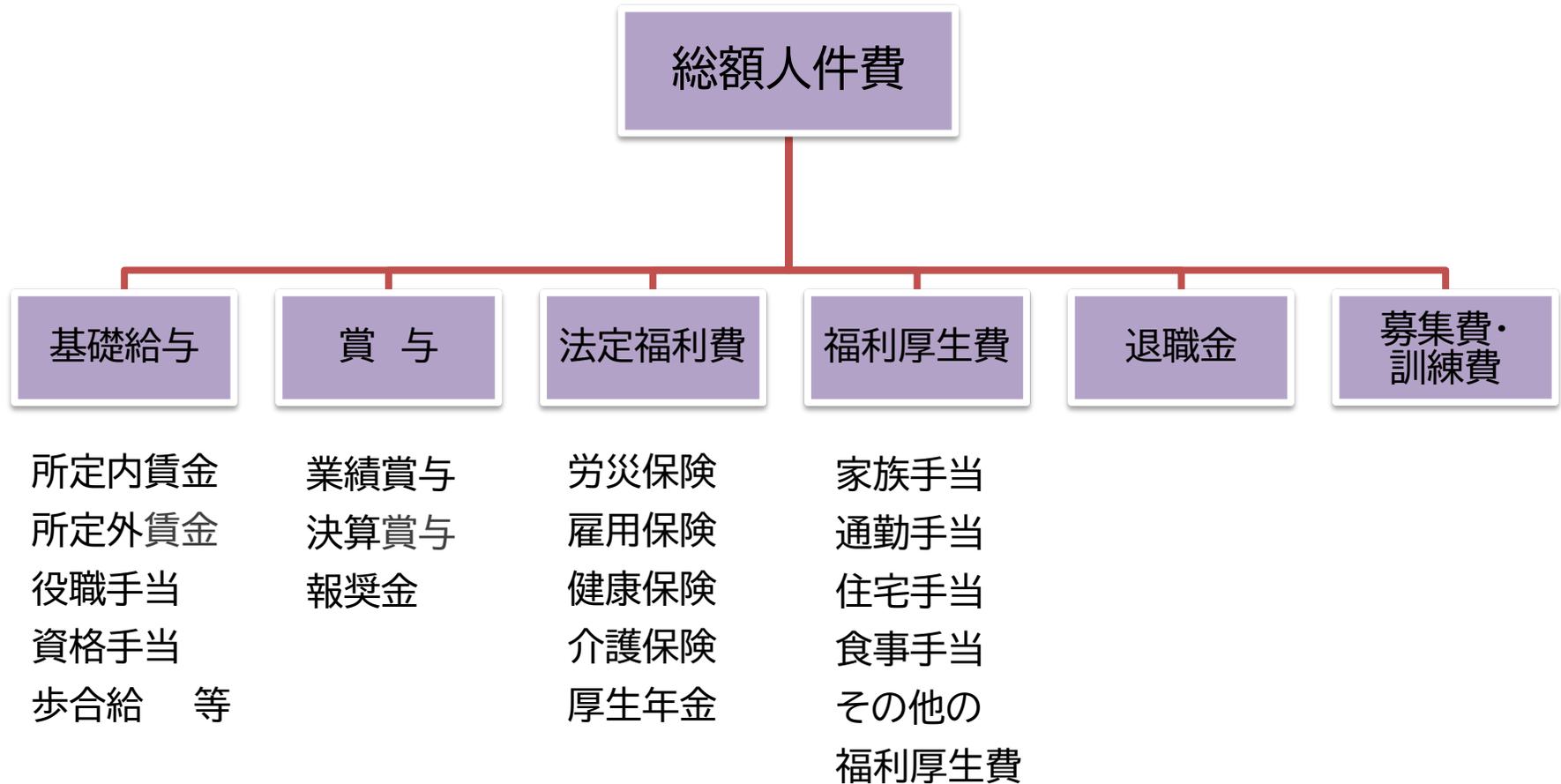
顧客から
の信用

採用にむけての検討ステップ

- ステップ1: 目的の確認
 - 短期的な人手不足?
 - 長期的な中核人材の募集?
 - 雇用である必要はあるのか?
 - 外注ではだめなのか?
 - 設備・機械の導入ではだめなのか?
 - 人件費にいくらかけられるのか?
- ステップ2: 必要な能力
 - 必要な能力は? 必要な人員数の把握
- ステップ3: 雇用形態
 - 正社員? パート? 期間雇用?
- ステップ4: 時期
 - いつまでに採用すべきか、いつ募集すべきか?
- ステップ5: 募集・選考方法
 - 職安、広告媒体、有料職業紹介、人の紹介?

人件費とは…

- 給与総額を想定するだけでは不十分。



人材募集のルート

知人の紹介

無料

身元が
確か

労使関係が
あいまいに

断りづらい
やめさせにく
い

信頼関係が
築きやすい？

ハローワーク

無料

身元が確か

広く不特定多数
に募集

職安が間に
入る安心感

募集記載
に制限

労働保険
加入

助成金

広告募集

有料

広く不特定
多数に募集

身元？

気軽に募集・
応募しやすい

媒体の選定により
募集対象を絞る

派遣・人材紹介

派遣料

人材
紹介料

有料

派遣期間
のルール
(派遣法)

派遣会社・
人材紹介会社が間
に入る安心感

選考時のポイント

- 選考は労を惜しまない。
- 採用選考は、複数目線がベスト
- 応募書類の内容を本人にしっかり確認
 - 例): ブランク⇒聞きづらいことも聞く。退職理由は聞きすぎない
 - 職務経歴書も提出してもらい、職務経歴を本人の口から確認
 - 法律上聞いていけないこと: 出身地、家族の職業、思想、結婚・出産後の予定等
- 面接選考は、2回行ってもいい。現場見学に来てもらう。
 - ⇒接触回数を増やす「配慮してほしいこと」を聞く
- アイコンタクトはできる？身のこなしは？清潔感は？
- 開かれた質問に答えられるか？
- 「緊張しているから・・・」⇒ ずっとそのままのことも。
 - 「謙遜しているのだろう、遠慮しているのだろう」
 - ⇒人手不足時の選考は、評価に期待値が含まれる傾向
- 「配慮してほしいこと」を聞く
- 在留カードは原本確認
- ★最大の留意点: 入れてはいけない人を入れない

採用時のポイント ～採用したら絶対最初にやること

① 労働条件を書面で通知する。

- 求人票は、個別の労働条件通知ではない。
- 雇用の期間、試用期間の設定は慎重に。
- 「とりえず研修に来て」や「働いてもらってから決めよう」は、トラブルのもと。
- 「仕事ができないから明日から来なくていい」 → 解雇です。

② 自社の所定労働時間を決める。

- 法定の労働時間・割増賃金のルールを知る
- 法定の有給休暇のルールを知る

③ 法定の保険に加入する。

- 労災保険・雇用保険・健康保険・厚生年金保険

④ 出退勤記録をつける。

⑤ 税や保険料を含む給与計算を正確に行う。

労災保険・雇用保険

■労災保険・雇用保険に加入する「会社」

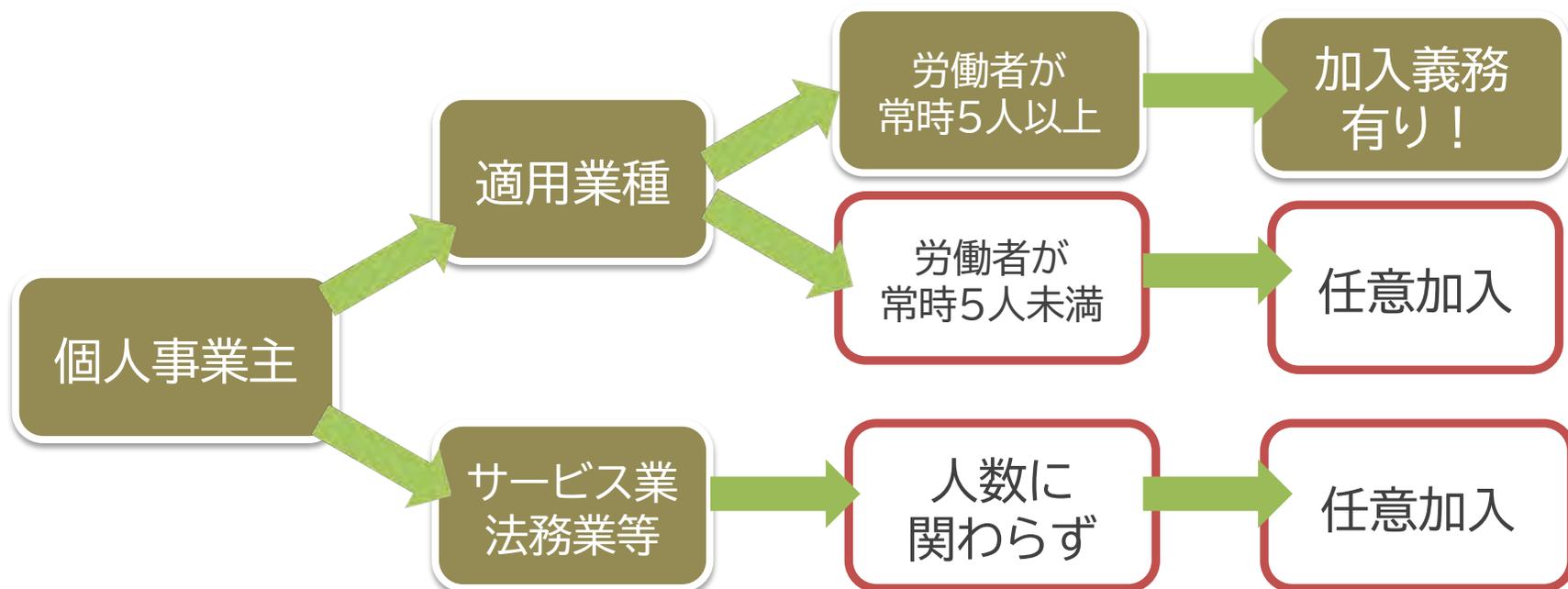
原則：パート・アルバイトを含め『労働者』を1人でも雇用する事業は強制的に加入する必要あり
(一部の農林水産業は除きます。)

■雇用保険の被保険者になる人

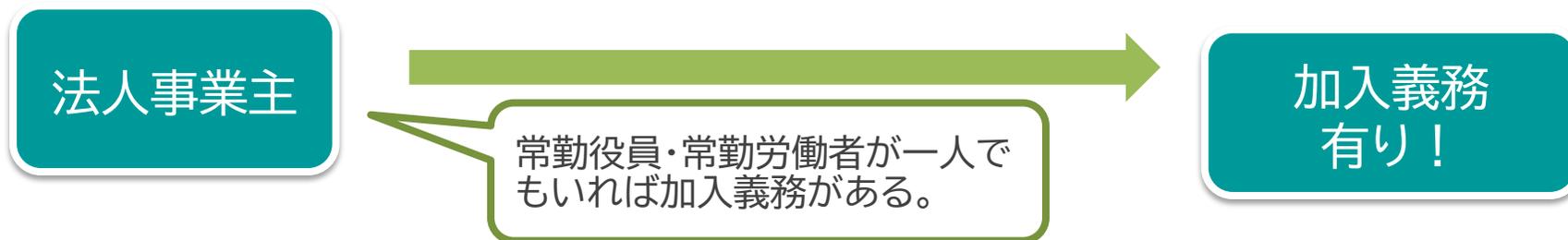
原則：①1週間の所定労働時間が20時間以上であり、
②31日以上雇用の見込みがある人

◆雇用保険の被保険者にならない人 ただし実態判断が必要
65歳に達した日以後に新たに雇用される人、
日雇労働者、季節的事業に雇用される人
法人の代表者・役員、昼間部の学生
事業主と同居の親族、2以上勤務者 等

健康保険・厚生年金保険の加入について



非適用業種は、①農業・畜産・水産業、②サービス業、③法務業、④宗教業。
サービス業とは、飲食店業、美容院、映画等の興行、旅館業等のことをいう。



労働時間・休憩・休日・休暇のルール

■原則的なルール ⇒超えて働かせたら割増賃金を支払う！

- ・法定労働時間 1日8時間まで かつ 1週40時間まで
- ・法定休日 1週間に1日または4週間に4日以上
- ・休憩時間 労働時間が
 - ①6時間を超え8時間以内⇒45分以上
 - ②8時間を超える ⇒60分以上

■例外的なルール

特例措置対象事業場 1週44時間

変形労働時間制 ①1か月単位、②1年単位、③1週間単位 等

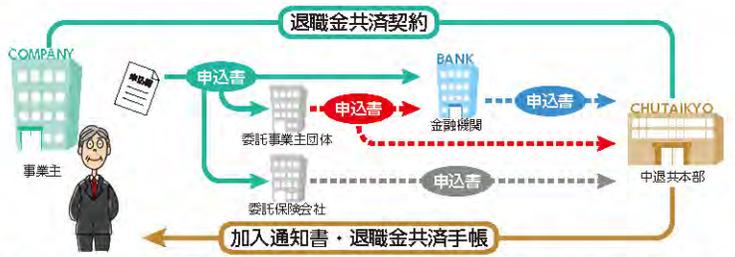
■有給休暇

①6か月継続勤務し、かつ、②8割以上出勤したら付与
パート・アルバイトにも付与しなければならない！

退職金の制度 中退共(中小企業退職金共済制度)

- 退職させる従業員との関係に気にせず、退職金を払える。

申込 事業主が雇用する従業員を対象に、中退共本部と「退職金共済契約」を結びます。



- 「新規申込書」を金融機関、委託事業主団体または委託保険会社*に提出します。*加入申込先(P4参照)
- 「契約成立日」は、提出先の受付日となります。
- 従業員ごとの「加入通知書」および「退職金共済手帳」(一人につき3枚綴り)を、後日送付します。

掛金 毎月の掛金は全額事業主負担とし、金融機関に納付します。



- 掛金は、従業員ごとの「契約成立日」の属する月分から「退職日」の属する月分までを納付します。
- 毎月の掛金(加入従業員の総額)は、事業主が指定した金融機関の預金口座から、毎月18日(当日が金融機関の休業日の場合は翌営業日)に振り替えますので、その前日までに預金口座にご用意ください。
- 加入従業員ごとの「納付状況」「退職金試算額」を、年1回事業主にお知らせします。

人も、会社も、もっと元気に!

中CHU退TAI共KYO済制度

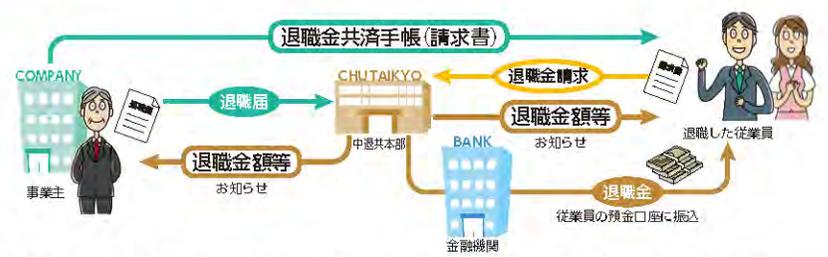
小企業退職金共済制度

- ◆掛金の一部を国が助成
- ◆掛金は全額非課税。手数料も不要
- ◆外部積立型なので管理が簡単
- ◆パートさんの加入もOK

詳しくはホームページへ
中退共

(独) 勤労者退職金共済機構 中小企業退職金共済事業本部
TEL.03-6907-1234 FAX.03-5955-8211

退職 退職した従業員の請求に基づき、中退共本部から退職金が直接支払われます。



- 中退共本部は、事業主からの「退職届」により、退職した従業員の掛金振替を中止します。(従業員の「退職日」は、事業主と従業員の雇用契約が終了する日です。)
- 事業主は、退職した従業員に「退職金共済手帳(請求書)」を渡します。
- 退職した従業員は、「請求書」を中退共本部に送付します。中退共本部は、「請求書」に基づいて、退職した従業員の預金口座に退職金を振り込みます。
- 「退職金額」等を事業主および従業員に振り込み前にお知らせします。

退職を求める時のポイント

- パート・アルバイト・試用期間(あるいは「研修中」)の人だから、すぐにやめてもらっていいでしょ?
誤解です!!
- 「解雇」には、次の①②のどちらかの手順が必要。
 - ① 30日前の解雇予告
 - ② 30日以上平均賃金を支払う(解雇予告手当)

試用期間中の人も
入社14日間を過ぎたら
解雇予告が必要。

従業員に非のある
解雇は、監督署の認定
を受けましょう。

解雇の手順を踏んで
いても、民法上の不法
行為などを理由に損
害賠償を請求される
リスクも。

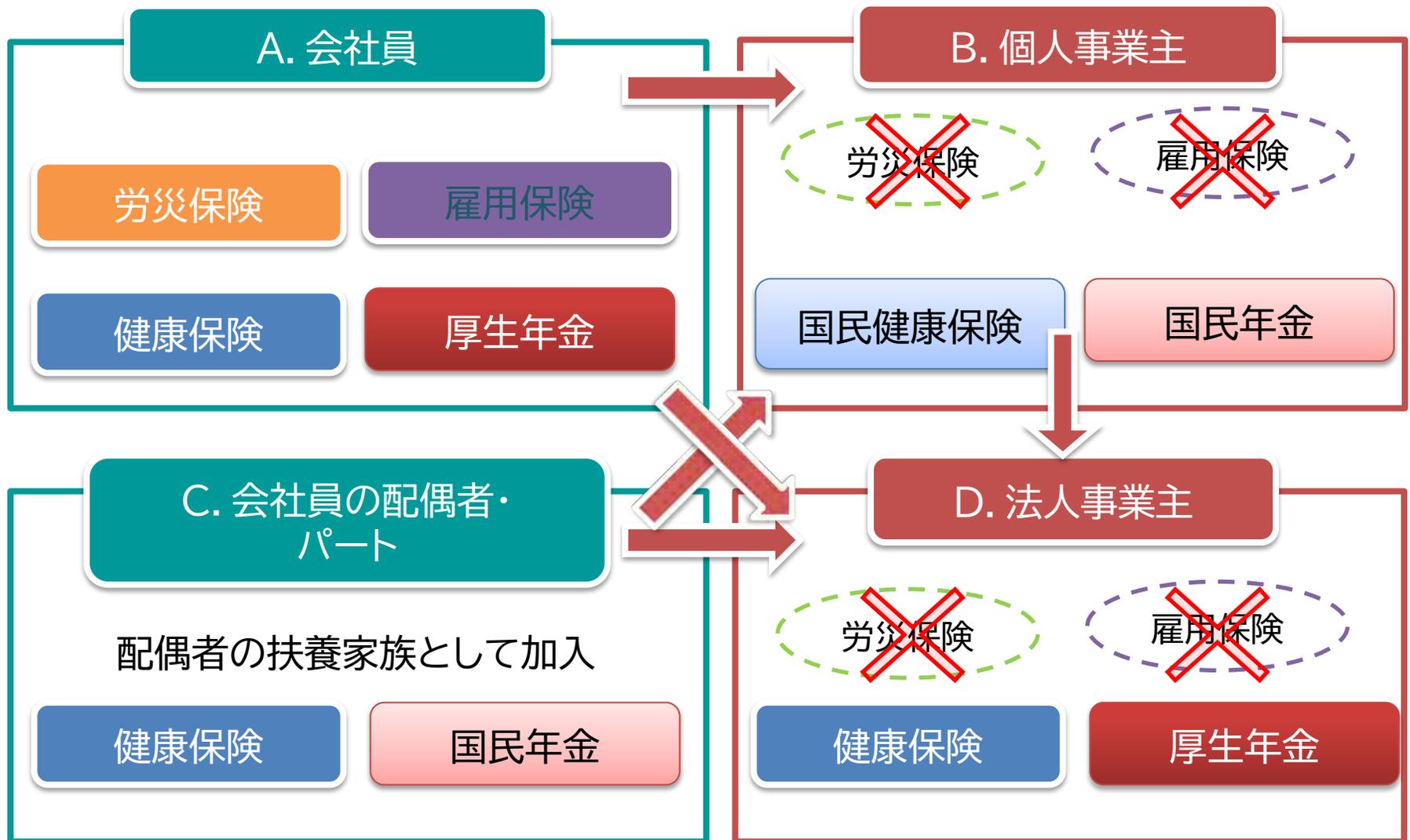
解雇権を濫用したと
される解雇は、無効と
される。

監督署や個人加入型
ユニオンに掛け込まれ
ることも…。

雇用関係の助成金(厚生労働省関連)

- 雇用保険の適用事業所であることが条件。
 - 採用が職安(ハローワーク)経由であることが必須条件。
 - 労働条件・労務管理書類の整理が必要
- 主に下記のようなときに、要件に該当する可能性がある。
 - ① 特定求職者雇用助成金※ ※助成金初心者がトライしやすい
 - 未経験者や一般に就職が難しいといわれるような人(高年齢者・母子家庭の父母・障害者等)を雇うとき
 - ② トライアル雇用助成金※
 - 非正規従業員(短時間・期間雇用の人)の処遇を正規従業員に近くするとき
 - ③ キャリアアップ助成金
 - 従業員(短時間含む)の教育訓練をしたいとき
 - ④ 65歳超雇用推進助成金
 - 高年齢者が働きやすい環境に改善するとき など

事業主の保険・年金について



事業主の退職金制度 小規模企業共済



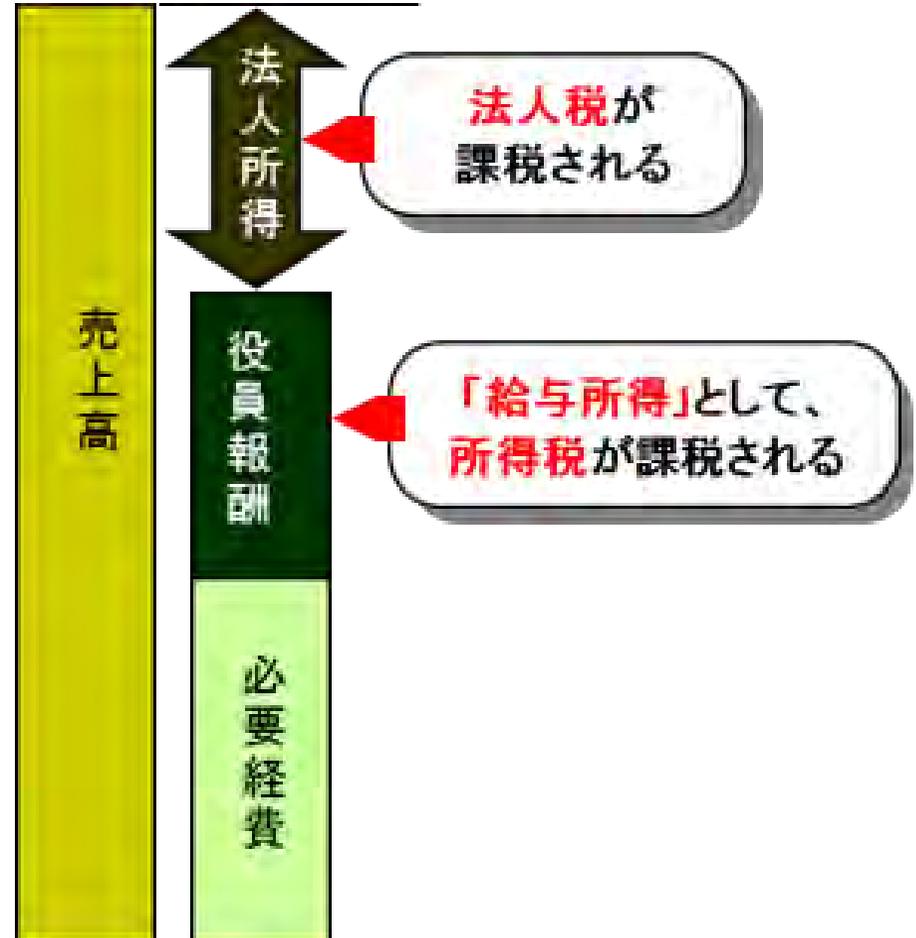
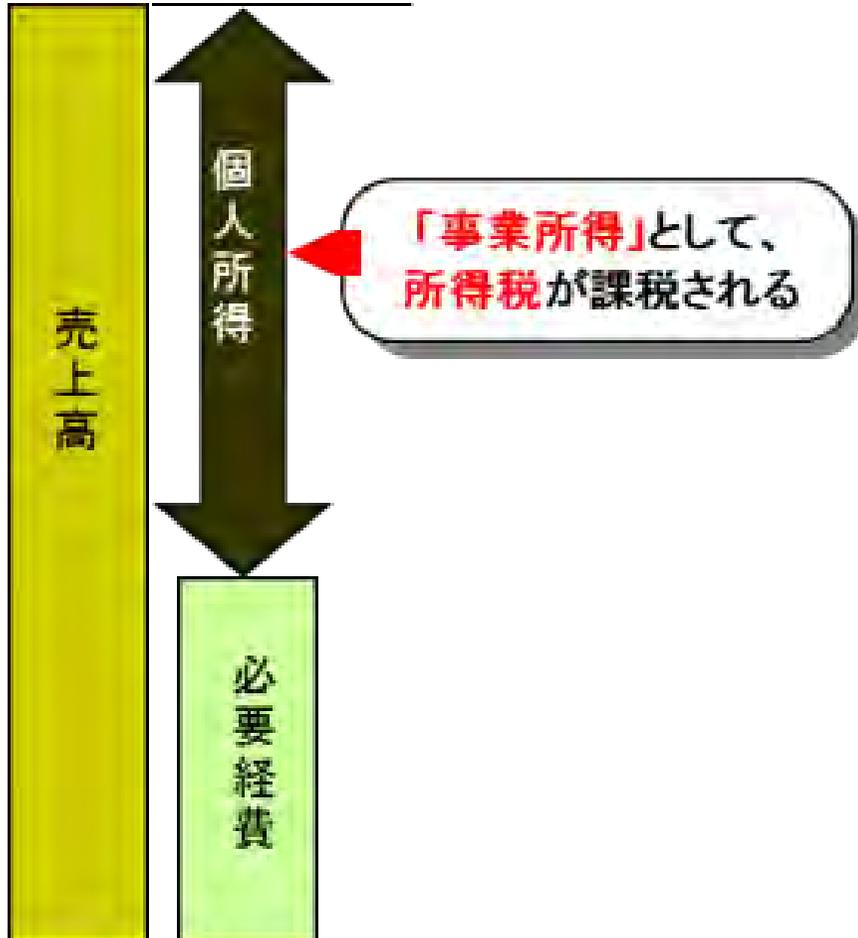
- 小規模企業の経営者が、廃業や退職時の生活資金などのために積み立てる制度。
- 掛金が全額所得控除できる、事業資金の借入れも可能。
 - 掛金は加入後も増減可能、全額が所得控除
 - 月々の掛金は1,000～70,000円まで500円単位で自由に設定が可能。確定申告の際は、その全額を課税対象所得から控除できるため、高い節税効果があります。
 - 共済金の受取りは一括・分割どちらも可能
 - 共済金は、退職・廃業時に受け取り可能。満期や満額はありません。共済金の受け取り方は「一括」「分割」「一括と分割の併用」が可能です。
 - 一括受取りの場合は退職所得扱いに、分割受取りの場合は、公的年金等の雑所得扱いとなり、税制メリットもあります。
 - 低金利の貸付制度を利用できる
 - 契約者の方は、掛金の範囲内で事業資金の貸付制度をご利用いただけます。低金利で、即日貸付けも可能です。

参考:創業の手続き・支援等

個人事業か法人か

	個人事業主	法人
開業・設立	税務署に開業届のみ (青色申告は届出が必要)	定款作成・ 設立登記が必要
事業廃止	税務署に廃業届のみ	解散登記、公告等が必要
税金	経費の幅が小さい分、手間が少ない ・経営者の給与× ・青色申告:専従者給与○、 ・青色申告特別控除10万円/65万円 ・白色申告:家族の給与×	経費に認められる範囲が広い分、 複式簿記が手間 ・経営者の給与○ ・保険料等○ ・赤字でも法人税均等割7万円。
赤字の繰越	なし(白色申告) 3年(青色申告)	9年
信用	低い	高い(取引相手、採用候補者)
会計・経理	青色申告、白色申告 個人の確定申告 (商工会で機械記帳サービスもあり)	法人決算書・申告 (税理士が必要なことが多い) 経営者の個人の確定申告
社会保険	会社負担分なし(5人未満の場合)	会社負担分あり
その他	個人所得350万円程度や売上高1,000 万円程度で法人化を検討	社会的信頼が高い

個人事業か法人か



開業の手続きの概要

個人事業主（個人で手続き可能）	法人（司法書士に依頼するのがベター）
<p>事業の内容を決める</p> <p>↓</p> <p>屋号(店名等)を決める</p> <p>↓</p> <p>白色申告/青色申告を決める</p> <p>青色申告:正規の簿記の原則、一般的には複式簿記により記帳し、その記帳に基づいて作成した貸借対照表を損益計算書とともに確定申告書に添付して確定申告期限内に提出</p> <p>↓</p> <p>マイナンバーを確認</p> <p>↓</p> <p>開業届を税務署に提出</p> <p>↓</p> <p>(青色申告)所得税の青色申告承認申請書を同時に提出</p> <p>(白色申告)特に何もしない</p> <p>↓</p> <p>手続き終了</p>	<p>株式/合同/NPO等の組織を決める</p> <p>↓</p> <p>社名、所在地を決める</p> <p>↓</p> <p>印鑑(会社印、代表印、銀行印)を作成する</p> <p>↓</p> <p>会社の目的(何をやるのか)を決める</p> <p>↓</p> <p>定款(会社のルール)作成</p> <p>↓</p> <p>設立時の役員の承認書を作成</p> <p>↓</p> <p>資本金を準備(個人口座の残高記入)</p> <p>↓</p> <p>登記申請書を作成する</p> <p>↓</p> <p>法務局にて設立登記の申請</p> <p>↓</p> <p>手続き終了</p>

開業届(個人事業)

管轄する税務署にて、届ける
(国税庁のホームページでも
PDFファイルに入力することで
事前に準備しておくことも可能)

<http://www.nta.go.jp/tetsuzuki/shinsei/annai/shinkoku/annai/04.htm>

税務署受付印		1 0 4 0			
個人事業の開業・廃業等届出書					
納税地	○住所地・○居所地・○事業所等(該当するものを選択してください) (〒 - -) (TEL - -)				
上記以外の 住所地・ 事業所等	納税地以外に住所地・事業所等がある場合は記載します。 (〒 - -) (TEL - -)				
フリガナ	氏名	生年月日			
	Ⓜ	○大正 年 月 日生 ○昭和 ○平成			
個人番号	: ; : ; : ; : ; : ; : ; : ; : ; : ;				
職業	フリガナ	屋号			
個人事業の開廃業等について次のとおり届けます。					
届出の区分	開業(事業の引継ぎを受けた場合は、受けた先の住所・氏名を記載します。) 住所 _____ 氏名 _____ 事務所・事業所の(○新設・○増設・○移転・○廃止) 廃業(事由) (事業の引継ぎ(譲渡)による場合は、引き継いだ(譲渡した)先の住所・氏名を記載します。) 住所 _____ 氏名 _____				
所得の種類	○不動産所得・○山林所得・○事業(農業)所得(廃業の場合……○全部・○一部)				
開業・廃業等日	開業や廃業、事務所・事業所の増設等のあった日 平成 年 月 日				
事業所等を 新増設、移転、 廃止した場合	新増設、移転後の所在地	(電報)			
	移転・廃止前の所在地				
廃業の事由が法 人の設立に伴う ものである場合	設立法人名	代表者名			
	法人納税地	設立登記 平成 年 月 日			
開業・廃業に伴 う届出書の提出 の有無	「青色申告承認申請書」又は「青色申告の取りやめ届出書」	○有・○無			
	消費税に関する「課税事業者選択届出書」又は「事業廃止届出書」	○有・○無			
事業の概要	できるだけ具体的に記載します。				
給与等 の支払 の状 況	区分	従業員数	給与の定め方	税額の有無	その他 参考事 項
	専従者	人		○有・○無	
	使用人			○有・○無	
	計			○有・○無	
源泉所得税の納税の特例の承認に関する届出書の提出の有無				○有・○無	給与支払を開始する年月日 平成 年 月 日

商号税理士
(TEL - -)

税務署 整理 理 理	整理番号	専任税理士	A	B	C	番号確認	身元確認
	源泉用紙 交付	通信F付付の年月日	確認日	確認書類 個人番号カード/通知カード・運転免許証 その他()			
	年 月 日						□ 済 □ 未済

開業届(個人事業)

書き方

- 1 この届出書は、新たに事業を開始したとき、事業用の事務所・事業所を新設、増設、移転、廃止したとき又は事業を廃止したときに提出するものです。
この届出書は、事業の開始、廃止等の事実があった日から1か月以内に納税地の所轄税務署長に提出してください。
なお、新設、増設、移転、廃止にかかる事務所・事業所の所在地が納税地と異なる場合には、これらの事務所・事業所の所在地を所轄する税務署長にも提出してください。
- 3 「所得の種類」欄には、新たに開始した事業又は廃止した事業に係る所得の種類について、該当するものを○で囲んでください。
また、事業所得を生ずべき事業を2以上(例えば、小売業と建設業など)行っている方がその事業の全部を廃止する場合は「全部」を、その事業の一部を廃止する場合は「一部」を○で囲んでください。
なお、「一部」を○で囲んだ場合には、廃止する事業を括弧内に簡記します。
- 4 「給与等の支払の状況」欄には、届出日現在における給与の支給の状況及びそれらの状況からみて源泉徴収をすべき税額があるかどうかを記載します。
また、「給与の定め方」の項には日給・月給等の区分を記載し、「税額の有無」の項には、各人ごとの給与額及び扶養親族等の状況等からみて納税すべき税額があるかどうかを判断し、その区分の全員について納付すべき税額がないと認められる場合は「無」を、その他の場合は「有」を○で囲んでください。
なお、「給与を支払を開始する年月日」欄には、給与等の支払を開始する日(届出日現在において既に給与等の支払をした場合にはその開始をした日)を記載します。
(注) 給与等の支払事務を行う事務所を廃止した場合には、「その他参考事項」欄に、給与等の支払事務を引き継いだ先の事務所等の所在地を記載します。
- 5 新たに事業を開始した年から青色申告の申請又は消費税の課税事業者を選択される方は、申請書等を次の期限までに提出してください。
「青色申告承認申請書」
① 1月15日までに、新たに事業を開始した場合……その年の3月15日
② 1月16日以降に、新たに事業を開始した場合……事業を開始した日から2か月以内

「課税事業者選択届出書」

- 新たに事業を開始した年の末日(12月31日)

- 6 事業を廃止する方で青色申告の取りやめをされる方は、「青色申告の取りやめ届出書」も提出してください。

また、消費税の課税事業者の方及び課税事業者を選択されている方で、廃業する事業のほかに課税売上げに当たる所得(不動産所得等)のない方は、「事業廃止届出書」も提出してください。

※ 届出書を提出する際には、①個人番号(12桁)の記載及び②届出をする方の本人確認書類の提示又は写しの添付が必要となります。

なお、届出書の控えを保管する場合には、その控えには個人番号を記載しない(複写により控えを作成し保管する場合は、個人番号部分が複写されない措置を講ずる)など、個人番号の取扱いには十分ご注意ください。

お知らせ

- 1 事業所得、不動産所得又は山林所得のある白色申告の方については、次の制度の適用がありますので、ご注意ください。

- ① 記帳・帳簿書類保存制度
- ② 総収入金額報告書を提出する制度
- ③ 収支内訳書を確定申告書に添付する制度

(注) 事業所得、不動産所得又は山林所得を生ずべき業務を行う全ての方(所得税及び復興特別所得税の申告の必要がない方を含みます。)は、記帳と帳簿書類の保存が必要となっております。

- 2 1月1日から6月30日までの期間(以下「特定期間」といいます。)内に開業した場合で、その特定期間の課税売上高が、1,000万円を超えた場合(課税売上高に代えて給与等支払額の合計額により判定することもできます。)には、開業した翌年において消費税の課税事業者になります。

この場合、「消費税課税事業者届出書(特定期間用)」を速やかに所轄の税務署長に提出してください。

青色申告承認申告書(個人事業)

税務署受付印 	1 0 9 0
<h2 style="margin: 0;">所得税の青色申告承認申請書</h2>	
納税地 (〒 _____)	○住所・○居所地・○事業所等 (該当するものを選択してください。)
上記以外の住所・事業所等 (〒 _____)	納税地以外に住所・事業所等がある場合は記載します。
フリガナ 氏名 (TEL. _____)	○大正 ○昭和 ○平成
生年 月 日	年 月 日 生
フリガナ 屋号	フリガナ 屋号
職 業	職 業

平成____年分以後の所得税の申告は、青色申告書によりたいので申請します。

1 事業所又は所得の基因となる資産の名称及びその所在地 (事業所又は資産の異なるごとに記載します。)

名称 _____ 所在地 _____

名称 _____ 所在地 _____

2 所得の種類 (該当する事項を選択してください。)

○事業所得 ・ ○不動産所得 ・ ○山林所得

3 いままでで青色申告承認の取消を受けたこと又は取りやめをしたことの有無

(1) ○有 (○取消し・○取りやめ) ____年__月__日 (2) ○無

4 本年1月16日以後新たに業務を開始した場合、その開始した年月日 ____年__月__日

5 相続による事業承継の有無

(1) ○有 相続開始年月日 ____年__月__日 被相続人の氏名 _____ (2) ○無

6 その他参考事項

(1) 簿記方式 (青色申告のための簿記の方法のうち、該当するものを選択してください。)

○複式簿記・○簡易簿記・○その他 ()

(2) 備付帳簿名 (青色申告のため備付ける帳簿名を選択してください。)

○現金出納帳・○売掛帳・○買掛帳・○経費帳・○固定資産台帳・○預金出納帳・○手形記入帳

○債権債務記入帳・○総勘定元帳・○仕訳帳・○入金伝票・○出金伝票・○振替伝票・○現金式簡易帳簿・○その他

(3) その他 _____

関与税理士 (TEL. _____)	0	通 信 日 付 印 の 年 月 日	確 認 印	
	年 月 日	年 月 日	確 認 印	
	年 月 日	年 月 日	確 認 印	

税務署の管轄

税務署名	所在地	電話番号	管轄地域
関	〒501-3293 関市川間町2番地	0575-22-2233	関市 美濃市 美濃加茂市 郡上市 加茂郡
岐阜北	〒500-8711 岐阜市千石町一丁目4番地 (NHK岐阜から西へ200m)	058-262-6131	岐阜市のうちJR東海高山本線以北及びJR東海岐阜駅以西の東海道本線以北に属する地域 山県市 瑞穂市 本巣市 本巣郡
岐阜南	〒500-8567 岐阜市加納清水町四丁目22番地の2	058-271-7111	岐阜市の一部 羽島市 各務原市 羽島郡
大垣	〒503-8556 大垣市丸の内二丁目30番地 (大垣市役所の北隣)	0584-78-4101	大垣市 海津市 養老郡 不破郡 安八郡 揖斐郡
高山	〒506-8601 高山市名田町三丁目82番地	0577-32-1020	高山市 飛騨市 下呂市 大野郡
多治見	〒507-8706 多治見市白山町一丁目29番地の1	0572-22-0101	多治見市 瑞浪市 土岐市 可児市 可児郡
中津川	〒508-8611 中津川市かやの木町4番3号 中津川合同庁舎	0573-66-1202	中津川市 恵那市

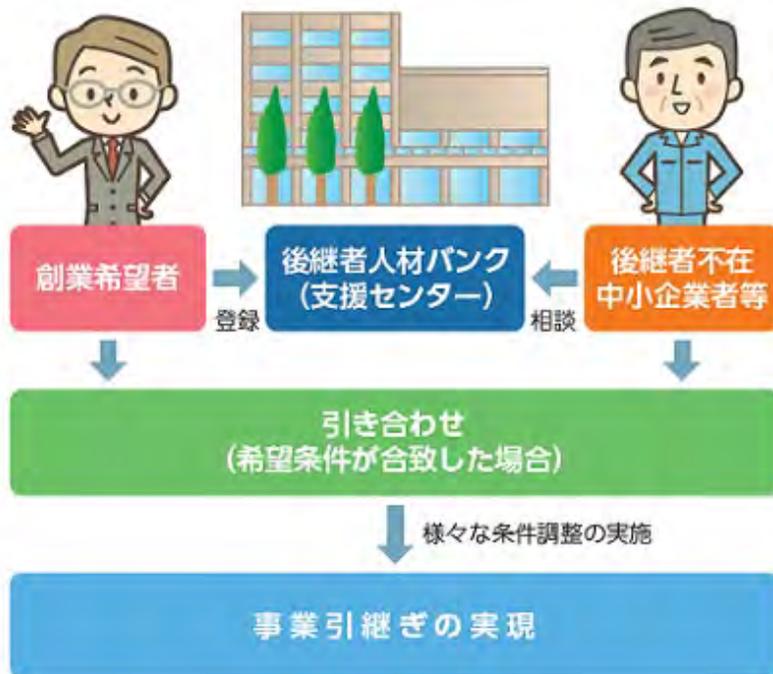
許認可

- 下記のような事業を行う場合には創業前に①監督官庁からの営業許認可、②登録、もしくは③届出が必要となります。
 - 業務に従事する担当者や、利用者が危険な目に遭う可能性がある事業（建設業など）
 - 商品の購入者や、サービスの利用者の命に関わる事業（保険業など）
 - 取り扱い方に注意をしなければ危険がともなうものを扱う場合、危険ではないけれど利用者が不利な立場に立つ可能性がある場合、「人が口に
するもの」、「人の身体に触れるもの」を扱う事業（飲食業など）
- たとえば、飲食店や食品製造業、理・美容室、クリーニング、旅館、ペットショップは保健所の許認可が必要です。また、旅行代理店業や酒類販売業、貨物輸送業、自動車整備、倉庫業、駐車場などは都道府県庁の許認可が必要です。

事業承継を活用した創業

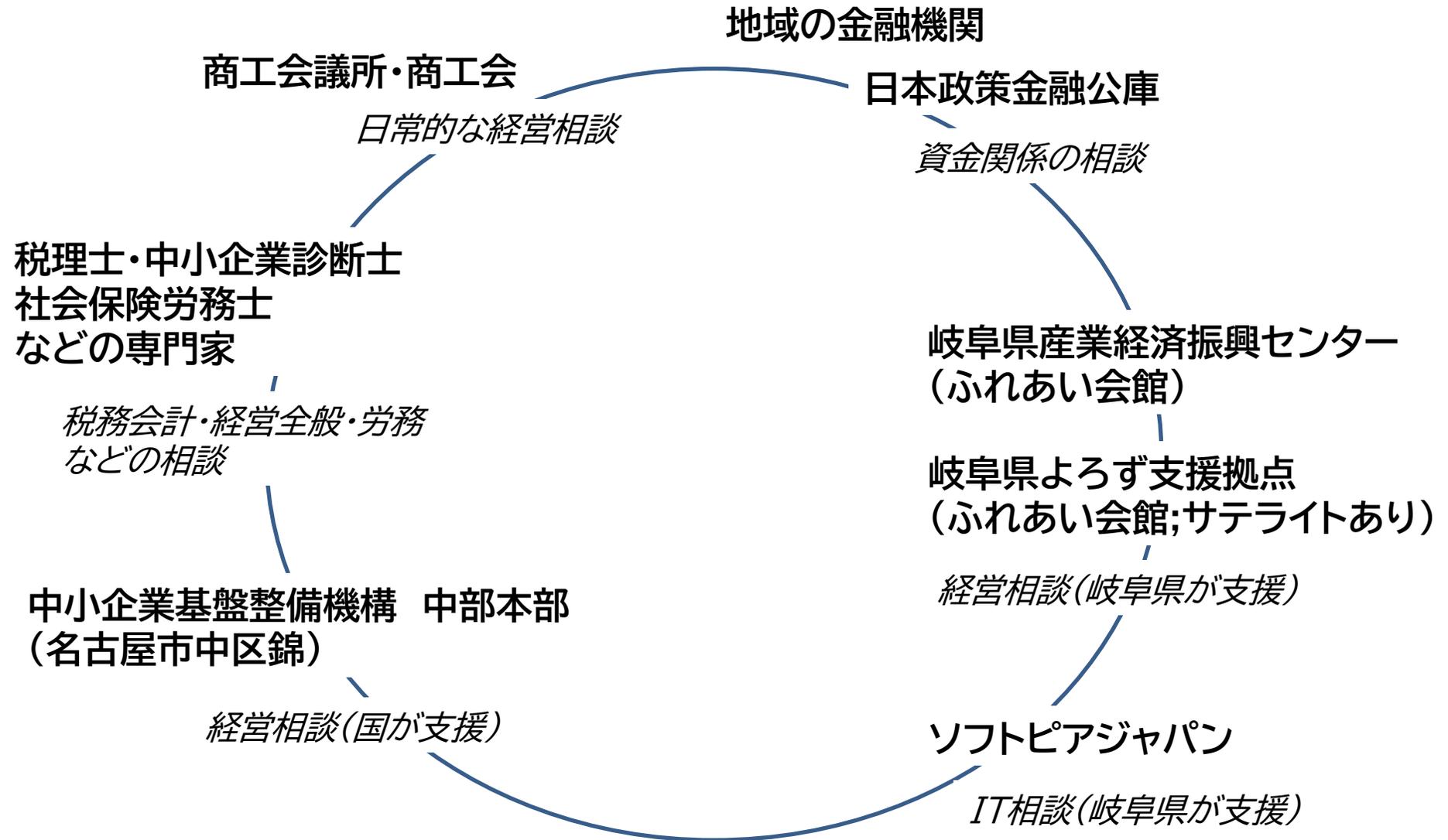
● 「後継者人材バンク」

- 創業を目指す起業家、経験や技術を生かして生かして独立したい方、事業意欲・経営意欲のある方と後継者不在の会社や事業主を引き合わせ、事業引継ぎに向けた支援を行います。
 1. 販売先(顧客)や仕入先、店舗等の経営資源を引き継ぐため、創業時のリスクを低く抑えることができます。
 2. 地域における知名度や経営ノウハウ、代々育まれてきた知識など、目に見えない資産を引き継ぐことができます。



岐阜県事業承継・引継ぎ支援センター
<https://www.gshc.jp/koukeisha/>

開業後の支援



事業に、暮らしに、まちに、元気を

株式会社 道家経営・法務事務所

道家 睦明 Mutsuaki Dohke

mutsuaki@dohke.net

www.dohke.net

〒501-6065 岐阜県羽島郡笠松町門間534

TEL.090-3569-3539,058-388-8122

FAX.058-388-8127

夢の一步を踏み出すチャンス!!

令和7年度

創業を支援!
恵那市起業支援
補助金対象

受講料
無料



「創業セミナー」

～創業時に必要な知識「経営・財務・人材育成・販路開拓」
を習得することができます～

【日にち】 令和7年

- 第1回 10月17日(金)「創業の心構えと経営の基本、創業計画の概要」
- 第2回 10月24日(金)「事業のしくみとしてのマーケティングと販売戦略」
- 第3回 10月31日(金)「事業活動における会計・税務/採用・育成の基礎」
- 第4回 11月14日(金)「創業計画の発表・アドバイス、相互交流」

【時間】 19:00～21:00 【会場】 恵那市恵南商工会本所 (明智)

【対象】 起業予定者、起業を検討している方、起業に関心のある方、
新規事業を検討している方等

※セミナー受講者は、別日程で専門家による個別支援が受けられます。

※本セミナー4回受講し、恵那市内で開業される方は、恵那市商工振興補助金(起業支援事業)の限度額が**40万円**に増額されます。(※恵那市に住民票がある方に限る)

株式会社道家経営・法務事務所
代表取締役・中小企業診断士
道家 睦明

<第4回>
創業計画の発表・アドバイス・相互交流

各自のプランを発表してください。

そして、人のプランの良いところ、
改善したら良いところを考え、
アドバイスしてください。

そして、自分のプランの見直しもしてください。

補助金制度の概要

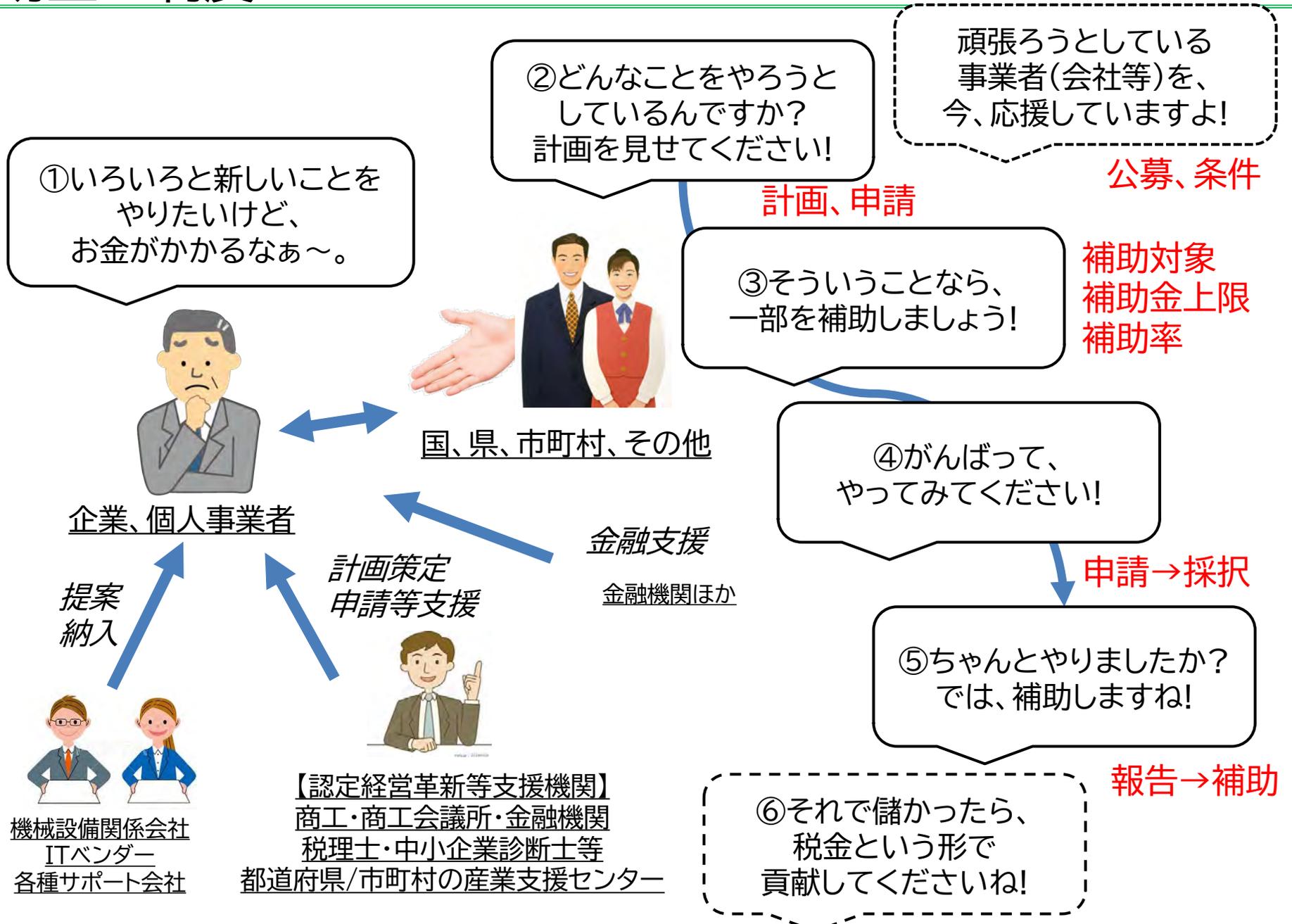
※「補助金」と「助成金」の違い ～厳密には運用されていない～

「補助金」は、経済産業省系の施策に多く、国や地方公共団体が示す、申請を出しても採択されないと受け取れない場合があります。

「助成金」は、厚生労働省系や税制の施策に多く、受給要件に満たしていれば原則だれでも受け取ることができます。

一部では、助成金という言葉の入っている「補助金」もあります。

補助金の制度とは

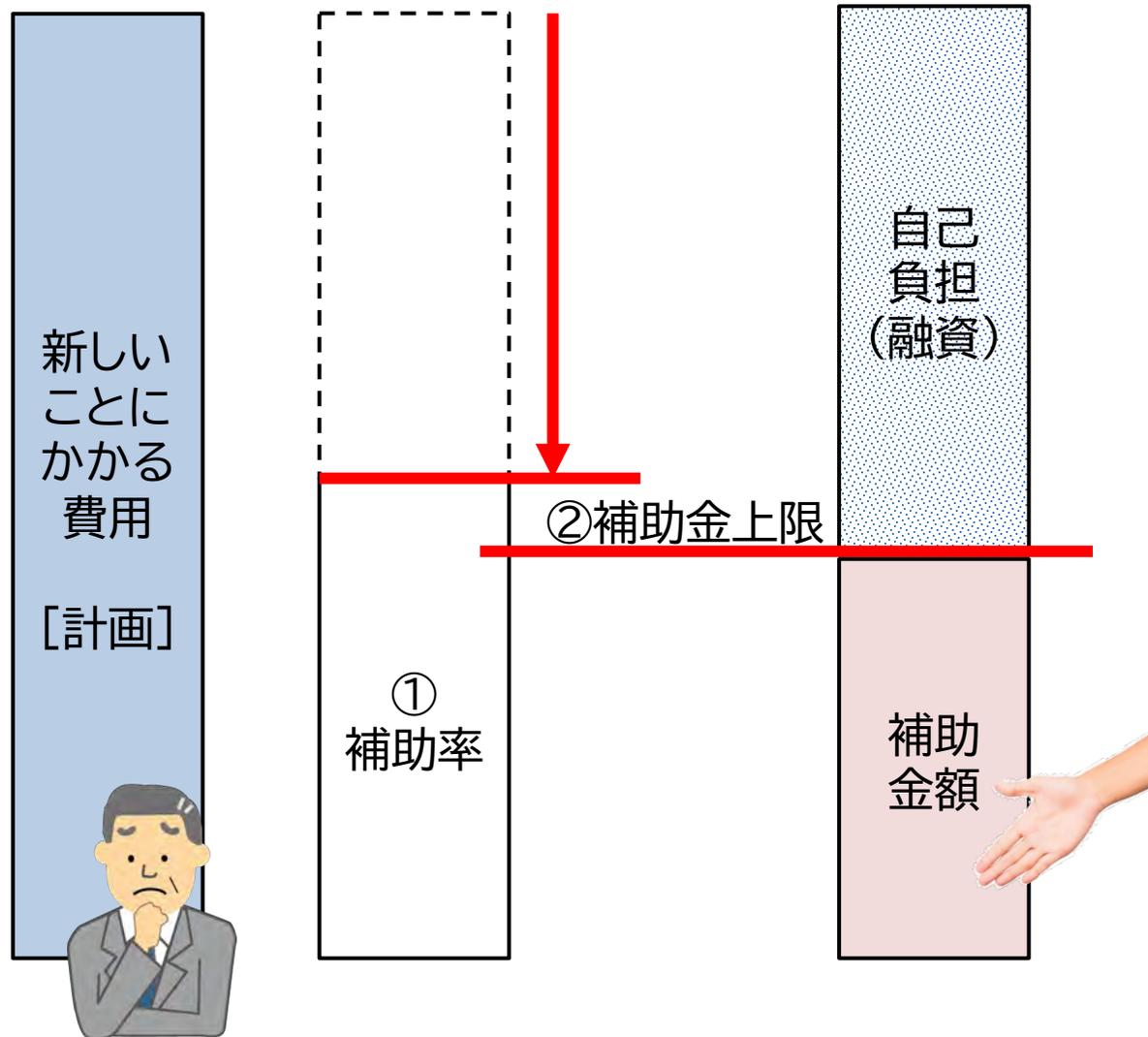


経営計画と補助金申請の関係



- ① 経営計画(事業計画)をつくる
- ② 補助金を探す
- ③ 申請書をつくり申請する
- ④ 計画を実行!

補助金の補助率と上限



例:
補助率1/2
補助金額上限1,000万円
という補助金の場合...

- (1)
計画している費用:3,000万円
補助金は1,000万円
- (2)
計画している費用:2,000万円
補助金は1,000万円
- (3)
計画している費用:600万円
補助金は300万円

代表的な補助金 ～全国

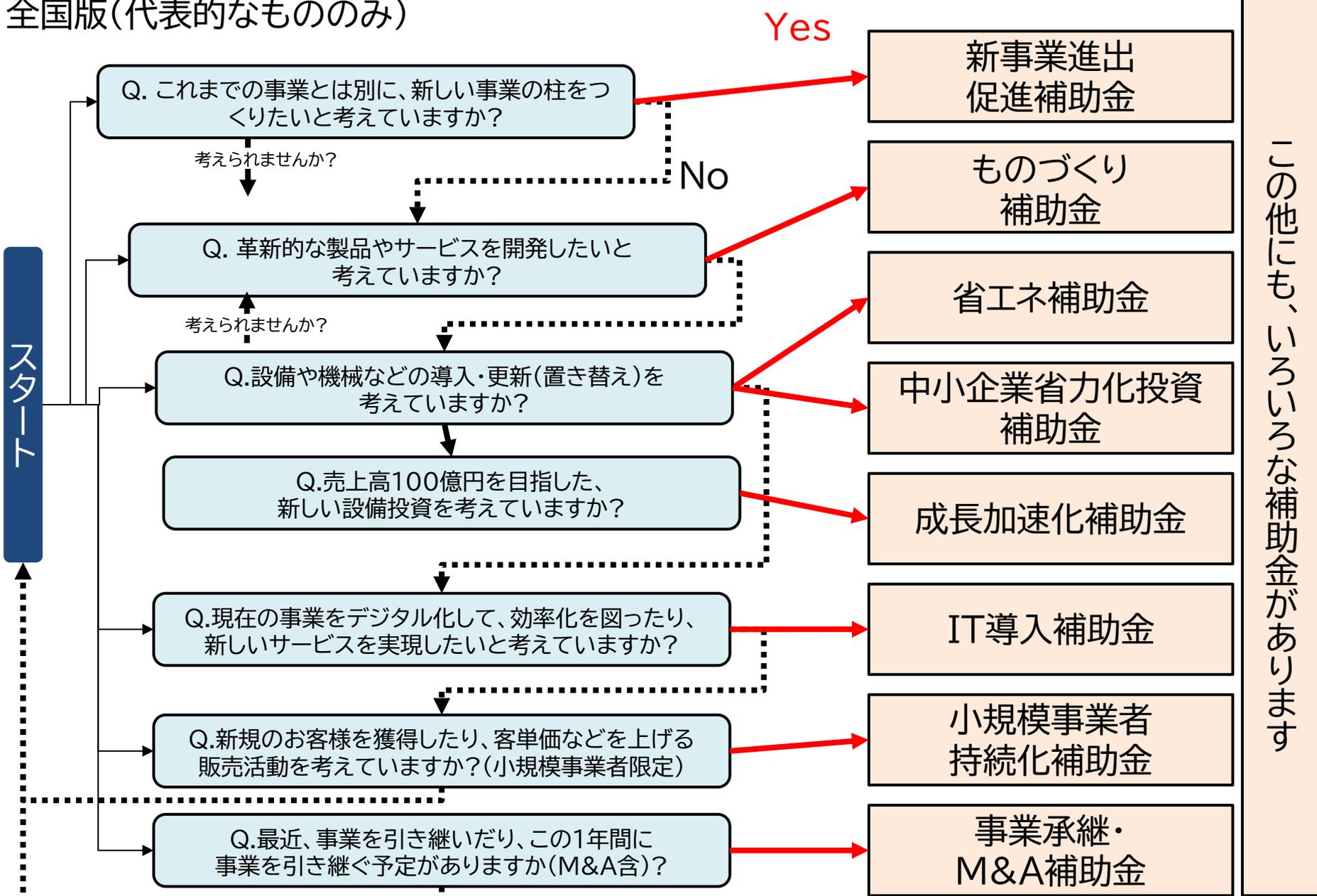
()内は、略称

小規模事業者持続化補助金 (持続化補助金)	商工会・商工会議所等と一体となって経営計画を作成し、当該計画に基づいて行う販路開拓等の取組を支援
中小企業新事業進出補助金 (新事業進出補助金)	中小企業等が行う、既存事業とは異なる、新市場・高付加価値事業への進出にかかる設備投資等を支援。
ものづくり・商業・サービス 生産性向上促進補助金 (ものづくり補助金)	中小企業・小規模事業者等の生産性向上や持続的な賃上げに向けた新製品・新サービスの開発に必要な設備投資等を支援
中小企業成長加速化補助金 (成長加速化補助金)	売上高100億円を目指す、成長志向型の中小企業へ、大胆な設備投資を支援
IT導入補助金	業務の効率化やDXの推進、セキュリティ対策に向けたITツール等の導入費用を支援
中小企業省力化投資補助金 (省力化補助金)	中小企業等の売上拡大や生産性向上を後押しするために、人手不足に悩む中小企業等に対して、省力化投資を支援
省エネルギー投資促進支援事業補助金、 省エネルギー投資促進・需要構造転換 支援事業費補助金 (省エネ補助金)	省エネルギー性能の高い機器及び設備並びに電力ピーク対策に資する機器及び設備の導入に要する経費を補助することにより、各部門の省エネルギーを推進し、安定的かつ適切なエネルギーの需給構造の構築を図る
事業承継・M&A補助金	中小企業が生産性向上、持続的な賃上げに向けて、事業承継に際しての設備投資や、M&A・PMI の専門家活用費用等を支援

補助金の対象が違えば、同じ年度内に別の補助金も申請することも可能です。

どんな補助金が該当しそうか？

全国版(代表的なもののみ)



代表的な補助金の公募スケジュール 2025年9月20日現在

		2025年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2026年 1月	2月	3月
持続化補助金 (通常枠/創業型)				3/4 第17回 公募要領公開		5/1 第17回 申請開始	6/13 第17回 申請締切 6/30 第18回 公募要領公開			(未発表) 第17回 採択発表	10/3 第18回 申請開始	11/28 第18回 申請締切			(未発表) 第17回 採択発表	
中小企業新事業進 出補助金					4/22 第1回 公募開始		6/中旬 第1回 応募受付開始	7/10 第1回 公募締切		9/12 第2回 公募開始		11/10 第2回 応募受付開始	12/19 第2回 公募締切			3/下旬 第2回 採択発表
ものづくり補助金			2/14 19次 公募開始	4/11 19次 電子申請開始	4/25 19次 申請締切 20次 公募開始			7/1 20次 電子申請開始 7/25 20次 申請締切 7/28 19次 採択発表			10/3 21次 電子申請開始 10/24 21次 申請締切 10/下旬 20次 採択発表			1/下旬 21次 採択発表		
成長加速化補助金				第1次 公募要領 公開		5/8 第1次 受付開始	6/9 第1次 締切	7/下旬 第1次審査 結果公表	7/下~8/下 プレゼン 審査	9/19 採択 結果公表						
IT導入 補助金	通常枠		2/28~ ITツール 登録申請	3/31~ IT支援事業者 登録申請		5/12 1次締切				9/2 3次 交付決定 9/22 5次締切 9/30 4次 交付決定			12/2 7次締切 12/11 6次 交付決定	1/20 7次 交付決定		
	インボイス枠 (インボイス対応類型)						6/16 2次締切 6/18 1次 交付決定	7/18 3次締切 7/24 2次 交付決定	8/20 4次締切		10/31 5次 交付決定 10/31 6次 締切					
	インボイス枠 (電子取引類型)						6/16 1次締切	7/24 1次 交付決定	8/20 2次締切		9/30 2次 交付決定	10/31 3次締切			12/11 3次 交付決定	
	セキュリティ対策 推進枠															
	複数社連携IT導入枠															
省力化投資補助金		(カタログ型) 随時受付中		(一般型) 3/19 第1回受付開始 3/31 第1回申請締切	(一般型) 4/25 第2回受付開始	(一般型) 5/30 第2回申請締切	(一般型) 6/16 第1回採択発表 6/27 第3回公募発表		(一般型) 8/4 第3回 受付開始 8/8 第2回 採択発表 8/29 第3回 申請締切	(一般型) 9/19 第4回受付開始		(一般型) 11/下旬 第4回 受付開始 11/下旬 第3回 採択発表 11/下旬 第4回 申請締切		(未発表) 第4回 採択発表		
省エネ補助金				3/31 一次公募開始	4/28 一次公募締切		6/下旬 二次公募開始 6/中旬 一次交付決定	7/下旬 二次公募締切	8/中旬 三次公募開始	9/下旬 三次公募締切		11/中旬 三次交付決定		~1/31まで 事業期間		
事業承継・M&A補 助金					4/18 第11次 公募開始	5/9 第11次 申請開始	6/6 第11次 申請締切	7/11 第11次 採択発表 7/18 第12次 公募開始	8/22 第12次 申請開始	9/19 第12次 申請締切		(未定) 第12次 採択発表				

補助金等の検索 「J-Net21 支援情報ヘッドライン」

https://j-net21.smrj.go.jp/snavi/support/
補助金・助成金、融資・貸付、税制、出資 も検索可能

中小企業経営者の課題解決をサポートする最新の支援情報や事例をお届けします。

> J-Net21とは

メニュー ▾



Google カスタム検索



ホーム ▶ 支援情報ヘッドライン ▶ 補助金・助成金・融資

支援情報ヘッドライン

補助金・助成金・融資

RSS 

企業経営や創業に役立つ補助金や助成金などの情報が探せます。

補助金・助成金・融資の検索

募集対象地域や分野から自社に合った情報が検索できます。調べたい都道府県に加えて、全国を募集対象地域とする情報もご覧になりたい場合は、「全国」をお選びください（複数選択可）。

地域 地域を開く ▾

種類 選択してください ▾

分野 選択してください ▾

フリーワード

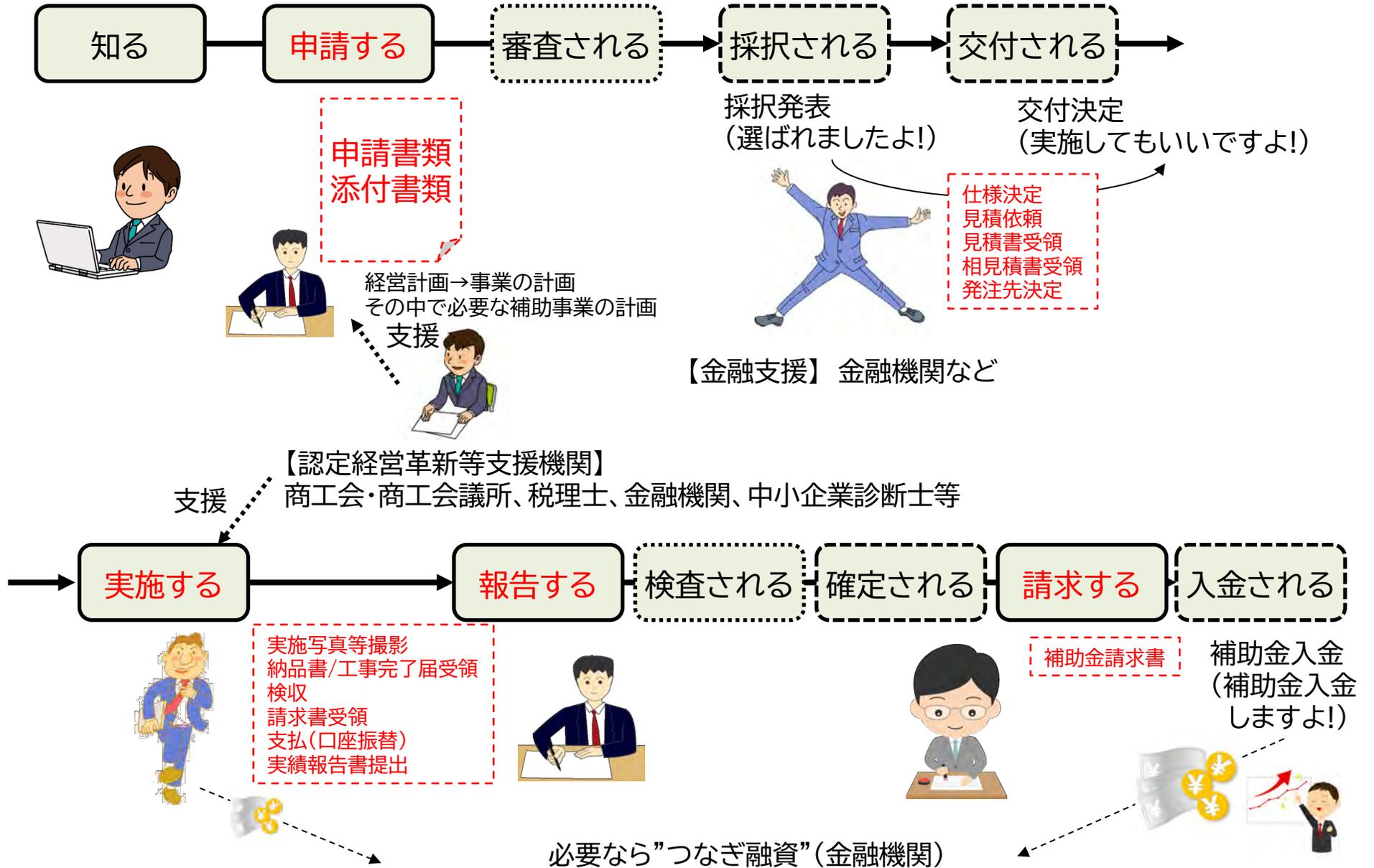
検索実行

検索条件のクリア

補助金4つのポイント

- ①それぞれの補助金ごとに目的と仕組みがある。
 - 補助金は、さまざまな政策ごとに、いろいろなジャンルで募集されています。
 - それぞれの補助金の「目的・趣旨」といった特徴をつかんで、事業とマッチする補助金を見つけましょう。
- ②補助を受けられるのは事業の一部の費用。
 - 必ずしもすべての経費が交付される訳ではありません。
 - 事前に募集要項等で補助対象となる経費・補助の割合・上限額などを確認しましょう。
- ③補助の有無やその額については審査がある。
 - 補助の有無・補助金額は「事前の審査」(採択)と「事後の検査」によって決定します。審査には「申請」が必要です。ポイントをわかりやすくまとめて申請しましょう。
- ④補助金は後払い。
 - 補助金は後払い(精算払い)です。事業を実施した後に報告書等の必要書類を提出して検査を受けた後、はじめて受け取ることができます。
 - 一度は支払う必要があるなので、資金繰りも確認しておきましょう。

補助金の流れ



小規模事業者持続化補助金 ①概要

型	枠	要件	補助上限	補助率	対象経費
一般型	通常枠	経営計画を作成し販路開拓等に取り組む小規模事業者	50万円	2/3	機械装置等費、広報費、ウェブサイト関連費、展示会等出展費(オンラインによる展示会・商談会等を含む)、旅費、開発費、資料購入費、借料、設備処分費、委託・外注費(税理士等への相談・コンサルティング費用など)～①
	インボイス特例	免税事業者から課税事業者に転換	100万円	2/3	
	賃金引上げ特例	事業場内最低賃金を50円以上引き上げる小規模事業者	200万円	2/3 (赤字事業者は3/4)	
創業型		産業競争力強化法に基づく「認定市区町村による特定創業支援等事業の支援」(創業塾等)を受けた小規模事業者	200万円 ※インボイス特例は50万円上乗せ適用	2/3	①と同様 「特定創業支援等事業による支援(創業塾等)」を受けた日および開業日(設立案月日)が公募締切時から起算して過去3か年の間であること。

中小企業新事業進出補助金概要

項目	内容
補助対象者	企業の成長・拡大に向けた新規事業への挑戦を行う中小企業等
補助上限額	従業員数20人以下 2,500万円(3,000万円) 従業員数21～50人 4,000万円(5,000万円) 従業員数51～100人 5,500万円(7,000万円) 従業員数101人以上 7,000万円(9,000万円) ※補助下限750万円 ※大幅賃上げ特例適用事業者(事業終了時点で①事業場内最低賃金+50円、②給与支給総額+6%を達成)の場合、補助上限額を上乗せ。(上記カッコ内の金額は特例適用後の上限額。)
補助率	1/2
基本要件	中小企業等が、企業の成長・拡大に向けた新規事業(※)への挑戦を行い、 (※事業者にとって新製品(又は新サービス)を新規顧客に提供する新たな挑戦であること) ①付加価値額の年平均成長率が+4.0%以上増加 ②1人あたり給与支給総額の年平均成長率が、事業実施都道府県における最低賃金の直近5年間の年平均成長率以上、又は給与支給総額の年平均成長率+2.5%以上増加 ③事業所内最低賃金が事業実施都道府県における地域別最低賃金+30円以上の水準 ④次世代育成支援対策推進法に基づく一般事業主行動計画を公表等の基本要件を全て満たす3～5年の事業計画に取り組むこと。
補助事業期間	交付決定日から14か月以内(ただし採択発表日から16か月以内)
補助対象経費	建物費、構築物費、機械装置・システム構築費、技術導入費、専門家経費、運搬費、クラウドサービス利用費、外注費、知的財産権等関連経費、広告宣伝・販売促進費
その他	<ul style="list-style-type: none"> 収益納付は求めません。 基本要件②、③が未達の場合、未達成率に応じて補助金返還を求めます。ただし、付加価値が増加していないかつ企業全体として営業利益が赤字の場合や、天災など事業者の責めに帰さない理由がある場合は返還を免除します。 公募回数は2026年3月末までに4回程度、採択予定件数は計6,000件程度と予定。

ものづくり補助金 概要

枠	対象	補助上限額	補助率	補助対象経費
製品・サービス高付加価値化枠	革新的な新製品・新サービス開発による高付加価値化	従業員数 5人以下 750万円 (大幅賃上げ特例:850万円)	中小企業 1/2 (最低賃金引上げ 特例:2/3) 小規模・再生 2/3	機械装置・システム構築費(必須;単価50万円以上)、技術導入費、専門家経費、運搬費、クラウドサービス利用費、原材料費、外注費、知的財産権等関連経費 ※「機械装置・システム構築費」以外の経費は、総額で500万円(税抜)までを補助上限(グローバル枠の場合は、1,000万円(税抜)まで)。
		従業員数 6~20人 1,000万円 (大幅賃上げ特例:1,250万円)		
		従業員数 21~50人 1,500万円 (大幅賃上げ特例:2,500万円)		
		従業員数 51人以上 2,500万円 (大幅賃上げ特例:3,500万円)		
グローバル枠	海外事業の実施による国内の生産性向上	3,000万円 (大幅賃上げ特例: 3,100万円~4,000万円)	中小企業 1/2 (最低賃金引上げ 特例:2/3) 小規模 2/3	機械装置・システム構築費(必須)、技術導入費、専門家経費、運搬費、クラウドサービス利用費、原材料費、外注費、知的財産権等関連経費、海外旅費、通訳・翻訳費、広告宣伝・販売促進費

大幅賃上げ特例:① 給与支給総額の年平均成長率+6.0%以上増加、② 事業所内最低賃金が事業実施都道府県における最低賃金+50円以上の水準
最低賃金引き上げ特例: 指定する一定期間において、3か月以上地域別最低賃金+50円以内で雇用している従業員が全従業員数の30%以上いること

IT導入補助金 ①補助金の対象・補助率・補助金額

<https://it-shien.smrj.go.jp/>

【通常枠】

	活用イメージ	プロセス数	補助率	補助金額	補助対象
通常枠	ITツールを導入して、業務効率化やDXを推進	1～3	1/2 最低賃金近傍 の事業者:2/3	5万円～ 150万円	ソフトウェア購入費、クラウド利用料(最大2年分)、導入関連費(保守サポートやマニュアル作成等の費用に加えて、IT活用の定着を促す導入後の活用支援も対象化)
		4以上		150万円～ 450万円	

※最低賃金近傍:

3か月以上地域別最低賃金+50円以内で雇用している従業員数が全従業員数の30%以上であることを示した事業者

IT導入補助金 ①補助金の対象・補助率・補助金額

中小企業・小規模事業者等において、サイバーインシデントを原因とした事業継続が困難となる等の生産性向上を阻害するリスクを低減するとともに、供給制約やそれに起因する価格高騰の潜在的リスクを低減するための支援を行う。

	機能要件	補助対象	補助率	補助金額	補助対象
セキュリティ対策推進枠	独立行政法人情報処理推進機構が公表する「サイバーセキュリティお助け隊サービスリスト」に掲載されているいずれかのサービス	サービス利用料	中小企業 1/2 小規模事業者 2/3	5万円～ 150万円	サービス利用料 (最大2年分補助)

【サイバーセキュリティお助け隊サービスリスト】

<https://www.ipa.go.jp/security/otasuketai-pr/index.html>

中小企業省力化投資補助金 概要

(1) カタログ注文型

随時受付中

清掃ロボット、自動券売機、スチームコンベクションオーブン、無人搬送車等の人手不足解消に効果がある汎用製品を「カタログ」に掲載し、中小企業等が選択して導入できるようにすることで、簡易で即効性がある省力化投資を促進する。

(2) 一般型

公募期間設定

業務プロセスの自動化・高度化やロボット生産プロセスの改善、デジタルトランスフォーメーション(DX)等、中小企業等の個別の現場の設備や事業内容等に合わせた設備導入・システム構築等の多様な省力化投資を促進する。

枠	(1) カタログ注文型			(2) 一般型					
	従業員数	5人以下	6~20人	21人以上	5人以下	6~20人	21~50人	51~100人	101人以上
補助上限額	200万円	500万円	1,000万円	750万円	1,500万円	3,000万円	5,000万円	8,000万円	
大幅賃上げを行う場合	300万円	750万円	1,500万円	1,000万円	2,000万円	4,000万円	6,500万円	1億円	
補助率	1/2			1/2 小規模・再生 2/3 ※補助金額1,500万円までは1/2もしくは2/3、1,500万円を超える部分は1/3					

※最低賃金引上げ特例:補助率を2/3に引上げ(小規模・再生事業者は除く。)

事業承継・M&A補助金 ①概要

	事業承継促進枠	専門家活用枠	PMI推進枠	廃業・再チャレンジ枠
要件	5年以内に親族内承継又は従業員承継を予定している者	補助事業期間に経営資源を譲り渡す、又は譲り受ける者	M&Aに伴い経営資源を譲り受ける予定の中小企業等に係るPMIの取り組みを行う者	事業承継やM&Aの検討・実施等に伴って廃業等を行う者
補助上限	800～1,000万円 ※ ※一定の賃上げを実施する場合、補助上限を1,000万円に引き上げ	買い手支援類型： 600～800万円 ※1、 2,000万円 ※2 売り手支援類型： 600～800万円 ※1 ※1:800万円を上限に、DD費用の申請する場合200万円を加算 ※2:100億企業要件を満たす場合	PMI専門家活用類型：150万円 事業統合投資類型： 800～1,000万円 ※一定の賃上げを実施する場合、補助上限を1,000万円に引き上げ	150万円 ※ ※事業承継促進枠、専門家活用枠、事業統合投資類型と併用申請する場合は、それぞれの補助上限に加算
補助率	1/2・2/3 ※ ※中小企業者等のうち、小規模事業者に該当する場合：2/3	買手支援類型： 1/3・1/2、2/3 ※1 売手支援類型： 1/2・2/3 ※2 ※1:100億企業要件を満たす場合：1,000万円以下の部分は1/2、1,000万円超の部分は1/3 ※2 ①赤字、②営業利益率の低下(物価高影響等)のいずれかに該当する場合	PMI専門家活用類型： 1/2 事業統合投資類型： 1/2・2/3 ※ ※中小企業者等のうち、小規模事業者に該当する場合：2/3	1/2・2/3 ※ ※事業承継促進枠、専門家活用枠、事業統合投資類型と併用申請する場合は、各事業における事業費の補助率に従う
対象経費	設備費、産業財産権等関連経費、謝金、旅費、外注費、委託費等	謝金、旅費、外注費、委託費、システム利用料、保険料	設備費、外注費、委託費等	廃業支援費、在庫廃棄費、解体費、原状回復費、リースの解約費、移転・移設費用(併用申請の場合のみ)

ご清聴ありがとうございました
創業に向け、頑張っていきましょう!

事業に、暮らしに、まちに、元気を

株式会社 道家経営・法務事務所

道家 睦明 Mutsuaki Dohke

mutsuaki@dohke.net
www.dohke.net

〒501-6065 岐阜県羽島郡笠松町門間534
TEL.090-3569-3539,058-388-8122
FAX.058-388-8127
