

事業計画書作成

事業計画は、正確な現状分析を前提とした経営戦略や利益計画などを通して、企業の将来像を明らかにするものです。事業立上げ、資金調達、IPO など事業発展の様々な過程で事業計画書が必要とされます。用途や環境によって何を事業計画書に盛り込むかという検討も重要になります。

弊事務所では、目的に応じた事業計画書の作成をお手伝いします。

事業計画書に通常記載される事項は以下のとおりです。

I. 概要

- A. 目的
 - 1. 投資家へのアピール
 - 2. 事業運営計画
- B. 市場分析
 - 1. ターゲット市場の特徴
 - 2. ターゲット市場の規模
- C. 会社
 - 1. 需要
 - 2. 製品/サービス
- D. マーケティングと販売活動
 - 1. マーケティング戦略
 - 2. 販売戦略
 - 3. 競合環境下で成功するための方策
- E. 製品/サービスの研究開発
 - 1. 重要な管理点
 - 2. 現状
- F. 組織と人事
 - 1. 主要な経営者/所有者
 - 2. 主要な営業担当社員
- G. 財務情報
 - 1. 必要な資金とその用途
 - 2. 過去の財務内容の要約
 - 3. 将来の財務内容の要約

II. 市場分析

- A. 業界概要と展望
 - 1. 業界の概要
 - 2. 業界の規模
 - a. 過去
 - b. 現在
 - c. 今後5年間
 - d. 今後10年間
 - 3. 業界の特徴と動向
 - a. 過去

- b. 現在
 - c. 将来
 - 4. 主要な顧客層
 - a. 企業
 - b. 政府
 - c. 消費者
- B. ターゲット市場
 - 1. 一次ターゲット市場と市場セグメントの特徴
 - a. 重要な需要
 - b. 需要の充足度の現状
 - c. 人口統計分析
 - d. 地域分析
 - e. 購入の決定権者、購入に影響力のある者
 - f. 時期的/周期的な動向
 - 2. 一次ターゲット市場の規模
 - a. 見込み顧客の数
 - b. 類似製品/サービスの年間購入高
 - c. 地域
 - d. 予測される市場の成長性
 - 3. 市場の浸透度
 - a. 市場占有率
 - b. 顧客数
 - c. 対象地域
 - d. 市場浸透度の根拠
 - 4. 価格と売上総利益の目標
 - a. 価格水準
 - b. 売上総利益水準
 - c. 割引体系
 - 5. ターゲット市場の特定メンバーの識別方法
 - a. 名簿
 - b. 業界団体による刊行物
 - c. 政府文書
 - 6. ターゲット市場の特定メンバーへの通信媒体
 - a. 刊行物
 - b. ラジオ/テレビ放送
 - c. 影響力のある者、助言者的立場にある者
 - 7. 潜在顧客の購入周期
 - a. 需要の確認
 - b. 需要充足策の調査
 - c. 充足策の評価方法
 - d. 最終的な充足策に対する責任と権限
 - 8. 一次ターゲット市場の主要な動向と予測される変化

9. 二次ターゲット市場と主要な特質
 - a. 需要
 - b. 人口統計分析
 - c. 重要な将来動向
- C. 市場テスト結果
 1. 接触した潜在顧客
 2. 潜在顧客に提供した情報
 3. 潜在顧客の反応
 4. 需要充足の重要性
 5. 被テスト集団の購入意欲
 6. 様々な価格水準の製品/サービス
- D. リードタイム（顧客の発注から製品/サービスの納入までの時間）
 1. 初回注文
 2. 再注文
 3. 大量購入
- E. 競合
 1. 認識（生産ライン別、サービス別、市場セグメント別）
 - a. 現状
 - b. 市場占有率
 - c. 潜在的競合
 - d. 直接的競合
 - e. 間接的競合
 2. 優位性
 - a. 需要を充足する能力
 - b. 市場浸透度
 - c. 実績、世評
 - d. 資金持続力
 - e. 主要な人員
 3. ターゲット市場の重要性
 4. 市場参入障壁
 - a. 費用（投資）
 - b. 時間
 - c. 技術
 - d. 主要な人員
 - e. 顧客の傾向（ブランド忠誠度、既存関係など）
 - f. 既存の特許、商標
- F. 規制
 1. 顧客要望または法規制
 - a. 遵守方法
 - b. 時期
 - c. 費用
 2. 予期される規制変更

III. 会社

A. 事業の性質

1. 市場の需要
2. 製品/サービス
3. 需要のある個人/組織

B. 顕著な能力

1. 高度な顧客需要充足度
2. 生産/サービスの効率的な提供
3. 人員
4. 地域

IV. マーケティングと販売戦略

A. マーケティング戦略全般

1. マーケティング浸透戦略
2. 成長戦略
 - a. 社内の成長
 - b. 買収
 - c. フランチャイズ
 - d. 水平的成長（異なる購入者に製品を供給）
 - e. 垂直的成長（異なる流通レベルで製品を供給）
3. 流通経路（各段階での割引、収益性水準）
 - a. OEM
 - b. 社内販売部門
 - c. 販売代理店
 - d. 小売業者
4. コミュニケーション
 - a. 宣伝
 - b. 広告
 - c. 広報
 - d. 個人販売
 - e. 印刷物（カタログ、冊子など）

B. 販売戦略

1. 販売部門
 - a. 社内営業担当者と販売代理人（長所、短所）
 - b. 規模
 - c. 採用、研修
 - d. 報酬
2. 販売活動
 - a. 見込み顧客の特定
 - b. 見込み顧客の優先順位付け
 - c. 一定期間内のセールス電話の回数
 - d. 販売1件当たりのセールス電話の平均回数
 - e. 販売1件当たりの平均売上高
 - f. 再注文1件当たりの平均売上高

V. 製品/サービス

- A. 製品/サービスの詳細
 - 1. 製品/サービスの有用性
 - 2. 需要充足度
 - 3. 優位性
 - 4. 現在の段階（着想、原型、少量生産など）
- B. 製品ライフサイクル
 - 1. 製品/サービスのライフサイクルのなかでの現在の位置
 - 2. ライフサイクルの変更要因
 - a. 延長要因
 - b. 短縮要因
- C. 著作権、特許、トレードシークレット
 - 1. 成立/出願中の著作権、特許
 - 2. 出願予定の著作権、特許
 - 3. 著作権、特許を取得できない製品/サービス
 - 4. トレードシークレットに該当する製品/サービス
 - 5. 所有者と従業員との間の契約
 - a. 秘密保持契約
 - b. 競合避止契約
- D. 研究開発活動
 - 1. 現在の活動
 - 2. 今後の活動
 - 3. 今後の研究開発活動から期待される結果
 - a. 新製品/サービス
 - b. 新世代の製品/サービス
 - c. 補完製品/サービス
 - d. 後継製品/サービス
 - 4. 業界他社の研究開発活動
 - a. 直接的競合他社
 - b. 間接的競合他社
 - c. 供給者
 - d. 顧客

VI. 業務

- A. 生産/サービスの提供手順
 - 1. 社内
 - 2. 社外（下請会社）
- B. 生産/サービスの提供能力
 - 1. 社内
 - 2. 社外（下請会社）
 - 3. 予測される生産能力の拡大

- a. 投資
 - b. 追加費用(直接、間接)
 - c. 時期
- C. 優位性
 - 1. 技術
 - 2. 経験
 - 3. 規模
 - 4. 直接費
- D. 供給者
 - 1. 重要な供給者の確認
 - a. 一次供給者
 - b. 二次供給者
 - 2. リードタイム
 - 3. 供給不足のリスクの評価
 - 4. 供給者との契約関係

VII. 経営者と所有者

- A. 経営組織
 - 1. 経営組織図
 - 2. 組織図の説明
- B. 主要な経営陣
 - 1. 氏名
 - 2. 役職
 - 3. 役職の概要(職務内容等)
 - 4. 前職の主要な職務、権限
 - 5. 特殊技能、経験
 - 6. 報酬水準
- C. 追加予定の経営陣
 - 1. 役職
 - 2. 主な職務、権限
 - 3. 必要な技能、経験
 - 4. 採用手続
 - 5. 採用時期
 - 6. 期待する貢献内容
 - 7. 報酬水準
- D. 法的構造
 - 1. 会社
 - a. C 会社
 - b. S 会社
 - 2. パートナーシップ
 - a. ジェネラルパートナーシップ

3. 債務償還
4. 購入
- D. 長期財務戦略
 1. 株式公開
 2. レバレッジドバイアウト
 3. 他会社による買収
 4. 債務償還額と時期
 5. ベンチャー事業の清算

IX. 財務情報

- A. 過去の財務情報（過去3～5年間）
 1. 財務諸表
 - a. 損益計算書
 - b. 貸借対照表
 - c. キャッシュフロー計算書
 2. 会計事務所名と報告書の種類
 - a. 監査
 - b. レビュー
 - c. コンピレーション
- B. 将来の財務情報（次の5年間）
 1. 来年（月毎または四半期毎）
 - a. 損益計算書
 - b. 貸借対照表
 - c. キャッシュフロー計算書
 - d. 資本支出予算
 2. 再来年以降4年間（四半期毎および/または年毎）
 - a. 損益計算書
 - b. 貸借対照表
 - c. キャッシュフロー計算書
 - d. 資本支出予算
 3. 重要な仮定
 4. 種類
 - a. フォーキャスト（経営陣による可能な限りの予測）
 - b. プロジェクション（仮定上のシナリオによる見積り）
 5. 会計士の関与度合
 - a. 財務諸表作成
 - b. 簡易監査
 - c. レビュー
 - d. 検査
- C. 分析
 1. 過去の財務諸表
 - a. 比率分析
 - b. 傾向分析
 2. 将来の財務諸表
 - a. 比率分析
 - b. 傾向分析

X. 参考資料

- A. 主要な経営陣の履歴
- B. 製品の写真
- C. 専門家意見
- D. 市場分析
- E. 公知の情報
 - 1. 雑誌記事
 - 2. 本
- F. 特許
- G. 重要な契約
 - 1. リース
 - 2. 販売契約書
 - 3. 購入契約書
 - 4. パートナーシップ契約書、オーナーシップ契約書
 - 5. スtockオプション契約書
 - 6. 雇用契約書
 - 7. 競合避止契約書
 - 8. 保険
 - a. 製品物責任
 - b. 役員、取締役責任
 - c. 一般責任