

< 1 事業戦略フロー > 事業の流れをまずはトータル的に考える

< 経営理念 > 経営の考え方	



< 経営方針 > 経営の方向性	



< 事業スキーム > 事業の内容	



市場環境分析	
自社の強み	機会要因 : 市場の動向
自社の弱み	脅威要因 : 競合、法的規制等



コンセプト (5 W 3 H)	



マーケティング戦略	
価格戦略	販促、広告戦略
商品、サービス戦略	立地、店舗戦略



実践 (P D C A)	
P (計画)	
D (実行)	
C (評価)	
A (改善)	

< 2 市場戦略 > 自分が考えている商品・サービスの市場性を考える

		市場・エリアの考え方	
		通常考えらえる市場・エリア	新しい視点での市場・エリア
商品・サービス	従来型 商品・サービス		
	新規性のある 商品・サービス		

< 3 一番店調査 > 地域一番店、或いは業界一番店を徹底的に調査する

一番店調査	地域一番店 ()	業界一番店 ()
会社概要 (代表者の経歴、店舗 の歴史、年商、従業員数)		
店舗の内容 (店舗自体、道路看板、 店頭掲示物、ポスター、組織名称、駐車場、立地、来訪者数、従業員の表情等)		
商品内容 (一番商品・サービス 商品構成、商品の売 れ行き等)		
サービス内容 (挨拶調査、電話調査、 受付対応、クレーム 対応等)		
ネットによる調査 ショールーム調査 店舗調査		

< 4 - 1 他社・他店 商品力調査：物販編 >

他社・他店の商品力チェックシート（商品編 1番商品から3番商品まで）

商品内容	1番商品名 ()	2番商品名 ()	3番商品名 ()
製造法・材料内容			
商品の特徴 性能、デザイン、 機能性等			
商品ライン (価格帯、 サイズ、 カラーリング等)			
包装、 キャラクター等			
その他			

< 4 - 2 他社・他店 商品力調査：サービス編 >

他社・他店の商品力チェックシート（商品編 1番商品から3番商品まで）

商品内容	1番サービス ()	2番サービス ()	3番サービス ()
製造法・材料内容			
サービスの特徴 味、機能性等			
サービスライン (価格帯、時間、 対応の差等)			
オプションサー ビス等			
その他			

< 5 - 1 自社 商品力調査：物販編 >

自社・自店の商品力チェックシート（商品編 1番商品から3番商品まで）

商品内容	1番商品名 ()	2番商品名 ()	3番商品名 ()
製造法・材料内容			
商品の特徴 性能、デザイン、 機能性等			
商品ライン (価格帯、 サイズ、 カラーリング等)			
包装、 キャラクター等			
その他			

< 5 - 2 商品力調査：サービス編 >

自社・自店の商品力チェックシート（商品編 1番商品から3番商品まで）

商品内容	1番サービス ()	2番サービス ()	3番サービス ()
製造法・材料内容			
サービスの特徴 味、機能性等			
サービスライン (価格帯、時間、 対応の差等)			
オプションサービス等			
その他			

< 6 ターゲットセグメンテーション> ターゲットの分類を細かくして一点突破を図る

■ ターゲット設定シート

	項目	企業	一般ユーザー
1	ターゲットの エリア	(世界：アジア等、全国、〇〇市、〇〇地等)	(〇〇〇地域、〇〇〇市、〇〇〇区、〇〇マンション群等)
2	ターゲットの 区分化	(業界、業種：業態、年商、従業員数、企業グループ、銀行系列、外資等等)	(性別、年齢、収入、OL、未婚、夫婦、子供有、持ち家、職業等)
3	ターゲットの特徴・特性	(〇〇を良く利用している、〇〇機械・設備を持っている会社等)	(〇〇を愛用している、趣味にしている、〇〇な生活シーンを送っている等)
4	ターゲット・課題 想定される		

< 7 営業計画 >

市場、競合、自社・自店の商品・サービスを念頭に営業（数字）を計画的に作り上げる

営業計画策定シート

	額・年	実行内容	その他
営業目標の設定 ・年間売上目標 ・年間粗利目標 ・月間売上目標 ・新規客目標 ・リピート率目標 ・単価目標			
主要 ターゲットの設定			
1 次、 2 次 商圈設定			
1 番商品 1 番サービス内容 の設定			
販促・広告 内容と予算			
営業組織・体制 の内容			
営業方法 の設定			
営業の 管理方法			
その他方法			

< 8 損益計画 >

3 カ年損益計画シート

項目		今年	%	2 年後	%	3 年後	%
売上高		(100)		(100)		(100)	
販売件数	新規客						
	固定客						
単価	新規客						
	固定客						
売上原価							
売上総利益 = —							
一般管理 費	計						
	人件費 (役員)						
	従業員						
	パート						
	交通費						
	外注費						
	備品消耗品費						
	家賃						
	広告宣伝費						
	接待交際費						
	通信費						
	水道光熱費						
	リース代						
	減価償却費						
	保険料						
	委託費						
	租税公課						
	その他経費						
営業利益 = —							
	営業外収益 補助金等						
	営業外費用 支払利息等						
経常利益 = + —							
	特別収益 保険等						
	特別費用 事故等						
税引前利益 = + —							
	法人税等						
税引後利益 = —							
	剰余金累計						
借入金 A							
返済金 B							
借入合計 C = A — B							

%の欄は売上高構成比

法人税等は の約 4 0 %を想定。

< 9 資金繰り表 >

■ 3ヶ月先行資金繰りシート

項目		月		月		月	
		予定	実績	予定	実績	予定	実績
前月繰越 or							
収入	現金売上						
	売掛売上						
	受取手形						
	その他収入						
	計						
支出	現金支払						
	支払手形						
	経費						
	その他支払						
	計						
収支： = —							
返済	借入金返済						
過不足 = + —							
資金	借入金						
	その他						
	計						
次月繰越： = +							