2019年度　ビジネスプランコンテストエントリーシート　　締め切り7/25（木）16時（必着）

提出方法：１　本用紙（マイクロソフト　ワード（ソフト））を専用ウエッブサイトhttp://www.nit-bc.comからダウンロード。2ワードの電子ファイルに記入。3 ワードの電子ファイルを添付しsangaku@nit.ac.jpに表題「ビジネスプランコンテストエントリー・学籍番号・氏名」でメール。　　※3名までの連名で作成可（代表者を一番最初に表記すること）

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

1. ビジネスプランのテーマ名（30文字以内）

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

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

(3)自分のビジネスの概要　下記項目についてなるべく具体的に記述する

①対象とする顧客とそのニーズ（問題・困り事や提供したい嬉しさ）

■対象となる顧客

■どんなニーズ（顧客の困り事・問題点や提供したい嬉しさ）

②類似の製品・サービスとその提供元（競合企業）

③自分が顧客へ提供する製品・サービス

④期待される顧客のウオンツ　安さ、きめ細かさ、地元の信頼、他にないなど自分の製品・サービスを顧客が購入する決め手を記述

 (4)顧客と市場規模について　　((3)-①の詳細)

①対象となる潜在顧客数　当面（初年）と３年後に想定する潜在顧客数とその算出根拠を記述　（変化がない場合は同じ。また企業などを顧客とする場合は企業数など単位を変更）

■当面（初年）の潜在顧客数（人　　）

■その理由（対象地域の人口ｘ潜在顧客の割合など）

■3年後の潜在顧客数（人　　）

■その理由（対象地域の人口ｘ潜在顧客の割合など）

＜左下より続く＞

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

■販売単価（円/個や回）

■その理由(類似品の価格を参考にした場合はその品名)

■顧客一人当たりの年間の購入頻度（個や回/年・人）

■その理由(類似品や他の製品・サービスと比較した場合はどの品名)

**③市場規模を算出する**

①潜在顧客数（人　）ｘ②販売単価（円/個や回）ｘ購入頻度（個や回/年・人）=市場規模（円/年）

■当面（初年）時の市場規模　　　　　　　　ｘ　　　　　　　ｘ　　　　　　　＝　　　　　　（円/年）

■3年後の市場規模　　　　　 　　　　 　　ｘ　　 　　　　ｘ　　 　　　　＝　　　　　　（円/年）

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

④中長期（5～10年後）における潜在顧客数の増大、販売単価や購入頻度の変化などに関する自分の考えを記述

する（世の中トレンドや自分の努力などの結果）。

(5)競合について　　(3)-②の詳細

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

■想定される競合のタイプや具体名

■自分の製品・サービスの有利な点不利な点と差別化視点

(6)自社の製品・サービスを製造し販売する方法

①顧客へのアピールと売り込み方法（広告等）　特に製品・サービスを知って貰うためのアピールについて記述。

②顧客への製品・サービスの提供方法　　店舗、web配信やサービス提供者を通じなど提供方法について記述

③製品・サービスの製造方法について　（該当するa、ｂ、c、ｄに○印（一つ）を記入）

a.外部からありものを仕入れる　 b.自分達が準備（製造）する　c.自分達が企画・設計し準備（製造）は外部を活用

④必要となる人や物（シーズ）　自分や関係者の労力、製品・サービスの仕入れ先、店舗やサービス提供のスペース、準備のための道具・設備や資材など

(7)自分の製品・サービスのビジネス規模について

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

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

■その理由　※を参考

※シェアは40％ナンバーワン、25％強者、20%上位、10%利益安定、7％市場で存在認知、3%市場参入を目安に。起業ではまず7~10%を狙うことが多い。小さな市場規模を狙う場合は大きなシェアも可能。

②　自社の製品・サービスの当面（初年）、3年後の売上高

・(4)-③の市場規模(当面（初年）、3年後)に対する市場シェア想定から自社売上高＝獲得市場規模算出

■当面（初年）の売上高

当面（初年）の市場規模　　　　　　万（円/年））×市場シェア　　　（％）＝　　　　　万（円/年）

■3年後の売上高

３年後の市場規模　　　　　　　万（円/年））×市場シェア　　　　（％）＝　　　　　万（円/年）

※複数の製品・サービス（例：趣味教室サービスとその制作物製品販売）がある場合は①、②を夫々記入

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

＜事業収入＞ ((7)-②売上高（3年後）のこと)

1. 3年後の売上高

・売上高　　　　　　　　万（円/年）

＜事業支出＞

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

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

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

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

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

③ 人件費　（可能なら人数の内訳も算出）

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

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

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

④　主要な経費（人件費以外の費用）

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

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

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

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

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

(8)続き　＜事業収支＞

　⑤営業利益

・①売上高　　　　　万（円/年）―②売上原価　　　　　　万（円/年）

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

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

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

※営業利益が黒字（０以上）、出来れば営業利益÷売上高が10％程度になるように、標的市場規模、市場シェア、売上高（獲得市場規模、事業収入）、事業支出を考えるのが事業収支の計画。

(9)開業資金の計画と調達

①開業費用

　・開業費用　　　　　　万(円) （内訳　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）

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

②運転費用（開業後、売上が確保できるまで生じる費用）

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

＊当面（初年）の売上原価・人件費・経費の3月分の費用が該当。概算では(8)-②③の　3年後の売上原価・人件費・経費の計3月分✖当面（初年）売上高÷3年後売上高　　※厳密には当面（初年）分を積み上げ計算　今回は不要

③開業資金（開業に必要な費用合計）

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

④資金調達先

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

　＊(自己資金）：　　　　　　　　　万(円)

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

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

＊（その他　クラウドファンド等）：　　　　　　　　　　万(円)

(10)ビジネスプラン実現における障害と対応策

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

(11)アイデアが模倣されない、また競争に勝つ工夫

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

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

・ビジネスプラン実現をなぜやりたいか、感じている意義などを記述。