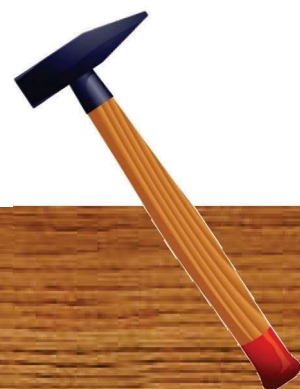


## 小規模事業者支援ガイドブックⅡ

支援者のための

# 創業サポートブック

－発掘・構想・計画・実行を伴走サポート！－



**支援者のための創業サポートブック**  
**目次**

**第1章 支援機関が行う創業支援とは**

1. ガイドブック作成の目的	1
2. ガイドブックの全体構成	1
3. 創業における4つのステージ	3
4. 支援機関が行う創業支援事業のポイント	4

**第2章 創業ステージ別支援のポイント**

1. 第1ステージ（創業イメージがまだ漠然としている段階）	11
2. 第2ステージ（やりたいことが明確になった段階）	16
3. 第3ステージ（創業内容が具体化してきた段階）	21
4. 第4ステージ（行動に移す段階）	32

**第3章 創業後支援のポイント**

1. 顧客獲得策、関係強化策	33
2. 商品、サービス、店舗設備、オペレーションの改善	35
3. 従業員・組織体制の改善	35
4. 創業計画の練り直し	36
5. 資金繰り	36

**第4章 創業の基礎知識**

1. 事業形態（法人、個人、NPO法人）	38
2. 許認可手続き・届出	40
3. 創業にともなう届出	41
4. 従業員の採用	43
5. 税金	44
6. 社会保険・労働保険	46
7. 法律	48
（参考）支援機関や支援メニューの紹介に便利なサイト	52
（参考）事業分析シート記載例：サービス業・飲食店・小売業	53
（参考）創業計画書記載例：サービス業・飲食店・小売業	56

◆「創業サポート様式集」(excel) について

- 中小機構では、本サポートブックの補助ツールとして『創業サポート様式集』を中小機構ホームページにより配信しています。
- 同様式集は、本書で示した創業支援のステージごとの支援を効率的に行うためのツールです。

◆「創業サポート様式集」(excel) の構成

- 次のアドレスよりダウンロードの上ご活用ください。

中小機構ホームページ：

<http://www.smrj.go.jp/tool/supporter/guidebook1/index.html#No02>

様式 1：個別相談カルテ（フェースシート）	[本文 P 5]	・ 63
様式 2：個別相談カルテ（相談シート）	[本文 P 6]	・ 64
様式 3：事業分析シート	[本文 P 16]	・ 65
様式 4：創業計画書	[本文 P 22]	・ 66
様式 5：資金計画	[本文 P 28]	・ 67
様式 6：収支計画	[本文 P 29]	・ 68
様式 7：資金繰り表	[本文 P 37]	・ 69

# 第1章 支援機関が行う創業支援とは

## 1. ガイドブック作成の目的

我が国の経済・社会構造の変化、及び経営者の高齢化に伴い、中小企業・小規模事業者の数は年々減少を続けています。こうした状況において、新たな地域の担い手を創出する意義は大きく、我が国経済を活性化するうえで大きな役割を担っております。

また、創業を促進するための様々な支援制度、支援機関が整備されているところですが、とりわけ、小規模事業者支援の最前線で活躍される商工会・商工会議所の指導員や金融機関の支援機能に大きく期待されるところです。

創業のための手引書としては、既に、「創業計画書の立て方」等をまとめた日本政策金融公庫の「創業の手引」等があります。

本ガイドブックは、創業計画書に至る前段である「創業アイデアや事業コンセプトなどの整理」を、「創業希望者と向き合って、どのように進めて行くか」、更には、「創業後の支援をどのように進めて行くか」、これらのポイントを「創業の手引」に付加した内容となっております。

支援者の皆様が創業をサポートするにあたり、その進め方の基本的内容をベースとした手引書として、支援現場でご活用いただければ幸いです。

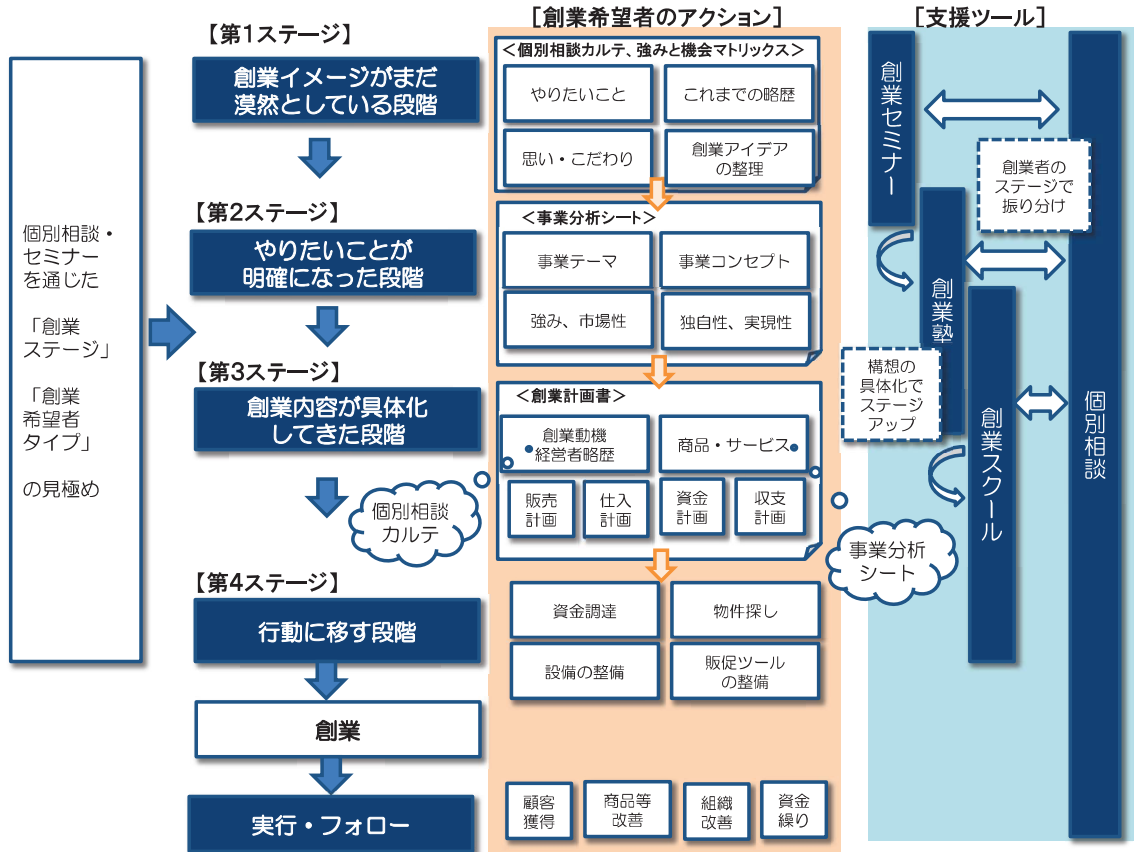
## 2. ガイドブックの全体構成

本ガイドブックの全体構成は（図表1）のフローのとおりです。創業に関する基本的事項を網羅しつつ、創業希望者のステージとタイプを見極めて、創業のステージに応じた支援ツールをいかに活用するかという構成でとりまとめました。

併せて、現場での利用を踏まえ、各種ツールを様式集として添付いたしております。

また、創業支援を促進するに当たり、個別相談と講習会関係事業は重要な支援ツールです。第1章で項目を設け、これら事業の活用のポイントをまとめましたので、併せて参考にしてください。

(図表1) ガイドブックの全体構成






### 3. 創業における4つのステージ

創業希望者がいつかは創業したいと思い始め、実際に開業に至るまでには、いくつかのステージに分けることができます。ステージごとに創業希望者のマインドや課題が異なりますので、支援者は、まず創業希望者がどのステージに該当するのかを把握しておく必要があります。

また、各ステージによって支援ツールを効果的に活用し支援することが求められます。各支援ツールの特徴を踏まえ、確実にステージアップに繋げるなど、継続的な支援体制を構築することが重要です。

本書では、創業に至るステージを（図表2）に示す4段階と捉え、各ステージにおける支援のポイントについて順を追って解説します。

（図表2）創業における4つのステージ

○第1ステージ： 創業イメージがまだ漠然としている段階	支援ツール
いつか創業したいと思いつつも、どういう事業で創業すれば良いのか、まだ明確になっていない状態	●創業セミナー ●個別相談・カルテ活用
	
○第2ステージ： やりたいことが明確になった段階	支援ツール
こういうジャンル（事業・テーマ）で創業しようと、自分なりに明確に決めたものの、まだ詳細な内容までは詰めていない状態	●創業セミナー ●創業塾 ●個別相談・カルテ、事業分析シート活用
	
○第3ステージ： 創業内容が具体化してきた段階	支援ツール
やろうとしている事業内容が具体的にイメージできている、ビジネスプランがすでに出来上がっているか、いつでも作成できる状態	●創業塾 ●創業スクール ●個別相談・カルテ、創業計画書の活用
	
○第4ステージ： 行動に移す段階	支援ツール
ある程度勝算のあるビジネスプランが出来上がり、後は開業に向け行動に移すだけという状態	●個別相談

## 4. 支援機関が行う創業支援事業のポイント

支援機関が行う創業支援事業としては、支援者が創業希望者と相対で行う個別相談と、創業セミナーや創業塾、創業スクールといった講習会関係の事業とがあります。

まずは、個別相談で創業希望者のステージを見極めたうえで、ステージにあった講習会へ誘導し、個別相談と組み合わせながら継続的に支援を行うことで、着実なステージアップを促進することが重要です。

しかし、創業希望者によっては、個別相談ではなく、講習会が支援の入り口になるケースもあります。この場合、講習会から個別相談へという流れを円滑に作り出せるよう、講習会の内容を検討しておくことが重要です。

また、創業希望者は支援機関に相談することに敷居が高いと感じて、自ら積極的に相談に来ない場合があります。講習会の場などでも、気軽に個別相談に申し込んでほしい旨、きちんと伝えておくようにしましょう。また、日時を決めて、個別相談会を開催するのも良いでしょう。

### (1) 個別相談への対応

#### ① 創業希望者のステージやタイプの見極め

個別相談を行う場合、創業希望者の創業ステージやタイプを見極め、対応することが必要になります。

また、創業希望者は性格や思考・行動などで、例えば、(図表5)のような8つのタイプに分けることが出来ます。それぞれのタイプで長所・短所がありますので、創業希望者がどのタイプであるのか見極め、長所を伸ばし、短所をカバーできるように支援することも重要です。

タイプ別の助言のポイントや助言例についても、(図表5)で紹介していますので、参考にしてください。

#### ② 個別相談カルテの作成と活用

個別相談は、1回では終了せず、複数回となることが想定されます。創業希望者の継続支援の中で、着実にステージアップを促進していくためには、個別相談カルテ(相談シート)(様式2)を効果的に活用していくことが重要です。

個別相談の内容を個別相談カルテに整理しておくことで、創業希望者から同じ話を何度も聞くことや、双方の事業進捗についての認識にズレがないよう留意しましょう。

創業希望者との個別相談では、まずは創業希望者の現状を把握し、事業コンセプトの整理や創業計画の作成に向け、創業希望者をリードしていくことが必要になります。

それにはまず、相談の初期の段階で、創業希望者の略歴や創業の動機を把握し、整理しておくことが重要です。その後作成する計画との整合性に齟齬が生じないように留意しましょう。

情報の整理にあたっては、個別相談カルテ（フェースシート）（様式1）をご活用下さい。

（様式1）

個別相談カルテ  
（フェースシート）

最新記入日： ○年○月○日

◆相談者の概要

相談者概要	相談者氏名	
	相談のきっかけ	
	相談者のやりたいこと	
	相談者の略歴	
	相談者の思い	
「やりたいこと」と「略歴」の関連性		
その他、特記事項		

◆相談者の情報

年齢		資産等	
家族構成	-----	負債等	
	-----		
過去の事業経験		取得資格	
趣味特技		健康状態	

◆創業のステージ、相談者のタイプ

創業のステージ		相談者タイプ	
---------	--	--------	--



(様式2)

**個別相談カルテ**  
(相談シート)

カルテNO.          相談回数 ○回目 相談日          年○月○日

相談者名		連絡先 (携帯等)	
相談対応者名		相談時間	○時○分～○時○分

相談内容	アドバイス内容
<p>○次回の個別相談を円滑に進めるため、各回の個別相談について、「相談内容」と「アドバイス内容」を整理しましょう。</p> <p>○作成した個別相談カルテが、何回目の個別相談であるか分かるように「相談回数」や「相談日」も記載しておきましょう。</p> <p>○カルテの整理に便利のため、カルテNOに相談者の通し番号を記入しておきましょう。</p>	

次回相談予定日	○年○月○日(○) ○時～	現在の創業ステージ	
---------	---------------	-----------	--

### ③ 他の支援機関や支援メニューの紹介

相談内容によっては、専門的なアドバイスや支援が必要になることもあります。相談者の状況に応じて、他の支援機関に繋いだり、他の支援メニューを紹介するなど、きめ細かく対応しましょう。

支援機関や支援メニューの紹介に便利なサイトを巻末（52頁）に掲載していますので参考にしてください。

## （２）講習会関係事業（創業セミナー・創業塾・創業スクール）

講習会関係事業としては、創業セミナー、創業塾、創業スクールなどがあります。それぞれの特徴は（図表３）のとおりです。

創業希望者の掘り起こしや創業マインドの向上を主な目的とする「創業セミナー」、具体的なビジネスプランや創業計画を作成する「創業塾・創業スクール」といったように各事業には特徴があります。上手く活用しながら、創業希望者を支援することが重要です。

また、（図表４）で講習会関係事業の目的、テーマ設定、講師選定のポイントなどを一覧表で取りまとめましたので、参考にして下さい。

（図表３）主な講習会関係事業

	創業セミナー	創業塾・創業スクール※	
日数	１日	３～５日間程度	８～１２日程度
総講習時間	１～３時間程度	２０～３０時間程度	２４～３７時間程度
受講者数	１５～１００人	２０～４０人程度	３０人程度
内容	創業に関する 特定テーマ	創業全般・ ビジネスプラン作成	創業全般・ ビジネスプラン作成
方式	講義	講義・個人ワーク・ グループ討議	講義・個人ワーク・ グループ討議

(図表4) 講習会関係事業の目的・テーマ設定・講師選定などのポイント

	創業セミナー	創業塾・創業スクール
目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 創業に関心のある人の掘り起こし</li> <li>● 創業塾や創業スクールに繋げる役割</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 創業に関する幅広い実践的な知識の習得</li> <li>● 創業や事業運営に伴う各種手続き、資金調達など、実務ポイントの学習</li> <li>● ビジネスプランの作成</li> <li>● 個別相談に繋げる役割</li> </ul>
テーマ設定ポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 創業者の体験談</li> <li>● 創業の心構え</li> <li>● 創業成功の秘訣</li> <li>● タイムリーな話題 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 経営理念</li> <li>● マーケティング、営業・販売戦略</li> <li>● 売上・利益計画、資金計画</li> <li>● ビジネスプランの作成方法 など</li> </ul>
講師選定ポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 受講者を前向きにさせる話のできる講師</li> <li>● 注目を引く著名な講師など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 支援経験が豊富で、実務に精通したコンサルタントや中小企業診断士など</li> <li>● 講座全体に一貫性を持たせ、統括的に管理する講師を1人選任すると良い</li> </ul>
告知のポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 創業セミナーは、創業希望者の掘り起こしという目的があるので、潜在的な創業マインドを呼び起こすようなタイトルやキャッチコピーを掲げることも重要</li> <li>● 告知資料には、カリキュラムの他、受講対象者や講師プロフィールなども掲載すると良い</li> </ul>	
告知媒体	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新聞が有力だが、最近はネット経由の申込みも増加</li> <li>● 各支援機関のホームページで告知</li> <li>● メールマガジン、検索連動型広告、セミナー情報を提供する専門サイトなどで告知</li> </ul>	

(図表5) 創業希望者のタイプとタイプ別支援のポイント

逡巡型 タイプ	思い込み型 タイプ
<p>＜特徴＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○やりたいことが色々あるが、なかなか一つに決められず、何年たっても前に進めないタイプ</li> <li>※創業ステージの初期段階で一番多い。</li> </ul>	<p>＜特徴＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○逡巡型とは逆に、創業テーマを始めから絞り込み過ぎてしているタイプ</li> </ul>
<p>＜助言のポイント・助言例など＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○いろいろ思慮深く検討することは悪いことではないが、まずは暫定的に一つの事業内容を決め、小さくビジネスを始めるなど、具体的な行動に移してもらうことが重要</li> <li>○これまで創業の経験をしたことがないので、「未知の世界」に不安を持つのは当然。未知である間は不安は消えないので、不安を解消するには、行動してその世界を体験してもらうことが重要</li> <li>○ただし、失敗して再起不能になることは避けなければならないため、投資を抑えてリスクを低くし、「上手くいかなかったら、違うテーマで再挑戦すればいい」という位の気軽な気持ちで始めてもらうのも良い。</li> </ul>	<p>＜助言のポイント・助言例など＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○例えば、コーチングを勉強して、「コーチングスキルが身に付いたのでコーチングで創業するのが一番」と決め込んでしまうタイプ</li> <li>○これまでの職務経験を活かせる分野など、「もっと有望な創業テーマがあるか」、もう一度、いろいろな観点からテーマを挙げてもらう必要がある。</li> <li>○そして、そのより有望なテーマの中で、コーチングスキルも、自分の強みや売りの一つとして活かす方法を検討してもらうことも重要</li> <li>○もう一度自分の棚卸しをしてもらい、自分の強みを沢山あげ、それらの中から「複数の強みを組み合わせた差別的優位性のある創業テーマ」を再検討してもらうと良い。</li> </ul>
自己アイデア陶酔 タイプ	一攫千金 タイプ
<p>＜特徴＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○自分のオリジナルなアイデアの素晴らしさに自ら酔いしれてしまい、自身満々のタイプ</li> </ul>	<p>＜特徴＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○どんなビジネスでも構わないので、とにかく金儲けしたいというタイプ</li> </ul>
<p>＜助言のポイント・助言例など＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○本当にニーズがあり、誰も思いつかないような画期的なアイデアなら良いが、実際はニーズがあまりないケースが多い。「お金を払ってでも利用したい」という程のニーズではない。</li> <li>○「この素晴らしいアイデアを他人に話すとマネをされるので話したくない」と考えがちである。</li> <li>○ビジネスを始めるということは、ある程度自分のビジネスモデルを世間にさらすことになるので、話ただけで簡単に真似されるようなビジネスモデルであれば、結局はビジネスを始めた途端に真似されてしまう。</li> <li>○まずいろいろな人にアイデアを話し、客観的な意見を聞いて、より磨きをかけるなり、軌道修正するなり、色々検討するよう助言すると良い。</li> <li>○新しいアイデアのビジネスは、例え素晴らしいものでも、ゼロから世間に広めていかねばならず、軌道にのるまでかなり時間がかかる。</li> <li>○独立するなら、まずオーソドックスな商売で生活が成り立つ程度の売上のボディを作り、オリジナルアイデアの事業は、一部門若しくは他との差別化要素という位置付けで、一つの「ウリ」として訴求していくよう助言すると良い。</li> </ul>	<p>＜助言のポイント・助言例など＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○自ら商売をするには熱意とパワーがいるので、「金持ちになりたい」と思うこと自体は悪くない。</li> <li>○しかし、今の時代、簡単に儲かる方法など、まず存在しないことを認識してもらう必要がある。</li> <li>○悪徳商法の儲け話に騙されたり、「話題性があって成長分野」というだけで飛びつき結局は競争が激しかったり、一過性のブームだったりして最後は失敗してしまう危険性もある。</li> <li>○「儲けたい」と思うそのパワーを知恵に変え、自分の強みを洗い出して、その強みを活かせる創業テーマを見つけてもらう。</li> <li>○ビジネス成功の鉄則は、「儲かりそうな分野」よりも、「自分の強みを活かせる分野」ということを認識してもらうと良い。</li> <li>○当たり前のことだが、顧客がお金を払ってくれるのは、何かメリットを感じるからなので、「誰の役に立てそうか」という視点を持ってもらう必要がある。</li> <li>○何よりも、人は「自分のため」よりも「誰かのため」に頑張れるものである。</li> </ul>

ボランティア型 タイプ	片手間型 タイプ
<p>＜特徴＞ ○「社会的に立場の弱い方の役に立ちたい」という思いで何かを始めたいと考えているタイプ</p> <p>＜助言のポイント・助言例など＞ ○とても素晴らしいことであり、ぜひその思いを実現してほしい。</p> <p>○「ビジネスとして取り組むのか」「ボランティアに徹するのか」のどちらなのか、早いうちにスタンスを明確にしてもらう必要がある。</p> <p>○社会的に立場の弱い方は往々にして金銭的には余裕がないため、その方々を対象としたビジネスは採算が取りにくい。</p> <p>○社会的に立場の弱い方からお金を頂くこと自体に引け目を感じてしまう可能性がある。</p> <p>○いわゆる「社会的起業」で事業を採算に乗せている方もいるが、それは通常のビジネス以上に大きな苦労と努力・工夫を重ねてこられた結果である。ビジネスとして取り組むのであれば、そういう覚悟を持ってもらう必要がある。</p> <p>○行政に働きかけるなどして、補助金を活用するもの一つのやり方である。</p>	<p>＜特徴＞ ○専業主婦など、世帯主の稼ぎで生活はやっていけるので、「自分のやってみたいこと」をやってみたいタイプ</p> <p>＜助言のポイント・助言例など＞ ○「自分の夢を実現する」という点で、とても恵まれた環境にあるといえるので、無理せず、身の丈にあった事業規模で、楽しみながら取り組んでもらえば良い。</p> <p>○ただし、顧客からすれば、「片手間」かどうかは関係ない話であり、商品やサービス・接客などで片手間感を出してしまわないように注意する必要がある。</p>
勉強型 タイプ	依存心型 タイプ
<p>＜特徴＞ ○いろいろな本を次々と読んだり、たくさんのセミナーを受講して知識は十分だが、行動に移していないタイプ</p> <p>＜助言のポイント・助言例など＞ ○本人は、「行動するのはもう少し知識を蓄えてから」と考えているのだが、本やセミナーで伝えていることは、「本質の部分がどれも似通っているか、せいぜい数パターン」であることを認識してもらう。</p> <p>○引き続き勉強するのは良いが、少なくともそれと並行して、吸収した知識を実践で使う時期が来ていることを認識してもらう。</p> <p>○実践で得られることは、机上の勉強で得られることよりはるかに大きい。実践しながら、本やセミナーで学べば、より深くその意味を理解できるようになる。</p>	<p>＜特徴＞ ○自分で決断したり、責任を負うことができず、誰かの判断にゆだねるタイプ</p> <p>＜助言のポイント・助言例など＞ ○今までの7つのタイプは、何らかの長所があるが、依存心型は、少なくとも創業に関してはプラスの点はない。</p> <p>○創業するということは、誰かに相談するにしても、最終的には自分で決断し、その結果も全て自分で受け止めるべきものであり、誰かに依存している状況では、創業すべきではない。</p> <p>○どうしても創業したいのであれば、全て自分で決断する覚悟を持つか、それが出来ないのであれば、誰かリーダーシップのある人と組んでその人に付き従っていくかのどちらかが必要なことを認識してもらう。</p>

(注) 創業希望者のタイプ分けは、これが絶対という訳ではありませんが、参考にしてみてください。

## 第2章 創業ステージ別支援のポイント

### 1. 第1ステージ（創業イメージがまだ漠然としている段階）

このステージでは、創業アイデアをいろいろ思い浮かべたりするものの、どれも自信が持てず、なかなか行動に移せないために、第2ステージに進めない方が多いようです。

個別相談を行いながら、個別相談カルテ（フェースシート）を活用し、創業希望者の現状や強みを把握したうえで、創業アイデアを整理してもらいましょう。

また、そのうえで、創業に対するマインドや取り組み姿勢についてもアドバイスすると良いでしょう。

#### （1）創業希望者の現状や強みの把握

まずは個別相談で、創業希望者に、「これから何をやりたいのか、新しく始める事業にどんな思いを持っているのか」などを、話してもらいましょう。

そのうえで、創業希望者が「今までどんな仕事に携わってきたのか、どんな資格をもっているのか」などをヒアリングしながら、創業希望者の現状や強みを、個別相談カルテ（フェースシート）に整理していきましょう。

次頁に個別相談カルテ（フェースシート）作成のポイントを記載します。

(様式1)

個別相談カルテ  
(フェースシート)

最新記入日: \_\_\_\_\_ H○年○月○日

◆相談者の概要

相談者概要	相談者氏名
	相談のきっかけ
	相談者のやりたいこと
	相談者の略歴
	相談者の思い
	「やりたいこと」と「略歴」の関連性
その他、特記事項	

○1回目の相談で整理出来ない項目は、2回目以降の相談で追記していきましょう。

○なぜ相談に来られたのか。  
○これから何をやりたいのか。  
○今までどんな仕事に携わってきたか。  
○新しく始める事業にどんな思いを持っているか。  
など、対話の中で確認しましょう。

○新しく始める事業が、今までの仕事の経験などを活かせる事業であった方が、スムーズに創業出来ると思われます。「やりたいこと」と「創業者の略歴」の関連性についても、支援者として確認しましょう。

◆相談者の情報

年齢	資産等
家族構成	負債等
過去の事業経験	取得資格
趣味特技	健康状態

○相談者の個人特性についても、支援者として理解しておく、相談がスムーズに進みます。  
○複数回の個別相談を通して、少しずつ把握していきましょう。

◆創業のステージ、相談者のタイプ

創業のステージ	相談者タイプ
---------	--------

(2) 創業アイデアの整理の方法

個別相談カルテの項目にもあります「相談者のやりたいこと」を整理する方法の一例を紹介します。

まずは、腰を据えて創業アイデアを出してもらいましょう。

創業アイデアを考える時、多くの人が、いきなり「どういう商品を扱うか」を検討することから始めてしまいますが、それでは本当に自分の強みを活かせる、勝算のある創業アイデアを発想することは難しいのです。

(図表6)のように、第1ステージの場合は、まずは自分の強みを活かせる分野を決めてから、創業アイデアを徐々に絞り込んでいくと良いでしょう。

(図表6) 創業内容検討の流れ

創業内容検討の流れ	例
<p><u>自分の強みを把握する</u> (第1ステージ)</p> <p style="text-align: center;">↓</p>	<p>料理が好き、栄養学に詳しい、ラーメン500店食べ歩いた など</p> <p style="text-align: center;">↓</p>
<p><u>専門分野を決める</u></p> <p style="text-align: center;">↓</p>	<p>「食」に関すること</p> <p style="text-align: center;">↓</p>
<p><u>事業アイデアを発想し、絞り込む</u></p> <p style="text-align: center;">↓</p>	<p>「強みと機会」マトリックス(図表7)でアイデアの抽出・絞り込み</p> <p style="text-align: center;">↓</p>
<p><u>事業コンセプトを決める</u> (第2ステージ)</p> <p style="text-align: center;">↓</p>	<p>「子供連れ家族が楽しめるエンターテインメント性のあるラーメン店」</p> <p style="text-align: center;">↓</p>
<p><u>事業の具体的な内容を考える</u></p>	<p>商品、サービス、価格、接客方法、設備、店舗外観、店名などを検討</p>

創業アイデアを考えるにあたっては「自分の強みを活かす」ことが重要です。まずは自分の棚卸から、強みをとにかくたくさん洗い出してもらいます。

そうして挙げた強みの中から、特に有望そうなものをいくつか抽出し、その強みを活かした創業アイデアをたくさん挙げてもらいます。

例えば、(図表7)のように、自分の強みと機会(最近重要性が増しているテーマなど)を掛け合わせどんな取り組みが考えられるのか、いろいろアイデアを挙げてみてもらいましょう。

このたくさんの創業アイデアの中から有望と思えるものを絞り込んでいけば、ビジネス展開のイメージが具体的に見えてくるようになります。



(図表7) 強みと機会の掛け合わせによるマトリックス例

強み \ 機会	高齢化	子育て	ペット	未婚増 単身世帯増
料理	<ul style="list-style-type: none"> <li>硬くないもの</li> <li>刻んだもの</li> <li>分量少なめ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>キャラクターの形メニュー</li> <li>アレルギー無</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ペット向け健康メニュー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>おふくろの味メニュー</li> </ul>
物件のスペースに余裕あり	<ul style="list-style-type: none"> <li>休憩コーナー</li> <li>買い物品一時預り</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>キッズコーナー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ペット同伴席</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>調理器具貸出コーナー</li> </ul>
接客が得意	<ul style="list-style-type: none"> <li>配達サービス(安否確認・対話がウリ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>親子料理教室</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ペットのお相手サービス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>婚活料理教室</li> </ul>
食品知識 栄養知識	<ul style="list-style-type: none"> <li>日替り健康セットメニュー</li> <li>介護施設向けセミナー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食育教室</li> <li>食育知識読本</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ペット食教室</li> <li>ペットのお食事読本</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>生活診断による食事提案</li> </ul>

### （３）創業のマインドや取り組み姿勢に関するアドバイスのポイント

#### ポイント① 自信を持たせる

第１ステージの人には、まず希望と自信を持ってもらい、行動に繋がるよう、背中を押すようなアドバイスが中心になります。

本当に自分が創業できるのか、創業しても食べていけるのか、といった漠然とした不安を感じて悩んだり考え込む人が多いです。「創業」は殆どの人にとって「未知の世界」ですから、不安を感じるのは当然です。

創業して成功した人も、皆最初は不安だらけだったということを伝えて、安心感を持ってもらいましょう。

#### ポイント② 行動を促す

未知の世界に対する不安は、いくら考えを巡らせたり本を読んだとしても、未知の世界を実体験しない限り解消しません。

不安を解消できる唯一の方法は「行動すること」です。少しずつでもかまわないので、未知の世界に実際に足を踏み入れてみて、行動し続けていけば、不安はだんだんなくなり、その代わりに、「課題」が見えてくるようになります。

課題が明確になれば、知恵と行動で十分解決できる可能性があるのです。

#### ポイント③ 「何をやるか」よりも「どうやるか」

「何の事業で創業するか」でいつまでも悩む人が多いですが、創業が成功するかどうかは、「何をやるか」よりも、「どうやるか」の方がずっと重要です。

飲食店でも美容室でも、成功している人もいれば失敗している人もいます。要は、成功するかどうかは、意思と取り組み方次第ということだといえます。

したがって、「何をやるか」でいつまでも悩むのではなく、まずはやろうとすることを何か一つに絞り込んで、どのように事業展開していくか、具体的に考え進めていくようアドバイスすると良いでしょう。

進めてみて上手くいかなかったら、その時考え直せばいいのです。

## 2. 第2ステージ（やりたいことが明確になった段階）

第2ステージの方には、まだ具体化していない事業アイデアをより具体的に詰めてもらうために、事業分析シートを作成してもらいましょう。

事業コンセプト、強み、市場性や独自性、実現性など、取り組もうとしている事業を整理してもらいます。

創業アイデアのコンセプトや特徴を整理してもらうのが目的ですので、綿密な収支計画や資金計画といった数値計画までは必要ありません。

以下、事業分析シートの様式と作成のポイントを記載します。また、「サービス業・飲食店・小売業」の3業種について、記載例も作成していますので、参考にしてください。（P.53参照）

### （様式3）事業分析シート

#### 1. 事業のテーマ（事業コンセプトを一言で）

--

#### 2. 事業コンセプト

○誰に（顧客ターゲット・ニーズ）
○何を（商品・サービス、顧客価値）
○どのようにして（提供方法・ノウハウ・技術・価格など）

#### 3. 強み、市場性

--

#### 4. 独自性、実現性

--

## （１）事業のテーマ（事業コンセプトを一言で）

第1ステージで絞り込んだ有望な創業アイデアについて、事業のテーマを記載してもらいます。事業のテーマは、事業コンセプト（誰に、何を、どのようにして）が一言で分かるように表現してもらう必要があります。

## （２）事業コンセプト

事業テーマで表現した事業コンセプト（誰に、何を、どのようにして）を深く掘り下げて整理してもらいます。

「誰に」「何を」「どのようにして」の3つは、互いに密接に関連してきますので、支援者の客観的な目で、事業コンセプトに矛盾がないか、一貫性があるかなどを確認しましょう。

### ○誰に（顧客ターゲット、ニーズ）

お店に来て欲しい人、サービスを提供したい人、商品を買ってもらいたい人など対象とするのは誰なのか、顧客ターゲットを具体的に記載してもらいます。

ニーズは、「安全で美味しいものが食べたい」「子供の学力を向上させたい」など、より具体的な欲求を想定してもらって下さい。

「誰に」を具体的に絞り込む際、例えば次の視点で考えてもらいましょう。

- 属性（性別、年齢、嗜好、ライフスタイル等）
- 地域、エリア
- ニーズ

### ○何を（商品・サービス、顧客価値）

お店で顧客に提供したいメニューやサービス、売りたい商品などを記載してもらいます。

「誰に」で記載した対象顧客が、買ってくれそうなもの、喜んでくれそうなもの、悩みを解決できそうなものなど、顧客にとって価値のあるものかを検討したうえで、記載してもらって下さい。

「何を」を具体的に絞り込む際、例えば、次の視点で考えてみてもらいましょう。

- 商品、サービスの内容
- 品質
- ラインナップ

### ○どのようにして（提供方法・ノウハウ・技術・価格など）

「誰に」で記載した対象顧客に、「何を」で記載した商品やサービスを、自分でお店を構えて提供するのか、小売店に卸して提供してもらうのか、インターネットを活用して提供するのかなど、提供方法を具体的に記載してもらいます。

対象顧客のニーズを満たすためのノウハウや技術、顧客が商品を買ってくれそうな価格や、顧客にサービスを受けてもらえそうな価格についても検討したうえで、記載してもらって下さい。

「どのようにして」を具体的に絞り込む際、例えば、次の視点で考えてもらいましょう。

- 立地の選定、提供方法、接客
- 価格
- P R、販促

#### **豆知識** 出店場所の選定

業種によっては、店舗や事務所の立地も事業の成否を左右する重要なポイントとなります。

一般的に立地の良い場所は地価や家賃が高く、その負担で採算が合わなくなる危険性があります。出店場所の選定にあたっては、資金計画、販売戦略等を考慮して検討しましょう。

- 資金的に無理のない物件（場所）か
- 自己の所有する土地・建物の活用について検討したか
- 立地条件にマッチした商品やサービスを提供できるか
- 不利と思われる立地の場合は、それを補う工夫ができるか

（注）日本政策金融公庫「創業の手引」より引用

### (3) 強み、市場性

#### ○小さな強みを積み上げてみよう！

「強み」は何かズバ抜けた才能や技術、経験である必要はなく、小さな強みでも構いません。強みをどれだけ沢山ビジネスモデルに組み込むことが出来るかが重要です。

自分ならではの強みがあちこちに組み込まれていれば、他社が真似しようにも全てを真似することは出来ず、参入障壁が高くなります。

これこそ「ひらめき一発」よりも本当に強いビジネスモデルといえるのです。

#### ○「お金を払ってでも欲しい」という人が何人思い浮かぶか？

今まで世の中に無かったような新商品や新サービスの場合、実は殆ど誰も欲しがっていない、というケースがありがちです。

いろいろな人に意見を聴き、事業を始めるにあたり、「お金を払ってでも欲しい」という人を何人集められるかを分析することが重要です。

### (4) 独自性、実現性

#### ○選択してもらう理由を積み上げてみよう！

独自性が不明確だと、顧客からみて商品やサービスを選択する理由がありません。

独自性といっても、画期的なビジネスモデルであったり、オンリーワンである必要はありません。小さな差別化がビジネスモデルのあちこちに沢山組み込まれていれば、それが積み重なって大きな差別化に繋がっている、というのも立派な差別化であるといえます。

なお、独自性が明確であったとしても、実際にその事業を開始した後、簡単に真似されてしまいそうな事業は避けた方が良いでしょう。

#### ○人・物・金など経営資源に無理がないか？

体を使うような仕事内容だと、若いうちは大丈夫だとしても年齢を重ねると実施できなくなる可能性があります。

例えば、夫婦2人だけで24時間営業のコンビニエンスストアを運営する場合、体力的に続かなくなるのではないのでしょうか。

### ○しんどいビジネスモデルになっていないか？

新規顧客を開拓し続ける必要がある事業は、いつか顧客が枯渇してしまう可能性があります。

例えば、住宅販売などは、顧客に1回販売したら縁が切れてしまい、新規顧客を開拓し続けなければなりません。新規開拓はコストも労力もかかるので、既存顧客と長く付き合っていけるビジネスモデルを構築できるかが重要です。

事業分析シートが出来上がったら、創業希望者と一緒に各項目の内容について、「本当にニーズはあるのか」、「本当に売れるのか」など、一つずつ確認して行きましょう。

また、各項目が整合性が取れた内容になっているかの確認も重要です。

その上で、創業希望者には、「創業するにあたって家族の理解を得られているのか」、「創業当初は収入が得られない場合もあるが金銭的に大丈夫なのか」などを改めて聞くことで、本当に創業する意志が固まっているのかを、今一度、確認しておきましょう。

創業する意志が固まっている場合は、いよいよ、創業に向けた具体的な準備のための創業計画書作成に取り組む第3ステージに入っていくことになります。

### 3. 第3ステージ（創業内容が具体化してきた段階）

事業分析シートで創業アイデアを具体化し、創業への意思も固まりつつある方には、次のステップとして、創業計画書を作成してもらいましょう。

創業計画書は、どんな事業をどのように実現していくかを記載する計画書です。金融機関から融資を受ける際や、家族など周囲の協力者に説明する際に必要となります。

また、他者に説明する必要がないとしても、自分の事業が本当に実現可能なのかを確認したり、創業に向けた課題や、やるべきことを明確にするために、創業計画書の作成は必要不可欠といえます。

何度か書き直すことによって、自分が本当にやりたいことや成功の見込みなどがはっきりしてきます。

以下、創業計画書の様式と作成のポイントを記載します。また、「サービス業・飲食店・小売業」の3業種について、記載例も作成していますので、参考にしてください。（P.56参照）

創業計画書の様式は、日本政策金融公庫の様式を参考にしていますので、同公庫への融資相談時の資料としても準用下さい。



# 創業計画書

( 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、勤務先名だけではなく、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 事 業 経 験	<input type="checkbox"/> 事業を営んでいたことはない。 <input type="checkbox"/> 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： ) <input type="checkbox"/> 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	<input type="checkbox"/> 特になし <input type="checkbox"/> 有 ( 番号等 )	
知 的 財 産 権 等	<input type="checkbox"/> 特になし <input type="checkbox"/> 有 ( <input type="checkbox"/> 申請中 <input type="checkbox"/> 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 %)	公庫処理欄
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	掛取引 の割合	回収・支払の条件	公庫処理欄
販 売 先	( )	%	%	日〆 日回収	
	( )	%	%	日〆 日回収	
	ほか 社	%	%	日〆 日回収	
仕 入 先	( )	%	%	日〆 日支払	
	( )	%	%	日〆 日支払	
	ほか 社	%	%	日〆 日支払	
外 注 先	( )	%	%	日〆 日支払	
	ほか 社	%	%	日〆 日支払	
人件費の支払	日〆			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

常勤役員の数 (法人の方のみ)	人	従業員数 (3カ月以上継続雇用者※)	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カ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
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	万円
			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		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 (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)

## (1) 創業の動機

### 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。)


○個別相談カルテで整理した内容などをもとに、記載してもらいます。

○「なぜ創業するのか、創業に向けてどのような経験を積んできたのか。」といった観点で、事業が成り立つ「具体的かつ客観的な根拠」を、自分自身の経験も踏まえて盛り込んでもらうと説得力が高まります。

## (2) 経営者の略歴等

○個別相談カルテなどで整理した内容などをもとに、記載してもらいます。

○学歴や職歴については、当時を振り返ってみて、現在、創業を計画している事業を実施するうえで、役立ったと思われる経験も記載してもらうと良いでしょう。

### 2 経営者の略歴等

経営者の略歴	年 月	内 容
過去の事業経験		<input type="checkbox"/> 事業を運営していたことはない。 <input type="checkbox"/> 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。 <input type="checkbox"/> 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。 (⇒やめた時期: 年 月)
取得資格		<input type="checkbox"/> 特になし <input type="checkbox"/> 有( )

### (3) 取扱商品・サービス

#### 3 取扱商品・サービス

取扱商品 サービスの 内容	①	(売上構成 %)
	②	(売上構成 %)
	③	(売上構成 %)
セールス ポイント		

○事業分析シートで整理した内容なども踏まえ、「どんな商品を誰にどのように提供するのか」を具体的に記載してもらいます。

○事業分析シートで整理した内容などを踏まえ、記載してもらいます。「提供する商品やサービスが本当に顧客に求められているものなのか。競合先よりも良いものなのか」といった観点を入れてもらうと良いでしょう。

○飲食業など立地条件が重要な業種の場合は、「その立地を選んだ理由」についても触れてもらうと良いでしょう。

## (4) 取引先・取引関係等

### 4 取引先・取引関係等

	取引先名 (所在地等)	シェア	掛取引 の割合	回収・支払の条件
販売先	( )	%	%	日〆 日回収
	( )	%	%	日〆 日回収
	ほか 社	%	%	日〆 日回収
仕入先	( )	%	%	日〆 日支払
	( )	%	%	日〆 日支払
	ほか 社	%	%	日〆 日支払
外注	( )	%	%	日〆 日支払
	( )	%	%	日〆 日支払

○販売先の予定が決まっている場合に記載してもらいます。

○取引先が一般消費者の場合は、ターゲットとする層を具体的に記入しましょう。

○製造業など販売先（受注先）が特定される場合は、次の点についても検討してもらおうと良いでしょう。

- ・相手先が信用のおける企業かどうか。
- ・継続した受注の確保が可能かどうか、自分の技術に合っているか。
- ・掛け売りの場合は回収条件がどうなっているか。

○仕入先の予定が決まっている場合に記載してもらいます。

○仕入は、販売（売上）や利益にも直接影響する大切な項目です。次の項目についても検討してもらおう必要があります。

- ・売れ筋商品や販売戦略に沿った商品確保が可能か。
- ・必要な時期に、必要な商品を、安定して供給してくれる仕入先の確保が可能か。
- ・仕入価格のほか、支払いは現金なのか、買掛や手形払いは可能か、支払サイトはどうなっているか。
- ・過剰在庫は資金繰りを圧迫します。計画的な仕入れの大切さを認識してもらいましょう。

(注) 支払サイトは一度決まったら、なかなか変更できないので、慎重に交渉することが必要です。現金決済の場合、受注が多くなった際に資金繰りに窮するケースもあり、少しでも支払サイトを長くする努力が必要です。また、最低発注ロットや発注から納品までのリードタイムなども確認してもらいましょう。

## (5) 従業員

### 5 従業員

常勤役員の人数 (法人の方のみ)	人	従業員数 (うち家族)	(人)	パート・ アルバイト	人
---------------------	---	----------------	-----	---------------	---

○必要な売上を確保するためには、従業員を必要とするのか、家族のみで良いのかなども検討のうえ、記載してもらいましょう。

○飲食業など忙しい時間帯が限られる事業の場合、パートやアルバイトの効果的な活用も検討のうえ、記載してもらいましょう。

## (6) 借入の状況（法人の場合、代表者の借入（事業資金を除く））

### 6 お借入の状況(法人の場合、代表者の方のお借入(事業資金を除きます。))

お借入先名	お使いみち	お借入残高	年間返済額
	<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"/> 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"/> 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

○個人の生活のために、現在借り入れている住宅ローンや教育資金について、借入残高や年間返済額を記載してもらいます。

(7) 必要な資金と調達方法

(様式5) 資金計画

必要な資金		金額		調達の仕方		金額	
設備資金	店舗、工場、機械、備品、車両など	0	万円	自己資金			万円
	(内訳)			親、兄弟、友人等からの借入			
	〇〇〇〇	〇〇		(内訳・返済方法)			
	〇〇〇〇	〇〇		〇〇〇〇			
				〇〇〇〇			
				日本政策金融公庫国民生活事業からの借入			万円
				他の金融機関からの借入			0 万円
運転資金	商品仕入、経費支払資金など	0	万円	(内訳・返済方法)			
	(内訳)			〇〇〇〇			〇〇
	〇〇〇〇	〇〇		〇〇〇〇			〇〇
		〇〇					
		万円	合計 ※			0 万円	

〇創業時は投資額が過大になりがちです。設備は複数の見積りで比較してもらいましょう。

〇小さく産んで大きく育てるという発想に立ち、最初は最低限必要な設備のみにすることも検討してもらいましょう。

〇法人の資本金やご自身で蓄積した資金など、返済が不要な資金を記載してもらいましょう。

〇日本公庫の調査によると「事業が軌道にのり黒字化するまでには平均7か月以上」という結果が出ています。

〇運転資金には十分余裕を持ち、ゆとりを持った計画を立ててもらいましょう。

〇毎月の返済金額なども記載してもらいましょう。

※各合計の

## (8) 創業後の見通し (月平均)

### (様式6) 収支計画

収支計画(創業後の見通し。月平均)		創業当初	軌道に乗った後 (平成〇年)	売上高、売上原価(仕入高)、経費を計算した根拠
売上高	①	万円	万円	○売上予測の立て方については、次頁以降に算出例を記載しています。
売上原価	②			○一般的には売上高×原価率で算出してもらいます。 ○小売業や飲食業などでは、原価率(もしくは粗利益率)が最終の利益に大きく影響します。この設定を見誤ると、計画が大きく狂うこととなりますので、業界平均なども良く調べたうえで設定するようアドバイスすると良いでしょう。業界平均の調べ方は、次頁以降に記載しています。
売上総利益	③(①-②)			
経費	人件費(注)			○軌道に乗った後、期首・期末に在庫がある場合は、「期首在庫棚卸高+期中仕入高-期末在庫棚卸高」で、算出してもらいます。
	家賃			○社会保険料や雇用保険料などの法定福利費も含めて計算してもらいます。
	支払利息			
	その他			○広告宣伝費、水道光熱費、事務用品費など、さまざまな経費が発生しますので、もれなく見積もってもらいます。 ○家賃などは不動産の相場を調べてもらう必要があります。どれぐらいの費用がかかるか分からない経費がある場合は業界平均などを活用するようアドバイスすると良いでしょう。
	合計	④		
利益	④-③			○借入金の返済原資はここから捻出することになります。 ○個人事業の場合、事業主の人件費はここから捻出することになります。



## ① 売上予測の立て方

売上予測は「だいたいこれぐらいは売上金額になるだろう」といったようなドンブリ勘定ではいけません。商品単価や顧客数、販売数などの積み上げによって予想売上高を算出する必要があります。

以下は、業種ごとの一般的な売上予測の算出式です。あくまでも一般例ですので、事業特性を勘案して、より適切な算出方法で売上予測を立てるようにアドバイスしましょう。

業界平均に地域事情などを加味したり、季節変動や創業当初の認知度の低さなども考慮することも大切です。

(図表9) 売上予測の算出例

○小売業・サービス業など	$\boxed{\text{1日あたり顧客数}} \times \boxed{\text{客単価}} \times \boxed{\text{営業日数}}$
○飲食業、理・美容業など	$\boxed{\text{客単価}} \times \boxed{\text{座席数}} \times \boxed{\text{回転数}} \times \boxed{\text{営業日数}}$
○販売業で店舗売りのウエイトが大きい業種（コンビニなど）	$\boxed{\text{1m}^2 \text{（または1坪）あたりの売上高}} \times \boxed{\text{売場面積}}$
○製造業など	$\boxed{\text{製品単価}} \times \boxed{\text{販売数量（または1社当り購入量} \times \text{販売先数）}}$
○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）	$\boxed{\text{従業員1人あたりの売上高}} \times \boxed{\text{従業者数}}$
○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（部品加工業、印刷業、運送業など）	$\boxed{\text{設備の生産能力}} \times \boxed{\text{設備数}}$

(注) 日本政策金融公庫「創業の手引」より引用、一部加筆

## ② 売上原価や経費算出の際の業界平均の調べ方

収支計画では、綿密な売上予測と必要経費の見積りを行うことが重要です。業種別の売上高総利益率又は原価率、従業員1人当たり売上高なども参考にしてもらおうと良いでしょう。

これらを調べる際の参考資料としては、以下のものがあります。

- 「創業の手引き、創業のポイント集」「小企業の経営指標」  
(日本政策金融公庫HP内)
- J-Net21 業種別スタートアップガイド
- 業種別審査事典(株きんざい)    ▪ TKC経営指標(TKC全国会)
- 中小企業実態基本調査(中小企業庁)

## (9) 創業計画書の付帯資料等

創業計画書では説明しきれないことがあったり、相手により深く理解してもらうためには付帯資料も用意してもらう必要があります。

付帯資料としては、以下のようなものが挙げられます。

### (図表10) 創業計画書の付帯資料の例

- 写真    ▪ 図面(店舗など)    ▪ グラフ    ▪ 統計表
- 事業全体のイメージが分かる図
- 比較表(既存品や競合先、ライバル店との違い等)、  
ポジショニングマップ
- 事業に関連する新聞や雑誌の記事
- 利用する機械、設備のパンフレット等
- 料金体系表

最後に、創業計画書の最初から最後まで、矛盾なく整合性が取れた内容になっているかどうか確認し、問題点があれば修正するようアドバイスしましょう。

例えば、収支計画は、売上は多く、経費は少なくといった甘い予測になりがちです。立地調査や市場調査などから多角的に検証することにより、収支計画の客観性を高めていくようアドバイスすると良いでしょう。

創業計画書を評価した結果、勝算が見込みにくい場合は、再度、第2ステージに戻って、事業コンセプトを見直すようアドバイスしましょう。

## 4. 第4ステージ（行動に移す段階）

創業計画書が出来上がり、後は開業に向けて行動に移す方に対しては、資金調達の方法や、物件探し・契約や設備等の準備、販促ツールの準備など開業に向けての具体的な行動についてアドバイスをします。

以下、ポイントを記載します。

### ポイント① 過度な借入はしない

創業初期の返済負担の重さを考えると、借入金は少ないに越したことはありません。創業を思ったら、まず着実に自己資金を蓄えることから始める、という堅実な姿勢が大切です。

また、理想を追求するあまり、立派な事務所や店舗を求めがちになりますが、本当に必要かどうかを十分に検証してもらいましょう。まずは必要最低限の事務所や設備でスタートし、収益の増加に合わせて徐々に充実させていくような、「小さく生んで大きく育てる」という発想が重要といえるでしょう。

なお、創業資金の借入に際しては、保証人や担保などが必要な場合があります。あらかじめ検討しておいてもらった方が良いでしょう。

また、借入以外にも、近親者等からの出資や補助金の活用ということも、資金調達の有力な手段として視野に入れてもらいましょう。

### ポイント② 行動管理を行い、計画的に進める

開業に向けて取り組むべきことは非常に多いので、スケジュールやチェック表で行動管理するようアドバイスしましょう。

#### （図表11）開業までの主な行動項目

- ・ 物件探し、契約
- ・ 店舗、設備などの整備
- ・ 販促ツール（ホームページ、名刺、チラシなど）の整備
- ・ 仕入先の確保
- ・ 商品（サービス）の具体化
- ・ 価格設定
- ・ 許認可、行政の手続き
- ・ 従業員の募集、採用、教育

## 第3章 創業後の支援のポイント

創業支援は、創業が実現したからといって完了するものではなく、創業後の支援も大切です。

特に創業から3年目までの廃業率は高い水準にあり、年数の浅い間は、いかにきめ細かい支援を行うかが、事業の存続のためにとても重要です。

月に1回は経営状況をチェックし、創業計画との乖離が生じていないか確認し、乖離が生じていればその原因を分析して、対策を講じなければなりません。

創業後、特に多くの創業者が直面する課題について、支援のポイントを解説します。

### 1. 顧客獲得策、関係強化策

創業後、最も苦労することが多い課題が顧客獲得です。当初の計画どおり顧客を獲得することが出来ず、売上や利益が上がらずに苦労しているケースは非常に多くみられます。

売上を伸ばしていくために重要なポイントは、以下のような流れを、仕組みとして作り上げることです。

(図表1-2) 顧客獲得から関係強化までの流れと対策

認知度を向上させる	<ul style="list-style-type: none"><li>・SEO対策やリスティング広告によるホームページの露出増加</li><li>・業種ごとのポータルサイトなどへの登録</li><li>・ミニコミ誌や雑誌等への広告出稿</li><li>・看板や店舗ファサード（外観）の改善</li><li>・チラシなどの効果的な配布</li><li>・展示会への出展</li><li>・イベントの実施</li><li>・パブリシティ（雑誌などへの記事掲載）など</li><li>・SNSを活用した情報発信</li></ul>
-----------	---



見込客を顕在化させる	<p>以下の手段により顧客情報（名前、メールアドレスなど）を自発的に伝えてもらう。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アンケートに回答してもらう</li> <li>・資料請求してもらう</li> <li>・サンプル請求してもらう</li> <li>・無料体験などに申し込んでもらう</li> <li>・セミナーに申し込んでもらう</li> <li>・メールマガジンやニュースレターに登録してもらう</li> </ul>
------------	--



見込客を購入に繋げる	<p>前のステップで入手した連絡先に、メールマガジンなどにより以下の情報を提供する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・期間（数量）限定キャンペーン</li> <li>・お試し商品</li> <li>・わけあり商品</li> <li>・新商品</li> <li>・イベント</li> <li>・利用者の声</li> <li>・季節ごとの提案</li> </ul>
------------	--



顧客をリピーター化する	<p>以下のような取り組みにより、顧客との関係を強化していく。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ポイントカード</li> <li>・優待制度（限定キャンペーン、ご紹介カードなど）</li> <li>・定期的なニュースレター、メールマガジンなどの送付</li> <li>・顧客の好みに応じた商品の提案</li> <li>・組織化（会員サークル、懇親会など）</li> <li>・イベントや会報誌で得意客を紹介</li> <li>・頒布会方式の導入（商品を毎月配送するなど）</li> <li>・フォロワーになってもらう</li> </ul>
-------------	---



顧客をファン化する	<p>前のステップの取り組みを、優良客に対して、より一層サービスレベルや優待レベルを挙げて行う</p>
-----------	---

## 2. 商品、サービス、店舗設備、オペレーションの改善

実際に事業を開始してみると、商品やサービス、店舗設備、オペレーションなどにおいて問題が出てくる場合があります。創業者本人が問題を認識している場合もありますが、認識していない場合も多くみられます。

支援者としては、創業者から相談があった場合だけでなく、定期的に現場を訪問して問題が生じていないかチェックし、何かあれば改善するようアドバイスする必要があります。

現場訪問における主なチェックポイントは、以下のとおりです。

### (図表 1 3) 現場訪問における主なチェックポイント

- 5S（整理、整頓、清掃、清潔、しつけ）を徹底しているか？
- 店舗や事務所、看板などの視認性はよいか？
- 商品やサービスのレベル（バラツキも含む）に問題はないか？
- 接客に問題はないか？
- 顧客が不便、不満そうにしていることはないか？
- 店舗や設備のレイアウト、ゾーニングに問題はないか？
- 店内の掲示物やPOPなど、顧客への情報提供は十分か？
- スタッフの動きや業務の進め方にムダや非効率な点はないか？

## 3. 従業員・組織体制の改善

サービス業や飲食業などでは、創業当初から従業員を雇用するケースも多く、従業員の資質や組織体制は、顧客開拓や顧客との関係強化、売上に大きく影響します。以下に、よく問題となるテーマを挙げておきます。

### (図表 1 4) 従業員・組織体制の改善テーマ

- 従業員の採用、教育
- 人事評価と処遇への反映
- 労務管理
- モチベーションアップの方策
- 良好な人間関係構築やチームワーク強化の方策
- 配置、役割分担、連携体制
- 権限移譲
- 経営者の右腕
- リーダー格の育成

労務関連の留意事項については、「J-Net21」（中小機構が運営する中小企業のためのポータルサイト）内の「起業ABC：起業してから大切なこと」にポイントを掲載しておりますのでご参照下さい。

## 4. 創業計画の練り直し

いろいろ対策を講じても業績が向上しない場合、創業計画の骨格部分から練り直すことも検討しなければならないケースもあります。

この原因としては、市場性がない、設定した顧客ターゲットや、キャッシュポイント（お金を稼ぐ仕組み）の誤りなどの他、事業環境の変化も考えられます。ケースバイケースで対策を練る必要がありますが、例としては以下のようなことが挙げられます。

### （図表 15）創業計画の練り直しに関する対策

- 取扱商品や品揃え、サービスの内容を変更する
- 顧客ターゲットを変更する
- キャッシュポイントを変更する（今提供しているサービスや商品を無料化して、コンサルティングや広告料で稼ぐなど）
- コア・コンピタンス（強みの源泉）は変えずに、業態を変更若しくは付加する（Web コンサルタントが、IT 業務代行や IT サービスで稼ぐなど）

こうした対策も取れない場合、若しくは対策を講じても業績の改善の見込みがない場合は、事業からの撤退も選択肢に入ってきます。創業者の資金力や意欲、資質などをよく把握し、致命傷とならないうちに、進退についてアドバイス、提案することも必要になってきます。

## 5. 資金繰り

創業後、軌道に乗るまでは資金繰りはどうしても厳しくなりがちです。順調に売上が伸びても、仕入代金の支払いと売上代金の回収のタイミングのズレから、やはり資金繰りが厳しくなることはよくあります。

創業からの年数が浅いと、資金管理に慣れておらず、また「会計上の利益≠お金が手元にあること」ということも理解していない可能性があります。支援者として資金繰りの状況を絶えずチェックし、必要なアドバイスや支援を行うことはとても重要です。

創業者には、資金繰り表により資金を管理し、資金不足に陥る前に、売上増加策や経費節減策、融資などの資金調達策を講じるよう、アドバイスしていく必要があります。

また、世の中になくサービスで創業した場合などは、認知され、普及するま

でに長い期間を要します。1年分ぐらいの生活費（場合によってはそれ以上）を予め用意しておくべきことにも留意してもらいましょう。

資金ショートに陥らないためには、運転資金にゆとりを持つことが大切です。資金繰り表で運転資金の過不足を事前に把握、チェックできるようにしましょう。以下に、資金繰り表を記載します。

（様式7）資金繰り表

資金繰り表 (単位:千円)

項目	月別	〇月		〇月		〇月	
		予想	実績	予想	実績	予想	実績
前月繰越高 A							
収 入	現金売上						
	売掛金回収						
	受取手形入金・割引						
	借入金						
	雑収入等						
収入合計 B		0	0	0	0	0	0
支 出	現金仕入						
	買掛金支払						
	支払手形決済						
	給料・諸経費・その他の支払						
	借入金返済						
	生活費(個人企業の場合)						
支出合計 C		0	0	0	0	0	0
翌月繰越高 A+B-C		0	0	0	0	0	0

経理実務や税務申告に慣れていない創業者が多いと考えられます。商工会や商工会議所であれば、資金繰りへのアドバイスとして、「ネット de 記帳」の利用や税務申告支援などを紹介すると同時に、加入メリットを訴求して会員になってもらうことを勧めると良いでしょう。

また、決算期を向かえた後は、「J-Net21」内の「経営自己診断システム」を活用し、決算書に基づく財務状況を把握・理解してもらおうと良いでしょう。



## 第4章 創業の基礎知識

### 1. 事業形態（法人、個人、NPO法人）

事業形態を個人とするのか法人（会社）とするのかについては、事業規模、業種、将来をどう見込むかなどによって異なってきます。（図表16）を参考に、どちらにするのがよいか検討してもらいましょう。

（図表16）個人と法人の特徴の比較

創業手続	<ul style="list-style-type: none"> <li>法人の場合、1円で開業することも可能ではありますが、個人の創業に比べると、会社設立手続に手間と費用がかかります。</li> </ul>
信用	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般的には法人のほうが信用力に優れ、大きな事業をする場合や、取引先の開拓、従業員の確保といった面では比較的有利といえます。</li> </ul>
税金	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業所得が低い場合は、あまり差はありません。</li> <li>所得が大きくなると、法人の方が節税効果が高くなります。</li> </ul>
責任	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人の場合は、事業の成果は全て個人のものとなりますが、事業に万一のことがあると、個人の全財産をもって弁済しなければなりません。 （無限責任）</li> <li>法人（会社）の場合は、会社と個人の財産は区別されており、会社を整理するときには、出資分を限度に責任を負います。 （有限責任（合資会社の社員の一部および合名会社の社員を除く））</li> </ul>

（注）日本政策金融公庫「創業の手引」より引用、一部加筆

## 豆知識

## NPO法人

社会貢献的な事業を行う場合などは、「NPO法人」という事業形態も検討してもらえると良いでしょう。

NPO法人は、正式には「特定非営利活動法人」といい、特定非営利活動促進法で定める営利を目的としない事業を行う場合に、一定の要件を満たせば設立することができます。

ONPO法人のメリット・デメリットは以下のとおりです。

### <メリット>

- ・社会的な信用を得やすい。
- ・設立費用がかからない。
- ・契約や取引において主体となれる。
- ・収益事業を行わなければ法人税がかからない。
- ・行政からの業務委託や補助金を受ける可能性が広がる。

### <デメリット>

- ・利益を分配できない。
- ・設立に時間がかかる。
- ・柔軟に活動内容を決められない（定款変更が必要）
- ・厳正な事務処理を要する（行政の監督を受ける）
- ・解散する場合、残余財産は他のNPO法人や行政機関等に帰属してしまう。

ONPO法人を設立するには、以下の要件を満たす必要があります。

- ・10人以上の社員がいること
- ・3人以上の理事がいること
- ・1人以上の監事がいること
- ・報酬を受ける役員数が、役員総数の3分の1以下であること
- ・宗教活動や政治活動を主たる目的としないこと                      など

## 2. 許認可手続き・届出

我が国の社会全体として、一定の衛生水準や技術水準などを確保するという考え方から、法令により許可、認可、登録、免許、指定、届出、及び、認証を必要とする事業が多くあります。

例えば、飲食店の場合は保健所の許可が必要ですし、酒類販売業では税務署の免許が必要です。創業しようとする業種について、許認可が必要かどうか調べる必要があります。

主な受付窓口と許認可営業は、次のとおりです。

(図表 17) 主な受付窓口と許認可営業

保 健 所	警 察 署	都道府県庁 およびその他官庁
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 飲食店営業</li> <li>▪ 菓子製造業</li> <li>▪ 食肉販売業</li> <li>▪ 魚介類販売業</li> <li>▪ 旅館業</li> <li>▪ 理容業</li> <li>▪ 美容業</li> <li>▪ クリーニング業</li> <li>▪ 医薬品等の販売業 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ マージャン店</li> <li>▪ 古物商</li> <li>▪ 警備業</li> <li>▪ 指定自動車教習所 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 酒類販売業</li> <li>▪ 各種学校</li> <li>▪ 旅行業</li> <li>▪ 宅地建物取引業</li> <li>▪ 建設業</li> <li>▪ 運送業</li> <li>▪ 人材派遣業</li> <li>▪ 自動車整備業</li> <li>▪ ガソリンスタンド など</li> </ul>

(注) 日本政策金融公庫「創業の手引」より引用

### 3. 創業にともなう届出

創業にともなう届出については、税務関係と社会保険関係とがあります。主な届出、内容などについては次の一覧表のとおりです。

#### (1) 税務署等への届出と留意点

	届出先	種 類	提出期限・留意点等
個人	税 務 署	①開業届出書	・事業の開始等の事実があった日から1ヵ月以内
		②青色申告承認申請書 (青色申告したいとき)	・原則、申告をしようとする年の3月15日まで
③給与支払事務所等の開設届出書(従業員などに給与を支払うとき)		・開設した日から1ヵ月以内	
	各都道府県税事務所 (市町村役場)	事業開始等申告書など	・各都道府県等で定める日 (例えば東京都の場合は、事業を開始した日から15日以内)
法人	税 務 署	①法人設立届出書	・設立の日から2ヵ月以内 ・定款等の写しなどの定められた書類の添付が必要
		②給与支払事務所等の開設届出書 (従業員などに給与を支払うとき)	・開設した日から1ヵ月以内
		③たな卸資産の評価方法の届出書	・確定申告の提出期限まで
		④減価償却資産の償却方法の届出書	・確定申告の提出期限まで
		⑤青色申告承認申請書 (青色申告したいとき)	・設立3ヵ月を経過した日と最初の事業年度終了日のうち、いずれか早い日の前日まで
	各都道府県税事務所 (市町村役場)	法人設立等申告書など	・各都道府県等で定める日

一部、上記以外に届出等が必要または不要な場合や、届出およびその期限等が異なる場合がございます。詳しくは各届出先にお問い合わせください。

(注) 日本政策金融公庫「創業の手引」より引用

## (2) 社会保険関係の届出と留意点

届出先	種 類	提出期限・留意点等
年金事務所	健康保険、厚生年金保険 ①新規適用届 ②被保険者資格取得届 ③(法人の場合) 履歴事項全部証明書 または登記簿謄本 (個人の場合) 事業主の世帯全員の 住民票 など	・法人の場合 常時従業員（事業主のみの場合も 含みます。）を使用するすべてが 加入 ・個人の場合（注） 常勤の従業員5人以上はすべて 加入（サービス業の一部等につい てはこの限りではありません。） 常勤の従業員5人未満は任意加入
公共職業安定所 (ハローワーク)	雇用保険 ①雇用保険適用事業所設置届 ②雇用保険被保険者資格取得届 など	・個人、法人とも従業員を雇用する とき適用事業所となる ①設置の日の翌日から10日以内 ②資格取得の事実があった日の 翌月10日まで
労働基準監督署 など	労災保険 ①保険関係成立届 ②概算保険料申告書 など	・適用事業所は雇用保険と同じ ①保険関係が成立した日の翌日 から10日以内 ②保険関係が成立した日の翌日 から50日以内

(注) 個人の事業主は、国民健康保険、国民年金の適用となります。届出先は市区町村役場です。

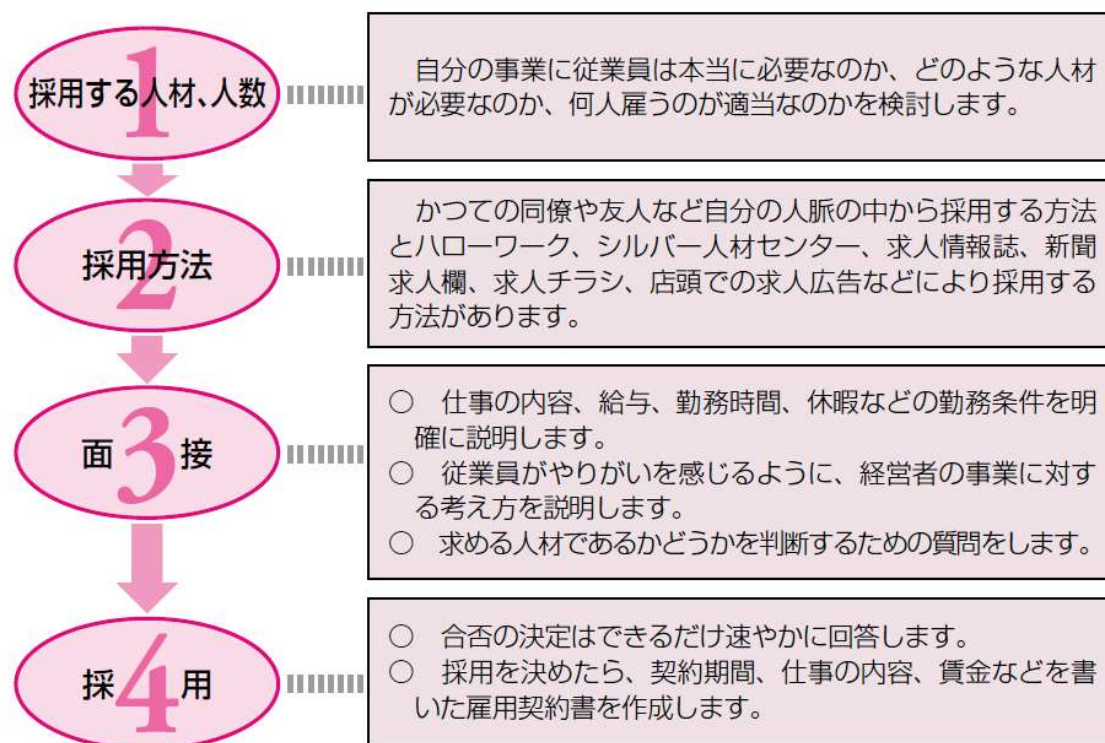
一部、上記以外に届出等が必要または不要な場合や、届出およびその期限等が異なる場合がございます。詳しくは各届出先にお問い合わせください。

(注) 日本政策金融公庫「創業の手引」より引用

## 4. 従業員の採用

事業実績のない創業時は、従業員確保が難しい時期です。従業員を採用する際の留意点は以下のとおりです。

### (1) 採用までの流れ



(注) 日本政策金融公庫「創業の手引」より引用

### (2) その他の留意点

- ・ 外国人を採用する場合は、不法就労者でないことを確認します。
- ・ 人材派遣会社の派遣社員を活用する方法もあります。
- ・ 飲食業などのように忙しい時間帯が限られている事業の場合、パートタイマーやアルバイトを効果的に使うと、経費削減に繋がります。
- ・ 従業員を雇用すると、労働基準法で以下の決まりがあります。
  - 労働基準法の適用事業となった時（業種を問わず、労働者を使用するに至ったとき）に、所轄労働基準監督署長に報告しなければならない。
  - 従業員を10人以上雇用する場合は、「就業規則」の作成と届出が必要

## 5. 税金

ビジネスに関連する税金にはさまざまなものがあります。ここでは事業の所得にかかる主な税金と消費税について説明します。

### (1) 事業の所得に係る税金

#### ① 個人事業者にかかる税金

	種 類	税金の概要	申告手続き等
国 税	所 得 税	所得金額に応じてかかります。	翌年2月16日～3月15日に税務署に申告します。
地 方 税	個人住民税 ①道府県民税 ②市町村民税	均等額でかかる均等割と、前年の所得に応じてかかる所得割からなります。	所得税の確定申告をすれば特に申告の手続きは必要ありません。 東京都の場合は、①は都民税、②は特別区内では特別区民税となります。
	個人事業税	所得金額に応じてかかります。	申告手続きは個人住民税と同じです。

(注) 日本政策金融公庫「創業の手引」より引用

#### ② 法人に係る税金

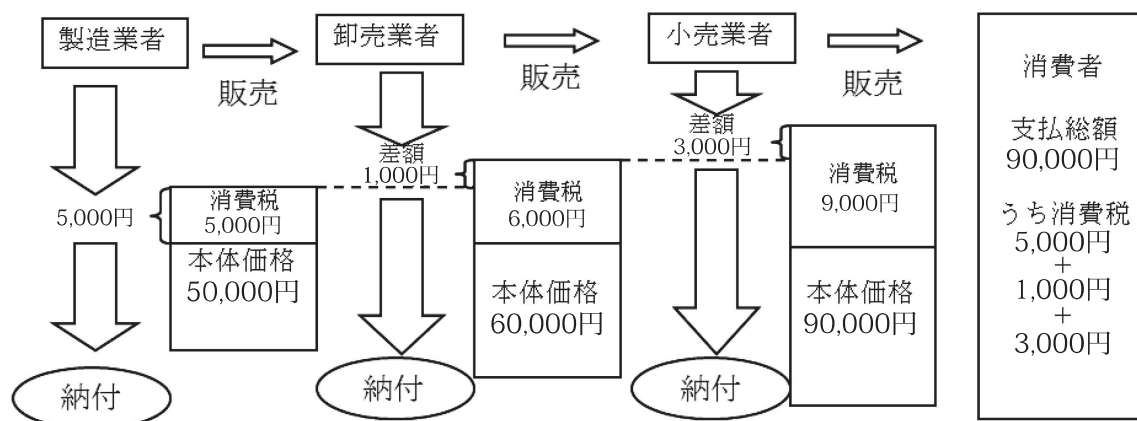
	種 類	税金の概要	申告手続き等
国 税	法 人 税	所得金額に応じてかかります。	決算日の翌日から2ヵ月以内に本店所在地の税務署に申告します。
地 方 税	法人住民税 ①道府県民税 ②市町村民税	資本等の金額区分に応じてかかる均等割と、当期の法人税額に応じてかかる法人税割からなります。	申告期限は法人税と同じです。 事業所等のある都道府県および市町村に申告します。 東京都の特別区内の会社は都民税となります。
	法人事業税	原則として所得金額に応じてかかります。	申告期限は法人税と同じです。 事業所等のある都道府県に申告します。

(注) 日本政策金融公庫「創業の手引」より引用

## (2) 消費税

消費税は、取引の各段階で商品やサービスの価格に転嫁され、最終的に消費者が負担します。ただし、消費税を納めるのは、消費者ではなく事業者です。事業者は、消費者や販売先から預かった消費税と、仕入先などに支払った消費税の差額を申告・納税します。

(図表18) 消費税の価格転嫁と納付の流れ  
(標準税率10%の場合)



消費税については、たとえ赤字であっても納税しなければならないケースもあるので注意が必要です。

事業者が納税する消費税額は「課税売上高に係る消費税額－課税仕入等に係る消費税額」となっていますので、課税売上高より課税仕入等の額の方が大きければ、納付すべき消費税は発生しません。

しかし、この「課税仕入」には、例えば、従業員に支払う給料などは含まれませんので（不課税取引に該当）、会計上赤字で所得税や法人税の納付税額が発生しなかったとしても、消費税の納税額が発生するケースもあります。

新たに事業を始めた場合は、当初2年間は免税となります。ただし、資本金1,000万円以上の法人は初年度から課税されます。

また、前々年度の課税売上高が1,000万円以下の場合も免税となります。



## 6. 社会保険・労働保険

創業すると、個人事業か法人設立かにより、加入する社会保険等が変わってきます。

また、従業員を雇用すると、通常、社会保険・労働保険に加入させる義務が生じますが、これも個人事業と法人設立の場合で、若干要件に違いがあります。従業員の勤務条件によっても加入義務の有無が変わってきます。

### (1) 創業者が加入する社会保険（サラリーマンとの違い）

	サラリーマン		個人事業主	法人経営者
医療保険	健康保険		国民健康保険	健康保険
年金保険	厚生年金		国民年金	厚生年金
雇用保険	雇用保険	⇒	なし	なし
労災保険	労災保険		なし 任意の特別加入 制度あり	なし 任意の特別加入 制度あり

### (2) 従業員を雇用した場合に加入させる社会保険・労働保険

#### ① 適用事業所

	個人事業主	法人
健康保険	適用業種（製造業、運送業、物品販売業、土木建築業、清掃業等）かつ従業員5人以上	原則すべての法人
厚生年金		
雇用保険	原則すべての事業所	原則すべての事業所
労災保険	原則すべての事業所	原則すべての事業所

## ② 対象となる従業員

健康保険	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 常時雇用される従業員</li> <li>▪ 1週間の所定労働時間および1ヶ月の所定労働日数が常時雇業者の4分の3以上</li> </ul> <p>(上記に該当しても以下の場合の対象外)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 日々雇い入れられる人</li> <li>▪ 2か月以内の期間を定めて使用される人</li> </ul>
厚生年金	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 所在地が一定しない事業所に使用される人</li> <li>▪ 季節的業務(4か月以内)に使用される人</li> <li>▪ 臨時的事業の事業所(6か月以内)に使用される人</li> </ul> <p>※対象となる従業員規模の企業に雇用され労働条件を満たすパート・アルバイトは加入対象</p>
雇用保険	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 所定労働時間が週20時間以上、かつ31日以上雇用見込みのある従業員。ただし学生でないこと(一定要件を満たす学生は加入対象)。</li> </ul> <p>(対象外)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 季節的業務(4か月以内)に使用される人など</li> </ul>
労災保険	原則すべての従業員

## (3) 保険料の負担

健康保険	使用者と従業員が折半
厚生年金	
雇用保険	使用者と従業員が分担 (使用者の方が負担割合が多い)
労災保険	全額使用者負担

## 7. 法律

ビジネスには様々な法律が関係しています。特に密接な法律について、以下に簡潔にご紹介いたします。

### (1) 消費者契約法

- ・消費者と事業者の取引に関し、消費者の利益を保護する法律
- ・消費者と事業者が結んだ契約全てが対象
- ・契約に際し事業者に不適切な行為があった場合、契約を取り消せる  
 <不適切な行為とは>
  - 不実告知（例：嘘を言っていた）
  - 断定的判断の提供（例：確実に儲かるとの儲け話をした）
  - 不利益事実の不告知（例：都合の悪いことを知っていて隠していた）  
 ※重大な過失によって告げなかった場合も対象
  - 過量契約（例：通常使用する量を著しく超えることを知りながら勧誘した）
  - 不退去（例：自宅や職場に押しかけて、「帰ってくれ」などと言ったにも関わらず帰らなかった）
  - 監禁（例：事業者から呼び出されたりして「帰りたい」などと言ったにも関わらず帰してくれなかった）
  - 就職セミナー商法等（例：就職・結婚・体形等の願望の実現に不安を抱く消費者の不安をあおる告知や勧誘）
  - デート商法等（例：勧誘者が消費者からの好意の感情を不当に利用して勧誘）
  - 高齢者等の不安をあおる商法（例：加齢や心身の故障で判断力の低下に不安を抱く消費者の不安をあおって勧誘）
  - 靈感商法等（靈感等による知見を用い、消費者の不安をあおって告知）
  - 契約締結前に債務の内容を実施等する商法（例：契約前に事業者が債務の履行を全部または一部を実施し、代金を強引に請求する等）
- ・契約書に記載してあっても、消費者の権利を不当に害する条項は、無かったことになる。

### (2) 不正競争防止法

- ・事業者間の公正な競争を促進する法律
- ・違反すると罰則が科せられる場合がある  
 <禁止されている行為の例>
  - 著名な商品等の表示と同一・類似の表示を使用し、混同を生じさせる行為
  - 他人の商品の形態を模倣した商品を販売する行為
  - 企業の製造技術上のノウハウ、顧客リスト、販売マニュアルなどの機密情報を違法な手段で取得・使用したり、販売する行為
  - 大手企業と類似・同一のドメインを取得したり、大手サイトと類似する紛らわしい名称で類似のサイトを開設する行為
  - 原産地の誤認を起こさせる行為
  - 競争相手の営業上の信用を害するような虚偽の情報を流布する行為

### (3) 景品表示法

- ・消費者が商品・サービスを適切に選択できるようにする法律
- ・違反すると罰則が科せられる場合がある

＜不当表示の例＞

- 商品などの内容について実際のものや他の事業者のものよりも、著しく優良であると消費者に誤認される表示

例：ブランド牛ではないのに、有名ブランド牛の肉であるかのように表示

例：ダイエット食品の広告で、体験談をねつ造したり、瘦身効果も合理的根拠のない表示をする。

- 商品等の取引条件について、実際のものや他の事業者のものよりも、著しく有利であると消費者に誤認させる表示

例：実際に5割引するのは一部の商品だけなのに、「全店5割引」と表示

例：最近相当期間6,000円で販売してきたものを5,000円で販売するときに、「当店通常価格10,000円の品を5,000円で提供」と表示

### (4) 個人情報保護法

- ・個人情報を取り扱うすべての事業者・団体が対象である。ただし安全管理措置については従業員数100人以下の中小規模事業者（一部の事業者を除く）に対して、ガイドラインで特例的な対応方法が示されている。

- ・事業者の義務

- 利用目的の特定、目的外利用の禁止
- 適正な取得
- 取得に際しての利用目的の通知・公表
- 本人に同意を得ない第三者への情報提供は禁止
- 本人の要請による事業者が所有する本人の個人情報の開示
- データ漏洩・紛失を防ぐために安全管理措置を講じる義務

など

### (5) 製造物責任法

- 製品の欠陥によって生命、身体又は財産に損害を与えた場合に、製造業者に過失がなくても損害賠償責任が発生
- 販売業者は対象外（ただし輸入業者は対象）
- 製品そのものの不具合や故障は対象外
- 不適切な使われ方の発生を防ぐため、表示や取扱説明書で詳しく説明しておく必要がある
- 説明が不十分だと誤使用でも責任発生の可能性がある

### (6) 著作権法

- 他人の著作物は無断で利用することはできない  
⇒ブログ、メルマガ、HP、チラシなど文章を書く際は注意
- 著作権は創作した時点で自動的に発生。登録などは不要。  
※著作物 論文、小説、講演、写真、曲、絵画、図面、新聞イラスト、プログラムなど
- 違法にネットに掲載された著作物（海賊版）と知ってダウンロードしただけでも違法になる場合もある。
- 「引用」は認められる  
＜引用の要件＞
  - 他人の著作物を引用する「必然性」があること
  - 「自分の著作物」と「引用部分」とが区別されていること
  - 自分の著作物と引用する著作物との「主従関係」が明確であること
  - 「出所の明示」がなされていること

## (7) 特定商取引法

- ・訪問販売やネット販売など消費者トラブルを生じやすい特定の取引類型に関して、消費者利益を保護するための法律

### <対象となる取引類型>

- 消費者が求めないのに販売の勧誘を受けることになるもの  
例：訪問販売、電話勧誘販売
  - 事業者と対面して商品や販売条件を確認できないもの  
例：通信販売（ネット販売）
  - 長期・高額 of 負担を伴うもの  
例：特定・継続的役務提供（エステ、語学教室など）
  - ビジネスに不慣れな個人を勧誘するもの  
例：連鎖販売取引（ネットワークビジネス）、  
業務提供誘引販売取引（仕事提供の条件として  
金銭的負担を求めるなど）
  - 消費者が求めないのに購入の勧誘を受けるもの  
例：訪問購入（いわゆる「押し買い」）
- ・行政規制（氏名等の表示の義務付け、不当な勧誘行為の禁止、広告規制、書面交付義務）に違反すると、業務停止命令との行政処分や罰則が適用される。
  - ・契約後一定期間、消費者側から無条件で解約できる（クーリングオフ）。通信販売は対象外（ただし、特定の条件下で解約できる返品特約あり）。
  - ・特定継続的役務提供と連鎖販売取引は中途解約も可能。

## (参考) 支援機関や支援メニューの紹介に便利なサイト

### 1. J-Net21 起業に役立つ情報 (<https://j-net21.smrj.go.jp/startup/>)

中小企業とその支援者、創業予定者とその支援者のためのポータルサイト J-Net21 に、起業・創業に役立つ情報がまとめられています。主なコンテンツは次の通りです。

#### ● 起業マニュアル

起業を思い立ってから開業するまでの『こんな時にどうする?』に答える内容です。

#### ● ビジネス Q&A (起業・創業)

起業・創業に役立つ Q&A を掲載しています。

#### ● 業種別開業ガイド

300以上の業種・職種から選べる開業準備の手引書です。

#### ● 市場調査データ

職種別の消費者利用動向がわかるデータ一覧です。

#### ● 各種書式ダウンロード

起業準備の段階から使えるフォーマットを記入例とセットとして提供しています。

### 2. 日本政策金融公庫 創業支援

(<http://www.jfc.go.jp/n/finance/sougyou/>)

創業時に利用できる日本公庫の融資制度の紹介や、創業者のためのお役立ち情報が掲載されています。日本政策金融公庫のホームページ内からアクセスできます。

### 3. ミラサポ plus (<https://mirasapo-plus.go.jp/>)

中小企業・小規模事業者向けの補助金・給付金等の申請や事業のサポートを目的とした国の Web サイトで、中小企業支援施策(制度)を「知ってもらう」「使ってもらう」ことを目指しています。

#### ● 支援制度を探す(制度ナビ)

事業者の課題や地域など支援制度をわかりやすく検索でき、各支援制度の説明や申請方法も案内しています。

#### ● 支援者・支援機関を探す

申請方法や経営相談について、サポートが可能な支援者・支援機関の紹介や検索機能を設けています。

#### ● 事例を探す(事例ナビ)

事業者の課題や地域など様々な切り口のキーワードや人気の事例などから、事業者の事例を検索できます。

## (参考) 事業分析シート記載例：サービス業

### 1. 事業のテーマ (事業コンセプトを一言で)

野外活動も取り入れ、子供の個性を活かし、人格形成をはぐくむ学習塾

### 2. 事業概要

#### ・誰に (商圏、顧客ターゲット・ニーズ)

- ・ A市B地区に住む小学校1年～6年生
- ・単なる学力向上だけではなく、子供の個性を伸ばし、のびのびと育てたいという考えを持つ親。

#### ・何を (商品と提供価値)

- ・子供の個性を伸ばしてあげられる授業。
- ・国語、算数、英語の3科目
- ・少人数制 (約10人) で一人一人丁寧に接する。クラスを作らず、違う学年の児童とも交流できる。
- ・1回1科目30分×3科目×週2回
- ・営業日・時間：月曜日～土曜日16:30～19:30

#### ・どのようにして (提供方法・ノウハウ・技術・価格など)

- ・自分の趣味 (ギター、野球、アウトドアなど) を活かして遊びの要素を取り入れる。
- ・寺子屋的な雰囲気。
- ・暗記よりも、「なぜそうなのか」考えさせることに重点を置く。
- ・月1回の野外学習 (自然と触れ合ったり、スポーツを楽しむ。)
- ・オリジナルの教材を使用。
- ・料金は1ヵ月8,000円。(野外学習は実費)
- ・先生と生徒との交換日記で、コミュニケーションをとる。

### 3. 活かす強みと時流 (機会、市場ニーズ)、想い・こだわりなど

- ・世の中の学習塾は、進学指導もしくは補習指導が中心で、詰め込み教育になっている。もっと子供の個性を伸ばし、人格形成に役立つような塾を開業したい。
- ・18年の教師経験を活かしつつ、他人に依存しない自立した人格形成と、友人たちとの交流により思いやりや友情、いろいろな個性を認め合うことの大切さを伝えていきたい。
- ・自然の素晴らしさ、大切さ、怖さを教えることで環境問題を考えさせたい。

### 4. 独自性 (ウリ、他との差別化ポイント)

- ・音楽や野球、アウトドアなど、遊びの要素も取り入れ、子どもが楽しみながら学ぶことができる。
- ・教師経験18年のベテラン教師が授業を行う。
- ・少人数制で、子供の性格や個性を踏まえた、個別の指導方法により、人格形成につながる指導を行う。
- ・先生と生徒との交換日記により、常にコミュニケーションをとることで、生徒の感情や考えの小さな変化にも絶えず気を配り、保護者にも家庭での教育や生活に対する適切な助言を行う。



(参考) 事業分析シート記載例：飲食業

1. 事業のテーマ (事業コンセプトを一言で)

全国のご当地ラーメンと健康・安全な素材がウリの家族向けのラーメン店

2. 事業概要

・誰に (商圈、顧客ターゲット・ニーズ)

- ・〇〇市△△町から半径10K圏内
- ・30代～40代ファミリー層 (家族構成：夫婦+子1～2人)
- ・職業：(夫) サラリーマン・中間管理職以下 (妻) 共働き/所得水準 500～1,000万円未満
- ・志向：中流でも、家族と過ごす時間を大切に。家族の健康に気を使っている。

・何を (商品と提供価値)

- ・全国各地のご当地風ラーメンと子供専用メニューなどバラエティに富んだメニュー構成で、家族全員のメニュー選択における「エンターテイメント性」と「選択の楽しさ」を提供する。
- ・安全で栄養バランスに配慮した素材を使用することで、健康と安全を求めるニーズに応える。
- ・小さな子供連れでも家族そろって気兼ねなく、楽しく過ごせる時間と場を提供する。
- ・気軽に来店できるよう、これらの価値をリーズナブルな価格で提供する。

・どのようにして (提供方法・ノウハウ・技術・価格など)

- ・無添加、塩分控えめ、野菜(有機)が多めなど、安全、安心、健康にこだわる。
- ・メニュー表でそのこだわりをわかりやすく伝えるとともに、「食育」にも配慮する。
- ・家族4人であれば5,000円以内に収まるようにする。
- ・子供がうれしくなる接客と、子供連れに配慮した設備を設ける。

3. 活かす強みと時流 (機会、市場ニーズ)、想い・こだわりなど

- ・ラーメンが好きで、全国500店のラーメン店を食べ歩いた実績で得た知識・ノウハウを活かす。
- ・自分自身が家族と共に過ごす時間を大切にしたいという思いが強く、同じ価値観の人の思いがわかる。
- ・妻の健康志向が強く、栄養学にも詳しいため、その知識・ノウハウを活かせる。
- ・健康、安全志向や家族だんらん志向が高まっている。
- ・子供連れで気兼ねなく過ごせ、かつ楽しく、メニューもバラエティに富んだ店がほとんどなく、不満を持っている家族が多い。

4. 独自性 (ウリ、他との差別化ポイント)

- ・競合の中華レストランや、低価格チェーン店とはご当地ラーメンなどメニューのエンターテイメント性とバラエティ性 (選択肢が豊富)、さらに「健康」「安全」にこだわった素材を訴求することで差別化ができる。
- ・キッズエリアや授乳室など、子供連れを意識した設備やサービスで家族向けラーメン店として個性が打ち出せる。
- ・「食育」にも配慮した店は〇〇市内にはない。

## (参考) 事業分析シート記載例：小売業

### 1. 事業のテーマ (事業コンセプトを一言で)

安心・安全な地方の厳選食材を提供するネットショップ

### 2. 事業概要

#### ・誰に (商圏、顧客ターゲット・ニーズ)

- ・食に対してこだわりがあり、地方の隠れた逸品を求める方 (主に中高年の女性を想定)。
- ・安心・安全を重視し、価格よりも品質や希少性にこだわる方。
- ・これらの方の贈答用需要。

#### ・何を (商品と提供価値)

- ・地域のまだ有名にはなっていない、こだわりの食材。
- ・在庫リスクを考慮し、生鮮品は取り扱わず、当面は調味料や乾物、加工食品を販売する。
- ・楽天等の大手ショッピングモール、大手百貨店で扱っていないものを取り扱う。
- ・当店で詰め合わせたギフト商品も用意する。

#### ・どのようにして (提供方法・ノウハウ・技術・価格など)

- ・ネットショップを立ち上げ、買い物かごを設置して直接購入できるようにする。
- ・商品の特徴、製造方法、おすすめレシピなどをサイトに掲載し、商品に対する理解を深めてもらう。
- ・商品発送の際には、季節のレシピやおすすめ商品、食材の豆知識等を記載したペーパーを同梱する。
- ・価格は通常のメーカー品よりは高めであるが、日常食として負担感のない程度の値ごろ感が感じられるように設定する。

### 3. 活かす強みと時流 (機会、市場ニーズ)、想い・こだわりなど

- ・もともと食に対して関心が高く、地方の隠れた特産品をこれまで自分で調べては購入してきた。
- ・旅行会社に10年勤務する中で、全国各地の観光協会や旅館、土産物店に人脈ができており、新たな取扱商材の情報を入手しやすく、紹介により直接取引も可能となりやすい。
- ・中高年を中心に食に対する本物志向、安心・安全志向が高まっている。
- ・6次産業化の動きが高まりつつあり、優れた食材が今後ますます増えていくことが期待される。

### 4. 独自性 (ウリ、他との差別化ポイント)

- ・楽天等の大手ショッピングモールや大手百貨店で扱われていない、隠れた逸品により希少性や発見の楽しさを訴求できる。
- ・すべての商品について、商品の特徴、製造方法、おすすめレシピなどを紹介。パッケージ・内容・調理例など複数の写真も掲載することで、顧客は商品を手にとらなくても詳しく知ることができる。
- ・商品発送の際には、季節のレシピやおすすめ商品、食材の豆知識等を記載したペーパーを同梱することで、顧客は、商品だけでなく、食材に関する様々な知識を得ることができる。

(参考)創業計画書 記載例:サービス業

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。)

・世の中の学習塾は、進学指導もしくは補修指導が中心で、詰め込み教育になっている。
・もっと子供の個性を伸ばし、人格形成に役立つような塾を開業したい。
・18年の教師経験を活かしつつ、他人に依存しない自立した人格形成と、友人たちとの交流により思いやりや友情、
いろいろな個性を認め合うことの大切さを伝えていきたい。

2 経営者の略歴等

年 月	内 容
平成〇年3月	〇〇大学教育学部卒業
平成〇年4月	△△小学校赴任、以降計3校にて1年から6年まで担任教諭として勤務。
平成〇年12月	退職予定
過去の事業経験	<input checked="" type="checkbox"/> 事業を経営していたことはない。 <input type="checkbox"/> 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。 <input type="checkbox"/> 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。 (⇒やめた時期: 年 月)
取得資格	<input type="checkbox"/> 特になし <input checked="" type="checkbox"/> 有 ( 小学校教員免許 )

3 取扱商品・サービス

取扱商品サービスの内容	①小学校1年～6年、国語、算数、英語 (売上構成 100%) 1コマ50分×週2回、16,000円/月 (月謝制)
	②月1回の野外学習(キャンプなど) (売上構成 0%) 不定期に楽器演奏、野球なども実施する。(実費を徴収)
	③ (売上構成 %)
セールスポイント	・音楽や野球、アウトドアなど、遊びの要素も取り入れ、楽しみながら学ぶことができる。 ・教師生活18年のベテラン教師が指導。 ・少人数制で、子供の性格や個性を踏まえた、個別の指導を行う。

4 取引先・取引関係等

	取引先名 (所在地等)	シェア	掛取引 の割合	回収・支払の条件
販売先	小学校1年～6年生 ( 〇〇町在住 )	100%	%	月初 日 〆 現金or振込 日回収
	〇〇書店 ( )	100%	%	日 〆 現金 日回収
	ほか 社	%	%	日 〆 日回収
仕入先	( )	%	%	日 〆 日回収
	( )	%	%	日 〆 日回収
	ほか 社	%	%	日 〆 日回収
外注先	( )	%	%	日 〆 日回収
	ほか 社	%	%	日 〆 日回収
人件費の支払	20日 〆			末 日支払(ボーナスの支給月: 月、月)

(様式4)

5 従業員

常勤役員の人数 (法人の方のみ)	1 人	従業員数 (うち家族)	1 人 ( 1 人)	パート・ アルバイト	0 人
---------------------	-----	----------------	---------------	---------------	-----

6 お借入の状況(法人の場合、代表者の方のお借入(事業資金を除きます。))

お借入先名	お使いみち	お借入残高	年間返済額
〇〇銀行	<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	2,000万円	120万円
	<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"/> 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"/> 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	金額	調達の方法	金額
設備資金 店舗、工場、機械、備品、車両など (内訳) 店舗内装工事費・看板設置 (〇〇社見積のとおり) 事務機器・備品(〇〇社見積のとおり) 保証金	520 万円	自己資金	270 万円
	300	親、兄弟、知人、友人等からの借入 (内訳・返済方法)	0 万円
	100		
	120		
運転資金 商品仕入、経費支払資金など (内訳) 広告宣伝費 教材購入資金 諸経費支払	150 万円	日本政策金融公庫 国民生活事業 からの借入 元金5万円 80回払い 他の金融機関等からの借入 (内訳・返済方法)	400 万円
			万円
合計	670 万円	合計	670 万円

8 事業の見通し(月平均)

	創業当初	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	76.8 万円	96	万円	<b>&lt;創業当初&gt;</b> ①売上高(日曜定休) ・16千円×4人/クラス×2クラス×6学年=76.8万円 ②経費 ・人件費 役員報酬:25万円/月、妻:10万円/月 ・家賃 20万円 ・支払利息 400万円×年2.5%÷12カ月=0.8万円 ・その他(水道光熱費、広告宣伝費等) 20万円  <b>&lt;軌道に乗った後&gt;</b> ①売上高(日曜定休) ・16千円×5人/クラス×2クラス×6学年=96万円 ②経費 ・人件費 役員報酬:30万円/月、妻:10万円/月 ・その他(水道光熱費、広告宣伝費等) 22万円(10%増)
売上原価 ② (仕入高)	0 万円	0	万円	
経費	人件費(注)	35	40 万円	
	家賃	20	20 万円	
	支払利息	0.8	0.8 万円	
	その他	20	22 万円	
合計 ③	75.8 万円	82.8	万円	
利益 ①-②-③	1 万円	13.2	万円	(注)個人営業の場合、事業主分は含めません。

(参考)創業計画書 記載例:飲食店

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。)

・全国500店のラーメン店を食べ歩いて、得た知識・ノウハウを生かす。
・ラーメン店で1年間勤務し、経営や運営ノウハウを習得できた。
・妻が健康志向が強く、栄養学にも詳しいため、その知識・ノウハウを生かせる。
・子供連れで気兼ねなく過ごせ、かつ楽しく過ごせる飲食店が近隣にない。

2 経営者の略歴等

年 月	内 容
平成〇年3月	〇〇大学教育学部卒業
平成〇年4月～	△△食品商事株式会社10年勤務。業務用食材のルート営業を担当
平成〇年8月～	〇〇食品株式会社(ラーメンチェーン)入社 調理、接客、食材仕入れ、経理を一通り担当(現在月給28万円)
平成〇年11月	退職予定
過去の事業経験	<input checked="" type="checkbox"/> 事業を経営していたことはない。 <input type="checkbox"/> 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。 <input type="checkbox"/> 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。 (⇒やめた時期: 年 月)
取得資格	<input checked="" type="checkbox"/> 特になし <input type="checkbox"/> 有 ( )

3 取扱商品・サービス

取扱商品サービスの内容	①看板メニューの「健康ラーメン」と、全国各地のご当地風ラーメン10種類 (売上構成 70%)
	②子供向けメニュー (売上構成 20%) お子様セット、及び各メニューのハーフサイズ
	③ドリンク(健康を意識した品ぞろえ) (売上構成 10%) ウーロン茶、ハーブティー、100%果汁ジュース
セールスポイント	・ご当地ラーメンなどメニューのエンターテインメント性とバラエティ性(選択肢が豊富)。 ・「健康」「安全」にこだわった素材を提供する。 ・キッズエリアが授乳室など、子供連れの家族向けを売りにする。

4 取引先・取引関係等

	取引先名(所在地等)	シェア	掛取引の割合	回収・支払の条件
販売先	一般個人 ( 〇〇町近辺の小さな子供のいる家族 )	100%	%	日 〆 即金 日回収
	( )		%	日 〆 現金 日回収
	ほか 社	%	%	日 〆 日回収
仕入先	〇〇食品商事株式会社 ( 以前の勤務先 )	50%	100%	月末 日 〆 翌月末 日回収
	〇〇製麺株式会社 ( 以前の勤務先の取引先 )	50%	100%	月末 日 〆 翌月末 日回収
	ほか 社	%	%	日 〆 日回収
外注先	( )	%	%	日 〆 日回収
	ほか 社	%	%	日 〆 日回収
人件費の支払		20日 〆	末 日支払(ボーナスの支給月: 月、月)	

(様式4)

5 従業員

常勤役員の人数 (法人の方のみ)	人	従業員数 (うち家族)	1人 (1人)	パート・ アルバイト	4人
---------------------	---	----------------	------------	---------------	----

6 お借入の状況(法人の場合、代表者の方のお借入(事業資金を除きます。))

お借入先名	お使いみち	お借入残高	年間返済額
	<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"/> 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"/> 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"/> 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	金額	調達の仕方	金額	
設備資金	店舗、工場、機械、備品、車両など (内訳)	1,110 万円	自己資金	400 万円
	内装工事費(〇〇社見積のとおり)	400	親、兄弟、知人、友人等からの借入	500 万円
	外装工事費(〇〇社見積のとおり)	100	(内訳・返済方法)	
	厨房設備工事費(〇〇社見積のとおり)	240	父親からの借り入れ	
	機械設備費(空調設備、レジなど) (〇〇社見積のとおり)	100	元金5万円100回(無利息)	
什器・備品費(〇〇社見積のとおり)	100			
保証金	120	日本政策金融公庫 国民生活事業	600 万円	
その他	50	からの借入 元金10万円 60回払い		
		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)	390 万円		
	人件費(3カ月)	150		
	原材料費(3カ月)	210		
	広告宣伝費等諸経費(3カ月)	30		
合計	1500 万円	合計	1500 万円	

8 事業の見通し(月平均)

	創業当初	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	210 万円	262.5	万円	<b>&lt;創業当初&gt;</b> ①売上高 700円×30席×4回転×25日=210万円 ②売上原価 原価率35%(勤務時の経験から) ③経費 ・人件費 専従者(妻):10万円/月 アルバイト計4名:時給1千円×延べ20時間×25日=50万円 ・家賃 20万円 ・支払利息 600万円×年2.5%÷12カ月=1.2万円 ・その他(水道光熱費、広告宣伝費等) 40万円 <b>&lt;軌道に乗った後&gt;</b> ①売上高 700円×30席×5回転×25日=262.5万円 ②経費 ・人件費 アルバイト計4名:延べ24時間に増加 ・その他(水道光熱費、広告宣伝費等) 44万円(10%増)	
売上原価 ② (仕入高)	73.5 万円	91.9	万円		
経費	人件費(注)	60 万円	70 万円		
	家賃	20 万円	20 万円		
	支払利息	1.2 万円	1.2 万円		
	その他	40 万円	44 万円		
合計 ③	121.2 万円	135.2	万円		
利益 ①-②-③	15.3 万円	35.4	万円		(注)個人営業の場合、事業主分は含めません。

(参考)創業計画書 記載例:小売業

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。)

・もともと食に対して関心が高く、地方の隠れた特産品をこれまで自分で発見しては購入してきた。
・旅行会社に10年勤務。全国各地の観光協会や旅館、土産物店に人脈ができており、新たな取扱い商材の情報を入手しやすく、紹介により直接取引も可能となりやすい。
・中高年を中心に食に対する本物志向、安心・安全志向が高まっている。

2 経営者の略歴等

年 月	内容
平成〇年3月	〇〇大学文学部卒業
平成〇年4月	△△旅行株式会社勤務(国内旅行添乗員として47都道府県すべて訪問)
平成〇年12月	退職予定
過去の事業経験	<input checked="" type="checkbox"/> 事業を経営していたことはない。 <input type="checkbox"/> 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。 <input type="checkbox"/> 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。 (⇒やめた時期: 年 月)
取得資格	<input type="checkbox"/> 特になし <input checked="" type="checkbox"/> 有 (国内旅行業務取扱管理者)

3 取扱商品・サービス

取扱商品サービスの内容	①地域の隠れた特産品 当面の目標300品 (売上構成 80%) 調味料(味噌、醤油等)、乾燥品(海藻、椎茸)、加工品(漬物、山菜等)
	②上記の詰め合わせギフト (売上構成 20%)
	③ (売上構成 %)
セールスポイント	・大手百貨店やネットモールで扱われていない隠れた逸品で差別化を図る。 ・サイトでは素材の特徴、製造方法、おすすめレシピなどすべての商品について詳細な説明と、パッケージ・内容、調理例など複数の写真を掲載する。

4 取引先・取引関係等

	取引先名(所在地等)	シェア	掛取引の割合	回収・支払の条件
販売先	全国の食にこだわりのある方 (主に中高年の女性を想定)	80%	0%	前払い 日〆 振込orカード 日回収
	こだわりの食のギフト需要 (主に中高年の女性を想定)	20%	0%	前払い 日〆 振込orカード 日回収
	ほか 社	%	%	日〆 日回収
仕入先	地方の加工業者・販売業者 (30社程度は条件確認済み)	30%	100%	末日〆 翌月末 日回収
	地方の加工業者・販売業者 (今後70社程度を開拓)	70%	50%	末日〆 翌月末 日回収
	ほか 社	%	%	日〆 日回収
外注先	( )	%	%	日〆 日回収
	ほか 社	%	%	日〆 日回収
人件費の支払		日〆	日支払(ボーナスの支給月: 月、月)	

(様式4)

5 従業員

常勤役員の人数 (法人の方のみ)	人	従業員数 (うち家族)	(人)	パート・ アルバイト	0人
---------------------	---	----------------	-----	---------------	----

6 お借入の状況(法人の場合、代表者の方のお借入(事業資金を除きます。))

お借入先名	お使いみち	お借入残高	年間返済額
	<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"/> 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"/> 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"/> 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	金額	調達の仕方	金額
設備資金 店舗、工場、機械、備品、車両など (内訳) パソコン及び付随機器 備品(ヒートシール機等)	50	自己資金	50
	40	親、兄弟、知人、友人等からの借入	万円
	10	(内訳・返済方法)	
		日本政策金融公庫 国民生活事業 からの借入 元金2万円 50回払い	100
運転資金 商品仕入、経費支払資金など (内訳) Webサイト作成 ショッピングモール出店費(3カ月) 広告宣伝費(3カ月)	100	他の金融機関等からの借入 (内訳・返済方法)	万円
	30		
	40		
合計	150	合計	150

8 事業の見通し(月平均)

	創業当初	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	60 万円	240 万円	<創業当初> ①売上高 (1千円×3品)/人×200人=60万円 ②売上原価 原価率:70% ③経費 ・支払利息 100万円×2.5%÷12カ月=0.2万円 ・その他 ショッピングモール出店費:10万円 広告宣伝費:3万円(リスティング広告) 水道光熱費等:5万円  <軌道に乗った後> ①売上高 (1千円×3品)/人×800人=240万円 ②経費 ・人件費:1千円×4時間×25日=10万円(梱包・発送要因) ・ショッピングモール出店費:15万円(売上比例フィー増加) ・広告宣伝費:5万円、水道光熱費等:6万円(20%増)	
売上原価② (仕入高)	42 万円	168 万円		
経費	人件費(注)	0 万円		10 万円
	家賃	0 万円		0 万円
	支払利息	0.2 万円		0.2 万円
	その他	18 万円		26 万円
合計③	18.2 万円	36.2 万円		
利益 ①-②-③	-0.2 万円	35.8 万円		(注)個人営業の場合、事業主分は含めません。



## 【創業サポート様式集】

※本ツールは(独)中小企業基盤整備機構にて作成・配信しています

### 【テンプレート一覧】

- 様式1 個別相談カルテ（フェースシート）
- 様式2 個別相談カルテ（相談シート）
- 様式3 事業分析シート
- 様式4 創業計画書
- 様式5 資金計画
- 様式6 収支計画
- 様式7 資金繰り表

中小機構のホームページに、実際に入力できる各シートをご用意しております。  
ぜひご利用ください。

中小機構HP：<http://www.smrj.go.jp/tool/supporter/guidebook1/index.html#NO02>

(様式1)

## 個別相談カルテ (フェースシート)

最新記入日: ○年○月○日

◆相談者の概要

相談者概要	相談者氏名	
	相談のきっかけ	
	相談者のやりたいこと	
	相談者の略歴	
	相談者の思い	
「やりたいこと」と「略歴」の関連性		
その他、特記事項		

◆相談者の情報

年齢		資産等	
家族構成		負債等	
		取得資格	
過去の事業経験		健康状態	
趣味特技			

◆創業のステージ、相談者のタイプ

創業のステージ		相談者タイプ	
---------	--	--------	--

(様式2)

## 個別相談カルテ (相談シート)

カルテNO. ○

相談回数: ○回目

相談日

○年○月○日

相談者名		連絡先 (携帯等)	
相談対応者名		相談時間	○時○分～○時○分

相談内容	アドバイス内容

次回相談予定日	○年○月○日(○) ○時～	現在の創業ステージ	
---------	---------------	-----------	--

(様式3)

## 事業分析シート

### 1. 事業のテーマ(事業コンセプトを一言で)

--

### 2. 事業コンセプト

○誰に(顧客ターゲット・ニーズ)

--

○何を(商品・サービス、顧客価値)

--

○どのようにして(提供方法・ノウハウ・技術・価格など)

--

### 3. 強み、市場性

--

### 4. 独自性、実現性

--

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。)

Table with 2 columns: 年月 (Year/Month) and 内容 (Content). It is currently empty.

2 経営者の経歴等

Table with 2 columns: 年月 (Year/Month) and 内容 (Content). Includes fields for past business experience and acquisition of funds.

3 取扱商品・サービス

Table for listing products/services with columns for product name, content, and sales composition percentage.

4 取引先・取引関係等

Table for listing suppliers and customers with columns for name, address, terms, and payment conditions.

5 従業員

Table showing employee count by type (regular, part-time) and gender (male, female).

6 お借入の状況(法人の場合、代表者の方のお借入(事業資金を除きます。))

Table showing loan details with columns for borrower name, loan purpose, amount, and repayment method.

7 必要な資金と調達方法

Table for required funds and financing methods, categorized by store/equipment, goods, and transportation.

8 事業の見通し(月平均)

Table showing projected business performance with columns for start-up, first year, and subsequent years.

## 資金計画(必要な資金と調達の方法)

必要な資金		金額	調達の方法	金額
設備資金	店舗、工場、機械、備品、車両など	0 万円	自己資金	万円
	(内訳)		親、兄弟、友人等からの借入	0 万円
	〇〇〇〇	〇〇	(内訳・返済方法)	
	〇〇〇〇	〇〇	〇〇〇〇	〇〇
			〇〇〇〇	〇〇
			日本政策金融公庫国民生活事業からの借入	万円
			他の金融機関からの借入	0 万円
運転資金	商品仕入、経費支払資金など	0 万円	(内訳・返済方法)	
	(内訳)		〇〇〇〇	〇〇
	〇〇〇〇	〇〇	〇〇〇〇	〇〇
	〇〇〇〇	〇〇		
合計 ※		0 万円	合計 ※	0 万円

※各合計の金額は一致させて下さい。

## 収支計画(創業後の見通し/月平均)

		創業当初	軌道に乗った後 (平成〇年 〇月頃)	売上高、売上原価(仕入高)、経費を計算した根拠
売上高	①	万円	万円	<創業当初> ①売上高 ・ ・
売上原価	②	万円	万円	②売上原価 ・ ・
売上総利益	③(①-②)	0 万円	0 万円	③経費 ・ ・ ・
経費	人件費(注)	万円	万円	
	家賃	万円	万円	<軌道に乗った後> ①売上高 ・ ・
	支払利息	万円	万円	②売上原価 ・ ・
	その他	万円	万円	③経費 ・ ・ ・
	合計 ④	0 万円	0 万円	
利益	④-③	0 万円	0 万円	(注)個人営業の場合、事業主分は含めません。

資金繰り表

(単位:千円)

項目		○月		○月		○月	
		予想	実績	予想	実績	予想	実績
前月繰越高 A							
収入	現金売上						
	売掛金回収						
	受取手形入金・割引						
	借入金						
	雑収入等						
収入合計 B		0	0	0	0	0	0
支出	現金仕入						
	買掛金支払						
	支払手形決済						
	給料・諸経費・その他の支払						
	借入金返済						
	生活費(個人企業の場合)						
支出合計 C		0	0	0	0	0	0
翌月繰越高 A+B-C		0	0	0	0	0	0



※無断転載・複製を禁ず

発行 2015 年度

改訂 2021 年 10 月

独立行政法人 中小企業基盤整備機構

