

事業計画書

～オリジナル北欧雑貨ネットショップ事業～

平成28年9月15日

合同会社トリップ
代表 松永優介

目次

本文.....	3
1.会社概要および代表者略歴.....	4
1-1.会社概要.....	4
1-2.代表社員の経歴.....	4
2.現況(創業する目的、動機).....	6
3. 事業内容.....	7
3-1.概要.....	7
3-2.店舗情報.....	7
3-3.顧客ターゲット.....	8
3-4.ストアコンセプト.....	8
4. 取扱商品.....	9
4-1.女性向けの輸入品を中心とした北欧デザイン雑貨開発・販売(販売開始済).....	9
4-2.輸入品を中心とした旅行用品・旅行グッズの販売(取り扱い予定).....	9
4-3.仕入先(代行会社)に関する情報.....	9
5.市場を取り巻く環境.....	11
5-1.ターゲット市場の規模・特徴.....	11
5-2.ターゲット市場における競合状況.....	11
5-3.競合優位性・差別化戦略.....	11
6.事業目標.....	12
7.売上予測(軌道に乗った後).....	13
8.マーケティング・プロモーション.....	14
9.資金計画.....	15

本文

1. 会社概要および代表者略歴

1-1. 会社概要

(1) 会社名

合同会社トリップ

(2) 住所

福岡県福岡市〇〇

(3) 設立

平成27年6月

(4) 資本金

〇〇円

(5) 役員

代表社員 松永優介

1-2. 代表社員の経歴

(1) 生年月日

〇〇年〇月〇日生まれ。

(2) 〇年〇月

〇〇大学〇〇学科卒業

(3) 〇年〇月～

大学卒業後、〇〇入社

CGクリエイターを経て、映像ディレクター、WEBディレクターを経験。

2009年より活動の場を東京に移し、クリエイティブ・ディレクターとして、
数々のデジタルを中核した広告を手掛ける。

デジタル領域全般のクリエイティブディレクションを得意とし、

インタラクティブ・アート、イベント企画、インスタレーション、ウェブ、アプリ、キャラクターデザイン、声優、ナレーターの育成支援、映像ワークショップ開催など、ジャンルを問わず、クリエイティブとテクノロジーを武器に、精力的に活動の場を広げています。

受賞歴：九州デザイン展入賞、福岡コンピュータグラフィックス展入賞 他。

(4) 2014年1月～

2014年から2016年現在まで、個人事業として、インターネット販売を中心とした物販事業を営んでいます。この2年半を通して、商品の販売、リサーチ、仕入れ先の開拓、仕入れ先との交渉、経理等一通りの実務経験をしています。

(5) 2015年6月～

株式会社〇〇を2015年5月に退職し、デジタル領域を強みとしたクリエイティブプロダクションカンパニー「合同会社トリップ」を設立。

月に1度のペースで東京に足を運び、東京の仕事をこなしながら、福岡のクリエイター・アーティストの才能を広げるため、クライアントの斡旋・提案、作品のマネタイズなど、クリエイター・アーティストの活躍できる環境づくりや活動範囲を広げていけるサポートに取り組んでいます。

2. 現況(創業する目的、動機)

2015年8月～

物販事業を本格稼働。

個人事業(副業)の物販の経験を通じて、専門領域である
広告クリエイティブ・プロモーションに加えて、商品の目利き力、
また、いかに商品売っていくための販売力が身についたことが大きな収穫を得ました。

この物販経験を活かすため、

法人の新事業領域として、

収益システムは、非常にシンプル、即金性が高い、
非常に固いビジネスである物販ビジネス(輸入)の創業を決意致しました。

これが、理性的な動機です。

また、物販には広告の仕事だけでは
わからなかった面白さ、やりがいがあります。

広告の仕事は、基本的には、BtoBのビジネスです。

メーカー(クライアント)の担当者レベルで、間接的に「よかった」等、
評価や喜んでくれる事はありますが、

そこから先は、自信で手がけた広告が、一般消費者(C)に、
どんな風に役立ってるか、伝わっているのか？

「広告が、メーカー(クライアント)の商品やサービスの販促効果に役に立っているか？など」
というのがわからない。(わかりづらい)と思っていました。

私は、一般消費者(C)と、

自社の商品の話ができて、直接「よかったよ。」とか

「直で売って喜んでもらう」は面白く、やりがいだと感じています。

それが、前述の、**理性的な動機と同時に、物販ビジネスの創業に至った感情的な動機です。**

3. 事業内容

3-1.概要

今年2016年2月からAmazon(インターネット販売)内にて、「〇〇」を開店し、テスト販売を行っています。
主な内容は以下のとおりです。

・女性向けの輸入品を中心とした北欧デザイン雑貨開発・販売

お客様が自分にフィットした「モノ」に出会える機会を
インターネット(WEB)を中心に販売・提供していきます。

女性に愛されるナチュラルで上品で上質な商品づくり、
自分用のライフスタイルをつくる事に貢献できる店舗づくりを目指します。

3-2.店舗情報

(1)基本情報

①店舗名

〇〇

②店舗アドレス

<https://〇〇〇>

(2)スタッフ

(3)営業時間・定休日

営業時間:10:00~19:00

定休日:土曜、日曜、祝日、GW、お盆

※営業時間・定休日は定めていますが、それは問い合わせメールの返信や発送が行っていないということです。

※実質、実店舗と違い年中無休の24時間営業可能。定休日も年末年始、GWなどの長期休暇の間や営業時間外の時間も関係なく注文を取れます。

3-3.顧客ターゲット

(1)人口統計学特性

①性別
女性

②年齢層
13歳～34歳及び同年齢層の娘を持つ母親(主に50代)

(2)ライフスタイル

①オシャレ志向
②個性派
③自然派

3-4.ストアコンセプト

他店と差別化し成長発展を図るため、次のとおりストアコンセプトを策定します。

(1)誰に

オシャレで機能的な本物志向の雑貨や洋服を求める13歳から34歳※の女性とその母親(主に50代)
※C2層～F1層、F2層～F3層

(2)何を

北欧雑貨を中心とした自然派の関連商品。良質な品に出会う喜びの提供。

(3)どのように

仕入れの目利き力。飽きさせない商品ラインナップ。メルマガ会員による囲い込み。
クーポン発行、プレゼント企画などによるリピートにつながる施策を展開。

3-5.現在までの取り組み

現在、北欧雑貨商品をメインに取り扱っています。仕入先は、中国のイーウー市場から仕入れています。

その理由としては、イーウー市場は、約6万軒ある世界最大の日用雑貨卸売り市場で、170万種類以上の商品が扱われており、多種多様な業者の豊富な品揃えがあり、さらに、圧倒的な卸価格(日本卸価格の1/10～1/15)で仕入れ・生産することができ、お客様に最適な商品を低価格で提供できるからです。

また、中国輸入のメリットとしてOEM生産があります。

このOEMを活用すると独自のブランド品を製造することができ、単純な転売輸入ビジネスとは違い、利益を独占することができます。

すでに、昨年の2015年8月に中国に視察にっており、実際に、仕入れ、商品を企画、OEM生産、プロモーションを実施し、今年2016年2月からAmazon(インターネット販売)でテスト販売を行っています。

テスト販売後、現在(2016年9月現在)までに、約40万(売上原価:約14万)売り上げています。

4. 取扱商品

4-1. 女性向けの輸入品を中心とした北欧デザイン雑貨開発・販売

雑貨は北欧デザインを中心としたデザイン性と実用性の高いものを厳選し、私自身が、欲しいと思うのみを厳選し、市場ニーズと照合しながら、中国、韓国から仕入れ、OEM販売していきます。

(1) 商品アイテム

クッションカバー、ランチョンマット、バスマット、トイレマット、アイホンケースなどの生活雑貨を中心にそろえていきます。
(ブランド参考イメージ:IKEA,ニトリ)

(2) 価格帯

1,000円～2,000円

4-2. 仕入先(代行会社)に関する情報

①株式会社〇〇

所在地:東京都〇〇

a. 月会費 29,800円

b. 平均掛け率 40%(送料等を含む諸経費込)

c. 決済 クレジット(Paypal決済)、銀行振込(日本国内銀行)

②株式会社 〇〇

所在地:中国浙江省義烏市〇〇

a. 代行手数料 7%

b. 平均掛け率 35%(送料等を含む諸経費込)

c. 決済 クレジット(Paypal決済)、銀行振込(日本国内銀行)

5.市場を取り巻く環境

5-1. ターゲット市場の規模・特徴

・オシャレで機能的な本物志向(こだわり派)商品に敏感な13歳～34歳及び同年齢層(主に50代)を娘に持つ母親。インターネット通販の利用の割合が高い。

・国内13～34歳女性の人口数は、約1,100万人。50～59歳の女性の人口数は、約775万人。合計約1,875万。
※総務省統計局より

・上記年代のネット利用割合は、90%以上と言われていることから、1,688万人をターゲット数と想定する。
※総務省より

5-2. ターゲット市場における競合状況

・現時点では同コンセプト・仕組みを構築できる協業ショップは存在しない。
※北欧デザイン雑貨を取り扱っているネットショップは多く存在するが、多くは既製品のセレクトショップである。

・〇〇の北欧雑貨は、オリジナル商品を豊富に揃えます。デザインから制作～販売までワンストップで提供可能。

・オリジナルだからこそできる個性的なデザインは、他のどこにもない、ここにしかない特別なアイテムを提供できます。

5-3. 競合優位性・差別化戦略

・商品の仕入れ(開発)から、デザイン、広告、宣伝(プロモーション)、販売を一気通貫で、代表が担当することが可能。

【仕入れ】

・圧倒的な仕入れ力を保有。代行業者と事業連携を構築済み。

【プロダクトデザイン】

・前職のデザイナー・クリエイターネットワークを保有。各デザイン専門学校との連携により人件コストの圧縮を図り、早期収益化が期待できる。

【物流】

・インターネットのプラットフォームによる販売、アマゾンFBAサービスに商品管理を委託することにより初期投資が抑えられる。

6.事業目標

・短期的な事業目標(0ヶ月～12ヶ月)

月商300万(月利100万)を目標 スタートアップ期

この期間に多くのMD活動を行い、商品ラインナップを揃える。

現在取り組んでいる中国からの輸入に絞り、OEM商品の開発を行い、販売プラットフォームは、圧倒的な集客力・販売力があるAmazon(8割)、Yahooショッピング(1割)、他メルカリ(1割)等のフリマサイトを中心に販売。

同時並行で、自社ネットショップの構築を図り、売上、利益額を上げていこうと考えております。

・中期的な事業目標(12ヶ月～24ヶ月)調整期

月商600万(月利250万)を目標

作業の外注化を図り、自社オリジナル製品の開発、日本製品の輸出など、新たな事業展開に取り組んでいく予定です。また、初期の1年で目測できる流通数から物流会社に対してコストの単価交渉による物流コストの削減、商品の大量ロット購入による原価の削減等を計画しています。

※現在は平均800円/1kgの国際発送代金を配送量の増加に伴い、2017年は平均600円/1kg
2018年は平均450円/1kgまで削減予定。

・長期的な事業目標(24ヶ月～36ヶ月先)安定拡張期

他プラットフォーム(楽天、Buymaなど)に出店することによる既存商品の売上の拡大(1.3倍～1.5倍増加)。小売だけでなく、実店舗がある企業に向けて卸契約を結び売上を安定させる。

海外メーカーとの正規代理店契約、輸入代理店契約の締結による海外輸入品の独占販売を狙い、国内外の展示会へ参加。

前期の内部留保分をプロモーションとMD人員強化にあて、商品数拡大を行う。

7.売上予測(軌道に乗った後)

時間帯別来店(購入)者予測(1日当たり)		
時間帯	平日・日・祝	金・土

00:00~01:00	1	0
01:00~02:00	1	0
02:00~03:00	0	0
03:00~04:00	0	0
04:00~05:00	0	0
05:00~06:00	0	0
06:00~07:00	0	0
07:00~08:00	4	3
08:00~09:00	4	3
09:00~10:00	1	0
10:00~11:00	1	0
11:00~12:00	1	0

12:00~13:00	4	3
13:00~14:00	1	0
14:00~15:00	6	5
15:00~16:00	6	5
16:00~17:00	2	0
17:00~18:00	2	0
18:00~19:00	4	3
19:00~20:00	4	3
20:00~21:00	5	3
21:00~22:00	10	8
22:00~23:00	10	8
23:00~24:00	3	1
合計利用者(購入者)数	70	45
客単価(円)	¥1,500	¥1,500
1日当たり売上(円)	¥105,000	¥67,500
月間日数	22日	9日
月間販売個数	1540	405
合計売上(円)	¥2,310,000	¥607,500
月間売上合計(円)	¥2,917,500	

※テスト販売中のアクセス数、購買数、及び、一般的なネットショップ(通販)の統計情報を考慮して、本シミュレーション全体の数値は実績 数値に対し低めの数値を採用しています。注意:取扱商品や時期などにもより、変動はしますが、概ね、定量的なデータによるものです。

※最もアクセスが多い時間帯は、仕事が終わリ夕食を済ませた後のプライベートの時間帯(21~23時)

※2番目に、主婦などが買い物、掃除を済ませた後に、一般的に落ち着いてリラックスできる時間帯(14時~16時)

※3番目に、通勤時間(7時~9時)、帰宅時間(18時~21時)、休憩時間(12時~13時)他。

※金、土は、飲み会、外出などが多いため、2割~3割減で計算しています。

8.マーケティング・プロモーション

ウェブを中心にプロモーションを計画します。

・ウェブサイト(ブランドサイト)の構築

ウェブサイト(ブランドサイト)を立ち上げ、商品の世界観やブランドストーリーを訴求していきます。

4ページの構成からスタートし、構成は以下のとおりです。

- ①店舗コンセプト
- ②商品紹介
- ③問い合わせ
- ④会社概要

・ブログ連動によるサイト訪問者の送客

「オシャレでナチュラルな雑貨暮らし(仮)」をコンセプトに、日記スタイルで情報発信していきます。

※週3回(月、水、金)更新予定

ブログで読者を増やすことでリンク先のウェブサイト(ブランドサイト)の訪問者を増やし、ユーザに商品を知ってもらう機会を多く作ります。

※ブログのプラットフォームは、芸能人や女性に人気のアメブロを利用予定。

※外注ライターと協力し、効率的に記事数を増やしていきます。

・SNSによるサイトへの誘導

ブログ以外にもTwitter、FaceBookを利用してタイムリーな情報発信を行います。投稿欄には、ウェブサイト(ブランドサイト)のURLを併記し、誘導します。

・ディスプレイ広告の出稿

潜在層へのアプローチを目的として、ディスプレイ広告を実施します。

※潜在層

潜在的にニーズを持っている層。初回訪問に呼びたい層

※ディスプレイ広告

特定の内容に対して興味関心をもったユーザーにのみ配信することができる広告

9.創業時の経営状態

9-1.SWOT分析

強み(S)

- ・商品の仕入れ(開発)から、デザイン、広告、宣伝(プロモーション)、販売を一気通貫で、代表が担当することが可能。
- ・圧倒的な仕入力を保有。代行業者と事業連携を構築済み。
- ・商品原価が安い(販売価格の1/10~1/15)
- ・日本からの距離が近い。(輸送コストが安い)
- ・前職のデザイナー・クリエイターネットワークを保有。各デザイン専門学校との連携により人件コストの圧縮を図り、早期収益化が期待できる。
- ・インターネットのプラットフォームによる販売、アマゾンFBAサービスに商品管理を委託することにより初期投資が抑えられる。
- ・SNS(Twitter、Facebook、Instagram等)でのリアルタイムに情報発信が可能。

弱み(W)

- ・商習慣の違い(日本と中国の商習慣の違い)
- ・不良発生率が高い(しっかりとした検品体制が必須)
- ・長期休暇のタイミングが異なる(在庫ショート)

機会(O)

- ・多種多様な豊富な品揃え(約170万種類)
- ・数多くの仕入先・工場

脅威(T)

- ・為替リスク
- ・在庫リスク
- ・ライバル店の増加

9-2.経営上の課題項目を踏まえた具体策

前項のSWOT分析をもとに、月利250万円に至るまでは、現在取り組んでいる中国からの輸入に絞って、OEM商品の開発を行い、商品ラインナップを揃え、代行会社と連携し、しっかりとした検品体制による不良率の低下、品質向上、適正在庫を確立させ、

売上、利益額を上げていこうと考えております。

その後は作業の外注化を計り、自社オリジナル商品の開発、日本製品の輸出など、新たな事業展開に取り組んでいく予定です。また、初期の1年で目測できる流通数から物流会社に対してコストの単価交渉による物流コストの削減、商品の大量ロット購入による原価の削減等を計画しています。

※現在は平均800円/1kgの国際発送代金を配送量の増加に伴い、2017年は平均600円/1kg、2018年は平均450円/1kgまで削減予定。

また、他プラットフォーム(楽天、Buymaなど)に出店することによる既存商品の売上の拡大(1.3倍～1.5倍増加)。小売だけではなく、実店舗がある企業に向けて卸契約を結び売上を安定させます。

10.資金計画

1.出店にかかる費用

項目	金額(千円)	資金区別	調達区分
ノートパソコン2台	345	設備資金	自己資金
ノートパソコンカバー2個	35	設備資金	自己資金
一眼レフカメラ(商品撮影用)	91	設備資金	自己資金
A3対応プリンタ	58	設備資金	自己資金
FAX付き電話	37	設備資金	自己資金
液晶保護ガラス	4	設備資金	自己資金
カメラ用ショルダーバッグ	4	設備資金	自己資金
三脚	7	設備資金	自己資金
照明スタンド	3	設備資金	自己資金
デライト	4	設備資金	自己資金
撮影用スタジオボックス	14	設備資金	自己資金
知的財産関連費(商標)	155	設備資金	自己資金
開店当初の商品仕入費用(3ヶ月分)+仕入費用(3ヶ月分)※50万/月	3000	運転資金	借入
人件費(6ヶ月分)※12万円/月	720	運転資金	自己資金
家賃(6ヶ月分)※3万円/月	180	運転資金	自己資金
国際送料・関税・消費税(6ヶ月分)※21万円/月平均	853	運転資金	自己資金
代行手数料(6ヶ月分)※3万円/月	180	運転資金	借入
国内送料(6ヶ月分)※18万円/月平均	872	運転資金	借入
広告宣伝費(6ヶ月分)※3万円/月平均	180	運転資金	借入
商品リサーチ費(6ヶ月分)※4千円/月平均	24	運転資金	自己資金
レンタルサーバ費、ドメイン費(6ヶ月分)※1.5万円/月	90	運転資金	自己資金
倉庫代(6ヶ月分)※3千円/月	18	運転資金	自己資金
販売手数料(6ヶ月分)※15万円/月平均 平均売上100万円×15%	900	運転資金	借入
合計	7774		

総事業額7,774千円のうち、自己資金は、2,642千円となり、不足分の5,132千円の融資を希望します

2.融資の申し込みについて

金額(千円)	資金区別
0	設備資金
5,132	運転資金
5,132	

運転資金は、期間**5.5**年(据置期間**0.5**年(6ヶ月))で元金均一返済を希望します。