

ビジネスプラン・ワークシート

事業名	チャイルド・ケア・ネット
チーム名	××
メンバー氏名	××、××、××……

ビジネス・プラン作成のヒント

- 行政だけでは解決できない社会的課題（少子高齢化・事業継承・経済格差・非正規雇用など）を、起業によって解決に導けないか？
⇒ソーシャル・ベンチャー⇒ただし、これに拘る必要はない。
- 1.とも関連するが、現在考案している起業は、SDG'sの17項目のいずれに該当しそうか？
=SDG'sに該当する起業テーマは、ターゲットやパートナーから受け入れてもらいやすい。SDG'sのアイコン活用も検討しよう。

1.事業概要

- (1) 事業の社会的必要性：なぜこの事業は、社会に必要なのかをまとめよう

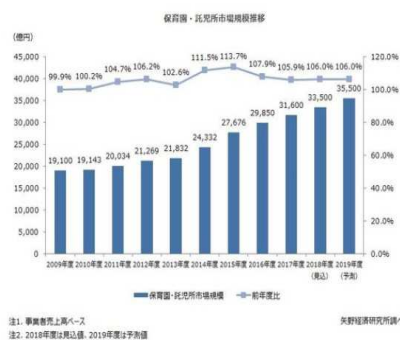
女性の高学歴化・社会進出、少子高齢化・核家族化が進む社会で、保育・預かりサービスを提供する個人事業者に、自社のWEBサイトに出店してもらい、保育・預かりサービスを依頼するワーキング・マザーとのマッチング・サービスを提供する。既に、保育所、幼稚園、放課後児童クラブなどの保育・預かりサービスが存在する。しかし、急な子どもの発熱、急な残業、保育施設までの送迎、保育施設の開始前・終了後・小学校放課後の預かり、冠婚葬祭・他の子供の行事参加等に伴う預かり等、短時間の保育・預かりに対応してくれるサービスが少ない。そこで、依頼者の自宅で短時間でも請け負う保育者とワーキングマザーのマッチング・サービスを実施する。

- (2) 事業分野：第1次・第2次・第3次産業にいずれか？または、これに属さない事業か？その事業のうち、どのような種類の事業か？

第3次産業、インターネット事業（マッチング・サービス）

- (3) ターゲットとする市場

2018年度の保育園・託児所市場規模は、前年度比6.0%増の3兆3,500億円の見込み。待機児童解消に向けた施設開設や利用児童数増加により、2019年度も拡大を予測。この調査での「保育園・託児所市場」は民間が運営する認可保育所と認可外保育施設に限り、公営施設は対象外。保育園・託児所市場は、待機児童対策を中心に開設費用など整備関連の補助金、保育士の処遇改善など運営関連の補助金といった公的資金がここ数年投入され、好調に推移している。子どもの預かり需要の多様化に対応したサービスを提供するため、企業主導型保育事業、事業所内保育事業、小規模保育事業、ベビースタッフ事業などに取り組む事業者が増加。施設を自前で作らず、自社の施設運営ノウハウやサービスコンテンツをコンサルティングサービスとして販売する動きも活発化。女性が多い企業では、保育施設が仕事と育児の両立支援に欠かせない福利厚生サービスと位置付けられるようになってきた。（矢野経済研究所）



2.事業分析

- (1) 新規性・独自性：構想する事業に、どのような新規性や独自性があるのか？第三者の参入障壁は存在するの？

自ら短時間保育を請け負う事業は、行わない。個人事業として行う保育者とワーキング・マザーとをマッチングさせて、手数料収入（利用料の10%、初期出店料5千円）を獲得する事業に経営資源を集中する。ネット上でのバイラル・マーケティングを活用し、短時間で国内市場を開拓する。また、他の付加サービスは、一切行わないことにより、スピーディ・安価・高品質の保育サービス・プラットフォームに徹する。第三者の参入障壁は存在しない。

- (2) 市場特性と規模：構想する事業の特徴は？市場規模はどれくらいか？

2018年度の保育園・託児所市場規模は、前年度比6.0%増の3兆3,500億円の見込み。

- (3) 競合状況と優位性：競合するのはどのような会社か？その会社に対する優位性はどこにあるのか？

同種の実業サービスとして、(株)キッズライン（東京都・CEO経沢香保子）が存在する。(株)マザーネット（大阪市・2001年創業）など自ら保育者を派遣する先発事業者が存在するが、これには手を付けない。つまり、チャイルド・ケア・ネットは派遣事業は行わず、マッチング・サービスに徹する。また、家事代行などを行う事業者が競合先となる可能性がある。チャイルド・ケア・ネットのサービスは、スマホでのみ提供し、PC・電話では提供しない。

- (4) マーケットポジション：マーケットのどの位置で事業を行うのか？

個人事業として行う保育者とワーキング・マザーとをマッチングさせて、手数料収入を獲得する事業に特化するため、スマホ向けのSNSなどのネット広告によって、短時間で認知度を高めるため、事業開始直後に、大量のネット広告を投下する。

- (5) 事業リスク：構想する事業にどのようなリスクが存在するの？法律の改正・新技術の誕生・社会の変革など

マッチング・サービス事業を開始するが、予期しない保育事故などを契機に、この事業に行政規制が導入されるリスクがある。また、チャイルド・ケア・ネットが損害保険料を負担し、保育事故が生じた際にリスクをカバーする。この仕組みによって、一旦出店した保育事業者が退店して、自らのリスク負担で保育事業をする契約者の退店を防止する。

3.事業展開

- (1) 製品・サービス開発計画：製品・サービスを開発するにあたり、どのような起業準備をするのか？

スマホWEBサイトでの出店枠（コンテンツ・マネジメント・システム）を設計する。出店者（保育請負者）側の情報は、①出店者の基本情報（保育可能年齢・受入可能数・子育て経験・シッター経験・請負金額（自由設定）・最低サポート時間・返答目安・請負回数・累計ユーザー数・リピートユーザー数）、②出店者のおススメ・コメント、③サービス内容、④人物写真など。ユーザー（ワーキング・マザー）側の情報は、①ユーザー評価（5段階）、②ユーザー・コメントなど。チャイルド・ケア・ネット側の情報は、WEBサイト閲覧者の位置情報を把握して、ユーザーに近い出店者をリコメンドして、表示する機能を持たせる。

- (2) 販売計画：どのような顧客に、どのような価格で、どのような販売方法で、どのような広告を展開するのか？

開業後短時間で事業を軌道に乗せるために、大量のネット広告を投下する。必要な資金は、ベンチャー・キャピタル、CVC（コーポレート・ベンチャー・キャピタル）からの出資にて調達する。調達資金の大部分をネット広告を投下する。そして、出店者とユーザーを同時に募集する。顧客はワーキング・マザー、価格は出店者の自由設定、スマホWEBサイト上での営業に徹する。

- (3) 5年後のありたい姿

先行事業者を追い抜いて、国内No.1ポジションを確保する。その上で、東証新興市場への株式上場の準備を開始する。

4.収支計画・財務計画

- (1) 運転資金の算定：製品・材料等の仕入、人件費、家賃、その他の経費。開業当初は、3か月の運転資金を確保

項目	金額（千円）	備考
サーバー	6,000	2,000千円/月、サーバー・ホスティング利用
通信回線	6,000	2,000千円/月、光回線契約
事務所家賃	1,500	500千円/月
広告費	150,000	50,000千円/月、スマホWEBサイト構築投資を含む
人件費	6,500	千円/月
その他経費		
小計（A）	170,000	

- (2) 設備資金：拠点・工場・設備の取得価額

項目	金額（千円）	備考
事務所敷金	1,000	
事務所什器・備品	5,000	
小計（B）	6,000	

- (3) 開業時必要資金

(A) + (B)	176,000
-----------	---------

- (4) 減価償却費の算定：残存簿価＝取得価額×10%、定額法償却、法定耐用年数を使用

項目	金額（千円）	備考
事務所什器・備品	900	法定耐用年数5年と、PC等を含む。5,000×0.9÷5
小計（B）	900	

- (5) 資金調達計画：出資を前提とする。金融機関融資は利用しない。

項目	金額（千円）	備考
公的な投資法人	30,000	
VC	1,000,000	
CVC	1,000,000	
取締役	20,000	
小計（B）	2,050,000	

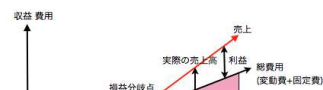
- (6) 要員計画と人件費

項目	初年度		2年度		3年度	
	人数	人件費（千円）	人数	人件費（千円）	人数	人件費（千円）
役員	2	10,000	2	10,000	4	20,000
正社員	4	16,000	6	24,000	10	40,000
小計（C）	6	26,000	8	34,000	14	60,000

- (7) 損益分岐点売上高チェック：費用項目と金額を以下に記載要、初年度のみ算定

①固定費：633,140千円：役員報酬10,000、人件費16,000、地代家賃6,000、広告宣伝費600,000、減価償却費900、接待交際費240

②変動費：8,400千円：水道光熱費600、消耗品費600、旅費交通費1,200、通信費2,400、その他経費

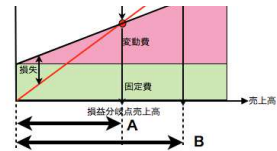


3,600

$$\text{損益分岐点売上高} = \frac{\text{固定費(fixed cost)}}{\text{限界利益率(marginal profit ratio)}}$$

注1. 限界利益率 = (1 - 変動費比率)

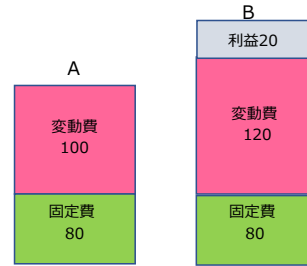
注2. 変動費比率(proportional cost rate) = 変動費(variable cost) ÷ 売上高



③ 損益分岐点売上高：1,736,612千円：

(注) 広告宣伝費は、開業当初3年は政策的判断で固定費とした。接待交際費は、最低限の経費支出とするため固定費とした。

★ 収支計画改善方法：販売促進費を投じて、売上高目標を向上させる。仕入先と交渉し、仕入価格低減協力を求める。内部管理を改善し、固定費を削減する。



(8) 販売計画

顧客名・地域名	初年度		2年度		3年度	
	数量 (千件・千人)	金額 (千円)	数量 (千件・千人)	金額 (千円)	数量 (千件・千人)	金額 (千円)
利用手数料収入	240	57,600	960	230,400	3,600	864,000
初期出店料	24	120,000	72	360,000	264	1,320,000
小計		177,600		590,400		2,184,000

・1件あたり手数料収入 = 出店者平均請負単価1,200円/時間×2時間×10% = 240円

(9) 収支計画：債務超過に達した時点で、事業を撤退する。税務上の繰越欠損金を考慮する

	第1期		第2期		第3期		裏付け (背景や根拠)
①売上高	177,600		590,400		2,184,000		
②売上原価							
③売上総利益 (③ = ① - ②)	177,600		590,400		2,184,000		
④販売管理費	641,540		649,540		686,340		
役員報酬	10,000		10,000		20,000		
人件費	16,000		24,000		40,000		
地代家賃	6,000		6,000		6,000	500千円/月	
広告宣伝費	600,000		600,000		600,000	50,000千円/月	
減価償却費	900		900		900	900千円/年	
水道光熱費	600		600		600	50千円/月	
消耗品費	600		600		600	50千円/月	
接待交際費	240		240		240	20千円/月	
旅費・交通費	1,200		1,200		12,000	100千円/月	
通信費	2,400		2,400		2,400	200千円/月	
その他経費	3,600		3,600		3,600	300千円/月	
⑤営業利益 (⑤ = ③ - ④)	-463,940		-59,140		1,497,660		
⑥法人税等	0		0		389,832		法人税等の税率：40%
⑦税引後利益	-463,940		-59,140		1,107,828		
純資産	1,586,060		1,526,920		2,634,748		最終出資直後2,050,000千円

★ 第1期末純資産 = 2,050,000 - 463,940 = 1,586,060

★ 第2期末純資産 = 1,586,960 - 59,140 = 1,526,920

★ 第3期法人税等 = (1,497,660 - 463,940 - 59,140) × 0.4 = 389,832、第3期末純資産 = 1,526,920 + 1,107,828 = 2,634,748

