



freee Books

資金調達を成功させる
事業計画書の作り方



Index

1 事業計画書について知ろう

事業計画書について知ろう	P.03
事業計画書はどうして必要?	P.04
事業計画書に書くべき主な項目	P.05
事業計画書をまとめる4つのコツ	P.07
事業計画書に役立つ4つの考え方	P.09
財務計画の項目と書き方	P.11
さまざまな事業計画書	P.13
事業計画書のプラスアルファ	P.15

2 資金調達について知ろう

資金調達について知ろう	P.16
資金調達方法の3種類	P.17
銀行融資の種類	P.18
補助金・助成金の活用	P.19
資金調達を成功させるために	P.20

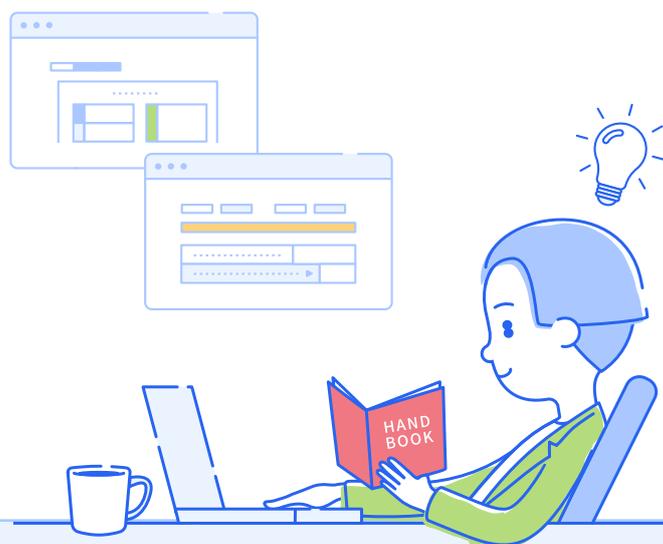


1 事業計画書について知ろう

新規事業の資金調達のために使われる事業計画書。数値的根拠を用いて客観的かつ具体的に記述することで、事業の実現性や将来性を融資者に示します。

会社概要や取扱商品・サービス、取引先、財務計画といった基本的な情報のみならず、社会ニーズが高く成長が見込まれるビジネスであることを分かりやすく簡潔に伝えるためには、SWOT分析や4P分析といったマーケティングのフレームワークを活用することが求められます。

ここからは、事業計画書を作成するにあたり必要になる基本的な考え方や記載すべき項目、財務計画の立て方をはじめ、実際に使用された事業計画書や役に立つフレームワークをご紹介します。





事業計画書はどうして必要？

事業資金を集めるためにも使われる事業計画書は、なぜ作成する必要があるのでしょうか。その理由と理想的な事業計画書の書き方を解説します。

事業計画とは

新しいビジネスを始めるにあたり、必要総費用が自己資金で賄えない場合、あるいは事業を加速的に拡大したい場合は、銀行から資金を調達することが必要不可欠です。その際、説得の根拠として使われる書類が「事業計画書」で、ビジネスの戦略や採算性、成長性といった事業の目標を、具体的かつ客観的に示して記載します。融資者に賛同を得て資金を集めるためにも、事業への熱意と冷静な分析力を持って、説得力のある書類を作成します。

事業計画書が必要な理由

企業が資金を調達する場合は、銀行や公庫から返済義務のある融資を受けるか、ベンチャーキャピタルや個人投資家から返済義務のない出資もしくは投資を受けることになります。いずれにせよ、返済できる見込みのない事業や成長性のない事業には資金面での協力は得られないので、説得力のある事業計画書を作成する必要があります。また、融資者へのプレゼンテーションの質を均一に保つために大きな役割を果たします。外部に向けた説得以外にも、自分の目指す事業の実現性を客観的に分析する上でも有用で、事業の羅針盤とするためにも作成すべきと言えます。

理想の事業計画書

理想的な事業計画書を作成するためには、次の3点を抑えることが重要です。まず、各説明項目にサマリーを設けること。成功の道筋を明快に物語られるよう、儲けの仕組みや市場分析など各所にサマリーを設け、相手の理解を促します。次に、実行計画が明確であること。事業計画を成し遂げるために「今何をすべきか」を明確にすることで、事業への信頼性が高まります。そして、売上の仮説がファクト&テストで徹底的に検証されていること。市場規模や競合他社の売上高など「ファクト」を実際のデータを用いて調査し、プロトタイプが実際に購買されるかを「テスト」することで、売上の計画を客観的事実にまで落とし込みます。そうすることで、融資者の信頼を得られるようになります。

事業計画書サンプル

創業計画書		(平成 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 経営者の経歴等 (経歴については、勤務先だけでなく、前当業者や役職、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
過去の事業経験	<input type="checkbox"/> 事業を経営したことはない。 <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。 (⇒事業内容:) <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 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	①	(売上シェア %)
・ サービス	②	(売上シェア %)
の 内 容	③	(売上シェア %)
セールスポイント		公庫処理欄
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		

参照(日本政策金融公庫「創業計画書」)

https://www.jfc.go.jp/n/service/dl_kokumin.html



事業計画書に書くべき主な項目 -1-

事業計画書は、ビジネスの骨子となる主要な項目を、具体的かつ簡潔に示すことで信頼のある書類となります。事業計画書を作成する上で外せない情報は、主に6つの項目に分けられます。

1 会社概要

会社の正式名称、代表者の氏名、資本金、所在地、従業員、取引金融機関など、会社のプロフィールとなる基本情報を記載します。会社の経営方針や実現を目指すことについても分かりやすく記載し、融資者に将来性や信頼性を感じてもらえるようにします。

2 取引商品・サービス

事業で取り扱う商品やサービスについて、具体的な説明と共に記載します。この際、経営者視点ではなく消費者視点でニーズと利益を示すことが重要になります。どのような顧客に、どのような商品やサービスを提供するのか、なぜ顧客はその商品やサービスに惹かれるのか、といった判断理由や事例を伝えることで、融資者に納得感が得られて、資金調達面でも有利に進むでしょう。また、商品やサービスの写真を掲載する場合は、プロのカメラマンにクオリティの高い写真を撮影してもらいましょう。構図や採光が美しい写真はそれだけで印象が良く、商品やサービスの品質も高く見えるものです。

3 取引先・取引関係

事業計画書では、実現性の高いビジネスであることを示すために、取引先となる「販売先」「仕入先」「外注先」を明確に記載しなければなりません。

「販売先」は顧客のことで、事業開始前から取引先が想定できるBtoBであれば、各販売先が売上の何パーセントを占めるかを記します。契約書や注文書を取り交わしている場合は、事業計画書に添付することで、確実に取引が実行されることをアピールすることが可能です。BtoCなど顧客が明確に定まらない業種であれば、想定している顧客層を具体的に提示することで、融資者に事業戦略を伝えることができます。さらに売り先の店舗や企業など具体名を記載した別紙のリストもあると、事業計画の実現可能性をアピールするのに有効です。「仕入先」は商品や原材料を購入する相手のことで、想定している取引先名は全て固有名詞で記載します。また、「外注先」は業務の一部を委託する相手のことで、仕入先も外注先も想定がない場合、記載は不要です。

なお、日本政策金融公庫のホームページには、記載が推奨されている項目があるのでご紹介します。まず、前の勤務先や親族の経営会社など、販売先や仕入先と何らかの結びつきがある場合は記入してください。開業時には取引先が見つからず苦労することを融資者は理解しているので、つながりのある取引先を確実に確保できていることはプラス材料になります。次に、「月末締め翌月末回収」のように回収・支払い条件を明記します。そして、BtoCなど立地条件がビジネスに大きく影響を与える事業の場合、立地選定の理由を市場分析と合わせて記載することが推奨されています。



事業計画書に書くべき主な項目 -2-

事業計画書では、会社概要や取り扱う商品や、取引先といった事業の基本となる事項以外に、本当に商品やサービスが市場に求められているのかという将来性を示し、事業の採算性を証明する必要があります。

4 社会のニーズと適合性

商品やサービスの特性とターゲットとする市場のニーズを分析し、需要が一過性でないことを示します。限られた経営資源で事業を成立させるためにも、市場を細分化し、勝てる市場で勝負しなければなりません。その市場に、ある程度の規模と成長性が見込め、商品やサービスの特性に適合していることを証明することで、融資者への説得力を強化することができます。

5 事業の将来性

事業の将来性を伝えるためには、熱い思いだけではなく、具体的なファクトを記す必要があります。収益を上げるための戦略や事業の運用計画などについて、実現可能性が高く、数値的根拠で裏付けた具体的なアクションを記載。小規模なテストマーケティングを実施して、分析結果に基づいて論証を確実なものとするれば、将来性の信頼度は格段に増すでしょう。

6 財務計画

事業がどの程度の利益を生み出すかを記載します。まず、売上に関する項目として、商品やサービスごとの平均単価を設定し、日や月あたりの平均客数を試算します。これらと顧客の平均購買数をかけ合わせれば、売上高の予測を立てることができます。次に、コストに関する項目として、平均原価を設定し、人件費や広告費を試算します。売上高からコストと税金を引けば、見込まれる利益を算出することが可能です。また、事業への初期投資額や減価償却費を精査することで、事業の採算性を示すことができます。



事業計画書に以下の項目を記載し、将来性を伝える

1. 会社概要
2. 取扱商品・サービス
3. 取引先・取引関係
4. 社会のニーズと適合性
5. 事業の将来性
6. 財務計画



新しい事業の実現性と将来性を見込んで融資する



事業計画書をまとめる4つのコツ -1-

融資者を説得し、資金を調達するために用いられる事業計画書ですが、成功確率を上げるためにはどのように作成すべきなのでしょうか。4つのコツをご紹介します。

1 情報を分かりやすく、簡潔にまとめる

新しく始めようとしている事業だけに、事業計画書の作成には熱が入り長くなりがちですが、情報を分かりやすく簡潔にまとめなければ、融資者には理解してもらえません。融資者は常に複数の案件を抱えているので、冗長な説明や分かりづらい事業計画書には興味を持ってもらえない可能性があります。そのため、1分で事業内容の魅力を伝えられるまでにブラッシュアップし、事業計画書の各項目にはサマリーを設けましょう。サマリーを流し読みすると事業内容を理解できるレベルまで落とし込めれば、相手の理解を早めることが可能です。

2 事業内容はコンセプトとニーズを中心に

事業計画書というと、ついつい経営者視点でばかり事業内容を説明してしまいがちですが、融資者が本当に知りたいのは「あなたがやろうとしている事業は、本当にニーズがあるのか?」ということです。事業は、顧客のニーズなくしては成立しません。ニーズのない事業は、将来性がないので融資もされません。そのため、事業内容は経営視点から一方的に記載するのではなく、「何をやろうとしているのか」というコンセプトを明確にした上で、「誰にどんなニーズがあるのか」について、データを用いて示しましょう。そのためにも、徹底した市場調査や競合分析を行い、ビジネスチャンスがあることを明らかにします。

分かりやすい事業計画書

ビジネスの流れ

システムでコストを下げ、サイトの大量生産を可能にします。



独自のシステムを開発し、ニーズの把握からコンテンツの作成までの大半を自動化して、作業コストを削減します。制作したコンテンツはオウンドメディアと連携することで集客し、収益を最大化します。作業コストと運営コストを削減することで、利益を伸ばします。

NG例

ビジネスの流れ

弊社が開発する独自のシステムで、クローリングでニーズを把握し、コンテンツの作成まで自動化します。作成したコンテンツはオウンドメディアと連携することで、収益を最大化します。顧客の作業コストと弊社の人件費、運営コストを削減するこ

.....

.....

.....

.....

.....



事業計画書をまとめる4つのコツ -2-

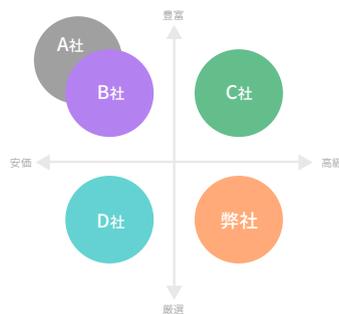
事業計画書は誰が見ても分かりやすいよう、簡潔に作成していくことが重要です。そのためにも、サマリーや図を活用して視覚的に情報をまとめ、伝達効率を向上させましょう。

3 事業計画書を図式化する

情報を効率的に伝えるためには、テキストを図式化することが有効です。伝えたい内容を視覚的に表現することで、内容理解までの時間短縮につながり、説得効果の向上も見込めます。すべての内容を図式化する必要はありませんが、事業内容や市場調査の結果、経営のビジョンなどといった、とくに重要な事項に関しては図式化して相手の理解を促しましょう。なお、パワーポイントで事業計画書を作成する際は、過剰な装飾を避けてシンプルな構成やデザインにしてください。そうでないと、何が本質なのかが見えてこず、本当に伝えたいことの訴求力が弱まってしまいます。

図式化して視覚的に分かりやすく

弊社の競合はA社、B社、C社、D社です。製品の安価さと豊富さではA社とB社が優位で、高級さと豊富さではC社、D社は安価な製品を厳選して取り揃えています。弊社は高級な商品を厳選して取り揃えることで、競合と差別化を図ります。



4 他人の目で見ってもらう

事業計画書の完成度を高めるためには、他人の目で見ってもらうのもおすすめです。可能であれば、事業計画書の作成経験がある経営者や個人事業主に見てもらおうといいですが、家族や知人でも問題ありません。客観的な視点で確認してもらうことで、自分では見抜けなかった課題や改善点が浮き彫りになることがあります。

また、精度の高い事業計画書を作成するには、税理士や社労士による事業計画書の作成サポートを受けるといいでしょう。とくに、初めて事業計画書を作成する場合は、収支や資金繰りなどの財務計画の詰めが甘くなってしまい、融資者の納得を得ることができず資金調達に失敗するケースが散見されます。事業計画書の骨子は自分で情熱を込めて作成し、数値面に関しては 専門家のサポートを受けることで、隙のない事業計画書に仕上げることができます。



事業計画書に役立つ4つの考え方 -1-

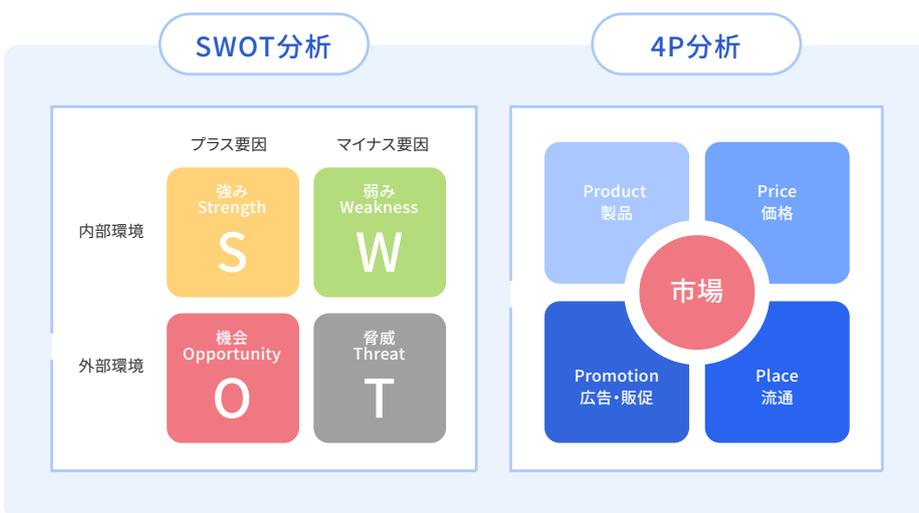
事業のセールスポイントを整理したり、市場分析を行ったりする場合には、マーケティングのフレームワークを活用すると効率的に進めることができます。事業計画書に役立つ4つの考え方をご紹介します。

セールスポイントをまとめるSWOT分析

事業を取り巻く環境や現状を分析し、取るべき事業戦略を策定する際に用いるフレームワークが「SWOT分析」です。SWOTの頭文字となる「S:強み(Strength)」「W:弱み(Weakness)」「O:機会(Opportunity)」「T:脅威(Threat)」の各要素を漏れなくダブリなく分析し、ビジネスの機会を明らかにします。外部環境である機会(O)と脅威(T)を整理し、外部環境に対してどのように戦略を立てていくべきか、内部環境の強み(S)と弱み(W)を洗い出すことで、事業のセールスポイントを明らかにすることができます。

マーケティング状況を簡略化する4P

事業に影響を与える4つの要素を競合と比較して、マーケティング戦略を策定するために使われるのが「4P分析」です。「製品(Product)」「価格(Price)」「流通(Place)」「広告・販促(Promotion)」の各状況について競合他社や市場を分析し、比較検討。「何を、いくらで、どのように売るか」を明確にすることで、自社の強みや独自性を確立し、市場で有利な状態を作り出すことができます。マーケティング状況を踏まえた上で立てた事業戦略は、説得力が増し実現可能性も高まるでしょう。





事業計画書に役立つ4つの考え方 -2-

経営の視点から現状の市場を分析することも重要ですが、顧客の視点から事業を見つめなおし、中長期的なビジョンを持つことで、事業計画書はより精緻化されていきます。

顧客のメリットを把握する4C

顧客視点で、商品やサービスのメリットを把握するフレームワークが「4C分析」です。商品やサービスで顧客はどのような価値を得られるかという「顧客価値(Customer value)」、顧客にとって妥当な価格なのかを検証する「顧客コスト(Cost)」、入手がしやすいかどうかという「利便性(Convenience)」、顧客が望んだ情報を提供できているかを考える「コミュニケーション(Communication)」の4要素からなり、これらの視点を分析することで、顧客に寄り添った戦略を立てることができます。

ビジョンを明確化する3W1H

「3W1H」を用いて、5年後のビジョンを明確にします。「When」は5年後、「Where」は想定する市場、「What」は具体的な商品やサービスの内容、「How much」はいくら儲けるのか。近い将来、事業がどのようなようになるべきかというビジョンを明らかにすることで、「今やるべきこと」を逆算して考えられるようになります。事業創立前から中長期的なビジョンを持ち、未来を見据えておくことで、融資者にも事業の将来性をアピールすることができます。





財務計画の項目と書き方 -1-

財務計画を具体的に立てることによって、融資者に事業の実現性を示せるだけでなく、自分自身でも事業で利益を出すために何をすべきかが把握できるようになります。事業計画書では、次に紹介する4つの項目を精査していきます。

売上計画と売上原価計画－商品価格をまとめよう

事業計画書に記載する財務計画の中でも、とくに重要性の高い項目が「売上計画」と「売上原価計画」です。

売上計画では、商品やサービス単位で実現可能な売上を予測します。売上の構成要素は「商品単価×購入数量×購入頻度」となるため、いくらの商品・サービスが一度に何個、どの程度の頻度で購入されるかを、公の経営指標や競合分析などを用いて具体的に算出。また、売上を伸ばしていくためには、構成要素のどの部分を伸ばしていくかを検証していきます。例えば飲食店の場合だと、来店数を増やしたり、顧客単価を引き上げたり、顧客の回転率を向上させたりと、様々な手法が想定されます。ラーメン店のように回転率を上げて売上を伸ばす形態なのか、喫茶店のように顧客単価を上げて売上を伸ばす形態なのかはそれぞれ異なるので、自分の事業形態や顧客層を想定した上で、売上を向上させる戦略を練る必要があります。

売上原価とは、売上に対して直接かかっている費用のことで、売上から売上原価を引くと「売上総利益(粗利)」が算出できます。売上総利益が黒字でないと経営が成り立たないため、原価は精緻に予測しておかなければなりません。商品を仕入れてそのまま販売する業種の場合は、仕入れ値がそのまま原価となり、材料を仕入れて加工した上で販売する業種の場合は、製造に関わる原材料や人件費を原価とします。なお、仕入れたり製造したりしたものが在庫となった場合は、売上原価には含まれないので注意してください。

人員計画－人材にかかる全予算を確認しよう

売上計画を達成するためには、人員計画も必要になります。人員計画は、利益に大きなインパクトを与える人件費を計画することでもあるため、給与や福利厚生費、法定福利費といった予算も算出しなければなりません。

人員は売上に比例して増やせばよいというのではなく、採用した人材の能力によって人数や人件費は大きく異なってきます。また、業種や景気によっては予定していた人員を確保できない場合もあるため、これらも見越して計画を立てることが重要です。目標の売上計画を無視した人員計画であれば、人手が足りず達成できませんし、過剰な人員を雇ってしまえば、利益の圧迫や赤字の原因となってしまいます。人員計画は、売上計画や利益計画との整合性を意識して作成しましょう。



財務計画の項目と書き方 -2-

事業計画書の財務計画において最も重要視される利益計画は、売上・売上原価計画、人員計画、設備計画が明らかになっていなければ、算出することができません。順を追って計画を具体化していきましょう。

設備計画－固定資産の見通しをたてよう

設備計画では、工場や店舗、機材といった固定資産などの設備にいつ、どの程度投資するかを計画します。長期に渡って使用・保有する購入金額が10万円以上の資産を「固定資産」と言い、耐用年数に応じて費用化するため(減価償却)、購入金額や時期が利益計画に大きく影響します。

減価償却費の計算方法には定額法と定率法があり、耐用年数も固定資産の種類により異なるため、何を購入しどの方法で計上するかによって各年度の利益に差が出ます。また、自己資金で一括支払いする場合や、金融機関から資金を調達して支払う場合など、支払方法も様々。事業計画書では、資金計画との整合性を取りながら、固定資産の資金計画を決定する必要があります。

利益計画－最重要視される項目

どれだけ売上があっても利益が出ていなければ経営は破綻するため、利益計画は最も重要視される項目となります。利益には段階によって種類があり、それぞれを算出する必要があるため、まずは内訳を見ていきましょう。

● **売上総利益(粗利益)=売上－売上原価**

● **営業利益=売上総利益－販売費および一般管理費**

販売費とは広告宣伝や販売促進などにかかる費用で、一般管理費とはバックオフィス機能など事業の管理にかかる費用全般を指します。営業利益が赤字だと、事業活動では利益を生み出せていないということになります。

● **経常利益=営業利益+営業外収益－営業外費用**

営業外収益とは不動産収入や銀行の受取利息など、事業以外で発生する収益で、営業外費用とは借入金で負担する支払利息などを指します。

● **税引き前当期純利益=経常利益+特別利益－特別損失**

特別利益、特別損失とは、固定資産を売却した際の売却益・売却損など、経常的ではない特別な理由で発生したものを指します。

● **当期純利益=税引き前当期純利益－税金**

事業計画書では、当期純利益まで算出するのが理想です。そこまで詳細に作成しない場合でも、少なくとも「営業利益」までは算出しておきましょう。売上を伸ばすためには、売上を伸ばしてコストを下げるのが重要になりますが、利益計画を立てることでどのポイントで努力すべきかが検討しやすくなります。「売上計画・売上原価計画」「人員計画」「設備計画」を算出した上で、利益計画を精査するようにしてください。



さまざまな事業計画書 -1-

事業計画書は、日本政策金融公庫が提供するテンプレートが基本となりますが、フォーマットは自由に作成して問題ありません。必要な項目をおさえた上で、融資者を最も説得できる形式で作成しましょう。

日本政策金融公庫のテンプレートが基本

事業計画書は、日本政策金融公庫が提供しているテンプレートが基本になります。事業内容から具体的な施策、業績の推移など、事業計画に必要な不可欠な項目が網羅されています。しかし、テキストが中心となり、図やグラフを挿入する箇所がないため視覚的に分かりづらく、事業内容を分かりやすく説明するためには不十分な点もあります。日本政策金融公庫のテンプレートを使用する場合は、添付資料などを別途用意することをおすすめします。

「A3/1枚」から「小冊子」まで幅広い展開

日本政策金融公庫のテンプレートを使用せず、自分自身で事業計画書を作成しても全く問題ありません。人によってA3/1枚から小冊子までと、幅広い形式で作成されています。とくに、IT事業など融資担当者が理解しづらい業種であれば、図を多数用いて視覚的な理解を促す必要があります。事業計画書の目的である資金調達、経営者自身が事業の強みを再確認すること、事業戦略を社員と共有することが果たせるよう、必要な項目をおさえて、分かりやすく使いやすい事業計画書を作成しましょう。

事業計画書の種類は様々

事業計画書		2. 業績推移と今後の計画 (単位: 万円)						
		前期実績	今期見込	計画1期目	計画2期目	計画3期目	最終目標	
		期	期	期	期	期	期	
【お客さまの情報の利用に関する同意】								
ご提供いただいたお客さまの個人情報は、今後ご提供いただきます。ご同意いただいたお客さまの個人情報は、本制度を適切かつ円滑に運用するために株式会社日本政策金融公庫と信用保証基金等支援機関との間において提供させていただきます。同意します。								
平成 年 月 日								
住所								
事業者								
印								
【項目1～5は事業者が記載し、項目6～7は認定経営革新等支援機関等が記載してください】								
1. 現状、新商品の開発または新投資の内容、課題・重点取組項目、具体策								
◀ 現状 (創業の場合は創業する目的、動機) ▶								
◀ 新商品の開発または新投資の内容 ▶ 【中小企業経営力強化資金を利用する場合のみ記入してください】								
経営上の課題項目 (創業の場合は、重点取組項目) (該当項目に○またはチェック)	課題項目または重点取組項目を踏まえた具体策							
経営全般	経営戦略の策定							
	IT化の進捗							
	事業の「選択と集中」							
	事業承継・後継者問題							
	その他 ()							
売上・収益	営業力の強化							
	販路拡大							
	市場の競争激化							
	商品開発力							
	採算分析							
	原価・経費の削減							
	その他 ()							
3. 借入金・社債の期末残高推移 (単位: 万円)		前期実績	今期見込	計画1期目	計画2期目	計画3期目	最終目標	
		期	期	期	期	期	期	
既借入金								
小計								
社債								
新規借入金								
D 合計								
4. 借入の負担の推移 【中小企業経営力強化資金を利用する場合は記入は不要です】								
以下の式で算出された推定借入負担年数の推移								
D / (A + B + (C × 1 / 2)) (ただし、Cが欠損の場合は1/2を乗じない。)								

参照 (日本政策金融公庫「事業計画書」)

https://www.jfc.go.jp/n/service/dl_kokumin.html



事業計画書のプラスアルファ

今まで解説してきた項目をおさえれば、事業戦略書の骨子は完成します。融資を受ける確率を高めるためには、次の3つの項目も検証してブラッシュアップを図りましょう。

創業者やメンバーをブランディングしよう

百戦錬磨の融資者は、事業の実現性や経営者の現実的思考を何よりも重視しますが、使命感や事業への熱い想いがあるのか、ということも見ています。というのも、新しいビジネスは強い動機付けのある人の方が成功しやすく、融資したお金を返済できる可能性が高いという経験則を持っているからです。そのため、創業への熱意は堂々と語ってください。

また、創業者やメンバーの経歴を記載することで、メンバーのブランディングにもつながります。経歴が直接業種と関係ない場合でも、営業やマーケティング、人事・利益管理などのスキルは高く評価されます。とくにビジネス経験が豊富で実績がある場合は、詳細に記述し大いにアピールしましょう。

数値を利用して事業を分析+可視化しよう

融資者の考えはシンプルで、返済できると見込んだ相手にお金を貸します。そのため、事業計画書が具体的な数値で裏付けられており、コンセプトが確立されたものであれば、積入できる額を増やせる可能性もあります。

どのマーケットを狙うのか、競合に対してどのような差別化を図るのか、どのような商品やサービスを提供するのか。売上と経費はどの程度になり、毎月出せる利益はどの程度が見込まれるか。融資を受けた場合、毎月の返済額はどれくらいになり、返済可能な利益は確保できるのか。これらを具体的な数値と共に分析、算出し、事業計画書には図やグラフを用いて可視化して示しましょう。これにより、融資者への説得力が増すだけでなく、事業戦略が整理されることで自分自身の理解も深まり、ビジネスで成功する確率を高めることができます。

自社と他社との差別化を図ろう

事業で生き残るためには、競合他社とは異なる強みが必要です。そのため、競合の企業名や事業内容、強み、弱みを簡潔に書き出して、自社との差を分析しましょう。

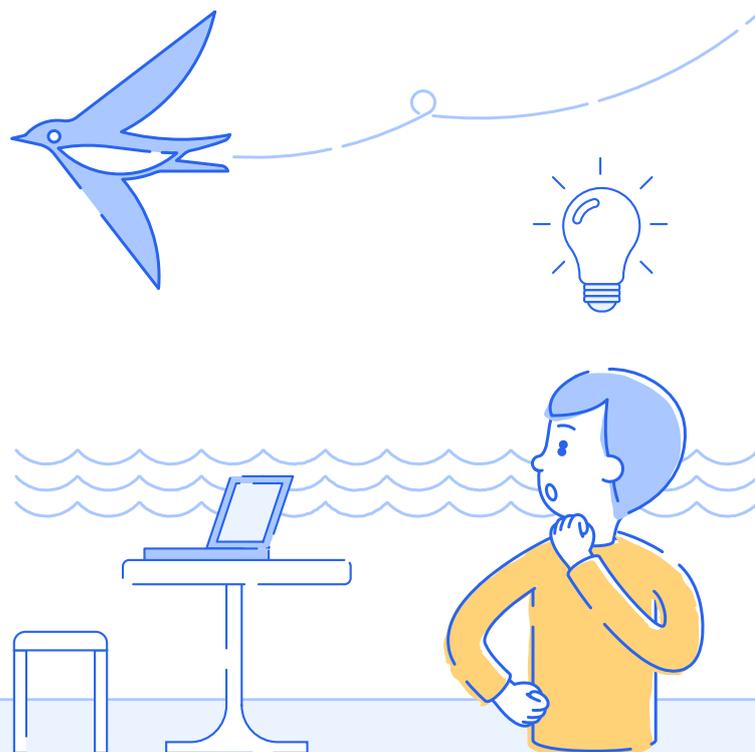
差別化ポイントは、3つに絞り検討することをおすすめします。まず、低価格や短納期といった、顧客が利用しやすい「手軽さ」。次に、最新技術や高品質といった「商品力」。そして、カスタマイズや店舗数、訪問頻度といった顧客への「密着力」。これらの中で、最も競合に差別化できるポイントを強く打ち出すことで、競争力を強めることが可能になります。

2 資金調達について知ろう

資金調達には、民間の金融機関や政府系金融機関から融資を受ける方法以外にも、保有する資産を売却 することで資金化する手法や、国や地方自治体が提供する補助金や助成金など、様々な方法が存在します。

また、新規創業の場合は信用が低く、一般的に民間の金融機関から融資を受けづらいものですが、信用保証 協会を利用することで銀行から資金を調達することも可能です。

ここからは、資金調達方法の種類や無担保・無保証でも借入できる融資の方法をはじめ、経済産業省が所 管する補助金、厚生労働省が所管する助成金の概要をご紹介します。





資金調達方法の3種類

銀行融資やビジネスローンに代表される資金調達ですが、実は負債を負う以外にも様々な方法で資金は調達できます。ここでは、主な資金調達方法を3種類ご紹介します。

1 資産を資金にーアセット・ファイナンス

アセット・ファイナンスとは、企業が保有する資産の担保価値を利用した資産調達方法のことです。使用していない不動産を売却したり、無駄な在庫を売却したりすることで資金とすることが代表的。その他にも、未回収の売掛金をファクタリング会社買い取ってもらい即日現金化する方法や、車両や機械設備などの資産をリース契約に変更して売却資金を得る方法、特許や営業権など無形資産を売却する方法などがあります。

保有している資産を流動化することでバランスシートをスリム化し、総資本営業利益率を高めることができるため、財務比率が改善されて企業の信用力を高められるメリットがあります。

2 負債で資金調達ーデッド・ファイナンス

デッド・ファイナンスとは、銀行や公的融資などの負債によって資金を調達する方法です。最も低金利で融資がおりやすいのが公的融資で、日本政策金融公庫などの政府系金融機関や地方公共団体の制度融資などがあります。

最もメジャーなのが銀行融資で、信用会社の保証付融資と銀行が独自に融資するプロパー融資がありますが、プロパー融資は一定の信用力が必要になるため、返済実績のある企業や十分な収益性のある企業が対象となります。無担保、保証人なしで利用できるビジネスローンは、保証付融資もプロパー融資も利用できない中小・零細企業向けに開発されました。審査が甘く融資を受けやすいですが、その分金利は高く設定されています。

その他にも、商品やサービスを前払いの形式にしたり、従業員から会社に預金を募る社内預金制度を実施したり、在庫や原材料などの流動資産を担保にして融資するABLなどの方法もあります。また、金利の高い借入から金利の低いものに借り換えたり、債権者に相談して返済計画をリスケしたりといった方法もとられます。

3 投資をしてもらおうーエクイティ・ファイナンス

エクイティ・ファイナンスとは、新株発行により得た収益で資金調達する方法で、デッド・ファイナンスは負債が増加するのに対し、資本の増加を伴う点に大きな特徴があります。

新株を発行して増資する第三者割当増資やベンチャーキャピタル、エンジェル投資家による投資、社員向けの新株予約権(ストックオプション)、従業員持ち株会などが代表的。その他にも、企業がファンドを組成して個人投資家から出資を募るクラウドファンディングや、事業譲渡やM&A、株式公開や上場による資金調達方法もあります。



銀行融資の種類

新たに創業する場合、事業実績がなく信用が低いいため銀行からプロパーで融資を受けることはほぼ不可能と言えます。しかし、個人事業主や中小企業向けの融資制度を利用することで、無担保・無保証になど、有利な条件で融資を受けることができるようになります。

日本政策金融公庫

日本政策金融公庫とは、政府が運営する金融機関。個人事業主や中小企業向けに設立された機関なので、民間の金融機関に比べて融資を受けやすく金利も低く、利用しやすいのが特徴です。

新たに事業を始める人や事業を開始して間もない人には、無担保・無保証人で利用できる「新創業融資制度」を提供しており、事業資金を限度額3,000万円まで融資してもらうことが可能。また、日本政策金融公庫からの融資実績があれば、民間の金融機関も融資してくれるケースが多いため、まずは日本政策金融公庫に融資の相談をすることをおすすめします。

信用保証協会

信用保証協会とは、信用力の低い中小企業が銀行から融資を得やすいよう、返済を保証してくれる公的機関。銀行から直接融資を得るプロパー融資は極めてハードルが高いため、中小企業は信用保証協会に手数料を支払うことで、万が一返済できなくなった場合に代わりに返済してもらうという保証を付けて、銀行から融資を得るという仕組みです。

信用保証協会の保証があれば、新規取引であっても融資を受けやすく、長期間の借入ができるようになります。また、利息が安くなり保証料は経費に計上することが可能。信用保証協会の保証付融資で確実に返済することで、銀行からの信用を獲得でき、いずれプロパー融資を受けられる可能性もあります。

創業サポート事業(都内限定)

都内限定にはなりますが、東京都が実施する「創業サポート事業」という制度もあります。東京都が東京都信用金庫協会、東京都信用組合協会を通じて、融資原資を信用金庫・信用組合に預託することで、有利な条件で融資を実行する事業となっています。

女性(年齢不問)、若者(39歳以下)、シニア(55歳以上)で創業を計画している人や創業5年未満の人は、無担保かつ低金利で最大1,500万円までの融資を受けることが可能。金利は1%となっており、日本政策金融公庫の2.25%よりもさらに低く設定されているため、新たな制度融資の選択肢として大きな注目を集めています。融資後も経営サポートを受けることができるため、東京都内で創業を検討している対象者の方は、相談してみる価値のある制度と言えます。



補助金・助成金の活用

融資を受ける以外にも、国や地方自治体が提供する補助金や助成金を活用することで、資金調達するという選択肢も存在します。ここでは、補助金と助成金の概要についてご紹介いたします。

補助金とは？

補助金とは、事業に必要な設備投資費やホームページ制作費用、広告費、研究開発費など、事業活性化のために不足している資金をサポートするために給付されるお金のこと。主に経済産業省が所管しており、企業から民間団体、個人、自治体まで、幅広い事業者の方が対象となります。公募制が中心で、交付には審査が必要になります。補助金は目的に応じて様々なジャンルで募集されているため、事業に適した補助金に応募します。審査には事業計画書が必要になり、社会のどのようなニーズを満たし、どのような影響を与えるかを面接でアピール。経済産業省または地方自治体に事業の成長性が認められれば、補助金が交付されます。補助金は融資と異なり返済義務はありません。

助成金とは？

助成金とは、従業員の正社員化や育児休暇の活用、有給休暇の増加、残業時間の削減など、雇用や労働環境の改善を図った企業に対して交付されるお金のこと。主に厚生労働省が所管しており、条件を満たしていればどのような企業でも交付され、返済は不要です。パート社員を正社員化すれば人件費が上昇しますし、育児休暇や有給休暇の取得を促進すると一時的に戦力がダウンしてしまいます。しかし、長い時間をかけてその効果は徐々に表れてくるもので、正社員化した社員は責任感が増してより優れた仕事をするようになり、休暇が増えればワークライフバランスが改善して社員の満足度が上がります。このように、やるべきではあるものの、経営にとって一時的に不利益が発生する雇用や労働環境の改善を実施した企業に、厚生労働省がご褒美として交付する制度となります。

人気の補助金

補助金の中でも特に人気が高く、多くの事業者にも利用されているものを3つご紹介します。これら以外にも様々な種類のものが提供されているので、事業の目的に適した補助金を有効活用しましょう。

● 創業補助金

新規創業に関わる経費の一部を補助してくれる制度で、補助金の範囲は100万円~200万円となっています。

● ものづくり補助金

ものづくりを行う事業者が実施する試作品の開発や設備投資に関わる費用の一部を補助してくれる制度で、範囲は700万円~1,500万円です。

● 小規模事業者持続化補助金

販路開拓などの取り組みに関する費用の一部を補助してくれる制度で、上限は50万円となっています。補助金が出るだけでなく、商工会議所から助言や指導を受けられるのも大きな特徴です。



資金調達を成功させるために

資金調達を成功させるためには、精度の高い事業計画書の作成が基本となります。税理士や行政書士、中小企業診断士など専門家の知恵も借りながら、具体的かつ分かりやすい事業計画書に仕上げましょう。

信頼を勝ち取る事業計画書を作ろう

資金調達するためには、融資者を説得するための事業計画書が必要不可欠です。事業が社会のニーズを満たしていることを証明し、実現性と将来性を示すためにも、マーケティングのフレームワークなどを活用して市場分析し、具体的な数値を元に事業計画書を作成しましょう。

また、第三者にも事業内容を分かりやすく伝えるため、視覚的な図やグラフを用いて、効果的なプレゼンテーションができるよう作成すべきです。具体的な情報と併せてサマリーも記載することで、事業成功までのストーリーがイメージしやすくなります。事業計画書の出来次第で、融資の可否が決定すると言っても過言ではありません。作成には手を抜かず、情報を精査して緻密に作り込みましょう。

返済が可能である証拠を見せよう

融資者は、返済できる事業であるかを厳密に審査し、融資の可否を判断します。そのため、事業計画書の中で最も注目されるのは財務計画になります。返済可能であることを証明するためにも、売上・売上原価計画や人員計画、設備計画、利益計画までを現実的に試算し、利益の見通しを立てていきましょう。この点で説得力に欠けてしまうと、信頼を勝ち取れず融資を受けることができない可能性が高くなります。

収支や資金繰りなどの詰めが甘くなり、資金調達に失敗してしまわないためにも、税理士や社会保険労務士といった専門家のサポートを受けて、精度の高い事業計画書を作成するのも一つの手です。融資を確実に得るためには、積極的に活用すべき手法であると言えるでしょう。

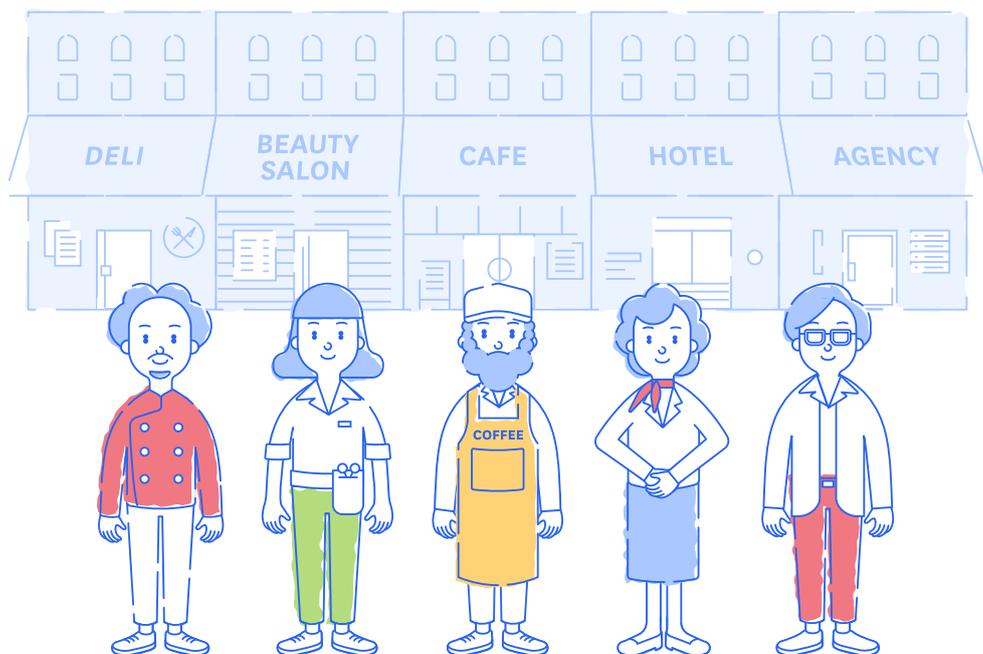
知識をもとに選択肢を増やそう

融資を受ける以外にも、資産を売却して資金を得るアセット・ファイナンスや、新株を発行して投資してもらうエクイティ・ファイナンス、国や地方自治体が提供する補助金や助成金など、資金調達の選択肢は多数存在します。

特定の手法にとらわれるのではなく、視野を広く持つことで融資を受けられる可能性は格段に上がります。事業を成功させるためにも、状況に適した資金調達方法に挑戦してください。



スモールビジネスを、世界の主役に。



※当ガイドは信頼できると考えられる情報に基づいて作成しておりますが、情報の正確性、完全性を保証するものではありません。ご了承ください。