

開業レポート2012

安全率を高めて継続企業をつくろう



Start-up
Research Report

開業レポート2012

安全率を高めて継続企業をつくろう

Contents

開業レポート2012とは？

ドリームゲートでは、創業者2687名に大規模なアンケート調査を行った。調査期間 2012年1月～2月末まで(有効サンプル数2369件/88.2%)。その結果、「経営がうまくいっている企業群」と「経営がうまくいっていない企業群」とを比較した結果、様々な特長的な結果が現れた。その内容を要約したものが、今回の「開業レポート2012」である。これから起業を目指す方々が成功するためには、どんな点を意識しなければいけないのかを解説していく。

第1章 総論

- 1 “安全率”を意識して着実な船出を目指そう
- 2 成功企業の経営者が注意している経営指標
- 3 成功企業の経営者が経営指標を把握する頻度
- 4 成功企業の経営者が、その業界で起業した理由
- 5 成功する起業家は、“自計家”である

第2章 9業種別 安全率と、 これからの起業動向

飲食業

理美容業

小売業(店舗)

ネットショップ

マッサージ・整体・リフレ

Web モバイル

ITシステム

建設業

運送業

終わりに これから起業を 目指す 方々へのメッセージ

第1章 総論

“安全率”を 意識して 着実な船出を 目指そう

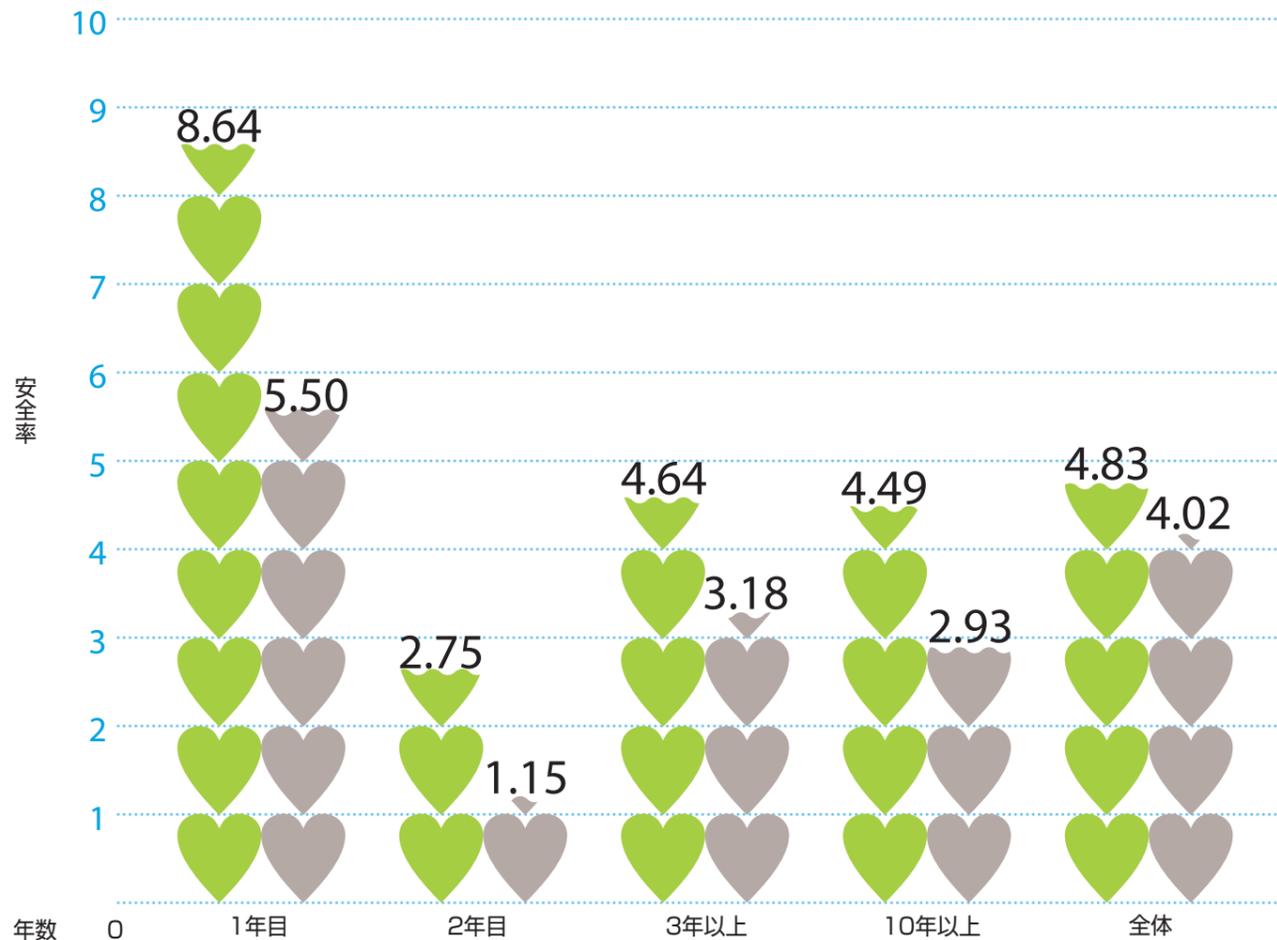
安全率が高ければ高いほど、 事業は長く継続できる

これから起業を目指す人にぜひ覚えておいて欲しいキーワードがある。“安全率”である。ここでいう安全率とは、保有しているキャッシュと毎月の運転資金の割合である。この比率が高ければ高いほど、事業の継続が可能になる。

今回、2000人の起業家へのアンケート調査を行った。下の棒グラフを見てほしい。黒字経営している企業(以下:黒字化企業)と、赤字経営に陥っている企業(以下:赤字化企業)との、安全率の違いを表している。

黒字経営と赤字経営の安全率

♥ 黒字化企業 ♡ 赤字化企業



黒字化企業の、開業1年目の平均的な安全率は**8.64ポイント**。およそ8カ月以上の運転資金を保有している。しかし、2年目は**2.75ポイント**と下がり、3年以上で**4.64ポイント**と上昇し、10年以上が**4.49ポイント**。経営が安定していくなかで、それほど多額の余剰金がなくても、事業が回せる自信が生まれたということだろう。

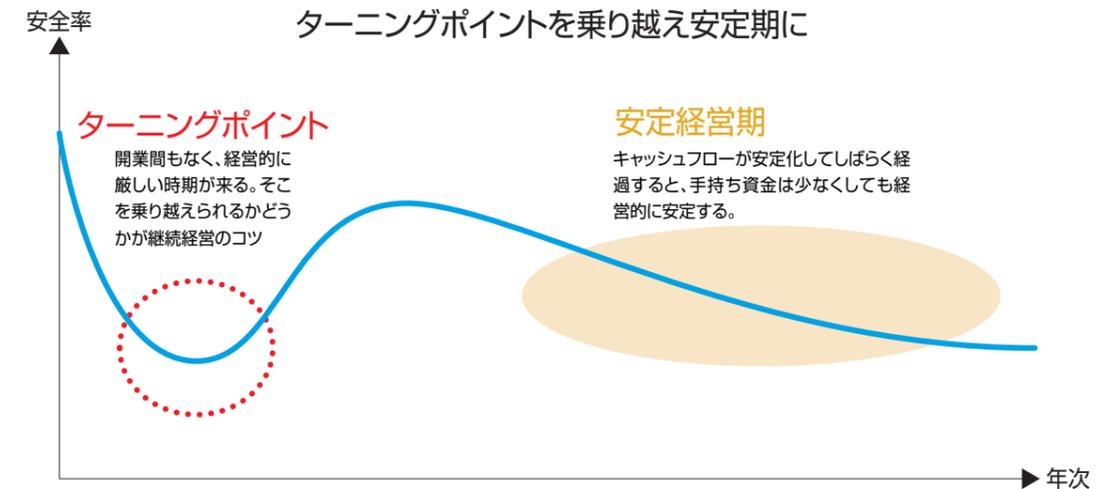
逆に、赤字化企業を同様にプロットしたところ、1年目は**5.50ポイント**。2年目で**1.15ポイント**と運転資金が2カ月を切る。3年以上で**3.18ポイント**。同様に10年以上で**2.93ポイント**。いずれの年次で比べても、黒字化企業よりも安全率が低い。

もうひとつ、面白い結果が現れた。先述したが、黒字化企業、赤字化企業ともに、2年目の安全率が下がり、その後緩やかに上昇している。これが、いわゆる経営過程に出現する“ターニングポイント”の存在だ。

ITベンチャーの経営解説などで見られる、研究開発過程での資金難や、人材、組織構造などが要因となり、経営が困難な状況をデスバレーと呼ぶことになり、同じように、中小企業にも、経営を安定させるため、2年目あたりに、同じような状況が訪れる事を示して“ターニングポイント”というキーワードを用いた。

黒字化企業と赤字化企業の2年目の安全率を比べると、**2.75ポイント**と**1.15ポイント**。運転資金の1カ月半の余裕が、2年目前後に忍び寄る“ターニングポイント”の深さを、大きく左右するのである。

経営の方向性の修正および改善には、いくばくかの出費が必要とされる。つまり、2年目前後に訪れる“ターニングポイント”の存在を認識し、これを上手に乗り切るためにも、早い段階で少しでも多くの手元資金を持ち、“安全率”を高めておくことが必要だということだ。そのためには、自己資金を多く蓄えることに加えて、借入れを行うことで手元資金を厚くすることも検討するべきだ



開業時の資金調達先を検討するなら

この後の章で紹介する各9業種において、黒字化企業を営んでいる起業家の多くが、赤字化企業の安全率を超えている結果が出ている。そして、もうひとつ、開業時は開業後に比べ、比較的融資を受けやすいということである。

これについては意外に思われるかもしれない。確かに、一般の都市銀行では創業融資の依頼など門前払いだし、地方銀行でも難しいだろう。しかし、元来、政府系金融機関である日本政策金融公庫は別だ。

日本の開業率を高めることをミッションとした同行では、実績ではなく、事業計画をきちんと審査し、開業を応援してくれるので、創業時にこそ融資を受けやすいというメリットがある。

また、これも意外と知られていないようだが、都道府県や市町村などの地方自治体にも、開業資金融資制度(無担保・無保証人の融資制度を含む)が必ずといってよいほど用意されている。各地方自治体の開業資金融資制度については、商工部(都道府県によって名称が異なる)などに問い合わせよう。

当然だが、日本政策金融公庫や各地方自治体の公的融資とはいえ、いい加減な事業計画では融資は認めてくれない。だからこそ、起業前に事業継続のイメージと、返済の計画をしっかりと立てておく必要がある。安全率を高めた起業を目指すためにも、まずは自己資金をしっかり確保して、資本の充実を心がけてほしい。

成功企業の経営者が、その業界で起業した理由

健全起業と非健全起業の違い

今回の調査で、黒字企業の平均安全率は**4.83ポイント**以上となった。よって、ここからは安全率が**4.83ポイント**以上の会社を「健全企業」、それ以下の会社を「非健全企業」と定義して、さらに分析を進めてみたところ、いろいろと面白い結果が出たので解説したい。

実は、異業種参入の成功確率も意外と高い

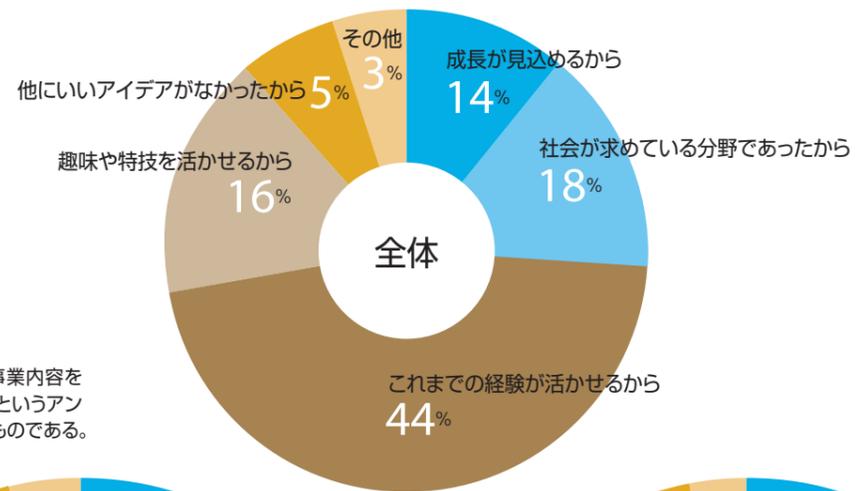
まず、下の円グラフを見てほしい。全回答者に、自分が起業を決めた業界に参入した理由を聞いた結果である。起業を目指す皆さんは、どのような理由で創業事業を決めるだろうか。「これまでの経験が生かせる分野だから」「趣味や特技を生かせるから」というイメージが強いのではないだろうか。

もちろん、そのような選択をして、結果、成功に結び付けた先輩起業家も多い。強みを生かすということは、大きな差別化につながるのだから。

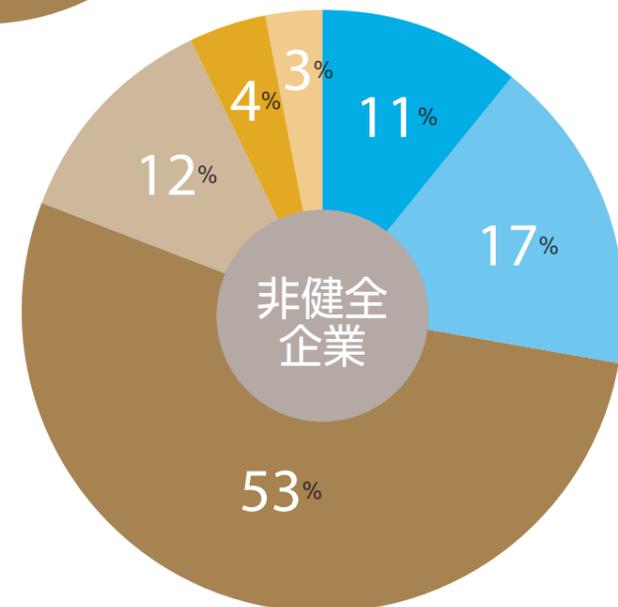
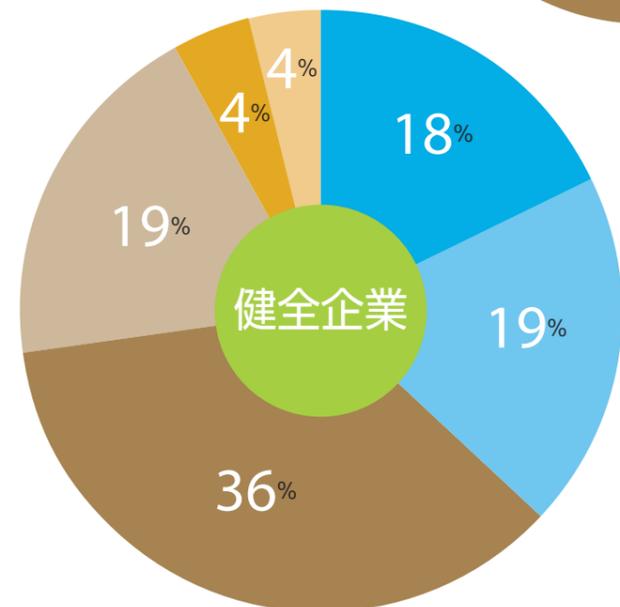
しかし、ここでは別の視点で結果に注目してみたい。これまでの経験や趣味・特技を理由に起業した比率が、全体の**60ポイント**に対して、健全企業では**55ポイント**と、**15ポイント**のマイナス。さらに、成長が見込める、社会が求める分野という理由の比率は、全体の**32ポイント**に対して、健全企業では**37ポイント**と、**12ポイント**のプラスである。

では、非健全企業の結果はどうか。これまでの経験や趣味・特技を理由に起業した比率が、**65ポイント**に対して、黒字化企業では**55ポイント**と、**10ポイント**のマイナス。さらに、成長が見込める、社会が求める分野という理由の比率の**28ポイント**に対して、黒字化企業では**37ポイント**と、**9ポイント**のプラスである。

起業は、継続させることが大前提のチャレンジである。創業経営者が成功するためには、自分の経験や特技などよりも、成長分野、社会性などの視点で事業参入する分野を見極め、選択することも大切なだろう。

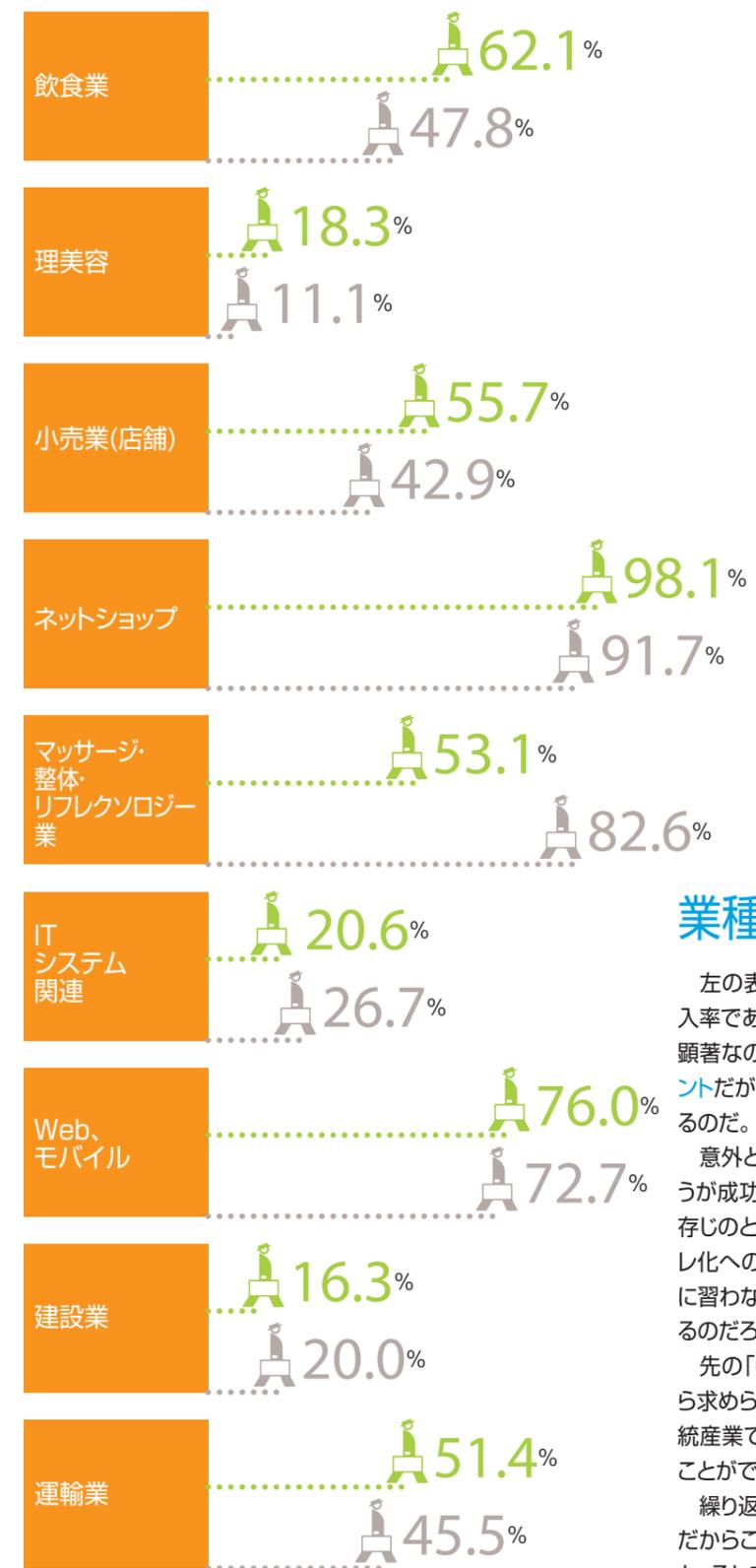


■グラフについて
このグラフは、「開業時の事業内容を選んだ理由はなんですか」というアンケート設問の結果を示したものである。



異業種参入率

▲ 黒字化企業 ▲ 赤字化企業



業種別に見た、異業種参入率

左の表は、9業種に見る、健全企業と、非健全企業の異業種参入率である。その結果、特定の業界にユニークな傾向が見られた。顕著なのが、飲食業界だ。健全企業の異業種参入率は**62.1ポイント**だが、非健全企業は**47.8ポイント**と、**14.3ポイント**の差があるのだ。

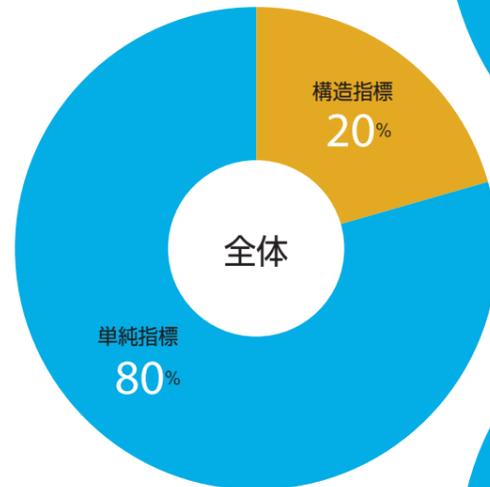
意外と思われるかもしれないが、飲食業界は、異業種参入のほうがかつ成功しやすいといえそう。それはなぜか？ 飲食業界はご存じのとおり、歴史の古い産業である。しかし、味の均一化やデフレ化への飽き、健康志向の高まりなどもあって、従来の業界常識に習わない新しい飲食店のスタイルが、消費者から求められているのだろう。

先の「参入した理由」の結果からも読み取れるように、「社会から求められている」という視点で挑戦することで、古くからある伝統産業であっても、隠れた新たなチャンスマーケットを開拓することができる。

繰り返しになるが、起業は、「継続が大前提」であり、原則である。だからこそ、継続という視点でチャレンジする業界を選択すること。そして、常に「安全率」を高めることを忘れず、経営から発信される数字をしっかりとチェックする「自計家」を目指す。このことを忘れずに、起業への第一歩を踏み出してほしい。

■グラフについて
このグラフは、「開業前の勤務先の業種を教えてください」というアンケート設問の結果を示したものである。

成功企業の 経営者が 注意している 経営指標

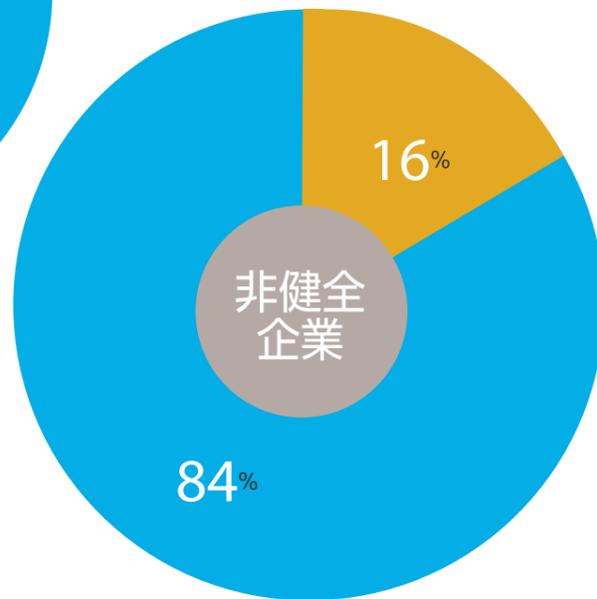
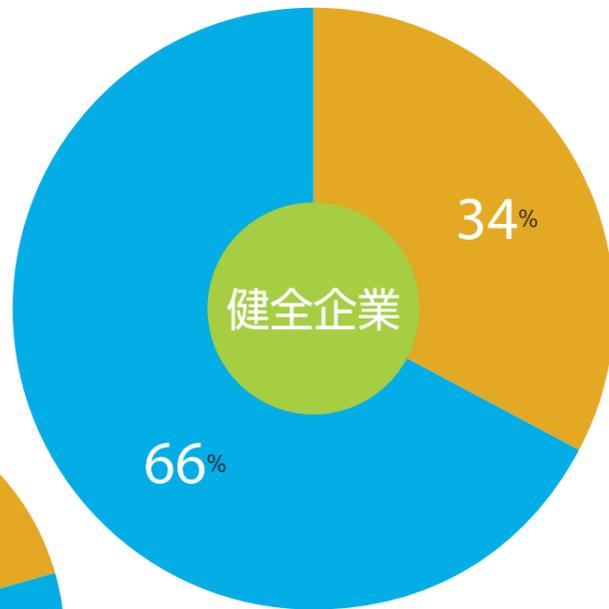


成功している起業家は、 構造的な数字を重視している

もちろん、事業全体をマネジメントする起業家は、経営にまつわる数字に目を光らせているはずだ。では、健全企業の経営者は、どのような経営指標を主に見ていると答えたのか。

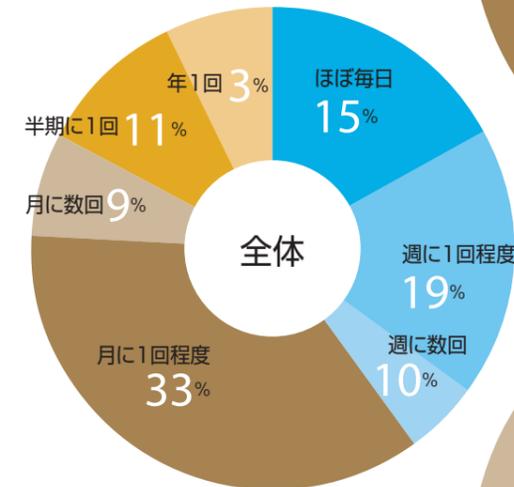
そこで本アンケート調査では、売上高、仕入高、経常利益、営業利益、人件費を→「単純指標」、原価率、顧客単価、営業利益率、売上坪単価、人件費比率を→「構造指標」とし、健全企業と非健全企業を比べてみた。

結果、健全企業のほうが「単純指標」よりも、「構造指標」をより重視している傾向があることが見て取れた。成功している起業家のほうが「全体」に対して、構造的で複雑な経営指標に注意しており、経営上の数字を単純な「見える数字」でなく、構造的な「隠れた数字」で把握している傾向が高いのだ。



■グラフについて
このグラフは、「経営において、注意している指標を教えてください」というアンケート設問の結果を示したものである。

成功企業の 経営者が 経営指標を 把握する頻度



成功している起業家は、 経営指標を頻繁にチェックする

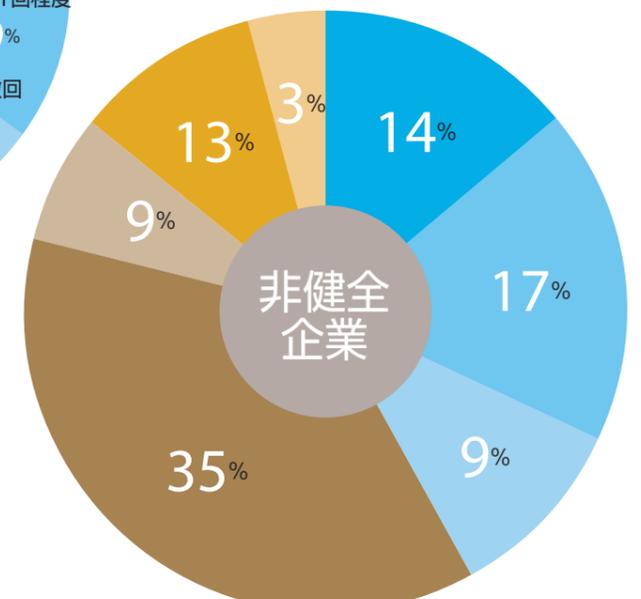
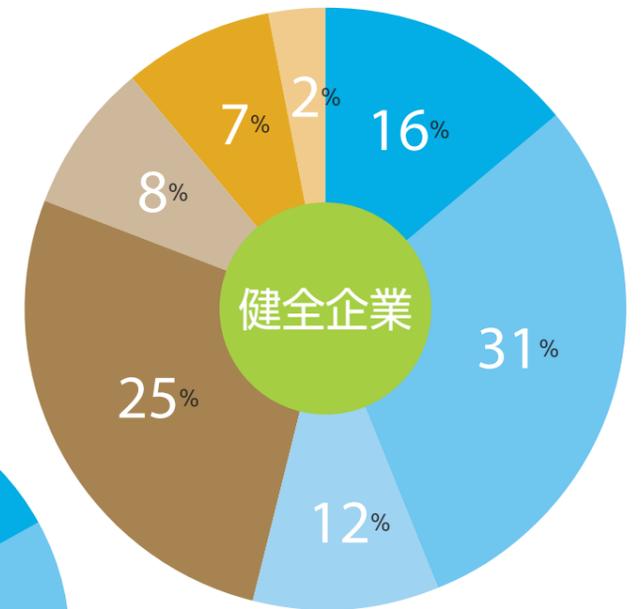
我々人間は、病気にかからぬよう、自分の健康状態をチェックする。そして、そのために、健康診断や人間ドックを受診する。同じように、企業を経営していく中で現れる数字は、その事業が健全に運営できているかどうかを示してくる数値といえる。

IT化、グローバル化の進展により、今、様々な企業の事業領域を取り巻く環境は、ものすごいスピードで変化し続けている。では、健全企業と非健全企業の経営者が、経営指標をチェックするタイミング、頻度にはどのような差があるのか。上のグラフを参照してほしい。

健全企業は、全体平均や非健全企業と比べて、経営指標をチェックする頻度が高い。健全企業は、「ほぼ毎日」「週に1回程度」「週に数回」の合計が、59ポイント、全体では44ポイント、非健全企業は、41ポイントという結果が現れた。健全企業は、全体と比べて14ポイント、非健全企業と比べると19ポイントも高いのだ。

先述したとおり、人生と会社経営には似ている部分がある。病気にならないように頻繁に健康管理を行う人間は、当然だが危険を事前に察知する可能性が高くなり、大病を未然に防ぐことにつながる。同じように、日々、刻々と変わる会社の状態を示してくれる経営数字を頻繁に確認しておくことが、会社経営者にとって、赤字という経営危機を避けるための基本的な対策といえるだろう。常に数字を意識して、経営に臨むことである。

■グラフについて
このグラフは、「経営状況はどのくらい感覚で把握していますか」というアンケート設問の結果を示したものである。



毎日体重を計るように、 健全な経営は自計化から

健全な経営を健康に例えたが、それでは日々の数字を意識するにはどうすれば良いだろうか。

ここで、「自計化」というキーワードを紹介したい。聞きなれない言葉だが、最近は会計ソフトが専門的な知識がなくても使えるように進化しているため、会計事務所に全て依頼するのではなく、自分で会計ソフトを使って数字を管理する経営者が増えてきている。毎日体重をはるような感覚で、経営の健康管理を行うことが二人前になつてきているのだ。それを示すデータも出ているため、次章でより詳しく見てみよう。

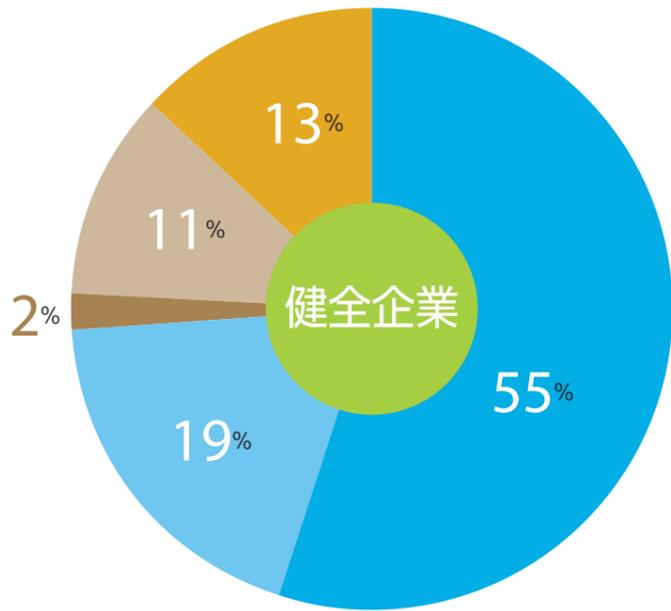
成功する起業家は、“自計家”である

起業家たちの会計業務への取り組み方が変化している

起業して成功することとは、事業内容が顧客に支持され、黒字を維持・拡大し続けること。このために会計は欠かすことができない業務であり、常に変わりゆく数字や内容に目を光らせ、着実に管理していく必要がある。これは起業成功の必須条件といえよう。

では、どうやって会計業務を行うのか？
「自分は営業や顧客フォローなど、事業に専念。会計業務は税理士や会計士などの専門家にアウトソーシングして、毎月報告を聞く」

起業雑誌などを読んで、こんなイメージを持つ人も多いかもしれない。しかし、ドリームゲート会員の動向をみていると、このモデルは確実に変わってきているようだ

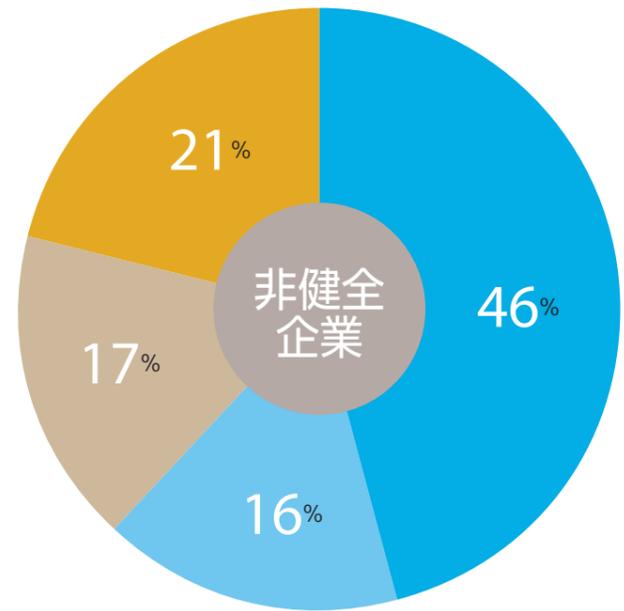
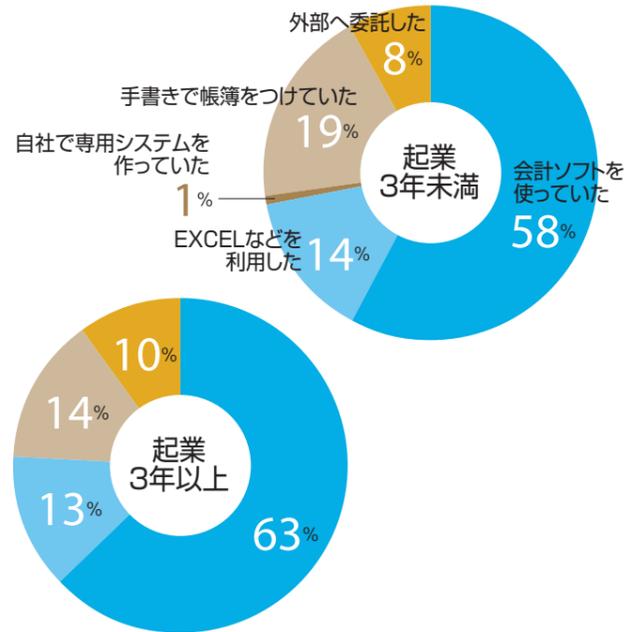


黒字を達成している約7割の起業家が、自分で会計業務を行っている

自分で会計業務を行う経営者のことをドリームゲートでは“自計家”と呼ぶ。もちろん、起業当初から自社で経理スタッフを雇うケースはある。しかし、その場合でも、経営者が会計の仕組みを熟知していれば、彼も“自計家”である。

上の小さな円グラフは、起業して現在、起業家に自計家である

■グラフについて
このグラフは、「開業後の会計処理方法を教えてください」というアンケート設問の結果を示したものである。



かどうかを聞いた結果である。黒字化している起業家は、起業「3年未満」「3年以上」ともに、自計家率が70ポイントを超えている。創業時から会計ソフトを使いこなしたり、事業が軌道に乗ったと思われる3年後も自分で帳簿をつけているのだ。

また、同じアンケートを健全企業、非健全化企業に分けて分析したところ、健全企業の自計家率が76ポイント、非健全企業が62ポイントと、14ポイントの差が出ている。いずれの結果を見ても、成功している起業家には、自分で会計業務を行っている自計家が多いということがわかる。では、なぜ今、“自計家”が増えているのだろうか？

知識が無くても使いこなせるほど会計ソフトが進化している

まず、第一に考えられるのは、会計ソフトの低価格化とユーザビリティの向上だ。数年前までは会計ソフトは言ってみれば“プロの道具”だった。しかし、実際にソフトに触ってみると、普通にパソコンが使える人なら十分に操れるほど使いやすくなっている。専門的な知識がなくても、十分に使いこなせるのだ。

また、表計算ソフトを使い慣れている人が増えていること(今や、マイクロソフト社の表計算ソフト・エクセルは、ビジネスマンの必須スキルといえるほどになった)も大きな理由だが、表計算ソフトの場合、勘定科目など会計に必要な項目を自分で組み込むなどのカスタマイズが必要だ。

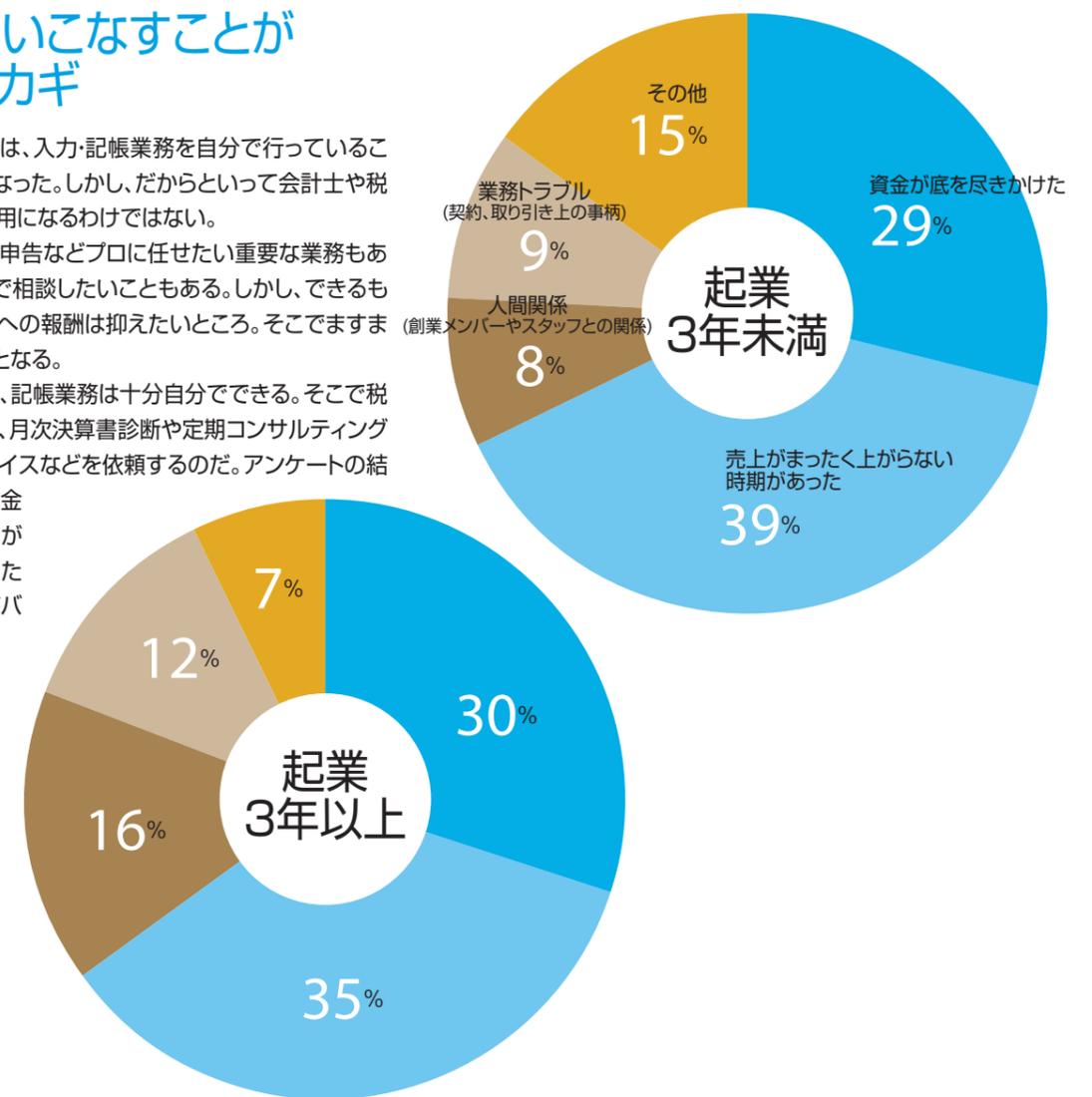
その点、当然だが、会計ソフトは最初から会計処理業務を目的につくられているので、その手間は不要。それが、今回のアンケート結果にも反映されているのだろう。どの円グラフも、会計ソフト利用者はエクセル利用者の3~6倍となっている。

税理士を使いこなすことが資金繰りのカギ

成功している起業家は、入力・記帳業務を自分でやっていることが調査から明らかになった。しかし、だからといって会計士や税理士との付き合いが不用になるわけではない。

変化する税制や決算申告などプロに任せたい重要な業務もあれば、普段の業務の中で相談したいこともある。しかし、できるものなら会計士や税理士への報酬は抑えたいところ。そこでますます“自計家”がおススメとなる。

小規模事業であれば、記帳業務は十分自分でできる。そこで税理士への顧問料を抑え、月次決算書診断や定期コンサルティングなど、より高度なアドバイスなどを依頼するのだ。アンケートの結果、多くの起業家が資金繰りで苦労をした経験があるようだが、こういった時にこそ、専門家のアドバイスを役立てたい。



■グラフについて
このグラフは、「開業後に困ったことはなんですか」というアンケート設問の結果を示したものである。

9業種別 安全率と、 起業動向

各9業種の「売上に対する理想比率」は、ドリームゲート『開業レポート2012』のアンケート集計結果および中小企業庁『中小企業白書』をもとに算出しています。

飲食業

黒字化企業の経営状態と安全率

※ドリームゲート『開業レポート2012 アンケート調査より』

平均従業員数	5.05人
平均年間売上高	3022.27万円
平均営業利益	303.06万円(年)
平均運転資金	155.09万円(月)
平均手持ち資金	733.65万円

安全率 **4.73**

黒字化企業全体の安全率は**4.73ポイント**。飲食業界は、毎月必ず出ていく、人件費、仕入れ等の原価コストが運転資金の内訳のうち、大半を占めている。また、他業種と比べても離職率が高いといわれているため、突然の採用コスト発生も不安要素の大きな原因となる。さらに、災害や気候変動による、食材仕入れコストの急な高騰への備えも検討しておかなければならない。黒字化企業は、それらの突発的なコスト発生に対処するためにも、5カ月分弱の運転資金を確保しているようだ。

この業界で起業を目指すなら…

**従来のやり方が通用しない激戦業界。
常に新しいアイデアが求められる**

「オーナーが行きたい店を想定して開業した飲食店は長く続かない」とよく言われる。もちろん、そのコンテンツが素晴らしく、多くのユーザーに求められているなら継続は叶うかもしれない。しかし、世の中を見渡せば、飲食店は星の数ほど存在している。そんな多くのライバルたちに勝てる店をつくるのが、簡単ではないことはおわかりだろう。

そして、一口に飲食業といっても、その種類は多岐にわたる。レストラン、居酒屋、ラーメン店、ファストフードなどなど、業態がバラエティに富んでいるうえに、各種複合店も登場している。また、大手飲食チェーンの台頭、大量仕入れによる価格のデフレ化により、「うまくて、安い。サービスもそこそこ」が当然の潮流となった。

これから飲食業界で起業して成功を目指すなら、メニュー、サービス、立地と要因は様々ではあるが、やはり誰にも真似できない、差別化された目玉商品が必須となるだろう。今回のアンケートでは、異業種参入率も調査している。その結果、黒字化企業の異業種参入率は62.1ポイント、赤字化企業では47.8ポイントだった。経験や従来の常識にとられない新しい挑戦が求められているマーケットという側面もあるようだ。

利益 **10%**

※理想比率はアンケート調査結果に基づいて算定しています。規模によっては利益に経営者報酬を含める事もあるため、当レポートでは利益率が高めに算定されています。

その他の営業諸経
(消耗品、交通費、通信費など) **3%**

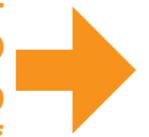
広告宣伝・販促費 **6%**

水道・光熱費 **4%**

店舗家賃・管理費・
共益費・リース費など **12%**

人件費
(役員報酬、従業員の給与、
法定福利費、通勤交通費など) **35%**

飲食業に
おける
売上に対する
理想比率



原価
(材料等の仕入れ費用など) **30%**

理美容業

黒字化企業の経営状態と安全率

※ドリームゲート「開業レポート2012 アンケート調査より」

平均従業員数	2.25人
平均年間売上高	1524.92万円
平均営業利益	257.24万円(年)
平均運転資金	70.66万円(月)
平均手持ち資金	428.25万円

安全率 **6.06**

安全率は**6.06ポイント**と高めである。一部のチェーンを除くと、多くの美容院、美容院は経営規模が総じて小さく、売上で1500万円程度、従業員が2.25人ということから、家族経営に近いかたちが、全体平均の規模となった。経営者の所得も入るためか、利益率も高めである。理美容院の原価は人件費が半分以上を占める。ただ、ほかの業界に比べても、スタッフ一人当たりの平均賃金は低いといわれている。スタッフのモチベーションを高く維持し、長く定着させることが、繁盛店運営の基本となる。そこをうまくコントロールできれば、余剰金が蓄えやすい業種といえる。

この業界で起業を目指すなら…

常に技術を磨き続けることは当然、優秀なスタッフ確保が差別化ポイント

美容院、理容院ともに従事者が多く、開業が比較的容易であることから、新規参入は多い。それゆえに、同業間の競争は激しく、また、地域によってはすでに飽和状態となったエリアも多く存在しているようだ。特に理容院では、男性ユーザーの美容院シフトといった要因もあり、固定客をどう引き留めるかが生き残るための重要な戦略である。

また、近年、シャンプーやパーマなどの過剰なサービスをいっさい省き、「短時間」「低料金」をウリにする店舗も増えてきた。その一方で、低価格店舗との差別化を図るため、ヘアケア意外にネイルアート&ケアサービスを提供する美容院や、女性向けに「顔剃りサービス」を行なう理容院も登場している。

お気に入りの技術者の存在を選択基準とするユーザーは多い。だからこそ、オーナー自身が常に技術を磨き、流行を把握する。また、優秀なスタッフを確保することが大きな差別化ポイントとなる。もちろん、新規顧客獲得も重要であり、リピーター獲得のためのオリジナルチラシ、ニュースレターなどを発行する店舗も増えている。競争の激しいマーケットであることは間違いない。常に付加価値を高め、ターゲットを広げながら、既存店舗との差別化を追求し続ける必要がある。

利益 **17%**

※理想比率はアンケート調査結果に基づいて算定しています。規模によっては利益に経営者報酬を含める事もあるため、当レポートでは利益率が高めに算定されています。

その他の営業諸経
(消耗品、交通費、通信費など) **4%**

広告宣伝・販促費 **5%**

水道・光熱費 **3%**

店舗家賃・管理費・
共益費・リース費など **8%**

人件費
(役員報酬、従業員の給与、
法定福利費、通勤交通費など) **53%**

理美容業に
おける
売上に対する
理想比率

原価
(消耗品の費用等) **10%**

小売業(店舗)

黒字化企業の経営状態と安全率

※ドリームゲート「開業レポート2012 アンケート調査より」

平均従業員数	14.70人
平均年間売上高	1億1011.70万円
平均営業利益	646.80万円(年)
平均運転資金	947.07万円(月)
平均手持ち資金	1663.69万円

安全率 **1.76**

安全率は**1.76ポイント**と、他業種に比べてかなり低い。平均売上高1億円、平均従業員が14.7人という結果を見ても、スタッフ数が売上高に比べて多い結果となった。これは、アルバイトやパートなどでシフトを組む体制から、総従業員数が大きくなると思われる。小売業は原価は商品仕入費が大半を占める業態だが、売ればすぐに現金が入り、支払いが後になることが一般的なので、資金的余力がそれほどなくても経営は回していける。ただし、キャッシュフローの厳格な管理が求められることはいうまでもない。

この業界で起業を目指すなら…

エリア内トップの売上獲得を目指し、的確なPRで固定客を増やすこと

小売業の種類は様々である。八百屋、魚屋、書店に始まって、スーパー、コンビニエンスストアも同業だ。ただし、扱い商品が違って、商品をそろえ、店舗を構えて販売するという業態に変わりはない。特定のマーケットの中で、生活必需品を販売するのか、趣味の品を販売するのか、扱う商品によって、立地、店舗、販売スタイルは千差万別。これらの選択が、開業に当たって一番重要なポイントなるだろう。

小売業経営の難しさは在庫の調整にあるといっても過言ではない。短期で傷んでしまい売れ残る商品もあるし、流行や季節などによる売れ筋の変動も激しい。ゆえに、マーケット需要をしっかりと把握した仕入れテクニックが求められる。先に仕入れて、売って、後で支払い、利益を残す。小売店を継続させる鉄則は、赤字の原因となる在庫をできる限り残さない経営を心がけることにある。

特定の商圈のなかで、特定商品売り上げナンバーワンを獲得できる自信がなければ、挑戦すべきではない。それだけ、綿密なエリアマーケティングが必要とされる業態と思っておいたほうがいい。しかし、顧客に求められる商品をラインナップし続け、的確な広報、イベント・キャンペーンなどを行ない、固定客を確保・維持することができれば、どんどん集客力が強まっていくのが小売業の特色である。

利益 **6%**

※理想比率はアンケート調査結果に基づいて算定しています。規模によっては利益に経営者報酬を含める事もあるため、当レポートでは利益率が高めに算定されています。

その他の営業諸経費
(消耗品、交通費、通信費など) **1%**

広告宣伝・販促費 **5%**

水道・光熱費 **1%**

店舗家賃・管理費・
共益費・リース費など **5%**

人件費
(役員報酬、従業員の給与、
法定福利費、通勤交通費など) **15%**

原価
(商品の仕入れ費用など) **67%**

小売業に
おける
売上に対する
理想比率

ネットショップ

黒字化企業の経営状態と安全率

※ドリームゲート「開業レポート2012 アンケート調査より」

平均従業員数	2.44人
平均年間売上高	4594.23万円
平均営業利益	414.31万円(年)
平均運転資金	338.56万円(月)
平均手持ち資金	917.12万円

安全率 **2.71**

安全率は**2.71ポイント**。同じ小売業ではあるが、小売店舗よりは高い数値が出た。売上で4600万円程度、平均従業員が2.44人ということから、仲間で運営する小規模企業が平均ということも理由のよう。ネットショップとはいえ、オフィス賃料、サーバ費、ECモール出店料などに意外と運転資金がかかる。また、原価は多額の仕入れが発生するため小売業と同様に高く、クレジット決済等を活用しているケースも多いので、売れてもすぐには現金化できない。現金化のタイムラグの存在も、店舗型の小売業に比べてネットショップの安全率が高い要因の一つだ。

この業界で起業を目指すなら…

とんがった商品構成が一番のカギ。実店舗と同じ真摯な接客で勝負!

「実店舗を持たなくてもOK」「世界に向けて24時間営業可能」がネットショップの最大の特徴だ。今では、サイトの作成から、商品管理、受発注管理、決済管理までをパッケージにした、ASPサービスがネットサーフィンすればいくつでも見つかる。誰でも、出費を抑え、簡単に開業できる環境が整ったわけだが、それゆえ、零細から超大人気ショップまで、数えきれないくらいのネットショップがバーチャル空間に誕生することとなった。

しかし、戦略をしっかり立てていなければ、誰にもアクセスされないまま終わってしまう。そのため、多くのショップがコストをかけてでも大手ECモールへ出店することで、認知度不足を解消している。ただし、開店までに準備すべきことは店舗と同じ。商品の仕入れルートの確保、メールなどでの接客サービス、トラブルがあった場合の対処方法は当然として、商品の配送方法・営業体制も確立しておかなければならない。

膨大なショップの中から、自分のショップを見つけてもらうためには、とんがった商品構成が一番の差別化となる。そこで小さな火を付けることに成功すれば、SNS、ブログなどのツールを活用した、ネット特有のバイラル(口コミ)マーケティングが生きてくる。そして、小さな火を大きな炎に育てるためには、真摯な顧客サービスを提供し続けるしかない。

利益 **9%**

※理想比率はアンケート調査結果に基づいて算定しています。規模によっては利益に経営者報酬を含める事もあるため、当リポートでは利益率が高めに算定されています。

その他の営業諸経
(消耗品、交通費、通信費など) **4%**

広告宣伝・販促費 **6%**

水道・光熱費 **5%**

店舗家賃・管理費・
共益費・リース費など **10%**

人件費
(役員報酬、従業員の給与、
法定福利費、通勤交通費など) **33%**

ネットショップにおける
売上に対する
理想比率

原価
(商品の仕入れ費、配送費など) **33%**

マッサージ・ 整体・リフレ

黒字化企業の経営状態と安全率

※ドリームゲート「開業レポート2012 アンケート調査より」

平均従業員数	2.38人
平均年間売上高	1664.00万円
平均営業利益	287.33万円(年)
平均運転資金	103.08万円(月)
平均手持ち資金	466.88万円

安全率 **4.53**

安全率は**4.53ポイント**。売上で1660万円程度、平均従業員が2.4人と、理美容院と同じような全体平均となった。開業後は、ほとんど消費材を必要とせず、技術者のテクニックと接客術が商売道具となる。それゆえ運転資金の3分の2ほどが、人件費で占められることになる。経営者所得を利益に含める場合も多いため、利益率も理美容同様に高めている。比較的低資本で開業できるため、新規出店は増加傾向。しっかりとした施術を心がけ、多くのリピーターを獲得することが商売成功の条件だろう。そして、いったん軌道に乗ってしまえば、余剰金を蓄えやすい業態といえる。

この業界で起業を目指すなら…

安かろう悪かろうに陥らないこと。技術力で固定客を勝ち取る努力を

あん摩、マッサージ、指圧、鍼、灸などの施術は医療法上の医業類似行為に該当するため、国家試験に合格し、免許を取得する必要がある。ただし、免許保有者を雇用すれば、それらの施術院を開業することはできる。一方、特に免許を必要としない、整体、リフレクソロジー、足つぼなど、一種のストレス解消ビジネスとしてサロンを開業する業者が急増。ユーザーの年齢層など幅が広がったことで利用者も増えており、施術メニューや出店エリアも多様化しているようだ。

ユーザーが多様化してきているため、開業場所が成否を決める大きなポイントとなる。例えば、ビジネスパーソンをターゲットとするならビジネス街、高齢者であれば住宅街。ただし、施術テクニックに特段の自信があるなら、マンションの一室であっても集客は可能だろう。いずれにせよ、十分に想定ターゲットを絞り込み、エリアだけでなく、施術メニュー、店舗デザインなどのコンセプトを固めることも重要だ。

職場の環境・生活習慣の変化に伴い、現代の日本人の多くが、腰痛、肩こり、頭痛などの症状を抱えるようになってきた。そんなターゲットに、店の存在を知らしめる、マーケティングをしっかりと検討しておくこと。また、高い接客スキルも必須だ。先述したが、競合は多い。リピーターを増やし、しっかりと引き留めるため、オンリーワンの武器を確立し、常に高め続ける努力が成功の要因となる。

利益 **17%**

※理想比率はアンケート調査結果に基づいて算定しています。規模によっては利益に経営者報酬を含める事もあるため、当リポートでは利益率が高めに算定されています。

その他の営業諸経
(消耗品、交通費、通信費など) **4%**

広告宣伝・販促費 **6%**

水道・光熱費 **5%**

店舗家賃・管理費・
共益費・リース費など **10%**

人件費
(役員報酬、従業員の給与、
法定福利費、通勤交通費など) **55%**

マッサージ・
整体・リフレにおける
売上に対する
理想比率

原価
(消耗品、材料費等) **3%**

Web モバイル

黒字化企業の経営状態と安全率

※ドリームゲート「開業レポート2012 アンケート調査より」

平均従業員数	8.20人
平均年間売上高	7876.09万円
平均営業利益	864.77万円(年)
平均運転資金	582.13万円(月)
平均手持ち資金	4409.13万円

安全率 **7.57**

安全率は**7.57ポイント**とかなり高い。売上で7800万円程度、平均従業員が8.2人ということから、中小企業規模が平均となった。コストがそれなりにかかる業態だが、原価は人件費が大半を占める。自社メディア、アプリケーションの開発は、ヒット商品が出るまでは、売上の目途が立てづらい。しかし、いったんヒットが生まれれば、利益率は一気に高まるため、手持ち資金も増加しやすい。ただし、常に新たなシステム開発や技術者教育を続ける必要がある。十分な投資余力が必要なことが、安全率を高めておくべき理由のようだ。

この業界で起業を目指すなら…

ヒットを生むまでの余裕資金が命綱。
受託仕事と並行する方法も視野に

ビジネスモデルは、広告収益型かユーザー課金型、もしくは双方の複合型となるだろう。初期投資は、パソコン1台程度。仕入れもほとんど必要ないため、新規参入が比較的容易な業態といえる。創業時は受託開発、その後、徐々に自社メディアの開発にシフトしていくケースもある。この業界で成功している企業は、創業期は受託開発をしつつ、新しいビジネスのアイデアにたどりついているようだ。

昨今、スマートフォンに対応したゲームなど、様々なアプリケーション開発マーケットが活況を呈している。このマーケットで成功している企業の多くが、Web・モバイル系企業に勤務していた社員のスピンアウト組。ベンチャー投資の盛んな業界のため、自社のビジネスの魅力と将来性をしっかり説明できれば、ベンチャーキャピタルなどから多額の出資を受けられる可能性も高い。

ただし、売上を稼いでくれるヒット商品を生み出すまでは、自己資金を食いつぶすことになる。そこで、社内の一定の人的パワーを受託開発にシフトすることで、売上を確保する企業も出てくる。できるだけ早くヒットにたどりつくために100%で勝負するか、企業継続を天秤にかけながら勝負するか。その選択は悩ましい。いずれにせよ、勝負し続けるためには、安全率をできる限り高めるしかないだろう。

利益 **11%**

※理想比率はアンケート調査結果に基づいて算定しています。規模によっては利益に経営者報酬を含める事もあるため、当レポートでは利益率が高めに算定されています。

その他の営業諸経
(消耗品、交通費、通信費など) **5%**

広告宣伝・販促費 **9%**

水道・光熱費 **2%**

店舗家賃・管理費・
共益費・リース費など **10%**

人件費
(役員報酬、従業員の給与、
法定福利費、通勤交通費など) **60%**

Web
モバイル業界
における
売上に対する
理想比率

原価
(サーバ、開発機材などの経費) **3%**

ITシステム

黒字化企業の経営状態と安全率

※ドリームゲート「開業レポート2012 アンケート調査より」

平均従業員数	3.82人
平均年間売上高	3215.96万円
平均営業利益	406.77万円(年)
平均運転資金	217.53万円(月)
平均手持ち資金	735.12万円

安全率 **3.38**

安全率は**3.38ポイント**とそれほど高くない。売上が3200万、平均従業員が3.8人ということから、仲間数名で運営している小企業の規模が平均的。自社でパッケージソフトやシステムを開発するのではなく、主に大手企業やその下請け企業からオーダーされたシステム受託開発が主な業務となる。大きな設備投資を必要としないので、主なコストとなる人件費をしっかりと確保しておけば資金余力が小さくてもやっていける。上質な納品物と信頼の積み重ねが受託開発を継続させる一番のポイントだ。

この業界で起業を目指すなら…

市場ニーズの先読みが勝ちの法則。
新技術分野を常にキャッチアップ!

業務用システムの開発では、Webやモバイルの世界での流行や、各種アプリケーションの進化に注意を払っておくべき。特に、CRM(顧客関係管理)、SCM(サプライチェーン・マネジメント)など、経営の改革と革新に係わるテーマは、常に新たなシステム開発が要請されるマーケットであり、そこに得意な技術を投入していくことが差別化のポイントとなる。

この業界は、全体プロデュース、コンサルティング、設計などの上流部分を請け負う大手企業と、プログラミングなどの下流部分を請け負う中小企業に二極分化している。さらに、比較的簡単なプログラミング業務に関しては、人材コストが低い、アジアなどでのオフショア開発も急増中。製造業の空洞化と同じ現象が起こりつつある。

このマーケットでの成功を目指すなら、コンサルティング能力を高めつつ上流業務を狙うか、下流部分であっても、先述したCRMやSCMといった需要の多い分野、もしくは今後新しく求められるソリューションの開発など、先んじて他社と差別化できる技術分野を追究し続ける必要がある。そういった意味でも、常に競合に勝る付加価値を保有していなければ、生き残りが難しい業種といえるだろう。

利益 **12%**

※理想比率はアンケート調査結果に基づいて算定しています。規模によっては利益に経営者報酬を含める事もあるため、当レポートでは利益率が高めに算定されています。

その他の営業諸経
(消耗品、交通費、通信費など) **5%**

広告宣伝・販促費 **3%**

水道・光熱費 **2%**

店舗家賃・管理費・
共益費・リース費など **10%**

人件費
(役員報酬、従業員の給与、
法定福利費、通勤交通費など) **65%**

ITシステム
業界における
売上に対する
理想比率

原価
(サーバ、開発機材等を
維持する経費) **3%**

建設業

黒字化企業の経営状態と安全率

※ドリームゲート「開業レポート2012 アンケート調査より」

平均従業員数	2.38人
平均年間売上高	4812.00万円
平均営業利益	803.92万円(年)
平均運転資金	290.05万円(月)
平均手持ち資金	914.96万円

安全率 **3.15**

安全率は**3.15ポイント**。売上で4800万円程度、平均従業員が3.8人。町の工務店的事業者が、全体平均の規模となった。利益率が高めなのは、経営者所得が含まれるケースがあるため。

大手業者や自治体、施設・設備オーナーからの業務依頼を受けた後、資材をそろえ、施工・納品する。受託仕事なので、大きな設備投資は不要だが、受注額の支払いは業務完了後。よって、運転資金の約3分の1程度、資材や材料などの仕入れ費用を常に確保しておきたい。ただし、事業が安定すれば営業コストなどがそれほどかからないので、資金的余力がさほどなくても、経営を回していくことができる。

この業界で起業を目指すなら…

伸びゆく分野を常に把握しながら、高品質の業務納品を心がけること

一般的に建設業とは、土木工事から建物の建設まで、建設業法に基づき、指定される種類の建設を請け負う事業である。土木工事業、建築工事業から、タイル・れんが・ブロック工事業、ガラス工事業まで、建設業法による指定業種は28種に細かく分類されており、基本的には、取り組む業種ごとに国土交通大臣または都道府県知事の許可が必要。ただし、軽微な建設工事であれば、建設業許可を受ける必要がない場合もある。

また、建設業を開業するに当たっては、財政的要件から管理者の設置など多くの要件が存在するので、注意が必要だ。軽微な建設工事請負業であれば、いわゆる“一人親方”のようなかたちで、個人開業も可能だが、取り組む業務の経験、基礎知識は当然のこと、技術者のネットワークづくりとマネジメント、企画、設計、コスト管理など幅広い範囲の業務を一括担当することになる。

建設市場の縮小は今後も続くといわれている。しかし、人々が暮らすインフラ、住居などは、“必需”であり続けることは間違いのない。例えばここ数年は、リフォーム、リモデル分野の事業が脚光を浴びている。そして今は、耐震対応などがキーワードになっている。まずは同市場の中で伸びゆく分野をよくよく調べて参入すること。高品質の業務納品を心がけ、常に声がかかる業者を目指すこと。これがこの業界で成功するための鉄則だ。

Start-up Research Report 2012

利益 **17%**

※理想比率はアンケート調査結果に基づいて算定しています。規模によっては利益に経営者報酬を含める事もあるため、当リポートでは利益率が高めに算定されています。

その他の営業諸経
(消耗品、交通費、通信費など) **2%**

広告宣伝・販促費 **3%**

水道・光熱費 **5%**

事務所家賃・管理費・
共益費・リース費など **8%**

人件費
(役員報酬、従業員の給与、
法定福利費、通勤交通費など) **35%**

建設業に
おける
売上に対する
理想比率

原価
(建設資材、材料費など) **30%**

運送業

黒字化企業の経営状態と安全率

※ドリームゲート「開業レポート2012 アンケート調査より」

平均従業員数	7.07人
平均年間売上高	6291.56万円
平均営業利益	579.17万円(年)
平均運転資金	475.05万円(月)
平均手持ち資金	1363.97万円

安全率 **2.87**

安全率は**2.87ポイント**。運送業界は、人件費と燃料費等の原価コストが運転資金の大半を占めている。利益率が9%と高いが、これは経営者食とを含めたケースが多いため。実態は黒字企業でも1~2%の営業利益が残れば良いほうだと言われている。

もっとも注意すべき経費は燃料費。国際的な原油が高騰しつづけているため、燃料費の負担が年々重くなってきている。他との差別化要因が求めづらい業態のため、信用力やサービス品質などを磨きこむしかない。経営的には常にキャッシュフローが回るため、黒字化企業でも3カ月分弱の運転資金があれば十分なようだ。

この業界で起業を目指すなら…

他業界とのタイアップも視野に、独自の強みを明確化し続けよう

運送業で代表的な「引越し事業」を運営するためには、地方運輸支局への届出もしくは許可が必要だ。また、「貨物軽自動車運送事業」「一般自動車貨物運送事業」などの分類があり、地域によって届出・許可の条件や申請手続きが異なるので、所管の地方運輸支局に確認してほしい。この業界は、大手専門業者から中小零細業者まで、競合が非常に多い。常に見積が求められるなど、価格競争を強いられることも覚悟しておかなければならない。

3月下旬から4月上旬にかけての需要が一番のピーク。それ以外の閑散期をどうやって乗り切るか、多くの企業が知恵を絞っている。企業や不動産会社などへの営業活動に注力するのももちろんのこと、宅配など小口配送、不用品回収、リサイクルショップを兼営するなど、年間を通じて売上を得るための努力が必要となるだろう。現在、長距離よりも近距離が、家族単位よりも単身者の引越しが増えていることも意識したい。

多くのライバルの中から選ばれるためには、独自の強みを明確に打ち出す必要がある。それは価格の安さなのか、丁寧なサービスなのか、あるいは他の付加価値サービスなのか。大手通信会社との営業提携により、ユーザーがと新規契約を結べば、単身者の引越し料無料というキャンペーンを行い急成長している企業もある。別業界とタッグを組むことで、ユニークで新しいビジネスモデルが生まれるかもしれない。

利益 **9%**

※理想比率はアンケート調査結果に基づいて算定しています。規模によっては利益に経営者報酬を含める事もあるため、当リポートでは利益率が高めに算定されています。

その他の営業諸経
(消耗品、交通費、通信費など) **6%**

広告宣伝・販促費 **2%**

水道・光熱費 **2%**

事務所家賃・管理費・
保険料・リース費など **15%**

人件費
(役員報酬、従業員の給与、
法定福利費、通勤交通費など) **41%**

運送業に
おける
売上に対する
理想比率

原価
(燃料費、修理費、保険料、
高速道路代など) **25%**

これから起業を目指す方々へのメッセージ

金があれば潰れない 失敗してもやり直しができる

仕事柄、成功起業家と話す機会が多々あります。彼らの成功までのプロセスのなかには必ず、資金調達の話が出てきます。ある著名起業家に、「事業を成功させるためには何が最も重要か？」と聞いてみました。すると、「金がいっぱいあることだ」と即答。さらに、「それはなぜか？」と続けると、「金があれば潰れない。失敗してもやり直しができる」と答えたのです。

また、当社の近くにある老舗イタリア料理店のオーナーに、「近隣の店は次々と看板が替るのに、なぜあなたの店は続いているのか」と質問したところ、「開業時に1年分の生活費を準備していたから」と、その理由を教えてくださいました。

年間1000件近く、起業家のビジネスプランを見させてもらっています。そのほとんどが、“うまくいく前提”でつくられています。つまり、うまくいかなかった時の備え、そしてその際の資金確保の計画が忘れ去られているのです。

しかし、そもそも起業は思い描いたようにはいかない。リスクを回避する備をしていない。よって行き詰る……。失敗に陥ってしまうケースは、実はとてもシンプルなのです。

そこで、本レポートでは、「安全率」という指標を考案し、創業者へのアンケートをもとに、“売上がゼロでも何カ月

先まで事業を継続できるのか”、業界別にその数値を抽出しました。

これから起業を目指す方々にはぜひ、「安全率」の大切さをしっかり把握していただきたい。そして、「自分の事業を継続させるためには、どのくらいの資金確保が必要か」ということを念頭に置いた事業計画を作成してほしいのです。

起業後、「安全率」を守った経営ができていれば、ピンチに出遭ったとしても、試行錯誤のための時間的余裕、精神的余裕が得られるでしょう。そこで、継続のための方向転換や方針変更を図るのです。例えば飲食店であれば、店内のレイアウトを変えたり、メニューを変えたりすることが十分に可能となるのです。

ほかの調査結果でも面白い傾向が見られました。ほとんどの起業家が、起業後2～3年目に、大きく「安全率」を下げているという事実。この期間は「ターニングポイント」といえるでしょう。ここをしっかりと渡り切ることが、成功企業の最低条件と考えられます。

これから起業される方々にも、「ターニングポイント」となる時が必ず訪れます。うまくいく計画だけでなく、うまくいかない場合の計画も立て、余裕を持った開業資金を確保してほしいと思います。先述の著名起業家の言葉のとおり、「金があれば潰れない。失敗してもやり直しができる」のです。

そして、このレポートや調査結果を基にした“事業計画

作成支援ツール”も併せてご活用いただき、1社でも多くの継続企業が、この日本に生まれることを願っています。

“Happiness is a positive cash flow.”

「起業家にとって最も幸せなことは、売上の大きさや利益率などではなく、常にキャッシュフローがプラスになっていることだ——」。

この言葉は、起業家教育で有名な米バブソン大学のベンチャー講座に参加した時、ベンチャー研究の大家、故ジェフリー・A・ティモンズ教授から教えていただいたものです。

平たくいえば、通帳の残高が増え続けていることが何よりも大事だということ。もしも目の前のキャッシュフローがマイナスなら、借金をしてでもプラスにもっていきべきということです。

経営現場での経営者の大事なミッションの一つとして、「常に将来の必要資金を予測し、借りられるうちにしっかりと資金調達を行っておくこと」が挙げられます。私は8年前に起業し、会社経営を続けていますが、ティモンズ教授の教えは本当に正しいと実感しています。

最後に、本レポートを作成する趣旨に賛同いただき、アンケート調査にご協力いただいた2369社の起業家の皆さまに、心から感謝申し上げます。

2012年5月吉日
ドリームゲートプロジェクト
株式会社プロジェクトニッポン
松谷 卓也

2012年5月29日発行
発行元/ドリームゲート
共同制作/弥生株式会社
編集/有限会社アメイジングニッポン
デザインスタジオ サウスベンド

開業レポート2012 アンケート調査協力者リスト1

本レポートの制作にあたり、2012年1月から2月末までの期間でアンケート調査を行いました。アンケート調査にご協力頂いた経営者を、一部ですがご紹介させていただきます。

東京都	長井 亮	株式会社アールナイン
愛知県	勝崎 幸	システムアイデア
東京都	津嶋 辰郎	INDEE Japan
京都府	住山 香	社会保険労務士 住山事務所
群馬県	清水 彰	拓創堂株式会社
神奈川県	清水 洋平	株式会社スタディーオン
大阪府	徳田 昌弘	グリーンBOX (写真専門店)
広島県	尾崎 方彦	モバイルピット
神奈川県	吉田 憲人	Goyat LLC
鳥取県	平尾 貴志	有限会社クレイド
兵庫県	清宮 正人	有限会社バイオトゥデイ
神奈川県	伊藤 昌良	株式会社エムエスパートナーズ
東京都	吉戸 三貴	株式会社スティル
岩手県	山崎 智樹	個別指導・集団授業SoRa
大阪府	高木 幸二	太陽堂鍼灸院
東京都	香山 大	株式会社ステート・オブ・ジ・アーツ
東京都	引地 修一	ichigo(一期)行政書士事務所
大阪府	中原 敦史	株式会社Trans Value
東京都	松本 慶大	株式会社コレリアンドアトラクト
大阪府	小宮山 元隆	株式会社 HEAVEN
埼玉県	杉崎 学	癒樹工房(ゆうきこうぼう)
岡山県	藤井 智晴	エリア・イノベーション (NPO法人化予定)
愛知県	大倉 英嗣	株式会社アルファ&オメガ インターナショナル
長崎県	井手 誠博	行政書士井手法務事務所
東京都	酒井 一樹	株式会社エイリスト
東京都	白瀬 仁	ワンクリック亀戸
京都府	今西 建太	株式会社ディアライブ / DAY ALIVE Inc.
大阪府	松土 友一	株式会社 i-Craft
岡山県	赤松 範胤	株式会社インスタイル
兵庫県	大山 智之	特定非営利活動法人阪神自殺防止対策支援センター
東京都	松田 総一	株式会社クロスエージェント
三重県	近藤 圭輔	カイロプラクティックサロン 『シード』
大阪府	角野 浩	アイリス行政書士法人
大阪府	山崎 博文	株式会社ゲインシェアリング

東京都	金子 洋子	サロン・セレッシャル
愛媛県	和田 健一	和田経営相談事務所
大阪府	石津 雅之	クロムカスタム工房株式会社
東京都	樋口 節夫	樋口研究室
兵庫県	木村 貴攻	にじいろビルディング
香川県	石原 大生	さめきログ株式会社
東京都	長嶋 実	CodeRefact
鹿児島県	迫田 徳昭	鹿児島整体・マッサージ【温々堂】
東京都	三宅 巧一	戦略企画ドットコム
千葉県	今井 真樹子	STUDIO KOHOKUスタジオコホク
東京都	西川 浩輔	株式会社リアクセル
東京都	真貝 豪	株式会社ワークスタイルラボ
新潟県	剣持 樹	ボディケアサービス 樹庵
神奈川県	山口 秀樹	ゴールドライツ平塚
静岡県	新海 稔和	Space BOGGY(スペースボギー)
兵庫県	中島 寛和	Office Nakashima
群馬県	吉沢 和雄	工房 吉沢
京都府	川井 昌彦	Cherry Pie Web
茨城県	大成 妙華	iPhone救命士 茨城つくば店(tech-k)
茨城県	大成 妙華	テックケイ
佐賀県	小森 徳久	株式会社遊天セラミックス
愛知県	勝崎 幸	システムアイデア
群馬県	高橋 万太郎	株式会社伝統デザイン工房
埼玉県	森山 嘉久	フォレストマウンテン インターナショナル
東京都	数下 亜佐美	axis enjoy dancing(アクシス エンジョイダンシング)
東京都	重本 隆之	株式会社コマースデザインラボラトリー
福岡県	山中 孝光	システムノア
千葉県	白井 良和	有限会社モストップ・害虫防除技術研究所
東京都	稲葉 敦	アイクプランニング株式会社
福島県	佐久間 透	あさか野物流
大阪府	山本 雅祥	よつば薬局
静岡県	川辺 剛	株式会社トゥモローカレッジ
東京都	荒井 信雄	株式会社さくらケア
大阪府	高橋 太一郎	高橋アグリビジネスクリニック

※ 掲載はアンケート回答日時順となっております。敬称略。

開業レポート2012 アンケート調査協力者リスト2

兵庫県	伊東 巖	株式会社PRコーポレーション	ポッシュ・ドゥ・レーヴ芦屋
愛知県	大野 悟史	大野悟史司法書士事務所	
島根県	須田 清人	メディアテクノサービス	
栃木県	齊藤 登	有限会社トータルフィットネスサポート	
東京都	新井 克也	株式会社ラテラルマーケティングジャパン	
東京都	小倉 さやか	APPOTO株式会社(通称:アポットコ)	
埼玉県	菅沼 輝男	有限会社楽夢	
静岡県	市村 明英	KCSセンター浜松領家	
愛知県	塚平 一民	株式会社 絆	
愛知県	二村 清	株式会社アーツネットウェブ	
熊本県	大弓 政雄	おおゆみクリニック	
神奈川県	塩澤 秀雄	株式会社レゾナンス・リテイリング	
東京都	越智 瑛甫	株式会社Wit	
東京都	桜井 聡史	さくらい歯科	
富山県	東海 裕慎	株式会社スカイ・アイティ	
愛知県	木村 浩之	有限会社 木村情報設備	
東京都	梅本 俊夫	アクアステージ	
大阪府	杉本 浩	スキルインフォメーションズ株式会社	
東京都	井本 英志	株式会社Ixora(イクソラ)	
東京都	木下 一美	Go Asia Offices Pte. Ltd	
福岡県	細見 環	西日本 インクライン サービス	
神奈川県	磯谷 智久	整体室ISOGAI	
東京都	深澤 健一	しんそう池袋西口	
神奈川県	鎌田 幹夫	株式会社ACORDO	
東京都	白土 良之	ユニークビジョン株式会社	
埼玉県	安楽庵 えの でん	【笑いながら脳を鍛える】なぞかけブログ	
東京都	前田 道明	株式会社XREE	
大阪府	団野 修	ライフコンパス	
東京都	鶴田 裕史	株式会社プライアルトス	
福岡県	佐藤 誠	PCGダクリンボーイ福岡中央店	
福井県	田中 一彦	津内英語教室	
山梨県	熊坂 治	株式会社産業革新研究所	
大阪府	いしだ たかこ	キ・セ・キ相談室	
北海道	鷲森 雅紀	(有)靴楽館	
茨城県	鈴木 敏浩	RELASY<リラシー>hair&beauty	
岐阜県	河合 正尚	河合中小企業診断士事務所	
福岡県	内木場 豊	ライフ デザイン サポート	
千葉県	小林 学	職業・人材紹介のかけはし	
東京都	宮崎 啓	株式会社プロアクション	

静岡県	浦野 満雄	浦野製茶(元気なあさば、やまうら農園)	
東京都	石川 与生	いしかわ鍼灸・整骨院	
東京都	伊藤 崇	株式会社リヴァ	
東京都	山本 善武	株式会社ラン・リグマーケティング	
東京都	齋藤 純一	株式会社アヴェロ / avelo Bicycle shop	
東京都	藤田 和宏	株式会社エクセラ	
山梨県	成田 明	抗酸化陶板浴 LaMiNa	
大阪府	江川 なみ	24時間保育園チャイルドサロン	
千葉県	丸山 純孝	有限会社マグ広告ドットコム	
京都府	堀切 忠彦	MINHAO株式会社	
愛知県	服部 正雄	株式会社アイユート	
滋賀県	寺尾 紀彦	株式会社スピードワゴン	
東京都	小澤 信彦	WIN国際特許事務所・行政書士事務所	
東京都	洞地 一徳	PRIMEPAGE	
埼玉県	藏田 和孝	進学塾PLAS	
兵庫県	柳 雅弘	MYソリューション合同会社	
新潟県	武内 正一郎	株式会社ビックリマーク	
東京都	宮下 秀麿	株式会社RR-DD	
広島県	伊藤 剛知	マネーバランスクリニック(R) (株)人財コンサルティング	
埼玉県	飯島 剛介	株式会社サテライトネット	
東京都	岡 雅史	株式会社リアルモチベーション	
東京都	多田 秀雄	エスキュービックデザイン合同会社	
広島県	小西 昭子	マネーバランスクリニック® Re:sta (リスタ)	
千葉県	松崎 勝利	株式会社シメケン	
大阪府	中長 敬治	ケイ・エヌ・シー	
東京都	角田 朗	角田特許事務所	

以上 全136名。

※ 掲載はアンケート回答日時順となっております。敬称略。

開業レポート2012 アンケート調査票

基本情報をおたずねします

Q1. 開業した年を西暦でお選びください。

Q2. 開業時の形態について教えてください。

- 1 株式会社
- 2 有限会社
- 3 合同会社
- 4 合名会社
- 5 合資会社
- 6 個人事業主
- 7 NPO
- 8 その他法人格

Q3. 現在の形態について教えてください。

※選択肢は同上

Q4. 事業の種類を教えてください。

- | | |
|----------------------|-------------------|
| 1 飲食業 | 22 水産業、水産加工業 |
| 2 理美容 | 23 製造業 |
| 3 小売業(店舗) | 24 旅行関連業 |
| 4 ネットショップ | 25 旅館・宿泊関連 |
| 5 マッサージ・整体・リフレクソロジー業 | 26 エステ・コスメ関連 |
| 6 ITシステム関連 | 27 教育・学習塾・学校関連 |
| 7 Web、モバイル | 28 警備・セキュリティ関連 |
| 8 建設業 | 29 ペット関連 |
| 9 運輸業 | 30 ファッション・アパレル関連 |
| 10 コンサルタント・士業・フリーランス | 31 アクセサリー・ジュエリー関連 |
| 11 人材派遣・紹介業 | 32 インテリア関連 |
| 12 出版、メディア | 33 ゲーム関連 |
| 13 広告代理店 | 34 その他 |
| 14 介護・福祉・医療 | |
| 15 社会起業・NPO | |
| 16 不動産業 | |
| 17 金融業 | |
| 18 印刷業 | |
| 19 商社・卸業 | |
| 20 薬品・製薬関連 | |
| 21 農業・農業法人・直売所 | |

開業時の概要についておたずねします

Q1. 開業を意識したのはいつですか。

- 1 学生時代
- 2 社会人になってすぐ
- 3 社会人になってから1~3年で
- 4 社会人になってから3~5年で
- 5 社会人になってから5~10年で
- 6 社会人になってから10~15年で
- 7 社会人になってから15~20年で
- 8 社会人になってから20~30年で
- 9 定年退職してから

Q2. 開業までの準備期間を教えてください。

- 1 一カ月程度
- 2 三カ月程度
- 3 半年程度
- 4 1年程度
- 5 2年程度
- 6 3年程度
- 7 3年以上

Q3. 開業しようと思った動機はなんですか。

- 1 収入を増やしたい為
- 2 生計のため
- 3 自由に仕事がしたかった
- 4 開業・経営という事自体に興味があった
- 5 アイデアを事業化したかった
- 6 自分の技術・知識を生かしたかった
- 7 社会貢献
- 8 その他
- 9 該当無し

Q4. 開業前に困った事はなんですか。

- 1 開業資金の用意
- 2 製品・サービスの開発
- 3 事業計画の作成・見直し
- 4 パートナー・メンバー集め
- 5 開業や経営、会計等に関する知識
- 6 開業そのものについての相談相手
- 7 周囲の理解(家族、友人、職場関係)
- 8 その他
- 9 該当無し

Q5. 開業前の困った事について、

具体的にどのように解決しましたか?

- 1 知人・友人に助けて貰った
- 2 顧問(契約税理士や弁護士)に解決してもらった
- 3 専門家・コンサルタントに依頼して解決した
- 4 自分でなんとかした(誰にも頼らなかった)
- 5 その他
- 6 該当無し

開業レポート2012 アンケート調査票

開業時の概要についておたずねします

Q6. 開業前の勤務先の業種は次のどれですか。

- 1 飲食業
- 2 理美容
- 3 小売業(店舗)
- 4 ネットショップ
- 5 マッサージ・整体・リフレクソロジー業
- 6 ITシステム関連
- 7 Web、モバイル
- 8 建設業
- 9 運輸業
- 10 コンサルタント・士業・フリーランス
- 11 人材派遣・紹介業
- 12 出版、メディア
- 13 広告代理店
- 14 介護・福祉・医療
- 15 社会起業・NPO
- 16 不動産業
- 17 金融業
- 18 印刷業
- 19 商社・卸業
- 20 薬品・製薬関連
- 21 農業・農業法人・直売所
- 22 水産業、水産加工業
- 23 製造業
- 24 旅行関連業
- 25 旅館・宿泊関連
- 26 エステ・コスメ関連
- 27 教育・学習塾・学校関連
- 28 警備・セキュリティー関連
- 29 ペット関連
- 30 ファッション・アパレル関連
- 31 アクセサリー・ジュエリー関連
- 32 インテリア関連
- 33 ゲーム関連
- 34 その他

Q7. 開業前の勤務先の職種は次のどれですか。

- 1 会社役員・経営
- 2 経営企画
- 3 経理・会計・財務
- 4 総務・人事
- 5 法務
- 6 企画・マーケティング
- 7 営業
- 8 クリエイティブ関連
- 9 ITシステム関連
- 10 研究・開発・設計
- 11 一般事務
- 12 広報・宣伝
- 13 生産、製造
- 14 その他

Q8. 開業前の勤務先の事業規模は次のどれですか。

- 1 上場企業
- 2 大企業で非上場
(従業員数1000名以上もしくは資本金1億円以上)
- 3 中小企業(従業員数10名以上)
- 4 零細・個人事務所(従業員数10名以下)
- 5 公務員・公的機関
- 6 社団法人・財団法人等
- 7 その他

Q8. 開業前の勤務先の事業規模は次のどれですか。

- 1 会計ソフトを使っていた
- 2 手書きで帳簿をつけていた
- 3 EXCELなどを利用した
- 4 自社で専用システムを作っていた
- 5 外部へ委託した

Q9. 開業した後の会計処理方法を教えてください。

- 1 会計ソフトを使っていた
- 2 手書きで帳簿をつけていた
- 3 EXCELなどを利用した
- 4 自社で専用システムを作っていた
- 5 外部へ委託した

Q10. 開業した後、困った事はなんですか。

- 1 資金が底を尽きかけた
- 2 売上がまったく上がらない時期があった
- 3 人間関係(創業メンバーやスタッフとの関係)
- 4 業務トラブル(契約、取り引き上の事柄)
- 5 その他
- 6 該当無し

Q11. 開業した後、困った事はなんですか。

- 1 知人・友人に助けて貰った
- 2 顧問(契約税理士や弁護士)に解決してもらった
- 3 専門家・コンサルタントに依頼して解決した
- 4 自分でなんとかした(誰にも頼らなかった)
- 5 その他
- 6 該当無し

Q12. 開業した後、困った事はなんですか。

- 1 成長が見込めるから
- 2 これまでの経験が活かせるから
- 3 社会が求めている分野であったから
- 4 趣味や特技を活かせるから
- 5 他にいいアイデアがなかったから
- 6 その他
- 7 該当無し

Q13. 開業資金はいくらでしたか?

- 1 0~99万
- 2 100万円~499万
- 3 500万円~999万
- 4 1000万円~1499万
- 5 1500万円~1999万
- 6 2000万円~2499万
- 7 2500万円~2999万
- 8 3000万円~4999万
- 9 5000万円~9999万
- 10 1億円~

開業資金の内訳を教えてください。

- 1 自己資金(貯蓄)でまかなった
- 2 親戚・友人等から集めた(借りた)
- 3 ベンチャーキャピタルから出資を受けた
- 4 エンジェル(個人投資家)から出資を受けた
- 5 銀行(公的機関含む)から借りた

開業レポート2012 アンケート調査票

昨年（決算ベース）の実績をおたずねします

Q1. 経営状況についておたずねします。

- 1 非常に好調。拡大したい。
- 2 経営状況は順調。
- 3 現状維持で精いっぱい。
- 4 事業の縮小、リストラ、廃業等を検討している

Q2. 年間の売上高はどのくらいですか？

Q3. 年間の営業利益はどのくらいですか？
（赤字の方は営業損失でお願いします）

Q4. 1カ月間の運転資金はどのくらいですか？
概算で構いません。

Q5. 現在の従業員数を教えてください。

Q6. 現在の手持ち資金はどのくらいですか？
（借入れを含む現預金額）概算で構いません。

会計処理についておたずねします

Q1. 会計ソフトを使用していますか

- 1 使っている
- 2 使っていない

使っていると回答された方は、
使い始めた時期を教えてください。

- 1 開業後、すぐに使い始めた。
- 2 開業1年後には使い始めた
- 3 開業2年後には使い始めた
- 4 開業3年後には使い始めた
- 5 開業4年以降には使い始めた
- 6 最近になって使い始めた

Q2. 「会計ソフトを使っていない」という方にお尋ねします。会計はどうされていますか？

- 1 自分でExcelなどで帳簿をつけている
- 2 全部専門家に任せている
- 3 手書きで帳簿をつけている
- 4 自社で開発したシステムを使っている
- 5 その他

Q3. 会計ソフト導入のきっかけはなんですか？

- 1 経理、会計業務を効率化するため
- 2 コスト削減のため
- 3 経営状況の把握や改善のため
- 4 自分で決算、申告を行うため
- 5 会計事務所への作業委託のため
- 6 帳簿作成や印刷のため
- 7 法令などの改正に対応する手間を軽減するため
- 8 現在の処理方法に不満があるため
- 9 会計事務所の指導によって
- 10 知人、友人の話を聞いて
- 11 インターネットで調べて
- 12 本・雑誌・新聞等を読んで
- 13 セミナーや講演を聞いて

Q4. 会計事務所との契約について教えてください。

- 1 契約していない
- 2 契約している（顧問契約）
- 3 決算時だけお願いしている

Q5. 会計事務所と契約している方は、
いつ契約されましたか。

Q6. 会計事務所との契約について教えてください。

- 1 日常取引の入力・記帳業務
- 2 入力・記帳した取引内容のチェック
- 3 月々の試算表の作成
- 4 決算書の作成業務
- 5 作成した決算書のチェック
- 6 法人税、消費税、住民税、事業税の申告書作成業務
- 7 税務に関する届出書の作成業務
- 8 給与計算、年末調整業務
- 9 法定調書、償却資産申告書作成業務
- 10 各種申告資料の作成
- 11 節税などの税務に関する相談業務
- 12 経営に関する相談業務

Q7. 会計上の数字を把握する頻度

- 1 ほぼ毎日
- 2 週に1回程度
- 3 週に数回
- 4 月に1回程度
- 5 月に数回
- 6 4半期に1回

Q8. 経営状況の把握間隔

- 1 ほぼ毎日
- 2 週に1回程度
- 3 週に数回
- 4 月に1回程度
- 5 月に数回
- 6 4半期に1回
- 7 半期に1回
- 8 年1回

Q9. 経営において注意している指標。

- 1 売上高
- 2 仕入高
- 3 経常利益
- 4 営業利益
- 5 人件費
- 6 資金繰り
- 7 原価率
- 8 顧客単価
- 9 営業利益率
- 10 売上坪単価
- 11 人件費率
- 12 該当無し