

ジビエマッチングサイト運営事業
事業計画書

2018年2月1日

1 会社概要

会社名(屋号)	ジビエスタイル株式会社
設立年月日(予定)	2018年7月
資本金(予定)	50万円
代表者名	海藤 義晴
従業員数	1名
所在地	東京都千代田区丸の内2
一年後の 目標年間売上高	4800万円
事業内容	ジビエマッチングサイト運営
経営者略歴	昭和41年5月生まれ 平成11年3月 中邦大学工学部情報工学科卒業 平成11年4月 河合自動車工業株式会社(自動車メーカー) 入社組み込みソフトウェアエンジニア 平成16年4月 Kawai Motor Europe(仏パリ)へ異動。 欧州自動車メーカーとの共同研究に従事 平成23年4月 本社異動。人事部勤務 平成29年11月 早期退職制度活用し退職。現在に至る

2 創業動機、ビジョン

(1) 創業動機

海外勤務中のパリのレストランでジビエに出会いました。

日本に帰国後、ジビエ料理を楽しみたいと思ったときに、食べられるお店の選択肢が非常に少なく、がっかりしました。また、ジビエについての魅力を知らない友人が拒否反応するなど、日本でのジビエ食文化が未発達であることを感じました。しかしながら、真に美味しいジビエを知ったときに自らが感じた感動を多くの日本人と共有したい、ジビエを一生の仕事にしたいと思うようになり、創業を思い立ちました。

マッチングサイトの構想ができたのは半年前で、息子がWEBエンジニアをしているため、マッチングサイトの設計・運用面の協力をしてもらえないか打診し、週末を利用して開発を行ってきました。自身がシステムエンジニアであったこともあり、サードパーティの決済ソリューションを採用することでほぼ完成できる見込みが立ったため、具体的な創業計画をまとめることとしました。なお、息子の会社では副業が認められているため、従業員(パートタイム)として参画してくれることとなりました。

(2)ビジョン

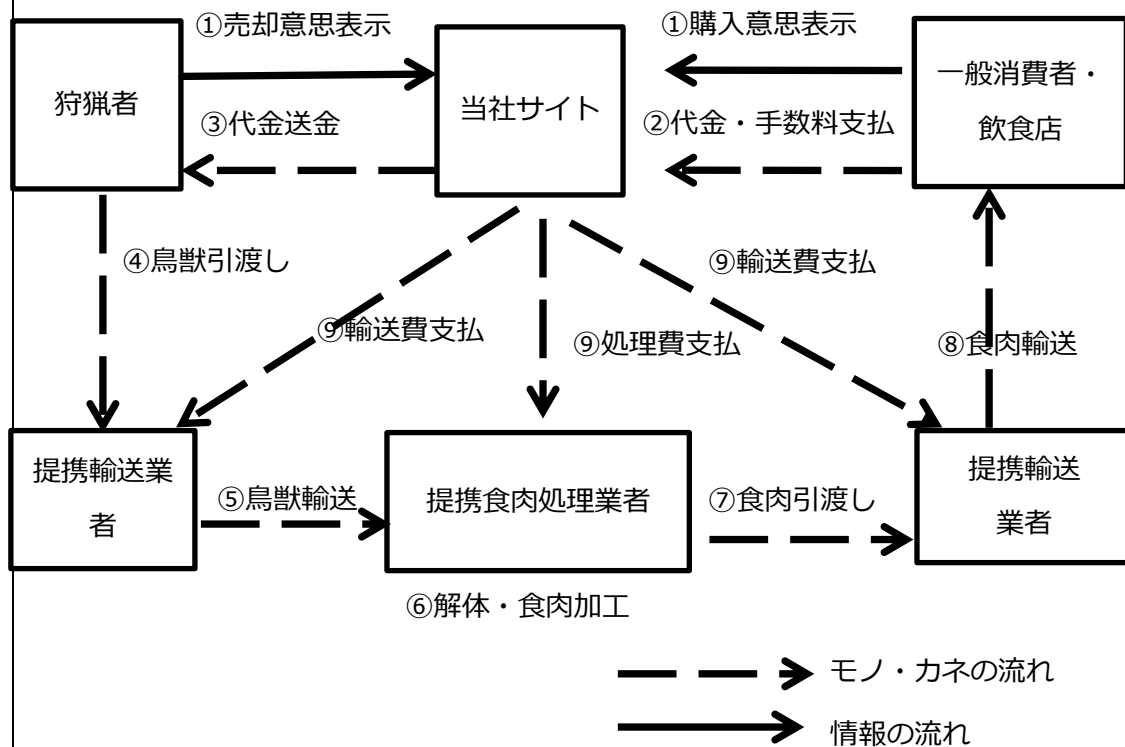
社員が明るく楽しく働いていけるような企業を作り上げていきたい。

3 事業内容

(1)概要

狩猟者と飲食店・一般消費者を結びつけ、ジビエを流通させるマッチングサイトを運営する。

(2)事業のスキーム



- ①ジビエの売却希望者・購入希望者が希望内容をサイトに登録(種類・価格など)
上記内容を見て、購入・売却を希望するものが出れば取引成立
- ②当社は購入者から代金に加え輸送費・食肉処理費、システム利用料を徴収
- ③当社は売却者に上記から代金を支払い
- ④、⑤提携輸送業者(全国に 20 社程度を予定)が狩猟者から売却する鳥獣を提携
食肉処理業者(全国に 20 社程度を予定)へ輸送
- ⑥提携食肉処理業者が加工処理
- ⑦、⑧提携輸送業者が購買者へ食肉輸送
- ⑨当社から輸送業者及び食肉処理業者に輸送費、処理費を支払う。

4 事業が解決しようとしている消費者の課題及び需要の検証

- (1)見込み利用者が抱えている課題
ジビエを買いたい、ジビエ流通ルートは限られているため、簡単に入手する事ができないこと。
- (2)見込み利用者に提供する課題解決策
ジビエ購買希望者をマッチングサイトにより、ジビエ売却を希望する狩猟者と結びつけることで、新鮮なジビエをスピーディーかつ適正価格で入手させることで解決する。
マッチングサイトとすることで、複数の狩猟者の情報を比較しやすい形で確認できるため、従来、WEB 検索でひとつひとつ探していた手間が省ける。
決済ソリューションの利用開始には費用がかからず、本格運用後、自社の販売計画の範囲であれば月額 5 万円の定額使用料で 사용할 ことができる。
- (3)見込み利用者へのヒアリング等による課題・解決策の妥当性検証
・学生時代からの友人である K 氏は、今まで新鮮なジビエを入手できなかったと言っている。このようなサイトがあれば是非利用したいと話している。
・近隣でカジュアルフレンチレストランを営む M 氏は、ジビエ料理を店の看板メニューとしているが、2 年前まで懇意にしていた腕の良い猟師が引退してから、安定して良質のジビエを仕入れる事ができず、困っていたという。また一部ジビエについては狩猟後に許可を有する食肉加工場での処理が必要であり、このつてがないために、海外修行で磨き上げたウサギ料理を提供することができず嘆いている。
・笹塚駅付近で営業するワインバーの主人 N 氏は、懇意にしている食肉業者から仕入れを行っているが、鹿肉の当たりはずれが多く困っていると話していた。

5 ターゲット市場

(1)市場規模

ジビエ市場についての資料は特に見当たらなかったため、不明。
近年、着実にジビエは認知度が高まっているので、相応にあると思われる。

(2)具体的なターゲット顧客

ジビエを好むワイン愛好家
フレンチレストランをはじめとした飲食店

6 競合分析と競争優位性

(1)競合の状況

高級食材を扱う食品スーパー、食肉専門店の一部ではジビエを扱っている。

(2)優位性と他社比較

高級スーパーが扱っているのは輸入品が主体であり、国産ジビエの手軽な購入手段としては当社サービスが圧倒的に優位に立っている。

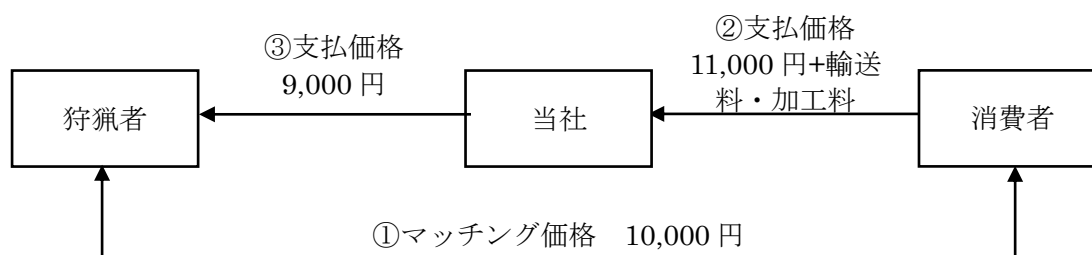
7 マーケティング戦略

(1)価格(課金の仕組み)

システム使用料として、マッチング成立価格の 10%を購買者・売却者双方から徴収。世間相場に比して、それほど高くないものと考えている。

取引を行わない限りは、会費等は発生しない。

輸送料・加工料については実費相当額を徴収する。



(2)販促活動

WEB 媒体の広告を中心に行う。初期は、キーワード連動型の広告を推進する。また、SNS で自らが管理者となっているジビエ愛好家コミュニティ（メンバー数 1,500 人）に向けて発信する。ジビエ愛好家コミュニティには愛好家だけでなく、レストランオーナーやシェフも多く参加しており、自らが主に投稿するジビエレストランのレビューをもとに自店の改善のヒントがみつかり、と好評である。そのため、このコミュニティへの情報発信は、一般消費者だけでなく、飲食店にも有る程度効果があることを想定したコンテンツにする。

また、狩猟が盛んな地域では地域別のジビエ愛好家・狩猟者コミュニティとの交流もあるため、ジビエ購入希望者がサイトを使ってみたいと思うような情報発信を行う。

8 販売計画

販売先名	所在地	回収条件	年	販売単価(円)	販売数量 (取引回数)	販売高(円)	粗利率
一般消費者、飲食店	全国	現金	2019年6月期	100	60,000	6,000,000	100.0%
【システム利用手数料、決済手数料】			2020年6月期	120	70,000	8,400,000	
			2021年6月期	200	80,000	16,000,000	
一般消費者、飲食店	全国	現金	2019年6月期	500	60,000	30,000,000	100.0%
【食肉加工代・配送料】			2020年6月期	500	70,000	35,000,000	
			2021年6月期	500	80,000	40,000,000	
狩猟家	全国	減	2019年6月期	100	60,000	6,000,000	100.0%
			2020年6月期	100	70,000	7,000,000	
			2021年6月期	100	80,000	8,000,000	
合計			2019年6月期			42,000,000	100.0%
			2020年6月期			50,400,000	
			2021年6月期			64,000,000	

9 仕入・経費計画

(単位：千円)

経費項目	仕入先名	所在地	支払条件	支払金額			
				2019年6月期	2020年6月期	2021年6月期	
売上原価項目				0	0	0	
販売費及び一般管理費項目				35,700,000	38,900,000	44,400,000	
	食肉加工代	J畜産ほか20社	X県Y市等	月末締め翌月末払い	3,000,000	3,500,000	4,000,000
	輸送費	北星松木運輸ほか20社	X県Y市等	月末締め翌月末払い	27,000,000	30,000,000	35,000,000
	地代家賃	XYZ不動産	東京都千代田区	翌月分を前月10日払い	2,100,000	1,800,000	1,800,000
	人件費				3,600,000	3,600,000	3,600,000
中計(売上原価+販管費)				35,700,000	38,900,000	44,400,000	
資本の支出項目(投資)				0	0	0	
合計				35,700,000	38,900,000	44,400,000	

10 事業化計画

	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月
賃貸契約	実施											
サイト構築	開始		終了									
WEB 広告			実施									
サービス提供			開始									

12 資金繰り表

(単位: 千円)

月度		7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月
前月繰越金		0	2,200	2,750	3,300	3,850	4,400	4,950	5,473	5,996	6,519	7,042	7,565
営業 収入	現金売上	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
	売掛金入金												
	受取手形入金												
	その他収入												
	収入 計	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
営業 支出	現金仕入												
	買掛金支払	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
	人件費支払	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
	経費支払	200	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
	その他支払												
	支払 計	3,000	2,950	2,950	2,950	2,950	2,950	2,950	2,950	2,950	2,950	2,950	2,950
差引営業収支		500	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550
財務 収入	出資	500											
	短期借入金												
	長期借入金	1,500											
	手形割引												
	財務収入 計	2,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
財務 支出	短期借入金返済												
	長期借入金返済							27	27	27	27	27	2
	定期預金預入												
	設備投資等	300											
	その他財務支出												
	財務支出 計	300	0	0	0	0	0	27	27	27	27	27	2
差引財務収支		1,700	0	0	0	0	0	-27	-27	-27	-27	-27	-2
次月繰越金		2,200	2,750	3,300	3,850	4,400	4,950	5,473	5,996	6,519	7,042	7,565	8,113

13 収支計画

単位:千円

			2019年6月期	2020年6月期	2021年6月期
売	上	高	48,000	50,400	64,000
売	上	原 価	30,000	33,500	39,000
売	上	総 利 益	18,000	16,900	25,000
販	売	費 及 び	5,700	5,400	5,400
一	般	管 理 費			
	人	件 費	3,600	3,600	3,600
	地	代 家 賃	2,100	1,800	1,800
	そ	の 他			
営	業	利 益	12,300	11,500	19,600
営	業	外 収 益			
営	支	払 利 息	15	15	15
業	そ	の 他			
外					
費					
用					
経	常	利 益	12,285	11,485	19,585
特	別	利 益			
特	別	損 失			
税	引 前	当 期 純 利 益	12,285	11,485	19,585
法	人	税 等	1,228	1,148	1,958
当	期	純 利 益	11,057	10,337	17,627

14 事業リスク

分野	リスク	対応策
販売	競合出現による手数料下落競争	広告宣伝の強化