

令和5年度「調査・研究事業」

副業の時代に向けた簡便な低資本創業支援
～with コロナ後の新たなる創業方法の支援～

報 告 書

令和6年3月

一般社団法人 中小企業診断協会

はじめに

ポストコロナの経済環境の中ですすむ「働き方改革」。その進捗と共に多様化した価値観をベースにした新しい職業意識が芽生えてきているように思われます。

「安定した企業への就職」という従来の人生設計路線は、DX化、IT化、あるいはAIの導入など高度な情報化社会の進展とともに、「リスクリング」による労働力の流動化の要請の前でその実態があやふやなものになろうとしているように思われます。

こうした環境下にあって、新規創業を希望する「アントレプレナー」の意識も大きく変わってきたように感じます。かつてのように「生活するために創業する」のではなく、自分らしく生きるために創業という道を選ぶ。あるいは、より豊かに生きるためにセカンドワークとして創業する。自分の好きなことを追求するために創業する。学生でありながら自立するために創業する。など様々な理由から創業という選択肢を選ぶ人たちが増えているように感じるのです。

『もし、「創業」に係るリスクを更に低いものにすることができれば。

もし、「創業」をより身近な選択肢として選ぶことができれば。

私たちの生き方、人生はさらに多様性に富んだ、豊かなものになるに違いない。』と考え、創業を多くの人たちにとって「身近なもの」「身近な選択肢」とするための一助になればと考え、この調査（低資本による創業）を行うことを企画しました。

確かに「創業」はリスクではあります。しかし、そのリスクはいくつかの方法で小さくすることができます。その一つの方法が「低資本による創業」です。

この調査報告書が多くの、「様々な理由で創業を考える人たち」にとって少しでも参考になるものであることを研究会一同、期待しながら本調査事業を行いました。

このような取り組みの機会を与えていただいた、一般社団法人 中小企業診断協会様に心より感謝申し上げます。

令和6年3月

東京都中小企業診断士協会

チェーンストア・ビジネス研究会 一同

目次

はじめに	1
第1章 背景	3
第2章 低資本による創業の方法論	8
1. 創業のステップ	8
2. 業種別の必要資金	28
3. 資金調達の手段	31
第3章 低資本による創業の具体的方法	41
第4章 事例	46
1. キッチンカーによる低コストでの起業	46
2. フランチャイズ加盟で、順調に売上を伸ばす「子ども向け学習教室」	49
3. 「インターネット情報ビジネス」と「不動産賃貸業」の2つの事業を軌道に乗せ、 将来の「事業化」を見据えた副業モデル	52
4. 美容院を間借りした「ローコストネイルサロン開業」	56
5. 東京から長野に移住し地元クレープ屋を引き継ぐ	59
6. お花の移動販売～自粛生活に癒しのお花時間をお届け～	63
7. 元美容サロンの店舗を居抜きで借りて、安あがりに創業した整体サロンの事例	66
8. プロレス界のイノベーション「軽トラプロレス」の挑戦！	70
9. DIY居酒屋	74
10. ハンドメイドのお店	77
おわりに	81
執筆者一覧	82

第1章 背景

2018年7月6日に「働き方改革関連法」が成立しました。法案成立の背景には、失われた30年の要因とも言える日本企業の労働生産性の低さ、深刻化する人手不足問題、そして『人生100年時代』の中で生き抜くための働き方に対する需要の変化があります。

それら諸問題に対する解決策として、メンバーシップ型雇用、正社員重視や長期雇用を前提としての年功賃金制度といった日本型雇用を見直し、多様な就労形態の人材が活躍でき、公平な評価を得る就労環境に変革することで、労働生産性の低さや深刻化する人手不足問題の解決、高齢者の社会参画を図れる社会を狙っています。

また、「働き方改革」の一環として、厚生労働省は「副業・兼業の促進に関するガイドライン」を発表し、同時に「モデル就業規則」から副業禁止規則を削除しました。

【図表 1-1-1：中小企業に関する働き方改革関連法の施行時期】

法改正の項目	法律	施行（各年4月1日）				
		2019年	2020年	2021年	2023年	2024年
①年次有給休暇の取得義務化	労働基準法	→				
②労働時間の把握の義務化等の健康管理措置の強化	安全衛生法	→				
③「フレックスタイム制」の拡充	労働基準法	→				
④「高度プロフェッショナル制」	労働基準法	→				
⑤「勤務間インターバル制」促進	労働時間等設定改善法	→				
⑥労働時間の上限規制の強化	労働基準法	→ ★大企業は2019年4月から適用済み				
建設事業／自動車運転業務等					→	
⑦時間外労働60時間超の割増率50%への引上げ					→ ★大企業は2010年4月から適用済み	
⑧同一労働同一賃金	パートタイム労働法、労働契約法、労働者派遣法				→ ★パート有期法は大企業は2020年4月から適用 労働者派遣法は2020年4月から適用	

出典：独立行政法人中小企業基盤整備機構 ホームページより引用

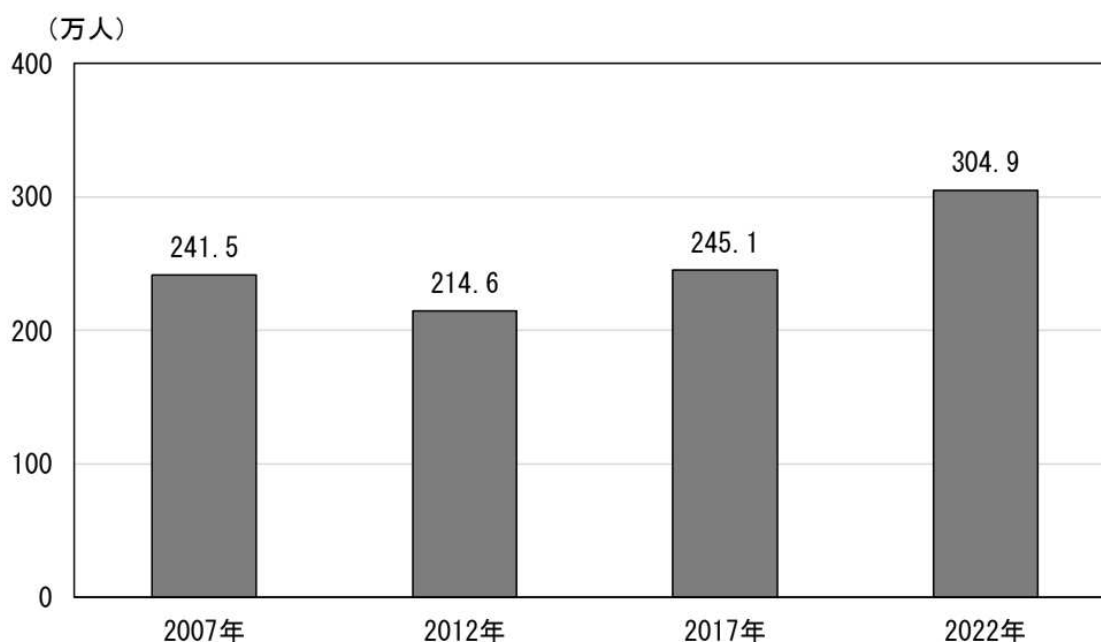
法案施行後の2020年初頭、中国武漢から世界中に拡散された新型コロナウイルスは、世界の人々の生活様式を一変させました。都心部に立地される企業オフィスの多くは、感染症対策として「テレワーク」を推進し、従来常識とされてきた「毎日会社に通う」という労働文化の変革を促しました。

更に起こった変化は「副業・複業」についてです。従来の日本企業では、就業規則に副業禁止規定が織り込まれており、正規雇用者が会社の許可なく副業をすることは禁じられてきましたが、新型コロナ拡大による雇用形態や人々の就労意識の変化も影響し、IHI、みずほFG、KDDIのような大手企業でも副業解禁する企業が現れ始めました。また、ヤフー、ダイハツ工業、ライオンなどは、副業人材の積極採用を開始しました。

2023年7月に令和4年就業構造基本調査が公表されました。この調査は総務省が5年おきに実施し、日本全体の就業の状況等が調査されるのですが、そこで副業者数の大幅な変化がみとれます。

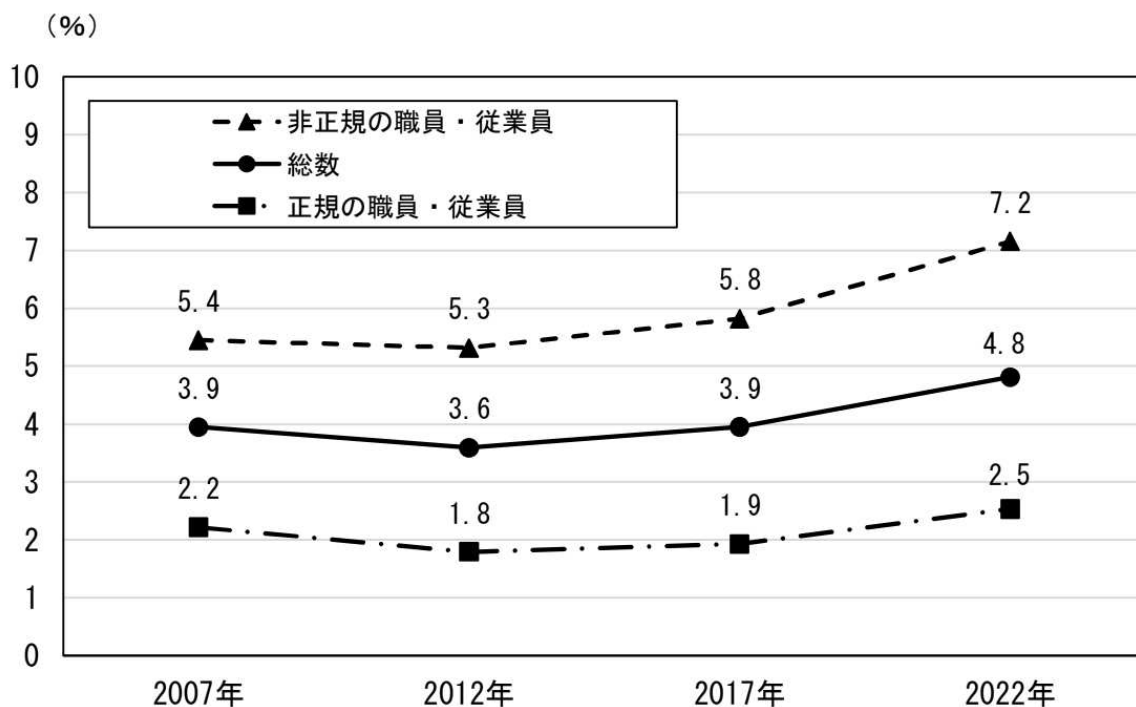
副業者数は2012年214万人、2017年245万人と推移してきたところ、今回結果によれば2022年の副業者数は304.9万人と大幅に増加しました。副業のある人の数を有業者数で除した副業者比率は2012年3.6%→2017年3.9%→2022年4.8%とこちらも上昇しています。

【図表 1-1-2：副業がある者の数（非農林業従事者）の推移（2007年～2022年）－全国】



出典：総務省 令和4年就業構造基本調査 結果の要約
<https://www.stat.go.jp/data/shugyou/2022/pdf/kall.pdf>

【図表 1-1-3：雇用形態別副業者比率の推移（2007年～2022年）－全国】



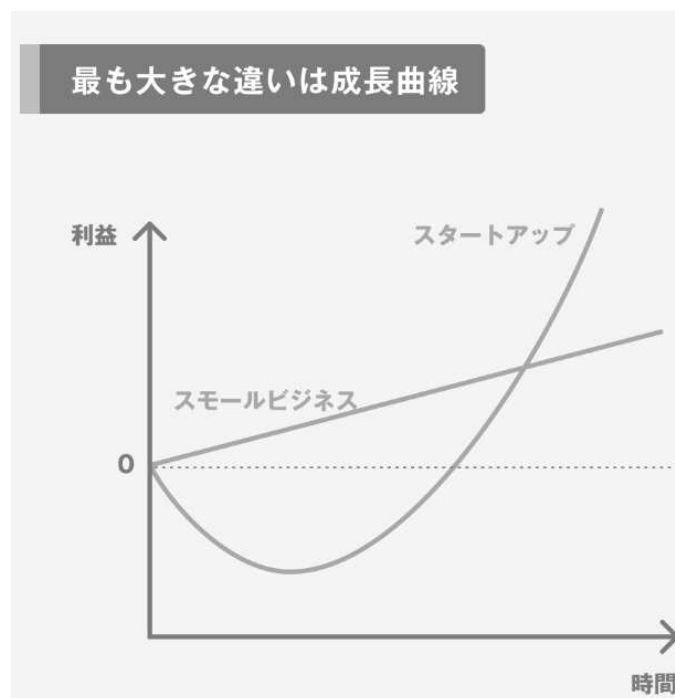
出典：総務省 令和4年就業構造基本調査 結果の要約
<https://www.stat.go.jp/data/shugyou/2022/pdf/kall.pdf>

コロナパンデミック以降、副業意識の高まりとともに広がっているのが「スモールビジネス起業」や「プチ起業」といったコンセプトです。「スモールビジネス起業」や「プチ起業」は、「スタートアップ起業」とは異なり、リスクも少なく手軽に始めるための手法のため、興味を持つ人が多いようです。また、副業による「スモールビジネス起業」や「プチ起業」が軌道に乗ることで、脱サラし独立することも可能ですし、独立せずに、週末やスキマ時間を使った働き方での起業も可能なため、本業を辞める必要もありません。こうした最近の新しい起業コンセプトは、本格的な本業としての起業のように主収入とならなくてもいいため、多くの人が気軽に始めています。しかし、いくら気軽とは言え、事業を営むことには変わりありません。失敗すると痛い目を見ることもあるため、慎重に検討する必要があります

以下、スタートアップとスモールビジネスとの主な違いとなります。

【図表 1-1-4 : Startup と Small Business の違い】

	Startup	Small Business
成長方法	Jカーブを描く 成功したら、巨額のリターンを 短期間で生むことができる	線形的に成長 そこそこのリターンを 着実に得ることができる
市場環境	市場が存在することが確認されていない 不確実な環境の下で競争が行われ タイミングが非常に重要である	既に市場が存在することが 証明されている 市場環境の変化は少ない
スケール	初期は少数だが、一気に 多くの人に届けることができる	少数から徐々に増やすことができる 少数のまま運用できる
関わる ステークホルダー	ベンチャーキャピタリストや エンジェル投資家	自己資金、銀行
インセンティブ	上場やバイアウト（買収）による ストックオプション、キャピタルゲイン	安定的に出せる給料
対応可能市場	労働力の調達・サービスの消費が あらゆる場所で行われる	労働力の調達・サービスの消費 が行われる場所は限定される
イノベーション 手法	既存市場を再定義するような 破壊的イノベーション	既存市場をベースにした 持続的イノベーション



出典：東京創業ステーション <https://startup-station.jp/ts/tsushin/bn/column16/>

スタートアップとスモールビジネスの間には多くの違いがありますが、特徴的なのがスタート

アップの曲線です。「U字カーブ」と言われる事もあるその成長曲線は、スタートアップの特徴をととてもよく表現しています。最初は大きく赤字を掘り続け、一定のタイミングでその赤字幅が反転するタイミングが訪れ、そして一気に大きくなっていき、莫大な利益をもたらすことを目指したのがスタートアップと言えます。半面投資額が大きくなり、失敗時のリスクは大きくなります。スモールビジネスは「顧客の顕在ニーズを既存の代替品よりも効率よく解決する」ビジネスであり、顕在ニーズを捉えた手堅いビジネスモデルを構築すれば、コストやリスクを抑えての企業が可能ともいえます。

本プロジェクトでは、サラリーマンや専業主婦（専業主夫）や学生、仕事をリタイアした高齢者の方など、多様な立場の方がリスクを極力減らし、創業費用のコストダウンをし、手堅く収益をあげるための起業モデルと言える「スモールビジネス起業」や「プチ起業」を興す際のヒントや成功事例をまとめています。

第2章 低資本による創業の方法論

この章では、低資本における創業の方法について説明します。まずは、創業についての基本知識として、創業のステップ、業種別の必要資金、資金調達の手段について説明します。

1. 創業のステップ

(1) 創業の基礎知識

業種業態、資金の大きさに関わらず、まず創業の基礎知識は必要です。実際創業するまでに準備することが数多くあります。創業前の検討や準備は、創業後の経営状況を左右するので、しっかり情報収集を行い、検討、準備をしましょう。

① 事業形態

事業形態を個人事業主にするのか、法人（会社）にするのかは、事業規模、業種、将来の事業をどのように見込んでいるかなどにより異なります。

【図表 2-1-1：個人事業主と法人の特徴の違い比較】

	個人事業主の特徴	法人の特徴
創業手続	簡単（開業届を提出） 青色申告を希望する場合は「青色申告承認申請書」も提出	手間と費用がかかる 法人登記、会社設立に必要な書類や会社印の用意が必要
信用	法人と比較して信用力は低い	信用力ある（大きな事業をする場合や取引先の開拓、従業員の確保などの面で有利）
税金	所得税、 個人住民税、 消費税、 個人事業税 ※所得税はもうかるほど税率が高く、 控除の割合が少なくなる	法人税、 法人住民税、 法人事業税、 消費税など ※法人税は所得税よりも税率が穏やか、 赤字でも法人住民税がかかる
	事業所得が低いうちは余り差がないが、所得が大きくなると法人の節税効果が高くなる	
経費	・事業にかかる費用は基本的に計上できる （自分への給与や生命保険料は経費にできないなど制限はある）	・事業にかかる費用の他にも自分の給与や退職金も経費として計上できる ・経費に認められる範囲が広く柔軟
赤字の繰越	3年（青色申告の場合）	10年
事業主の給与	給与という概念はなく、売上から経費や社会保険料などを差し引き残ったものが事業主の所得となる	社長1人であっても、法人から支払われる
社会的信頼度	法人に比べて低い 事業を行う上での支障は特にない	高い 新規の契約や融資も有利になる

	個人事業主の特徴	法人の特徴
会計・経理	個人の確定申告	法人決算書・申告 (税理士を必要とすることが多い)
責任	無限責任 ※事業の成果はすべて個人のものだが、事業に万一のことがあると、個人の全財産を持って弁済しなければならない	有限責任 ※合資会社の社員の一部及び合名会社の社員を除く ※代表者は取引に際し、保証をする場合は保証責任を負う ※法人と個人の財産は区別されており、法人を整理するときには、出資分を限度に責任を負う
メリット	・開業に時間とお金がかからない ・税金の申告が簡単	・所得が多くなると個人事業主よりも税金を抑えられるケースが多い ・社会的な信用度が得られやすい
デメリット	・所得が多くなると法人よりも所得税が高くなるケースがある ・法人と比べると社会的信用度が低い ・実施できる節税効果が法人よりも少ない	・設立にコストがかかる ・税金の申告が大変 ・事業を継続するコストが増える

会社には、会社法で定められた「株式会社」、「合同会社」、「合資会社」、「合名会社」があり、新たに新設できる会社は、この4種類です。

【図表 2-1-2：会社種類と責任】

	株式会社	合同会社	合資会社	合名会社
責任	間接有限責任	間接有限責任	無限責任 有限責任	無限責任
特徴	会社債権者にとって担保となるのは、会社財産だけになる 株式の発行による資金調達が可能	2006年に新会社法が施行されて以降、有限会社に代わる会社形態として注目されている	無制限に責任を負う「無限責任社員」と、出資額までの責任を負う「有限責任社員」が各1名以上、合計2名以上からなる	無制限に責任を負う「無限責任社員」だけで構成される会社形態
社会的信用度	高い	やや低い	低い	低い
資本金	1円以上	1円以上	規定なし	規定なし
上場	できる	できない	できない	できない
決算公告	必要	不要	不要	不要
メリット	社会的な信用度が高い	設立コストの安さと簡便さ、定款認証が不要、手続も比較的簡単		
デメリット	赤字経営であっても、最低7万円ほどの法人税が課される、会計処理が複雑化	社会的信用度は株式会社に劣る	無限責任であるため経営者リスクがある	無限責任であるため経営者リスクがある
備考	一般的な会社形態	2006年の新会社法の施行以降は、合資会社や合名会社よりも、経営者のリスクが少ない合同会社を設立するケースが多くなっている		

② 許認可手続

許認可とは、国民の安全や健康を守ることを目的としており、また一定の衛生水準や技術水準など特定の事業を行う際に必要な手続きであり、法律で定められている内容の許認可を取ることによって事業を行うことができます。許認可は、「届出」、「登録」、「認可」、「許可」、「免許」の5種類に分類され、業種によって種類や申請先が異なります。申請先となる行政機関は、都道府県や国土交通省、保健所、税務署、警察署など許認可の種類によって異なります。許認可が必要であるにもかかわらず申請せず事業を行った場合、法令違反として処罰される可能性があるため注意が必要です。

起業する前に「許認可が必要な事業かどうか」確認が必要です。

【図表 2-1-3：業種・許認可・窓口行政機関対応表】

	届出	登録	認可	許可	免許	備考
飲食店営業				○ 保健所		
理容・美容業	○ 保健所				○ 保健所	美容師や理容師の免許
クリーニング業	○ 保健所、 都道府県					
医薬品等の販売業など				○ 保健所		
介護事業			○ 都道府県			
ペットショップ		○ 都道府県				
酒類販売業					○ 税務署	酒の製造・販売・卸売など
旅行業		○ 都道府県、 国交事務所				一般旅行業・代理店業：運輸局 国内旅行業・代理店業：都道府県庁
旅館業			○ 保健所、 都道府県			
保育園			○ 都道府県			
倉庫業		○ 運輸局				
運送業				○ 運輸局		
パチンコ店、ゲームセンターなど				○ 警察		
不動産業					○ 都道府県	

※最寄りの地方自治体にて要確認。

③ 創業に伴う届出

創業に伴う届出には、大きく分けて税務関係と社会保険関係があります。

1) 税務署への届出

個人事業主の場合と法人の場合とでは、税務署への届出が異なります。

a. 個人事業主の場合

税務署に「個人事業の開業・廃業等届出書」（開業届）を提出し、都道府県税事務所と市町村に「事業開始等申告書」を提出します。

開業届には、「屋号」の記入欄があります。屋号とは店や事務所の名前のことであり、屋号をつけなくても開業届は提出できます。留意点として屋号には「会社」はつけられません。

税務署へ青色申告をする場合は、税務署へ「青色申告承認申請書」を提出します。

b. 法人の場合

法人の場合は、税務署への届出が多く、「法人設立届出書」、「給与支払事務所等の届出書」（従業員などに給与を支払うとき）、「たな卸資産の評価方法の届出書」、「減価償却資産の償却方法の届出書」、「青色申告申請書」（青色申告する場合）があり、各都道府県税事務所には「法人設立等申告書」などの届出があります。

【図表 2-1-4：税務署への届出と留意点】

	届出先	種 類	提出期限・留意点等
個人	税務署	①個人事業の開業・廃業等届出書	事業の開始等の事実があった日から1か月以内
		②青色申告承認申請書（青色申告したいとき）	原則、申告をしようとする年の3月15日まで
		③給与支払事務所等の開設届出書（従業員などに給与を支払うとき）	開設した日から1か月以内
	各都道府県税事務所	事業開始等申告書など	各都道府県等で定める日
法人	税務署	①法人設立届出書	・設立の日から2か月以内 ・定款の写しなどの定められた書類の添付が必要
		②給与支払事務所等の開設届出書（従業員などに給与を支払うとき）	開設した日から1か月以内
		③たな卸資産の評価方法の届出書	確定申告の提出期限まで
		④減価償却資産の償却方法の届出書	確定申告の提出期限まで
		⑤青色申告承認申請書（青色申告したいとき）	設立後3か月を経過した日と最初の事業年度終了日のうち、いずれか早い日の前日まで
	各都道府県税事務所	法人設立等申告書など	各都道府県等で定める日

出典：日本政策金融公庫「創業の手引」「13 創業に伴う届出」より抜粋

※上記以外に届出等が必要または不要な場合や、届出及びその期限等が異なる場合があります。詳しくは各届出先に問い合わせてください。

2) 社会保険関係の届出

個人事業主でも法人でも従業員を雇用する場合は、社会保険の加入手続きが必要であり、関連した届出が必要です。

【図表 2-1-5：社会保険関係の届出と留意点】

届出先	種類	提出期限・留意点等
年金事務所	健康保険、厚生年金保険 ①新規適用届 ②被保険者資格取得届 ③（法人の場合） 履歴事項全部証明書または登記簿本 （個人の場合） 事業主の世帯全員の住民票 など	・法人の場合 常時従業員（事業主のみの場合も含む）を使用するすべてが加入 ・個人の場合（※） 常勤の従業員5人以上はすべて加入（サービス業の一部についてはこの限りではない）常勤の従業員5人未満は任意加入
公共職業安定所 （ハローワーク）	雇用保険 ①雇用保険適用事業所設置届 ②雇用保険被保険者資格取得届 など	個人、法人とも従業員を雇用するとき適用事業所となる ①設置の日の翌日から10日以内 ②資格取得の事実があった日の翌月10日まで
労働基準監督署 など	労災保険 ①保険関係成立届 ②概算保険料申告書 など	適用事業所は雇用保険と同じ ①保険関係が成立した日の翌日から10日以内 ②保険関係が成立した日の翌日から50日以内

※個人事業主は、国民健康保険、国民年金の適用となります。届出先は市区町村役場です。

出典：日本政策金融公庫「創業の手引」「13 創業に伴う届出」より抜粋

④ 経理

会社を経営するのに経理作業は不可欠です。経理は会社にとって経営の羅針盤と言われており、会社が儲かっているのかどうか判断するために決算書を確認します。経理作業は社内の経理担当者や税理士に任せる場合も多いですが、経営者は資産状況を表す決算書は読めるくらいの経理の知識が必要です。

日々の取引や入出金を管理し、帳簿に記録するのが経理の基礎です。請求書、領収書などの書類をきちんとファイルで管理し、必要なときに取り出せるようにしておきます。

法律の定めにより、法人は帳簿を作成して取引を記録します。帳簿の作成方法には単式簿記と複式簿記があります。単式簿記は家計簿と同じように入金と出金を記録する単純な帳簿方法です。一方、複式簿記はより複雑な帳簿方法で、入金、出金のほか、何の用途で支払ったかをあらかず勘定科目も記録するため、ある程度の簿記知識が必要です。なお、青色申告は複式簿記で作成した帳簿となります。

個人事業主においても、経理作業は必要です。規模が小さく取引量も少ないようであれば、あ

る程度の簿記の知識で、会計ソフトの活用より自分で経理作業を行えます。簿記の知識が余りなくても申告までできるようなソフトもあり、自社の状況に合わせて活用すると、時間と経理担当者の人件費や税理士などの費用を抑えることができます。

記帳、申告などで不明点があれば、税理士などの専門家にお問い合わせるか、商工会議所・商工会、青色申告会、税務署で記帳相談などを受けることをおすすめします。会計ソフトにはサポートサービスもあるので活用しましょう。

また、電子帳簿保存法（2022年1月1日施行）への対応も考慮が必要です。2023年12月末まで宥恕期間とし、2024年1月以降は、取引情報を原則データで電子帳簿保存法の要件に則って保存しなければなりません。対象は、所得税と法人税を申告するすべての事業者です。

注文書・契約書・送り状・領収書・見積書・請求書などに相当する電子データをやりとりした場合には、その電子データ（電子取引データ）を一定のルールに従って保存します。詳しくは、国税局ホームページなどで確認してください。

⑤ 税金

税金の計算業務を税務といいます。税務では法人税、所得税、消費税などの税金の申告と手続きを行います。税務で大切なことは儲け（所得）を正しく計算し、期限までに必要な申告、納税を行うことです。これらが正しくできないと、追徴課税の発生や金融機関からの融資が受けられないなどのリスクが生じるので注意しましょう。確定申告は、納める税金を確定する手続きです。個人事業主と法人が確定申告する税金について説明します。

1) 個人事業主の税金

確定申告が必要な主な税金は、所得税、消費税、個人住民税、個人事業税です。個人住民税と個人事業税は、所得税の確定申告を行えば、改めての申告は不要です。

【図表 2-1-6：個人事業主の事業所得にかかる主な税金の種類・概要】※消費税は3)参照

	種 類	税金の概要	申告手続き等
国 税	所得税	所得金額に応じてかかります。	翌年2月16日～3月15日に税務署に申告します。
地 方 税	個人住民税 ①道府県民税 ②市町村民税	均等額でかかる均等割と、前年の所得に応じてかかる所得割からなります。	所得税の確定申告をすれば申告の手続きは不要 ※東京都の場合は、①は都民税、②は特別区内では特別区民税となります。
	個人事業税	原則事業所得税に応じてかかります。	申告手続きは個人住民税と同じです。

出典：日本政策金融公庫「創業の手引」「16 税金」より一部抜粋

2) 法人の税金

確定申告が必要な主な税金は、法人税、消費税、法人住民税、法人事業税です。

【図表 2-1-7：法人税の事業所得にかかる主な税金の種類・概要】※消費税は3)参照

	種 類	税金の概要	申告手続き等
国 税	法人税	所得金額に応じてかかります。	原則決算日の翌日から 2 カ月以内に本店所在地の税務署に申告します。
地 方 税	法人住民税 ①道府県民税 ②市町村民税	資本等の金額区分に応じてかかる均等割と、当期の法人税額に応じてかかる法人税割からなります。	申告期限は法人税と同じです。事業所等のある都道府県および市町村に申告します。 ※東京都の特別区内の会社は都民税となります。
	法人事業税	原則所得金額に応じてかかります。	原則決算日の翌日から 2 カ月以内に事業所等のある都道府県に申告します。

出典：日本政策金融公庫「創業の手引」「16 税金」より一部抜粋

3) 消費税について

消費税は、商品やサービスの販売・提供に対してかかる税金で、国税として年金、医療費、介護、少子化対策などの社会保障施策全般に使用され、地方税として身近な地域のくらしのために活用されている税金です。

消費税の計算方法には、一般課税と簡易課税の 2 種類があります。一般課税は、実際にかかった売上や経費から納付額を計算する方法で、簡易課税は、売上にかかった消費税だけを使う方法で、業種ごとに決められた「みなし仕入率」をかけたものを支払にかかった消費税とみなす計算方法です。

【図表 2-1-8：消費税の種類・概要】

種類	計算方法	備考
一般課税 (本則課税)	実際に係った売上や経費から納付額を計算する	仕入の記録をした帳簿と仕入に関する請求書など両方の保存が義務付けられている
簡易課税	売上にかかる消費税額に、事業区分に応じたみなし仕入率を乗じて算出した金額を仕入に係る消費税額とし、売上にかかる消費税額から控除する	中小事業者の納税事務負担に配慮する観点から事業者が選択できる

※消費税の計算方法については、税務署や税理士に確認してください。

事業者は売上に係る消費税から、仕入に係る消費税額を差し引き（仕入税額控除）その差額を納付します。仕入税額控除とは、生産、流通などの各取引段階で二重、三重に税がかかることのないよう、課税売上に係る消費税額から課税仕入等に係る消費税額を控除し、税が累積しない仕組みのことです。

2023 年 10 月 1 日から導入されたインボイス制度（「適格請求書等保存方式」）について

も考慮する必要があります。新しい仕入税額控除の方式です。インボイス未対応の請求書では仕入税額控除が受けられなくなり、売上側事業者が一般課税事業者である場合、消費税納税額から仕入税額が控除できず、取引にも影響が生じることになります。

⑥ その他の創業関連情報

創業について情報を得たい場合や、相談したいことがある場合は、ホームページの情報、各地域の自治体（市区町村）および創業支援機関などの相談窓口を活用しましょう。創業支援機関には、地域金融機関（日本政策金融公庫や信用金庫など）、NPO 法人、商工会議所・商工会などがあります。まずは身近な自治体の創業支援相談窓口を活用できるサービスがないか相談してみましょう。

【図表 2-1-9：創業関連情報掲載のホームページ】

サイト名	運営・主催	内容
ミラサポ plus (ミラサポプラス)	経済産業省 中小企業庁	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業向け補助金・総合支援サイト ・中小企業支援施策(制度)を知ってもらう、使ってもらうことを目指し、制度を簡単に検索でき、各制度の説明や申請方法を紹介している ・経営や起業・創業のヒントになる情報も掲載している
ここからアプリ	独立行政法人中小企業基盤整備機構(中小機構)	<ul style="list-style-type: none"> ・ITの導入に困った時に参考になる
J-Net21 (ジェー・ネット21)	独立行政法人中小企業基盤整備機構(中小機構)	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネス支援、起業・創業に役立つ情報サイト ・起業マニュアルや業種別開業ガイドなど創業に役立つ情報を掲載している
日本公庫ホームページ	日本政策金融公庫(日本公庫)	<ul style="list-style-type: none"> ・創業事例集・参考資料 ・先輩起業家の創業事例や創業に関する情報などをまとめた資料を掲載している ・セミナー情報 ・日本公庫、県や市などの自治体、商工会議所・商工会、各地域の創業支援機関などが、創業に関する各種セミナーなどを開催している
地方自治体ホームページ	所在地の地方自治体	<ul style="list-style-type: none"> ・起業・創業の支援情報、セミナー情報を掲載している

出典：日本政策金融公庫「創業の手引」「19 その他の創業関連情報」より一部抜粋、筆者まとめ

【図表 2-1-10：相談窓口】

名称	運営・主催	内容
自治体の創業支援相談窓口	自治体（市区町村）	<ul style="list-style-type: none"> ・創業支援窓口 ・多くの自治体が民間の創業支援事業者（地域金融機関、NPO 法人、商工会議所・商工会など）と連携して、ワンストップ相談窓口の設置、創業セミナーの開催、コワーキング事業等の創業支援を実施している。利用できるサービスがないか、自治体の創業支援窓口にご相談してみるとよい。
よろず支援拠点	国が設置 本部：独立行政法人 中小企業基盤整備 機構（中小機構）	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業向け補助金・総合支援サイト ・中小企業支援施策（制度）を知ってもらう、使ってもらうことを目指し、制度を簡単に検索でき、各制度の説明、申請方法を案内している ・経営や起業・創業のヒントになる情報も掲載されている
創業前支援 創業ホットライン、 来店・オンライン相談	日本政策金融公庫 （日本公庫）	<ul style="list-style-type: none"> ・創業ホットラインは電話相談、来店・オンライン相談は事前予約制 ・創業希望者に創業に向けてのアドバイスや情報提供を行っている ・東京（新宿）、名古屋、大阪のビジネスサポートプラザや各支店で、オンラインまたはご来店による予約制の相談を実施している

出典：日本政策金融公庫「創業の手引」「19 その他の創業関連情報」より一部抜粋、筆者まとめ

（2）ビジネスプラン

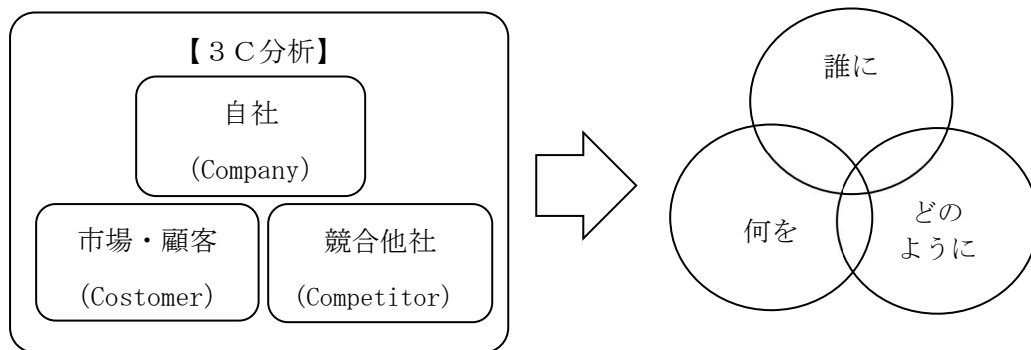
自分の頭の中にあるアイデアは、ビジネスプラン（事業計画書）として整理しましょう。創業前は事業のアイデアが頭の中に多く詰まっている状態です。これをビジネスプランとして、誰がみてもわかるようにまとめておけば、自分の考えの整理に繋がり、検討が不足していた点、問題点や課題を発見することができ、金融機関をはじめとした関係者からの協力を得やすくなります。ビジネスプランは何度も見直し、練り直していくことでやりたいことが明確になり、事業の成功確率が高まります。

ビジネスプランで検討する主な項目について説明します。

① ビジネスモデルの検討

アイデアを整理して固まってきたら、より具体的に事業の内容を検討します。その際 3C（顧客：Customer、競合他社：Competitor、自社：Company）の観点で分析・検討します。そして、「誰に」、「何を」、「どのように」して商売するのかを、具体的に検討していきます。

【図表 2-1-11：3C 分析】



② 資金計画

資金計画とは、必要な資金はいくらで、その資金をどのように調達するか計画することです。たとえば、店舗保証金、店舗工事費などの設備資金、開業に必要な仕入資金や経費支払などの運転資金。資金調達先として自己資金、知人からの借入、金融機関からの借入などを明確にします。

返済は、返済計画を立て、借入金を毎月、事業で得た利益から返済するのが一般的です。

【図表 2-1-12：資金計画表（例）】

	必要な資金	金額	調達の方法	金額
設備資金	(1)店舗・工事など (内訳) 店舗の保証金	100万円	自己資金 〇〇銀行〇〇支店	600万円
	内装工事	300万円	その他(知人・親族など)からの 借入(内訳・返済方法) 父親 (当面返済猶予)	200万円
	(2)機械装置・車両・備品など (内訳) 機械装置(中古) 器具備品	500万円 200万円	金融機関からの借入 (内訳・返済方法) 日本政策金融公庫 (別紙明細あり)	700万円
運転資金	開業に必要な仕入資金・経 費支払資金など	400万円		
	合計	1,500万円	合計	1,500万円

※「必要な資金」の合計と「調達方法」の合計は一致させます。

③ 収支計画

事業を営む上で継続的に利益を計上しつつ、キャッシュを確保することは重要なことです。収支計画表は、売上、費用、利益について、実際の現金収支（キャッシュ）に着目して将来の目標数値をまとめたものです。収支計画書を作成する目的は、通常のキャッシュの動きを可視化して収支を把握することであり、金融機関から融資を受けるためにも必要です。

資金繰りに苦慮する開業当初は、収支計画書を作成しておけば、資金がどのくらい残るか把握できます。金融機関から融資を受ける際には、収支状況の健全性を確認する資料として収支計画表が使われます。

収支計画表の項目は、一般的には「売上」、「売上原価」、「経費（人件費、家賃、支払利息など）」、「利益」などです。決まったフォーマットはないので事業に合わせて項目を洗い出します。

売掛金や買掛金がある場合は、例えば1月に売上をあげたが、売掛金の実際の入金は3月、或いは1月に仕入れたが、買掛金の実際の支払は2月、など現金収支（キャッシュ）にずれが生じる場合があるので留意しましょう。また、借入金がある場合は、利益の中から返済できるように収支計画を確認し、返済計画を立てるようにします。

【図表 2-1-13：収支計画表フォーマット（例）】※創業後の見通し（月平均）の場合

		創業当初	起動に乗った後
売上高①		万円	万円
売上原価② (仕入高)		万円	万円
経費	人件費	万円	万円
	家賃	万円	万円
	支払利息	万円	万円
	その他	万円	万円
	合計	万円	万円
利益 (①-②-③)		万円	万円

出典：日本政策金融公庫「創業の手引」「8 収支計画」「創業後の見通し（月平均）」の表

④ 売上予測

収支計画の売上は、売上予測を行って算出します。売上予測の方法は、業種により異なるので適した方法を選びます。また、検討するには、立地を分析し、地域の特徴やターゲット顧客の属性など多角的な情報を加味して予測することが大切です。

【図表 2-1-14：売上予測計算の（例）小売り】

< 販売業で店舗売りのウェイトが大きい業種（小売りなど） >

$$1 \text{ m}^2 \text{（または1坪）あたりの売上高} \times \text{売場面積}$$

例) 業種：小売り

- ・売上面積 100 m²
- ・1 m²あたりの売上高（月間）約 20 万円

$$\text{売上予測（1 か月）} = 20 \text{ 万円} \times 100 \text{ m}^2 = 2,000 \text{ 万円}$$

出典：日本政策金融公庫「創業の手引」「10 売上予測」より

【図表 2-1-15：売上予測計算の（例）サービス業】

< サービス業関係業種（飲食業、理・美容業、鍼灸整骨院等のサービス業） >

$$\text{客単価} \times \text{設備単位数（座席数・施術用ベット）} \times \text{回転数}$$

例) 業種：飲食業（居酒屋）

- ・座席数 25 席
- ・1 日あたりの座席回転数 昼 0.8 回転、月～木曜夜 0.6 回転、金・土曜夜 0.9 回転
- ・客単価 昼 900 円 夜 4,500 円 月 26 日稼働（日曜定休日）

売上予測（1 か月）＝

$$\begin{aligned} \text{昼} & 900 \text{ 円} \times 25 \text{ 席} \times 0.8 \text{ 回転} \times 26 \text{ 日} = 46 \text{ 万円} \\ \text{夜（月～木曜）} & 4,500 \text{ 円} \times 25 \text{ 席} \times 0.6 \text{ 回転} \times 18 \text{ 日} = 121 \text{ 万円} \\ \text{夜（金・土曜）} & 4,500 \text{ 円} \times 25 \text{ 席} \times 0.9 \text{ 回転} \times 8 \text{ 日} = 81 \text{ 万円} \\ & \text{合計 248 万円} \end{aligned}$$

出典：日本政策金融公庫「創業の手引」「10 売上予測」より

（3）創業の手段

① 新規起業

1) 特徴

新規起業は新しいビジネスを立ち上げるプロセスであり、最も一般的な形態です。個人事業主であれば、誰でも、いつでも、どこでも新規起業は可能ですので、起業する際、最初に検討される形態です。

新規起業では、市場調査を行い、競争状況やニーズを分析し、ビジネス戦略の策定を行うことが必要となります。新規起業は常に変化する環境で行われるため、継続的な学習と適応能力、新しいアイデアやアプローチを取り入れ、市場に新しい価値を提供し続けていくことが求められます。また、成功のためには適切なチームを組織し、リーダーシップ、関連する関係者との協調が必要不可欠です。

2) メリット

新規起業家は新しいアイデアや製品、独自のビジョンや情熱を持ち、それを実現するために行動します。自らの事業を成功させることを目的としていますので、最も自由度が高く、モチベーションの高い形態になります。新規起業では自分のビジョンと目標に従ってビジネスを構築し、独自の意思決定権を持つため、自分自身の自由裁量でビジネスを行うことができます。それだけでなく、成功すれば自分のビジネスで得たほとんどすべての収益を享受することができます。

新規起業は新しいアイデアを実現する機会であり、自らの革新的なビジョンを追求でき、成功すれば地域社会や産業に対してポジティブな影響を与える可能性があります。

3) デメリット

新規起業は最もリスクと不確実性が高い形態でもあり、起業から1年後の生存率は約72%、3年後は約50%、5年後は約40%、10年後は約26%と言われています。そのため起業家は他の形態よりも高いリスクを負う覚悟が必要となります。新規起業の際に必要な資金は起業家自身が調達、用意する必要があり、経済的なリスクを取らざるを得ません。新規起業の際の資金調達は難しいことが多く、個人資産、投資家、銀行等から資金を調達する場合でも、最終的には起業家自身が責任を負うことが大半です。

また、新規起業の際には多大な時間とエネルギーを必要とし、大半の時間を起業のために使わざるを得なくなるため、仕事とプライベートのバランスが難しくなると考えられます。新規起業の際には決定を自分自身で行うことが多く、孤独感やストレスを感じる数が数多くあります。そして事業が軌道に乗るまで一定程度の時間がかかるため、その間の生活費確保を含めて挫折や苦労を経験することが大半です。

ビジネス運営には法的及び規制上の課題が伴うため、法令順守だけでなく法的リスクへの対応も求められます。また、現在の新規起業では持続可能性と社会的責任が求められる傾向があり、社会への貢献や環境への配慮も必要となります。

② 事業のスピンオフ

1) 特徴

既存企業の一部門を切り離して別会社として独立させ、別会社とする際に、特定の社員が株式を引き受けて開業する形式です。この場合には、特定の部門の製品、サービス、技術を持ちつつも、独立性があり、独自ビジョン、組織及び経営部門を持つことが一般的です。そして既存企業とスピンオフ企業の間で資産、知識、及びリソースの共有が行われることがあり、これは新規ビジネスの成功に寄与する場合があります。

また、別の形式として、既存企業の新規事業を別会社として独立させ、特定の社員が株式を引き受けて開業する場合があります。新規事業を独立させる場合は、新規事業を立ち上げた社員が自ら起業者になることが一般的と考えられます。

2) メリット

事業のスピンオフは新たな市場や成長機会を追求し、既存のビジネスと異なる分野で革新を促進できます。事業のスピンオフによって、既存企業とスピンオフ企業はそれぞれの専門分野にフォーカスでき、効率的な経営が可能となります。既存企業の一部門では機動性が低くなる場合が多く、特に環境変化の激しい市場においては、市場の変化に遅れる可能性が高くなるため、事業のスピンオフは市場環境への対応に有効な手段となります。

また、スピンオフ企業は新たな資本調達を持ち、独立して資金調達を行うことが可能となるため、VC（ベンチャーキャピタル）、私募債、新規上場等、既存企業とは異なる多様な資金調達が可能となります。

3) デメリット

事業のスピンオフは経営資源の分割を伴うため、既存企業とスピンオフ企業の双方が十分なリソースを確保する必要があります。特にスピンオフ企業はリソースが不足する可能性が高く、リソースの確保と少ないリソースでも収益を確保できる競争優位性やビジネスモデルの確立が課題となります。

また、スピンオフ企業と既存企業とが競合し、同じ市場を双方で奪い合う、所謂カリバニズムが起きる可能性があるため、既存企業がスピンオフ企業の成長を阻害する可能性もあります。加えてスピンオフ企業では、既存企業のブランドやリソースが使えないため、既存企業の一部門として存在するより失敗のリスクが高くなります。

② スモールM&A

1) 特徴

スモールM&Aは、比較的小規模な企業または資産を対象として行われることが特徴で、主に個人により、小規模企業を買収するかたちで起業することが想定されます。従前は一般企業が他企業を買収するケースが主でしたが、事業承継の関係で個人が後継者のいない企業を買収するケースも増加しています。個人が企業を買収する際には資金面での問題が生じますが、後述する事業承継・引継ぎ補助金や事業承継融資を活用すれば資金面での問題もある程度クリアすることが可能です。

現在後継者不在の企業割合は、帝国データバンクの2022年度調査で57.2%であり、5年連続で不在率が低下していますが、依然として高い水準にあります。代表者就任でも買収や出向を中心とした「M&Aほか」の割合が20.3%になる等、スモールM&Aの環境はかなり整ってきたと言えます。スモールM&Aの対象企業のリサーチにつきましても、従来は各都道府県に設置されている「事業承継：引継ぎ支援センター」による公的な機関が大半でした。

しかしながら、近年オンライン上で売り手と買い手をマッチングさせるM&Aプラットフォームサイトができたことで、個人でもM&A対象会社を探すことが比較的容易になりました。近年のM&Aプラットフォームは、マッチングプラットフォームとサポート体制をセットで提供するサービスが大半であり、中には中小企業専門のプラットフォームもあるため、スモールM&Aによる個人の企業買収のハードルはかなり下がってきたと言えます。

また、従前より問題となっていた代表者の個人保証ですが、後述する公的融資を活用することも可能で、「事業承継ガイドライン」や中小企業庁による「経営者保証改革プログラム」により、代表者の個人保証の問題も解消されつつあります。

2) メリット

スモールM&Aは既に存在している企業を買収することになりますので、新規起業に伴う最大の問題といえる初期の売上や取引先の確保をほぼ考慮しなくて済みます。黒字企業を買収すれば初年度から利益を確保でき、赤字企業であっても多少の経営改善で利益が出る体質に変えることは可能です。小規模企業では従前からの取引を維持継続しているだけの企業も多数あることから、販路開拓、IT化、業務効率化を進めることは既存の中堅・大企業よりは進めやすいと考えられます。

また、スモールM&Aでの企業買収は、基本的に相対取引になるため、交渉次第では優良企業を安価で購入することも可能です。

3) デメリット

企業の文化、システム及びプロセスに馴染めない場合があり、特に大企業の従業員がスモールM&Aを行う場合、大きな問題が生じることがあります。また、スモールM&Aでは適切な評価が難しいことがあり、過大または過小評価がリスクとなる可能性があります。更に代表者交替による幹部社員、有力社員の退職等の問題が発生する可能性もあります。

最大の問題の一つが簿外債務と考えられ、決算書に現れない隠れ債務だけでなく、残業代の未払いによる労働債権の弁済を求められるなどの可能性があります。スモールM&Aを行う場合には買収対象企業の十二分な精査（所謂デューディリジェンス）を行うことが重要となります。

③ 出向起業

1) 特徴

出向起業とは、大企業の人材が、所属企業を辞職することなく、外部 VC からの資金調達や個人資産の投下によって起業し、起業したスタートアップに自ら出向・研修派遣等を通じてフルタイムで新規事業を開発することです。

出向起業の特徴としては以下の点を挙げることができます。

- ・新規事業創造を行うために、大企業等に所属する人材が、所属企業以外の資本を主として活用して会社を設立する。
- ・大企業等に所属する人材が、自ら設立した新会社への出向等によりフルタイムで経営者として新規事業創造に係る実務に従事する。
- ・設立した新会社及び出向等により従事する経営者がそのまま独立する、または所属企業へ戻る（買い戻す）計画・オプションが設定されている。

2) メリット

出向起業は、既存企業に在籍する社員が辞職することなく起業をできるという特徴があり、出向元企業及び出向社員は、従来の出向や辞職起業にはないメリットを享受することができます。

出向起業のメリットを主体別に整理した図は以下の通りです。

【図表 2-1-16：出向企業のメリット】

出向元企業	出向社員
a. 新規事業創出の実現 b. 経営人材・社内新規事業人材の育成 c. 会社のPR d. 社員モチベーションの向上	e. 新規事業創出にフルタイムで挑戦する機会の獲得 f. 自身の能力向上

a. 新規事業創出の実現

出向起業は、既存の大企業等の社内新規事業としては事業化に踏み切れない新規事業案を、一時的に外部資本を活用して事業化を実現する有効な手段の一つです。特に社員の離職やアイデア（知財・ビジネスモデル等）の流出を回避しながら、新規事業を創出することに強みがあります。

大企業において新規事業創出が難しい理由の一つには、大企業のガバナンスの存在があります。具体的には、本業とのシナジー、非常に高い売上目標、確実性の追求等、大企業等の既存事業の評価基準が適用されることにより、新規事業案の事業化を阻害する場合があります。

その点、出向起業を活用する場合、大企業のガバナンスを低減した形で新規事業創出に挑戦することができます。実際に、出向起業に係る人々からは、以下のような出向企業ならではの新規事業創出へのポジティブな影響が挙げられています。

【図表 2-1-17：出向企業が新規事業創出に与える影響】

- ①資金投下・人材投下・契約締結等に係る意思決定のスピードが速い
- ②事業の試行回数を増やすことができる。
- ③広報の自由度が高い。
- ④ピボットの意思決定が迅速に行える。

b. 経営人材・社内新規事業人材の育成

新規事業を行うに当たって必要な経営要素は、既存事業のそれとは異なります。特に「ヒト」に着目すると、求められる要件は全く異なっています。

出向起業を通じて、社員はスタートアップの起業や経営を経験することができるので、「イノベーション人材」の育成に繋がります。

【図表 2-1-18：既存事業と新規事業に必要な経営要素】

既存事業		既存事業	
評価 短期利益	文化 失敗は悪 不確実性は危機	評価 将来価値	文化 小さく早く失敗する 進め方が最善策
プロセス 品質確保を重視 経験を元に判断	ヒト 堅実さ 社内政治力	プロセス スピードを重視 専門家を登用	ヒト 情熱・愛嬌 社内外政治力

c. 会社の PR

出向起業は、既存の大企業社員にとっては、働き方の新しい選択肢の一つです。そのため出向起業に社員を送り出すこと自体が、新卒採用市場等への前向きなメッセージになり、新卒人材等への訴求効果につながる可能性があります。

株式会社 YOUTRUST が 2020 年 9 月に実施しましたアンケート結果によると、回答者の 64.3%が、副業を認める企業の魅力度が向上したと回答しました。一方で、63.0%が、副業を認めない企業の魅力度が低下したと回答しました。今後は多様な働き方を許容する会社を選ばれることを示唆しています。

d. 社員モチベーションの向上

出向起業は、社員に対して、新しいチャレンジの場を提供することができます。特に、新規事業創出等の取り組みに関心が強い社員にとっては、出向起業を、新規事業創出に係るチャレンジへの出口の一つとして位置付けることができるようになるため、モチベーション向上にも寄与すると考えられます。

e. 新規事業創出にフルタイムで挑戦する機会の獲得

出向起業は、自分で製品やサービスを開発して世の中に打ち出したいと考えている社員にとって、新規事業創出を行う際の選択肢の一つとなります。

出向起業の場合、離職を前提とした独立と違い、収入や福利厚生等の一定のセーフティネットが確保された状態で思いきりチャレンジすることができます。

既存の大企業等に所属している場合、そもそも新規事業に携わることができる社員の数が限られる上に、新規事業に携われたとしても、既存事業、人事制度等の制約により、得られる経験は限定される場合がありますが、出向起業を行うことで、大企業等に所属していることで課せられる多くの制約から一定の距離を置き、スピード感を持って新規事業創出を行うことができます。また、兼業や副業ではなく、出向という形式を取っていることから、出向社員はすべての時間・リソースを新規事業創出に充てることができます。

f. 自身の能力向上

出向社員は、ゼロからの新規事業の創造に挑戦する機会を得るだけでなく、現状と全く異なる環境に身を置くことで、新しいスキルや考え方を身に付ける事ができます。

NPO 法人クロスフィールズが実施した調査結果によりますと、出向を通じて、「考えの異なる相手の意見を受け入れる力」、「物事を良い面も相手の悪い面も含めて多面的に見る力」等を得ることができたとの回答があります。

【図表 2-1-19：既存事業と新規事業に必要な経営要素】

出向（資本関係有）	出向（資本関係無）	兼業・副業（起業含）
1.考えの異なる相手の意見を受け入れる力 2.物事を良い面も悪い面も含めて多面的に見る力 3.相手が理解しやすいように物事を伝える力	1.相手が理解しやすいように物事を伝える力 2.物事を良い面も悪い面も含めて多面的に見る力 3.考えの異なる相手の意見を受け入れる力	1.好き嫌いにかかわらず、様々なことに関心を持つ力 2.何事にも進んで自ら取り組み行動できる力 3.何事にも失敗を恐れずに挑戦する力

3) デメリット

出向起業のデメリットは出向元企業と出向社員の双方にあります。

出向元企業にとっては、出向社員が独立すると優秀な人材を喪失することになります。また、出向先企業の業績が低迷し続けた場合でも出向社員の給与を保証する必要がある、出向元企業にとってはコスト増になるだけで、メリットがない状況に陥る可能性があります。

出向社員にとっては、個人事業主や自分で会社を設立するケースに比べて、あくまで出向元企業からの出向という制約から、就業時間や企業運営の面で自由度が低くなります。また、出向社員は自分で資金を調達しなければならず、補助金を申請しても必ず受けられるわけではないことから、補助金を受けられなくても起業に十分な資金を用意しておく必要があります。

2. 業種別の必要資金

次に業種別に必要な開業資金とその抑制方法について説明します。

(1) 各業種別の必要資金概要

① 士業及びコンサルタント

士業及びコンサルタントは、開業資金を余り必要としない業種です。自宅を事務所にすれば、開業資金として必要なものはパソコン、プリンター、インターネットを始めとした事務機器関連と備品程度であり、開業資金自体は数 10 万円から 100 万円程度で済むと考えられます。

問題となるのは当面の生活費であり、開業当初は売上を確保できないことも予想されるため、最低半年間、出来れば 1 年分の生活費と活動費用を用意しておく必要があります。士業やコンサルタントの業務内容毎に特性があり、一概にいくらの開業費用が必要か明確にはできませんが、自宅で開業し、家賃負担がない場合であれば 200 万円から 300 万円程度、家賃の負担がある場合には、500 万円程度の資金は用意して置くべきです。

士業及びコンサルタントは、開業資金が少なく済むだけに新規参入も多い業種ですが、特に士業に関しては AI を始めとする IT 化の影響を受けやすい業種でもあります。従来は規制に守られていた申請業務や手続業務も AI 化の進展によって個人でも十分にできる時代になると想定されることから、市場縮小に伴う競争激化は避けられない状況です。士業及びコンサルタントで開業する場合には、運転資金と生活費を手厚く準備しておくことが今後ますます重要になると考えられます。

② 農業

農業で新規に起業する場合の必要資金は、農地を既に所有しているか、新規で農地を購入するのか、購入はせずに農地を賃借するかによって大きく異なります。農地を既に所有しており、新規購入や賃借の必要がない、最も起業において資金が少なくなる場合であっても、かなり多額の資金が必要となります。

農業の新規起業で必要となる資金は、農機具の購入費用またはリース費用、種子や種苗、化学肥料、農薬等の費用となります。農地の作付面積や栽培する農産物にもよりますが、これらの費用だけでも 500 万円程度の資金が必要となる可能性があります。

また、農作物は種蒔きから収穫まで半年程度の時間が必要となるため、その期間は資金の流出が続き収入がないこととなります。農業で新規起業する場合は、半年から 1 年間の生活費と運転資金も開業資金以外にも必要となるため、1,000 万円以上の資金が必要と考えられます。

ビニール栽培を行う場合は建物の建設費用、スプリンクラーの設置費用や水道代、建物内の温度を一定に保つための燃料代等が必要となり、数千万円単位の資金が用意しなければならぬ可能性があります。

また、農作物が風水害による被害を受けた場合は、収穫量が激減する可能性もあるため、その風水害対策のための保険金も用意する必要があります。

農業は個人による低資本での新規起業は相当困難な業種と考えられ、農業での新規起業であれば一人で起業するのではなく、複数の起業者と農業法人等を設立して共同で起業することが現実的であると考えられます。そして農産物の出荷だけでなく、6次産業化を視野に入れてビジネスを展開していくことも重要になります。

③ 製造業

製造業は製造品目にもよりますが、生産設備、原料、燃料代、人件費等最も費用が必要となる業種です。製造品目が軽工業品でない限り、最低限の広さの工場や設備が必要となるため、新規起業の際には1,000万円から数千万円の資金が必要となると考えられます。

製造業で新規起業を行うのであれば、比較的資金が少なくて済む手芸品等の軽工業品での低資本起業が現実的です。軽工業品で個人が生産して販売する場合でも、材料代や広告宣伝費等で100万円程度の資金が必要となる可能性があります。

いずれにしても製造業での新規起業は低資本では相当に困難であり、十分な資金的余力を持っていないと経営が安定しない業種と言えます。

④ 商業

商業での起業については、どの様なビジネスを行うかによって必要となる資金が全く異なります。一般的に店舗で営業を行うことを前提とした場合、飲食店、美容院等は店舗賃借に伴う費用や備品、家賃と原材料等の費用が必要となります。店舗営業の場合には、店舗の広さと場所にもよりますが、従業員の雇用がなくても、数百万円程度の資金を用意する必要があります。

ECサイト等の商品販売を主として行うビジネスについては、在庫を保有して販売するビジネスか、在庫を保有せずに販売するビジネスかによって必要資金が大きく異なります。在庫を保有して販売する場合には、商品仕入費用、保管費用、運送代等の費用が必要で、数百万円から1,000万円の資金を用意する必要があります。低資本で新規起業するためには、在庫を保有せずに販売するビジネスを行う必要があります。

飲食店の中で近年増加しているのがキッチンカーで営業するビジネスです。コロナ禍による三密回避のため、多くの飲食店が休業を余儀なくされた中で、比較的low capitalで起業できる

ことと、三密にならないことから新規参入者が増加しました。キッチンカーによる低資本での新規起業については、キッチンカーや必要な備品の調達費用をどこまで下げられるかが重要となります。備品については中古品やリース品を活用して出費を削減することが可能ですが、キッチンカー自体の調達金額を下げるには、安価な中古車の調達とキッチンカーへの改造費用を抑えることが必要となります。

中古車をキッチンカーに改造する場合、専門業者に依頼すれば保健所の営業許可が取得出来る基準で改造してもらえますが、個人で改造する場合には保健所の営業許可を取得出来る基準で改造しなければならず、相当な時間と労力を要します。

また、個人で改造したキッチンカーに保健所の営業許可が下りるかわからないため、場合によっては改造のやり直しやキッチンカー自体が使えなくなる可能性もあります。キッチンカーでの新規起業には改造業者の選択も重要な要素となります。

(2) 開業資金の抑制方法

開業資金を極力抑えるためには、一般的に以下の方策が考えられます。

- ① ビジネスプラン策定
- ② 自己資金の充実化
- ③ ビジネスモデルの再検討
- ④ オフィスや工場の最小化
- ⑤ アウトソーシングとフリーランサーの活用
- ⑥ 中古設備や中古機器の活用
- ⑦ 在庫極小化
- ⑧ マーケティング及び宣伝の効率化
- ⑨ フリーツールの活用

上記9つの方法を有効に組み合わせることで開業資金を抑えることは可能です。特に①、⑥、⑨は直ぐに着手可能な方策ですから、起業の初期段階から取り組む必要があります。

3. 資金調達の手段

次に資金調達の具体的手段について、活用可能な融資や補助金・助成金も含めて説明します。

(1) 資金調達の具体的手段

事業開始時は、まとまった資金が必要になります。資金調達の手段は、開業準備に向け蓄えた自己資金、親族・親戚・知人などからの借入、金融機関からの借入金、出資の利用、補助金・助成金など様々あります。

開業前でも外部からの資金調達は可能です。創業を支援するための有利な制度もあるので組み合わせ活用します。

自己資金の貯蓄は、当面の生活費としておき、事業資金は外部から資金調達すると、経営者本人の生活面でのリスクが低減できるので検討してみましょう。

① 自己資金

自己資金とは、経営者本人の貯蓄など自分で所有している自由に動かすことができるお金のことです。自己資金は、開業資金に利用するのはもちろんですが、金融機関から融資を受ける際に、自己資金の額も審査の判断材料になります。

では創業にどのくらい自己資金を用意すればいいのでしょうか。日本政策金融公庫総合研究所の資料(※)によると「金融機関等からの借入」が平均 825 万円(平均調達額に占める割合は 69.1%)、「自己資金」が平均 266 万円(同 22.2%)という調査結果になっています。

※出典：日本政策金融公庫総合研究所(2020年11月19日付け)「2020年度新規開業実態調査」 「～金融機関等からの借入と自己資金が主な資金調達先～」より数値を参考。

② 金融機関からの借入

開業時はまとまった資金が必要で、事業を継続する中で融資を受ける必要があるため、金融機関との取引は欠かせません。銀行、信用金庫、信用組合、日本政策金融公庫など多くの金融機関で創業者向けの融資制度を揃えています。また、金融機関では融資のみならず、創業や経営の相談窓口を設けている機関もあるので活用しましょう。

金融機関から融資を受ける際、自己資金は必要総額の3割程度用意するといわれています。金融機関により金額は異なりますが、自己資金を融資の審査判断項目の一つとなることがあります。ただし、自己資金を3割用意したからといって、必ず融資を受けられるわけではなく、これまでの経験、現状、事業計画など多面的に判断されます。

③ 制度融資

融資を受ける場合には制度融資を検討しましょう。制度融資とは、地方自治体・金融機関・信用保証協会が連携して提供する融資であり、経営者の資金調達をサポートしてくれる制度のことです。長期・低金利の借入れが期待できます。

④ 補助金・助成金

国、都道府県等の地方自治体から、様々な補助金・助成金の施策事業が実施されています。注意が必要なのは、支給が後払い（補助金の手元に入るのは事業実施後）になることで、申請から採択結果発表まで数か月期間を要する場合があります。補助金対象の経費の業者への発注や支払などは、採択決定後に実施しないと補助対象外となる場合があります。応募要領をよく読み、条件を確認しましょう。

⑤クラウドファンディング

クラウドファインディングとは、「群衆（クラウド）」と「資金調達（ファンディング）」を組み合わせた造語です。インターネットを通して自分の活動を発信し、共感した人から広く資金を募る仕組みです。

代表的なサービスには「Indiegogo」、「Kickstarter」があります。日本でクラウドファンディングが本格的に始まったのは2011年で、「READYFOR」、「CAMPFIRE」などからサービスが展開され、現在はさらに多くの事業者が存在しています。

クラウドファインディングの形式は、資金や支援者へのリターン（特典）により分類され、「寄付型」、「購入型」、「融資型」、「株式型」、「ファンド型」や、最近登場した「ふるさと納税型」の形式が存在しています。

クラウドファインディングは、資金調達という面もありますが、テストマーケティングの場として活用することもできます。

(2) 融資及び補助金・助成金詳細

① 創業支援事業者補助金

地域創業促進のため、市区町村と連携した民間事業者等が行う創業支援の取組みに要する費用を補助することを目的としています。

対象者：「創業支援事業計画」の法律認定を受けている者

限度額：50万円～1,000万円

特記事項：補助率は補助対象経費の区分ごとに2／3以内

② 小規模事業者持続化補助金

小規模事業者が変化する経営環境の中で、持続的に事業を発展させていくための支援をすることを目的としています。

対象者：小規模事業者

限度額：50 万円

特記事項：商工会・商工会議所が経営計画の作成及び実施を支援

③ トライアル雇用助成金

就職困難な求職者を3か月に渡って試用雇用し、労働者の適正や能力を確認した上で、常用雇用につなげることを目的としています。

対象者：就職困難者

限度額：1人あたり4万円（最長3か月間）

特記事項：開始日から2週間以内に実施計画書、終了日翌日から2か月以内に支給申請書を提出

④ キャリアアップ助成金

有期雇用労働者や派遣労働者、短期労働者等の非正規雇用労働者のキャリアアップ促進を行うことを目的としています。

対象者：有期雇用労働者・非正規雇用労働者

限度額：コース毎に支給額が異なる

特記事項：正社員化コース、賃金規定等共通化コース等、コースは合計7つ

⑤ IT 導入補助金

IT 導入補助金は、中小企業や小規模事業者向けに、自社の課題やニーズに適応する IT ツール（ソフトウェア・サービスなど）の導入に必要な経費の一部を補助し、業務効率化や DX（デジタルトランスフォーメーション）をサポートする制度です。2023 年度はインボイス制度への対応に向けたツール導入を見据えて、一部の申請枠で補助下限額の引き下げや撤廃などが行われました。また、安価な IT ツールなどにも補助金を利用できるようになり、活用の幅が広がっています。

IT 導入補助金には、通常枠、セキュリティ対策推進枠、デジタル化基盤導入枠の3つの枠があります。また、通常枠はA類型とB類型の2類型に分かれ、デジタル化基盤導入枠はデジタル化基盤導入類型、複数社連携 IT 導入類型、商流一括インボイス対応類型の3つの類型に分かれています（IT 導入補助金 2023 参照）。

デジタル化基盤導入枠の補助額、機能要件、補助率、対象経費は、類型毎に細かく規定されており、かなり複雑になっています。一般的に活用されるのは通常枠とセキュリティ対策推進枠であり、内容は次の図表の通りです。

【図表 2-3-1 : IT 補助金 2023】

枠	通常枠		セキュリティ対策推進枠
類型	A類型	B類型	
補助額	5万円～150万円未満	150万円～450万円以下	5万円～100万円
機能要件	1プロセス以上	4プロセス以上	独立行政法人情報処理推進機構が公表する「サイバーセキュリティーお助け隊リスト」に掲載されているいずれかのサービス
補助率	1/2以上		1/2以内
対象経費	ソフトウェア購入費、クラウド利用費（クラウド利用料最大2年分）、導入関連費		サービス利用料（最大2年分）
出典：「IT導入補助金2023公募要領」より一部抜粋			

⑥ ものづくり補助金

ものづくり補助金とは、「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」の略称で、中小企業庁と独立行政法人中小企業基盤整備機構が制度化した補助金です。生産性向上を実現するための革新的なサービスの開発、試作品開発、生産プロセス改善のための設備投資支援を目的としており、製造業における工作機械のみならず、業種に関係なく、生産性向上につながる設備の導入であれば補助対象になります。

実際にサービス業・小売業・農業などさまざまな業種の企業が採択されています。更に条件を満たせば、個人事業主も応募が可能となっています。

応募可能条件は以下の条件を満たす事業計画（3～5年）を策定・実施する「中小企業経営強化法」第2条第1項に規定する中小企業等となっています。

- 1) 付加価値額+3%以上/年
- 2) 給与支給総額+1.5%/年
- 3) 事業場内最低賃金が地域別最低賃金+30円

ものづくり補助金には様々なタイプがあり、詳細は次の図表の通りです。

【図表 2-3-2：ものづくり補助金（補助金上限と補助率）】

項目	概要	補助上限①		補助率
通常枠	革新的な製品・サービス開発又はプロセス・サービス提供方法の改善に必要な設備・システム投資等を支援。	750万円～ 1,250万円		1/2、2/3（小規模・再生事業者）
回復型賃上げ・雇用拡大枠	業況が厳しい事業者②が賃上げ・雇用拡大に取り組むための革新的な製品・サービス開発又は生産プロセス・サービス提供方法の改善に必要な設備・システム投資等を支援。	750万円～ 1,250万円		2/3
デジタル枠	DXに資する革新的な製品・サービス開発又は生産プロセス・サービス提供方法の改善による生産性向上に必要な設備・システム投資等を支援。	750万円～ 1,250万円		2/3
グリーン枠	温室効果ガスの排出削減に資する取組に応じ、革新的な製品・サービス開発又は炭素生産性向上を伴う生産プロセス・サービス提供方法の改善による生産性向上に必要な設備・システム投資等を支援。	エントリー	750万円～ 1,250万円	2/3
		スタンダード	1,000万円～ 2,000万円	
		アドバンス	2,000万円～ 4,000万円	
グローバル市場開拓枠	海外事業の拡大等を目的とした設備投資等を支援。海外市場開拓（JAPANブランド）類型では、海外展開に係るブランディング・プロモーション等に係る経費も支援。	3,000万円		1/2、2/3（小規模・再生事業者）
大幅賃上げに係る補助上限額引上の特例： 補助事業終了後、3～5年で大幅な賃上げに取り組む事業者に対し、 <u>上限枠の補助上限を100万円～1,000万円、更にも乗せ。</u> （回復型賃上げ・雇用拡大枠などは除く）				
①補助上限枠は従業員数に応じて異なる。				
②前年度の事業年度の課税所得がゼロである事業者に限る。				
出典：中小企業庁「ものづくり・商業・サービス補助金」より一部抜粋				

⑦ 事業承継・引継ぎ補助金

事業承継やM&A（事業再編・事業統合等、経営資源を引き継いで行う創業を含む）を契機とした経営革新等への挑戦や、M&Aによる経営資源の引継ぎ、廃業・再チャレンジを行おうとする中小企業者等を後押しするため、「事業承継・引継ぎ補助金」による支援を行っています。

事業承継・引継ぎ補助金には経営革新事業、専門家活用事業、廃業・再チャレンジ事業の3つの事業があり、内容は次の通りです。

1) 経営革新事業

事業承継やM&A（事業再編・事業統合等、経営資源を引き継いで行う創業を含む）を契機とした経営革新等（事業再構築、設備投資、販路開拓等）への挑戦に要する費用を補助します。第7次締切りの公募から、同一法人内で承継予定の後継者候補による取組も新たに補助対象となりました。

補助対象経費：設備投資費用、店舗・事務所の改築工事費用等

補助率：2/3 または 1/2、補助上限：600 万円以内または 800 万円以内（一定の賃上げを実施する場合は補助上限を 800 万円に引き上げ、補助額の内 600 万円超～800 万円の部分の補助率は 1/2)

支援対象者：事業承継、M&A（経営資源を引き継いで行う創業を含む）を契機として、経営革新等に挑戦する中小企業・小規模事業者（個人事業主を含む）

2) 専門家活用事業

M&Aによる経営資源の引継ぎを支援するため、M&Aに係る専門家等の活用費用を補助します。

補助対象経費：M&A支援業者に支払う手数料（※）、デューデリジェンスにかかる専門家、セカンドオピニオン費用等

※M&A支援機関登録制度に登録されたFA（ファイナンシャルアドバイザー）、またはM&A仲介者によるFA、M&A仲介費用に限ります。

補助率：2/3 または 1/2、補助上限：600 万円以内

支援対象者：M&Aにより経営資源を他者から引継ぐ、あるいは他者に引継ぐ予定の中小企業・小規模事業者（個人事業主を含む）

3) 廃業・再チャレンジ事業

再チャレンジを目的として、既存事業を廃業するための費用を補助します。

補助対象経費：廃業支援費、在庫廃棄費、解体費等

補助率：2/3 または 1/2、補助上限：150 万円以内

支援対象者：事業承継・M&Aに伴い、既存の事業を廃業し、新たな取り組みにチャレンジする予定の中小企業・小規模事業者（個人事業主を含む）

※再チャレンジの主体は、法人の場合は株主、個人事業主の場合は個人事業主本人となります。また廃業・再チャレンジ事業は、経営革新事業・専門家活用事業と併用できます。

⑧ 出向起業補助金

大企業内では育てにくい新規事業について、当該大企業社員が、辞職せずに外部 VC からの資金調達や個人資産の投下を経て起業し、起業したスタートアップに自ら出向等を通じて新規事業を開発することを、補助金の交付により促進するための補助金です。関連会社ではないこと（起業するスタートアップの議決権のうち、当該出向者の出向元の大企業が有する議決権比率が20%未満）が条件となっています。

補助率等：補助対象経費の1/2、上限500万円または1,000万円

補助経費：試作・アイデア実証等に係る外注費・委託費・材料費等（出向者の人件費は、原則、所属大企業負担）

要件：

- 1) 法人登記完了・出向契約締結後の申請が原則（応相談）
- 2) 大企業人材が所属大企業を辞職せずに自ら起業し、出向するスタートアップ
- 3) 当該スタートアップの議決権のうち、当該出向者の出向元大企業が有する議決権比率は20%未満

⑨ 創業融資（日本政策金融公庫）

日本政策金融公庫の国民生活事業では、創業・スタートアップを支援するため、無担保・無保証人で利用できる「新創業融資制度」を取り扱っています。本制度は、新たに事業を始める者または事業開始後税務申告を2期終えていない者を対象としており、他の融資制度との併用による利用となります。

対象者：新たに事業を始める者または事業開始後税務申告を2期終えていない者（注1）

※自己資金の要件（注2）

新たに事業を始める者、または事業開始後税務申告を1期終えていない者は、創業時において創業資金総額の10分の1以上の自己資金（事業に使用される予定の資金を言います）を確認できる者

ただし、「勤務の経験がある企業と同じ業種の事業を始める者」、「創業塾や創業セミナーなど（産業競争力強化法に規定される認定特定創業支援等事業）を受けて事業を始める者」などに該当する場合、本要件を満たすものとします（注3）。

資金用途：新規事業開始、または事業開始後に必要とする設備資金及び運転資金

融資限度額：3,000万円（うち運転資金1,500万円）（注4）

返済期間：各融資制度に定める返済期間以内

利率（年）：条件毎に設定

担保・保証人：原則不要

※無担保無保証人の融資制度であり、代表者個人には責任が及ばないもの
となっています。法人が希望する場合は、代表者が連帯保証人となること
も可能であり、その場合は利率が0.1%低減されます。

(注1) 「新たに営もうとする事業について、適正な事業計画を策定しており、当該計画
を遂行する能力が十分あると認められる者」に限ります。なお、創業計画書の
提出等が必要であり、事業計画の内容確認が行われます。

(注2) 事業に使用される予定のない資金は、本要件における自己資金には含みません。

(注3) 7種類の要件が設定されています。

(注4) 本制度を利用する場合は、併用する他制度（新規開業資金など）の定めにかかわ
らず、3,000万円（うち運転資金1,500万円）となります。

⑩ 東京都中小企業制度融資

東京都内の中小企業を対象に、事業に必要な資金を円滑に調達するため、東京都、東京信
用保証協会、金融機関の三者が協調して資金を供給する制度です。新規の創業資金、創業後の
事業資金の融資を実施します。

対象者：都内に事業所（個人事業者は事業所または住所）があり、東京信用保証協会の
保証対象業種を営む中小企業者で以下3点のいずれかに該当する者

- ・ 現在事業を営んでいない個人で、創業しようとする具体的な計画を有している
- ・ 創業した日から5年未満の中小企業者等
- ・ 分社化しようとした会社または分社化により設立された日から5年未満の会社

融資金額：3,500万円

返済期間：設備資金10年以内（据置期間1年以内を含む）、運転資金7年以内
（据置期間1年以内を含む）

特例措置：区市町村の認定特定創業支援等事業による支援または商工団体等による創業
支援を受け、証明を受けた場合、融資利率が0.4%優遇されます。

⑪ 事業承継特別保証・経営承継借換関連保証

事業承継の際、現経営者による経営者保証は大きな問題であり、現経営者の経営者保証が円
滑な事業承継経営者の妨げになっているケースが多々あります。事業承継特別保証及び経営承
継借換関連保証とは、経営者保証を後継経営者に引き継がせないために、経営者保証なしの融
資に借り換えることによって、円滑な事業承継を促す措置です。

内容及び留意点は、以下の図表の通りです。

【図表 2-3-3：事業承継特別保証と経営承継借換関連保証の概要】

	事業承継特別保証	経営承継借換関連保証
開始時期	令和2年4月1日	令和2年10月1日
根拠法	中小企業信用保険法 (法改正なし、運用によるもの)	経営承継円滑化法 (法改正後)
認定要否	不要	必要 (経営承継円滑化法第12条で規定する経済産業大臣の認定)
対象者	(i) 3年以内に事業承継を予定する法人 (ii) 事業承継日から3年を経過していない法人 (※1)	3年以内に事業承継を予定する法人
資格要件	次の①から④の全ての要件を満たすこと ①資産超過であること ②返済緩和中ではないこと (※2) ③EBITDA有利子負債倍率10倍以内 ④法人と経営者の分離がなされていること ①～④：信用保証協会の審査時に確認	次の①から④の全ての要件を満たすこと ①資産超過であること ②返済緩和中ではないこと (※2) ③EBITDA有利子負債倍率10倍以内 ④法人と経営者の分離がなされていること ①③：大臣認定時に確認 (省令で規定) ①～④：信用保証協会の審査時に確認
対象資金	(対象者 (i) の場合) 事業承継時までに必要な事業資金 ・ 事業承継前の真水資金 ・ 事業承継前の経営者保証付き融資の借換資金 (対象者 (ii) の場合) ・ 事業承継前の経営者保証付き融資の借換資金	事業承継時までに必要な事業資金 ・ 事業承継前の経営者保証付き融資の借換資金
プロパー融資の借換	可 (既に無保証人の融資は除く)	
保証限度額	【一般枠】 2億8千万円 (うち無担保8千万円)	【特別枠】 2億8千万円 (うち無担保8千万円)
保証人	徴求しない	
保証期間	10年以内	
責任共有	対象 (8割保証)	
保証料率	0.45%～1.90% (リスク区分に応じた弾力化料率) ⇒経営者保証コーディネーターによる確認を受けた場合、0.20%～1.15%に大幅軽減 (※3)	
<p>※1：令和2年1月1日から令和7年3月31日までに事業承継を実施した法人であって、承継日から3年を経過していないもの。事業承継時に財務要件を充足していなくとも、承継後3年以内に充足すれば当該制度を一部利用可とする利便性向上措置。経営承継借換関連保証は、要件の充足の認定により別枠を付与するものであるため、同措置は適用不可。</p> <p>※2：新型コロナウイルス感染症の影響により条件変更を行った事業者に限り、「返済緩和中であること」の要件を特別に除外。</p> <p>※3：「保険料率の軽減」及び「損失補償の対象」により実現。予算事業の継続期間に紐付く時限措置。</p>		
出典：経済産業省「中小企業成長促進法について」より一部抜粋		

⑫ 事業承継・集約・活性化支援資金（日本政策金融公庫）

日本政策金融公庫による融資であり、地域経済の産業活動の維持・発展のために、事業の譲渡、株式の譲渡、合併などにより経済的または社会的に有用な事業や企業を承継・集約化する中小企業者の資金調達の円滑化を支援することを目的としています。また対象者と使用用途はそれぞれ以下の通りです。

- 1) (対象者) 中期的な事業承継を計画し、現経営者が後継者（候補者を含みます）と共に事業承継計画を策定している者
(使用用途) 事業承継計画を実施するために必要な設備資金及び長期運転資金
- 2) (対象者) 安定的な経営権の確保等により事業の承継・集約を行う者
(使用用途) 事業承継を行うために必要な設備資金及び長期運転資金（事業を承継・集約された者に対する転貸資金を含む）
- 3) (対象者) 事業の承継・集約を契機に、新たに第二創業（経営多角化、事業転換）または新たな取り組みを図る者（第二創業または新たな取り組み後、おおむね5年以内の者を含む）
(使用用途) 当該事業を行うために必要な設備資金及び長期運転資金
- 4) (対象者) 中小企業経営承継円滑化法に基づき、認定を受けた中小企業者の代表者、認定を受けた個人、中小企業者または認定を受けた事業を営んでいない個人
(使用用途) 事業承継を行うために必要な設備資金及び長期運転資金であって、中小企業経営承継円滑化法施行規則に定める資金
- 5) (対象者) 事業承継に際して、経営者個人保証の免除等を取引金融機関に申し入れたことを契機に、取引金融機関からの資金調達が困難となっている者であって、公庫が貸付けに際して経営者個人保証を免除する者
(使用用途) 金融機関との取引状況の変化に伴い必要な長期運転資金（長期運転資金には、建物等の更新に伴い一時的に施設等を賃借するために必要な資金を含む）

融資限度額：直接貸付 7億2千万円

利率（年）：対象者1）から5）ごとに条件が定められています（上限2.5%）

返済期間：設備投資20年以内（うち据置期間2年以内）、運転資金7年以内（うち据置期間2年以内）ただし、公庫融資借換特例制度を適用する場合は8年以内（うち据置期間原則1か月以内）

担保・保証人等：担保設定は相談次第、直接貸付において一定の要件に該当する場合には、経営責任者の個人保証が必要となる

第3章 低資本による創業の具体的方法

1. 低資本による創業の具体的な方法まとめ

低資本にするための具体的方法をまとめました。

【図表 3-1-1：低資本化に向けた削減方法のまとめ】

	飲食	美容・理容 ・整体	士業	小売	製造業	建築業
設立費	自己調達、クラウドサービス活用					
専門費	自分で行う、クラウドサービス活用、公的相談窓口					
広告宣伝費	自己調達、クラウドサービス活用（ラクスル等）、軽印刷屋、WEB や SNS 活用、公的機関の異業種交流会、パブリシティ、自己配布					
事務所・店舗費・工場	自宅開業 居抜き店舗 出張料理（料理代行） 持ち帰り専門店 移動販売車 キッチンカー レンタルキッチン+デリーバリー バーチャルレストラン	自宅開業 居抜き店舗 移動車（出張サービス） シェア店舗 レンタル店舗	自宅開業 間借り シェアオフィス インキュベーター施設	自宅開業 居抜き店舗 訪問販売 EC 販売 移動販売車 露店 展示会	自宅開業 間借り 貸工場 インキュベーター施設 ファブレス	自宅開業 間借り レンタルオフィス
設備	中古、借用、レンタル、リース				中古、借用、レンタル、リース、ファブレス	中古、借用、レンタル、リース
通信費	業者選定、インターネットを活用他（LINE 電話、格安 SIM、WiFi）					
人件費	自分、奥さん、両親、子供、繁忙時期のみアルバイト・パート、クラウドサービスなど外部サービス活用					
運送費	宅急便の利用、帰り便の利用、業者の選定・交渉					
水道光熱費	業者選定、使用機器の選定、新電力、ガス会社との組み合わせ、深夜電力					
その他						BOX 車を倉庫

出典：著者作成

2. 業種別必要資金と削減方法

もう少し詳しく業種別の削減方法を見てみましょう。

(1) 飲食

有名飲食チェーンの店長から独立し、居抜き店舗（30坪50席）を借りて、都内に居酒屋を開業する場合の必要資金と削減方法を考えてみましょう。

開業資金としては、3か月分の生活費、店舗費（敷金・礼金・家賃）、改装費、設備費、什器、広告費、3か月分材料仕入費、3か月分の人件費、水道光熱費、通信費、専門家費（税理士等）などがかかり、従業員1人から3人で500万円から2,000万円が必要ですが、削減方法としては以下が考えられます。

設立費用・・・自己調達、クラウドサービスを活用

店舗費・・・自宅開業、居抜き店舗、出張料理（料理代行）、持ち帰り専門店、移動販売車、キッチンカー、レンタルキッチン+デリバリー、バーチャルレストラン

改装費、設備費・・・相見積、中古、リース、レンタル、借用

什器・・・中古

広告宣伝費・・・自己調達、クラウドサービス活用（ラクスル等）、軽印刷屋、WEBやSNS活用、公的機関の異業種交流会、パブリシティ、自己配布

通信費・・・インターネットを活用（LINE電話、格安SIM、WiFi）

専門家費・・・自分で行う、クラウドサービス活用、公的相談窓口

(2) 美容・理容・整体

大手美容室チェーンの店長から独立し、繁華街のビルにテナント入居、15坪の店舗を開業する場合の必要資金と削減方法を考えてみましょう。

開業資金としては、3ヶ月分の生活費、店舗費（敷金・礼金・家賃）、改装費、設備費、什器、広告費、3か月分材料仕入費、3か月分の人件費、水道光熱費、通信費、専門家費（税理士等）などがかかり、従業員1人から3人で500万円から2,000万円が必要ですが、削減方法としては以下が考えられます。

設立費用・・・自己調達、クラウドサービスを活用

店舗費・・・自宅開業、居抜き店舗、出張サービス、シェア店舗、レンタル店舗

改装費、設備費・・・相見積、中古、リース、レンタル、借用

什器・・・中古

広告宣伝費・・・自己調達、クラウドサービス活用（ラクスル等）、軽印刷屋、WEBやSNS活用、公的機関の異業種交流会、パブリシティ、自己配布

通信費・・・インターネットを活用（LINE 電話、格安 SIM、WiFi）

専門家費・・・自分で行う、クラウドサービス活用、公的相談窓口

（3）士業

一般企業からの転身、都内中心部に事務所を構え、開業する場合の必要資金と削減方法を考えてみましょう。

開業資金としては、3ヶ月分の生活費、事務所費（敷金・礼金・家賃）、什器、広告費、水道光熱費、通信費、専門家費（税理士等）などがかかり、相対的に開業資金は低い方ですが、削減方法としては以下が考えられます。

設立費用・・・自分で行う

事務所費・・・自宅開業、知り合いの事務所の間借り、シェアオフィス、レンタルオフィス、インキュベーター施設

什器・・・中古

広告宣伝費・・・自己調達、クラウドサービス活用（ラクスル等）、軽印刷屋、WEB や SNS 活用、公的機関の異業種交流会、パブリシティ、自己配布

通信費・・・インターネットを活用（LINE 電話、格安 SIM、WiFi）

専門家費・・・自分で行う

（4）小売

大手アパレルショップの店長から独立し、繁華街の好立地で店舗面積約 20 坪のアパレルショップを開業する場合の必要資金と削減方法を考えてみましょう。

開業資金としては、3ヶ月分の生活費、店舗費（敷金・礼金・家賃）、改装費、設備費、什器、3 か月分の材料仕入費、3 か月分の人件費、広告費、水道光熱費、通信費、専門家費（税理士等）などがかかり、従業員 1 人から 3 人で 500 万円から 2,000 万円が必要ですが、削減方法としては以下が考えられます。

設立費用・・・自己調達、クラウドサービスを活用

店舗費・・・自宅開業、居抜き店舗、訪問販売、EC 販売、移動販売車、露店、展示会

改装費、設備費・・・相見積、中古、リース、レンタル、借用

什器・・・中古

広告宣伝費・・・自己調達、クラウドサービス活用（ラクスル等）、軽印刷屋、WEB や SNS 活用、公的機関の異業種交流会、パブリシティ、自己配布

通信費・・・インターネットを活用（LINE 電話、格安 SIM、WiFi）

専門家費・・・自分で行う、クラウドサービス活用、公的相談窓口

(5) 製造業

大手家電メーカーの技術者から独立し、専門家電会社を創業、1年後に新製品（ドライヤー）を販売する場合の必要資金と削減方法を考えてみましょう。

開業資金としては、12ヶ月分の生活費、事務所・工場費（敷金・礼金・家賃）、改装費、設備費、什器、開発費、車両費、3か月分の材料仕入費、3か月分の人件費、広告費、水道光熱費、通信費、専門家費（税理士等）などがかかり、最低でも数千万円必要ですが、削減方法としては以下が考えられます。

設立費用・・・自分で行う

事務所、工場費・・・自宅開業、間借り、貸工場、インキュベーター施設、ファブレス

改装費、設備費・・・相見積、中古、リース、レンタル、借用、ファブレス

什器・・・中古

開発費・・・ファブレス、公的機関利用

車両費・・・自家用車、中古、レンタカー、カーシェア

広告宣伝費・・・自己調達、クラウドサービス活用（ラクスル等）、軽印刷屋、WEB や SNS
活用、公的機関の異業種交流会、パブリシティ、自己配布

通信費・・・インターネットを活用（LINE 電話、格安 SIM、WiFi）

専門家費・・・自分で行う、クラウドサービス活用、公的相談窓口

(6) 建築業

大手住宅企業から転身し、住宅リフォーム会社を設立、都内湾岸地区に事務所を構え、開業する場合の必要資金と削減方法を考えてみましょう。

開業資金としては、3ヶ月分の生活費、事務所費（敷金・礼金・家賃）、什器、車両費、広告費、水道光熱費、通信費、専門家費（税理士等）などがかかり、最低でも数千万円必要ですが、削減方法としては以下が考えられます。

設立費用・・・自分で行う

事務所費・・・自宅開業、間借り、レンタルオフィス

什器・・・中古

車両費・・・自家用車、中古、レンタカー、カーシェア

広告宣伝費・・・軽印刷屋、インターネットサービス

通信費・・・インターネットを活用（LINE 電話、格安 SIM、WiFi）

専門家費・・・自分で行う、クラウドサービス活用、公的相談窓口

3. 事例の削減効果

第4章事例の削減効果をまとめます。

【図表 3-3-1：事例の削減効果】

#	事例	業種	通常の初期投資	本事例	通常の運営費用	本事例	資金調達工夫
1	ジュースKC	飲食	1,000万円(店舗) 700万円(新車)	300万円(中古・軽)	紹介手数料20%	紹介手数料1%	KC・中古
2	学習塾	教育	—	—	—	—	自宅開業、FC加入
3	ブログ収入&不動産	IT/不動産	—	—	—	—	物件追加に公庫融資
4	ネイル	美容	1500万円(店舗型)	100万円(間借り)	—	家賃3万円/月	間借り(シェアスペース)
5	クレープ	飲食	400万円(設備等)	100万円(補助金活用)	—	—	事業承継・補助金
6	花の移動販売	小売	1,000万円(店舗) 500万円(車両)	80万円(補助金活用)	—	場所代3千円/日	KC・補助金
7	整体サロン	医療	1,400万円(店舗)	200万円(居抜き)	—	スペース貸15万円/月	居抜き
8	軽トラプロレス	イベント	30万円/回	100万円(融資を活用)	—	—	イノベーション
9	DIY居酒屋	飲食	500万円(内装費)	100万円(材料費)	—	—	中古・手作り
10	ハンドメイド店	小売	500万円(店舗)	30万円(WEB作成)	—	—	無店舗(WEB)・補助金

出典：著者作成

事例の調査をした中で、いずれの業種でも、店舗工事を自分でやることで劇的に初期投資を引き下げた猛者がいました。

店舗工事にあたっては、工事着手前に詳細を精査して、工事の委託範囲を最小限にし、追加工事の発生を行わないことで工事費を予算通りに収めることができます。また、内装工事ではストックスペースをベンチシートの下に作り付ける、あるいは什器や照明器具などではブランド品ではなく、相当品を使用することで価格を大幅に引き下げることができます。

第4章 事例

1. キッチンカーによる低コストでの起業

(1) 概要

亀戸のフルーツジュース店が、創業資金を安く抑えるため、いきなり店舗は出店せず、キッチンカーでの販売から開始した事例を紹介します。

当店のオリジナルキャラクター

(2) 事業者概要

会社名：株式会社マイフローレス

役員：代表取締役 児嶋 洋平、取締役 宗 美希

創業：2019年2月

内容：キッチンカーによるジュース販売等



(画像提供：株式会社マイフローレス)

(3) 事業内容

この会社は、産地にこだわった無添加のフルーツジュースの販売事業を営んでいます。2019年4月にキッチンカーで開業。事業が順調に推移したため、2020年1月には東京の江東区亀戸駅近くに、テイクアウト専門の実店舗「こちる -cochill juice-」を出店しました。食材の多くを農家から直接仕入れ、無添加・砂糖不使用で提供するなど、素材本来の味を提供しています。

売上の比率は、店舗10に対して、キッチンカーが3~4程度です。店舗とキッチンカーでは顧客層も異なっています。店舗は男性やファミリー層、50~60代の女性層が中心なのに対し、キッチンカーはイベントの種類によりますが、若いファミリー層や年配夫婦などが多くなっています。

店舗で販売するメニューは比較的多いですが、キッチンカーで提供するメニューは、店舗の人気メニューである「バナナミルク」「フルーツミックス」「グリーンミックス(野菜のジュース)」の3種類(価格はいずれも、Sサイズが350円、Lサイズが450円:2022年12月時点)に絞っています。

また、キッチンカーでは、出店場所によって異なりますが、ジュースだけでなく、焼き菓子や総菜パン等の軽食も併せて提供しています。

(4) キッチンカーで開業した理由

キッチンカーで開業した理由は、店舗で開業するのと違って初期投資が少なく済むからです。初期投資が少なければ、事業がうまくいかなかった場合のリスクも小さくて済みます。

また、一般的なキッチンカーでの開業よりも、さらに初期投資を抑えるため、開業準備や開業後の事業運営の際も、自分でできることはできるだけ自分でやるようにしました。これにより、創業資金をさらに安く抑えることに成功し、金融機関から借り入れすることなく、自己資金のみでの創業を実現しました。

(5) 開業資金・運転資金

当社の開業にかかった資金は約 300 万円です。内訳は、キッチンカーの準備（車両購入費、車内の改装費）が約 160 万円、その他の備品等の準備（ミキサー・冷蔵庫・棚等の設備、ポスター、営業許可・食品衛生責任者の取得等）が約 140 万円です。

キッチンカーも低コストに抑えるため、身の丈以上の車両を購入しないことに決め、中古の軽自動車を 70 万円～80 万円で購入し、そこに内装工事を施しました。新車や大型車両のキッチンカーにこだわってしまうと、どうしても 300 万円以上の費用がかかってしまうからです。

また、外装に店舗名を装飾するなどというあまり凝ったことはせず、開業資金を徹底的に抑えました。新車の大型車をベースに外装まで凝ってしまうと、それだけで 700 万円ほどかかってしまいます。

開業後の運転資金についても、事業が軌道に乗るまでは極力抑えました。キッチンカーの場合、店舗を持たないため、固定的な家賃が発生しないのは助かりますが、イベント会場やオフィス近くのスペースをその都度押さえる必要があります。多くのキッチンカーが「Mellow」や「ネオ屋台村」など、キッチンカーに出店場所を紹介する仲介事業者のサービスを利用しています。

しかし、その紹介手数料が売上の約 20%と高く、家賃（一般的に売上の 10%程度）以上に負担が大きくなってしまうケースもあります。そこで、仲介事業者はなるべく使わず、自ら歩いてキッチンカー用のスペースを貸してくれるところを探して回りました。その結果、仲介手数料を売上の 1%ほどにまで抑えることができました。

(6) キッチンカーによる起業のメリットとデメリット

前述のとおり、キッチンカーによる起業は、はじめから店舗を開設する場合と比べ、開業資金や運転資金を安く抑えられるというメリットがあります。事業内容に自信があったとしても、必ずしもうまくいくとは限りません。テストマーケティングと位置付けて、リスクを抑えた形で起業したい方にとっては、ひとつの選択肢になります。

キッチンカーの外観



(写真提供：株式会社マイフローレス)

しかし、キッチンカーにもデメリットはあります。それは、利益が出にくいという点です。株式会社マイフローレスの取締役で、キッチンカー事業を立ち上げた宗氏によれば、世の中には多くのキッチンカーがありますが、そのうち事業として本当に成立しているのは2割に過ぎないとのこと。残りの8割は、副業や趣味の領域から抜け出せず、見かけ上は利益が出ていたとしても、家族などが無償で手伝って人件費を抑えたり、実家の駐車場を借りて駐車場代を浮かせたりして、なんとかしのいでいるケースが多いのです。

そのため、キッチンカーの事業が軌道に乗ってきたら、次の展開に進むケースも多くなっていきます。次の展開には大きく以下の3つがあります。

- ① キッチンカーの車両を増やす（薄利多売で利益を増やす）
- ② 店舗も開設して、売上拡大と安定化を図る（キッチンカーは天候等に左右されるため）
- ③ 仲介事業に進出する（仲介手数料で利益を増やす）

つまり、キッチンカーは少ない資金で始められますが、うまくいった場合の次の展開まで見据えたうえで始めた方がよいということになります。

（7）キッチンカーで起業する際の注意点

キッチンカーは少ない資金で始められるため、安易な気持ちで起業してしまう人も多いようです。もちろん、副業や趣味としてやる分にはそれでもいいでしょうが、事業として本格的に始めようとするのであれば、それなりの覚悟をもって始める必要があります。

特に創業当初は、あまり欲張らず、余計なこだわりも捨てて、どうやって利益を上げていくかを徹底的に追及する必要があります。また、そのために、他店のやり方を研究したり、同業の仲間に積極的にアドバイスを聞きに行ったりなど、どん欲に勉強していく姿勢も重要になります。

キッチンカー店長の宗氏
（左側が宗氏）



（写真提供：株式会社マイフローレス）

（8）中小企業診断士の関わり方

この事例の会社は、特に専門家の指導を受けることなく、取締役である宗氏が自ら学んでノウハウを獲得しましたが、キッチンカー事業を始める人の多くはそこまでやらないと思われます。

むしろ、初期投資が少なく済むこともあり、あまり予備知識がないまま安易に始めてしまうケースも考えられます。そこで、中小企業診断士としては、キッチンカーを始めるにあたっての知識・ノウハウをこの調査報告書で習得し、これからキッチンカーを始めようとする方の支援の際にぜひ活用してほしいと思っています。

2. フランチャイズ加盟で、順調に売上を伸ばす「子ども向け学習教室」

(1) 概要

事例事業者は、教育サービスを提供することで「学力だけではなく未来の土台を育み、自律的な人間になって欲しい」との教育方針を立てています。未来を自分で切り開く力を養い、子ども達が楽しく学びながら、勉強だけでなく、「心」も育んでもらえるような教育を心掛けている教室です。自宅の一室から始め、フランチャイズのノウハウを活用して低資本で創業し、順調に売上を伸ばしている事例を紹介します。

自宅の一室を開放した教室内の雰囲気

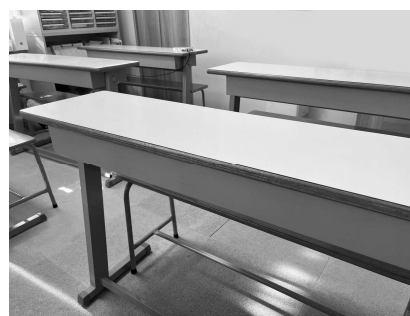
(2) 事業者概要

屋号：子ども向け学習教室（仮名）

代表者：教育 花子（仮名）

創業：2021年3月

内容：子ども向け学習教室



(写真提供：代表者)

(3) 経緯

子どもが好きな教育氏（仮名、以下省略）は、「子どもと関わる仕事に従事したい」と考えていました。創業する前は、新型コロナウイルス感染症が拡大する前の大阪に在住しており、当時フランチャイズ展開をしていた「子ども向け学習教室」の中で一番生徒数が多かった教室の教室長として、教室のオーナーとともに、子ども向けの教育に従事していました。教室長をしていた頃、指導内容は同じなのに、教える先生により、子ども達の学習の習熟度が異なることに気づき、子ども達の伸びる可能性を、どのように引き出したら良いのか悩んでいました。そんな時、旦那さんの仕事の関係で、大阪を離れ、埼玉県に移り住むことになりました。

埼玉県に引っ越しをした当時は、コロナ禍であり、教育氏の子どもも、感染拡大防止の観点から、学校に通うことができない状況でした。「子どもと関わる仕事に従事したい」という想いをもちながら、自身の子どものメンタル的なケアを行なう日々が続いていました。偶然、市報の記事で、2020年の秋に、「創業講座」が開催されることを知り、「大阪の子ども向け学習教室ではできなかった、可能性のある子ども達の能力を伸ばす教室の運営をしたい」と思い、この講座に参加しました。

教育氏は、理論と実学がセットになった全4回の創業講座で、経営・財務・人材育成・販路開拓を体系的に学びました。特に、創業講座の1回目に出会うことのできた、事業承継とともに、

新たに別法人をゼロから立ち上げて軌道に乗せた現役社長の熱い講義は、教育氏の「創業したい」という気持ちを高める結果になりました。この創業講座で一緒に学んだ受講生とも仲間になることができ、今までとは異なる人脈を形成することができました。

教育氏は、翌年の2021年1月に税務署に開業届を提出し、固定費を抑えるため自宅の一室を教室として活用、無事、創業することができました。開業届を提出してから、大阪に在住していた頃にお世話になり、創業を応援してくれた、子ども向け学習教室を運営しているオーナーさんも加盟しているフランチャイズの本部と契約をしました。フランチャイズのマニュアルに沿った宣伝広告とともに、持ち前のバイタリティで、個人宅を中心に「子ども向け学習教室開講のお知らせ」のチラシを自らポスティングし、費用を抑えながらも多くの子ども達に通う教室になりました。

教育氏は、創業した1年目からフランチャイズのシステムを上手に活用して、集客や子ども達への指導・教室運営のほか、日々の記帳から、決算・確定申告まで一人で行い、これらの費用も抑えました。そろばん教室の管理・運営のノウハウが一通り揃っているフランチャイズの仕組みもあって、今では事業が軌道に乗り、経営も安定しています。

(4) 将来

自宅の一室を教室として開放して始めた子ども向け学習教室は、順調に子どもが増え、2023年1月には増加する子ども達への対応を考え始めました。

新しい物件が見つかり、教育氏の教育方針を理解した良い人材（先生）の採用など、様々なタイミングが合えば、小規模事業者持続化補助金の特定創業枠の活用による、2店舗目の出店を計画しています。

中小企業診断士としては、2店舗目の出店が具体的になってから、販促を中心とした支援を検討しています。

そして、教育氏は、数年後には小学高学年から中学生に向けて、別のフランチャイズ加盟により、情操教育に注力したコーチングの事業展開を考えていることから、継続支援として、経営革新計画の策定についてのアドバイスも検討しています。

また、子育てをしている主婦の方々が、各自のライフスタイルに合わせて働くことができるビジネスを立ち上げ、同じ境遇の仲間たちが集まる、様々な情報の交換ができるコミュニティビジネスを立ち上げたいと考えており、引き続きの支援により、ビジネスプランの実現に向けたサポートをしたいと考えています。

(5) 支援のかかわり方と気づき

今回の支援で気付いた、ポイントになる内容は以下のとおりです。

① 相談

今回の支援ケースでは、創業講座から教育氏の取り組みを見守ってきましたが、創業を志す方の多くはバイタリティがあり、自ら考え、積極的に行動されるケースが多いので、支援者としては、「傾聴」を心掛け、相談者の話しをよく聞き、いま創業における、どのステージで、創業に向けた準備・活動をされているのかを把握し、相談者に寄り添った伴走支援が重要になると感じました。

② 所感

創業してからは、自宅の一室を教室として開放し、固定費の削減に努めながら、チラシを自らポスティングし、費用を抑える工夫をしています。そして、ひと通りの税務申告を経験することが、創業者の数値管理を含めた財務会計面での能力を高めることに繋がると考え、創業してから2回の税務申告を自ら行いました。2店舗目を計画している3年目からは、事業の拡大に専念するため、税理士と顧問契約をするそうです。

2店舗目の教室を出店する販路拡大の取り組みでは、小規模事業者持続化補助金の申請を視野に入れ、計画書の策定に勤しみ、経営者としての能力を高め続けています。

フランチャイズ加盟により得たノウハウを最大限に生かし、経営に専念する教育氏の今後の事業拡大の取り組みとその活躍が楽しみです。

3. 「インターネット情報ビジネス」と「不動産賃貸業」の2つの事業を軌道に乗せ、将来の「事業化」を見据えた副業モデル

(1) 概要

築古の不動産物件を取得し、「セルフリフォーム」をすることで物件を再生し、低コストで不動産賃貸収入を得るだけでなく、インターネット広告収入を得る仕組みを構築し、将来的に「事業化」を見据えた副業の事例を紹介します。

(2) 事業者概要

屋号：株式会社電宅（仮名）

代表者：電宅（仮名）

創業：2021年6月

内容：インターネットビジネス、不動産賃貸業

(3) 経緯

電宅氏（仮称、以下省略）は、将来の人生設計を考え、日ごろから金銭面の不安を感じ、手元の収入を増やす方法を考えていました。コロナ禍で、先行きが見えない中、「様々なビジネスに挑戦し、収入を得たい」という思いがさらに強くなっていました。そんな中、2020年にはインターネット上で「衛生管理者」の資格を取得した自分自身の経験を伝えることを始めました。

「生」の情報を配信することで閲覧者を増やし、広告収入を得ることができるアフィリエイトが徐々に副収入として定着するようになりました。電宅氏は、自分自身が培った経験やノウハウで、稼ぐことができる体験を通じて、副業からビジネスを本格的に始めることを決めました。

【図表 4-3-1：アフィリエイト収入のある「衛生管理者」のサイト】



出典：https://xn--8ey7wp5mr2e0qm.com/

そして、2020年の後半に、両親が所有しているマンションの一室が使用されていないことを知り、話し合いの結果、賃貸物件として有効に活用するための許可をもらいました。

電宅氏は、許可を得た物件を自身でセルフリフォームし、住める状態に戻して、大手不動産仲介業者のインターネットに掲載して入居者を募集しました。2021年1月には、スムーズに賃貸契約をすることができ、新たに不動産賃貸料を得ることができるようになりました。

アフィリエイトと不動産賃貸を始めた電宅氏は、漠然と不安を感じていた将来の人生設計を考えるうえで、この2つの収入を得た経験が自信となりました。

そして、比較的大きな物件を取り扱って、不動産賃貸料を得ることを目指し、事業の拡大にも対応できる組織設計を検討した結果、法人形態を選択し、会社を設立しました。不動産賃貸業を成功させるため、不動産関係の書籍を読んで研究し、セミナーへの参加・インターネットを活用して情報を収集しました。

当初は金融機関からの借入によって、規模の大きな賃貸物件を購入し、事業を行う計画を立てていましたが、物件調査、金融機関との相談を経て、大きな事業リスクを背負うのではなく、マンションの1室から小さく賃貸を始めるという方針に転換しました。

改めて自社の経営を見直すため、市町村が開催している創業講座で、電宅氏自身が不足していると感じた科目を受講し、知識の拡充を図りました。創業講座では、支援員より漠然としていた短期計画と、3～5年の中期計画で目指したい方向性を明確にし、取り組むべき内容についてアドバイスを受けました。

そのアドバイスを踏まえ、低資本のインターネットビジネスによる売上の増加を目指した「短期重点事業」、区分マンション・戸建てなどの賃貸物件を増やす「中期重点事業」、1棟物件の購入・インターネットビジネスの事業化に向けた「長期重点事業」の視点で計画をまとめました。

その後、日本政策金融公庫との取引も始まり、短期・中期・長期的な視点での事業展開についての説明がスムーズに行えるようになり、物件購入の資金調達ができるようになりました。

そして、なるべく経費をかけずに、自身によるセルフリフォームを行ったり、書籍等で学んだリフォームコスト削減のノウハウを生かしたりしながら物件を再生しています、順調に入居者も増え、不動産賃貸料の収入も増えてきています。

リフォーム前の物件（左）



リフォーム後の物件（右）



（写真提供：代表者）

副業形態で事業を始めてから2年以上が経過し、アフィリエイトのインターネット情報ビジネスの広告収入も順調に伸び、身の丈に合った事業の展開を進めています。

（4）将来

現在、インターネット情報ビジネスと不動産賃貸をビジネスの柱としていることから、数年間はこの2つの事業を伸ばす努力をする予定です。

リスクが比較的少なく、低資本で運営ができるインターネット情報ビジネスで収益を確保しつつ、その収益で安定した不動産賃貸業を展開していきます。この2つの事業を柱として規模を拡大していく経営方針に則り、ビジネスとして大きくなる可能性のある事業を見極め、法人化したメリットを享受すべく、しっかりと事業を育てる方針です。

（5）支援のかかわり方と気づき

今回の支援で、ポイントになると考える内容は以下のとおりです。

① 相談

電宅氏と初めてお会いしたのは、法人設立後、物件を調達するための創業・金融相談でした。創業してから間もないこともあり、創業の経緯から詳しくお話をお伺いしましたが、まだ、短期・中期的な経営方針については、漠然としていました。

創業時は、「こんなことをしたい」という思いが先行してしまうことが多いのですが、自らが提供したいと考える商品・サービスを購入する市場には、多くの競合他社が存在し、選んだ事業領域で競争が激化していることも多々あるので、しっかりとしたポジショニング分析を行い、自社の方向性を決めて定めることが重要になると感じました。

② 所感

創業時、漠然としていた事業展開を「短期重点事業」「中期重点事業」「長期重点事業」について、それぞれのステージごとに分けて考え、その取り組み内容を決めたことで、頭の中にあったビジネスプランが明確になったようでした。

電宅氏は、頭の中で描いていたビジネスプランが明確になったことで、日本政策金融公庫の担当者に、自社の現状から今後の事業展開について、わかりやすく説明をすることができ、二度目の融資が決まり、新たな物件を調達することができました。

電宅氏が有する物件のセルフリフォームを含めたコスト削減により、住める状態に戻すノウハウを強みとした事業展開は、SDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」のもと、日本人以外の方にも広く物件を賃貸することで、目標10「人や国の不平等をなくそう」にも寄与しています。そして、魅力ある物件に再生させることで、目標11「住み続けられるまちづくりを」に貢献することを意識し、「地域・社会貢献」と「収益」を生み出す仕組みを構築しているように感じました。

新たな入居者が増え、不動産賃貸料を得る仕組みが、新たな投資に必要な資金獲得に繋がり、インターネット情報ビジネスの知見を最大限に活用した電宅氏の今後のビジネス展開とその活躍が楽しみです。



4. 美容院を間借りした「ローコストネイルサロン開業」

ネイルサロン店舗、施術イメージ



(1) 概要

ネイルサロンは誰でも自由に開業できるため参入障壁が低く、競争が激しい、小資本の個人事業主が多い業種です。ネイルサロンの開業形態には、主に店舗型、自宅型、出張型、間借り型、フランチャイズ型の5つがありますが、ここでは、間借り型より低資本で創業した事例を紹介します。

近年はネイルサロンと他のサロンを併設させた併設サロンが増える傾向にあります。特に美容院に間借りしてネイルサロンを開業することは、美容師とネイリスト双方の専門性を活かすことが可能です。

(2) 事業者概要

会社名：個人事務所 ルナパーク（仮名）
代表者：田中 ゆり（仮名）
設立：2018年8月自営開始
月上高：75万円

(3) 経緯

田中氏（仮名、以下省略）はネイルサロンの専門学校を5年前に卒業し、ネイルサロンの山本店（仮名、以下省略）に就職しました。自分自身のオリジナルネイルアートを他の人にも楽しんでもらいたいとの思いから、当初から独立開業して自分の店舗を持ちたいと考えていました。山本店での勤務は、独立開業の第一歩であり、スキルと接客を学ぶ場所と考えていました。

田中氏の山本店での勤務態度は、まじめで技術習得にも熱心であり、また接客にも優れていたことから、一定の固定客を獲得できていました。

田中氏は独立開業のために山本店での仕事の他にもアルバイトをして開業資金を貯め、5年間で100万円の資金を確保しました。ネイルサロンを開業するには、最低でも店舗型で300万円程度、自宅型で100万円程度、出張型で50万円程度、間借り型で100万円程度、フランチャイズ型は店舗型並みの金額が必要となります。田中氏は低リスクで開業したいと思い、開業資金は可能な限り自己資金だけで賄うつもりでした。

店舗型とフランチャイズ型は資金的に不可能であり、また田中氏は地方出身者のアパート暮らしのため自宅型も難しい状況でした。実家周辺ではネイルアートの市場自体がほぼなく、実家でネイルサロンを開業しても事業として成立しないと考えました。

出張型と間取り型は、出張型は客数が限られることと、スケジュール調整が難しいことから、獲得した固定客を失いかねず、田中氏としては固定客を維持し、資金を抑えられる間借り型が望ましい状況でした。

間借りできる店舗を探したところ、知り合いを通じて山本店の近くの美容院大田店（仮名、以下省略）の一面を借りることができました。大田店のオーナーで美容師の加藤氏（男性、仮名、以下省略）は差別化の一環としてネイルサロンを併設したいと以前から考えていましたが、独自の併設は困難であり、ネイルサロン開業は加藤氏の意向にも沿うものでした。

田中氏は開業準備として、まず初めに大まかなビジネスプランを作成しました。ビジネスプランにおいて出店場所は極めて重要な要素であり、固定客も既に確保できている山本店の近くにある大田店で開業できることにはメリットがありました。しかし山本店と競合する可能性があり、その点を考慮した上で、収支予想などを盛り込んだビジネスプランを立案しました。

次に開業に必要な法的手続きを確認し、営業許可や税金登録などの手続きを完了させました。同時に大田店の間借りに関する諸条件について、加藤氏との交渉も開始しました。間借り区間については、当面田中氏のみで施術を行うことから最低限の広さとし、その分賃料は月額3万円程度と低く抑えられました。賃貸期間は1年の自動更新とし、大田店内のスペースと受付、待合室などの共有施設も使用できることになりました。

インテリアと設備は、開業資金100万円で賄える範囲内に抑え、田中氏が考える店舗のターゲットとコンセプトに適合するインテリアを揃えました。ネイルサロンの備品は必要最小限度とし、可能な限り中古品を活用しました。また資金と大田店との関係から改装はごく一部にしました。

地域の顧客層については山本店の勤務で熟知しており、新規開業の案内のチラシをポストイングしました。広告・マーケティングに関しては、主にSNSマーケティングを活用しました。特に美容系はINSTAGRAMと相性が良いことからINSTAGRAMでの配信を多くし、またLINEに登録するとポイントを付与するなど、顧客の囲い込みを図りました。

価格設定は競合他社と同レベルとしました。ただし、大田店の美容院利用者とネイルサロンの共通クーポン発行で相互利用促進を図りました。また、基本料金は競合他社と同レベルですが、オプションアイテムは安めに価格設定し、客単価を上げる様にしました。料金の決済については、現金のみならず、クレジットカード、電子マネー、QRなどのキャッシュレス決済にも対応しました。キャッシュレス決済は手数料を店側が支払うため手取りが減少しますが、若者を顧客にするには対応が必要不可欠と判断しました。以上により通常店舗を賃貸した場合に比べて200万円程度資金を抑えることができました。

(4) 今後の課題

初めに取り組むべき課題は、売上高の安定的確保であり、店の認知度を上げることが必要となります。現在ではSNSでの店選びが一般化しており、SNSでの拡散が認知度向上に大きく寄与します。

また今後の事業拡大には独自店舗を持つことも必要で、その場合は資金の確保が課題となります。独自店舗を持つには、借入など外部からの資金調達が必要不可欠であり、各種金融機関との融資に向けた交渉が必要です。融資を受ける場合には、事業計画の内容が融資可能か否かの大きな要因となり、事業計画書の作成・更新を継続する必要があります。

他にも補助金・助成金の支給による資金調達もありますが、補助金・助成金は費用の全額が支給されるわけではなく、また補助金に関しては採択されない可能性もあります。補助金・助成金が支給される場合も、実際の支給は費用を支払った後であり、初期費用は自ら準備しなければならない点に注意が必要です。

上記以外にも事業継続・拡大に伴い、様々な課題が発生する可能性があり、課題に対して柔軟に対応する力を高めることが、今後の経営にとって最も重要と考えられます。

5. 東京から長野に移住し地元クレープ屋を引き継ぐ

(1) 概要

地方の地元高齢者オーナーから事業譲渡により、東京から長野に移住し、地方自治体の移住者支援や創業支援補助金等を活用してクレープ店を開業した事例を紹介します。

(2) 事業者概要

屋号：ミユミール（仮名）

代表：田原 美優（仮名）

※飲食トレーナー歴3年

創業：2020年1月

内容：キッチンスタンド

（クレープ、コーヒー、ピザを販売）

店舗イメージ



(3) 経緯

田原氏（仮名、以下省略）は、都内にて飲食コンサルティングとして従業員トレーナーの活動を行っていましたが、コロナ禍で飲食店が時短営業、休業要請の影響で取引先からのトレーナーの依頼がなくなり、生活のため活動先を模索していました。そのような状況の中、長野県A市a町で移住者の支援をしていること、創業支援があることを知りA市に相談しました。

田原氏は、もとより観光で訪れた長野県A市a町の自然に魅せられ、その町を大変気に入っていたところ、A市の自治体の紹介で、現地の高齢者オーナーが事業の譲渡先を探していることを知りました。地元でも人気があり、古くからあるキッチンスタンドのクレープ店です。クレープの作り方、店舗運営方法、仕入れ方法、店舗の立地、キッチンスタンド、設備も含めて譲ってもらえました。また、開店2カ月前より、前オーナーと一緒に店舗運営に携わらせてもらえ、様々なノウハウを伝授してもらえました。

田原氏はこの機会を生かして、地方自治体の創業支援の補助金を活用し、開店に必要な設備を導入しました。地方自治体の創業支援では、経営相談も受けられ、スムーズに創業することができ、販売促進も地域の情報誌などに優先的に掲載してもらえました。

前オーナー時代からのお客様も引き続きお客様になってくれています。また、移住者として情報発信することで、地域活性化にも貢献しています。

店舗としてのキッチンスタンドの外装は、老朽化していたので新しくし、店頭にはベンチを設置し、来店客がコミュニケーションをとれるようコミュニティー機能を設けました。

クレープは、地元で生産製造された米粉、野菜、果物を使用し、おやつで食べるクレープだけではなく、お食事にもなるクレープを開発し、販売しています。米粉のクレープは新オーナーが新規に開発したメニューです。

ストロベリークレープ



お食事クレープ



(4) 将来

米粉クレープを EC サイトでネット販売し、他県のお客様にも地元の新鮮な食材を広めたいと考えています。

「事業再構築補助金」を活用して、急速冷凍機を購入し、ECサイトを立ち上げました。冷凍しても味が損なわれない急速冷凍機を活用した EC サイト用のメニュー開発を行い、地元の美味しい食材を全国に届けたい。また、地元の情報や移住者情報を発信し、地元の活性化を図ることに貢献したいと考えています。

(5) 中小企業診断士のかかわり方（気付き）

今回の支援で気付いたことは次のポイントです。

この事例では、市に相談し、施策「起業支援補助金」の紹介を受け、事業承継のマッチングもしてもらえました。創業においては、まずは身近な自治体に相談し、情報収集することをお勧めします。

また、移住先の市で実施している「起業支援補助金」と、全国で実施している「事業再構築補助金」をうまく活用し、補助金から得た資金で投資資金を抑えることができました。以下に、活用した補助金の概要について説明します。

① 「起業支援補助金」の活用

最初は長野県に移住し、市の起業支援補助金を受けたいという相談でした。市の起業支援補助金は、窓口で相談しながら申請できますが、オーナーは補助金の手続きに不慣れなため当方

に相談がきました。

市で実施している「起業支援補助金」は、相談窓口で起業の相談を受けることが要件です。地元の特性を考慮しながら、経営相談しながら、補助金申請を作成することができます。補助率は10割で、限度額が100万円です。市内の地域活性化及び定住促進を図るため、起業する初期費用の補助を受けられます。補助金の申請時には3年間の事業計画書を策定して提出します。

開業に必要な経費の総額1,386,000円の内、店舗看板、設備、広告宣伝などの経費237,000円を補助金で賄いました。

【図表 4-5-1：補助金用途内訳 1】

項目		金額
補助金対象	店舗改装（看板）	200,000
	食品衛生責任者取得費用	9,000
	設備（製氷機）	13,000
	ユニフォーム	9,000
	広告宣伝	6,000
	小計（補助対象）	237,000
補助対象外	小計（補助対象外経費） ※開業後1カ月間（仕入、人件費、水道光熱費、家賃、事業受取・店舗代など）	1,149,000
合計		1,386,000

※上記金額は参考値として、端数を丸めて概算にて算出しています。

② 事業再構築補助金の活用

「事業再構築補助金（緊急事態宣言特別枠）」は、従来から世話になっている経営者の紹介で、中小企業診断士を紹介してもらい、申請のための事業計画書を作成しました。

ECサイトの立ち上げ、急速冷凍機、商品開発支援、チラシ作成など金額の大きな経費に対し、補助金を活用しました。必要経費の総額4,100,000円に対し、補助率3/4の3,075,000円の補助金を受けることができました。

【図表 4-5-2：補助金用途内訳 2】

経費区分	補助対象経費	金額	補助額 (補助率 3/4)
機械装置・システム構築費	EC サイト構築	1,000,000	750,000
	コーヒー焙煎機セット	100,000	75,000
	急速冷凍機	1,400,000	1,050,000
外注費	新商品開発支援	600,000	450,000
広告宣伝・販売促進費	DM, チラシ作成	1,000,000	750,000
合計		4,100,000	3,075,000

※上記金額は参考値として、端数を丸めて概算にて算出しています。

(6) 所感

全国向けの補助金は応募要領や手引きが完備されていますが、市など地方自治体の補助金は、募集のチラシの裏に補助制度の内容が記載されている程度であり、補助金申請に慣れていたとしても記載勝手が分かりにくく、また経費の金額を算出するにも根拠が乏しく、手間取りました。

先代オーナーから事業そのものを譲り受けているため、短時間で店舗運営が行えるようになり、ノウハウを入手できました。一般的に起業時は資金が多く必要になりますが、補助金を上手に活用し持ち出し資金を最小限に抑えられた事例になります。

6. お花の移動販売～自粛生活に癒しのお花時間をお届け～

(1) 概要

駅前の広場で露天店の花屋を開業し、その後補助金が採択され、移動販売車による花の販売に移行した事例を紹介します。

(2) 事業者概要

屋号：リトル・フラワー（仮名）

代表：西澤 三重子（仮名）※ガーデニング歴 15 年/インテリアコーディネーター

創業：2020 年 3 月

内容：花苗、観葉植物、多肉植物等の「鉢花」

(3) 経緯

コロナを切っ掛けに在宅時間が増え、以前から好きだったガーデニングに西澤氏（仮名、以下省略）は熱中しました。その中で気づいたのが、近くにセンスの良い花苗や鉢ポットなどのガーデニンググッズを販売している店が無いことです。それなら自分で販売しようかと、ママ友 2 人とともに話していたところ、近くの商店街の広場に出さなかと話がありました。具体的に条件を交渉すると 1 日の出店費 3,000 円と格安で話がまとまり、「リトル・フラワー」（仮名、以下省略）を立ち上げました。

2020 年 3 月の立ち上げ時は、地下鉄駅地上にある広場に週 1 回の出店でした。地下鉄の駅は東京ベイエリア地区にあります。街の皆様への認知度が上がり、お誘いもあって近くの公園やマンションの前などに出店し、営業日数が増えました。この時期は、夫の協力により自家用車で自宅から商品を朝夕に運搬していました。そのため、商品の積み降ろし等に時間が掛り、効率が悪く機動性に欠けていました。肉体的にも大きな負担でした。

区の経営相談窓口での相談をきっかけに、小規模事業者持続化補助金（低感染型）を申請することにしました。2021 年 6 月に採択され、移動販売車を 10 月に購入、中古車を改造して、費用は 180 万円、内訳は補助金 100 万円、自己負担は 80 万円でした。

移動販売車は、商品の置き場（倉庫、売り場）としても利用できるもので、作業の効率や機動性が向上しました。そのため、営業日を増やすことができ、売上も増加しました。立ち上げ時期の売上が、月 10～20 万円でしたが、最近では月 30 万円まで伸び、現在月 50 万円を目標にしています。その結果、出店の引き合いも増え、同時に働きたいママ友も多く集まるようになりました。

駅の広場



移動車販売



(4) 将来

現在、西澤氏は多店舗展開を考えています。自分で1店舗を経営して、出店場所さえ確保できれば、2店舗目を出店しても利益を出せる自信が出てきました。現在、購買力の関係で、切り花を良い条件で取引できないため、切り花は取り扱って無い状況です。

固定客が増えるほど切り花を希望する方が多くなり困っています。切り花の取り扱いができるよう、なるべく早く3店舗まで増やし、購買力をつけたいと考えています。

多店舗展開は、個人営業ではなく法人として体制を作る必要があるので、経営相談窓口で相談し、次の内容を行うことにしました。

- ① 事業計画の策定（自動車は持ち込み、代理店方法、本部の収益計画、個店の収益計画等）
- ② 代理店契約の作成
- ③ マニュアル化（開店、閉店、運営、仕入れ等）

(5) 中小企業診断士のかかわり

今回の支援でのかかわりは下記の通りです。

① 低資本での開業

露店による開業だったので、最初に必要としたのは数十万円の仕入れ費用等だけで、店舗の代わりに移動販売車が180万円（車両費+改造費）でした。移動販売車が180万円と安いのは、キッチンカーと違い改造費が安いからです。

意外と安く開業が出来たなど西澤氏とも話しています。

② 相談

小規模の創業者に共通しているのは、事業計画・融資・税務などの手続きを知らない方が多く、本題打合せを途中で中断しながら説明する場合があります。

③ 紹介

事業計画を作っていく中で、税理士・社会労務士・行政書士との関わりは当然にあり、建築・印刷・デザイン・広告代理店等の専門家も紹介を依頼される場合が多く、中小企業診断士にもよりますが、事業を早く進めるためにも適切な専門家紹介は必要と思われます。

④ 小規模事業者補助金の活用あ（資金調達）

今回は、小規模事業者補助金（低感染型）を活用しましたが、最近では、小規模事業者補助金（創業枠）があり、最大 200 万円（インボイス枠を使えば 250 万円）まで資金が確保できます。一般型の小規模事業者補助金では、自動車（車両）は認められませんが、車両の改装費は認められます。

（6）所感

今回は、180 万円の投資で、花屋さんを開業が出来ました。主婦の井戸端会議からの、偶然の連続によるものです。花屋をやりたいと前向きに考え、他人に話し続け、行動すれば、周りに協力者が現れ、物事が前に進むと感じました。西澤氏の今後の事業の展開が楽しみです。

7. 元美容サロンの店舗を居抜きで借りて、安あがりに創業した整体サロンの事例

(1) 概要

喫茶店経営の経験がある専業主婦が、居抜きを活用して、少ない元手で整体サロンにチャレンジし、開業した事例を紹介します。

(2) 事業者概要

屋号：整体サロン SURARI(仮名)

代表：今井 智子(仮名) ※接客業歴 12 年

創業：2022 年 6 月

内容：整体機を使ったマッサージ事業、スペース貸事業

(3) 経緯

もともと独立志向の強い今井氏(仮名、以下省略)は長年にわたり埼玉県で喫茶店Tの経営をして成功を収めていました。しかし、喫茶店の店長、家事、子供の教育に追われ、疲労により体調を崩し、12年前に喫茶店の経営を知人に譲り、家事と子供の教育に専念していました。

今 50 才を過ぎ、子供の教育も一段落し、子離れしたところで、手持ちぶさたな時間を過ごしている中、また何か事業をやりたいという気持ちが沸き起こってきました。

喫茶店の仕事は、ほぼ 15 時間店内に束縛される仕事です。途中の閉店時間を除外しても 12 時間の立ち仕事となります。

体力的に、このような仕事はとても難しいため、他の業態を探していました。パソコンで自分に適した個人事業を検索している中で、多くの整体サロンが導入している整体機(マッサージ機)の広告を発見しました。

しばらくして(2022年4月頃)、今井氏が現在住んでいる埼玉県G市の自宅から徒歩5分以内の美容サロンが他の場所に移転し、2階建て建物の1階の店舗部分が空き店舗になるという情報が舞い込んできました。このチャンスを逃してはならないと思い、さっそく不動産屋を訪問し、空き店舗の内覧をしました。

元美容サロンの内部は綺麗に清掃されており、カウンター、応接セット、ソファ等 の 什器備品もそのまま残されていました。不動産屋の話によると前の入居者が残していったものであり、もし良ければ、そのまま利用しても問題ないとのことでした。その話を聞いて、ますます物件が気に入り、取りあえず物件を押さえました。融資を前提として、不動産屋と1階の美容サロンの店舗部分の賃貸契約を締結しました。ほぼ同時に銀行融資のための事業計画書を準備しました。

事業にかかる経費を試算すると、不動産賃貸関係で 40 万円、健康器具で 120 万円、看板で 20 万円、その他諸経費 20 万円と見積もられ、合計 200 万円ほど必要であることが分かりました。この物件が居抜きでない場合は、リノベーション費用を含めて総額 1,400 万円以上の資金が必要です。居抜きで店舗を借りたことにより、1,200 万円の経費を削減できたことになります。

さっそく、事業計画書を準備し、銀行へ創業資金の融資を申込みました。

そして、東京都の R 区に所在する整体機を販売する会社のデモルームで整体機によるマッサージの体験をし、その効果を確認しました。今井氏は長年の蓄積した疲労により、慢性的な肩こり、腰痛がありましたが、整体機によるマッサージで、その痛みが緩和されました。

銀行による審査の結果を心待ちにしていたのですが、審査は予想外に厳しく、「融資はできない」という回答が、敷金納付日の数日前に届きました。このままでは、夢に描いていたこの事業はできない、何とかして資金を調達する方法はないかと、親戚、知人を頼りに資金の借りに奔走しました。

古くからの知人で仲の良かった C 製造会社(埼玉県 R 市)の河村社長(仮名、以下省略)に自分の事業に対する思い、今までの経緯、事業計画などをすべて説明したところ、河村社長はその話に乗る、即座に必要な資金を振り込みました。

河村社長も、長年肩の凝り、ひざの痛みがあり、後日、整体機によるマッサージの体験し、その効果が高いことに驚き、事業として成功すること間違いないと、改めて今井氏をサポートしたのは正しい判断だったと思われたそうです。

2022 年 4 月から開店の準備を開始し、超特急のスピードで 2022 年 6 月に整体サロン SURARI(仮名、以下省略)を開店するに至りました。

普通では考えられない程の速さですが、その理由は、店舗改装の必要がなく、残っていた備品をそのまま活用できたこと、DX に強い C 社社員が SURARI のホームページを無償で作成してくれたこと、などがあげられます。

整体サロンの入り口 (左)



整体機 (右)



(写真提供:代表者)

創業当初は駐車場なしで、整体機1台、体調測定器、磁気パッチ（この3つは今井氏の事業）、よもぎ蒸し（スペース貸し事業）の4つのメニューにより事業を開始しました。1年後の現在は、今井氏の人柄と人を惹きつける話術により、事業所の空スペースを利用する事業者が増えました。

具体的には新たに足湯、温熱治療、フェイシャルエステ、美容カイロプラクティックなどの4つの事業者に空スペースを貸しました。さらに、もう1台整体機を追加し、駐車場1台分を確保しました。

5つの事業者へのスペース貸し事業は各3万円/月で、月間15万円の収入となります。当事業所の家賃は15万円のため、スペース貸しにより家賃は実質ゼロとなりました。これは想定以上の経費節減で、経営の安定化に繋がりました。

また、スペース貸しの事業は整体サロンの事業にマッチした事業が選定されていたため、シナジー効果により、整体サロンの集客力が高まるという効果が得られました。

よもぎ蒸し器(左)



足湯(右)



(写真提供:代表者)

(4) 将来

今井氏は今回の出店の経緯を踏まえ、将来 C 社河村社長とともに他都道府県への進出を考えています。出店先は河村社長の出身地である K 県 R 市を候補地としていますが、創業資金の回収状況を踏まえつつ、2店目の出店時期については慎重に検討しているとのこと。

(5) 中小企業診断士の気づき

本事例において、創業にあたり苦労したことは、「資金調達」、「顧客の確保」、「オフィススペースの確保」でした。これは一般的に創業者が苦労する事柄です。

日本政策金融公庫の調査によると、創業時・創業直後に苦労する事として、「顧客、販路の開拓」「資金調達・資金繰り」、「従業員の確保」、「財務・税務・法務に関する知識不足」、「オフ

イス・スペースの確保」ということが判明しています。

つまり、この5つの関門をくぐり抜けられれば、創業者は事業を開始できるということです。

(6) 所感

当初銀行から融資を受けることを前提とした創業でしたが、融資が不可能と判明した段階で、普通であれば創業を断念するところです。

厳しい状況におかれても、くじけずにわずかの可能性を信じて粘り強く行動したことが、創業への重い扉を開かせました。

今井氏が思い切ってC社河村社長に自分の強い思いを伝えたこと、必死に伝える今井氏の熱意に河村社長が応えたこと、さらには、当該事業が居抜き利用のため資金負担が少なく、事業リスクが低かったことやスペース貸しが出来たこと、これらの要素があって、この創業が実現しました。

低資本で創業するに当たっては、居抜きの活用やスペース貸しが非常に重要であると、改めて感じる事例でした。

8. プロレス界のイノベーション「軽トラプロレス」の挑戦！

(1) 概要

プロレス業界のほとんどの団体が、テレビの放映権料も入らず、本業だけで食べていける選手は、上位の一握りの選手だけという状況の中で、軽トラックを使い、従来のプロレス業界には存在しなかったイノベーション性の高い興行スタイルにチャレンジしている事例を紹介します。

プロレスとは、市民体育館等のある程度の規模の会場を借り、そこに大人数が参加してのリング設営を一気に行い、選手であるレスラー、レフェリー、裏方スタッフ等の参画があつて、成立する興行です。そのため、開催1回毎の固定費を安く済ませることは困難で、1回の興行で、営業利益を出すための損益分岐点を超えるには、最低、地方の試合会場に数百人程度の来客が必要だといわれています。

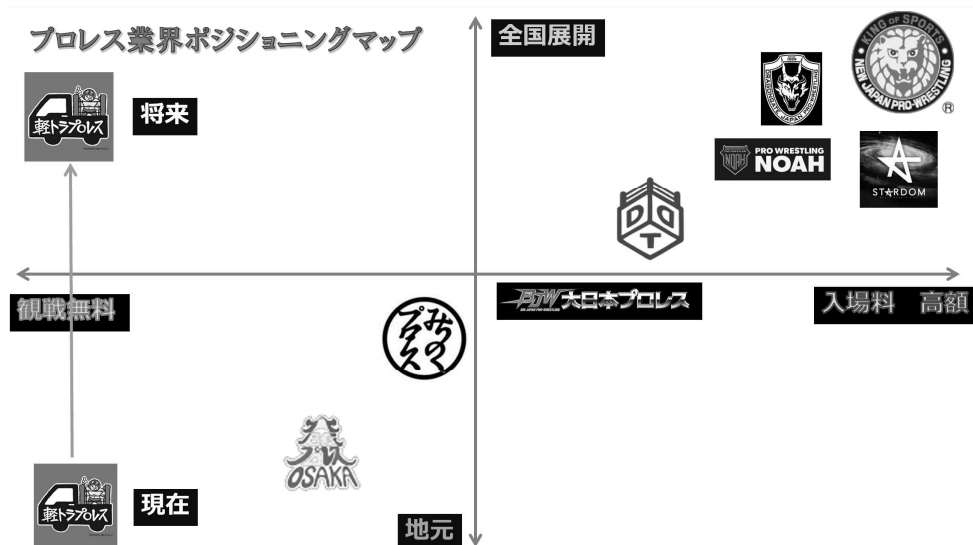
ローコスト型のプロレス興行としては、会場にリング設営をせず、マットレスだけを敷いて行う場合もあります。その場合、選手の見線が観客と同じとなり、4本の鉄柱とロープで囲われたリングといったシンボリックなものが存在しないため、周囲へのアピール力が弱くなりがちです。

大日本プロレスに所属していたオルカ宇藤氏が、大日本プロレスを退団後に、ローコストながら、周囲へのアピール力を保持するシンボルマークとなるものを考案し、誕生したのが「軽トラプロレス」です。

この軽トラ1台で、どこにでも移動し、会場設営が可能のため、選手とレフリーが集まれば日本全国どこにでも、要請があれば巡業できるとのことです。

「軽トラプロレス」を、「開催エリア」「入場料」2軸によるポジショニングマップにて表記すると次のようになります。

【図 4-8-1：プロレス業界のポジショニングマップ】



創業1年の軽トラプロレスは、当然ながら知名度は低く、開催頻度は少ないです。しかし、軽トラで移動し、手軽に試合会場設営ができる利点を活かすことで、全国での活動の可能性を秘めているビジネスモデルといえ、従来のプロレス業界には存在しなかったイノベーション性の高い興行スタイルといえます。「軽トラプロレス」は、入場料がほぼ無料でありながら、全国展開が可能で、市場の空白地帯を狙ったものであり、市場の創造が実現すれば、大幅な市場拡大が可能なポジショニング戦略であるとも見てとれます。

(2) 事業者概要

代表：宇藤 純久

創業：2022年9月25日（第1回開催）

内容：軽トラックを使ったプロレス興行

(3) 経緯

1988年に愛知県生まれの宇藤氏は、4歳から柔道を始めましたが、立命館大学入学後、立命館プロレス同好会に誘われ入会。「七転抜刀斎」のリングネームで所属し、学生プロレスサミットに出場するなど活躍、2012年からプロレスリング紫焔のリングにも上がり、こちらでもセミレギュラーとして活動しました。

その後、横浜を拠点とする大日本プロレスの入門テストに合格し、2014年に正式入団、2015年3月25日に新木場1stRingが初戦です。2019年8月に「オルカ宇藤」とリングネームを変更、2020年4月に大日本プロレスを退団し、フリーのプロレスラーとなります。

宇藤氏がいうには、「プロレス業界では、ほとんどの団体が、テレビの放映権料も入らず、本業だけで食べていける選手は上位の一握りの選手だけで、それ以外の選手は、生活のために他の仕事をしています。多くの周りの選手が、収入が低く、結婚するにも経済的には厳しい状況」とのことで、プロレスラーとして生計を立てるのは至難の業とみていました。

宇藤氏はフリー転向後、コスチューム職人の縁で、自宅に中古ミシンを1台購入し、「サウナハット」作成の仕事を受託開始、さらにサウナでの熱波師としても活躍し、その後、2020年のコロナ禍に起きた「サウナブーム」から、「サウナハット」のネット販売等で最盛期は月商150万円程まで売上を伸ばしていたとのことです。見かけの巨体からは想像しがたい器用さで、縫製業で事業化を成功させられた点には驚かされます。実はレスラーとしてのコスチューム等は、自分で作成しているとのことで、レスラーとしての経験から技術を身につけられた模様、現在はサウナの熱波師検定の講師としても活躍中です。

プロレス年鑑には、1,000名程度のレスラーが掲載されていますが、それ以外にもフリーのレスラーはいて、皆、試合の場を求めているため、知名度の低いフリー選手への日当はかなり安くな

ってしまっています（日当最低額は5,000円、これではとても生活できませんとのこと）。

（4）『令和の虎』での事業計画プレゼンテーションを転機に

2022年5月、宇藤氏は『令和の虎』に出演し、100万円の融資のための事業計画を5人の虎（出資する経営者）達にプレゼンテーションしました。宇藤氏のコミュニケーション能力は非常に高く、奇想天外な事業計画案を、ユーモアを交えてプレゼンテーションする姿勢に、5人の虎は感銘を受け、お決まりの「ひと悶着」もなく、すんなり融資が決定しました。

軽トラプロレスホームページより



その後、融資で得た100万円を活用して軽トラックを改造、2022年9月25日に東京の新木場1stRINGで第1回の軽トラプロレスが開催されました。2023年8月5日には、北海道の十勝で開催しましたが、Youtubeでは、まだ動画が公開されていないようです。Youtubeでは、2022年12月4日に君津こいスポフェスタで開催された大和ヒロシ vs チャック・Eの対戦動画が、最新版として公開されていますが、この動画編集も宇藤氏が個人で行っている模様で、一人でプロレス団体を立ち上げ、経営することの至難さが見てとれます。

オルカ宇藤と軽トラプロレス - YouTube より



(5) 今後の課題

宇藤氏によれば、この新規事業で想定外に課題となったのは「開催場所の確保」だったといいます。軽トラを活用してのプロレスショーは、今まで存在しなかった興行モデルであり、安全確保等、クリアすべき課題が多く、開催場所はそう簡単には見つからないのが現状です。

宇藤氏が働きかける営業先は、行政の官公庁関連、イベント企画、ショッピングモール、祭り祭事関係者等とのことです。

また、通常のプロレスのように、入場料を徴収するビジネスモデルではなく、イベント企画の開催者側から報酬を得るスタイルとなります。そのため、聴衆はガチガチのプロレスファンではなく、あくまでもイベント企画に参加する一般人であり、彼らの注目を集め、イベント企画を盛り上げ、イベント参加者の増加と満足度向上を計ることが「軽トラプロレス」の主要な目的です。

プロレスにさほど興味の無かった聴衆が、「軽トラプロレス」の試合を楽しみ、満足感を得れば、物品購入、記念撮影にも繋がるため、宇藤氏は入場料に依存しないかたちでのマネタイズ・収益化を、さらに深堀させていくとのことです。

(6) 所感

昨年、筆者がインタビューしたイラン人経営者のアリー社長によると、「アリーズケバブ」のキッチンカーを1997年創業した当初は、法制度も整わず、行政側の対応も地域ごとに異なっていて、キッチンカーの出店場所確保のために相当苦労されたと聞きました。そんな「アリーズケバブ」も、今ではキッチンカーを20台保有し、年商5億を超える勢いで成長中です。

宇藤氏のイノベーション性の高い興行形態も、「アリーズケバブ」同様に、新規性が高すぎるがゆえに最初は難航する側面があるでしょう。しかし、今後の新しいプロレス興行モデルとして、社会に浸透し、認知度が高まっていく可能性があると感じています。

宇藤氏の高いコミュニケーション能力、ユーモアのセンス、縫製技術、IT技術を使いこなす器用さと学習能力、そしてプロレスへ懸ける熱意、彼の行動力と人格から培われる人脈。これらの強みによる相乗効果から、新しい興行スタイルが創造され、社会に広く認知されていくことが大いに期待されます。

9. DIY 居酒屋

(1) 概要

出店費用を低く抑えるため、居抜き店舗を選んで出店、内装やテーブル、イスを内作(DIY)している居酒屋チェーン店の事例を紹介します。

こうした手作り感、安っぽさが、「せんべろ」の情緒を醸し出しています。

(2) 事業者概要

会社名：ハミング株式会社 (仮名)

代表者：白瀬 肇 (仮名)

創業：2017年9月27日

内容：低価格居酒屋チェーン

白瀬氏の略歴ですが、S大学法学部卒業後、2011年の独立までに、飲食店舗運営、出店開拓営業を経験し、飲食店マネジメントのノウハウ、出店マーケティングのノウハウを取得しています。

(3) 事業内容

① 事業は低価格をアピールする業態(焼き鳥屋風)で、店名はハミングバード(略称ハバ)で、以下の特徴があります。

1) ハイボール50円。ビール、サワーなど、その他のドリンクはすべて99円です。

2) 食事の価格設定は300~400円と、アルコールよりはやや高めですが、20代中心の顧客は飲酒がメインなので、客単価は約2000円です。

3) メインターゲットは学生であり、大学生を集めやすい大学所在地近くの鉄道駅の周辺に出店しています。

② DIYによる内外装の低コスト化

1) 出店のターゲットを、学生街の居抜き店舗に絞り、店舗数の拡大を図っています。学生相手の価格設定なので、固定費を抑えるべく、外装だけでなく内装、テーブルやイスまで、DIYで自分たちが組み立てています。ホームセンターから安い素材、中古販売業から中古品を買い、内外装の低コスト化を実現しています。

(写真右)DIY 感のあふれる店内の様子の一例です。壁にはラミネートした手作りメニュー等が、天井からは提灯をつなげてぶら下げていますので、にぎやかな店内の内装となっています。

(写真:著者撮影)



2) 店内のメニューにもコストをかけません。メニューやお勧め品目の紹介等も PC で自ら作り印刷し、それをラミネートする DIY であり、店内に掲示しても、汚れが付きにくく長持ちします。顧客の若い大学生には十分に受け入れられる出来栄です。

3) 本部として支給する調理マニュアルはとてもシンプルです。マニュアル自体が低価格であるのに加え、アルバイトでもメニューにあるすべての料理を作ることができるようにし、料理人は雇いません。これによりオーナーとアルバイトだけで営業ができます。これも DIY 精神に基づいています。店舗によっては、正社員が現場に出ず、スタッフにすべて任せることも可能です。

(4) 想定される今後の課題・問題点

① 出店場所の減少

コロナの影響により居抜き店舗を確保できたため、出店が進みました。首都圏の大きな繁華街にはほぼすべて出店したといえそうです。反対にこれまでのペースで今後の出店するのが容易ではなくなりましたが、出店計画の見直しには良い時期ともいえます。

② 社員・アルバイトの管理と教育不足によるサービス品質の低下

これまでは基本を押さえた運営マニュアルを渡し、運営は店舗側にほぼ任せるというスタンスでやってきました。それがお店のフレッシュさに繋がっていたのですが、中堅規模となった現在は、管理不足が否めず、サービス品質の低下が懸念されます。どのように今後進めていくのが良いのか、外部の助言を受けるべき時期に入っています。

③ 競合店との競合

鳥貴族、千葉チャンほか低価格路線のチェーンとの競合は、以前にも増して激烈です。次の表はスペースに入る範囲で情報を抜き出したものです。低価格路線のお店が多いことがわかります。

【図表 4-9-1：主要な居酒屋チェーン店の特徴】

名 称	特 徴
鳥貴族	焼き鳥が美味しい、メニューがオール 300 円台のお店
居酒屋一休	会員になると常にメニューが 20%オフ！
てんぐ大ホール	1リットルサワーが名物
バリヤス酒場	宴会でも、落ち着いた飲みでも楽しめる
一軒め酒場	酎ハイ 1 杯 190 円からのコスパ抜群な店！(養老乃瀧グループ)
おすすめや	食べ飲み放題専門の居酒屋でコスバもよい
金の蔵	お酒の種類が豊富なのが嬉しい居酒屋
居酒屋いくなら俺んち来い	店員さんもノリがいい楽しいお店。3 時間食べ飲み放題 3,080 円
大衆酒場ちばチャン」	ボリューム満点なドリンクやフード。2 時間 3000 円飲み放題コース。
三代目鳥メロ	秘伝のタレで焼き上げられた焼き鳥が美味しい！

④ 根本的な戦略の悩み

中小企業が低価格戦略に頼ると、DIY でコストをセーブしても収益性が低下しやすく、資金繰りの悪化が懸念されます。また、低い収益性では、十分な成長投資ができないので、持続的成長の実現が難しくなります。しかし、会社の収益性さえ改善できれば低価格脱却の道筋が見えて来ます。

収益性の改善は喫緊の課題です。短期的な収益の改善方法としては、①販売価格を上げること、②仕入値（売上原価）を下げることの二つです。そして、考えるヒントとなるのは次の点です。

- 1) 独自の付加価値を高める努力はやり尽くしたか？
- 2) 低価格以外で勝負できる自社の強みはないか？

自社の独自性を大切にして、低価格に頼らない経営努力が期待されます。

10. ハンドメイドのお店

(1) 概要

ハンドメイドは「手作りのもの」という意味で、手芸品やアクセサリー、陶芸などが主な商材です。ハンドメイドは設備投資が殆どなく、無店舗経営も可能で、低資本で起業できます。ハンドメイドという、趣味の延長線上から起業した事例を紹介します。

(2) 事業者概要

屋号：川越クラフト（仮名）

代表者：佐藤 花子（仮名）

設立：2018年4月開業

内容：ハンドメイド手芸用品の製造販売

ハンドメイドとは、「人の手によって作られたもの」という意味です。基本的には、機械ではなく手で作るものがあれば、どんなものでもハンドメイドとすることができます。ただし、「手で作る」というのは工具を使わないということではなく、あくまで「手作り」ということをさしているため、手芸品だけでなくアクセサリーや陶芸、彫刻といった工具をつかうものもハンドメイドと呼ばれています。ハンドメイドの重要な定義には「大量生産ではない」というものがあり、ひとつひとつが基本的に手作りです。ハンドメイドの作品を制作する人の事を、一般的には「ハンドメイド作家」と呼びます。

(3) 経緯

埼玉県川越市の作家、佐藤氏（仮名、以下省略）は、専業主婦でしたが、ハンドメイド手芸用品の製造販売を、低資本で起業することができました。

元々、趣味でハンドメイド手芸を行っていたため、設備は既に揃っており、設備投資は0円でした。レンタルボックスが1か所3,000円以下、材料費が1商品1,000円程であるため、運転資金は10万円も掛かっていません。

会社員時代の旅行業で付き合いのあった、同じ埼玉県川越市内の旅行代理店、株式会社遊号（仮名、以下省略）から小江戸川越をイメージさせるデザインの手芸品を依頼され、製造を開始しました。ノベルティとしての採用でしたが、非常に好評で、株式会社遊号は、市内観光企画を主力事業の1つとして確立することに成功しています。

ノベルティの好評を受け、本格的にハンドメイド手芸用品の製造販売を2018年から開始しました。価格は製品にもよりますが、1個2,000円前後で販売しています。販売チャネルは川越市

と朝霞市のレンタルボックスです。販売開始直後から、クチコミや Instagram 等で広がりを見せ、現在では川越市内の蕎麦屋など、実店舗での販売も実現させています。

コロナ禍で、西村デザインのマスクがヒットしましたが、リクエストに応える形でラインナップが増え、最近では病院からまとまった個数で、看護師用バッグの注文があります。売上は順調に拡大、3年前の約10倍に成長しており、強みである佐藤氏のデザイン力が実証されています。

看護師用バッグ



J-95 マスク



(4) 転機

転機となったのは、新型コロナウイルスの影響を受けて新たに作られた、「小規模事業者持続化補助金（低感染リスク型）」の活用です。ECサイトを構築し、新たな販路を確立しました。

ECサイトの場合、商圈の制約がなく、フェイス数を増加させなくても売上を拡大させることが可能であるため、目標達成のための有効な手段となります。また、自社ブランドの確立や詳細な顧客情報を入手することができ、事業拡大への足場づくりにも貢献しています。

これは、商品ラインナップの見直しにも繋がりました。地域性を考慮し、埼玉県内に住むバッグの購入頻度が高い35～49歳女性をターゲットとし、新商品の開発に着手しました。

補助金申請時点で、製作実績のある当時経済再生担当大臣である西村康稔氏が着用していた型のマスク(J-95 マスク)や看護師のバッグをベースに、「小江戸川越」をテーマにした製品の製造販売を開始し、好評を得ています。また、顧客の要望を常にリサーチし、継続的にラインナップの見直しを図ることができる体制を整えることができました。

全国に販売できるようになっただけでなく、現金以外の決済方法を確立することができました。それにより、身近な顔見知り相手への販売にもECサイトを案内し、会計処理を自動化することが

できました。生産力が限られる状況で、商品の企画・開発に専念できることにより、生産性の向上に繋がっています。

補助金の活用により、中長期的な事業の展望を築き上げることができ、事業者自身のモチベーション、時間当たりの生産性自体も向上に繋がりました。

EC サイトで販売している商品



(5) 今後の課題

事業計画で予定している、オンライン手芸教室の開校が今後の課題として挙げられます。現在、販売が好調であることもあり、教室開校に費やす時間を確保することが難しい状況です。販売数を一定量確保しながら、手芸教室の時間も確保するための作業割合について、中小企業診断士が支援を行える可能性があります。

また、生産力の増加対策として、OEM の発注先は、既に面識のある川越市内の授産施設を予定しています。授産施設はコロナ禍で少なからず影響を受け、業務量が少なく、売上が低迷している状態です。手芸用品事業を順調に成長させることにより、地域経済への貢献のみならず、授産施設の経営改善を通じて、地域の心身に障害を抱えた人々の雇用を支援することとなり、社会福祉の面でも地域貢献できる効果があります。

、しかし、製造を行うにあたっての教育を行う必要があり、生産量の確保と教育時間の確保、事業継続するための利益の両立が今後の課題となっています。

(6) 中小企業診断士のかかわり方（気付き）

ハンドメイド作家として起業するためには、購入したいと思えるクオリティの商品を制作できる技術力と、商品の販売を行うためのスキルやノウハウと言った販売力が重要となります。

ハンドメイド作家の販売には様々な方法があります。主に販売イベントやマルシェなどの出店販売、雑貨店・量販店や百貨店への展示販売、ハンドメイドマーケット「minne」、メルカリ shops

やBASEなどのECサイトでの販売などがあります。特にオンライン販売はスマートフォン利用者の増大により、自身の作品を手軽に全国に販売できることから、近年ではハンドメイド作家が増加中です。前述の「minne」では、2023年5月末時点で87万件を超える作家・ブランドによる1,635万点以上が販売されています。

特にECサイトでは、顧客に商品の提案を行うかがポイントで、中小企業診断士が支援する内容にもなります。手芸品の中には、実際の信憑性は不明ですが、世間で「手作りの鞆を持参していないと、合格できない」という噂があることに目をつけ、1個で販売できたという事例もあります。市場価格通りでは思うように利益を上げられませんが、販売方法を工夫することで、高利益体質を確立させることは可能です。

そして、「小規模事業者持続化補助金」などの補助金を活用した経営計画の作成だけでなく、モニタリングを行い、財務的に負担にならないように事業拡大に導くことが必要です。生計を立てられるまでではなく、その後の継続的な支援が有効です。

(7) 所感

筆者がインタビューした、少ない初期投資で軌道に乗せた本事例は、技術力を武器に起業したい方へのよいモデルケースになると感じています。

今後、佐藤氏は高い技術力や企画力を強みに、新しい地域産品の開発から地域の雇用創出に繋げていくことが期待されます。地域資源の活用支援や取引先の紹介も重要になると感じています。

おわりに

この報告書の「低資本の創業」の定義は、例えば3,000万円かかるところを、3分1の1,000万円で事業を始めるということです。いろいろな方の参考にするため、低額の事業資金でも可能な事業も取り上げています。極端にいうと、2,000万円から3,000万円かかる事業を、200万円から300万円で実現する方法論と事例を掲載し、論じています。

事例を見ると、200万円から300万円で実現するには、本人の努力と周囲の協力が必要です。例えば花屋をやりたいと前向きに考え、他人に話し続け、行動すれば、周りに協力者が現れ、物事が前に進みます。

ここで、注意して欲しい点があります。一般的には、利益は投下資本に比例します。今回の200万円から300万円の投資なら、2,3万円の利益しか得られないケースが多いということです。例外はありますが、儲かる話はそうそうないということをご理解ください。

チェーンストア・ビジネス研究会
事務局 中小企業診断士 山下義
tdyama@sc4.so-net.ne.jp
090-8104-6027

執筆者一覧

池田 安弘（いけだ やすひろ）

島根大学卒業後、アパレルメーカー、コンビニFC本部に勤務。1992年、中小企業診断士に登録、1993年独立。FC本部設立支援、新業態開発、創業支援、事業承継、を専門とする。いけだ経営デザイン研究所代表。東京都中小企業診断士協会顧問。島根県よろず支援拠点専門コーディネーター。島根県商工会連合会スーパーバイザー。

山下 義（やました ただし）

電通大卒。昭和55年日立製作所入社、レーザーディスク1号機の開発に参加。その後ソフトウェア会社の営業を経て、コンサルティングに従事。やきとり屋の支援をきっかけに、飲食店、地域おこし、農産物加工、商店街支援、産業廃棄物処理、防災等で活躍中。一般社団法人東京都中小企業診断士協会 相談役。

船橋 竜祐（ふなばし りゅうすけ）

法政大学経営大学院修了。2018年中小企業診断士登録、宅地建物取引士

ダイバーシティコンサルティング㈱代表取締役、

主たる業務は、海外人材活用のコンサルティング、ベトナム・インドネシア人材（技能実習生、技人国、IT技術者等）紹介と労務管理支援、創業支援、セミナー講師、建設業の収益改善なども手掛ける。

吉川 尚登（よしかわ なおと）

慶應義塾大学卒業。一般企業で経営企画、企業法務等に従事。中小企業診断士登録、社会保険労務士登録。中小企業に対する業務改革、事業計画作成、経営改革等の支援、補助金審査、事業承継関連等の業務を行う。行政書士、宅地建物取引士、証券アナリスト（CMA）、CFP、基本情報技術者、TOEIC900点。

福田 まゆみ（ふくだ まゆみ）

SDGs経営支援、健康経営支援、経営革新計画支援、事業計画策定支援、補助金申請支援（事業再構築補助金、ものづくり補助、IT導入補助金など）、セミナー講師（大学発スタートアップ・ベンチャー創業セミナー、FCシステム構築塾）、販売促進支援、IT活用による業務改善支援、公的機関の伴走支援など。保有資格：健康経営エキスパートアドバイザー。

遠藤 孔仁（えんどう こうじ）

北陸先端科学技術大学院大学 知識科学研究科修士 中小企業診断士 IT コーディネーター
IT サービス業で、IT インフラ構築、IT サービス企画、運用などに従事。IT 化支援、業務改善、シナリオプランニングなど中小企業支援を行っている。

小林 雅彦（こばやし まさひこ）

東京大学卒業。大手通信会社に 30 年以上勤務。2020 年、中小企業診断士に登録し「みやびコンサルティングオフィス」を開業。IT 導入、創業支援、事業承継、フランチャイズが専門。業種では飲食業、サービス業を得意とする。公的機関の経営相談窓口や専門家派遣、補助金申請支援、セミナー講師、執筆など幅広く活動している。実用イタリア語検定 3 級。

島津 晴彦（しまづ はるひこ）

慶応義塾大学卒業後、通信会社及び SaaS 事業者にて法人営業に従事。2018 年に中小企業診断士登録。飲食店などの中小企業支援の他、セミナー講師、執筆、補助金の申請支援なども行っている。

沼口 一幸（ぬまぐち かずゆき）

「動機付け」を意識した、経営者に寄り添った支援を心掛け、補助金申請・経営戦略策定支援の他、新たな事業に取り組む中小・小規模事業者の支援を積極的に行っている。

藤島 有人（ふじしま なおと）

日本大学工学部卒業後、ソフトウェア製造業にて、業務系システム構築の SE、並びに、プロジェクトマネージャを担当。2013 年中小企業診断士に登録し、2018 年独立。補助金を活用した IT 導入支援の他、IT 研修講師を行っている。取得資格は情報処理技術者（IT ストラテジスト、プロジェクトマネージャ、ソフトウェア開発技術者）、IT コーディネーターなど。

原田 純（はらだ じゅん）

一橋大卒業後、専門雑誌にて取材・記事作成。音響・楽器ファブレスメーカーでは 1 年超ロサンゼルスで飛び込み営業、小売部店長の後、輸出、国内営業、下請け管理、新製品企画を兼務。スタンダード市場上場会社では海外営業を担当。中小企業診断士。市川商工会議所経営相談員。これまでの支援先：デザイン会社、化粧品販売店、お弁当製造販売店、中華料理店ほか

森田 精一（もりた せいいち）

早稲田大学卒業、青山学院大学大学院修了 経営学修士、中小企業診断士

コンピュータ・メーカー及びソフトウェア開発会社に勤務後、2020年にMBコンサルティングを開業。主要分野:経理・財務、業務改善、マーケティング

業種:宿泊業、飲食業、アパレル業

鈴木 隆央（すずい たかお）

関西大学法学部卒業後、専門商社に勤務し、情報システム、社内研修、環境他CSR、サステナビリティ、内部監査等の業務に従事、2011年に中小企業診断士登録、東京協会城北支部所属、経営改善、創業、商店街のコンサルティング、図書館イベント支援等行ってきた。趣味はオオクワガタのブリード、毎年200頭近く育て、専門誌にも執筆している。

金子 孝弘（かねこ たかひろ）

早稲田大学卒業後、総合商社と大手出版社のジョイントベンチャーに入社。その後、家電メーカーで新型ゲーム機事業の立上げや、外資系企業でグローバルIPを冠したソフトウェア開発などを経て、2022年から中小企業診断士として創業・BCP・SDGs支援などのコンサルティングに従事。

大野 雅幸（おおの まさゆき）

1993年中小企業診断士登録。流通系企業勤務。汎用小型コンピュータの基幹業務システムの開発から運用、保守を9年間実施、その後長年、営業(上場小売業本部担当)や商品企画(新商品開発)に従事。商店街支援、飲食店、個店の経営指導等多数。

問い合わせ先 事務局 山下 義 tdyama@sc4.so-net.ne.jp 090-8104-6027

以上