

1.プラン名

個	人	向	け	I	T	サ	ー	ビ	ス	の	マ	ツ	チ	ン
グ	サ	イ	ト											

2.申請者(代表者)の略歴・経験・技術・資格等

1978.03 早稲田大学理工学部応用物理学卒業  
 1978.04 富士通入社、金融システム事業部システムエンジニア (S E)  
 ・入社を機に北区へ転居(以来、北区住民)  
 ・三菱銀行(現 三菱UFJ銀行)を始め、多くの銀行営業店システムを開発  
 ・PMP、富士通プロマネ最高位を取得し、全社問題プロジェクトの解決  
 (注) PMP : Project Management Professional (プロジェクトマネジメントの国際資格)  
 ・金融コンサルティング事業部門を立上げ、プリンシパルコンサルタント  
 2009.12 ゆうちょ銀行へ転社、システム開発部長  
 ・第5次ゆうちょ総合情報システム稼働  
 2015.04 定年退職後(60才)、高齢再雇用でゆうちょ銀行推進役(現在)

3.経営理念

(1) ビジネスプラン全体概要

ITが進歩しても、ITを上手く利用出来ずに困っていたり、諦めたりする人が増えています。特にシニア層に多いと思います。一方、IT企業を定年退職し、まだ働きたいが定職には付きたくないとも考える人も増えています。

ならば、シェアリングエコノミーを使った「個人向けITサービスのマッチングサイト」で、近くに住む両者をマッチングしてあげれば問題の同時解決が出来ると思えました。

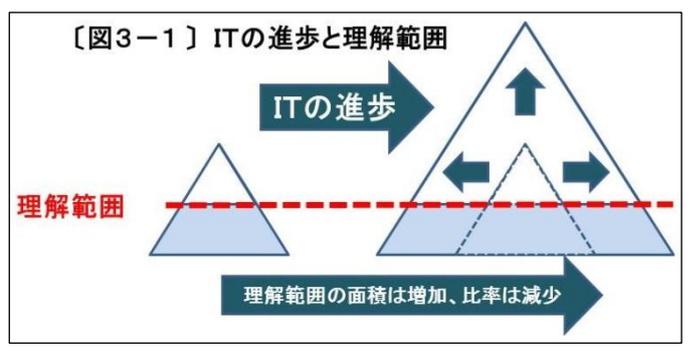
北区は高齢化率が23区NO. 1です。つまり、都市型高齢化率では日本NO. 1とも言えます。だからこそ、このビジネスモデルを北区で完成させ、普及させる意義が大きいと考えます。その後、日本全国へと拡大させて行く所存です。

<シェアリングエコノミー>  
 物・サービスなどを、多くの人と共有して利用する仕組み。民泊のAirbnb、配車サービスのUberが有名。ITの進歩で、急成長している分野。

(2) 取り組み課題

<課題1>

ITの進歩で、ITの機能全体が拡大しています〔図3-1〕。しかし、個人が利用出来るのは理解範囲なので、理解範囲の面積は増えても、ITの機能全体からの理解範囲の比率は減少しています。更に、以前は分からない所を親戚・知人に教えて貰えましたが、最新のITは難しくて分からないと言われてしまいます。今後も、ITは進歩しますが、理解出来ずに利用出来ない所も増加して行きます。特に、理解範囲を上げることが困難なシニア層には大きな課題と言えます。



<課題2>

IT専門知識を生かし、年金の足しにしたいと考える元気なIT企業定年退職者が増えています。しかし、会社勤めまでは避けたく、適切な仕事が無いのが実情です。一方、社会全体では、働き方改革による新しい働き方を提唱しています。更には、労働人口減少に伴う高齢者活用も叫ばれています。余談ですが、定年退職者の地域に溶け込みたいという願いもあります(笑)。

### (3) 社会的意義

北区のシニア層と、北区のIT企業定年退職者とをマッチングさせるビジネスモデルを、北区で完成普及させます。そして、23区、東京圏、3大都市圏へと段階的に拡大させます。

北区だけでなく、日本全国に拡大させることで、**3つの大きな社会的意義**があると考えます。北区のご支援・ご協力をお願いすると共に、東京都、中央官庁のご支援・ご協力も仰ぎたいと考えています。

#### < 3つの大きな社会的意義 >

- ・ ITの進歩をフルに享受し、個人（シニア層も含め）の生活を豊かにする
- ・ IT企業定年退職者が新しい働き方の先駆けとなり、年金受給者の生活を豊かにする
- ・ 労働人口減少対策に、外国人に加え、定年退職者が加わり、日本経済の発展に寄与する

### (4) 使命

私は現在64才です。新しいビジネスを興すにはどうかと思う方も多と思います。しかし、富士通でITを提供し、ゆうちょ銀行でITを使い、そして、現在、定年退職者となりました。私のキャリアが、本課題解決の適任者であるように思われます。そして、使命すら感じています。首相官邸HPの「人生100年時代構想」に、「いくつになっても、新しいことにチャレンジできる社会を構想する」とあります。この言葉通り、チャレンジして行きたいと思っています。



### (5) 達成目標

北区スタートのビジネスモデルを日本全国に広げます。そして、シニア層に限らず、ITで困った時、ITを導入したい時は、何のためらいもなく、「個人向けITサービスのマッチングサイト」から依頼する。そんな社会となることを達成目標にしたいと思っています。

#### < 将来的には >

社会の高度化、親戚・知人の希薄化、高齢化が進み、個人生活のあらゆる分野（家事、住宅、娯楽など）で、高度化した機能を上手く利用出来なかつたり、諦めたりする人が増えると想定されます。解決には、「個人向けITサービスのマッチングサイト」の対象範囲拡大で対処したいと考えています。

更に話が大きくなりますが、シェアリングエコノミーは、技術では海外に出遅れましたが、中身（精神）は日本に優位性があるように思います。東北地震の助け合いは世界に強く印象付けました。いつかは日本流シェアリングエコノミーが世界をリードするのではと思っています。

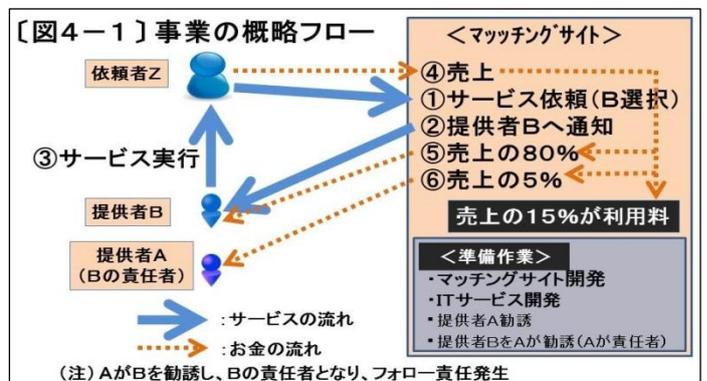
## 4. 事業内容

### (1) 事業内容概要

〔図4-1〕に事業の概略フローを示します。マッチングサイト開発、ITサービス開発、提供者勧誘などは事前の準備作業です。

- ① 依頼者Zがサービス依頼（B選択）
- ② 提供者Bへ通知
- ③ 提供者Bがサービス実行
- ④ 依頼者Zが支払い
- ⑤ 売上の80%を提供者B
- ⑥ 売上の5%を提供者A（Bの責任者）

売上の15%がマッチングサイトの利用料となります。利用料から本部人件費、間接費（マッチングサイト維持費、広告宣伝費など）を控除したものが利益となり、売上の10%を目標とします。



### (2) 誰に（ITサービスの依頼者）

2種類のITサービス依頼者を想定しています。

- ① ITで困っている個人（自力で解決出来ない）

・ 保有IT機器が動かない、前は出来たのに出来なくなったなどを解決して欲しい

## ② ITで出来る事を導入したいと思っている個人（自力で導入出来ない）

- ・導入したいが、どこの製品・どんなサービスを選んだら良いか分からない
- ・設置、設定などが出来るか不安

## (3) 何を（ITサービスの内容）

上記2種類のITサービス依頼者に対し、営業開始時点では、以下7種類（【i】～【vii】）のITサービスを用意します。少額のミニサービス、ネット・電話で対応するマイクロサービスなどのアイディアもあり、営業開始後にサービス種類の最適化を図って行きます。

私はSEと言う職業を通して、企業の何が問題かを分析し、どうしたら解決するかのIT提案をして来ました。個人も同様と思っています。個人の困っている事、したい事を分析し、最適な解決手段を提供出来ることが、**重要成功要因①**と考えています。

### ① ITで困っていることを解決

【i】ITで困っていることを解決する〔5,000円〕

【ii】IT技術者を2Hアサインする（色々相談して下さい）〔5,000円〕

### ② ITで出来る事を導入

【iii】スマホから家の監視カメラを見られるようにする〔5,500円〕

【iv】インターネットを高速化する〔5,000円〕

【v】携帯電話からスマートフォンに乗換える〔5,000円〕

【vi】PCのデータをバックアップして、データ保全する〔4,500円〕

【vii】microsoftオフィスの操作を指導する〔5,000円〕

価格は以下のように考えています。

### ① サービス種類毎に1プライス

- ・依頼者毎に条件（設備、状態など）は異なるが、分かり易さを優先して1プライス

### ② 基本価格を5,000円（消費税除く）に設定

- ・基本価格を値頃感、支払い能力から5,000円に設定（平均所要時間2H）
- ・サービス種類毎の価格は、サービス種類毎の平均所要時間を考慮して設定

## (4) どのように（ITサービスの提供プロセス）

サービス依頼者とサービス提供者を、シェアリングエコノミーを使ってマッチングします。このマッチングサイトの出来の良さが**重要成功要因②**と考えています。実は、マッチングサイトを一人、2ヶ月で開発してしまいました。10年前なら、ゆうに1年以上掛かったと思います。技術進歩のおかげです。さて、2018年8月より、試験的に公開中です。なお、マッチングサイトの名称を、定年退職者が主役なので、silverを使い、ITにはhardware、softwareが付きものなので、語呂合わせで、**silverware**と命名しました。



マッチングサイト：**silverware**

<https://ec.jp-silverware.com/>

なお、**silverware**はマッチングサイトの名称ですが、ビジネスモデルの名称でもあります。以下に**silverware**のサービス提供プロセスを説明します。

### ① ITサービスを依頼（スマホ、PCから）

- ・依頼者はマッチングサイト：**silverware**を開きます
- ・商品説明、利用者コメント、評価点などを見てITサービス商品を選択します
- ・会員登録（氏名、住所、電話番号、メールアドレスを入力）をします（未登録の場合）
- ・依頼者から半径10km以内のサービス提供者を近い方から最大5名表示します
- ・サービス提供者のプロフィール（名前、住所、年齢、顔写真 or イラスト、退職会社など）、実績（実施回数、利用者コメント、評価点など）を見て、依頼する人を選択します
- ・注文確定します

- ・確認メールが入ります（注文内容はマイページにて確認可）

## ② 選択されたサービス提供者が依頼者に電話（24H以内）

- ・ITサービス内容の事前確認と訪問日時の調整が目的です
- ・事前確認の結果、お断りすることもあります

## ③ ITサービスの実施

- ・ITサービス提供者が依頼者宅を訪問し、ITサービスを実施します
- ・実施結果を確認し、お支払い頂きます（成功報酬）

## ④ アフターサービス

- ・問題発生時はサービス提供者が対応します（1週間以内）
- ・不満があれば、サービス提供者の責任者がフォローします（責任者はマイページにて確認）
- ・それでも不満があれば、本部が対応します

## (5) 誰が（ITサービスの提供者）

出身母体の富士通同僚、仕事で付き合い合った日立・NEC・沖・IBM・ユニシスなど多数の知人、大学同期など、サービス提供者候補は多数います。そして、以下に説明する勧誘方法で、ネズミ算的に増員可能と考えています。よって、サービス提供者の確保は余り心配していません。

### ① 潜在数

- ・富士通グループで、技術系定年退職者が約5,000人
- ・主要各社の総数は、全国5万人以上と推定

### ② 勧誘方法

- ・既サービス提供者が責任者となって、新たなサービス提供者を勧誘します（責任者制度）
- ・責任者は、勧誘したサービス提供者のフォローフィーとして、売上の5%を受取ります  
-これが勧誘のインセンティブとなります

### ③ スキル担保

- ・勧誘時に低スキル者は選ばれません（責任者が苦勞するから）
- ・シェアリングエコノミーの特長で、評価が低い人は自然淘汰されます
- ・サービス提供者間のスキルアップフォーラム、スキル発表会などを計画しています

## 5.市場の分析

### (1) 個人向けITサービス市場の現状

現状を物語風に表現してみました。ニーズはあっても、既存業者では応えられていないようです。

#### ① ITで困っている個人の場合（自力で解決出来ない）

- ・製品、サービス会社に連絡したが、通信の可能性、媒体の可能性、と色々な可能性を言われ、他社で確認してからもう一度連絡すると、やんわりと断られてしまった
- ・しかたなく、町の業者を調べて依頼、一応来て貰って解決したが、思いの外高額、これなら依頼しない方が良かったかも、次回は頼まないで買い替えた方が良さそう
- ・最近、フリマにITサービスが出品されているので調べてみたら、遠くの人が出品していた、しかし、遠くて無理だし、求めているサービスか良く分からない

#### ② ITで出来る事を導入したいと思っている個人の場合（自力で導入出来ない）

- ・大手有名会社のパンフを見たら、製品も高いが導入サービスはもっと高い、とても頼めない
- ・ネットを見ると安い製品が沢山ある、しかし、購入者コメントを見ると、日本語の取説が無く苦勞したとある、導入サービスなどは当然無い、私にはとても無理、諦めるしかない

### (2) 既存業者がニーズに応えられない理由

既存3業者を「安心」「安価」「確実」で評価した結果が〔表5-1〕です。この結果では、ニーズに応えられる訳がありません。唯一の例外は、「水のトラブル」「鍵のトラブル」と同様で、お金を気にしない緊急用途です。町の業者も、この緊急用途に近いものが殆どのようです。

結局、潜在ニーズはあっても、殆どのケースで諦め、ガマンしているものと思われれます。

## 〔表5-1〕既存3業者の評価

### 製品・サービス会社【総合X】

⇒ 安心のイメージだけで、結局、自社の製品故障以外は殆ど対応出来ていない

【安心○】通信であればNTT、PCであれば富士通などで、安心感はダントツ

【安価X】スタッフ派遣で対応出来たとしても高額請求

【確実X】最近のITは複数社が関わっていて、自社の問題と特定出来なければ受け付け難い、

### 町の業者【総合△】

⇒ やや不安だが、結果は出せている、しかし、高額のため緊急用途以外では使えない  
(設備投資、人件費、教育訓練費を考えると、これ以上の低価格化は困難)

【安心△】何か無いと会社の存在すら知ることもない、最初に依頼する時は不安

【安価X】時間が掛かれば、その分だけ高額となる、結果に関わらず出張費も請求

【確実○】複数社に関わるシステムを第三者専門業者として真面目に対応してくれる

### フリマ【総合X】

⇒ メルカリ、coconala、Anytimesなどが急成長しています。

しかし、現時点では、現実的には使えない

【安心X】フリマの性格上、当りもあるが、外れもある、安心感は殆ど無い

【安価○】基本的には格安

【確実X】実績も未だ殆ど無し

## (3) silverware がニーズに応えられる理由

silverwareを「安心」「安価」「確実」で評価した結果が<図5-2>です。全て【○】マルです。以下にその理由を説明します。

### ① IT企業定年退職者を利用

- ・大手IT企業定年退職者がサービス提供者になります、訪問を受ける方も「安心」です
- ・他に収入があり副業の範囲です、社会参加の目的もあり、「安価」で提供可能です
- ・元は一線級のIT技術者です、腕は間違いありません、「確実」に結果を出します

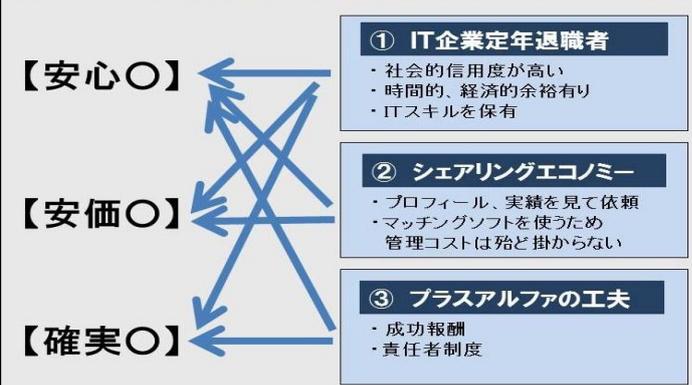
### ② シェアリングエコノミーの仕組みを採用

- ・サービス提供者のプロフィール、実績を見て依頼出来るので「安心」です
- ・ITをフル活用し、間接費を最小化するため、「安価」で提供可能です

### ③ プラスアルファ（成功報酬、責任者制度）

- ・結果が出なければ費用を頂きません、うれしい「安心」です
- ・結果を「確実」に出すために、責任者がフォローしています

### 〔図5-2〕 silverware の評価 【総合○】



以上は silverware の根幹の仕組みとなります。この「安心」「安価」「確実」の実現が、**重要成功要因③**と考えています。

## (4) 個人向けITサービス市場の今後

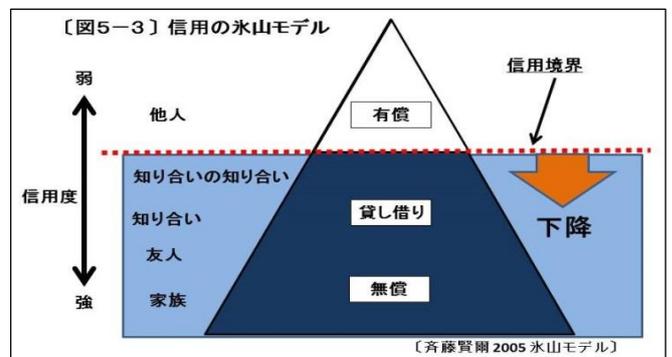
個人向けITサービス市場は非常に将来有望と考えています。現在も、潜在ニーズは有るのに、受け手(適切な価格で)が存在しないだけです。市場は受け手の登場を待ち望んでいる状況にあると言えます。以下に、3つの視点で、ニーズが増加傾向であることを説明します。

### ① 私自身の感触から

- ・親戚、知人からの問合せが増えています、スマホを筆頭に問合せ範囲も広がっています
- ・東京創業ST、東京よろず相談に行った時、相談員からニーズは間違い無く有ると絶賛
- ・silverwareの試験公開で、こんなサービスを待っていたとコメント有り

## ②無償、貸し借りサービスが有償サービスへ

- ・〔図5-3〕は信用の氷山モデルです
- ・サービス対価は相手の信用度に依りて、有償、貸し借り、無償に別れます
- ・信用境界が下降しており、水面下の無償、貸し借りが有償に浮上して来ています
- ・現在は、有償に浮上しても受け手が不在のため、行き場を失っている状況です



## ③GDP統計よりC2C新規サービスが増加傾向

- ・統計局発表、GDP国内家計最終消費支出の将来見通しを、B2C、C2Cに分けて図式化してみました〔図5-4〕
- ・既存分野は、B2Cはデフレ進行で大幅減少、C2Cも微増程度
- ・新規分野は、B2C、C2C共に「物」より「サービス」が大きく増加
  - － B2Cは新技術（AI、IoT、ビックデータなど）を使った新サービス
  - － C2Cはインターネットを使った個人間サービス

〔図5-4〕 GDP国内家計最終消費支出の将来予測

		物(130兆円)	サービス(170兆円)
B2C	既存	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インフラ(ガス、電気など)</li> <li>・工業製品</li> <li>・衣類</li> <li>・加工製品(農漁)</li> <li>・デジタル(AV)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インフラ(鉄道、道路、航空、等)</li> <li>・建設、賃貸住宅</li> <li>・金融</li> <li>・レジャー施設、旅行、宿泊</li> <li>・廃棄物処理</li> <li>・医療外来、入院サービス</li> <li>・郵便、通信、運送、宅配、学校</li> </ul>
	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農産物(農協)</li> <li>・漁業品(漁協)</li> <li>・製造下請け</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・タクシー</li> <li>・介護</li> <li>・庭手入れ</li> <li>・家庭教師</li> <li>・フランチャイズ</li> </ul>
C2C	既存	<ul style="list-style-type: none"> <li>・個人製造販売</li> <li>－工務店、金属加工</li> <li>・B2Cからシフトするが、当面は低調</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・個人製造販売</li> <li>－飲食店、美容院、クリーニング</li> <li>・B2Cからシフトするが、当面は低調</li> </ul>
	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ネットオークション</li> <li>・フリマ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・物付帯サービスの分離</li> <li>－機器設置、出前、修理・メンテ</li> <li>・主婦業務支援サービス</li> <li>－ベビーシッター、家事代行</li> <li>・高齢者支援サービス</li> <li>・所得増加に伴う生活レベル向上</li> <li>－IT支援、教育、個人コンサル</li> </ul>

〔統計局 2017発表資料より近藤がアレンジ〕

## (5) silverwareのターゲット顧客

**silverware**が「安心」「安価」「確実」を全て実現すると、独り勝ちとなりそうです。更には、潜在ニーズを掘り起こし、一定規模の市場を形成する可能性も大いにあると思っています。

将来的には大いに期待出来ますが、先ずは、現実的なターゲット顧客を設定しておきます。

### ①ターゲット顧客

- ・当面は、最も潜在ニーズが高いと思われるシニア層に絞ります
  - －最もITで困っているし、支払い能力も期待出来ます
  - －サービス提供者がシニアなので受入れ易いこともあります
- ・60才以上シニア層の3%をターゲット顧客とします
  - －全国4275万人〔統計局 2018発表〕 × 3% = 全国128万人
  - －3%は不確実ですが、この程度は取りたいとの期待値でもあります

### ②サービス利用回数

- ・ターゲット顧客が1回/年利用
  - －1回/年は不確実ですが、この程度は利用して欲しいと考える期待値でもあります

### ③総売上／年

- ・全国128万人 X 1回／年 X 5,000円 = 64億円／年
- －サービス価格は基本価格5,000円／件（消費税除く）を使用

## 6.事業の特徴

説明の都合上、既に多くを説明済みですが、特に強調しておきたい特徴3点を以下に示します。

### (1) 潜在ニーズが眠る「個人向けITサービス市場」に着目した点

実は潜在ニーズが眠るだけでなく、将来有望市場であることも説明しました。そのため、ITサービスの提供だけでなく、「個人向けITサービス市場」を育てることに注力して行きます。まずは、利用者フォーラムの開設、シニアのITスキルを上げるためのブログ開設などを始めています。

### (2) 一級品の人的資源であるIT企業定年退職者を活用する点

急速に高齢化が進み、定年退職者の在り方を再定義する時期が来ています。日本経済にとっても、定年退職者の上手な活用方法が大きな課題になると思われます。

### (3) ビッグトレンドのシェアリングエコノミーを利用する点

日本でも周回遅れで、Airbnb、Uberが普及しそうです。シェアリングエコノミーの破壊力は大きく、今後数年で様々なサービスが出現すると思います。「おもてなし」の日本だからこそ、木目細かく魅力的なサービスが多数出て来るものと思います。

## 7.収入源

### (1) 売上

顧客から受け取るサービス提供料が全てです。将来的には斡旋販売手数料、WEB広告収入などもあると思いますが、当面はコアに集中します。

### (2) 費用（売上の90%）

#### ①サービス提供者への支払い（売上の80%）

- ・私自身の感覚でも、80%が丁度良い配分と思えます

#### ②責任者へのフォローフィー（売上の5%）

- ・サービス提供者の確保、顧客クレームの受け皿として、十分な働きはあります
- ・本心は10%としたいが、5%として優秀で手が掛からない人を勧誘して頂く（笑い）

#### ③販管費、保証料、雑費等（売上の5%）

- ・シェアリングエコノミーであり、間接費は必要最小限に留める
- ・5%は最終的な到達点（当初は非常に難しいと思う）

### (3) 利益（売上の10%）

- ・利益率10%が妥当と考えています（他のシェアリングエコノミーモデルもほぼ同等）
- ・利益拡大は地域の拡大と利用率の向上で対応します

## 8.売上をあげるための活動計画(販売促進活動)

WEBを使ったシェアリングエコノミーであり、兎にも角にも **silverware** を知って貰うことが最も重要な **重要成功要因④** と考えています。

### (1) 「北区中心の3区」で営業開始（2019年4月予定）

- ・北区（高齢化率23区1位）、足立区（2位）、荒川区（4位）にて営業開始
- －3区としたのは、創業メンバーの関係と北区のみだとボリューム不足なため
- ・ 知名度を上げて注文を取る（重要成功要因④）
  - ◎ 北区ビジネスプランコンテストの入賞をPR材料に活用
  - ◎ 北区ニュース、東京ほくと（生協）などの各種広報誌へ掲載
  - ◎ 人が集まる所へ掲示（駅、役所、郵便局、病院など）
  - ◎ 大型マンション、大規模団地、商店街へのビラ配り、自治会への働き掛け
  - ◎ シニア向けのパソコン／スマホ教室を無償開催しPR

◎ SNSによる口コミ

・ ビジネスモデルを徹底的に磨き上げる（重要成功要因①②③）

◎ 拡大出来る自信が付くまで、「北区中心の3区」でビジネスモデルの完成度を高める

・ 紹介者への還元、リピート割引なども検討

## (2) 「個人向けITサービス市場」の育成

・ 利用者間の情報交換フォーラムの開設

◎ **利用者フォーラム**：<https://forum.jp-silverware.com/> を公開中（2018年8月より）

・ 個人のITスキルを上げるためのブログを開設

◎ **シニアのIT知恵袋**：<https://jp-silverware.com/> を公開中（2018年4月より）

## (3) 「北区中心の3区」での実績が出たところで知名度UP作戦

・ TV、新聞、雑誌など、マスコミへ働き掛け（一気に知名度を上げる）

・ 東京都、中央官庁（厚労省、経産省）へ働き掛け（社会的意義をアピール）

◎ 各種官報への掲載、各種団体の紹介 など

## (4) 普及率をみながら、23区、東京圏、3大都市圏、全国と段階的に拡大

# 9.組織体制・人員計画

## (1) 現時点

・ 創業メンバーは私を含むIT企業定年退職者3名（富士通2名、ユニシス1名）

## (2) 「北区中心の3区」で営業開始時（2019年4月予定）

・ サービス提供者を約10名増員

・ 間接作業（サイトメンテナンス、顧客対応、プロモーションなど）は創業メンバーで分担

## (3) 23区拡大以降

・ サービス提供者を拡大ペースに合わせて増員（平均20件/人・月と想定）

・ 間接作業の専用要員を確保（段階的に）

・ 事務所を確保（段階的に）

# 10.今後の計画と展望

## (1) 今後の計画

〔表10-1〕に、半期毎の地域拡大と売上・利益計画（案）を表にしました。前提条件は以下の通りですが、どれも不確実性の高い値であり、考え方を（2）展望にて記述しました。

① **ターゲット顧客**：60才以上のシニアの3%

② **silverware利用率**：ターゲット顧客が1回/年の利用

③ **普及率**：半期毎に、10、20、35、55%と進行する（一般的な普及曲線に準拠）

④ **サービス価格**：一律5,000円/件（消費税含まず）

## (2) 展望

### ① 「北区中心の3区」での営業が分水嶺

・ 典型的なWEBビジネスモデルで、完成には、まだ多くのアイデア、工夫が必要です

・ 先ずは、知名度を上げ、出来る限り多くの注文を取り、ビジネスモデルを磨き上げることに全力を尽くします

ー 民泊のAirbnb、配車サービスのUberも、このような時期をえています

・ その為にも、リーンスタートアップと呼ばれる高回転PDCA経営が重要と認識しています  
ー 前提条件、計画は小刻みに修正していきます

### ② 「北区中心の3区」での実績が出たところでギアチェンジ

・ ビジネスモデル完成を機に、力点を拡大に切替えて、一気にギアチェンジします

・ 事業計画、組織などを大幅に見直します

### <リーンスタートアップ>

小刻みに仮説検証しながら「ムダを抑えた効率的」経営をすること。不確実性が高いビジネス、特にWEBビジネスの立ち上げに有効と認められつつある話題の経営手法。

〔表10-1〕 半期毎の地域拡大と売上・利益計画（案）

		北、荒川、足立	23区 (除く3区)	東京圏 (除く23区)	3大都市圏 (除く東京圏)	合計
年度	地域人口 (万人)	118	822	2,614	2,909	6,463
	60才以上人口 (万人)	37	246	836	959	2,078
2019上	普及率 (%)	10				
	取扱件数 (件)	555				555
	売上 (万円)	278				278
	利益 (万円)	28				28
2019下	普及率 (%)	20	10			
	取扱件数 (件)	1,110	3,690			4,800
	売上 (万円)	555	1,845			2,400
	利益 (万円)	56	185			240
2020上	普及率 (%)	35	20	10		
	取扱件数 (件)	1,943	7,380	12,540		21,863
	売上 (万円)	971	3,690	6,270		10,931
	利益 (万円)	97	369	627		1,093
2020下	普及率 (%)	55	35	20	10	
	取扱件数 (件)	3,053	12,915	25,080	14,385	55,433
	売上 (万円)	1,526	6,458	12,540	7,193	27,716
	利益 (万円)	153	646	1,254	719	2,772
普及後 (半期)	普及率 (%)	100	100	100	100	
	取扱件数 (件)	5,550	36,900	125,400	143,850	311,700
	売上 (万円)	2,775	18,450	62,700	71,925	155,850
	利益 (万円)	278	1,845	6,270	7,193	15,585

(注1) 60才以上の利用率(件/年) =

0.03

(注2) ITサービス金額(円/件) =

5,000

(注3) 地域人口、60才以上人口は住民基本台帳(平成30年より)

## 11. その他ビジネスプランのPRポイント

### (1) silverwareの試験公開結果

実は8～9月で、私の住むマンションにビラを配り、**silverware**を試験公開（無償）してみました。320戸の内、3戸からサービス依頼がありました。以下が試験公開して分かったことです。

- 【i】商品説明、依頼方法も分かり易かったと好印象（仕組みは良さそう）
- 【ii】個人向けITサービスのニーズは確実にあるとのコメント（ニーズは有りそう）
- 【iii】ITサービスの実施結果に感謝されました（サービス結果は出せそう）
- 【iv】5,000円は、他を知っている人は安い、知らない人は高い（対策の余地有り）
- 【v】同じマンションなので依頼した、他の人なら依頼しないかも（大いに対策の余地有り）

ITサービス自体はそれなりに評価されたようです。【iv】は廉価版を検討中です。【v】は無店舗ビジネスの難しさを改めて感じました。基本は知名度を上げることで対策して行きます。

### (2) 本ビジネスプラン成功への取組み姿勢

取組みにあたり、①投資が殆ど無い（開発は自身でやる）、②固定費が殆ど掛からない（シェアリングエコノミー）、は強力なプラス材料です。試行錯誤を覚悟しているので、資金切れの心配より、アイデア切れの心配の方が遣り甲斐を感じるし、また、楽しくもあります。

誰の目にも「上手く行きそう」なビジネスプランは、「上手く行かない」と言うのは定説のようです。逆説的ですが、不確実要素が多数あるからこそチャンスと考えて、前進して行こうと思います。

### (3) 審査基準に対する自己評価

- ①新規性 ⇒ ○
  - ・シェアリングエコノミーに正面から取り組んでいて、文句なく新規性は高いと思います
- ②波及力 ⇒ ○
  - ・2つの課題を同時解決するビジネスモデルであり、波及力も2倍で大きいと思います
- ③計画具体性 ⇒ ○
  - ・本ビジネスモデルの特性として、短期は別に、中長期の計画具体性が低くならざるを得ません
  - ・しかし、それを補う手法として、リスタートアップを取り入れています、そして、試験公開などで実践も始めています
- ④事業継続性 ⇒ ○
  - ・今後も、物よりサービスが拡大し、ITの進歩が続く限り継続（拡大）すると考えています
- ⑤地域性 ⇒ ○
  - ・高齢化率NO. 1の北区での起業はビジネスモデル完成に大きく寄与と考えます
  - ・また、完成後は高齢化率NO. 1の北区だからこそ、恩恵もNO. 1になると思います
  - ・拡大時は、東京都北区での成功モデルとして、北区の知名度向上に大きく貢献したいと思います

## 12.創業又は事業開始前の資金計画

※新事業展開、新分野進出の場合、応募するビジネスプラン単独での計画を記載してください。

単位：(万円)

資金の用途		調達の方法		
内訳	金額(万円)	内訳	金額(万円)	
設備資金	株式会社設立費用	25	自己資金	116
	サイト開発費	25		
	【A】設備資金 小計	50	金融機関からの借入	0
運転資金	サーバーレンタル費用	18		
	広告宣伝費	24		
	交通費	24		
	【B】運転資金 小計	66		
① 合計(【A】+【B】)	116	② 合計	116	

※合計が①≦②となること

## 13.創業又は事業開始後の収支計画 事業開始当初と1年後の計画を記載してください。

※新事業展開、新分野進出の場合、応募するビジネスプラン単独での計画を記載してください。

(※1) 1年間(12か月)分の収支をそれぞれご記入ください。

単位：(万円)

		創業又は事業開始当初(※1) (平成31年4月期)	1年後(※1) (平成32年4月期)	計算根拠 (単価・数量・日数等)
売上高【C】		2,678万円	38,647万円	・表10-1参照
売上原価【D】(仕入高)		2,276万円	32,849万円	・売上の85% - 80%をサービス提供者へ - 5%を責任者へ
経費	人件費	0万円	2,100万円	・創業者3名 1,500万円 ・パート3名 600万円
	家賃	0万円	240万円	・事務所 20万円×12月
	水道・光熱費	0万円	24万円	・2年目 2万円×12月
	通信費・交通費	60万円	120万円	・初年度 5万円×12月 ・2年目 10万円×12月
	消耗品など	30万円	60万円	・初年度 2.5万円×12月 ・2年目 5万円×12月
	その他	30万円	240万円	・初年度 2.5万円×12月 ・2年目 20万円×12月
	経費合計【F】	120万円	2,784万円	
利益 (【C】-【D】-【F】)		282万円	3,014万円	