様式１

|  |  |
| --- | --- |
| 受付番号 |  |

「平成26年度 健康食品産業元気復活支援事業」に係る新ビジネスモデル構築提案書

応募申請書

みだしのことについて、応募の申し込みをします。

平成　　年　　月　　日

株式会社沖縄ＴＬＯ　殿

|  |  |
| --- | --- |
| 住所 |  |
| 商号または名称 |  |
| 代表者名 | 印 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 事業担当者 | 所属・職 |  |
| 氏名 |  |
| 本提案における主な役割 |  |
| 電話番号 |  |
| ＦＡＸ番号 |  |
| e-mail |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 経理担当者 | 所属・職 |  |
| 氏名 |  |
| 電話番号 |  |
| ＦＡＸ番号 |  |
| e-mail |  |

様式２

|  |  |
| --- | --- |
| 受付番号 |  |

「平成26年度 健康食品産業元気復活支援事業」に係る新ビジネスモデル構築

提　案　書

※各項目の枠の大きさは、必要に応じて調整してください。

※文字サイズは、11ポイント以上としてください。

|  |  |
| --- | --- |
| １．新ビジネスモデル名 |  |
| ２．提案の概要  １）現状・背景  ※提案している新ビジネスモデルについて、御社の現状や市場や消費者ニーズの変化、事業を取り巻く環境の変化など、わかりやすく記述してください。 | |
| ２）新ビジネスモデルの事業構造図  ※提案している新ビジネスモデルについて、商品を消費者に届けていくまでの一連の流れにおいて、価値を付加するための取り組みや関係者を整理してわかりやすく図で表現してください。 | |

|  |
| --- |
| ３）新ビジネスモデルで取り扱う商品の特徴  ①商品特性  ※提案している新ビジネスモデルで取り扱う商品の特徴やアピールポイントなどを具体的に記載してください。  ※既存のチラシ、カタログ、サンプルなどがあれば、別途提出してください。  ※売れる商品である根拠、訴求ポイント、特徴、これまでの販売実績などを明示してください。試作品レベルの商品は対象外とします。 |
| ②経営戦略上の位置づけ  ※新ビジネスモデルで取り扱う商品が、御社の経営戦略上、どのような位置づけにあるか、特に売上高や体制等を中心に具体的に記載してください。  （単位；千円、件、人）   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  | | 平成25年度  （実績） | 平成26年度  （目標） | 平成27年度  （目標） | 平成28年度  （目標） | | 会社全体の売上額 | |  |  |  |  | | 既存ビジネスモデル  での取り扱い | 売上額 |  |  |  |  | | 取引先数 |  |  |  |  | | 人員体制 |  |  |  |  | | 新ビジネスモデル  での取り扱い | 売上額 |  |  |  |  | | 取引先数 |  |  |  |  | | 人員体制 |  |  |  |  | |
| ３．新ビジネスモデルの特徴  １）マーケティング・コンセプト  ①顧客セグメント  ※提案している新ビジネスモデルで取り扱う商品が、どのような市場のどのような顧客をターゲットにしているか、また、想定している顧客が抱えている課題やニーズなどを踏まえて具体的に記述してください。   |  |  | | --- | --- | | 新ビジネスモデル | 既存のビジネスモデルとの相違点 | |  | ※この欄は、「新ビジネスモデル」の実現性、新規性、有効性の根拠として、比較対象となる既存のビジネスモデルについて、①自社内、②県内の業界内、③日本全国の市場全体などの観点から記述してください。 |   ②訴求価値  ※提案している新ビジネスモデルで取り扱う商品は、どのような価値を提供することで、顧客が抱えている課題を解決し、ニーズを満たそうとしているのか具体的に記述してください。   |  |  | | --- | --- | | 新ビジネスモデル | 既存のビジネスモデルとの相違点 | |  | ※この欄は、「新ビジネスモデル」の実現性、新規性、有効性の根拠として、比較対象となる既存のビジネスモデルについて、①自社内、②県内の業界内、③日本全国の市場全体などの観点から記述してください。 |   ２）新ビジネスモデルの具体的な商品における差別化  ※上記の「①ターゲット顧客」に対して、「②訴求価値」を提供していく上で、当該商品がどのような価値（利用シーン、有用性、品質、こだわり、沖縄らしさ、希少性、価格、ブランド力など）を付加し差別化につなげているかを具体的に記述してください。   |  |  | | --- | --- | | 新ビジネスモデル | 既存のビジネスモデルとの相違点 | |  | ※この欄は、「新ビジネスモデル」の実現性、新規性、有効性の根拠として、比較対象となる既存のビジネスモデルについて、①自社内、②県内の業界内、③日本全国の市場全体などの観点から記述してください。 |   ３）事業の仕組み（ビジネスシステム）による差別化  ①商品をつくる仕組み、リソース、主要活動  ※提案している新ビジネスモデルについて、差別化商品を開発・製造する際の原料調達段階や製造段階における生産性を向上させるための取り組みや活動などを、「既存のビジネスモデル」との比較を踏まえて記述してください。  ※また、上記の活動を実施するうえで必要な経営資源（ヒト、モノ、カネ、情報）は何であり、それをどのように調達（社内 or 社外）し、どのように活用（内製 or 外注）するかを記述してください。   |  |  | | --- | --- | | 新ビジネスモデル | 既存のビジネスモデルとの相違点 | | ※提案している新ビジネスモデルにおいて、商品を生み出していく一連の流れの中で、どのような点が差別化につながるか記述してください。（原料調達、商品製造、高効率生産の仕組み構築、差別化につながる価値の付加など） | ※この欄は、「新ビジネスモデル」の実現性、新規性、有効性の根拠として、比較対象となる既存のビジネスモデルについて、①自社内、②県内の業界内、③日本全国の市場全体などの観点から記述してください。 |   ②売りをつくる仕組み、顧客との関係性、チャネル  ※提案している新ビジネスモデルにおいて、流通・販売チャネルの選択やプロモーションの展開方法、あるいは、お客様との関係性構築など、売りをつくる仕組みについて、「既存のビジネスモデル」との比較を踏まえて記述してください。  ※また、上記の活動を実施するうえで必要な経営資源（ヒト、モノ、カネ、情報）は何であり、それをどのように調達（社内 or 社外）し、どのように活用（内製 or 外注）するかを記述してください。   |  |  | | --- | --- | | 新ビジネスモデル | 既存のビジネスモデルとの相違点 | | ※提案している新ビジネスモデルにおいて、売りを作っていく一連の流れの中で、どのような点が差別化につながるか記述してください。（情報発信、認知度向上、購買行動の惹起、商品の流通など） | ※この欄は、「新ビジネスモデル」の実現性、新規性、有効性の根拠として、比較対象となる既存のビジネスモデルについて、①自社内、②県内の業界内、③日本全国の市場全体などの観点から記述してください。 |   ③コスト構造、収益の流れ  ※提案している新ビジネスモデルにおいて、ビジネスモデルを運営するにあたって発生するすべてのコストを記述してください。  ※また、提案している新ビジネスモデルにおいて、収益の流れを生み出すための方法を記述してください。   |  |  | | --- | --- | | 新ビジネスモデル | 既存のビジネスモデルとの相違点 | | ※「コスト構造」については、提案している新ビジネスモデルにおいて、価値を生み出し、顧客に届け、顧客との関係性を維持し、利益を生み出すのに必要なコストを記述してください。  ※「収益の流れ」については、提案している新ビジネスモデルにおいて、顧客がどんな価値にお金を払おうとするのか、またどのようにお金を払っているのか、どのように支払いたいと思っているのかなど、収益の流れを生み出すための取り組みや工夫を記述してください。 | ※この欄は、「新ビジネスモデル」の実現性、新規性、有効性の根拠として、比較対象となる既存のビジネスモデルについて、①自社内、②県内の業界内、③日本全国の市場全体などの観点から記述してください。 | |
| ４．新ビジネスモデルの収支シミュレーション  （単位：千円）   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **大分類** | | **中分類** | **平成26年度** | **平成27年度** | **平成28年度** | **平成29年度** | | ①純売上高  （対前年比）  ＠単価  数量 | | 仕切価格  ＠ |  |  |  |  | | ②売上原価 | | 原材料費  製造労務費  その他製造経費等 |  |  |  |  | | ③売上総利益  （売上総利益率） | | ①－②  (③÷①) | ( %) | ( %) | ( %) | ( %) | | ④販売管理費 | 販売費 | 広告宣伝費・販売促進費 |  |  |  |  | | 販売員給料手当、旅費交通費、通信費、支払運賃、その他販売費等 |  |  |  |  | | 管理費 | 役員・事務員給与手当て、福利厚生費、教育研修費、研究開発、雑費、原価償却費、租税公課等 |  |  |  |  | | ⑤営業損益 | | ③－④ |  |  |  |  | | ⑥累積損益 | |  |  |  |  |  |   ※提案している新ビジネスモデルの下で展開する商品（商品群）の売上高や販売数量の目標など数的根拠を踏まえて、具体的に記述してください。（従来から展開している既存のビジネスモデルでの販売実績等は含まないでください。）  ※需要予測や売上髙目標、自社の生産能力などから、①目標売上高の設定、②粗利益率の設定、③製造原価の設定、④販売管理の設定を行い、記述してください。  ※「中分類」は、実情に合わせて、適宜修正してください。  ５．提案している新ビジネスモデルを構築・推進するうえで、現段階で把握している課題および解決方法  ※提案している新ビジネスモデルを構築・推進するうえで、「現段階で把握している課題」と「想定している対応策」が対になるように記入してください。   |  |  | | --- | --- | | 現段階で把握している課題 | 想定している対策 | |  |  | |  |  | |  |  | |  |  | |  |  | |  |  | |  |  | |  |  | |  |  | |  |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ６．新ビジネスモデルの構築・推進にかかる「社内プロジェクト推進チーム」を中心とする推進体制  １）推進体制  ※提案している新ビジネスモデルの構築・推進にかかる推進体制の全体像を、社内の実施体制（社内プロジェクト推進チーム）を中心に、支援機関等の外部資源の位置づけや連携内容など、関係性がわかるよう図示してください。  また、具体的な推進方法について記述してください。  ２）プロジェクトリーダーの適正と社内プロジェクト推進チーム内の役割分担  ①プロジェクトリーダーの経歴等   |  | | --- | | ※プロジェクトリーダーの経歴や本事業の推進に関連する実績等を記述してください。  ※本事業を進めるうえで、プロジェクトリーダーとしてどのような役割を担っていくかを記述してください。  ※プロジェクトリーダーとして、本事業の推進にどの程度関わるかを記述してください |   ②「社内プロジェクト推進チーム」の構成メンバーの役割分担について  ※社内プロジェクト推進チームの役割分担についても記述してください。  「社内プロジェクト推進チーム」の構成メンバーの役割分担について   |  |  |  | | --- | --- | --- | | 氏　名 | 役　職 | 主な活動内容・役割分担 | |  |  | （プロジェクトリーダー） | |  |  |  | |  |  |  | |  |  |  | |  |  |  | |  |  |  | |

７．３年後（平成28年度末）の到達目標と目標実現にむけた主な活動

※提案している新ビジネスモデルが、一定の軌道にのり、収益をあげるようになるまでの中長期的な計画の中で、「3年後（平成28年度末）の到達目標」とその目標を実現するための各年度の主な活動を具体的に記述してください。

※各項目の枠の大きさは、必要に応じて調整してください。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 3年後（平成28年度末）の到達目標 | 平成26年度の主要な取り組み | 平成27年度の主要な取り組み | 平成28年度の主要な取り組み |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

８．年間スケジュール

※「７．3年後（平成28年度末）の到達目標と目標実現にむけた主な活動」を踏まえて、平成26年度の取り組みを具体的に記入してください。

※各項目の枠の大きさは、必要に応じて調整してください。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 取組内容 | 6月 | | | | 7月 | | | | 8月 | | | | 9月 | | | | | 10月 | | | | 11月 | | | | 12月 | | | | | 1月 | | | | 2月 | | | | 3月 | | |
| 9 | 16 | 23 | 30 | 7 | 14 | 21 | 28 | 4 | 11 | 18 | 25 | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 | 6 | 13 | 20 | 27 | 3 | 10 | 17 | 24 | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 | 5 | 12 | 19 | 26 | 2 | 9 | 16 | 23 | 2 | 9 | 16 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

様式３－①　提案している新ビジネスモデルで取り扱う商品のマーケティング・ミックス戦略

※様式2で提案している内容を踏まえて、新ビジネスモデルで取り扱う商品のマーケティング・ミックス戦略を整理してください。

様式３－②　提案している新ビジネスモデルで取り扱う商品および貴社のＳＷＯＴ分析

・どのような市場をターゲットと考えているのか？

・顧客のどういったニーズを満たすのか？

・競合他社との差別化をはかるための、ターゲット市場におけるポジショニングは？

・どのような流通経路・チャネルを通してどこで販売するのか？

・販売するきっかけをどうつくるのか？

・納期は？

・入手しやすさは？

・ターゲットとなる顧客のニーズを満たすために、どのような機能や品質、規格などをどのように考えているか？

・どの市場のどの顧客に対して、どんな製品・商品・サービスを開発・製造・仕入れるか？

・販売数量を伸ばすために、どのような販売促進活動を行うのか？

・広告・宣伝・パブリシティの活用方法はどうするのか？

・ブランドイメージは？

・提供する製品・商品・サービスの価格は適正か？

・競合するものに対して競争力にある価格か？

・競合価格にしても十分採算が取れるか？

※様式2で提案している内容を踏まえて、貴社および新ビジネスモデルで取り扱う商品のＳＷＯＴ分析を行なってください。



様式３－③　提案している新ビジネスモデルのキャンバス

・構築するビジネスモデルを成功に導くうえで、プラスとなる外部の特質は何か？（自社のチャンスになる外部の要因）

・例えば、「健康食品でも機能性表示ができるようになる」「消費者の健康意識が高まっている」「製造を委託している企業が、健康食品ＧＭＰの認証を取得した」など。

・上記の機会をどのように利用するのか？

・上記の機会が、自社のビジネスモデルにどのような影響をおよぼすと考えているのか？

・構築するビジネスモデルを成功に導くうえで、マイナスとなる外部の特質は何か？（自社を脅かす外部の要因）

・例えば、「人口減少により市場全体が縮小している」「海外から安価な原料が調達しやすくなった」「増税で消費全体が冷え込んでいる」など。

・上記の脅威をどのように取り除くのか、または脅威から身を守るのか？

・上記の脅威が、自社のビジネスモデルにどのような影響をおよぼすと考えているのか？

・構築するビジネスモデルを成功に導くうえで、マイナスになる組織や個人、商品の特質は何か？（自社が苦手にしているもの）

・例えば、「利益が低下している」「営業ノウハウの蓄積が少ない」「安定した原料調達のルートが確立できていない」など。

・また、その弱みをどのように克服すのか？

・構築するビジネスモデルを成功に導くうえで、プラスになる組織や個人、商品の特質は何か？（自社の武器になるもの）

・例えば、「製品品質が優れている」「安定した顧客が多い」「社員のモチベーションが高い」など。

・また、その強みをどのように活かすのか？

※様式2で提案している内容を踏まえて、新ビジネスモデルについて、各項目をコンパクトに整理してください。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| パートナー  ・主要なパートナーは誰だろうか？  ・主要なサプライヤーは？  ・どのリソースをパートナーから得ているのか？  ・どの主要活動をパートナーが行っているか？  **KP** | 主要活動  ・価値を提案するのに必要な主要活動は何なのか？  ・流通チャネルは？  ・顧客との関係は？  ・収益の流れは？  **KA** | 価値提案  ・顧客にどんな価値を提供するのか？  ・どういった問題の解決を手助けするのか？  ・顧客のどういったニーズを満たすのか？  ・顧客セグメントに対してどんな製品とサービスを提供するのか？  **VP** | | 顧客との関係  ・顧客セグメントがどんな関係を構築、維持してほしいと期待しているのか？  ・どんな関係をすでに構築したのか？  ・どれくらいのコストがかかるのか？  ・ビジネスモデルの他の要素とどう統合されるのか？  **CR** | 顧客セグメント  ・誰のために価値を創造するのか？  ・最も重要な顧客は誰なのか？  **CS** |
| リソース  ・価値を提案するのに必要なリソースは何だろうか？  ・流通チャネルや顧客との関係、収益の流れに対してはどうだろうか？  **KR** | チャネル  ・どのチャネルを通じて、顧客セグメントにリーチしたいか？  ・今はどのようにリーチしているのか？  ・チャネルをどのように統合できるのか？  ・どのチャネルがうまくいっており、どのチャネルが最も費用対効果が高いか？  ・チャネルを顧客の日常と、どのように統合すればよいのか？  **CH** |
| コスト構造  ・ビジネスモデルにおいて特有の最も重要なコストは何だろうか？  ・どのリソースが最も高価だろうか？  ・どの主要活動が最も高価だろうか？  **C＄** | | | 収益の流れ  ・顧客はどんな価値にお金を払おうとするのか？  ・現在は何にお金を払っているのか？  ・どのようにお金を払っているのか？  ・どのように支払いたいと思っているのか？  ・全体の収益に対して、それぞれの収益の流れがどれくらい貢献しているのか？  **R＄** | | |

＊www.businessmodelgeneration.comで提供されており、誰でも(商用含めて)活用することが許可されている。ただし、著作権はwww.businessmodelgeneration.comに帰属する。そのためビジネスモデルキャンバス上に表現した検討結果を公開する場合には、その図に対してクリエイティブ・コモンズ・ライセンスの「表示－改変禁止」を適用する必要がある

参考文献；「ビジネスモデル・ジェネレーション　ビジネスモデル設計書」（株式会社翔泳社）

様式４

予算積算書

（支援対象経費分）

平成　　年　　月　　日

新ビジネスモデル名：

企業名：

単位：円

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 経費区分 | 内　訳 | 金　額 | 摘要・積算根拠 | 備考 |
| 人件費 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 謝金 | 専門家謝金 | 160,000 | 20,000円×2時間×4回 |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 旅費 | 専門家旅費 | 170,000 | 85,000円×2回 (東京⇔沖縄 1泊2日) |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 活動費 | ①調査費 |  |  |  |
|  |  |  |  |
| ②パッケージ等の改善・改良費 |  |  |  |
|  |  |  |  |
| ③プロモーション費 |  |  |  |
|  |  |  |  |
| ④流通チャネル開拓費 |  |  |  |
|  |  |  |  |
| ⑤システム構築費 |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 外部委託費 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 通信運搬費 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 賃金 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| その他 |  |  |  |  |
| 小　　計 | |  |  |  |
| 消費税および地方消費税 | |  | ※消費税および地方消費税率を乗じた額 |  |
| 合　計　金　額 | |  |  | |

※経費の内訳については、提案している新ビジネスモデルの構築・推進にかかる活動等にあわせて、適宜修正してください。

※経理処理を行う職員等の人件費は、支援対象外です。

※課題克服等に向け専門家派遣を行いますので、謝金および旅費を計上してください。

様式５

会　社　概　要

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 会社名  （代表者氏名） | |  | | | |
| 所在地（都市名） | |  | 関連会社 | |  |
| 設立年月 | |  |
| 資本金 | |  |
| 社員数 | | 人 | 研究者数及び技術者数 | | 計　　　　　　　人 |
| 主要加盟団体 | |  | | | |
| 会社の主要業務： | | | | | |
| 関連プロジェクトの応募状況： | | | | | |
| 主要株主 | 株　主　名 | | | 持　株　割　合 | |
|  | | | （％） | |
|  | | | （％） | |
|  | | | （％） | |