

起業すぴりっと

— 創業に役立つ豆知識 —

- 1 創業の実態
- 2 創業の心得 10カ条
- 3 創業を成功に導く要素
- 4 事例 1～3：アイデアは勤務経験から
- 5 事例 4～6：エンジェル(支援者)づくり
- 6 事例 7～9：従業員の確保
- 7 事例 10～12：創業前の情報収集
- 8 事例 13～15：フランチャイズチェーンの選定
- 9 事例 16～18：資金繰りの盲点 運転資金
- 10 頼れる資金調達先

1 創業の実態

日本政策金融公庫の調査に基づいて、创业者の平均像を説明します。

〔日本政策金融公庫総合研究所「2011年度新規開業実態調査」より〕

	データ	解 説
創業年齢	平均42.0歳	年齢別の構成比では「30歳代」が39.2%で、最も多くなっています。
性別	男性 85.0% 女性 15.0%	女性の创业者は15.0%と最近数年間はほぼ横ばいです。
創業形態	個人企業 64.1% 法人企業 35.9%	個人での創業が多く、軌道に乗った後に法人成りするケースもあります。
業 種	サービス業 24.8% 卸・小売業 20.8% 医療・福祉 17.5% 飲食店・宿泊業 13.6% 建設業 7.1% 製造業 2.7%	事業内容（商品、サービスの内容、ビジネスモデルなど）に新規性がある「ニュービジネス型」の企業もありますが、ハイテクを駆使して短期間に高収益をあげて上場を目指すような、いわゆるベンチャー企業はほんの一握りです。
従業者数	平均3.9人	本人のみ、または2人で創業するケースで約半数を占めています。
創業費用 (不動産を購入しない場合)	平均975万円	500万円未満とする層は42.4%にのぼり、少額で創業している人も少なくありません。
自己資金 (不動産を購入しない場合)	平均328万円	自己資金以外にも、「配偶者等」からの調達が平均で約100万円あります。公庫を含めた金融機関からの借入比率は創業費用の5割強が平均です。
創業後の状況（平均14.4ヵ月経過時点）		
予想売上の 達成度	達成 53% 未達成 47%	創業後、予想売上を達成したという企業は約5割です。
収 支	黒字基調 68% 赤字基調 32%	創業後、利益が出ているという企業は約7割です。なお、黒字基調に転換するまで平均7か月かかっています。

(注) 2010年4～9月に日本政策金融公庫国民生活事業が融資した企業のうち、融資時点で創業後1年以内の企業（創業前の企業を含む）を調査したものの、有効回答数は1,443社。

2 創業の心得10カ条

第1条 創業の目的・動機を明確にする。

創業目的や動機が明確で強いほど、事業経営で困難に陥った時に、それを乗り越える強い意志が生まれます。

第2条 創業する事業についてのセンスを磨く。

創業する事業については、その業界の動向、その業種の特性、取引慣行などを十分に把握するため、勤務経験を積んだり、調査・勉強して、センスを磨いておくことが重要です。

第3条 自社の強み(セールスポイント)を明確にする。

提供する商品やサービス、店づくりやマーケティング手法などの独自性をはっきりさせましょう。それを従業員、販売先、仕入先に対して示すことで、営業が成り立ちます。

第4条 家族の理解と協力を得る。

創業について、家族の理解と協力は欠かせません。いざという時に精神的な支えになってくれるのは、あなたのことを最もよく理解してくれる家族なのです。

第5条 創業に必要な手続関係を押さえておく。

創業する場合、各種の手続が必要です。税務署に開業届出書等を提出したり、許認可が必要な事業なら、保健所・警察署・都道府県庁等で許認可の取得に必要な手続を行います。

第6条 創業前に取引先を確保しておく。

創業しても販売不振が続き、経営が軌道に乗らないケースがよく見受けられます。創業直後の売上目標を達成させるためにも、創業前にあらかじめ販売見込先を確保しておくことが重要です。

第7条 資金繰りには余裕を持たせる。

創業時には、思わぬ支出が重なり、資金繰りが逼迫しやすいものです。不足の事態に備えるため、資金繰り表を作成して数ヵ月先までの資金繰りをチェックしておくことが重要です。

第8条 自己資金を用意する。

創業に必要な資金のうち借入に頼る部分が多すぎると、その返済負担が大きくなり、資金繰りに悪影響を及ぼします。自己資金はできるだけ用意しましょう。

第9条 できるだけ創業資金を節約する。

理想を追うあまり創業にお金をかけすぎると、創業後資金繰りに苦労します。家賃の安い立地を探したり、設備を中古品で済ませるなどの節約努力をし、創業資金を検討しましょう。

第10条 創業計画は納得いくまで練る。

創業計画は、他人に見せて納得してもらえるレベルまで、十分に練り上げる必要があります。ぜひ応援したいと周囲に思わせるだけの創業計画書ができれば、創業に必要な協力も得られます。

3 創業を成功に導く要素

創業を成功に導く要素については、いろいろ言われています。事業を絶対にやりとげるという情熱、いかなる窮地も乗り越える強い運、創業時の時代背景といった、個人の努力を超えた要素をあげる人もいます。しかし、それらとは別に、個人で努力すべき重要なポイントが5つあります。

①優れたアイデア

提供する商品やサービスについて、同業者にはない優れたアイデアがありますか。あなたが市場に参入することで、その市場の競争は以前よりも厳しくなります。あなたはそれを勝ち抜いていかなければなりません。アイデアをいかにわかりやすい形にして取引先に示せるかが重要です。

②事業の経験

始めようとする事業については、単に知識として知っているだけでなく、十分な経験があることが必要です。自分が勤めていた会社と同じ業種で創業する勤務経験活用型の創業が最も多く、成功確率も高いといえます。

③幅広い人脈

仕入先、販売先、自社の従業員といった多くの人から協力・助力してもらうことで、創業者は経営を成り立たせます。創業時にどれだけの人脈を持っているか、創業後にどれだけ人脈を広げられるかが、ビジネスをどこまで大きくできるかを左右します。

④綿密な情報収集

売上と利益を的確に予測するためには、各種の調査活動を通じて、十分な情報を収集しておくことが必要です。統計データなどをあたるだけでなく、自分で実際に現地に行き、目で見て、耳で聞いて、生きた情報を集めるように努力しましょう。フランチャイズチェーンの本部選びも同様です。

⑤自己資金

創業においても先立つものは資金です。資金のベースはやはり自己資金です。自己資金をどれだけ準備できるかが成功確率を高める大きなポイントです。創業前に自己資金をできる限り蓄えることは、無駄な支出を省くという意味での経営感覚を磨くことにも役立ちます。

上記の5点に気をつけて創業準備をどれだけ整えられるかが、成功の鍵となります。

4 アイデアは勤務経験から

創業のアイデアは、どうしたら手に入れられるでしょうか。自分なりのアイデアは、過去に経験したことの知識を組み合わせることで得られます。事業に関するアイデアは、その事業を自ら経験し、知識を積み重ねることにより生まれてきます。

■(事例1)工事現場の監督経験から土のリサイクルを発想

建設会社で現場監督を勤めるAさんは、悩んでいました。工事で掘り起こした土は粘土質であるため工事に使えず、山奥などに廃棄し、新たに建設用土を買い入れなければなりません。たくさんの無駄を出すとともに、環境破壊を進めていました。この問題を解決できないか。試行錯誤の末、粘土質の土を固化剤で固めて建設用にリサイクルする技術を開発しました。この技術をもとに、環境に優しい建設業を創業しました。

 **ポイント:** **問題意識を持つ** ビジネスニーズは、まず問題の発見から始まります。自分なりの問題を発見しようという意識を持ち、日常の仕事を見つめ直すことが重要です。このケースでは、自分が育った環境を破壊したくないという強い問題意識がアイデアを生み出したのです。

■(事例2)保育士の経験から24時間保育を発想

Bさんは、保育所で保育士をしていた際に、夜間の保育を求めるお母さんたちの声を頻繁に耳にしました。やがて結婚退職して育児に携わると、その苦労の大きさを実感しました。これほどの苦労なら、夜間の保育サービスは強いニーズがあるはずだ。それならと、昼も夜も保育を行う24時間保育所を開くことにしました。いつでも必要に応じて預けられるサービスは、夜勤のあるお母さんだけでなく、主婦全体のニーズをつかんで事業が拡大しました。

 **ポイント:** **問題を掘り下げる** 発見した問題は、その本質を十分に掘り下げて考えることが必要です。このケースは、夜間保育のニーズから、いつでも必要に応じて預けたいというニーズがあるということまで掘り下げたことで、ビジネスとして成立させることができました。

■(事例3)広告代理店のアルバイトから自転車宅配便を発想

大学生の頃に、広告代理店の文書配達アルバイトをしていたCさんは、一つの悩みを抱えていました。急ぎの書類の場合にはタクシーを利用していたのですが、渋滞に引っかかることが多かったのです。ある日、タクシーの窓から外を見ると、車道の渋滞を横目に自転車が軽快に走り抜けていく様子が見えました。自転車なら小回りも利くし、渋滞に関係なく書類を速く届けられるのではないかと。こう思いついて、自転車宅配便を行う事業を立ち上げました。

 **ポイント:** **アンテナを張る** 問題意識を持ちながら、それを解決する方法を考え続けていると、解決策はひょんなところから浮かんできます。常にアンテナを張り、解決策の発見に努めることが重要です。

〔勤務経験から出てくるアイデア〕

勤務経験に裏付けられたアイデアは、実現の可能性がある程度見込んだ形で出てきますので、事業化して成功する可能性が高いといえます。単に、「流行しているから始める」というような安易な発想では、事業を軌道に乗せることは難しいでしょう。

5 エンジェル(支援者)づくり

創業時の企業へ資金などを援助してくれる人を「エンジェル」といいます。アメリカでは創業の活発化に大きな役割を果たしていますが、日本でも重要性が認識されるようになってきました。

さて、どうすればエンジェルが舞い降りてきてくれるのでしょうか。

■(事例4)住民がエンジェルに

Dさんは、知人の住む山奥の村で注文家具製造業を立ち上げる準備に入りました。創業資金が1,000万円必要でしたが、自己資金は550万円しかありませんでした。そこでDさんは、地元の村人たちを集めて創業計画を説明し、自分の事業が村の活性化にいかに関与するかの熱心に語りました。その結果、知人を含めた3人の村人から450万円の出資を得ることができました。創業してからも、村人たちは販売面などで事業を支援してくれています。

 **ポイント:** **身近な人の理解を得る** エンジェルは成功した資産家と思われがちですが、実際には会社の同僚であったり、知り合いや近親者の創業を支援するサラリーマンや主婦であったりと、ごく普通の人たちが大半です。あなたのエンジェルも身近なところにいるはずです。

■(事例5)かつての取引先がエンジェルに

めん類卸売業に30年間勤務したEさんは、そうめんの製造会社を設立する準備を始めました。ところが銀行から機械購入費の融資を断られ、計画は暗礁に乗り上げました。そこで、勤務時代の大口取引先の社長に相談したところ、Eさんの人柄やこれまでの働きぶりが評価され700万円を出資してもらえました。さらに、知り合いの機械メーカーを紹介してもらえたおかげで、設備費を低く抑えて創業することができました。

 **ポイント:** **勤務時代に堅い信用を築く** 勤務時代の信用で、取引先企業の担当者や自社の顧客などにエンジェルとなってもらえるのも一つの方法です。資金提供だけでなく、始めようとする事業について有益なアドバイスを受けることも期待できます。

■(事例6)海の向こうにいたエンジェル

Fさんはある中堅商社の機械部品販売課長でしたが、リストラで退職し、機械部品卸売業を創業しました。ところが、創業後2ヵ月経ってもほとんど仕事がない状態が続きました。そんな折、古くからつきあいのあるシンガポールの友人から一本の電話がかかってきました。「実は、アメリカの機械部品メーカーからアジア地区の総代理店になる者を探しているとの連絡があったんだ。君ならできると思うんだが」。Fさんは友人の紹介状を持って、アメリカに飛びました。

 **ポイント:** **人脈を広げる** 人脈は、いざというときに役に立ちます。はやりのSOHO起業家も、人脈を頼りに仕事を取ってることが多いといえます。創業前にどれだけ人脈を広げておけるかは、成功のための重要なポイントです。

【精神面も支援するエンジェル】

エンジェルの役割には、自身の体験にもとづくアドバイスや励ましなど、精神面の支援も挙げられます。資金を提供してくれるうえ、心の支えにもなってくれるということで、「天使のような人＝エンジェル」と呼ばれるのです。

6 従業員の確保

実績のない創業時は特に従業員確保が難しい時期です。創業するための従業員の確保には、どんな工夫があるでしょうか。

■(事例7)社員は家族から

料理好きのGさんは、主婦になってからも天然酵母パンづくりを本格的に勉強し、パンの製造卸売業のパートも経験しました。次第に自分の店を持ちたいという気持ちが膨らみ、ついにパン屋を開くまでになりました。最初は自分ひとりで始めました。他人を雇うことに不安があったからです。創業から数年たち、事業が軌道に乗るのにあと一息というところで、Gさんの頑張りを助けてあげたいと、ご主人が勤務先を退職して事業に参加してくれました。夫婦二人の息の合ったパン作りが、お客さまにも喜ばれています。

 **ポイント：** **「家族こそ最も頼れる社員」** 信頼できる人間だけで事業を始めたいというとき、もしくは人手が足りないけれども従業員を確保する時間的・金銭的余裕がないときに頼れるのはなんといっても家族です。苦しいときにもあなたを信じてついてきてくれるのは、あなたを最もよく知っている家族なのです。

■(事例8)社員は勤務先の同僚から

Hさんは大手の電機メーカーでソフトウェアの開発を担当していましたが、独立してコンピューターソフト開発会社を始めることを決心しました。腕のいい技術者を確保するため、勤務先の同僚二人に声をかけました。その二人の技術と能力には日頃から一目置いていたからです。将来的には株式公開するという夢を語り、自社株購入権（ストックオプション）を与え、役員に迎えるという条件で誘いをかけました。Hさんの人柄と技術力をよく知る二人は、Hさんの計画のなかに自分たちの夢を見出し、一緒についてきてくれました。

 **ポイント：** **「気心の知れた同僚は頼りがいあり」** 専門知識や技能に秀でた社員を採用したいのは、どの企業もやまやまですが、面接などの試験だけで判断すると、実際に使える社員かどうかは雇ってみないとわからないという問題があります。自分が同じ職場で一緒に働いた同僚であれば、技術水準や人柄などがよくわかりますから信用できます。

■(事例9)社員は派遣会社から

機械設計業を創業したIさんは、正社員を雇うかどうかで迷いました。事業開始にあたり、前勤務先からまとまった仕事を受注したのですが、将来にわたって受注が入る保証はありません。正社員を雇うと受注が減ったときに、採算が合わなくなる危険があります。かといって一人で現在受けている仕事をこなすのは無理な状況でした。結局、正社員を雇わず、受注の多い期間だけ派遣社員を雇うことにしました。創業前に心配したとおり受注にかなりの波が出ましたが、人件費を必要最小限に抑えられたことで、収支は創業当初から黒字になっています。

 **ポイント：** **「繁忙期には外部の手を借りる」** 従業員を雇うことは、人件費等経費を増加させます。従業員の働き以上に経費が増加し、赤字になっては意味がありません。従業員は必要なのか、必要なら何人増やせば適正なのかを十分に検討し、それから採用を考えるべきでしょう。

〔従業員構成には一考を〕

創業する際は、自分だけでも営業できる態勢を敷いたり、家族や元同僚などの信頼できる人材で固めることをまず考えるべきです。そのうえで、特に忙しいときをどうやって乗り切るかを考えるべきでしょう。アルバイトや派遣社員の効果的な活用も考慮に入れることが必要です。

7 創業前の情報収集

自分だけで考えた事業の見通し（特に売上予測）は、過大になりがちです。創業前の売上予測をより正確なものにするためには、第三者の意見を聞いたり、市場調査を実施したりするなど、事前に綿密な情報収集を行うことが重要です。

創業前に情報収集し、予測どおりの売上を達成している事例をみてみましょう。

■(事例10)直感を確信に変えた市場リサーチとモニター調査

電子部品メーカーで製品の企画を担当していたJさんは、通院していた整骨院の治療器を一目見て、デザインやサイズに改良の余地ありと直感しました。何人かの整骨医にリサーチすると「どの製品も似たり寄ったりだよ」との声。そこで新しい治療器を考案・製造し、何人かの整骨医にモニター試用してもらいました。すると「ぜひ購入したい。ほかの整骨医にも紹介するよ」と評価は上々。販売ルートの見通しが立ったことで自信をもって創業しました。

 **ポイント：** **消費者の生の声を聞く** 結局のところ、新製品が売れるかどうかについて最後の審判を下すのは消費者です。消費者の感触をつかむには、モニター調査は欠かせません。ターゲットとする層だけでなく、ターゲット以外の層が抱く感想も貴重な情報になります。

■(事例11)徹底した物件探しと通行量調査

ケーキ店を創業するにあたって、Kさんが最も力を入れたのは創業場所の選定でした。人通りが多くてしかも手ごろな家賃の物件というのはなかなか見つかりません。不動産業者だけでなく自分の足を使って物件を探し、めばしい物件については必ず商圈人口と店舗前の歩行者数を調査しました。物件探しを始めて1年後、希望どおりの物件がやっと見つかり、勤務先の洋菓子店をやめて創業しました。創業後はすぐに顧客がつき、順調なスタートを切ることができました。時間と手間をかけた物件探しが見事に当たりました。

 **ポイント：** **現地調査は念入り** 通行量調査は単に店舗前の歩行者数を数えるだけでは不十分です。時間帯、曜日（平日と週末）、天候などによる変化、ターゲットとする年齢・性別ごとの歩行者数など、提供する商品や提供方法に照らしながら検討しましょう。

■(事例12)新製品フェアに出品し事業化の感触をつかむ

自動車好きが高じて自動車部品メーカーに入社したLさんは、プライベートの時間にエアロパーツを試作していました。そのうち、試作品を製品化して独立したいと考えるようになりましたが、本当に売れるのか、という不安が大きく、なかなか踏み切れませんでした。その後、自動車部品の展示会に試作品を出品し、バイヤーから高く評価されたことで手応えをつかみ、自信をもって創業できました。売上高は、ほぼ当初の予想どおりに推移しているそうです。

 **ポイント：** **プロの意見を聞く** 自社開発製品は、開発期の苦労などに基づく独特の思い入れがあるために、客観的に評価することが難しいものです。展示会などを利用してプロの目から自社の製品を評価してもらうと、厳しいながらも的確なアドバイスが得られます。

〔予想と現実のギャップに注意〕

日本政策金融公庫総合研究所の調査では、創業前に立てた売上予想を創業直後から達成している企業は半分もありません。創業後の苦労をできるだけ少なくするために、予想と現実のギャップを埋める情報が大切なのです。

8 フランチャイズチェーン（FC）の選定

最近では、FCに加盟して創業する人の割合も増えています。事業の経験や経営ノウハウがなくても創業できるメリットからです。しかし、安易にFCに加盟してトラブルになるケースもあります。FC選定上の留意点をみてみましょう。

■(事例13)FC本部の指導内容を重視

Mさんは、自分の店を持つという夢をかなえるために、早期退職勧奨制度を利用して勤めていた会社を辞めました。手に入れた退職金でFCに加盟してコーヒーショップを始めました。FC選びで最も重視したのは、本部の指導が充実していることでした。創業当初は、思うように売上が伸びず、苦しい経営状況が続きましたが、本部は効果的な宣伝広告と、店舗運営のきめ細かな指導を続けてくれました。おかげで、少しずつですが売上が伸びてきており、本部の指導に感謝しているとのことでした。

 **ポイント：** **不足点を補ってくれる本部選びを** FC本部の指導には、事業のノウハウや技術に関する指導のほか、法律、税務、資金繰りなどに関するものがあります。それぞれの内容について、その充実度を加盟前にチェックするようにしましょう。自分に不足する点を補ってくれるかどうか、自分の事業計画とマッチしているかどうか、などの観点から本部を選びましょう。

■(事例14)生の情報は加盟店のオーナーから

中古ゲームソフトの販売を始めようと考えたNさんは、いくつかあるFCのうち、どこに加盟するか決めかねていました。そこで、説明を受けたFCの加盟店を自分の足で確かめることにしました。どの加盟店のオーナーも、創業までの苦労や経営の現状、事業の面白さについて熱心に話してくれました。話を聞くうちに、本部の説明と異なる点や説明にはなかった事実が明らかになり、納得して加盟先を決めることができました。本部からは聞けない加盟店からの生の情報が、FC選びの際の決め手になったのです。

 **ポイント：** **加盟店訪問の有効活用を** 直接オーナーから体験談や営業状況を聞くことで、そのFCの実態がより明確になります。また異なるFCの加盟店から話を聞くことで、それぞれのFCの特徴が見えてくるでしょう。FC加盟の前に加盟店訪問を行うことは、加盟先選びの有効な手段です。礼を尽くして接すれば、先輩加盟店としてよきアドバイザーになってくれるでしょう。

■(事例15)収支見込みは自分の手で

Oさんは、加盟予定のFC本部から収支見込みのデータをもらいました。そのモデル収支は創業直後からプラスになっており、創業後の売上も年々順調に伸びていくというものでした。しかし、Oさんが始めようとする学習塾は、立地条件によって売上が大きく左右されるうえ、生徒の確保などに一定の期間を必要とします。自分で収支見込みを検討したところ、経営が軌道に乗るまでには、時間がかかることが想定されました。そこで運転資金に余裕を持たせ、積極的に広告することにより、立ち上がりの苦しい時期を無難に乗り切りました。

 **ポイント：** **FCに頼り過ぎない** 同じFCに加盟していても、個々の加盟店の売上等には差が出るのが実情です。事業の成果はFCの力だけではなく、あなたの経営姿勢にかかっています。成功するには、夢や目標の実現に向かって何としましやり遂げようとする熱意と努力が重要です。

【FC加盟でも重要な経営者の自覚】

FCはノウハウや信用力を補ってくれる貴重な存在ですが、経営するのはあなたです。アルバイト従業員をいかに使いこなすか、判断の難しい局面でどのような経営決断を下すかは、あなた次第です。FCの力と自分の力をいかにマッチさせて結果を出していくかが重要な課題でしょう。

9 資金繰りの盲点 運転資金

運転資金とは商品の仕入資金や人件費・家賃など、月々の支払に必要となる資金のことです。なぜ創業前の予想より運転資金が必要になるのでしょうか。

■(事例16)売上が伸びず、予想を超える広告宣伝費

学生時代から創業を夢見ていたPさんは、広告代理店に入社して、社会人としての常識やビジネスの知識を習得し、入社5年目に、アロマセラピーを取り入れたリラクゼーションサロンを創業することにしました。創業に必要な自己資金は用意していましたが、念のため700万円の融資を受けて創業しました。3ヵ月経っても売上は思うように伸びず、さっそく売上増加策として、余裕資金を使って広告宣伝費を大幅に増やしました。その宣伝効果が実り、創業後半年で黒字となり、1年で当初の予想売上を達成できるようになりました。

 **ポイント：** **認知度を高めるために費用増** 創業者は知名度ゼロから出発しなければなりません。取扱う商品やサービスを利用者に認知してもらうための販売促進費用として、広告費や宣伝費などは予想以上にかかるケースが多いです。

■(事例17)売上は伸びたが、長期の回収条件が資金繰りを圧迫

繊維問屋の営業担当Qさんは、勤務時代の取引先の協力もあり、繊維資材卸売業を創業しました。しかし、取引を約束してくれた会社だけでは売上が伸びないため、苦労の末、新規販売先を2社開拓しました。売上金の回収は販売から3ヵ月後という条件でした。創業から半年が経ち、新規開拓した販売先からの注文が急増したところで運転資金が足りなくなりました。仕入先への支払いが1ヵ月後に現金で支払う約束だったからです。親戚に頭を下げて資金をかき集め、何とか危機を乗り切りました。

 **ポイント：** **掛け売りの回収条件に注意** 現金売りと違って掛け売りの場合、十分な売上をあげても、売上金の回収までに予想以上に時間がかかり、月々の仕入や人件費の支払いに回す資金が逼迫することはよくあります。そのため運転資金の備えは欠かせません。

■(事例18)資金繰り表で運転資金の不足を事前予測

配管工事の会社に20年間勤務したRさんは、独立して配管工事業を始めることを決心しました。現場経験は豊富でしたが、税務会計の知識が乏しかったため、創業前に知り合いの税理士へ相談に行きました。税理士は、創業後は資金繰り表もつくるようアドバイスしてくれました。創業から1年後、資金繰り表をつけていたRさんは、3ヵ月後に運転資金が不足することに気づきました。原因は新規の取引先からの回収が遅れることになったためです。さっそく銀行から融資を受け、余裕を持って対処することができました。

 **ポイント：** **資金繰り表で危機管理** 一見順調に売上をあげながら資金繰りが破綻してしまう、いわゆる「勘定合って銭足らず」という状態で黒字倒産してしまうアクシデントは意外にあるものです。それを避けるうえで、資金繰り表の作成は役に立ちます。

〔余裕資金の準備など忘れずに〕

経営の安定していない創業当初は、上記の例以外にも貸倒れの発生や売掛金の回収の遅れ、不良在庫の発生などで予想以上に運転資金が必要となる場合が多いものです。創業時に綿密な資金計画を立てることはもちろん、不測の事態に備え、余裕資金を準備しておくことが大切です。また、資金繰り表を作成し、将来的な運転資金の不足に備えることも必要でしょう。

10 頼れる資金調達先

創業する際に大きな障害となるのは資金調達です。自己資金で間に合えばよいのですが、なかなかそうもいきません。そんなときに頼れるところはどこでしょうか。

①親、兄弟や知人

まずは、信頼できる身近な人に事業計画を相談してみましょう。計画をプレゼンテーションして賛同が得られれば、資金を融通してもらえる可能性も小さくありません。長期の返済を認めてもらえるなど理想的な条件を組みやすく、最も頼れる先です。

②政府系金融機関

長期の資金を安定的な利率で借入できる政府系金融機関の融資があります。日本政策金融公庫 国民生活事業は、創業者向け融資で2011年度は、16,465社の創業企業（創業前や創業後1年以内の企業）に融資を行いました。融資制度や連絡先については次ページをご覧ください。

③地方自治体

県や市などが行う創業者向け融資制度もあります。制度の名称や融資条件はそれぞれ異なりますので、創業予定地の自治体の担当課に問い合わせましょう。自治体が支給する補助金なども整備されるようになっていますので、あわせて問い合わせるとよいでしょう。

④民間金融機関

事業を長く続け、拡大していくうえで、民間金融機関との取引は欠かせません。最近では、創業者向けローンのメニューを揃える金融機関も出てきています。創業時に利用することが難しい場合は、事業実績ができてから相談することを検討してみるとよいでしょう。

上記以外にも、優れた技術力をもとに短期間で高収益をあげることができるという計画を立てた方には、ベンチャーキャピタルや投資組合と呼ばれる投資機関に相談してみるという方法や、ビジネスプランコンテストに応募して投資家を募るといった方法もあります。

〔日本政策金融公庫 国民生活事業の創業者向け主な融資制度〕

制度名	内 容
新規開業資金	多くの業種の方にご利用いただけます。最もご利用の多い融資制度です。
女性、若者/シニア起業家資金	女性または30歳未満か55歳以上の方にご利用いただけます。
再チャレンジ支援融資 (再挑戦支援資金)	廃業歴等のある方で、創業に再チャレンジされる方にご利用いただけます。
食品貸付	食料品小売業、食品製造小売業または花き小売業の方にご利用いただけます。
生活衛生貸付	飲食店、理・美容業、クリーニング業などの生活衛生関係の業種の方にご利用いただけます。
IT資金	パソコンの購入など、情報化投資を行う方にご利用いただけます。
環境・エネルギー対策資金	非化石エネルギーの導入、公害防止や再生資源の有効利用などを行う方にご利用いただけます。
新創業融資制度	一定の要件に該当される方にご利用いただける無担保・無保証人の融資制度です。

上記以外にもご利用いただける融資制度がございます。融資制度の内容や申込手続きなど詳しくは、最寄りの支店の「創業サポートデスク」か、下記のお問い合わせ先までお気軽にお問い合わせください。

事業資金相談専用ダイヤル

行こうよ！ 公庫
 **0120-154-505**

※フリーダイヤルをご利用いただけない場合は、
 事業ローンコールセンター（03）3345-4649
 におかけ直してください。

◆ホームページアドレス（URL）<http://www.jfc.go.jp/>
 全国152支店の連絡先は、ホームページからご覧になれます。

日本政策金融公庫は、
 創業を応援しています。



（平成24年5月）