独立・起業を目指す！
創業マニュアル

公益財団法人 北九州産業学術推進機構 中小企業支援センター
北九州市　産業経済局　中小企業振興課

～創業を考えている皆さまへ　創業までの道のりをＡさんと一緒に考えていきましょう～

《 登場人物：Ａさん（３２歳）》

これまでに１０年間、ケーキ屋さんでケーキづくりに携わってきました。ケーキづくりの技術も身に付き、そろそろ独立を考えています。

ケーキなどの商品には自信はありますが、事業計画書や企業戦略となるとあまり知識はありません。

Ａさんと一緒に、創業までにすべきことを考えて行きましょう！

目　　次

【創業前のステップ】

1 創業に向けた準備は？・・・

1 創業に向けた準備は？

創業に向けた準備

皆さんは、なぜ創業しようと考えたのでしょうか？

創業の動機はさまざまなものがあります。中小企業白書（2014年版）「日本の起業及び潜在的起業家に関する調査」では、「自分の裁量で仕事がしたいから」「年齢に関係なく働くことができるから」「仕事を通じて自己実現を図るため」が上位３項目で、能力発揮の場としての創業があります。

創業した後は、「計画した売上に達しない」など、さまざまな困難が予想されます。「この事業は生きがいだ」と言い切れるだけの強い気持ちも必要です。

これから先は、創業に向けての準備すべきことを記載しています。創業を考えるにあたって、改めて準備ができているかをチェックしてみて下さい。

心の準備

創業には十分な心構えが必要です。国民生活金融公庫の調査(注2)によると、創業者の１５．４％が５年以内に廃業したとのデータがあり、創業者全員が成功するとは限りません。**「必ず事業を成功させる」という決意と**リスクを十分に承知し、自己責任を自覚しておく必要があります。

協力者の確保

事業の成功は自分１人で達成できるものではありません。**家族や友人・知人の協力が不可欠**です。国民生活金融公庫の調査(注1)では、成功者の多くが、家族の賛同や協力、友人・知人、元の勤務先の上司・同僚・部下などの第三者の協力を得ています。

資金の準備

成功した創業者の中には、数年前から貯蓄を続け、創業時には必要資金の大部分を用意できているケースがあります。肝心なのは、資金を大部分用意できていることではなく、**計画的に資金を準備すること**です。一般的に、**創業にかかる資金の５割程度は準備が必要**と言われています。

ノウハウや知識の確保

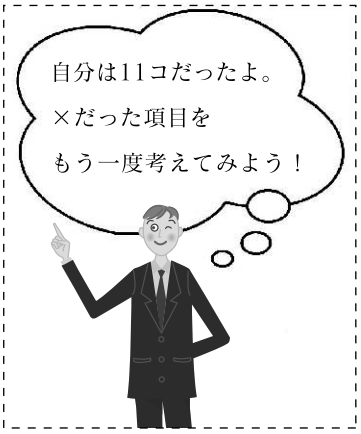
これから始める事業分野について、**十分なノウハウや知識は必要**です。それらを持っていたとしても、現状に適合したものかどうかは見直す必要があります。一方、ノウハウや知識が不足する場合、不足を補填するだけの発送やアイデアが必要です。

【創業に向けた準備チェックリスト】

区分	項　　目	チェック
心の準備	①これから始める事業は、自分の生きがいになり、楽しく仕事ができると思えますか？	○・×
	②必ず事業を成功させる決意がありますか？	○・×
	③ある程度のリスクが伴うこと承知し、自己責任を自覚していますか？	○・×
協力者の確保	④元の勤務先などの人脈の協力が得られますか？	○・×
	⑤取引が見込まれる仕入先や得意先の協力が得られますか？	○・×
	⑥家族の協力が得られますか？	○・×
	⑦これから始める事業分野の先輩や経営者、行政や商工会議所などの支援機関の協力が得られますか？	○・×
資金の準備	⑧概ね、どの程度資金が必要か把握していますか？	○・×
	⑨自己資金は用意出来ていますか？	○・×
	⑩家族や親戚、場合によっては得意先からの資金協力は可能ですか？	○・×
ノウハウや知識の確保	⑪ノウハウや知識は十分ありますか？	○・×
	⑫自分の克服すべき課題は何か、把握していますか？	○・×
	⑬不足するノウハウや知識を補う発想やアイデアはありますか？	○・×

チェックの結果（○の数を合計してください）

１０～１３	創業に向けた準備は大丈夫。もう一度、×の部分を見直し、○にするための対策を検討しましょう。
５～　９	もう少し創業の準備をしましょう。まずは、○の数を増やす準備をしましょう。
０～　４	まだ、創業は早いかもしれません。もう一度、創業について考えて、○の数を増やすようにしましょう。



❷ 事業のアイデアを見つけよう

事業アイデアの見つけ方

市場別キーワードからの事業アイデアの見つけ方

創業しようと思っているものの、具体的な事業分野が決まっていない方も多いと思います。一般的には皆さんが経験した事業分野や得意なこと、つまり、自分自身の「強み」（⇒Ｐ５）を軸に検討することになりますが、まずは、さまざまな市場の中で、時流のキーワードから考えられる事業アイデアを紹介します。

また、事業分野が確定している方も思い込みを避けるために、市場別キーワードに基づいた事業アイデアにどんなものがあるのかを改めて考えてみましょう。

【市場別キーワードから事業アイデアを抽出】

分　　野	キーワード例	事業アイデア
中・高齢者市場	●健康志向 ●都会と田舎暮らし ●生きがいのある暮らし	●中・高齢者用スポーツ施設 ●田舎暮らし支援事業 ●中・高齢者向け旅行・飲食サービス
生活・文化市場	●働く主婦の増加 ●独居、単身者の増加	●お掃除、買物ビジネス ●仲間作り支援サービス
住宅関連市場	●省エネ対応住宅 ●高齢者対応住宅	●太陽光発電式賃貸アパート ●高齢者見守り住宅
人材関連市場	●アウトソーシング ●中・高齢者の労働意欲 ●人材即戦力化ニーズ	●業種別専門の人材派遣業 ●高度経験保有人材専門の派遣業 ●人材教育のアウトソーシング業
国際化関連市場	●国際交流のニーズ ●海外進出、取引拡大	●短期日本語学校＋観光＋ホームスティ事業 ●海外取引専門コンサルタント
環境関連市場	●リサイクルニーズ ●省資源ニーズ	●呉服（古布）再利用業 ●生ごみ処理機＋システムコンサルタント ●厨房機器専門リサイクル業
流通・物流市場	●物流コスト削減ニーズ ●品揃え力向上ニーズ	●バイク、自転車速配便 ●特定業種限定のネット卸業

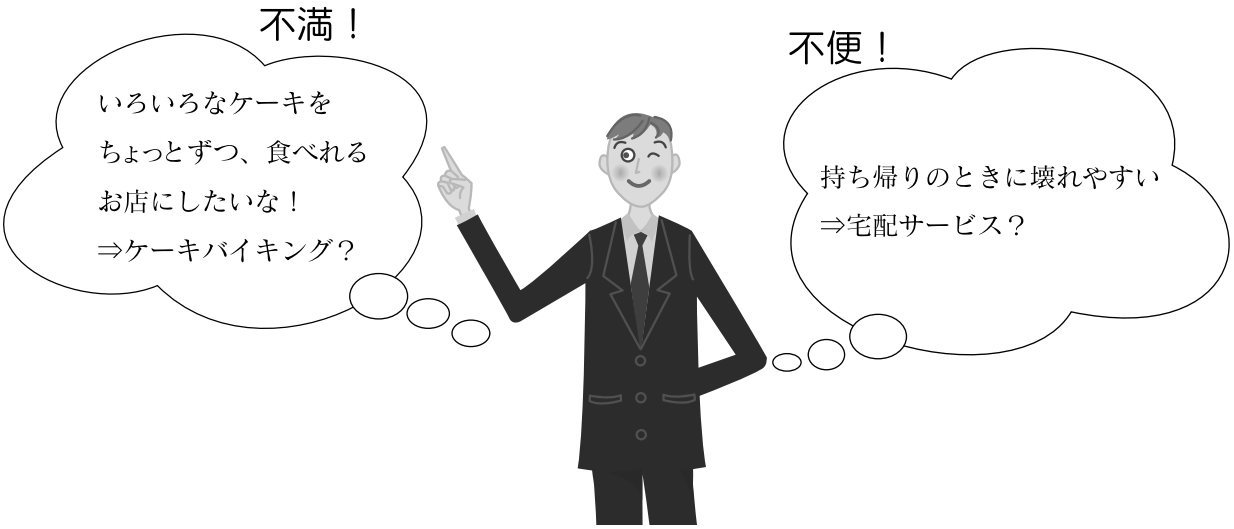
「不」からの事業アイデアの見つけ方

２つ目の事業アイデアの見つけ方として、「不」からアイデアを抽出する方法があります。日常の生活をしていく上で、「不満」や「不安」など「不」を感じていることがあると思います。

これらの「不」を解消することは、ビジネスチャンスであり、事業アイデアとすることができます。

【顧客の「不」から事業アイデアを抽出】

不の種類	不　の　例	事業アイデア
不満	●購入した地酒が不味かった ●夜間や日曜日にしか通院できない	●試飲と量り売りの酒店 ●２４時間型診療所
不信	●家屋リフォームは信用できない ●名前も知らない業者は信用できない	●第三者による品質、価格保証のリフォーム会社 ●大手企業と提携して展開
不便	●車のオイル交換が面倒 ●スポーツの時に眼鏡が邪魔	●配達型オイル交換サービス ●ツルを耳に留めるタイプの眼鏡の開発
不安	●子育てノイローゼになりそう ●病院の廃棄物が正規に処分されたか心配	●参加型の子育て情報の提供サービス ●廃棄物処理監視システムの提供
不具合	●販売管理ができない ●冬用の衣料を置くスペースがない	●販売管理ソフト+コンサルティング ●長期預かり保管型クリーニング店



③ 自分自身や環境変化を把握しよう

自分自身の「強み」を活かすことはできますか？

創業をするにあたって、「昔からあの商売にあこがれていた」「あの商売は儲かりそうだ」など漠然とした動機で、事業を決めているケースが見られます。これから始める事業を成功に近づけるためには、自分自身が持つ「強み」を把握して、これを活かした事業を検討することが必要です。

「強み」とは、自分自身が持っている（持たせようとしている）技術力や商品・サービス力、販売力などの特徴のことです。

同時に、自分自身の「弱み」を把握することも必要です。「弱み」はそのまま放置しておくと、既存事業者から攻められ、顧客からも支持されなくなる恐れがあるからです。

【自分自身の「強み」チェックリスト】

区分	項目	チェック
知識・経験	事業に活かせる知識、キャリア、経験を持っていますか？	○・×
	既存事業者に対して優位性が発揮できる技術やノウハウは持っていますか？	○・×
	業界や仕入先・販売先に人脈はありますか？	○・×
	経営に関しての知識は持っていますか？	○・×
資格・特許	事業に活かせる資格を持っていますか？	○・×
	法的規制や資格要件はクリアできますか？	○・×
	特許や実用新案などを持っていますか？	○・×
資産・資金	事業に活かせる資産（人材、資金、機械・什器等）を持っていますか？	○・×
	開業に必要な資金は調達できますか？	○・×

事業を取り巻く環境の変化を活かすことはできますか？

事業を取り巻く環境の変化は、これから行う事業にとって、プラスとなる「機会」、マイナスとなる「脅威」のどちらにもなる可能性があります。これらの環境の変化を生かせる事業を考えることは、成功に向けた重要なポイントです。

写真館という事業を考えたとき、少子化が進むことで婚礼写真の需要は減少します。しかし、一人の子どもにかける費用が大幅に増加しているため、七五三などの写真の需要が増加することが考えられます。更に、ペットへの写真需要も高まる可能性もあります。ターゲット顧客をどこに設定するかによって、環境の変化は「機会」にも「脅威」にもなります。

環境の変化は、大きく２つ（マクロ環境とミクロ環境）に分けることができます。マクロ環境は人口や自然環境などの大きな視点からみた環境で、ミクロ環境はマクロ環境の変化を受け、具体的に現われた商品（製品）や状況を言います。

【主なマクロ環境変化】

区分	項目
人口統計的変化	高齢化・少子化、人口増減　など
自然環境の変化	ダイオキシン、温暖化　など
法的環境変化	立法化、規制緩和・強化　など
技術的環境変化	技術革新、新たな技術の出現　など
社会環境の変化	女性の社会進出、不況　など

～ＳＷＯＴ分析～

自分自身の「強み」「弱み」、事業を取り巻く環境の「機会」「脅威」を把握し、それに基づいて事業戦略を立てる手法をＳＷＯＴ分析と言います。

漠然としたイメージで事業を決定するのではなく、事業を取り巻くさまざまな環境を捉えた上で、事業の具体的な中身を決定する方が、事業をより成功に近づけることができます。

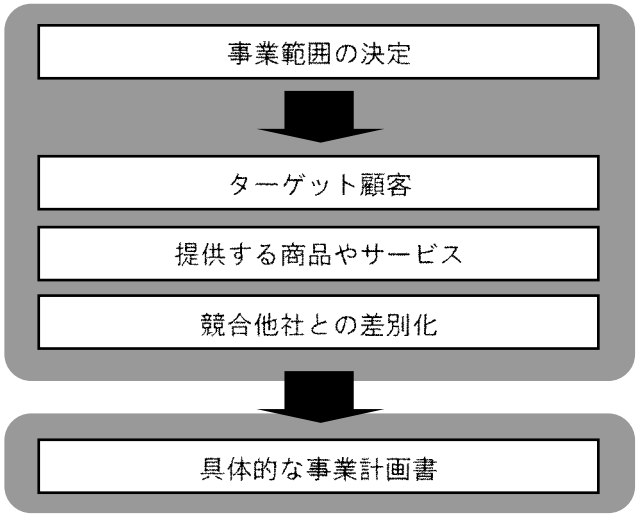
創業後であっても、自分自身の強みや事業を取り除く環境は常に変化していますので、ＳＷＯＴ分析のような思考訓練をしておくと今後の役にたつことと思います。

④ 事業の概要を考えよう

これから始める事業の範囲は？

事業の概要を考えるにあたって、まずは、これから始める事業はどこまでを範囲とするのかを検討しましょう。事業の範囲は、より具体的なターゲット顧客や提供する商品やサービス、競合他社との差別化などにも関連する重要な項目です。

釣具店を開業する場合、釣具や餌の販売のみとすれば「釣具小売業」です。釣り船の斡旋や釣りツアー事業まで拡大すれば「釣り関連小売・サービス業」となり、更に釣具の製造まで拡大すれば、「釣り総合ビジネス業」となります。釣りを「余暇関連事業」と捉えれば、テニスやアウトドア関連の事業まで含み事業を展開することとなります。



ターゲット顧客は誰ですか？

ターゲット顧客の設定は、自分自身の強みや環境変化、立地、提供する商品やサービスなどに基づいて総合的に検討し、最も市場性があるターゲット顧客を設定する必要があります。

具体的な設定の仕方として、「２０歳代の男性」など性別や年齢で分けることや、「子育て中の女性」「富裕層の女性」など個人のライフスタイルや所得に基づく設定があります。
企業向けの事業であれば、ある基準によりターゲットを設定します。「〇〇〇業種」「従業員〇〇人以上の企業」「大工場を持つ企業」「現場を抱えている企業」などです。

【ターゲット顧客の考え方】

区分	項目
一般消費者向け	性別、年齢層、所得層、ライフスタイル、抱えている問題　など
企業向け	業種、従業員数、企業規模　など

提供する商品やサービスは何ですか？

提供する商品やサービスの選定は、事業を行う上で最も重要な項目です。ターゲット顧客の求めているものを提供することが大切で、「何が提供できるか」ではなく、「何が求められているのか」という視点が必要です。

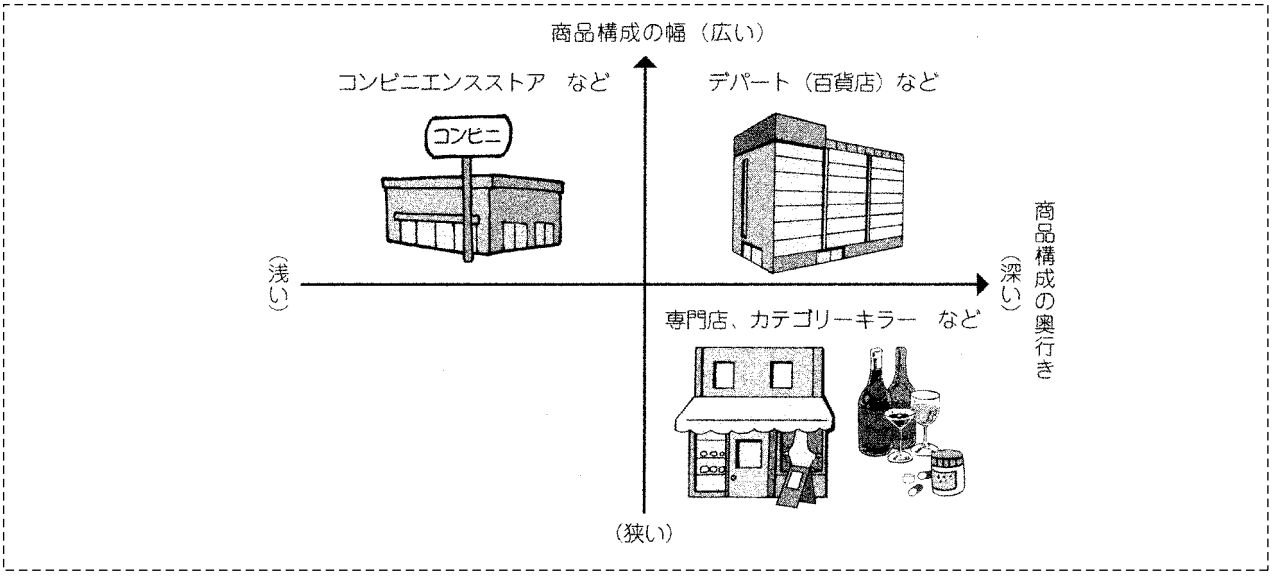
顧客が求めているもの（＝ニーズ）には、明確になっている場合（顕在ニーズ）となってない場合（潜在ニーズ）があります。例えば、コンビニエンスストアという業態は、誕生当時は誰もが感じていなかった「必要なものを、必要な時に、必要な量を、便利に求めたい」という潜在ニーズに対して、商品やサービスを提供した事業です。
潜在ニーズは把握しづらいものですが、誰もが気づいていないニーズであり、うまく事業化することで今後の成長が見込めます。日頃から、潜在ニーズを把握することを努めるようにしましょう。

【潜在ニーズを考えるための視点】

①顧客が困っていることを解消すること
②顧客が不安に思っていることを解消すること
③顧客が「あったらいいな」と思っていることを実現すること
④「業界で常識」が「顧客にとって非常識」であることを改善すること
⑤自分も顧客であると仮定して、望みたい項目を実現すること

物販を行う小売業の場合、どのような品揃えをするかというコンセプトの確立が必要です。その際、商品構成の幅と奥行きをどうするのかを考える必要があります。その際、経営方針や店舗の立地・面積、競合他社の状況、営業スタッフの数などにより決定します。

なお、この考え方は小売業に限ったことではなく、飲食業でも「メニュー構成」に置き換えれば、同じことになります。

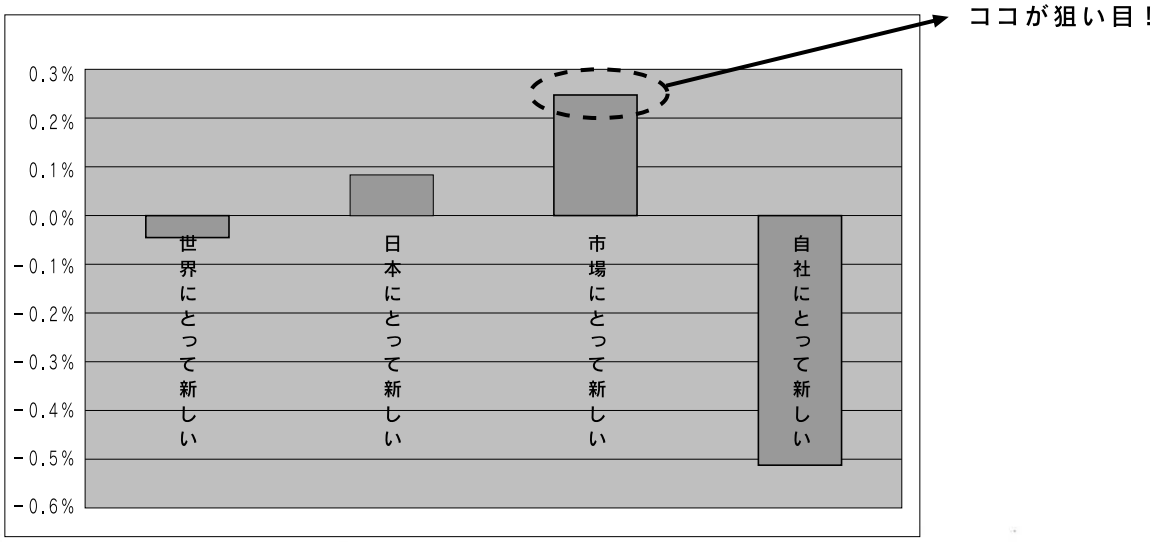


競合他社に勝つために差別化することはできますか？

皆さんが検討している事業は、競合他社がある既存事業を行う場合がほとんどです。その場合新規に参入し顧客を獲得しなければならず、競合他社に勝つためには、さまざまな面で差別化が必要です。また、全く新しい事業で既存事業者が存在しない場合でも一定の市場性や収益性がある事業であれば、すぐに競合他社の参入が想定されます。いずれにしても競合他社に勝つためには、差別化が必要です。

差別化の程度はさまざまなレベルがあり、高い差別化ほど競争者が少ないのは事実ですが、その実現のためには相当の時間的、費用的、頭脳的投資が必要となり、実現できたとしても実際に市場に受け入れられるか不明です。

【差別化の程度と企業の利益率】



中小企業庁の調査(注)では、「市場にとって新しい」製品は、総資産営業利益率が高く、ヒットしやすいことが分かります。逆に、「自社にとって新しい」製品は、総資産営業利益率がマイナスであり、ヒットしないことが分かります。つまり、「自社にとって新しい」製品であっても、市場にとって新規性がない場合は、顧客に支持されないことを表しています。具体的な差別化には、次のようなものがあります。

商品やサービスによる差別化

百貨店や専門店のような小売業や高級レストランなどで例を挙げると、「接客力」を差別化要素としたい場合、高級ホテルのような、もてなしの心「ホスピタリティ」や特定の顧客を特別扱することなどです。徹底的に高度化することがポイントです。

商品であれば、商品の何らかの付加価値（既存の商品の機能に加え、新たな機能が付加されて

(注) 中小企業庁編『中小企業白書　2003年版』株式会社ぎょうせい，P71

いるなど）を備えているなどで、例えば販売管理ソフトにプラスして、コンサルティングを提供するなど商品にソフトを加えているなどです。当然、特許や特別な施工方法、自分自身のキャラクターなども差別化要素となります。

販売ルートによる差別化

既存競争者はすでに一定の販売経路を確保しており、新規参入者がその経路に割り込むには「相当製品等が優れている」「価格が破格に安い」などの特別な理由がない限り困難です。

そこで、従来の販売経路以外のルートを探索するのも差別化となります。例えば、健康食品・自家製化粧品など、従来は卸売り経路や自分の店舗経路が大半でしたが、最近はドラッグストアという新たな業態が多数生まれたことにより、競争激化しています。各ストアは、健康関連商品で差別化を図る手段として新たな供給者を求める傾向があります。このような販売ルートも考えられます。

販売方法による差別化

今までは、自家用車や保険などは営業スタッフの訪問を中心とした人的販売が主な販売方法でしたが、最近は、店舗に来店を促す有店舗販売に変わってきました。

逆に有店舗販売中心だった書籍やチケットなどはインターネット販売に変わりつつあります。今までになかった販売経路が情報技術の進化により新たに加わってきたことになります。今後、販売方法は従来の概念に捉われず、「顧客が買いやすい場所や経路はどこか」といった視点で検討することで差別化につなげることも出来ます。

ビジネスシステムによる差別化

一般的な流通システム（製造→卸売→小売→顧客）とは異なる、新たなシステム（仕組み）を構築することで差別化を図ることができます。

これまで存在しなかったインターネット上のバーチャルモール（仮想商店街）は、新しいビジネスシステムの一例です。モール運営者は、出店料や販売手数料で収益を上げることができますが、商品の購入者や出店者に対して、メリットを備えておく必要があります。

商品の購入者には「気軽に欲しい商品を検索し、機能や価格の比較ができる」、出店者には「出店費用は少額で済み、全国に対して商品を販売できる」などのメリットです。運営者は、これらのメリットを高めるために、モールの信頼感や情報セキュリティの整備、売れ筋ランキングやアクセスログ分析などの情報を提供する必要があります。

その他差別化

スピードや時間による差別化、専門店化による差別化、品質や味による差別化、メニュー構成、価格構成による差別化が考えられます。

5 販売計画を作成しよう

販売目標を設定する３つの方法

事業のアイデアや技術・ノウハウがあっても、実際に販売できる顧客が存在しなければ、企業経営は成り立ちません。まずは、販売目標を立てることから始めましょう。販売目標を設定するには、以下の３つの方法があります。

（1）事業にかかる経費に基づいた販売目標

事業にはさまざまな経費（売上原価、人件費、賃借料、水道光熱費など）がかかります。経費をまかなうためには、いくらの売上が必要か（損益分岐点売上高）を算出することで、販売目標を設定することができます。このときは、売上と事業にかかる経費とが同じ額になり、赤字でも黒字でもない最低限確保しなければならない売上高になります。

一方、経費の中には借入金返済や個人事業の場合の経営者収入（生活費）が含まれていません。そこで、利益目標（＝借入金返済額や個人事業の経営者収入等）を加味して必要売上高を算出する必要があります。

$$\text{損益分岐点売上高} = \frac{\text{固定費}}{\text{限界利益率}} \quad \text{または} \quad \text{必要売上高} = \frac{\text{固定費＋利益目標}}{\text{限界利益率}}$$

※限界利益率＝１－変動費／売上高

※変動費：売上高の増減に応じて変動する費用（仕入高、材料費、外注費、販売手数料など）

固定費：売上高の増減と関係なく発生する固定的な費用（人件費、賃借料、減価償却費、支払利息、その他経費）

【損益分岐点売上高の計算例】

Ａさんは個人事業でケーキ屋さんを検討しています。

毎月の固定費として、販売スタッフ人件費に 10 万円、家賃に 12 万円、水道光熱費に 6 万円、広告宣伝費 2 万円、旅費交通費や通信費などに 10 万円の合計 40 万円を予定しています。また、変動費は、材料費と製造スタッフ人件費で経験から売上の 50%と予想しています。ここから、限界利益＝1－50／100＝50%に設定しました。

上記の式にしたがって、損益分岐点売上高を計算してみると？

$$\text{損益分岐点売上高} = \frac{\text{固定費}}{\text{限界利益率}} = \frac{40\text{ 万円}}{50\%} = 80\text{ 万円/月}$$

このときの損益分岐点売上高は、80 万円/月になります。この売上があれば、事業にかかる経費と事業で得た利益がトントンになりますが、個人事業主であるＡさんの収入は含まれていません。

【必要売上高の計算例】

Ａさんは、利益目標 30 万円（経営者の収入）と決めました。ここまで含めて計算すると？

$$\text{必要売上高} = \frac{\text{固定費＋利益目標}}{\text{限界利益率}} = \frac{40\text{ 万円}+30\text{ 万円}}{50\%} = 140\text{ 万円/月}$$

必要売上高は、140 万円/月の売上になります。この売上があれば、Ａさんには 30 万円の収入を得ることができます。借入金返済がある場合は、さらに利益目標にその金額を加えて計算すれば算出できます。

（２）事業内容の特性に基づいた販売目標

具体的な店舗の売場面積や座席数、設備の生産能力などに基づいた業界平均などにより、販売目標を立てることができます。

①サービス業：サービスの内容により客単価や来店客数が異なる業種（飲食業、理容業、美容業など）

販売目標＝客単価×設備単数（席数）×回転数

～必要売上高の事例（飲食店）～
座席数 10 席、回転数 1.8 回、客単価 3000 円、稼動日数 25 日/月
販売目標＝3000 円×10 席×1.8 回転×25 日＝135 万円/月

②販売業：客単価が比較的低く、来店客数が多い業種（コンビニエンスストアなど）

販売目標＝１㎡（または坪）当りの売上高×売場面積

～必要売上高の事例（コンビニエンスストア）～
売場面積 100 ㎡、１㎡当たりの売上高 15 万円/月
販売目標＝15 万円×100 ㎡＝1500 万円/月

③販売業：客単価が比較的高く、来店客数が少ない業種（専門店など）

販売目標＝客単価×購買客数

～必要売上高の事例（紳士用かばん販売）～
購買客数 4 人/日、客単価 14000 円、営業日数 25 日/月
販売目標＝14000 円×4 人×25 日＝140 万円/月

④部品製造業、印刷業、運送業など：設備が直接売上に結びつき、設備単位当りの生産能力がとらえやすい業種

販売目標＝製品単価×設備の生産能力×設備数

～必要売上高の事例（ボルト製造業）～
旋盤 2 台、生産能力 500 個/日･台、加工賃 50 円/個、稼動日数 25 日/月
販売目標＝50 円×500 個×2 台×25 日＝125 万円/月

⑤自動車販売業、化粧品販売業、ビル清掃業など：人件費と売上の関係が深い業種

販売目標＝従業員１人当たりの売上高×従業員数

～必要売上高の事例（自動車小売業）～
営業員 3 人、営業員 1 人当たりの売上高 300 万円/月
販売目標＝300 万円×3 人＝900 万円/月

（3）市場（マーケット）規模に基づいた販売目標

飲食業や理容業、コンビニエンスストアなど、来店する顧客の範囲がある程度限られている業種があります。この場合、立地する店舗の周辺人口から市場規模を導きだし、販売目標を算出することができます。

【算出方法例】

①商圏内の市場規模を算出する

- **自店の商圏を設定します（店舗から半径１ｋｍなど）。**
- **商圏内の人口や世帯数を調べます。**
- **提供する商品やサービスの購入額[注]を調べます。**
- **世帯数（人口）×購入額＝商圏内の市場規模が出ます。**

②単位当たりの売上高を算出する

- **商圏内にある競合他社の売場面積（座席数など）を調査します。**
- **商圏内の市場規模÷売場面積（座席数）＝売場面積や座席数などの単位当たりの売上高が出ます。**

③販売目標を算出する

- **当店の売場面積や座席数×単位当たりの売上高＝販売目標**

【販売目標の計算例】

Ａさんが検討しているケーキ屋さんは、住宅地の立地を予定しています。

地域に密着したケーキ屋さんにするために、来店するターゲット顧客は、近隣の住宅地に住む人と予想しています。このような場合は、市場（マーケット）規模に基づいた販売目標を立てることができます。

①商圏内の市場規模を算出する

（商圏の設定）

Ａさんは、地域密着型のケーキ屋さんを目指すので、徒歩で来店できる１ｋｍを商圏としました。

（商圏内の人口や世帯数を調査）

北九州市のホームページ（統計データ）から、商圏内に住むターゲット顧客の世帯や人口を算定します。

※　インターネット環境がない方は、『北九州市の人口（町別）』など刊行物として政府刊行物北九州サービスステーションにて入手することができます（⇒Ｐ45）。

Ａさんは、北九州市の統計データから、周辺の１ｋｍの町別人口を調べてみると、2,000 世帯（3,000 人）が住んでいることが分かりました。

<< 小 倉 北 区 >>

町丁字名	世帯数	人口 総数	人口 男	人口 女	年齢（5歳階級）別人口 5歳未満	5～9	10～14	15～19	20～24	25～29	30～34
小倉北区	94,078	177,765	83,838	93,927	7,333	6,796	7,057	7,420	9,188	11,380	11,711
大字藍島	126	301	158	151	10	20	10	13	12	11	19
青葉一丁目	14	30	13	17	－	－	－	1	1	2	－
青葉二丁目	267	471	266	205	10	11	14	28	41	39	29
赤坂一丁目	405	763	354	409	44	24	27	24	32	50	47
赤坂二丁目	771	1,598	720	878	81	65	79	67	72	88	105
赤坂三丁目	479	947	432	515	32	44	35	45	44	58	67
赤坂西丁目	605	1,120	485	635	28	24	39	43	52	48	62
赤坂丘丁目	128	199	98	101	6	4	3	3	11	11	13
赤坂海岸	1	1	1	－	×	×	×	×	×	×	×
浅野二丁目	417	594	290	304	13	3	5	10	52	72	66
浅野三丁目	3	4	2	2	×	×	×	×	×	×	×
朝日ヶ丘	1,002	1,962	867	1,105	83	77	94	78	72	85	92
足原一丁目	438	897	400	497	28	36	34	44	23	30	56
足原二丁目	497	948	420	528	41	58	73	47	54	38	50
愛宕一丁目	104	181	81	100	8	5	5	6	4	12	14
愛宕二丁目	130	252	116	136	4	5	13	11	9	11	13
足立一丁目	367	757	335	422	29	54	39	24	38	60	43
足立二丁目	506	1,198	532	649	65	73	64	55	47	59	52
足立三丁目	369	840	383	457	42	42	49	41	53	28	44
魚谷一丁目	362	699	346	347	22	19	24	34	20	39	48
魚谷二丁目	369	618	288	330	27	26	48	43	26	39	46
魚谷三丁目	683	1,289	614	675	66	57	49	50	58	68	73
魚谷四丁目	101	183	86	97	4	2	2	2	9	12	6
板櫃町	571	1,103	530	573	44	33	43	69	86	81	69
井堀一丁目	875	1,744	828	916	95	61	64	82	93	117	112
井堀二丁目	594	1,384	666	718	51	70	85	102	71	47	64
井堀三丁目	688	1,519	734	785	45	80	68	84	76	61	84

北九州市のHP（統計データ）より

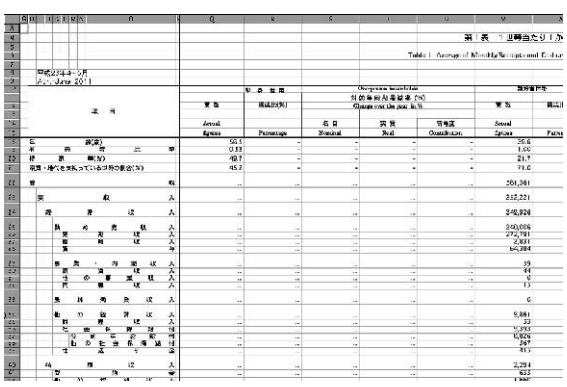
[注] 総務省統計局は「家計調査」を行っており、世帯単位で月当たりの商品やサービスの支出額を調べることが出来ます。

（商品やサービスの購入額を調査）

次に、一世帯あたりがどのくらいケーキを食べているのかを調べます。今度は、政府の統計（家計調査）で一世帯あたりの支出額を調べてみることにしました。

家計調査では、平成 17 年度全世帯平均で菓子類の支出が月 3,958 円でした。

このうちケーキへの支出が半分あると仮定した場合、一世帯あたり約 2,000 円/月を支出することになります。



政府統計の総合窓口（家計調査）より

（商圏内の市場規模を算出）

すると、商圏内の市場（マーケット）規模は、

2,000 世帯×2,000 円＝400 万円/月　ということになりました。

②単位当たりの売上高を算出する

ケーキ屋さんのような物販の場合は、実際に商圏内を歩いて調査することをお勧めします。競合他社の各々の店舗について、お客様の混み具合や主力客層、商品の特徴、価格帯、売場面積、スタッフ数などを調査します。

今回は店舗を単位として、一店舗あたりの売上高を算出します。仮に商圏内の競合他社は２店舗があるとすると、Ａさんがこれから始めるケーキ屋さんと合わせて３店舗となり、

400 万円÷3 店舗＝133 万円/月　となりました。

③販売目標を算出する

上記の②で算出した売上高から目標売上高は、133 万円×1 店舗＝133 万円/月　となります。

（※　一般的には、②で実際に調査した競合他社のお客様の混み具合、売場面積、スタッフ数なども勘案し、販売目標を設定することが必要です。）

販売目標は多角的に考えよう

販売目標の立て方について、３種類の方法を示しました。できるだけ３種類の方法で販売目標を立て、多角的に検討することをお勧めします。

それぞれの基準となるものによって、販売目標となる金額が変わってきます。例えば、売上面積や座席数等に基づいた販売目標は十分な売上であっても、市場（マーケット）規模に基づいた額が小さいのであれば、販売目標額の見直しが必要です。

経費や売場面積等、市場規模の３つの視点に基づいた販売目標を作成し、全体として整合性の取れたものを目標額として設定することが大切です。

【販売目標の多角的検討例】

Ａさんは、３種類の方法で販売目標を考えました。

①事業にかかる経費に基づいた販売目標　140 万円/月（⇒P11）
②売場面積や座席数等に基づいた販売目標　1,000 円/人×5 人/時×8 時間×25 日/月＝100 万円/月（⇒P12）
③市場（マーケット）規模に基づいた販売目標　133 万円/月（⇒P14）

最終的には、最も厳しい②を採用し、当初の販売目標を 100 万円/月にしました。この場合は、利益目標 30 万円には達しませんので、Ａさんの収入が少なくなります。

具体的な販売先を設定しよう

販売目標の数値設定ができたら、具体的な販売先を設定する必要があります。提供する商品やサービスの対象となる顧客をイメージし、顧客別、商品別、季節別、曜日・時間帯別など、できるだけ細分化して積み上げてみましょう。また、売上の回収方法も把握しておきましょう。

【販売計画書　作成例（顧客別）】

顧客名		年間売上予定額	取引割合	回収方法	備考
Ａ社	●●商品	2,000 千円	6.3%	現金 60% 掛 40% （掛日数 30 日） 手形 % （サイト 日）	
	▲▲商品	1,500 千円	4.8%		
	××商品	1,000 千円	3.2%		
	小　計	4,500 千円	14.3%		
Ｂ社	●●商品	1,500 千円	4.8%	現金 100% 掛 % （掛日数 日） 手形 % （サイト 日）	
	▲▲商品	2,000 千円	6.3%		
	××商品	0 千円	0.0%		
	小　計	3,500 千円	11.1%		
総合計	●●商品	12,500 千円	39.7%		
	▲▲商品	9,000 千円	28.6%		
	××商品	10,000 千円	31.7%		
	小　計	31,500 千円	100.0%		

販売促進戦略を構築しよう

販売促進とは、会社や店舗、取り扱う商品やサービスなどを、顧客である一般消費者や他企業へ認知してもらい、商品やサービスの購入を促進するためのさまざまなプロモーション活動です。

【主な販売促進ツール】

販売促進ツール	特徴と効果
屋外広告	一定期間継続的に露出するため、メッセージを繰り返しアピールすることができる。
インターネット	広く一般に周知するだけでなく、ターゲットを絞り込んだ広告も可能である。また、消費者との双方向性に優れている。
折込チラシ	ターゲットとなる地域に確実に届く。
口コミ	第三者の言葉による宣伝のため、効果は非常に大きい。ただし、自然発生的に待つのではなく、消費者などに体験してもらうなどの働き掛けが必要である。
ダイレクトメール	絞り込んだターゲットに確実に届く。ただし、開封しないことも多く、体裁や内容にアイデアが必要である。
ダイレクトハンド	街頭でのティッシュ配りなどで、もらってうれしいものかどうかがポイントである。
マスコミへのＰＲ	パブリシティ（費用をかけず新聞や雑誌に掲載されること）を期待するもので、自社からマスコミへ働き掛けが必要である。
ＦＡＸ	手間はかかるが、比較的多く見られる一般的な方法である。

人員計画を考えよう

事業開始の時点では１人で開始するケースが多いと思いますが、軌道に乗るにつれ、徐々に人員を増加させていくのが一般的です。

当初の販売目標が多額だからといって、それに見合う正社員を確保しておくのは危険です。どうしても多数の要員が必要なら、パートやアルバイトなどの活用により人件費を流動化しておくことが必要です。確実に見込める売上と利益に見合う人員を確保すべきでしょう。

一般的な方法として、売上高に対する人件費比率を当初から設定しておき、その枠内で人員計画を策定することも考えられます。

6 事業計画書を作成しよう

事業計画書とは？

事業計画書とは、頭の中にある事業のイメージを整理して、具体的に計画書として作成する過程のことです。

大きく分けて、売上などの収入と事業にかかる経費の計画を作成する「収支計画」と、自己資金や借入などの資金と設備機械や什器などへの投資の計画を作成する「資金計画」があります。

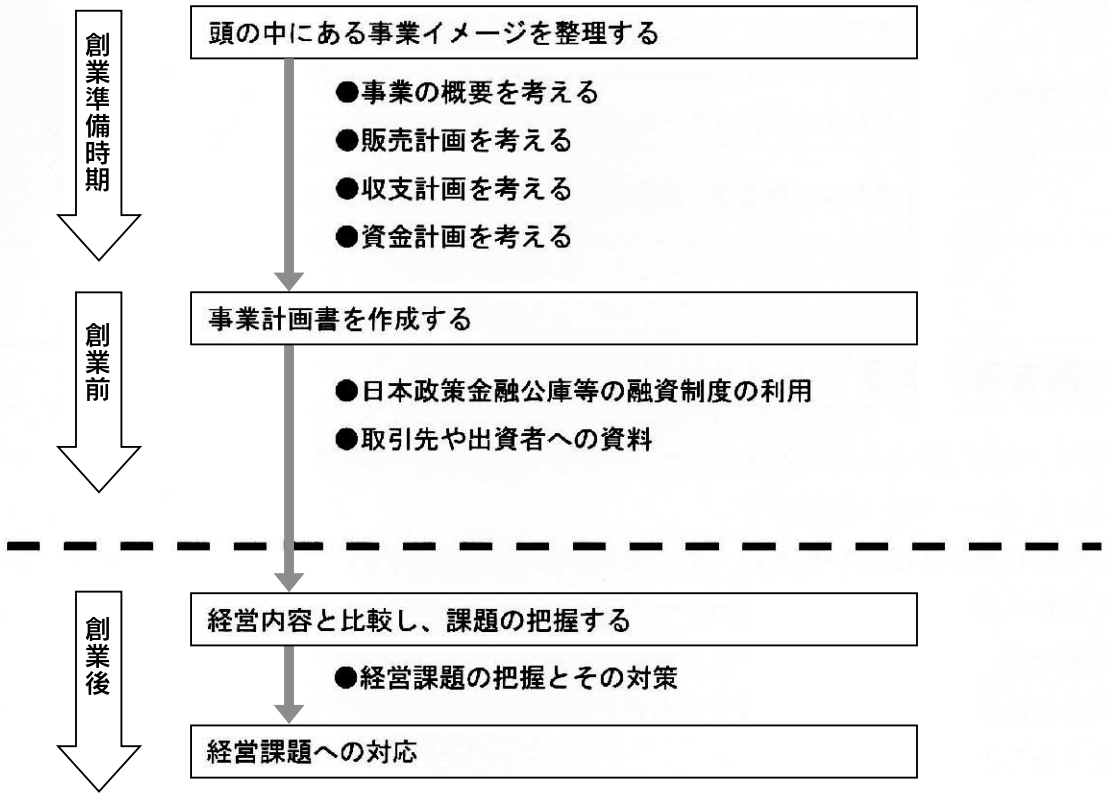
「収支計画」は、売上目標に対してどのくらいの経費がかかり、どのくらいの利益が出るかを計画することです。ここでは、事業の収益性という観点から見ることができます。

「資金計画」は、自己資金や借入などの調達できる資金と、それに基づいて投資する土地や建物、機械や什器、工事費、商品仕入などを計画することです。ここでは、事業の内容や収益性、市場性などの観点から投資規模が適当かを見ることができます。

また、市や県、日本政策金融公庫から資金調達をする場合、事業計画書を作成する必要があり、取引先や出資者への協力を得るための説明用の資料としても利用できます。

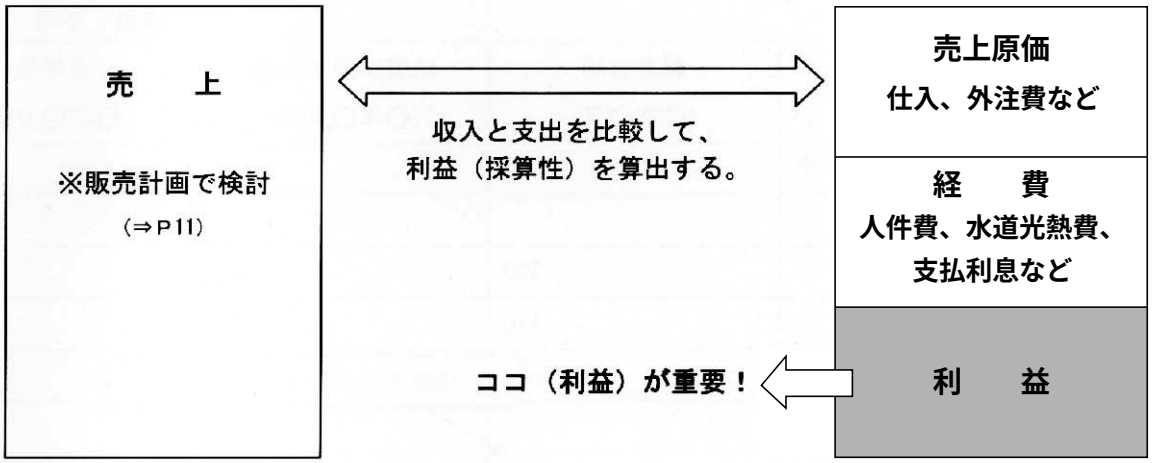
創業後においては、実際の売上や経費などの経営内容と事業計画書を比較することで、どこが課題かを把握することができますので、事業計画書は是非作成しておきましょう。

【事業計画書の流れと必要性】



収支計画を作成しよう

収支計画とは、売上などの収支に対して、仕入や給与、営業費などの支出を差し引いてどのくらいの利益が出るのかを算出し、採算性を検討することです。



売上原価を予測する

売上原価とは、卸売業・小売業・サービス業の場合、売上高に対応する商品等の仕上高のことをいい、製造業の場合、製品の製造に直接かかった経費（材料費、人件費、外注費など）をいいます。

経費を予測する

経費は販売・管理に関する費用で、販売手数料、広告宣伝費、人件費、賃貸料、旅費交通費、通信費、水道光熱費、接待交際費、リース費用、減価償却費、租税公課、支払利息などがありますが、事業内容により発生する費用項目と金額について詳細に予測していきます。

長期的な収支を予測する

事業は始めることよりも続けていくことのほうがはるかに難しいといわれています。

創業当初のことだけでなく、３年から５年先くらいまで考えておくことが大切です。事業拡大に伴って従業員や拠点を増やしたりする計画があれば、それを見越した資金計画・収支計画が必要になってくるからです。

～売上原価や経費がわからないときは～

実際の企業の経営実績を集計した経営指標というものがあり、参考にすることができます（⇒ P45）。

●中小企業庁『中小企業の財務指標』

●国民生活金融公庫創業研究所編『小企業の経営指標』

●ＴＫＣ全国会『ＴＫＣ経営指標』

【収支計画表　記入例】

ケーキ屋さんの創業を計画しているＡさんは、前章の販売計画（⇒Ｐ14）から売上高を100万円/月を予想しました。中小企業庁の『中小企業の財務指標』で経営指標を調べてみると、売上原価（材料費や製造スタッフ人件費など）は47.0%[注]でした。他にかかる経費として、人件費や家賃などが40万円を見込んでいます。

また、軌道に乗った後は、市場（マーケット）規模に基づいた133万円/月、３年後は150万円/月として設定しました。

単位：千円／月平均

		創業当初（○年○月）	軌道に乗った後（○年○月頃）	３年後（○年○月頃）
売上高	①	1,000	1,330	1,500
売上原価	仕入高			
	材料費	300	400	450
	人件費	170	225	255
	外注費			
	その他			
	合計 ②	470	625	705
粗利益（売上総利益）①－②		530	705	795
経費	販売手数料			
	広告宣伝費	20	20	20
	人件費	100	100	100
	賃借料	120	120	120
	旅費交通費	20	20	20
	通信費	30	30	30
	水道光熱費	60	60	60
	接待交際費			
	リース費用			
	減価償却費			
	租税公課			
	支払利息			
	その他経費	50	50	50
	合計 ④	400	400	400
利益	③－④	130	295	395

1000千円×47%＝470千円

ここがＡさんの収入

[注] 中小企業庁『中小企業の財務指標』（平成17年1月～12月）によると、「菓子・パン小売業」（従業員数５人以下）の売上高総利益率（業界全体）は53.0%です。よって、売上原価は100%－53.0%＝47.0%になります。この売上原価の中には、材料費や製造にかかる人件費などが含まれています。

資金計画を作成しよう

創業には資金が必要です。まずは、自分の資金力を正しく把握し、実際にどれくらいの資金を調達しなければならないかを確認しましょう。実際、創業した人のほとんどが何らかの借入や出資金を募るといった方法で資金調達を行っています。

なお、自己資金の目安は、融資要件や創業後の速やかな立ち上げのためには創業資金の５割程度は必要であるといわれています。

創業に使える資金

この段階で事業計画書と照らし合わせ、今自分が持っている資金と、創業のための必要資金があまりにかけ離れているのであれば、事業計画の見直しが必要となります。

<table>
<tr><td rowspan="2">貯蓄・財産</td><td rowspan="2">預貯金
退職金
株券・各種有価証券
不動産
各種積立金</td><td>借入金</td><td>ローン・クレジット
その他借金</td></tr>
<tr><td colspan="2">創業に使える資金</td></tr>
</table>

事業に必要な資金

次に事業を始めるための設立資金と設立時の設備資金、創業後の運転資金（回収代金で支払ができるまでの期間に必要な資金）の２つの面で資金を詳細に書き出して見ましょう。検討する場合は、次の３つに分けて考えるとそれぞれの資金の優先順位が分りやすくなります。

①絶対に必要なもの
②必要だがそれ自体は利益を生まないもの
③あるに越したことはないが当面はなくてもよいもの

例えば、コピー機や事務機器は、それ自体では利益は生みませんが仕事で必要なものです。上記の②に当たります。②であれば新品でなくて中古を買うことや、リースするなどの方法があります。

また、どんな投資に対してもなんとなくの予測ではなく、見積を取るなどして実現の金額を算出することが重要です。さらに、収支が安定し、利益が出るまでの生活費の確保もキチンと考えておく必要があります。

【創業に必要な資金】

創業までの資金	創業後の資金（運転資金）
・事務所や店舗の取得費用 （敷金、保証金、駐車場契約費など） ・内外装工事費 ・設備、備品、車両などの資金 ・会社設立の場合は設立費用 ・許認可等にかかる費用　など	・商品の仕入れ、材料費、外注費 ・人件費 ・賃借料 ・水道光熱費、旅費交通費、通信費 ・広告宣伝費 ・借入金の返済　など

【資金計画の作成例】

Aさんは、立地のよい店舗を見つけました。もともとは物販を行っていた店舗で、ケーキが作れるような厨房は備えてなく、大掛かりな工事が必要です。また、これから始める事業なので、自分が使いやすいような機械装置や器具備品を揃えようと考えて、資金計画を作成しました。

（当初の資金計画）　（単位：万円）

必要な資金			調達の方法	
設備資金	店舗の保証金	150	自己資金	600
	内装工事費	600	金融機関	1,000
	機械装置	400	その他	
	器具備品	250		
運転資金	開業に必要な商品の仕入代金や経費など	200		
合計		1,600	合計	1,600

投資額が大きいため、北九州市中小企業支援センターに相談しました。

創業に詳しい専門家から、最初から大掛かりな投資計画を考えるのではなく、自己資金に見合った、リスクの少ない投資計画を考えることを勧められました。

そこでAさんは、もう一度、物件の選定から始めて、新たにケーキ作りにはちょうどよい厨房がある物件を見つけました。内装工事も一部のみでよく、機械装置は中古を買うことにしました。

このようにして、なるべく投資額を減らし、リスクを少なくすることは、創業期において重要なポイントです。金融機関からの借入も減少するので、元金返済や利息は少なくなります。

（相談後の資金計画）　（単位：万円）

必要な資金			調達の方法	
設備資金	店舗の保証金	150	自己資金	600
	内装工事費	250	金融機関	550
	機械装置	200	その他	
	器具備品	250		
運転資金	開業に必要な商品の仕入代金や経費など	200		
合計		1,050	合計	1,050

市や県、日本政策金融公庫の融資制度を利用する

地方自治体（北九州市、福岡県）や政府系金融機関の日本政策金融公庫では、下記のとおり開業に関する融資制度があります。融資制度の概要については別冊をご覧下さい。

地方自治体（北九州市、福岡県）の融資制度

地方自治体の開業を支援する融資制度として、北九州市の開業支援資金や福岡県の新規創業資金などがあります。

日本政策金融公庫の融資制度

日本政策金融公庫は、個人事業主や小規模会社を対象とした融資を行っています。実際、融資を受ける過半数が、従業員 10人未満の企業で占められています。また、飲食業や理容･美容業、クリーニング業などを対象とした融資も行っています。

【日本政策金融公庫の融資制度】

融資制度	融資対象内容
新規開業資金	新たに事業を始める方や事業開始後おおむね 5年以内の事業者
新創業融資制度	新たに事業を始める方や事業を開始して間もない事業者で、無担保・無保証人を希望する方
女性、若者／シニア起業家資金	事業開始後 5年以内の女性または 30歳未満か 55歳以上の方

※これらの融資制度は平成 25年 4月 1日現在

7 創業の手続き

個人事業か法人か

企業の形態には、「個人事業」と「法人」があります。どちらを選択するかは、これから始める事業の規模や業種、将来像などにより総合的に判断することが必要です。

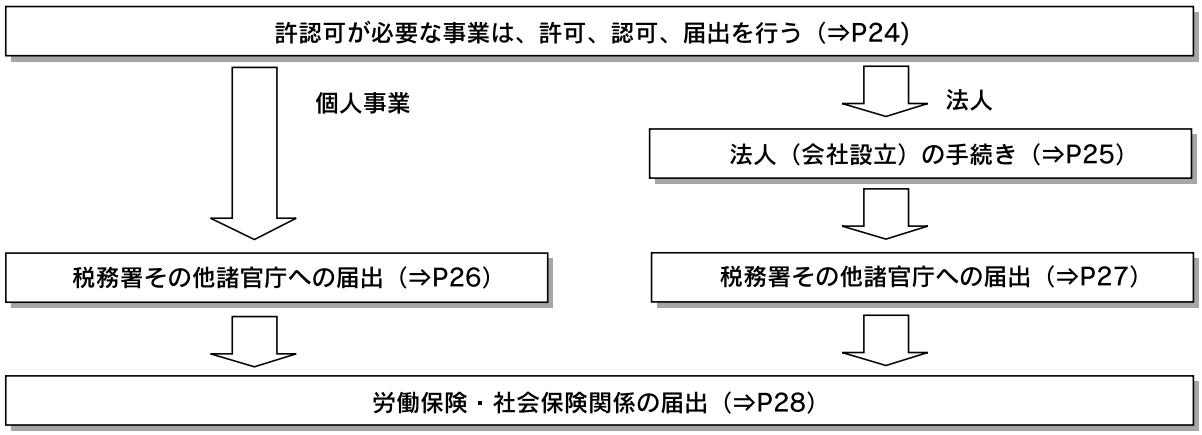
以下は、個人事業と法人について、創業手続き、創業費用、税金、社会保険制度などで比較したものです。

【個人事業と法人の比較】

項目	個人事業	法人
創業手続きと費用	比較的簡単で費用もほとんどかからない。	会社設立登記が必要で、時間と費用がかかる。
事業内容	事業の内容は自由に選択でき、変更も自由にできる。	事業内容は定款に記載し、その変更には定款の変更手続が必要である。
社会的責任	一般に法人に比べて不利である。	一般に信用力に優れる。
事業に対する責任	無限責任 万が一の場合、個人の財産で弁済する必要がある。	有限責任 出資分を限度に責任を負うが、代表者個人が保証をした場合は保証責任を負う。
労働保険	個人事業主は、労働者災害補償保険及び雇用保険には加入できない。	法人事業主は、労働者災害補償保険及び雇用保険には加入できないが、労働者災害補償保険の特別加入の制度が利用できる。
社会保険	個人事業主は、国民年金（第１号被保険者）及び国民健康保険の被保険者となる。	法人事業主は、厚生年金保険（国民年金第２号被保険者）及び健康保険の被保険者となる。
経理事務	経理事務や決算書類等の作成が簡易であるが、青色申告事業者は、正規の簿記の原則による記帳が必要である。	経理事務や決算書類等の作成が個人に比べて複雑である。
税金	所得税は累進課税であり、所得が多くなるに従って、税率が高くなる。	法人税は比例税率で一律である。
事業主の報酬	事業利益が事業主の報酬となる。	代表者や役員の給与は、役員報酬（経費）として扱う。

創業に必要な手続き

創業に際して、許認可の確認、税務署等への届出などさまざまな手続きが必要です。



（1）許認可が必要な事業

個人や法人を問わず、これから行う事業の内容によっては、法律等の規制により創業に際して許可、認可、届出を必要とする業種があります。

【主な許認可窓口一覧】

受付窓口	許認可（届出を含む）が必要な業種
北九州市	飲食店業（喫茶店、弁当屋、レストランなど）、 食品製造業（菓子製造業、食肉製造業、酒類製造業など）、 理容業・美容業、クリーニング業、 ペットショップ店業　など
警察署	古物販売業、質屋、風俗関連業（深夜飲食業（酒類提供）、マージャン店など）、 警備業　など
福岡県	介護事業、旅行業（第２種、第３種）または旅行業者代理業、 宅地建物取引業、建設業（土木工事業、建設工事業、電気工事業など） 建築士事務所　など
九州運輸局	旅行業（第１種）
福岡運輸支局	自動車整備業、貨物運輸業、旅客運送業　など
福岡労働局	一般労働者派遣事業、特定労働者派遣事業、有料職業紹介事業　など
税務署	酒類販売業　など

※詳しくは各受付窓口にご相談ください（⇒Ｐ41）

（2）法人（株式会社）設立の手続き

株式会社を設立する場合は、会社設立のための手続きが必要です。

【株式会社設立までの流れ】

ステップ1

商号、目的、本店所在地を決める（同一商号同一本店は不可）	
代表印を作成する	
定款・議事録の作成 役員（取締役3名以上、監査役1名以上）、発行株式総数などを決定する ※最低資本金制度廃止、取締役会非設置の株式譲渡制限会社は取締役1名以上、監査役任意設置	①資本金 1円～ ②印紙税 4万円（電子定款不要）
公証人による定款の認証	③認証費用 5万円
金融機関への資本金の払込みについて、「保管証明書」を発行してもらう ※発起設立の場合は「通帳の写し」でＯＫ	
設立の登記 法務局へ申請書・添付書類等を提出	④登記免許税 最低額15万円
登記完了	
会社の登記簿・印鑑証明書、資本金を払込金融機関へ提出 ※「通帳の写し」で手続きをしていれば不要	

会社設立費用　①＋②＋③＋④＝約24万円

①資本金1円～　②印紙税4万円　③認証費用5万円　④登録免許税15万円

ステップ2

税務署その他諸官庁への届出（⇒Ｐ27）

（3）税務署その他諸官庁への届出

個人事業や法人で事業を行う場合、税務署その他諸官庁へ必要な届出があります。なお、いずれも提出期限が設けられていますが、届出に関する費用はかかりません。

【個人事業に必要な税務署その他諸官庁への届出】

<table>
<tr><th colspan="2">対象</th><th>届出の名称</th><th>届出先</th><th>提出期限</th></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="7">個人事業者</td><td>個人事業の開業届出書</td><td>税務署</td><td>開業日から1ヵ月以内</td></tr>
<tr><td>個人事業税に係る開業報告書</td><td>県税事務所</td><td>開業日の翌月10日まで</td></tr>
<tr><td>所得税のたな卸資産の評価方法の届出書</td><td rowspan="9">税務署</td><td>確定申告書の提出期限まで（届出がないときは最終仕入原価法）</td></tr>
<tr><td>所得税の減価償却資産の償却方法の届出書</td><td>確定申告書の提出期限まで（届出がないときは定額法）</td></tr>
<tr><td>給与支払事務所等の開設届出書</td><td>事務所等を開設した日から1ヵ月以内</td></tr>
<tr><td>源泉所得税の納期の特例の承認に関する申請書兼納期の特例適用者に係る納期限の特例に関する届出書</td><td>随時</td></tr>
<tr><td rowspan="2">青色申告の承認を受ける場合</td><td>所得税の青色申告承認申請書</td><td rowspan="2">開業日から2ヵ月以内
（創業の日が1/1～1/15までの場合は3/15まで）</td></tr>
<tr><td rowspan="2">青色専従者給与を支払う場合</td><td>青色事業専従者給与に関する届出書</td></tr>
</table>

【法人創業に必要な税務署その他諸官庁への届出】

対象	届出の名称	届出先	提出期限
法人	法人設立届出書	税務署	設立日から2ヵ月以内 （定款等の写しや登記簿謄本などの定められた書類の添付が必要）
	法人設立等届出書	県税事務所	設立または設置日から15日以内
	法人等の設立事務所事業所の設置申告書	市役所	設立登記後2ヵ月以内
	棚卸資産の評価方法の届出書	税務署	確定申告書の提出期限まで（届出がないときは最終仕入原価法）
	減価償却資産の償却方法の届出書		確定申告書の提出期限まで（届出がないときは建物及び無形固定資産を除き定率法）
	給与支払事務所等の開設届出書		事務所等を開設した日から1ヵ月以内
	源泉所得税の納期の特例の承認に関する申請書兼納期の特例適用者に係る納期限の特例に関する届出書		随時
青色申告の承認を受ける場合	青色申告の承認申請書		設立から3ヶ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

（4）労働保険・社会保険関係の届出

（３）の税務署その他諸官庁への届出と同様に、個人事業や法人に限らず、該当する労働保険、社会保険関係の届出は、提出期限までに提出する必要があります。

【個人事業や法人に必要な労働保険・社会保険関係の届出】

届出先	種類	提出期限・留意点等
日本年金機構 年金事務所	健康保険、厚生年金保険 1. 新規適用届 2. 新規適用事業所現況書 3. 被保険者資格取得届 4. 被扶養者(異動)届 5. 国民年金第３号被保険者の届出	設置日後５日以内 ・法人事業所は強制加入 ・個人事業の場合 法定 16 業種であって、従業員５人以上は強制加入、従業員５人未満は任意加入 法定 16 業種以外は従業員の数によらず任意加入（⇒Ｐ29）
公共職業安定所	雇用保険 1. 適用事業所設置届 2. 被保険者資格取得届	1. は設置後 10 日以内 2. は雇用した翌月の 10 日まで 個人・法人とも従業員を雇用するとき適用事業所となる
労働基準監督署	労災保険 1. 保険関係成立届 2. 適用事業報告	1. は保険関係成立後 10 日以内 2. は事業所設置後遅滞なく適用事務所は雇用保険と同じ 従業員を 10 人以上する場合は、「就業規則届」の提出も必要
都道府県労働局	労働保険概算保険料申告書	保険関係成立後 50 日以内に申告納付

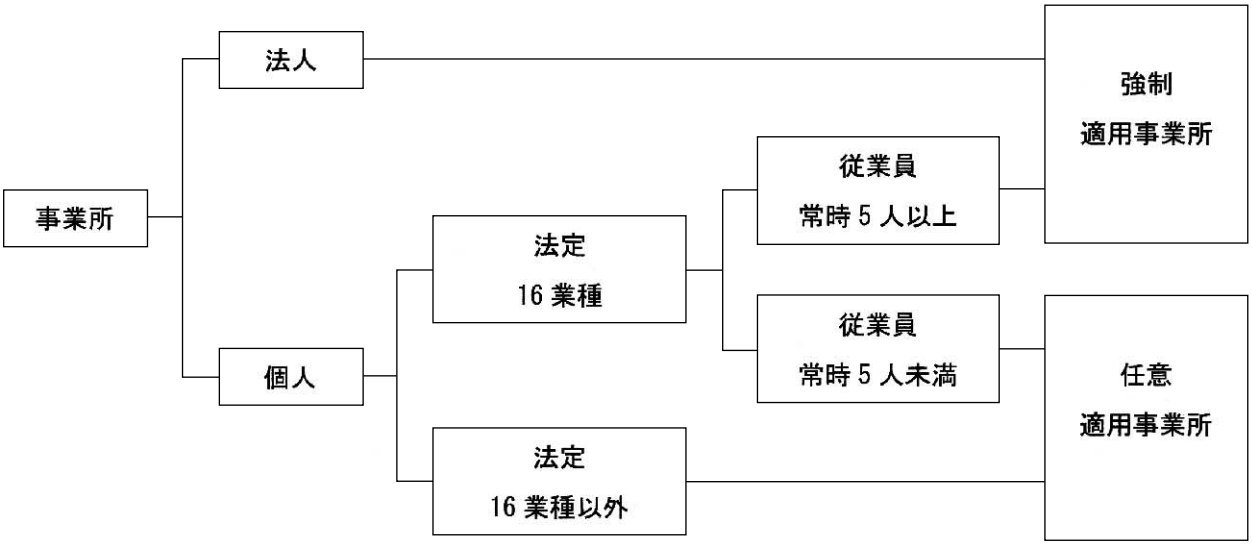
〈参考〉
パートタイマーの雇用保険の加入要件
以下をいずれも満たすことが要件です。
・１週間の所定労働時間が 20 時間以上であること
・31 日以上引き続き雇用されることが見込まれること（雇用保険法　平成 22 年４月１日）

パートタイマーの社会保険（健康保険、厚生年金保険）の加入要件
以下をいずれも満たすことが要件です。
・雇用期間が２ヶ月を超える
・１日又は１週の所定労働時間が通常の労働者の概ね４分の３以上である者
・１ヶ月の所定労働日数が通常の労働者の概ね４分の３以上である者

【法定16業種（個人事業で、従業員５人以上は強制加入となる業種）】

1. 物の製造、加工、選別、包装、修理又は解体の事業
2. 土木、建築その他工作物の建設、改造、保存、修理、変更、破壊、解体又はその準備の事業
3. 鉱物の採掘又は採取の事業
4. 電気又は動力の発生、伝導又は供給の事業
5. 貨物又は旅客の運送の事業
6. 貨物積みおろしの事業
7. 焼却、清掃又はと殺の事業
8. 物の販売又は配給の事業
9. 金融又は保険の事業
10. 物の保管又は賃貸の事業
11. 媒介周旋の事業
12. 集金、案内又は広告の事業
13. 教育、研究又は調査の事業
14. 疾病の治療、助産その他医療の事業
15. 通信又は報道の事業
16. 社会福祉法に定める社会福祉事業及び更生保護事業法に定める更生保護事業

【社会保険（健康保険、厚生年金保険）の適用判断フロー】



～会社法について～

会社設立に関しては、平成１８年５月１日から施行された会社法により、設立手続き・機関設計・運用を行う必要があります。会社法のポイントを以下に示します。

①株式会社に一本化

会社法では、株式会社に比べて簡易な規制を選択することができた有限会社制度を廃止して株式会社制度に一本化しました。株式会社のうち株式譲渡制限会社においては、株式会社でありながら従来の有限会社に準じた簡易な運用を選択できるようになりました。なお、すでにある有限会社は、そのまま有限会社（特例有限会社）という商号を使い続け、今のままの業務を続けていくことができます。

②最低資本金規制の徹廃

これまで有限会社は最低３００万円、株式会社は最低１０００万円を資本金として用意しなければなりませんでした。会社法ではこの最低資本金制度は撤廃されますので、準備した資金で株式会社を設立できるようになりました。

したがって、事業の手元となる資金をいくらにするかは、事業規模･内容により会社設立費用や設備資金、運転資金などを検討し、会社の安定運営のために必要な資本金を自身で決めることになります。

③機関設計の柔軟化

これまで有限会社、株式会社それぞれについて取締役の数、取締役会、監査役などの機関設計について定められていましたが、有限会社と実態として差のない小規模な株式会社でも名目的な取締役や監査役の設置が必要とされるなどの問題が生じていました。会社法では、株式会社に一本化し、すべての種類の株式に譲渡制限がある会社（株式譲渡制限会社）は、簡易な機関設計が可能となりました。

④合同会社（ＬＬＣ）、有限責任事業組合（ＬＬＰ）の導入

会社法では、新たな会社類型として合同会社、有限責任事業組合が導入されました。

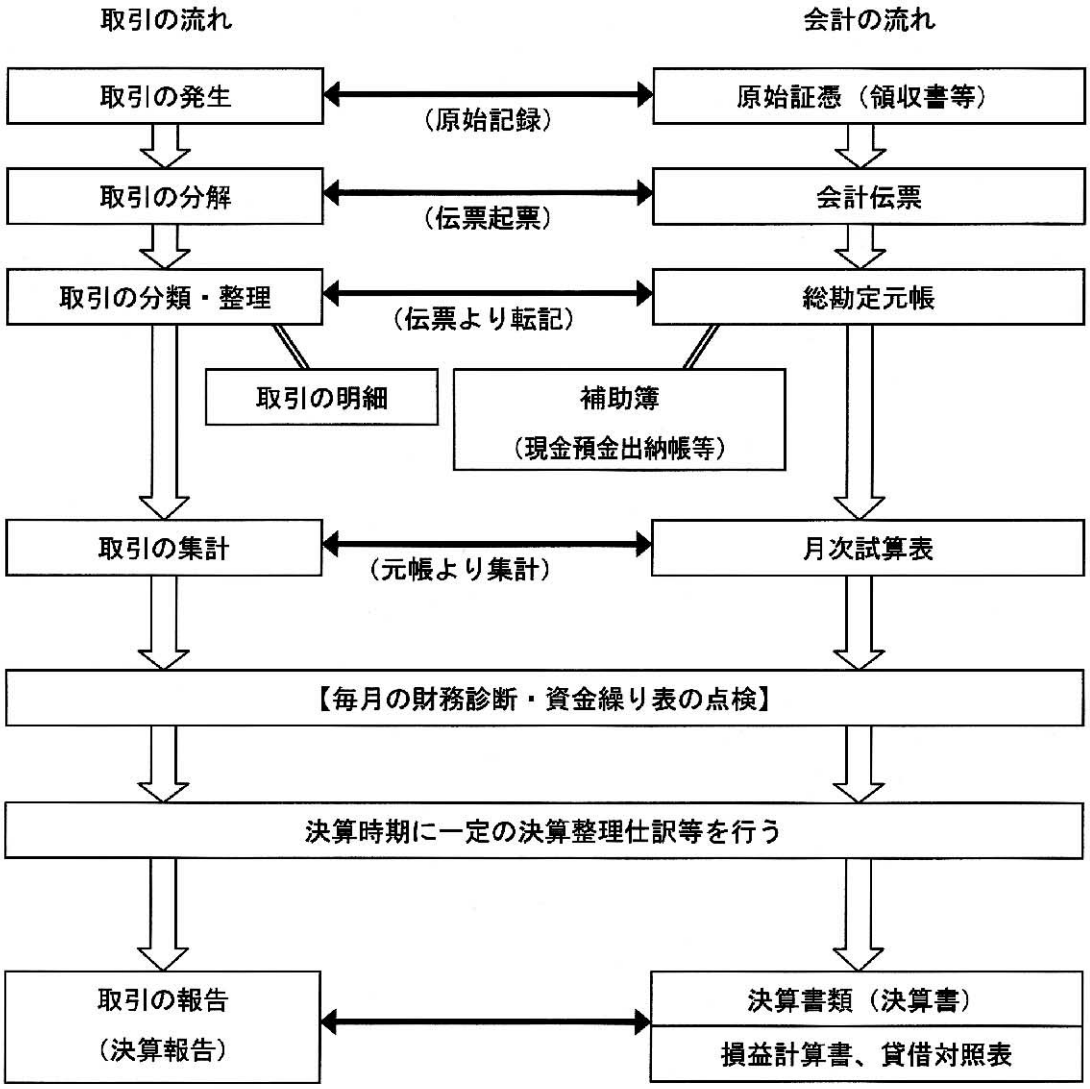
合同会社は、有限責任社員のみで構成され、かつ組織の内部自治を認める法人で、有限責任事業組合は、合同会社と同様に有限責任社員のみで構成され、かつ組織の内部自治を認めるが、民法組合の特例の法人格を有しない事業体であり、創業やジョイントベンチャーなどの活用が期待されています。

8 会計業務と資金繰り

会計業務とは？

売上不足や経費過剰などへの対応を迅速に行うため、会社の経営状況を数字で毎月把握することが重要であり、記帳のルールに従って会計業務を行う必要があります。

【会計業務のフローチャート(注)】



(注) 出典：中小企業庁産業連携推進課『夢を実現する創業』中小企業庁, 2006 年, P22 を一部加工

青色申告制度を利用する場合の簡易簿記と複式簿記

個人事業で始める場合は、税制面での控除を受けることができる「青色申告制度」があります。青色申告をする場合は、帳簿の記録方法により簡易簿記と複式簿記の２種類があります。

簡易簿記とは、現金、売掛金、買掛金、経費、固定資産の増減を帳簿に記録する方式です。それ以外の資産（預金、受取手形、貸付金など）や負債（支払手形、借入金、未払金など）の記録は省略します。記録は１つの取引について、１つの帳簿に記入する場合と、２つの帳簿に分けて記入する場合がありますが、取引の発生順にその内容がキチンと整理されていることが重要です。

複式簿記とは、事業による取引のすべてを記録する方式です。記録はすべての取引について必ず２つ以上の帳簿（２つ以上の勘定科目）に記入します。

【簡易簿記と複式簿記の比較】

	簡易簿記	複式簿記
記載事項	1. 現金の入金と出金 2. 売掛金・買掛金 3. 減価償却資産（繰延資産を含む） 4. 引当金・準備金 5. 売上 （自家消費を含む） 6. 売上以外の収入 7. 仕入 8. 仕入以外の経費	1. 現金の入金と出金 2. 当座預金の預け入れと引き出し 3. 手形（融通手形を除く）上の債権債務 4. 売掛金・買掛金 5. その他の債権債務 6. 減価償却資産（繰延資産を含む） 7. その他棚卸資産以外の資産 8. 引当金・準備金 9. 資本金（元入金） 10. 売上（自家消費を含む） 11. 売上以外の収入 12. 仕入 13. 仕入以外の経費
青色申告控除	10 万円	65 万円

資金繰りとは？

事業を行っていく上で、定期的に支払わなければならない出費があります。それらの支払い資金は、売上代金によりますが、売上そのものは景気の変動、季節的要因などによって変動します。また、売上計上したものの掛売りや得意先の都合による支払遅延などにより代金回収時期に遅れが発生し、手持資金（現金）が不足することがあります。

資金繰りとは、手持資金（現金）の出入りをチェックし、資金が不足しないように調整を図ることです。運転資金のバランスをとり、ゆとりを持つことが肝要です。資金繰り表の一例を以下に示します。

【資金繰り表（様式例）】

項　目			月		月		月	
			計画	実績	計画	実績	計画	実績
前月繰越　　A								
収入	売上収入	現金売上						
		売掛金回収						
		受取手形入金						
	その他入金							
	収入合計　B							
支出	仕入支払	現金仕入						
		買掛金支払						
		支払手形決済						
	人件費							
	諸経費							
	支払利息							
	雑支出							
	資産購入							
	支出合計　C							
差引過不足　　D＝B－C								
財務収支	借入	手形割引						
		借入金						
	借入金返済							
	財務収支　E							
次月繰越　　F＝A＋D＋E								
参考	受取手形残高							
	支払手形残高							

【資金繰りの事例】

Ａさんは平成22年４月１日にケーキ屋さんをスタートしました。運転資金は200万円（⇒P21）あり、これを元手に事業を進めていきました。

売上は計画どおり、創業当初から100万円あります。しかし、地域住民の顧客は20万円ですが、思いもよらず卸売による販売先が開拓できました。卸売だけで80万円の売上をあげています。卸売による顧客の支払は月末締の２ヶ月後です。一方、仕入は現金で行っています。その他に人件費などで57万円かかっています。

一見、売上100万円－（材料費30万円＋費用57万円）＝13万円で、利益は出ていますが、資金繰りで見ると資金が不足することが分かります。

（単位：万円）

項目			4月		5月		6月		7月	
			計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績
前月繰越　A			200		133		66			
収入	売上収	現金売上	20		20		20			
		売掛金回収	0		0		0		80	
			20		20		20			
支出	仕入支払	現金仕入	30		30		30			
		買掛金支払								
		支払手形決済								
	人件費		57		57		57			
	諸経費									
	支払利息									
	雑支出									
	資産購入									
	支出合計　C		87		87		87			
差引過不足　D＝B－C			- 67		- 67		- 67			
財務収支	借入	手形割引								
		借入金								
	借入金返済									
	財務収支　E		0		0		0			
次月繰越　F＝A＋D＋E			133		66		- 1			
参考	受取手形残高									
	支払手形残高									

毎月５０万円の売上がありますが、６０日サイトの売掛金であり、４月の売上は７月にしか入ってきません。

６月末には、手持資金が－１万円になり、このままでは、資金が不足してしまいます。

⑨ 税金はどうなるのですか？

事業にかかる税金

事業を始めることで事業から得られた所得に対して税金がかかります。個人事業と法人では課税される税制が異なります。

【個人事業にかかる税金】

	区　分	税金の概要	申告手続き等
国税	所得税	所得（収入－経費）に応じて （当年の 1/1 から 12/31 まで）	所得税の確定申告(原則として翌年の2/16～3/15に税務署に申告)
地方税	個人住民税 ①県民税 ②市民税	・均等割 ・所得割（前年の所得に応じて）	所得税の確定申告をすれば、特に申告の手続きは必要ありません
	個人事業税	所得（収入－経費）に応じて （当年の 1/1 から 12/31 まで）	

【法人にかかる税金】

	区　分	税金の概要	申告手続き等
国税	法人税	法人所得（益金－損金）に応じて （当期の決算日まで）	決算日の翌日から 2 ヶ月以内に税務署に申告
地方税	法人住民税 ①県民税 ②市民税	・均等割（事業規模に応じて） ・法人税割（当期の法人税額に応じて）	決算日の翌日から 2 ヶ月以内に県及び市に申告
	法人事業税	法人所得（益金－損金）に応じて（所得割） （当期の決算日まで）	決算日の翌日から 2 ヶ月以内に県に申告

※これらの外、復興特別法人税、地方法人特別税等がかかります。

個人事業にかかる税金の計算方法

一年間の売上（総収入金額）から、必要経費や所得控除を差し引いた金額が税金の対象となる課税所得金額です。また、青色申告制度を利用する場合は、青色申告特別控除や青色事業専従者給与などが認められます。

課税所得金額＝総収入金額－必要経費－所得控除

課税所得金額が算定できれば、個人事業にかかる３つの税金（所得税、個人住民税、個人事業税）について次のとおり計算することができます。実際にかかる税金はこれら３つの金額の合算です。なお、所得税と個人住民税の課税所得金額は、所得控除額等の違いにより同額とはなりません。

（１）所得税（平成 26 年４月１日現在法令等）

所得税の税率（所法89）について、次のとおり改正が行われました（所法89①）。

改正前（現行）	
課税される所得金額	税率
195万円以下の金額	５％
330万円以下の金額	10%
695万円以下の金額	20%
900万円以下の金額	23%
1,800万円以下の金額	33%
1,800万円超の金額	40%
―	―

改正後	
課税される所得金額	税率
195万円以下の金額	５％
330万円以下の金額	10%
695万円以下の金額	20%
900万円以下の金額	23%
1,800万円以下の金額	33%
4,000万円以下の金額	40%
4,000万円超の金額	45%

《適用関係》　この改正は、平成 27 年分以後の所得税について適用されます（改正法附則５）。

※平成25年から平成49年まで「復興特別所得税」として基準所得税額の2.1％が上乗せ課税されます。

（２）個人住民税

個人住民税＝均等割（5,500円）＋所得割（課税所得金額×10%）

（※均等割の内訳は、県民税 1,500 円、福岡県森林環境税 500 円、と市民税 3,500 円です。）

（３）個人事業税

個人事業税＝（課税所得金額＋青色申告特別控除額－事業主控除）×税率

事業区分	主な業種	税率
第一種	製造業、物品販売業、運送業、旅館業、飲食店業、広告業など	5%
第二種	畜産業、水産業、薪炭製造業	4%
第三種	士業、コンサルタント業、美容業、理容業、クリーニング業など	5%
	装蹄師業　など	3%

※事業主控除は、基礎控除的なもので年間 290 万円（営業期間が１年未満の場合は月割額）です。

法人にかかる税金の計算方法

法人にかかる法人所得は、企業会計上の利益や損失の額を税法に基づいて修正し、それに対する法人税額を算出します。

（1）法人税（資本金１億円以下の場合）＋復興特別法人税

法人税＝法人所得×税率

区分	税額
法人所得のうち 800 万円以下の部分	15%（※16.5%）
法人所得のうち 800 万円超の部分	25.5%（※28.05%）

※課税事業年度及び課税標準法人税額

課税事業年度

復興特別法人税の課税の対象となる事業年度（以下「課税事業年度」といいます。）は、一定の場合を除き、法人の平成24年4月1日から平成26年3月31日までの期間（以下「指定期間「といいます。）内に最初に開始する事業年度開始の日から同日以後2年を経過する日までの期間内の日の属する事業年度とされています（復興財源確保法40十、45①）。

（2）法人住民税（資本金１億円以下、法人税額 1,000万円以下の場合）

法人住民税＝均等割＋法人税割

	資本金の金額	県民税	市民税	
		税額	従業員数	税額
均等割	1,000 万円以下	（注 1）21,000 円	50 人以下	60,000 円
			50 人超	144,000 円
	1,000 万円超～1 億円以下	（注 2）52,500 円	50 人以下	156,000 円
			50 人超	180,000 円
法人税割	―	法人税額×5%	―	法人税額×12.3%

（注 1）森林環境税　1,000 円を含む

（注 2）森林環境税　2,500 円を含む

（3）事業税

事業税は、一般的な中小企業の場合、法人税の計算で求めた課税所得に税率を掛けて計算します（所得割）。

所得金額×税率＝所得割

※実際の申告では税率は所得のうち400万以下、400万～800万の部分、800万超の金額に分けて設定されており、所得金額をこの3つに区分して（千円未満切捨）それぞれに税率を掛け（100円未満切捨）、足し合わせます。
事業税にはこの他、付加価値割・資本割・収入割という種類がありますが、通常の中小企業には関係ありません。

（４）地方法人特別税

地方法人特別税は、一般的な中小企業の場合、事業税の計算で求めた所得割の金額に税率を掛けて計算します。

事業税の所得割額×税率＝地方法人特別税額（100円未満切捨）

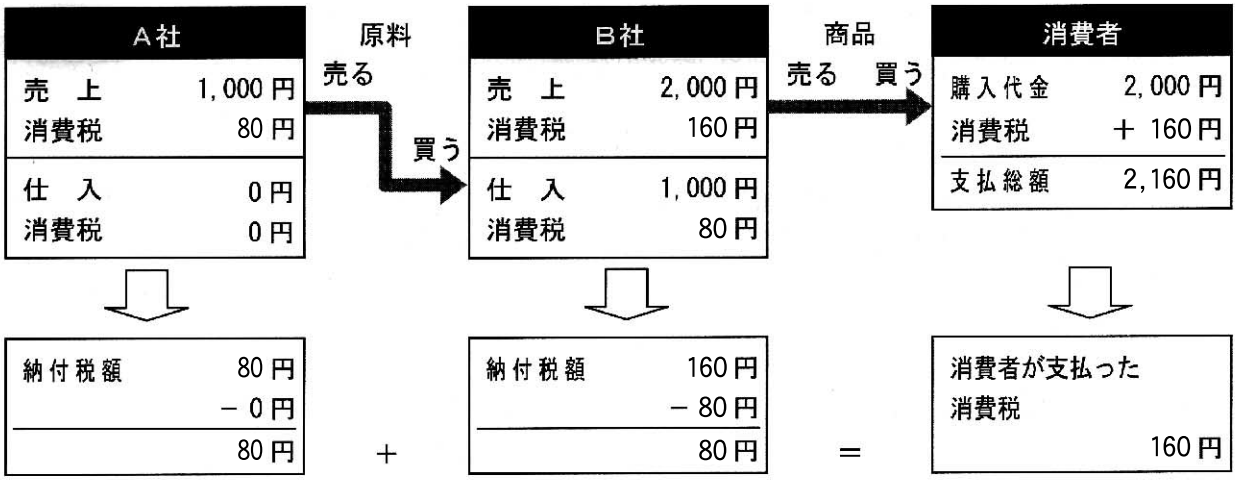
10 消費税とはどんな仕組み？

1 消費税とは？

消費税は、ほぼすべての国内における商品の販売、サービスの提供を課税対象とした間接税です。

事業者は、商品やサービスを売上げたときは、商品の価格に加えて消費税を受け取ります。逆に、商品やサービスを仕入れたときは、商品の価格に加えて消費税を支払っています。売上時に受け取った消費税と仕入時に支払った消費税と相殺して、その差額分を納付しなければなりません。

【消費税の支払いの例】



Ｂ社は、売上時に160円の消費税を受け取り、仕入時に80円の消費税を支払っています。納付する消費税額は、売上時と仕入時の消費税の差額160円－80円＝80円ということになります。実際に消費税の負担をしているのは消費者で、消費者の負担額160円＝Ａ社納付額80円＋Ｂ社納付額80円であり、企業が納付する消費税は、消費者が購入した消費税ということになります。

2 創業時に消費税はかかりますか？

基本的には、消費税対象取引(注)を行う事業者は、消費税の納付義務者となります。創業時に関して次の場合は、免税事業者として納付義務が免除されます。

①新規に開業した個人事業者で、創業年
②新規に開業した資本金1,000万円未満の法人で、設立第１期

また、創業２年目以降の個人事業者や設立第２期以降の法人は、原則として課税期間の基準期間における課税売上高が1,000万円以下で、特定期間（前年度上半期６ヶ月）の課税売上高（又は給与等支払額）が1,000万円以下の場合免税事業者となります。

（1）新規に開業した個人事業者

H25.1.1.～H25.12.31 創業年	H26.1.1.～H26.12.31 創業２年	H27.1.1.～H27.12.31 創業３年
免税事業者 基準期間の課税売上高 （課税期間の前々年）	創業２年目は、前年上半期6ヶ月の課税売上高（又は給与等支払額）が1,000万円以下であるものは、免税事業者となります。1,000万円超の場合は課税事業者になります。	創業３年目からは、前々年の課税売上高が1,000万円以下で、前年上半期6ヶ月の課税売上高（又は給与等支払額）も1,000万円以下であるものは、免税事業者となります。1,000万円超の場合は課税事業者になります。

（2）新規に開業した法人（３月末決算の場合）

H25.4.1.～H25.3.31 設立第１期	H26.4.1.～H26.3.31 設立第２期	H27.4.1.～H27.3.31 設立第３期
①資本金 1,000 万円未満		
免税事業者 基準期間の課税売上高 （課税期間の前々事業年度）	創業２年目は、前年度上半期6ヶ月の課税売上高（又は給与等支払額）が1,000万円以下であるものは、免税事業者となります。1,000万円超の場合は課税事業者になります。	創業３年目からは、前々事業年度の課税売上高が1,000万円以下で、前年度上半期6ヶ月の課税売上高（又は給与等支払額）も1,000万円以下であるものは、免税事業者となります。1,000万円超の場合は課税事業者になります。
②資本金 1,000 万円以上		
課税事業者 基準期間の課税売上高 （課税期間の前々事業年度）	課税事業者	創業３年目からは、前々事業年度の課税売上高が1,000万円以下で、前年度上半期6ヶ月の課税売上高も1,000万円以下であるものは、免税事業者となります。1,000万円超の場合は課税事業者になります。

(注) 免税・非課税取引および対象外を除きます。免税・非課税取引とは、「輸出取引」「土地の譲渡、貸付」「住居用住宅の貸付」「有価証券等の譲渡」「利子、保証料、保険料など」「郵便切手、印紙、商品券、プリペードカード等の譲渡」「社会保険医療など」「一定の身体障害者用物品の譲渡、貸付など」「一定の学校の授業料、入学金、施設設備費」などを指します。対象外には、給料や御祝儀・香典などが該当します。

(注) 1,000万円超の判定については、課税事業者であった期間は税抜き、免税事業者であった期間は税込みで判定。

主な許認可窓口

【飲食店業、食品製造業、理容業・美容業、クリーニング業　など】

門司区役所生活支援課	門司区清滝 1-1-1	電話 093-331-1881
北九州市保健福祉局東部生活衛生課	小倉北区馬借 1-7-1	電話 093-522-8728
小倉南区役所生活支援課	小倉南区若園 5-1-2	電話 093-951-4111
若松区役所生活支援課	若松区浜町 1-1-1	電話 093-761-5321
八幡東区役所生活支援課	八幡東区中央 1-1-1	電話 093-671-0801
北九州市保健福祉局西部生活衛生課	八幡西区黒崎3-15-3　コムシティ6F	電話 093-642-1441
戸畑区役所生活支援課	戸畑区千防 1-1-1	電話 093-871-1501

※小倉北区及び八幡西区は生活衛生課、他区は区役所生活支援課が窓口です

【ペットショップ店業（ペットシッター、ペットホテルなどを含む）】

北九州市保健福祉局動物愛護センター	小倉北区西港町 24 - 7	電話 093-581-1800

【古物販売業、質屋、風俗関連業（深夜飲食業（酒類提供）、マージャン店など）、警備業　など】

門司警察署生活安全課	門司区西海岸 2-3-13	電話 093-321-0110
小倉北警察署生活安全課	小倉北区大門1丁目6-19	電話 093-583-0110
小倉南警察署生活安全課	小倉南区若園 5-1-6	電話 093-923-0110
若松警察署生活安全課	若松区大字藤木 267 番地の 13	電話 093-771-0110
八幡東警察署生活安全課	八幡東区大谷 1-1-1	電話 093-662-0110
八幡西警察署生活安全課	八幡西区東王子町 2-1	電話 093-645-0110
折尾警察署生活安全課	八幡西区光明 1-6-6	電話 093-691-0110
戸畑警察署生活安全課	戸畑区汐井町 2-1	電話 093-861-0110

【介護事業】

福岡県介護保険課指定係	福岡市博多区東公園 7-7	電話 092-643-3322

【旅行業（第１種）】

九州運輸局観光地域振興課	福岡市博多区博多駅東 2-11-1	電話 092-472-2920

【旅行業（第２種、第３種）または旅行業者代理業】

福岡県商工部国際経済観光課	福岡市博多区東公園 7-7	電話 092-643-3429

【宅地建物取引業、建設業、建築士事務所　など】

福岡県北九州県土整備事務所建築指導課宅建業係	八幡西区則松 3-7-1　八幡総合庁舎内	電話 093-691-2791

【自動車整備業、貨物運輸業、旅客運送業　など】

福岡運輸支局	福岡市東区千早 3-10-40	電話 092-673-1190

【一般労働者派遣事業、特定労働者派遣事業、有料職業紹介事業　など】

福岡労働局需給調整事業課	福岡市博多区博多駅東 2-11-1　福岡合同庁舎本館	電話 092-434-9711

【酒類販売業　など】

門司税務署	門司区清滝 3-5-30	電話 093-321-5831
小倉税務署	小倉北区大手町 13-17	電話 093-583-1331
若松税務署	若松区本町1-14-12　若松港湾合同庁舎	電話 093-761-2536
八幡税務署	八幡東区平野 2-13-1	電話 093-671-6531

法人設立に関する機関

【定款認証】

小倉公証人合同役場	小倉北区大門2-1-8　コンプレート西小倉ビル（旧吉永ビル）2F	電話 093-561-5059
八幡公証人合同役場	八幡西区黒崎 3-1-3　菅原第一ﾋﾞﾙﾃﾞｨﾝｸﾞ 3F	電話 093-644-1525

【設立登記（法人登記）】

福岡法務局北九州支局	小倉北区城内 5-3	電話 093-561-3542
福岡法務局八幡出張所	八幡西区樋口町 7-1	電話 093-641-7307

税務署その他諸官庁への届出

【個人事業の開業届出書、法人設立届出書　など】

門司税務署	門司区清滝 3-5-30	電話 093-321-5831
小倉税務署	小倉北区大手町 13-17	電話 093-583-1331
若松税務署	若松区本町1-14-12　若松港湾合同庁舎	電話 093-761-2536
八幡税務署	八幡東区平野 2-13-1	電話 093-671-6531

【個人事業税に係る開業報告書、法人設立等届出書】

北九州東県税事務所	小倉北区城内 7-8　福岡県小倉総合庁舎内	電話 093-592-3511
北九州西県税事務所	八幡東区平野 2-13-2	電話 093-662-9310

【法人等の設立事務所事業所の設置申告書】

北九州市財政局東部市税事務所法人税務課	小倉北区大手町 1-1	電話 093-582-2821

労働保険・社会保険関係の届出

【社会保険（健康保険、厚生年金保険）】

小倉北年金事務所	小倉北区大手町 13-3	電話 093-583-8341
小倉南年金事務所	小倉南区下曽根 1-8-6	電話 093-471-8867
八幡年金事務所	八幡西区岸の浦 1-5-5	電話 093-631-7967

【雇用保険】

小倉公共職業安定所門司出張所	門司区北川町 1-18	電話 093-381-8609
小倉公共職業安定所	小倉北区萩崎町 1-11	電話 093-941-8609
八幡公共職業安定所戸畑分庁舎	戸畑区牧山 1-1-15	電話 093-871-1331
八幡公共職業安定所若松出張所	若松区本町 1-14-12	電話 093-771-5055
八幡公共職業安定所	八幡西区黒崎3－15－3　コムシティ６Ｆ	電話 093-622-5566

【労災保険】

北九州東労働基準監督署	小倉北区大手町 13-26　小倉第２合同庁舎内	電話 093-561-0881
北九州東労働基準監督署門司支署	門司区北川町 1-18	電話 093-381-5361
北九州西労働基準監督署	八幡西区岸の浦 1-5-10 八幡労働総合庁舎内	電話 093-622-6550

創業全般に関する相談

（公財）北九州産業学術推進機構 中小企業支援センター	戸畑区中原新町 2-1　北九州テクノセンタービル1F	電話 093-873-1430
北九州商工会議所 中小企業振興課	小倉北区紺屋町 13-1　毎日西部会館１F	電話 093-541-0188

創業資金に関する相談

【北九州市開業支援資金】

北九州市中小企業振興課	戸畑区中原新町 2-1　北九州テクノセンタービル1F	電話 093-873-1433

【福岡県新規創業資金】

北九州商工会議所 中小企業振興課	小倉北区紺屋町 13-1　毎日西部会館１F	電話 093-541-0188
北九州商工会議所門司サービスセンター	門司区栄町 5-10　第５久藤ビル１F	電話 093-321-2381
北九州商工会議所小倉サービスセンター	小倉北区紺屋町 13-1　毎日西部会館１F	電話 093-511-2307
北九州商工会議所若松サービスセンター	若松区本町 2-17-1　ﾍﾞｲｻｲﾄﾞﾌﾟﾗｻﾞ若松ｱﾈｯｸｽ 1F	電話 093-761-2021
北九州商工会議所八幡サービスセンター	八幡西区八千代町 13-5　八千代ヒルズ１F	電話 093-642-5381
北九州商工会議所戸畑サービスセンター	戸畑区浅生 2-10-21　角野ビル１F	電話 093-871-2721

【日本政策金融公庫（新規開業資金、新創業融資制度、女性、若者／シニア起業家資金など）】

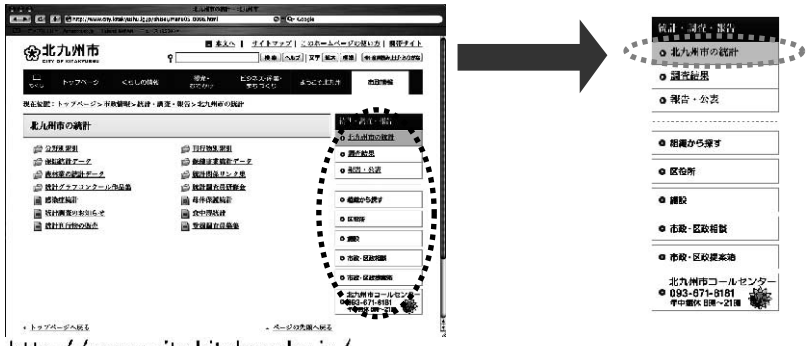
日本政策金融公庫北九州支店	小倉北区鍛冶町 1-10-10　大同生命北九州ビル	電話 093-541-7550
日本政策金融公庫八幡支店	八幡西区黒崎 3-1-7　日本生命黒崎ビル	電話 093-641-7715

※これらの情報は、平成２５年６月末現在です。

情報収集について

北九州市や国が開設しているホームページから、さまざまな情報を入手することができます。ホームページは、簡単にアクセスができ、人口や企業数の変化、家計支出などの必要な情報を無料で入手することができます。

【北九州市のホームページ】



http://www.city.kitakyushu.jp/

【国（政府統計の総合窓口）】

http://portal.stat.go.jp/

【法令データ提供システム】

http://law.e-gov.go.jp

インターネットからの情報収集だけでなく、刊行物でも業界情報や経営指標などさまざまな情報を入手することができます。（財）北九州産業学術推進機構中小企業支援センター（⇒P44）では、下記の資料を閲覧することができます。

また、北九州市発行の統計資料は、政府刊行物北九州サービスステーション（北九州市役所本庁舎１F：小倉北区城内1-1）で入手することができます。

【業界情報】

●金融財政事情研究会『業種別貸出審査事典』

●経営情報出版会『業種別業界情報』

【経営指標】

●中小企業庁『中小企業の財務指標』

●日本政策金融公庫総合研究所編『中小企業の経営指標』

●ＴＫＣ全国会『ＴＫＣ経営指標』

【統計資料】

●北九州市総務市民局情報政策室『とうけい北九州』

●北九州市総務市民局情報政策室『北九州市の人口（町別）』

【執筆者】

山崎マーケティングコミュニケーション　代表　山崎　良一

隈井経営労務管理事務所　代表　隈井　文生

【発行元】
（公財）北九州産業学術推進機構　中小企業支援センター
TEL：093－873－1430　FAX：093－873－1450

北九州市　産業経済局　中小企業振興課
TEL：093－873－1433　FAX：093－873－1434

〒804-0003　北九州市戸畑区中原新町２-1
北九州テクノセンタービル1階

平成 27 年 4 月　改訂