

京都大学起業家コラボレーションスペース利用審査のための 事業計画書（ビジネスプラン）提出要綱

ベンチャーに対する有識者が、下記要綱に基づいて提出されたビジネスプランを客観的な立場から評価し、評価結果を踏まえ産官学連携本部長が利用可否の判断を行います。

提出に当たっては、必要様式を遵守すること、ガイドラインを熟読し外部委員が判断するに際して必要と思われる事項をきちんと押えること、に留意してください。

審査結果は申込者のみに通知し、申請書類は返却いたしませんのでご了承ください。

1. **エグゼクティブサマリー** ワード等で作成、1000字程度
2. **ビジネスプラン本文** パワーポイント等で作成、15頁以上20頁以下^{*1}
3. **追加参考資料** A4 20頁相当まで添付可能

他、申請書等必要書類を添えて下記送付先に郵便で送付すること（「利用申請用資料在中」と封筒の表に朱書きすること）。

ガイドライン：

1. エグゼクティブサマリー

・自社の事業がいかに将来性を有しているのか、簡易な文章で、当該事業の専門家でない第三者が聞いてもすぐに納得できるように書くこと。

・自社の経営陣の強み、製品・サービスの特長、顧客・ユーザー特性、ターゲット市場と市場規模・成長性、競合に対しての自社の優位性、売上・利益計画のそれぞれに言及すること。

2. ビジネスプラン本文

1. 経営陣

自社経営陣の簡単なプロフィールを記載すること。

自社経営陣が本事業に最適なスキルを有していることがわかるように書くこと。

法人化していない場合も、社長相当（リーダー）、営業担当、技術担当など、分担を明確にして書くこと。

2. 製品、サービスの特長

自社の製品、サービスの特長を図等でわかりやすく示すこと。

顧客・ユーザーから見たメリットを書くこと。

顧客から十分な対価を得られるだけの製品・サービスであることがわかるように書くこと。

必要な場合には、顧客にとっての導入の容易さ、スイッチングコスト等にも言及すること。

3. 顧客特性、ニーズ

対象顧客とそのニーズを具体的に特定すること。

顧客ニーズの違いにより、セグメンテーションに分けることが望ましい、

顧客にとってどれほどの直接的なメリットがあるのか、顧客の購買決定プロセスまで踏み込んで説明することが望ましい。

4. ターゲット市場と市場規模

本事業のターゲット市場が市場全体の中のどこなのか、できるだけ具体的に書くこと（あいまいな表現ではなく、市場の特にどの部分をターゲットにしているのか明確に書くこと）
当該ターゲット市場の市場規模の大きさ、将来の成長性について、概略を示すこと。

市場全体の中で、満たされていない切実なニーズが存在すること、そしてそれが当該製品・サービスによりユニークな視点からとらえられていることを示すことが望ましい。

市場規模を推計する場合、前提条件（価格、市場シェアなど）を明確にすること。

5. 持続的な競合優位性

現時点での競合優位性、および競合が追随しようとした場合も自社が優位性を保持できることを書くこと。

競合製品・サービスとのスペック比較をわかりやすく提示すること。

競合との比較が一人よがりにならないように顧客の視点で書くこと。

時点での競合優位性、および競合が追随した場合の持続的に優位性について書くこと。

自社の知的財産の強み、特許やノウハウについて書くこと。

6. 収支計画

今後3年間の収支計画を提示すること (必須)。

売上・粗利の試算条件を整理すること。

ベースケースとその上下のケースを想定することが望ましい。

売上の試算に当たっては、市場規模とシェアから算定する、顧客・製品別の受注予測を積み上げる等、前提条件を明確にすること。

※1 学生等、法人未設立の場合は、別途下記問い合わせ先までご相談ください。

！ 特許を活用した事業化を行う場合、発明者との連絡調整が完了していることが前提となります。調整が不正確であったことにより生じたいかなる損害に関しても、京都大学は一切の責任を負いません。 ！

送付先

〒606-8501

京都市左京区吉田本町 36-1 京都大学研究国際部産官学連携課企画・総務掛

問い合わせ先

E-mail: sanren-venture@mail2.adm.kyoto-u.ac.jp