

1 事業名

「資源循環型社会の●●対応型商品 ●●の開発」

2 会社概要・事業計画概要

会社名	●●株式会社		
所在地又は 連絡先	〒X00-XXXX 岡山市●● TEL:086-XXX-XXXX FAX:086-XXX-XXXX URL:http://XXX.co.jp		
代表者役職・氏名	役職：●● 氏名：●● (メールアドレス：XXXX@.XXXX.ne.jp)		
担当者役職・氏名	役職：同上 氏名：同上 (メールアドレス：)		
事業内容	●●に●●処理と●●処理し、●●として再利用する商品開発 ●●を原料とした新しい原料製品の開発。また、有効な資源としてリサイクルする仕組み作り を確立し循環型社会を提案し構築する。		
設立年月	平成XX年XX月	資本金	XXXX千円
業種	環境	従業員数	社員：●名
創業(経営)者の プロフィール	【主な研究開発テーマと開発製品の使用用途】 大手ハウスメーカーなどの●●の開発。 大手建材メーカーなどへの工場ライン製品への●●の開発 商品開発、技術指導、●●研修会や製造勤務の経験と実績を生かしIE・VEなどにも 取り組み結果を残す。		

3 希望する資金調達の概要

金額	今回：XXXXX千円 (総額：XXXXX千円)		
用途	設備資金(●●の製造試作設備)		
方法	間接金融(融資) ・ 直接金融(出資) ・ その他		
株式公開予定	有 ・ 無 (有のとき、公開予定年月：平成 年 月)		

4 その他会社概要

① 直近3期分の決算状況(直近●●順に記入)

	平成18年〇月期(第1期)	平成19年〇月期(第2期)	平成20年〇月期(第3期)
売上高	XXXXX千円	— 千円	— 千円
税引後当期利益額	XXXXX千円	— 千円	— 千円
純資産額	XXXXX千円	— 千円	— 千円

② 大株主の状況

	株主名	保有株式数(株)	シェア(%)	役員・会社との関係
1	●●	100株	100%	代表取締役

③ 外部機関との取引状況

経営革新計画の認定	有 ・ 無	認定時期： 年 月
その他の政策的支援	有 ・ 無	内容：平成●年岡山県ワリワリ企業育成支援事業
メイン銀行	有 ・ 無	金融機関名：●●銀行
ベンチャーキャピタルの投資	有 ・ 無	ベンチャーキャピタル名：●●キャピタル
主幹事証券会社	有 ・ 無	証券会社名： 。

5 新事業コンセプトと商品・サービス等の内容

① 商品・サービスの内容

これまで、●●は最終処分場へ埋め立て処分するしかありませんでした。しかし、最終処分場用地の確保が困難になり、又、●●の管理などにも多大なコストがかかっていました。そこで、埋め立てに代わる●●という処理が始まり、排出される●●を●●に処理することで●●の約3分の1の体積に処理され、安定・無害で再利用が可能となりました。しかし、現時点ではこれらの●●の大部分は埋め立て処分されています。弊社は、独自技術をもとに●●の再利用を図り●●を施し●●製品として提供しています。

② 商品・サービスのニーズ（商品・サービスが必要とされる社会的背景）

●●に使用されている従来の●●は、主に●●に着色されています。いずれもトンネル掘り、破砕によって採掘された●●を主原料として使用されており自然破壊、環境破壊に繋がっています。弊社の新技術では、弊社独自技術(●●技術)により新しい原料を作り、有効な資源としてリサイクルする仕組みを確立し循環型社会を構築します。●●として生まれ変わらせ、環境破壊を防止し循環型社会を築き廃棄物が有償の工業原料として産業流通が可能となります。

③ 自社の商品・サービスの特徴と類似の商品・サービスとの違い（新規性・独創性、優位性及び弱点）

(新規性) 今まで自由に●●できる●●は無く、今回初めて当社が製品化しました。

(優位性と特徴) 私達の新技術は、次の特徴を備えた●●として作りました。

①世界初の●●を主原料とした●●商品 ②豊富な色に自由に着色できます

③色付きがよく付着性がよい ④長持ちする耐候性 ⑤環境に優しい

●●にする環境事業自体の年数が浅く、近年はどんどん期待や利用が多くなっていく分野です。今まで、ゴミとしての認識しか無かった●●を当社が高付加価値の●●の主原料として製品化しました。

④ 知的所有権(特許権、実用新案権等)の取得・出願状況及び独占販売権や独占製造権の取得状況 など

権利の種類	取得済・出願中	登録(出願)・取得年月日	権利の内容(名称・概要・相手企業名等)
特許権	出願中	200X.XX出願	製法特許出願
商標権	出願中	200X.XX出願	「●●●●」

6 市場規模と販売ターゲット（市場規模、競合状況）

① 市場規模（予想される顧客数）、市場の状況（事業当初の市場規模）

①-1、建築●●用の市場を考えています。

●●へは、●●を30~50%の配合量とすると、着色●●は建築●●用の●●に年間 3,700~6,200 トン使用、金額ベースで 30,000~62,000 万円規模の市場です。

※（日本建築仕上材工業会 全国の会員企業による●●の生産数量の調査結果より算出）

①-2、●●や●●メーカー

② 販売ターゲット

(1) 建築用（石材調仕上塗材の●●メーカー）

(3) 舗装用（道路公団、官公庁）

(2) 建材用（建材ポードの仕上げ骨材など）

(4) その他（園芸用、ホームセンター、原料代理店）

[その他関連すると思われる機関]

日本●●●●会、日本●●工業会などの会員企業を顧客として考えています。

③ 販売実績・引合い状況・競合状況

2004年末展示会への出展など広告宣伝活動をスタートし、原料ディーラー、コンクリート二次製品メーカーの具体的な問い合わせがあります。小口有料サンプルで出荷し、各企業で自社製品への応用、原料転用を試験・開発中です。

7 販売計画

① 販売ルート	間 接: ※ディーラー系ルート ※商社系ルート 直 接: ホームページや各メーカーの開発部へ直接DMやセールスなどで顧客開拓する。
② 販売価格・価格設定方針	高付加商品であるにもかかわらず市場品に負けない価格設定。
③ 販売方法・PR方法	ホームページによる製品データや施工・使用情報の掲載 商品PR用のDVDを製作しパンフレットと同様にDMにより顧客へ情報提供していく。(DVDは作成済み)
④ 事業実施上の問題点・課題	重量物なので運送・管理・デリバリー等のコストが収益をかなり圧迫する恐れがあります。 (リスクと対策) 商品の在庫も含め販売代理店へ直接在庫し、物流段階と管理のコスト削減を図ります。 事業性を見極めた上で、本格的な加工体制を立ち上げたいと計画しています。
⑤ 現在の事業進捗状況と今後の展開予定	製造方法の特許出願を終え、製品開発試作・商品販売の段階にきました。 展示会出展や市場調査での販路絞り込みにより販売戦略、販売提携先とのマッチングの時期と考えています。 スケールアップによる試作試験を進め、マッチング企業との製品改良に対応し販売実績に繋がります。 事業のスピード化を達成するため、今回の様に資金支援を必要としています。

8 財務計画

① 年度別売上・利益計画

(千円)

事業・商品別計画 (商品・サービス名)	平成18年〇月期 (第1期)	平成19年〇月期 (第2期)	平成20年〇月期 (第3期)
新規事業(原料)	X00	X, 000	XX, 000
既存事業(●●製品販売)	X, 000	XX, 000	XX, 000
(開発製品ロイヤリティー)	0	0	X00
売上高計 (千円)	X, X00	XX, 000	XX, X00
当期利益 (千円)	0	X X, 000	X, 000

② 資金需要・資金計画

主 な 内 容		平成18年〇月期 (第1期)	平成19年〇月期 (第2期)	平成20年〇月期 (第3期)
資 金 需 要	設備投資	X, 900	X, 500	X, 000
	研究開発	X, 100	X, 600	0
	運転資金	X, 500	X, 500	X00
	合 計 (千円)	XX, 500	XX, 600	X, X00
資 金 調 達	自己資金	XX, 000	0	0
	助成金	X, 000	0	0
	増 資	0	X, 000	0
	社 債	0	X, 000	0
	借入金	X, 000	0	0
合 計 (千円)	XX, 000	XX, 000	0	