

第三部 MICle ステージ 1 「ビギナーパソコン事業企画」

1. 関連市場及び商品の動向

(1) 競合商品の動向と見通し

マルチメディア端末の種類

- ・パソコンベース(情報端末) : PDA(携帯情報端末)等
- ・テレビベース(放送、ゲーム端末) : ゲーム機、デジタル TV 用 STB、ネット端末等
- ・電話ベース(通信端末) : 携帯電話、PHS、複合電話機等
- ・その他 : カーナビ、キオスク端末等

インフラ サービス < 端末 >	有線網		無線網		
	通信網 有線電話	放送網 CATV*1	通信網 携帯電話*2	放送網	
				地上波*3	衛星*4
< パソコン関連 >					
デスクトップ PC					
ノート PC					
ミニノート PC					
ウェアラブル PC					
PDA *5					
< テレビ関連 >					
ゲーム機 *6					
ネット TV *7					
衛星用 STB					
CATV 用 STB					
地上波用 STB					
< 電話関連 >					
携帯電話					
PHS					
液晶電話機 *8					
< その他 >					
カーナビ			*9		
衛星データ端末			*10		
キオスク端末*11					

*1: CATV インターネット

*2: i モード、WAP サービス、文字電話等

*3: 地上波データ放送(IT ビジョン、bitcast、ADAMS)

*4: 衛星インターネット(MegaWave 等)、衛星データ放送(ディレク PC 等)

*5: ザウルス、各種 CE 端末等

*6: ドリームキャスト、プレステ 2 等

*7: WebTV、NCTV 等

*8: 液晶マルチメディアホン等

*9: MONET、コンパスリンク等

*10: オープコム、オムニトラックス等

*11: コンビニ等(Loppi、マルチメディアステーション等)

マルチメディア端末の特長

- ・パソコンは、個人の居室に置かれ、個人が“画面を見つめて”操作
- ・テレビは居間で家族揃って“画面を眺めて”楽しむ娯楽機器、映像を眺めるには適しているが、細かな文字や高精細画像の表示は苦手
- ・ゲーム機は、パソコンに近いが、表示はテレビ画面
- ・電話機の小さな液晶ディスプレイには、少ない情報しか表示できない
- ・WWW は不特定多数への情報発信という点でテレビに近く、電子メールは、個人間の情報伝達という点で電話に近い
- ・操作が難しく、十分普及していないパソコンではなく、テレビや電話をネット端末にとのアプローチが盛んだが、当面はパソコンが中心
- ・“融合(コンバージョン)”よりは“補完(コンプリメント)”関係

	情報処理性	動画像対応	モバイル性	製品完成度	サービス完成度
パソコン					*1
テレビ			*2	~ x	~ x *3
携帯電話	x	x			*4

*1: インターネット, *2: カーナビの場合, *3: データ放送など, *4 :iモード、WAP サービス等

(2). パソコンの市場動向と見通し

家庭での普及状況

- ・パソコンの世帯普及率は32.6%
- ・先進ユーザー層(技術系ビジネスマンや学生)にはかなり普及したきたが、一般ユーザーへの普及は「足踏み状態」で、市場そのものも「踊り場状態」
- ・「埃をかぶった」パソコンが多数
(米国でも、家庭のPCの半数は使われていないとの調査結果も)

< 世帯主年齢別パソコンの保有状況(郵政省「通信利用動向調査」より) >

<http://202.48.208.73/tokei/tmokuji.html>

	保有	保有意向あり	1年以内に 保有意向	必要なし
合計	32.6%	28.8%	4.0%	32.1%
20~29歳	29.1	53.6	12.3	14.0
30~39歳	44.9	39.2	5.7	14.3
40~49歳	40.0	36.7	5.8	21.3
50~59歳	37.6	25.9	3.6	32.0
60歳以上	20.5	19.0	1.4	47.7

家庭での使用目的

<参考1：パソコン、インターネットの用途一覧表>

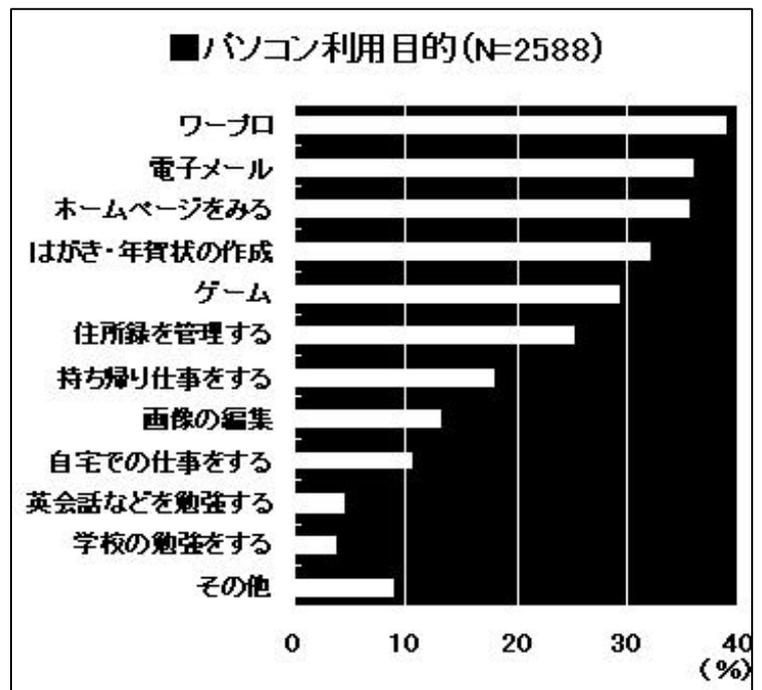
PC:主に PC 単独で使う場合 Inet:インターネット接続して使う場合

	用途	PC	Inet	関連ソフト等	対応サービス
書く	電子メール 投稿・書き込み 日記 ビジネス文書			メーラー エディター等 エディター等 ワープロ	電子メール、ML 会議室、掲示板
創る	名刺 年賀状 案内・連絡状 チラシ アルバム 絵・イラスト 作詞・作曲 ホームページ			ラベル・名刺 賀状ソフト ワープロ等 ワープロ等 デジカメ等 グラフィックス MIDI 等音楽関係 HTML 作成	名刺制作サイト 素材サイト等 音楽関連サイト プロバイダー等
楽しむ	ホームページ ゲーム 音楽 静止画・アニメ 映像・音声 クイズ・占い 懸賞・プレゼント 競馬・ギャンブル コラム・小説 TV・ラジオ放送 データ放送			ブラウザ 各種ゲーム 録音・再生 各種 CD-ROM ストリーム配信 受信チューナー 受信チューナー	ネットゲーム MP3 関連等 アダルト、風景等 ネット放送 PAT 等 CS 地上波、CS
学ぶ	辞書・語学 資格・スキル 学習・受験 起業・SOHO 経営			辞書ソフト等 対応教材 対応教材	専門サイト
管理 する	住所録 スケジュール 家計簿 スコア等データ CD・書籍管理 マネー・資産運用 各種個人情報 顧客・販売データ 経理・財務データ その他業務データ			付属ソフト等 PIM 対応ソフト データベース等 データベース等 対応ソフト PIM 等 表計算等 表計算等	ポータルサイト
交流 する	会話 相互連絡 お知らせ 議論・意見交換 募集・紹介 サークル・団体			ブラウザ メーラー	チャット 電子メール、ML 掲示板、ML 会議室、ML 掲示板等 会員制サイト等

	用途	PC	Inet	関連ソフト等	対応サービス
情報を 探す	企業・ビジネス 求人・求職 趣味・娯楽 芸能・スポーツ 旅行・レジャー 飲食・グルメ 家事・育児 地図・交通 健康・医療・福祉 地域・タウン 住居・不動産 政治・行政 芸術・文化 技術・専門 その他各種情報			ブラウザ	検索サイト ポータルサイト、 専門サイト等
買う	パソコン関連 PCソフト 各種コンテンツ 各種チケット 書籍・CD 各種通販商品 オークション			各種決済手段 CRカード 電子マネー等	ショッピングモール ダウンロード 通販サイト等

<参考2：パソコンの用途(日経リサーチより <http://www.nikkei-r.co.jp/mm/homepc/>) >

- ・ ネット利用が主流に
- ・ ワープロ(59%)、電子メール(54)、
Web 閲覧(54)、ハガキ・年賀状(48)、
ゲーム(44)、住所録管理(38)、
持ち帰り仕事(18)、画像編集(13)等



商品の動向

- ・低価格化(デスクトップ 10 万円以下、オールインワンノート 20 万円以下)
- ・スタイリッシュ化(iMac、VAIO 等)
- ・家電化(テレビ/ビデオ機能、音声/画像機能等)
- ・小型・省スペース化(スリムノート、液晶デスクトップ等)
- ・ネット接続容易化(即時加入、ワンタッチ接続等)
- ・今後の課題は
 - 家電製品のような使いやすさ
 - 省スペース型(液晶デスクトップなど)
 - 移動しながら使うための無線通信機能
 - 音声認識など自然なインターフェース

販売・サポートの動向

- ・外資系直販メーカーの躍進、国内メーカーも対応へ
- ・ホワイトボックス(ノーブランドパソコン)も急増
- ・無料配布ビジネスの登場
- ・24 時間サポート体制も

(3) インターネットの市場動向と見通し

- ・利用ユーザーは 1000 万人を超え、世帯普及率も 10%を超えた
- ・利用ユーザーが急増する一方、リタイアユーザーも増加
(経験者の 3 分の 1 はネットからリタイア)
- ・家庭での使用や、女性ユーザーの増加など着実に根づき始めた反面、依然 20,30 代が主で、中高年層への普及はあまり進まず
- ・オンラインショッピングなど、ネットビジネスも足踏み状態
- ・普及そして定着には、定額制料金などインフラ・サービス環境の整備に加え、ネットならではのコンテンツの充実が不可欠

< 参考 1: 99 年 2 月末時点のインターネット利用世帯及び普及率、利用者数
(「インターネット白書'99(インプレス刊)」より) >

自宅からのみ利用	399 万世帯	631 万人	
両方	196 万	287 万	
	595 万	918 万	世帯普及率 12.9%
勤務先/学校からのみ利用	341 万	590 万	
	936 万	1508 万	世帯浸透率 20.3%

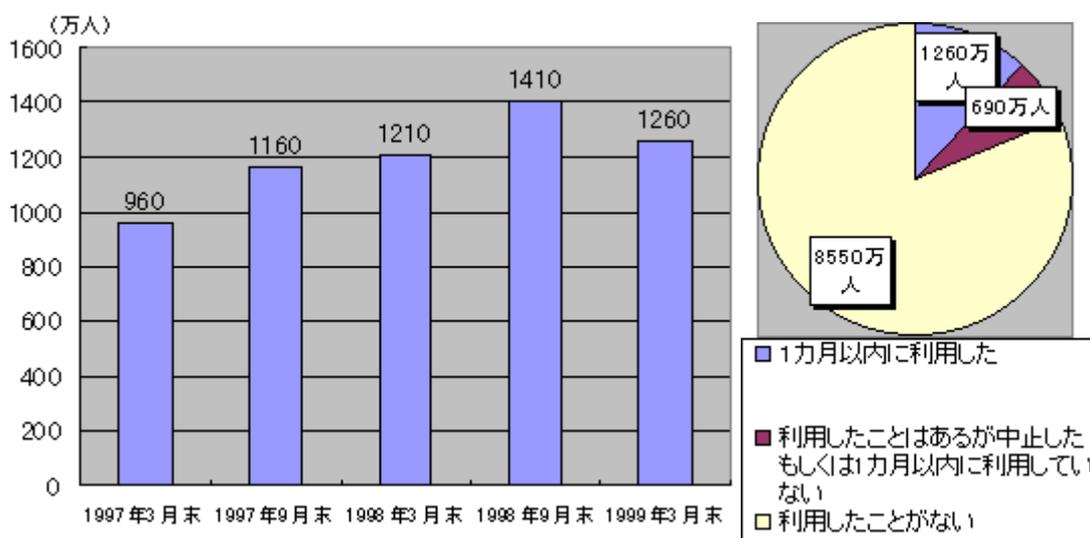
< 参考 2 : 「第 8 回インターネット・ユーザー調査」(日経ネットビジネスより) >

<http://nnb.nikkeibp.co.jp/nnb/9907/nmmq8.html>

- ・女性ユーザー比率が 2 割を突破し、4 分の 1 を主婦が占める。新規加入ユーザーの 4 割を占めるとのデータも
- ・依然 20,30 代が主力で、40 代以上は 2 割%弱。男性ユーザーの職種は依然技術職(42%)に偏る
- ・アクセス場所も家庭が 61%を占め、普段の生活に根づき始めた
98 年 6 月(48%)、98 年 12 月(42%)
- ・オンラインショッピング経験者は 47%に止まり、98 年 6 月(48%)、98 年 12 月(47%)と足踏み状態

< 参考 3 : 「第 5 回インターネット普及率調査(日経 BP インターネット視聴率センターより) >

- ・1999 年 3 月末時点の、1 カ月以内にオンライン・サービスを利用した人の数は、1260 万人で、利用者は 1 年前の 1998 年 3 月末時点の水準に逆戻り
- ・「利用していたがやめた人」もしくは「1 カ月以内に利用していない人」は 690 万人に達した
- ・オンライン・サービス経験者は、1950 万人
- ・経験者は増えているが、時間がないなどの理由で、1 カ月以内に利用しなかった人や、有用な情報が見つからずに、結局ほとんど利用しない人も多い
- ・WWW、メールも共に 1 カ月以内に利用した人の比率は減っている。なかでも WWW 利用者は、600 万人と、1 年前の 1998 年 3 月末時点の 630 万人よりも減少した



2. 商品戦略

(1). ターゲットユーザー

ビギナーとは

<p>< パソコンやネットをよく知らないユーザー ></p> <ul style="list-style-type: none">・パソコンやインターネットで、いったい何ができるの・騒いでいるけど、単なるブーム。そのうち終わるよ・インターネット、電子メールって怖い。ストーカーや詐欺、犯罪の巣窟だって・インターネットってポルノだらけでいやらしい、汚らしい
<p>< 必要性を感じていないユーザー ></p> <ul style="list-style-type: none">・ニュースや情報は新聞、テレビで十分。わざわざネットなんて要らない・カタログ通販やテレビショッピングで十分・ディスプレイは見難いし、目が疲れる。やっぱり紙だ・パソコン、インターネットなどとてもやる時間がない
<p>< 必要性は感じているが、購入を躊躇っているユーザー ></p> <ul style="list-style-type: none">・リストラされたし、パソコンぐらい出来なければ再就職は難しいだろう・PDA やゲーム機、ケータイもあるしなあ・パソコンやネットに興味があるが、難しそうだ。私には使えそうもない・そのうち、もっと便利な物が出てくる。焦って買わなくても・パソコンは会社だけで十分だ、うんざりだ・接続料金や電話料金が高いしなあ
<p>< 購入したものの、使いこなせていないユーザー ></p> <ul style="list-style-type: none">・パソコンは買ったけど、こんな面倒くさいものなんか使えないよ キーボードは難しいし、起動に時間がかかるし、すぐトラブルし、横文字だらけだし、マニュアルは見難いし、・・・・インターネットって少しも楽しくない。 欲しい情報は見つから無いし、ホームページもつままないし・・・

ターゲットユーザー

- ・ 40～50 代の事務系中年男性ホワイトカラー（リストラ対象者）
- ・ 30 代以上の OL や専業主婦（カネとヒマに余裕のある女性）
- ・ 65 歳以上のお年寄り（悠々自適の年金生活者）

(2). コンセプトと商品概要

商品コンセプト～誰もが手軽に楽しく使えるパソコン～

- ・ キーワード：「Joyful」「Simple」「Low Price」

商品概要

- ・ ベースモデルはデスクトップ、ノート各 1 機種とする。
 - デスクトップ：15 インチ CRT ディスプレー付
 - ノート：12.1 インチ TFT 液晶付 A4 サイズオールインワンタイプ
- ・ 主要仕様はデスクトップ、ノートとも最新のローエンドモデル並
- ・ ディスプレー、プリンター、TA 等周辺機器と組み合わせたセットモデルを設定
- ・ 必要最小限のプレインストールソフト
- ・ 入力操作の容易化(キーボードの工夫等)
- ・ 適正価格での提供(廉価には必ずしも拘らない)

(3). 目標台数と価格

目標台数

初年度	10,000 台(デスクトップ 5 : ノート 5)
次年度	100,000 台(デスクトップ 4 : ノート 6)
3 年目以降	200,000 台(デスクトップ 3 : ノート 7)
・ 個人向け市場(年間約 400 万台)のうち、新規購入分(約 200 万台)でシェア 1 割を確保	
・ デスクトップ、ノート比率は初年度 5 : 5、次年度 4 : 6、3 年目以降は 3 : 7 を見込む	
・ 2005 年までに 累計 1,000,000 台を販売する	

目標価格

デスクトップ : 初年度	12 万円(15 インチモニター)
次年度	10 万円(")
3 年目以降	8 万円(")
ノート : 初年度	18 万円
次年度	15 万円
3 年目以降	13 万円
・ 上記を目指す、市場動向により柔軟に対応する	

(4). 特長とセールスポイント

Joyful

- ・ 分かり易く、楽しい入力操作(キーボードとマウス・キー操作の工夫)
- ・ 用途別推奨機器・ソフトのラインアップ
- ・ メンバーコミュニティによる交流と充実サポート

Simple

- ・ ビギナーに必要な十分なスペック
- ・ 必要不可欠なプレインストールソフト
- ・ 推奨プロバイダー・周辺機器・ソフトを予め選別して提供

Low Price

- ・ 適正仕様、適正ソフト、適正機器、充実サポートを低価格で実現

< 参考 入力操作の工夫例 >

1. 推奨入力モードを「ローマ字入力」のみとする。(「かな入力」は未対応)			
・ キー数の少ない英語キーボードが使える			
・ かな入力時しか使えない記号表示が省ける			
2. 英語キーボード(101or104)をベースとする。			
・ キーの刻印が英字だけのため、見やすくなる			
・ 「スペースキー」が大きくて打ちやすくなる			
3. 使わないキーはメクラにする			
・ 「変換」「無変換」「Windows」「Print Screen」「Scroll Lock」「Pause」等			
4. キートップ(キーボードカバー)に日本語表記(下記例)を追加する			
「Enter」	: 「実行、決定」	「Esc」(escape)	: 「取消、中断」
「Shift」	: 「入力切替」	「スペース」(space)	: 「空白、変換」
「Home」	: 「文頭」	「End」	: 「文末」
「Back Space」	: 「左文字削除」	「Delete」	: 「右文字削除」
5. マウス・キー操作の工夫は対応ソフトで			

(5).目標スペック等

ビギナーパソコン主要仕様

デスクトップ	<ul style="list-style-type: none"> • CPU : Celeron 366MHz または AMD K6-2 333MHz • Memory : 64MB • HDD : 4.3GB • Display : 15 インチ CRT & 17 インチ CRT • FAXmodem : 56kbps • CD-ROM : 24 倍速
ノート	<ul style="list-style-type: none"> • CPU : Celeron 333MHz • Memory : 64MB • HDD : 4.3GB • Display : 12.1 インチ or13.3 インチ TFT 液晶 • FAXmodem : 56kbps • CD-ROM : 24 倍速
プレインストールソフト	<ul style="list-style-type: none"> • OS : Windows 98 • ブラウザー、メーラー (IE5.0&Outlook Express) • 簡易ワープロ • テキストエディター • マウス・キー操作 • 画像ビューワ • 圧縮・解凍 • ハガキ・年賀状 等

<参考：主要ベーシック・オールインワン・モデル仕様比較 デスクトップ>

メーカー	ヤマダ電機	ソーテック	富士通	NEC	IBM	アップル
機種	FIC/CTO BASIC 899	e-one	DESKPOWER FMVME355	ValueStar NX R VR35L/85D	Aptiva 10J 2165-0J5	iMac M7440J/A
CPU	Celeron 366MHz	Celeron 433MHz	k6-2 350MHz	k6-2 350MHz	k6-2 380MHz	PowerPC 333MHz
Memory	32MB	64MB	64MB	64MB	64MB	32MB
HDD	4.3GB	8.4GB	6.4GB	6.4GB	6GB	6GB
Display	15"CRT	15"CRT	15"CRT	15"CRT	15"CRT	15"CRT
OS	Win98	Win98	Win98	Win98	Win98	Mac OS
付属 Soft	なし	ジャスト ホーム等	Office 2000 等	Office 2000 等	Lotus S- Office98	クラリス ワークス等
価格	89,900	128,000	148,000*	146,000*	124,000*	158,000

*実勢(推定)価格

<参考：主要ベーシック・オールインワン・モデル仕様比較 ノート>

メーカー	富士通	NEC	ソーテック	コンパック	ソニー	アップル
機種	FMV-BIBLO NE/33E	LaVie NX LW30H/82D	WinBook EagleIX	PRESARIO 1245	VAIO PCG505V 300CTX	iBook (予定)
CPU	Celeron 333MHz	Celeron 333MHz	Celeron 300MHz	K6-2 333MHz	Pentium 300MHz	PowerPC 300MHz
Memory	64MB	64MB	32MB	32MB	64MB	32MB
HDD	6.4GB	6.4GB	4.3GB	3.2GB	4.3GB	3.2GB
Display	12.1" TFT	12.1" TFT	13.3" TFT	12.1" DSTN	10.4" TFT	12.1" TFT
OS	Win98	Win98	Win98	Win98	Win98	Mac OS
付属 Soft	Office 2000 等	Office 2000 等	なし	なし	Office 2000 等	クラリス ワークス等
価格	248,000*	240,000*	198,000	165,000*	260,000*	198,000*

*実勢(推定)価格

入手方法別パソコン比較

	オーダーメイド PC	店頭 PC	ビギナー PC
仕様 (ハード)	部品の組み合わせの選 択肢が豊富*1	部品の組み合わせはモデ ル次第	用途に応じた最適部品を 予め組み込み
仕様 (ソフト)	OS など必要最小限	盛りだくさんで、不要な ソフトが多い	必要不可欠な用途別最適 ソフト組み込み
性能	最新パーツを逸早く採 用できる	売れ筋中級モデルに重 点。過剰スペック	ビギナーに必要な十分なス ペック
価格	ハイエンドになるほど 割安	過剰スペック、不要ソフ トで割高	適正仕様、充実サポート を低価格で実現
購入方法	電話やインターネット による直販	量販店、PC ショップなど の店頭	メンバーによる直販
納期	1~2 週間	在庫があれば 1~3 日	1~2 週間
サポート	電話サポートが比較的 充実	窓口は豊富だが、対応は 不十分	メンバーによる個別サポ ート
対象 ユーザー	中~上級ユーザー*2	ビギナー~買い替え、増 設まで多様	ビギナー

*1 本体ケース、ディスプレイ、OS、CPU、メモリー、HDD、内臓ドライブ、グラフィックスボード、拡張ボード等

*2 自力で、カスタムメイド PC を組み立てるユーザーも

3. 調達戦略

パートナー企業との連携、アウトソーシングの活用

(1).ハード(PC 本体、周辺機器)

- ・ PC 本体、周辺機器、ソフト(プレインストール&オプション)をセットにして、同一の会社(キット会社)から調達する。
- ・ キット会社は、PC 本体メーカーが望ましいが、必要なら作業能力のある企業へのアウトソーシングも検討する。
- ・ 全国ネットをもつナショナルブランド PC メーカーとの提携がベターだが、独自ブランドメーカーやショップブランドメーカー等へも幅広くアプローチ

(2).ソフト

- ・ 筋のいいフリーウェア、シェアウェアソフトメーカー・作者との連携
- ・ 候補 簡易ワープロ、テキストエディタ、マウス・キー操作、画像ビューワー
圧縮・解凍、ハガキ・年賀状、スケジュール管理 等

(3).プロバイダー

- ・ 提携会社系プロバイダーおよび、キャリア系プロバイダー等から選択

< 参考: ノート PC の価格構造「某メーカーの 1799 ドルノート PC の場合」
(日経パソコン 1999 年 1 月 11 日号より) >

・ハードウェアコスト	1230 ドル(68.4%)
部品	1100 (61.1%)
PentiumII233MHz	200 (11.1%)
32MB メモリー	40 (2.2%)
3.2GB HDD	150 (8.3%)
12.1 インチ TFT	250 (13.9%)
56kbps モデム	30 (1.7%)
CD-ROM 装置	50 (2.8%)
FDD	20 (1.1%)
リチウムイオンバッテリー	60 (3.3%)
マザーボード	200 (11.1%)
プラスチックその他	100 (5.6%)
その他 製造経費(パッケージなど)、サービス&サポート、輸送費、 組み立て・試験費、開発費	130 (7.2%)
・ソフトウェアコスト	80 (4.4%)
Windows 98 ロイヤリティ	60 (3.3%)
アプリケーション	20 (1.1%)
・メーカーのグロスマージン 人件費、経費、利益など	270 (15.0%)
・販売店のマージン	219 (12.2%)

4 . 流通・サポート戦略

(1). 基本的考え方～ユーザー相互間の販売・サポートをベースに

エージェントによる販売・サポート

- ・ユーザーへの販売(仲介)・サポートは、マイクルの理念に賛同し、所定の研修を終了し、マイクルが認定したメンバー(エージェント - 仮称)が行う
- ・エージェントは当初は、全国の有為の S O H O や PC ショップ、提携メーカーのサービスセンターなどから希望者を募るが、基本的にはマイクル PC 購入者自体のエージェント化を推進する(マイクル PC の友達の輪)
- ・エージェントはユーザーが、パソコン、ネットを快適に利用できるよう、提携、協賛企業のサポート体制と連携し、十分なサポートを行う
- ・具体的サポート内容により、有償とする(内容・料金は別途検討)
- ・販売形態は、直販とし、エージェントには、紹介(仲介)手数料を支払う
 - PC 販売手数料 : 販売価格の 12%(約 15 千円～20 千円/台)
 - コミュニティ勧誘手数料 : 加入時 2000 円/人、以降毎年 1000 円/人
- ・商品はキット会社から直送、セットアップ時にはエージェントが立ち会い、サポートする

メンバーコミュニティによるサポートと交流

- ・メンバーコミュニティ(マイクルオンライン - 仮称)の開設、活用により、エージェントのサポートをバックアップする
(おじさんの群の発展解消、 の群、 x x の群・・・)
- ・ユーザーはメンバーコミュニティ、推奨プロバイダーへの加入を原則とする

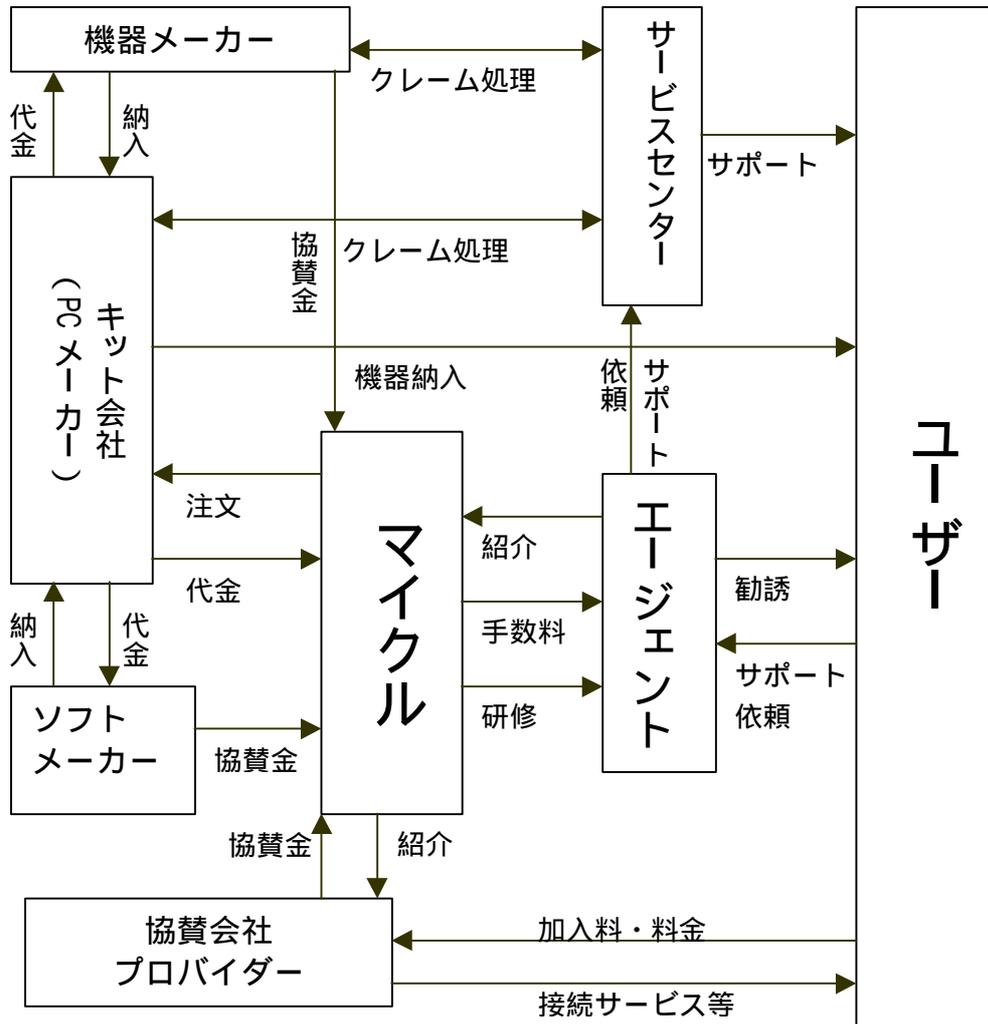
簡潔かつ分かり易いマニュアルの作成

- ・添付マニュアルは、必要不可欠な項目の分かり易い説明のみとする
- ・必要に応じ、VTR または CD-ROM を作成する

< 参考 - パソコン有料サポートの現状 >

・業者は 3 タイプ	メーカー系 : メーカー自身またはメーカーが認定した業者 販売店系 : 自店販売製品のサポート 独立系 : サポート専門業者
・サポート手段と加算費用	持ち込み : 無料(製品を所定の窓口まで持参し、作業後持ち帰る) ピックアップ : 2,000 円～4,000 円(宅配業者等による製品の引き取り・配送) 出張サービス : 5,000 円～10,000 円(ユーザーの自宅訪問)
・導入・ガイダンスのサービス例と料金	セットアップ : 10,000～25,000 円(出張費用込み) インストール : 5,000 円(持ち込み) 10,000～15,000 円(出張費用込み) インターネット接続 : 10,000～20,000 円(出張費用込み) 操作方法説明 : 約 5,000 円 / 1 時間(相対の場合)
・アップグレードサービス例と料金(店頭持ち込みの場合、出張料金は別)	Windows98 : 7,000 円～17,000 円 デジタルカメラ : 5,000 円～9,000 円 プリンター : 3,000 円～5,000 円 メモリー増設 : 3,000 円～5,000 円

(2). 流通・サポート体制の仕組み



(3). メンバーコミュニティについて

- ・ビギナー向けポータルサイトの運営(おじさんの群+マイクルプラン)
サポート&情報提供&コミュニティ&リンク
- ・サポートコーナー
具体的活用事例やサポート事例、パソコン・インターネット講座・・・
- ・情報提供コーナー
ニュースやトピックス、ジャンル別お勧めサイト集・・・
- ・コミュニティコーナー
掲示板、会議室、チャット・・・
- ・リンクコーナー(他サイトとの相互リンクによるコンテンツ補完)
ネットショッピング、ネットゲーム・・・
- ・運営はメンバーからの会費を充当、広告は無しとする
入会金：2,000円 年会費：3,000円

5 . マーケティング戦略

(1).パブリシティ(広報)は大胆に

- ・ 政府・公共団体、学術機関等との連携
(社)ニュービジネス協議会(NBC)の「ニュービジネスプランコンテスト」応募
<http://www.nbc-world.or.jp/>
神奈川県主催の「神奈川新企業創出オーディション」応募
<http://www.ksp.or.jp/kigyoka/>
- ・ S F C (慶応義塾大学湘南藤沢キャンパス)との共同プロジェクトの推進
- ・ マスコミの活用
- ・ パートナー選びは公募制も検討

(2).プロモーション(販売促進)は口コミで

- ・ MICle の理念への共感が、パートナー及びメンバー参加の前提条件
- ・ 始めに啓蒙活動ありき、共感なきユーザーへの闇雲な拡販施策は厳禁
- ・ 各地域の有意の SOHO、ベンチャー企業・団体との連携
- ・ 市町村等と連携したセミナー・講習会の開催

6 . 運営組織

(1).事業新会社の設立

・ 名称	: マイクル(仮称)
・ 形態	: 株式会社
・ 所在地	: 東京または横浜
・ 資本金	: 設立時 5,000 万円
	2 年目 5 億円に増資
	3 年目 10 億円に増資
・ 人員	: 設立時 8 名
	2 年目 40 名
	3 年目 60 名

(2).組織案

- ・ 初年度は下記人員でスタート、事業拡大に応じ随時増員
- ・ 各業務のアウトソーシングの推進

事業統括	1 名
総務・経理	1 名(含む受発注・物流)
企画・調達	2 名
広報・販促	2 名(含む HP 運営)
メンバーサポート	2 名(含むマニュアル等制作)
計	8 名

7. 事業資金と収支計画

(1). 計画の前提条件

- ・不透明かつ未確定要因・項目が多いため、とりあえず下記前提条件をもとに、各計画数値を算出、事業プラン実現を目指す。

・パソコン価格構成	
台当たり調達価格	: 販売価格 × 0.85
台当たり利益率 (マイプラン 3%)	: 販売価格 × 0.03
台当たり手数料率(エージェント 12%)	: 販売価格 × 0.12
・コミュニティ会費	
入会金	: 2000 円(うちエージェント手数料 1000 円)
年会費	: 3000 円(うちエージェント手数料 1000 円)
・提携手数料	: 5000 円/人・年
(プロバイダー、周辺機器・ソフトメーカー等から)	
・通販手数料	: 5000 円/人・年(2 年目～)
(オンラインショッピング等)	
・設立費用	: 10 万円/坪
(設立費用、オフィス借入費用等)	
・設備費用	: 25 万円/人
(パソコン・OA 機器、電話、備品等)	
・運営費用	
人件費(給与、福利厚生費等)	: 600 万円/人・年(50 万円/人・月)
施設費(賃貸料、光熱費等)	: 12 万円/坪・年(1 万円/坪・月)
諸費(旅費・交通費、会議費・交際費等)	: 36 万円/人・年(3 万円/人・月)
事務・通信費(事務用品費、通信費等)	: 24 万円/人・年(2 万円/人・月)
・販売費等	: 3 千円/台・年(1,2 年目) 2 千円/台・年(3 年目～)
(広告宣伝費、HP 運営費、販売資料費、納入費等)	
・資金コスト	: 5%

(2). 売上、収益計画

	初年度(2000年)	次年度(2001年)	3年目(2002年)
PC 販売台数	10,000 台	100,000 台	200,000 台
デスクトップ(単価)	5,000(130,000)	40,000(110,000)	60,000(90,000)
ノート(単価)	5,000(180,000)	60,000(150,000)	140,000(130,000)
PC 売上金額	1,550,000 千円	13,400,000 千円	23,600,000 千円
PC 売上利益(利益率 3%)	46,500 千円	402,000 千円	708,000 千円
累計メンバー数	10,000 人	110,000 人	310,000 人
会費収入	30,000 千円	320,000 千円	820,000 千円
入会金(単価 1 千円)	10,000	100,000	200,000
年会費(単価 2 千円)	20,000	220,000	620,000
提携・通販手数料	5,000 千円	110,000 千円	310,000 千円
収益合計	81,500 千円	832,000 千円	1,328,000 千円

(3). 人員・設備計画、費用見通し

	初年度(2000年)	次年度(2001年)	3年目(2002年)
必要人員・スペース	8名 20坪	40名 80坪	60名 120坪
借入金	100,000千円	700,000千円	1,000,000千円
設立費用	2,000千円	8,000千円	12,000千円
設備費用	20,000千円	100,000千円	150,000千円
運営費用合計	55,200千円	273,600千円	410,400千円
人件費	48,000	240,000	360,000
施設費	2,400	9,600	14,400
事務・通信・諸費	4,800	24,000	36,000
販売費、その他	30,000千円	300,000千円	400,000千円
支払利息	5,000千円	35,000千円	50,000千円
支出合計	112,200千円	716,600千円	1,022,400千円

(4). 収支計画

	初年度(2000年)	次年度(2001年)	3年目(2002年)
収益合計	81,500千円	832,000千円	1,328,000千円
支出合計	112,200千円	716,600千円	1,022,400千円
収支	30,700千円	115,400千円	305,600千円

(5). 資金計画

- ・パートナー企業からの出資
- ・公的融資制度、ベンチャー基金・支援制度の活用
- ・ベンチャーキャピトル等からの出資

	初年度(2000年)	次年度(2001年)	3年目(2002年)
設立・設備費用	22,000千円	108,000千円	162,000千円
運営費用(3ヶ月分)	13,800千円	68,400千円	102,600千円
PC調達費用(1ヶ月分)	110,000千円	950,000千円	1,670,000千円
必要資金合計	145,800千円	1,126,400千円	1,934,600千円
資本金	50,000千円	500,000千円	1,000,000千円
利益	2,600千円	9,600千円	25,500千円
借入金等	100,000千円	700,000千円	1,000,000千円
資金収支	1,600千円	83,200千円	90,900千円

以上