

特に注意すること

■ 売上高等の変化理由

※ 別表 3 の各数値に合わせること

売上高の変化理由

新規事業の売上高について、数値算定の根拠（単価、数量等）を年度別に記載してください。
なお、**既存事業**の売上高が大きく変動する場合は、その説明も記載してください。

(1) 計画値内訳

1年後	(1) 新商品：合計	千円	
	・直販@〇〇円×〇個＝	千円
	・代理店経由@△△円×△個＝	千円
	・海外での販売@△△円×△個＝	千円
	(2) メンテナンス	:@□□円×△個＝	千円
2年後	(1) 新商品：合計	千円	
	・直販@〇〇円×〇個＝	千円
	・代理店経由@△△円×△個＝	千円
	・海外での販売@△△円×△個＝	千円
	(2) メンテナンス	:@□□円×△個＝	千円
3年後	(1) 新商品：合計	千円	
	・直販@〇〇円×〇個＝	千円
	・代理店経由@△△円×△個＝	千円
	・海外での販売@△△円×△個＝	千円
	(2) メンテナンス	:@□□円×△個＝	千円
4年後	(1) 新商品：合計	千円	
	・直販@〇〇円×〇個＝	千円
	・代理店経由@△△円×△個＝	千円
	・海外での販売@△△円×△個＝	千円
	(2) メンテナンス	:@□□円×△個＝	千円

(2) 設定数値根拠

① 単価の根拠

- ・新商品の単価は、原価〇〇円に付加価値分として〇〇円をプラスした価格●円とする。競合製品と比較しても、価格は10%程度低く設定している。
- ・メンテナンス単価は、これまでの外注費用より算出。

② 販売量の根拠

- 1年後 ・新商品の販売は第3四半期以降なので、6ヶ月分の販売予測量〇個を設定（既に、国内3社（ABC代理店等）、海外2社（XYZ代理店等）から引合いを元に設定している。）
- ・メンテナンスは、これまでの販売台数より予測
- 2年後 新規顧客開拓による、販売予測量を加えた1年間分の販売予測量〇個を設定
- 3年後 新規顧客開拓による、販売予測量を加えた1年間分の販売予測量〇個を設定
- 4年後 新規顧客開拓による、販売予測量を加えた1年間分の販売予測量〇個を設定

(3) 新規事業の市場規模（市場に関する調査及び分析）

我が国の〇〇〇の市場規模は、約〇億円である。新商品の競合他社の参入状況は大手企業のみである。当社の新商品によるターゲットは小企業を対象としており、市場規模の〇%の獲得を図る。海外市場での競合製品は、見当たらない。