

市場規模と売上目標 1

無限に近いような市場規模(たとえばコーヒーチェーンとかドラッグストアとか)ならば、市場全体について調べる必要がないが、一般に知られていない市場への参入の場合、説明する必要がある。

市場規模の客観的なデータ、数値があれば良いが見つからないなら、目標とする企業の売上等を参考にする。

あまりにニッチな市場だと将来の売上や事業拡大に関して出資者は不安に思う。ニッチ市場であるなら、高い市場占有率や高収益を狙うとか、あるいはあえてニッチ市場を狙うといった説明が必要である。

数年先の売上目標を設定。

> できれば、製品・商品・サービス・店舗等、個別に詳しく。

> 売上の期待だけでなく根拠を説明する必要がある。(製品の優位性で十分ならそれでよい)

開発型のベンチャーの場合は完成して市場投入するまでその間は売上はないので、開発する製品・商品の市場規模と、開発後の販売目標についてを述べる。