



# AOAOペット

## 事業計画

チンカンメイ

東京ワールド日本語学校・J1

2023.09



- 1 創業動機
- 2 経営者略歴
- 3 市場規模
- 4 経営理念
- 5 経営戦略
- 6 ビジネスモデル

- 7 販売戦略
- 8 取引関係
- 9 資金調達
- 10 事業の見通し
- 11 リスク管理

# 1 創業動機





# 創業動機

A



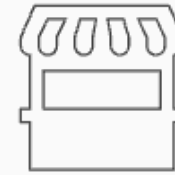
中国人の明さんが中国にあるペット用品メーカーから商品を輸入し、日本市場を拓こうとする。

B



日本人の春さんがペット業界で6年間従業し、自分の店を作ろうとする。

C



二人協力し、東京〇〇区〇〇丁目YY駅の近くに良い店舗が見つかり、起業をする。

## 2 經營者略歷

A

履歷

B

取得資格

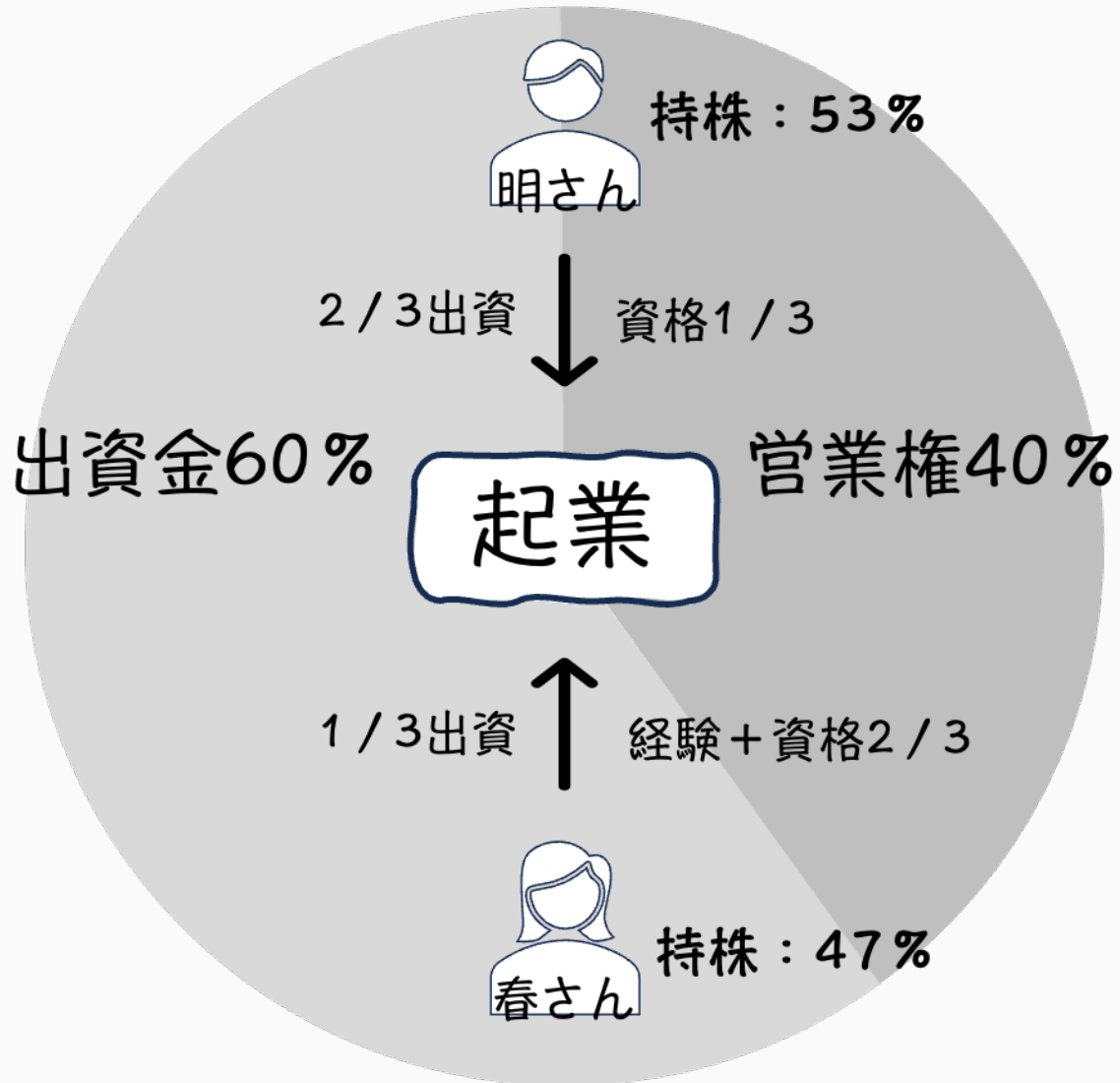
C

持株關係





# 経営者略歴



## C 持株関係

創業初期の常勤役員 / 従業員

店長：明さん 53%

副店長：春さん 47%

# 3 市場規模





# 市場規模

**A** | ペット用ウェアラブル  
デバイス市場発展歴史

**B** | センサー技術の発展

**C** | ペット飼い主の意識の  
変化

**D** | 欧米にあるペットウェア  
関連会社の資金調達  
事例

**E** | 将来のペットウェア市場規  
模の展望



# 4 経営理念

A スローガン

B 経営理念





# 経営理念

A スローガン

B 経営理念

## しっぽを振って、生活をより素敵に

ペットたちが幸せで健康的に成長し、しっぽを振って生活できるように、私たちは尽力します。ペットとの共に過ごす瞬間が、豊かで幸せなものであるよう願っています。



# 5 經營戰略

A 經營環境

B 競爭對策





A

経営環境

S W O T

## 強み

- 商品差別化
- 経験、資格を持っている

## 弱み

- 常連客がない
- 顧客の認めを得るのが難しい

## 機会

- 飼い主数年々増えている
- ペット寿命延長

## 脅威

- ネット販売インパクト
- ペットフード輸入制限
- 日中貿易摩擦



B

## 競争対策

1 常連客を積み重ねるために、顧客情報をメモし、定期的に挨拶する

新商品への認知を得るために、「千円均一」など販促策を展開する

2

3 ネット販売インパクトに対し、LINE登録、近隣無料配送などを試行する

「ペットフード安全法」を守る

4

5 日中商品を組み合わせて販売する

# 6 ビジネスモデル

A 用品販売

B ペットサロン

C カフェサービス

D ニーズ検証



# 7 販売戦略

A ターゲット

B 立地分析

C ブランドデザイン

D 商品の組み合わせ

E 価格戦略検証

F セールスポイント

G 集客策・販促策・固定化





# 販売戦略

## C ブランドデザイン





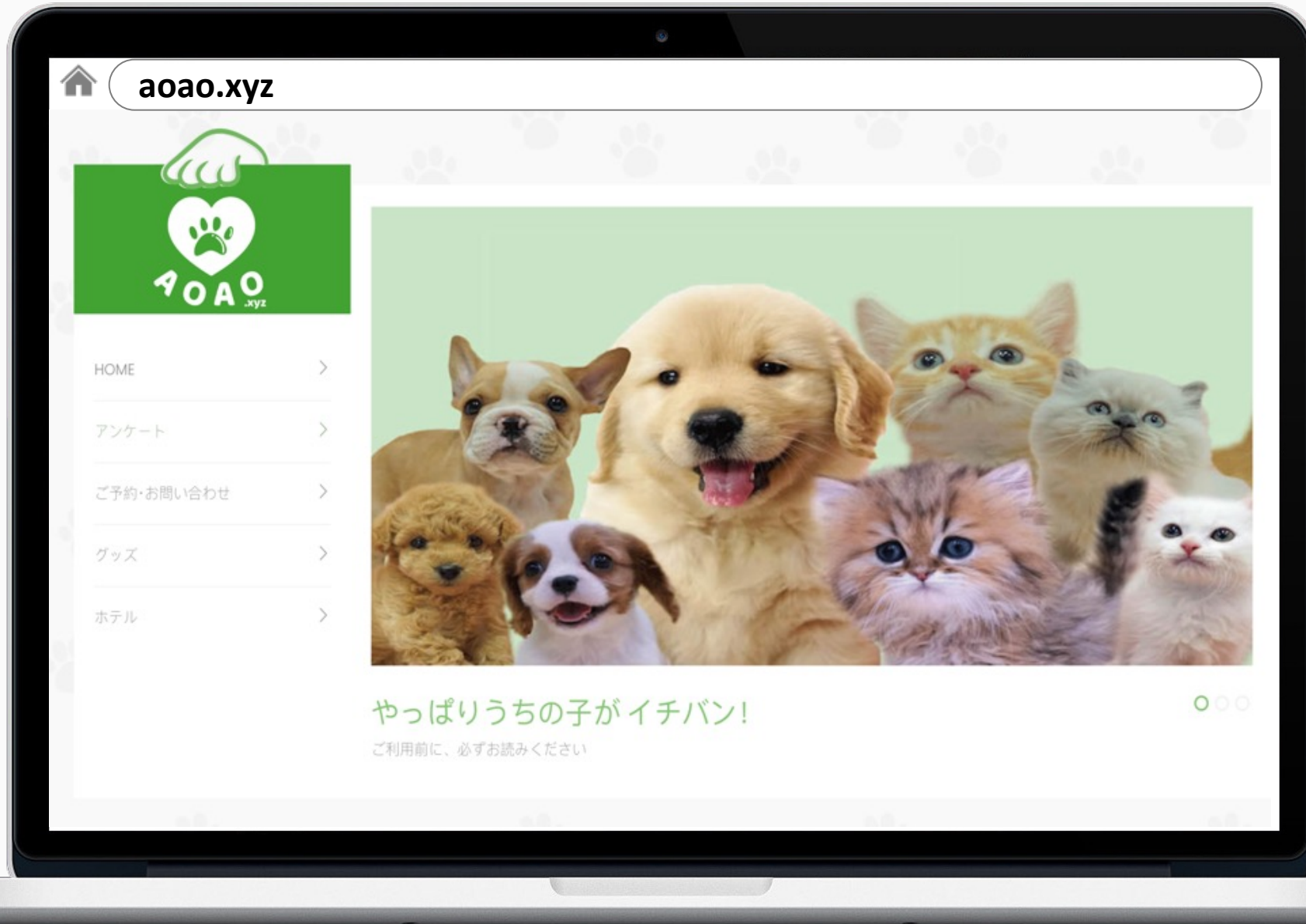


# 販売戦略





# 販売戦略





# 販売戦略



# ご清聴ありがとうございます

東京ワールド日本語学校・J1・チンカンメイ

