

スリムマッスルボディ(仮)

事業計画書

目次

1.スリムマッスルボティ概要

スリムマッスルボティとは P.3

含有成分・含有目的 P.5

競合分析 P.6

スリムマッスルボティの強み P.7

2. 事業計画

ターゲット・市場規模 P.8

ターゲットのニーズ P.9

顧客獲得戦略 P.11

売上予測 P.12

3. 報酬について

GACKTさん報酬 P.13

バイアウト P.14

1. スリムマッスルボティ概要

スリムマッスルボティとは

昨今数多くのHMBサプリが市場に出ており、 今ではメジャー成分となったHMBCa。 健康な肉体を維持するためには筋肉量を増やし脂肪を消費し やすい体を作る事が理想です。 それらをサポートする目的で開発したのが「SlimMuscleBody」 多くのサプリは実感を得にくい物がほとんどですが、 SlimMuscleBodyは飲んだ後に筋肉に働きかける成分により、 ピリピリとした刺激が特徴の体感型HMBサプリです。

筋肉を効率よく増やす

効率よく筋肉量を増やす事が出来る話題のHMBCa。 それに加え筋肉の源となる必須アミノ酸BCAAを配合。 その他にもクレアチンなど効率よく筋肉量を増やすのに必要な成分を独自配合しました。

飲んだ瞬間に「効いている」 実感

SlimMuscleBodyの特徴として、 飲んだ後に筋肉にピリピリとした刺激を感じられる今までにない体感型のサプリ。 体感できる事でリピートしやすい処方になっております。

脂肪の燃焼を手助けする

オレビアータ・オリゴノール・茶花やブラックジンジャーなどを配合する事で、 筋肉量の増加だけでは補いきれない脂肪溶解を手助けします。

抗疲労効果と代謝改

ライチより抽出されたポリフェノールは吸収率が高く、 運動パフォーマンスの向上や抗疲労効果などが期待できます。 また冷えや肩こりの原因にもなる血流を改善し、 シミやしわ、 美肌効果も確認されている成分なので女性にもお勧めです。

1. スリムマッスルボティ概要

含有成分・含有目的

HMBCa・ β アラニン・ビタミンC・茶花エキス・クレアチン・BCAA・グルタミン・オルニチン・L-カルニチンフマル酸塩・シルトリン・アルギニン・ナイアシン・バイオペリン（黒コショウエキス）・ビタミンE・プリマビエ・タウリン・ブラックジンジャー抽出物・オレビアータ・オリゴノール・葉酸・その他賦形剤（※要調整：結晶セルロース、HPC、ステアリン酸Ca、二酸化ケイ素）

1. スリムマッスルボティ概要

含有成分・含有目的

HMBCa

筋肉量を効率よく増やす効果 1日6錠：1800mg配合

βアラニン

筋肉の酸化による疲労の軽減、遅延効果、持久力の向上、体力強化、回復促進

BCAA

筋肉のエネルギー源となり、筋タンパク質合成促進、筋タンパク質分解抑制、筋損傷軽減、運動後の疲労回復

茶花エキス

糖質吸収制御、脂質吸収制御、食欲抑制、ダイエット・抗メタボリック効果など

オレビアータ

筋肉増強、脂肪溶解効果など

ブラックジンジャー

ミトコンドリア増殖・活性化、ダイエット効果、アンチエイジング効果など

プリマビエ

抗酸化、デトックス作用、ミネラル分の摂取など

クレアチン

身体能力/ 運動パフォーマンス向上、筋肉量増加、また脳の疲労軽減など

グルタミン

筋肉の分解抑制、消化管機能のサポート、免疫力向上、傷の修復など

オルチニン

筋肉の合成を向上
基礎代謝の向上、
脂肪燃焼の向上、
デトックス効果、
肌の新陳代謝向上

オリゴノール

血流改善、脂肪細胞の成長抑制によるメタボリックシンドローム抑制、抗疲労効果など

1. スリムマッスルボティ概要

競合分析

現在、国内では二十種類前後のHMBサプリが発売されており、SlimMuscleBobyは中でも体感型のサプリである事に加え、群を抜いた広告力にて他社の商品との差別化を狙います！

鍛神HMB

現在市販されているサプリの中ではトップクラスの広告配信を行っている商品。タレントの「金子賢」さんが広告塔となり、リスティング広告やバナー広告、アフィリエイト広告やランキングサイトなど幅広い宣伝活動を行っております。成分内容としてはHMBCaを2000mg配合し、BCAAとの組み合わせが特徴。その他にもコンセプト成分を20種ほど配合。主に筋肉増強を目的とした成分の配合となっており、ダイエット面でのアプローチも行っており女性の需要も狙ってはいるが、男性ユーザー比率が高い商品とみられる。

バルクアップHMB

鍛神HMBよりシンプルな処方になっているHMBサプリ。HMBCaの配合量は2000mg。プロ志向の強い製品となっており、ボディーメイクを行っているユーザーが多い。広告などの運用は主にリスティング広告を行っており、露出は少し低め。

バルキーHMBPOWERBOOST

ユーチューバーの「ラファエル」さんが広告塔になっているHMBサプリ。HMBCaの配合量は3000mgと他とは群を抜いて多い事が特徴。主にHMBのみを高摂取する目的のサプリ。広告露出は左程高くはない。

キレマッスル

エイベックスが手掛けるHMBサプリ。HBMCaを1800mg配合。その他にもコンセプト成分を多く配合しバランスの良いサプリ。広告露出は左程高くないが、初回割引なども行わず販売。HMBサプリの中ではバルクアップHMBと並び比較的早い段階から発売している商品。

BMSHMBプロスペック

元格闘家でタレントの「魔裟斗」さんが広告塔になっている商品。ドラッグストアなどオフライン展開もしており、HMBサプリの中ではメジャーな商品。一般流通などを行っている事などから考えると、原価率はかなり抑えていると考えられる。

1. スリムマッスルボティ概要

スリムマッスルボティの強み

Point.1 他には無い体感型のHMBサプリ！

HMBサプリの多くのネガティブな口コミとして、「効果が実感できない」「飲んでい
るが変化を感じられない」など、「実感」や「体感」を感じる事が出来ないと言った不
満の声が多く見受けられます…SlimMuscleBobyは体感型サプリなので、これらの多く
の「不満の声」を払拭する事の出来る新感覚のHMBサプリです。成分内容も他社に劣
る事のない配合量となっている為、既存商品の愛用者も納得のいくサプリとなっております。

Point.2 女性にも選ばれる工夫！

多くのHMBサプリは本格的に筋肉を鍛えるイメージを強く見受けられますが、
SlimMuscleBobyは筋肉量を増やししながら脂肪分解効果をもたらし、更にデトックス効
果や美容効果の期待できる成分をバランスよく配合する事により、健康的な肉体づくり
を目的としたサプリです。男性はもちろん女性に選ばれやすい工夫を施しております。

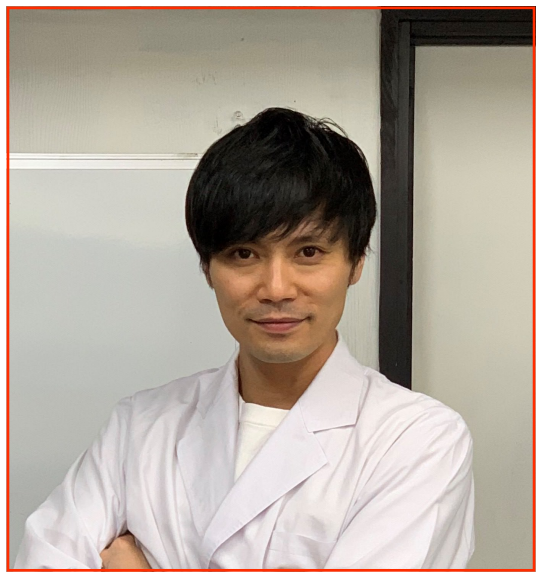
Point.3 圧倒的な広告拡散力！

国内でもトップクラスのWEB広告運用チームとタッグを組み、培った経験とAIを用い
た運用で効率よく情報の拡散が可能。また国内でも有名な某HMBサプリの広告運用
チームを招き入れたことにより、他社での経験値を得る事が出来ている為、初年度より
No.1HMBサプリを現実にできます。広告運用費においても他社のおよそ2倍近くの予算
をキープ。それにより他社商品と群を抜く広告拡散力を実現できます！

Point.4 信頼と実績の有る品質提供！

製造元は国内で創業88年の老舗企業。特許技術なども持つ工場による製造なので、安
心・安全の製品を提供いたします。

Point.5 医学博士による成分選定！



Profile

医学博士：鈴木龍介

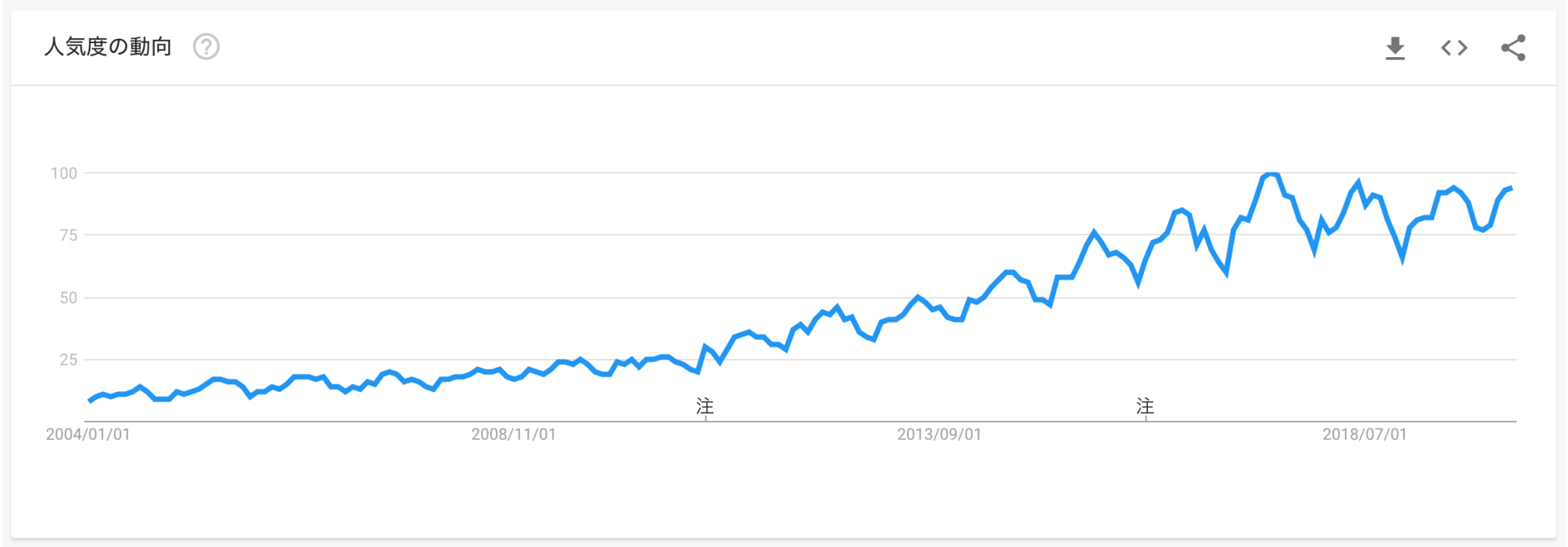
Profile医学博士:鈴木龍介・北里大学医療系研究科修士課
程・博士課程3年次飛び卒業※博士課程⇒医学分野において皮膚医学を学ぶ
・株式会社SHEM代表取締役社長⇒コンサルティング事
業、教育事業、飲食事業を主体とする・主要コンサルティ
ング先⇒三井化学ファイン(株)、(株)FLAX、B-by-C(株)、
(株)ラベリテ、(株)Remixline、千年計画(株)その他化粧品
会社、健康食品会社、エステ会社など・北里大学客員研究
員(2014~2016)・東京電機大学特別講師(2014~2017)同大
学客員研究員(2017~)

一般的な商品では医師や博士が「監修」している事は多いですが、「SlimMuscleBody」
は処方から博士が選定している極めて珍しい商品です。日本再生医療学会などにも所属
している事から、肉体の作り方などの知識を用いてバランスよく配合されたサプリを作る
事が可能に。

2. 事業計画

ターゲット・市場規模

2004年から2020年の筋トレ(サプリメント含め)関連のキーワード動向。検索数としては100万～1500万。昨今の武田真治さんの筋トレ講座がバズったこともあり、市場規模感としては物凄い勢いで拡大中の市場です。

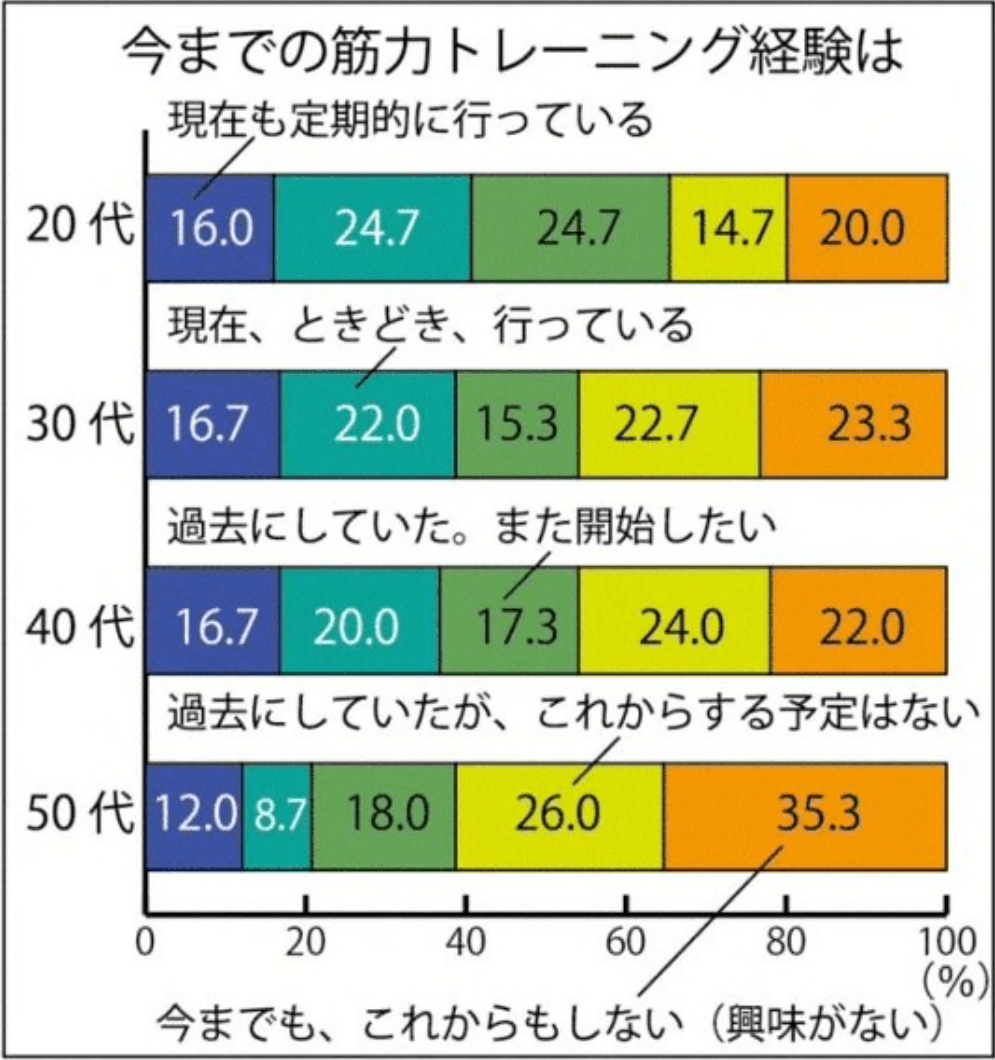


2. 事業計画

ターゲットのニーズ

男性専門の総合美容クリニック、ゴリラクリニックの調査によると、現在筋トレ中の男性は34.1%（「定期的に」「ときどき」実施中の累計）で、3人に1人の割合だった。世代別では、20代40.7%、30代38.7%、40代36.7%、50代20.7%となった。

◆成人男性世代別筋力トレーニング(ダイエット)事情調査 20～50代の男性600人が対象



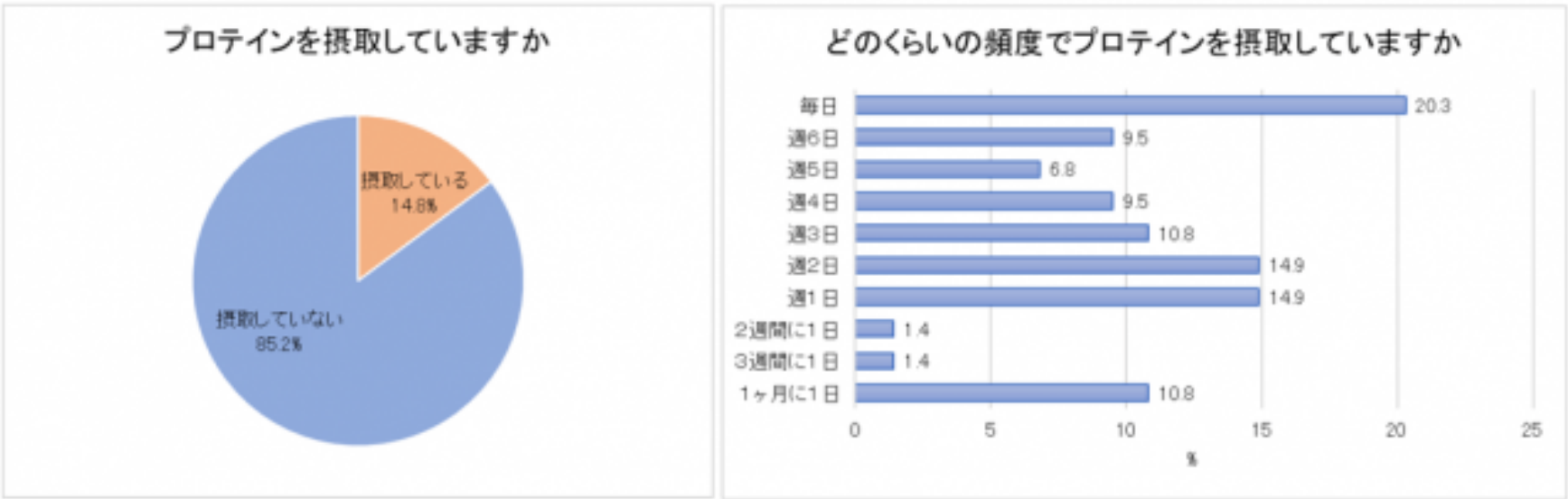
出典： [【調査】 男性の3人に1人が筋トレ、7割が体型に自信がないと回答](#)

2. 事業計画

ターゲットのニーズ

働く女性のトレーニング事情を調査を行った結果、働く女性の36.6%がトレーニングをしている事がわかりました。ジム入会やプロテインの摂取しながら美ボディ、ヨガなどのトレンドも相まってトレーニングをしている女性は増加中であります。

◆プロテインを摂取している女性の割合、14.8%。
「毎日」摂取していると回答した人が最多！



出典：[【働く女性のトレーニング事情を調査】働く女性の36.6%がトレーニングをしている！](#)

2. 事業計画

顧客獲得戦略

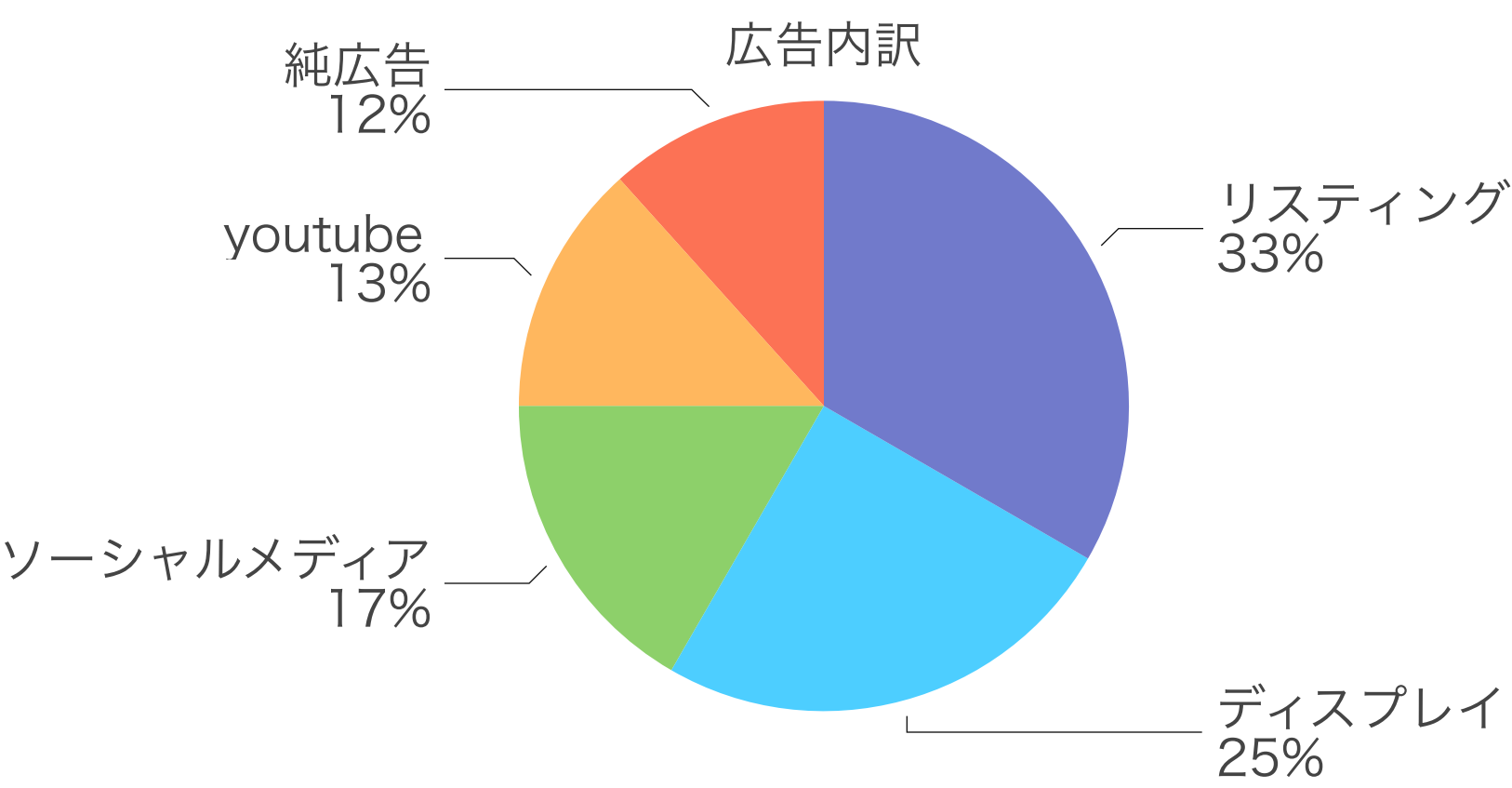
ターゲットを30代男女筋トレ初心者に絞り熟した市場に向けてフェイズに沿った最適解のオンライン広告を打ちだし顧客獲得を行う。

◆序盤-概要

初動で得たPDCAノウハウをしっかりと活かしランディングページの改革を行っていく。方向転換も視野に入れながらその時その時の最適解の選択をする

◆中盤-概要ライバル社が打った広告で取りこぼした潜在顧客を取り込むためにサプリメントの口コミサイトを作成将来的にその口コミサイトにアフィリエイト展開していく商品も追加していく

◆終盤-概要中盤までの展開内容を数字に落とし込み先の展開を変えていく方針

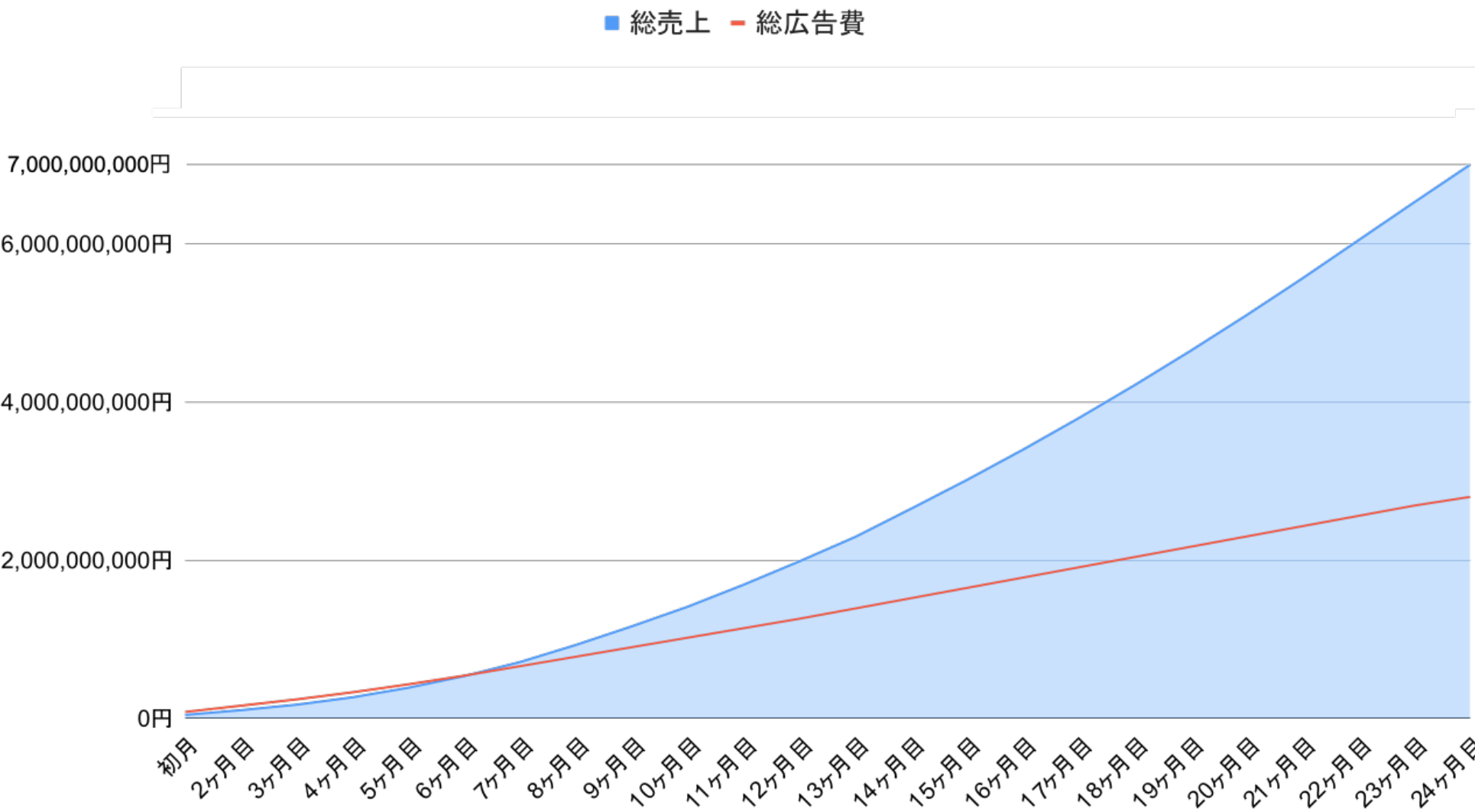


2. 事業計画

売上予測

今までのノウハウを全て細かく毎月の数字に落とし込み予測を立てた結果、初年度に売上20億。2年目で売上50億想定。

総売上 と 総広告費

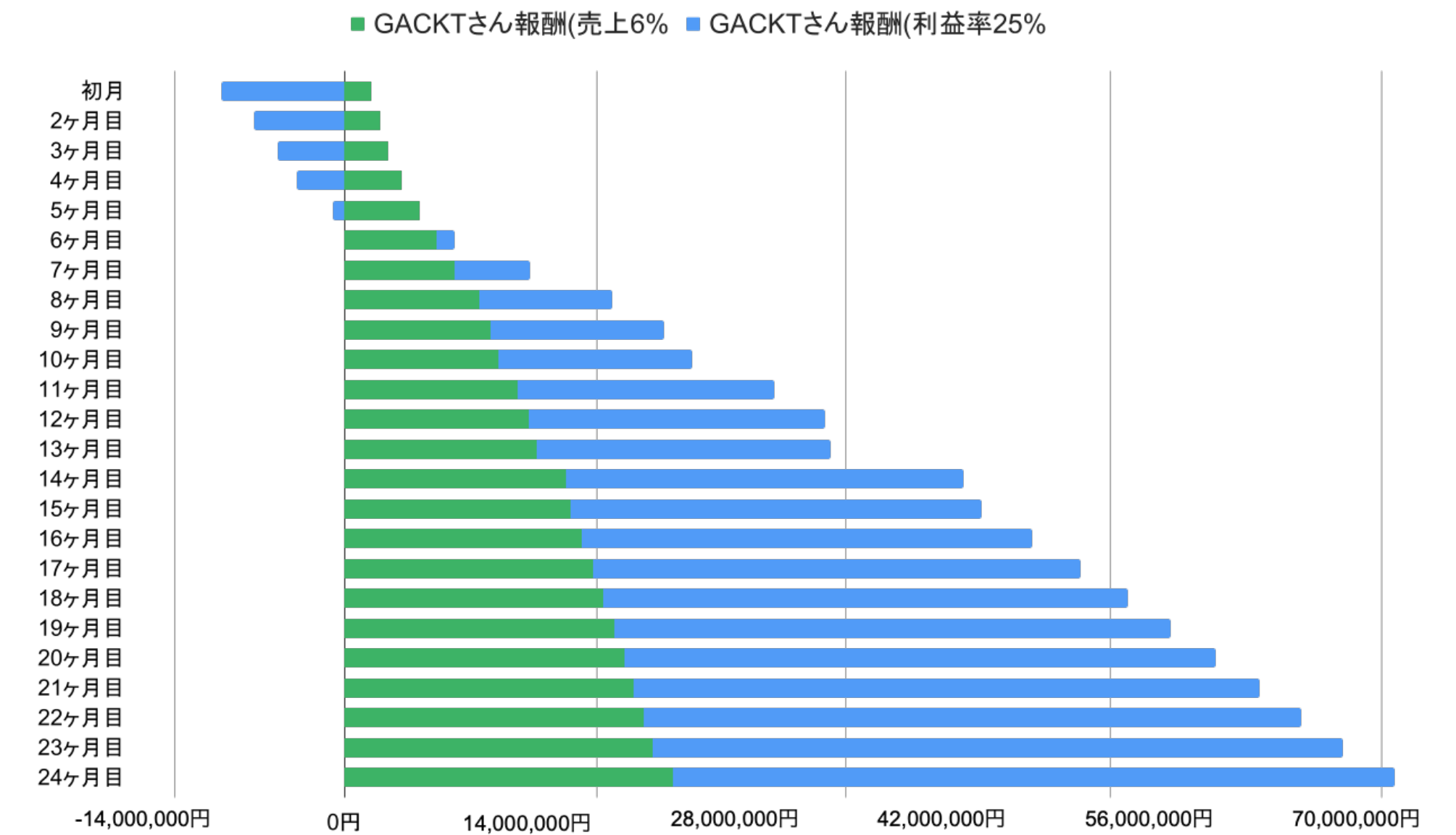


これ以上の売上を無理して追わず年50億を維持させるマーケットを組みます。50億以上の売上を追わない理由としては、急ペースで100億規模の売上を出した商品は、サポートや風評対策が追いつかず、急激に下降する例が多々見られる為です。

3. 報酬について

GACKTさん報酬

利益25%ベース報酬で売上6%保証。別途年間契約。



3. 報酬について

バイアウト

近年、身近な同業が、年商の2倍程度の金額でのバイアウト成功例が多出しています。

例として

私共の後輩が経営しておりました、エンジェルカラーが看板商品のカラコンOEMメーカー（株）T-GARDENは年商40億に対し、昨年100億円でバイアウトを成功させました。

GACKTさんにもお会いして頂いた事のある、私共の仲間の村上昌平が、ナンバー2をやっていた化粧品OEMメーカー（株）ジャパングートウェイも2017年度年商25億に対し40億円でのバイアウトを成功させました。

他にも同様のバイアウト例に近い範囲でここ数年多数有りました。

本プロジェクトに関しましては、年商50億程度の商品（痩せ筋肉サプリ。若返り美肌サプリ）の二つを走らせます。

そしてトータルで年商100億円程度を安定させ、75～100億円でのバイアウトを狙います。（続く

3. 報酬について

バイアウト

ビジネスとして引き継ぎがし易い業態ほどバイアウトが成功し易く、価格に関しても上昇傾向にあります。

GACKTさんのプロデュース商品として広告が打てれば、確実に目標とする売上が立ち、話はスムーズに進む事が想定されます。

尚、GACKTさんに最低25%の株を保有して頂き、売却総額の25%以上の報酬を御約束致します。

※必要で有れば、報酬の一部を契約金として前渡しも可能ですし、上記全ての報酬%に御納得頂けない場合は応相談でコアメンバーに再度話し合いを致しますので、よろしくお願い申し上げます。