

SlimMuscleBody(仮)

事業計画書

目次

1.SlimMuscleBody概要

SlimMuscleBodyとは P.3

含有成分・含有目的 P.4

競合分析 P.6

SlimMuscleBody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. SlimMuscleBody概要

SlimMuscleBody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」（以下省略SMB）多くのサプリは実感を得にくい物がほとんどですが、SMB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

SMB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. SlimMuscleBody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. SlimMuscleBody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：2000mg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. SlimMuscleBody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ます。その中でもオンライン販売に特化し、一番ヒットしている商品「鍛神HMB」をベンチマークとし、比較を行いました。



SMB

本プロジェクトは単純に、原価率約2倍の商品を、2倍の広告費で運用し、超一流のプロデューサーと組んだ結果、市場のシェアを大幅に獲得できる上に、マーケットの拡大をも可能にする取組みです。

鍛神HMB とは

現在市販されているサプリの中でも一番広告配信を行っている商品です。タレントの「金子賢」さんが広告塔となり、WEB上での幅広い宣伝を行っております。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20種ほどのコンセプト成分を配合。主に筋肉増強を目的とした配合となっており、顧客層のほとんどは男性ユーザー。売上は初年度15億、2年度目30億と推測。



比較1：成分内容

成分配合量やバランスなど、トータルの分析を行い、鍛神と同じ製造元(東洋新薬)に依頼した場合を想定し、およそ**2倍相当の原価率**の成分内容。

比較2:商品イメージとターゲット層

鍛神は「金子賢」さんを広告塔に起用する事で、本格思考に強い男性顧客がメインターゲットになっている商品に対し、SMBは「GACKT」さんをプロデューサーに迎え入れる事で、**健康的な肉体美を求める男女**をメインターゲットにする事が可能となります。ターゲット層を広げる事によりマーケットの拡大が見込める為、メタボリックなどに悩む中高年層や俗に言う「細マッチョ」を目指す若年層にもフックが可能。GACKTさんの知名度と人気の高さによる効果は絶大で、他の商品との差は歴然となります。

比較3:宣伝力

宣伝に対する知識や経験など基盤は整っているので比較するまでも有りませんが、単純に広告宣伝費用で比較した場合、**およそ2倍以上**の予算にて運用を行う為、広告露出も**2倍以上**になります。接点が増える事により、購買に繋がりやすくなることは間違いありません。

比較4:リピート率

鍛神のみならずほとんどのサプリは効果の実感がしにくい為、定期購買などの縛りを設ける事でリピートを獲得しているが、SMBはピリピリとした刺激を体感させる事により、他のサプリと比べ圧倒的なリピート数の増加が期待ができる商品です。

1. SlimMuscleBody概要

SlimMuscleBody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…SMBは体感型サプリなので、これら多くの「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、SMB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。

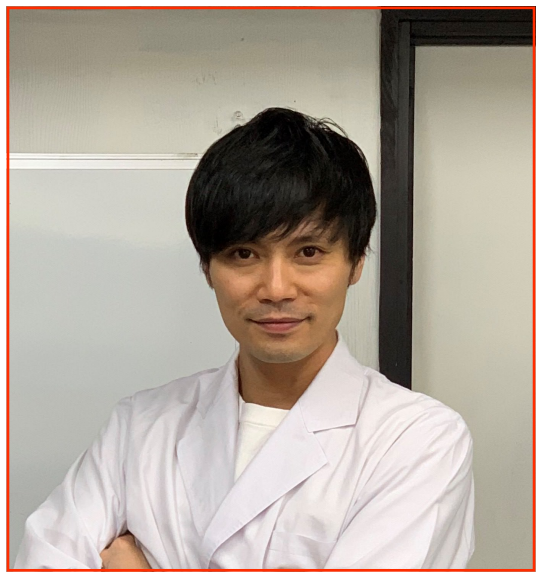
Point.3 圧倒的な広告拡散力！

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

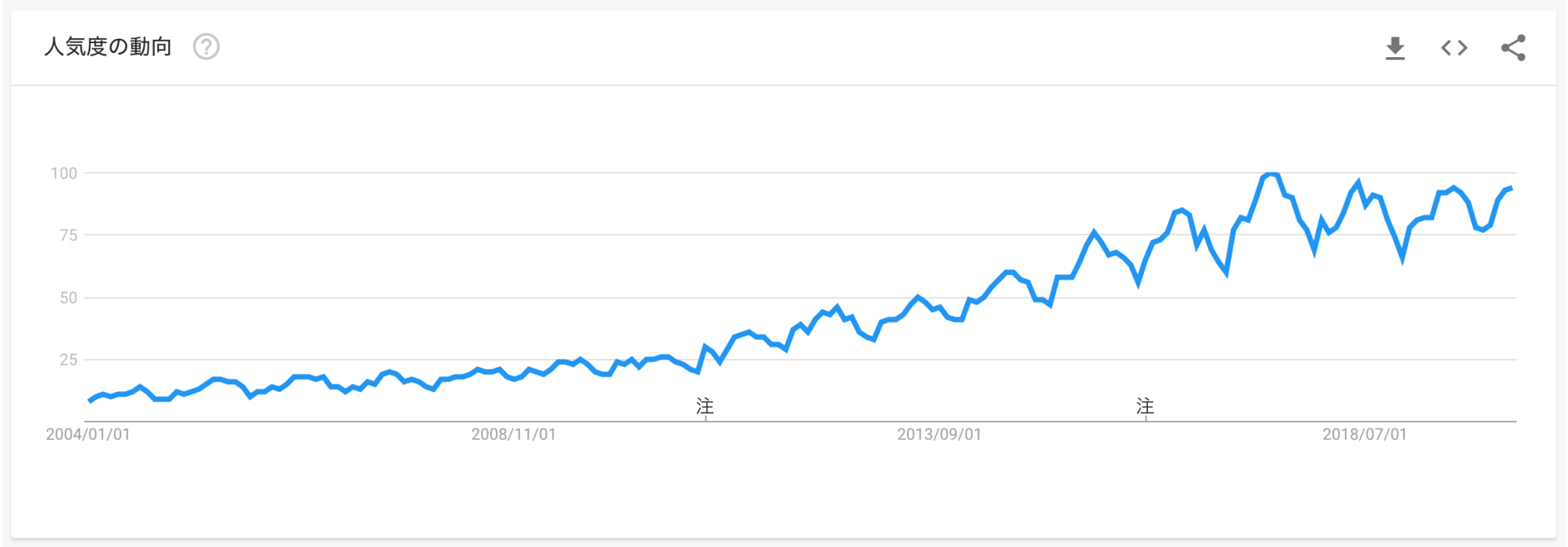
Profile医学博士:鈴木龍介・北里大学医療系研究科修士課
程・博士課程3年次飛び卒業※博士課程⇒医学分野において皮膚医学を学ぶ
・株式会社SHEM代表取締役社長⇒コンサルティング事
業、教育事業、飲食事業を主体とする・主要コンサルティ
ング先⇒三井化学ファイン(株)、(株)FLAX、B-by-C(株)、
(株)ラベリテ、(株)Remixline、千年計画(株)その他化粧品
会社、健康食品会社、エステ会社など・北里大学客員研究
員(2014~2016)・東京電機大学特別講師(2014~2017)同大
学客員研究員(2017~)

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、「SMB」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注目された事もあり、市場規模感としては物凄い勢いで拡大中の市場です。

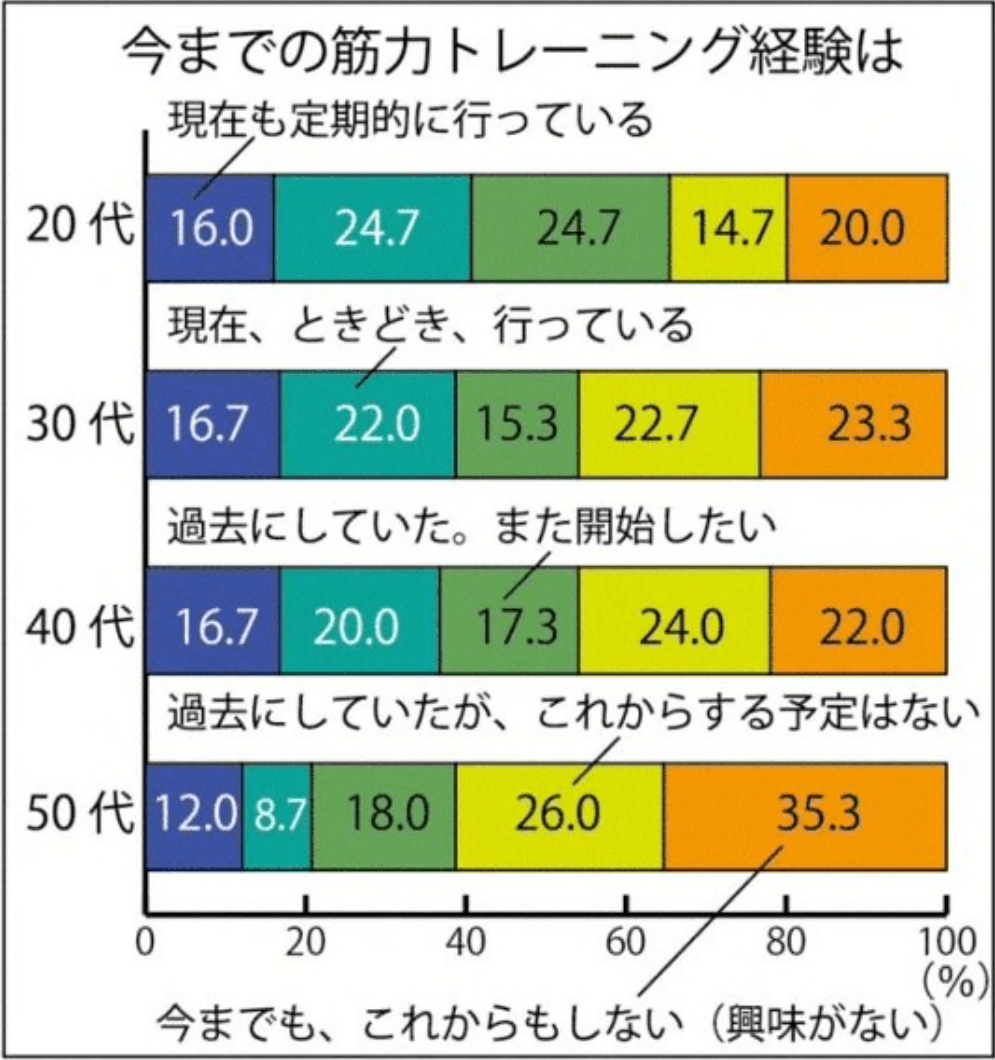


2. 事業計画

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



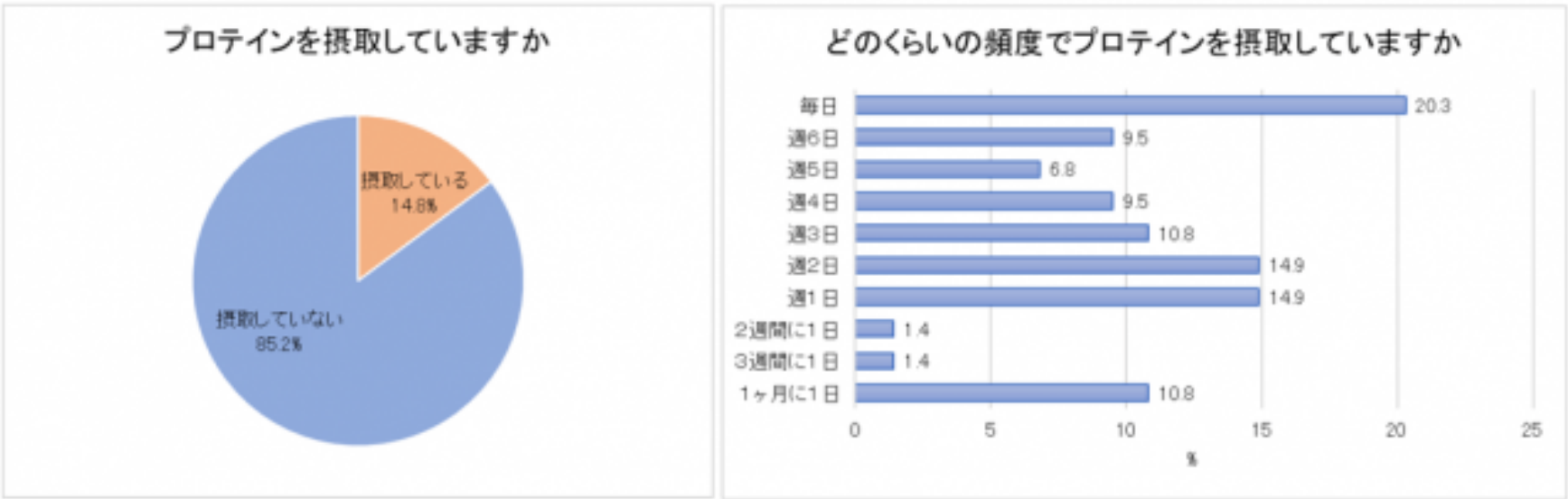
出典：【調査】男性の3人に1人が筋トレ、7割が体型に自信がないと回答

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

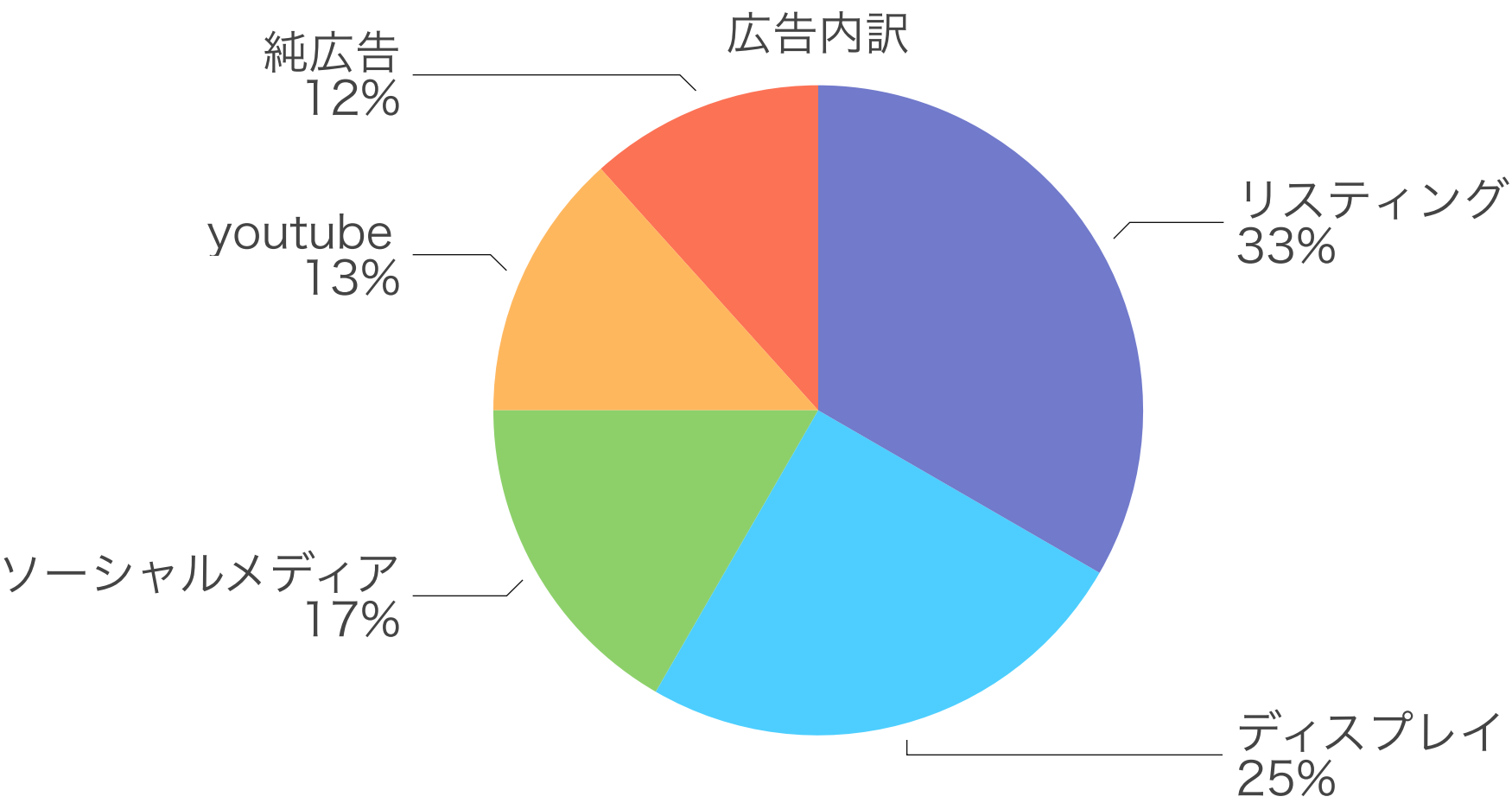
ターゲットを30代男女筋トレ初心者に絞り熟した市場に向けてフェイズに沿った最適解のオンライン広告を打ちだし顧客獲得を行う。

◆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

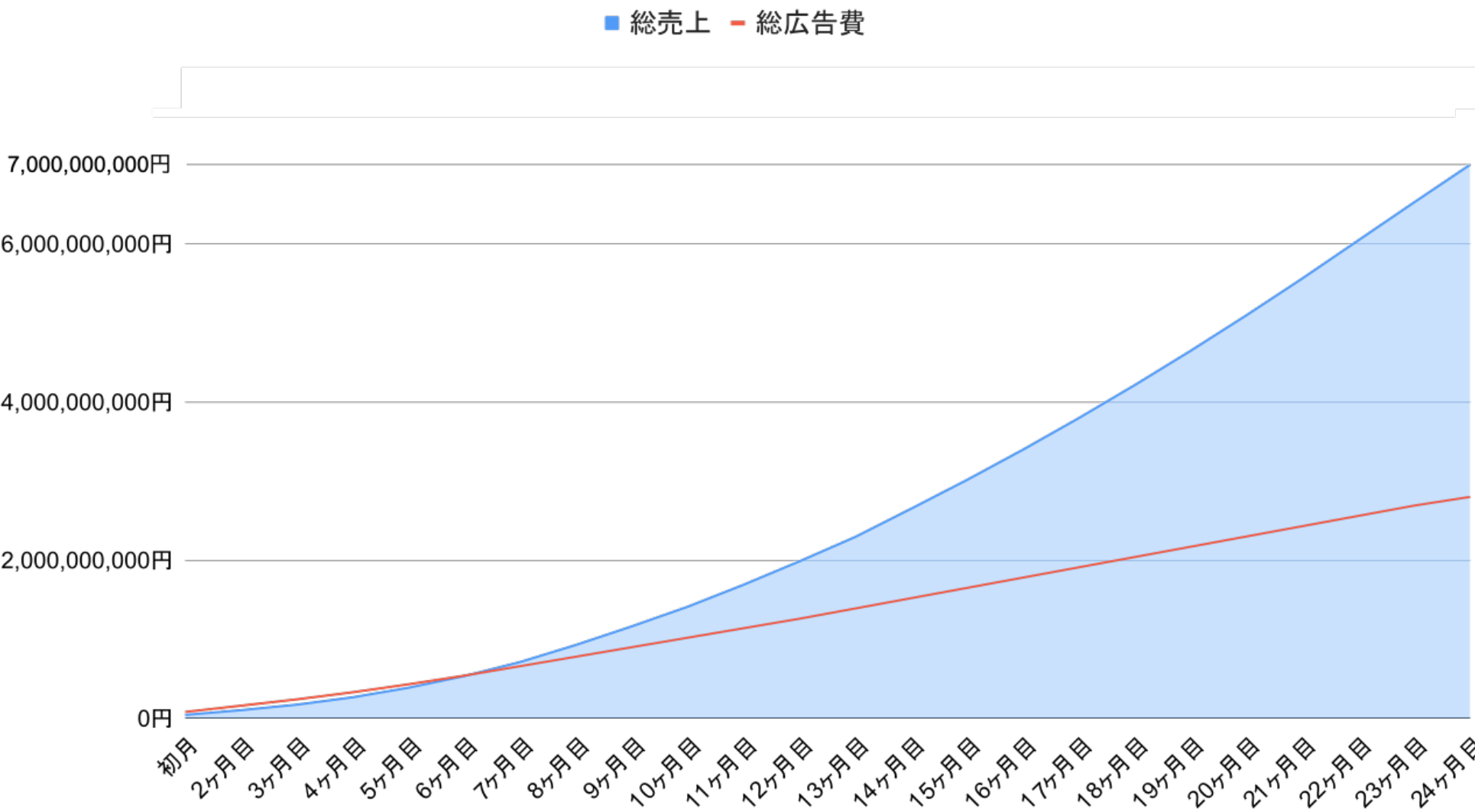


2. 事業計画

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

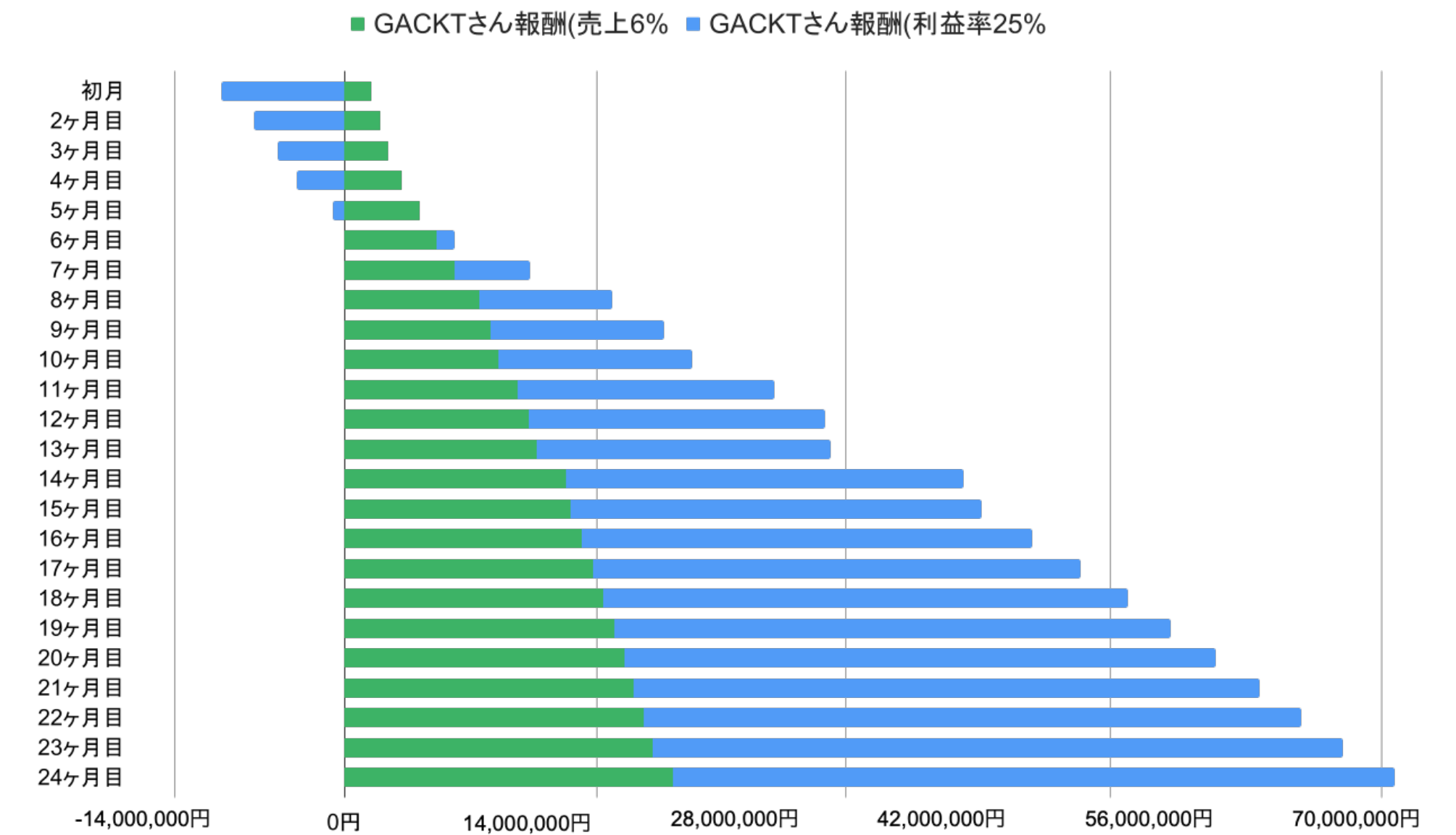


これ以上の売上を無理して追わず年50億を維持させるマーケットを組みます。50億以上の売上を追わない理由としては、急ペースで100億規模の売上を出した商品は、サポートや風評対策が追いつかず、急激に下降する例が多々見られる為です。

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。

※必要であれば、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。