

がんばる起業応援ネットワーク 御中



海を気軽に楽しめる『新ツール』のご提案

起業化、プラン策定の動機 1

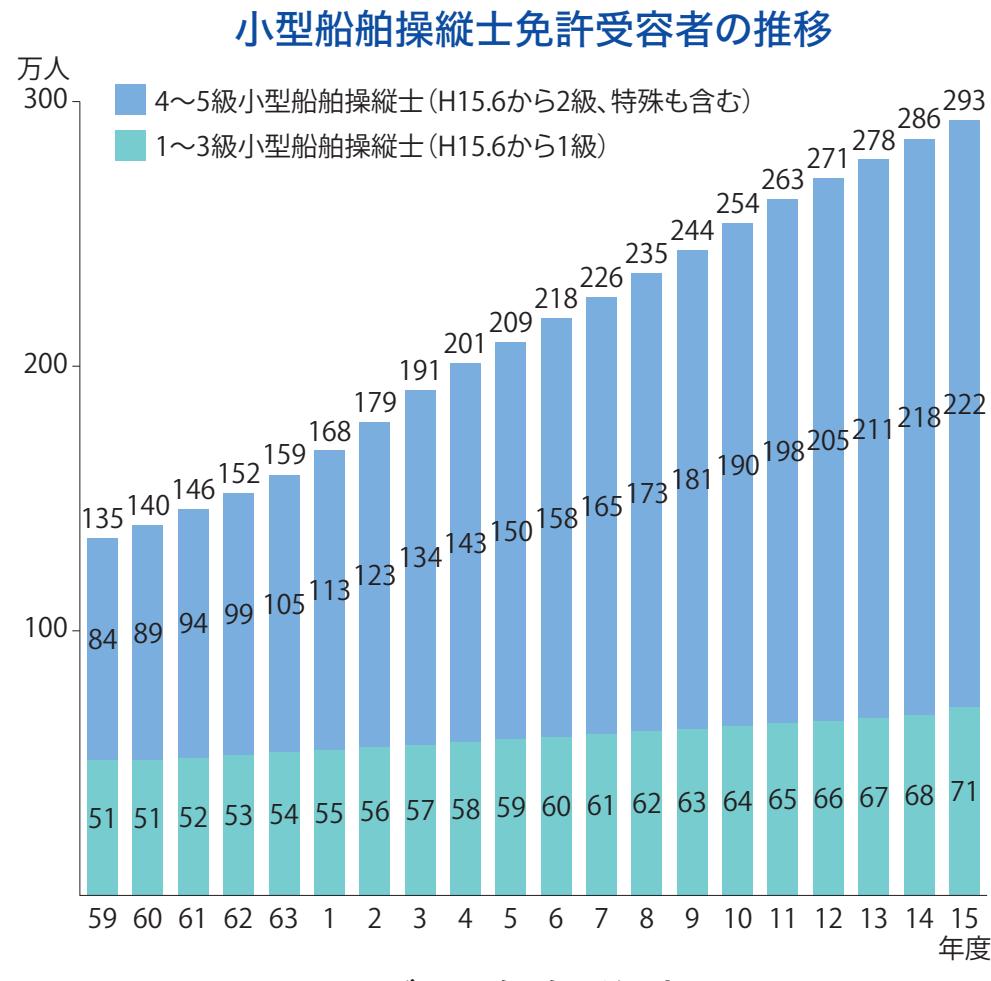
はじめに

いわゆるバブル経済の崩壊後、マリンプレイ&レジャー市場は長期の低迷状態に陥り、なかなか抜け出せない状況にあります。しかしながら、夏季における遊び場所としての海(湖・川を含む)は依然として賑わっているなど、「夏=海」という図式は常識化しており、マリンレジャーに関する需要が縮小化しているとは考えられません。

では、なぜ、国内のマリン市場は冷え込んでしまっているのか。1つには不景気に伴う可処分所得の減少が影響しているのは間違いないと思われます。そして、斬新な遊びが開発されていないことが、もう1つの要因として考えられるのではないでしょうか。例えば、スノーボード。それまで冬・雪山といえばスキーしかなかったところに、新感覚のスポーツ・レジャーとして紹介されると、雪山とは無縁だった若年層のシティ派スノーボーダーという新たな層が登場、その手軽さやファッショニ性と相まって、スキーと人気を二分するウインターポーツにまで成長しました。

このことから多くの人々は雪山におけるスノーボードの登場、すなわち新感覚の手軽に楽しめる夏(海)の遊び(ツール)を待ち望んでいて、これに応えることができれば、新たな需要層の開拓とマリン市場全体の活性化が図られる、という仮説が成り立ちます。

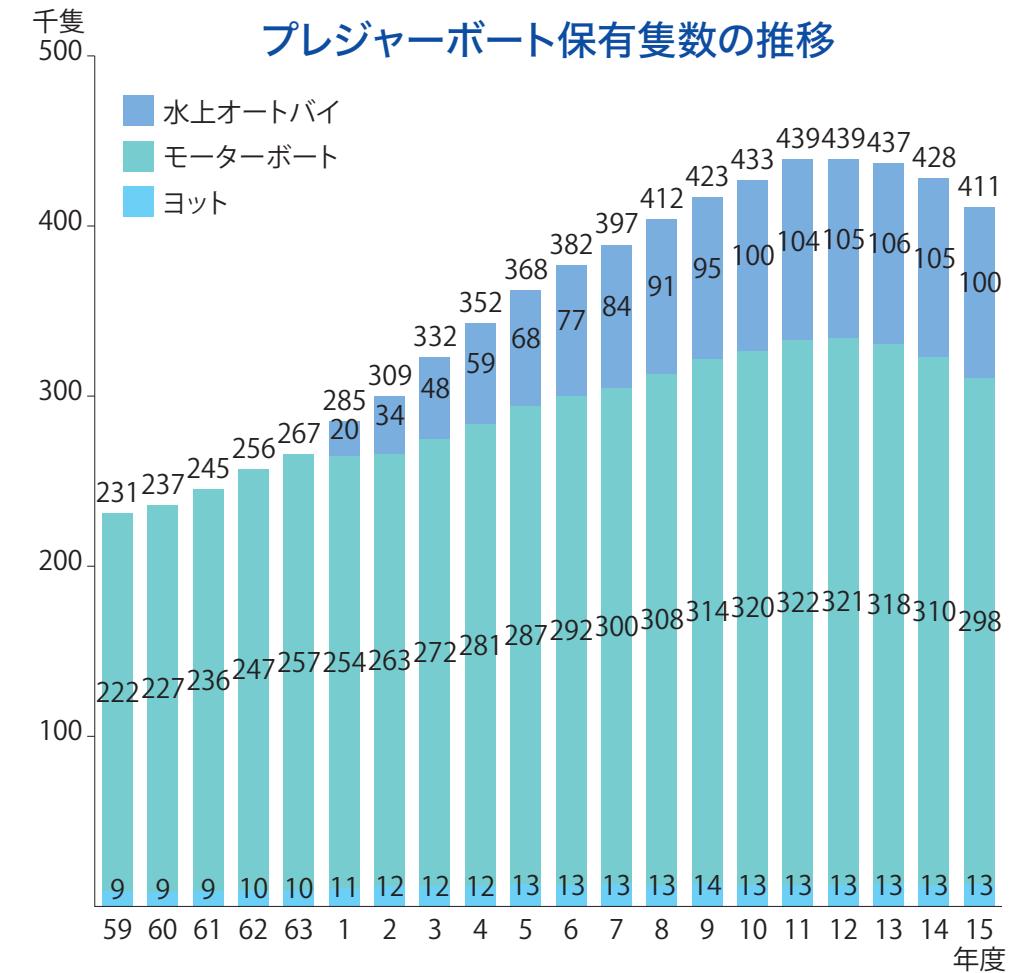
起業化、プラン策定の動機 2



ボート免許所得者

293万5,000人
(平成15年度末)

国民45人に1人が受有



プレジャーボート保有隻

41万隻

(平成15年度末)

280人／隻

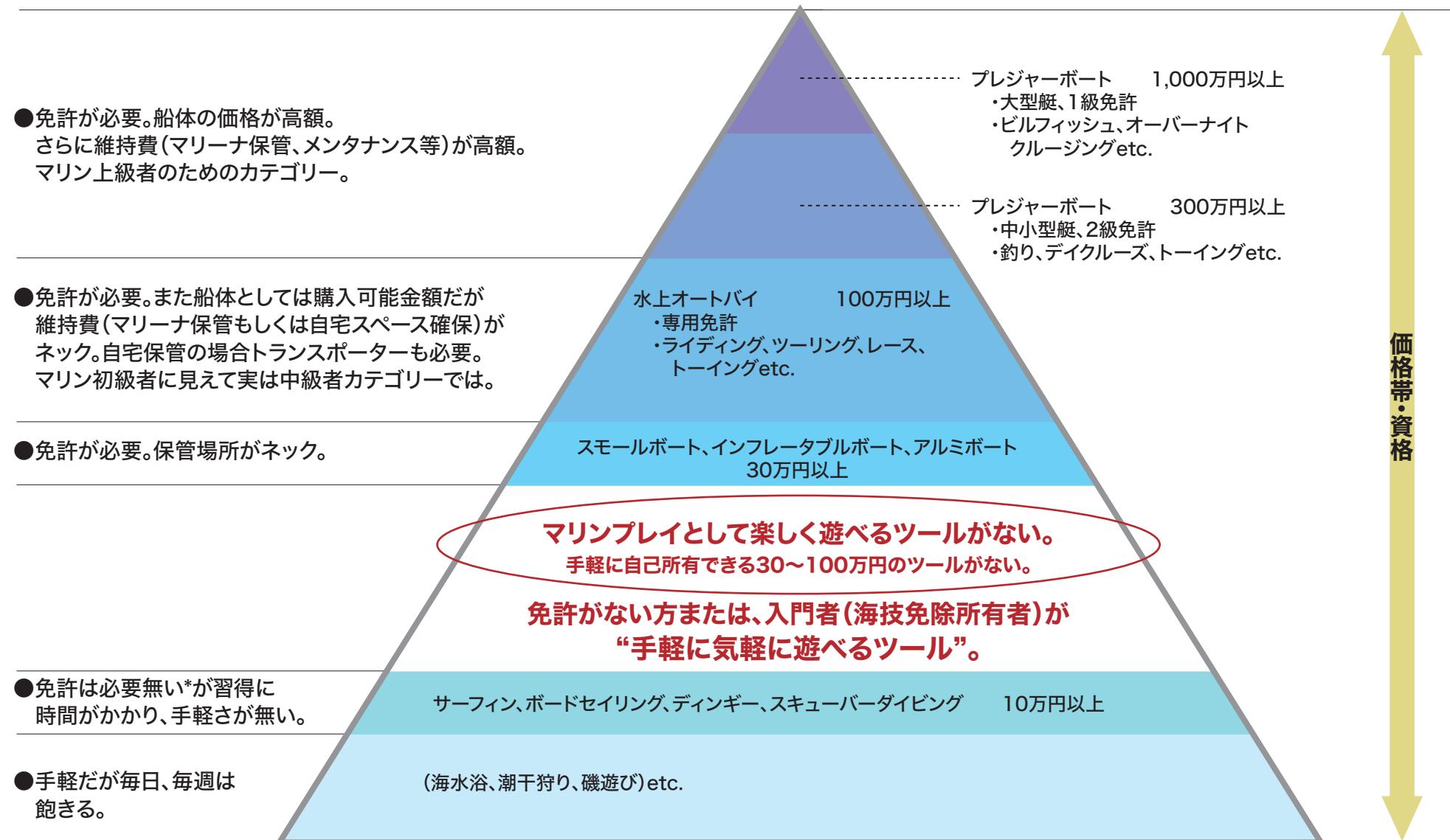
(北欧は6~7人／隻)

ボート免許所得者は
増加しているのに
プレジャーボート保有隻数は
減少している

原因は…

起業化、プラン策定の動機 3

マリンレジャー人口及び価格帯、資格、難易度マップ



起業化、プラン策定の動機 4



夏は海へ行くが海水浴や日光浴などの
手軽な遊びしかしない方などの海技免許を持っていない方
または海技免許を持っているが船が高価、保管場所に困り購入できない方が
海の新しい手軽な遊び(ツール)を待ち望んでいるのでは。

事業の概要 1

ユーザーニーズにマッチしたツール・遊び イメージ&条件

- ◆50万円未満の手頃な価格であること。
若い層でも無理なく買える
- ◆適度(簡単過ぎず難し過ぎない)な難易度。
簡単ではない→乗れたときの喜び・達成感
- ◆所有することの満足度が得られること。
ユニークで、デザイン的に優れている
- ◆カスタマイズできること。
ユーザーのオリジナリティを付加できる=あきさせない
- ◆コンパクトで可愛いデザイン。
所有欲を刺激+幅広い年齢層に受け入れられる

事業の概要 2 & 事業の特徴 1

手軽に楽しく遊べるツール **MarineJet MiNi**

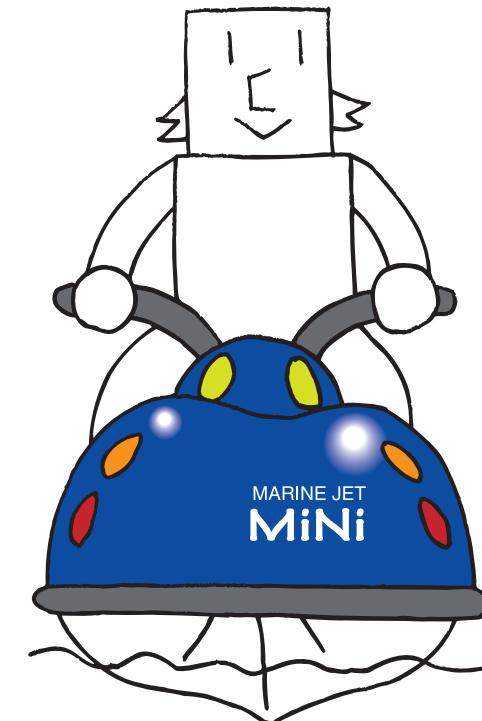
(仮称)マリンジェット・ミニ ラフ案

環境・省エネルギー

- 4ストローク・100cc以下(イメージ)

エンジン開発は現マリンメーカーと協同の場合あり

- ・2馬力未満なら免許不要
- ・低騒音
- ・クリーンな排ガス
- ・低燃費



安全

- 船体の高い安全

プロジェクトチームにマリンに精通した
インダストリアルデザイナー及びモデラーを一員に。

※優れた品質の活用

コンパクト

- 軽量・小型ボディ

- ・大人2人で持ち運べる(50kg以内)
- ・ワゴン車のラゲッジルームに収まる

手軽さ&低成本

- 30~50万円

・新卒でもボーナスを併用すれば
購入できる価格帯

遊び心

- 乗りこなすには、1日または2日必要
(スノボのレベル)

- 多種多様なパーツの開発で
アフターマーケットの充実

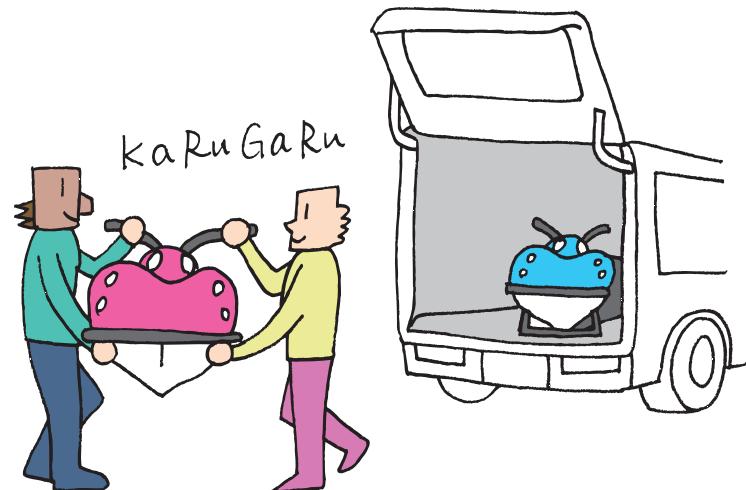
- 今までにない動き
例えばボディーボードのように
くるくる回るなど。

スピードを出さなくても
楽しく遊べる
安全・快適なツール

事業の特徴 2

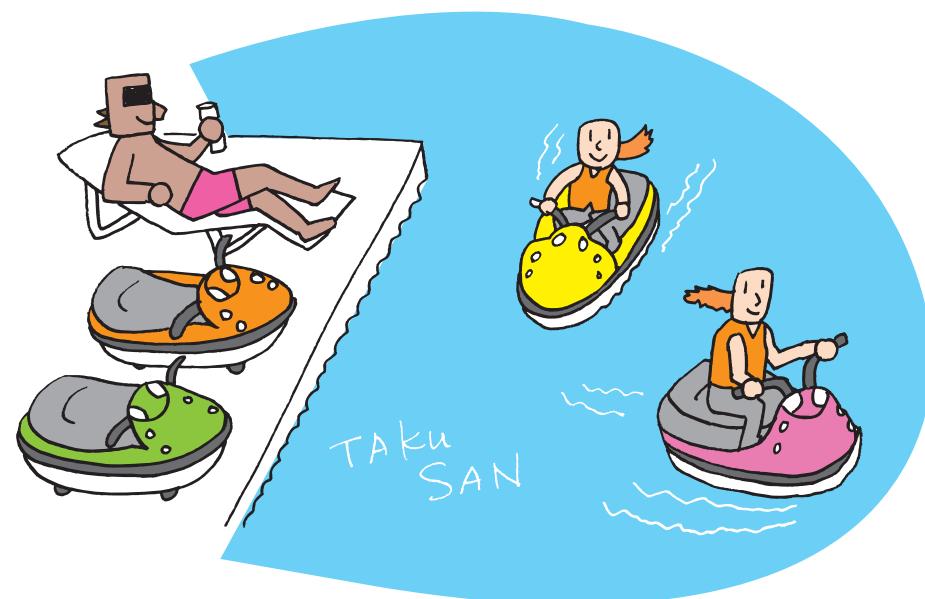
#1 2人で運べる。気軽に遊べる!!

今までの水上オートバイは3人乗れるが4人でも運べない。
マリンジェットMINIは2人で2台運べてそれぞれで遊べる



#3 1人で複数台所有できる。

価格およびサイズ



#2 保管場所に困らない。

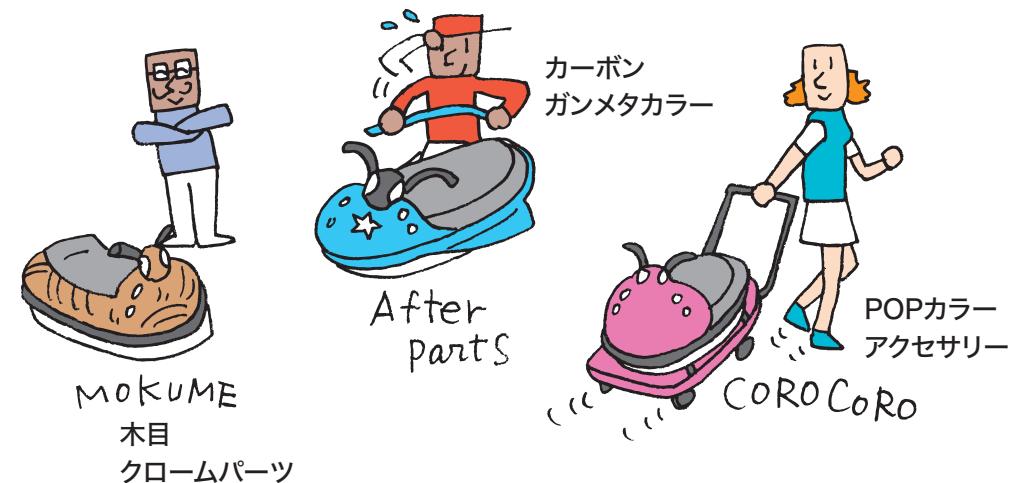
マリーナ等の保管料不要
屋内でも保管可能→インテリアとして→友人・知人に自慢できる



#4 所有者を選ばない。

2馬力未満なら免許不要!!

多数のカスタマイズグッズで老若男女に受けいられる。



事業の特徴 3

マリンジェットMiNiのキャラクターとして、カラーリングコンテストや草レース(プロ化はNG)でアフターマーケットやアフターパーツを充実すると同時に、夏場だけではなく、一般的にはマリンのオフシーズンである冬場においても、カスタマイズの楽しさを提供するなど、一年を通して楽しめる製品・マーケットに育て上げる。

乗る(操る)楽しさに加えて、創る(造る)楽しさも提供。

〈携帯電話の着せ替えのように、個性を楽しめる〉



アメリカン
スタイル

水玉模様

アニマル柄

花柄

エアロパーツ

メッキパーツ

カーボンパーツ

木目調パーツ

キャスター
(ドーリー)

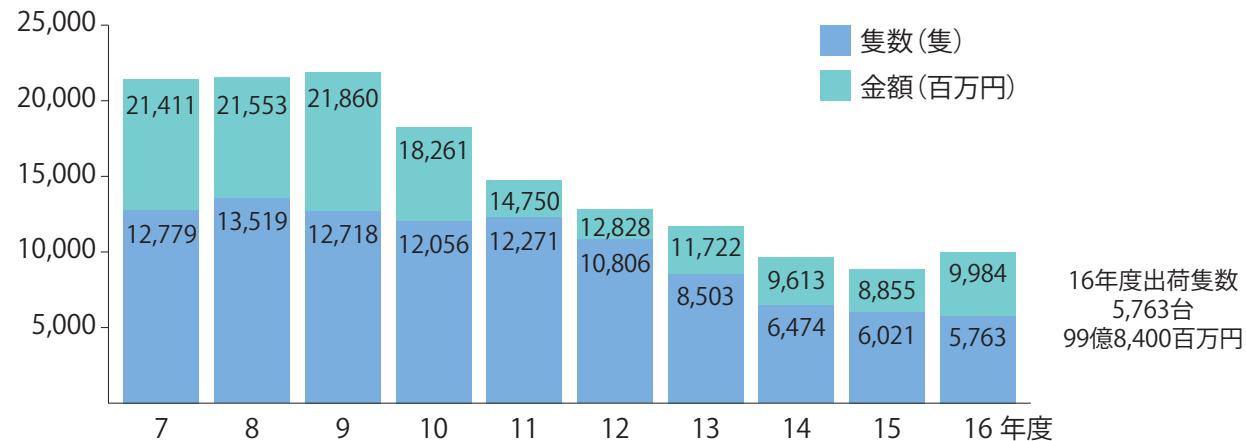
販売(販路)計画

- ボートショー(毎年2月開催)へのプロトタイプの展示やマスメディア(雑誌、新聞、TVなど)へのタイアップによる記事での露出および広告掲載。またホームページなどの告知により、宣伝も兼ねた販路の開拓を目指しております。
- また、エンジン供給メーカー先(未定)の販路、例えばヤマハ発動機株式会社様のヤマハマリンショップやYSPなどのバイクショップも勝手ながら考えております。
- プロジェクトメンバーにマリン事業に精通したトッププランナー及びトップ営業マンを確保しております。販路の確保を期待しております。

製品としてマリンだけでなくいろいろなジャンルの方(2馬力以下であれば海技免許不要)が興味を抱いていただく可能性があり、デパートやディスカウントショップ、インターネット販売も可能ですが、アフターメンテナスやカスタマイズにも力を入れていきたいのとメーカーとして責任ある販売をしたいので上記のような販売、販路計画を基準に考えております。

販売計画2

モーター ボート 国内向け出荷隻数 & 金額推移

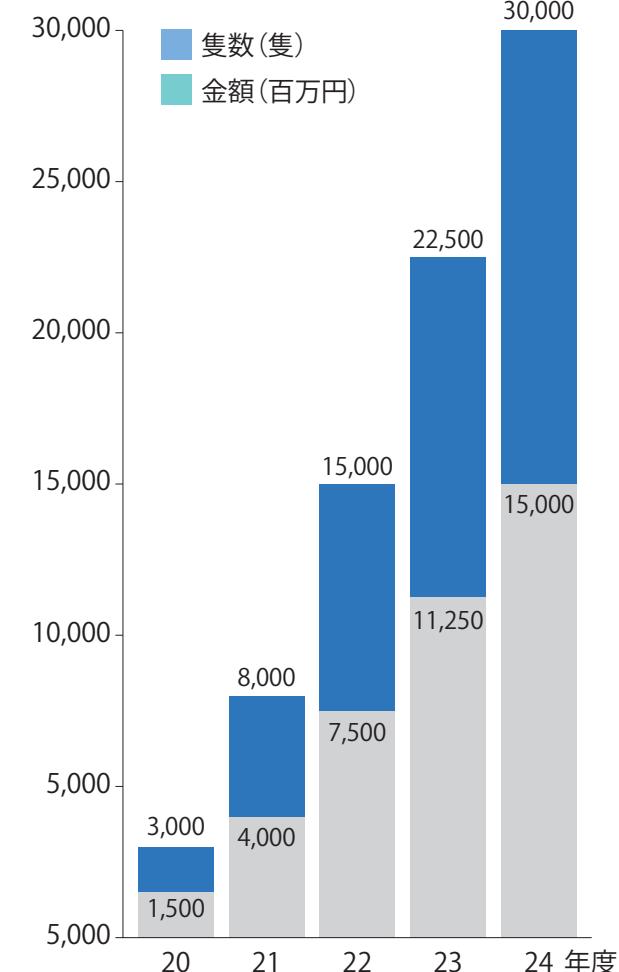


水上オートバイ 国内向け出荷隻数 & 金額推移



ピーク時で国内で1万6,000台、アメリカで18万台の実績あり

マリンジェットミニ(仮称)販売計画



事業化のスケジュール

- 現時点では製品・販売化するまでには前例がないため計画を立てにくく、プロトタイプによるマスメディアへの発表までのスケジュールとさせていただきます。
 - プロジェクトメンバーにマリンのインダストリアルデザイナー及びモデラーを予定。今後、製品化まで正確なスケジュールを打ち合わせする予定です。



- 発表することで、市場への反応等によりスケジュールの短縮化をしていきたいと思っております。また、ボートショー発表時にプロトタイプによるプロモーションビデオ撮影などまでできればと考えております。

資金計画

- 前ページにも触れましたが製品・販売化するまでには前例がないため計画を立てにくく、プロトタイプによるマスメディアへの発表までの資金計画とさせていただきます。
- その他の資金調達先として、プロジェクトチームメンバーからの資金調達やマスメディアへの露出により、新規スポンサー獲得や資金の増額を考えております。

プロトタイプ制作、メディア露出まで

| 必要設備・諸経費 | 金額 | 調達先 | 金額 |
|------------------------------|---------|--------|---------|
| 市場調査費 | 100万円 | 自己資金 | 300万円 |
| プロトモデル制作費 (デザイン、クレーなども含む) | 350万円 | 借り入れ | 700万円 |
| ボートショー出店、 メディア広告費等 | 250万円 | その他() | |
| その他営業経費等 | 300万円 | | |
| 合 計 | 1,000万円 | 合 計 | 1,000万円 |

※現在、正式見積もりを算出していないのであくまでも概算です。

また、事務所などは現在私が使用している所での開業など経費は最小限で運営していきます。

- マリンジェットMiNiは、マリンファンだけでなく、今まで海に興味がなかった人们も、エントリーしやすさや価格の安さを提供することに加え、免許制度の変更による手軽さにより、「夏の新しい遊び」としてユーザー数の増大が見込める。
- さらに、プレジャーボートやマリンジェットのオーナーなどにとっても、セカンドとしての購入も期待できる。
- 今までになかった新ジャンルとして確立し、マリン業界全体の活性化につなげることができる。

ありそうでなかった新ジャンル。それが
MarineJet MiNi

