



年商10億の物販事業者が実際に使う成長ロジック

# 月商別ロードマップ

## 0円→3000万円への道筋

---

STRATEGIC ROADMAP FOR SCALING E-COMMERCE BUSINESS

# 全体ロードマップ： 0円→3000万円への道筋

START

0円

## 事業開始

商品リサーチ・資金準備・販売アカウント開設

STAGE 01

100万円

## 基盤構築フェーズ

GATE CONDITIONS

✔ 受注安定化    ⚡ 粗利 25%以上

STAGE 02

500万円

## 商品拡大フェーズ

GATE CONDITIONS

📦 SKU 10-30点    🔄 在庫回転 45日以内

STAGE 03

1000万円

## 組織化フェーズ

GATE CONDITIONS

👥 外注化比率 30%以上    📦 販路 2ch以上

STAGE 04

3000万円

## 経営・拡大フェーズ

FINAL GOAL

📦 在庫正確率 98%    📊 資金予実 ±5%

# Stage 1: やるべきこと

0 → 100 万円

## TARGET REVENUE

100 万円/月

## GROSS MARGIN

25 %以上

## INVENTORY TURN

< 60 日

## KEY METRIC

週次受注安定化

01

### 商品・顧客の 仮説検証

最初から多品目を扱わず、「誰に・何を・どう売るか」を絞り込みます。0→100万円のフェーズでは、拡大よりも「検証」が最優先です。

#### ✓ ACTION

最小SKU × 1チャンネルに集中する

02

### 単純な販売フロー 構築

複雑なシステムは不要。アナログでも良いので、迷いなく業務が流れる「整流化」を目指します。

#### ✓ ACTION

受注 → 出荷 → 入金の流れを標準化

03

### 数字の 見える化

「売れている気がする」という感覚を排除。週次で正確な数字を把握する習慣をつけます。

#### ✓ ACTION

粗利・在庫・回転率の週次管理

# リスク管理と次へのステップ

0-100万円

## WARNING

### やめるべきこと

#### 初回から大量仕入れ

売れる確証がない段階での大量発注は、資金を固定化させる最大のリスク要因です。テスト販売の結果が出るまでは最小ロットを厳守してください。

#### 多チャネル同時立上げ

リソースが分散し、どの店舗も中途半端になります。まずは1つの強固な柱（チャネル）を作ることに集中してください。

## CASE STUDY

### よくある失敗

「売上欲しさの安売り」の末路

赤字覚悟で露出拡大



売上は立つが利益ゼロ



資金枯渇・在庫死蔵

※ 利益の出ない販売実績に事業価値はありません

## NEXT STAGE

### 次へ進むサイン

以下の3つの指標をすべてクリアしたら、次のステージ（100→500万円）へ進んでください。

MONTHLY SALES

月商 100万円達成

GROSS MARGIN

粗利率 25%以上

TURNOVER

在庫回転 <60日

# Stage 2: やるべきこと

100 → 500万円

月商100万円を超えたら、単品依存のリスクを減らし、事業としての「厚み」を作ります。同時に、売上急増による資金ショートに最も注意が必要な時期です。

## TARGET REVENUE

500 万円

## TARGET SKU

10-30

## INVENTORY TURN

< 45 日以内

## CCC TARGET

< 60 日

### 01 商品数拡大

全く新しいジャンルではなく、既存の顧客層に関連するSKU（色違い・サイズ・セット品）で横展開し、客単価を上げます。

#### ✓ ACTION

関連SKUでの横展開（セット率向上）

### 02 仕入れ先の複数化

1社依存は命取りです。価格交渉のためだけでなく、災害や倒産リスクに備えてサプライチェーンを分散し、安定供給を確保します。

#### ✓ ACTION

リスク分散と交渉力強化

### 03 資金繰り前提の補充

「売れたから仕入れる」では間に合いません。リードタイムを計算し、現金が尽きない範囲で発注するサイクルを構築します。

#### ✓ ACTION

需要＝在庫＝現金の連動管理

### 04 運用KPI整備

感覚的な発注を卒業します。在庫回転率、欠品率、SKUごとの粗利額を明確な数値として週次でモニタリングします。

#### ✓ ACTION

週次レポートでの数値管理

# 壁の突破と次へのステップ

100 → 500 万円

## ❗ この段階の壁：資金繰り

### 売上増 ≠ 資金増

売上が急伸する局面では、入金よりも先に「仕入れ代金」と「在庫」が膨らみます。帳簿上は黒字でも、手元の現金が枯渇する「黒字倒産」の危機が高まる時期です。



## ✅ 次へ進むサイン

以下のKPIを安定して達成できれば、Stage 3への移行準備完了です。

REVENUE **100 → 500**  
万円

CCC **< 60** days

資金回収サイクル

**<**  
TURNOVER **45** days

在庫回転日数

GROSS **>**  
MARGIN **30** %

粗利率

## 🔑 突破方法：3つのアクション

### 支払サイト延長交渉

仕入れ先に対し「月末締め翌月末払い」などを交渉。支払いを遅らせることでCFを改善。

### 高回転SKU集中

利益率よりも「現金化速度」を優先。即売れる商品を軸に資金を回転させる。

### 粗利率引き上げ

セット販売や原価低減により利益バッファを確保し、資金ショートへの耐性をつける。

# Stage 3: やるべきこと

500 - 1000万円

## 「個人」の限界を 組織力で突破する

月商500万を超えると、店主一人の「勤と根性」では限界が来ます。業務を切り出し、誰でも回せる仕組み（システム・外注）に置き換え、組織的な運営体制へと転換するフェーズです。

### KEY PERFORMANCE INDICATORS

REVENUE  
GOAL

1000 万円

OUTSOURCING

30 %以上

CHANNELS

2-3 ch

OWNER  
WORK

< 30 %

01

### 外注化開始 **STANDARDIZE**

誰でもできる作業は手放します。物流（出荷）とCS（一次対応）から着手し、経営者の時間を確保します。

02

### 販路拡大（マルチチャネル） **EXPAND**

単一プラットフォームのリスクを分散し、顧客接点を最大化します。在庫連動システムの導入が前提です。

03

### 業務設計（SOP整備） **MANUALIZE**

「あの人しか分からない」属人化を排除します。マニュアルとルールで品質を担保し、人に依存しない体制へ。

04

### IT導入（自動化） **AUTOMATE**

人力での調整業務を廃止します。WMS（倉庫管理）や受注一元管理ツールで処理を自動化し、ミスを撲滅します。

# 壁の突破と次へのステップ

500 - 1000万円

## ❗ この段階の壁：人材・時間

### 経営者の限界 = 成長の限界

すべての判断・実務を経営者が抱え込み、本人の時間が限界に達することで成長が止まります。「忙しいのに利益が増えない」典型的な属人化の罠です。



## 🔑 突破方法：3つのアクション

### 役割定義とKPI設定

業務を標準化（SOP）し、「誰が何をどこまでやるか」を数値で定義。感情ではなく数字で管理する体制へ移行。

### 週次ハドル・可視化

タスクと進捗をチーム全体で見える化。短い週次会議（ハドル）でズレを修正し、属人的な指示出しを減らす。

### テスト採用・即戦力化

まずは業務委託で小さくテスト。マニュアルを用いたオンボーディングで、教育コストを最小限に抑える。

## ✅ 次へ進むサイン

経営者が現場を離れても、組織が自走して売上が伸びる状態を確認します。

REVENUE **1000** 万円達成

FOUNDER'S OPS **< 30 %**

経営者の実務比率

CHANNELS **2-3** 販路

販路分散と粗利安定

INVENTORY **> 98 %**

在庫正確率

# Stage 4: やるべきこと

1000 → 3000万円

## TARGET REVENUE

**3000** 万円/月

## INVENTORY ACCURACY

**98** %以上

## CASH FLOW MGMT

**予実±5** %以内

## INVESTMENT

**ROI向上** (広告・システム)

01

### 管理会計と 資金予測

税務会計だけでなく、管理会計を導入。PL・BS・CFを連動させ、未来の資金繰りを予測します。

02

### 在庫最適化

在庫金額が大きくなるため、感覚運用は致命的。科学的な発注点管理へ移行し、現金不足を防ぎます。

03

### 組織設計

社長がいなくても現場が回る仕組みを作ります。評価制度と目標管理で組織のベクトルを統一します。

04

### 成長投資 ポートフォリオ

利益をただ内部留保せず、次の成長の柱（商材・広告・システム）へ戦略的に再投資します。

#### ACTION

月次予実管理と資金繰り表の連動

#### ACTION

需要予測・安全在庫・ABC分析導入

#### ACTION

リーダー層育成・OKR/KPI運用

#### ACTION

新規商材・広告・システムへの投資配分

# 在庫・資金の壁と高度な経営

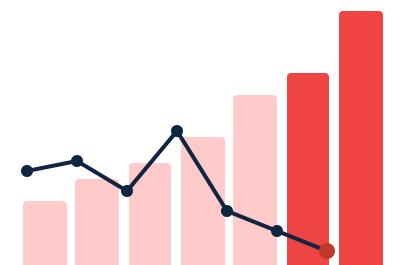
1000→3000万円

## THE OBSTACLE

## 在庫規模の肥大化とCFの振れ幅拡大

月商1000→3000万円規模に達すると、在庫金額は数千万円単位に膨れ上がります。わずかな需要予測のズレや入庫遅延が、致命的な「資金ショート」や「倉庫パンク」を招くリスクが最大化します。

## RISK VISUALIZATION



Inventory Cash Flow

## BREAKTHROUGH STRATEGIES

01

### 需要予測精度向上・補充自動化

「勘」の発注を廃止し、科学的なアプローチへ移行します。過去の販売データと季節係数から需要を予測し、発注点を自動計算。安全在庫のルールを厳格化し、過剰在庫と機会損失を同時に防ぎます。

需要予測精度 85%+

ABC ANALYSIS

02

### CCC短縮（キャッシュコンバージョンサイクル）

「資金効率」を最優先KPIに設定します。売掛回収を早く、買掛支払いを遅く、そして在庫回転を極限まで上げることで、手元資金を厚く保ちながら成長投資を可能にします。

CCC &lt; 45 DAYS

在庫回転 &lt; 30 DAYS

03

### 調達多様化（ファイナンス）

売上拡大スピードに自己資金が追いつかなくなる前に手を打ちます。銀行融資（プロパー・保証協会）、在庫ファイナンス、少人数私募債など、調達手段のポートフォリオを組みます。

# 輸入ルートと輸出ルートの違い・選び方

## STARTING POINT

調達・商品の「優位性」はどこにある？

### 輸入ルート

IMPORT STRATEGY

#### CHARACTERISTICS

- ✓ 海外の「安さ・品質」を国内へ
- ✓ 原価優位性を活かした価格競争

#### HURDLES

関税・法規制(PSE/食品衛生)・為替リスク

#### CRITERIA / GO SIGN

見込み粗利率

**35% 以上**

### 輸出ルート

EXPORT STRATEGY

#### CHARACTERISTICS

- ✓ 日本の「独自性」を世界へ
- ✓ Japan Brandの高付加価値販売

#### HURDLES

現地法規(PL法/認証)・配送・言語

#### CRITERIA / GO SIGN

勝利の方程式

**客単価 × LTV向上**

## WARNING

# 各ステージの「絶対NG」行動

### STAGE 01 (0 → 100万円)

#### 大量仕入れ・多チャネル同時展開

売れる確証がない段階での在庫リスクは致命的。リソース分散によりどの店舗も中途半端になり、キャッシュアウトの原因となる。

### STAGE 02 (100 → 500万円)

#### 粗利軽視・資金繰り放置

「売上」だけを追うと資金ショート（黒字倒産）する。利益率とキャッシュフロー計算を無視した拡大は危険。

### STAGE 03 (500 → 1000万円)

#### 権限委譲なし・属人運営

「自分でやった方が早い」は組織化の敵。経営者がボトルネックになり成長上限が決まる。SOPなき拡大は崩壊を招く。

### STAGE 04 (1000 → 3000万円)

#### 勘と根性の在庫運用

規模拡大後の感覚的な発注ミスは、数千万円の損失や在庫回転悪化を招き経営危機に直結する。



### 全ステージ共通：数字の未可視化（盲目飛行）

KPI不在・予実管理なしでの経営は、目隠し運転と同じ。週次KPI未設定、PL/BS月次遅延、在庫回転率の無視は、いつ事故が起きてもおかしくない状態を招く。