

<計画の内容>は、合計最大5枚までとします。

<計画の内容（新型コロナウイルス感染症の影響を乗り越えるための取組）>

1. 新型コロナウイルスの影響を乗り越えるための投資の種類（該当する類型を、一つ以上選択）

- A：サプライチェーンの毀損への対応
- B：非対面型ビジネスモデルへの転換
- C：テレワーク環境の整備

2. 事業概要（自社の概要や市場動向、経営方針等を記載ください）（注1）

【設立の経緯、店舗情報】

- ・名称 [REDACTED]
- ・代表者 [REDACTED]
- ・業種 飲食店
- ・従業員数 正社員1人、パート・アルバイト0人
- ・店舗・立地 1995(平成7)年9月「[REDACTED]」開業（[REDACTED]）。一宮市内の[REDACTED] [REDACTED]に一宮市では初めてとなる創作和食のお店として現在も親しまれている。
そのほか[REDACTED]を手掛けるようになったため平成26年2月に[REDACTED]に組織変更。
2002年、[REDACTED]を開始。
2019年12月、[REDACTED]から撤退
2020年3月、[REDACTED]で使用していた厨房（[REDACTED]）を改装し、[REDACTED]を開業。
現在は飲食店2店（[REDACTED]）と[REDACTED]を行っている。
[REDACTED]の営業時間は11:30～14:00、17:30～22:00（休日：毎週水曜日）
[REDACTED]の営業時間は11:30～19:30
- ・座席 [REDACTED]：カウンター（7席）、テーブル席（16席）、和室2部屋（20席）、座敷席（12席）
[REDACTED]：カウンター（3席）、テーブル席（4人掛けテーブル×2、6人掛けテーブル×2）
- ・経営理念 お客様のニーズに応える
- ・事業内容 旬の素材をふんだんに使用した料理でおもてなしをしている。



(メニューの一例)



(店内風景①)



(店内風景②)

【売上の状況】

(単位：千円) ※3月決算

	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
売上高	■	■	■

【市場動向（外部環境）】**(1) 一宮市の人口と和食店**

一宮市の人口は令和 2 年 1 月 1 日現在で 385,228 人。うち 50 歳代は 51,781 人(うち男性 26,071 人)、60 歳代は 43,353 人(同 21,114 人)、70 歳代は 49,227 人(同 22,388 人)である(一宮市ホームページより)

一宮市内の飲食店は 930 店で、うち和食・日本料理店は 267 店(飲食店情報サイト「クックドア」より。令和 2 年 3 月 9 日検索)である。一宮市内の飲食店に占める和食・日本料理店の割合(和食・日本料理店/飲食店)は 28.7%で和食・日本料理店の店舗人口(市人口/和食・日本料理店)は 1442.8 名である。他業種(ラーメン店)の一宮市内の飲食店に占める割合は 7.8%で店舗人口は 5227.1 名であり、競争は他業種に比べて厳しい。

(2) 接待利用の減少

かつては“接待の場”として当店を利用されていたが、近年は景気の低迷と接待の規制強化、事業所数減少、消費増税の影響を受け、接待の場として当店(■)を利用するお客様は減少している。

(3) 競合について

和食・日本料理店の競争は厳しい一方、鰻料理専門店の■の競合店舗は、一番近くでも当店から車で 5 分程度かかる状況で、市内でも 7 店舗と比較的競合は少ない。これは鰻の仕入れルートを確保するのが困難なためである。

【市場動向（内部環境）】**(1) 質の高い鰻を養殖家から直接仕入れる**

他の鰻専門店の多くは問屋を通じて鮮魚店より鰻を仕入れることが多いが、当店は■がシラスを日間賀島の漁師から直接仕入れ、人間関係が構築できていることもあり、漁師から鰻の養殖家を紹介していただいたこともあり、三河一色産の質の高い大きな鰻を養殖家から直接安価で仕入れることが出来る。

(2) 高い技術力

後継者である■はかつて■にある創業 200 年を超える老舗「■」で和食を学びながら、お店の名物である鰻のさばき方や焼き方などを学ぶなど高い技術力を持っている。

(3) 鰻の焼き方を工夫

仕入れた鰻は代表者自らが捌き、半日寝かして次の日に焼く。これにより身の縮みとゴムのような弾力感をなくすことでしっとりとなる。また、他店よりも焼き時間を長くすることでウナギのゼラチン質を溶かし出すことで、外はパリッ、中はふわっとしたウナギを提供することが出来る。

(4) 〇〇でも提供する秘伝のタレを使用

当店で使用する鰻のタレは〇〇のオープン当初から継ぎ足しているコクのある秘伝のタレで、多くのお客様より好評をいただいている。その秘伝のタレを鰻用に改良（鰻の骨を乾燥させて焼き、それをタレに入れる）し、更なるコクと香ばしさを出している。

これらにより当店の鰻の質、技術力、タレは他店よりも特に優位性があり、厚みがありコストパフォーマンスの高いお値打ち感のある鰻丼、一宮市で今までなかった鰻丼を提供することが出来る。

【経営方針】

厚みがありコストパフォーマンスの高い当店の質の高い鰻丼を“美味しくてお値打ち感のある鰻”を召し上がりたいとお考えの高齢者夫妻やたまの贅沢として鰻を楽しみたい方を中心に効果的にPRする。

3. 新型コロナウイルス感染症による影響（売上減少等の状況について記載ください）（注2）

【売上減少の状況】

新型コロナウイルスの影響は日に日に拡大し、4月7日（火）にはついに緊急事態宣言が発令された。その後、愛知県でも4月10日（金）に県独自の愛知県緊急事態宣言が発令され、4月16日（木）には緊急事態宣言の対象地域が全国に拡大された。

3月から外出を自粛する動きはあったが、緊急事態宣言発令後はその動きがさらに強まり、また、〇〇も休業となるなど、当社も4月の売上高が前年同月比で〇〇%減少するなど厳しい状況に追い込まれている。

	2019年	2020年	減少率
2月売上	〇〇円	〇〇円	〇〇%
3月売上	〇〇円	〇〇円	〇〇%
4月売上	〇〇円	〇〇円	〇〇%

【今後の見通し】

この状況を救う一手としてテイクアウト・デリバリーが注目されており、当店も鰻のネット販売を実施するなどして巻き返しを図っていきたいと考えている。

4. 今回の申請計画で取り組む内容（注3）

【事業名：当店の強みである質の高い鰻丼を効果的に訴求し、販路拡大を図る】

【計画内容】

当店の質の高い鰻丼を“安くて美味しい鰻”を召し上がりたいとお考えの高齢者男性を中心に効果的にPRし、来店客数の増加と来店頻度の向上を図ることで、課題である和食以外の新たな収益事業を確立し、経営理念を実現する。

(1) 鰻丼のテイクアウト販売と宅配事業の積極的なPR（非対面ビジネスモデルへの転換）

新型コロナウイルスの影響により店内での飲食を敬遠される方が増加しているため、鰻丼のテイクアウト販売



と宅配事業を新たに実施、同事業を積極的にPRする。

(適宜チラシを作成し、鰻井のテイクアウト販売と宅配事業を積極的にPRする)

(2) 鰻のネット販売（非対面ビジネスモデルへの転換）

当店で調理した鰻を真空パックにし、当店の強みである秘伝のタレと一緒にインターネットでの販売を行う。

(3) ホームページを見直し、当店の強みを記載する

当店のメニュー等は現在、しゅん亭のホームページ内で紹介しているが、当店専用のホームページを開設し、当店の強みを記載する。

ホームページには鰻の仕入先はもとより焼き方の工夫、秘伝のタレ、代表者の経歴など当店の強みとなる部分を記載する。

(4) メニュー表を見直し、当店の強みを記載する

現在のメニュー表はメニューのみを紹介しているが、新たなメニュー表を作成する。新たなメニュー表では鰻の仕入先はもとより焼き方の工夫、秘伝のタレ、代表者の経歴など当店の強みとなる部分を記載する。

(5) 新たなセットメニューを導入する

新たなメニュープランとして 50 歳代以上の高年齢者男性を夫に持つ妻をターゲットにうなぎ丼にサラダかデザートをおプションで付けることができるセットメニューを新たに導入する。

<新セットメニューの一例>

・並うなぎ+サラダ or デザート 1,870 円 (税込)

※通常の並うなぎは 1,670 円 (税込)

(6) 当店で利用できる「鰻井ギフト券」を販売する

父の日や母の日のプレゼントなどとして利用できる「鰻井ギフト券」を販売する。ギフト券は土用の丑以外で利用可能とする。

(7) 訴求力を高める看板の設置

より訴求力を高めるべく、新たに看板を設置する。

【現状の看板】



店頭のみ看板を設置している

【新たな看板】



イメージ。訴求力の高い看板を設置することで当店の認知度を高める。

(8)実施スケジュール

	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
1. 鰻井のテイクアウト販売と宅配事業の積極的なPR	→							
2. 鰻のネット販売	→							
3. ホームページの見直し	→							
4. メニュー表の見直し	→							
5. 新たなセットメニューの導入	→							
6. 鰻ギフト券の販売	→							
7. 訴求力を高める看板設置	→							

5. 新型コロナウイルス感染症を乗り越えるための取組の中で、本補助金が経営上にもたらす効果

(1) 売上計画 ()

	1年後	2年後	3年後
売上高	万円	万円	万円

	補助事業実施後(1年後)
客数	名
客単価	円
1日の売上	円
1ヶ月の売上	円
1年の売上	円

(2) 実現性の根拠

- ・ 本店が提供する厚みがありコストパフォーマンスの高いお値打ち感のある鰻井は美味しくお値打ち感のある鰻を求める消費者ニーズに合致している
- ・ ホームページやメニュー表に本店の強みを訴求しようとしている

(3) 持続的な経営に貢献する理由

和食以外に収益の取れる事業を確立することで、新型コロナウイルス感染症など不測の事態にも対応できるだけの資金力を得ることが出来、本店の持続的な経営に貢献する。

※経営計画等の作成にあたっては商工会・商工会議所と相談し、助言・指導を得ながら進めることができます。

※採択時に、「事業者名称」および「補助事業で行う事業名」等が一般公表されます。

<支出経費の明細等> (注4)

(単位：円)

経費区分	内容・必要理由	経費内訳 (単価×回数)	補助対象経費 (税抜・税込)	補助対象経費のうち新型コロナウイルス関連投資額※
②広報費	ホームページ(ECサイト含む)制作・当社の強みをPRかつ鰻のネット販売等を実施するため(非対面ビジネスモデルへの転換含む)	一式 858,000	780,000	260,000
②広報費	看板設置・当店の訴求力を高めるため	下地工事 121,000 看板制作費 330,000 看板デザインデータ作成費 121,000 電気工事 88,000 設置工事費 88,000 諸経費・管理費 44,000	720,000	0
⑤開発費	鰻を梱包する箱のパッケージデザインの外注・ネット販売の鰻を梱包するため(非対面ビジネスモデルへの転換)	一式 165,000	150,000	150,000
(1) 補助対象経費合計			①1,650,000	②410,000
(2) 補助金交付申請額 (1)×補助率2/3以内(円未満切捨て)			1,000,000	
(3) 新型コロナウイルス関連投資の割合(%) (2/①)×100%≥1/6(16.7%)				*小数点第2位を四捨五入 24.9%

※経費区分には、「①機械装置等費」から「⑬外注費」までの各費目を記入してください。

※補助対象経費の消費税(税抜・税込)区分については、公募要領P.45を参照のこと。

※補助対象経費の1/6以上が、「サプライチェーンの毀損への対応」、「非対面型ビジネスモデルへの転換」、「テレワーク環境の整備」に関する投資であることが必要です。

※(2)の上限は100万円。

<補助対象経費の調達一覧> (注4)

<「2. 補助金」相当額の手当方法> (※3) (注4)

区分	金額(円)	資金調達先	区分	金額(円)	資金調達先
1. 自己資金	650,000		2-1. 自己資金	500,000	
2. 持続化補助金(※1)	1,000,000		2-2. 金融機関からの借入金		
3. 金融機関からの借入金			2-3. その他 (概算払いによる即)	500,000	

			時支給分含む)		
4. その他					
5. 合計額 (※2)	1,650,000				

※1 補助金額は、支出経費の明細等(2)補助金交付申請額と一致させること。

※2 合計額は、支出経費の明細等(1)補助対象経費合計と一致させること。

※3 原則、補助事業が終了してからの精算となりますので、その間の資金の調達方法について、ご記入ください。

○複数事業者による共同申請の場合の記載について

(注1) 共同申請の場合、共同で取組む経緯や取り組んでいる内容等で記載してください。

(注2) 共同申請の場合、共同事業での影響の状況を記載してください。

(注3) 共同申請の場合、共同経営計画の内容を記載してください。

(注4) 共同申請の場合、記載は不要ですが、必ず様式2-2を提出してください。