

<経営計画>【必須記入】

<経営計画>及び<補助事業計画>(II.経費明細表、III.資金調達方法を除く)は最大8枚程度までとしてください。

1. 企業概要

【自社の概要】

- ・名称 [redacted] (代表： [redacted])
- ・創業 [redacted]年 [redacted]月 [redacted]日。一宮駅周辺のお客様の動向を踏まえ、一宮市で初めて掘りごたつ席のある [redacted]として現在まで営業している。
- ・業種 飲食業([redacted])
- ・営業時間 ランチタイム (月曜日～金曜日 11:30～14:00(LO 13:30))
※火、土、日、祝日は休み
ディナータイム (日曜日～木曜日 17:30～23:00(LO 22:00)、金曜日・土曜日・祝前日 17:30～24:00(LO 23:00))
- ・定休日 毎週火曜日
- ・立地 JR尾張一宮駅、名鉄一宮駅から徒歩 [redacted]分
- ・座席 カウンター [redacted]席、掘りごたつ席 [redacted]席
- ・メニュー ランチ、オードブル盛り合わせ、コース料理、アラカルトほか
割合は、アラカルトが6割でコース料理が4割
- ・経営理念 [redacted]
- ・メイン顧客 40～60代の富裕層のカップル (男女比5:5)



(店舗外観)



(店内)

【売上の状況】

(単位：円)

	平成30年	令和元年	令和2年
売上高	[redacted]	[redacted]	[redacted]

- ・客単価 [redacted]円
- ・経営課題 後述

2. 顧客ニーズと市場の動向

【顧客ニーズ】

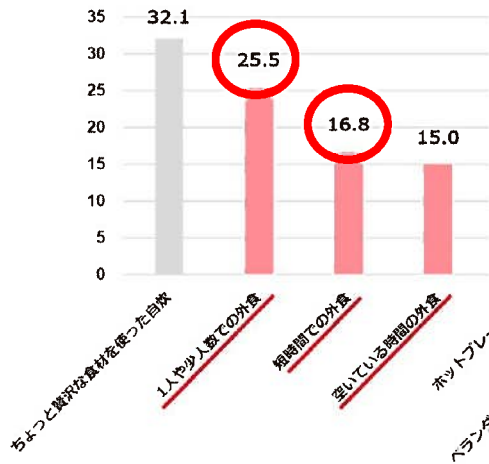
(1) コロナ禍での食の楽しみ方に関する調査

株式会社ぐるなびが会員を対象に2021年2月に実施した調査によると、コロナ禍にあつて食を楽しみたい、ちょっと美味しいものを食べたいと思ったときに「外食」と回答した人は全体の42.3%となり、工夫していることとして「1人や少人数での外食」など感染予防対策を取りながら外食を楽しんでいる人が多くいることが分かった。

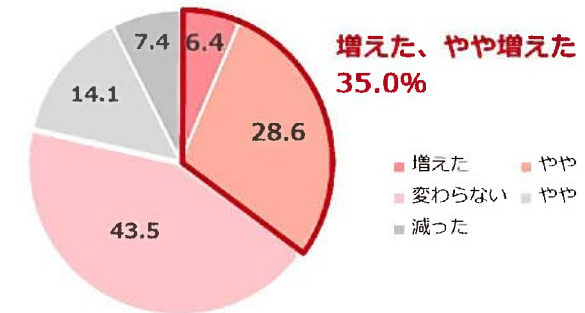
また、「食を楽しむための費用」については、これまでと「変わらない」と回答した人が43.5%いる一方、「増えた」とした人も35.0%いることが分かった。この傾向は、今後も続くものと思われる。

* 出典元：<https://corporate.gnavi.co.jp/release/2021/20210210-019401.html>

Q2. コロナ禍で、食を楽しむために工夫していること



を楽しむために掛ける費用は増えましたか。(n=1000) (%)



(2) 衛生観念が高まり、新型コロナ対策の徹底が求められる

株式会社 SARAH がユーザーを対象に実施した「コロナ禍で抵抗を感じる飲食店調査(*1)」によると新型コロナ対策ができていない飲食店に行くことに抵抗がある人の割合は男性で71.9%、女性で86.4%と非常に高かった。また、再度訪問したい飲食店の条件として男女ともに最も多かった回答は「料理の味 (男性80.8%、女性89.6%)」が最も多かったものの、「新型コロナ対策が行き届いている (男性63.2%、女性81.2%)」と新型コロナ対策の徹底も求められていることが分かった。

*出典元: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000036.000012648.html>

(3) 密を避けられる場所を選ぶ

同じく、株式会社ぐるなびの「緊急事態宣言解除後の外出志向」に関する調査によると、解除後の外出で意識することとして、「密が避けられる場所」が56.6%と高いことが分かった。

*出典元: <https://corporate.gnavi.co.jp/release/2021/20210308-019406.html>

(4) 富裕層ほど「味はいいがサービスが悪い店」には行かない傾向がある

ニュースサイトしらべえ編集部が2016年7月4日に発表したアンケート(有効回答数1,358名:全国20代から60代の男女)によると「味は良くてもサービスが悪い店には二度と行かない」と回答した人が64.1%であり、年収700万円以上の方は67.4%、同1,000万円以上の方は77.3%となり高収入な人ほどサービスにこだわる傾向があることが分かった。

(5) 安心・安全にこだわる人が多い

ソフトブレン・フィールド株式会社が2014年10月1日に発表した「食の安全」についてアンケート(有効回答者数933名(平均年齢44歳):30代から40代の主婦を中心に回答)によると、食品購入時に心がけていることで「食品添加物を避ける」と回答した人は59.5%、食の安全性について「常に気にする人」が50.3%と口に入れるものだからこそ安心・安全にこだわる人が多く存在することが分かった。

(6) 当店の来店客の傾向

4人以上の団体での来店が大きく落ち込んでいる一方、コロナ禍で国内・海外旅行を控える

分、その費用を外食に回す方が増えているのか1人あたりの客単価は上がっている。

以上の調査結果などから、今後はこれまで以上に**より高級なサービスを提供する、満席にしなくても売上を上げる店舗づくりが必要である**と考えられる。

【市場の動向】

(1) 一宮市の人口と [] について

一宮市の人口は2021年4月1日現在383,582人(「一宮市ホームページ」より)で、当店のメイン顧客である40代から60代は153,455人(うち女性76,350人)である。

一方、市内の [] の数は分からないものの日本料理店、中国料理店、焼肉店を除く専門料理店は132店(「平成28(2016)年経済センサス-活動調査」より)で店舗人口(市人口/専門料理店)は2,915人である。所得の高い富裕層も多くおり市場としては成立する。

【競合について】

当店では以下を競合と考えている。

- []、[] 【理由：当店と同じ [] であるため】
- [] 【当店と商圈が被るため】

3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強み

【当店の強み(他店に比べて優れている点)】

(1) [] はもとより []、[] にも精通

代表者は学校卒業後、[]、[]、[] でそれぞれ修業経験があるため []、[] にも精通している。よって当店で提供する [] には [] や [] を取り入れた四季折々の斬新な料理が楽しめる。



(メニューの一例)

(2) “シズル感”と“時流”を心がけ本物志向の接客、おもてなしを提供

代表者は、修業時代に徹底的に叩き込まれた“シズル感”と“時流”の2つの原則を常に心がけている。“シズル感”とは、食欲や購買意欲を刺激するような食品の活きの良さや瑞々しさといった人間の五感を刺激する感覚のことで、音や色彩、ボリューム、温度の4つをメニューに取りいれている。“時流”とは、出来立て感、本物感、個別対応力の3つの視点で流行に乗るのではなく、本物志向の接客、おもてなしをするもので、2度3度来店されたお客様に対しては積極的に名前をお呼びするなどしている。

(3) 安心・安全な素材を使用

素材は出来る限り地産地消にこだわり、肉・野菜・魚は主に愛知県または岐阜県から仕入れている。

(4) お客様の声(「食ベログ」の口コミより原文のまま抜粋)

- []
- []

(5) 当店のトイレに関するお客様の声

- ☆ [Redacted]
- ☆ [Redacted]
- ☆ [Redacted]
- ☆ [Redacted]

このように、当店のトイレに関しての改善要望が多く寄せられている。

【競合比較】

以上のことから、当店と競合他社 A ([Redacted]) 競合他社 B ([Redacted])、競合他社 C ([Redacted]) を比較すると以下のとおりである。

比較項目	当店	競合他社 A	競合他社 B	競合他社 C
料理の味	◎	○	○	○
接客・おもてなし	◎	○	△	○
素材	○	○	○	○
客単価 (*1)	○	△	△	○
トイレ	×	○	○	○

(*1) 客単価の高い・安いで判断し、高い場合を○とした

4. 経営方針・目標と今後のプラン

【環境分析】

		顧客ニーズ
		<ul style="list-style-type: none"> ・「1人や少人数での外食」を楽しんでいる人が多くいる ・密を避けられる場所を選ぶ ・富裕層ほど「味はいいがサービスが悪い店」には行かない傾向 ・4人以上の団体での来店が大きく落ち込んでいる一方、1人あたりの客単価は向上。
強み	強みを活かして顧客ニーズに対応	
<ul style="list-style-type: none"> ・ [Redacted] はもとより [Redacted]、 [Redacted] にも精通 ・ 本物志向の接客、おもてなし ・ 安心・安全な素材を使用 ・ 客単価の高さ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新たなコース料理を提供し、更なる客単価の向上を図る。 ・ 従業員教育を徹底し、これまで以上に本物志向の接客を行う。 	
弱み・問題点	弱みを克服して顧客ニーズに対応	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 昨年度、店内改装を行ったが、トイレは当店が開店した [Redacted] 年 [Redacted] 月から改装をしておらず、店内とのギャップが生じている。結果、お客様から当店のトイレに対し、多くのご意見、ご要望を頂戴している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新たにトイレを改装し、新型コロナウイルス感染リスクの軽減と居心地の良い空間を提供する。 	

【経営方針】

環境分析を踏まえ、経営方針を『当店の強みである「本物志向の接客、おもてなし」を生かし、満席にしなくても売上を上げる店舗づくりを行う』とする。

【目標】

	客単価	売上額	粗利益額
目標	■■■■円	■■■■千円	■■■■千円
現在	■■■■円	■■■■千円	■■■■千円

【課題解決方法（今後のプラン）】

<課題①>

4名以上の団体での来店客が大きく落ち込んでいる。

<課題解決方法①>

少人数での来店客向けに新たなコース料理を提供し、客単価をあげる。

<課題②>

密にならない店舗づくりが求められる。

<課題解決方法②>

満席にならないよう入場制限を行うことで密を防ぐ。売上減少リスクに関しては、解決方法①で解決。

<課題③>

富裕層により受け入れられる店舗づくりが求められる。

<課題解決方法③>

従業員教育を徹底し、これまで以上に本物志向の接客を行う。

<課題④>

お客様からのトイレに対する改善要望がある。

<課題解決方法④>

新たにトイレを改装し、居心地の良い空間を提供する。

<その他>

新型コロナウイルス対策をさらに徹底させる。

4-2. 事業承継の計画【採択審査時に「事業承継加点」の付与を希望する事業者のみ記入】

「事業承継加点」の付与を希望する場合には、以下の3項目すべてについて、いずれか一つをチェックするとともに、地域の商工会議所から交付を受けた「事業承継診断票」（様式6）を添付すること。なお、事業承継には、事業譲渡・売却も含まれます。

- (1) 事業承継の目標時期 ①申請時から1年以内 ②1年超5年以内 ③5年超
- (2) 事業承継内容(予定) ①事業の全部承継 ②事業の一部承継(業態転換による一部事業廃止含)
- (3) 事業承継先(予定) ①親族 ②親族以外 ((i) 親族外役員・従業員、 (ii) 第三者(取引先等))

＜補助事業計画＞

I. 補助事業の内容

1. 補助事業で行う事業名【必須記入】(30文字以内で記入すること)



2. 販路開拓等（生産性向上）の取組内容【必須記入】（販路開拓等の取組内容を記入すること）

【概要】

当店の強みである「本物志向の接客、おもてなし」を生かし、満席にしくなくても売上を上げる店舗づくりの一環として下記を実施する。

①少人数で来店されるお客様の客単価をあげるため、新たなコース料理を提供する。

②富裕層により受け入れられる店舗づくりとして、従業員教育を徹底し、これまで以上に本物志向の接客を行うとともにトイレも整備する。

□従業員教育の内容

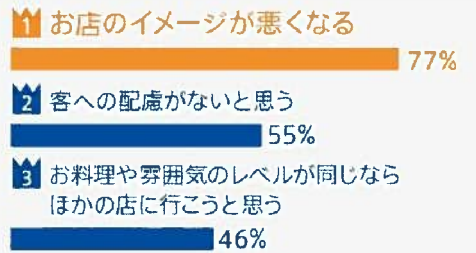
お客様のお名前を呼ぶのはもとより、お客様に特別感を味わっていただけるような接客をこれまで以上に徹底する。

□トイレの整備

店員とお客様とのソーシャルディスタンスを確保するため昨年度、店内改装を行った。これにより、店内も換気が良くなったほか、店員とお客様とのソーシャルディスタンスが確保されたことで、オーダーの聞き取りもなどもスムーズに出来るようになった。

その一方、トイレは当店が開店した 年 月から改装をしていないこともあり、店内とのギャップが生じている。

大手住宅機器メーカーTOTO 株式会社が行った「飲食店トイレの意識調査(*)」によると、飲食店のトイレがきれいだと「お店のイメージが良くなる」と回答した人が79%、飲食店のトイレが汚いと「お店のイメージが悪くなる」と回答した人が77%と回答しており、トイレで飲食店のイメージが左右されてしまうとの結果も出ているため、新たにトイレの改装を実施することとする。



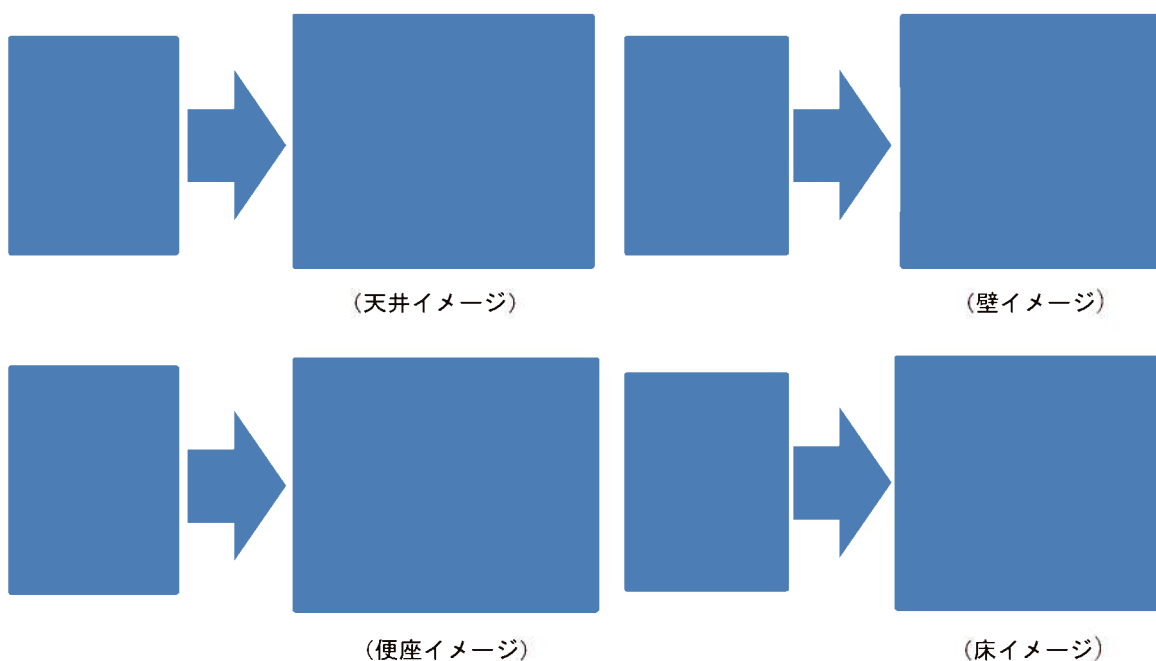
*出典元 : <https://jp.toto.com/products/public/machinaka/restaurant/questionnaires.htm>

＜トイレの改装内容＞

	場所	これまで	これから
①	天井	天井板が剥がれたり、場合によっては天井が落ちてくる可能性がある。	高級店に多い間接照明でLEDに。

②	壁	古いタイル張り。高級店でこのようなタイル張りをしているところはない。	タイルから変更する。
③	便座	自分で蓋の開閉やレバーを捻らないといけない。	便座に触らなくてすむよう自動開閉、自動洗浄ができるようにする。 *新型コロナ感染リスクの軽減に資する
④	床	モルタルうちになっている。デッキブラシで時間をかけて繰り返し掃除をしているためムラが出来ている。	掃除がしやすい素材にする。
⑤	手洗い	手洗い器が小さく、水がはねてしまう。	手洗い器を大きくし、水が床にこぼれないようにする。
⑥	その他	換気扇はあるが換気機能は弱い。	換気機能の高い換気扇へ取り換える。 *新型コロナ感染リスクの軽減に資する

※画像（ Before <現在の写真> と After <イメージ> ）



【どうやって周知するのか（創意工夫点）】

- (1) インスタグラムやフェイスブックなど SNS を活用する。
- (2) 店内での告知（チラシの設置）
- (3) クチコミ



(当店のInstagram)



(当店のフェイスブック)

【スケジュール】

	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
①新たなコース料理を提供	→							
②従業員教育の実施	→							
③店舗設備の整備 (トイレ改装)	検討			発注	設置			

3. 業務効率化（生産性向上）の取組内容【任意記入】

*公募要領 P.33 に該当する取組を行う場合は本欄に記入します。特になければ本欄は空欄のままご提出ください。

コース料理は仕込みが読めるため、コース料理の割合が高くなればなるほど業務効率化に繋がる。

4. 補助事業の効果【必須記入】

*販路開拓等の取組や業務効率化の取組を通じて、どのように生産性向上につながるのかを必ず説明してください。

【補助事業実施後の効果（ディナー）】

	補助事業実施前	補助事業実施後(1年後)
1日の客数	■名	■名
客単価	■円	■円
粗利益率	■%	■%
1ヶ月の売上	■千円	■千円
1年の売上	■千円	■千円

※別にランチの売上として ■千円を見込む。1カ月の営業日は ■日で試算。

事業の実施にあたって新たに ■万円の初期投資（補助対象経費含む）が発生するが、■年以内で投資を回収する。補助事業を通じて、当店を更に成長させ地域に根ざした当店をしっかりと維持できるようする。

【持続的な経営に貢献する理由】

新型コロナウイルス感染拡大を機にさらに高まった衛生観念やマインドは、コロナ収束後も続くと考えられるため。

※経営計画・補助事業計画等の作成にあたっては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称」等が一般公表されます。

※各項目について記載内容が多い場合は適宜、行数・ページ数を追加できます。

【日本商工会議所提出用】

(様式3-1: 単独1事業者による申請の場合)

補助事業計画書②【経費明細表・資金調達方法】

名称: ●●●●

II. 経費明細表【必須記入】

(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 (税込)
⑬外注費	トイレ改装・新型コロナ感染リスクの軽減と居心地の良い空間を提供するため	解体工事 23,760 水道設備工事 310,464 木工事 196,890 内装工事 79,200 建具工事 103,883 諸経費 129,360	843,557
(1) 補助対象経費合計			843,557
(2) 補助金交付申請額 (1)×補助率2/3以内(円未満切捨て)			(a) 500,000

※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。

※経費の内訳に関しては、内容がわかるように記載してください。

※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.62を参照のこと。

※(2)の上限は50万円。ただし「認定市区町村による特定創業支援等事業の支援を受けた小規模事業者」および法人設立日が2020年1月1日以降である会社(企業組合・協業組合を含む)、または税務署に提出する開業届に記載されている開業日が2020年1月1日以降である個人事業主の場合は、上限100万円。

※以下に該当する場合には、に (チェック)を入れてください。(i)・(ii)に該当すれば上限が100万円に引き上がります。

i 「認定市区町村による特定創業支援等事業の支援」を受けた小規模事業者(申請時に「特定創業支援等事業により支援をうけたことの証明書」の添付が必須です。条件の詳細は公募要領P.46参照。)

ii 法人設立日が2020年1月1日以降である会社(企業組合・協業組合を含む)、または税務署に提出する開業届に記載されている開業日が2020年1月1日以降である個人事業主(申請時に「現在事項全部証明書または履歴事項全部証明書」、または「開業届」の添付が必須です。)

III. 資金調達方法【必須記入】

<補助対象経費の調達一覧>

区分	金額(円)	資金調達先
1. 自己資金	343,557	

<「2. 補助金」相当額の手当方法>(※3)

区分	金額(円)	資金調達先
2-1. 自己資金	500,000	

2. 持続化補助金 (※1)	500,000	
3. 金融機関からの借入金	0	
4. その他	0	
5. 合計額 (※2)	843,557	

2-2. 金融機関からの借入金	0	
2-3. その他	0	

※1 補助金額は、Ⅱ. 経費明細表(2) 補助金交付申請額と一致させること。

※2 合計額は、Ⅱ. 経費明細表(1) 補助対象経費合計と一致させること。

※3 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。

(各項目について記載内容が多い場合は、適宜、行数・ページ数を追加できます。)