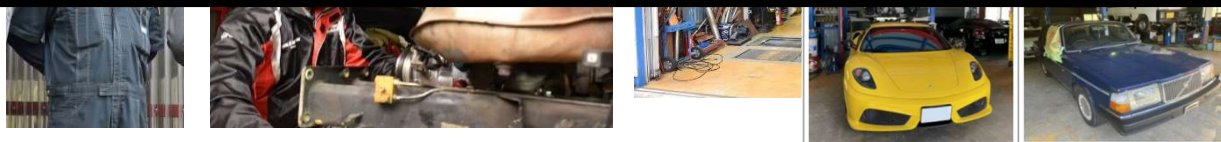
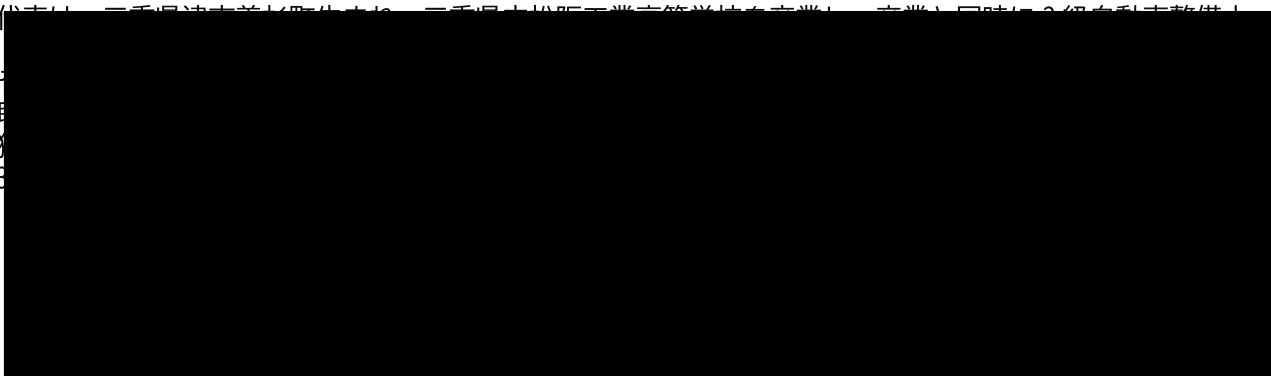


その1：補助事業の具体的取組内容

I. 本補助事業の背景

(1) 当社の概要

当社は伝統的な自動車整備を超え、車両に新たな付加価値を創出するという革新的な取組みを推進している。特に本事業で取り組む「キッチンカーおよび移動販売車の制作」は当社の新しい取り組みであり、そのための設備の導入を検討中。更に自社内製化を進めることで、利益率の向上を目指している。



◆当社の主要取引先と売上構成比率。

商品分類	割合	得意先	割合
車検一般整備	60%	個人顧客	60%
パーツ販売	20%	法人顧客	10%
ロードサービス	15%	リピーター、常連顧客	30%
その他	5%		

【売上構成から見る近時の特徴】

近年、当社のメインターゲット層において、消費性向は下降傾向を続けている。可処分所得が増加しているにも関わらず、消費支出が減少しているといった傾向がある（労働産業省：令和元年度版労働経済の分析）ため、当社の事業継続・成長のためにも、新たな顧客層の獲得が課題である。

【当社の強み】当社には以下のような強みがある。

(1) 高い技術力、広範囲の資格と経験

広範囲の資格と経験：代表取締役、芝山 茂樹は、国家検定検査員としての資格を有しており、日本モーターサイクル協会での役職経験から、モータースポーツ業界における強固なネットワークを築いている。

(2) 他社にはない高品質の提供

製作するための部品は全て国内生産、また主要パーツもメーカー純正品や国産部品のみを使用し、内装に使用する布材等も全て国内生産で仕上げる拘りは、競合他社には無い点である。

(3) 自動車整備士の希少性

自動車整備士が減少しており、当社の技術の希少性が高まっている。

(2) 本補助事業における社会的背景と市場（顧客）ニーズ・機会

① 社会的背景 ■伝統的な自動車産業の変革

近年、自動車業界においては伝統的な保険やレンタカーサービスの市場が競争の激化に伴い、利益率が低下している。また、環境への意識の高まりから、エコカーやUV 車への需要が増加している。これは、新しいビジネスモデルの創出や、独自の付加価値を持ったサービスの開発が急務とされている現状を示す。つまり、伝統的な自動車関連サービスのビジネスモデルは、現代の消費者のニーズに合わせて、大きな変革を迫られている。

② 具体的なニーズ・機会 ■移動販売車市場への新規参入

現代社会では、オンデマンドのカスタマイズやエコフレンドリーな材料を活用した商品・サービスが好まれており、このニーズに応える形で、キッチンカーや移動販売車の制作が注目を集めている。特に、当社の代表取締役、芝山茂樹氏はモータースポーツ業界での豊富な経験とネットワークを持っており、これを活かした新規事業の成功の可能性が高い。

これは他社が提供する類似サービスと差別化を図るための大きな鍵となる。以上の要素を踏まえ、当社は移動販売車制作の市場において、独自の価値提供を通じて、新しいビジネスチャンスをつかむべく一歩を踏み出すことを決意した。

③ 競合他社の動向

本補助事業は革新的なカスタマイズ提案とデータ分析を駆使してUV車、エコカーの移動販売車向けの制作サービスを提供していく計画である。近年、キッチンカーや移動販売車の制作が中心となる新しい付加価値を持った車両の市場は急成長を遂げている。この市場での成功要因は、顧客のニーズに合わせた地域性を活かしたオリジナルデザインや環境に配慮した材料の使用、さらに移動販売車の需要を予測するAI技術を活用した営業提案などである。

しかし、この市場の拡大に伴い、多くの競合他社も同様のサービスを提供し始めている。一部の競合は、似たようなオンデマンドのカスタマイズやデザインサービスを打ち出しており、市場内での競争が激化している。つまり、当社が提供するサービスが他社と差別化される必要があるということである。このため、当社は他社との違いとして一貫したサービス提供や外部の専門家、コンサルタントの知識の活用を前面に打ち出すことを想定している。これにより、お客様は他の業者を探す手間を省くことができ、サービスの一貫性による品質の安定感を得られる。

さらに、当社の周辺には同様のサービスを提供する競合他社が少なく、この市場への早期参入が大きなアドバンテージとなっている。近隣の競合と言える企業でも、本計画のような一貫したサービス提供や専門的知識を活用した制作は行っていない。

つまり、現状では当社がこの市場でのリーダーシップをとることが期待され、競合他社との差別化により、需要を一手に集める可能性が高いと考えられる。

④ SWOT分析（強み・弱み・機会・脅威）

内部環境	外部環境
強み <u><商品、サービス></u> ■ 「MOTOR LIFE ENJOY」を立ち上げるなど、長年の整備経験を基に新しい事業モデルを展開してきた。特に、UV車やエコカーの移動販売車向け制作サービスは、オンデマンドカスタマイズと地域の特色やエコフレンドリー材料を活用するという革新的な提案をもっている。 ■ 一貫したサービス提供により、顧客への付加価値を最大限に高め、事業の実現性を強化。 <u><経営資源></u> ■ 代表取締役 芝山 茂樹は、国家検定検査員としての資格を持つ。これに加えて、日本モーターサイクル協会での多彩な役職経験から、モータースポーツ業界における強固なネットワークを築いている。 <u><業務(ノウハウ等)></u> ■ 自社内製化により、利益率の向上を図りながら、高品質なサービスを提供。	機会 <u><顧客></u> ■ 地域性や環境に配慮した車両制作サービスへの需要の高まり。 <u><市場></u> ■ キッチンカーや移動販売車の制作を中心に、新しい付加価値を持った車両の市場需要が増加中。 <業界(競合)> ■ 専門的知識の活用やAI技術を利用したサービス提供により、競合との差別化を図る。
弱み <u><商品、サービス></u> ■ 新規事業モデルへの展開に伴う、初期の市場浸透認知度。 <業務(ノウハウ等)> ■ 新規事業分野における深い経験の不足。	脅威 <u><市場></u> ■ エコカー市場の急激な変動や政府政策の変更。 <業界(競合)> ■ 新規参入企業や大手企業の参入による競争激化。

(3) 当社の事業化面の課題

上述の通り、UV車、エコカーの移動販売車向けのサービスは今後の需要増加が見込まれる。これらを背景とし、有望なUV車およびエコカーの移動販売車の制作の市場へ展開する。そのため当社は以下の**技術面(体制面)**、**事業化面の課題**を解決する必要がある。

■技術面の課題

項目	課題内容
①規制との対応	キッチンカーは食品を取り扱う場所でありながら、車両としての要件も満たさなければなりません。そのため、食品衛生に関する法規制や車両としての

	安全基準など、さまざまな規制をクリアする必要があります。具体的には、使用する材料の衛生基準、換気や排煙の設備、消防法や道路運送車両法など、多岐にわたるチェック項目を満たす必要があります、これに対応する設計や手続きが複雑となる場合があります。
②機能性の新しい車両改修への対応	UV車およびエコカーの車両改修時には従来のアナログ作業、技術だけでなくオンデマンドの付属機器や高度なデジタルの付属機器の改修が必要になる。
③設計と機能性のバランス	キッチンカーは移動可能である一方、料理を行う上での十分なスペースや機能性が求められます。従って、制作時にはコンパクトさと機能性のバランスを取るのが難しくなる場面があります。特に、収納スペースや調理機器の配置、通路の確保など、狭い空間の中での最適なレイアウトを行う高度な作業が要求されます。
④電気・ガス・水の供給と排水問題	キッチンカーは料理を行うために電気やガス、水の供給が不可欠です。しかし、移動する車両であるため、これらの供給を確実にしつつ、また安全に排水や排ガスを行うシステムを構築することが課題となる場面が多いです。特に、不具合や事故を防ぐための安全装置や適切な配管・配線の設計は欠かせません。また中古車両を改装する場合は高度な洗浄が必要です。

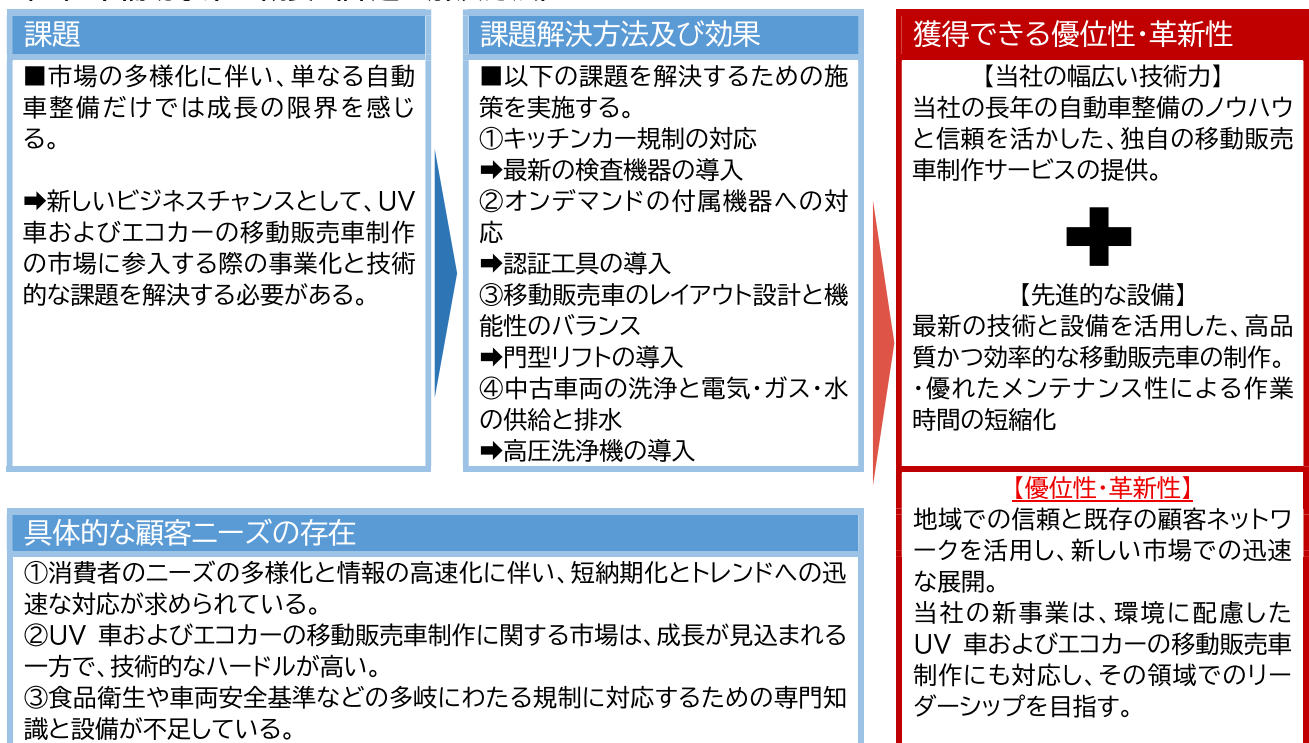
■事業化面の課題

購買層が若年化し、情報の高速化が進み、**トレンドが目まぐるしく変化する現代需要に応え、他社と差別化を図り優位性を補完するには、画期的な短納期化の施策を講じる必要がある。**

自動車整備の業界全体が職人依存の体質で廃業が進んでいる中、現状では当社も技術者の能力に依存している状況と言わざるを得ない。そのため効果的な設備投資で特定の職人への業務負担一極化を緩和し、行進育成に向けた体制の整備が必要。また、新しいサービスの周知が難しく、そういった案件の受注ができず機会損失となってしまっており、情報発信を積極的に行っていくことも喫緊の課題となる。

II. 本補助事業の取組内容

(1) 本補助事業の概要（課題の解決方法）









(2) 上述の課題の解決方法

上記課題解決のため、本事業では新たに車両の高度な検査・メンテナンスを可能にする設備を導入し、当社のこれまでの自動車整備に関する技術を組合せ、技術（体制面）、事業化面のそれぞれの課題を解決し、取引先の要請に応じていく。また当社の課題解決には、長年培ってきた高品質な自動車整備に関するノウハウ

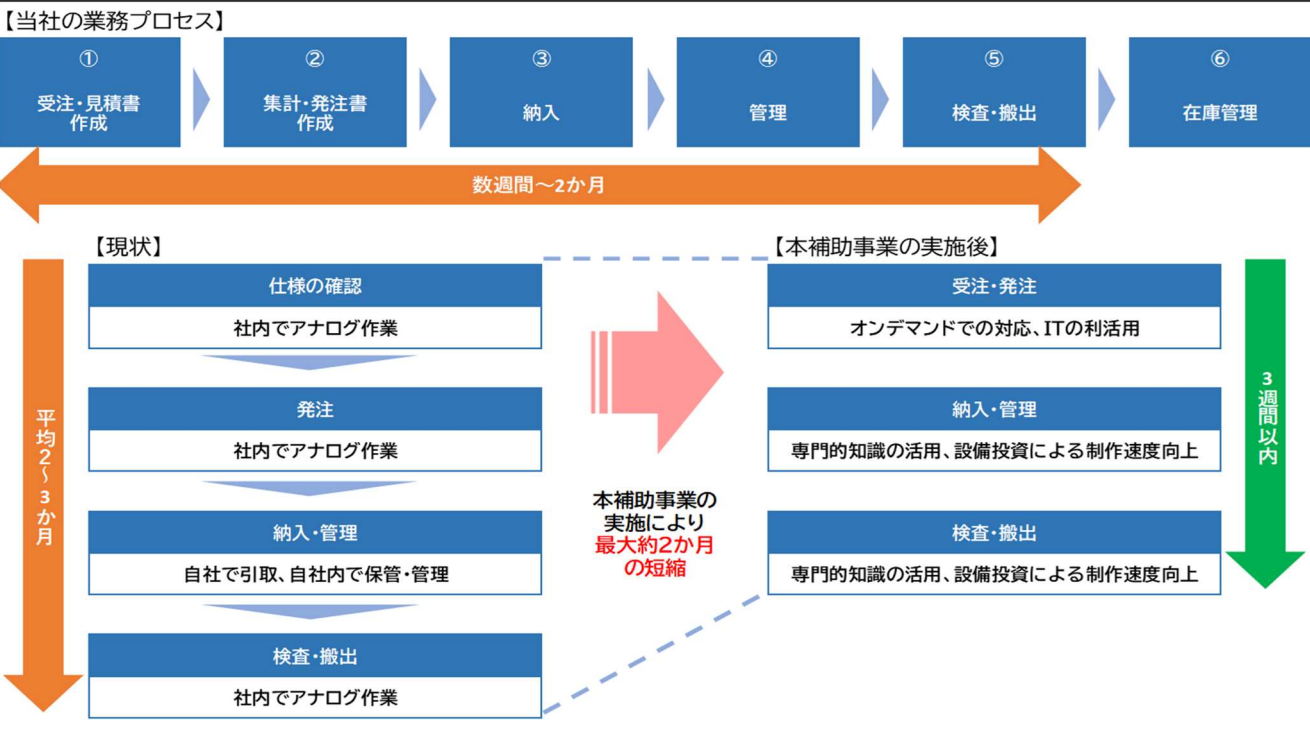
ウという強みを活かし、競争力強化に繋げるための先端的なシステム投資を実施し、同業他社に対する優位性を確立することが重要である。本補助事業は、同業他社の中でも先進性がある取り組みであり、今回採択されれば十分な優位性・革新性を獲得できる。

■当社は、上記①～④の技術面（体制面）の課題を総合的に解決するため、車両の検査、メンテナンス用の設備を導入する。

補助事業で導入する設備	導入による具体的効果
<p>①検査機器</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スクリーン式ライトテスターHLT-137-48 ・トリニティテスターABS-380NH ・排ガスアナライザーALTAS-300  <p style="text-align: center;">5ガス ALTAS-300-5</p>	
<p>②【認証工具】</p>  	
<p>③ 門型リフト OSA37H</p> 	
<p>④高圧洗浄機オートシャワー AW-1100-60</p> 	
	<p>・スクリーン式ライトテスターや排ガスアナライザーなど、車両の照明や排ガスの状態を確認するための専門機器。これにより、制作車両の安全性と環境性能を確保し、地域の特色やエコフレンドリーな要素を最大限に活かすことが可能となる。</p> <p>・最新の技術を取り入れた機器で、食品衛生に関する法規制や車両としての安全基準など、さまざまな規制をクリアできる</p> <p>・高度な検査やメンテナンスが可能となり、制作した移動販売車の品質や性能を一層向上させることが期待される。</p> <p>・当社の技術・ノウハウを最大限に活用し、既存事業とのシナジー効果を生み出し、顧客にとっての付加価値を高めることができる。</p> <p>・門型リフトは、車両を持ち上げる作業を効率的かつ安全に行うための必須設備。一貫したサービス提供を実現するために、車両の全面的なアクセスと正確な作業を保証するリフトが不可欠。</p> <p>・オートシャワー高圧洗浄機は、移動販売車の表面を高圧の水で洗浄し、コーティングやペイント作業の前に車体を綺麗に保つための効果的なツールである。</p>

■当社は、事業化面の課題を総合的に解決するため、上記の設備活用という技術力向上の背景を前提に、画期的な短納期フローの実装に取り組む

■設備導入後の効果・・・設備導入前・導入後の製造工程フロー図



i) 機会ロスの削減効果・・・受注からサービス提供までの流れを高速化し、トレンドが目まぐるしく変化する現代需要に応えることが可能に

ii) 現場管理工数の低減効果・・・最新技術を搭載した検査機器で業務効率化

(3) 本補助事業の具体的な数値目標と達成度の判断基準

本補助事業により、ものづくり技術力の向上を目指すにあたっての達成度を明確にするため、以下のような具体的な成果（数値）目標を設定し、競合する他社製品に対して優位性を獲得する。

【具体的目標】 本事業の達成度を明確にするため以下のように具体的な達成目標を設定する。

内容	現状	具体的な達成目標(数値目標)	達成度の考え方(判断基準・方法)
品質面	顧客層に偏りがある(新規はほぼない)	新規顧客層(革新的なカスタマイズ提案やデータ分析による情報発信)の獲得により全体売上が基準年度で15%アップすること	情報発信の強化により、新規層顧客の視認率が向上し、売上構成が全体の10%を占めること
コスト面	制作サービスの中断や一貫性の欠如による高いコスト	制作からコーティング、保険までの一貫したサービス提供によるコストの20%カット	サービスの一貫性によるコスト削減率が実現し、品質の向上が確認されるか
納期面	車両制作において分業や非効率な作業が散見され、円滑なフローが確立できていない	専門的知識と導入設備による納期短縮フローの活用により30~50%短縮	最先端の技術やトレンドの迅速な取り入れによる制作速度の向上と、利益率も15%向上を達成する

(4) 本補助事業の優位性

本補助事業の設備導入により、生産性向上を実現すれば、競合他社との差別化を実現でき、次のような優位性が生じる革新的な取組みとなる。

■本計画の成果が価格、性能的に収益性を有すると見込まれる理由

差別化要素	当社の補助事業	一般的な競合他社の動向	大手企業の動向
品質面	◎ UV車やエコカーの移動販売車に地域の特色やエコフレンドリーな材料を取り入れ、オンデマンドでのカスタマイズに力を入れており、顧客ニーズや環境への配慮を最前線に置いている	△ 標準的なデザインや材料を使用している場合が多い。県内北部に集中しており、当社が展開予定のエリアにおいて柔軟なサービス提供が可能な競合他社は見当たらない。	○ 高品質ではあるが、オンデマンドのカスタマイズや地域特性を活かしたデザイン提案には限界が見られ、地域のニーズに合わせた柔軟なサービス提供は難しい。
価格・コスト面	◎ 大手企業や一般的な他社の価格帯を考慮し、150~350万円程度でサービスを提供する。この価格設定は、一貫サービスと最先端の技術提供の両方を反映したもので、競争力と優位性を両立させている。	○ ●新車購入、フルオーダー：150~320万円程度 ●軽トラ持込・改修：50万円~ ●中古フードトラック：215万円程度 ●レンタル：平日1日40,000円~	× 高品質な設備とサービスに大手のブランド価値を乗せた200~500万円の高価格帯で提供。
納期面	◎ 最先端の技術やトレンドの迅速な取り入れや、外部の専門家やコンサルタントの知識の活用により納期短縮につなげる。	△ 当社のような一貫したサービス提供や専門的知識を活用している企業は少なく、納期短縮が難しい。	○ 価格に見合った技術、知識の活用による制作速度。
革新性・新規性	◎ AI技術を駆使してのデータ分析により、移動販売車の需要予測や営業の適時提案が可能。	× 競合他社との似たようなサービスで明確な差別化ができていない。	○ 最先端の技術やトレンド。高品質な材料、設備による耐久性の高い製品。

(5) 「中小サービス事業者の生産性向上のためのガイドライン」との関係性等

1. 付加価値の向上に関する具体的手法	
1) 誰に	(1) 新規顧客層への展開： 移動販売車業界や、UV車、エコカーを用いてビジネスモデルを展開する事業者や個人 (2) 商圏の拡大：最新技術による潜在需要の取り込み、移動販売車の需要地域への営業エリア拡大
2) 何を	(3) 独自性・独創性の発揮： オンデマンドの高度なカスタムデザインにも対応したサービス

	(4) ブランド力の強化：単なる車両制作業者でなく、環境や地域性を取り入れたオリジナルデザインを提供する事業者としてのアピール (5) 顧客満足度の向上：一貫したサービス提供と保険、レンタカーサービス等の情報発信
3) どのよう	(6) 価値や品質の見える化：最新の技術を取り入れた画期的な短納期での車両制作 (7) 機能分化・連携：オンデマンドでのカスタマイズ対応という独自のサービス提供機能 (8) IT 利活用<付加価値向上に繋がる利活用>：移動販売車の需要を予測する AI 技術の導入やデータ分析を用いた市場提案
2. 効率の向上に関する具体的手法	
	(9) サービス提供プロセスの改善：UV 車やエコカーの移動販売車向け一貫したサービスの提供を通じた効率的なビジネスモデルへの転換
	(10) IT 利活用<効率化に繋げるための利活用>：移動販売車の需要や営業タイミングを予測する AI 技術の導入

(6) 主な工程ごとのスケジュールとその具体的な取組内容

取組内容	実施期間						具体的な取組内容
	24年2月	24年3月	24年4月	24年5月	24年6月	24年7月	
①現状把握・問題点洗い出し	→						統括責任者の芝山が現状の課題を把握し、課題解決に最適なサービス内容を洗い出す。
②開発コンテンツの仕様検討		→	→				開発コンテンツについての仕様検討を行う。
③環境整備				→			制作コンテンツ開発環境の整備を行う。
④コンテンツの開発				開発着手	→	サービスリリース	コンテンツ開発に着手する。
⑤コンテンツ導入(指導・研修)				→	→		コンテンツリリース時に芝山と(株)ONAKA 社を中心としたプロジェクトメンバーが具体的なオペレーションについて社員へ研修を行う。
⑥導入効果の検証・評価					→	→	統括責任者の芝山と中東機工を中心に、コンテンツ導入効果の検証と評価を行う。

※補助事業実施期間：交付決定日より6か月間を予定

(7) 本補助事業実施のための体制等

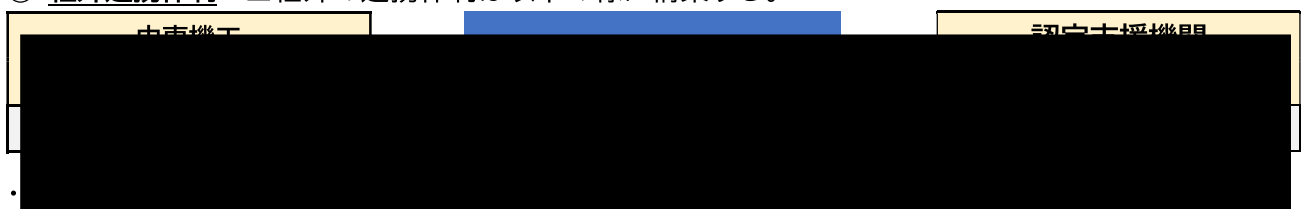
① 社内事業体制 (技術的能力・事務処理能力などの現状)

以下に、従事者の役割とそれぞれの担当分野における役割を示す。

機能	部門担当 (窓口)	事業に関する具体的な役割、経験、知識
プロジェクト責任者	[Redacted]	プロジェクト全体の運営と統括
新規営業		新規顧客開拓
事務作業		請求、発注、納品書、契約書の作成、発行及びクラウドツールによる社内情報の管理
商品企画に関するマネージメント		商品企画のサポート、対外企業との対応
製品の運搬・管理・販売		商品の保管や運搬、ネット運営に関する提携企業との連携、マネージメント
Web制作及び管理		ウェブ制作、クラウドツールの管理、運営

[Redacted text block]

② 社外連携体制 ■社外の連携体制は以下の様に構築する。



上の①②に示すとおり、当社は本補助事業を適切に遂行することが可能であり、事業化に向けて万全な社内内外体制を有している。

③財務状態と資金調達の状況の説明

本計画については親交の深い企業様に実施内容についての相談をしており、前向きに支援する旨の回答を得ています。原則的には¥6,080,820の負担金額は自己財源の範囲内での捻出を想定しており、

補助金の交付を受けるまでの申請額面¥7,500,000は採択を条件に準備もできているが、必要に応じて百五銀行からの資金調達も可能なため資金繰りに対しての懸念はないと考えている。

■本事業にかかる設備等の費用

費用の内容	詳細	数量等	金額(税抜)
機械装置・システム構築費(単価50万円以上)	検査機器	1式	[Redacted]
		1式	
		1式	
		1式	
外注費		1式	
		合計(税抜)	
補助事業費用の内訳			摘要
事業全体の費用	¥13,500,020		税込(総支払額)
補助対象費用	¥13,500,020		税抜額
補助金	¥7,500,000		①の3分の2の額
	補		摘要
自己資金	¥6,080,820		
資金調達	¥7,500,000		百五銀行
②補助金			
合計	¥13,500,020		

その2：将来の展望(事業化に向けて想定している市場及び期待される効果)

I. 市場の動向と展望

(1) 本補助事業の成果が寄与する市場の動向・市場規模

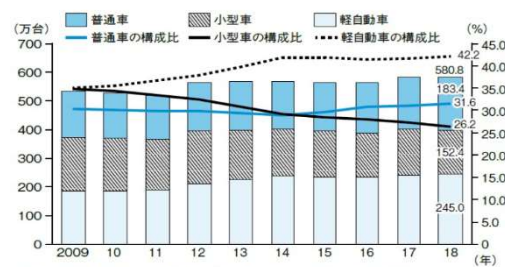
国内の新車販売は伸び悩んでいるが、中古車登録台数もここ数年間は500万~600万台の間で横ばいとなっています。中古車全体に占める小型車の比率が下がり、軽自動車の比率が上がっています。直近での中古車販売の売上高は市場全体で1兆円超(2020年)の売上規模です。

一般社団法人三重県自動車整備振興会によると、県内の自動車保有数は令和元年5月末は1,525,042台であった一方で、同年の6月末は1,527,136台となっている(資料:

<http://www.mieaspa.or.jp/p?id=27>)。また、一般社団法人日本自動車販売協会連合会によると、令和元年6月は全国で

309,264台の一時抹消登録があった(資料 <http://www.jada.or.jp/data/year/y-u-touroku/y-u-tmd/>)。さらに、令和2年の国勢調査によると、三重県の人口は約177万人であり(資料 <https://www.pref.mie.lg.jp/TOPICS/m0002700333.htm>)、国内人口の約1.5%だと発表されている。そのため、令和元年6月の三重県における一時抹消登録は、309,264台×1.5%=約4640台であると推測する。

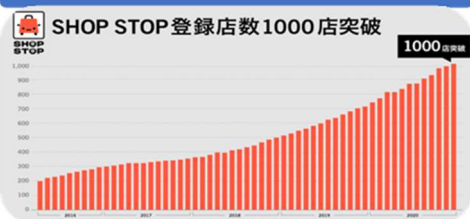
図表1 全国の中古車登録台数と車種別構成比



(資料)一般社団法人日本自動車販売協会連合会「中古車・月別登録台数」、一般社団法人全国軽自動車協会連合会「軽四輪車販売台数 軽四輪乗用車台数」

(2) 本補助事業の成果が寄与する具体的なマーケット

SHOP STOP 登録店数推移 (2016年4月~2020年12月)



モビリティ・プラットフォーム市場

コロナ禍以降、三密を伴わない飲食業の形としてキッチンカーを利用して店舗側が営業エリアを拡大する事例が増えている(日本総研、2021年2月 <https://www.jri.co.jp/page.jsp?id=38340>)。

日本最大級のモビリティ・プラットフォーム「SHOP STOP」を展開する「Mellow」では2020年末までに、キッチンカーの登録店数は2016年4月の時点から約5倍増の1000店に達し、今後も増加していくことが見込まれる。

(3) 商圈におけるターゲットの絞り込み

三重県内でもキッチンカーおよび移動販売車の利用は増えており、特に観光資源に恵まれた地域やイベント

ト等での利用が多い。県内北部にはキッチンカーの製作・レンタル会社が4社存在しているものの、**当社が展開を検討するエリアでは、キッチンカー製作者は見当たらないため競合性は少ないと判断している。**

表：三重県内のキッチンカー・移動販売車の制作・レンタル事業者

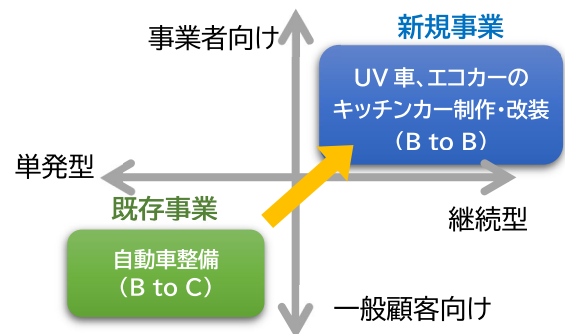
企業名	エリア	特徴	費用目安・販売事例
オートスピリット	三重県四日市	ヴィンテージバンや軽キャンピングカーを主に扱い、新車・中古車販売・修理・車検整備を行う。	新車購入、フルオーダー：150～320万円程度
株式会社 小林钣金	三重県鈴鹿市	各種自動車の钣金塗装溶接工業業務を主業務として開業。	軽トラ持込・改修：50万円～
CLOUDNINE	三重県亀山市	車の修理・カスタムがメイン事業。	中古フードトラック：215万円程度
中部ケータリングサービス	三重県鈴鹿市	移動販売車のレンタルを行う。三重県内で登録件数最多。	平日1日40,000円～

【ターゲティング戦略】

ターゲティング	選定理由
飲食事業を予定している事業者	出店に当たり、キッチンカーを利用することで、三密の環境を避けつつ高まるテイクアウト需要に対応することができる。コロナ禍で 外食自粛が続き打撃を受けている飲食業界に参入するにあたって、初期費用を最小化する最も効果的な方法であるとして、アピール することができる。
キッチンカーを使ってビジネスを行う事業者	キッチンカー選びで悩むユーザーが多い現状を踏まえ、当社の 既存事業からのノウハウを活かして、ユーザー視点での要望を反映させたキッチンカーの改装 を行うことができ、潜在的需要は大きいと考えられる。

キッチンカーで業務展開する場合には、車種による価格の違いに加え、設備機能や外装デザインによって費用水準は異なる。店舗によって必要な器具や設備が異なるため、**購入の際に改造・改修を伴うことが多く、制作会社との調整が必要不可欠。**

当社は**長年の自動車整備やモータースポーツ業界における強固なネットワークによって得た取引先から、当社の新事業展開の構想に対する賛同を得ており、ニーズのある顧客を積極的に紹介してくれるとのことで、すでに明確な販売対象が存在している。**



II. 本補助事業の成果

(1) 本補助事業の展望・効果

■本事業の成果が、价格的、性能的に優位性や収益性を有すると見込まれる理由

本事業の成果の優位性	移動販売車のカスタマイズ制作サービスにおいて、当社は UV 車やエコカー向けの一貫したサービスを提供することで競合他社との明確な差別化を図ることができる。具体的には、地域の特色やエコフレンドリーな材料を使用し、オンデマンドでのカスタマイズを実現することで、顧客のニーズに真摯に応えることができる。さらに、当社が提供する一貫した付加サービス（コーティング、保険、レンタカー、代車サービス等）は、顧客の手間を省き、サービスの一貫性による品質の安定感を実現する。
計画の実現可能性（対象市場が明確であり収益性を有する計画である理由）	当社は豊富な自動車整備とモータースポーツ業界の経験を有している。この経験を活かし、新しい付加価値を持った UV 車およびエコカーの移動販売車市場への参入を実現する。事実、この市場は増加中であり、特にキッチンカーや移動販売車の制作を中心に展開している。当社の提供するサービスは、専門的知識の活用により、外部の専門家やコンサルタントの知識を取り入れることができる。つまり、常に最先端の技術やトレンドを取り入れた車両制作が可能となり、市場の変動や新たなニーズに迅速に対応できる。これにより、持続的な収益性と事業の拡大を期待できる。

■他の企業のモデルとなりうる点として（ニッチトップとなる潜在性など）

当社の強みである「一貫したサービス提供」と「専門的知識の活用」に加えて、最新技術を活用した独自のデータ分析は新サービスの提供、地域の特色や環境に優しい材料を活かした近隣施設とのタイアップによって、より魅力的なカスタム制作サービスの提供が実現する。これによって**ニッチ性の高い事業展開が**できることで、**業界におけるトップの地位を確立する。**

本補助事業における**術導入により、受注からデザインまでの制作工程のシステム化・効率化が可能**となり、地域の特色や環境に優しい材料の誘引が実現し、

以下の様に政策面において競合他社との明確な差別を図ることができる。

審査項目	記載内容
① 地域経済的波及効果	今回導入する UV 車・エコカーの移動販売車制作設備を活用して効率的・効果的なカスタム制作サービスを行う体制を確立するとともに、地域の特色やエコフレンドリーな材料を積極的に登用する。これにより人材不足への対応と社会的なシナジー効果を創出。積極的な求人活動により地方の雇用創出に寄与できるものとする。
②ニッチ分野におけるの独自性、差別化	ニッチな分野ではあるが、社会的なニーズも拡大しており、AI 技術によるデータ分析活用による移動販売車の適切な提案の場所、育成によるオンデマンドのカスタマイズ実施は「独自性の高いサービス開発」に該当すると考えている。
③複数の事業者が連携して取り組むことにより、高い生産性向上が期待できるか	本設備投資により移動販売車制作の事業環境を整備し安定的な収益獲得のスキームを確立することで、福利厚生や労務環境の投資財源を確保することが可能となり、事業拡大のための人材確保という成長サイクルを生み出すことができると考える。
④先端的なデジタル技術の活用、低炭素技術の活用	本設備投資によりオンデマンドのカスタマイズ現場の作業効率が図れ、AI 技術のデータ分析、周辺機器、ソフトウェアの組み合わせにより、移動販売車の最適化システムの構築が可能となるため、設備稼働のスマート化が図れる。
⑤ウィズコロナ・ポストコロナに向けた経済構造	エコカーの移動販売車制作業務を行うことで、ウィズコロナ・ポストコロナに向けた経済構造に寄与できると考える。

(2) 補助事業終了後5年間の事業化に至るまでのスケジュール

本補助事業の成果の事業化見込みについて5年としており、5年目には下記の目標を設定している。

項目/時期	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
① 生産工程の確立	→				
② 生産管理ノウハウの蓄積		→			
③ 新製品の本格生産		→			
④ 事業展開・拡大			→		
⑤ 応用展開				→	

【具体的な取組内容】

- ① 本補助事業の根幹である全社の情報の精査を行い、アウトプットに合わせたデータの精査を行う。
- ② 掲載コンテンツの検討、ユーザーごとに必要・有効な情報の検討を行う。
- ③ 情報管理システム開発・導入と人材育成の注力。活動エリアを広げ、事業規模を拡大させる。
- ④ 対外企業へも受注を拡大し稼働率も向上させ、実装されたシステムをユーザーに利用してもらう。
- ⑤ 思い切った事業規模の拡大。さらなる事業拡大を加速する。売上8千万円増達成。

(3) 本事業の収益性と事業化見込み

本補助事業を遂行することにより、補助事業単体でも次のような収益性が見込まれる。

(円/単位)

補助事業の収益計画	(基準年度) 2024年8月	1年後 2025年8月	2年後 2026年8月	3年後 2027年8月	4年後 2028年8月	5年後 2029年8月
売上高(販売単価×販売個数)						
販売単価						
成約数						
売上原価						
売上原価率						
売上総利益						
販売費及び一般管理費						
補助事業の営業利益①						
補助事業の経常利益						
人件費(法定福利費含)②						
減価償却費③						
補助事業の付加価値額①+②+③						

その3：会社全体の事業計画

(1)会社全体の事業計画 ※決算未確定の為、現時点での見込数値

(単位:円)						
	基準年度 (実績又は見込) 決算年度 2022年8月	1年後 2024年8月	2年後 2025年8月	3年後 2026年8月	4年後 2027年8月	5年後 2028年8月
① 売上高						
② 営業利益						
③ 経常利益						
④ 人件費						
⑤ 減価償却費						
付加価値額(②+④+⑤)						
伸び率(%)						
⑥設備投資額						
⑦給与支給総額						
伸び率(%)						

(2)事業計画の算出根拠

売上高	<p>■販売単価（初年度月額 200 万円、中期月額 350 万円、部分契約の中央値）×成約件数で計算。成約件数は（地域広報誌折込広告 10 万部×反応率（0.3%）×成約率（30%）＋イベントでの成約＋ダイレクトマーケティングでの成約＋SNS 広報での CV 率）で計算。量産化に伴い既存事業収入については、UV 車・エコカー移動販売車事業とのシナジーにより収益増を算出している。特に、移動販売車向けカスタム制作サービス事業の収益増である。</p> <p>・成約率 参考：https://kaitak-sales.com/times/sales-contract-rate/</p> <p>■本事業の取り組みにより、今後の注文数と売上高推移を以下の通りに示す。今後の3か年の売上目標は以下の通りで、現地に赴く保安全管理の売上は前年売上高の105%成長を目標にし、売上は前年比120%成長を目指す。補助事業終了後の今後3か年の平均売上高伸長率は前年比で約110%を達成することができる。3年後には非対面の保安売上が全体売上高の約37.5%強にまで達する見込みである。</p> <p>・補助事業後の年間売上高見込を加算、基準年度の売上は年間¥150,000,000とした。実施体制の確立により、5年後には年間30件以上の取扱い業務を安定的に行うことが可能となり、年間の売上は安定的に確保できる体制となる。以上の理由を基に売上計画を策定している。</p>
営業利益	従来事業による粗利益増加分を加算し、減価償却、人件費、その他経費を減算。
人件費 及び給与 支給総額	人件費：5年後まで每期1%上昇。本補助事業の実施により売上及び利益の拡大が期待できることから、給与支給総額を毎年10%以上向上していく。また、本補助事業による業容拡大のための新規店舗開設、人員の雇用増により人件費及び給与支給額の増加を見込む。また営業部門の強化も視野に入れており新卒採用を含め年間2人以上の新規雇用を計画している。
減価償却 費	システム導入は2024年4月を見込んでおり、既製品の機器装置、システム構築費用の合計11,196,200円（税抜き）を、定率法5年で償却していく。

上述より、売上及び利益の実現性は極めて高く、本事業における費用対効果も下記表の通り取組価値の大きいものとなる見込である。

【投資利益率(事業後5年間の付加価値額増加対比)】

(円/単位)							
費用対効果	基準年度	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後	増加額合計
付加価値額							
基準年度比付加価値増加額:A							
設備投資額(税込):B							
投資利益率(A÷B)							