

## 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

当店は、新聞販売店として、近隣の読売新聞鳥羽南店と合併する形で、2019年に移転・営業を開始した。近年ではインターネットやスマートフォンの普及で新聞を購読していない家庭も増加傾向にあり、業界全体としては厳しい。そういった背景からの合併である。事業開始以来成長を続けてきた当社であるが、新型コロナウイルスの影響が出てからは、当社の売り上げは大幅に落ち込んだ。

今後、新型コロナの影響が落ち着いたとしてもコロナ以前の状態に戻ることは厳しいと考えている。



【当店の外観】



【販売商品：読売新聞・スポーツ新聞・折込み広告】

【当社の強み】当社には以下のような強みがある。

#### (1) 地域住民との顧客接点力

当社は、新聞販売店という特性上地域住民と強いつながりを持っている。(約2,000軒前後)

そのため、新たなサービスを展開する際の周知力の高さや顧客の声を身近でキャッチアップできる点は当社の強みと言える。

#### (2) 少数精鋭による運営体制

当社は少数精鋭の運営体制であるため、変化に対応しやすい。そのため、新たに革新的サービスを導入しても素早く対応することができる。

#### (3) システムベンダーとの提携による強いIT技術

導入済みの自社サイトを本事業要件に即して拡張開発し、ECモールを展開していく構想で観光サイトやグルメサイトとの提携を視野に入れている。

#### ◆ 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
普通新聞	70%	個人	80%
スポーツ新聞	20%	法人、地域団体	20%
折り込み広告料	10%		

#### 【売上構成から見る近時の特徴】

広告業としての自社サイトにて紹介や掲載を進めているため、上記観光サイトやグルメサイトとの提携から、クーポンシステムの拡張や発行を行う事に対する下準備、環境構築ができています。

### (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

##### ■ オンライン化の加速とコロナ禍における需要の転換

これまで当店は新聞配達サービスを運営してきたが、インターネットの普及・オンライン化によりこれらのニーズは低減しており、さらに新型コロナウイルス感染症の影響で経済が縮小する中、先行きの不透明さが増している。

#### ② 具体的なニーズ・機会

上述の背景から、新聞販売に売上を依存している当社は社会情勢の変化による事業継続が不安定である。そのため、事業の安定化のための革新的サービス開発・試作品開発・生産プロセスの改善を早急に行う必要がある。

そこで、治安維持機能も持つ地域住民との顧客接点力とのという既存のリソースを最大限活かした革新的サービスの展開として、**地域企業のクーポンを活用した紙媒体・オンライン複合の広告を展開するとともに、ECサイトを新たに構築することに機会を見出した。**

電子クーポンを発行するシステムを導入する事でオンライン機能が脆弱な地域企業のスタートアップの一翼を担う。

#### ③ 競合他社の動向

当店の競合となる新聞販売を行っている他社はIT分野に課題を抱えている傾向がある。また、競合だけでなく**三重県全体の情報通信産業を考慮しても、事業所数が全国26位、事業収入が全国で30位である。**このことから、当店の活動地域には、昔ながらの職人気質の業者が多く、**新しい付加商材やIT技術を複合したサービスの提供を行えば、他者との優位性を確立できると考えている。**

#### ④ SWOT 分析 (強み・弱み・機会・脅威)

内部環境	
強み	弱み
<p>◆地域住民との顧客接点力(約 2,000 軒前後)</p> <p>◆提携先に IT 部門に強いシステムベンダー(株)MGR がいる</p> <p>◆地域住民をターゲットとしたブランディング、販促媒体としての価値</p> <p>◆少数精鋭による運営体制で高収益</p> <p>◆自社サイトは当所から段階的な構想を熟慮しており、既に地域近郊の観光施設や飲食店との提携を展開が可能</p>	<p>◆待ち受け型の営業スタイル</p> <p>◆新聞業界のみに特化しておりリスク分散できていない</p> <p>◆市場伸長しているネット部門が弱い</p> <p>◆配達員不足のため広域リーチがしづらい</p>
<p>【向上のために】</p> <p>新たなターゲット層にアプローチして販路を拡大、強みを更に磨き上げる</p>	<p>【解決策の提議】</p> <p>新たな話題づくりによって若年層を呼び込むとともに、集客力のある観光ルートに新たな販路を開拓する</p>
外部環境	
機会	脅威
<p>◆40 代以下については、インターネットから情報を得ている割合が高い。</p> <p>◆拠点となる鳥羽市は観光スポットとして有名であり、提携先のバラエティも非常に充実している。</p> <p>◆地域性からか、IT 分野に優れた周辺の同業他社は少なく、紙媒体、ネット販売の複合となると競合はほぼない。</p> <p>◆コロナ鎮静化後に控えているリベンジ消費</p>	<p>◆市場縮小による低価格競争の激化(既存)</p> <p>◆コロナ禍のため訪問販売が難しく、非対面の加速化、新聞業界の衰退(既存)</p> <p>◆コロナが長期化し観光需要の回復遅れ(新規)</p>
<p>【逃さない準備】</p> <p>SNS を用いて話題を提供し、コロナで変化した需要を取り逃すことなく獲得する</p>	<p>【講じる対策】</p> <p>国内生産者を守るためにも、国内産真珠の流通量を増やす必要がある</p>

### (3) 当社の事業課題

先述した通り、当社は新聞販売を事業の柱としていたが、オンライン化やコロナの影響により売上が大きく減少した。

その中で、当社が解決すべき事業課題は次の3つであると考えた。

- ① アナログからの脱却、IT DX 化、キャッシュレス化への参入障壁の打破 ② 地域性を活かした新しい付加価値サービスの提供 ③ コロナ禍で伸び悩む市場を想定した新たな販路の開拓

### 【これまでの受注からの流れ (現状)】

当社の 面の課題						
工程	①受注・集計	②印刷・発注業務	③納入・検査	④管理	⑤配達	⑥在庫管理
作業内容	顧客から商品の受注・集計を行う。	商品の印刷・発注を行う。	発注先から商品を受取る。	納入した商品を当社で保管する。	商品を配達する。	当社内の在庫を管理する。

### 【各工程①～⑥での主な問題点】

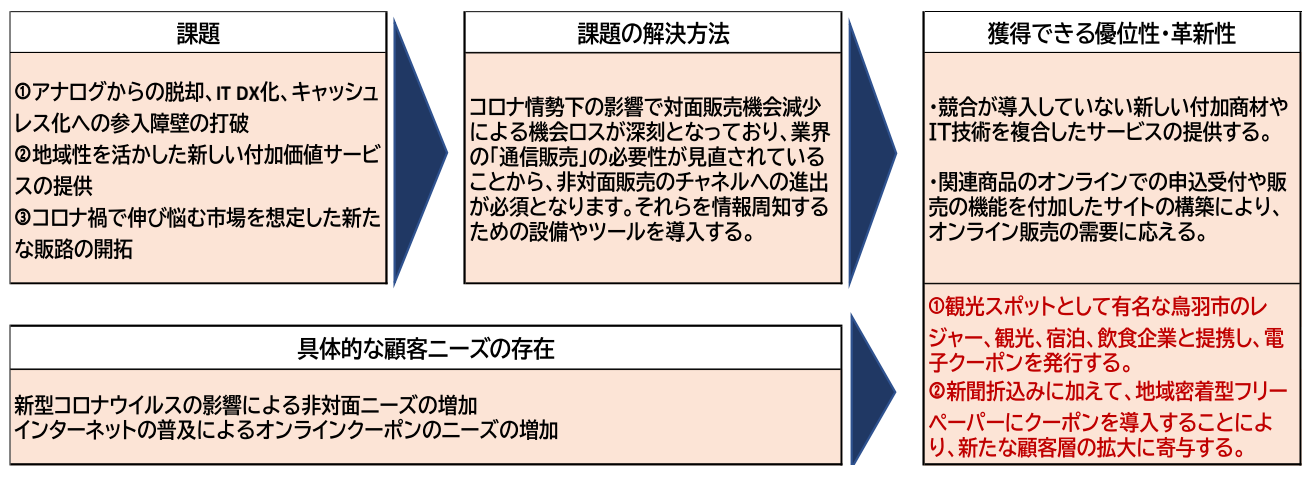
- ①エクセル入力のため他の作業員の修正履歴が追えない
- ②データはハンド入力のため品番などの記載漏れ等が多発
- ③毎月の作業時間は二人がかりで丸2日と工数大、在庫の過不足と注文状況が現場でしか把握出来ない
- ④現場を直接確認しないと、進捗状況が把握出来ない
- ⑤不具合件数等、後から集計作業のため二度手間
- ⑥在庫の過不足と注文状況が現場でしか把握出来ない

■現状の上記オペレーションから当社としては以下の課題を克服する必要がある。

既存事業の課題	①販売商品転換への課題： 新しい商材をあ取り扱うにあたり、提供先の確保（店頭であればレジ横やカウンター、レジャー施設であれば受付に置かせてもらうなど）、とそれに伴う営業活動、プロモーションが必須となる。
	②新規顧客層への情報周知の課題： 今まで積極的にデジタル分野の取り組みを行ってこなかったことが起因し、オンラインでの情報発信のツールや手法がない。
	③デジタルへの順応の課題： 営業やデジタル技術の活用経験のない、又は浅い社員の基本的な営業スキル向上とその教育・訓練 に大幅なコストがかかるため教育コスト削減も課題である。
	④非対面販売（電子媒体へのシフト）、コロナ感染リスクの課題： コロナ情勢下の影響で対面販売機会減少による機会ロスが深刻となっており、業界の「通信販売」の必要性が見直されている。そのため、非対面販売のチャンネルへの進出が必須となるが、現状、情報周知するための設備やツールが不十分である。
課題の解決方法	解決方法①：当社は SWOT 分析にも記載した 2000 件以上の取引先、人脈を有しているため新しい取組に対しての協賛、協力体制を要請することは難しくない。今後は積極的に営業活動に注力し、EC サイトなども作成、弱点であったネット部門も求人による解決も目指し多角的に PR する。新しいビジネスアイデアを積極的に取り入れる。
	解決方法②：当企画で導入予定のシステムはセールや割引、得点の情報や販売状況の情報を、リアルタイムに把握・発信することができる。その情報は顧客が知りたい情報であり、これを WEB コンテンツで発信することは、明確な効率化によるコストカットと生産性向上を実現する。既存の取引先についてはデータを事前にセットしておくことで利用者の使い勝手を高める。
	解決方法③：本事業での設備投資により、コスト面の圧縮と収益の基盤確保に成功した暁には、新規雇用を行う。今後の事業基盤拡大のためには、人材育成が必須となる。また、コンプライアンスや就業規則について熟慮し取り決め、古いだけの非効率な風習はドラスティックに変えて行く社内風紀や環境づくりを心掛ける。
	解決方法④：コロナ情勢下の影響で対面販売機会減少による機会ロスが深刻となっており、業界の「通信販売」の必要性が見直されていることから、本補助事業における紙媒体からデジタルシフトへの進出に乗り出す。

## II. 本補助事業の取組内容

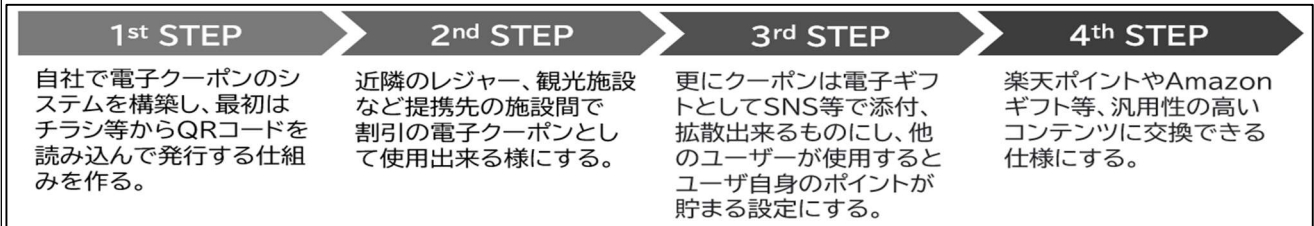
### (1) 本補助事業の概要（課題の解決方法）



## (2) 上述の課題の解決方法

当社は、これらの課題を総合的に解決するため、ギフト管理アプリ制作を行う。

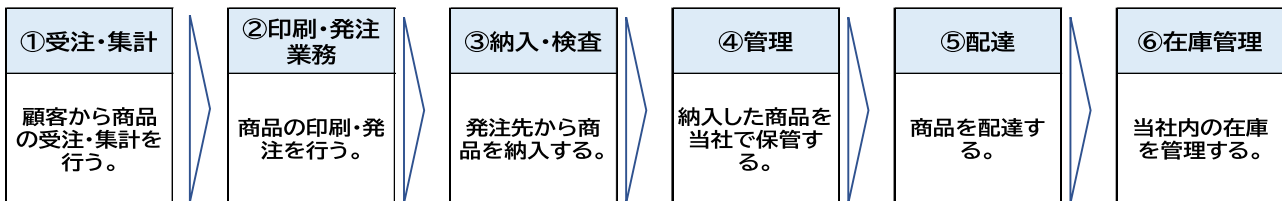
上記経営課題解決のため、本事業では新たに IT 技術を拡大導入し、電子クーポン、顧客管理システムを用いた DX 推進事業の構築に進出する。



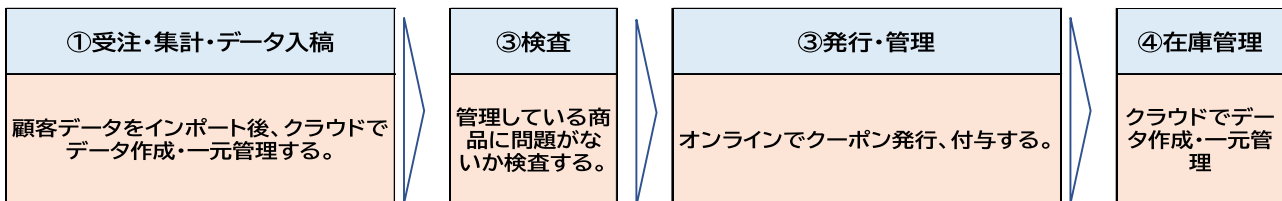
周辺企業と提携しクーポン特典の付与で顧客の囲い込みと収益化

### ■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

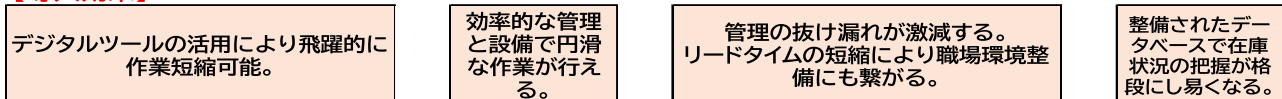
#### 【現状工程】



#### 【設備導入後】



#### 【導入効果】



具体的には、

① チラシにクーポン等QRコードを掲載する⇒クーポンで購買意欲を向上させる⇒新聞店が商品を自宅まで配送するという独自のサプライチェーンを構築し、観光スポットとして有名な鳥羽市のレジャー、観光、宿泊、飲食企業と提携し、電子クーポンを発行して、当該クーポンを新聞の折込みに付加することで、当社の広告収入を増大させるとともに、連携企業の事業継続・拡大をサポートしていく。すでに広告依頼企業からもクーポン導入が検討されており、本事業展開に対する潜在的ニーズは小さくないと考えられる。

② 新聞折込みに加えて、地域密着型フリーペーパーにクーポンを導入することにより、新たな顧客層の拡大に寄与するものと考えている。

これは、紙面のバーコードを読み取りクーポンを導入するユニークなスキームを想定しており、高齢者などアナログライフに依存している顧客層に対し、ベビーステップ（無理なく進める）からデジタルライフに誘導する合理的な導入方法であり、地域性にマッチした特定層のアナログ依存脱却の一翼を担う組織であり、DX化の政策面とも合致する有益な施策と考える。

以上のことにより、紙媒体だけでなくWEB広告にも注力することにより、大きな広報効果が期待できると同時に購読者層の拡大にも貢献すると考えられる。

当該アプリでは、端末へのアクセスなど通信を介する時、アクセスログを残すことができる。そのため、端末を一元管理できる強みを生かして、不正を検知した端末をネットワークから遮断して、アクセス不可にすることも可能である。

また、クーポンの発行に際し、日々変化していく各 EC サイト内観光施設や旅行サイトの売上ランキングデータ、利用内容、販売実績を自動的に検出し、データベースへ情報を蓄積していくシステムを導入予定である。その内容に対してどのようなキーワードで検索されたかといったデータも蓄積していきます。他のインターネット販売業者で、このようなシステムを導入している例は他にない革新的な機能と言える。

### (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（当企画の情報発信によって獲得）の獲得により全体売上が基準年度で40%アップすること。	情報発信の強化により、若年層顧客の視認率が向上し、売上構成が全体の30%を占めること。
コスト面	設備不足により管理コストが大きい	販売管理費の30%カット	内製化の確立による属人的な経費の削減ができているか。
納期面	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	納期の40%短縮	デジタル化による情報発信力化と自社のソリューションの活用を促進出来るシステムを構築する。

### (4) 本補助事業の優位性

本補助事業のターゲットは、若年層でスマホでの操作に抵抗がないリピーター観光客である。

そのなかで、三重県における海産物・水産加工品の EC 市場の活用規模は小さく、水産加工品の販売事業への参入は今後ニーズがあると考えている。

したがって、関連商品のオンラインでの申込受付や・販売の機能を付加したサイトの構築により、オンライン販売の需要に応えるだけでなく、観光需要消失から苦境にあえぐ地域経済の救済にも大きく寄与することが見込まれる。

IT 分野に優れた周辺の同業他社は少なく、紙媒体、ネット販売の複合となると競合はほぼない地域です。優位性が高い事業展開である。

#### ■本計画の成果が価格的、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	◎	○	○
	アプリを制作し、操作性や手軽さも追及したコンテンツを構築する。	商品、広告のバラエティは増えている。	非対面サービス提供、電子媒体にシフトしている企業も見受けられる。
価格・コスト面	◎	○	×
	紙クーポン・電子クーポン共に管理アプリを制作すれば、それ以上のコストはかからない。	価格帯は安価なものが多い。	コスト面で商品自体の低価格化は難しい。
納期面	◎	△	○
	既存事業と変わらずに、新サービスを導入できる。	商品や広告媒体によって大きく差がある。	独自システムの整備により短納期化を行っている。

革新性・新規性	◎	×	○
	競合が導入していない新しい付加 商材や IT 技術を複合したサービス の提供を行う。	アナログ依存	DX 化、デジタル開拓に注力して いる企業も見受けられる。

(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：伊勢志摩鳥羽エリアの観光客と地元企業 (2) 商圏の拡大：既存の配達エリアから地元の観光エリア全域へ
2) 何を	(3) 独自性・独創性の発揮：単なる広告業でなく顧客にふさわしいクーポンサービス、情報、特典の提供を (4) ブランド力の強化：地域性を活かしたブランディング (5) 顧客満足度の向上：地域住民との顧客接点力を活かした地域ライフのパートナーとしての地位確立
3) どのよ うに	(6) 価値や品質の見える化：強みや差別化の部分を積極的に SNS の連携、操作性に特化した仕様で PR (7) 機能分化・連携：オンラインでのオーダーシステムによりコロナ感染予防対策徹底に寄与 (8) IT 利活用<付加価値向上に繋がる利活用>：地元の IT 関連企業との連携でふさわしいサービスを提案
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：紙媒体からデジタルシフトで空間、労力、管理のリソース削減ができる。	
(10) IT 利活用<効率化に繋げるための利活用>：上記デジタルシステムの活用。	

(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

実施期間	取組内容	具体的内容	実施担当
2022/12	現状把握・問題点洗い出し	事業化初期のイレギュラーを洗い出す	[Redacted]
2022/12	導入設備の仕様検討	機器の稼働テスト、研修に参加	
2022/12	環境設備	計画した配置、設計が実際の現場に適しているか	
交付決定後	設備の発注	設備の発注手配	
交付決定後	設備導入（指導・研修）	機器の稼働に関する精査、運転試験	
事業開始後	導入効果の検証・評価	実装した稼働内容や顧客の感想等の分析	

※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事業に関する具体的な役割を示す。

機能	部門担当（窓口）	部署/役職	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]	[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
ネット販売			クラウドツール、ランディングページの運用、商品在庫の管理
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

② 社外連携体制

[Redacted]

◇強み：生産管理システムの運用について豊富な知識・ノウハウを有し、アフターフォローにも定評がある。

◇  
◆  
社  
③  
答  
定支  
全な  
の回  
に応  
じて百五銀行鳥羽東支店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）	ギフト管理アプリ制作	1式	[Redacted]
機械装置・システム構築費（単価50万円以上）	HP改修及びwebコンテンツ導入費	1式	
外注費	メーカー担当者・作業委託費	1式	
		合計（税抜）	
補助事業費用の内訳			摘要
事業全体の費用	¥9,635,000		税込（総支払額）
補助対象費用	[Redacted]		税抜額
補助金	[Redacted]		①の3分の2の額
			摘要
自己資金	[Redacted]		
資金調達	[Redacted]		百五銀行鳥羽東支店
②補助金	[Redacted]		
合計	[Redacted]		

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）

○概要

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

2020年における国内EC市場規模において、食品はEC化率が低い(3.3%)にも関わらず、金額は全体の18%を占め、前年と比較しても約21%の伸びを示している。今後の商品者動向を踏まえると、益々伸びていく業種であることが想定される。

また、ニュースに対する消費者の接し方は変化しており、スマートフォンやタブレット端末の普及に伴い、モバイルニュースアプリの利用者が急拡大している。新聞・雑誌などの紙媒体から、パソコン上でのニュースサイト閲覧へと消費者行動が変化し、現在ではモバイル端末上でのニュースコンテンツ利用が主流となってきている。

(2) 本補助事業の成果が寄与する具体的なユーザーの動向

店が展開する近隣地域においては、クーポン配布において活用されている媒体としては、地域密着型フリーペーパー『イセラ』がある。フリーペーパー業界は、発行媒体の増加、市場の成熟とWEB広告への移行により、縮小傾向にありコロナ禍でも打撃を受けていますが、地域密着やニッチ分野では堅調となっている。

ここから、『イセラ』にみられるように、エリアを絞ったクーポンを配布は費用対効果も高く、事業者のニーズもあることが分かる。

本事業では、既存の紙媒体での広告に、クーポンという既存配達網を活用でき販促効果の高いメニューを追加する他、新しくWEB機能、特に会員登録によるメリット等を掛け合わせることで、販路を拡大します。

三重県鳥羽市でスマホ対応できるコンテンツを新規で展開できる可能性のある事業所はほとんどなく、競争性は低いため、地域密着型サービスを意識することで顧客獲得に繋がりがやすい。




また、地域フリーペーパー（イセラ）と協業することで、より効果的に、商圈内の顧客へアクセスできると考えている。

新聞販売店としての既存の地域ネットワークや活動地域の特色といったリソースを最大限活用する。活動地域の鳥羽市は観光名所が多く、提携先となる企業もバラエティに富んでいるため、セグメントで示した若年層でスマホでの操作に抵抗がないリピーター観光客を囲い込む事で非常に有望なマーケットであると推測している。

## II. 本補助事業の成果

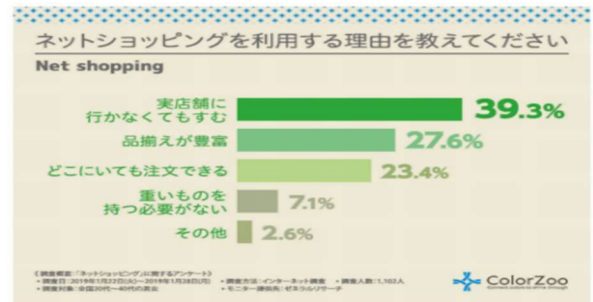
### (1) 本補助事業の展望・効果

#### ■本事業の成果が、価格的、性能的に優位性や収益性を有すると見込まれる理由

<p>本事業の成果の優位性</p>	<p>関連商品のオンラインでの申込受付や販売の機能を付加したサイトの構築により、オンライン販売の需要に応えるだけでなく、観光需要消失から苦境にあえぐ地域経済の救済にも大きく寄与することが見込まれる。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p><b>キャンペーンのコスト削減</b></p> <p>デジタルギフトは、図書カードやQUOカードなど、カードタイプのギフト券と比べて、在庫管理が不要です。配送費・人件費の削減が可能のため、低コストでキャンペーンを実施することができます。</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p><b>リアルタイムにプレゼント</b></p> <p>メールやWebサイト、SNSやアプリなど様々な手段で景品をお渡しすることができるため、郵送での配布に比べて、お客様のお手元に景品が届くまでのリードタイムが短縮されます。</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p><b>予算内で当選者数を最大化</b></p> <p>100円~の小額インセンティブを付与することができるため、同じ予算内で当選者数を増やすことが可能です。当選者数を増やし、参加モチベーションをあげることで、参加者数も最大化をすることができます。</p> </div> </div> <p>IT分野に優れた周辺の同業他社は少なく、紙媒体、ネット販売の複合となると競合はほぼない地域であるため、優位性が高い事業展開と言える。</p>
<p>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)</p>	<p>ECサイトで商品を購入する目的は、実店舗にいかなくてもよいとの回答が約4割を占めている。</p> <p>三重県鳥羽市の人口は2万人弱で、大型店舗が2件、小規模小売り店舗が258件で、近隣伊勢市と比較すると1/8の規模となっている。地方では高齢化と移動困難者の増加により、地域内においても満足に買い物が出来ないとの困り事があり、切実な社会課題である。これに対し、地元密着型の新聞販売店の情報伝達網を活用し、従来のチラシで情報を伝える方式から、チラシに電子クーポンを載せて情報を伝え、かつアプリでも伝達することは、”買い物したいけど出来ない”の顧客ニーズを解決できる手段として有効である。さらに、スマホを使える世代が60代70代を中心に増加しており、アプリへ簡単にアクセスできる方法は(チラシにクーポン等QRコードを掲載する。クーポンで購買意欲を向上させる。新聞店が商品を自宅まで配送する。)今後益々明確になるニーズであると想定される。</p>

A-1:EC市場において最も伸長率が高かった分野とは？(物販系分野)

	2018年		2019年		2020年		前年比伸長率 (%)
	EC市場規模 (億円)	EC化率 (%)	EC市場規模 (億円)	EC化率 (%)	EC市場規模 (億円)	EC化率 (%)	
生活家電、AV機器、PC・周辺機器等	16,467	32.28%	18,239	32.75%	23,489	37.45%	28.79%
書籍、映像・音楽ソフト	12,070	30.80%	13,015	34.18%	16,238	42.97%	24.77%
生活雑貨、家具、インテリア	16,083	22.51%	17,428	23.32%	21,322	26.03%	22.35%
食品、飲料、酒類	16,919	2.64%	18,233	2.89%	22,086	3.31%	21.13%
化粧品、医薬品	6,136	5.80%	6,611	6.00%	7,787	6.72%	17.79%
その他	5,241	-	5,492	1.54%	6,423	1.85%	16.95%
衣類・服装雑貨等	17,728	12.96%	19,100	13.87%	22,203	19.44%	16.25%
自動車、自動二輪車、パーツ等	2,348	2.76%	2,396	2.88%	2,784	3.23%	16.17%
合計	92,992	6.22%	100,515	6.76%	122,333	8.08%	21.71%







### その3：会社全体の事業計画

#### (1)会社全体の事業計画

	基準年度※[令和 4年12月期]	1年後[令和5年 12月期]	2年後[令和6年 12月期]	3年後[令和7年 12月期]	4年後[令和8年 12月期]	5年後[令和9年 12月期]
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						
⑦ 給与支給総額						
伸び率(%)		20%	12%	9%	7%	9%

※決算未確定の為、現時点での見込数値

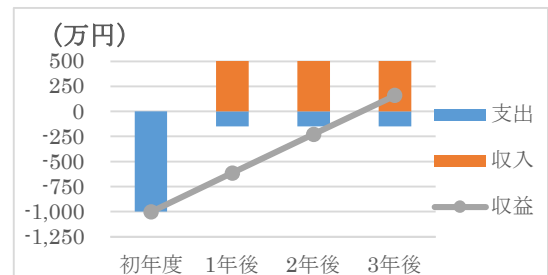
#### (2)事業計画の算出根拠

【売上高】本補助により、初年度に設備投資(8,635,000円)を行い、新事業として運営していくことで、計画実施後で1~15,000,000円の売り上げ増を見込めるため、約1年間で投資費用を回収でき、本補助事業1年目は25,000,000円の売り上げに対して9,050,000円の人件費で高い利益を見込むことができる。(売上数値は作業ロスやイレギュラーを想定し、敢えて低く算出している。)

若年層については、インターネット等にて無料で購読できるために新聞を購読しないと答えた割合が高く、ネットを使ったマーケティングがより有効であると考えます。鳥羽市の観光調査では年間300万人が訪れる巨大なマーケットであるため、地域性を活かし提携施設等の潜在顧客のわずか1~3%にアプローチを目指す。

- 単価：¥500~1000のクーポン
- 販売(成約)数：年間8000~1万2000ユーザーを見込む。
- コスト削減：求人広告費100万円/年 人件費300万円/年  
売上規模は初年度で年間約1000万円程度の増収を見込んでおります。

デジタルシフトにより今後5年間は、会社全体として毎年約7%前後の売上が期待できます。



#### 【営業利益】

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年後まで毎年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。年間2名、平均年収400万円を想定。2023年1月以降も新卒を含め1名の入社が決定している。

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							1
設備投資額(税込):B							
投資利益率(A÷B)							