

<申請者名> 【必須記入】

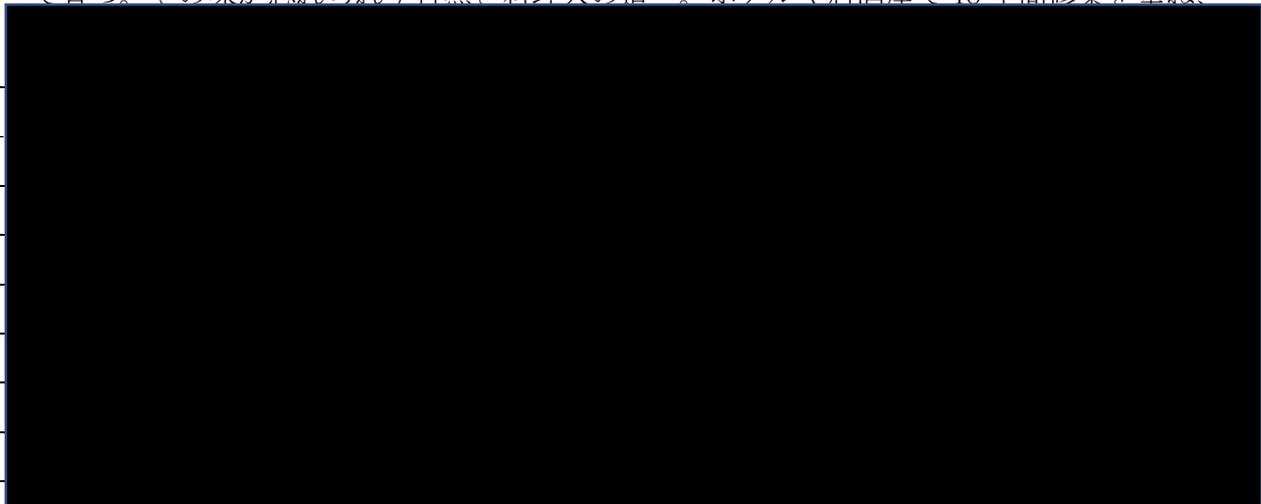
法人名 / 屋号 :

代表者役職・氏名 :

<経営計画> 【必須記入】

1. 自社の事業概要

母は、72歳の今でも現役の海女。幼いころから母のいる海女小屋を訪れては、海女の魚介料理を食べて育つ。その味が忘れられず自然と料理人の道へ。ホテルや居酒屋で18年間修業を重ね、



事業所の電話番号 050-9871-0921

【お食事のイメージ】



【経営状況の分析】

内部環境	強み	弱み
	<ul style="list-style-type: none"> 長年の料理店経営で培った人脈 水産物を安価、安定的に仕入れが可能 	<ul style="list-style-type: none"> ネット部門が弱い 有事の際対応が難しい 伝染病などに大きな影響を受ける
外部環境	機会	脅威
	<ul style="list-style-type: none"> テイクアウト、デリバリー需要の増加 ネット販売の伸長 伊勢志摩で獲れる新鮮な魚介類 伊勢、鳥羽の観光スポットに近接 	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍での観光客減少と外食自粛 変位株流行による感染症の影響長期化 コロナ禍長期化による中食、内食の常態化

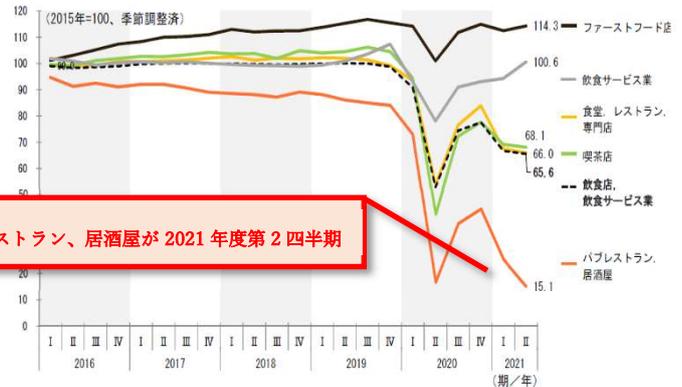
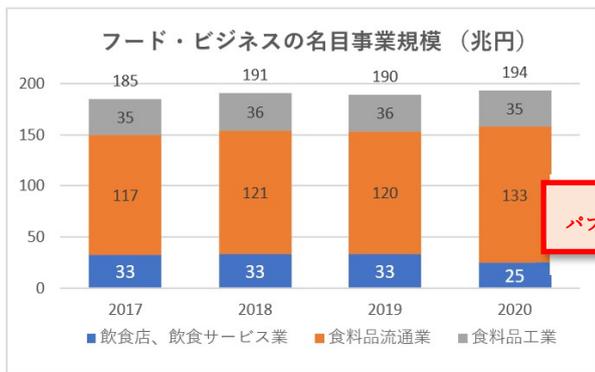
2. 顧客層・顧客ニーズ

新型コロナの拡大に伴い外出行動が控えられ、“巣籠り”需要が増加している。

- ・ 外食需要の大幅な落ち込み
- ・ テイクアウト、デリバリー 需要の大幅増加と”家飲み” 需要の伸長
- ・ スマホのデリバリーアプリを使った“Uber EATS”や”出前館”などの利便性向上

直近での”オミクロン株”による感染再拡大の可能性も高く、当面、外食の需要が新型コロナ以前に戻ることは難しいと予想される。

2015年を100とした“飲食店、飲食サービス業”の内訳系列の推移では、“飲食店、飲食サービス業”全体が2021年第2四半期で65.6と大幅低下した。特にパブレストラン・居酒屋が15.1と落ち込みが激しい。一方、“ファーストフード店”の増加と共に、「持ち帰り・配達飲食サービス業」が対象となる“飲食サービス業”は100.6と新型コロナの影響を殆ど受けていない。



パブレストラン、居酒屋が2021年度第2四半期

2. 新型コロナウイルス感染症の影響・既に取り組んでいる対策

現在においても店内では感染症対策としてアルコール除菌の徹底、設置、対面スペースにもアクリル板を設置するなどの対策を行っておりますが、対面接触機会の減少による売上げへの影響は明らかであり、この点において「**表面的な対処だけではなく、より深い部分の改善アプローチ**」が必須だと考えました。

【コロナの影響における売上並びに利益減少の推移】

事業年度	2019年4月期	2020年4月期	増減率
売上高			
原価			
営業利益			

それが本事業で掲げるオンラインでの**テイクアウト受注及び商品(お弁当、加工食品)のネット販売**であり、今後顧客から安心して受注、契約をいただける様、HP、オンラインでのご注文、予約システムの整備により事業再構築を図っていく予定です。

当店は感染症の影響を受け、上図の通り既存売上が激減。今後顧客から安心して受注をいただける様、市場ニーズにアプローチした新事業展開と本書に挙げるHP、オンラインでの見積もり、予約管理システムにより事業再構築を図っていく予定です。

<補助事業計画> 【必須記入】

1. 補助事業名 (30文字以内で記入すること)

鳥羽の新鮮な海産物のアピールと情報発信のためのECサイト作成

2. 補助事業の内容

■補助事業内容

ホームページを改修しオンライン購入機能を追加する

- ① **今後更なる需要拡大への対応と工数削減を実現するために、オンラインでテイクアウトの注文が出来る受付システムを構築、ホームページを作成し、付加**する。

対象者はコロナ禍でステイホームを余儀なくされている方を対象とするが、当店に来店されたことがない方でも当社ホームページを閲覧した際に、**商品の魅力等を訴求できる工夫を施し更なる販売促進**

を図る。さらにサイトに何度でも立ち寄りたくなる工夫として、季節ごとの期間限定メニューの入れ替えを行い、目新しさを訴求する。以上の取組みを通して、従来の営業時間内の電話受付で対応していた場合と想定して機会損失が 20%程度改善できると考えており、**年間のテイクアウト売上は前年比120%伸長を狙う。**

② 認知度向上による売上向上

- ・水産加工食品の創作に着手し、自社サービスの認知度の向上を図る。
- ・組織として現在小規模であり、顧客との円滑な連携を最優先として考慮する必要があるため、問い合わせ機能からの SNS の連携、操作性に特化した仕様、またはツールを埋め込み、機会ロスを防止する。

【商品開発イメージ】



今回の補助事業においては、【目標と今後のプラン】の①web 制作に取り組み、情報発信の強化を行います。

現在、当店は自社のホームページ等の宣伝手段を持っておらず、新規顧客へ向けた開拓はまだできていない状態です。そこで顧客との円滑な連携を最優先として考慮する必要があるため、HP に問い合わせ機能からの SNS の連携、操作性に特化した仕様、またはツールを埋め込み、機会ロスを防止します。

【今回の取組内容】

- ・だれに ⇒ **レジャー施設、飲食店やタクシー、テイクアウトのツールが充実していない郊外地域の顧客層、自宅や観光地で伊勢・鳥羽の新鮮な海産物を味わいたい顧客層**をメインターゲットに
- ・なにを ⇒ HP を作成し、当社の PR 機会創出を
- ・どのように ⇒ 強みや差別化の部分積極的に SNS の連携、操作性に特化した仕様で PR する、また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**。

(効果)

①信頼・認知向上にむけた施工内容・解説のホームページ制作

現在において顧客が初めての会社と取引を行う場合、ほとんどの方がその会社が「どのような会社なのか」等、インターネットで検索を行っています。そして、HP の出来栄や掲載内容で会社の印象が変わり、「大丈夫そうだ」という印象を与えることが前提条件になっています。

その意味では、HP は必須となっており、顧客からしても、持っていて当たり前のイメージです。

当社としても、そのような状況下において、情報発信を行う上で第一に考えており、この補助事業において取り組むものです。



作成においては、どのようなサービスをおこなっているか、伝わるように作成する。これによって会社情報も伝えることができ、しっかりとした自社の取組をアピールできる HP を作成します。

・注力するのは「ファーストビューエリア」であり、パソコン、スマホなどで HP を開いた際に、はじめて表示されるエリアは、思わず目に留まってしまう“見た目のインパクト”と何の HP か直感的にわかる“わかりやすさ”にこだわり、顧客ニーズに対応した当社の内容が前面に訴求されるよう取り組む。

・HP の運用や管理に関しては、IT 知識に長けた従業員が担当者として従事することで、スムーズな運用を可能にします。組織規模自体が小さいため、サイト自体は大手サイトの様な安心感を与える外観、レイアウトを重視したい。

<掲載情報例>

・ Q & A ・ お問合せ ・ SNS 連携

・テイクアウトの注文機能

②コロナ禍での感染予防対策上の懸念事項が多く、EC サイトでネット購入可能なシステムを導入することで、対面販売のオペレーションコスト削減と**感染予防対策徹底に寄与**できる。

またサイト機能を会員情報機能と連携し、ホームページ上で顧客管理を行うことができるようにすることで、**在庫や注目商品、売れ行きの確認ができ、顧客が安心して購入頂ける体制が構築**できる。

■必要な理由

現在、各種補助金や助成金を活用しながらも、売上減少傾向と赤字計上が止まらない状況です。今後は、少しでも補助金助成金に頼らない自立した経営に戻していく必要があります。

実施時期としては、商品開発と広報の準備ができる 5 月からを検討しています。真空包装機を利用し、鳥羽海産物、懐石の味をご家庭や観光地で楽しんでいただけるように商品開発をすることと、これらの商品を色々な方に知っていただく手段として、チラシ作成と DM 送付の広報を行います。

これらの内容により、旅館で提供している懐石コースとほぼ同じメニューを自宅でも飲食することができ、お客様のご自宅でも本格的な懐石を楽しんでいただくことができます。

●補助事業実施体制とスケジュール

項目/時期	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月
ホームページ作成		→			
オンライン購入機能付加			→		
オンライン物販準備		→			
事業スタート					→

提供している味を損なわない懐石コースの考案をし、販売開始時期としては 5 月頃を予定しています。年末年始のご家族の集まりなどを最初のターゲットとしたいと思います。

3. 補助事業の効果

※補助事業の実施により、自社の経営に与える効果について記載してください。

当社は、地域の顧客に役立つサービスを提供しています。しかし、新型コロナウイルスという世界的な危機の中、経済にも多大に影響が出ております。

そのため、今回の補助事業に取り組むことで、当社の事業内容が以前からの顧客、周辺地域へ伝わり、認知度向上の課題解決に寄与し、下記のように大きな効果が期待できます。

定性的効果

①売上アップ

企業のHPを閲覧してくれた方が、「商品を買う」「お問い合わせをする」という次のアクションにつながるような仕組みを作ることで、売上げアップにつながります。

②新規顧客獲得

特徴となるキーワードによって「お客様側から」検索してくれるため、こちらが相手を知らなくても、営業に赴かなくても、潜在顧客・見込顧客が、新規顧客化してくれる可能性があります。

飲食店やショップはイベント情報などをブログへ載せると、口コミにより更なる集客効果も得ることができます。

③情報発信による企業の信頼や安心感の向上

病院等の医療機関などでは、流行している病気のお知らせや注意喚起情報を載せることにより、信頼や安心を得ることができます。

④営業ツールとして利用

HP上に見込み客にアピールしたい最新情報や、商品のポイントのまとめなどを掲載しておけば、パンフレットや営業資料などが手元になくても、HPを営業ツールとして使うことができます。

⑤求人募集への活用や社内教育にも利用

現在の求職活動のほとんどはネットを介して行われており、HPがないというだけで、企業として求人募集のアドバンテージがなくなってしまいます。

HPがあれば、どんな人が働いているのかスタッフ紹介もでき、求人募集もスムーズに行うことができるようになります。

上記より、一般個人客から直接注文をいただける体制をつくるのが可能となります。

以上のことから、今後の需要が拡大すると予測される市場の受注に対応でき、売上の向上が期待されます。

定量的効果

【今後の推移】

売上高は、コロナの収束状況に伴い、受注増加が見込まれ、HPを作成し、当社のアピールを続けていくことで増加していく見込み。

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、来店売上は前年売上高の105%成長を目標にし、テイクアウト・デリバリー売上は前年比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年後にはテイクアウト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。

(単位:千円)	今期見込	2022年	2023年	2024年
来店売上				
テイクアウト・デリバリー売上				
全体売上高				
(前年増加率)				

※経営計画・補助事業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。
※各項目について記載内容が多い場合は適宜、行数・ページ数を追加してください。また、必要に応じて、図や写真を貼り付けしても構いません。

※採択公表時に補助事業者名、代表者名、補助事業名、事業概要、住所、業種、法人番号（法人の場合）及び補助金交付申請額を公表することがありますので、予めご承知おきください。