

<申請者名> 【必須記入】

法人名 / 屋号	[Redacted]
代表者役職	[Redacted]

<経営計画> 【必須記入】

1. 自社の事業概要

① 企業概要・沿革

当社は平成12年創業で、板金塗装を中心とした自動車の修理修繕を営む、所謂整備工場です。

南勢バイパス(国道23号線)沿いの好立地で、軽自動車から2トン車まで幅広い車種を取り扱い、板金・塗装・自動車整備・修理まで、社長の私が一人で安定的に一貫対応しております。20年間の整備実績と特に塗装技術に定評があり、利用者様の満足度は高いと自負しております。

板金塗装は年間180台から200台、車検整備なども含め、年間売上は1,300万円前後で安定的に推移してきました。しかし、今期はコロナ禍の影響もあり大変厳しい状況になっています。



工場兼事務所 外観



工場内観



事務所

② 事業内容・顧客ニーズ

地方において車はまだ生活の必需品とはいえ、若者の車離れ、高齢者の免許返納など、車社会に対する変化の潮流は無視できないものとなっています。また電気自動車への移行も予想以上の速度で進んでいくでしょう。つまり、従前のようなガソリン自動車の整備修理に関する“御用聞き”の姿勢では、技術的な側面から、またそれ以外の側面からもあつという間に時代の変化に取り残され、手遅れの状態となりかねません。

特に、現在の傾向としては、お客様に修理費の見積もりをお出しすると、およそ4人に1人の割合で「それならならば」と廃車を選ばれることです。

このようなお客様のお役に立つ道はないものか、車のプロである私がお客様にふさわしい新車中古車への買い換えをご提案できないものかと考え、良質の中古車を下取りして修理工場のノウハウによるブラッシュアップをかけお安く販売したいと考えています。このため、当社の概要、サービス内容を広く紹介するためのホームページ制作が必要となっています。

③ 現在の経営状況

新型コロナ影響による月別売上高変化 円

	3月	4月	5月	3ヶ月合計
2020	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
2021	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
減少率	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

3ヶ月間で▲23%もの大幅な落ち込み

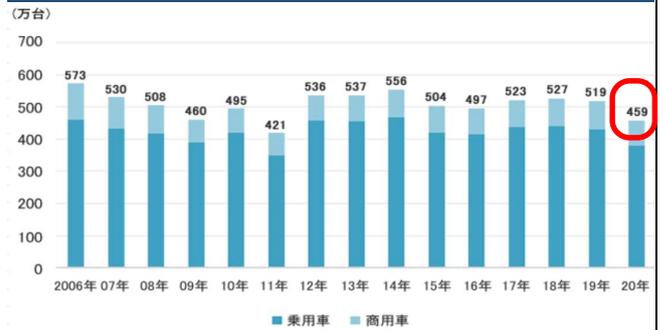
ここ数年、年間売り上げは安定していましたが、**昨年の3月から5月の売上は対前年比23%減少と大幅に落ち込みました。**新型コロナの感染状況の変動による外出自粛の影響を受け売上に大きな悪影響を与えています。

#### ④ 自動車業界の市場動向

OICA(国際自動車工業連合会)によると、日本国内の自動車販売台数はここ数年ほぼ横ばいで推移していましたが、**昨年度はコロナ禍の影響もあり前年比11.5%減の459万台と減少しました。**今後、**少子高齢化による人口減、リース・カーシェアリングの進展に伴って、販売台数の減少傾向は継続していくことが予想されます。**

一方、国内販売台数に占める電動車の比率は増加しており2030年での電動車のシェアは55%まで上昇すると見込まれています。ガソリン車に比べ圧倒的に構成部品の少ないBEVが増えること、リース・カーシェアリングの進展に伴う販売台数の減少により、**今後自動車販売、自動車整備事業の縮小は避けられません。**

日本の新車販売台数推移 (OICA)



国内新車販売台数に占める駆動システム別構成 %



(Boston Consulting Service)

#### ⑤ 顧客ニーズ

日本自動車工業会による全国一般世帯を調査対象にした「2019年度乗用車市場動向調査」によると、「購入予定のエンジン(動力)タイプ意向」では2017年まで6割を超えていた「ガソリンエンジン」車の割合が2019年では6割を切りました。HEV(ハイブリッド)車を中心とした電動車(BEV、HEV、PHEV、MHEV)への購入意欲が増えています。

一方、政府による「2050年カーボンニュートラル」に向けて「2035年までに新車販売で電動車100%実現」の方針に基づき「充電スタンド」の拡充が進んでいけば、**ガソリンエンジン車への購入意欲は減少し、次世代エンジン車への購入意欲が加速度的に増加していくと予想されます。**

2019年度乗用車市場動向調査(日本自動車工業会)

	ガソリンエンジン	ディーゼルエンジン	ハイブリッド	プラグインハイブリッド	電気(電気自動車)	燃料電池(燃料電池車)	その他
n							
2011年	2278		62		1	28	2 5 0
2013年	3154		61		2	31	2 3 0 1
2015年	3049		63		3	31	1 2 0 0
2017年	3006		62		2	30	2 4 0 0
2019年	3179		59		3	33	2 3 0 0

#### ⑥ 現状分析と今後の戦略

自社の強み	市場の機会
<ul style="list-style-type: none"> <li>技術力。おおよその顧客ニーズには的確に応えられる。</li> <li>新車種への意欲的な取り組み。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客対応できるスタッフが一人。修理修繕業務で手一杯、自動車買い替えなどプラスαの提案を行えない。</li> <li>⇒付加価値獲得の機会を逸し、機会損失が大きい。</li> <li>コロナ禍の外出自粛などで車関連業界は大きな影響を受ける。</li> </ul>

自社の弱み	市場の脅威
<ul style="list-style-type: none"> <li>自動車整備士の減少により、当社の技術に希少価値を持たせられる。</li> <li>販売が価格のたたき合いに突入する中、技術面を活かした付加価値優位の販売が可能。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>若者の車離れによる販売台数の漸減傾向。</li> <li>SDGs の要請による低炭素化社会の到来 ⇒それに基づく新技術の台頭（エコカー、MaaS、カーシェアリング etc）</li> </ul>

積極的戦略：当社の強みを機会に活かす方向性

- 既存の技術力に磨きをかけるとともに、これを機会に知識・スキルの幅を広げる。

消極的戦略：当社の弱みを克服し、脅威に打ち勝つ方向性

- 自社ホームページを構築し、当社の基本情報やサービス内容を周知することで、修理作業以外の業務を効率化、非対面式の要請に対応し感染症対策にも努める。
- 必要に応じて、外部の専門家にアウトソーシングも検討する。
- 有事に備えた人員の確保や保障、商品保管などの対応について社内整備を心がけておく。

## ⑦ 目標

これまでの自動車整備の実績を生かしながらも単なる整備工場から脱却するための第一歩として、当社の Web サイトを構築し、営業のオンライン化に対応します。これにより、弊社の売上を前年比 10%増とし、オンライン販売は全体売上げの約 10%とすることを目指します。

## 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

現在においても自社内では感染症対策としてアルコール除菌の徹底、設置、商談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。

ここ数年、年間売上げは安定していましたが、新型コロナウイルスによる影響で、売上は大幅に落ち込みました。先行きの不透明感が日々増していますが、今回の補助事業での対応でこの状況を打開していきます。

## <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)

ホームページの制作とオンライン購入等機能付加による事業拡大

### 2. 補助事業の内容

ホームページのイメージ例

#### (1) 補助事業内容 (取組内容)

本補助事業において、以下 2 つの取組みを行います。

#### ① 自社ホームページの新規立ち上げ

まず、認知度向上による売上向上を目指し、積極的な情報発信を行い、伊勢市内外における当社の認知度を向上させる取組みを行います。これまでは、人員が少なかったことから積極的に販促活動を行ってきませんでした。今後はインターネットを通じて、長年の事業で培った弊社の技術・スキルを紹介し、積極的に営業を行います。また、Web 上にて情報発信を行うことで、検索時に目に留まるように工夫します。



▲ホームページのイメージ

## ② オンライン購入や来店予約機能の構築



▲部品販売のページイメージ

作成した自社ホームページを活用し、Web上で来店予約や部品販売を実現するための機能を付加したサイトの構築を行います。これにより、対人接触機会の最小化を行いつつ、営業活動を持続・拡大させます。

以上を通じて、今後もお客様に信頼していただける店舗として発展・継続させ、長期的な売上と利益の増加に繋がっていきます。

### (2) 事業の必要性

新規顧客開拓のためには、Webでの認知向上が不可欠となっています。

また、コロナ禍による非接触という社会的要請に対応するためにも、弊社ホームページの構築、Web上を通して営業を行うことが不可欠となっています。またこれにより、弊社の労働力不足という課題も解決することができます。

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、またはツールを充実させ、対人接触機会の減少による商機のロスを未然に防止する。

また、今回の補助事業により、対人接触機会の最小化を行いながら、販促活動を持続・拡大していきます。

そしてお尋ねいただいたお客様にLINE@に登録していただくなど、弊社からの情報発信や、LINEでのご要望等をいただき、今まで直接営業していたものをパラダイムチェンジしていきたいと思えます。

まずはホームページにコンタクトしていただけることが最重要事項の一つであり、それがないと何も進みません。看板やチラシ等でweb集客に繋げ、将来はLINEでの文字と写真で概算の見積もりや工程等をお伝えできるようにします。

### (3) 事業実施スケジュール

補助事業採択後、“ホームページ作成”、“オンライン購入等機能付加”にとりかかります。本件は外注業者に委託するとともに、弊社のWeb担当者の育成を行い、スムーズな運用を可能にします。オンライン物販についても専門家の助言を得ながら、各種準備（ネットショップの形態、商品の宣伝用写真撮影、SNS、SEO対策、リスティング広告等）を使っての集客準備、決済方法の検討、配送・包装の準備を進めて参ります。

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					→

### 3. 補助事業の効果

本補助事業により以下の効果を予定しています。

#### 【定性的な効果】

##### (1) 顧客のメリット

- HP を通して会社情報や事業内容を確認することができ、安心感を持って弊社を利用していただけま
- オンラインで来店予約を手軽に行うことができ、待ち時間をなくすとともに、対人接触機会を最小化することができ
- EC ページを通じて、コロナ禍でも外出することなく欲しい商品を自宅まで配送してもらえます。

##### (2) 自社のメリット

- コロナ禍に対応した、非対面での情報発信を行うことが可能となります。
- HP 開設による知名度の向上、ネット検索を通して潜在顧客・見込顧客の新規顧客化が可能になります。

##### (3) 社会的なメリット

- ステイホーム下での人々の暮らしをより豊かにする機会が増大します。
- 事業の拡大、特にオンライン物販の拡大により地域の新たな雇用創出、活性化につながります。

#### 【定量的な効果】

本事業の取り組みにより、今後のオンライン販売の拡大と売上高推移は以下を予定しています。

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14.2%を達成することができる見込みです。また、3年後にはオンライン販売が全体売上高の約10.6%に達する見込みです。

#### ■ 今期売上見込と3か年売上予測

(千円)	今期見込	2022年	2023年	2024年
既存事業				
オンライン販売				
全体売上高				
(前年増加率)				

#### 【最後に】

今回の補助事業を通じて、弊社のビジネスを継続させるとともに、コロナ禍における非対面という社会的要請に即した形で、知名度の向上・売り上げ拡大を実現し、地域社会への貢献を目指します。

※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。