

<申請者名> **【必須記入】**

法

代

<総

1

事業所の電話番号 0550-29-5665

【事業内容】

- 獅子の竹炭及び竹炭パウダーの製造販売。
- 世界に類を見ない新商品として、持続可能でクリーンな竹炭ペットの生産。

タイの良質で肉厚な竹を使って竹炭バイオ燃料を生産しております。
竹炭製造工場はタイのチェンマイにあり、現在 Thai Bio Materia 社の名称となっております。タイ工場には炭を作るプールが4窯あり、今後、順次増設する予定です。又、日本国内での竹炭工場展開も計画中です。



【自社の製品】



●当社の販売先の構成

取引先	取引内容	品目
①	化粧品会社	化粧品
②	食品会社	食炭
③	製薬会社	竹炭パウダー
④	HIS とのコラボによる世界展開	レジャー用

【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"> 竹は成長が非常に早く、燃焼カロリーが他の木質ペレットに比べ高い為、燃料消費と運送コストの削減に寄与。 炭化することにより余分な物質をしているため、炉を傷めにくい事である。 生産性に優れた特殊な燃焼方法により大量生産に成功ペレットの形も変更が容易。 	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素エネルギー問題（バイオマス燃料不足等）クリーンで優しく持続可能なエネルギーが求められる昨今、竹炭ペレットはそれらをクリア出来る燃料であるため早急に事業を進めたい。
自社の弱み	市場の脅威
<ul style="list-style-type: none"> 新規事業のため実績がない。 海外の情勢と輸入に伴うリスク。 ネット部門が弱い 	<ul style="list-style-type: none"> エネルギー開発は日進月歩である。 いつ超高効率な発電機が出てくるかわからない。 不安定な国際情勢の為、輸入がストップする事も考えられる。

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

現在はタイにて工場建設と併用して一部生産中、竹炭ペレットの生産は燃料の生産であり、その燃料を利用して電気を作り出している。

コロナ禍で工場建設が半分でストップしてしまい、深刻な影響に直面している現状である。昨年2020年4月に発生した新型コロナウイルス感染症拡大の影響に伴い、売上は伸びず。

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上減少への影響（商談数の激減による機会ロス）**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。

即ちコロナの対人接触機会（商談）の減少により大手（BtoB）との大口取引及び安定供給が難しくなったことから、**一般のエンドユーザー（BtoC）へのインターネットを通じた直接的な販路の開拓と転換**です。

この状況に伴い、これまではアナログの運営を行ってきましたが、心機一転し、確実な需要の見込めるネット販売を主とした事業展開の計画実施に至りました。

<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）

ホームページ及びECサイト設置による「獅子の竹炭」販路拡大

2. 補助事業の内容

■補助事業内容：ホームページ及びECサイトを設置しオンライン購入機能を追加する



【目標と今後のプラン】

① 第一段階：EC サイトを利用した自社製品の販路拡大 (B to C) の仕組み作り

- ・HP を作成し、自社サービスの認知度の向上を図る。
- ・**感染拡大防止と事業継続のためにオンラインショッピングシステムをHP に付加する。**
- ・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、コンテンツを充実させ、**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。**

② 第二段階：発電事業 (B to B) の仕組み作りと新事業のアピール

自社で電気まで一貫して提供することが出来れば、最終ニーズへのアプローチも可能ではないかと考えた。たとえば個人や工場、緊急時にいたる小規模発電及び、発展途上国などの地域の発電など、竹炭ペレットを利用した発電機があればそれを叶えることができるため、燃料の販売だけでなく電気の販売になればターゲットも増える。

50kw ~300kw 程度の発電能力がある小規模バイオマス発電が望ましい、小型化することで、スペースを取らず場所を選ばない。

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、当社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** ⇒**コロナの影響により、来店購買を躊躇う年齢層**の顧客をメインターゲットに
- ・**なにを** ⇒EC サイトを作成し、当社製品の PR 機会創出を
- ・**どのように** ⇒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 する。また**動画や SNS 等を用いたオンラインの情報発信に注力し、非対面型でのサービス提供を推進、コロナ感染予防対策徹底に寄与**する。

(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。



ホームページ (イメージ)

- ・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、見積依頼、SNS連携 等
- 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

上記の通り、当初の構想であった大手との大口取引（BtoB）に対しての安定供給が難しくなったことからエンドユーザー（BtoC）への直接的な販路の開拓が急務である。

自社で開発することは難しいが、現在バイオマス施設を生販売している企業とタイアップすればそれも可能であるため、研究開発費が必要となってきます。

又、国内に工場を建てることにより燃料の安定供給と地域の雇用、森林組合等地域の林業関係者とのタイアップや、海外に展開することによる研修場所としての活用など、海外との活発な交流促進が生まれる。国内に留まらず海外までこの技術を広めたいと考えます。

また、「商品の購入」においては外観やイメージなど特に視覚的な情報がより一層必要となります。そのため、他社との差別化を図り、優位性を保つには「一般的なコーポレートサイト」という要素だけでなく

- (1) 顧客の目を引く、大胆でインパクトがあり、際立った印象を与える洗練されたホームページの景観
- (2) 円滑な予約、問い合わせ管理、システム自体の機能性

を両立させる事が必要で、そのための効果的な設備投資を行い、オンラインのコンテンツを充実させる事が本事業の目的であり、上記の諸般の経費捻出のためにも第一段階の本事業に補助金を充てたいと考えております。

●補助事業実施体制とスケジュール

実施時期としては4～8月頃を目処に検討しております。

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

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によって、売上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、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とも、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う。

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、職場環境やキャリアステップなどの情報を載せることもできるので、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。

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。

	補助事業終了年度	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
① 売上高						
② 営業利益						
③ 経常利益						
④ 人件費						
⑤ 減価償却費						

本補助によりネット販売の開始と、より高付加価値な商品の生産・販売を実現します。

※ 収益見込み（概算）2022年

■ 生産数 10 t / 月が可能

【単価】

■ バーベキュー用竹炭 : 希望小価格 2kg / 1000円 (kg / 500円)

■ 竹炭パウダー : 希望小価格 1kg / 22000円・10kg / 16500円 (kg / 16500円)

■ **売上見込み (500円/kg × 1万個) + (16500円/kg × 1000個) = 2,150万円**

生産に慣れてくれば歩留り改善も有り、**年間3,000万円以上の売上は可能**です。また、原価率は1~5%程度なので、**利益確保は十分可能**と考えています。

※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。