

名 称: 和風モダンカフェ サンプル庵

<経営計画>【必須記入】

<経営計画>および<補助事業計画>(Ⅱ.経費明細表、Ⅲ.資金調達方法を除く)は最大 8 枚程度までとしてください。

1. 企業概要

1-1. 自社の概要

【当社の概要】

屋号:和風モダンカフェ サンプル庵

代表者:サンプル 太郎

創業:2023 年 4 月 1 日

所在地:福岡県福岡市中央区天神〇丁目〇-〇〇

和風モダンカフェ「サンプル庵」(以下当店)は、日本の「和」と現代的な「モダン」を融合させた空間で、厳選された九州産食材の創作和風料理、日本茶・珈琲、季節の和スイーツを提供するカフェである。ランチ、カフェ、ディナーの各時間帯で運営し、特に地元の契約農家や漁港直送の食材を使用した「月替わり御膳」が人気である。店内は落ち着いた雰囲気、幅広い年齢層の顧客に利用されている。従業員は正社員 2 名、パート・アルバイト 3 名の計 5 名で運営している。

【作成ポイント】

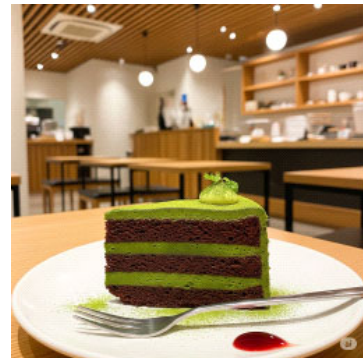
企業の基本的な情報に加え、創業からの沿革や立地特性、企業理念などを簡潔に記載し、全体像が伝わるようにしましょう。主な商品サービスの紹介もここに記載します。



店舗外観



月替わり御膳 1,500円



抹茶のガトーショコラ 600円

1-2. 現在の売上・利益の状況

【現在の売上・利益状況(月平均)】※単位:千円

時間帯	売上高	売上高総利益	売上シェア	客単価
ランチタイム(11:30-14:00)	4,500	2,700	50.0%	約1,200円
カフェタイム(14:00-17:00)	2,700	1,620	30.0%	約800円
ディナータイム(17:00-22:00)	1,800	1,080	20.0%	約2,500円
合計(月平均)	9,000	5,400	100.0%	約1,300円

【作成ポイント】

直近の売上高、売上総利益、売上構成比、客単価など、具体的な数値データを示すことで、事業の現状を定量的に把握できます。

1-3. 経営課題

■平日のランチタイム以降の集客力と客単価の向上

カフェ・ディナータイムの稼働率が低く、明確な来店動機が不足している。

■メニュー開発とプロモーションの強化

季節限定メニューのバリエーションが不足している。また、デジタル媒体を活用した効果的な情報発信が不足している。

■調理・提供プロセスの効率化

手作業に頼る業務が多く、ピーク時の提供遅延や人件費率の圧迫が発生している。

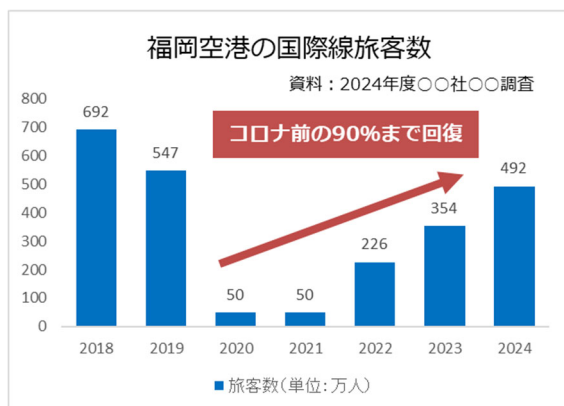
【作成ポイント】

ここに記載する経営課題は、補助事業で解決が見込める内容にすることが重要です。補助事業計画書との整合性を図りましょう。

2. 顧客ニーズと市場の動向

2-1. 市場の動向

■インバウンド需要が高まる福岡市



福岡市は、国際線就航便数の回復と地理的優位性から、インバウンド需要が急速に高まっている。福岡空港の国際線旅客数は2024年3月時点でコロナ禍前の約90%まで回復しており、特に韓国・中国・台湾からの観光客が顕著である。福岡市中心部の天神エリアは、商業施設と観光スポットが集中しており、外国人観光客にとって魅力的な滞在拠点となっている。彼らは日本の伝統文化体験や、SNS映える独自性のある飲食店を求めており、多言語対応やキャッシュレス決済の普及が急務である。

■健康志向と体験型消費ニーズの増加

近年、消費者の間で「食の安全性」や「健康」への意識が大きく高まっている。2024年の〇〇社の消費者調査では、「食材の産地や安全性にこだわる」と回答した消費者が全体の70%に達している。また、「モノ消費」から「コト消費」への移行が進み、「体験型消費」への関心が増加している。特に飲食においては、単に食事をするだけでなく、特別な空間や文化体験、SNSで共有したくなるような「映え」要素を求める傾向が顕著である。地元の食材を活かした創作料理や、和の趣を感じられる空間への需要が高まっている。

【作成ポイント】

ターゲットとする市場の全体像を把握します。客観的なデータやアンケートなどのエビデンスに基づいて記述しましょう。出典元も明記しましょう。

2-2. 顧客ニーズ

■当店が選ばれる理由と今後の課題

当店の主な顧客層は、平日のオフィスワーカーと休日の買い物客・観光客である。これまでのGoogle 口コミや店内のアンケートでは、「落ち着いた和モダンな空間でリラックスできる」「九州産食材の料理が美味しい」「抹茶スイーツが本格的でSNS映える」といった点が特に高く評価されている。

一方で、「外国人観光客への対応が不十分」「予約が取りにくい時がある」「キャッシュレス決済の種類を増やしてほしい」といった改善点も挙げられていた。これら顧客の声は、補助事業で取り組む多言語対応、オンライン予約システム、モバイルオーダー導入の必要性を強く裏付けている。

■競合の状況と当店の優位性

福岡市天神エリアの飲食店市場は競争が激しく、特にカフェ業態は多様な店舗が存在する。大手チェーンは価格競争力と利便性で優位であるが、画一的なサービスが課題である。個人経営のカフェは個性で差別化を図るが、資金力や情報発信力に限界がある。

当店は「唯一無二の和モダン空間」と「厳選九州産食材」という明確な強みで差別化を図り、補助事業でIT対応力を強化することで、競合に対する優位性をさらに確立する。

項目	当店 (サンプル庵)	大手チェーンカフェ	個人経営カフェ
コンセプト	独自の和モダン、九州産食材	一般的	個性的だが統一感に欠ける場合も
空間体験	落ち着きと映えるデザイン	大衆向け	こだわりあるが狭小な場合も
食材の質	厳選九州産、安心・安全	一般的	店により差がある
IT対応力	補助事業で強化予定	高い(大手)	遅れている傾向
価格帯	中～高	低～中	中～高

【作成ポイント】

ターゲット顧客のニーズを深掘りします。アンケート調査や口コミ分析を通じて、顧客が何を求めているのか、何に不満を感じているのかを具体的に示します。競合との比較表を作成することで、自社の優位性を明確にできます。

3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強みや弱み

3-1.強み

■独自の和風モダンコンセプトと空間デザイン

「和」と「モダン」を融合させた唯一無二の空間は、顧客から高い評価を得ている。Google 口コミでは「洗練された空間で心が安らぐ」「写真映えするところが多くて楽しい」といった声が多数寄せられている。来店客の約〇％がSNSに投稿するなど、そのデザイン性が集客に貢献している。

■厳選された九州産食材へのこだわり

安心・安全で高品質な料理を提供するため、食材には徹底してこだわっている。肉類は「糸島産〇〇鳥」、野菜は「〇〇市契約農家 〇〇農園」から直接仕入れ、魚介類は〇〇鮮魚市場から毎日直送されるなど、生産者の顔が見える食材を使用している。これにより、お客様には「ここでしか味わえない九州の旬」を提供でき、食へのこだわりを持つ顧客からの信頼を獲得している。

■創作和風料理と日本茶・珈琲の専門性

他店にはない専門性と看板メニューを有する。特に、当店代表の〇〇が「日本茶インストラクター」の資格を持ち、全国各地の厳選された日本茶を独自の淹れ方で提供している点は、他にはない強みである。また、地元の有名パティシエとの共同開発による「季節の和スイーツ」は、地域誌の「〇〇特集」で紹介された実績もあり、高い評価を得ている。

■アクセスの良い立地

福岡市天神の中心地という交通の便が良い立地は、高い集客ポテンシャルを有する。西鉄福岡(天神)駅から徒歩〇分、地下鉄天神駅から徒歩〇分という利便性は、ビジネス層から観光客まで幅広い層の来店を促進している。

【作成ポイント】

競合他社にはない、自社独自の強みを明確にします。具体的な根拠（顧客からの評価、受賞歴、独自の技術、仕入れ先など）を示すことで、説得力が増します。

3-2.弱み

■認知度の低さと販路開拓の遅れ

創業間もないため、地域や潜在顧客層への認知度が不足しており、顧客開拓が遅れている。特に、ターゲットと定めている 20～30 代のデジタルネイティブ層へのリーチが不十分である。

■プロモーション・情報発信の不足

新メニューやイベントの告知が主に店舗内で行われ、デジタルマーケティングが手薄である。SNS の更新頻度が低く、ターゲット層に響く魅力的なコンテンツの発信ができていないことが課題である。ウェブサイトも情報更新が滞りがちである。

■調理・提供プロセスの非効率性

手作業による工程が多く、ピーク時の提供遅延や人件費負担増がある。特にランチタイムの「月替わり御膳」の調理には手間がかかり、ピーク時に提供まで 15 分以上かかることもあり、機会損失に繋がっている。

■外国人観光客への対応不足

多言語メニューや外国語での接客、効果的なプロモーションが不十分である。特に、主要なインバウンド層である韓国語・中国語での対応ができていないため、来店機会を逃している。キャッシュレス決済の種類も限定的である。

【作成ポイント】

改善すべき点を率直に示します。経営課題同様、補助事業で解決が見込める内容にすることが重要で

4. 経営方針・目標と今後のプラン

4-1.経営方針・目標

【経営方針】

当店の経営理念は、『日本の伝統と現代の融合による新たな価値創造を通じて、お客様の心に安らぎと感動を提供する』である。この理念に基づき、SWOT 分析の結果を考察した上で、『日本の四季と感性を五感で味わう、心安らぐ第三の場所の提供』を経営方針として掲げる。この方針は、当店の『独自の和風モダンコンセプトと空間デザイン』『厳選九州産食材へのこだわり』といった強みを最大限に活かし、現代消費者の『健康志向と体験型消費ニーズの増加』『インバウンド需要の回復』という市場の機会を確実に捉えるものである。同時に、現状の『認知度の低さ』や『プロモーション不足』といった弱みを克服し、激化する競争環境や『原材料費・人件費の高騰』といった脅威に対応するための方針となる。以下に SWOT 分析の結果と、それに基づいた具体的な目標を記述する。

【SWOT 分析表:和風モダンカフェ「サンプル庵」】

	好影響	悪影響
	強み (Strength)	弱み (Weakness)
内部環境	1. 独自の和風モダンコンセプトと空間デザイン 2. 厳選された九州産食材へのこだわり（安心・安全、高品質） 3. 創作和風料理と日本茶・珈琲の専門性（他店との差別化） 4. アクセスの良い立地（天神の中心地）	1. 平日のランチタイム以降の集客と客単価の低さ 2. プロモーション・情報発信の不足 3. 調理・提供プロセスの非効率性 4. 外国人観光客への対応不足（多言語メニュー、接客）
	機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
外部環境	1. 健康志向の高まりと体験型消費へのニーズ増加 2. インバウンド需要の回復と日本文化への関心の高さ 3. デジタル技術の進化による新たなプロモーション・効率化手段の出現	1. 競争激化する飲食店市場（大手チェーン、個人店の増加） 2. 原材料費・人件費の継続的な高騰 3. 消費者の流行の変化の速さ 4. インボイス制度導入によるコスト増

【作成ポイント】

自社の経営ビジョンを示します。ここまでに記述した SWOT（強み・弱み・機会・脅威）の結果を踏まえ、どのような目標を達成したいのか、どのような企業でありたいのかを明確にします。

【目標】

① 定性的目標

本事業を通じて、お客様に最高の「和」の体験を提供し、心身ともに満たされる「第三の場所」としての地位を確立する。これにより、地域社会における食文化の発信拠点としての役割を担い、福岡市を訪れる国内外の顧客にとってのランドマークとなることを目指す。また、従業員が誇りを持ち、生き活きと働ける環境を整備し、専門性と創造性を育む企業文化を醸成する。

② 定量的目標

当店は以下の通り、5 年後に達成する売上目標額を設定する。

指標	現状	短期目標 (1年後: 2026年12月期)	中期目標 (3年後: 2028年12月期)	長期目標 (5年後: 2030年12月期)
月間売上高	約90万円	120万円	150万円	180万円
年間売上高	約1,080万円	1,440万円	1,800万円	2,160万円

4-2.今後のプラン

本事業を通じて、持続的な成長と社会貢献を目指し、以下を実行する。

補助事業期間中 (2025年8月～2026年7月)	【販路開拓強化】 ・プロ撮影の写真・動画活用、SNS広告、地域情報サイト掲載。 ・ウェブサイト多言語化・オンライン予約システム導入によるインバウンド対応。 【生産性向上】 ・高性能スチームコンベクションオーブン導入で調理効率化・品質均一化。 【顧客体験価値向上】 ・九州産食材の季節限定メニュー開発、盛り付け・器のこだわり。
補助事業期間後 (2026年8月～)	【持続的成長】 ・補助事業効果分析に基づく販路開拓戦略の最適化・顧客基盤拡大。 ・オリジナル商品開発・販売による収益多角化。 ・トップブランド確立に向けたブランディング強化。 ・スタッフ増員・研修、将来的九州全域展開。

<補助事業計画>

I. 補助事業の内容

1. 補助事業で行う事業名【必須記入】(30 文字以内で記入すること)

「和」の五感体験カフェ販路開拓・生産性向上事業

2. 販路開拓等(生産性向上)の取組内容【必須記入】(販路開拓等の取組内容を記入すること)

2-1. 事業の概要

本補助事業では、カフェ「サンプル庵」の経営課題(集客・客単価向上、メニュー開発・プロモーション強化、調理効率化)解決を目指す。具体的には、季節限定メニュー開発、デジタルマーケティング推進、厨房機器・IT システム導入を通じて、新規顧客獲得、リピート率向上、売上・利益拡大、顧客体験価値の向上を図る。若年層やインバウンド層を特にターゲットとし、地域経済にも貢献するものである。

本補助事業の実施スケジュールは以下の通りである。

フェーズ	項目	担当	2025年												2026年						
			6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月					
準備	メニュー最終確定	代表者																			
	食材仕入れ交渉	代表者																			
	写真・動画制作	代表者																			
	ウェブサイト改修	外部委託																			
	厨房機器選定・発注	代表者																			
	厨房機器設置	外部業者																			
	システム導入・設定	外部委託																			
実施	メニュー提供開始	全員																			
	SNS広告運用	代表者																			
	地域情報サイト掲載	代表者																			
	システム・機器運用	全員																			
	従業員研修実施	代表者																			
効果検証・改善	データ分析・効果検証	代表者																			
	顧客アンケート	従業員																			
	改善策立案・実行	代表者																			
	実績報告書作成	代表者																			

【作成ポイント】

補助事業の全体像を把握します。何を実施するのか、どのような成果を目指すのかを簡潔にまとめます。

2-2. 背景・目的

創業以来、和風モダンコンセプトと九州産食材を強みとするものの、平日のカフェ・ディナータイムにおける集客不足と新メニュー開発・情報発信の遅れ、さらに手作業中心の調理プロセスによる非効率性が課題となっており、これらが人件費率の増加や機会損失に繋がり持続的な経営の足かせとなっていることから、本補助事業を通じてこれらの課題を解決し、新たな顧客獲得と売上拡大、顧客体験価値の向上、そして業務効率化による生産性向上とコスト最適化を実現することを目的とする。

【作成ポイント】

補助事業を実施するに至った背景と、その目的を明確にします。現状の課題をどのように解決し、事業を成長させるのかを説明します。

2-3. 具体的な取り組み

■季節限定メニュー開発とプロモーション強化

①季節限定メニュー開発

四季折々の九州産食材(例:春は福岡県産あまおう、夏は熊本県産デコボン、秋は宮崎県産和栗、冬は長崎県産カキ)を用いた「季節の和スイーツ」と「特別ドリンクメニュー」を、それぞれ年間で 4 種類ずつ開発する。開発したメニューは、当社の和風モダンな世界観と合致するよう、盛り付けや器にもこだわり、視覚的な魅力を高める。

②プロによる写真・動画撮影

プロのカメラマン A 社に依頼し、開発した新メニューや店舗内装の高解像度写真(各メニュー3 パターン、店舗内装 5 カット)および SNS 用ショート動画(15 秒×5 本)を制作する。特に「月替わり御膳」や「季節のフルーツパフェ」といった SNS 映えするメニューに焦点を当て、視覚的な魅力を最大限に引き出す。これにより、SNS でのクリック率向上と新規顧客の興味喚起を図る。

③SNS 広告運用

Instagram および TikTok の広告運用を B 社に委託し、ターゲット層(20 代～40 代、インバウンド層)に特化したターゲティング広告を 5 ヶ月間(2025 年 9 月～2026 年 1 月)配信する。広告クリエイティブは A 社制作のコンテンツを使用し、クリック単価やエンゲージメント率を継続的に分析し、効果的な広告配信を行う。これにより、オンラインでの認知度向上とウェブサイトへの流入増加を目指す。

④地域情報サイト掲載:

地域密着型グルメ情報サイト「C グルメ福岡」に、当社の基本情報、人気メニュー、写真、オンライン予約への導線を掲載する。特に、外国人観光客にも対応可能な多言語表示機能を持つプランを選択し、掲載期間は補助事業期間内の 5 ヶ月間(2025 年 9 月～2026 年 1 月)とする。

経費区分	内容・必要理由	経費内訳(単価×回数)	補助対象経費(税抜)
②広報費	プロによる写真・動画撮影費(メニュー用)	88,000円 × 1 式(税込)	80,000円
②広報費	地域情報サイト掲載料(月額)	92,400円 × 5ヶ月(税込)	420,000円
③ウェブサイト関連費	SNS広告(Instagram, TikTok)運用費(5ヶ月)	26,400円 × 5ヶ月(税込)	120,000円

【作成ポイント】

どのような施策を実施するのか、具体的に記述します。業者名、期間、予算など、詳細な情報を示すことで、計画の実現可能性をアピールします。写真やイラスト等ビジュアルで示すことも有効です。

■ウェブサイト多言語化・オンライン予約システム開発

株式会社 D に依頼し、既存の自社ウェブサイトを多言語(英語、韓国語、中国語)対応に改修する。併せて、多言語対応可能なオンライン予約システム(E システム)を導入し、ウェブサイトと連携させる。E システムは、リアルタイムでの空席確認、自動予約受付・確認メール送信、多言語 UI に対応しており、顧客の利便性を大幅に向上させる。これにより、外国人観光客からの予約をスムーズにし、電話での予約対応にかかる従業員の負担を軽減する。また、24 時間 365 日予約を受け付けることで、機会損失の削減にも貢献する。

経費区分	内容・必要理由	経費内訳(単価×回数)	補助対象経費(税抜)
③ウェブサイト関連費	ウェブサイト多言語化・オンライン予約システム開発費	143,000円 × 1 式(税込)	130,000円

3.業務効率化(生産性向上)の取組内容【任意記入】

*公募要領 P.6 に該当する取組を行う場合は本欄に記入します。特になければ本欄は空欄のままご提出ください。

3-1. 背景・目的

厨房業務において、手作業による時間消費、ピーク時の提供遅延、既存設備での新メニューの均一な品質確保の難しさ、ひいては人件費率の圧迫が持続的な経営のボトルネックである。これらの課題を解決するため、高性能なスチームコンベクションオーブンの導入により、調理時間の短縮と効率化を図り、労働生産性を向上させ、均一な品質で多品目提供を可能にすることで、コスト最適化と顧客満足度

の向上を実現することが目的である。

3-2. 具体的な取り組み

■厨房設備導入による調理プロセスの効率化

株式会社 F 社製の高性能スチームコンベクションオープン「シェフマスターPro X」(幅 700mm×奥行 800mm×高さ 900mm、電力 200V、最大調理量 30kg)を導入する。この機器は、蒸し、焼き、煮る、炒めるなど多様な調理モードに対応し、複数の調理を同時に自動で行うことができる。温度・湿度管理機能により、食材の芯温まで均一に火を通し、常に安定した品質の料理を提供することが可能である。これにより、特にランチタイムのメインディッシュ(例:肉料理の火入れ、魚の蒸し焼き)や、和スイーツの焼き上げ工程において、調理時間を約 30%短縮し、品質の均一化と従業員の作業負担軽減を図る。

経費区分	内容・必要理由	経費内訳(単価×回数)	補助対象経費(税抜)
①機械装置等費	高性能スチームコンベクションオープン購入費	275,000円 × 1台(税込)	250,000円

4. 補助事業の効果【必須記入】

*販路開拓等の取組や業務効率化の取組を通じて、どのように生産性向上につながるのかを必ず説明してください。

本補助事業を通じて実施する各取り組みにより、以下の効果が期待される。

4-1.取組の効果

【社会への効果】

・地域経済の活性化

九州産食材の積極活用と集客力向上により、地域農業・漁業の活性化、福岡市天神エリアの観光振興に貢献する。

・雇用機会の創出

事業規模拡大に伴い、将来的に新規雇用を計画している。

【顧客への効果】

・利便性の向上:

24 時間 365 日対応のオンライン予約・モバイルオーダー導入で、予約・注文・決済がスムーズに。

・体験価値の向上:

季節限定メニューや魅力的な情報発信で、「和」を五感で味わう体験と顧客満足度を高める。

【自社への効果】

■定性的な効果

・ブランドイメージ確立

「福岡で『和』を五感で味わうなら『サンプル庵』」という独自のブランドを確立。

・業務効率の最適化

スチームコンベクションオープン等導入で調理・接客業務を効率化、生産性向上。

・従業員エンゲージメント向上

働きやすい環境と事業成長の実感により、従業員のモチベーションと定着率を向上。

■定量的な効果

補助事業開始 1 年後(2026 年 5 月)において、月間売上高 30%増(約 90 万円から 120 万円へ)を達成する。これにより、補助事業の成果として年間 360 万円の売り上げ増加を見込み、粗利益率約 60%を維持する。

- ・業務効率化:労働生産性 10%向上。
- ・オンライン集客強化:ウェブサイトからの予約率 15%達成。SNS フォロワー数 3,000 人達成。
- ・投資回収期間:本補助事業における 100 万円の投資に対し、約 6 ヶ月での回収が可能と見込む。
- ・最終目標: 上記効果を通じ、「4-1. 経営方針・目標」で設定した年間売上高 1,440 万円(1 年後)、1,800 万円(3 年後)、2,160 万円(5 年後)の達成を目指す。

【作成ポイント】

補助事業によってどのような効果が得られるのかを具体的に示します。自社だけでなく社会や顧客への効果も記述します。定量的な効果では可能な限り具体的な数値を記述します。

4-2.効果の試算

【補助事業による直接的な効果】

項目	試算値	算出根拠
月間売上増加目標	30万円	平日のカフェ・ディナータイム客数・客単価20%向上、ウェブサイト予約率15%達成により、月間売上30%増を見込む。 $90\text{万円} \times 0.3 = 27\text{万円}$ 。これを踏まえ、目標として30万円と設定。
年間売上増加効果	360万円	$30\text{万円} \times 12\text{ヶ月} = 360\text{万円}$ 。
売上高総利益率	60%	現在の売上総利益率60%を維持。スチームコンベクションオープン導入による効率化により、原材料費・人件費高騰分を吸収する。
年間売上高総利益増加効果	216万円	$360\text{万円} \times 0.6 = 216\text{万円}$
投資回収期間	約6ヶ月	年間粗利益増加効果216万円。本補助事業に関わる経費は約100万円。 $100\text{万円} / (216\text{万円} \div 12\text{ヶ月}) = 5.5\text{ヶ月}$ 。

【補助事業終了後の目標】

(単位:千円)

	実績/見込み	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
	2025年12月	2026年12月	2027年12月	2028年12月	2029年12月	2030年12月
売上高	10,800	14,400	16,000	18,000	20,000	21,600
売上原価	4,320	5,760	6,400	7,200	8,000	8,640
売上総利益	6,480	8,640	9,600	10,800	12,000	12,960
人件費	3,240	4,000	4,300	4,600	4,900	5,200
地代家賃	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
広告宣伝費	300	450	500	550	600	650
その他販管費	800	950	1,000	1,050	1,100	1,150
販売費及び一般管理費	5,540	6,600	7,000	7,400	7,800	8,200
営業利益	940	2,040	2,600	3,400	4,200	4,760
経常利益	940	2,040	2,600	3,400	4,200	4,760

算出根拠

売上高	2026年度目標は、補助事業による売上高30%増(月間90万円→120万円)を達成し、年間1,440万円を見込む。以降、市場動向(インバウンド需要回復、健康志向の高まりなど)と自社の強み(ブランド確立、オリジナル商品開発)に基づき、段階的な成長を見込み、長期目標である2,160万円へと計画。
売上原価	売上高総利益率60%を維持する前提で算出。補助事業によるフードロス削減や仕入れ交渉により、この利益率を確保する。
販管費及び一般管理費	【人件費】売上高の増加と労働生産性向上を考慮しつつ、サービスの質維持・向上や事業拡大に伴うスタッフ増員(例:3年後に正社員1名、パート1名増)を見込み、段階的に増加。 【地代家賃】現状を維持します。 【広告宣伝費】補助事業終了後もデジタルマーケティング(SNS広告、SEO対策)を継続強化し、ブランド認知度向上と集客に投資するため、増額を見込む。 その他販管費: 消耗品費、水道光熱費、通信費、減価償却費などを売上増加に伴い増加を見込む。

【作成ポイント】

定量的な試算について記述します。補助事業による直接的な効果と、補助事業終了後の効果に分けて記述すると分かりやすいと思います。

※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てください。

※採択時に、「事業者名」および「補助事業で行う事業名」等が一般公表されます。

※各項目について記載内容が多い場合は適宜、行数・ページ数を追加できます。