

1.補助事業の具体的内容

(1)事業再構築要件

選択した事業再構築の類型は「**新分野展開**」であり、以下のとおり「**事業再構築指針**」に定める要件を満たしております。

要件	判定	要件を満たすと考える根拠
製品等の新規性要件	①過去に製造等した実績がないこと	要件を満たす 欧風カレー専門店および店舗内でのテイクアウト販売は過去に行ったことのない事業である。
	②製造等に用いる主要な設備を変更すること	要件を満たす 主要な設備である店舗および製造機器(〇〇〇)を新たに導入する。
	③定量的に性能又は効能が異なること(※1)	要件を満たす 既存事業であるレストラン、バー、喫茶店と、新事業である欧風カレー専門店は、提供するサービスが異なり、定量的に性能又は効能を比較することは難しい。
市場の新規性要件	既存製品等と新製品等の代替性が低いこと	要件を満たす 既存事業であるレストラン、バー、喫茶店と、新事業である欧風カレー専門店は代替性が低く、新事業により既存事業の売上高が減少することはない。むしろ、新事業である欧風カレー専門店のファンを増やすことで既存事業店舗の知名度向上にも繋がるため、相乗効果が期待できる。
売上高10%要件	3~5年間の事業計画期間終了後、新たな製品等の売上高が総売上高の10%以上となる計画を策定すること	要件を満たす 5年後の事業計画終了時点で、新事業による売上高が総売上高の〇〇%となる(後述「4.収支計画」のとおり)。

(※1)製品等の性能や効能が定量的に計測できる場合に限り必要

(2)具体的な取組内容

【当社概要】

会社名・屋号	株式会社〇〇〇	事業形態	法人
代表者役職・氏名	役職：代表取締役 氏名：〇〇 〇〇		
所在地	〒〇〇〇-〇〇〇〇 〇〇県〇〇市〇〇区〇〇～		
設立年月日	昭和〇〇年〇〇月〇〇日		
従業員数	〇名	資本金	〇〇〇円
事業内容	飲食業(レストラン、バー、喫茶店)		

【提供サービス】

■A(洋風レストラン)

住所：〇〇県〇〇市〇〇区〇〇～

営業時間：ランチ〇〇:〇〇～〇〇:〇〇/ディナー〇〇:〇〇～〇〇:〇〇(不定休)

顧客平均単価：〇〇〇円

当社創業以来の店舗であり、〇〇年以上の営業実績がございます。美味しい料理をリーズナブルな価格で気軽に楽しんでもらうことをコンセプトとして、アットホームな店づくりを心掛けております。以下が当店の人気ランチメニューです(サラダドリンク付き)。

	料理名	価格(税込)	原価率
1位	〇〇〇	〇〇〇円	〇〇%
2位	〇〇〇	〇〇〇円	〇〇%
3位	〇〇〇	〇〇〇円	〇〇%

店舗写真

■B(バー)

住所：〇〇県〇〇市〇〇区〇〇～

営業時間：〇〇:〇〇～〇〇:〇〇(日曜日定休)

顧客平均単価：〇〇〇円

流れる音楽と落ち着いた空間を提供し、おいしいお酒とともに素敵な時間を過ごしていただくことができます。

店舗写真

■C(喫茶店) ※〇〇〇〇年〇月より閉店中、〇〇〇〇年〇月より再始動※

住所：〇〇県〇〇市〇〇区〇〇～

営業時間(月曜日定休)：11:30～15:00

顧客平均単価：〇〇〇円

店舗写真

〇〇市〇〇区に位置する「〇〇県民会館」の中にある喫茶店です。コンサート等多くの公演が行われる会場であり、公演日には多くの若年層のお客様に、公演日以外では近隣住民

のお客様にご利用いただいております。**新型コロナウイルスの影響により公演が相次いで中止となったことから、2020年4月より休業しております。しかし、最近は多くの公演が開催されるようになったことから、2022年4月より再開することと致しました。**

■D(洋風居酒屋) ※〇〇〇〇年〇月末に閉店※

〇〇駅前に店舗を構える居酒屋ですが、酒類の提供をサービスの柱に据えていたため、外出自粛、時短要請、酒類提供制限の影響を大きく受け、収益の悪化により閉店しました。〇〇〇〇年〇月期決算では、当社の中で最も売上の多い店舗でした。

【売上構成比】

(単位：円)

	〇〇〇〇年〇月期	〇〇〇〇年〇月期	〇〇〇〇年〇月期	〇〇〇〇年〇月期
〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
合計	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇

コロナ禍において売上高は全体的に減少しておりますが、「食事」をメインとする〇〇の減少幅は比較的少なく、「酒」をメインとする〇〇〇、〇〇〇は売上高が大きく減少しております。**この数字から、ウイズコロナ時代に合う飲食店は、「酒」ではなく「食事」をメインとする業態であることが望ましいと考えております。**

【当社の強み・弱み】

■強み

- ・〇〇年以上の営業実績により、多くの固定客を有しております(特に A)。来店客の 70～80%は昔ながらのお客様です。そのおかげで、コロナ禍においても A の売上高の減少幅は他店舗と比べ大きくありません。
- ・厨房スタッフは全員〇〇年以上の調理師経験を有しており、当社在籍期間も〇〇年以上です。最も勤続年数が高いスタッフは〇〇年以上です。料理人としての長い経験により、繊細な料理でも毎回同じ味にて提供することができます。
- ・**A および C の一番人気メニューは「欧風カレー」です。**毎回カレーを注文していただくお客様もいるほどです。代表取締役の〇〇は〇〇年以上カレー専門店で勤務した実績から味には自信を持っており、一番人気メニューであることがその証です。

商品写真

■弱み

- ・現在は店内飲食でのサービス提供が大半であり、ウイズコロナ時代に対応したビジネスモデルを構築できておりません。現在テイクアウト販売も行っておりますが、一番人気メニューであるカレーのテイクアウト販売は行っていません。
- ・一番人気メニューであるカレーは注文が非常に多く、営業時間中に売り切れとなってしまうことが多くございます。そのため、一日限定 20 食としております。**仕込み量を増やすことで多くのニーズに応えたい気持ちはございますが、その他メニューの仕込みもしなければならず、厨房が狭いために対応できておりません。**

【現在の事業環境】

当社が属する飲食業界ですが、新型コロナウイルスの影響により一気に縮小傾向へと転じております。様々な企業が感染予防対策を行うも客足は戻っておらず、不採算店の閉店や業態転換を行う店舗が出始めている状況です。

一方で、飲食サービスそのもののニーズが減ったわけではございません。それは、様々な飲食店がテイクアウト等の新しい業態を模索し、それがある程度の成功を収めていることから明らかです。**実際に、2020年1～12月計のテイクアウト・デリバリー市場は、売上が6,000億円超で前年比+44%増となっております。**



【新型コロナウイルスがもたらした影響】

飲食業界と同じく当社も大きな打撃を受けております。2020年では4月以降の全ての月で前年同月比を下回っており、最も減少幅の大きかった月は2020年4月であり、前年同月比△〇〇.〇%です。2021年に入っても2019年の水準に回復しておりません。さらに、C、Dを閉店後も従業員の生活のため雇用は守っており、それにより人件費が大きな負担となっております。売上減少に伴い資金繰りが悪化しておりますが、持続化給付金、家賃支援給付金、時短協力金、セーフティネット4号による融資により一息ついている状況です。

■月別売上高(赤字は比較対象の3ヶ月)

(単位：千円)

2019年	1月	2月	3月	4月	5月	6月
	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
	7月	8月	9月	10月	11月	12月
	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇

2020年	1月	2月	3月	4月	5月	6月
	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
	7月	8月	9月	10月	11月	12月
	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇

2021年	1月	2月	3月	4月	5月	6月
	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
	7月	8月	9月	10月	11月	12月
	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇

【SWOT分析】

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	<p>Strength(強み)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長年の営業実績から、多くの固定客を有している ・調理経験豊富な厨房スタッフ ・カレー専門店勤務の経験を活かした、1番人気メニューであるカレー 	<p>Weakness(弱み)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウズコロナ時代に対応した販売形態を構築できていない ・人気メニューであるカレーの需要に生産体制が追いついていない ・店舗閉店後も雇用を守ることによる人件費負担
外部環境	<p>Opportunity(機会)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一番人気メニューであるカレーニーズの高さ ・非対面等の新規営業形態が確立されつつある ・飲食そのものに対するニーズはある 	<p>Threat(脅威)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス流行による外出自粛、時短要請 ・酒提供をメインとする店舗の需要減少

【事業再構築で目指す方向とその必要性】

上記を踏まえた当社が抱える課題と解決方法は以下のとおりです。

■ 課題

- ・飲食業として、既存のビジネスモデルでは売上高の早急な回復は見込めない。
- ・人気メニューであるカレーの生産能力を上げる必要がある。
- ・酒提供をメインとする業態からの脱却。
- ・従業員の雇用を守りつつも、会社の経営を安定させる必要がある。

上記課題に対する、弊社の強みを活かした解決方針

事業再構築で目指す方向は以下の通りです。

■ 解決方法

- ・既存店舗にて人気メニューであるカレーに特化した「カレー専門店」をオープンする。既存店舗でのカレーをさらにリニューアルした新しいカレーを提供することで、新規ファンのみならず既存店舗ファンの取り込みも図る。
- ・店内飲食では、感染対策に十分配慮した取り組みを行い、さらに、店舗内にてテイクアウト販売をすることで、ウィズコロナ時代に対応したビジネスモデルを構築する。

【事業再構築の具体的内容】

■ 取組内容

新たな取り組みとしてカレー専門店をオープンし、店内飲食およびテイクアウト販売にてサービス提供致します。

当社自慢の既存のカレーをリニューアルした欧風カレーを提供することで、新規ファンのみならず既存店舗ファンの取り込みも図ります(右図は店舗平面図)。

店舗名：○○○

・出店場所：○○県○○市○○区○○～(JR○○駅より徒歩1分)

・オープン：○○○○年○○月予定

・面積：○○.○○㎡(約○○坪)

・席数：○○席

・ホールスタッフは1名体制、厨房は○○および○○が交代で行う。

■ 新たなターゲット

既存店舗では主に近隣住民をメインターゲットとし、ゆったりと過ごせる店づくりを意識しておりましたが、新店舗は○○駅から徒歩1分の場所に位置していることから、メインターゲットは学校帰りの学生や、ランチ利用・仕事帰りのサラリーマンです。昼休憩や電車に乗る前等時間がない中での食事として、回転の早いカレー店は待ち時間が少なく、ターゲットのニーズに合致しております。

■ 欧風カレー

価格：○○○円(大盛は+○○○円)

右写真が新店舗にて提供する欧風カレーです。以前に代表取締役である○○が勤務していたカレー専門店の味を再現しております。40種類以上のスパイスを使用した欧風カレーのルーからは、大量の焦がし玉葱が入っていることが伺える独特の苦みと、少しずつの香料の香りがわかります。さらに、パプリカやアスパラといったたっぷりの野菜。そして、写真ではわかりづらいですが、ルーの真ん中が盛り上がっている箇所には巨大な鶏肉が器の中央に入っているためです。

店舗平面図

店舗写真

濃厚なカレーは食べ進めると若干飽きてくるものですが、この大きな鶏肉はスプーンで崩れるほど軟らかく煮込んでおり、それをほぐしながらルーに混ぜていただくと、最後まで飽きずに食べていただけます。

■提供方法

・店内飲食

感染対策に十分配慮した接客オペレーションの実施、店内レイアウトと致します。

◇ホールスタッフを1名体制と少人数とすること、広い店内を活かしテーブル間の間隔を広く取ることで密を避ける。

◇全テーブルおよびカウンター席にパーテーションを設置する。

◇入店時の消毒・検温、空気清浄機の設置はもちろんのこと、クレジットカード、スマホによるキャッシュレス決済にも対応することで少しでも接触の機会を減少させる。

・テイクアウト

店内にてカレーのテイクアウト販売を実施致します。新型コロナウイルスの影響により店内飲食を敬遠する方は未だ多くいらっしゃる中、自宅でも当店のカレーをお楽しみいただけます。入口横にテイクアウト専用カウンターを設置、そこに見本のカレーを並べ、実際に目で見てメニューを選んでいただけます。入口横の目立つ場所に設置していることで、店内飲食をしたお客様にもテイクアウト販売を周知することができます。また、店頭にてテイクアウト販売ののぼりを出すことで通行人にもPRをしております。

【新事業における他社差別化および他社優位性】

■競合

右地図のとおり、近隣に位置するカレー専門店は、〇〇駅付近に3店舗ございます。〇〇駅を利用する通勤・通学者は、駅の北口と南口を跨いで移動し飲食することは多くないと考えているため、**最も意識する競合店は同じ南口に位置する「〇〇〇」です。**

尚、〇〇駅南口にはスープカレー専門店もございますが、欧風カレーとスープカレーは全くの別物と考えているため、競合とは想定しておりません。

店舗周辺地図

競合他店との差別化ポイントは以下のとおりです。

	当店	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
立地	〇〇駅南口 〇〇駅より徒歩1分	〇〇駅北口 〇〇駅より徒歩3分	〇〇駅北口 〇〇駅より徒歩1分	〇〇駅南口 〇〇駅より徒歩5分
駐車場	提携駐車場3台	なし	なし	なし
営業時間	11:00~21:00	11:00~22:30	11:00~20:00	11:30~22:00
カレー種類	欧風カレー	カレー全般	スパイスカレー	スパイスカレー
価格	〇〇〇~〇〇〇円	700~1,000円	1,000~1,350円	1,000~1,300円
食材	〇〇県産	海外輸入品	海外輸入品	海外輸入品
提供方法	店内飲食、テイクアウト	店内飲食、テイクアウト	店内飲食、テイクアウト	店内飲食、テイクアウト
知名度	低	高	低~中	低~中
集客方法	SNS、雑誌	SNS、ブランドカ	SNS、雑誌	SNS、雑誌

■他社優位性

当 社	競 合
濃厚な欧風カレーであり、かつ、野菜や鶏肉がたくさん入っているボリュームな盛り付け。家庭では味わえない専門店ならではのカレーである。	メインをスパイスカレーとしている。近年人気を博しているカレーであるが、辛みの強いさらっとしたルーであるため、当店のカレーとは全く違う味わいとなっている。
〇〇駅南口から徒歩 1 分の場所に位置しており、ほぼ隣接しているため利用しやすい立地。	駅から徒歩 3 以上となると、電車、バスを利用する方にとって気軽に食べに行ける距離とは言い難い。
提携駐車場 3 台を有しており(不動産業者より承諾済)、車にて来店いただける。駅を利用する通勤・通学者のみならず、遠方のお客様に来店いただける環境としている。	駐車場はない。わざわざ有料コインパーキングに駐車して来店する方は少ないと考えられる。

【本補助事業の実施体制】

代表取締役である佐々木仁を中心として、下記の社内外体制を構築することによりプロジェクトを進めてまいります。

役 割	担 当 者	担当者概要
全体統括	〇〇 〇〇(代表)	当社にて〇〇年以上の経営実績、さらに、カレー専門店にて〇〇年以上の勤務実績あり。
営業・PR	〇〇 〇〇(息子)	A にて SNS(Facebook、Instagram)を活用した PR 活動を行っており、新店舗でも継続して担当する。
現場統括	〇〇 〇〇(代表) 〇〇 〇〇(息子)	店舗のレイアウト設計、スタッフの教育、予算管理を行う。〇〇氏(息子)は閉店した D にて現場責任者を務めていたため、管理者実績あり。
メニュー開発	〇〇 〇〇(代表)	カレー専門店にて〇〇年以上の勤務実績があり、ノウハウを有している。
資金繰り管理 銀行折衝	〇〇 〇〇(妻)	当社として借入実績もあり、銀行との折衝経験あり。遅延なく返済履行していることから銀行との関係は良好。
金融支援 経営相談	〇〇信用金庫 〇〇支店	・創業当初から取引あり。地域社会への貢献度の高い新事業であるため、メインバンクとして今後の金融支援(運転資金調達)について万全の支援表明をいただいている。 ・直近決算では〇〇〇千円の債務超過であるが、〇〇〇千円の役員借入金を自己資本とみなすことで実質的に債務超過解消となる。それにより財務内容に特段の懸念が少ないことを融資担当者より回答いただいている。
計画策定 経営相談	税理士法人〇〇	創業〇〇年の税理士事務所。認定経営革新等支援機関として事業計画策定および補助事業のフォローアップについて万全の支援表明をいただいている。

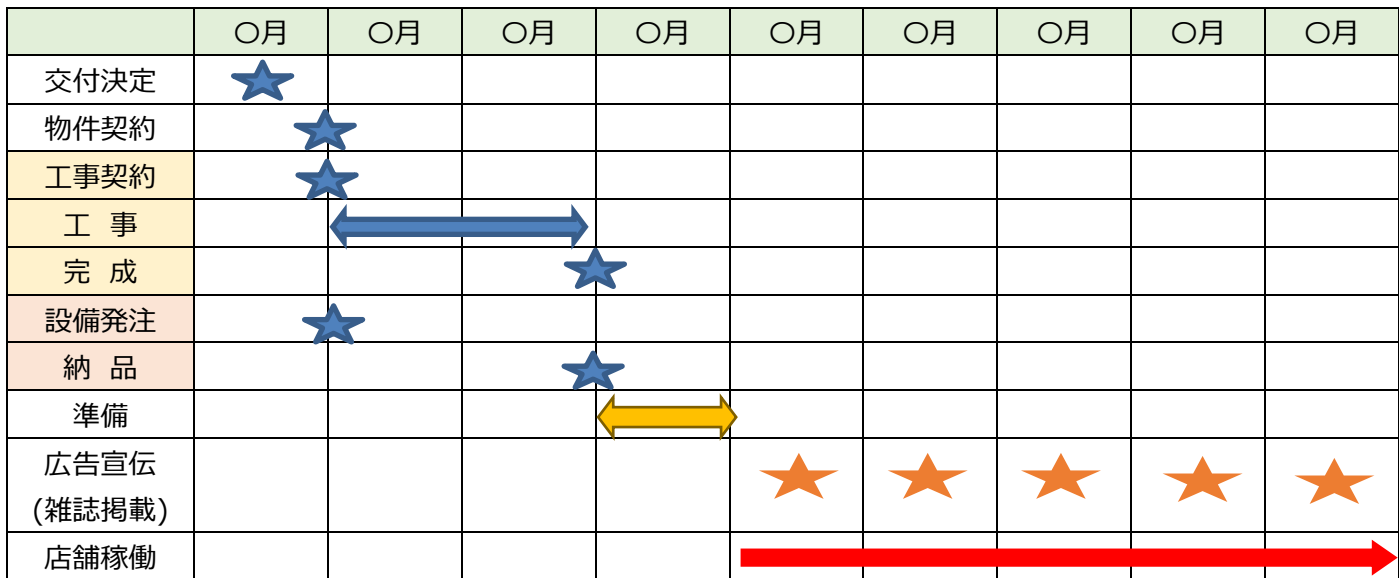
【新事業開始にあたる課題とその解決方法】

補助事業を進める際の課題・リスク	課題・リスクへの解決・対応方法
スタッフのサービス品質の安定化・向上	・当社に現在在籍しているスタッフ(アルバイト)を新店舗に配置する。飲食店勤務経験があるため、一般的な業務の流れを把握しており、オーダーの取り方、料理の出し方等のマナーを有している。今後新規スタッフが入ったとしても、経験豊富なスタッフによる職場内研修を実施することができる。
メニュー開発	・競合他店の新メニュー等の情報を逐一チェックし、今後も差別化できる商品開発に努める。 ・代表取締役の〇〇カレー専門店にて〇〇年以上勤務した経験があり、さらに既存店舗でもカレーを提供しており、既存店舗にて人気メニューとした実績がある。
新店舗の周知・PR	・ SNS(Twitter、Instagram)を活用して PR を行う。 「# 欧風カレー」、「# 新潟駅前」等のハッシュタグを使い様々なワードの検索にヒットさせる。

	<p>・〇〇県内の情報誌「〇〇」に広告を掲載する。同誌は発行部数 5.5 万部の実績があり、県内では最も有名な情報誌の一つ(主にグルメ、レジャーを中心とした特集と、ファッション・ビューティ系企画、映画・イベント等のエンターテインメント情報を掲載)。1 ページの 1/3 スペースで〇〇〇円(税込)の広告を、〇〇〇〇年〇〇～〇月は月 1 回掲載、その後は 3 ヶ月に 1 回掲載予定。</p>
--	---

【スケジュール】

下記のスケジュールにて実施致します。改修工事および設備納品までは契約から完成(納品)まで約〇ヶ月を要することを発注予定業者から確認済みです。〇〇〇〇年〇月からの本格稼働を予定しております。〇〇〇〇年〇月に対象経費全ての支払いが完了する予定であることから、補助事業期間内での遂行が可能です。



【本事業に係る全体の費用】

費用の内容	詳細	用途	数量等	金額(税抜)
建物費	新店舗解体(原状回復)工事	新店舗改修工事を行うために既存設備の解体(原状回復)を行うため	1 工事	〇〇〇円
建物費	新店舗改修工事	新店舗オープンのための内外装工事	1 工事	〇〇〇円
設備費	攪拌機付回転釜	カレーのルーを製造するため(攪拌機付により作業効率が向上)	1 台	〇〇〇円
宣伝広告費	雑誌〇〇掲載	新店舗の PR のため	5 回	〇〇〇円
			合計	〇〇〇円

【資金調達計画】

本件資金は自己資金にて賄うため、融資可否による補助事業遂行不能リスクはございません。直近決算では〇〇〇千円の現預金を有しております。

<補助事業全体に要する経費調達一覧>

<補助金を受けるまでの資金>

区分	事業に要する経費(円)	資金の調達先	区分	事業に要する経費(円)	資金の調達先
自己資金	〇〇〇		自己資金	〇〇〇	
補助金	〇〇〇		借入金		
借入金			合計額	〇〇〇	
合計額	〇〇〇				

2.将来の展望

【新事業の市場動向・顧客ニーズ】

■市場動向

全日本カレー工業協同組合の統計によれば、カレー製品生産量(カレー粉、カレールー含む)は 2017 年以降毎年増加しております。2017 年に生産量は 10 万 6,263 t であったものが、2020 年には 11 万 3,570 t にまで増加しております。また、2019 年には 11 万 2,845 t であったことから、コロナ禍においても増加しております(出典元：全日本カレー工業協同組合、参考 URL：<http://www.curry.or.jp/reference/number.html>)。

日本人の国民食とも言えるカレーですが、カレー専門店の場合、既製品のルーを使って「家で作るのとあまり変わらない」と思われると集客は望めません。独自のスパイスづくりによる、自宅では再現できない味を生み出すことが集客を左右します。その点において当社は、スパイスの効いたカレー専門店ならではのカレーを提供する自信を持っております。

■〇〇市におけるカレー人気

〇〇〇〇年〇月に発表された、〇〇〇〇年総務省「家計調査」によると、〇〇市は 1 世帯当たりのカレールー消費量が、全国の県庁所在地の中で全国 1 位となっております。このデータより、〇〇市民はカレーの需要が非常に高いことがわかります。

図、データ

【新事業開始による社会貢献・地域貢献】

■従業員の雇用の維持

新事業が軌道に乗れば、従業員の雇用を守り続けることができます。地域の雇用を維持することとなるため、地域経済の活性化にも大きく貢献するものです。

■地元食材を使用した「地産地消」

カレーの食材には、〇〇県産コシヒカリや〇〇県産野菜(トマト、アスパラ、パプリカ)を使用致します。地元食材をメインとして使用することで「地産地消」を推進し地元を応援することができます。「地産地消」の取り組みは、環境に優しいだけでなく、生産者や消費者が互いに恵みあう関係をつくり出し、持続可能な地域社会の構築(SDGs)に繋がります。

■テイクアウト販売における容器削減への取り組み

テイクアウト販売の際に、自宅から鍋や容器を持参したお客様には、10 円を割引致します。容器削減によりゴミ削減に貢献することにより、地球環境に配慮した取り組みとなります。

3.本事業で取得する主な資産

建物の事業用途又は機械装置等の名称・型番	建物又は製品等分類	取得予定価格(税抜)	建設又は設置等を行う事業実施場所
店舗改修工事(解体工事含む)	99 分類不能の商品	〇〇〇円	〇〇県〇〇市〇〇区〇〇～
攪拌機付回転釜	75 その他の食料品	〇〇〇円	〇〇県〇〇市〇〇区〇〇～

4.収益計画

【本事業の収益性】

本事業による会社全体の収益性の向上について、〇年後には経常利益が、〇年後には営業利益が黒字化する見込みです。尚、以下に示す「会社全体の収益計画：A」は、次に続く「補助事業単体での収益計画：B」および「既存事業単体での収益計画：C」を合算した数値で作成しております(A=B+C)。

■会社全体の収益計画：A (B+C)

(単位:円)

	直近の決算年度 決算年度 1900年1月	補助事業終了年 度 (基準年度) 1900年1月	1年後 1901年1月	2年後 1902年1月	3年後 1903年1月	4年後 1904年1月	5年後 1905年1月
① 売上高		0	0	0	0	0	0
② 営業利益		0	0	0	0	0	0
③ 経常利益		0	0	0	0	0	0
④ 人件費		0	0	0	0	0	0
⑤ 減価償却費		0	0	0	0	0	0
付加価値額(②+④+⑤)	0	0	0	0	0	0	0
伸び率(%)			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
従業員数(任意)		0	0	0	0	0	0
従業員一人あたりの付加価値額		0	0	0	0	0	0
伸び率(%)			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
当収益計画Aは「補助事業の収益計画:B」「既存事業の収益計画:C」それぞれの売上高、営業利益等の数値を合算した数値で作成している							
補助事業を活用した売上[A]		0	0	0	0	0	0
上記①に対する割合(%)							

■ 補助事業単体での収益計画 : B

〇〇〇〇年〇月期決算を基準年度と致します。**基準年度の収支は、事業開始から基準年度の決算期まで〇ヶ月間であるため(〇〇〇〇年〇〇~〇〇〇〇年〇月)、〇ヶ月分の収支を合算して算出したものです。**

	(基準年度) 1900年1月	1年後 1901年1月	2年後 1902年1月	3年後 1903年1月	4年後 1904年1月	5年後 1905年1月
補助事業の収益計画						
売上高(販売単価×販売個数)	0	0	0	0	0	0
販売単価						
販売個数						
売上原価	0	0	0	0	0	0
売上原価率						
売上総利益	0	0	0	0	0	0
販売費及び一般管理費						
補助事業の営業利益①	0	0	0	0	0	0
補助事業の経常利益						
人件費(法定福利費含)②						
減価償却費③						
補助事業の付加価値額①+②+③	0	0	0	0	0	0

(補助事業の従業員数)

・売上高：カレーを〇〇〇円(大盛は+〇〇〇円)にて販売

顧客 1 人当たりの平均単価〇〇〇円(20%が大盛を注文)、店内飲食とテイクアウトの売上比率は 7:3 を想定

・来店者数：基準年度～1 年後:〇〇人/日、2 年後:〇〇人/日、3 年後:〇〇人/日、4 年後:〇〇人/日、5 年後:〇〇人/日

・営業日数：月〇〇日営業を想定

・売上原価：売上高の〇〇%

・販管費：下記のとおり

	基準年度	1 年後	2 年後	3 年後	4 年後	5 年後
人件費	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
地代家賃	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
水道光熱費	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
広告宣伝費	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
容器・箸代	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
減価償却費	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
雑費その他	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
合計	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇

・人件費：〇〇〇円/月(時給〇〇〇円×1 日〇時間×〇〇営業日)

・地代家賃：固定費として〇〇〇円/月

・水道光熱費：当初は〇〇〇円/月とし、徐々に増加する

- ・広告宣伝費：1 回あたり〇〇〇円の広告を、基準年度は〇〇〇〇年〇〇月～〇〇〇〇年〇月の計〇回(合計〇〇〇円)、1 年後以降は 3 ヶ月に 1 回の計〇回(合計〇〇〇円)として計上
- ・容器、箸代：テイクアウト販売個数×〇〇円
- ・減価償却費：改修費(解体含む)は、一般的な賃借物件の改修費の耐用年数である〇〇年(定額法)にて、攪拌機付回転釜(飲食店業用設備)は、国税庁「主な減価償却資産の耐用年数表」より 8 年(定率法)にて減価償却する
- ・雑費その他：固定費として〇〇〇円/月

■ 既存事業単体での収益計画：C

既存事業の収益計画	(円/単位)					
	(基準年度) 1900年1月	1年後 1901年1月	2年後 1902年1月	3年後 1903年1月	4年後 1904年1月	5年後 1905年1月
既存事業の売上高						
売上総利益						
販売費及び一般管理費						
既存事業の営業利益①	0	0	0	0	0	0
既存事業の経常利益						
人件費(法定福利費含)②						
減価償却費③						
既存事業の付加価値額①+②+③	0	0	0	0	0	0

(既存事業の従業員数)

- ・基準年度(〇〇〇〇年〇月期)売上高：〇〇〇千円
(A：〇〇〇千円 + B：〇〇〇千円 + C：〇〇〇千円)
- ・材料の見直しにより、原価率を〇〇%と想定。
- ・販管費は月額〇〇〇千円を想定。人件費は役員報酬月額〇〇〇千円削減により月額〇〇〇千円を想定。
- ・C がある〇〇県民会館の自動販売機は当社所有であり、每期〇〇〇千円の手数料収入(雑収入)が見込める。受取家賃等その他も含め、每期約〇〇〇千円の雑収入がある。それに対し、営業外費用として支払利息〇〇〇千円を計上している(差引で+〇〇〇千円)。

【補助事業としての費用対効果について】

補助金投入額〇〇〇円に対し、付加価値額の累計増加額は〇年後で〇〇〇円(〇〇〇.〇%)と補助金投入額を上回り、〇年後には〇〇〇円(〇〇〇.〇%)となることから、費用対効果の高い事業であることがわかります。

(円/単位)						補助(新規)事業
補助投入額に対する付加価値額増加額の比率	基準年度	1年後	2年後	3年後	4年後	
①付加価値額	0	0	0	0	0	0
②増加額	0	0	0	0	0	0
③補助金投入額	0	0	0	0	0	0
②÷③の比率		#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

【本補助事業の実現性・妥当性】

補助事業単体でも〇年後には簡易的 CF(キャッシュフロー)にて実質投資額(〇〇〇円)を回収ができることから、本事業計画は実現性が高いものです。

(円/単位)						
補助事業の投資回収期間	基準年度	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
①営業利益	0	0	0	0	0	0
②減価償却費	0	0	0	0	0	0
簡便的CF・(1)	0	0	0	0	0	0
■簡便的CF=①+②で算出						
③総投資額	0	④補助金額	0	⑤実質投資額(③-④)	0	0
	0	0	0	0	0	0

⑤-(1)の累計額がマイナスとなれば回収