

【日本商工会議所提出用】

(様式2-1: 単独1事業者による申請の場合)
 経営計画書兼補助事業計画書①

名称: ■■■■■■

<応募者の概要>

(フリガナ) 名称 (商号または屋号)		■■■■■			
法人番号 (13桁) ※1		な	し		
自社ホームページのURL (ホームページが無い場合は「なし」と記載)		https://xxxxxxxxxxxxx.com			
主たる業種		【以下のいずれか一つを選択してください】 ① () 商業・サービス業 (宿泊業・娯楽業を除く) ② () サービス業のうち宿泊業・娯楽業 ③ (○) 製造業その他 ④ () 特定非営利活動法人 (主たる業種の選択不要)			
常時使用する従業員数 ※2		● 人	* 常時使用する従業員がいなければ、「0人」と記入してください。 * 従業員数が小規模事業者の定義を超える場合は申請できません。		
資本金額 (会社以外は記載不要)		万 円	設立年月日 (西暦) ※3	XXXX年 X月 X日	
直近1期 (1年間)の売上高 (円) ※4		XX, XXX, XXX 円 決算期間1年未満の場合: か月	直近1期 (1年間)の売上総利益 (円) ※5	X, XXX, XXX 円 決算期間1年未満の場合: か月	
連絡担当者	(フリガナ) 氏名	スズキ タロウ 鈴木 太郎	役職	代表	
	住所	(〒111-1111) ●●県▲▲市■■町1-1-1			
	電話番号	XXX-XXX-XXXX	携帯電話番号	XXX-XXX-XXXX	
	FAX番号	XXX-XXX-XXXX	E-mailアドレス	info@xxxxxxxxxxxxx.com	
代表者の氏名		鈴木 太郎	代表者の生年月日 (西暦)	XXXX年 X月 X日	
			満年齢 (基準日はP.68の別表参照)	XX 歳	
【以下、採択審査時に「事業承継加点」の付与を希望する、代表者の「基準日」時点の満年齢が「満60歳以上」の事業者のみ記入】					
補助事業を中心にな って行う者の氏名		代表者からみた「補助 事業を中心になっ て行う者」との関係 [右の選択肢のいずれか1 つにチェック]		□①代表者本人 □②代表者の配偶者 □③代表者の子 □④代表者のその他親族 □⑤上記以外 (親族外の役員・ 従業員等)	
* 「様式6 (事業承継 診断票)」Q1【 】 記載の「後継者候補」 の氏名と同一の者が [いずれか一方にチェック]		□①「後継者候補」である ⇒追加資料の添付が必要 (公募要領P.49参照) □②「後継者候補」でない			

(日本商工会議所・補助金事務局からの書類の送付や必要書類の提出依頼等の電話・メール連絡は、全て「連絡担当者」宛に行います。補助金の申請内容や実績報告時の提出書類の内容について、責任をもって説明できる方を記載してください。電話番号または携帯電話番号は必ず記入をお願いします。FAX番号・E-mailアドレスも極力記入してください。)

- ※1 法人の場合は、法人番号を記載してください。個人事業主は「なし」と明記してください。マイナンバー（個人番号（12桁））は記載しないでください。
- ※2 公募要領P. 28の2.（1）②の常時使用する従業員数の考え方をご参照のうえ、ご記入ください。なお、常時使用する従業員に含めるか否かの判断に迷った場合は、地域の商工会議所にご相談いただけます。
- ※3 「設立年月日」は、創業後に組織変更（例：個人事業者から株式会社化、有限会社から株式会社化）された場合は、現在の組織体の設立年月日（例：個人事業者から株式会社化した場合は、株式会社としての設立年月日）を記載してください。
*個人事業者で設立した「日」が不明の場合は、空欄のまま構いません（年月までは必ず記載してください）。
- ※4 「直近1期（1年間）の売上高」は、以下の記載金額を転記してください。
・法人の場合： 「損益計算書」の「売上高」（決算額）欄の金額
・個人事業者の場合： 「所得税及び復興特別所得税」の「確定申告書」第一表の「収入金額等」の「事業収入」欄、または「収支内訳書・1面」の「収入金額」の「①売上（収入）金額」欄、もしくは「所得税・青色申告決算書」の「損益計算書」の「①売上（収入）金額」欄の金額
- ※5 「直近1期（1年間）の売上総利益」は、以下の記載金額を転記してください。
・法人の場合：「損益計算書」の「売上総利益」（決算額）欄の金額
・個人事業者の場合：「収支内訳書・1面」の「⑩差引金額」欄または「所得税・青色申告決算書」の「損益計算書」の「⑦差引金額」欄の金額

<注（※4、※5共通）>

- ①設立から1年未満のため直前決算期間が1年に満たない場合は、直前期の決算額の下に、決算期間（月数）を記載してください（例えば個人から法人成りした後、1年に満たない場合も、法人としての決算期間で記載）。
- ②設立から間がなく、一度も決算期を迎えていない場合は、「売上高」・「売上総利益」は「0円」と記載するとともに、「決算期間（月数）」欄も「0か月」と記載してください。

<p><第2回～第4回受付締切分に応募の場合のみ> 令和元年度補正予算事業（第1回～第3回受付締切分）の採択・交付決定を受け、補助事業を実施している（した）事業者か否か。 注・第1回受付締切分に応募し、採択・交付決定を受けた事業者は、<u>第2回～第4回受付締切分に重ねて応募できません。</u> ・第2回受付締切分に応募し、採択・交付決定を受けた事業者は、<u>第3回・第4回受付締切分に重ねて応募できません。</u> ・第3回受付締切分に応募し、採択・交付決定を受けた事業者は、<u>第4回受付締切分に重ねて応募できません。</u></p>		<input type="checkbox"/> 補助事業者である (該当する場合は応募できません)	<input checked="" type="checkbox"/> 補助事業者でない
<p><すべての事業者が対象> 補助対象事業として取り組むものが、「射幸心をそそるおそれがある、または公序良俗を害するおそれがある」事業（公募要領P. 32 参照）か否か。</p>		<input type="checkbox"/> 該当する (該当する場合は応募できません)	<input checked="" type="checkbox"/> 該当しない
<p><すべての事業者が対象> 採択審査時に以下の政策加点の付与を希望するか（重複可）。 希望する場合は、以下の欄を記載すること。</p>		<input type="checkbox"/> 希望する	<input checked="" type="checkbox"/> 希望しない
政策加点項目	該当者チェック	加点条件	
1. 新型コロナウイルス感染症加点			
①直接的な影響（従業員等の罹患）	<input type="checkbox"/>	新型コロナウイルス感染症への役員・従業員の罹患による、同感染症による直接的な影響を受けていること。「病院等からの診断書」の写し、および自社に在籍していることを証する書類（労働者名簿の写しまたは賃金台帳の写し）を添付。	

	②間接的な影響（売上減少）	<input type="checkbox"/>	新型コロナウイルス感染症に起因して、前年同月比10%以上の売上減少が生じていること。地方自治体が発行する売上減少証明書を添付（セーフティネット保証4号に関して地方自治体から売上減の認定を受けている場合は、同認定書（コピー可）で代用可＜第2回受付締切分は代用可能書類を追加。詳細はP. 47参照＞）。
2. 賃上げ加点			
	①給与支給総額増加	<input type="checkbox"/>	補助事業完了後の1年間において、給与支給総額を1年で1.5%以上増加させる計画を有し、従業員に表明していること（被用者保険の適用拡大の対象となる小規模事業者が制度改革に先立ち任意適用を受けている場合は、1年で1%以上増加させる計画）。従業員に表明した文書の写し等を添付。
	②事業場内最低賃金引き上げ	<input type="checkbox"/>	補助事業完了から1年後、事業場内最低賃金（事業場内で最も低い賃金）を地域別最低賃金+30円以上の水準にする計画を有し、従業員に表明していること。従業員に表明した文書の写しを添付。
	3. 事業承継加点	<input type="checkbox"/>	基準日時点の代表者の年齢が満60歳以上の事業者で、かつ、後継者候補の者が補助事業を中心になって行うとして、経営計画「4-2.」（事業承継の計画）を記載していること。事業承継診断票（様式6）および「代表者の生年月日が確認できる公的書類」「後継者候補の実在確認書類」の写しを添付。 （基準日はP.68別表参照）
	4. 経営力向上計画加点	<input type="checkbox"/>	基準日までに経営力向上計画の認定を受けていること。認定書の写しを添付。 （基準日はP. 68別表参照）
	5. 地域未来牽引企業等加点	<input type="checkbox"/>	基準日時点で、①経済産業省が選定した「地域未来牽引企業」であり、地域未来牽引企業としての目標を設定していること（選定証の写しと経済産業省に提出した「目標設定シート」を添付）、または、②地域未来投資促進法に基づく地域経済牽引事業計画の承認を都道府県から受けていること（承認通知の写しを添付）。 （選定日等の対象期間はP. 68別表参照）

これまでに実施した以下の全国対象の「小規模事業者持続化補助金」（※被災地向け公募事業を除く）の補助事業者に該当する者か。**（共同申請で採択・交付決定を受けて補助事業を実施した参画事業者も含む。）**
「補助事業者である」場合、応募時に、該当回の実績報告書（様式第8）の写しの提出が必須です。

<第1回受付締切分・第2回受付締切分に応募の場合のみ>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
(1) 平成28年度第2次補正予算事業のうち【追加公募分】で、持続化補助金の採択・交付決定を受け、補助事業を実施した事業者か否か。	補助事業者である	補助事業者でない
<第1回～第4回受付締切分に応募の場合のみ>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
(2) 平成29年度補正予算事業のうち【全国向け公募】で、持続化補助金の採択・交付決定を受け、補助事業を実施した事業者か否か。	補助事業者である	補助事業者でない
<第1回～第4回受付締切分に応募の場合のみ>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
(3) 平成30年度第2次補正予算事業のうち【全国向け公募】で、持続化補助金の採択・交付決定を受け、補助事業を実施した事業者か否か。	補助事業者である	補助事業者でない
（上記のいずれかで「補助事業者」に該当する方のみ）		
それぞれ該当する回の補助事業での販路開拓先、販路開拓方法、成果を記載した上で、今回の補助事業との違いを記載してください。（共同申請による実施は、代表事業者名を明示のこと）		

<経営計画>【必須記入】

1. 企業概要

【創業の経緯】

当社は19XX年に●●県▲▲市で創業しました。

革小物（ベルト、財布）メーカーに勤めていた私が、革メーカー、金具メーカー等の革製品を作るにあたり必要な仕入れ先と知り合い、主に牛革を使った製品を中心に独立開業しました。

創業当初は、今のようにインターネットが普及していなかったため、取引先の情報が少なく、営業に行っても、テイストが違っていて、断られる事が多く苦労しました。

東日本大地震の時などは、取引先にも大変な被害があり、一時は取引が出来なくなったりしました。

しかし、その時、取引先が商品の仕入れが厳しくなったとの話を受け、委託で商品を貸し出したところ、大変喜ばれ、今では革小物は当社の物を中心に取引して頂けるようになりました。

創業当初は、ショップの別注を中心に事業をしていましたが、20XX年からオリジナルブランド「オリジナル」を展開しました。

メイドインジャパンにこだわり、職人と綿密な打ち合わせをして、より良い商品を作ることを目指しております。

現在、カリスマバイヤーとして著名なA氏の「A百貨店」（写真1参照）をはじめ、国内店舗●店舗、海外店舗■店舗で取り扱いして頂いております。

（写真1：A百貨店で取り扱われている当社ブランドの財布小物）



【商品・サービスの概要】

皮革製品として、主に下記の4カテゴリーの商品を扱っております。

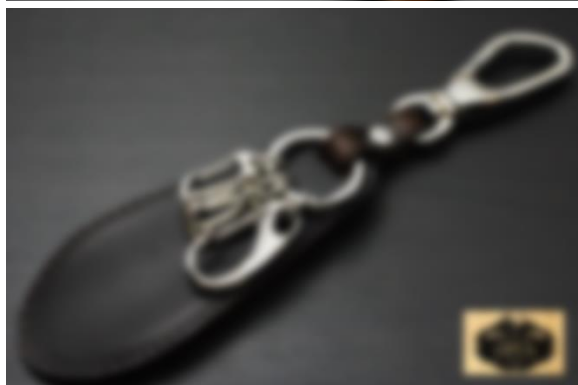
- 1 ベルト
- 2 財布
- 3 レザーアクセサリ
- 4 レザーバッグ

これらオリジナル商品を作成して卸すとともに、オリジナル商品にアレンジを加えた商品の他社ブランドの別注商品を作成しております。(カテゴリーごとの代表的な商品は下記の写真のとおり)

(写真2：ベルト)



(写真3：財布)



(写真4：レザーアクセサリ)



(写真5：レザーバッグ)

【売上・利益の大きいサービス】

	売上総額の大きい商品 (単価)		利益総額の大きい商品 (単価)	
1 位	別注ベルト	4.500円	オリジナル財布	28.000円
2 位	別注財布	10.000円	オリジナルバッグ	39.000円
3 位	オリジナルバッグ	39.000円	オリジナルベルト	11.000円
4 位	オリジナル財布	28.000円	別注財布	10.000円
5 位	オリジナルベルト	11.000円	別注ベルト	4.500円

上記のとおり、別注のベルトや財布の売上総額が大きくなっておりませんが、**オリジナル商品の利益総額が大きく、また利益率もオリジナル商品の方が高い**ため、**オリジナル商品の売上を伸ばすことが課題**となっています。

2. 顧客ニーズと市場の動向

【ターゲット顧客】

首都圏在住の20代から50代の男性を中心に、アメリカンカジュアルが好きな方やメイドインジャパンの革製品に拘っている方、とくに、「他人と違うオシャレな小物を持ちたい!」と考えている方をターゲットにしております。

【市場の傾向】

近年、キャッシュレス化や同業他社との価格競争により、従来の牛革で作っているベルト、財布だけでは顧客のニーズに対応しきれなくなってきており、牛革を使った革小物全体の販売数は下降気味です。

スマートフォンの普及により、キャッシュレス化が進み、**財布の需要が減っているため、革ジャンなどに使われる馬革で商品展開（特にレザーバッグ）をし、新たなニーズに対応出来れば、顧客獲得に繋がる**と考えられます。

【顧客のニーズ】

同業他社でも手に入れられる普通に流通している革で作られている商品では無く、素材の革を一から作り 尚且つ、オリジナルデザインの商品を求めている方が増え、他店舗で取り扱っていないデザインや革を使つての別注対応も求められています。

現在は取引先のバイヤーからの情報収集が中心ですが、市場やターゲット顧客のニーズに変化が見られる現在、一般ユーザーや取引先からより多くのニーズを集める為にも、ECサイトや展示会出展が必要です。

そのオリジナルの革の詳細をインターネットや展示会出展などで、より多くの方に知って頂きます。

カタログは展示会出展には必須であり、また当社のような拘りが求められる商品はインターネットで情報収集してすぐ買うというより、紙媒体で何度も見て、購入を検討する方が多いため、カタログを作る必要があると考えております。

図1：購入する際、重視する点（複数回答）

順位	重視する点	回答割合
1位	オリジナルデザイン	73.8%
2位	オリジナルの革	65.4%
3位	価格	60.2%
4位	使い勝手の良さ	43.0%
5位	インターネットで購入出来るか	37.7%

最近では、インターネットで商品の詳細をよく確認して、ポイントが多く付くサイトで比較検討して購入する方が多くなってきています。そうした意味でも、他のブランドには

無い、**オリジナルデザインやオリジナルの革製品を開発する必要がある**と考えております。とくに、お客様からニーズが高く、**他社では加工が難しい馬革を使用したオリジナルの革製品を開発することで、他社と差別化**できると考えております。

【競合他社名と強み・弱み】

主な競合他社は次のとおりとなっています。

競合他社	競合他社の強み	競合他社の弱み
G	知名度が高く、ブランド力がある	価格が高い
B	知名度が高く、ブランド力がある	修理が高額 時間が掛かる
R	販売店舗が多い	セール販売により価値が下がる

上記の通り、他社と比較して、**適正価格で販売しており、アフターフォローも基本的に無料で行い、国内の職人が迅速に対応する**ことが当社の強みです。

反面、**知名度が低く、商品の良さをアピールする事が出来ていない**ことが弱みとなっております。

3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強み

【自社の強み】

項目	具体的な強み
人 材	職人と長い付き合いがあり、信頼関係が出来ている為、納期の遵守、修理等の迅速な対応が出来ている。
商 品・サービス	2つのブランドを展開しており、オリジナルAはカラーバリエーションが豊富でユニセックス対応している。 オリジナルBはハードなテイストで、男性向けに作られている。
財 務 (資金面)	適正な在庫をキープしており、オーダーが入った時に迅速に対応出来る。
情 報	展示会出展により、市場の動向を知る事が出来ており、他の出展ブランドからの情報を得る事が出来る。
ノウハウ	長年の経験により、職人との打ち合わせがスムーズに出来、お客様のニーズにそった商品を早く提供する事が出来る。
技術・経験	創業からXX年を経て、職人のスキルも上がり、加工の難しい馬革を使った商品も作れる様になった。 アフターケア（修理など）国内の職人が早く対応する事が出来る。
その他	A百貨店などの有名百貨店との付き合いもあり、お客様にも認知されてきている。 展示会出展で知り合った事で、Bデパートなどで即売会を開催している。

【他社に対してとくに優れている自社の強み】

職人と年月をかけて良好な関係を築いており、新商品を開発する時など打ち合わせがスムーズに進み、今まで培ってきたスキルも上がり、今まで作れなかった商品を作る事が出来る様になりました。

以前から作り続けているロングランの商品も、生産ラインが確立している為、スムーズに商品が上がる様になっています。

革メーカーとの関係も良好で、新しい革の開発にも協力的であり、他のブランドが扱っていない革を使う事が出来ることも自社の大きな強みです。

【顧客からとくに評価されている点】

オーダーから納品までの時間が短い事や、価格以上のクオリティであるとの声をお客様よりよく伺います。

アフターフォローも充実しており、基本的に無料で行っております。

オリジナルブランドに関しましては、カラーバリエーションが豊富で●色以上あり、選ぶ楽しさがあると評価されています。

4. 経営方針・目標と今後のプラン

【注：採択審査時に「新型コロナウイルス感染症加点」の付与を希望する事業者については、同感染症の影響（罹患や売上減の状況等）と、そこからの「事業再建に向けた今後のプラン」を盛り込んでください。】

【今後の経営方針・目標】

キャッシュレス化に伴い、財布の小型化、その他の革小物（バッグ、ポーチ）の商品展開を充実していき、従来の牛革だけでなく、オリジナルレザーや馬革を使った商品を開発し展開していきます。

（今後のプラン）

- 1、オリジナルレザーや馬革を使った商品の開発
- 2、新商品の周知、製品の良さを理解して頂き、直接販売できるECサイトの製作
- 3、新商品のカタログ制作
- 4、国内外の展示会への出展

（コロナウイルスの影響）

今後のプランに記載しました展示会の出展ですが、コロナウイルスの影響で3月に出展予定の展示会が中止となりました。

これにより、新商品の発表の場が無くなってしまう可能性が出てきましたが、海外の店舗から商品の問い合わせが増えてきておりますので、ECサイトの制作とカタログ制作を行うとともに、秋以降の展示会へ出展し、百貨店やデパート等の店舗、一般ユーザーへの認知向上を図ることが重要であると考えます。

【経営目標】（月平均）

	現在	1年後	2年後	3年後
顧客数（人）	120	132	146	160
客単価（円）	25,000	25,000	25,000	25,000
売上高（円）	3,000,000	3,300,000	3,650,000	4,000,000
利益（円）	340,000	374,000	414,000	453,000

ECサイトによる販売と、カタログの頒布、定期的な展示会への参加により、10%の顧客増加が期待できます。

客単価は現在と同じ25,000円と仮定すると、上記の表のとおり、月商4,000,000円、月間利益453,000円（年間利益約5,440,000円）が実現できると考えられます。

4-2. 事業承継の計画【採択審査時に「事業承継加点」の付与を希望する事業者のみ記入】

「事業承継加点」の付与を希望する場合には、以下の3項目すべてについて、いずれか一つをチェックするとともに、地域の商工会議所から交付を受けた「事業承継診断票」（様式6）を添付すること。なお、事業承継には、事業譲渡・売却も含まれます。

- (1) 事業承継の目標時期 ①申請時から1年以内 ②1年超5年以内 ③5年超
- (2) 事業承継内容（予定） ①事業の全部承継 ②事業の一部承継（業態転換による一部事業廃止含）
- (3) 事業承継先（予定） ①親族 ②親族以外（（i）親族外役員・従業員、（ii）第三者（取引先等））

<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)

クール&ダンディ!馬革を使った新商品の開発と販路開拓事業

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)

【補助事業の目的】

- ・顧客ヒアリングで要望の高かった、オリジナルレザーと馬革を使った商品を開発し、新たなオリジナルブランドを設立する
- ・オリジナルブランドを含めた、当社製品の品質の高さをカタログや展示会で多くの顧客に知ってもらう
- ・ECサイトを制作し、直接店舗に行かなくても購入できるようにすることで、顧客の利便性を高める

【新サービスの具体的内容】

小物需要の変化に合わせ、商品展開を充実していき、従来の牛革だけでなく、オリジナルレザーや馬革を使った商品を**当社の強みである職人とのネットワークを活かして**開発します。

当社商品を販売して頂いている得意先(百貨店等)もありますが、マージン等の問題で利益率は低くなっています。そこで、現在商品紹介のみで直接購入ができない当社ホームページを改修し、ショッピングカート機能のあるECサイトとすることで、一般ユーザーに直接販売して行きます。

また、カタログ制作や展示会出展により、当社の認知を高めるとともに、取り扱い百貨店を増加させ、ブランド力の向上を図ります。

【販路開拓の具体的内容】

新しい革を使った商品で顧客を獲得する為、以下の内容で販路拡大に取り組みます。

販促手段	対象者	記載内容/役割
ECサイト	バイヤー	新商品の告知・ブランド紹介
	一般消費者	予約の受付・購入案内・お手入れ方法
商品カタログ	バイヤー	ブランド紹介・商品紹介
展示会出展	バイヤー、職人	新商品の紹介・コラボレーションの提案

上記取り組みにより、販路拡大による売上の増加が見込めるだけでなく、将来的には認知の拡大によるブランド力向上にも寄与するものと考えます。

直接当社で注文を受けることで、利益率が高くなり、またお手入れ方法など、お客様の知りたい情報を掲載することにより、満足度を高めるとともに、継続的なオーダーが期待出来ると考えられます。

●顧客数の増加および売上増につながる理由

既存顧客のリピート購入だけでなく、SEO対策などにより、新規顧客の閲覧数を増加させることで、ECサイトからの売上が見込めます。

また、カタログ制作や展示会展展をする事により、取引先百貨店を増加させることも、売上増加に繋がります。

また、海外百貨店からの問合せもあり、今はコロナウイルスの影響ですぐには取引が出来ませんが、ECサイトを外国語対応にすることにより、事前に当社商品を知っていただくことでスムーズに取引に繋げる事が出来て、売上増加が期待出来ると考えられます。

【補助事業による今年度の売上予想】（下記表の数値は年間）

	昨年	今年	来年
顧客数	1,440	1,584	1,742
客単価	25,000	25,000	25,000
売上	36,000,000	39,600,000	43,560,000
利益	4,080,000	4,480,000	4,936,800

前述の経営目標のとおり、ホームページの充実と、カタログの頒布、定期的な展示会への参加により、10%の顧客増加が期待できます。

年間ベースでみると本年度は売上 4,000 万円弱、利益（経常利益）450 万円弱が達成できるものと予想されます。

※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。

※採択時に、「事業者名称」および「補助事業で行う事業名」等が一般公表されます。※欄が足りない場合は適宜、行数・ページ数を追加できます。