

<経営計画>【必須記入】

<経営計画>及び<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. Aihara ベーカリー企業概要

(1)店舗概要

2015年11月に相模原市緑区で創業しました。

代表は、地元の高校卒業後、調理系の専門学校でパンの製造技術を学びました

学校卒業後、町田市内のベーカリーショップで 10 年間勤務、在職中は、販売員を経験したのち、新商品開発部門や支店長などを経験しています。

ベーカリーショップを退職後、ベーカリーショップの開業支援や新商品の開発サポートなどを行う、フード系のコンサルタント会社に 10 年間勤務しました。

コンサルタント会社では、栄養士やデザイン会社とのコラボによる、新商品の開発や店舗デザインの提案などを行い、当時お付き合いした栄養士やデザイン会社の設計士の方とは現在でも交流があります。

約 20 年間のパン業界での経験を活かして、代表の出身地である相模原市緑区にベーカリーショップをオープン。最寄り駅から車で10分程度の距離にあり、住宅地の中にある落ち着いた雰囲気のお店で、定期的にイベントを開催するなど、近隣住民の皆様との関係も良好です。

従業員は、コロナ禍前のピーク時はパート・アルバイト含めて10人いましたが、現在では半数の5人となっています。

コロナ禍が落ち着き、お客様はもどつつありますが、売上高・来店客数ともにコロナ禍前の水準には達してなく、当店を持続的に発展させていくために、新たな取り組みが必要であると考えています。

(2)主な顧客層

当社の主な顧客は 30～60 歳代の主婦層が多く、休日は子ども連れのファミリー客が多くなる傾向にあります。また、当店の近所には総合病院があるため、平日日中や夕方は、病院に勤務する職員や看護師さんの利用もあります。

当店はホームページが無いので、当店に来店される方のほとんどは、通りすがりの方や既存客からの口コミによるものが多いです。

また、1年前から SNS による情報発信を行っており、Instagram や Facebook の記事を見て来店する方も着実に増えています。

(3)コロナ禍における売上の推移

当店のコロナ前の売上は7,000万円台を維持していましたが、2020年に始まったコロナ禍により、売上はおおよそ半分に減少、これまで実施してきたお客様との交流イベントも軒並み中止となり、来店客数も大幅に減ってしまいました。



売上高や来店客数の推移を示す表やグラフを挿入する

2. 顧客ニーズと市場の動向

(1) ターゲットとする顧客と顧客を取り巻く環境

普段の食生活で糖質を気にしている人の割合は4割程度、実際に糖質制限をしている人は1割強とされています。

低糖質のパンの主な顧客層は、女性客とシニア層となっている。特に女性客はベーカリーショップに来店する頻度がもともと高く、家族分も含め1回あたりの購入点数も多い傾向にある。

シニア層については、特に健康を意識して購入する方が多く、病気による入院や健康診断における医師の指導などをきっかけに低糖質のパンを求める傾向にある。

(2) 低糖質のパンの市場について

低糖質に関する健康維持・増進効果の認知度の上昇にともなって、低糖質のパンの市場は伸びています。

ここ数年で、市場へ多数のメーカーが参入し、スーパーやコンビニエンスストアの店頭で専用コーナーが設けられるなど定番化しつつあります。

〇〇経済の調査によると、2018年度の糖質オフ・ゼロ市場は前年比〇〇%増の〇〇〇〇億円に拡大し、2019年は同〇〇%増の〇〇〇〇億円となっています。同様の動きが低糖質のパンの市場でも現れています。

増加の要因として、生活習慣病予防やダイエットのニーズなどに加え、近年のロカボブームが市場全体をけん引しているとみられている。

さらに、長期的に続く食の健康トレンドを背景に、継続して新たな商品が開発されており、低糖質のパンを含む低糖質市場は一過性のブームにとらわれない、確固とした地位を確立するとおもわれます。

(3) ターゲット市場の分析

当店の商圈は相模原市緑区相原を中心に半径5kmの圏内に設定します。人口構成は75歳以上の女性が多く、次いで男女ともに40～44歳代が多い状況です。

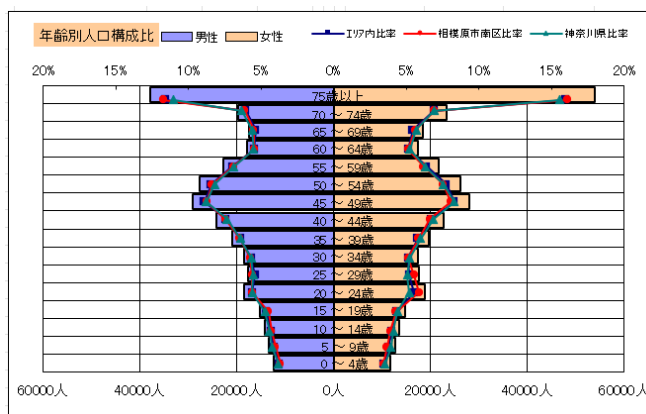
さらに、商圈内の橋本駅や相原駅周辺には、都市に通う20～30歳代の女性が他エリアと比較して多いという特徴があります。

当店が新たな事業展開をする上で、適した地域であるといえます。

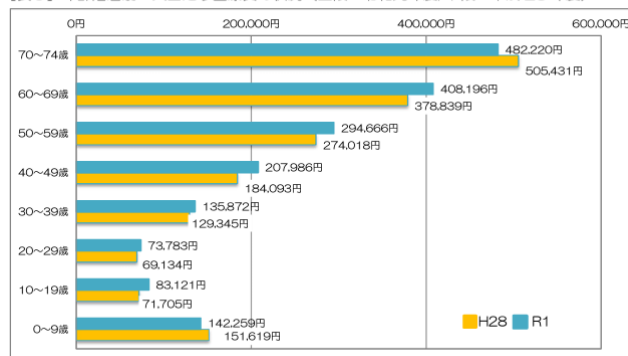
次に、相模原市の統計によると、1人当たりの医療費は多くの年齢層で増加傾向にあり、医療費抑制施策の一環として栄養士や保健師による栄養指導が積極的に行われています。

また、腎不全や糖尿病を患っている市民の数も増加傾向にあり、当店が所在する緑区においても、透析や糖尿病治療を専門とするクリニックの新設が相次いでいます。

このような状況もあり、当店商圈における低糖質食品、特に低糖質のパンについては、十分なニーズが見込まれ、広告宣伝を徹底して行うことにより、適正な利益を確保することができると考えている。



【表5】年齢階層別一人当たり医療費の状況（上段：令和元年度/下段：平成28年度）



出典：KDBシステム「疾病別医療費分析（大分類）」

(4)ターゲット顧客に対する注力ポイント

①機械装置の導入と販売コーナーの整備

新たな顧客を取り込むため、低糖質のパンを製造するための機械装置(コンベクション+ドーナツ)を導入します。機械装置は、コロナ禍で使用頻度が低くなったイートインスペースを改修したスペースに設置します。

また、既存のパン販売スペースとは別に、今回の補助金で開発する低糖質のパンを販売する特設販売コーナーを整備します。



②低糖質のパンの開発(補助金は使いません)

糖尿病療育指導士の〇〇先生の監修を受け、基礎疾患がある人でも、パン本来の美味しさを感じながら、必要な栄養素を摂取することができる低糖質のパンを開発します。

③SNS とホームページを活用した情報発信

LINE 公式アカウントや Facebook などの SNS を活用して低糖質のパンを消費者に周知します。また、低糖質のパンの機能や美味しい食べ方を提案する動画を〇〇先生と連携して作成し、当店ホームページや SNS で情報発信します。

さらに、地元タウン誌や健康雑誌などに広告記事を掲載して、当店の取組みを広く周知します。

(5)競合について

当店近隣で、低糖質のパンの製造・販売を行っている事業者が無いため、市場にある既存のサービスやパン事業者との比較を行いました。

名称	特徴
大手コンビニ	・規格化されていて、大量生産が可能 ・パンの種類が豊富 ・見やすいパッケージ ・お手頃価格 ・飲み物やサラダなど、他の商品とセットで購入できる
ベーカリーショップ (スーパー、百貨店内)	・焼きたてのパンを提供 ・売り場が限られているので種類が限定的 ・商品に対するお客様の声が届きにくい ・地域との繋がりが希薄
病院や高齢者施設で提供されているパン	・冷えている ・種類が極端に少ない ・単調な味(プレーン) ・大量仕入れのため価格が安い

3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強み

(1)当店の強み

- ・パン業界における豊富な経験と知識・技術
→パン職人歴〇〇年、ベーカリーショップ開業コンサルタント歴〇〇年
- ・管理栄養士など専門家との人的つながり
- ・地元産食材をパン製造に取り入れてきた実績
→たまご、豚肉、牛乳、地場産野菜など
- ・お客様の声をパン作りに取り入れる柔軟性
→〇〇パンなど
- ・地元での高い知名度
→さがみはらお店大賞、神奈川県優良小売店表彰など

(2)当店の弱み(参考)

- ・SNS を活用した情報発信力が弱い。
- ・天候により来店客数が左右されやすい。

(3)他店と比べて優れている点

- ・高機能の低糖質のパンを開発できる体制
→〇〇先生の監修により、栄養表示基準を満たした高機能の低糖質のパンを店長のリーダーシップのもと新事業チームが開発します。
- ・焼きたてパンを提供
→製造拠点と直結しているので、焼きたてのパンをお客様にすぐに提供することができる。
→既存のショップ内に整備するため、お客様のニーズに合った商品選びが可能となります。
- ・美味しさを備えた低糖質のパン
→単調な味になりがちな低糖質のパンですが、地元農産物を活用することで、栄養評価基準を満たしつつ、素材の美味しさを楽しめるパンを開発します。
- ・お客様の声を反映したパンづくり
→既存店舗で導入している「お客様の声」を新事業でも採用し、最終消費者である基礎疾患を持っている方や高齢者の声を反映した新商品開発に努めます。

(4)自社の強みによるターゲット顧客のメリット

- ・身近なベーカリーショップで健康に配慮した低糖質のパンを購入することができます
- ・既存のショップと併設しているため、夫婦や親子連れで来店し、それぞれの嗜好にあったパンを購入することができます。
- ・パンの食感や味付けなど、こまかい要望を店舗側に伝えることで、常に改善を積み重ねることができ、お客様のニーズに合わせた商品開発ができます。

4. 経営方針・目標と今後のプラン

(1)経営方針

- ・当店は、「美味しいパンをお客様にたっぷり召し上がっていただく」を合言葉に従業員一同パン作りに励んでいます。
- ・お客様の笑顔のために、可能な限り安心できる素材にこだわり、具材も手作りをし、キッチンから愛を込めて、人のぬくもりを感じる温かいパンを地元の皆様にお届けしています。

(2)経営目標(売上目標及び利益目標)

今期の売上は7,000 万円です。

補助金を活用して、製造設備の導入、新商品の開発、SNS と連動したホームページの整備を行うことにより、5年後には売上高1億円を目指します。

利益についても、現在の経常利益 200 万円を、経費削減の取組みを合わせて行いつつ、5年後の時点で 400 万円を目指します。

3)今後のプラン

①補助事業期間内に実施すること

- ・低糖質のパンの開発
- ・低糖質のパンを製造・販売するために、遊休スペースを活用して製造拠点と販売コーナーを整備
- ・SNS と連動したホームページの作成
- ・売上増加にともなって、従業員を定期的に増員する

②補助事業期間内及び終了後に実施すること

- ・店頭販売だけでなく、冷凍技術を導入して通信販売事業に着手する
- ・近隣の大型病院や高齢者入所施設などに営業活動を行い、販路のさらなる拡大を図る
- ・低糖質のパンが地元の消費者に十分浸透し、売上高が安定した時点で、支店を開業する
- ・経営者候補を育成するなど、事業承継のための準備をはじめる

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・商工会議所から交付を受けた「事業承継診断票」(様式10)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)

新たな顧客層を開拓するための WEB サイトの制作と広告活動の展開

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)

(1) 製造設備の購入と販売コーナーの整備(機械購入費〇〇千円、工事費〇〇千円)

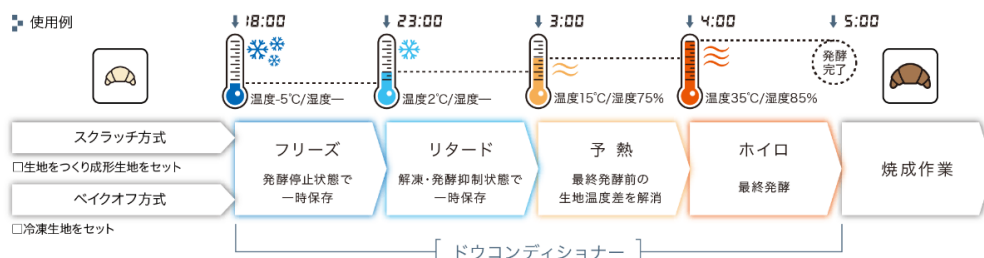
低糖質のパンを製造するために必要な設備を購入します。

低糖質のパンは、既存のパンと使う材料や製造過程が異なることから、低糖質のパン専用の機械を購入します。

この設備は、自動運転であるため、早朝作業の軽減が図られるなど、作業環境の改善につながります。

また、数種類の成形生地をセットすることができるため、朝の开店時からバリエーション豊富な品ぞろえが可能となります。

さらに、低糖質のパンの製造及び販売を行うためのスペースを既存のイートインコーナーを活用することによって確保します。このために必要な工事を実施します。



(2) 低糖質のパンの開発(補助金は使いません)

今回の補助金は活用しませんが、当店で扱う低糖質のパンについては、管理栄養士・糖尿病療育指導士の〇〇先生の指導を受け開発を行います。

また、〇〇先生の指導で低糖質パンの食べ方や機能を説明する動画を作成して、補助金を使って整備する当店ホームページに掲載します。

(3) ホームページの改修(Web 製作費〇〇千円)

下図のとおり構成でホームページを改修します。新たな分野である低糖質のパンについては、新たにページを制作しさらなる新規顧客を開拓します。

今回改修するホームページは、スマートフォン表示や SSL に対応するものとし、当店のターゲット顧客である 20~40 歳代の女性へのアクセスを強化していきたいと考えています。

また、将来的にネット通販による販売も検討していることから、いつでも対応できるように制作してもらう予定です。

このホームページを地元の IT 企業と連携して作成し、当店の役員・従業員でも簡単に運用できるよう操作研修を実施します。

ホームページの構成図や

完成イメージ図などを掲載

(4)スケジュール

補助金採択決定後、事業に速やかに着手できるよう準備を進め、2024 年 4 月末の大型連休前までの開業を目指す。



3.業務効率化(生産性向上)の取組内容【任意記入】

業務効率化の取組みを同時に行う場合に記載します

4. 補助事業の効果【必須記入】

(1)売上等への効果

販路開拓の取組により、来店客数及び客単価の増加を図り、全体売上高100,000 千円を実現させる。

	今期見込み		2028 年決算
売上高	70,000 千円	(+ 30,000 千円)	100,000 千円
来店客数(年)	***人	(+ ***人)	***人
客単価	***円	(+ ***円)	***円

(2)取引先への波及効果

当店の売上高が増加することにより、地元農産物や小麦などのパン原材料の仕入れ量が増え、関連する農家や卸売り事業者の活性化につながります。

(3)地域社会への波及効果

新商品の開発・販売により、売上高が増加し、地元で従業員を積極的に採用することができ、地域での雇用が創出される。

当店の低糖質のパンが市場から注目を集めることにより、関連する地元食材に対する関心も高くなり、地域経済全体の活性化にも寄与することができる。

補助事業実施に必要な設備の購入や工事、ホームページの改修も、地元の企業に発注することになるので、地域におけるイノベーションの創出に繋がる取組みでもある。