

<経営計画>【必須記入】

1. 企業概要

創業10年目、役員2名 正社員3名、パート・アルバイト4名の会社になります。  
イベント事業とIT事業を行う会社として立ち上げました。

<売上規模>

- ・コロナ影響前の売上：平成30年12.01～令和元年11.30期  
■■■■万円（イベント事業 ■■■■万円 IT事業 ■■■■万円）
- ・コロナ影響後の売上：令和元年12.01～令和2年11.30期  
■■■■万円（イベント事業 ■■■■万円 IT事業 ■■■■万円）

<営業内容>

① イベント事業

イベント事業は、主に男女の出会いを支援する街コンや婚活パーティの企画・集客・運営を一貫して開催してきました。企画内容に地域資源を上手く活用することで、コロナ以前は年間■■■回、年間総参加人数約■■■■名で展開。売上は主にイベント参加者の参加費になります。

・イベント規模

大規模イベントでは■■■■名、中規模では■■■名程、小規模では■■■名程度

・少子化対策の一環として、行政・団体からの受託多数

岐阜県では各務原市・山県市・岐南町・土岐商工会議所・大野商工会

愛知県では一宮市・稲沢市・岩倉市 滋賀県では彦根市、甲良町、多賀町、愛荘町

しかしながら、昨年2月からのコロナの影響により、人が多く集まるイベントの開催自体が懸念され、年間■■■回程度の開催になりました。イベント事業の売上はコロナ影響前に対して■■■%減少しております。

|     |     |     |
|-----|-----|-----|
| チラシ | チラシ | チラシ |
|-----|-----|-----|

（樽見鉄道貸切イベント）

（オアシスパーク BBQ イベント）

（岩村城下町散策）

② IT事業

主にWeb制作事業、Webコンサル事業を展開

営業マンを持たない、下請け制作を主として成長しています。

営業コストが掛からないため、高品質・低価格でサービスを提供することができます。

- ・クライアント：デザイン会社や印刷会社、商社など
- ・地域：岐阜県、愛知県を中心に関東・関西エリア

年間約、■■■社程度のホームページを制作

制作業種：製造業を中心にサービス業、卸売業など

画像

画像

(制作事例：花火製造業)

(制作事例：化粧品製造業)

ホームページを制作した会社に対して、  
付加価値サービスとしてアクセス解析レポート、改善提案のコンサルティング事業も展開していま  
す。

画像

Web制作事業に関しては、広告関係の補助金が多数出ていることもあり、  
コロナ影響前より依頼案件は多くなっており、売上はコロナ影響前と比較して約■%です。

会社全体としては、コロナの影響によるイベント事業の急激な売上減少をIT事業が多少補完し  
ていますが、  
十分に補いきれていないのが現状です。

<代表者経歴>

代表取締役：■

年齢：■歳

経歴：ITベンチャー企業（JASDAQ上場）にて、ホームページ制作の営業を行う。

ここで、ベンチャー企業経営のノウハウとWeb制作・コンサルティング技術を習得。

その後、岐阜県公立高校（商業科）サッカー部顧問 校務分掌：就職課に勤務（現在も外部講師）  
を経て

■歳にて、「地域創造企業」を理念に■株式会社を設立

## 2. 顧客ニーズと市場の動向

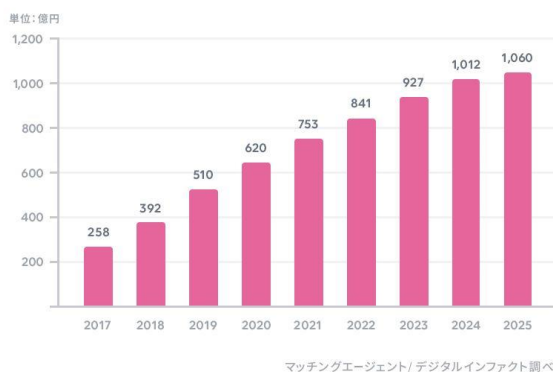
### <男女の出会い支援イベント事業に関して>

コロナ禍において、出会いは求めているが感染リスクが怖くてイベントに参加できない参加者が二つの行動パターンに分かれています。

- ①婚活を休止、または、中止
- ②ネット婚活に移行（脅威）

アフターコロナにおいては、①の層がイベントに戻ってくる可能性はありますが、コロナ前に比べて相当数割合が減ると考えられます。②に関してはアフターコロナ後も市場は拡大していくと見込まれます。

国内オンライン恋活・婚活マッチングサービス市場規模予測 2017-2025年



参照：サイバーエージェント子会社のマッチングエージェント

この脅威を機会に変えて、アプリ婚活市場に参入することも考えられるが既に大手が参入しており、後発であることを考えると非常に厳しいと考えます。

### <Web制作事業の市場動向に関して>

#### EC市場の動向

|    | 2020年見込    | 2019年比  | 2021年予測    | 2019年比  |
|----|------------|---------|------------|---------|
| EC | 10兆7,144億円 | 108.30% | 11兆4,190億円 | 115.40% |

コロナ以前より拡大傾向にあったECを中心としたインターネット市場は、コロナによる巣ごもり需要もあり、加速的に拡大しています。

その中で、弊社のWEB制作事業も依頼件数・売上ともに増加傾向にあり、昨年度比約■%で成長しています。

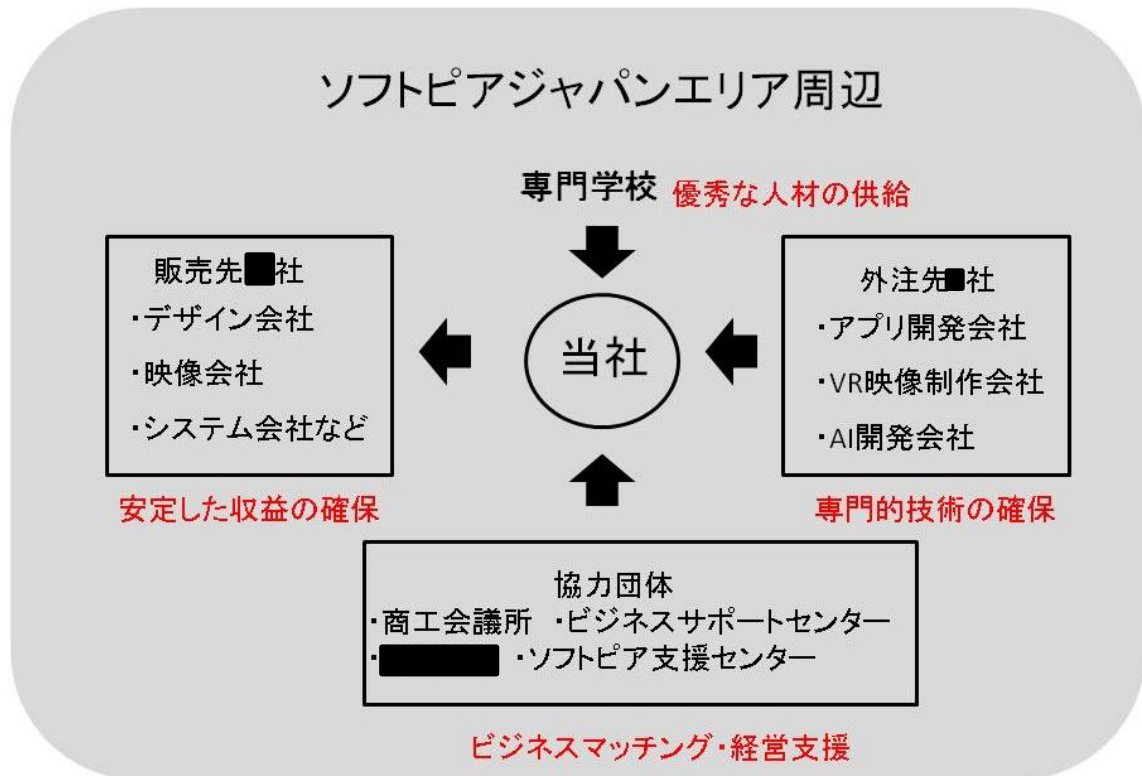
また、政府の事業者支援として、非接触事業への投資に対し助成金や補助金を行う施策が多いため、IT関係事業者への間接的な需要拡大に繋がっています。

弊社としても、この市場機会を捉えてIT周辺事業の拡大を狙います。

### 3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強み

<自社としての強み>

岐阜県大垣市（ソフトピアジャパン）にて創業して、■年目。IT集積地のソフトピアジャパンの入居企業や周辺企業・団体様との信頼関係構築が強みであると考えます。



周辺企業にて取引先は■社以上です。IT関係の販売先■社、IT関係外注先■社と多数あることで安定的な売上の確保に繋がっております。また、信頼できる専門的な技術を持った外注先があることで、弊社がクライアントに提案できる商品ラインナップを強化することができます。

周辺団体としては、大垣商工会議所、大垣ビジネスサポートセンター、■、ソフトピアジャパンのサポートセンターなど、ビジネスマッチングや経営相談を通じて直接的、間接的に売上や企業価値の向上に寄与しています。

<イベント事業の強み>

■年間で大小■回以上の出会い支援イベントを企画・集客・運営してきたことで、企画力、継続的に集客するためのノウハウ、運営ノウハウを蓄積できたことが強みです。

また、岐阜県・愛知県の婚活者の会員名簿（約■万人）は婚活支援事業を展開する上でこの上ない資産です。

さらに、地域資源を活用したイベントを展開してきたため、岐阜県ではオアシスパーク、セラミックパーク美濃、花フェスタ、リバポートパーク、商業施設（イオンモール各務原、アピタなど）との関係を構築することで、面白いイベントの企画が迅速にでき、運営もスムーズに行うことで顧客満足度の高いイベントを提供する事ができます。

<IT 事業の強み>

ローコスト・高品質で Web 制作ができます

- ・下請け専門の Web 制作会社としてターゲットしてきたため、営業コストや顧客とのトラブル対応の必要がなく、制作に特化できます。
- ・IT 人材の確保において、地元の専門学校と連携しているため、採用コストを掛けずに確かな人材を確保することができます。
- ・ソフトピアジャパン（IT 企業の集積地）に事務所を構えていることにより、取引先との物理的距離が近いこと、自然と販売先や外注先が増え、スイッチングリスクも低くなります。

<イベント事業と IT 事業のシナジー効果>

- ・イベント事業は企画と同じくらい集客が重要となります。その集客に関して、IT 事業の情報発信力を活かすことにより、広告宣伝費を掛けずに効果的な集客が可能です。
- ・IT 事業のテストマーケティングとして、イベント事業を活用します。例えば、SNS の広告やターゲット広告をイベント事業でテストしてクライアント様に提供します。

4. 経営方針・目標と今後のプラン

アフターコロナをふまえ、今後も開催の目途が立たないイベント事業を縮小し、IT 周辺事業へ経営資源を分配します。

その中で、昨今の動画制作の需要ニーズを捉えて、弊社の強みである代表者の経歴と人脈（元高校の就職課勤務であり、現在も外部講師）・Web 事業の販売チャネル・専門技術を持った周辺企業の協力を得て「高卒採用オリジナル動画制作」事業を展開します。

<数値目標>

令和 3 年 11.30 期の決算にて方向性を示し、アフターコロナ後に経営資源の配分を変えながら両事業の売上規模の拡大を目指していきます。

・コロナ前の経営資源の比率

イベント事業 (■%) : IT 事業 (■%)

・コロナ後の経営資源の比率

イベント事業 (■%) : IT 事業 (■%)

・コロナ前の売上 (令和 1 年 11.30 期)

イベント事業 ■万円 : IT 事業 ■万円  
■万円

・コロナ後の売上 (令和 3 年 11.30 期)

イベント事業 ■万円 : IT 事業

令和 1 年 11.30 期 ■万円 (コロナ前)

令和 2 年 11.30 期 ■万円 (コロナの影響直撃)

令和 3 年 11.30 期 ■万円

令和 4 年 11.30 期 ■万円

令和 5 年 11.30 期 ■万円

令和 6 年 11.30 期 ■万円

令和 3 年度 11 月期以降は前年比 ■%

正社員毎年 1 名採用 (人件費約 ■万) 想定

その中で、■%の成長部分を、今回取り組む「高校生採用オリジナル動画制作」+動画制作周辺事業によって実現していきます。

#### 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)

採用制度見直しとインフラ整備を機会とした、高卒採用動画制作

#### 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)

岐阜県内の企業に向けて、高卒採用の企業PR動画制作を行います。

#### 具体的な取り組み内容①

◇取組名：動画撮影機材(カメラ・レンズ・バッテリー)の導入

■顧客：「高校生を採用したい(している)岐阜県内の中小事業者」主に製造業・介護福祉

#### ■市場環境(機会)

- ・ 高校生の就職内定率80.4%は前年同月(令和元年10月末)に比べて、**3.2ポイント増加**。
- ・ 岐阜県の就職内定率は88.2%で全国でも6位

※就職内定率(就職希望者に対する就職内定者の割合)

※文部科学省 就職内定状況(令和2年11月末現在)に関する調査 参照

- ・ 就職希望者16万2千人(前年比同月比**8.0%の減**)
- ・ 求人数約33万6千人(前年同期比**24.3%の減**)

※厚生労働省 令和2年度「高校・中学新卒者のハローワーク求人に係る求人・求職状況」取りまとめ参照

#### <コロナ禍での高卒採用に関して>

「求人数、求職者数の両方が減少しているが、内定率は昨年同月比より増加している」

#### <企業側の動向>

- ・ コロナ禍で景気が悪化している業種は採用を控えている一方で、人件費の削減のため、大卒採用から高卒採用に切り替えた企業もあります。全体で見ると、求人数は減少しています。

#### <高校生側の動向>

- ・ 親の収入の都合で進学断念して就職に変更する層がいる一方で、コロナ禍で就職市場が厳しいため一旦、進学に変更する層もあり、全体で見ると求職者数は減少しています。

また、飲食店や宿泊業を希望していた層がコロナの影響を受けていない業種に変更することも起こっています。

その中で、企業側・高校生側で懸念されている事は、求職者（高校生）が意に添わない就職をすることで離職率が増加することです。



#### ■顧客ニーズ

以前から高校生の離職率の高さは問題になっていたが、コロナの影響でより鮮明になってきている。

そのため、今まで以上に企業の実際の状況が高校生に伝わる情報提供・伝達手段が双方から求められている。

大垣西濃信用金庫の景況調査によると、2020年7月～9月と2020年10月～12月で比較した場合の経営上の問題点について、西濃エリア製造業（191社）の内22.5%が「人手不足になると感じている」と回答しています。

しかしながら、今後の見通しに関して「現在雇用は維持しているが、コロナの状況によっては人員整理を考えている」と回答している企業もあります。このことから、今後の人事戦略（採用）に関して、より効果的な（離職の割合が低く、優秀な人材の確保）採用を求めてくると推測されます。

#### <県内企業からの要望・意見>

- ・実際に岐阜県内の中堅電材会社様からは、「今までは大卒、専門卒以上の採用だったが、人件費削減を考え優秀な高校生の採用を始めた。しかしながら、現在は大卒用のコンテツしかないで困っている」との意見をいただいています。
- ・コロナ禍でも好調な岐阜県内の自動車部品メーカー様からは、「例年以上に高校生を採用したい。しかしながら、採用しても離職されては困る。不景気のときこそ良い人材が獲得できるので、情報発信を積極的に行っていきたい」との意見をいただいています。

#### <アフターコロナの市場機会>

コロナ後も企業側・学生側の双方にとって有益となるミスマッチの少ない採用は継続されると考えられます。

当社の今後のビジネスチャンスとして、高卒採用の制度「一人一社制度」の見直しと県内高校生へのタブレット端末の配布が挙げられます。

#### ■現行の制度、一人一社制度

- ・企業が自社への応募に際して単願を求め、学校側としても応募の推薦を制限し、「応募解禁日」から一定時期の間まで、一人の生徒が応募できる企業を一社とする制度です。
- ・毎年、都道府県毎に、学校関係者、経済団体関係者と行政（文科省・厚労省管轄）が会議を行い、公正な選考を保つためにルールを決めています。
- ・岐阜県は10月中までは一人一社制、11月1日以降は一人二社まで応募・推薦が可能とされています。

#### （問題点）

高校生の選択肢が限定されており、可能性が狭めていることや求人票（文字のみで主に企業概要が記載）のみの情報で事前に企業情報が十分に得られていないことが問題となっています。

この問題点に関して、企業側・学校側から見直しの声が上がっており文科省、厚労省も2020年に

見直しを検討されています。経済団体や学校関係者に生徒の選択肢を増やすための検討を促しました。このこともあり、大阪府などは2021年度の採用よりの導入を決定しています。(本来は2021年度からでしたが、コロナの影響で1年後ろ倒しになりました)



「企業としては、今まで以上に高校生に向けて情報発信する必要がある」

■岐阜県の高校に於いては、タブレット端末が全学生に支給されたことにより、今後は採用活動にデジタルツールが取り入れられていくと推察することができます。

<取組事業における弊社の強み>

弊社の強みを活かして、事業機会を捉えます。

|         | 項目                     | 特徴   |
|---------|------------------------|--|
| 商品力     | 高卒採用動画の制作              | 企業・製品紹介や大卒リクルート向け動画はあるが、高卒採用向け動画を作成している企業は希である   |
|         | コンテンツの企画               | 元岐阜県の公立高校の就職課者勤務(現、外部講師)による高校生のニーズを捉えた企画、また付き合いのある就職課の先生のニーズをヒアリングした企画を制作することが可能である                              |
|         | CGを利用した編集              | IT事業で既に取り引のある外注先にアウトソーシング  |
|         | 高画質・高音質                | 今回の補助金を活用して、機材を揃える   |
| 価格      | 3分動画 (■万円~)            | 他の採用動画制作会社同等程度の価格帯。高卒採用専門動画で展開しているところはないため差別化されている。<br>さらに、今回の補助金にて機材を揃えることで、イニシャルコストの削減により、今後の価格戦略を有利に進めることができる |
|         | 5分動画 (■万円~)            |  |
| 販売チャンネル | 既存チャンネルの活用             | IT事業の顧客であるデザイン会社や印刷会社、商社さんにWEB制作の付加価値商品として提供する   |
|         | プル型(WEBサイト・SNSを利用した販売) | 弊社の専門分野であるWEB・SNSマーケティングを駆使して、プル型の販売を行う  |
|         | プッシュ型営業(アポイント電話)       | 岐阜県内の高卒採用実績のある企業に直接営業  |
|         | 各種団体に営業                | 商工会・商工会議所、法人会、クレーン協会などお付き合いのある各種団体さんに紹介、または、協業   |



|                                 |                  |  |
|---------------------------------|------------------|--|
| プ<br>ロ<br>モ<br>ー<br>シ<br>ョ<br>ン | YouTube チャンネルの開設 | 撮影した岐阜県内の企業動画を集めた YouTube チャンネル「 <span style="background-color: black; color: black;">XXXXXXXXXX</span> 」の開設、コンテンツには高校就活ノウハウ動画なども掲載    |
|                                 | WEB（ブログ）サイトの構築   | 高校生が多数アクセスする WEB サイトを構築、コンテンツは「岐阜県の部活動の結果のまとめサイト」野球部やサッカー部、卓球などネット上からピックアップできる情報をまとめる。<br>現在、各団体は PDF にて掲載しているがテキストにて掲載することで見やすさを演出できる |

赤字→弊社の強み 水色背景→今回の補助金を活用することにより、強みとなる

ターゲットを岐阜県内に絞ったのは、主なターゲットは中小零細企業であり、採用を県内の学生で考えていること、弊社の強みが最大限活かせることです。将来的にはドミナント戦略にて他県にて展開します。

<商品・サービス内容>

- ①高校のニーズを捉えた採用動画制作  
(企画・構成・撮影・編集)



■主なコンテツ

- ・社長の熱い思い（会社・従業員・社会に対して）
- ・先輩社員の声（1年目・3年目・5年目）
- ・会社の雰囲気（お昼休みの過ごし方、どんな先輩・上司が働いているのか？）

■3分～5分のショートムービー

■動画の活用方法

- ・求人票の動画の QR コードを掲載
- ・自社のホームページに掲載
- ・合同企業説明会などで活用

②制作動画を弊社プラットフォームに掲載

岐阜県内の企業が高校生に知ってもらう導線を提供する

- ・高校生応援 YouTube チャンネル「XXXXXXXXXX」への掲載

画像

このチャンネルには、岐阜県内の高卒採用をしている企業動画を掲載  
また、高卒就活ノウハウなども配信

#### ◇Web サイト（またはブログ）への掲載（補助事業対象外経費）

上記の動画制作に加え、岐阜県内の部活動の結果を集約した Web サイトを構築します。

岐阜県は商業高校や工業高校の部活動が盛んで、卒業後に就職を選択する生徒が多いため、このことを活かして同サイトの構築を提案しました。同サイトは、高校生やその親によるアクセスが期待されるため、同サイト内に企業動画も掲載することで、多くの高校生や親御さんに企業を認知してもらえるようになります。

画像

（部活動の結果を集約した Web サイト案）

※各部活ごとのサイトがあるが岐阜県の高校生の部活結果をまとめたサイトは他にはない

動画の制作とプラットフォーム（部活動の結果を集約した Web サイト）への掲載により、効果的な動画を多くの高校生に視聴してもらい、ミスマッチの少ない採用を実現します。

#### <補助事業で創意工夫している点や特徴>

- ・本事業は、コロナ禍による動画の需要ニーズを捉えて、弊社の強みである代表者の経歴と人脈（元高校の就職課勤務であり、現在も外部講師）や、Web 事業の販売チャンネル、専門技術を持った周辺企業との協力・連携を活かした事業であり、周辺企業で同事業を行っている企業は無いため、差別化を図ることができます。
- ・高卒採用動画の制作・掲載により、県内中小企業の人材採用支援に貢献し、地域の雇用環境の改善に寄与することができます。

#### <実施事項と実施スケジュール>

- ① 機材の購入
- ② 商品の企画

- ③ プラットフォームの構築
- ④ 販売チャネルの構築 ※開始後は継続
- ⑤ 動画制作事業開始
- ⑥ 外注先の確保

| 事項／<br>時期 | 8月                                 | 9月                     | 10月      | 11月     |
|-----------|------------------------------------|------------------------|----------|---------|
| ①         | 機材購入                               |                        |          |         |
| ②         | 商品の企画・決定                           |                        |          |         |
| ③         | ・Web（ブログ）サイト開設<br>・YouTube チャンネル開設 | コンテンツ作成                | コンテンツ作成  | コンテンツ作成 |
| ④         | ・既存チャネルへの販売開始<br>・各種団体に営業開始        | ・プル型営業開始<br>・プッシュ型営業開始 | →        | →       |
| ⑤         |                                    |                        | 動画制作事業開始 | →       |
| ⑥         | 外注先と契約内容を締結                        |                        |          |         |

### 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. 33 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。

### 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。

#### ① 目指すべき効果・成果

この補助事業を活用することで、イニシャルコストが参入障壁になっていた動画制作事業にチャレンジすることができます。それによって、経営資源の再分配を行い、市場環境に適した商材開発・サービス提供が可能になります。

目指すべき数値成果は、前年比売上高 ■■■■ %の増加と強い組織の構築と拡大です。

#### < 定量面 >

・ 5カ年の売上推移をみて検証

令和1年11.30期 ■■■■ 万円（コロナ前）  
 令和2年11.30期 ■■■■ 万円（コロナの影響直撃）  
 令和3年11.30期 ■■■■ 万円  
 令和4年11.30期 ■■■■ 万円  
 令和5年11.30期 ■■■■ 万円  
 令和6年11.30期 ■■■■ 万円

・新規事業の受注見込みと売上推移（平均単価@■■万円）

|            |         |      |
|------------|---------|------|
| 令和2年11.30期 | ■■件受注/年 | ■■万円 |
| 令和3年11.30期 | ■■件受注/年 | ■■万円 |
| 令和4年11.30期 | ■■件受注/年 | ■■万円 |
| 令和5年11.30期 | ■■件受注/年 | ■■万円 |
| 令和6年11.30期 | ■■件受注/年 | ■■万円 |

※今回の取り組む事業を中心に、IT周辺事業の売上拡大を行う

## ②効果・成果の検証方法

売上に関しては、令和2年11.30期の数値を基準として、定量的に検証します。

強い組織の構築に関して、こちらも令和2年11.30期の数値を基準として、定量的に検証します。

・5カ年の正社員数の推移をみて検証

|            |       |             |
|------------|-------|-------------|
| 令和2年11.30期 | 正社員3名 | パート・アルバイト4名 |
| 令和3年11.30期 | 正社員3名 | パート・アルバイト4名 |
| 令和4年11.30期 | 正社員4名 | パート・アルバイト4名 |
| 令和5年11.30期 | 正社員5名 | パート・アルバイト4名 |
| 令和6年11.30期 | 正社員6名 | パート・アルバイト4名 |

また、定性的な評価基準として、動画編集が1年以内に内製できる技術を獲得できているかどうかを検証します。また、最初は代表者が事業の責任者を兼任しますが、1年後には、事業責任者を置くことができているかどうかで検証します。

※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称」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。