

<経営計画>【必須記入】

1. 企業概要	
◆業種・店名	業種：建築内装業 事業所名： ██████████
◆営業内容	住宅や店舗における特注木製家具・木製建具の製造・販売
◆商品・サービスの内容	大きさや形、使用材料が異なるため、価格はまちまちですが、自社にて打ち合わせ、制作するため、価格的にもデザイナー的にも細部までこだわりぬく事ができます。 また、当社にて施工も行っているため、納得のいく家具・建具を製作することが出来ます。
◆事業沿革	平成 █年 █月に個人事業として ██████████ ██████████を開業しました。 施工現場にて家具の取り付けや内装職人として活動を開始しました。 平成 █年に現在の倉庫に拠点を移動し、木工工房をはじめ、徐々に設備面、取引先を強化し、現在に至っています。 令和 █年 █月に法人化し、 ██████████を設立しました。
◆主な顧客層	法人：住宅メーカー、工務店、建設会社、設計士 個人：一般顧客
◆商圈	大垣市を中心とした西濃圏域一帯をはじめ、全国から受注が入るため、全国各地が商圈となります。
◆営業時間・定休日	営業時間：9時～18時 定休日：日曜日
◆従業員数	0人
◆主な販売促進方法	建築内装業を行っている同業者や知人からの紹介、口コミが主な販売促進方法です。
◆事業主等の略歴・技能等	高校を卒業後、大工として木工業製造に携わりました。 その後、「木製ならなんでも造りあげる」誇りと技術力を持った、 ██████████に █年間勤務し、取付家具工事等の仕事を通じて、家具・建具の制作技術を習得しました。 有名店やホテル、病院などの家具やカウンターなどの制作実績があり、顧客からは好評を得ています。 これまで大工や上記事業所等で木工技術を修練し、約 █年間の経験が強みになっています。

【写真】

事業所外観	事業所内観
製品①	製品②

【売上金額・利益状況】

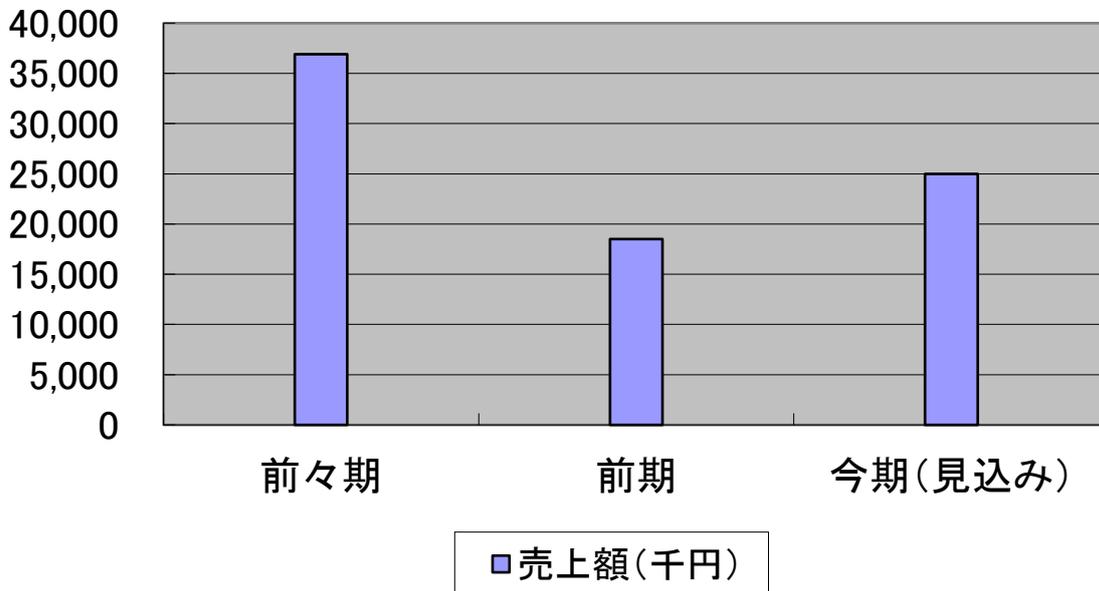
	売上金額の大きい商品		利益総額の大きい商品	
	商品名	金額 (円)	商品名	利益額 (円)
1位	受付カウンター	■	受付カウンター	■
2位	キッチンバック収納棚	■	キッチンバック収納棚	■
3位	下足入れ	■	下足入れ	■
4位	テレビボード	■	テレビボード	■
5位	枠組の扉	■	枠組の扉	■

【売上高の推移】

	期 間	売上額
前々期 (H30)	1/1~12/31	■千円
前期 (R元)	1/1~9/30	■千円
今期見込み (R2)	10/1~9/30	■千円
売上高推移の 要因・考察	<p>前々期まで順調に売上を伸ばしてきましたが、前期は令和 ■年 ■月に法人化したため、個人事業主として ■千円 の売上でした。月平均売上に換算すると、■千円で、前々 期の月平均売上 ■千円から ■%の減少でした。</p> <p>減少した原因として、納期の重なりがあり、受注を断ったこ とや、現場の進み具合が遅れたことによる納期に間に合わな かったことにより、スポットで受注を入れることができな</p>	

ったこと等が挙げられます。

今期は、前期の失敗の教訓を活かし、納期、受注管理を徹底し、売上拡大に努めていきたいと考えています。



【事業分析及び課題】

クライアント（依頼者・発注者）と仕事の予定を明確にした上で、スケジュールを立て、納期の重複を避け、効率よい制作を行っていきます。

納期が決まっている案件や、使用が確定している案件は、納期を厳守するため、作業を前倒しして制作していきます。

顧客からは好評を得ているものの、まだまだ認知度が低いのが課題です。

2. 顧客ニーズと市場の動向

【顧客のニーズ・顧客の傾向・顧客の要望や意見等】

【顧客のニーズ】

①品揃えが良い、②好きなデザインの商品がある、③置いてある商品の品質が良い、④オシャレな商品が多い、⑤置いてある商品の価格が安い、⑥配送サービスがあるなど、家具本来の良さで選ばれるのではなく、品揃えやデザイン、オシャレ感、価格などが家具（インテリア）を選ぶために重視しています。

【顧客の傾向】

国内の総人口数・婚姻数・出生数は年々減少しており 家具・インテリアの購入タイミングが減少傾向であります。また、家具は一度購入すると約9割が長く使われます。さらに、顧客は家具を品揃えとデザイン、価格で選ぶ傾向にあります。

顧客の中には、デパートや家具の量販店で探すように、「何でもいいからデスクはないかな?」、「どんな感じでもいいからテーブルある?」とか言われる方もいます。手っ取り早く、（打ち合わせなど行わずに）見たものの中から選びたいという傾向があります。

【市場の動向・市場規模（現状と将来の見通し）】

【市場の動向】

国内の住宅着工数及びインテリア・家具の平均購入金額は減少傾向であり、インテリア・家具の市場は縮小傾向であります。

また、住宅着工戸数の減少・住居のビルトイン収納設備の充実、婚礼家具需要の縮小・少子化による子供向け家具需要の低迷、買い替え需要が比較的低い一般家具や寝具の消費額が減少傾向であるため、家具（インテリア）の市場は縮小傾向であります。

さらに、①模倣品が出回りやすく商品の差別化が難しい、②家具だけでなく、インテリアや雑貨を含めた商品提案を行う企業が増加傾向であり、③価格競争の激化、大手企業の寡占化が進行していることも要因にあります。

【市場規模】

- ・海外の工場で製作される物が多くなり、既製品を使用する会社が増加している。
- ・技術やテクノロジーの進化により、作業の機械化、それによるコストパフォーマンス化している。

以前まではどちらかと言うと無機質な物、建物で言ったらコンクリートの打ちっぱなしや大理石が流行っていましたが、現在は、改めて、「木」が（自然の物）が見直されています。

建物に限らず、食品であればオーガニック製品が流通しているなど、人々の健康志向が強くなっていることが伺えます。

世の中が便利になり、インターネットが当たり前になった事で、いろんな人がいろんな商品を目にしているため、知識的向上があり、ライフスタイルの中での個性が、一人一人強くなっている事により、「Made in Japan」だったり、手作りの物が再注目されています。

【競合他社の状況】

	A店	B店	当店
所在地	■■■■	■■■■	■■■■
顧客の年齢層	30代～50代中心	20代～60代中心	30代～50代
スタッフ数	3名	1名	0名
商圈	■■■■を中心に山県市、各務原市、関市一帯。県内外問わず発注がある。	■■■■を中心に、神戸町、安八町、垂井町、西濃地域一帯。県内外問わず発注がある。	■■■■を中心に西濃地域一帯。県内外問わず発注がある。
特色	建具、ドア、障子、襖、キッチン家具、窓、扉、棚、アンティーク家具、カントリー調家具、和モダン家具の製造、取付を行っている。	木工屋として3代続く、老舗の木工所。建具を中心に、木工製品を制作していて、顧客からは満足度が高い。	有名ホテルや病院などの家具やカウンターなどの制作実績があり、顧客からは好評を得ています。

【他社の特徴・強み】

- ・交通の便が良い所に工場を構えている。
- ・自社のブランド化や、オリジナルの商品を発信している。
- ・自社のショールームを持っていて、商品を展示している。
- ・ホームページがあり、「何の会社なのか?」「何を制作しているところ」なのかが明確。
- ・自社で仕事をこなせない案件を、仕事をこなしてくれる協力会社を抱えている。

3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強み

- 設備が揃っているため、製作し始めてから完成までが早い。
- 打ち合わせから製作まで自社で行う事により、提案もでき、よりこだわった製品を作ることができ、間違いがない。
- 対個人じゃなく、対会社相手でも、その先のエンドユーザーの事を考えて制作しているため、仕上がりが丁寧である。
- 代表者自らが、「衣・食・住」にアンテナを張っているため、流行に敏感である。
- 異業種の方々と交流があるため、紹介等が多い。
- 短納期にもできる範囲で対応、個人様には資料やアフターケアを充実させる事で、リピーターになりやすい。

「家具屋」とか「木工所」といっても様々なタイプがあり、既製品を大量生産するメーカーから、当社のようにオーダーメイド専門で1点物から受注生産するところまで色々あります。当社は、一般家庭で取り付けたい棚板1枚からでもご希望のサイズで作ります。特注なので1点物は多いですが、結構、数のある特注品でも対応出来るのが、弊社の強みの1つです。

特注になると、お客様の希望を聞いたり、打ち合わせが必要となってきます。

オーダーメイド専門で、1点物から受注生産となりますので、顧客のニーズに応えることに注力しています。

4. 経営方針・目標と今後のプラン

【経営方針】

～真心込めた対応と顧客の人生を飾る商品創り～

会社理念として、自社で製作した製品を購入したことで、購入された方の人生がより豊かに、充実したものになればと思っています。

今後の経営方針として、まず現状の売上高を増加させるために、住宅メーカーや店舗の仕事以外に個人の顧客の獲得を目指していきます。個人の顧客を獲得する事により、年間通しての売上の高低差を少なくしていきます。

売上の高低差を少なくする事により、毎月の最低収入月の底上げになり、人員増加に繋がっていきます。

人員を増加する事で受注量を増やすことが出来、時間的余裕が作れる事で、当社発信のオリジナル製品の製作・販売など、業務の幅を広げると共に、人材育成にも積極的になれ、地域社会の貢献にも繋がると考えています。

経営方針である、「～真心込めた対応と顧客の人生を飾る商品創り～」をモットーに、そんな会社になりたい、そんな会社でありたいと考えています。

【目標】

今まで宣伝や広告という事をしてこなかったため、そこに力を入れ、当社が何の会社で、何を製作しているかを明確にしていきます。

多くの人や企業に知ってもらい、木工製品といえば「Space direct株式会社」と言われたり、思い浮かぶ会社にしていきたいと思います。

認知度アップにより、売上高を将来的には4,000万円～5,000万円までに持っていきたいと考えています。

	2020年	2021年	2022年
売上高（月平均）	■万円	■万円	■万円
売上高（年間）	■万円	■万円	■万円
純利益（月平均）	■万円	■万円	■万円
純利益（年間）	■万円	■万円	■万円

【目標達成に向けた課題】

現状の課題として、インターネットを活用する事や、今まで製作した家具、建具、施工事例をまとめたカタログを作成するにあたり、どういった方面に効果的なPRができるのかが課題となっています。

当社は、新型コロナウイルス感染症の影響を現在はあまり受けていないため、飲食業、サービス業のように売上の大幅な減少はありませんが、今後、製造業、建設業を中心に大打撃を受けることが想定されているため、そういった業界の受け皿になれるように、
■が今後、生き残れるのかをかけた挑戦になると感じています。

【今後のプラン】

<現状の課題>

1. 何の会社かわからない。
2. 何を製作しているのかわからない。
3. 幅広くいろんな方に知ってもらおう。

<新事業での解決策>

1. ホームページの制作
2. カタログの制作
3. 見学会の実施

<実施事項と実施スケジュール>

- ①ホームページを制作する。
- ②自社の製作事例や施工事例をまとめたカタログを制作する。
- ③カフェや喫茶店、美容室等に置いていただき、PRする。
- ④実際の作業現場を見ていただくため、気軽に見学できる環境づくり（見学会の実施）

事項/時期	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①	打ち合わせ	➡	アップ	➡				
②		打ち合わせ	➡	制作				
③					配布	➡		
④		見学会			見学会			見学会

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) SNSとカタログを活用して、認知度アップによる販路拡大事業	
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)	
【事業方針・事業実施の意義】 会社をよりいろんな方や、企業に知っていただき、取引先の増加、個人ユーザーの獲得。それに伴い売上増加を目指す。	
【事業の内容】	
◆取り組み事項	①ホームページの制作 ホームページ内に仕事の流れ、オーダーまでのフォームを作り、個人ユーザーが注文しやすい流れを作ります。 また、これまで制作した商品の画像を掲載し、こういった商品を制作しているのか、個人顧客に訴えかける内容にしていきます。 さらに、Facebook、インスタグラムと連動させ、ホームページへの掲載と共にSNSでPRし、新たな顧客獲得につなげていきます。 ②小冊子サイズのカatalog制作 カタログ内に会社の簡単な紹介や、これまで制作した商品の画像を掲載し、カタログからの発注にも応えていきます。 また、ホームページのアドレスや所在地等を記載し、実際の作業現場を見ていただき、木のぬくもりや木の香りを楽しんでいただくカタログにしていきます。 ③カフェや喫茶店、美容室等に置いてPR 部を制作し、大垣市内をはじめとする西濃圏域一帯の美容院や理容院、エステやネイル、カフェや喫茶店に雑誌や新聞などと一緒に入れていただくことで、当社の認知度のアップにつなげていきます。
◆ターゲットとなる顧客層	今回の事業を行う中でターゲットとして想定しているのは、20代～30代の若い層とマイホームのリフォームを検討している40代～60代のファミリー層、年配層です。 まず、若い層から年配層を対象に、木工所（工房）という所を知っていただき、現在、家具というと、大手家具販売店で購入される方が多いため、木工所や工房といったところで購入できるという事を知らないため、木工所（工房）の敷居を低くすることで、気軽に見学できる環境を作り、個人ユーザー（個人顧客）の獲得を目指していきます。
◆商品・サービスの内容	家具や建具、雑貨等販売を行います。 顧客ならではのオンリーワンの家具を制作します。

	<p>当社は、オーダーメイドでの家具の制作を行っていることで、顧客オリジナル、またオンリーワンの家具を制作できるため、顧客のニーズに応じていきます。</p> <p>家具や建具は何度も買い替える物ではないので、共に成長、共に歩いていけるような家具、建具を提案、製作できたらと思っています。</p>
◆流通経路（販売ルート）	<p>①ホームページよりメールにてコンタクト。 ②電話、メールにてヒヤリング。 ③現地にて採寸、打ち合わせ。 →何度か打ち合わせをして、デザイン、柄、材料、予算等を決めていく。 ④打ち合わせ後、顧客が納得されたところで、制作開始。 →1～2週間で制作する。 ⑤ご自宅等、希望納品場所まで運搬し、設置。</p>
◆販売促進方法	<p>①ホームページやSNSなどで宣伝します。 ホームページ内のブログ等で日々の制作の作業風景やこれまでの制作した商品を掲載し、どういった商品を制作しているのか等を顧客に見ていただき、興味を促していきます。 ②小冊子サイズのカatalogでPRします。 カatalogを配布する事で家具をより身近に感じてもらいます。 そこから、他社との差別化を図ることで、当社のブランド化に繋げていきます。</p>
◆実施体制	<p>基本的には代表である私自身が打ち合わせから制作まで担当します。 どうしても外せない場合は同業者に協力体制を取り、対応します。同業者に依頼することで、当社に対する他社からの信頼を得られると考えています。</p>

【補助事業で創意工夫している点や特徴】

ホームページ内に仕事の流れ、オーダーまでのフォームを作り、個人ユーザーが注文しやすい流れを作るだけでなく、これまで制作した商品の画像を掲載し、どういった商品を制作しているのか、顧客に訴えかける内容にしていきます。さらに、Facebook、インスタグラムと連動させ、ホームページへの掲載と共にSNSでPRし、新たな顧客獲得につなげていきます。

カatalog内に会社の簡単な紹介や、これまで制作した商品の画像を掲載し、カatalogからの発注にも応えていきます。また、実際の作業現場（見学会）を見ていただいて、木のぬくもりや木の香りを楽しんでいただくカatalogにしていきます。ホームページとカatalogの制作により、改めて当社の認知度のアップにつなげていきます。

【事業実施の手順（スキーム）・段取り】

<実施事項と実施スケジュール>

- ①ホームページを制作する。
- ②自社の製作事例や施工事例をまとめたカタログを制作する。
- ③カタログカフェや喫茶店、美容室等に置いていただき、PRする。

項目／時期	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①	打ち合わせ	➡	アップ	➡				
②		打ち合わせ	➡	制作				
③					配布	➡		

【収支計画（予測）】

	2020年	2021年	2022年
売上高	■千円	■千円	■千円
売上原価	■千円	■千円	■千円
販売管理費等	■千円	■千円	■千円
営業利益	■千円	■千円	■千円

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.31 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ホームページを制作する。

これまで、当社のホームページがなかったため、有名店やホテルや病院などの家具やカウンターなどの製作実績があり、顧客からは好評を得ているものの、認知度があまりなかったことから、今回、新たにホームページを制作することで、「Space direct 株式会社」の認知度アップにつながります。

また、ホームページ内に仕事の流れ、オーダーまでのフォームを作り、個人ユーザーが注文しやすい流れを作ることや、これまで制作した商品の画像を掲載し、こういった商品を制作しているのか、顧客に訴えかける内容にしていくことで、さらなる認知度アップにつながっていきます。

さらに、Facebook、インスタグラムと連動させ、ホームページへの掲載と共に SNS で PR し、新たな顧客獲得につながります。

②自社の製作事例や施工事例をまとめたカタログを制作する。

ホームページと同様に、有名店やホテルや病院などの家具やカウンターなどの製作実績が

あっても、あまり積極的にPRを行ってこなかったため、どういった家具を制作しているのかが、多くの人の目に触れることはなかったが、カタログを制作することで、会社の簡単な紹介だけでなく、これまで制作した商品の画像を掲載し、カタログからの受注にも応えていきます。

③カフェや喫茶店、美容室等に置いていただき、PRする。

大垣市内をはじめとする西濃圏域一帯の美容院や理容院、エステやネイル、カフェや喫茶店に雑誌や新聞などと一緒に制作したカタログを置いていただくことで、当社の認知度のアップにつながります。

④実際の作業現場を見ていただくため、気軽に見学できる環境づくり（見学会の実施）

20代～30代の若い層とマイホームのリフォームを検討している40代～60代のファミリー層、年配層を対象に、定期的に見学会を開催することで、実際の作業現場（見学会）を見ていただいて、木のぬくもりや木の香りを楽しんでいただくイベントにしています。



今回、補助金を活用して、ホームページ、カタログを制作することで、これまで機会喪失していた顧客に対し、XXXXXXXXXXという会社の認知度をアップさせることができます。

また、有名店やホテルや病院などの家具やカウンターなどの製作実績を強みとしてホームページ、カタログに掲載することで、①品揃えが良い、②好きなデザインの商品がある、③置いてある商品の品質が良い、④オシャレな商品が多い、⑤置いてある商品の価格が安い、⑥配送サービスがあるなど、家具本来の良さで選ばれるのではなく、品揃えやデザイン、オシャレ感、価格などが家具（インテリア）を選ぶために重視している顧客ニーズに応えることができ、西濃地域でオンリーワンの会社として認知度をアップさせることにつながります。

さらに、認知度アップによって、住宅メーカーや工務店、建設会社、設計士などの法人顧客から、一般の個人ユーザー（顧客）の獲得につなげることができる。

一般顧客の獲得により、売上アップにつなげていくことで、新たな人員確保につながり、人員を増加する事で、これまでの受注量を増やすことが出来、時間的余裕が作れる事で、一人一人と密な時間を使える事ができ、結果として、顧客満足度が上がり、リピート率の上昇につながっていきます。

【事業実施による地域への貢献】

XXXXXXXXXXという会社の認知度をアップさせることで、木のぬくもりや木の香りを楽しむことができる家具の魅力を発信することができます。

また、代表者の家具制作の技術やこれまでの経験を活かし、後進の育成を図っていくことにつながっていくことで、当社が西濃地域の家具制作の業界をリードしていく役割を担っていると考えています。

※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。