

小規模事業者持続化補助金 ＜低感染リスク型ビジネス枠＞

獲得セミナー

2022年1月25日（火）
14:00 - 16:00

（公財）仙台市産業振興事業団
ビジネス開発ディレクター
青沼 泰彦

セミナーの内容

1. 小規模事業者持続化補助金とは
 - ① 補助金の概要
 - ② 申請のメリット
2. 申請書の書き方
 - ① 全般的な注意点
 - ② 各項目のポイント
 - ③ 高評価につなげるには
3. 申請までの準備



小規模事業者持続化補助金とは

補助金の概要

- 公募要領 (**※最新のもの (第6回)** を確認)
 1. 事業の目的
 2. 補助対象者
 3. 補助対象事業
 4. 補助率等
 5. 補助対象経費
 6. 申請手続きの概要
 7. 申請内容の審査
 8. 補助事業者の義務 (採択後に遵守すべき事項)

低感染リスク型ビジネス枠とは

- ポストコロナを踏まえた新たなビジネスやサービス、生産プロセスの導入等に取り組み、感染拡大防止と事業継続を両立させるための対人接触機会の減少に資する前向きな投資を行う事業

申請のメリット

1. 補助金活用
 - ① コロナ禍対策（新ビジネス・業務改善・感染防止）
 - ② 採択により仙台市「地域産業応援金」の対象
 - ③ 事業拡大・経営改善
 - ④ 採択によるPR効果
2. 自社（自分）を知るきっかけになる
 - ① これまでの歩み
 - ② 特徴、強みや弱み
3. 事業計画が明確になる
 - ① 事業の現状分析
 - ② 将来のあるべき姿、ビジョン
 - ③ 取り組むべき課題
 - ④ 収支計画・投資計画

全般的な注意点

- 申請要件を満たしていること
 - 申請者の要件
 - 補助金の趣旨に合った取組内容
 - 申請書類の様式（募集回により変わる）
- 申請方法
 - 電子申請のみ（補助金申請システム「J グランツ」を利用）
 - GビズIDプライムアカウント取得が必要
 - 第4・5・6回受付締切分において「暫定GビズIDプライムアカウント（暫定ID）」は使用できない…早めのID取得を
- 締め切り
 - 第6回…3月9日（水）



申請書の書き方

申請書の記載方法について

- 申請書の記載項目についてもれなく記載する
- 内容がわかりやすく読みやすいこと
 - 箇条書きで項目を整理する
 - 文章は簡潔に（1文は50～60字程度が目安）
 - 文体は「です・ます」か「である」で統一する
 - 計画内容を具体的に説明する
 - 専門用語や横文字(外来語)を使いすぎない
 - 誤字、変換ミスにも注意
 - 図表やグラフを効果的に使う
 - 他から引用したデータは出典を明示する

• ※読んでもらえる申請書を書く！

申請書は「全体」と「部分」の視点で



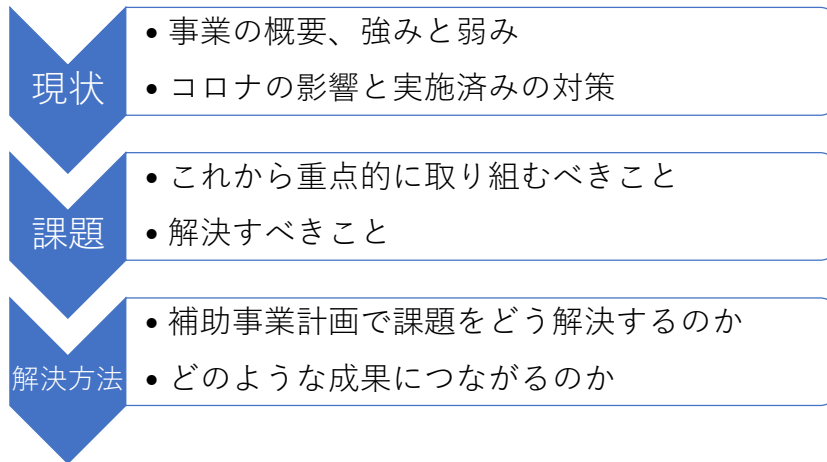
構成と流れ
(全体を見る)



具体的な取り組み
(部分を見る)



全体の構成・流れ



経営計画及び補助事業計画

- <経営計画>及び<補助事業計画>は合計最大5枚まで
- <経営計画>
 1. 自社の事業概要
 2. 新型コロナウイルス感染症の影響・既に取り組んでいる対策
- <補助事業計画>
 1. 補助事業名
 2. 補助事業の内容
 - 補助事業内容
 - (取組内容)
 - (効果)
 - 必要な理由
 - 事業実施スケジュール
 3. 補助事業の効果
 - 収支予測
- ※ [経営計画及び補助事業計画の記入サンプル](#)

経営計画の書き方

< 経営計画 >

1. 自社の事業概要

- 事業概要、沿革
- 売上と利益状況
- 顧客や取引先
- 具体的な商品やサービスの内容
- 経営上の課題
- 顧客ニーズ
- 市場動向と競合状況
- 自社の強み
- 経営方針
- 目標
- 今後のプラン

経営計画 > 1. 自社の事業概要

事業概要、沿革

- 自社の事業とこれまでの経緯について書く
 - 創業時期
 - 法人化など組織変更や、店舗や事務所移転などの大きな変化について
 - 業種
 - 厳密には、[日本標準産業分類](https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/sangyo/02toukatsu01_03000023.html)による
(https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/sangyo/02toukatsu01_03000023.html)
 - 従業員数
 - 正規雇用、パート・アルバイトの人数
 - 経営規模
 - 売場面積、席数など
- 必要に応じて店舗や事務所の写真等を挿入する
 - **※審査員はあなたの会社(店)を知らない!**

経営計画 > 1. 自社の事業概要

記載例

- 「当館は1980年代から●●市で開業している老舗旅館で、大規模なパーティーや宿泊ができることを売りに経営をしてまいりました。冠婚葬祭などの行事や企業・学校・各種団体を対象とした、150名規模の宴会利用が可能な地元の老舗旅館として、長年沢山のお客様をお迎えして参りました。新型コロナウイルス感染症が蔓延する前には、夫婦と数名のスタッフ（調理4名、宴会対応4名、客室清掃などを担当するアルバイト2〜3名）で切り盛りしていたことや、50名以上の大規模な宴会や法事等の予約が月平均10件程度入っていたことで、宴会業を主軸として営業をしている状況でした。
- しかしながら、新型コロナウイルス流行の関係で客足が遠のきはじめ、緊急事態宣言による営業自粛やアルコール類提供の制限もあるため、宴会や旅行を自粛される方が多く、予約キャンセルが相次ぎ、長年勤めてくれていたスタッフにも退職をお願いせざるを得ない状況となってしまいました。感染防止対策をしながら、ランチ営業を開始するも、思うように売上は増えず業績は悪化の一途でした。今まで宴会頼りで業績を保っていたことを痛感し、この機会に新規事業に取り組み、抜本的な対策をすることにいたしました。」

経営計画> 1. 自社の事業概要 売上と利益の推移

- 説明文
 - 記載例：「直近の経営成績については減少傾向にあり、抜本的な対策が必要となっています。借入金については●●資金として●●信金より短期で〇,〇〇〇,〇〇〇円、資本金は〇,〇〇〇,〇〇〇円です。」
- 売上・利益の推移表(一部改変)

	令和元年	令和2年	令和3年(見込み)
売上高	60,000,000	35,000,000	50,000,000
原価	15,000,000	10,000,000	10,000,000
売上総利益	45,000,000	25,000,000	40,000,000
経費(販売管理費)	40,000,000	35,000,000	40,000,000
営業利益	5,000,000	▲10,000,000	0

経営計画> 1. 自社の事業概要 具体的な商品やサービスの内容

- 主力商品や看板商品について、特徴や優れた点を簡潔に説明する
- 「4P」の視点で整理する方法もある
 - Product (商品の機能や特徴)
 - Price (価格)
 - Place (販売経路や店舗立地)
 - Promotion (広告宣伝など)
- 必要に応じて、商品写真等を挿入する

商品やサービスの内容と売上構成等

・商品・サービスの特徴と、構成比等を書く

・例：美容院

「当店の売上構成は美容・エステ施術が中心で、ヘアケア商品等の販売も行っています。美容・エステ施術については、お客様カルテを作成してひとりひとりの要望に沿った対応に心がけています。

価格は、美容（カット）4,000円～12,000円（パーマ）、エステ施術3,000円～10,000円となっています。ヘアケア商品等については、髪や肌への刺激の少ない商品を厳選して販売しています。

価格は、シャンプー・コンディショナー等2,000円～5,000円、育毛・頭皮ケア商品3,000円～5,000円が中心で、他店では入手しにくい商品が中心です」

(表) 部門別売上構成

部門	年間売上高	構成比
美容・エステ施術	30,000,000	60.0%
ヘアケア商品等販売	15,000,000	30.0%
その他	5,000,000	10.0%
合計	50,000,000	100.0%

© Sendai City Industrial Promotion Organization All Rights Reserved

顧客や取引先

・主な顧客層や取引先について簡潔に書く

- ・年代、居住地、ライフスタイル、ニーズなどで区分

・客数や構成比がわかる場合は、数値で具体的に説明

- ・例：「当店の主要顧客は、徒歩15分圏内の50～70代の女性層で、土日祝日には市内全域から車で来店するやや若い年代層もいます。顧客名簿に登録されているのは約300名で、客層別の構成比と特徴は以下の通りです」

(表) 客層別構成比と特徴・ニーズ

客層	構成比	特徴・ニーズ
徒歩圏内の主婦層(50-70代)	70%	ゆったり時間を過ごしながらサービスを受けたい、なじみ客が多い。
市内全域から車で来店(30～40代)	30%	カット技術の高さや刺激の少ないシャンプー等を口コミで知って来店。
合計	100%	—

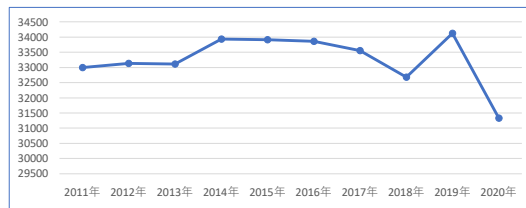
© Sendai City Industrial Promotion Organization All Rights Reserved

経営計画 > 1. 自社の事業概要
市場動向と競合状況

• マクロ市場分析

- 社会や業界の動向で、自社に関係の深い事項を書く
- 参考資料
 - ✓ 国の白書や統計調査等
 - ✓ [家計調査](https://www.stat.go.jp/data/kakei/)(https://www.stat.go.jp/data/kakei/)
 - ✓ [RESAS](https://resas.go.jp/)：地域経済分析システム (https://resas.go.jp/)
 - ✓ 業界団体の統計資料や記事

- 例：「家計調査によると2020年の1世帯あたりの『理美容サービス』の年間支出金額は31,330円で、2019年に比べ大きく低下しました」



出典：2020年家計調査（家計収支編） 時系列データ（総世帯・単身世帯）

© Sendai City Industrial Promotion Organization All Rights Reserved

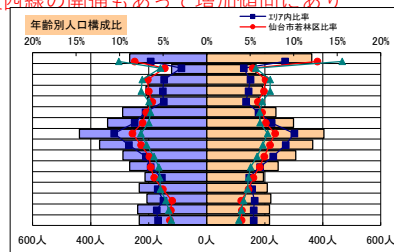
• ミクロ市場分析

- 立地環境や競合状況、顧客ニーズ変化等を記載する
- 参考資料
 - ✓ [経済センサス](https://www.stat.go.jp/data/e-census/)(https://www.stat.go.jp/data/e-census/)
 - ✓ タウンページ等
 - ✓ [JSTAT MAP](#)(地図で見る統計)

- 例：「当店の立地する仙台市若林区には、約120店の美容院が出店しています。（iタウンページより）。新規開業が増加していますが閉店するところも多く、

各店ともクーポンやチケットによる集客やホームページでのPRを行っており、競合は非常に厳しくなっています」

「当店周辺の人口・世帯数は、地下鉄東西線の開通もあって増加傾向にあります。徒歩15分圏内の人口は約9千人・世帯数約4千で、年齢別構成では40～44才と75才以上が多くなっています（jstat-mapより）」



「顧客ニーズは、コロナ前は「価格」「技術力」の順でしたが、コロナ後は「価格」・「通いやすさ」へと変化し、通う頻度も減少しています（当店のアンケートから）」

出典：JSTAT MAP

© Sendai City Industrial Promotion Organization All Rights Reserved

自社の強み

- 自社の強みや特徴について整理して書く
 - ヒト・モノ・カネ・情報の視点で整理する
 - ヒト（人材や組織）
 - モノ（商品や設備等）
 - カネ（財務状況や資金調達力）
 - 情報（独自技術やノウハウ、特許等の知的財産）
 - 強みについては、以下の視点で「真の強み」といえるかどうかをチェックする
 - 経済的な価値を生んでいるか
 - 稀少か（ありふれたものではないか）
 - 模倣が困難か（他社がまねするのが大変か）
 - 組織化されているか（全社的な仕組みとなっているか）
- ※強みは、他社との差別化や優位性につながるもの

市場動向と自社の強みのまとめ方

- 「SWOT分析」としてまとめる方法もある

外部環境	
機会 (Opportunity) ・ ○○○ ・ ○○○ ・ ○○○	脅威 (Threat) ・ ○○○ ・ ○○○ ・ ○○○
強み (Strength) ・ ○○○ ・ ○○○ ・ ○○○	弱み (Weakness) ・ ○○○ ・ ○○○ ・ ○○○
内部環境	

経営計画 > 1. 自社の事業概要
今後の方向性・目標

- 自社の経営状況を踏まえて、今後3～5年程度の大きな方向性、「あるべき姿」や「達成したい目標」を書く

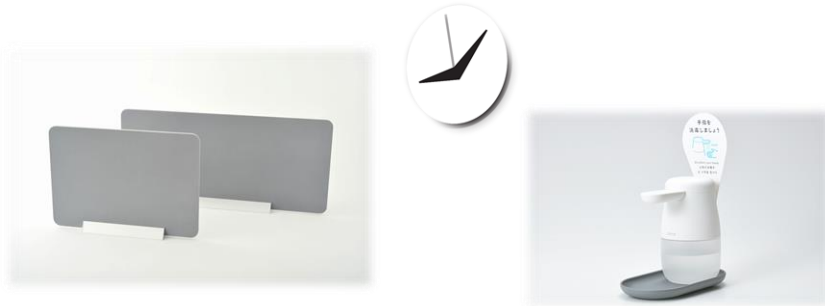


- 方向性や目標は、具体的に「達成したいこと」を書く
 - 定量表現（数値で表現）
 - 3年後の売上高〇〇万円、営業利益〇万円
 - 商圏内のシェア〇%
 - 顧客満足度〇%以上
 - 定性表現（文章で表現）
 - 顧客にとってどのような存在になりたいか
 - 取引先にとってどのような存在になりたいか
 - 地域社会にどのように貢献したいか

<経営計画>

2. 新型コロナウイルス感染症の影響・既に取り組んでいる対策

- 実施している対策について具体的に記述する
- 必要に応じて写真等を挿入する



© Sendai City Industrial Promotion Organization All Rights Reserved

27

• 記載例：

- 「客足が遠のきはじめ、緊急事態宣言による営業自粛やアルコール類提供の制限もあるため、宴会や旅行を自粛される方が多く、予約キャンセルが相次ぎ、長年勤めてくれていたスタッフにも休職をお願いせざるを得ない状況となってしまいました。
感染防止対策として、入り口での消毒と検温を開始したことと、ランチ営業・弁当販売を開始しました。
また、宴会場で間隔を開けてテーブルを設置し、密にならないように配慮しています。」

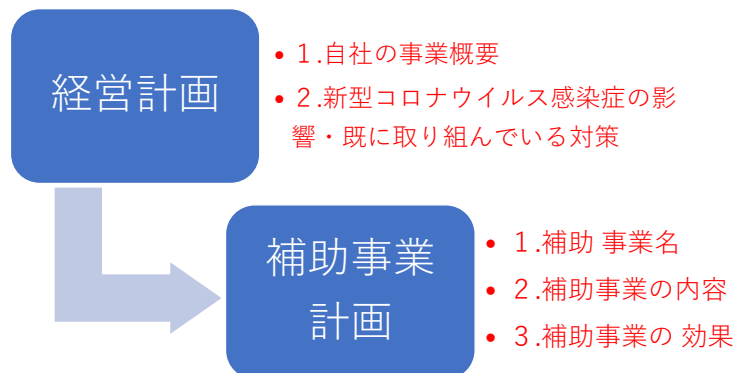
© Sendai City Industrial Promotion Organization All Rights Reserved

28

補助事業計画の書き方

※ <経営計画> と <補助事業計画> は一体

- <経営計画> と <補助事業計画> を関連づけて説明する
 - 経営計画の「課題」や「達成したいこと」、「取り組みが不十分な点」を補助事業計画で実現させる



< 補助事業計画 >

1. 補助事業名

① 事業計画の内容を30字以内に凝縮したもの

- 事業の特徴や新規性・独自性
- 事業が目指すこと
- 審査員へアピールしたいポイント
- 記述は、「戦略的表現」で「体言止め」が基本

▶ 〇〇による △△△の達成

↳(手段・方策) ↳(成果・目標)

例：

「オンライン予約システム構築による店内の密集回避と集客力の回復」

② 審査員に与える第一印象

- ▶ 申請書の「熟度」が現れる

③ 採択・公表後のPR効果も

④ 補助事業計画ができたなら、事業名を再考する

補助事業名の例

- テイクアウト及びデリバリー用の新メニュー開拓による販路拡大
- 調理プロセスの刷新による感染防止及び新サービスの創出
- 古民家を活用によりコロナ禍に適応した個室型レストランの構築
- 対人接触を減らすため餃子テイクアウト事業化による販路拡大
- ドッグトレーナーの知識を活かした鹿肉の通信販売の強化
- ヘアケア商品等の自動販売機設置等による非対面型サービスの開始
- 自宅オンラインセルフエステの開発と提供による新規顧客開拓
- 外構工事の直接取引！オンラインの活用で元請依存からの脱却
- オンライン授業対応型木育商品「木の缶詰 & 樹木図鑑」開発事業
- 稲作の水管理のIoT化による対人接触機会低減と作業の高効率化

※ < 低感染リスク型ビジネス枠 > 第3回受付締切分採択者一覧より抜粋

<補助事業計画>

2. 補助事業の内容

- ① 事業の狙い
 - 最初に要約を述べる(3~5行程度)
 - 「対人接触機会の減少」は必須
- ② ターゲット顧客
 - 具体的に設定して書く
 - 商圈範囲、顧客の年代・ライフスタイル・ニーズなど
- ③ 商品やサービス
 - 具体的に説明する
 - 特徴や競合商品との違いを明確に
- ④ 提供する際の工夫や独自の方法
 - 独自の技術や強みを活かした方策
 - 新たな販売方法など

- ⑤ 広告宣伝や販路開拓方法
 - 広告に使う媒体(チラシ・パンフレット、ミニコミ誌など)
 - Webサイト(内容や構成、SNSとの連携など)
- ⑥ 売上・利益を生む仕組み(ビジネスモデル)
 - 基本パターン
 - 売上 → 利益 → 投資(人材や設備に) → 顧客増 → 売上増・・・
- ⑦ リスクと解決方法
 - 想定されるリスクと準備する対策
- ⑧ 事業のスケジュール
 - 実施項目と実施時期

補助事業計画のポイント

- 感染拡大防止と事業継続を両立できること
- 新規性や独自性
 - 新たなビジネスやサービス、生産プロセスの導入
 - これまでの自社でやってこなかったこと
 - 他社の取り組みと異なる点、創意工夫した点
- 市場性
 - 新たなビジネスやサービスへのニーズがあること
 - 売上・利益につながる見込みがあること

• 記載例：

「■補助事業内容
(取組内容)

「おうちで老舗旅館懐石」が楽しめるコース料理を、それぞれ真空パックし、セットで販売します。セットより割高な値段設定で、単品でも購入ができるようにします。

懐石コースは、5,000 円、8,000 円、10,000 円の 3 コースと、気軽にランチ懐石 3,000 円の 4 コースを予約販売します。

(効果)

1. 単価 5,000 円×5 で 25,000 円、20 個の注文でも年間 6,000,000 円程度の増収が見込まれます。
2. 真空パック用の袋や、高級感を感じさせる（安価に見せないための）外箱を用意します。
原価率が 2%、経費が配達料の関係で 1,000,000 円程度の増加が見込まれます。
3. 令和 3 年 3 月期に計上された赤字の解消に向けて期待できます。」

• 記載例：

「■必要な理由

現在、各種補助金や助成金を活用しながらも、売上減少傾向と赤字計上が止まらない状況です。

今後は、少しでも補助金助成金に頼らない自立した経営に戻していく必要があります。

実施時期としては、商品開発と広報の準備ができる年末からを検討しています。真空包装機を利用し、老舗旅館懐石の味をご家庭で楽しんでいただけるように商品開発をすることと、これらの商品を色々な方に知っていただく手段として、チラシ作成と DM 送付の広報を行います。

これらの内容により、旅館で提供している懐石コースとほぼ同じメニューを自宅でも飲食することができ、お客様のご自宅でも本格的な懐石を楽しんでいただくことができます。」

• 記載例：

■事業実施スケジュール

当館で提供している味を損なわない懐石コースの考案をし、販売開始時期としては年末を予定しています。年末年始のご家族の集まりなどを最初のターゲットとしたいと思います。

広報手段として、過去に当館を利用されたお客様への DM 送付のほか「おうちご飯」を検索した人に向けての WEB 広告を検討しています。

また、注文については電話受付のほか、HP の一部を改修し、メール等で簡単に注文できる形を考えています。

項目/時期	9月	10月	11月	12月	1月	2月
メニュー開発	→					
広報準備		→				
注文方法整備	→					
事業評価					→	

項目は分類して書く

- ・商品開発
- ・店舗施設の整備
- ・広告宣伝
- ・システム構築
- ...

時期は開始と終了を示す

- ・優先順位に注意
- ・終了は2022年12月31日まで

<補助事業計画>

3. 補助事業の 効果

- 「既に取り組んでいる対策」では不十分な点や限界があること、「補助事業計画」を実施することで見込まれる具体的な効果を書く
- 直近の実績と今後3ヶ年程度の収支予測を書く

• 記載例：

「ランチ営業や弁当販売では経営状況悪化を止める効果がありますが、抜本的な業績改善にまではつながりません。やはり宴会 や、当館自慢の 懐石料理 を皆様に楽しんでいただくことは経営改善にはかせません。年末年始の家族行事やおうち忘年会・新年会をターゲットに 試行し、今後継続して実施できる かどうかを検証していき、新年会需要の減る2月にメニュー再考などを検討、将来にむけて継続的に実施可能な主軸の1つとなるよう進めて参りたいと思います。

■収支予測

補助事業を行うことによる効果予測は下記のとおりです。

ポストコロナとしての新しい武器を手に入れることで、おうち懐石がおいしかったから宿泊して本物を食べてみたい、宴会で利用してみようという相乗効果として既存事業に対しても影響があると考えております。

事業年度	令和3年3月期	令和4年3月期	令和5年3月期	令和6年3月期
売上高	0,000,000円	0,000,000円	0,000,000円	0,000,000円
原価	0,000,000円	0,000,000円	0,000,000円	0,000,000円
経費	0,000,000円	0,000,000円	0,000,000円	0,000,000円
営業利益	▲0,000,000円	0,000,000円	0,000,000円	0,000,000円

書き方の例 (1.飲食業)

- ① 事業の狙い
 - ・「本事業では、店舗入口に券売機を設置し厨房と無線LANで接続して迅速にメニューを提供することにより、顧客の待ち時間を短縮させるとともに、店舗スタッフと顧客との接触機会の削減および店内滞留時間の減少をはかる」
- ② ターゲット顧客
 - ・「仙台市および周辺地域に居住または通勤し、安心して外食や飲酒をしたい生活者を主なターゲットとする」
- ③ 商品やサービス
 - ・「ランチメニューは、○・○・○・○・○の5種類、価格は700～850円。仙台野菜など地域の食材を豊富に利用する」
- ④ 提供する際の工夫や独自の方法
 - ・「店頭で券売機を設置することにより注文をスピードアップするとともにフロアスタッフとの接触を減らす」
 - ・「券売機の注文データを無線LANで厨房に伝えることで、調理の効率化や顧客の待ち時間を短縮する」
- ⑤ 効果予測
 - ・「待ち時間が短く、スタッフとの接触も少なく、密を避けて飲食できる店、地元食材の店として評価してもらうことで、売上の回復を図る」

書き方の例 (2.菓子製造小売業)

- ① 事業の狙い
 - ・「本事業では、店舗への来店機会が減少した顧客を対象に、新たに仙台野菜などを原材料に使った和洋菓子を開発し、Webサイトで注文を受けて宅配することにより、顧客の来街や接触機会を削減しながら、売上の回復・拡大をはかる」
- ② ターゲット顧客
 - ・「仙塩地区の30才～60才、地域農産物を使った食品に興味を持つ生活者を中心的なターゲットとする」
- ③ 商品やサービス
 - ・「仙台野菜を原材料に使った和洋菓子10種類、価格は280～450円」
- ④ 提供する際の工夫や独自の方法
 - ・「ホームページに商品の特徴や原材料・成分を表示する」
 - ・「顧客は好きな個数を選んで組み合わせて注文できる」
 - ・「商品は宅配か店頭受渡し。オンライン接客も導入する」
- ⑤ 効果予測
 - ・「地域農産物を活用した特徴のある商品をオンラインで注文できるようになり、店売り以外の宅配などの売上向上が期待できる」

申請までの準備

- 公募要領に目を通す（※最新のものを確認）
 - 公式サイト <https://www.jizokuka-post-corona.jp/>
- 電子申請の準備
 - Jグランツによる電子申請のみ受け付け
 - Jグランツの利用には、[GビズIDプライムアカウント](#)が取得が必要
- 添付書類を準備する
 - [注意事項](#)
 - [書類不備7選](#)
- （「申請書の書き方ゼミ」で実践）
 - 2月8日、2月17日（いずれも14：00－16：00）
- 申請
 - 締め切り（第6回）・・・2022年3月9日(水) 17時

お問い合わせは

仙台市産業振興事業団
中小企業応援窓口

TEL.022-724-1122

仙台市青葉区中央1-3-1 アエル7F

9：00～17：00（土日祝を除く）