

<計画の内容 1. ～ 6. >は、合計最大5枚までとします。

<計画の内容（新型コロナウイルス感染症の影響を乗り越えるための取組）>

1. 新型コロナウイルスの影響を乗り越えるために1/6以上投資する類型（該当する類型を、一つ以上選択）

- A：サプライチェーンの毀損への対応
- B：非対面型ビジネスモデルへの転換
- C：テレワーク環境の整備

2. 事業概要（自社の概要や市場動向、経営方針等を記載ください）（注1）

<事業概要>（オーナーや従業員の写真などを追加しても良い）

- ・2017年5月1日 設立（事業開始5月5日）
- ・飲食店営業（手打ちパスタ専門店）
- ・席数：カウンター10席
- ・定休日（月曜日）、営業時間 11:30～21:00
- ・オーナー1名、パート2名

- ・店舗の写真（外観、店内）



- ・商品の写真（アラビアータ、バジルカルボナーラ）



- ・人気のパスタ・ベスト3（

季節限定パスタ	1,200円
アラビアータ	850円
バジルカルボナーラ	850円

・顧客単価（平均）：1,300円

・売上構成1

パスタ	80%
サイドメニュー	10%
ドリンク	10%

・売上構成2

ランチタイム	65%
ディナータイム	35%

<顧客ニーズと市場の動向>→補助事業計画の必要性につながるように

近隣300メートル圏内には、ラーメン店が3店舗（単価900円程度）、唐揚げ専門の弁当店（単価600円程度）あり、ランチタイムは近隣の会社員で満席となっている。最寄駅から一番遠いのが当店であり、立地は良いとは言えない。

しかしながら、手打ちパスタ専門店ということで珍しいせいか、多少遠くても足を運んでくださる方も多く、特にSNS（インスタグラム）のフォロワーさんが、「前から行ってみたかった」と来てくださることも時折みられる。

平日は、近隣の企業のサラリーマンの1人での来店が多く、土日、祝日は近隣の家族での複数人での来店が多い。

7種類のパスタそれぞれに合うソースを色彩含め、楽しめるようにしているため、女性客が6割以上を占めている。

ランチタイムは、パスタ単品で注文される方が多く、単価は1,000円程度。ディナータイムは、お酒やサイドメニューの注文もあり、単価は1,500円程度である。

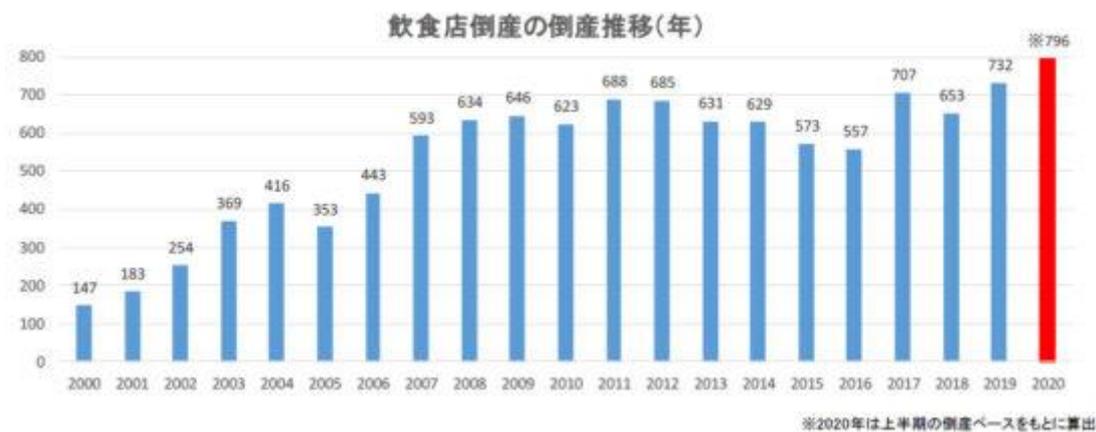
平均すると顧客単価は、1,300円と近隣店舗の中で高単価であるが、手間暇かけたこだわりのパスタとソースが味わえるため、その価値を感じてくれる方が多く、お客様の半数以上が常連客となっている。

しかしながら、緊急事態宣言が出された4月以降、来店客数及び売上と共に40%以上減少し、大きなダメージとなった。急遽テイクアウトや宅配事業を開始したものの、地域の方への認知度が低く、減少した売上をカバーするには至っていない。

<参考資料>

帝国データバンク、7月10日、「飲食店の倒産動向調査」（2020年上半期）

<飲食店倒産の倒産推移（年）>



2020年上半期における飲食店事業者の倒産は398件発生となり、上半期として過去最多となった。このままのペースで倒産が発生すると、2020年の年間倒産件数は796件前後となり、過去最多を更新する可能性があるという。

2020年は、新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言で休業要請、営業時間の短縮要請を受けるなど飲食店は資金負担を負った。緊急事態宣言解除後も客足が少なく、飲食店を取り巻く経営環境は厳しい状況が続いている。

また、業態別で見ると、居酒屋、ビヤホールのほか、焼き鳥店、おでん店、もつ焼き店などを含む「酒場・ビヤホール」は2020年上半期が100件、年換算した場合が200件となった。

ラーメン店、カレー店、焼肉店、餃子店などを含む「中華・東洋料理店」は2020年上半期が55件、年換算した場合が110件。てんぷら店、うなぎ店、とんかつ店、沖縄料理店などを含む「日本料理店」は2020年上半期が39件、年換算した場合が78件となった。

<業態別件数内訳>

業態別件数内訳

件数順	業態・年	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020年 上半期	年換算 した場合
1	酒場・ビヤホール	18	21	32	63	60	58	71	113	97	113	126	125	141	121	126	122	97	133	129	161	100	200
2	中華・東洋料理店	17	30	33	51	69	40	49	77	83	73	88	97	102	99	84	91	92	104	97	106	55	110
3	西洋料理店	18	18	23	33	32	44	37	42	68	53	71	58	66	66	61	60	61	86	92	120	52	104
4	日本料理店	12	14	24	43	53	25	34	55	52	72	67	63	72	69	63	51	52	74	65	51	39	78
5	バー・キャバレーなど	6	17	24	36	48	37	56	70	99	80	75	70	55	52	51	49	45	72	62	63	38	76
6	喫茶店	14	14	16	35	28	31	38	57	56	54	52	66	48	35	58	43	50	66	66	65	32	64
7	その他の一般飲食店	14	15	18	19	30	36	41	42	43	56	45	44	53	59	56	52	44	46	48	59	27	54
8	一般食堂	19	24	36	34	34	32	51	64	71	88	51	90	85	67	79	50	61	78	45	64	26	52
9	すし店	17	16	26	35	36	31	33	37	34	30	22	38	30	37	25	25	26	24	25	20	14	28
10	そば・うどん店	3	7	10	9	13	7	22	24	23	17	14	24	24	17	18	21	22	16	18	16	9	18
11	料亭	9	7	12	11	13	12	11	12	8	10	12	13	9	9	8	9	7	8	6	7	6	12
	合計	147	183	254	369	416	353	443	593	634	646	623	688	685	631	629	573	557	707	653	732	398	796

※2020年は上半期(1月～6月)の件数

※網掛けの数値は各業態において、2000年以降で最多となっているもの

※「年換算した場合」は2020年上半期の倒産ペースをもとに算出

「酒場・ビヤホール」「中華・東洋料理店」「日本料理店」の3業態は、このままのペースで倒産が発生すると、過去最多を更新する可能性があるという。

<経営方針> **強みを活かした計画に**

近隣の方々がラーメン屋に入る感覚で、気軽に本格的な手打ちパスタを楽しんで味わっていただきたいという思いで開業。なので、本格手打ちパスタと銘打っているが、店内に入るとラーメン屋のように券売機で食券を買うスタイルになっており、価格帯も1,000未満のものがほとんどです。

現在、自社のホームページは無く、地元のパータルサイトに掲載しているのみであり、テイクアウト・宅配の案内が行き届いていません。

コロナ禍でも対面することなく、地域の方々に手打ちパスタを案内するチラシをお店から半径1キロ圏内に10000部（立川市富士見町1～7丁目：約1万世帯、昭島市東町1～5丁目：約2,000世帯）を3回（1月、2月、4月）に分けて、計30000部ポスティングします。チラシにはサイトのアドレス及びQRコードを掲載し、リニューアルしたホームページへのアクセスを促します。

3. 新型コロナウイルス感染症による影響（売上減少等の状況について記載ください）（注2）

緊急事態宣言が出された4月以降、来店客数及び売上と共に40%以上減少し、大きなダメージとなった。テイクアウトや宅配事業を開始したものの、地域の方への認知度が低く、減少した売上をカバーするには至っていない。

3密を避けるため、そもそも多くはない店内の席数も10席から6席へ減らして営業、緊急事態宣言中は営業時間も20:00までの営業とした。**（事業概要の方へ）**

<売上の推移>

単位：万円

	4月	5月	6月
2019年	〇〇円	〇〇円	〇〇円
2020年	〇〇円	〇〇円	〇〇円
減少率↓	〇〇%↓	〇〇%↓	〇〇%↓

<来店客数の推移>

	4月	5月	6月
2019年	〇〇人	〇〇人	〇〇人
2020年	〇〇人	〇〇人	〇〇人
減少率	〇〇%↓	〇〇%↓	〇〇%↓

4. 今回の申請計画で取り組む事業名【必須記入】（30文字以内で記入すること）

**本格手打ちパスタのテイクアウト・デリバリーの販路開拓作戦！（ネーミング大切）**

5. 今回の申請計画で取り組む内容（注3）

【計画内容】（上記1~3を踏まえて、販路開拓等の取組（A、BまたはCに関する取組を含む）を記載ください）

\*今回の取り組み内容は、①ホームページ作成 ②テイクアウト・デリバリー用のチラシ・ポスターデザイン及びホームページのアクセスアップのためのポスティング

**<取組1>テイクアウト・宅配を実施していることを案内するためのホームページ作成**

現在、自社のホームページは無く、地元のポータルサイトに掲載しているのみであり、テイクアウト・宅配の案内が行き届いていません。

そのため、広く地域の方に当店の手打ちパスタがご自宅でも食べられることをお知らせするために自社のホームページを作成する。

ホームページには、7種類の手打ちパスタに、「どんな特徴があるのか?」、「なぜこのソースには、このソースなのか?」といったこだわりを掲載する。また、パスタマシンでの手打ちパスタの製造工程を動画で掲載し、手間ひまかけて出来上がる工程を映像で見ることで、価格以上の価値を感じてもらえるようにする。

\*ホームページ掲載のイメージ写真



<パスタマシン>



<パツパルデッレ>



<ガルガネッリ>

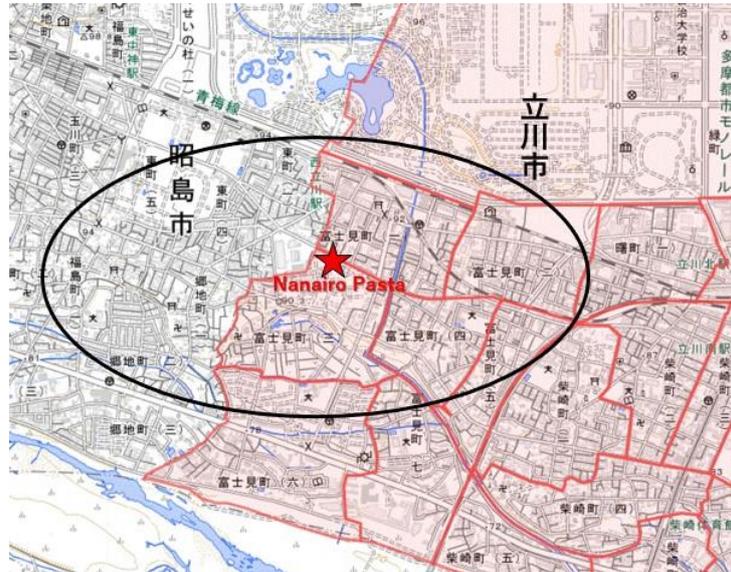
## <取組2>テイクアウト・宅配のチラシポスティングでホームページへのアクセスアップ

コロナ禍でも対面することなく、地域の方々に手打ちパスタを案内するチラシをお店から半径1キロ圏内に10000部を3回（1月、2月、4月）に分けて、計30000部ポスティングします。ポスティング範囲は、立川市富士見町1～7丁目（約1万世帯）、昭島市東町1～5丁目（約2,000世帯）を設定する。現在のテイクアウトやデリバリーの利用者は、女性や単身世帯の方が多いため、ポスティング業者と相談し、女性や単身世帯向けを中心にポスティングをするように依頼する。また、毎年1月2月の寒い時期、売上が落ち込む時期であり、チラシからのテイクアウト・宅配の注文を増やしていきたい。チラシにはサイトのアドレス及びQRコードを掲載し、新規作成したホームページへのアクセスを促し、チラシでは伝えきれない手打ちパスタの魅力やソースのこだわりなどを詳しく伝えていく。

<チラシのイメージ>



<ポスティングのエリア>



### ・実施のスケジュール（より詳細に）

	1月	2月	4月
ホームページ作成	○	○	
チラシデザイン	○	○	
ポスティング	○	○	○

### 6. 新型コロナウイルス感染症を乗り越えるための取組の中で、本補助金が経営上にもたらす効果

1月、2月、4月に渡り、3回チラシをポスティングすることで、テイクアウト及び宅配利用者増加へ繋げていきたいと考えています。

チラシ10,000部に対し、そのテイクアウト・宅配への反応を0.3%とし、30件のオーダーを見込みます。合計30,000部のため、90件の新規オーダーを獲得。

顧客平均単価1,000円であるため、テイクアウト・宅配の粗利率を60%とし、1件当たり600円。600円×90件=54,000円。すなわち、月額54,000円の利益増、初期投資額100万円を回収するため約18.5ヶ月を見込んでいます。（回収の流れを表に）

<投資回収の見込み> 1,000,000円 ÷ 54,000 = 18.5ヶ月

※経営計画等の作成にあたっては、必要に応じ、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。