

記入例①（新たな業種）

第1号様式-3

3 補助事業計画

事業実施期間 令和 7 年 6 月 1 日 ~ 令和 8 年 1 月 30 日

1. 新たなチャレンジの分類 (A)新たな業種への挑戦

新たな業種への挑戦:	従来業種	弁当屋 ※M.宿泊業、飲食サービス業
	新たな業種	冷凍調理食品製造業 ※E.製造業

※業種欄には、日本産業分類の「大分類」の産業を記入してください

記入不要 新たな事業への挑戦:	従来事業	
	新たな事業	

※業種欄には、日本産業分類の「中分類」、「小分類」または「細分類」の産業を記入してください

記入不要 新たな市場への挑戦:	従来市場	
	新たな市場	

日本産業分類は以下のURLからご確認ください

https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/sangyo/02toukatsu01_03000023.html

2. 補助事業で行う事業名(概ね30文字以内で記入すること)

介護施設向けクックチル食品開発による新事業への挑戦

3. 災害による経営環境の変化、それに伴う既存事業等への影響

〇〇市〇〇町で「栄養バランスがとれたヘルシーで健康的な弁当」を売りにした弁当屋を営んでおり、令和6年能登半島地震発災前は、地元住人に多く利用いただいていた。店舗販売をメインとしつつ、大口の依頼があった場合は、弁当配達にも対応していた。

発災直後は、仕入れが困難なこともあり休業していたが、違う取引先を当たるなど、仕入れ確保に努め、令和6年8月から営業を再開している。

地元客や、復興工事関係の支援者の方々にご利用いただいているが、地震の影響で人口が流出しており、これまでのメイン顧客だった地元客利用が激減している状況である。また、大口の受注も地震後は皆無となっている。

直近の売上は、発災前の売上から約30%減少(R7年3-6月売上高〇〇千円(直近)、R5年3-6月売上高〇〇千円(地震前の同月))している。

4. 新たなチャレンジの取組内容

地震により、一部の介護施設は、施設調理による食事提供が出来ていないところもあると聞いている。

これまでの調理ノウハウを活かし、介護施設向けクックチル食品(加熱調理した食品を急速に冷却して、チルド(0~3℃)で保存し、必要時に再加熱して提供する食品)を開発し、介護施設での現場調理は不要で、かつ、暖かい料理を提供できるサービスを提供するため、冷凍調理食品製造業に挑戦する。

①新商品(クックチル食品)の開発

高齢者向けのクックチル食品を、専門家の意見も取り入れながら開発する。

②新商品(クックチル食品)生産のための機材のレンタル

ブラストチラー(調理が完了した高温の食品を低温に冷却するための機械)をレンタルにより導入する。

③配送に必要な車両の購入

クックチル食品を、安全に、品質上の問題なく介護施設に届けられるよう、配送用車両を購入する。

④新事業PR用のチラシ作成

介護施設向けに、商品ラインナップや介護施設での取り扱い方法等を記載したチラシを作成し、顧客獲得を目指す。

5. 補助事業の効果 ※新たな取組が、どのように能登での事業継続につながるかを説明してください。

上記の事業実施により、主に以下の効果が得られる。

①被災した介護施設の足元の需要に応えるとともに、今後の高齢化や介護施設の人材不足による需要の増加も見込まれることから、将来的な事業継続のために必要な取組だと考える。

②介護施設向けの食事提供サービスの取組は、社会的意義も大きく、地域貢献にもつながるものであることから、事業者としての価値も高まると考える。

③介護施設向けサービスの利用者が、既存事業である弁当屋を利用いただいたり、両事業で共通の食材を利用することで、食材調達コストの低減を図るなど、相乗効果も期待できる。

※ 各項目について記載内容が適宜、行数・ページ数を追加できます(最大5枚程度まで)

記入例②（新たな事業）

第1号様式-3

3 補助事業計画

事業実施期間 令和 7 年 6 月 1 日 ~ 令和 8 年 1 月 30 日

1. 新たなチャレンジの分類 (B)新たな事業への挑戦

記入不要	新たな業種への挑戦:	従来業種	
		新たな業種	

※業種欄には、日本産業分類の「大分類」の産業を記入してください

新たな事業への挑戦:	従来事業	飲食店 ※ 76 飲食店
	新たな事業	ゲストハウス ※ 75 宿泊業

※業種欄には、日本産業分類の「中分類」、「小分類」または「細分類」の産業を記入してください

記入不要	新たな市場への挑戦:	従来市場	
		新たな市場	

日本産業分類は以下のURLからご確認ください

https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/sangyo/02toukatsu01_03000023.html

2. 補助事業で行う事業名(概ね30文字以内で記入すること)

復興支援者需要及び将来の観光客需要の獲得を目指し、宿泊事業に挑戦

3. 災害による経営環境の変化、それに伴う既存事業等への影響

〇〇市〇〇町で地元食材を使った定食・丼物・麺類などを提供する飲食店を営んでおり、令和6年能登半島地震発災前は、地元住人に多く来店いただいていた。

発災後は、断水等の影響により休業を余儀なくされたが、店舗や厨房機器を復旧し、令和6年10月から営業を再開している。

お待ちいただいていた地元客や、復興工事関係の支援者の方々にご来店いただいているが、地震の影響で人口が流出しており、これまでのメイン顧客だった地元客利用が激減している状況である。

直近の売上は、発災前の売上から約40%減少(R7年3-6月売上高〇〇千円(直近)、R5年3-6月売上高〇〇千円(地震前の同月))している。

4. 新たなチャレンジの取組内容

足元では復旧支援者の宿泊需要があること、また、復興後の将来的な観光客需要も見込み、飲食店近くにある自己所有の建物をゲストハウスとして活用し、新たに宿泊業に挑戦する。

地元食材を使った多彩な食事を提供できる自社の強みを活かし、食事付きの宿泊プランを用意することで、顧客満足度の高いゲストハウス経営を目指す。

①ゲストハウス施設としての備品の導入

客室のベッドや机・イス、冷蔵庫など、必要な備品を導入する。

②宿泊予約サイトの構築

ゲストハウス事業の専用ホームページを開設し、ホームページ上で宿泊予約が出来るシステムを構築する。

③SNSを活用したPR

能登での宿泊をネット検索している方をターゲットに、効果的にSNS広告を打つことで、集客増を目指す。

5. 補助事業の効果 ※新たな取組が、どのように能登での事業継続につながるかを説明してください。

上記の事業実施により、主に以下の効果が得られる。

①地元客をメイン顧客としてきた飲食事業だけでは、今後、能登で事業継続していくことが難しいが、現に復旧支援者からの需要が高いゲストハウスを経営することで、復旧・復興までの期間、事業継続が可能となる。

②復旧・復興後も、多くの観光客が能登を訪れることが見込まれるため、将来的な事業継続も実現できると考える。

③飲食業と宿泊業の相乗効果も期待できる。

・飲食店だけでは季節変動の影響を受けやすいが、宿泊事業を加えることで収益の安定化に繋がる

・宿泊時の食事体験が良ければ、飲食店への来店にも繋がり、既存事業の売上増加にも繋がる

・食と宿をセットにした体験プラン(地元食材を使った料理教室等)の提供により、他者との差別化が可能

※ 各項目について記載内容が適宜、行数・ページ数を追加できます(最大5枚程度まで)

記入例③（新たな市場）

第1号様式-3

3 補助事業計画

事業実施期間 令和 7 年 6 月 1 日 ~ 令和 8 年 1 月 30 日

1. 新たなチャレンジの分類 (C)新たな市場への挑戦

記入 不要	新たな業種への挑戦:	従来業種	
		新たな業種	

※業種欄には、日本産業分類の「大分類」の産業を記入してください

記入 不要	新たな事業への挑戦:	従来事業	
		新たな事業	

※業種欄には、日本産業分類の「中分類」、「小分類」または「細分類」の産業を記入してください

新たな市場への挑戦:	従来市場	能登を訪れた観光客(実店舗等での販売)
	新たな市場	ECサイトを使った全国展開

日本産業分類は以下のURLからご確認ください

https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/sangyo/02toukatsu01_03000023.html

2. 補助事業で行う事業名(概ね30文字以内で記入すること)

観光客依存からの脱却を目指し、ECサイトでの全国販売に挑戦

3. 災害による経営環境の変化、それに伴う既存事業等への影響

〇〇市〇〇町で伝統的な製法による製塩業を営んでおり、令和6年能登半島地震発災前は、製塩体験や店頭販売を中心とした事業展開を行ってきた。

施設や設備を最低限復旧し、地震後のシーズンもなんとか製造は出来たが、観光需要の低迷により売上は激減している。

また、観光業の回復には時間を要すると予測されるため、現状のままでは事業継続が困難。加えて、地域住民の購買力も低下しており、これまでの販売手法だけでは十分な売上確保が困難な状況である。

直近の売上は、発災前の売上から約50%減少(R7年3-6月売上高〇〇千円(直近)、R5年3-6月売上高〇〇千円(地震前の同月))している。

4. 新たなチャレンジの取組内容

事業継続のためには、新たな市場へ進出し、売上の安定化を図る必要がある。
そのため、ECサイトを開設し、能登外の個人消費者に向けて自社の塩製品を販売する新たな市場開拓を行う。

【地震前のターゲット】

- ・観光客:能登を訪れる旅行者向けに、店頭販売や製塩体験を実施
- ・地域住民:主に地元の飲食店や個人消費者が購入
- ・土産需要:観光客が購入するお土産としての販売が中心。

【新たに狙うターゲット】

- ・全国の個人消費者:健康志向・自然食品に関心のある層をターゲットに
- ・料理愛好家・プロ向け:こだわりの塩を求める料理人やグルメ層
- ・ギフト・贈答市場:高品質な塩を贈答品として販売

①ECサイトの構築

自社ブランドの確立を図りながら、全国の消費者に向けたオンライン販売の仕組みを構築する。商品の魅力を伝えるコンテンツ(塩の製造過程、活用レシピなど)の充実も図る。

②商品パッケージの改良

EC販売に適した新たなパッケージデザインを導入する。

③新商品の開発

ギフト需要を見込み、贈答用商品の開発に取り組む。

5. 補助事業の効果 ※新たな取組が、どのように能登での事業継続につながるかを説明してください。

上記の事業実施により、主に以下の効果が得られる。

①ECサイトの開設により、従来の観光客頼りの販売形態から脱却し、全国の個人消費者へと販路を拡大することで、安定した売上が確保出来る。

②同サイトにて、商品の魅力を伝えることにより、能登の伝統的な塩づくりの価値を広く発信し、継続的な需要の創出が期待出来る。

※ 各項目について記載内容が適宜、行数・ページ数を追加できます(最大5枚程度まで)