

## 小規模事業者持続化補助金を申請する前に知っておくべきこと

1. 最初に、当補助金は小規模事業者であることが必須条件となっています。

参考：この制度でいう小規模事業者とは以下の定義となっています。

卸売業・小売業	常時使用する従業員の数	5人以下
サービス業（宿泊業・娯楽業以外）	常時使用する従業員の数	5人以下
サービス業のうち宿泊業・娯楽業	常時使用する従業員の数	20人以下
製造業その他	常時使用する従業員の数	20人以下



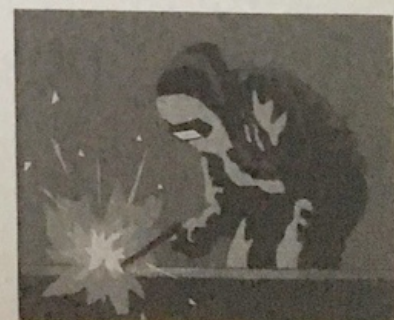
2. 名古屋商工会議所が申請受付できるのは、名古屋商工会議所管轄地域の事業者のみです。他地域で事業をされているのであれば、管轄地域で提出願います。

3. 当補助金は販売促進・販路拡大による取組みに対して、これから使う経費が対象となります（既に使った経費では対象なりません）。新たに経費を掛けて販売促進・販路拡大をする事業者が対象となります。

4. 申請したら誰でも必ず補助金が下りるわけではありません。計画書を書いていただいて、その内容を日本商工会議所が審査し、場合によっては不採択となることもあります。ですから計画書の書きぶりは重要なポイントとなります。国の税金を投資してもらうために、自分の仕事・考えをPRするプレゼンの場と考えてください。

4. まずは箇条書きで結構ですので、販売促進・販路拡大に関して新たに取組みたいことを一度ストーリー仕立てにして考えてみてください。

- ① 自社の現状（EX. 売上減ながら地道に営業しており、近隣の高齢者には欠くことができない存在）。
- ② 自社製品・自社サービスの中で優れている点（或いは顧客から評価されている点、改善した点）はココ！
- ③ でも少子高齢化時代における売上不振・逆風で苦境に陥った。
- ④ 今後自社製品・自社サービスの優れている点②を使って増やそうとしている分野





⑤増やそうとしている分野④が今後も伸びていくと思われる理由

【重要】国からの投資を呼び込むためには、“シナリオ”“ストーリー”を納得してもらうことが必要です。ひと昔前のNHKの“プロジェクトX”的に、誰もがわかりやすいシナリオで考えてみてください。

5. ちまたで言われるようにHP作成ばかりが販売促進・販路拡大ではありません。

例えばトイレを和式から洋式に変えることで外国人のお客様を増やすという取り組みでも申請対象となります。



〈ストーリー例〉

①最近、なごやメシを洋風の味付けにしたところ、外国人観光客が来てくれるようになった。【現在の状況・自分の強み】

⇒ ②外国人観光客に対する売上をもっと増やしたい。【販売拡大方針】

⇒ ③何人かの外国人観光客に聞いてみたら、当店の和式トイレは使いにくかったという声があり、トイレが使いやすかったら帰国後も知人に当店を紹介したいという意見が多かった。【顧客の意見】

⇒ ④外国人観光客への利便性を考えトイレを洋式に改修することで、外国人観光客へのサービスを向上させて、さらなる来店拡大を図りたい。【この投資をすれば売上増につながる確証が高いという施策のPR】

6. 当補助金のキーワードは“販売促進”とともに“地域活性化”です。

自社の販売促進・販路拡大につながることは必須条件ですが、それによって近隣地域が元気となるのも大きなポイントとなります。御社の取り組みによって御社の売上が上がり、人の流れができて周囲の他店も賑わうだとか、従業員を新たに雇うといったストーリーがあれば大きなPRポイントになります。

7. 当補助金の原資は税金であり、そのために決まった申請手続きやルールがあります。多くの書類を整えて申請するとともに、採択された場合も細かく使い方のルールや報告義務が定められています。そこまでできないと補助金がもらえません！（採択されたは良いが、規定された通りの実績報告ができずに結果的に補助金がもらえない事業者が毎回います。）



※ちなみに実績報告する中で、当所計画通りの売上・利益が出ていなくても補助金採択取消になることはありませんので心配は無用です。それよりも今後どうやって挽回していくかをわかってもらうことが大事です。

8. 世の中の流れ・技術革新等の外部影響によって自社の商品やサービスが押され気味であったり、自社の弱点によって売上が伸びなかったりしている状況があったとしても赤裸々に分析してください。そうした弱みを解消して持続的に発展するために、この補助金を使った取組みをするというストーリーのほうが説得力を増します。
9. 当補助金は後払い（事業者が経費を先払い）で、採択発表後1年くらいしてからようやく支払われてきます。ですから、その間は事業者が立替えておかなければなりません。もしそのために先に金融機関から資金調達することをお考えならば、マル経融資も選択肢の1つに加えてみてはいかがでしょうか？

マル経融資制度・・・名古屋商工会議所の審査・推薦により、無担保・無保証人で保証枠を使わずに日本政策金融公庫から貸し出しされる国の融資制度です。国の融資制度と聞くとハードルが高いように考えがちですが、審査が通れば低金利（現在は金利1.11%）での資金調達が可能となります。一度ご検討ください。持続化補助金申請で採択されていれば、公的に事業計画・販売計画の認定を受けているのと同じことなので、マル経の審査にはプラスポイントになります。



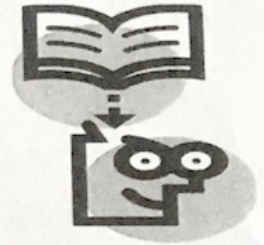


小規模事業者持続化補助金申請書を書く前に自分の考えをまとめるためのシート

小規模事業者持続化補助金の申請に事業計画書が必要となります。

「いきなり、計画書と言われても敷居が高いなあ!」と思われる方は、以下のチェックシートを使って自分の考えをまとめてみた後、名古屋商工会議所までお持ちください。

【注】これはあくまでも商工会議所の担当者にご自身の考えを伝えるためのものであり、持続化補助金申請書類ではありません。



1. 企業概要

(1) 設立・創業 年 月

(2) 業種・営業品目...

(3) 立地 ・商店街 ・幹線道路沿い ・住宅街 ・オフィス街  
 ・その他 ( )

(4) 営業状況 週休 日  
 営業時間は 時 分 ~ 時 分

(5) 雇用 従業員 (パート・アルバイト除き) 名  
 パート・アルバイト 名

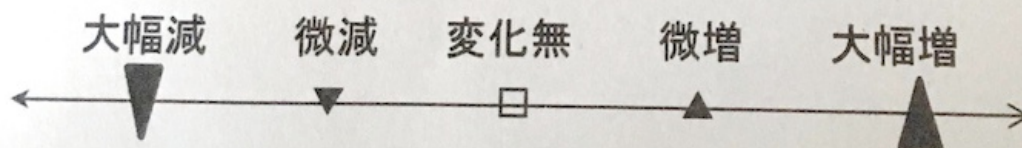
(6) 主力商品・主力サービス

	売上総額の大きい商品		利益総額の大きい商品	
1位		円		円
2位		円		円
3位		円		円

(7) 顧客層は： 法人  $\%$  (相手の業種 )  
 個人  $\%$

・ファミリー ・主婦 ・サラリーマン ・OL ・学生  
 ・子供 ・高齢者 ・固定客、常連客 ・その他 ( )

(8) 最近の顧客状況は：



9) ここ2~3年における顧客状況の増減には何かの特徴がありますか？



(10) ここ2～3年における売上増減・利益増減には何かの特徴がありますか？

(11) 売上の大きい相手・時間帯は？

(12) 競争相手には無い、自社の自慢は？（サービス、商品、製品、品質、納期面）

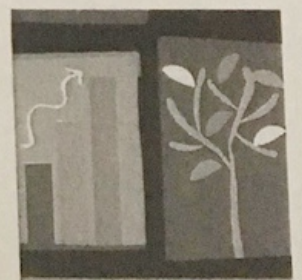
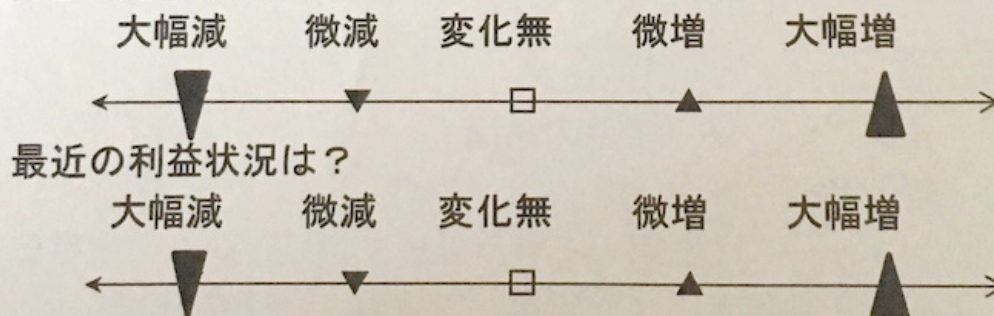
(13) 売上げが多い商品・サービス、利益を上げている商品・サービスなどをそれぞれ具体的にお書きください。

(14) 製品・サービスに関連して、これまでに取得した資格、認定、表彰は？

## 2. 顧客ニーズと市場の動向

(1) 平日売上で主なものは？ 休日売上で主なものは？

(2) 最近の売上状況は？



(3) 最近の自社の売上・利益の増減状況で特徴的なことは？

(4) 競争相手・競合はどこ？

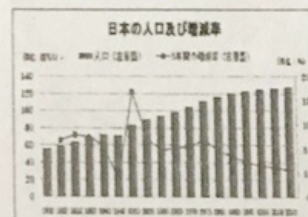
(6) 競争相手・競合と自社との商品・サービスの違いは？

(7) 自社商品やサービスにとって脅威・妨げとなるような世の中の流れや技術革新の波がありますか？

(8) (7) の状況の中で常連客はどうして自社の商品・サービス購入してくれるのでしょうか？

(9) 公的データ、統計資料（業界誌、業界新聞の統計を含む）を用いて、市場規模や市場動向の説明、顧客ニーズの説明ができますか？

※御社が伸ばそうとしている事業・商品の正当性を考える際に、市場として御社が伸ばそうとしている方向へ向かっている、顧客ニーズも高まっているという統計があると説得力が増します。この正当性・説得力がなければ国からの投資を呼び込むことはできません。



(10) 今後の売上・利益の見通しは？

### 3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強み

(1) 自社の提供する商品・サービスが競争相手と比べて勝っている点は？

(2) 特に自慢したい点、こだわっている点（味・品質・サービス等）は？



(3) お客様からの、自社商品等の品質・味・納期などに対する評価は？

※上記(1)～(3)で自社の強み、他社との違いなどの特徴を3点程度書けるようにする。読み手がイメージしやすいシナリオで書けるようにしておく。

(4) 自社の弱みは？

(5) 自社の経営努力ではないが、追い風となる外的要因(チャンス)は？  
(Ex. 高齢者社会の到来による介護事業機会の拡大)

(6) 自社の経営努力ではなんともならず経営に影響を与える逆風はあるか？  
(Ex. 鳥インフルによる需要減少、台風による原材料高騰)

(7) ホームページは？	既に使用	無し
Twitterは？	既に使用	無し
Facebookは？	既に使用	無し
Instagramは？	既に使用	無し
LINE@は？	既に使用	無し



#### 4. 経営方針・目標と今後のプラン

(1) 今後の顧客開拓について

- ・既存顧客層…
- ・新たな顧客層(どんな層が対象…)

(2) そのためにどんな商品・サービスを準備するのか？

(3) (2) の商品・サービスは世の中の流れに沿ったものですか？

世に出ている統計資料の中で、それを証明できるものがありますか？

【例】近隣に独居高齢者が多いお弁当屋さんが、高齢者向けの販路を拡大したい。

誤嚥を防止するために、食材を柔らかく調理したおかずの弁当を売り出す。

⇒ 誤嚥による事故の増加状況がわかる厚労省の統計資料があれば、今後も需要が伸びることを証明できる。また高齢者の食事情として中食化が増えているということであらわす統計資料があるとなお良。

(4) そのために行なう投資は？

- ・ 店内改装
- ・ 新しい機械導入
- ・ その他…

(5) そのための周知・宣伝は？

- ・ チラシ ( 手配り
- ・ 新聞折込 )
- ・ HP
- ・ Twitter
- ・ LINE@
- ・ Facebook
- ・ インスタグラム
- ・ その他…



(6) その商品・サービスが単体で稼ぐ売上、利益はどのくらいを見込んでいますか？またそれによって、事業全体の売上、利益はどうなりますか？

※2～3年後まで想定してください。それによって今回立てる計画が“持続”するかどうか判断されます。

(7) この取組みで地域に対して新たにもたらされる効果は発生しますか？

または社会性のある商品・サービスですか？



## 5. その他

- (1) 審査の際に申請書のどこをチェックするのか、加点ポイントは公募要領の中で公表されています。すでに確認済みですか？（公募要領“審査の観点”参照）
  
- (2) “今ある強み” × “補助金によって得られるモノ” の相乗効果によって、“課題を改善し、強みを伸ばして他社と違いから当社の良さをPRする” というストーリーが申請書の中で展開されていますか？