## 〈経営計画〉①企業概要

当店は2020年に〇〇市中心部の商店街で開業した自家焙煎のコーヒー店（個人事業主）である。店主と従業員1名の2名で、焙煎・豆の店頭販売・喫茶を営んでいる。

【商品と売上の内訳】コーヒー豆の店頭販売が売上の55%、喫茶（ドリンクと軽食）が35%、焼き菓子が10%である。豆は週2回、1回あたり約15kgを少量で焙煎し、焙煎から7日以内のものだけを店頭に並べている。常時12種類を置き、うち4種類は季節ごとに入れ替える。

【売上と利益】売上高は2024年が1,280万円、2025年が1,210万円、売上総利益は同じく700万円、650万円で、2期続けて減った。生豆の仕入れ価格が2年でおよそ2割上がったことと、商店街周辺の人口減少で来店数が減ったことが主な理由である。粗利率は約55%から約54%に下がった。

【設備と体制】焙煎機は2023年に増設した5kg釜。豆の袋詰めとラベル貼りは、焙煎日の午後に従業員が行っている。

【現状のまとめ】鮮度と常連客に支えられて地域に定着した一方、販売の場所が店頭に限られ、商圏の人口が減ると売上も減る構造にある。店の外でも買ってもらえる経路を持つことが、売上を立て直すうえでの課題である。

SAMPLE

## 〈経営計画〉②顧客ニーズと市場の動向

【いまの顧客】主な顧客は、店から半径2km以内に住む30〜60代と、平日に来店する通勤者である。2026年4〜9月のレジ集計では、会員カードを持つ客412名のうち248名（約6割）が月2回以上来店している。購入は焙煎日を見て選ぶ客が多く、焙煎日の翌日の売上はほかの日の約1.4倍である。

【店の外のニーズ】転勤や転居で県外に移った常連から、「同じ豆を送ってほしい」という電話やメッセージが直近半年で23件あった。現在は通販の仕組みが無く、すべて断っている。2026年9月に店頭で行ったアンケート（回答31名）では、19名が「月1回届く定期便なら使いたい」と答え、希望する量は「200gを2種類」が最も多かった。

【市場の動き】自宅で豆を挽いて淹れる人が増え、豆を通販で買うことは珍しくなくなっている（[統計の数字と出典を入れる]）。一方、焙煎日が分からない商品も多く、「焙煎日が分かる」「焙煎から日が浅い」ことは小さな店が選ばれる理由になる。近隣の同業2店は、いずれも通販を行っていない。

SAMPLE

## 〈経営計画〉③自社や自社の提供する商品・サービスの強み

【強み】
①鮮度：週2回の少量焙煎で、焙煎から7日以内の豆だけを売る。袋に焙煎日を印字しており、客が自分で鮮度を確かめられる。
②提案力：店主は焙煎歴10年で、産地と焙煎度合いを客の好みや淹れ方に合わせて選べる。会員カードの客のうち約6割が月2回以上来店していることは、この提案が支持されている裏づけである。
③常連との関係：会員カードの客412名の連絡先があり、県外に移った常連とも連絡が取れる。通販を始めたとき、最初の顧客になる人が見えている。
【弱み】販売は店頭だけで、店から遠い客には売れない。注文や問い合わせを電話・口頭で受けており、記録が残らない。店主と従業員1名で回しているため、新しい仕事を足すには、ほかの手間を減らす工夫が要る。

SAMPLE

## 〈経営計画〉④経営方針・目標と今後のプラン

【方針】店頭の常連を大切にしながら、「焙煎日が分かる鮮度」を強みに、店に来られない客にも売れる経路をつくる。

【目標】通販（単品・定期便）の注文を2027年度に月40件（1件平均3,200円）とし、通販の売上を年間約154万円にする。売上高は2025年の1,210万円から約13%増の1,364万円、売上総利益は約85万円の増加を目指す。

【プラン】

・通販サイトを公開し、商品ごとに焙煎日と到着日の目安を表示する

・定期便を始め、店頭と県外の常連23名に案内を送る

・焙煎日に合わせて週2回まとめて発送し、店頭の営業時間は変えない

・注文件数・再注文率・定期便の継続数を毎月記録し、6か月ごとに品揃えと価格を見直す

【体制】店主がサイトの内容と豆の選定を、従業員1名が受注の確認と発送を担当する。発送作業は焙煎日の午後にまとめて行う。

SAMPLE

## 〈補助事業計画〉①補助事業で行う事業名　②販路開拓等（生産性向上）の取組内容

①事業名：鮮度を伝える通販サイトと定期便で県外の常連客を増やす（27字）

②取組内容：

（1）通販サイトの制作（ウェブサイト関連費）：単品と定期便を注文できる通販サイトを、市内の制作会社に依頼して作る。商品ページには焙煎日・到着日の目安・産地と味の説明を載せ、注文は自動で記録されるようにする。

（2）定期便の案内チラシ（広報費）：チラシを印刷して店頭で配るほか、県外の常連23名に手紙を添えて郵送する。チラシにはサイトのQRコードと定期便の内容（200g×2種類・月1回）を載せる。

（3）発送用の真空包装機の導入（機械装置等費）：豆を真空包装して発送し、届くまでの香りの劣化を抑える。鮮度を強みにする以上、届いたときの品質を店頭と同じに保つことが欠かせない。

この取組は、店頭に来られる客だけに売っていた販売を、通販と定期便で店の外へ広げるもので、これまでの店頭販売の延長ではない新しい販路の開拓である。

SAMPLE

## 〈補助事業計画〉③業務効率化の取組内容　④補助事業の効果　／　経費明細表

③業務効率化：電話や口頭で受けていた注文・問い合わせをサイトの注文フォームに置き換え、受注の記録と発送の準備にかかる時間を週3時間減らす。減った時間は、焙煎の品質管理と常連への豆の提案に充てる。

④補助事業の効果：県外の客への販売を月0件から月40件（1件平均3,200円）へ増やす。年間の売上増は約154万円、粗利率55%で売上総利益は約85万円の増加を見込む。月40件は、定期便を希望した19名が月1回注文し、県外の常連23名と店頭の客からの単品注文を加えた見込みである。注文件数と再注文率を毎月記録し、6か月後に品揃えと価格を見直す。

【経費明細表（様式3）】

③ウェブサイト関連費　通販サイト制作　450,000円（補助額は区分の上限30万円まで）

②広報費　定期便の案内チラシ（印刷・郵送）　120,000円

①機械装置等費　発送用の真空包装機　180,000円

補助対象経費 合計 750,000円

補助金交付申請額 500,000円（ウェブサイト関連費300,000円＋広報費80,000円＋機械装置等費120,000円・上限50万円）

この見本は架空の例：地方都市の自家焙煎コーヒー店（従業員2人・創業6年）。モラエタが架空の事業者と数字で作った例で、採択実例ではありません。実際の下書きは、本人の答えと数字だけをもとに作られます。

SAMPLE