

【ミラサポ掲載事例研究】

店(会社)のおおまかな説明。写真があつて分かりやすい。

(様式2)

経営計画書

1. 企業概要

当店は、平成3年に朝来市の竹田城下に開業した焼肉&ステーキの店である。ステーキだけでなく焼肉においても、素材は地元の但馬牛の中でも上質なものを厳選して使用している。収容可能客数は約100名である。

店主は、学校卒業後、京都の有名焼肉チェーン店に就職し、焼肉のノウハウを習得した後、縁あつて祇園の料亭に移った。同料亭で和食および和洋折衷料理の料理人として6年間勤めた後、故郷である和田山竹田で焼肉店を開業した。



店主(経営者)のプロフィールと開業の経緯など

開業後の事業の推移、外部環境の変化、対応したこと、現在の状況など、丁寧に過不足なく説明している。直近3カ年程度の業績の推移を表にして掲載し、状況を説明する。

創業から約10年間事業は順調に推移したが、BSE問題、その後の飲酒運転の厳罰化、低価格な競合店の出現などにより、平成12年頃から売上は低迷していった。

平成24年の初頭から、隣接する竹田城跡が「天空の城」として脚光を浴び、登城者数が急激に伸び始めたことから、竹田城登城者の誘引が当店の第一の課題と認識するようになった。同年、竹田城登城者の誘引に向けた取り組みをテーマに経営革新計画を策定して承認を得ている。

現在では竹田城登城者が多く来店するようになっていることから、昼の売上のウエイトが高くなっている。

営業年度	売上高	売上総利益	販管費(経費)	営業利益
年 月期				
年 月期				
年 月期				

現状の事業について分析(商品・サービス、価格、売上高、売上構成比、利用顧客など)し、今後の事業展開に対する方向性を示している。

(事業分析および課題)

昼は主に下記のメニューで対応している(現在では圧倒的に昼の売上が大きい)

- 但馬牛焼肉お重「城山重」 1,620円(個人客)
- 竹田屋定食(焼肉定食) 1,620円(個人客)
- バス会社等からの団体予約の場合は、5,000円~10,000円の焼肉会席のオーダーを受けることが多い

	客単価	売上額	利益率	売上シェア
個人客(昼)	1,800円	〇〇〇〇〇〇円	60%	58%
団体客(昼)	4,900円	〇〇〇〇〇〇円	45%	26%

※団体客の場合は、バス会社、旅行会社を通じた受注となるため、利益率は低くなる。ただ、客単価が大きく、予約により事前準備もできるため、比較的少ない人数での対応が可能である。

※したがって、当面は、団体客への対応をより効率的にするとともに、利益率の高い個人客の客単価の向上を図ることが最も効果的であると判断する。

**2. 顧客ニーズと市場の動向
(市場動向)**

自店(社)が対象とする市場(顧客ニーズ)の変化について調査し、客観的に評価する。自社が持続的に発展するため目指す市場を明らかにする。

地元朝来市の人口は3万2千人であり、なおかつ減少傾向にある。したがって、地元客だけをターゲットとするなら今後も市場の拡大は望めない。それに反して、竹田城来城客は急激に増加しつつあり、▽23年度=9万8602人▽24年度=23万7638人▽25年度は50万人突破と24年度実績の2倍になっている。

当店でも、昨年からバス会社、旅行会社からの団体予約も多くなり、個人客とあわせると、来店客の約60%が竹田城登城者となっている。

(競合の状況)

当店から5~6K程度離れた朝来市中心部(和田山)には、飲食店が多くあり競合先といえるが、竹田城登城者をターゲットとする限りでは、地理的に圧倒的な優位性がある。

竹田城の麓には安価に食事ができ、当社と同様観光バスの受け入れ可能な公共施設(指定管理者が運営)がある。現在のところは、当該施設が当社にとってもっとも強力な競合先であると考えている。また、今後、近隣にある程度の規模を持った飲食店が進出してきても懸念している。

自社が直接・間接的に競合する事業者の状況や動きについて調査し、互いの強みや弱みを分析し、対応策を検討する。

3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強み
(自社の強み)

- 店舗立地が竹田城跡の真下で、国道に面しており、竹田城登城者にとって昼食をとるには格好の場所である
- 店舗は2階建て、収容可能人数は約100名以上であるため、竹田城向けのツアーを組む旅行会社からの引き合いも多くなっている
- 当店の焼肉およびステーキは本格但馬牛を使っており、自家製タレも極めて評価が高い

(これまでの取り組み)

- ① 竹田城写真に特化した店内ギャラリー化 (平成24年11月経営革新計画承認)
店内の壁面を付き合いのある地元の写真愛好家の竹田城写真を多数展示することによって、竹田城観賞後に来店したお客様にお食事とともに竹田城観賞の余韻を提供している。
- ② 新メニューの開発
お昼の新メニューとして但馬牛焼肉お重(城山重)を開発した。新メニューは、お重に入ったご飯が見えないぐらい薄切り肉を敷き詰め、但馬牛の柔らかさを強調するため、焼き時間を工夫するとともに、タレも独自のものを制作した。
(現在お昼メニューのヒット商品となっている)
- ③ 竹田城中腹駐車場でのメニュー配り
女性スタッフを一人雇用して、午前中の1時間程度、竹田城の中腹駐車場付近で竹田城のTシャツを着用してメニューを配っている。これが顧客誘引の決定打となった。



強みをどのように活かしてきたか、分かりやすくまとめている。

箇条書きで、活かすべき強みがわかりやすい。顧客アンケート結果を載せるとより良い。

1~3を受けて、自店(社)の経営方針を明らかにしている。
目標は、具体的な数値を示している。いつまでに実現するか書いているとさらによい。
経営理念、経営ビジョン、経営方針、経営目標など、わかりやすく記述する。

4. 経営方針・目標と今後のプラン
(経営方針・将来に向けたビジョン)

「高いお客様の満足度を実現し、竹田城跡とともに但馬の名所の一つとなることを目指す」

(目標)

お客様の高い満足度を実現することで、リピート率、および客単価の向上を目指す。具体的にはリピート率15%、客単価3,000円超(昼間)を実現する。(バス会社等の団体客も含めた平均)

留意点

- ①各項目にタイトルをつけて分かりやすく記述し、何度も同じことを書かない。
- ②表や図・写真を掲載したら、タイトルや説明をつける。
- ③専門用語や業界用語を使用する場合は、注書きなど解説を付ける。
- ④目標は、基準を示すと分かりやすい。

(今後のプラン)

- 当店の認知度を高めるためにHPを充実させる
バス会社、旅行会社、および一般客へのさらなるアピール
- 新メニューの投入 (但馬牛ステーキお膳2,500円を検討中)
現在店のメニューの価格帯は1,500円(税抜)であるが、2,500円(税抜)のメニューを新しく投入する
- 新メニューを掲載したメニュー表(竹田城跡で配布用)を作成・配布する
新メニューへの誘導を図ることで客単価を向上させる
- 1階2階ともにトイレは洗浄便座付のものにする
来店客、特に女性客の満足度の向上を図ることでリピート化につなげる
- 店内の竹田城写真展示数を大幅に増やす(H26年9月までに)
来店客に今以上にインパクトを与えることができるよう、写真展示数を大幅に増やす。これによって、竹田城観光の余韻を楽しみながら但馬牛を味わっていただき、より一層の満足度向上を目指す。

補助事業のみならず、補助対象外の計画や複数年度の取組も記述する。

取組内容	実施時期(月)					
	8	9	10	11	12	1
①HPの充実		→	→	→		
②新メニューを掲載したチラシ配布		→	→	→		
③1階、2階のトイレに温水洗浄便座設置				→		
④店内の竹田城写真の展示数増大 (補助事業対象外)				→		
⑤新メニューの投入(補助事業対象外)	→					

6W3Hやマーケティングの4Pを使ってわかりやすく書く。

補助対象となり得る販路開拓等の取組事例

- ・新商品を陳列するための棚の購入。
 - ・新たな販促用チラシの作成、送付。
 - ・新たな販促用PR(マスコミ媒体での広告、ウェブサイトでの広告)。
 - ・新たな販促品の調達、配布。
 - ・ネット販売システムの構築。
 - ・国内外の展示会、見本市への出展、商談会への参加。
 - ・新商品の開発。
 - ・商品パッケージ(包装)のデザイン改良(製作する場合、事業期間中にサンプルとして使用した量に限る。)。今回から削除されている。
 - ・新商品の開発にあたって必要な図書を購入。
 - ・新たな販促用チラシのポスティング。
 - ・国内外での商品PRイベントの実施。
 - ・ブランディングの専門家から新商品開発に向けた指導、助言。
 - ・(買い物弱者対策事業において)移動販売車両の導入による移動販売、出張販売。
 - ・新商品開発に伴う成分分析の依頼。
 - ・店舗改装(小売店の陳列レイアウト改良、飲食店の店舗改修を含む。)
- ※不動産の購入に該当するものは不可。

補助対象となり得る業務効率化(生産性向上) 取組事例

【「サービス提供等プロセスの改善」の取組事例イメージ】

- ・業務改善の専門家からの指導、助言による長時間労働の削減。
- ・従業員の作業導線の確保や整理スペースの導入のための店舗改装。

【「IT利活用」の取組事例イメージ】←IT導入補助金も検討する！

- ・新たに倉庫管理システムのソフトウェアを購入し、配送業務を効率化する。
- ・新たに労務管理システムのソフトウェアを購入し、人事・給与管理業務を効率化する。
- ・新たにPOSレジソフトウェアを購入し、売上管理業務を効率化する。
- ・新たに経理・会計ソフトウェアを購入し、決算業務を効率化する。

本補助金における業務効率化(生産性向上)の取組への補助は、副次的な支援のため、販路開拓等の取組に特化して(「3.業務効率化(生産性向上)の取組内容」に記載が無くとも)全く構わない。(業務効率化(生産性向上)の取組による補助上限額の引き上げはない。)

補助事業計画の「2.販路開拓等の取組内容」に販路開拓等の内容の記載がなく、「3.業務効率化(生産性向上)の取組内容」の記載のみでは、本補助金の趣旨に反し、認められない。

収益納付

- ・補助金を受けて行う事業の結果により、収益(=収入-経費)が生じた場合、補助金交付額を限度として収益金の一部または全部を国庫へ返納すること。事業完了時まで直接生じた収益金は、交付すべき金額から減額して交付する。

<例>

- ・補助金を使って購入した設備で生産した商品の販売・サービスの提供による利益。
- ・補助金を使って構築した自社のネットショップの活用での販売や、他社モールでの販売による利益。
- ・補助金を使って実施または参加する展示販売会での販売による利益。
- ・補助金を使って開発した商品の販売による利益。
- ・商品PR会を有料で開催する場合の参加費収入。
- ・買物弱者対策で車両を購入し、移動販売事業等で商品・サービス販売することによる利益。

※上記の場合、様式5の交付申請書にその内容を記載する。

補助対象経費の例

①機械装置等費	試作のための機器、特定業務用ソフト、新商品用の棚など 通常の生産活動のための設備投資費用、機械装置等の単なる取替え更新は補助対象とならない。単価上限設定なしだが、100万円超は要複数見積もり。汎用性の高いものは補助対象外。中古品は、複数社の見積で税抜50万円未満のもの。
②広報費	パンフレット・ポスター・チラシ・HP等作成費・看板作製設置費・試供品など 商品・サービスの名称も宣伝文句も付記されていない単なる会社のPRや営業活動に活用される広報費は、補助対象とならない。
③展示会等出展費	展示会出展料・運搬費(制限有)・通訳料など。販売のみ、コンテスト参加は不可。
④旅費	調査のための出張旅費、展示会旅費(公共交通機関利用)など
⑤開発費	新商品の原材料・設計・デザイン・製造・改良・加工等の費用。未使用残品は対象外
⑥資料購入費	事業に必要な図書等購入費
⑦雑務費	事業遂行に必要なアルバイト・派遣労働者に支払う費用
⑧借料	事業遂行に直接必要な機器・設備のリース・レンタル料。補助事業期間内のみ対象
⑨専門家謝金	事業に必要な指導・助言する専門家謝金。講習会参加費は対象外。
⑩専門家旅費	⑨の旅費
⑪車両購入費	買い物弱者対策に取り組む事業(移動販売、宅配事業)のみ可
⑫設備処分費	販路開拓等の取組実行のための場所確保に必要な不要設備処分費
⑬委託費	①～⑪に該当しない市場調査等についてコンサルタント会社等を活用する費用など
⑭外注費	店舗改装、移動販売等を目的とした車の内装・改造工事など

1. 補助事業の内容

経営計画に基づいた内容を記載すること。

1. 補助事業で行う事業名

顧客満足度の向上によるリピータ客増大、および客単価向上の実現

2. 補助事業の具体的内容

- ①旅行会社等からの引き合いをさらに増加させるため、WEBサイトに旅行会社向けのページを特設する。(下記の図はイメージである)
- ②新メニューを掲載したメニューチラシ(竹田城跡で配布用)を作成する
- ③1階2階ともにトイレは温水洗浄便座にする

以下の取り組みは補助事業対象外である

- ④店内の竹田城写真展示数を大幅に増やす(H26年9月までに)
- ⑤新メニューの投入(但馬牛ステーキお膳2,500円を検討中)

取組内容	実施時期(月)					
	8	9	10	11	12	1
①HPの充実			→			
②新メニューを掲載したチラシ作製			→			
③1階、2階のトイレに温水洗浄便座設置					→	
④店内の竹田城写真の展示数増大 (補助事業対象外)			→	→	→	→
⑤新メニューの投入(補助事業対象外)			→			

3. 補助事業の効果

- HPによる認知度向上、ならびにバス会社等からの引き合いの増加
現在もバス会社、観光事業者等からの問い合わせは、HPを閲覧したうえでの電話連絡がほとんどである。HP上の情報を充実さ、バス会社、観光事業者へより細かく情報提供をおこなっていくことで(下記画像参照)、当方の電話対応の省力化を図るとともに、さらなる引き合いの増加を狙う。



補助事業を行うことによって得られる効果についてまとめましょう。
 自社における効果:顧客満足度の向上、売上高の向上、利益率の改善、人材育成など
 顧客に対する効果:機能充実による利便性の向上など
 地域社会における効果:雇用創出、地域内取引の活性化など地域経済への波及効果など

- 新メニューの (@2,500) アピールによる客単価の向上
竹田城跡の登城者の増加で、昼の来店客が圧倒的に多く、客単価は団体客を除けば1,600円~1,700円である。(昼メニューは、1,500円が2アイテム)そこで、2,500円のメニュー(但馬牛ステーキ膳)を投入することで、バス会社等の予約金額と平均して、客単価を3,000円(昼間)まで向上させる。

- 店内アメニティの向上による顧客満足度の増大
具体的には1階および2階のトイレに温水洗浄便座を完備することで、さらなる顧客満足を実現し(県内在住の顧客に関しては)反復来店者の増加を狙う。

- 予測売上推移
(単位:千円)

積算根拠を示すこと。
(例)売上高=販売単価×一人当たり数量×客数

	平成26年3月期 (直近売上額)	平成27年3月期	平成27年 月期
売上額			
売上原価			
販売管理費等			
営業利益			

チェック事項:①記入漏れ、押印の漏れ、日付などの間違いはないか?
②必要書類は全て整っているか?

3～5年間の数値目標(単位:千円)

	1年後 (年 月期)	2年後 (年 月期)	3年後 (年 月期)	4年後 (年 月期)	5年後 (年 月期)
①売上高					
②売上原価					
③売上総利益 (①-②)					
④販売費及び一 般管理費					
⑤所得 (営業利益) (③-④)					
⑥人件費					
⑦設備投資額					
⑧減価償却費					
⑨従業員数					
⑩借入金					

事業実施スケジュール

取組み項目			実行者	実行時期・期間							
				計画1期目				計画 2期目	計画 3期目	計画 4期目	計画 5期目
No.	内容	アクション	第1 四半期	第2 四半期	第3 四半期	第4 四半期					

<取組みの具体的な説明>

●新商品開発の場合

・商品コンセプト・開発上の課題・課題解決方法(自社、外部企業、設計、原材料、加工方法、ヒト、機械、検査)・原価・試作・テストマーケティング・パッケージ・ネーミング・実施体制

●販路開拓の場合

・ターゲットの明確化・商品サービスの決定・アプローチ方法の決定、具体化・流通経路、店舗・販売促進策(広告、人的販売、プレスリリース、プロモーション)の決定、具体化・実施体制

【参考】小規模事業者持続化補助金採択事業者取り組み事例集(日本商工会議所)

<http://www.jcci.or.jp/chusho/jizokuka/jirei/monochrome.pdf>

販売促進策の種類

広告	テレビ・ラジオ・新聞・雑誌・タウン誌・折込チラシ・ポスティングチラシ・インターネット・モバイル・DM(郵便局のDMファクトリー)・看板・電車バス吊広告・POP・ショーウィンドーなど	
人的販売	セールス・パーソン、実演による販売、接客サービス(接遇) 電話勧誘販売、 ツール(カタログ、映像(静止画像・動画)、試験データ、アンケート結果など	
パブリシティ	新聞・テレビなどのニュース(報道)で取り上げられるよう働きかける。 ニュース(プレス)・リリース	
セールス・プロモーション	価格訴求型	売り出し、キャッシュバック、クーポン、回数券など
	情報提供型	POP、ポスター、店内放送、モニター、商品陳列、展示会など
	体験型	モニタリング、サンプリング、教室(街ゼミ)など
	インセンティブ提供型	スタンプ(ポイント)カード、景品(ノベルティグッズ)など

生産性の向上

- ・【経済産業省「中小サービス事業者の生産性向上のためのガイドライン」における付加価値向上を実現する手法】

$$\text{生産性向上} = \frac{\text{付加価値の向上、革新ビジネスの創出(売上向上)}}{\text{効率の向上(時間や工程を短縮し、コスト削減)}}$$

1. 付加価値の向上	1) 誰に	(1) 新規顧客層への展開 (2) 商圏の拡大
	2) 何を	(3) 独自性・独創性の発揮 (4) ブランド力の強化 (5) 顧客満足度の向上 (6) 価値や品質の見える化
	3) どのように	(7) 機能分化・連携 (8) IT利活用(付加価値向上につながる利活用)
2. 効率の向上		(9) サービス提供プロセスの改善 (10) IT利活用(効率の向上につながる活用)

改善のポイント例

	小売業		卸売業		製造業		サービス業	
	課題	アクション例	課題	アクション例	課題	アクション例	課題	アクション例
採算性	・商品(群)別の損益改善 ・顧客(群)別の損益改善	・採算検証に基づく商品の強化・撤退 ・値入率・方法の見直し ・仕入先・取引条件の見直し	・得意先・商品群別の利益率改善 ・与債管理 ・物流コスト低減	・交叉比率・A/E/C分析等に基づく得意先別・商品群別の採算性改善 ・与債管理に基づく回収条件の改善 ・仕入条件の見直し・新規仕入先の開拓 ・物流コストの要因把握と合理化の検討	・製品・顧客別の損益改善 ・材料費削減 ・ロス・不良の低減 ・経費の削減	・見積原価の見直し(販売先との価格交渉) ・仕入先・取引条件の見直し ・ロス&不良低減活動 ・予実管理(差異分析)による要因把握と対処	・顧客・サービス別の損益改善 ・サービス・商品のラインナップ拡充 ・優良顧客へのステージアップ(与平均単価アップ)	・顧客層別の平均単価・サービス利用率の検証 ・サービスの階層化、オプションの拡充等 ・上級サービスへの誘導・シフト推進
効率性	・店舗、売場の活用効率アップ ・在庫の削減 ・人の動きの効率化 ・販売促進のヒット率向上	・品揃えやレイアウトの見直し ・在庫基準の設定・運営 ・人の配置見直し、活動目標の設定 ・販促手法の見直し、HP、SNS等の導入	・在庫削減 ・納期短縮 ・物流効率改善 ・上記に貢献するITシステム構築	・月次棚卸の実施 ・適正在庫への改善(欠品率&回転率の両面改善) ・要員・配車体制の見直し ・業務フローの標準化・ITシステム活用	・在庫削減(材料・仕掛・製品) ・納期短縮 ・計画的な生産活動 ・人時生産性の向上 ・設備稼働率の向上	・在庫基準の設定・管理 ・作業工程や工数の見直し ・生産計画の精度向上 ・生産平準化の取り組み	・顧客回転率向上 ・スペース活用効率の向上 ・人時生産性の向上 ・工数・時間の標準化 ・販促手法の標準化 ・販売促進の標準化 ・HIT率向上	・顧客回転率の検証とレイアウト・座席数の見直し ・サービス工数の標準化と定着活動目標の設定 ・販促手法の見直し、HP・SNS等の導入
差別化・定着化	・特徴ある店舗&売り場づくり ・接客、販促のレベル向上 ・顧客との関係づくり	・コンセプトに基づく売場づくり ・接客手法の標準化&定着化 ・顧客属性データの活用による販促等	・価格以外の付加価値・サービスの提供 ・サービスレベルの向上・標準化	・流通加工の取り込み ・情報・商品提案力の強化 ・売り場・棚作り等販促支援への取り組み ・付加価値向上のための人材育成	・製品技術の差別化 ・ヒトへの技術伝承&人材育成 ・改善活動の定着	・新製品・試作品、新技術等への取り組み ・人材育成・資格の取得等の取り組み ・多能工化 ・5S活動・QC活動の実施	・コンセプトの明確化 ・特長ある店舗、サービスづくり ・サービスレベルの向上・標準化 ・顧客との関係づくり ・人材の育成・定着	・対象顧客・ニーズに基づくコンセプトづくり ・店舗づくり ・サービス接客の標準化&定着化 ・顧客属性データの活用による販促等(誕生日、来店履歴等)

収支計画と具体的取組

- 成長の方向性や解決すべき経営課題に沿って具体的な取組を計画し、スケジュールに落とし込む。

- 売上・利益目標

売上高の根拠を示す。

売上高 = 販売単価 × 販売数量

- 設備投資・運転資金及び資金調達計画
必要な資金について根拠を示し、資金をどのように調達するか計画する。

<マーケティング・ミックス>

4P	意味
Product	商品・サービス
Price	価格
Place	流通経路、店舗
Promotion	販売促進策

<具体化の要素>

7W3H	意味
Why	コンセプト、実施理由、目的
Who	推進主体、担当者
What	対象商品・サービス
Whom	顧客ターゲット設定
Which	対策の優先順位
When	行程表
Where	販路(店舗含む)、配布地域
How	販路開拓手法、手段、メディア、メッセージ
HowMany	量
HowMuch	単価、売上、経費、利益

補助事業計画書 - II. 経費明細表

記載例ですので、多社の経費区分を記載しています。実際に申請される際は、計上したい経費区分のみ記載してください。(経費別帳帳目歴史項目の1つですので、補助対象経費の計上や補助金対象経費の取りがたいようご注意ください。)

課税事業者は「税抜」、その他の方は「税込」を囲み、対象経費を記入します。共同事業の場合は「税抜」で記入します。P.87の【参考5】消費税等仕入控除税額についてもあわせてご確認ください。

II. 経費明細表〔必須記入〕

経費内訳・補助対象経費は「税抜」で計上可能です。

以下の例にない、経費区分名がない、それぞれの経費区分名の前には経費区分番号(①-⑤)も記入してください。

区分	内容	単価(単価×回数)	補助対象経費 (税抜・税込)
① 機械装置等費	業務用オープン・新商品製造のため新規購入	1台・243,000円 (概算)	225,000
	労務管理システムのソフトウェア	54,000円 (概算)	50,000
② 広報費	チラシ印刷費・新商品宣伝のためDM送付	500枚・54,000円 (概算)	50,000
		82円×300枚	24,600
④ 外注費	新たにデリバリーを行うための店舗駐輪場の拡張工事	108,000円	100,000
(1) 補助対象経費合計			634,778
(2) 補助金交付申請額 (1) × 補助率 2/3 以内			423,185

※経費区分には、「①機械装置等費」から「④外注費」までの各費目を記入してください。

※補助対象経費の消費税(税抜・税込)区分については、公事実額P.87

※(2)の上限は30万円、ただし、「従業員の賃金を引き上げる取組

※(2)の上限は30万円、ただし、「従業員の賃金を引き上げる取組

補助上限額に満たない額を申請する場合には、「補助金交付申請額」と、「補助対象経費合計」の3分の2(円未満切捨)として正算に算出してください。

66

補助事業計画書 - III. 資金調達方法

III. 資金調達方法〔必須記入〕

<補助対象経費の調達一覧>

区分	金額(円)	資金調達先
1. 自己資金	11,593	
2. 持続化補助金(※1)	423,185	
3. 金融機関からの借入金	200,000	〇〇信用金庫
4. その他	0	
5. 合計額(※2)	634,778	

<「2. 補助金」相当額の手当方法>(※3)

区分	金額(円)	資金調達先
2-1. 自己資金	23,185	
2-2. 金融機関からの借入金	400,000	〇〇信用金庫
2-3. その他	0	

※1 補助金額は、II. 経費明細表(2) 補助金交付申請額と一致させること。

※2 合計額は、II. 経費明細表(1) 補助対象経費合計と一致させること。

※3 補助事業が終了してからの精算となりますので、その間の資金の調達方法について、ご記入ください。

(I. からIII. の各項目について記載内容が多い場合は、適宜、行数・ページ数を追加できます。)

67

