

2 自社の企業概要と現状

※本ページ以降、3ページを超える部分や欄外記載、別紙は審査対象としません。

○ 企業概要※主要製品やサービス、主な顧客等について記載

〇〇年設立。〇〇市を中心に、神奈川県全域で内装工事業を行っている。また、内装工事で使用する家具等の製造も手掛けている。主な顧客は、飲食店やテナントビル。
紹介もあるが受注件数と受注額は少ない。

○ 現状※自社の強み・弱みを記載

〈強み〉経験値が高く、加工技術は他社に勝っている。また、大工、内装、木工、家具製作の一貫して受注でき、工事途中での追加や変更があっても、自社内で融通が利き納期内に行える。
〈弱み〉強みのPR力が低い。
経験値の高さを十分にアピール出来ておらず、失注により機会損失が出ている。

3 補助事業の区分（該当するものに☑してください、複数選択可）

- 業種特有業務効率化事業、経理業務効率化事業、営業業務効率化事業、
労務管理効率化事業、その他業務効率化事業

4 補助事業の内容

○ 補助事業の目的・取組内容 ※経費ごとの必要性も記載

- ① 技術力のPR および新規顧客開拓→製作事例や作業風景を動画で配信し強みを発信・アピール
 - ② 受注までのリードタイムの短縮→家具製作イメージのHPでの発信
- ①、②を実現する為のHPを作成する。

○ 現在のプロセス

- ・加工技術のアピールやプロセス説明が不十分でHP経由で受注がとれていない。
- ・家具製作のイメージを、相談があった顧客に個別にパンフレットなどで説明している。

○ デジタル化後のプロセス

- ・施工例、設備紹介やSNSと連動した情報発信することで新規受注につなげる。
- ・家具製作イメージを掲載し、顧客が作りたもののイメージを、自身で固めやすくなる。

○ 補助事業の効果 ※人手不足への効果も記載

- ① 当社の技術力をHP上で広く発信することで、個人商店等の消費者にも直接情報発信ができ、新規顧客の開拓につながる。
 - ② 顧客が発注イメージを固めることが容易になり、見積り検討がスムーズになることで、受注までのリードタイムを短縮することができる。
- ①と②の効果により、営業人員を増やすことなく、新規顧客の開拓と売上の増加を実現する。

○ 実施スケジュール

※発注時期、納品時期、支払時期、稼働開始時期について記載

予定時期	実施内容
令和〇年8月	交付決定通知書受領、HPリニューアル内容についての検討
令和〇年9月	写真撮影、作成事業者によるヒヤリング等実施
令和〇年9月～	ホームページリニューアル作業
令和〇年12月	ホームページ公開

留意事項※事業開始までに取得する必要がある免許や許可などがあれば記載
なし